

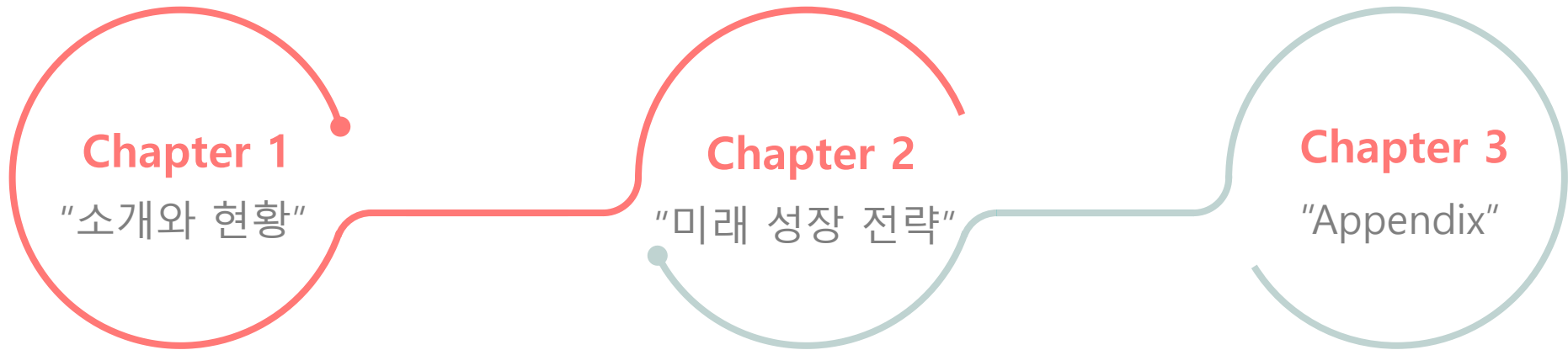


ETERNAL GROUP

Investor Relations 2021



TABLE OF CONTENTS



"30년의 역사,
그리고 새로 쓰는 역사"

"성공 DNA와
확장 가능성"

"Good to Great,
좋은 기업에서 위대한 기업으로"

Chapter 1

소개와 현황

“30년의 역사,
그리고 새로 쓰는 역사”



01. 회사현황

“여성을 가장 잘 이해하는 여성 패션, 잡화 전문 기업”

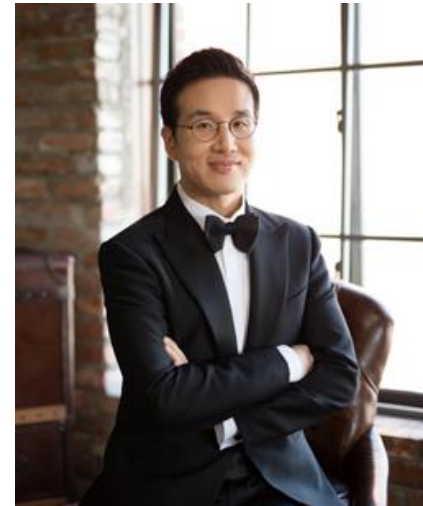


(주)이터널그룹

설립일	2018년 12월 20일
대표이사	민 경 준
자본금	9억원
종업원수	125명 (본사 61, 매장 64)
업종	패션, 잡화, 코스메틱
주소	서울시 성동구 아차산로 17길 49 생각공장 데시앙플렉스 19층, 20층
홈페이지	http://www.ibeaucre.co.kr/



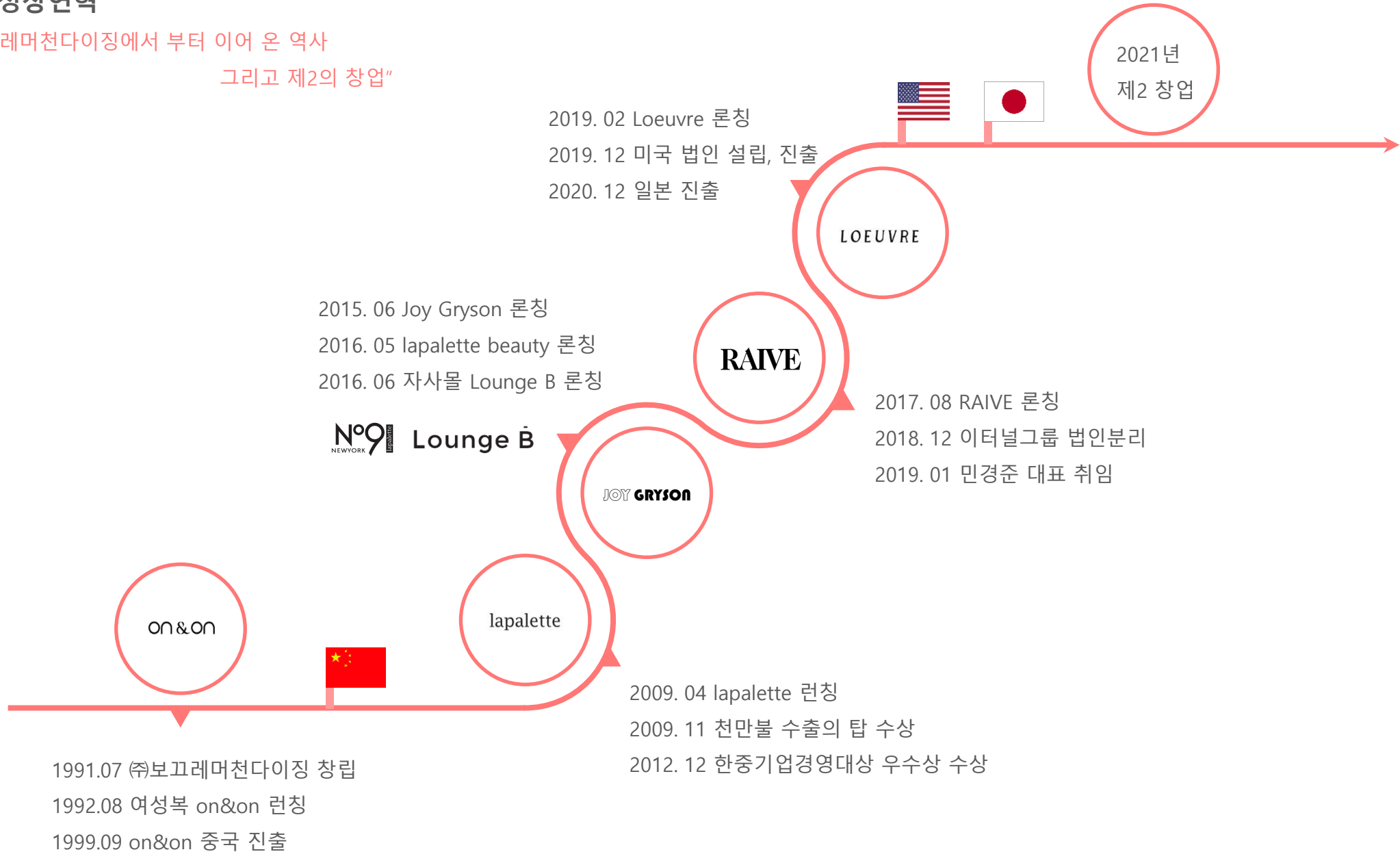
민경준 대표이사



- 서울대 전기공학부
- 한예중 연출
- 보그레머천다이징, 이터널그룹 대표

02. 성장연혁

“보그레머천다이징에서 부터 이어 온 역사
그리고 제2의 창업”



03. 조직 구성

“동업계 최고의 전문가 집단”



민경준 대표이사

CSO

CFO

JOY GRYSON

LOEUVRE

lapalette

RAIVE

On-Line

Support, New Biz

4 | Design

6 | Design

3 | Design

8 | On-Line MD

9 | HR, Finance, CS

6 | PR MKT

3 | On-Line MD

3 | Lounge B

4 | R&D, IT

11 | MD, VMD, Production

1 | Web Design

4 | Web Design

1 | Strategic Planning

3 | Sales

1 | PR, Digital MKT

1 | Digital MKT

2 | New Biz, Global

본사 직원 기준



04. 경영 성과(1)

