**Press Release**

<담당자>

안주연 팀장(02-6048-5488) 김지민 과장(02-6048-5610)

“데이터로 검증된 K-뷰티, 면세에서 만나다”

신세계면세점X화해, ‘FW시즌 K-뷰티 특별전’ 진행…외국인 매출 56%↑

**■화해 평점 4.5 이상 보습·글로우 뷰티템 엄선…FW시즌 맞춤형 큐레이션**

**■ 43개 K-뷰티 브랜드 지원, 누적 매출 14억5천만원 달성, 외국인 매출 전월비 56% 증가 등**

**■中 중심에서 美·베트남 등으로 구매국가 다변화…글로벌 확산세 뚜렷**

(신세계면세점=2025/10/14)

신세계면세점은 국내 대표 뷰티 플랫폼 화해(화해글로벌)와 함께 올 가을·겨울 시즌을 맞아 ‘FW시즌 K-뷰티 특별전’을 진행한다.

이번 행사는 양사가 올해 3월 체결한 전략적 업무협약(MOU) 이후 세 번째 공동 기획전으로, 화해 평점 4.5점 이상 인기 제품만을 엄선한 보습 중심 스킨케어 및 글로우 메이크업 아이템을 선보인다.

‘신세계가 Pick한 화해 ★4.5 FW 뷰티템’이라는 타이틀로 진행되는 기획전은 11월 30일까지 명동 본점, 인천공항 1·2터미널점, 공식 온라인몰에서 만나볼 수 있다. 기획전 기간 동안 제품 구매 시 본품을 사은품으로 증정하는 등 풍성한 혜택도 함께 제공한다.

이번 협업은 데이터 기반 소비 트렌드 분석과 유통 인프라를 결합한 대표적인 K-뷰티 성공사례로 꼽힌다.

신세계면세점과 화해는 앞서 진행된 1·2차 특별전을 통해 총 43개 브랜드를 지원했으며, 누적 14억 5천만원의 누적 매출액을 달성했다. 특히 1차 행사(4월 18일~6월 30일)에서 외국인 매출은 전월 동기(2월 3일~4월 17일) 대비 56% 증가했다.

국적별 비중을 보면, 1차 중국(51%) 중심, 2차(7월 1일~9월 9일)에서는 중국(45%) 다음으로 미국(17%)·베트남(12%) 등 다변화되는 양상을 보였다. 이는 K-뷰티에 대한 글로벌 관심이 확산된 것은 물론, 신세계면세점이 명동·공항·온라인몰을 아우르는 유통망을 기반으로 다양한 국가 고객을 흡수하고 있음을 나타냈다.

신세계면세점은 화해의 AI 리뷰 분석 서비스 ‘리뷰토픽(Review Topic)’을 도입, 실제 화해 고객들이 남긴 리뷰를 AI가 분석해 상품의 특징과 고객이 느낀 장단점을 한눈에 보여주는 큐레이션 정보를 제공하고 있다.

명동점 10층 화해 코너에서는 각 제품 이름표에 리뷰토픽 정보가 표시되어 있으며, 신세계면세점 온라인몰 상세페이지에서도 각 제품에 대한 성분 구성, 화해 AI가 분석한 리뷰 등 세부정보를 바로 확인할 수 있어 오프라인과 온라인을 아우르는 데이터 기반 K-뷰티 쇼핑 경험을 선사한다.

신세계면세점 관계자는 “화해와의 협업은 데이터 기반으로 검증된 인기 제품을 전 세계 고객에게 소개하는 대표적인 K-뷰티 플랫폼 협력 모델”이라며 “앞으로도 글로벌 고객의 신뢰를 바탕으로 한국 뷰티 브랜드의 해외 확산을 선도해 나가겠다”고 말했다.

###