

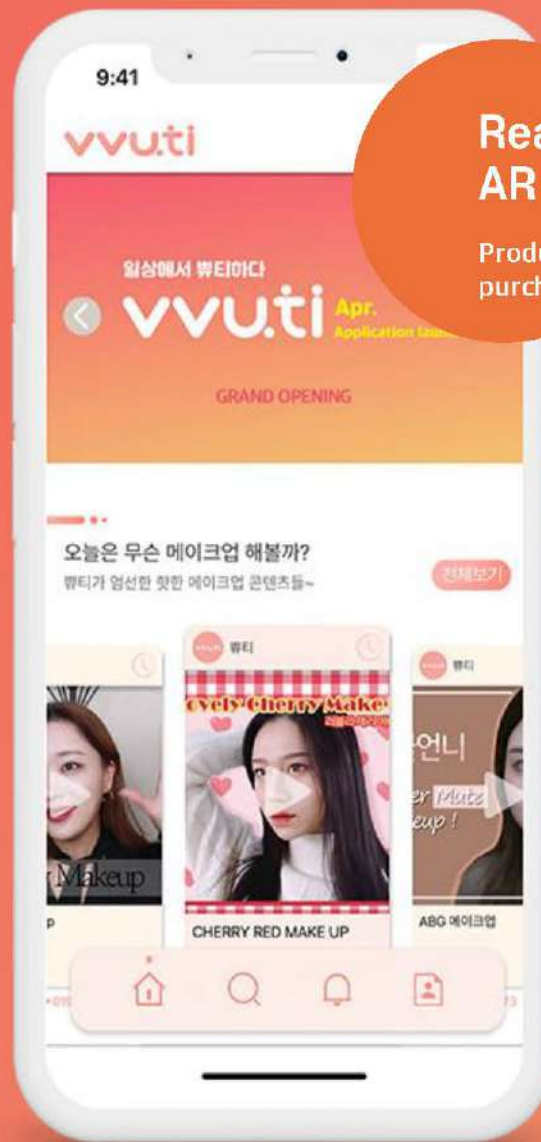


일상에서 뷰티하다

vvu.ti

AR Makeup Solution Based on Facial Recognition Technology

: 안면인식기술 기반의 AR메이크업 솔루션 '뽀티'



Real-time
AR Make-up service

Product recommendations &
purchase links

vvuti (뷰티) 어플리케이션은

인플루언서의 설명과 함께 메이크업 제품을 가상 체험하고
체험하는 동안 누적된 마일리지로 할인을 받아 코스메틱 제품을 구매할 수 있는
증강현실 메이크업 솔루션 플랫폼 입니다.

가상
메이크업
솔루션

+

마일리지
할인쇼핑
커머스

+

메이크업
가이드
영상콘텐츠
플랫폼

색조 화장품 구매에
실제 체험은
아주 중요합니다



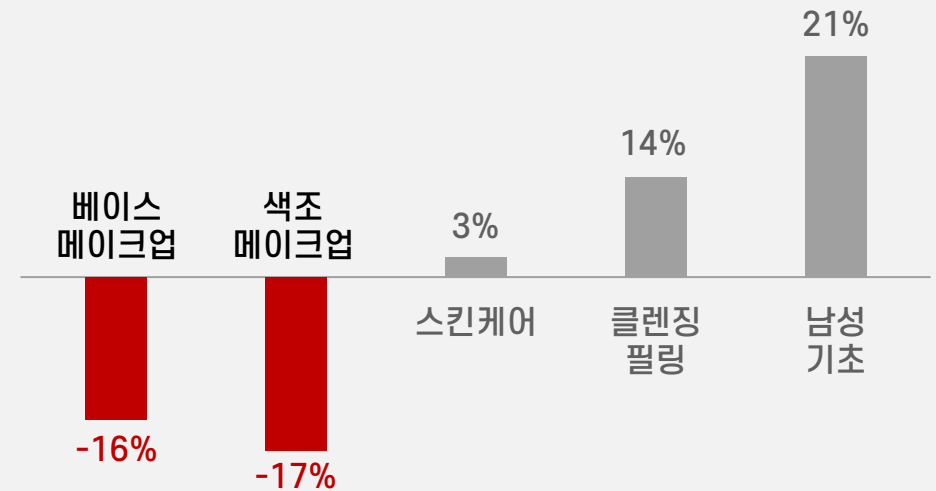
코로나로 인해 색조 화장품을 경험할 기회 부족

코로나 팬데믹으로 인한 오프라인 매장의 변화



화장품 품목별 판매 신장률

*자료 : G마켓 / 2020년 기준, 전년 동기 대비



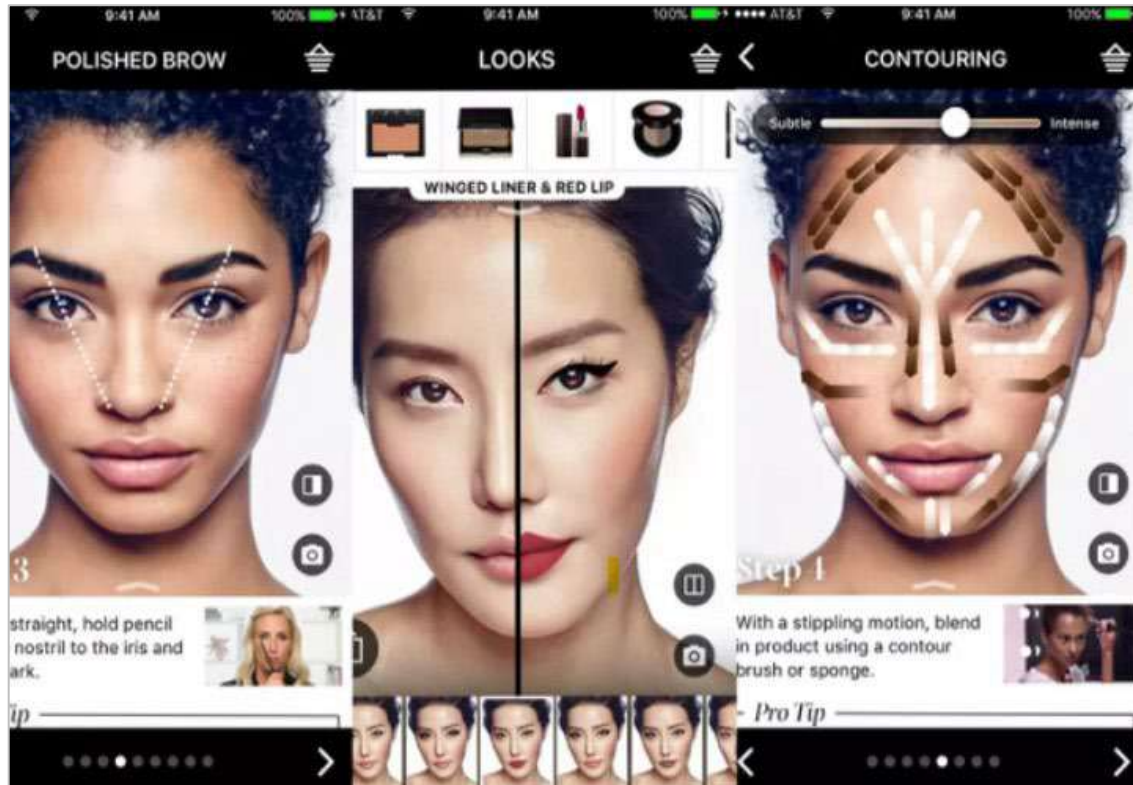
출처 : 녹색경제신문

<https://www.greened.kr/news/articleView.html?idxno=287682>

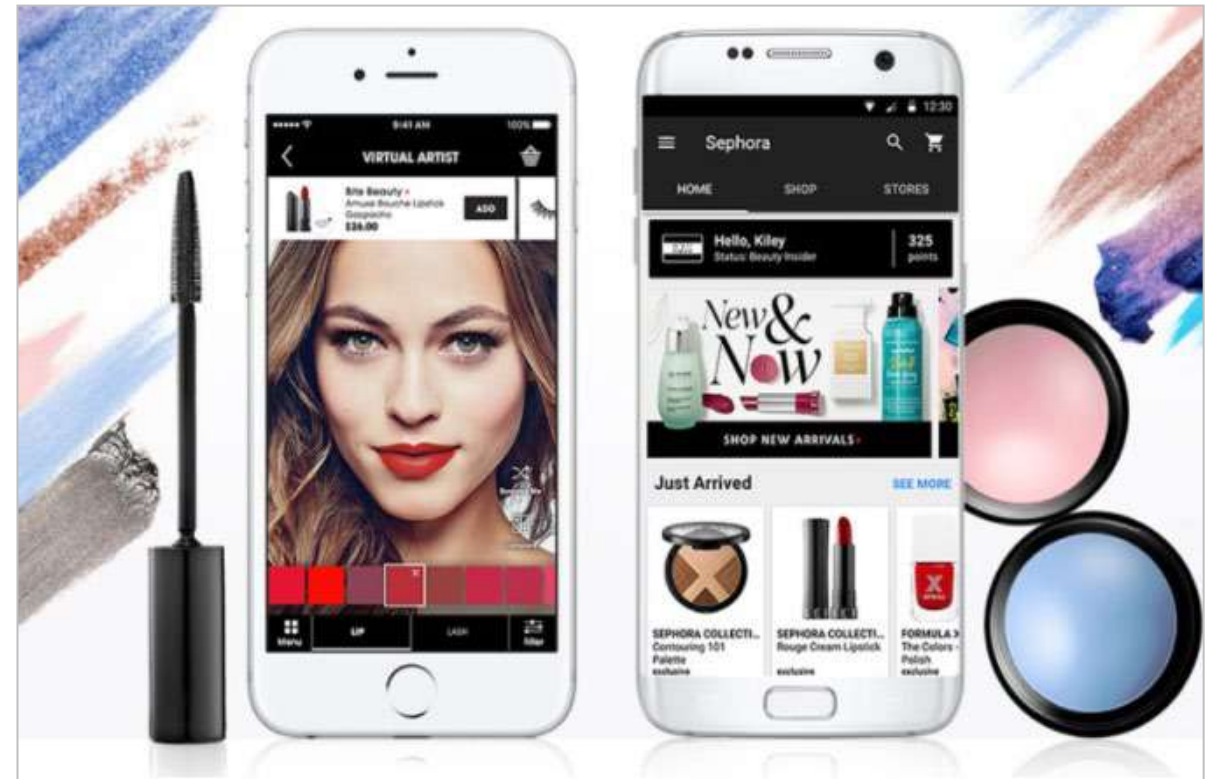
대형 코스메틱사의 'AR 제품 체험 서비스'

로레알, 모디페이스 인수(증강현실(AR) 및 인공지능(AI) 기술을 보유)

코로나 시대에 쇼핑 제약이 생긴 소비자들에게 맞춤형 제품을 추천하는 AI추천과 독특한 경험을 제공하는 AR기술이 고객만족도를 높이고 있다. 언택트 소비문화로 인한 온라인 시장의 점유율이 급증하자 IT기술 기업을 인수하며 소비자의 체험 욕구를 충족하기 위한 대안방안을 마련.



출처 : 더버지, www.theverge.com



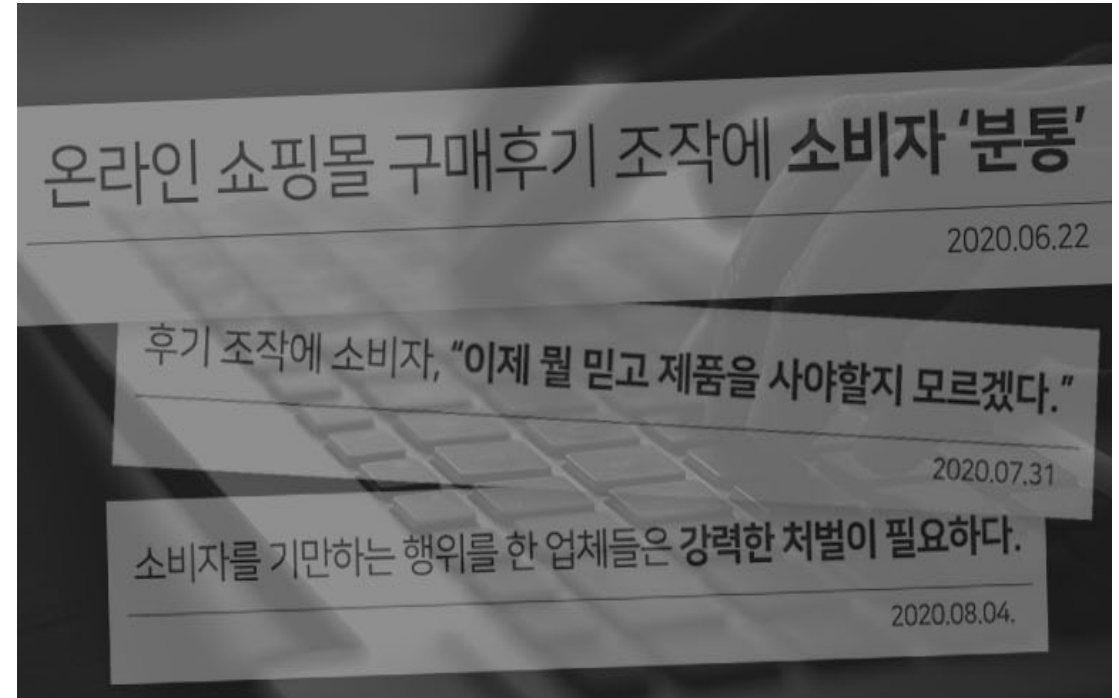
출처 : 세포라 옴니채널 서비스 'Sephora to - go'

PROBLEM 01

판매 채널을 확보하지 못해 고립되어 가는 ‘중소형 코스메틱사’

SNS를 활용한 마케팅, 온라인 쇼핑몰 판매... 진부하고 고전적인 그들의 판매 전쟁터

온라인 소비 비중과 중요성은 높아졌으나 중소형 코스메틱사들이 대형 코스메틱사들이 제공하는 증강 메이크업 서비스를 통해 제품을 홍보할 채널을 만드는 것은 매우 어려움



