



### 04 커버스토리

DDP 주변 재개발 통해 글로벌 복합 상권 개편

### 07 포커스

바이어라운지, AI 패션 플랫폼 '프로맥스' 무료 오픈

### 08 줌인

서울시 최초 건어물 업종 '백년가게' 평화시장에 뒀다



내편중구

모델컷 프롬프트 제공 사이트

## PROMAX

복사하고,  
붙여 넣고,  
당신의 옷을 화보로.

복사 > 붙여넣기 > 모델컷 완성

- 1 PROMAX에서 프롬프트 복사
- 2 GPT 또는 Gemini에 붙여넣기 + 옷 이미지 첨부
- 3 화보 같은 AI 모델컷 완성!

GPT / Gemini (프롬프트 붙여넣기)

프롬프트 복사 > 모델컷 생성

전문가가 만든 고품질 프롬프트 | 원클릭 복사 간편한 사용 | 카카오톡 친구 추가 1:1 대화 링크 요청 | PROMAX 접속

서울 중구 미장로22 DDP첨선빌 4층 바이어라운지 | 서울중구 | aboutdfwm@naver.com 010-4313-8720



S&J



ARISU

# V COMMERCE STUDIO

V커머스 스튜디오는 서울시가 패션 소상공인의 온라인 비즈니스를 지원하기 위해 운영하는 무료 촬영 스튜디오로, 패션·뷰티 제품 사진 촬영부터 라이브 커머스 오르빗뷰 장비를 활용한 360도 제품 촬영까지 다양한 콘텐츠 제작 환경을 제공합니다.

- 제품 및 모델 촬영 목적의 스튜디오 대여
- 카메라, 렌즈, 조명 등 촬영 장비 렌탈
- 풀사이즈 배경지(2.72m)와 마네킹 구비
- 라이브 커머스 촬영 공간 대여
- 3M 대형 스테이지 및 360도 촬영 기기(오르빗 뷰) 이용 가능

운영 시간 : 오전 9시 30분 - 오후 9시 30분 (주말 및 공휴일 휴관)

위치 안내 : 서울특별시 마장로 22 DDP패션몰 4층

이용 대상 : 뷰티 & 패션 관련 사업자를 보유한 기업, 학교, 단체

※ 사업자등록증 소지 필수



## 상상력으로 채워진 'DDP 어린이 디자인 페스티벌'

아이들의 상상력과 창의성이 DDP를 가득 채웠다. 곡선의 건축물은 아이들의 상상력을 자극했고, 광장은 자원 순환을 배우는 체험장이 되었다. 공원은 놀면서 창의력을 발휘하는 열린 무대가 되었으며, 잔디언덕은 가족이 함께 쉬며 책을 읽는 야외 도서관으로 변신했다.

서울디자인재단(대표 차강희)이 지난 5월 2일부터 5일까지 동대문디자인플라자(DDP) 일대에서 개최한 'DDP 어린이 디자인 페스티벌'이 나흘간 24만 명이 방문하며 성황리에 끝났다. 특히, 올해는 '어린이 하루가 완성되는 DDP랜드'를 콘셉트로, 놀이와 창작, 휴식, 자원 순환 교육을 한데 엮은 가족형 디자인 축제로 꾸며져 많은 관심을 받았다. 사진제공 : 서울디자인재단



장난감 기부하고 교환하는 자원 순환 체험 <코끼리 장난감 스테이션>



DDP에 세워진 커다란 스케치북 <생각 디자인 캔버스>



가족이 함께 쉬며 책을 읽는 <DDP 미니 서울야외도서관>



장난감과 함께 떠나는 <여행 장난감 미니버스>



가족이 함께 도전하는 <챔피언 어린이 챌린지>



### 표지 설명

동대문 패션상권을 단순한 의류 도소매 시장을 넘어 관광·문화·신산업이 결합된 글로벌 복합 상권으로 개편하기 위한 청사진이 나왔다. 이번 호에서는 서울시와 중구가 최근 발표한 'DDP 1·2·3구역 도시정비형 재개발사업 정비구역 지정 및 정비계획 결정(안)'을 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @Designed by Freepik)

등록번호 종로 라00563 발행일 2026년 6월 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



## ■ DDP 주변 재개발사업 정비구역 지정 및 정비계획(안)

# 패션 넘어 관광·문화·신산업 결합된 글로벌 복합 상권 개편

동대문 패션상권을 단순한 의류 도 소매 시장을 넘어 관광·문화·신산업이 결합된 글로벌 복합 상권으로 개편하기 위한 청사진이 나왔다. 서울시와 중구는 최근 'DDP 1·2·3구역 도시정비형 재개발사업 정비구역 지정 및 정비계획 결정(안)'을 마련, 토지 등 소유자들에게 안내문을 발송하는 한편 홈페이지에 공고, 4월 30일부터 5월 30일까지 열람하도록 했다.

### 공간 구조 개편… 용적률 인센티브도

이번에 공개된 정비계획의 가장 큰 변화는 규제 중심 틀을 깨는 것이다. 이를 위해 기존의 '동대문역사문화공원 주변 지구단위계획구역(약 58만㎡)'을 폐지하고, 실질적인 개발과 정비가 가능하도록 DDP 1·2·3구역 중심의 도시정비형 재개발 체계로 전면 전환했다.

총 대상 면적(약 34만 3,896㎡)을 구역별로 보면 △DDP 1구역(17만 7,003㎡): 기동본부 제외 밀리오레, 굿모닝시티 등 대형 상권 포함 △DDP 2구역(4만 8,203㎡): 신당동 패션거리 일대 등 특성 유지·관리 △DDP 3구역(11만 8,689㎡): 맥스타일, 디오트 등 대형 도매 상권 중심 등으로 구분된다.

각 구역 특성에 따라 일반정비지구, 소단위정비지구, 소단위관리지구, 존치지구 등으로 세분화해 단계적·맞춤형 개발을 유도한다는 계획이다. 맥스타일, 디오트, 동대문패션비즈니스센터 등은 현재

존치지구로 포함됐다.

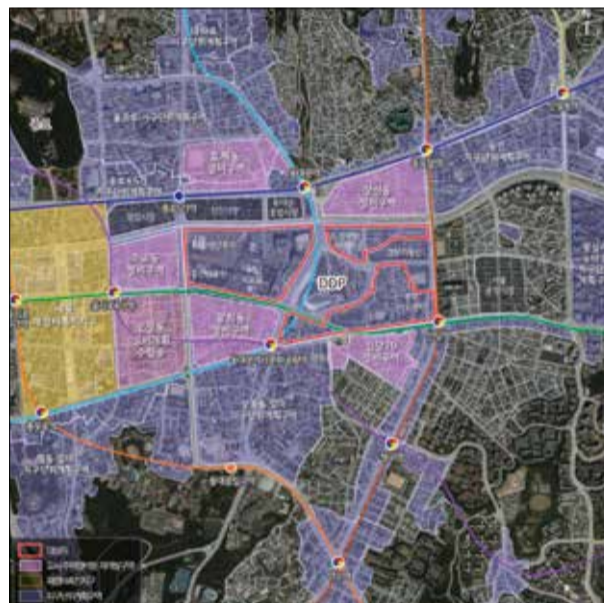
과격적인 용적률 인센티브와 규제 완화도 특징이다. 온라인 쇼핑 확대와 상가 공실 증가 등 유통 환경 변화에 대응할 수 있도록 과감한 건축 인센티브를 제공하고, 일반상업지역 기준으로 기본 용적률 600%에서 허용 용적률 880%까지 완화되며, 공공기여에 따라 상한 용적률 인센티브가 추가 적용된다.

또한 공연장, 박물관, 미술관, 영화관 등 문화 인프라 호텔, 관광편의시설, 뷰티·패션 관련 시설, 엔터테인먼트 기업을 유치할 경우 용적률 혜택을 준다. 특히, 공연장을 설치하면 건축물 높이 제한도 추가로 완화하도록 했다. 장충단로변 일반정비지구를 중심으로 저층부에 체험형 엔터테인먼트 공간이나 미디어파사드를 설치할 경우에도 인센티브가 주어진다.

DDP 주변 환경을 걸어서 즐기기 좋은 자연 친화적 공간으로 바꾸는 것도 핵심 내용이다. 훈련원공원과 연계해 단절되었던 녹지와 보행 체계를 촘촘하게 연결하고, DDP 3구역 등을 중심으로 동대문역사문화공원역 지하철역 및 을지스타몰(지하상가)과 바로 이어지는 지하 보행전용도로를 계획, 지상 공원 하부와 상권을 입체적으로 연결하도록 되어 있다.

### 'K-컬처글로벌 무대' 패러다임 전환

무엇보다 이번 계획안의 궁극적인 지



DDP 주변 재개발사업 정비계획 위치도. 중구청 공람자료 캡처.

향점은 동대문의 체질 개선이다. 동대문이 가진 전통적인 패션·물류 인프라 위에 K-콘텐츠, 뷰티, 문화, 엔터테인먼트 기업을 접목해 글로벌 관광객이 머무르는 '관광·문화·체류형 복합 상권'을 만들겠다는 취지다. 반면 신당동 패션거리 일대(DDP 2구역 주변)는 기존의 창고형 소매 점포와 물류창고 중심의 골목상권 및 야간 활력을 유지·관리하는 방향으로 균형을 잡았다.

이번 정비계획안은 동대문 일대에 대규모 민간 개발 동력을 불어넣기 위한 공공의 '가이드라인'이다. 다만 동대문 상권 특성상 상가 내 구분소유 구조가 매우 복잡하고 이해관계 조율이 까다롭기 때문에 실제 구체적인 사업계획 수립

과 착공까지는 상당한 시일이 걸릴 것이라는 전망도 있다.

DDP 재개발 계획과 인근 경찰 기동본부 부지 이전 및 훈련원공원 개발도 관심 사항이다. 이번에 발표된 DDP 1·2·3구역 도시정비형 재개발 정비계획(안)은 단지 개별 민간 상가들을 허물고 높이 올리는 사업이 아니다. 동대문 일대의 가장 큰 숙제이자 핵심 국공

유지인 '경찰 기동본부 부지'와 인근 '훈련원공원'의 대대적인 변화를 염두에 두고, 주변 상권과 공간적으로 강하게 연계되도록 설계된 융합형 계획이다.

현재 DDP 바로 옆, 동대문 상권 한복판을 차지하고 있는 경찰 기동본부(약 1만 4천㎡)는 그동안 상권의 흐름을 뚫어놓는 단절의 벽이었다. 이번 DDP 1·2·3구역 정비계획 구역도에서 기동본부 부지 자체는 일단 제외됐다. 이는 해당 부지가 국공유지(기재부·경찰청 소유)로서 별도의 국가 주도 개발 절차를 밟기 때문이다.

### 기동본부 이전·훈련원공원 개발 연계

기동본부 이전 시 비워진 자리에는

패션·뷰티·바이오 등이 결합된 신산업 및 K-컬처 거점이 들어설 예정이다. 이번 DDP 재개발 계획에서 문화·관광·엔터테인먼트 업종 유치 시 파격적인 용적률 인센티브(기본 600% → 허용 880%)를 주는 이유가 바로 이 기동본부 부지에 들어설 신산업 인프라와 민간 상가들이 시너지를 내도록 발맞추기 위한 의도로 풀이된다.

또한, 서울시가 추진하는 도심 녹지축 개발 기조에 따라 콘크리트로 둘러싸인 동대문 시장 일대에 대규모 숲과 산책로가 스며들게 된다. DDP 가로변과 상업지역 내부의 민간 재개발 시 의무적으로 확보해야 하는 개방형 녹지 및 공개공지들을 인근 훈련원공원의 녹지축과 강제로 연계하도록 지침이 정해졌기 때문이다. 시민들과 관광객들이 DDP에서 나와 훈련원공원을 거쳐 을지로, 종로 일대까지 끊어짐 없이 자연을 지니며

걸어 이동할 수 있는 도심 속 거대한 보행-녹지 네트워크를 구축하게 된다.

