



FitLine 크레아틴 플러스

근력 운동 시 운동 수행 능력 향상을 위하여



2026년 4월 1일 발행 제1권 제2호 동권 215호 • 등록번호 간부 B100202 • 등록일자 1995년 8월 17일 • 발행공급처 (주)김앤미디어 서울 강남구 논현동 81길 5 2층(연산동 나래빌딩) TEL : (02)555-3161 FAX : (02)555-4032

다이렉트셀링 2026. No. 215

김 & 김 Kim & Kim Media Co., Ltd.

www.pmi-korea.com

제품의 유형 : 건강기능식품 / 제조국 : 독일 / 수입판매업소명 : 피엠인터내셔널코리아

Experience results

Since 1995

Spring

DS Direct Selling 다이렉트셀링



2026. No. 215

맨디코리아 김영삼 회장
엔젤타 김재혁
편라이더 장유태&강리하

Beauty DS Showcase
RADIANSOME 100 MICROFLUIDIZER
LumiSpa iO
EP SKINBOOSTER
MIRACLE DIAMOND PEEL
Telomera

Wellness DS Showcase
프리미엄 뉴패밀리 면역젤리
X-FORMULA
PowerCocktail
CoQ10 ESSENTIAL

면역에서 광채까지
봄 루틴의 중심, 비타민C

성장을 넘어 '시스템 전쟁',
2026년 직접판매업계 전략 키워드

“우리가 길러서 우리가 만든다”

2026 봄, 코스메슈티컬이 제안하는
피부 자생의 미학

ISSN 1599-5542



9 771589 554007

NU SKIN.



글로벌 No. 1

뷰티 앤 웰니스 디바이스 기업 (2년 연속)



MIRACLE DIAMOND PEEL PROGRAM

미라클 다이아몬드 필 프로그램

피부에 빛나는 보석을 선물하세요
다이아몬드 필 | 미라클 리뉴밍 에센스 | 미라클 리뉴밍 크림 | 미라클 카밍밤 크림



CHARIS

www.renecell.com TEL. 1644-3066

RENE(+)CELL

Make it through SomaTech™

New U Life는 30년 이상의 건강 솔루션 연구와 혁신적인 SomaTech™ 기술을 바탕으로, 미국, 캐나다, 아시아, 유럽 등 전 세계 16개국에 호르몬 헬스 솔루션을 제공하는 글로벌 기업입니다.

자연과 과학의 조화로 건강한 라이프스타일을 선도하는 New U Life는 대표 제품 SomaDerm®을 통해 누적 7억 병 판매라는 놀라운 성과를 이루며, 전 세계 소비자들의 신뢰를 받아왔습니다.

앞으로도 New U Life는 SomaTech™의 기술력을 기반으로 끊임없는 혁신을 이어가며, 글로벌 웰빙 시장을 선도하는 브랜드로 나아갈 것입니다.



NEW U LIFE

뉴유라이프코리아 유한회사
호르몬 헬스 전문 기업

대표전화_1544-6898 | 홈페이지_www.newulife.com

UNICITY

잠

들기 어렵다면?
을 자주 깬다면?



몸이 기억하는 개운함
당신의 **토털 수면 건강 솔루션,**
유니시티 슬립 에센셜



수면 건강 솔루션
수면 건강에 도움을
줄 수 있는 아쉬아간다추출물



스트레스로 인한 긴장 완화
스트레스로 인한 긴장 완화에
도움을 주는 테아닌



국내 유일 복합 포뮬라
아쉬아간다추출물, 테아닌, 비타민D,
마그네슘, 아연 (25년 1월 기준)

<다이렉트셀링> 제31권 제2호 통권 215호

발행 2026년 4월 1일
 등록 1995년 8월 17일
 등록번호 강남 바00262
 정가 15,000원
 발행처 (주)김앤김미디어
 주소 서울시 강남구 논현로 81길 5 나래빌딩 2층
 대표전화 555-3161
 팩스 555-4032
 인쇄인 한국씨티에스 배성한

본지는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수합니다.
 본지는 한국잡지협회의 잡지판매공정경쟁규약을 준수합니다.
 본지는 한국잡지윤리위원회의 제반규정을 준수합니다.
 © 본지에 수록된 모든 사진, 일러스트, 기사의 전재 및 복사는 본사의
 허락없이 옮겨 쓸 수 없습니다.

P.12

Season News



P.18

Special Interview



FEATURE

- 12 **Season News**
면역에서 광채까지
봄 루틴의 중심, 비타민C
- 16 **Editor Story**
- 18 **Special Interview**
댄다코리아 김영삼 회장
- 24 **DS News**
성장을 넘어 '시스템 전쟁',
2026년 직접판매업계 전략 키워드
- 28 **숫자로 보는 직접판매산업**
- 32 **Source**
“우리가 길러서 우리가 만든다”

BEAUTY

- 36 **Season Beauty Item**
2026 봄, 코스메슈티컬이 제안하는
피부 자생의 미학
- 40 **Beauty DS Showcase**
리만코리아, 뉴스킨코리아, 애터미, 카리스, 지쿰

WELLNESS

- 52 **Column**
양평경희통합의원 · 한의원 엄두영 원장
봄철 건강관리, 면역보다 먼저 '리듬'을 점검하라
- 54 **Season Wellness**
'원료'와 '장'이 만드는 보이지 않는 방어선

P.40

Beauty DS Showcase



수분 유지와 모공 케어를 한 번에 보습 매끈 병풍 클렌저

ICD 밸런싱 젤 클렌저



아이씨디 헤리티지 원료가 형성하는
촉촉한 수분 보습



사용 직후 45% 개선*
모공 타이트닝(탄력)



피부 본연의 건강함을 위한
pH 미산성 클렌저

*시험기관 (주)글로벌표준인증원 GSC안티에이징랩
 *시험기간 2025년 08월 25일~2025년 09월 26일 | 시험대상자 만 19세 이상 65세 미만의 성인 여성 30명 *일시적 효능에 한함



리만을 바로가기

홈페이지 www.directsellingkorea.com
 기사 및 문의 ds@directsellingkorea.com
 인스타그램 @directsellingkorea
 발행인·편집인 publisher 김주혜
 에디터 editors 권영오, 최민호, 두영준, 공병현, 전재범, 유승우
 책임디자이너 lead designer 박기량
 디자이너 designer 장소희
 경영지원 administration dept 김정은
 사진 photograph 바시움 스튜디오

P.58 Wellness DS Showcase



58 **Wellness DS Showcase**
 매니스, 인큐텐, 피엠인터내셔널코리아,
 매나테크코리아

PEOPLE

68 **Interview**
 엔젝타 김재혁 플래티늄
 20대가 읽어낸 '엔젝타'의 시간·소득 자유 해법

72 **Interview**
 썬라이더다이렉트코리아 장유태&강리하 아이콘
 "혼자였다면 여기까지 오지 못했을 것"

LIFESTYLE

76 **2026 Spring Item**

82 **Travel**
 기업 행사를 위한 완성형 MICE 도시 '홍콩'

P.68 Interview



P.76 2026 Spring Item



P.82 Travel



이마주름 감소
-18.07%

눈가주름 감소
-7.51%

THE CELLIN Heritage Cure

**피부과학으로 완성된 안티에이징
더셀인 HC 에센스**

팔자꺼짐 개선
+20.77%

입가주름 감소
-14.15%

목주름 감소
-14.21%

14일의 피부변화
단, 1회 사용만으로도 달라지는 피부

독자개발 및 특허성분 9종 함유, 줄기세포 배양액 화장품

제품 효능 설문 평가결과

제품 사용 2주후 효능평가 : 연구대상자의 약 95%~100%가 긍정적 응답
 (목주름개선 100%, 이마주름개선 100%, 눈가주름개선 95.45%, 입가주름개선 95.45%, 팔자주름볼륨 95.45%, 눈가 및 입가 리프팅 100%, 피부속부터 탄탄함 100% 외)
 KRSC 한국피부임상연구센터/ 2022.10.04~10.20/ 48-59세여성 22명

※ 실제 제품의 임상시험결과를 AI 생성형 모델에 활용한 광고 이미지입니다.

이제 고민하지 말고 라라소닉 하세요.

SM-2000Q(라라소닉)

1초에 120만번 이상 미세하고 정밀하게 진동 하여
피부 속으로 전달 되며 근육통완화에 도움을 드릴 수 있습니다.



LALA KOREA
INTERNATIONAL

라라코리아인터내셔널(주) 경기도 성남시 분당구 성남대로916번길 11, 7층 701호(야탑동, 글라스타워)
고객센터 : 1544-9886 www.lalakorea.kr

AWONALPHA

국내결제 | 해외결제 | 간편결제 | 개인간결제 | 휴대폰결제 | 단말기결제

맞춤형 결제수단, 수수료, 한도 걱정없는
(주)에이원알파와 함께하세요!



 AWONALPHA

www.awonalpha.com

pgsales@awonalpha.com

문의 전화 1661-5893

면역에서 광채까지 봄 루틴의 중심, 비타민C

봄은 면역과 피부가 동시에 흔들리는 계절이다. 일교차, 미세먼지, 자외선 증가로 몸과 피부의 균형이 무너진다. 피로와 잔감기, 톤 저하와 잡티 고민이 겹치는 시기. 이 복합적인 환절기 신호에 가장 직관적으로 대응하는 성분이 비타민C다.



봄이 오면 면역이 먼저 흔들린다

봄은 회복의 계절처럼 보이지만 실제로는 면역 균형이 가장 쉽게 무너지는 시기다. 낮과 밤의 기온차, 황사, 미세먼지, 꽃가루 증가는 호흡기 부담과 피로감을 키우고 잔감기 증상을 반복시키는 요인이 된다. 활동량 증가로 체력 소모가 늘어나는 것도 면역 저하를 가속화한다. 이런 환경에서 비타민C는 가장 기본적이면서도 신뢰도가 높은 선택지다.



Direct Selling / 2026. No. 215 / SPRING



면역에서 피부 관리로 확장되는 역할

비타민C는 이제 감기 예방용 영양소를 넘어 피부 건강의 기초 성분으로 재해석되고 있다. 콜라겐 합성에 필수적인 조효소 역할과 활성산소 제거 기전이 축적되면서 이너뷰티 영역에서의 존재감이 빠르게 커지고 있다.



톤 리셋과 항산화, 봄 스킨케어의 출발점

봄 시즌 스킨케어 키워드는 '톤 리셋'이다. 자외선 지수 상승과 미세먼지로 인한 산화 스트레스 누적은 잡티와 칙칙함, 피부톤 불균형을 빠르게 드러낸다. 비타민C는 멜라닌 생성 경로 조절과 항산화 작용을 동시에 수행하며 봄철 톤 케어의 핵심 성분으로 자리 잡고 있다. 최근에는 고농도 중심에서 벗어나 안정화 기술과 유도체 개발을 통해 자극 부담을 낮추면서도 장기적인 톤 균형 관리가 가능한 제품군이 확대되는 추세다.



섭취와 바름을 연결하는 대표 이너&아우터 성분

비타민C는 건강기능식품 영역에서는 면역과 피로 관리, 뷰티 영역에서는 톤 케어와 광노화 관리의 핵심 원료로 동시에 작동한다. 하나의 성분 스토리로 섭취와 스킨케어 루틴을 연결할 수 있다는 점에서 계절 마케팅과 라이프스타일 큐레이션 모두에 적합한 원료로 평가받고 있다.



“고함량보다 중요한 것은 흡수율과 안정성”

비타민C 시장의 경쟁 구도는 빠르게 변화하고 있다. 과거 고함량 중심 설계가 주류였다면, 최근에는 체내 흡수 한계와 위장관 자극 가능성, 산화 안정성 문제를 개선하기 위한 기술 경쟁이 본격화되고 있다. 리포솜화, 지속 방출형, 에스터형 유도체, 미세캡슐화 등 다양한 전달 기술이 적용되며 장기 섭취와 민감 소비자층까지 시장이 확장되고 있다. 광채 회복을 아우르는 봄철 라이프스타일 루틴 성분으로 재정의되고 있다. 봄은 몸과 피부가 동시에 리셋되는 계절이다. 그리고 그 중심에는 비타민C가 있다. **DS**

사람과 제품, 그리고 삶의 이야기

이 잡지를 만들어 오면서 우리는 한 가지 목적을 가지고 있었습니다. 직접판매산업을 있는 그대로 기록하고 전달하는 것이었습니다. 그동안 이 지면에는 기업의 전략이 있었고, 시장 변화에 대한 분석이 있었고, 업계의 고민과 논쟁도 담겨 있었습니다. 그 기록은 여전히 중요합니다. 그리고 앞으로도 계속 이어질 것입니다.

하지만 오랜 시간 이 산업을 지켜보면서 한 가지 생각이 점점 더 분명해졌습니다. 직접판매산업을 움직이는 것은 결국 사람이라는 사실입니다.

누군가는 이 일을 통해 새로운 삶을 시작했고, 누군가는 제품 하나로 자신의 건강을 바꾸었으며, 누군가는 작은 사업에서 인생의 방향을 찾았습니다.