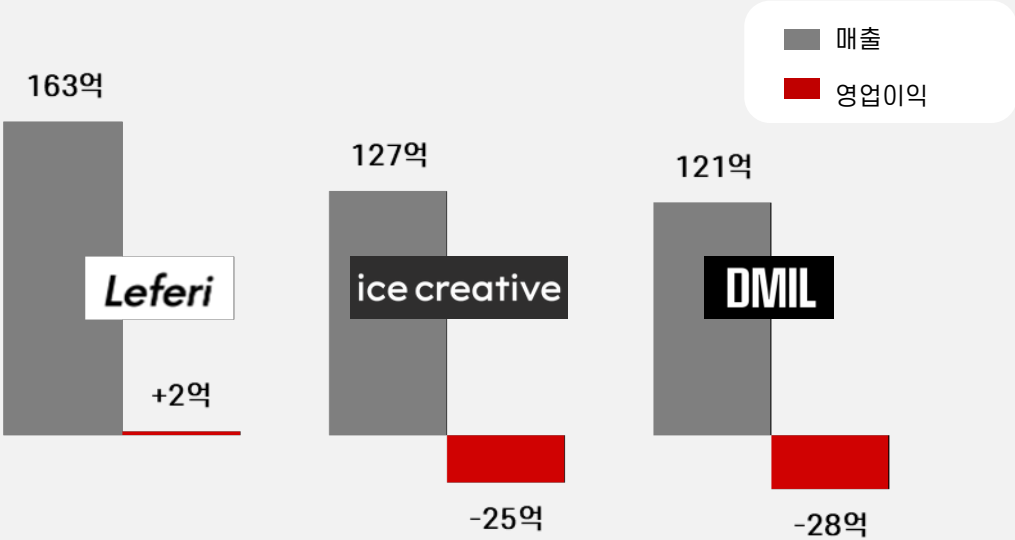
수익발생이 어려운 뷰티인플루언서

인플루언서 마케팅 기반 사업 체질 개선의 필요성

뷰티 인플루언서의 구독자에 대한 각각의 영향력은 커지고 있으나 직접 수익을 만들 수 있는 채널이 부족하며, 영상으로 만족할 만한 수익을 내는 것이 어렵다. 라이브커머스를 통해서도 대형 인플루언서가 아니면 접근성이 떨어진다.

vling				
채널 • 채널명 또는 관련 단어로 검색해주세요				
구독자 수 일일 조회수 구독자 급상승 수 영상 평균 조회수 30일 조회수				
1		PONY Syndrome	구독자수 594만 -0	
			일일 조회수 4.6만 -16%	
			영상별 평균 조회수 33.0만	
2		RISABAE	구독자수 226만 -0	
		risabaeofficial@gmail.com https://instagram.com/ris	일일 조회수 8.4만 -19%	
			영상별 평균 조회수 32.8만	
3		tvN D STUDIO	구독자수 189만 -0	
			일일 조회수 19.3만 -2%	
			영상별 평균 조회수 17만	
4		free지아	구독자수 182만 -344	
		모델 송지아의 뷰티, 일상 유튜브	일일 조회수 0 -0%	
			영상별 평균 조회수 130.1만	
5		조효진 HYOJIN	구독자수 178만 -0	
		insta : https://www.instagram.com/hyojin_c/ e-mail	일일 조회수 4.5만 -15%	
			영상별 평균 조회수 34.6만	

2021년 주요 뷰티 MCN 3사 실적비교



출처 : 금융감독원 전자공시 시스템(개별기준)

PROBLEM 03

SNS를 통한 다양한 정보 수집과 메이크업 영상으로 간접 체험 후 구매해보지만 본인에게 맞지 않아 실패 속출

화장품을 여러 개 구매해 비교해보며 사용하는 ‘패스트 뷰티’ 소비 행위가 유행하고 있다. 코로나19 이전에는 화장품을 직접 써보고 구매하는 일이 많았지만 요즘은 네이버 쇼핑이나 쇼핑몰 사이트 등을 보고 리뷰 수, 만족도 수가 얼마나 되는지 살펴보고 구매한다. 또한 제품을 직접 구매한 일반 소비자 후기가 구매 심리에 크게 작용하여 해당 데이터를 정량적으로 구축하고 관리하는 것에 중요성이 커지고 있다.

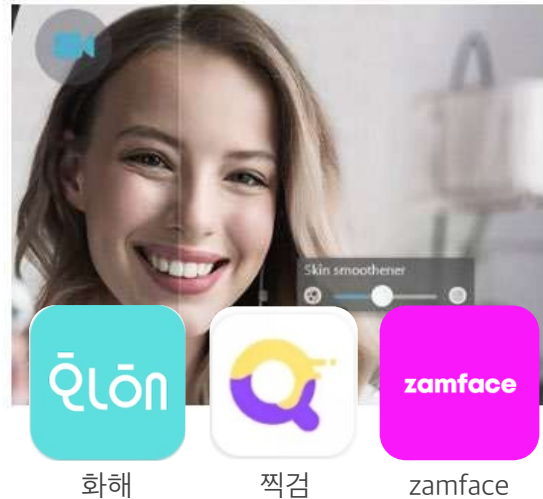
YouTube



출처 : <http://www.fmnews.kr/?mid=view&no=20064>

You Tube - 인플루언서 및 크리에이터의 제품 시연

YouCam Make up



You Cam Make up 외 화장품 추천 어플



해결방안

중소형 코스메틱사 · 뷰티인플루언서 · 소비자의 문제를 파악하여 가치 제공

Problem 1

언택트 온라인 유통에
대응하지 못하는
-
중소형 코스메틱사

**디지털 화장품 제작
증강 메이크업 솔루션 제공**

Digital Cosmetics
AR Make-Up Solution

Problem 2

소비 영향력은 크지만
수익 발생이 어려운
-
뷰티 인플루언서

**제품 판매 수익 배분
뷰티 콘텐츠 채널 확대**

Profit Share
Expand Channels

Problem 3

제품을 체험하고
물건을 싸게 사고 싶은
-
소비자

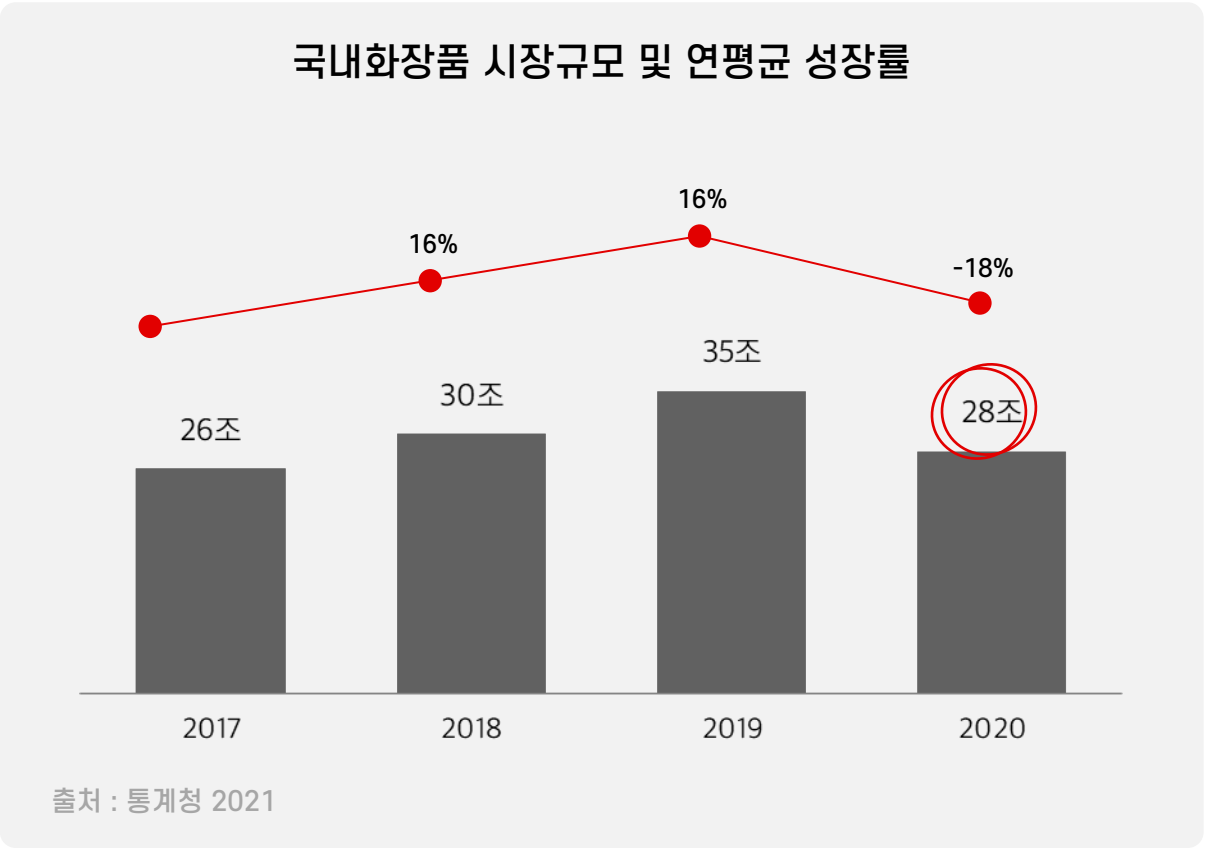
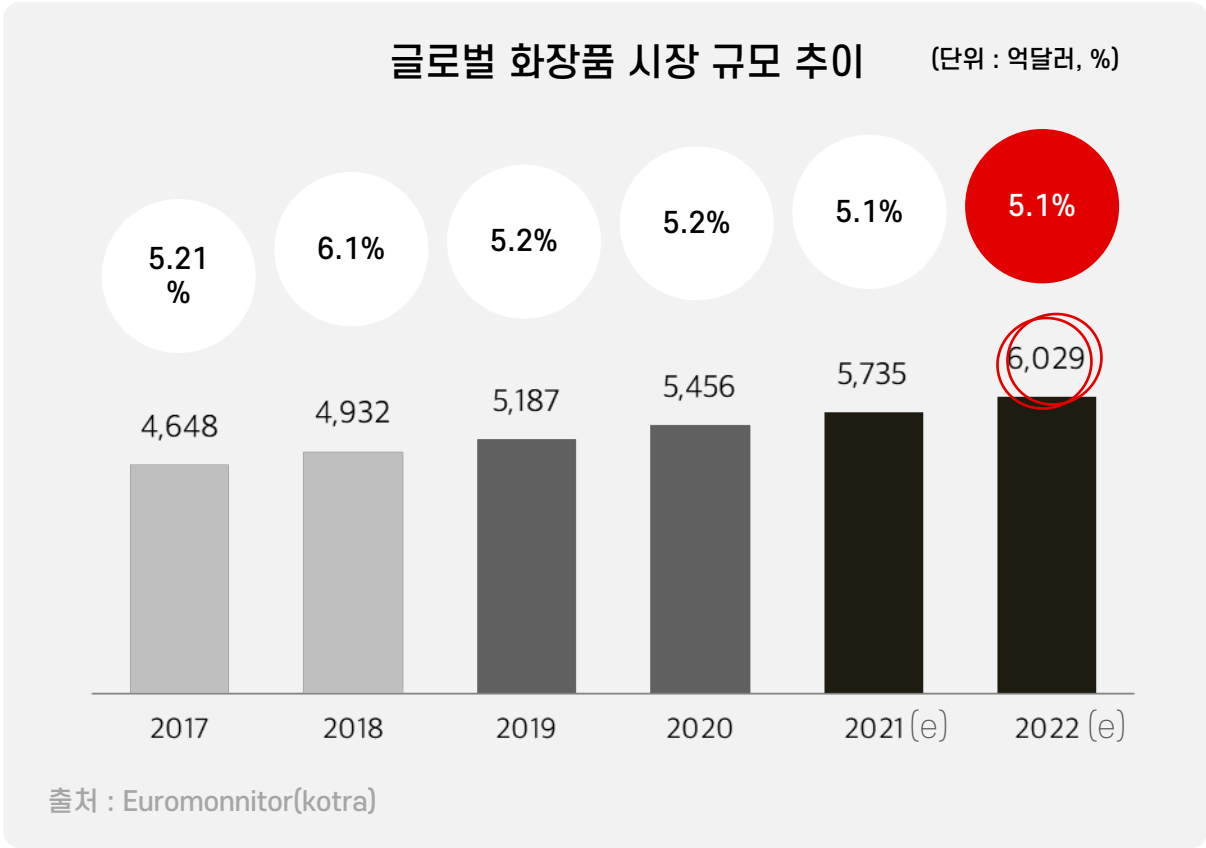
**증강현실 기반 제품 정보
구매 할인 쿠폰&마일리지**

AR Product Information
Coupons & Miles

국내외 화장품 시장 규모 및 전망

글로벌 시장규모 2022년 6026억달러 연평균 5%이상 성장 예상, 국내 시장은 연평균 6.5% 성장해 28조원 규모

글로벌 화장품 산업은 전 세계적 장기 불황에도 새로운 수요를 지속적으로 창출해 내며 주축 성장산업으로 위상을 넓혀가고 있다.
2020년 국내 화장품시장 규모는 28조원으로 전년 대비 18% 감소했다. 상반기(S/S) 뷰티 시장 규모는 전년 동기 대비 18.4% 감소한 6조 7,774억 원을 기록한 반면, 하반기(F/W) 뷰티 시장 규모는 전년 동기 대비 1.9% 증가한 7조 3,550억 원을 기록하며 약간 상승한 것으로 나타났다.



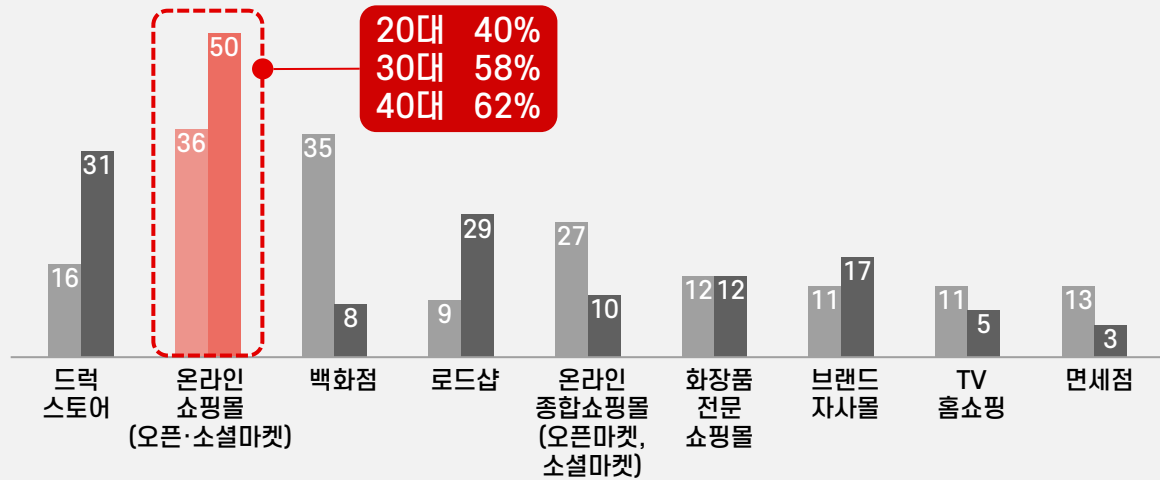
TARGET MARKET

코스메틱 소비 여력이 있는 스마트 기기로부터
뷰티 콘텐츠를 향유하는 **25세~40세 여성**
개인화 & 비접촉 추세로 가상 메이크업 콘텐츠 사용증 증가

화장품 주요 구매처
(복수응답)

