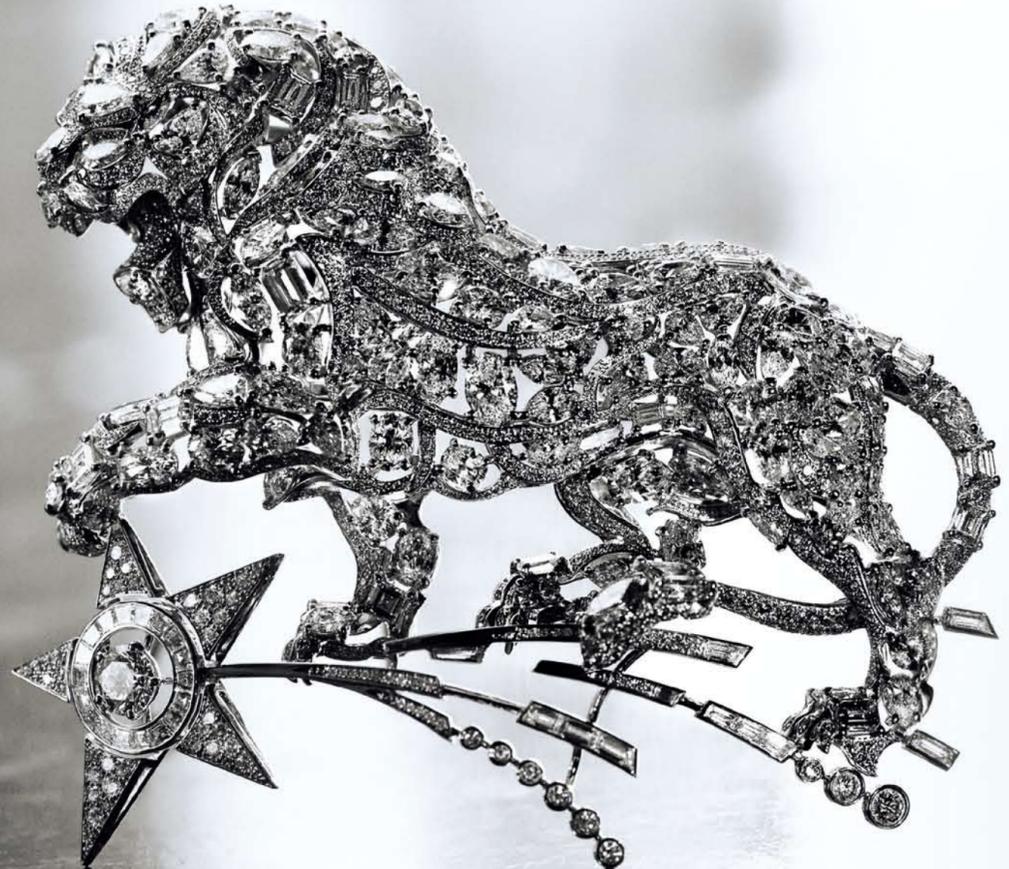


**CHANEL**  
FINE JEWELRY



SOUS LE SIGNE DU LION  
BROOCH IN WHITE GOLD AND DIAMONDS  
갤러리아 명품관 East (02) 3442-0962

# Style

조선일보

JANUARY 2016  
vol.135



*Cartier*

TO BREAK THE RULES,  
YOU MUST FIRST MASTER  
THEM.

주요 계곡, 천년의 척박함, 혹독한 환경 : 1875년 르  
브라수스의 마을에서 오데마 피게는 태동했고, 초  
창기 워치메이커들은 이곳에 거점을 마련했습니다.  
인간이 어쩔 수 없는 자연의 힘에 대한 두려움에도  
불구하고, 그것의 신비로움을 마스터하기 위한 그들  
의 노력은 복잡한 기술력들을 통해 구현되었습니다.  
오늘날에도 여전히 이 선구자적인 정신은 파인 워치  
메이킹의 전통에 지속적으로 도전하도록 영감을 주고  
있습니다.



로열 오크  
오프쇼어  
핑크 골드와 세라믹  
크로노그래프

AUDEMARS PIGUET  
*Le Brassus*

현대백화점 압구점분점 02)3449-5917  
현대백화점 무역센터점 02)3467-8372  
롯데면세점 코엑스점 02)3484-9645  
롯데면세점 소공점 02)759-6641  
신라면세점 서울점 02)2230-3667  
위커피 면세점 02)450-6548  
롯데면세점 제주점 064)793-3130



BURBERRY.COM



BURBERRY

*London, England*

# 신제품. 어드밴스드 나이트 리페어 파워호일 마스크

갈색병 반 병에 달하는 기술을 그대로 담은\* 파워호일 마스크

에스티 로더 최초로 호일을 사용한 듀얼 매트릭스 마스크로 갈색병 리페어의 주요 성분을 25배\*\* 더 빠르게 피부 속에 흡수시킵니다. 단 한 장의 마스크로 피부 속 수분은 차오르고, 광채가 살아나며 어린 피부로 가꾸어줍니다.

에스티 로더의 No.1 세럼, 갈색병 리페어를 이제 더 강력해진 마스크로 만나보세요.

\*\* 기존 코튼 시트 마스크와 비교 시

# ESTÉE LAUDER



\* 파워호일 마스크 한 장에는 어드밴스드 나이트 리페어 반 병에 가까운 크로노록스CB™가 들어있습니다.



18



표지에 등장한 이미지는 까르띠에의 다이아몬드 컬렉션에 관한 광고 비주얼이다. 까르띠에의 노부신 시그니처를 가장 완벽하게 구현한 다이아몬드는 여성들에게 환상적인 꿈을 선사한다. 매혹의 노후로 아노라 까르띠에 고전들의 다양한 요구와 전설로 가득차는 독특한 휘황까지 반영한 디자인을 선보이는 것이 바로 까르띠에의 다이아몬드가 지닌 가치다. 문의 1566-7277



20



14

- 16 **새로운 돈의 미래 핀테크, 삶의 풍격을 높인다** 최근 돈의 미래를 바꿀 다양한 기술이 등장하고 있다. 바로 핀테크(FinTech)다.
- 18 **단백화로 물든 홍콩 아트 경매 현장에 가다** '아트 허브' 홍콩에서 지난해 말 열린 서울옥션의 경매 현장, 세계적으로 주목받고 있는 단색화의 열기가 생생하게 이어지고 소중한 우리의 고미술품이 '유통'하도록 하는 '경매 망치 소리가 울려 퍼진 그 현장을 가졌다.
- 20 **ABOUT A BOY** 오버사이즈 코트, 갓고 짙은 컬러, 포근한 모헤어 니트... 도시적인 보헤미안 스타일과 함께 겨울 느낌을 찾아본다.
- 26 **THE SWEET HEART** 사랑의 맹세와 사랑, 서로의 숨결을 품에 지니게 하는 영원의 약속, 카플링.
- 27 **FUR, FUN!** 최근 파는 재치와 맛을 더하는 트렌디한 소재로 활용되고 있다. 확실한 포인트가 되어줄 워트 가득한 퍼 액세서리.
- 28 **A SUPREME MOMENT** 올해 탄생 10주년을 맞은 샤넬의 하이엔드 안티에이징 스킨케어 라인 수블리마지 크림이 지속적인 노력을 거쳐 새롭게 탄생했다. 파리에서 만난 샤넬의 보석, 수블리마지가 맞이한 진보의 순간을 <스타일 조선일보>가 함께했다.
- 30 **DREAM BASE** 매 시즌 새로운 성분과 기능을 첨가해 더욱 가볍게, 더욱 촉촉하게, 커버력은 더욱 완벽하게 업그레이드해 출시되는 파운데이션은 맑고 깨끗한, 완벽한 '드림 스킨'에 한발 더 다가가는 여자의 비밀 병기가 되어줄 것.
- 31 **GET HEALTHY GLOW** 누구나 원하는 자연스럽고 건강한 피부 톤과 윤기, 그리고 자유롭게 숨 쉬는 피부를 위한 단 하나의 베이스, '샤넬 레 베주 헬시 글로우 파운데이션'.
- 32 **THE BEST OF ALL** 한국 야구가 낳은 최고의 스타 이대호와 박병호. 한국 리그와 일본 리그를 동시에 팽창한 두 선수가 꿈의 무대 메이저 리그로 나설 준비를 마쳤다. 두 선수 인생 최고의 순간에 위블로(HUBLOT)가 함께했다.
- 34 **GLAM CHIC** 일본 간자에 플래그십 스토어를 오픈해 아시아 마켓에서 적극적인 행보를 보이고 있는 마이클 코어스를 일본에서 직접 만났다.
- 35 **A MEMORABLE SCENE** 국내 하이엔드 워치 시장에서 이탈리아 피렌체 태생의 럭셔리 스포츠 워치메이커 오페르테 파넬라이의 입자는 대단하다.
- 36 **TRADITION AND INNOVATION** 부쉐론은 견고한 전통을 기반으로 한, 프랑스 주얼리를 대표하는 브랜드다. 부쉐론의 새로운 CEO 헬렌 폴리(Hélène Poullin)와 나는 부쉐론의 역사, 그리고 내일에 관한 이야기.
- 37 **CLEAR SHAPE** 어느 각도에서 보아도 예쁜 얼굴은 타고나는 것일까, 여기 또렷하고 입체적인 페이스 라인을 완성해주는 칸투어링 에센스를 주목하자.
- 38 **EDITOR'S PICK** 2016년 새해, 모든 것을 재장비할 타이밍이다. 리프레시가 필요한 당신을 위해 <스타일 조선일보> 에디터들이 고른 코즈메틱 리스트.

# Style 조선일보

Issue.135 January 2016

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  
 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com 교열 | 이정현 어시스턴트 | 김수민  
 광고 - 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com 김준석 adjoons@chosun.com  
 박승현 shpark@chosun.com 채무 | 이민희 mhlee@chosun.com 분해 - 재판 | 새빛 그래픽스  
 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 서빙고로 413 현대 하이메리온 비즈니스센터 110호  
 기사 문의 02-793-5330 광고 문의 02-793-5529

매일 첫째 주 수요일에 발행하며 서울 강남구, 서초구, 송파구, 목동, 여의도, 한남동, 동부이촌동, 평창동, 성북동, 경기도 성남 분당구, 부산 해운대구, 수원시, 동래구, 남구, 연제구, 대구 수성구의 조선일보 구독자에게 배달됩니다.

\* 3·4·9·10월은 첫째 주 수요일에 각주로 두 번 발행합니다.  
 \* 수요일이 공휴일인 경우 발행일이 변경될 수 있습니다.



**stylechosun.com**

<스타일 조선일보> 홈페이지는 풍성한 선물 이벤트, 실질적인 정보의 럭셔리 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. 럭셔리 그 이상의 감각과 품격이 함께하는 <스타일 조선일보> 홈페이지, 지금 바로 방문해주세요. stylechosun.com

# LANCÔME

PARIS

150개의 장미꽃잎으로 피어나는\*  
 강인한 피부 생명력

NEW

## ABSOLUE PRECIOUS CELLS

압슬뤼 로즈 실키 크림



LANCÔME

ABSOLUE  
 PRECIOUS CELLS

SOIN REVITALISANT - CRÈME SOYEUSE  
 REVITALIZING CARE - SILKY CREAM

\*150개 장미꽃잎으로 피어나는 피부 생명력





양털 장식이 매력. 33x43cm, 52만원  
**할렘 카민스키.**

카키 브라운 컬러의 스웨이드 신스커즈 1백55만원 **벨루티.**

귀찮게 다테일로 보온성을 높인 체리 모자 27만원 **할렘 카민스키.**

캐시미어 안감을 더해 부드러운 착용감을 자랑하는 양가죽 장갑 78만원 **카민.**

할렘 다테일의 스웨이드 재킷 가격 미정 **할프 로렌 퍼플 라벨.**



미 해군을 위한 항해 도구로 개발한 시계에서 영감을 얻은 카키 네이비 파인오너 스틸 세컨드 워치 1백57만원 **해밀턴.**



포근하고 따스한 느낌의 스톱 칼라 니트 1백95만원대 **에르메네제일로 제너.**



유니버설 우드 프레임의 선글라스 30만원대 **레이벤 by 루스타카 코리아.**

스타일리스트 유행정 어시스턴트 이세영, 김수빈, 배다비, 권유진



울 소재의 그레이 벨트 34만원대 **에르메네제일로 제너.**



우드 소재에서 개성이 느껴지는 비치 우드 헤드폰 17만9천원 **트루비두르.**

# for him Selection

몸을 부드럽고 포근하게 감싸는 캐시미어 니트와 스웨이드 재킷, 따뜻한 울 모자와 가죽 장갑까지, 멋스러운 겨울 소재 아이템. *photographed by kim do hyun*



브라운, 그레이 컬러 배색이 멋스러운 캐시미어 니트 2백97만원 **브루넬로 쿠차넬리.**



운동화의 밑창과 트레킹 워커 디자인이 조화를 이룬 신스커즈 1백52만원대 **루이 비통.**



한걸음에 달려와 반갑게 맞아주는 소중한 강아지에 대한 따뜻한 기억을 시트러스 앰버 향에 담아낸 캔들. 170g, 8만9천원 **벨먼트.**

- 벨루티 02-547-1895
- 할렘 카민스키 1544-5393
- 카민 02-6906-3787
- 할프 로렌 02-545-8200
- 해밀턴 02-3149-9593
- 벨먼트 080-023-7007
- 트루비두르 1600-7720
- 루스타카 코리아 02-501-4436
- 에르메네제일로 제너 02-518-0285
- 루이 비통 02-3432-1854
- 브루넬로 쿠차넬리 02-3448-2931
- 랑방스프루츠 02-3438-6252
- 엘보 02-3449-5916



가볍고 양질의 스킨랩 소재에 신문을 끼울 수 있는 뉴스레터팩 백, 38x31cm, 6만원대 **엘보.**

# hartmann

SINCE 1877

“Luggage so fine it will stand as a symbol of excellence”

“고객의 뛰어난 품격과 고귀함은 그의 여행가방에서도 느껴져야 한다.”

