

04 커버스토리
동대문패션타운에서 즐기는 가을맞이 축제

06 기관
관광특구協-모코플렉스, ‘디지털 전환’ 협력

22 박중현 칼럼
휴가는 끝났다... 테이블을 준비해야 할 때다



동대문

동대문도매상가
구매 영수증으로

· 영수증 지참 ·



라운지 입장권 (당일 결제 영수증)

레트로
감성 충전

바이어

· K-푸드 ·



다양한 레트로 간식

라운지

· 9월의 디저트 ·



강원도 정선 고한 구공탄빵

가자!

내 집처럼
편안한 휴식 공간

· 휴식 ·



휴식 공간

2025.08.28. - 2025.12.
오전 10시 - 오후 9시 30분

서울 중구 마장로22
DDP패션몰 4층 바이어라운지

"동대문도매상가" 당일 구매 영수증 지참
중구청 전통시장과 바이어라운지
aboutdfwm@naver.com
010-4313-8720

“민생회복 소비쿠폰 동대문에서 사용하세요~”

민생회복 소비쿠폰이 전 국민에게 지급되면서 평화시장 등 동대문 상권에서도 소비쿠폰 사용을 유도하는 안내판이 곳곳에 붙어 있다. 민생회복 소비쿠폰은 민생경제 회복을 위한 조치로, 소비활성화와 소상공인 및 자영업자 매출 확대를 위해 정부에서 지급하는 지원금이다. 특히, 소상공인 가게 위주로 설계되어 있어 전통시장, 동네 마트, 음식점 등에서 주로 사용되고 대형마트나 백화점, 온라인 쇼핑몰 등에서는 사용이 제한된다. 매출액 기준으로는 연간 30억 원 이하 매장에서 사용이 가능하다. 신청 기간은 1차 7월 21~9월 12일, 2차 9월 22~10월 31일까지이고, 올해 11월 30일까지 사용해야 한다.



표지 설명

동대문패션타운이 다양한 축제와 행사로 들쭉인다. 이번 호에는 ‘서울라이트 DDP 2025 가을’, ‘2026 S/S 서울패션위크’ 등 9월에 동대문에서 열리는 축제와 행사를 살펴보고, 관광특구협회의 동대문 상권 디지털 전환 노력, 바이어라운지 새 단장 등을 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 발행일 2025년 9월 1일

발행처 (재)같이걷는길(구 동대문미래재단) (사)동대문패션타운관광특구협의회

발행인 박용만 김영복 취재 및 편집 디인사이트 인쇄 아람P&B

기사제보·광고문의 010-4118-5903, hyouk1515@naver.com

*디스토리(DSTOTY)는 (재)같이걷는길과 (사)동대문패션타운관광특구협의회가 동대문패션타운 발전을 위해 무료로 발간하는 월간 정보지입니다.

© 디스토리, 무단전재 및 재배포 금지

가을의 문턱 9월, 동대문패션타운이 다양한 축제와 행사로 관광객과 시민들을 맞는다. 초대형 미디어파사드 축제 '서울라이트 DDP 2025 가을'이 지난 8월 28일 개막한 가운데 국내 최대 패션축제인 '2026 S/S 서울패션위크'가 9월 1일 덕수궁길에서 시작, 4일부터 7일까지 동대문디자인플라자(DDP)에서 화려한 런

웨이를 선보인다. 서울패션허브가 동대문 상권 활성화를 위해 기획한 '2025 서울 패션 페스타'가 9월 19일부터 21일까지 3일간 DDP 디자인거리와 미래로 일대에서 개최되고, 국내 유망 신진 디자이너들의 컬렉션을 볼 수 있는 '하이스쿨 패션쇼'가 9월 4일부터 5일까지 서울패션창작스튜디오에서 열릴 예정이다.

■ 동대문패션타운에서 즐기는 가을맞이 축제 '2026 S/S 서울패션위크' 9월 1~7일 개최

DDP 외 덕수궁길, 흥천사 등서 패션쇼 열려
DDP쇼룸 등서 74개 브랜드 4~6일 수주전시

서울시가 9월 1일부터 7일까지 '2026 S/S 서울패션위크'를 서울 전역과 동대문디자인플라자(DDP)에서 개최한다. 서울시가 주관하는 서울패션위크는 한 시즌 앞선 컬렉션을 통해 디자이너와 고객, 바이어, 미디어를 연결하는 글로벌 패션 비즈니스 플랫폼이다.

올해로 25주년을 맞은 서울패션위크는 DDP를 넘어 덕수궁길, 흥천사, 문화비축기지 등 서울의 다양한 명소를 배경으로 한 패션 무대, 글로벌 네트워크 강화, 인공지능(AI) 기반 기술 융합 등 다층적인 콘텐츠를 통해 K-패션의 현재와 미래를 동시에 조망한다.

이번 시즌의 포문은 '앤더슨벨(Andersson Bell)'의 오프닝 패션쇼가 연다. 서울의 정취가 묻어나는 덕수궁길에서 도시적 감성과 한국적 미학을 담은 컬렉션을 선보인다. 'SOFT CLASH'를 주제로 하는 앤더슨벨의 26S/S 컬렉션은 마크 로스코의 색면 회화와 1990년대 아이콘인 PJ 하비와 자비스 코커의 비틀린 태도에서 영감을 받아 서로 잘 어울리지 않을 것 같은 요소들이 묘하게 조화를 이루는 순간을 표현한다.

흥천사, 몬드리안 호텔, DDP 아트홀 등 서울을 대표하는 명소에서도 27개 국내 디자이너 브랜드(패션쇼 18, 프레젠테이션 9)가 릴레이로 무대를 이어간다. DDP 디자인랩과 성수동 EQL 플래그십스토어, 개별 쇼룸에서도 프레젠테이션 형식의 패션 콘텐츠가 다양하게 진행된다.

특히, 이번 시즌 글로벌 협업의 상징은 '베를린 패션위크' 주관의 공식 쇼룸인 '베를린 쇼룸(Berlin Showroom)'의 서울패션위크 첫 참가다. 베를린에서 엄선된 12개의 유망 브랜드는 9월 2일부터 3일까지 양일간 서울 강남 MCM 쇼룸에서 국내 최초로 컬렉션을 선보이며, 지속가능성과 전통미학, 소재 혁신이 결합된 작품들을 공개한다. 서울패션위크 25주년 기념 특별 네트워크 파티도 열린다. 성수동 EQL에서 개최되는 'SFW 파티'는 1664 블랑의 후원과 인트렌드 정윤기 대표의 호스트 참여로 진행되며, 디자이너, 바이어, 미디어, 인플루언서 등이 참석해 패션을 매개로 한 활발한 교류의 장을 형성한다.

AI 기반 기술을 활용한 공식 캠페인 영상도 주목된다. 서울의 고궁, 한강의 물결, 남산타워의 야경, 미래지



2026 S/S 서울패션위크 AI 캠페인 영상.

'2026 S/S 서울패션위크' 스케줄

● Runway	● Presentation	● Off Show	● Event			
MON 09/01	TUE 09/02	WED 09/03	THU 09/04	FRI 09/05	SAT 09/06	SUN 09/07
● 19:00 앤더슨벨 덕수궁길	● 10:00-18:00 BERLIN 쇼룸/ MCM쇼룸 9.2~9.3		● 11:00-16:00 본봄 DDP 서울 온	● 11:00-16:00 더룸 DDP 서울 온	● 11:00-16:00 쿠만YHJ DDP 서울 온	● 12:30 아드베스 DDP Art Hall 1
	● 13:00-18:00 피플오브더월드/ 브랜드 쇼룸 9.2~9.3		● 12:00-18:00 비뮈에트 EQL 성수	● 12:00 한나신 DDP Art Hall 1	● 12:30 얼킨 DDP Art Hall 1	● 15:30 데일리미러 DDP Art Hall 1
	● 13:00-18:00 줄라이칼럼 브랜드 쇼룸	● 15:00 카루소 몬드리안호텔	● 12:00 라이 DDP Art Hall 1	● 13:00 페노메논시퍼 DDP Art Hall 2	● 13:00-19:00 BLR EQL성수	● 18:30 브아르 DDP Art Hall 1
	● 18:00 슬링스톤 문화비축기지	● 17:00 빅팍 흥천사	● 13:30 뉴웨이브보이즈 DDP Art Hall 2	● 13:00-18:00 그레이스엘우드 DDP 잔디사랑방	● 13:00-17:00 기준 DDP Art Hall 2	
			● 15:00 그리디어스 DDP Art Hall 1	● 15:00 리이 DDP Art Hall 1	● 15:30 CEEANN DDP Art Hall 1	
			● 17:00 아조바이아조 DDP Art Hall 2	● 18:30 곽현주컬렉션 DDP Art Hall 1	● 18:30 두칸 DDP Art Hall 1	
				● 19:30 SFW파티 EQL성수		

향적인 디자인의 DDP 등을 배경으로 100% 인공지능으로 생성된 모델이 K-디자이너의 컬렉션을 입고 등장한다. 이번 영상은 '서울'과 '패션'의 새로운 결합을 시각적으로 구현해 서울패션위크 유튜브 채널과 시내 전광판, 지하철역사에서 송출된다. 이외에도 AI와 결합한 신진 디자이너들의 패션전시와 '한나신' 브랜드의 패션테크쇼 등도 마련돼 '기술+패션'의 미래를 제시한다.

9월 4일부터 6일까지는 74개 브랜드가 참여하는 수주전시와 20개 쇼룸 투어가 진행된다. DDP 디자인랩 3

개 층에서는 74개 브랜드 부스가, 성수·한남·강남 일대에서는 개별 쇼룸에서 바이어 밀착 상담이 이뤄진다.

수주전시는 DDP쇼룸 등 디자인랩 3개 층에 걸쳐 74개 브랜드의 부스가 운영된다. 4개의 멀티쇼룸(아이디얼피플, 에이전시윌, 위컨스트럭트x미스페이스, 퓨처소사이어티) 참여를 통해 브랜드 구성을 다양화하고 본격적인 해외 패션시장 공략에 나선다. 쇼룸투어는 바이어가 성수, 한남, 강남 등 패션 상권에 위치한 브랜드쇼룸 20여 곳을 찾아가 밀착 상담을 진행한다.

DDP 환상적인 빛의 예술로 물들다

‘서울라이트 DDP 2025 가을’ 개막

서울시가 주최하고 서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)이 주관하는 ‘서울라이트 DDP 2025 가을’이 8월 28일부터 9월 7일까지 개최, DDP(동대문 디자인플라자)를 환상적인 빛의 예술로 물들인다. 이번 행사는 222m DDP 외벽 전체를 초대형 미디어아트 캔버스로 변모시켜 빛과 예술, 그리고 기술이 결합한 장관을 연출한다.

올해 가을 시즌은 ‘EVERFLOW: 움직이는 장(場)’을 주제로, 관객과 공간이 공명하며 상호 작용하는 경계 없는 시선의 순간을 표현한다. 특히 이번에는 기존 외벽 미디어파사드 외에도 DDP 미래로 다리 하부 공간에서 레이저 빛을 활용한 설치 작품이 최초로 공개된다.

또한 이번 가을에는 최근 한국 지사를 설립한 OpenAI와 협력해 한국의 차세대 미디어 아티스트 지원에 나선다. 영상 생성 플랫폼 ‘소라(Sora)’를 활용한

새로운 형태의 야간 미디어아트를 선보이며, 한층 확장된 예술적 몰입 경험을 선사한다.

행사 참여 작가들 또한 화려하다. 프랑스 대표 개념 미술가 ‘로랑 그라스소(Laurent Grasso)’, 국내 대표 디지털 디자인&아트 컴퍼니 ‘디스트릭트(d’strict)’의 초대형 미디어 파사드 작품은 서울의 가을밤을 빛의 향연으로 물들일 예정이다.

로랑 그라스소는 이번 전시에서 솔라 윈드(Solar Wind, 태양풍)와 파노프테스(Panoptes, 모든 눈들) 두 작품을 공개한다. 대만 미디어 아티스트 ‘아카 창(Aka Chang)’도 함께해 ‘서울라이트 DDP’ 최초로 미래로 다리 하부에서 레이저 인스톨레이션을 선보인다.

