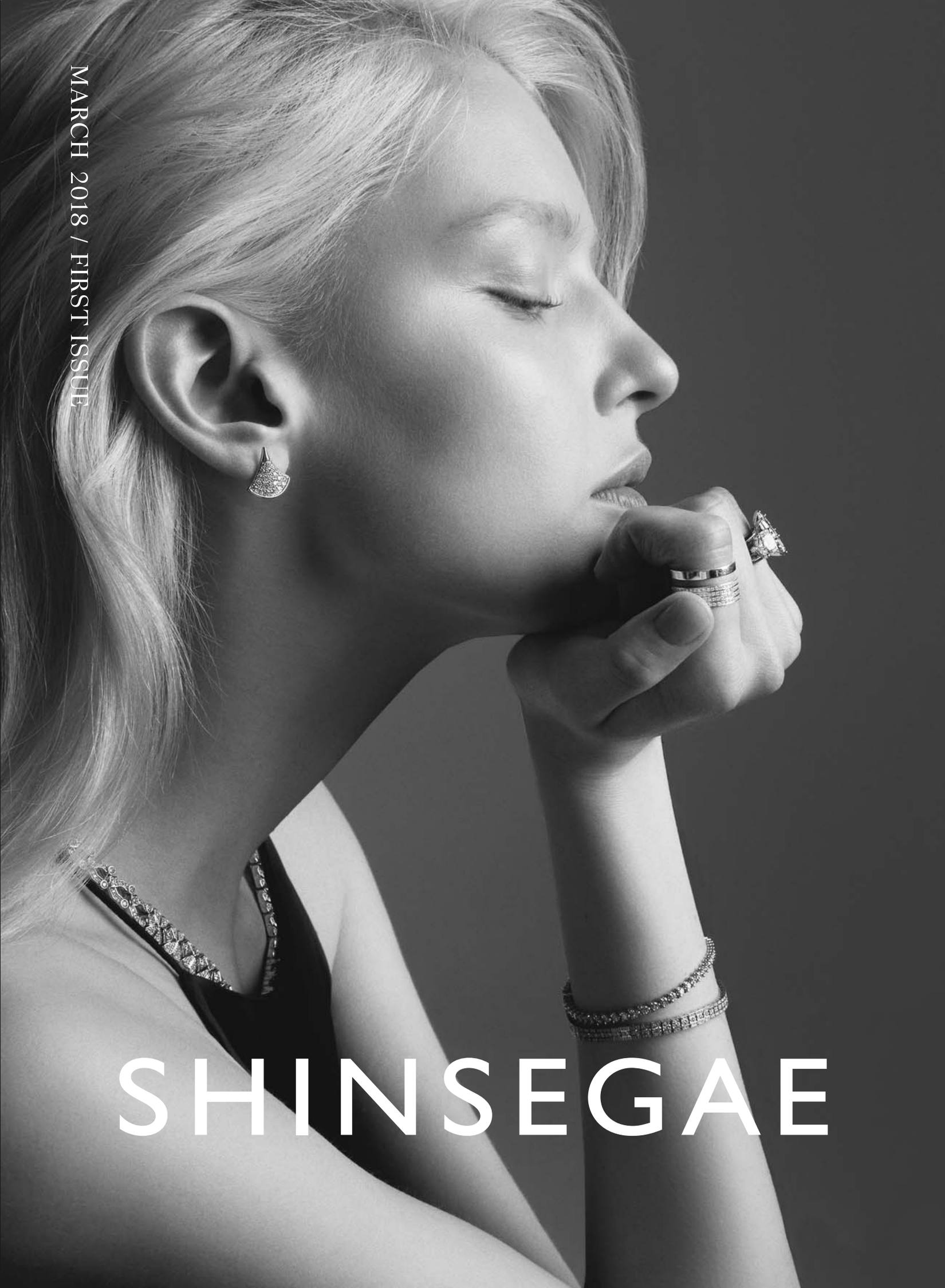


MARCH 2018 / FIRST ISSUE

SHINSEGAE



EDITOR'S LETTER

'미지화'라는 현상이 있습니다. 이미 알고 있는 어떤 단어나 지식, 감각을 근원적인 방향으로 되돌려 다시 느껴보는 것, 태어나서 처음 꽃을 보는 듯 낯설고 신선한 감동을 느끼게 되는 현상을 말합니다. 볼 것, 알아야 할 것, 갖춰야 할 것이 넘쳐나는 과잉의 시대, 에센셜한 정보와 이슈만을 선별하고 제안하는 채널이 필요합니다. '검색이 아닌 사색'을 할 수 있도록 중요한 것만 남기는 힘과 안목은 <SHINSEGAE>가 더욱 키워야 하는 역량임에 틀림없습니다.

월간 <SHINSEGAE>의 존재 이유도 여기에 있습니다. 신세계의 안목으로 큐레이션한 아이템과 서비스 프로그램, 전문 필진의 품격 있는 텍스트로 꾸민 <SHINSEGAE>. 지금 시작합니다.

CONTENTS

22



22 DAZZLING BRIGHTNESS **JEWELRY**
30 NO MAKEUP, MAKEUP **BEAUTY**
34 UNSEEN STORIES **FASHION STORY**
48 BEAUTY PLAYGROUND **ONLY SHINSEGAE**

54



BEAUTY STATEMENT OF SCENT 54
INTERVIEW BOTTEGA VENETA 56
FASHION STORY #SATURDAYVIBE 62

56



78 NEW SEASON SNEAKERS **BUYER'S PICK**
80 COUNTERFEIT **TREND ISSUE**
84 LIVING DICTIONARY, 공기청정기 **LIVING**

80



ART 흙으로 빚는 보름달, 달항아리 90
BOOK ERICH FROMM 사랑의 기술 94
MUSIC TARTINI DEVIL'S TRILL 96
ESSAY 부조리 속에서 의미 찾기 98

98



102 WHAT WE LOVE **BRAND NEWS**
106 SHINSEGAE VIP CLUB **VIP PROMOTION**
114 SHINSEGAE LOVES SPRING **SEASON THEME**

Dazzling BRIGHTNESS

극대화된 영원한 광채. 약속과 열정의 순간을 상징하는 다이아몬드.
시대를 뛰어넘는 다이아몬드 본연의 아름다움을 간직한 주얼리 하우스의 다이아몬드 대표 컬렉션을 엄선했다.

Editor **NOH SEUNG HYO**
Photographer **KIM HEE JUNE**(MODEL), **JEON SE HOON**(PRODUCT)
Writer **YOON SUNG WON**

주얼리 스페셜리스트이자 경영학 박사,
한양대학교 공학대학원 보석학과 겸임교수
저서 | <잇주얼리>, <보석 세상을 유혹하다>



이 세상에 여자가 없다면 다이아몬드는 한낱 탄소 덩어리에 불과할지 모른다. 지구상에서 가장 단단한 광물이 여자가 꿈꾸는 찬란한 빛의 대명사로 진화하기까지 인류의 치열한 두뇌 싸움과 혁신적인 발명이 동반되었다. 너무 단단한 성질 때문에 연마법이 발전하지 못해 돌멩이 상태로 존재하다 중세 말기에 이르러 기구를 발명하면서 다이아몬드에 비로소 광채가 생기기 시작했다. 남자가 다이아몬드를 선물한다는 것은 '당신만을 특별히' 행복하게 만들어주고 싶다는 간절한 몸짓이다. 그의 본능은 세월이 흘러도 흐트러지지 않는 가치를 만나 사랑의 증표를 탄생시켰다. 시대를 뒤흔든 보석 아이콘들의 극적인 스토리가 더해지면서는 '위대한 사랑'과 동의어로 거듭났다. 어쩌면 그 도도함과 태연자약함에 유혹당한 인류가 스스로 신묘한 의미를 부여했을지도 모를 이 빛나는 인류의 자서전은 매일 새로운 주인을 만나 또 다른 역사를 써내려 간다. 다이아몬드가 영원히 빛날 수밖에 없는 이유.



ADDIR 얼터너티브 브라이덜 링.
(위부터) 5백2만원. 2백68만원. 강남, 대구.
BOUCHERON 폼폰 이어링. 9천4백70만원. 폼폰 네크리스. 1억8천1백만원.
쎄뻥 보햄 네크리스. 1억1천8백만원. 모두 강남.



BVLGARI 디바스 드림 이어링. 5백25만원. 강남, 센텀시티, 하남.
ADDIR 이노센트 브릴리언스 링. (위부터) 7백4만원. 7천5백30만원. 2천1백39만원. 대구.
REPOSSI by BOONTHESHOP 베르베르 메인 컬렉션 링. 1천50만원. 분더샵 청담.
ADDIR 마제스틱 아크 네크리스. 7천12만원. 대구.
DAMIANI 벨 에포크 컬렉션 브레이슬릿. 1천5백79만원. 강남.
TIFFANY & CO. 티파니 빅토리아 컬렉션 브레이슬릿. 2천2백65만원. 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 인천, 하남.

The Best Bridal Ring Selection



TIFFANY & CO.

위) 티파니 세팅 링. 5천9백35만원.
아래) 티파니 임브레이스 밴드 링. 1천1백15만원.



FRED

위) 포스텐 인게이지먼트 링. 1천2백65만원.
아래) 꾸 드 푸드르 화이트 골드 웨딩 링. 3백50만원.



CARTIER

위) 갈랑트리 드 까르띠에 링. 2천60만원.
아래) 까르띠에 웨딩 밴드. 1천2백90만원.



PIAGET

좌) 포제션 웨딩 링. 6백40만원.
우) 포제션 링. 4백16만원.



ADDIR

위) 이노선트 브릴리언스 페어 링. 2천1백39만원.
아래) 얼터너티브 웨딩 링. 3백56만원.



BVLGARI

좌) 세르펜티 바이퍼 링. 7백35만원.
우) 세르펜티 웨딩 링. 6백40만원.



REPOSSI
by BOONTHESHOP

좌) 셋 온 보이드 컬렉션 링. 5백만원.
우) 베르베르 메인 컬렉션 링. 1천50만원.



BUCCELLATI
by BOONTHESHOP

래미지 컬렉션 링. 1천4백만원.



BOUCHERON

위) 콰트로 레디언트 화이트 골드
솔리테어 링. 1천1백만원. 아래) 콰트로
다이아몬드 화이트 웨딩 밴드. 5백87만원.



ADDIR 위) 얼터너티브 웨딩 링. 2백68만원.
아래) 얼터너티브 웨딩 링. 3백56만원. 강남, 대구.



ADDIR 위부터) 로맨틱 스플래쉬 컬렉션 링.
72만원, 72만원, 63만원, 4백71만원. 강남, 대구.



왼쪽부터) **CHOPARD** 해피 브라이드 컬렉션 솔리테어 링. 1천7백3만원. 강남.
BOUCHERON 비 러브드 솔리테어 링. 4백91만원. 강남.
ADDIR 이노센트 브릴리언스 링. 7천5백30만원. 대구.
FRED 아모르 포유 인게이지먼트 링. 1천5백78만원. 강남, 대구.
DAMIANI 미누 풀 파베 링. 9백18만원. 강남.



위부터) **BOUCHERON** 콰트로 레디언트 에디션 화이트 골드 후프 이어링. 2천3백70만원. 강남.
REPOSSI by BOONTHESHOP 안티퍼 컬렉션 링. 1천5백만원. 분더샵 청담.
BOUCHERON 콰트로 레디언트 화이트 골드 웨딩 밴드. 7백12만원. 강남.
REPOSSI by BOONTHESHOP 셋 온 보이드 컬렉션 링. 8백90만원. 분더샵 청담.
BVLGARI 세르펜티 컬렉션 네크리스. 6천4백만원. 센텀시티, 영등포, 하남.

* 모든 다이아몬드는 등급과 캐럿에 따라 가격이 상이할 수 있습니다.



No makeup, MAKEUP

노메이크업 메이크업을 위한 필수 아이템별 대표 핫 리스트. 나만의 셀렉션을 완성하다.

Editor **LIM NA JUNG**
Photographer **HAN JUNG HUN, CHOI MI KYUNG**

Tips From

BEAUTY EXPERT

대한민국 최고의 메이크업 아티스트 류현정이 전하는 이번 시즌 내추럴 메이크업 비법을 소개한다.



SKIN

메이크업을 시작하기 전 피부 컨디션을 최적으로 만들어 주는 것이 무엇보다 중요하다. 부드러운 제형의 스크럽으로 묵은 각질을 제거하고 모공과 피부 결을 매끄럽게 정돈하는 기초 작업을 충분히 거칠 것.

BASE

노메이크업 메이크업에서 가장 힘써야 할 것은 단연 피부 표현. 피부에 완벽하게 밀착되는 CC크림이나 페이스 틴트 혹은 가벼운 포뮬러의 파운데이션을 선택한다. 파운데이션 브러시를 사용해 얇게 바르면 자연스럽게 연출할 수 있다.

BLUSH

자연스러운 혈색이 도는 듯한 연출을 위해서는 크림 타입의 블러시를 사용하면 좋다. 살구색의 크림 블러시를 피부와 경계선이 생기지 않도록 부드럽게 스머지 해주면 쉽고 간단하게 발랄해 보이는 뺨이 완성된다.

LIP

내추럴 메이크업이라고 반드시 옅은 컬러 립스틱을 고집할 필요는 없다. 소녀스러운 무드를 원한다면 버건디 컬러의 립스틱을 선택해볼 것. 손가락에 묻혀 입술에 톡톡 두드려 주면 입술 자체의 생기 정도로 표현할 수 있다.

EYE

아이브로 마스카라로 눈썹 결을 살리고, 리퀴드 타입의 연한 새먼 컬러 아이섀도를 얇게 바른다. 아이라인은 생략하는 것이 좋지만, 절대 포기할 수 없다면 브라운 아이섀도를 활용할 것. 여기에 컬링 효과가 뛰어난 마스카라를 더해 눈이 선명해 보이도록 한다.



(왼쪽부터) **DIOR** 글로우 부스터 일루미네이팅 세럼. 30ml, 14만원. 디올스킨 포에버 언더커버 24H 웨어 풀 커버리지. 40ml, 6만8천원.
CLINIQUE 립 팝 매트 블러싱 팝. 3.4g, 3만1천원. **MAKE UP FOR EVER** 스타 릿 리퀴드 #3. 4.5ml, 3만7천원.
FRESH 슈가 페이스 폴리쉬. 125g, 8만6천원. **BENEFIT** 갤리포니아. 5g, 4만2천원. **SK-II** 화이트닝 소스 덤 데피니션. 30g, 8만4천원.



BOBBI BROWN

식물성 오일이 수분을 피부 깊숙이 공급한다. 엑스트라 페이스 오일. 30ml, 9만5천원.



KIEHL'S

강력한 주름 개선 효과를 선사한다. 뉴 파워풀 비타민C 에센스. 50ml, 9만2천원.

Skin

CLARINS

멀티 액티브 안티옥시덴트 데이 크림. 50ml, 9만1천원.





SK-II

산뜻하고 탄탄한 수분감을 느낄 수 있다. RNA 파워 래디컬 에어리 크림. 50g, 13만9천원.



HERA

사막화 현상을 방지하고 촉촉함과 투명함을 선사한다. 셀 에센스. 150ml, 6만원.

Go Get It!

BEST SELECTION

노메이크업 메이크업을 완성시켜 줄 카테고리별 리스트.

Base

LANCOME

라 베이스 이드라 글로우. 25ml, 5만5천원.





YSL BEAUTY

UV 광채 베이스. 블랑 뿌르 꾸뛰르 UV 프로텍션 SPF 50 PA++++. 30ml, 7만2천원.



CHANEL

위치하젤 추출물로 모공을 완화하고 결을 정돈해준다. 르 블랑 드 샤넬. 30ml, 6만8천원.



ESTEE LAUDER

피부 진정에 탁월하다. 일루미네이터 레디언트 퍼펙팅 프라이머+피니셔. 30ml, 6만원.



URBAN DECAY by CHICOR

피부의 번들거림을 잡아준다. 셀프 어드저스팅 프라이머. 28ml, 4만5천원.



NARS

수분감이 훌륭하다. 아쿠아 글로우 쿠션 파운데이션. 12g, 6만3천원.



VIDIVICI

피부 결 사이로 밀착되어 뛰어난 커버력을 자랑한다. 퍼펙트 브이핏 쿠션. 15g, 5만8천원.



BOBBI BROWN

밝은 쿨 톤 피부에 적합하다. 스킨 래디언트 글로우 쿠션. 13g, 케이스와 리필 각 3만4천원.

Cushion pact

YSL BEAUTY

르 쿠션 엉크르 드 뽀 모노그램 에디션. 14g, 8만2천원.





GIORGIO ARMANI

2단계의 에어 타이트 기술로 쉽게 마르지 않는다. 투 고 쿠션. 15g, 8만9천원.



LANCOME

안티에이징 성분으로
편안하다. 압솔뤼 루즈 #360
수지로즈. 3.4g, 4만2천원.



TOM FORD BEAUTY

오렌지 레드 컬러로 가을
웜 톤에 어울린다. 립 컬러 크림
와일드진저. 3g, 6만2천원.



CHANEL

봄 웜 톤을 위한 생기 넘치는
코럴 컬러 립스틱. 루쥬 코코 샤인
134 레누보. 2g, 4만3천원.

Lipstick



HERA

루즈 홀릭 크림 템팅체리.
3g, 3만7천원.



NARS

부드러운 매트 피니쉬 포뮬러로
발색이 오래 지속된다. 어데이셔스
립스틱 샬롯. 4.2g, 3만9천원.



O HUI

가루 날림이 없는 정교한 입자의
코럴 컬러 블러시. 리얼 컬러
블러셔 3호. 10g, 3만5천원.

Blush

MAC

파우더 블러쉬 러브클라우드.
6g, 3만2천원.





MAKE UP FOR EVER

쿨 톤에 추천하는 딸기 우유
컬러가 특징이다. 아티스트 페이스
컬러 B-202. 5g, 3만2천원.



VT COSMETICS by CHICOR

제주산 벚꽃 추출물로
물광 효과를 준다. 쿠션 블러셔
#코랄. 13g, 2만5천원.



URBAN DECAY by CHICOR

펄이 감도는 보랏빛 블러시.
애프터글로우 에잇아워 파우더
블러쉬 랩쳐. 6.8g, 3만2천원.



GIORGIO ARMANI

레비센탈리스의 영양을
담아 피부 탄력을 돕는다.
크레마 누다. 30ml, 14만8천원.



SISLEY

초순도 피그먼트 포뮬러로
본연의 피부 톤처럼 보인다.
시슬리아 르 뗑. 30ml, 17만원.



ESTEE LAUDER

가벼운 사용감과 지속력을 두루
갖췄다. 더블웨어 누드 워터 프레시
파운데이션. 30ml, 6만8천원.



SHU UEMURA

모공 커버력과 밀착력이 뛰어나다.
페탈 스킨 플루이드 파운데이션.
30ml, 6만2천원.

Foundation

GUERLAIN

랑제리 드 뽀 파운데이션.
30ml, 8만7천원.



INSTORE Now

SHINSEGAE COSMETIC FAIR

EVENT 1

신세계 페이스북 라이브에서 만나는 점포별 릴레이 메이크업쇼

기간 3.1(목) - 3.11(일)
기간 중 점별 진행

뷰투버 '이사배' 메이크업쇼
3.1(목) 시코르 플래그십 강남역점
3.11(일) 시코르 코엑스점

* 라이브 중 SSG.COM을 방문하시면 특별한 혜택을 드립니다.

EVENT 2

쿠션제품을 구매 하면 시코르 퍼프(2P)를 드립니다

기간 3.1(목) - 3.11(일)
장소 점별 사은행사장

* 한정수량 선착순 진행으로 조기종료 가능.

EVENT 3

신세계 APP을 다운 받으시면 혜택을 드립니다

기간 3.1(목) - 3.11(일)
대상 신세계APP 로그인 고객

1. 사용하던 퍼프 반납시 시코르 퍼프(1P) 증정
2. 코스메틱 3만원 이상 구매시 시코르 마스크팩 증정

* 재고 소진 시 이벤트 조기 종료 가능.

UNSEEN STORIES

Photographed by **YOO YOUNG KYU**



셔츠 드레스 3백만원대, 벨트 90만원대 모두
BOTTEGA VENETA



LEFT
재킷 4백97만원, 팬츠 2백59만원 모두 **CELINE**
스니커즈 9만9천원 **NIKE**
RIGHT
블라우스 1백79만원, 팬츠 93만원 모두 **ERDEM BY BOONTHESHOP**







LEFT 재킷 2백40만원, 팬츠 1백40만원 **TOMFORD BY BOONTHESHOP,** 톱 1만9천원 **GAP,** 슈즈 1백만원대 **HERMES**
RIGHT 코트 54만9천원 **VOV** 블라우스, 팬츠 가격미정 **BOONTHESHOP LUXURY ESSENTIAL**



LEFT
셔츠 7만9천원 **GAP,** 팬츠 21만9천원 **BEANPOLE LADIES**
RIGHT
블라우스 13만9천원 **STUDIO TOMBOY,** 팬츠 1백9만원 **ALEXANDER WANG**





LEFT 탑 29만8천원, 팬츠 49만8천원 모두 **KUHO,** 네크리스 2백15만원 **CHARLOTTE CHESNAIS BY BOONTHESHOP**
RIGHT 트렌치코트 4백21만원, 바디수트 1백30만원대, 팬츠 60만원대 모두 **VALENTINO**







LEFT 재킷 2백45만원 **ALEXANDER WANG,** 드레스 1백39만원 **ELLERY BY BOONTHESHOP**
RIGHT 블라우스 4백37만원, 재킷 4백84만원, 쇼츠 2백59만원 모두 **SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO**



총괄디렉터 **오정은**
스타일리스트 **이윤경**
모델 ASIA PIWKA
헤어 **김정한**
메이크업 **박혜령**

BOTTEGA VENETA | 본점
NIKE | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 마산, 김해, 충청
CELINE | 강남, 센텀시티
ERDEM BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담, 강남
TOMFORD BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담
GAP | 본점, 강남, 센텀시티, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 광주
HERMES | 본점, 강남
VOV | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 마산, 김해, 충청
BOONTHESHOP LUXURY ESSENTIAL | 분더샵 청담, 강남
BEANPOLE LADIES | 본점, 강남, 영등포, 경기, 광주, 마산, 김해
STUDIO TOMBOY | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 마산, 김해, 충청
ALEXANDER WANG | 본점, 강남, 센텀시티, 하남
KUHO | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 광주, 마산
CHARLOTTE CHESNAIS BY BOON THE SHOP | 분더샵 청담
VALENTINO | 강남
ELLERY BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담
SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO | 강남, 센텀시티, 대구
YOHJI YAMAMOTO | 본점, 강남



베스트 1백48만원, 재킷 1백41만원 모두 **YOHJI YAMAMOTO**
샌들 1백77만5천원
SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO

Playground for BEAUTY-HOLICS CHICOR

국내 최대 규모의 뷰티 스페셜티 스토어, 시코르.
글로벌 럭셔리 브랜드부터 오프라인에서는 접할 수 없던 입소문 브랜드까지.
내가 원하는 대로 즐기고 경험하는 시코르만의 매력, 그 모든 것!

