



04 커버스토리

동대문 상인 패션쇼 'DDF' 성료

15 뉴스

'평화시장 패션쇼' 4월 7일 개최

18 트렌드

올 봄여름 여성복 트렌드

서울시패션제조지원센터 (서울창신솔루션앵커)

디자이너와 패션 봉제 소공인을 위한 공간



1층 코워킹스페이스

운영목적

디자이너와 지역 봉제 소공인을 위한
자유로운 소통공간 및
디지털 비즈니스 경험 체험

지원혜택

유까(YUKA), 3D CLO, OA, 캐비닛
무상 이용

신청방법

사무실 문의 02-6328-6501



2층 공용장비실

운영목적

영세소공인 및 취·창업자 등
샘플 제작 환경 지원

지원혜택

1:1 코칭, 취·창업 마스터 봉제 교육

신청방법

공용장비실 유선 예약 및 방문 접수
02-6328-6504



3층 자동재단실

운영목적

자동화장비 지원을 통한
재단품질 향상 및
지역봉제 생산활동 지원

지원혜택

자동캠재단(소량 가능), 패턴 입·출력,
마카 출력 무상 서비스

신청방법

유선 및 방문 상담 ▶ 재단스케줄 확인 ▶ 원단 입고 및 작업 투입

02-6328-6508, 6510

패션피플들의 성지가 된 DDP

국내 최대 패션 축제인 서울패션위크가 열리는 기간에 동대문디자인플라자(DDP)는 패션피플과 인플루언서, 셀러브리티들의 성지가 된다. 특히, 지상 도로에서 어울림광장으로 가는 길은 트렌드를 리드하는 패션피플들과 사진작가들이 몰리면서 인산인해를 이룬다. K-패션을 대표하는 국내 디자이너들이 올 가을-겨울 패션 트렌드를 선보인 '2023 춘계 서울패션위크'는 지난 3월 15일부터 19일까지 DDP에서 개최됐다. 이번 서울패션 위크에는 천만 인플루언서 모델 엘튼 등 전 세계 패션피플 3만5천명이 DDP를 찾았다. 사진제공 서울패션위크 ▶관련기사 8~9면



표지 설명

동대문 도매상인들이 참여한 'DDF 패션쇼'가 지난 3월 18일, 최근 재개관한 서울창작스튜디오에서 열려 주목을 받았다. 이번 패션쇼에는 apM, apM플레이스, DDP패션몰, 남평화, 디오트 등 동대문에 위치한 9개 상가에 입점해 있는 23개 브랜드가 참여해 올 봄-여름 시즌 신상품을 유니섹스 캐주얼과 여성복으로 나누어 선보였다. 사진은 유니섹스 캐주얼 패션쇼 모습.

등록번호 종로 라00563 발행일 2023년 4월 1일
발행처 (재)같이걷는길(구 동대문미래재단) (사)동대문패션타운관광특구협의회
발행인 박용만 박중현 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



'DDF 유니섹스 캐주얼 패션쇼에서 모델들이 포즈를 취하고 있다. 사진제공 제이케이디자인랩.

동대문 상인 옷 런웨이 오르자 모두가 놀라고 기뻐했다

춘계 서울패션위크 기간 중 'DDF 패션쇼' 성황리 개최 9개 상가 23개 브랜드 참여... 동대문 제품 우수성 알려

“동대문에서 일을 하면서 우리 옷이 패션쇼에 설 기회가 있을까? 하는 생각을 하지 못했는데 이런 기회가 생겨서 놀랐고, 한편으로는 너무 좋았다. 처음 패션쇼장에 들어갔을 때의 분위기와 모델들의 진지한 모습에 감탄을 했고, 쇼가 진행되는 동안 동대문 의류도 유명 브랜드 제품에 못지않구나 하는 자부심이 생겼다.”

- 디오트 '슬릭' 윤태원 대표.

도매상인 마케팅 및 역량 강화 위해 마련

국내 최대 패션산업 집적지인 동대문패션타운 도매상인들이 참여한 'DDF(DDP District Fashion) 패션쇼'가 지난 3월 18일, '2023 춘계 서울패션위크' 기간 중 최근 재개관한 서울창작스튜디오에서 열려 주목을 받았다. 이번 패션쇼에 참가한 상인들은 자신들이 만든 옷이 패션쇼 무대에 서자 기쁨을 감추지 못했다. 비록 연합 패션쇼 형태로 치러지면서 자신들의 브랜드를 전면에 내세우지 못한 아쉬움도 있었지만, 처음 열리는 동대문 상인 패션쇼에 대한 기쁨과 감동의 여운이 더 느껴졌다.

DDF 패션쇼는 서울시와 제이케이디자인랩이 주최, 주관하고 중구청 바이어라운지와 동아TV가 협업해 동대문 상권 활성화를 위해 마련했다. 동대문은 기획, 디자인, 시제품 제작, 패션제조, 도소매 유통망까지 모두 갖춘 국내 최대 패션산업 집적지이지만 자체 프로모션 및 MD 역량이 취약해 지속적인 소비자 유인에 어려움을 겪고 있다. 이를 보완하기 위해 열린 DDF 패션쇼는 잠재적 가치를 보유한 도매상인들의 마케팅 및 역량 강화로 메이드인 동대문 브랜드 가치를 높일 것으로 기대되고 있다.

DDF 패션쇼는 DDP패션몰 5층에 위치한 서울패션창작스튜디오에서 3월 18일 11시(유니섹스캐주얼), 오후 3시(여성복), 두 차례 진행됐다. apM, apM플레이스,

DDF 패션쇼 참가업체

상가명	매장명	층/호수
apM	벤티크	4층 37호
apM	오운	6층 41호
apM	아바플래닛	3층 10호
apM	어거스트	지하1층 50호
apM플레이스	만타레이	지하2층 4호
apM플레이스	스페셜	508-1호
DDP패션몰	타니아	2층 82호
DDP패션몰	에이피스	2층 126호
남평화	체스(레프트필드)	1층 구관58호
남평화	스튜디오 드더반(피닉스)	1층 136호
디오트	데일리프로젝트	2층 G15호
디오트	스케일	1층 A16호
디오트	디어제이(민짱)	지하2층 C10호
디오트	가쉽	2층 F16호
디오트	슬릭	지하1층 H7호
디오트	지수	4층 I13호
벨포스트	타시뉴욕	1층 75호
상상포스트	플레타	2층 201호
청평화	소노	지하1층 라열 19호
청평화	케이트	5층 다44호
퀸즈스퀘어	888블랙로즈	4층 441호
퀸즈스퀘어	제이린	3-111호
퀸즈스퀘어	르글램	4층 438호

DDP패션몰, 남평화, 디오트, 벨포스트, 상상플러스, 퀸즈스퀘어, 청평화 등 동대문에 위치한 9개 상가에 입점해 있는 23개 브랜드가 참여해 올 봄·여름 시즌 신상품을 선보였다. 또한, 패션쇼에 선보인 의상은 바이어와 직접 판매계약으로 이어질



수 있도록 3월 31일까지 바이어라운지에 전시됐다.

DDF 패션쇼를 기획한 서울창작스튜디오 운영사 제이케이 이디자인랩 홍재희 대표는 “K-패션의 파워를 보여주고, 동대문의 브랜드들이 SPA 브랜드로 성장할 기회를 도모하기 위해 DDF 패션쇼를 기획했다”며 “일부 참여업체는 단독 쇼를 진행해도 좋을 만한 퀄리티와 독창성을 보여주었을 만큼 반응이 좋아 향후 SPA 브랜드로 성장시킬만한 브랜드 발굴의 장으로 DDF를 키우고 싶다”고 말했다.

창작스튜디오, 패션쇼 외 각종 활동 지원

한편, DDF가 열린 서울창작스튜디오는 서울시가 침체된 동대문 상권에 활력을 불어넣고 패션 소상공인의 경쟁력을 키우기 위해 마련한 복합지원시설이다. 서울시는 DDP패션몰 5층에 위치한 기존 서울패션창작스튜디오를 뷰티·패션 디자이너·쇼핑몰운영자·소상공인·학생 등 누구나 이용 가능한 공공 패션쇼장 등으로 새롭게 조성, 3월 15일부터 운영을 시작했다.

서울패션창작스튜디오는 2009년 국내 최초로 디자이너 양성을 목적으로 처음 문을 열었고, 2021년 17기 디자이너 육성을 끝으로 낙후된 시설 보완과 지원 대상 확대를 위해 새로운 기능과 공간으로 재구성하게 됐다.