민간 상권(DDP 1·3구역)과 기동본부, 훈련원공원은 지상뿐만 아니라 지하 공간을 통해서도 완벽하게 하나로 융합된다. DDP 3구역(맥스타일, 디오트 주변) 등을 중심으로 동대문역사문화공원역 지하철역 및 을지스타몰(지하상가)에서 훈련원공원 하부까지 바로 이어지는 지하 보행로를 뚫기 때문이다. 이 지하 보행로를 통해 관광객들은 야간이나 곳은 날씨에도 DDP, 민간 대형 쇼핑몰, 그리고 향후 기동본부 부지에 들어설 문화시설과 훈련원공원까지 입체적으로 이동할 수 있게 된다.

경찰 기동본부 부지가 이전을 통해 동대문에 부족했던 핵심 문화·신산업 앵커 시설 역할을 맡고, 훈련원공원이 배후에서 거대한 푸른 녹지 쉼터를 제공하면, DDP 1·2·3구역 재개발 사업을



DDP1·2·3 구역 조감도(예시). 중구청 공람자료 캡처.

통해 민간 상가들이 용적률 인센티브를 받아 저층부에 체험형 공간을 만들고, 이 세 공간을 지상 녹지 축과 지하 보행로로 촘촘하게 엮어내는 구조다. 공공부지(기동본부·공원)의 전면 개편 속도

에 맞춰 민간 상권도 함께 고밀 개발할 수 있도록 판을 깔아준 종합 마스터플랜이라고 볼 수 있다.

※이 글은 생성형 AI 제미니의 도움을 받아 작성했습니다.

## 구역별 정비수법과 업종 유치 계획

이번에 발표된 'DDP 1·2·3구역 도시정비형 재개발사업 정비구역 지정 및 정비계획 결정(안)'의 구역별 특성에 따른 정비수법(지구 분류)과 권장·유치 업종의 구체적인 가이드라인을 정리하면 다음과 같다.

### 1. 구역별 정비수법(정비유형 분류)

이번 계획안은 대상지를 일괄적으로 허물고 아파트나 대형 빌딩을 짓는 방식이 아니다. 상권의 성격과 필지 규모에 따라 네 가지 정비유형(일반정비, 소단위정비, 소단위관리, 존치)으로 세분화했다. <표>참조

다만, 향후 노후화 진행 및 주민 동의율 확보에 따라 일반정비지구로 전환하여 단계적으로 고밀 개발할 수 있는 길을 열어두었다.

### 2. 구역별 구체적인 업종 유치(용도 계획)

기존 동대문 상권이 '의류 제조·도소매'라는 단일 업종에 치우쳐 글로벌 경쟁력을 잃어갔다는 진단에 따라 이번 계획안은 '패션·뷰티 융합 신산업'과 '체험형 문화·관광 업종' 유치에 초점을 맞추고 파격적인 용적률 인센티브를 연계했다.

① DDP 1구역(장충단로변 소매 거점) → K-컬처 및 엔터테인먼트 중심

△핵심 유치 업종: 공연장, 전시장(박물관, 미술관), 영화관 등 대형 문화·집회시설과 글로벌 유통을 위한 호텔 및 관광편의시설.

△신산업 유치: 패션테크(IT+패션), 뷰티·디자인 연구소, 기획사 및 엔터테인먼트 기업 본·지사 유치.

△저층부 특화: 가로변 저층부에는 야간 상권 활성화를 위한 체험형 플래그십 스토어, 미디어파사드를 활용한 디지털 쇼핑 공간을 유치할 경우 인센티브를 극대화한다.

② DDP 2구역(신당동 이면부) → 도심 제조 네트워크 및 로컬 브랜드 육성

△핵심 유치 업종: 동대문의 뿌리인 패션 제조·기획 기반을 지키기 위해 의류 샘플 작업실, 패턴실, 소규모 봉제공장, 물류창고 등의 용도를 유지·보호한다.

△신규 유치 업종: 청년 디자이너 아틀리에(공방), 소규모 편집숍, K-푸드 관련 식음료(F&B) 골목상권 활성화 업종.

③ DDP 3구역(도매 상권 거점) →

구역명	주요 대상지 특징	핵심 정비수법 및 방향
DDP 1구역 (17만 7,003㎡)	밀리오레, 굿모닝시티, 헬로apM 등 대형 소매 상권 및 장충단로변 중심 (경찰기동본부 배후 구역)	* 일반정비지구 중심: 대형 필지들을 전면 재개발하여 고밀 복합화(허용 용적률 880% 적용)할 수 있는 판을 깔아준다. * 장충단로변은 전면적인 외관 개선과 저층부 개방 공간 확보를 유도한다.
DDP 2구역 (4만 8,203㎡)	마장로 45 일대, 신당동 패션거리 및 이면부 골목상권	* 소단위정비 및 소단위관리지구 중심: 대규모 철거를 지양하고, 기존의 좁은 골목길과 필지 규모를 유지한다. * 개별 건축주의 자율적인 신축·개축을 지원하면서도 도로 확장이나 주차장 확보 등 공공 기반시설만 맞춤 정비한다.
DDP 3구역 (11만 8,689㎡)	맥스타일, 디오트, 청평화 등 전통적인 대형도매 상권 중심	* 존치지구 및 단계적 일반정비: 현재 활발히 영업 중인 맥스타일, 디오트, 동대문패션비즈니스센터 등은 일단 '존치지구'로 묶어 기존 영업권을 보장한다.

출처: 제미니AI

### 글로벌 B2B 패션·물류 고도화

△핵심 유치 업종: 야간 도매 시장의 특성을 극대화할 수 있는 스마트물류 시스템(지하 연계형 배송 인프라) 및 글로벌 바이어 전용 비즈니스라운지.

△융합 업종: 온라인 라이브 커머스 스튜디오, 글로벌 패션 스타트업 공유 오피스 등 전통 도매에 '디지털 판매 인프라'를 이식하는 업종을 권장한다.

중요한 것은 서울시가 특정 업종을 강제로 지정하는 방식이 아니다. 민간 시행자가 건물을 지을 때 위에 언급된 문화시설(공연장 등)이나 패션·뷰티 권장 업종을 연면적의 일정 비율 이상 도입하면, 기존 용적률(600%)을 넘어 최대 880% 이상까지 건물을 더 높이 지을 수 있게 설계하여 민간의 자발적인 업종 전환을 유도하는 것이 이번 정비계획안의 핵심 전략이다.

## ■ 중국 상장사 쿠티스마트, apM그룹 지분 인수 추진 中 자본력·제조 인프라 동대문 도매 생태계 정조준

최근 중국의 의류 제조 기업인 쿠티스마트(Kutesmart·酷特智能)가 동대문 패션타운의 최대 기업인 apM그룹 지분 인수를 추진 중이라는 소식이 전해지면서 인수 배경에 관심이 쏠리고 있다. 쿠티스마트의 apM그룹 지분 인수는 중국의 자본력과 제조 인프라가 동대문의 핵심 도매 생태계를 직접 정조준했다는 점에서 시사하는 바가 크다.

### 양사 올 3월 중순 양해각서 체결

중국 선전증권거래소 상장사인 의류 스마트 제조 기업 쿠티스마트와 동대문 3개 상가에 1,000개가 넘는 매장을 보유하고 있는 apM그룹은 올해 3월 중순 지분 인수를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다. 양해각서 효력은 2026년 12월 31일까지로, 7월 말 이전에 거래 대금 지급과 인도를 마무리하는 것을 목표로 하고 있다.

인수 방식은 쿠티스마트 자회사인 아이자국제를 통해 apM, apM Luxe, apM PLACE를 운영·관리하는 주요 법인 13곳의 지분 50%(지배지분)를 현금으로 인수하는 방식이다. 총 거래 예상액은 약 5억 위안(한화 약 950억~1,080억 원) 수준으로 전해지고 있다.

인수가 최종 완료되어 지분 50%를 확보하면, apM그룹 주요 법인들은 쿠티스마트의 연결재무제표 범위(자회사)에 편입된다. 이에 대해 apM그룹 관계

자는 “쿠티스마트와는 MOU만 체결된 상태로 현재 구체적인 계약은 진행되고 있지 않고 있다”고 밝혔다.

### 쿠티스마트의 동대문 진출 목적

쿠티스마트는 맞춤형 의류를 대량 생산하는 스마트 제조와 자체 AI 기술을 보유한 기업이다. 특히, 시장 수요 분석부터 디자인, 제조, 배송까지 전 과정을 처리하는 자체 ‘AI 에이전트’ 시스템을 갖추고 있다. 이번 apM그룹의 지분 인수는 동대문이라는 거대한 패션 허브를 이 기술의 첫 해외 테스트베드이자 상용화 기지로 삼겠다는 계획의 일환으로 추진된 것으로 알려지고 있다.

특히, 동대문이 가진 트렌디한 캐주얼 패션 디자인 역량과 브랜드 운영 노하우를 확보해 자사의 글로벌 트렌드 의류 사업 확장에 속도를 내겠다는 의도로 풀이된다. 중국 제조 인프라와의 결합도 이유 중 하나다. 자사의 압도적인 생산·제조 우위를 동대문 공급망과 결합해 시너지를 내기 위한 목적이 포함되어 있다.

apM그룹은 동대문 패션 도매시장의 상징적인 대형 기업인만큼, 이번 지분 매각 추진 소식에 업계의 긴장감이 높아지고 있다. 먼저, 자본 유입이라는 긍정적인 면과 기술·디자인 유출이라는 부정적인 면이 공존하고 있다. 1,000억 원 규모의 중국 자본과 AI 시스템이 유



중국의 의류 제조 기업인 쿠티스마트가 apM그룹의 지분 인수를 추진하고 있어 관심이 모아지고 있다. 사진은 apM Luxe 앞 쇼핑객들 모습.

입되어 동대문의 디지털 전환이나 글로벌 물류 시스템이 고도화될 수 있다는 기대가 있는 반면, 동대문 생태계의 핵심 자산인 ‘K-패션 디자인 및 트렌드 기획력’이 중국 제조 플랫폼에 통째로 흡수되는 게 아니냐는 우려도 있다.

### 동대문 상권에 미칠 파장과 우려

만약 인수가 완료되어 apM이 중국 상장사의 자회사가 된다면, 상가 임대·운영 체제뿐만 아니라 동대문 도매상들의 중국 공급망(생산 인프라) 의존도가 더욱 심화될 가능성도 있다. 디자인부터 생산까지 한 곳에서 이뤄지던 세계 유일의 패션 메카 동대문이 이제는 중국옷이 거쳐 가는 통로로 변하는 것이다.

동대문 도매상인은 “동대문의 심장인 봉제 공장들이 다 멈추게 될 것이다. 밤

새 재봉틀 돌리며 아침에 바로 신상 뽑아내던 동대문 특유의 활기는 사라지고, 그 자리를 중국산 대량 생산 제품들이 채울 것이다. 생산 기반이 없는 디자인은 결국 모래성이나 다름없다. 동대문 상인들은 옷을 만드는 사람이 아니라 중국 공장 물건을 대신 떼다 파는 수입 대행업자로 전락할 판이다”라고 말했다.

쿠티스마트의 apM그룹 지분 인수가 만약 계획대로 진행된다면 올해 7월을 기점으로 동대문 도매시장의 글로벌 공급망 지형에 매우 큰 변화가 찾아올 것이다. apM그룹 관계자가 현재 구체적인 계약은 진행되고 있지 않다고 밝힌 만큼 무산될 수도 있다. 하지만 동대문 패션타운이 침체 국면을 벗어나지 못 하고 있어 중국 자본의 동대문 진출은 시간문 제라는 것이 상권 관계자들의 시각이다.