이번 가을 시즌에는 글로벌 아티스트의 참여도 눈길을 끈다. K-팝 그룹 엔하이픈(ENHYPEN)의 정원은 국문, 제이크는 영문 오디오 가이드 내레이션에 참여해 관람객들이 작품과 주제를 더욱



‘서울라이트 DDP 2025 가을’ 로랑그라스소 ‘solar wind’. 사진제공 서울디자인재단

친근하게 이해할 수 있도록 돕는다. 글로벌 스타의 참여로 국내외 관람객 모두가 몰입감 있는 체험을 누리게 될 것으로 기대된다.

서울디자인재단과 OpenAI가 공동 후원하는 차세대 미디어 아티스트 2인

의 초대형 미디어 파사드 작품들도 눈길을 끈다. 이 작품들은 OpenAI의 영상 생성 플랫폼 ‘소라(Sora)’를 활용해 제작되었으며, 인공지능이 단순한 도구를 넘어 창작의 파트너로 확장되는 가능성을 보여준다.

동대문 상권 활성화 패션 축제 열린다

‘2025 서울 패션 페스타’ 9월 19~21일 3일간 개최

서울패션허브가 동대문 상권의 소비 활성화를 위해 대규모 패션 축제인 ‘2025 서울 패션 페스타’를 개최한다.

이번 행사는 9월 19일부터 21일까지 3일간, 매일 오전 11시부터 오후 8시까지 동대문디자인플라자(DDP) 디자인거리와 미래로 일대에서 열린다.

이번 페스타에는 동대문 기반 도매상인 브랜드 50개사와 동대문 인프라 활용 디자이너 브랜드 50개사 등 총 100개 패션 브랜드가 참가해 2025년 가을·겨울(F/W) 시즌 신상품과 할인 상품을 선보인다.

특히 오프라인 현장에서 진행되는 전시·판매와 동시에 현장 콘텐츠



를 활용한 라이브 커머스를 병행해 실시간 온라인 판매도 함께 진행함으로써 소비

자 접근성과 편의성을 크게 높였다.

전시와 판매 부스 운영 외에도 다양한 체험 프로그램이 마련된다. 포토부스, 퍼스널 컬러 진단 서비스, SNS 인증샷 이벤트 등 MZ세대를 겨냥한 콘텐츠를 통해 젊은 소비층의 적극적인 참여를 유도하고, SNS를 통한 자발적 홍보 효과를 극대화할 방침이다.

신진 디자이너 비즈니스 연계 전시 진화

‘하이서울패션쇼’ 9월 4~5일 서울패션창작스튜디오서 열려

서울시가 지원하고 제이케이디자인랩(대표 홍재희)이 운영하는 하이서울쇼룸이 신진 디자이너 육성 사업 일환인 ‘하이서울패션쇼’를 오는 9월 4일부터 5일까지 DDP패션몰 5층 서울패션창작스튜디오에서 개최한다.

이번 패션쇼는 2025 F/W와 2026 S/S 두 시즌을 한눈에 선보이며, K-패션의 성장을 함께할 라이징 브랜드들의 글로벌 진출 가능성을 위한 출발점이 될 예정이다.

올해 하이서울패션쇼는 단순한 패션쇼를 넘어 현장 생중계와 선주문 시스템을 결합한 새로운 형태의 비즈니스 연계형 전시로 진화했다.

그립컴퍼니(대표 김한나)와 협업



해 현장 생중계와 동시 선주문 시스템을 도입, 관람객과 바이어가 실시간으로 신상품을 주문할 수 있는 환경을 구축했다. 관람객과 패션 관계자들은 패션쇼가 송출된 직후부터 그립을 통해 선주문이 가능하며, 이후 동아TV와 하이서울쇼룸 공식 유튜브 채널에서 패션쇼의 생생한 현장을 다시 만날 수 있다.

동대문관광특구協-모코플렉스 업무협약 체결 동대문 상권, ‘디지털 전환’ 속도 낸다

매장 통합 관리 솔루션 ‘큐로 비즈’ 구축 지원
김영복 회장 “스마트한 환경 진화 발판 마련”

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복, 이하 협의회)가 동대문 상권의 ‘디지털 전환’에 적극 나선다. 협의회는 지난 8월 9일 매장 통합 관리 솔루션 ‘큐로 비즈(QRO Biz)’를 운영하는 (주)모코플렉스(대표 박나라)와 지역 상권 디지털 인프라 구축을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

이번 협약으로 모코플렉스는 협의회 네트워크에 자사의 기술력을 결합해 관광특구 내 소상공인과 자영업자들이 온·오프라인을 아우르는 매장 운영 체계를 갖추 수 있도록 지원한다. 협의회는 큐로 비즈의 주요 기능을 도입해 점포들의 운영 효율화와 경쟁력 강화를 돕겠다는 계획이다.

큐로 비즈는 단순한 POS, 결제 시스템을 넘어, 매장 운영의 전 과정을 통합 관리할 수 있는 올인원 솔루션이다. 다품종 상품을 다루는 매장에서 가장 까다로운 발주와 재고 관리가 실시간으로 연동되고, 판매 데이터 역시 오프라인과 온라인을 통합해 확인할 수 있다.

점주가 여러 플랫폼을 따로 사용할 필요 없이, 하나의 솔루션으로 운영 현황을 한눈에 파악할 수 있는 것이 가장 큰 장점이다. 여기에 포인트 적립이나 쿠폰 발급, 할인 이벤트 운영 등 고객 마케팅 기능, 테이블 오더와 배달 연동 기능까지 더해져 리테일과 외식업 등 업종을 가리지 않고 활용할 수 있는 범용성을 갖췄다.

이러한 큐로 비즈의 특성은 업종이 복잡하게 얹혀 있는 동대문 상권에서 특히 주목된다. 의류와 액세서리 도소매 매장들은 수천 개에 달하는 상품 재고를 손쉽게 관리하고, 발주 과정의 누락이나 중복을 줄일 수 있다. 또 온라인 판매 경로를 지원하고 다국어 서비스까지 제공해, 동대문을 찾는 외국인 관광객이나 해외 바이어 등 ‘큰손 고객’을 확보하는 데에도 유리하다.

구매가 일회성으로 끝나지 않도록 포인트 적립, 쿠폰 발급 등 다양한 프로모션 기능을 통해 고객과의 접점을 이어가고 재방문을 자연스럽게 유도한다. 패션 브랜드 매장들은 이러한 데이터를 기반으로 온·오프라인 매출을 통합 관리하며, 멤버십과 맞춤형 프로모션을 운영할 수 있다.

식음료 매장에서는 간편한 테이블 오더와 QR 오더는 물론 키오스크, POS, 배달·포장 주문까지 연동돼 손님은 더 편리하게 주문하고, 매장은 주문·결제·정산 과정을 한 번에 처리할 수 있다. 복잡했던 운영 절차가 단순해지면서 직원은 서비스에 집중할 수 있고, 고객 경험도 개선된다.

관광객이 많은 동대문 관광특구의 특성상, AI 기반 다국어 지원과 직관적인 주문 환경은 외국인 고객에게 편리함을 제공한다. 언어 장벽 없이 원하는 상품과 메뉴를 확인하고 결제까지 간단히 완료할 수 있어 ‘다시 찾고 싶은 경험’을 만든다.

특히, 패션 브랜드 매장에서 쇼핑한 고객에게 인근 식음료 매장에서 즉시 사용할 수 있는 쿠폰이나 할인 혜택을 제공하는 위치 기반 연계 서비스도 마련돼 있다. 쇼핑과 식음료 경험이 자연스럽게 연결되면서 관광객들은 동대문을 하나의 통합된 라이프스타일 공간으로 즐길 수 있게 된다.

김영복 동대문패션타운관광특구협의회 회장은 “큐로 솔루션 도입을 계기로 관광특구가 보다 스마트한 환경으로 진화할 수 있는 발판이 마련됐다”며 “동대문 상권이 디지털 전환을 통해 한 단계 더 도약할 것으로 기대한다”고 밝혔다.

박나라 모코플렉스 대표는 “큐로 비즈는 단순한 관리 도구를 넘어, 점주와 고객 모두에게 더 나은 경험을 제공하는 서비스”라며 “동대문 관광특구에서



김영복 동대문패션타운관광특구협의회 회장(오른쪽)과 박나라 모코플렉스 대표가 지난 8월 9일 동대문 상권의 ‘디지털 전환’을 위한 업무협약을 체결하고 있다.



의 성공적 구축을 시작으로, 국내외 다양한 상권에서 운영 효율과 고객 경험을 동시에 개선해 나갈 것”이라고 말했다.

“확 달라진 동대문 바이어라운지” K-푸드·패션·컬처 잇는 상생 플랫폼 새 단장

지역 상권과 상생 홍보존 운영... 정선 ‘구공탄빵’ 제공
당일 동대문 상권 구매 영수증 소지자만 입장 가능 혜택

중구(구청장 김길성)가 운영하는 동대문 바이어라운지가 최근 새로운 공간으로 탈바꿈했다. DDP패션몰 4층에 위치한 바이어라운지는 단순한 휴식 공간이 아니라 K-푸드·패션·컬처가 융합된 상생 플랫폼을 목표로, 8월 말부터 새로운 운영 체계를 도입했다. 이를 통해 국내 바이어와 관광객, 그리고 전국 각지의 지역 상권이 함께 교류하는 거점을 만든다는 계획이다.

새로운 운영 체계에 따라 바이어라운지는 동대문 패션 도매시장에서 구매 후 발급받은 ‘당일 영수증’을 지참한 고객을 대상으로 공간을 제공한다. 이는 실제 동대문을 방문하고 구매한 고객에게만 차별화된 혜택과 경험을 제공함으로써 상권 활성화를 직접적으로 지원하기 위한 조치다.

또한, 바이어라운지는 동대문을 찾는 바이어에게 최신 패션 트렌드와 상권 정보를 제공하고, 참여 상권이 직접 홍보의 주체가 되는 무대를 마련한다. 라운지 내 전시·홍보존·팝업스토어·시식 코너 등을 통해 각 상가와 지역 상권이 스스로 상품과 브랜드를 적극적으로 알릴 수 있도록 하고 있다.

이는 지역 상권은 곧 동대문 상권의 고객이라는 믿음에서 출발하고 있다. 바이어라운지는 이러한 철학 아래 지역 상권과의 협력을 공동 성장 전략으로 보고, 향후 동대문 상권에서 홍보를 원하는 해외 상권으로까지 범위를 확대할 계획이다.

이에 따라 바이어라운지에서는 전국의 주요 상권과 해외 상권이 협찬한 특산 먹거리를 비롯해 옛날과자, 커피, 중구 상권의 음식까지 준비해 방문객이 다양한 K-푸드를 즐길 수 있도록 하고 있다. 첫 협찬품으로는 강원도 정선 구공탄시장의 ‘구공탄빵’이 제공된다.

특히, 단순한 시식을 넘어 해당 상권의 스토리와 관광·문화 정보를 함께 전



달하고 있다. 방문객이 SNS와 블로그, 영상 채널에 체험 후기를 작성하면 동대문 상가가 협찬한 선물을 증정한다. 이 선물은 동대문 상권의 상품을 직접



경험할 수 있는 기회이며, 동시에 참여 상권의 인지도를 높이는 역할을 한다.

협찬에 참여한 지역 상권의 경우 바이어라운지를 통해 해당 지역 정보를 접한 방문객이 직접 그 지역을 방문하면 지역 행사 할인권과 특별 혜택을 제공받을 수 있다. 이를 통해 바이어라운지는 단순 홍보를 넘어 지역 상권과 동대문, 소비자가 서로 연결되는 실질적인 상생 구조를 만들어낼 것으로 기대하고 있다.

공항 라운지 컨셉으로 설계된 바이어라운지는 편안한 환경에서 K-푸드와



음료를 즐기며 동대문 패션 도매시장과 전국 각지 상권의 다양한 정보를 한눈에 확인할 수 있는 공간으로 탈바꿈한 것이다.

동대문 바이어라운지는 중구에서 운영하는 다목적 패션 커뮤니티 공간으로 2018년 11월 처음 문을 열었다. 그동안 동대문 시장을 찾는 국내외 바이어와 상인들을 위한 비즈니스 편의 공간인 동시에 시장 우수상품 및 특화브랜드 홍보 공간으로 신규 바이어 유치와 동대문 상권 활성화를 지원해 왔다.