Editor **LIM NA JUNG**
Photographer **LEE SANG YUB**



BEAUTY PLAYGROUND

시코르 바이어가 전하는 오직 시코르에서만 누릴 수 있는 세 가지 포인트.



All about Beauty

대한민국 최대 규모의 뷰티 멀티숍

글로벌 럭셔리 브랜드부터 홈쇼핑, SNS를 통해 입소문 난 브랜드를 한곳에 총망라했다. 모든 카테고리의 뷰티 아이템을 갖추고 있어 합리적이고 편리한 쇼핑을 즐길 수 있다.



Try it Yourself

마음껏 경험하는 뷰티 스테이지

누구의 눈치도 보지 않고 자유롭게 테스팅해 보며 비교 구매할 수 있다는 것이 시코르의 가장 큰 장점이다. 물론 도움이 필요하다면 스킨, 헤어, 메이크업 등의 뷰티 전문가의 서비스를 경험할 수 있다.



Play the Beauty

소중한 순간을 간직하는 포토존

3개의 층으로 구성된 매장 곳곳에는 '인생샷'을 건질 수 있는 포토존이 즐비하다. 쇼핑에 지쳤다면 2층과 지하 1층에 마련된 휴게 공간에서 잠시 쉬어가는 것 역시 시코르 플래그십 강남역점을 두 배 이용하는 팁이다.

INSTORE *Now*

SPRING BEAUTY FESTIVAL

EVENT 1

VIP 스페셜 프라이스

기간 · 장소 3.1(목) - 3.31(토), 시코르 전점
대상 VIP 전 고객(트리니티 ~ 블랙)
아이템 너리싱 바디 크림(200ml)
2만1천원 → 5천원
핸드 케어 세트(핸드 워시 200ml, 핸드 로션 200ml, 새니타이저 30ml)
3만5백원 → 1만5천원
헤이 시트 마스크 세트(10EA)
2만7천원 → 1만원

*신세계 VIP클럽 스티커가 부착된 신세계 제휴카드(씨티/삼성/SC/신한)로 전액 결제 시 적용.

EVENT 2

2018 시코르 Hello Sale

기간 3.1(목) - 3.15(목)
장소 시코르 전점
아이템 ~50% : 라비오뜨, 닥터G, 한스킨
~30% : 스틸라(20~30%), 로레알파리, 메이블린(20~30%), VT, AHC, 루치펠로, 린든리브즈, 사바이아롬, 탱글티저, 다이애나젤팁
~20% : 에이프릴스킨, 데자뷰, 클라뷰, 시코르 바디 컬렉션, 모레모, 뷰티블렌더, 헤스크, 헤어기기
~10% : 립스틱퀸, 케빈어코인, 아임미미, DMCK (*입점 브랜드 점별 상이, 일부품목 한정)

EVENT 3

인스타그램 이벤트

기간 3.1(목) - 3.15(목)
장소 시코르 플래그십 강남역점
참여 방법
강남역점 방문 후 아래 해시태그와 함께 인증샷 업로드 고객을 추첨하여 기프트를 증정합니다.
#뷰티신세계 #코덕성지시코르 #시코르강남역점

ALL ABOUT BEAUTY

대한민국 최대 규모의 뷰티 멀티숍

글로벌 럭셔리 브랜드부터 홈쇼핑, SNS를 통해 입소문 난 2백50여 개의 뷰티 브랜드를 경험할 수 있다.
기존에 선보이던 메이크업, 스킨, 바디, 헤어, 멘즈 카테고리는 물론 퍼퓸, 네일, 뷰티툴, 키즈, 룸 프레이그런스까지
카테고리를 확대하여 더욱 전문화되고 세분화된 뷰티 아이템을 편리하게 쇼핑할 수 있다.

CHICOR BEST

시코르에서 만날 수 있는 대표 글로벌 브랜드와 익스클루시브 브랜드.

1



NARS

뷰티 마니아들의 전폭적인 신뢰를
받고 있는 나스의 아이코닉한 아이템을
시코르에서 마음껏 경험할 수 있다.
뛰어난 발색과 트렌디한 컬러에 주목할 것.

가볍게 발리고 매트한 피니시가 특징인 파워매트
립 피그먼트 아메리칸 우먼. 5.5ml, 3만7천원.



2

GROUND PLAN

불필요한 화학 성분을 배제하고 자연의
재료로 만드는 자연주의 화장품을 선보인다.
24H 시크릿 미스트는 누적 판매 1백만 개에
달하는 대표 아이템.

물을 전혀 넣지 않은 24H 시크릿 미스트.
300ml, 7만2천원. 120ml, 3만8천원. 60ml, 2만2천원.



ROMAND

뷰티 크리에이터 '개코'라는 이름으로도
잘 알려진 민새롬이 노하우를 담아 다채로운
코즈메틱을 선보인다. 특히 파운데이션은
그녀의 강력 추천 아이템.

오일과 워터의 황금비율로
들뜸 없이 흡수되는 퍼펙트 핏팅
파운데이션. 30ml, 2만9천원.

5





3

KERASTASE

헤어 살롱에서 사랑받는
브랜드 케라스타즈.
오프라인에서는 오직 시코르
에서만 만날 수 있다.

애비신 성분으로 윤기와
보습막을 형성해 주는
크로놀로지스트 퍼퓸 오일.
120ml, 7만2천원.

4

URBAN DECAY

자주 손이 가는 에센셜 컬러들로만
구성된 섀도 팔레트로 유명한 어반디케이.
데일리부터 파티 메이크업 룩까지
연출할 수 있어 더욱 유용하다.

실용적인 뉴트럴 버건디 톤 12컬러가 담긴 네이키드
히트 아이섀도 팔레트. 12×13g, 6만5천원.



3CE

두터운 마니아층을 자랑하는 스타일난다가
전개하는 뷰티 브랜드 3CE를 온라인이
아닌 오프라인에서 직접 확인할 수 있는
기회를 놓치지 말 것.

선명한 컬러와 벨벳 피니시 텍스처가
트렌디한 벨벳 립 틴트. 4g, 각 1만5천원.

LAGOM

피부과 전문의와 박사
12인, 메이크업 아티스트가
의기투합해 만들어
믿을 수 있는 브랜드다.

미세 버블과 천연 유래
계면활성제로 자극이 없는
셀럽 마이크로 폼 클렌저.
150ml, 1만8천원.





SABAI AROM

태국 여행에서 머스트 쇼핑 아이템으로 꼽히는
브랜드 사바이아롬이 시코르에 상륙했다.
100% 식물성 원료가 지친 일상에 힐링을 선사한다.

쏘 소프트 앤 프로텍트 핸드크림. 75g, 1만2천원.
디바인 블리스 바디&헤어 미스트. 110ml. 1만7천원.

CHICOR

시코르만의 독자적인 기술과 노하우로 만든 PB 컬렉션.
만족스러운 기능과 합리적인 가격을 두루 갖췄다.
다양한 취향을 충족시키는 향 또한 매력적이다.

(왼쪽부터)
화이트 프리지아 핸드크림. 30ml, 6천원.
에이프릴 로즈 바디 워시. 300ml, 1만1천원.
프로페셔널 아이
블렌딩 브러쉬. 1만원.
프로페셔널 치크&하이라이터
브러쉬. 1만5천원.



BRAND LIST

2F

SKIN CARE
그라운드플랜 | 빌리프 | 달팡
크리니크 | 랑콤 | 설화수 | 프리메라
비오템 | 헉슬리 | 클레어스 | 라곰

BODY CARE
록시땅 | 블리스 | 린든리브즈
퓨어 피지 | 레피소드
시코르 바디 컬렉션

DEVICE & AESTHETIC
더말로지카 | A.H.C | 피토메르
포레오 | 바나브 | 트리아

PERFUME
에르메스 퍼퓸 | 딥티크 | 아닉구딸

HOME CARE
유노스 | 닥터원더

BEAUTY ROOKIES
| WLT | 클라뷰

ELLACONIC

1F

MAKEUP
나스 | 슈에무라 | 랑콤
메이크업포에버 | 베네피트
어반디케이 | MAC | 바비브라운
에스티 로더 | 크리니크 | 헤라
립스틱퀸 | 케빈어코인 | 비디비치
VDL | 3CE | 에스쁘아 | 메이블린
VT | 에이프릴스킨 | 스틸라

NAIL CARE
다이애나젤팁 | 젤라또팩토리
조야 | 데보라립만

BEAUTY TOOLS
시코르 뷰티툴 | 더툴랩
코바코 | NTMT

PICK ME UP
바비브라운 | MAC | 베네피트
에스티 로더 | 크리니크 | VT

EYE MAKEUP
베네피트 브로우바 | 비디비치
메이크업포에버

LIP MAKEUP
나스 | 슈에무라 | 크리니크 | 립스틱퀸

BASE MAKEUP
에스티 로더 | 케빈어코인 | 헤라
메이크업포에버

B1

HAIR CARE
케라스타즈 | 아베다 | 르네휘테르
레오놀그렐 | 아미카 | 탄

MEN'S CARE
랩 시리즈 | 비오템 옴므 | 비디비치
잭 블랙 | 헤라 옴므 | 프리메라 맨
빌리프 맨올로지

ROOM FRAGRANCE
우드윅 | 라떼르 | 레피소드

KIDS
슈슈페인트 | 미니버블

PRIVATE CARE SERVICE
헤어케어 룸 | 스킨케어 룸

BEAUTY TO GO
아베다 | 베네피트 | 크리니크
케라스타즈

TRY IT YOURSELF

마음껏 경험하는 뷰티 스테이지

시코르에 오면 코즈메틱 쇼핑의 필수 덕목인 테스팅을 구애 없이 즐길 수 있다. 메이크업 룸을 방불케 하는 뷰티 스테이지와 헤어 스타일링 바, 세면대까지 마련되어 구매할 수 있는 모든 아이템을 사용해볼 수 있다. 궁금한 점이 있다면 스킨, 헤어, 메이크업에 이르는 뷰티 마스터들이 기다리고 있으니 전문적인 서비스를 경험해보길 추천한다.





MAKEUP STAGE

매장 중앙의 시선을 압도하는 뷰티 스테이지부터 지하 1층의 헤어 스타일링 바, 2층에 위치한 스킨&바디 테스팅존까지 각 층마다 카테고리에 적합한 테스팅존이 기다리고 있다. 부담스러운 직원의 응대에서 해방되어 자유롭게 발라봐도 좋다.







#S.O.S BEAUTY EXPERT

강남역점에서만 누릴 수 있는 특권은 단연 메이크업 프로모션 팀. 메이크업쇼와 뷰티 클래스는 물론, 퍼스널 컬러별 색상 추천과 1:1 메이크업 무료 상담이 가능하다. 베네피트 브로우 바, 스킨&헤어 케어 룸에서 프라이빗하게 받을 수 있는 서비스도 준비되어 있다. 또한 지하 1층의 스타일링 바에서 메이크업 키트 혹은 헤어 키트를 구매하면 퀵 메이크업까지 완성할 수 있으니 기억해둘 것.

PLAY THE BEAUTY

소중한 순간을 간직하는 포토존

쇼핑은 여자들에게 하나의 놀이다. 시코르는 매장 자체가 여자들을 위한 놀이터이자 포토존이 된다.
여유로운 쇼핑 시간을 보내며 알록달록한 팝 컬러로 꾸며진 다채로운 공간에서 포토제닉한 사진도 남길 수 있다는 이야기다.
휴식을 취할 수 있는 공간 역시 알아두면 유용한 시코르 플래그십 스토어 강남역점만의 비밀.







#LET'S TAKE A SELFIE

지하 1층에는 드라마틱한 신을 연출할 수 있는 포토존이 위치했다. 영화 속에 등장할 법한 미용실을 본뜬 소파와 실제 작동이 가능해 더욱 유쾌한 공중전화 모양의 드라이어가 그 주인공. 친구들과 함께 롤플레잉을 즐기며 셀피 타임을 즐겨 보시라.
뽑는 재미를 더한 코즈메틱 자판기도 시코르만의 아이코닉한 공간이다. 제품 구매 시 적립되는 스탬프를 시코르 코인으로 교환해 원하는 상품을 가져갈 수 있다. 귀여운 외모로 컨셉추얼한 사진을 찍기에도 제격이다.





#REST FROM THE SHOPPING

뷰티에 관한 모든 것을 총망라한 매장을 한 번에 둘러보기란 불가능에 가깝다. 쇼핑에 지친 이들을 위해 2층과 지하 1층에서는 편안한 휴식 공간을 만날 수 있다. 한쪽 벽면을 가득 채운 바 형태의 테이블에서 에너지를 충전하는 시간을 가져볼 것. 잠시 쉬어가는 것만으로도 더욱 스마트한 쇼핑을 즐길 수 있을 것이다.



My Selection
STATEMENT OF SCENT

스타일링에 디테일 더하기! 나를 표현하는 향! 나에게 맞는 시그니처 향수를 찾는다.

Editor **LIM NA JUNG**



CLEAN & INNOCENT

하얗고 깨끗한 코튼 소재 시트에서 피어나는 여자의 순수한 향에 영감을 받아 만들어졌다. 장미 향으로 시작해 시트러스를 거쳐 머스크 향으로 끝나는 세련미를 갖췄다. 군더더기 없이 간결한 화이트 드레스와 완벽한 조화를 이룬다.

바이레도 블랑쉬.
100ml, 29만원.



REFRESHING GARDEN

싱그러운 아이비가 만개한 정원의 향을 연상케 하는 딥티크 오 드 리에는 봄에 걸맞은 플로럴 패턴 옷차림의 묘미를 배가하는 향수다. 시간이 지날수록 성숙한 향기로 마무리되어 부담 없이 사용할 수 있다는 것 또한 장점.

딥티크 오 드 리에.
100ml, 17만5천원.



TIMELESS CLASSIC

모던하고 지적인 분위기를 추구한다면 분더샵 퍼퓸의 버베닛을 추천한다. 시더우드, 베티베르, 패출리로 이루어진 허브 향 베이스 노트에 시트러스 향을 더해 중성적이면서도 신선한 자극을 느낄 수 있을 것이다.

분더샵 시그니처 퍼퓸 버베닛.
100ml, 24만8천원.



EXOTIC FANTASY

자유로운 여행을 꿈꾸는 젯셋족에게는 매혹적이며 신비로운 대지의 흙 내음이 가득한 잉글리시 오크 앤 헤이즐넛이 제격이다. 고급스러운 오크 나무 향은 단독으로 사용해도 완벽하고 다른 향수와도 뛰어난 궁합을 보여준다.

조 말론 잉글리시 오크 앤 헤이즐넛.
100ml, 18만원.



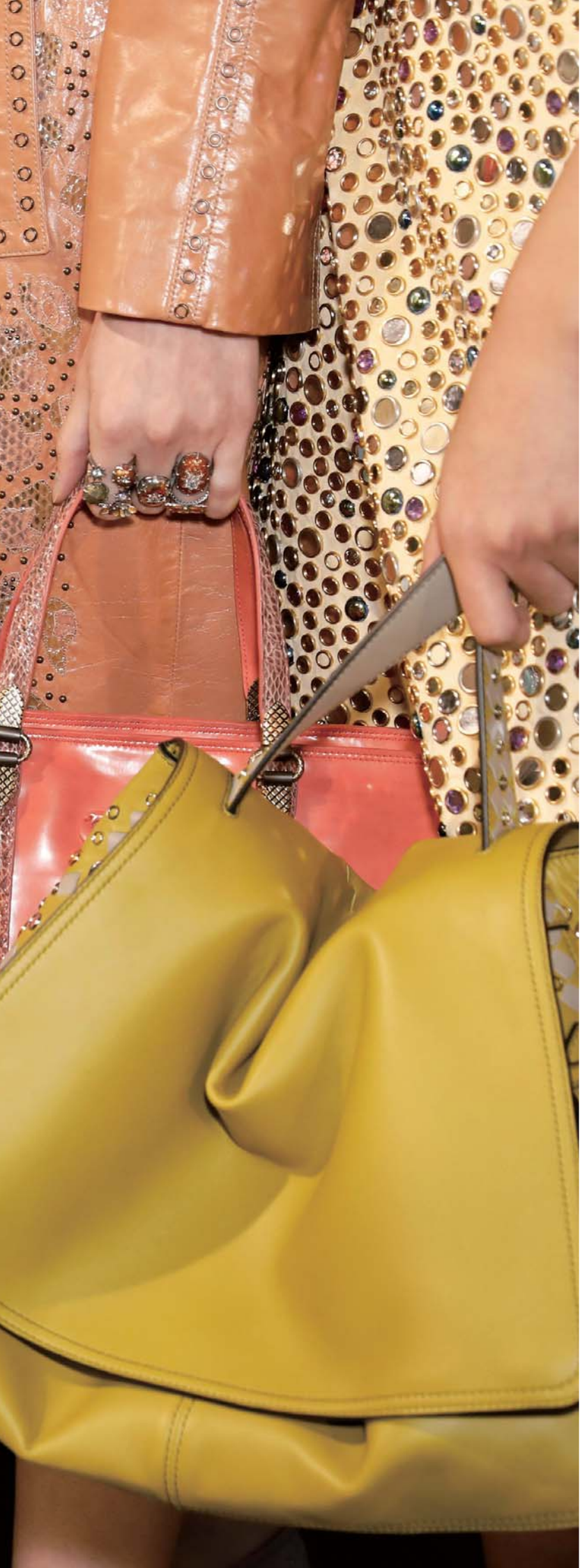
DELICATE FEMININITY

생기 있고 발랄한 소녀 감성을 지닌 이들을 위해 탄생한 트윌리 데르메스 오 드 퍼퓸은 진저, 튜베로즈, 샌들우드가 어우러져 뿜어내는 상큼한 향이 특징. 컬러풀한 스카프와 모자를 쓴 듯한 보틀이 소장 가치를 자극한다.

에르메스 퍼퓸 트윌리 데르메스 오 드 퍼퓸. 85ml, 18만9천원.







BOTTEGA VENETA

강박적일 정도로 디테일을 중시하는 크리에이티브 디렉터, 토마스 마이어. 지난 17년간 그가 보여준 보테가 베네타는 단순 브랜드의 컬렉션이 아니라 삶에 대한 그의 진지한 성찰을 대변한다.

Editor **KIM MIN JEONG**

2018 S/S COLLECTION

건축가의 아들로서 주로 건축을 통해 디자인적 영감을 얻는 토마스 마이어. 이번 2018 봄/여름 남성 및 여성 컬렉션 역시 영국 케들스톤 홀의 컬러를 재현하는 것에서 시작됐다. 케들스톤 홀은 영국 건축가 로버트 애덤(Robert Adam)이 설계한 팔라디안 스타일의 건축물이다. 이곳의 백미는 섬세한 장미 컬러의 벽, 오션 블루 컬러의 벽화, 치솟는 코린트식 마블 기둥으로 이뤄진 마블 룸에서 찾을 수 있다. 그 자연스럽고 오묘한 색감이 이번 2018 봄/여름 컬렉션을 통해 옷으로 재현되었다.



토마스 마이어에게 그리고 보테가 베네타에게 럭셔리란 시간이라는 시험대에 서서 세월의 흐름에 따라 퇴보하는 것이 아니라 성숙해 가는 아름다움을 의미한다. 그가 '유행'이란 단어에 거부감을 갖는 이유 역시 럭셔리의 기준을 브랜드의 로고나 합당치 못한 가격으로 여기는 요즘의 세태가 맘에 들지 않은 탓이다. 토마스 마이어는 드러내는 것보다 숨기는 것의 가치를 알고, 인간의 노동과 시간이 섞여 견고해지는 무언가에 대한 경외심을 품고 있는 디자이너다.

건축가의 아들이자, 강박적일 정도로 디테일을 중시하는 토마스 마이어가 만들어내는 보테가 베네타의 메종 역시 브랜드의 모든 것을 함축하고 있다. 스토어라는 일반적인 표현으로는 담을 수 없는 '메종'의 의미에 대해 직접 그에게 물었다. 그가 아니면 답할 수 없는 메종의 면면.

보테가 베네타의 함축, 뉴욕 메종 오픈

Q. 뉴욕 매디슨 애버뉴에 세 번째로 메종을 열었어요. 뉴욕이란 장소도, 메종의 콘셉트도 상당히 새로워요. 메종은 당신에게 어떤 의미인가요?

A. 메종은 각자가 위치한 도시의 성격을 반영하고 있습니다. 보테가 베네타의 세계에서 '기원(Provenance)'은 아주 중요한 키워드예요. 브랜드의 특별함은 특정한 장소, 즉 스토리를 담은 지역으로부터 나온다고 생각해요. '당신의 이니셜만으로도 충분할 때'라는 보테가 베네타만의 모토에서도 읽을 수 있듯이 개성은 우리의 핵심 요소예요. 각각의 메종은 하나같이 다른 개성을 품고 있어요.

