

MONT
BLANC 



Pioneering since 1906.
For the pioneer in you.

1906년부터 이어온 개척 정신,
바로 당신을 위한 것입니다.

110년 동안의 개척 정신을 기념하여
아르누보 모티브로 재탄생한
헤리티지 컬렉션 루즈 앤 느와는
몽블랑 초기 만년필에 대한 오마주입니다.

montblanc.com/pioneering.
Crafted for New Heights.



Style

조선일보

MAY 2016
vol.141



Ermenegildo Zegna

TIFFANY & Co.

NEW YORK SINCE 1837

The curves and swirls of the fern, one of nature's most ancient and elemental creations, have been captured in a wild profusion of brilliance. Remarkably reimagined in a cuff with more than 1,800 breathtaking diamonds.





LOS ANGELES, 2016



MICHAEL KORS

MICHAELKORS.COM

미술작품이 보인다

Community Gallery
LUKINART



39

44



표지에 등장한 이따지는 '편안한 우아함(Elegance of Ease)'을 주제로 선보이는 0필리아 명품 남성복 브랜드 에르메체집도 재니의 2016 S/S 컬렉션. 독창적인 테일러링은 물론, 여유로움이 느껴지는 실루엣과 스타일링은 캐주얼하면서도 스포티한 무드를 드러낸다. 남성으로서 누릴 수 있는 최고의 우아함과 편안함, 기능성을 접목해 일과 여가 시간을 넘나드는 현대 남성의 라이프스타일에 최적화된 스타일을 제안한다. 문의 02-518-0285

26



10

- 14 21세기 소비의 진화, 쇼핑이 더욱 똑똑해지는 이유 소비를 통해 자신의 철학과 가치를 입증할 수 있는 시대가 도래하면서 첨단 방식의 소비에 대한 관심이 뜨거워지고 있다.
- 16 THE JEWELRY 작지만 인상적이고 사랑스러운 기프트를 위한 캐성 넘치는 주얼리 컬렉션.
- 18 THE FASHION FOR HIM 인독 높은 그의 취향에 맞추려면 실용성은 물론 스타일까지 두루 만족시켜야 한다. FOR HER 그녀의 입가에 환한 미소를 짓게 할 패셔너블한 기프트 아이템.
- 22 THE WATCH 신중함이 느껴지는 남다른 선물이 필요하다면? 선물하는 이와 받는 이의 품격을 모두 높여줄 워치 컬렉션.
- 24 THE BEAUTY 한없이 빛가만 한 고미운 인연들에게 의미 있는 선물을 하고 싶다면 화장품이 정답이다.
- 25 COFFEE BREAK 바쁜내 누르면 내 집이 카페다. 카페만큼 훌륭한 커피 한 잔을 제공해줄 4대의 커피 마신.
- 26 OH, MY GIRL 도발적이지만 우아하고, 대담하지만 패미리한 감성이 돋보이는 5월의 룩.
- 34 BEYOND THE BASE 더욱 가볍고 혁신적으로 진화한 베이스 메이크업 아이템.
- 35 CLEANSING PERFECTION 코스메 데코르테의 'AQ 밀리오리티 리페어 클렌징 크림'과 'AQ 밀리오리티 리페어 포밍 워시'에 클렌징의 답이 있다.
- 36 SIGNATURE LUXE 실용성과 디자인, 브랜드 가치까지 갖춘 알프 로렌의 기프트 컬렉션.
- 37 ART OF BEAUTY 같고 평화로운 기운을 한 폭의 작품에 담아 뜻깊고 아름다운 선물이 될 '실화수 화점도 리미티드 에디션'.
- 38 ULTRA FLAT 신제품을 선보일 때마다 시계 역사에 새로운 길을 개척하는 리치드 밀이 엑스트라 플랫 워치를 출시했다.
- 39 TIMELESS RITUAL 아모레퍼시픽 타임 레스폰스 컬렉션과의 만남을 위해 제주를 찾았다.
- 40 HOTTEST SHOP LIST 나 자신에게 주는 선물로는 물론, 소중한 지인에게 건넬 선물로도 손색없는 기프트 셀렉션.
- 41 LEGENDARY ICON 브랜드 '칼 라가펠트'의 CEO 피에르 파울로 리기와 한국 '첫 플래그십 스토어'에서 이야기를 나눴다.
- 42 BLOOM OF LIPS 다채로운 컬러링이나 다양한 질감과 디자인을 갖춘 2016 신상 립 컬러 아이템.
- 43 EDITOR'S PICK '내추럴 스킨'을 표현하기 위한 뷰티 잇 아이템을 (스타일 조선일보)가 미리 체험해보았다.
- 44 어포다블 아트, '디자인' 타고 '자연'동 일으킬까? 인류의 일상에서 '뉴 노멀'이 된 디자인 흐름이 롯데 높던 미술계에도 변화를 일으키고 있다.

BVLGARI.COM



BVLGARI ROMA



LVCEA

Style 조선일보

Issue.141 May 2016



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. 허서이 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 (스타일 조선일보) 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

대표 | 방정오 cbang@chosun.com 이사 | 이석기 stonelee@chosun.com
편집장 | 김유미 ymkim@chosun.com 피처 디렉터 | 고성연 amazingk@chosun.com
패션 - 뷰티 디렉터 | 배미진 mijin@chosun.com 에디터 | 권유진 yjkwon@chosun.com
에디터 | 이지연 easyear@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com
교열 | 이정현 어시스턴트 | 김수민 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com
김준석 adjoons@chosun.com 박승현 shpark@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com
분해 - 재판 | 새빛 그래픽스 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 서빙고로 413
현대 하이패라온 비즈나스센터 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, 수원, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.

* 3·4·9·10월은 첫째, 셋째 주 수요일에 각주로 두 번 발행됩니다.
* 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다. * 스페셜 에디션은 일로 발행됩니다.



Jewel CANDY CRUSH

컬러풀하고 달콤한 디자인을 연상하게 하는 주얼리 컬렉션.

가운데 유티터 시계 방향으로) 달콤한 사탕 모양의 컬러풀한 디자인을 떠올리게 하는 파리 누벨라드 컬렉션 링과 네크리스. 각 5만원인데 모두 **가르띠에**, 선명한 블루 터키즈로 나비 모티프를 형상화한 스위트 알렉산드리아 링 6만원 **반클리프 아펠**, 화사하게 높은 화려한 스타를 세팅한 컬러 스톤 주얼리, 블루 터키즈로 나비 1천원인데, 핑크 사파이어 링 1천원인데, 옐로 다이아몬드를 세팅한 옐로 링 6천원인데 모두 **타피나**. 두 마리의 나비를 비주얼적으로 세팅한 루 비아클러이 마더오브밀 컬렉션 2천3천원인데 **반클리프 아펠**, 아코아 잔류와 다이아몬드를 포도송이처럼 세팅한 링 3천원인데 **타피나**, 정교한 정성품을 달콤한 디자인처럼 세팅한 불가리 불가리 로만 스킵에 링 각 3천원인데 모두 **불가리**. 에디터 **베이지**



Fashion BE SEQUINED!

반짝이는 비즈와 스팅글, 화려함이 시끄러운 봄을 일러는, 더없이 반짝이는 패션 아이템.

(왼쪽 유티터 시계 방향으로) 라베를 슬러이드 슬러퍼 49만원에 **마크스 쿠퍼 by 마인**, 리파이렛 67만원에 **유자.야 by 마인**, 러를 장식이 돋보이는 오인을 1백30만원에 **구찌**, 림 모티브 디오.사스 백, 31X21cm, 9백2만원에 **구찌**, 크리스탈과 스팅글 장식이 어우러진 마이브로 시아즈 피카부 백, 17X12cm, 가격미정 **벤디**, 핑크 스팅글 장식의 드림 아이링 60만원에 **프라다**. 에디터 **베이지**



Beauty SLEEPING BEAUTY

우리가 깊은 잠에 빠지는 밤은 피부 탄력에 중요한 글리콜과 엘라스틴이 가장 많이 생성되는 시간이다. 이러한 수면 시간을 이용해 슬리핑 케어까지 더한다면 그 효과는 배가될 것. 자면서 예뻐지는 워시앤드 타입의 슬리핑 팩.

(왼쪽 유티터 시계 방향으로) **프래시 로즈 페이스 마스크**는 평소 얼굴이 쉽게 들어오르는 이들에게 추천하는 글리콜 슬리핑 팩이다. 3.5분의 신선한 정미꽃에서 증류 추출법을 통해 단 1kg만 얻을 수 있는 고귀한 로즈 오일이 메인인데, 여기에 오이 추출물과 알로에베라 잎 추출물을 가득 함유해 광미 및 진정 효과가 탁월하다(100ml 8만2천원). 설탕수의 베이스를 가진 '여유롭게 이어 새롭게 출현' **화수수 설안** 팩은 백운을 원료로 만들었다. 독자 기술로 동근 캔슬 속에 백운 파우더를 채워 넣어 피부 속에 미세하고 깊이 전달돼, 밤사이 피부 장벽을 강화하고, 노폐물을 제거하고, 스킴을 통해 이용해 얼굴뿐 아니라 목까지 기가 쉽게 마사지하면 매끄럽고 탱탱한 피부결과 라인도를 만들 수 있다(80ml 8만5천원). 미세 먼지와 황사로 예민해진 피부에 응급 처방이 필요할 때, **카멜 미세 먼지 차단 하얀 마스크**를 사용하자. 바르는 즉시, 피부 표면에 공해 차단 네트워크를 촘촘하게 형성하고, 오렌지 추출물의 강력한 항산화 효과로 피부 손상을 막아주며, 스킴으로 생분을 통해 피부 자체의 장벽을 강화한다(75ml 3만8천원). **리베르 인텐티브 라비어리이징 마스크**의 또 다른 이름은 '연미 베니 마스크'. 지친 피부를 단 8분 만에 에너지를 충전해주는 팩으로 전체에도 고급 에스센스 효과를 누릴 수 있다. 해초 생물이 피부 진정엔 '아라 광채, 윤기, 보습, 주름 개선'에도 도움을 주고 피부 변연의 생리 활력을 되찾아준다(75ml 20만원). **야모페사피프 타입 레소스 스킴 리뉴얼 슬리핑 마스크**는 30년 이상 된 녹차 뿌리에서 발견된 시과닌과 식물 정화 작용을 하는 가바(GABA) 성분을 통해 자는 동안 피부 재생력을 최대로 끌어올려주는 수면 팩이다. 상큼한 베리 노트 향취와 로즈, 네롤리 향이 어우러져 숙면을 취할 수 있도록 도와준다(50ml 22만원). 에디터 **이재현**

INSIGHT

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

Art Collaboration MINI, 뉴 미니 컨버터블에서 영감을 받은 'STAY OPEN 랜드 아트'

"여행자는 때때로 '위대하고 선한 장소에 도달하고는 그의 행운에 감사한다.' 어떤 여행 작가의 말을 빌리자면 유채꽃 만발한 봄날의 제주는 위대하고 선한 장소라는 표현이 꽤나 잘 어울리는 곳이다. 그 이렇듯 제주도에서 이트까지 입힌 풍경을 음미할 수 있다면 행운을 넘어 축복이라고 느껴질 것이다. 특히 대자연 배경으로 펼쳐는 랜드 아트(Land Art)라든 한국 땅에선 제주만 한 곳이 드물지 않을까. 지난 4월 초, 제주도에서 프리미엄 소형차 브랜드 미니(Mini)가 국내 아티스트들과 손잡고 전개한 아트 컬래버레이션은 랜드 아트의 미학을 다분히 느낄 수 있는 기회였다. 브랜드와 예술이 만나는 협업의 미학은 늘 그렇지만 '상생'에 있다. STAY OPEN 랜드 아트는 제주를 단 한 협업에서는 그 사자의 황금 비율이 잘 지켜진 듯하다. 볼꽃으로 수놓은 길과 아찔한 옥돌들, 그리고 짙은 푸른빛 바다를 배경으로 오픈 톱 모델인 뉴 미니 컨버터블을 타고 달리는 자유로운 즐거움을 설치미술과 공예 등 자신만의 관점과 언어로 풀어냈다. 이광호 작가는 작품 두 점을 선보였는데, 이중 Blue Wind는 제주도의 삼대(중) 중 하나인 '바람'을 이용한 것들이 미니를 배경으로 나부끼는 작품이다. 잔디 위에 펼쳐진 도형들을 활용한 그의 또 다른 작품 'Blocks'는 미니가 있는 특별한 작은 섬을 형상화한 작품으로, 뉴 미니 컨버터블의 대표 색인 캐러비언 블루가 제주 바다의 푸르름과 멋진 앙상블을 자아낸다. 'STAY OPEN'이라는 슬로건처럼 바람에 나부끼는 것들의 환한 소리와 시원한 파도 소리가 답답한 현대인의 마음을 공감각적으로 조금이나마 열어줄길 바란다고 작가는 설명했다. 구세나 작가는 영무새 부리 모양의 향이리에 LED 조명을 접목한 오브제 작품과 도로 양 옆에 마치 반도들이 날아다니는 듯한 느낌을 연출한 설치 작품으로 눈길을 사로잡았다. 또 정문열 작가는 검교수의 제주 특유의 녹지 위에 가장 수려한 기상 현상으로 일컬어지는 인공 무지개를 띄웠다. 미니는 명품 카메라 브랜드 라이카와 손잡고 이중 브랜드 간의 컬래버레이션도 펼칠 예정이다. 5월 16일부터 한 달간 라이카스토어 강남에서 시전작가 오중석의 <STAY OPEN>전이 열린다. 에디터 **고성연** 제주 현지 취재



이광호 'Blocks'

구세나 'Blue Blooms'

Book <패션 MD: 아무도 알려주지 않는 편집숍 바잉의 비밀>

편집숍을 사랑하는 이라면 누구나 들어봤을지언 이름 '스페이스 놀'을 카운팅 주인공이 브랜드와 스타일, 시장에 대한 조사부터 실제 구매까지 패션 MD가 알아야 할 A-Z를 담은 사적을 펴내 눈길을 끈다. <패션 MD: 아무도 알려주지 않는 편집숍 바잉의 비밀>이라는 책으로, 저자 김정이는 원래 노어-문화를 전공한 인문학 전공의 패션 MD라는 독특한 이력을 지녔다. 도스토옙스키 전문가였다는 저자는 우연히 '잇드르인 패션계'에 잠깐만 돌이키기로 했다가 결국 삶의 결길로 들어섰고, 그 매력에 빠져 8년 동안 패션 MD로 활약하고 있다고 털어놓는다. 그동안 편집숍 '스페이스 놀'을 통해 하서, 에르노의 여성복 라인을 국내 시장에 처음 소개했고 호프, 티아거, 오브 스퀘어, 메릴링 등의 브랜드를 독점적으로 전개해왔다. 편집숍의 매력은 여러 브랜드를 품을 수 있어 하나의 브랜드가 충족시킬 수 없는 다양한 부분을 채운다는 데 있다. 그래서 이 책에서는 '브랜드가 아닌 스타일을 파는 공간'이라고도 칭했다. 러시아어로 '영', '버어 있다'는 뜻을 지닌 '볼(вul)'이라는 단어가 시사하듯이 '어떤 것이든 담을 수 있는 공간' 셈이다. 김정이는 자신이 지난 8년간 쌓은 편집숍 패션 MD의 노하우를 세세하게 짚어주려 했고 강조한다. 실제로 이 책은 주목해야 할 오프라인 편집숍, 인기 있는 패션 블로거들의 스타일, 파리, 런던, 밀라노, 뉴욕, 도쿄, 코펜하겐과 스톡홀름의 편집숍들, 세계 4대 컬렉션의 패어 그리고 인문학적인 시각에서 분석한 민주성에 따른 형성 노하우까지, 다채로운 정보로 가득하다. 또 저자가 직접 발로 뛰어가며 짚어주는 세계적인 패션 도시들의 생생한 현장 사진도 만날 수 있다. 패션계계를 들여다보고 싶은 초년생이나 향후 편집숍 오너가 되고 싶은 후보생들, 혹은 그냥 패션 자체를 사랑하는 이들 모두가 관심을 가질 만한 책이다. 가격 1만6천원(백엔일예이치코리아). 에디터 **고성연**



FENDI.COM

FENDI



미끈의 패턴을 입힌 화려한 모티브가 강렬한 인상을 남기는 플립 스타일의 이드무아젤 체어 1백20만원대 카르텔.



모노톤으로 표현해 더욱 감각적인 정원의 풍경을 표현한 엡스러운 양산 5백만원대 에르메스.



이국적인 모티브와 컬러풀한 색감이 드러미특한 분위기를 연출하는, 세상에 하나뿐인 모로코산 핸드메이드 카펫 1백30만원 에이류스.

for her Selection

정원으로 초대된 듯한 보태니컬, 페미닌의 상징인 플라워, 여행지의 추억을 떠올리게 하는 에스닉한 패턴까지, 생동감 있는 공간을 위한 리빙 아이템. *photographed by park sung hoon*



동화책의 한 페이지를 펼쳐 놓은 듯한 트레이 620천원 파인 리틀 데이 by 짐벨랑.