- Founder Joseph S. Hartmann, 1877



7R MASTER

A BRAND OF SAMSONITE GROUP

청담플래그십점 02 3448 5914 현대무역센터점 02 3467 8710 IFC몰점 02 6137 5592 HOS코엑스점 02 551 0667 신세계본점 02 310 1510 롯데김포몰점 02 6116 5398 현대본점 02 3438 6005 워커힐면세점 02 450 6379 롯데잠실점 02 2143 7154

HARTMANN.COM





# 새로운 돈의 미래 핀테크, 삶의 품격을 높인다

로마의 황제 시저는 로마제국 전체의 경제를 활성화하기 위해 국립 조폐소를 세우고 금화와 은화를 만들었다. 그리고 거기에 자신의 얼굴을 새겨 넣었다. 그로부터 2천 년이 넘게 지난 지금까지, 세상 모든 나라들은 자국의 역사적인 인물을 새긴 돈을 만들고, 그에 따라 울고 웃는 삶을 살고 있다. 이처럼 돈에는 우리가 생각하는 전형적인 관념이 담겨 있다. 그런데 최근 돈의 미래를 바꿀 다양한 기술이 등장하고 있다. 바로 핀테크(FinTech)다.

## 핀테크란 무엇인가?

핀테크는 금융이란 뜻의 'finance'와 기술을 의미하는 'technology'를 합쳐 만든 신조어로, 보통은 금융 산업에 IT 기술을 도입하는 것을 의미했다. 그런데 최근에는 기존의 금융 산업이 담당하는 모든 업무를 IT 기술을 통해 구현하고 대체하는 것까지 의미한다. 사실 따지고 보면 핀테크가 등장한 지는 상당히 오래되었다. 역사적으로 그 기원을 따라가보면 17세기 영국까지 거슬러 올라간다. 로마의 금화나 은화처럼 희소가치를 지닌 화폐와 달리 17세기 영국에서는 세공업자들이 일정한 금을 보관하면서 발행한 예탁 증서가 유통되었다. 그러면서 증서가 화폐의 기능을 했는데, 이를 현대판 은행의 시작이라고 할 수 있다. 사실 금화나 은화와 달리 지폐는 그 자체의 가치는 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 중요한 것은 사람들이 그 가치를 믿어주는 것이다. 18세기에 민간은행 설립이 붐을 이루면서 이와 같은 태환 지폐가 난립하자, 혼란을 막기 위해 1833년 영국에서는 영국은행의 은행권에 법적인 지위를 부여하고, 1844년에는 발권 능력을 영국은행에만 허용했다. 이로써 영국은행은 정부의 은행, 은행의 은행, 발권 은행이라는 세 가지 기능을 수행하는 현대적인 모습의 중앙은행 역할을 하게 되었다. 그리고 이런 방식이 전 세계로 퍼져나가면서 오늘날 대부분의 금융 시스템을 만들게 되었다.

그렇다면 우리가 그렇게 철석같이 믿는 동전이나 지폐라는 화폐가 전 세계의 경제 규모를 얼마나 대표하고 있을까? 역사학자 니얼 퍼거슨에 따르면 2006년 전 세계에 존재하는 현금의 규모는 4백73조달러 정도라고 추정한다. 아마도 현재는 5백조달러가 훨씬 넘을 것이다. 그렇다면 실제 전 세계에 유통되거나 보관된 동전과 지폐를 모두 모아보면 얼마나 될까? 놀랍

게도 50조달러 정도에 불과하다고 한다. 4백50조달러가 넘는 돈이 단지 은행의 계좌에 표시만 되는 것들이다. 컴퓨터 스크린과 컴퓨터 서버에 가상적인 형태로 존재하는 양이 90%인 셈이다. 결국 우리는 디지털 기술로 존재하는, 눈에 보이지 않는 화폐를 믿고 거래하는 것이므로 이미 오래전부터 핀테크 세상에서 살고 있었다고 말할 수 있다.

현재도 돈의 이동은 대부분 은행들이 컴퓨터 네트워크를 통해 데이터를 주고받는 거래로 이루어질 뿐, 물리적인 지폐나 동전이 교환되는 것은 아니다. 이들이 가지고 있는 컴퓨터들이 그런 거래를 승인하고, 우리 모두가 그것을 믿는 것뿐이다. 몇 년 전 미국에서 정부가 파산하지 않기 위해 의회에서 부채 한도를 증액해 간신히 위기를 넘겼다는 뉴스가 전해진 적이 있었다. 이것이 무엇을 의미할까? 결국 컴퓨터를 이용해 미국의 화폐 발행 수치를 높이고, 이를 사용할 수 있게 승인한 것에 불과하다. 실제 달리는 발행되지 않았다. 이렇게 전자 파일이나 데이터에 불과한 전자화폐를 이용하는 데도, 우리는 어느 누구도 불편하다고 생각하지 않으며, 그 가치에 의문을 제기하지도 않는다. 화폐가 조개껍질이든, 소금이든, 종이 조각이든 문제가 될 것은 없는 것이다. 단지 사람들이 얼마나 상호 신뢰하고 있는지, 그리고 얼마나 많은 사람들이 원하는지가 그 화폐가 이용될 수 있는지를 결정한다. 만약 모두가 원하지 않는다면 그것은 화폐가 아니다. 화폐로서의 가치를 잃었기 때문이다. 사람들은 다른 모든 사람들이 항상 그것을 원한다는 것을 알고, 그것으로 무엇이든 교환할 수 있기 때문에 화폐를 원하는 것이다. 결국 핀테크의 미래는 전 세계에서 얼마나 많은 사람들이 그 가치를 믿어주고 원하느냐에 달려있다.

돈이 활발하게 돌고, 투자가 원활하게 이루어지는 국가가 부강해진다는 것은 상식이다. 그렇다면 이런 돈의 순환을 돕는 핀테크는 결국 그 국가의 미래와 직결된다고 해도 과언이 아닐 것이다. 핀테크를 주변에서 쉽게 만나게 되고 생활과 밀접하게 연결되어 활용성이 높아진다면 핀테크를 어렵게 느끼기보다는 더 많은 사람들이 관심을 가지고 직접 활용할 것이다.

## 지불 결제, 핀테크로 간편하게 해결하자

이미 우리가 핀테크 세상에서 살고 있었다면, 최근 들어 갑자기 핀테크에 대한 이야기가 많이 나오는 이유는 무엇일까? 그것은 우리의 생활에 직접 관련된 핀테크 기술이 많이 등장하고 있기 때문이다. 핀테크의 종류는 다양하지만, 최근 가장 많은 관심을 끌고 있는 것은 다양한 모바일 지불 결제 시장인 듯하다. 소위 'OO페이' 전성시대다. 애플페이, 삼성페이, 알리페이처럼 말이다. 이렇게 IT업체들이 지불 결제 시스템을 만드는 것은 일단 시장 규모가 크기 때문이다. 미국의 모바일 결제 시장 규모는 2013년 2천3백50억달러에서 2017년에는 7천2백억달러로 성장할 것으로 전망된다. 그러한 성장세 때문에 모바일 결제 시장에 뛰어들 기업도 부지기수다.

사실 지불 결제의 전통적인 핀테크는 바로 카드다. 은행 계좌에 잔고가 있으면 체크카드로 지불 가능하고, 잔고가 없어도 신용 평가에 의한 최대 허용 범위 내에서 신용카드로 원하는 것을 구입할 수 있다. 인터넷 쇼핑은 앉은자리에서 결제가 가능하도록 해준다. 그런데 핀테크의 결제 서비스는 여기서 한 걸음 더 나아간다. 아마도 최근 인터넷 쇼핑을 하면서 한 번쯤 왜 이렇게 불편하지?라는 생각을 하지 않은 사람이 없을 것이다. '천송이 코트' 사건으로도 유명한 공인인증서도 그렇지만, 뭐 그리 묻는 것은 많고 입력해야 하는 것이 많은 지갑에서 결제하다가 짜증 나서 쇼핑하기 싫어진다는 사람들이 있을 정도다. 그런데 최근 인기를 끌고 있는 다양한 모바일 지불 결제 서비스는 매우 간편하게 돈을 쓸 수 있게 해준다. 애플페이의 경우에는 개인의 지문을 인식해 지불 결제를 할 수 있게 해주고, 삼성페이는 신용카드 정보만 입력하면 휴대폰을 지불 결제 기기에 대는 것만으로 간단히 결제가 된다. 그 밖에도 패틴을 그리거나 카카오톡을 이용해 지불하는 등 간단하면서도 편리한 지불 결제 서비스가 늘어나면서 온·오프라인을 가리지 않고 쉽게 쇼핑할 수 있게 되었다. 최근 국내 상점 중 알리페이를 지원하면서 우리나라를 방문한 중국인들의 쇼핑 편의성이 높아져 매출이 크게 늘어난 곳도 많다고 한다.

이처럼 손쉬운 지불 결제는 상거래를 활발하게 해주는 윤희유 같은 역할을 한다. 전 세계의 여러 IT 기업들이 지불 결제 시장을 놓고 치열한 경쟁을 벌이고 있는 이유다. 현재 글로벌 시장을 주도하는 것은 역시 실리콘 벨리를 중심으로 한 미국이지만, 최근 중국의 성장도 만만치 않다. 중국은 기존 국가들의 지불 수단이 종이 화폐에서 신용카드를 거쳐 핀테크로 이동한 것과 달리, 신용카드의 확대 과정을 거치지 않고 직접 핀테크로 이동하는 형국이다. 특히 알리바바의 경우 결제부터 자산 운용까지 작은 영역을 확대하고 있는데, 2014년 알리바바가 중국의 모바일 결제 시장에서 거둔 매출 총액은 한화 약 3백50조원이다.

## 해외 송금, 크라우드 펀딩 등 새로운 핀테크 서비스를 주목하라

기존의 금융 시스템보다 훨씬 편리한 핀테크 서비스가 적용된 해외 송금 서비스도 각광받고 있다. 세계은행(World Bank)에 따르면 해외 이주민들이 본국으로 보내는 해외 송금액은 2000년 이후 3배 이상 증가해 2014년 5천8백34억달러에 달했으며, 이 중 4천3백50억달러가 저소득 개발 국가로 송금된다. 만약 이렇게 거대한 자본의 흐름과 관련된 송금 서비스의 수수료를 낮추고 투명하게 관리할 수 있다면 어떨까? 트랜스퍼와이즈(Transferwise)라는 영국의 핀테크 스타트업은 외환의 수요와 공급을 실시간으로 연결해 수요와 공급을 맞추는 원리에 따라 거래의 환전 수수료를 크게 경감시킨 서비스를 내놓아 주목받고 있다. 사실이 서비스를 개발한 것은 영국에서 유학하던 에스토니아 출신 학생들이었다. 그들은 유학생이다 보니 어쩔 수 없이 해외 송금과 환전을 자주 이용하는데, 가난한 유학생 신분엔 비싼 수수료가 정말 아까웠을 것이다. 그래서 이를 절약할 아이디어를 생각하다가 만든 것이 두 나라 화폐를 바꾸려는 사람들을 연결해 최소한의 수수료만으로 해외 송금과 환전이 가능하게 만든 트랜스퍼 와이즈다.

국내의 경우 해외 송금과 환전과 관련해서는 규제의 장벽 때문에 혁신적인 서비스가 존재하지 않지만, 개인 간의 송금 서비스에는 편리한 모바일 송금 서비스가 등장하고 있다. 비바리퍼블

리카의 토스(toss)라는 서비스가 대표적인데, 간단히 이는 사람의 전화번호만 가지고 문자 메시지로 송금할 수 있는 편리한 서비스다. 송금받는 사람은 앱을 설치하지 않아도 돈을 받을 수 있고, 보내는 사람도 앱을 이용해 간단히 송금할 수 있어서 매우 편리하다. 이렇게 편리한데도 큰 사고 없이 성장하는 것을 보면 보안 기술이 상당한 수준이라는 것을 알 수 있다. 이런 실적을 바탕으로 지난 7월 이 회사는 50억원에 이르는 투자를 유치하기도 했다. 최근 국내에서 활성화되는 또 다른 핀테크 서비스 중 빼놓을 수 없는 것이 크라우드 펀딩이다. 크라우드 펀딩은 군중을 뜻하는 크라우드(crowd)와 자금 조달을 뜻하는 펀딩(funding)의 합성어로, '대중에게서 자금을 모은다'라는 뜻이다. 돈을 필요로 하는 개인이나 단체, 기업 등이 준비 중인 프로젝트를 공개하고, 이에 매력을 느끼는 다수의 사람들에게 투자받는 방식이다. 보통 공개 시 목표액과 모금 기간 등을 미리 정해놓고, 만약 기간 내에 목표액이 채워지지 않으면 모금 참여자의 돈은 모두 돌려준다. 크라우드 펀딩은 모금자에게 프로젝트를 널리 알릴 수 있는 무대를 통해 대중에게 자신의 생각을 설명할 수 있는 채널을 제공한다. 그리고 소액 투자자들의 참여를 유도해 자금을 쉽게 조달할 수 있도록 한다. 단순히 돈만 투자받을 수 있는 것이 아니다. 저비용 마케팅 효과도 있다. 정해진 기간 내에 목표액에 도달해야 하기 때문에 모금자는 물론 후원자들도 적극적으로 프로젝트를 홍보한다. 최초의 크라우드 펀딩 사이트는 2008년 1월 문을 연 인디고고(www.indiegogo.com)이며, 가장 유명한 크라우드 펀딩은 2009년 4월 시작한 미국의 킥스타터(www.kickstarter.com)다. 국내에서도 와디즈(Wadiz), 텀블벅(Tumblbug) 등 약 30개의 크라우드 펀딩 스타트업이 활발한 서비스를 하고 있다.