그리고 그 이야기들은 숫자나 통계보다 훨씬 더 큰 힘을 가지고 있습니다. 그래서 이번 호부터 DS는 조금 다른 시도를 해보려 합니다.

업계를 이루고 있는 사람들의 삶을 보여주고, 그들이 선택하고 사용하는 좋은 제품과 라이프스타일을 화보와 스토리로 담아보려 합니다.

직접판매는 단순히 물건을 파는 산업이 아니라 사람의 삶을 연결하고 변화시키는 문화이기도 하기 때문입니다. 물론 아직은 시작 단계입니다. 어쩌면 낯설게 느껴질 수도 있습니다.

하지만 우리는 믿습니다.

이 산업의 진짜 이야기는 바로 사람과 제품, 그리고 삶의 변화 속에 있다는 것을.

이 새로운 시도가 업계를 조금 더 깊이 이해하는 계기가 되고 직접판매의 가치가 더 많은 사람들에게 자연스럽게 전달되는 작은 출발점이 되기를 바랍니다.

앞으로도 DS는 이 산업을 기록하고, 사람들의 이야기를 담고, 그리고 새로운 가능성을 함께 찾는 잡지가 되겠습니다.

발행인 김 주 혜

BEAUTY

2026 봄, 코스메슈티컬이 제안하는 피부 자생의 미학

리만코리아 / 뉴스킨코리아 애터미 / 카리스 / 지킴

FEATURE

Special Interview
덴다코리아 김영삼 회장

성장률 넘어 '시스템 전쟁',

2026년 직접판매업계 전략 키워드
숫자로 보는 직접판매산업

“우리가 길러서 우리가 만든다”
애터미

PEOPLE

엔잭타 김재혁 플래티늄
20대가 읽어낸 '엔잭타'의 시간·소득 자유 해법

썬라이더다이렉트코리아 장유태&강리하 아이론
“혼자였다면 여기까지 오지 못했을 것”

WELLNESS

양평경희통합의원·한의원 임두영 원장

봄철 건강관리,
면역보다 먼저 '리듬'을 점검하라

'원료'와 '장'이 만드는 보이지 않는 방어선

매니스 / 인큐텐

피엠인터내셔널코리아 / 매나테크코리아



KIM
YEONG
SAM President



고비를 넘을 때마다 관록이라는 게 생긴다. 아무리 나이를 먹어도 스스로 길을 개척해본 적이 없다면 관록이란 생기지 않는다. 바닥에 가본 사람이라야 바닥을 이야기할 수 있고, 정상에 서본 사람이라야 정상에 대해 말할 수 있다.



내공

관록과 더불어 인간의 나이에 덧붙일 수 있는 것이 지혜다. 대체로 지혜란 타인을 아는 것을 말한다. 옛날에는 사람을 볼 줄 안다는 말이 곧 지혜롭다는 뜻으로 쓰였다. 관록에 지혜가 더해지면 내공이 된다. 온갖 곡절과 굴곡을 넘어오는 과정에서 페이스트리처럼, 밀피유나베처럼 터러는 라자냐처럼 관록과 지혜가 켜켜이 덧대졌을 것이다.

잘하는 말은 흠을 남기지 않는다고 했다.
아무리 귀를 쫓긋 세우고 들어봐도
꼬투리를 잡을 수 없다면 달변이다.
말로써 마음을 어루만질 줄 안다는
거니까. 말은 입에서 나오지만 그 준비는
두뇌에서 이루어진다. 두뇌와 입술, 혀의
유기적 관계가 명강의를 만든다. 하지
않아도 될 말과 해야 할 말을 구분하기가
스피치의 출발이란다.

1타 강사



패셔니스타

타인에 대한 가장 정중한 예의는 패션이다. 물론 자신의 평범함에 반짝반짝 별을 달아주는 행위이기도 하다. 고관대작들이 의관을 정제한 것과, 조상을 모시기 전 목욕제계 하고 몸과 마음을 가다듬는 것도 다 그 때문이다. 화려하게 입을 필요는 없지만 깔끔하게 그리고 단정하게. 이 남자처럼.



독서광

그는 독서하는 인간이다. 알다시피 인간이 습득한 모든 지식은 남의 거다. 남에게서 빌려온 것으로 나를 성장시킬 수 있는 유일한 방법은 독서다. 독서는 입력 작용이고, 말과 글은 출력이다. 빈 컴퓨터에 프린터를 연결해봤자 나오는 건 백지뿐이다. 설원처럼 맑고 깨끗해 티끌 한 점 없는 빈 머리로 할 수 있는 것은 생리작용 이외에는 별로 없으니까. **DS**



성장률 넘어 ‘시스템 전쟁’, 2026년 직접판매업계 전략 키워드

2026년을 향한 직접판매업계의 메시지는 분명하다. 기술과 제품 경쟁력을 기반으로 하되, 궁극적으로는 ‘사람’과 ‘구조’, ‘실행력’에 방점을 찍겠다는 선언이다. 1분기 열린 주요 기업들의 킥오프와 트레이닝 행사는 각 사의 철학과 성장 전략을 압축적으로 보여주며, 2026년을 체질 개선과 외형 확장의 분기점으로 규정했다.



“We Make it Count”… 행동으로 증명하는 성장

피엠인터내셔널코리아는 지난 2월 10일 인천 송도 컨벤시아에서 ‘2026 킥오프 코리아’를 개최하고 글로벌 모토 ‘We Make it Count’를 공개했다. 독일 본사 피엠인터내셔널의 APAC 최고영업책임자 마커스 샌드스트롬이 기조 연설을 맡았다. 행사에는 현장 4,000명, 온라인 2만 6,000명이 동시 접속하며 높은 결집력을 보였다. PMI는 2025년 글로벌 매출 40억 달러(한화 약 5조 8,000억 원)를 달성하며 25% 성장했다. APAC 매출 비중은 50%를 상회한

다. 오상준 대표는 한국 시장이 3개월 연속 38% 이상 성장했다고 밝히며, 2026년 7% 성장 목표에 청신호가 켜졌다고 설명했다. 또한 본사 회장 로프 소르그가 약속한 ‘제품당 평균 3.3% 포인트 추가 지급’을 한국 시장에서는 평균 3.6% 수준으로 확대 적용할 것이라고 밝혔다. 인센티브 투어, 글로벌 행사, 프로모션 강화 등 보상 중심 전략과 함께, 한국 DSC 운영 모델을 글로벌 벤치마킹 사례로 확산시키겠다는 의지도 드러났다.

피엠인터내셔널코리아 ‘2026 킥오프 코리아’

Direct Selling / 2026. No. 215 / SPRING

“기술보다 사람,
속도보다 구조”

니오라코리아는 지난 1월 21일 서울 이태원에서 ‘2026 파워 스타트 트레이닝’을 열고 한국 시장 재도약 전략을 공유했다. 이번 행사에는 창업자이자 회장인 제프 올슨과 국제 사업 총괄 앨런 부사장이 직접 방한해 글로벌 비전과 한국 특화 전략을 제시했다. 제프 올슨 회장은 현재 직접판매산업을 “격변의 전환 시점”으로 진단하며, 기술 진보와 문화 변화 속에서 ‘진짜(Real)’와 ‘Make People Better’라는 기업 철학이 지속성의 기준이 될 것이라고 강조했다. 특히 한국 소비자 특성에 맞춘 건강기능식품을 연내 독점 론칭하고, AI 기반 피부 진단 시스템과 맞춤형 통신 상품까지 순차적으로 선보일 계획을 밝혔다. AI 피부 진단 시스템은 미국에서 이미 도입된 모델로, 브랜드 파트너 상담 과정에서 활용 가능한 사업 도구로 고도화된다. 또한 고객이 통화문자-데이터를 직접 설계하는 선택형 통신 상품도 준비 중이다. 2025년 매출은 전년 대비 47% 성장했으며, 글로벌 1만 2,000명 이상 신규자가 배출됐다. 김희나 지사장은 2026년 키워드로 ‘마력(魔力)’을 제시하며, 단순 속도 경쟁이 아닌 구조적 성장과 복제 가능한 시스템 구축을 강조했다. 목표는 기본 26% 성장과 리크루팅 2% 확대. “작은 실행이 구조를 바꾼다”는 메시지가 행사 전반을 관통했다.



니오라코리아 ‘2026 파워 스타트 트레이닝’





Direct Selling / 2026. No. 215 / SPRING

사명 변경과 플랫폼 확장 선언



기존 이룸헬스케어는 '해밀리헬스(Hemily Health)'로 사명을 변경하고 글로벌 토탈 헬스케어 플랫폼으로의 전환을 선언했다. 2월 10일 송도에서 열린 컨벤션에는 1,500여 명이 참석했다. 회장 황성주 박사는 브랜드 '라이프밀(Life-meal)'을 공개하며 8세대 이문 포물러와 정밀 유전체 분석 기업 EDGC 인수를 통한 메디컬 플랫폼 확장을 제시했다. 진단-예측-치료-관리로 이어지는 데이터 기반 통합 구조가 핵심이다. 박예성 대표는 '2방향·4정책·2훈련·2여행'의 10대 전략을 발표하며 미국·중국·몽골을 잇는 '원 서버' 시스템 구축을 예고했다. 또한, 2박 3일 체험형 건강 프로그램과 90일 디지털 관리 솔루션을 결합해 제품 중심에서 서비스-플랫폼 중심으로의 체질 전환을 추진한다. TLC 헬스케어를 통한 전문의 상담, 병원 동행, 예약 대행 등 의료 편의 서비스도 강화해 단순 건강식품 기업을 넘어 의료 지원 플랫폼으로 진화하겠다는 전략이다.

해밀리헬스 '2026 라이프밀 컨벤션'

“2026년은 코너 구간” 판을 바꾸는 해

라이프웨이브코리아는 '2026 킥오프 세미나'에서 '모멘텀 2026' 성장 로드맵을 공개했다. 이흥규 지사장은 2026년을 “직선 구간이 아닌 코너 구간”으로 정의했다. 모두가 같은 속도로 달리는 시장이 아니라, 판이 다시 짜이는 시점이라는 의미다. 그는 네트워크 마케팅의 결정적 기회를 ▲국가 오픈 시점 ▲파괴적 혁신 등장 시점으로 규정하며, 2026년이 바로 두 요소가 맞물리는 시기라고 강조했다. 특히 곧 출시될 X20™ 기술을 '기능 추가가 아닌 기준 전환'으로 설명하며, 단순 신제품이 아닌 패러다임 전환 카드로 제시했다. APAC 시장 에드워드 추 역시 성공의 본질을 '코칭 시스템'에서 찾았다. 이 사업은 확률 게임이 아니라 시스템 게임이며, 일관된 코칭과 실행이 결합될 때 성장은 필연적 결과가 된다는 설명이다. 라이프웨이브코리아는 기술 혁신·보상 고도화·브랜딩 확장·코칭 문화 정착을 4축으로 삼아 리더 유입을 가속화하겠다는 전략이다. 단순 행사 차원을 넘어, 조직 운영 방식 자체를 재설계하겠다는 의지가 강하게 드러났다. **DS**



라이프웨이브코리아

모멘텀 2026 전략 전면화





24년의 견고한 뿌리

2002년 방문판매법 전부 개정, 그 후 대한민국 직접판매는 24년이라는 긴 시간 동안 묵묵히, 그리고 단단하게 뿌리를 내렸다. 과거의 오명을 벗어내고 당당한 하나의 유통 채널로서 자리매김한 것이다. 양적인 성장에 치중했던 과거와 달리, 2026년 지금의 직접판매 시장은 '신뢰'라는 토대 위에서 진정한 질적 성숙기를 맞이하고 있다.



판매원의 두 가지 얼굴, '취향의 공동체'

현재 등록 회원 687만 명 중 실제 수익(수당)을 창출하는 인원은 16.7%에 불과하며, 나머지 83.3%는 순수 소비자다. 이제 직접판매는 단순한 돈벌이 수단을 넘어섰다. '수익 창출의 기회'와 '좋은 제품을 누리는 삶'이라는 두 가지 얼굴을 가진 공동체로 진화한 것이다.



숫자로 보는 직접판매산업

거품이 걷히고 본질만 남다

한때 5조 원을 상회하던 시장 규모가 4조 원대로 재편된 것을 위기로만 봐야 할까? 오히려 이는 불필요한 거품이 빠지는 제로(Zero)화의 긍정적 신호다. 부실 업체가 퇴출당한 자리에는 타협하지 않는 제품력을 가진 기업들이 굳건히 버티며 내실을 채우고 있다.



