

Style 1 조선일보

JUNE 2013 vol.94



TIFFANY & CO.

NEW YORK SINCE 1837

OMEGA



Ω
OMEGA
PRESENTS
Ladymatic

STARRING
NICOLE KIDMAN



25 42



표지에 등장한 이미지는 1837년 설립 이후 1백76여 년의 역사를 이어온 티파니의 전설적인 디자인을 재해석한 하이 주얼리 컬렉션. 모델이 착용한 데코 프린지 네크라스는 이브데코에서 영감을 받은 제품으로, 장인이 바게트 다이아몬드를 핸드 커팅해 그 광채가 더욱 눈부시다. 브라운 컬러의 티파니 아이카브 주얼리에서 영감을 받아 바게트, 라운드 컷 다이아몬드를 정교하게 세팅한 것이 특징이다. 전 세계 상위 0.02%의 원석을 사용해 다이아몬드의 광채를 위한 커팅을 고수하는 티파니의 권위를 느낄 수 있는 주얼리 컬렉션이다. 문의 02-547-9488



30



08

- 12 **하이엔드 오디오의 미래** 클래식 부활까지는 아니더라도 진정한 음악과 아날로그 향수를 충족시키는 '소리'를 갈구하는 분위기가 감지되는 건 반가운 일이다. 재탄생 중인 고가의 하이엔드 오디오 브랜드에서 최첨단 디지털 기술과 아날로그 디자인으로 무장한 신제품을 내놓고 있다는 것이다. 게다가 선별 없는 '와이어리스' 소리 환경까지. 이들이 파놓는 '혁신'에서 하이엔드 오디오의 미래가 엿보인다.
- 14 **TIME SHOCK** 새로운 기술과 디자인을 적용한 2013년 새로운 남성 워치 컬렉션.
- 16 **MODERN CLASSIC** 기존 아이폰에서 영감을 받아 보다 현대적으로 재해석한 뉴 아이코닉 아이템을 소개한다.
- 18 **HE'S SO COOL** 멋진 남자는 백마디 말보다 같은 공간에서 느낄 수 있는 은근한 향기로 이야기한다. 여름을 기다리는 남자를 위한 향수 컬렉션.
- 20 **DARK EYES** 울어붙엔 유틸 넘치는 디자인의 선글라스로 대담하고 감각적인 룩을 시도하라.
- 22 **HEAVENLY WOOL WORLD** '로피아나(Loro Piana)'가 주최하는 '2013 월드 울 레코드 챌린지 컵' 행사가 지난 4월 홍콩에서 개최되었다.
- 25 **2013 BASELWORLD** 1백여 개국에서 10만여 명이 오로지 시계를 위한 행사의 여의도의 5배도 채 되지 않는 스위스의 도시 바젤로 모여든다. 스마트폰과 자기의 손목시계에 대해 가장 시계다운 디자인과 시간을 표시하는 가치 정량부터, 더 의미 깊은 기술을 더한 시계의 장인 정신을 모두에게 알리기 위해 '2013년 바젤월드'가 그 포문을 열었다.
- 30 **THE MUSE** 다비가 돌아왔다. 가수부터 배우, MC까지 다재다능한 팔색조의 매력을 지닌 손잡이가 더욱 성숙하고 깊어진 아름다움으로 그레탄의 우아한 포트레이트를 완성했다.
- 38 **WATCH THE CRYSTAL** 고유의 반짝임, 유니크한 하이 컴플리케이션 워치를 선보인 스위치보스가 이야기하는 시계의 미래.
- 39 **MIRACLE SERUM** 여자라면 누구나 꿈꾸는 윤기와 활력이 되는 건강한 피부는 피부 생체 리듬을 비로잡아 비로소 얻을 수 있다. '아모레퍼시픽 ABC세럼'이 있다면 가능하다.
- 40 **SMART SUNSCREEN** 시세이도의 자외선 차단제는 높은 자외선 차단 지수, 장수와 상황에 맞춘 완벽한 리인업으로 선케어 리딩 브랜드의 면모를 유감없이 보여준다.
- 41 **CHARISMATIC SCENT** 중후하면서도 관능적인 몽블랑 레전드의 향기는 자신의 존재를 깊이 있고 클래식하게 만들어준다.
- 42 **THE ART OF PERFUME** 지난 5월 파리 '팔레 드 도쿄'에서 전설의 향수 N5가 탄생하는 데 영향을 준 N5 문화 사발잔의 막이 올랐다.
- 44 **THE WORLD OF HERMÈS** 에르메스의 책자 <르 몽드 에르메스 (Le Monde d'Hermès)>가 2013년 봄/여름호를 기점으로 한글판으로 나온다. **천년 고도에서 영화와 스페인을 만나다** 전주에서 열린 제2회 모엣 라이징 스타 어워드(Moët Rising Star Award). **STAY CHIC** 활동성과 세련된 감각을 모두 겸비한 S/S 팬츠 트렌드.

Style 조선일보

Issue.94 June 2013

대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com
 편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com
 패션 | 뷰티 에디터 | 배미진 mijin@chosun.com 권유진 yjkwon@chosun.com
 이메일 | yejin_lee@chosun.com 아트 디렉터 | 이은숙 okida@chosun.com 교열 | 이정현
 광고 | 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com
 조통일 ci@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 · 재판 | ING PROCESS
 인쇄 | 타타타피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패션비즈니스센터 110호
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529

매월 첫째 주 수요일에 발행하며 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동, 동부이촌동, 평창동, 성북동, 경기도 성남 분당구, 부산 해운대구, 수영구, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.
 ※ 첫째 주 수요일이 공휴일인 경우 그 전날인 첫째 주 화요일에 배달됩니다.
 ※ 2·3·4·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일에 적수로 두 번 발행됩니다.



stylechosun.com

<스타일 조선일보> 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트, 실질적인 정보의 리서치 브랜드 갤러리, 품격 있는 라이프스타일을 제안하고 지원하는 다양한 콘텐츠를 준비하고 여러분을 기다리고 있습니다. 또 과월호를 언제 어디서나 온라인으로 구독할 수 있는 'E-magazine'이 여러분과 <스타일 조선일보>를 더욱 가깝게 만들어드립니다. 혁신과 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 <스타일 조선일보> 홈페이지, 지금 바로 방문하십시오. stylechosun.com

AMORE PACIFIC

ALL DAY BALANCING CARE SERUM



*그린미라클 T™
 독차지에서 발간된 프로페셔널로
 활력 있는 피부를 유지해주는
 아모레퍼시픽의 혁신 성분입니다.

그린미라클이, 피부에 준 기적
 언제나 싱그럽게 피부 리듬을 지켜주는 ABC세럼

피부 리듬은 시간이 지날수록 활기를 잃고 쉽게 지칩니다. 피부의 생기를 지켜주는 그린미라클 T™로 더욱 새로워진 아모레퍼시픽 ABC세럼 - 이제 아모레퍼시픽 ABC세럼으로 언제나 싱그럽게 깨어있는 피부의 기적을 경험하세요

• 유행백화점이나 편의점에서 구입하실 수 있습니다 • 고객센터: 080-023-5454 (수신료요금부담) • www.amorepacific-cosmetics.com

Jewel PEARL WHITE

순수함과 우아함 속에 감추어진 관능미를 드러내는 화이트 컬렉션.

(가운데 윗부터 시계 방향으로) 18K 화이트 골드 폴 모티브에 다이아몬드의 진주를 세팅한 데이지 네크리스 4백30만원대 **타사키**, 마디오브발로 네 잎 클로버를 표현한 알함브라 네크리스 3백만원대, 알함브라 브레이슬릿 7백만원대 모두 **빈클라프 아펠**, 자중해인 자연에서 영감을 받은 인피르시오 라인 링 6백만원대 **볼가리**, 화이트 세무피에 브랜드의 심벌을 D로고로 표현한 디아로 링 3백만원대 **다이아니**, 핑크 골드에 화이트 세라미를 매치한 비, 저온인 컬렉션 이아링 3백만원대 **볼가리**, 데이지 링 3백30만원대 **타사키**, 5.37캐럿의 다이아몬드에 2개의 화이트 남평양 진주를 세팅한 아그라프 컬렉션 펠 네크리스 가격 미정 **가르피에**, 화이트 세무피에 D 로고를 새겨넣은 디아로 네크리스 2백만원대 **다이아니**, 에디터 **베미진**



Beauty RESET YOUR BODY

비강스 시즌이 다가오고 있다. 자신 있게 바키나 몸매를 뽐내고 싶다면 지금부터 보다 라인 관리에 몰입해야 한다. 탄력 있고 균일 없는 매끈한 보디라인을 가꾸려면 꾸준한 운동과 마사지가 필수다. 이때 피부결, 탄력, 셀룰라이트까지 관리하는 슬라임 제품이 있다면 그 효과는 배가될 것. (왼쪽 윗부터 시계 방향으로) 안티에이징 보디 크림인 **'샤넬 바디 액셀러레이션 파밍 리뉴브네이팅 크림'**은 파플 벵글 PFA 성분을 함유해 피부 세포 재생을 촉진하고 강력한 파밍 효과를 부여한다. 또 부드러운 설탕 유도체가 피부의 각질을 제거하고 풍부한 보습력을 지닌 무공해 씨앗 추출물이 피부를 부드럽고 매끈하게 가꾸어준다(150ml 14만원). 처진 팔뚝과 울퉁불퉁한 허벅지를 집중 케어하고 싶다면 **비오렐 스킨인 코드**를 눈여겨보자. 북대서양 해안의 산호에서 추출한 코랄리나 성분이 피부 속 셀룰라이트가 필로 이상으로 커지지 못하게 도와주고 은행잎 추출물이 항산화 작용을 하며, 카페인, 살리실산 등의 성분이 매끄럽고 탄력 있는 피부로 가꾸준다(200ml 6만2천원). **'시세이도 리플레시브 바디 크림'**은 콜라겐 생성을 촉진해 탄력 있는 보디로 가꾸주는 파밍 크림. 여성추 추출물이 수분 대사 작용을 원활하게 해 부기를 개선하고 사탕 산사나무 추출물이 혈행을 촉진해 셀룰라이트가 축적되지 않도록 예방한다. 24시간 촉촉함을 유지하는 이가 젤 캡슐 텍스처가 톤보안대(200ml 9만5천원). **디올 스펀트 바디 디자이너 인티그럴 퍼펙션 케어**는 슬리밍, 파밍, 보습, 토닝, 스팀링을 한 단계로 통합한 토털 보디 케어 젤. 자철조각 내부의 분화되지 않은 자철세포를 집중 케어하고 피부를 탄탄하게 잡아주어 전반적인 보디라인과 탄력이 살아나는 것을 느낄 수 있다(200ml 8만4천원). 더욱 강력하게 업그레이드된 **'클리닉스 바디 리프트 컨트롤'**은 맨드레이크 추출물이 균형을 깨뜨린 쉬운 보디를 탄탄하게 가꾸고 워터민트 추출물이 이미 흐트러진 보디라인을 견고하게 잡아주는 것이 특징이다(200ml 7만4천원). 에디터 **권유진**



Fashion WEDGES WANTED

아찔한 스타일레드 힐의 자신감과 플랫폼 슈즈의 안락함을 동시에 안겨줄 이번 시즌 웨지힐 슈즈. (가운데 윗부터 시계 방향으로) 빈피어는 굽이 눈부신 발걸음을 완성하는 여성스러운 디자인의 웨지힐 슈즈 1백35만원 **세바스티앙 by 라갈레시오**, 블랙과 카키의 세련된 컬러 매치가 눈에 띄는 플랫폼 스타일의 웨지힐 슈즈 1백30만원 **팬디**, 굽 전체를 레이스 패턴으로 장식한 웨지힐 슈즈 1백48만원 **제이스 우 by 블랙**, 두꺼운 소가죽 앵글 스트랩이 세련된 에스프레소 웨지힐 슈즈 90만원 **셀만**, 수경예품을 연상시키는 구조적인 디자인과 패턴이 시선을 끄는 레드 컬러 웨지힐 슈즈 4백13만원 **올레안타 마나**, 스타드 장식의 핑크 스트랩과 코르크 힐로 클래식 에디터 무드를 연출한 웨지힐 슈즈 97만원 **크리스찬 루부탱**, 에디터 **이예진**

INSIGHT

편집부가 엄선한, 국내 및 해외에서 각광받는 이달의 최신 트렌드 & 주목할 만한 소식들.

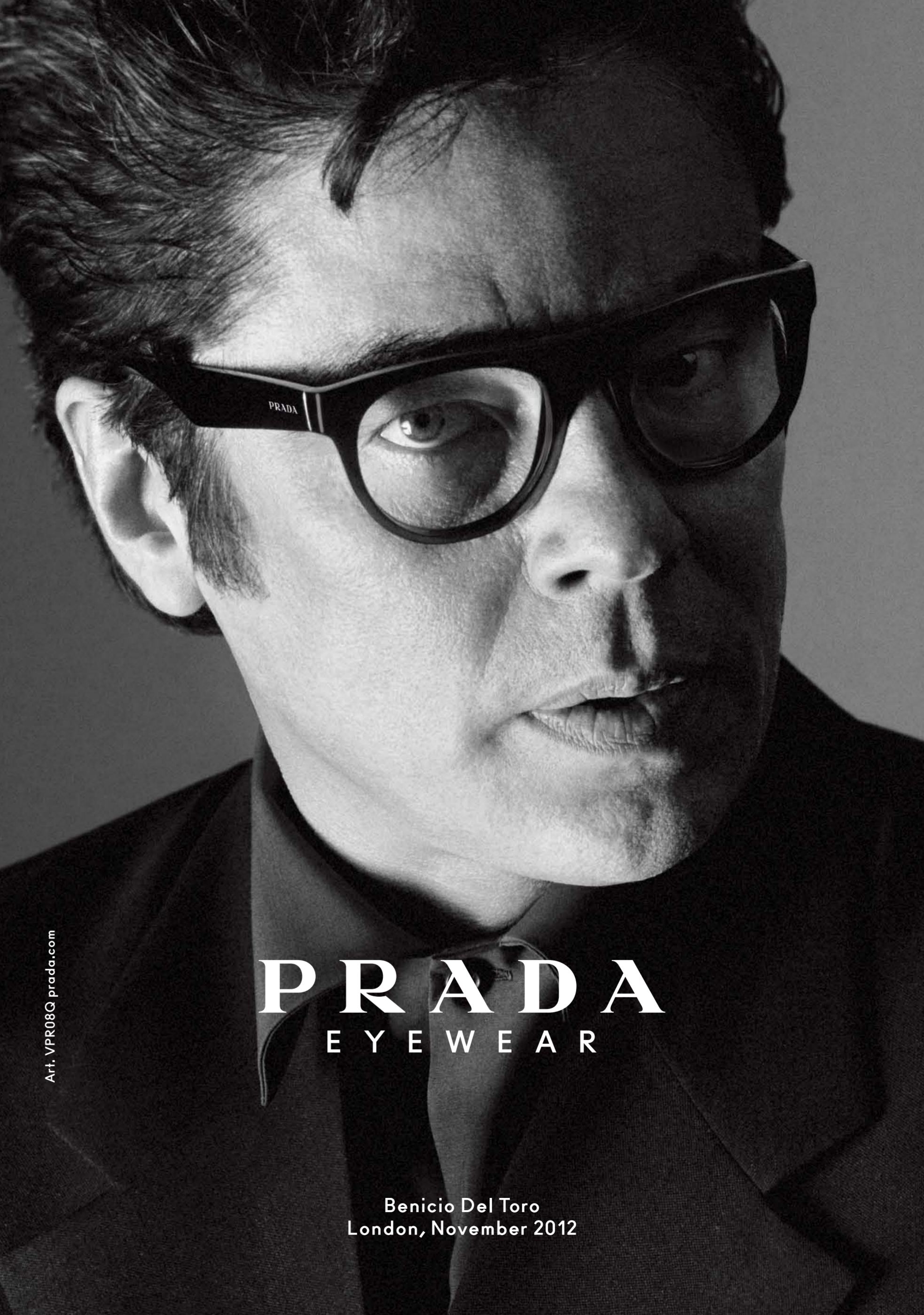
Focus 그란을 위스키빛으로 물들인 2013 발렌타인 챔피언십

스카치위스키의 대표 주자로 군림해온 발렌타인의 전원자인 스코틀랜드. 이곳의 블렌디드 위스키 애호가들은 발렌타인 과 골프를 가리켜 '스코틀랜드가 세계에 남긴 2가지 선물'이라 칭송하기도 한다. 실제로 골프의 기원을 둘러싼 설은 여럿 있지만 모두 스코틀랜드를 공동분모로 하며 현대식 골프 경기의 출발점은 15세기 중엽 스코틀랜드다. 이러한 배경에서 한국인의 사랑을 듬뿍 받았던 발렌타인이 국내 최대 규모의 유라피언 골프 투어 발렌타인 챔피언십을 개최하는 것은 탁월한 공감의 미학이 느껴지는 선택인 듯하다. 올해로 6회를 맞이한 이 대회는 지난 4월 25일부터 3일간 경기도 아천 블랙 스톤 GC에서 펼쳐졌는데, 2012년 우승자인 베르트 비스베르거를 비롯해 루이 우스투아젠, 폴 로리, 양용은 등 1백50여 명의 톱 랭커들이 참가해 2백20만유로(한화 약 33억원) 규모의 상금을 놓고 기량을 겨뤘다. 폭우로 경기가 중단되는 악재를 극복하고 우승컵을 들어 올린 주인공은 호주 출신의 브렛 럼포드. 연장전에서 경쾌한 이글까지 기록하며, 6년 만에 유라피언 투어 네 번째 트로피를 거머쥔 그에게는 우승자의 특권인 2013 발렌타인 챔피언십 블렌디드가 전할됐다. 발렌타인의 마스터 블렌디인 샌디 하슬롭과 지난해 우승자 비스베르거의 협업으로 10병만 한정판으로 생산한 특별한 위스키로, 41년 이상의 진구한 양맥이 담겨 회자가 되고 있다. 이와 함께 이번 대회를 기념해 탄생한 발렌타인 챔피언십 리미티드 에디션도 블랙스톤 골프 클럽에 마련된 퍼블릭 바에서 소가득 챔피언십 경기를 관전하려 온 갤러리들의 눈도장을 받았다. 발렌타인 17년 특유의 부드러움을 유지하되 우아한 녹색 병에 골퍼 이미지와 발렌타인 B로고를 더해 외양을 멋지게 차별화한 제품이다. 에디터 **고성연**



Exhibition 가다 아메르 개인展, <Réfrence à Elle(그녀에 대한 참조)>

수채 물감과 더불어 실을 활용해 캔버스를 수놓은 독특한 자수(刺繍) 회화, 속은 뿔 뿔러 있으면서 등그런 달걀 모양을 이루는 선의 미려한 울퉁이 인상적인 브로즈 조각 시리즈, 조각과 회화를 넘나들며 다층적인 매력을 품은 작품 세계를 펼쳐온 이집트 출신의 작가 가다 아메르(Ghada Amer)의 개인전이 서울 소격동 국제갤러리에서 오는 6월 30일까지 열린다. <그녀에 대한 참조>라는 전시 제목이 시사하듯, 이 전시회는 작가가 꾸준히 탐구해온 사유의 주제 중 하나인 '여성'에 대한 이야기를 담고 있다. 다양한 주제를 때로는 부드럽고 섬세하게, 때로는 강력하게 표현해온 아메르의 유연한 방식은 쉽게 재해석되거나 분류할 수 없는 도전적인 창조물을 만들어냈다는 평가를 받는다. 특히 정치와 성, 신체와 언어의 양면성을 인위적 구조로 상징적으로 나타내기 위해 작품의 속을 비우는 조각 언어가 흥미롭다. 실제 사람 크기로 조각한 'The Blue Bra Girls'(파란 브라걸의 소녀들)는 "그림자가 대상 자체만큼이나 중요한 형 빈 조각을 만들고 싶었다"는 작가의 의도가 잘 반영된 대표작이다. 이집트 독자 정권과 폭력에 당당히 맞서는 여성의 용기에 같은 여성으로서 보내는 친사가 반영된 작품이기도 하다. 이런 출신의 작가 레자 팔콘다와의 협업으로 탄생한 자수 회화도 빼놓을 수 없는 감상거리이다. 문의 국제갤러리 02-735-8449 에디터 **고성연**



PRADA EYEWEAR

Benicio Del Toro
London, November 2012

Art. VPR08Q prada.com

사진: 세종, 유영환/라미



컬트적인 그래픽 패턴이 눈에 띄는 코트 가방. 34X37cm, 1백29만원 마크 제이콥스 by 무이.

선명한 오렌지 컬러의 다이에 인피니 트레블 파우치. 1백30만원 마크 루이비통.

기본과 편안한 착용감을 자랑하는 그린 컬러 로퍼 62만5천원 토트.

구김이 있어 더욱 멋스러운 재킷 32만원 그레이 하운드.

메시느낌의 편칭 디자인이 포인트인 모자 20만원 마크 앤 로나 by 10 포르스 코모.

사파리스타일 유령정 예티티 캠퍼진

가볍고 트렌디한 오렌지 컬러 안경 19만5천원 트리티.

귀여운 그래픽 일러스트가 포인트인 백팩. 33X42cm, 98만원 톨 브라운 by 10 포르스 코모.