새롭게 구성된 공간은 500평(약 1,609㎡) 규모의 복합시설로 운영된다. 패션쇼, 반짝매장(팝업스토어) 등이 동시 개최 가능한 개방형 통합공간과 실시간 방송판매(라이브커머스) 등을 운영할 수 있는 스튜디오, 6~20인 규모의 회의실 등 새로운 기능을 갖췄다.

시는 시설 개관을 알리고, 유동인구가 많아지는 서울패션위크 일정에 맞춰 3월 15일부터 18일까지 4일간 하이서울패션쇼와 중구청 바이어라운지와 협업한 동대문 상인 패션쇼 DDF를 처음 개최했다. 서울패션창작스튜디오는 패션쇼 개최 외 팝업스토어, 국내외 수주회 기획, 온라인 판로개척 교육 등 패션사업에 필요한 각종 활동도 지원할 계획이다. 공간예약은 기존 V-커머스스튜디오 누리집(www.svcs.kr)을 통해 가능하다.



“브랜드업과 홍보에 도움”... 벌써 다음 패션쇼 기대



‘DDF’
여성복 패션쇼.

“구매 가능한 국내외 바이어 유치 필요” “준비 기간 짧아” 등 문제점도 지적

‘DDF 패션쇼’는 제대로 된 런웨이 무대에서 경쟁력을 인정받은 주요 도매상가 브랜드들이 대거 참여해 열린 첫 패션쇼라는 점에서 의미가 있다. 단발성에 그치는 것이 아니라 지속적으로 개최되면서 동대문 브랜드를 육성한다는 점에서 기존 패션쇼와는 차별화 될 것으로 보인다. 하지만 준비 시간이 부족한 가운데 여러 브랜드가 참여하면서 일부 문제점도 나타났다.

행사 후 바이어라운지가 실시한 만족도 조사에서 상인들은 전반적으로 “브랜드업과 홍보에 도움이 될 것 같다”며 만족감을 표시하면서 “준비 기간과 패션쇼 시간이 짧아서 아쉬웠다”, “구매 가능한 국내외 바이어들이 참석할 수 있도록 홍보가 필요하다”, “모델 피팅 후 촬영한 사진을 해당 매장과 컨폼 후 진행했으면 더 좋을 것 같다” 등의 문제점도 지적했다. 주최 측은 이번에 노출된 문제점을 보완해 올 하반기 예정된 두 번째 행사에서는 더욱 내실 있고 알찬 패션쇼를 선보인다는 방침이다. 패션쇼를 주최한 관계자들과 참여한 도매상인들의 이야기를 들어보았다.

“SPA 브랜드 발굴의 장으로 육성”

홍재희 제이케이디자인랩 대표

서울패션창작스튜디오에서 열린 동대문 상인 패션쇼 ‘DDF’는 동대문에서 그동안 이벤트성으로 개최한 패션쇼와는 다르게 최초로 서울패션위크 기간 중 패션쇼를 선보이며 오리지널 ‘K-패션’ 파워를 보여주었다.

참여업체의 일부는 단독 쇼를 진행해도 좋을 만한 퀄리티와 독창성을 보여주었고, 쇼를 관람한 바이어는 쇼를 통해 제품을 보니 뭔가 달라 보인다면 동대문에도 이렇게 품질 좋은 제품이 있는지 몰랐다면 구매를 위한 업체 정보를 요구하기도 했다. 또한, 참여 방법을 묻는 상인도 있었고, 이번 패션쇼에 참여한 업체 중에서는 벌써 재참여 기회를 요청하기도 했다.

첫술에 배부르지는 않겠지만 좋은 신호라고 생각하면서, 기획하는 입장에서는 향후 SPA 브랜드로 성장시킬만한 브랜드 발굴의 장으로 DDF를 키우고 싶은 매력을 느꼈다. DDF는 유튜브에서도 언제든 볼 수 있고, 동아TV를 통해서도 3월 30일 방영 후에 다시보기에서 감상할 수가 있다. 다음 DDF는 올 하반기에 개최할 계획이다.

“동대문 상품 ‘K-패션’ 역할 담당 보여줘”

임선미 DDF 브랜드 코디네이터

동대문 상인 패션쇼가 열리는 것은 동대문에서 처음은 아니다. 지역 활동가들에 의해 또는 상가 차원에서 간헐적으로 패션쇼는 몇 차례 있었다. 물론 서울패션위크라는 패션업계에서의 가장 큰 행사 기간 중에 제대로 갖춰진 무대에서의 동대문 상인 패션쇼는 처음이라고 할 수 있다. 그래서 참여한 상인들도, 준비하는 서울패션창작스튜디오 운영사 제이케이디자인랩도 신경을 많이 쓸 수밖에 없었다.

결과적으로 참여한 상인들은 좋은 콘텐츠와 색다른 경험을 얻을 수 있었고, 동대문 상품이 이전의 동대문의 보세 옷이라는 이미지에서 벗어나 우수한 품질과 디자인을 가지고 있는 K-패션의 역할을 하고 있음을 느낄 수 있는 행사였다. 준비 과정 중에 상호 몇 가지 아쉬운 점도 있기는 했지만, 하지 않았으면 알지 못했을 내용들이 더 중요했다고 생각되며 다음 DDF 패션쇼를 기대해 본다.



“참여 업체들의 의견 좀 더 반영됐으면”
정서호 DDP패션몰 ‘타니아’ 대표

10년 동안 동대문에 있으면서 패션쇼에 설 기회가 없었는데, DDF를 통해 우리 옷과 동대문 브랜드의 우수성을 알릴 수 있어서 기쁘다. 앞으로도 이런 기회가 있다면 적극적으로 참여하고 싶다. 아쉬웠던 점이 있다면 많은 업체의 참여로 일정 및 코디를 조율하는데 어려움이 있지 않았나 하는 것이다. 물론 전문가들의 고려에 따라 패션쇼 무대 의상이 결정되겠지만 참여 업체들의 의견이 반영돼 스타일링이 이루어진다면 쇼가 더욱 빛나지 않을까 하는 생각을 해 본다.

“바이어 유치해 동대문 알리는 기회로 삼자”
장재희 퀸즈스퀘어 ‘제이린’ 대표

우선 DDF 패션쇼에 참가할 수 있는 기회를 주셔서 너무 감사하다. 딸아이와 저의 이름을 따서 만든 ‘제이린’이라는 이름으로 패션쇼에 참여하게 돼 기쁘다.

한 가지 아쉬운 점은 시간이 너무 촉박했다는 것이었다. 시간이 조금만 더 있었으면 이번 무대에 올라간 것보다 다양한 제품을 준비할 수 있었다. 하지만 이번 패션쇼에 만족하고, 다음 기회에는 더 좋은 모습을 보여드릴 수 있을 것이다.

이런 행사가 홍보가 잘 돼서 국내외 바이어들이 많이 보러 오고, 동대문의 매력을 알릴 수 있는 기회로 작용했으면 하는 바람이다.



“동대문 상권 전체 경쟁력 향상에 기여”
김민석 벨포스트 ‘타시뉴욕’ 대표

이번 DDF 패션쇼는 저들에게 큰 기회이며 기쁨이었다. 모든 동대문 상인이 그렇듯이 패션쇼에 제품을 출품하는 것이 쉬운 일이 아닌데 자사 제품을 널리 알릴 수 있는 기회, 패션쇼장에서 멋진 모델이 우리 옷을 입고 런웨이하는 모습을 보고 너무 기뻐다.

이런 행사가 정기적으로 이뤄지고 많은 바이어들에게 홍보하면 동대문 전체 경쟁력이 높아 질 것으로 생각된다. 상인들 역시 자부심을 갖고 생업에 더욱 열중할 수 있을 것이다.

“동대문 도매상인으로서 자부심 생겨”
윤태원 디오트 ‘슬릭’ 대표

동대문에서 일을 하면서 우리 옷이 패션쇼에 설 기회가 있을까? 하는 생각을 하지 못했는데 이런 기회가 생겨서 놀랐고, 한편으로는 너무 좋았다. 처음 패션쇼장에 들어갔을 때의 분위기와 모델들의 진지한 모습에 감탄을 했고, 쇼가 진행되는 동안 동대문의 류도 유명 브랜드 제품에 못지않구나 하는 자부심이 생겼다.

또 패션쇼를 우리 아이들과 같이 참석해서 관람을 했는데 아이들이 엄마, 아빠가 일 하는 모습을 보여줄 수 있어서 뿌듯했다. 앞으로도 DDF 패션쇼가 열리면 언제든지 참여할 준비가 되어 있고, 이런 기회가 많았으면 좋겠다.





