



Pushkar solitaire and Infini Étoiles wedding band platinum and diamonds.

# Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906



# Style

조선일보

MARCH 2016 vol.138







moncler.com



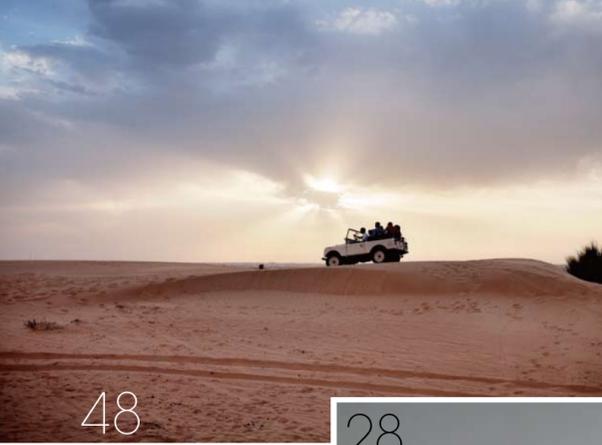


  
**GPHG**  
GRAND PRIX D'HORLOGERIE DE GENÈVE  
2014  
Ladies' Watch Prize

Heure Décentrée, petite seconde rétrograde  
Winner of the "Grand Prix d'Horlogerie de Genève" 2014

**JB**  
1735  
**BLANCPAIN**  
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BLANCPAIN BOUTIQUES  
블랑팡 직영부티크 · 갤러리아 EAST 지하1층 (02-6905-3367) · 현대백화점 무역센터점 2층 (02-3467-8426)  
에비뉴엘 2층 (02-2118-6474) 공식지정판매처 · 신세계백화점 센텀시티점 2층 드로어씨클 (051-745-1350)  
워커힐 면세점 B1층 (02-450-6576) · 신라면세점 서울점 2층 (02-2230-3868) · 신라면세점 제주점 2층 (064-710-7345)  
[www.blancpain.com](http://www.blancpain.com)



48

28



표지에 등장한 이미지는 이탈리아 명품 브랜드 토즈의 2016 S/S 광고 캠페인이다. 모델이 착용한 가방은 토즈 더블 T(Double-T) 백. 토즈의 새로운 시그니처 디테일인 2개의 T 모티브가 장공정역할을 한다. 교체 가능한 스트랩 덕분에 매우 실용적이다. 문의 02-3438-6008



12

# Style 조선일보

Issue.138 March 2016

- 16 **NEW CHINA WAVE** 중국의 문화 지형을 새롭게 만들어가고 있는 젊은 작가 4명을 그들의 베이징 스튜디오에서 마주했다.
- 18 **HAPPY BIRTH GEM** 나를 위한 선물, 혹은 가까운 사람의 행복을 빌어주며 새삼한 배려까지 담을 수 있는 탄생석 주얼리.
- 20 **2016 SIHH** 제네바 2016 SIHH에서 위용을 뽐낸 최고 워치 브랜드의 2016년 가장 주목해야 할 신제품을 <스타일 조선일보>가 엄선해 소개한다.
- 24 **BORN IN LE SENTIERS** 스위스 시계 문화유산의 진정한 전달자가 된 예거 르쿨트르의 르 상티에 매뉴팩처에 <스타일 조선일보>가 다녀왔다.
- 25 **GENTLE ELEGANCE** 모던한 남성을 위한 심플한 주얼리 컬렉션.
- 26 **GET IT BAG** 우리의 마음을 설레게 할 신상 백이 가득하다. 올봄에는 어떤 멋진 가방이 우리의 지갑을 열게 할까.
- 28 **TWO OF US** 낮익은 듯 낯선 이번 시즌 트렌드는 다양함을 넘나들며 현란하게 새로운 시즌의 오프닝을 예고한다.
- 36 **LIVELY SPIRIT** 요즘 가장 트렌디한 패턴과 디테일을 더한 쿼터 스웨트셔츠.
- 37 **CITY TO SURF** 이 시대 모던한 남성을 위한 지 제-NZ Zegna)의 액세서리 컬렉션.
- 38 **WHAT A NEW PARADISE** 리뉴얼을 마치고 새로운 쇼핑 메카로 주목받는 신세계백화점 강남점은 다채로운 테이스터를 충족시킬 뿐 아니라 한층 업그레이드해줄 것이다.
- 40 **BLUE LIGHT PROTECTION** 랑콤 UV 엑스퍼트 차단 CC 크림과 '블랑 엑스퍼트' 듀오가 함께한다면 건강한 장맛집 피부로 다시 태어나는 것은 시간문제다.
- 42 **RADIANCE SKIN** 글레드보 보떼가 새로운 차원의 관리를 이야기한다. 글레드보 보떼의 믿음직스러운 뉴 스킨케어 컬렉션.
- 44 **PREMIUM SHEET** 사치가 아닌 피부를 위한 값진 투자, 프리미엄 시트 마스크.
- 45 **ART OF THE TRENCH** 버버리 아트 오브 더 트렌치는 전 세계 누구든지 버버리 트렌치코트를 입은 모습을 소셜 네트워크 기반의 웹 사이트에 올리고 공유할 수 있는 문화 프로젝트다.
- 46 **EDITOR'S PICK** <스타일 조선일보> 기자들이 체현한 이달의 뷰티 아이템.
- 47 **VISION OF BEAUTY** 클리앙스의 브랜드 프레젠테이션 나탈리 바델과 그녀를 서포트하는 과학 커뮤니케이션 담당 마리 헬렌-레르를 직접 만나 클리앙스의 미래, 럭셔리 뷰티의 비전을 들어보았다.
- 48 **ENDLESS CHARMS OF DUBAI** 착박한 시막에 피어난 한 달기 꽃 같은 두바이. 이곳이 세계적인 메트로폴리스로 발돋움한 데는 막대한 자본과 기술만큼이나 '불가능은 없다'는 인간의 집요한 의지도 큰 몫을 했다.



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  
 에디터 | 이지연 easyear@chosun.com 아트 디렉터 | 이은옥 okida0820@naver.com  
 교열 | 이정현 어시스턴트 | 김수민 광고 · 마케팅 | 박영하 yhpark@chosun.com  
 김준석 adjoons@chosun.com 박승원 shpark@chosun.com 재무 | 이민희 mhlee@chosun.com  
 분해 · 재판 | 새빛 그래픽스 인쇄 | 타라티피에스 발행처 (주)스타일조선 서울시 용산구 서빙고로 413  
 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.

※ 3·4·9·10월은 첫째, 셋째 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

Salvatore Ferragamo  
 SHOP FERRAGAMO.COM



**Jewel COLOR FORCE**

모든 것에 생명력을 불어넣는 색색의 컬러, 아름다운 유색석 주얼리.

(왼쪽 위에서 시계 방향으로) 핑크 골드에 루신 컷 그린 유색석을 세팅한 무사(Musa) 컬렉션 링 가격 미정 **블가리**, 핑크 사파이어와 다이아몬드의 조화가 아름다운 인텐트 드래곤볼라이 키 펜던트 139만원에 **타피니**, 남계를 펴고 있는 공작새 모티브가 아름다운 헤라 사파이어 링 33만원에 **부세온**, 생동력을 상징하는 까마귀에 하이 주얼리 패턴 브로치 핑크 사파이어 가격 미정 **기르메디에**, 칼러 스톤의 색감을 즐기기 위해 라일락 컬러 자수성을 심플하게 세팅한 루비노 링 1백60만원에, 남양진주에 레드 가스를 세팅한 리판드 2리플리노 가닛 링 3백70만원에 **두 타시마**, 에디터 **베이지**



**Fashion PRINT EFFECT**

활짝 핀 봄날의 플라워 패턴부터 스트라이프, 입술 모티브, 그래픽 프린트까지 자미디의 상상력과 감성을 표현한 프린트의 향연.

(왼쪽 위에서 시계 방향으로) 꽃 패턴 장식의 바케트 백, 앞에는 경쾌한 스트라이프 패턴, 뒤에는 클래식한 이그조틱 레더로 이뤄진 듀얼 페이스 다, 18x11cm, 4백만원에 **렌디**, 플라워 패턴 프래임 샌글라스 40만원에 **돌체인기비나 by 루스티카**, 로맨틱한 입술 프린트가 새겨진 클러치 백, 27.5x13cm, 1백50만원에 **로저 비비에**, 반트지한 플라워 프린트 장식의 GG 보스탄백, 26x17cm, 1백77만원에 **구베**, 팝아트적인 인그의 플로럴 패턴 슬링백 1백70만원에 **로저 비비에**, 레킷 프린트 다이나믹 백, 18x11cm, 3백50만원에 **프라다**, 에디터 **이저전**



**Beauty SMART BEAUTY SUPPORTERS**

30대가 되니 어떤 피부로 노년다. 화장물만으로 참터 없이 매끈한 피부를 유지하는 나이는 자랐다는 것을, (스타일 조신일보) 에디터 40이 화장물의 효능을 높여주고 눈에 띄는 피부 개선 효과를 선사해줄 뷰티 디바이스를 체험했다. 하루 최소 1~15분만 투자하면 된다. 이보다 더 간편하고 효과적인 홈 케어가 어디 있을까 (왼쪽부터 시계 방향으로) 강도를 조절할 수 있는 고주파 마사지를 가정에서 사용할 수 있다. 만? 야기 에 즉 주름과 아가 근육통 관리까지 가능하다면 정말 매력적이긴 않은지. 동그란 초의들처럼 생긴 '실론 실루엣 고주파 보디 관리기'는 원하는 부위에 문지르면 한 번 피부 진피층까지 고주파가 침투하는 것이 특징. 피하 지방 감소, 탄력 개선, 콜라겐과 엘라스틴 함유 성분 등의 기능으로 피부 탄력을 향상 시킨다는데, 가장 중요한 것은 빠지지 않고 일주일에 2회 20분씩 사용해야 한다는 점이다(50만원), 문의 02-700-6023. **by 에디터 베이지** 한 손에 쏙 집히는 스틱형의 **베이지 이온 마사지기**는 피부과에서 받을 수 있는 비타민 이온 관리의 홈 케어 버전으로, 피부가 침투해지고 트러블이 올라올 때 종종 받는 관리와 이온 마사지의 흡수 효과가 더욱 높았다. 양이온이 방출될 때 피부 노폐물을 빼주고, 음이온이 일면 피부에 스며들어 유해 성분을 침투시키기에 클렌징 후 토너를 바른 다음 양이온 성분으로 마사지를 하고, 비타민 세럼을 듬뿍 발라 음이온 성분으로 정성껏 마사지했다. 모든 기능은 3분 후 자동으로 꺼지는데, 주의 사항은 한 부위당 5분 이상 하지 말아야 한다는 것이다(12만원), 문의 080-500-1963. **by 에디터 권유진** 베이비온의 클렌징 인텐서로 페이스 마사지가 가능하다는 것, 알고 있었는데? **베이비온 클렌징 마사지기**는 백금으로 코팅해 민감스킨은 사용감과 함께 피부에 좀 더 인연하게 사용할 수 있도록 고안된 것. 크림을 얼굴에 듬뿍 바른 후, 턱 선을 시작으로 광대, 관자놀이 등 얼굴을 정성스럽게 마사지 하면 부담스럽지 않은 진동 자극이 원활한 클렌징 효과를 볼 수 있고 피부 탄력을 증진시킨다. 단 하나만으로 2가지 모두 해결 가능한 특별한 뷰티 디바이스를 찾았다면 이 제품이 최선의 초선스기야(백)가 클렌징 인텐서 20만원에, 클렌징 마사지기 30만원, 문의 080-850-5454. **by 어시스턴트 김서연** 진동 클렌징의 원 조라 할 수 있는 클리닉에서 선보이는 한 단계 더 진화한 클렌징 디바이스, **클리닉스비 스틱 프로 파이프**, 진동 클렌저를 한 번도 안 써본 사람은 있어도 한 번만 사용해본 사람은 극히 드물고, 실제 임상 실험 결과 손 세척보다 11배 더 강력한 클렌징 효과를 볼 수 있다고 하니 피부가 건강해지는 것은 당연지사. 스틱 프로 파이프는 기계 하나로 얼굴은 물론 전신 케어까지 가능하다. 함께 내장된 보디용 브러시 헤드만 교체하면 발두문자와 무릎 등 보디관리 따로 케어할 수 있으며, 패드 케어용 브러시를 구입하면 발뒤꿈치까지 관리할 수 있다(28만원에), 문의 02-3497-9532. **by 에디터 이자전**

**INSIGHT**

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

**Design 일상에 윤기를 더해주는 리빙 디자인의 미학**

평범한 일상에 진풍경을, 또는 싱그러게 빛나는 소품은 삶에 윤기를 더해준다. 주방이라고 예외는 아니다. 아니, 요즘은 다른 어떤 공간보다 주방이나 작업실에 신경 쓰는 경우가 많다. 더 건강하고, 즐겁고, 편리한 식문화에 대한 관심이 점점 더 커져가고 있기 때문이다. 그런 수요를 반영하듯 브랜드 감성을 투영한 주방 기기와 소품이 잇따라 나와 주목된다. 네스프레소는 캡슐 커피 머신만이 아니라 캡슐 자체 디자인으로도 인정받는 브랜드인데, 올 초 아심 차게 선보인 한정판 캡슐은 그런 감각을 여실히 보여준다. 단일 원산지 커피로 만들었다는 맥락에서 '퓨어 오리진'이라는 수식어가 붙은 '르완다 레이크 카부'와 '멕시코 차피사' 2종으로, 봄날의 신선함을 살리기 위해 색상의 조화가 돋보인다. 각각 커피 생산지로 주목받고 있는 르완다의 카부 호수와 멕시코의 차피사 지역의 이름을 딴 것이다. 네스프레소는 이 2종의 한정판 캡슐의 편칭을 기념해 국내 인플루언서로 발탁한 배우이자 화가 하정우의 최신작을 모은 전시회도 열었다. 현재 '유', '유일크', '라 타시마 타처' 등 네스프레소 3종 기기 합인 행사도 진행 중이다. 열혈 팬층을 거느린 이탈리아 브랜드 알리(ILI)의 경우에는 어느 공간에서나 은근하게 조화미를 발하는 캡슐 커피 머신이 호응을 얻고 있다. '프랑스스 프란시스 X9'이라는 30만원대 모델이다. 타원형에 은빛 크롬 알루미늄 케이스를 적용한 제품으로 투입구를 열지 않은 상태에서 서랍만 보충할 수 있다는 것이 장점. 원터치 버튼으로 에스프레소, 또는 에스프레소 롱고 중 하나를 택해 커피를 추출할 수 있다. 디자인으로는 둘째가라면 서러워하는 브랜드 드롱기의 디스틴타(Disinta) 캡슐선도 눈길을 끈다. 크롬 도금 차리한 무광 메탈 소재가 세련미를 풍기는 이 제품 라인업은 커피 메이커, 전기 주전자, 토스터 등 3종 시리즈도 구성돼 있다. **에디터 고성연**



네스프레소 한정판 캡슐, 드롱기 디스틴타 캡슐선, Francis Francis X9 iPerEspresso Machine, 일리 프란시스 프란시스 X9

**Book <CJ의 생각: 문화에서 꿈을 찾다, 7가지 창조적 여정>**

(응답하라 1988), <꽃보다 청춘>, <시그널>, <베터링>... 최근 대한민국 문화계를 뒤흔든 흥행작들의 배경에는 'CJ'라는 두 글자가 있다. TV와 스크린을 장악하는 대중문화 콘텐츠뿐만 아니라 레스토랑, 슈퍼마켓 등 먹고 즐기는 우리네 일상에 가장 깊숙이 들어와 있는 이 기업의 렌즈를 통해 문화 산업의 면면에 대해 조명하는 책이 나왔다. 주로 실력과 일기투를 팔다가 '문화'라는 키워드로 사업에 뛰어들어 지어낸 20여 년의 CJ의 글로벌 문화 콘텐츠 기업에 관한 '도전기'를 담은 <CJ의 생각>이다. (스타일 조신일보) 퍼처 디펜더이기도 한 저자 고성연이 20년에 걸친 CJ의 창조적 여정을 배경으로 이 기업의 과거, 현재, 미래를 아우르는 책이다. 치열한 글로벌 문화 산업 전쟁에서 우뚝하게 버티는 CJ의 20년 '도전기'를 방대한 자료와 인터뷰를 바탕으로 총망라한 최초의 대중서이기도 하다. '응답하라' 시리즈로 복고 열풍에 빠져들고, <미생>으로 사회적 분위기를 일으켰으며, 다양한 라이프스타일을 이끄는 CJ에 익숙한 테지만 사실 아무런 원천 없이 '문화'에 뛰어들어 이 기업의 20년 여정은 생각보다 성공보다 시행착오가 훨씬 더 많았다. 자란 고군분투기였다. 더구나 한국에서는 아무도 가보지 않은 길이었다. 그래서 글로벌 영화를 만들고, 멀티플렉스의 정을 열며, 블록버스터 시대를 본격적으로 펼치고, 홀스피에 엔터테인먼트를 입회해, 식품을 식문화 콘텐츠로 빛내면 그 여정은 비록 완벽하지는 않을지라도 '문화'에 대한 '고민'이 여실히 반영된, 그리고 수많은 크리에이터들의 열정과 믿음이 스민 행로였다. 이 책이 CJ의 문화 사업을 이끈 전략적 선택과 비전의 바탕이 된 '생각'에 초점을 맞추고 있는 이유다. 7장에 걸쳐 그 '생각'을 쉽게 설명하고, 각 장마다 통찰을 더해주는 교량도 케이스 스터디를 엮어 읽는 재미를 준다. 드림웍스 투어를 계기로 쌓아온 스튜디오 시스템의 내장을 증명해준 영화 <살국영화>, 10년 만에 트렌드를 이끄는 콘텐츠 스튜디오가 된 TVN의 브랜드 스토리, 하버드 MBA에서 주목한 KCON 같은 문화 축제 등의 사례가 있다. 가격 1만3천8백원(출판권 포함). **에디터 이자전**





요가 매트와 보관하는 포켓과 함께 넉넉한 수납공간을 자랑하는 투웨이 크로스 백 5만5천원 배럴.

경쾌한 움직임을 돋보이게 해줄 플리츠 디테일의 테니스 스커트 15만원대 리코스테.

강한 햇빛으로부터 눈을 보호해줄 동그란 프레임의 선글라스 34만 원원 AM 아이웨어 by 울타디탈유.

데님 질라 포인트의 피케 셔츠 24만9천원, 누유의 스카티 디자인을 패턴화한 윈드브레이크 43만8천원 모두 만상웨어.

흰핑크, 오렌지, 옐로 색상의 컬러풀한 골프공 2만8천원 세트 마크엔로나.

보디셰이퍼를 탄탄하게 잡아줄 심버 광택감의 롬보이름 8부 레깅스 62만9천원 크로코 스포르티브.

# for her Selection

겨우내 움츠렸던 몸을 펴고 새롭게 운동을 결심하는 이들이 많은 계절. 패션 아이템으로도 손색없는 스포츠 웨어 컬렉션을 소개한다. *photographed by kim do hyun*

리본과 그레이 컬러의 아우러진 배니 소재의 여성용 장갑화 17만원대 풋조이.

가족과 체인이 아우러진 스포티한 무드의 브레이슬릿 22만원 프라다.

브랜드를 상징하는 모티프가 돋보이는 모티프 및 각 색상의 매달릴 수 있는 볼트 9만8천원 크로코.

스포츠용 물병 10.10 리터 용량을 자랑하는 1.7리터 용량.

반짝이는 홀로그램 나일론을 다룬 스파이 크로스백, 2만9천원 배럴.

세련미와 여성적인 분위기를 풍기는 에티켓용 가방 1만 원.

화려한 스팅글 장식의 리본 모티프가 매력적인 골프 글러브 10만8천원 마크엔로나.

휴가를 떠난 패밀리의 모습을 새긴 가죽 패치워크 캔버스 소재 쇼퍼 백, 41x40cm, 3백39만원 돌체앤가버나.

골프 클럽 백 46x86cm 44만원, (왼쪽부터) 915F 우드 40만원, 915D 드라이버 90만원, 915H 하이브리드 38만원, 716 AP2 아이언 1백40만원, SM5 웨지 21만원 모두 타이틀리스트.

휴대하기 편리한 사이즈의 미니 이온, 0.5kg, 가격 미정 리복.

운동 시 미모까지 함께 도와주고 허리 통증이 생겼을 때 도움을 주는 트라이앵글 매트, 5mm, 7만원대 나이키.

- 돌체앤가버나 02-3444-0077
- 리코스테 02-542-9101
- 크로코 골프 02-2007-3343
- 마크엔로나 02-310-1419
- 만상웨어 02-2007-8820
- 배럴 1899-8751
- 리복 02-3446-4058
- 나이키 1577-1360
- 풋조이 02-3014-3800
- 프라다 02-3442-1830
- 울타디탈유 02-522-4343
- 타이틀리스트 02-3014-3800
- 크로코 스포르티브 02-517-7786



www.brunellocucinelli.com



BRUNELLO CUCINELLI

브루넬로 쿠치넬리 청담 전문점 / 신세계백화점 본점, 강남점, 센텀시티점  
현대백화점 압구정본점, 무역센터점, 목동점, 판교점, 대구점, 부산점  
갤러리아 EAST / 롯데백화점 에비뉴엘 / AK플라자 분당점



스포츠용품을 위한 스포티한 우트를 품은 장기는 실용한 40cm 길이 보스턴백, 50x30cm, 17만원대 **타이틀리스트**.

가볍고 활동량이 많아도 흘러내리지 않도록 고안된 스포츠 선글라스, 40만원대 **프라다 by 투스타카 코리아**.

플러시 데이지 톤이든 그레이 컬러 스타일을 볼수록 30만원대 **라코스테**.

생활에서 여러 라운지에 적합한 니트 스웨치까지 바나 **19백7만원** **해밀턴**.

메시 스웨치, 스웨치 가죽을 매칭해, 스포티 특이 포인트를 아예, 청색을 테두리하는 스니커즈 50만원대 **자켓**.

운동할 때 머리카락이 흐트러지는 것을 방지하고 흐르는 땀을 흡수하기 위한 테라링 유잉 **헤어밴드**, 1만5천원 **데산트**.

# for him Selection

본격적인 라운딩의 계절이 돌아왔다. 차분한 모노톤에 블루와 레드, 오렌지 컬러로 포인트를 준 스포츠 아이템.

photographed by yum jung hoon

골프 클럽을 구분하기 쉽게 다른 모양으로 표시해준 헤드 커버 각 9만원 **타이틀리스트**.

10시 방향의 푸셔를 통해 크로노그래프 기능과 월드타이머 기능을 전환할 수 있다. 직경 45mm의 스테인리스 스틸 케이스에 러버 소재 스트랩을 장착한 크로노 월드타이머 쿼츠 워치 1백67만원 **해밀턴**.

상황에 따라 테일러드 랜턴, 팬던트 램프, 플래시 등 다양한 방법으로 사용 가능한 보나 라이트 18만원 **코오롱스포츠**.

충분한 수납공간과 신발 주머니를 별도로 장착해 골퍼의 활동성을 높인 스탠드 백, 90x42cm, 65만원 **제이민드버그**.

50가죽 소재의 일탑 주츠 50만원 **라코스테**.

브랜드의 시그니처인 스컬 모티브와 카무플라주 패턴이 어우러진 벨트 17만8천원 **미뉴에르나**.

신뜻한 오렌지 컬러 라이닝이 특징인 테스트 소프트 카프 소재 백팩, 46x46cm, 2백만원대 **프라다**.

하든 버튼 디테일의 화이트 티셔츠 19만8천원, 뉴욕 스카이라인을 본뜬 패턴을 담은 니트 베스트 23만8천원 모두 **민상웨어**.

- 데산트 080-565-5600
- 라코스테 02-542-9101
- 라코스테 02-542-4177
- 라코스테 02-2007-3343
- 미뉴에르나 02-310-1419
- 민상웨어 02-2007-8820
- 제이민드버그 080-938-0000
- 자켓 02-546-6287
- 코오롱스포츠 02-545-8886
- 타이틀리스트 02-3014-3800
- 해밀턴 02-3149-9593
- 프라다 02-3442-1830
- 투스타카 코리아 02-501-4436



# ISSEY MIYAKE

- THE SHILLA SEOUL 02-2231-6282
- HYUNDAI MAIN 02-3438-6290
- HYUNDAI COEX 02-3467-8433
- HYUNDAI KINTEX 031-822-3277
- HYUNDAI PANGYO 031-5170-1268
- HYUNDAI BUSAN 051-667-0440
- HYUNDAI DAEGU 053-245-2225
- HYUNDAI ULSAN 052-228-0475
- SHINSEGAE MAIN 02-310-5358
- SHINSEGAE GANGNAM 02-3479-1787
- SHINSEGAE GYEONGGI 031-695-1383
- SHINSEGAE CENTUM CITY 051-745-2468
- LOTTE MAIN 02-2118-6099
- LOTTE JAMSIL 02-2143-7213
- LOTTE BUSAN 051-810-4217
- AK PLAZA BUNDANG 031-781-8258
- DEBEC PLAZA 070-7123-8367

www.isseymiyake.com

©2015 ISSEY MIYAKE INC.