Q. 뉴욕 메종의 콘셉트에 가장 큰 영감을 준 것은 무엇인가요?

A. 에드워드 라라비 반스의 IBM 건물부터 SOM 사의 레버 하우스, 미스 반 데어 로에의 시그램 빌딩 등 모든 건축물들은 영감을 불러일으켜요. 뉴욕의 컬러 역시 이번 메종의 인테리어에 반영됐어요. 다양한 메탈릭 톤으로 된 메종 외부는 아름다운 스카이라인을 연출해요. 외부와 밸런스를 맞출 수 있도록 내부에



토마스 마이어 Creative Director

2001년 6월 크리에이티브 디렉터로 합류한 이래 대대적이면서도 신중한 브랜드 확장 과정을 진두지휘해 왔다. 그는 시대를 초월하는 디자인을 보테가 베네타의 핵심 가치로 채택했다.

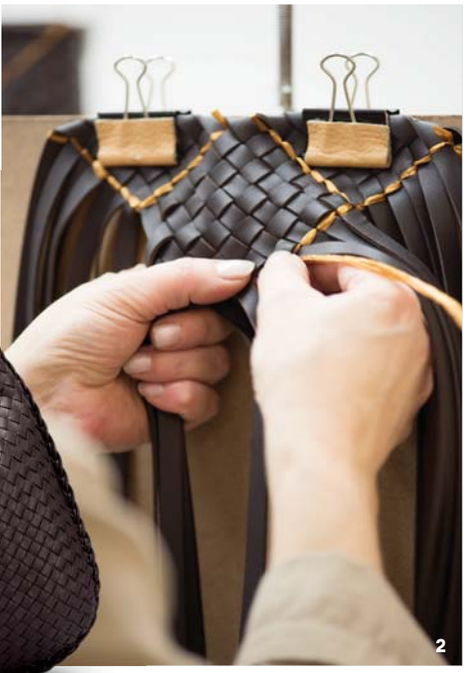







1 보테가 베네타의 아이코닉 클러치 백 놋(KNOT) 제작 과정. 토마스 마이어는 아카이브의 작고 둥근 클러치 백에서 특별한 가치를 발견했고 상단에 매듭 모양의 잠금장치를 고안했다. 이 새로운 장식은 곧 클러치 백의 이름이 되어 매 시즌 다양한 버전으로 등장한다.

2 페투체를 구멍이 뚫린 백의 바디에 엮어 만들어지는 베네타(VENETA). 튼튼한 내구성과 부드러움, 그리고 유연함이 특징이다.

는 울 카펫이나 가죽 의자 등 온기를 느낄 수 있는 요소를 배치했어요.

Q. 당신에게 메종 디자인의 가장 중요한 요소는 무엇인가요?

A. 자연광. 빌딩 숲으로 된 맨해튼에서 인공적인 조명을 사용하지 않는 매장을 찾기란 무척 어려워요. 자연광은 매우 럭셔리한 요소예요. 제품을 강조하거나 분위기를 위해 인공 조명이 부가적으로 사용되었지만 거의 느껴지지 않는 수준이에요. 뉴욕 메종의 조명은 보테가 베네타 특유의 컬러 팔레트와 디테일을 드러내기에 이상적이에요.

Q. 이번 메종 오픈을 기념하기 위해 캡슐 컬렉션 '아이콘 오브 뉴욕(Icons of New York)'을 선보였어요.

A. 뉴욕 메종 오픈을 매우 특별한 방식으로 기념하고 싶었어요. '아이콘 오브 뉴욕'은 우리의 아이코닉 스타일에 맨해튼의 스카이라인, 색채 가득한 지하철 지도, 도시의 격자 구조 등 누구나 알 수 있는 뉴욕의 상징들을 더했어요. 이건 뉴욕에 대한 보테가 베네타만의 찬사입니다. 휴대폰 케이스와 지퍼형 파우치 등 뉴요커들에게 필요한 33가지의 제품으로 구성했습니다. 한정판으로 소개되며 뉴욕 메종에서 먼저 선보인 뒤 메트로 지역의 일부 매장에서도 선보일 예정이에요.

Q. 뉴욕 메종에서 눈여겨봐야 할 디자인 요소가 있을까요?

A. 매장은 그 자체로 보테가 베네타를 보여줘요. 절제된 세련미 속에 비현실적일 만큼 반전을 더하는 디테일과 요소를 발견할 수 있을 겁니다. 1층과 2층을 잇는 난간은 유리와 스톤의 조합이 독특하죠. 컬러 역시 층마다 다른 이미지를 낼 수 있게 주의를 기울였어요. 1층은 맨해튼의 고층 건물들에서 영감을 받은 실버·브론즈·그레이 톤으로 되어있고, 여성용 공간은 좀 더 부드러운 느낌의 컬러 팔레트를 보여주죠. 제품을 직접 만져보고 착용해봐야 그 진가를 알 수 있는 것처럼 우리의 매장도 눈으로 보는 것 이상의 경험을 제공해요.

보테가 베네타의 정신을 짓는 장인의 손길

보테가 베네타에 대해 토마스 마이어는 두 가지 단서를 제공한다. 당신이 무언가 조용한 게 필요하고, 거기에 쓰인 재료가 세련된 걸 찾고 있다면 그것이 바로 보테가 베네타라고. 이 단호한 정의는 '당신의 이니셜만으로도 충분할 때(When your own initials are enough)'라는 브랜드 슬로건과 맥을 같이한다. 과거에도 지금도, 그리고 미래에도 보테가 베네타의 표식은 요란한 로고가 아니라 그들이 보여주는 장인 정신이다.

보테가 베네타에서 토마스 마이어란 디자이너보다 장인이란 배역이 먼저 보였다면 이 또한 그의 전략이다. 그는 장인이야말로 보테가 베네타의 로고를 대신하는 상징이라고 여긴다. 그의 분신과도 같은 보테가 베네타가 장인의 브랜드로 보이는 것은 아주 자연스럽고, 또 매우 당연한 일이다. 토마스 마이어와 장인, 그리고 보테가 베네타의 역사가 만들어내는 럭셔리는 허세도, 가식도, 거드름도 발붙일 틈이 없는 정제된 아름다움 그 자체다.

The design process of Bottega Veneta always begins with colors, and color plays a key role in the collection.

보테가 베네타의 디자인 과정은 언제나 컬러에서부터 시작되며,
컬러야말로 컬렉션에서 핵심적인 역할을 합니다.

과거의 유산을 바탕으로 현재를 완성시키고 있는 마스터 장인들의 아틀리에와 새로운 세대로 전통 기술을 전수하고 다음 세대 장인을 양성하는 보테가 베네타 장인학교(Scuola dei Maestri Pellettieri di Bottega Veneta)는 그야말로 보테가 베네타의 진지다.

특히 1973 스타일에서 영감을 받은 톱 핸들 백 BV73과 팔리오(Palio) 백, 새롭게 업데이트된 놋 시리즈는 보테가 베네타의 장인 정신을 응축하고 있다.

새로운 시즌의 시작

"단순한 것은 항상 더 복잡합니다." 토마스 마이어는 수년 전 어느 인터뷰에서 자신의 디자인 철학에 대해 얘기한 바 있다. "분명히 당신이 보테가 베네타에서 구입한 것은 일회용 제품이 아니에요. 당신이 항상 지니고 다니는 물건이며, 당신을 위한 투자입니다." 보테가 베네타의 새로운 컬렉션 역시 복잡한 과정을 통해 완성됐다. 하지만 어떠한 조급함도 느껴지지 않은 여유로운 모습으로 우리에게 선보였다.

"이번 컬렉션은 마치 옷이 사람을 입는 것 같은 딱딱한 실루엣이 아니라 입는 방식이나 입는 사람의 체형에 따라 가변적으로 변합니다." 그가 평소에 얘기해 오던 '개성'의 중요성이 드러난 대목이다. 실루엣의 심플함은 정교한 장식과 공존하며 보테가 베네타 식 럭셔리를 만든다. 가벼운 셔츠 드레스 그룹들은 무지갯빛 실크부터 바삭거리는 코튼 드릴, 캐시미어 스웨이드, 아나콘다 등이 사용되어 서로 각기 다른 매력을 발산했다.

맨즈 웨어 역시 가벼운 스타일이다. "테일러링은 없습니다. 운동을 위해 디자인된 것은 아니지만 굉장히 스포티하며 부드럽죠." 토마스 마이어의 의도는 오버사이즈 트렌치코트와 레인코트, 블루종 재킷으로 드러났다. 실루엣은 편안(easy)하지만 그 안에 숨겨진 장식들은 쉽지 않다. 블루종의 슬리브 안쪽에 있는 미묘한 인트레치아토 자수에서부터 버튼 카디건의 기하학적인 에이어스와 나파 가죽의 아플리케에 이르기까지 매우 풍부한 디테일이 숨겨져 있다.

한편 2018 봄/여름 시즌 캠페인 역시 아티스트와의 컬래버레이션으로 깊이감을 추구했다. 'Art of Collaboration'으로 불리는 이 프로젝트는 상업적인 광고 캠페인이 가질 수 있는 예술성의 기준점을 한층 높여 주었다는 평이다. 이번 쇼는 새로운 장소인 팔라쪼 아르킨토(Palazzo Archinto)에서 진행됐다. 이곳은 1830년에서 1847년 사이에 건축되었으며 이전에는 저택으로, 현재는 학교로 사용되고 있다. 신고전주의를 이탈리아 방식으로 해석한 건물에는 여전히 사람의 온기가 느껴진다. "이건 빅 쇼지만 방에서 방으로 연결되며 매우 친숙한 느낌을 연출하죠." 따뜻한 집의 감성을 유지하고 있는 이곳은 토마스 마이어가 쇼를 완성케 하는 마지막 마침표였다. 균형과 완벽을 추구하는 그를 보테가 베네타의 또 다른 장인으로 부를 수밖에 없는 대목이다.

INSTORE *Now*

BOTTEGA VENETA POPUP STORE

WHEN YOUR OWN INITIALS ARE ENOUGH

이번 시즌, 보테가 베네타는 '당신의 이니셜만으로도 충분할 때'라는 하우스의 철학을 담은 커스터마이징 프로그램을 선보인다. 여성과 남성 라인의 다양한 백에 크로커다일 또는 가죽 이니셜을 입체감 있게 스티칭 할 수 있다. 터치스크린, 투명 월 등을 통해 컬래버레이션 이미지를 상품에 퍼스널라이징하는 서비스를 제공하며 사진 촬영도 가능하다. 뿐만 아니라 일러스트레이터가 시연한 캘리그라피와 이미지 드로잉을 상품에 적용해 커스터마이징 제품으로 만나볼 수 있다.

이 프로그램은 3월 말까지 신세계백화점 보테가 베네타 매장에서 팝업으로 진행된다.

기간 3.30(금) - 4.8(일)
장소 강남점 1층, 더 스테이지
내용 보테가 베네타 2018 S/S 컬렉션 신상품 전시 및 소개. 신상품에 개인화 주문 제작 및 체험 서비스 및 팝업
주요 대상 상품
팔리오 토트, BV73백 (여성) / 위켄더백, 토트백 (남성), 특피 상품 주문 제작 가능



원자재 보관소.
형형색색의 가죽들이 품질 검사를
위해 보관되어 있는 모습.



#SATURDAYVIBE

Photographed by **YOO YOUNG KYU**



재킷 2백19만원, 팬츠 2백19만원 모두 **VALENTINO**
스니커즈 9만9천원 **NIKE**





LEFT 재킷 4백만원대, 스웻셔츠 89만원, 화이트셔츠 99만원, 팬츠 1백40만원, 스카프 52만원 모두 **VALENTINO**
RIGHT 윈드 브레이커 2백85만원, 스커트 1백55만원 모두 **SACAI BY BOONTHESHOP**



LEFT 봄버 1백59만원 **ALEXANDER WANG,** 롱타이츠 5만9천원 **ADIDAS,** 이어링 16만원 **FITZGERALD LOVE BY MYBOON,**
선글라스 40만원대 **LOUIS VUITTON,** 스니커즈 13만9천원 **ADIDAS ORIGINALS**
RIGHT 스웻점퍼 89만원, 팬츠 99만원 모두 **HAIDER ACKERMANN BY BOONTHESHOP MEN,**
탑 17만원 **DRIES VAN NOTEN BY BOONTHESHOP MEN,** 점퍼 1백89만원 **JUUN. J,** 백팩 3백80만원대 **LOUIS VUITTON**







LEFT 셔츠 각각 2백65만원, 팬츠 1백16만원 모두 **LOUIS VUITTON**
RIGHT 재킷 1백9만원 **UNRAVEL PROJECT BY BOONTHESHOP,** 블라우스 97만원 **OFF WHITE BY BOONTHESHOP,** 팬츠 15만9천원 **LEVI'S**





LEFT
재킷 29만9천원, 팬츠 17만9천원 **STUDIO TOMBOY,**
티셔츠 45만원 **SACAI,** 선글라스 26만원 **GENTLE MONSTER,**
하이탑 스니커즈 9만5천원 **CONVERSE**
RIGHT
봄버 3백만원대, 탑 1백만원대, 팬츠 1백만원대 모두
BOTTEGA VENETA



LEFT
셔츠 65만원 **OFF WHITE BY BOONTHESHOP MEN,**
팬츠 43만원 **HERON PRESTON BY BOONTHESHOP MEN,**
원피스 2백59만원 **STELLA MCCARTNEY**
RIGHT
점프수트 1천2백만원, 튤 스커트 7백10만원 모두 **DIOR,**
삭스 14만9천원 **SEASON5 BY BOONTHESHOP,**
스니커즈 13만9천원 **NIKE**





LEFT 스웻셔츠 55만원 **MIHARA YASUHIRO BY BOONTHESHOP,** 점퍼 15만9천원 **GAP**
RIGHT 봄버 1백2만8천원 **424 X ALPHA INDUSTRIES BY BOONTHESHOP,** 스커트 1백78만원 **N°21 BY BOONTHESHOP,**
백 2백48만원 **LOUIS VUITTON**


LOUISVUITTON

총괄디렉터 **오정은**
스타일리스트 **이윤경**
모델 ALISTAIR WATERFIELD, DAGA JEZ
헤어 **김정한**
메이크업 **박혜령**

VALENTINO | 강남
NIKE | 본점, 센텀시티, 경기, 광주
SACAI BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담, 강남
ALEXANDER WANG | 본점, 강남, 센텀시티, 하남
ADIDAS | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 의정부, 광주, 마산, 김해, 충청
FITZGERALD LOVE BY MYBOON | 마이분 SSG 청담, 본점, 강남, 센텀시티, 대구
LOUIS VUITTON | 강남
HAIDER ACKERMANN BY BOONTHESHOP MEN | 분더샵 청담, 강남
DRIES VAN NOTEN BY BOONTHESHOP MEN | 강남
JUUN. J | 강남
OFF WHITE BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담, 본점, 강남, 센텀시티
UNRAVEL PROJECT BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담
LEVI'S | 강남, 센텀시티, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 충청
STUDIO TOMBOY | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 인천
SACAI | 강남
GENTLE MONSTER | 본점, 센텀시티, 경기, 의정부
CONVERSE | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 의정부, 광주, 김해
BOTTEGA VENETA | 본점
HERON PRESTON BY BOONTHESHOP MEN | 분더샵 남성 청담, 본점, 강남
STELLA MCCARTNEY | 강남
DIOR | 센텀시티
SEASON5 BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담
MIHARA YASUHIRO BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담, 본점, 강남
GAP | 본점, 강남, 센텀시티, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 광주
424 X ALPHA INDUSTRIES BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담
N°21 BY BOONTHESHOP | 분더샵 청담
ADIDAS ORIGINALS | 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 광주, 충청
Y3 MAN BY BOONTHESHOP MEN | 분더샵 남성 청담, 본점





MAN 스웻셔츠 9만9천원 **ADIDAS ORGINALS,** 팬츠 43만원 **Y3 BY BOONTHESHOP MEN**
WOMAN 스웻셔츠 55만원 **MIHARA YASUHIRO BY BOONTHESHOP,** 팬츠 8만9천원 **ADIDAS ORIGINALS**

New Season

SNEAKERS

트렌디한 디자인의 스니커즈 하나만으로도 독보적인 존재감을 과시할 수 있는 시대가 도래했다.
이번 시즌 빼놓을 수 없는 패션 트렌드, 바로 다채로운 디자인의 스니커즈다.

Editor **HAN JI HYE**



BOTTEGA VENETA 76만5천원. **MAISON MARGIELA by BOONTHESHOP 남성** 89만원.
PRADA 83만원. **TOD'S** 87만원. **SAINT LAURENT** 96만5천원.

Always Right Answer

THE ORIGINAL



NEW BALANCE 16만9천원.



ONITSUKA TIGER 14만원.



COMMON PROJECTS by BEAKER 56만5천원.



NIKE 9만9천원.



HEAD 7만9천원.



CÉLINE 79만원.



MAISON MARGIELA 75만원.



SAINT LAURENT 77만5천원.

Catch Up Now

THE NEWEST



STELLA McCARTNEY 1백19만원.



J.W. ANDERSON × CONVERSE by BOONTHESHOP 14만원.



PUMA by BOONTHESHOP 11만9천원.



CHANEL 1백11만7천원.



NIKE 15만9천원.



NEW BALANCE 25만9천원.
LOUIS VUITTON 1백38만원. **HERMES** 1백31만원.



SUECOMMABONNIE 29만8천원.



BALENCIAGA 1백10만원.



STELLA McCARTNEY 1백15만원.



PIERRE HARDY 75만원.



VETEMENTS by BOONTHESHOP 1백13만원.



BALENCIAGA by SHOE COLLECTION 87만5천원.



ACNE STUDIO 67만원.



LOUIS VUITTON 1백38만원.



COUNTERFEIT

[ˈkaʊntərfɪt] 1. 위조의, 모조의 2. 위조하다

위조, 가짜, 모조품은 패션에 해로운 패스트푸드 같은 존재. 캣워크 사진 하나면 쉽게 복제가 되는 기술을 막을 도리는 없다. 위험천만한 카피 시스템으로 무장한 패션 '뒷골목'과 '하이스트리트 (High Street)'에 일일이 맞서는 대신, 이 시대 패션 트렌드를 이끌어 가는 새로운 디자이너 세대는 다른 방식을 택했다. 패션은 어쨌든 자연스러운 흐름이니까. 흐름에 맞서는 대신 디자이너들은 자신만의 색깔을 담아 관중들과 소통한다. 그렇게 탄생한 흥미진진한 컬래버레이션의 성공은 중요한 비즈니스의 성장을 가져오니 일석이조. 악순환을 선순환으로 바꾸는 방법은 역시 크리에이티브한 사고의 전환에서 시작된다. 세상이 변했다. '가짜'를 둘러싼 문제를 대하는 이 똑똑한 디자이너들의 이야기가 이보다 더 흥미로울 수 없다.

Writer **YEO IN HAE**



루이 비통과 슈프림의
만남에 패션 피플은 열광했다.

최근 런던의 도버 스트리트 마켓에는 '발렌시아가 카피숍(Balenciaga Copyshop)'이 등장했다. 사무실에서 볼 법한 대형 복사기의 모습을 한 기계가 보호용 스티로폼을 입은 형태 그대로 스크린 3대와 함께 설치되어 있었다. 기계 뒤에는 선명하게 '발렌시아가' 로고가 새겨진 브랜드의 나름 1호 대형 전자제품쯤 되는 상품이 있었다. 카피숍은 대략 한 시간에 10장씩 티셔츠를 생산하는 식으로 운영됐다. 단, 디자인은 고객들의 몫. 이름을 적고 대기한 후 번호표를 받는 식으로 정해진 시간을 배정받은 고객들은 스크린 앞에서 직접 발렌시아가가 준비한 다양한 디자인 모티프를 배경과 로고 그리고 티셔츠 컬러까지 선택할 수 있다. 티셔츠 위 디자인의 사이즈도 조절이 가능하다. 완성된 티셔츠 가격은 2백95파운드(한화 약 46만원). 세상에 하나밖에 없는 나만의 티셔츠가 완성되는 셈이다. 그것도 내가 직접 디자인에 참여한 티셔츠! 발렌시아가의 크리에이티브 디렉터 뎀나 바잘리아는 왜 이런 DIY 콘셉트의 티셔츠 공정을 '카피숍'의 형태로 매장 내에 설치했을까. 기업 위주로 돌아가는 패션 세상에 대한 외침인가. 그가 맡은 컬렉션은 발렌시아가나 베트멍 할 것 없이 패션 트렌드를 주도하는 만큼 수많은 디자인들이 매 시즌 어딘가에서 어떤 식으로든 복제되어 판매되는 게 현실이다. 하지만 뎀나는 그들을 향한 외침 대신 그 현상을 자신만의 방식으로 표현하기 위해 '카피숍'을 오픈한 거라고 생각한다. 그는 자신을 둘러싼 환경을 관찰하고 공부하는 디자이너니까. 덕분에 그의 팬들은 그를 추억할, 언젠가 미래의 발렌시아가 전시 속 기념비적인 '맞춤' 티셔츠 컬렉션을 손에 넣게 되었다. 발렌시아가는 이 컬렉션을 리미티드 에디션이라고 홍보하지 않았다. 지금 가장 크리에이티브하고 흥미로운 브랜드들을 편집해서 판매하는 '콘셉트 스토어' 도버 스트리트 마켓 속 '발렌시아가 카피숍' 팝업 스토어는 딱 보름간 운영되고 문을 닫았다.