크리스탈의 명기 바카라의 품격이 고스란히 담긴 글라스 66만원 바카라.



가천 아성의 자연을 추상화한 강렬한 이미지의 2인용 소파 1백10만원 레나 by 아템.



미드코나 나무에 진주와 황동을 상감기법으로 새겨 넣은 오징 모티브의 오프로, 5백70만원 루즈.

블랙 & 화이트의 컬러 매치로 모던하게 돌아온 플라워 패턴 연필 1세트(5지류) 1만5천원 디자인테라스 by 이노에사.



2014년 2월을 기념하는 연이은 양철 도자기의 시그니처 패턴이 살아 있는 블루 하프웨이즈 인포트 55만원 로얄 코렌하겐.



프린트 한센에 새로운 감각을 더한 하이메 아몬의 몸체어 패턴 버전 4백만원 프리츠 한센 by 비블리오메고.



초록의 싱그러운이 상쾌한 캔들 2만원대 H&M 홈.



전통 장수재리방 (원천나트) 사티엔리스트 초안정

- 카르텔 02-517-2002
- 에르메스 02-544-7722
- 에이류스 02-3785-0860
- 아템 02-793-7773
- 이노에사 02-3463-7752
- 루즈 02-516-0016
- 짐벨랑 070-8842-0835
- 바카라 02-3448-3778
- 존루이스 02-310-5379
- 로얄 코렌하겐 02-749-2002
- H&M 홈 1577-6347
- 비블리오메고 062-351-9966
- 엘즈 02-511-7911
- 하우스라벨 070-4119-2566



노출 프레임과 아치형의 세이프, 외부는 물론 내부까지 오리엔탈풍 나뭇잎 패턴으로 장식한 유니크한 수납장인 튜더 캄보 1천1백만원대 모오이 by 엘즈.

우아한 레이스 원단에 코팅 처리를 한 라틴 바구니 4만원 하우스라벨.



COLOMBO

VIA DELLA SPIGA



파이프를 커케이 쌓아놓은 프레임과 사선 스트라이프 패턴이 눈길을 끄는 벽시계인 비안코 39만9천원 **다이안타니 & 도메니코니 by 아헤베드.**



꽃병에 식혀 사용할 수 있는 페이퍼 베이스 2만5천원 **라공홀.**



네덜란드 디자인 듀오 슐텐 & 비앙이 일본 아리타 도자와와 협업해 선보이는 컬러 포슬린 시리즈 10만6천원 **아리타 by mmmg.**



망고 우드에 컬러풀한 지오메트릭 패턴으로 장식한 빈티지한 서랍장 2백65만원 **가네.**

for him Selection

기하학적인 지오메트릭, 미니멀한 스트라이프 등의 패턴을 활용하면 시크하면서도 모던한 공간을 완성할 수 있다. 임팩트 있는 공간을 위한 키 아이템. *photographed by park sung hoon*



스트라이프 패턴의 시크함이 돋보이는 소근 테이블 스탠드 1백34만원 **아르타미에 by 아템.**



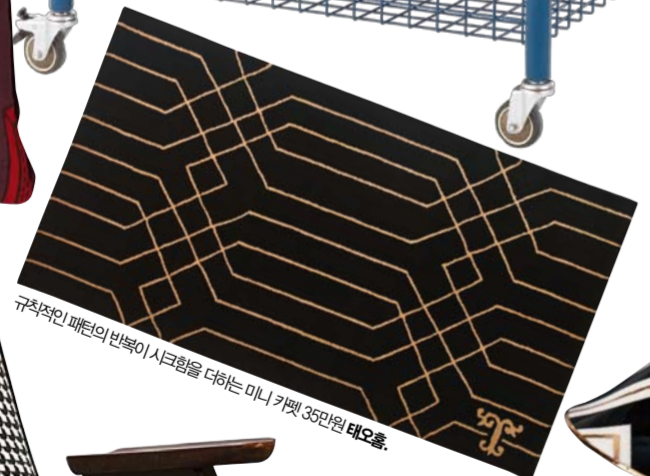
미치 너사한 듯한 선형적인 패턴이 일상의 지루함을 달래는 휴게용 가물 각 5천원 **해이 by 짐블랑.**



의자 아래 바스켓을 달아 수납 기능을 더하고 캐스터로 이동의 편리함을 갖춘 1인용 침대 임체어 90만원 **레이모우.**



블록 놀이를 연상시키는 패턴의 쿠션 9만5천원 **해이 by 이노베사.**



규격적인 패턴의 반복이 시크함을 더하는 미니 카펫 35만원 **타오름.**



각기 다른 지오메트릭 패턴의 매치로 드라마틱한 이 미치를 완성하는 가족 소재 임체어 앙백인원대 **박스터 by 에이스 에비뉴.**



리드미컬한 세련된 패턴의 다용도 서랍리 수납함 3만1천원 **존루이스.**



이탈레로 스타일의 모던한 해석이 담긴 핸드메이드 화병 36만원 **해미원.**



강렬한 스트라이프 패턴의 번주가 돋보이는 카피잔 세트 2만5천원 (1세트) **마틴스텔라링.**



브라운 대리석 팔레트와 컬러풀한 우드 팔레트로 구성된 드라마틱한 사이드 테이블 2백18만원 **엔트레디션 by 이노베사.**

- 아헤베드 070-8804-6495
- 라공홀 02-6365-5162
- mmmg 070-4125-1520
- 가네 070-4122-9874
- 10 크로스 코오 02-3018-1010
- 아템 02-793-7773
- 짐블랑 070-8842-0835
- 레이모우 02-6227-6116
- 해미원 02-517-8001
- 마틴스텔라링 02-2192-3050
- 이노베사 02-3463-7752
- 타오름 02-3672-2302
- 에이스 에비뉴 02-541-1001
- 존루이스 02-310-5379



KARL LAGERFELD

#KARLLAGERFELD
GALLERIA WEST 3F
DOSAN STORE



21세기 소비의 진화, 쇼핑이 더욱 똑똑해지는 이유

당신은 어떻게 소비하는가? 사회문화와 인류학의 관점에서 '쇼핑'은 '책식' 다음으로 현대인의 관심과 일상을 지배하는 활동으로 분류된다. 인간은 생필품이나 사치품을 직접 생산하지 않고 쇼핑을 통해 취득하도록 진화해왔기 때문에 이제는 비즈니스와 사회적 지위, 지식과 정보, 행복과 안락함까지 쇼핑할 수 있는 경지에 이른 것이다. 그러나 17세기 프랑스 철학자 데카르트가 "나는 생각한다. 그러므로 나는 존재한다(Cogito, ergo sum)"라고 말한 것이, 미국 미술가 바버라 크루거에 의해 나는 쇼핑한다. 고로 존재한다(I shop therefore I am)로 변화한 것도 무리는 아닐 것이다. 이제 20세기 프랑스의 사상이 장 보드리야르가 "쇼핑은 커뮤니케이션의 수단이다"라고 단언했을 정도로 소비는 현대인에게 가장 중요한 활동으로 정착했다.

개인화된 서비스스크립션 서비스를 주목하라

하지만 현대인이 해야 할 일은 점점 늘고 있고, 효율적 소비를 위한 정보는 과잉 상태다. 신뢰할 수 없는 정보에 골치야 아프고, 가끔은 마켓에서 신선한 과일과 와인을 고르는 짧은 시간조차 사치로 느껴질 때가 있다. 한창 바쁠 때는 온라인이든 오프라인이든 쇼핑을 한다는 것 자체가 부담스럽다. 그럴 때면 누구나 내 취향을 나만름 잘 아는 전문가가 알아서 내가 좋아할 만한 물건들을 집으로 배송해주면 좋을 텐데, 하는 생각을 한 번쯤 하게 된다. 이런 점에서 서비스스크립션과 큐레이션 서비스가 개인화 과정에 도입했다는 소식은 반갑지 않을 수 없다. 각 분야의 전문가가 정기적으로 상품을 제공해주는 비즈니스를 '서비스스크립션 서비스(Subscription Service)'라고 한다. 서비스스크립션은 큐레이션 서비스(Curation Service)와도 일맥상통하는데, 큐레이션 역시 전문가가 매력 있는 제품을 선별해서 합리적인 가격으로 공급하는 형식이다. 서비스스크립션과 큐레이션 모두 보편적 상품 추천 서비스를 넘어 소비자 개인의 취향을 파악한 스마트 에이전트로 진화하고 있다는 점을 주목해야 한다. 서비스스크립션 서비스는 2010년 미국의 화장품 구독 서비스 버치 박스(Birch Box)에서 처음 시작했는데, 당시만 해도 누구나 좋아할 만한 다채로운 화장품을 저렴한 가격으로 우르르 제공하는 형식이었다. 하지만 최근 인기를 끄는 서비스스크립션은 고객의 취향을 꼭 짚어서 서비스하는 것으로 브라이트 셀러와 쇼핑물 팬시, 데이트 인 어 크레이트 등이 있다.

'브라이트 셀러(Bright Cellars)'는 홈페이지에 들어가면 간단하면서도 흥미로운 일곱 가지 퀴즈를 풀게 되는데, 고객의 답에 기반해서 세부적으로 취향을 분류해 와인을 추천해준다. 추천해준 와인을 배송받은 고객은 웹사이트에 평점을 기록할 수 있고, 이를 반영해 더욱 섬

세한 추천이 이어진다는 것이 매력적이다. '팬시(Fancy)' 쇼핑물에서는 운영자들이 선별한 독창적이고 흥미로운 제품을 구입할 수 있는데, 페이스북과 연동되어 전문가나 친구에게 적합한 제품을 추천받을 수도 있다. '데이트 인 어 크레이트(Date in a Crate)'는 간단한 앙케트와 고객의 SNS와 연계한 데이트 코스를 추천한다. 테마별로 제공되는 데이트 코스에는 레스토랑과 간식거리까지 포함되어 있으며, SNS 정보를 분석해 매번 새로운 테마를 제안하는 것이 장점이다. 큐레이션이 미치지 못하는 영역이 없다는 면에서 개인과 커뮤니케이션하며 진화하는 서비스스크립션의 앞날이 더욱 기대된다. 한편으로는 우수부단한 현대인의 결정 장애가 심화될 것 같은 우려도 든다. 나보다 나를 잘 아는 프로그램이 있다니, 신기하면서도 한편으론 부담스럽기도 하다.

오픈채널과 스마트 쇼퍼

인터넷 서점 때문에 동네 서점들이 사라져가는 요즘, 세계 최대 온라인 쇼핑물 아마존이 4백 개의 오프라인 서점을 오픈할 것이라고 발표해 화제가 됐다. 도서나 상품을 고객이 직접 체험하거나 수령할 수 있게 하기 위한 새로운 전략이었는데, 어쨌거나 반기운 소식이 아닐 수 없다. 이렇듯 온라인과 오프라인, 모바일 등을 자유롭게 넘나드는 오픈채널(Omnichannel) 시대의 진화는 이미 우리나라의 석학 이어령이 2006년 <디지털로그>를 통해 예견한 바 있다. 이어령은 디지털과 아날로그의 결합을 뜻하는 신조어 디지털로그를 통해 해답은 단 하나가 아니라고 말했다. 장단을 하나로 결정하는 것이 중요한 게 아니고, 각 채널의 단점은 버리고 장점만 융합해 발전시켜나가야 한다고 강조한 것이다. 서울대 소비트렌드분석센터의 김나도 교수가 주축이 되어 선정한 <트렌드 코리아>(미래의 창)에서도 오픈채널의 최근 경향에 대한 분석을 찾아볼 수 있다. 오픈채널은 온라인, 오프라인, 모바일, 카탈로그, 콜센터 등 여러 쇼핑 경로를 소비자 중심의 관점에서 결합해 일관된 경험을 제공하는 수단이 되어야 한다. 오픈채널이 주목받는 이유는 가장 성공적인 소비 행위를 도출할 수 있기 때문이다. 소비자의 만족스러운 쇼핑은 기업의 매출 증대로 이어지며, 이를 통해 소비가 꼬리에 꼬리를 물며 증대된다. 오픈채널의 장점은 여러 가지인데, 먼저 소비 지출 점유율을 높일 수 있다는 걸 들 수 있다. 미국의 존 루이스 백화점은 매장에 설치된 인터랙티브 스크린으로 고객이 제품을 검색하고 온라인 주문도 할 수 있게 배려했고, 메시 백화점은 재고가 없을 경우 온라인으로 주문해놓고 매장에서 찾아가게 하는 프로그램을 운영한다. 어떤 경로든지 간에 고객이 다른 업체로 이동하는 것을 방지해 소비를 극대화하는 것이다. 또 오프라인 매장

정보 과잉의 시대, 가치 있는 정보를 찾는 방법이 절실히 요구되고 있다. 특히 현대인의 가장 영향력 있는 활동인 소비가 정보 습득으로부터 이루어지고, 소비를 통해 자신의 철학과 가치를 입증할 수 있는 시대가 도래하면서 첨단 방식의 소비에 대한 관심이 뜨거워지고 있다. 이제 인간은 쇼핑하기 때문에 존재한다고 말해도 과언이 아닌 시대가 되어버렸다.

에서는 모바일 솔루션을 도입해 고객이 보다 스마트하게 쇼핑할 수 있도록 돕는다. 월마트에서 인스토어 모드 앱을 설치한 고객은 프로모션이나 신제품 정보를 제공받을 수 있을 뿐 아니라, 결제 대기 라인에 들어서면 쇼핑 카트에 담긴 제품과 관련된 물품 정보를 모바일로 받을 수 있는 것이 그 좋은 예다. 마지막으로 오픈채널과 빅 데이터의 성공적 조우를 기대할 수 있겠다. 온라인과 SNS의 빅 데이터를 분석해 오픈채널을 구축하는 기업이 늘고 있다. 애플도 블루투스를 기반으로 오프라인 매장에서 고객 위치와 동선을 파악하고 결제까지 이뤄지게 하는 아이비콘(iBeacon)을 선보였다. 온라인, 오프라인, 모바일 등 어느 경로로 쇼핑을 할 것인지 고객의 마음은 하루에도 몇 번씩 변하기 마련이니, 이에 철용성 같은 오픈채널을 구축한 기업들의 준비성에 찬사를 보낸다.

마음까지 따뜻해지는 착한 소비와 참여감

첨단 기술과 연계된 완벽한 소비 형태들을 연이이 감상하고 나니, 잠시 숨을 돌릴 여유가 절실히 된다. 윤리적 소비(ethical consumption)의 증가는 현대인의 다소 이기적인 소비 성향을 중화하며 아직 세상은 살 만한 곳이라는 위안을 준다. <머니위크>의 최근 보도에 따르면, 미국의 사회적 책임(CSR) 컨설팅업체 킨로퍼의 조사에서 응답자의 84%가 가격이 비슷하다면 사회적 책임을 다하는 기업의 제품을 구매하겠다고 답했다. 또 브랜드 컨설팅 회사 콘 커뮤니케이션스가 실시한 미국, 캐나다, 영국, 독일, 일본 등 세계 9개국 소비자 1만 명을 대상으로 한 설문 조사에서도 전체 응답자 중 94%가 같은 답변을 했다. 지구 환경과 동식물에게 피해를 주지 않고 공정한 대가를 지불해 상품을 구입하지는 윤리적 소비의 물결은 소비를 통해 자신을 대변하고 커뮤니케이션하려는 현대인의 특성이 반영된 가장 숭고한 행위일 것이다. 소비의 만족감을 증진시킬 뿐 아니라 자신의 윤리적 책임도 과시할 수 있으니 그야말로 일석삼조다.