바이어라운지 관계자는 “지난 몇 년

간 동대문 도매상인들의 온라인 경쟁력 강화를 위해 추진해 온 ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 사업이 동대문 상인들의 호응을 얻으며 온라인 판매 활성화에 도움을 주었다”며 “이번 리뉴얼을 통해서 전국 주요 상권과 협력해 함께 홍보하고 성장하는 모델을 만들어 나갈 계획”이라고 말했다.

한편 바이어라운지와 제휴를 희망하는 지역 및 협찬 문의는 중구 전통시장과(02-3336-5082)나 바이어라운지(02-6270-1100, aboutdfwm@naver.com)로 하면 된다.



설치미술가 댄 아서 '보레알리스' 작품. 보레알리스는 연무기와 레이저 등 특수 장비를 활용해 오로라를 실감나게 구현하는 것으로 유명하다. 사진제공 서울디자인재단



'서울라이트 ddp 여름' Light drops.

DDP, 올해 방문객 2천만 명 넘는다

DDP 라이트쇼, 레드닷 등 3대 디자인 어워드 석권
9월 '디자인 마이애미', 10월 '서울디자인위크' 열려
동대문 상권과 협력해 지역경제 활성화에도 힘 보태

서울디자인재단(대표 차강희)은 올해 1월부터 8월 25일 현재까지 개관 11주년을 맞은 서울 도심 랜드마크 DDP(동대문디자인플라자)를 방문한 관람객이 1천만 명을 넘어섰다고 밝혔다. 가을과 겨울 특히 연말에 많은 행사와 전시가 개최 예정인 만큼 올 한해 방문객은 2천만 명을 거뜬히 넘길 것으로 예상된다. 개관 10주년을 맞은 지난해 방문객은 약 1,729만 명이었고, 지난 10년간 방문객은 약 1억 명이었다.

2014년 문을 연 DDP는 디자인 중심의 전시와 행사는 물론 MICE, 문화콘텐츠 등 창조산업을 아우르는 서울의 유일한 복합문화공간으로 지난해 시설가동률은 79.9%에 달했다. 행사와 행사 사이 준비기간을 감안하면 일년내내 풀가동 되는 셈이다. 현재 현대미술 거장 '장미셸 바스키아 특별전'이 열리고 있는 DDP 디자인 뮤지엄은 2028년 3월까지 예약이 완료된 상태다.

DDP 인기는 지난 10여 년간 열린 굵직한 굵직한 1,000여 건이 전시와 행사에서 확인할 수 있다. DDP 설계자 자하 하디드(Zaha Hadid)팬으로 알려진 '샤넬'이 2015년 샤넬크루즈 컬렉션 쇼를 DDP에서 개최한 이후 △디올 '에스프

리 디올(2015) △반클리프아펠 '노아의 방주'(2018) △펜디 '서울 플래그십 오픈닝'(2023) 등 글로벌 브랜드 패션쇼와 전시가 이어졌다. 지난해에는 까르띠에 '시간의 결정'와 피아제 전시회도 열렸다.

최근 DDP에서 가장 주목을 받는 것은 222m DDP 외벽 비정형 외장패널을 초대형 미디어아트 캔버스로 활용하는 '서울라이트 DDP'다. 개최 후 지난 7년간 국내외 방문객이 꾸준히 증가해 지난해엔 138만 명이 방문, 명실상부한 서울 대표 글로벌 빛 축제로 자리 잡았다.

그동안 가을, 겨울에만 개최했던 것을 올해 처음 여름으로 확대 개최했으며 11일간의 행사에 약 51만 명이 방문했다. '서울라이트 DDP 가을'도 프랑스 아티스트 로랑 그라소, 대만 작가 아카창 등이 참여한 가운데 8월 28일부터 9월 7일까지 개최할 예정이다.

서울라이트 DDP는 2023년 '독일 레드닷 디자인 어워드(본상)'와 '미국 IDEA 디자인 어워드(동상)'에 이어 올해 '독일 if 디자인 어워드 2025'에서도 본상인 위너(Winner)를 수상하면서 세계 3대 디자인 어워드를 석권, 세계적으로 인정받았다.



DDP 전경.

하반기에도 DDP의 활약은 계속된다. 우선 8월 말~9월 초에는 K-뷰티와 K-패션을 알리는 글로벌 행사가 연이어 열린다. 2022년 개최 이후 매년 5만 명 이상의 시민과 관광객, 업계 관계자들이 찾는 '서울뷰티위크'가 8월 28일부터 30일까지 열린 것을 비롯해 글로벌 패션 비즈니스 플랫폼 '서울패션위크(9.1~7)'가 DDP에서 9월 4일부터 7일까지 열린다. 올해로 25주년을 맞은 서울패션위크는 DDP를 중심으로 덕수궁길, 문화비축기지 등 서울의 다양한 명소를 배경으로 한 패션 무대를 선보인다.

세계적인 전시회도 기다리고 있다. 8월 29일부터 글로벌 디자인&아트 전시회가 열리고, 9월 1일부터 아시아 최초의 '디자인 마이애미' 전시도 DDP에서 진행, 국내외 아티스트의 초대형 설치작품이 도심 한가운데서 관람객을 맞이할 예정이다. 10월에는 대표 디자인축제

'2025 서울디자인위크'가 '디자인, 디자이너, 디자인 라이프(Design, Designer, Design Life)'를 주제로 열린다.

이외에도 자하 하디드의 디자인 철학과 동대문 일대 역사 조망할 수 있는 DDP 건축투어가 상시적으로 진행되며 지난해 시범운영했던 'DDP 루프탑 투어'는 올해 11월 정식 운영을 앞두고 있다.

한편, DDP는 동대문 상권과도 긴밀하게 협력해 지역경제 활성화에 힘을 더하고 있다. 우선 DDP 방문 관람객들이 인근 쇼핑몰과 상점을 이용하도록 할인 혜택을 제공하는 'DDP 동대문 슈퍼패스'를 발행하고 시민과 관광객이 참여할 수 있는 다양한 축제 개최를 확대 중이다. 아울러 동대문 대표패션타운 밀리오레 7층에 '서울디자인창업센터 제2 캠퍼스'를 조성, 신진디자이너의 창의적 실험과 도전을 지원하는 '디자인 플레이그라운드'로 운영할 계획이다.



‘킨’
재스퍼
자이오닉.

“말차를 입다”

‘말차 코어’ 열풍에 그린 아이템 관심 집중

식음료 넘어 패션까지 확산
블라우스부터 스니커즈까지
감각적인 ‘말차 코어 룩’ 완성

미국 Z세대를 중심으로 전 세계에 ‘말차 열풍’이 불고 있다. 말차 라떼를 한 손에 들고 세련된 초록빛 아이템을 착용하는 모습이 자연스러운 풍경이 됐다. 단순히 음료 트렌드를 넘어 말차 코어(Matcha Core)가 하나의 문화이자 패션 키워드로 확산되고 있는 것이다.

생활문화기업 LF는 올여름 패션계 전반에서 그린 계열 아이템을 중심으로 한 ‘말차 코어 룩’이 대세로 자리 잡고 있다고 밝혔다. 실제로, 프리미엄 라이프스타일 전문몰 LF몰에 따르면 지난 7월부터 8월 20일까지 약 두 달간 ‘그린·카키·민트’에 대한 키워드 검색량이 전년 동기 대비 약 25배 증가했다.

LF 관계자는 “말차 코어 영향으로 그린 계열 색상이 주목 받고 있다”며 “여름 특유의 청량함과 잘 어우러지는 감각적인 그린 컬러가 세련된 스타일링의 핵심이 되고 있다”고 전했다.

특히, 전통적으로 FW 시즌의 대표 색상으로 인식되어온 카키 컬러가 여름철에도 인기를 끈 점은 이례적이다. 이처럼 채도나 명도를 조절하거나 은은한 톤을 가미한 다양한 그린 컬러 아이템이 올여름 트렌드 키 아이템으로 부상하고 있다.

LF가 수입·판매하는 프랑스 럭셔리



◀블라우스
집업 니트▶

‘이자벨마랑’

◀탈착소매 면 자켓
카라니트▶

리 디자이너 브랜드 ‘이자벨마랑(Isabel Marant)’ 역시 말차 코어 열풍의 중심에 있다. 이자벨마랑은 올 FW 시즌, 카키 컬러 제품 물량을 전년 대비 3배 이상 확대했으며, 더위가 이어지는 가운데 도 완판을 앞두는 등 뜨거운 반응을 얻

고 있다. 짙은 말차색을 연상시키는 블라우스는 사랑스러운 포털 디테일과 어우러져 세련된 균형미를 자랑한다.

시그니처 아이템인 로고 가디건과 집업 니트 역시 카키 컬러 제품이 주목받고 있으며, 특히 집업 니트는 리오더를

앞두고 있다. 이자벨마랑은 이와 함께 탈착식 소매 디테일이 돋보이는 아우터, 카라 니트 등 세련된 초록빛의 FW 제품을 잇달아 선보이고 있다.

또한, 올여름 다시 주목받은 하이탑 스니커즈 ‘벤키(BEKETT)’의 카키 컬러 제품은 8월에 전월 대비 4배 이상 판매되고 인기를 끌며 말차 코어 트렌드에 합류했다.

슈즈 트렌드 또한 말차 코어의 강세가 두드러진다. LF가 전개하는 미국 어반 아웃도어 브랜드 ‘킨(KEEN)’의 샌들 ‘하이퍼포트 H2’는 민트와 아이보리 조합으로 올 SS시즌 판매율 70% 이상을 기록하며 최고 판매량을 달성했다. 여름 베스트셀러인 ‘뉴포트 H2’에도 민트 컬러가 추가돼 큰 호응을 얻고 있다.

‘색감 장인’ 킨은 올 FW 시즌 더욱 다채로운 그린 계열의 제품을 선보인다. 민트·라임·카멜 색상의 ‘재스퍼’에 보색 계열의 신발끈을 과감하게 매치하거나, 거친 스웨이드 소재와 올리브 컬러를 접목한 ‘재스퍼 자이오닉’을 통해 감도 높은 말차 코어 무드를 제안한다.

이탈리아 프리미엄 슈즈 브랜드 ‘프리미아타(PREMIATA)’ 역시 소재와 컬러 조합으로 고급스러운 말차 코어 아이템을 선보인다. 빈티지한 깊은 녹색 톤을 바탕으로 이와 어울리는 분홍·빨강 등 포인트 컬러를 더하거나, 레오파드·카모플라주 패턴을 적용해 개성 있는 디자인을 완성했다.

2025 서울패션창작스튜디오 라이브커머스 지원사업 패션도매업체참가모집공고

모집개요

신청기간 ~2025년 11월 30일

모집규모 최소 10개 업체 이상

지원내용 라이브커머스운동을위한서울패션창작스튜디오공간제공
총괄MD/의류소싱MD/방송MD/셀러 등 인력 지원

라이브커머스 진행 기간 2025.7월 ~ 12월 (총 9회 예정)

결과발표 매 월 20일 (개별연락)

참가자격

**동대문상권내패션도매업체로서
아래요건을모두충족하는사업자**

- 패션중소기업(패션소공인포함)
- 동대문상권내소재한패션도매업체로,국내디자인상품을
국내봉제업체에서생산하여도매판매하는사업자
- 자체디자인한국내생산제조의류판매
- 생산및납품능력보유

신청방법

이메일 접수 : park.hc@seoulshowroom.com

*메일 제목에 <서울패션창작스튜디오 라이브커머스 지원사업 참가신청> 필수 기재

자세한 안내 및 신청서류 양식은 서울패션창작스튜디오 홈페이지

공지사항에서 확인하세요. **아래 QR코드**로 바로 접속하실 수 있습니다.