그린 컬러의 체크 패턴이 산뜻한 여름려 41만원 로다.

반트지한 바클이 돋보이는 코트 벨트 26만원 프라다.

비오는 날에도 아찔함을 장식해줄 그루 로퍼 33만원 피아니티.



나일론 소재의 나토 스트랩이 가볍고 실용적인 카키 파일럿 타이오너 크로노 워치 72만원 해밀턴.

for him Selection

답답하고 스타일을 포기할 수 없다. 트렌디한 패턴과 디자인, 산뜻한 컬러, 여기에 가볍기까지 해 실용성을 갖춘 서머 아이템으로 스타일의 무게를 덜어볼 것. *photographed by hong sung eun*



사조 스타일 돋보이게 해줄 컬러풀한 카프스프링스. 70만원 마크 에르메스.



와일드한 군종 프린트 차츠. 가격대칭 알렉산더 맥퀸 by 본더샵맨.

- 무이 02-3446-8074
- 토트 02-3448-6008
- 트리티 02-3446-8556
- 피아니티 02-545-8757
- 해밀턴 02-3149-9593
- 프라다 02-3218-5331
- 루이비통 02-3432-1854
- 본더샵맨 02-3444-3300
- 로다 070-4146-8722
- 몽벨 080-023-1020
- 에르메스 02-544-7722
- 10 포르스 코모 02-3018-1010
- 그레이 하운드 02-3443-4508

MONTBLANC NICOLAS RIEUSSEC CHRONOGRAPH OPEN HOME TIME



몽블랑은 크로노그래프를 발명 한 니콜라스 뤼섹의 창조적인 정신을 기리며 탄생된 몽블랑 뤼섹 컬렉션의 새로운 타임피스를 선보입니다. 홈타임 기능을 탑재한 이 특별한 타임피스는 뤼섹 컬렉션만의 독자적인 방식을 담은 두 개의 회전하는 디스크와 함께, 홈타임을 보여주는 또 하나의 디스크를 갖추고 있습니다. 몽블랑, 혁신의 역사를 이어갑니다. *Monopusher chronograph, MB JR210 self-winding manufacture movement, 60 sec and 30 min rotating disc counters, home time disc with day and night display, 18K red-gold case. Crafted in the Montblanc Manufacture in Le Locle, Switzerland. MONTBLANC. A STORY TO TELL.*



- 유로통상(주)TEL : (02)3485-6627
- 롯데백화점 예비뉴얼점 부띠끄 : (02)2118-6053
- 신세계백화점 강남점 부띠끄 : (02)3479-1289
- 현대백화점 무역센터점 부띠끄 : (02)3467-8422
- 롯데백화점 잠실점 : (02)2143-7275 / 신세계백화점 영등포점 : (02)2639-1938 / 현대백화점 본점 : (02)3438-6004 / 신세계백화점 본점 : (02)310-5347 / 롯데백화점 부산점 : (051)806-5967
- 갤러리아백화점 본점 : (02)540-5967 / 갤러리아백화점 수원점 : (031)224-5967 / 현대백화점 목동점 : (02)2163-1126 / 롯데백화점 대구점 : (053)660-3110 / 현대백화점 대구점 : (053)245-2220
- 신세계백화점 인천점 : (032)430-1950 / 대구백화점 프라자점 : (053)253-5967 / 현대백화점 중동점 : (032)623-2187 / 현대백화점 울산점 : (052)228-0228 / 갤러리아백화점 센터시티점 : (041)412-9932
- 신세계백화점 충청점 : (041)640-5011 / 현대백화점 충청점 : (043)909-4104 / 롯데백화점 노원점 : (02)950-2197 / AK플라자 분당점 : (031)8023-2176



상큼한 레몬빛의 시폰 블라우스 19만9천원 테드 베이커.



여권, 보팅 패스, 현금, 카드와 펜까지 수납 가능한 파이론 여권 지갑 40만원 비엘타.



가벼운 나트 소재가 내추얼한 벨트 1백7만원 올체앤가바나.



종이와 라피어로 만든 꽃 모티프가 유니크한 목걸이 19만원 레드 발렌티노 by 주느세라.

스트라이프 패턴이 감각적인 코트 슈즈 68만원 타비타 시몬스 by 블랙.



for her Selection

패이른 무더위가 시작되었다. 가볍고 시원한 소재에 눈을 돌릴 것. 부드럽고 얇은 가죽부터 코튼, 시폰, PVC, 라피아 등의 소재로 한결 가볍고 산뜻해진 서머 패션 아이템. *photographed by kim do hyun*



투명한 아크릴에 크리스탈을 장식해 화려함을 더한 선글라스 가격 미정 렌디.



일중맞은 리본으로 포인트를 준 핑크 슈즈 가격 미정 비비안 웨스트우드.



비주얼적으로 세련된 레드 컬러 PVC 토트백, 34X35cm, 39만원 마크 by 마크 제임스.



이브디안 클리츠 디자인과 미니멀한 스트라이프 패턴이 어우러진 실트 원피스 2백2만원 렌디.

스타일리스트 유영정 에디터 권영진



곤충 모티프가 인상적인 코트 클러치 11만원 G.V.G.V by 쿤워드어뷰.



레오 스타디움과 친숙한 컬러의 패턴을 특징으로 한 시계. 2만1천원 테드 베이커.

- 샤넬 02-546-0228
- 블랙 02-6905-3740
- 라도 02-3149-9582
- 주느세라 02-515-3151
- 렌디 02-2056-9023
- 테드 베이커 02-310-5112
- 비엘타 02-6160-0202
- 비비안 웨스트우드 02-543-1713
- 올체앤가바나 02-3444-0077
- 다이아니 02-3467-8972
- 마크 by 마크 제임스 02-3442-2950
- 쿤워드어뷰 02-548-4504

WWW.SWAROVSKI.COM
DARI F&S
Tel. 02 513 2389



SWAROVSKI

· **Audio Series 03**

오디오 道樂, 삶의 열정을 말한다

하이엔드 오디오의 미래

〈아다지오 소스테누토〉, 〈레코드를 통해 어렵풋이〉, 〈피아노를 듣는 시간〉, 〈그러나 아름다운〉, 최근 서점가에 나온 신간 중 폭발적이지는 않아도 은근한 호응을 얻고 있는 책들이다. 공통분모는 '음악'. 팝부터 오페라까지 아우르는 TV 오디션 프로그램, 전설의 스타들이 보여준 화려한 복귀도 한몫을 했을까. 클래식 부활까지는 아니더라도 '진정한 음악'과 '아날로그 향수를 충족시키는 소리를 갈구하는 분위기'가 감지되는 건 반가운 일이다. 재미난 점은 고가의 하이엔드 오디오 브랜드에서 최첨단 디지털 기술과 미니멀리즘 디자인으로 무장한 신제품을 속속 내놓고 있다는 것이다. 게다가 선(線) 없는 '와이어리스 소리 환경'까지. 이들이 꾀하는 '혁신'에서 하이엔드 오디오의 미래가 엿보인다.

내로라하는 가수들이 경연을 펼치는 〈나는 가수다〉나 〈불후의 명곡〉과 같은 TV 프로그램을 놓고, 특정 가수가 호평을 받는 이유에 대해 왜곡된 시선이 쏟아지는 경우가 있다. 언뜻 듣기에는 고음만 뿜쳐 질러대는 듯한데, 현장에서의 평가는 압도적으로 우월한 사레가 이따금 발생하기 때문이다. 이러한 간극에는 가수에 대한 대중의 '호불호'도 분명 작용하겠지만 현장과 내 집의 소리의 질이 빛어내는 차이가 한몫을 한다는 점을 많은 이들이 간파하는 듯하다. 음원을 작은 용량의 디지털 포맷으로 압축한 MP3 파일과 짝을 이루는 컴퓨터나 스마트폰 스피커, 그리고 열악한 TV 스피커에 익숙해진 채 살아가는 대다수의 현대인에게는 해당 가수의 폭넓은 음악대를 제대로 소화하지 못하는 기기 탓일 수도 있다는 생각조차 떠오르지 않을 수 있다. 그래서 일각에서는 MP3 플레이어 시장의 폭발적인 성장을 촉발한 주인공인 스티브 잡스, 지금은 고인이 된 애플 컴퓨터의 창업자를 음악 감상의 질을 떨어뜨린 '주범'이라 공격하기도 한다.

그러나 음원이나 영화를 내려받을 수 있는 아이튠즈와 같은 획기적인 콘텐트 플랫폼에 힘입어 급속한 발달의 궤도를 밟은 디지털 기기들이 세운 업적도 무시할 수는 없다. 일상적인 음악 듣기의 편리함을 유도하고 '언제 어디서나' 즐길 수 있도록 하는 이동성에 보탬이 된 '공간'은 나름 인정 받을 만하다(특히 보다 자유롭게 창조물을 제작하고 유통시킬 수 있는 경로를 개척했다는 점은 높이 살 만하다). 소위 '오디오파일(audiophile)'이라고 불리는 오디오 애호가들은 고음 눈썹리를 보내지 않았을 듯하지만, 음악 감상 문화의 변화는 컴퓨터로 질 높은 음악을 즐기는 PC-Fi라는 새로운 마니아 영역을 양태시키기도 했다. 이는 PC와 Hi-Fi를 합친 말로, 하이파이 오디오에나 들어 있던 디지털-아날로그 컨버터(DAC, 디지털 신호를 원음에 가깝게 튜닝해 아날로그인 소리 신호로 전환시켜주는 장비), 상대적으로 음질이 좋은 사운드 카드와 PC용 스피커 등의 '도우미' 장비를 이용해 컴퓨터로 디지털 파일 음원을 양질의 소리로 들을 수 있도록 하는 것을 뜻한다. 이 글의 주제인 '오디오의 미래'를 논하는데, 굳이 PC나 MP3 플레이어를 언급하는 까닭은 하이엔드 세계에서 선(線)이 점점 자취를 감추는 '와이어리스 환경'의 놀라운 도약이 현실로 나타나고 있기 때문이다.

하이엔드 오디오의 혁신, 1980년대 명품 디자인을 채용하고 속은 첨단으로 채운 일체형 스피커
디지털 오디오 세계에서 가장 현실에 가까운 '리얼 사운드'를 낸다는 스위스 오디오 브랜드 골드문트(Goldmund). 얼마 전 드라마 팬들을 함몰에 가까울 정도로 열광시켰던 송해교, 조인성 주연의 미니 시리즈 〈겨울,



2

바람이 분다)에 감질나게 슬쩍슬쩍 등장했던 하이엔드 오디오 브랜드이기도 하다. 최근에는 음악인들을 비롯해 연예인들도 골드문트에 부쩍 관심의 촉수를 뻗치고 있다고. 지난 3월 말, 제네바에 대부분 주문 생산으로 제작하는 아담한 공방을 둔 이 '작지만 강함' 회사에는 간단에 다소 부산한 기운이 일었다. 오는 가을께 줄지어 선보일 신제품들의 프로모타입이 멀리 한국에서 찾아온 '손님들' 눈앞에 등장했기 때문이다. 이 중에서도 최고의 기대주는 구조적인 조각 작품을 연상시키는 아폴로그(Apologue)라는 스피커. 1988년 이탈리아 화가이자 디자이너인 클라우디오 로타 로리아가 디자인을 맡은 한정판 스피커로 뉴욕 현대미술관(MoMA)에 소장됐을 정도로 근사한 뎁시를 지녔다. 이 작품이 25년 만인 2013년에 다시 빛을 보게 된 이유는 '올인원 스피커로 업그레이드돼 전 세계 25조만 한정판으로 나오게 됐다' 때문이다. 길모양은 전설적인 디자인을 그대로 본뜨되 내부는 속속들이 바뀌버린, 첨단 앰프를 내장한 전천후 스피커로 거듭나게 된 것이다. 예전처럼 스피커 따로, 프리앰프 따로, 프로세서 따로 갖출 필요가 없다는 얘기다. 게다가 2013년형 아폴로그는 무선 기능을 장착한 PC는 물론 스마트 TV, 아이폰, 갤럭시와 같은 스마트폰으로 신호를 잡아 해당 기기에 내장된 디지털 음악 파일을 작동시킬 수 있는 '와이어리스' 제품이다. 다시 말하면, 이 존재감 넘치는 스피커에 파워 코드만 꽂으면 다른 두꺼운 케이블은 굳이 필요 없는, 각종 전선들의 문질과 영김으로 분연의 디자인 오라를 훼손하지 않아도 되는 하이엔드 오디오 시스템이 탄생하게 된 것이다. ("성능과 내용 면에서) 이런 제품은 하이엔드 오디오 역사에 결코 존재한 적이 없었어요." 10년 넘게 두 자릿수 매출 성장률을 이끌어왔다는 골드문트의 '맹구' 미셸 레바송 회장은 다소 상기된 표정으로 아폴로그가 얼마나 '새로운 차원의 작품'인지를 거듭 강조했다.

단순미, 용이성, 희소성... 진화하는 럭셔리리의 방향성을 담고 있는 집약체
오는 10월 한국에도 국내 수입사인 오디오갤러리를 통해 1조를 선보일 2013년형 아폴로그는 진화하는 럭셔리리의 개념이 여러모로 투영된 제품이기도 하다. "속은 아무리 복잡하더라도 길보기에는 극도의 단순미를 품고 있으며, 남녀노소 쉽게 접근할 수 있는 사용의 용이성, 그리고 남들이 지니지 못한 가치를 지닌 희소성을 갖춰야 해요. 그것이 바로 21세기 럭셔리리 가 지향해야 할 방향이지요." 아폴로그는 주문 제작 방식을 따르는 만큼, 레이저로 자신의 이름을 새겨주려 원하는 색, 혹은 소재로 만든 나만의 오디오를 얼마든지 가질 수 있다는 레바송 회장의 자랑 섞인 설명이 세세히 이어졌다. 중동의 어떤 부호는 '금' 도금으로 장식한 디자인을 원한다면서 아직 생산 단계에 돌입하지도 않은 아폴로그를 선주문식으로 미리 '찍어놓기도

했다'는 귀뜸도 살짝 건넸다. 단순미, 사용의 용이성, 그리고 여전히 많은 이들로 하여금 갈구하게 만드는 희소성. 레바송 회장이 정의한 럭셔리리의 개념은 비단 하이엔드 오디오의 세계에만 적용되는 것은 아니다. 결국 속이 월등히 뛰어난 고도의 내공과 더불어 희귀함을 갖추면 부르는 게 값인 럭셔리 브랜드의 시계나 가방이 좋은 예다. 하지만 그렇다 해도 이쯤에서 화제의 초점은 가격으로 옮겨 가기 마련이다. '뉴 아폴로그 1조의 가격은 5억5천만 원 정도. 사실 여전히 쉽게 넘볼 수 없는 가격이다. 하지만 앰프까지 합하면 10억원을 훌쩍 넘어선 가격이 절반으로 폭 떨어져 버렸다. 게다가 다루기는 한결 수월해졌다. 사실 이는 '무선'이 뿜어내는 긍정적인 파장이기도 하다. 아무래도 오디오 시스템에 포함되는 기기의 숫자가 줄어들면 될 복잡해지고, 아무래도 재료가 덜 들어가므로 가격은 자연스럽게 내려갈 수밖에 없는 법이다.

완벽한 오디오 쇼에서도 전문가들의 눈길을 사로잡은 키워드, '와이어리스'
하이엔드 디지털 오디오 업계의 최고봉이라 할 수 있는 골드문트만이 이러한 변화를 이끌고 있는 것은 아니다. 지난달 독일 뮌헨에서 열린 하이엔드 오디오 쇼에서는 비록 '대세'로 보일 정도는 아니었지만 '와이어리스'를 키워드로 삼은 흔적이 역력한 주요 오디오 메이커들의 시도가 단연 돋보였다. 아방가르드(Avantgarde), 포칼(Focal), 오디오베타, 다인시스템 등이 일체형 무선 스피커의 행렬에 동참했다. 첨단 기술에 다소 무심한 듯 보였던 하이엔드 오디오 메이커들의 이러한 변화는 신호 간섭이 생겨 잡음이 발생하거나 온전한 소리를 전송하는 데 제약을 받았던 무선 전송 기술이 현격한 속도로 발전하고 있는 데다, '빈약한' 소리를 내는 MP3 파일에 대한 불만을 바탕으로 고음질의 스튜디오 사운드에 근접한 디지털 음원 파일이 다양하게 출현하고 있는 데 힘입은 것으로 보인다. '소스에 해당되는 디지털 음원이 탄탄하게 여물어 있지 않다면 굳이 무선 방식으로 하이엔드 오디오를 즐기려는 동기가 희석되지 않았는가. 앰프를 속에 품은 일체형 스피커와는 별도로 온갖 종류의 음원 소스들을 소화할 수 있는 '허브' 역할을 자처하는 앰프 분야의 변화도 눈에 띈다. 2년 전, CD, DVD 등 디지털과 LP 같은 아날로그 소스를 아우르는 무선 앰프로 세계를 놀라게 했던 프랑스 브랜드 드비알레(Devialet)는 이번 뮌헨 오디오 쇼 2013에서는 가격 포트폴리오를 강화시킨 신제품 공세를 퍼부었다. 2천5백만원대 단일 모델이었던 D프리미어에서 벗어나 8백만원대(2×110와트)인 '드비알레 110', 1천1백만원대(2×170인 '드비알레 170' 등을 내놓은 것이다. 기존 D프리미어급에 해당하는 '드비알레 240'은 2천만원(1만2천9백유로)대로 가격을 대폭 낮췄다. 새로 나온 최고급 모델인 '드비알레 500'의 가격대는 3천만원대. 프랑스 럭셔리 브랜드 루이 비통을 거느린 LVMH 그룹의 아르노 회장이 투자한 업체로 알려져 있는 드비알레의 야심은 이처럼 폭이 넓어진 가격대에서 단적으로 드러난다. 그리고 그 포부는 '연계'는 모두가 드비알레를 하나씩 짊어 줄 것'이라는 호부 문구에 응축돼 있다. 마치 아이팟을 연상케 하는 대목이다.

4

이러한 움직임은 불진대, '슈퍼 스펙'을 지닌 초고가 시장은 존속하겠지만 하이엔드 메이커들이 멀티미디어 융합의 시대를 겨냥해 '메스터지' 시장도 살펴보고 있다는 분위기가 은근하게 느껴진다. 보급형 영역까지 넘보는 추세다. 간편한 무선 환경을 향한 행보가 눈에 띄는 브랜드 중에서는 프랑스 스피커 브랜드 포칼이 꽤 흥미롭다. 포칼은 미래 지향적인 느낌과 고전적인 분위기를 동시에 내는 걸출한 디자인으로 손꼽히는 2억원대 스피커 '유토포아' 시리즈도 거느리고 있는 하이엔드 오디오 브랜드지만, 상대적으로 대중적인 가드러의 제품군도 다양 보유하고 있다. 특히 이 브랜드가 주목하는 최신작은 골드문트나 아방가르드와 같은 '억' 소리 나는 초고가 영역이 아니기에 또 다른 경쟁력을 갖출 수 있다는 평가를 받는다. 이번 뮌헨 쇼에서 포칼이 선보인 '이지아(Easya)'는 하이엔드 시장의 밑단을 겨냥한 3백만원대 앰프 내장형 스피커. 두 스피커를 연결하는 선이 없다. 블루투스 기술이 장착돼 스마트폰이나 아이패드 같은 태블릿에 담긴 음원에 무선으로 접근할 수 있는 기능은 기본이다. 물론 음원의 소스가 워낙 다양하므로 일체형 스피커만으로 완벽한 오디오 시스템을 갖췄다고 할 수 없다. 이지아에 PC, CD, 블루레이, 스마트 TV 등 웬만한 소스 기기들과 '선 없이' 연결할 수 있는 무선 허브가 같이 제공되는 이유다. 포칼의 또 다른 야심작인 'XS북 와이어리스'는 기존의 앰프 내장형 PC 스피커에 무선 기능을 추가한 보급형 제품으로 가격이 50만원대에 불과하다. 포칼의 신 제품군에 비하면 여전히 '업타운 물결'이지만 이달에 선보일 예정인 골드문트의 '마이크로 메티스(Micro Metis)' 와이어리스 버전도 하이엔드 오디오 팬이라면 눈여겨볼 만하다. 이 제품 가격이 기존 세트(앰프를 포함한) 가격대의 절반 수준인 8백50만원대로 책정됐다는 점은 하이엔드 오디오 메이커들이 어떤 미래를 바라보는지 짐작케 한다.

