

JUNE
2022

M
LUXURY

CLASH
DE
Cartier



SPECIAL
OUTDOOR CAMPING

LA PRAIRIE

SWITZERLAND

새롭게 피어난 광채를 위한,
무한한 밤의 시간

PURE GOLD
RADIANCE NOCTURNAL BALM
라프레리 퓨어 골드 레디언스 녹터널 밤

스위스 산 정상에 고요한 어둠이 덮일 때, 낮 동안 깃든 태양의 활기찬 에너지가 밤의 시간으로 펼쳐집니다.
독자적인 퓨어 골드 디퓨전 시스템과 풍부한 에너지가 담긴 성분으로
퓨어 골드 레디언스 녹터널 밤은 밤 사이 피부의 컨디션을 되찾아줍니다.
밤마다 피부는 활력을 되찾고, 영양과 생체 에너지로 우아한 아름다움을 완성합니다.
아침이 오면, 피부는 밤 사이 새롭게 피어난 광채로 다시 태어납니다.

LAPRAIRIE.COM



la prairie
SWITZERLAND

<LUXURY M>은 2016년 창간 이래 최고의 프리미엄 매거진 <LUXURY>의
기획과 진행으로 <매일경제>의 주요 지국과 <LUXURY> 독립 배본망을 통해 배포되는,
밀레니얼 세대와 Z세대를 잇는 시티 라이프스타일 미디어입니다.

Contents

SPECIAL

OUTDOOR CAMPING

08

GO CAMPING!
OUTDOOR FLOW
CAMPING-CAR
MEAL KIT BY CHEF

04 HEAD TO TOE

이달에 알아야 할 정보와 트렌드

22 INNOVATOR

‘스노우피크 코리아’의 김남형 대표

24 PREVIEW

각 분야 에디터들이 꼽은 이달의 신제품

28 REVIEW

바리스타가 추천하는 커피 머신 4대

30 CULTURE

아티스트의 아이코닉한 그림을 담은 앨범 8

32 DESIGN SPOT

책으로의 물임을 도와줄 술 한잔, 북+바



CLASH DE CARTIER

‘클래쉬 드 까르띠에’ 고유의 철학을 한층 강조한 새로운 컬렉션은 메종의 코드 속에 존재하는 이 중성을 극대화하고, 텍스처의 대비를 한껏 활용해 리듬감과 강렬함을 시각적으로 표현한다. 펄크 스타일의 미학을 반영하는 동시에 화이트 넘치는 방식으로 상호작용하는 ‘클래쉬 드 까르띠에’는 까르띠에의 탁월한 노하우를 다시 한번 입증하는 걸작이다.

2022년 6월호 통권 제68호
2022년 5월 28일 발행(매월 발행)
2016년 10월 12일에 등록, 등록번호 서울 중. 라-00650
발행 공급처 (주)디자인하우스(02-2275-6151)
주소 서울시 중구 동호로 272
필름 출력 (주)에이디코아(02-323-6493)
인쇄처 M-print(031-8071-0960)
이 잡지의 일부 기사는 간접 광고를 포함하고 있습니다.

LUXURY.DESIGNHOUSE.CO.KR

LUXURY EDITORS

EDITORIAL

EDITOR IN CHIEF

윤정은 Jungeun Yoon · yoon29@design.co.kr

FASHION EDITOR

홍혜선 Hyesun Hong · hhs@design.co.kr
최윤정 Yoonjung Choi · yj.choi@design.co.kr

BEAUTY EDITOR

이지형 Jihyung Lee · jh.lee@design.co.kr
정두민 Doomin Jeong · dmj@design.co.kr

LIVING & FEATURES EDITOR

김수진 수석 기자 Sujin Kim · jin@design.co.kr
안서경 Seogyong Ahn · seo@design.co.kr
한동은 Dongeun Han · dehan@design.co.kr

ART DIRECTOR

손익원 Ikweon Sohn · bart@design.co.kr

DESIGNER

홍수연 Sooyoun Hong · syhong@design.co.kr
김보성 Bosung Kim · today17@design.co.kr

PHOTO DIRECTOR

이우경 Wookyoung Lee · watt@design.co.kr

PHOTOGRAPHER

이기태 · 이경옥 · 이창화 · 김은지 · 박성연

STONE STUDIO

염정훈 Junghoon Yum · 황인우 Inwoo Hwang

COPYREAD

전남희 Namhee Jeon

ADVERTISING

DIRECTOR

이경호 Kyongho Lee · paradise@design.co.kr

CHIEF MANAGER

김수진 Soojin Kim · kimssoojin@design.co.kr

SENIOR MANAGER

정혜림 Hyerim Jeong · hr.jeong@design.co.kr

ASSISTANT MANAGER

도현준 Hyunjoon Do · gihun0604@design.co.kr

DISTRIBUTION MANAGER

송은우 Eunwoo Song · ewsong@design.co.kr

DEPUTY MANAGER

이건태 Guntai Lee · guntai77@design.co.kr

DESIGN HOUSE INC.

DIRECTOR OF DESIGN BUSINESS

이민형 디자인프레스(주) 대표 겸직 Lucy@design.co.kr

DIRECTOR OF EXHIBIT BUSINESS

조상연 이사 Sangyeon Cho · csy@design.co.kr

DIRECTOR OF BUSINESS STRATEGY

이영임 상무 Youngim Lee · yilee@design.co.kr

LEGAL ADVISOR

김영철 변호사·변리사(법무법인 KCL)

COUNTING ADVISORY

삼덕회계법인

DIVISION LEADER

김은령 부사장 exlibris@design.co.kr

PRESIDENT·PUBLISHER

이영혜 대표이사·발행인

Elegance is an attitude


Jung Woo-Sung

LONGINES



론진 부티크
신세계백화점 본점 강남점 타임스퀘어점
롯데백화점 영등포점 부산본점 대전점
현대백화점 판교점 대구점 AK플라자 수원점

www.longines.co.kr



The Longines
Master Collection

SUMMER MAKEUP ESSENTIALS

NARS

핑크, 베이지, 브라운 등 데일리 아이 메이크업에 활용하기 좋은 16가지 컬러로 구성된 '썸머 언레이티드 아이세도우 팔레트'. 매트, 시머, 글리터 등 다양한 제형으로 이루어져 다채로운 스타일을 연출할 수 있다. 6905-3747

SUQQU

강렬한 태양이 내리쬐는 여름에서 영감 받아 화사한 4가지 컬러로 이루어진 '시그니처 컬러 아이즈'로 눈가에 생기를 더해보자. 3479-1621

PHOTOGRAPHER 염정훈

CHARLOTTE TILBURY

은은한 음영 메이크업을 완성하는 '럭셔리 팔레트'를 추천한다. 바르는 순간 눈가에 완벽하게 밀착되며 하루 종일 번지지 않고 처음 상태 그대로 유지되는 것이 장점. 1644-6862 (LJH)

NEW WHISKY

발베니 40년 레어 매리지 오크통에서 숙성 후 원액을 물에 희석하지 않고 그대로 병입하는 '캐스크 스트렌스' 방식을 따라 농밀한 맛을 구현했다. 오렌지 블라섬과 꿀, 설탕에 절인 생강 맛이 오크향과 조화를 이룬다. 리뉴얼한 원통형 케이스는 오크우드 링 40개가 쌓여 있는 형태로, 40시간의 흐름에 따라 깊어지는 풍미를 표현했다.

쓰리소사이어티 기원 유니콘 에디션 국내 최초 싱글몰트위스키를 선보이는 쓰리소사이어티 증류소에서 '기원 유니콘 에디션'을 출시했다. 샌프란시스코 국제주류품평회(SFWSC) 싱글몰트 부문 금상을 수상한 위스키로 바나나, 백건포도의 달콤함이 조화로우며 스파이시한 여운을 남기는 것이 특징. 070-4282-8190 (ASG)



EDITOR 김수진(KSJ)·홍혜선(HHS)·이지형(LJH)·안서경(ASG)
최윤정(CYJ)·정두민(JDM)·한동은(HDE)

Head



RACING WATCH

TAG HEUER 태그호이어가 오랜 파트너인 걸프와 함께 제작한 '모나코 걸프 스페셜 에디션'을 공개했다. 다크 블루와 터키 그리고 오렌지 컬러까지 걸프의 3가지 상징적 색을 사용해 정체성을 드러냈다. 12시 방향에 새긴 포르쉐 걸프 레이싱 카의 번호 '60'이 눈길을 끈다. 548-6021

IWC IWC와 메르세데스-AMG 페트로나스 포뮬러 원™ 팀이 첫 번째 공식 팀 위치를 선보인다. 5등급 티타늄으로 제작한 파일럿 워치 크로노그래프 41 '메르세데스-AMG 페트로나스 포뮬러 원™ 팀' 에디션이 그 주인공. 1670-7363 (HHS)

CULTURE EVENT

제12회 대한민국발레축제 올해 12회를 맞은 '대한민국발레축제'는 5개의 초청 작품과 1개의 협력 작품, 6개의 공모 작품, 2개의 야외 공연 등 총 15개 무대를 선보일 예정. 예술의전당과 공동 제작한 작품 <로미오와 줄리엣> 등을 공연한다. 6월 9일부터 6월 29일까지. 580-1896

제19회 평창대관령음악제 청량한 여름밤을 선사해온 '평창대관령음악제'. 올해는 '마스크 MASK'를 주제로 '메인 콘서트' 18회, '윤이상국 제음악 콩쿠르 우승자 리사이틀 스페셜 콘서트' 1회, '찾아가는 음악회' 5회를 선보인다. 7월 2일부터 7월 23일까지. 033-240-1363 (KSJ)



NEW FACE

ROGER VIVIER 웹 드라마 <파친코>의 주역 배우 김민하가 로저비비에의 한국 앰배서더로 발탁됐다. 이를 기념해 프로필 화보 촬영을 진행했는데, 브랜드를 대표하는 '비브 쇼크' 백과 '비브고' 스니커즈를 착용해 우아하면서도 스포티한 매력을 유감없이 드러냈다. 905-3370

FENDI 배우 김다미가 펜디의 한국 앰배서더로 선정됐다. 특유의 에너지 넘치는 스타일이 펜디가 추구하는 자율적이고 당당한 이미지에 부합한 결과다. 공개된 비주얼에서는 몸의 곡선이 드러나는 니트 세트업 의상으로 MZ세대를 대표하는 당당한 매력을 과시했다. 2056-9023

OMEGA 배우 한소희를 글로벌 앰배서더로 지목했다. 오메가의 CEO 레이날드 애슐리만 Raynald Aeschlimann은 "한소희의 커리어와 그의 본질적인 성품에서 깊은 영감을 받았다"라며 소감을 전했다. 한소희는 앞으로 오메가 패밀리 일원으로 적극적인 캠페인 활동을 펼칠 예정이다. 3467-8632 (CYJ)