피날레 패션쇼.



어울림광장에서 열린 메트로시티 체험 프로그램.



트레이드쇼에서 바이어들이 상담을 하고 있다.

‘서울패션위크’ 국내 최대 패션 축제 위상 확인

5일간 전 세계 패션피플 3만5천명 방문
글로벌 바이어 현장 찾아 1천건 수주상담

K-패션을 대표하는 국내 디자이너들이 올 가을·겨울(F/W) 패션 트렌드를 선보인 ‘2023 춘계 서울패션위크’가 지난 3월 15일부터 19일까지 동대문디자인플라자(DDP)에서 개최됐다. 서울시 주최로 열린 이번 서울패션위크는 코로나 이후 최대 현장 관람객이 집결하며, 국내 최대 패션 축제로 성장리에 막을 내렸다.

온오프라인서 많은 관심 받아

이번 패션위크에는 역대 최대 규모의 해외 바이어가 서울을 찾아 전년대비 60% 증가한 1,007건의 수주상담회의를 진행했고, 천만인플루언서 모델 엘톤(Elton Ilirjan) 등 전 세계 패션피플 3만5천명이 패션쇼 현장을 찾았다. 온라인 동시 생중계를 통해 패션쇼를 관람한 사람은 245만 명에 달했다.

DDP 아트홀 1·2관에서 펼쳐진 패션쇼 관람객은 1만8천명으로 전년대비 30% 증가했으며, 어울림광장 시민참여부스 등 현장관람객은 1만7천명으로 전년대비 150% 증가하는 등 코로나 이후 최대 현장관람객이 모여 명실상부한 국내 최대 패션 축제임을 입증했다.

현장 패션쇼에 참석하지 못한 일반시민 누구나 관람할 수 있도록 유튜브, 인스타그램 등 서울패션위크 공식 SNS 채널을 통해 동시 송출된 브랜드별 패션쇼 영상의 온라인 조회수도 245만뷰를 달성하는 등 온라인에서도 많은 관심을 받았다.

원형 무대에서 열린 패션쇼 생동감 넘쳐



서울패션위크 기간에 인파가 몰린 DDP.



아조바이아조 런웨이.

이번 서울패션위크에서는 23개의 국내 최정상 디자이너 브랜드와 7개의 신진 디자이너 브랜드, 1개의 기업쇼 등 총 31회의 패션쇼 무대가 펼쳐졌다. 아티스트 퍼포먼스 및 영상, 음악의 활용으로 다양한 형태의 무대를 연출하며 눈과 귀가 즐거운 패션 축제의 장을 완성해 보였다.

DDP 아트홀 1관은 22년 만에 첫 원형 무대 디자인으로 연출해 관객들에게 한층 생동감 넘치는 무대 경험을 선사했으며, 아트홀 2관은 T자형 무대에 대형 LED를 설치해 다채로운 쇼 연출을 가능케 했다.

안전불감증을 주제로 한 컬렉션을 선보인 '얼킨'은 런웨이 무대에 아티스트 지올팍의 라이브를 연출, 사회적 이슈에 대한 날카로운 비판을 던지고자 하는 브랜드의 메시지를 완성도 높게 보여주었다.

'미스지컬렉션'에서는 가수 정훈희가 등장해 영화 '헤어질 결심'의 OST로 사용되었던 명곡 '안개'를 열창, 모델들의 피날레 워킹에 감동과 여운을 더했다. 미스지 컬렉션의 완성도 높은 패션쇼 연출은 온라인에서도 뜨거운 관심을 받아 유튜브 영상조회수 8만회를 달성하는 등 큰 관심을 모았다.

'다시 보고 싶은 패션쇼 TOP5' 선정

올해부터 K패션의 새로운 브랜드 가치를 창출하고, 우수 브랜드가 서울패션위크에 지속적으로 참여할 수 있는 기회를 제공하기 위해 '바이어가 주목한 다시 보고 싶은 패션쇼 TOP5'가 도입됐다.

'베스트 브랜드 선정'을 위한 평가단은 미국, 유럽, 아시아를 대표하는 8개국 빅바이어와 2개국 해외프레스가 참여했으며, 이번 시즌 컬렉션의 패션쇼 연출력, 컬렉션 완성도를 평가했다.

이번 서울패션위크에 참여한 서울컬렉션(중진), 제너레이션넥스트(신진) 브랜드 중 '베스트 브랜드 선정'을 위한 평가단이 브랜드의 연출력, 컬렉션의 완성도 등을 바탕으로 선호도 투표를 진행했다.

그 결과 준계 서울패션위크 TOP5에는 '얼킨'(이성동), '비엘알블러'(권봉석), '비온드클로젯'(고태용), '석운윤'(윤

석운), '아조바이아조'(김세형) 등이 선정됐다. TOP5로 선정된 브랜드에게는 2023 추계 서울패션위크 참여를 위한 브랜드 심사 면제(프리패스)가 주어지며, 패션쇼 스케줄 선택권, 패션쇼 또는 해외 전시 참여 지원 등의 혜택이 제공된다.

이성동 디자이너의 '얼킨'은 매우 현대적이며, 독창적이고 고급스러운 스트리트웨어로, 업사이클링과 상업적이면서 차별화된 브랜드 스토리가 인상 깊다는 평가를 받았으며, 권봉석 디자이너의 '비엘알블러'는 흥미로운 소재와 직물을 활용한 젊고 현대적인 컬렉션으로 무대연출에서 호평을 받았다.

고태용 디자이너의 '비온드클로젯'은 프레피스타일로 국제적 감각을 가진 패션쇼였다는 평가를, 윤석운 디자이너의 '석운윤'은 현대적이면서 커머셜한 감성이 돋보인다는 평가를, 김세형 디자이너의 '아조바이아조'는 한국패션을 대표할 만한 새로운 실루엣을 선보였다는 평가를 받았다.

패션 수주 박람회 '트레이드쇼' 진행

서울패션위크 개최 기간 동안 DDP 디자인랩 디(D)-숲에서는 국내 최대 규모의 패션 수주 박람회 '트레이드쇼'가 진행됐다. 서울패션위크 패션쇼를 선보이는 브랜드를 포함해 총 67개의 국내 디자이너 브랜드가 참여했으며, 전 세계 23개국 130여 명의 해외 바이어들이 현장을 방문해 총 1,007건의 1:1 수주 상담 회의가 진행됐다. 수주 상담 금액은 약 352만 달러(46억 원)에 달한다.

이번 시즌은 글로벌 패션 비즈니스의 장으로서 서울패션위크의 위상을 강화시키기 위한 노력의 일환으로 유럽 및 미주권의 주요 백화점, 편집숍 바이어 유치를 대폭 강화했다. 세계적으로 저명한 브라운스패션(영국), 프랭탕(프랑스), 투웬티포세븐(이탈리아) 등의 바이어가 대거 참석했다. 더불어 현장 방문이 어려웠던 바이어 등을 대상으로 온라인 수주상담회도 병행했다.

다양한 시민 참여형 프로그램 호응

DDP 어울림 광장에서는 시민들이 직접 체험하고 즐길 수 있는 다양한 시민 참여형 프로그램도 5일간의 서울패션위크 기간 동안 진행됐다. 서울패션위크에 대한 소개 및 패션 트렌드를 공유하는 라이브방송부터, 기업 참여형부스(무신사, 메르세데스벤츠, 메트로시티, 캐치패션, 비커스) 운영 등 패션, 뷰티, 라이프스타일에 이르는 다채로운 볼거리와 참여형 이벤트가 진행됐다.

김태균 서울시 경제정책실장은 "서울패션위크가 패션, 뷰티, 라이프스타일 등 산업간 협업, 융합의 가능성을 확장해 시너지를 높이는 최대 패션축제로 자리 잡았다"며 "서울을 대표하는 글로벌 패션플랫폼이자 우리 디자이너, 한국의 패션산업이 세계 시장으로 진출할 수 있도록 돕는 조력자가 되겠다"고 말했다.

▲ 비엘알블러

◀ 비온드클로젯

얼킨 ▶

◀ 석운윤

apM '아바플래닛'

독창적인 모토와 트렌드로 '시선강탈'

비비드한 컬러감과 배색 컬러로 인기

apM의 '아바플래닛(AVA PLANET)'(3층 10호)은 지난 2020년 7월 론칭된 컨템포러리 브랜드다. '시선강탈'이라는 슬로건을 내걸고, 독창적인 모토와 트렌드에 민감한 20대 여성을 겨냥하고 있다.