## AI 운영 시스템 ‘에이피엠Zoom ai’ 공개

apM그룹이 최근 내부 행사를 열고 상인을 위한 인공지능(AI) 기반 운영 시스템 ‘에이피엠Zoom ai(apmzoom ai)’를 공개했다. 이번에 선보인 에이피엠Zoom ai는 상품 선정과 등록, 다국어 소통, 고객 관리, 주문 처리, 거래 협업 등 상인의 주요 업무를 자동화하는 데 초점을 맞췄다. 단순 질의응답이나 고객 응대 중심의 기존 AI 도구와 달리 실

제 운영 과정에 직접 개입하는 형태라는 것이 회사 측 설명이다. 상품 선정, 상품 등록, 다국어 소통, 고객 운영, 주문 처리 및 거래 협업 등 핵심 업무를 자동으로 수행한다.

apM그룹은 해당 시스템에 ‘로컬 노드+프라이빗 에이전트’ 구조를 적용했다고 밝혔다. 각 상인의 AI 에이전트가 로컬 기기 또는 개별 환경에서

운영되는 방식으로, 데이터 보안과 응답 속도, 거래 정보 보호 등을 고려했다는 설명이다. 도매무역, 크로스보더(국경 간) 거래, 다국어 커뮤니케이션 환경에서 활용성을 높이는 데 중점을 뒀다. 회사는 향후 상

인별 AI 에이전트가 연결되는 협업 네트워크 구축도 추진할 계획이다. 이를 통해 수요 매칭, 주문 연동, 공급망 협



업 등을 자동화하는 구조를 구상하고 있다. 에이피엠Zoom ai는 5월 중순부터 도매시장에 적용되기 시작했다.



▲ '프로맥스' 포스터.  
▶ DDP패션몰 4층에 위치한 동대문 바이어라운지에서 도매상인들이 '프로맥스'를 활용한 AI 교육을 받고 있다.



## ■ 바이어라운지, AI 패션 플랫폼 '프로맥스' 무료 오픈 상인 대상 AI 교육 바탕 '맞춤형 프로그램' 개발

매일 최신 트렌드 반영한 '새로운 프롬프트' 업데이트  
모바일·PC 환경 최적화로 매장 내 작업 편의성 극대화

동대문 패션 상권 활성화의 거점인 '동대문 바이어라운지'가 최근 동대문 상인들이 부담 없이 고품질의 가상 모델 컷을 제작할 수 있도록 돕는 AI 패션 프롬프트 플랫폼 '프로맥스(PROMAX)'를 공식 오픈하고 무료 서비스에 들어갔다.

이번에 선보인 프로맥스는 바이어라운지가 그동안 현장에서 상인들을 대상으로 진행해 온 '생성형 AI 1대1 맞춤형 교육'에서 얻은 생생한 인사이트를 바탕으로 탄생했다. 라운지 측은 상인들과 직접 밀착 교육을 진행하는 과정에서 복잡한 명령어(프롬프트) 입력 장벽으로 기술 도입에 어려움을 겪는 상인들의 애로사항을 정조준 해 이번 프로그램을 직접 기획·개발했다고 밝혔다.

프로맥스는 일종의 'AI 패션 템플릿 카탈로그'로, 상인들이 이미 사용 중인 생성형 AI 툴을 활용해 손쉽게 원하는 결과물을 얻을 수 있도록 가교 역할을 한다. 특히, 빠르게 변화하는 패션 트렌

드에 발맞춰 전문가들이 설계한 새로운 패션 프롬프트를 매일매일 업데이트해 제공한다. 상인들은 매일 사이트를 방문해 최신 유행 스타일의 샘플 이미지를 확인하고 마케팅에 즉시 활용할 수 있다. 또한, 스마트폰뿐만 아니라 PC(개인용 컴퓨터) 환경에 완벽하게 최적화되어 있어 매장 컴퓨터를 통해 넓은 화면에서 보다 정교하고 신속하게 대량의 상품 콘텐츠를 작업할 수 있도록 편의성을 극대화했다.

서비스 이용을 원하는 상인들은 QR 코드를 스마트폰으로 스캔해 즉시 프로맥스에 접속할 수 있으며, 카카오톡에서 동대문바이어라운지 채널을 검색해 1대1 친구추가를 한 뒤 링크를 요청해도 주소를 바로 받아볼 수 있다. 이용 방법은 보는 즉시 따라 할 수 있을 만큼 직관적이고 간단하다. 상인들은 아래 '초간단 3단계 과정'을 통해 매장에서 누구나 고품질 모델컷을 만들어낼 수 있다.

[1단계] 마음에 드는 샘플 스타일 고르기: '프로맥스' 사이트에 접속해 매일 업데이트되는 고품질 화보들을 둘러보고, 내 옷과 가장 잘 어울리는 이미지 하단의 '프롬프트 복사' 버튼을 클릭한다.

[2단계] 평소 쓰던 AI 툴(챗GPT·제미나이) 실행하기: 새로 앱을 깔 필요 없이 본인이 평소 사용하거나 스마트폰·PC에 설치된 챗GPT(ChatGPT)나 제미나이(Gemini) 대화창을 연다.

[3단계] 프롬프트 붙여 넣고 '내 옷 사진' 첨부하기: 복사한 프롬프트를 대화창에 '붙여넣기(Ctrl+V)' 한 뒤 내 매장에서 직접 찍은 '옷 사진'을 첨부해 전송한다. 단 몇 초 만에 내 옷을 입은 스튜디오 가상 모델 화보가 완성된다.

바이어라운지는 동대문 상인이라면 누구나 조건 없이 프로맥스를 이용할 수 있도록 서비스를 제공하고 있다. 스마트폰이나 PC 활용이 서툰 상인들도 현장에서 즉시 매출에 활용할 수 있도록 라운지 내 인력을 통해 상시 1대1 맞춤형 교육 지원을 지속할 방침이다.

바이어라운지 관계자는 "현장에서 상인들과 1대1로 직접 눈을 맞추며 교

육을 하다 보니 이분들에게 꼭 필요한 프로그램이 무엇인지 절실히 느껴져 프로맥스를 만들게 됐다"며 "매일 새로운 프롬프트가 업데이트되고 PC 작업에 최적화된 만큼 상인들이 일과 중에도 가장 쉽고 빠르게 고품질 콘텐츠를 만들어 실질적인 매출 상승을 이룰 수 있을 것"이라고 강조했다. 이어 "현장에서 늘 함께 호흡하며 동대문 상권이 디지털 시대의 글로벌 패션 메카로 도약할 수 있도록 현장에서 함께 하겠다"고 덧붙였다.

한편, DDP패션몰 4층에 위치한 바이어라운지는 중구청이 운영하는 다목적 패션 커뮤니티 공간으로, 동대문 상인과 국내외 바이어의 연계를 돕고 라이브커머스 제작을 위한 장비와 공간 대여 등을 지원한다.

동대문 시장의 우수 제품 등을 전시·홍보하는 쇼룸이자 비즈니스 미팅 공간 역할도 하고 있다.

바이어라운지는 이번 프로맥스 서비스 오픈을 기점으로 상인들의 디지털 경쟁력을 강화하고 상권 활성화를 도모하는 다양한 테크 연계 프로그램을 지속해서 확대해나갈 계획이다.

## ■ 평화시장 건어물 전문 팝업스토어 ‘어부의 그물질’ 서울시 최초 건어물 업종 ‘백년가게’ 평화시장에 뒀다

평화시장 상인연합회와 시장 활성화 위해 업무협약  
2층 가열 176호에 위치...5월 4일~7월 말까지 운영

평화시장에 건어물 전문 팝업스토어 ‘어부의 그물질’이 오픈했다. 평화시장 상인연합회(회장 박용성)는 대유수산(대표 이예지)과 업무협약(MOU)을 맺고 5월 4일부터 7월 31일까지 평화시장 내에 건어물 전문 매장 ‘어부의 그물질’을 운영하기로 했다.

대유수산의 ‘어부의 그물질’은 60여 년의 역사를 지닌 국내 최대 규모의 건어물 전문 도·소매시장인 서울 중부시장에 위치한 건어물 전문점이다. 지난해 6월에는 서울시 최초로 건어물 분야 ‘백년가게’로 선정되면서 주목을 받았다.

백년가게 제도는 중소벤처기업부가 30년 이상 한자리에서 안정적으로 운영해 온 소상공인을 발굴하고 지역 상권의 지속 성장 모델로 육성하기 위해 도입한 정책이다. 운영 연속성, 제품 품질, 경영 역량, 지역 기여도 등을 기준으로 심사하며, 선정된 점포에는 현판 제공, 정책자금 우대, 컨설팅, 홍보 지원 등이 제공된다.

평화시장 상인연합회가 ‘어부의 그물질’과 손잡고 평화시장 내 팝업스토어를 연 것은 시장 활성화 차원에서 이루어졌다. 동대문 상권 침체로 평화시장에도 공실이 늘어나면서 의류가 아닌 타 업종 상품의 입점으로 시너지 효과가 날 수 있다는 판단 아래 중부시장에서 전통 있고, 온·오프라인 판매에서 성공을 거두고 있는 ‘어부의 그물질’을 섭외해 추진한 것.

박용성 상인연합회 회장은 “시장 활

성화를 위해 의류와 시너지를 낼 수 있는 품목을 고민하던 중 중구 관내 행사에서 ‘어부의 그물질’이 건어물을 여러 차례 완판하는 모습을 보고 팝업스토어 오픈을 제안했다”며 “평화시장 매장 전 주부와 손님들 중에는 중장년층 여성들이 많아 건어물이 판매 품목으로 적합하다고 봤다”고 말했다.

평화시장 내 ‘어부의 그물질’은 2층 가열 176호에 자리 잡고 있다. 판매 품목은 멸치류, 건어물(오징어, 한치, 진미채 등), 해태류(곱창돌김, 재래김, 구운김 등), 해조류(각종 미역, 다시마채, 미역자반 등), 견과류 등 다양하다. 팝업스토어 인만큼 기존 가격보다 저렴하게 판매해 고객들의 발길이 이어지고 있다.

상인연합회는 ‘어부의 그물질’ 팝업스토어 성과를 보고 정식 매장으로 전환하는 한편 시장 활성화를 위한 이색 매장 유치에도 적극 나설 계획이다. 박용성 회장은 “평화시장도 이제는 의류만으로는 시장 활성화에 한계가 있고, 특히 먹거리 매장이 부족한 편”이라며 “건어물 외에도 화재 위험이 없는 떡, 스낵 등 먹거리 매장을 유치하고 캐노피 설치, 패션쇼 개최,페이백 이벤트 등을 통해 고객 확보에 적극 나설 계획”이라고 말했다.

한편, 중구청 전통시장과는 이번 평화시장 내 ‘어부의 그물질’ 팝업스토어 오픈처럼 동대문 상가와 타 지역 상가 매장과 업무협약을 적극 지원하고 있다. 문의 : 02-3396-5082



미니 인터뷰

이예지 ‘어부의 그물질’ 대표

### “예상보다 반응이 좋아 놀랐어요~”

**Q. ‘어부의 그물질’은 어떤 브랜드인가.**

**A. ‘어부의 그물질’은 45년 전통 건어물 전문**



성을 요즘의 감각으로 재해석한 브랜드로, 바다에서 그물로 갓 잡아 올린 듯 신선하고 건강한 바다 먹거리를 누구나 쉽고 간편하게 즐길 수 있도록 소개하고 있다. 1981년부터 대유수산을 운영해온 시아버지 김응선 전 대표의 노하우를 바탕으로, 현재는 아들 김국영 대표와 며느리인 제가 함께 온라인과 해외 시장까지 판로를 넓혀가고 있다. 이러한 세대 간 경영 승계와 브랜드화 성과를 인정받아 지난해 중소벤처기업부 ‘백년가게’에도 선정됐다.