루이 비통 재단 미술관(FLV) 초청 작가 스튜디오 탐방기 ② 베이징

# new China Wave

“중국인 스스로 깨어나고 스스로 서야 비로소 탈출구가 생긴다. 중국 예술은 오래된 신화에서 점점 ‘특수한’ 모습으로 오늘의 세계에 출현하려 하고 있다. 결국 관건은 현재의 사람들이다.” 중국 현대미술계 ‘4대 천왕’으로 꼽히는 장샤오강은 이런 말을 던진 적이 있다. 그의 발언은 최근 전 세계적으로 다시 뜨거운 관심을 받고 있는 중국 현대미술을 다채롭게 조명하는 차원에서 파리 루이 비통 재단 미술관(FLV)에서 열리고 있는 기획전 〈본토(本土, Bentu)〉가 내세우는 정수와 맞닿는 측면이 있는 듯하다. 오는 5월 2일에 막을 내리는 이 전시 큐레이터는 ‘본토’가 민족주의적 개념이 아니라 보편적이고 중대한 정체성을 재발견하는 데 있어 ‘로컬’과 ‘글로벌’을 조화롭게 담아내는 변증법적 설명이라고 강조한다. 다시 말해 ‘현실의 중국’을 관찰하고, 그 복잡한 변화를 몸소 겪어내며 자기만의 역량과 스타일을 반영하는 이들에게 초점을 맞춘 것이다. 것처럼 생생한 기상이 느껴지는 아티스트들을 가장 많이 발견할 수 있는 도시는 아무래도 베이징이다. 〈본토〉전에 참여한 12명의 작가 중 대다수도 베이징을 근거지로 활약하고 있다. 그중 1970~80년대에 태어난, 현재 중국의 문화 지형을 새롭게 만들어가고 있는 젊은 스타 작가 4명을 그들의 베이징 스튜디오에서 마주했다.

중국 아방가르드 미술을 이끈 또 다른 ‘4대 천왕’ 쟁판츠는 ‘흔들기’던 자신이 1990년대 초 베이징으로 상경해 동자를 틀었는데, 당시 두려움, 불안 등의 복잡한 심정에 휩싸여 절규하듯 그린, 불룩한 핏줄이 솟은 커다란 손, 하얀 가면을 쓴 기형적인 얼굴이 등장하는 ‘미스크’ 연작으로 큰 명성을 얻었다. 하지만 언젠가부터 익숙해져버린 베이징에 대한 작가 특유의 정서는 자연스레 사라졌다. 한 인터뷰에서 나온 그의 표현을 빌리자면, “나는 이제 적용이 돼 마스크를 벗었고, (그런 그림을) 더 이상 그릴 수 없다”라고 했다. 홍콩 경매에서 유향 ‘최후의 만찬’으로 아시아 현대미술 최고가를 기록하기도 했을 만큼 대작가로 성장한 그는 여전히 베이징에 아틀리에를 갖고 있다.

같은 장소라도 누군가에겐 낯설기 짝이 없는 메마른 디스토피아일 수도, 누군가에겐 유토피아 수준은 아닐지라도 이런 저런 추억이 그득한 뜻깊은 휴식처일 수도 있다. 그곳에서 흘러가는 시간이 쌓이면서 어떤 스토리가 채워졌느냐에 따라 풍는 정서가 달라질 테니까. 어쨌거나, 계속 버티내며 살아가려면 그곳은 믿든 고통을 지겨워야 할 ‘살’의 터전일 것이다. 한때 ‘거품론’이 일 정도로 대단한 존재감을 뽐내온 예술 도시로서의 베이징. 그곳을 보금자리로 삼고 있는 아티스트 중에는 꿈을 품고 예술의 본산지를 찾아온 이들도, 격랑의 세월을 견디면서도 곳곳이 고향으로서의 베이징을 지켜낸 이들도 있다. 확실한 건 오염된 공기로 악명 높은 이 도시에는 무게감이 넘다. 예술적 기운이 곳곳에 흐른다는 점이다. 베이징의 공기를 예술혼으로 물들이는 ‘4인 4색’ 스튜디오를 찾아간 날에는, 마침 비바람을 실어준 자연의 손길 덕분에, 이 도시에서 1년에 몇 번 고기 힘들다는 청명하기 지났는데 하늘이 활짝 드러났다.

**뉴욕을 사로잡은 멀티미디어 아티스트, 카오페이**  
베이징 차오양 구(Chao Yang District)의 한 건물. 안으로 들어서자 회색 콘크리트 바닥에 고전적인 느낌의 커튼, 낡은 페브릭 의자, 빨간 칠을 한 철문. 마치 아날로그 시대의 극장을 연상시키는 인테리어가 펼쳐지고, 갈색 단발이 잘 어울리는 동그란 얼굴의 여성이 나온다. 아이를 둔 엄마라고는 믿기지 않을 만큼 동안인 1978년생 멀티미디어 아티스트 카오페이(Cao Fei). 이때쯤 얼굴에 번지는 수줍고 온화한 미소가 호감을 절로 불러일으킨다. “실제로 극장으로 쓰인 낡은 건물을 1980년대 스타일로 다시 꾸민 거예요.” 스튜디오 여기저기를 보여주면서 그녀는 자신의 주 작업실로 활용하고 있다는 널찍한 지하 공간에서 동영상 작품 여러 편을 틀어줬다. 첫 번째 작품은 ‘힙합(Hip Hop)’(2006). 자신의 고향 광저우를 배경으로 어린아이, 공사판 인부, 노인 등 다양한 인물들이 경쾌한 리듬에 맞춰 몸을 흔드는 영상이 어깨춤을 절로 추게 만든다. 문호 개방과 자본주의, 디지털 물결에 휩쓸린 ‘바랑허우’ 시대의 특성을 잘 나타내는 카오페이의 작품들은 실재와 가상의 경계를 흐리면서 희극과 비극적 요소를 함께 담아내는 경우가 많다. 그녀에게 유명세를 안겨준 ‘코스플레이어(Cosplayers)’ 역시 그런 작품. 광저우의 풍요로운 도시 풍경과 빈곤한 노동계급 가정이라는 대조적인 배경 속에서 만화나 게임 캐릭터로 변신을 거듭하는 ‘코스프레’에 빠진 젊은이들을 비취준다. “당시 그런 젊은이들이 많았는데, 그들은 실제 생활로 돌아가면 괴리감이 더 외로움을 느끼죠. 이런 작품은 시대 변화를 반영하는 ‘비주얼 문서’라고 생각해요.” 그녀의 작품 세계에는 출중한 매력이었다. 결코 난해하지 않고 눈을 고정시키는 데다 내용이나 메시지에 상관없이 은근히 희망적인 진황

을 남긴다. 또 배경음악 선택이 탁월하다. 러브콜이 쏟아지는 게 당연하다. e유토피아를 소재로 한 애니메이션 기반의 ‘RBM 시티’로 뉴욕 구겐하임 뮤지엄에 소장되는 영예를 얻기도 했고(FLV의 중국 작가 소장품을 소개하는 〈컬렉션〉전에도 8월 29일까지 전시된다), 최근 BMW 아트카 프로젝트에 선정되기도 했다. “상업 영화에 도전해볼 생각도 있다”라며 총기 어린 눈빛을 내뿜는 그녀의 행보가 궁금하다.

**전통의 정수를 현대적으로 풀어내는 보석, 하오리양**  
‘차오창디 예술구’. 이제는 몹시 화려해진 베이징의 아트 허브 ‘798 다산즈 예술구’의 높은 임대료에 밀려 거처를 옮긴 예술가들의 작업실과 갤러리가 모여 있는 곳이다. 그중 회색 벽돌 건물이 감싼 네모난 마당에 들어섰다. 벽에 비스듬히 기댄 자전거, 열은 청록색 문. 해사한 날서 덕분인지 예쁜 연서가 따로 없다. 이곳에 천장이 높고 햇빛이 적당히 스며드는 작업실 하나를 점유하고 있는 한 젊은이가 반갑게 인사한다. 다소 구부정한 어깨에 조용하지만 말씨가 단호한 그는 청두 출신으로, 주로 비단에 붓으로 채색하는 중국 전통화계의 보석으로 여겨지는 하오리양(Hao Liang). 수 년 전 세계적인 아트 페어인 아트 바젤에서 주목을 받기도 한 30대 초반의 아티스트다. 이렇게 전동화를 전문으로 하는 젊은 층을 찾기란 쉽지 않다. 기법이나 소재 면에서 계승 가치가 높지만, 일정 수준에 이르기까지 상당한 시간과 수련이 요구되는 분야이기도 하다. 그런데 그는 왜 현대미술 작가들에 포함될 걸까? 파스텔 같은 연한 색조의 산과 구름, 꽃, 나무, 인물. 그의 작품은 언뜻 보면 ‘현대미술 맞?’라고 생각할 수 있다. “보시다시피 정원이예요. 그림의 배경이 된 실제 장소도 있어요. 그런데 사실은 달라요. 현실에는



Liu Wei



Hao Liang

존재하지 않는 가상의 정원이죠.” 수려한 중국식 정원이 담겨 있는 실크 두루마리를 길게 펼치면서 그는 작품에 대해 설명한다. 뭔가 다르긴 하다. 풍경이든 인물이든 문헌적이고 추상적인 기운이 묻어난다. 그리고 보니 벽에 기대어 있는 그의 다른 작품들도 비슷한 오라를 뽐냈다. 역사적, 철학적 소재를 현대의 사회적 이슈와 병치시킨다고 했다. 현재 파리에서 열리고 있는 〈본토〉전에 내놓은 그의 작품 ‘The Virtuous Being’(2015)에서도 그런 면모가 느껴진다. 중국 연산 산맥을 배경으로 한 명(明)나라 시대의 정원으로, 문화대혁명 때 파괴됐다가 1990년대에 관광지로 복원된 곳이다. 무지개를 배경으로 관람차가 돌고 있는 풍경과 여백의 미가 묘한 조화를 일궈낸다. 여운이 잔란 작가다.

했는데, “사물의 공간적 관계를 다뤄보고 싶었다”라고 말하면서 스스로 고개를 가우뚱했다. 그는 자신에게 예술이란 게 뭘지 설명하기도 힘들다고 겸연쩍어했다(진심으로 어려워하는 눈치). 확실한 건 그의 작품은 많은 이들의 눈에 매혹적이라는 점이다. 디지털 이미지에서 캔버스로 옮겨낸 기하학적 추상화, 책이나 TV, 냉장고, 나무 문짝, 동물 내장 같은 일상의 물건을 활용한 다양한 조각이나 설치물 등 그의 다채로운 작품 세계는 단단한 지지와 인기를 누려왔다. 1972년 베이징에서 태어나고 공부한 그는 어디로 뿔치 모르게 급변하는 중국 사회와 경제성장에 따른 도시성, 그에 영향받는 인간의 삶과 정체성이라는 주제를 어떠한 형태나 이데올로기에 구속받지 않고, 다양한 방식으로 풀어내려고 애쓰는 작가다. 홍콩 화이트 큐브, 뉴욕 리먼 포먼 등 경쟁한 갤러리에서 단독전을 개최하고 세계 곳곳의 비엔날레

**베이징이 낳은 진정한 팔방미인, 리우웨이**

요즘 가장 ‘핫한’ 중화권 작가로 손꼽히는 리우웨이(Liu Wei)의 스튜디오는 그 공간 자체로도 탐이 난다. 빈티지 가구와 컨템퍼러리 가구, 애플 컴퓨터 같은 첨단 기기, 당구대가 공존하면서 벽에는 작가의 회화 작품들이 윤기를 더해주는 사무실. 한편에는 팬츠를 커피 머신도 있다. 색 바랜 잠바와 스니키 바지를 걸친 채 긴 머리를 묶어 한쪽으로 내려뜨린 독특한 차림새를 한 리우웨이의 매니저가 꽤 매끄러운 영어로 “커피를 원하세요?”라고 말하자 막 짐짓 마친 방문객들은 탄성에 가까운 “예스”를 외친다. 한 홍콩 저널리스트가 “우리 말어는 저 매니저의 열혈 팬”이라고 귀띔했다. 매니저는 작업실로 이동해 디지털 스크린을 바탕으로 채색을 하는 모습, 돼지 가죽 같은 재료로 콜로세움 등 유명 건축물을 표현한 작품을 만드는 과정을 보여주며 경쾌하고 여유롭게 설명한다. 20분쯤 흘렀을까. 청바지 차림의 리우웨이가 등장한다. 그런데 매니저와 달리 리우웨이는 전혀 달변가가 아니다. 마침 FLV 전시에 선보일 작품의 시제품을 보여

와 페어에서 초청받는 리우웨이의 전시를 올봄 서울 플라토 미술관에서 만나볼 수 있을 예정이다.

**실험 정신과 세련된 감성의 조화를 일궈낸 신성, 쉬추**  
“작업 공간이 모자라 한 동네에 작업실 두 곳을 꾸리고 있어요.” 마지막 방문지는 최근 ‘신성’으로 각광받으면서 몹시 바쁘다는 쉬추(Xu Qu)의 스튜디오. 난징에서 태어나고 대학에 다녔다는 그는 언뜻 ‘100% 토박이’처럼 보이지만 사실 ‘유학파’다. 2004년 독일로 떠나 브라운슈바이크 미술대에서 세계적인 아티스트 존 암라더와 비르기트 하인 밑에서 수학했다. 이들의 영향으로 쉬추는 자신의 예술 언어로 회화만이 아니라 비디오, 퍼포먼스까지 아우르게 됐다. 2010년 귀국하면서 택한 활동 무대는 베이징. 그 뒤로 개인전을 잇따라 열면서 거침없이 달려온 그의 시선은 주로 ‘세계화를 둘러싼 현실’에 집중되어 있는데, 그 방식이 실험적이면서도 세련미가 있다. 여러 나라의 지체 디자인을 바탕으로 한 기하학적 구성의 회화 시리즈도 그중 하나다. 그는 이 작품을 바퀴가 달린 캔버스에 옮겨 관객들이 앞뒤 양면을 다 볼 수 있도록 했는데, 한 면엔 뾰뚱한 새 지체, 다른 한 면엔 윤곽이 흐릿한 낡은 지체가 있다. 이 ‘모바일 캔버스’의 양면은 금융 시장의 변화, 자본의 움직임, 혹은 예술 작품이 소비재로 변모하는 모습을 상징하기도 한다고. 그의 실험적인 면모는 영상 작품에서도 잘 드러난다. 최근작인 ‘Zebra’(2015)는 도살업자가 검은 말 가죽을 갈로 벗기는 모습을 담았는데, 지방이 있는 하얀 부분과 검은 털이 있는 부분을 한 줄씩 교차해 나타나도록 가죽을 벗기면 ‘얼룩말’처럼 변하는 다소 충격적인 흑백 영상이다. “중국 북부에서는 말고기를 먹기 때문에 털피 작업이 그저 ‘루틴’이죠. 그런데 언젠가 얼룩말 무늬 칼개가 유행하는 걸 보고는 아이디어가 떠올랐고, 도살업자한테 다른 방식으로 가죽을 벗겨보면 어떠냐고 제안해서 나온 작품이에요. 도살업자도 신기해하더라고요.” 같은 일도 다른 관점에서 시도하면 창의적일 수 있다고 설명하는 젊은 작가의 진지한 열정이 아름답다. **서고성연**(베이징 현지 취재)

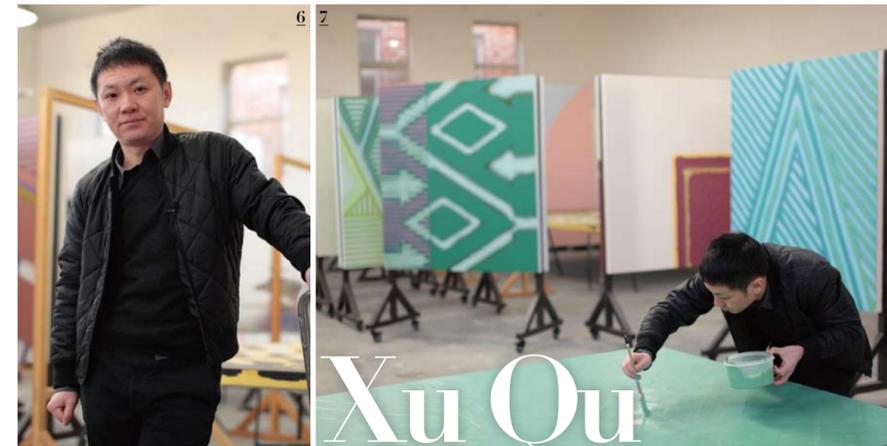


Cao Fei



1 낯선 극장을 1980년대 스타일로 개조해 작업을 하는 멀티미디어 아티스트 카오페이. © Ge Ning / Fondation Louis Vuitton 2 카오페이의 영상 작품 ‘Live in RMB City’(2009). © Cao Fei, 2015 Courtesy of the artist and Vitamin Creative Space, Guangzhou 3, 4 회화, 조각, 설치 작품 등 모든 면에서 세계가 주목하는 작가 리우웨이. 그는 디지털 스크린을 바탕으로 회화 작품을 한다. 5 비단에 붓으로 채색하는 중국의 전통화를 현대적으로 재해석하는 신세대 작가 하오리양. © Ge Ning / Fondation Louis Vuitton 6, 7 세계화라는 흐름을 자신만의 방식으로 풀어내는 쉬추. 세련된 감각과 실험 정신의 조화가 그를 ‘신성’으로 불리게 한다. © Ge Ning / Fondation Louis Vuitton

사진: 제롬 뤼이 비통 재단 미술관



Xu Qu

(오른쪽 위부터 시계 방향으로) 핑크빛 오팔은 희망과 순결을 의미하는 10월의 탄생석이다. 항상 품에 지니고 다닐 수 있는 핑크빛 아틀레드 드 까르띠에 네크리스 2백50만원대 **까르띠에**. 3월의 탄생석인 아쿠아마린은 젊음과 행복을 의미한다. 14.01캐럿 아쿠아마린의 드라마틱한 아름다움이 눈을 사로잡는 알로 데릴라 아쿠아마린 하이 주얼리 링 가격 미정 **부세인**. 2월의 탄생석인 자수정은 성실과 평화의 의미를 담고 있다. 핑크 골드에 드라마틱한 자수정을 세팅한 무사 브레이슬릿 7천7백만원대, 타카시는 12월의 탄생석으로 상공과 승리를 상징한다. 핑크 골드에 선명 한 블루 컬러의 타카시를 세팅한 디바스 드림 컬렉션 네크리스 2백만원대, 모두 **볼 가리**. 4월의 탄생석인 다이아몬드는 불멸과 사랑의 맹세를 의미하는데, 작은 리본 모티브의 다이아몬드 네크리스는 지니고 있는 것만으로도 좋은 기운을 불러온다고. 빅토리아 보우 핀던트 7백만원대 **타파니**, 시파리아는 9월의 탄생석으로 성실과 진실을 의미한다. 블루 시파리아의 강렬한 카보숩 세팅이 눈길을 사로잡는 핑 드 슈크르 인트레핀(아들 링 1천3백만원대 **프레이드**, 간장과 화장을 상징하는 11월의 탄생석인 블루 토파즈를 세팅한 루미노 링 1백50만원대 **타사키**. 7월의 탄생석인 붉은 루비를 밤 모티브에 세팅한 카 링은 장수의 의미까지 담고 있다. 6천만원대 **부세인**. 8월의 탄생석이자 부부의 행복을 의미하는 그린 컬러 페리도트를 세팅한 미라논미아 페리도트 링 각 1백만원대 **포멜라르도**, 좀 더 부드럽고 밝은 컬러의 페리도트를 세팅 한 레르 링 1백30만원대 **루시예**. 5월의 탄생석인 그린 에메랄드는 행복과 행운을 의미한다. 카보숩 컷에 상세하게 에메랄드를 파헤 세팅한 핑 드 슈크르 인트레핀(자 불 링 2천1백만원대 **프레이드**, 1월의 탄생석인 가넷은 진실과 우정의 상징이다. 유광 화이트 골드에 투명한 글러즈 컷 가넷을 세팅한 플로 디 블라네 가넷 링 3백만원대 **포 멜라르도**, 순결과 부귀를 의미하는 진주는 6월의 탄생석. 5개의 진주를 미치 그네를 타고 있는 듯 배열한 밸런스 플러스 네크리스 2백50만원대 **타사키**, 에디터 **베미진**

**포멜라르도** 02-3213-2260 **부세인** 070-7500-7282 **타사키** 02-3461-5558  
**프레이드** 02-514-3721 **루시예** 02-512-6914 **타파니** 02-547-9488 **까르띠에**  
 1566-7277 **볼가리** 02-2056-0171 **부세인** 070-7500-7282



# Happy birth gem

탄생석을 지니고 있으면 좋은 기운이 따라온다는 생각만으로도 행복하지 않은가. 나를 위한 선물, 혹은 가까운 사람의 행복을 빌어주며 세심한 배려까지 담을 수 있는 탄생석 주얼리. *photographed by park gun zoo*

EST. 1976 MUNICH GERMANY



MCMWORLDWIDE.COM #MUNICHISCO





# 2016 SIHH

매년 1월 제네바에서 개최하는 고급 시계 박람회 SIHH, 최고의 워치메이킹 브랜드만 참가하는 이 최고의 박람회에 등장하는 시계들은 이제 그 가치를 논하기 이전에 고전미를 갖춘 예술 작품이자, 현대적인 매력을 지닌 새로운 비전을 담은 위대한 발걸음으로 기록되어야 한다. 제네바에서 위용을 뽐낸 최고 워치 브랜드의 2016년 가장 주목해야 할 신제품을 <스타일 조선행보>가 엄선해 소개한다.



## 2 까르띠에 드라이브 드 까르띠에 & 로통드 드 까르띠에 아스트로미스터리 9462 MC 칼리버

매년 인상적이고 놀라운 규모의 신제품을 선보이는 SIHH의 주인공이라 이야기해도 손색없는, 까르띠에의 가장 중요한 컬렉션은 남성용 워치인 드라이브 드 까르띠에, 고급 시계를 상징하는 형태라고 할 수 있는 쿤선형 디자인의 케이스를 통해 자연스러움과 세련된 매력을 고스란히 담았다. 스틸부터 핑크 골드까지 다양한 소재로 출시한 것은 물론, 기존 시그니처 컬렉션의 계보를 잇는 로마자 인덱스도 매력을 더하는 요소다. 투명한 케이스 백을 통해 감상할 수 있는 까르띠에 매뉴팩처 무브먼트 1904MC의 움직임은 기계식 시계만이 지닌 특별한 가치다. 까르띠에의 미스터리 클락에서 시작된 새로운 컬렉션, 로통드 드 까르띠에 아스트로미스터리 9462 MC 칼리버는 올해도 진일보한 모습을 드러냈다. 헨즈 축과 함께 회전하는 이스케이프먼트에 중앙 회전을 추가해 무중력 상태로 보이는 신비로운 느낌을 더한 것도 눈에 띈다. 공기처럼 가벼워 보이는 무브먼트는 이스케이프먼트와 밸런스 휠, 기어 트레인, 배럴로 구성된 중앙 축의 배치로 완성되었고 시와 분을 나타내는 헨즈의 움직임이 더해져 하공에 떠 있는, 우주에서 회전하는 천체의 궤도를 연상케 한다. 사파이어 디스크를 3개로 쪼개어 조립하는 것이 가장 핵심적인 기술인데, 용두와 연결된 부분이 보이지 않는 상태에서 시계가 움직인다는 것이 매우 신비롭다. 새로운 종류의 투르비용으로 기계식 시계의 새로운 비전을 제시하는 까르띠에의 노력과 가치를 고스란히 드러내는 모델이다.