- 프리미엄 화장품
- 중저가 화장품

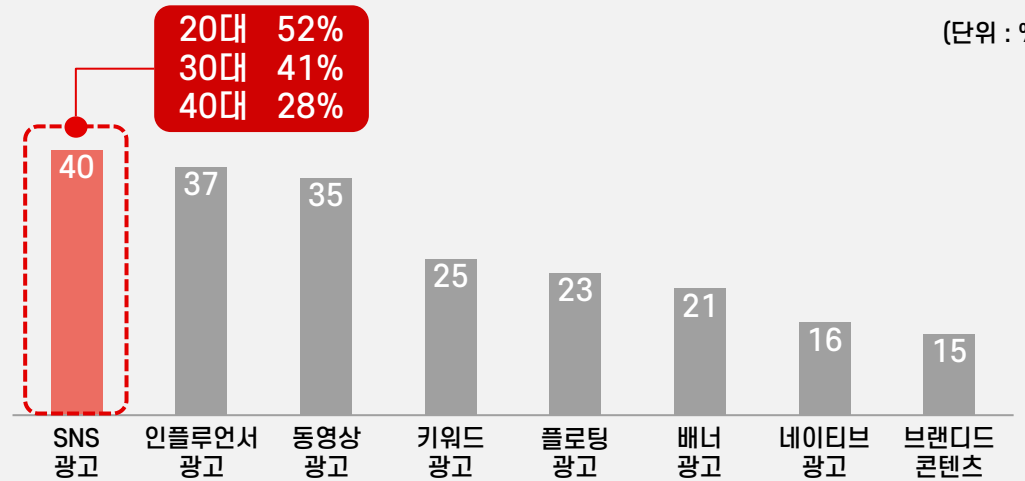
(단위 : %)



출처 : 메조미디어 2021 화장품 업종 분석 리포트

접촉도가 높은 화장품 광고 유형
(복수응답)

(단위 : %)



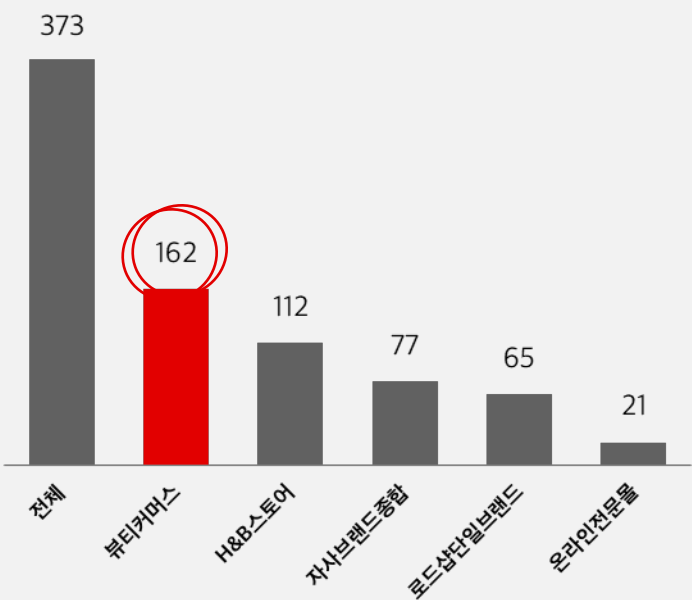
출처 : 메조미디어 2021 화장품 업종 분석 리포트

뷰티 애플리케이션 이용현황 및 트래픽 추이 분석

커머스 기능을 지닌 뷰티 애플리케이션의 이용자는 총 373만 명으로 전체 스마트폰 이용자 3,938만명 대비 약 9.5%의 비중을 차지하고 있다. 뷰티 애플리케이션 이용자들 중 ‘뷰티 커머스’ 유형 이용자의 비중이 43.4%로 가장 많은 것으로 나타났으며, ‘H&B스토어’ 유형이 차 순위로 확인된다. 뷰티 애플리케이션의 주 이용 성별은 여성으로 이용자 비중 81.8%이며, 연령별로는 30대의 이용 비율이 32.9%를 기록해 가장 주요한 사용층이다.

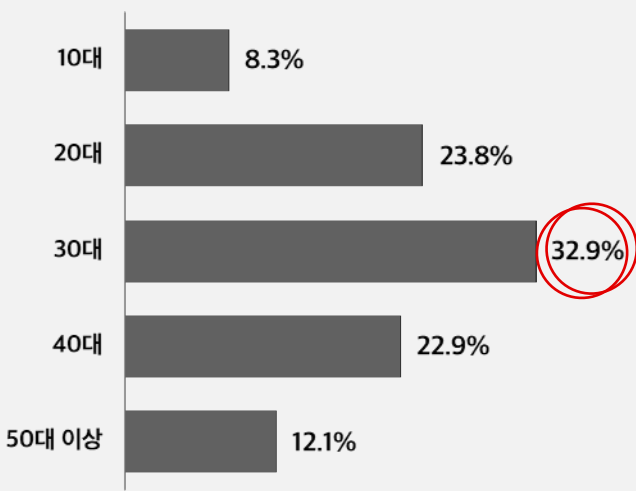
뷰티 애플리케이션 유형별 순 사용자수

(단위 : 만)



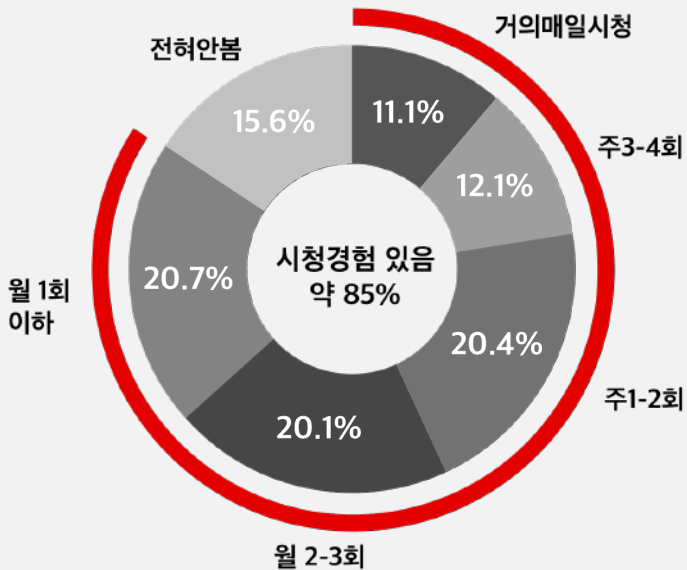
출처 : 통계청(온라인 쇼핑 동향)

뷰티 앱 사용자 성별 및 연령



출처 : 메조미디어 2019 업종보고서 화장품

뷰티콘텐츠 시청빈도



출처 : 메조미디어 2019 업종보고서 화장품



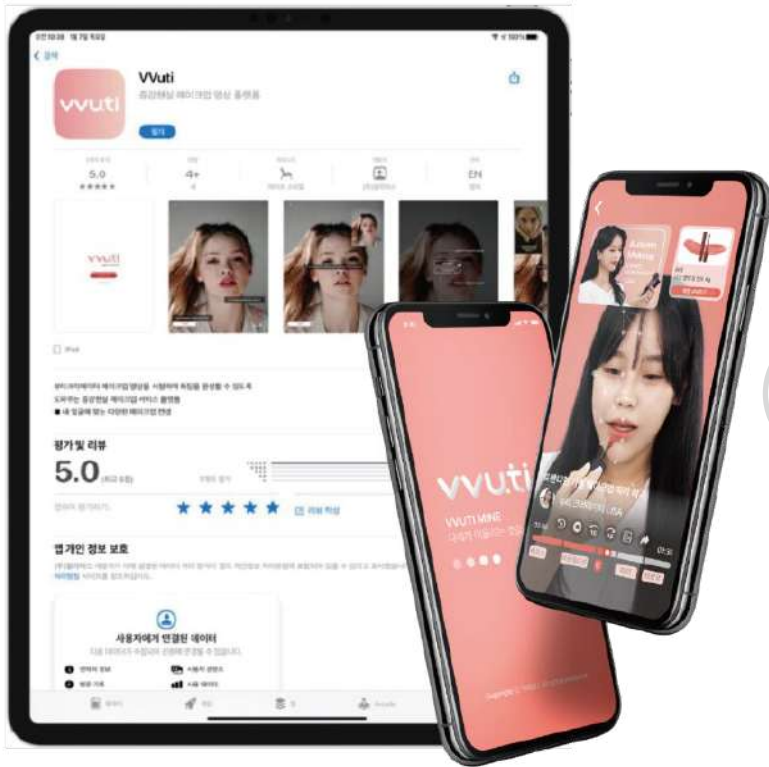
Let's begin the tutorial.



현실보다 더 리얼한 메이크업 뷰티 [vvuti] _1

뷰티솔루션 콘텐츠 플랫폼[뷰티]는 뷰티크리에이터가 시연하는 메이크업 영상과 함께 메이크업 과정이 증강현실을 통하여 시청자의 안면구조에 맞춰 변환해 단계별로 투영, 투영된 가이드를 따라 메이크업을 완성해 나가는 콘텐츠 플랫폼입니다.

콘텐츠 플랫폼 [뷰티] APP



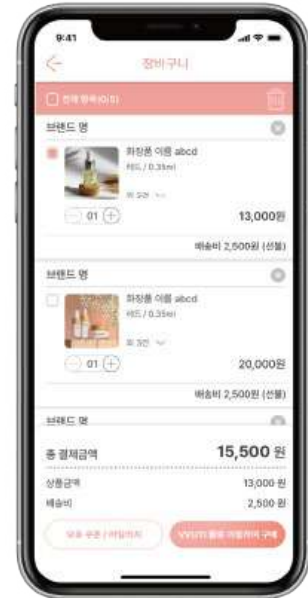
App 유저 제공 서비스



인플루언서 메이크업



AR 메이크업 시연

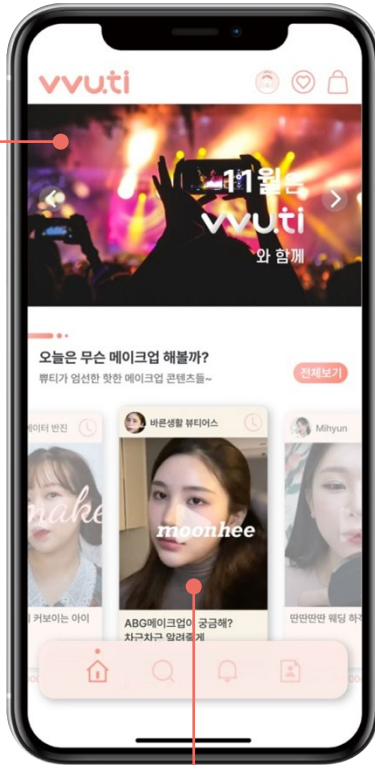


App 장바구니 연동

현실보다 더 리얼한 메이크업 뷰티 [vvuti]_2

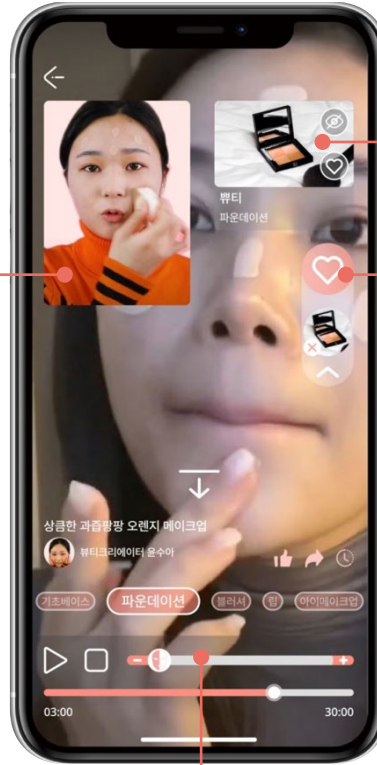
뷰티 어플리케이션에서는 사용자에게 매월 이벤트 및 프로모션을 진행하며, 매거진·뉴스를 통한 다양한 콘텐츠를 제공하여 뷰티에 대한 다양한 정보를 제공해 줍니다.

이벤트 기획
매월 이벤트 및
프로모션 진행



뷰티크리에이터 영상콘텐츠
다양한 인플루언서와의
제휴를 통한 업데이트

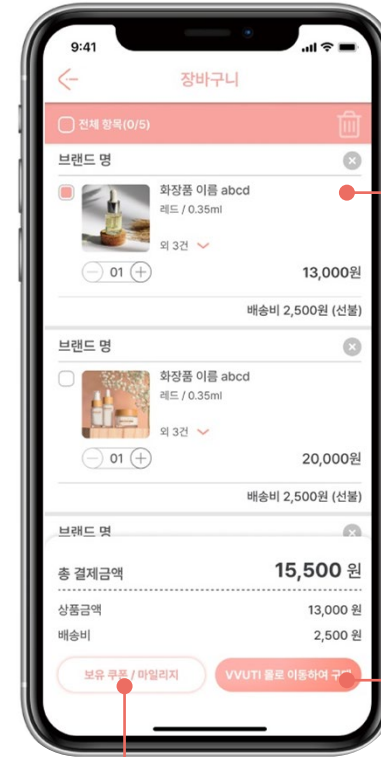
메이크업 영상 콘텐츠
실시간 재생
스프레드 제스처로
뷰티 크리에이터의
영상 크기 조절 가능