WIRELESS EARPHONE

JBL
그래파이트 컬러의 'JBL 라이브 프로2'. 타원형 설계로 밀착감을 높였다. 4개의 하이브리드 마이크와 2개의 음성 마이크로 구성된 빔포밍 마이크를 탑재해 매끈한 통화 품질을 자랑한다. 1588-6084

SAMSUNG
깔끔하고 세련된 올 블랙 디자인이 돋보이는 '갤럭시 버즈2 오닉스'. 360° 오디오 기능을 업데이트해 사용자의 움직임에 따라 소리의 방향을 정확히 찾아내 음악 감상과 영상 시청의 몰입감을 높인다. 1588-3366

SENNHEISER
브랜드 독점 기술로 음악의 왜곡과 변질을 최소화한 '모멘텀 트루 와이어리스 3'. 주변 환경을 감지해 노이즈 캔슬링 정도를 자동으로 조정하는 기술을 갖춰 최상의 몰입감을 선사한다. 1544-1699

BANG & OLUFSEN
덴마크 산업 디자이너 토마스 벤젠이 디자인한 '베오플레이 EX'는 오묘한 푸른 색감이 매력적인 노이즈 캔슬링 무선 이어폰으로, 기존 제품보다 크기와 무게를 줄여 착용감이 안정적이다. 방진·방수 기능이 뛰어나 땀과 빗물에도 걱정 없다. 518-1380

toTToe

ROGER VIVIER

OMEGA

FRUITY ITEM

SPORTMAX
앵두 모티프 자수가 돋보이는
니트 원피스 3467-8326 (HHS)

JW ANDERSON
에스파드리유 아웃솔을 적용한
딸기 프린트 스니커즈 6905-3634

DOLCE & GABBANA
레몬 모양으로 만든 가죽 키링.
3442-6888

GANNI
비즈로 바나나 형태를
수놓은 바킷 백.
543-1270



PHOTOGRAPHER 엄정훈 ASSISTANT 차세연

BODY CARE

HUXLEY 지중해 화산암을 가공해 얻은 자연 유래 스크럽 입자로 노폐물을 부드럽게 제거하는 '바디 스크럽 모로칸 가드너'. 촉촉한 수분감의 선인장 세라마이드 성분을 더해 스크럽 이후 민감해진 피부를 보호한다. 070-7123-0077

MALIN+GOETZ 매끈한 보디 피부를 위한 단계별 보디라인을 선보인다. 피부의 땀과 노폐물, 각질을 말끔히 세정해줄 클렌징과 스크럽, 보디로션과 디오더런트까지 다채롭게 구성해 남녀노소 누구나 사용하기 좋다. 2639-4172

VEILMENT 사해 소금을 함유해 묵은 각질 케어 및 보습 효과가 뛰어난 '벨먼 내추럴 스파 수분광채 사해 소금 스크럽 보디 클렌저'는 스크럽하기가 번거롭거나, 자극적이지 않게 느껴져 사용을 꺼려한 이들에게 추천한다. 080-023-7007 (JDM)



PAINTING EXHIBITION

<지상낙원을 그리다> 1950년대 뉴욕으로 건너간 1세대 재미 화가 포 김은 추상표현주의, 사실주의, 구상주의 등 다양한 작품 세계를 그려왔다. 이번 개인전은 그중 1980년대 후반부터 2010년대까지, 작품 활동 후기에 제작한 구상 경향을 띤 대형 회화 23점을 주목했다. 인물과 동물의 도상, 여행을 다니며 포착한 풍경 등을 화려한 듯 서늘한 색채와 즉흥적인 붓질로 완성했다. 후반기에 이르러 천착한 황홀한 낙원 같은 작품 세계가 전시장에 펼쳐진다. 6월 12일까지, 학교재 본관.



포김 '여름과 가을'



Miko Veldkamp, 'Passenger Ghost, 2022'

<DREAM LIFE> 전시점 미국 현대미술계에서 가장 주목할 만한 회화 작가 5인이 한자리에 모인다. 이들을 주목한 이는 뉴욕을 기반으로 활동하는 세계적인 큐레이터 댄 캐머런 Dan Cameron. 라틴아메리카의 상형문자를 본인만의 기법으로 서부의 풍경 위에 그려내는 작가 에스테반 카베자 데 바카 Esteban Cabeza de Baca, 회화에 디지털 기술을 접목해 자신의 내러티브를 창조하는 작가 알렉스 도지 Alex Dodge, 부드러운 색채로 미국 서브컬처를 포착하는 작가 타이슨 리더 Tyson Reeder 등 작가 5인을 통해 동시대 미국 구상주의 회화의 에너지를 느낄 수 있는 전시가 될 것. 7월 2일까지, BB&M갤러리. (HDE)

CELEBRITIES AT THE EVENT



루이 비통 2022 F/W
맨즈 컬렉션에 등장한 영화배우
타하르 라힘. 점장은 블랙 코트와 화려한
나일론 팬츠를 믹스 매치했다.



몬테카를로에서 열린
샤넬 2022/2023 크루즈 컬렉션.
애프터 파티에 참석한
배우 크리스틴 스튜디언트의 모습이다.
저지 스웬슈트에 메시 스커트를 매치해
관능적 매력이 돋보인다.



발렌티노의 크리에이티브 디렉터
피에르파올로 피콜리는
2022 멧 갈라에 참석하는
영화배우 폴 메스칼을 위해
블랙 커스텀 슈트를 제작했다.



샤넬 2022/2023 크루즈 컬렉션
애프터 파티에는 브랜드의 앰배서더
카롤린 드 메그레와
뮤즈인 리나 쿼드리도 함께했다.



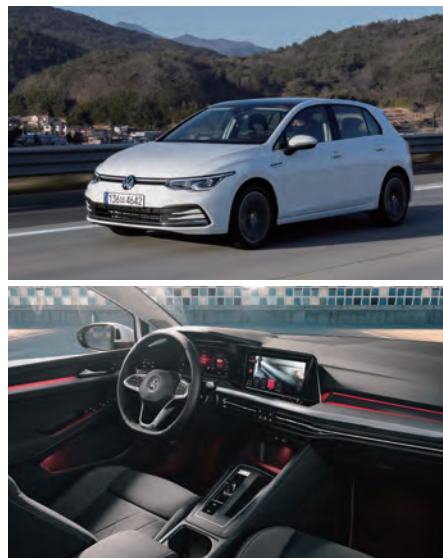
루이 비통 2022 F/W 맨즈 컬렉션
포토 월에 선 모델 나탈리아 보디아노바.
현장에는 그의 남편인
앙투안 아르노도 동행했다.



2022 멧 갈라 레드 카펫에서 강렬한
핫 핑크 컬러 의상으로 시선을 사로잡은
주인공은 영화배우 서베스천 스텐. (CJ)

EXCITING MOTORS

해치백 세그먼트 대명사의 귀환 6년 만에 국내 시장에 출시된 '신형 8세대 골프'. 기존 골프의 헤리티지를 잘 계승하면서도 라인을 정리하고 안정감 있는 비율을 고려해 디자인을 정비했다. 전면부에 최첨단 인터랙티브 라이팅 시스템 'IQ.라이트-LED 매트릭스 헤드라이트'와 '라이팅 그릴 시스템'을 적용해 미래지향적인 프론트 룩을 완성했다. 차에 오르면 가장 먼저 눈에 띄는 것은 '이노비전 콕핏'. 10.25인치 고해상도 디지털 계기판 '디지털 콕핏 프로'와 10인치 'MIB3 디스커버



프로' 인포테인먼트 시스템이 콤팩트한 내부에서 뜻밖의 개방감을 선사한다. 도로를 달리기 시작하면 '신형 8세대 골프'의 진가를 확인할 수 있다. 2.0TDI 엔진과 7단 DSG 변속기의 조합으로 150마력의 최고 출력을 뽐내낸다. 특히 평균 80km/h 속도의 주행 구간에서 경쾌하고 균형 잡힌 퍼포먼스가 빛을 발한다. '트래블 어시스트'가 차선을 바꾸거나 속도를 높이고 줄일 때 능동적으로 작동해 피곤한 출퇴근 시간에도 한결 편안한 주행이 가능하다. 약 100km를 평균 80km/h로 달린 후 확인한 연비는 18km/l. 가성비와 주행 성능, 외모까지 모두 갖춘 해치백의 대명사, 골프가 돌아왔다. 6009-0000 (KSJ)

SPECIAL

GO CAMPING!

자연의 품을 좀 더 가까이 누리는 휴식을 위해, 쾌적한 캠핑 라이프에 도움을 줄 장비와 도구를 모았다.

EDITOR **AHN SEOGYEONG** PHOTOGRAPHER **LEE SEOKYOUNG**

LIVING IN A TENT FULL TIME

여럿이 모여 둘러앉을 수 있을 정도로 넉넉한 크기가 돋보이는 셀터 '제카Zekka'. 230cm의 천장 높이, 자연 풍광을 감상하기 좋은 개방감 있는 프런트 패널, 사이드월 구조가 특징이다. 내부에 2개의 이너 룸을 설치하거나 키친 시스템을 배치하기도 적합하다. 스노우피크. 텐트 안에 설치한 키친 시스템은 버너와 그릴이 더해진 'IGT 행잉랙 프레임 세트', 테이블과 체어를 포함해 모든 집기는 스노우피크. 텐트 앞 '파일드라이버'에 걸린 뱅앤올룹슨의 포터블 스피커는 더콘란샴.





COOKING ON NATURE

1 다양한 집기를 걸 수 있는 유틸리티 로프, 로프에 걸린 티타늄 소재의 컵과 커틀러리는 모두 하이브로우.
 2, 3 단맛이 풍부한 다테리노 품종 토마토로 만든 통조림, 'GSI 아웃도어' 의 퍼컬레이터와 미니 머그는 모두 인포멀웨어. 4 치즈나 고기를 굽기 적합한 1인용 미니 그릴은 WMF.
 5 애나멜 코팅 주물 소재로 만들어진 '풍류 세트'는 스타우브. 6 별도의 허브없이 하나의 프레임 홀로 이어져 쉽게 조립할 수 있는 '빅 아그네스' 캠프 체어는 인포멀웨어. 7 의자에 걸친 마살의 무선 헤드폰은 더콘란삼. 8, 9, 10, 11 냄비나 보관함으로 활용할 수 있는 알루미늄 소재의 쿡 케이스, 보온·보냉 효과가 뛰어난 '뉴머글러' 머그, 단을 확장해 쓸 수 있는 사이드 테이블, 스토리지로 쓸 수 있는 워크 버킷은 하이브로우.
 12 손잡이와 뚜껑 거치대가 휴대하기 편리한 '스모키조 프리미엄 차콜 그릴'은 웨버. 13, 14 음식을 채워 보관하기 적합한 '어드벤처 캠프 크룩', 3겹 스테인리스 설계로 내구성이 뛰어난 '어드벤처 프로 캠프 쿡' 냄비는 모두 스타일리스트 소장품.