“2019년 법인 분리와 함께 빠른 성장세”

브랜드별 매출액

매출 성장 요인

“빠른 시장 트렌드 반영 ”

온라인 전환으로 코로나 위기 극복
온라인 친화적 브랜드 빌드업

“차별성”

차별화 된 디자인
차별화 된 마케팅 (SNS, 인플루언서, 디지털&컨텐츠 마케팅)

“성공적인 확장 ”

카테고리 확장으로 매출 성장 (조이그라이슨, 루에브르)
기존 타깃층 포함 MZ세대까지 타깃 세대 확장 (레이브, 라빠레뜨)



04. 경영 성과(2)

“온라인 가속화 트렌드에 편승, 코로나 이슈에서도 빠른 온라인 전환으로 위기 극복”

유통채널별 매출액

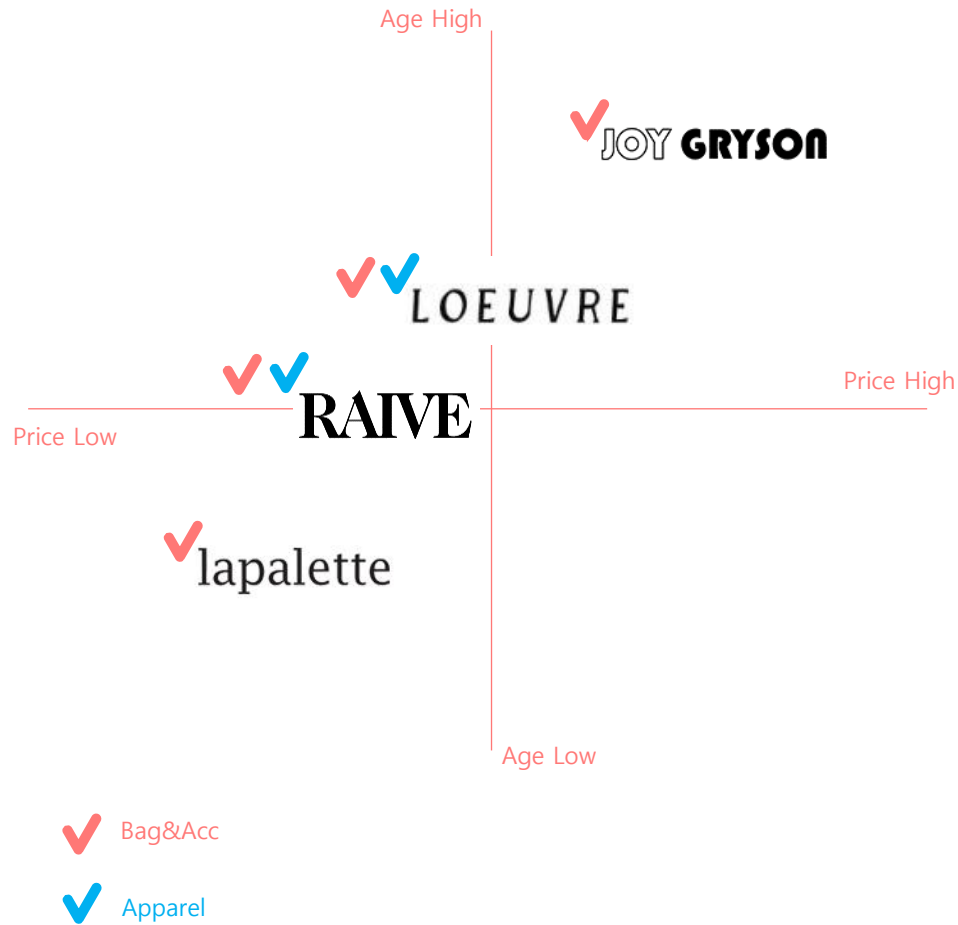
주요 유통 채널





05. 브랜드 (이터널그룹 전체)

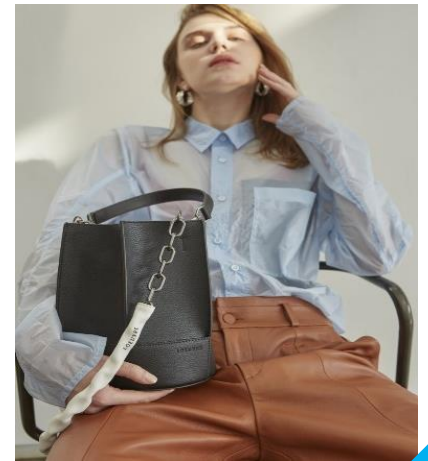
“전 세대 여성 타깃을 아우르는 여성 패션, 잡화 전문 기업”



JOY GRYSON



LOEUVRE



lapalette



RAIVE





05. 브랜드(1)

"Joy Gryson"

about - Creative Director & Co-Founder



Joy Gryson
Creative Director
(former) Coach, Calvin Klein,
Marc Jacobs Creative Director

Peter Gryson
Co-Founder
(former) Calvin Klein Vice-President

Concept & Best Item



NEWYORK ORIGIN

디자이너 조이 그라이슨이
뉴욕에서 런칭한 브랜드



CONTEMPORARY

동시대 여성들의 트렌드를 리딩하는
고감도 감성의 패션 브랜드



MODERN & CLASSIC

세월이 지나도 변치 않는 가치를 가지는
모던 클래식 컬렉션



- 2015 이태원 플래그십 스토어 오픈 롯데 백화점 본점 오픈
- 2014 조이그라이슨 국내 런칭
- 2013 브룩클린 플래그십 스토어 오픈
- 2012 세컨드 레이블 Tribeca by JOY GRYSOON 라인 런칭
- 2011 CFDA (미국 패션 디자이너 협회 Council of Fashion Designer of America) 신인 액세서리 디자이너 부문 취임
- 2010 Harper's Bazaar 액세서리 부문 18인의 디자이너 선정
- 2006 미국 뉴욕 런칭

- 2020 JTBC 드라마 <이태원 클라쓰>, <부부의 세계> 제작지원 신세계 백화점 강남점 신세계 백화점 의정부점 등 국내 총 10개점 오픈
- 2019 현대 백화점 충청점 갤러리 백화점 타임월드점 등 국내 총 6개점 오픈
- 2018 현대 백화점 대구점 AK플라자 수원점 등 국내 총 3개점 오픈
- 2017 스타필드 하남 플래그십 스토어 오픈 스타필드 고양 컨셉 스토어 오픈 현대 백화점 판교점 신세계 백화점 센텀시티점 등 국내 총 6개점 오픈 MBC 드라마 <20세기 소년 소녀> 제작지원 배우 한예슬 아시아 뮤즈 선정
- 2016 신세계 백화점 동대구역 S.tyle Bag 편집숍 입점

05. 브랜드(1)

"Joy Gryson"

Issue - Joy Gryson on K-Drama

- JTBC 'The World of the Married' (2020 / Viewer Rating 28.4%)



극 중 조이그라이슨 가방을 착용한 지선우 역의 배우 김희애



이슨 현대백화점 디큐브시티점 매장 노출

- JTBC 'Itaewon Class' (2020 / Viewer Rating 16.5%)