투명도 조절
메이크업 투명도 조절 기능으로
얼굴을 확인하며 메이크업 가능

제품 정보 배너
뷰티크리에이터 시연
실시간 제품추천

위시리스트
콘텐츠 시청하며 원하는
제품을 위시리스트에 담기



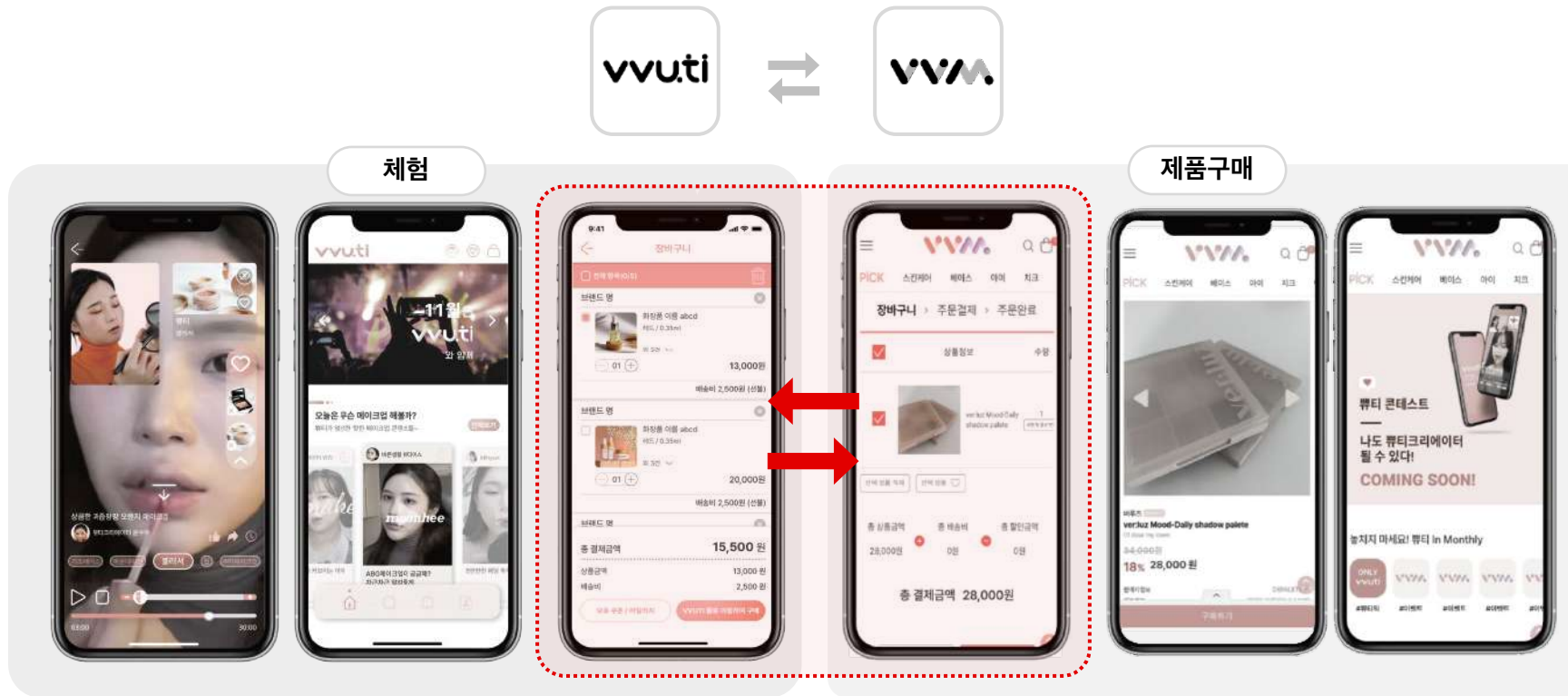
장바구니
제품 정보 확인 가능

뷰티를 연동 가능
옵션을 선택하고 뷰티몰로
이동하여 제품 구매

혜택
쿠폰발행/ 포인트 마일리지 적립

코스메틱 멀티 플랫폼 뷰티몰 [vvm]

알리아스의 코스메틱 멀티플랫폼 [뷰티몰]은 실시간 고객 소통과 다각도의 제품정보 제공을 통해 정보-검색-리뷰-쇼핑의 과정을 통합한 뷰티콘텐츠를 선보입니다.



안정감 있는 뷰티콘텐츠를 [뷰티]에서 체험하고 멀티플랫폼 [뷰티몰]로 연동되어
소비자가 원하는 제품 (정보-리뷰-쇼핑) All in one 구매가능

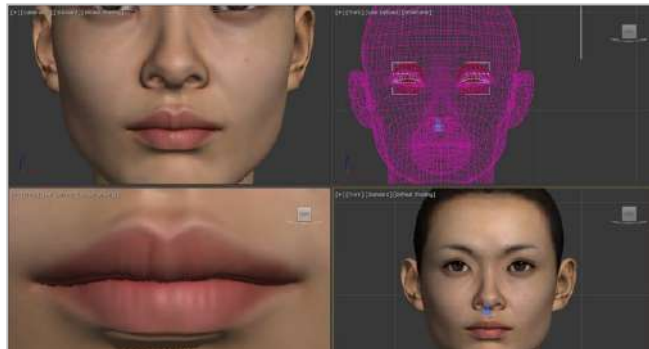
알리아스의 차별적 기술

안면인식 기술을 바탕으로 한 차별적 기술력은 3D Effects Engineer, 메이크업 아티스트, 디지털 메이크업 아티스트가 협업하여 한국인의 얼굴에 꼭 맞는 안면인식 증강현실 메이크업을 실현합니다.

3D Effects Engineer

메이크업 분장사

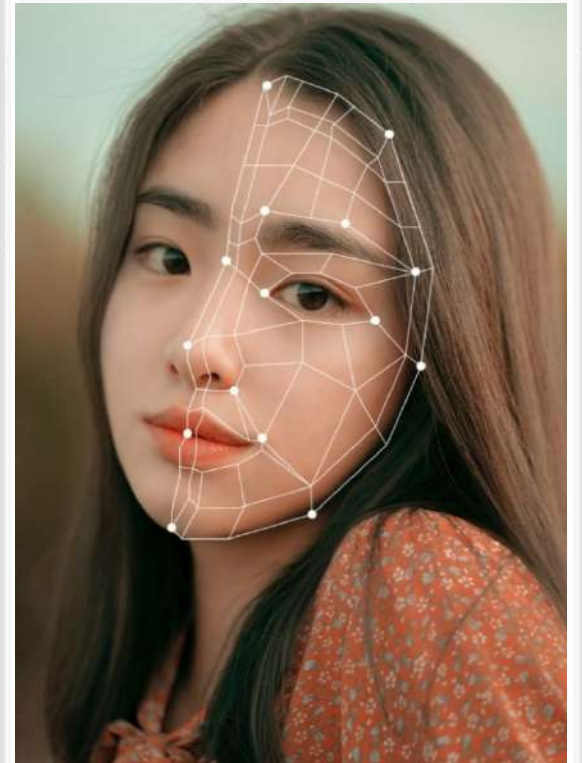
디지털 메이크업
아티스트



UV 맵핑 안면 좌표 재설정 과정



증강엔진용 마스크 변환 과정

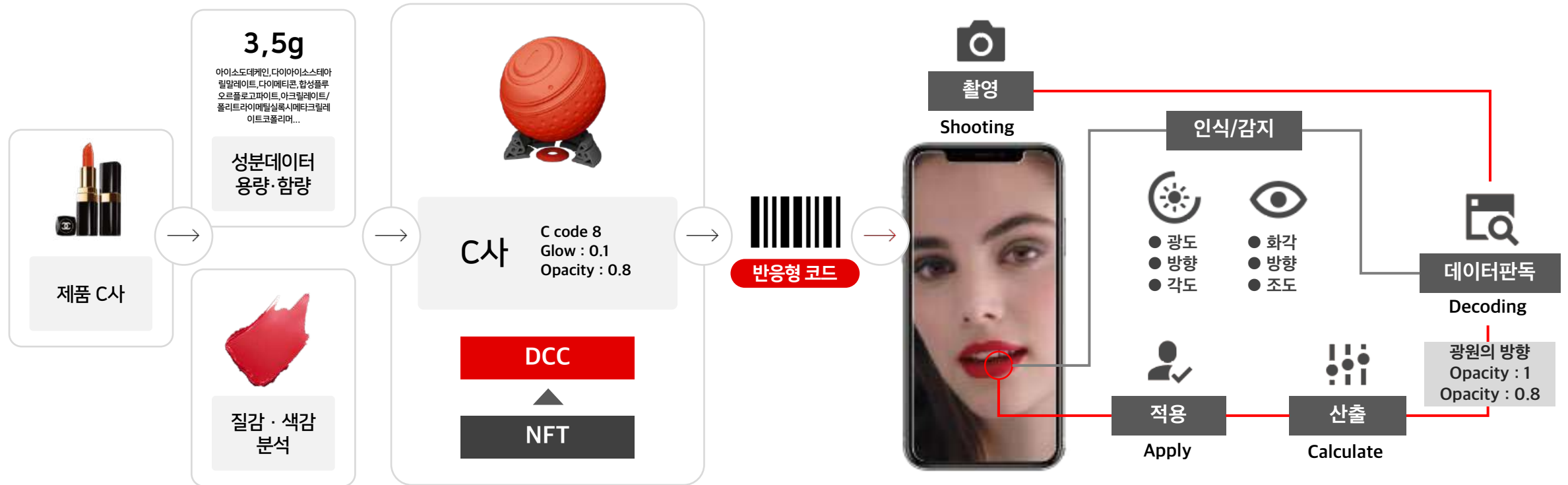


한국인에 맞춘 메이크업 마스크 좌표 구현

알리아스의 핵심 기술

디지털 코스메틱 이미징 연구소[DCIL]는 코스메틱 제품 레시피를 통해 성분 값을 활용하여 어플리케이션 상에 코스메틱의 질감·색감을 구현하여 고유의 디지털 코스메틱 코드[DCC]를 개발합니다.

디지털 코스메틱 이미징 연구소 - DIGITAL COSMETICS CODE [DCC] 생성기술



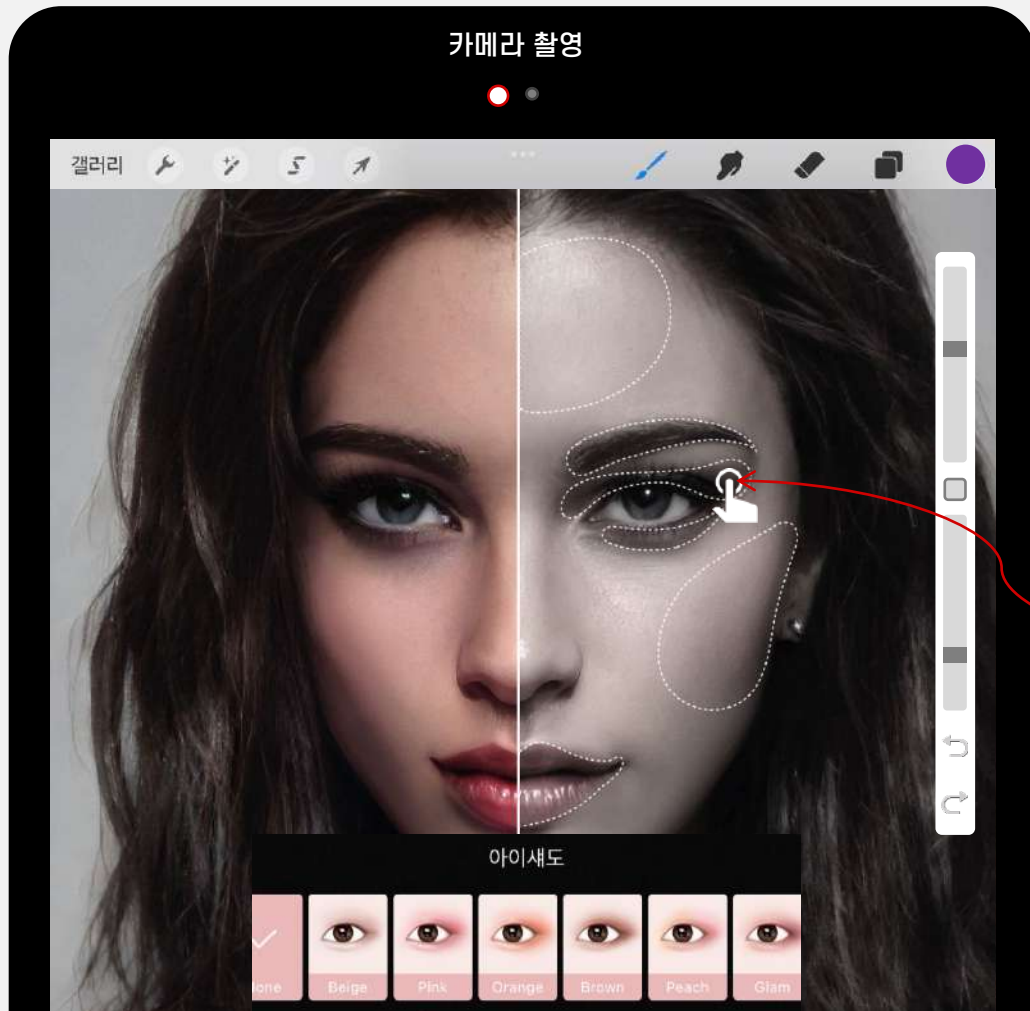
디지털 트윈 화장품 제작 툴- 뷰티스튜디오

제품 성분(MSDS, 성분비)과 질감에 대한 값을 가상 공간에서 활용할 수 있는 머티리얼 코드값으로 변환하는 프로그램



가상메이크업 시뮬레이터 - 뷰티스튜디오

크리에이터가 등록된 디지털 트윈 화장품 데이터 베이스를 활용하여 메이크업을 직접 만들고 업로딩하는 웹 기반 툴 프로그램



• Tool box

브러쉬 라이브러리



컬러 팔레트



음영 / 밝기



사이즈 / 불투명도



• DCC



• 아이섀도우



• 립스틱

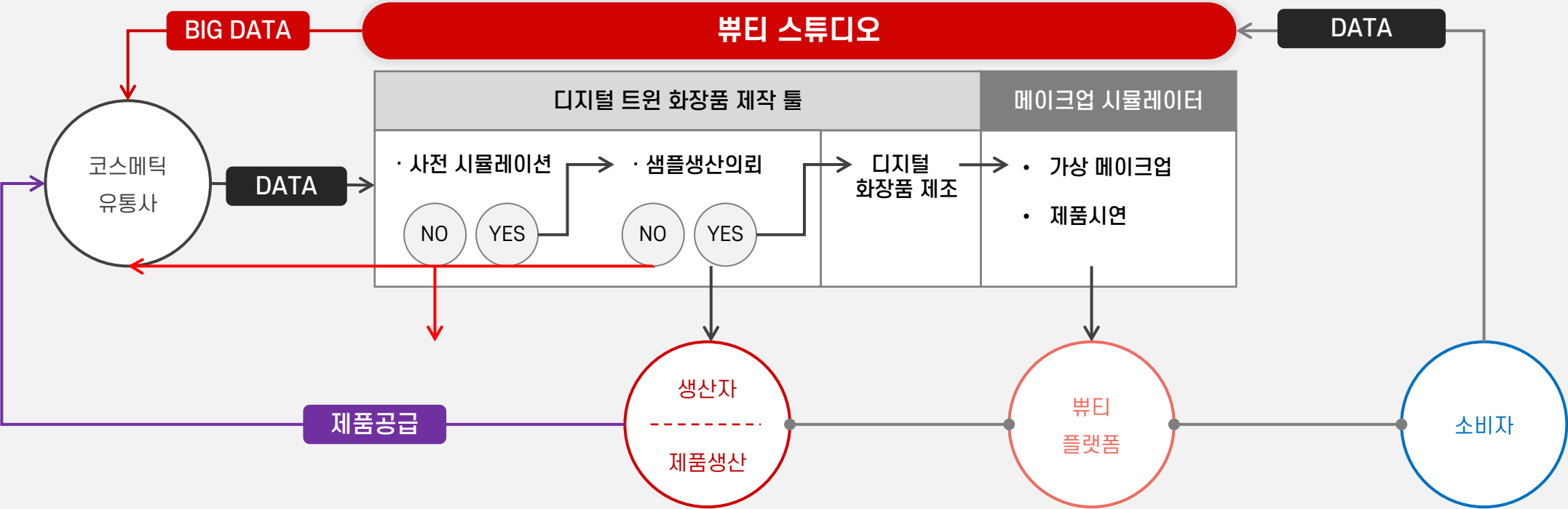


핵심기술을 활용한 비즈니스 모델의 완성 **뷰티스튜디오 [v.vvuti ver.3]**



인플루언서(뷰티크리에이터/디지털 메이크업아티스트)와 코스메틱사가
직접 콘텐츠를 만들고 업로딩 하여 제품을 홍보하고 판매하여 수익을 창출 할 수 있는 툴 제공