## 3 몽블랑 4810 엑스 투르비용 슬림 1백10주년 에디션 & 빌르레 컬렉션 투르비용 실린더리 포켓 워치 1백10주년 에디션

꾸준히 진화하고 있는 몽블랑 워치 중 올해 가장 주목해야 할 컬렉션은 브랜드 창립자이자 엔지니어 아우구스트 에버스타인과 은행가 알프레드 네헤미야스, 사냥가 클라우스 요하네스 포스의 개척 정신에 영감을 얻은 4810 컬렉

션. 1910년 3명의 창립자가 유럽에서 가장 높은 산의 이름인 몽블랑을 회사명으로 정한 가장 중요한 사건에서 착안해, 몽블랑 산 높이인 고도 4,810m를 표현한 4810 컬렉션이기에 더 의미 심장하다. 그중 가장 눈에 띄는 제품은 하이엔드 워치 기술이 농축된 몽블랑 4810 엑스 투르비용 슬림 1백10주년 에디션. 다이얼 위에 데시앙 황단이라는 테마에 걸맞게 북미와 아시아, 유럽 대륙 지도를 미니어치 수공 페인팅으로 완성하고, 6시 방향에는 몽블랑 워치의 가치를 드러내는 엑스 투르비용이 장착되어 있다. 총 세 가지 라미티드 에디션으로 출시되었는데, 다이얼에 그려진 지도에 따라 북아메리카, 유럽, 아시아 대륙을 표현한 각기 다른 제품을 38피스씩 제작했다. 올해 역시 몽블랑의 심장이라 할 수 있는 빌르레 컬렉션을 업그레이드했는데, 가장 인상적인 제품은 단연 유니크 피스인 포켓 워치. 매종 창립 1백10주년이라는 이벤트에 걸맞은 드라마틱한 제품이다. 단 8피스 한정으로 선보이는 몽블랑 빌르레 컬렉션 투르비용 실린더리 포켓 워치 1백10주년 에디션은 장인의 손길에서 피어난 핸드 크래프트 인그레이빙과 페인팅, 그랑프 에나멜 장식까지 더해 세계 예술의 가치를 고스란히 담았다. 이 워치에서 가장 주목할 점은 정밀성을 높이기 위해 원통형 헤이스프링을 탑재했다는 것. 일반적인 밸런스 스프링처럼 옆으로 폭이 넓어지면서 와인딩되는 것이 아니라 수직 축에 따라 동일한 직경으로 와인딩되기 때문에 무게중심에서 발생하는 편심 현상을 제거한다. 전통적인 헤이양 크로노미터에서 영감을 얻은 구조이며 기존 대형 사이즈로 생산하는 헤이양 크로노미터를 소형화하는 데 성공했다는 것에 큰 의미를 부여할 수 있다. 이 포켓 워치에 장착된 투르비용 칼리버 MB M68.40은 48시간 파워 리저브, 3개의 타임 존 디스플레이로 현지 시간, 휴 타임, 월드 타임까지 한번에 확인할 수 있다.



## 6 예거 르쿨트르 리베르스 트리뷰트 자이로투르비용 & 리베르스 원 듀에토 문

올해 SIHH에서 가장 강력한 이벤트를 펼친 예거 르쿨트르, 브랜드의 가치를 고스란히 드러내는 리베르스 탄생 85주년을 기념하기 위해 총력을 기울였는데, 많은 이들의 이목을 집중시킨 것만으로도 그 시작은 성공적이라는 평. 오랜 역사를 지닌 브랜드의 탁월한 워치메이킹 기술을 보여주는 대표작은 리베르스 트리뷰트 자이로투르비용, 직사각형의 모던한 케이스에 칼리버 179를 장착했는데, 참신한 구조의 자이로투르비용을 장착한 무브먼트가 탑재되어 있다. 마치 투명하듯 공기를 뚫어 버릴 듯 보이는 듯 보이는데, 기존 모델에 비해 폭과 두께가 30% 정도 슬림해진 디자인으로 출시해 더욱 매력적이다. 케이스를 옆으로 밀어 뒤집을 수 있다는 것은 리베르스 워치만의 남다른 매력으로, 플래티넘 소재로 단 75피스 한정 생산한다. 1930년대 폭이 좁고 긴 형태의 시계 케이스를 고스란히 구현한 여성용 컬렉션도 새롭게 선보이는데, 리베르스 원 듀에토 문은 1개의 동일한 무브먼트로 구동하는 2개의 다이얼이 나란히 등을 맞대고 있는 듀에토 콘셉트에 문체이즈 디스플레이를 결합한 최초의 제품이다. 개조열한 모델부터 골드 브레이슬릿을 매치한 클래식한 라인까지 다양한 디자인으로 출시되었고, 비율이 절묘한 미니 사이즈 케이스는 미니 워치에서 쉽게 찾아볼 수 없는 완성도 높은 고급 시계의 가치를 담고 있다.

## 7 반클리프 아펠 루비 시크릿 브레이슬릿 워치 & 레이디 아펠 톱 드 배베옹 워치

반클리프 아펠 워치의 영원한 테마는 바로 주얼리와 포에틱 컴플리케이션. 하이 주얼리에 대한 열정으로 선보이는 독보적인 디자인의 워치는 브랜드의 유산 그 자체이며, 동화화도 같은 아름다움으로 가득한 시적인 워치 컬렉션은 역시 오랜 역사를 지닌 브랜드의 가치를 새삼 깨닫게 하는 특별한 매력이 돋보인다. 올해 가장 먼저 눈길을 사로잡은 컬렉션은 박물관에서 보기도 어려울 정도로 전통적인 기법으로 완성한 루비 시크릿 브레이슬릿 워치. 총 1백51.25캐럿의 루비 1백15개로 완성한 극강의 하이 주얼리 워치로 타원에서 쿤선형까지 완벽한 커링의 루비가 한 치의 오차도 없이 세팅되어 있다. 시계 다이얼은 브레이슬릿 옆면에 숨겨져 있어 시크릿 워치 기법을 적용해 보다 우아하고 드라마틱한 스토리를 완성했다. 제작에 1천5백 시간, 1년 이상의 기간이

소요되었다. 여기에 이어 다이얼을 보는 것만으로 사랑스러움을 느낄 수 있는 또 다른 컬렉션은 레이디 아펠 톱 드 배베옹 워치. 포에틱 컴플리케이션의 정수를 보여주는 이 워치의 모티브는 구름 사이로 발레하듯 춤추는 나비. 구름을 중심으로 두고 원을 그리는 나비는 분을 알려주는 역할을 하고, 행복을 전하는 제비는 시간을 알려주는, 반클리프 아펠만의 독특한 상상력을 발휘한 제품이다. 점핑 아워, 스피드 미닛, 레트로그레이드 기능까지 하이엔드 워치 고유의 복잡한 기술을 활용해 신비로운 움직임을 만들어냈기에 그 의미가 더 크다.

## 8 바세론 콘스탄틴 오버시즈

올해 SIHH에서 가장 주목받은 워치 컬렉션은 단연 체인저를 스트랩을 장착한 오버시즈, 브랜드 가치를 보다 많은 사람들이 느낄 수 있도록 함리적인 가격대로 책정했지만 그 품격은 디자인과 기술로 그대로 있었기에 시계 마니아부터 바이어까지 가장 큰 주목을 받았다. 브랜드의 아이콘 컬렉션 중 하나인 오버시즈 (Overseas)에 새롭게 집중해 5개의 새로운 컬렉션을 선보였는데, 이 중 가장 강력한 인상을 남긴 기술은 스트랩과 브레이슬릿 두 가지 스타일로 모두 교체할 수 있다는 것. 여행자를 위한 시계라는 콘셉트에 어울리도록 실용성 강화에 무게를 두고 개발했기에 그 반응은 더욱 뜨거웠다. 클래식 워치 브랜드로서 갖춰야 하는 무브먼트의 완성도, 뛰어난 피니싱은 물론이고 실제로 사용할 때 가장 편안한 방식을 추구할 수 있도록 새롭게 고안된 이지 핏 시스템은 세 가지 타입의 스테인리스 스틸 혹은 메탈 브레이슬릿, 가죽 스트랩과 러버 스트랩까지 손쉽게 교체할 수 있다. 특별한 도구나 매장에 방문할 필요 없이 간편하게 스트랩을 바꿀 수 있다는 것이 가장 인상적이다. 완성도 높은 워치메이킹의 가치를 증명하는 제네바 홀마크의 모든 기준을 충족하는 워치이자 방수 기능, 항자기성, 낙하한 파워 리저브까지 실용적인 부분까지 놓치지 않은 오버시즈 컬렉션은 실용적인 하이엔드 워치의 미래를 보여주는 나침반이 되어줄 것이다.

## 9 리처드 밀 RM 50-02 ACJ 투르비용 스플릿 세컨즈 크로노그래프 & 기계식 만년필(fountain pen)

하이엔드 시계 분야에서 독보적인 위치를 차지하고 있는 브랜드인 만큼 매년 SIHH에 참가할 때마다 부스 구성과 제품 개발 과정, 눈을 사로잡는 유니크한 디자인, 혀를 내두르게 할 만큼 뛰어난 완성도로 기대감을 높이는 리처드 밀. 올해 새롭게 영감을 얻은 것은 바로 항공 분야로, 항공기 디자인과 소재, 설계까지 항공 분야의 전반적인 요소에서 영감을 받은 RM 50-02 ACJ 투르비용 스플릿 세컨즈 크로노그래프 워치는 이미 외관만으로도 모두를 압도한다. 항공업계 선두 주자인 에어버스의 자회사, 에어버스 코퍼렛 제트는 개인 고객을 위해 항공기를 개발하는 업체로, 이번 컬렉션은 ACJ 크리에이티브 디자인 스튜디오의 수장 실방 마리아와의 협업을 통해 탄생했다. 비행기의 창문에서 영감을 얻은 독특한 외형을 시작으로 보다 가볍고 편안하게 만들기 위해 최고급 소재와 기술을 도입했다. 브리지와 베이스 플레이트를 5등급 티타늄으로 완성하고, 모든 요소를 스텝레톤 처리해 더욱 가볍게 완성할 수 있도록 고안했다. 무브먼트의 모든 부분은 항공 엔진과 새시 부품에 적용하는, 부식과 외부 환경으로부터 보호할 수 있는 특수한 항공용 코팅 기술을 적용한 것도 특징이다. 스플릿 세컨즈 크로노그래프는 기계식 시계의 매력을 담고 있고 70시간 파워 리저브 기능을 갖추었으며 오직 30피스 한정 생산한다. 또 하나의 인상적인 사건은 기계식 워치 무브먼트에서 영감을 얻은 독특한



1 시버 개리시 모습, 2 까르띠에 드라이브 드 까르띠에, 3 로통드 드 까르띠에 아스트로미스터리 9462 MC 칼리버, 4 몽블랑 4810 엑스 투르비용 슬림 1백10주년 에디션, 5 에디션 8 빌르레 컬렉션 투르비용 실린더리 포켓 워치 1백10주년 에디션, 6 예거 르쿨트르 리베르스 트리뷰트 자이로투르비용, 7 리베르스 원 듀에토 문, 8 반클리프 아펠 루비 시크릿 브레이슬릿 워치, 9 레이디 아펠 톱 드 배베옹 워치, 10, 11 바세론 콘스탄틴 오버시즈, 12 리처드 밀 RM 50-02 ACJ 투르비용 스플릿 세컨즈 크로노그래프, 13 기계식 만년필.





만년필을 선보였다는 점, 하이엔드 위치메이커라는 브랜드 가치에 걸맞게 정교한 기계식 무브먼트로 만년필을 타임피스의 가치를 담은 소장 가치 높은 제품으로 탈바꿈시켰다. 손목시계와 동일한 엄격한 기준으로 완성한 칼리버를 만년필에 장착해 펜촉을 바깥쪽으로 밀어내는 역할을 한다. 만년필 외관의 패터 역시 인위적으로 그려낸 것이 아니라, 나무의 나이트저림 탄소섬유인 NTPT 카본의 결을 고스란히 살렸다. 다양한 무늬가 무작위로 생성되기 때문에 모든 펜이 단 하나의 유니크 피스가 된다.

**피아제 리얼라이트 갈라 칸템포라리 뮤즈 & 엠페라도 쿠쎅 XL 700P**

언제나 우아함의 극치를 선보이는 피아제. 올해는 보다 모던하고 실용적인, 세공 기술이 돋보이는 컬렉션을 선보였는데 가장 대표적인 것은 바로 리얼라이트 갈라 칸템포라리 뮤즈. 위아래 대칭으로 길게 늘어뜨린 2개의 러그는 우아하고 매혹적인 형태로 완성되었는데, 여기에 가느다란 로마자 인덱스가 더해져 관능적인 느낌까지 자아낸다. 1970년대부터 유명 인사들의 사랑을 받은 화려한 라임라이트 컬렉션의 정수를 이어가는 모델로, 비례와 균형은 물론 새로운 다이얼과 세공 기법을 담은 밀라네제 메시 스트랩을 적용해 더욱 뛰어난 착용감을 선사한다. 피부를 따라 흐르는 부드러운 골드 브레이슬릿은 반짝임과 유연함이 타의 추종을 불허한다. 여기에 더해 브랜드의 아이덴티티를 보여주는 또 다른 모델은 엠페라도 쿠쎅 XL 700P. 셀프와인딩 퀴즈 칼리버와 피아제 자체 제작 700P 블랙 코팅 울트라 신 셀프와인딩 기계식 무브먼트를 결합한 최초의 하이브리드 무브먼트를 장착해 센세이션을 일으킨 워치다. 1976년 브랜드 최초의 인하우스 퀴즈 울트라 신 무브먼트 7P의 탄생 40주년을 기념해 단 1백18개 한정으로 선보이는 워치로, 기계식 무브먼트와 제너레이터의 특별한 조합이 인상적인 컬렉션이다. 울트라 신 무브먼트로 유명한 피아제는 여성용 시계를 위해 완성도 높은 퀴즈 무브먼트도 꾸준히 생산해왔는데, 엠페라도 쿠쎅 XL 700P의 심장은 퀴즈 로터를 적용해 3만2천7백68회의 진동수를 자랑하며, 이 로터는 초당 5.33번 회전한다. 블랙 타이 콘셉트에 걸맞도록 화려한 다이얼 디자인을 블랙 컬러로 모던하게 완성했다.

**오데마 피게 로열 오크 칸셀 슈퍼 소네리 & 다이아몬드 퓨리**

기능과 형태, 완성도 모든 면에서 단연 독보적인 강렬함으로 가득한 오데마 피게는 올해 역시 드라마틱한 프레젠테이션을 통해 놀라운 사운드를 지닌 로열 오크 칸셀 슈퍼 소네리를 공개했다. 브랜드가 보유한 사운드에 대한 복잡한 기술력에 보다 심도 있게 접근해 일관된 톤과 뛰어난 음파 강도를 보유한 미닛 리피터 위치를 올해 SIHH를 통해 공개하게 된 것. 혁신적인 기술을 바탕으로 전통적인 포켓 워치가 보유한 뛰어난 음질과 맑고 조화로운 톤의 음향 성능을 현대적인 미닛 리피터 위치에 안정감 있게 담았다. 이 위치를 완성하기 위해 오데마 피게는 오랜 시간을 투자했는데, 결국 이 슈퍼 소네리를 선보이기 위해 오데마 피게는 3개의 특허 기술을 취득했다. 공의 구조를 만들기 위해 미리 사용한 스틸을 사전에 고안하고, 음향 간섭을 막고 음향을 증폭시키는 혁신적인 케이스 구조를 선보인 것은 물론 1시간, 15분, 1분으로 구성된 스트라이킹 레귤레이터 구조를 재설계해 보다 많은 음향을 제공할 수 있게 된 것도 괄목할 만한 성과다. 아쿠스틱 기타의 음향 구조에서 영감을 받았기에 단순한 시간을 소리로 표현하는 것을 넘어 특별한 소리를 내는 악기이자 작품이라 칭할 수 있다. 지난해에 이해 울

해도 과감한 아름다움을 뽐낸 다이아몬드 퓨리 컬렉션. 오직 여성만을 위한 오토 주얼리 워치로, 자연의 힘을 원초적 이면서도 파워풀하게 담아냈다. 입체적인 브레이슬릿 디자인은 진귀한 감투를 연상케 한다.

**IWC 빅 파일럿 헤리티지 워치 55**

인상적인 케이스 사이즈로 75년간 브랜드 역사에 한 획을 그은 빅 파일럿 워치의 2016년 버전. IWC는 파일럿 워치의 후속 모델인 압도적인 케이스 사이즈 55mm의 빅 파일럿 헤리티지 워치 55를 출시하며 드라마틱하게 2016년의 문을 열었다. 1940년도 파일럿 워치 사이즈를 연상케 하는 모델로, 단 1백 피스 한정 생산할 정도로 시계 애호가들의 이목을 사로잡는 모델이다. 유사한 모델로 다이얼 사이즈 48mm 모델이 1천 피스 한정 생산되는 것도 기억해야 할 점. 브랜드의 아이덴티티를 고스란히 담아 항공기 조종석에 장착된 계기판을 닮았을 뿐 아니라 타타늄 소재를 적용해 무게가 150g에 불과하고, 슈퍼 루미노바 처리한 형광 코팅은 뛰어난 가독성을 선사한다. 캘터링, 아라비아숫자, 프로펠러를 형상화한 핸드 오리지널 모델과 동일한 베이지색으로 마무리했다. 매일 와인딩하는 즐거움을 더해주는 핸드 와인딩 칼리버와 오버 와인딩을 방지하는 슬라이딩 클러치, 클래식함을 강조한 송아지가죽 레더 스트랩은 비행복 위에 착용했던 파일럿을 추억하게 하는 요소다.

**파르미자니 톨다 크로노 아니베세 & 토릭 칼레이도스코프 프레스티지**

현존하는 시계 정인인 미셸 파르미자니의 작품을 만나볼 수 있는, 하이엔드 워치 분야에서 독보적이고 의미심장한 위치를 차지하고 있는 파르미자니. 창립 20주년을 기념해 완성한, 올해 가장 주목해야 할 위치는 파르미자니의 첫 인터그레이드 크로노그래프 워치인 톨다 크로노 아니베세. 미셸 파르미자니는 “가장 처음 위치메이킹을 시작했을 때부터 새로운 크로노그래프를 만들어야겠다는 생각을 항상 마음속에 담고 있었습니다. 이 꿈은 20주년이 되는 올해 현실화한 것은 결코 우연이 아니며, 100% 매뉴팩처 브랜드로서 그동안 성장과 발전을 통해 이룩할 수 있었던 결과물입니다”라고 이야기할 정도로 자부심과 노하우를 충분히 담은 컬렉션이다. 아무도 시도하지 않았던 5Hz(시간당 진동수 3만6천 회)를 구현했다는 것이 가장 핵심적인 요소다. 더블 스플릿 기능을 갖춘 진동수 5Hz의 최초 수동 무브먼트라는 기록은 당분간 깨지기 어려운 것이다. 파르미자니와 같은 정인 정신을 투철하게 이어가는 브랜드에서 만날 수 있는 또 하나의 위치는 매혹적인 다이얼이 눈길을 사로잡는 토릭 칼레이도스코프 프레스티지 미닛 리피터 워치. 장미를 형상화한 중앙의 장식에는 마치 최면에 걸린 듯 몽환적인 만화경에서 영감을 얻은 디자인에 걸맞게 대칭당의 종소리를 구현한 2개의 공을 장착해 드라마틱한 사운드를 경험할 수 있다. 투명한 케이스 백을 통해 이 모든 환상적인 요소를 담고 있는 인하우스 수동 무브먼트 PP355의 움직임을 볼 수 있다는 것도 특별한 점이다.



**보메 메르시에 클린트 크로노그래프 컴플리트**

**캘린더 & 케이프랜드 헬비 코브라 1963 컬렉션**  
우아한 디자인과 파워 위치메이킹 기술의 조화를 상징하는 브랜드의 대표 컬렉션. 1950년대 브랜드 황금기 제품에서 영감을 얻은 이 남성 워치는 12시 방향에 위치한 2개의 창을 통해 요일과 달을 표시하고, 9시 방향에는 낮과 밤을 표기하는 인디케이터, 6시 방향에 위치한 문페이즈 기능, 블루 스틸 핸드로 표기하는 크로노그래프 기능까지 클래식 워치가 갖추어야 할 가장 핵심적인 요소를 담고 있다. 1백86년의 역사를 자랑하는 클래식한 위치메이킹 브랜드이기엔 절대적인 우아함과 정확성에 뛰어난 마감 기술과 보편적인 미학을 담았다. 올해는 클래식 워치에 이어 지금까지 보메 메르시에에서 찾아보기 힘들었던, 보다 스포티하고 드라마틱한 컬렉션을 출시했다는 점도 인상적이다. 리미티드 시리즈인 케이프랜드 헬비 코브라 1963 라인 중 챔피언 정신 컬렉션은 자신의 한계를 넘어서는 의미를 담은, 보다 정서적인 면을 강조한 워치다. 경주용 자동차 코브라의 신비함에서 영감을 얻은 디자인으로, 전설적인 레이서 캐롤 헬비와 함께했다. 비대칭 카운터를 장착한 다이얼은 첫눈에 코브라의 상징적인 계기판을 떠올리게 하고, 어두운 블랙 다이얼과 두 줄의 수평 스트라이프는 핸들의 형태에서 영감을 받았다. 레이서에게 꼭 필요한 기능인 타키미터, 발광 슈퍼 루미노바와 반사 방지 기능, 강력한 내구성을 자랑하는 블랙 ADLC 코팅까지, 보는 것만으로도 강력한 파워를 느낄 수 있다.

**파넬라이 라디오미르 1940 3 데이즈 오토매틱**

**이치아이오 & 루미노르 1950 3 데이즈 이치아이오**  
올해 4개의 모델을 추가한 라디오미르 1940 컬렉션에 마니아들이 가는 기대는 크다. 브랜드를 상징하는 컬렉션에서 선택의 폭이 다양해졌기 때문이다. 스위스 뇌샤텔에 위치한 오피치네 파넬라이 매뉴팩처가 직접 개발한 두 종류의 새로운 오토매틱 칼리버 P.4001과 P.4002를 새롭게 도입해 더욱 완성도를 높였다. 양방향으로 회전하는 편식 마이크로 로터, 연속으로 연결된 2개의 스프링 배럴을 통한 3일간 지속되는 파워 리저브, 안정성을 향상하기 위해 새롭게 고안한 2개의 지지대를 갖춘 밸런스 브리지까지 브랜드의 강렬함을 느낄 수 있는 케이스 사이즈 45mm의 박력 있는 디자인에 보다 많은 것을 담았다. 물론 모든 이들이 가장 관심을 갖는 것은 그 어떤 다이얼보다 어둠 속에서 선명하게 빛나는, 슈퍼 루미노바 처리한 시간 표시와 숫자다. 이제 브랜드의 상징이 된 이 야광 처리는 마니아들이 가장 열광하는 요소다. 이보다 더 심플하고 파넬라이의 원형에 가까운 모델을 찾는다면 루미노르 1940 3 데이즈 이치아이오에 주목하라. 이 스페셜 에디션의 갈색 다이얼은 칠해같이 어두운 바닷속에서도 시인성을 유지하는 손목시계를 탄생시킨 파넬라이 고유의 스토리를 담고 있다. 전통적인 케이스 사이즈 47mm, 케이스 블록에 일체형으로 제작한 러그, 와인딩 크라운 기드, 러그 사이에 새긴 OP 레퍼런스까지 파넬라이 마니아라면 열광할 수밖에 없는 디자인이다.

**로저 드뤼 벨벳 디바 & 벨벳 리본**

올해를 여성을 위한 해로 명명한 로저 드뤼가 아주 화려하게 선보인 모델은 바로 벨벳 디바다. 여성성이라는 아주 매력적인 주제를 뛰어난 완성도를 기반으로 새롭게 해석했는데, 컬렉션을 가까이 들여다보면 정교한 세공과 화려한 색감, 다른 브랜드에서 쉽게 찾아볼 수 없는 과감함으로 중무장했다. 중심이 되는 것은 여성을 꽃의 궁전으로 인도할 블로섬 벨벳. 미묘하지만 강렬한 매력을 발산하는 여성의 고양이같이 매혹적인 반응을 담아냈다. 사들지 않는 관능을 지닌 수많은 꽃잎을 상감세공 기법으로 완성했고, 베젤과 러그를 장식한 두 줄의 브릴리언트 컷 다이아몬드는 여성적인 매력



을 더욱 증폭한다. 입체적인 원통 모양의 토너 케이스는 로저 드뤼만의 매력을 고스란히 담고 있다. 다이아몬드로 가득한 벨벳 리본은 하이 주얼리와 하이엔드 워치의 노하우를 모두 갖춘 브랜드만이 완성할 수 있는 워치다. 6백여 개로 이루어진 총 53캐럿 상당의 다이아몬드를 손목 위에서 부드럽게 움직이도록 세팅하는 것은 엄청난 노력이 필요하다. 게다가 토너 형태의 케이스를 온전히 살리며 마치 태양이 환하게 비치는 듯한 브랜드 아이덴티티를 그대로 살렸기에 더 아름답다.