아바플래닛은 토털 캐주얼 여성복으로, 전 품목을 판매하고 있다. 주력 상품이 따로 있기보다는 비비드한 컬러감과 시장에서는 잘 쓰지 않는 배색 컬러로 고객의 사랑을 받고 있다. 예를 들어 재킷에 컬러를 조화롭게 쓰는 집은 극히 한정적이지만 아바플래닛은 기본 컬러를 바탕으로 비비드한 컬러감과 유니크하면서도 조화로운 배색으로 인기를 얻고 있다. 컬러와 원단에 있어서 극히 신중한 편으로, 품목이 다양해 선택의 폭이 넓은 것 또한 차별화 요소다.

아바플래닛 김수현 대표는 19살에 단체복을 맞추기 위해 디자이너클럽을 방문했다가 도매시장의 활기찬 분위기가 머릿속에 떠나지를 않아 대학 입학과 동시에 동대문에서 일하게 됐다. 동대문에서 15년간 직원으로 일하면서 그녀의 꿈을 키웠고, 10년 동안 apM에서 매장을 운영하면서 중국, 대만, 홍콩 등에서 온 바이어들과 소통, 글로벌 시장 공략에도 나서고 있다.

시즌 상품기획은 세트 느낌으로 또는 어울리는 컬러와 배색을 점목시킴으로써 상하의를 고민하지 않고 손님들이 그대로 선택할 수 있도록 디자인하고 있다. 또한, 매주 스타일링해 상하의를 맞춰 아이템별로 신상품을 출시하고 있다. 밤늦게 사람들이 안다니는 시간에 매장 문을 열어 손님들이 와서 인사해주고 상품에 대한 애김없는 피드백과 칭찬을 해 줄 때 보람을 느낀다는 김 대표는 향후 다방면으로 상품



을 홍보할 수 있는 마케팅에도 적극 나서 계획이다.

김수현 대표는 "사람들이 많이 오고 북적이던 동대문에 매력을 느껴 20살이 되자마자 들어왔던 곳인데 가까스로 기대했던 매장 오픈이 코로나와 맞물려 처음부터 쉽지 않은 길을 걷고 있는 것 같다"며 "코로나가 이렇게까지 길

게 갈 거라고 누구도 예상하지 못했던 만큼 힘들기도 했지만 지금까지 잘 버텼고, 주위에서 많은 걱정과 격려로 응원해 줘 긍정적인 마음으로 하루하루 최선을 다해서 상품을 기획하고 판매를 하고 있다"고 말했다. 전화: 02-2250-1799 카카오톡: sudn486 인스타그램: avaplanet_ 위챗: Avaplanet

디오트 '가십'

루즈핏 조거 팬츠·탑·티셔츠 인기

트렌디한 스트리트 패션에 단가 저렴

디오트의 '가십(Gossip)'(2층 F16호)은 2001년 론칭된 여성캐주얼이다. 티셔츠와 트레이닝웨어가 주력 상품으로, 최근 유행하고 있는 타이트하지 않고 여유가 있는 루즈핏 조거 팬츠와 탑, 티셔츠가 특히 인기를 얻고 있다. 이들 상품은 트렌디한 스트리트 패션에 저렴한 단가가 장점으로 한번 찾은 고객들의 재방문율이 높은 편이다.

가십 이찬숙 대표는 동대문에서 점원 생활을 하다가 자신의 매장을 오픈했다. 누준 오픈 때부터 매장을 운영하기 시작해 apM, 테크노를 거쳐 2014년 디오트에 입점했다. 디오트는 인터넷 쇼핑몰을 운영하는 업체들이 많이 방문하는 낮시장을 공략하기 위

해 들어왔다. 따라서 주거래선은 여성 인터넷 쇼핑몰 운영업체다.

시즌 상품기획은 기존 상품의 디자인 변경을 비롯해 해외 사이트 컬렉션 등을 참고해 컬러와 디자인을 정한 뒤 시장조사 후 진행하고 있다. 동대문 도매매장 점주로서 어려운 점은 높은 임대료와 낮은 이익률이다. 특히, 임대료 외에 지출 비용이 많아 판매량에 비해 이익률이 낮은 편이다. 반면 도매상인이라면 누구나 느끼는 거지만 길거리를 지나가다 자신이 판매한 제품을 입고 있는 사람을 볼 때 보람을 느끼고 있다.

유통 변화와 코로나로 인해 동대문 도매상인들이 어려움을 겪고 있는 가운데 가십은 새로운 디자인과 사진 촬영으로 신상품을 빠르게 업로드해 마케팅을 강화, 경쟁력을 키워나가고



있다.

가십 이찬숙 대표는 "원부자재와 임가공비 인상 등으로 생산원가는 지속적으로 오르고 있지만 판매가에는 제대로 반영하지 못해 어려움을 겪고

있다"며 "메이드 인 코리아의 자존심을 지키면서 동대문에서 계속 장사를 할 수 있도록 국내에서 옷을 제작하는 업체들에게 지금보다 더 많은 혜택이 주어졌으면 좋겠다"고 말했다.

화려한 비상을 위한 평화시장 패션쇼



평화시장

대한민국대표 의류도매상가

일시: 4월 7일 (금) 오후 3시

장소: 청계천 오간수교 수변무대

주최: 평화시장(주)

주관: YK스튜디오&컴퍼니 / (주)ESG컨설팅

후원: 평화시장 상인연합회

협찬: 평화 새마을금고, 금산피복, 선경사, 모모, 엠에스모자,

빌리온, TNC모자, 한일양말, 청림캠, 동우모자, 시티조이,

동심사, 철민사, 부흥사, 몽피크, 가르덴, 양귀비, 성진사, 유림사,

불티나, 백산, 선녀와나뭇꾼, 프라자, 두성사, 더불어

평화시장

☎ 02-2265-3531~2 ⌚ 22:00~익일 18:00
휴무일: 일요일, 금요일 야간(18:00~익일 09:00)

층별 판매 품목	
3층	남성복, 여성복, 아웃도어
2층	남성복, 여성복, 아동복, 아웃도어, 가방, 신발
1층	남성복, 여성복, 수영복, 패션잡화(모자, 스카프 등)

통일상가

☎ 02-2269-1969 ⌚ 의류 22:00~익일 08:00/부자재 06:00~18:00
휴무일: 의류 금요일 10시~일요일 10시 / 부자재 토요일 오후~일요일

층별 판매 품목	
A동 2~3층	남성복
A동 1층	남성복, 의류 부자재
B동 3층	남성복, 아동복
B동 2층	남성복
B동 1층	남성복, 의류 부자재
C동 3층	자수·라벨
C동 2층	자수·라벨
C동 1층	의류 부자재

굿모닝시티쇼핑몰

☎ 02-2118-8700 ⌚ 10:30~익일 1:00 휴무일: 화요일

층별 판매 품목	
12~16층	사무실
9층~11층	메가박스 영화관/푸드, 근린생활시설
8층	에스티아 웨딩홀
5층	볼링장
4층	VR 체험장
3층	남성토탈, 핸드폰 판매장
2층	액세서리, 피혁잡화, 여성패션 등
1층	여성토탈
B1층	DDP 베일리 면세점
B2층	입점 준비 중
B3층	스파렉스사우나, 근린생활시설

헬로에이피엠

☎ 02-6388-1200 ⌚ 10:20~익일 1:00 휴무일: 화요일

층별 판매 품목	
11층	헬로에이피엠 관리, 운영사무실
10층	치과, 산부인과, 마사지사, 피부과
9층	스크린골프, 당구장, 미용실
8층	헬스장
6~7층	입점 준비 중
5층	볼링장
4층	남성복, 남성잡화
3층	여성복, 여성잡화
2층	여성복, 아동복, 혼수품목
1층	여성복, 악곡
B1층	스포츠 신발, 수입 화장품

동대문밀리오레

☎ 02-3393-0296 ⌚ 10:30~익일 02:00 휴무일: 월요일

층별 판매 품목	
19~20층	호텔밀리오레
9층	식당가
8층	동대문밀리오레관리단, 치과
7층	신발
6층	민속공예품, K-POP샵, 양말, 수예, 네일샵 등
5층	가방, 벨트, 주얼리, 액세서리, 지갑, 안경, 가방
4층	남성복
2~3층	여성복
1층	여성복, 환전소, 안내데스크
B1층	아동복, 임부복, 은행, 수선실, 멀티 구제
B2층	명품의류, 스포츠의류, 멀티 구제