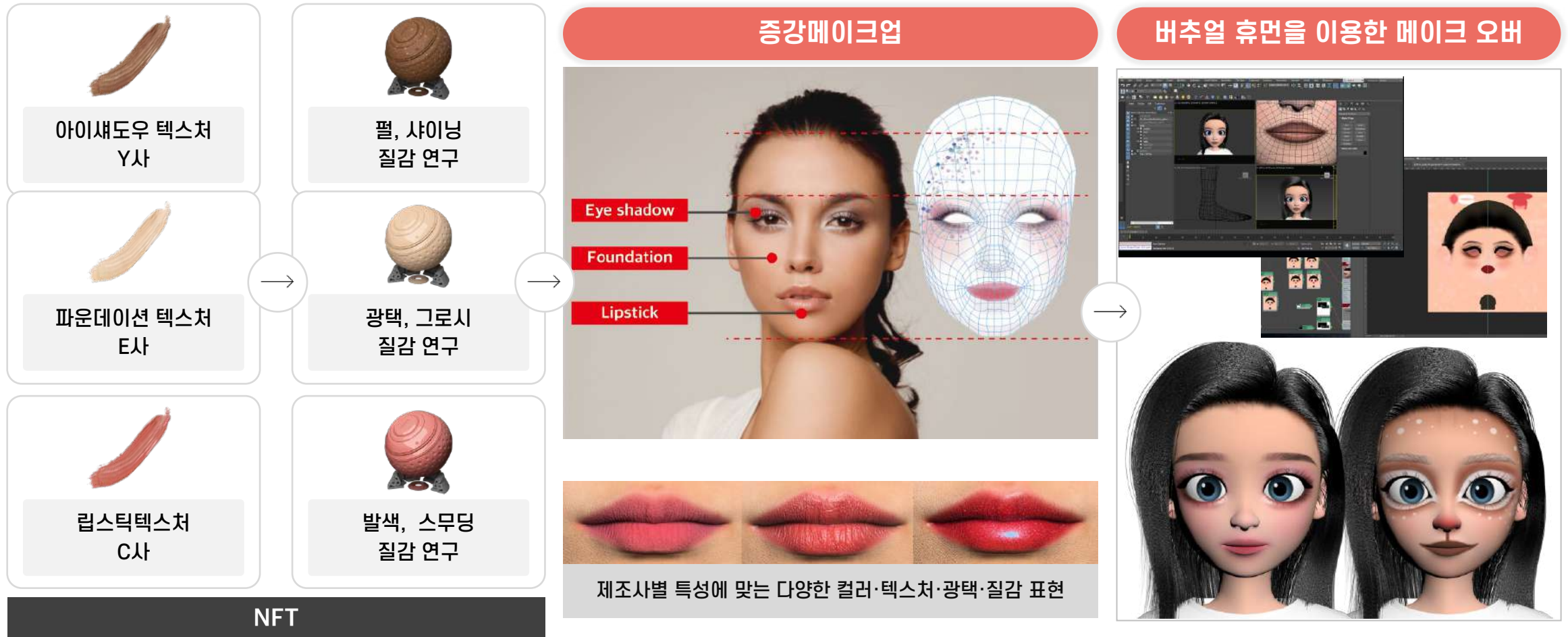
화장품 유통사, 생산자, 소비자를 연결하는 뷰티 스튜디오 [vvuti ver.3]



알리아스는 부산시 첨단의료산업과, 부산테크노파크 스마트해양바이오센터와 함께
코스메틱 유통 빅데이터를 기반으로 한 가상시뮬레이션을 통해
코스메틱 유통 제조 시스템 디지털 전환 프로젝트를 진행하고 있습니다.

메타버스에서 활용하는 코스메틱 툴

뷰티스튜디오는 실재 코스메틱 제품을 블록체인으로 오리지널리티를 부여한 디지털 화장품으로 만들어 메타버스상의 인간에게 정교한 메이크업을 제공할 수 있는 툴로 보급됩니다.

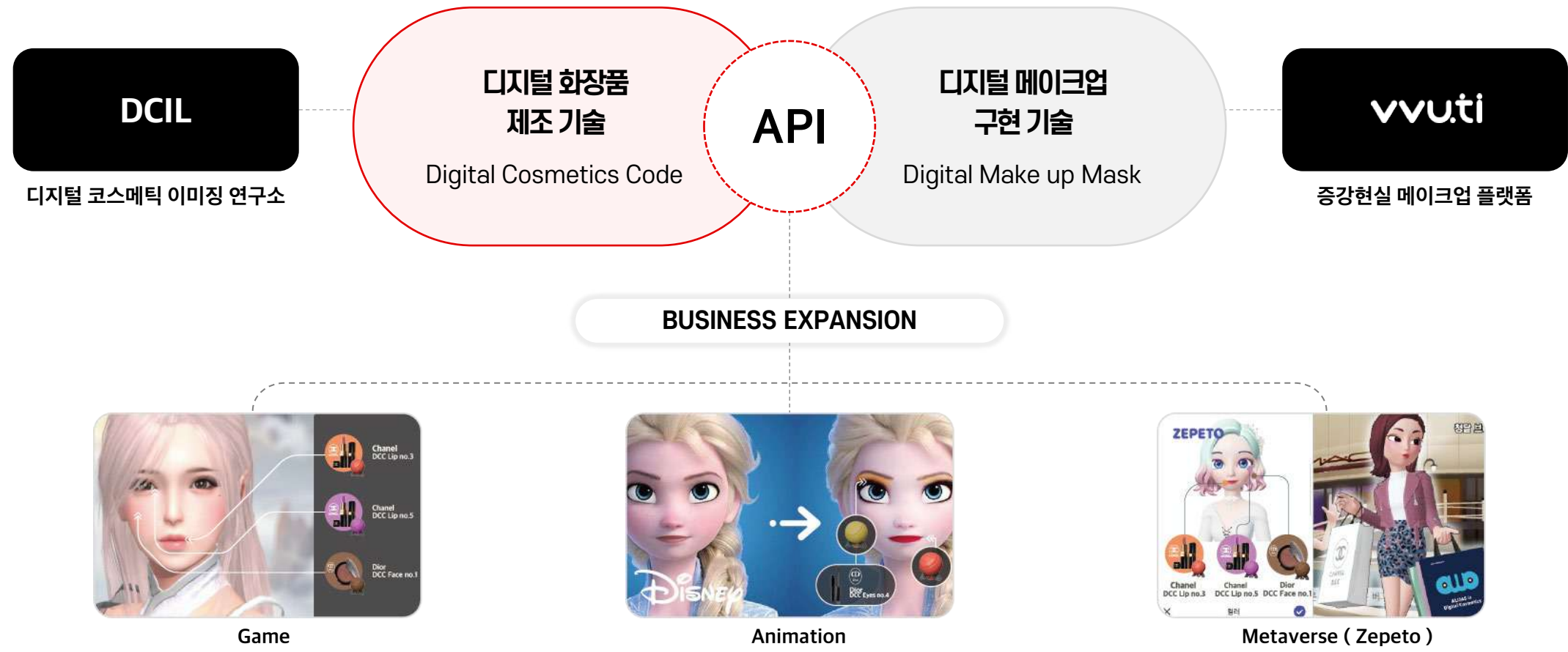




차세대 Business Achievements

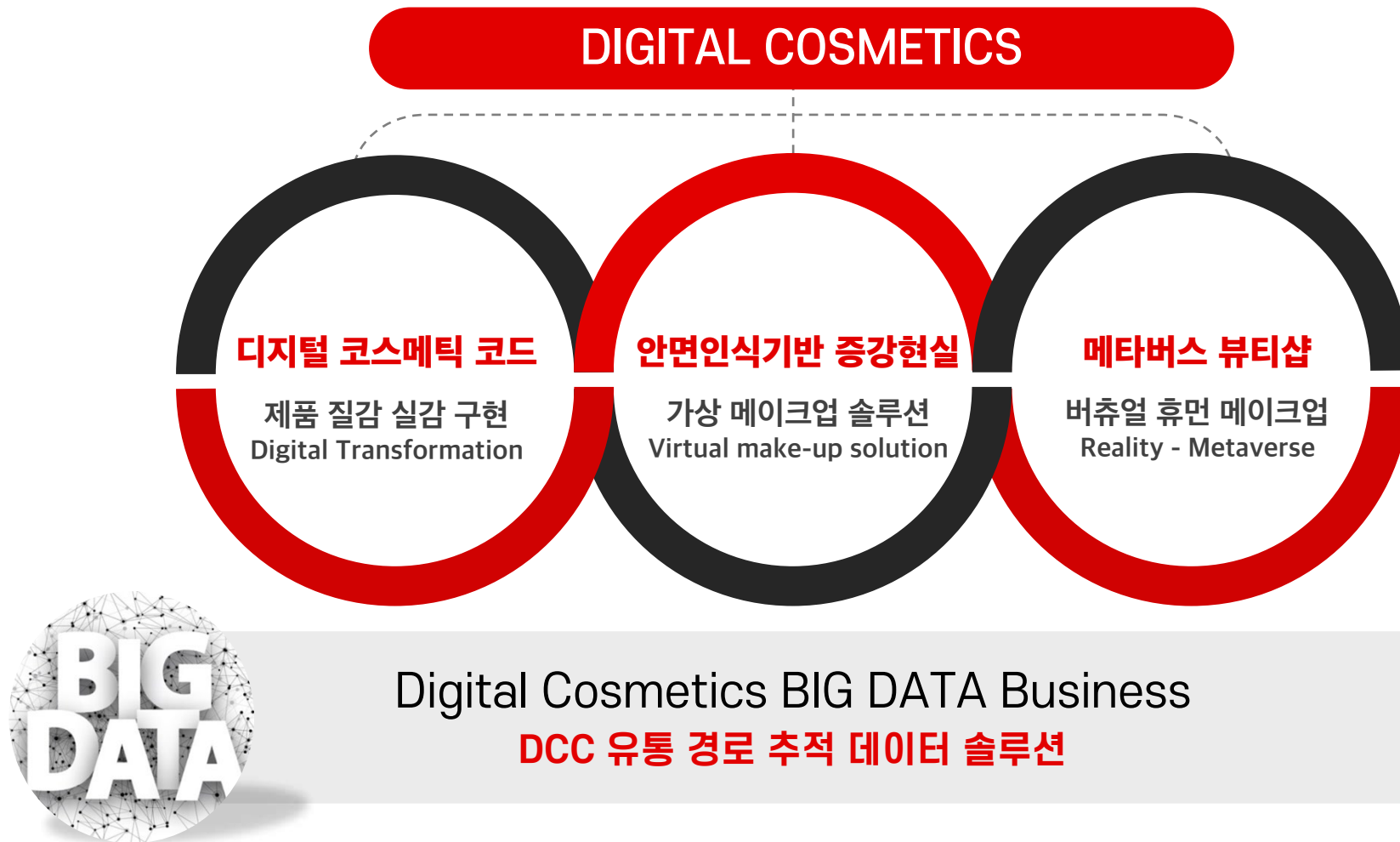
[호환 가능한 개방형 메타버스 비즈니스 구축]

뷰티 플랫폼을 시작으로 디지털 코스메틱스 비즈니스로 성장, 누적된 디지털 코스메틱 데이터를 통한 Metaverse Business 입니다.



알리아스의 DIGITAL COSMETICS는

코스메틱 질감·색감을 실감 구현한 디지털 코스메틱코드와 증강 메이크업 기술을 활용하여
현실과 메타버스를 연결한 획기적인 디지털 코스메틱을 선도합니다.



유통사, 콘텐츠, IT 플랫폼의 생태계 조성

가상메이크업(디지털 코스메틱) 활성화를 위한 포석

정보와 기술을 바탕으로 각 영역의 전문업체와의 협업, 가상메이크업 활성화를 위한 생태계 조성 및 포석



뷰티 사업 시스템(세부구조)

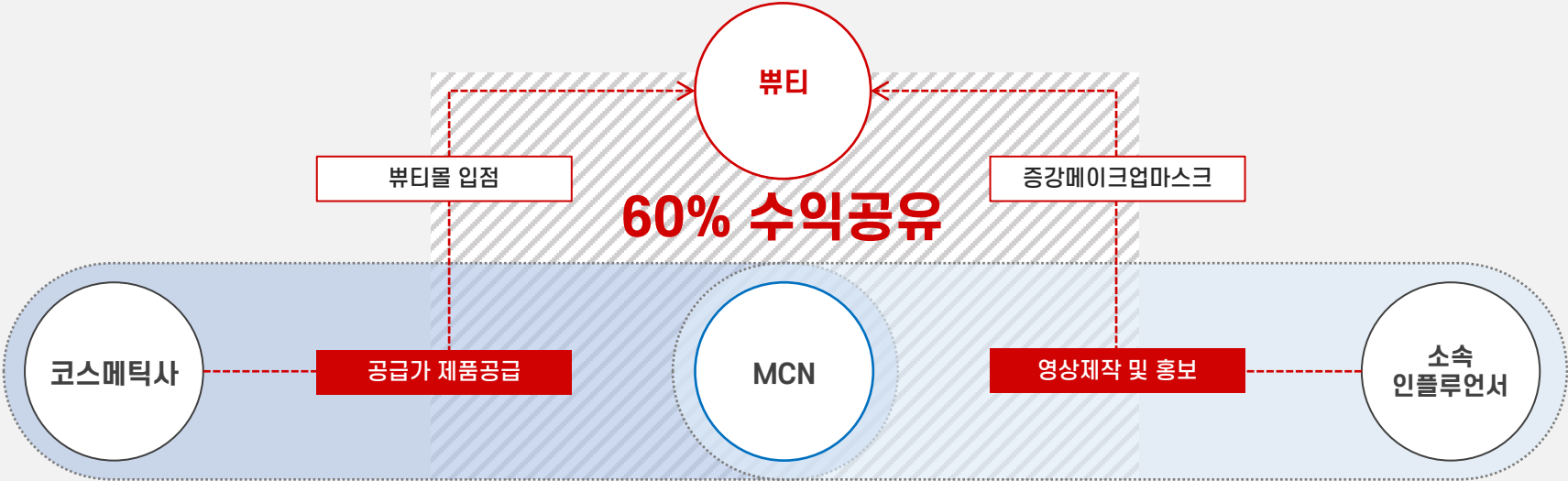
뷰티 x 인플루언서(MCN) x 코스메틱사 수익구조

새로운 인터넷 마케팅 및 트렌드를 제시하며, 인플루언서와의 긴밀한 협업을 통해 같이 동반 성장하는 가치 플랫폼 제공

MCN - 뷰티 수익구조

판매기준(개) 1,000

*공급가 협상(예시)														(단위 : 원)		
목록	코스메틱사 *공급가	소비자가	상시 할인율	판매가	부가세(10%)	정산예정금 (판매가-부가 세-공급가)	수수료(카드수 수수료3.74%+ 기타수수료 9%)	배송비	최종정산금 (수수료-배송 비)	정산금 이익율	MCN			뷰티		
											60%	순수익	이익률	40%	순수익	이익률
(ex)립치크	9,400	47,000	30%	32,900	2,991	20,509	2,666	3,000	14,843	45%	8,906	8,905,745	27.07%	5,937	5,937,164	18.05%
(ex)쉐도우팔레트	5,280	28,000	30%	19,600	1,782	12,538	1,630	3,000	7,908	40%	4,745	4,744,931	24.21%	3,163	3,163,287	16.14%
(ex)파운데이션	6,380	25,000	20%	20,000	1,818	11,802	1,534	3,000	7,268	36%	4,361	4,360,549	21.80%	2,907	2,907,033	14.54%



시장경쟁사이즈

초기 목표시장은 뷰티 앱을 이용하여 화장품을 구매하는 이용자 5만 명 타겟층으로 매출 25억 원 목표.