보급형 하이엔드 시장을 둘러싼 경쟁도 흥미진진
이러한 움직임은 불진대, '슈퍼 스펙'을 지닌 초고가 시장은 존속하겠지만 하이엔드 메이커들이 멀티미디어 융합의 시대를 겨냥해 '메스터지' 시장도 살펴보고 있다는 분위기가 은근하게 느껴진다. 보급형 영역까지 넘보는 추세다. 간편한 무선 환경을 향한 행보가 눈에 띄는 브랜드 중에서는 프랑스 스피커 브랜드 포칼이 꽤 흥미롭다. 포칼은 미래 지향적인 느낌과 고전적인 분위기를 동시에 내는 걸출한 디자인으로 손꼽히는 2억원대 스피커 '유토포아' 시리즈도 거느리고 있는 하이엔드 오디오 브랜드지만, 상대적으로 대중적인 가드러의 제품군도 다양 보유하고 있다. 특히 이 브랜드가 주목하는 최신작은 골드문트나 아방가르드와 같은 '억' 소리 나는 초고가 영역이 아니기에 또 다른 경쟁력을 갖출 수 있다는 평가를 받는다. 이번 뮌헨 쇼에서 포칼이 선보인 '이지아(Easya)'는 하이엔드 시장의 밑단을 겨냥한 3백만원대 앰프 내장형 스피커. 두 스피커를 연결하는 선이 없다. 블루투스 기술이 장착돼 스마트폰이나 아이패드 같은 태블릿에 담긴 음원에 무선으로 접근할 수 있는 기능은 기본이다. 물론 음원의 소스가 워낙 다양하므로 일체형 스피커만으로 완벽한 오디오 시스템을 갖췄다고 할 수 없다. 이지아에 PC, CD, 블루레이, 스마트 TV 등 웬만한 소스 기기들과 '선 없이' 연결할 수 있는 무선 허브가 같이 제공되는 이유다. 포칼의 또 다른 야심작인 'XS북 와이어리스'는 기존의 앰프 내장형 PC 스피커에 무선 기능을 추가한 보급형 제품으로 가격이 50만원대에 불과하다. 포칼의 신 제품군에 비하면 여전히 '업타운 물결'이지만 이달에 선보일 예정인 골드문트의 '마이크로 메티스(Micro Metis)' 와이어리스 버전도 하이엔드 오디오 팬이라면 눈여겨볼 만하다. 이 제품 가격이 기존 세트(앰프를 포함한) 가격대의 절반 수준인 8백50만원대로 책정됐다는 점은 하이엔드 오디오 메이커들이 어떤 미래를 바라보는지 짐작케 한다.

5

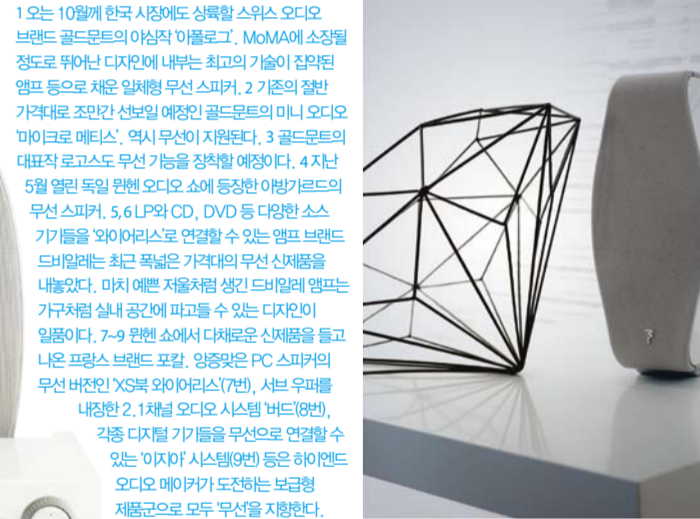
10월 10일에 한국 시장에도 상륙할 스위스 오디오 브랜드 골드문트의 야심작 '아폴로그'. MoMA에 소장될 정도로 뛰어난 디자인에 내부는 최고의 기술이 집약된 앰프 등으로 채운 일체형 무선 스피커. 2기종의 절반 가격대로 초인간 성능을 자랑한 골드문트의 미니 오디오 '마이크로 메티스'. 역시 무선이 지원된다. 3 골드문트의 대표작 로고스도 무선 기능을 장착할 예정이다. 4 지난 5월 열린 독일 뮌헨 오디오 쇼에 등장한 아방가르드의 무선 스피커. 5.6 LP와 CD, DVD 등 다양한 소스 기기를 와이어리스로 연결할 수 있는 앰프 브랜드 드비알레는 최근 폭넓은 가격대의 무선 신제품을 내놓았다. 마치 예쁜 저울처럼 생긴 드비알레 앰프는 거주자 룸 실내 공간에 피코할 수 있는 디자인이 일품이다. 7-9 뮌헨 쇼에서 대체로 신제품을 들고 나온 프랑스 브랜드 포칼. 앙장완은 PC 스피커의 무선 버전인 'XS북 와이어리스' (7번), 서브 무패를 내장한 2.1채널 오디오 시스템 '버드' (8번), 각종 디지털 기기를 무선으로 연결할 수 있는 '이지아 시스템(9번)' 등은 하이엔드 오디오 메이커가 도전하는 보급형 제품군으로 모두 무선을 지원한다.

6

7

8

9



10월 10일에 한국 시장에도 상륙할 스위스 오디오 브랜드 골드문트의 야심작 '아폴로그'. MoMA에 소장될 정도로 뛰어난 디자인에 내부는 최고의 기술이 집약된 앰프 등으로 채운 일체형 무선 스피커. 2기종의 절반 가격대로 초인간 성능을 자랑한 골드문트의 미니 오디오 '마이크로 메티스'. 역시 무선이 지원된다. 3 골드문트의 대표작 로고스도 무선 기능을 장착할 예정이다. 4 지난 5월 열린 독일 뮌헨 오디오 쇼에 등장한 아방가르드의 무선 스피커. 5.6 LP와 CD, DVD 등 다양한 소스 기기를 와이어리스로 연결할 수 있는 앰프 브랜드 드비알레는 최근 폭넓은 가격대의 무선 신제품을 내놓았다. 마치 예쁜 저울처럼 생긴 드비알레 앰프는 거주자 룸 실내 공간에 피코할 수 있는 디자인이 일품이다. 7-9 뮌헨 쇼에서 대체로 신제품을 들고 나온 프랑스 브랜드 포칼. 앙장완은 PC 스피커의 무선 버전인 'XS북 와이어리스' (7번), 서브 무패를 내장한 2.1채널 오디오 시스템 '버드' (8번), 각종 디지털 기기를 무선으로 연결할 수 있는 '이지아 시스템(9번)' 등은 하이엔드 오디오 메이커가 도전하는 보급형 제품군으로 모두 무선을 지원한다.

9

Time shock

정교함이 생명인 고급 시계의 세계, 새로운 컬렉션은 드물지만 드라마틱하게 그 모습을 드러낸다. 새로운 기술과 디자인을 적용한 2013년 새로운 남성 워치 컬렉션.
photographed by yum jung hoon

(위부터 시계 방향으로) 파르미자니 미니 롱드 레트로그라이드 파페추얼 칼린더 영롱한 블루빛 무브먼트가 보이는 파르미자니 나이의 하이 칼리브레이션 워치, 독특하게도 레트로그라이드 파페추얼 방식을 적용한 데다 시계 다이얼 중앙에 요일과 날짜를 배차해 유난히 디자인으로 완성했다. 6시 방향에 위치한 2개의 원은 남반구와 북반구의 달의 변화를 직접 볼 수 있게 고안했다. 월, 요일, 반구 표시의 파페추얼 칼린더 기능의 가독성을 높이기 위해 날짜 기능을 270도 레트로그라이드로 표시했다. 9천3백만원대. 문의 02-3479-1986

브레게 트래디션 브레게 7067 GMT 2005년 첫선을 보인 내부의 무브먼트가 보이는 7027 트래디션 모델에 여행자들을 위한 타임 존 기능을 더한 새로운 버전이다. 10시 방향의 버튼을 이용해 타임 존을 설정하면 12시 방향에 위치한 다이얼을 통해 확인할 수 있다. 낮과 밤을 표시하는 인디케이터가 10시 방향의 기존 시간 표시와 함께 보이고 4시 방향의 아름다운 발렌스 휠이 보인다. 시계 뒷면으로 50시간 파워 리저브 인디케이터를 확인할 수 있다. 4천만원대. 문의 02-3438-6218

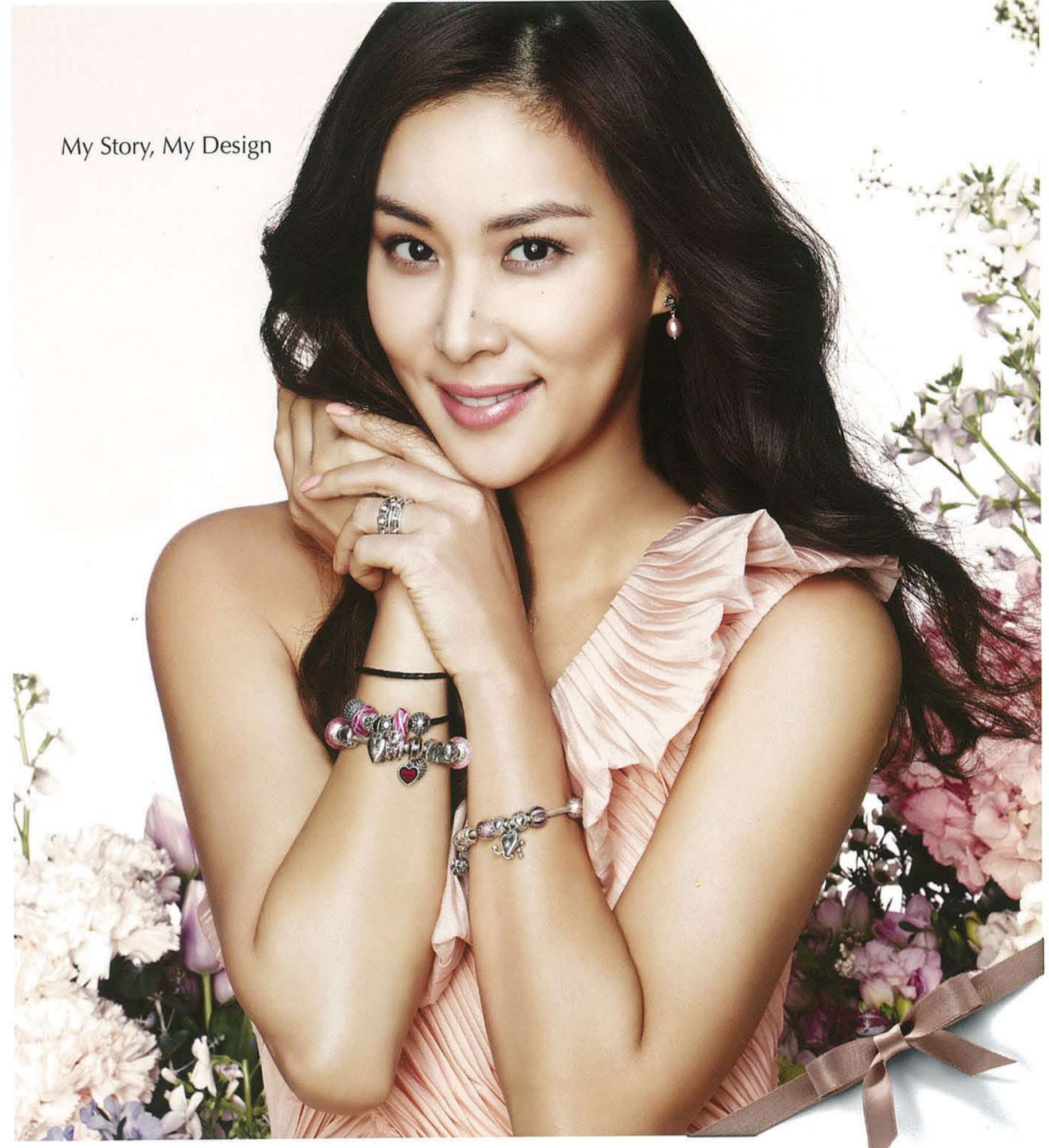
오메가 시마스터 플래시 오션 세라골드 세계 최초로 세라믹 베젤에 18K 레드 골드 스키임을 새겨 넣은 독특한 광택의 워치다. 브렌드를 대표하는 견고하고 볼드한 디자인의 시마스터 컬렉션에 다루기 어려운 정교한 공장으로 마감해 가치와 무게감을 더했다. 오메가 코-엑스텔 9301 무브먼트를 탑재했다. 3천7백만원대. 문의 02-511-5797

보베 이마데오 이마데오 세븐데이 스텔레톤 투르비옹 희중시계와 탁상시계, 손목시계로 모두 활용할 수 있는 독특한 기능의 워치, 스트랩을 분리하고 백 케이스를 오픈하면 그대로 탁상시계가 되고, 18K 채인을 달면 희중시계로 사용할 수 있다. 앞면과 뒷면으로 모두 시간을 알릴 수 있도록 고안한 정교한 워치다. 무브먼트를 자세히 볼 수 있도록 투명하게 스텔레톤 차체에 무브먼트의 정교함을 만끽할 수 있다. 시간의 오차를 줄이는 투르비옹이 장착되어 있어 더욱 화려하다. 18K 레드 골드 소재에 45mm 다이얼을 적용했고, 7월간 파워 리저브이다. 가격 미정. 문의 02-2192-9628

카르띠에 칼리브 드 카르띠에 크로노그래프 2010년 카르띠에가 아상차계 선보인 자사 무브먼트를 장착한 칼리브 드 카르띠에에 2013년 새롭게 선보인 자체 제작 무브먼트 1904-CH- MC 칼리브를 장착하고 스포티한 디자인을 접목한 새로운 디자인. 시간과 분을 표시하는 2개의 카운터와 6시 방향의 날짜 창이 조화를 이룬다. 분을 표시하는 골드 베젤 덕분에 더욱 화려하다. 1천9백만원대. 문의 1566-7277

오메가 워치스 타임마스터 오토매투 브랜드의 시그니처 디자인이었던 타임마스터 오토매투에 큰 변화를 줬다. 기존의 스틸 코인 베젤에서 풀리시 베젤로 바뀐 것은 물론, 이층단계를 빛나는 루마나스 다이얼과 블랙 다이얼 두 가지 버전으로 출시된 것. 숫자 인덱스가 더 커져 크로노그래프의 독창성을 더욱 강조한다. 자동차나 오토바이 경주를 위한 워치인 만큼 스포티한 디자인이 매력적이다. 6백30만원. 문의 02-515-3330

IWC 포르투기즈 크로노그래프 플래시 최근 수년간 남성들에게 가장 사랑받는 시계의 자리를 굳건히 지키고 있는 포르투기즈 컬렉션이 보다 클래식한 디자인으로 선보인다. 1939년 선보인 이래 대중적으로도 널리 사랑받은 기존의 디자인에 가독성을 높인 숫자인덱스, 레일 웨이 스타일의 핸더 링과 같이 새로운 디자인을 적용했다. 12시 방향에 12자인 카운터 창이 있는데, 경과된 시간을 확인할 수 있는 이 기능을 위해 자사 무브먼트인 칼리브 89361을 장착했다. 백 케이스의 로타에는 제너바 무브먼트 고유의 스텔라프 문양인 Côte de Genève를 새겨 넣어 그 가치를 높였다. 1천6백만원. 문의 02-2639-1950 에디터 베이민



My Story, My Design



Introducing the Spring Collection.
Worn by Ko So Young, trendsetter in Korea.
Get inspired by Ko So Young's story and see her design at pandora.net/ko-kr

PANDORA
UNFORGETTABLE MOMENTS

현대백화점 입구점 02 3438 6096 무역센터점 02 3467 8491 천호점 02 2225 7137 롯데백화점 본점 02 772 3069 잠실점 02 2143 7142 노원점 02 950 2294 대구점 053 660 3117 울산점 052 960 4988 부산본점 051 810 3081 신세계백화점 강남점 02 3479 6092 영등포점 02 2639 4099 광주점 062 360 1377 센텀시티점 051 745 2216 갤러리아 타임월드점 042 720 6180 AK PLAZA 수원점 031 240 1819 대백프라자점 053 253 0980 호텔 신라 면세점 02 2230 1308 호텔 롯데 면세점 월드점 02 2147 6543 인천공항점 032 743 7921 한국 공식 수입원 (주)스타럭스에서 국내 독점 판매권을 가지고 위의 매장을 책임, 관리, 운영하며, 위 매장에서 구입하신 제품에 한하여 제품 보증을 해 드립니다.

공식 수입원 (주)스타럭스 www.starluxe.co.kr

modern Classic

패션 하우스의 헤리티지를 대변하는 아이콘이 매 시즌 새로운 모습으로 재탄생하는 것은 시간이 지나도 변함없는 가치와 시대를 초월한 클래식함 때문이다. 기존 아이콘에서 영감을 받아 보다 현대적으로 재해석한 뉴 아이콘 아이템을 소개한다. *photographed by yum jung hoon*



구찌 익스플루시브 1953 컬렉션 브랜드를 대표하는 가장 아이콘적인 아이템인 전설적인 로스비 로퍼 탄생 60주년을 기념하기 위해 제작한 1953 컬렉션. 패이먼트, 스웨이드본 아이라 아이가죽, 벨가죽 등 하이엔드 소재, 메탈 스타드로 포인트를 준 스타일도 만날 수 있다. 60만원대.



켄디 셉타리아 롱 백 켄디의 헤리티지와 장인 정신을 느낄 수 있는 대표 아이콘 백인 셉타리아를 재해석한 아이콘. 최고급 가죽과 디자인은 그대로 차용하되 기존에 없던 자물쇠 모양 클로저와 인링과 걸림의 걸라를 달리한 영연 호화로 유니크함을 더했다. 35X27cm 2백78만원.

구찌 1577-1921 **켄디** 02-2056-9023 **디올** 02-513-3223
말프 로렌 컬렉션 02-545-8200 **토즈** 02-3438-6008
프라다 02-3442-0939 **루이 비통** 02-3432-1854 **샤넬** 02-546-0228



디올 레이디 디올 트윈트 백 한때 일본에서 품귀 현상을 일으키기도 한 브랜드의 대표작인 시그처 백인 레이디 디올 백. 매 시즌 새로운 소재와 디테일로 선보이는 아이콘으로, 이번 시즌엔 트윈트 소재와 프린지 장식으로 우아하고 트렌디한 디자인으로 재해석해 선보인다. 26X21cm 8백만원대.



말프 로렌 컬렉션 소프트 라키 백 라키 백에서 영감을 받아 제작한 소프트 라키 백. 기존의 라키 백이 형태감 있는 디자인으로 클래식한 느낌이 강했다면, 소프트 라키 백은 부드러운 소가죽을 사용해 보다 캐주얼하고 경쾌하게 디자인한 것이 특징. 화사한 거방 컬러가 인감 가죽과 톤온톤의 배색을 이뤄 더욱 특별하다. 31X30cm 2백만원대.



토즈 DD백 유행을 타지 않는 우아하고 클래식한 디자인과 고급스러운 소재로 수년간 많은 사랑을 받았던 D백을 재해석한 DD백. 한층 더 업그레이드한 세련된 디자인과 피아몬, 송아지가죽 등 최고급 소재로 럭셔리함을 더했다. S/S 시즌을 맞아 신뜻하고 생생한 컬러로 출시한다. 33X26cm 1백86만원대.



프라다 글리체 카프 백 버섯 백에서 가져온 디자인에 시그처 소재인 글리체 카프를 적용한 2013 뉴 아이콘 백. 선명한 컬러, 은은한 광택이 돋보일 뿐 아니라 안쪽 주머니가 가방의 앞면, 뒷면에도 자리가 달려 있어 넉넉한 수납공간을 자랑한다. 31X26cm 2백40만원대.



루이 비통 노에 비비 백 1932년, 본티지 스페인을 운반하기 위해 특별 제작한 역사적인 아이콘 백. 노에에서 영감을 받아 탄생한 노에 비비 백. 클래식하면서도 현대적인 디자인과 앙증맞은 사이즈에 크로스 백으로도 연출할 수 있도록 긴 어깨끈을 부착해 실용적인 형태로 탈바꿈했다. 21X24cm 1백70만원대.



