coupang newsroom

[보도자료] R.LUX, ‘아트 오브 럭셔리’ 전시전 인기 확산 ‘럭셔리 향수 브랜드 마스터 클래스’ 연다

2025. 1. 30.

- **럭셔리 뷰티와 미술 만난 ‘아트 오브 럭셔리’, 평년 대비 관람객 20% 증가**
- **관람객 ‘럭셔리 향수 체험 마스터 클래스’, 내달 7일까지 신청 2월말 개최**
- **“이중섭·천경자·김환기 등 미술품도 만나세요”**

2025. 01. 30. 서울 - 럭셔리 뷰티 버티컬 서비스 알럭스(R.LUX)가 서울미술관과 협업하여 개최한 ‘아트 오브 럭셔리(Art of Luxury)’ 전시 인기가 확산되고 있다. 럭셔리 버티컬 서비스 최초로 시도된 협업 전시전에 고객들의 발걸음이 늘어나면서, 알럭스는 글로벌 향수 브랜드 전문가를 직접 만나 ‘향의 세계’를 심층적으로 들여다볼 수 있는 마스터 클래스를 열기로 했다.

알럭스는 지난 1월 18일 시작된 서울 미술관 아트 오브 럭셔리 전시가 오픈 첫 주말부터 뜨거운 관심을 받고 있다고 밝혔다. 서울미술관에 따르면, ‘아트 오브 럭셔리’ 전시 관람객은 평년 대비 20% 이상 많은 것으로 나타났다. 아트 오브 럭셔리는 총 4개의 테마로 구성되며 오는 6월까지 진행된다. 각 테마에서는 쿠사마 야오이, 앤디 워홀, 조선 백자 등 세계적으로 유명한 작품을 만날 수 있다. 특히 알럭스가 준비한 ‘Inspiring Luxury’ 공간에서는 내추럴 스웨디시 브랜드 ‘라부르켓’의 대표적인 히노키 향이 공간을 은은하게 채워 시각과 후각을 아우르는 몰입감 있는 경험을 선사한다. 전시 공간을 채우는 향은 주기적으로 변경될 예정이다.

고객들의 관심이 높아지는 가운데, 알럭스는 럭셔리 향수 브랜드의 ‘마스터 클래스’ 초대권 이벤트를 개최한다. 2월 말을 시작으로 매달 새로운 글로벌 럭셔리 브랜드의 교육 전문가가 소수 고객에게 브랜드별 대표 향수에 대한 소개와 철학, 시향 등 향기를 체험하는 향의 세계를 전할 예정이다. 향수 레이어링과 일러스트레이션 등 브랜드별 특별한 체험 프로그램도 준비된다. 참가 고객은 마스터클래스에서 독창적인 향 조합을 직접 만들어보고 자신만의 방식으로 향수를 재해석할 수 있다. 참여 고객에게는 소정의 선물도 제공된다.

먼저 2월에는 3개의 글로벌 럭셔리 브랜드가 마스터 클래스의 시작을 연다. '엑스니힐로'(EX NIHILO), 메모파리(MEMO PARIS), 아쿠아 디 파르마(ACQUA DI PARMA)다. 엑스니힐로는 프랑스 하이 퍼퓨머리 노하우와 최상의 원료, 마스터 조향사들의 창조성을 존중하여 독창적인 향기를 만드는 럭셔리 향수 브랜드다. '아쿠아 디 파르마'는 1916년도부터 현재까지 핸드 메이드 방식을 고수하며 전통과 현대가 어우러진 향수 및 라이프스타일 브랜드다. '메모 파리'는 향수를 여행으로 상상하며 여행지의 특별한 향기, 문화적 배경, 자연에서 얻은 최상의 원료를 조합하여 섬세한 향기와 스토리를 선보이는 럭셔리 니치 향수 브랜드다.

내달 7일까지 알럭스에서 상품 구매 고객 대상으로 마스터 클래스 초대권 신청을 받는다. 이벤트는 2월 21~23일 서울미술관 별관 VIP 라운지에서 진행한다. 엑스니힐로(21일), 메모파리(22일), 아쿠아 디 파르마(23일) 등 각 브랜드별로 1시간씩 하루 3회 진행한다. 한 회당 최대 20명이 참여할 수 있으며 초대권(1인 2매)에 당첨된 고객은 아트 오브 럭셔리 전시도 무료로 관람할 수 있다.

한편, 서울미술관 3층에서 진행되는 아트 오브 럭셔리 전시와 함께 2층 전시장에서는 '나는 잘 지내고 있습니다' 전시가 진행된다. 이중섭 작가의 1954년 '아들 태현에게 보낸 편지'를 비롯해 김환기, 이대원, 천경자, 신사임당 등 예술가 15명의 작품 50점을 선보인다. '아트 오브 럭셔리' 관람객은 '나는 잘 지내고 있습니다' 전시도 무료 관람 가능하다.

알럭스 관계자는 "마스터 클래스는 럭셔리 향수 브랜드가 만들어지는 문법과 비법을 깊이 있게 고객들에게 제공하는 전혀 새로운 문화 경험이 될 것"이라며 "앞으로도 차별화된 고객 경험을 지속적으로 선보일 계획"이라고 밝혔다.

취재 문의 media@coupang.com