탐스 슈즈(Toms Shoes)는 신발 한 켤레가 팔릴 때마다 어려운 형편의 아이들에게 신발 한 켤레를 기부하는 사회적 기업으로 인지도가 높다. 사람들이 인스타그램을 이용해 맨발 사진을 올리면 탐스 슈즈가 그 숫자대로 신발을 기부하는 행사를 열어 결국 30만 켤레의 신발을 선물하는 아름다운 결과를 얻기도 했다. 최근에는 안경과 커피로도 사업 영역을 넓혀 불우한 나라에 수익을 기부하고 있다. 착한 소비가 기업과 소비자의 협업으로 완성되는 것이 특징이듯이, 고객이 참여하는 마케팅 역시 경로는 비슷하다고 할 수 있겠다. 대륙의 실수로 불리는 중국 브랜드 샤오미는 1백만 명의 소비자가 제품 개발에 참여하고, 이것이 소비에까

지 이어지도록 한다. "샤오미는 애플과 구글, 아마존을 합친 회사다." 샤오미 설립자 레이첼의 호언장담도 타당한 이유가 있었던 것 같다. 신간 <참여감>(와이즈베리)에 따르면 샤오미 공동 창업자 리완창은 창립 때부터 새로운 비즈니스 모델로 참여감 3·3법칙을 주장했다. 이 법칙은 제품 개발, 유통, 마케팅 전 단계에 걸쳐 고객을 참여시키고, 사용자와 친구가 되자는 세 가지 전략과 전술을 뜻한다. 평소 샤오미 홈페이지, 웨이신 등에서 적극적으로 활동하는 샤오미의 친구들은 '미팬'이라고 불리며, 매년 연말에는 '미팜 연례 시상식'에 초대된다. 이제 소비는 과거의 기능과 경험 중심이 아니라 참여형으로 진화한 것이다. 2010년에 창업한 샤오미가 불과 몇 년 만에 스마트폰뿐 아니라 TV, 공기청정기, 액션캠, 멀티탭, 이어폰 등을 세계적으로 히트시키고, 디자인과 성능, 가격 또한 호평 일색인 데는 설립자의 남다른 선견지명이 큰 역할을 한 것이다. <경쟁의 미래(Competing for the Future)>를 쓴 C.K 프라할라드는 기업 중심의 혁신은 끝났다고 단언했다. 오늘날 소비는 소비자의 참여로 확장되고 있기 때문에 진정한 혁신을 위해서는 기업이 소비자 중심의 구조로 개편되어야 한다는 것이다. 결국 지난해 샤오미의 스마트폰 판매율은 세계 4위로 급성장했으나, 이러한 참여형 소비에 대해 우리나라 기업들도 긍정적으로 생각해볼 필요가 있다.

카테일 컨슈머(cocktail consumer) 역시 적극적으로 소비에 참여한다는 점에서 위의 사례들과 연결된다. <2015-2017 앞으로 3년 세계 트렌드>(한스미디어)에 따르면 카테일 컨슈머는 마치 카테일을 만드는 것처럼 기존 제품을 재창조하거나 새롭게 믹스 매치하는 소비자를 일컫는다. 이들은 개인이 재구성한 자동차나 패션·뷰티 아이템을 SNS에 올리고 독창적인 레시피를 공유하기 때문에 기업의 매출에 막강한 영향을 끼친다. 카테일 컨슈머는 1980년 미래학자 앨런 토플러의 <제3의 물결>에서 소개한 '프로슈머(prosumer)'에서 기원을 찾을 수 있는데, 프로슈머는 지식을 기반으로 한 정보사회가 자리 잡으면 개인이 자신의 욕구를 충족시키려는 의지가 생겨 소비자자 곧 생산자가 된다는 이론이다. 30여 년 뒤를 예상한 앨런 토플러의 천리안에 놀라지 않을 수 없다.

현대인의 만족스러운 소비와 성공적 판매를 부추기기 위해 첨단 기술이 발전하는 것이 아닐까 생각될 정도로 지금 이 순간에도 소비의 물결이 거세게 일고 있다. 21세기 소비의 다채로운 매력에 탐닉하다 보니, 프랑스의 미식가 브리야 사베랭의 그 유명한 명언도 바꿔야 할 것 같은 생각이 든다. "당신이 어떻게 소비하는지 말해달라. 그러면 당신이 어떤 사람인지 말해 주겠다"로 말이나! 하루라도 쇼핑을 하지 않으면 살 수 없는 시대에기에, 소비에 대한 확고한 자기 철학이 더더욱 필요할 것 같다. **SI 글 이소연**(사진 미술에 중독된), <서울, 그 카페 홀더> 저자

THE JEWELRY

작지만 인상적이고 사랑스러운 기프트를 위한
 개성 넘치는 주얼리 컬렉션. *photographed by park gun zoo*



(유티터순시대) 옐로 골드로 개구주 패턴을 표현한 마이 다움 링 3백만원대. 행운의 부작인 별과 정미를 모티브로 완성한 로즈 드방 컬렉션 브레슬렛과 네크리스 각 2백만원대 모두 **다움 라인 주얼리**, 문의 02-513-0300. 건축적인 디자인이 인상적인 티파니 T 컬렉션 다이아몬드 와이어 링, 다이아몬드를 세팅한 화이트 골드 미니 스파일 펜던트 각 2백만원대, 옐로 골드 스파일 펜던트 1백만원대 모두 **티파니**, 문의 02-547-9488. 장미가시, 모티브로 한 손목 컬렉션 화이트 골드 링, 옐로 골드 링 각 1백70만원대, 네크리스 1백만원대 모두 **타사키**, 문의 02-3461-5558. 다이아몬드를 세팅한 네가지 컬러의 골드 소재 화이트 세라믹 라트르 체인 브레이슬렛, 클래식 코트르 브레이슬렛 각 6백만원대. 다이아몬드를 세팅한 세팅 옐로 골드 펜던트 7백만원대 모두 **부세온**, 문의 070-7500-7282. 베를리 시그처 링 2백80만원, 스위트 알함브라 뉴 컬렉션 다이아몬드 파베 펜던트 3백80만원, 신성한 불루 컬러의 터퀴즈를 세팅한 베를리 컬러 베라에이션 링 4백만원대 모두 **반블리프 아펠**, 문의 00798-882-16123. 신성한 그린 컬러 알라카이트를 세팅한 자음의 모티브의 아틀레트 드 가르피에 네크리스 2백70만원, 링 3백40만원 모두 **가르피에**, 문의 1566-7277. 세 가지 컬러의 골드가 인상적인 비제루원 링 2백만원대, 컬러풀한 부채 모티브의 디바스 드림 네크리스 각 2백만원대 모두 **불가미**, 문의 02-2056-0171. 백이지 골드 컬러의 코코 크러쉬 링 스톤 시리즈 2백만원대, 미디엄 사이즈 3백만원대, 가랜드이 모티브 네크리스 2백만원대 모두 **사실 하인 주얼리**, 문의 02-3442-0962. 블랙 세라미에 다이아몬드를 세팅한 디, 아이론 링, 영원의 사랑을 의미하는 디사이드 컬렉션 다이아몬드 네크리스, 화이트 세라미에 D 로고를 더한 디, 아이론 네크리스 각 2백만원대 모두 **다이아니**, 문의 02-3213-2141. 에더 **베미진**



라코스테 디지털 플래그십 Lacoste.co.kr

LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 



네이비와 화이트, 레드 컬러 플로링이 돋보이는 백팩, 30x45cm, 4백만원대
다음, 문의 02-3480-0104.
 토끼 프랑팅 레이스업 슈즈 60만원대
프라다, 문의 02-3218-5331.
 열소 가죽 소재의 네이비 브리프케이스, 40x33cm, 1백87만원대 **에르메네제쥬도 제나**, 문의 02-3453-2287



부드러운 파스텔 블루 톤의 브리프케이스, 46x30cm, 99만원대 **브로이어**, 문의 02-2106-3436



구멍이 뚫린 천과 가죽 소재로 제작한 메신저백, 29x18cm, 84만 천원 **힐프록센 퍼플라벨**, 문의 02-545-8200



편칭 디테일의 레드, 화이트, 네이비 가죽을 덧댄 모나코 스니커즈 77만원대 **몽클레르**, 문의 02-514-0900



열소 가죽 본연의 질감을 살린 블랙과 블루 색상의 남성 지갑 각 49만5천원 모두 **에르메네제쥬도 제나**, 문의 02-3453-2287

for him THE FASHION

안목이 높은 그의 취향을 맞추려면 실용성은 물론 스타일까지 두루두루 만족시켜야 한다. 고마운 마음을 담은 기프트 컬렉션.
 photographed by park gun zoo

스타일리스트 윤정영
 어시스턴트 이세영, 김수민



(왼쪽부터) 다양한 나일론 실을 내 겉으로 얹어 만든 우븐 나일론 밴드를 장착해 세로로 선보인 애플 워치, 모두 골드 알루미늄 케이스 버전으로 케이스 사이즈 38mm 37만9천원, 케이스 사이즈 42mm 43만9천원 모두 **애플 워치**, 문의 02-6712-6700



선명한 데인 오렌지 컬러 사슴 가죽 소재 백팩, 30x45cm, 1백80만원대 **토즈**, 문의 02-3438-6008



(위부터) 스리 버튼 블루 플로 셔츠 25만원대 **볼리올리**, 문의 02-310-1885.
 뉴트럴 계열의 투톤 컬러로 이뤄진 스웨이드 소재 스니커즈 99만원
브루넬로 쿠치넬리, 문의 02-3448-2931.
 진지한 플라워 패턴이 어우러진 셔츠 31만원
슬로웨어, 문의 070-4155-0101
에디터 배미진, 이지연



(왼쪽부터) 브랜드 로고와 시선 줄무늬가 포인트인 타이 26만3천원 **루이 비통**, 문의 02-3432-1854.
 노바 체크 패턴 타이 29만원대 **바버리**, 문의 02-3485-6600



통기성이 좋고 가벼운 스트라이프 패턴의 라신 머플러 73천원
브루넬로 쿠치넬리, 문의 02-3448-2931

EMPORIO ARMANI

SWISS MADE



emporioarmaniswissmade.com - ARS 3022



(연 유틸리티 시계 방향) 이티스틱한 체크 패턴이 돋보이는 스테이시 백, 28X17.5cm, 2백90만원대 **삼보트레 페라기노**, 문의 02-2140-9666.
발레리나 슈즈를 연상하게 하는 레이스의 플랫 슈즈 1백90만원대 **프라다**, 문의 02-3218-5331. 다채로운 컬러와 패턴으로 이뤄진 멀티컬러 스트라이프가 돋보이는 슬라이드 53만원대 **로베르 갈라제리**, 문의 02-3479-1556. 고유의 체크 패턴과 핑크 색상 가죽이 조화로운 장지갑 70만원대 **버버리**, 문의 02-3485-6536



카카와 블루, 오렌지의 다양한 컬러 미러 렌즈가 돋보이는 보일 선글라스 각 30만원대 **레이앤 by 록스타카 코리아**, 문의 02-501-4436



올해의 컬러인 핑크빛의 로즈 퀴츠와 블루 톤의 세레니 컬러로 선보인 최상급 얼티메이티어 가죽 소재의 카드 지갑 98만원대 **플롬보 비아 델라 스피가**, 문의 070-7130-9200



고급스러운 크로커다일 엘보 소재로 디자인한 민트 센스 스킨 토트백 89만원대 **빙방발레션 액세서리**, 문의 02-726-4167



블랙 페이퍼트 가죽에 GG 로고를 새긴 진주 버튼으로 포인트를 준 펌프스 77만5천원 **구찌**, 문의 1577-1921

for her THE FASHION

무엇을 선물해야 할지 모르는 남성들을 위해 골랐다. 그녀의 입가에 환한 미소를 짓게 할 패셔너블한 기프트 아이템. *photographed by park gun zoo*

스타일리스트 윤정영
이티스틱 에디팅 김수빈



시원한 마린풍의 보트 모티프가 프린트된 화이트 토트백, 44X29cm, 2백만원대 **막시미라**, 문의 02-3467-8326



(왼쪽부터 오른쪽으로) 블랙 스완 네크리스 14만5천원, V 세이프의 펜던트에 3개의 진주를 새긴 네크리스 18만5천원, V 세이프에 1개의 진주를 장식한 에디피에 네크리스 로즈 골드 로즈 컬러 각 14만5천원 모두 **스오로브스키**, 문의 1661-9090



(왼쪽부터 시계 방향으로) 파우더리한 핑크 컬러가 돋보이는 레이디 디올 백, 24X20.5cm, 9백만원대 **디올**, 문의 02-3480-0104. 골드 브라운 색상의 바이론 백, 42X33cm, 6백49만원대 **미러담 쉐퍼**, 문의 02-6905-3318. 상큼한 핑크와 옐로 투톤 컬러가 조화로운 마드라스 백, 28X20cm, 2백30만원대 **마우미우**, 문의 02-3218-5331 **에디터 배미진, 이지연**



(유틸리티) 손목뿐 아니라 가방 핸들에도 장식할 수 있는 트윙클 스카프 각 20만원대, 부드러운 카피 스킨의 모나 샌들을 슬리퍼 90만원대 모두 **에르메스**, 문의 02-544-7722



특유의 스타킹 장식이 특징인 카키 색상의 셀라리아 장지갑 1백90만원, 매력적인 실버 컬러가 돋보이는 셀라리아 장지갑 90만원 모두 **밴디**, 문의 02-2056-9023



Huxley

수분, 충분하다

사막처럼 무더운 여름날의 도시
혁슬리 사하라선인장 시드 오일 에센스
이것이면, 충분하다



THE WATCH

신중함이 느껴지는 남다른 선물이 필요하다면?
선물하는 이와 받는 이의 품격을 모두 높여줄
워치 컬렉션. *photographed by park gun zoo*



(오른쪽 위부터 시계 방향) **해밀턴 스피릿 오브 리버티 오토** 42mm 케이스 사이즈, 80시간 파워 리저브 기능을 갖춘 오토매틱 무브먼트를 장착했다. 1백만원대, 문의 02-3149-9593 **에르메스 슬림 데르메스 GM** 에이프-리얼 무브먼트를 장착한 슬림 데르메스의 스틸 케이스 버전. 9백만원대, 문의 02-3015-3283 **반클리프 아펠 빈티지 알함브라** 행운의 상징인 알함브라 모티브의 화이트 골드 케이스가 여성스럽다. 9백60만원대, 문의 00798-852-16123 **오메가드 빌 프레스티지 듀 드랄** 다이아몬드 인덱스가 매력적인 케이스 사이즈 27mm의 여성스러운 워치. 4백만원대, 문의 02-511-5797 **블랑팡 빌라데 울트라 슬림** 대를 슬림 베젤이 우아하며 1백 시간 파워 리저브 기능을 갖는다. 9백만원대, 문의 02-3467-8426 **몽블랑 보렐 데이 앤 나잇 오토매틱** 34mm 케이스 사이즈에 초슬림 모양으로 발과 날을 표시하는 인디케이션이 담겨 있다. 이자적인 매력의 여성 워치 3백86만원, 문의 1670-4810 **리도 트루 스크래치** 강한 하이터크 블랙 세라믹 소재로 착용감이 편안한 여성 워치. 1백만원대, 문의 02-2630-1964 **롤렉스 데이타 마스터** 16mm에 불과한 직경은 여성 워치로 자개 다이얼이 깨끗한 느낌을 준다. 2백만원대, 문의 02-3149-9532 **미도 울 다이얼 스페셜 에디션** 실용적인 스틸 브레이슬릿과 COSC 인증을 받은 크로노미터, 80시간 파워 리저브 기능을 갖는다. 1백만원대, 문의 02-3149-9599

(오른쪽 위부터 시계 방향) **브라이틀링 월드 크로노그래프** 군용 시계로 시작한 브랜드의 아이덴티티를 보여주는 워치. 3백만원대, 문의 02-3789-9017 **제니스 엘리트 울트라 빈하이퍼지** 클래식한 로마자 다이얼이 매력적이며 크로노미터 681 오토매틱 칼리버를 탑재했다. 6백만원대, 문의 02-2118-6225 **블가리 비제로원 컬렉션** 더블 로고 장식과 나선 모티브가 인상적이다. 세라믹 소재 브레이슬릿으로 가볍고 착용감이 편안하다. 각 3백만원대, 문의 02-2056-0171 **샤넬 보이프렌드** 공작의 하트를 기록한 보이프렌드 워치의 스틸 버전. 6백만원대, 문의 02-3442-0962 **에거 르포르트 라베르스** 클래식 스퀘어 워치의 대명사로 케이스를 실용적인 인크레이징된 뒷면을 볼 수 있다. 5백만원대, 문의 02-3213-2236 **태그호이어 가바라 칼리버5 데이-데이트 41mm** 브랜드를 상징하는 가장 매력적인 컬렉션. 3백만원대, 문의 02-776-9018 **카르띠에 발롱 블루 드 가르미에** 조약돌처럼 유기적인 형태의 디자인이 클래식한 워치. 6백만원대, 문의 1566-7277 **위블로 클래식 쿼츠 타이프** 클래식한 수트와 스포티브룩에 모두 활용될 수 있다. 9백만원대, 문의 02-2118-6208 **에타리 베이민**



The High-end cosmetic line
 (왼쪽 위부터 시계 방향으로) 피부 속부터 수분감을 탄탄하게 채우고 촉촉함을 오랫동안 유지시키는 AQ 리프오리터 인텐시브 크림, 45g 1백58만원대
코스메 데코르테, 노화방지 세포의 재생을 도울 뿐 아니라 표피와 진피, 피하지방의 줄기세포까지 케어하는 새로운진 리프 크림, 30ml 68만원대
클레르보 보베, 그린 다이아몬드와 바닐라 플라워, 풀리아 성분은 메이크업 탄력 있는 피부로 가꾸주는 수블리미지 렉스레, 15ml 63만원대
샤넬, 화이트 로즈 향이 피부를 매끈하게 하고 주름을 개선하는 프레스티지 리프 크림, 50ml 46만원
다올, 최고급 원료와 채소 수도사의 신성한 노동을 결합해 만든 리치한 텍스처의 크림 앙사레 크림, 100g 45만원대
프레시, 주름을 완화하고 항산화 효과를 선사하는 시슬리아 렉스레 크림, 50ml 50만원대
시슬리.