동화상가

☎ 02-2265-9611 ⌚ 영업시간: 09:00~19:00 휴무일: 일요일

층별 판매 품목	
4~5층	핸들자수, 컴퓨터자수, 스모크, 인타, 멜로, 핀코트, 핫픽스
3층	꽃수, 오바룩구, 스모크, 초음파, 스팅클
2층	라벨, 마크, 시보리, 고무줄, 단추, 작크, 핫픽스
1층	핫픽스, 넥타이, 원단, 와이셔츠, 타올, 전사지, 단추

두타몰

☎ 02-3398-3333 ⌚ 오전 10:30~00:00 휴무일: 설날추석명절 전일 및 당일

층별 판매 품목	
5층	남성패션, 잡화
4층	노브랜드, 패션잡화, 투썸플레이스
3층	여성패션, 액세서리, 안경, 잠바주스
2층	여성패션, 디자이너 패션, 스타벅스
1층	글로벌 컨셉스토어, 웨이크셰
B1층	스포츠, 유니섹스 캐주얼
B2층	편집숍, 푸드코트, 고객데스크

신평화패션타운

☎ 02-2238-6813 ⌚ (B1층, 1층, 4층) 21:00~익일 17:00 / (2층, 3층) 21:00~익일 10:00
휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
4층	수출 전문매장(내수), 숙녀복니트, 트레이닝복주름옷
3층	남성캐주얼, 여성캐주얼, 티셔츠·바지·부인복
2층	남·여캐주얼, 재킷·점퍼·니트, 스포츠웨어·티셔츠·바지·스커트
1층	스포츠 의류용품, 수건, 우산(외곽), 라제라내의류, 잡화양말스타킹
지층	스포츠댄스복, 밸리댄스복, 홀복, 무대복, 요가복, 파티복

동평화패션타운

☎ 02-2238-7791 ⌚ 본관동, 신관동 층별 상이 휴무일: 일요일

층별 판매 품목	
4층	여성의류, 남성의류, 잠바, 가방, 밍크 등
3층	남성복, 여성복, 캐주얼, 이너웨어, 신발 등
2층	숙녀복, 남성복, 아동복, 각종가운, 라제리 등
1층	옷수선, 신사복, 숙녀복, 아동복, 잠바, 티셔츠 등
B1층	숙녀복, 남성복(야간도매)
신관 3층	보세의류 전문관
신관 2층	보세의류 전문관
신관 1층	여성의류, 액세서리, 잡화 등

패션남평화

☎ 02-2237-0620
⌚ 지층, 1층(24:00~12:00) / 2,3층(20:00~익일 05:00) 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
3층	의류(청바지, 여성의류)
2층	의류(영캐주얼)
1층	가방
B1층	가방

제일평화

☎ 02-2252-6744~5
⌚ 월~목 09:00~17:30, 20:00~익일 04:00/금~토 09:00~17:30 휴무일: 일요일

층별 판매 품목	
3층	의류, 잡화
2층	의류, 잡화
1층	의류, 스카프, 가방, 신발
B1층	의류, 잡화

벨포스트

☎ 02-2238-4914~6
⌚ 09:00~17:00/20:00~익일 05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
3층	남성복
2층	여성복
1층	여성복, 잡화
B1층	여성복, 잡화

광희패션몰

☎ 02-2238-4352
⌚ 20:00~익일 05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
6층	모피, 무스탕, 가족의류
4층~5층	여성의류, 멀티제품
2층~3층	숙녀복, 캐주얼
1층	숙녀복, 남성복, 니트, 바지, 캐주얼
지하층	숙녀복, 남성복, 가방, 잡화

맥스타일

☎ 02-2218-0000 ☎ 11:00~익일 05:00 휴무일: 일요일

층별 판매 품목	
9~18층	오피스텔
8층	(주)맥스타일8, (주)브랜드
7층	(주)브랜드
6층	입점 준비 중
1층~5층	여성복
B1층	여성복
B2층	아울렛 매장

디디피패션몰

☎ 02-3405-4040 ☎ 20:10~익일 05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
5층	서울패션허브(배움뜰)
4층	서울시설공단V-커머스 스튜디오·서울패션허브(창작뜰)·바이어라운지·동대문패션상권지원센터
3층	여성복(영캐주얼), 패션잡화
2층	여성복(미시)
1층	여성복(마담), 패션잡화, 패션대학창작쇼룸

에이피엠

☎ 02-2250-2050 ☎ 20:00~익일 05:00 휴무일: 토요일

층별 판매 품목	
8층	APM F&C, VIP 라운지
5층~7층	남성복
1층~4층	여성복

에이피엠릭스

☎ 02-2231-0930 ☎ 20:00~익일 05:00 휴무일: 토요일

층별 판매 품목	
1층~5층	여성복
B2층~1층	액세서리, 가방, 잡화

에이피엠플레이스

☎ 02-2200-5102
☎ 14:00~익일 05:00 휴무일: 토요일/일요일 19시 오픈

층별 판매 품목	
12층	오피스텔
11층	오피스텔
10층	사무실
9층	사후면세점
8층	사후면세점
1층~7층	여성복
B1층	여성복
B2층	잡화

디자이너클럽

☎ 02-2233-2528 ☎ 20:00~익일 05:00 휴무일: 토요일

층별 판매 품목	
1층~5층	여성복
B1층	여성복
B2층	액세서리, 잡화

팀204

☎ 02-2232-3604 ☎ 20:00~익일 05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
7~15층	사무실
6층	미니원피스, 캐주얼 드레스
4층~5층	남성복, 빅사이즈
3층	아동복
1층~2층	구두, 잡화, 액세서리
B1층	구두, 잡화, 액세서리

W상가

☎ 02-2230-8100 ☎ 20:30~익일 05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
6~13층	오피스
4층~5층	남성복(빅사이즈, 토탈)
1층~3층	여성복
B1층	여성복

누존

☎ 02-6366-3001 ☎ 20:00~익일 06:00 휴무일: 토요일

층별 판매 품목	
11~15층	오피스텔
8~9층	오피스
7층	식당가
6층	멀티존
5층	멀티코디
4층	구두&잡화
3층	남성의류
2층	영캐주얼
1층	여성의류
B1층	캐주얼멀티
B2층	스페셜존

아트프라자

☎ 02-2232-2000 ☎ 20:00~익일 05:30 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
5층	업무시설
4층	업무시설
1층~3층	여성복
B1층	여성복

엘리시움

☎ 02-2250-1114 ☎ 21:00~익일 05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
12층	해양섬유(주), 해양개발(주) 관리사무실
11층	한의원, 사무실
7층~10층	사무실
5층~6층	마네킹 매장
1층~4층	아동복
지층	아동복

디오트

☎ 02-2117-8000 ☎ 24:00~12:00 휴무일: 토요일, 일요일

층별 판매 품목	
1층~5층	여성복
B1층	여성복, 패션잡화
B2층	여성복, 빅사이즈, 잡화

청평화패션타운

☎ 02-2252-8036 ☎ 23:50~익일 12:00 휴무일: 토요일, 일요일

층별 판매 품목	
6층	관리사무소, 각종 운영위원회
1층~5층	여성복
B1층	여성복

테크노상가

☎ 02-2232-4821 ☎ 23:00~익일 11:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
7층	운영위원회, 관리사무실
1층~6층	여성복
B1층	여성복

골든타운

☎ 02-2238-4241 ☎ 19:30~익일 05:00 ※일부 층별 상이 휴무일: 일요일

층별 판매 품목	
4층	사무실
1층~3층	액세서리
B1층	피혁원단

상상패션몰

☎ 02-2254-4222 ☎ 20:00~05:00 휴무일: 금요일, 토요일

층별 판매 품목	
6층~9층	오피스텔
5층	임대
4층	라이브 틱톡 커머스
1층~3층	여성복
B1층	남성복

동대문관광특구협의회-서울디자인재단

동대문 패션상권 활성화 업무협약 체결

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)와 서울디자인재단(대표 이경돈)이 동대문패션상권 활성화를 위해 업무협약을 체결했다.

지난 3월 17일 동대문디자인플라자(DDP) 2층 디자인랩에서 열린 업무협약식에서 양 기관은 유기적인 교류 및 다양한 프로그램 협력을 통해 동대문 상권 활성화에 기여하기로 했다.

구체적인 협약 내용은 △동대문 패션·뷰티 상권 활성화 팝업스토어 운영(DDP 시민축제 연계) △패션·뷰티 라이브 커머스 운영(팝업스토어 내 운영) △동대문 굿즈 제작 및 판매 등이다.