687만 명, 디지털로 무한 확장하다

대한민국 경제활동인구의 상당수를 아우르는 687만 명이라는 거대한 인적 자산. 이 거대한 네트워크는 이제 오프라인 대면 영업의 한계를 가볍게 뛰어넘는다. 소셜 미디어와 모바일 플랫폼을 통해 그 어느 때보다 촘촘하고 빠르게 연결되고 있다. 2026년의 직접판매는 사람과 사람의 연결된 네트워크 속에 디지털 혁신이 더해질 전망이다. **DS**



직접판매에 안심을 더하다

직접판매공제조합은 회원사 상품의 환불을 보증합니다
소비자의 권리를 끝까지 지키는 믿을 수 있는 직접판매,
직접판매공제조합이 함께합니다

안심 보증

조합은 법에 따라 관리 감독을 받는
소비자피해보상기관입니다

mac&co
직접판매공제조합



다 단 계 판 매 는
특 판 에 서 당 당 하 게
법 대 로

소비자피해보상보험에 가입하지 않은
다단계 판매는 불법입니다.

한국특수판매공제조합



[가입 회사 조회]
등록된 업체인지 확인하세요!

‘애터미 오롯이 담은
유기농 발효 노니’는
연매출 1,000억 원을
돌파하며
글로벌 건강지향음료
시장에서 빠르게 존재감을
확대하고 있다.
지난 1월 6일
과학기술정보통신부가
주최하고
한국산업기술진흥협회가
주관하는
IR52 장영실상 수상
제품으로 선정되면서
이 제품에 적용된 기술과
연구 과정에
관심이 쏠리기도 했다.
하지만 그보다
더 인상적인 건,
그 시작이
한 그루 나무에서
출발한다는
사실이다.



Source

▲ 애터미 아자 스마트팜(공주시)

“우리가 길러서

우리가 만든다”



인도네시아 자바섬 애터미 노니 전용 농장

노니 한 알에도 기준은 있다

애터미 노니는 인도네시아 자바섬 전용 농장에서 재배된다. 화산성 토양과 풍부한 일조량, 따뜻하고 습한 기후는 노니가 자라기에 최적의 환경을 만든다. 물은 빠르게 스며들고, 토양에는 미네랄과 유기물이 풍부하다.

농장에서는 나무 사이 간격을 3~5m로 넉넉히 둔다. 햇빛과 바람이 고르게 닿도록 하기 위해서다. 노니는 익으면 쉽게 떨어지는데, 땅에 닿는 순간 빠르게 무르고 썩는다. 그래서 수확은 기다림이 아니라 '타이밍'의 문제다. 숙성도를 5단계로 나눠 관리하고, 연한 노란빛을 띠는 4단계에서 재빨리 따낸다.

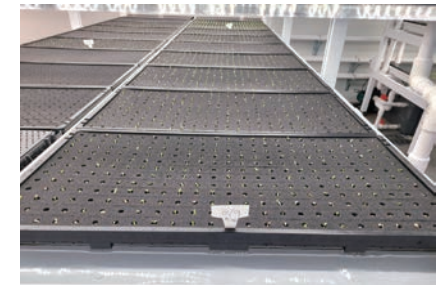


수확된 노니는 현장에서 1차 선별을 거친 뒤 세척과 2차 선별을 진행한다. 이후 -40도로 급속 냉동해 포장·보관된다. 이 모든 과정은 3~4일 안에 이뤄진다. 농약이나 화학비료를 사용하지 않고, 유전자 검사를 통해 확인된 모리타 시트로폴리아 품종만 재배한다는 점도 특징이다. 좋은 제품은 결국 좋은 원료에서 시작된다는 애터미의 원칙을 그대로 보여준다.

일 년 내내 푸른 실험, 애터미 아자 스마트팜
 신선식품을 비롯해 가공식품, 주방, 가구, 패션까지 다양한 상품을 유통하는 온라인 종합 쇼핑몰, 애터미 아자에서도 농장을 운영 중이다. 최고 수준의 채소와 허브를 일년 내내 만나볼 수 있는 '애터미 아자 스마트팜'이 바로 그것.



애터미 아자 스마트팜(공주시)



스마트제어기술(ICT)을 활용해 온도와 습도, 빛과 공기를 제어하고, 외부 오염과 병충해를 차단하며 노지 대비 40배 이상의 생산 효율을 낸다. 물 사용량도 일반 농사 대비 최대 95%까지 절감한다. 이곳에서 재배되는 대표 작물은 버터헤드레터스다. 도톰하고 아삭한 식감, 고소하면서도 은은한 씹새래함이 특징이다. 하루 약 200kg이 수확된다. 수경재배 방식으로 균일한 영양을 공급해 품질의 편차를 줄였고, 냉장 보관 기간도 일반 토양 재배 채소보다 길다.

샐러드 전문 셰프와의 연구를 통해 다양한 드레싱과 토핑을 더한 메뉴도 준비 중이다. 월요일부터 금요일까지 신선하게 배달되는 한 끼 식사. 자바섬의 노니 농장과 실내 스마트팜은 서로 다른 풍경이지만, 좋은 땅에서, 그리고 잘 설계된 공간에서 가장 좋은 순간에 수확한다는 공통점은 분명하다. **DS**



2026 봄, 코스메슈티컬이 제안하는 피부 자생의 미학

따스한 봄별 뒤에 숨은 피부의 비명, 단순한 보습을 넘어 치료(Cure)와 관리(Care)의 경계에 선 코스메슈티컬 솔루션에 주목해야한다.

만물이 소생하는 봄은 역설적으로 피부에 가장 가혹한 계절이다. 급격한 일교차는 피부의 유수분 밸런스를 무너뜨리고, 날로 심해지는 미세먼지와 황사는 피부 장벽을 직접적으로 공격한다. 특히 2026년의 봄은 예년보다 강해진 자외선과 외부 자극으로 인해 단순한 화장품만으로는 해결할 수 없을 정도로 피부 피로도가 극에 달하고 있다.

이러한 배경 속에서 뷰티 시장의 메가 트렌드는 단연 코스메슈티컬(Cosmeceutical)이다. 화장품(Cosmetics)과 의학(Medical)의 합성어인 코스메슈티컬은 이제 단순한 마케팅 용어를 넘어, 세포 수준에서의 재생과 회복을 돕는 과학적 스킨케어의 대명사가 되었다. 올봄, 무너진 피부 컨디션을 시술급으로 끌어올리기 위해 우리가 주목해야 할 세 가지 혁신적인 코스메슈티컬 솔루션을 분석한다.



446%
DEEP CORE PDRN
AMPULE

시너지 라마라 딥코어 PDRN 앰플

정밀한 침투의 미학, 시너지 라마라 딥코어 PDRN 앰플
코스메슈티컬의 핵심은 얼마나 깊이 유효 성분을 전달하느냐에 달려 있다. 시너지월드와이드코리아가 선보인 라마라 딥코어 PDRN 앰플은 이 본질적인 과제에 가장 충실한 제품이다. 이 제품의 정체성은 소위 바르는 연어 주사로 불리는 PDRN(연어 유래 DNA 조각)과 25만 개의 해면 스피쿨의 정교한 결합에 있다. 붕철 푸석해진 피부결을 매끄럽게 정돈하기 위해 도입된 미세 스피쿨은 히알루론산과 콜라겐으로 2중 코팅되어 피부 깊숙이 성분 전달 통로를 만든다. 이 통로를 통해 고농축 PDRN이 침투하여 세포 재생을 돕고 탄력을 부여한다. 특히

유산균 엑소좀과 5가지 발효 콤플렉스, 미세조류 성분을 배합하여 보습과 생기를 동시에 관리한다. 실제 인체적용시험 결과, 4주 사용 후 모공 개선 17.74%, 주름 개선 10.87%의 유의미한 수치를 기록했다. 특히 사용 직후 피부 각질층 20층까지의 보습력이 446%나 향상되는 결과는 이 제품의 침투력이 어느 정도인지 가늠케 한다. 저녁 세안 후 가장 먼저 사용하는 0단계 앰플로서, 이후 단계의 흡수율까지 극대화하는 혁신적인 부스터 역할을 수행한다.

하이리빙 모드톡샷



Direct Selling / 2026. No. 215 / SPRING

하이테크 탄력의 정점, 하이리빙 모드톡샷

봄철 피부의 또 다른 숙제는 미세 주름과 탄력 저하다. 건조한 대기는 피부 표면의 수분을 앗아가고, 이는 곧 깊은 주름의 전초적인 잔주름으로 이어진다. 하이리빙의 모드톡샷은 이러한 국소 부위의 노화 징후를 정밀하게 관리하는 하이테크 코스메슈티컬의 정수를 보여준다.

모드톡샷은 하이리빙만의 진보된 포뮬러 기술을 통해 피부 탄력을 결정짓는 핵심 성분들을 고농축하여 고민 부위에 직접적으로 작용하도록 설계되었다. 특히 봄철 환절기에 급격히 무너지는 턱선이나 팔자 주름 등 집중적인 보강이 필요한 부위에 에너지를 공급한다. 단순히 겉면만 적시는 보습이 아니라, 피부 본연의 힘을 길러주는 성분 배합을 통해 시간이 지날수록 차오르는 볼륨감을 경험하게 한다.

이는 바쁜 현대인들이 에스테틱을 방문하지 않고도 집에서 데일리 관리를 경험하게 하는 홈케어의 진화를 상징한다. 특히 모드톡샷과 함께 구성된 라인을 병행 사용할 경우 시너지 효과가 극대화되어, 봄철 집중 탄력 케어를 원하는 소비자들에게 최적의 선택지가 된다.



니오라 네오필 세럼

식물 자생력과 과학의 조화, 니오라 네오필 세럼

자연과 과학의 완벽한 조화를 추구하는 니오라코리아의 네오필(NEO-FIL) 세럼은 인위적인 자극보다는 피부 스스로의 자생적 탄력 회복에 초점을 맞추고 있다. 네오필 세럼은 세 가지 핵심 식물성 블렌드가 기술적 지지대를 형성한다.

우선 성장인자 펩타이드와 식물 줄기세포를 결합한 GFP-Stem 포뮬러는 콜라겐 발현과 주름 개선을 돕는다. 여기에 백리향 추출물을 리포솜 기법으로 담아낸 BioFILL 블렌드가 피부에 즉각적인 볼륨감을 부여하며, 천연 생체자극제 성분인 BioRenew-1223은 피부 속 콜라겐 생성을 촉진하여 본연의 탄력을 회복시킨다.



미국 출시 5일 만에 5개월 치 재고가 완판되었던 이 제품은 바오밥나무씨, 백리향 오일 등 귀한 식물 유래 성분을 통해 자극은 줄이고 효능은 높였다. 눈가, 이마, 팔자 주름뿐만 아니라 목과 손등까지 노화의 징후가 나타나는 모든 부위에 범용적으로 사용 가능하며, 끈적임 없는 가벼운 제형은 기온이 오르는 봄철에도 부담 없는 레이어링을 가능하게 한다.

2026년의 코스메슈티컬은 더 이상 특정 연령대의 전유물이 아니다. 20대의 열리 안티에이징부터 70대의 액티브 시니어까지, 모든 세대가 건강한 피부 본연의 상태를 갈망한다. 이번 봄, 시너지의 PDRN 기술로 피부 길을 열고, 하이리빙의 정밀 케어로 탄력을 세우며, 니오라의 자생력 세럼으로 마무리하는 3단계 솔루션을 제안한다.

단순한 화장을 넘어선 치유의 여정은 당신의 피부에 눈부신 봄꽃보다 더 화사한 생기를 선사할 것이다.

이제 당신의 화장대 위에 놓을 차례다. **DS**

진화된 포물리로
더 밝은
피부를 위한
케어 세트

RADIANSOME 100
MICROFLUIDIZER



MICROFLUIDIZER
Cream
50 mL / 1.69 fl. oz.

R I M A N



Cream



Toner



Essence

“

“리만이 만들면 다르다”는 명성에 어울리는 리뉴얼된 래디언솜™ 100 마이크로플루다IZER 3종 패키지는 리만코리아 헤리티지 디자인을 기반으로, 래디언솜이 추구하는 은은한 빛의 결을 표현하기 위해 빛이 일렁이는 듯한 텍스처, 새하얀 조약돌 패턴을 더해 브랜드 아이덴티티를 강화했다고 평가된다.

”





뉴스킨코리아
루미스파iO
LumiSpa iO



듀얼 액션 시스템으로 피부 딥 클렌징과 마사지를 하는 듯한 트리트먼트가 동시에 가능한 뷰티 디바이스. 마이크로 펄스 진동과 이중 구조의 헤드가 역 방향으로 회전하는 더블 헤드 스펀이 적용되어 피부의 각질과 피지, 모공 속 노폐물을 제거하여 건강한 스킨 피트니스 효과를 얻을 수 있다.



애틀미
EP 스킨 부스터
ATOMY
EP SKINBOOSTER



애틀미만의 기술로 유효 성분의 피부 투과력을 극대화한 뷰티 디바이스. 멀티 주파수 EP 펄스가 피부 세포에 통로를 형성하고 이 통로에 화장품의 유효성분이 투과하는 방식이다. 또, 4가지 맞춤 모드로 피부 고민별 기능을 선택할 수 있다. 피부 투과력을 극대화한 블루(Blue), 미백, 피부재생을 돕는 화이트(White), 흡수 촉진과 피부 마사지 퍼플(Purple), 온열 모드(Red) 등이 있다. **DS**



“

“1일 제품 모델의 경험은 10년 동안 몸담아온 회사의 제품을 새로운 시선으로 바라볼 수 있는 의미 있는 시간이었습니다. 다른 시선으로 제품을 보게 되어서 특별하고 더 깊이 있는 경험이었습니다!”