Signature anti-aging line
 (왼쪽 위부터 시계 방향으로) 에센스 하나로 노화의 여러 가지 문제점을 해결하는 에드벤스드 나이트 리페어 실크로이즈 라바리 콜롬레스 II, 50ml 1만5천원대
에스티 로더, 최초의 한방 부스팅 에센스로 화점도 리미트 에디션으로 선보이는 운조에센스, 120ml 15만원대
설화수, 고귀한 식물 녹차와 함께 아시안 보타니컬 생분을 더해 강력한 안티에이징 효과를 선사하는 타임 레스스 스킨 리뉴얼 크림, 50ml 48만원
아모레퍼시픽, 젊음의 단점인 활성 산소로 부터 바르는 즉시 촉촉하게 흡수되어 탭 탭한 피부로 가꾸주는 에드벤스드 제너피오, 30ml 11만원
랑콤, 유분과 수분을 분리한 혁신적인 텍스처가 피부 밸런스를 맞춰주는 더블 세럼, 30ml 12만원
클라리니스.



네스프레소 라티시마 타치
 캡슐의 종류가 많아 다양한 맛과 향의 커피를 경험할 수 있다. 6개의 타치 버튼을 통해 커피와 스티밍 밀크의 양을 원하는 대로 조절 가능하다. 41만8천원
네스프레소.



필립스 세코 그란 바리스타
 콤팩트한 디자인으로 좁은 공간에서도 사용 가능한 전자동 에스프레소 머신. 크기는 작지만 버튼 선택을 통해 18가지 커피를 만들어낸다. 3백90만원
필립스.

THE BEAUTY

기꺼이 마음을 표현할 수 있는 5월, 한없이 반기만 했던 고마운 인연들에게 의미 있는 선물을 하고 싶다면 화장품이 정답이다. 고가의 프레스티지 라인부터 스테디셀러, 새로운 신상품까지 모두 모았다. *photographed by park gun zoo*

Coffee break

버튼만 누르면 내 집이 카페다. 카페만큼 훌륭한 커피 한 잔을 제공해줄 4대의 커피 머신. *photographed by koo eun mi*

Upgraded version of the steady seller
 (왼쪽 위부터 시계 방향으로) 토너와 에센스의 중간 제형으로 피부에 닿는 즉시 촉촉하게 흡수되는 로씨오 이드로 아수샤넬 로션, 150ml 15만원대
클레르보 보베, 촉촉함과 투명함을 선사하여 노화의 주요 원인인 피부의 사마하를 마이준다고 해서 '오아시스 에센스'라는 별칭이 붙은 셀 에센스, 150ml 6만원대
해라, 워터 에센스의 시초라 불릴 만큼 브랜디안의 특보작인 피피라* 성분을 90% 이상 농축한 피피라 에센스 크루자아니 클라리피케이션 리미트 에디션, 230ml 21만원대
SK-II, 유수분 밸런스를 맞춰 건강한 피부 및 피부 톤으로 가꾸주는 에멀션 에멀로지오 에센스 로션, 125ml 23만원대
시슬리, 피부 스스로 능력을 깨우도록 도와 투명하고 탄력감 넘치는 밝은 피부로 만들어주는 3 in 1 워터 타입 에센스의 리포수스 트리트먼트 리퀴드, 170ml 12만5천원대
코스메 데코르테.



For men's grooming
 (왼쪽 위부터 시계 방향으로) 강렬한 우디 향과 아로마의 조화로 남성적 무게감 있는 카리스마를 표현했다. 파워풀한 블랙 메탈 보틀 패키지가 인상적인 루나리 이스트림, 50ml 9만원
프라다, 하루의 저음 안에 수분 충전과 자외선 차단 기능을 모두 갖춘 UV 프로텍트 데일리 모스차라이저, 50g 10만원대
SK-II, 스킨과 에센스가 결합된 워터 젤 타입으로, 제품을 여러 가지 바르기 귀찮아하는 남성에게 제각인 본오에센스, 140ml 7만3천원대
설화수, 이집트 왕자 모하메드 알리 브라질과 그의 연인의 특별한 사랑을 기념하기 위해 제작한 에디션으로 알그레이 향과 우디 계열향이 아우라진우드 세이브 더 킹 향수, 100ml 30만원대
잇진스, 시원한 콜라겐이 느껴지는 가벼운 워터 텍스처로 면도를 상쾌하게 마무리할 수 있게 도와줄 블루드 샴푸 하이드라팅 애프터 셰이브 젤, 90ml 7천2천원
샤넬, 에디터 **배비진**, **이진**.



코스메 데코르테 080-568-3111 클레르보 보베 080-564-7700 샤넬 080-332-2700 다올 080-342-9500 프레시 080-822-9500 시슬리 080-549-0216 에스티 로더 02-3440-2772 설화수 · 아모레퍼시픽 · 해라 080-023-5454 랑콤 080-022-3332 클라리니스 080-542-9062 프라다 02-3443-1805 SK-II 080-023-3333 잇진스 080-800-8809



유라 IMPRESSA J9 TFT
 한글 메뉴를 탑재한 전자동 에스프레소 머신. LCD창을 통해 커피 메뉴의 이름과 이미지를 확인하는 것이 가능해 더욱 손쉽게 커피를 선택할 수 있다. 5백70만원
유라.



필립스 프란시스 X1
 캡슐로 만드는 완벽한 향연의 에스프레소. 세계 특허 추출 방법을 사용해 부드럽고 풍부한 크레마를 드릴 수 있다는 점이 가장 큰 특징이다. 1백20만원
필립스.
 알리 1666-1282 유라 02-3452-2127 필립스 02-709-1200
 네스프레소 080-734-1111

노트 탈출 북미판 디자인(왼쪽) (02-516-1155)

Oh, My Girl

도발적이지만 우아하고, 대담하지만 페미닌한 감성이
돋보이는 5월의 룩. 다양한 패턴과 섬세한 디테일,
심플하고 파워풀한 실루엣에 주목하라.
photographed by choi yong bin



네이버 컬러 재킷, 스웨그 디테일
시스루 팬츠, 스와로브스키
크리스탈 장식의 프린지가 경쾌한
리듬감을 선사하는 네크리스
모두 가격 미정 **조르지오 아르마니**.
골드 링 37만원 **아틀리에**
스와로브스키 by 피버리쉬. 골드
스트랩 펌프스 가격 미정 **지미슈**.



레더와 자수로 완성한 플리워
디테일의 오프 숄더 셔츠
3백20만원, 실버 레더 팬츠
6백만원대, 더블 T 마이크로 백
1백80만원대 모두 **토조**. 볼드한
골드 이어링 37만5천원 **잉크**.

슬릿 디테일 네이비 컬러 니트 톱
가격 미정 **디올**, 스트라이프
패턴의 컷아웃 보디수트 가격 미정,
비스코스와 아세타이트 소재를
사용해 가벼운 느낌을 주는 롱스커트
2백만 원대 모두 **탈프 로렌 컬렉션**,
편칭 디테일을 가미한 슬링백 플랫폼
슈즈 가격 미정 **스텔라 매카트니**,
살버 네크리스 가격 미정 **엘주**.

플라워 패턴 레이스가
여성스러운 무드를 풍기는
슬리브리스 미니 드레스
가격 미정 **통클레르**,
닷 모티프의 살버 드레스
이어링 가격 미정 **에르메스**.





블랙 & 화이트 패턴 더블 재킷,
슬리브리스 패턴 원피스 모두
가격 미정 **마이클 마이클 코어스**.
골드 컬러 체인 이어링 87만8천원
디디에두보, 시스루 소재 양말과
산발이 하나로 이어진 블랙 컬러
펌프스 가격 미정 **올세앤가바나**.



스팽글 장식이 은은한
반짝임을 발산하는 화이트
컬러 오간자 코트 가격 미정
프라다, 멀티컬러 체크
패턴 피케 드레스 가격 미정
스텔라 매카트니.



베스트 4백27만원, 플라워
모티프를 섬세하게 수놓은
메시 솔리브리스 톱 가격 미정,
화이트 조거 팬츠 1백43만원
모두 **브루넬로 쿠치넬리**, 베이지
컬러 패턴 스트랩 슈즈 1백85만원
쥬세페 지노티, 블랙과 골드 컬러
구슬을 촘촘하게 채워 볼드한
네크리스 가격 미정 **다음**.



프릴 장식의 기미한 **페이즐리**
패턴 드레스, 주얼 장식
뷔스티에 가격 미정 모두 **페이**.
골드 이어링 25만8천원 **링크**.

헤어 강현진
메이크업 최시노
모델 정호연
어시스턴트 김혜민
스타일리스트 채한석

다음 02-3480-0104
말프 로렌 컬렉션 02-545-8200
스텔라 매카트니 02-6905-3680
엘주 02-3446-3068
토즈 02-3438-6008
링크 070-8733-2237
프라다 02-3442-1830
조르지오 아르마니 02-549-3355
아틀리에 스와로브스키 by 피버리쉬 02-532-3041
지미후 02-3443-9469
브루넬로 쿠치넬리 02-3448-2931
쥬세페 지노티 02-543-1937
페이 02-310-1678
몽클레르 02-514-0900
에르메스 02-544-7722
마이클 마이클 코어스 02-546-6090
디디에두보 02-1577-7002
올채엔가버나 02-3444-0077

beyond the Base

최근 베이스 메이크업 트렌드는 바로 '노 메이크업(no makeup)'이다. 전문가의 손길로 탄생한 완벽한 피부가 아닌, 주근깨가 살짝 드러나더라도 자연스럽게 빛이 나는 건강한 피부야말로 가장 이상적인 피부라는 사실에 주목한 것. 그렇다고 해서 메이크업을 전혀 하지 않는다는 뜻은 아니다. 본연의 피부 톤과 결을 살려 꾸미지 않은 듯 '연출하는 것이 포인트. 티 나지 않게, 진짜 피부처럼 고르고 매끈한 피부를 연출하기 위해 더욱 가볍고, 더욱 혁신적으로 진화한 베이스 메이크업 아이템. *photographed by park gun zoo*

(왼쪽 위부터 시계 방향으로) **나스 벨벳 매트 스킨 린트** 가볍고 자연스러운 피상으로 피부 본연의 빛과 결을 살리는 스킨 린트. 피부에 아무것도 바르지 않은 듯한 착각이 들 정도로 아주 가볍고 자연스러운 발림성의 텍스처가 단연 돋보인다. 피부 본연의 빛이 자연스럽게 올라올 수 있도록 로즈 추출물, 각종 비타민 등의 스킨케어 성분들 함유하며, 번들거림 없는 보습보충한 마무리감으로 벨벳같이 부드러운 피부를 연출한다. 50ml 6만3천원, 문의 02-6905-3747

샤넬 레 베주 헬시 글로우 파운데이션 SPF 25/ PA++ 제품명에서도 짐작할 수 있듯 건강한 빛에 포카스를 둔 파운데이션. 하얀빛은 바로 반사시키고 붉은빛은 피부 전체에 고루 전달하는 헬시 글로우 부스터를 함유해 신뜻하고 은은한 장미빛 윤기를 선사한다. 가볍고 정교하게 피부에 밀착되는 텍스처를 적용해 유해 물질로부터 피부를 보호하고 피부가 편안히 숨 쉴 수 있도록 고안한 점 역시 특별하다. 여섯 가지로 선보이는 컬러는 하나같이 모두 자연스럽기 때문에 사용 목적, 원하는 룩에 따라 컬러를 선택할 수 있다는 것이 장점이다. 30ml 7만2천원, 문의 080-332-2700

갈랑 메디오리트 베이비 글로우 SPF 25 PA++ 브랜드의 전설적인 구슬 피부더, 메디오리트의 화사한 반짝임을 그대로 담은 플루이드 타입의 크림. 다이아몬드 피부더를 함유해 어느 각도에서나 섬세한 빛을 발산하고, 영롱한 레안보 컬러의 필 입자가 피부 톤을 균일하고 화사하게 보정한다. 또 풍부한 글리세린 성분은 바르고 있는 동안 지속적인 보습 효과를 선사하고, 여러 번 덧바라도 제형이 쫄지거나 밀리지 않는다. 30ml 7만8천원, 문의 080-343-9500

이오르페아릭 안티에이징 CC 쿠션 리미티드 에디션 촉촉하고 건강한 피부 표현에 뛰어난 안티에이징 기능까지 더해 자외선 차단, 미백, 주름 개선 효과까지 선사하는 기능성 쿠션 파운데이션. 타사의 쿠션 파운데이션보다 자연스럽고 가벼운 발림성이 특징이며 덧붙이면 덧바를수록 촉촉한 보습력과 윤기가 배가되는, 트리트리먼트 개념의 메이크업 제품이다. 피부 윤기에 포카스를 둔 내추럴 라인과 카바클을 강화한 커버 라인 2종류로 출시되며, 특히 고급스러운 골드 패키지에 녹차 잎 오 티브를 다한 감각적인 패키지의 패키지는 볼 시즌 한정판으로 판매한다. 15gX2리플 포함 8만7천원대, 문의 080-020-5757

골데드보 보네 브랄 크림 코팩터 SPF 20 PA++ 수많은 메이크업 아티스트들이 극찬한 제품으로, 마치 스킨 트리트먼트를 받고 나온 듯 말짱고 화사한 피부를 연출해주는 베이스. 단독으로 바르면 화사한 윤기가 흐르는 맨 얼굴같이 자연스러운 피부를, 파운데이션 바르기 전에 사용하면 파운데이션의 밀착력을 높여면서 고급스럽고 은은한 광채를 선사한다. 독자 성분인 알부민에 이팅 콤플렉스를 함유해 피부 세포 스트레스를 차단하고 피부 본연의 빛을 끌어올리는 스킨케어 효과까지 겸비했다. 36ml 7만5천원대, 문의 080-564-7700

에스티 로더 더블 웨이 쿠션 울 데이 웨이 라이드 컴팩트 SPF 50/ PA+++ 에스티 로더의 상징이자, 파운데이션 카테고리에서 수년간 베스트셀러 자리를 지키고 있는 더블 웨이 파운데이션을 이젠 쿠션 팩트로도 만날 수 있다. 기존 파운데이션의 뛰어난 지속력을 그대로 유지하되 보다 가볍고 촉촉한 포물라로 변화를 준 이 제품은 수정 메이크업 없이 8시간 동안 고르고 자연스러운 피부 톤을 표현하는 것이 특징이다. 높은 습도와 땀에 강해 덥고 습한 날씨에도 피부를 신뜻하게 연출할 수 있다. 12g 6만5천원대, 문의 02-3440-2772

다들 디올스노우 브라이트닝 메이크업 베이스 SPF 35 PA+++ 피부 결함에 가장 큰 비중을 차지하는 피부 톤에 포카스를 둔 메이크업 베이스로, 노란 피부, 붉은 피부, 창백한 피부에 맞춘 세 가지 컬러의 베이스를 선보인다. 에멀베이스 추출물을 담아 브라이트닝 효과 및 피부 보호 효과가 뛰어나고, 라이트 오일을 함유한 울트라 플루이드 피부에 끈적임 없이 가볍게 밀착된다. 피부가 눈에 띄게 즉각적으로 화사해지기 때문에 이 베이스 하나으로도 충분히 건강하고 예쁜 피부를 표현할 수 있다. 30ml 7만2천원대, 문의 02-3438-9537

조르지오 아르마니 미에스트로 글로우 파운데이션 SPF 30 한 방울만으로 완성하는 무결점 피부'라는 자신감 넘치는 슬로건으로 선보이는 제품답게 놀라워만큼 가벼우면서 한 방울만으로도 얼굴 전체에 썩 퍼져서 스며드는 텍스처가 인상적이다. 살구, 핑거, 시계꽃에서 추출한 순수 식물성 오일과 메이크업 파크먼트를 결합해 만든 이 파운데이션은 무게감이 전혀 느껴지지 않을 뿐만 아니라 소량만 사용해도 피부 톤, 결, 굴곡을 균일하게 보정하는 능력이 뛰어나다. 30ml 6만4천원대, 문의 080-022-3332 에디터 권유진



미세 먼지에 맞서는 피부 관리법, 클렌징

얼마 전, 하늘이 뿌연 미세먼지로 뒤덮여 알도 제대로 보이지 않고 하루 종일 회색 도시가 되어버린 날을 기억하십니까. 뷰티 전문가와 피부과 전문의들이 봄에 가장 집중해야 할 스킨케어 루틴으로 클렌징을 꼽는 이유가 바로 여기에 있다. 실내외를 막론하고 미세먼지에 자주 노출되는 환경에선 먼지를 얼마나 효과적으로 씻어 없애느냐가 피부 상태를 좌우하기 때문이다. 피부는 마치 도마와 같아 예민해지기 시작하면 곧 트러블로 이어지고, 그 트러블은 다시 피부 색소침착으로 연결되는 등 꼬리에 꼬리를 물고 악순환을 반복한다. 가장 먼저 해야 할 일은 피부 위에 옮겨 붙은 먼지와 오염된 피부를 떨어뜨리는 것. 쏘쏘하고 풍성한 거품의 포밍 워셔로 꼼꼼하게 씻어내고, 세제의 화학 성분이 피부를 민감하게 만들지 않도록 기존보다 10회 이상 더 팽창하여 닦아내면 미세먼지를 밀끔도 없앨 수 있다. 이때 자국이 강한 스크럽제를 사용하거나 피부 표면에서 뽀득 소리가 날 정도로 과하게 클렌징하면 피부 보호막을 도려 파괴하는 꼴이 될 수 있으니 주의할 것. 봄에는 클렌징 포물라도 바꿀 필요가 있다. 긴 겨울 내내 사용하던 오일 타입 클렌징은 잠시 말려둘 것을 추천한다. 오일을 문지르는 동안 항상 속 중금속이 오히려 피부로 스며들어 트러블을 유발할 가능성이 있기 때문이다. 대신 크림 타입 클렌저로 바꾸는 게 대안이 될 수 있다. 크림이 피부에 녹아 들 듯 퍼지면서 미세먼지와 묵은 각질, 피부를 부드럽게 촉촉하게 해주며 미세먼지의 입자를 무더기 만들어 피부에 스크러치가 나는 것을 방지한다.