## 더욱 다양한 생활의 변화를 가져올 핀테크의 미래

이처럼 핀테크는 매우 많은 영역에서 큰 변화를 불러일으키고 있다. 우리나라에서는 다양한 금융 관련 규제가 혁신적인 핀테크 기업이 탄생하는 데 걸림돌이 되고 있다. 그 때문에 기존 금융권의 기득권만 보호한다는 비판이 여기저기에서 제기되고 있는데, 최근 들어 핀테크에 대한 관심이 높아지고 규제도 많이 완화된 만큼 혁신적인 핀테크 기업과 서비스가 많이 나올 것으로 예상된다. 그러한 이유로 앞에서 언급한 다양한 지불 결제 서비스와 송금 서비스, 크라우드 펀딩 외에도 더욱 다양한 핀테크 서비스를 쉽게 만나볼 수 있게 될 것이다. 예를 들어 지난 11월 30일 첫선을 보인 '온라인 보험슈퍼마켓'은 다양한 보험 상품의 보험료 등을 한눈에 비교·검색하고 인터넷으로 가입할 수 있도록 하는 서비스를 제공한다. 자동차보험, 단독 실손 의료보험, 여행보험, 연금보험, 보장성 보험, 저축성 보험 등이 서비스 대상으로 보험 소비자들이 더 좋은 조건의 상품을 쉽게 검색해 자신들에게 가장 유리한 보험을 찾아 가입할 수 있다. 또 지난 11월 29일 카카오와 KT가 각각 주도하는 컨소시엄 두 군데에 허가를 내준 인터넷 전문 은행도 미래의 핀테크 생활에서 빼놓을 수 없는 큰 변화를 불러올 것이다. 인터넷 전문 은행이란 쉽게 말해 오프라인 점포가 없는 은행이다. 인터넷뱅킹, 모바일뱅킹만 담당하는 은행이라고 보면 된다. 점포 운영비와 인건비 등을 줄이고 일반 은행보다 예금 금리를 높이거나 대출 금리를 낮출 수 있으므로 소비자들에게 유리한 금융 상품이 다수 등장할 것이다.

돈이 활발하게 돌고, 투자가 원활하게 이루어지는 국가가 부강해진다는 것은 상식이다. 그렇다면 이런 돈의 순환을 돕는 핀테크는 결국 그 국가의 미래와 직결된다고 해도 과언이 아닐 것이다. 핀테크를 주변에서 쉽게 만나게 되고 생활과 밀접하게 연결되어 활용성이 높아진다면 핀테크를 어렵게 느끼기 보다는 더 많은 사람들이 관심을 가지고 직접 활용할 것이다. 그런 만큼 이제 핀테크를 뉴스로만 만나지 말고 간단한 모바일 결제부터 한번 경험해보자. 편리한 세계를 경험한 후에는 과거의 복잡한 시스템으로 돌아가고 싶지 않을 것이다. 그리고 그 편리함을 주변 사람들에게 전파해보자. 그러면 어느 사이 우리나라도 핀테크 선진국이 되어 있지 않을까? **IS**

글 정지훈(경희사이버대학교 교수)





# 단색화로 물든 홍콩 아트 경매 현장에 가다

미술품을 거래하는 시장은 3개로 나뉜다. 작가의 손이 빚어낸 작품이 첫선을 보이는 1차 시장, 한 번 이상 거래된 작품이 갤러리 전시 등을 통해 다시 평가를 받는 2차 시장, 그리고 2차 시장에서 검증된 작품 중에서도 거의 최고작이 거래되는 3차 시장인 경매다. '아트 허브' 홍콩에서 지난해 말 열린 서울옥션의 경매 현장, 세계적으로 주목받고 있는 단색화의 열기가 생생하게 이어지고 소중한 우리의 고미술품이 '유통'하도록 하는 '경매' 마칭 소리가 울려 퍼진 그 현장을 가봤다.



세상에 단 하나밖에 없는 희귀제인 미술품은 럭셔리한 끝판왕으로 통한다. 게다가 럭셔리 중에서도 시간이 흐르면서 오히려 더 대접을 받기도 하는 아주 특수한 부류다. 그래서 일반 상품과 달리 '중고'인데도 가격이 올라갈 수 있을뿐더러 사실상 제한 폭도 없다. 일단 탄력을 받으면 가격이 지붕을 뚫고 계속 올라간다. 이처럼 탄력 있는 움직임의 폐감을 직간접적으로 민감할 수 있는 현장이 바로 아트 경매 시장이다. 상품 가치를 가장 높이 평가하고 그 값을 기꺼이 지불하려는 사람이 '승자'가 되는 미술 경매는 소비자가 최중가를 결정하므로 어느 정도 가격의 투명성이 보장된다는 점에서 인기를 얻고 있다. 특히 세계 미술 시장에서 전체 거래량 2위를 달리며 맹위를 떨치고 있는 중국의 컬렉터들이 갤러리보다 경매를 선호하는 것으로 알려졌다. 그래서일까, 요즘 아시아 경매 시장은 굉장히 활발한 모습이다. 물론 그 중심은 아시아의 금융 중심지일 뿐만 아니라 '아트 허브'로도 확고부동한 위치를 점하고 있는 홍콩이다. 요즘 홍콩에서는 미술 경매에서 가장 비중이 큰 근현대미술을 주로 다루는 '이브닝 세일'이 열릴 때 좌중이 "와아~" 하는 탄성을 지르는 경우가 자주 눈에 띈다. 경쟁이 치열해지면서 추정가(경매 회사에서 제시하는 작품 가격대로 최저가와 최고가가 명시된다)를 훌쩍 뛰어넘으면서 현장 분위기가 마치 블록버스터 영화의 클라이맥스처럼 한껏 고조되기 때문이다. 이윽고 작품이 낙찰돼 경매사가 망치를 '탕' 내리치면 박수 갈채가 쏟아지기도 한다. 인기 있는 작품일수록 진행 속도가 빨라져 어떤 때는 증사에서 특정 종목이 호재를 타고 순식간에 상한가를 찍는 것처럼 짜릿한 순간이 빚어지기도 한다. 사실 시는 이의 입장에서는 나중에야 투자의 결실을 맞출 수 있을지는 몰라도 적어도 그 시점에서는 가장 비싼 값에 작품을 가져가는 셈인데, 그 순간 오히려 환호성이 터져 나오는 축하의 광경은 묘한 매력을 지어낸다.

## 시들지 않는 단색화 열풍, 연말 홍콩 경매에서 또다시 입증

11월 말에서 12월 초 홍콩에는 미술품 경매의 선구자 격인 크리스티를 비롯해 여럿 경매업체들이 주관하는 일종의 '경매 위크(auction week)'가 펼쳐진다. 현대미술, 고미술, 보석, 핸드백, 시계, 도자기, 와인 등 '중목' 자체가 무척이나 다양한 판매의 장이다. 사실 아트 경매는 '프라이빗 세일'을 제외하면 누구에게나 열린 행사다. 꼭 작품을 사지 않더라도 경매에 나올 작품을 미리 보는 '프리뷰(preview)'에 둘러 관심 분야의 동향을 살펴볼 수도 있고, 심도 깊은 컬렉터가 아니더라도 가끔씩 관광은 '달'을 건질 수도 있는 공개된 마켓이다. 글로벌 미술 시장의 활황, 단색화를 앞세운 한국 미술에 대한 관심 등에 힘입어 서울옥션, K옥션 등

한국 경매업체들의 위상도 갈수록 커지고 있다. 서울옥션은 지난해 10월 홍콩 경매에서 김환기 작가의 '무제 19-VII-71#209'로 47억2천만원이라는 역사적인 낙찰가를 기록하기도 했다. 지난해 11월 29일 홍콩 섬 완차이에 위치한 그랜드 하얏트 호텔, 현지 시각으로 저녁 6시, 해외 경매에서 잇따라 좋은 성적을 내고 있는 서울옥션이 홍콩에서 17번째로 개최하는 공개 경매가 시작됐다. 이번 경매는 최근 세계적으로 '핫한' 국내 단색화(單色畵) 작가들의 작품 다수와 국보급 고미술품까지 함께 경매에 나온지라 시작 전부터 주목을 받았다. 1부 초반부는 단색화가 장식했다. 정상화, 박서보, 권영우, 정상집, 하종현, 윤형근 등 단색화 작가들의 작품에 대한 관심은 역시나 뜨거웠다. 1번부터 27번까지의 단색화 작품이 연이어 모두 낙찰됐으며 추정 가격대를 가뿐히 넘어서는 경우도 있었다. 하루 앞선 28일 홍콩 컨벤션센터에서 열린 크리스티 경매에서 1975년 작 '묘법 No 65-75'가 7백80만홍콩달러(한화 약 11억6천344만원)에 낙찰되며 공개 경매에서는 '10억 클럽'에 처음으로 가입한 박서보 화백은 이날 저녁에도 큰 인기를 누렸다. 그의 LOT, 23번 '묘법(Ecriture) No. 2-80-81'은 추정가를 훨씬 웃돌면서 사람들의 탄성을 질로 이끌어냈는데, 낙찰가 6백50만홍콩달러로 한화 10억에 근접했고, 수수료를 더한 판매가로는 10억원을 넘어섰다(7백67만홍콩달러, 한화 약 11억원). 또 권영우 작가의 작품은 단색화 작가 중 가장 많은 응찰 횟수를 기록해 눈길을 끌었는데, LOT, 35번과 36번 두 작품, '무제(Untitled)'는 모두 최고 추정가를 넘겼다. 정상화의 '무제(Untitled) 82-10-1'도 추정가 밴드를 뚫고 3백40만홍콩달러를 기록하면서 박수를 받았다.

## '한국적인 것이 세계적'이라는 표현이 통하는 시대

'아트'가 해외 시장에서 러브콜을 받는 데에는 2000년대 중·후반 침체기를 딛고 부활한 글로벌 미술 시장 자체의 순항이라는 배경이 뒷받침하고 있는 게 사실이다. 하지만 작품 하나의 가격대가 10억원 규모에 이른다는 건 동시대 미술계 최고 작가들만이 누릴 수 있는 영예다. 해외에서도 '밀리언달러 그룹'에 드는 작가는 귀하신 몸이니까, 밀리언 클럽에 속하는 우리나라의 현대미술 작가는 김환기, 이우환, 박수근, 이중섭, 천경자 등 손에 꼽힐 정도다. 여기에 최근 주목받고 있는 단색화 작가들이 일종의 '브랜드'처럼 해외 컬렉터 사이에서 인기를 누리면서 속속 밀리언 진영에 진입하고 있다. 일부에서는 '거품론'도 제기되고 있지만 단색화 열기는 일부 작가만이 아니라 K아트에 대한 조명이

사진 제공 서울옥션, 크리스티



1 지난해 11월 29일 저녁, 홍콩 그랜드 하얏트 호텔에서 서울옥션의 제17회 홍콩 경매가 열렸다. 경매에 나온 주요 작품을 소개한 '프리뷰' 전시장. 2 17회 경매는 국내 단색화 작품 다수와 고미술품 등 1백 17점이 경매에 나와 판매 총액 3백15억원, 낙찰률 83.75%를 기록했다. 3 한국 추상의 대표 주자 김환기의 1970년 작 '16-II-70 #147', 판매가 1천5백93만홍콩달러(한화 약 24억원)를 기록했다. 4 이우환의 1990년 작 'With Winds'. 5 박서보의 LOT, 23번 '묘법 (Ecriture) No. 2-80-81'은 추정가를 훨씬 웃돌았다. 수수료를 더한 판매가로는 10억원을 넘어섰다(7백67만홍콩달러). 6 일본인 컬렉터가 소장했던 조선 시대 '백자대호', 높이 42cm의 귀한 작품으로 평가받는 이 달항이라는 1천4백16만홍콩달러(한화 약 21억원)에 한국인 컬렉터의 품에 안겼다. 7 알렉산더 콜더의 작품 '무제(Untitled)', 판매가 3천68만홍콩달러(한화 약 46억원). 8 홍콩 크리스티 경매에서 한화 70억원(4천600만홍콩달러)이 넘는 낙찰가로 화제가 된 중국 작가 신유의 'Vase of Chrysanthemums on a Yellow Table'.



전반적으로 새롭게 이뤄질 수 있다는 점에서 분명 순기능을 더 많이 품고 있다. 이미 한국 추상 작가들의 작품값도 계속 올라가는 추세다. 서울옥션 17회 홍콩경매에서도 추상 1세대인 김환기의 1970년 작 '전면 점화 16-II-70 #147'은 1천5백93만홍콩달러(한화 약 24억원)를 기록하면서 경매 최고가 기록 보유 작가로서의 위세를 이어갔다. 또 해외 시장에서 처음으로 선보인 유영국의 '무제(Untitled)'도 3백77만6천홍콩달러(한화 약 5억7천만원)에 판매됐다. 최근 영국 파이낸셜타임스(FT)에서 발행하는 색션 잡지(하우 투 스펀드 잇(How to Spend it))에서도 단색화를 비롯해 첨단과 전통 기법을 아우르는 작가들까지 다루면서 한국 미술에 대해 집중적으로 조명하는 기사를 내보냈다. 한국 미술이 단지 동방의 이색적인 매력에 이끌린 '반쪽 열풍'의 영향을 받는 게 아니라 세계 시장을 호령하는 미니멀리즘과 단색조 추상과 맞물려 진지한 평가를 받고 있다는 어조가 담긴 기사였다. 미술계도 브랜드 파워, 국력 싸움이 엄청나게 치열한 영역이기에 이처럼 K아트에 대한 재평가가 이뤄지는 것은 분명 반가운 현상이다. 하지만 지금이야말로 단기적인 가격 상승에만 열을 올릴 게 아니라 미술계가 대동단결해 탄탄한 이론적 토대를 세우고 국내외에서 수준 높은 전시를 개최해 국제적인 위상을 높여야 할 때가 아닌가 싶다. 또 아트 페어와 비엔날레에 적극적으로 참가해 국가 브랜드를 격상시키는 장기적인 관점과 전략을 정부 차원에서 지원해주야 한다는 목소리에 귀 기울일 필요가 있을 듯하다. 미술은 럭셔리나 투자 차원의 상품이기도 하지만 문화 수준을 좌우하는 격조 높은 콘텐츠이기도 하니 말이다.