**Q. 평화시장에 팝업스토어를 오픈하게 된 이유는.**

**A. 처음 상인연합회로부터 제안을**

받았을 때는 의류 전문시장 안에 식품 매장이 들어가는 것이 과연 잘 어울릴까 하는 고민도 있었다. 하지만 평화시장의 주요 방문객 연령층이 저희 브랜드의 주 고객층과 맞닿아 있었고, 지난해 동평화시장 앞 행사에서도 긍정적인 판매 경험이 있었기에 충분히 가능성이 있다고 판단했다. 전통시장 안에서도 서로 다른 업종이 함께 시너지를 낼 수 있다는 점에서 의미 있는 도전이라고 생각해 참여하게 됐다.

**Q. 팝업스토어의 반응은 어떤가.**

**A. 예상보다 반응이 훨씬 좋아 놀랐다.** 상인연합회에서 좋은 조건으로 기회를 주신 덕분에 본 매장보다 더 저렴한 가격으로 선보일 수 있었고, 평화시장을 찾는 손님들께서도 “여기에 건어물 가게가 들어왔네?”, “편하고 너무 좋다”라며 반갑게 봐주시는 경우가 많았다. 자연스럽게 둘러보시다가 구매로 이어지는 경우도 많아 좋은 반응으로 이어지고 있는 것 같다.



평화시장에  
바다가 들어왔다고?!!

서울 최초 건어물 백년가게 브랜드

# 어부의 그물질



평화시장 팝업스토어 **OPEN!!**



서울 최대규모  
건어물전문 중부시장과  
의류전문 평화시장의

상생 프로젝트!!

1981년부터 지켜온 **고품질 바다 먹거리**를 팝업 한정 특가로 만나보세요!

## 팝업 특별 혜택



선착순  
**선물증정!**

매장 방문고객 대상 맛있는 선물을 드려요.  
\* 준비 수량 소진 시 종료 될 수 있습니다.

최대 **50% 할인**



온라인 인기상품을 팝업 스토어에서  
특별한 가격으로 맛보실 수 있어요.

📍 **매장위치**

평화시장 2층 가 176호

🕒 **운영시간**

월-토 : 9시 ~16시

☎ **전화번호**

02-2267-1737

📅 **팝업기간**

**5월4일~7월31일**



미니 보자기  
마그넷  
(윤이 스튜디오)



지난 3월 26일~27일 DDP 아트홀에서 진행된 소상공인 힘보탬 박람회에서 서울브랜드굿즈 상품화 공모 2차 심사에 소상공인들의 상품들이 전시되어 시민들이 관람과 투표를 하고 있다.

## ‘서울 브랜드 굿즈’ 우수 소상공인 팝업스토어 열린다

5월 29일부터 6월 21일까지 DDP서 3주간 운영  
우수 소상공인 30개 브랜드 선정 작품 전시·판매  
서울 도시브랜드, 소상공인 굿즈 산업으로 확장

서울의 도시브랜드가 소상공인의 상품 기획력과 만나 새로운 굿즈 산업으로 확장된다.

서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)은 5월 29일부터 6월 21일까지 약 3주간 ‘서울 굿즈 공모 우수 소상공인 팝업스토어’(이하 팝업스토어)를 동대문 디자인플라자(DDP) 디자인랩 1층 DDP 디자인스토어 플레이(Play)점에 연다.

이번 팝업스토어는 ‘서울 브랜드 굿즈 상품화 공모’를 통해 선정된 우수 소상공인 30개의 브랜드의 상품을 선보이는 자리다. 서울의 도시브랜드 ‘서울마이소울(SEOUL MY SOUL)’과 서울 상징물을 활용한 라이프스타일 상품, 패션잡화, 문구류, 기념품 등이 전시·판매된다.

이번 사업은 서울 굿즈를 판매하는 행사뿐 아니라 공공 도시브랜드를 민간 상품화로 연결하고 소상공인의 판로 확대를 지원하는 점에서 의미가 있다. 서울의 브랜드 자산을 소상공인에게 개방하고, 이를 상품 개발과 판매로 이어지게 해 도시 브랜드 확산과 소상공인 매출 증대를 함께 도모하는 구조다.

앞서 서울디자인재단은 2025년 12월 24일부터 2026년 1월 30일까지 서울시

대상으로 ‘서울 브랜드 굿즈 상품화 공모’를 진행했다. 공모에는 총 271개 기업에서 566건의 상품이 접수됐으며, 심사를 거쳐 총 90개 기업의 상품이 1차로 선정됐다.

1차 선정 업체에는 서울 브랜드인 ‘서울마이소울(SEOUL MY SOUL)’과 서울 상징물을 활용한 상품을 제작하고 판매할 수 있는 권한이 주어졌다. 이 가운데 2차 전문가심사와 ‘소상공인 힘보탬 박람회’에서 실시한 시민심사를 통해 선정된 우수 소상공인 30개 업체는 서울시와 서울신용보증재단이 지원하는 융자, 컨설팅, 판로지원 등 다양한 소상공인 지원사업과 연계 지원을 받는다.

아울러 최종 선정된 30개 우수 소상공인에게 이번 DDP디자인스토어 팝업스토어 참여 기회가 제공되며, 향후 서울시 공공판매처 입점 기회도 주어진다. 이를 통해 공모 선정이 일회성 지원에 그치지 않고 실제 판매 공간, 소비자 접점, 공공 유통망으로 이어지도록 했다.

팝업스토어에서는 서울의 정체성과 감성을 담은 라이프스타일 상품, 패션잡화, 문구류, 기념품 등 다양한 서울 굿즈를 만나볼 수 있다. 특히, 서울마이소울과 서울 상징물에 소상공인들의 브랜



비비드 서울 트윌리(위시바이하케이)



해태상 미니어처 USB(도글라스 디자인&크래프트)



서울 상징물 소병풍(난나비)



서울 공기(에이피에이)

드 아이덴티티를 접목한 스티커, 마그넷, 가방 등 총 30종의 상품을 선보인다.

방문객을 위한 이벤트도 함께 마련된다. 팝업스토어 상품 구매 고객에게는 ‘서울갤러리×트리투바 초콜릿’을 제공한다. 또한 DDP디자인스토어 플레이점과 팝업스토어 매대를 활용한 두 개인 SNS에 해시태그 ‘#서울굿즈’, ‘#DDP’, ‘#DDP디자인스토어’를 함께 게시하고 스토어 계산대 직원에게 인증하면, DDP 디자인스토어 전 상품을 10% 할인된 가격으로 구매할 수 있다.

이번 팝업스토어를 통해 소비자 반

응과 시장성을 확인한 서울브랜드 굿즈는 향후 DDP 스토어 정기 입점 심사 때 가산점을 부여받고, 공식 서울 굿즈샵에도 입점 추진될 예정이다.

서울디자인재단 차강희 대표는 “서울의 도시브랜드는 시민과 관광객에게 보이는 상징을 넘어, 소상공인의 상품 경쟁력과 산업 성장으로 이어질 수 있는 중요한 자산”이라며 “이번 팝업스토어처럼 DDP와 공공 유통망을 연결해 우수 소상공인의 판로를 열고 서울 굿즈 산업의 성장 기반을 확대해 나가겠다”고 말했다.

# 영화 속 그 스타일! 클래식한 오피스룩의 귀환

## 지그재그, 오피스룩 거래액 급증

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 '지그재그'는 최근 오피스를 배경으로 한 영화, 드라마의 영향으로 한동안 대세에서 멀어졌던 H라인 스커트, 스틸레토 힐 등 클래식한 오피스룩 스타일이 다시 인기를 끌고 있다고 밝혔다. 관련 상품 거래액도 최대 265% 증가한 것으로 나타났다.

지그재그가 최근 2주간(4/29~5/12) 오피스룩 검색량을 전년 동기와 비교한 결과, '빅사이즈 오피스룩'(96%), '오피스룩 스커트'(51%), '여름 오피스룩'(16%)의 검색량이 일제히 증가했다. 'H라인 스커트'(179%)와 '테일러드 재킷'(38%)도 뚜렷한 오름세를 보였다.

오피스룩을 완성하는 잡화류에 대한 관심도 함께 증가했다. 특히 최근 영화 속 주인공이 오피스룩에 매치해 화제를 모았던 '링클 스카프' 검색량은 전년 대비 25배 이상(2,469%) 폭증했다. 이외에도 '스틸레토 힐'(36%), '손목시계'(16%) 등 클래식한 오피스룩을 완성하는 아이템들의 검색량이 일



미케네 '달린 트위드 타이 자켓'(좌), 베니토 '오디 하프넥 블라우스'(가운데), 미케네 '엘 페플럼 블라우스'(우).

제히 증가했다. 이러한 관심은 구매로도 연결됐다. 최근 2주간 '정장' 관련 상품 거래액은 전년 대비 31%, '수트셋업'은 93% 증가했다. 상승폭이 가장 가파른 품목은 H라인으로 떨어지는 '펜슬스커트'로, 거래액이 265% 급증했다. 상의류에서는 '스카프 블라우스'(93%), '리본 블라우스'(92%), '칼라 블라우스'(73%) 등 클래식한 베라인을 갖춘 상품이 고른 성장세를 보였다.

관련 스토어 성장세도 주목할 만하다. 블라우스, 롱스커트 등 클래식한 오피스룩 라인업을 선보이는 브랜드 '미케네'의 최근 한 달(4/18~5/17)간 거래액은 전년 동기 대비 160% 증가했다. 같은 기간 다양한 오피스룩 스타일을 갖춘 쇼핑몰 '베니토'의 거래액은 40% 늘었는데, 실제로 5월 20일 기준 '베니토' 썸머 링클프리 스퀘어넥 페플럼 블라우스가 지그재그 상의 베스트

셀러에 오르기도 했다.

카카오스타일 관계자는 "최근 영화와 드라마를 통해 클래식한 오피스룩의 세련미를 재발견한 2030 여성 고객들이 늘어나고 있다"며 "편한 출근룩 트렌드가 이어지는 가운데 클래식한 스타일을 다시 찾는 수요도 증가할 것으로 보이며, 앞으로도 트렌드를 반영한 오피스룩 기획전과 큐레이션을 지속 확대해 나갈 계획"이라고 말했다.

## 때 이른 무더위에 '살안타템' 벌써 뜬다

### 29CM, 린넨 셔츠 등 수요 증가

무신사가 운영하는 감도 깊은 취향 셀렉트샵 29CM(이십구센티미터)에서 초여름 수준의 더위가 이어지며 이른바 '살안타템' 수요가 빠르게 증가하고 있다. 이른 더위와 강한 자외선 영향으로 피부 보호에 대한 관심이 높아지면서, 노출을 줄이면서도 시원하게 착용할 수 있는 린넨, 시스루, 시어셔커 소재 패션 아이템 거래액이 큰 폭으로 늘어난 것으로 나타났다.

29CM가 최근 일주일간(5/11~5/17) 거래액 데이터를 분석한 결과, 여름 대표 소재 패션 아이템 거래액은 전년 대비 2배 이상 증가했다. 품목별 거래

액 증가율은 △린넨 셔츠 127% △린넨 니트 334% △린넨 가디건 219% △시스루 가디건 326% △시어셔커 셔츠 106%로 나타났다.

특히 한낮 기온이 30도를 웃돈 지난 주말에는 린넨 가디건 키워드 상품 거래액이 전주 대비 60% 가까이 증가하기도 했다.

자외선 차단에 실용적인 여름 패션 잡화 수요도 함께 늘고 있다. 같은 기간 우양산 거래액은 전년 대비 302% 증가했으며 선글라스 거래액도 63% 이상 늘었다.