마치 에센스로 세안한 듯, 고기능 클렌징

올해 기상청은 미세먼지 농도가 더욱 높아지고 크기도 작아져 30분 이상 노출될 경우 호흡기 장애 이상이 생길 수 있다고 경고했다. 이는 기존의 클렌징 방식으로는 모공 속으로 침투하는 노폐물을 쉽게 제거할 수 없다는 의미인 동시에 클렌징이 제대로 이뤄지지 않으면 피부의 기온이 쉽게 무너질 수 있다는 뜻이기도 하다. 데코르테 AQ 밀리오리티 리페어 클렌징 크림은 진화된 클렌저의 모습을 두루 갖췄다. 특히 피부에 남아 있는 피지와 오래된 각질, 피부 표면의 미세한 먼지들을 싹쓸이 제거하고, 피부에 유익한 성분은 그대로 남겨주는 세터 효과를 통해 클렌징만으로도 피부가 건강해질 수 있도록 배려했다. 수분은 머금은 듯 피부를 촉촉하게 유연하게 하는 에몰리언트 성분이 미세먼지와 피부를 부풀려 마치 마사지를 받고 나온 듯 윤기 나는 피부를 경험할 수 있다. 데코르테 최고급 라인인 AQ 밀리오리티 라인에 함유된 21가지의 엄선된 미용 성분이 지친 피부에 예민하고 영양을 공급해 피부가 투명해지고 건강해진 것을 느낄 수 있음은 물론이다. 알주알에 한두 번, 집에서 스페셜 케어를 하기에 손색이 없는 제품이다. 데코르테 AQ 밀리오리티 리페어 포밍 워셔의 쏘쏘한 거품과 크리미한 거품은 마치 자석이 철을 끌어당기듯 모공과 피트겉 사이의 오염 물질을 선택적으로 제거하는 것이 특징. 또 풍부하게 함유한 보습 성분으로 마치 에센스로 세안한 듯한 기분을 느낄 수 있다. 클렌징이 그 어느 때보다 중요한 시즌, 피부의 기본부터 다지고 싶다면 데코르테의 최상급 럭셔리 라인 AQ 밀리오리티의 클렌징 제품으로 시켜볼 것. AQ 밀리오리티 리페어 클렌징 크림 150g 14만5천원, AQ 밀리오리티 리페어 포밍 워셔 200ml 14만5천원, 문의 080-568-3111 에디터 배미연

cleansing Perfection

뷰티 루틴에서 1년 3백65일 변하지 않는 명제는 클렌징의 중요성이다. 황사와 미세먼지의 공격이 시작되는 이맘때, 가장 집중해야 할 뷰티 루틴 또한 클렌징! 코스메 데코르테의 'AQ 밀리오리티 리페어 클렌징 크림'과 'AQ 밀리오리티 리페어 포밍 워셔'에 그 답이 있다. *photographed by park gun zoo*



classic
 레디 더블백, 48X29cm,
 비즈니스 룩에도 잘 어울리는
 브리프케이스는 클래식한
 매력을 담고 있다. 34X36cm.
 모두 **랄프 로렌 퍼플 라벨**.

RL signature shoulder bag
 보다 활용도 높은 사이즈의 컬러,
 디자인으로 선보이는 RL 시그니처 숄더백,
 톱 핸들 스타일의 토트백과 크로스 백으로
 연출할 수 있는 탈착 가능한 스트랩이
 실용적이다. RL 골드와 코발트 블루로
 출시되었다. 15X13.5cm.
 모두 **랄프 로렌 컬렉션**.



signature Luxe

실용성과 디자인, 브랜드 가치까지 갖춘
 랄프 로렌의 기프트 컬렉션.
photographed by park gun zoo



colorful
 랄프 로렌이 소유한 페라리 자동차의
 실내 장식에서 영감을 받은 천공
 송이자기죽과 펠트 디테일이 돋보이는
 펠트 천공 RL 컬렉션 이지 토트백,
 부드러운 감촉과 가벼운 무게가
 특징이다. 42X42cm, 스페인에서
 완성한 클래식한 에스파드리유 슈즈와
 스킨 컬러 스웨이드 에스파드리유 슈즈.
 모두 **랄프 로렌 퍼플 라벨**.

RL signature bag
 브랜드 로고를 돋보이게 디자인한 미니 백,
 탈착 가능한 스트랩 덕분에 클러치로도,
 크로스 백으로도 연출할 수 있다.
 블랙과 화이트, 버건디 등 다양한
 소재와 컬러로 만나볼 수 있다.
 23X19cm. 모두 **랄프 로렌 컬렉션**.
 문의 02-545-8200 에디터 **비미진**



art of Beauty

화장품 하나를 선물하더라도 가치와 품격이 느껴져야 한다. 길하고 평화로운 기운을
 한 폭의 작품에 담아 뜻깊고 아름다운 선물이 될 '설화수 화점도 리미티드 에디션'.
photographed by park gun zoo

품격과 아름다운 가치를 더한 특별한 선물, 설화수

화장품 선물을 가장 많이 주고받는 가정의 달, 5월. 개개인의 피부 타입과 취향을 반영하는 화장품 선물 아이템으로 신중한 선택이 필요하다. 어떤 이에게 주어도 만족할 수 있는 믿을 만한 브랜드, 뛰어난 효과와 더불어 성분, 향, 텍스처 등 어느 것 하나 빠지지 않는 품질, 그리고 여기에 보다 특별한 가치와 의미를 담은 제품이라면 실패할 확률이 없을 것이다. 이 모든 조건에 부합하는 브랜드를 꼽으려면 단연 설화수다. 특히 30~40대 여성에게 선물했을 때 단지 설화수라는 이유 하나만으로도 신뢰와 만족도가 높을 정도로 설화수가 가진 명성과 브랜드 파워는 실로 크다. 또 한국을 대표하는 하이엔드 코스메틱 브랜드로서 그간 국제에 방만한 여러 해외 명사들을 위한 선물로 선택되었고, K-뷰티의 바람이 불고 있는 중국과 아시아권, 미국 등에서도 설화수 화장품에 대한 관심과 사랑이 크니 외국인들을 위한 선물로도 손색이 없다. 아시아의 지혜를 바탕으로 한 귀한 한방 성분, 이에 최적화된 기술력, 그리고 내건과 외면의 아름다움을 모두 중시하는 아시아인 뷰티의 가치를 옳이 담은 설화수의 제품은 선물을 주는 이는 물론, 받는 이에게도 감동의 순간을 선사할 것이다.

예술적 가치와 복된 기운을 전하다, 화점도 리미티드 에디션

아시아의 미를 대표하는 설화수에서 가정의 달을 맞아 보다 의미 있고 특별한 제품을 선보인다. '설화수 화점도 리미티드 에디션'이 바로 그 주인공으로, 길하고 평화로운 기운을 담은 화점도가 패키지에 녹아들어 예술로 승화된 아트 컬렉션이다. 그동안 지속적인 코리안 아트 컬래버레이션을 통해 잊하기는 전통의 미와 한국 고유의 아름다움을 널리 알려온 설화수가 올해에도 역시 한국 작가와 협업해 아름다운 가치를 담은 제품을 선보인 것이다. 이번 리미티드 에디션은 현대 민화 작가 이은아와 칼래버레이션했는데, 예부터 우리는 좋은 것을 늘 가까이 두고 즐기며 그 기운을 받아 행복과 부귀 안락을 기원해왔다는 것에 영감을 받아 한 폭의 화점도를 패키지에 더했다. 화점도는 행복, 기쁨, 풍요에 대한 소망을 꽃, 나비 등을 매개체로 표현한 민화로, 그중 자상에서 가장 아름다운 존재인 꽃과 자유롭게 날아다니는 나비의 모습을 조화롭고 아름답게 담은 그림은 선물이 가장 고귀한 왕실은 물론 일반 가정에도 이르기까지 오래도록 사랑받았다. 특히 이번 화점도 리미티드 에디션에는 추운 겨울을 이겨내고 다른 꽃보다 먼저 피어나는 고귀한 기운을 지닌 매화와 기쁨의 상징이자 상사로운 기운을 전하는 나비를 함께 표현해 예술적 가치와 복된 기운을 모두 선사한다. 이 길하고 평화로운 기운을 더해 맑고 건강한 피부를 연출해줄 설화수 리미티드 에디션은 글로벌 베스트셀러 제품인 '윤조에센스'와 '퍼펙팅쿠션'으로 구성했다. 윤조에센스는 1997년 처음 출시한 이후 지금까지 설화수에서 가장 많이 팔린 글로벌 스테디셀러이자 최초의 한방 부스팅 에센스다. 세안 직후 모든 스킨케어의 첫 단계에 사용하는 윤조에센스는 고유 처방인 '자음단'의 효능을 통해 메이론 피부를 매끄럽고 촉촉하게 가꾸어 피부에 부족한 기운을 채워 영양, 생기, 투명도, 탄력, 자상력 등 다섯 가지 피부 균형을 총체적으로 비로잡아 윤의 질정을 선사한다. 또 다른 베스트셀러 제품인 퍼펙팅쿠션은 삼구사에서 처음 행안호환보습성분을 함유해 탄력 있고 매끄러운 피부를 표현하는 쿠션 파운데이션이다. 색소스 오일 대신 물에 분산시키는 수채화 공법을 적용해 피부 결점은 물론 미세한 주름, 잡티까지 깨끗하게 케어한다. 또 설화수만의 차별화된 밀착제가 유연한 필름 막을 형성해 건조함 없이 12시간 동안 메이크업이 유지되는 것이 특징이다. 이처럼 뛰어난 효과와 함께 예술적인 아름다움까지 겸비해 소장하는 것만으로도 충분한 가치가 있는 설화수 화점도 리미티드 에디션. 매력적인 가격에 직박란 의미 있는 제품을 소장할 수 있는 기회니, 소중한 이를 위한 감사의 선물로 이보다 더 좋을 순 없다. 설화수 윤조에센스 리미티드 에디션 120ml 15만원, 설화수 퍼펙팅쿠션 리미티드 에디션 15g X 2개입, 6만원대. 문의 080-023-5454 에디터 **권유진**



ultra Flat

신제품을 선보일 때마다 시계 역사에 새로운 길을 개척하는 리차드 밀이 엑스트라-플랫 워치를 출시했다. 기존 토너형 디자인을 고수해 더욱 놀랍다. 기계식 시계 전문가들은 '드디어 올 것이 왔다'라는 반응이다.
photographed by park gun zoo



울트라 플랫, RM 67-01

처음 리차드 밀이 시계 브랜드로 세상에 이름을 알린 것은 아주 값비싼 시계라는 타이틀이었다. 10여 년이 지난 지금 리차드 밀은 하이엔드 워치 시장의 트렌드를 이끄는 리딩 브랜드로, 리차드 밀보다 오랜 역사를 지닌 브랜드에까지 영향을 미치는 독보적인 위치에 올랐다. 올해 SIHH(제네바 고급 시계 박람회)와 바젤월드에서도 리차드 밀의 콘셉트와 유사한 메카니즘과 형태를 차용한 제품들이 대거 등장했을 정도다. 지난 1월 제네바에서 열린 SIHH에서 첫선을 보인 리차드 밀의 RM 67-01, CRMA6 칼리버를 장착한 이 알고 가벼우며 견고한 시계는 모두에게 충격과 감탄을 선사했다. 영리한 육중한 느낌으로 남아 있을 듯한 리차드 밀의 상징과도 같은 토너형 케이스에는 3.6mm에 불과한 얇은 무브먼트가 담겨 있다. 리차드 밀에서 항상 고수하는 5등급 티타늄으로 만든 이 무브먼트는 스키페트 차린 방식을 통해 기계적 구조를 자체히 감상할 수 있다. 간축미가 느껴질 정도로 인체적인 무브먼트의 움직임은 와인딩 배럴, 로터, 기어열, 오메타믹 와인딩 메카니즘 브리지가 어우러져 완성한 한 편의 뮤지컬 같다. 무브먼트의 완성도에 대해 이야기해야 할 것은 새로운 케이스를 만드는 데 들어가는 노력이 상상을 초월한다는 것이다. 각 케이스를 제작하기 위해 2백15가지 이상의 기계 가공 작업이 필요하고 베젤을 가공하는 데 8일, 케이스 밴드와 백 케이스를 가공하는 데 각각 5일 소요된다. 실제로 케이스의 모사리에 손끝을 대고 따라가는 것만으로도 그 세심한 마음을 확인할 수 있다. 브러싱과 폴리싱, 조립과 최종 품질 검사까지 모두 수작업으로 진행된다.

스위스 워치메이킹의 수호자, 리차드 밀

박력이 넘치는 크라운 디자인도 이 시계에서 빼놓을 수 없는 매력이다. 자동차의 기어박스에서 영감을 받은 크라운은 와인딩, 날짜 조정, 시간 조정을 선택해 조작할 수 있다. 시계 내부에도 리차드 밀만의 완성도를 위한 티터들이 담겨 있다. 관성 변화를 흡수하는 프리 스프링 밸런스는 심한 충격이나 무브먼트의 조립과 분해 같은 변화에도 안정성을 유지할 수 있도록 고안되었고, 효율적인 와인딩을 돕는 플래타늄 로터, 새롭게 개발한 기어 휠 톱니까지 무브먼트가 최적으로 구동할 수 있도록 다양한 요소를 장착해 보다 안정적으로 시간을 표시한다. 외부 디자인으로 리차드 밀을 평가한다면 굉장히 모던하고 스포티한 디자인을 갖춘, 트렌디한 브랜드로 생각하기 쉽다. 하지만 실제로 이런 토너형 케이스와 무브먼트를 만드는 공정은 스위스 워치메이킹의 가치를 되새기는 전통적인 방식으로 이루어진다. 시계의 수명이 오래 지속될 수 있게 티타늄 소재를 다양한 요소에 활용하는 것은 물론, 사파이어 글라스의 폴리싱과 빛받이 처리, 조립과 같은 기본적이면서 놓치지 말아야 할 부분까지 완벽하게 처리한다. 리차드 밀은 신소재 개발하는 데에도 투자를 아끼지 않지만, 정교한 수작업을 통해 무브먼트의 효율을 높이는 데도 많은 공을 들이고 있다. 아주 작은 부품, 소홀히 하기 쉬운 부분까지도 모두 정교하게 고안하기에 브랜드의 가치가 높아지고, 클래식한 워치 브랜드의 경쟁 브랜드로서 존재감을 드러내고 있는 것이다. 다양한 매력을 지닌 리차드 밀의 새로운 아이콘 RM 67-01은 리차드 밀의 가치가 더욱 높아질 것을 예고하는 확실한 신호탄임이 분명하다. 문의 02-2230-1288 에디터 배미진

timeless Ritual



아모레퍼시픽은 지금 뜨거운 브랜드다. K-뷰티를 세계적인 뷰티 아이콘의 자리에 올려놓은 국내 화장품 기업 아모레퍼시픽 그룹을 대표하는 브랜드이기에 가치가 남다르다. 제주의 첫물 녹차 성분을 핵심으로 글로벌 럭셔리 뷰티 시장을 일구어온 아모레퍼시픽의 타임 레스폰스 컬렉션과의 만남을 위해 제주를 찾았다.

