

Style 1 조선일보

OCTOBER 2013 vol.100



**RALPH
LAUREN**
Black Label

SHOP THE ICONIC WORLD OF RALPH LAUREN
AT THE ONLINE FLAGSHIP STORE
RALPHLAUREN.CO.KR

BURBERRY
PRORSUM





Breguet
Depuis 1775



Reine de Naples Collection
IN EVERY WOMAN IS A QUEEN

브레게 직영 부티크 - 롯데 에비뉴엘 2층 +82 (0)2 2118 6480 현대백화점 압구정본점 2층 +82 (0)2 3438 6218 갤러리아 백화점 EAST B1층 +82 (0)2 6905 3571
공식지점 판매처 - 신세계 본점 본관 B1층 그리니치 +82 (0)2 310 5382 신세계 센텀시티 2층 드로아써클 +82 (0)51 745 1350 워커힐 면세점 B1층 +82 (0)2 450 6564
신라 면세점 서울점 2층 +82 (0)2 2230 3868 신라 면세점 제주점 2층 +82 (0)64 710 7352 WWW.BREGUET.COM



31 26



표지에 등장한 이미지는 알프 로렌 블랙 라벨 스포츠웨어의 2013년 F/W 광고 비주얼이다. 모노톤의 아우터, 현대적으로 재해석한 재킷까지 슬림해진 실루엣과 감각적인 컬러가 인상적이다. 도스적인 세련미와 클래식함, 기능성을 동시에 갖춘 다양한 아이템을 만날 수 있다. 문의 02-6004-0136



18



10

- 14 **마이크로컨텐츠의 시대, 아이디어를 가진 자가 살아남는다** 아이디어를 둘러싼 생태계가 흥미롭게 진화하고 있다. 머릿속에 경쟁력 높은 콘텐츠만 있으면 이를 현실에서 구현할 수 있는 환경이 조성되고 있기 때문이다. 소수의 취향도 존중받을 수 있는 마이크로컬처의 시대에 참신한 아이디어를 지닌 1인 기업이나 소규모 사업자들이 진정한 갑이 될 수 있는 세상이 오고 있는 것일까.
- 16 **PRECIOUS CREATURE** 순수한 화이트에 아름다운 주얼리핀을 더 채워 그 어디에서도 볼 수 없는 하이 주얼리 페인팅을 완성했다. 오로 지아를 다룬, 그 하나만을 위해 존재하는 하이 주얼리 컬렉션.
- 18 **BAG ATTACK** 그녀의 레이다람에 포착된 빅 패션 하우스의 2013년 F/W 뉴백 컬렉션.
- 26 **ETERNAL FANTASY** 소핑의 수도, 럭셔리 메카인 홍콩에서 디올이 화려한 촉포를 쏟아 올렸다. 예술적 영감으로 가득한 두 곳의 부티크를 리뉴얼하고, 이를 축하하는 레이다 디올의 전사까지, 홍콩 성을 가득 메운 디올의 드라마틱한 시작.
- 27 **TIMELESS BEAUTY** 세월이 흘러도 본연의 아름다움을 간직하고 있는 것은 오직 주얼리뿐이다. 자연이 준 특별한 선물인 진주의 아름다움을 극대화해 균형미가 느껴지는 섬세한 세공으로 완성한 타사키의 주얼리 컬렉션.
- 28 **ART OF THE TRENCH IN SEOUL** 브랜드의 아이코닉한 트렌치코트를 즐겨 입는 전 세계 사람들의 스토리를 담은 웹사이트, '아트 오브 더 트렌치(Art of the Trench)'가 더더 서울에 상륙했다.
- 29 **TRUE ITALIAN TOUCH** 이탈리아 가족 전문 브랜드 일 비종페는 최고급 들스가족을 사용해, 비록 화려하지 않지만 사용할수록 그 멋과 빛이 배가되는 개성 있는 가족 제품을 선보인다. 일 비종페가 제안하는, 율가들을 위한 가족 아이템.
- 30 **DIGITAL HOLIC** 완벽한 화질을 구현하는 OLED TV부터 새로운 맥북 에어와 감각적인 홈 시어터 스피커까지, 스마트 얼리 아답터의 눈을 번쩍 뜨이게 해줄 최신 테크 아이템을 모아봤다.
- 31 **ENJOY SPARKLING LIFE!** 기본 좋은 가을 햇살이 집안 깊숙이 들어오는 토요일 오후, 지원 씨는 모처럼 친구들과 함께하는 파티 준비를 하느라 분주하다. 오늘 파티를 준비하는 데 최고의 어시스턴트이자 일등 공신은 '삼성자텔 스파클링' 냉장고, 울퉁, 뉴욕에서 먼저 보고 욕심내던 이 냉장고를 국내 출시와 동시에 집에 들인 그녀의 삶은 냉장고에서 갖 볼은 스파클링 워터만큼이나 활력이 넘친다.
- 34 **THE IMMORTAL BEAUTY** 순수한 원료와 오래도록 편안한 느낌으로 사랑받아온 브랜드, 록시몽이 뛰어난 안티에이징 화장품을 선보인다. 순수함이 남아 있는, 코르시카 섬에서 유기능으로 키운 불멸의 꽃, 이모르텔을 사용한 이모르텔 디바인 라인이다.
- 36 **PERFECT MATCH** 이번 시즌 신제품 파운데이션의 효과를 200% 이상 끌어올리고 싶다면 도구의 힘을 빌릴 것. 개성 있는 브러시와 스펀지, 파운데이션이 선사하는 환상의 호흡.
- 38 **AUTUMN SHADE** 눈부신 가을 햇살이 내리쬐는 오후, 지금 당신에게 필요한 건 스타일을 한껏 살려줄 선글라스다. 반짝이는 투명 프레임부터 팝 컬러로 싹쓸이를 더한 선글라스까지, 이번 시즌 주목해야 할 선글라스 신제품.

Style 조선일보

Issue.100 October 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
 조동일 oi@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 · 재판 | 사법 그래픽스
 인쇄 | 타리타피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 한남동 805 현대 하이패리는 비즈니스센터 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.
 ※ 2·3·4·9·10월은 첫째 주 수요일에 격주로 두 번 발행됩니다.
 ※ 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다.



stylechosun.com

〈스타일 조선일보〉 홈페이지는 동성한 선물 이벤트, 실질적인 정보의 럭셔리 브랜드 컬러리, 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. 럭셔리 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 (스타일 조선일보) 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com



GUCCI

SHOP GUCCI.COM

Jewel BLACK ROMANCE

주얼리의 터치로
우아하고 클래식하게
표현한 대단한 블랙
컬러의 변신.

(가운데 윗부터 시계 방향으로)
블랙 오탁스 주얼에 브랜드 로고를
응감한 불가리 불가리 네크리스
4백만원대 불가리, 위대한 개츠비
컬렉션 중 블랙 오탁스를 세팅한
크리드 블랙 오탁스 태슬 네크리스
80만원대 타파니, 블랙 세라핀과
화이트 골드, 다이아몬드를
매치한 트라피 블랙화이트
컬렉션 이어링 1천7백만원대
카르띠에, 뱀이 꼬리를 물고 있는
원형 인피니토 펜던트 3백만원대
다이아니, 진주에 독특하게
유색석을 세팅한 리파인드 라벨라운
링, 남장 흑점 진주와 로드 라이트
가넷을 세팅한 링 4백50만원대,
화이트 이크아 진주에 블랙
다이아몬드를 파베 세팅한 링
5백50만원대 모두 타사기,
혹자를 모티브로 한 이어링 가격
미정 부세론, 십자가 모양 펜던트에
블랙 오탁스로 포인트를 준 디사이드
펜던트 4백만원대 다이아니,
에디터 배미진



Focus

상상을 초월하는 환상의 공연, 푸에르자 브루타(Fuerza Bruta)

인간의 순수한 환희를 촉발한다는 평을 들을 정도로 흥의 농도, 교감의 밀도가 남다른 세계적인 공연 작품이 드디어 한국 땅을 찾았다. 2005년 아르헨티나 부에노스아이레스에서 초연한 뒤로 지구촌을 누비면서 수많은 관객들을 열광시킨 화제의 난바렐 퍼포먼스 '푸에르자 브루타(Fuerza Bruta)'가 오는 12월 31일까지 서울 잠실종합운동장 내 F3빌딩에서 펼쳐진다. 2002년 한국에서도 상당한 흥행 성적을 기록하면서 국내 관객들에게도 이름을 각인시켰던 아르헨티나의 퍼포먼스 팀 '라 구아다'의 작품이다. 에스파냐어로 진혹한 힘이라는 뜻을 지닌 이 공연은 순간적으로 살아있는 현대인의 스트레스를 모티브로 삼고 인간의 다양한 감정선을 폭발시키려는 듯 강도 높은 카리스마와 흥겨움을 뽐내며 온갖 다채로운 요소를 흥미진진하게 엮어낸다. 지정된 좌석이 없기에 전석 스탠딩으로 자유롭게 즐길 수 있는 관객들은 신나는 음악, 춤, 액트와 비주얼이 펼쳐지는 가운데 독특한 무대를 활용해 부수고, 달리고, 탐방거리며, 심지어 관객과 접촉하는 배우들의 역동적인 공연을 만끽할 수 있다. 관객의 머리 위, 옆 플로어에도 무대가 연출되는데, 이 중 백미는 공중 수조 속에 소녀들이 출현해 보는 이들과 교감하는 환상적인 워터 쇼다. 이처럼 이색적인 관객 참여형 공연은 2007년부터 현재까지 뉴욕 오프브로드웨이에서 공연되고 있는데, 수많은 해외 스타들이 팬을 자처해왔다. 특히 팝 스타 어셔(Usher)는 지난해 8월 발매한 자신의 신곡 '스크림(Scream)'의 뮤직비디오를 이 공연을 비탕으로 제작하기도 했다. 공연만 관람하는 '푸에르자브루타(2만천원)', 음료, 맥주까지 무제한으로 즐길 수 있는 '브루타식(12만천원)', VIP 전용 라운지에서 케이터링 등 별도 서비스를 받을 수 있는 'VIP석(22만원)' 등 티켓 종류는 3가지다. 홈페이지 www.fuerzabruta.co.kr 에디터 고성연



Beauty PRIVATE PERFUME

니치(niche)는 '틈새라는 뜻으로, 니치 향수라고 하면 대중적인 향수 브랜드와는 다르게 최고급 원료를 사용해 소량만 제작하는 프리미엄 부티크 향수를 뜻한다. 인물이 남다르고 취향이 까다롭다면 꼭 한번 경험해보길 만한 니치 향수 브랜드를 소개한다. (왼쪽부터 시계 방향으로) **길리어드**는 프랑스 그라스 지역을 대표하는 왕실 향수로서 2백70년의 가장 오래된 역사를 지닌 니치 향수 브랜드. 나만의 향수를 제작할 수 있는 맞춤형 향수 워크숍을 경험할 수 있는데 대표 아이템은 풍부한 플로럴 향의 에비(100ml 19만원). **비쥬 프랑시스 카잠**은 아르메니, 디올 등 수많은 럭셔리 브랜드의 향수를 조향하는, 프랑스 문화 공로 훈장을 받은 프랑시스 카잠의 파퓰 하우스다. 기본과 상황에 따라 향을 선택할 수 있는 향수 드레스 룸 콘셉트를 바탕으로 하는데, 대표 향수 '아쿠아 유니버설'은 올해의 베스트 니치 향수로 선정됐다(70ml 23만원). 프랑스 리비에라에서 탄생해 뉴욕에 첫 번째 부티크를 오픈한 **르 리브**는 뉴욕 스트리트 감성을 바탕으로 프랑스 그라스 지방에서 공수한 최상급 원료의 향수를 선보이는 것이 특징. 원하는 메시지를 담을 수 있는 맞춤형 레이블링 서비스를 제공한다. 가족과 우드 향이 돋보이는 '싱탈 33'은 말보로 맨에서 영감을 받은 독특한 콘셉트(50ml 22만5천원). **퀸 할리우드**는 영국 왕실이 인증한 고품격 향수 브랜드로, 인도 마허리차 왕국에서 영감을 받은 바라는 고수, 인도 목련 등 이국적인 향을 볼런딩해 화려하다(50ml 29만원). LVMH 그룹 살랑자의 손자인 길리어드가 론칭한 프리미엄 향수 브랜드 **길리어드 by 에쥬 드 파몽**은 마치 하나의 예술 작품을 연상케 하는 패키지와 우아하고 관능적인 향이 매력적이다. 독특한 이름의 굿 걸 곤 베드는 관능적인 향을 표현했다(50ml 35만원). **에바 리버르 도랑주 by 에쥬 드 파몽**은 풍선껌, 담배 향 등 독특한 향취의 프랑스 향수 브랜드. 배우 릴라 스펀타와의 협업으로 탄생한 라이크 디스는 프랑스 향수 어워드에서 올해의 향수상을 수상했다(50ml 12만원). 에디터 권유진