팝업스토어 운영을 위해 디자인재단은 운영 공간 제공과 사업 홍보를, 관광특구협의회는 스토어 운영 및 제품 판매, 홍보 지원을 담당한다.

패션·뷰티 라이브 커머스 운영을 위해 디자인재단은 디자인 컨설팅 및 디자이너 연계를, 관광특구협의회는 국내외 인플루언서 초청 및 판매를 하게 된다.



동대문패션타운관광특구협의회 박중현 회장(왼쪽에서 다섯 번째)과 서울디자인재단 이경돈 대표(여섯 번째)가 동대문패션상권 활성화를 위한 업무협약을 체결한 뒤 참석자들과 기념촬영을 하고 있다.

동대문 굿즈 제작 및 판매 역시 디자인재단이 디자인 컨설팅과 디자이너를 연계를 담당하고, 관광특구협의회는 제품 제작과 판매를 할 계획이다.

이밖에 향후 사업 방향 및 결정은 양 기관이 서로 합의해 결정하고, 활발한 정보교환을 통해 긴밀한 협력 체계를 구축해 나가기로 했다.

서울시, 소상공인 공유재산 임대료 감면 실시

지하도 상가, DDP패션몰 등 4,200개 점포

서울시는 코로나19 장기화와 고금리, 고물가로 부담이 지속되는 소상공인의 금융부담 완화를 위해 공유재산심의회 심의를 거쳐 공유재산 임대료를 최대 40%까지 감면하기로 확정했다. 아울러 공용관리비 감면과 임대료 납부기한 연장도 함께 추진한다.

지원대상은 '중소기업기본법' 및 '소상공인 보호 및 지원에 관한 법률'에 따른 소기업 및 소상공인으로 서울시가 보유하고 있는 지하도상가, DDP패션몰 등 상가에 임차한 소상공인 대상 4,200여개 점포이며, 약 208억 원 지원이 예상된다. 지원기간은 올해 상반기에 해당하며, 하반기는 코로나19 위기경보단계 및 감염병 등급 하향 조정 등에 따라 지원여부가 검토될 예정이다.

다. 지원내용은 △피해 정도에 따른 임대료 40% 감면 △공용관리비 감면 △임대료 납부유예 등 세 가지다.

임대료 최대 40% 감면의 경우 서울시가 소유한 지하도 상가, DDP패션몰 등에 입점한 소상공인 대상으로 6개월간 피해 정도에 따라 최대 임대료를 40%까지 인하한다. 임대료 인하조치에 따라 4,200여개 상가에 임대료 약 154억 원 감면이 예상된다.

공용관리비 감면은 관리비 항목 중 공용관리비인 경비·청소원 인건비 부담분을 6개월 동안 한시적으로 감면한다. 이를 통해 최대 약 20억 원 지원이 예상된다.

임대료 납부유예는 시유재산 임대료 납부 기한도 사용·대부기간 내 6월까지 연장한다. 납부기한 연기를 통해 연체료 부담이 없어져 약 34억 원의 지원효과가 예상된다.



'서울어워드 및 B the B' 홍보대사로 위촉된 중국 왕홍 쉬산(가운데).

'서울어워드' 홍보대사 왕홍 쉬산 위촉

서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)은 지난 3월 24일 서울의 아름다움과 라이프스타일을 제안하기 위해 동대문디자인플라자 DDP 마켓 내 조성해 운영 중인 서울 뷰티·패션 라운지 'B the B'에서 중국 최상급 왕홍 '쉬산'을 SBA '서울어워드 및 B the B' 홍보대사로 위촉했다.

쉬산(徐杉, Sherry)은 중국 가수 출신 왕홍으로 중국 SNS 채널(콰이쇼우, 더우인, 샤오홍슈 등) 팔로워 848.1만 명을 보유하고 있다.

시에누/리쥬란/메이크업포에버 등 뷰티상품 전문 관측 라이브커머스를 진행하고, 라이브커머스 1회 방송으로 최고 1.13억 위안(한화 약 213억 원) 판매기록을 보유하는 등 마케팅 고급력이 큰 중국 인플루언서다.

SBA는 쉬산을 서울 중소기업의 우수상품 인증브랜드 '서울어워드'와 서울 뷰티·패션 라운지 'B the B'의 홍보대사로 임명, 서울 중소기업의 중국 마케팅 채널 확장을 지원할 계획이다.

동대문관광특구협, 3~4월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)는 1월 동대문패션상권 모범종사자로 △청평화시장 '르샤' 전선화 대표 △동대문밀리오레 '훈남스타일' 조남훈 대표, △광희패션몰 하현영 씨, 2월 모범종사자로 △평화시장 '동우모자' 김용익 대표 △테크노상가 '배

추' 이희정 대표를 선정했다. 관광특구협의회는 글로벌 시대에 앞서가는 창의적 경영 마인드와 성실하고 친절한 자세로 고객맞이에 전념함으로써 쾌적한 쇼핑환경 조성하고 건전한 상거래 정착 및 외국인 관광객 유치 등 관광산업 활성화에 공이 큰 상인과 직원들을 대상으로 매월 모범종사자를 선정해 시상하고 있다.

‘평화시장 패션쇼’ 오간수교 수변무대에서 열린다

시니어 전문모델 참여해 오는 4월 7일 개최
엔데믹 맞아 동대문 패션 상권에 활력 기대

코로나19로 어려운 시기를 보내고 있는 상인들을 위로하고 동대문 상권의 화려한 비상을 염원하는 ‘평화시장 패션쇼’가 오는 4월 7일 오후 3시 청계천 오간수교 수변무대에서 개최된다.

평화시장(주)(대표 김영복)이 주최하는 이날 패션쇼에는 YK스튜디오(대표 양근희)에 소속된 시니어 전문모델 30여명이 출연해 평화시장 의류와 모자, 액세서리 등을 착용하고 화려한 런웨이를 펼칠 예정이다. 특히, 오후 3시 본 공연에 앞서 평화시장 매장을 돌면서 상인과 고객들에게 패션쇼 의상을 선보이고, 패션쇼 후에는 트로트 공연을 여는 등 축제 분위기를 연출할 계획이다.

패션쇼 의상은 디자이너와 모델들이 평화시장을 방문해 고른 것들로, 직접 생산이 가능한 메이드 인 코리아 제품들로 구성했다. 평화시장의 경우 일반 남·여성복 외에도 작업복, 모자, 스카프, 액세서리 등 특화 품목이 많아 다양한 착장이 가능한 것도 장점



이다.
평화시장 앞 오간수교 밑에 위치한 수변무대는 청

계천에서 유일하게 패션쇼를 할 수 있는 장소로, 코로나19 이전에는 패션쇼가 자주 열리며 관광객들과 시민들에게 볼거리를 제공했다. 코로나19 이후 수변무대에서 패션쇼가 열리는 것도, 평화시장이 단독으로 주최하는 것도 이번이 처음이다.

평화시장 김영복 대표는 “코로나19로 지친 상인들을 위로하고 엔데믹을 맞아 평화시장과 동대문 상권에 활력을 불어넣기 위해 패션쇼를 기획하게 됐다”며 “상인들과 시민들의 반응이 좋을 경우 시즌 행사로 자리매김할 수 있도록 할 계획”이라고 말했다.

한편, 이번 패션쇼에 제품을 협찬한 업체는 다음과 같다.

△몽피크(남·여성복) △양귀비(여성상의) △빌리온(여성청바지) △두성사(여성청바지) △동심사(여성티) △철민사(원피스) △가르텔(블라우스) △프라자(남성상의) △더불어(남성상하의) △선녀와나뭇꾼(등산복) △블티나(치마) △백산(바지) △금산피복(작업복) △성진사(작업복) △모모(모자) △엠에스모자(모자) △TNC모자(모자) △한일양말(덧신) △청림캡(모자) △동우모자(모자) △선경사(스카프) △시티조이(스카프) △부흥사(한복) △유림사(한복)

‘무신사 스튜디오’ 5호점 4월 3일 오픈

국내 의류 생산 거점지 신당동 낙점

무신사가 패션특화 공유 오피스 ‘무신사 스튜디오’의 다섯 번째 지점을 서울 중구 신당동에 오픈한다. 4월 3일에 문을 여는 ‘무신사 스튜디오 신당점’은 의류 생산 공장이 다수 밀집한 지역에 위치해있다. 국내 패션 산업 거점 지역 중 하나로 손꼽히는 신당동은 패턴, 부자재, 라벨 생산부터 의류 도매 사업 등 의류 제작 사업자의 업무 공간 수요가 많다는 점에서 낙점됐다. 무신사는 새롭게 오픈하는 신당점을 동대문종합시장 인근에 있는 동대문점과 더불어 의류 제작, 디자인, 도매업 등에 종사하는 사업자에게 최적화된 업무 공간으로 운영할 방침이다. 2018년부터 운영해온 무신사 스튜디오 동대문점의 패션 관련 입주사 비중은 약 80%에 달한다.