첫물 녹차, 제주, 그리고 아모레퍼시픽

제주를 찾은 여행객이 필수 코스로 방문하는 푸른 녹차밭이 있다. 이 풍요롭고 아름다운 녹차밭은 '서광다원'. 이곳이 한국을 대표하는 화장품 기업 아모레퍼시픽이 일구어낸 결실이라는 사실을 아는 이들은 많지 않을 것이다. 제주도와 녹차밭은 마치 원래 연관성이 있는 것같이 느껴지지만 사실 척박한 땅에 녹차밭을 가꾸고, 이 원료로 30여 년 넘게 화장품을 개발한 아모레퍼시픽의 집념 덕분에 이제야 K-뷰티라는 이름으로 녹차밭과 제주 모두 빛을 발하고 있다. 제주에는 도순, 서광, 한남 등 3개의 다원이 있는데 본래 돌이 가득했던 제주 땅을 개간해 차나무를 심어 차밭을 일구어낸 것은 아모레퍼시픽 창업주 고(故) 서광환 회장의 생각이었다. 그중 '도순다원'은 한라산과 제주 바다를 배경으로 물이 귀한 제주에서 강정전을 끼고 있어 차를 재배하기 좋은 입지이긴 하지만 현실적으로 '돌송이밭'이라 불리는 황무지였다. 1979년부터 이곳의 돌을 하나하나 삼으로 걸어내 지금과 같은 최고의 녹차밭을 만든 것. 올해 아모레퍼시픽은 3개의 녹차밭 중 가장 오래된 녹차밭인 도순다원을 프레스와 VIP들에게 최초로 공개했는데, 도순다원 토양의 생명력을 높이는 개간 작업 중, 30년 이상 된 녹차의 뿌리에서 강력한 항산화 성분을 발견한 게 계기가 되었다. 이 성분은 올해 첫선을 보이는 타임 레스폰스 스킨 리뉴얼 슬리핑 마스크에 고스란히 담겨 있다. 도순다원에서 얻은 녹차 뿌리에 함유된 높은 함량의 사포닌과 식물 정화 작용의 가바(GABA) 성분을 사용한 신제품은 제주의 자연이 지닌 가치를 극대화해 전 세계에 그 가치를 알리는 아모레퍼시픽의 창조적인 장인 정신을 느낄 수 있는 제품이다.

첫물 녹차, 그 정수를 담은 타임 레스폰스 컬렉션

아모레퍼시픽의 초청으로 방문한 제주 서광다원에서 맑고 깨끗한 첫물 녹차를 함께 나누며 이야기할 때, 빼놓을 수 없는 주제가 바로 첫물 녹차다. 타임 레스폰스 컬렉션의 주요 성분인 첫물 녹차는 1년 중 청명과 곡우 사이 단 15일 동안만 새순을 골라 한 잎 한 잎 정성으로 거두는 녹차를 의미한다. 지금 아모레퍼시픽의 가치를 대변하는 성분이자 최고의 가치만을 추구하는 브랜드의 집념을 담은 것이 바로 '첫물 녹차'다. 기존의 녹차 추출물은 녹차를 만들기 위한 과정을 거치고 난 후 찌꺼기로 버려지는 원료를 사용하는 경우가 많은데, 아모레퍼시픽의 첫물 녹차는 그해 처음 수확한 녹차 생엽에서 얻은 원료만 사용한다. 가지의 가장 끝부분에 있는 섬세한 잎사귀이기에 사람의 손으로 하나하나 따야 한다. 녹차 스킨케어 콘셉트를 차용한 다른 제품들에 담겨 있는 유효 성분과는 함유량이 전혀 다를 수밖에 없다. 특히 겨울 동안 응집된 영양 성분을 모두 담고 있는 녹차를 4월에 수확해 얻는 것이 첫물 녹차이기에 녹차 중에서도 최상급으로 귀하게 여겨진다. 이러한 차이를 인지한 아모레퍼시픽은 첫물 녹차만을 타임 레스폰스 컬렉션의 원료로 사용하는데, 이 뛰어난 가치를 가장 확실하게 느낄 수 있는 제품이 바로 타임 레스폰스 스킨 리뉴얼 크림인 것. 아모레퍼시픽의 최고급 안티에이징 라인 타임 레스폰스 컬렉션의 대표 제품으로, 앞서 이야기한 귀한 원료인 첫물 녹차와 아시안 보태니컬 성분들이 함유되어 있다. 제주와 첫물 녹차, 아름다운 다원과 아모레퍼시픽은 마치 하나로 이어져 있는 연결고리 같지만, 이는 자연스럽게 생성된 것은 아니다. 고귀한 원료에 대한 창업주의 끝없는 집념과 이를 화장품이라는 완성품으로 발전시킨 연구원들의 노력, 이 모든 것을 하나로 집약하고 창조적인 장인 정신을 기반으로 해 탄생시킨 새로운 개념이다. 아시안의 가치, 최고의 원료와 제품에 대한 기업 정신을 담은 제주의 다원은 아모레퍼시픽의 힘이자 K-뷰티의 상징으로 오래도록 기억될 것이다. 문의 080-023-5454 에디터 배미진



1, 4 첫물 녹차 원료로 사용해 브랜드의 가치를 고스란히 담은 타임 레스폰스 스킨 리뉴얼 크림. 2 34년의 기술을 이가한 녹차 뿌리 추출물을 담은 타임 레스폰스 스킨 리뉴얼 슬리핑 마스크. 3 고귀한 원료인 첫물 녹차를 통해 원료에 대한 아모레퍼시픽의 집념을 확인할 수 있다. 5 척박한 환경에서 녹차밭을 일구어낸 창업주의 집념을 고스란히 느낄 수 있는 도순다원 전경.



Hottest shop list

잘 고른 가방 하나는 당신의 스타일 지수를 높여줄 것이다. 트렌디하면서도 결코 흔하지 않은 디자인으로 내 자신에게 주는 선물로는 물론, 소중한 지인에게 건네줄 선물로도 손색없는 기프트 셀렉션. *photographed by park gun zoo*



(왼 위 왼쪽부터) 블루 패치로 포인트를 준 뉴욕 다우터인 감성의 구조적인 디자인이 특징인 라이터 백백, 30x46cm, 2백만원대 **지침시**, 문의 02-517-7560. 가방의 인원을 백 사이보다 크게 디자인해 다양한 연출이 가능한 '5ac' 토트백, 45x31cm, 4백만원대 **메종 마르조카**, 문의 02-3479-1807. 세 가지 각기 다른 컬러와 소재의 스트랩이 조화로운 선들 힐 2백13만원 **부부블로 쿠차넬리**, 문의 02-310-5361. 직사각형 세이프가 돋보이는 가방 클로저와 실버 체인 장식의 그린 컬러 허바 백, 23.5x18cm, 3백15만원, 부드러운 카프 레더와 이코즈 스킨이 어우러진 멀티스트라이프 패턴에 실버 볼을 장식한 허바 클러처백, 19.5x15.5cm, 2백79만원 모두 **프로엔자 스콜라**, 문의 02-3479-6082. 가방 양쪽에 날개를 펼친 듯한 그래픽적인 형태의 장사형 오렌지 컬러 나노 사이드 라지 백, 20x20cm, 3백만원 **셀리노**, 문의 02-310-1877. 반짝이는 모넬리 디테일이 돋보이는 각 집힌 사각 토트백, 32x23cm, 3백97만원, 스웨이드와 부드러운 카프 소재로 디자인한 남성용 에스피드리 1백49만원 모두 **부부블로 쿠차넬리**, 문의 02-310-5361. 전체적으로 누드 컬러 보디에 레드 색상을 양옆에 넣어 포인트를 주고 스파이크 장식을 더한 플로라 백, 22x22cm, 2백59만원 **크리스티안 루부탱**, 문의 02-541-8550 **에디터 이지민**

legendary Icon

살아 있는 패션 레전드, 칼 라거펠트

칼 라거펠트라는 인물이 없었다면 패션의 역사는 어떻게 되었을까. 물론 복식사를 새로 쓴 세계적인 디자이너들이 다수 존재하지만, 현존하는 인물 중 과거부터 현재에 이르기까지 가장 영향력 있으면서 트렌드를 '여전히' 주도하는 디자이너를 꼽으려면, 단연 살아 있는 패션계의 전설, 칼 라거펠트다. 어떤 이는 칼 라거펠트에 대해 잘 모른다고 반문할 수도 있다. 하지만 당신은 분명 칼 라거펠트를 잘 알고 있다. 어쩌면 칼 라거펠트가 디자인한 옷이나 가방, 신발을 이미 가지고 있을 수도 있고, 위시 리스트 중 하나일 수도 있다. 여자라면 평생 하나쯤은 소장하고 싶어 하는 CC 로고의 사철, 그리고 요즘 가장 핫한 트렌드 전선에 있는 펜디, 패션 역사에서 빠질 수 없는 이 2개의 거대 패션 하우스를 이끄는 주인공이 바로 칼 라거펠트다. 우리가 어디서 무엇을 사든 칼 라거펠트의 영향 아래 있다고 해도 과언이 아닐 만큼 그가 디자인하고 탄생시킨 모든 것들은 패션 패션을 포함한 패션계 곳곳에 빠르게 녹아들고 있다. 그가 매년 파리와 밀라노에서 선보이는 사철과 펜디의 레디투웨어 컬렉션 현장은 각종 뉴스에 보도되며 이밖엔 또 얼마나 놀랍고 아름다운 무대로 우리를 초대할지에 대해 최대의 관심과 이목이 집중된다. 글로벌 패션 파플은 물론 기자들까지도 현장에서 쇼를 직접 보는 것이 로망일 정도로 이 패션 거장이 선보이는 컬렉션은 국제적인 패션 위크의 중심이자 주인공이다. 그가 만든 컬렉션을 보면 알 수 있듯이 그는 결코 과거에 안주하지 않는다는 점에서 대중을 놀라게 한다. 이것이 장년 80세가 넘는 노장 디자이너가 만든 디자인과 발상이란 말인가, 감동을 자아낼 만큼 위트와 젊은 감성이 넘치는 것과 동시에 럭셔리하고 우아하다. 커뮤니케이션 방식은 또 어떠한가. 세련되고 우아한 화법과 디자인 언어가 공존하는 그의 소통 방식은 늘 시대를 앞서간다. 그 때문에 칼 라거펠트가 창조해낸 모든 것은 20대의 톱톡 튀는 젊은 감성도, 50대 중년 여성의 우아하고 고귀한 취향도 모두 사로잡는 특별한 힘이 있는 것이다.

칼 라거펠트의 DNA를 한국에서 느끼다

하루 뒤는 백발의 공자머리가 트라이드마크인 그는 80세가 넘는 노장 디자이너다. 은퇴는 커녕 현재까지 세계적인 규모로 패션 하우스를 이끌고 있다는 사실은 그에게 전제 디자이너, '패션 레전드', '패션 아이콘' 등의 수많은 화려한 수식어가 따라붙는 이유이기도 하다. 크리에이티브 디렉터로서 전통 깊은 패션 하우스에 활력과 에너지를 불어넣는 칼 라거펠트. 이전 세계적인 디자이너의 DNA와 철학을 고스란히 담은 그의 분신과도 같은 브랜드가 있다. 바로 그의 이름을 그대로 딴 브랜드 '칼 라거펠트'. 국내에는 올해 처음 선보이는 신생 브랜드지만, 1984년에 처음 설립했고, 2012년에 '어세시블 럭셔리(Accessible Luxury, 다가가기 쉬운 럭셔리)' 콘셉트의 브랜드로서 본격적으로 론칭해 파리, 암스테르담, 베를린, 뮌헨, 베이징, 상하이 등에 매장을 확장하며 두꺼운 팬층을 확보하고 있다. "4년 전 파리 생제르맹에 첫 매장을 오픈했을 때 흥미로운 사실을 하나 발견했어요. 소셜 미디어에 폭 빠진 20세의 젊은 남녀 고객뿐만 아니라 사철과 펜디의 팬인 50세의 여성까지, 취향과 연령대가 굉장히 다양한 고객들이 찾아온다는 것이었죠. 그만큼 칼 라거펠트 자체가 생벨, 나이, 국가 등의 제약 없이 다양한 팬층을 확보하고 있다는 거예요"라고 칼 라거펠트의 CEO 피에르 파울로 리가는 말한다. 그는 칼 라거펠트만의 아이러니하면서도 재미있는, 더불어 아티스틱하고 아이코닉한 감성이 브랜드 칼 라거펠트가 성장할 수 있었던 가장 큰 원동력이라고 설명한다. 이제 이런 그의 아이덴티티와 라이프스타일을 한국에서도 그대로 느낄 수 있게 되었다. 지난 4월, 럭셔리 브랜드의 플래그십 스토어가 밀집되어 있는 도산공원 앞에 한국에서의 첫 플래그십 스토어가 새롭게 등장을 했다. 모던하면서도 시크한 외관, 외벽 전면에 걸린 칼 라거펠트의 사진과 위트 있는 소원도 디스플레이는 다소 조용하고 엄숙한 분위기의 도산대로에 활기를 불어넣는다. 특히 칼 라거펠트 도산 플래그십 스토어 오픈 행사에서는 세련된 블랙 & 화이트 룩은 물론 팝하고 키치한 매력이 가득한 2016 F/W 룩을 패션쇼로 선보여 패션 피플들을 열광하게 했다. 이날 가장 주목받았던 특별한 이벤트는 도산 플래그십 스토어 오픈을 축하하는 의미에서 칼 라거펠트가 직접 그린 스페셜 스케치를 공개한 것. "나는 한국을 사랑한다"라고 한국어로 쓴 코멘트와 한국 시장에서의 성공적인 앞날을 예견하듯 환하게 밝힌 한국 전통 램프를 손에 든 칼 라거펠트의 모습을 담은 스케치로, 현장에 있던 한국 패션 피플들은 감동의 환호성을 질렀다. 또 모델 위함의 디자인으로 시작된 애프터 파티에서는 특별히 마련한 포토 부스에서 사진을 남기며 즐거워하는 사람들의 웃음소리가 끊이지 않았고, 다른 한쪽에는 칼 라거펠트의 로고를 티셔츠로 새겨서 이날의 추억을 오래 간직할 수 있도록 한 이벤트도 마련되었다. 이날 공개한 칼 라거펠트의 스케치는 도산 플래그십 스토어에 전시되며, 칼 라거펠트의 모든 컬렉션은 도산 플래그십 스토어 및 갤러리백화점 WEST 3층에서 만날 수 있으니 트렌드의 최전방을, 그리고 패션 거장이 만들어낸 아이코닉한 아이템들과 그의 패션 DNA를 경험하고 싶다면 지금 바로 칼 라거펠트 스토어를 방문해볼 것. 문의 02-3443-2016 **에디터 권유진**



1 서울 도산공원 앞에 위치한 칼 라거펠트의 국내 첫 플래그십 스토어. 블랙 & 화이트로 이루어진 모던한 외관이 인상적이다. **2** 이번 오픈 행사에서는 유니크하면서도 세련된 고급스러움까지 모두 갖춘 칼 라거펠트 2016 F/W 컬렉션을 만나 패션쇼로 선보였다. **3** 살아 있는 패션계의 전설, 칼 라거펠트. **4** 칼 라거펠트 도산 플래그십 스토어 내부. **5** 그의 드로잉이 연상되는 페넌의 티셔츠부터 그의 고안인 슈베르를 모티브로 한 액세서리 등 두터의 개성이 넘치는 칼 라거펠트 2016 S/S 컬렉션.