**랑에 운트 죄네 랑에 1 투르비용 퍼페추얼 캘린더 & 다트그래프 퍼페추얼 투르비용**

2개의 전통적인 컴플리케이션을 랑에 운트 죄네의 가장 상징적인 디자인과 결합한 컬렉션. 브랜드의 가치와 매력을 상징하는 대형 사이즈 날짜장, 레트로그레이드 요일 디스플레이, 윤년 디스플레이도 외곽의 배열을 따라 흐르는 캘린더의 월 정보는 고도의 심플함과 정확성을 상징한다. 시간과 날짜가 명확하게 분리되어 보다 쉽게 모든 정보를 확인할 수 있다는 것이 장점이다. 퍼페추얼 캘린더의 구성 요소는 한 치의 오차도 없이 모두 동시에 움직이기 때문에 이러한 메커니즘은 2100년까지 1일 단위로 움직이도록 설계되어 있고, 문페이즈 역시 오차는 1백22.6년 동안 단 하루에 불과한 놀라운 기술력을 담았다. 12시 인덱스에 작은 글씨만이 투르비용이 장착되어 있다는 것을 알려주는데, 심플함을 최고의 미학으로 삼는 브랜드의 정신을 잘 드러낸다. 투르비용이 장착되어 있지만 외관에 드러내지 않는 시계 브랜드는 아마도 유일할 것. 보다 강력하고 인상적인 디자인의 위치를 원한다면 퍼페추얼 캘린더와 투르비용 기능을 갖춘 크로노그래프 다트그래프 퍼페추얼 투르비용을 확인하면 된다. 세 가지 컴플리케이션에 다섯 가지 기능을 추가로 탑재한 랑에 운트 죄네의 최신 걸작품으로, 마치 커다란 캘린더처럼 다양한 시간 측정 정보를 일목요연하게 보여준다. 블랙 다이얼에 화이트 타이포그래피로 정교하게 표시한 기능은 정밀하게 정리되어 있지만 하나의 다이얼 위에서 구동하기에 결코 쉬운 기능이 아니다. 점핑 미닛 카운터를 탑재한 컬럼 휠 크로노그래프와 플라이백 바늘, 문페이즈, 날짜장, 요일·월·윤년 디스플레이, 그리고 이 모든 디스플레이를 10시 방향의 푸시 버튼 하나로 조작할 수 있다는 것은 매우 멋진 일이다. 50시간의 파워 리저브 기간 내내 정확하게 움직이도록 자체 제작한 완성도 높은 프리 스프링 밸런스를 장착했고, 회전 움직임을 원활하게 하는 편식 로터, 투르비용까지 고요하지만 멋진 하모니를 이룬다. 특히란은 스프 세컨드 메커니즘을 통해 크라운을 밖으로 빼는 순간 투르비용 케이지 내부의 밸런스 휠이 멈추어, 초 단위로 시계를 조정할 수 있는 놀라운 기술까지 담았다. 7백29개의 부품으로 이루어진 칼리버 L.952.2 무브먼트를 장착했다. 에디터 **배미진**(제니바 현지 취재)



1 피아제 엠페라도 쿠쎅 XL 700P, 2 라디오미르 갈라 칸템포라리 뮤즈, 3 오데마 피게 로열 오크 칸셀 슈퍼 소네리, 4 다이아몬드 퓨리, 5 IWC 빅 파일럿 헤리티지 워치 55, 6 파르미자니 톨다 크로노 아니베세, 7 토릭 칼레이도스코프 프레스티지, 8 보메 메르시에 클린트 크로노그래프 컴플리트, 9 케이프랜드 헬비 코브라 1963 컬렉션, 10 파넬라이 루미노르 1960 3 데이즈 이치아이오, 11 라디오미르 1940 3 데이즈 오토매틱 이치아이오, 12 로저 드뤼 벨벳 리본, 13 벨벳 디바, 14 랑에 운트 죄네 랑에 1 투르비용 퍼페추얼 캘린더, 15 다트그래프 퍼페추얼 투르비용.



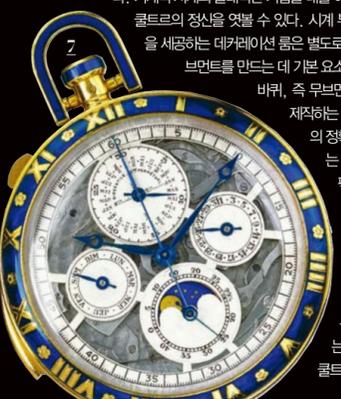
# born in Le Sentiers

고급 시계가 탄생되는 과정을 면밀히 보고 싶다면 다양한 감상이 떠오른다. 열정과 끈기가 작은 우주, 손목 위에 펼쳐지는 드라마를 만드니, 이 시계의 가치는 대를 이어 전해져야만 한다는 생각이 든다. 스위스 시계 문화유산의 진정한 전달자가 된 예저 르쿨트르의 르 샹타에 매뉴팩처에 <스타일 조선일보>가 다녀왔다.

## 시계의 고향, 예저 르쿨트르의 매뉴팩처

기계식 워치 매뉴팩처의 정수가 공금하다면 예저 르쿨트르의 매뉴팩처에 그 답이 있다. 모든 시계 부품 제작에서부터 조립, 완성까지 100% 인하우스 시스템으로 운영하는 매뉴팩처이기 그라 메종이라는 이름을 지니고 있을 정도다. 시계의 나라로 유명한 스위스에서 고급 시계를 만드는 공장이 많이 모여 있는 발레 드 주(Vallée de Joux)의 르 샹타에(Le Sentier)에 위치한 이곳은 시계 메이커들의 성지이자 꼭 가보아야 할 곳으로 손꼽히는데, 이는 창립 이후부터 지금까지 4백여 개 이상의 시계 제조 관련 특허권을 등록하고, 1천2백49개 이상의 자사 무브먼트를 완성한 것은 물론, 지금도 그 혁신이 이어지는 모습을 두 눈으로 확인할 수 있는 곳이기 때문이다. 제네바에서 차로 1시간 30분 정도 떨어져 있는 이 고요한 마을은 1833년 예저 르쿨트르의 창립자 앙투안 르쿨트르(Antoine LeCoultre)가 30세 무렵부터 시계 부품을 제작하는 작은 공방을 설립하면서부터 활기를 띠었다. 대부분의 시계 브랜드처럼 아주 작은 공방으로 시작한 위대한 발걸음이 1천4백 명 이상의 직원이 근무하는 대규모 형태로 발전하게 되었다. 먼저 가장 중요한 장소는 하이 컴플리케이션 워크숍, 브랜드의 가치를 고스란히 드러내는 듀오 미터 라인과 퀴렐 퍼피추얼 미닛 리피터 투르비옹, 그랑 소네리, 리베르스 자이로투르비옹 등 복잡하고 놀라운 기술을 담은 하이 컴플리케이션 워치만을 생산하는 장소다. 가장 복잡한 그랑 컴플리케이션 워치의 경우 한 명의 워치메이커가 하나의 시계를 조립하는 데 두 달 이상이 걸릴 정도로 정교한 작업이기에 이곳의 긴장감은 상상을 초월한다. 하이 컴플리케이션 워크숍을 총괄하는 워치메이커인 크리스찬 울랑은 예저 르쿨트르에서인 44년간 근무했을 정도로 직원들의 자부심도 높다.

예저 르쿨트르의 매뉴팩처가 다른 매뉴팩처보다 더욱 인상적인 점은 시계를 생산하는 데 필요한 태엽과 케이스를 만드는 것은 물론, 예술적인 타카까지 모두 꼭 필요한 프로세스로 여러 모두 인하우스에서 제작한다는 것이다. 과거 별도의 건물에 분리되어 있던 아틀리에 메티에 르크가 이제 매뉴팩처에 중요하게 자리 잡았다는 것은 놀라운 변화다. 쟈세팅과 앰브렐링, 인그리이빙 작업이 예저에서 모두 이루어진다. 이러한 작업들이 주로 외부의 공방에 제작 의뢰 형식으로 분리되어 작업하는 것에 비해 장시간적인 요소까지 모두 최고의 퀄리티를 위해 인하우스에서 제작한다는 것은 매우 의미 깊은 일이다. 기계식 시계의 클래식한 기법을 대를 이어 전승한다는 데서 예저 르쿨트르의 정신을 엿볼 수 있다. 시계 부품 중 눈에 보이는 모든 면을 세공하는 데카레이션 품은 별도로 위치한다. 워치의 심장, 무브먼트를 만드는 데 기본 요소가 되는 다양한 종류의 스프링 바퀴, 즉 무브먼트에 사용하는 모든 부품을 제작하는 스프링바퀴와 휠 조립실, 시계의 정확도에 결정적인 영향을 미치는 팔렛 레버 제작실 역시 매뉴팩처에 위치하며 모두 직접 제조하고 있다. 이 작은 장치를 만드는 데 157가지 공정이 필요하다. 이는 모두 숙련된 장인들의 손을 통해 완성된다. 사실 아주 작은 부품은 외부에서 공급받는 브랜드도 많은데, 예저 르쿨트르는 예외다. 시계바늘부터



1 예저 르쿨트르의 매뉴팩처가 있는 기계식 시계의 성지 발레 드 주의 르 샹타에. 2 현재 예저 르쿨트르의 매뉴팩처 전경. 3 올해 탄생 85주년을 맞은 리베르스 컬렉션의 초창기 광고 비주얼. 4 온도 변화로 움직이는 시계. 예트모스(1928년). 5 1백80가지에 달하는 시계 기술을 갖추고 있는 예저 르쿨트르. 사진 속 이미지: 고도의 숙련된 장인이 앰브렐링 작업을 하는 모습. 6 최초의 매뉴팩처(1833년). 7 그랑 컴플리케이션 포켓 워치(1928년).

아주 작은 태엽과 나사까지 모두 이 공장에서 제작한다. 케이스 작업실 역시 1백 가지 공정을 통해 다양한 소재의 케이스를 완성한 후 테스트 룸으로 이동해 1천 시간 동안 엄격한 실험을 거쳐 이를 통과한 제품만이 판매에 이어진다. 오차와 충격, 기온과 방수 기능, 다양한 온도 변화까지 손목 위에서 일어날 수 있는 모든 일을 미리 테스트한다. 마지막으로 예저 르쿨트르 매뉴팩처에서 가장 드라마틱한, 시간적으로 인상적인 모습을 보여준 곳은 예트모스 워크숍이다. 온도의 차이로 동력을 만들 때에는 탁상시계인 예트모스는 매년 단 3천 개 내외만 생산하는데, 수백 개의 예트모스 워치가 나열되어 놀라운 광경을 연출한다. 이곳에서는 예트모스 작동의 기본이 되는 가스통부터 1천 년에 단 한번 교체하면 되는 예트모스 와이어의 제작 과정을 눈으로 직접 확인할 수 있다. 이곳에서는 완성된 예트모스를 같은 시간을 가리키도록 맞추아놓고 5주 동안 시간 오차 등을 체크한 후 이를 기록하고 조정에 완벽히 예트모스를 탄생시킨다. 단지 공기의 움직임과 온도의 변화만으로 가스통의 주름이 움직이며 동력을 생산하는 수백 개의 예트모스가 한자리에 모여 하나의 호흡으로 움직인다는 것만으로도 그 어떤 장소에서도 느낄 수 없는 기계식 시계의 가치를 느낄 수 있는 놀라운 경험인 것. 고도의 정교함을 담은 히브리노 메카니카와 히브리노 아티스 타카 컬렉션을 선보이는 1백80년 역사의 예저 르쿨트르의 모든 것이 집약된 브랜드의 가치, 그리고 하이 컴플리케이션 워치의 모든 발자취를 알아볼 수 있는 예저 르쿨트르의 매뉴팩처말로 앞으로 스위스 시계 발전의 이품 진정한 원동력이 분명하다. 예티에 베비엔제비엔 현재 취재



**interview. 다니엘 리에도(CEO of Jaeger-LeCoultre)**  
“적어도 10년, 20년 간직할 수 있는 시계가 클래식 워치의 기준이다.”  
**리베르스 컬렉션이 탄생 85주년을 맞았다. 대대적으로 리뉴얼하며 가장 중점을 둔 부분은 무엇인지? 모던함? 혹은 기존의 아이덴티티를 더 부각하는 것? 모던함, 기존의 아이덴티티 부각 모두 신경 썼다. 리베르스가 처음 나온 1930년대로 돌아가 다양한 사이즈로 선보인 리베르스를 고객들이 좀 더 이해하기 쉽게 리베르스 클래식 컬렉션을 스몰, 미디엄, 라지 사이즈로 재정의했다. 심플하고도 모던한 디자인을 가장 중요한 요소로 생각했다. 특히 여성들을 위해 리베르스 원 라인을 선보였는데, 이 역시 1930년대에서 영감을 받았으며, 완전히 새로운 사이즈와 디자인으로 선보였다. 리베르스 탄생 85주년 기념 파티도 파격적이었다. 새로운 도전을 하게 된 계기가 무엇인지? 보다 젊은 DNA를 심으려는 노력으로 보아도 될지? 탄생 85주년을 맞아 리베르스가 어떤 제품인지 알리기 위해 특별히 파티를 준비했다. 클래식함에서 벗어나 크리시찬 루부맹과도 컬래버레이션을 했고, 조금 더 신상하고, 현대적인 느낌을 주기 위해 파티를 준비했는데 반응이 뜨거워 만족스럽다. 최근 여성 워치 분야에서 눈부신 도약을 했는데, 일반 여성들이 왜 기계식 워치를 구매해야 한다고 생각하는지? 아직까지 아름다운 시계를 최고로 여기는 여성들을 설득하기 위한 특별한 아이디어가 있는지? 예저 르쿨트르 매뉴팩처에서는 기계식 워치에 대한 여성들의 관심을 유도하기 위해, 2011년에 여성만을 위한 기계식 워치인 랑 데투르를 선보였고, 성공을 거두었다. 여성 라인의 확장을 위해 디자인뿐만 아니라 무브먼트도 개발하고 있다. 자난 W & WWatches & Wonders)에서도 랑 데투르 미닛 리피터를 선보이는 등 기술적으로도 노력하고 있다. 유니크 피스가 많은 이 브랜드에서 새로운 시계를 개발할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 무엇인지? 타이 추종을 불허하는 기계적인 완성도인가, 혹은 타 브랜드에서 볼 적 없는 새로운 기법인가? 미켈, 소비자의 성향, 예저 르쿨트르의 헤리티지 등을 다 함께 고려한다. 엔트리 레벨 제품의 경우는 미켈을 고려하지만, 전체적인 컬렉션을 보면 새로운 제품을 개발할 때 새로운 컬러를 함께 개발하는 것이 예저 르쿨트르의 DNA라고 할 수 있다. 예를 들어 원형 디자인의 워치를 개발한다면 동일한 사이즈의 원형 무브먼트까지 함께 개발하는 것이다. 자체로 첫선을 보인 지오파피 컬렉션, 브랜드를 상징하는 울트라 신크와 같이 기본에 충실한 컬렉션도 매우 인상적인데, 현대사회에서 클래식 워치의 가치는 무엇이라 생각하는지? 단순히 남에게 보여주지 위한 것이 아닌, 진정한 콘텐츠와 진정한 가치를 지닌, 적어도 10년, 20년 간직할 수 있는 시계가 클래식 워치의 기준이라 할 수 있는데, 지오파피가 비로 이러한 가치를 지니고 있다고 생각한다.**

# Gentle elegance

간결하고 강렬한 디자인, 블랙과 골드의 심플한 조화, 작은 모티브가 남자의 품격을 높여준다. 모던한 남성을 위한 심플한 주얼리 컬렉션.  
photographed by park gun zoo



(왼쪽 위에서 시계 방향으로) 블랙 세라피카 화이트 골드 모던하게 완성한 트리.티 블랙 & 화이트 링 1백80만원, 뿔 모티브 한 유니크한 주얼리는 이제 클래식한 아이템이 되었다. 강렬한 디자인을 원하는 남성에게 추천하는 자스트 앵 글루 브레이슬릿 8백70만원, 모두 카르띠에, 브랜드 로고를 그래픽적으로 해석해 심플한 맥락을 담은 티파니 T 스퀘어 링 1백만원, 티파니, 장미 가지 모티브의 손조 링 2백70만원, 타사키, 로마자를 오픈업과 방식으로 새겨진 아틀라스 오픈 링 1백만원, 티파니, 아름다운 장미꽃의 가시를 모티브로 완성한 손조(Thoms) 컬렉션 브레이슬릿 3백40만원, 티사키, 브랜드 고유의 팔링 모티브를 살린 코르 크리시 컬렉션 링 화이트 골드 3백만원, 옐로 골드 2백만원, 모두 사넬 화인 주얼리, 화이트 골드 스텔비, 제로원 브레이슬릿 8백만원, 벨기리, 화이트와 블랙 골드를 매치한 코트로 블랙 라지 링 6백만원, 부세온, 골드 소재를 다양하게 활용한 4밴드 비, 제로원 링 2백만원, 유연한 밤의 움직임을 고스란히 표현한 세르펜티 투보가스 컬렉션 링 4백만원, 모두 벨기리, 볼드한 맥락의 티파니 T 컬렉션 스퀘어 브레이슬릿 7백만원, 티파니, 예티에 베비엔

카르띠에 1566-7277 타사키 02-3461-5558 부세온 070-7500-7282 티파니 02-547-9488 사넬 화인 주얼리 02-3442-0962 벨기리 02-2056-0171

# get it Bag

지금부터 눈앞에 펼쳐지는 백을 보면 이번 시즌 트렌드가 읽힌다. "유행은 돌고 돈다"라는 말을 입증하듯이 켜켜이 쌓아둔 브랜드 아카이브에서 꺼내온 모티브부터 이니셜 브랜드 로고를 활용한 제품, 백 참에 이어 새로운 백 액세서리까지, 우리의 마음을 설레게 할 신상 백이 가득하다. 올봄에는 어떤 멋진 가방이 우리의 지갑을 열게 할까.

photographed by park gun zoo



(오른쪽 윗부터 차례대로) 눈부신 푸르시아 핑크 컬러의 미니 시크릿 에이전트 백, 21X16cm, 48만원대 **DVF**. 투톤 컬러가 돋보이는 송이자기족 소재 시티 스티머 백, 26.5X23cm, 4백20만원대 **루이 비통**. 브랜드 DNA를 잘 녹인 웹 스트라이프 장식의 슬리 백, 25X17cm, 3백만원대 **구찌**. 오버사이즈의 가방 달개가 특징인 사크 백, 27X22cm, 2백73만원 **자형시**. 차분한 멀티컬러 스트라이프 패턴의 카브 바 이터라 백, 31X23cm, 3백90만원대 **프라다**. 상큼한 민트 컬러 보드가 돋보이는 브라운 백, 36X31cm, 1천만원대 **엘보**.



(왼쪽 윗부터 차례대로) 경쾌한 컬러감이 돋보이는 송이자기족 소재의 에일리 백, 25X16cm, 2백90만원대 **삼바토레 페라기모**. 트렌디코트에서 영감을 받은 버클 장식이 포인트인 스웨이드 소재의 오블롱 벨트 백, 10X18.5cm, 1백70만원 **바버리**. 브랜드 아카이브를 탐험하며 디자인된 더블 T백, 18X13cm, 1백80만원대 **토즈**. 백 안쪽에 탈착 가능한 파우치가 내장된 닷팅 백, 32X22cm, 2백80만원대 **스트랩**. 1백26만원 **펜디**. 송이자기족 스트랩과 실크 파우치가 아우라진 무사딘 백, 21X25cm, 4백20만원대 **에르메스**. 폭신한 베개를 연상시키는 부드러운 양가죽 소재의 필로우 백, 32X22cm, 3백30만원대 **셀린느**. 스크래치에 강한 크기의 엘보 소 가죽으로 제작한 샌-토티백, 31X19cm, 35만5천원 **랑방칼렉션**. 자유자재로 모양이 구겨지는 폴리우레탄 소재의 비오비오 백, 34X30cm, 1백만원대 **비오비오**. 에디터 권유진, 이지연

구찌 1577-1921 **엘보** 02-3449-5916 **랑방칼렉션** 031-5170-2260 **루이 비통** 02-3432-1854 **비오비오** 02-6905-3531 **바버리** 02-3485-6536 **셀린느** 02-540-0486 **에르메스** 02-544-7722 **자형시** 02-517-7560 **토즈** 02-3438-6008 **삼바토레 페라기모** 02-2140-9664 **펜디** 02-2056-9022 **프라다** 02-3442-1830 **DVF** 02-3442-7114

# TWO of US

이국적인 프린트, 빈티지한 이미지,  
엄격한 유니폼 스타일. 낮익은 듯 낯선 이번 시즌  
트렌드는 이 모든 것을 넘나들며 현란하게 새로운  
시즌의 오프닝을 예고한다. *photographed by zo sun hi*



(왼쪽) 블루 패턴 사스루 롱  
드레스 5백85만원 **팬디**, 네이비  
패턴 앵글부츠 가격 미정 **디올**.  
(오른쪽) 타이라 가격 미정 **생 로랑**,  
스트라이프 재킷과 팬츠, 화이트  
레더 크롭트 톱, 레드 패턴 슈즈  
모두 가격 미정 **디올**.

(왼쪽) 블랙 & 레드 재킷 2백90만원대,  
블랙 사스루 드레스 가격 미정, 패턴  
셔츠 1백40만원대, 블랙 브리프  
가격 미정, 볼드한 실버 아이링 가격  
미정, 스트랩 힐 가격 미정 모두 **프라다**.  
(오른쪽) 슬리브리스 드레스 가격 미정,  
볼드한 실버 아이링 가격 미정,  
블랙 초커 40만원대, 스트랩 힐  
가격 미정 모두 **프라다**.





(9) 브라운 스웨이드 플리츠  
슬리브리스 드레스, 로즈 골드  
스타드 장식 벨트, 카키 벨트  
모두 가격 미정 **에르메스**.  
(10) 체크 패턴 화이트 롱  
드레스, 볼드한 네크리스  
모두 가격 미정 **에르메스**.

(왼쪽) 누드 컬러 드레스 가격  
미정 **셀린노**, 샬비 스트랩 힐  
1백50만원대 **로저 비비에**.  
(오른쪽) 네이비 컬러 더블 레더  
재킷, 블루 컬러 셔츠, 브라운  
레더 쇼츠 모두 가격 미정 **탈프 로렌**  
**칼라션**, 브라운 플라워 장식 스트랩  
힐 1백70만원대 **로저 비비에**.



(왼쪽) 화이트 패턴 드레스 가격  
미정 **스텔라 매카트니**, 네크리스  
1백10만원 **스외로브스키**,  
(오른쪽) 블랙 슬리브리스  
원피스, 화이트 팬츠 모두 가격  
미정 **마르니**, 진주 이어링,  
살비 네크리스 모두 가격 미정  
**타니 by 미네타니**.

(왼쪽) 블랙 타이어드 드레스  
가격 미정 **살비토레 페라가모**,  
주얼 장식 초커 1백89만원 **랑방**,  
레드 스트랩 웨지 슈즈 가격 미정  
**랄프 로렌 컬렉션**, (오른쪽) 발룬  
슬리브리스 화이트 셔츠 1백70만원,  
사이드 플리츠 디테일의 블랙 스카트  
5백39만원, 레드 펌프스 1백39만원  
모두 **랑방**, 진주 장식 체인 드롭 이어링,  
진주 장식 이어쿠프 모두 가격 미정  
**빈티지힐라우드**.



(왼쪽) 핑크 컬러 리본 디테일 라플 드레스 6백14만원, 그린 스트라이프 배레모 38만원, 블루 큐빅 링 76만원, 네이비 슈즈 1백28만원 모두 구찌.  
 (오른쪽) 블루 패턴 긴소매 원피스 5백57만원, 네이비 스트라이프 배레모 38만원, 핑크 링 76만원, 브라운 슈즈 1백만원데 모두 구찌.

(왼쪽) 하우스 로고 패턴 언더컬러 블랙 레더 코트, 실버 체인 네크리스 모두 가격 미정 루이 비통.  
 (오른쪽) 리플 디테일의 블라우스, 레더 베스트, 쇼츠 모두 가격 미정 루이 비통.