신당점은 청구역에서 도보 3분 거리에 위치한 6층 규모의 건물에 자리 잡았다. 총면적은 약 990평으로 업무 공간은 3인실부터 28인실까지 다양하게 구성됐다. 층 단위로 임대하는 경우 입주사당 최대 160여 명까지 수용 가능한 것이 특징이다.

상품 촬영이 잦은 입주사를 위한 시설도 주요 특



장점이다. 50평 규모의 자연광 스튜디오, 사진 촬영이 가능한 야외 루프탑 공간 등 크기와 용도별로 7개의 촬영 스튜디오를 운영한다. 또한 입주사가 운영 비용을 절감할 수 있도록 촬영 시설과 장비 대여 모두 무료로 제공한다.

이밖에 무신사 스튜디오만의 패션 사업에 특화된 서비스와 인프라를 제공한다. 의류 검수 및 패턴용 작업대를 비치해 의류 제작 작업이 가능한 워크룸을 마련하고, 저렴한 비용으로 택배 서비스를 이용할 수 있도록 지원한다. 또한 입주사를 대상으로 실질적인 사업 운영에 필요한 멘토링, 교육 프로그램, 입주 멤버 간 네트워킹 행사 등을 진행할 예정이다.

“맞춤형 컨설팅으로 경영개선하세요”

‘소상공인 역량강화 컨설팅’ 대상 업체 모집

중소벤처기업부(장관 이영)는 소상공인의 경영혁신 및 애로 해소, 창의적 경영개선 아이디어의 구체화 및 실현을 맞춤형으로 지원하는 ‘소상공인 역량강화 컨설팅 사업’을 추진한다.

‘소상공인 역량강화 컨설팅 사업’은 기존 ‘경영안정 컨설팅’과 신규로 추진되는 ‘기업가형 육성 컨설팅’ 두 가지 방식으로 운영된다.

‘경영안정 컨설팅’은 경영, 브랜드·디자인, 법률, 기술, 디지털 전환, 지식재산권 등 해당 분야의 애로 해소를 위해 전문 컨설턴트를 활용해 맞춤형 컨설팅을 지원하는 사업으로 비용의 90%를 지원한다. 컨설팅 수행기간은 진단 결과에 따라 1일~4일간 진행되며, 올해에는 소상공인의 복합 경영애로 해결을 위해 분야별 그룹 컨설팅(경영+법률 등)을 중점 지원할 계획이다. 지원 규모는 3,200건 내외이고, 별도 선정 과정 없이 지원 대상의 적격여부 검토 후 신속 지원하는 방식으로 추진된다.

‘기업가형 육성 컨설팅’은 창의적인 경영개선 아이디어를 보유한 창의 소상공인이 기업가로 성장하도록 컨설팅과 바우처를 제공하며, 총 1,600건을 지원할 계획이다.

apM, 중국 광저우에 오는 8월 도매몰 오픈

apM시대국제성에 700점포 규모

apM이 중국 시장 공략을 본격화한다. 동대문에 apM, apM럭스, apM플레이스 등 3개 도매상가를 운영하고 있는 apM그룹은 상가 활성화와 글로벌 시장 진출을 위해 오는 8월 중국 광저우에 도매몰을 오픈한다고 밝혔다.

8월 중순 중국 광저우 유화지구에 오픈 예정인 중국 apM몰은 지하 2층~지상 9층 건물인 apM시대국제성(apM時代国际城)에 지상 2층~5층 약 4만㎡에 5구좌 기준 약 700점포 규모로 들어선다. 이곳 인근에는 야마(YIMA)와 바이마(BAIMA), 유어스(U:US), 홍면(紅棉), 후이메이 등 주요 도매상가가 밀집해 있다.

apM은 중국 도매몰이 오픈할 경우 동대문 도매업체들이 중국 광저우로 대거 진출하는 계기를 마련할 것으로 기대하고 있다. apM MD의 우수한 디자인, 트렌디한 감각과 기획에서 생산에 이르는 일괄 시스템을 중국 현지에 도입, 제대로 된 동대문 패션을 유통시킨다는 계획이다. 또한, 전 세계에서 가장 큰 의류 도매시장인 광저우 진출을 통해 정체되어 있는 국내



apM이 지난 1월 중국 광저우 유화지구 패션 유통 관계자들과 전략적 협력 체결식을 가졌다. 사진 왼쪽부터 최영준 apM 본부장, 송시용 apM 회장, 광저우시대국제성 회장, 석주형 apM 단장, 김정현 apM 총괄대표, 노기락 apM플레이스 본부장.

도매시장 마켓셰어를 넓히고, 이를 기반으로 글로벌 시장 공략에 나선다는 방침이다.

apM그룹은 중국 도매몰의 성공을 위해 현재 apM, apM럭스, apM플레이스 입점 상인 외에 중국 진출을

희망하는 도매 업체와 협업 중에 있으며, 중국 광저우 시장조사 시 항공비 지원, 중국에서 창업 시 저렴한 임대비용 제공, 상가 내 샘플실 제공, 공장 소개 등 다양한 지원 정책을 내놓고 있다.

에이블리' 전문몰 앱 사용자 수 1위 차지

무신사, 지그재그 2~3위 올라

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 '에이블리'가 주요 전문몰 앱 설치 및 사용자 순위에서 1위를 달성했다. 고객 록인에 성공하면서 가장 오래, 자주 사용하는 '대세' 버티컬 커머스 입지를 굳혔다.

앱/리테일 분석서비스 와이즈앱·리테일·굿즈 '전문몰 이용 동향'에 따르면 지난 2월 에이블리 설치자(1,089만 명) 및 사용자 수(669만 명)는 주요 10개 전문몰 앱 중 가장 높은 수치를 기록했다. 전문몰 앱 사용자 수는 에이블리에 이어 무신사, 지그재그 순으로 1~3위 모두 패션 플랫폼이 차지했다.

에이블리는 실제 앱 활성화 정도를 나타내는 지표인 사용률(앱 설치자 수 대비 사용자 수를 나눈 값) 역시 61.4%로 가장 높게 나타났다. 이는 패션, 뷰티, 식품, 인테리어, 수공예품 등 다양한 분야를 대표하는 버티컬커머스 앱의 평균 사용률(40%대)을 훌쩍 웃도는 수준이다.

에이블리의 독보적인 앱 이용 빈도도 눈에 띈다. 에이블리 2월, 1인당 월평균 사용 시간은 49분 54초, 1인당 월평균 실행 횟수는 41회로 주요 전문몰들을 제치고 압도적 1위를 차지했다. 2, 3위 앱과 비교해도 월평균 사용 시간은 20분, 월평균 실행 횟수는 10회가량 높은 수치로, 에이블리가 유저 일상생활에 자연스럽게 녹아든 필수 앱으로 자리 잡았음을 증명했다.

주요 전문몰 앱 설치&사용자 수 및 사용률 23년 2월

카테고리	앱	설치자/사용자 (만 명)	사용률
패션	에이블리	1,089 / 669	61.4%
패션	무신사	967 / 449	51.0%
패션	지그재그	897 / 402	58.3%
뷰티	올리브영	792 / 383	48.4%
인테리어	오늘의집	1,042 / 344	33.0%
식품/뷰티	컬리	742 / 293	39.5%
수공예품	아이디어스	509 / 198	37.6%
패션	퀵릿	346 / 163	47.1%
패션	브랜디	404 / 93	23.0%
패션	KREAM	209 / 85	40.9%

지그재그, '직진배송' 확대

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 '지그재그'가 '직진배송'의 주문 마감 시간을 늘려 빠른 배송 서비스를 강화한다.

직진배송은 주문 금액 상관없이 자정까지 주문하면 익일 도착하는 빠른 배송 서비스로, 지난 2021년

6월부터 선보였다. 특히 지난해부터는 익일 배송에서 더 나아가 서울 지역에 한해 주문 당일 또는 다음 날 새벽 도착하는 빠른 배송을 도입하며 서비스 고도화를 지속해왔다. 지그재그는 고객 편의를 극대화하기 위해 당일/새벽 도착 주문 마감 시간을 최대 4시간 연장했다. 이에 따라 서울 지역 거주 고객은 낮 2시 전까지 주문 시 당일 자정 전에, 밤 10시 전까지 주

문하면 다음 날 새벽 7시 전에 상품을 수령할 수 있게 됐다. 당일/새벽 도착 가능 지역도 넓힌다. 현재 서울 지역에서만 서비스 중인데, 이를 다음달부터 부천시, 구리시, 의정부시, 성남시, 하남시, 광명시, 남양주시, 고양시 등 경기도 주요 도시로 확대할 예정이다.