패션을 스쳐간 중요한 순간들은 그렇게 하나의 기록으로 어딘가에 저장되어 있다. '비비안 웨스트우드 월드 앤드'라고 불리는 킹스 로드 숍에 가면 그녀의 초창기 시절 매장에서 판매하던 티셔츠 시리즈가 액자 안에 귀하게 모셔져 벽면에 걸려있다. 1980년대의 스타일 매거진 <블리츠> 는 당시 핫하던 존 갈리아노, 비비안 웨스트우드, 번스톡 스피어스, 폴 스미스 등에게 리바이스 데님 재킷을 '맞춤 제작'할 것을 의뢰한 후 화보로 실은 적이 있고, 그중 9개가 현재 V&A 박물관에 1980년대 패션의 중요한 자산으로 보관 중이기도 하다. 오프 화이트의 수장 버질 아블로는 <분더샵 매거진>과의 인터뷰를 위해 런던에서 만나 이야기를 나누던 중 자신의 첫 번째 프로젝트인 프린트 티셔츠에 대한 이야기를 꺼냈다. "동네 스크린 인쇄기로 티셔츠를 프린트해서 판매했는데, '파이렉스 비전(Pyrex Vision)' 이란 이름을 붙여서 브랜딩했죠. 당시 5백 달러 가까이 되는 비싼 가격에도 불구하고 없어서 못 팔았어요." 버질의 티셔츠는 독특한 프린트 디자인을 중고 티셔츠에 입히는 방식으로 제작되었다. 오프 화이트 브랜드를 시작하기 전의 일이다. 그렇게 자신을 팔로우하던 팬들에게 영감을 얻어 지금의 오프 화이트로 '진화'할 수 있었다고 그는 얘기했다. 지금은 화이트 컬러의 격자무늬 패턴 프린트가 그 바통을 이어 받아 오프 화이트의 '브랜딩' 역할을 한다. "우연이에요. 하지만 이름이나 로고가 아닌 디자인적 요소를 반복적으로 사용하고 싶었어요. 그래픽 디자



인이 제 배경이기도 하고요.” 버질의 말대로 순간의 판단과 우연히 얻은 디자인은 오프 화이트의 시그니처가 되었다.

발렌시아가의 ‘카피숍’이 팝업이었다면, 최근 구찌가 뉴욕 할렘가에 오픈한 ‘구찌 x 대퍼 댄 아틀리에’는 맞춤 매장으로 얼핏 보기엔 전혀 다른 성격의 매장으로 보인다. 알레산드로 미켈레의 지휘하에 새로운 전성기를 맞은 구찌가 무슨 일을 꾸민걸까. 대퍼 댄은 구찌는 물론 명품 브랜드 다수에 의해 로고를 허락받지 않고 사용한 ‘카피’ 건으로 여러 차례 고소를 당한 할렘가의 ‘테일러’로 유명한 인물. 그의 매장은 결국 문을 닫았고 그의 이름은 1980년대 스트리트 문화와 함께 역사 속으로 사라진 듯했다. 그런 ‘사건’을 27년 만에 환기한 건 다름 아닌 미켈레의 2018 크루즈 컬렉션이었다. 미켈레가 선보인 구찌 로고 패브릭의 볼록한 슬리브와 퍼를 조합한 재킷이 대퍼 댄의 1980년대 룩과 흡사하다는 주장이 인스타그램을 통해 퍼져나가기 시작했고 구찌는 그에게 ‘오마주’한 룩이 맞다고 시인했다. 대퍼 댄은 ‘루이 비통 로고 클러치 백을 들고 세상을 다 가진 듯 뿌듯해하는 고객에게 영감을 받아 로고로 뒤덮인 옷을 만들면 얼마나 더 좋아할까’ 라는 단순한 생각에서 완성한 옷이라고 회상했다. 패션계는 미켈레와 대퍼 댄의 이야기로 한동안 술렁였다. 카피한 옷을 오마주했으니 괜찮다는 의견부터 로고 룩을 유행시켜 브랜드의 오디언스를 확장하는 데 일조했다는 반대 목소리까지 팽팽하게 맞서는 가운데 대퍼 댄은 구찌 캠페인의 주역으로 나섰다. 이어서 오픈한 것이 이번 아틀리에 매장. 아틀리에에는 구찌 오리지널 패브릭들이 준비되어 있고, 손님들은 대퍼 댄의 영감에 따라 그때그때 맞춤으로 제작된 옷을 주문 의뢰할 수 있다.

미켈레는 논란을 뒤로하고 대퍼 댄에게 당당하게 손을 내밀었고 그의 이야기를 들어주었다. 대퍼 댄에게 구찌는 크리에이티브한 자유를 허락했고 진정한 컬래버레이션의 훈훈한 모습을 보여줬다. 그래서 아틀리에에 대한 소개에 ‘1980년에서 2018년’이라는 부제가 자연스럽게 따라다닌다. 분쟁으로 시작한 관계가 30년 만에 화사한 모습으로 대중 앞에 선 것이다. 대중은 이미 미켈레의 이런 면모를 잘 알고 있다. 앞서 ‘구찌 고스트’로 언더그라운드에서 유명한 브루클린 출신의 그래피티 아티스트와 컬래버레이션을 단행한 바 있기 때문이다. 컬래버의 발단은 또다시 ‘로고’. 사람들이 하찮게 여기는 쓰레기통이나 은행 ATM기 밑 더러운 벽 등에 구찌 로고를 그래피티한 아티스트 트러블 앤드류는 어느 날 미켈레 측의 연락을 받고 출동, 컬래버 작업을 제안받고 바로 그 시즌 재킷, 가방, 액세서리 등에 스프레이 페인트 작업을 했다. 그의 작업 위에 미켈레가 또 덧칠하고 함께 자유롭게 작업하여 완성된 룩은 2016년 가을/겨울 컬렉션 캣워크 위에 등장했다. 두 사람이 함께한 ‘리얼(REAL)’이라는 단어가 페인팅된 가방과 페이디드 재킷 시리즈 그리고 구찌 고스트 디자인 소식은 인터넷을 타고 전 세계에 전파됐다.

미켈레가 진두지휘하는 구찌의 행보는 그가 수장으로 모시던 지아니니의 길과 분명 다르다. 구찌에게 ‘로고’는 디자인을 이끌어 가는 중요한 자산이다. 하지만 로고로 뒤덮인 룩을 모두가 선호하지 않는 건 둘째 치더라도 ‘카피’에서 자유롭지 못한 ‘로고’가 가져오는 문제들은 브랜드의 이미지에 큰 타격을 가할 수 있다. 하지만 패션 세상이 변했다. 그리고 브랜드를 이끌어 가는 새로운 디자이너 세대는 1980년대를 통해 뒤죽박죽 뒤섞인 문화 안에서 패션의 경계가 허물어지는 체험을 했으며, 인터넷을 통해 이제는 국경이 허물어진 세상을 살아가고 있다. 젊은 세대에게 공감받지 못하는 브랜드의 미래는 험난할 수밖에 없다. 미켈레를 통해 구찌는 계속해서 쿨해지고 있는 중이다.

루이 비통 남성복을 이끌던 킴 존스의 마지막 쇼가 파리에서 열리던 올해 1월, 피날레를 끝으로 등장한 킴 존





1



3

1 구찌와 협업한 대퍼 댄
컬렉션 광고 비주얼.

2 루이 비통 × 슈프림. 세기의
컬레버레이션을 성사시킨
크리에이티브 디렉터 킴 존스.
루이 비통 2018 F/W 패션쇼 피날레.

3 트러블 앤드류와의 협업으로
탄생한 구찌 고스트.



2

스를 향해 패션계는 기립 박수를 보냈다. 킴이 이끄는 루이 비통의 남성복 캣워크는 매 시즌 프레스와 관중을 환호케 하는 그 시즌 가장 핫한 쇼로 정평이 나있다. 런던에서 자라 스트리트 문화와 유스컬처의 중심에 있던 킴의 크리에이티브한 시각은 루이 비통에 새로운 바람을 몰고 왔으니까. 하지만 루이 비통 x 슈프림 컬래버는 그야말로 정점을 찍은 멋진 작업! 슈프림의 레드 & 화이트 컬러 배합을 입고 루이 비통의 로고로 뒤덮인 두 브랜드의 만남은 환상적이었다. 패션 피플은 환호했고, 스트리트는 열광했으며, 대중은 매장 앞에 줄지어 서는 등 반향이 대단했다. 게다가 루이 비통의 로고를 '도용'해 고소를 당했던 슈프림과의 컬래버라 더욱 파격적이었다. 루이 비통 x 슈프림의 컬래버는 두 브랜드에 중요한 비즈니스 효과를 가져다주기도 했다. 일명 '블록버스터 컬래버'로 불리는 이번 프로젝트로 패션 역사에 새로운 획을 긋는가 싶더니 이번에는 슈프림의 비즈니스 소식들이 보도되기 시작했다. 슈프림은 소문으로만 존재하던 투자자의 실체를 인정하고, 런던 숍 오픈 이후 6년 만에 유럽에서는 두 번째로 파리 매장을 오픈하며 글로벌한 확장을 예고했다. 슈프림은 스트리트 브랜드로는 최초로 최상급 사모펀드의 투자를 받은 브랜드가 되었다.

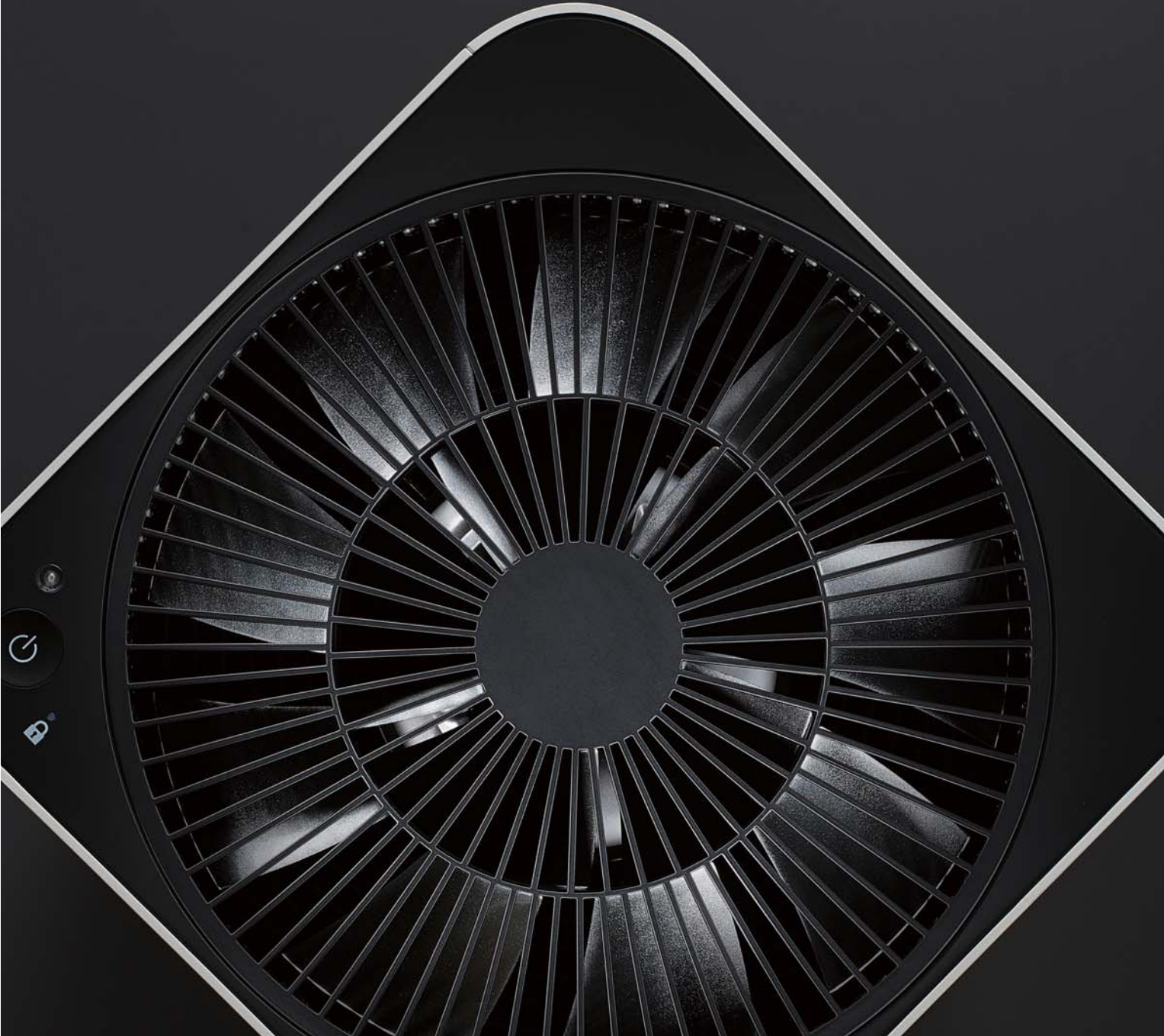
'카피'와 '로고'를 둘러싼 분쟁이 컬래버레이션으로 흘러가는 배경에는 서로 다른 문화를 갈망하고 폭넓은 관중을 섭렵하려는 패션 세계 속 비즈니스를 염두에 둔 지적인 계산이 담겨있다. 다만 모든 '성공' 스토리가 그렇듯 그 주역이 누군가가 중요하다. 글로벌 패션 비즈니스들의 영민한 크리에이티브 디렉터는 더 이상 디자인 팀만 이끌어 가는 디자이너가 아니다. 그러니 캣워크 사진만 가져다가 그대로 '카피'하는 것만으로 비즈니스를 영위하던 시대는 끝났다고 단언할밖에. 늘 하던 컬래버도 늘 받던 영감만으로는 부족하다. 구찌 고스트의 그래피티에 대해 미켈레가 WWD에 언급한 얘기가 흥미롭다. "이건 카피하는 것과는 완전히 다른 거다. 이건 한 회사의 심벌을 그래피티와 같은 언어를 통해 거리로 향하게 하는 아이디어에 대한 얘기다."

LIVING DICTIONARY

[공기청정기 :]

연일 뉴스에서 '고농도 미세먼지가 하늘을 뒤덮고 있다'고 보도하는 지금,
공기청정기는 선택이 아니라 필수가 되었다. 나에게 맞는 공기청정기의 스마트한 선택 기준을 지금 확인해본다.

Editor **LEE JI SEONG**
Photographer **PARK JAE HYUN**





공기청정기 선택을 위한 체크리스트

공간의 1.5배 사용 면적을 가진 제품

공기청정기의 사용 면적이 실제 공기청정기를 둘 공간의 면적보다 1.5배 큰 것을 선택하는 것이 효율적이다. 사용 면적이 아무리 큰 공기청정기라도 벽으로 막힌 방 안까지 정화하기 힘드므로, 큰 공기청정기 하나보다 세부 공간에 맞는 여러 대의 작은 공기청정기를 두는 것이 좋다.

인증 마크와 비교 기준

집진 효율, 탈취 효율, 소음, 오존발생농도 등을 시험해 부여하는 인증 마크 'CA'가 있는 제품이라면 일단 신뢰할 수 있다. 몇몇 수입 브랜드는 유럽, 북미 지역에서 통용되는 'CADR'로 비교할 수 있다. 여과된 공기가 얼마나 빠르게 공급되는지를 테스트한 수치로, 숫자가 높을수록 효율이 높다는 뜻.

공기청정기의 심장, H13 이상의 헤파 필터

연기, 유해가스, 미생물 등은 초미세먼지보다 더 입자가 작을 수 있다. 0.1 미크론의 초미세먼지, 바이러스까지 제거하는 공기청정기를 찾고 있다면, H13 등급 이상의 헤파 필터를 내장했는지 확인할 것. H10~H14의 단계로 나뉘는 헤파 필터는 H 뒤의 숫자가 높을수록 성능이 좋다는 의미다.

필터 교체와 소비전력 등의 유지보수

공기청정기는 대부분 주기적으로 필터를 교체하거나 세척해야 한다. 필터를 교체해야 하는 제품의 경우 필터에 따라 4만~5만원에서 수십 만원에 이르기까지 가격이 천차만별이므로, 교체 방법과 함께 비용을 확인할 필요가 있다. 24시간 사용하는 가전제품이므로 소비전력도 체크해야 한다.

ALL ABOUT AIR CLEANER

집에는 하나의 큰 공기청정기보다 침실, 거실, 키친 등 각 세부 공간에 맞는 공기청정기를 두는 것이 효율적이다. 가격부터 사용 면적과 기능까지, 다양한 공기청정기를 한눈에 비교해본다.



500,000원

CUCKOO
AC-03V10W

차량, 탁상용으로 사용하기 좋은 초소형 공기정화기

- 사무실 책상, 차량, 화장실 등 작은 면적에 유용
- 제품이 발생시킨 플라즈마 이온이 유해 물질의 세포막을 파괴, 수증기로 환원
- 생활 속 유해 세균 및 악취 제거에 탁월
- USB 케이블로 차량, 컴퓨터에 연결

쿠쿠 공기정화기 AC-03V10W.
59,000
전점(광주 제외).

FILTSON
by GAZE SHOP

자동차 또는 조리대, 사무실에 유용한 초소형 공기청정기

- 자동차 기준 7~10m²에서 사용
- 프리 필터, 카본 필터, 헤파 필터의 3중 필터 시스템
- 초미세먼지부터 세균, 박테리아, 독성 화학 물질 및 유해가스까지 제거
- 3개월 주기의 필터는 1만원대

필슨 by 게이즈샵 소형 공기청정기.
176,000
강남, 하남.

WINIX
TOWER Q300S

하만 JBL 블루투스 스피커와 공기청정기를 한번에

- 39m² 사용 면적
- 하만 JBL의 블루투스 스피커 탑재
- 프리 필터, 탈취 필터, H13 등급의 마이크로 집진 필터의 3단계 필터 시스템
- '플라즈마 웨이브 2.0'이 바이러스 제거
- 1년 주기의 필터는 5만원대

위닉스 타워 Q300S.
379,000
www.ssg.com

TEFAL
INTENSE PUREAIR TURBO

넓은 사용 면적과 합리적인 가격의 가성비 뛰어난 제품

- 63.4m² 사용 면적
- 프리 필터, 헤파 탈취 필터, 나노 캡처 필터 등 4단계 정화 시스템
- '나노캡처'가 포름알데히드 영구 제거
- 1~3년 주기의 필터는 5만원부터 9만원(세부 필터에 따라 가격 상이)

테팔 인텐스 퓨어에어 터보.
549,000
전점(광주 제외).









1,000,000원

DYSON
PURE COOL LINK

다이슨의 시그니처 디자인,
선풍기와 공기 청정을 겸하는 제품

- 공기청정 선풍기 기능
- 스마트 IOT 기능 탑재
- '다이슨 링크' 앱 사용 실시간 모니터링
- H13 등급 360° 글라스 헤파 필터, 활성탄소 필터, 삼중함침 탄소 시트 코팅 필터
- 1년 주기의 필터는 10만원대

다이슨 퓨어쿨 링크 DP03.
659,000
전점.

BALMUDA
AIR ENGINE

초미세먼지 99% 제거 공기청정기,
분당 1만 리터의 강력한 송풍력

- 60m² 사용 면적
- 활성탄 유닛이 결합된 360° 효소 필터가 초미세먼지와 세균 제거, 곰팡이 억제
- '제트 클린 모드'로 분당 1만 리터의 공기로 실내를 8분 안에 정화
- 1년 주기의 필터는 12만원

발뮤다 에어 엔진.
699,000
강남, 센텀시티, 대구, 경기.

DYSON
PURE HOT&COOL

사계절 공기청정기로, 여름엔 선풍기
겨울엔 온풍기를 겸하는 제품

- 공기청정 선풍기, 온풍기 기능
- 스마트 IOT 기능 탑재
- '다이슨 링크' 앱 사용 실시간 모니터링
- H13 등급 360° 글라스 헤파 필터, 활성탄소 필터, 삼중함침 탄소 시트 코팅 필터
- 1년 주기의 필터는 10만원대

다이슨 퓨어 핫앤쿨 HP03.
938,000
전점.

LG
PURICARE 360°

뛰어난 송풍력과 아기케어 모드를
갖춘 가족을 위한 공기청정기

- 91m² 사용 면적
- 토털 알레르기 집진, 유해가스 필터
- 360° 송풍과 클린부스터로 7.5m 멀리 공기 분사
- 아이를 위한 '아기케어' 기능 탑재
- 1년 주기의 필터는 13만원대(2종)

LG 퓨리케어 360°.
1,350,000
전점(광주 제외).









1,500,000원

LG
SIGNATURE

필터 교체가 필요 없으며 가습기를 겸하는 효율적인 제품

- 46m² 사용 면적
- 가시광에 노출하면 성능이 재생되는 광촉매 탈취 블랙 필터, 물 세척에도 집진 성능을 유지하는 초미세 집진 블랙 필터
- 센서가 실내 공기 모니터링
- 반영구적 필터, 물 세척

LG 시그니처 가습 공기청정기.
1,490,000
전점(광주 제외).

SAMSUNG
CUBE

하이브리드 집진 필터 탑재 무풍 공기청정기

- 레이저 PM 1.0센서로 정밀 감지
- 히든 디스플레이로 오염 농도를 보여주고 4단계 컬러로 미세먼지, 공기 청정도 알림
- 앱으로 공기질 체크, 원격 제어 가능
- 무풍 청정으로 찬바람없이 조용하게
- 94㎡ 사용 면적

삼성 큐브 AX90N9980SSD.
1,630,000
전점(광주 제외).

IQAIR
HEALTH PRO 150

성능에 집중한 스위스 공기청정기 전문 브랜드의 제품

- 65m² 사용 면적
- 프리맥스 필터가 초미세먼지, V5-셀 필터가 40여 종의 유해가스 제거
- H13·H12 등급의 하이퍼 헤파 필터가 0.01㎛의 바이러스 제거
- 1~4년 주기의 필터는 10만~20만원

아이큐에어 헬스프로 150.
1,650,000
전점(광주, 마산 제외).

AIROCIDE
APS-200

NASA 연구진이 12년 동안 개발한 공기청정기의 미래

- 39.6m² 사용 면적
- NASA가 우주 농장을 위해 개발한 기술
- 화학적 분해 과정으로 오염 물질을 무해한 수증기와 녹색 탄소로 전환
- 유해가스, 바이러스 99.99% 제거
- 필터 없음

에어로사이드 APS-200.
1,650,000
전점(광주, 마산 제외).



2,000,000원

BLUE AIR
CLASSIC 680I

CADR 최고 등급 받은 스웨덴 공기청정기 전문 브랜드의 제품

- 72m² 사용 면적
- 3단계 헤파 사일런트 시스템이 오염 물질, 초미세 미립자까지 제거
- '블루에어 프렌드' 앱으로 제품 조작, 실내 공기 품질 모니터링
- 1년 주기의 필터는 15만원대

블루에어 클래식 680i.
1,690,000
전점.

VENTA
LP-60

에어워셔 전문 브랜드 벤타의 첫 공기청정기

- 75m² 사용 면적
- 정수기의 핵심 '멤브레인 필터' 적용
- 프리 필터, 넬리오 벤타셀 필터, 벤타 카본 필터의 3단계 시스템
- 초미세 미립자, 유해가스까지 제거
- 1년 주기의 필터는 10만원대

벤타 공기청정기 LP-60.
1,890,000
전점(광주, 마산 제외).

