

# 화장품·패션업계 다시 집콕 모드에 '냉가슴'

### 방역패스 거리두기 강화, 소비심리 위축 불보듯 MZ세대 겨냥 명품플랫폼은 매출 경중 쿨노래

지난달부터 시작된 단계적 일상회복(위드 코로나)으로 연말 대목을 기대했던 화장품 패션업계가 다시 거리두기 강화로 돌아서자 전전긍긍하고 있다.

단계적 일상회복에 따른 출근·회사모임 활성화로 매출 증가가 두드러지게 나타나며 활기를 되찾는 가운데 방역패스 의무화와 사회적 거리두기 강화 조치가 맞물리면서 외부 활동에 제약이 불가피해졌기 때문이다.

정부는 지난 13일부터 유흥시설을 포함한 식당·카페 등 다중이용시설 16종에 대해 방역패스를 적용한 데 이어 공무·기업의 필수경영 활동(기업 정기 주주총회, 방송제작·송출 등) 관련 행사도 50인 이상인 경우 방역패스를 적용키로 했다.

별도 수칙으로 관리해온 전시회·박람회와 국제회의 역시 50인 이상일 땐 방역패스를 적용한다. 이와 함께 내년 1월2일까지 수도권과 비수도권 구분 없이 사적모임을 4명까지 허용하고 식당과 카페 영업시간을 밤 9시까지로 제한했다.

유전자증폭(PCR) 검사 음성 확진자, 18세 이하, 불가피한 접점불가자 등 방역패스

스 이외에 해당하지 않는 미접종자의 경우 혼자서만 식당·카페를 이용할 수 있다.

지난달 1일부터 단계적 일상회복 시행과 방역수칙 완화로 소비 심리가 되살아나면서 지갑을 여는 소비자가 늘어난 패션업계는 때 이른 가을 한파까지 이어져 패딩과 플리스(일명 뽀글이) 등 겨울 의류 위주로 매출이 크게 늘었다.

화장품업계도 일상생활 복귀를 준비하는 소비자가 늘면서 색조 화장품 판매가 눈에 띄게 늘었다. 하지만 방역패스 의무화와 일상으로 회복 시작 45일 만에 다시 사회적 거리두기 강화가 부활하면서 분위기가 반전됐다.

패션·뷰티업계에서는 외부 활동에 제약이 생기면서 오프라인 매장 이용객 감소가 불가피할 것으로 보고 있다. 집에 머무는 시간이 길어지면 의류·화장품 소비가 줄어들 수밖에 없기 때문이다.

이와중에 온라인 명품 플랫폼은 성장세를 계속 이어갈 것으로 보인다. MZ세대의 온라인 명품 구매 증가와 톱스타를 통한 적극적인 마케팅 등에 힘입어 급성장할 전망이다.



위드 코로나로 연말 대목을 기대했던 화장품 패션업계가 다시 거리두기 강화로 돌아서자 전전긍긍하고 있다. 사진은 서울 중구 명동 거리의 한산한 모습. 박미나 기자

요즘 뜨고 있는 캐치패션은 지난해 연간 거래액이 560억원 규모로 매년 200% 이상 성장하고 있다. 특히 지난달 진행된 블랙 프라이데이 시즌에는 같은 기간 대비 방문자 수가 98% 증가하고 이용자 수는 382%나 급증했다.

캐치패션 앱 내에서 직접 결제하는 캐치 구매 거래액 역시 195% 신장했다. 트랜잭션도 지난달 500억원의 거래액을 달성하고 12월에는 800억원을 거둘 것으로 내다보고 있다. 패션업계 관계자는 “코로나19 확산세와

방역조치 강화로 재택근무가 다시 부활하고 외출을 자제하는 분위기가 이어지면서 의류 쇼핑 수요도 줄어들 전망이다”며 “겨울 외투 대신 에슬레저, 원마일 웨어 등의 수요가 늘어날 것으로 보인다”고 말했다. 이재훈 기자

## 오늘의 언박싱

### 나쁜 냄새는 싸악 퍼품 향기는 팡팡

#### LG생건 유연제 '사프란...' 출시



LG생건건강 벨레속 냄새 원인균 제거에 뛰어난 기능을 나타내는 LG생건건강의 프리미엄 초고농축 섬유유연제 사프란 아우라 딥센트.

LG생건건강(051900)이 벨레속 냄새 원인균을 제거하고 고급스러운 퍼품 향기만 남기는 프리미엄 초고농축 섬유유연제 '사프란 아우라 딥센트'를 출시했다.

사프란 아우라 딥센트는 벨레속 깊이 배인 쉰내와 땀 냄새는 없애고 퍼품 향기는 더 오래 지속시키는 것이 특징이다. 특히 섬유유연제 향으로 나쁜 냄새를 덮지 않고 냄새의 원인이 되는 세균을 제거함으로써 세탁 후 아우라 딥센트 본연의 향을 느낄 수 있다.

