

올인원 미스틱 키트 ‘더엔비피’, 립스틱으로 영역 확장

지난해 ‘올인원 미스틱 키트’로 관심을 끌었던 더엔비피가 아이라이너, 립스틱 등 제품 라인업을 확대하고 있다. 또한, 해외시장 공략에 적극 나서며 글로벌 브랜드로의 도약을 시작했다.

더엔비피는 최근 한국여성발명협회와 특허청이 주관한 ‘2022 여성발명왕 EXPO 공동관’ 참가기업으로 선정돼 오랜 시간 연구해 온 차별화된 패키지 디자인의 올인원 미스틱 키트를 선보일 예정이다.

여성발명왕 EXPO는 여성발명품의 전시·홍보 기회를 제공해 판로 개척과 브랜드 인지도를 높이는 기회를 제공하기 위해 열리는 행사다. 또한 더엔비피는 서울산업진흥원(SBA)에서 진행하는 2022년 해외 온라인 플랫폼 큐텐 싱가포르 서울어워드 상설관 입점 사업에 선정됐고, KOTRA 베이징 무역관에서 진행하는 위챗 미니프로그램(중국 국민 메신저 플랫폼) 홍보사업에도 참여해 ‘오브젝트 패키지 블랙보울(풀패키지 올인원)’과 ‘옴므 드 더엔비피’ 등의 제품을 등록했다.

최근 더엔비피는 올인원 미스틱 키트에 호환 가능한 미니 립스틱을 연구·개발해 레트로 매트 제형의 ‘포기 스머지 매트 립스틱(Foggy Smudge Matte Lipstick)’을 선보였다.

포기 스머지 매트 립스틱은 한 손에 잡히는 미니 립스틱으로 일상생활과 여행 등 언제 어디에나 가지고 다니기 쉽도록 휴대성을 높였다. 또한 미스틱 어플리케이션에 프로에 속 들어가는 사이즈로 무거운 파우치를 들고 다닐 필요 없이 간편하게 꺼내 메이크업을 할 수 있다. 특히 사용자의 평균 사용량을 고려해 제품 개봉 후 내용물이 실제 오염 단계 전까지 소진할 수 있는 양을 담을 수 있도록 설계한 것이 특징이다.



‘포기 스머지 매트 립스틱’ 출시
취향에 따라 선택 가능 6종 구성
부드러운 발림성, 긴 지속력 강화
심플한 사이즈로 휴대성 최적화
스틱형 메이크업 키트 다양화 추진

불필요한 낭비를 줄이고 소비자들에게 다양한 컬러를 시도해 볼 수 있도록 한 것이다.

이 제품은 시중에 판매되고 있는 매트 타입 립스틱들의 거친 발림성과 건조함 등의 단점을 보완해 가벼운 터치감과 미끄러지듯 부드러운 발림성을 자랑한다.

입술 사이사이를 자연스럽게 채워주며 매트럽고 보송하게 마무리돼 데일리 뷰티 아이템으로 제격이다.

더욱이 일반 립스틱에 비해 바디가 얇은 옛지 슬림형 립스틱으로 섬세한 디테일의 립 라인 표현은 물론, 자연스러운 립 그라데이션 연출이 가능하다. 제품은 MZ 세대들을 겨냥해 개개인의 피부 톤에 어울리는 컬러를 선택할 수 있도록 구성했다.

말린 장미에 연보라빛이 섞인 로즈베이지 컬러 ‘플로랄’과 핑크색을 자연스럽게 살려주는 누드 베이스 컬러 ‘헬시인’,

예쁘게 톤다운된 말린 장미빛에 오렌지 톤을 더한 컬러 ‘코르셋’, 쿨무드 마젠타에 레드와 핑크를 담은 컬러 ‘입루전’, 채도 있는 정석 레드 컬러 ‘레슬러’, 오렌지 브릭의 정석을 보여주는 카라멜 브릭 컬러 ‘대즐링’ 등 총 6종이다.

더엔비피는 이번 립스틱 출시를 통해 앞서 출시한 미니 워터프루프 아이라이너와 함께 비건 화장품 브랜드로 자리 잡는 다는 계획이다. 최근 더엔비피가 출시한 미니 워터프루프 아이라이너는 식약처에서 인정한 한국비건인증원의 비건(VEGAN) 인증을 획득했다.

