

[인터뷰] 뷰티넥소스(BEAUTYNEXOS), K-뷰티 글로벌 진출의 새 판 짠다

뷰티스트림즈 란 부(Lan Vu) 대표

김민혜 기자 | minyang@beautynury.com



국가 간 갈등·공급망 재편 등 글로벌 무역 환경의 불확실성이 커지고 있다. 최근 출범한 B2B 통합 플랫폼 ‘뷰티넥소스(BEAUTYNEXOS)’는 화장품 산업의 정보 비대칭과 네트워크 단절 해소 등을 목표로 내세워 업계의 관심이 집중되고 있다.

뷰티스트림즈(BEAUTYSTREAMS)가 오픈스트림즈 재단(Openstreams Foundation)과 축적해온 노하우를 기반으로 구축한 뷰티넥소스는 단순 거래 중개를 넘어 전 세계 밸류체인을 연결하는 디지털 인프라 플랫폼이다.

뷰티넥소스는 오는 27일 서울 광화문 포시즌스 서울 호텔에서 론칭 행사 ‘프라이빗 트렌드 티(Trend Tea)’를 열고 국내 협회 및 파트너사와의 공식 협력 체계를 공개할 예정이다. 뷰티누리는 한국 미디어 대표로 참여하고 있다. 뷰티스트림즈 란 부(Lan Vu) 대표에게 뷰티넥소스를 통해 K-뷰티 기업이 얻을 수 있는 전략적 혜택과 플랫폼의 작동 구조를 물었다. 인터뷰는 서면으로 진행됐다.



뷰티스트림즈 란 부(Lan Vu) 대표는 ‘뷰티넥소스(BEAUTYNEXOS)’가 단절된 글로벌 뷰티 밸류체인을 유기적으로 잇는 핵심 디지털 인프라로 작동할 것이라고 강조했다. ©뷰티넥소스

기존 서비스와 뷰티넥소스는 어떻게 다른가.

전략적 관점에서 상호 보완적인 서비스라고 할 수 있다. 뷰티스트림즈는 글로벌 전문가 주도하에 제품 기획 단계부터 미래의 소비자 행동 변화와 문화적 흐름을 선제적으로 예측하는 고차원 전략 인텔리전스이며, 오픈스트림즈는 산업 전반의 공통 이슈를 다루며 글로벌 대화 구조를 펼치는 데 집중하고 있다. 뷰티넥소스는 실시간 시장 활동과 비즈니스 기회 창출에 중점을 둔 서비스다.

타깃 규모와 접근성도 다르다. 뷰티스트림즈의 경우 프리미엄 서비스를 통해 의사결정권자용 고가 리소스를 제공하는 반면, 뷰티넥소스는 무료 회원부터 개인 멤버십, 기업 프로필 멤버십 종류를 세분화해 폭넓은 실무진이 접근할 수 있도록 했다. 독립적인 성격을 갖는 뷰티스트림즈와 달리, 참여형 구조로 브랜드 주도의 즉각적인 혁신 흐름을 공유하는 것이 특징이다.

K-뷰티 기업이 겪는 정보 비대칭 문제 해소에도 도움이 될 것 같다.

출장 및 전시회 참가 비용 상승, 규제 변화 등으로 인해 시장 가시성이 크게 위축된 상태다. 이는 경쟁사 벤치마킹과 파트너 발굴의 한계로 이어질 수 있다. 뷰티넥소스는 전 세계 각 지역의 제품 출시 현황, 원료 혁신, 공급업체 역량을 시스템에 지속적으로 업데이트해 정보를 쉽게 확인할 수 있도록 하고 있다.

특정 지역이나 기존 관계에만 의존하던 제약에서 벗어나 브랜드, 제조사, 원료사 간 직접 연결을 돕는다. 공급망 이슈가 발생하더라도 대체 파트너 발굴 기간을 단축하고, 기존 허브 외 지역의 새로운 혁신을 파악해 글로벌 분산 전략을 구사할 수 있다는 장점이 있다.

국가별 규제를 확인하는 통합 데이터 기능도 제공하나.

국제 화장품 규제와 관련된 통합 컴플라이언스 검증 기능을 현 단계에서 직접 지원하지는 않는다. 대신 규제 준수가 가장 중대한 과제임을 인지하고, 국제 시장 전문가들로 구성된 ‘뷰티스트림즈 비스포크(Bespoke) 컨설팅’을 통해 고도로 맞춤화된 시장 진입 전략을 지원 중이다. 앞으로도 플랫폼을 발전시키면서 관련 데이터 연동 도구에 대한 업계의 요구를 꾸준히 수렴할 계획이다.

플랫폼 내 바이어·셀러 매칭 원리는 무엇인가.