제출서류

- 참가신청서 1부
- 사업자등록증 각 1부(도매/봉제)
- 매장 운영 증빙자료(임대차 계약서 또는 사진 증빙) 1부
- 국내 디자인·제조 증빙자료
(연결 봉제업체 사업자등록증 및 거래내역서 또는 이체확인증)
- 최근 시즌 자사 제품 이미지 첨부 양식 1부 (서식2)

문의

서울패션창작스튜디오

☎ 02-6925-6683 (평일 오전 9시~오후 6시)

✉ park.hc@seoulshowroom.com

🌐 www.seoulbeautyfashion.com



동대문 활성화 지원사업

동대문 상권의 자생력 강화와
활성화를 위한 온오프라인 지원사업

교육 | 행사



1:1 맞춤교육

바이어라운지
교육 | 행사 | 지원사업 등
다양한 소식을 받아보세요!

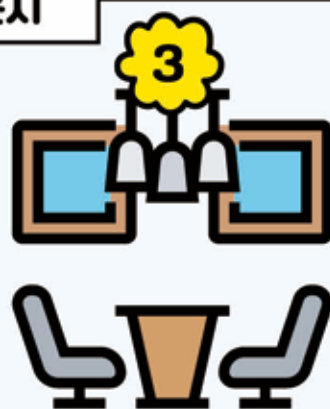
AI활용



사진을 모델컷으로 만들어드립니다

지금 AI촬영 받고 싶다면
"buyerlounge" 친구추가
→ 상가명/매장명/연락처 전송!

라운지



비즈니스 라운지오픈

오늘 동대문에서 못 샀다면?
영수증만 보여주면 라운지 무료 이용
K-패션 K-푸드 K-문화를 한눈에!

대상: 상인

QR신청



정보수집동의

대상: 상인

중구청 바이어라운지
buyerlounge



AI문의
친구추가 QR

카카오톡 문의

대상: 바이어

바이어라운지 정보



aboutdfwm@naver.com

지구촌

■ 상가명 청평화패션타운
■ 호수 1층 다열 22호
■ 문의 010-6232-6385



하이넥 라이더 재킷
■특징 리얼 라이더의 터치감을 느낄 수 있는 가을 시즌에 잘 맞는 멋스러운 스타일링을 연출할 수 있는 크롭 아우터. ■소재 폴리100%



메탈리본 블라우스
■특징 자연스러운 메탈 소재의 리본 디테일 블라우스. 볼륨감 있는 우아한 리본타이디자인으로 풍성한 실루엣을 연출할 수 있다. ■소재 폴리100%

바이프릴 블라우스
■특징 내추럴한 느낌의 폴리/텐셀 혼방소재로 만든 볼륨감 있는 프릴 장식 포인트의 블라우스. 여유 있는 사이즈로 바이어스프릴 핀턱의 디테일이 들어간 여성스러운 블라우스다. ■소재 폴리75%/텐셀25%



하프트렌치 트렌드코트
■특징 솔리드 컬러의 더블버튼 디자인으로 클래식한 트렌드 스타일의 숏 기장 오피스룩 핫 아이템. 코튼/나일론/폴리 혼방으로 터치감이 편안하고 캐주얼해서 데님이나 정장바지에도 다양하게 연출 가능하다. ■소재 코튼45%/나일론28%/폴리27%



스케일

- 상가명 디오트
- 호수 5층 A21호
- 문의 010-5849-4233



에겐 레이온 블라우스

- 특징 몸에서 흐르는 감촉이 몸의 라인을 은은하게 비춰서 여성스러우면서 소매 스트링으로 조절하면서 길이를 맞추기 좋은 크롭 남방.
- 소재 레이온80%/폴리20%



하프 트렌치코트

- 특징 미니멀한 하프 트렌치코트로, 가을에 어울리는 컬러, 기장 때문에 샘플 요청이 많다. 코튼100% 소재로 만들어 탄탄해 가성비 있는 아우터.
- 소재 코튼100%



워크자켓

- 특징 봄, 가을에 하나쯤은 가지고 있어야 할 워크자켓. 심플하면서도 포켓이 많아 실용적으로 입기에도 좋다.
- 소재 코튼68%/폴리32%



첼시 하프 스웨이트코트

- 특징 고급스런 스웨이드 싱글자켓으로, 소재가 고급스러워 걸치기만 해도 멋이 나는 가을 맞춤 자켓. 캐주얼하게 여성스럽게 코디하기 좋아 문의가 많다.
- 소재 폴리100%

에녹

- 상가명 apM
- 호수 7층 29호
- 문의 010-8399-0663

네트비반팔셔츠

■특징 그물니트 느낌의 반팔셔츠로 오버핏한 핏감과 원단 느낌이 포인트. 카라엔 심지를 심어 뽀뽀한 고시감을 심어주었고, 시스루 원단에 통기성이 좋게 제작해 여름에 잘 어울린다. ■소재 코튼100%



color IVORY



color BEIGE



color BLACK



color BEIGE



color NAVY



마렌스트랩스커트팬츠

■특징 시원한 폴리 원단을 특징으로 툭 하고 떨어지는 강점을 이용한 스커트 느낌의 팬츠. 제원단의 벨트끈을 만들어 허리춤에 묶을 수 있게 해 포인트를 주었다
■소재 폴리97%/스판 3%

그물니트롱슬리브

■특징 여름 단골 소재인 그물니트 원단을 롱슬리브로 제작해 언제든 편하게 입을 수 있다. 넥과 소매 끝부분을 따로 마감 처리를 하지 않고, 데끼 처리해 포인트를 주었다. ■소재 폴리72%/코튼23%/스판5%



color CREAM



color GREEN



color BLACK



color IVORY



color BLACK

넥타이스트랩크롭셔츠

■특징 최근 트렌드로 많이 사랑받고 있는 스트라이프 원단을 크롭 기장으로 하여 제작했다. 제원단으로 단추로 탈부착이 가능한 타이를 만들고 타이가 밑단 비조가 될수 있게 뒷판 밑부분에 단추와 벨트고리로 사이즈를 조절하게 해 셔츠 트렌치 느낌이 날수 있게 포인트를 주었다. 넥타이 끝부분엔 패치를 부착해 좀더 유니크한 셔츠를 완성했다. ■소재 코튼100%

DONGDAEMUN



빅사이즈	△디오토 B2층 △스튜디오W 4층~5층 △광희패션몰 2층
남성의류	△평화시장 1층~3층 △통일상가 A동 1층~3층, B동 1층~3층 △현대시티아울렛 6층 △두타몰 B1층, 5층 △굿모닝시티쇼핑몰 3층 △헬로에이피엠 4층 △동대문밀리오레 4층 △청계6가지하쇼핑 △패션남평화 2층~3층 △신평화패션타운 2층~3층 △동평화패션타운 B1층, 1층~4층, 신관 1층 △제일평화 1층~3층 △광희패션몰 1층, 지하층 △벨포스트 3층 △W상가 4층~5층 △팀204 4층~5층 △누존 B1층, 2층~3층 △에이피엠 5층~7층
모피·가족	△굿모닝시티패션몰 2층 △광희패션몰 6층 △동평화패션타운 1층 △골든타운 B1층 △맥스타일 3층
스포츠 의류	△평화시장 1층~3층 △두타몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △신평화패션타운 지층, 1층, 2층, 4층 △동평화패션타운 1층, 2층, 4층 △현대시티아울렛 4층, 5층, 7층
아동복	△평화시장 1층~2층 △통일상가 B동 3층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 B1층 △현대시티아울렛 8층 △엘리시움 지층, 1층~4층 △팀204 3층 △동평화패션타운 1층~2층
숙웃	△평화시장 1층 △현대시티아울렛 3층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 1층~2층
가방	△평화시장 1층~2층 △동대문밀리오레 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △제일평화 B1층, 1층 △광희패션몰 지층 △동평화패션타운 1층~4층
액세서리	△두타몰 3층 △동대문밀리오레 5층, 6층 △제일평화 B1층 △동평화패션타운 1층~2층, 신관 1층 △팀204 1~3층
잡화	△평화시장 1층 △동화상가 1층 △두타몰 4층~5층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 B1층, 2층~4층 △동대문밀리오레 B2층~1층, 5층~7층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 5층~7층 △동대문종합시장 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 2층, 4층, 신관 1층 △제일평화 B1층, 1층~3층 △광희패션몰 지층 △디디패션몰 1층, 3층 △벨포스트 B1층, 1층 △누존 4층 △디자이너클럽 B2층 △팀204 B1층, 1층, 2층, 6층 △디오토 B2층~1층 △요고(양말)
수입명품	△두타몰 B2층, 1층 △굿모닝시티쇼핑몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 1층
신발	△평화시장 2층 △헬로에이피엠 B1층 △동대문밀리오레 7층 △현대시티아울렛 B1층 △제일평화 B1층, 1층 △팀204 B1층, 1층~2층 △동평화패션타운 2층, 3층
의류 부자재	△통일상가 A동 1층, B동 1층, C동 1층~3층 △동화상가 1층~5층
타올	△평화시장 1층 △동화상가 1층
혼수용품	△헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 6층

중구, 패션산업 경쟁력 강화·활성화 ‘잔걸음’

실무자 특강·간담회 잇달아 개최

중구(구청장 김길성)는 패션산업 관계자들의 소통과 패션산업 활성화를 위한 방안을 마련하기 위해 ‘패션브랜드 실무자 특강’과 ‘패션디자이너·봉제공장 소통 간담회’를 진행한다.

이번 특강 및 간담회는 최근 신당역 인근으로 이전한 중구의류패션지원센터가 맡고 있다. 패션디자이너와 봉제공장이 모여 있어 즉각적인 협업이 가능한 구의 강점을 살려 기획했다.

첫 번째 특강은 지난 8월 23일, DDP 쇼룸 2층 크리에이터룸에서 열렸다. 이날 특강은 해외 유명 하이엔드 브랜드의 모델리스트로서 다년간 활동해 온 디자이너 및 국내 디자이너 브랜드의 성장 이야기를 듣는 시간으로 진행됐다.

조극영 (주)솔리드옴 이사과 오정 폴앤컴퍼니 대표가 각각 ‘우영미 컬렉션’과 ‘이탈리아 하이엔드 브랜드의 패션제조’를 주제로 업계에서 오랜 기간 활동하며 쌓아온 풍부한 실무 경험과 노하우를 공유했다.

이날 강연에는 구의 봉제공장 운영자와 무신사스튜디오 디자이너, 송의여대·성동글로벌경영고등학교 학생 등 40여명이 참석해 큰 호응을 얻었다.

다음 특강은 오는 9월 27일 오후 3시부터 같은 장소에서 열린다. 김성아 LF 패션 팀장과 이정화 한스스타일 실장이 강사로 참여해 패션브랜드 디자인팀의 생생한 이야기를 들려줄 예정이다. 강연은 무료로 진행된다.

구는 특강뿐 아니라 봉제공장 운영자와 디자이너 간 소통의 장을 운영해



지난 8월 23일, DDP 쇼룸 2층 크리에이터룸에서 열린 ‘패션브랜드 실무자 특강’ 모습.

지역 내 봉제공장의 일감을 연계하는 방안을 토론하고 개선점을 찾는 시간도 마련했다.

지난 8월 19일, 이해연 리이엘 대표와 서울시패션봉제사업자협의회 6명이 디

자이너와 봉제공장의 소통방식 개선에 대해 허심탄회한 소통의 시간을 보냈다. 이어 29일에는 홍하임 오운서 대표를 초청, 일감 연계의 어려움을 주제로 또 한 차례 소통의 시간을 가졌다.

전통시장에 ‘친환경 바람’ 불어 넣는다

중구-비씨카드(주)-상권발전소 업무협약

중구가 기업과 손잡고 전통시장의 친환경 소비문화 확산에 나선다. 구는 지난 8월 25일 비씨카드(주), (사)서울중구 전통시장 상권발전소와 함께 ‘전통시장 친환경 포장재 지원사업’ 업무협약을 체결했다.

이번 협약은 기업의 사회가치경영(ESG) 실현의 일환으로, 지역사회와 함께 환경을 지키고, 지속가능한 상권을 조성하기 위해 추진됐다. 협약에 따라 비씨카드(주)는 지역협력기금 5천만 원을 중구 상권발전소에 지원한다. 지원

금은 △생분해성·재활용 포장재 제작 및 배포 △친환경 소비문화 캠페인 △ESG 경영 홍보물 제작 등에 사용된다.

상권발전소는 친환경 포장재를 제작해 전통시장 소상공인에게 배부하는 등 사업 전반을 운영하고, 중구는 행정적 지원과 홍보를 적극 뒷받침해 원활한 추진을 견인한다.