GADGETS MAKING TRIP EXCITING

1 애플의 랩톱에 적용된 프로세서 M1 칩을 탑재해 고사양 게임을 구동시키거나 영상 작업에 유용한 아이패드 '에어5'는 애플.

2 최대 5.3K 크기의 영상과 2300만 화소 사진을 촬영할 수 있는 '히어로10 블랙'은 고프로.

3 작은 크기는 물론 거치대 없이 지지하기 편리해 '차박'이나 캠핑에 유용한 소형 빔 프로젝터 'GV30'은 벤큐.

4 야간 투시 같은 군사용 기능은 물론 글로벌 멀티 GNSS 위성 시스템, 항공 기상 정보 등 전문 탐험가가 사용하기에 손색없는 '텍틱스7 프로' 스마트 워치는 가민.

PRACTICAL TOOLS IN THE WILD

- 1 자투리 목재를 재활용해 만든 보틀 오프너는 하이브로우 2 도끼, 망치, 톱, 나이프, 드라이버, 오프너 등 다양한 기능을 갖춘 '젠틀맨스하드웨어'의 엑스Axe 멀티 툴은 더콘란샵 3 스테인리스 소재로 절삭력이 뛰어나고 위생적인 주방 가위는 WMF 4 손잡이에 코르크 스크류가 부착돼 와인 칼과 오프너의 기능을 모두 갖춘 오피넬의 '클래식 NO.10 코르크 스크류'는 SMG스토어 5 프랑스 와인용품 전문 브랜드 라아틀리에뒤 뱅 L'Atelier du Vin의 미니사이즈 오프너는 더콘란샵 6 주머니에 넣기 좋은 크기로 육각 키, 렌치, 드라이버 등으로 쓸 수 있는 '젠틀맨스하드웨어'의 멀티 툴은 더콘란샵



SETTING UP AN OUTDOOR BAR

1, 2, 3 240ml 크기의 스테인리스 소재 머그와 나일론으로 만들어 재사용할 수 있는 'GIS 아웃도어스'의 초경량 커피 드리퍼, 목직한 원목 손잡이로 안정감 있게 원두를 갈 수 있는 세인트 안토니 인더스트리어스 Saint anthony Industries의 핸드 그라인더 모두 인포멀웨어. **4** 꿀을 머금은 듯 농밀한 단맛이 특징인 싱글몰트위스키 '에버펠디 12년'은 에프제이 코리아. **5** 최대 36시간 보냉 효과를 지닌 '어드벤처 쿨러'는 스탠리. **6** 너도밤나무 소재의 '아트카' 캠핑 도마는 SMG스토어. **7** 레드 컬러 패키지에 담긴 커피 원두는 인포멀웨어. **8, 10** 휴대가 간편한 '호그와시' 캔 로제 와인과 달콤한 버터와 비스킷의 풍미를 느낄 수 있는 '크리머리' 캔 샤르도네 와인은 모두 씨에스알 와인. **9** 블랙베리와 라즈베리의 향을 인퓨징한 '봄베이 브람블'진은 에프제이 코리아.

SET STYLIST 전예별 COOPERATION 가민(garmin.co.kr), 고프로(gopro.com), 더콘란샵(531-2591), 벤큐(1588-3866), 스노우피크 코리아(snowpeak.co.kr), 스타우브(2192-9631), 스탠리(kr.stanley1913.com), 인포멀웨어(579-9544), 애플(apple.com), 에프제이 코리아(3401-1008), 웨버(554-3356), 하이브로우(hibrowmarket.com), 씨에스알와인(535-8407), SMG스토어(smgstore.co.kr), WMF(080-857-8585)



Outdoor Flow

국내 캠핑 인구는 어느덧 700만 명에 달하고
캠핑 시장 규모는 5조 원을 넘었다. 2년여 만에 사회적 거리 두기가
해제된 지금, 앞으로 더욱 활발해질 아웃도어 활동의 흐름을
4가지 키워드로 정리했다.



Vintage

감성 아이템과 밀리터리에 이은
빈티지 캠핑 유행



캠핑의 가장 큰 매력 중 하나는 필요한 장비를 사 모으는 데 있다. 인테리어와 패션 트렌드가 급변 하듯, 캠핑 사이트를 꾸미는 데도 트렌드가 존재 한다. 2010년대 중반, 먼 소재 텐트를 펼쳐놓고 화이트 톤의 하늘하늘한 아이템으로 사이트를 채 우는 '감성 캠핑'이 트렌드였다면 2010년대 후반 에는 거친 분위기를 연출한 밀리터리 캠핑이 인 기였다. 캠핑 전문가들이 꼽은 다음 트렌드 주자 는 '빈티지 캠핑'이다. 빈티지 사이트는 1970년 대 보이с카우트 느낌이 나는 삼각형 텐트와 원 색의 짙은 색감, 투박한 장비, 헤리티지를 지닌 브 랜드를 특징으로 꼽는다.

100년이 넘는 역사를 지닌 콜맨, 하그로프스, 레 드윙, 스탠리 등 헤리티지를 가진 브랜드들이 다

시 관심을 끌고 있고, 브랜드들은 레트로풍 색감 과 클래식한 디자인을 입힌 제품을 연이어 출시 중이다. 디자인뿐만 아니라 진짜 손때 묻은 빈티 지 제품을 구입하는 경우도 늘었다. 캠핑 애호가 들은 해외 직구 등을 통해 오랜 세월을 버텨낸 장 비를 찾아 구입한 다음 직접 수리하고 기능을 더 하며 커스터마이징해 사용한다. 초보 캠퍼들이 점차 활동 경력이 늘면서 자연스럽게 '방출'(안 쓰 는 아이템을 중고로 되파는 일)을 거듭하는 움직 임도 늘고 있으며, 캠핑장을 살펴보면 뛰어난 기 능성을 갖춘 현대식 장비와 오랜 세월이 주는 가 치가 담긴 빈티지 아이템을 믹스 매치하는 시도 도 눈에 띈다. 빈티지 캠핑이 유행하는 것은 대량 생산된 제품이나 획일적인 트렌드에서 벗어나 캠 핑이라는 활동이 주는 고유의 특성인 '집 밖에서 의 불편함'을 즐기면서 자기에 어울리는 스타 일을 구축해나가려는 의지가 반영된 결과라 볼 수 있다. 캠핑 스타일이 늘어난 캠핑 인구만큼 다 양해지고 있는 현상인 것이다. 캠핑장에서 간편 한 전기 랜턴을 두고 굳이 작은 호롱불에 불을 붙 여 침침한 밤을 즐기는 자가 있다면, 요즘 트렌드 를 잘 파악한 캠퍼라 보면 되겠다.



Minimal

장비도 인원도 좀 더 적게



아웃도어 활동이 성행하기 시작한 2010년대에는 여러 팀이 함께 무리지어 캠핑하는 '떼캠'이나 장비가 없는 지인을 초대해 함께 1박을 하는 '집대캠' 같이 여러 사람이 모이는 캠핑이 인기였다. 팬데믹 이후 5인 이상 집합 금지 등의 조치에 따라 사람들은 불가에 둘러앉아 넘치도록 음식을 나눠 먹던 시절을 뒤로한 채 미니멀 캠핑을 즐기기 시작했다.

자동차 대신 백팩 하나에 가벼운 장비를 챙겨서 하룻밤 자고 오는 백패킹이나 혼자서 캠핑을 즐기는 솔로 캠핑, 불을 피우지 않고 손쉽게 끼니를 해결하는 비화식 캠핑 등이 대표적인 예시다. 특히 캠핑톡, 캠핏 같은 예약 플랫폼이 늘어 캠핑 준비가 간편해지기도 했다. 1인 가구나 솔로 캠퍼를 위해 적은 양만 조리해 먹을 수 있는 밀키트나 콤팩트한 크기의 그릴, 냄비 등 장비도 쉽게 찾아볼 수 있다.

2022년 통계청의 국민 여행 조사 보고서에 따르면 혼자하는 여행 및 아웃도어 활동의 수요는 지속적으로 증가하고 있다. 지난해 관광 부문 소비액 중 1인 가구의 소비 비중이 14.5%였는데, 이는 전년 대비 약 5.5% 증가한 수치다. 또한 같은 보고서 내 소셜데이터 분석 결과에 따르면 백신 접종이 시작된 2021년 2월 이후 1인 활동에 대한 소셜 언급량도 증가한 것으로 나타났다. 가장 많이 회자된 키워드로 '혼밥', '혼술', '솔캠' 등을 확인할 수 있다. 집을 최대한 줄인 미니멀 캠핑의 묘미는 의식주 환경은 소박해질지언정 그만큼 상황에 따라 유연하게 움직이고 대처할 수 있다는 데 있다. 팬데믹의 기세는 한 풀 꺾였지만 당분간 단체 여행보다는 소규모 캠핑을 선호하는 추세가 이어질 것으로 예상된다.



© Woolrich

LNT

Leave No Trace 흔적을 남기지 않는 캠핑



기후변화 등 환경에 대한 의식이 높아진 캠퍼들은 이제 캠핑장에서 스스로 자연을 위한 실천을 행하는 데 집중하고 있다. 캠핑의 핵심이 자연과의 공존이라는 사실과 아웃도어 활동을 지속하기

위해서 자연도 건강해야 한다는 걸 깨닫고 있는 것이다. 미국 국립공원 환경단체의 주도로 시작된 운동 중 아웃도어 활동가 사이에서 널리 알려진 LNT(Leave No Trace)라는 것이 있다. 야외 활동에서 사람이 자연에 미치는 영향을 최소화하자는 주장으로 다음의 7가지 지침을 따른다. 사전에 계획하고 준비하기, 산행이나 야영은 지정 구역에서 하기, 배설물이나 쓰레기는 정해진 방법으로 처리하기, 모닥불을 최소화하기, 야생 동식물을 존중하기, 마지막으로 타인을 배려하기다. 캠퍼가 제대로 된 매너를 갖추지 못하면 주변의 자연과 지역 주민 모두에게 폐를 끼친다. 캠핑장

이 아닌 노지에서 야영하며 불을 피워 땅을 까맣게 태우거나, 늦은 시간까지 소란을 피워 문제를 일으키는 것과 같은 일이 벌어진다. 그러다 보면 금세 그 근방에 야영 금지 팻말이 세워지고 자유로운 캠핑은 갈수록 어려워진다. 비단 캠핑뿐만 아니라 등산, 낚시 등 야외에서 즐기는 레저 스포츠의 경우도 마찬가지다.

가치 소비에 민감한 오늘날의 아웃도어 소비자들을 위해 기업 역시 같은 방향으로 움직이고 있다. 일회용품 대신 다회용품 사용량을 늘리고, 의류, 신발, 가방 등도 재생 소재를 활용해 자원 선순환을 유도한다. 조깅을 하며 쓰레기를 줍는 ‘폴로깅’ 운동의 연장선으로 자기가 가져간 쓰레기는 다시 가지고 돌아오고 여유가 된다면 다른 사람이 버린 쓰레기까지 챙기는 움직임도 늘어나고 있다. 급증한 캠핑 인구만큼 건강한 아웃도어 문화를 만드는 일이 중요한 화두로 떠올랐다.