아우라 딥센트는 외부시험기관을 통해 냄새 원인균에 대한 살균력 시험과 땀 냄새 탈취력 시험을 완료했다. 또한 30~50대 여성 50명을 상대로 실시한 실사용 만족도 조사에서도 '벨레속내나 땀 냄새 탈취 만족도 100%'를 나타냈다.

아우라 딥센트는 기존 자사 제품보다 향기 성분을 40% 강화해 고급스러운 퍼품 향기가 오래 지속된다. 실제로 소비자 만족도 조사에서 향기 만족도는 100%, 세탁 후 향기 지속력 만족도는 98%를 나타냈다.

특히 수(水) 생태계를 고려하는 미세 플라스틱 향기 캡슐을 넣지 않고도 풍부한 향이 더 오래 지속되도록 '향기 지속 폴리머' 신기술을 적용했다. 또한 페녹시에탄올, 트리클로산, 파라벤류 등 보존제 11종을 첨가하지 않아 온 가족이 사용할 수 있다. 이재훈 기자

# 고기 맛 나는 가짜고기 '대체육' 선풍

### 건강 관심 높아 인기... 프레시지·아워홈 등 선점 경쟁

식품업계에 고기 맛 나는 '가짜 고기' 대체육 바람이 거세다.

대체육은 콩과 같은 곡물에서 식물성 단백질 등을 추출해 모양과 식감을 고기와 비슷하게 만든 식재료다.

한동안 채식주의자가 찾는 '신기한 음식' '미래 먹거리' 정도로 인식됐으나 최근 비건(100% 동물성 배제) 의식 강화와 코로나19 장기화로 건강에 대한 관심이 높아지면서 식품업계가 대체육 시장 키우기에 나섰다.

가장 대표적인 대체육 업체는 신세계푸드(031440). 신세계푸드는 2016년부터 대

체육 연구에 적극 나서 최근 대체육 브랜드 '베리미트'를 만들고 지난 7월 첫 상품으로 돼지고기 대체육 햄 '폴드컷'을 내놨다.

폴드컷을 활용해 출시한 스타벅스의 '플랜트 햄&루꼴라 샌드위치'는 1일 평균 2000여개씩 팔리며 3개월 만에 누적 판매량 20만개를 돌파하는 등 인기를 끌고 있다.

국내 밀키트 업체 1위 기업 프레시지는 이달 20일 호주의 글로벌 식물성 대체육 전문 기업 브이투푸드(v2food)의 제품을 활용한 '대체육 밀키트'를 출시했다.



프레시지 밀키트 업체 1위 기업 프레시지가 호주의 글로벌 식물성 대체육 전문 기업 브이투푸드(v2food)의 제품을 활용한 '대체육 밀키트'를 이달 20일 출시, 눈길을 끌었다.

'대체육 밀키트'는 250만 명으로 추산되는 국내 채식 선호 인구(Flexitarian)를 공략하기 위해 출시된 제품으로 글로벌 대체육 기업 브이투푸드의 식물성 대체육을 사용한 것이 특징이다. 브이투푸드의 식물

성 대체육은 실제 육류와 같은 식감과 맛을 구현했으며 영양성분상 단백질과 식이 섬유 함량이 높다.

아워홈은 이달 초 식물성 대체육을 활용한 다양한 메뉴를 출시했다. 소비자가 채식에 대한 긍정적인 경험을 쌓을 수 있도록 대체육의 맛과 식감을 살렸으며 소스를 비롯한 모든 양념에도 육류 성분을 배제했다.

풀무원식품도 지난 10일 대체육을 풍부하게 넣은 식물성 소스로 맛있게 즐길 수 있는 가정간편식(HMR) '식물성 직화불고기 닭발소스'를 출시한다고 밝혔다.

제품에 사용된 식물성 대체육은 콩에서 추출한 식물성 조직 단백 소재를 풀무원의 기술력으로 가공, 육고기(일반 동물성 고기)와 유사한 맛, 질감을 구현했다는 설명이다. 이재훈 기자



# 진 천마고




## 무주에서 재배한 100%천마

엄선된 품질의 천마를 전통방식으로 72시간 이상 정성으로 달여 천마의 주성분인 가스트로딘이 증가합니다. 진한 농축액 매력에 빠져보세요!



400g [실속형]  
소비자가 260,000  
기획특가 59,800



800g [도자기]  
소비자가 496,000  
기획특가 99,000

NO! 합성첨가물  
NO! 인공감미료  
NO! 합성보존료  
NO! 인공착색료

상담문의 : 080-315-5000 웨미리 TV네트워크