## 국보급 미술품을 환수하는 통로로서의 역할

실제로 미술 경매 현장에서도 국력이 간절해지는 순간이 더러 생겨난다. 특히 해외에 반출돼 행방이 묘연한 문화재가 많은 것으로 추정되는 우리나라 같은 경우에는, 뿌리 깊은 전통을 담고 있는 고미술품이 나올 때 보이지 않는 힘이 무척 소중해진다. 불법으로 빠져나간 문화재가 많다는 것은 공공연한 사실이지만 그 경로를 입증해내지 못하면 되찾을 수 없기에 '우리 것'을 다시 손에 넣기 위해 돈을 지불해야 한다는 점이 씁쓸하긴 해도 경매를 통해 환수하는 방법이 가장 현실적인 대안이기 때문이다. 경매 현장에서 그 역할을 수행하는 주체가 때에 따라 정부가 됐든 '큰손' 컬렉터가 됐든 말이다. 서울옥션 홍콩 경매 2부에서 펼쳐진 '고 미술 편'은 바로 경매의 그러한 역할과 효력이 여실히 드러난 사례였다. 이때 국보급으로 평

가되는 조선 시대 백자 달항아리, 고려 시대 나전칠기 상자 등 모두 62점의 고미술품이 경매에 나왔는데, 이중 55점이 일본인 컬렉터 한 명이 소장한 것이었다. 서울옥션이 이 일본인 컬렉터로 하여금 이번 홍콩 경매에 작품을 위탁하도록 설득하는 데 3년 넘는 시간과 공을 들였다고 한다. 워낙 값진 작품들이라 보니 행여나 비한국인이 재빨리 넘어가거나 할까 봐 살뜰 긴장하는 분위기도 있었지만, 이중 주요 작품은 대부분 서면으로 경매에 참가한 한국인 개인 컬렉터가 낙찰받아 반가운 '고국행'을 예상하게 했다. 높이 42cm의 보기 드문 귀한 작품으로 평가받는 달항아리는 1천4백16만홍콩달러(한화 약 21억원)의 판매가로 낙찰됐고, 전 세계 20여 점밖에 남아 있지 않다는 '세밀가귀라 불리는 고려 시대 나전 나전칠국 당초문합도 3백30만홍콩달러(한화 약 5억3백만원) 라는 판매가를 기록했다.

## 글로벌 옥션 하우스를 향한 부지런한 행진

얼마 전 만난 어떤 홍콩 사업가는 필자에게 "단색화가 인기 있다는 건 알겠는데 한국 업체들의 경매 현장에서는 한국 작가들 작품만 볼 수 있느냐"고 물었다. 그 답은 '노(no)'다. 아직 한국 미술 작품에 치우쳐 있기는 하지만 그래도 해외 오프라인 경매에서 다루는 거래 품목이 점점 다양해지고 있다. 서울옥션의 11월 말 홍콩 경매에서도 최고 낙찰가를 기록한 대작은 1부에 선보인 알렉산더 콜더의 작품 '무제(Untitled)'로, 판매가 3천68만홍콩달러(한화 약 46억원)를 기록했다. 뒤이어 구사마 야요이의 1960년 작품 'No.Red.A.B.C'가 3천9만 홍콩달러(한화 약 45억원)에 판매됐다. 가장 치열한 경쟁을 이끌어낸 작가는 중국 출신 작가 산유(Sanyu). 앞서 크리스티 경매에서도 'Vase of Chrysanthemums on a Yellow Table'로 아시아 20세기 & 컨템퍼러리 아트 부문에서 최고가(4천60만홍콩달러)의 영광을 거머쥔 블루칩 작가다. 서울옥션에 위탁된 작품은 1950년대 유화 '무제(Untitled)'였다. 저명한 중국계 프랑스인 미술 평론가 프랑수아 쉹(Francois Cheng)에게 전해진 선물이었다는 이 작품이 시장에 공개된 적은 처음이라고. 그런 '깜짝' 효과도 더해졌기에 크기 28.5X15.9cm에 불과한 작은 정물화를 향한 구애가 쏟아졌고, 결국 추정가의 2배 수준인 18억원의 판매가를 기록했다. 혼자, 혹은 소수가 즐기던 유일무이하고 귀중한 작품이 더디게 세상에 나오든 순간을 포착할 수 있다는 것. 공개 경쟁에서 뿔어져나오는 분위기가 때로는 가격에 날개를 달아주기도 한다는 것, 이러한 점이 바로 미술 경매만의 고유한 매력일 것이다. **SI** 에디터 고영민(서울옥션)·홍콩 현지 취재

더블브레스트 울 코트 Tagliatore.  
벨벳 수트 Fendi, 티플렉스 스웨터  
Caruso. 안에 받쳐 입은 티셔츠  
Gap, 양말 Perofil, 레이스업 슈즈  
Cornelliani.



# ABOUT A BOY

오버사이즈 코트, 깊고 짙은 컬러, 포근한 모헤어 니트... 도시적인 보헤미안 스타일과 함께 스산하고 매력적인 겨울 느낌에 찾아본다.  
누벨 바그, 인디 스피릿, 그리고 파리, 어느 겨울날의 초상. *photographed by fanny latour-lambert*



벨티드 울 코트 Prada.  
티플렉스 스웨터 Bally.

울 코트 Paul Smith, 모헤어  
폴오버 니트 N°21, 터틀넥  
Bally, 진팬츠 Valentino.



울 코트와 터틀넥 모두 Bally.  
티셔츠 Gap, 팬츠 Gucci.  
양말 Perofil, 모카신슈즈  
Ermenegildo Zegna Couture.



코트 Moncler Gamme Bleu.  
폴오버 니트 Fendi. 벨벳 팬츠  
Boglioli. 벨트 Paul Smith.  
양말 Perofil. 레이스업 레더 슈즈  
Cornelliani.

헤어&메이크업 Delphine Goichon  
(Backstage Agency)  
어시스턴트 Giovanni de Ruvo,  
Anja Jenny  
스타일리스트 Luca Roscini

더블브레스트 코트 Sealup.  
셔츠와 팬츠 모두 Prada.  
터틀넥 니트 Brioni.



# the sweet Heart

사랑의 맹세와 실렘, 서로의 숨결을 품에  
지나게 하는 영원의 약속, 커플 링.  
photographed by park gun zoo



(가장 왼쪽 왼쪽부터) 루시에 로즈 클라리크 칼렉션 링 디자인에서 영감을 받은 여성스러운 링. 여성용 디자인은 다이아몬드를 세팅한 솔리테어 모델, 남성용 디자인은 심플한 링이다. 가격 미정. **소메 프리미에 리안 링** 크로스 링크 모티브 모티브 디자인으로 디자인된 디자인. 다이아몬드를 세팅한 핑크 골드 버전과 화이트 골드 버전 각 3백만원대. **소메 비미리 러브 링** 글꼴의 사랑을 의미하는 육각형 발진 모티브가 인상적인 커플 링. 핑크 골드 밴드 1백만원대. 다이아몬드를 세팅한 하프 다이아몬드 링 2백만원대. **사벨 화인 주얼리 프리미에 르 링** 파리 빌동 광장의 팔각형 형태에서 영감을 받은 모던한 디자인의 커플 링. 다이아몬드를 세팅한 버전 3백만원대, 화이트 골드 버전 1백만원대. **타파니 T 칼렉션** 화이트 골드와 심플하게 완성한 타파니 T 스퀘어 링 1백만원대. 다이아몬드를 세팅한 타파니 T 다이아몬드와 이어 링 2백만원대.

트 골드 소재에 작은 다이아몬드를 세팅했다. 각 2백만원대. **볼가리 세라르티 링** 풍요와 부활, 불멸을 상징하는 뱀에서 영감을 받은 커플 링. 정교한 금 세공력이 돋보이는 디자인이다. 다이아몬드를 세팅한 버전으로 각 5백만원대. **타사키 파노스 링** 타사키 고유의 사투라 골드 소재를 미치 파노스 2천차림 디자인한 링. 심플한 디자인을 원하는 이들에게 추천한다. 남성용 밴드 링 1백30만원대, 여성용 90만원대. **부세론 리트르 클레시 웨딩 밴드** 심플하면서 그립적인 부세론의 아이코닉한 웨딩 밴드. 옐로 골드에 다이아몬드를 세팅한 버전은 5백만원대, 브라운 골드의 핑크 골드를 세팅한 버전은 2백만원대. **타사키 이코아 진주 네크리스** 최상급 이코아 8mm 진주 네크리스는 진주 링을 포함해 3백만원대.

(세 번째 줄 왼쪽부터) **프레드 밴드 슈크르 다이아몬드 네크리스** 브릴리언트 컷 다이아몬드를 카보숑 모양으로 하나 하나 세팅한 체인 네크리스 2천만원대. **사벨 화인 주얼리 코코 크러쉬 링** 브랜드 고유의 팔링 패턴에서 영감을 받은 새로운 버전의 커플 링. 각 3백만원대. **까르미에 자스트 옐로우 리틀 링** 모티브의 강렬함이 영원한 사랑을 의미한다. 다이아몬드를 세팅한 버전 1천2백만원대, 화이트 골드 버전 9백20만원대.

타파니 02-547-9488 타사키 02-3461-5558 볼가리 02-2056-0171 소메 02-3442-3359 사벨 화인 주얼리 02-3442-0962 부세론 02-3213-2246 까르미에 1566-7277 루시에 02-512-6914 프레드 02-514-3721



(왼쪽 위에서 시계 방향으로) 화이트 퍼와 체인 장식으로 포인트를 준 오자 53만원 **스타판 존스 by 10 크로스 코도**. 악상상은 몬스터의 얼굴을 위트 있게 표현한 폭스 퍼 장식의 백박스 백백 28X33cm 2백30만원, 칼라가먼트를 형성해한 미니 칼라토 차 1백36만원, 옐로 칼라의 스카일 품목 79만원 모두 판매. 양중양은 토가의 고리와 귀 디테일이 유난히 미니 스니커즈 53만원천원 미니 **패라카 by 롱 그레이아일랜드**. 손이 클라자를 옮겨잡고 있는 듯한 모습의 폭스 퍼 클라치. 18X11cm, 1백50만원 **베베타 브루자케스 by 롱 그레이아일랜드**. 블록으로 장식한 귀여운 눈 모티브와 토가케로 포인트를 준 독특한 핸드백. 21X19cm, 1백50만원대 **레베따주 by 코르넬**. 링크 장식을 다룬 산금라스 60만원대 **은오라투 브 by 블러쉬**. 화이트 퍼 장식의 레오퍼드 패턴 스니커즈 1백36만원 **피에르 아르디**. 프린트를 다룬 베이저 토가케 16만8천원 **롱 그레이아일랜드**. 화상표로 포인트를 준 블루 링크 마들라 1백99만원 **인아 핸드미치 by 마이분**. 거칠고 화려하게 표현한 퍼와 반짝이는 클라타가 돋보이는 슬림은 730만원 **미린 마르자렐라 by 마이분**. 에디터 권유진

10 크로스 코도 02-3018-1010 렌디 02-2056-9022 롱 그레이아일랜드 02-3442-3636 코르넬 02-3467-8559 블러쉬 02-542-8328 피에르 아르디 02-310-5052 마이분 02-6947-1270

# fur, Fun!

퍼(fur) 하면 고리타분하고 중후한 밍크 코트를 떠올리는가?  
이제 퍼는 재치와 맛을 더하는 트렌디한 소재로 활용되고 있다.  
확실한 포인트가 되어줄 위트 가득한 퍼 액세서리.  
photographed by park gun zoo



# a supreme Moment

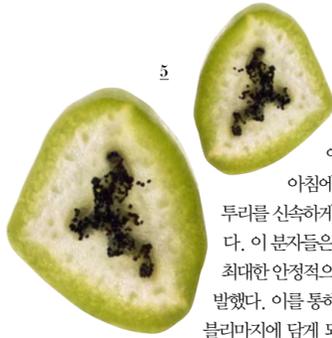
샤넬의 정수에 대해 이야기해보자. 패션에서 마드모아젤 샤넬을 대변하는 것은 까멜리아, 파인 주얼리에서 그녀가 사랑한 것은 반짝이는 유성 꼬메드, 그리고 뷰티에서는 단연 수블리마지다. 올해 10주년을 맞은 샤넬의 하이엔드 안티에이징 스킨케어 라인 수블리마지 크림은 지속적인 노력을 거쳐 새롭게 탄생했다. 파리에서 만난 샤넬의 보석, 수블리마지가 맞이한 진보의 순간을 <스타일 조선일보>가 함께했다.