샤넬 2013 S/S 컬렉션 백 칼링 패턴, 체인, 로고 장식 등 브랜드의 아이콘적인 요소를 다한 클래식한 디자인에 옐로와 블루, 레드 등 선명하고 강렬한 컬러를 불로강해 신뜻하고 신선한 스타일을 완성한 샤넬의 2013 S/S 뉴 컬렉션. (좌) 가격 미정, (우) 4백만원대. 에디터 권유진



FIRELITE INNOVATIVELY LIGHTER AND STRONGER
www.samsonite.com



He's so cool

한여름의 뜨거운 열기가 거리를 점령하기 전에 시원하고 상쾌한 향기를 갖춰야 한다. 멋진 남자는 백마디 말보다 같은 공간에서 느낄 수 있는 은근한 향기로 이야기한다. 여름을 기다리는 남자를 위한 향수 컬렉션. *photographed by park gun zoo*

(위부터 시계 방향으로) **산티아고 노벨 라 아우아 디 플로리아 갈라판스** 이베리아 피렌체의 수도사들이 천연 재료를 직접 재배해 완성하는 특별한 향수 컬렉션. 프루티 플로럴 계열의 향수지만 내추럴하고 클래식한 향으로 남성들이 사랑하기도 좋다. 유니크하면서도 거부감 없는, 자연스럽고 기품 있는 향기를 원하는 이들에게 추천한다. 100ml 19만8천원. 문의 02-546-1612

무수 발암 피에르 발람은 남성적인 우아함을 표현했는데, 시트러스와 상쾌한 스파이시 향의 활기찬 기운이 느껴지는 톱 노트에 바베나 향이 어우러진다. 로즈메리, 페퍼, 너트맥, 진저, 세이지의 대담한 아로마가 느껴지는 미들 노트와 사파우드와 머스크, 앵퍼와 조화를 이룬 강렬한 우디 향이 인상적인 향기를 완성한다. 100ml 12만5천원. 문의 080-800-8809

조르조 아메니 아우아 지오 에센자 힘과 관능의 경장체를 표현한, 자중에서 영감을 받은 향수. 전 세계적으로 5초에 1병씩 팔리는 남성 향수의 고전이다. 사할리안산 베르가모트 에센스와 잘 익은 그레이프 프루트의 신선함이 느껴지는 톱 노트, 아쿠아틱 향을 완성하는 게스카르과 재스민, 바질, 세이지가 어우러져 신선하고 클래식한 여름 향수의 상징성을 느낄 수 있다. 무개감 있는 베이스 노트인 열대의 나무 향과 용연 향이 남성미를 더한다. 75ml 15만2천원. 문의 02-3497-9811

앤조 로베르조 부르 울리 에디션 투명한 보틀에 상큼한 그레이시언 클러로 그래픽 처리한 앤조의 프레스시한 스파이시 우디 향을 담은 남성용 향수. 진저와 레몬, 코코넛과 앵퍼를 담은 톱 노트에 민트와 카르다뎀, 세이지를 사용한 미들 노트, 많은 사람들이 익숙하게 느끼는 샌달우드와 머스크를 베이스 노트로 사용해 풀한 향기를 완성했다. 50ml 7만4천원. 문의 080-344-9500

에르메네르조 제나 우오모 제나 소주의 편지에서 재배하는 제나 베르가모트와 과학적 과정을 통해 얻은 바이올렛인 캄프를 조향한 독특한 콘셉트의 향수. 정제된 원료만을 모아 기존의 향수보다 저렴한 상쾌함과 프레시함을 느낄 수 있다. 50ml 9만 원대. 문의 02-3440-2774

에르메스 윤 자르맹 아르라카무송 프랑스어로 '정원'을 의미하는 '자르맹' 컬렉션의 세 번째 버전. 다양한 계절의 변화를 겪고 깨닫게 된 자연에 경이심을 표현하는 향수다. 그 안에서 블루로 이어지는 투명한 그레이시언 우디 보틀이 시선을 사로잡는다. 플로럴 향기에 라임과 진저 향이 신선한 어울림을 완성했다. 카르다뎀의 원초적인 스파이시한 향기, 달콤한 수분감과 코리앤더 페퍼의 차가움 뒤로 나무 향이 이어져 매력적이다. 100ml 15만3천원. 문의 080-990-8869

딤테르 오 모탈리 일명일랑 꽃을 사용해 순수한 프레시함을 표현한 풀은 타입 향수. 다양한 향기를 담되 오로지 일명일랑 향기를 순수하게 표현하는 데 초점을 맞춰 이국적인 섬으로 떠나는 여행을 연상케 하는 신뜻한 향기를 담았다. 다양한 향수를 경험해보고 싶다면 용량이 작은 향수를 선택하는 것도 좋다. 20ml 6만8천원. 문의 02-514-5167 에티 베이진



TRUE PRODUCTS, REAL PEOPLE



사람보다 높은 산은 없다
 다가가기도 어렵고
 헤아리기도 힘들다
 그래도 올라야 할 산이라면

진실하라
 진실하라

진실이 온다
 아웃도어의 진실-밀레



WWW.MILLET.CO.KR



dark Eyes

올여름엔 반짝이는 주얼 장식과 독특한 프린트, 오버사이즈 프레임 등 유행 넘치는 디자인의 선글라스로 대담하고 감각적인 룩을 시도하라.
photographed by yum jung hoon

(가운데 위부터 시계 방향으로) 볼드한 블루 컬러 프레임 선글라스 30만원대 **다리 F&S**, 프레임 안쪽의 알록달록한 꽃무늬 프린트가 경쾌한 느낌을 주는 레드 컬러 웨이 패아리 30만원대 **레이첼 by 록스타카 코리아**, 미래적인 무드감을 깨주는 골드 메탈 프레임 선글라스 가격 미정 **지방시 by 다리 F&S**, 위쪽 프레임만을 볼드하게 처리해 시선을 잡아가는 블루 컬러 프레임 선글라스 67만원 **다울 by 사필로**, 감메7를 연상시키는 독특한 형태의 템플과 스트라이프 패턴이 특징인 선글라스 25만원 **가우디 by 사필로**, 반짝이는 주얼 장식으로 화려함을 강조한 캐주얼 선글라스 40만원대 **프라다 by 록스타카 코리아**, 핑킹 가우로 오린 듯 들쭉날쭉한 프레임이 돋보이는 연한 핑크색 선글라스 29만5천원 **오보닝 세레모니 by 비아커**, 플레 위에 얹은 금속 프레임의 글라스를 덧댄 레트로 무드 선글라스 30만원대 **산타이 샹헤어 by 율리얼 W**, 애프터 이펙트

다리 F&S 02-546-7764 록스타카 코리아 02-501-4436 사필로 02-2017-3763 비아커 02-540-1270 율리얼 W 02-522-4343



꿈꾸던 휴가, 그 이상의 행복 **Club Med**
프리미엄 올-인클루시브 리조트

이번 여름에는 꼭... 떠나자, 꿈꾸던 휴가!

여름휴가 BONUS

성인 129만원대 부터
에어패키지 (공항세, 유류할증료 포함 가격)

발리, 푸켓, 빈탄 아일랜드, 말레이시아 체러팅 비치,
오키나와 카비라 비치, 몰디브 카니, 중국 게임
본 프로모션에 대한 자세한 사항은 클럽메드 예약과 및 홈페이지를 통해 확인 가능합니다.

02-3452-0123
www.clubmed.co.kr

2013 월드 올 레코드 챌린지 컵 Heavenly wool world

'2013 월드 올 레코드 챌린지 컵' 행사가 지난 4월 홍콩에서 열렸다. 이 대회에 창립 주체이자 이탈리아의 하이엔드 럭셔리 브랜드 '로로피아나 (Loro Piana)'는 세계 최고의 천연 재료이자 가장 우수한 메리노 울을 공급하는 브랜드로서, 오스트레일리아와 뉴질랜드에서 생산하는 가장 우수한 파이버를 보증하고 지원하며, 이 명예로운 생산자들에게 영예와 자부심을 부여하고 있다.

최고의 울을 얻기 위한 로로피아나의 열정과 노력

몸을 감싸는 최상급 울이 선사하는 부드러운 느낌은 마치 천사의 손길과 같다고 표현할 만하지 않을까. 모든 섬유의 다이아몬드라고 일컬어도 손색이 없는 고귀함을 지닌 레코드 베일(Record Bale)은 세계에서 가장 질 높은 최상급 울 원단을 의미한다. 마치 희귀성 있는 보석과도 같은 레코드 베일은 전통적으로 최고의 메리노 울(Merino Wool)을 생산하는 오스트레일리아와 뉴질랜드 등 세계에서 모인 울 중에서 최고 등급의 울을 모아 베일(bale, 가벼운 것을 단단히 다져 크게 묶은 터미)로 만든 것이다. 레코드 베일은 매년 오스트레일리아에서 경매를 통해 선정하며 9백30여 가지의 테스트를 통해 이를 통과한 울만이 레코드 베일이 되는 영광을 누리게 된다. 1997년 이래 로로피아나는 소비자들에게 최고급 원료를 제공하기 위한 노력의 일환으로 레코드 베일을 구매했고, 2000년 최고의 원재료를 얻기 위해 노력을 기울이는 사용자들을 지원하고자 이 대회를 도입했다. 더욱 질 높은 울을 얻고자 열린 이 대회는 울의 퀄리티에서 혁신적인 결과를 가져왔다. 첫 번째 대회인 레코드 베일은 울레보다 2.5미크론이나 더 두꺼운 13.1미크론이었다. 매년 전년도에 생산된 최고의 오스트레일리아 베일과 최고의 뉴질랜드 베일을 선정해 'Superfine Wool Growers' 협회의 회장과 'New Zealand Stud Merino Breeders' 협회의 책임자를 포함한 권위 있는 심사위원들이 각 베일의 정확한 무게, 길이, 끈기 등이 규정에 맞는지 심사한다. 챌린지 컵은 가장 우수한 두 가지 베일 중에서 결정된다. 만일 지금까지 생산된 것 중 가장 우수하고 얇은 파이버라면 '월드 레코드 베일(World Record Bale)'이라는 타이틀을 거머쥌 수 있다.

로로피아나는 이 대회를 통해 배출된 월드 레코드 베일을 구매하고 있으며, 다음번의 가장 얇은 울 베일(월드 레코드 베일)을 구매하기 전에는 앞서 나온 레코드 베일 파이버를 패브릭으로 만들 수가 없기 때문에 이 베일은 최고급 울의 아이콘으로 매우 귀중히 여겨진다. 진정한 전문가에게만 제공되는 40여 벌의 슈트는 150m의 최상급 레코드 베일로 만든다. 최고급 디자인은 울헤의 베일이라는 기록과 파이버의 출처, 우수함을 보여주는 특별한 라벨로 차별화한다. 울헤 월드 레코드 베일 타이틀은 뉴질랜드의 린디스 리지스(Lindis Ridges, 캔터베리 중부)의 농장주 인나 엠머슨이 차지했으며, 2012년 생산된 울 중 10.6미크론이라는 기록으로 가장 미세한 울로 선정되면서 세계 신기록을 세웠다. "생산자들의 프로 정신과 열정, 특별한 기술에 경의를 표합니다. 그들의 노력으로 10년 전과는 비교도 안 될 정도로 질 높은 슈퍼파인 울을 얻을 수 있게 되었습니다." 로로피아나의 CEO, 피에르 루이지 로로피아나 회장의 축하 인사는 그 타이틀의 의미를 가장 잘 함축하고 있다.

타협하지 않는 최고의 퀄리티, 로로피아나

로로피아나는 타협하지 않는 최고의 퀄리티를 제공하며 럭셔리 마켓에서 독보적인 위치를 유지해왔다. 6세대에 걸친 긴 세월을 지나면서 세계에서 가장 큰 캐시미어 제품 생산자로 성장했으며, 동시에 고품질의 메리노 울을 가장 많이 구입하는 바이어로 성장했다. 로로피아나 가문은 19세기 초, 트리베로(Trivero)에서 모직물 판매로 사업을 시작했다. 산업화 과정을 겪으면서 발레시아(Valsesia)로 근거지를 옮겼으며, 기술과 제품 혁신의 신념을 지닌 피에트로 로로피아나(Pietro Loro Piana)의 노력으로 1924년 4월 24일 현재의 회사가 탄생했다. 1941년에는 피에트로 로로피아나의 조카인 프랑코(Franco)가 그 뒤를 이어, 전후 폭발적인 성장세를 기록한 패션 업계에서 남녀 의복 작품 제조업체의 선두 자리를 차지하는 데 성공했고, 새로운 시장을 개척하고 유럽과 미국, 일본 등지에 양질의 모직과 고급 캐시미어 제품을 공급해왔다. 1970년대 이후에는 프랑코의 아들인 세르조(Sergio)와 피에르 루이지(Pier Luigi)가 아버지의 경영권을 물려받아 3년마다 교대로 회사를 이끌어가고 있다. 지난 4월, 홍콩에서 대회가 끝난 직후 직접 만난 피에르 루이지 회장은 최상급 울 생산의 조력자로서, 또 최상급 울을 공급하는 로로피아나의 CEO로서의 자부심이 대단했다. "로로피아나는 최고의 울을 공급하는 브랜드입니다. 더 이상의 미사여구로 브랜드를 포장하는 것도 원치 않습니다. 최고의 울을 공급한다는 건 그 이상의 의미를 내포하고 있으니까요. 우리는 최고의 울을 공급함으로써 그 울을 소비하는 베스트 고객을 창출해냅니다. 그들은 단순히 패브릭이 아니라 가치를 구입하는 것입니다. 최고의 울을 생산한다는 건 자연을 보호하는 것과도 아주 밀접한 관계가 있죠. 청정 지역에서 자란 양에게서만 최고의 울을 얻을 수 있습니다. 생산자들과의 인간적인 관계, 거부할 수 없는 대자연의 힘. 그것이 인간과 자연이 만들어낸 가장 아름다운 가치의 일부라고 생각합니다." 자신감 넘치는 그와의 대화를 통해 로로피아나가 가고자 하는 미래는 물론, 과거와 현재까지 한눈에 읽을 수 있었다. 최고의 향안 노력, 열정과 자신감, 그리고 생산자와 소비자를 이어주는 품격 있는 소통. '2013 월드 올 레코드 챌린지 컵'은 럭셔리 브랜드의 의미 있는 행보를 확인한 행사였다.



1 2013 월드 올 레코드 챌린지 컵 행사장 입구에 진열된 울을 상징하는 모든 것을 청정 지역에서 청정 깎아먹은 양들에게서만 최상급 울을 얻을 수 있다. 2 레코드 베일 타이틀을 획득한 울은 다음 레코드 베일 울이 탄생할 이후에야 패브릭으로 만들어진다. 특별한 라벨로 그 영예로운 울로 만들었음을 표시한다. 3 대회를 통해 16년 동안 탄생한 최상급 울로 만든 패브릭들, 정점 미세해자는 레코드 베일 울 덕분에 더욱 부드럽고 고급스러운 패브릭으로 업그레이드되었다. 4 최고급 울로 대표되는 브랜드 로로피아나-의 두 번째 CEO, 루이지와 세르조. 5 최상급 울인 레코드 베일로 만든 패브릭은 매년 전세계적으로 단 40여벌만 수트로 제작된다.



inpres X C's

핀을 향해 하늘 높이 날아가는 아름다운 샷!
나도 모르게 우월감이 느껴집니다.

야마하의 "사이언스 테크놀로지"는 세계 항상 놀라움의 대상입니다.



럭셔리 그 이상의 감각과 품격이 함께하는
〈스타일 조선일보〉의 홈페이지.
지금 바로, 새로운 온라인 미디어를 경험해보시기 바랍니다.



Big Event

1 〈스타일 조선일보〉 독자에게 다이아니 러브 브레이슬릿을 드립니다!
이탈리아 하이 주얼리 브랜드 다이아니가 니트 팔찌로 사랑받는 크루치아니(Cruciani)와의 콜라보레이션을 기념해 〈스타일 조선일보〉와 함께 스타일링 이벤트를 진행합니다. 블로그와 홈페이지에 올린 에디터와 스타일리스트의 팔찌 레이아웃 스타일링을 보고, 제품에 대한 기대감과 느낌을 댓글로 남겨주세요. 하트 모티브 사이사이에 다이아니 다이아몬드를 세팅한 실버 볼이 조화를 이루는 '다이아니 러브 브레이슬릿(26만원)'을 독자 5분에게 선물로 드립니다.
응모 기간 2013년 6월 5일(수)~6월 20일(목)

2 누구보다 먼저 만나서, 스카이 워치(Skywatch) 론칭 이벤트
국내 7월 론칭을 앞두고 있는 스위스 메이드 워치 브랜드 스카이워치를 미리 만나보세요. 〈스타일 조선일보〉 에디터가 스카이워치를 착용한 스타일링 컷을 블로그에 공개합니다. 포스팅을 보시고 댓글을 남겨주시면 3분을 선정해 스카이워치의 대표 디자인 제품(50만원 상당)을 선물로 드립니다.
응모 기간 2013년 6월 12일(수)~6월 26일(수)

3 지금 〈스타일 조선일보〉 뉴스레터를 신청하세요. 시세이도의 넘버원 자외선 차단제를 드립니다!
〈스타일 조선일보〉 홈페이지에 방문해 뉴스레터를 신청하시는 독자 5분을 추첨해 시세이도 아쿠아 퍼펙트 젤 선크림 A+ SPF 50+/PA+++를 선물로 드립니다.
응모 기간 2013년 6월 5일(수)~6월 30일(일)

응모할 곳
〈스타일 조선일보〉 홈페이지 | www.stylechosun.com
〈스타일 조선일보〉 블로그 | blog.naver.com/stylechosun



새로운 세계 기술의 격전지이자 데뷔 무대

2013 Baselworld

1백여 개국에서 10만여 명이 오로지 시계라는 주제에 의해 여의도의 5배도 되지 않는 스위스의 도시 바젤로 모여든다. 스마트폰과 저가의 손목시계에 대해 가장 시계다운 디자인과 시간을 표시하는 가치 정립부터, 더 의미 깊은 기술을 더한 시계 장인 정신을 모두에게 알리기 위해 '2013년 바젤월드'가 그 포문을 열었다.

2013년 바젤월드에서 주목할 만한 위치



BREGUET
브레게 클래식 크로노메트리 7727

기계식 시계의 작은 자성을 역이용해 시계의 안정성을 개선하기 위한 오랜 노력이 반영된 모델. 강력한 초자성(1.3테슬라)을 지닌 2개의 극을 이용해 밸런스 관련 부품의 정확성을 유도하는 정교한 원리다.



BLANCPAIN
피프티페일즈 바티스카프

1953년 첫선을 보인 블랑팡의 모던 다이버 워치 피프티페일즈 탄생 60주년을 기념한 모델. 과거와 현재를 아우르는 블랑팡의 정수를 담은 디자인으로, 남성용과 여성용 두 가지 버전으로 출시됐다. 자성에 강한 최신 소재인 실버로 밸런스 스프링을 사용했다.



OMEGA
시마스터 아쿠아테라 15'000가우스

오메가를 상징하는 코-엑스칼 무브먼트에 1.5테슬라(15'000가우스)의 자기장도 견딜 수 있는 항자성을 지닌 기술을 도입한 코-엑스칼 8508 칼리버를 장착한 모델. 다이얼에 '15'000GAUSS' 문구를 담아 더욱 특별하다.



RADO
다이아미터 RHW1

뭇처럼 단단하고 깎듯한 디자인을 선보인 RADO의 초경량 세라믹 워치. 라도의 일반적인 세라믹보다 2배 가벼워진 초경량 하이테크 세라믹 케이스에 특징 일부는 무브먼트를 탑재했다.



HAMILTON
재즈마스터 페이스 투 페이스

공상 과학 영화를 배반 듀얼 타임 디자인 워치, 2개의 서로 다른 타임 라인으로 하나의 시계에 적용했는데, 시계의 디자인을 회전 케이스에 담아 워터레오 180도 회전한다. 가로 53mm, 세로 44mm의 박력 있는 사이즈다.



시계의 미래는 라인 강을 따라 바젤로 흐른다

스위스 시계, 바젤 워치 페어라는 두 단어 한 번쯤 들어본 적이 있을 것이다. 예를 들어 '2013년 바젤 워치 페어에서 선보인 신상품 시계라든가, '스위스 메이드 시계'에 가격이 비싸지만 시간이 정확하다'는 표현 같은 것을 말이다. 일반적으로 알고 있듯, 스위스는 시계로 유명하다. 바젤은 프랑스와 독일 두 나라의 국경을 맞대고 있는 스위스 북부 지방의 작은 도시로, 국경 지대에 위치한 만큼 교역, 물류의 중심지 역할을 해 다양한 디자인과 아트 페어가 쉬지 않고 개최된다. 그중에서도 해마다 3~4월 사이 10일 내외로 새로운 시계와 주얼리를 선보이는 바젤월드(Baselworld)라 불리는, 유명한 바젤 주얼리·워치 페어가 열리는 데 우리가 잘 알고 있는 자동차 박람회, 북 페어, 인터리어 박람회처럼 대규모로 주얼리·워치 신상품을 선보인다. 그 중에서도 시계가 주를 이루는데, 도대체 시계의 종류가 얼마나 다양하게 10일이라는 기간에 박람회를 하는지 의아하다면 오로지 '2013년 바젤월드'와 관련된 몇 가지 숫자만으로도 그 규모를 짐작할 수 있다. 4월 24일부터 5월 2일까지 9일간의 페어 기간 동안 40여 개국에서 참가한 총 1천5백60여 개의 시계·주얼리 업체가 약 1천 개에 달하는 새로운 부스에 제품을 전시했다. 관람객만 해도 10만여 명, 제품을 전시한 12개의 홀 전면의 총 길이는 21km에 이르고, 전시 건물에 사용한 금속의 총량만도 6천3백 톤 이상이다. 단 열흘간의 페어를 위해서 소요되는 물량이 이정도인 것이다. 바젤 워치 페어의 중요성은 단적으로 페어 기간 동안 놀라운 금액으로 오르는 호텔 비용만 봐도 알 수 있다. 바젤 시내의 모든 호텔은 적어도 6개월 전에 예약이 끝나버려, 명망 높은 호텔은 하루 10년간 바젤 월드 기간 동안 예약이 되어 있다는 속설이 있을 정도다. 막대한 연중과 피워가 없다면 이루기 많은 비용을 지불한다 하더라도 바젤 시내의 위치 좋은 호텔을 구하는 것은 말 그대로 하늘의 별 따기다. 바젤로 들어가는 비행기는 모두 만석이며 식당을 예약하기도 어렵다. 겨우 여의도 면적의 5배도 채 되지 않는 작은 도시인 바젤이 '시계'라는 주제 하나로 1백여 개국에서 모인 다양한 사람들과 시계에 대한 열기로 가득 찬다. 그만큼 시계에 관련된 수많은 사람들이 바젤을 찾고, 시계에 대한 중요한 일들은 모두 스위스 바젤에서 일어난다는 증거이기도 하다. 그야말로 세계에서 가장 크고 확고한 워치 확보하고 있는 시계 박람회인 것이다.