SAMSUNG
CUBE

청정의 기준을 바꾸는 모듈형 공기청정기

- 사용 면적 47m² + 47m² 모듈 구성
- 큐브 디자인으로 공간에 따라 내 마음대로
- 초미세먼지 99.999 % 제거 필터 시스템
- 무풍 청정으로 찬 바람 걱정 없이 조용하게
- 극세 필터, 하이브리드 집진 필터, 숯 탈취 필터 탑재

삼성 큐브 AX94N9980SSD.
2,060,000
전점(광주 제외).

NANODRON
AIR E

성능과 인테리어 효과가 뛰어난 독일 공기청정기

- 180m² 사용 면적
- 초미세먼지, 유해 물질, 바이러스 제거
- H13의 헤파 필터, 고전압 발생기, 이중 탄소가스 필터 등 6단계 필터 시스템
- 12종의 다채로운 디자인
- 필터 없음

나노드론 에어 E.
6,200,000
강남, 센텀시티, 마이분 청담(~5.20).

흙으로 빚는 보름달

달항아리

‘신기롭고도 천연스러운 아름다움’의 달항아리는 그 누구도 이의를 제기하지 않는 조선 자기의 백미. 3월, 신세계갤러리의 <신한균 달항아리>展과 함께 다시금 달항아리의 면면을 들여다본다.

Writer **KIM SEOK**

KBS 기자
저서 | <언론의 재발견>, <세상을 바꾼 탐사보도>

눈을 들어 밤하늘을 올려다본다. 휘영청 밝은 보름달이 세상을 환히 비추고 있다. 저 순결한 빛깔 하며, 완벽한 곡선이 빚어낸 우아한 자태라니…. 궁극의 아름다움, 절대미의 화신, 인간의 언어로는 이루 다 형용할 수 없는 순정한 멋을 지닌 보름달. 그 아름다움을 화폭에 붙잡아두기 위해 화가는 붓을 들었다. 달항아리 하면 가장 먼저 떠오르는 그 이름. 한국 추상미술의 선구자 김환기(1913~1974) 화백이다.

김환기의 대표적인 달항아리 그림으로 꼽히는 <백자와 꽃>이다. 보름달이 떠 있어야 할 자리에 순백의 항아리를 얹어 놓았다. 화가의 달항아리 사랑은 몹시도 지극했다. 처음 달항아리를 그린 1949년부터 10여 년 동안 꾸준히 그리고 또 그렸다. 그렇게 완성한 달항아리 그림만 스무 점이 넘는다. 그만큼 화가에게 달항아리는 끝없는 영감의 원천이었다.

“어쩌면 사람이 이러한 백자 항아리를 만들었을꼬… 한아름 되는 백자 항아리를 보고 있으면 촉감이 동한다. 싸늘한 사기로되 따사로운 김이 오른다. 사람이 어떻게 흙에다가 체온을 넣었을까.” - 김환기 1955. 5

비단 김환기뿐인가. 우리나라 서양화 1세대 작가 도상봉(1902~1977) 화백의 단아한 정물화에서도 달항아리의 든든한 자태는 오롯하다. 숱한 화가들이 달항아리를 화폭 한가득 품었다. 심지어 달항아리만 그리는 화가도 적지 않다. 하고 많은 도자기 가운데 왜 달항아리일까. 그 무엇이 화가들로 하여금 그토록 달항아리에 깊이 빠져들게 했던가.

비대칭의 순진한 아름다움을 담다

달항아리는 18세기, 즉 영조와 정조 임금 시기에 왕실에 쓸 도자기를 구웠던 관요(官窯)인 경기도 광주 금사리 가마와 분원리 가마에서 만들어진 보름달처럼 둥근 항아리를 일컫는다. 과거 크기에 상관없이 형태와 제작 방식이 같으면 달항아리로 불렀다. 그러나 흔히 달항아리 하면 높이 40cm가 넘는 큰 항아리(大壺)를 가리킨다.



신한균, 달항아리, 43×46×46cm



최영욱, Karma20168-9, 2016, Mixed Media on Canvas, 50×160cm © 소울아트스페이스 제공

단순히 겉모습만 보면 달항아리는 영락없는 비대칭이다. 보는 각도에 따라 그 모습이 천차만별인 것은 달항아리 특유의 제작 기법에서 비롯됐다. 달항아리는 덩치가 워낙 크다보니, 제아무리 노련한 도공이라도 당시 기술로는 한 번에 구워낼 수가 없었다. 그래서 윗부분 따로, 아랫부분 따로 만든 뒤에 하나로 붙여서 만들었다. 위와 아래를 붙인 흔적이 몸통 가운데 볼록한 부분에 남는다.

그런데 잘못 만든 것처럼 보이는 이 흔적이 놀랍게도 달항아리만의 특별한 매력이 됐다. 기술적 한계 때문에 어쩔 수 없이 만든 못생긴 도자기가 조선 백자의 최고봉으로 칭송되는 이유을 곱디고운 언어로 우리에게 일깨워준 분이 있다. <무량수전 배흘림기둥에 기대서서>의 저자 최순우(1916~1984) 선생이다.

"아주 일그러지지도 않았으며 더구나 둥그런 원을 그린 것도 아닌 이 어리숙하면서도 순진한 아름다움에 정이 간다 하면 혹시 심미에 대한 건강한 태도가 아니라고 할 사람이 있을지 모르지만, 조선 자기의 아름다움은 계산을 초월한 이러한 설명이 필요하리만큼 신기롭고도 천연스러운 아름다움에 틀림없다고 나는 생각한다."

살아있는 조선 자기의 역사

달항아리의 쓰임새는 무엇이었을까. 박물관 유물 검색을 해보면 '음식기'라고 나온다. 그러나 무엇을 담아 썼는지 확인해 주는 구체적인 기록은 없다. 다만 일제강점기에 조선 항아리를 수집하던 일본인들이 양반가 뒤주 위에 달항아리가 놓여있는 것을 봤다는 이야기가 전해오고 있을 뿐이다.

삼성미술관 리움에 소장된 달항아리는 현재 남아있는 국보급 가운데 가장 완벽한 형태미를 자랑하는 최고의 명품으로 꼽힌다. 이 항아리 표면을 자세히 보면 군데군데 얼룩이 져 있다. 간장을 담아 사용한 흔적이 아닌가 여겨진다. 실제로 항아리 표면에 바른 유약이 갈라진 틈으로 장이 스며들면 얼룩이 진다. 흠이 아니라 달항아리 고유의 미적 특질이다.

현재 온전하게 남아 있는 조선시대 달항아리는 국내외를 통틀어도 20여 점. 특히 일본 오사카시립동양도자미술관에 소장된 달항아리에는 기적과도 같은 사연이 깃들어 있다. 이 항아리는 원래 일본의 한 사찰에 고이 모셔져 있었는데, 1995년에 도둑이 들어 항아리를 들고 달아났다. 경비원들이 쫓아오자 도둑은 항아리를 땅에 내동댕이쳤다. 산산조각이 나버렸다.



“

어쩌면 사람이 이러한 백자항아리를 만들었을꼬…
한아름 되는 백자 항아리를 보고 있으면 촉감이 동한다.
싸늘한 사기로되 따사로운 김이 오른다.
사람이 어떻게 흙에다가 체온을 넣었을까.

- 김환기 1955. 5 -

”

파편만 3백여 개. 도무지 가망이 없어 보였다. 그러나 사찰 측은 파편부터 가루까지 모조리 미술관에 기증했고, 미술관 측은 2년 동안 이리저리 조각을 맞춰본 뒤 복원을 결정한다. 그리고 최고 전문가의 손길을 거쳐 6개월 만에 기적적으로 옛 모습을 되찾았다. 미술관 측은 파편을 이어붙인 흔적을 그대로 남기기로 했다. 그 또한 도자기가 살아온 역사였으므로.

한국 도자 예술의 거장
신정희 선생과 그의 전수자 신한균 사기장

달항아리는 결코 과거에 박제된 유물이 아니다. 흙으로 달을 빚어낸 조선 도공의 후예들이 하나둘 다시 그 명맥을 잇고 있기 때문이다. 그중에서도 아주 특별한 달항아리로 주목받는 작가가 있다. 국내에서보다 일본에서 먼저 명성을 얻은 한국의 도예가 신한균 사기장이다.

무엇보다 눈에 띄는 건 작품의 면면이 다채롭다는 점이다. 백자 달항아리야 워낙 익숙하다 해도 분청 달항아리, 회령 달항아리, 동유 달항아리는 그 이름 못지않게 색감도 퍽이나 독특하다. 백자와는 또 다른 풍부한 세계를 보여준다. 전통 도자 예술에 현대적 감성을 더하기 위해 무던 애를 쓴 결과다.

신한균 사기장의 작업은 철저하게 전통 방식을 고수한다. 경상남도 양산 통도사 근처에 있는 신정희요(窯)에서 도자기를 굽는다. 가마를 지은 이는 신한균 사기장의 부친 고(故) 신정희 선생이다. 일본 국보로 지정된 조선 전통 사발을 최초로 재현해낸 한국 도자 예술의 거장이라 할 수 있다. 그 아버지는 입버릇처럼 “도자기는 나의 종교”라고 했다. 대를 이은 아들은 “도자기는 내게 모태신앙”이라고 말한다.

가마에 불을 때는 건 1년에 고작 세 번. 게다가 제아무리 욕심을 부린대도 제대로 된 달항아리는 네댓 점밖에 나오지 않는다. 그토록 귀하게 얻었으니 쏟는 애정도 각별하다. 그냥 가만히 있어도 나를 감싸주는 포근함, 그 꾸밈없는 평범함이 아름다움의 극치라고 했다. 신한균 사기장에게 달항아리는 푸근한 어머니의 감성을 미학적으로 표현한 결정체였다.

우리 땅의 흙과 불로 빚어낸 우리의 그릇. 오랜 기다림과 인고의 시간 끝에 완성되는 가장 한국적인 아름다움. 수십 년 세월을 한결같이 흙을 어루만지고 불과 씨름하며 살아온 장인의 외고집이 탄생시킨 달항아리. 아무리 오래 보아도 전혀 질리지 않는 가장 한국적인 미의 세계와 만나는 일은 그래서 늘 행복하다.

신한균 展
3.15(목) - 4.10(화) | 대구 신세계 갤러리

사기장 신한균의 작품을 망라한 전시가 대구 신세계 갤러리에서 열린다. 분청, 회령, 동유 등 달항아리의 다채로운 매력을 살필 수 있는 작품이 전시될 예정이다.



Erich Fromm
사랑의 기술

독일 출생의 미국인 정신분석학자이자 사회심리학자인 에리히 프롬의 저서 <사랑의 기술>은
1956년 발행된 이래 전 세계적인 베스트셀러로, 사랑의 참된 답을 구하는 이들에게 진지한 성찰의 동기를 제공해 왔다.

Writer **IM SANG MI**
문학 칼럼니스트

아무것도 모르는 자는 아무것도 사랑하지 못한다.
아무 일도 할 수 없는 자는 아무것도 이해하지 못한다.
아무것도 이해하지 못하는 자는 무가치하다.
그러나 이해하는 자는 또한 사랑하고 주목하고 파악한다.
한 사물에 대한 고유한 지식이 많으면 많을수록 사랑은
더욱더 위대하다.

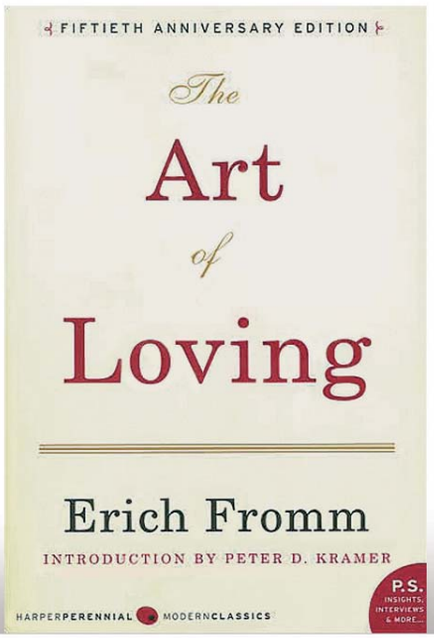
- Paracelsus 파라켈수스 -

제목에서 풍기는 달달한 뉘앙스에 이끌려 무심하게 이 책을 집어든 독자라 하더라도, 일단 책을 펴고 나면 한번쯤은 이 변화무쌍하고 예측 불가능한 사랑이란 감정에 대해 근본으로부터 생각해 볼 기회를 얻게 된다. 사랑의 파도 앞에서 인간은 무기력한 존재이며, 자칫 그 격정에 휩쓸려 이기적인 선택으로 흐르기 쉽다. 우리 내면의 이기심은 무의식적으로 사랑의 장애물을 만들어 내기 일쑤이기 때문이다. 이것을 이성적으로 진단하고 극복하기 위해서 우리는 무엇을 할 수 있을까? 프롬이 제시하는 사랑의 기술은 사랑의 길목에서 길을 잃고 헤매는 이들에게 더욱 성숙하고 의미 깊은 사랑의 단계에 들어설 수 있도록 도와줄 것이다.

사랑, 하나이면서 둘로 남는 역설

일반적으로 사랑에 대하여 생각할 때, 우리는 상대방과 하나가 되는 동일성을 이상적으로 여기고, 그렇게 되기 위하여 상대를 속박하기 쉽다. 내가 원하는 범위와 자격 조건에 상대방이 맞추어 줄 것을 원하기도 하고, 아예 이러한 것이 사랑을 시작하기 위한 전제 조건이 되기도 한다. 때때로 이러한 모든 것들은 나를 사랑한다면 상대방이 감수해야 할 당연한 의무로까지 돌변하기도 한다. 그러나 프롬에 의하면 사랑이란 단지 적당한 대상을 찾아내어 그 사람을 내 마음 가는 대로 사랑하면 된다는 단순한 것이 아니다. 그는 이러한 유아기적인 사랑의 형태에서 벗어나지 못하는 자아도취적인 사랑은 비뚤어진 결과만을 가져온다고 보았다. 자아도취적인 사랑의 가장 큰 특징은 나를 우선하는 이기심이다. 이기심에서 비롯된 사랑의 감정은 상대방의 입장을 헤아리지 않고 자신의 입장만을 고집하거나, 자신의 이익을 먼저 추구하는 경향으로 흐르기 쉽다. 사랑은 탐나는 것을 내 손에 넣고 통제하에 두겠다는 소유의 문제가 아니다. 갖고 싶다는 감정의 쏠림을 마치 사랑인 양 착각하거나 포장하여 감정을 소비하는 행태는 사랑의 본질을 크게 왜곡하는 것과 같다.

성숙한 사랑이란 겸손과 객관성을 가지고 상대의 개성을 인정하고 존중하는 것이다. 문학가 생텍쥐페리도 “사랑은 두 사람이 서로를 마주보는 것이 아니라 함께 같은 방향을 바라보



에리히 프롬 <사랑의 기술>

사회심리학자이자 정신분석학자, 인문주의 철학자 에리히 프롬이 1956년 발행한 서적.

는 것이다"라고 이야기했듯이, 사랑하는 이들에게 이상적인 합일이란 각자 서로의 정체성을 유지하면서 하나의 목표를 향한 방향성으로서의 합일이다. 그리하여 인간이 진정으로 서로를 사랑할 수 있는 경지에 이르면, 그 태도와 방향성에서 상대방뿐 아니라 그를 둘러싼 세계 전체를 동일한 따뜻한 시선으로 바라볼 수 있는 커다란 포용의 경지에 이르게 된다고 보았다.

실존의 핵심으로부터 가능한 사랑을 위하여

만약 이렇게 이기심이 사랑의 적이라는 것을 인지하고 난다면, 성숙한 사랑에 도달하기 위해 우리는 어떠한 노력을 해야 할 것인가? 프롬은 현대사회에서 산업화된 개인주의 사회로 발전해 갈수록 인간은 더 고독해지며, 이러한 고독감을 회피하거나 성적 만족을 얻기 위한 수단으로서 사랑이 무가치하게 소비되고 있다고 보았다. 현대 자본주의의 이상은 서로 손해 보지 않는 관계이며, 이것은 오늘날의 사랑에 있어서도 큰 영향을 미친다. 그러나 사랑이란 가장 본능적이고 궁극적인 욕구임과 동시에 가장 숭고한 감정이기 때문에, 앞으로의 사회는 이러한 현상을 비판하고 개선하는 방향으로 발전해야 할 것이다. 여기에는 사랑의 순수성을 회복하기 위한 개인의 노력도 동반되어야만 하는데, 이는 훈련이 필요한 부분이라고 보았다.

프롬은 기술을 익히는 데 있어 공통된 훈련 방법으로 정신집중, 인내, 최고의 관심을 들었다. 정신을 집중한다는 것은 전적으로 지금 이 순간에 전념하는 것이며, 여기에는 인내라는 덕목이 필요하다. 또한 대상에 대한 최고의 관심이 없다면 이러한 정신집중은 불가능하다. 이것은 사랑의 훈련에 있어서도 마찬가지이다.

그렇다면 이러한 훈련을 통해 갖추어야 할 필수적인 사랑의 기술이란 어떤 것일까? 가장 중요한 기본이 되는 것은 이성의 발달이다. 이성은 겸손과 객관성을 갖게 해주므로, 항상 사랑에 대해 열린 마음가짐으로 이기심 없는 판단을 할 수 있도록 도와줄 것이다.

다음 단계로 필요한 것은 합리적 신앙이다. 사랑에 대해 합리적 신앙을 갖는다는 것은 상대의 사랑에 대한 막연한 믿음을 이야기하는 것이 아니다. 중요한 것은 자기 내면의 사랑에 대한 확신이며, 우리 자신의 객관적 관찰과 이성적 사고를 통해 믿음을 확고하게 할 수 있다.

다음으로 필요한 것은 용기이다. 사랑하는 자에게는 사랑에 따르는 고통과 실망을 모두 가슴으로 받아들이려는 준비가 필요하다. 이를 장애물로 여기기보다는 극복해야 할 도전의 대상으로 삼을 수 있어야 하는 것이다.

마지막으로 가져야 할 태도는 끊임없이 적극적 관심을 갖는 각성 상태를 유지하는 내면 활동이다. 프롬은 사랑이란 받기만을 기다리는 상태가 아니라, 주기 위한 활발한 활동이며 영혼의 힘이라고 말한다. 완전한 각성 상태에서는 게으름이나 싫증은 끼어들 여지를 잃는다.

프롬에 따르면 우리의 지혜는 우리에게 사랑하라고 명령한다. 사랑은 사회적 관계를 맺고 살아가는 인간에게 매 순간 자신의 존재를 증명하는 수단이다. 우리가 살아가고 있는 것은 현재이며, 사랑의 감정은 지금 이 순간에 대한 생명력의 각성을 요구한다. 오늘날 사회의 부속품으로 쳇바퀴같은 인생을 살아가는 현대인에게, 지금 이 순간에 집중하라는 것은 흘러가는 시간 속에서 나의 실존을 포착하라는 화두이다. 사랑하는 두 사람이 서로의 진실한 실존적 자아를 자각할 때, 이 두 사람은 비로소 성숙하고 순수한 내면으로 부딪쳐 만나게 될 것이며, 그로부터 사랑의 고귀하고 완성된 경지를 추구할 수 있을 것이다.

인간이 사랑할 줄 알게 된다는 것은 자기 존재의 최고의 순간을 경험하는 것이다. 이를 위하여 우리는 지금 이 순간 서로 충분히 집중하여 자신의 내면으로부터 사랑하고 있는가? 다시 붙잡을 수 없는 이 순간 우리가 사랑을 위해 해야 할 일은 무엇인가? 내 사랑의 순수성이 과거의 의미 없는 상처나 미래의 부질없는 걱정으로 흐려지고 있지는 않은가? 사랑에 대한 흔들리지 않는 내면의 확고한 신앙이 있다면 모든 것은 극복할 수 있다.

'존재의 핵심으로부터 사랑하고 상대방의 존재의 본질을 경험하라'. 이것이 프롬이 말하는 사랑의 기술의 정수이다. 순간순간 존재의 각성을 통해 순수한 열정으로 사랑하는 이들에게는 새로운 실존의 차원으로 들어가는 문이 열릴 것이다.