단순 1차원적 거래가 아닌 생태계 중심 방식이다. 뷰티 산업은 구매 담당자 외에도 제품 개발자, 마케터 등 수많은 실무진이 초기 방향 설정에 관여한다. 담당자들이 비용이나 시간 제약 없이 전반적인 글로벌 혁신을 상시 탐색하고 내부 논의를 거쳐 최종 바이어로 연결되도록 돕는 역할을 한다. 방대한 데이터 속에서 빠르게 정밀한 탐색을 할 수 있는 AI 어시스턴트도 구현했다. 예를 들어, 특정 기업의 시니어 제품 개발자 목록을 요청하면 구조화된 결과와 프로필 링크는 물론 메시지 보내기와 다자간 협업 공간인 서클(Circle) 초대도 지원한다.

네트워크 확장 외에 K-뷰티 기업이 얻을 수 있는 혜택이 있다면.

계절성 전시회에 얽매이지 않고 상시로 글로벌 혁신 동향을 모니터링해 신제품 출시 속도를 비약적으로 단축할 수 있다. 기획 초기부터 다양한 실무진이 방향을 검증하므로 제품 개발 기간 자체도 줄어든다.

6월부터 도입되는 AI 기반 로컬라이제이션 기능은 한국 기업의 이용 편의성을 극대화 할 것으로 기대된다. 한국어 인터페이스가 정식 제공되며, 메시지나 서클에서 한국어로 소통하더라도 상대방 언어로 자동 번역된다. 물리적 한계는 물론 언어 장벽까지 무너뜨려 커뮤니케이션 및 관계 형성 속도를 극대화할 수 있다.

업체가 등록한 혁신 기술이나 기업 프로필의 신뢰성은 어떤 방식으로 검증하는가.

무엇 전시회 운영 철학과 비슷하다고 보면 된다. 박람회 주최측이 참가사의 기술 주장을 모두 과학적으로 입증해주진 않듯, 등록 기업 스스로 윤리적이고 적법하게 소통할 책임을 전적으로 진다.

쾌적한 환경을 위해 시스템 차원에서 AI와 내부 전담 인력이 인종차별적이거나 오해 소지가 있는 부적절한 콘텐츠를 철저히 차단한다. 단, ‘트렌드 레이더’나 ‘에디터스 픽’ 같은 자체 커뮤니케이션에 제품이 소개될 경우에는 팩트체크를 거쳐 정확성을 엄격하게 따져본 후 공개한다.

AI는 어떤 방식으로 활용하게 되는지.

활성 사용자가 100만명을 돌파하는 생태계로 성장한다면, 축적된 집계 데이터를 바탕으로 신흥 시장 움직임과 미래 트렌드를 식별하는 방안을 모색할 수 있다. 단, 데이터 보호 규정을 엄수하기 때문에, 명시적으로 동의(Opt-in)한 정보에 한해 익명화해 다룰 것이다.

파트너 큐레이션 서비스는 이미 AI를 활용하고 있다. 과도한 추측성 프로파일링을 배제하고 사용자의 능동적 비즈니스 의도에 응답하도록 설계했다. 무분별한 알고리즘 추천으로 피로감을 준 과거 네트워킹 플랫폼의 전철을 밟지 않고, 의미 있는 연결을 돕는 인간 중심 접근을 고수할 방침이다.

11월 뉴욕 UN 본부에서 열리는 글로벌 서밋의 핵심 의제는 무엇인가.

11월 5일 개최되는 오픈스트림즈 글로벌 뷰티 산업 서밋의 메인 테마는 ‘경계 없는 뷰티(Beauty is Borderless)’다. 첫 번째 핵심 논의 주제는 글로벌 공급망 재편이다. 지정학적 변화에 유연하게 대응하기 위한 생산 구조 재설계와 대체 거점 발굴을 심도 있게 다룰 예정이다.

두 번째는 지역 문화별로 다르게 체감되는 포용성 정의의 진화다. 획일화된 글로벌 마케팅 메시지에서 벗어나, 지역별 고유 정체성을 반영한 전략을 수립함으로써 글로벌 관점과 로컬 실행력을 결합한 통합 프레임워크를 도출하는 것이 목표다.

한국 미디어 파트너로 '뷰티누리'를 선택한 배경은.

각 국가별로 가장 영향력 있고 존경받는 B2B 미디어 매체와 협력한다는 확고한 원칙에 따른 결과다. 모기업 뷰티스트림즈는 과거 서울에서 대규모 심포지엄과 업계 행사를 진행하며 뷰티누리와 오랜 파트너십을 다져왔다. 당시 아모레퍼시픽, LG생활건강, 코스맥스 등 대한민국을 리딩하는 뷰티 기업 경영진이 대거 참석했다. 현장을 거듭하며 뷰티누리가 수십 년간 쌓아온 심도 있는 시장 전문성과 압도적 산업 네트워크를 확인했다. 신뢰성 높은 생태계를 굳건히 다지기 위해 최적의 동반자라 판단했다.