이후 목표인 유효시장은 화장품 라이브 커머스 기능을 지닌 뷰티애플리케이션의 이용자 약162만 명 3조 원 규모이며,

전체시장은 화장품 온라인쇼핑 시장 전체인 이용자 373만 명, 온라인 쇼핑 거래액 12조 억에 달함.



전체시장(TAM)



가능시장(SAM)

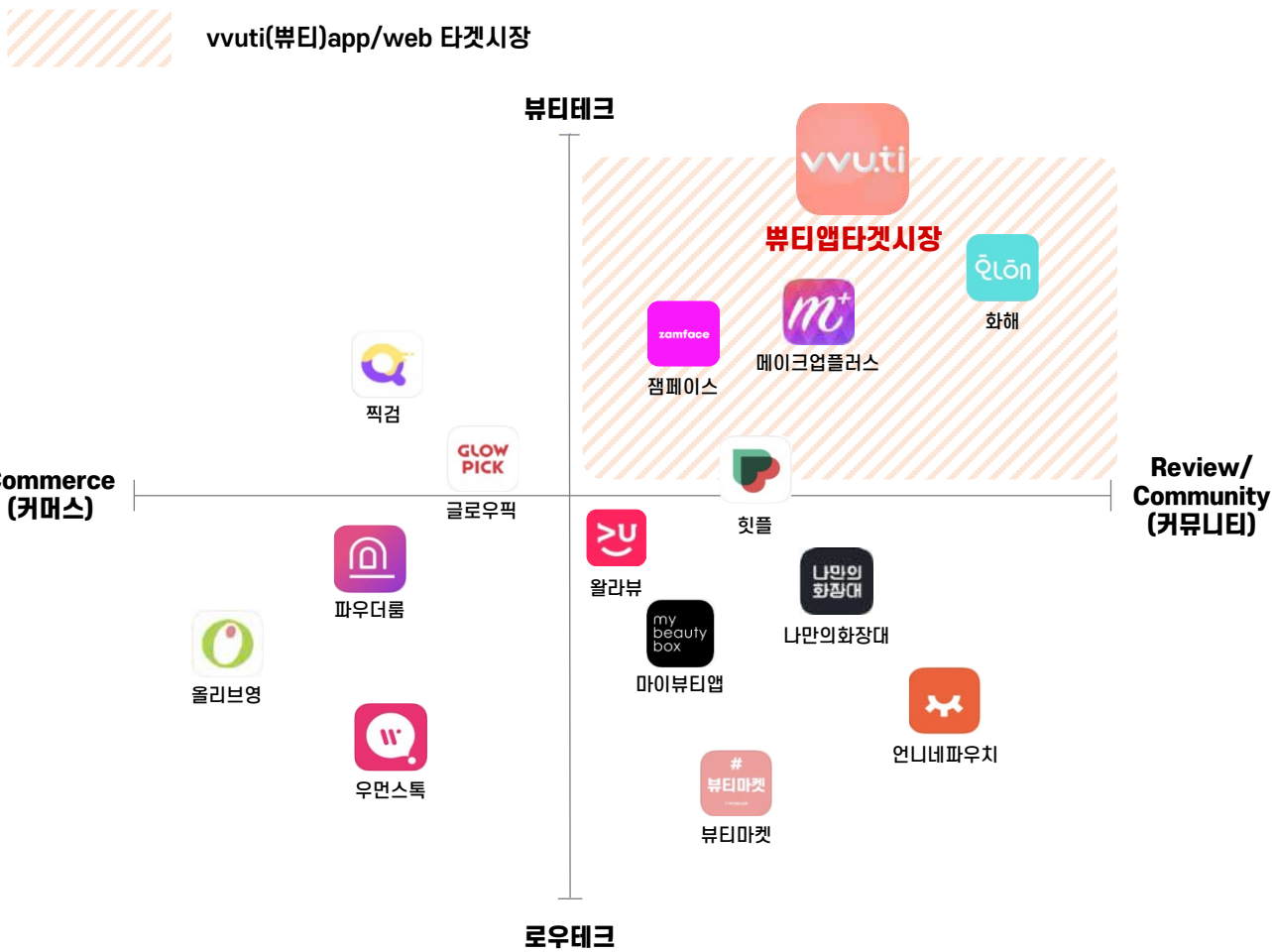


초기시장(SOM)

뷰티는 실제로 유통사+MCN 업체와의 긴밀한 협업을 통해
가능시장에 안정적으로 진입하는 것을 목표로 하고 있습니다.

뷰티테크 기반의 소셜 커머스 (타겟경쟁사 분석)

성분 분석·리뷰 제공 앱 ‘인기’이며, 리뷰 탐색·화장품 추천·쇼핑 도우미 역할까지 갈수록 똑똑해 지고 있다.
선두 그룹의 모바일 앱들은 수백만 건의 사용자 리뷰 빅데이터를 활용할 수 있게 돼 이를 가공한 AI 맞춤 서비스를 제공할 수 있게 된 것을 최대 강점으로 내세우고 있다.



타겟 경쟁사 분석			
앱이름	회사명	누적 다운로드	특징
Qlōn 화해	버드뷰	850만	믿을 수 있는 화장품 정보 플랫폼, 스마트한 화장품 구매를 돕는 다양한 화장품 정보 제공
m+ 메이크업플러스	바비톡	500만+	브랜드 립스틱을 가상 발색해 보고 구매가능 메이크업 튜토리얼 기능 필터효과로 셀카 업데이트
zamface 잼페이스	작당모의	100만+	뷰튜버 영상을 통해 메이크업을 즐기고, 페이스 매칭, 퍼스널 컬러 추천
핏플	핏플	50만+	리뷰를 통한 제품별 키워드 분석 제품 만족도 평가 AI 분석 추천

상용화 노력 및 마케팅-1

MCN 업체와 공동 콘텐츠 제작 협업 및 활성화 방안 모색

인플루언서 메이크업 영상 · 앱 다운로드 확보 , 자체 SNS 공유 활성화 → ‘뷰티’ 앱 노출도 상승 → 판매율 상승 전략

디지털 메이크업 강연을 통한 콘텐츠를 개최하여 App 재 구매율 · 이용률 상승 기대

유튜브 뷰티크리에이터 영상 저작권 검토 완료 – 허용된 메이크업 콘텐츠 수백여개 콘텐츠를 “뷰티” 내 크롤링 가상 메이크업 서비스



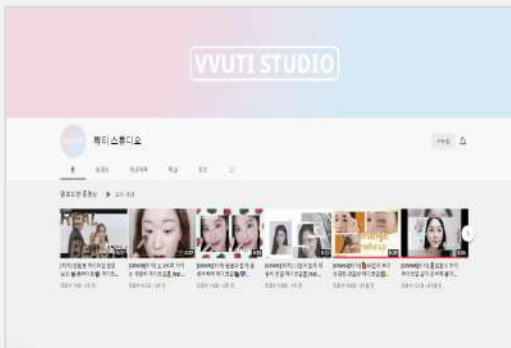
앱 / 몰 홍보 마케팅

- 4월 런칭 이후 앱 다운로드 123건
- 유통사(금원)를 통한 200여 개 선별 코스메틱사 MSDS 공유협약 진행 중
- 8개 입점사 런칭



인플루언서 마케팅

- 자체 뷰티인플루언서 9명 영상제작 및 홍보진행
- 최대 조회수 159회
- 스튜디오 6번 출구 (MCN사) + 금원인터네셔널(유통사) 영상제작 진행 중
- 청담 이수진원장 메이크업 영상 제작



SNS마케팅

- 인스타 채널
게시물 76 / 팔로워 524
- 유튜브
업로드 12건 / 총 조회수 1,240회
- 틱톡
영상 조회수 311회



디지털 메이크업 강연 및 양성 교육

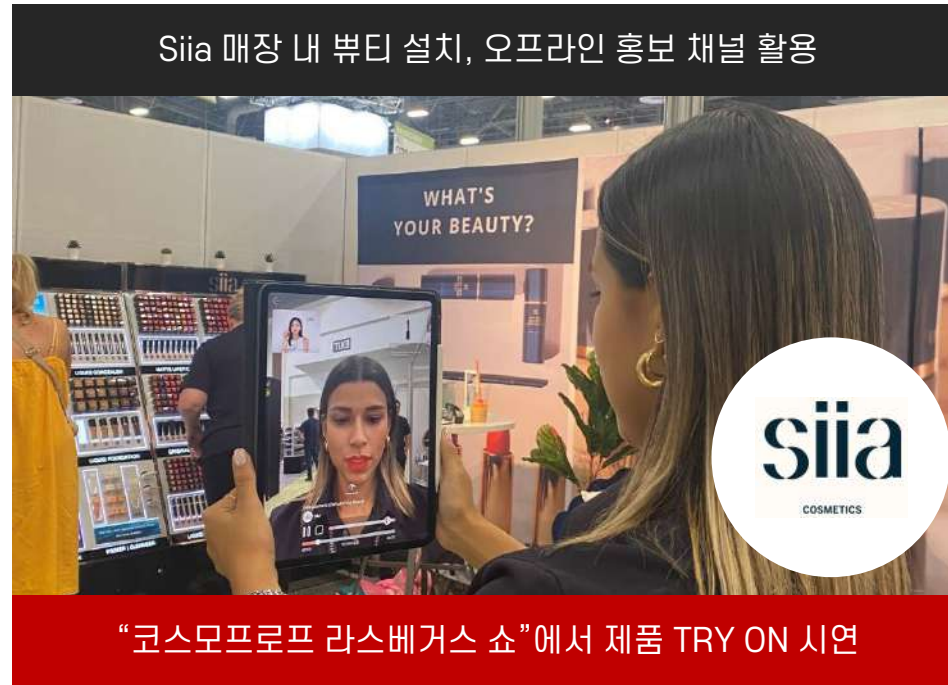
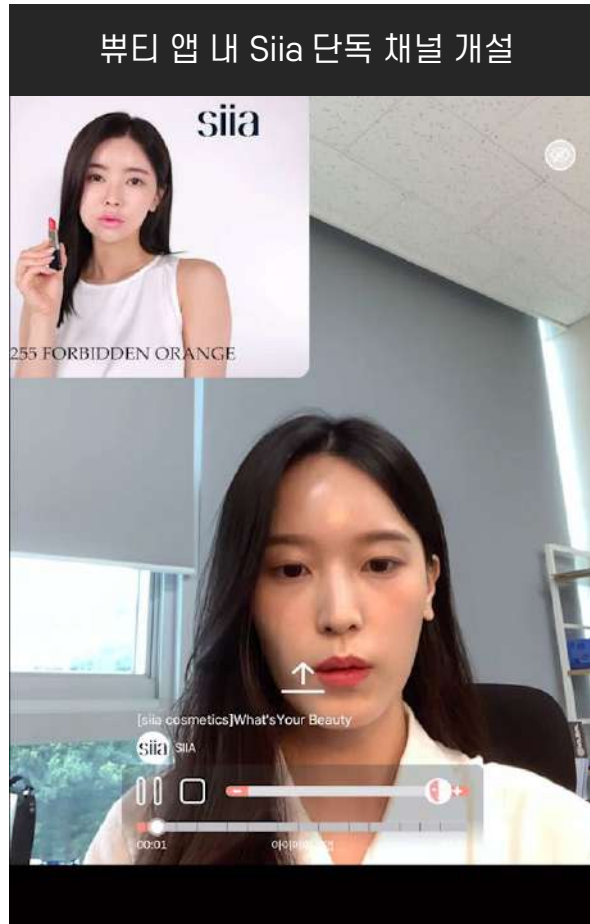
- 디지털 메이크업 양성 사업으로 확대
-14개 뷰티 관련 기관
- 메이크업 영상 콘텐츠 확보
- 서포터즈 그룹 형성

상용화 노력 및 마케팅-2

미국 코스메틱 브랜드 siia 가상 메이크업 공급, 뷰티 플랫폼 내 siia 채널 개설

매장 내 가상메이크업 테스트 및 체험을 통해 판매율 상승 전략

국내 중소기업 브랜드 제품을 위한 뷰티앱 상용화 전략

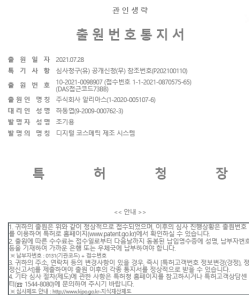


미국 Siia 오프라인 매장에서 판매도우미 시연 후 필요성 검증 → H&B 매장에서의 서비스 확대

지식재산권

총 8건 - 특허등록 4건 / 출원 1건 / 상표등록 2건 / 상표 출원 1건 진행 중

목록	번호	상품류	특허명
특허등록	10-1946900		미디어 주변기기 무선 연결 시스템
특허등록	10-2031512		스마트 미러를 갖는 사용자 뷰티크리에이터 화장 제공 방법
특허등록	10-2293108		화장자의 영상 이미지 추출 및 얼굴 투영 시스템
특허등록	10-2347339		드론을 이용한 입체영상제공방법
특허출원	10-2021-0098907		디지털 코스메틱 제조 시스템
상표등록	40-1866539	38류	알리아스 상표등록
상표등록	40-2020-0211824	09류	Vvvuti 상표 등록
상표출원	40-2021-0127599	09류	뷰티 상표출원



핵심인력

유기적 협업을 이루는 핵심 인력 구성

CEO



조기용

BM, 기획, DCC 기술개발
총괄

BM, 서비스설계, 기획
UX설계

(전)숨씨디자인환경연구소
건설사(한화,대우) 브랜드개발

(전)MVIENT- KAIST
ICT 공간연구실

(현)사과나무물결스튜디오
공공서비스 도시개발 기획
가상 3D 콘텐츠 개발

CTO



황승준

FE/BE PM
CTO(참여확정)