INTERVIEW 피에르 파울로 리가(칼 라거펠트 CEO)
 "우리 브랜드를 통해 많은 이가 더 즐거워졌으면 합니다."
<스타일 조선타일>과 파리, 그리고 지금 한국에서 두 번째 매장이 열리는 점에서 강하게 기대고 있습니다. 한국 시장에 공식적으로 진출하는 의미 있는 자리에서 다시 한 번 나게 되어 기쁩니다. 그것도 이렇게 아름다운 도산공원 앞에 위치한 칼 라거펠트 도산 플래그십 스토어에서 말이죠. **칼 라거펠트의 인연은 언제부터 시작되었나요?** 칼 라거펠트의 처음 인연을 맺은 것은 17세 때였습니다. 그때 제 돈으로 처음 향수를 샀는데 그게 바로 칼 라거펠트의 향수였지요(웃음). 브랜드 칼 라거펠트와 인연이 시작된 건 5년 전입니다. 당시 저에게 칼 라거펠트는 디자이너로서 제가 찾던 가장 창의적인 사람이었어요. 그의 팬인 제가 이 위대한 패션 아이콘인 칼 라거펠트의 자체 브랜드를 키울 수 있는 기회가 주어지면 너무나도 영광스러운 일이었습니다. 같은 인간적으로 정말 좋은 사람이라 그와 함께 일하는 것은 즐겁고 평화요. 또 매우 프로페셔널한 사람이기 때문에 자신이 하는 일에 있어서 어려움 없이 척척 해내죠. 그는 좋은 사람이면서 프로예요. **그와는 어떻게 커뮤니케이션이 이루어지나요?** 칼 라거펠트는 이 브랜드의 모든 것입니다. 우리가 하는 모든 일에 그의 생각과 철학이 담겨 있고, 칼 라거펠트가 이 비즈니스에 필요로 하는 것들에 대해 알고 있기 때문에 그가 원하는 브랜드의 방향성을 최우선으로 따르고 있어요. 또 서로가 신뢰를 바탕으로 공통적으로 생각하는 부분은 무엇인지, 다른 의견이 있다면 그것의 중간은 무엇인지 찾고요 애쓰며 서로 끊임없이 소통하고 있습니다. **브랜드 모토가 있다면?** 패션을 사랑하는 많은 사람이 칼 라거펠트라는 브랜드를 통해 연결되고 즐거움을 찾는 것입니다. 우리 브랜드를 통해 그들이 더 즐거워졌으면 합니다. 늘 위트가 넘치는 칼라렘! **라이프스타일 범주까지 카테고리화 하는데는 이유가 있었나요?** 우리 브랜드의 라이프스타일과 생활을 모두 담아내 브랜드화하고 있습니다. 즉, 여성복이나 남성복뿐만 아니라 매우 다양한 카테고리화 통해 브랜드와 디자이너의 연결고리를 찾고자 하고요. 우리 곧 키즈 라인을 론칭할 것이고, 내년에는 중국에 6성급 호텔을 세울 예정이에요. 보시다시피 이날 '칼 라거펠트', 그 자체라고 할 수 있는 브랜드로 성장시키고자 합니다. **한국 소비자들에게 어떻게 어필할 계획인가요?** 아시아 마켓에서 한국은 패션과 스타일 면에서 매우 중요한 위치에 있다고 생각해요. 우선 칼 라거펠트를 브랜드화하는 것이 가장 큰 도전입니다. 즉, 패션계의 아이콘인 칼 라거펠트의 아이코닉한 요소들을 모두 담아내 브랜드의 아이덴티티를 드러내는 것이죠. 칼의 이런 다이나믹함을 한국 고객들에게 소개하고, 보다 쉽게 접근할 수 있는 풀하고 재미있는 럭셔리 라이프스타일은 개념으로 다양한 고객들에게 다가가 예정입니다.

bloom of Lips

올봄 당신을 돋보이게 할 최고의 액세서리는 바로 '입술색'이다. 다채로운 컬러만큼이나 다양한 질감과 디자인을 갖춘 2016 신상 립 컬러 아이템. *photographed by park gun zoo*



이번 시즌에는 매끄러운 글로(glow) 피부 연출과 더불어 생기 있는 립 메이킹이 대세다. 잘 관리된 피부에 화려한 립 컬러 하나만 더해도 청순한 스타일이 완성되기 때문. 많은 뷰티 브랜드에서 레드와 코랄 핑크, 오렌지 등 인색을 보다 환하게 밝혀주는 컬러는 물론, 립스틱부터 립글로스, 립 틴트, 립 크레용까지 다양한 질감과 디자인을 갖춘 립 제품을 쏟아내는 것도 바로 이런 이유에서다. 그러나 평소 너무 툴다는 이유로 평한 발색력이 립 제품을 부당스러워했던다면, 올해만큼은 용기를 내 도전해보자. 글로시 혹은 매트하게 당신의 입술을 물들여줄 신상 립 제품들을 모았다.

(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) **통 토포드 오이스크림이 립 컬러**는 단순한 투톤 컬러를 넘어 두 가지의 서로 다른 포플러로 구성된 아이템이다. 립스틱 중앙의 패시 프루츠 오일이 촉촉함을 선사하며, 입술 안쪽과 바깥쪽의 서로 다른 립 컬러가 자연스럽게 섞이게 해 투톤 그라데이션 립 메이킹을 쉽게 연출할 수 있다(파파 컬러, 2.5g 9만2천원). 각질인 세이커에서 영감을 받은 **링클링 슈시 세이커**는 세이커를 똑 닮은 패키지에 립 틴트와 부드러운 오일이 함께 담긴 형태다. 보습과 발색을 동시에 얻을 때엔 립 크레용을 만들 듯 가볍게 흔들어서 사용하면 된다(372ml 데일, 6.5ml 9만2천원). **영랑 라벤더 로브 노르** **달리나스 사이니 립 컬러**는 라벤더 로브 노르 오리지널 피부 보습을 연상시키는 거꾸로 세운 하트 모티프가 특징이다. 다양한 오일을 함유해 부드럽게 발리고, 달콤한 프루티 플로럴 향을 발산한다. 한 번의 터치로 자연스러운 촉이, 두 번의 터치로 발랄하고 생기 있는 촉이, 세 번의 터치로 매혹적인 촉이 연출돼 상황에 따라 다양한 활용이 가능하다(003 레드힐, 8.8ml 3만2천원). **입생 로랑 루주 베르 꾸뛰르 더 미스트**는 시신을 시토겐은 강렬한 소잉 킷 컬러를 담은 매트 립스틱이면서도 실크 오일과 파우더를 함께 함유해 크리미하게 발리는 것이 특징이다. 부드러운 발림과 강렬한 컬러를 동시에 선사하며, 매트 립스틱이 건조해지는 편견을 깨줄 제품(202 로즈 크레이지, 3.8g 4만2천원). **디올 어드트 말기 틴트**는 케이스인 보인 립스틱 같지만 촉촉하고 투명하게 발리는 립글로스 재질의 틴트 아이템이다. 울트라-프래시 텍스처로 마치 아무것도 바르지 않은 듯 가볍고 편안하게 발리는 것이 특징이며, 쉽게 지워지지 않는 우수한 발색력까지 갖춘 제품(356 밀키 피치, 5.5ml 4만1천원). **조르지오 아르마니 루즈 아르마니** 실크 스무스 오일을 함유하여 입술에 건조함 없이 부드러운 편안함을 안겨준다. 립 피팅 테크놀로지 변성 없이 시크하고 우아하게 발리는 립스틱이라 인심에도 잘 어울린다(513 프리즘 핑크, 4g 4만2천원). **맥 밸벳티즈 립 펜슬**은 브랜드에서 새롭게 선보인 펜슬형 립 제품. 립스틱같이 선명한 컬러감이 그대로 발색되며 스킵이 필요 없는 펜슬 타입이라 사용하기도 간편하다. 가벼운 매트 타입으로 발색감이 부드럽게 마무리된다(에-링 고즈, 1.2g 3만1천원). **샤넬 루주 코코 시빌**은 사파르 추출물과 실크 오일을 함유해 립밤과 같은 강력한 보습을 선사하며, 실크 파우더 활성 성분이 부드러운 발림성을 자랑한다. 생기 있고 지속력 높은 컬러는 물론, 비르는 즉시 즉각적인 물량명 효과를 낸다. 미니 파우치 백에 도색 들어간 만한 가는 펜슬 형태라 휴대하기 편리하다(206 히스토리, 2g 4만1천원). *에디터 이지연*

통 토포드 02-3440-2696 **링클** - **조르지오 아르마니** 080-022-3332 **컬 랭** 080-343-9500 **입생 로랑** 080-347-0089 **디올** 080-342-9500 **맥** 02-3440-2645 **샤넬** 080-332-2700

editor's Pick

이번 시즌 메이크업 트렌드인 '내추럴 스킨'을 표현하기 위한 뷰티 잇 아이템들 <스타일 조션일보>가 미리 체험해보았다. *photographed by yum jung hoon*

(왼쪽 윗부터 시계 방향으로) **나스 립글로스 비드모기 구이바** 색조 메이크업 제품으로 유명한 브랜드답게 건강한 핑크색으로 청순한 소녀의 입술을 완성하는 립글로스. 누드 계열의 내추럴한 피치 컬러로 피부 톤과 메이크업에 상관없이 두루 잘 어울린다. 6ml 3만6천원. 문의 02-6905-3747 *by 아사스트트 김수민*

리네르테로 아스타라 프레스시 수딩 세럼 자극받은 민감성 두피를 빠르게 즉각적으로 진정시키는 아이스 콜링 수딩 세럼. 두피가 뜨거워지다 못해 민진된 이온 발루까지 종종 출몰하는 사람에게 적극 추천한다. 아스타라 추출물과 콜린 에센셜 오일을 함유해 사용 즉시 두피 온도가 2.5°C 내려갈 정도로 콜링 효과가 뛰어나다. 75ml 2만9천원. 문의 02-543-7865 *by 에디터 권유진*

아모레퍼미픽 선 프로텍션 쿠션 SPF 50+/PA+++ 스킨케어 마지막 단계에서 피부에 영양을 묻혀 얼굴에 촉촉 발라주는 선 프로텍션 쿠션. 기존 파운데이션 쿠션과 달리 화장을 한 듯 안 한 듯 자연스러우면서도 피부 톤을 맑게 잡아주어, 선케어뿐만 아니라 자연스러운 만능 메이크업 연출이 가능하다. 15g X 2개짜리 패키지 포함 6만5천원. 문의 080-023-5454 *by 에디터 이지연*

리즈케이 파스트 씨큐어 비타민 C 11% 토달 케어 세럼 피로 해소에 비타민이 효과적이라 착상하고, 푸석해진 피부 역시 비타민이 해답이다. 비르는 순간 피부가 바로 쫄쫄하며, 다음 날 한결 정돈된 듯한 피부결 개선 효과를 경험할 수 있다. 16ml 4만4천원. 문의 02-3444-0209 *by 아사스트트 김수민*

베레타 울트라 플라쉬 립글로스 단테리온 볼에 반짝이게 했던 단테리온 특유의 사랑스러운 피치 컬러를 입술에도 바를 수 있다. 베레타리온을 위해 특별히 고안된 틴트 입술 전체에 고르게 퍼 발리며 마치 립밤을 바른 듯한 부드러운 마무리감이 특징. 15ml 2만6천원. 문의 080-001-2363 *by 에디터 이지연*

랑클 UV 엑스퍼트 차던 CC 쿠버 SPF 50/PA+++ 출근하는 지하철 안에서, 화장실 안에서, 자기 전 침대에서도 수시로 휴대편을 들여보는 현대인을 위한 필수 자외선 차단제. 블루 라이트에 오래 노출될 경우, UV 광선만큼이나 피부 장벽이 강화될 수 있기 때문에 살에서도 꼼꼼한 케어가 필요하다. 더불어 피부 톤을 고르게 보정하고 잡티를 커버하는 CC 크림 효과까지 겸해 더욱 매력적. 30ml 5만7천원. 문의 080-022-3332 *by 에디터 권유진*

메이크업 포에버 아이 XL 아이 펜슬 2016 S/S 메이크업 트렌드 중 하나인 아이 퀴티 아이 메이크업에 도전하고 싶다면 아이큐 XL 아이 펜슬의 M26 컬러를 선택할 것. 눈꼬리에 아이라인을 레이어드하거나 눈다리 부분에 컬러를 살짝 선듯 라운을 그리면 청량감 있는 눈매를 연출할 수 있다. 1.2g 2만9천원. 문의 080-514-8842 *by 아사스트트 김수민*

샤넬 로 영 울트라 트루 울트라워터 플로리스 랩택트 파운데이션 SPF 15 화장이 무너지기 시작하는 오후 시간대에 비대한 극적인 효과를 볼 수 있다. 고운 파우더 느낌의 실크 텍스처가 피자와 유분을 흡착하여 번들거림을 잡아주기 때문. 또한 2 in 1 기능의 파운데이션 타입 디퓨전 보습제를 통해 완벽한 커버력은 물론 블러핑 효과를 선사한다. 13g 7만7천원. 문의 080-332-2700 *by 에디터 이지연*

디올 윈 에센셜 미스트-로션 간단하게 푸리는 것만으로도 디톡스 효과를 얻을 수 있는, 청화 효과가 뛰어난 미스트. 오존, 중금속, 탈피 연기 등 일산화탄소 클렌징을 제거할 수 없는 미세 안자까지 관여한다. 피부 표면의 잔수성 및 잔치침성 오염 입자들을 찾아내 완벽히 뒤어내는 하이테크 중합체가 풍부하게 함유된 독특한 한티 제품. 125ml 8만2천원. 문의 080-342-9500 *by 에디터 이지연*

에스티 로더 에드밴스드 나이트 마이크로 클렌징 폼 1차원적인 클렌징을 생각하면 안 된다. 미끈 피부 위해서는 실카린 클렌징 오일로 발라, 물에 닿으면 밀키 에멀션으로 재형이 바뀌는 마이크로-리바이탈라이징 포플러로 메이크업 잔여물은 물론 낮 동안 쌓인 불순물과 오염 물질을 한 번에 지우고 피부 표면의 수분 밸런스를 유지한다. 70ml 4만9천원. 문의 02-3440-2772 *by 에디터 이지연*

보타가 베레타 푸르 울트 에센스 아로마티크 남성 향수지만 개인적으로 탐이 날 정도로, 여성에게도 매력적으로 다가오는 프래미 아로마틱 향을 담았다. 신선하고 강렬한 이페라리언 베르가모트, 남성적인 도넛도나나 파슬리 에센스, 시베리아 파인어코드가 어우러져 우아하면서도 부드럽고 세련된 향을 발산한다. 90ml 14만5천원. 문의 02-6924-6572 *by 에디터 권유진*

닥터 지르프 V7 토닝 라이트 피부 속까지 투명한 여저 연애의 피부처럼 청량함을 견뎌 피부를 환하게 밝혀주는 비발 병기 크림. 사랑한 스크림 같은 제형의 크림이 프라이머를 바른 듯 매끈하게 발리며 부드러운 사용감과 촉촉한 마무리가 일품이다. 화장이 귀찮은 날 이 제품이 스킨케어용 마무리하듯 백옥처럼 고운 우유빛 안색을 연출할 수 있다. 50ml 4만8천원. 문의 1544-5453 *by 아사스트트 김수민*

이슬 비 트라블러 씨 페이스 밸런싱 젤 비타민이 피부에 좋다는 사실을 모르는 이는 없다. 피부 톤을 맑게 하고 피부 밸런스를 맞추는 데 탁월한 효능을 발휘하는 비타민 B와 C 성분을 풍부하게 함유한 젤 타입의 수분 크림으로, 햇볕에 그을리고 열중이 생긴 피부를 빠르게 진정시키는 알로에베라 젤과 향긋 및 소독 작용을 하는 파슬리 시드 오일, 케어마일 오일을 담았다. 항균력 강한 젤 타입의 제품이며 손으로 잘 문질러 흡수시키면 물기가 느껴질 정도로 촉촉하게 흡수되면서 보습보충하게 마무리된다. 60ml 13만2천원. 문의 1800-1987 *by 에디터 권유진*



어포더블 아트, ‘디지털’ 타고 지각변동 일으킬까?

인류의 일상에서 ‘뉴 노멀’이 된 디지털 흐름이 쿨대 높던 미술계에도 변화를 일으키고 있다. 미술 시장에 대한 대중의 관심이 그 어느 때보다 높은 요즘, 국내외에서 온라인 기반의 경쟁력 있는 플랫폼이 속속 등장하고 있다. 세계적인 큰손들의 투자도 잇따르고 있다. 이는 미술 시장에서 투자 목적보다는 단순히 즐기고자 하는 밀레니엄 세대 컬렉터들이 갈수록 부각되는 데 따른 변화이기도 하다. 드디어 ‘어포더블 아트(affordable art)’라는 슬로건이 대중의 삶에 진정성 있게 반영되는 시대가 펼쳐지는 걸까? 과연 시장의 지형 자체를 바꿔놓을 만한 패러다임 전환의 단초가 될까? 어쨌든 변화는 반갑다.

“좋은 구입이란 함께 생활하고 싶은 작품을 사는 것이다.” 에덤 린드먼

흔히 아트 컬렉터는 예술을 몹시도 사랑하는 ‘큰손’이나 미래의 자산 가치를 감안해 우량주를 수집하는 투자자처럼 여겨진다. 그래서 글로벌 미술 시장이 수년째 활황이라지만 그들만의 리그라고 보는 시각이 지배적이다. 게다가 수요자만이 아니라 공급자 측면에서도 솔림 현상이 심하다는 지적도 있다. 블루칩 중심의 하이엔드 시장만 고공 행진을 할 뿐 애매한 중간 지대에 자리한 작가들이나 신진 작가들은 미술 시장 활황의 덕을 그다지 보지 못한다는 것이다. 한마디로, 흔하지 않은 ‘빈의빈 부익부’ 현상이다.

하지만 일상에서 예술 작품을 가까이 두고 즐기곤 건 사실 누구나 품을 만한 마음이다. ‘예술 문외한을 자처하는 이들조차 언젠가 미술관에서 본 명화 비슷한 그림 한 점을 집에 두면 얼마나 좋을까, 하는 상상 정도는 해본 적이 있을 테니까. 그것이 마침 파카소나 모네, 워홀이었다면 그 마음을 그대로 접어버린 경우가 대부분이었겠지만 말이다(물론 프린트 작품을 사서 벽에 걸어두는 대안을 택하기도 한다). 그래도 소소한 애호가 대열에 끼어드는 용감한 이들도 있다. 세상에서 하나밖에 없는 희귀재라는 특성을 지닌 ‘오리지널’ 미술품을 사들이면서 컬렉터의 세계에 발을 들여놓는 것이다.

