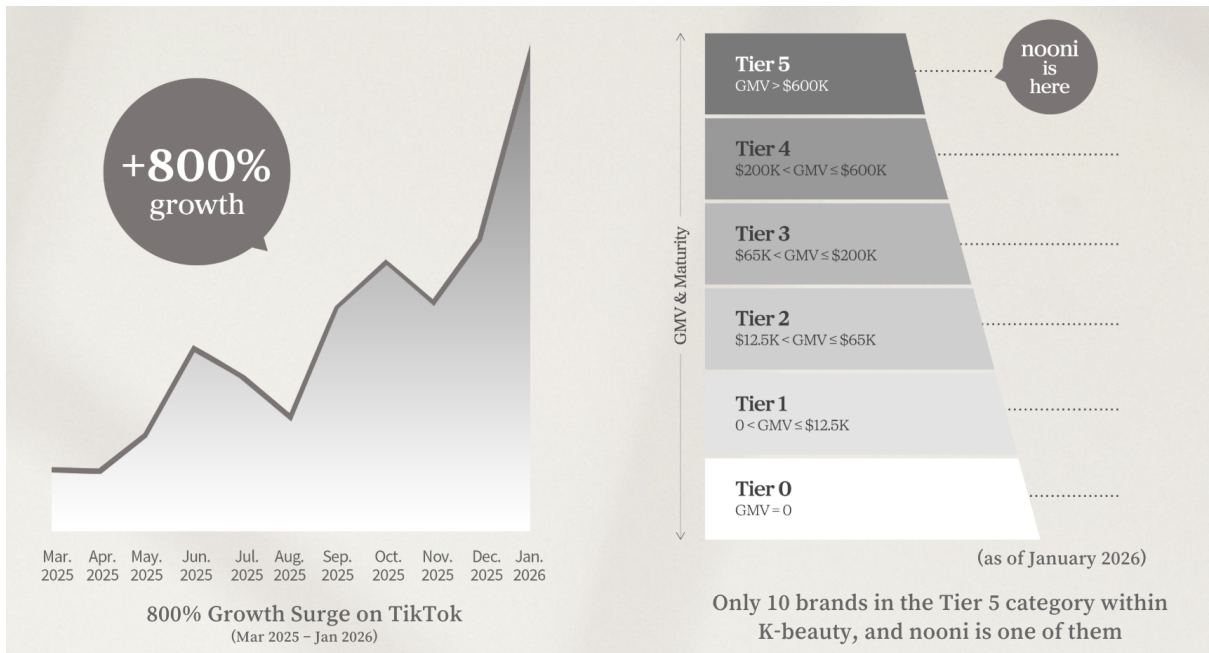




글로벌 뷰티 브랜드 이공이공·미미박스,

‘누니 립오일’ 미국 및 글로벌 시장 1,000만 개 판매 목표 전략적 파트너십 체결

- 아마존·틱톡샵·타겟까지 잇는 미국 360도 채널 전략 공동 추진
- 미국 틱톡샵 최고 등급 Tier 5 기록, 콘텐츠 조회수 2억뷰 돌파
- 7월/8월 타겟(Target) 약 1,800개 매장 입점 예정... 미국 오프라인 유통 본격화



(사진 : 틱톡샵 - 누니 성장률)





이공이공(대표 형주혁)과 미미박스(대표 하형석)는 미미박스의 글로벌 대표 K-뷰티 브랜드 누니(Nooni)의 대표 제품 '누니 립오일(Nooni Lip Oil)' 미국 및 글로벌 시장 1,000만 개 판매를 목표로 전략적 업무협약을 체결했다고 밝혔다.

이번 파트너십은 미미박스가 보유한 브랜드 파워와 제품력을 기반으로, 미국 시장 전문 기업인 이공이공이 현지 유통·마케팅 역량을 더해 미국 내 360도 채널 전략을 공동 추진하는 형태로 진행된다. 양사는 아마존(Amazon), 틱톡샵(TikTok Shop), 오프라인 리테일 채널을 아우르는 전방위적 성장 전략을 통해 누니 립오일의 미국 시장 내 입지를 빠르게 확대해 나갈 계획이다.

이공이공은 지난해 말부터 아마존 판매 및 퍼포먼스 마케팅을 중심으로 누니 립오일의 미국 성장을 본격적으로 견인하고 있다. 최근에는 누니 틱톡샵과의 파트너십도 새롭게 시작하며 미국 내 디지털 커머스 확장을 이어가고 있다.

현재 누니 립오일은 미국 틱톡샵 내 최고 등급인 Tier 5를 기록하며 높은 인기를 입증하고 있다. 또한 미국 틱톡샵 내 관련 콘텐츠 조회수는 1.3억뷰를 넘어서는 등 빠른 성장세를 보이고 있다.

특히 올 여름부터는 미국 주요 리테일러인 타겟(Target) 입점도 본격화된다. 이미 입점이 확정된 약 1,800개 매장에 누니 립오일이 전개될 예정이며, 이를 통해 온라인 중심의 성장세를 오프라인 유통까지 확대할 계획이다.



(사진 : 브랜드 누니 - 성수 우즈 유니버스 팝업 매대)

이번 협약은 K-뷰티 브랜드와 미국 시장 전문 기업이 브랜드, 유통, 콘텐츠, 퍼포먼스 마케팅을 통합해 운영하는 사례라는 점에서 의미가 크다. 단순 유통 계약을 넘어 콘텐츠, 퍼포먼스 마케팅, 리테일 확장까지 포함한 전방위적 성장 전략이라는 점에서도 주목받고 있다.



이공이공 측은 “미국이라는 한 지역에서 온라인부터 오프라인까지 360도 채널을 총괄하며 양사의 마케팅 역량을 결합한다는 점에서 큰 의미가 있다”며 “누니 립오일을 미국 립오일 카테고리 대표 브랜드로 자리매김시키고, 공동으로 1,000만 개 판매 목표를 달성하겠다”고 밝혔다.

형주혁 이공이공 대표는 “미미박스와 파트너십을 더욱 견고하게 만들어가게 되어 매우 기쁘다”며 “이번 협력이 K-뷰티 브랜드와 미국 시장 전문 기업 간 성공적인 글로벌 협업의 좋은 선례가 되기를 바란다”고 전했다.

하형석 미미박스 대표는 “오랜 기간 미국 사업을 진행해왔지만, 이공이공처럼 진정한 전략적 파트너를 만난 것은 정말 의미 있는 일”이라며 “앞으로 양사가 함께 만들어갈 시너지가 기대된다. 누니 립오일의 미국 시장 확대를 위해 적극 지원하겠다”고 말했다.

양사는 누니 립오일의 미국 내 인지도를 빠르게 높이고, 2026년 안에 1,000만 개 판매라는 공동 목표 달성을 위해 마케팅과 유통 전반에서 공격적인 협력을 이어갈 계획이다.



(사진 : 이공이공 형주혁 대표, 미미박스 하형석 대표)