클린 뷰티 트렌드에 맞춰 동물 실험을 하지 않고, 동물성 원료를 배제해 착한 성분으로 예민한 눈가에도 안심하고 사용할 수 있게 개발했다.

더엔비피 옥수정 대표는 “이번에 출시한 립스틱은 소프트매트로 몽침이나 끼임 없이 입술에 스며들어 부드러운 매트 립을 경험할 수 있는 제품”이라며 “특히 예쁜 컬러까지 더해져 심플하면서도 분위기 있는 메이크업 룩을 완성할 수 있다”고 신제품을 소개했다.

이어 “코로나로 인해 2년 넘게 시행한 사회적 거리두기와 마스크 착용 의무화로 뷰티 업계 또한 큰 타격을 받았지만 현재 사회적 거리두기 전면 해제로 일상 회복이 가까워지고 있으며 색조화장품 등의 매출도 증가하고 있다”면서 “더엔비피가 자체적으로 개발한 스틱형 메이크업 키트를 더 다양한 유통을 통해 국내는 물론, 전세계 소비자들이 사용할 수 있도록 해 갈 것”이라고 포부를 전했다. 한편 더엔비피는 소비자들의 취향과 니즈 만족감 확대를 위해 올인원 미스틱 키트에 호환 가능한 마스크라, 속눈썹 연장제 등 신제품들을 지속적으로 확대할 방침이다.

최지흥 기자 jh9610434@meconomynews.com

“두피가 힐링되는 느낌”… 탈모케어 전문숍 가보니

리포

건강보험심사평가원에 따르면 2020년 기준 탈모로 병원 진료를 받은 환자 수는 23만 4,780명으로 나타났다. 특히 탈모로 고민하는 2030세대들도 꾸준히 증가하는 추세다. 탈모에 대한 고민이 늘면서 시장 역시 커지고 있다. 업계에 따르면 탈모를 경험한 인구는 1천만명을 넘어섰다고 분석했다.

닥터포헤어 두피센터 케어랩 체험
강남 프라이빗 공간, 원스톱 서비스
두피 상태에 맞는 맞춤형 케어 제공
혈액순환 위한 마사지, 피로까지 회복
전문적인 서비스… 마음의 편안함 선물

또한, 탈모 완화 샴푸 시장만도 8천억 원을 넘어설 정도로 성장했다. 탈모 케어 전문숍도 성장하고 있다. 코로나로 숨을 찾은 사람들이 잠시 줄었지만 최근 엔데믹 상황으로 전환되며 관리를 받는 사람들이 다시 늘고 있다. 최근 기자가 찾은 닥터포헤어의 두피센터인 케어랩 강남 본점 역시 최근 2030 세대들이 많이 찾고 있는 곳이다. 여성 고객 비율도 50%를 넘어설 정도로 성별을 따지지 않는다.

닥터포헤어 케어랩 관계자는 “탈모 케어가 마음의 편안함까지 선물하는 일종의 힐링 공간으로 자리매김하고 있다”고 밝혔다. 최근 탈모 관리숍들이 탈모 관리뿐 아니라 휴식의 공간으로 창출되며 인기를 끌고 있다.

신논현역 인근에 위치한 닥터포헤어 케어랩은 입구부터 ‘힐링’을 느낄 수 있도록 했다. ‘두피 전문 브랜드’로서의 신뢰를 바탕으로 단순히 탈모케어의 공간이 아닌 지친 몸과 마음을 위한 온전한 휴식을 더해주는 공간이라는 닥터포헤어의 설명을 굳이 상기하지 않아도 식물

을 활용한 공간 구성이 눈에 띈다. 닥터포헤어 케어랩 관계자는 “건물 전체를 둘러싼 루버(건물 외벽 햇빛가리개)는 건강한 모발을 의미하고, 매장 안의 돌보기를 형상화한 라이트는 고객의 고민을 더 깊이 들여다보고자 하는 닥터포헤어의 마음이 담겨있다”고 설명했다.

숍 입구에 들어서면 안내에 따라 자신의 두피 상태를 직접 체크하는 리서치를 진행한다. 리서치를 하는 공간은 솜의로 비로, 피톤치드 향과 잔잔한 음악이 들려

마음을 편하게 유도한다. 리서치를 완료하면 두피 전문가와 상담을 진행한다. 상담을 진행하는 동안에는 두피 상태를 측정한다. 이를 통해 자신이 받아야 하는 프로그램의 종류를 결정하게 된다.