With &

즐거움엔 끝이 없다,
아웃도어 활동을 더한 캠핑



클라이밍, 라이딩, 카야킹, 요가 등 다채로운 액티비티와 결합한 형태의 캠핑이 뜨고 있다. 방법은 간단하다. 평소 집에서는 즐기지 못했던 대자연 속 활동을 맘껏 즐긴 다음 적당한 사이트에 텐트를 펼쳐서 잠들면 된다. 캠핑의 여유로움과 아웃도어 액티비티의 생동감을 즐길 수 있다는 점이 각광받는 이유다.

투어링 카약 해치에 장비를 싣고 강을 패들링한 후 캠핑을 하는 카약 캠핑, 자전거 패니에어에 짐을 싣고 떠나는 바이크 패킹, 배를 타고 떠나는 섬 캠핑, 오프로드 차량을 이용한 오지 캠핑 등 액티비티와 캠핑의 결합은 얼마든지 다양하게 확장 가능하다. 베테랑 캠퍼들은 캠핑 경험이 쌓여갈수록 캠핑 그 자체에 만족하기보다 다른 활동을

접목하는 확장 수순을 밟게 되는 것이다.

특히 MZ세대에서 액티비티 캠핑에 대한 높은 선호도를 보이는데, 이는 '구경'에서 '체험'으로 우선순위가 변했기 때문이다. 호스트 기반의 취미 여가 플랫폼 프리프이 자체 진행한 설문 조사에서 MZ세대의 72.4%가 휴가 기간 동안 "액티비티에 참여할 예정"이라고 답했다. 프리프 이용자를 살펴보면 2021년 3분기(7~9월) 서핑 프로그램에 대한 판매량은 전년 동기 대비 170% 넘게, 캠핑 프로그램에 대한 판매량은 160% 이상 늘었다. 휴양지 바다에서 주로 즐기던 프리다이빙 역시 약 46% 증가했다. 페스티벌과 결합한 형태의 캠핑 이벤트 역시 2022년 재시동을 걸고 있다. 캠퍼를 위한 페스티벌인 '제이디아아웃도어 인비테이션', 라이더들의 잔치 '카멜 레이스'가 상반기에 열렸고, 아웃도어 전문 매거진 <고아웃>에서 주최하는 '고아웃 캠프'와 같은 행사도 예정되어 있다. 공통된 관심사로 더 다양한 이들을 연결하기 시작한 캠핑 문화는 반복되는 일상의 틀에서 벗어나 넓은 시야와 깊은 경험을 제공할 것이다.

FREELANCE EDITOR 조서형



Camping-Car

외국 영화에서 이런 장면을 본 적이 있을 거다. 울창한 숲에 캠핑카를 세워두고 여유롭게 자연을 즐기는 주인공.
이 모습을 완벽하게 재현할 수는 없겠지만, 비슷한 분위기는 연출할 수 있다. 캠핑카만 있다면.

GUEST EDITOR 김종훈

Motor Home

모터홈은 자동차를 개조한 캠핑카의 통칭이다. RV 차량에 침대와 싱크대, 탁자 등 집 같은 공간을 구축한다. 트럭의 넓은 짐칸에 아예 집 같은 공간을 엮는 경우도 있다. 모두 운전석이 있고, 뒤쪽 공간을 집처럼 꾸몄다고 보면 된다. 차량 크기에 따라, 공간을 꾸민 인테리어 수준에 따라 가격은 천차만별. 수많은 튜닝업체가 카니발이나 포터, 스타리아 등을 토대로 모터홈을 자체 개발한다. 그럼에도 현대자동차가 선보인 모터홈에 관심이 쏠릴 수밖에 없다. 아무래도 완성차 브랜드의 신뢰성과 질감 차이는 무시할 수 없으니까.



현대 스타리아 라운지 캠퍼

최근에 출시한 모터홈이다. '스타리아 라운지 프레스티지' 트림에 캠핑 사양을 적용했다. 세미 타입 11인승과 캠핑 사양을 충실하게 담은 4인승 두 종류. 모터홈답게 제대로 활용하려면 4인승인 '캠퍼 4'가 적절하다. 지붕에는 전동식 팝업 루프가 있고, 차량 우측에는 어닝 시스템을 적용했다. 12.1인치 접이식 통합 컨트롤러 및 모니터, 3열

리클라이닝 벤치, 슬라이드 후방 테이블, 36리터 빌트인 냉장고 및 싱크대 등 다양한 사양을 더할 수 있다. 캠핑 사양을 꽉 채우면 화장실과 샤워실 외에는 완전한 집 같은 공간이 연출된다. '스타리아 라운지 캠퍼'의 최대 장점은 2095mm라는 낮은 전고. 대다수의 지하 주차장을 이용할 수 있다. 그만큼 더 높고 큰 모터홈보다 공간은 적지만, 편리나 활용성 측면에서 국내 환경에 적절하다.

현대 포레스트

소형 트럭 '포터2'를 기반으로 만든 모터홈이다. 현대가 직접 만든 만큼 신뢰성을 담보한다. 최대 4인 가족도 사용할 수 있도록 알차게 꾸몄다. 우선 실내 공간을 전동 방식으로 확장할 수 있다는 점이 특징. 차량 뒷부분이 800mm 늘어나 그 부분을 침실로 활용할 수 있다. 2열 승객석에는 가변 시트를 탑재해 내부 공간 활용도를 높였다. 주행할 때는 일반 시트, 캠핑 시에는 소파, 취침 시에는 침대로 쓸 수 있다. 그 외에도 독립 공간에 화장실과 샤워실을 마련하고, 냉난방기, 냉장고, 싱크대, 전자레인지 등 편의 장비도 추가 적용할 수 있다. 모터홈에 기대하는 거의 모든 걸 채워 넣은 셈. 물론 사양을 넣을수록 그만큼 가격은 올라간다.



Caravan

모터홈은 차량을 새로 구입해야 하는 부담감이 있다. 차량 가격이 포함돼 비싸기도 하거니와 캠핑만 하고 살 수는 없지 않나. 반면 캐러밴은 기존 차량에 달고 다니면서 모터홈처럼 활용할 수 있다. 물론 자동차에 견인 능력이 있어야 하지만, 작은 캐러밴이라면 어지간한 중형 SUV로도 가능하다. 필요할 때만 견인해 사용할 수 있기에 부담도 적다. 게다가 긴 세월 캠핑 전문 공간을 만들어왔기에 구성도 알차다. 아담한 집을 따로 마련해 끌고 다니는 느낌이랄까.



에어스트림 베이스캠프

‘에어스트림’은 가장 유명한 캐러밴이라고 해도 과언이 아니다. 캐러밴이 뭔지 몰라도 항공기 동체를 닮은 매끈한 은색 에어스트림은 어디선가 본 적이 있을 거다. 독특한 형태와 대를 물려 쓰는 내구성 덕에 미국 캐러밴의 대표 모델로 꼽히게 되었다. ‘베이스캠프’는 에어스트림의 엔트리 모델. 가장 작은 크기로 젊은 층을 공략한다. 모양도

기존 에어스트림과 사뭇 다르다. 그럼에도 알루미늄 패널을 리벳으로 접합한 디자인 요소는 유지했다. 베이스캠프는 아웃도어 레저의 ‘베이스캠프’ 역할을 하도록 태어났다. 오프로드 견인에 대응해 지상고를 높이고, 뒤쪽 하부를 깎아 이탈 각도 높였다. 외부에 샤워기를 따로 달아 아웃도어 장비를 씻을 수도 있다. 소형 캐러밴이지만 실내는 알차다. 우선 파노라믹 창이 개방감을 높인다. U자형 주방과 2구 가스레인지, 냉장고를 비롯해 다양한 수납장도 있다. 물론 샤워실 겸 화장실도 있다. 모델은 2가지. 1~2인용인 ‘베이스캠프 16’과 4인용인 ‘베이스캠프 20’이 있다.



에어스트림 밤비

에어스트림의 고유한 형태를 유지한 기본 모델이다. 영롱한 은빛 차체가 그 자체로 훌륭한 소품, 아니 멋들어진 집이 된다. 실내 공간은 세 부분으로 나뉜다. 파노라믹 창 아래로 소파와 테이블이 놓이는 전실이 있다. 침실이 따로 있지만 소파도 침대로 변형된다. 그 옆에 전실 공간을 공유하는 주방이 있다. 2구 가스레인지와 싱크대, 전자레인지, 냉장고, 수납장 등 공간을 효율적으로 활용했다. 화장실에는 무려 단독 샤워 부스가 있다. 침실 역시 폼 매트리스를 깔아놓을 정도로 널찍하다. 이 정도면 아담한 집이라 해도 무방하다. 외국에선 집 대신 캐러밴에서 생활하는 사람도 있으니까. ‘밤비’는 크기에 따라 4가지 모델로 나뉜다. 에어스트림 특유의 외관 디자인과 알찬 구성 덕에 ‘드림 캐러밴’으로 불릴 만하다.



Meal Kit by Chef

조리 환경이 한정적인 캠핑에서 밀키트만큼 반가운 것이 있을까? 셰프 혹은 식당과 협업해 제작한 밀키트와 함께 근사한 한 끼를 완성하자.



EUROPEAN & BBQ

1 '스와니에' 이준 셰프의 세컨드 브랜드 '도우름'의 대표 메뉴 '오징어 먹물 리조토'. 팬에 소스를 끓인 후 리소토를 볶아 조리하는 원 팬 조리 밀키트다. 그리팅.

2 도산공원의 이탈리아 레스토랑 '그랑씨엘'의 이송희 셰프가 만든 밀키트 전문 브랜드 '원테이블'. '프렙 명란 치즈 파스타'는 짭조름한 명란과 치즈의 조화로운 맛이 중독적이다. 그리팅.

3 제주도의 인기 식당 '흑돈가'의 '캠핑 세트'는 삼겹살과 목살부터 가리비, 홍합, 새우 등 해산물 그리고 소시지까지 바비큐에서 가장 사랑받는 음식들을 모았다. 프레시지.

4 아메리칸 프렌치 비스트로 '태번38'의 고병욱 셰프가 시그너처 메뉴 '생면 라구 파스타'를 부드러운 타리아텔레 생면 그대로 담아 밀키트로 출시했다. 캐비아물.

5 클래식한 인테리어와 정통 프렌치 퀴진으로 사랑받는 임기학 셰프의 '레스뽀아 뒤 이부'. 이곳의 '어니언 스프'를 밀키트로 즐길 수 있다. 캐비아물.