극 중 조이그라이슨 가방을 착용한 조이사 역의 배우 김다미

Celeb Loves Joy Gryson



서예지 tvN <사이비지만 괜찮아> 이연경 KBS2 <한번 다녀왔습니다> 권소희 JTBC <우리의 세계> 손담비 MBC <나 혼자 산다>



장혜림 인스타그림 권나라 인스타그림 김다미 인스타그림 아이린 인스타그림 문가영 인스타그림



효민 인스타그림 유이 인스타그림 정려름 인스타그림 지예린 KBS2 <우아한 그녀> 이주연 인스타그림



아이린 공방패션 윤세아 공방패션 손담비 차정원 인스타그림



강민정 인스타그림 박민경 tvN <강박사건> <그녀의 사랑방> 김사랑 공방패션 윤송아 인스타그림



박민경 마리클레르 2019년 7월호 유이나 하이컷 2019년 1월 235호



유이나 tvN <산타미 없다> 제시카 공방패션 이태희 공방패션 오영서 인스타그림 포니 인스타그림



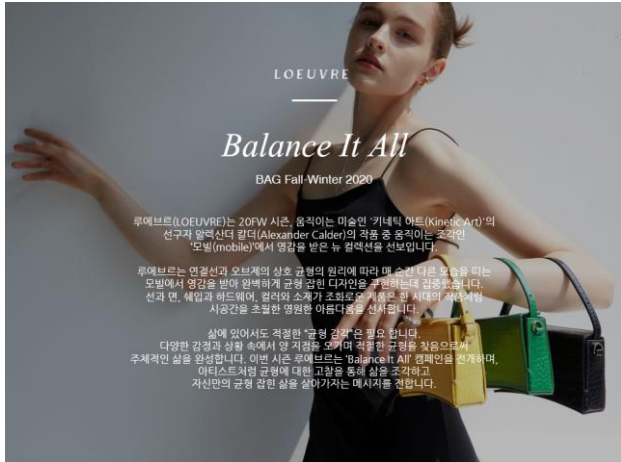
박민경 하이컷 2016년 2월 215호 박민경 하이컷 2016년 5월 222호



05. 브랜드(2)

“LOEUVRE”

about



- 2020** 파리 브렐랑 백화점 입점
- 2020** 패션 매거진 Singles Korea
"가장 핫한 국내 가방브랜드" 선정
- 2019** 루에브르 의류 론칭
- 2019** 패션 매거진 Vogue Korea
"지금 주목 해야 할 브랜드" 선정
- 2019** 루에브르 핸드백 론칭

Concept & Best Item



루에브르(LOEUVRE)는 프렌치 감성을 기반으로 하며, 빛과 그림자를 컨셉으로 제품이 표현하는 선과 컬러감, 소재의 중요성에 많은 시간과 공을 들여 '작품'과 같은 개념의 제품을 만들어 내하고자 합니다.

브랜드명은 프랑스어 명사 'oeuvre(에브르)' + 'le(르)'의 합성어로 Oeuvre의 사전적 의미는 작가나 아티스트, 작곡가 등의 전 생애의 작품을 뜻합니다.





05. 브랜드(2)

"LOEUVRE"

Issue – Loeuvre on Press



지금 주목해야할 브랜드, 루에브르

브랜드와 아트의 경계 그 속에서 디자이너의 영혼을 담아 한층의 작품을 만드는 패션 브랜드가 있다. 보그는 선과 면의 경계를 통해 모던과 트렌드를 동시에 추구하는 신진 디자이너 브랜드 루에브르(LOEUVRE)에 주목한다.

루에브르는 프랑스어 명사 'oeuvre(에브르)에 경건사 'le'를 붙여 만들어진 이름으로 빛과 그림자를 기반으로 거울이 표현하는 선과 절묘한 소재가 결합하여 디자인하는 표현의 감성의 디자이너 브랜드이다. 'Loeuvre'의 사전적 의미는 '작가나 아티스트, 작곡가 등의 장 생애의 작품을 뜻하는데 루에브르는 시간과 공간을 넘어 하나의 작품을 완성한다는 마음으로 스카자컬이 특별하고 새로운 경험을 할 수 있는 시도를 이어가고 있다.

지금 가장 주목할 만한 신진 디자이너 브랜드 루에브르는 19 S/S 시즌 '사도 루미에르(Sac De Lumiere)' 백을 선보였다. 빛의 벽이라는 뜻을 지닌 사도 루미에르는 빛의 굴곡에 따라 달라지는 질리감에서 영감을 받아 6면의 입체적인 백으로 디자인되었다. 8면마다 각기 다른 비비드한 컬러가 돋보이는 사도 루미에르 백에 보다 재미 체인스트랩을 부착한 스타일링은 국내를 넘어 전 세계로 퍼져나가고 있다. 또한하면서도 프렌치한 스타일링을 사랑하는 여성들이라면 루에브르를 통해 일상에 즐거움을 더할 수 있을 것.



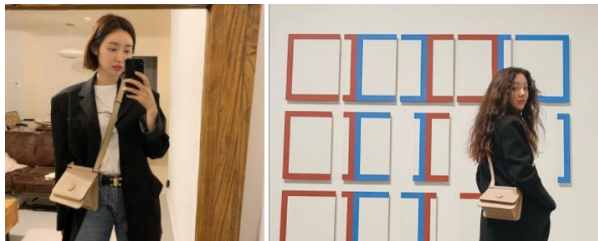
Today's News <브랜드> '루에브르' 핸드백부터 의류까지! '루에브르' 토털 브랜드로 확장



Today's News <브랜드> '루에브르' W컨셉 톱3 브랜드 등극 Wednesday, Apr. 29, 2020 | 김지수 기자, kangj@fashionbiz.co.kr VIEW | 3611

이터널그룹(대표 민경준)의 디자이너 패션잡화 브랜드 '루에브르(LOEUVRE)'가 올해 1년만에 고공 성장하며 'W컨셉' 주목받는 브랜드 톱3로 자리잡았다. W컨셉의 '주목받는 브랜드' 카테고리리는 매출 순으로 선정되며, 루에브르는 패션브랜드 '프론트로우'와 '날바이피'에 이어 3위에 랭크되어 있다. 이터널그룹에서 1년 전 시작한 루에브르는 핸드백과 여성 의류 라인업 연달아 히트시켰고, 고공 성장하며 W컨셉 내 3000여개 브랜드 중 톱 브랜드 반열에 올라섰다.

Celeb Loves Loeuvre





05. 브랜드(3)

"Lapalette"

about

L A P A L E T T E

아티스틱 컨템포러리 패션 브랜드 '라빠레트'는
 생동감 있고 다채로운 꿈을 실현하는 동시대 여성들을 위한 브랜드로
 감각적인 컬러 스펙트럼을 통해 여성들의 영원한 아름다움을 공유합니다.
 섬세하고 풍부한 컬러에 브랜드 가치와 시대 정신을 담아
 현대적인 아름다움의 세계를 창조합니다.



Concept & History



ARTISTIC

예술가의 팔레트처럼
 다양한 매력을 가진 브랜드



CONTEMPORARY

생동감 있고 다채로운 꿈을
 실현하는 동시대 여성들을 위한 브랜드



MODERN

현대적인 아름다움을 통해
 다양한 컨셉을 전개하는 브랜드

- 2016 라빠레트 뷰티 런칭
라빠레트 디자인 스튜디오 오픈
- 2015 모델 송해나 뮤즈 선정
- 2014 가수 제시카 & 크리스탈 브랜드 뮤즈 선정
모델 강승현 뮤즈 선정
- 2013 명동 메가샵 플래그십 스토어 오픈
- 2010 신사동 가로수길 플래그십 스토어 오픈
- 2009 라빠레트 브랜드 런칭

- 2020 tvN <여신강림> 문가영 PPL
NC백화점 아담점, 평촌점, 순천점 매장 오픈
- 2019 '딴느로제' 라인 누적 판매 1만 5천개 돌파
신세계백화점 하남점, 대구점 등 매장 오픈
- 2018 SBS 드라마 '훈남정음' 제작지원
라빠레트 아이웨어 런칭
- 2017 TVN 드라마 '내성적인 보스' 제작지원
배우 김유경 브랜드 뮤즈 선정
스타 필드 고양점 라운지비, 현대시티 아울렛 동대문점 등 매장 오픈