이러한 흐름에 맞춰 여성 디자이너 브랜드들의 여름 신제품도 주목받고 있다. 브랜드 '더바넷'의 '하일드 리넨



'르바' 룩북(좌), '더바넷' 룩북(우).

버튼 가디건'은 출시 이후 누적 좋아요 수 7000건에 육박하며 인기를 얻고 있다. 흡습성이 우수한 리오셀과 린넨 혼방 소재를 적용한 시스루 스타일로 슬리브리스 위에 가볍게 걸칠 수 있는 점

이 특징이다. 디자이너 브랜드 '르바'의 '시어 스트라이프 오버 셔츠'는 얇고 통기성이 우수한 텐셀 소재를 사용해 유연하고 자연스러운 핏을 구현한 제품으로 구매 만족도가 높다.

**젠시나시**

■상가명 테크노 ■매장명 에이러브 ■호수 215호 ■특징 레이어드로 꾸민듯 안 꾸민듯한 여성스러우면서 스트릿 느낌의 민소매 티셔츠. ■소재 폴리 63%/레이온 35%/스판 2% ■문의 010-2888-2045



**윙스오프티**

■상가명 테크노 ■매장명 에이러브 ■호수 215호 ■특징 오프숄더로 여성미를 강조했으며, 여성스러우면서 스트릿 느낌의 민소매 티셔츠. ■소재 폴리 95%/스판 5% ■문의 010-2888-2045



**내프릴, 꽃도트**

■상가명 디오트 ■매장명 리피트마크 ■호수 215호 ■특징 러블리 도트 슬리브리스와 레이스 가디건. ■문의 010-22227-9004



**린넨 하이웨스트 와이드 팬츠**

■상가명 DDP패션몰 ■매장명 KHM ■호수 3층 4호 ■컬러 아이보리, 브라운, 블랙 ■소재 린넨 55%/비스코스 42%/스판 3% ■문의 010-3994-6303





**린넨 베스트**

■상가명 DDP패션몰 ■매장명 KHM ■호수 3층 4호 ■컬러 아이보리, 브라운, 블랙 ■소재 린넨 55%/비스코스 42%/스판 3% ■문의 010-3994-6303



**샌드나시**

■상가명 청평화 ■매장명 스킨터티 ■호수 1층 가35호 ■특징 심플한 디자인과 편안한 원단으로 일상생활은 물론 모든 액티비티한 활동과 스포츠에서도 입기 좋은 민소매 티. ■소재 폴리 96%/스판 4% ■문의 010-9760-1353



**쿨퀸티셔츠**

■상가명 청평화 ■매장명 스킨터티 ■호수 1층 가35호 ■특징 매쉬원단으로 통풍성과 신축성은 물론 속건성이 뛰어나 여름 모든 활동에 적합한 스타일. ■소재 나일론 88%/스판 12% ■문의 010-9760-1353



**플로라나시 머플러 세트**

■상가명 디오틀 ■매장명 뉴커먼 ■호수 4층 1-27호 ■특징 유니크하면서도 러블리한 원단감에 세트 상품인 머플러와 코디해 여성스러움을 극대화 할 수 있는 민소매 블라우스. ■소재 폴리 혼방 ■문의 010-8177-0427



**체크본 블라우스**

■상가명 디오트 ■매장명 뉴커먼 ■호수 4층 1-27호 ■특징 캐주얼하면서도 리본 디테일로 여러한 무드가 있는 블라우스. ■소재 코튼/폴리 혼방 ■문의 010-8177-0427

**쿨폴리츠 나시롱 원피스 셔츠 세트**

■상가명 청평화 ■매장명 S&J ■호수 5층 나24호 ■특징 셋업으로 입거나 단품으로 입어도 됨. ■소재 폴리 100% ■문의 010-5289-1558



**버티컬 시어라운드 니트가디건**

■상가명 청평화 ■매장명 S&J ■호수 5층 나24호 ■특징 여름에 입기 좋은 얇고 시원한 느낌의 가디건. ■소재 폴리/아크릭 혼방 ■문의 010-5289-1558



**누구나대-노란꽃**

■상가명 DDP패션몰 ■매장명 ARISU ■호수 3층 110호 ■특징 옐로 플라워 패턴의 감각적인 스트라이프 가방. ■문의 010-9982-8496





**로제**

■상가명 DDP패션몰 ■매장명 ARISU ■호수 3층 110호  
■특징 화사한 플라워 패턴 이 돋보이는 감성 가방 ■문의 010-9982-8496



**로스타**

■상가명 디오트 ■매장명 노디 ■호수 5층 J8 ■컬러 아이보리, 네이비, 맥  
■문의 010-2060-8968



**러프T**

■상가명 디오트 ■매장명 노디 ■호수 5층 J8 ■컬러 아이보리, 네이비, 맥, 검정  
■문의 010-2060-8968



**키키리분블라우스**

■상가명 디오트 ■매장명 마리엔 ■호수 지하 2층 H5 ■특징 은은한 시스루 소재와 리본 디테일의 페미닌 블라우스. ■문의 010-9326-4826

# 서울시, '서울색' 담은 협업 제품 출시

## 리빙·패션잡화·문구까지 모닝옐로우 확산

서울시가 2026 서울색 '모닝옐로우(Morning Yellow)'를 활용한 민간 협업 제품 13종을 출시하고 시민 일상 속 서울색 확산에 나선다. 모닝옐로우는 서울시가 2025년 12월 발표한 2026 서울색으로, 매일 아침 서울 시민의 하루를 여는 아침해의 노란빛에서 추출했다. 스카이코랄(2024)·그린오로라(2025)에 이은 세 번째 서울색이다.

이번 협업은 노루페인트·KCC·LG화학·모나미를 비롯한 총 11개 기업이 참여해 색채 표준화부터 리빙·패션잡화·문구까지 다양한 생활 분야로 확대됐으며, 시민들이 자연스럽게 서울색을 접할 수 있도록 기획됐다.

노루페인트와 KCC는 서울색 표준도료와 컬러북을 출시해 공공 공간과 생활 제품 전반에 서울색을 일관되게 적용할 수 있는 기준을 마련했다. 노루페인트가 제작한 '컬러사운드' 영상은

모닝옐로우를 이미지와 소리로 함께 표현한 콘텐츠로, SNS(인스타그램)·유튜브에서 누적 조회수 100만 회(2026년 5월 기준)를 기록했다. 해당 영상은 옥외전광판·디지털 사이니지 등을 통해서도 송출되어 서울색의 메시지를 폭넓게 알리고 있다.

LG화학과 하지훈 작가가 협업한 재활용 플라스틱 소재의 친환경 '모닝옐로우 소반'은 야외도서관 '책 읽는 맑은 냇가(청계천)'에 비치돼, 독서와 휴식을 즐기는 시민들에게 서울의 활력 있는 이미지를 전하고 있다.

리빙 분야에서는 서울색을 생활 공간에서 자연스럽게 경험할 수 있는 제품들이 출시됐다. 레미제이는 서울색을 적용한 핸드타올과 페이스타올 세트를, 풋츠컴퍼니(브랜드 '선데이플래닛47')는 서울색을 적용한 걸이화분 2종을 선보였다.



서울 야외도서관 '책 읽는 맑은 냇가'에 비치된 서울색 소반(왼쪽)과 모나미 153 서울색 볼펜(우).



패션잡화 분야에서는 가방·모자·지갑 등 일상 아이템에 모닝옐로우를 담은 제품들이 출시됐다. 아트임팩트(브랜드 '블루오브')는 재활용 소재를 활용한 플리츠 가방과 파우치를 출시했다. 이청정 디자이너 브랜드 '라이(LIE)'는 모닝옐로우 컬러를 적용한 로고 스티치 볼캡을, 캐시랑은 전통 반단이 문양을 모티브로 한 한지 가죽 소재의 카드지갑을 출시했다.

문구 분야에서는 국내 문구기업 모

나미가 대표 모델 '153'에 서울색을 입힌 '153 프리미엄 펜'을 출시했다. 리뉴어스는 남산 이미지를 담은 재생 플라스틱 소재의 네임택 키링을, 피그랩은 폐목재로 만든 달팽이 언박싱 커터(단품·3색 세트)를 서울색 제품으로 선보였다.

출시된 협업 제품은 DDP 디자인스토어와 각 브랜드 자사몰에서 순차적으로 만나볼 수 있다. 서울시는 모닝옐로우를 적용한 선크림 등 향후 뷰티분야로도 협업을 확대해 나갈 계획이다.

## 전통시장 상인 온라인 진출 지원 효과 톡톡

### 중구, 우체국쇼핑 설명회 이후 입점 문의 AI 온라인 홍보 콘텐츠 제작 교육도 호응

서울 중구(권한대행 배형우)가 전통시장 상인들의 온라인 판로 확대를 위해 우체국쇼핑 입점, 라이브커머스 방송, AI 기반 홍보 콘텐츠 제작 등 다양한 지원을 펼치는 가운데, 상인들의 온라인 시장 진출 도전에 탄력이 불고 있다.

우체국쇼핑 입점 설명회는 서울시 자치구 가운데 중구에서 유일하게 진행됐다. 오랜 역사와 다양한 특색을 지닌 전통시장 상인들이 공공 온라인 플랫폼을 통해 안정적으로 상품을 판매할 수 있도록 중구와 서울중앙우체국이 협력해 마련했다. 우체국쇼핑은 민간 쇼핑몰(8.5~15% 수준) 대비 낮은 수수료(4.4% 수준)와 디지털 온누리상품

권 결제가 가능해 전통시장 상인들에게 보다 유리한 판로가 될 수 있다고 봤기 때문이다.

설명회에는 30여 명의 상인이 참석했으며, 서울중앙우체국과 한국우편사업진흥원 관계자가 직접 우체국쇼핑 운영 구조와 입점 절차, 장점을 소개했다. 또한 서울 지역 전통시장 최초 우체국쇼핑 우수업체에 선정된 중부시장 상인이 실제 운영 경험과 판매 노하우를 공유해 공감을 얻었다.

그 결과 교육에 참여한 중부시장과 신중양시장 내 점포 2곳이 우체국쇼핑 입점에 성공했으며, 상인들의 추가 입점 문의도 이어지고 있다.

중구가 꾸준히 운영 중인 라이브커



서울 중구가 개최한 우체국 쇼핑 입점 설명회.

머스 교육도 상인들의 온라인 판매 도전에 힘을 보태고 있다. 구는 2023년 라이브커머스 시범 운영 이후, 매년 실습 중심 교육을 이어오고 있다. 현재까지 90여 명의 상인이 교육에 참여했다.

올해부터 시작한 AI 활용 홍보 콘텐츠 제작 교육도 호응을 얻고 있다. 동대문바이어라운지에서는 상인과 주민을 대상으로 1:1 맞춤형 AI 활용 교육을

운영 중이다. 바쁜 상인들을 위해 야간 교육도 진행한다. 특히 의류업 종사자가 많은 동대문 상권 특성에 맞춰 간편하게 의류 홍보를 할 수 있도록 돕고 있다. 스마트폰으로 옷을 촬영하면 AI로 모델 착용 이미지와 홍보 영상까지 만들 수 있다. 현재까지 70여 명이 참여했으며 현장 활용도가 높다는 반응이다.

# ‘서울패션허브 브랜드 위크’ 올해 4차례 열린다

첫 회 5월 30~31일 DDP서 열려  
도매 6개사 등 23개 브랜드 참여

서울시의 지원을 받아 운영 중인 서울패션허브가 5월 30일부터 31일까지 동대문디자인플라자(DDP) 어울림광장에서 ‘서울패션허브 브랜드 위크’ 정기 팝업스토어를 개최했다.