6 정두원 셰프가 이끄는 국내 최초 나폴리 피자 전문점 '볼라레'의 '마르게리타 피자'. 프라이팬에 쉽게 조리할 수 있으며 신선한 토마토소스와 쫄깃한 도dough가 특징이다. 캐비아물.



KOREAN & CHINESE

1 부산 영도의 현지인 맛집, 장어 전문점 '가포옛날영도집'과 함께 출시한 '흑산도 장어탕'. 흑산도의 자연산 장어로 육수를 우리고 식당의 비법이 담긴 양념장을 더했다. 프레시지.
2 채식 한정식 레스토랑 '채근담'의 고소한 '들깨칼국수'. 건면을 사용해 국물이 깔끔하고 애호박부터 표고버섯, 감자까지 재료도 푸짐하다. 프레딧.
3 압구정 속성 최고기 전문점 '우미학'의 대표적인 별미인 '차돌 깎두기 볶음밥'을 밀키트로 출시했다. 질 좋은 차돌구이에 특제 소스를 더한 볶음밥을 간편하게 조리할 수 있다. 그리팅.

4 신라호텔 셰프의 손길이 담긴 음식을 캠핑에서 간편하게 즐겨보자. '신라 다이닝 앳 홈'에서 출시한 '프리미엄 떡갈비 구이 세트'. 블랙 앵거스 갈빗살 원육으로 만들었다. 프레시지.
5 프리미엄 중식 레스토랑 '차이797'과 협업으로 선보이는 '해산물 누룽지탕'. 청경채를 비롯한 각종 채소를 신선한 상태로 포장했다. 바삭하고 쫄깃한 누룽지가 별미. 프레딧.
6 1976년부터 사랑받고 있는 '삼원가든'의 노하우를 담은 '서울식 불고기'. 기호에 따라 팽이버섯, 파, 양파 등을 추가하면 더 완벽한 요리가 될 것. 캐비아몰.

캠핑의 철학

당장 생각나는 캠핑 브랜드는 꽤 많지만, 브랜드 간 차별성을 발견하기는 여간 어려운 일이 아니다.

스노우피크는 조금 다르다. 용품의 기능적인 면에 자신만의 철학을 더했다.

‘왜 캠핑을 해야 하는가’라는 질문에 대한 스노우피크의 대답은 이렇다.



김남형 2009년 스노우피크 코리아에 입사한 뒤 2013년 대표이사, 2018년 아시아 영업본부장에 이어 지난달 본사 등기임원이 됐다. 과감한 추진력과 전략으로 엄청난 속도의 승진을 했다. 얼마나 자주 캠핑을 가느냐고 묻자 "팬데믹 이전만 해도 1년에 30박 이상을 꾸준히 해왔는데 요즘은 일에 치여 빈도가 줄었다. 언제든 다시 떠나고 싶다"라고 말했다.

팬데믹 시대가 사람들에게 건넨 몇 가지 기쁨 중 하나가 캠핑이다. 마땅히 갈 데가 없어 마지못해 캠핑을 선택한 이들은 그제야 캠핑의 매력을 알게 됐다. 자연 속에 머무는 기쁨, 인적이 드문 곳이 주는 울림, 숲의 냄새를 맡으며 식사하는 충만감 같은 것들. 캠핑 소비자가 늘면서 브랜드 역시 주목받기 시작했는데, 그중 유독 눈에 띄는 것이 스노우피크다. 전문 캠퍼들 사이에서는 이미 유명했지만 어느 순간 MZ세대 사이에서 입소문을 타더니 현재 가장 주목받는 캠핑 브랜드가 됐다. 캠핑용품은 물론이고, 자체 의류 판매도 반응이 뜨겁다. 이 같은 성과를 이룬 스노우피크 코리아 김남형 대표는 2009년 점장으로 입사, 2013년 대표이사, 2018년 아시아 영업본부장이 되더니 최근에는 본사 등기임원에까지 오른 입지전적 인물이다. “스포츠 매니지먼트 스타트업을 창업했는데, 준비 없이 시작하다 보니 어려움이 많았습니다. 마음이 힘들어 캠핑에 빠지면서 스노우피크를 알게 됐고, 매력을 느꼈어요. 마침 스노우피크 코리아의 채용 공고를 보고 지원해 1호 직영점의 점장으로 시작했지요. 한국과 중국의 캠핑 붐이 일어나던 시점에서 좋은 기회가 많았고, 덕분에 빨리 승진하게 됐습니다.”

예전에 한 캠퍼가 이런 말을 했다. “다른 브랜드에서 스노우피크로는 가도 스노우피크에서 다른 브랜드로는 안 간다”라고. 한 번 써보면 그 가치와 철학에 동의하게 된다는 얘기였다. 스노우피크의 창업자 정신은 ‘우리 스스로가 사용자user’라는 것. 모든 직원을 아웃도어 애호가로만 뽑고, 직원들이 스스로 원하는 제품을 만든다는 생각으로 제품을 기획한다. ‘영구 보증제’도 이런 창업자 정신의 연장선에 있다. ‘영구적으로 쓸 수 있는 제품을 만들겠다’는 다짐이자, 고객이 한 번 제품에 만족하면 앞으로도 우리의 팬이 된다는 확신이다. 고객을 진심 어린 팬으로 만드는 것이 마케팅의 시작이자 목표인 셈이다.

물론 필연적으로 제품은 고가다. 스노우피크를 두고 ‘캠핑계의 에르메스’라고 부르는 건 만들새가 훌륭한 탓도 있지만 비싼 가격 때문이기도 하다. 하지만 이를 단순히 사치나 플렉스 같은 단어로 정리하면 곤란하다. 비싸지만 구매하고 싶은 제품에는 제품에 대한 신뢰와 전망이 담겨 있기 때문이다. “캠퍼의 숙련도와 각각의 환경에 맞는 최고의 제품을 만들기 위해 노력합니다. 엄청난 검증 과정을 거쳐 스스로 부끄럽지 않을 때 소비자에게 내놓습니다. 스노우피크 제품의 가치를 느낄 수 있다면 ‘비싸다’는 평가는 사그라들지 않을까 생각합니다.”

캠핑을 나가는 데는 생각 이상으로 큰 각오가 필요하다. 음식과 도구를 챙기고, 펼치고, 다시 가져오는 일련의 과정들 속에 많은 노동이 필요하기 때문이다. 큰맘 먹고 구입한 캠핑용품들이 창고에 고이 모셔지기 일쑤인 이유기도 하다. 그러니 캠핑 브랜

드의 가장 중요한 마케팅 활동은 고객이 캠핑을 일회성 이벤트가 아닌 꾸준한 습관으로 이어갈 수 있는 환경을 만들어주는 일일지도 모른다.

스노우피크 코리아는 지난 2009년부터 꾸준히 ‘스노우피크 웨이’라는 이벤트를 열어왔다. 유저들과 일행을 캠핑장에 초대해, 2박 3일 동안 스노우피크의 전 임직원들과 함께 캠핑을 하면서 서로 대화하고 경험을 나눈다. 이뿐이다. 꼭 스노우피크 제품을 쓸 필요도 없다. 이 담백한 이벤트가 고객들에게 가장 반응이 좋다. 하긴, 캠핑을 좋아하는 사람들은 캠핑을 즐길 공간과 마음이 맞는 사람들만 있으면 되니까. 팬데믹 기간 동안 잠시 멈췄던 이 이벤트는 올해 7월부터 다시 재개할 예정이다.

“현대사회의 사람들은 물질적으로는 훨씬 풍요로워졌지만 정작 더 많은 스트레스와 사회적인 질병에 노출되고 있어요. 공동체의 유대감도 점차 희미해지고 있죠. 사람들이 느끼는 행복감



‘스노우피크의 성장에 가장 중요했던 아이템을 꼽아달라’는 질문에 그는 고심 끝에 IGT(Iron Grill Table)를 꼽았다. 캠퍼들이 각자의 취향과 용도에 맞게 다변화해 사용할 수 있고, 새로운 제품이나 기존 제품들과의 호환도 가능하다.

이 줄어들고 있는 겁니다. 우리는 이런 지점들이 현재의 문제라고 생각하며, 캠핑이 그 해결책이 될 수 있다고 생각합니다. 우리의 올해 목표는 캠핑 인프라 개선에 힘쓰는 것, 그래서 캠핑을 즐기는 인구가 더 늘어나게 만드는 것입니다. 그중 하나가 캠프 필드 개장입니다. 일반적인 캠핑장의 수준을 훌쩍 넘어서는 대규모 시설로, 내년 봄 개장이 목표입니다.”

10년 뒤쯤의 목표를 묻자 김남형 대표는 5개의 한자를 꺼냈다. 일상과 자연의 경계를 허무는 의의, 새로운 식문화를 제안하는 식食, 삶의 공간을 자연과 가깝게 하려는 주住, 사무 공간의 혁신을 말하는 동働, 여가를 즐기는 놀이를 제안하는 유遊가 그것이다. 그는 이 요소들을 더 발전시키고 구체화하는 것이 목표라고 했다. 10년 뒤쯤에 우리는 스노우피크가 캠핑 브랜드가 아닌, 라이프스타일 브랜드로 성장해 있는 모습을 볼 수 있을지도 모른다.

GUEST EDITOR 이기원 PHOTOGRAPHER 박용빈

Wish List

화창한 날씨와 더불어 신제품 론칭과 프레젠테이션 행사가 늘어나는 요즘. 각 분야 에디터들이 취재 중에 눈여겨본 이달의 신제품을 소개한다.

JIMMY CHOO JEWELRY COLLECTION

지미 추는 구두에 여자의 마음을 설레게 하는 온갖 반짝이는 재료를 아낌없이 사용한다. 그래서인지 '보석처럼 빛난다'라는 수식어가 종종 붙곤 하는데, 이제는 그저 꾸미는 말이 아닌 진짜 보석을 마주할 수 있게 되었다. 슈즈의 영광을 뒤로하고, 주얼리 카테고리를 론칭해 새로운 영역을 펼친 것. 브랜드의 상징인 별 모티프부터 크리스털, 진주, 골드 등 구두의 한 조각을 떼어내 만든 듯 익숙하면서도 참신한 컬렉션을 완성했다.