핀디 02-2056-9022  
 디올 02-3480-0104  
 생 로랑 02-3438-7628  
 프라다 02-3442-1830  
 에르메스 02-3149-9532  
 셀윈드 02-540-0486  
 로저 비비에 02-6905-3370  
 랄프 로렌 컬렉션 02-545-8200  
 스텔라 매카트니 02-6905-3880  
 스와로브스키 1661-9060  
 마르니 02-6905-3665  
 미네토키 02-3443-4164  
 실버토레 파라카모 02-2140-9666  
 랑방 02-3438-6186  
 빈티지컬리우드 02-6224-2203  
 구찌 1577-1921  
 루이 비통 02-3432-1854



헤어 강원진  
 메이크업 회사노(Urbandecay)  
 모델 이정진, 김용지  
 어시스턴트 김혜민  
 스타일리스트 채한석

# lively Spirit

올봄 가장 간편하면서도 가볍게 트렌드해지는 방법은? 빈티지한 데님에도, 클래식한 슬랙스에도 이것 하나만 매치하면 게임 오버다. 편안한 착용감은 두말할 것도 없거니와 요즘 가장 트렌드한 패턴과 디테일을 더한 쿼터 스웨트셔츠가 바로 그것. *photographed by park gun zoo*



(위부터 차례대로) 목욕 튜는 핏 컬러를 더한 카무플라주 패턴의 네오프렌 스웨트셔츠 1백50만원 **발렌티노**, 프렌치 브랜드의 DNA를 엿볼 수 있는, 프랑스 상사7를 향상한 것발 프린트 스웨트셔츠 90만원대 **루이 비통**, 브랜드 고유의 패밀리 패턴을 풋팬으로 수축 그린 듯 표현해 젊은 감성을 불러 일으킨 그레이 스웨트셔츠 65만원 **에트로**, 고대 벽화를 연상케 하는 기하학적 패턴이 유니크한 화이트 스웨트셔츠 1백50만원 **자황시**, 브랜드명의 영문 철자를 딴 와펜 장식이 돋보이는 스웨트셔츠 1백50만원대 **살바토레 페라가모**, 산뜻한 블루 체크 패턴에 꿀벌, 새, 플라워 등 섬세한 자수 장식과 금사로 짠 밴딩 디테일을 더해 쿼터 디자인을 완성한 스웨트셔츠 3백72만원 **구찌**, 에디터 권유진

발렌티노 02-6905-3610 루이 비통 02-3432-1854 에트로 02-511-2573 자황시 02-517-7560 살바토레 페라가모 02-2140-9664 구찌 1577-1921

스타일라이프 유한정  
에디터 권유진

## Popeline Backpack Navy

에르메네제쥬도 제-에서 절고 트렌디한 감성의 남성용을 위해 선보이는 브랜드인 지 제-에서 새롭게 선보이는 포플린(Popeline) 백팩, 알고 부드러운 송이저가죽을 패브릭처럼 부드럽게 가공해 산뜻하고 가볍게 완성했다.

앞은 송이저가죽과 테크메리노 울 소재를 사용하고 네이비와 그레이 컬러를 매치한 포플린 백팩, 믿을 수 없을 만큼 가볍고 견고하다. 29X46cm, 1백19만5천원 **지 제-**.



## Popeline Backpack Blue

방수 처리가 되어 있어 가벼운 스포츠에도 활용할 수 있고, 기방 아래쪽에 별도의 수납공간을 마련해 운동복이나 스니커즈를 넣을 수 있도록 고안해 더욱 실용적이다.

블루와 네이비 컬러를 더한 라이트한 느낌의 포플린 백팩, 미치 패브릭처럼 보이지만 가죽 소재라는 것이 놀란다. 29X46cm, 1백19만5천원 **지 제-**.



# city to Surf

봄바람이 아주 만 불어와도 남성들의 패션에는 감각적인 터치가 요하다. 가볍고 실용적이며 매력적인, 이 시대 모던한 남성을 위한 지 제- (Z Zegna)의 액세서리 컬렉션. *photographed by park gun zoo*

## Techmerino Sneakers

지난해 첫선을 보인 후 놀라운 인기를 얻은 지 제-의 테크메리노 스니커즈. 통가성이 뛰어나고 최상의 패브릭과 가죽을 사용해 착용감이 편안하다. 럭셔리 스니커즈 중 실용성과 스타일링 활용도가 뛰어난 편. 클래식한 컬러와 매력적인 소재로 더욱 완벽해졌다.

그레이·브라운·블랙 색상의 조화가 돋보이는 테크메리노 스니커즈, 네이비·그레이·화이트 색상의 조화가 돋보이는 디자인 각 59만5천원 모두 **지 제-**.



## Chukka Boots

클래식했던 지 제-의 차커 부츠 디자인을 업그레이드한 컬렉션. 고급스러운 나피가죽에 블루, 화이트, 레드 등 다양한 색상으로 선보인다. 부츠의 바닥과 뒤꿈치에는 지 제-의 팬타곤 로고를 더했다. 도시적인 감성은 물론, 주말에도 편안하게 활용할 수 있는 실용성이 돋보인다.

(왼쪽부터) 나피가죽 소재의 네이비 컬러 차커 부츠, 크리미한 화이트 색상의 차커 부츠 각 68만원 모두 **지 제-**, 문의 02-546-6287 에디터 배미진





### 스니커즈에서 하이엔드 디자이너 슈즈까지, 그랑 슈

지난 2월 26일, 17개월간의 리뉴얼 공사를 마치고 새 단장한 신세계백화점 강남점을 찾았다. 기존 백화점과는 차별화된 체험형 쇼핑 공간으로 탈바꿈했는데, 가장 큰 변화는 여러 매장을 오가지 않고도 한자리에서 필요한 물품을 구매할 수 있도록 고려한 동선과 브랜드의 경계를 허물고 특정 카테고리에 맞춰 상품을 진열한 편집매장 형태의 '전문관을 구성한 것이다. 먼저, 여자들의 가슴을 설레게 할 신상 구두로 가득한 '그랑 슈(Grand Shoe)', 무려 1백 46개의 슈즈 브랜드 매장이 들어섰다. 4층의 거의 절반을 슈즈 매장으로 채운 이곳은 신세계백화점 강남점을 통해 처음으로 선보이는 루이 비통과 페라거모, 발렌티노, 구찌 등 명품 브랜드의 슈즈 라인만 따로 소개하는 모노 스토어를 비롯해 럭셔리 브랜드와 캐주얼 브랜드를 굳이 나누지 않고 함께 쇼핑할 수 있도록 설계했다. 즉 한 층에서 10만원대의 스니커즈부터 2백만원대 명품 스티ले토 힐까지 함께 쇼핑할 수 있다는 것. 이곳저곳 옮겨 다니며 디자인과 가격을 체크하는 번거로움을 덜어서 좋고, 특유의 위압감에 쉽사리 드나들지 못한 명품 플래그십 스토어와 하이엔드 편집숍에서만 볼 수 있던 제품을 좀 더 자유로운 분위기에서 구경할 수 있었다. 해외에서나 볼법한 생소한 브랜드부터 친숙한 브랜드까지 이번 시즌 트렌드를 한눈에 들여다볼 수 있는 슈즈 컬렉션과 실제 구매할 수 있는 가격대의 실용적인 아이템까지 다양하게 진열돼 선택의 폭을 넓혔다. 이와 함께 일대일 맞춤형 인수를 판매하는 슈마에스티 라운지와 일본의 유명한 구두 수선 체인인 슈 블루도 입점해, 쇼핑뿐 아니라 세심하게 준비한 슈즈 관련 서비스를 경험할 수 있다.



### 패션과 뷰티, 컬처, 라이프스타일을 모두 한 층에서, 컨템포러리 존

4층에는 슈즈뿐 아니라 라이프스타일 편집숍 마이분과 뷰티, 헬스에 관련된 아이템을 모인 셀렉트 숍 워크아웃, 컨템포러리 디자이너 핸드백을 모인 핸드백 컬렉션 등 다양한 패션 아이템을 한눈에 둘러볼 수 있도록 모노 스토어 문란도 함께 자리해 있다. 이곳에서 눈길을 끈 브랜드는 국내 최초로 모노 스토어를 오픈한 오프닝 세레모니와 마가렛 호웰 매장. 또 팝업 스토어로 소개하는 시 뉴욕(Sea New York)과 모스키노 캡슐 컬렉션 등, 국내에서는 쉽게 볼 수 없는 광경에 두눈이 휘둥그레졌다. 이뿐만 아니다. 커피 테크니션 빈 브라더스와 복합 문화 공간을 추구하는 반디엔루니스의 컬레버레이션 공간도 둘러볼 수 있었다. 이 북카페에서는 시즌별로 브랜드 아트 북 전시 등 재미있는 콘텐츠를 지속적으로 전시할 예정이라고. 그 주위에서는 국내 로컬 농장과 협업해 티와 디저트 메뉴를 선보이는 오가닉 티 바인 티 컬렉티브도 볼 수 있었다. 이를 통해 신세계가 재차 강조하는 고객의 소비 패턴과 편의를 최대한 고려한 동선을 직접 느낄 수 있었다. 실제로 리뉴얼한 공간에는 각 층에 식음료 시설이 있다. 4층을 지나 6층에는 베이커리 카페, 7층에는 스타벅스, 8층에는 엘리스 카페, 9층에는 자주 테이블, 마지막으로 10층에는 콩부인이 들어섰다. 그야말로 패션과 뷰티, 리빙, 스포츠 등 여자들이 관심 갖는 라이프스타일의 요소를 모두 갖춘 윈스톱 쇼핑이 가능한 곳이었다.



1 국내 최대 리뉴얼을 자랑하는 4층 그랑 슈. 2 백화점 최초로 선보이는 루이비통 슈즈 모노 스토어. 3 레오파드 프린트의 뽀족한 스커트와 장식이 돋보이는 크리스찬 루부탱 펌프스. 신세계 강남점에서만 선보이는 인스클루시브 아이템이다. 4 루이비통 매장에서 선보이는, 가죽 소재를 마치 실크처럼 얇게 장식한 독특한 디자인의 무티 힐 샌들.



# what a new Paradise

가로수길, 경리단길, 그리고 소월길에 이어 트렌디한 장소로 떠오르는 곳은 어디일까? 다양한 디지털 플랫폼을 통해 트렌드를 활발히 공유하는 요즘, 사람들의 안목은 점점 더 높아지고 취향은 더욱더 다양해지고 있다. 리뉴얼을 마치고 새로운 쇼핑 메카로 주목받는 신세계백화점 강남점은 이처럼 다채로운 테이스트를 충족시킬 뿐 아니라 한층 업그레이드해줄 것이다.

### 안목을 높일 수 있는 리빙 셀렉션, 신세계 홈

최근 사람들의 최대 관심사는 리빙과 푸드다. 인스타그램만 훑어보더라도 레스토랑에서 찍은 사진과 음식이 예쁘게 세팅된 플레이팅, 인테리어 등이 대부분을 차지하지 않은가. 사람들이 이러한 피드를 올리는 걸 즐기는 이유는 이미지에 담긴 그 자체만으로도 내 취향이 이 정도다 라는 메시지를 내포하고 있기 때문. 패션에서 시작해 리빙으로 이어진 사람들의 관심을 볼 수 있는 하이엔드 라이프스타일 브랜드 라인업으로 무장했다. '신세계 홈은 훌륭한 제품 셀렉션 이외에도 인테리어가 돋보였다. 그도 그럴 것이 이 공간의 콘셉트는 바로 'the apartment'로, 스페인 인테리어 디자이너인 패트리샤 우르키올라(Patricia Urquiola)의 디렉팅 아래 한국인의 가장 보편화된 주거 공간인 아파트에서 영감을 얻어 디자인했다고. 친숙하면서도 익숙한 인테리어 덕분인지, 단순히 상품을 진열해둔 '숍이 아닌 내 집에 두었을 때도 같은 분위기가 날 것 같은 느낌에 없던 그릇 욕심까지 생겼다. 상품 판매라는 원래의 목적보다 고객에게 영감을 주면서, 그들의 생활 전반에 스며들겠다는 신세계 측의 확고한 의지가 느껴졌다. 키친웨어 섹션에서는 국내에서 첫선을 보이는 나이프 브랜드인 '로버트 허더(Robert Herder)와 '크래머 바이 즈윙링(Kramer by Zwilling)', 무형문화재 장인이 만든 모던 유키 브랜드 '닛담', 이세이 미야케와 협업한 이말라의 뉴 컬렉션을 팝업 스토어에서 둘러볼 수 있었다. 또한 매달 새로운 테마의 디지털 & 가전 쇼케이스를 선보이는 이노베이션 룸도 빼놓을 수 없다. 이 외에도 3층 하이엔드 위치 & 주얼리 존에는 프랑스 시계 브랜드 '크리스토폴(Christofle)과 2백50년 전통의 브랜드 바카라(Baccarat)까지 입점해, 혼수 구입을 앞둔 예비부부들을 위한 최적의 장소로 거듭났다. 직접 발품을 팔며 여기저기 돌아다니다지 않고도, 바로 이곳에서 완벽한 혼수 준비를 할 수 있게 된 것이다.



1 블루투스 스피커부터 최고급 AV 시스템까지 한곳에 모인 AV/IT 존 전경. 2 9층에 위치한 자주 테이블. 레스토랑에서 사용하는 그릇, 포크 등은 9층 생활전용에서 구입할 수 있다. 3 카잔과 디자인 매달을 구성한 '로얄' 가전부터 카바라, 오디오 제품을 선보이는 '인베트루스' 등 다양한 생활용품들을 만날 수 있다. 4 이말라/이세이 미야케 컬레버레이션 컬렉션.



### 엄마와 아이들의 천국, 리빙 신세계

이제 신세계백화점 강남점의 주 고객층이라 할 수 있는 여성, 그중에서도 엄마들을 위한 공간으로 꾸민 10층을 둘러볼 차례다. 보통 리뉴얼이라 하면, 가장 많은 사람들의 발걸음이 닿는 지하 1층 식품점 혹은 코즈메틱 브랜드가 준비한 1층부터 변화를 주었으리라 생각하겠지만, 이곳은 다르다. 본래 일반 소비자들에게 백화점의 높은 층은 특별한 볼일이 있지 않고 서야 구경도 잘 하지 않는 곳이니까. 그러기에 백화점 10층의 변화는 더더욱 매력적으로 다가왔다. 에스컬레이터를 타고 당도하자마자 10층의 풍경에 입이 다물어지지 않았다. 과연 똑똑하고 현명한 발상이라는 생각이 들 만큼, '리빙 신세계'라 불리는 이곳에는 임신에서 출산, 육아까지 부모와 아이를 위한 모든 것이 준비돼 있었다. 먼저, 4월 리빙 신세계의 완전한 오픈을 기다리며 찾은 마더후드 테스태이션 공간은 예비 및 초보 엄마들을 위한 공간으로 구성됐으며, 임부용 속옷부터 의류, 뷰티 제품, 태교 관련 용품까지 한 라인을 따라 보기 쉽게 정렬돼 있었다. 또한 입학 & 졸업, 여행 시즌에 맞춰 다양한 룩을 전개하는 아동 편집숍도 함께 들어섰다. 10층에서도 가장 먼저 눈에 들어온 것은 거대한 우주선을 연상시키는 리틀랜드다. 공간 구성이 특히 돋보였는데, 중앙에 위치한 콩부인 카페에 앉아서도 아이들이 노는 모습을 볼 수 있도록 설계했기 때문. 육아 전문 스태프가 상주해 아이들의 안전을 책임지는 것은 물론, 스토리텔링과 연극 등 다양한 프로그램도 운영한다. 2시간 기준 어린이 1명당 1만 2천원의 입장료를 내야 하지만, 잠시나마 아이를 맡기고 맘 편히 쇼핑할 수 있다면 꽤 합리적인 금액이다. 이처럼 패션과 뷰티, 컬처, 라이프스타일은 물론 아이와 함께하는 즐거운 시간까지, 모든 걸 충족시키는 이곳이야말로 진정한 신세계가 아닐지. 문의 1588-1234 에디터 배미진, 이자현

1 육아 단계별 이유식을 판매하는 프리피엄 오가닉 이유식 카페 양요미(Yummymeal). 2 아이 방을 위한 가구부터 생활 소품, 패션 액세서리 등을 판매하는 유아용품 편집숍. 3 영·유아를 위한 전문 스텝이 영·유아 스텝들의 놀이 서비스를 즐길 수 있는 놀이 공간인 리틀랜드. 4 리빙 신세계의 아이센터 캐릭터는 고릴라와 코끼리, 부엉이 등 아이들에게 친근한 동물들로 표현했다.

# blue light Protection

봄이 성큼 다가온 지금, 자외선 차단제를 쇼핑 리스트 영순위에 올릴 시즌이 돌아왔다. 색소침착의 원인이 되는 자외선, 미세 먼지에 이어 전자 기기에서 방출되는 블루 라이트까지 차단하는 똑똑한 '신상' 자외선 차단제, 랑콤 UV 엑스퍼트 차단 CC 커버라면 피부 건강을 지키는 데 부족함이 없을 것. 이와 더불어 피부 겉은 물론 속까지 투명한 빛을 선사하는 랑콤의 '블랑 엑스퍼트' 듀오가 함께한다면 건강한 장밋빛 피부로 다시 태어나는 것은 시간문제다. *photographed by park gun zoo*



랑콤 UV 엑스퍼트 차단 CC 커버 SPF 50/PA+++ 30ml 5만7천원대.

(왼쪽부터 차례대로) 랑콤 블랑 엑스퍼트 데이 크림 50ml 13만원대, 랑콤 블랑 엑스퍼트 에멀전 100ml 10만원대.



## 블루 라이트까지 차단하는 스마트한 자외선 차단제

요즘같이 '스마트'한 세상에 스마트폰, 모니터, TV를 제외하고 나면 현대인의 삶을 언급하기란 힘들다. 특히 스마트폰은 중독이라는 표현이 따라붙을 만큼 손에서 놓지 않고 늘 함께 하는 존재 아니던가. 이와 관련해 시력, 척추 건강, 수면 장애 등 여러 문제가 거론되고 있지만, 피부 노화와 잡티에 민감한 여성들에게는 또 다른 문제가 숨어 있다. 바로 스마트 기기에서 뿜어내는 가시광선에 포함된 블루 라이트가 피부 색소침착을 유발한다는 것! 실내의 형광등 빛에도 피부가 손상될 수 있다는 말은 들어봤지만 스마트 기기의 불빛 또한 피부에 자극이 될 수 있다는 사실은 다소 생소할 터. 블루 라이트라 불리는 이 파란색 계열의 광원은 노출 시간이 길어지면 눈의 피로를 심화하고, 수면 방해 등 인체에 유해한 영향을 미치는 것으로 보고되어 있다. 특히 스마트폰에서 나오는 블루 라이트는 맑은 날 오전의 자외선 양과 같은 정도라고 하니 피부에 미치는 영향 또한 무시할 수 없는 일. 또 자외선 UVB보다 더 많은 색소침착을 유발하고, 오랫동안 유지되는 특성상 대책이 시급하다. 이런 시대적 흐름과 피부 노화에 대해 누구보다 더 앞서가고 발 빠르게 캐치해 연구하는 코즈메틱 브랜드가 바로 안티에이징과 화이트닝 분야의 선두 주자이자 보베 리처치 코리아 자외선 차단제 부문에서 12년간 연속 1위를 차지한 랑콤이다. 세계적 극성을 부리는 미세 먼지를 막아주는 안티-폴루션 기능의 자외선 차단제로 큰 사랑을 받고 있는 랑콤은 최근 업계 최초로 UV 광선뿐만 아니라 일상생활에서 쉽게 노출되는 블루 라이트까지 차단하는 'UV 엑스퍼트 차단 CC 커버 SPF 50/PA++++'를 선보인다. 일상 속 공해가 된 블루 라이트 차단을 위해 골몰하던 랑콤은 블루 라이트 차단 성분을 캡슐화하는 데서 그 해법을 찾았다. 랑콤만의 독자적인 미세 필터가 UVB, 노화를 일으키는 단파와 장파 UVA까지 효과적으로 차단하는데, 특히 UVA, UVB를 12시간 동안 지속적으로 차단해주기 때문에 자주 덧발라야 하는 번거로움을 줄일 수 있다. 미세 먼지 등 오염 물질이 피부에 흡착되지 않도록 하는 안티-폴루션 기능이 포함되어 유해 환경으로부터 피부를 완벽하게 차단해주는 것 또한 이 제품만의 특징. 게다가 높은 커버력을 자랑해 여러 단계의 복잡한 스킨케어 과정을 거칠 필요 없이 화사한 봄 메이크업을 완성할 수 있다. 자외선 차단 기능과 CC 크림 기능, 여기에 미세 먼지와 블루 라이트까지 차단하는 이 만능 자외선 차단제 하나면 자외선과 블루 라이트, 더불어 피부 잡티까지 완벽하게 차단할 수 있다는 뜻이니, 올봄 단 하나의 자외선 차단제를 선택한다면 바로 이것이다.

## 완벽한 토털 화이트닝 케어를 실현하다

피부 겉은 물론 속까지 투명하게 빛나는 장밋빛 피부를 원하는가? 그렇다면 단계별 화이트닝 제품을 통한 완벽한 토털 화이트닝 케어로 시너지 효과를 기대해볼 것. 피부 스트레스의 원인으로 작용하는 자외선, 미세 먼지, 블루 라이트까지 차단하는 UV 엑스퍼트 차단 CC를 발라 피부를 보호하고, 멜라닌 생성을 억제하는 것은 물론 피부 속부터 수분을 공급하고 빛을 실현하는 랑콤의 화이트닝 신제품, '블랑 엑스퍼트 에멀전', '블랑 엑스퍼트 크림'으로 스페셜 케어를 시도한다면 이슬을 머금은 듯 환한 장밋빛 피부로 가꿀 수 있다. 오랜 세월 아시아 여성이 원하는 아름다움을 연구해온 랑콤은 이슬을 머금은 듯 촉촉하며 생기 있는 피부 아말로 궁극의 화이트닝 피부라는 결론을 내린 바 있다. 단순히 잡티 없이 깨끗한 것에 그치지 않고 장미 꽃잎 위에 떨어진 이슬방울처럼 부드럽고 생생한 피부, 꼭 찬 수분을 머금어 환한 빛을 발하는 피부여야 한다는 것. 이에 영감을 받아 랑콤이 새롭게 선보이는 블랑 엑스퍼트 에멀전은 텍스처가 부드러운 미세하고 촉촉한 화이트닝 수분 입자에 랑콤만의 특별한 화이트닝 성분을 담았다. 멜라닌 이펙터이자<sup>TM</sup> 시스템이 그 핵심 성분으로, 멜라닌 생성을 억제해 화사하고 균일한 피부 톤으로 개선시키고, 장미, 민트, 겐티아나 추출물이 외부 환경으로부터 자극받은 피부를 편안하게 진정시키는 것이 특징. 더불어 카르노신과 벵골 추출물이 착색의 주요 원인으로부터 피부를 케어하고, 니아신아미드가 피부 속부터 빛과 수분을 채워 24시간 동안 촉촉하고 탱탱하게 차오르는 느낌을 선사한다. 매일 쓸수록 밝아지고 매끄러워지는 피부를 경험할 수 있는 블랑 엑스퍼트 에멀전의 다음 단계는 블랑 엑스퍼트 크림이다. 순수 비타민 C보다 안정적이어서 티로시나아제의 활동을 효과적으로 억제하는 액티브 C를 함유해 멜라닌 생성을 초기에 차단하고 피부 본연의 크리스털 광채를 부여한다. 또 불규칙한 피부 톤의 주요 원인인 옐로, 레드 톤 색소를 완화해 피부 톤을 화사하고 매끈하게 가꿔준다. 화이트닝 제품이 건조하다는 편견은 이 제품을 사용해보면 단번에 버릴 수 있다. 텍스처가 산뜻하고 가볍지만 오일처럼 바르는 순간 피부 곳곳으로 빠르게 녹아들어 바르자마자 촉촉한 기분을 느낄 수 있으니 말이다. 여자라면 누구나 원하는, 소녀와 같이 투명하게 반짝이는 장밋빛 피부. 화이트닝 전문가 랑콤이 선보이는 UV 엑스퍼트 차단 CC 크림과 블랑 엑스퍼트 듀오만 있다면 그리 머지않은 미래에 이러한 피부를 만나게 될 것이다. 문의 080-001-9500 에디션 권유진

## SPECIAL EVENT COUPON

### <스타일 조선폐보>와 랑콤이 함께하는 특별한 쿠폰 이벤트

본 쿠폰을 지참하고 랑콤 매장을 방문하시는 <스타일 조선폐보> 독자분들에게 자외선, 미세 먼지, 블루 라이트까지 차단해주는 'UV 엑스퍼트 차단 CC 커버'를 체험할 기회를 드립니다.

- ◆ **중정품** UV 엑스퍼트 차단 CC 커버 5ml ◆ **기간** 2016년 3월 16일(수)~26일(토)
- ◆ **중정 매장** 전국 백화점 랑콤 매장 ◆ **문의** 080-001-9500

\* 중정품은 한정수량으로 조기 소진될 수 있으며, 1인 1회 사용 가능합니다. ※ 재고 사정에 따라 생분류 제품이 변경될 수 있습니다.