INSIGHT

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

Fashion SWEET TWEED

찬 바람 불면 생각나는 대표적인 소재? 가죽, 울, 모피, 그리고 트위드 그중에서도 트위드는 청담동 구부인 룩으로 통용되던 진부한 수트를 지나 지금은 하이 패션과 스트리트 패션을 넘나들며 전방위적으로 활약 중이다. 특히 이번 시즌엔 정제된 실루엣과 프로포션, 화석, 감정 등 모노톤으로 도화적인 세련미를 강조했다는 점을 기억할 것. 빨강, 초록 등 색과 무늬를 덜어내고 직물의 조직이 도드라지지 않도록 기공한 정도를 보인다. 먼저 험파인을 독특하게 커팅한 하이 니크라인 아우터를 필두로 트위드 크롭트 플라 미니드레스에 화이트 셔츠를 레이어드한 샤넬, 스카트와 톱, 이너와 코트를 화석 트위드로 통일해 귀족적인 룩을 완성한 톱채안나 바나, 입체적인 드레이핑 기법으로 구조적인 실루엣을 만든 하이더 이크만 등이 대표적. 이번 시즌 트렌드를 이끄는 1940년대 레디디리크 룩에도 트위드를 작자적소에 사용했는데, 프라디는 소매를 부풀리고 허리를 질퍽하게 조여 X자 실루엣의 아우터를 강조하는가 하면, 마이클 코어스는 스커터 니크라인 재킷과 하리인 스카트로 트위드 수트 룩을 연출했다. 커디안 타탄 체크무늬를 재킷과 플레어스카트에 새겨 넣은 랭방, 무릎을 덮는 풍성한 풀 스카트로 대변되는 로사스 등도 트위드의 고상한 레디디리크 버전을 보여준 좋은 예. 전자가 트위드의 클래식한 무드에 힘을 실었다면, 보다 젊고 캐주얼한 스타일링으로 승부수를 띄운 브랜드도 있다. 핼팅 가죽 팬츠나 니트 스카트에 짧은 트위드 재킷을 매치한 랭앤본, 바이커 재킷을 연상시키는 타이탄 실루엣과 가죽을 패치워크한 이보 등은 우리가 지금 당장 트위드를 어떻게 입어야 할지 참고하면 좋을 가장 세련된 스타일링 방식을 보여준다. 에디터 이예진



Exhibition (마리오 테스타노: 은밀한 사진)

상인과 예술의 경계를 넘나들며 시뮬라크루의 작품 세계를 펼쳐온 패션 사진의 가장 마리오 테스타노의 '고강도 사진'을 접할 수 있는 기회가 찾아왔다. 오는 10월 19일부터 11월 30일까지 서울 예술의전당 한가람미술관에서는 (마리오 테스타노: 은밀한 사진)이 열린다. 상업주의의 정수를 보여주는 명품 브랜드들과의 협업, 세련된 기법이 묻어내면서도 자연스러운 오리가 풍기는 왕실 가족 사진, 톱스타들의 사적인 순간을 기묘하게 포착한 경쾌한 작품 등 37가지 주제를 아우르는 그의 대표작 86점이 전시된다. 우선 '왕실 초상' 부문을 보면 해맑은 웃음을 짓는 세련어섯살의 영국 다이애나 비와 함께 그녀의 장남 윌리엄 왕자의 약혼녀 케이트 미들턴이 행복한 미소를 띤 모습을 나란히 감상할 수 있는 재미가 있다. 시물과 인물을 포착하는 남다른 '사진'으로 유명한 그는 피사체와의 친분을 바탕으로 한 이색적인 작품을 많이 내놓기도 했다. 예컨대 담담한 표정으로 텔레안경을 쓴 채 담배를 들고 있는 브라드 피트, 축구 선수 데이비드 베컴의 벨에 장난스러운 키스를 하는 올랜도 블룸 등 세계적 톱스타들의 '익숙하지 않은' 모습을 접할 수 있다. 페루 출신으로 샤넬, 루이 비통, 구찌, 프라다 등 명품 브랜드들과 일하며 30년째 활약해온 마리오 테스타노는 상업 작가로는 드물게 1990년대 중반부터 세계 유수 미술관에서 단독 사진전을 개최할 정도로 강력한 영향력을 발휘해온 인물이다. 문의 02-541-3763 에디터 고성연



P R A D A

E Y E W E A R

Christoph Waltz
London, March 2013



부드러운 베이지 컬러의 모자
가격 미정 마이클 코어스.

캐시미어 울을 사용한
베이지 컬러의 모자
가격 미정 마이클 코어스.

for her Selection

하루가 다르게 바람이 차가워지고 어느덧 냉기가 온몸을 파고든다.
피부를 부드럽게 감싸는 포근한 캐시미어 니트가 절실하다.
가을, 겨울을 위한 멋스럽고 따스한 컬러와 소재를 눈여겨볼 것.
photographed by hwang in woo

크롬세팅 공작의
디자인 1188만원
불러받으세요.

2월 베르데 향의 인스피레이션
워터프루프 다크 블루 핑거링
에니크로 워터프루프 다크 블루 핑거링

베이지 컬러 선글라스 30만원대
비비안 웨스트우드 by 다리 F&S.

포근한 니트와 화려한
주얼 장식이 조화를
이루는 네크리스
69만원 유베르 by 쿤.

95cm 대역의 1188만원
레이스 소재 108x17cm,
2186만원 유베르 by 쿤.

활판 패턴의 메인 장식이 인스피레이션
레이스 소재 108x17cm, 2186만원 유베르 by 쿤.

애니멀 패턴을 형상화 한
시아링 소재
투유르 백, 39x33cm,
5백72만원 텐디.

플립 모티브의
브로치 25만원
마르니.

구피 1577-1921
디폴 02-3445-8565
마이클 코어스 02-546-6090
몰세안가바나 02-3444-0077
루이비통 02-3432-1854
쿤 02-548-4504
다리 F&S 02-546-7764
토즈 02-3479-6030
샤넬 02-543-8700
에그 02-3445-7712
텐디 02-3432-1854
마르니 02-3445-3664
까르뱅 02-6905-3468

블루와 그레이의
톤온톤 매치
세련된 코트
1백89만원 캐르뱅.

FROM A MOMENT TO ETERNITY



COLOMBO KOREA Co., Ltd. T 070 7130 9200 www.colomboviadellaspiga.com Giardino di COLOMBO Dosan
SHILLA HOTEL Arcade GALLERIA Luxury Hall East GALLERIA Timeworld SHINSEGAE Main SHINSEGAE Centum city
HYUNDAI Main HYUNDAI Coex HYUNDAI Mokdong HYUNDAI Busan HYUNDAI Daegu HYUNDAI Ulsan LOTTE Avenuel





최고급 가죽 소재가 역사적인 브리프 케이스. 40X31cm, 885만원 블루티.



부드러운 스웨이드 장갑 2만2천원 블루티, 2만2천원 블루티, 2만2천원 블루티



그레이 티셔츠, 코트 모두 가격 미정 포름탈리아나.



패미안트 스니커즈 가격 미정 블루티/아기.



울 소재를 결합한 벨트까지 미정 엔더슨 by 본더삼엔.



스타일로 장식한 스웨이드 가죽 스트랩이 멋스러운 에버에이션 오토 38mm 워치 92만원 해밀턴.

for him Selection

실크처럼 가볍고 부드러운 캐시미어부터 포근하고 따스한 울, 양모, 스웨이드까지, 겨울의 시작을 알리는 따뜻한 소재의 패션 아이템. *photographed by kim do hyun*



배시한 그레이 선글라스 40만원대 슈비 by 올티칼 W.



스트라이프 패턴의 니트 모자 70만원 푸이비롱.



가죽 끈 장식의 귀걸이 40만원대 태안엔 by 본더삼엔



포근한 양모 안감이 돋보이는 데저트 슈즈 89만원 토즈.



그레이 보타이 32만원 토포드.



가볍고 실용적인 나일론 토트백, 35X35cm, 40만원대 프라다.



그레이 벨트 재킷 2백80만원 구찌.



찰리 앤 부클 장식이 포인트인 귀걸이 장식 195만원 스킨스모.

- 발프 로렌 블루라벨 02-6004-0133
- 블루티 02-3446-1895
- 올티칼 W 02-6911-0845
- 푸이비롱 02-3432-1854
- 본더삼엔 02-3444-3300
- 포르탈리아나 02-3444-1730
- 토즈 02-3438-6008
- 볼포드 02-6905-3534
- 해밀턴 02-3149-9593
- 구찌 1577-1921
- 폴스미스 02-3447-0278
- 프라다 02-3218-5331
- 발렌시아가 02-514-1937



포명한 디자인의 머플러, 가격 미정 포르탈리아나.



paco rabanne INVICTUS

The new fragrance for him



www.pacorabanne.com

Small vertical text on the right edge of the advertisement.



마이크로콘텐츠의 시대, 아이디어를 가진 자가 ‘갑’이다

아이디어를 둘러싼 생태계가 흥미롭게 진화하고 있다. 머릿속에 경쟁력 높은 콘텐츠만 있으면 이를 현실에서 구현할 수 있는 환경이 점차 조성되고 있기 때문이다. 하드웨어를 보면 요즘 최대 화두 중 하나인 3D 프린팅이 개인이 힘을 얻을 수 있도록 하는 도우미 역할을 할 수 있을 것으로 기대되는 한편, 소프트웨어를 보면 디지털 세대의 입맛에 맞는 각종 플랫폼과 저작 도구가 봇물처럼 쏟아지고 있다. 더구나 비용이 저렴하거나 프리웨어에 가깝다. 소수의 취향도 존중받을 수 있는 ‘마이크로컬처’의 시대에 참신한 아이디어를 지닌 1인 기업이나 소규모 사업자가 진정한 ‘갑’이 될 수 있는 세상이 오고 있는 것일까.

지난 9월 중순 열린 2013 콜롬비아 모다 패션쇼에서는 디자이너 카밀로 알바레즈가 선보인 액세서리가 화제가 됐다. 묘하게 입체적이고 구조적인 느낌의 안경과 팔찌 등 일부 액세서리가 요즘 화두로 떠오른 3차원(3D) 프린팅의 결과물이었기 때문이다. 7월 파리 오트 쿠튀르 쇼에서는 네덜란드의 디자이너 이리스 판 헤르펜이 세계적인 건축가 렘 콜하스와 손잡고 3D 프린팅 기술로 탄생시킨 구두 12켤레를 공개해 주목받았다. 나무뿌리를 모티브로 삼았다는 이 구두 컬렉션은 단단하고 굽은 기다림이 발등을 덮는 모양새가 전위적인 조각 작품 같은 오라를 뿜어냈다. 그녀가 선보인 3D 프린팅 드레스 2점도 눈길을 사로잡았다. 인간의 뼈대를 연상케 하는 디자인의 블랙 드레스와 투명한 레진 소재의 드레스는 절개선, 바늘받 없는 매끈한 맨시와 흡사 SF 영화에 등장할 법한 분위기로 ‘초자연적’이라는 수식어를 꿰찼다.