뷰티 FE/BE App/Web개발,
Server Devops 및 PM

(현)경남정보대 시컴퓨터학과 교수

(현)한국융합인재교육협회 이사장

뷰티 앱, 웹 개발 주도

가상현실 증독치료 시스템 개발

빅데이터 기반 마케팅 분석 툴 개발

디자인



옥서영

디자인
실장

디자인총괄
그래픽디자인개발

(전)에코마인
두발화장품 제품개발 총괄
다수 헤어케어 프랜차이즈 론칭 외
스킨케어 브랜드 론칭

(전)옥스포드 블록
대형 마트PB제품 다수 개발,
캐릭터 라이선스
제품 개발 프로젝트 진행

김해미래인재장학재단 CI
최우수 수상

마케팅



김영주

MD
팀장

메이크업 아티스트,
마케팅, 뷰티 콘텐츠 기획

(전)대구의한대학교 산학협력단
(국가연구개발팀)
화장품 제조,연구 개발

(전)토탈뷰티샵 COCORICO
외 다수 파티기획 실장,
공간기획 담당

DCC



박수현

디지털코스메틱이미징연구소
(DCIL)과장

코스메틱 이미지 코드 연구
가상 메이크업 마스크 개발

뷰티 마스크제작

메이크업 마스크 제작 및

영상 합성제작

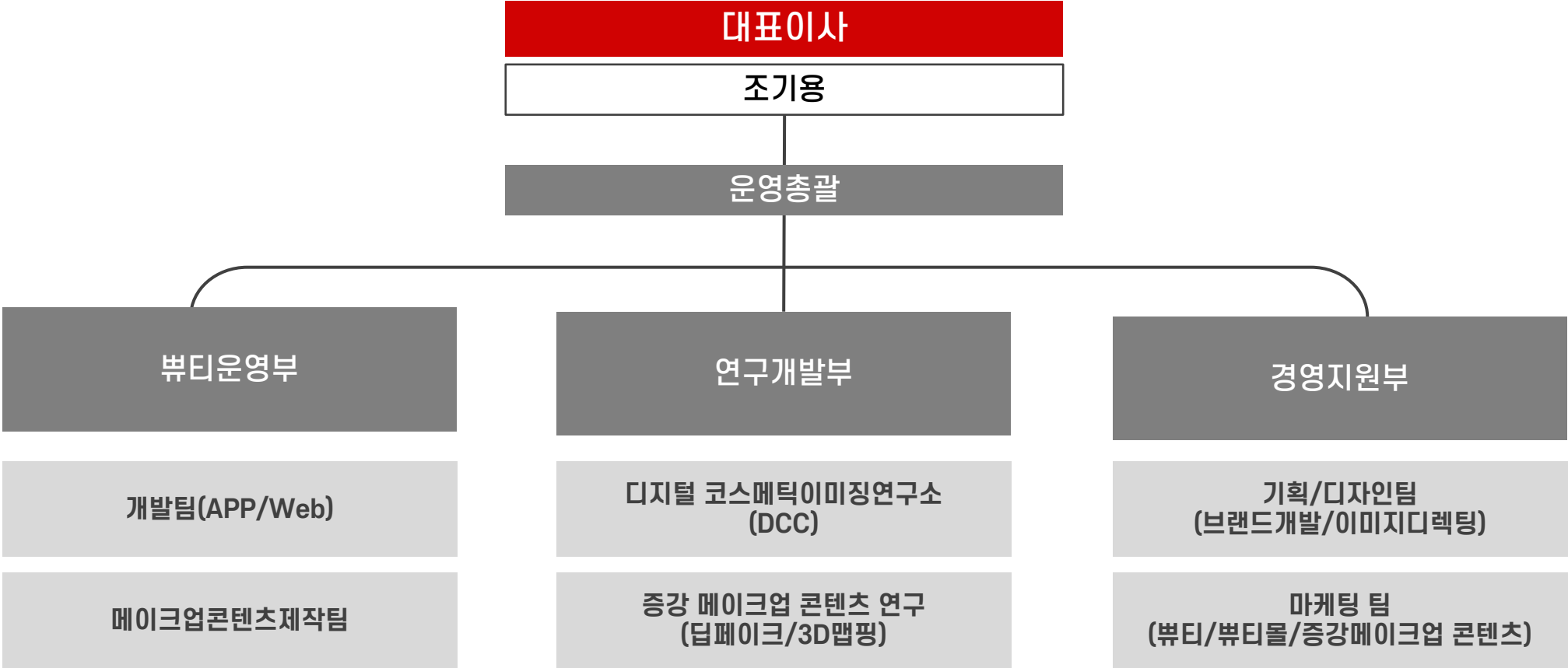
D3D 메이크업 마스크 제작 및 영상

합성제작

프로젝트402 딥페이크 영상

팀 구성

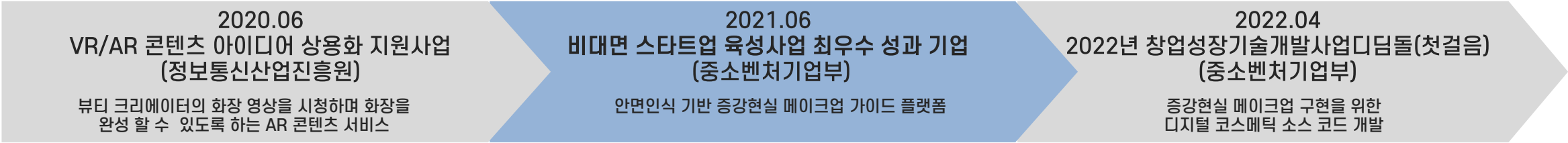
유기적 협업을 이루는 핵심 인력 구성



회사현황

회사명	(주)알리아스	대표이사	조기용
주요사업	디지털 코스메틱 개발 및 공급	설립일	2019년 04월 01일
주요서비스	디지털 화장품 개발 디지털 메이크업 솔루션 증강현실 메이크업 솔루션 플랫폼 개발 뷰티와 연결 된 온라인 코스메틱 멀티샵	주소	경남 김해시 관동로 14 경남콘텐츠기업지원센터 505호 (주)알리아스
자본금	1억 원	직원수	11명

2020-2022(3개년) 정부 지원 사업



회사연혁



2022

- 06 2021년 비대면 스타트업 육성사업
최우수 성과 기업
증강현실 메이크업 뷰티ver.2 런칭
온라인 멀티플랫폼 뷰티몰 VVM 런칭
- 04 창업 성장 기술개발사업 디딤돌(첫걸음)
- 02 (사)부산화장품기업협회(BCBA)
정회원
- 01 버추얼휴먼제작 공급 서비스

드론 홀로그램 프로젝션 맵핑
기술개발

(사)한국메타버스협회(K-META)
준회원



2021

- 12 IPL나래 우수기업선정
- 11 콘텐츠서바이벌 투자연계 프로그램
부울경 IR데모데이 2등
- 10 특허등록 10-2293108
화장자의 영상 이미지 추출 및 얼굴 투영 시스템
- 09 화장품책임판매업 등록
제26503호

전주정보문화산업진흥원
전북전주 스마트미디어 X캠프 우수상 수상
- 08 혁신분야 창업패키지
(비대면스타트업육성사업)선정
- 07 특허출원10-2021-0098907
디지털 코스메틱 제조 시스템
- 06 한국콘텐츠진흥원 지역우수기업선정
- 04 통신판매업신고
- 03 신용보증기금
Start-up NEST 9기 기업 선정
- 01 중소벤처기업부장관 성과공유기업 선정



2020

- 12 상암 NIPA XR-SHOWROOM 개설

뷰티 데모버전 앱스토어등록
- 10 디지털 코스메틱 이미징연구소
제2020115502호 기업부설연구소
- 08 벤처기업인증

정보통신산업진흥원
VR/AR 콘텐츠 아이디어 상용화 지원사업
- 07 증강현실 메이크업 퍼포먼스
공연 프로그램 개발
- 05 경남문화예술진흥원
스타트업 콘텐츠 개발 지원사업



2019

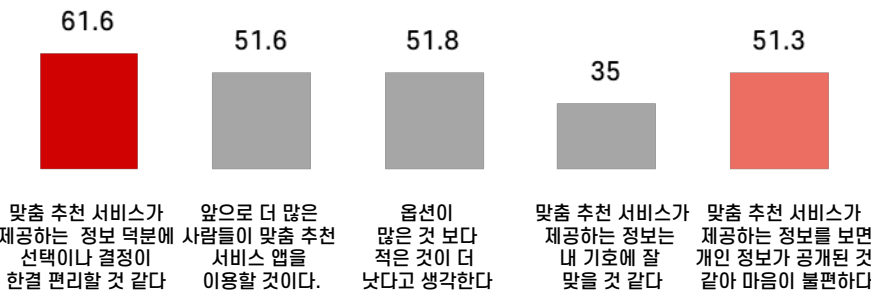
- 11 한국기업데이터
2019 기술역량 우수기업 인증
- 07 특허등록 10-2133777
스마트미러를 갖는 사용자 뷰티크리에이터
화장 제공 방법

초 경량비행장치 신고
- 특허등록 10-2293108
미디어 주변기기 무선 연결 시스템
- 05 비디오물제작업신고
제2019-000001호
- 04 (주)알리아스 설립

고객후기

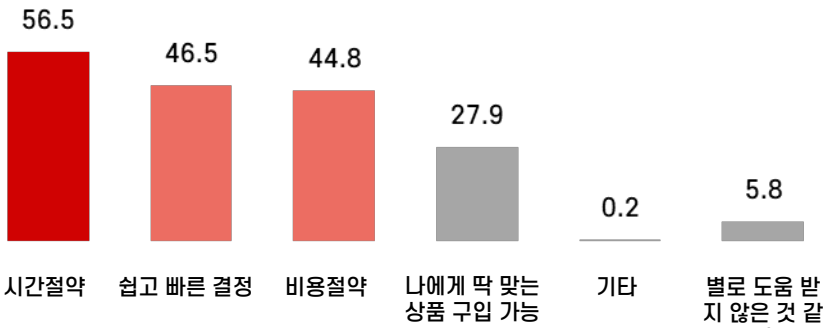
출처 : 트렌드 모니터 [큐레이션 앱 인식 조사]

큐레이션(맞춤 추천) 서비스 관련 전반적 인식



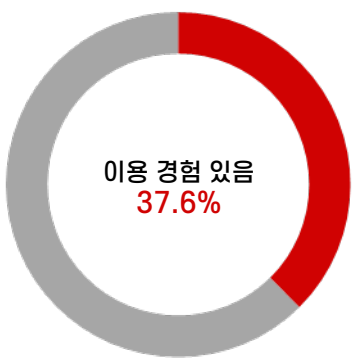
(Base : 전체, N=2,000, 단위 : 동의율%)

큐레이션(맞춤 추천) 서비스의 유용성 평가



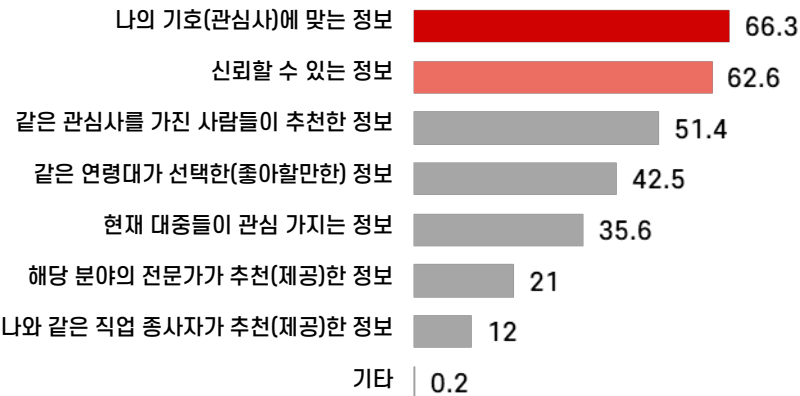
(Base : 맞춤 추천(큐레이션) 유경험자, N=462 단위 : 중복%)

쇼핑 시 큐레이션 서비스 이용 경험



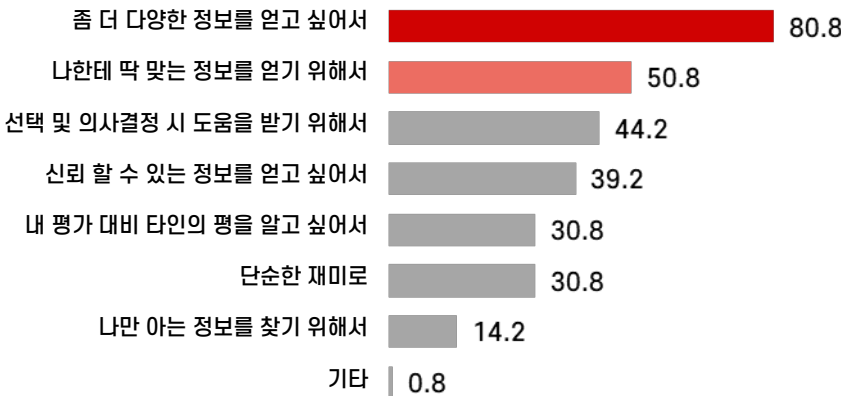
(Base : 전체, N=2,000, 단위 %)

큐레이션(맞춤 추천) 서비스가 제공해야 할 정보



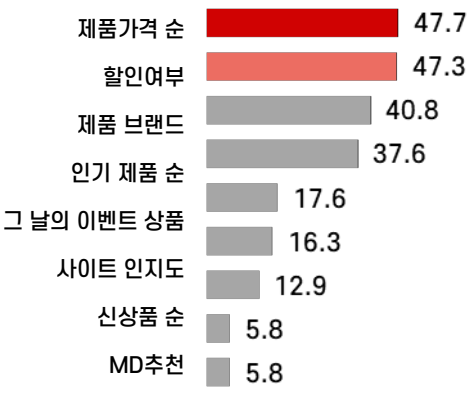
(Base : 전체, N=2,000, 단위 : 중복 %)

큐레이션(맞춤 추천) APP 이용 이유



(Base : 큐레이션 앱 현 이용자, N=120, 단위 : 중복 %)