EDITOR 홍혜선

뱅글 64만 원, 귀고리 30만 원, 목걸이 98만 원, 반지 53만 원,
지미 추(3443-9469)



MISTER MARVELOUS

흥미로운 이야기와 감각적인 이미지를 향으로 표현해내는 브랜드 바이레도에서 새롭게 소개하는 남성을 위한 향수. 자신감과 카리스마 넘치는 현대 남성의 이미지를 후각적으로 승화한 향으로, 산뜻하고 경쾌한 시트러스와 묵직한 우드 향이 절묘하게 어우러진다. 꿀애플, 네롤리 꽃 향을 시작으로 대나무, 라벤더 향으로 이어지면서 앰버와 시더우드로 마무리되는 감각적인 향을 완성한다. 향수 출시를 맞아 세계적인 슈퍼볼 챔피언 오델 베컴 주니어와 함께한 캠페인 비주얼도 함께 감상해보길.
EDITOR 이지형

‘미스터 마블러스 오드 퍼퓸’, 34만 원, 바이레도(3479-1688)



ONE STUD BAG

발렌티노가 줄곧 가방의 퀼팅 패턴 혹은 슈즈 스트랩을 따라 화려하게 세팅해온 ‘락 스테르드’ 장식을 기억할 것이다. 올해 출시한 ‘원 스테르드’ 백을 보면 그 활용법이 남다르다. 좀 더 넓어진 간격의 퀼팅 자수를 수놓았고 그 중심에 단 하나의 스테르드 장식을 적용한 것. 양가죽으로 제작했으며, 슬라이딩 방식의 체인 스트랩을 접목해 숄더백 혹은 크로스 보디 백으로 들 수 있다.

EDITOR 최윤정

‘원 스테르드’ 백, 410만 원, 발렌티노 가라바니(543-5125)



T-BONE ARM CHAIR & ARBOL SIDE TABLE

우아함과 위트가 공존하는 디자인. 세계적 디자이너 하이메 아
온 Jaime Hayon과 유서 깊은 이탈리아 가구 브랜드 체코티 콜
레지오니 Ceccotti Collezioni의 새로운 협업은 정확히 이 사
례를 보여준다. 원단과 색상을 원하는 대로 조합할 수 있는 '티
본' 암체어는 아늑한 착석감을 선사한다. 나뭇가지를 연상시
키는 3개의 상판이 특징인 '아르볼' 사이드 테이블은 다용도로
활용하기 좋다. 작년 9월 밀라노 '살로네 델 모빌레 Salone del
Mobile'를 통해 선보인 제품들로 리아 쇼룸을 통해 국내에 첫
공개됐다. EDITOR 안서경

체코티 콜레지오니의 '티본' 암체어 1460만 원, '아르볼' 사이드 테이블 486만 원,
리아 쇼룸(6480-8950)



MY ARMANI TO GO CUSHION & LIP MAESTRO

아르마니 뷰티를 대표하는 제품이자 베스트셀러인 '마이 아르마니 투 고 쿠션'이 플리세 패턴을 입은 고급스러운 패키지로 새롭게 출시한다. 아르마니만의 쿠티르 감성을 녹인 감각적인 패턴과 시그너처 레드 컬러가 파우치 속에서 존재감을 드러낸다. 또한 한국인에게 잘 어울리는 피오니 코랄 컬러를 적용한 '립 마에스트로'는 밝은 피부부터 어두운 톤의 피부까지 잘 어울려 화사하고 청순한 립 메이크업을 완성한다. EDITOR 정두민

'마이 아르마니 투 고 쿠션' 4만8000원, '립 마에스트로' 4만9000원,
아르마니 뷰티(080-835-0076)



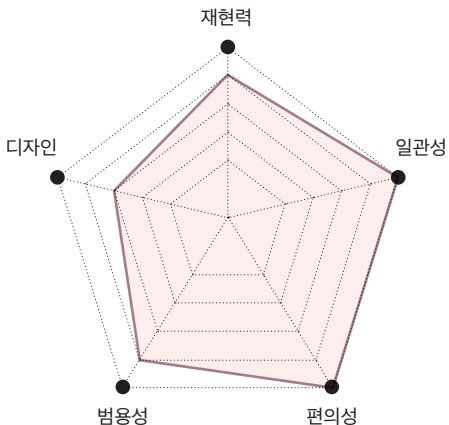
My Best Bean to Cup

맛도 훌륭하지만, 오브제로도 충분히 매력적인 커피 머신 4대. 바리스타들이 직접 써보고 평가했다.



유라 'ENA4'

좋은 커피 맛은 머신의 청결도와 직결된다. 이런 기준에서 원터치 자동 세척 기능은 충분히 매력적이다. 계량스푼, 필터 카트리지, 세척용 알약 등도 제공한다. ENA4의 섬세함은 에스프레소에서 빛을 발한다. 안개 분사 추출 시스템으로 만든 녹진한 크레마와 진한 향은 어떤 전문점 커피와 비교해도 손색 없다. 블랙 커피 전용 머신이기 때문에 라테를 좋아하는 사람들에게겐 비추천.

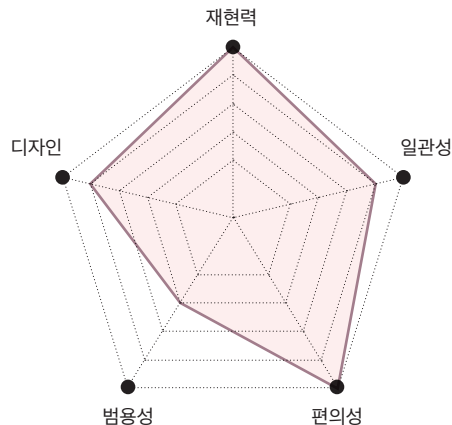


바리스타 이은호 만드는 사람의 의도에 따라 커피 맛이 좌우되는 핸드 드립을 선호한다. 다양한 종류의 커피를 즐기며 그에 어울리는 디저트 페어링까지도 세심하게 고민한다.



발뮤다 '발뮤다 더 브루'

핸드 드립 커피에 진심이라면 모자람이 없다. 드립 전용 커피 머신으로 0.2ml 단위의 물을 정확하게 떨어뜨려 맛의 오차를 허용하지 않는다. 오랜 추출에 따른 잡미를 없애기 위한 출수 기능이 있고, 미리 컵을 데워 온도를 유지할 수도 있다. 물 온도, 드립 속도, 커피양을 결정할 수 있어 사용자의 취향도 배려했다. 다만 오직 드립 커피만을 위한 기계다.

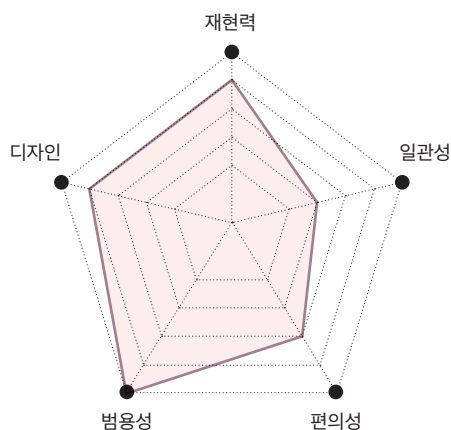


바리스타 김진구 로스팅부터 판매까지 커피의 모든 과정을 섬세하게 조율한다. 커피를 오래 즐겼지만 아직까지 취향을 정하기 힘들 정도로 모든 원두의 개성을 사랑하고 존중한다.



드롱기 '라스페셜리스타'

라스페셜리스타는 정직한 커피 머신이다. 커피에 해박할수록 좋은 맛을 보장한다. 물 온도, 원두 분쇄도, 원두량까지 커피 맛을 결정하는 모든 요소를 입맛에 따라 조절할 수 있다. 즉 원두가 가진 최고의 맛을 낼 수 있다는 점이 매력이다. 스팀까지 가능해 마음만 먹으면 라테 아트까지도 할 수 있다. 기능만큼 부피도 커서 자리를 많이 차지하지만, 그만큼 전문가처럼 보일 수 있다.

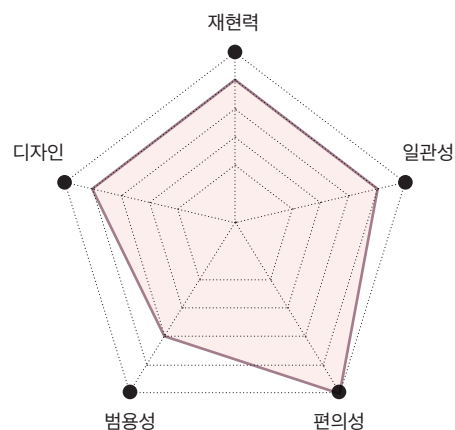


바리스타 박현웅 늘 커피를 곁에 두고 마신다. 구수한 다크 로스팅 원두보다는 산뜻한 라이트 로스팅 원두를 즐기는 편. 아메리카노와 드립 커피를 즐기며 원두의 캐릭터에 집중한다.



네스프레소 '버추오 플러스'

캡슐 커피 머신에서도 풍부한 크레마를 바라는 사람들을 위해 이 기기가 탄생했다. 캡슐 타입에 따라 물량 버튼을 택해야 했다면, 버추오 플러스는 캡슐을 인식해 알아서 물량을 조절한다. 캡슐 투입구도 전자동으로 조작돼 편리하다. 아침에 눈 뜨자마자 잠결에 커피부터 찾는 나 같은 사람에게 필수. 오리지널 캡슐보다 조금 비싼 버추오 전용 캡슐을 구입해야 하는 부분이 아쉽다.



바리스타 김도연 아침에 눈 뜨자마자 커피부터 찾는다. 풍부한 커피 향을 중시하며, 평소 집에서는 조출한 도구로 핸드 드립을 즐기고, 주말이면 라테가 유명한 카페를 찾다닌다.

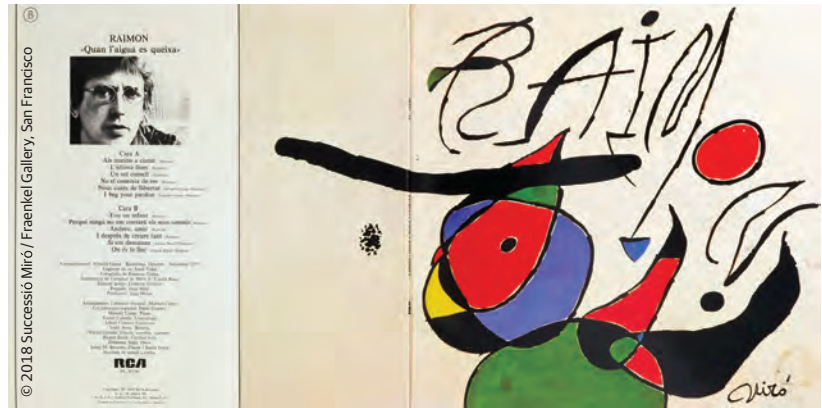
Artistic Vinyl

세계적인 아티스트가 앨범 커버를 화폭 삼아 자신의 아이코닉한 그림을 펼쳐낸 바이닐 8개를 모았다.

GLENN GOULD

<GOLDBERG VARIATIONS>

캐나다의 세계적인 피아니스트이자 바흐 음악의 대가 글렌 굴드가 1955년 발표한 <골트베르크 변주곡>은 지금까지도 그의 대표 명반으로 회자되고 있다. 약 30년 후 이 걸작의 품격이 한층 더 높아졌다. 추상과 구상을 넘나드는 독일 현대미술의 거장 게르하르트 리히터 Gerhard Richter가 100장의 LP에 생동감이 느껴지는 붓질을 더한 것. 작가는 평소 이 앨범에 대한 큰 애정을 드러내곤 했다.