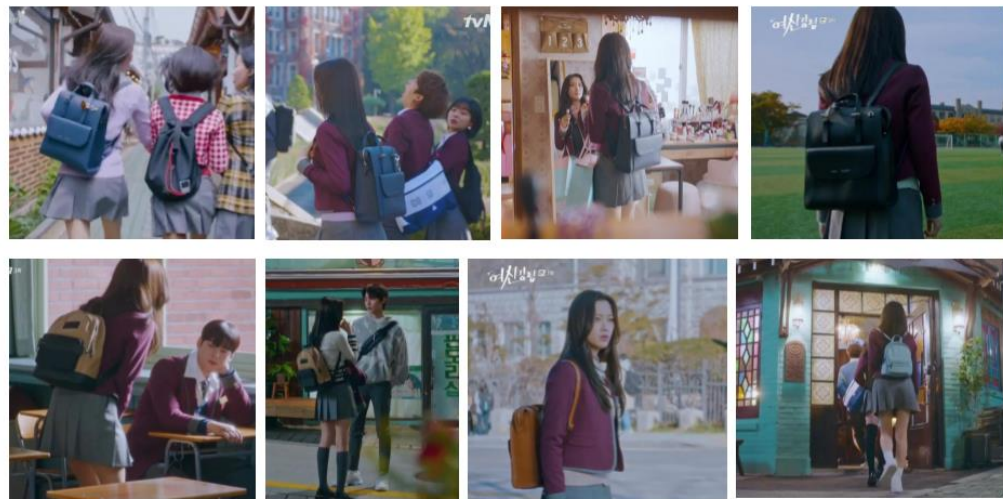




05. 브랜드(3)

"Lapalette"

이슈 – Lapalette on K-Drama



tvN <True Beauty> MOON GA YOUNG



최고의 품질과 아름다움의
결합된 디자인으로

lapalette
ESTABLISHED IN 1998

Celeb Loves Lapalette



HYUN A JANG NARA RED VELVET SEULGI JESSICA SNSD YURI CHA JEONG WON



GIRLFRIEND YUZU MAMAMOO MOONBYUL IZONE CHOYOORI KIM HYEYOON IDLE LEE HA NUI



CHUNG HA

05. 브랜드(4)

"RAIVE"

about



브랜드 레이브는 감각적인 룩과 틀을 깨는 브랜드 전개로 현재 한국의 MZ세대에게 주목받는 우먼 패션 레이블입니다. 레이브는 개별적 취향을 존중하고 사랑과 평화를 외치는 음악, 파티 문화인 RAVE에서 영향을 받아 탄생한 브랜드로 자유로운 무드의 쿨 스트리트룩과 레이브만의 독창적인 로맨티시즘이 돋보이는 로맨틱 핑크 스타일을 선보입니다.

가상의 여성을 뮤지로 설정해 매 컬렉션을 전개하는 레이브는 여성의 자연적인 아름다움과 표현의 자유에 대해 이야기하며 MZ세대의 공감을 이끌어내고, 트렌디한 아이템 선점과 마케팅 이슈 그리고 합리적인 상품 가격으로 타겟 소비자를 만족시키며 온라인마켓에서의 빠른 성장을 이루고 있습니다.



Concept & History

RAIVE

Philosophy 브랜드 컨셉 및 철학 : Authentic self-expression

진정한 자기 표현을 위한 자유로운 에티튜드와 낭만을 상징하는 패션 아카이브를 제안

Style 스타일 : New romantic & Cool Street

자유분방한 무드와 여성적 실루엣의 조화를 바탕으로 한 레이브만의 핑크&로맨틱 스타일

#YOUTH CULTURE

#K-SYNDROME

- MZ GENERATION
- MUSIC & PARTY
- FREE-WHEELING
- K-POP
- K-FASHION
- K-BEAUTY

Leading Product

· Printed T-shirt



· Knit



· One-piece



· Bag



05. 브랜드(4)

"RAIVE"

Line-Up

Leading Product

· Printed T-shirt



· Knit



· One-piece



· Bag



· Spring

T-shirt : 58,000 ~ 78,000
 Knit : 78,000 ~ 108,000
 Blouse : 108,000 ~ 128,000
 One-piece : 138,000 ~ 168,000
 Bottom : 78,000 ~ 128,000
 Jacket : 148,000 ~ 188,000

· Summer

T-shirt : 58,000 ~ 78,000
 Knit : 98,000 ~ 108,000
 Blouse : 108,000
 One-piece : 128,000 ~ 168,000
 Bottom : 68,000 ~ 98,000
 Swimwear : 108,000 ~ 128,000

· Autumn

T-shirt : 58,000 ~ 88,000
 Knit : 78,000 ~ 128,000
 Blouse : 108,000 ~ 128,000
 One-piece : 148,000 ~ 198,000
 Bottom : 98,000 ~ 118,000
 Jacket : 118,000 ~ 198,000
 Coat : 248,000 ~ 298,000

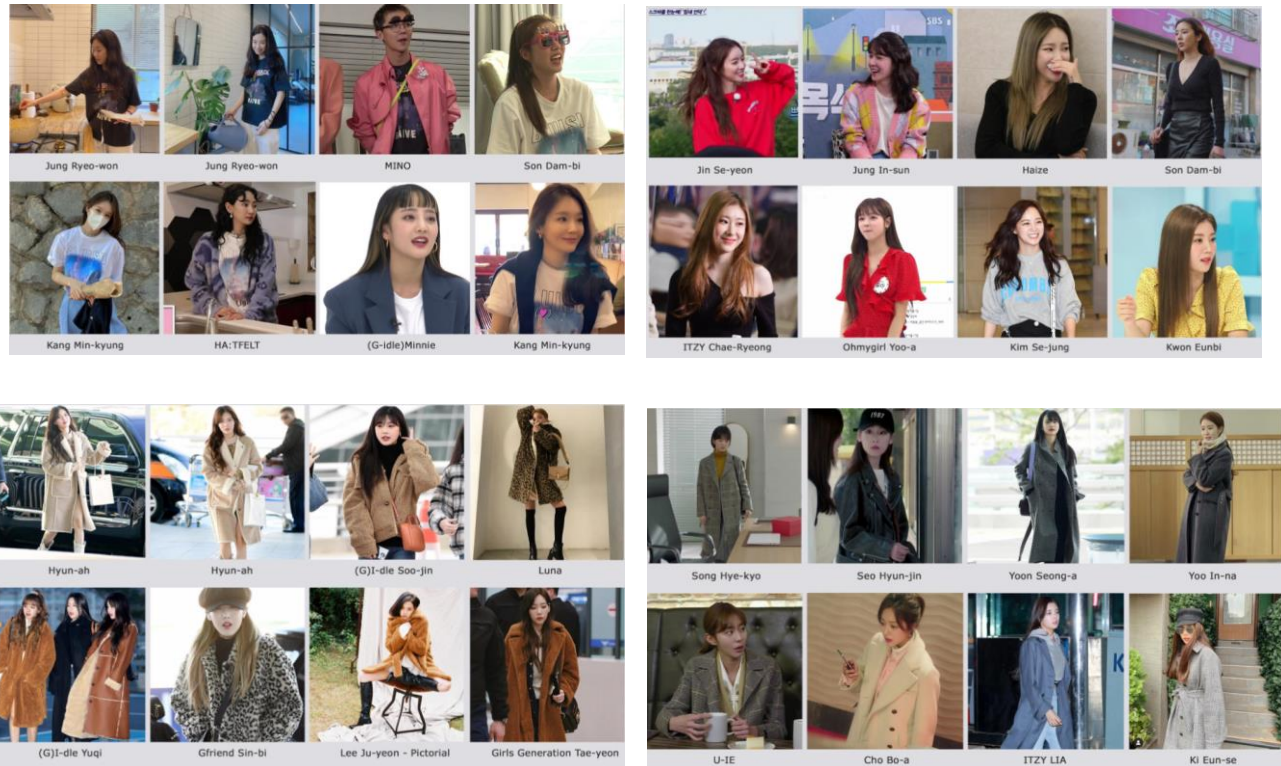
· Winter

T-shirt : 78,000 ~ 88,000
 Knit : 98,000 ~ 138,000
 Blouse : 108,000 ~ 128,000
 One-piece : 148,000 ~ 198,000
 Bottom : 98,000 ~ 128,000
 Jacket : 148,000 ~ 208,000
 Coat : 248,000 ~ 298,000