3차원 프린터의 신세계로 예고된 ‘메이커스’의 세상

물론 가격 인하, 복잡 소재 개발 등 해결 과제가 남아 있기에 ‘범용화’를 논하기에는 이른 단계다. 그렇지만 3D 프린팅 산업은 가히 21세기의 연금술이라 할 만한 제조업의 혁명을 예고하고 있다. 3D 설계도만 있으면 금속, 고무, 플라스틱 등의 재료로 상상하는 물건을 입체로 구현해낼 수 있는 이 기술은 패션 액세서리 말고도 정확한 강도와 크기를 구현해야 하는 의료·항공 분야에서는 이미 꽤나 요긴하게 쓰고 있다. 예를 들면 의료 분야에서는 3D 프린팅으로 찍어낸 고강도 금속 소재의 무릎 관절, 임플란트, 보청기를 만드는 데 사용된다. 얼마 전엔 맞춤형으로 고객의 치아를 스캔해 만든 스텔을 입안에 넣고 잘근잘근 씹는 동작만 하면 6초 만에 양치질을 끝낼 수 있는 신개념 3D 프린팅 칫솔(미국 기업 블리저먼트의 제품)도 나왔다. 이러한 혁신의 진정한 핵심은 가정에서의 진입이다. 수천만원을 호기하던 3D 프린터의 가격이 점차 인하되면서 개인을 겨냥한 1백만원대의 기종이 나오고 있기에 조만간 1인 기업이든 소규모 사업자가 누구나 ‘상상한 대로’ 이를 수 있는 시대가 도래할 것이라는 전망이 대두됐기 때문이다. IT업계의 저명한 이론가 크리스 앤더슨은 이처럼 개인의 아이디어가 바로 상품이 될 수 있는 시대의 수혜자들을 예언하는 ‘메이커스(Makers)’라는 책을 내기도 했다. 이 같은 흐름에 일단 ‘메이커’의 대표 주자가 될 수 있는 디자이너와 엔지니어들이 반박하는 것은 당연하다. 국내에서도 우주인 고산 씨를 주축으로 한 3D 프린팅 업체 에이팀(A-Team)을 비롯해 벤처들이 생겨나고 있다. 또 톡톡 튀는 발상을 내세운 ‘대박’, 혹은 참신한 아이디어를 토대로 한 소비향 발명을 꿈꾸는 일반인들도 고무되고 있다. 디자인 경험이 전무하더라도 누구나 특정 물체를 스캔하고 3D로 인쇄할 수 있기 때문이다. 기술의 발전 속도는 때로는 무섭다. 일각에서는 ‘4D’ 기술까지 거론하고 있다. 3D 프린팅을 통해 복잡한 물질을 만들고, 여기에 스스로 변형까지 하는 ‘자가 조립’ 기능을 추가한 개념이다. MIT 자가조립연구소 소속의 건축가 스킵 칼리터는 올 초 TED 강연에서 3D 프린터 업계의 강자 스트라타시스(Stratasys)의 첨단 스마트 소재를 활용한 4D 프린팅 실험을 화면으로 보여줬는데, 검고 굵은 끈이 물에 닿으면 접하면서 정육면체로 변하는 ‘자가 변형’ 과정은 <트랜스포머>를 연상케 한다. 이 기술을 쉽게 설명하기 위해 티비크의 말을 빌리자면 “이케아(IKEA)에서 구매한 의자가 스스로 일어서 조립하는 걸 지켜보게 될 수도 있는 것이다”.

마이크로콘텐츠를 활용한 창의적 저작의 시대

크리스 앤더슨의 주장이 맞다면 역사상 처음으로 아이디어 하나만 공장을 거치지 않고도 제조까지 하는 환경이 구축될 수 있다. 이러한 변화는 대기업이 짊어내는 상품의 천편일률적인 구성에서 벗어나 보다 다채로운 개성이 담긴 물건, 더 나아가서는 ‘나만의 디자인’이 가능한 다품종 소량 생산 체계를 용이하게 할 수 있다. 다양한 인재를 적은 돈을 들여 다채로운 입맛에 맞는 물건을 내놓으니 반드시 ‘대박’이 아니어도 사업을 접을 필요는 없는 생태계일 것이다. 제조업에서도 이러한 조짐이 보일진대, 무형의 콘텐츠를 다루는 세계에서는 진화가 더욱 빠르고 역동적일 수밖에 없다. 요즘 음악, 출판, 미디어 등의 분야에서 창의적인 콘텐츠 제작의 패러다임이 참으로 흥미롭게 바뀌고 있다. 무엇보다도 콘텐츠를 만드는 도구와 유통하는 통로가 다변화되면서 크리에이터 개인에게 보다 유리한 환경이 조성되는 추세가 만만하다. 이는 소위 ‘마이크로 트렌드’가 확산되고 있는 데 따른 것이기도 하다. 일반적인 주류 문화에 비해 규모가 작은 마이크로컬처(microculture), 콘텐츠가 잘게 나뉘어 유통되는 마이크로콘텐츠(microcontents)가 증시된다는 얘기도 있다. 마이크로콘텐츠의 특성은 음악 시장에서 단적으로 나타난다. 아이튠즈와 같은 플랫폼이 보편화되면서 CD처럼 완결성 있는 패키지(앨범) 단위로 구입하고 목록의 차례대로 들던 행태는 점차 사라지고, 듣고 싶은 곡만 파일 단위로 구매하거나 월 정액 스트리밍 서비스를 받으면서 독자적인 재생 목록을 만들 수 있게 되지 않았는가. 일본의 미디어 전문가 사사키 도시나오는 이러한 현상을 놓고 “사람들은 이제 음악을 포괄하는 음악 공간, 혹은 음악을 둘러싼 맥락 그 자체에 접촉한다”며 “곡 하나하나를 듣는다고보다는 그 너머에 있는 ‘커다란 사운드’, 즉 거대한 혼돈으로서의 음악 세계에 연결된다”라고 설명했다. 그리고 이처럼 음악이 우리를 항상 둘러싸고 있으면서 원하는 순간에 원하는 것을 접하게 해준다는 의미에서 ‘앰비언트(ambient)’라는 속성을 강조했다. 과연 이처럼 ‘패키지로서의 의미가 퇴색된 음악의 논리가 책이나 잡지와 같은 다른 콘텐츠 영역에서도 적용될 수 있을까? 책은 확실히 하나의 ‘관’을 제시하는 이야기의 완결성이 강해 ‘마이크로’로 쪼개기 쉽지 않은 매체인 게 사실이다. 하지만 ‘텍스트’의 세계에서도 마이크로 성향은 분명히 나타나고 있다는 전문가들의 논리는 귀 기울여볼 만하다.

오프라인이든 온라인이든 ‘맥락’이 살아 숨 쉬는 서점을 만들자

특히 사사키 도시나오는 주장은 한국 시장에도 교훈이 될 만한 ‘일방’을 많이 담고 있다. 그는 매출과 명맥을 유지하기 위해 저작권이 만료된 고전과 개성 없고 자기 복제적인 자기 개발서 위주로 끌고 가는 작금의 출판 문화를 맹렬히 비판한다. 일본이나 한국처럼 서점도 매장이거나 출판사에서 필요한 책을 사들이는 게 아니라 일단 떠안고 안 팔리면 재고를 돌려주는 ‘유티제’ 시스템에서는 반품에 따른 적자를 줄이려고 책을 찍어낸다는 것이다. 그는 구세대는 21세기의 젊은 세대가 책을 많이 읽지 않는다고 비판하지만, 실상 출판업계의 쇠락은 ‘할자 이발’ 때문이 아니라 독자가 원하는 콘텐츠의 부족, 그리고 원하는 책이 있다 하더라도 독자와 콘텐츠를 잘 ‘매칭’하지 못하는 유통 플랫폼에 그 원인이 있다고 지적했다. ‘스크롤’ 문화에 익숙한 디지털 세대는 누구보다도 책의 형식은 아닐지라도 ‘텍스트’ 대화력이 왕성하다

는 것이다. 이러한 배경에서 한 공간의 콘텐츠가 유기적인 연결 고리를 갖고 있도록 분류하고 진열하는 ‘맥락(context)’이 살아 있는 ‘서점(온라인이든 오프라인이든)’이 필요하다는 주장이 흥미롭다. 여기에서 ‘맥락’은 시간, 구간, 장르, 순위별로 구분하지 않고 하나의 주제나 연관성을 지닌 책을 모아놓은 집합을 말한다. 예컨대 ‘사는 게 어려운 사람들을 위한 책장’, ‘이젠 여자들에게만 기대할 거야’ 등 주제에 관련된 콘텐츠를 모아놓은 코너를 운영하는 것이다. 심지어 단행본과 잡지도 구분하지 않는다. 휴대폰이나 웹사이트에 연계되는 구어체 소설들이 특정 계층에 인기를 끈다면, 그건 자신과 비슷한 경험을 글로 표현한 ‘콘텐츠’를 공유할 수 있기 때문이라는 주장도 바로 이러한 차원에서 이해될 수 있는 것이다.

자가 출판을 내세운 전자책 시장도 활로가 될 수 있다

전문가들은 전자책 시장을 토대로 한 작가 저변의 확대를 또 하나의 활로로 꼽기도 한다. 특히 자가 출판의 중요성을 설파한다. 20세기까지만 해도 일반인은 물론이고 작가 지방생이나 그치지 유명하지 않은 블로거들에게 ‘저자의 벽’은 높았지만, 이제는 적어도 ‘데뷔’의 제약은 없다. 누구나 자기가 쓰고 싶은 글을 써서 전자책 플랫폼에 올리면 되는 세상이나가. 일단 디지털 자가 출판에는 비용이 많이 들지 않는다. 대표적인 예로 아마존의 디지털 텍스트 플랫폼(DTP)과 애플 아이북스 스토어의 아이북스 오서(iBooks Author)와 같은 저작 툴을 들 수 있는데, 둘 다 어렵지 않게 배울 수 있고 소프트웨어 비용을 내지 않아도 된다. 단지 책의 주민등록번호와 같은 ‘ISBN’ 코드만 소액 지불하고 구매하면 된다. 그리고 각자의 플랫폼인 킨들(아마존)과 맥(아이북스 스토어) 환경에서 출판해야 하는 제약만이 존재할 뿐이다. 킨들이나 아이북스 스토어는 아직 한국 시장을 위한 서비스가 본격 제공되지 않기에 영어를 비롯한 외국어의 장벽이 도사리고 있다지만, 달리 보면 ‘세계는 넓고 할 일은 많은 법’이 아닐까(번역가들의 일거리도 늘어날 수 있을 테고 말이다). 국내에도 퍼플(교보문고), 유페이지(예스24, 알라딘), T스토어를 판로로 삼을 수 있는 웹 기반의 저작 도구 트레이드옴북스 등 자가 출판 서비스가 있지만 아직 크게 활성화돼 있지는 않다. 물론 전문 작가나 유명인의 책보다 일반인 블로거의 작품이 잘 팔리는 일은 결코 흔하지 않을 것이다. 디지털 세계에서 출판사의 브랜드, 작가의 브랜드는 여전히 선택의 갖대가 될 테니 말이다. 하지만 킨들이나 아이북스 스토어에서 데뷔해 작가로서 생계 활동을 하고 있는 에 역시 흔하고, 그 인구도 점점 더 늘어나고 있다. 누군가 대중(mass)이 아니라 소중(minority)의 시대라고 했듯이 ‘마이크로컬처’가 존재하는 이 시대에서는 지구상 어디에 나와 취향이 비슷한 독자, 나만이 가진 정보를 필요로 하는 대상을 찾는다면 적어도 ‘생존’이 불가능하지는 않기 때문이다(이미 음악 시장에서는 소수의 고객과 소통하며 ‘자가 배급’ 방식으로 살아가는 뮤지션들이 많다). 종이책의 인세가 책값의 7~10% 정도에 불과하지만 전자책은 절반 이상인 경우가 많기 때문에 저자의 몫을 생각하면 꽤나 매력적이다. <성공하는 사람들의 7가지 습관>으로 유명한 세계적인 베스트셀러 작가 스티븐 코비가 지난 2009년 대형 출판사와의 전자책 계약을 끊고 판권을 아마존에 넘긴 예만 봐도 알 수 있다. 앞으로 자가 출판이 더욱 활발해지면 저자의 저변이 넓어지고 콘텐츠 메이커와 출판사의 관계도 변모할