닥터포헤어 케어랩에서 받을 수 있는 관리는 헤드스파, 두피&탈모케어, 헤어로스스파 총 3가지다. 우선 헤드스파는 탈모 혹은 문제성 두피가 아니더라도, 마사지나 스파처럼 휴식의 개념으로 접근할 수 있는 프로그램이다. 물을 활용한 길고 깊은 세정으로 민감성 두피 고객에게 권하고 있다.

두피&탈모케어는 정밀 진단을 통해 탈모를 유발하는 여러가지 원인과 증상을 파악하고, 그에 맞는 제품과 기기 관리를 근본적인 두피 탈모 문제를 해결하는 프로그램이다. 크라이오, 고주파, 이온토포레시스 등 기기 관리를 통해 두피에 쌓인 노폐물을 제거하고, 두피 열감을 낮춰 영양공급이 원활하게 이뤄질 수 있도록 만들어주는 것이 핵심이다.

헤어로스스파는 헤드스파와 두피&탈



모케어의 장점을 결합시킨 프로그램이다. 스카 테크닉을 통한 두피 릴렉싱과 두피의 오염물질을 제거해 두피 환경을 개선시키고, 기기 관리를 통해 두피 트러블과 탈모 예방에 도움을 주는 관리다.

케어랩 관계자는 “순환 관리를 통해 두피 스스로의 힘을 키움으로써 표면상의 문제뿐 아니라 외부 자극과 변화에 저항력을 가질 수 있도록 두피 환경을 개선시켜 주는 프로그램”이라며 “가는 모발 고객과 비듬, 가려움증, 염증성 두피 고객, 탈모와 문제성 두피 개선 관리를 원하는 고객들에게 권하고 있다”고 설명했다. 이중 기자가 받은 관리는 헤어로스스파였다. 상담 후 들어선 1:1 케어룸은 휴

식과 건강을 동시에 생각하는 공간이다. 마음을 편안하게 하는 향과 음악, 조명, 여기에 자체를 바로 잡아주는 최첨단 의자까지 구비돼 있다. 관리에 대한 설명을 듣고 처음 의자에 누워 받은 관리는 LED 라이트테라피였다. 라이트테라피는 두피 상태에 따라 컬러별로 다른 기능을 구현한다. 기자는 두피 세포 생체 에너지 활동을 촉진시키고 염증 또는 여드름 등의 회복을 돕는 레드 관리를 받았다.

이후 팔사로 전두부에서 헤어 라인을 따라 두피 근막을 케어하는 모발 정리 단계를 거친다. 이와 함께 두피 혈자리를 따라 스케일링 도포 후 지압을 통해 노폐물을 배출하는 관리가 진행됐다. 이 과정

이 마무리 되면 산성 미스트로 각질 불림과 살균 소독 과정을 거친 후 샴푸와 두피 마사지를 받는다. 특히 두피 혈자리를 따라 물줄기를 천천히 이동하며 청각을 자극해 릴렉싱에 도움을 주는 타올바스 테크닉은 시원함과 함께 편안함까지 느낄 수 있다. 또한 스톤을 활용해 어깨를 따라 마사지하는 스톤테라피는 경직된 근육을 풀어주는 기능을 한다. 이어 토너로 두피에 영양을 주고 다시 LED 라이트 테라피로 흡수율을 높였다. 마지막으로 갈바니와 스트레칭으로 관리를 마무리했다. 1시간여의 관리 시간이 끝난 후에 느낀 것은 쾌감이다. 시원해진 두피 상태를 배출하는 관리가 진행됐다. 이 과정



선물 받은 느낌이었다. 시중에는 닥터포헤어를 비롯한 다양한 두피 케어 제품들이 판매되고 있다. 홈케어 시장도 급성장하면서 전문적인 관리 전에 이미 집에서 스스로 관리하는 이들도 늘고 있다. 그럼에도 전문가의 테크닉과 체계적인 관리가 인기를 끄는 것은 두피 관리와 함께 느낄 수 있는 편안함과 휴식이 주는 장점을 지녔기 때문이다.

코로나 장기화는 우리에게 많은 것을 빼앗아갔다. 그중에는 마음의 편안함을 느낄 수 있는 작은 시간의 소중함도 포함된다. 전문적인 관리와 힐링의 작은 시간을 얻고자 한다면 두피 케어를 받아 보는 것은 어떨까.

최지흥 기자