



# EYE-ON . DARKNESS

**EYE-ON DARKNESS**

*Number 1  
Top Cosmetic Accessory Total Brand  
In Korea*



EYELINER

DARKNESSES

# 1. Company Introduction & History

## 1) Introduction

◎ Company Name : Eye-On co.

◎ Location

① Address: 563, Dogok-Ri, Wabu-Eup, Namyangju-Si, Kyungki-Do

② TEL: 82-31-521-9973~5

③ FAX: 82-31-521-9971

④ E-mail: [darknessco@hanmail.net](mailto:darknessco@hanmail.net)

⑤ Home page: [www.dark21.co.kr](http://www.dark21.co.kr)

## 2) History

1997 Darkness trademark rights and Eyelashes release(X-type, general)

1998 Korea first Two pair eyelashes release

2002 Korea first K-ma(trademark) series release

2003 “ The most famous company for cosmetics ” selection on daily magazine

2006 Company name change Eye-On for total cosmetics accessory tools

2008 Selected for Excellent Company for customer satisfaction of National Foundation 60 years

2009 Selection for premium brand for cosmetic accessory tools selected by women customer

2010 Selected for excellent company pro-sumer by the economic magazine

2011 Current treat item : 1,500 type

## 2. Current Status

- 1) Provide 1,500 item to 30 agency in Korea and abroad
- 2) High awareness and popular for the “ DARKNESS” brand for the eyelashes and double eyelid glue in Korea cosmetics’ shop
- 3) The first cosmetics accessory tools’ company in Korea as well as the first company for the eyelashes
- 4) The 90% of the cosmetics road shop in Korea treat our products (company estimation).



### 3. Current Status by Products

#### 1) Eyelashes

- Representative brand for “DARKNESS” eyelash
- Placed over 90% in Road Shop
- 1<sup>st</sup> brand awareness for customer (refer to all the portal site)
- 1<sup>st</sup> sales volume of eyelashes
- Possess the Largest items(70 item)
- Customer Safety is Priority Number 1.  
(US FDA Test, Insurance for customer)
- Possess 29 patents for new device, design, trademark etc

## 2) Double eyelid Glue

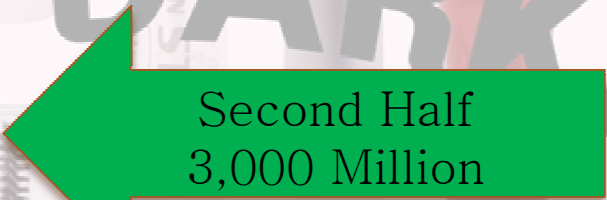
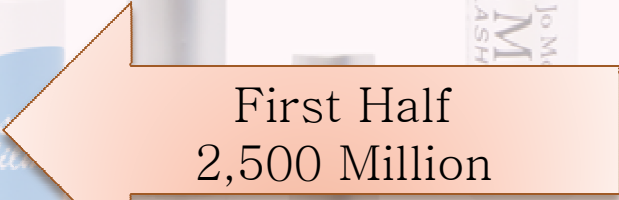
- Young Age Target Product(substitution of Tape inconvenience)
- Double eyelid Glue 1<sup>st</sup> Selling volume(50,000EA/month)
- Placed over 90% in Road Shop
- Customer Safety is Priority Number 1.  
(US FDA Test, Insurance for customer)
- Established the mass production capability(200,000EA/month)
- Have the trademark rights to prevent imitation

### 3) Cosmetics accessory tools

- The variety of 1,500 item
- Placed over 80% in Road Shop due to the high quality and awareness
- The best Quality and the attractive price for the customer satisfaction
- The highest flexibility for the season product according to market situation(for example Nail, Jewelry Stone, Nail Sticker)



## 4. Year 2010 Sale Results (factory price, Korean won)



## 5. Year 2011 Sale Target & Strategy

Year 2011  
Sale Target  
10,000Million

- ① Develop the abroad market
- ② Expand OEM market of the domain Brand Shop
- ③ Expand On – Line Market(G–market, Auction…)
- ④ Develop the Drug Store
- ⑤ Activate the Fancy
- ⑥ Activate Home Shopping

# 6-1. Miscellaneous

## Herald Economy Newspaper

헤럴드 경제 heraldbiz.com  
2008년 10월 30일 목요일 석간 제8001호 A1

### 헤럴드 경제

#### 믿음과 신뢰로 소비자에게 다가가

##### ■ 아이온

아름다워지기 위한 여성들의 욕심은 끝이 없고 그 욕심을 위한 노력 역시 무한하다. 그 노력의 조력자 역할을 해 온 화장품 도구 전문 업체가 우리 생활 속에 더욱 가까이 자리 잡고 있다. 아름다운 연율을 위한 오직 여성들만을 위한 대표 속눈썹 브랜드 '다크니스'를 빛나게 한 '아이온'이 그 주인공이다.

아이온의 김준영 대표는 수진코스의 대표직을 역임했고 아이온을 설립하기 전 화장품 가게를 직접 찾았다. 화장품 도구의 장·단점을 직접 귀로 듣고 발로 뛰는 마케팅을 사슴치 않았다. 영리직 특직 보다는 소비자에게 그리고 화장품을 판매자에게 믿음을 줄 수 있는 상품을 만든다는 이념 하나로 1976년에 '다크니스'라는 상표를 출원하고 인조 속눈썹을 출시했다. 다음해에는 국내 최초 두 장인 속눈썹을 선

보였고 더욱 다양한 제품을 개발·출시했다. 2006년부터는 인조 손톱과 스리커, 누드곤 등 여성들의 생활 및 미용에 필요한 각종 제품들을 내 놓았고 2006년에는 '아이온'으로 상호를 변경해 약 100여종의 화장품 도구를 출시하며 보편 화장품 도구 전문 업체로서의 인지를 굳혔다. 그리고 올해 주식회사 다크니어를 설립해 이제는 아이온과 다크니어가 두 개의 회사가 더욱 체계적으로 화장품 도구를 개발·제조하는 데 힘쓰고 있다.

