

[보도자료] R.LUX, 럭셔리 UX 혁신으로 'iF 디자인 어워드' 본상 수상

2025. 3. 7.



- iF 2025 UX(사용자 경험) 부문 수상 영예 “럭셔리 헤리티지를 혁신 서비스로 제시”
- 럭셔리 쇼핑 경험을 위한 ‘블랙&화이트’ 앱으로 편의성 극대화 인정

2025. 03. 07. 서울 - 럭셔리 뷰티 버티컬 서비스 알렉스(R.LUX)가 세계적 권위의 디자인 어워드인 독일의 ‘iF 디자인 어워드 2025’에서 사용자 경험(UX) 부문 본상을 수상했다고 밝혔다.

‘iF 디자인 어워드’는 독일 ‘인터내셔널 포럼’이 주관하는 행사로, ‘레드닷 디자인 어워드’, ‘IDEA’와 함께 전 세계에서 가장 권위 있는 3대 디자인 어워드다. 제품·커뮤니케이션·사용자 경험(UX)·인테리어 등 9개 부문에서 디자인 차별성과 영향력 등을 평가해 수상작을 선정한다. 사용자 경험(UX) 부문은 애플·구글·삼성전자·마이크로소프트 등 세계적인 테크 기업들이 수상한 바 있다.

iF 심사위원단은 알렉스는 소비자 선호도에 맞는 럭셔리 상품을 쉽게 찾을 수 있는 럭셔리 뷰티 서비스로, 소비자 중심 디자인으로 맞춤형 제품을 추천해주고 있다고 평가했다. 심사위원단측은 “알렉스는 럭셔리 브랜드들의 헤리티지(Heritage)를 ‘24시간 배송’과 ‘선물하기’ 등 혁신적 서비스로 제시하며 럭셔리 쇼핑을 새롭게 정의했다”고 밝혔다.

알렉스는 쿠팡의 혁신 기술력을 바탕으로 일상에서 누리는 럭셔리 경험을 위한 맞춤형 앱 환경을 구축했다. 블랙&화이트 콘셉트로 우아하고 세련된 분위기를 연출하면서도 소비자가 상품 본연의 가치에 집중할 수 있는 단순한 인터페이스를 구현했다. 각 럭셔리 브랜드의 정체성을 살린 상품 페이지, 고품질 이미지와 알렉스 전용 영상 등으로 실제 매장에서 쇼핑하는 듯한 감각적 경험을 제공한다. 또 단 몇 번의 터치만으로 완료되는 간편 결제 시스템을 갖췄다. 럭셔리 브랜드를 이해하고, 상품을 고르고, 최종 구매하는 과정까지 고객 편의를 최우선으로 설계한 노력을 인정받았다.

알렉스 관계자는 “세계적으로 권위 있는 디자인 어워드 수상을 뜻 깊게 생각한다”며 “앞으로도 더 나은 고객 경험을 창출하기 위해 노력을 기울일 것”이라고 밝혔다.

한편, 알렉스는 최근 엠베서더 김고은과 함께 ‘New Rule. New Luxury’ 캠페인을 런칭하고, 지난 1일 국내 최대 크기의 옥외광고 매체인 코엑스 케이팝스퀘어에서 3D 아나몰픽 광고를 공개했다. 3월 한 달간 상영될 예정이다. 생생한 입체감을 구현하는 ‘3D 아나몰픽’ 기술을 적용해 시각적인 몰입감을 극대화한 것이 특징이다. 이번 광고를 통해 약 400만 명의 유동인구가 오가는 오프라인

접점에서 소비자들에게 알렉스의 캠페인 메시지를 보다 효과적으로 전달할 계획이다.

취재 문의 media@coupang.com