### 파리, 샤넬, 수블리마지

파리는 샤넬의 가치를 고스란히 대변하는 도시다. 이 특별한 장소에서 지난 2015년 10월, 올해 탄생 10주년을 맞은 안티에이징 스킨케어인 수블리마지(Sublimage)를 소개하는 자리가 마련되었다. 샤넬은 방돔과 생토노레 거리 옆, 과거 은행으로 사용했던 금고실 문 2개를 열고 들어가야 하는 비밀스러운 공간인 파비옹 방돔(Pavillon Vendôme)을 이벤트 장소로 선택했다. 샤넬이 이끄는 대로 몸을 맡기며 이곳을 찾은 프레스들은 모두 잠시 마다가스카르 섬으로 떠났다. 행사장 곳곳에서 아름다운 향기가 풍겨왔다. 마다가스카르라는 미지의 섬에서 정성을 다해 키우는 바닐라 꽃의 부드러운 바닐라 향기가 코를 자극하고, 푸릇한 이미지가 눈을 가득 채웠다. 샤넬은 2005년 수블리마지를 소개하기 위해 1995년부터 10년간 연구했고, 제품을 선보인 이후 10년 동안 지치지 않고 실험을 계속했다. 꼬박 20년간 최고의 화장품을 위해 집중적인 투자가 이루어진 것이다. 바닐라 중에서도 마다가스카르에서 자라는 최상의 바닐라를 선택하고, 이 바닐라에서 바닐라 플레니폴리아라는 성분을 발견한 것부터 쉬운 일이 아니었지만, 여기서 한발 더 나아가기로 했다. 보석을 세공하듯, 이 식물의 생애 주기의 모든 순간에 주목해 안티에이징에 드러마틱한 효과를 선사하는 활성 성분이 가장 활발히 활동하는 결정적 찰나를 발견했고, 이렇게 수블리마지는 다시 한 번 태어나게 된 것이다.

### 에페메르의 발견, 찰나의 순간이 빛어낸 끝없는 생명력

이 모든 수블리마지 연구의 중심에는 샤넬 R&B 과학 커뮤니케이션 디렉터 아르멜 수로(Armelle Souraud)가 있다. 그는 “샤넬은 20년 전인 1995년 처음으로 바닐라에 대한 연구를 시작했습니다. 2000년에는 전 세계적으로 알려진 무려 1백17종에 달하는 바닐라 중 마다가스카르에서 서식하는 바닐라 플레니폴리아가 가장 매력적인 종이라는 것을 입증했습니다. 다양한 시도를 통해 최초로 플레니폴리아 PFA라는 다가능 활성 성분을 선보였고, 2011년에는 바닐라 꽃에서 얻은 귀한 분자를 더해 강력한 플레니폴리아 PFA를 완성했습니다. 그리고 지금 소개하는 새로운 성분은 더 놀랍고 강력한 것입니다”라고 이야기한다. 수블리마지의 미래에 가장 직접적인 영향을 끼친 샤넬 활성 성분 연구 책임자 니콜라 푸자티(Nicola Fuzzati)가 조금 더 구체적인 설명을 더했다. “새롭게 소개하는 에페메르(éphémères)라는 활성 분자는 각지에 든 종자에서 생성됩니다. 이 성분은 4월 말부터 5월 초 사이 아주 짧은 시기에만 잠시 나타나기 때문에 프랑스어로 ‘일시적인’이라는 의미를 지닌 에페메르라는 이름을 얻게 된 것입니다. 각지 속 에페메르가 가장 풍부한 시기를 정확히 찾아내기 위해 3년에 걸쳐 현지 테스트를 했고, 결국 바닐라의 생물학적 잠재 성분을 그대로 보존하는 방법까지 찾아냈습니다. 수확하자마자 바닐라 각지를 상자 안에 정교하게 포장해 단단히 봉인한 뒤 당일에 프랑스로 보내는 작업은 샤넬이 아니면 할 수 없는 일입니다. 뛰어난 화장품을 만들기 위한 물리적, 기술적 차원의 다각적인 노력이 이러한 결과를 가져온 것입니다.” 결국 샤넬의 꾸준한 연구와 노력으로 바닐라 플레니폴리아가 지닌 생명의 순간을 고스란히 화장품에 담았다. 바닐라 플레니폴리아의 생명 주기 중 가장 중요한 순간은 열매가 익기 바로 직전, 꼬투리가 성장하는 기간으로 매우 특별하지만 순간적으로 사라지는 분자, 에페메르



5

를 생성하는 소중한 순간이다. 순식간에 사라지는 이 분자들을 정확한 순간에 얻기 위해 꼬투리가 익기 직전인 4월의 아침에 수확을 하는 현지 여인들은 이 녹색 꼬투리를 신속하게 수확해 프랑스 팡팡 샤넬 연구소로 보낸다. 이 분자들은 매우 연약하기 때문에 샤넬은 이 성분을 최대한 안정적으로 추출할 수 있도록 크로노 추출법을 개발했다. 이를 통해 에페메르의 희귀하고 소중한 분자를 수블리마지에 담게 되었다. 바로 에페메르 드 플레니폴리아의 탄생이다. 현지 여성들이 지금 정성으로 키운 바닐라 꽃 추출물, 플레니폴리아 PFA, 플레니폴리아의 에페메르의 잠재력이 2016년 출시하는 수블리마지에 담겨 있는 것이다. 이 성분은 모든 노화의 징후에 더욱 강력하게 작용한다. 우아한 골드빛 유리 케이스에 담긴 수블리마지 크림에는 마다가스카르에서 시작된 이야기가 스며 있다. 이 여정이 새로운 가치를 만들고 여성들의 피부에 젊음을 불러일으킨다니, 아주 환상적인 이야기다. 사용하는 것만으로 피부의 품격을 높여주는 이 제품에 기술인 브랜드의 노력에서 신뢰가 느껴진다. 손등에 덜어 핸들링해보면 끈적이지 않으면서 유수분이 균형을 이루어 편안하고 풍부한, 매력적인 제형을 경험하게 된다. 원료부터 마지막 마무리까지 최고의 완성도만을 추구하는 샤넬의 브랜드 철학을 체험할 수 있는 화장품이라 할 수 있다. 감각적인 제형에 대한 샤넬의 노력은 박수를 보낼 만하다. 화장품을 더 복잡하고 감정적인 사물로 대하는 것도 다른 브랜드보다 앞서가는 샤넬의 특징이다. 이번에도 마찬가지다. 매끄러움을 넘어 얼굴 전체를 부드럽게 휘감고, 촉촉하게 하고, 만족감을 주는 제형을 선보이기 위해 산뜻하고 가벼운 텍스처 파인과 벨벳처럼 풍부한 텍스처 수프림 두 가지 버전으로 선보인다. 이렇게 하나의 크림을 경험 요소에 따라 두 종류로 선보인 것도 샤넬이 처음으로 고안한 방법이다. 감각성과 편안함, 관능미를 모두 갖춘 화장품을 만드는 것은 쉽지 않은 일이다. 예술의 도시 파리에서 영감을 받아, 마다가스카르의 생명력과 샤넬의 명성을 담은 수블리마지 크림에서 이 모든 가치를 경험할 수 있다.

### 자유로운 여성을 위한, 젊음을 봉인하는 특별한 크림

이번 파리 이벤트의 여정에서 방문한 광복 거리의 샤넬 아파트에서도 브랜드가 추구하는 고귀한 아름다움이 그대로 전달되었다. 여성의 아름다움과 독보적인 세련미를 표현해낸 가브리엘 샤넬이 살아온 세월이 그대로 담겨 있는 아파트에서 수블리마지의 가치를 다시금 생각해보게 된다. 샤넬은 단순히 비싼 물건을 만들기 위해 무수한 컬렉션을 선보인 것이 아니다. 자유로운 여성, 아름다운 여성을 위한 그녀의 노력의 연장선상에서 수블리마지를 바라봐야 한다. 사실 샤넬이라는 브랜드에게 색안경을 쓰고 보는 사람들도 많다. 샤넬의 코즈메틱이 좋다고 이야기해도 “샤넬이니까, 브랜드가 좋아서 좋다고 하는 것 아니냐?”라고 이야기하는 이들도 많다. 하지만 샤넬이 오래도록 명품 브랜드 자리를 지킨 이유는 끊임없는 노력과 다른 브랜드에서는 시도조차 할 수 없는 놀라운 연구를 이어가기 때문이다. 아무런 노력 없이 두둥실 떠 있는 것 같아도 결코 제자리에 머무른 적이 없다. 최초의 수블리마지의 원료인 바닐라 플레니폴리아를 찾는 여정 역시 이러한 행보에서 시작했다. 최고의 활성 성분, 젊음의 활력을 되돌릴 수 있는 샤넬에 걸맞은 최고의 원료를 찾아야 했고, 최종 결정된 것이 바로 바닐라 플레니폴리아였던 것. 하지만 여기서 더 나아가, 수블리마지를 선보인 10년간의 시간 동안 이 원료는 멈추지 않고 진화했다. 투자와 발견, 연구에 연구를 거듭해 이 식물에서 얻을 수 있는 최고의 유효 성분이 가장 활발하게 활동하는 식물의 생애 주기를 포착했다. 앞에서 언급했듯 마다가스카르의 바닐라는 꼬투리가 성장하는 순간, 젊음을 내뿜는다. 이를 완벽하게 유효 성분으로 포착하기 위해 새로운 추출 방법을 고안했다. 최적의 식물을 찾은 후에도 샤넬의 노력은 계속 이어진 것이다. 그 결과가 이제 우리 눈앞에 나타났고, 바로 에페메르라는 새로운 성분을 담은 수블리마지 컬렉션이다. 파우더리한 바닐라 향기가 피부를 감싸고 피부에 주름과 늘어짐에 세심하게 작용하는 과학적인 기능, 여기에 풍성한 제형을 더해 우리를 새로운 경험의 세계로 인도한다. 오감을 만족하게 하는 안티에이징 제품을 선보일 수 있는 브랜드가 얼마나 될까? 화장품 하나로 파리의 가치를 전달할 수 있는 브랜드는? 이것이 지금 우리가 지금 샤넬의 수블리마지를 주목해야 하는 이유다. **에디터 배미진** 파리 현지 취재



1 2016년 새롭게 선보이는 샤넬 수블리마지 크림, 두 가지 제형으로 선보인다. 2 방돔에서 이어지는 건물 지하에 위치한 샤넬 수블리마지 론칭 행사장. 3 마다가스카르 섬에서 별도의 그늘막을 설치해 생생하게 키워내는 수블리마지의 원료, 바닐라 플레니폴리아. 4 마다가스카르 섬은 훼손되지 않은 천연의 자연을 품고 있다. 5 최고의 안티에이징 활성 성분을 선사하는 바닐라 플레니폴리아 각지의 단면. 6 샤넬이 바닐라 플레니폴리아를 경작지, 바닐라 당밀 수거 구역 325에 그루에 달한다. 7 2016년 선보이는 핵심 안티에이징 성분인 에페메르라는 바닐라 플레니폴리아가 딱지 상태일 때 최상의 효과를 드러낸다. 8 이 모든 과정을 실험적으로 연구하는 니콜라 푸자티. 9 샤넬 수블리마지 라인. 왼쪽부터 수블리마지 텍스처 크림, 수블리마지 크림 파인, 수블리마지 크림 수프림, 수블리마지 크림 벨벳, 수블리마지 크림 크림.



### interview 크리스티앙 마에 (Christian Mahe, 연구 기술 부문 수석 부사장)

“플라시보 효과가 장기적인 화장품의 효능을 이끌어내는 데 중요한 역할을 한다고 생각합니다.”



**최초에 수블리마지의 안티에이징 활성 성분으로 마다가스카르의 바닐라 플레니폴리아를 선택하게 된 배경이 궁금합니다. 안티에이징 성분에 관한 다양한 문헌을 연구했습니다. 우리가 사용할 수 있는 수천 가지 성분 중 폴리케톤이라는 것에 집중하게 되었고, 이는 바닐라에서 최상의 상태로 추출할 수 있다는 결론을 얻었습니다. 실제로 바닐라는 전 세계에 1백종 이상이 있는데, 그중 마다가스카르에서 최상의 상태로 성장하고 있다는 것을 탐험 끝에 알아냈고, 이 바닐라 플레니폴리아라는 식물을 발견하게 된 것입니다. 분자를 연구하면서 생물학적으로 화장품에 적용할 수 있는지 면밀히 검토했고, 최초의 연구 기간인 10년 동안 바닐라에 관련된 여섯 가지 이상의 특허를 출원하기도 했습니다. 이는 과학적으로 큰 성과였고, 이와 더불어 마다가스카르와의 협업을 통해 현재 주민들의 경제 활동에 이익을 준다는 것도 저희가 중요하게 생각하는 점입니다. **올해 새롭게 선보이는 에페메르라는 새로운 성분 이름이 굉장히 사정적입니다. 과학적인 성분 이름이 아닌, 사적인 이름을 선택한 배경은 무엇인가요?** 실제로 이 성분은 과학적으로 수명이 3~4주에 불과할 정도로 매우 짧습니다. 저희는 이 아주 짧지만 확실한 활성 성분을 제공하는 생애 주기를 포착했고, 정교한 추출 방법으로 최고의 효과를 내도록 했습니다. 이 속성이 매우 중요하다고 생각했기에, 이를 강조하기 위해 에페메르라는 이름을 선택하게 된 것이지요. **샤넬은 제형에 대해 많은 연구를 하고 있는데, 화장품의 사용감이나 사용할 때의 감각 변화에 대해 집중하는 이유는?** 결국 화장품이 최상의 효과를 내기 위해서는 긍정적인 관심을 이끌어내는 것이 중요합니다. 뉴로사이언스, 즉 신경학적으로도 플라시보 효과가 장기적인 화장품의 효능을 이끌어내는 데 중요한 역할을 한다고 생각하기 때문에 신경학 분야의 전문가를 배차해 감정 측정을 하는 테스트를 수행하기도 하죠. 이 테스트는 사인인과 아시아인에게 모두 이루어집니다. 제형과 사용감, 사용하면서 일어나는 감정적 변화의 효과를 배가시키는 촉진제 역할을 한다는 것은 분명히 사실이며 많은 투자를 하고 있어요. 실제로 신경과학 분야는 화장품 분야에 비해 상대적으로 성장하고 있고, 주목받는 분야이기도 합니다.**

※ 함께 배워한 파운데이션 브러시는 맥 196 스텐드트 플랫폼 톱 파운데이션 브러시(4만8천원대).