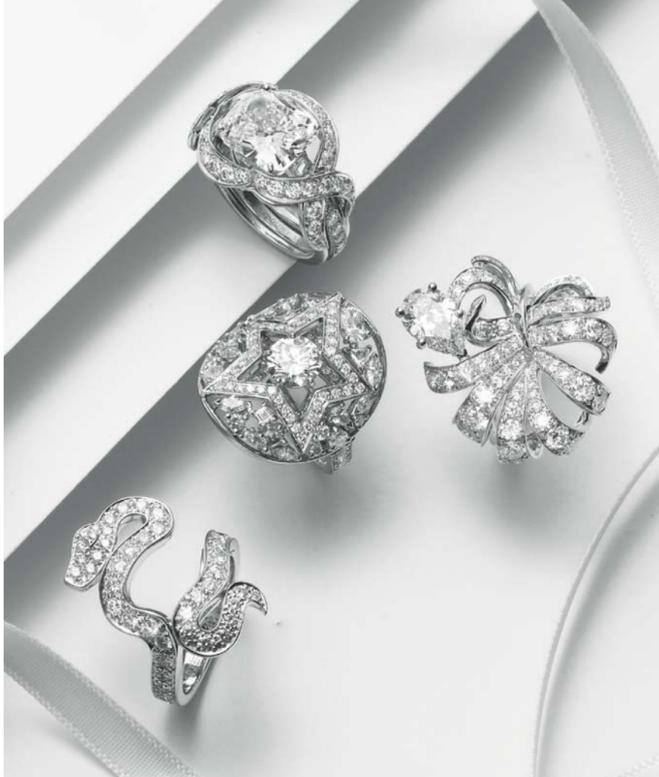
것으로 예측된다. 단지 책 출판보다는 홍보, 강연, 잡지 연재, 관련 제품 판매 등 저자의 다양한 활동을 지원해주는 에이전시 역할을 하는 경우도 많아질 것이란 시각이 있다.

보다 짧은 호흡의 콘텐츠, 유기적인 연결 고리를 활용한 마이크로 마케팅에 나서라

국내 시장에서는 아직 규모가 미미하지만 꾸준히 성장세를 타고 있는 전자책의 잠재력은 콘텐츠의 ‘호흡’에서도 찾을 수 있다. 소셜 미디어의 ‘하이퍼텍스트’와 댓글 문화에 익숙해진 디지털 세대는 확실히 밀도 높은 콘텐츠를 내포한 두꺼운 책에 관심이 덜하다(게다가 마치 ‘두께’를 맞추기 위해서인 듯 중언부언하는 책도 워낙 많지 않은가). 파일을 다운로드받았든, 애플의 형태로 읽든지 휴대폰이나 태블릿 PC에서 읽는 인기 소설이나 에세이는 호흡이 길지 않은 편이다. 짧게 끊어서 소화할 수 있는 민화 콘텐츠가 국내 디지털 출판 시장에서 생명줄을 유지할 수 있었던 배경에는 포털 사이트들의 무료 서비스도 버티고 있지만, 부담 없이 접할 수 있는 콘텐츠의 길이와 내용도 한몫했다고 할 수 있다. 이제는 레진코믹스(lezhin.com)와 같은 민화 콘텐츠가 소비자들이 선택할 수 있는 다양한 가격 포지션으로 소비자를 끌어들이고 있다. 민화가 아닌 전자책도 마찬가지다. 굳이 두꺼운 책을 위해 콘텐츠를 꾸역꾸역 끼워 넣을 필요가 없는 전자책이 제시하는 ‘길이에 따라 유통적인 가격대’는 매력적인 걸인책이 될 수 있다. 아이튠즈가 곡당 0.99센트에 마이크로콘텐츠를 제공하며 가격 혁명을 불러왔듯이 아마존도 한 잔 값이면 부담 없이 사들일 수 있는 책도 많아질 테니 말이다. ‘맥락’과 ‘호흡’이라는 차원에서 보면 어째서 ‘플립보드(Flipboard)’와 같은 ‘소셜 매거진(social magazine)’이 전 세계적으로 인기를 끌고 있는지 금세 납득이 된다. 현재 아이폰, 아이패드, 갤럭시와 같은 안드로이드 폰에서 무료 앱으로 내려받을 수 있는 이 서비스(한국어 서비스도 제공된다)는 마음에 드는 콘텐츠를 골라 나만의 잡지처럼 세련되고 편한 레이아웃으로 볼 수 있으며, 이 공간에 자신이 직접 글을 써서 운영하는 것도 가능하다. 호흡이 꽤나 긴 글도 있지만, 기본적으로는 부담스럽지 않을 만한 길이를 채택한다. 페이스북이나 트위터의 글을 공유하고 불러오는 등 SNS 서비스와 편리하게 연결되는 이 산종 매거진은 지금은 고인이 된 애플의 창업자 스티브 잡스가 생전에 극찬하기도 했던 디지털 미디어의 총아다. 사실 아마마마한 잠재력을 지니고 있는 콘텐츠 시장을 둘러싼 플랫폼 전쟁은 소비자가 걱정할 문제는 아니다. 3D 프린터로 만드는 하드웨어든, 책이나 음악과 같은 소프트웨어든지 간에 제작과 저작의 도구가 이처럼 다양해지고 접근성이 좋아진다면 반박하는 아이디어와 콘텐츠를 지니고 있는 수많은 ‘개미’들에게는 기회로 작용할 테니 말이다. 이들이 우선적으로 명심할 건 소수의 다채로운 취향이 존중받고, 이를 공유하기를 원하는 마이크로컬처가 형성되고 있는 시대에서는 소셜 미디어와 같은 도구를 적극 활용해 ‘꿈깡 마케팅’을 시도할 필요가 있다는 점일 것이다. (마케팅의 미래는 마이크로)라는 책을 쓴 로버트 노가 주장한 것처럼 매스 마케팅의 종말을 단언하기는 이르지라도, 디지털 공간에서 나의 생각이나 취향을 지지하면서 주변에 홍보까지 해주고 유대감을 불러일으켜줄 수 있는 소위 마이크로 인플루언서들을 두는 건 마케팅의 절대적인 지상 과제가 된 것 같다. ‘국제 가수’ 사이의 유투브 효과만 보더라도 이제는 ‘지구촌이 무대인 세상’이니 말이다. **이혜리** **고영민**

(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) 부귀와 장수의 상징인 뱀 모티프를 우아하게 표현한 스페르 링 가격 미정 **부세론**, 라운드 컷과 펜시 컷, 브릴리언트 컷까지 다양한 다이아몬드 세팅으로 유성을 볼륨감 있게 완성한 코메트 컬렉션 링 가격 미정 **사넬 화인 주얼리**, 57캐럿에 달하는 다이아몬드를 세팅한 트래저 하이 주얼리 링 가격 미정 **부세론**, 섬세한 것털 위에 1.57캐럿 패어 컷 다이아몬드가 내려 앉은 듯 유니크한 디자인의 플룸 링 가격 미정 **사넬 화인 주얼리**.

(왼쪽부터) 최상급 루비와 다이아몬드를 세팅한 빈티지 스타일 벨 에포크 컬렉션 브레이슬릿 2천만원대 **다이아니**, 1백83개의 브릴리언트 컷 다이아몬드로 동백꽃을 표현한 가렛리아 오토 쿠티브 브레이슬릿 4천9백34만원 **사넬 화인 주얼리**, 핑크 골드 다이아몬드를 세팅한 볼륨감 있는 다바 브레이슬릿 4천만원대 **볼가리**, 13캐럿 이상의 다이아몬드를 심플하게 세팅한 델리케이트 브레이슬릿 가격 미정 **부세론**, 블루 컬러 아메리칸과 블루 사파이어로 동백꽃을 묘사한 브레이슬릿 1천 백만원 **사넬 화인 주얼리**.



Precious creature

순수한 화이트에 아름다운 주얼리만을 터치해 그 어디에서도 볼 수 없는 하이 주얼리 페인팅을 완성했다.
오로지 아름다움, 그 하나만을 위해 존재하는 하이 주얼리 컬렉션. *photographed by yum jung hoon*



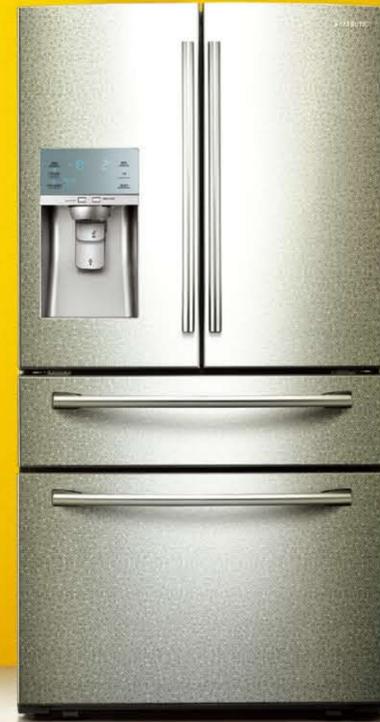
타사키 02-3461-5558
다이아니 02-3467-8972
사넬 화인 주얼리 02-3442-0962
볼가리 02-2056-0172
가렛리아 1566-7277
타파니 02-547-9488
부세론 02-543-6523

(위부터 시계 방향으로) 블랙 옻칠을 세팅한 다이아몬드 블랙 옻칠 옥타곤 키 네크리스 4천만원대 **타사키**, 블루 사파이어로 화려한 공작의 날개를 표현한 해리 링 3천만원대 **부세론**, 11개의 블루 사파이어 7캐럿과 다이아몬드를 세팅해 행운을 상징하는 유성을 표현한 코메트 링 3천7백33만원 **사넬 화인 주얼리**, 블루 컬러 핏치-아이드를 세팅한 인텐트 드래곤플라이 키 네크리스 1천만원대 **타파니**, 화이트 골드 블랙 옻칠, 리프스 라줄리, 다이아몬드를 세팅해 독특한 무드로 완성한 파피 누벨라 컬렉션 링 2천만원대 **가렛리아**.