”

카리스 김나영 과장



CHARIS
CHABIS

피부에
빛나는 보석을
채우다

MIRACLE DIAMOND PEEL



리버스 에이징,
세포의 잠재력을 깨우는
과학적인 선택

Telomera

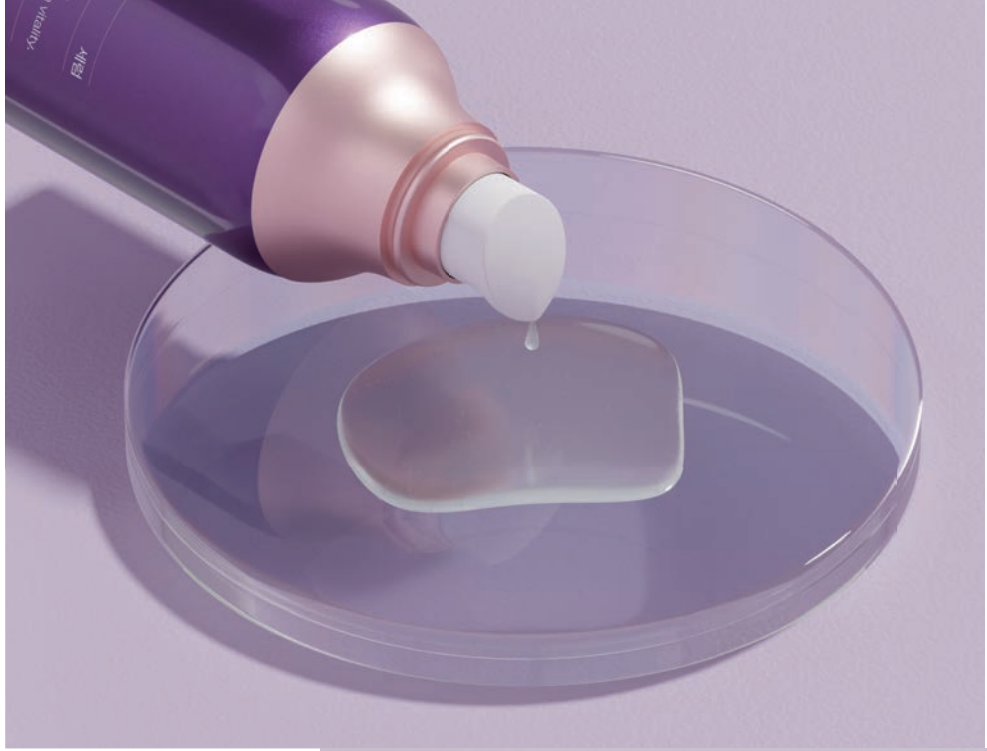


G C O O P

“<다이렉트셀링>의 화보 모델로 서게 된 것은
제 비즈니스 여정 중 가장 짜릿하고도 아름다운
도전이었습니다. 제 인생에서 가장 화려하고
뜨거웠던 이 한 페이지를 강력한 동력 삼아, 앞으로도
멈추지 않고 대한민국 직접판매산업 대표 리더로서
그 가치를 끊임없이 증명해 내겠습니다”

지킴 김유신 로얄크라운

Model 지킴 김유신 로얄크라운
Photo 바시움 스튜디오



Direct Selling / 2026. No. 215 / SPRING



양평경희통합의원·한의원
엄두영 원장

봄철 건강관리, 면역보다 먼저 ‘리듬’을 점검하라



겨울이 끝나고 기온이 오르기 시작하면 진료실을 찾는 환자들의 호소도 달라진다. 고열이나 급성 감염보다 “자꾸 피곤하다”, “아침에 일어나기 힘들다”, “집중력이 떨어진다”는 이야기가 부쩍 늘어난다. 많은 이들이 이를 ‘면역력이 떨어져서’라고 단정하지만, 임상 현장에서 바라보는 봄철 컨디션 저하는 보다 구조적인 생리 변화와 맞닿아 있다.

현대의학의 근거와 한의학의 계절 또는 인체 상호작용 관점을 함께 적용해 진료하면서 느끼는 점은 분명하다. 봄은 단순히 따뜻해지는 시기만 아니라, 면역, 내분비, 자율신경계가 동시에 재조정되는 전환기라는 사실이다.



춘곤증은 ‘면역 저하’가 아니라 ‘전환 비용’

춘곤증은 질병명이 아니라 봄철 피로·무기력·집중력 저하를 묶어 부르는 생활용어에 가깝다. 겨울 동안 강화되었던 방어 중심의 면역 전략은 따뜻한 환경과 활동량 증가에 맞춰 다시 균형을 잡는다. 이 과정은 일종의 생리적 ‘전환 비용’을 요구한다.

특히 수면 리듬이 핵심 변수다. 일조량이 늘어나면 생체 시계가 앞당겨지고, 취침 시간이 지연되거나 수면 시간이 줄어들기 쉽다. 수면은 단순한 휴식이 아니라 면역세포 활성화와 염증 반응을 조절하는 시간이다. 수면의 질이 떨어지면 항체 형성이나 회복 속도에도 영향을 줄 수 있다. 결국, 봄철 피로의 상당 부분은 면역력 자체의 약화라기보다 ‘리듬 교란’에서 비롯된다고 보는 편이 더 임상적으로 타당하다. 여기에 알레르기 비염이 겹치면 코막힘, 재채기, 야간 각성으로 수면의 질이 더 떨어진다. 낮에는 무기력, 밤에는 얕은 잠이 반복되는 악순환이 형성된다. 춘곤증은 면역 전략의 재정렬, 수면 리듬 교란, 알레르기 염증 부담이 중첩된 복합 현상으로 이해해야 한다.



알레르기와 미세먼지, ‘노출 관리’가 1차 전략

봄철 건강관리에서 흔히 약물이나 보충제부터 떠올리지만, 실제로 가장 재현성이 높은 개입은 ‘노출 관리’다. 고농도 미세먼지 예보 시 야외활동을 조절하고 외출 시 마스크를 밀착 착용하며, 귀가 후 세안과 샤워로 자극 물질을 제거하는 기본 루틴이 우선이다. 침구 청결 유지와 실내 환기 관리도 중요하다.

비강 세척은 점막 표면에 남아 있는 알레르겐과 미세 입자를 물리적으로 줄이는 보조 전략으로 활용할 수 있다. 다만 이는 약물 치료를 대체하는 것이 아니라 점막 부담을 낮추는 보완적 수단으로 이해해야 한다.

통합적 관점에서는 장-면역 축 역시 중요한 변수다. 장내 미생물 균형은 면역 반응의 방향성에 영향을 미친다. 일부 연구에서 프로바이오틱스가 알레르기비염 증상 완화와 삶의 질 개선에 보조적 효과를 보였으나, 균주와 용량, 투여 기간에 따라 결과가 달라진다. 따라서 단기 ‘즉효’를 기대하기보다 장기적 균형 전략으로 접근하는 것이 바람직하다.



봄철 피로, ‘결핍’부터 점검하라

봄은 활동량과 대사가 함께 올라가는 시기다.

이때 에너지 대사에 관여하는 보조 인자가 부족하면 피로가 쉽게 체감된다. 대표적인 것이 비타민B군이다. B군은 탄수화물-지방-단백질을 ATP로 전환하는 과정에 필수적이다. 특히 비타민 B1은 당 대사의 핵심 조효소로 작용한다. 수면 부족, 카페인 의존, 식사 불규칙이 겹친 상태라면 결핍성 피로가 더 두드러질 수 있다.

철분도 간과하기 쉬운 요인이다. 헤모글로빈이 정상이라도 저장철(페리틴)이 낮은 경우 피로가 지속될 수 있다. 특히 가임기 여성, 채식 위주 식단을 유지하는 경우라면 검사 기반 확인이 필요하다. ‘춘곤증이겠지’ 하고 넘겼던 피로가 실제로는 저장철 고갈로 설명되는 사례도 적지 않다.

비타민D는 겨울철 실내 생활이 길었던 이후 점검 가치가 크다. 다만 특정 이노제를 복용 중인 경우 고용량 보충은 신중해야 한다. 아연은 감기 기운이 시작되는 초기 24-48시간 이내 단기 전략으로 활용할 수 있지만, 장기 고용량 복용은 권장되지 않는다.



봄철 건강관리의 원포인트

봄철 가장 흔한 실수는 불안감에 여러 성분을 한꺼번에 추가하는 것이다. 통합적 건강관리는 ‘더하기’가 아니라 ‘충돌을 피하면서 필요한 만큼만 보충하는 설계’에 가깝다.

미네랄은 특정 항생제와 함께 복용하면 흡수를 떨어뜨릴 수 있고, 제형에 따라 안전성 문제가 발생하기도 한다. 따라서 복용 중인 약물, 기저 질환, 연령대를 고려한 개별화 접근이 필수다. 보충제는 진단을 대신하지 않는다. 충분한 휴식 후에도 2주 이상 지속되는 피로라면 갑상선 질환, 빈혈, 수면장애 등 기저 원인을 감별해야 한다.

봄철 건강관리에서 제가 가장 강조하는 것은 단 하나다. 무언가를 더하기 전에, 리듬을 먼저 바로 세우는 것이다.

일정한 취침-기상 시간 유지, 취침 전 전자기기 사용 최소화, 주말 과도한 수면 보상 줄이기. 이 기본이 흔들리면 어떤 영양 전략도 효과가 반감된다. 리듬이 안정된 뒤, 필요한 경우 비타민B군으로 대사를 보조하고, 검사 기반으로 철분이나 비타민D를 교정하며, 감기 초기에는 아연을 단기 활용하는 방식이 합리적이다.

봄은 면역이 약해지는 계절이 아니다. 몸이 전략을 바꾸는 계절이다. 그 변화에 맞춰 과잉이 아니라 균형으로 대응하는 것, 그것이 봄철 건강관리의 핵심이다. **DS**

‘원료’와 ‘장’이 만드는 보이지 않는 방어선

고령화와 감염병 경험 이후 면역 건강기능식품 시장은 단순 유행을 넘어 ‘상시 수요 시장’으로 자리 잡았다. 그러나 소비자의 선택 기준은 달라지고 있다. 브랜드보다 원료, 광고보다 기능성 근거를 따지는 경향이 뚜렷해졌다. 특히 식약처가 인정한 기능성 원료를 중심으로 시장이 재편되면서, 면역 제품은 이제 “무엇을 넣었는가”가 아니라 “어떤 근거를 갖고 있는가”로 평가받는다.



면역세포 활성화 중심 원료

면역력 증진 기능성 원료는 공통적으로 선천면역(innate immunity) 활성화와 관련이 깊다. 대식세포, NK세포, 수지상세포 등의 초기 방어 체계를 자극해 병원체 대응력을 높이는 방식이다.



홍삼 국내 면역 기능성 원료 중 대표적 위치를 차지한다. 진세노사이드 성분이 NK세포 활성화, 인터페론 분비 촉진, 면역세포 증식에 관여하는 것으로 보고된다. 최근에는 장내 미생물에 의해 진세노사이드가 대사되면서 생성되는 2차 대사산물이 흡수율과 생체이용률에 영향을 미친다는 연구도 축적되고 있다.

알로에 겔 다당체 성분이 면역세포 활성화에 관여하는 것으로 보고된다. 장 점막 환경 개선을 통한 보조적 면역 유지 기능이 특징이다. 직접적인 강한 면역 자극보다는 면역 환경 조성형 원료로 분류된다.

비타민D 면역세포 표면의 비타민D 수용체(VDR)에 결합해 선천면역과 후천면역 모두에 관여하는 지용성 비타민이다. 대식세포와 T세포 기능 조절, 염증성 사이토카인 생성 억제 등에 영향을 미치는 것으로 보고된다. 특히 비타민D는 단순 항산화 영양소가 아니라 면역이 과도하게 활성화될 경우 염증 반응이 지속될 수 있는데, 이 과정에서 조절 기능을 수행하는 역할이 강조되고 있다.

아연 면역세포의 분화·증식·신호 전달에 필수적인 미량 미네랄이다. 특히 T세포 성숙과 기능 유지에 중요한 역할을 하며, 항산화 효소의 활성화에도 관여한다. 아연 결핍 시 면역 반응 저하, 감염 취약성 증가, 상처 회복 지연 등이 나타날 수 있는 것으로 알려져 있다. 최근에는 단순 보충 개념을 넘어 기초 체력 역할을 하는 면역 기반 미네랄로 평가된다.

항산화·영양 기반 면역 유지 원료

면역은 '과잉'이 아니라 '균형'이다.
항산화 영양소는 면역세포가 정상적으로
기능하도록 환경을 조성한다.



마이크로바이옴과 면역

면역세포의 약 70%는 장 관련 림프 조직에 분포한다. 장내 미생물은 면역세포의 성숙, 분화, 염증 조절에 직접적 영향을 미친다.