RAIMON <QUAN L'AIGUA ES QUEIXA>

호안 미로Joan Miró는 카탈루냐 음악을 대표하는 아티스트 라이몬의 앨범 <Cançons de la Roda del Temps>의 표지를 작업하며 그와 처음 만났다. 이후로도 가까운 사이를 이어 오던 둘은 앨범 <Quan L'aigua Es Queixa>를 통해 다시 함께하게 된다. 앨범엔 비정형적인 글씨로 쓴 라이몬의 이름과 작가 특유의 밝고 추상적인 도식이 그려져 있다. 이후 라이몬은 '아 호안 미로À Joan Miró'라는 곡을 발표하며 친애하는 아티스트에게 고마움을 표했다.

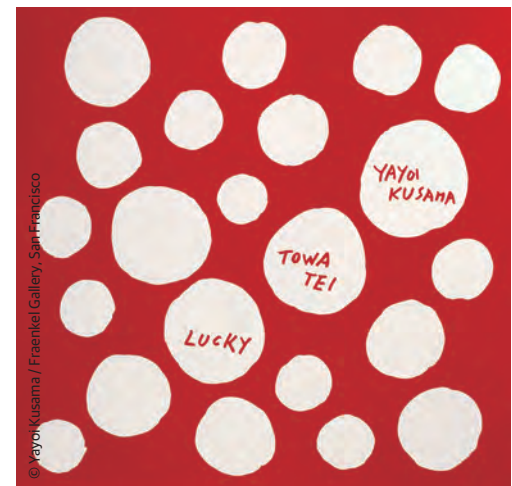


ARETHA FRANKLIN <ARETHA>

음악에 대한 열정을 늘 품었던 앤디 워홀Andy Warhol은 믹 재거, 마이클 잭슨 등 많은 뮤지션의 앨범 커버를 디자인했다. 벨벳 언더 그라운드와 바나나 앨범 커버는 특히나 유명하다. 그래미상을 18차례나 수상한 미국의 전설적인 soul 가수 아레사 프랭클린의 31번째 앨범 <아레사>의 커버 역시 워홀의 손에서 탄생했다. 네온 컬러를 입힌 가수의 초상은 워홀이 뉴욕 드래그 퀸의 초상을 그린 '레이디스 & 젠틀맨' 시리즈와 스타일이 닮아 있다.

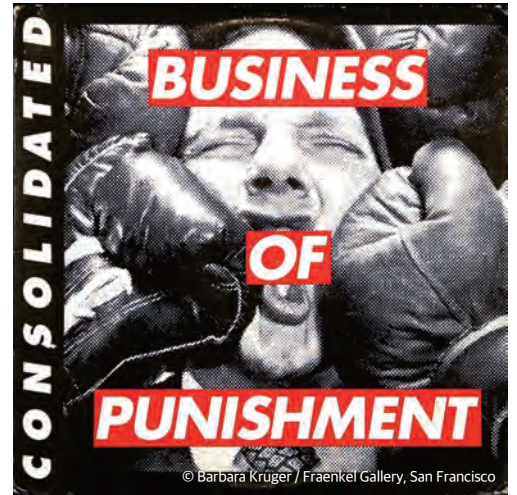
TOWA TEI <LUCKY>

구사마 야요이Kusama Yayoi는 자신의 시그니처 물방울 패턴으로 일본의 유명 디제이 토와 테이의 여덟 번째 앨범 <럭키>의 커버를 꾸몄다. 구사마 야요이가 직접 앨범의 마지막 곡 '러브 포에버Love Forever'에 짧은 시를 낭송하며 피쳐링으로 참여해 더욱 특별하다. 앨범은 사카모토 류 등 일본의 유명 아티스트들이 참여하며 다시 한번 화제를 모았다.



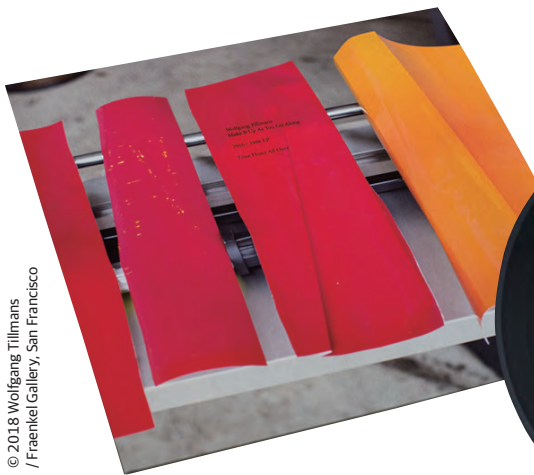
DAVID BOWIE <WITHOUT YOU>

재치 있고 역동적인 캐릭터를 그리는 팝 아티스트 키스 해링Keith Haring은 그의 그림과 닮은 장르인 전자음악, 댄스음악 앨범의 커버를 다수 제작했다. 영국의 전설적인 아티스트 데이비드 보위의 싱글 앨범 <위드아웃 유>에도 키스 해링의 작품이 담겼다. 15번째 정규 앨범 <레츠 댄스Let's Dance>의 네 번째 곡이 1983년 11월 별도의 싱글로 발매된 것. 뒷면에는 뮤지션 전문 유명 포토그래퍼 데니스 오리건Denis O'Regan의 사진이 있다.



CONSOLIDATED <BUSINESS OF PUNISHMENT>

1988년 결성된 미국의 급진적 록 밴드 콘솔리데이티드와 페미니즘, 권력에 대해 다루는 예술가 바버라 크루거Barbara Kruger는 아마 공통점이 많았을 것이다. 1994년 발매한 앨범 <비즈니스 오브 퍼니시먼트>의 앨범 커버는 직장인으로 보이는 인물을 권투 글로브로 거침없이 때리고 있는 확대한 흑백사진 위에 하얀 텍스트가 담긴 붉은색 블록을 배치해 마치 광고판 같은 작가의 아이코닉한 이미지를 완성했다.



WOLFGANG TILLMANS <2016/1986>

2000년 터너상을 수상한 최초의 사진가이자 컬트 사진의 대가 볼프강 틸만스는 3개의 앨범을 낸 음악가이기도 하다. 그의 첫 EP <2016/1986>은 2015~2016년에 녹음한 2곡이 담긴 A면과 1986년에 녹음한 3곡이 담긴 B면으로 이뤄졌다. 10대 시절 베르트 레스만 Bert Leßmann과 함께 녹음했던 곡이 약 30년의 시간을 건너 공개된 것. 5개의 곡은 모두 일렉 기타와 디지털 사운드가 돋보이는 테크노 장르다.



LUCIO AMELIO <MA L'AMOUR NO>

이탈리아의 영향력 있는 아트 딜러 루초 아멜리오의 단 하나뿐인 앨범이다. 가수가 아니었던 그가 세상을 떠난 오랜 친구 요제프 보이스Joseph Beuys에게 헌정하는 앨범을 발매한 것. 요제프 보이스가 생전 좋아했던 1950년대 노래 '마 라무르 노'를 비롯해 총 8곡의 이탈리아 노래를 녹음했다. 앨범 커버는 세계적인 미국 추상주의 화가 사이 트웬블리Cy Twombly가 특유의 휘갈려 쓴 캘리그래피로 완성했다.

EDITOR 한동은

Book + Bar

독서에 곁들이는 술 한잔은 몰입을 돕고 감정을 자극한다.
서울에서 이 소중한 경험을 누릴 수 있는 공간 4곳을 찾아 책과 술의 페어링을 추천받았다.



그래픽 노블 마니아의 성지, 그래픽

- 📍 용산구 회나무로39길 33
- 🕒 평일 오후 4~11시, 주말 오후 1~11시,
월요일 휴무
- ☎ 070-4070-0204

인적이 드문 경리단길 골목, 겉으로 난 창문 하나 없고 심지어 입구도 건물 뒤로 돌아가야 나오는 정체 모를 건물이 있다. 베일에 싸인 그 출입문을 열면, 천창으로 자연 채광이 쏟아지는 아늑한 독립 서점 '그래픽'이 등장한다. 1층부터 3층까지 탁 트인 느낌을 주며 이어지는 보이드 공간이 그래픽만의 내러티브를 완성한다. 그래픽은 오픈 반년 만에 만화책과 아트 북 마니아들의 성지가 되었다. 세계적인 출판사 타센의 아트 북과 굿즈, 500여 권의 그래픽 노블, 마블과 DC 시리즈 전권, 국내 명작 만화책 등을 멋진 공간에서 마음껏 접할 수 있으니 그 인기에 고개가 끄덕여진다.

벽면을 따라 3층까지 이어지는 계단을 오르면, 음료와 주류가 있는 바가 자리한다. 김윤현 매니저는 지친 일상을 위로하는 주말, 이곳에서 완주의 희열을 선사해줄 만화책 <마라톤 N년차>를 읽어볼 것을 권한다. 주인공이 운동 후 들이켜는 시원한 맥주를 곁들이면 완벽한 휴식이 될 것. "마라톤, 등산, 캠핑 등 일상을 풍요롭게 할 만화책을 마련했습니다. 단순히 여가를 즐기는 것을 넘어 새로운 라이프스타일을 제안하는 서점이 되고 싶습니다."





취향을 그려낸 공간, 이젤 커피 앤 바

- 📍 마포구 회우정로20길 22-12 1층
- 🕒 낮 12시~밤 12시, 화요일 휴무
- ☎ 0507-1331-6959

한 사람의 취향과 템포가 오롯이 녹아 있는 공간은 늘 매력적이다. 커피와 와인 그리고 디자인 도서가 있는 '이젤 커피 앤 바'는 편집숍 비주얼 바이어로 일하던 유재학 대표가 자신의 취향으로 꾸려나가는 곳이다. 오래전부터 모아온 토넷 사의 컬러풀한 빈티지 가구들과 건축 폐자재를 재활용해 수공예로 완성한 공예 스톨이 딱 조화롭다. 오래 걸리지만 깊고 진한 풍미가 편안함을 주는 모카 포트로 끓인 커피를 보면, 기다림이 주는 여유 가치를 즐기는 공간임을 짐작할 수 있다. 대표가 직접 읽어보지 않은 책은 절대 소개하지 않는다는 원칙도 흥미롭다. 세계적인 디자인 거장들의 책, 디자인 잡지 등 고가의 수입 예술 서적들은 먼저 살펴보고 구입할 수 있도록 포장지를 모두 제거했다. 유 대표는 우아하고 복합적인 풍미 가운데 스파이시한 끝맛이 스치는 이탈리아 피노 네로 와인 '캄포 로마노'를 '위트가 있는 와인'이라고 소개한다. 각양각색의 맥주, 와인, 위스키 디자인을 볼 수 있는 <패키지드 포 라이프: 비어, 와인 & 스피릿>도 디자이너의 기발한 아이디어를 경험할 수 있는 위트 가득한 책. 와인과 책이 주는 즐거움을 누리고 싶다면 이젤 커피 앤 바가 제격이다.