김정안 상권발전소 이사장은 “현장에서 상인과 주민이 체감할 수 있는 변화를 만들어 가는 것이 목표”라며 “이번 협약을 계기로 전통시장이 친환경 소비



김길성 중구청장, 이상현 비씨카드(주) 부사장, 김정안 상권발전소 이사장(왼쪽부터)이 지난 8월 25일 구청장실에서 업무협약을 체결한 뒤 기념사진을 찍고 있다.

의 중심 공간으로 자리매김할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 말했다.

김길성 중구청장은 “지자체, 기업, 전통시장이 함께 손잡고 지역 상권의 지

속가능한 발전을 도모한 점에서 큰 의미가 있다”며 “중구의 전통시장이 친환경 상권으로 도약, 새로운 소비 문화를 만들어가길 기대한다”고 밝혔다.

역대 최대 규모 ‘9월 동행축제’ 개최

중소벤처기업부(장관 한성숙)는 소상공인과 함께하는 전국 단위 소비 촉진 행사인 ‘9월 동행축제’를 9월 1일부터 30일까지 개최한다.

이번 동행축제는 회복세를 보이고 있는 내수 소비를 굳건히 이어가고, 소

비 분위기를 전국적으로 빠르게 확산하기 위해 역대 최대 규모인 온·오프라인 소상공인 2만9천개사가 참여한다.

9월 한 달간 진행되는 동행축제에서는 온·오프라인 우수 소상공인 제품 할인전과 더불어 상생소비복권 등의 다양

한 경품 이벤트가 열린다. 또한, 문화 행사와 연계한 전국 각지의 다채로운 지역 행사가 개최된다.

특히, 지역 상권의 핵심인 전통시장과 골목상권의 매출 증진을 위한 이벤트도 마련됐다.

상생페이백은 작년 월평균 카드소비액 대비 올해 9~11월의 소비액이 늘어난 경우 그 증가액의 일부를 돌려

주는 사업이다. 소비자는 증가 금액의 20%(월 최대 10만원)까지 디지털 온누리상품권으로 환급받을 수 있다.

상생페이백과 함께 진행되는 상생소비복권은 전국의 전통시장 및 소상공인 매장 등에서 누적 5만원 이상 카드 결제를 할 시 추첨을 통해 총 10억원 상당의 당첨금을 디지털 온누리상품권으로 제공한다.

모두의신상, 중국 진출 본격화

‘THE ANY’ 정식 매장 오픈 1wave 5개 브랜드 팝업 진행

K-패션 도매 플랫폼 ‘모두의신상’이 본격적인 글로벌 행보에 나섰다. 모두의신상(대표 윤동휘)은 지난 7월 25일 자체 PB 브랜드인 ‘THE ANY’의 중국 항저우 정식 매장을 오픈하며, 신이파 그룹과의 라이선스 계약을 기반으로 브랜드 글로벌 확장의 첫발을 내디뎠다.

이번 매장 오픈과 동시에 모두의신상이 운영하는 동대문 도매 브랜드 셀렉 플랫폼 ‘1WAVE’에 입점한 5개 브랜드가 중국 현지에서 6개월간 팝업 형태로 운영을 시작했다. 팝업에 참여한 브랜드는 ‘쓰리아너더’, ‘비가더’, ‘글로리’,

‘어나더에비뉴’, ‘아르’ 등이다.

이들 브랜드는 모두 감각적인 디자인과 콘텐츠 역량을 갖춘 동대문 기반 디자이너 브랜드로, 팬데믹 이후 록북·SNS 기반 브랜드화에 성공하며 글로벌 시장에서도 주목 받고 있다.

이번 팝업은 단순한 유통 테스트를 넘어 현지 소비자 반응 및 매출 데이터를 기반으로 중장기 입점 확대 및 라이선스 계약 검토까지 이어질 수 있는 전략적 시도다.

모두의신상은 앞으로 1WAVE 입점 브랜드들이 중국, 일본(시즈 마켓), 미국 (NUORDER) 등 주요 글로벌 시장에 진출할 수 있도록 실질적 연결과 지원을 이어갈 계획이다.

또한, 국내 유통 채널 확대를 위해



모두의신상 ‘THE ANY’ 중국 항저우 정식 매장.

SSG.COM과의 입점 연동 협의도 마무리됐다. 8월 중 자사몰과 SSG몰 간 연동 작업에 나서 9월부터 제품이 순차적으로 등록 및 운영될 예정이다. SSG

측에서도 브랜드몰 운영에 대한 적극적인 협력 의사를 밝히고 있어 향후 공동 마케팅 및 프로모션 전개도 기대된다.



(왼쪽부터) DOUYIN E-Commerce Global Lori Wang, 서울경제진흥원 김현우 대표.

서울경제진흥원, 中 도우인 이커머스와 협력

뷰티·패션 中 小 企 중국 진출 지원

서울시의 뷰티·패션 브랜드 오프라인 마케팅 지원과 동대문디자인플라자 (DDP) 활성화를 위해 ‘B the B’와 ‘DDP 쇼룸’을 운영 중인 중소기업 지원기관 서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)이 지난 8월 13일 중국 도우인 이커머스 글로벌(Douyin E-commerce Global)과

업무협력 의향서를 체결, 서울 소재 뷰티 및 패션 중소기업의 중국 시장 진출 지원을 본격화 한다.

이번 협력은 도우인 이커머스 글로벌이 해외 기관과 공식 협력을 체결한 첫 사례로, 중국 내 최대 디지털 유통 채널과의 전략적 파트너십이라는 점에서 의미가 크다.

도우인 이커머스 글로벌은 중국

의 대표적인 숏폼 플랫폼 도우인 (Douyin, 해외판 TikTok)의 크로스보더 전자상거래 부문으로, 2021년부터 글로벌 브랜드의 중국 시장 진입을 전담하고 있다. 현재 하루 평균 6억 명 이상의 활성 사용자를 기반으로, 브랜드가 실시간 라이브커머스와 콘텐츠를 통해 중국 소비자와 직접 소통할 수 있는 강력한 판매·마케팅 채널을 제공하고 있다.

도우인 전체 이커머스는 최근 몇 년간 폭발적인 성장세를 이어오고 있으며, 크로스보더 전자상거래 부문 또한 매년 두 자릿수에 달하는 높은 성장률을 기록하고 있다.

특히 직배송, 본토 적재(bonded storage), 신속 통관, 물류 지원 등 글로벌 브랜드를 위한 맞춤형 인프라를 구축, 해외 기업이 중국 시장 진출 초기 단계에서 마주 하는 진입 장벽을 효과적으로 낮추고 있다.

이번 협력 체결을 통해 양 기관은 ‘B the B’와 ‘DDP 쇼룸’에서 서울 뷰티·패션 중소기업의 중국 시장 진출 확대를 위해 트라이브커머스 운영 △서울의 우수 뷰티·패션 브랜드 발굴 및 지원 △글로벌 판로 확대 등 다각적인 분야에서 협업을 추진할 예정이다.

두산타워 매각 잠정 중단

두산타워의 매각 작업이 잠정 중단됐다. 자산 인수를 위해 협업에 나선 한국투자증권과 이지스자산운용이 투자자를 모집하는 데 실패했기 때문이다.

업계에 의하면 마스턴투자운용은 한국투자증권과 체결한 두산타워 매각 관련 업무협약(MOU)을 해지하고, 펀드 만기를 연장하기로 결정한 것으로 알려졌다. 이 자산에 묶여 있는 5600억 원 규모의 대출에 대해서도 리파이낸싱을 추진하는 것으로 전해졌다.

앞서 마스턴투자운용은 올해 9월 돌아오는 두산타워의 펀드 만기를 앞두고 이 자산을 매물로 내놔다. 지난 2월 진행된 입찰에는 한국투자증권, 이지스자산운용, 키움투자자산운용이 참여했고, 마스턴투자운용은 인수가격 9000억 원과 이행보증금 50억 원을 제안한 한국투자증권을 우선협상자로 선정했다.

한국투자증권은 빌딩을 소유한 부동산펀드는 그대로 둔 채 펀드의 수익증권(지분)을 일부 매입하는 형태인 셰어딜 방식으로 인수를 추진했다. 이 과정에서 이지스자산운용과 투자자 모집에 나섰으나, MOU 기한인 지난 7월말까지 목표를 채우지 못한 것으로 알려졌다.

해외직구 국내 브랜드 4개 중 3개 ‘위조’

서울시, 로고와 라벨 등 정품과 차이 주의 당부

서울시가 해외 온라인 플랫폼에서 초저가로 판매 중인 국내 브랜드 제품을 점검한 결과, 4개 중 3개꼴로 위조 상품인 것으로 나타났다.

이번 점검은 알리익스프레스 등 해외 온라인 플랫폼에서 판매 중인 7개 국내 브랜드의 20개 제품을 대상으로 진행됐다. 점검 품목은 △의류 6개 △수영복 3개 △잡화 3개 △어린이 완구 8개 등, C-커머스 위조 상품 비중이 높은 품목과 여름철 수요가 많은 제품을 중심으로 선정했으며, 해당 제품들은 정사가 대비 45%에서 최대 97% 할인된 가격으로 판매되고 있었다.

먼저 ‘의류’와 ‘수영복’의 경우 4개 브랜드사 9개 제품 모두 로고와 라벨 등이 정품과 차이를 보이며 위조 판정을 받았다. 특히 라벨은 중국어로 표기되어 있었으며 검사필 표시가 없거나 제조자명, 취급상 주의사항 등 표시 사항이 기재되어 있지 않았다.

그 밖의 의류는 민소매 제품을 반소매로 파는 등 제품 디자인을 변형해서 판매하거나 원단 품질이 매우 떨어졌다. 수영복의 경우, 정품은 사이즈 정보가 원단에 나염 작업으로 표시되어 있으나 가품은 라벨이 원단에 박음질 되어 있었다.

‘잡화’ 또한 2개 브랜드사 3개 제품 모두 위조 판정을 받았다. ‘가방’의 경우 제품의 크기, 로고 위치·크기, 지퍼 슬라이드 등 부자재 형태 및 재질이 정품과 달랐으며, ‘헤어핀’은 원단 재질과 금박 색상이 정품과 다르고, 포장재 역시 정품의 재생 봉투·PVC 지퍼백과 달리 OPP 투명 비닐이 사용됐다. ‘패트’의 경우 해당 브랜드에서 제작하지 않는 상품으로 드러나 브랜드 도용이 확인됐다.

시는 위조 상품을 정품과 육안으로 직접 비교하면 차이가 크지만, 온라인에서는 판매자가 정품 이미지를 무단 사용하는 경우가 많아 소비자가 위조 여부를 판별하기 어렵다고 덧붙였다. 또한 소비자가 실제 제품을 받아보더라도

로고 위치, 봉제 방식 등 정품 여부를 확인할 수 있는 세부 기준에 대한 정보 부족으로 위조 여부를 인지하기 어렵다고 설명했다.

시는 해외직구 플랫폼 물품구매 시 위조 상품 피해를 예방하기 위해 브랜드 공식 판매처에서 구매하고, 특히 정사가 대비 현저히 낮은 가격으로 판매되는 제품은 위조 가능성이 높으므로 지나치게 저렴한 가격의 제품은 각별히 주의가 필요하다고 강조했다.

또한 특허청 ‘키프리스(KIPRIS)’에서 등록 상표와 로고 디자인을 확인할 수 있으며, 구매 전에는 제품 설명과 후기 등을 확인하고 공식 홈페이지에 게시된 상품 이미지와 비교를 당부했다.

신당역 유희공간서 ‘체험형 전시’ 선보인다

‘서울패션로드’ 두 번째 프로젝트 패션과 AI 접목한 실험적인 패션

일상의 공간을 런웨이로 탈바꿈시키는 ‘2025 서울패션로드’가 이번에는 신당역 ‘지하 유희공간’을 무대로 삼는다. 서울시는 9월 2일부터 7일까지 ‘2025 서울패션로드’ 두 번째 프로젝트로 동대문 기반의 신진 디자이너 6인과 AI의 실험적 패션 전시 <SECOND SKIN : 패션과 AI, 그리고 빛>을 신당역 ‘지하 유희공간’(신당역⑥ 10번 출

구)에서 개최한다.