프로바이오틱스 유산균 증식과 유해균 억제를 통해 장내 미생물 균형을 개선한다. 장 점막에서 면역세포와 직접 상호작용하며, 면역 반응 균형 조절에 관여하는 것으로 보고된다. 장 점막은 외부 항원이 가장 먼저 접촉하는 면역 관문으로, 미생물 구성 변화가 전신 면역 반응에 영향을 줄 수 있다는 점에서 주목받고 있다. 최근에는 단순 유산균 수(CFU) 경쟁이 아니라 균주 특성, 장 정착률, 생존율, 사균체 활용이 차별화 요소로 부상하고 있다.

초유 단백질 면역글로불린(IgG)을 함유해 초기 면역 방어와 연관되는 원료다. 초유는 포유류가 출산 직후 분비하는 유즙으로, 일반 우유 대비 면역 활성 성분과 성장 인자가 풍부하다. 최근에는 단순 면역 증진이 아니라 장 점막 보호 및 장내 환경 안정화 보조 원료로 재해석되는 흐름도 나타난다. 다만 단백질 특성상 열과 가공 조건에 따른 활성 유지가 중요하며, 원료 품질 관리와 면역글로불린 함량 표준화가 제품 경쟁력을 좌우하는 요소로 꼽힌다. **DS**



‘맛’과 ‘영양’ 모두 잡은
건강기능식품

M A N I S



Model 매니스 글로리 한주영
Photo 바시움 스튜디오

매니스 프리미엄
뉴패밀리 면역젤리



“

매니스의 ‘프리미엄 뉴패밀리 면역젤리’는 최근 건강기능식품 시장에서 확산되고 있는 ‘헬시플레저(Healthy Pleasure)’ 트렌드를 정면으로 겨냥한 제품이다. 아연과 비타민을 중심으로 면역 영양을 설계하면서도 젤리 제형을 채택해 간식처럼 즐길 수 있도록 한 점이 특징이다. 기능성을 강조하던 기존 건기식 접근에서 한 발 더 나아가 ‘맛있게 섭취하는 건강관리’라는 소비 흐름을 반영했다는 점에서 의미 있는 시도로 읽힌다.

”



X-FORMULA

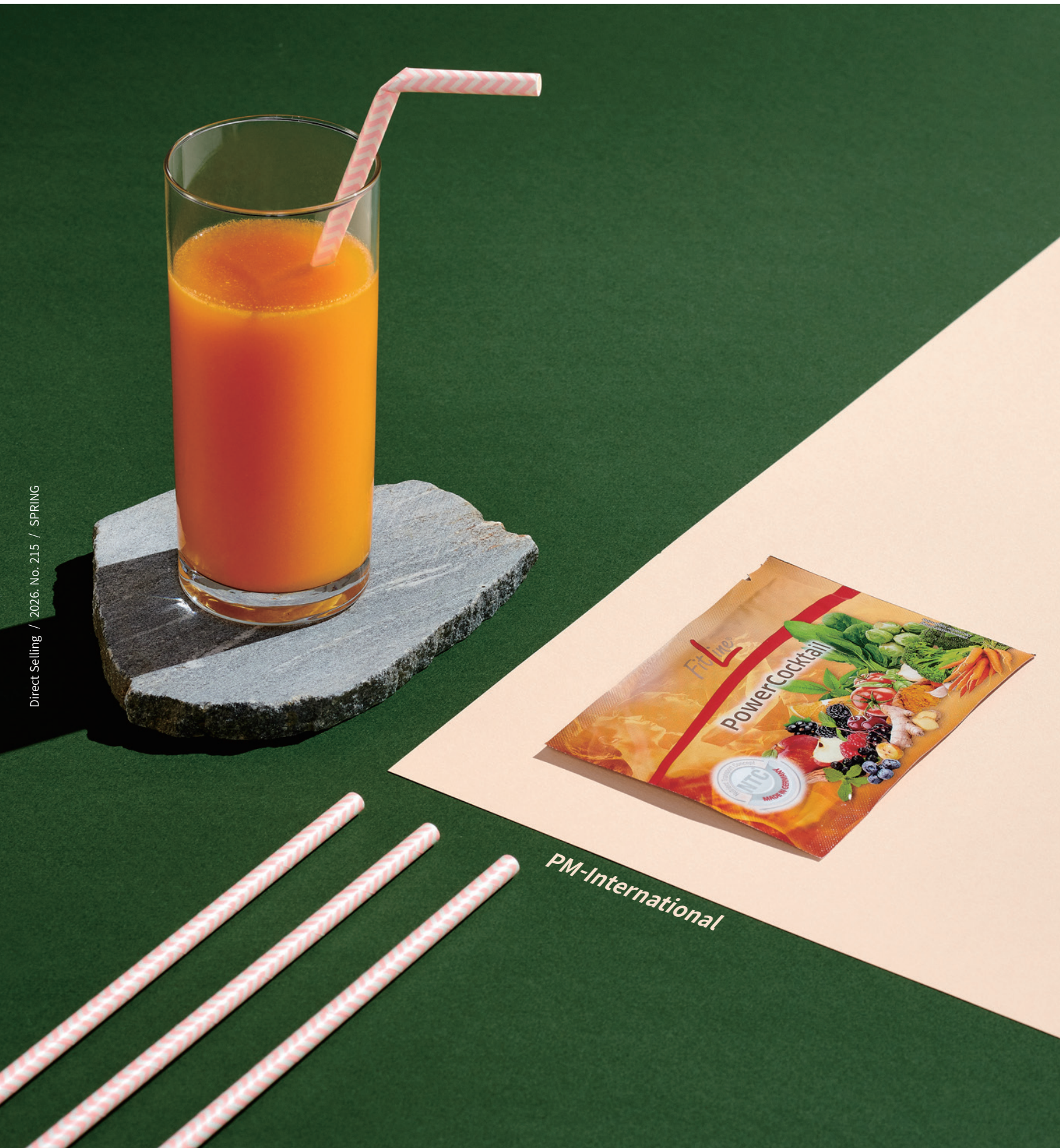
‘단쇄지방산! 장내세균과
새로운 공생의 시작’

INQ TEN



“ 인큐텐이 선보인 ‘엑스 포뮬라(X-Formula)’는 기능성 원료 경쟁을 넘어 ‘전달 기술’로 차별화를 시도했다는 점에서 눈길을 끈다. 면역과 항산화 이중 기능성 원료에 더해 단쇄지방산의 장 도달률을 높이기 위한 장용 코팅 기술을 적용한 것은 최근 주목받고 있는 마이크로바이옴을 적용한 것이다. 저속노화(Slow-Aging)라는 새로운 건강 담론을 제품 설계에 반영했다는 점에서 시장의 방향성을 선점하려는 전략으로 해석된다.

”



Direct Selling / 2026. No. 215 / SPRING

Fitline PowerCocktail

아침에 마시는 '원스톱' 영양주스



“ 피엠인터내셔널코리아의 ‘피트라인 파워칵테일’은 글로벌 뉴트리션 시장에서 강조되는 ‘복합 영양 설계’ 흐름을 대표적으로 보여주는 제품이다. 과일·채소·허브 등 식물성 원료와 비타민·미네랄을 결합해 에너지 대사와 일상 활력을 동시에 겨냥한 구성이 특징이다. 이미 ‘피엠주스’라는 이름으로 시장에서 베스트셀러 반열에 올랐으며, 피엠인터내셔널코리아의 국내 시장 안착과 성장을 이끈 대표 아이템으로 꼽힌다. ”

CoQ10 ESSENTIAL

“

매나테크코리아가 출시한
‘코큐텐 에센셜’은 바쁜 일상과 서구화된
식습관으로 인해 자칫 소홀해지기 쉬운 기초
건강을 과학적으로 케어하기 위해 설계되었다.
우리 몸의 에너지 공장이라 불리는 미토콘드리아의
필수 성분인 ‘코엔자임Q10’을 핵심 원료로
채택했으며, 일일 섭취 권장량 최대치인 100mg을
단 한 캡슐에 응축해 담아냈다.

”



‘항산화·혈압 조절’
2중 기능성으로
혈관 건강 공략



20대가 읽어낸 ‘엔젝타’의 시간·소득 자유 해법

네트워크 마케팅업계는 통상 40대 이상이 주축을 이루는 시장으로 인식된다. 이러한 구조 속에서 20대 사업자의 등장은 그 자체로 상징성을 갖는다. 1999년생, 올해 28세인 김재혁 플래티늄은 충북 청주에서 직장 생활을 병행하며 엔젝타 사업자로 활동하고 있다. 또래가 안정적인 취업과 커리어 설계를 고민할 시기에 그는 ‘시간과 소득의 구조’를 동시에 설계하는 길을 택했다.

인맥의 벽을 넘어, 플랫폼으로 확장

김재혁 플래티늄이 네트워크 마케팅을 선택한 이유는 명확하다. “돈을 많이 버는 방법은 직장이나 자영업 등 여러 가지가 있다고 생각합니다. 하지만 시간과 경제적 자유를 동시에 얻을 수 있는 구조는 네트워크 마케팅이 유일하다고 판단했습니다.”

그의 도전은 순탄치 않았다. 명절 자리에서 네트워크 마케팅을 하겠다고 밝혔을 때, 가족의 우려도 적지 않았다. “왜 그런 일을 하려고 하느냐, 평범하게 살라”는 조언도 들었다. 20대 청년이 네트워크 마케팅에 뛰어든다는 사실 자체가 사회적 편견과 맞닿아 있었기 때문이다.

초기 그는 인맥의 한계를 절감했다. 20대라는 나이는 강점이기도 하지만, 업계 특성상 인적 네트워크가 부족하다는 점에서는 약점으로 작용했다. 처음에 직접 발품을 팔며, 네트워크 마케팅의 가장 기본인 콜드컨택(Cold Contact, 모르는 사람에게 먼저 접촉)을 시작했을 때 젊은 사람이 왜 이런 일을 하느냐는 말도 많이 들었다. 그는 여기서 사업 방향을 전환해야 한다는 것을 깨달았다. 그리고 20대에게 가장 익숙한 무기, 디지털 플랫폼을 적극 활용하기 시작했다.

인스타그램과 유튜브를 통해 제품과 사업 구조를 설명하는 콘텐츠를 제작했고, 알고리즘을 기반으로 잠재 소비자와 접점을 넓혔다. DM(다이렉트 메시지)을 통한 1:1 상담도 꾸준히 이어갔다. 그 결과 거주지인 청주뿐 아니라 서울·경기 등 전국 단위의 소비자와 연결되는 구조를 만들었다.

김재혁 플래티늄은 “20대의 가장 큰 강점은 디지털 플랫폼 접근

성”이라며 “콘텐츠와 알고리즘을 이해하면 인맥의 한계를 충분히 넘어설 수 있다”고 말했다.

보상플랜에서 시작된 확신

그가 엔젝타를 선택한 계기는 가족을 통해서였다. 그러나 최종 결정은 스스로 내렸다. 처음에는 제품보다 보상플랜에 주목했다. 특히 ‘로열티’ 구조에 매력을 느꼈다. 반복 소비가 발생할 때마다 수당이 지급되는 시스템을 이해하면서 사업 모델에 대한 확신이 생겼다는 설명이다.

이후 그는 유튜브, SNS 등을 통해 네트워크 마케팅산업 전반을 공부했고, 여러 구직사이트를 통해 엔젝타에 대한 직원 후기와 기업 평판도 면밀히 검토했다. 제품인 커피 아이템에 대한 이해도 역시 점차 깊어졌다. 종합적으로 검토한 끝에 “젊음을 걸어볼 만한 구조”라고 판단했다는 것이 그의 설명이다.

김재혁 플래티늄은 네트워크 마케팅에 대한 또래의 반응을 “긍정 50%, 부정 50%”로 요약한다. 다만 코로나19 이후 분위기가 달라졌다고 분석한다. 단일 직장 소득에 의존하는 것에 대한 불안, 그리고 AI 확산으로 인한 직업 안정성 우려가 젊은 세대의 인식을 바꿨다는 것이다.

“지금 20대는 부수입원에 대한 고민이 많습니다. 네트워크 마케팅을 하나의 인플루언서 활동이나 개인 브랜드 확장의 수단으로 보는 시선도 있습니다.”

특히 커피라는 일상 소비 아이템을 기반으로 한 사업 모델은 20~30대 소비자와의 접점이 넓다고 본다. 그는 “쉬는 시간에도

엔젝타

플래티늄

김재혁



수당이 발생하는 파이프라인을 구축하는 것이 핵심”이라고 강조했다.

10년 후, ‘신흥 부자’ 세대를 만들고 싶다

김재혁 플래티넘이 그리는 미래는 단순한 소득 목표에 머물지 않는다. 전국 단위로 사업 영역을 확장하고, 20~30대 중심의 사업자 그룹을 형성하는 것이 목표다. 여행을 좋아해 네트워크 마케팅을 선택한 측면도 있다. 그는 회사의 여행 프로모션에도 적극 참여하고 싶

다고 말했다.