아이온은 상품을 구매하는 고객들, 판매하는 매장을, 유통하는 대리점을, 공급하는 거래처를, 또한 본사를 운영하는 일직원을 생각하는 투명한 업체영역을 경영방침으로 삼고 있는데 이는 원산지를 크게 표시해 소비자에게 혼란을 주지 않는 대표의 솔직한 상품제조 방식과 2006년 대표이사 취임 이후 매일 거래처의 대금 결제자 약속을 단 한 번도 어겨 본적이 없는 점에서 잘 나타난다.

대표상품인 속눈썹과 쌍꺼풀 액은 삼성화재 생산을 배상책임보험에 가입해 소비자에게 더욱 신뢰를 얻는 제품으로 자리매김 했다. 이는 타 업체와 가장 차별되는 다크니스만의 강점이며 항상 고객에 입장에서 생각하고 고객의 불만을 귀담아 듣는 아이온의 이념이 드러나는 점이다.



김준영 대표

한해 대형 코스메틱 회사의 단독 브랜드 매장으로 아이온과 같은 중소기업의 매출감소 현상이 매우 심각한 상황에서 이를 돌파하고자 다각도의 노력으로 타 기업과 차별화된 상품 구성과 10년 이상 지속되어오는 속눈썹 및 쌍꺼풀액의 독보적 아성을 수성하기 위해 노력하고 있다. 또한 미국, 중국, 캐나다, 싱가포르 등 해외수출에 전력을 다하고 있으며 화장품 코너 입점 이외에 국내외 대형 편의점 및 마트시점 그리고 온라인 판매에도 상품의 우수성과 사후서비스를 내세우며 대리점의 영업을 더욱 확대하고 다양한 매출처 다각화를 목표로 사업계획을 수립하고 있다.

김준영 대표는 "속눈썹 코너 점유율 1위에 안주하지 않고 다크니스와 같이 오랜 시간 소비자의 사랑을 받을 수 있는 브랜드를 상상하기 위해 힘을 갖으며 독자적인 '다크니스' 프랜차이즈 사업을 위해서 노력하는, 남들보다 일찍 일어나 먼저 먹이를 낚는 부지런한 세와 같은 기업이 되겠다"고 했다.

한석의 기자 / hanimo@heratrdm.com

관련자료

## Magazine for housewives





## 6-2. Miscellaneous

### Busan Daily Newspaper

동남권 대표신문 - 부산일보

Page 1 of 1

#### 경제해양

■그리드

**[우리가게 베스트셀러] 뜨거운 여름 해변의 '셀프 태닝' 도우미**

웨이리마트 보광해운대점 / 디크니스 태닝오일



[우리가게 베스트셀러] 뜨거운 여름 해변의 '셀프 태닝' 도우미

는 하루에 20~30개씩 팔려나간다.

수령으로 치면 가장 많이 팔리는 상품은 단연 캔맥주다. 매장 한가운데 냉장평대 전체를 캔맥주로 가득 채웠는데 하루에 네번씩 다시 채워넣어야 할 정도다. 주말에는 매장 내 냉장고로 모자라 바깥에 대형 아이스박스를 내놓고 맥주와 생수를 팔기도 한다. 990원짜리 아채나 소포장 바나나, 귤 등 과일도 있는데, 모텔형 숙소가 많아 채소보다는 과일을 더 많이 찾는다.

보광해운대점은 1993년 문을 열었다. 뒤에 해운대해수욕장에만 바다점, 씨클라우드점이 생겼지만 매출은 여전히 가장 높다. 이 매장을 관리하는 보광웨이리마트 윤희수 대리는 "바다와 직선거리가 가장 가까워 여름 매출로 보면 부산의 400곳 매장 중 최고에 속한다"고 말했다. 우더위가 시작된 이달 들어 28일까지 매출은 지난 6월보다 34% 뛰었다. 유난히 비가 많았던 지난해 7월과 비교해도 17% 상승했다.

김선영 정장은 "관광지인 만큼 스타프들의 친절이 특히 자랑거리"라면서 "담배나 주류를 사려는 수영복 차림의 손님에게 신분증 제시를 요구할 때가 있는데, 미성년자를 보호하기 위한 조치인 만큼 양해를 부탁드린다"고 당부했다. 최혜규 기자 iwiii@

웨이리마트 보광해운대점은 전국에서 버키니 차림의 손님이 가장 많이 찾는 편의점일 것이다. 해운대해수욕장의 한복판 BMW 전시장 뒤편에 있다. 휴가가 몰린 오는 31일과 다음달 1일 주말에 매출의 정점을 찍을 것으로 예상된다.

입구에서 가장 가까운 매대와 입구 바깥 야외 매대에 선크림, 태닝오일, 솔리퍼, 밀짚모자, 돗자리, 방수막, 튜브, 얼음 생수 등 100여종의 해변가 상품을 집중 배치했다.

올 여름에 가장 눈에 띄는 베스트셀러는 국내 업체 아이온의 '디크니스 태닝오일(사진)', 몸에 바른 뒤 햇볕에 피부를 태우는 셀프 태닝 제품이다. 성인 두 명이 온 몸에 한 번 바를 만큼의 부담없는 용량(150ml)과 저렴한 가격(9천 원)이 인기 요인이다. 지난해까지 제일 잘 나가던 237ml 용량 1만5천 원짜리 수입 제품을 제치고 있을 때

Thank you.

DARKNESSES