이번 행사는 동대문 기반의 우수한 K-패션 브랜드를 대중에게 알리고, 국내외 판로 개척을 돕기 위해 기획된 ‘DDP 정기 팝업’의 올해 첫 번째 회차다. 서울패션허브는 이번 5월 개막을 시작으로 올해 7월, 9월, 10월 등 총 4회에 걸쳐 시즌별 차별화된 컨셉의 정기 마켓을 열



어 동대문 상권 활성화의 마중물 역할을 할 계획이다.

올해 처음으로 개최된 5월 팝업의 테마는 ‘S/S NEW 시즌 런칭 빅세일’로, 동대문을 기반으로 활동하는 신진 디자이너 브랜드 17개사와 도매 브랜드 6개사 등 총 23개 브랜드가 참여했다. 방문객들은 2026년 봄·여름(S/S) 최신 트렌드 신상품을 현장에서 직접 착용해 보고, 이번 팝업스토어 한정 할인 가격으로 구매했다.

이번 행사에 참여한 디자이너 브랜드는 콕(COC), 수팩(SUPAIK), 프레노(FLENO), 언로더(UNLOADER), 키모우이(KIMOUI), 진호쇼우(JINHO SHOU), 녹타브(NOCTAVE), 시온드(SEEOND), 룬케이브(LUNECAVE), 이바네네츠

(IBA NENETS), 르이엘(LE YIEL), 베타카인드(BETTERKIND) 등 17개사다. 이와 함께 동대문 도매 브랜드인 럭스헤븐(LUXHEAVEN), 레이디에이트(RADIATE), 리버티(LIBERTY), 프리다(FRIDA), 크라네(CRANAE), 미셸리2(MECHELLE) 등 6개사도 동참해 다채로운 패션 아이템을 선보였다.

서울패션허브는 올해 총 100개사의 유망 패션 브랜드를 집중 육성하고 있으며, 브랜드의 지속 가능한 성장을 위해 이번 온·오프라인 판로 개척 지원을 비롯해 전용 입주 공간 제공, 맞춤형 컨설팅, 시제품 개발 등 전방위 지원 프로그램을 운영하고 있다.

## 글로벌 브랜드 마케팅 지원 협력 확대

SBA×틱톡코리아, 업무협약

서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)이 지난 5월 14일 틱톡코리아와 업무협약(MOU)을 체결하고, 서울 소재 중소기업의 글로벌 브랜드 마케팅 역량 강화를 위한 협력을 이어가기로 했다.

SBA와 틱톡코리아는 2025년 공공기관 최초로 한국 단일 브랜드의 북미 시장 직진출 통로를 연결하는 등 지속적인 협력 관계를 이어왔으며, 이번 협약을 통해 양 기관 간 파트너십을 한층 공고히 할 계획이다.

이번 협약식에는 틱톡 동북아시아 공공정책 총괄 노부야키 야스나가 직접 참석해 양 기관 협력의 무게를 더했으며, 향후 파트너십의 지속적인 발전과

서울 중소기업의 글로벌 마케팅 역량 강화에 대한 의지를 함께 다졌다.

이번 협력의 핵심은 틱톡을 활용한 서울 중소기업의 브랜드 마케팅 역량 강화다. 틱톡은 숏폼 콘텐츠 기반의 브랜드 마케팅부터 틱톡샵(TikTok Shop)을 통한 이커머스까지 하나의 플랫폼에서 연결되는 채널로, 이번 사업은 그 모든 활동의 출발점이 되는 실무 역량을 갖추는 데 목적이 있다.

이를 위해 운영하는 ‘SBA×틱톡코리아 SMB 마케팅 아카데미’는 틱톡 기반 브랜드 마케팅을 시작하고자 하는 서울 중소기업에게 가장 실질적인 실무교육을 제공한다.

교육 세부내용은 △틱톡 광고 기초 및 플랫폼 이해 △퍼포먼스 솔루션 △



SBA와 틱톡코리아 업무협약식에서 김현우 서울경제진흥원 대표(우)와 노부야키 야스나가 틱톡 동북아시아 공공정책 총괄(좌)이 기념사진을 찍고 있다.

크리에이티브 전략 △데이터 분석 및 광고 최적화 등 실무 중심으로, 총 8주 16시간(주 1회, 회차별 2회)으로 구성된다.

교육대상은 서울 소재 중소기업으로 해당 교육과정의 목적에 따라 틱톡 플

랫폼에 광고 집행 이력이 없어야 한다. 신청은 SBA 홈페이지(sba.seoul.kr)를 통해 5월 26일 온라인으로 접수받았으며, 심사를 거쳐 40개사 내외를 선정할 예정이다.

## ‘섬유패션 AI 도입 지원’ 업체 모집

한국섬유산업연합회

한국섬유산업연합회(회장 최병오, 이하 섬산련)가 국내 섬유패션기업의 디지털 전환(DX·AX)을 가속화하고 현장

중심의 혁신을 이끌기 위해 ‘섬유패션기업 AI 기술 도입 지원’을 추진하고 수혜 기업을 모집한다.

이 지원 사업은 섬산련이 산업통상부 지원으로 수행하는 ‘섬유패션 AI 수

요예측 및 비즈니스 지원’ 사업의 일환으로 섬유패션기업의 초기 시스템 구축 부담을 완화하고 수 공정(기획-생산-유통) AI 도입을 촉진하는 현장 실증 도입비 지원 내용을 담고 있다.

모집 대상은 AI 도입을 희망하는 섬유·패션기업(수요기업)과 섬유패션 특화 AI 솔루션을 보유한 AI 테크기업

(공급기업)이 함께 구성한 1:1 컨소시엄이다.

섬산련은 총 15개 이상의 컨소시엄을 선정하고, 컨소시엄당 최대 1,000만원의 공동 기술 개발 및 실증 도입비를 직접 지원한다.

사업 모집 기간은 6월 5일 17:00까지이며, 온라인 접수로 신청할 수 있다.

# “석유 없이 플라스틱 만든다”

## 섬유개발연구원, ‘비온드 플라스틱’ 연구 착수

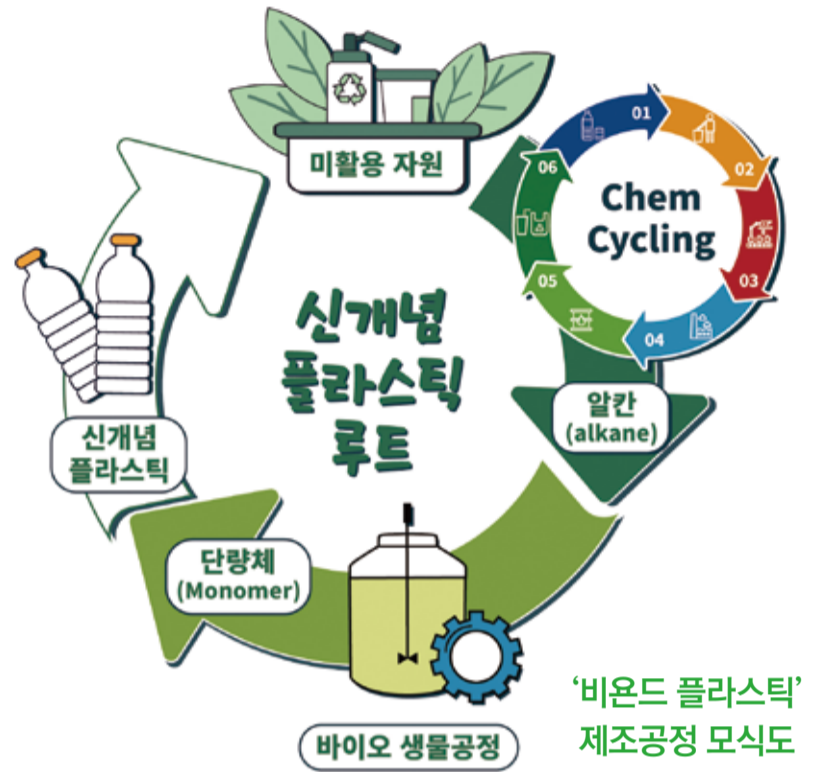
한국섬유개발연구원(KTDI, 원장 김성만)이 중동 정세 불안과 원유·가스 공급망 리스크가 확대되는 상황에서, 석유화학 원료인 나프타를 사용하지 않는 차세대 친환경 플라스틱 소재 개발에 나선다.

연구원은 지난 5월 26일 산업통상자원부 지원 알키미스트 프로젝트인 ‘비온드 플라스틱 개발사업’ 현판식을 개최하고, 한국생명공학연구원과 함께 탈(脫)석유 기반 플라스틱 소재 개발을 추진한다고 밝혔다.

해당 사업은 2025년부터 2029년까지 5년간 총 200억 원 규모로 추진되며, 식물유와 열분해유 기반 단량체를 활용한 친환경 소재 개발을 목표로 한다. 이를 통해 석유화학 원료 의존도를 낮추는 동시에, 기존 플라스틱과 동등하거나 그 이상의 물성을 확보할 계획이다.

이번 연구의 핵심은 ‘친환경성’과 ‘기계적 물성’을 동시에 확보하는 데 있다. 기존 생분해성 플라스틱은 유연성과 강도 사이의 상충 관계로 인해 산업 적용 범위를 넓히는 데 한계가 있었다. 연구진은 새롭게 설계한 단량체를 적용해 유연성과 강도를 동시에 확보하고, 생분해성까지 갖춘 친환경 플라스틱 소재 개발을 추진한다.

한국섬유개발연구원은 연구 과정에서 관련 특허 2건을 확보했으며, 연구 성과 일부는 SCI급 국제학술지인 ‘Journal of Bioresources and Bioproducts’에 게재되는 등 학술적 우수성과 기술적 가능성을 인정받고 있다. 연구진은 향후 기술 고도화를 통해 친환경 플라스틱 소재의 상용화 가능성을 높이고, 국내 섬유·플라스틱 산업의 탈(脫)석유 전환을 촉진한다는 계획이다.



이다. 김성만 한국섬유개발연구원장은 “불확실한 국제 정세 속에서 자원안보와 탄소중립 대응은 산업계의 중요한 과제가 되고 있다”며 “국내 섬유·플라스틱 산업이 석유 의존형 구조에서 벗어나 친환경 소재 전환을 앞당길 수 있도록 연구 역량을 집중하겠다”고 밝혔다.



삭스킹이 선보인 '3D 양말 커스터마이징 플랫폼'의 실제 구동 화면.

## ‘3D 양말 커스터마이징 플랫폼’ 출시

### 삭스킹

양말제작업체 삭스킹이 웹과 모바일 환경에서 별도의 앱 설치 없이 나만의 양말을 가상으로 디자인할 수 있는 ‘3D 양말 커스터마이징 플랫폼’을 출시했다.

이번 플랫폼의 핵심 경쟁력은 웹 브라우저상에서 구동되는 ‘실시간 3D 가상 미리보기’ 기술이다. 사용자가 원하는 색상, 패턴, 로고를 선택하는 즉시 360도 입체 화면으로 결과물이 구현된다. 이를 통해 시각적 직관성을 높이는

것은 물론 모니터 화면과 실제 생산 제품 간의 오차를 획기적으로 줄였다.

특히 삭스킹은 전통적인 오프라인 방식에 머물러 있던 기존 B2B(기업 간 거래) 맞춤 제작 프로세스를 웹 기반으로 완벽히 전환하는 데 성공했다.

견적 요청부터 디자인 시뮬레이션, 최종 발주에 이르는 전 과정을 원스톱 디지털 프로세스로 통합함에 따라 기업 고객의 업무 효율성 극대화과 제작 기간 단축을 동시에 이뤄낼 것으로 기대된다.

## 실무 중심 시 결합 ‘이슈 컨퍼런스’ 운영

### 패션협회, 11일 첫 강연

한국패션협회(회장 성래은)는 국내 패션기업의 디지털 전환(DX)과 비즈니스 경쟁력 강화를 위해 ‘이슈 컨퍼런스’를 운영한다.