- 1 다채로운 주류 패키지 디자인을 구경할 수 있는 <패키지드 포 라이프: 비어, 와인 & 스피릿>.
- 2 피노 네로 와인 '캄포 로마노'. 꽃과 과실류의 우아한 풍미와 스파이시 피니시가 매력적이다.



이야기가 무르익는 곳, 책, 익다

- 📍 마포구 와우산로29마길 10-3 2층
- 🕒 평일 오후 7~11시, 주말 오후 3~11시,
화요일 휴무
- ☎ 0507-1391-0315

시간이 흐를수록 농도가 짙어지고 깊이가 쌓이는 것이 있다. 책과 술이 그렇다. 번잡한 홍대 주변 거리에서 가장 고요하게 익어가고 있는 북 펍 '책, 익다'는 책을 읽고, 술이 익고, 사람이 있는 곳. 주로 나를 대면하고 마음속 고민들에 도움을 줄 수 있는 철학, 심리, 인문 소설 등을 소개한다. '영화 익다', '와인 익다' 등 다양한 프로그램을 통해 사람을 모으고 관계를 잇기도 한다. 이곳에서만 볼 수 있는 '날적이'는 손님들이 자신의 하루를 적거나 다른 이에게 질문을 던지는 무지 노트다. 고민과 질문이 빠르게 담겨 있는 노트를 펼쳐 보면 이 공간이 얼마나 많은 이에게 위안을 주는지 헤아려볼 수 있다.

전유겸 대표는 철학자 김진영이 암 투병 기간 중 집필한 책 <아침의 피아노>를 추천했다. "생의 경계에 서 있는 사람만큼 현재를 가장 충실히 살아내는 이는 없지 않을까요? '길은 언제나 곡선이다'라는 구절에서 현재를 바라보는 법을 어렵듯이 배울 수 있다고 생각했습니다." 전 대표는 미국의 버번위스키 ' knob 크릭 스몰 배치'가 이 책과 닮았다고 말했다. 특 쏘는 향과 스파이시한 맛 가운데 은근하게 느껴지는 단맛이 인생의 모습을 투영한다.



인생을 살아가는 법을 배울 수 있는 책
<아침의 피아노>와 인생을 닮은 버번 위스키
' knob 크릭 스몰 배치'의 페어링



DESIGN SPOT

#오늘의숨 #디자인스팟

디자인 스팟은 <럭셔리>, <행복이 가득한 집>, <디자인>, <스타일 H> 등을 발행하는 디자인하우스의 에디터와 마케터가 선별한, 지금 가장 주목할 만한 상업 공간입니다. 카페와 레스토랑, 플래그십 스토어, 편집매장 등 콘셉트와 이야기가 있는 공간을 모아 각 매체의 지면과 SNS를 통해 소개합니다. 디자인 스팟에 대한 다양한 정보는 공식 인스타그램(@designspot.dh)과 네이버 포스트(c11.kr/designspot)에서 확인할 수 있습니다.



품격 있는 문화를 향유하는, 애슐린 서울

- 📍 강남구 도산대로45길 11
- 🕒 오전 11시~오후 9시, 일요일 휴무
- ☎ 516-0316

문화를 사랑하는 업계 리더들이 모이는 런던 애슐린 매종의 각테일 라운지 바, '스완즈'. 이 상징적인 바를 이제 서울에서도 만날 수 있게 되었다. 도산공원 앞에 위치한 '애슐린 서울'이 10주년을 맞아 매장에 미니 스완즈 바를 마련한 것. 아름다운 시각 자료와 높은 퀄리티로 품격 있는 아트 북을 만드는 럭셔리 출판사 애슐린의 도서와 함께 각테일 한잔의 즐거움을 향유할 수 있는 곳이다. 애슐린 매종에서 가장 사랑받는 '애슐린 블러디 메리'를 비롯해 총 6가지 각테일은 런던 매종의 레시피를 그대로 가져왔다.

한영아 대표는 이곳에서 <스완즈>를 읽으며 우아한 커피 향이 일품인 '에스프레소 마티니'를 곁들일 것을 추천한다. 스완즈는 호화로운 요트와 여행지, 궁전 같은 저택에서 파티와 휴양을 즐기는 1950~1970년대 유명인들의 화려한 삶을 엿볼 수 있는 포토 북이다. 책은 어느 곳으로든 데려다준다고 했던가. 미국적인 이미지로 가득한 스완즈 바는 럭셔리한 세계 여행을 허락한다.

EDITOR 한동은 PHOTOGRAPHER 김은지·박성연



- 1 애슐린 런던 매종의 레시피로 만든 '에스프레소 마티니'.
- 2 상류층의 호화로운 삶을 담은 아트 북 <스완즈>.

전통적 그리드 디자인을 반영해 새롭게 선보인
'파샤드 까르띠에 그리드'.



Pasha de Cartier

'파샤드 까르띠에' 위치가 신선한 변화로 다시 한번 위상을 증명한다. 방수 시계의 그리드 디자인을 재해석한 제품부터 참 장식을 더한 제품, 다양한 컴플리케이션 기능을 결합한 제품까지, 선택의 폭이 한층 더 다양해졌다.



'파샤드 까르띠에' 문페이즈 모델, '파샤드 까르띠에' 스텔레온 모델.

파샤 드 까르띠에 그리드

‘파샤’ 워치는 1943년 보호 그리드를 갖춘 방수 시계로 세상에 모습을 드러냈다. 이후 1985년 본격적으로 론칭해 파격과 개성을 상징하는 까르띠에의 아이콘으로 자리 잡았다.

올해 새롭게 출시한 ‘파샤 드 까르띠에 그리드’는 전통적 그리드를 다시 한번 전면으로 내세운 제품. 그리드 디자인은 개성 가득한 ‘파샤’ 고유의 디자인을 강조하는 동시에 시계 전체에 더욱 화려하고 입체적인 효과를 더한다. 까르띠에 매뉴팩처는 그리드를 손쉽게 탈착할 수 있도록 복잡한 스프링을 탑재한 새로운 시스템도 개발했다. 이를 통해 착용자는 시계를 때에 따라 2가지 스타일로 연출할 수 있다. ‘파샤 드 까르띠에 그리드’는 케이스 지름 41mm 크기의 전체 골드 버전 또는 케이스 지름 30mm, 35mm의 주얼리 버전, 총 3가지로 출시한다.

참 장식을 더한 파샤 드 까르띠에

아기자기한 참charm 장식이 ‘파샤 드 까르띠에’ 워치를 보다 개성 있고 특별하게 만든다. 까르띠에의 역사적인 참에서 영감을 받은 ‘두블르 씨Double C’나 하트, 눈 모양 등의 모티프를 작은 펜던트로 제작해 시계 프레임에 장식할 수 있게 한 것. 국내에서는 하트 모양의 참을 만날 수 있다. 시계 전체를 수공 폴리싱 처리해 반짝임을 강조한 매력적인 펜던트들은 전통적 시계의 기능과는 별도로 크라운 커버에 끼울 수 있도록 고안되었다.

참 장식으로 경쾌한 포인트를 준 ‘파샤 드 까르띠에’ 워치.



Matthieu Lavandry © Cartier

컴플리케이션을 탑재한 파샤 드 까르띠에

‘파샤 드 까르띠에’ 워치에 컴플리케이션 기능을 결합한 3가지 신제품이 추가되었다. 먼저, ‘파샤 드 까르띠에 문페이스’는 별을 흩뿌린 듯한 미드나이트 블루 컬러의 문페이스가 다이얼 6시 방향에서 시선을 사로잡는다. 스위스 라쇼드퐁의 까르띠에 매뉴팩처에서 개발 및 제작한 ‘1904 LU MC’ 무브먼트를 탑재했고, 전체 골드 또는 스테인리스스틸 버전으로 만날 수 있다. 까르띠에 파인 워치메이킹을 대표하는 ‘9552 MC’ 칼리버를 장착한 플라이нг 투르비용 워치도 선보인다. 핑크 골드로 제작했고, 다이얼 6시 방향의 투르비용 케이지에서 브랜드를 상징하는 C 모티프를 확인할 수 있다. ‘파샤 드 까르띠에 스켈레톤’은 2가지로 구성했다. 하나는 케이스를 블랙 ADLC 코팅한 스틸 버전으로, 브리지와 핸즈를 슈퍼 루미노바® 처리해 어두운 곳에서도 뛰어난 가독성을 보장한다. 바게트 컷 다이아몬드를 파베 세팅한 화이트 골드 주얼리 버전도 리미티드 에디션으로 출시한다.

그레이 컬러로 만나는 파샤 드 까르띠에

블루 핸즈와 매력적인 대비를 이루는 짙은 그레이 컬러의 ‘파샤 드 까르띠에’도 새롭게 선보인다. 오리지널 ‘파샤 드 까르띠에’는 물론 크로노그래프 버전으로도 만날 수 있다.



Olivier Anaud © Cartier

짙은 그레이 컬러의 ‘파샤 드 까르띠에’.

FREELANCE EDITOR 이선화 COOPERATION 까르띠에(1566-7277)

‘럭셔리’는 눈에 보이는 호사나 물질적인 사치를 의미하는 단어가 아닙니다.
물질을 앞서는 정신의 풍요, 그 중요성을 인식하고 삶을 의미 있게 만들려는 노력이 진정한 럭셔리입니다
<럭셔리>는 명품의 진정한 의미와 예술이 주는 감동을 통해 여러분의 품격을 올려드리는 잡지입니다.

LUXURY DOES NOT ONLY MEAN SOMETHING THAT LOOKS EXTRAVAGANT.
THE TRUE MEANING OF IT IS THE VALUE OF A LIFE THAT PURSUES
THE EXTRAVAGANCY IN ONE’S MIND RATHER THAN MATERIAL ABUNDANCE.
<LUXURY> IS NOT SOLELY HIGH FASHION, BEAUTY AND LIVING BUT ALSO HAS REMARKABLE CONTENTS
RELATED TO THE ART AND CULTURE INSPIRING PEOPLE.



지하 저장고를 그대로 옮겨 놓은 듯 완벽한 퍼포먼스
스메그 클래식 와인셀러

From ITALY

·SMEG CHEONGDAM FLAGSHIP STORE

·HYUNDAI PANGYO ·HYUNDAI DAEGU ·LOTTE MAIN ·LOTTE GWANGJU

·SHINSEGAE GANGNAM ·SHINSEGAE DAEJEON ·SHINSEGAE DAEGU ·SHINSEGAE CENTUMCITY

www.smegkorea.com



CLARINS

NOW
FOR
YOUR
EYES



Double Power Double Serum Eye

아이세럼과 아이크림을 한 병에 담은
파워풀 안티에이징*

클라랑스 더블세럼 아이