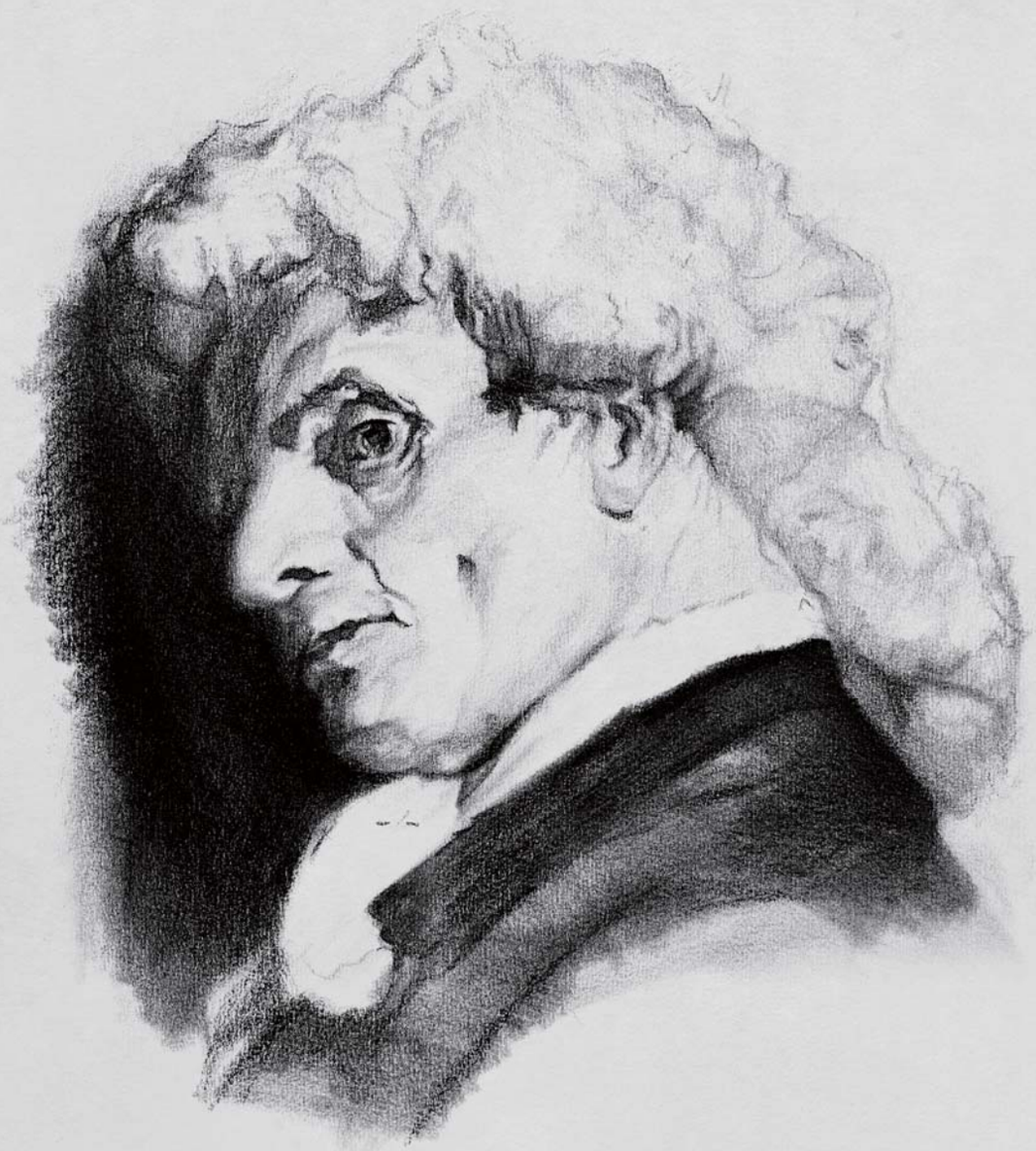
Tartini
DEVIL'S TRILL

새해 첫날의 몇 시간을 피란(Piran)에서 보냈다. 피란은 발칸반도 북서 끝에 위치해 이탈리아와 인접한 슬로베니아의 바닷가 마을이다. 보이지는 않지만 수평선 너머 그리 멀지 않은 곳에 지중해의 여왕 베네치아가 있다.

Writer **CHOI JEONG DONG**

<중앙일보> 기자
저서 | <세상에서 가장 슬픈 음악>, <로마제국을 가다>

Illustrator **PARK KEUN HYOUNG**



바이올린의 오이스트라흐, 피아노의
얌폴스키가 협연한 컬럼비아 음반.
'악마의 트릴'의 전범으로 꼽히는 연주다.



발칸반도는 한국에서 접근하기 어려운 곳이지만 '꽃보다 누나' 이후 한국인이 몰려들고 있다. 크로아티아의 경우 봄·여름·가을·겨울을 가리지 않고 한 해 30만 명의 한국 관광객이 방문해 그 나라 관광 장관이 한국까지 찾아와 고맙다고 인사했다고 한다. 우리 TV 프로가 발칸반도 국민경제에 적잖은 영향을 준다니 재미있다. 어쨌든 덕분에 잘 갖춰진 시스템을 이용해 평소 궁금하던 발칸반도의 풍광과 고대 로마의 흔적을 살펴볼 수 있었다.

피란으로 접근하는 도로에는 우산소나무들이 도열해 있었다. 우람하게 뻗은 몸통 위에 가지와 이파리가 우산처럼 둥글게 펴져 남국의 따가운 햇볕을 가려주는 나무가 우산소나무다. 이탈리아 작곡가 레스피기의 3부작 교향시에 나오는 '로마의 소나무'가 바로 그것인데, 그는 수도 로마에서 남쪽으로 뻗은 아피아가도의 소나무를 보고 세계를 정복한 조상의 영광을 떠올렸다. 지도를 보니 피란 근처의 도로는 로마 시절 이탈리아에서 발칸반도 서부 지역인 일리리아(Illyria)로 들어가는 입구였다. 우산소나무가 늘어선 그 길은 로마 시대에 군대와 물자가 오가던 고속도로였을 것이다.

정월 초하루의 피란에는 비가 내렸다. 유럽의 겨울비는 부슬부슬 내리기 마련인데 이날은 주룩주룩 내렸다. 햇살 좋은 계절에는 북유럽에서 온 관광객들이 광장 노천 카페를 메우고 해바라기를 즐기겠지만 겨울엔 한국인 말고는 아무도 찾아오지 않는다. 파라솔도 의자도 차가운 겨울비에 젖었다. 그래도 설날이라고 골목 어디선가 아이들이 터뜨리는 폭죽 소리에 비둘기들이 놀라 광장 하늘로 날아올랐다.

광장은 '타르티니 광장'이라 불린다. '악마의 트릴'로 유명한 그 타르티니(Giuseppe Tartini, 1692~1770)다. 광장 한가운데에 이 도시 출신 타르티니의 동상이 서있다. 현재 피란은 슬로베니아 땅이니까 그를 슬로베니아 사람이라고 주장할 수도 있겠다. 그러나 타르티니가 태어났을 때 피란은 4백 년째 베네치아공화국 땅이었다. 둘러보니 광장을 둘러싸고 있는 건물들이 모두 베네치아풍이다. 예나 지금이나 타르티니는 베네치아 사람이다. 마찬가지로 비슷한 시기에 베네치아 본토에 살았던 비발디도 이탈리아가 아니라 베네치아 음악가라고 해야 맞다.

청동의 타르티니는 노쇠해 보였다. 어깨가 구부정했다. 오른손에 든 바이올린 활을 앞으로 내밀고 있는데 평생 바이올린만 연구하다 늙어버린 모습이었다. 실제로 그는 제미니아니 등 선배 음악가들의 운궁법을 연구해 고도의 연주 기교를 완성하고 음악학교까지 세웠다. 나르디니 등 바이올린 명수들도 배출했다. 작곡도 많이 해 1백 곡이 넘는 협주곡과 많은 소품을 썼다. 하지만 오늘날 '악마의 트릴' 외에 그의 작품이 연주되는 경우는 별로 없다.

타르티니의 G단조 바이올린 소나타에 '악마의 트릴'이라는 별명이 붙은 것은 그의 꿈 때문이다. 꿈에 악마가 나타났는데 바이올린을 건네자 악마는 신묘한 기교를 구사했다. 평생 연주법을 갈고 닦은 타르티니가 듣지도 보지도 못한 주법이었다. 이런 경우 성취욕이 남다르다면 모든 걸 걸기 마련이다. '저것을 내 것으로 만들 수만 있다면 영혼이라도 팔 텐데….' 타르티니는 악마와 약속했다. 연주 기술을 받는 대신 악마가 원하는 것은 무엇이든 주기로. 그 순간 타르티니는 잠을 깼는데 정신을 차리자마자 바이올린을 집어 들고 꿈에서 들은 연주를 되살리려 혼신의 노력을 기울였다. 그러나 악마가 구사했던 기술을 완벽히 되살릴 수는 없었다.

타르티니의 꿈 이야기는 사실일 것이다. 바이올린에 미쳐버린 예술가의 머릿속에 무슨 일이 일어나도 이상할 게 없다. 깨어있을 때도 온갖 리듬이 스쳤다 사라지고 꿈속에서는 천상의 선율이 바람처럼 떠돌았을 것이다. 악마의 꿈은 그중 가장 인상적인 에피소드 아니었을까. 타르티니는 꿈을 제자에게 말했고, 신비한 이야기는 꼬리를 물며 곡을 알리는 데 기여를 했으며, 오늘날 바이올린 주자들에게 악마와의 일전을 불사하게 한다. 타르티니 당대 사람들은 이 작품을 연주하는 타르티니의 왼손가락이 여섯 개라고 생각했다니 악마적 기교의 복원이 어느 정도는 성공했던 모양이다. 트릴(Trill)은 짧고 빠르게 떠는 꾸밈음인데 이걸 쓰면 악상에 화려한 느낌이 더해진다.

세상에 많은 것이 바이올린 소품이지만 난 '악마의 트릴'을 자주 듣는다. 좋아하기 때문이다. 음산한 느낌의 제목과 달리 1악장은 명상적인 선율이며 2악장은 대담하고 힘찬 무궁동이다. 악마의 트릴은 3악장에서 구사되는데 지금 들어보면 세련됐을 뿐 지나친 기교라는 느낌은 들지 않는다. 타르티니는 열정과 노력으로 시대를 앞서간 명곡을 남겼다.

발칸에서 돌아와 가장 먼저 턴테이블에 올린 음반은 당연히 '악마의 트릴'이다. 오이스트라흐의 활이 칼칼한 맛의 트릴을 흩뿌리자 피란 광장의 타르티니 머리 위로 쏟아지던 차가운 겨울비가 후드득 얼굴에 떨어졌다.

부조리 속에서 의미 찾기

다시는 돌아오지 않는 오늘 하루는 소중하고 지금 이 순간 어떻게 사는지는 더욱 의미를 갖는다.
만일 오늘이 내 삶의 마지막 날이라면, 나는 오늘 내가 하려던 일을 계속할 것인가?

Writer **JIHYUN JULIANNE LEE**

현 | 좋은 삶을 생각하는 출판물 시리즈 <아르스비테> 발행인
전 | SBS 기자 및 뉴스 앵커
대통령 비서실 외신 대변인, 외신 비서관
국가안전보장회의 대변인
RBS 시니어 어드바이저
World Economic Forum 선정 Young Global Leader
미 Brown University BA, Harvard University MA



2년쯤 전에 방영된 한 인기 드라마의 남자 주인공은 어느 날부터 갑자기 자신의 미래를 볼 수 있게 된다. 그 미래의 장면들은 자기를 좋아하는 여자와의 관계에서 벌어지는 다양한 상황들, 그리고 자신이 교통사고를 당해 아스팔트 위에 누워있는 모습이다. 이 장면들이 무슨 의미를 담고 있는지 당혹스러워하던 그는 어느 날 깨닫는다. 자신에게 곧 닥칠 생사가 오가는 그 순간, 그는 기회가 있었을 때 온몸과 마음을 던져 그녀를 사랑하지 않은 것을 뼈저리게 후회할 것임을 삶이 미리 알려주고 있다는 것을. 과거의 상처로 인해 마음의 빗장을 걸고 있던 그는 다시 그 문을 열고 삶과 사랑에 뛰어든다.

미래를 볼 수 있다면, 내 미래에 어떤 일이 벌어질지, 어떤 생각과 감정을 갖고 있을지 미리 알 수 있다면, 나는 과연 지금 내가 살고 있는 대로 살까? 이 드라마가 던진 질문이다. 우리는 많은 시간을 과거에 있었던 일들을 후회하고, 미련과 아쉬움에 사로잡힌 채 보낸다. 미래의 어느 날 지금의 나를 돌아보고 후회하지 않는 길은 바로 지금 내가 하는 선택들에 달려있다. 그런데 만일 그 미래가 죽음이라면? 죽음은 누구에게나 다가오고 그 누구도 피할 수 없는 정해진 미래다. 더군다나 죽음은 드라마 주인공이 뜻밖의 사고를 당하는 것처럼 불시에 예고 없이 찾아온다. 그렇기 때문에 다시는 돌아오지 않는 오늘 하루는 소중하고 지금 이 순간 어떻게 사는지는 더욱 의미를 갖는다. 스티브 잡스는 수십 년 동안 매일 아침 거울을 보고 "만일 오늘이 내 삶의 마지막 날이라면, 나는 오늘 내가 하려던 일을 계속할 것인가?"를 자기 자신에게 물었다고 한다.

만일 오늘이 내 삶의 마지막 날이라면, 나는 오늘 내가 하려던 일을 계속할 것인가?

매 순간을 감사해하며 후회 없이 살기 위해서는 역설적으로 죽음을 삶의 일부분으로 받아들이고 가까이 둬야 한다는 것은 삶의 오묘한 측면 중 하나다. 갑자기 예기치 못한 불행을 접하거나 죽음과 직면한 사람들은 한순간에 가치관이 통째로 바뀌는 경험을 한다고 한다. 본질적인 것과 비본질적인 것들이 분명해지고 삶의 우선순위가 새로 정리된다는 것이다. 이런 절박한 상황과 맞닥뜨린 사람들은 지금까지의 삶을 돌아보면서 궁극적으로 무엇이 중요하다고 할까? 얼마 남지 않은 이 생의 시간을 어떻게 보내라고 할까? 이는 내가 오랫동안 관심을 가져온 질문이자 내가 발행하는 <아르스비테>에서 '살아보니'라는 제목으로 다룬 주제이기도 하다.

많은 사람은 자신이 얼마나 쓸데없는 일들에 삶을 낭비해 왔는지를 깨닫고, 가족과 친구 등 사랑하는 사람들과의 관계를 돌아보고, 시간은 언제든 기다려줄 거라고 생각하고 미뤄왔던 일들에 도전한다. 이러한 내용은 이미 여러 책과 영화를 통해서도 다뤄졌다. 그러나 그중 어떤 사람들은 갑자기 사랑하는 사람의 죽음을 접하거나 자신이 시한부 인생을 선고받고 삶의 덧없음에 좌절하는 상황에서도 오히려 다시 삶을 긍정하고 존재의 존엄성을 확인할 수 있는 의미를 찾아간다. 이는 인간이란 존재만이 가지고 있는 단면 중 하나이다. 지난 2015년에 숨진 폴 칼라니시의 경우가 한 예다.

칼라니시는 인도계 미국인으로 30대의 잘나가는 스탠퍼드 의대 6년 차 레지던트였다. 그는 학계의 주목을 받는 연구를 하고 있었고, 모교로부터 이미 교수직 제안을 받아놓은 상태였다. 그는 삶의 의미를 진지하게 탐구하는 철학자와 같은 면이 있었으며, 인생 전반부는 의사로서, 후반부는 글을 쓰면서 살겠다는 꿈이 있었다. 앞으로 남은 1년만 모든 과정을 잘 넘기면 그의 꿈은 날개를 달 수 있을 것처럼 보였다. 폐암 4기 판정을 받기 전까지는. 전혀 예상치 못한 가혹한 운명 앞에서 그는 왜 자신에게 이런 일이 벌어지느냐고 처음엔 신에게 원망을 터뜨리고 좌절했다. 그를 가장 힘들게 한 것은 자신이 암을 극복할 수 있을지, 아니면 결국은 굴복하게 될지 모르는 불확실성. 그는 동료인 담당 의사에게 얼마나 살 수 있을 것으로 예상되는지 물으며 이에 따라 자신에게 남은 시간을 어떻게 보내야 할지 마음을 정리하겠다고 하지만 의사로부터는 뜻밖의 대답이 돌아왔다. "너에게 무엇이 가장 중요한지는 너 스스로 찾아내야 한다"고.

담당 의사의 대답은 칼라니시로 하여금 그에게 과연 무엇이 중요한지 곰곰이 생각하는 시간을 갖게 한다. 그 시간은 애초 왜 의사가 되기로 마음을 먹었는지 돌아보는 계

기가 된다. 그는 단순히 수술을 잘하는 외과 의사가 목표가 아니라 죽음을 마주함으로써 더욱 분명해지는 삶의 진정한 의미를 환자들과 그들의 가족들이 이해할 수 있도록 돕고자 했던 소명을 떠올린다. 칼라니시는 그 소명을 실천하는 데 남은 생을 바치기로 한다. 그는 얼마나 남아있는지 알 수 없는 시간을 자신의 투병 과정을 글로 써서 남기는 데 쓰겠다는 선택을 한다.

의사의 의무는
환자의 죽음을 사전에 막거나
그들을 이전의 삶으로 돌려놓는 것이 아니다.
삶이 무너져버린 환자와 그들의 가족들을
두 팔로 안고, 그들이 다시 스스로 일어나
그들이 직면한 존재의 의미를
이해할 수 있도록 도와주는 것이다.

- 폴 칼라니시, <When Breath Becomes Air> 중에서 -

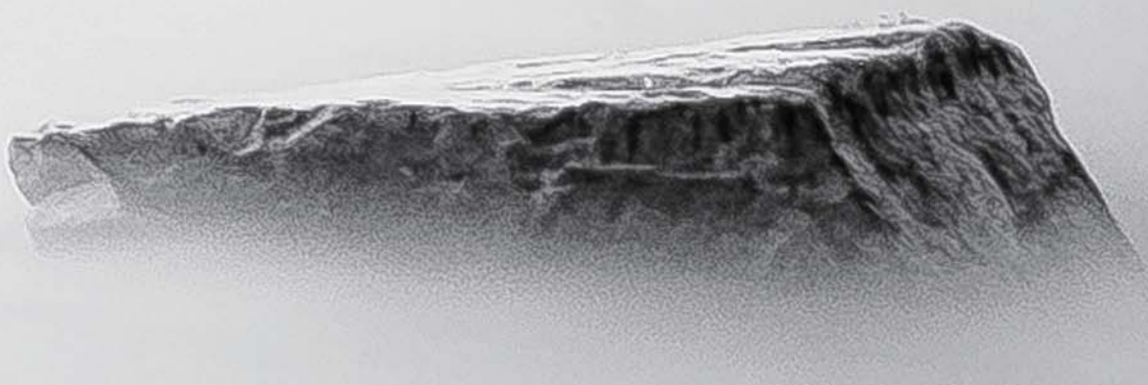
칼라니시는 숨지기 직전까지 컴퓨터를 켜고 자신이 암 선고를 받은 이후에 겪은 모든 상황들을 솔직하게, 인간적으로 글로 담아냈다. 그의 글은 사후에 <When Breath Becomes Air (숨결이 바람 될 때)>라는 제목의 책으로 출간되었고 세계적인 베스트셀러가 되었다. 칼라니시의 책은 죽음을 앞둔 사람의 병원 치료 과정과 감정의 미세한 변화를 섬세하게 묘사한 진지한 기록이다. 그러나 병원이라는 현장에서 매일 남의 생사를 대하며 삶의 의미를 모색하던 한 인간이 자기 자신이 죽어가는 과정에서 맞닥뜨린 존재에 대한 질문들과 그 답을 찾아가는 경험을 해부하여 교재처럼 남긴 선물이기도 하다. 의사로서 환자와 가족들이 삶과 존재의 의미를 이해할 수 있도록 돕기에는 너무 짧은 생이었지만, 자신의 삶 자체를 글 속에 내어줌으로써 소명을 이룬 셈이다.

어느 날 닥친 이해할 수 없는 비극 속에서도 자신을 초월하는 의미를 찾는 것은 인간이 가진 숭고한 모습 중 하나다. 개인의 질병과 죽음 같은 상황뿐만 아니라 자신의 의지와는 전혀 상관없이 전쟁 등 시대의 희생물이 되어 삶이 파괴되는 상황에서도 인간은 초인간적인 모습을 보일 때가 있다. 제2차 세계대전 때 유대인이라는 이유만으로 아우슈비츠 수용소에 갇혀 생지옥을 경험한 오스트리아의 심리학자 빅토르 프랭클은 그의 저서 <죽음의 수용소에서(Man's Search for Meaning)>에서 극도로 비인간적인 환경 속에서 인간이 보여줄 수 있는 가장 숭고한 모습을 감동적으로 묘사하고 있다. 그는 "히틀러의 수용소에서 마지막까지 살아남은 사람은 체력이 좋았던 사람도 아니고 지능이 뛰어난 사람도 아니었다. 그리고 요령과 수단이 탁월한 사람도 아니었다. 고난 중에서도 그 고난에 담긴 삶의 의미를 깨닫고 고난의 나날을 긍정적으로 받아들인 사람들이었다"고 말한다. 니체가 남긴 명언대로 "왜 살아야 하는지를 아는 사람은 그 어떤 상황도 견뎌낼 수 있다"는 것을 그는 그 지옥 속에서 체험했다. 프랭클 책의 원래 제목은 '그럼에도 불구하고 삶에 예스라고 말하라(Nevertheless, Say Yes to Life)'이다. 이유 없는 고통 앞에서 삶에 예스를 말하는 것은 인간만이 보여줄 수 있는, 인간에게만 있는, 가장 인간적인 모습이다. 삶은 때로 모질고, 불행은 대상을 가리지 않는다. 그러나 어떤 상황에 처해 있더라도 "자기 자신이 정신적으로나 영적으로 어떤 사람이 될 것인가를 선택할 수 있다"는 프랭클의 말은 어떻게 살 것인가에 대해 많은 것을 생각하게 한다.

삶이 던지는 잔인한 패를 받아본 사람은 어느 순간 우리 모두 한 배를 타고 있다는 것을 깨닫는다. 존재의 불확실성과 죽음의 확실성은 인간이라면 누구나 겪는 공통된 운명이다. 그렇기에 '그럼에도 불구하고 예스'를 외치기 위한 의미 찾기는 나를 넘어서 남들을 향하게 된다. 죽음 앞에서 왜 살아야 하는가를 모색한 대표적인 명작 톨스토이의 <이반 일리치의 죽음>에서 주인공은 이름도 모르는 병으로 죽어가면서 자신이 얼마나 잘못 살아왔는가를 뼈저리게 느끼며 괴로워한다. 큰 집, 출세, 직장 동료들, 심지어는 아내까지도 의미 없고 차갑게 느껴진다. 그러나 마지막 순간에 그를 구원하는 것은 그의 죽음을 진심으로 슬퍼하는 중학생 아들이다. 아들의 입술이 그의 손에 닿는 순간 이반 일리치는 삶과 죽음과 화해한다. 사랑과 연민 그리고 온기가 가진 힘이다. 성경 속에서 가장 가혹한 운명을 겪는 인물 중 한 명인 욥에 대한 책을 쓴 김기석 목사는 정답이 없는 삶을 사는 인간에게는 두 가지 길이 있다고 한다. 하나는 고립의 길이고, 다른 하나는 연대의 길이다. 그는 연대의 길은 똑같은 물음을 안고 살아가는 사람들에게 다가서는 것이며, "인간의 소명은 자기를 초월하는 것 혹은 누군가의 고향이 되어주는 것"이라고 말한다. 즉 '무의미를 이기는 힘은 누군가의 이웃이 되는 것이다.'