(왼쪽 위부터 시계 반대 방향으로) 섬세한 나비 날개 위에 다이아몬드를 세팅한 어플러터 링 9백20만원대 **타사키**, 옐로 다이아몬드 주변에 다이아몬드를 비드 세팅해 빈티지하게 표현한 솔리스트 링, 쿠션 컷 옐로 다이아몬드를 세팅한 배젓 링 모두 가격 미정 **타파니**, 핑크 골드 다이아몬드를 세팅해 화려하고 볼드한 플리우를 완성한 다바 컬렉션 링 2천만원대 **볼가리**, 핑크 골드 동심장을 만들고 그 위에 다이아몬드를 세팅한 소피아 로렌 링 6백만원대 **다이아니**, 에더 베비진



스타일리시한 뉴요커들은
스파클링 워터를 즐겨 마십니다
뉴요커가 먼저 사랑한 스파클링 냉장고
삼성지펠 스파클링



냉장고에서 스파클링 워터를 바로 즐긴다!
세계적인 스파클링 워터 디스펜서로
스파클링 라이프를 누리 보세요

삼성지펠 스파클링

삼성전자 SAMSUNG

Bag attack

그녀의 레이더망에 포착된 빅 패션 하우스의 2013 F/W 뉴 백 컬렉션. *photographed by jang duk hwa*



네이비 원피스, 블랙 페이퍼트 재킷, 그레이 토트백 모두 **조르조 아르마니**, 갈라 블랙 스와로브스키 **이아링 스와로브스키 엘리먼트**, 크리스탈 브레이슬릿 **미네타니**, 블루&화이트 스트라이프 송치 펌프스 **펜디**.

(남) 블랙 터틀넥, 블랙 레더 재킷, 패턴 스카프, 블랙 펜츠, 블랙 코트, 블랙 레이스업 슈즈 모두 **구찌**, (여) 페이즐리 패턴 재킷, 지퍼 디테일 트럼펫 스커트 모두 **지방시 by 리카르도 타시**, 네이비 파이프 스트랩 힐 토츠, 그린 아이 토트백, 레드 클라치 모두 **롤랜드**, 크리스탈 링, 개초비 링 모두 **미네타니**.





(남) 블랙 니트, 레드 체크
 블루중, 블랙 팬츠, 브라운 부츠
 모두 **생 로랑**, 메탈 장식 라기 백
랄프 로렌 컬렉션, (여) 아이보리
 니트 원피스 **셀린**, 블랙 재킷
랄프 로렌 컬렉션, 블랙 송치
 골드 로피 마르니, 뱀가죽 골드
 클러치 **보테가 베네타**,
 골드 스퀘어 링, 골드 크리스탈
 링 모두 **미네타니**.

버건디 하트 블라우스, 버건디
 라버 펜슬 스커트, 버건디 하트 니트
 모두 **버버리 프로섬**, 화이트 슈즈
스텔라 매카트니, 화이트 크로스
 토트백 **루이 비통**, 그레이 퍼클라치
 다울, 크리스탈 장식 샬비 토트백
토즈, 크리스탈 아이링 **에어리스**,
 크리스탈 링, 개초비 링
 모두 **미네타니**.





(남) 화이트 칼라가 달린 체크 셔츠, 바건다 타이, 브라운 체크 재킷, 네이비 팬츠 모두 **휴고 보스**, 네이비 지브라 패턴 클라치 **비비안 웨스트우드**, (여) 블랙 니트 블, 블랙 니트 스커트 모두 **클로에**, 브라운 퍼코트 **드리스 반 노튼**, 벤티 플라쉬 미니 체인 백 **생 로랑**, 볼드한 진주 네크리스, 롱 진주 네크리스 모두 **디올**.



(여) 스트라이프 터틀넥 **요스키노**, 레드 니트 카디건, 체크 스커트 모두 **올체안가바나**, 그레이 배색 블루 재킷 **랑방 컬렉션**, 레이스업 부티 **보테가 벤테라**, 블루 칼라 아이 펌부 백 **구찌**, 앙탈 트리밍의 블랙 토트백 **클로에**, 크리스털 아이링 **스와론보스키**, (남) 울 스웨터, 패치워크 울 카디건 모두 **보테가 벤테라**, 캐주얼 더블브레스트 코트 **버버리 프로섬**, 블루 팬츠, 네이비오브라운 부츠 모두 **랑방**.



(여) 네이비 코트, 스트라이프 폴 스카프, 핑크도트 스카프, 스트라이프 니삭스, 블랙 벨트, 네이비&살버 스트랩 슈즈 모두 **마우미우**, 블랙 크리스탈 링 **스외로브스키**, 브라운 크로커다일 토트백 **프라다**, (남) 빨간레이스 디테일의 체크 셔츠, 그레이 니트 톱, 블랙 팬츠, 블루 체크 코트, 버건디 레이스업 슈즈 모두 **프라다**, 벨 브로치 **랑방**.

(남) 패턴 셔츠, 벨벳 재킷, 벨벳 팬츠, 블랙 벨벳 로퍼 모두 **루이 비통**, (여) 캐시미어 터틀넥, 플란넬 스커트 모두 **보테가 벤테타**, 폭스 퍼코트, 미니 몬스터 백, 오렌지 양털 체인백 모두 **렌디**, 링크 퍼 워치 **프랑스 버버리**, 개츠비 이어링 **미네타니**.



헤어 박선호
메이크업 박이화
스타일리스트 채한석
어시스턴트 김혜인, 진성훈
모델 강소영, 김지훈
에디터 권유진

구찌 1577-1921
지방시 02-6905-3664
폴폴보 02-516-9517
미네타니 02-3443-4164
조르지오 아르마니 02-549-3355
렌디 02-2056-9023
마우미우 02-3449-5908
프라다 02-3218-5331
랑방 02-3438-6186
루이 비통 02-3444-1727
버버리·버버리 프로셈 02-3485-6583
생 로랑 02-3438-7627
랄프 로렌 컬렉션 02-545-8200
미르니 02-3445-3664
보테가 벤테타 02-3438-7683
유희보스 02-515-4088
칼로에 02-6905-3670
드리스 반 노트 02-3438-6203
비비안 웨스트우드 02-543-1713
디올 02-513-3232
스텔라 매카트니 02-6905-3680
토즈 02-3438-6008
에어리스 02-512-1463
모스키노 02-6905-3892
폴체앤가바나 02-3444-0077
랑방 컬렉션 02-3438-6260
스외로브스키·스외로브스키 엘리먼트 02-3395-9096
셀린 02-3440-1547

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



eternal Fantasy

쇼핑의 수도, 럭셔리 메카인 홍콩에서 디올이 화려한 축포를 쏘아 올렸다. 예술적 영감으로 가득한 새로운 두 곳의 부티크를 리뉴얼하고, 이를 축하하는 레이디 디올의 전시까지, 홍콩 섬을 가득 메운 디올의 드라마틱한 시작.

예술을 품은 궁극의 럭셔리, 홍콩 디올 플래그십 스토어

명품 산업을 이야기할 때 빼놓을 수 없는 홍콩, 그리고 이 흥미진진한 도시의 심장부인 퍼시픽 플레이스 와 랜트마크에 디올이 대대적인 리뉴얼을 거친 부티크를 리오픈했다. 세계적인 건축가 피터 마리노가 디자인한 디올 부티크는 새로운 크리에이티브 디렉터인 라프 시몬스의 감각과, 디올의 예술적 영감을 한자리에 모아놓은 아트 갤러리라 할 수 있을 정도로 완성도가 높다. 18세기풍 디테일과 모던한 요소가 혼재된 콘셉트로 전통적이면서도 현대적인 디올의 우아함이 반영되어 있는 특별한 공간인 것. 아티스트들에게 디올의 아 이덴티티가 느껴지는 작품을 의뢰해 완성한, 초현실적인 느낌이 물씬 풍기는 수많은 예술 작품들이 매장을 가득 채우고 있다. 먼저 최고의 호텔들과 인접한 퍼시픽 플레이스에 위치한 디올 부티크는 건물 바깥쪽으로 별도의 문을 마련해 마치 쇼핑물 안에 있는 것이 아닌, 단독 매장처럼 보인다. 디올 고유의 그레이 컬러 향연이 펼쳐지는 부티크에 놓인 테이블은 물론 벽에 걸린 모든 그림, 소파까지 모두 아티스트의 작품이다. 기존 플래그십 부티크의 사이즈를 2배로 키워 리오픈한 랜트마크 디올은 외관부터 특별하다. 오픈을 맞아 <아티스트가 바라는 레이디 디올> 전시에 등장했던 세계적인 명성의 중국 작가 리우지엔화가 도자기로 빛나는 레이디 디올 작품들이 놀라운 스케일로 전시되어 있어 지나가는 사람들의 발길을 붙잡는다. 랜트마크 디올 부티크는 마치 베르사유 궁전처럼 방과 방이 이어지는 비밀스러운 콘셉트로 이루어져 있는데, 이 다양한 공간에 초현실적인 작품들이 곳곳에 배치되어 있어 마치 디올의 이야기가 끝나지 않을 것만 같은 미스터리한 느낌을 준다. 1층에는 디올의 모든 핸드백을 만나볼 수 있는 두 곳의 룸, 타임피스 샵룸, 톱 럭셔리 라인의 향수 컬렉션 프리베를 만나볼 수 있는 향수 전용 공간, 별도의 이그조티브 백 공간, 파인 주얼리 룸, 프리고 파인 주얼리 고객을 위해 부티크 제일 깊숙한 곳에 자리 잡은 VIP룸까지 디올이 보여줄 수 있는 모든 세계가 한자리에 펼쳐진다. 철제 난간 계단을 따라 2층으로 올라가면 2개의 레드투웨어 샵룸, 이브닝 웨어 샵룸, 슈룸이 있다. 섬세한 서비스를 제공하기 위해 VIP 전용 샵룸은 원하는 경우 프라이빗 출입구를 이용해 랜트마크 오리엔탈 호텔을 통해 직접 방문할 수도 있다.

예술을 향한 뜨거운 사랑, <아티스트가 바라는 레이디 디올> 전시

디올 스토어의 리오픈을 축하하기 위해 전 세계 유명 작가들의 작품을 전시하는 <아티스트가 바라는 레이디 디올: "Lady Dior as Seen by"> 순회전이 개최되었는데, 전시장 외관 디자인이 놀랄 만큼 독특하다. 홍콩 섬에 위치한 센트럴 4번 부두에 레이디 디올 백 형태의 전시장을 새롭게 지어, 마치 레이디 디올 백이 바다를 배경으로 누워 있는 형상을 따는 것. 홍콩섬이라는 지역 특성에 걸맞은 장소 선정과 과감한 형태의 전시장 그 자체가 작품이라 할 수 있을 정도로 유니크한 콘셉트는 모두의 눈길을 사로잡았다. 전시의 주제가 된 디올의 아이콘인 레이디 디올 백은 전 세계의 위대한 예술가들에게 영감을 불어넣어왔다. 사진작가, 비주얼 아티스트, 비디오 아티스트, 유명 영화감독 등 많은 아티스트들이 만들어낸 레이디 디올은 우리가 지금까지 생각하는 명품과 기병에 대한 고정관념을 뛰어넘는 계기를 제공한다. 쿠틀리에가 되기 전 무슈 디올은 해박한 지식과 열정을 지닌 갤러리 오너였다. 콜러, 달리, 미로, 자코메티의 작품을 처음으로 소개했을 정도로 예술에 남다른 재능을 보였던 무슈 디올의 정신은 디올의 새로운 매장의 아름다운 모습에서, 레이디 디올을 향한 아티스트들의 뜨거운 헌사를 통해 지금도 이어지고 있다. 에디터 배미진



timeless Beauty

세월이 흘러도 본연의 아름다움을 간직하고 있는 것은 오직 주얼리뿐이다. 자연이 준 특별한 선물인 진주의 아름다움을 극대화해 균형미가 느껴지는 섬세한 세공으로 완성한 타사키의 주얼리 컬렉션. *photographed by yum jung hoon*



(화이트 배킹 오른쪽 윗부터)
타사키의 밸런스 컬렉션은 크기와 색상이 같은 여러 개의 진주를 세팅해야 하기 때문에 더욱 고귀하다. 귀의 라인을 따라 우아하고 유니크하게 매달 수 있도록 5개의 아코아 진주를 배치한 밸런스 플러스 이어링. 높아선 5개의 진주 안에 월석을 묘사해 한 편의 드라마를 완성한 밸런스 이클립스 링. 남양 흑집 진주와 영롱한 아코아 진주에 골드를 이용한 심경 기법으로 달을 표현한 독특한 디자인이다. 화이트 골드에 시트린, 사파이어, 다이아몬드로 새겨 아름다운 용을 묘사한 페라카트 링. 화이트 컬러 아코아 진주에 블랙 스파를 매치한 아코아, 남양 흑집 진주에 바이올렛 컬러 로드 라이트 가넷을 매치해 뒀모습까지 아름다운 아코아는 모두 라피안트 라벨링 이어링. 화이트 골드에 그레이 다이아몬드로 백합을 묘사한 루너 네크리스. 옐로 골드에 에미시스트, 투르말린, 차보라이트, 다이아몬드를 세팅한 페라카트 네크리스. 옐로 골드 라인을 따라 아코아 진주 가호트 달아는 어 피안 밸런스 이어링.