# Dream base

본연의 피부가 좋은 듯, 결점 없이 매끄럽고 깨끗한 피부를 연출하는 것은 여자들의 영원한 숙제이자 꿈이다. 매 시즌 새로운 성분과 기능을 첨가해 더욱 가볍게, 더욱 촉촉하게, 커버력은 더욱 완벽하게 업그레이드해 출시되는 파운데이션은 맑고 깨끗한, 완벽한 '드림 스킨'에 한발 더 다가가는 여자의 비밀 병기가 되어줄 것. *photographed by park gun zoo*

(왼쪽부터 시계 방향으로) 리프라이 스킨 케어 컨실러 · 파운데이션 SPF 15 이노신, 각종 비타민, 미네랄 등을 풍부하게 함유한 케어 성분을 담은 파운데이션과 컨실러를 해, 러 패치에 담은 일산화주 올인원 파운데이션, 손가락 또는 내장된 브러시로 파운데이션 무경 위에 숨어 있는 컨실러를 퍼 발라 피부 결점을 커버하고, 무경을 돌려 얹면 나오는 인티에이징 파운데이션을 피부 전체에 발라주면 매끈한 피부 표현과 뛰어난 스스케어 효과를 동시에 경험할 수 있다. 진귀한 캐비아 성분 외에도 토포티일 핵사펩타이드, 맥아 추출물을 더해 탄력을 증진시키는 인티에이징 효과는 물론, 이슬을 머금은 듯 촉촉한 텍스처와 발림성을 갖춰 진정한 럭셔리 파운데이션다운 면모를 뽐낸다. 30ml 28만5천원, 문의 080-511-6626

**버버리 프레스 글로우 파운데이션 SPF 15 PA+++** 버버리의 베이지 트렌드(코트를 연상케 하는 웜(warm) 톤의 따스한 스킨 컬러)가 돋보이는 파운데이션. 가을처럼 감렬한 반사 광이 바르는 즉시 피부 톤을 화사하게 연출해주고, 허브 성분, 비타민, 모이스처라이징 성분을 함유해 최대 8시간까지 촉촉함을 유지시켜 메이크업이 들뜨거나 갈라지지 않는다. 피부에 광택이 가볍고 신뜻하게 밀착되어 파운데이션이 묻어지지 않는 점 또한 매력적. 펄 피그먼트를 함유해 시종 일관된 촉촉한 피부 표현을 더욱 자연스러운 피부 톤을 연출할 수 있다. 30ml 6만2천원, 문의 02-3485-6636

**나스 올 데이 루마네 화이트스 파운데이션** 한 방울 정도만 사용해도 메이크업도 보습보충한 피부로 표현해주는, 공기처럼 극도로 가벼운 오일 프리 리퀴드 파운데이션. 물과 땅에 지워지지 않도록 기묘한 특수 피그먼트를 혼합해 최대 16시간 동안 메이크업이 흐트러지지 않고, 지속적으로 가벼운 느낌을 주는 것이 장점이다. 피부와 함께 움직임도 똑같은 플렉시블 폴리머 재질이 피부에 완벽하게 밀착해, 땀이나 표정을 크게 지을 때 생기는 주름으로 메이크업이 풀지거나 갈라지는 것을 막아준다. 점도 획기적이다. 그만큼 순간적으로 피부에 밀착되기 때문에 피부에 빠르게 퍼 발라주는 것이 포인트다. 30ml 6만7천원, 문의 02-6905-3747

**글로우 블랑 드 펄 에센스 파운데이션 SPF 25 PA+++** 광택민감의 엘라닌 키프로 기술로 탄생한 어드밴스드 펄 콤플렉스 성분을 함유한 화이트닝 기능성 파운데이션. 화이트닝 에센스 활성 성분인 색소침착을 방지하고 엘라닌 성분을 약재해 피부 깊숙이 자리 잡은 다크 스폿을 완화한다. 더불어 하얀 빛으로 반짝이는 수천 겹의 미세한 층으로 이루어진 새틴 잔주름이 피부에 은은한 광채를 선사해 피부를 화사하게 연출하고, 피부 보호막을 형성해 환경오염, 자외선 등

의 외부 유해 환경으로부터 피부를 보호한다. 실리콘 파우더를 함유한 리퀴드 타입의 텍스처가 피부에 부드럽고 완벽하게 밀착되어 오랜 시간이 지나도 화장이 무너지지 않는다. 30ml 7만5천원, 문의 080-343-9500

**맥 스튜디오 워터웨이트 SPF 30/PA++ 파운데이션** 일교차가 큰 여름 플루이드 타입의 파운데이션. 스스케어 제형처럼 탄력적인 젤 텍스처 포물라가 피부에 실리고 가볍게 밀리는 것이 특징이다. 슈퍼 플루이드 피그먼트를 담은 젤리처럼 함유해 물기가 느껴질 정도로 촉촉한 광을 선사하고, 보습력이 뛰어난 PGA와 히알루론산 성분 이 오랜 시간 피부를 촉촉하게 유지한다. 여러 번 덧칠해도 피부 표현이 두꺼워지거나 밀리지 않으며, 잡티, 모공과 요철을 자연스럽게 커버하면서 피부 본연의 결을 살려 마치 메이크업을 하지 않은 듯 가볍고 매끄러운 피부를 연출한다. 30ml 5만2천대, 문의 02-3440-2782

**SK-II 살롱 브러시 파운데이션** 매일 1분 만에 살롱에서 받은 메이크업처럼 결점 없이 화사한 피부를 연출해주는 1분 살롱 파운데이션이라는 애칭이 붙은 파운데이션 팩트. 먼저하고 실을 쫓 쫓하고 매끄러운 피부로 표현해 마니아가 두꺼운 베이스를 싫어. 화이트 향테로 대한 화이트 레이아웃 핑크 레이아웃이 제품의 핵심인데, 화이트 레이아웃에는 SK-II R.N.A 파워 크림과 에센스의 핵심 성분인 R.N.A 콤플렉스를 담아 파워 탄력을, 핑크 레이아웃에는 라벤더 컬러의 골드 광을 담아 화사한 광채를 책임진다. 또 SK-II의 핵심 성분인 피파라™를 스스케어 제형 못지않게 가득 담아 메이크업을 하고 있는 동안에도 풍부한 보습력을 느낄 수 있다. 10.5g 9만2천대, 문의 080-023-3333

**아모레퍼미픽 인티에이징 컬러 키프로 쿠션 케어** 수많은 쿠션 팩트 중 스스케어 제형인 쿠션이나 촉촉하고 자연스러운 윤기를 부여해 큰 사랑을 받았던 아모레퍼미픽 인티에이징 쿠션 팩트의 업그레이드 버전. 기존 팩트의 장점인 촉촉함, 인티에이징 기능은 그대로 유지하되 커버 기능을 더욱 강화했다. 다른 쿠션 팩트에 비해 가려져가 높지만, 피부 개선 효과를 볼 수 있는 프리미엄 메이크업 라인이라는 점에서 그런한 가치가 있다. 향신료 효과가 뛰어난 녹차 디안테와 그린 미라클™ 성분을 풍부하게 함유해 피부의 방어막을 강화하고 탄력을 높이는 것이 이 쿠션 팩트의 핵심. 또 롱래스팅 콤플렉스 하우 증일 균일한 피부 톤을 유지하도록 도와 다크닝 없이 화사한 피부를 연출할 수 있다. 15gX2리필 포함 8만7천원대, 문의 080-020-5757 에디터 권유진

## 아웃도어 뷰티 트렌드의 리더, 샤넬 코스메틱

당신이 꿈꾸는 피부는 무엇인가. 잡티 없이 마냥 하얗고 완벽하게 정돈한 피부? 과거엔 이런 피부가 트렌드였을지 몰라도 지금은 조금 생각을 바꾸어볼 때다. 운동 후 막 샤워를 마치고 나온 듯 촉촉하면서도 밝고 건강한 피부 톤, 신선한 공기가 생기를 불어넣은 듯 은은하게 반짝이는 장맛빛 윤기가랄로 요즘 여성들이 원하고 꿈꾸는 건강한 피부의 조건이 아닐까. 이목구비가 뚜렷하지 않아도 자연스러운 매력에 흠뻑 빠지는 사람에게 더욱 눈길어 가듯, 피부 역시 완벽하게 메이크업한 피부보다 조금 더가드라더라도 건강한 활색과 자연스러운 윤기가 감도는 피부가 더 사랑스럽게 느껴지는 법이다. 진정한 여성의 아름다움에 대해 끊임없이 연구하고 이를 대변해온 샤넬이 가장 이상적으로 생각하는 아름다운 피부 역시 이와 크게 다르지 않다. "자연스러움이 곧 스타일이다"라는 가브리엘 샤넬의 말처럼, 복잡한 일상에서 자유롭고, 언제 어디서나 따스한 빛을 머금은 내추럴한 피부는 여성을 억누르던 모든 것에서 벗어나 자유로움을 추구한 가브리엘 샤넬의 철학과 일맥상통하는 것. 이런 샤넬의 아이덴티티를 여실하게 느낄 수 있는 제품이 탄생했으니, 바로 레 베쥬 헬시 글로우 파운데이션이다. 이는 3년 전에 출시되어 아웃도어 뷰티 트렌드를 리딩하는 상징적인 제품으로 자리 잡은 레 베쥬 헬시 글로우 쉬어 파우더의 후속 제품. 누구나 쉽게 바를 수 있으며 자연광 아래에서 건강하게 반짝이는 피부를 일상에서도 연출할 수 있도록 고안했다. 다른 제품을 믹스하지 않아도, 특별한 테크닉이 뒷받침되지 않아도 이 제품 하나만으로 피부를 아주 가볍고 화사하게, 그리고 자연스러운 빛이 흐르도록 연출할 수 있다는 점에서 단연 돋보인다. 더불어 최신 광학 기술과 어떤 환경에서도 견디는 식물 성분에 대한 오랜 연구 끝에 탄생해, "역시 샤넬"이라는 말이 자연스럽게 떠오르는 가장 진화된 파운데이션이라는 점 또한 주목할 만하다.

## 한눈에 확인할 수 있는 건강한 윤기

레 베쥬 헬시 글로우 파운데이션의 최대 강점은 자연스럽고 건강한 피부 표현이다. 샤넬 베이스 제품의 주특기라 할 수 있는 즉각적인 화사함, 파운데이션을 발랐다는 느낌이 들지 않을 만큼 극도로 가벼운 텍스처는 패브릭에서 시작해 뷰티에 이르기까지 독보적인 아이덴티티를 확보한 브랜드의 자력을 느낄 수 있게 한다. 여성의 몸을 불만스럽게 만들던 기존 여성복의 물을 깨부수고 편안함을 추구한 마드우아젤 샤넬의 정신이 반영된 레 베쥬 헬시 글로우 파운데이션은 제품 이름처럼 건강하고 매끈한 피부를 완성한다. 샤넬이 이 제품을 통해 아웃도어 뷰티를 표방하는 이유도 바로 그것이다. 활동적인 현대 여성들이 언제 어디서나 활기찬 모습을 드러낼 수 있도록, 계절과 기후의 영향에도 항상 반짝이는 피부를 표현할 수 있도록 발림성과 휴대성을 높였다. 제품에 담긴 성분도 특별하다. 가장 중요한 성분인 칼라코에는 다양한 기후변화에도 적응력이 뛰어난 식물로, 보습과 항산화에 뛰어난 효과를 보이고, 피부에 산소를 공급해준다. 피부 자극이 비교적 적은 SPF 25의 기능을 갖추어 기능성과 실용성도 담았다. 여기에 최강 보습 성분인 히알루론산 추출물, 땅과 피지에 강한 폴리머 성분까지 더해 완성도를 높여 파운데이션에 대한 기준이 까다로운 여성들도 만족시킬 만하다. 여러 번 덧칠해도 메이크업 제품이라는 생각이 들지 않을 정도로 놀라운 만큼 가벼운 것이 특징이며, 재형이 뭉치거나 주름에 까지 않고 마치 제2의 피부처럼 착 밀착되는 점 역시 강점이다. 은은한 장맛빛이 느껴지는 신뜻한 피부와 샤넬 뷰티의 뛰어난 텍스처의 완성도를 경험하고 싶은 여성에게 추천한다. 세심한 피부 표현을 위해 총 여섯 가지 컬러로 출시되었고, 정교한 메이크업부터 자연스러운 피부 표현까지 가능하다. 30ml 7만2천원, 문의 080-332-2700 에디터 권유진



# get healthy Glow

아웃도어 라이프를 즐기며 햇볕을 두려워하지 않고, 본연의 건강하고 윤기 나는 피부를 간직했던 가브리엘 샤넬. 아름다움에 대한 그녀의 철학을 그대로 담은 파운데이션이 출시된다. 누구나 원하는 자연스럽고 건강한 피부 톤과 윤기, 그리고 자유롭게 숨 쉬는 피부를 위한 단 하나의 베이스, 샤넬 레 베쥬 헬시 글로우 파운데이션. *photographed by park gun zoo*



“시계를 구입한다면  
위블로를 사고 싶었어요.  
처음으로 골드와 세라믹,  
러버 등 이질적인 소재를  
결합한 도전 정신 때문이죠.  
이 작은 시계가 현재  
저의 의지를 대변해준다고  
생각해요.” 박병호



**빅뱅 에어로 뱅 골드**  
무브먼트가 전혀 보이는 스켈레톤 다이얼이 돋보이는 에어로 뱅 골드의 3시 방향에는 30분계 크로노그래프, 6시 방향에는 12시간계 크로노그래프, 9시 방향에는 영구 초침(small seconds) 크로노그래프가 장착되어 있다.