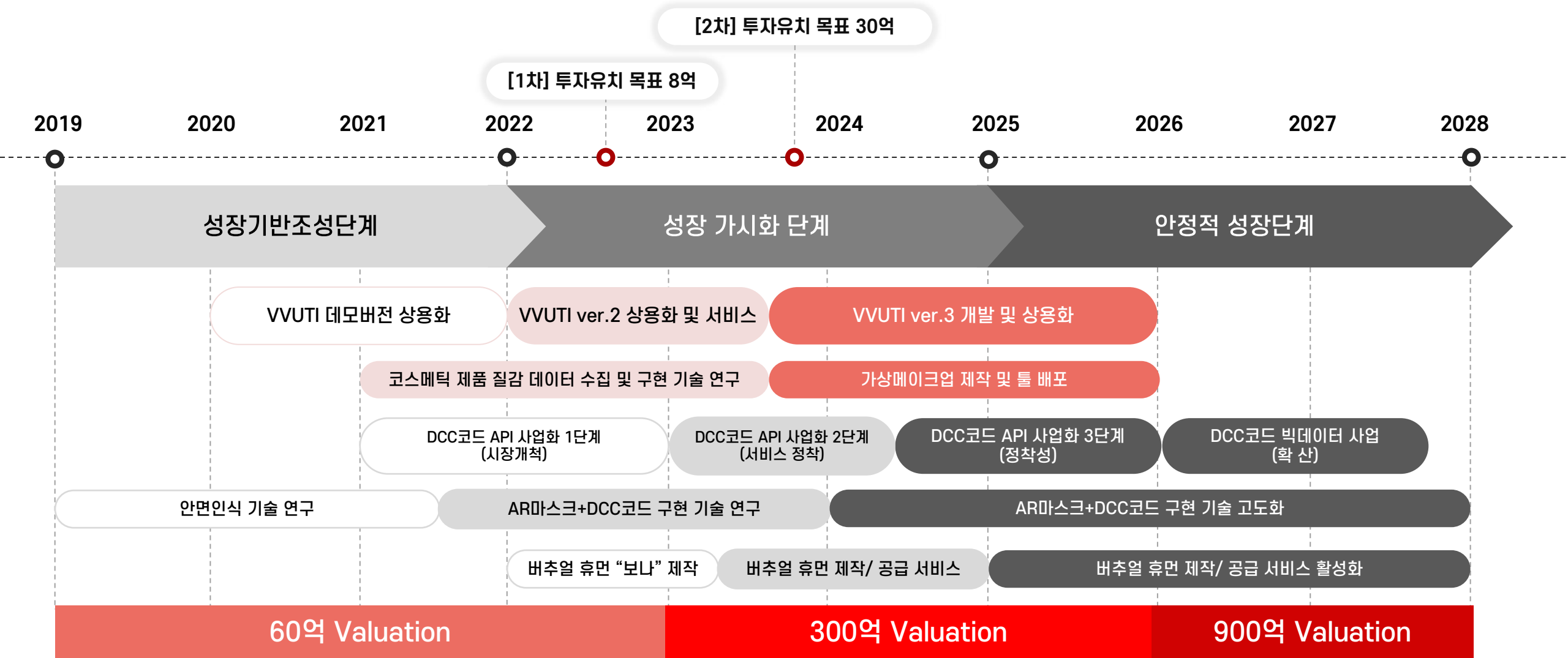
온라인 및 모바일 쇼핑 시 제품 구입 기준



(Base : 전체, N=2,000, 단위 : 중복 %)

개발 및 사업화 마일스톤

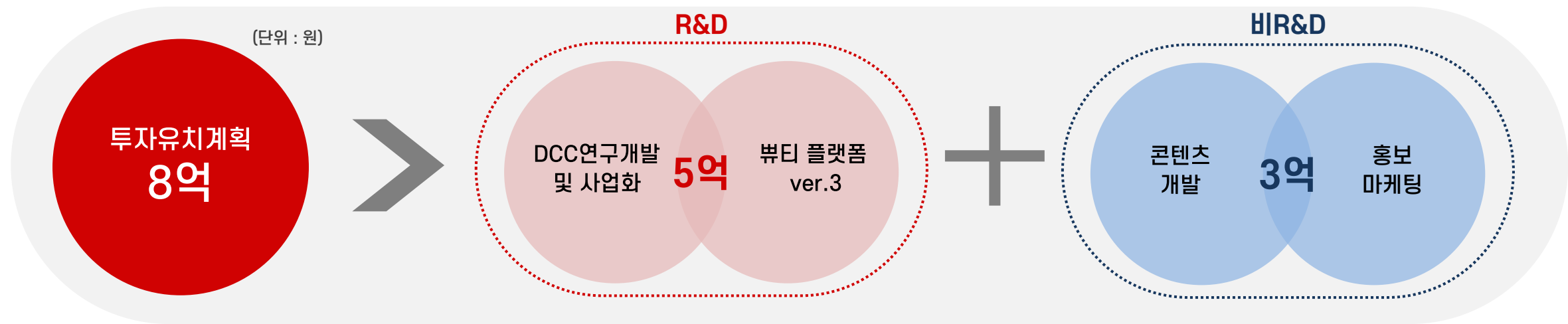
디지털 메이크업 [뷰티vvuti]를 전방사업으로 중장기 디지털 코스메틱스로의 사업확장



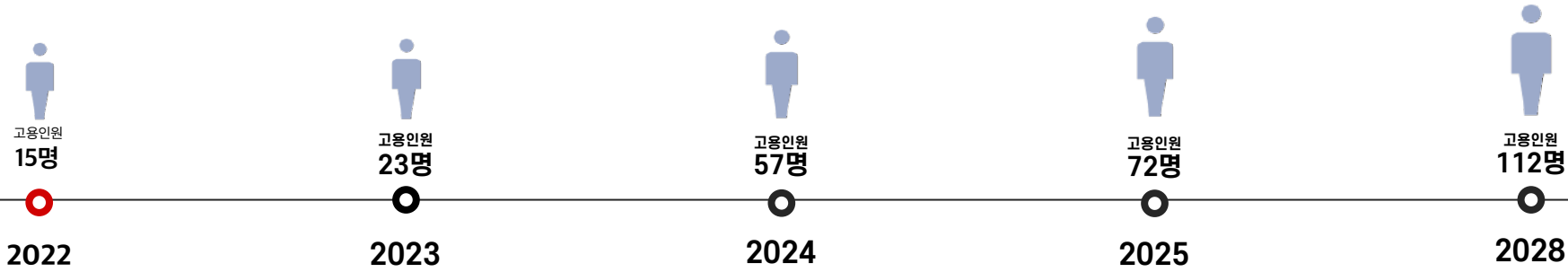
투자유치계획

디지털 메이크업 [뷰티] 플랫폼 대형화 (R&D영역 확장)

DCC개발 고도화(함수→코드화)단계에서 집중 연구 투자개발 필요, 홍보·마케팅 집중 서포트 필요



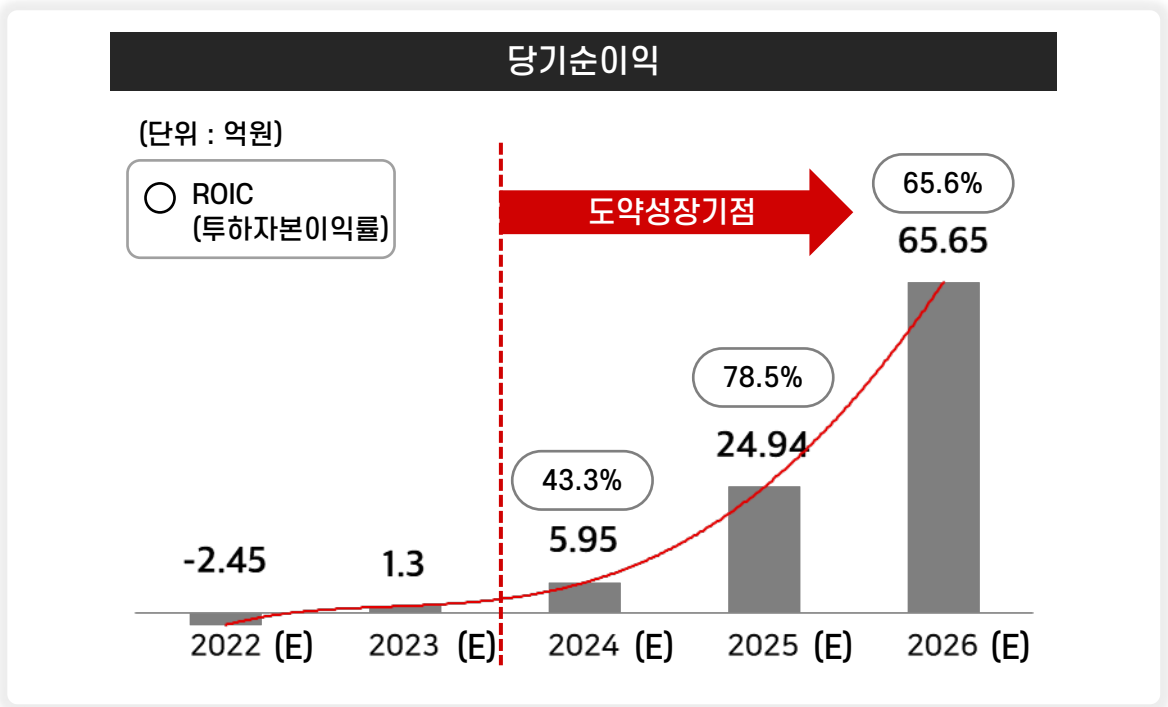
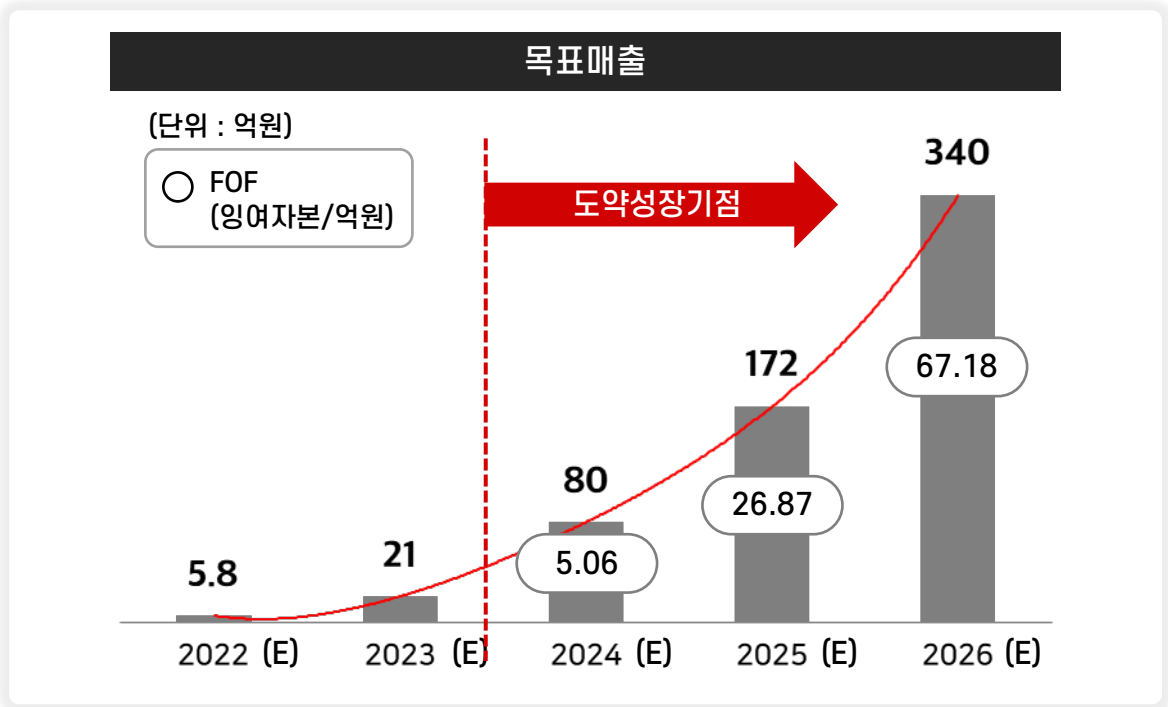
추가고용계획



성장목표

2025년까지 등록화장품 1만건, DCC API 40억건, 사용자 20만명 목표

세부 내용	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)	2026년(E)
제품 등록	250 (건)	1,250 (건)	2,500 (건)	10,000 (건)	10,000 (건)
DCC API	4천만 (건)	5억 (건)	10억 (건)	40억 (건)	40억 (건)
VVUTI App 사용자	1만(명)	4만(명)	10만(명)	20만(명)	20만(명)



언론보도

2021 콘텐츠 서바이벌 투자연계 프로그램
부울경 IR데모데이



경남콘텐츠기업지원센터 2021.11.30

2021 전북·전주 스마트미디어 X 캠프 개최



뉴스메이커 2021.10.03

화장품 없이 화장하는 AR 플랫폼 '뷰티'



김해뉴스 2021.02.23

2021 넥스트콘텐츠페어(윤형빈)



NCF경남 2021.11.12

메타버스 시대 예술·기술 만남 위한 콘텐츠 필요



경남신문 2021.09.29

스타트업이 보는 스타트업의 세계 특강



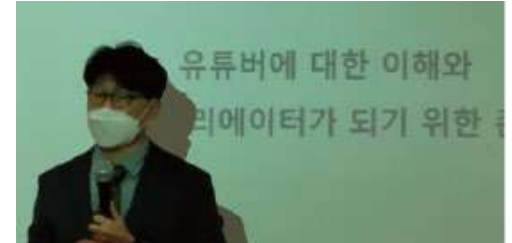
경남콘텐츠 코리아랩 2020.11.24

2021 넥스트콘텐츠페어



KNN 생방송투데이 2021.11.11

산학클러스터 강좌 뷰티크리에이터 과정

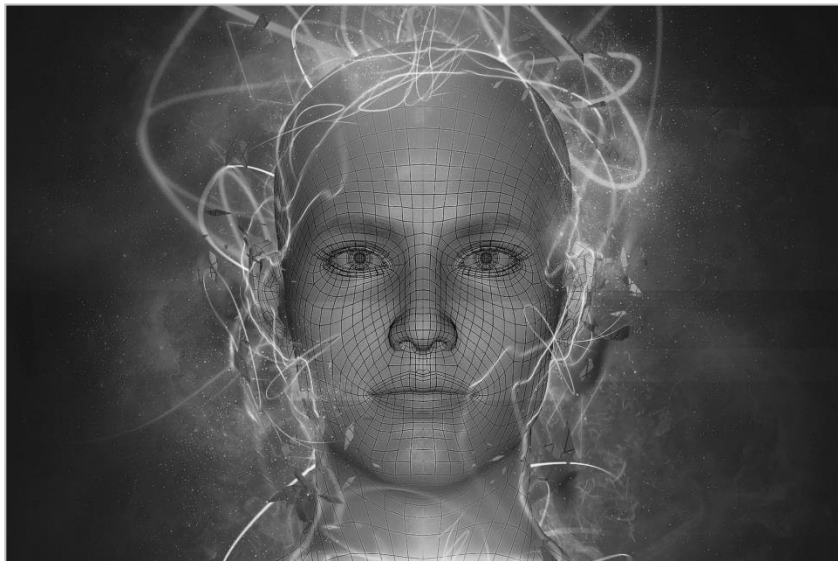


산학클러스터 강좌 2021.4.12

경남타임즈



경남아 사랑해 2020.07.22



ALIJAS

“디지털 코스메틱스의 표준”

우리는 그 어느 때보다 빠르게 변하고 있는 세상에서
어떻게 대비하고 맞이해야 할지 고민하는
다양한 역량을 보유한 구성원이 모여 조금씩 성장하고 있습니다.

산업문명에서 디지털 문명으로 전환되는 변곡점에서
**새로운 뷰티 환경을 만들어 가며 디지털 코스메틱스의 표준으로 성장할
알리아스의 미래를 함께 지켜봐 주십시오!**

감사합니다.

일상에서 뷰티하다

vvu.ti

Contact info.

주소 경남 김해시 관동로 14
 경남콘텐츠기업지원센터 505호

전화 055. 333. 0233

이메일 alijas@alijas.co.kr

사이트 www.alijas.co.kr