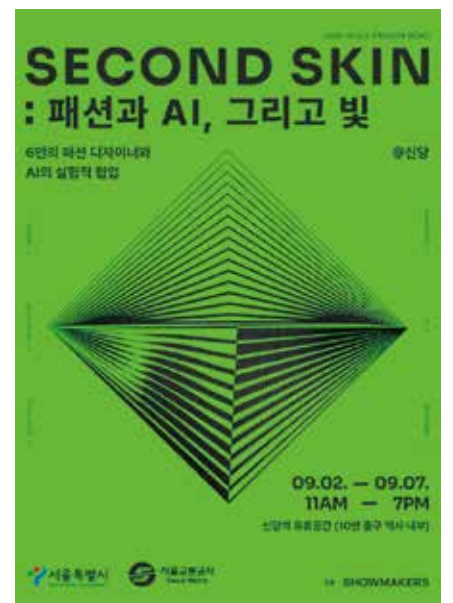
<SECOND SKIN : 패션과 AI, 그리고 빛>의 기획은 100년이 넘는 시간 동안 대한민국의 패션 생태계의 근간인 ‘동대문 시장’에 대한 이야기에서 출발한다. 그리고 동대문 상권의 변화를 이끌어낼 3개의 잠재 동력(△젊은 세대 사이에서 주목받고 있는 ‘신당’ △신진 디자이너 △신 AI기술)을 전시 콘텐츠에 녹여낸다.

먼저 ‘동대문 시장’의 장소성을 전달하기 위해 동대문 상권과 인접해 있는 ‘신당’을 대상지로 정했다. ‘신당’은 ‘동대문 패션 인프라’의 연계가 가능하며 동

대문 패션 생태계와의 연관성이 매우 높은 한편 최근 이색적인 식음 매장과 소규모 독립 패션 브랜드의 쇼룸 등을 기반으로 젊은 세대들 사이에서 ‘힙당동’이라고 불리며 주목받고 있다.

이번 프로젝트에는 상상력과 실험 정신이 돋보이는 신진 디자이너 6인 △기현호(뉴이뉴욕) △김민경(키세리헤) △김영후(세인트이고) △김희연(커넥트엑스) △민보권(악필) △박지영(딜레탕티즘)이 참여한다. 이들은 모두 동대문을 기반으로 활동하며 현재 서울시 신진 브랜드 육성 프로그램인 ‘서울패션허브’ 또는 ‘하이서울쇼룸’에 소속되어 있다.

디자이너별로 자신의 브랜드 철학과 미학을 대규모 언어모델(LLM)에 입력



하고, 이를 기반으로 생성된 프롬프트로 이미지를 만들고 이어 영상 콘텐츠로 구현해 낸다.

그립, 입점 요건 완화 효과 톡톡

커머스 크리에이터 플랫폼 ‘그립’을 운영하는 그립컴퍼니(대표 김하나, 김태수)는 개인 크리에이터 대상 입점 허들을 완화한 이후 다양한 분야의 크리에이터들이 빠르게 유입되고 있다고 밝혔다.

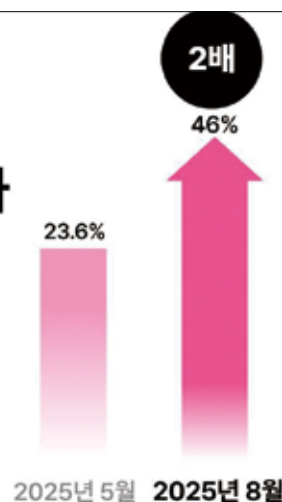
최근 플랫폼 정체성을 ‘커머스 크리에이터 플랫폼’으로 전환한 그립은 셀

러의 개념을 크리에이터로 확장하고, 상품 없이도 콘텐츠와 팬만으로 커머스를 시작할 수 있는 구조를 구축하고 있다.

앞서 그립은 지난 5월, 사업자등록증 없는 개인의 입점 시 요구되는 필수 서류 절차를 대폭 간소화해 누구나 손쉽게 상품을 판매할 수 있는 환경을 마련한 바 있다.

입점 요건 완화 후 개인 입점 신청 비중 증가

Grip



무신사, 올 2분기 매출 3777억… 전년비 31%↑

영업이익도 23% 늘며 ‘사상 최대 실적’

무신사가 올해 2분기 연결재무제표 기준 매출액 3777억 원, 영업이익 413억 원, 당기순이익 408억 원을 달성했다.

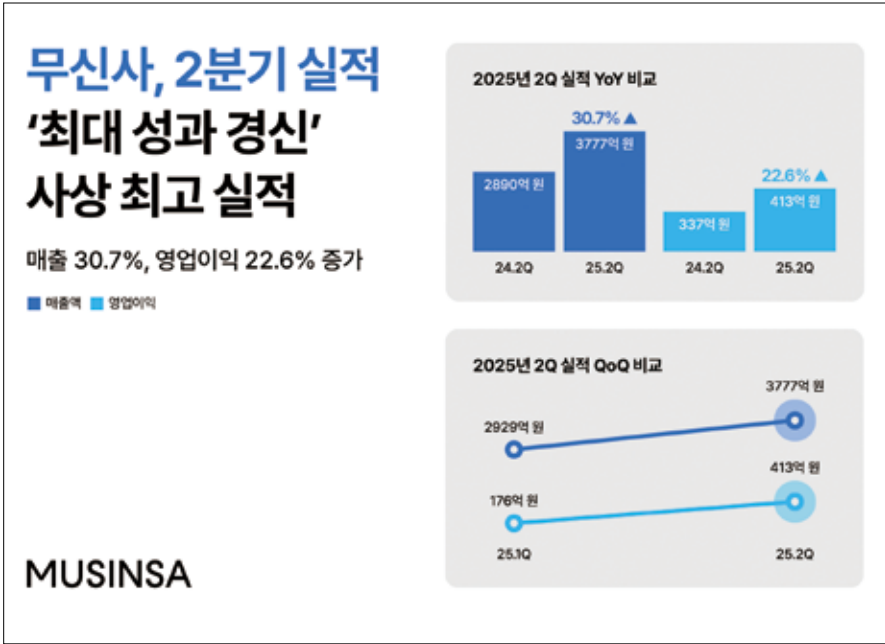
2025년 2분기 무신사의 매출은 약 3777억 원으로 전년 동기 대비 30.7% 증가했다. 같은 기간 영업이익은 413억 원으로 지난해 2분기와 비교하여 22.6% 늘었다. 무신사의 올해 2분기에 당기순이익도 408억 원으로 전년 동기 대비 5배 이상(462.8%) 증가했다. 이번 수치는 무신사의 2분기 실적 중에서 역대 최고치에 해당된다.

무신사는 올해 1~2분기 실적을 합친 2025년 상반기 기준에서도 연결재무제표상 매출이 6705억 원으로 전년 동기 대비 22.1% 증가한 것으로 나타났다. 올해 상반기 영업이익은 589억 원으로 2024년 상반기보다 23% 늘었다. 무신사는 상환전환우선주(RCPS)를 부채로 인식하는 회계정책 변경의 영향으로 올해 상반기 당기순이익 372억 원을 달성했다. 다만 이는 실제 현금 흐름 유출없이 재무제표상 약 400억 원 규모의 이자비용이 반영된 효과이며, 해당 영

향을 제외할 경우 올해 상반기 당기순이익은 거의 800억 원에 달한다.

올해 2분기에 무신사는 전반적인 소비 침체 상황에서도 패션·뷰티·라이프 스타일 등의 카테고리가 고르게 주목받으며 안정적인 성장세를 보여줬다. 온라인에서는 지난 6월 연달아 열린 29CM의 ‘이구위크’와 무신사의 ‘무진장 여름 블랙프라이데이’ 프로모션 행사가 여름 비수기에도 불구하고 합산으로 3400억원 이상의 판매액을 기록하며 성장리에 진행됐다.

무신사는 오프라인 부문에서 올해 2분기 동안에 △무신사 스탠다드 트리플 스트리트 송도점(4월) △무신사 스탠다드 갤러리아 타임월드점(5월) △무신사 스탠다드 신세계 프리미엄아울렛 시흥점(6월) △이구홈 성수(6월) 등의 신규 매장을 순차적으로 선보이며 고객 경험을 확장하는 데에 주력했다. 올해 1~6월에 9개의 오프라인 스토어를 새로 오픈한 무신사는 2025년 상반기 오프라인 매장에서의 판매액이 1000억 원을 넘길 만큼 패션 시장에서



온·오프라인 옴니채널로 전략을 강화하고 있다.

올 하반기에도 무신사는 플랫폼 경쟁력 강화와 오프라인 거점 확대를 기반으로 비즈니스를 전개할 방침이다. 무신사는 이달 초 서울 강남 지역에 130여개 패션 브랜드가 입점한 편집숍 ‘무신사 스토어 강남’을 선보인 바 있다. 올 연말과 내년 초에는 서울 용산, 성수에 대형 편집숍인 ‘무신사 메가스토어’도 새롭게 오픈할 예정이다.

무신사는 올 하반기에 해외 시장 공략에도 본격적으로 착수한다. 최근 중국 최대 스포츠웨어 그룹인 안타 스포츠와 합작법인(JV) 설립을 마무리한 무신사는 현지에서 무신사 스탠다드, 무신사 스토어의 온·오프라인 사업을 주도할 예정이다. 합작법인 공식 명칭은 ‘무신사상해 상무유한책임공사(영문명: MUSINSA SHANGHAI)’이고, 당국의 최종 거래 승인 절차가 3분기 내에 마무리될 예정이다.

에이블리, 판매자 전용 모바일 앱 출시

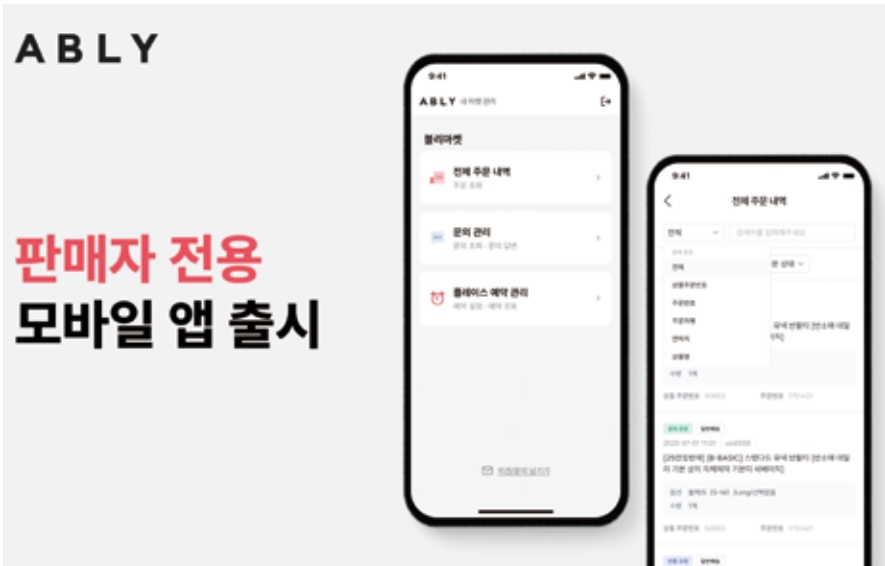
셀러 편의성 강화

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일커머스 플랫폼 에이블리가 셀러 편의성 강화를 위해 판매자 전용 앱(애플리케이션) ‘에이블리 내 마켓 관리’를 출시했다.

이번 판매자 전용 앱은 ‘주문 관리’, ‘문의 관리’ 등 마켓 운영에 필요한 주요 기능을 한곳에 모아 제공한다. PC 또는 모바일 웹 접속을 거쳐야 했던 과거와 달리, 모바일 환경에 최적화된 전용 앱을 통해 실시간으로 손쉽게 마켓 관리가 가능하다. 소수 인력으로 운영되는 중소형 셀러는 물론, 주문 및 고객 규모가 방대한 대형 마켓까지 편의성

이 높아질 것으로 기대된다. 해당 앱은 구글 플레이스토어와 애플 앱스토어에서 무료로 내려받을 수 있다.

