

2023. 9. 19.(화) 석간용

이 보도자료는 2023년 9월 19일 오전 06:00부터 보도할 수 있습니다.



보도자료

담당부서 : 경제정책실 뷰티패션산업과

뷰티패션산업과장	권 소 현	02-2133-8761
뷰티산업팀장	안 미 진	02-2133-5232

사진없음 사진있음 쪽수 : 4쪽

국내 최대 면세점에 뷰티 중소기업 판로 열었다... '서울뷰티워크 전용관'

- 국내 최대 면세점인 롯데면세점 월드타워점·부산점에 '서울뷰티워크 전용관' 문 열어
- 서울뷰티워크 참가 기업 브랜드 9개 입점... MZ타깃 비건뷰티 브랜드 기획전도 마련
- 9.19.(화)부터 온라인면세점 기획전...K-뷰티 브랜드 인지도 제고와 매출 동시 견인

- 서울시가 국내 최대 면세점인 롯데면세점 월드타워점(9.15)과 부산점(9.19) 2곳에 '서울뷰티워크' 전용관이 문을 열고 영업을 시작했다고 9월 19일(화) 밝혔다. 서울뷰티워크를 통해 발굴, 육성하는 8개 유망 중소기업의 제품 135개가 입점해 해외 소비자를 만난다.
- 서울시는 롯데면세점과 함께 국내 뷰티, 패션산업 유망 브랜드 해외 진출을 확대하고 판로 개척을 지원하기 위해, 지난 5월 1일(월) 업무협약(MOU)을 체결하여 6월 27일(화) 롯데면세점 도쿄 긴자점 및 8월 11일(금) 월드타워점에 각각 '서울패션워크 전용관'을 개관한 바 있다.
- 한류열풍과 K-뷰티의 저력에 힘입어 국내 유망기업들에 대한 해외 시장 관심이 부쩍 높아진 상황. 코로나 이후 관광객이 폭발적으로 증가하는 추세인 만큼 '해외시장' 개척의 일환으로 '면세점' 전용관을 운영한다.

- 개관에 따른 운영은 서울시와 롯데면세점이 함께한다. 시는 전용관 내부를 조성하고 입점브랜드 선정 및 관리, 브랜드 홍보를 지원한다. 롯데면세점은 전용관 공간 제공, 기획전 구성, 매장 운영, 브랜드 판매실적 관리에 힘쓸 계획이다.
- 이번 롯데면세점 ‘서울뷰티위크관’에는 총 8개 기업이 참여한다. 시는 월드타워점에서 최근 K-뷰티 경향인 비건 콘셉트를 반영한 특별 기획전이 운영되는 만큼, 뷰티 제품에 관심 많은 ‘MZ세대(밀레니얼+Z세대)’가 큰 관심을 가질 것으로 기대하고 있다.
 - 2022~2023년 서울뷰티위크를 통해 발굴, 육성하고 있는 8개 유망 중소기업의 9개 브랜드(▲슬로소피, ▲키피터치, ▲에이스노, ▲물들임, ▲예쁘리, ▲하니술, ▲줄라이미, ▲제트티유, ▲아임낫어베이비)가 월드타워점과 부산점에 동일하게 입점한다.
 - 특히 월드타워점에는 별도의 공간을 구성하여 비건뷰티 기획전을 마련해 대표 브랜드 총 5개(▲슬로소피, ▲키피터치, ▲에이스노, ▲물들임, ▲예쁘리) 브랜드를 선보인다. 9월 19일(화)부터는 온라인면세점에서도 ‘순수의 뷰티 컬렉션: 서울뷰티위크 기획전’이라는 이름으로 해당 브랜드들을 만나볼 수 있다.
- 한편 ‘2023 서울뷰티위크’는 9월 21일(목)부터 24일(일)까지 4일간 DDP(동대문디자인플라자)에서 개최되며, 유망 뷰티 제품뿐만 아니라 패션·푸드·리빙테크 제품을 포함하여 서울의 라이프스타일 전체를 아우르는 전시 및 체험공간 등 많은 볼거리와 즐길 거리를 제공할 예정이다.

- 권소현 뷰티패션산업과장은 “서울뷰티위크를 통해 발굴한 중소기업을 지속적으로 성장시켜, 세계시장의 챔피언을 만드는 것이 궁극적인 서울시의 목표”라며, “중소 뷰티 브랜드 강국으로서 온·오프라인 면세점 판로를 통해 외국인 관광객들에게 K-뷰티기업의 기술력을 알려가겠다.”라고 말했다.

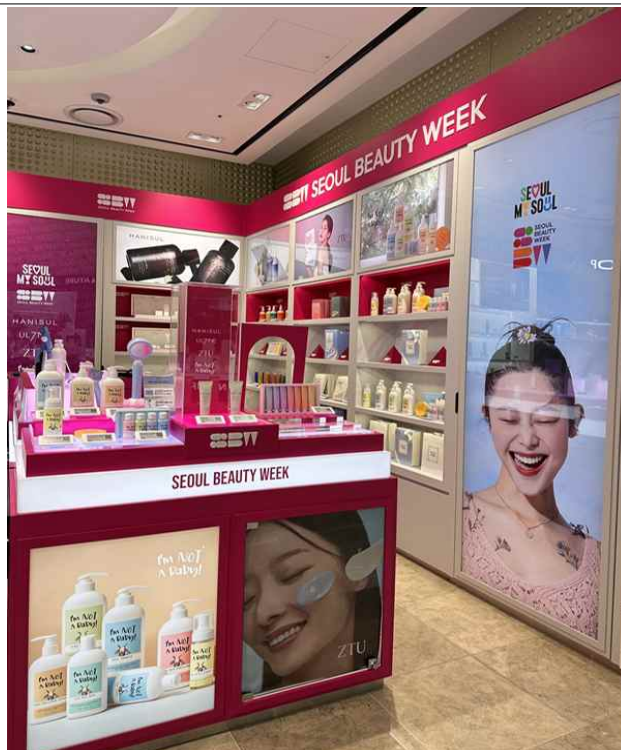
붙임 : 서울뷰티위크 전용관(롯데면세점 월드타워점) 매장 사진

붙임

서울뷰티위크 전용관(롯데면세점 월드타워점) 매장 사진



월드타워점-비건뷰티 기획전(구역1)



월드타워점 (구역2)