아무리 기술이 발달하고 사회가 발전해도 우리는 한 치 앞의 삶도 예측할 수 없다. 그래서 매 순간 스스로에게 질문해야 한다. 어떻게 살 것인가? '그럼에도 불구하고' 나의 삶엔 의미가 있는가? 나는 누군가의 이웃이 되고 있는가?

어떻게 살 것인가? '그럼에도 불구하고' 나의 삶엔 의미가 있는가?
나는 누군가의 이웃이 되고 있는가?



WHAT WE LOVE



ESTEE LAUDER
퍼펙셔니스트 프로 리프팅 세럼 & 링클 코렉터

에스티 로더가 코즈메틱과 치료 분야의 전문가들이 사용하는 다양한 접근법에서 영감을 얻은 퍼펙셔니스트 프로 리프팅 세럼과 링클 코렉터를 출시했다.



TOM FORD BEAUTY
신세계 익스클루시브 에디션

톰 포드 뷰티에서 국내에서는 신세계 단독으로 선보이는 '쓸레이 아이 앤 치크' 팔레트를 제안한다. 프랑스어로 '태양의 보석'을 뜻하는 팔레트는 태양의 빛을 담은 소프트한 핑크부터 플럼까지 다채로운 컬러의 4색 아이섀도와 하이라이터, 블러셔로 구성했다.

AMOREPACIFIC
유스 레볼루션 컬렉션



아모레퍼시픽이 젊은 피부의 활력을 선사하는 유스 레볼루션 컬렉션을 선보인다. 녹차 다당체 성분을 함유해 피부 정화 작용을 도와 지친 피부에 활력을 선사한다.



HERMES
오 드 메르베이 블루 오 드 뚜왈렛

에르메스가 봄날의 기운을 더해줄 향기 '오 드 메르베이 블루 오 드 뚜왈렛'을 제안한다. 별 가루가 쏟아지는 청량한 블루 색 구슬 모양의 케이스에 기존의 '오 드 메르베이 오 드 뚜왈렛' 향에 우디와 미네랄이 더해져 활기차고 따뜻함이 전해진다.



YVES SAINT LAURENT
뉴 르 쿠션 엉크르 드 뽀 모노그램 에디션

입생로랑의 시그니처 뷰티 아이콘 꾸뛰르 쿠션이 카산드르 로고를 입은 새로운 패키지 '르 쿠션 엉크르 드 뽀 모노그램 에디션'을 한정 출시한다.

ANYA HINDMARCH
향초 컬렉션



안야 힌드마치가 일상의 행복한 추억을 담은 향초 컬렉션 '안야 스멜즈'를 출시한다. 조향사 Lyn Harris와의 협업을 통해 완성한 캔들 컬렉션은 커피, 선 로션, 베이비 파우더의 3가지 향과 스몰, 라지 2가지 사이즈로 선보인다.



HERA
14일의 약속 캠페인

헤라가 신제품 로지-사틴 크림 출시 기념으로 선후 결제 선택 후 상품 수령일로부터 14일 내 상품 반납 보증 기간을 보장하는 14일의 약속 캠페인을 진행한다.



SHISEIDO
파란자차 신제품 출시

2018년 업그레이드된 시세이도 뉴 컬렉션을 소개한다. 데일리로 활용 가능한 '퍽페트 UV 프로텍터 멀티 디펜스', 스틱형 자외선차단제 '클리어 스틱 UV 프로텍터', 입술 전용 자외선차단제 'UV 립 컬러 스플래쉬'까지 다채로운 구성으로 만나볼 수 있다.



BALENCIAGA
BB 라운드 백 제안

발렌시아가가 지난 시즌 처음 선보였던 록 라운드 핸드백에 하우스 아카이브 로고인 BB 로고를 더해 새로운 'BB 라운드' 백을 출시했다. '라이선스' 백에서 영감을 받은 BB 라운드 백은 자카드 소재를 사용했으며, 사선으로 인그레이빙된 발렌시아가 로고로 브랜드의 아이덴티티를 강조했다.



CHLOE
드류 비쥬 백 출시

끌로에의 새로운 크리에이티브 디렉터 나타샤 램지 레비가 '드류 비쥬 백'을 새롭게 선보인다. 끌로에 익스클루시브 소재인 퀼트 패턴 레더와 주얼리 라인에서 파생된 볼드한 체인 장식이 특징이다.





COLOMBO
뉴 컬렉션

콜롬보 비아 델라 스피가에서 '디오네' 백을 선보인다. 그리스 신화에서 영감을 얻었으며, 미니멀리즘과 페미닌함이 돋보인다. 무광과 유광 소재로 출시되며, 스몰과 미디엄 2가지 사이즈로 만날 수 있다.



KUHO
2018 S/S 컬렉션 위크

이번 시즌 구호의 콘셉트는 산책이다. 산책을 하면서 볼 수 있는 찰나의 순간들을 구호만의 감성으로 풀어냈으며, 봄의 기운이 느껴지는 역동적인 컬러 포인트를 담았다. 구호는 새로운 컬렉션 출시를 기념해 3월 16일부터 18일까지 3일간 신상품 10% 할인 행사를 진행할 예정이다.

CHANEL
아이웨어 컬렉션

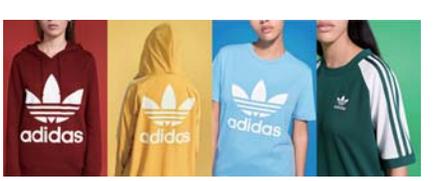
이번 시즌 샤넬 런웨이에 등장한 시그니처 아이웨어가 화려하게 돌아왔다. 하우스 코드와 하이테크 기술력의 결합으로 컬렉션 사상 최초로 18K 골드 렌즈를 더해 샤넬의 아이덴티티를 여과 없이 보여줬다.



STELLA McCARTNEY
2018 S/S 광고 캠페인 공개

스텔라 매카트니가 '탈출'과 '자유'를 테마로 한 캠페인을 공개했다. 해변 배경으로 해양 환경 보호를 강조했으며, 사진가 자니 튜포트와의 작업으로 자신감 넘치는 여성이 탐험을 즐기는 모습을 담아냈다.

ADIDAS
아디컬러 컬렉션 출시



아디다스가 1970년대 자유분방하고 컬러풀한 감성을 동시대 무드로 재해석한 '아디컬러' 컬렉션을 공개했다. 블루버드, 페어웨이 그린, 스칼렛 레드 등 강렬한 컬러와 자유분방한 디자인으로 자신을 대담하게 표현하라는 메시지를 담았다.



ELLACONIC
뉴 컬렉션 론칭

란제리 편집매장 엘라코닉이 새로운 이슈를 준비했다. 인위적이지 않은 여성의 아름다움을 주제로 언더웨어와 이지웨어를 선보이는 언컷의 새로운 컬렉션 출시부터, 란제리 전용 고농축 세탁 세제 프래그런스 워시까지. 강남점에서만 만나볼 수 있던 엘라코닉을 이제 센텀시티, 경기점, 광주점에서도 만날 수 있다.

MAISON MARGIELA
글램 슬램 출시



메종 마르지엘라에서 브랜드의 새로운 시그니처 백 '글램 슬램'을 선보인다. 2018 S/S 시즌 런웨이에서 첫선을 보인 글램 슬램 백은 존 갈리아노가 메종 마르지엘라를 통해 투영하고 있는 무의식적 우아함을 반영한 퀼팅 숄더백이다. 국내에서는 미디엄 사이즈의 화이트, 블랙, 누드 3가지 색상이 출시된다.



VALENTINO
I ♥ SPIKE 팝업 부티크

발렌티노가 3월 1일부터 강남점 '더 스테이지'에서 락스터드 스파이크 컬렉션 'I♥SPIKE'의 모든 라인을 선보이는 팝업 스토어를 오픈할 예정이다.

VAN CLEEF & ARPELS
라크 드 노아 컬렉션

반클리프 아펠은 전설적인 이야기인 노아의 방주에서 영감을 얻은 '라크 드 노아' 클립 컬렉션을 공개한다. 현대 공연예술계의 거장으로 불리는 미국 극장 예술가이자 시각예술가인 로버트 윌슨은 살아 움직이는 듯한 환상적인 전시를 선보일 예정이다. 이번 전시는 3월 31일부터 4월 29일까지 서울의 동대문 디자인 플라자 DDP에서 열린다.



HERMES WATCH
난투켓 쥬떼 드 디아망

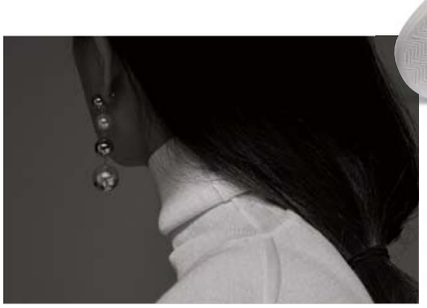


에르메스 워치에서 새로운 디자인의 워치 난투켓 쥬떼 드 디아망을 선보인다. 앵커 체인을 모티프로 한 직사각형 형태와 다이아몬드 세팅으로 고급스러움을 더했으며, 총 6가지 컬러의 싱글 투어 악어가죽 스트랩이 준비되어 있다.



CARTIER
팬더 드 까르띠에 워치

까르띠에가 화려하게 재해석된 '팬더 드 까르띠에 워치'를 선보였다. 더블·트리플 투어 브레이슬릿과 다이아몬드 풀 파베 세팅된 핑크 골드, 옐로 골드 및 스틸 라인으로 출시된다.



STUDIO TOMBOY
타니 바이 미네타니 주얼리 컬렉션

스튜디오 톰보이가 국내 파인 주얼리 대표 브랜드 타니 바이 미네타니와 협업했다. 중성적인 메탈 체인을 사용한 스튜디오 라인과 메탈과 진주를 조합한 아틀리에 라인으로 다양한 아이템을 선보였다.



BRUNELLO CUCINELLI
컬리지 스트라이프 보머 재킷

브루넬로 쿠치넬리가 뉴 시즌 보머 재킷을 출시했다. 광택이 흐르는 프리미엄 코튼 소재로 부드러운 촉감이 특징이며, 스포티한 감성을 더해 실용적이다.



ERMENEGILDO ZEGNA
티지아노 스니커즈 출시

에르메네질도 제냐 꾸뛰르에서 전통적인 수공예 제작 방식과 모던한 스타일의 디자인을 결합한 송아지 가죽 소재 티지아노 스니커즈를 제안한다.

NIKE
에픽 리액트 플라이니트 출시



나이키에서 러너에게 필요한 모든 요소를 동시에 제공하는 폼 솔루션을 장착한 '에픽 리액트 플라이니트'를 선보였다. 최상의 퍼포먼스를 제공하는 이 러닝화는 전 세계 최초로 국내 선출시된다.



BOONTHESHOP
마스터 마인드 스피커 제안

건축가 데이비드 아자예가 디자인한 마스터 마인드 스피커를 분뮤직에서 선보인다. 기하학적인 형태와 독자적인 콘크리트 소재로 뛰어난 음색을 제공한다.



LEICA
라이카 Q 퍼플 리미티드 에디션

라이카가 팬톤이 올해의 색으로 선정한 울트라 바이올렛과 같은 계열의 라이카 Q 퍼플 에디션을 국내 단독으로 출시했다.



NESPRESSO
네스프레소 버츄오 출시

네스프레소가 새로운 커피 추출 방식과 캡슐 형태로 진화한다. 회전 추출 방식으로 풍성한 크레마와 바디감을 완성하며 터치로 작동되는 버츄오는 캡슐의 바코드를 인식해 에스프레소부터 그랑 룽고, 머그 그리고 알토까지 5종의 커피를 추출할 수 있다.



VILLEROY & BOCH
창립 2백70주년 특별 행사

전통적 가치를 보유하고 독창적인 스타일로 새로운 기준을 정립하기 위해 전통을 혁신적 기술력으로 앞서가는 빌레로이 앤 보흐가 창립 2백70주년을 맞아 브랜드 할인 행사를 준비했다.



RALPH LAUREN HOME
우드스탁 컬렉션 출시

랄프로렌홈이 베딩 컬렉션 '우드스탁'을 출시했다. 100% 새틴 코튼 소재를 바탕으로 플라워 패턴과 스트라이프 패턴이 조화롭게 어우러지는 우드 스탁 컬렉션은 라벤더·그린 컬러의 2가지 버전으로 출시하며, 듀벳 커버·베개 커버·시트·쿠션 등의 아이템으로 구성된다.



WMF
프리미엄 주방 가전 론칭

독일 키친웨어 브랜드 WMF가 프리미엄 주방 가전 6종을 론칭한다. 믹서, 무선 주전자, 커피메이커 등 WMF의 고유 기술로 개발된 스테인리스 스틸 소재를 바탕으로 해 반영구적으로 사용할 수 있다.

CHRISTOFLE
무드 패밀리 컬렉션

프랑스 실버웨어 브랜드 크리스토플이 '무드' 컬렉션을 제안한다. 섬세한 세공으로 완성한 6인용 커틀러리 세트 무드는 실버, 핑크 골드 2가지 컬러로 출시된다. 디저트 타임용 '무드 미니' 컬렉션과 데일리로 사용 가능한 스테인리스 소재의 '에센셜' 컬렉션까지 모두 강남점에서 만날 수 있다.



BOON JR.
라우드 비타민 컬래버레이션

라우드 비타민과 분주니어가 만나 키즈 컬렉션을 선보인다. 이번 컬렉션의 콘셉트는 캔디샵으로 캔디, 초콜릿 등에서 영감을 얻어 파스텔 스위츠, 비비드 스위츠, 빈티지 스위츠 등의 컬러로 전개한다.





SHINSEGAE× SAMSUNG CARD
신세계 멘즈라이프 삼성카드

유통업계 최초의 남성 특화 신용카드인 신세계 멘즈라이프 삼성카드는 포인트 적립과 무료 주차권뿐 아니라 남성 선호 4대 업종(주유, 택시, 편의점, 골프)의 할인 혜택을 담았다. 신세계백화점 할인율은 제휴 카드 중 최고 수준인 12%(현장 5%, 청구 7%). 자작나무 플레이트 또한 카드의 특별함을 더하는 요소다.

2018
SHINSEGAE VIP CLUB

신세계백화점 VIP 클럽의 다양한 혜택과 격조 높은 서비스로 모시겠습니다.

변경	등급 선정 기준			혜택 기간
TRINITY	최상위 999명		내점 일수 연 12회 이상	2018년 2월 1일부터 2019년 1월 31일까지
DIAMOND	연간 구매금액 6,000만원 이상			
PLATINUM	연간 구매금액 4,000만원 이상			
GOLD	연간 구매금액 2,000만원 이상			
BLACK	연간 구매금액 800만원 이상			
RED	기준 1	연간 구매금액 400만원 이상	내점 연 24회 이상	
	or			
	기준 2	분기 구매금액 100만원 이상 (내점 6회 이상)	3개월 구매실적으로 매달 선정	선정 후 3개월 (이후 등급 재선정)
	or			
	기준 3	분기 구매금액 200만원 이상 (내점 1회 이상)		

FROM 2019 | 다이아몬드 고객 중 2018년 구매 금액이 1억원 이상인 경우 2019년에 특별한 혜택을 추가로 드립니다.

혜택 1 : 세일리지 한도액 추가(3천만원→4천만원)
혜택 2 : 프라이빗 이벤트 포인트 추가(50만점→70만점)
혜택 3 : 전점 발레 스티커 추가 증정(1매→2매)
혜택 4 : 라운지 동반 인원 추가(회원 포함 3인→4인)

CLUB SERVICE INFORMATION

MAIN SERVICE	PRIORITY SERVICE	PRIVATE EVENT
세일리지 혜택 VIP 라운지 연간 주차 서비스 문화 공연 초청 생일·명절 선물 VIP 스페셜 마일리지	국내 퍼스널 쇼핑 서비스 해외 퍼스널 쇼핑 서비스 헤롯(영국 런던), 봉마르셰(프랑스 파리), 삭스 피프스 에비뉴(미국 뉴욕, 라스베가스, LA 지점 등), 아이온 오차드(싱가포르) 신세계 아카데미 혜택 신세계면세점 혜택	다이닝, 객실 패키지, 스파, 상품바우처 등 신세계가 엄선한 라이프스타일 맞춤 특별혜택 (등급별 적립된 포인트 내)

* 등급별 혜택이 상이하므로 자세한 내용은 각 점 컨시어지 및 PSR로 문의하시거나 홈페이지를 확인해 주십시오.
* 3월부터 일부 브랜드 대상으로 VIP 스페셜 마일리지가 진행될 예정입니다. 자세한 내용은 추후 안내 될 예정입니다.

SHINSEGAE x DIOR



© Nicole Maria Winkler for Dior

SHINSEGAE MEETS DIOR

마리아 그라치아 치우리가 이끄는 디올은 꾸준히 상승 가도를 달리고 있습니다. 2018 S/S 컬렉션의 메인 테마는 프랑스 아티스트 니키 드 상 팔에서 비롯되었습니다. 여성의 몸을 거대하고 풍만하게 조각해 온 그녀가 보여준 강인한 여성상에 디올이 매료된 것입니다. 이번 시즌 마리아 그라치아 치우리에게 영감을 준 또 다른 사람은 미술사학자 린다 노클린입니다. 1971년 글에서 "왜 위대한 여성 예술가는 없을까요?"라고 외치던 그녀의 심오한 질문은 치우리의 마음을 울리기에 충분했습니다. 이 질문은 이번 시즌 디올 쇼의 오프닝 룩에 그대로 새겨졌습니다.

컬렉션은 마리아 그라치아 치우리가 질문에 던지는 답과 같습니다. 먼저, 그녀는 굽 낮은 메리제인 슈즈, 메시 소재 부츠 등의 편안한 슈즈로 여성을 자유롭게 했습니다. 1970년대 무드의 패치워크 진이나 가죽 소재의 점프 슈트가 등장했으며, 남성성의 상징인 팬츠 슈트 또한 런웨이를 가로질렀습니다. 발목까지 늘어지는 드레스는 속옷이 비치는 소재로 제작해 당당히 몸을 드러냈습니다. 니키 드 상 팔의 작품을 떠올리게 하는 컬러풀한 팔레트와 레이스·실크·가죽·플라스틱 등의 소재 그리고 하트, 용, 사랑나무 등의 그림은 컬렉션을 더욱 강렬하게 만드는 요소입니다.



© Morgan O'Donovan


© Morgan O'Donovan


© Morgan O'Donovan


© Morgan O'Donovan


© Morgan O'Donovan

DIOR 2018 S/S COLLECTION

POP-UP EXCLUSIVE

미니 쟈디올 플랩 백.
각 4백50만원. 센텀시티.



레이디 디올 백. 6백10만원.
강남, 센텀시티, 대구.



레이스업 로우 부츠.
1백59만원. 강남, 센텀시티, 대구.



디올 센텀시티 팝업 스토어

2018 S/S 컬렉션을 전개하는 팝업 스토어가 열립니다.

기간 및 장소 | 2.23(금) - 3.15(목), 센텀시티 1층
혜택 | 기간 내 구매하시는 VIP 고객에게
'VIP 스페셜 마일리지'를 1.5배 적립해드립니다.

* 자세한 내용은 신세계백화점 홈페이지 또는
VIP 고객센터(1644-8009) / 전점 컨시어지 및 PSR에 문의바랍니다.

POP-UP EXCLUSIVE

레이스업 부츠. 2백16만원.
센텀시티.





미니 레이디 디올 백. 5백40만원.
강남, 센텀시티.

쟈디올 슬링백. 1백27만원.
강남, 센텀시티, 대구.



메리제인 슈즈. 1백19만원.
강남, 센텀시티, 대구.





©Adrien Dirand

디올과의 만남, 팝업 스토어와 스타일링 클래스

센텀시티에 디올의 2018 S/S 컬렉션을 직접 만나볼 수 있는 기회가 마련됩니다. 센텀시티에 S/S 컬렉션 신상품을 단독으로 전개하는 팝업 스토어가 열리는 것입니다. 컬렉션을 좀 더 가까이 경험하고 싶다면 센텀시티와 강남점에서 열리는 '디올 2018 S/S 스타일링 클래스'를 추천합니다. 클래스에서는 전문 퍼스널 쇼퍼에게 자신에게 어울리는 아이템을 추천받을 수 있으며, 프라이빗한 쇼핑을 즐길 수도 있습니다.



CLASS

디올 2018 S/S 스타일링 클래스

EVENT 1 디올의 2018 S/S 컬렉션을 바탕으로 한 스타일링 클래스가 열립니다.

대상 | 2018 트리니티, 다이아몬드, 플래티넘클럽 고객
기간 및 장소 | 3.7(수) - 3.9(금) 센텀시티 PSR
3.19(월) - 3.21(수) 강남점 PSR

EVENT 2 클래스에서 구매하시는 VIP고객께 소정의 기프트를 드립니다.

페이스트리 셰프 피에르 에르메의 Café Dior

하우스 오브 디올에 문을 연 Café Dior은 전 세계인이 찾는 서울의 명소로 자리매김했습니다. 하우스 오브 디올의 아름다운 건축과 인테리어 그리고 피에르 에르메의 디저트 때문입니다. 신세계백화점 VIP라면, 프라이빗 이벤트 포인트로 그의 디저트를 맛볼 수 있습니다. 대표 메뉴는 바삭한 파이와 크림이 조화로운 밀푀유와 장미 향이 은은한 이스파한. 기간 내에 신청하시어 디올의 다채로운 문화를 경험해 보시기 바랍니다.



하우스 오브 디올 Café Dior 전경

PRIVATE EVENT

프라이빗 이벤트 Café Dior

프라이빗 이벤트 포인트를 사용해 Café Dior 바우처를 신청하실 수 있습니다.

내용 | 10만 포인트(10만원 Café Dior 이용권)
대상 | 트리니티, 다이아몬드, 플래티넘
신청 기간 | 3.1(목) - 3.31(토) **사용 기간** | 3.1(목) - 4.30(월)
주소 | 서울시 강남구 압구정로 464 하우스 오브 디올 5F
* 카페 이용을 위해 사전 예약을 부탁드립니다. T. 02-513-0390

VIP BRAND NEWS

VIP만을 위해 준비된 특별한 쇼핑을 즐겨보세요.