이번 프로그램은 패션 비즈니스 전반의 실무 역량 향상을 목표로 이론 중심 강의에서 벗어나 실습과 결과물 제작 중심의 실행형 과정으로 기획되었으며, 상품기획, 디자인, 마케팅, 영업 등 패션 밸류체인 전 과정에 최신 AI 기술을 결합하여 패션기업들이 즉각적으로 업무 효율을 높이고 매출을 극대화할 수 있도록 돕는 것이 핵심이다.

주요 교육 내용은 패션기업의 핵심 직무에 맞춰 설계되어 △트렌드 센싱 및 AI기반 마켓 리서치 △AI 활용 패션 디자인 설계 △비개발자를 위한 AI 업무 툴 제작 △수익 구조 기반 상품기획(MD) 실무 △AI 검색 최적화(GEO/



AEO) 및 숏폼 알고리즘 실무 △판매 데이터 기반 영업 및 재고관리 전략 등으로 구성된다. 또한 최근 업계 수요를 반영해 △브랜드 손익 관리 및 예산 운영 △매출 목표 기반 물량 운영 전략 △데이터 기반 의사결정 및 판매 예측 등 패션 브랜드 경영 및 영업 실무 과정도 함께 강화할 계획이다.

협회는 오는 6월 11일 DDP패션몰 5층 대강의실에서 ‘히트상품을 미리 읽는 마켓 리서치 실전 설계 & AI 트렌드 센싱’을 시작으로 이슈 컨퍼런스를 본격 운영할 예정이다.

# 무신사, 올 1분기 매출 24% 증가한 3636억 원

## 수출액 전년 동기비 11배 이상 급증

무신사가 2026년 1분기에 두 자릿수 매출 성장과 안정적인 수익성 확대에 힘입어 역대 1분기 기준 최대 실적을 달성했다. 공격적인 오프라인 스토어 확장과 글로벌 사업 성장세를 바탕으로 차별화된 온·오프라인 마케팅을 펼친 전략이 시너지를 내며 실적 상승세를 이끌었다.

무신사는 2026년 1분기 연결재무제표 기준 매출액이 전년 동기 대비 24.1% 증가한 3636억 원을 기록했다고 밝혔다. 같은 기간 영업이익은 190억 원으로 지난해 1분기보다 8.2% 성장하며 견조한 흑자 기조를 이어갔다.

무신사 별도재무제표 기준 실적에서도 상승세가 뚜렷하게 나타난다. 1분기 별도 기준 매출액은 전년 동기보다 약 25% 증가한 3350억 원이다. 별도 기준 영업이익은 275억 원을 기록해 2025년 1분기 대비 45.5% 증가했는데, 매출액 증가폭에 비해 영업이익 성장률이 더욱 도드라지며 수익성 확대 흐름이 이어졌다는 분석이다.

다만 별도 기준으로 올해 1분기에 당기순손실이



-80억 원이 발생했는데, 이는 상환전환우선주(RCPS)를 부채로 인식하는 회계정책으로 인해 발생하는 이자 비용을 장부상 반영한 데 따른 영향이며 실제 현금 유출된 것은 아니라고 설명했다.

무신사는 1분기가 패션 업계 비수기임에도 불구하고 무신사 스토어를 비롯하여 △29CM △무신사 엠프티 △무신사 글로벌 등 온라인 플랫폼 비즈니스에서 거래액을 확대했고, 명동·성수 등 타깃 고객층을 겨냥한 핵심 지역에서의 오프라인 영토 확장에 힘입어 수익성을 제고했다. 올해 1분기 매출을 유형별로 살펴보면 수수수료 매출 40.3% △제품 매출 32.4% △상품 매출 22.5% 등으로 분류할 수 있다.

2026년 1~3월에 무신사는 원그로브·스타필드빌리지 운정·현대백화점 목동·신세계프리미엄아울렛 파주 등 4곳에 무신사 스탠다드 신규 점포를 열었다. 2026년 1~3월의 무신사 스탠다드 오프라인 총 매출은 전년 동기 대비 약 86% 증가했다. 같은 기간 전국 매장을 다녀간 고객 수는 약 923만 명으로 1년 전보다 98% 가량 늘었다. 지난 3월에는 중국 상하이에 '무신사 스탠다드 상하이 신세계 신환중심점'도 선보이며 글로벌 고객 접점도 넓혔다.

글로벌 비즈니스에서는 한국 패션 및 뷰티 제품에 대한 지속적인 수요 확대에 힘입어 무신사 글로벌 스토어의 올해 1분기 거래액이 전년 동기 대비 48% 이상 증가한 것으로 나타났다.

한국을 찾은 방한 글로벌 관광객들의 높은 관심도 받은 덕분에 2026년 1분기 명동·서면·성수·한남·홍대 등 5개 무신사 스탠다드 로드숍 점포의 외국인 고객 매출 비중은 약 44%로 집계됐다. 올해 1분기 무신사의 수출 실적은 약 153억 원으로 전년 동기 대비 약 11.9배 늘어났다. 분기 매출에서 수출이 차지하는 비중도 2025년 1분기 0.44%에서 올해 1분기 4.2%로 대폭 상승했다.

## ‘에이블리’ 전문몰 앱 중 가장 많이, 오래 사용

## 와이즈앱·리테일, 4월 순위 발표



와이즈앱·리테일이 한국인 스마트폰 사용자 (Android + iOS)를 표본 조사한 결과, 2026년 4월 한국인이 가장 많이 사용한 전문몰 앱은 ‘에이블리’로 월간 활성 사용자 수 998만 명을 기록한 것으로 나타났다.

그 뒤를 이어, 올리브영 883만 명, 무신사 740만 명, 다이소몰 513만 명, 컬리 433만 명, 지그재그 411만 명, 쿠팡 321만 명, 오늘의집 295만 명, 크림(KREAM) 237만 명, 쉬인(SHEIN) 219만 명, 29CM 189만 명, 화해 177만 명, 아이디어스 131만 명, 4910 129만 명, W컨셉 100만 명 순이었다. 이 중 쿠팡은 앱 출시 이후 역대 최대치를 기록했다.

전문몰에서 사용시간이 길다는 것은 해당 분야에 실제로 관심 있는 유저가 머문다는 신호로 볼 수 있다. 한국인이 가장 오래 사용한 앱 ‘에이블리’는 월간 사용시간 4억8천2백만 분을 기록했다.

그다음으로 무신사 2억 1천6백만 분, 지그재그 1억 4천9백만 분, 컬리 1억 4천2백만 분, 올리브영 1억 3천5백만 분, 오늘의집 1억 2천5백만 분, 쿠팡 1억 2천3백만 분, 다이소몰 8천8백만 분, 쉬인 6천7백만 분, 29CM 5천8백만 분, W컨셉 4천2백만 분, 크림 3천2백만 분, 아이디어스 2천1백만 분, 4910 1천8백만 분, 화해 1천3백만 분 순으로 나타났다.

전시

아기상어 비밀 초대장: 비커밍 샤크



전 세계 2억 8천만 구독자가 사랑한 캐릭터 '아기상어'의 세계 최초 AI 체험형 전시

- 일 정: 6월 18일~12월 19일
- 장 소: DDP 뮤지엄 전시2관
- 시 간: 10:00~20:00  
※매월 3주차 화요일 휴관
- 관람비용: 입장권(24개월~만64세 공통가) 23,000원, 패밀리 패키지 3인(보호자+자녀 3인) 62,000원, 패밀리 패키지 4인(보호자+자녀 4인) 82,000원

현대카드 컬처프로젝트 29 톰 삭스 전



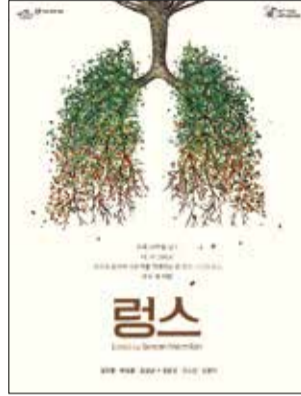
- 일 정: 4월 25일~9월 7일 (휴관일 없음)
- 장 소: DDP 뮤지엄 전시1관
- 시 간: 10:00~20:00
- 관람비용: 성인 20,000원 / 청소년 15,000원 / 어린이 13,000원
- 문 의: 02-325-1077, gnc@gncmedia.com

김영준 x 요시다 유니 기획전 <Face to face>



- 일 정: 5월 7일~6월 7일
- 장 소: DDP 이간수문전시장
- 시 간: 10:00~20:00  
※전시시간 중 휴관일 없음
- 관람비용: 성인 13,000 / 학생 11,000

연극 <렁스>



- 일 자: 5월 23일~8월 2일
- 공연시간: 화목금 8시/수 4시, 8시/토 3시, 7시/일-공휴일 2시, 6시 ※월 공연 없음
- 티켓가격: R석 66,000원 / S석 44,000원
- 소요시간: 약 95분(인터미션 없음)
- 문 의: 02-766-6007

연극 <플리백(Fleabag)>



- 일 자: 6월 19일~9월 6일
- 장 소: 두산아트센터 연강홀
- 공연시간: 평일(화~금) 20시 / 주말(토, 일) 및 공휴일 15시, 18시  
※월 공연 없음
- 소요시간: 약 80분
- 티켓가격: R석 70,000원 / S석 50,000원
- 문 의: 070-4145-0707

공연

뮤지컬 <스윙 데이즈\_암호명 A>



- 일 자: 4월 16일~7월 5일
- 장 소: 충무아트센터 대극장
- 공연시간: 화~목 19시 30분 / 금 14시 30분, 19시 30분 / 토 14시, 19시 / 일 15시
- 티켓가격: VIP석 170,000원 R석 140,000원 S석 110,000원 A석 80,000원
- 소요시간: 165분(인터미션 20분 포함)
- 문 의: 02-6464-0965

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	에이피엠럭스	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
디자이너클럽	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	
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

Gab(여성복)

주간/정규직/여/1992년생 이상/3년 이상/6월21일/010-2214-2041/movka@naver.com

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/남/0000년생 이상/3년 이상/6월21일/010-4424-3369

(주)DINT(여성복)

주간/정규직/여/1988년생 이상/7년 이상/6월30일/010-9034-7910/design@dint.co.kr

박하(여성복)

무관/정규직/여/1970년생 이상/5년 이상/6월18일/010-8464-4417/westlifex@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/여/1997년생 이상/무관/6월30일/sinara1@naver.com

apM(여성복)

주간/정규직/여/없음/10년 이상/6월18일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/1998년생 이상/5년 이상/6월30일/010-4424-3369/bababa2637@naver.com

taffeta(여성복)

무관/정규직/여/1990년생 이상/무관/6월30일/010-4733-2558/kipocampus@gmail.com

SIXTEEN(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/4년 이상/6월14일/010-5825-3693/akapride@naver.com

세종(여성복)

무관/정규직/무관/1995년생 이상/3년 이상/6월14일/010-5029-9825/phy9534@naver.com

비크코퍼레이션(토탈)

주간/정규직/무관/0000년생 이상/5년 이상/6월30일/010-4650-0965/beekk@beekk.kr

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/2년 이상/6월14일/010-4304-5034/s\_e23@naver.com

비와이패션(토탈)

무관/아르바이트/여/0000년생 이상/5년 이상/6월30일/010-9930-8899/creatoranell@gmail.com

디오트(캐주얼)

주간/정규직/여/0000년생 이상/1년 이상/6월13일/010-2060-6077/sdfsdf@naver.com

디오트 1층(캐주얼)

무관/아르바이트/무관/없음/4년 이상/6월13일/010-5568-5498/ehdwjdgus@naver.com

뮤드제(여성복)

무관/아르바이트/여/1988년생 이상/5년 이상/6월

12일/010-4806-1949/haripeople@naver.com

모니크(여성복)