# radiance Skin

클레드뵘 보떼가 새로운 차원의 광채를 이야기한다. 좋은 스킨케어의 기준이 된 이 브랜드가 스스로 빛이 나는 피부, 누구나 꿈꿔온 빛을 머금은 피부를 완성하기 위해 지금 새로운 제품을 선보인다. 클레드뵘 보떼의 믿음직한 새로운 스킨케어 컬렉션을 소개한다.

photographed by park gun zoo

(왼쪽부터 차례대로) 밤 전용 크림도 포티피안트 앰플시프 50ml 18만원, 낮 전용 크림도 포티피안트 프로텍트리스 SPF 25 PA+++ 50ml 16만원, 로씨옹 이드로 아두시상프 150ml 15만원.



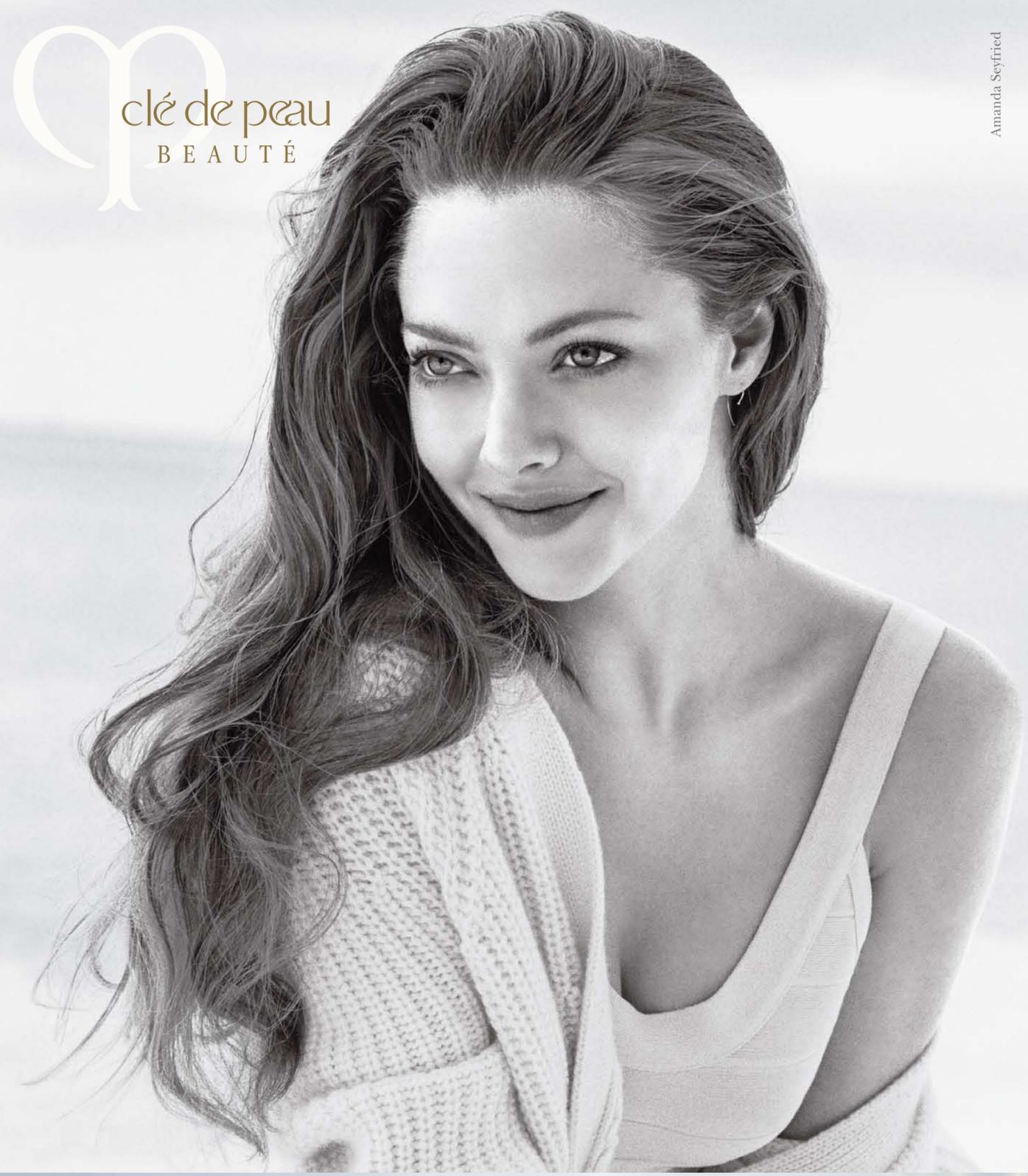
## 당신이 꿈꿔온 새로운 차원의 광채

사실 윤기와 광채는 모든 여자들에게 가장 중요한 요소다. 반짝이는 피부는 탄력이 느껴지고 잡티가 살짝 눈에 띄더라도 더 싱그러워 보인다. 지금 가장 빠르게 피부 광채를 되찾을 수 있는 방법은 무엇일까? 바로 클레드뵘 보떼의 새로운 베이식 스킨케어 라인을 만나는 것이다. 스킨케어 분야에서 최고의 럭셔리 아이템으로서 오랜 마니아층, 수많은 뷰티 전문가들에게 찬사를 받은 클레드뵘 보떼의 스킨케어 컬렉션이 다시금 리뉴얼되었다. 사실 왜 리뉴얼이 필요한지 의아할 정도로 완성도 높은 크림과 토너, 에센스를 보유한 베이식 라인을 개편했다고 했을 때 고개를 갸웃한 것이 사실이다. 지금도 에디타의 화장대 위에 가장 중요한 자리를 차지하는 크림이고 언제나 만족스럽게 사용하고 있기 때문이다. 하지만 이러한 의문은 금세 사라졌다. 럭셔리 스킨케어업계에서도 선두에 서 있는 클레드뵘 보떼의 연구에 대한 노력과 그 성과를 제품화하는 과정은 그 어떤 브랜드와 비교할 수 없을 정도로 빠르고 저돌적이다. 멈추는 것을 두려워하는 듯 보일 정도로 끊임없이 투자한다. 수년 전 일본에서 직접 인타부를 통해 만나본 CEO와 핵심 연구진은 여전히 같은 자리를 지키고 있었는데, 이들의 신념은 변하지 않은 듯했다. 피부에 대한 총체적인 이해는 기본이다. 클레드뵘 보떼 연구는 피부는 또 하나의 뇌다라는 기존의 이론을 한층 더 발전시켰다. 피부가 뇌처럼 외부 스트레스를 기억하며, 외부 환경과 시간의 변화에 따라 스스로 유연하게 대응한다는 것이 이번 리뉴얼의 핵심이다. 화장품의 텍스처와 새로운 성분들 통해 스트레스를 미리 차단하고 기존의 자극에 대한 기억을 리셋시켜 빛나는 피부로 만들 수 있다고 이야기한다. 낮과 밤의 환경에 맞춰 성격이 다른 화장품을 사용하는 세심한 케어 역시 피부가 가지고 있는 기존의 기억을 리셋시키는 데 필수적인 요소다.

## 피부가 스스로 광채를 낼 수 있도록, 낮과 밤을 모두 관리하는 정교한 텍스처

피부는 수 초 단위로 외부 자극에 의해 흥분하고 이를 스스로 진정하는 복구 시스템을 갖추고 있다. 클레드뵘 보떼는 이처럼 피부가 어떻게(how), 왜(why) 행동(act)하고 반응(react)하는지에 대한 총체적이고 핵심적인 이해를 바탕으로 피부가 스스로 광채를 내는 방법을 고안했다. 최신의 방법은 외부 스트레스를 차단하는 것과 스트레스에 대한 기억을 지워 트러블 없이 빛나는 피부를 만드는 것. 클레드뵘 보떼는 피부 표면만이 아닌 진피층을 케어해 광채를 더욱 극대화시키고자 한다. 이러한 과정에 가장 확실히 작용하는 일루미네이팅 컴플렉스 EX는 플라타늄 글든 실크를 포함한 53가지 유효 성분이 담겨 있다. 클레드뵘 보떼의 전 라인에 공통적으로 들어가 있어 어떤 제품을 사용해도 효과적이다. 일반적인 로션에 해당하는 로씨옹은 비르자미자 데콜레 라인까지 촉촉하게 만들어줄 정도로 완성도가 뛰어나다. 에센스에 비금갈 정도로 피부에 수분감을 선사해, 다른 토너를 무색하게 할 정도다. 크림을 바르는 것을 잊을 정도로 피부가 촉촉해진다면 믿을 수 있을까. 에달선에 해당하는 에달선용 크림 토너 버전으로도 출시해 선택의 폭이 넓다. 에달선용 크림 텍스처를 만들어 피부 상태에 따라 선택할 수 있도록 고안한 것. 거기에 가격적인 매력에 더해 만족도를 더욱 높였다. 워밍크림과 같은 사용감의 크림은 부드럽고 빠르게 스며들어 촉촉하고 탄력 있는 광채 피부를 만들어준다. 낮과 밤에 따라 다르게 관리해주는 것도 매력적이다. 낮 전용 데일리모이스처 라이저는 낮 동안의 자외선과 건조함, 산화작용 등 외부 자극에서 피부를 보호한다. 밤에는 히알루론산 생성이 활발해지기 전에 이를 촉진하는 진피층을 자극해 더욱 탭 탭하고 탄력 있는 피부로 가꾼다. 단순히 좋은 스킨케어를 넘어, 최상의 감각적인 경험, 좋은 제품을 사용한다는 만족감, 브랜드 히스토리가 이끌어내는 신뢰까지 담은 것이 바로 클레드뵘 보떼다. 지금까지 어떤 스킨케어 제품에도 만족하지 못했다면, 연령에 관계없이 가장 정교하고 드라마틱한, 피부에 바로 반응하는 최상의 스킨케어 제품을 만나고 싶다면 주저 없이 클레드뵘 보떼를 추천한다. 문의 080-564-7700 에디터 배미진

clé de peau  
BEAUTÉ



Amanda Seyfried

## Radiance becomes you.

가장 아름답게 빛나는 광채 피부는 나이를 초월해 본연의 건강한 피부가 지닌 빛, 결, 선을 이룰 때 실현됩니다.

클레드뵘 보떼 라 크림 일루미네이팅 컴플렉스 EX\*\*가 외부 스트레스를 차단해 피부의 빛을 되찾아주고, 정교한 텍스처가 피부에 부드럽게 스며들어 촉촉하고 매끄러운 피부로 바꾸어 줍니다.

당신이 꿈꿔온 광채 피부를 경험해 보세요.

라 크림

www.cledepeau-beaute.com

\*\* 클레드뵘 보떼 독자 성분



## SPECIAL EVENT COUPON

### 〈스타일 조선일보〉와 클레드뵘 보떼가 함께하는 특별한 쿠폰 이벤트

본 쿠폰을 저장하고 클레드뵘 보떼 매장을 방문하시는 〈스타일 조선일보〉독자들에게 스킨케어의 첫 단계이자 하루 종일 맑은 수분 광채를 선사할 로씨옹 샘플을 증정합니다.

◆ 증정품 로씨옹 이드로 아두시상프 12ml ◆ 기간 3월 25일(금)~27일(일) ◆ 문의 080-564-7700

◆ 증정 매장 클레드뵘 보떼 매장(현대백화점 안국점, 코엑스점, 부산점, 판교점, 롯데백화점 본점, 월드타워점, 신세계백화점 본점, 강남점, 부산 센텀시티점, 갤러리아 명품관)

\* 증정품은 한정 수량으로 조기 소진될 수 있으며, 1인 1회 사용으로 중복 증정 불가능합니다.



(현스 위퍼터 아티스트) **사벨 르 블랑 브라이언트닝 차크 마스크** 홍주는 물론 크고 작은 잡티가 수시로 올라오는 볼 부위만 집중 공격한 화이트닝 차크 마스크. 특히 사벨의 대표 화이트닝 라인인 르 블랑을 사용하고 있는 사벨이라면 이 제품을 눈여겨볼 것. 르 블랑 세럼과 함께 사용하면 더욱 큰 시너지 효과를 얻을 수 있는 이 시트 마스크에는 보습 효과와 함께 착색한 노란 토 파우를 원하게 가꿔줄 진주 추출물과 미세 순환을 촉진해 양 볼에 건강한 핑크빛 생기를 선사해줄 펙크 배리 오일이 함유되어 있다. 시종의 아이 팩퍼는 큰 사이즈로 코 옆을 시작으로 애플 존과 관자놀이하까지 넓게 감쌀 수 있는 탄력 모양의 시트가 특징. 시트와 에센스가 각각 분리되어 있다가 사용 전에 에센스를 시트에 적서 사용하는 방식으로, 에센스와 시트가 만나면 거품이 풍금풍금 생기며 포물리가 활성화되는 것을 눈으로 확인할 수 있다. 얼굴 전체가 아닌 볼 부위에만 붙이는 형태임에도 밀착력이 매우 뛰어나기 때문에 애플 존과 눈 주위에도 시트가 떨어지지 않는다. 팩을 하는 동안 클링 효과가 지속되어 얼이 올라온 볼 부위가 한결 진정되었고, 5부 후 시트를 떼어내니 홍조로 얼굴 붉게 했던 피부가 즉각적으로 화사하게 정돈되었다. 꾸준히 사용할 경우 기미, 잡티 등도 눈에 띄게 없어진다고 하니 양 볼의 잡티가 고민이라면 이 차크 마스크로 집중 관리에 돌입할 것. 6매 12만6천원. 문의 080-332-2700

**마키모토 에센스 마스크 LX 골드 라벨** 프리미엄 시트 마스크 혹은 마키모토 2007년부터 지금까지 블로그, SNS에 올라온 수만 건에 달하는 리뷰가 증명하듯 믿고 사용해볼 만한 제품이다. 5년 만에 리뉴얼해 선보이는 골드 라벨은 진주 추출물, 비타민 나노 캡슐 등의 기능성 성분을 더욱 강화한 것보다 더불어 20가지 화장품 유해 성분을 배제했으며, 팩을 떼어낸 후에도 피부의 유해 성분이 효과를 발휘할 수 있도록 피부에 보호막을 씌우는 W 어프roach을 적용한 것이 달라진 점. 또 기존의 시트보다 두께, 밀착력을 업그레이드해 에센스의 침투력을 높였다. 무향에 가까운 향, 촉촉하고 신뜻한 사용감, 오래 지는 적당한 양의 에센스를 함유해 부담 없이 사용할 수 있는 데일리 팩으로 안성맞춤이며, 촉촉한 타인의 코즈메틱을 선호하는 남자들에게도 인기 좋은 제품이다. 6매 13만원대. 문의 02-3445-5103

**코스메 테크놀로지 AQMW 레이스 마스크 듀오** 좋은 마스크 팩은 시트만 안져 봐도 다르다. 고급 잔을 만지듯 부드럽고 탄력 있는 도톰한 시트. 코스메 테크놀로지 AQMW 레이스 마스크가 바로 그렇다. 피부에 탄력 있게 달라붙는 밀착력과 사용감은 그동안 사용해본 시트 마스크 중 상위권에 꼽을 만큼 으뜸. 이와 더불어 상하 2장으로 나누어 있다는 점이 특색인데, 단순히 붙이기 쉬운 편의성을 뛰어넘어 위아래에 각기 다른 성분을 담아 부위별 차별화된 케어를 선사한다는 점이 주목할 것. 건조하고 착색해지기 쉬운 연약한 눈가를 위해 상부엔 브라이언트닝 마스크에는 보습 친핵 등의 유호 성분을, 하부엔 밸런스 마스크에는 차진과 모공이 눈에 띄기 쉬운 볼, 인가를 케어하기 위한 사파로 미세소 용해젤 진액을 더했다. 위아래 마스크의 성분, 효과가 각기 다른 만큼 시트의 두께, 텍스처 또한 차별화한 상세함도 놓치지 말아야 할 부분이다. 에센스가 듬뿍 담겨 있어 10분이 지나도 시트가 마르지 않고 여전히 촉촉해 피부가 건조해지지 않는다. 그렇지만 끈적이나 건조는 없이 전혀 알기 때문에 메이크업 전에 사용해도 무방하고, 피운데이션이 피부에 끈끈하게 밀착되어 피부가 가장 예뻐 보아야 하는 데일리 당일에 챙겨가 할 시트 마스크로 추천하고 싶다. 6매 13만원. 문의 080-568-3111

**에스티 로더 어드밴스드 나이트 리페어 컨센트레이티드 리카버리 파워풀인 마스크** 파워풀인이라는 제품명에서 짐작할 수 있듯이 쿠싱 포일을 씌운 듯한 생선 차를 보는 비주얼이 1차적인 호기심이 발동했다. 언제 최초로 선보이는 듀얼 매트릭스 구조의 이 포일 시트는 시간적인 제약을 위한 것이 아니다. 마스크를 자세히 보면 코트 마스크 위에 포일 시트를 한 겹 더한 것을 확인할 수 있는데, 이는 내부 매트릭스가 농축된 트리트먼트 성분을 피부에 공급하는 동안 피부에 보호막을 만들어 기존 코트 시트 마스크 대비 무려 25%나 빠른 침투력을 자랑하는 획기적인 기술이다. 여기에 함유된 성분은 더욱 놀랍다. 에스티 로더의 베스트셀러 안티에이징 세럼이자 양장 갈색향이라는 애칭으로 불리는 어드밴스드 나이트 리페어 컨센트레이티드 반 향에 달하는 성분을 한 장에 고스란히 담은 것. 사용해본 제품 중 가장 많은 에센스가 들어 있어 시트를 얼굴에 붙이고도 다량의 에센스가 포장지에 남아 아플 목, 다름때, 손까지 발랐을 정도다. 포일이 외부 공기를 차단해 온기가 느껴지고 시트가 마르지 않아 10분이 지나도 굉장히 촉촉하다. 시트를 떼어내고 잔여물을 두들겨 흡수시키면 피부가 작 조여지면서 매끄러운 광채가 흐르는 것이 단연 최고다. 일주일엔 1회, 자기 전에 사용하면 갈색향 세럼인 단독으로 비르는 것보다 훨씬 큰 효과를 느낄 수 있을 것. 4매 11만원대. 문의 02-3440-2772

**골레드보 보에 정장드레 일루미나** 프리미엄 이 제품은 단순한 시트 마스크 팩이 아니라 거트는, 토털 스킨케어를 완성하는 제품으로 보는 것이 맞다. 럭셔리한 골드 박스에 투명 비닐로 포장한 최고급 코튼 스펀 1매와 함께 1단계에 사용하는 로션과 2단계의 에센스, 그리고 3단계로 사용하는 시트 마스크가 한 세트로 들어 있기 때문. 1, 2단계의 로션과 에센스는 1회 분량씩 플라스틱 앰플 형태로 포장되어 있고, 마스크 역시 에센스가 흐르지 않는 젤 타입이라 여행용 갈 때나 건조한 기후에서도 이 팩까지 하나면 충분하다. 먼저 피부의 각질을 제거하고 수분을 공급하는 로션을 화장실에 적서 피부결을 정돈하고, 필리 이펙트 콤플렉스, 비타민 E 유도체 성분을 함유해 피부 세포의 스트레스를 차단하는 에센스를 꼼꼼히 발라줄 것. 마지막으로 걸면은 도톰한 부츠모 소재로, 피부에 닿는 부분은 로열젤리 성분의 젤 타입으로 이루어진 마스크를 붙이면 끝이다. 파스를 붙인 듯 피부에 끈끈하게 밀착되는 시트는 공기를 차단해 진 단계에 사용한 에센스의 성분이 빠르게 흡수되도록 돕고, 그 효과를 극대화하는 것이 특징. 고급 스파에서 관리받은 듯한 촉촉한 내, 팩을 떼어낸 후 별도의 화장품을 바르지 않아도 피부가 부드럽고 촉촉해지는 것 역시 장점이다. 6매 18만원. 문의 080-564-7700

**아오리퍼마닉 오이스크 비온드 리프레이싱 앰플 마스크** 피부가 붉게 달아오르고 탈수 증상을 보이는 봄에엔 구버려져야 할 텐데 같은 수분 마스크. 1년 중 5-6월, 단 한 달간 재워할 수 있는 고귀한 대부 수액 성분을 기존 세럼 대비 5배 농축한 앰플과 하이드로젤 마스크가 한 세트로 이루어진 집중 수분 마스크로, 시원한 사용감이 달아오른 피부를 빠르게 다스린다. 먼저 1회 분량으로 구강한 앰플을 피부에 흡수시키고 하이드로젤 시트 마스크를 붙여줄 것. 젤 타입이라 에센스가 흐르지 않아 편리할 뿐만 아니라 앰플의 유호 성분을 피부 속 깊이 충전시키는 흡수성을 강화했다. 수시로 사용해도 좋을 만큼 부담이 없으며 사용 전 마스크를 냉장고에 넣어 차갑게 해 사용하면 클링 효과가 배가된다. 6매 10만7천원대. 문의 080-023-5454 에디터 **배미진, 권유진**



# premium Sheet

하루에 고작 20분 사용하고 버릴 시트 마스크인데 1장에 몇만원씩이나 하는 제품을 써야 하는 이유에 대해 반문한다던? 싼 것이 비지떡이라는 말이 있듯이 출처를 알 수 없는 저가 원료를 담은 거친 시트를 무려 20분이나 붙이고 있다고 생각해보면 얘기가 달라질 것. 사치가 아닌 피부를 위한 값진 투자, 프리미엄 시트 마스크. *photographed by park gun zoo*

# art of the Trench

버버리 아트 오브 더 트렌치는 전 세계 누구든지 버버리 트렌치코트를 입은 모습을 소셜 네트워크 기반의 웹사이트에 올리고 공유할 수 있는 문화 프로젝트다. 지난 2013년에 이어 올해 두 번째로 진행되는 아트 오브 더 트렌치 서울을 위해 요즘 가장 주목받고 있는 셀러브리티부터 인스타 스타까지 버버리의 트렌치코트를 입고 익숙한 서울을 배경으로 카메라 앞에 섰다.



1 브랜드의 상징적인 트렌치코트. 2 아트 오브 더 트렌치 서울 이벤트를 기념해 버버리 서울 플래그십 스토어를 찾은 배우 박혜진. 3 2층 행사장 모습. 4 이반 프로젝트에 참가한 배우 최자우, 한효주, 이종석의 트렌치코트 스타일링. 5 배우 이연희도 행사장을 찾았다. 6 배우 고준희가 행사장에 설치된 디지털 스크린을 통해 '아트 오브 더 트렌치 서울' 이미지를 관람하고 있다. 7 레이스 소재 트렌치코트를 시원하게 소화한 최자우.



**서울, 그리고 트렌치코트**  
트렌치코트를 연출할 수 있는 스타일링이 이토록 다양했던가? 지난 3월 3일, 버버리 서울 플래그십 스토어에서 진행된 '2016 아트 오브 더 트렌치(Art of the Trench) 서울' 프레젠테이션 현장에서 든 생각이다. 이날 트렌치코트는 행사 취지에 맞게 단연 트렌치코트였고, 행사에 참여한 셀러브리티는 물론 5백여 명의 게스트 또한 저마다의 개성으로 트렌치코트를 소화했다. 고유의 클래식함을 유지한 스타일링은 물론, 트렌치코트에 스매백을 거꾸로 둘러쓰거나, 사이하이 부츠와 함께 트렌치코트를 원피스처럼 연출하는 등 '트렌치코트는 클래식하다'라는 편견을 깬 매력적인 룩들을 엿볼 수 있었다. 버버리가 '아트 오브 더 트렌치' 프로젝트를 기획한 것도 바로 이러한 고정관념을 깨기 위해서가 아닐까? 버버리는 트렌치코트가 단지 클래식한 이미지에 갇혀 있기보단 성별이나 연령은 물론, 시간과 공간까지 초월해 좀 더 다양한 사람들이 즐길 수 있는 아이템이 되길 원한다. 그러한 이유로 시작한 것이 바로 1백60년 역사가 깊은 브랜드의 상징적인 트렌치코트를 연령대와 스타일이 다양한 사람들이 입은 모습을 기념하는 글로벌 프로젝트 '아트 오브 더 트렌치'다. 2009년부터 시작해온 이 이벤트는 브라질리아, 시카고, 홍콩, 이스탄불, 런던, 로스앤젤레스, 뭄바이, 파리 등 전 세계 도시 곳곳에서 개최했으며 서울에서는 지난 2013년에 이어 올해 두 번째로 진행되었다. 이번 서울 프로젝트에는 배우 차승원과 이종석, 고수, 최지우, 한효주, 고준희 등 톱 스타를 비롯해 세계적으로 유명한 메이크업 아티스트 포니, SNS 스타 DJ 페기 골드와 킴백 등 다양한 분야의 인사들이 서울의 트렌드를 대표하는 거리와 역사 유적지 등을 배경으로 촬영했다. 창당동부터 남산 한옥마을, 종로 세운상가 등에 이르기까지 우리가 일상 속에서 자주 마주하는 친근하고 익숙한 배경인지를, 그들이 입은 트렌치코트도 단순히 특정 브랜드의 옷이거기보다는 스타일리시한 아우터처럼 여겨져, 버버리란 브랜드가 한층 가까게 느껴진다. 이날의 현장과 트렌치코트를 활용한 그들의 스타일링이 궁금하다면 '버버리닷컴(burberry.com)'에 접속하면 된다.