· Bag

Small : 128,000 ~ 168,000
 Medium : 198,000 ~ 248,000

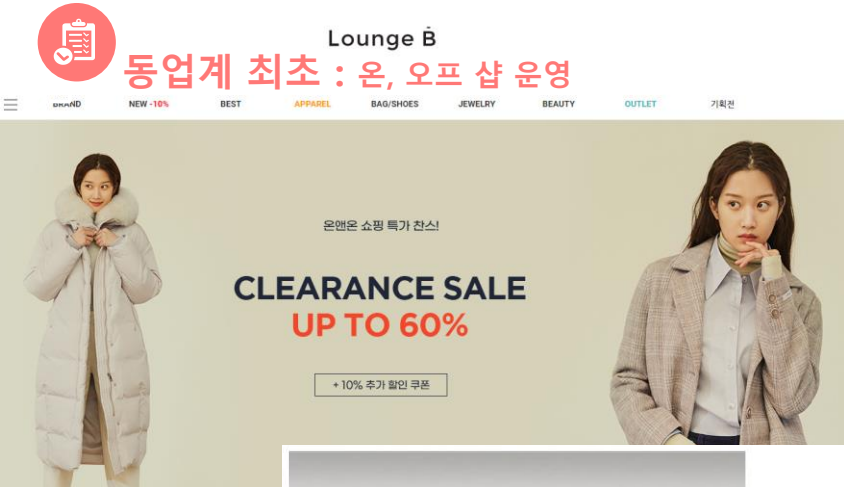
Celeb Loves RAIVE



05. 브랜드(5)

"Lounge B" (자사몰)

about



On-Line Shop



O with O



Off-Line Shop

자사브랜드 + 입점 브랜드

= 편집샵



<대구점 매장전경>

- 2019년 11월 OPEN
- 뷰티, 여성의류, 잡화, 주얼리, 라이프스타일, 5개 카테고리 25개 브랜드 운영중

대구점의 성공적인 오픈 이후

2020.02.21 롯데백화점 부산서면점
2020.03 롯데백화점 울산점 오픈 확정

수도권 주요상권 오픈 이후 전국 매장으로 확대



성장 지표

Chapter 2

미래 성장 전략



“성공 DNA와
확장 가능성”



01. 성공 케이스 - Joy Gryson

"침체된 핸드백 시장에서 나홀로 성장 중"

시장 현황 및 매출액

성장 요인1



"부부의 세계", "이태원 클라스" 드라마 PPL 성공적

- 드라마 흥행과 함께 브랜드 매출 동반 상승



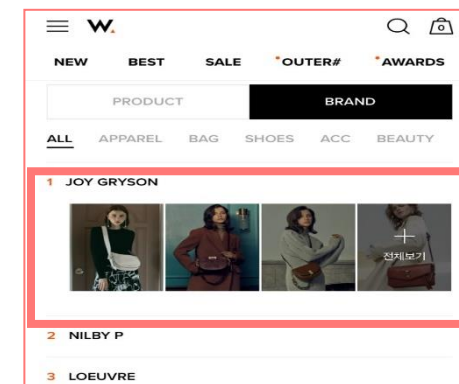
<부부의 세계 PPL -> 네이버 실시간 검색어 1위>

급상승 검색어		전체연령
1~10위		11~20위
1 조이그라이슨		6 디올 레이디백
2 유현주		7 분데스리가
3 전주 연쇄살인		8 체시라
4 조명섭		9 로또 911회
5 최신부		10 김태훈

2020.05.17. 00:20 기준



<이태원클라스 PPL -> W컨셉 인기브랜드 1위>

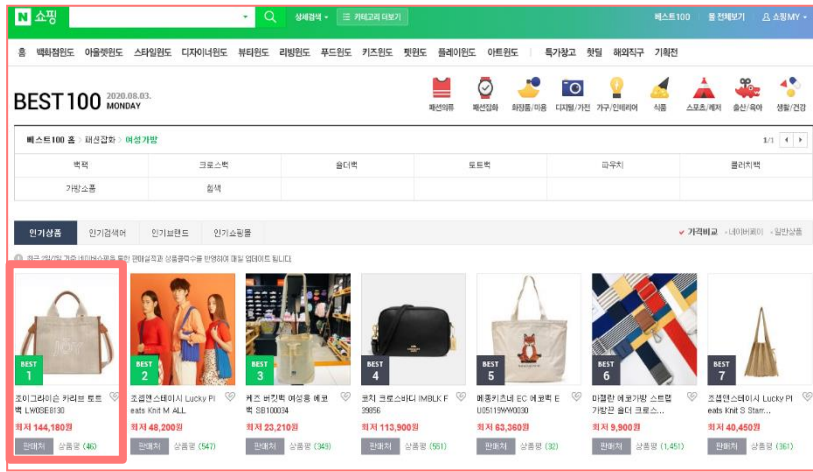


01. 성공 케이스 - Joy Gryson

“침체된 핸드백 시장에서 나홀로 성장 중”

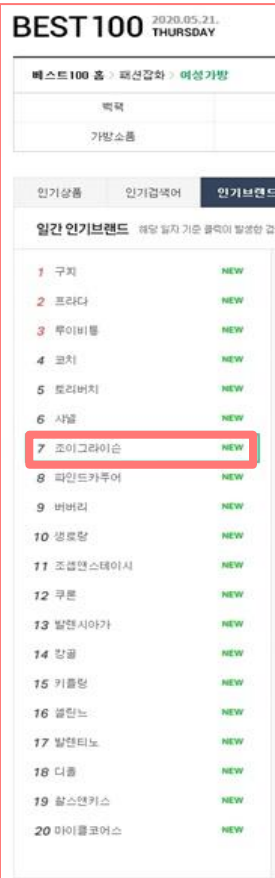
성장 요인2

- 📅 **코로나 이슈 대비 빠른 온라인 전환으로 위기 극복**
 - 코로나 이슈 초기, 빠른 의사 결정으로 온라인 채널 확대



온라인 판매의 가장 큰 지표인 네이버쇼핑 인기 상품 다수 상위랭크

구찌, 프라다등 명품백 사이에서 국내 브랜드로 최고 인기 브랜드 ----->

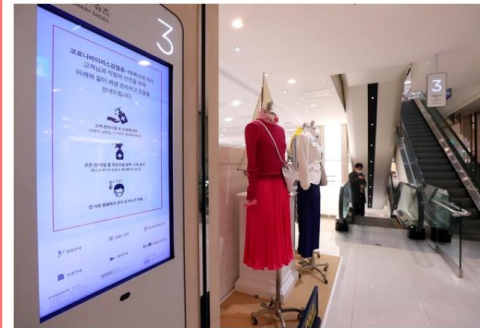


성장 요인3

- 📅 **최적화된 오프라인 매장 운영**
 - 코로나 이슈로 탈 오프라인 하는 타사와 달리 오히려 매장 수 증가 18 +6
 - 효율 매장 분석을 통한 효율 극대화 오프라인 매장 운영 방식

하반기 패션매장 400개 문 닫는다... 코로나로 脫 오프라인 가속화

“백화점 땅도 뺀다”... 실적 부진에 몸집 줄이는 패션업계
삼성물산·LF 등 비효율 점포 접고 온라인 브랜드로 전환

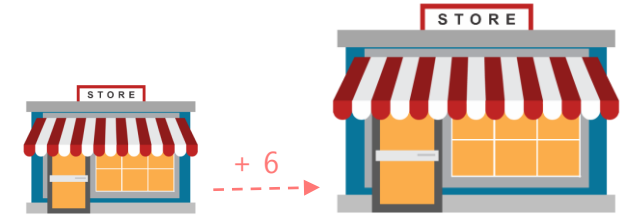


◇명품만 팔리는 백화점, 채널 매력도 떨어져

은 대한 명품·가죽상이 높은 브랜드 판매 비중이 높기 때문

◇명품만 팔리는 백화점, 채널 매력도 떨어져
패션기업들이 오프라인 매장을 정리하는 이유는 코로나19 이후 의류 판매가 급감하면서 실적이 악화됐기 때문이다.