“지금은 청주에 있지만, 10년 뒤에는 전국을 다니며 활동하고 싶습니다. 20~30대 신흥 부자들이 많이 나오면 좋겠습니다. 네트워크 마케팅에 대한 인식도 자연스럽게 바뀔 거라고 생각합니다.”

업계의 주류 연령대가 40대 이상인 상황에서 20대 사업자의 등장은 산업의 세대 교체 가능성을 보여주는 단면일 수 있다. 디지털 플랫폼을 무기로 한 젊은 사업자들이 어떤 변화를 만들어낼지 주목된다. **DS**





Photo 바시움 스튜디오

“
혼자였다면
여기까지
오지 못했을 것
”

썬라이더다이렉트코리아
아이콘



장유태 & 강리하

부부가 함께한다는 것만으로도 대단한 일이지만, 사업을 같이한다는 건 그보다 더 위대한 일이다. 일이 끝나도 대화는 끝나지 않고, 성과가 좋지 않을 때는 옥신각신하게 마련. 썬라이더다이렉트코리아 장유태&강리하 부부는 그 복잡한 시간을 지나 아이콘 직급에 올랐다. 강리하 사장은 “목표를 향해 가다 보니 어느 순간 도달한 지점”이라고 말했고, 장유태 사장은 “결과는 항상 뒤에 따라온다”고 덧붙였다. 무엇보다 “끊임없이 포기하지 않고 걸어온 시간의 증거”라고 비유하며, 함께한 파트너와 스폰서가 있었기에 가능했다고 밝혔다. 장유태&강리하 부부가 썬라이더를 처음 알게 된 건 2003년이다. 본격적으로 함께 사업에 뛰어든 건 2024년. 장유태 사장은 사업 실패로 수억 원대의 빚을 떠안은 상태에서 썬라이더를 접했다. 그는 “어린 나이에 사업을 시작했다가 빚을 졌다”며 “썬라이더를 시작하면서 모든 빚을 탕감했고, 아이들을 먹이고 가르칠 수 있었다”고 회상했다. 강리하 사장 역시 만성 피로증과 건강 문제로 오랜 시간 고통을 겪었다. 제품을 사용하며 변화를 체감했고, 미국 본사의 자체 생산시설을 직접 확인한 뒤에야 장기적으로 함께할 수 있겠다고 판단했다. 결국 간호사 일을 정리하고 사업에

매진했다. “눈으로 생산시설을 직접 보니 놀라웠다. 이때부터 인생을 올인해야겠다고 마음먹었다”고 말했다. 전업 이후 장 사장은 사업의 큰 틀과 방향을 설계하고, 강 사장은 현장에서 사람을 만나는 역할을 맡았다. 이들이 강조한 건 속도가 아니라 ‘방향’이었다. 단기간 성과보다 회사의 철학과 시스템 안에서 조직을 키우는 데 집중했다. 강 사장은 “결국 남는 건 사람”이라고 말했다. 아이콘 승급 역시 개인의 성공이 아니라 조직이 안정됐다는 신호로 받아들였다. 장 사장은 “혼자였다면 여기까지 오지 못했을 것”이라고 했다. 이들 부부는 4월 영국 탐리더 인센티브 트립에 참석한다. 참석자 12명 중 5명이 이들의 3대 파트너로, 전 세계에서 처음 있는 사례다. 이어 7월 말레이시아 코타키나발루에서 열리는 APAC 리저널 컨벤션 무대에 오른다. 인터뷰 막바지에 장유태&강리하 부부는 회사의 방향성에서 자신들이 걸어온 길의 이유를 다시 확인하게 됐다고 말했다. 창업주 테이푸첸 박사는 다양한 사업을 영위하는 가운데서도 썬라이더를 자신의 꿈으로 여기며, 미래 성장을 위한 생산 인프라 확장과 고도화에 꾸준히 투자해온 점이 두 사람에게 깊은 인상을 남겼다. **DS**

LIFESTYLE

2026 Spring Item

Vehicle / Unique / One person
Make-up / Sound / Furniture

Travel

기업 행사를 위한
완성형 MICE 도시 '홍콩'



Vehicle

롤스로이스 | 팬텀 아라베스크

팬텀 익스텐디드를 기반으로 프라이빗 오피스 두바이를 통해 의뢰 제작된 단 한 대의 원오프 모델. 중동 전통 가옥과 궁전에서 볼 수 있는 '마슈라비아' 격자 문양이 특징이다. 실내에도 대시보드를 가로지르는 '갤러리' 공간에 마슈라비아의 기하학 패턴을 반영한 마케트리 아트워크를 적용했다.



르노 | 필랑트

르노코리아가 야심차게 선보인 신차 '필랑트'는 역동적인 디자인과 우수한 효율을 하이브리드 시스템을 더한 크로스오버 차량으로 올해 가장 주목해야 할 차량으로 꼽힌다. 르노의 상징인 다이아몬드 형상 '로장주(Losange)' 엠블럼에 조명을 더한 '일루미네이티드 시그니처'가 적용됐으며, 측면에는 공기저항을 최소화한 매끈한 라인을 더했다. 생산 조립도 모두 부산 공장에서 진행된다.



아우디 | RS5 아반트

지난 2월 A5의 최고성능 버전인 'RS5 아반트'를 공개했다. 아우디 고성능 차량 최초의 플러그인하이브리드(PHEV)를 채택하고, 전자식 토크벡터링 방식을 도입하는 등 아우디의 진보된 기술력을 총 동원했다. 최대 출력 510마력을 발휘하는 V6 트윈터보 엔진과 130kW 전기 모터를 조합하여 실질적인 총 출력은 약 630마력에 달한다. 다만 유럽 주문은 1분기 중 시작되지만, 한국 출시일은 미정이다.



메르세데스-벤츠 | S Class

지난 1월 플래그십 세단 S-Class의 부분 변경 모델이 공개됐다. 외관에는 조형 그릴을 적용했다. 이 그릴은 기존 대비 20% 더 커졌으며, 3차원 크롬 삼각별을 통해 강조된다. 메르세데스-벤츠 운영체제(MB.OS)도 탑재됐다. 이 슈퍼컴퓨터는 주행 보조에서 인포테인먼트, 주행 성능 등 모든 도메인에 관여한다. 내부에도 최상의 편안함과 고급한 우아함을 경험하도록 변경됐다.

BMW | iX3

올 하반기 정식 출시 예정인 BMW의 iX3는 6세대 e드라이브 기술인 '노이어 클라쎄'를 처음으로 적용한 차량이다. 또한 대규모 언어 모델(LLM)을 기반으로 한 AI 음성 비서 'BMW 지능형 개인 비서'가 탑재되었으며, 고효율 모터와 배터리를 장착해 1회 충전만으로 805km의 주행거리를 제공한다. 충전도 400kW의 초급속 충전으로 10%에서 80%까지 충전하는데 약 21분만 필요하다.



시디즈 | T60

출시 3달 만에 1만 대를 판매한 시디즈의 T60이 가정과 사무실 장소와 환경에 상관없이 인기를 끌고 있다. T60은 '디자인 씽킹 프로세스'를 기반으로 고객들의 실제 의자 사용 행태를 면밀히 분석하고 시디즈가 축적해온 제품 개발 및 운영 경험을 집약한 의자다. 헤드레스트와 럼버서포트 등 주요 요소를 사용자의 체형과 움직임에 맞춰 의자를 섬세하게 조절할 수 있는 점이 호평을 받고 있다.

Unique



로지텍 | 프로 X2 슈퍼스타리크

로지텍이 무선 게이밍 마우스 '프로 X2 슈퍼스타리크'를 정식 발매했다. 세계 최정상급 e스포츠 선수들과의 협업을 통해 개발된 PRO 시리즈의 최신 마우스 제품으로, 기존 게이밍 마우스에서는 구현할 수 없었던 완전히 새로운 클릭 기술을 적용한 것이 특징이다. 독자적으로 설계 개발한 차세대 클릭 시스템으로 감응 아날로그 센싱과 실시간 클릭 햅틱을 결합한 기술이다.

오데마 피게 | 네오 프레임 점핑 아워

1930년대 유선형 디자인 운동에서 영감을 받은 직사각형 시계인 오데마 피게의 '네오 프레임 점핑 아워'는 브랜드의 전통적인 미학과 현대적인 기술 혁신을 결합한 것이 특징이다. 다이얼은 블랙 PVD 처리된 사파이어 크리스털을 사용한 투톤 구조로 설계됐다. 골드 프레임으로 둘러싸인 두 개의 창을 통해 검은색 바탕 위에 흰색으로 인쇄된 시와 분을 표시하며 6시 방향에는 오데마 피게 시그니처가 배치됐다.



다이슨 | 펜슬 워시 청소기

손잡이 지름 38mm의 디자인을 적용하여 가장 슬림하고 가벼운 물청소기 '다이슨 펜슬워시' 청소기가 출시됐다. 기술력과 워생 설계 철학과 슬림한 디자인을 결합하여, 현대 가정 환경에 맞춘 조작성과 위생적인 물청소 성능을 동시에 제공한다. 손목을 가볍게 비트는 동작만으로도 자연스럽게 방향 전환이 가능하며 최대 170°까지 넓어져 15cm 높이의 낮은 가구 아래와 좁은 공간까지 효과적으로 청소할 수 있다.



케이스티파이 | 에반게리온 30주년 컬렉션

에반게리온 시리즈 제작 30주년을 기념하는 특별 컬렉션을 공개했다. 이번 컬렉션은 '캐릭터'와 '로고'를 각각 활용해 커스터마이징할 수 있는 기능을 최초로 도입했다. '커스텀 캐릭터 케이스'는 이카리 신지, 아야나미 레이 등 에반게리온 주요 캐릭터를 선택하고, 이름이나 이니셜을 추가해 자신만의 케이스 디자인을 완성할 수 있다. '커스텀 로고 케이스'는 네르프, 제레, 사도, 에반게리온 초호기 로고 중 하나와 배경을 조합해 제작할 수 있다.





하우스레시피 | 밀리 자동살균 센서 휴지통 (그레이 20L)

손으로 덮개를 여는 수고를 덜어주는 센서 오픈형 휴지통이다. 뛰어난 살균력으로 12시간마다 자동으로 세균을 박멸해 휴지통 내부 유해균을 99% 박멸하여 위생적으로 사용할 수 있다. 무광 그레이 스테인리스 소재로 하나의 인테리어 오브제 같은 느낌을 준다.

상품 제원
28cm x 20cm x 48cm



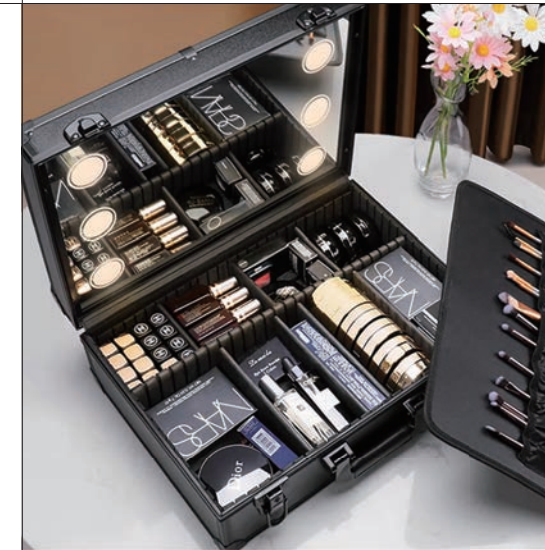
스피아노 | 다이아나 플로어 장스탠드

인테리어의 완성은 조명이다. 간결한 선으로 이루어진 다이아몬드(Diamond) 형태의 셰이드 디자인으로 꾸준히 사랑받는 대표 스탠드다. 슬림하게 디자인된 지지대가 큰 부피감의 셰이드와 대조를 이루면서 다이아 셰이드의 존재감을 더욱 부각한다. 블랙 스틸 바디로 낮에는 하나의 오브제, 밤에는 공간을 아늑하게 채워주는 포인트 조명이다.

상품 제원
250mm x 1700mm(바디)
370mm x 380mm(헤드)

Today's Special

Make-up

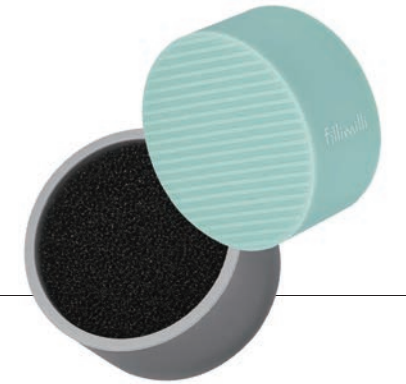


픽티드 | 휴대용 LED 메이크업 박스

18인치의 대용량 메이크업 박스지만 박스를 열어보면 6개의 LED 라이트가 있다. 하드케이스 디자인으로 휴대하며 다닐 수 있고, 별도의 거울이나 조명이 필요없다. 실버 도금 거울로 선명도를 높였다. 넉넉한 사이즈의 3중 수납공간과 분리형 파티션 덕분에 메이크업 도구가 섞이지 않고, C-Type 충전식으로 언제 어디서든 사용 가능하다.