**트렌치코트, 직접 보고, 입고, 경험하라**  
버버리 서울 플래그십 스토어에서 진행된 '2016 아트 오브 더 트렌치 서울'을 기념하는 행사에서는 대형 디지털 스크린을 통해 다양한 트렌치코트 스타일링을 소개했다. 그리고 이 캠페인은 오프닝 이벤트와 함께 곧바로 버버리닷컴과 카카오키프, 웨이보, 페이스북, 트위터, 인스타그램, 유튜브, 핀터레스트, 텀블러 등 각종 디지털 채널을 통해 공개되었다. 현대인들이 가장 쉽게 접하는 디지털 채널이야말로 브랜드를 이해시키고 홍보하는 데 가장 강력한 수단이기 때문. 버버리에서 이런 캠페인에 보다 쉽게 접근하기 위해 만든 웹사이트 '아트오브더트렌치닷컴(www.artofthetrench.com)'을 방문하면 세계 각국 유명 인사들의 개성 있는 트렌치코트 스타일링을 날려, 색상, 스타일, 성별, 업데이트 순서 등의 키워드로 분류해 손쉽게 검색·확인할 수 있다. 마음에 드는 이미지를 클릭하면 버버리의 홈페이지이자 온라인 스토어인 버버리닷컴에 바로 연결돼 이미지 속 트렌치코트를 구매할 수도 있다. 물론 실제 매장에서 입어보는 즐거움도 빼놓을 수 없다. 버버리 서울 플래그십 스토어에서는 헤리티지 아이코닉 트렌치코트에 15가지 컬러의 실로 글자를 새기는 새로운 모노그래밍 서비스를 제공한다. 영국 북부의 캐슬퍼드에서 장인들이 직접 한 땀 한 땀 수작업으로 이니셜을 새긴 나만의 트렌치코트를 소유할 수 있는 기회다. 매장 내 비치된 아이패드를 통해 실제로 어떤 색감으로 실현되는지 바로 확인할 수도 있다. 게다가 오는 3월 31일까지 버버리 서울 플래그십 매장에서 트렌치코트를 구매하면, 판매액의 5%가 아름다운재단에 기부된다고. 버버리는 지난 2012년부터 아름다운재단과 함께 청년 진로 탐색 사업을 진행해왔으며, 지난해에 이어 올해에도 버버리 기금을 통해 2억원을 추가로 기부할 예정이다. 문의 080-700-8800 에디터 **이재민**

# editor's Pick

메이크업 신제품부터 미세 먼지로부터 피부를 보호해주는 스킨케어와 보디, 헤어 제품까지. <스타일 조선훈보> 기자들이 체험한 이달의 뷰티 아이템. *photographed by yum jung hoon*

(왼쪽부터 시계 방향으로) 나스 벨벳 매트 스킨 린트 비르자까지 완전히 빠져든 제품. 아무런 도구 없이도 얼굴이 매끈하고 부드럽게 속속 밀린다. 피부를 보호하듯 연중해수면으로도 촉촉하고, 건조한 느낌이 전혀 들지 않는다. 가벼운 외출 시, 운동 전에도 사용해도 좋다. 아홉 가지 컬러로 출시되어 선택의 폭도 넓다. 50ml 6만3천원. 문의 02-6905-3747. *by 에디터 배미진*

시스리 소립 아미노산 미네랄 마스크. 피부에 영양을 갖춘 마스크라, 비타민 펩타이드를 함유한 포플리로 눈썹을 더욱 풍성하게 연출해줄 뿐만 아니라 손톱엔 뿌리의 케라틴이외로 증식을 촉진해 속눈썹을 길고 튼튼하게 길러주는 효과를 낸다. 10ml 6만5천원. 문의 080-549-0216. *by 에디터 김유빈*

골드레노 보에 종보르 크림. 스킨 케어 없이 손가락만 이용해도 뽕뽕 없이 간편하게 메이크업할 수 있는 촉촉한 크림 타입의 아미노산. 매끄러운 글리시 비르자는 즉시 가벼운 피우더 텍스처로 비유된다. 눈가엔 유분을 잡아주어 거미줄이 생기지 않고 밀착감이 뛰어나다. 또 펄이 촉촉함을 유지해 장시간 컬러를 화사하게 유지해준다. 2g 6만1천원. 문의 080-564-7700. *by 에디터 이지현*

에르보리안 유자 더블 로션. 수분증과 피부 깊숙이 영양을 공급하는 오일층으로 구성된 에센스 텍스처로, 상큼한 유자 향이 기분을 한결 신뜻하게 해준다. 피부결을 다량 자극해주는 건조한 방편으로 같이 있는 수분을 즉각적으로 공급하는 것이 특징. 190ml 4만원. 문의 02-3014-2966. *by 어시스턴트 김수빈*

샤넬 루주 코코 스킨. 촉촉한 발림성과 뛰어난 발색력이 기대 이상이다. 사과 씨 추출물과 식물 오일을 함유해 탄탄과 같은 강력한 보습을 선사하며, 즉각적인 물럼 효과를 준다. 2g 4만1천원. 문의 02-3708-2007. *by 에디터 이지현*

산타 마리아 노벨라 아미노 디 로제 피렌체의 수도사들이 만드는 화장품이 한국 시장에서 높은 성공을 거두게 된 데는 바로 자까지 촉촉해지는 전설적인 이 제품의 역할이 컸다. 왕랑도 충분하고 향도 매력적인, 쓰면 쓸수록 같이 빠져드는 제품이다. 250ml 3만8천원. 문의 02-546-1612. *by 에디터 배미진*

입성로랑 쿠션 앙코르 드 로. 사실 시크한 블랙 & 골드 패키지만 보고 구매를 결정한 쿠션 팩트다. 메이크업을 수정하거나 식사 후 기운을 볼 때 위아래에 꺼내 쓸 수 있는 패키지가 좋았으니 어찌 소중하지 않을 수 있었겠나. 바르지 않은 듯한 가벼움과 뛰어난 커버력은 동일하다. 특색 두드러질수록 대체는 광택과 보습 효과가 기존 피운데이션보다 더 만족스럽다. 14g 7만5천원. 문의 080-347-0089. *by 에디터 권유진*

프러쉬 코코아 비드 엑스몰리엔트. 달콤한 초콜릿, 먹지 말고 피부에 안보하자. 두 강을 열리지 않는 초콜릿 향을 풍기는 이 비드 스킨케어는 맛보고 싶을 만큼 달콤하고 잘림이 초콜릿을 연상케 한다. 건조한 피부의 각질을 부드럽게 제거하고 피부에 보습 효과를 더하는 카키오 압출 가루와 카키오 시드 버터, 카키오 추출물이 핵심 성분이다. 240g 6만8천원. 문의 080-822-9500. *by 에디터 권유진*

맥 브리우즈 아잇 빅 브로우 렌즈 코셋. 집 앞에 갑자기 찾아온 남자 친구의 호출에 눈썹은 반드시 그려야 하는 것이 여자들이다. 그만큼 탈스틱은 아픈 눈썹은 동일한 손상까지 얼굴의 중심을 잡아주는 중요한 부분. 에디터의 눈썹은 잘고 솜이 없는 펜과 부족한 부위만 살짝 터치하는데, 그만큼 분연의 눈썹과 자연스레 어울리는 이브로 렌즈를 고르기 위해 심혈을 기울였다. 그런 점에서 맥 브리우 렌즈는 여러 번 덧칠해도 뭉치지 않으며 질러 또한 자연스러워 일요일도 쪽에 정할 듯하다. 1.19g 2만8천원. 문의 02-3440-2645. *by 에디터 권유진*

에르메스 오 드 네롤리 도제. 눈을 깊고 향을 온전히 느끼자. 개인의 경험에 따라 느끼는 바는 다르겠지만 지중해의 햇살과 바다, 신비롭고 아름다운 오렌지꽃, 그리고 그곳에서 마시는 시원한 칼데일 한잔이 연상되는 건 비단 에디터뿐일까. 마치 레몬을 한입 베어 물었을 때의 느낌처럼 과즙을 꼭 쓰는 시트러스 향을 시작으로, 언제 그랬냐는 듯 금세 비누 향처럼 글린한 향이 스치고, 곧이어 아늑적이고 따스한 시프란 향으로 온화하게 마무리되는, 천의 얼굴을 가진 매력적인 향수다. 100ml 15만2천원. 문의 02-310-5174. *by 에디터 권유진*

클라린스 엑스트라 피안 아이 크림. 가벼이 대안 효과, 안정성, 만족스러운 텍스처는 클라린스의 대부분의 제품이 만족감을 주는 요소다. 특히 이 아이 크림은 부담스럽지 않은 텍스처로 여러 번 덧칠해도 매끈하게 스킨은 깊숙이 좋다. 눈 밑은 물론 눈꼬리 쪽 잔주름이 쉽게 생기는 부위에 더 효과적이다. 15ml 7만5천원. 문의 080-542-9052. *by 에디터 배미진*

모로칸오일 리스투라티브 헤어 마스크. 브랜드 이름에서부터 신뢰할 수 있었던 헤어 마스크 맥, 갖은 영양으로 윤기가 없고 푸석한 모발에 일주일 3회씩 꾸준히 사용하면 모발의 부스스함과 영양이 눈에 띄게 개선되었다. 모발 건조선에 따라 모로칸오일 2~3방울을 섞어 사용하면 더욱 효과적이다. 500ml 9만9천원. 문의 1666-5125. *by 에디터 이지현*

코스메 데코르테 모스틱 리포솜. 이 제품의 명성은 잘 알고 있었지만, 사용 전에는 정말 좋을까 의아했다. 한 병을 다 사용하면 후에는 재구매해야겠다는 생각과 함께, 건조함으로 고민하는 여자에게 선물하고 싶다는 생각이 들 정도로 촉촉함에 있어서의 즉각적인 효과를 선사한다. 사용후 수분 0.1미크론의 코스메 리포솜 캡슐의 침투력이 뛰어나다는 사실을 확인할 수 있었다. 40ml 12만5천원. 문의 080-568-3111. *by 에디터 배미진*



# Vision of beauty

코즈메틱 브랜드는 이제 전 세계 유통을 이끄는 거대한 흐름이 되었다. 그중에서도 K-뷰티라는 막강한 조류를 형성한 한국 시장에 대한 기대감을 품고 서울을 찾은 프랑스 럭셔리 브랜드 클라린스의 브랜드 프레젠티언 나탈리 바델과 그녀를 서포팅하는 과학 커뮤니케이션 담당 마리 헬렌-레르를 직접 만나 클라린스의 미래, 럭셔리 뷰티의 비전을 들어보았다. *photographed by park gun zoo*

**“나는 충분히 아름다울 수 있다”라고 생각하는 여성이 진정한 클라린스의 뮤즈다.”** *by 나탈리 바델(Natalie Bader)*

**샤넬, 세포라, 프레드에서 큰 성과를 거둔 바 있다. 클라린스에 오게 된 계기는 무엇인지?** 코즈메틱 분야를 좋아하는 이유는 크리에이티브함을 자유롭게 발휘할 수 있고, 신제품 출시 주기가 짧아 예니 자기가 넘쳐나기 때문이다. 특히 과학적 요소를 다양하게 포함하고 있다는 것도 흥미 요소다. 클라린스에 서이 요소들을 모두 도전적이라는 주제에 담겨 멋진 시도를 할 수 있을 것 같아 합류를 결정했다.

**K-뷰티의 인기 높다는 것을 실감하는지? 가장 인상적인 제품은 무엇인지?** 한국 시장은 정말 혁신적이고 아민 아시아 컨퍼런스의 주최 도시로 서울을 선정하기도 했다. 본사 마케팅 직원들도 모두 서울을 방문해 다양한 시장조사와 미팅을 할 계획이다. 가장 인상적인 제품은 역시 쿠션, 기발하다는 생각이 들 만큼 독특한 제품인데, 개인적으로 메이크업 분야 이외에 스킨케어 케테고리에도 쿠션을 활용할 수 있을 것이라 생각하고 있다. 이러한 제품이 탄생한 것은 한국 여성들의 코즈메틱 사용법이 굉장히 성숙하다는 데 기인했다고 생각한다. 클라린스도 하반기에는 ‘트리트먼트 에센스’라는, 한국 여성은 물론 아시아 여성을 위해 고안한 제품을 출시할 예정이다.

**V 라인 에센스는 아주 혁신적이었고 성공적이었다. 이 정도로 이슈를 만들 것이라고 생각하는 제품이 가까운 미래에 클라린스를 통해서 또 탄생할 수 있을까?** 실제로 ‘토탈 V 에센스’ 같은 경우에는 클라린스의 살라자 지크 쿨라프 클라린스 회장님이 한국 기자들과 이야기를 나누다 아이디어를 얻은 제품이다. 어떤 제품이 클라린스에서 출시되었으면 좋겠는데 질문이 기자가 얼굴이 너무 동그스름해서 이를 케어할 수 있는 제품이 있으면 좋겠다고 대답한 데서 시작되었다. 클라린스에서 내놓을 수 없는 철학은 지속적인 혁신과 여성들의 목소리에 귀 기울이기다. 앞으로 더 이러한 철학을 바탕으로 혁신적인 캠페인을 만들 것이다. 새롭게 출시할 부스트 제품의 경우에도 다른 브랜드에서는 출시한 적 없는 완전히 새로운 카테고리 제품을 개발하고 있다. 아시아뿐만 아니라 현재 관심을 두고 있는 그룹이 ‘하스패너 그룹’인데, 이들 역시 코즈메틱 제품의 주요 타겟이다.

**다양한 화장품 브랜드에서 일한 경험이 있다. 다른 브랜드들과 다른, 클라린스만의 차별화되는 장점과 단점은 무엇이라고 생각하니?** 클라린스는 정말 특별하다. 진정한 뷰티, 그리고 내추럴한 뷰티를 추구하는 브랜드이고 스킨케어에서 출발한 브랜드이기 때문에, 이에 대해 전문이라고 자신한다. 모든 제품에 식물 성분이 포함되어 있다는 것도 클라린스만의 특징이다. 또 단순히 판매에만 주력하는 것이 아니라 여성 의 삶을 비롯해 지구와 환경, 그리고 자연을 보호하고 인류 커뮤니케이션에 기여하고자 하는 창립자의 가치가 클라린스만의 특별함과 독특함이라고 할 수 있다. 예를 들어 태극 같은 아시아 지역에 매년 10만 그루 이상의 나무를 심고 있다.

**글자의 패션 기업에서도 성공을 거둔 당신의 이력을 보면, 혹시 클라린스가 패셔너블한 이미지를 더하고 싶은 건 아닐까, 라는 생각이 들기도 했다. 패션 필드에서의 경험이 앞으로 클라린스의 변화에 어떤 영향을 끼칠지 궁금하다.** 당연히 클라린스는 패션 브랜드가 아니다. 분야가 다르다 보니 패션 브랜드에서 경험했던 것들이 정확히 맞지 않아서 아니다. 패션 분야는 굉장히 다이나믹한 분야이고 모든 것이 빨리 변화하기 때문에 트렌드를 신속하게 캐치하는 능력이 중요인데, 코즈메틱 분야에도 충분히 활용할 수 있다고 생각한다. 하지만 클라린스는 패션 브랜드가 되길 원하지도 않으며, ‘트렌디하다’라는 느낌을 주려고 노력하는 브랜드 또한 아니다. 시간이 지나더라도 믿고 사용하는 진정성은 브랜드이고 싶다.

**당신이 생각하는 좋은 화장품은 어떤 것인지 정의해달라. 화장품을 만드는 사람으로서 어떤 철학을 가지고 있는지 궁금하다.** 나에게 중요한 것은 두 가지다. 약속을 지키는 제품인지, 그리고 사용할 때 즐거움을 줄 수 있는지. 친구에게 추천할 수 있는 제품이라고 표현할 수도 있다.

**당신이 생각하는 클라린스 브랜드의 뮤즈는? 클라린스의 뮤즈를 굳이 말한다면 모든 여성이라고 이야기하고 싶다. 특히 자신의 나이를 있는 그대로 받아들이고 그것을 인정하며 나이에 상관없이 나는 충분히 아름다울 수 있다고 생각하는 여성이 진정한 뮤즈라 할 수 있다. 클라린스의 제품 개발을 위해 노력하는 연구소와 그곳에서 근무하는 모든 여성 또한 우리의 뮤즈인 셈이다.**

**실제로 사용해보고 싶거나 추천해주고 싶은 클라린스 제품이 있다면?** 클라린스에 합류하기 전 특히 임신 기간에 토닉 보디 오일을 사용하면서 클라린스 제품을 사용하기 시작했다. 그 후 클라린스에 들어와 다양한 제품을 사용하면서 좋아했던 것은 더블 세럼이다. 바법과 같은 제품이라고 생각한다. 아첨에는 알기 버리고 저에게는 두꺼피 비르는 등 다양한 방식으로 활용하고 있다. 이외에 밤(balm) 제품도 좋아한다. 까다로운 사용법을 싫어하는 남성들에게도 추천하고 싶은 제품이다.



**“클라린스의 원칙은 혁신을 거듭하며 과학과 뛰어난 원료를 담은 제품을 개발하는 것입니다.”** *마리 헬렌-레르(Marie Hélène-Lair)*

**여러 가지 이유로 한국에 대한 관심이 높다. 혹시 한국의 식물을 연구해볼 계획은 없나? 혹시 이미 연구하고 있다면 어떤 식물인가?** 클라린스에는 정-피에르 니콜라라는 식물학자가 브랜드를 대표해 전 세계를 누비며 새로운 식물을 발견하고 있는데, 한국 약초도 계획 중인 프로그램에 포함되어 있다. 특히 텍스처부터 프랑스로 고유의 발달한 기술을 한국의 노하우와 접목해 혁신적인 제품을 만들 수 있다고 생각한다. 컬래버레이션을 통해 다양한 기능성을 시험하는 것은 매우 중요하다.

**저는 테두리 립 오일이 엄청난 인기를 끌고 있다. 클라린스에서 특히 텍스처에도 많은 신경을 쓰고 있다는 느낌을 받았다. 혹시 텍스처에 대한 집중적인 연구도 함께 하고 있나? 그렇다면 최근 일기 된 재미있는 연구 결과 몇 가지를 알려달라.** 립 오일은 100% 클라린스 DNA에 부합하는 제품이라고 말할 수 있다. 립 오일의 경우 1964년 클라린스 연구소에서 개발한 오일에서 비롯된, 클라린스 전통에 아주 충실한 제품이다. 처음 클라린스가 살림할 당시 연구소에서 모든 제품과 식물을 연구해서 개발했는데, 오일 제품이랄로 클라린스 역사에 중요한 획을 그은 제품이라고 할 수 있다. 브랜드마다 다양한 종류의 오일 제품을 출시하고 있는데, 텍스처가 변하는 제품도 있다. 클라린스 오일의 경우 변형을 하지 않고 그 자체로서 충분히 완벽한 제품이라고 보기 때문에 기본에 충실한 오일을 론칭했다. 클라린스는 오일의 선구자 역할을 하는데, 립 오일 역시 이를 잘 반영한 제품이라고 생각한다.

**더블 세럼에 사용한 20개의 식물 성분은 일반적인 다른 브랜드 제품에 비해 다양한 성분을 함유하고 있다. 이렇게 다채로운 성분을 사용한 이유가 무엇인지? 식물 성분 리테일을 만드는 클라린스만의 비법이 있다면?** 이는 표현할 수 없을 정도로 매우 복잡한 작업이다. 20가지 성분이 잘 어울려 다섯 가지 기능을 충족시켜야 하기 때문이다. 여기서 다섯 가지 기능은 보습, 산소 공급, 재생, 영양, 보호 기능이다. 더블 세럼을 만들 때 중요한 것은, 어떤 식물이 수용성이고 지용성인지 잘 따져서, 아쿠아 베이스와 오일 베이스 타입에 모두 잘 녹아드는지 확인하는 것이다. 2백 가지가 넘는 수많은 식물 성분 중 어떤 식물 성분을 선택할지 정하는 것도 매우 까다롭고 어려운 작업이다. 또 함유된 식물 성분이 잘 섞여 최상의 나뉘체를 낼 수 있도록 촉매제 역할을 하는 식물이 무엇인지도 따져야 하기 때문에, 굉장히 복잡한 작업이었다. *에디터 배미진*

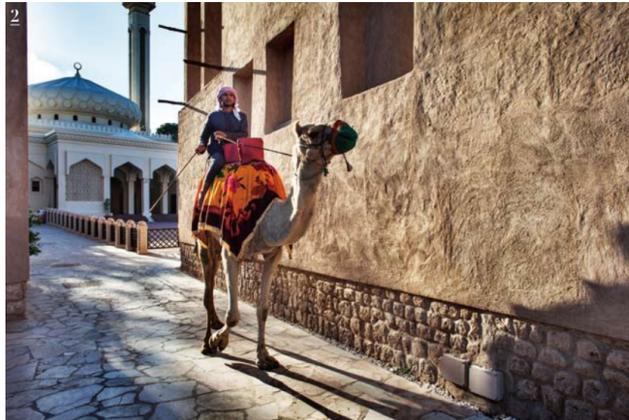
# endless charms of Dubai

척박한 사막에 피어난 한 떨기 꽃 같은 두바이. 이곳이 세계적인 '메트로폴리스'로 발돋움한 데는 막대한 자본과 기술만큼이나 '불가능은 없다'는 인간의 집요한 의지도 큰 몫을 했다. 그 행보를 이끈 주인공은 부친의 유지를 받들어 무한대의 상상력을 펼쳐놓은 두바이의 통치자 셰이크 무하마드 빈 라시드 알 막툼이다. 호자는 그가 세계적인 작가 파울로 코엘료가 추천사를 써준 시집을 펴낸 시인이기도 하다는 점에서 그 창의력의 근간을 찾기도 한다. 하지만 중앙(中)이라는 세계관이 존재할 정도로 풍부한 어휘권의 문화적 자산도 두바이를 매력적인 창조 도시로 거듭나게 하는 토양이 된 듯하다.



"여행은 편견, 완고함, 편협함에 치명타를 날린다. 그래서 많은 사람들은 단지 이런 이유 때문에라도 여행이 몹시 필요하다." '모험' 하면 빼놓을 수 없는 작가 마크 트웨인은 일찍이 이런 명언을 남겼다. 중동 같은 아랍 문화권으로 마나는 여행은 이 같은 맥락에서 뜻깊은 소득이 될 수 있을지 모른다. 많은 이들에게 중동이란 곳은 <아라비안나이트>처럼 신비한 이미지도 떠올리게 하지만 '석유 부자나 '강한 종교' 같은 고정관념을 불러일으키는 게 사실이다. 다수의 아랍 국가가 있지만 페르시아 만 남동쪽 귀퉁이에 자리한 두바이(Dubai)는 여러모로 편견을 부수고 무지를 일깨워주는 면모를 지닌, 그러면서도 '교류의 허브'답게 지나친 문화 충격에 빠지지는 않을 수 있는 국제적인 여행지로 손꼽히지 않을까 싶다. 일단 영어 소통이 자유로운 데다 외국인 이 전체 인구의 8~9할을 차지하는 '세계 도시'다. 그래서 '중동의 뉴욕'이라고도 불리지만 사실 두바이는 엄격한 의미에서는 '도시'가 아니다. 아랍에미리트연방(UAE)을 구성하는 7개 토후국 중 하나로, 일종의 경제 수도이자 국제무역항 역할을 하고 있을 따름이다. 대대로 막대한 부를 누려온 산유국도 아니다. 19세기만 해도 영국의 보호령에 속해 있었고 진주조개잡이를 하는 어부와 사막의 유목인들이 근근이 연명하던 이 나라는 1966년에 처음 석유가 발견되면서 역사적인 전환점을 마주하게 됐다. 하지만 이웃 토후국인 아부다비에 비하면 원유 생산량이 10분의 1도 채 되지 않으며 그나마 수십 년도 못 가고 갈릴 것으로 예상된다. 두바이의 지도자 가문인 척박했던 이곳을 환골탈태시키려고 무던히 투지를 했던 이유로 석유 없이도 경쟁력 있는 '크리에이티브 허브(hub)'를 만들기 위해서였다. 성장기도를 달리다가 한때 위기도 겪었지만 두바이는 요즘 전 세계에서 방문객이 몰려드는 '메트로폴리스'의 위상을 당당히 뽐내고 있다. 그것도 휘황찬란한 하드웨어의 구축만 갖춘 게 아니라 여전한 '창조 도시로서의 내실도 갖춰나가고 있다. 최근에는 건축과 디자인, 예술, 미식, 쇼핑, 스포츠 등 다채로운 콘텐츠가 촘촘하게 차오르고 있는 모양새다.