패션 대기업인 삼성물산 패션 부문은 2분기 매출 매출은 3770억원으로 전년 대비 9.4% 감소했다. 영업이익은 90% 줄었다. LF는 1분기 연결 영업이익이 전년 대비 50.2% 감소한 가운데, 패션 부문이 29억원의 영업손실을 내며 사상 첫 적자 전환했다. 신세계인테리어는 분기 실적도 1분기 영업이익이 각각 59%, 11.5% 감소했고, 코오롱인더스트리·FnC(이화 코오롱FnC)은 140억원의 영업손실을 내며 적자로 전환했다. LF, 삼성, 코오롱FnC 등은 비상경영체제로 전환하고, 임원 급여 반납, 주 4일 근무 등을 시행 중이다.



기존 18개 매장에서 6개 매장 추가 운영 (총: 24개 매장)

<주요 성과>

- 롯데백화점 본점 월평균 매출 1억
- 신세계백화점 강남점 오픈 첫달 1억 매출
- 현대백화점 판교점 / 대구점, 신세계백화점 강남점 / 센텀시티점 등 대형 유통 내 M/S 상위권 유지



01. 확장 가능성 – Joy Gryson

“명품 브랜드의 카테고리 확장 테크트리를 따라.”

카테고리 확장 (Case Study)



명품브랜드 카테고리 확대 사례

: 시작은 '가방' 에서 부터.



카테고리 확장 계획 by Joy Gryson

21년 F/W 론칭 계획

미국 컨템포러리 브랜드 'Theory' 출신

미국 현지 Creative Director 영입

21년 하반기 론칭 계획

립스틱, 향수등 뷰티 품목

JOY GRYSON



Ready to Wear

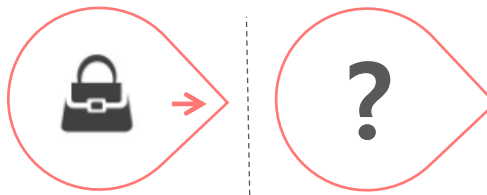
Beauty

Jewelry

21년 상반기 론칭 계획

주얼리 디자인팀 구축 완료

경쟁사 L 브랜드



관련 경험, 인프라 전무

확장 실패

01. 확장 가능성 – Joy Gryson

“Globalization”

Global (Niche) Market

Affordable Bag 브랜드 시장



가장 큰 포션을 차지하고 있는 중, 고가 가방 브랜드 시장
코치(매출:4조), 마이클코어스(매출:5조8천)가 시장 점유율 50%이상
올드한 두 브랜드 고객들에게 조이 그라이슨의 감도, 신선함 어필 가능

경쟁력

Man Power of Globalization, Glocalization

<R&R>

Joy Gryson : Bag Designer

Creative Director

(former) Coach, Calvin Klein,
Marc Jacobs Creative Director

Peter Gryson : Marketing, Sales

Co-Founder

(former) Calvin Klein Vice-President

Lisa Kulson : RTW Designer

(former) Theory Head Designer

류 태현 : 해외 사업 총괄 본부장

(전) LG전자 우크라이나, CIS지역 법인장
LG전자 최장기간 해외 법인장





02. 성공케이스 – LOEUVRE

"슈퍼루키! 론칭 1년만에 고성장, 고효율 하이브리드 브랜드로 성장 "

시장 상황 – 온라인 전용 브랜드 전성기

카테고리 확장 계획



코로나 이슈로 온라인 전용 브랜드 전성시대

- 하지만, 단기간 성공 케이스는 매우 드문 상태
- 또한, 대부분 저가 캐주얼 시장에 포지셔닝
- 루에브르는 중,고가 감성 브랜드로 접근

콧대높은 대기업도 매장서 안판다...온라인 브랜드 전성시대

콧대높은 대기업도 매장서 안판다...온라인 브랜드 전성시대



◇‘온라인만이 살 길’...전용 브랜드 확대

에 들어갔다.
 ◇‘온라인만이 살 길’...전용 브랜드 확대 = 패션 업체들은 온라인에 익숙한 밀레니얼 세대를 겨냥해 온라인 영토 확장에 속도를 높이고 있다. 자사 온라인물 서비스를 강화하거나 기존 오프라인 브랜드를 온라인 전용으로 전환하는 등 온라인 채널을 급격하게 늘리고 있는 추세다.

02. 확장 가능성 – LOEUVRE

“유럽 감성, 유럽 유명 온라인 편집샵들의 선택”

Europe On-Line Market

📋 French and European 감성



대부분 명품백 브랜드의 탄생지
실용성보다 디자인성 강한 백 선호
Affordable 브랜드 부재

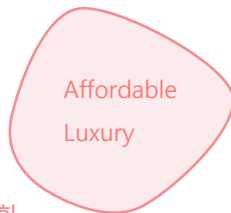


감성과 시장의 차이 인지

LOEUVRE

French 감성
On-Line to Off-Line

유럽향, 온라인 기반 글로벌화



실용적인 디자인의 데일리백 선호
Affordable 브랜드 강세
마이클코어스, 코치, 토리버치등 점유율 상위

JOY GRYSON

New York 기반, 감성
Off-Line to On-Line

to Europe, to On-Line

📋 유럽 유명 온-오프샵 진출 ing

업체명	국가	형태	상황
Printemps Paris	프랑스	Off-Line	진출
Tiziana Fausti	이탈리아	On, Off-Line	진출
Harrods	영국	On, Off-Line	진행중
Selfridges	영국	On, Off-Line	진행중
Harvey Nichols	영국	On, Off-Line	진행중
NET-A-PORTER	영국	On-Line	진행중
Matches Fashion	영국	On-Line	예정
Monnier Freres	프랑스	On-Line	예정
Bini Silvia	이탈리아	On-Line	예정

03. 성공 케이스 - Lapalette, RAIVE

"MZ세대로의 전환 성공, 라빠레뜨"

"MZ세대 마켓의 안착, 레이브"

Transition to MZ Brand - Lapalette

MZ타겟으로의 전환 성공

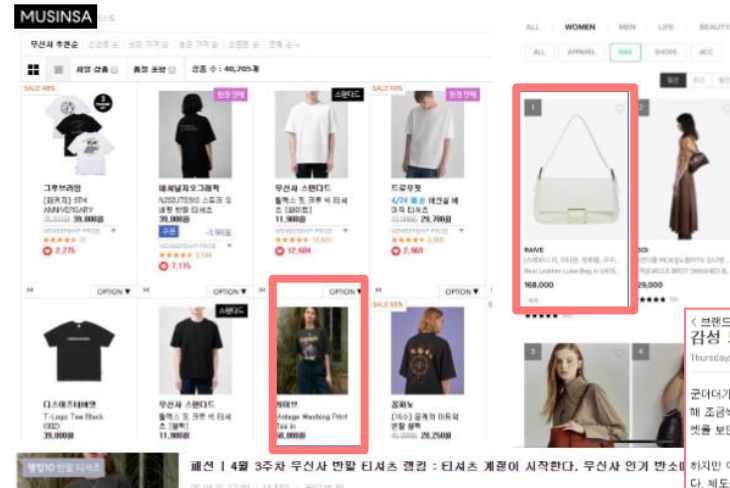


<MZ여성 타겟 드라마 '여신강림' >

MZ세대 겨냥 드라마 PPL 제품 품질 사태
2주간 국내, 외에서 1000pcs 판매

Positioning in the MZ Market - RAIVE

MZ타겟 마켓 상위 랭크



MZ세대 대표 마켓 '무신사'
랭킹 상위 랭크

<브랜드> 감성 브랜드 '레이브' 2030 워너비 아이콘으로!