마케팅에서 세일즈까지 시계의 모든 것이 한자리에서

일상적으로 우리가 사용하고, 혹은 언제가 소유하기를 원하는 시계까지 모두 바젤이라는 도시로 모인다. 스위스와 같은 대중적인 브랜드부터 오메가, 롤렉스, 피터 필립 같은 럭셔리 워치 브랜드까지 모두 바젤에 와서 전시해 새로운 워치를 선보이는데, 디자인뿐만 아니라 보다 정확한 시간을 기록하기 위한 기계적인 요소를 새로운 마케팅 언어로 풀어 브랜드별 부스에 펼쳐진다. 1931년에 시작된 바젤 워치 페어는 이미 80여 년이 넘는 역사를 지니고 있는 만큼 그 수준이 월등하다. 올해의 키워드는 '비트'와 '정확'이다. 소재의 결합, 충실성을 따지는 '고가 제품'을 선보인다는 것이 바젤 워치 페어의 마케팅 포인트이기도 하다. 바젤에서 트램을 타고 라인 강을 건너 5분 정도만 가면 141000m² 규모의 박람회장이 나타난다. 정교함이 생명인 시계가 주인공인 페어인 만큼 부스의 완성도 역시 높았다. 올해 리뉴얼한 미래 지향적인 건축 디자인은 세계적인 건축가인 헤르조그와 드 뮌론(de Meuron)이 디자인했다. 일반인들은 하루에 60유로, 882인 1백50유로를 지불하고 티켓을 구매할 수 있고, 바이어와 프레스들은 등록을 마친 후 자유로이 출입이 가능하다. 부스에 들어오면 박람회를 넘어서 모델 하우스, 인터리어 전시장을 보는 듯한 느낌이 들 정도로 완성도가 뛰어나는데, 브랜드별 부스의 인터리어를 맡은 건축가들의 이들도 자랑한다. 마치 반짝이는 은하수처럼 페어장을 수놓은 스와로브스키의 부스는 지금 전설을 구하고 있는 석탑미술관이 요시오가 도쿠진이라고 하고, 숲을 연상케 하는 에르메스의 거대한 부스는 일본 건축가 토요 이토가 맡았다. 물론 브랜드들이 이렇게 바젤월드에서 천문학적 금액을 쏟아붓는 데는 명백한 이유가 있다. 전 세계 프레스와 워치 바이어들의 시선이 바젤에 집중되고 1년치의 모든 판매량이 이곳에서 결정되기 때문이다. 단지 우아하게 신제품을 선보이는 것을 넘어서 모든 바이어들이 어떤 제품을 구매할지 짧은 시간 안에 판단하고, 시장성을 예측해 정확한 수량을 주문해야 한다. 2012년에만 스위스 시계의 판매 개수가 2천9백10만 개에 달했으며 고가 시계와 아시아 시장이 확장되고 있는 상황에서 워치 시장의 규모와 페어에서 브랜드별 경쟁이 더 치열해질 수밖에 없는 이유를 알 수 있다. 놀라운 기술을 적용한 시계를 더 멋진 부스에서 선보여 프레스의 눈길을 사로잡고, 바이어의 지갑을 열어 대중의 마음을 사로잡기 위한 모든 노력이 동원되는 시계의 격전지 바젤에서 올해 새롭게 선보인 주요 브랜드의 워치 컬렉션을 소개한다.



정확한 기계식 시계를 위한 모든 노력

BREGUET

시계의 아버지라는 루이 브레게의 수식어를 굳이 이야기하지 않아도, 브레게의 워치는 오로지 완성도 자체 만으로도 모두의 시선을 사로잡는다. 워치메이커로서 브레게는 시계 산업에서 기계적으로 결정적인 역할을 했기에 모두가 경이로하는 독보적인 위치를 차지하고 있다. 이는 바로 시계라는 것이 단순한 유행을 위한 사치품이 아닌 역사와 기술력, 최정리는 수식어에 가치를 두기 때문이다.

브랜드의 유산 투르비용, 새롭게 진보하다

브레게의 클래식 투르비용 엑스트라-씬 오토매틱 5377은 투르비용의 아버지, 즉 최초로 투르비용을 발명한 루이 브레게의 가치를 그대로 담은 노력의 산물이다. 최초로 투르비용의 개념을 창안해 발명해 오던 이 브랜드인 만큼 이 특별한 기술의 진보와 발전을 위해 지속적으로 노력해왔다. 그 결과 보다 얇은 케이스에 담긴 투르비용을 즐기고 싶어 하는 이들을 위해 보다 혁신적인 방법을 고안했다. 직경 42mm의 워치에 기묘한 다이얼, 케이스의 섬세한 세로 홈 장식, 비밀 서랍까지 브레게 고유의 아름다움을 모두 담았을 뿐 아니라 새로운 칼리버 581DR을 장착했다. 엑스트라-씬이라는 제품의 이름에서 알 수 있듯이 3mm로 얇게 제작한 무브먼트를 7mm에 불과한 케이스에 넣기 위해 브레게의 워치메이커들은 무브먼트 가장자리에 양방향으로 회전하는 플래타넘 소재의 와인딩 로터를 장착했다. 투르비용 중에서 고전동에 속하는 4Hz의 진동수를 갖췄고, 특허받은 하이 에너지 배럴 덕분에 90시간 파워 리저브가 가능하다.

우아함, 혁신, 진보된 기술의 뮤지컬 워치

손목에 놓인 뮤직 박스라면 이해하기 쉬울까. 인공적인 동력을 전혀 사용하지 않고도 요한 제바스티안 바흐의 관현악 모음곡 제2번 B단조 바다네리(Badinerie)를 연주하는 라 뮤지컬 시계는 많은 사람들에게 감동을 선사했다. 약보 패턴을 새긴 이름다운 18K 로즈 골드 케이스 안에 담긴, 시간을 알려주는 기능을 넘어서 특별한 뮤지컬 메카니즘이 한 차원 높은 시계의 가치와 기능을 증명했기 때문이다. 올해 첫선을 보인 컬렉션은 아니지만 기존 컬렉션에 새로운 기술력을 더해 방수 기능은 그대로 유지하면서 음악 소리가 더 커지게 했고, 음향, 소리 관련 분야에서 꾸준한 연구 개발을 해온 브레게는 화상의 소리를 내는 키보드와 멤브레인 소재를 찾기 위해 오랜 노력을 기울였고, 골드 케이스 밖에 구멍을 내 소리를 확장시키는 헬름홀츠 공명기(Helmholtz Resonator) 역할을 하도록 고안했다. 구멍을 뚫어도 방수 기능은 그대로라는 것이 중요하다. 멜로디 연주를 위해 자성을 띤 가버너를 탑재했는데, 케이스 안 자석으로 이루어진 이 특허 시스템은 기존의 원시 가버너에서 흔히 발견되는 마모를 줄이고 불필요한 소리를 차단하는 역할까지 한다. 멜로디가 정확한 속도로 연주되도록 컨트롤한다는 것도 장점이다. 국내에서 놀라운 판매량을 기록하고 있는 여성용 워치 레인드 네이비도 데이&나이트 8998 버전으로 새롭게 선보였다. 한 편의 시에 비유되는 독특한 시계 케이스에 어울리는 태양과 달이 춤추는 마법 같은 모양을 형상화했다. 2개의 다이얼 중 하나는 사와 분, 하나는 낮과 밤을 표시하는 컴플리케이션 기능을 표시하기 위해 독특한 인디케이터를 탑재한 특허받은 무브먼트를 고안했다.

1 단지 2개의 바늘만으로 브랜드 아이덴티티를 표현한 클래식한 브레게 부스의 진경.
2 음력을 담고 있는 라 뮤지컬 워치. 3 더욱 정교하고 화려하게 거듭나고 있는 레인드 네이비 컬렉션 데이&나이트 8998. 4 비정상적으로 얇은 투르비용 케이스의 모습이 인상적인 브레게 클래식 투르비용 엑스트라-씬 오토매틱 5377.



새로운 소재와 기술, 디자인까지 모든 것을 아우르는

OMEGA

바젤월드에서 전시장 위치에서부터 브랜드 포지셔닝, 컬렉션 숫자까지 모든 요소에서 중심축 역할을 하는 브랜드는 바로 오메가다. 이번 바젤월드의 키워드인 '탄탄'한 디자인에 최신 기술을 결합한 요소를 담은 것은 물론, 중산층을 타겟으로 하는 럭셔리 워치, 아시아 시장을 공략하는 전략이라는 측면에서 오메가는 단연 바젤월드를 대표하는 얼굴이다. 여타 브랜드에서 상상할 수 없을 만큼 다채로운 컬렉션과 새로운 기술, 한 번쯤 돌아보게 하는 거대한 규모의 부스는 누가 뭐래도 바젤의 '꽃'이자 '중심'이라 할 수 있다.

새로운 골드, 오메가 컨스텔레이션 세드나

오메가에서 올해 가장 중요한 컬렉션은 새로운 소재를 사용한 오메가 컨스텔레이션 세드나(The OMEGA Constellation Sedna). 오메가가 골드, 구리, 팔라듐 등 세 가지 요소를 믹스해 새롭게 창조해낸 합금에 붙인 이름이다. 천문학자들이 통과 천체(Trans-Neptunia Object, 궤도를 따라 회전하는 통과 천체의 표면은 태양계에서 가장 붉은 빛깔을 띤 것 중 하나로 알려져 있고, 북극해 아래 살고 있다는 이누이트 여신(Inuit Goddess)의 이름이기도 하다를 세드나라고 부르는 것에 착안해 명명했다. 75% 이상 골드를 함유한 18K 로즈 골드 종류라 할 수 있다. 붉은 가운이 도는 세드나™의 독특한 로즈 컬러는 적절한 비율의 구리를 골드와 섞은 것인데, 여기에 팔라듐을 더해 세드나™ 골드의 불그스레한 빛깔이 오래 지속될 수 있도록 했다. 스위치 그룹 인하우스에서 100% 개발한 세드나™ 골드는 성공적인 기술로 평가받고 있기에, 컨스텔레이션 라인을 처음 선보인 1952년을 기리는 의미에서 1천9백52피스 한정 생산할 예정이다.



1 올해 리뉴얼한 바젤월드 내 오메가 부스. 2색 미스가 넘은 오메가의 새로운 시계와 파인 주얼리 컬렉션을 부스 외관 전체에 선보였다. 2 이렇듯 대규모가 뛰어난 새로운 골드, 세드나를 만드는 모습. 3 오메가 컨스텔레이션 세드나. 4 플래닛 오션 무브먼트의 진경. 5, 6 씨마스터 플래닛 오션 워치 600M 굿 플래닛과 여기에 사용한 코-액시얼 8605 무브먼트의 모습.

바다와 오메가의 오랜 우정, 씨마스터 플래닛 오션 600M 굿 플래닛

오메가는 다양한 캠페인을 펼치는 브랜드로도 유명한데, 씨마스터 플래닛 오션 600M 굿 플래닛은 오메가와 바다의 긴밀하고 오랜 관계를 기념하기 위해 제작한 시계다. 1932년 최초의 진정환 다이버 시계의 개발에서부터 환경 관련 फिल्म 제작 후원에 이르기까지, 오메가와 바다의 우정은 깊고도 진하다. 오메가와 굿 플래닛은 바다의 아름다움과 경이로움을 세상에 알리기 위해 2011년 파타고니아를 맺고 다양한 활동을 펼쳤다. 올해는 오메가 씨마스터 플래닛 오션 600M 굿 플래닛의 판매 수익금 중 일부를 동남아시아 맹그로브와 해변 식물을 보호하는 프로젝트에 기부하고, 현지인에게 생태계 균형을 유지하기 위한 자연환경 보호의 중요성을 교육하는 데 판매 수익금을 지원할 계획이다. 강력한 블루 다이얼과 베젤이 인상적인 씨마스터 플래닛 오션 600M 굿 플래닛은 오메가의 모든 씨마스터 플래닛 오션 시계와 동일하게 60 bar(600m/2000ft) 방수 기능을 갖췄고, 3중 구조의 코-액시얼 이스케이프먼트와 Si14 실리콘 밸런스 스프링을 장착한 셀프 와인딩 무브먼트, 오메가 코-액시얼 칼리버 8605가 작동하고 있다. 4년 품질 보증 기간을 자랑하는데, 여기에서 정확성과 내구성에 대한 오메가의 강한 자신감을 엿볼 수 있다. 바다의 다채롭고 매력적인 컬러에서 영감을 받은 이 시계는 클래식한 스테인리스 스틸 브레이슬릿이나 스포티한 블루 러버 스트랩 버전으로 만날 수 있다.

역시, 다이빙 워치의 명가

BLANCPAIN

1735년부터 2백75년이라는 시간을 기록해온 블랑팡은 시계 역사상 가장 오래된 워치메이커다. 1925년 세계 최초의 셀프 와인딩 워치를, 1930년대 초에는 롤러 와인딩 무브먼트를 장착한 오토매틱 시계를 선보인 이력이 있다. 과거부터 지금까지 전통과 원칙을 고수하는 보수적인 블랑팡은 단 한 사람의 워치메이커가 시계 제조 과정을 끝까지 모든 과정을 직접한다. 모든 부품들과 무브먼트의 플래이트, 휠을 손으로 정직하는 전통은 지금까지 이어지고 있다.

세계 최초의 워치메이커, 여성을 위해 노래하다

올해 유독 여성 워치 컬렉션에 힘을 쏟았던 블랑팡. 다이버 워치로 명성을 얻고 있는 브랜드로 최초의 여성용 다이버 워치를 선보이기도 했다. 올해는 보다 적극적으로 기계식 시계를 원하는 여성들을 위한 섬세한 감성의 하이 컴플리케이션 워치를 꾸준히 선보였는데, 2013년을 대표하는 워치로 선정된 모델도 블랑팡 우먼 뉴 크로노그래프 그랜드 데이티다. 전통에 충실하면서도 새로운 우아함을 담은 이 모델은 우아한 머더오브펠자계 다이얼에 곡선을 따라 가려진 세팅한 다이아몬드, 컴플리케이션 셀프 와인딩 무브먼트를 탑재했다. 진정환에 일렁이는 물결처럼 빛나는, 각기 크기 다른 17개의 다이아몬드 다이얼을 2개의 구역으로 나누고, 크로노그래프 핸즈는 중앙에서 살짝 비껴 있어 자연스럽지만 절묘한 균형을 이룬다. 블랑팡 매뉴팩처에서 제작한 셀프 와인딩 무브먼트 칼리버 26F8G를 장착했는데, 총 4백35개의 부품을 사용했다. 투명한 사파이어 백 케이스로 이름다운 무브먼트의 움직임을 볼 수 있고, 꽃잎 모양으로 디자인한 로터는 여성스러움을 극대화한다.

60년을 이겨낸 다이빙 워치, 피프티페덤즈

블랑팡을 대표하는 워치인 피프티페덤즈 바티스카프(Fifty Fathoms Bathyscaphe)가 올해 탄생 60주년을 맞아 새롭게 선보인 것도 중요한 이유다. 블랑팡은 잘 알려진 대로 다이빙 컬렉션으로 유명하다. 다 이성을 즐겼던 장-자크 피슈테르(Jean-Jacques Fiechter)가 1950년, 브랜드의 최고 운영자가 되었던 시절, 스스로 스포츠 활동에 사용할 수 있는 튼튼한 다이버 워치를 고안하고자 했고 이것이 바로 블랑팡의 하이로인 피프티페덤즈다. 1953년 스위스의 탐험가 장-자크 피카르의 심해 수중 탐험에서 영감을 받은 모델로 이미 처음 선보일 때부터 남성용과 여성용 두 가지 버전으로 모두 출시된 바 있다. 올해 탄생 60주년을 맞아 반디지 피프티페덤즈에서 영감을 받은 바티스카프(Bathyscaphe, 심해용 잠수정의 일종) 컬렉션 역시 남성용과 여성용을 함께 선보이며 열풍을 이어나가고 있다. 1시간당 2만8천8백 번 진동하는 셀프 와인딩 무브먼트를 장착했는데, 최근 워치 산업에서 주목받고 있는 비자성 밸런스 스프링을 사용해 기능을 안정화했다. 부식 방지 가공한 부품과 실리콘을 도안해 시계를 착용하며 나타나는 자연적인 노화를 방지하는 기능도 더했다. 다이빙을 하는 동안 초침은 다이얼과 매우 대조적인 골드빛을 발하는 야광 핸즈 덕분에 가독성이 높아져 다이버들의 안전을 보장한다.



자기장을 정복하는 워치메이커의 도전

오메가의 씨마스터 아쿠아 테라 15'000가우스 올해 자기장에 대한 안정성을 확보하고자 하는 다양한 브랜드의 노력에 돋보였는데, 그중에서도 오메가의 코-액시얼 칼리버 8508은 1.5테슬라(15'000가우스) 이상의 자기장에 견딜 수 있는 항자성을 갖춰 단연 미디어의 주목을 받았다. 최근 브랜드에서 선보인 기술 중 가장 드라마틱하고 혁신적이었던 것은, 실제 생활 속에서 다양하게 맞닥뜨리는 자기력이야말로 수많은 시계 장인들이 오래도록 고민해 온 문제였다. 지금까지는 자기장에 노출되면 성능이 저하되었던 시계들을 정기적으로 비자화(非磁化)시킴으로써 문제를 해결해왔지만, 오메가의 새로운 무브먼트의 개발로 항자성에 대한 새로운 대안을 찾았다는 것이 높이 평가받았다. 이 무브먼트는 올해 바젤월드에서 씨마스터 아쿠아 테라 15'000가우스에 장착해 첫선을 보이는데, 직경 41.50mm의 스테인리스 스틸 코-액시얼로 크로노미터 인증을 받았다. 자기장으로부터 무브먼트를 보호하기 위한 케이스를 씌우는 것이 기존의 방식이었던 오메가는 무브먼트 자체를 신축성 비철금속으로 제작해 시계 케이스 인공의 보호 장치에 의존할 필요가 없어진 것이다. 이 무브먼트를 개발하는 과정에서 만들어진 특허들이 새로운 무브먼트의 탄생에 크게 공헌하며, 15'000가우스보다 높은 자기장에 수차례 노출된 후에도, COSC의 크로노미터 기준에 맞게 작동하는 놀라운 결과를 기록했다. 기존 시계들은 자기장을 차단하기 위해 무브먼트에 케이스를 덧입어야 했기 때문에 무브먼트를 볼 수 있는 백 케이스와 날짜 창을 디자인하는 것이 불가능했다. 하지만 씨마스터 아쿠아 테라 15'000가우스는 무브먼트 자체가 자기장을 거부하는 기능을 갖춰 별도의 마그네틱 케이스가 필요 없기에, 투명한 사파이어 크리스탈 소재 케이스를 통해 오메가 코-액시얼 칼리버 8508을 확인할 수 있다. 이 새로운 무브먼트는 시계의 안정성을 높이는 자기장 문제에 대한 인식과 접근 방식에 새로운 단서를 제공할 것이다.

전통적인 마그네틱 케이스에서는 1~1'000가우스 사이에서도 무브먼트가 영향을 받는다.

전통적인 마그네틱 케이스에서는 1'000가우스 이상의 자기장에서 무브먼트의 움직임이 멈춘다.

케이스 없이 무브먼트 자체가 항자성 소재를 내장한 오메가의 기술. 15'000가우스에서도 견딜 수 있다.

Big 5 Watches

기술과 물리, 최신 과학과 장인 정신이 결합되어 시계라는 새로운 생명으로 태어나는 바젤월드. 신기술을 접목한 새로운 소재, 유니크함을 강조한 디자인, 깃털처럼 가벼운 시계까지 지금까지 한 번도 보지 못한 새로운 요소로 가득한 워치들이 저마다 자신의 매력을 드러내는 자리다. 2013년 바젤월드에서 각 브랜드가 야심차게 선보인 대표 제품을 살펴본다.



심플한 디자인과 혁신적인 소재의 감자 RADO

1957년 설립된 라도는 짧은 기간 동안 확실한 입지를 다진 세계적인 시계 브랜드다. 미래에 도전하는 유니크한 라도의 워치는 브랜드 고유의 유선형 디자인을 유지하기 위해 스크라피드루프 소재 개발에 전념하는 것은 물론, 세라믹 소재를 워치에 도입한 혁신이 라도의 철학을 대변한다. 2007년부터 세계적인 현대미술가 제스퍼 오머슨과 합작해 디자인 워치 캠페인에서 입지를 굳혀나와왔다.