**상상하는 대로 이뤄진다, 비할 데 없이 경이로운 랜드마크**  
 각종 문화 콘텐츠가 여물어가고 있다지만, 두바이가 메마른 사막에 놀라운 건축적 상상을 투영한 중동 최고의 '랜드마크' 도시임을 잊어서는 안 된다. 파리에 에펠탑, 시드니에 오페라하우스가 있듯이 두바이에는 세계적인 마천루인 '부르크 할리파'와 매력적인 건축물인 '부르크 알 아랍' 호텔, 그리고 기술의 극치를 보여주는 인공 섬 '팜 아일랜드' 같은 출중한 자산이 곳곳에 펼쳐져 있다. 사막의 기적이라 불리는 이 극강의 경치를 감상하는 방식에도 여러 가지가 있지만, 파노라마식으로 도시 전경을 한눈에 담아낼 수 있는 투어는 그야말로 '일품'이다. 얼마 전 TV 예능 프로그램 <런닝맨>에 나온 스카이다이빙도 짜릿한 매력을 지녔지만 1만3천 피트(약 3.9km) 상공에서 뛰어내릴 만큼 웅만한 감심장이 아니라면 한결 여유로운 수상비행기 투어(<http://seawings.ae>)를 고려해볼직하다. 두바이 크릭(Dubai Creek)에서 떠오르는 비행기를 타고 하늘로 솟아오르면 에메랄드빛으로 펼쳐진 바다부터 고층 빌딩들이 이루는 스카이라인, 그리고 모랫길 사막까지 탁 트인 풍경을 볼 수 있다. 특히 팜 아일랜드 중 아지사를 닮은 근사한 자태를 자랑하는 인공 섬 팜 주메이라라는 눈을 땔 수 없게 만드는 볼거리다. 또 인공 섬 3백여 개로 세계지도 모양을 빚어내는 또 다른 매머드급 프로젝트 '더 월드(The World)'의 모습도 사야에 들어온다. 좀 더 가까운 풍경을 만끽하고 싶다면 부르크 할리파 전망대가 기다리고 있다. 2009년 말 완공된 이 빌딩은 높이 828m로, 현존하는



1 사물구동 차량을 타고 거닐리는 활주를 할 수 있는 사막 사파리. 두바이의 사막에는 아직까지 원시적인(dune)이 많은 편이라 오프로드 마니아들이 들뜬다. 사막을 떠돌던 배두인종의 친목을 연상케 하는 캠프에서 '별밤'을 보낼 수도 있다. 2 20세기 중반만 해도 척박했던 두바이는 반세기 넘는 세월이 걸쳐 급성장해 중동의 창조 허브로 자리매김했다. 3, 4 사장을 뜻하는 '수크'에서는 향신료, 전통 의상 등을 판다. 첨단 고층 건물과 대비되는 또 다른 볼거리. 5 세계 최대 규모를 자랑하는 두바이 물, 에르메스, 루이비통 같은 명품 브랜드, 중동의 고대파 피치(Patchi) 같은 초콜릿 브랜드 등 무수히 다양한 브랜드를 접할 수 있다. 6 하늘로 솟아오른 수상비행기 시 왕조의 정운을 통해 내려다본 팜주에 아라비의 모습, 아지사를 닮은 모양이 경이롭다. 7 해마다 3월에 국제적인 예술 행사인 '아트 두바이'가 열린다. 그 일환으로 알 파타이 역사 지구에서 열리는 '아트 페어'. 8, 9 이국적인 수족관과 워터파크 등으로 가족 단위 관광객에게 인기 가 많은 아틀란티스 호텔. 10 부르크 할리파 두바이 분수쇼를 즐긴 후에서 감상할 수 있는 팰리스 다운타운 두바이 호텔.



세계 최고층 건물. 국내 기업인 삼성물산이 건설사로 참여하기도 해 화제가 됐는데, 2010년 1백24층에 '앳더탑(At the Top)'(가역 1백25디르함)이라는 야외 전망대, 그리고 2년 전에는 세계에서 가장 높은 야외 전망대(1백48층)인 '스카이 라운지'(4백 디르함)까지 만들어 관람객들의 발길을 이끌고 있다. 전망대에서 내려다보는 시내 전경은 절로 감탄사를 자아낸다. 눈길을 밑으로 두면 세계에서 규모가 가장 크다는 두바이 물의 미려한 지붕 디자인과 인공 호수에서 펼쳐지는 아름다운 '분수쇼'의 설계 장치도 보이는데, 묘한 오라를 뿜어내는 그 디자인을 쳐다보고 있노라면 '도시란 인간의 재능을 집약시킨 창조물'이라는 생각이 스친다.

**진수성찬처럼 풍요롭고 다채로운 호텔 풍경**  
 '위치를 좀 낮게 선정하더라도 도심의 풍경이나 분수쇼는 제대로 즐길 수 있는 방법이 있다. 속으로 삼거나 식사를 즐길 호텔을 잘 고르는 것도 좋은 해결책이다. 두바이는 '호텔 천국'이다. 호텔 수가 6백 개가 훌쩍 넘는 데다 오는 2020년 두바이 엑스포가 열리기 전까지 수백 개를 더 건설할 예정이라고 한다. 그러다 보니 하얀 돛단배를 연상케 하는 7성 호텔 부르크 알 아랍 말고도 저마다 특색을 자랑하는 럭셔리 호텔과 리조트가 즐비한데, 명성 높은 다국적 브랜드부터 현지색 강한 로컬 호텔 브랜드까지 두루 갖춰져 있다. 두바이 물에 걸어서 갈 수 있는 팰리스 다운타운 두바이(The Palace Downtown Dubai)는 부르크 할리파를 배경으로 두바이 분수쇼를 최적의 위치에서 감상할 수 있는 호텔인데, 유명한 타이 레스토랑인 팀타라와 '월드 베스트'로 선정되기도 한 스파(spa) 시설을 갖추고 있다. 운치 있는 저녁 식사를 즐기다가 시간에 맞춰 테라스로 나가면 건물을 감싸며 웃을 갈아입는 색색의 부르크 할리파 미디어 파사드 쇼를 펼치고, 분수 역시 음악에 맞춰 물줄기를 뿜어대면서 매혹적인 쇼를 선사한다. '런치 뷔페로 이름난 도심의 부르크 호텔 만질(Manzil)에서 부르크 할리파를 다른 각도에서 볼 수 있는데, 호텔에서 무료로 대여해주는 예쁜 자전거를 타고 주변을 돌아다닐 수도 있다. 초콜릿 바다를 마음껏 보고 싶다면 팜 주메이라 근처나 주메이라 비치 레지던스(JBR)를 노려볼직하다. 경치만이 아니라 쇼핑, 미식 등으로 무장한 두바이의 리조트 환경이 워낙 풍요로운지라 요즘 들머 특히 가족 단위의 관광객이 많이 찾는 데, 팜 주메이라 초입에 자리 잡은 아틀란티스(Atlantis the Palm) 호텔은 그중에서도 최고의 인기를 누리고 있다. 전설의 대륙 아틀란티스에서 모티브를 얻었다는 웅장한 외관 디자인이 인상적인 이곳은 1천5백39개 룸을 갖추었는데도 최성수기에는 6백만원대 스위트까지 가득 찬다고. 이 지역 최대 수족관인 '모스트 체임버스'를 비롯해 돌고래와 함께 놀 수 있는 돌핀베이, 거의 수직으로 떨어지는 낙하 슬라이드 등 등 박진감 넘치는 다양한 놀이기구를 거느린 '아쿠아벤



처 워터파크(Aquaventure Waterpark)'가 이 호텔의 자랑이다. 현지 문화의 정서를 한적한 분위기 속에서 느껴보고 싶다면 '역사 지구'로 보존되고 있는 바스타키아(공식 명칭 알 파타이) 지역의 XVA 갤러리 호텔도 추천할 만하다. 저마다 다른 느낌으로, 지역색을 가미해 단장한 13개 룸을 보유하고 있으며 '웰빙 점심'이나 티타임을 갖기에 안성맞춤인 곳이다. 지역 아티스트들의 매력적인 작품도 접할 수 있다.

**실내 스카부터 사막 사파리까지, 이색적인 '즐길 거리'의 천국**  
 과연 이토록 많은 호텔을 다 수용할 수 있을까 하지만 각종 행사와 관광을 아우르는 미이스(MICE) 산업이 무럭무럭 성장하고 있는 모양새를 보노라면 기우인 듯하다. 최근 관광청 통계에 따르면 지난해 두바이를 찾은 방문객 수는 1천4백20만 명 수준으로 세계적인 경기 침체에도 전년 대비 7.5% 성장세를 기록했다. 사람들이 찾는 데는 다 이유가 있다. 먹거리, 볼거리 말고도 즐길 거리 등 '일행'이 단단해졌을 뿐만 아니라 풍성해져서다. 당장 2월에는 '두바이 푸드' 페스티벌이 열렸고, 3월에는 예술 축제인 '아트 두바이'가 개최되고 있다. 레포츠의 천국으로도 각광받고 있다. 승마나 사냥은 물론이고 고층 건물에서 와이어를 타고 이동하는 '지프라인(zipline)', 고난도 운전 기술을 선보이는 곡예 주행 같은 익스트림 레포츠도 즐길 수 있다. 심지어 사막에서 생산한 '스키'도 가능하다. 에미리트 물에 들어선 실내 스키 리조트 '스키 두바이(Ski Dubai)'는 축구장 3개 크기의 공간에 무려 6천 톤의 인공 눈을 뿌려 만든 서로 다른 난이도의 슬로프가 5개나 있고, 얼음 동물 등을 갖춘 '스노파크'도 있어 계절에 상관없이 가족 단위 관광객이 즐겨 찾는다. 그래도 두바이에서 가장 인기 있는 야외 활동을 꼽는다면 아마도 사막 사파리가 1순위로 꼽힐 것이다. 끝없이 펼쳐진 금빛 모래밭 위를 사물구동 차량을 타고 '거침없는 활주를 체험하는 이색 체험이다. 토요타 랜드크루저, 벤츠 G클래스 등 사물구동 차량을 골라 탈 수 있다. 사막 초입에 '충격 방지를 위해 타이어 바를 뺀 뒤 본격적인 질주에 나서면 환호성이 절로 쏟아져 나온다. 요철이 심한 모래 언덕 위를 거칠게 오내리노리하면 그 외침은 절규로 바뀌기도 하지만, 매력은 만점이다. 운이 좋으면 하얀 오리색의 가끔 있는 움집임을 볼 수 있다. 이 밖에 다채로운 즐길 거리가 널려 있다. 한약처럼 씹살한 아라비아 커피와 대추야자를 마신 뒤 물담배를 필 수도 있고, 아랍의 전통인 매사냥을 구경할 수도 있다. 벌이 쏟아질 듯한 밤하늘이 고프다면 아라비안 스타일의 양탄자가 깔려 있는 사막 캠프장에서 저녁 식사를 하는 것도 켈찮은 아이디어다. 별빛 가득한 밤, 두바이의 멋진 야경기에 시달린 맥주를 한잔 곁들이면서 환상적인 팰리스를 지켜보라니 어찌해서 이 땅에서 시를 읊는 통치자가 탄생했는지 알 듯도 했다. **에디터 고성원** 두바이 현지 취재



자방시

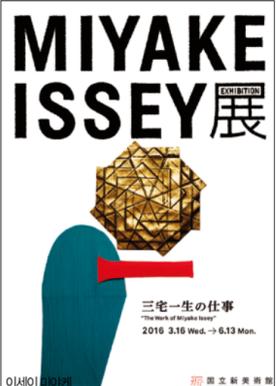
# SHOWROOM



브루넬로 쿠치넬리



크롬하츠



이세이 미야게



MCM



마르니



신세계백화점

**자방시 여성 핸드백 컬렉션** 자방시는 모던하고 시크한 디자인으로 사랑받는 여성용 핸드백 컬렉션을 소개한다. 자방시는 깔끔한 라인과 볼륨감, 그리고 곡선적인 형태가 조화를 이루는 시그니처 핸드백 디자인으로 브랜드의 입지를 구축한 브랜드. 크리에이티브 디렉터인 라베르도 티사는 "내가 그러는 이상적 여성은 자기 자신과 관능미에 자신감이 넘치는 여성으로, 어떤 옷과 아이템이 자신을 완벽하게 보이도록 하는 지 알고 있으며 다양한 요소를 완벽히 조율해 낸다. 자방시가 가장 좋아하는 부분 또한 바로 그것이 다라고 설명했다. 강한 여성미와 우아함을 갖춘 그의 이상적 여성상을 트렌드만 방식으로 담아낸 핸드백 '나이팅게일', '시크', '엔티고나', '엘세다아', '핀도라' 등을 통해 여성 각각의 특별함을 부각하며, 완벽한 아름다움을 선사한다. 문의 02-517-7560

**브루넬로 쿠치넬리 2016 S/S 광고 캠페인** 브루넬로 쿠치넬리는 생활의 근원인 물과 광활한 바다에서 영감을 받아 탄생한 2016년 S/S 시즌 광고 캠페인을 공개했다. 0번 시즌에 선보인 광고 캠페인은 세계적인 포토그래퍼 알리스타어 테일러-영(Alistair Taylor-Young)과 연출감독 치료 팔라비그네(Ciro

Falavigna)가 함께 작업한 것으로, 끝없이 펼쳐진 아름다운 바다와 하늘, 그리고 그 둘을 잇는 초록의 자연 앞에서 인간은 한없이 너무나 존재임을 표현해 이목을 끌었다. 문의 02-3448-2931

**크롬하츠 2016 봄 시즌 광고 캠페인** 크롬하츠는 젊지만 변화하지 않는 스타일을 담은 2016년 봄 시즌 광고 캠페인을 공개했다. 크롬하츠의 공동 오너인 로리 린 스텍(Laurie Lynn Stark)이 촬영한 이번 캠페인에서 신디 크로퍼드의 딸인 카이아 가버를 모델로 발탁했다. "자희와 신디 크로퍼드 가족은 오랜 기간 촬영해 지낸 사이며, 카이아가 성장하는 과정을 지켜왔다. 그래서 더욱 감회가 새로우며, 그녀는 자신만의 스타일을 구축해 나가는 매우 재능 있는 모델이다"라고 모델 캐스팅 비화를 밝혔다. 이번 광고는 산업적인 도시 경관을 배경으로 새로운 뉴욕 플래그십 스토어에서 진행되었으며, 카이아의 자연스러운 매력으로 브랜드의 기쁨을 완벽히 구현했다. 문의 02-3443-0055

**이세이 미야게 이세이 미야게 특별전** 이세이 미야게는 디자이너 이세이 미야게가 45년간 선보인 작품을 재조명하는 전시 (이세이 미야게 특별전: 이세이 미야게



**크리스토폴 신세계백화점 강남점 단독 매장 오픈** 크리스토폴은 신세계백화점 강남점 신관 3층에 오픈한 단독 매장을 통해 프랑스식 라이프스타일과 예술을 선보인다. 1백80년 전통의 프랑스 럭셔리 실버웨어 브랜드 크리스토폴은 고급스러우면서도 심플한 디자인과 완성도 높은 세공 기술로 실버웨어의 정수를 보여준다. 또 미르셀 반더르스, 오라 이트, 스튜디오 프츠먼 등 세계적인 디자이너와의 지속적인 협업으로 창의성과 함께 그 전통을 이어왔다. 신세계백화점 강남점에 자리한 크리스토폴 매장은 프랑스 패션 디자이너이자 인터리어 디자이너 스테파네 파페르에르가 인터리어를 맡아 화제를 모았다. 이곳에서는 커틀러리 세트, 홈 데코, 기프트 아이템 등 크리스토폴의 가치가 담긴 다채로운 컬렉션을 만나볼 수 있다. 문의 02-6905-3367

LIFESTYLE

호텔 라이프스타일 존, 10층에 위치한 아동 전문관 리틀 신세계, 그리고 신관 9층에 위치한 생활 전문관 등 4개의 전문관이 탄생했다. 신세계의 노하우와 트렌드에 대한 감각이 갖춰 공간에서 잘 높은 쇼핑과 색다른 경험을 만끽할 수 있다. 문의 1588-1234

**살비토레 페라카모 페라카모 오프-듀티 프로젝트** 살비토레 페라카모는 캐주얼하고 스포티한 스타일의 옷에서 컬렉션 페라카모 오프-듀티 프로젝트를 선보인다. 이 컬렉션은 남녀 모두 착용할 수 있도록 사이즈의 폭을 넓힌 것이 특징이며, 이탈리아 사이즈로 3/4사이즈에서 15사이즈까지 다양하다. 편안한 착용감과 실용성이 높은 '메이슨 모자신', 송이저지족과 에니켈, 스웨이드 등 다양한 가죽으로 제작한 '리소노나 레이스업 스니커즈'와 네오프론으로 스포티함을 강조한 '자울리 슬림 스키커' 등 젊은 스트리트 무드를 기미한 다채로운 아이템으로 구성되었다. 살비토레 페라카모 부티크에서 구입할 수 있다. 문의 02-2140-9666

**몽클레르 고비 몽클레르**는 2016년 S/S 시즌을 맞아 야생 가능성이 뛰어난 여성용 트렌치코트 '고비'를 재탄생시켰다. 투웨이 칼라와 다발 버튼, 탈착 가능한 벨트 등 클래식한 디자인이 돋보인다. 도시 생활과 야외 활동을 모두 고려해 코튼과 테크니컬 나일론을 결합한 착탄 소재를 사용한 것이 특징으로, 방풍과 방수 기능은 물론 가벼운 착용감을 선사한다. 청담 전문점 및 전국 백화점 몽클레르 매장에서 구입할 수 있다. 문의 02-514-0900



살비토레 페라카모

## JEWEL

**반클리프 아펠 투 버터플라이 마더 오브 펄 컬렉션** 반클리프 아펠은 행복과 자유를 상징하는 버터플라이 모티프의 투 버터플라이 마더 오브 펄 컬렉션을 출시한다. 새롭게 선보이는 투 버터플라이 컬렉션은 생동감 넘치는 나비 모양의 우아한 디자인으로, 은은한 마더오브펄과 영롱하게 빛나는 라운드 다이아몬드의 조화가 우아하다. 핑크 골드 소재를 사용해 사랑스러움을 더했으며, 비트윈 더 핑거 링, 팬던트 네크리스, 이어플립 등 37지 아이템으로 구성된다. 문의 00798-852-16123

**블랑팡 발레레 우먼 울트라 슬림** 블랑팡은 간결한 디자인이 돋보이는 여성용 워치 발레레 우먼 울트라 슬림을 소개한다. 블랑팡 우먼 컬렉션의 시그니처 워치인 우먼 울트라 슬림은 레드 골드 컬러 케이스의 베젤에 0.75캐럿 다이아몬드를 세팅해 화려하면서도 우아한 매력을 살렸다. 슬림하면서도 가벼운 셀프 와인딩 워치이며, 데일리 워치로 활용하기 알맞은 제품이다. 문의 02-6905-3367

**에르메스 2016 슬림 데르메스 남성용 컬렉션** 에르메스는 2016년을 맞아 새로운 컬러의 '슬림 데르메스' 남성용 컬렉션을 선보인다. 슬림 데르메스는 시간에 대한 간결한 답변을 형상화한 컬렉션으로, 본연의 역할에 충실한 워치를 선보인다. 2016 슬림 데르메스 남성용 컬렉션은 그레이 다이얼에 엘리먼트 그레이 악어 스트랩을 장착한 모델과 블루 다이얼, 매트 인디고 스트랩이 조화를 이룬 모델로 구성

된다. 메종 에르메스 도산 파르에서 열리는 (사건의 협주) 전시에서 관람할 수 있다. 문의 02-3448-0728

**까르띠에 로통드 드 까르띠에 아스트로미스터리 9462 MC 칼리버** 까르띠에는 까르띠에의 헤리티지 모델인 미스터리 시계를 현대적으로 재해석한 '로통드 드 까르띠에 아스트로미스터리 9462 MC 칼리버'를 선보인다. 베젤에 연결된 고정 휠이 전달하는 동력으로 캐



블랑팡

리지를 회전시키는 원리를 바탕으로, 이스케이프먼트, 밸런스, 메인 기어 트레인, 그리고 배럴이 1시간에 한 바퀴씩 회전하는 아스트로미스터리 컴플리케이션을 탑재한 것이 특징이다. 고유 번호가 부여된 1백 개 리미티드 에디션으로 선보이며, 바젤트 컷 다이아몬드를 세팅한 버전으로도 만나볼 수 있다. 문의 1566-7277

에르메스



에르메스

까르띠에



반클리프 아펠

## FASHION

## BEAUTY



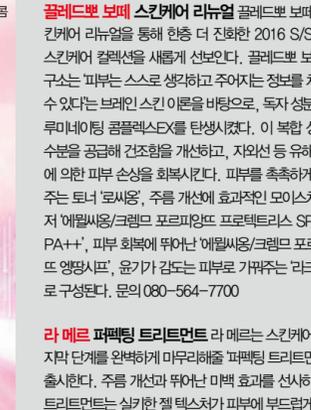
폴레드보 보메



리메르



랑콤



랑콤



클라린스



에스티 로더

다. 오랜 연구 끝에 탄생시킨 블루 라이트 실드를 캡슐화해 일상생활에서 노출되는 블루 라이트를 효과적으로 차단해 색소침착으로부터 피부를 보호해준다. SPF 50/PA++++로 12시간 동안 정파 UVA를 강력하게 차단해주며, CC 커버 기능을 더해 피부 결점까지 커버 가능하다. 문의 080-022-3332

**클리안스 화이트 플러스 트라-인텐시브 브라이트닝 세럼** 클리안스는 아시아 여성들의 투명하고 건강한 피부를 위한 화이트 플러스 트라-인텐시브 브라이트닝 세럼을 출시한다. 화이트닝 라인인처 음 론칭된 이후 여덟 번째로 선보이는 화이트닝 세럼으로, 피부 색소침착 전문인인 쿠리 연구소와 협업해 탄생시킨 것. 피부 색소침착의 원인인 멜라닌 생성을 억제하는 효능을 지닌 아세로라 열매와 싸우 추출물을 함유해 맑고 투명한 광채가 나는 피부로 가꿔준다. 문의 080-542-9052

**에스티 로더 라-뉴트리브 엘티미트 다이아몬드 리바이탈라이징 블랙 마스크** 에스티 로더는 스킨에서 받은 영감으로 탄생한 럭셔리 마스크 '라-뉴트리브 엘티미트 다이아몬드 리바이탈라이징 블랙 마스크'를 출시한다. 블랙 다이아몬드 트러를 추출물과 라-텍스처라이징 테크놀로지를 결합해 각질과 모공 속 노폐물을 말끔하게 제거하며, 자연스럽게 빛나는 피부 광채를 선사한다. 함께 구성한 부드러운 드림이 브리시로 피부를 쓸어 가볍게 정돈한 후, 적당량의 크림을 얹어내 원을 그리듯 얼굴에 마사지하고 미온수로 닦아낸면 피부결이 즉각적으로 부드러워진다. 문의 080-564-7700

**시슬리 소컬 마스크라** 시슬리는 매혹적인 속눈썹 연출과 속눈썹 케어가 가능한 마스크라 '소컬 마스크라'를 출시한다. 비타민 펩타이드와 새 황티사이드마이드 성분 등 속눈썹 케어에 효과적인 성분을 함유한 포뮬러가 3단계에 걸쳐 속눈썹 뿌리부터 끝까지 지중하면서 탄력 있는 속눈썹으로 가꿔주는 것이 특징. 칼링과 픽싱 성분 복합체를 사용해 풍성한 볼륨과 함께 시간이 차도 변하지 않는 지속력이 장점이며, 뿌리가 얇아 마스크라만으로도 뛰어난 절령 효과를 발휘한다. 딥 블랙, 딥 브라운, 딥 블루 등 총 3가지 컬러로 출시한다. 문의 080-549-0216

**랑콤 UV 엑스퍼트 차단 CC 커버** 랑콤은 외부의 유해 환경으로부터 피부를 보호해줄 자외선 차단제 'UV 엑스퍼트 차단 CC 커버'를 새롭게 출시한



시슬리