군더더기 없는 따뜻한 감성을 담은 여성복 브랜드, '레이브(RAIVE)'. 지난 2017년 온라인 시장에 등장해 조공역 브랜드 아이키트를 쓰고 있다. 예 시은 컬렉션 속에서 느껴지는 자유로운, 견제적인 심부엌을 보면 달빛 해의 디자이너 브랜드를 연상케 한다.

하지만 이 여성복 브랜드는 운영을 운영하는 기업이 지회사 이터널그룹(대표 민경준)에서 전개한다. 씨도권 기업에서 진행하면서 조지 구조가 불확실하다. 중심 디자인은 왕하연 디자이너로, 이 브랜드는 2인의 디자이너와 기획 MD 한 명, 영업 MD 2명, 마케팅 1명 등 총 6명으로 이뤄져 있다.

레이브는 '타인의 시선보다 본인의 즐거움을 찾는 데 집중하는 음악 파티 문화, RAIVE에서 영감을 받은 디자인 스타일을 지향한다. 그리고 피터에 어울리는 레이플이', '레이브 스튜디오' 팀은 디렉터와 포토그래퍼 등 비주요 팀이 있다.

감성 브랜드 '레이브' 2030 워너비 아이콘으로!

여성어 자신 아름다움을 표현하는 브랜드라며 "진정한 자기를 표현하기 위한 패션 아이키트를 선보이면서 모든 여성이 세련된 이미지를 탈피하고 아름다움을 찾길 바란다"고 설명했다.

이번 봄 여름 시즌은 워낙 다양한 레인과 아이키트 트렌트와 소프트한 애감을 담은 니트, 플루시 이 이미지를 대거 선보인다. 뉴 시즌 컬렉션 라인업은 레이브가 표현하는 티셔츠 감성이 갖는 페미닌 스타일로 균형을 맞추고 있다.

현재 레이브는 공식 온라인스토어와 W컨셉, 무신사(무신사), 29CM, 신세계몰, 퍼스트룩 등 9개점 온라인 몰과 라온지비 등 오프라인 채널에서 확인할 수 있다. 해외는 이달(3월) 공식 온라인스토어 해외몰 오픈과 F&A(중국 온라인 번잡)에 입점한다.



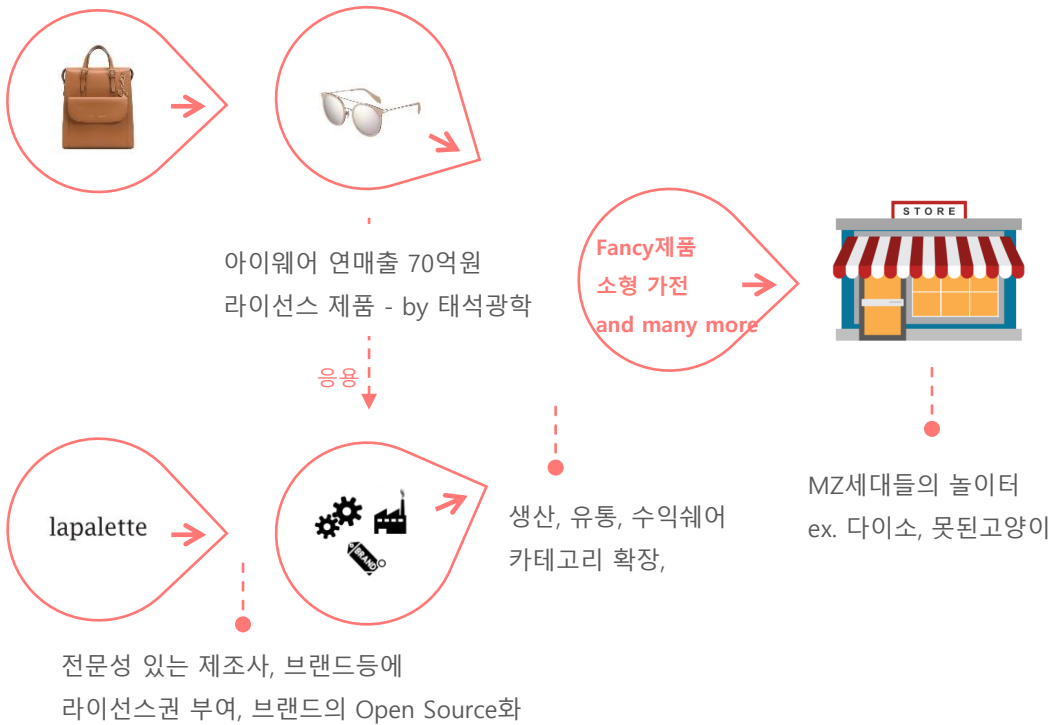
03. 확장 가능성 – Lapalette, RAIVE

"MZ세대로의 전환 성공, 라빠레뜨"

"MZ세대 마켓의 안착, 레이브 "

카테고리 확장

저가, 저관여 상품군으로 확대, OS화



카테고리 확장

MZ여성들의 토탈 브랜드



Chapter 3

Appendix



“Good to Great,

좋은 기업에서 위대한 기업으로”

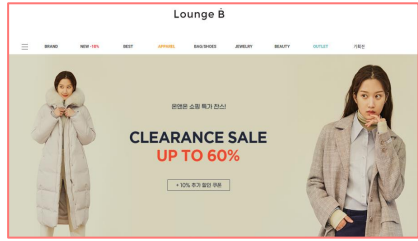


01. After Investment, 제2의 창업

“Digital Transformation을 통한 Fashion Tech 기업으로의 진화”

OwO (On-Line with Off-Line)

온, 오프라인 고객을 하나로.



자사몰 라운지비

O with O



전국 34개 오프라인 매장
(온앤온 포함 121개)

월 평균 오프라인 매장 방문자수 10여만명으로 추산
해당 소프트 타깃 자사몰 라운지로 유입
통합 멤버십을 이용한 옴니채널화
온-오프라인을 통합하는 O2O 서비스

2021년 론칭 예정은 통합 플래그쉽에서 테스트 예정

Smart Advanced by AI

예측 기획, 생산, / 스마트한 관리, 물류

ETERNAL GROUP MOU



모 AI 스타트업과 MOU체결 예정
AI를 통한 예측 기획, 생산 시스템 개발
영업관리, 재고 프로그램의 고도화
추후 투자, 인수 검토 예정

2021년 1Q내 AI스타트업과 협업 진행 예정

01. After Investment, 제2의 창업

"Digital 환경을 가장 잘 활용하는 Digital IQ가 높은 기업"

PR Using OTT (K-Drama, K-Fashion)

OTT 서비스의 수혜자



급상승 검색어		전체연령
1~10위		11~20위
1 조이그라이슨	6 디올 레이디백	
2 유현주	7 분데스리가	
3 전주 연쇄살인	8 채시라	
4 조명섭	9 로또 911회	
5 최신부	10 김태훈	

2020.05.17. 00:20 기준

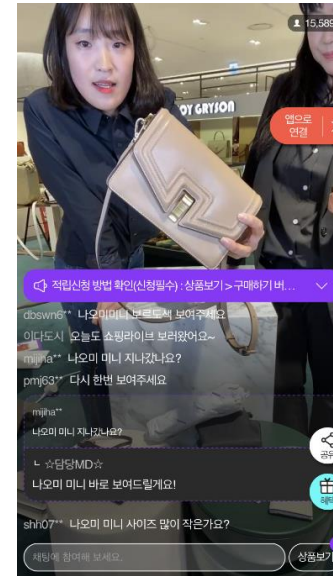
<국내 : 부부의 세계 PPL -> 종영 후에도 네이버 실시간 검색어 랭크>



<해외 : 여산강남 PPL -> 미국 OTT서비스 통해 라빠레뜨US 유입
-> 품질이후 재입고 문의 메일 900여통 접수

Video Killed Legacy Star

V커머스, V컨텐츠 고도화



네이버, 현대, 롯데등 통해 라이브 커머스(V커머스)판매 진행 전 채널 커리어 하이 매출 달성하며, V커머스 강세 브랜드로 등극 자체 유튜브 채널 개설 및 자체 비디오 컨텐츠 생산 예정 기존 판매방식, 홍보방식의 비디오 컨텐츠 화