세계 최초의 세라믹 터치, 라도 에센자 세라믹 터치

고유의 브랜드 세계를 구축한 라도는 약 25년 전 세라믹이라는 색다른 소재를 사용해 시계 산업에 대혁신을 일으켰다. 1986년 그 누구도 하이테크 세라믹을 시계 소재로 사용하지 않았지만, 흠집이 나지 않는 시계를 완성하기 위한 라도의 노력이 완전히 새로운 소재 시계를 연 것이다. 라도의 하이테크 세라믹은 흠집이 나지 않아 움직임이 자유롭고, 가볍고, 알레르기 반응이 없으며 인체의 온도에 따라 소재의 온도가 변화해 마치 물의 일부처럼 느껴지는 유기적인 워치다. 디자인과 소재의 경계를 넘어 극도의 편안함, 진정한 럭셔리를 추구하는 라도의 정신이 이어져 2013년 선보인, 전체를 세라믹으로 만든 터치 컨트롤 시계 라도 에센자 세라믹 터치(Rado Esenza Ceramic Touch)는 다른 브랜드와 견줄 수 없는 세라믹 분야에서 라도가 앞서 있다는 것을 다시 한 번 확인시켰다. 오직 터치로 조작하는 라도 에센자 세라믹 터치는 하이테크 소재 분야의 최고 권위자인 라도 전문가들과 스위치 그룹에서 다년간 개발한 터치 기술이 조우해 탄생시킨 기적적인 디자인이다. 세라믹을 단순히 소재로 사용한 것이 아니라 기능으로 연결한 것은 라도의 독보적인 기술 덕분이다. 오직 여성만을 위해 선보이는 이 특별한 디자인은 시계 전체가 터치로 이루어져 있어 시간이 다아일 왼쪽, 분은 다아일 오른쪽을 손가락으로 지그시 누른 후 위아래 방향으로 움직여 조정할 수 있다. 실제로 시연해보니 라도가 각각적인 부분에서 놀라도록 앞서 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 시간을 세팅하는 동안에는 제품이 손목에 채워져 있어 하며, 스테인리스 스틸 케이스 백이 피부에 닿아도 불편한 터치 기능이 작동하기 전에 연장성상에 있는 시계를 할 수 있다. 국내에서는 3백만원대에 판매될 예정이다.



세라믹 워치의 다양한 변신, 하이퍼코롬

라도는 2013년 바젤월드에서 두 가지 버전의 하이퍼코롬 컬렉션의 선보였는데, 모두 테니스에서 영감을 받은 디자인이다. 화려함이 느껴지는 라도 하이퍼코롬 글램-슬림 오토매틱 크로노그래프 많은 주목을 받았는데, 18K 골드 사용해 볼드한 매력에 담겼다. 옐로 골드 버전과 로즈 골드 버전을 각 3백33개 한정 출시해 워치 마니아들의 이목을 사로잡았다. 테니스를 테마로 한 하이테크 매트 세라믹 워치인 라도 하이퍼코롬 코트 컬렉션은 가벼운 블랙 매트 하이테크 세라믹 케이스에 라바 밴드를 매칭했다.



1 대중적인 면서도 유니크한 컬렉션을 선보인 라도의 부스는 언제나 사람들이 성황을 이뤘다. 2 블랙과 화이트 컬러로 선보인 라도 에센자 세라믹 터치. 3 스포티한 디자인이 영감을 받아 출시된 라도 하이퍼코롬 글램-슬림 오토매틱 크로노그래프.



달의 어두운 이면 오메가 스피드마스터 블랙 세라믹

이보다 낫던 디자인을 변주하고 재현하는 오메가가 올해 달의 어두운 이면이라는 주제로 스피드마스터 컬렉션을 블랙 세라믹으로 선보였다. 이는 여섯 번의 달 탐사 미션을 수행하는 동안 우주 비행 조종사와 함께한 초창기 문 워치 디자인에서 영감을 받은 새로운 소재의 스피드마스터 컬렉션이다. 스피드마스터 마니아는 물론 시계 애호가들이 사랑할 만한 카리스마 넘치는 디자인과 뛰어난 기능을 갖춘 무브먼트가 만나 오메가의 대담함과 혁신적인 이미지가 그대로 담긴 컬렉션으로 탄생했다. 폴라성과 브러싱 처리를 미스한 세라믹 소재의 44.25mm 사이즈 케이스에 블랙 지르코늄 산화 세라믹 소재 다이얼을 매칭했고, 18K 화이트 골드 소재 아플라게 인테스를 채택했다. 오메가의 대표 컬렉션인 기존의 문 워치와 비교했을 때 가장 달라진 점은 바로 블랙으로 처리된 2개의 서브 다이얼. 인하우스에서 제작한 혁신적인 오메가 코-엑스월 칼라버 9300과 SI14 실리코 밸런스 스프링을 장착한 새로운 스피드마스터로 메드한 크롬 질화물 미크가 있는 세라믹 케이스 백에는 'The Dark Side of the Moon'이라는 시적인 문구를 인그레이빙했다.



(왼쪽 위부터 아래로) 오메가, 브리제, 블랑팡, 라도, 해밀턴

초차성으로 종력을 극복하라 브리제 클래식 크로노메트리 7727

파라슈트(pare-chute, 시계 충격 방지 장치), 인체적으로 끝을 들어 올린 밸런스 스프링, 투리비용 같은 브리제의 초기 발명품은 시계 역사에 중요한 전장이 되었을 뿐 아니라, 워치 메이킹 기술과 방식 자체에 지대한 영향을 미쳤다. 2008년 브리제는 실리코 소재의 밸런스 스프링과 이스케이프먼트를 장착한 브랜드 최초의 시계를 소개했고, 시계의 정확성을 높이는 고진동(High Frequency)과 자성에 관련한 기술에서도 독자적인 영역을 구축했다. 2013년 역시 기계적 시계의 '적은' 자성을 약화해 시계의 정확성과 안정성을 혁신적으로 개선한 자성 피벗 시스템을 적용한 브리제 클래식 크로노메트리 7727을 선보이며 모두를 놀라게 했다. 자성 피벗을 통해 시계에 미치는 자성의 영향을 상쇄하는 동시에 밸런스의 안정성과 작열된 회전력(pivoting), 로터(선 축)을 개선하는 기능이 단연 돋보인다. 강력한 초차성(약 1.3테슬라)을 따는 27개의 극을 이용해 밸런스 관련 부품이 정확성을 유지하게 하는 원리로 자성의 차이를 활용해야 하기 때문에 자성 중 하나보다 다른 하나보다 자성이 더 강하도록 고안했다. 밸런스에 흐르는 자성 때문에 피벗의 끝 부분이 자석 끝 부분과 계속해서 연결되는 원리다. 결국 자성이 일종의 인위적인 충격처럼 시계의 워치에 관여없이 밸런스가 중력의 영향을 받지 않고 회전될 역시 일정하게 유지된다. 밸런스가 축에서 충격 받더라도 이 시스템이 마치 파라슈트처럼 작용해 보내 워치로 돌아오기 때문이다. 자성의 원리 그대로 화개의 자성이 흐르는 곳으로 밸런스를 다시 위치하도록 만들기 7727의 평균 오차는 하루 -1~+3초(COSC 인증을 받은 크로노미터 오차 기준) 이하에 -4~+60라는 것을 감안하면 놀라운 수치다에 불과하다. 특히 6개월간 적용되었다는 것만 보아도 새로운 테크놀로지의 위상을 알 수 있다.

전통과 혁신적인 움직임의 매력적인 하모니 블랑팡 르 바르쉬스 투르비용 카루셀

세계에서 가장 복잡한 시계를 만든 르 블랑팡, 최고의 기술을 하나의 시계에 집약하는 특유의 컴플리케이션 기술을 집약해 6시 방향에는 플라잉 카루셀을, 12시 방향에는 플라잉 투르비용을 담은, 놀라도록 복잡한 워치 컬렉션을 선보였다. 무브먼트가 움직이는 동안 발생하는 중력의 오차를 최소화하기 위해 고안한 대표작인 무브먼트다. 비슷하면서도 상이한 2개의 메카니즘이 하나의 다이얼 위에서 이물탱게 회전하는 모습은 경이로울 정도로, 2개의 독립적인 카루셀은 두 레굴레이터의 평균을 개선한 시간으로 전송하는 각기 다른 기어 시스템으로 연결되어 있고, 외부 케이스에서 보이는 운동은 두 배를 동시에 외인할 수 있도록 설계되어 있다. 시스템적으로 구조가 상이한 카루셀과 투르비용을 하나의 워치에 담기 위해 더 많은 부품과 정교한 조립이 필요했고, 블랑팡의 시계 장인들은 이러한 두 가지 요소를 7월이라는 안정적이고 뛰어난 리저브 기능과 함께 정밀하게 하나의 작품으로 완성했다.



뭉치처럼 단단하고, 깃털처럼 가벼운 라도 다이아마스터 RHW1

일단 손에 드는 순간 믿을 수 없을 만큼 가벼워 감탄하게 된다. 라도의 부스에서 수많은 기어들이 이 제품의 실제 무게를 느끼기 위해 오랜 시간을 가졌을 정도다. 하이테크 소재 영역에서 하이테크 세라믹 시계로서 독특한 무브먼트를 장착해 새로운 결미를 넣은 것이다. 보통의 세라믹보다 2배 정도 더 가벼운 Si3N4 TiN 소재는 최근 라도의 혁신적인 연구를 통해 개발한 하이테크 세라믹 합성물의 향이다. 질소 기입을 초고한 1800°C에서 환원한 파우더에 열을 가해 만든 소재로, 내마모성이 우수하다. 오래된 구멍 및 미세 케이스는 견고하면서도 부드러운 느낌이다. 소재에 걸맞은 무브먼트를 장착해 그 가치를 더욱 높였는데, 19세기 말 포켓 워치에 사용했던 극도로 가벼운 일루미늄 무브먼트에서 영감을 받아 완성한 무브먼트 RHW1을 사용해 이보다 더 가벼울 수 없는 첨단 기술의 초경량 세라믹 손목시계를 완성한 것이다. RHW1은 라도가 개발한 독점 일루미늄 오토매틱 무브먼트로 53시간 파워 리저브, 핸드 와인딩까지 갖춰 기능성도 뛰어나다.

2개의 콘셉트, 2개의 무브먼트를 하나로 해밀턴 재즈마스터 페이스 투 페이스

오트 쿼터트 트렌드를 접목해 시계작인 아름다움을 추구하는 콘셉트를 뛰어넘은 디자인의 워치가 나타났다. 혁신적인 디자인과 기술력을 바탕으로 한 해밀턴의 놀라운 디자인의 워치 페이스 투 페이스(Hamilton Jazzmaster Face2face), 듀얼 아이덴티티라는 모토 아래 이렇기 부드럽함과 클래식이라는 서로 완전히 다른 특징을 하나의 시계에 담고 있다. 배경 안에서 회전하는 독특한 페이스는 2개의 다이얼을 품고 있는데, 하나는 보이 레이스 크로노그래프 다이얼, 다른 하나는 3개의 핸드를 갖춘 타임 카퍼다. 이 때 조적인 다이얼 2개의 공통보인 스키텔론 오토매틱 무브먼트는 티완형 케이스 안에서 부품의 모습을 정교하게 드러내고 있다. 두 가지 디자인은 서로 다른 시간대를 표시할 수 있고, 서로 다른 프레임과 마인드가 특징이며 이웃이 독특하다. 크로노그래프는 ETA2094 오토매틱 무브먼트를, 클래식한 타임 카퍼 시계는 ETA2671 무브먼트를 갖추고 있다. 가로 53mm, 세로 44mm의 회전식 타원형 케이스는 독특한 블루 스키텔론을 가미한 블랙 가죽 스트랩과 견고하게 연결되어 있으며, 새로운 디자인의 접히는 버블 로 실용성을 더했다. 단 8백88개의 제품을 생산했다. 7백77만원.



1 대중적인 면서도 유니크한 컬렉션을 선보인 라도의 부스는 언제나 사람들이 성황을 이뤘다. 2 블랙과 화이트 컬러로 선보인 라도 에센자 세라믹 터치. 3 스포티한 디자인이 영감을 받아 출시된 라도 하이퍼코롬 글램-슬림 오토매틱 크로노그래프.

레굴레이터에서 스키텔론까지 HAMILTON

1892년 미국 펜실베이니아 주 랭카스터에서 시작된 해밀턴은 미국인의 정성에 스위스 무브먼트 기술을 접목한 완성도 높은 대중적인 브랜드다. 혁신적인 디자인 덕분에 4백여 편의 영화와 텔레비전 프로그램에 다채로운 시계를 선보였고, 항공 역사와 그 발자취를 길어왔다. 시계의 수도와 불리는 비할 거처역에 해밀턴을 상징하는 오렌지 컬러 경베터가 전시되어 있는데, 그만큼 해밀턴이 항공 워치 분야에서 성공을 이뤘다는 의미다. 2013년 해밀턴의 핵심 키워드는 가장 혁신적인 라인업인 2개의 새로운 무브먼트 H-20-S 스키텔론과 H-12 레굴레이터다. 엄선된 제품에 어울리는 동력을 붙여넣는 상징과 같은 역할을 하는 무브먼트는 기술과 물리의 성공적인 결합을 보여주며 해밀턴의 미래 비전을 제시한다.




1 독특한 블루 컬러 다이얼이 아름다운 재즈마스터 레굴레이터. 2 해밀턴 부스의 전경. 3 재즈마스터 뷰메트 스키텔론 레이디 스틸 브라운 슬릿 버전. 4 남성용 재즈마스터 뷰메트 스키텔론 렌트. 5 레이디 스키텔론 매치한 재즈마스터 레굴레이터.



the Muse

다바가 돌아왔다. 가수부터 배우, MC까지 다재다능한 팔색조의 매력을 지닌 손담비가 더욱 성숙하고 깊어진 아름다움으로 그녀만의 우아한 포트레이트를 완성했다. *photographed by ahn joo young*

진주와 크리스털로 장식한
보다수트 맥앤로건,
진주 브레이슬릿, 볼드한
크리스탈 링 모두 소수와,



칼라블록 플리츠 원피스
폴 스미스, 진주 플라워
장식의 골드 초커, 골드
브레이슬릿, 골드 링
모두 티피엔매뉴.

리본 디테일의 원 스퀘어 옐로
원피스 향방, 블루 크리스탈
진주 이어링 에어리스
by MIK24/7.



스킨톤의 원 스퀘어 플라츠
원피스 도나 카란,
메탈 파이프 스트랩
수즈 밴디, 크리스탈
브레이슬릿, 드롭형 이어링
모두 미네타니.



그린 컬러 레이스 정복수트
발렌티노, 네이비플랫톱
핀프스 루이 비통,
화이트 크리스탈 드롭 이어링,
화이트 포인트 링
모두 스와로브스키,

중세 모티브의 회화적인
슬리브리스 원피스
올체안가바나, 왼손에
착용한 에나멜 링 모두
티피엔에투,



옐로우 시퀀 드레스 루이 비통,
화려한 크리스탈 네크리스
슈룩 by 반자크.



스타일리스트 채한석
어시스턴트 김혜인
헤어 박선호
메이크업 율정 by 손수
에디터 권유진

맥앤로건 02-3443-7911
스수와 02-543-1117
폴 스미스 02-6957-5815
티피엔매튜 02-514-1600
MK24/7 02-3446-8556
스외로브스키 02-3395-9096
도나 카린 02-542-8959
핀디 02-2056-9023
미네타니 02-3443-4164
발렌티노 02-3479-1436
루이 비통 02-3444-1727
랑방 02-6905-3496
틀체엔가바나 02-3444-0077
반자크 02-3446-5681
발프 로렌 컬렉션 02-545-8200
미우미우 02-3218-5331

* 본 화보에 나온 제품의 상세한
가격 정보는 (스타일 조션)을
홈페이지에서 확인하실 수 있습니다.
www.stylechosun.com



레드 튜브 톱 드레스
발프 로렌 컬렉션,
크리스탈 이어링 미네타니,
원형 크리스탈 장식의
브레이슬릿 미우미우.

Watch the Crystal

1895년부터 1백 년이 넘는 시간 동안 찬란하게 빛나온 스와로브스키. 2013년 스위스 바젤월드에서 새로운 시계를 선보이며 워치 시장이라는 험난하지만 가치 있는 목표를 향해 한 발짝 더 나아갔다. 고유의 반짝임, 유니크한 하이 컴플리케이션 위치를 선보인 스와로브스키가 이야기하는 시계의 미래.

크리스탈의 마법이 새로운 위치를 완성하다

2013년 4월, 세계에서 가장 큰 시계 박람회인 바젤월드에서 반짝임으로 가득한 빛의 판타지가 펼쳐졌다. 바로 바젤월드 최대 규모의 스와로브스키 부스다. 세계적인 아티스트인 요시오카 도쿠진이 빛 그 자체로 이루어진 공간을 설계한 2000㎡에 달하는 화려한 부스는 모두의 눈길을 사로잡았고, 그 안에 전시되어 있는 가능적이고 아름다운 워치 컬렉션은 스와로브스키가 까다로운 워치메이커의 세계에서 새로운 존재감을 드러내기에 충분했다. 작은 빛이 모여 크고 아름다운 판타지를 펼치는 스와로브스키의 속성처럼, '스와로브스키'라 불리는 이 반짝이는 스톤은 패션과 주얼리, 조명과 건축, 인테리어 분야에서까지 새로운 패러다임을 만들어냈고, 이제 이 특별한 빛이 시계를 비추기 시작했다. 2000년대 초반부터 꾸준히 선보여온 스와로브스키의 위치는 까다로운 스위스 메이더 시계와 크리스탈의 마법을 결합해 유니크한 디자인으로 선보였는데, 모두의 눈길을 사로잡은 것은 지난해에 이어 두 번째로 선보이는 남성 워치인 크리스탈리움(Crystallium) 컬렉션 중 리미티드 에디션인 아방 타임(Avant Time) N°4. 유명한 시계 디자이너인 에릭 지루(Eric Giroud)가 디자인한 남성적인 워치로 다이얼의 거미줄 패턴이 인상적이다. 회전식 블랙 세라믹 베젤 전체에 파세팅 기법을 적용하고 스트랩에 블랙 크리스탈을 장식해 스와로브스키 고유의 매력을 살렸다. 여기에 제네바 홈파크 인증을 받은 오토매틱 무브먼트를 장착했는데, 혁신적인 디자인의 가치를 인정받아 2013년 레드닷 어워드에서 베스트 프로젝트 디자인으로 선정되어 그 의미를 더했다. 그 밖에 여성용 워치도 다양하게 선보였는데, 러블리 크리스탈 워치는 모든 여성이 사랑할 만한 디자인이다. 자유롭게 움직이는 16개의 투명 지르코니아 스톤이 원을 그리면서 미끄러지듯 다이얼 주위를 움직인다. 우아한 스타일의 옥테아 클래식과 스포티한 디자인의 옥테아 스포츠, 기능성 위치를 원하는 여성들을 위한 옥테아 크로노까지 다양한 버전의 옥테아 컬렉션을 선보여 스와로브스키 워치 컬렉션의 다양성을 인정받았다.

하이 컴플리케이션 워치의 새로운 정의

바젤에서 워치 사업을 적극적으로 확장하고 있는 스와로브스키의 증손자이자 현재 CEO인 로버트 북 바우어를 만날 수 있었는데, 그는 새로운 도전인 워치 사업에 큰 매력을 느끼고 있었다. "브랜드가 정체되지 않기 위해서는 새로운 비즈니스와 전략을 채택해야만 합니다. 변화를 두려워하지 않고, 고객들이 원하는 바를 확실하게 알고 대응해야 하기 때문에 수많은 브랜드들이 워치 사업에 뛰어들고 있고, 스와로브스키도 자극을 받은 것이 사실입니다. 주얼리 비즈니스를 키워나가는 데 위치는 빼놓을 수 없는 중



1 날개를 펼치고 있는 백조의 모습을 형상화한 스와로브스키 부스. 요시오카 도쿠진은 이 부스를 찾는 이들이 진정한 공의 세계를 경험할 수 있도록 항상적으로 완성했다. 미러링 반사체와 LED 조명 2인2천8백56개로 제작했다. 2 스와로브스키 남성 위치를 대표하는 파이자 그랑 컬렉션의 2013년형 모델. 3 (왼쪽 아래부터) 2013년 바젤 페어의 주인공인 크리스탈리움 아방 타임 N°4, 베젤의 크리스탈이 움직이는 러블리 크리스탈 워치, 크리스탈로 베젤을 세팅한 남성용 크리스탈리움 워치. 4 CEO 로버트 북 바우어. 5 스와로브스키를 대표하는 옥테아 컬렉션의 새로운 버전 '옥테아 아비수스(Octea Abyssal)'. 6 러블리 크리스탈 컬렉션.