(블랙 배킹 오른쪽부터 왼쪽으로)
하트 모양으로 세팅한 담수 진주에 옐로 골드 스타트를 더해 대담하게 완성한 네크리스. 독특한 형태의 옐로 골드 펜던트가 영롱한 아코아 진주를 품고 있는 네크리스 모두 대담한 컬렉션. 화이트 아코아 진주에 블랙 스파를 매치한 링. 화이트 아코아 진주에 다이아몬드를 세팅한 링. 블랙 컬러 남양 흑집 진주에 바이올렛 컬러 로드 라이트 가넷을 세팅한 링. 화이트 아코아 진주에 블랙 다이아몬드를 세팅한 링 모두 라피안트 라벨링 이어링. 담수 진주를 한가득 머금고 있는 듯한 독특한 디자인에 그레이 다이아몬드를 매치해 더욱 신비로운 디자인 링. 모두 타사키. 문의 02-3461-5558 에디터 배미진



1 '아트 오브 더 트렌치 서울 프로젝트'에 참여한 이들의 이미지를 디지털 스크린을 통해 공개했다. 2 론칭 이벤트에 참여한 이정재와 씨엘. 3 배우 유아인은 화면을 터치하면 사진이 확대되고, 마음에 드는 사진을 클릭하면 히트 수가 올라가는 디지털 스크린을 직접 체험해보며 이벤트를 즐겼다. 4 버버리 트렌치코트를 즐겨입는 전 세계 사람들의 스토리와 이미지를 담은 소셜 네트워크 기반의 온라인 플랫폼, '아트 오브 더 트렌치 사이트'의 메인 이미지. 5 '장기하와 얼굴들'의 공연이 시작되자 행사장은 뜨거운 열기로 후끈 달아올랐다. 6 세월이 흘러도 변함없는 것을 보여주는, 가장 클래식한 디자인의 버버리 트렌치코트.



art of the trench in Seoul

디지털을 기반으로 한 혁신적인 프로젝트를 선보이는 영국 글로벌 패션 브랜드 버버리, 브랜드의 아이코닉한 트렌치코트를 즐겨입는 전 세계 사람들의 스토리를 담은 웹사이트, '아트 오브 더 트렌치(Art of the Trench)'가 드디어 서울에 상륙했다. 지난 9월에 열린 론칭 기념 이벤트, 수많은 게스트와 뮤지션의 뜨거운 열기로 들끓었던 그 아름다운 밤에 동행했다.

전 세계 사람들과 공유하는 버버리 트렌치코트

트렌치코트가 더없이 잘 어울리는 계절. 영국을 대표하는 상징적인 아이템인 버버리의 트렌치코트는 1백57년 전 토머스 버버리가 세상에 선보인 이후 크리스토퍼 베일리가 이끄는 현재까지 모던한 혁신과 끊임없는 패브릭 개발로 진화를 거듭하고 있다. 전 세계 실시간 컬렉션 스트리밍 서비스, 영국 출신 뮤지션과 다양한 활동을 펼치는 버버리 어쿠스틱, 구급과 함께한 버버리 키시스 등 디지털 기술을 도입한 독창적인 프로젝트에 앞장서는 버버리가 브랜드의 헤리티지라고 할 수 있는 트렌치코트를 그냥 지나칠 리가 없다. 2009년, 버버리 트렌치코트와 이를 즐겨입는 전 세계 사람들의 글로벌한 스토리를 담은 소셜 네트워크 기반의 온라인 플랫폼, '아트 오브 더 트렌치'를 론칭하기 이른 것. 세계적인 스트리트 포토그래퍼 스콧 수만과 매그넘 포토스 사진작가와의 공동 작업으로 트렌치코트의 역사를 기록하기 시작한 이후 지금까지 2백 개국이 넘는 나라에서 이미 2천1백만 명 이상의 유저가 이 웹사이트를 방문하기도 했다. 소셜 미디어 텀블러(Tumblr)에 오픈한 '아트 오브 더 트렌치'는 현재 1만6천 명이 넘는 팔로어가 지지하고 있을 정도다. 서울을 비롯해 시카고, 브라질, 인도, 상하이, 파리 등 전 세계 곳곳에서 '아트 오브 더 트렌치' 축하 행사를 열었으며, 이 열기를 그대로 이어가 낯선 패션 도시라고 할 수 있는 키예프와 이스탄불에서도 진행할 예정. '아트오브더트렌치닷컴'은 버버리의 아이코닉한 트렌치코트를 기념하기 위한 사이트입니다. 전 세계 사람들이 버버리 트렌치코트에 얽힌 서로의 이야기와 이미지를 공유한다는 아이디어가 마음에 들었습니다." 크리스토퍼 베일리의 말처럼 '아트 오브 더 트렌치'는 이제 하나의 문화 코드이자 글로벌한 패션 커뮤니티로 우뚝 서게 되었다.

아트 오브 더 트렌치 서울 론칭

지난 9월 26일, 성수동 대림창고에서는 아트 오브 더 트렌치의 서울 론칭과 함께 온라인 기반으로 선보였던 아트 오브 더 트렌치의 오프라인 론칭을 축하하는 이벤트가 열렸다. 행사에는 이정재, 유아인, 김해수, 씨엘, 소녀시대 수영을 비롯해 VIP와 프레스 등 5백여 명의 게스트가 참석해 행사의 규모와 관심을 짐작케 했다. 크리스토퍼 베일리의 지휘 아래 포토그래퍼 신선혜가 촬영을 맡은 '아트 오브 더 트렌치 서울은 문화, 예술, 패션, 필름, 스포츠 등 다양한 분야에서 활발하게 활동하는 50여 명의 인물이 적극 참여했다. 그들은 서울의 랜드마크인 남산타워, 경복궁, 삼정동을 비롯해 작은 공원이나 골목길 등에서 버버리 트렌치코트를 입은 일상적인 모습을 보여주었다. 캠페인에 참여한 이들의 이미지는 디지털 스크린을 통해 전시되었는데, 터치스크린을 통해 마음에 드는 사진을 클릭하면 히트 수가 올라가는 인터랙티브 시스템으로 게스트의 흥미를 이끌어냈다. 파리가 무르익어갈 무렵 영국 밴드 '서던'의 감미로운 공연이 시작되었으며, '장기하와 얼굴들'의 공연으로 열기는 절정으로 향하며 서울의 밤을 아름답게 수놓았다. 활기차고 창의적인 서울의 모습을 담은 '아트 오브 더 트렌치 서울의 이미지와 이벤트 영상은 버버리닷컴(burberry.com)과 주요 버버리 스토어의 디지털 디스플레이, 소셜 미디어 사이트 등을 통해 감상할 수 있다. 문의 02-3485-6583 에디터 이예민



Shiny Touch

매달려있는 광택과 컬러가 유니크한 펠 레더 컬렉션. 부드러운 송아지 가죽을 사용했으며 화려한 광택감이 포인트 액세서리로 손색이 없다. (오른쪽 위부터 시계 방향으로) 브론즈 & 핑크 골드 미니 크로스백 26X19cm 59,800원. 메달 버클 장식의 골드 클러치 30X16cm 49,800원. 원형 솔더백 22X16cm 45,800원. 펠 레더 카드 케이스 각 9,800원 모두 118,000원.

Small Things

카드 지갑부터 아이패드 케이스, 시계까지, 견고함이 엿보이는 가죽 액세서리 아이템. (오른쪽 위부터 시계 방향으로) 아크디언 형태로 이루어져 수납공간을 자유롭게 조절할 수 있는 미니 크로스백 21X19cm 49,800원. 버번으로 여는 형태의 아이패드 케이스 36,800원. 반지 등장을 연상케 하는 카드 지갑 각 6,800원. 알코기어은 장지갑 각 38,800원. 실용성이 엿보이는 등전지갑 형태의 장지갑 42,800원. 초고급 들스기족 밴드의 클래식 시계 73,800원 모두 118,000원.

true italian Touch

구입 후 첫날에 맞은 비의 흔적도, 실수로 긁고 만 펜의 얼룩마저도 애착이 생기는 건, 오직 가죽 가방만이 주는 매력과 재미다. 일본은 물론 이탈리아, 프랑스, 미국 등 2백여 개가 넘는 디자인 편집숍에서 사랑받고 있는 이탈리아 가죽 전문 브랜드 '일 비종페'는 최고급 들스기족을 사용해, 비록 화려하지 않지만 사용할수록 그 멋과 빛이 배가되는 개성 있는 가죽 제품을 선보인다. 일 비종페가 제안하는, 율가을을 위한 가죽 아이템. *photographed by park gun zoo*

Exotic Leather

심플하고 세련된 디자인과 소가죽에 새긴 약어무늬 프린트가 럭셔리한 이그조틱 라인. 매끈한 광택과 선명한 컬러감이 매력적이다. (오른쪽 위부터 시계 방향으로) 약어 프린트의 미니 크로스백 26X19cm 62,800원. 그레이 톤이 세련된 미니 크로스백 26X19cm 62,800원. 견고하고 탄탄한 세이프의 미니 솔더백 21X19cm 39,800원. 콤팩트한 실용성의 버튼 클러징 반지갑 각 26,800원 모두 118,000원.



For Gentle Men

편안하고 자연스러운 컬러와 디자인으로, 꾸민 듯 안 꾸민 듯 멋스러운 스타일을 완성해줄 남성 아이템. 들스기족이 지닌 부드러움과 강인함에서 남성의 카리스마가 느껴진다. (오른쪽 위부터 시계 방향으로) 군더대기 없이 심플한 클러치 36X28cm 39,800원. 벨트 버클 장식의 포인트를 준 클래식한 디자인의 브리프케이스 36X26cm 89,800원. 아이패드, 휴대폰은 물론 펜, 노트 등을 넣을 수 있는 수납공간으로 실용성을 더한 트리트먼트 39X27cm 118,000원 모두 118,000원.