**대체 불가능한 타격왕**  
이대호는 호방한 외모와는 달리 냉철한 면이 있는 선수다. 누군가에게 보여주기 위해서가 아니라 스스로가 원하는 길을 간다. 한국 프로야구에서 타격 7관왕이라는 전무후무한 기록을 세운 그가 2년 전 굳이 일본 프로야구팀을 선택한 것도 그런 이유 때문이었다. 한국 야구사의 굴절한 순간마다 이대호라는 타자가 있었다. 결정적인 순간에 누군가 타석에 들어서야 한다면 우리는 여전히 이대호의 이름을 가장 먼저 떠올릴 수밖에 없다. 그런 그가 드디어 미국에 진출한다. 그는 지난해 이미 위블로의 시계를 하나 장만했다고 했다.



**클래식 퓨전 에어로론**  
달의 형상에서 영감을 받은 월 렌더. 모던하면서도 스타일리시함을 강조한 스켈레톤 디자인, 6시 방향의 13mm 사이즈 리운드 윈도우에서 움직이는 2개의 달은 드라마틱한 느낌을 준다. 직경 45mm 케이스에 위블로만이 사용하는 레드 골드와 플라티늄을 함유한 킹 골드 소재, 타타늄, 블랙 세라믹 버튼 등 총 세 가지 버전으로 만날 수 있다.

# the best of All

제품사진 박병호

한국 야구가 낳은 최고의 스타 이대호와 박병호. 한국 리그와 일본 리그를 동시에 평정한 두 선수가 꿈의 무대 메이저 리그로 나설 준비를 마쳤다. 두 선수 인생 최고의 순간에 위블로(HUBLOT)가 함께했다. *photographed by yoon hyun sik*



**빅뱅 유니코 킹 골드 세라믹**  
‘킬러 휠’ 크로노그래프 무브먼트인 유니코(Unico)를 장착한 제품. 다이얼 쪽의 ‘수평형 듀얼 카운팅’이 특징적인, 100% 위블로 매뉴팩처 워크숍에서 개발하고 생산한 무브먼트로, 위블로의 기술력을 상징한다. 지름이 45.5mm인 대형 케이스, 스타일리시한 매캐니컬 시계의 면모를 확인할 수 있다.



**3천만달러의 사나이**  
오랫동안 꿈꿔온 일을 이룬 기쁨은 어떨까. 지난 12월 2일은 아마 박병호 인생 최고의 순간이었을 것이다. 처음 야구 배트를 잡을 때부터 꿈꿔온 메이저 리그 입성을 드디어 현실로 이뤘으니 말이다. 미네소타 트윈스는 박병호를 영입하기 위해 1천2백만달러라는 거액의 포스팅 비용을 책정했다. 이러한 성공은 그냥 이루어진 것은 아니다. 박병호에게도 고된 인고의 시간이 있었다. 이미 고교 시절부터 한국을 대표할 만한 슬러거로 성장할 것임을 인정받았지만 프로 데뷔 이후 오랫동안 ‘미완의 대가’로 머물러야 했다. 과거의 시련을 딛고 꿈을 이룬 박병호는 자신의 성취를 자축하는 선물로 위블로의 시계를 생각했다. 처음 구입하는 하이엔드 워치다.



**클래식 퓨전 에어로 크로노그래프 킹 골드**  
캘린더 크로노그래프의 기계적 아름다움을 제대로 감상하기 원하는 이들을 위해 선보인 워치. 크라운 양옆에는 2개의 푸시 버튼, 3시 방향에는 스몰 세컨즈 카운터, 9시 방향에는 30분 카운터, 6시 방향에는 날짜창이 위치한다. 기계적인 아름다움을 완벽하게 즐기길 원하는 이들에게 추천한다. 문의 02-2118-6208



“주위에 시계를 좋아하는 분들이 이왕 살 거면 위블로를 사라고 하더군요. 위블로 제품은 자신만의 색깔을 가지고 있는 대체 불가능한 시계라고 말이죠. ‘대체할 수 없는 시계’라는 단어가 마음에 들었어요.” 이대호

# glam Chic

미국 상류층의 패션 문화와 대중적인 패션 코드를 동시에 알고 싶다면 이 브랜드를 보라는 얘기가 있을 만큼 미국 패션의 역사를 대변하는 브랜드. 이는 바로 마이클 코어스의 이야기다. 최근 홍콩, 베이징에 이어 일본 긴자에 플래그십 스토어를 오픈해 아시아마켓에서 적극적인 행보를 보이고 있는 마이클 코어스를 일본에서 직접 만났다.



**1** 글래머러스함과 균형미로 전 세계를 사로잡다  
미국에서 마이클 코어스의 상징적인 'MK' 로고가 달린 액세서리와 세련되고 클래식한 의상은 누구나 한 번쯤 본 적이 있고, 가지고 싶어 한다. 미국 패션 브랜드로서는 역사상 가장 큰 금액으로 뉴욕 주식 시장에 상장하고, 뉴욕, 런던, 파리, 말라노, 도쿄, 홍콩, 상하이, 서울 등 패션을 주도하는 도시에 7백70여 개가 넘는 플래그십 스토어를 운영하는 파워풀한 브랜드가 바로 마이클 코어스다. 미국에서만 연 2조원 이 넘는 매출을 올려, 글로벌 럭셔리 라이프스타일 브랜드라는 수식어가 더 걸맞을 정도의 눈부신 성장을 이뤘다. 1981년 론칭한 마이클 코어스는 현재 마이클 코어스 컬렉션 (Michael Kors Collection), 마이클 마이클 코어스 (MICHAEL MICHAEL Kors), 두 가지 레이블을 선보이고 있다. 남성 및 여성 의류, 액세서리, 슈즈, 워치, 주얼리, 아이웨어, 그리고 향수와 코스메틱에 이르기까지, 마이클 코어스의 패션 왕국에 들어서면 머리부터 발끝까지 매력적인 토탈 룩을 완성할 수 있다. 가제에 모든 것이 조화와 균형을 이룬다는 점이 매우 인상적이다. "저는 데님을 좋아하는 동시에 크로커다일 슈즈를 좋아하고, 티셔츠를 사랑하지만 골드 워치도 즐겨 착용해요. 캐비어를 즐기지만 피자를 좋아하는 것과 같이, 모든 것은 조화와 균형이 중요해요." 한국에서는 패션 TV 프로그램인 (프로젝트 런웨이), (드림 슈퍼모델 코리아)에 출연해 더욱 친근하게 느껴지는 디자이너이자 사업가이고, 미국에선 연예인 못지않은 유명세를 얻은 셀러브리티인 마이클 코어스가 현재의 위치에 서기까지는 그가 쌓아온 성공적인 포트폴리오와 미국 브랜드의 탄탄한 자본력, 미국적인 자유로움이 밑거름이 되었다. 이 밖에 도 소비 환원에 관심이 높아 그의 모교인 FIT(Fashion Institute of Technology)에 평생장학자금을 세웠고, 유엔세계식량계획과 함께 전 세계 기아 퇴치를 위한 '워치 hunger stop(Watch Hunger Stop)' 캠페인을 꾸준히 전개하고 있다.

**2** 토털 컬렉션이 한자리에, 긴자 플래그십 스토어  
지난 11월 20일, 도쿄 패션의 중심, 긴자 주오 스트리트는 일본 최대 규모의 마이클 코어스 플래그십 스토어 오픈 행사에 참석하기 위해 한껏 드레스업한 글로벌 패션 피플로 북적였다. 이곳은 글로벌 럭셔리 라이프스타일 브랜드인 마이클 코어스의 모든 제품군을 만날 수 있는 세계 최초의 매장. 태평양 가 까다로운 일본 도쿄에서, 그것도 여러 갈래로 이루어진 긴자 스트리트에서도 가장 메인인 되는 길 중심에 위치한다는 점은 마이클 코어스의 자력과 위상을 여실히 느낄 수 있는 대목이다. 지하 1층을 포함해 총 3층으로 이루어진 매장에 들어서면 제일 먼저 눈길을 사로잡는 색상은 대중적으로 큰 사랑을 받고 있는 백 & 액세서리 컬렉션이다. 특히 긴자 에디션 라인인 주얼리, 일련의 빛깔을 연상케 하는 파스칼 여성스러운 파스텔 핑크 컬러와 캐주얼 컬러가 조화를 이룬 테이로, 키 체인과 핸드백 및 가죽 액세서리 등을 한정판으로 출시했으며 오직 긴자 스토어에서만 만날 수 있다. 지하에서는 아시아 최초로 마이클 코어스 남성 컬렉션을 만날 수 있다. 이유는 물론 벨트, 가방, 지갑, 마블러, 모자까지 여성 컬렉션만큼이나 다채롭고 럭셔리한 제품으로 가득하다. 2층에는 마이클 코어스 특유의 글래머러스함을 담은 반짝이는 주얼리와 시계, 슈즈 등의 액세서리 컬렉션이, 안쪽으로 들어서면 엔트리 라인인 마이클 마이클 코어스 여성 의류가 가득하다. 그리고 그 한편의 프라이빗한 색상은 최상위 하이엔드 라인인 마이클 코어스 컬렉션 라인을 판매한다. 이처럼 트리뷰트 프라이빗 라인까지, 토털 컬렉션을 모두 한자리에 만날 수 있다는 점은 브랜드 충성도가 높은 일본 사람들에게 더욱 매력적으로 다가온다. 이날 오픈 행사에는 영화 (그녀의 50가지 그림자)의 주인공인 다코타 존슨과 유명 모델인 포피 델레 바인 등이 참석해 자리를 빛냈으며, 여성 DJ인 할라비라와 뉴턴의 신나는 디제잉으로 오픈 파티의 분위기를 뜨겁게 달궜다. 마이클 코어스는 "긴자는 전 세계적으로 손꼽힐 만큼 가장 잘 알려진 쇼핑 지역입니다. 마이클 코어스의 모던함과 편안하면서도 글래머러스한 매력을 아시아 고객들과 나누고 싶습니다"라고 소감을 밝혔다. 에디터 권유진 일본 도쿄 현지 취재

**3** 인터뷰 마이클 코어스 (Michael Kors)  
"우린 늘 새로운 소비자를 생각해야 해요. 모든 게 진화하고 변화하니까요."  
최근 홍콩, 베이징에 이어 일본 긴자에 플래그십 스토어를 오픈했는데, 아시아에 관심을 두는 이유는? 저는 늘 호기심이 넘치는 편입니다. 아시아 소비자들은 항상 새로운 것에 열광하는 편이어서 다른 곳의 소비자들과 차이가 있었어요. 또 가장 흥미로웠던 점은, 가제에 세련된 직조인들이 가득하다는 사실이었어요. 물론 뉴욕에도 직조인들이 많지만 그다지 세련되지는 않았어요. 또 아시아 소비자들은 까다롭고 실용적이예요. 그 외에도 패셔너블하고 글래머러스한 매력을 발산할 필요요. 정장들이 좋아하는 빠른 일상 속에서도 여유와 아름다움을 추구하고 싶어 한다는 점이 마이클 코어스가 추구하는 디자인 철학과 일맥상통하는 부분이기도 합니다. 프리미엄과 대중적인 코드를 모두 이해하는 성공적인 비즈니스를 펼치는 비결이 무엇인가? 저는 공감 능력이 뛰어난 데다가 사람들이 어떻게 살고 있는지 늘 관찰하고 이해하려고 합니다. 가령 가방을 디자인할 때, 기계 마음에 들까?를 제일 먼저 생각하고 착안했을 때 그 가방의 비주얼이 잘 맞는지, 편한지, 그 속에서 물건을 쉽게 찾을 수 있는지, 그리고 전체적인 룩과 어울리는지 등을 생각합니다. 할리우드 여배우들의 의상을 디자인할 때도 편하지 않으면 잘려서 못 보지 않게 실용성, 착용감 등 많은 것을 고려해요. 조화와 균형, 이 두 가지가 비결이라고 생각합니다. 미국 브랜드로서 차고 있는 자부심은 무엇인가? 내가 사랑하는 일을 할 수 있고, 내가 하는 일의 가치를 알리는 세상에서 저는 제가 행운이라고 생각합니다. 또 지난 수십 년간 미국 패션 역사 중 한 부분을 차지한다는 점이 자랑스러워요. 미국 브랜드로 시작해 글로벌 브랜드로 성장한 저 역시 자부심을 느끼는 부분입니다. 앞으로 다가올 트렌드를 어떻게 예상하는지, 최근 흥미롭다고 느낀 것은 패션의 룩이 사라지고 있다는 점입니다. SNS의 영향 덕에 나일, 생선은 의미가 없어지고 계절의 구분도 사라졌죠. 그래서 우린 늘 새로운 소비자를 생각해야 해요. 모든 게 진화하고 변화하니까요.

**4** 마이클 코어스 긴자 스토어 2층에 자리 잡은 마이클 코어스 컬렉션 레터헤어. 2 오프닝 행사에 참석해 자리를 빛낸 배우 다코타 존슨과 디자이너 마이클 코어스. 3 긴자 스토어에서 아시아 최초로 마이클 코어스 남성 컬렉션을 만날 수 있다. 4 패션 피플로 북적였던 마이클 코어스 긴자 스토어 오픈. 5 8월 7일부터 리틀리 레이크, 플라워 자수 디테일로 유니크하고 로맨틱한 룩을 완성한 2016 S/S 마이클 코어스 컬렉션. 6 일본에서 영감을 받아 탄생한 긴자 에디션 토트백. 오직 마이클 코어스 긴자 스토어에서만 만날 수 있다.