요한 제품군일 뿐 아니라 남성 라인을 확장하기 위해서도 꼭 필요한 요소입니다. 물론 제가 시계 마니아라는 것도 큰 역할을 했죠. 본격적으로 워치 사업을 시작한 기간은 길지 않지만, 주얼리 사업과 함께 핵심 비즈니스로 다루고 있습니다. 바젤월드를 통해 더 많은 프레스와 바이어를 만나는 것도 매우 중요한 포인트죠. 하지만 우리의 비즈니스 목표는 숫자를 늘리는 것이 아니라 사람들의 일상에 스과클링한 빛을 더한다(We Add Sparkle to People's Everyday Life)라는 브랜드 가치를 지키는 것이 더 중요합니다.' 로버트 북 바우어는 자신이 착용하고 있는 새로운 남성 위치를 보여주며 하이 컴플리케이션 워치에 대한 유니크한 정의를 내리기도 했다. "복잡한 무브먼트만이 하이 컴플리케이션 위치를 의미한다고 생각하진 않습니다. 스와로브스키는 이미 다른 브랜드에서 시도하기 어려운 크리스탈과 워치의 접목을 이루어냈는데, 크리스탈로 다이얼을 만드는 것은 독보적인 기술입니다. 이러한 기술을 도입한 남성용 '크리스탈리움 아방 타임 N°4' 위치는 올해 레드닷 어워드에서 베스트 프로젝트로 선정되기도 했습니다. 이러한 독보적인 기술력을 적용한 워치라면 이미 하이 컴플리케이션 워치라고 생각합니다." 정밀하게 세공한 크리스탈 소재로 액세서리에서 주얼리, 홈 데코는 물론 시계 시장까지 사로잡은 스와로브스키가 제안하는 새로운 위치의 비전은 단 한순간도 쉬지 않고 빛나고 있다. 문의 1661-9060 에디터 배미연



6

Miracle serum

여자라면 누구나 꿈꾸는 윤기와 혈색이 도는 건강한 피부는 피부 생체 리듬을 바로잡아야 비로소 얻을 수 있다. 흐트러진 피부 리듬을 정상화해 폭 잔 듯 생기 있는 피부로 바꿔줄 아모레퍼시픽 ABC세럼이 있다면 가능하다. *photographed by park gun zoo*



좋은 피부를 좌우하는 건 바로 '피부 리듬'

바르지만 하면 주름이 퍼지고 잡티를 지우는 기능성 화장품에 마음이 혹하는 것은 당연하다. 하지만 주름, 잡티, 탄력 등 모든 피부 트러블에 가장 중요한 것은 피부 리듬을 정상화하고 기본기를 탄탄히 다지는 것이란 사실을 잊지 말아야 한다. 인간의 삶에 규칙적인 패턴과 리듬이 있듯 피부 역시 일정한 리듬과 주기가 존재한다는 것은 몇 차례 기사를 통해서도 언급한 바 있다. 아무리 좋은 화장품을 발라도 피부 상태가 개선되지 않는다는 건, 리듬이 깨져 피부 스스로 좋은 성분을 받아들일 준비가 되지 않았다는 뜻. 그런 이유로 흐트러진 피부 생체 리듬을 바로잡고 다음 단계의 화장품이 잘 흡수될 수 있도록 피트결을 정돈하는 '준비 단계'가 무엇보다 중요하다. 아모레퍼시픽의 베스트셀러이자 대표 세럼인 '아모레퍼시픽 올 데이 밸런싱 케어 세럼(ABC세럼)'은 세안 후 기초 단계 가장 처음에 사용하는 부스팅 효과의 기본 세럼이다. 토너가 피트결 정돈과 수렴의 역할만 한다면 ABC세럼은 피부 표면의 불필요한 피지와 노폐물을 제거하는 것은 물론, 아미노산을 비롯한 다양한 무기질을 함유한 자작나무 수액과 머스크멜로우 추출물로 이루어진 밸런시아클 콤플렉스™를 함유해 피부 속 생체 시계 단백질을 활성화해 피부 리듬을 정상화한다. 더불어 감초, 녹차 유효 성분, 인삼 등 열 가지 아시안 보태니컬 성분이 활성산소를 억제하고 피부 유수분 밸런스를 잡아주며 턴오버 주기를 정상화해 윤기가 도는 촉촉하고 매끈한 피부를 유지시킨다. 또 하나 눈여겨볼 할 핵심 성분은 지난 5월에 새롭게 추가한 그린미러클™이다. 녹차의 레티놀이라고 불리는 이 성분은 피부의 콜라겐 생성을 증가시키는 동시에 콜라겐을 분해하는 효소를 억제해 피부 스스로 방어 능력을 키워 다양한 피부 노화 징후를 사전에 방지하는 것이 특징이다.

수많은 마니아들이 입증한 베스트 세럼

브랜드를 대표하는 세럼인 만큼 ABC세럼을 사용하는 마니아들의 많은 후기를 접할 수 있다. 이들이 공통적으로 꼽은 ABC세럼의 가장 큰 장점은 월등한 촉촉함이다. 피부에 촉촉한 광을 살려주어 컨디션이 좋지 않은 피부도 푹 차고 일어난 듯 매끈한 피부로 탈바꿈시켜준다는 것이 마니아들의 생생한 증언. 드라마틱한 효과는 아닐지라도 사용 전후가 확실히 다르기에 기초 케어 시 반드시 사용한다는 후기도 이어진다. 실제 에디터가 꾸준히 사용해 본 결과, 달라진 피부 변화는 잦은 야근과 스트레스, 불규칙한 생활로 들쭉날쭉하던 피부 컨디션이 한결 안정되었다는 점이다. 쉽게 붉어지고 열이 오르면 피부가 진정되고 뾰루지도 눈에 띄게 줄었다. 또 피부 각질로 말리거나 들뜨면 메이크업도 ABC세럼을 사용하고 나서부터 피부에 착 밀착되듯 잘 받는 것도 달라진 부분. 가볍고 촉촉한 제형이 끈적임 없이 피부에 빠르고 산뜻하게 흡수되어 피지 분비가 많아지는 봄여름철에 사용하면 제격이다. 40ml 14만원, 70ml 20만원, 문의 080-023-5454 에디터 권유진

빠른 흡수력으로 매끈한 피부 완성

"촉촉함이 느껴지는 투명한 젤 타입으로 바르는 순간 피부 표면에 막을 형성하는 것처럼 흡수되는 것이 특징이에요. 대개 막을 형성하는 제품은 제형이 겔이라 피부에 바로 흡수되지 않는 것처럼 느껴지는데, 이 세럼은 그렇지 않아요. ABC세럼은 마치 피부를 코팅하는 듯 바로 흡수되어 다음 단계의 스킨케어 제품이나 메이크업 제품의 흡수율을 높여 촉촉한 피부를 완성해 주더라고요. 제 피부는 푸석하고 건조하지만 시간이 지날수록 유분이 많이 올라오는 타입이에요. ABC세럼을 사용하니 수분은 채워주면서 불필요한 유분을 잡아주어 피부가 안정되어 가는 것을 느꼈어요." -미미영 원장(이희 헤어&메이크업)

메이크업 후에도 촉촉함을 유지

"2주간의 사용으로도 전보다 피부가 확실히 밝아지고 은은한 광채가 나는 걸 느낄 수 있었어요. 평소 수분 부족형 지성 피부라 번들거리면서도 건조해 고민이었는데, ABC세럼이 피부 밸런스를 잡아주어 피부가 한결 촉촉하고 산뜻해지더라고요. 끈적임 없이 흡수가 굉장히 빠른 것도 인상적이었어요. 피부에 막을 씌운 듯 피트결이 매끈해져 장시간 메이크업을 하고 있어도 촉촉함과 베이스의 지속력이 오래 유지되어 기초 단계에 꼭 사용하고 있어요." -오미영(메이크업 아티스트)

(왼쪽 위부터) 시세이도 선 프로텍션 컴팩트 파운데이션 SPF 35 / PA+++ 12g 5만6천원,
아넷사 퍼펙트 UV 선프스크린 A+ SPF 50+/PA+++ 60ml 4만8천원,
아넷사 퍼펙트 에센스 선프스크린 A+ SPF 50+/PA+++ 60ml 5만원.

Smart sunscreen

시세이도의 자외선 차단제가 유명하다는 것은 잘 알려진 사실이다. 하얗게 일어나는 백탁 현상이 전혀 없는 것은 물론 끈적이지 않는 텍스처와 햇빛을 철통 방어하는 높은 자외선 차단 지수, 장소와 상황에 맞춘 완벽한 라인업으로 선 케어 리더 브랜드의 면모를 유감없이 보여준다. 이제 자외선 차단제도 자신의 피부 타입과 취향, 용도에 따라 골라 쓰는 지혜를 발휘할 때다. *photographed by park gun zoo*

휴양지에서 작업하는 태양으로부터 피부를 구출하라

뜨거운 태양을 온몸으로 받아내는 휴양지에서는 제대로 된 자외선 차단제가 절실하다. 장시간 햇빛에 노출되기에 많은 땀을 흘리게 되고, 수영이나 바다에 뛰어들 때는 피부 상태가 여간 신경 쓰이는 게 아니니까. 휴양지에서의 일주일을 질투 보냈다가는 낭패를 보기도 하는데, 가장 큰 원인은 자외선 차단에 소홀했다는 점에 있다. 그러나 다른 메이크업 도구는 둘째 차더라도 자외선 차단 지수가 높은 선 케어 제품을 수시로 덧바르는 것을 최우선 순위로 둘 것. 해변에서 필요한 자외선 차단제의 덕목은 SPF 50은 기본, 브랜드의 독자적인 기술로 피부 노화의 원인이 되는 UVA와 UVB를 완벽하게 차단하고, 피부 물에 쉽게 지워지지 않는 워터프루프 타입이어야 한다는 것. 참고로 SPF 50+는 UV-B를 7백50분 동안, PA+++는 자외선 차단제를 바르지 않은 것보다 UV-A를 8배 이상 차단함을 뜻한다. 2007년 출시 이후 워터프루프 선 케어 제품의 최강자로 자리매김한 아넷사 퍼펙트 UV 선프스크린 A+는 골프나 등산 등 아웃도어 활동을 즐기는 이들이 꼭 갖춰야 하는 필수품으로도 잘 알려져 있다. 올해 UVA 차단력을 배는 높이고 자외선에 의한 건조함을 막는 하이드로 랩 바이 테라이징 DE 성분은 더해 더욱 업그레이드되어 출시된다. 건조함이 고민이라면 아넷사 퍼펙트 에센스 선프스크린 A+를 선택할 것. 에센스처럼 속 흡수되는 텍스처가 촉촉함을 남길 뿐 아니라 피땀결도 매끈하게 정돈해준다. 두 제품 모두 백탁 현상이 없어 물속에서도 굴곡 없는 피부를 완성하며, 강력한 워터프루프 기능이 있지만 알만 클린저로 간단하게 클렌징할 수 있다. 게다가 얼굴은 물론 보디에도 사용할 수 있으니 편리할 따름. 피지 분비가 왕성해 번들 거림이 심하다면 팩트 타입의 시세이도 선 프로텍션 컴팩트 파운데이션을 선택하는 것이 좋는데, 피지를 컨트롤하고 모공이나 자잘한 보루지 등을 눈에 띄지 않게 감춰주기 위해 커버력을 원하는 여성에게 만족도가 높다.

데일리 메이크업을 위한 남버린 선 케어

매일매일 클렌징을 하듯 자외선 차단제 역시 계절과 날씨, 장소를 막론하고 스킨케어 마지막 단계에 빠짐없이 발라줄 것. 기미와 주근깨 등 잡티와 주름을 예방하고 건조함을 막아 피부 노화의 속도를 늦출 수 있다. 하루 중일 사무실에만 있더라도 형광등에서 발생하는 실내 자외선 역시 노화를 일으킬 수 있으니 참고할 것. 매일 바르는 자외선 차단제는 자국이 적고, 덧발라도 밀리지 않는 가벼운 텍스처에 피부 톤 보정까지 된다면 금상첨화다. 이 모든 조건을 충족시키는 아넷사 퍼펙트 젤 선프스크린 A+는 메이크업 베이스 겸 자외선 차단제로, 피부를 화사하게 하는 펄 베이스가 피부를 화사하게 밝혀 주고, 로즈 애플 및 추출물과 히알루론산, 비타민 C 에틸 등 보습에 도움을 주는 성분을 담아 스킨케어 기능까지 더했다. 그 밑으로 화장한 티가 과하게 나지 않고 자연스런 게 인색을 밝혀주는 메이크업을 좋아하는 여성에게 최상의 선택이 될 듯. 피부 안정성을 최우선으로 고려한 시세이도 어반 인바이론먼트 UV 프로텍터 엑스트라 마일드는 피부가 극도로 민감한 성인과 아기가 함께 쓸 수 있도록 완성했다. 자외선뿐만 아니라 대기 오염 물질 등 노화를 일으키는 유해 물질을 차단하는 동시에 피부를 건강하게 만드는 초석을 다져준다. 문의 080-564-7700 에디터 **이예진**

아넷사 퍼펙트 젤 선프스크린 A+ SPF 50+/PA+++ 60g 4만8천원,
시세이도 어반 인바이론먼트 UV 프로텍터 엑스트라 마일드 SPF 30/PA+++ 50ml 5만2천원.

Charismatic scent

진짜 남자라면 몽블랑 레전드의 향기에 눈을 감고 뒤돌아 서게 된다. 중후하면서도 관능적인 몽블랑 레전드의 향기는 자신의 존재를 깊이 있고 클래식하게 만들어준다. *photographed by park gun zoo*



1백 년간의 클래식, 몽블랑

1백여 년이라는 긴 시간 동안 우아한 만년필과 가죽 소품, 클래식한 위치까지 선보여온 몽블랑에서 첫 번째 향수, 레전드를 출시했을 때 많은 사람들이 감탄을 금치 못했다. 기존의 몽블랑에서 느낄 수 있었던 장인 정신이 향수에서도 그대로 느껴졌기 때문이다. 과장되지 않고 심플한 디자인의 절제된 남성의 카리스마를 표현한 보틀 디자인은 부드러운 균형미를 이뤄워 강직한 느낌을 준다. 오로지 블랙과 실버의 유려한 조화, 겹에 새겨진 몽블랑 엠블럼만으로도 중후하면서도 관능적인 남성의 아름다움을 완성했다. 여기에 세계적인 사진가 피터 린드버그가 촬영한 광고 비주얼까지 더해 럭셔리 브랜드 향수의 자세를 갖췄다.

진짜 남자의 향기

이 모든 매력적인 요소를 완성하는 것은 당연히 향기다. 향수를 뿌리는 순간, 강렬하지만 부드러운 카리스마가 느껴진다. 가장 먼저 느껴지는 생쾌한 톱 노트는 이탈리아 베르가모트와 워시 쿠베라, 프랜치 라벤더, 파인애플 리브스를 사용했다. 중심을 이루는 미들 노트에 사용한 프레시 재스민, 화이트 시더, 포마로즈의 향기가 안정감 있게 균형을 이룬다. 가장 중요한 베이스 노트는 에버널, 암브로픽스, 샌달우드, 통카 빈을 사용해 남성이 있는 향기를 완성한다. 향수 외에도 면도 후 피부를 진정시켜주는 스킨 타입의 에프터 웨이브 로션, 생체 한 여름을 위한 땀 생성 억제 기능의 테오도란트 스프레이와 면도 후 수분을 공급하고 진정시키는 에멀션 타입의 에프터 웨이브 밤까지 몽블랑 레전드의 향이 담긴 다양한 라인업이 출시되어 선택의 폭이 넓어졌다. 문의 080-880-8800 에디터 **배미진**

(왼쪽 아래부터 시계 방향으로)
몽블랑 레전드 오드 투왈렛 30ml 5만7천원,
50ml 8만원·100ml 11만7천원,
에프터 웨이브 로션 100ml 7만원,
테오도란트 스프레이 100ml 2만5천원,
에프터 웨이브 밤 150ml 4만원.



the art of Perfume

2,55백과 트워드, 명품이라는 키워드만으로 샤넬을 떠올리는 시대는 지났다. 가브리엘 샤넬이라는 한 여자의 일생, 그 속에 살아 숨 쉬던 사랑, 예술가들과의 교감, 그리고 그녀가 남긴 수많은 아카이브를 직접 본다면 생각이 달라질 것이다. 지난 5월 파리 팔레 드 도쿄에서 전설의 향수 N°5가 탄생하는 데 영향을 준 <N°5 문화 샤넬전>의 막이 올랐다. 오로지 향수에 초점을 두어 이야기한다는 것은 신선한 시도다. 이는 샤넬다운, 샤넬이기에 가능한 창조적 발상이다.

파격이 예술이 되기까지

이번이 4회째다. 하나의 브랜드에서 오로지 아카이브만으로 각기 다른 시선으로 수차례 전시를 기획한다는 것은 결코 쉬운 일이 아니다. 2011년 상하이와 베이징에서, 그리고 2013년 3월 광저우에서 <문화 샤넬전>을 개최한 샤넬은 가브리엘 샤넬이 가장 사랑한 도시, 프랑스 파리에서 다시 한 번 샤넬의 역사와 문화를 느낄 수 있는 전시를 통해 영감의 원천을 공개했다. 컬트적이고 파격적인 젊은 작가들의 작품과 예술에 대해 이야기하는 파리 현대미술의 결정체인 팔레 드 도쿄(Palais de Tokyo)에서 명품 브랜드 샤넬이 한 달이라는 긴 시간 동안 대규모 전시를 개최한다는 것은 많은 이들의 고개를 갸웃하게 했다. 유명한 작가도 한 달이라는 전시 기간이 부담스러울 법한데, 그것도 향수 하나로 전시장을 꾸민다는 게 과연 가능한 것일까. 대중적인 시선에서는 패션 브랜드가 패션쇼가 아닌 문화와 예술에 대해 이야기하는 전시를 한다는 것 자체가 놀랄 수 있겠다. 하지만 이번 전시를 통해 가브리엘 샤넬의 여정에 동행하면서 이런 시도와 접근에 고개를 끄덕일 수밖에 없었다. 그녀는 그 시대의 관습에 얽매이지 않고 스스로의 독창성과 스타일을 창조한 파격적이고 자유로운 여성이지 않은가. 가브리엘 샤넬은 그 당시 사람들의 눈에 이단아로 비쳤을 것이다. 화려하고 과장된 모자가 유행이었던 시절에 샤넬은 모던하고 미니멀한 모자를 디자인했다. 장례복에 불

과하던 길고 검은 원피스를 무릎 길이로 잘라 일상에서 입을 수 있는 블랙 미니드레스로 탄생시킨 것도 바로 샤넬이었다. 전시장 곳곳에 배치된 수십 년 전 사진 속 그녀의 스타일이 촌스럽거나 고리타분하게 느껴지지 않는 것은 그녀의 삶, 그리고 사랑, 그녀가 창조한 스타일 자체가 파격적이었기 때문이다. 샤넬의 삶은 파란만장하고도 진취적이었다. 사랑에 있어서도 열정적이고 자유로웠다. 만약 그녀가 남자에 의지해 성공한 신데렐라였거나, 부유한 귀족의 자제로 태어나 저절로 부와 성공을 거머쥔 여자였다면 우리는 더 이상 샤넬을 논하지 않을 것이다. 여성 입장에서 역사의 흐름을 바꾸고 싶어 한 샤넬의 삶 자체가 대단한 야망이었다. <N°5 문화 샤넬전>을 비롯해 그동안 개최된 <문화 샤넬전>에서는 샤넬의 친구였던 파블로 피카소, 장 콕토, 기욤 아폴리네르, 이고르 스트라빈스키 등 이름난 들어도 알 수 있는 유명한 예술가들의 작품과 서로 주고받았던 사진, 드로잉, 시 등을 만날 수 있다. 이처럼 그녀가 당대의 영향력 있는 수많은 예술가들과 친분을 쌓고 교류할 수 있었던 것은 바로 샤넬의 대담함과 창조적인 능력이 그들을 매료시켰기 때문이다. 이번 전시에서 선보이는 샤넬의 아카이브는 샤넬이 동시대 예술가들과 만나 자신의 예술적 세계를 어떻게 발전시켰는지 보여주는 가치 있는 자료다.

향수가 아닌 예술적 창조물, N°5

기존의 전시가 샤넬의 발전 과정과 창의적 세계, 시대를 초월한 아이콘의 탄생 과정 등을 보여주었다면 <N°5 문화 샤넬전>은 시대를 초월한 특별한 향수에 초점을 맞춘다. 그렇다면 왜 N°5인가? 사실상 모든 <문화 샤넬전>은 가브리엘 샤넬이 평생 동안 창조하고 발전시킨 브랜드 문화와 독특한 정체성을 드러내는 기회다. 큐레이터 장-루이 프랑망은 이번 전시회의 이름을 <N°5 문화 샤넬전>이라 칭한 데 특별한 의미를 두었다. N°5는 단순한 향수를 넘어서 샤넬의 새로운 측면을 찾아낼 수 있는 단서를 제공하는 결정적 증거라는 것. “모스크바와 중국에서 개최된 전시는 샤넬의 DNA를 넓은 시각에서 접근했다면, 이번 전시는 샤넬이 선보인 창조물을 통해 보다 깊고 자세한 샤넬의 세계를 탐구하고자 했다. 그중 N°5가 단순한 향수가 아닌 샤넬의 문화적 유산으로서 선정된 것이다”라고 말한다. N°5는

1921년 샤넬이 처음 향수를 완성했을 당시의 예술적 가치를 오늘날까지 간직하고 있다. 피카소, 장 콕토와 같은 샤넬의 친구들이 현대 예술의 시작을 알렸다면 동시대에 탄생한 N°5는 현대 향수의 시작을 알리는 제품이다. 놀랍게도 N°5는 그녀의 연인이었던 보이 카펠의 죽음과 부재로 탄생했다. 사랑과 회상, 기억에 밀접하게 연관되어 있는 것이다. 이처럼 극적인 샤넬의 이야기를 바탕으로 한 이번 전시는 러브 스토리, 아방가르드한 풍경, 선인(라벨), 전설이라는 4개의 주제를 통해 샤넬 N°5의 역사적 배경, 사회현상과의 연관성을 이야기한다.