애플 신형 맥 북 에어

새로운 맥 북 에어는 '온종일 사용 가능한 배터리를 탑재했다'는 슬로건을 내걸 정도로 배터리 수명을 12시간 연장했다는 점이 가장 큰 특징. 새로운 플래시 스토리지는 이전보다 45% 빠르고, 기존 하드 드라이브보다 9배 빠른 속도로 업그레이드되었다. 128GB 1백29만원. www.apple.com

캐논 EOS 70D

캐논의 DSLR 카메라 중 듀얼 픽셀 CMOS AF를 처음 장착해 2천만 화소의 고화질로 사진과 동영상 촬영이 가능하다. 여기에 월등히 높아진 AF 성능이 움직이는 피사체도 흔들림 없이 빠르고 정확하게 포착해준다. 1백37만5천원. 문의 1588-8133



다이슨 DC46 알라지카본 파이버

중력의 31만 배에 달하는 강한 인성력을 일으켜 알레르기 유발 물질과 미세 먼지까지 제거하는 다이슨의 최신 진공청소기. 레이저 루트 시스템을 2중으로 장착해 흡입력을 2배로 높였다. 89만8천원. 문의 1588-4253



뱅앤올룹슨 베오랩 14

움직이면서도 폭넓은 시운드를 제공하는 서브 우퍼를 장착한 새틀라이트 스피커. 디자인의 오브제를 연상시키는 세련된 디자인은 인테리어 소품으로도 매력적이다. 5백만 원대. 문의 02-518-1380



소울 노이즈 캔슬링

전문 뮤지션에게 추천할 만큼 강력하고 안정된 시운드를 자랑하는 소울의 프리미엄 헤드폰. 고급 드라이버와 전자회로 설계로 중음, 고음 모두 깨끗한 음질을 제공하며, 헤드폰 안쪽에 라이트 버튼을 활성화하면 양쪽의 심LED가 화려한 빛을 내뿜는다. 44만9천원. 문의 02-717-6540



소니 방송 핸디캠 GWP88

방송 가능, 먼지 차단, 충격 흡수, 동결 방지까지 완벽한 4-WAY Proof 안전 설계에 중점을 둔 방송 캠코더. 화질을 유지한 채 17배까지 확대되는 줌 기능이 있으며, 광학식 스테디 샷 액티브 모드로 흔들림을 완벽하게 보정한다. 79만9천원. 문의 1588-0911



Digital holic

완벽한 화질을 구현하는 OLED TV부터 새로운 맥 북 에어와 감각적인 홈 시어터 스피커까지, 스마트 얼리 어답터의 눈을 번쩍 뜨이게 해줄 최신 테크 아이템을 모아봤다. *photographed by park gun zoo*



삼성전자 커브드 OLED TV

부드럽게 휘는 커브드 형태에 각각의 화소가 스스로 빛을 내는 OLED 방식을 결합해 생동감 넘치는 영상을 즐길 수 있다. 실시간 방송을 2개의 화면으로 동시에 즐길 수 있는 스마트 듀얼뷰 기능을 탑재했다. 55인치 9백90만원. 문의 1588-3366

LG전자 미니 빔 TV 클래식

필름 영사기를 연상시키는 손바닥만 한 크기의 미니 빔 TV. 배터리만으로 영화 한 편을 생생한 화질로 즐길 수 있어 여행, 캠핑 등 야외 활동에 제격이다. 별도의 거치대가 있어 실내에서는 천장을 스크린으로 활용할 수 있다. 1백5만원. 문의 02-6370-3153



아이라버 블랭크 사운드 드럼

지름 6cm, 세로 5cm의 초소형 블루투스 스피커. 3W 울트라 베이스 우퍼를 탑재해 직파한 파워풀한 사운드가 일품이다. 블랙, 실버, 블루 그레이 등 세 가지 컬러로 출시된다. 5만9천원. 문의 02-3019-1762 에디터 이예진



enjoy New York Style Party Time with Samsung Zipel Sparkling
Sparkling Life!

기분 좋은 가을 햇살이 집 안 깊숙이 들어오는 토요일 오후. 지원 씨는 모처럼 친구들과 함께하는 파티 준비를 하느라 분주하다. 오늘 파티를 준비하는 데 최고의 어시스턴트이자 일등 공신은 '삼성지펠 스파클링' 냉장고. 올봄, 뉴욕에서 먼저 보고 욕심내던 이 냉장고를 국내 출시와 동시에 집에 들인 그녀의 삶은 냉장고에서 갓 뽑은 스파클링 워터만큼이나 활력이 넘친다. 오늘, 뉴욕 스타일 파티의 시작을 알리는 웰컴 드링크부터 메인 메뉴, 마지막 디저트까지 삼성지펠 스파클링의 활약은 실로 대단하다. *photographed by jeon taeg su*



유리 상판의 리운드 테이블과 철제 프레임에 스웨이드 소재를 매치한 사이드 테이블은 모두 Knoll by 유오스. 아르네 야콥센이 디자인한 브라운 가죽 암체어 소원은 함무모드. 램프 유오스들은 안노바드. 블랙 컬러 컬렉션은 W101. 블랙 토타와 테이블 매트 위에 올린 2개의 접시는 모두 a.T 디자인. 화이트 세라믹 아이스 버킷은 탬터원. 타원형 오픈 맨과 티포트, 블랙 접시는 모두 무겐. 와인 버킷 안의 심페인은 톰 배리농.

the immortal Beauty

강력한 마케팅으로 현란한 미사여구를 내세우는 화장품을 넘어서, 순수한 원료와 오래도록 편안한 느낌으로 사랑받아온 브랜드 룩시팡이 뛰어난 안티에이징 화장품을 선보인다. 순수함이 남아 있는 코르시카 섬에서 유기농으로 키운 불멸의 꽃, 이모르텔을 사용한 이모르텔 디바인 라인이다.

시들지 않는 꽃의 생명력을 담은 안티에이징

신사동 가로수길을 걷다 보면 마치 프랑스에서 본 듯한 옐로와 그린 컬러를 풍성하게 매치한 룩시팡의 부티크를 만나볼 수 있다. 복잡하고 화려한 매장이 늘어서 있는 백화점에서도 룩시팡의 매장은 자연스러운 분위기로 사람들의 마음을 편안하게 한다. 이러한 브랜드 이미지와 매장 분위기는 물론 제품에도 이어진다. 룩시팡은 풍요롭고 따뜻한 매력으로 많은 사람들의 마음을 사로잡고 있기에 복잡하고 이해하기 어려운 과학적인 요소를 강조하는 안티에이징 화장품이 아닌 성분과 효과만을 이야기한다. 최근 분위기가 급변한 것은 굳이 말할 필요도 없겠지만, 요즘처럼 모든 것이 불확실한 때, 까다로운 여자들이 그 무엇보다 우선하는 것은 안전한 성분과 확실한 효과다. 오랜 역사와 전통으로 오로지 천연 성분만을 고집하는 룩시팡은 지금과 같이 원료에 대한 불신이 가득한 시대에 안전한 자연 성분으로 각광받고 있는 브랜드다. 프랑스 천혜의 자연, 프랑스 남부 프로방스(Provence) 지역에서 생산되는 성분을 중심으로 오로지 순수한 원료를 고수하며 지금까지 브랜드를 지켜왔다. 룩시팡의 모든 제품은 프로방스와 지중해 지역에서 나는 최상의 원료만 사용하고 계절마다 수확하는 성분으로 완성한다. 그중에서도 지금 소개하는 이모르텔 디바인(Immortelle Divine) 라인은 룩시팡을 대표하는 안티에이징 제품으로, 산뜻하고 부드러운 옐로 컬러 단지 모양의 패키지가 인상적이다. 프로방스의 전통 단지에서 영감을 받은 패키지는 창립자인 올리비에 보송이 직접 디자인했을 정도로 제품에 대한 깊은 애정이 담겨 있다. 지중해 연안의 코르시카 섬에서 유기농으로 재배한 이모르텔 꽃과 작은 관목인 머틀에서 추출한 오일 성분으로 완성한 이모르텔 디바인 라인은 풍부한 향기와 부드러운 텍스처 덕분에 베스트셀러로 자리 잡았다.

불멸의 꽃 이모르텔과 코르시카 섬의 머틀 오일

천연 성분, 안전한 성분만을 추구하는 룩시팡에서 최고의 안티에이징을 위해 선택한 것은 이모르텔 꽃이다. 지중해 코르시카 섬에서 유기농으로 재배하고 현지에서 분류해 그 어떤 의심의 여지없이 최고의 추출물만을 담았다. 자연의 풍요로움이 느껴지는 셋노리색의 이모르텔 꽃은 고대부터 지금까지 뛰어난 노화 방지제로 사용되어왔는데, 꺾은 후에도 시들지 않는 불멸의 꽃이라는 애칭을 얻었다. 1톤의 이모르텔 꽃에서 단 1리터의 에센셜만 추출할 수 있는데, 프랑스에서 룩시팡만의 특허권을 획득했을 정도로 귀한 성분이다. 코르시카의 수풀 속에서 자라는 야생 관목인 머틀 역시 3백 년 동안 생존하는 뛰어난 자생력을 갖고 있는데, 은은한 향기와 뛰어난 성분 덕분에 16세기부터 마용 목적으로 사용되어왔다. 머틀에서 추출한 에센셜 오일은 섬유아세포를 자극하고 노화 방지 단백질의 생성을 촉진해 피부 탄력을 강화하고, 피부 속 깊이 침투해 젊음과 활기를 불어넣기에 안티에이징 성분으로 제격이다. 이 두 가지 성분을 핵심으로 만든 이모르텔 디바인 라인은 세럼과 아이 세럼, 크림과 함께 올해 새롭게 선보이는 에센스 로션인 이모르텔 디바인 로션까지, 더욱 완벽한 라인업을 자랑한다. 피부에 안전한 천연 성분과 확실한 효과의 안티에이징 화장품을 찾고 있다면 룩시팡의 이모르텔 디바인 라인을 추천한다. 문의 02-3014-2965 에디터 베이민

“디바인 라인으로 피부 노화에 대한 고민을 해결했어요. 자생력을 갖춘 머틀과 이모르텔 성분 덕분에 생기 있고 아름다운 피부를 다시 만났습니다”



디바인이 특별한 세 가지 이유

1 피부에 무해한 천연 성분

모든 제품의 원산지를 규명하는 것은 물론, 오로지 천연 성분만 사용하는 룩시팡의 원료에 대한 고집은 대단하다. 디바인에 사용한, 지중해 코르시카 섬에서 자라는 불멸의 꽃 이모르텔과 작은 야생 관목 머틀 등 화학 성분에 대해 걱정할 필요 없는 최고의 천연 성분을 사용했기에 믿을 수 있다. 프로방스의 전통적인 분류법을 이용해 에센셜 오일을 추출하는 룩시팡의 방식으로 이모르텔 디바인 라인에 확실한 안티에이징 성분을 담았다. 부드럽게 스며드는 것은 물론 향기까지 풍부해 만족스럽다.

2 처음부터 마지막 단계까지 완벽하게

기존의 디바인 라인에 없었던 토너를 출시하면서 안티에이징에 필요한 모든 제품을 갖추었다. 피부결을 정돈하는 토너부터 눈가를 케어해줄 아이 세럼, 침투력이 강력한 엑스트랙트 세럼, 그리고 디바인 라인을 대표하는 디바인 크림까지, 특히 새롭게 출시한 토너의 경우 로션 타입으로 안티에이징 에센스만큼의 촉촉한 텍스처가 매력적이다. 더욱 완벽한 구성으로 드라마틱한 효능을 선사한다.

3 눈에 띄는 즉각적인 효과

다섯 번째 특허를 받은 이모르텔 에센셜 오일과 일곱 가지 자연 유래 복합 성분을 담아 만족도가 더욱 높아졌다. 노화로 나타나는 증상을 개선하는 데 효과적인데, 90여 명을 대상으로 인체 적용 실험을 한 결과 3개월 후 피부가 눈에 띄게 개선되었을 뿐 아니라 사용감에서 높은 만족도를 나타냈다.



손태영의 디바인 영상 촬영을 감상해보세요
www.loccitane.co.kr



1 이모르텔 디바인 로션

촉촉한 제형 덕분에 에센스 로션이라는 애칭을 갖고 있는 디바인 로션. 10월에 새롭게 선보인 신제품으로 피부결을 정돈해 다음 단계에 바르는 제품의 흡수를 돕는 부스터 역할을 한다. 미시 클로버, 머틀, 히알루론산으로 만든 천연 성분 복합체를 사용해 더욱 효과를 극대화한 토너는 텍스처가 매우 풍부한 것이 특징. 수분과 활성 성분이 쉽게 증발하지 않고, 피부 밀착력이 높아 보습 효과도 뛰어나다. 피부가 즉각적으로 부드러워질 뿐만 아니라 노화를 지연시키고 안색을 고르게 만들어준다. 200ml.

