

애경, 프리미엄 샴푸 시장 유혹!

고소영 등 빅모델 앞서워 경쟁 ... 뷰티용품으로 인식되면서 급성장

프리미엄 샴푸 경쟁이 프리미엄 모델 전쟁으로 번지고 있다.

애경산업은 최근 영화배우 고소영을 자사의 고급 샴푸 브랜드인 <케라시스 헤어클리닉 시스템>의 간판모델로 전격 기용했다.

이에 따라 이미연(럭스), 전지현(엘라스틴), 고소영(케라시스) 등 당대 톱으로 군림하고 있는 여배우들이 프리미엄 샴푸 광고로 맞붙게 됐다.

프리미엄 샴푸 시장에서 빅 모델을 제일 먼저 쓴 곳은 LG생활건강이었다.

<엘라스틴>을 선보일 때 이영애, 전지현을 Two Top을 내세운 광고를 퍼부으며 빅모델 경쟁에 불을 당겼으며, 이어 2002년 11월에는 유니레버 코리아가 슈퍼 프리미엄급을 표방한 <럭스 수퍼 리치>를 내놓으면서 이미연을 얼굴로 삼았다.

태평양 <헤어팩 나노테라피>도 Top 토탈트 김현주를 모델로 광고를 내보내고 있다.

이번에 고소영마저 가세함으로써 샴푸 시장전이 모델전이 되고 있으며 이에 따라 모델료도 치솟고 있다.

이미연은 <럭스 수퍼 리치> 모델로 나서면서 최소 4억5000만원을 받아 샴푸 모델료를 경총 끌어올렸고, 이어 고소영은 이번에 1년에 6억원이라는 거액으로 화장품, 생활용품류를 통틀어 최고 대우를 받았다.

광고계 관계자는 샴푸시장이 프리미엄 샴푸 중심으로 재편되고 샴푸가 생활용품에서 뷰티용품으로 인식되면서 샴푸부분이 빅모델 경쟁무대로 변하고 있다고 설명했다.

현재 생활용품 업계에서 가장 시장경쟁이 가장 치열한 프리미엄 샴푸 시장은 2000년 400억원에서 2002년 1000억원대로 급성장했다.

<Chemical Journal 2003/04/22>