# a memorable Scene

국내 하이엔드 워치 시장에서 이탈리아 피렌체 럭셔리 스포츠 워치메이커 오피치네 파넬라이의 입지는 대단하다. 자존심이 강한 워치 마니아들의 마음을 확실히 사로잡은 덕에 지난 2015년 12월 서울에 두 번째 부티크를 오픈하게 된 것.



## 피렌체의 정수, 서울에 상륙하다

오피치네 파넬라이(Officine Panerai)가 서울 현대백화점 무역센터점 2층에 두 번째 부티크를 오픈했다는 이슈는 시계업계에서 화제가 되는 이야기다. 독특하고 희귀하게 여겨지는 이탈리아 태생의 하이엔드 워치 브랜드가 독립 매장을 연다는 선행하는 것은 쉽지 않은 일이기 때문이다. 까다로운 한국 소비자들의 마음을 물론 서울을 찾는 외국인 관광객들도 이 브랜드의 가치를 알고 있다는 것을 증명했다는 의미이기도 하다. 유니크한 시계 브랜드로 통하던 오피치네 파넬라이가 이렇게 많은 관심을 받게 된 이유는 무엇일까? 이 브랜드의 역사는 유명한 시계 브랜드 중 여러 가지 면에서 이례적이다. 스위스가 아닌 이탈리아, 예술의 도시 피렌체에서 탄생했다는 것부터 남다르다. 1860년 피렌체에서 창립자 조반니 파넬라이(Giovanni Panerai)가 시계 제조 공방, 살롱, 학교를 설립 후, 수십 년 동안 이탈리아 해군, 특히 특수 잠수 부대를 위한 초정밀 시계를 공급한 것이 브랜드의 시초다. 1백50년 전에 초정밀 시계, 그것도 잠수를 위한 위치를 선보였다는 것은 인상적인 출발이다. 지금도 여전히 사랑받고 있는 오피치네 파넬라이의 대표 컬렉션인 루미노르와 라디오미르 같은 디자인은 발명품으로 인정받았고, 오랫동안 군사 기밀 보호법으로 철저히 비밀에 부쳐졌다. 1997년 리치몬드 그룹에 인수된 이후에야 대중에게 이 시계의 비밀스러운 모습이 공개되었고, 그 즉시 시계 마니아의 집중적인 관심을 받았다. 이후 파넬라이의 개성 있는 디자인은 수집가들의 열광적인 반응을 얻었는데, 커다란 스틸 쿠션 케이스, 야광 숫자 및 시간 표시, 케이스에 용접한 와이어 루프 스트랩 부착 장치, 다이빙 슈트에 착용할 수 있도록 고안한 넓은 방수 스트랩 등 초기 제품의 특징은 지금까지도 브랜드의 아이덴티티로 고스란히 이어지고 있다.

서 시간을 정확하게 볼 수 있는 가시성을 보장하기 위해 발명된 것으로, 여전히 브랜드의 가치를 대변하는 기능이며 지금 출시되는 시계들에서도 찾아볼 수 있다. 파넬리스트라 불리는 마니아가 있을 정도로 VIP 고객이 많은 브랜드인 만큼 수집가를 위한 라운지와 라이브러리 가 마련되어 있다는 것도 특별한 점이다. 문의 02-3467-8455 에디터 배민진



## 브랜드의 가치를 담은 오피치네 파넬라이 현대 코엑스 부티크

이러한 브랜드의 역사는 새로 오픈한 부티크 곳곳에서 확인할 수 있는데, 이미 밀라노와 홍콩, 뉴욕, 파리는 물론 피렌체 부티크의 리뉴얼을 담당한 유명 건축가이자 디자이너 파트리시아 우르키올라(Patricia Urquiola)가 설계한 매장은 브랜드의 정수를 담고 있다. 바다와 함대에서 영감을 얻은, 참나무와 줄무늬 대리석, 광택이 느껴지는 청동과 목재 등으로 이루어진 매장 인테리어에서는 파넬라이의 발원지인 피렌체의 모습이 느껴진다. 이를 통해 피렌체에서 탄생한 브랜드의 정수와 바다의 연관성을 의미심장하게 표현한다. 부티크 입구에는 수중 군사 작전을 수행하는 이탈리아 왕실 해군 이미지가 디스플레이되어 있어 파넬라이가 최초로 잠수를 위한 시계를 만들었다는 것을 떠올리게 한다. 가장 인상적인 것은 대형 벽시계. 파넬라이의 시그니처인 샌드위치 구조의 다이얼은 인덱스 표시와 숫자를 슈퍼루미노바 처리해 깊은 어둠 속에서도 선명하게 빛난다. 이 샌드위치 다이얼은 빛이 거의 없는 수중에



1, 5 지난 2015년 12월에 오픈한 현대 코엑스 부티크. 2 2015년 워치 앤 액세서리 쇼에서 소개된 라디오미르 1940 3레저스 아워키오 42mm 그린 컬러 엘리먼트 스트랩이 파넬라이의 독특한 매력을 표현한다. 3 1860년 이탈리아 피렌체에서 탄생한 파넬라이의 첫 번째 부티크. 4 1939년 출시한 파넬라이 라디오미르 반트릭.

# tradition and Innovation

부쉐론은 견고한 전통을 기반으로 한, 프랑스 주얼리를 대표하는 브랜드다. 이 브랜드에 혁신을 더할 새로운 얼굴이 나타났다. 부쉐론의 새로운 CEO 헬렌 풀리(Hélène Poulit)와 나는 부쉐론의 역사, 그리고 내일에 관한 이야기. *photographed by koo eun mi*

## 부쉐론의 새로운 CEO 헬렌 풀리-뒤겐느

부쉐론은 역사적인 브랜드다. 전 세계 하이 주얼리의 수도라 불리는 방돔 광장에 최초로 부티크를 오픈하고 1백50년이 넘도록 최고의 고객들에게 놀라운 컬렉션을 선보이고 있다. 세계적인 명품 브랜드를 보유한 케어링 그룹에 소속된, 이 오랜 기업을 지닌 브랜드에 올해 새로운 CEO가 부임했다. 오랜 시간 동안 럭셔리 워치 분야에서 다양한 행보를 보인 여성 CEO 헬렌 풀리-뒤겐느(Hélène Poulit-Duquesne)가 주인공이다. 먼저 놀라운 아카이브를 지닌 부쉐론의 역사에 대한 존경심을 화제로 인터뷰를 시작했다. "CEO로 부임하고 부쉐론의 아카이브를 접했을 때 정말 놀라웠어요. 초기 작품부터 굉장히 유니크한 부분을 많이 담고 있습니다. 프랑스 초기 주얼리 역사를 살펴보면 자연을 모티브로 한다고 해도 아름답게 묘사한 것들이 대부분이에요. 하지만 부쉐론은 사실적인 자연 모티브를 훼손시키지 않고 강렬한 생명력을 표현하고 있습니다. 브랜드를 상징하는 에니멀 컬렉션과 썬벡 보헤, 팬지 컬렉션 등이 모두 이러한 사실을 보여줍니다. 특히 식물 같은 경우에는 야생화처럼 인공적이지 않은, 자연에서 볼 수 있는 그대로를 전달하려고 합니다. 이러한 정신은 내년에 선보일 에니멀 컬렉션에서 더 강조할 예정입니다." 하이엔드 워치 분야에 오래도록 몸담았던 입장에서 부쉐론의 시계 컬렉션을 어떻게 생각하느냐는 질문에 "제가 가장 좋아하는 컬렉션은 리플레입니다. 고드룬 모티브를 정교하게 케이스로 구현한 것은 브랜드의 클래식한 면모를 잘 표현했다고 생각해요. 여성스럽고 실용적이고요. 남성 워치인 애플워치 역시 용두를 카보숩 기법으로 세팅해 브랜드의 아이덴티티를 잘 드러냈습니다. 부쉐론은 스위스 바젤워드에 참가할 만큼 시계 분야를 중요하게 생각하지만 기술적인 면만을 강조해서 선보일 계획은 없어요. 주얼리 위치의 독보적인 매력만으로도 그 가치와 정통성을 대변할 수 있다고 생각합니다" 라고 답했다.



## 아시아 시장의 리더인 한국 시장을 주목하는 이유

헬렌 풀리-뒤겐느는 한국 시장에 이 예술적인 주얼리들의 가치를 알릴 수 있다는 확신을 가지고 있었다. "하이 주얼리를 구매하는 데는 많은 이유가 있지만 첫 번째 이유는 투자가치입니다. 금과 다이아몬드 등 보석에 해당하는 광물은 지난 50년간 꾸준히 그 가치가 상승해왔어요. 경제적인 투자를 하면서 기쁨과 아름다움까지 얻을 수 있는 경우는 주얼리 외에는 없어요. 두 번째로 한국 여성들에게 하이 주얼리를 추천하는 이유는 보석은 사람의 인생과 함께하는 동반자이기 때문이지요. 보석은 항상 특별한 날을 기념하고 축하하는 순간에 필요합니다. 결혼을 할 때나 처음 사회생활을 시작할 때, 아기가 태어났을 때 함께한 주얼리라면 영원히 잊지 못하겠죠. 저 역시 결혼반지를 보석함에 넣어두지 않고 착용하고 다닙니다. 제 남편도 보석은 착용했을 때 의미가 있다고 조언하곤 해요. 평생을 함께하는 주얼리는 생명력을 가지고 더 빛나게 된다는 사실을 한국 고객들에게 전달하는 것이 저의 미션입니다. 이러한 의미에서 올해는 가격 접근성이 좀 더 좋은 제품을 출시하려고 해요. 보다 많은 사람들이 부쉐론과 주얼리를 즐길 수 있도록 말이죠." 그녀는 또 "한국은 부쉐론에서 아주 중요한 시장이에요. 일본과 중국의 까다로운 소비자들이 굳이 한국에 와서 쇼핑할 만큼 서비스 퀄리티가 높은 편입니다. 고객들의 신뢰도 높고요, 고객들의 취향이 세련되어 테스트 마켓으로서의 가치도 훌륭합니다"라며 주얼리 브랜드의 수장으로서 한국에 대한 견해를 확실하게 전달했다. 부쉐론의 시그니처 아이템인 썬벡 보헤 다이아몬드 링과 퀴르 레디언트 에디션 링을 착용한 매력적인 여성 CEO 헬렌 풀리-뒤겐느가 부쉐론의 클래식한 가치를 더욱 높이고, 보다 많은 이들이 주얼리에 주목하게 만들 것을 약속했기에, 국내에서도 아름다운 하이 주얼리들이 날개를 달고 더 많은 이들과 만날 수 있게 되길 기대해본다. *에디트 배미진*

1 2015년 새롭게 부임한 여성 CEO 헬렌 풀리-뒤겐느.  
2, 3 인터뷰가 이루어진, 잠시 롯데 에비뉴에 위치한 부쉐론 부티크. 화이트와 골드 디자인의 상품 인테리오는 바젤워드에선 선보인 부쉐론 부스를 그대로 재현한 것이다.  
4, 7 부쉐론을 대중적으로 유명하게 하는 데 결정적인 역할을 한 퀴르 컬렉션. 최고의 세공력을 갖춘 부쉐론의 브랜드 가치를 고스란히 드러내는 정교한 디자인이다. 5, 6 방돔에서 영감을 얻은 썬벡 보헤 컬렉션. 최근 부쉐론에서 집중하는 컬렉션 중 하나로, 하이 주얼리부터 엔트리 컬렉션까지 다양하게 구성되어 있다. 8 에니멀 컬렉션 중 나뉘는 몰라 베어 링.

BOUCHERON  
BOUCHERON  
PARIS

# clear Shape

어느 각도에서 보아도 예쁜 얼굴은 타고나는 것일까. 여기 또렷하고 입체적인 페이스 라인을 완성해주는 키투어링 에센스를 주목하자. 클로즈업 사진에서도 당당할 수 있는 당신만의 비법이 되어줄 것. *photographed by park gun zoo*



(왼쪽 위에서 시계 방향으로) 클리닉 토탈 V 에센스 키투어링 퍼프, 클로즈업 사진에서도 당당할 수 있는 당신만의 비법이 되어줄 것. *photographed by park gun zoo*

항산화 물질인 3.5-DA 활성 성분을 함유해 탭핑한 피부와 입체감 있는 페이스 라인을 선사한다. 50ml 27만7천원 (한정 제품). 문의 080-332-2700

SK-II R.N.A. 파워 에센스 피부 리듬을 되찾아주는 SK-II 미인 피페라™ 성분이 높아진 피부 탄력을 끌어올린다. 30ml 13만1천원. 문의 080-023-3333

코스메 데코르테 AQMW 리플러션 울트라 탭핑 4D 세럼이라는 별칭이 붙은 이 각도에서 보아도 완벽한 얼굴 라인을 만들어주는 제품으로, 일주일간 사용하면 피부에 힘이 생기고 볼륨감이 살아나는 것을 느낄 수 있다. 30ml 19만원. 문의 080-347-0089

크리니크 스킨 피퍼니스 세럼 스위트 이온드 시드 추출물 이 얼굴선을 살려주고, 천연 콜라겐의 생성을 촉진하는 라미노아 디아제티가 피부에 탄력을 더해주는 세럼. 여기저기 찢어진 피부에 탄력을 부여하는 커피 시드 추출물까지, 동안을 완성해주는 3박자를 제대로 갖췄다. 50ml 12만5천원. 문의 02-3440-2773

세럼 리프트 세럼 유전적 요소가 아닌 후천적인 관리에 따라 피부 윤곽이 달라질 수 있다는 후성 유전학의 관점으로 탄생한 안티에이징 제품. 2013년에 출시한 리프트 크림에 이어 새롭게 선보이는 세럼으로, 노화를 막아주는