필리밀리 | 듀얼 메이크업 브러시 클리너

듀얼 타입으로 메이크업 브러시를 간편하게 세척할 수 있는 제품이다. 스펀지, 빨래판 형태의 클리너가 내장되어 브러시에 묻은 파우더 잔여물은 스펀지에 떨어져 간편하게 세척하고, 돌기패턴과 일자패턴 듀얼 빨래판에 브러시 딥 클렌징이 가능하다.



토니모리 | 더 쇼킹 비건 라이너 슈퍼 픽싱

번짐과 지워짐 없이 컨트롤이 쉬운 토니모리의 비건포플라 아이라이너 제품이다. 뽀족한 붓펜이 컨트롤을 쉽게 도와주며, 부드러운 붓처럼 사용할 수 있다. 지워지거나 번지지 않는 아이라이너를 찾는다면, 추천하는 제품이다.

데코라인 | 라이징 리프트업 테이블

바닥에 앉아서도, 소파에 앉아서도 사용할 수 있는 리프트업 테이블이다. 테이블을 위로 올릴 수도 있지만, 넉넉한 수납공간 덕분에 테이블 위를 깔끔하게 유지할 수 있다. 깔끔한 메이플 컬러와 자연스러운 우드 무늬결 디자인으로 고급스러운 느낌을 주는 인테리어가 완성된다. 생활 오염에 강한 LPM 마감 덕분에 오랫동안 튼튼하게 사용할 수 있다.

상품 제원
1000mm x 550mm x 340mm(리프트업시 550mm)



One person

스칸디아 | 오토 2인/4인/6인 접이식 식탁

평소에는 접어둔 채로 사용해 공간을 활용할 수 있고, 손님이 오면 확장해 최대 6인까지 사용할 수 있는 접이식 확장형 식탁이다. 원목 소재를 활용하여 감성적인 분위기를 만들고, 화사한 화이트 컬러가 포근하고 아늑한 공간을 연출한다. 손쉬운 확장으로 누구나 쉽게 활용할 수 있는 제품이다.

상품 제원
800size / 1200size / 1600size



플러스마이너스제로 | AIR PURIFIER C030

360도로 사각지대 없이 넓은 면적의 오염된 공기를 빠르고 완벽하게 정화시켜주는 공기청정기다. 간편한 관리와 동양의 전통적인 대나무 바구니 디자인으로 1인 가구 인테리어에 고급스러움과 실용성을 더한 제품이다. 필터 외부를 감싼 66개의 철제 파이프가 고유의 아날로그적 감각을 표현하면서 5.9kg의 가벼운 무게 덕분에 이동도 편리하다.

상품 제원
298mm x 503mm / 5.9kg



OBGe(오브제) | 내추럴 커버 파운데이션

남자도 간단한 피부화장으로 더 멋스러움을 낼 수 있는 제품이다. 선크림과 비비크림을 따로 사용하는 번거로움을 줄인 파운데이션 스틱으로 제품 뒷부분에는 브러시가 달려있어 자연스러운 발림과 손에 묻지 않는 실용성을 더했다. 티나지 않는 자연스러운 남성 메이크업을 원하는 사람에게 맞는 제품이다.

OBGe(오브제) | 무드 체인지 립밤

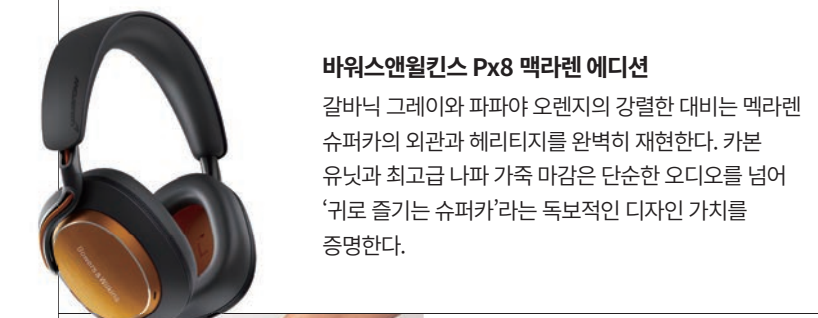
생기있는 입술은 그 사람의 분위기를 바꾸기도 한다. 오브제의 무드 체인지 립밤은 보습력과 생기있는 입술색 두 가지가 담긴 제품이다. 기존 내추럴 레드 컬러와 새롭게 추가된 웜 오렌지 컬러로 피부톤과 스타일에 따라 오래도록 촉촉하고 끈적임 없는 자연스러운 입술 맞춤 컬러를 만들어주는 제품이다.



fwee(뛰) | 3D 볼류밍 글로스

바르는 순간 차오르는 입체적인 립글로스를 찾는다면, 뛰의 3D 볼류밍 글로스 제품이 있다. 뛰만의 다채로운 컬러들로 다양한 색의 입체적인 립팅을 할 수 있다. 도톰하게 입술 주름을 채워 볼륨감 있는 탱글한 입술 느낌을 만들 수 있다. 입술 색과 무드에 맞게 총 17가지 색들 중 선택하면 되는 제품이다.





바워스앤윌킨스 Px8 맥라렌 에디션
 갈바닉 그레이와 파파야 오렌지의 강렬한 대비는 맥라렌 슈퍼카의 외관과 헤리티지를 완벽히 재현한다. 카본 유닛과 최고급 나파 가죽 마감은 단순한 오디오를 넘어 '귀로 즐기는 슈퍼카'라는 독보적인 디자인 가치를 증명한다.

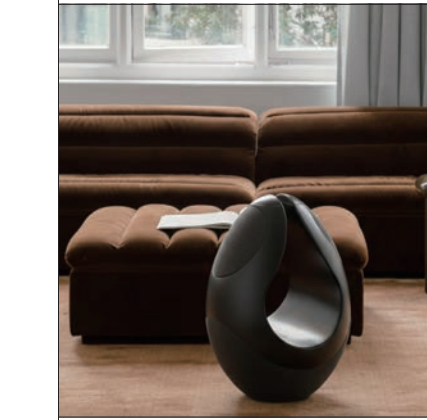


We are rewind
 아날로그의 향수를 현대적 감각으로 재탄생시킨 아이템이다. 차가운 알루미늄 바디와 테이프를 넣고 버튼을 누르는 물리적 조작감은 스트리밍 시대에 잊혀진 '기다림의 미학'을 소환한다. 블루투스 연결이라는 현대적 편의성까지 갖춰, 소유하는 즐거움과 감성적인 청취 경험을 동시에 선사하는 오브제다.

삭즈 오픈런 프로2
 귀를 막지 않는 오픈 이어 디자인으로 운동 중 안전을 확보하면서도 압도적인 저음과 선명한 음질을 동시에 구현해 낸 제품이다. 장시간 착용해도 편안한 초경량 티타늄 프레임과 뛰어난 방수 기능은, 일상의 러닝부터 격렬한 아웃도어 활동까지 모든 순간을 프리미엄 사운드로 채우는 액티브 라이프스타일의 필수 아이템이다.



Sound



Pantheone Audio I
 매끄러운 유선형 레진 바디로 완성된 가전의 영역을 넘어선 '소리를 내는 조각상'이다. 이음새 없는 레진 바디는 수작업으로 마감되어 현대 미술품 같은 압도적 존재감을 뽐낸다. 상단의 기하학적 공간은 디자인적 파격을 넘어 360도 전 방향으로 웅장한 사운드를 퍼뜨리는 음향학적 통로가 된다. 시각적 침묵과 청각적 황홀경을 동시에 선사하며 공간을 갤러리로 탈바꿈시키는 예술적 오브제다.

드비알레 마니아
 구 형태의 파격적인 디자인이 돋보이는 드비알레 마니아는 장소에 구애받지 않는 프리미엄 사운드의 결정체다. 4개의 폴레인지 드라이버와 2개의 서브우퍼가 뿜어내는 압도적 중저음으로 공간을 물리적으로 울린다. 특히 공간 분석 기술을 통해 주변 환경을 실시간 감지하여 최적화된 360도 스테레오 사운드를 구현하는, 지능형 럭셔리 오디오다.



Oakley meta vanguard
 오클리 특유의 미래지향적 아이웨어 디자인에 메타의 첨단 오디오 기술을 결합한 웨어러블의 정점이라고 할 수 있다. 프레임에 숨겨진 오픈 이어 스피커는 일상의 스타일을 해치지 않으면서도, 활동적인 라이프스타일에 최적화된 핸드프리 프리미엄 사운드와 세련된 핏을 선사한다.



소니 LSPX-S3 글래스 사운드 스피커
 투명한 유기 유리 튜브를 통해 빛과 소리를 동시에 퍼뜨리는 감성 가전의 정수다. 촛불처럼 일렁이는 조명 기능과 유리를 진동시켜 만드는 청아한 고음은 공간의 공기를 즉각적으로 로맨틱하게 바꾼다. 단순한 스피커를 넘어, 시각과 청각을 동시에 치유하는 '스테이케이션(Staycation)'의 완벽한 동반자다.



휴테크 카이 GTS9 아트모션
 소리를 '듣는' 것을 넘어 '몸으로 느끼는' 입체적 경험을 선사한다. 세계 최초로 상용화된 4채널 음파진동 마사지 시스템은 고품질 오디오의 파동을 근육 깊숙한 곳까지 전달한다, 특히 유니버설 뮤직과 협업한 뮤직 싱크 기능은 선율의 리듬과 강약에 맞춰 마사지 모션이 실시간으로 변화하며, 청각과 촉각이 하나 되는 진정한 오디오 테라피의 정수를 보여준다.

Today's Special Furniture



에드라 스탠다드
 자유자재로 구부러지는 등받이와 팔걸이는 사용자의 체형과 자세에 맞춰 최적화된 휴식을 제공하며, 정형화되지 않은 우아한 실루엣은 거실을 하나의 현대 미술 갤러리로 탈바꿈시킨다. 단순한 가구를 넘어 공간에 생명력을 불어넣는 조형적 미학과 기술적 혁신이 결합된 거실 인테리어의 완벽한 주인공이다.

HEM Puffy
 견고한 스테인리스 스틸 프레임 위에 거대한 이불을 엮은 듯한 독특한 볼륨감은 시각적인 유희와 함께 온몸을 감싸는 압도적인 안락함을 선사한다. 특히 2026년 디자인 트렌드인 '소프트 미니멀리즘'을 가장 직관적으로 보여주는 제품으로, 인테리어에 화이트 있는 리듬감을 더하고 싶다면 해답이 될 것이다.



피케아 루피노 체어
 세련된 하이엔드 라운지 체어 하단에 반려동물만을 위한 아늑한 프라이빗 벅커를 통합하여, 따로 공간을 차지하던 펫 하우스를 인테리어의 주연급 오브제로 격상시켰다. 반려동물의 시선 높이를 배려한 세심한 설계와 스크래치에 강한 최고급 기능성 패브릭 마감은 반려가족이 한 공간에서 온전한 정서적 교감을 나눌 수 있는 가장 우아하고 혁신적인 라이프스타일을 제안한다.

레이로우 파사테나 라운드 테이블
 햇살 머문 봄의 테라스, 레이로우 파사테나 라운드 테이블이 놓이는 순간 평범한 일상은 화량이 된다. 정갈한 스틸의 미학과 유연한 원형 실루엣은 휴식의 순간을 예술로 격상시키기도 한다. 살랑이는 바람 사이로 즐기는 차 한 잔, 계절의 온기를 오롯이 담아낼 당신만의 가장 아름다운 오브제다.



글라스 이탈리아 시머 테이블
 봄날의 찬란한 햇빛을 가둔 듯한 형상을 자아내는 테이블이다. 빛의 각도에 따라 일렁이는 무지개 빛깔로 공간의 색채를 깨운다. 투명한 유리 위로 부서지는 파스텔톤 그림자는 마치 만개한 꽃잎이 흩날리는 듯한 환상적인 비주얼을 선사하며, 지면 위에 가장 눈부신 봄의 찰나를 기록한다. **DS**



에센스 오브제 스톤디퓨저
 인위적인 액체 디퓨저와 달리 자연 그대로의 거친 질감을 살린 천연 화산석에 프리미엄 향료를 떨어뜨려 사용하는 방식으로, 향이 공기 중으로 은은하고 차분하게 퍼져나가는 '기다림의 미학'을 선사한다. 정갈한 유리 용기와 스톤이 어우러진 조형미는 그 자체로 훌륭한 인테리어 수단이 되며 일상의 공간을 감각적인 향기로 채우며 시각적 평온함을 느낄 수 있다.



알로소 엘머
 봄의 생명력이 둥근 매듭으로 피어난 듯한 알로소 엘머는 지면을 압도할 파격적인 실루엣을 자랑한다. 몽글몽글한 구름을 닮은 유기적인 볼륨감과 포근한 질감은 나른한 봄날의 완벽한 휴식을 선사한다. 화사한 파스텔 톤으로 물든 이 '허그 체어'는 우리의 시선을 단숨에 사로잡으며 공간에 생동감 넘치는 봄의 온기를 가득 채워준다.