문화와 예술로 대중과 소통하는 브랜드

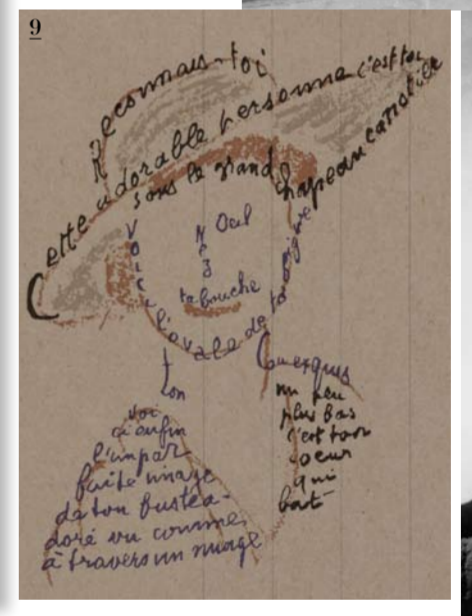
전시장 입구에 들어서자마자 아름답게 가꾼 프랑스식 정원이 펼쳐졌다. 이미 샤넬이 이야기하는 향수의 세계에 한 발자국 들어선 기분이었다. 세계적으로 유명한 조경 예술가 피에트 우돌프(Piet Oudolf)가 샤넬 N°5의 우아함과 아름다운 향을 꽃이 가득한 정원으로 표현한 것이다. 이 우아한 정원은 전시관으로 향하는 입구를 따라 조성되어 방문객들로 하여금 N°5에 대한 시각적인 환기를 느끼게 한다. 투명 진열장 콘셉트의 메인 전시장을 지나 2층에 위치한 미디어 테크로 발걸음을 옮기면 샤넬의 전반적인 히스토리는 물론 N°5에 관한 모든 자료를 직접 보고 만지고 경험할 수 있다. 특히하게도 식물학자 로랑 버기서(Laurent Burgisser)가 샤넬의 아파르트와 오브제에서 발견한 꽃과 향수의 원료를 보고 시향하면서 향수의 가치를 다시금 깨닫게 되었다. 미디어실에서 샤넬 N°5의 모든 광고 필름을 시대의 흐름에 따라 볼 수 있는 것도 매우 흥미롭다. 향에 대한 감각과 후각을 일깨워주는 워크숍 프로그램도 마련되어 있는데, 다양한 창작 활동을 더해 어린이도 참여할 수 있다.

사실 많은 이들이 샤넬에 대해 다가가기 어려운, 오로지 명품을 사랑하는 사람을 위한 브랜드라고 생각하기 쉽다. 하지만 샤넬은 끊임없는 투자와 노력으로 대중과 소통하기를 원하고 있다. 패션과 샤넬에 대해 잘 모를지라도 문화, 예술에 관심 있는 사람이라면 누구나 흥미를 느낄 수 있는데, 수준 높은 전시 구성과 각종 체험 공간은 대중과 교감하고 사회적으로 기여하고자 하는 샤넬의 바람을 말해주는 증거다. 백화점을 주요 판매 채널로 삼는 명품 브랜드에서 이처럼 문화적 활동을 지속적으로 진행하는 것은 문화와 예술이라는 우아한 화법으로 대중과 소통하길 원하기 때문이다.

누군가는 샤넬을 패션이라 하고, 누군가는 예술이라 한다. 향수 하나로 예술을 이야기하는 것이 과연 가능한지 반문하는 이들도 있다. 하지만 샤넬 N°5라면 다시 생각해 볼 필요가 있다. 향수 역사 속에서 미스터리하면서도 상징적인 존재였던 N°5는 그 당시 파격 그 자체였다. 파격은 시간이라는 가치가 더해져 클래식이 되고, 결국 예술과 문화로 남는다. 파격이라 일컬어지던 비틀스의 노래가 지금은 클래식으로 비유되는 것처럼 말이다. 어쩌면 샤넬은 <N°5 문화 샤넬전>을 통해 이 과정을 보여주고 싶었던지도 모른다. 큐레이터 장-루이 프랑망은 “<문화 샤넬전>은 샤넬의 가장 기본적인 요소를 공개하고 예술, 창조, 그리고 브랜드의 공식적 코드의 발명을 통해 샤넬이라는 브랜드에 문화적 지위와 신뢰를 부여하는 전시회이다”라고 이야기한다. 시대가 변하고 시간이 흘러도 변함없는 클래식한 향수, N°5. 이 향수가 고리타분하게 느껴지지 않고 항상 새로운 모습으로 다가오는 것은 이번 <N°5 문화 샤넬전>과 같은 시도를 통해 브랜드가 성장하고 발전하면서 브랜드의 역사에 가치가 더해지기 때문이다. 문화를 주도하는 것은 더 이상 예술가에게만 한정되는 것이 아니다. 자본력 있는 브랜드 자체가 예술과 문화를 형성하는 시대가 도래했다. 향수 하나에 포커스를 두어 문화론을 이야기할 수 있는 것, 그것은 샤넬만이 지닌 강력한 힘이다. 에디터 권유진



5 전설의 향수 N°5 보틀의 변천사, 6 샤넬 N°5의 알라스트 이미지(1921), 7 샤넬의 영감을 나누었던 파블로 피카소(Pablo Picasso)와 그의 연인 올가 코콜로바(Olga Kokhlova)의 사진(1919), 8 N°5 문화 샤넬전의 포스터, 9 프랑스 시인인 기욤 아폴리네르(Guillaume Apollinaire)가 최초의 프랑스 어류 비행가 중 한 명에게 헌정한 칼리그램 시(1915), 그의 뮤즈 중 하나였던 생 들은 모자를 쓴 여성을 표현했다, 10 지금 봐도 우아하고 세련된 가브리엘 샤넬의 모습(1936), 샤넬의 상징이 된 진주 목걸이를 착용했다, 11 샤넬이 행운의 숫자로 여긴 5는 그녀와 가까이 지내던 예술가들의 작품에서도 볼 수 있다. 다다이즘 작가 프랑시스 피카비아(Francis Picabia)의 티켓(Tickets)(1922), 12 진짜 여인의 활기가 나는 여자 향수를 만들고 싶었던 가브리엘 샤넬은 5월의 장미, 일랑일랑, 제스민, 베티베르의 플로럴 노트에 화학 원료인 알데하이드를 더해 우아하고 클래식한 샤넬 N°5를 탄생시켰다.





the world of Hermès

브랜드 고유의 장인 정신이 깃든 내공, 문화 활동 등을 둘러싼 이야기를 담담하게 펼쳐내는 에르메스의 책자 <르 몽드 에르메스(Le Monde d'Hermès)>가 2013년 봄/여름호를 기점으로 한글판으로 나온다. 미술상과 디렉티브 체어를 제정하는 등 한국 시장에서 아트 마케팅을 활발히 전개해온 브랜드답게 브랜드 북도 고객에게 한 걸음 더 다가가고자 미려한 서체가 돋보이는 한글판을 택했다.

프랑스의 문인 샤를 단치는 텍스트와 사진을 책 속에 함께 담은 때 가장 이상적인 상태는, 사진이 단순한 텍스트의 예시가 되지 않는 동시에 텍스트가 단지 사진 해설에 머물지 않는 것이라 했다. 글은 글대로, 이미지는 이미지대로 각자의 몫을 해내는 게 바람직하다는 주장이다. 상업적인 브랜드 북임을 감안할 때 에르메스에서 매해 두 차례 발행하는 <르 몽드 에르메스(Le Monde d'Hermès)>는 이러한 역할의 미학을 제법 인식하고 있다는 느낌을 지어내는 책자다.

자질한 설명을 곁들인 화려한 화보를 앞세워 신상품 소개에만 집중하는 게 아니라, 브랜드 정체성을 문화와 역사의 시각에서 조명하려는 흔적이 보인다. 책자의 제목처럼 엄연히 에르메스의 세계를 다루긴 하지만 마치 순수 예술 작품처럼 보이는 걸출한 사진들과 서정적인 문예 소품도 소소하게 만나볼 수 있는 게 장점이다. 이 같은 미학적 완성도조차 치밀한 상업 전략의 산물이라 할지라도 이왕이면 조야한 볼거리는 풍부한 영감을 제공하는 편이 낫지 않은가.



1975년 발간돼 40년 가까이 꾸준히 고객과 소통하는 매체로 자리매김해온 <르 몽드 에르메스>가 한글판으로 선보인 것은 그래서 더욱 반갑다. 그동안 국내에서는 영문판에 한글 번역본이 별도 인쇄물로 삽입된 형태로 나왔지만, 2013년 봄/여름호부터는 정식 한글판이 발간되었다. 한글까지 함께 프랑스어, 영어, 스페인어, 독일어, 일본어, 중국어, 아랍어 등 모두 12개 언어로 퍼낸다고, 우연히 이베이에 중고 명품을 올렸다가 여성이 가장 갈망하는 영순위 잇백이라는 에르메스 버킨 백을 거래하는 독특한 직업의 세계에 들어선 파워 리셀러 마이클 토넬로가 바르셀로나의 매장에서 받아 눈을 빛내며 탐독한, 바로 그 책자다. 이번 시즌에는 전 세계 VIP 고객 대상으로 65만 부가 출간되었고, 이중 한글판은 1만5천 부다. 쪽빛 바다를 배경으로 한 표지 사진이 실린 이 1백32페이지 분량의 책자를 펼치면 시야에 들



천년 고도에서 영화와 삼페인을 만나다

태조 이성계가 원대한 꿈을 품고 대풍파(大風颶)를 불렀다는 곳, 해맑은 봄빛이들 하기에 바람이 시작되는 곳이라는 전주는 적소가 아닐 수 없다. 여기에 영화와 삼페인까지 곁들인다면 그 즐거움은 증폭된다. 전주의 명소 한옥마을 내, <홍불>의 작가 최명희 문화관 옆에 곱게 들어서 있는 부채문화관에서 달밤에 펼쳐진 제2회 모엣 라이징 스타 어워드(Moët Rising Star Award). 신인 배우와 감독을 후원하는 이 뜻깊은 시상식의 갈라 디너는 달밤의 정취와 삼페인의 흥취, 그리고 '달콤 씩씩한' 봄바람으로 완성된 하나의 작품이었다.

구로키와 기소라는 일본의 건축가는 '도시의 세기로 일컬어지는 21세기에 중요한 요소는 인구가 아닌, 창조성을 지닌 인재일 것'이라고 주장했다. 창조적인 문화가 도시의 경쟁력을 키운다는 얘기에 다름 아니다. 그러나 누군가 말했듯 창조란 낯설고 새로운 걸 일컫는 게 아니라 적절한 과거와의 대화로 통해 이뤄지는 것이라는 점을 명심할 때, 후백제의 수도였던 '천년 고도(千年古都)' 전주는 꽤나 큰 잠재력을 보유한 고장이 아닐 수 없다. 일찍이 미식과 예술, 학문이 번창했던 이 도시에 미묘한 활기를 선사하는 '봄의 축제' 전주 국제영화제(JIFF)가 어느덧 14회를 맞이했다. 가을을 수려하게 장식하는 부산국제영화제가 우리나라 최대 항구도시다운 규모와 정열을 뽐내는 거대한 불꽃과 같다면, 해마다 4월이면 스크린의 영감으로 전주를 태우는 미온의 열기는 살랑살랑 부는 봄바람을 닮았다. "걷는 것은 맑은 즐거움(清福)"이라고 했던 정약용의 명언이 어울리는 전주. 영화제가 개최되는 장소로서 전주의 매력 중 하나는 느끼게 걷기에 알맞은 도시라는 명칭에 어울리는 동선의 편리함일 것이다. '영화의 거리'가 위치한 고사동 일대에는 최신 시설을 갖춘 극장들이 밀집해 있기에 웅만한 곳은 거의 걸어 다니며 축제를 즐길 수 있다. 게다가 아가자기하고 이색적인 맛집과 상점이 즐비하게 들어서 있어 오감의 만족을 배가시키는 '쇼펍'의 재미도 누릴 수 있다. 4월 25일 로랑 강테 감독의 작품 <폭스피어>를 개막작으로 시동을

건 전주국제영화제. 1950년대 남성 우월주의 사회에서 상처받은 소녀들의 얘기를 다룬 조이스 캐롤 오츠의 소설을 영화화한 이 작품에 대한 호평과 함께 기본 좋게 출발선을 끊었다. 그리고 다음 날인 26일 밤, 영화의 거리에서 그리 멀지 않은 명소인 한옥마을에서는 또 다른 축제의 향연이 펼쳐졌다. 주목할 만한 국내 신인 영화배우와 감독을 지원하는 시상 프로그램인 제2회 '모엣 라이징 스타 어워드(Moët Rising Star Award)'가 바로 그 멋진 야연(夜宴)이었다. 지난해 제천국제음악영화제에서 1회를 치른 뒤 올해 전주로 무대를 옮긴 이 행사의 개최 장소로 한옥의 예스러운 멋이 풍기는 부채문화관을 선택한 건 탁월한 결정이었다. 은은한 달빛이 조망처럼 비치는 밤, 한옥 문살의 격자무늬가 돋보이는 이 건물 앞뜰에 마련된 시상식 풍경은 운치를 자아냈다. 특히 갈라 디너에서는 이날의 '드레스 코드(블랙 타이)'에 맞춰 검은색 옷차림을 한 남녀가 후원 업체인 모엣&상동의 삼페인이 등장할 때마다 화려한 삼페인 병을 높이 치켜든 채 줄지어 걸어 들어오는 '서빙 의식'이 흥을 돋우었다. 흥이 소스를 곁들인 분주해 요리와 로제 인페리얼, 궁중잡채와 그랑 빈티지 2002, 전복갈비찜과 그랑 빈티지 로제 2002 등 모엣&상동을 대표하는 4종류의 삼페인과 풍성한 한식의 만남이 은근한 조화를 빚어낸 이 민찬은 롯데 호텔 한식당 무궁화와의 합작품이었다. 그리고 '전주 하면 빼놓을 수 없는 전주비빔밥과 콩나물국, 수정과가 데미를 장식했다.



개막작의 주인공 강테 감독을 비롯해 배우 안성기, 전주국제영화제 심사위원인 배우 정우성과 류승완 감독 등 국내외 영화인 1백여 명이 참석한 이 행사에서는 <러시안 소설>, <배우는 배우다>의 신연식 감독, 홍상수 감독의 <누구의 딸도 아닌 해원>에 출연한 정은채가 각각 올해 신인 감독상과 신인 배우상의 영예를 안았다. 이날 축하 공연을 맡은 이는 허스키 보이스가 매력적인 가수 호란. 영화 <타파니에서 아침을>의 주제가곡 '문 리버가 울러 퍼져'가 달밤의 정취가 한층 더 무르익었다. '바람의 땅'이라는 별칭을 지닌 고장답게 제법 쌀쌀한 봄바람을 동반했지만 그마저도 청신하게 느껴졌던 건 분명 영화와 삼페인이 배가시킨 봄의 흥취 덕분이었을 것이다. 에디터 고영연



1, 2 주목할 만한 신인 영화배우와 감독을 선정하는 모엣 라이징 스타 어워드의 두 번째 행사인 지난 4월 말 전주 한옥마을에 마련된 부채문화관에서 열렸다. 신연식 감독과 배우 정은채(1번 사진 오른쪽 두 명)가 올해 수상의 영예를 안았다. 3 이 행사의 후원 업체인 모엣&상동이 주최한 갈라 디너에서 한식과 조화를 이룬 삼페인 로제 인페리얼. 4 이 날 민찬에는 전주영화제 심사위원인 배우 정우성과 류승완 감독이 자리를 빛냈다.



Stay chic

이번 시즌은 팬츠의 전성시대라 할 만큼 다양한 형태의 팬츠가 강세를 이뤘다. 한동안 스키니 진만 선호하던 패션 트렌드를 뒤로하고 실루엣이 유연한 와이드 팬츠부터 꾸미지 않아도 과감한 멋을 즐길 수 있는 프린트 팬츠, 경쾌한 길이의 크롭트 팬츠까지 길이, 실루엣, 소재 등에 변화를 준 다채로운 팬츠 룩을 선보인 것. 활동성과 세련된 감각을 모두 겸비한 S/S 팬츠 트렌드를 소개한다.

Soft wide pants '와이드 팬츠' 하면 떠오르는 이미지는 1980년대 복고 무드다. 어느 순간 스키니 팬츠가 대중화되면서 옷장 깊숙이 숨어버린 와이드 팬츠는 일상복으로 소화하기 어려운 스타일로 간주되거나 촌스럽게 느껴지기도 하는 것이 사실. 하지만 작년부터 컬렉션과 해외의 스트리트 패션에서부터 전파된 와이드 팬츠 스타일링은 그동안의 편견을 무너뜨릴 만큼 실용적이고 클래식하다. 아직까지 스키니 진의 열기가 식지 않은 한국에서도 와이드 팬츠를 입은 여성을 심심치 않게 만날 수 있다. 이는 많은 국내 연예인이 공식석상이나 결혼식 하객 복장으로 와이드 팬츠를 선택하면서 인식이 달라졌기 때문이기도 하지만, 한층 우아하고 고급스러운 실루엣과 재미난한 소재로 선보이고 있는 와이드 팬츠의 변화 역시 여심을 흔들기에 충분하다. 특히 이번 시즌엔 실크 파자마 팬츠를 연상케 하는 부드러운 실루엣의 와이드 팬츠가 강세인데, 몸을 구속하지 않는 유연한 디자인과 움직임 때마다 몸을 감기며 찰랑이는 가볍고 부드러운 소재를 적용해 한층 여성스러운 느낌을 강조한 것이 특징이다. 이는 여성스러운 블라우스와 함께 스타일링해 포괄하면서도 클래식한 룩을 완성하거나 니트 웨어나 루스한 면 티셔츠와 매치하면 편안하면서도 세련된 데이 웨어를 연출할 수 있다. 무게감이 느껴지는 소재보다는 실크, 새틴처럼 실루엣이 아래로 푹 떨어지는 부드러운 소재를 선택하는 것이 고급스러운 느낌을 살릴 수 있는 방법이다.

Daring print pants 요즘 백화점 여성 의류 코너에 가면 여자들의 스타일이 점점 과감해지는 것을 실감한다. 핑크, 오렌지, 옐로 등 비비드한 컬러를 넣어 플라워, 도트, 벨, 체크, 스트라이프 등의 과감하고 화려한 프린트 아이템을 쉽게 만날 수 있기 때문. 특히 작년부터 새로운 트렌드로 자리 잡은 프린트 팬츠의 인기는 이번 시즌까지 이어진다. 스텔라 매카르니, 이자벨 마랑, 발랑, 루이 비통 등 하이 패션 브랜드에서 선보인 과감한 프린트 팬츠는 자라, H&M 등의 SPA 브랜드에서도 쉽게 접할 수 있을 만큼 대중화되고 있는 추세다. 여기에는 베이직한 무채색 상의와 매치하는 것이 가장 안전하지만, 그렇다고 소심하게 매번 똑같은 상의만 매치할 수 없는 법. 초보적인 발상에서 벗어나 프린트 컬러와 반대되는 컬러의 상의로 포인트를 주거나 소재감이 좋은 니트, 구조적인 재킷과 매치하거나 패턴과 패턴을 믹스해 스타일에 위트를 주는 것이 세련된 스타일링 방법이다. 색재가 강하고 프린트가 과감한 팬츠에는 블랙이나 화이트 상의로 화려함을 차분하게 눌러주고, 프린트 팬츠에 프린트 상의를 매치할 땐 은은한 패턴을 선택하는 것이 멋스럽다.

Tailored pants 팬츠 슈트를 입은 여자는 매우 특별하다. 무심한 듯 쿨한 애틀티드, 그리고 남성적인 카리스마와 부드러운 여성미를 동시에 갖춘 스타일은 그 어떠한 룩보다 파워풀하고 섹시한 느낌을 준다. 다리 라인에 푹 떨어지게 맞춤 재단한 남성복 느낌의 테일러드 팬츠는 이번 시즌 절제된 정장 재킷과의 단조로운 매치를 넘어서 뷔스티에, 시스루 톱 등 여성스럽고 로맨틱한 요소와의 믹스 매치를 통해 다채로운 모습으로 선보인다. 대표적으로 에디 슬리먼의 생 로랑 파리 컬렉션에서는 1960년대 입생로랑의 아카이브에, 여태껏 그가 선보인 슬림하고 사프한 스타일을 더해 군더더기 없이 간결한 라인의 테일러드 스키니 팬츠를 선보였다.

Street cropped pants 날이 더워지는 봄여름 시즌에 접어들면서 발목 선이 드러나는 크롭트 팬츠가 인기다. 엉덩이와 다리 라인에 꽉 맞는 디자인보다 스트리트 룩에서 흔히 볼 수 있는 보이 프렌드 팬츠나 배기팬츠처럼 엉덩이 부분이 헐렁하고 여유 있는 실루엣이 강세. 길이는 5부부터 7부, 9부까지 다양하다. 다리가 짧거나 종아리가 굵은 체형이라면 밑단으로 갈수록 퍼지는 부츠 컷 라인의 크롭트 팬츠를 선택할 것. 블루마린은 부드러운 실크 소재의 크롭트 팬츠로 우아하면서도 시팅스러운 룩을 선보였으며, 스텔라 매카르니는 여성스러운 페플럼 톱이나 엉덩이를 덮는 길이의 베이스 볼 점퍼를 믹스 매치해 크롭트 팬츠의 다양한 스타일링을 보여준 대표적인 컬렉션이다. 에디터 권유진