‘디지털’ 타고 대중에 다가서다, 어포더블 아트의 부상

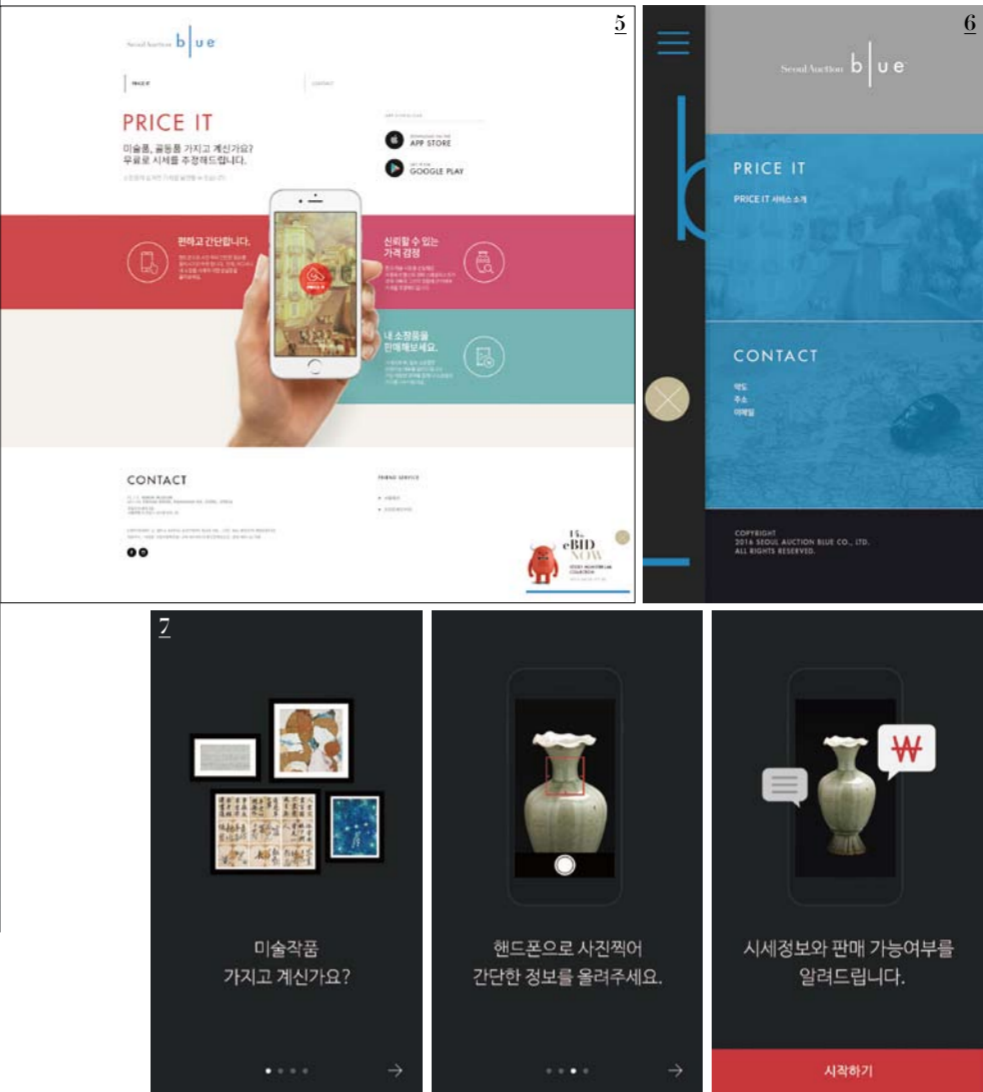
그런데 이때도 블록버스터의 논리가 고개를 푹숙 내민다. 아무리 좋아서 구매한다고 해도 미래의 자산적 가치를 감안하면 초우량주는 엄두를 내지 못하더라도 이미 세간의 인정을 받고 있는 작가를 선택해야 나중에 후회하지 않는다는 것이다. 아니면, 아예 투자가치에 대한 생각을 떨치고 부담 없는 가격대의 마음에 드는 작품을 만났을 때 애타게 지고 사버리는 것도 나쁘지 않다. 미술 저술가이자 컬렉터 에덤 린드먼이 말했듯이 함께 생활하고 싶은 작품이면서 자신의 기준에서 가격도 합리적인 ‘어포더블 럭셔리’를 즐기면 되는 것이다. 그러다가 우연히 세상의 주목을 받는 아트버스터가 된다면 그건 고마운 ‘덤’이라는 마음가짐으로. 실제로 이런 유형의 수요자들을 둘러싼 변화가 온·오프라인에서 일어나고 있다. 오프라인 세상에서는 갤러리(상업 화랑)들이 주축을 이루는 아트 페어에서 그 기운을 느낄 수 있다. 세계적 아트 페어 브랜드 아트 바젤이나 파피(PIAC, 파리 미술 축제)처럼 고고하고 우아한 이미지가 아니라 텐트 속에서 펼쳐지는 젊은 감각의 아트 페어인 런던의 프리즈(Frieze Art Fair), “누구나 미술 작품을 소유할 수 있게 해야 한다”고 외치면서 지난해 한국에도 상륙한 어포더블 아트 페어 등이 글로벌 차원의 인기를 얻으면서 대중 친화적인 아트마켓을 이끌고 있는 추세이다. 더 흥미로운 변화가 쾅트고 있는 영토는 아무래도 온라인이다. 디지털 시대가 꽃을 피우면서 미술품이 거래되는 온라인 플랫폼이 속속 등장했는데, 특히 신흥 경매업체들이 최근 주목할 만한 성장세를 보이고 있다. 스타 예술가 데미언 허스트가 투자한 업체로 1천달러에서 10만달러대까지의 미술품으로 젊은 층을 공략하는 미국의 패들레이트(Paddle8), 독일 베를린에 기반을 둔 옥션나타(Auctionata)가 대표 주자로 부상했다. 미술계 구굴이라고 불리며, 실제로 에릭 슈미트(구글의 지주사인 알파벳 회장)가 투자했다는 온라인 플랫폼 아트시(ArtSy)는 정보 제공과 거래 중개를 주로 하다가 최근 10만달러 이하의 작품 위주로 자체적인 온라인 경매 시스템을 운영 중이다. 미술계에서는 ‘초짜인 온라인 강자 아마존도 미국 갤러리들과 협약을 맺고 ‘아마존 아트’ 서비스를 시작했다. 늘 그렇듯이 ‘창조적 파괴는 오프라인의 거성인 소더비나 크리스티 같은 기존 강자들의 몫이 아닌 듯하다.

미술작품이 보인다



룩인아트(Lukinart), 관람객이 가격 산정에 참여하는 신개념 온라인 갤러리

한국에서도 의미심장한 조짐이 조금씩 나타나고 있다. 어포더블 아트를 내세운 개성 있는 온라인 플랫폼이 하나둘 생겨나고 있는 추세다. 해외에서는 단색화 열풍이 불고 있지만 전반적으로 한국 미술 시장은 주춤한 게 사실이다. 이런 가운데 새로운 수요를 이끌어낼 수 있는 디지털 플랫폼의 등장은 미술 시장의 저변을 확대한다는 차원에서도 반가운 행보가 아닐 수 없다. 이 같은 맥락에서 얼마 전 문을 연 룩인아트(www.lukinart.com)는 자못 기대가 되는 이색 온라인 갤러리다. 신진 작가들의 작품을 세상 어디에도 없는 독특한 방식으로 대중에게 소개한다고 주장하는 갤러리답게 그 면면이 꽤나 흥미롭다. 일단 작품을 선정하는 방식이 여느 갤러리들과 다르다. 일반적으로 작가들을 제시하는 대신 작품을 감상하는 대중의 ‘여론’에 따라 호당 단가를 정하기 때문이다. 예컨대 룩인아트에서 개최하는 온라인 전시에 출품한 신인 작가의 작품이 마음에 든다고 치자. 관람객은 페이스북의 ‘좋아요’처럼 하트 표시를 눌러 정서적인 지지를 보내거나, 별 표시를 눌러 후원을 할 수 있다(1천원 단위에서 출발한다). 물론 신인의 기준기는 있지만(대개 호당 4만~8만원) 전시 중에 얻은 상대적 지지도를 반영해 다음 전시 작품의 가격을 정하는 것이다. 여론이 쇄도가 되므로 작가에게 공감할 수 있고, 관객은 좋아하는 작품을 지지하며 후원해줄 수 있으므로 일석이조인 셈이다. 이 가격 산정 알고리즘으로 국내외 특하게 출원했다는 룩인아트 박정호 대표는 20년 넘게 광고 기획계에서 뼈가 굵은 AE 출신의 사업가인데, “사람들이 미술에 관심은 있지만 생산한 작가들의 작품 세계를 제대로 이해하고 공감할 수 있는 소통의 장이 부족하다고 생각했다”라고 말한다. ‘공감의 여론’을 모아 수요를 창출하고, 집단 지성을 바탕으로 가격을 산출한다면 대중이 만들어낸 새로운 스타 작가가 자연스럽게 나올 수 있다고 판단했다는 설명이다. 박 대표는 베네라 기획사의 역량을 살려 관람객들의 작품 이해를 돕는 큐레이션 메커니즘도 만



들었다. 아티스트가 얘기하고자 하는 바를 압축된 문장으로 표현한 ‘작가의 메시지’와 평론가들의 감상 포인트를 게재하고 관람객들의 의견도 ‘댓글’로 달 수 있도록 했다. 룩인아트는 이렇게 작품과 세상의 소통을 돕는 작가 후원 플랫폼이자(실제로 수익금 중 일부는 작가 후원에 쓰인다) 관람객이 보다 쉽고 편하게 다가갈 수 있는 커뮤니티 갤러리를 표방한다.

블루(Blue), 서울옥션이 야심 차게 추진하는 통합 온라인 플랫폼

미술품 시장은 ‘중고’가 대접받는 희귀한 장터다. 그래서 갤러리 전시를 통해 검증을 받고 좋은 가격에 거래된 작품은 ‘중고 프리미엄’을 얻은 채 경매 시장으로 향할 수 있다. 최근 경매 시장은 그 어느 때보다 ‘핫’하다. 단색화의 폭발적인 인기에 힘입어 우리나라 경매업체들이 성장 가도를 달리고 있기 때문이다. 프랑스 미술 시장 조사업체인 아트프라이스 보고서에 따르면 2015년 한국은 세계 경매 시장에서 매출 7천5백만달러로 10위를 기록해 사상 처음으로 ‘톱 10’에 올랐다. 국내 경매업계의 양대 산맥인 서울옥션과 K옥션이 주도적으로 이끌어낸 쾌거다. 이들에게 온라인 경매 플랫폼이란 글로벌 흐름에 동참하는 행보이기도 하고 미래의 성장 동력이기도 하다. 세계 미술품 시장에서 온라인 비중은 33억달러(2014년 판매액 기준)로 전체의 6% 수준이지만, 성장세가 지속되고 있을 뿐만 아니라 시장의 파이 자체가 커졌다는 점을 감안할 때 고무적이다. 경매 시장에서 유사한 흐름을 타고 있다. 국내 1위 경매업체인 서울옥션의 경우에도 지난해 온라인 매출 비중이 6%대 정도로 추산되는데, 성장률로 따지면 훨씬 더 빠른 성장이다. 온라인 브랜드인 이비드 나우(eBid Now)가 지난해 총 8회 경매에서 낙찰액 43억7천1백만원(수수료 제외)으로 전년 대비(4회, 23억8천6백만원) 2배 가까이 성장했다. “횟수와 규모도 늘어났지만 품목의 다양화 경향도 눈여겨볼 만합니다. 2014년엔 부당스럽게 낮은 가격대의 미술품이 중심을 이뤘던 미술품은 물론 빈티지 가구, 도자기, 보석 등 다양한 경매품이 나왔거든요.” 서울옥션 손지성 홍보 수석의 설명이다. 아무래도 고객 연령층이나 거주지도 더 다양해진 것은 물론이다. 올해 서울옥션은 온라인 시장에서 새로운 전환점을 맞이하게 될 듯하다. 최근 ‘블루(Blue)’라는 명칭의 온라인 플랫폼(http://seoulauctionblue.com)을 새로 선보이고 동명의 자회사도 설립했기 때문이다. 올 하반기에는 이비드 나우를 통합해 단독 온라인 플랫폼 역할을 할 예정인 블루가 야심 차게 선보인 첫 서비스 ‘프라이스 잇(Price It)’을 보면 아직은 발이 단계인 온라인 경매 시장을 선점하기 위한 서울옥션의 열정이 꽤나 뜨겁다는 사실을 알 수 있다. 프라이스 잇은 그림이나 골동품 등 집에 있는 소장품의 가치를 의뢰하면 손쉽게 알려주는 모바일 앱으로, 심지어 무료로 제공되는 서비스다. 1분 정도 시간을 투자해 휴대폰으로 사진을 찍어 올리고 작품 정보를 간단하게 입력하면 ‘접수 완료’다. 며칠 내로 전문가들이 추정가를 알려주는데, 원하면 나중에 경매품으로 위탁할 수도 있다. 누구나 집에 가격을 알 수 없는 소장품이 하나들은 있다는 점을 감안할 때 꽤나 구미가 당기는 서비스다.

K옥션의 투트랙 전략, 프리미엄 온라인 경매와 옥션은

수요자 입장에서 온라인 경매의 매력으로는 시간의 제약은 덜 받는다는 점이 종종 꼽힌다. 서울에 있는 경매 회사를 굳이 찾지 않아도 지방 고객들이 얼마든지 미술품을 살 수 있는 접근성을 신사하는 것이다. 또 하나의 손거는 갤러리 문턱을 넘기 힘들어하던 이들에게 진입 장벽을 허물어준다는 점이다. 아직 경험이 부족한 초보 컬렉터들에게 미술 시장으로 부담 없이 진입하는 플랫폼 역할을 할 수 있다는 예기다. 온라인 경매 시장의 개척자를 자처하는 K옥션은 이러한 장점을 ‘체득한’ 사례다. 2006년부터 온라인 경매를 시작했으니 이미 10년 차다. 미술 시장이 디지털 영토에 큰 공을 들이지 않던 시기부터 꾸준히 내공을 쌓아왔고, 그것을 바탕으로 지난해에는 온라인 경매에 정점을 찍었다. 무려 20회의 온라인 경매를 진행했고, 평균 낙찰률 90%를 달성한 적도 있었다. 하지만 이처럼 횟수가 많아지고 워낙 다양한 위탁품을 관리하다 보니 좀 더 체계적인 운영 체계를 갖춰야 할 필요성을 느끼게 됐다. 해외 온라인 시장에서는 1천달러에서 5만달러대 작품이 가장 활발하게 거래된다는 통계가 있지만 국내 사정은 다소 다르다. 물론 ‘온라인=저가’라는 공식은 성립되지 않는다. 경매 회사를 신뢰하는 단골 고객들이 있기에 온라인 경매에서도 1억원대까지 치솟는 작품이 나오긴 하지만 1백만원 선을 훨씬 밑도는 각종 소품류 작품도 즐비하다. 지난해 말 K옥션은 ‘미술품 소장’의 대중화라는 가치를 내걸고 중저가 온라인 미술품을 주로 취급하는 경매업체 옥션온(auctionon.co.kr)을 설립했다. 중저가 근현대 미술품과 한국화, 서예, 고가구 등 다양한 고미술품을 두루 다루는 플랫폼이다. 상대적으로 부담이 덜한 한국 근현대 미술만 아니라 저평가된 한국 고미술 거대도 활성화할 수 있는 전략적인 접근으로 새 플랫폼을 발족한 것이다. K옥션은 옥션온과 별도로 프리미엄 온라인 경매를 주기적으로 실시하고 있다. 프리미엄 미술품과 중저가 미술품을 위한 플랫폼을 따로 운영하는 ‘투트랙(two-track)’ 전략을 택한 셈이다. “주로 젊은 고객만 있는 것도 아니에요. 저희 기존 고객들을 봐도 늘 무게감이 큰 작품만 소장하고 싶어 하는 건 아니기 때문에 좋은 작가들의 소품류도 많이 찾습니다.” K옥션 손이천 실장은 이원화 전략을 채택한 배경을 이렇게 설명했다. 사실 일상에 윤기와 활력을 더해주는 예술의 손거능만 생각한다면 플랫폼이 어떻든 품목의 장르가 어떻든 무슨 상관이라 싶다. 누구나 아트를 스스럼없이 대하고 즐길 수 있는 대중 친화적인 생태계로 진화하는 과정에서 디지털 흐름을 탄 ‘어포더블 아트’ 미술 시장의 지평도를 바꿀 수 있을지 지켜볼 일이다. **8** **에디터 고성현**