지난 3월 6일부터 9일까지 홍콩관광청은 ‘홍콩 MICE 팸투어’를 진행했다. 이번 프로그램은 홍콩관광청이 주최하고 스타 보이저 크루즈와 뉴월드 밀레니엄 홍콩 호텔, 캐세이퍼시픽항공이 함께 지원했다.

3박 4일 일정으로 팸투어에 참여한 직접판매업계 관계자들은 홍콩의 문화 공간과 크루즈, 호텔 등 다양한 MICE(회의, 인센티브, 컨벤션, 전시) 인프라를 직접 체험했다. 이번 일정은 단순한 관광 프로그램이 아니라 “직접판매기업 행사를 홍콩에서 개최한다면 어떤 가능성이 있을까”라는 질문에 대한 답을 찾는 과정이었다.

문화와 예술이 만나는 ‘서구룡 문화지구’

첫 일정은 홍콩의 새로운 문화 랜드마크인 서구룡 문화지구 방문이었다. 빅토리아 하버를 따라 조성된 이 대규모 문화예술 단지는 공연장과 박물관, 갤러리, 공원이 결합된 홍콩의 대표적인 문화 공간이다.

이곳에서 참가단이 방문한 M+ 뮤지엄은 아시아 최초의 현대 비주얼 컬처 박물관으로 33개의 갤러리와 다양한 전시 공간을 갖추고 있다. 특히 최대 500명 규모의 컨퍼런스 시설과 1,000명 이상 리셉션 공간, 야외 오디토리움 등이 마련돼 있어 기업 행사와 문화 이벤트를 동시에 진행할 수 있는 장소로 주목받고 있다.



MICE의 새로운 가능성, ‘스타 보이저 크루즈’

서구룡 문화지구를 뒤로한 참가단은 침사추이 오션터미널로 이동했다. 이곳에서 이번 팸투어의 핵심인 스타 보이저(Star Voyager) 크루즈에 탑승했다. 길이 261m, 약 7만 7,000톤 규모의 이 크루즈는 총 14개 층에 972개 객실을 갖추고 있으며 약 1,900명이 동시에 탑승할 수 있는 대형 선박이다.

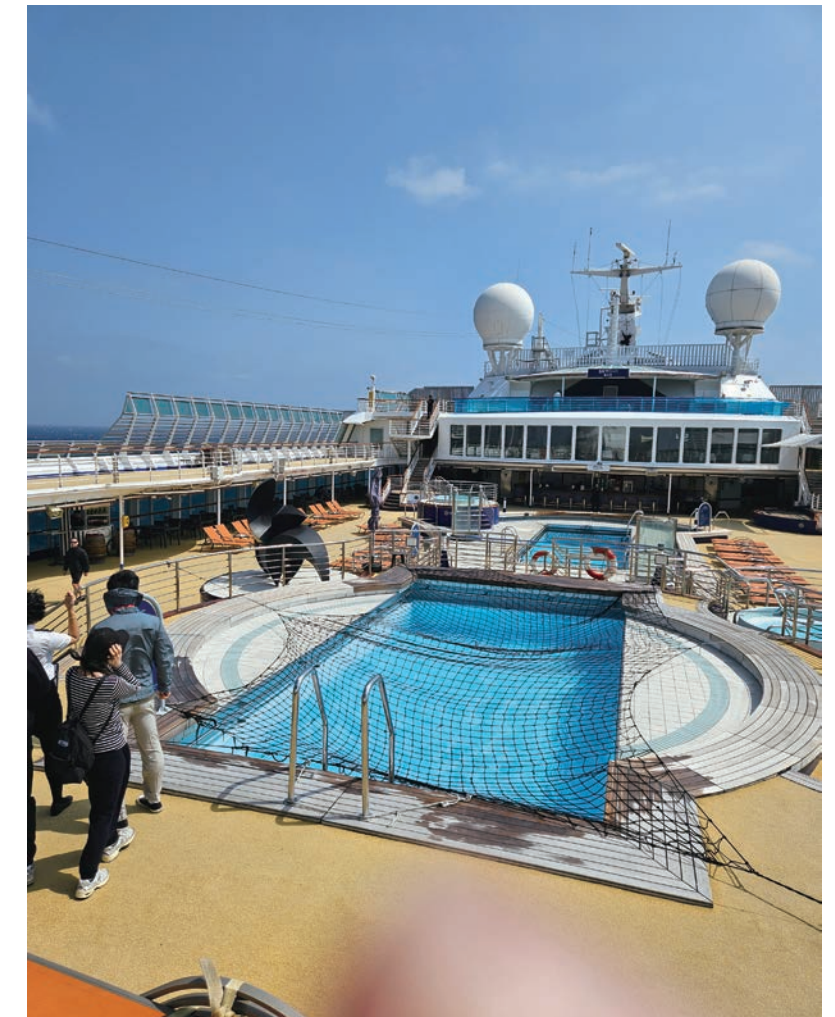
승선 직후 열린 환영 만찬은 크루즈 여행의 시작을 알리는 특별한 시간이었다. 레스토랑 ‘소피아’에서 제공된 코스 요리를 즐기며 참가단은 크루즈를 기업 행사 공간으로 활용할 가능성에 대해 이야기를 나눴다.

선내 투어에서는 다양한 행사 공간이 소개됐다. 하나의 크루즈 안에서 컨퍼런스, 식사, 공연, 파티까지 모든 프로그램을 진행할 수 있는 점이 큰 장점이다.

오후에는 팀빌딩 프로그램도 체험했다. 암벽등반과 짚라인, 런닝맨 형식의 게임 프로그램이 이어지며 참가자들의 웃음이 끊이지 않았다.

밤이 되자 크루즈는 또 다른 모습으로 변했다. 대형 공연장에서는 뮤지컬 쇼가 열렸고 라운지에서는 라이브 음악이 흐르며 크루즈 전체가 하나의 거대한 엔터테인먼트 공간으로 바뀌었다.

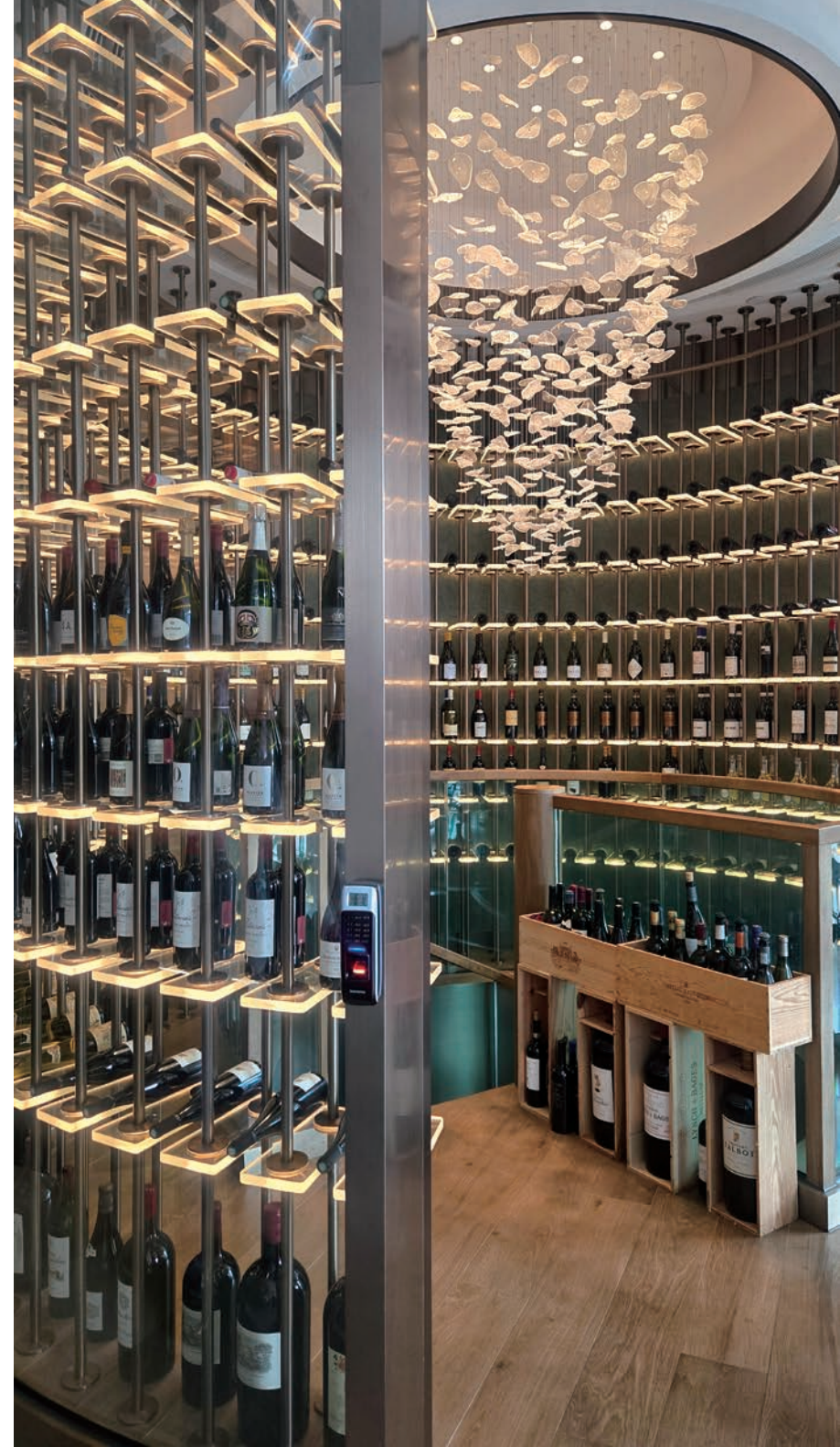
기업 행사를 위한 완성형 MICE 도시 ‘홍콩’





홍콩의 과거와 현재가 공존하는 '올드타운 센트럴'

크루즈 일정 이후 참가단은 홍콩 도심의 대표 문화 관광 지역인 올드타운 센트럴(Old Town Central)을 찾았다. 현대적인 마천루 사이로 좁은 골목과 오래된 건물이 이어지는 이곳은 홍콩의 역사와 현대 문화가 공존하는 공간이다. 세계에서 가장 긴 옥외 에스컬레이터로 유명한 미드레벨 에스컬레이터를 타고 올라가며 바라본 골목 풍경은 홍콩 특유의 이국적인 분위기를 보여줬다. 저녁에는 란콰이퐁 지역에서 식사를 한 뒤 빅버스 나이트 투어로 홍콩의 야경을 감상했다. 화려한 네온사인과 고층 빌딩이 만들어내는 홍콩의 밤 풍경은 도시 전체가 하나의 무대처럼 느껴질 정도였다.



럭셔리 MICE의 또 다른 선택 '뉴월드 밀레니엄 홍콩 호텔'

팸투어 마지막 밤 참가단이 머문 곳은 뉴월드 밀레니엄 홍콩 호텔(New World Millennium Hong Kong Hotel)이다. 침사추이 이스트에 위치한 이 호텔은 총 468개의 객실을 갖춘 5성급 호텔로 빅토리아 하버 전망 객실이 특징이다. 특히 하버뷰 객실에서는 홍콩 스카이라인을 한눈에 감상할 수 있어 기업 행사 참가자들에게 높은 만족도를 제공할 수 있다. 호텔 내부에는 루프탑 야외 수영장장과 피트니스 센터, 사우나 시설이 마련돼 있어 장기 체류형 기업 행사에도 적합하다. 또한 정통 일식, 중식, 프랑스 요리, 인터내셔널 뷔페 등 다양한 레스토랑이 운영되고 있어 행사 참가자들의 다양한 취향을 만족시킬 수 있다. 특히 호텔 M층에 위치한 '뱅 에 뱅(Vin et Vin)' 프라이빗 와인 셀러는 인상적인 공간이다. 대형 유리 캐비닛과 나선형 계단으로 연결된 지하 셀러에는 1,000종 이상의 와인이 보관돼 있어 VIP 리셉션이나 프라이빗 이벤트 장소로 활용할 수 있다. **DS**





AI 홈 헬스케어 헬리오스타



당신의 거실에서 시작되는 새로운 웰니스의 시대

헬리오스타는 AI 기술을 기반으로 한 고출력
근적외선 헬스케어 디바이스로, 기체가 자율적으로
당신의 건강을 케어하며 축적된 데이터를 통해
지속적으로 건강 패턴을 학습합니다.
개인 건강 관리의 혁신을 지금 직접 경험해보세요.

DRINK IN THE GLO TRUGLO

빛나는 하루를 마시다, 트루 글로



*부원료 망고향 함유

홈페이지 www.synergyworldwide.com 고객센터 1899-7600 제품유형 건강기능식품
제조원 Nature's Sunshine Products/미국 판매원 시너지월드와이드코리아(주)

syn-rgy POWERED BY NATURE'S SUNSHINE