BRILLIANT MOMENT



다이아몬드는 가장 순결하고 고전적인 보석으로 그 자체의 광휘와 영원함으로 시대를 넘어 진실한 사랑의 징표가 되어 왔습니다. 아디르(Addir)는 고대 히브리어로 '고귀함'을 뜻하며 세계적으로 권위를 인정받은 사이트홀더와 GIA 감정을 거친 탁월한 품질의 다이아몬드만을 사용하고, 신세계 전문가가 재선별하는 검증 절차를 거쳐 신뢰와 전문성을 더합니다.
오는 3월 아디르에서는 팬시컷 다이아몬드를 활용한 감각적인 주얼리 컬렉션과 디자이너 주얼리 브랜드 미네타니와의 컬래버레이션을 통해 타임리스 럭셔리 감성을 더한 하이 주얼리 네크리스와 브레이슬릿 등 하이 주얼리 피스를 새롭게 선보일 예정입니다. 아디르가 제안하는 다이아몬드 주얼리 컬렉션을 신세계백화점 강남점, 대구신세계에서 만나볼 수 있습니다.

VIP PROMO-TION

VIP 프로모션

- 아디르 매장 방문 고객을 대상으로 여행 주얼리 키트를 증정합니다.(1인 1회)
- 아디르 제품 구매 고객을 대상으로 Louis Carmen Paris 가죽 다이어리를 증정합니다.(한정 수량)

기간 | 2018년 3.1(목) - 3.31(토)
장소 | 대구신세계 5F (문의 053-661-6508), 강남점 3F (문의 02-3479-6120)

CAFÉ ADDIR <TIME TO SHINE>



다이아몬드 주얼리 브랜드 아디르에서는 오는 3월 신세계 강남점과 대구신세계 퍼스트 라운지에 아디르만의 감성을 담은 '아디르 카페'를 운영합니다. 'Time to Shine'을 테마로 진행되는 아디르 카페에서는 다이아몬드가 가진 최상의 브릴리언스를 경험하는 동시에 일상생활에서도 Playful하게 스타일링 할 수 있는 다이아몬드 주얼리를 라운지 내 스페셜 VP존에서 만나볼 수 있습니다. 또한 이 기간 아디르 카페를 방문한 퍼스트 라운지 이용 고객에게는 아디르에서 준비한 스페셜 디저트와 음료, 그리고 아디르 구매 혜택이 담긴 스페셜 바우처를 증정할 예정입니다.

기간 및 장소 | 3.12(월) - 3.16(금), 대구신세계 5F 퍼스트 라운지
3.19(월) - 3.23(금), 강남점 7F 퍼스트 라운지

ADDIR EVENT

CLASS

아디르 주얼리 스타일링 클래스

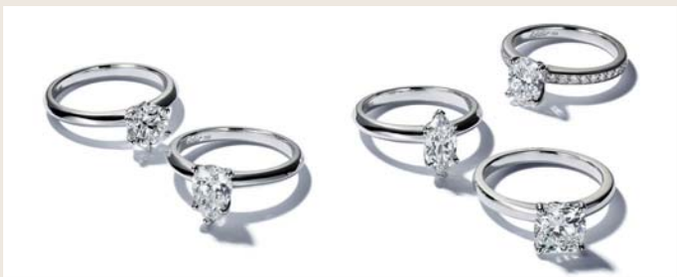
주얼리 전문가와 함께하는 주얼리 스타일링 클래스를 운영합니다. 본인의 주얼리 제품을 가지고 오셔서 스타일링 클래스에 참여하시면, 최신 트렌드에 맞게 새롭게 연출하는 스타일링 팁을 배워볼 수 있습니다.

기간 및 장소 | 3월 16일(금) 대구신세계 PSR, 3월 23일(금) 강남점 PSR
대상 | 다이아몬드/플래티넘/골드 점별 5쌍, 선착순 신청
문의 | VIP 고객센터(1644-8009) / 전점 컨시어지 및 PSR

PRIVATE EVENT

프라이빗 이벤트 포인트를 사용하여 아디르 상품 이용권을 신청하실 수 있습니다.

대상 등급 | 플래티넘 클럽 이상
50/20만 포인트 | 50/20만원 상품 이용권
이용 가능 점포 | 강남점, 대구신세계
문의 | VIP 고객센터(1644-8009) / 전점 컨시어지 및 PSR



CULTURE

VIP 고객을 위해 준비한 격조 높은 공연 프로그램입니다. 콘서트, 연극 등 다채로운 문화 행사로 초대합니다.



토요콘서트

대상 등급 | 골드 클럽 이상 참여 가능(회원 본인과 동반 1인)

토요콘서트는 해설이 있는 음악회로, 지휘자 정치용과 KBS교향악단을 비롯한 우리나라 대표 오케스트라들이 클래식의 아름다움을 선사합니다. 2018년에는 지휘자 정치용이 지휘와 해설을 맡았으며 우리나라를 대표하는 KBS교향악단, 코리안심포니오케스트라, 군포 프라임필 등이 출연하여 다채로워진 캐스팅과 프로그램으로 관객들을 찾아갑니다.

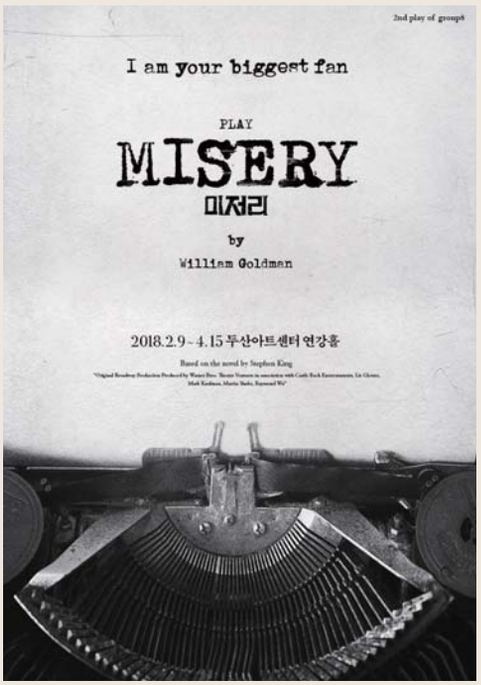
시간 | 11:00 – 13:00 **장소** | 예술의전당 콘서트홀(서울시 서초구 서초동)
연주 | KBS교향악단, 코리안심포니오케스트라, 군포 프라임필 **지휘·해설** | 정치용

날짜	연주	협연	프로그램
2018년 3월 17일	KBS 교향악단	피아노 강충모	쇼팽	피아노 협주곡 제1번 e단조 Op.11 F. Chopin	Piano Concerto No.1 in e minor, Op.11 모차르트	교향곡 제38번 D장조 K.504 "프라하" W. A. Mozart	Symphony No.38 in D Major, K.504 "Prague"
2018년 4월 21일	KBS 교향악단	피아노 원재연	베토벤	피아노 협주곡 제4번 G장조 Op.58 L. v. Beethoven	Piano Concerto No.4 in G Major, Op.58 베토벤	교향곡 제2번 D장조 Op.36 L. v. Beethoven	Symphony No.2 in D Major, Op.36

* 연 10회 공연 중 트리니티 4회, 다이아몬드 3회, 플래티넘 3회, 골드 2회 참석 가능합니다.
* 신청은 2차례 공연씩, 연간 총 5회로 나누어 진행됩니다.
  - 3/4월 프로그램 신청 시작은 3월 2일(금)이며, 선착순으로 조기 마감될 수 있습니다.
  - VIP 고객센터 또는 전점 컨시어지 및 PSR을 통해 신청 가능합니다.
* 공연 전 간단한 브런치를 제공하며, 한정 수량으로 조기 마감될 수 있습니다.
* 하반기 프로그램은 추후 공지될 예정입니다.

문의 | VIP 고객센터 1644-8009 (10:00-19:00) / 전점 컨시어지 및 PSR (10:30-19:00)

SHINSEGAE 창간호 이벤트



연극 <미저리>

연극 <미저리>는 동명의 소설과 영화를 통해 사랑을 받아온 명작으로 인기 소설 '미저리'의 작가 폴을 동경하는 팬 애니의 광기 어린 집착을 담은 스릴러입니다. 연기파 배우 김상중, 김승우, 길해연 등이 펼치는 공연에 VIP 고객 50쌍을 초대합니다.

기간 | 4.1(일) 20:00
장소 | 두산아트센터 연강홀

EVENT

추첨을 통해 연극 <미저리> 티켓을 드립니다

대상 등급 | 블랙 클럽 이상
방법 | 신세계백화점 APP을 통해 응모 가능
기간 | 3.5(월) – 3.18(일)

* 이벤트 당첨 고객 50명(동반 1인 가능)은 3월 중순 이후 개별 안내해 드립니다.

토크 콘서트

삶의 활력소가 되고 마음의 에너지가 되는
특별한 시간에 초대합니다.

신윤복과 정선

국내 최초의 사립 미술관인 간송미술관의 수석 연구원과 함께 조선의 바람을 그린 거장 신윤복과 정선의 작품 세계를 알아봅니다.

기간·장소 | 3.22(목) 16:30 강남점 **인원** | 50명

TEA CLASS

프리미엄 티 브랜드 스티븐 스미스 티메이커의 전문 티마스터와 함께 티를 즐기고 알아보는 시간입니다.

기간·장소 | 3.23(금) 10:40 대구신세계 **인원** | 10명

SALON DE MUSIC

첼리스트 김해은이 곡마다 감상 포인트를 짚어주는
특별한 라이브 클래식 음악 콘서트로 초대합니다.

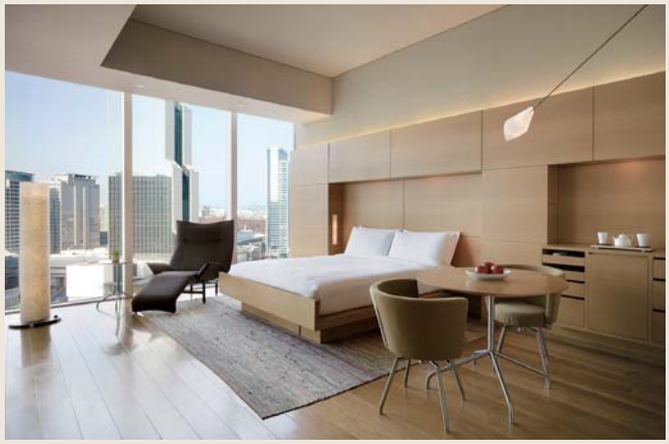
기간·장소 | 3.23(금) 16:00 대구신세계, 3.28(수) 14:00 경기점,
3.29(목) 14:00 의정부점, 3.30(금) 15:00 센텀시티,
3.31(토) 17:00 본점 **인원** | 각 50명

* 대상 등급 | 블랙 클럽 이상
* 신청은 3월 2일(금)부터 VIP 고객센터(1644-8009) 또는 전점 컨시어지 및 PSR을 통해 가능하며, 선착순 예약으로 조기 마감될 수 있습니다.

SCENT OF SPRING

산뜻한 봄의 기운을 불어넣어 줄 특별한 순간을 만나 보세요.

파크 하얏트 서울



특별한 봄날을 위해 파크 하얏트 서울이 제안하는 '스프링 앳 더 파크' 패키지를 즐겨 보세요. 어메니티로 제공되는 딥티크 센티드 오발 로즈 딜라이트의 향긋한 꽃 내음으로 봄기운을 전합니다. 룸 안에서 프라이빗하게 즐기는 조식으로 특별하고도 달콤한 순간을 만끽해 보세요.

파크 하얏트 서울, '스프링 앳 더 파크' 패키지 제안

대상 등급 | 블랙 클럽 이상
기간 | 3.1(목) – 5월 말까지

패키지 구성

레귤러 | 스탠다드/디럭스 객실 1박 + 2인 프라이빗 인룸 조식 +
딥티크 센티드 오발 로즈 딜라이트
스위트 | 스위트 객실 1박 + 2인 프라이빗 인룸 조식 +
딥티크 센티드 오발 로즈 딜라이트 + 레드와인 1병 + 발레 주차 서비스(1회)
가격 | 레귤러 패키지 37만4천원부터, 스위트 패키지 53만9천원부터(부가세 포함)
문의 | 파크 하얏트 서울 객실 예약 02-2016-1100

50/60만 POINT

**프라이빗 이벤트 포인트를 사용하여
파크 하얏트 서울 '스프링 앳 더 파크' 패키지를
신청하실 수 있습니다.**

대상 등급 | 다이아몬드 클럽 이상
신청 기간 | 3.1(목) – 4월 말까지
이용 기간 | 3.1(목) – 5월 말까지

패키지 구성

디럭스 50만 POINT
디럭스 객실 + 딥티크 센티드 오발 로즈 딜라이트+ 2인 프라이빗 인룸 조식 + 발레 주차 서비스(1회) + 소믈리에 추천 레드 와인 1병
스위트 60만 POINT
스위트 객실 + 딥티크 센티드 오발 로즈 딜라이트 + 2인 프라이빗 인룸 조식 + 발레 주차 서비스(1회) + 소믈리에 추천 레드 와인 1병

제주신라호텔



제주신라호텔의 플라워 테라스에서 '플라워 와인 파티'가 펼쳐집니다. 플라워 와인 파티는 로제 와인, 꽃 향 와인, 10종의 프리미엄 와인의 서로 다른 3가지를 테마로 격일로 진행됩니다. 각종 와인과 라이브 콘서트까지 더해진 밤이라면 이보다 더 로맨틱할 순 없을 것입니다.

70만 POINT

**프라이빗 이벤트 포인트를 사용하여
제주신라호텔 객실 패키지(70만 포인트)를 이용하시면
플라워 와인 파티(2인/1회) 이용권을 드립니다.**

대상 등급 | 트리니티 클럽
신청 기간 | 3.1(목) – 3.15(목)
이용 기간 | 4.1(일) – 5월 말까지
혜택 | 70만 포인트
바다전망 프리미어 객실 1박 + 2인 조식(뷔페, 한식당, 룸서비스 중 택1) +
2인 라운지S 혜택 + 플라워 와인 파티 이용권(2인/1회) 추가 제공
문의 | 제주신라호텔 1588-1142

델라라나

델라라나의 2018 S/S 컬렉션은 그리스의 건축양식과 지중해의 바람에서 영감을 받아 완성했습니다. 우아한 실루엣과 자연스러운 컬러에는 여유롭고 낭만적인 그리스의 삶이 깃들어 있습니다.

20/50만 POINT

**프라이빗 이벤트 포인트를 사용하여
델라라나 상품 이용권을
신청하실 수 있습니다.**

대상 등급
플래티넘 클럽 이상
20/50만 포인트
20/50만원 상품 이용권
이용 가능 점포
본점, 강남점, 센텀시티,
대구신세계, 경기점, 광주신세계



에이라인
실루엣의 원피스형
코튼 아우터.
(크림/네이비)
69만8천원.

글리터 니트 카디건.
(라이트 그레이/베이지)
59만8천원.

* 위 콘텐츠를 프라이빗 이벤트 포인트를 사용하여 신청하시는 경우, VIP 고객센터(1644-8009) 또는 전점 컨시어지 및 PSR로 전화하시거나 신세계백화점 APP을 이용해 주시기 바랍니다.



SHINSEGAE LOVES SPRING

꽃이 있는 봄의 축제가 펼쳐집니다!
신세계가 전하는 새로운 봄의 시작 신세계 러브스 스프링으로 초대합니다.

구매 고객께 신세계상품권을 드립니다

[전 장르 합산]
30 / 60 / 100만원 이상 구매 시
신세계상품권 **1만5천 / 3만 / 5만원** 증정

[단일 브랜드]
200 / 300 / 500 / 1,000만원 이상 구매 시
신세계상품권 **10만 / 15만 / 25만 / 50만원** 증정

증정 기간 및 장소 3.9(금) - 3.18(일), 각 점 사은행사장

* 증정금액 구간 및 증정 기간은 점별 상이할 수 있으며, 자세한 내용은 점내고지물을 참조하세요.

BRAND LIST

FASHION

ADIDAS
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 의정부, 광주, 마산, 김해, 충청

ADIDAS ORIGINALS 전점

AKRIS 본점, 강남

ALEXANDER WANG
본점, 강남, 센텀시티, 하남

BALENCIAGA
본점, 강남, 센텀시티, 경기

BEANPOLE LADIES
본점, 강남, 영등포, 경기, 광주, 마산, 김해

BEAKER 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 경기, 하남

BOONTHESHOP
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 분더샵 청담

BOONTHESHOP CLASSIC
본점, 강남

BOONTHESHOP LUXURY ESSENTIAL 강남, 분더샵 청담

BOONTHESHOP MEN
본점, 강남, 분더샵 청담 남성

BOTTEGA VENETA
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 의정부, 하남

BRUNELLO CUCINELLI
본점, 강남, 센텀시티, 대구

CELINE
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 하남

CHANEL 본점, 강남, 센텀시티

CHLOE
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포

COLOMBO 본점, 강남, 센텀시티

CONVERSE 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 의정부, 광주, 김해

DELLA LANA 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 경기, 광주

DIOR 본점, 강남, 센텀시티, 대구

ELLACONIC 강남, 대구, 광주, 시코르 플래그십 강남역

ERMENEGILDO ZEGNA
본점, 강남, 대구

GAP 본점, 강남, 센텀시티, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 광주

GENTLE MONSTER
본점, 센텀시티, 경기, 의정부

GIVENCHY 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기

GUCCI 강남, 센텀시티, 대구

HEAD 강남, 인천, 의정부, 하남, 김해, 충청

HERMES 본점, 강남, 센텀시티

ILAIL 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 광주

JUUN.J 강남

KUHO 전점

LEVI'S 강남, 센텀시티, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 충청

LOROPIANA
본점, 강남, 센텀시티, 대구

LOUIS VUITTON
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 광주

MAISON MARGIELA
본점, 강남

MIU MIU 강남, 센텀시티

MYBOON
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 마이분 청담

NEW BALANCE 전점

NIKE 전점

ONITSUKA TIGER
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 인천

PHILIPPE MODEL 강남, 대구

PIERRE HARDY
본점, 강남, 센텀시티

POLO RALPH LAUREN
본점, 강남, 영등포, 경기, 인천, 광주, 마산

PREMIATA 강남, 대구

PRADA 본점, 강남, 센텀시티, 영등포, 경기, 인천

PUMA 전점

REEBOK
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 경기, 인천, 의정부, 광주, 김해

ROGER VIVIER 강남, 대구

SACAI 본점, 강남

SAINT LAURENT
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 하남

SHOE COLLECTION
본점, 강남, 센텀시티

STELLA McCARTNEY 강남

STUDIO TOMBOY
강남, 대구, 김해

SUECOMMABONNIE
본점, 강남, 센텀시티, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 김해, 충청

TOD'S
강남, 센텀시티, 대구, 영등포

VALENTINO
본점, 강남, 센텀시티, 대구

VOV 전점

YOHJI YAMAMOTO
본점, 강남

JEWELRY

ADDIR 강남, 대구

BOUCHERON 강남

BVLGARI
강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기

CARTIER 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 광주

CHAUMET 강남, 센텀시티, 대구

CHOPARD 강남

DAMIANI 본점, 강남, 대구

FRED
본점, 강남, 센텀시티, 하남, 대구

PATEK PHILIPPE 센텀시티

PIAGET 강남, 센텀시티

TIFFANY & Co. 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 김해

VAN CLEEF&ARPELS
본점, 센텀시티

BEAUTY

AMOREPACIFIC
본점, 강남, 대구, 영등포, 경기, 인천, 광주

ANYA HINDMARCH 강남

BOBBI BROWN
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주, 충청

BYREDO 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 분더샵 뷰티, 마이분 뷰티

CHANEL 전점

CHICOR 강남, 센텀시티, 대구, 광주, 플래그십 강남역

CLARINS 전점(의정부 제외)

CLE DE PEAU BEAUTE
본점, 강남, 센텀시티, 대구

CLINIQUE
본점, 강남, 센텀시티, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 광주, 충청

DIOR 전점

DIPTYQUE
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 김해, 충청

ESTEE LAUDER 전점

FRESH
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 하남, 김해

GIORGIO ARMANI
본점, 강남, 대구

HERA 전점

HERMES
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 경기

JO MALONE
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 하남, 광주

KIEHL'S 전점(마산 제외)

LANCOME 전점

LA PERVA
본점, 강남, 센텀시티, 하남, 김해

MAC 전점(마산 제외)

MAKE UP FOR EVER
강남, 센텀시티, 대구, 경기, 인천, 의정부, 하남, 김해, 충청

NARS 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 하남

O HUI 전점

SHISEIDO 전점(의정부 제외)

SHU UEMURA 본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 광주

SISLEY 전점(김해 제외)

SK-II 본점, 강남, 영등포, 의정부, 광주, 마산

TOM FORD 강남, 대구

VIDIVICI
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 인천, 의정부, 하남, 광주, 마산, 김해

YVES SAINT LAURENT
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 하남, 광주, 충청

LIVING

AIROCIDE
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 김해, 충청

BALMUDA
강남, 센텀시티, 대구, 경기

BLUEAIR 전점(광주 제외)

CHRISTOFLE 강남

DYSON 전점

GAZE SHOP 강남, 하남

IQAIR
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 김해, 충청

LEICA 본점

LG 전점(광주 제외)

NANODRON 강남, 센텀시티

NESPRESSO 강남, 센텀시티, 대구, 경기, 인천, 하남

RALPH LAUREN HOME
본점, 강남

SAMSUNG 전점(광주 제외)

TEFAL 전점(광주 제외)

VENTA
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 의정부, 하남, 김해, 충청

VILLEROY&BOCH
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 하남, 마산

WMF
본점, 강남, 센텀시티, 대구, 영등포, 경기, 인천, 하남, 광주, 김해

SHINSEGAE

SHINSEGAE.COM

SHINSEGAE.DEP @ONLY_SHINSEGAE

본점 | 강남 | 센텀시티 | 대구 | 영등포 | 경기 | 인천 | 의정부 | 하남 | 광주 | 마산 | 김해 | 충청