2 이모르텔 디바인 엑스트랙트 세럼

디바인 크림을 바르기 전에 사용하는 세럼. 디바인 크림보다 더 고농축된 이모르텔, 머틀 에센셜 오일과 피부를 탱탱하게 하는 히알루론산, 안색 개선과 색소침착을 막아주는 비타민 C 유도체, 세포의 활성화를 돕는 미네랄과 식물성 오일을 함유해 피부에 즉각적인 펌핑 효과를 준다. 크림을 바르기 전에 사용하면 유효 성분이 피부 깊숙이 더욱 강력하게 피부가 즉각적으로 부드러워질 뿐만 아니라 노화를 지연시키고 안색을 고르게 만들어준다. 200ml.

3 이모르텔 디바인 아이 세럼

이모르텔 라인에서만 세 번째로 특허를 등록한 아이 세럼으로 이모르텔 디바인 라인에서 빼놓을 수 없는 제품이다. 눈가 주름을 완화하는 고농축 탱탱하게 하는 히알루론산, 안색 개선과 색소침착을 막아주는 비타민 C 유도체, 세포의 활성화를 돕는 미네랄과 식물성 오일을 함유해 피부에 즉각적인 펌핑 효과를 준다. 크림을 바르기 전에 사용하면 유효 성분이 피부 깊숙이 더욱 강력하게 피부가 즉각적으로 부드러워질 뿐만 아니라 노화를 지연시키고 안색을 고르게 만들어준다. 30ml.

4 이모르텔 디바인 크림

기존 라인에서 업그레이드된 텍스처로 새롭게 선보이는 디바인 크림. 일곱 가지 피부 노화의 징후에 적극적으로 대응한다. 이모르텔과 머틀 에센셜 오일 이외에도 일곱 가지 천연 유래 성분 복합체를 더해 피부에 고른 영양을 전달하고 안티에이징 효과를 더욱 강화했다. 비타민 C 유도체가 함유되어 안색 개선에 탁월하다. 오일이 풍부하게 함유되어 있지만 답답하거나 끈적임 없이 가볍고 산뜻하게 마무리되는 텍스처로 피부에 탄력과 광채를 선사하는 영양 크림이다. 50ml.



(왼쪽 아래부터 시계 방향으로) Clear Frame 플라워 모티브의 정도 장식이 유니크한 투명 선글라스 40만원대 **클리어 프레임 by 룩스타가**, 블루 컬러로 포인트를 준 반투명 선글라스 23만원대 **비비안 웨스트우드 by 다리 F&S**, 사각 프레임의 투명 선글라스 40만원대 **카멜리아 by 윌리엄 W. Cat's Eyes** 메탈 프레임의 캐츠 아이 선글라스 가격 미정 **디올**, 레트로 무드의 블랙 선글라스 30만원대 **비비안 웨스트우드 by 다리 F&S**, Pop Color 체인 장식이 돋보이는 블루 선글라스 가격 미정 **샤넬**, 선명한 레드 컬러가 신뜻한 선글라스 30만원대 **엘고요 아르마니 by 룩스타가**, 정교한 디자인으로 휴가가 간편한 그린 컬러 선글라스 30만원대 **리베인 by 룩스타가**, 에디터 권유진

다리 F&S 02-546-7764 디올 02-513-3232 윌리엄 W 02-6911-0845 룩스타가 02-501-4436 샤넬 02-543-8700

autumn Shade

눈부신 가을 햇살이 내리쬐는 오후, 지금 당신에게 필요한 건 스타일을 한껏 살려줄 선글라스다. 반짝이는 투명 프레임부터 팝 컬러로 산뜻함을 더한 선글라스까지, 이번 시즌 주목해야 할 선글라스 신제품. *photographed by park gun zoo*



삼성전자 자펠 스파클링 냉장고 국내 출시 삼성전자가 정수된 물과 얼음은 물론 스파클링 워터가 나오는 기능을 탑재한 '삼성 자펠 스파클링 냉장고'를 국내 출시한다. 글로벌 탄산 기계 업계 1위인 소다스트림의 탄산 가스 실린더를 냉장고 안에 설치해 건강한 스파클링 워터를 즐길 수 있으며, 취향에 따라 탄산의 농도를 조절할 수 있다. 특히 정수 필터는 국내 정수 품질 인증 마크인 '물마크' 획득은 물론, 미국 FDA와 협력하는 기관에서 정수 성능을 인증 받았다. 리얼 스테인리스 메탈을 사용한 고급스럽고 모던한 디자인도 매력적이다. 문의 1588-3366

LIFESTYLE

JEWEL



타사키 리퍼인드 라벨리온 링 타사키에서 '리퍼인드 라벨리온' 링을 새롭게 출시한다. 18K 화이트 골드로 이루어진 링 사이에 진주를 세팅한 독특한 디자인이 특징이며, 블랙과 화이트 컬러의 다이아몬드를 파베 세팅한 큰 모양 장식으로 화려함을 더했다. 신세계 레드 포인트로 신영한 컬러 대비 이룬다. 약가죽 또는 스틸 브레이슬릿 버전으로 선보인다. 문의 02-3461-5558

브레게 타임 XXII 3880ST 브레게가 프랑스 해상 공군을 위해 1950년에 개발한 타임(Type) XX 워치 60주년 탄생을 기념하기 위해 현대적으로 재해석한 타임 XXII 3880ST를 선보인다. 커다란 44mm 스틸 케이스로 스포티한 느낌을 강조했으며, 블랙 다이얼에 레드 포인트로 신영한 컬러 대비 이룬다. 약가죽 또는 스틸 브레이슬릿 버전으로 선보인다. 문의 02-3438-6218



룩스타 이모르텔 다비안 룩스타가 다비안 안티에이징 라인 신제품을 출시한다. 1톤의 이모르텔 꽃에서 오직 1리터만 추출되는 에센셜 오일로 만드는 이모르텔 원료와 코르시아에서 자라는 작은 아생 관목에서 추출한 머틀 에센셜 오일로 특허 받은 7가지 자연 유래 복합 성분을 더해 노화 방지에 탁월하다. 기존의 라인에 토너를 추가해 스킨케어의 시작과 끝을 다비안으로 케어할 수 있도록 라인업을 구축했다. 문의 02-3014-2965

캐롤리나 헤레라 CH 오데퍼퓸 캐롤리나 헤레라가 새로운 향수 'CH 오데퍼퓸'을 선보인다. 패션 프루프를 라워와 베르가모트의 톱 노트로 시작해 파츨라와 레드 베이스 노트 마무리되는 플로럴 계열 향수다. 상큼한 첫 향과는 달리 파츨라와 장미가 오묘하게 어우러진 신비로운 잔향이 이 향수의 매력 포인트다. 여러 겹으로 낀 리본과 CH 골드 창이 어우러진 보틀도 고급스럽다. 문의 02-3443-5050

SHOWROOM

일 비즈매 슈더백 일 비즈매에서 최고급 소재로 반트인한 엷을 더한 호보 백 형태의 가방을 새롭게 출시한다. 가볍고 착용감이 뛰어나 데일리 백으로 적합하며, 가방 라인을 타고 흐르는 포인 디테일을 통해 장인 정신을 엿볼 수 있다. 신사동 가로수길 일 비즈매 플래그십 스토어에서 판매한다. 문의 02-548-2992

폴 스미스 아이웨어 294 컬렉션 폴 스미스 아이웨어에서 기존의 '294' 컬렉션에 섀펜 골드, 올리브 그린, 로즈, 코발트 등 4가지 컬러를 더해 새롭게 출시한다. 폴 스미스 안경 컬렉션 중에서도 최상위 프리미엄 라인인 '294' 컬렉션은 1994년 폴 스미스의 첫 번째 컬렉션에서 영감을 받은 클래식한 프레임과 대담한 컬러, 완성도 높은 디테일로 사랑받는다. 문의 02-501-4436

트롬비즈 2013 F/W 컬렉션 트롬비즈의 2013 F/W 컬렉션은 탄생화, 가죽, 자연 등 3가지 테마를 중심으로 다양한 디자인을 선보인다. 실버와 진주, 글라스 등 영롱하게 빛나는 아름다운 원석은 꽃, 왕관, 유모차, 게임 캐릭터 등 개성을 살린 독특한 참과 정교한 커팅 기법으로 완성되었다. 문의 02-3676-4010

비비안 웨스트우드 맨 카무플라주 코트 비비안 웨스트우드 맨에서 2013 F/W 컬렉션에 등장한 카무플라주 코트를 새롭게 선보인다. 밀리터리 감성이 느껴지는 카무플라주 프린트와 카키 컬러가 믹스된 하이 네크라인 스타일로, 스포티한 정교한 코트 말단이 붙어 있는 듯한 독특한 디자인이 특징이다. 문의 02-543-1790

랄프 로렌 윌티드 브리프케이스 랄프 로렌의 윌티드 브리프케이스가 가을을 맞아 진한 브라운과 그린 컬러를 새롭게 추가했다. 럭셔리 빈티지 자동차 컬렉션에서 영감을 받은 브리프케이스는 가볍고 부드러운 숭이까지족으로 만들었으며, 탈착할



일 비즈매 폴 스미스 아이웨어

수 있는 스트랩이 있어 다양한 스타일링이 가능하다. 문의 02-6004-0136

빨질러리 더 블레이저 이탈리아 남성복 브랜드 빨질러리는 가을을 맞아 더 블레이저를 출시한다. 브레인의 베스트셀러인 재킷을 업그레이드한 제품으로, 실루엣을 슬림하게 만들어 편안하면서도 세련된 슈트 룩을 완성해준다. 네이비·블루·브라운 컬러로 선보인다. 문의 02-2076-7623

에르메스 아 프로포 돔 에르메스는 지난 9월 26일부터 29일까지 현대백화점 무역센터점 10층 에메랄드 홀에서 '아 프로포 돔(남성을 위한 에르메스의 제안)' 이벤트를 진행했다. 계단 모형 디스플레이에 전시된 남성 슈츠 컬렉션부터 가방, 맞춤 슈트, 아이젠 가죽 재킷 전시 등 테마별로 나누어 에르메스 남성 컬렉션의 오랜 역사와 풍부한 이야기가 유쾌하게 펼쳐졌다. 문의 02-3015-3251

구찌 하우스 오브 아티잔 구찌는 창립동 플래그십 스토어에서 브랜드의 헤리티지와 장인 정신을 선보이는 '하우스 오브 아티잔(House of Artisan)' 행사를 진행했다. 이탈리아 파렌체의 카셀리나 가죽 공장의 장인은 아틀리에를 그대로 재현한 공간에서 홀스빗 로퍼를 만드는 과정을 직접 보여주었다. 또 1950년대부터 1970년대가 지 사랑받은 뱀무 컬렉션을 전한 뱀무 스페셜 아이키브 디스플레이를 선보였다. 문의 02-3438-7219

버버리 런던 트래블 테일러링 슈트 버버리 런던에서 세련된 스타일을 위한 '트래블 테일러링 슈트'를 선보인다. 이탈리아에서 생산한 100% 울 소재는 스프링과 같은 유연한 구조로 직조되어 엘라스틴 없이도 자연스러운 신축성을 느낄 수 있으며, 가볍고 편안한 착용감을 선사한다. 문의 02-3485-6583

클롬보 비아델라피가 퍼 컬렉션 클롬보 비아델라피가가 2013 F/W 시즌을 맞아 퍼 컬렉션을 선보인다. 광고 캠페인을 통해 먼저 선보인 디크 브라운 '세이브 코트'는 고급스러운 광택과 부드러운 촉감을 자랑하며, 상위 2%의 최상급 소재로 만든 핑스 퍼 코트는 단 1피스만 제작해 희소성이 높다. 문의 070-7130-9200



랄프 로렌

에르메스

빨질러리

구찌

트롬비즈

비비안 웨스트우드 맨

버버리 런던

클롬보

FASHION

A SPORTING LIFE!