직관적인 UI·UX(사용자 환경·사용자 경험)를 적용해 이커머스 운영 경험이 없는 초보 셀러도 쉽게 사용할 수 있도록 한 점이 특징이다. 사업 운영의 핵심 기능인 ‘주문 조회’, ‘문의 관리’를 메인 화면에 배치했으며, ‘문의 관리’ 탭에는 ‘배송’, ‘가격’, ‘입고’ 등 문의 유형과 ‘인입 날짜’, ‘진행 상황’별 검색 필터를 도입해 원하는 방식으로 문의를 선별하고 관리할 수 있도록 했다. 실시간으로 인입되는 고객 문의는 앱 내 채팅 기능을 통해 바로 답변할 수 있어, 응대 및 관리가 한층 편리해질 것으로 보인다.



실시간 ‘앱 푸시(Push)’ 기능도 제공한다. 셀러는 신규 주문, 반품 및 교환 문의 등 변동 사항을 즉시 확인하고 빠르게 처리해 고객 만족도를 높일 수 있다. 올해 6월 시범 운영을 시작한 ‘뷰티

샵 예약(네일, 속눈썹 등 오프라인 뷰티샵 예약 서비스) 입점 판매자를 위한 예약 관리 기능을 마련한 점도 돋보인다. 매장 운영 시간 및 가격 설정, 예약 조회 등 다양한 기능을 지원한다.

전시

디자인 마이애미 인 시투 | 서울
Illuminated: A Spotlight on Korean Design
창작의 빛: 한국을 비추다



- 일 정: 9월 1일~14일
- 장 소: DDP 이간수문 전시장
- 시 간: 10:00~20:00
- 관람비용: 무료

공연

뮤지컬 ‘MEMPHIS’



- 일 자: 6월 17일~9월 21일
- 장 소: 충무아트센터 대극장
- 공연시간: 화, 목 7시 30분 / 수, 금 2시 30분, 7시 30분 / 토 2시, 7시 / 일 3시 (월 공연없음, 일자별 상이)
- 티켓가격: VIP석 170,000원 / R석 140,000원 / S석 110,000원 / A석 80,000원
- 소요시간: 160분(인터미션 20분 포함)
- 문 의: 02-3485-8700

행사

펫션 is 패션 ‘서울시니어패션쇼’



대표 시니어 모델들이 한자리에 모여, 클래식한 품격과 트렌디한 감각을 동시에 선보이는 서울시니어패션쇼가 열린다. 이번 패션쇼는 단순한 런웨이를 넘어, 세대를 아우르는 감각적 무대와 시민들이 직접 참여할 수 있는 다채로운 프로그램으로 꾸며졌다.

- 일 정: 9월 14일
- 장 소: DDP 어울림광장
- 시 간: 13:00 ~ 20:20
- 관람비용: 무료

모집

DDPlay 버스킹 9월 아티스트 모집



- 모집기간: 9월 1일~30일
- 장 소: DDP 어울림광장, 팔거리
- 시 간: 14:00, 16:00, 18:00
- 모집대상: 문화예술 공연이 가능한 개인 혹은 팀
- 신청방법: ‘DDPlay 버스킹 신청서’ 작성 후 제출 → 담당자 확인 후 승인/미승인 통보 → 승인 완료자 대상 공연
- 문 의: ddpbusking@gmail.com / 운영사무국: 02-2088-4957 / 시민행사팀: 02-2153-0075

서울아프리카페스티벌



“서울에서 만나는 다채로운 아프리카의 빛과 리듬”
아프리카와 한국이 만나 함께 즐기고 배우며, 문화를 나누는 특별한 장이 열린다.

- 일 정: 9월 12~13일
- 장 소: DDP 어울림광장, 팔거리, 잔디언덕, 잔디사랑방
- 시 간: 11:00~21:30
- 관람비용: 무료

동대문상가 입점 문의

골든타운	02-2238-4241	신평화패션타운	02-2238-6813
광희패션몰	02-2238-4352	아트프라자	02-2232-2000
굿모닝시티쇼핑몰	02-2118-8700	에이피엠	02-2250-2050
누존	02-6366-3001	에이피엠플러스	02-2231-0930
동대문밀리오레	02-3393-0296	에이피엠플레이스	02-2200-5102
동대문종합시장	02-2262-0114	엘리시움	02-2250-1181
동평화패션타운	02-2238-7791	제일평화	02-2252-6744-5
동화상가	02-2265-9611	테크노상가	02-2232-4821
두타몰	02-3398-3333	통일상가	02-2269-1969
디더블유	02-2234-0009	팀204	02-2232-3604
디디피패션몰	02-3405-4040	청계6가 지하쇼핑센터	02-2275-4812
디오트	02-2117-8000	청평화패션몰	02-2252-8036
디자인너크럽	02-2233-2528	패션남평화	02-2237-0620
맥스타일	02-2218-0000	평화시장	02-2265-3531~2
벨포스트	02-2231-4674	현대아울렛	02-2283-2002
상상패션몰	02-2254-4222	동대문점	02-2283-2002
스튜디오W	02-2230-8100	헬로에이피엠	02-6388-1200

모집요강

■ 상호명(복종)/근무시간/채용형태/성별/나이제한/경력사항/마감일/전화번호/이메일

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

Camel(캐주얼)

주간/아르바이트/여/없음/3년 이상/9월10일/010-3303-3782/alv3178@naver.com

아잉(여성복)

주간/아르바이트/무관/1982년생 이상/3년 이상/9월30일/010-2667-5970/sunghee139@naver.com

LYDIA(여성복)

주간/정규직/여/1995년생 이상/1년 이상/9월25일/010-4914-4549/aaa@aaa.com

(주)또바기(여성복)

무관/아르바이트/무관/1985년생 이상/3년 이상/10월31일/010-2085-2774/starkjs10@gmail.com

커멘스먼트(토탈)

주간/정규직/무관/없음/무관/9월24일/010-2048-5900/keikwak@gmail.com

apM플레이스(여성복)

야간/아르바이트/여/1993년생 이상/5년 이상/9월25일/010-2328-6020/yngfkl@naver.com

디오트 지하2층(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/9월24일/010-9483-6686/ksy9910375@naver.com

apM플레이스(여성복)

무관/아르바이트/무관/없음/5년 이상/9월24일/010-4758-4402/wanishow_room@yahoo.com

apM플레이스(여성복)

주간/아르바이트/여/1989년생 이상/5년 이상/9월25일/010-4939-8720/anyul8124@gmail.com

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/여/1986년생 이상/4년 이상/9월21일/010-2638-0704/kongjja3@naver.com

apM(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/3년 이상/9월27일/010-7259-1513/objet701@naver.com

세컨케이(토탈)

주간/정규직/여/2001년생 이상/5년 이상/9월19일/010-8829-4232/ciao0021@naver.com

(주)미코프로젝트(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/9월19일/010-2580-2053/miko2018@naver.com

런칭 예정(아동복)

무관/아르바이트/여/1985년생 이상/3년 이상/9월20일/010-5257-1220/rudnfdkwl@naver.com

ID(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/9월18일/010-9277-2978/ID.SEOUL.KR@GMAIL.COM

(주)제이윌(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/9월19일/010-8926-5493/palangmh@naver.com

apM 2층(여성복)

주간/아르바이트/여/무관/3년 이상/9월30일/010-9490-1075/r_ravvit01@naver.com

apM/apM릭스(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/9월18일/010-6640-0331/pyull331@naver.com

celina(토탈)

주간/아르바이트/여/1990년생 이상/3년 이상/9월18일/010-7585-7333/kimnansoo@gmail.com

apM(여성복)

주간/정규직/여/1989년생 이상/3년 이상/9월17일/010-7259-1513/objet701@naver.com

wewant(여성복)

주간/정규직/여/무관/무관/9월17일/010-4927-2828/jimin.office19@gmail.com

apM릭스 프랑(여성복)

주간/정규직/여/무관/2년 이상/9월16일/010-9204-5505/sora8352@naver.com

온라인 여성의류 브랜드

주간/아르바이트/여/없음/3년 이상/9월16일/010-4392-1592/kdsttl@naver.com

판매사원

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/2000년생 이상/무관/9월25일/010-8805-1402/kk_jeong86@naver.com

weather store(남성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/9월30일/010-2713-1124/1sgcute@naver.com

뮤트(여성복)

무관/정규직/여/1991년생 이상/1년 이상/9월25일/010-2007-5276/hankook830@naver.com

누즈(토탈)

야간/정규직/여/없음/무관/9월25일/010-2899-0227/asuhhn@naver.com

디오트(데님)

야간/정규직/남/1988년생 이상/무관/9월23일/010-9465-6681/hunboysgo@naver.com

디오트(여성복)

야간/아르바이트/여/1987년생 이상/4년 이상/9월10일/010-2976-6516/nejunto@naver.com

갤러리(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/9월21일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

TIZZI(여성복)

야간/정규직/여/1987년생 이상/무관/09월21일/010-5850-8829/kim830505@nate.com

apm(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/8월31일/010-7413-1441/smint5004@gmail.com

디오트(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/9월21일/010-6765-8896/sheee36@naver.com

e모든(캐주얼)

야간/정규직/여/1980년생 이상/4년 이상/9월21일/010-8668-3055/mimo7436@naver.com

MOSAIC(여성복)

야간/정규직/여/2000년생 이상/무관/9월29일/010-7229-2466/mosaic202@naver.com

더뮤트(토탈)

야간/정규직/여/1993년생 이상/3년 이상/9월19일/010-2367-7368/y-style@nate.com

LFP(토탈)

야간/아르바이트/여/1974년생 이상/3년 이상/9월 30일/010-9110-6704/jeilsan@naver.com

케이(토탈)

야간/정규직/여/없음/7년 이상/9월18일/010-6774-7390/bbangya2000@naver.com

apM2층(여성복)

야간/정규직/여/없음/2년 이상/9월18일/010-9490-1075/redear559@naver.com

LEHEVE(여성복)

야간/정규직/여/1996년생 이상/2년 이상/9월18일/010-8514-0222/leheve2025@gmail.com

프로젝트 웨이브(여성복)

야간/정규직/무관/1995년생 이상/무관/9월18일/010-7111-2232/hsbnm123@Naver.com

MI-AE(여성복)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/9월30일/010-9008-0504/dnwhdqsl1@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/무관/1992년생 이상/무관/9월17일/010-7259-1513/objet701@naver.com

verveine(여성복)

야간/정규직/여/1992년생 이상/무관/9월30일/010-9310-6420/verveine_seoul@naver.com

더올리(여성복)

야간/정규직/무관/없음/1년 이상/9월17일/010-3924-3128/olly262125@naver.com

(주)키앤티비(여성복)

주간/아르바이트/여/1980년생 이상/2년 이상/9월30일/010-7587-1975/ustyle27@naver.com

D(여성복)

야간/정규직/여/1985년생 이상/3년 이상/9월18일/010-6363-3901/enldmf82@naver.com

(주)서현어패럴(여성복)

주간/정규직/여/없음/무관/9월19일/010-3539-4249/zard5330@naver.com

| 박중현 칼럼

휴가는 끝났다... 테이블을 준비해야 할 때다



- 동대문패션상권지원센터 센터장
- 테크노상가 회장
- 전 (사)동대문패션타운관광특구협의회 회장

2025년 여름 동대문 패션타운 도매 상권엔 휴가 대전이 있었다. 두 개의 휴가 일정이 상권에 붙었고, 그대로 실행되었다. 타협은 없었다. 상인들뿐 아니라 상권 주변에서도 과연 어느 쪽이 이겼느냐를 궁금해 하였다.

과거에도 공사 등 특별한 사정으로 휴가 일정을 달리한 상가는 있었지만, 이번처럼 상권이 첫째 주와 둘째 주로 완전하게 나뉜 적은 없었다. '상권이 쪼개졌다.' '주도권 전쟁이다.' '각자도생' 등 부정적인 평가와 염려가 쏟아졌다. 하지만 필자의 생각은 다르다. 이번 휴가 건은 상가들이 처해있는 답답한 현실을 타개해 보려는 중요한 시도였다고 생각한다. 오히려 상권의 현황과 이번 휴가 건을 살핌으로써 상권의 미래를 위한 테이블을 마련할 계기가 되었으면 한다.