관련팀 세팅 완료, 2021년내 해당 서비스 론칭 예정

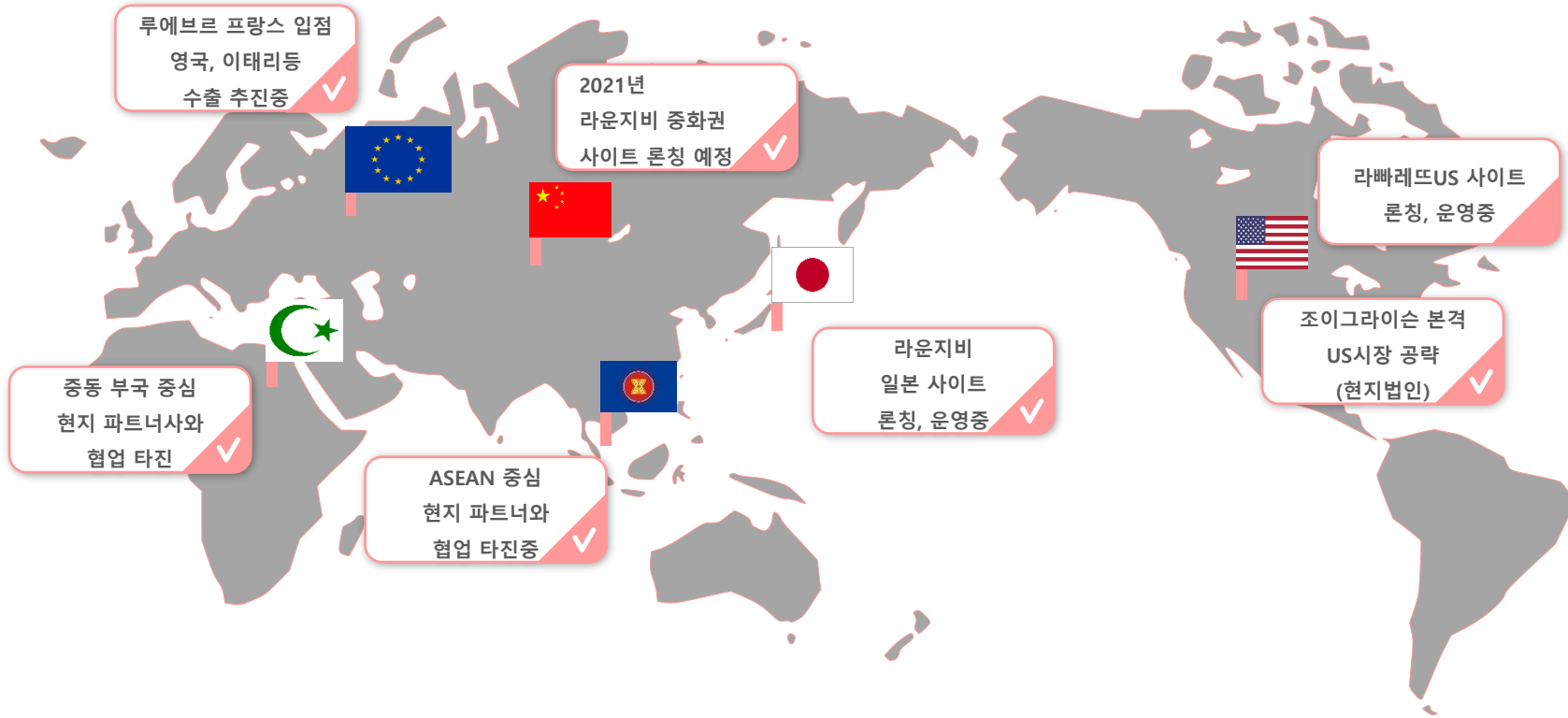


D2C 강화 (직영몰)
자체 라이브 커머스 론칭
유튜브 채널 운영



01. After Investment, 제2의 창업

"Globalization에 최적화 된 준비된 기업 "

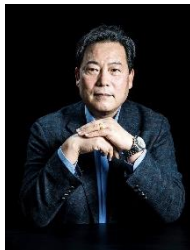


현 글로벌 진출 및 진행 현황

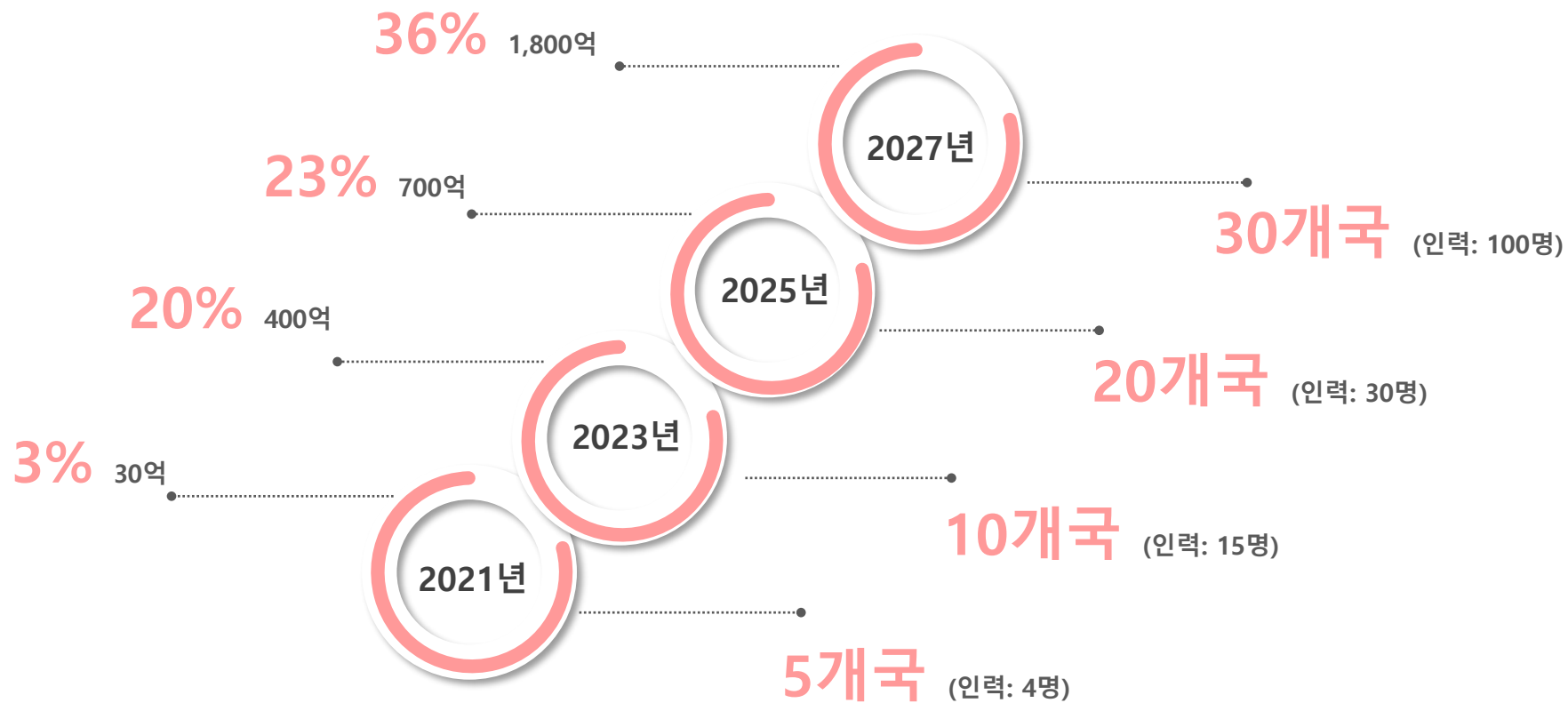


01. After Investment, 제2의 창업

"극진영업, 세계 시장을 깨다"



류 태현 : 해외 사업 총괄 본부장 저



향후 글로벌 진출 로드맵



감사합니다

E.O.D