주간/아르바이트/여/0000년생 이상/5년 이상/6월12일/010-5429-4163/monique4163@naver.com

섬웨어버터(패턴)

주간/아르바이트/여/0000년생 이상/3년 이상/6월30일/010-3433-8214/choihyoeyun224@gmail.com

TONED(여성복)

무관/아르바이트/무관/0000년생 이상/5년 이상/6월30일/010-8080-6464/hoofters@naver.com

마스터피스(여성복)

야간/정규직/여/없음/2년 이상/6월30일/010-5550-3213/acne911@naver.com

apM플레이스(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/7년 이상/6월09일/010-8961-4643/rudtjstl78@naver.com

(주)웬즈데이오아시스(아동복)

주간/정규직/무관/없음/2년 이상/6월07일/010-4943-4014/doublexm@naver.com

ncssry(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/무관/6월05일/010-92289-9334/sy.park@ncssry-official.com

ELIA STUDIO(여성복)

주간/정규직/여/1992년생 이상/5년 이상/6월06일/010-2007-5276/hankook830@naver.com

어게인비(여성복)

야간/정규직/여/1997년생 이상/2년 이상/6월15일/010-3337-4050/h99501084@gmail.com

판매사원

럭스벨리타

야간/정규직/남/1990년생 이상/무관/6월20일/010-5587-2236/gogogoyaya89@naver.com

앳머스피어

주간/아르바이트/여/1992년생 이상/5년 이상/6월20일/010-2548-0951/atmosphere@naver.com

파벨

주간/정규직/여/없음/무관/6월10일/010-9924-0756/iywseoul@naver.com

코엣(Coett)

야간/아르바이트/여/1980년생 이상/2년 이상/6월20일/010-6305-3652/coett@naver.com

디오트 4층

야간/정규직/남/없음/무관/6월20일/010-9943-1486

제일평화

야간/아르바이트/여/1975년생 이상/1년 이상/6월30일/010-3530-5434/junguljim@naver.com

유라고

주간/정규직/여/없음/10년 이상/6월20일/010-6225-0260/urago@u-rago.com

apM럭스 프랑

주간/정규직/여/없음/2년 이상/6월18일/010-9204-5505/sora8352@naver.com

apM

야간/정규직/남/1997년생 이상/무관/6월30일/010-6886-4510/sinara1@naver.com

레브

야간/정규직/남/1990년생 이상/무관/6월30일/010-5288-0719/knocksb13@gmail.com

청평화 1층

야간/정규직/무관/1981년생 이상/10년 이상/6월17일/010-3756-8011/jco8012@daum.net

디오트 2층

야간/정규직/여/없음/무관/6월17일/010-7458-1930/jaehyung00@naver.com

디오트 1층

야간/정규직/여/없음/1년 이상/6월17일/010-3808-0726/goldhead2@naver.com

DDP 바이무이

야간/정규직/무관/1995년생 이상/무관/6월16일/010-9172-1225/babyg0326@gmail.com

DWP 2층

야간/정규직/남/1999년생 이상/무관/6월30일/010-9943-1486

디오트 1층

무관/아르바이트/무관/없음/4년 이상/6월13일/010-5568-5498/ehdwjdgus@naver.com

위브셀비지

야간/정규직/여/없음/무관/7월30일/010-7109-6949/hye12360@naver.com

앳틀리에

야간/정규직/여/1996년생 이상/10년 이상/6월30일/010-4105-3923/ooyjeon1999@naver.com

더메이

주간/정규직/여/없음/1년 이상/6월30일/010-7144-7133/rominjuli68@gmail.com

apM

야간/정규직/무관/1989년생 이상/1년 이상/7월31일/010-4738-9576/venir2214@naver.com

제일평화

야간/정규직/여/없음/무관/6월30일/010-6460-3636/wazzavv@naver.com

Audgml

무관/정규직/무관/없음/2년 이상/6월9일/010-6400-6772/audgml0317@Naver.com

apM플레이스

야간/정규직/무관/없음/2년 이상/6월7일/010-4304-5034/s\_e23@naver.com

## | 박중현 칼럼

## 동대문 패션산업을 위한 조직, 공간, 플랫폼



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

최근 동대문 패션타운의 '토지 등 소유자'들에게 '도시정비형 재개발사업 정비구역 지정 및 정비계획 결정(안)' 안내문이 송달되었다. 필자에게도 "우리 상가 재개발하나요?" 하는 문의가 여럿 있었다.

간단히 설명하면, 재개발사업에 도움이 되도록 정비계획을 결정하겠다는 안내문이다. 판매시설로는 한계가 예상되니 재개발이 필요할 수도 있다. 하지만 집합건물의 재개발은 넘어야 할 산이 높고도 험하다. 따라서 재개발은 미래의 선택지로 두고 산업지로서 동대문 상권에 필요한 부분에 집중하자.

'토지 등 소유자'에게 상권은 든든한 버팀목이 되었으면 좋겠고, '상인'들에겐 가족의 생계와 행복을 위한 터전이 되었으면 좋겠다. 그러기 위해선 동대문 상권 공동의 이익과 목표를 위해 함께 필요한 것들을 확보해야 한다. 상권에는 여러 이슈가 있었지만, 필자는 지속해서 영향을 끼칠 세 가지 즉 조직, 공간, 플랫폼을 발제로 올린다.

## 1. 조직(동대문 패션산업 지원센터)

여러분은 내 점포와 내 사업장이 속한 동대문 상권에 대한 논의에 참여한 적이 있는가? 아니면 '누군가 우리를 대신해서 그러한 역할을 하겠지.'라는 생각을 하는지?

낯선 질문일 것이다. 상가마다 특성, 현황, 영업시간, 고객이 다른 데 어디에 어떻게 모여 어떤 이슈를 누구와 논의하진 말인가? 정보와 인력과 예산이 부족한 상권의 기존 조직으로도 한계가 있다. 산업지에는 현황을 파악하고 의견을 수렴하고 정보를 제공하고 필요한 사업을 수행하는 역할을 하는 공공의 센터가 있다. 현재 각 지역에서 공공의 예산으로 운용되는 센터 현황을 파악해 보면 동대문 상권이 얼마나 오랫동안 정

책적 소외를 당했는지 쉽게 파악이 된다.

동대문 상권에도 우리의 조직 역할을 할 패션상권과 산업을 아우르는 공공센터의 구축을 요구하여 확보하자.

## 2. 공간(서울경찰청 기동본부 활용)

뉴스 제목: 경찰 기동본부 서초구 이전 추진, 서초구 "반대"

뉴스 내용: 서울시는 동대문디자인플라자 옆 서울지방경찰청 기동본부를 서초구로 이전하고 그 부지에 종합 패션단지를 조성하는 방안을 추진하고 있다고 밝혔다. 서울시는 기동본부 부지를 시가 소유한 서초동 서울소방학교와 종로구 적성동 주차장 부지와 맞교환해 동대문역 일대를 패션·관광 복합 지역으로 만든다는 계획이다. 이에 대해 서초구는 "서초동 서울소

전에 기동본부 이전과 동대문 패션산업과 지역을 위한 공간으로의 활용을 요구하자. DDP 공간이 거점이라면 기동본부 부지는 산업의 기반이 된다.

## 3. 플랫폼(신상마켓의 준 공영화 제안)

신상마켓: (주)딜리셔스가 운영하는 B2B 플랫폼.

"국내 패션 B2B 시장의 대체 불가한 플랫폼으로 자리매김" "연간 10조 원 규모의 경제 활동과 1일 40여만 명이 모여드는 동대문 시장"(딜리셔스 회사 소개서)

"신상마켓은 동대문패션 도매 사업자와 국내외 소매 사업자를 연결하는 플랫폼. 동대문 도매 사업자의 80% 이상이 가입한 플랫폼이며, 소매 사업자의 재방문율은 93%" 활성 도매매장 수: 1.1만 개. 활성 소매매장 수: 13만 개. 일평균 거래 수: 2.4만 건(딜리셔스 홈페이지 중)

이제 신상마켓 없는 동대문 상권은 상상할 수 없다. 상권의 유일한 B2B 플랫폼인 신상마켓에 대한 매출의존도는 매우 높다. 매출 비중을 수치로 표현하기가 두려울 정도다. 상권에 고마운 플랫폼이 분명하지만, 상인들이

“토지 등 소유자'에게 상권은 든든한 버팀목이 되었으면 좋겠고, '상인'들에겐 가족의 생계와 행복을 위한 터전이 되었으면 좋겠다. 그러기 위해선 동대문 상권 공동의 이익과 목표를 위해 함께 필요한 것들을 확보해야 한다. 상권에는 여러 이슈가 있었지만, 필자는 지속해서 영향을 끼칠 세 가지 즉 조직, 공간, 플랫폼을 발제로 올린다.

방학교에 기동본부가 들어오면 교통정체와 혼란에 따른 소음, 먼지로 주민 피해가 우려된다."라며 반대 입장을 밝혔다. (2016. 3. 25. MBC 뉴스 요약)

기사 제목: "이번엔 서초 400가구" 서울시, 노는 땅 없애고 '시니어타운' 속도

기사 내용: 서울시에 따르면 서초동 소방학교 부지 개발 사업기획 우수제안자로 미래에셋증권 컨소시엄이 선정됐다. 중략. 컨소시엄에는 차병원, 신세계퍼파티 등이 참여했다. 헬스케어와 상업·문화시설 운영 역량을 접목해 경제력을 갖춘 60~70대 액티브 시니어를 겨냥한 차별화 모델을 제시했다는 평가다. (2026. 2. 26. 헤럴드 경제)

십 년 전 서초구의 반대로 이전 논의는 멈췄고, 그 사이 소방학교는 은평구로 이전했고 현재 그 부지는 '시니어 타운' 조성을 진행 중이다. 서울경찰청 기동본부가 도매 상권을 양분하고 고객의 동선을 차단하고 있어도 상권에서 항의 방문조차 한 적이 없다. 더 늦기

걱정하는 매우 위험한 상태이기도 하다. 동대문 도매상인들이 오직 하나의 플랫폼만을 통해 도매업을 하고 있다면, 게다가 그 플랫폼이 새로운 방식의 수익모델을 내놓기 시작한다면 대응이 불가하다. 이는 플랫폼 입장에서든 해가 된다. 경쟁이 없는 영역은 문제가 발생하기 마련이다.

따라서 상권과 딜리셔스의 상생을 위한 협의체 구성이 필요하다. 나아가 딜리셔스가 동의한다면 신상마켓 플랫폼의 준 공영화 방안도 정부에 요구해야 하며, 새로운 B2B 플랫폼의 구축(출현)도 당연히 필요하다.

상권을 아우르는 지원센터를 구축하고 기동본부의 이전과 부지 활용안을 마련하고 신상마켓이 상권의 공공 플랫폼 역할까지 하게 된다면 필자는 동대문 패션상권에 새로운 길이 열릴 것이라고 확신한다.

※ 필자의 사정으로 이번 호를 끝으로 칼럼 연재를 마칩니다. 그동안 지면을 내어준 디스토리와 부족한 글을 읽어주신 분들께 고마움을 전합니다.

# 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



(사)동대문패션타운관광특구협의회



과학기술정보통신부



한국인터넷진흥원

모델컷 프롬프트 제공 사이트

# PROMAX

복사하고,  
붙여 넣고,  
당신의 옷을 화보로.



복사



붙여넣기



모델컷 완성



**1** PROMAX에서  
프롬프트 복사

**2** GPT 또는 Gemini에  
붙여넣기 + 옷 이미지 첨부

**3** 화보 같은  
AI 모델컷 완성!



프롬프트 복사

GPT / Gemini  
(프롬프트 붙여넣기)



모델컷 생성



전문가가 만든  
고퀄리티 프롬프트



원클릭 복사  
간편한 사용



카카오톡  
친구 추가  
1:1 대화  
링크 요청



PROMAX  
접속