먼저 상권의 현황을 보면, 팬데믹 이후 도매 상권의 매출은 감소하고 공실은 증가하는 현상이 더욱 두드러지고 있다. 장사를 포기하고 상권을 떠나는 상인은 늘어나는데 새로이 시작하는 상인은 찾기 어렵다. 공실이 발생하면 가게를 확장 시키는 것도 한계와 부작용이 있다.

과거 동대문 도매 상권의 신규 창업자 대부분은 직원이었거나 상인 가족 등 동대문 상권과 관련이 있었다. 직원으로 근무하면서 제조, 상품 출시, 지역과 거래 차별 특징을 파악하는 등 경력을 쌓고 시작하거나 가족의 지원으로 분점 같은 창업으로 시작하여 생존율이 높았다. 상권이 자체적으로 상인을 양성하는 기능을 가지고 있었으며, 이 시기의 도매 상권 상인들의 수익률을 보면 상위 30%, 중위 40%, 하위 30% 정도로 분포되어 수직상승에 대한 동기부여도 되었고, 폐업하는 상인과 신규 창업자의 균형도 어느 정도 유지되었다.

하지만 영업 중인 상인들에 따르면 현재는 상위 10%, 중위 30%, 하위 60% 정도라고 한다. 잘하는 소수를 제외하면 생활비를 벌기도 어렵고, 늘어나는 부채에 결국 상권을 떠나게 된다고 한다.

게다가 각종 미디어는 동대문의 공실을 영상으로 내보내며 망했다고 한다. 그리고 상권을 전혀 모르는 전문가들은 "디자인으로 승부하라.", "브랜딩하라.", "제값 받는 상품을 팔아라." 등등 참으로 무지한 얘기만 한다. 현재 동대문 상권의 어려움으로 상권의 역량을 판단해서는 안 된다. 동대문 도매 상권은 대체지가 없는 제조업 기반의 패션 유통산업 집적지다. 각 상가는 본사에서 공급하는 상품을 판매하는 쇼핑몰이 아니다. 농수산물과 공산품을 받아서 파는 시장은 더욱 아니다. 비율이 줄긴 했지만, 원단, 디자인, 봉제, 유통

고 바이어들이 가장 많이 찾는 상가에서 여름휴가를 첫째 주로 결정했다.

이번 여름에 벌어진 휴가 대전의 배경에는 여러 요소가 있지만 각 상가 별 주력 상품의 특색과 고객에 대한 정보가 중요한 변수였을 것이다. 내수 고객, 온라인 고객, 바이어에 따라서 선호하는 상품이 다양하게 분류된다. 동대문 상권을 찾는 바이어 중에 가장 많고 또 큰손이라 하면 중국 바이어이다. 필자와 오랜 친분을 유지하고 있는 중국 바이어는 "잘 만든 수입산보다 평범한 한국산이 낫다."라고 했다. 아울러 "한국 원자재로 한국에서 만들고 가격이 지나치게 높지만 앓다면 최고다."라고도 했다. 바이어 입장의 얘기지만 명심해야 할 것이다. 물론 현재 우리 상권은 국내산보다 OEM, ODM을 유통하는 비율이 훨씬 높다. 규모의 요소와 다양성의 요소가 공존해야 상권이 유지된다. 어느 한쪽이 아닌 상권의 구성비가 중요하다. 그래서 "차별화된 디자인으로 브랜딩하라."는 맞고 또 틀린 얘기다.

8월 첫째 주와 둘째 주가 무슨 차이가 있겠냐고 하겠지만 개별 상가의 입장에서 고려해야 할 요소가 많다. "일주일이라도 더 팔고 가야 재고가 줄어든다."와 "출시와 기획 등 우리 상가의 고객에 맞추려면 휴가가 빨라야 한다."는 판단의 문제다. 작년까지는 판단에 앞서 상권과 함께하는 것을 선택했거나 맞춰줬다면 올해는 개별 상가의 특성에 맞춰 판단하고 결정했다는 것이다. 따라서 어느 쪽에서 선택한 휴가 일정이 옳았다는 판단은 의미가 없다.

다만, 이번 여름 상권의 휴가는 2주간 계속되었다는 사실을 명심해야 한다. 일주일씩 나뉘었지만 결국 2주간 상권이 텅텅 비었다. 상권은 상가뿐 아니라 사입, 물류, 온라인, 화물 등 다양한 연관 업계가 유기적인 공생 관계를 갖고 있다. 고려할 요소가 많다. 잠시 수면 아래로 내려간 영업시간의 문제도 다시 떠오를 것이다. 상가가 아닌 상권이 고민해야 할 예민한 이슈가 쌓여가고 있다.

명품업체도 백화점도 아닌 우리가 여전히 상권에 있을 수 있는 힘은 "규모와 축적된 역량과 생태계를 가진 제조 기반의 유통산업지"이기 때문이다. 휴가는 끝났다. 테이블을 준비하고 다 함께 마주해야 한다.

“상권은 상가뿐 아니라 사입, 물류, 온라인, 화물 등 다양한 연관 업계가 유기적인 공생 관계를 갖고 있다. 고려할 요소가 많다. 잠시 수면 아래로 내려간 영업시간의 문제도 다시 떠오를 것이다. 상가가 아닌 상권이 고민해야 할 예민한 이슈가 쌓여가고 있다.”

까지 오롯이 국내에서 진행한 대한민국의 소상공인들이 일궈놓은 K-패션의 발원지이다.

국내 중소기업을 위해 설립된 홈쇼핑에서 판매하는 상품 중 국내에서 제조한 비율이 얼마나 될까? 혹은 국내 상위 패션기업들의 국내 생산 비중은 얼마나 될까? 동대문 도매 상권은 60여 년간 일감 공급, 고용 창출, 원부자재 사용, 온오프라인 상품 공급, 창업자 양성고 물류까지 패션산업 생태계를 선순환시키는 기능을 해온 제조 산업지이다. 제조업이 떠나면 기계와 설비, 원자재와 물류, 그리고 마지막엔 유통까지 사라지게 된다. 동대문 도매 상권이 기업이라면 2025년에도 매출액 기준으로 여전히 우리나라 최상위 패션기업에 속할 것이다. 곧 망할 것처럼 공실이 늘고 매출이 줄어도 동대문 도매 상권은 여전히 힘이 있다. 현재 동대문 상권에서 유통되는 상품의 수량과 매출액을 함께 고려한 원산지 비율은 수입산이 60%, 국산이 40% 정도 될 것이다. 특히 동대문 상권의 총매출 중 30% 정도를 차지하는 수출 상품은 바이어들의 선택으로 대부분 메이드 인 코리아(made in korea)이다. 우리 상권은 메이드 인 코리아 매출만으로도 국내 최대 패션기업의 반열에 오르기 충분하다. 이 또한 상권의 힘이다. 그리

NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

쉽고 빠르게!



믿을 수 있는 K-Fashion
정품인증 APP을 만나보세요!

블록체인 기반으로 설계된 QR코드와 NFT를 이용하여
K-Fashion (made in korea)정품 인증 서비스를 제공하는 시스템

QR코드 방식의 인증라벨을 부착한 상품을 구매한 소비자가
전용 앱을 이용하여 디지털 자산(NFT)으로 인정을 받는 방식

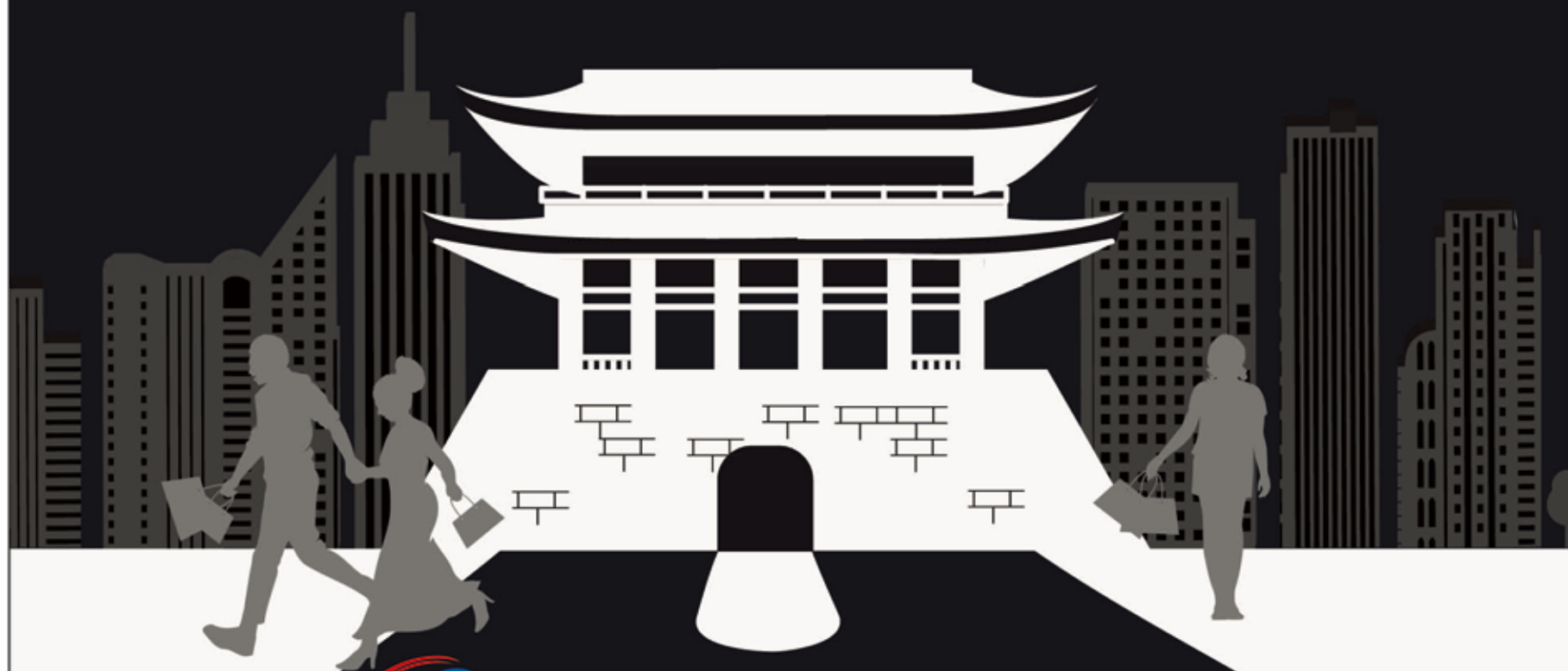
디지털 신기술을 활용하여 K-Fashion 제품의 글로벌 온-오프라인
판로 확대와 소비자, 패션산업 보호를 위하여 정품 인증 시스템 개발



GET IT ON
Google Play



Available on the
App Store



V-커머스 스튜디오

V COMMERCE STUDIO

서울시가 패션 소상공인의 온라인 비즈니스를 지원하기 위해 만든 무료 촬영 스튜디오입니다. 패션 및 뷰티 관련 제품 사진 촬영과 라이브 커머스, 오르빗뷰 장비를 활용한 360도 누끼 촬영, 3x3m 부스 안에서 진행되는 뷰티 라이브 커머스까지 다양한 서비스를 제공합니다.

매달 정기적으로 오르빗뷰 장비 사용법, 카메라 촬영, 라이브 커머스 기초 교육까지 알려드리는 프로그램도 운영하고 있으니, 관심 있으신 분들은 아래 QR 코드를 통해 신청해 주세요!

This is a free photography studio established by the Seoul Metropolitan Government to support fashion small businesses with their online ventures. It offers a wide range of services including product photography for fashion and beauty items, live commerce broadcasting, and 360-degree background removal shots using Orbitvu equipment. A 3x3m booth is also available for beauty live commerce shoots.

We also provide monthly training sessions covering Orbitvu equipment, camera operation, and the basics of live commerce. If you're interested, please scan the QR code below to sign up!



스튜디오 예약



정기 교육 신청

촬영 스튜디오 공간 대여
카메라·조명 장비 렌탈
360도 촬영기기 이용
매달 정기 교육 운영

서울 중구 마장로22 DDP패션몰 4층
02-6270-1333
운영시간 10:00-22:00
(스튜디오 마감 PM 21:30)
주말 및 공휴일 휴관