직진배송은 입점사의 창고 구축 및 재고 부담을 줄이고 소비자에게 편리한 쇼핑 경험을 제공하고 있다.

섬유패션 전시회 'PIS 2023' 참가업체 모집

코엑스서 8월 23~25일 열려

한국섬유산업연합회(회장 이상운)가 오는 8월 23일부터 25일까지 3일간 코엑스(A홀/B1홀)에서 국내 최대 글로벌 섬유패션 전시회 '프리뷰 인 서울 2023(PIS 2023)'를 개최한다.

올해로 24회째를 맞이하는 PIS 2023은 어렵고 힘든 현실 속에서 새로운 가치를 이끌어내자는 의미의 '드라마틱 코어(Dramatic Core)'로 컨셉을 정하고, 'Circular Core', 'Hi-Per Core', 'Craft Core', 'Rising Core' 4가지 테마로 구성, 섬유패션산업의 미래 방향성을 제시한다.

이번 PIS 2023은 세계적인 트렌드에 맞추어 원사, 친환경·기능성 소재, 부자재, 패션의류 및 액세서리, DTP, 디지털 솔루션, 섬유기계 등 섬유 스트림별 프리미엄 아이템으로 구성할 예정이다.

특히, 올해는 새롭게 아트/디자인/스타트업관을 구성해 창의적이며 혁신적인 작품과 제품을 선보이는 섬유 소재와 아트, 디자인 관련 업체들과 스타트업 기업을 위한 특별관을 마련한다.

지난 PIS 2022에는 15개국 1만 여명의 관람객이 오프라인 전시회를 방문했으며, '온라인 전시관(Digital Show)'에는 77개국의 2만 여명의 관람객이 방문, 국내 최대 글로벌 섬유패션 전시회를 입증했다. 금년에는 전시장 규모를 지난해 A홀(10,368m²)에서



지난해 열린 'PIS 2022' 효성티앤씨 부스 모습.

A홀/B1홀(14,733m²)로 확대해 보다 많은 관람객들이 전시회를 방문할 것으로 기대하고 있다.

엔데믹 시대에 따라 참가업체의 실질적인 성과를 위하여 해외 바이어 초청 규모 역시 확대할 계획이다. 국내외 유관기관을 통한 유럽, 미주, 아시아 등지의 한국산 소재에 관심이 높은 바이어를 초청하고, 국내 벤더기업들의 거래 해외 바이어 초청, 글로벌 세미나 연계 등을 통한 바이어 초청 등도 진행한다.

7월 중순 오픈 예정인 온라인 전시관(Digital Show)을 통해 국내외 바이어들이 참가 업체들의 제품을 둘러보며 문의 및 샘플신청을 하고 오프라인 전시장 상담까지 이어지도록 비즈니스를 연계할 계획

이다. 또한 바이어들의 관심 제품 리스트를 데이터화해 참가업체들에게 제공하는 등 마케팅 활동을 적극 지원한다.

이와 함께 한국패션산업협회에서 주관하는 2023 트렌드페어를 동시 개최, 소재부터 디자이너브랜드까지 전 스트림을 한곳에서 소싱할 수 있는 비즈니스 시너지 효과를 높일 것으로 보고 있다.

참가업체 모집은 오는 5월 10일까지이며, 직전 연도 참가업체와 4월 12일까지 조기 신청하는 경우 각각 10% 할인율을 적용받을 수 있다. 참가신청은 프리뷰 인 서울 전시회 홈페이지(previewinseoul.com)를 통해 온라인으로 할 수 있다.

'제37회 섬유의 날' 유공자 포상 공모

섬유산업연합회

한국섬유산업연합회(회장 이상운)가 섬유패션 산업 발전에 공헌한 유공자를 포상하는 '제37회 섬유의 날 유공자 포상' 공모를 3월 9일부터 시작했다.

신청대상 분야는 모범경영인, 수출유공자, 혁신기술유공자, 우수브랜드(디자인)유공자, 우수사원, 특별유공자, 우수유공기관 및 단체 등 7개 분야이며, 포상종류는 훈장, 포장, 표창(대통령, 국무총리, 산업통상자원부장관, 섬산련회장) 등으로 구분된다.

'섬유의 날'은 지난 1987년 11월 11일 섬유산업이 단일 업종 최초로 수출 100억불을 달성한 날을 기념하기 위해 제정됐으며, 우리나라 섬유패션 산업의 우수성을 널리 알리기 위해 수여하고 있는 정부포상이다.

섬산련은 금번 포상에서 시장타켓형 친환경·디지털·첨단소재 선도, 미래 융합기술 개발, 섬유 ESG 경영, 수요-공급 기업간 연대협력, 국산소재(국방 및 공공조달 등) 활용 확대, 일자리 창출 및 미래인재 양성, 제조현장 스마트화 구축 등과 연관된 공적 위주의 유공자를 적극 발굴한다는 방침이다.

전년도와 비교해 달라진 점은 운영위원회 심의를 거쳐 모범경영인 분야의 산업기여도 및 수출 심사기준의 '배점' 및 '심사지표'를 변경하는 등 정량평가 지표를 객관화함으로써 공적심사의 공정성과 실효성을 한층 강화했다.

포상 신청서가 접수되면 분야별 전문가로 구성된 심사위원회를 통해 엄정한 심사를 거쳐 후보자를 산업통상자원부에 추천하게 된다. 유공자 포상 공모는 4월 7일까지이며, 섬산련 홈페이지(www.kofoti.or.kr) 공지사항에서 관련 양식을 다운 받을 수 있다.

'제16회 코리아패션대상' 포상 공모

패션산업협회

한국패션산업협회(회장 한준석)는 산업통상자원부 주관으로 패션산업 발전에 기여한 유공자에 대한 정부포상 행사인 '제16회 코리아패션대상' 신청을 3월 8일부터 4월 7일까지 접수 받는다.

포상의 종류에는 대통령 표창, 국무총리 표창, 산업통상자원부장관 표창, 한국패션산업협회장 표창이 있으며, 포상의 대상은 패션기업 대표자 및 종사자, 연관산업 종사자 세 가지 부문이다.

패션기업 대표자 부문은 혁신적이고 창의적인 디자인 개발 및 경영 합리화를 통해 한국패션산업 발전 및 한국패션시장의 글로벌화에 기여한 공적이 있는 패션 기업 대표자를 대상으로 한다.

패션기업 종사자 부문은 한국패션산업 발전에 공적이 있는 기업에 소속된 자로서 경영기획, 상품기획, 디자인, 마케팅, 생산 등 분야에서 활동하며 소속 기업의 성장에 기여한 공적이 있는 패션기업 종사자면 신청이 가능하다.

초개인화 시대 맞아 다양한 트렌드 공존

삼성물산 패션, '23년 봄여름 여성복 트렌드 분석

삼성물산 패션부문이 '23년 봄여름 시즌 여성복 트렌드를 발표했다. 이에 따르면 패션은 이제 더 이상 하나의 메가트렌드로 설명하기 어렵다. 초개인화 시대 속에서 각자의 취향에 기반해 발전한 다양한 트렌드들이 공존한다. 그럼에도 올 봄여름 시즌 패션워크에서 공통적으로 보인 특징은 유연한 시각을 바탕으로 자유로움을 추구하는 모습이 가득했다는 것이다. 지난해를 뜨겁게 달궜던 자유롭고 과감한 Y2K 패션의 영향력이 남아있는 가운데 더욱

다양한 시대적 영감이 부상하고 있다. 1990년대 미니멀리즘은 새로운 시각으로 에센셜한 아이템을 재해석하고, 거친 감성의 유틸리티는 부드럽고 로맨틱한 소재와 컬러로 차분하게 정제됐다. 투명하게 비치는 시어 소재는 사적 공간을 넘어 온·오프타임 관계없이 활용되고, 젊음과 자유로움을 상징하는 데님 소재가 다양한 아이템에 폭넓게 적용됐다.

임지연 삼성패션연구소장은 “올해는 Y2K 패션 트렌드가 이어지는 가운데 정제된 워크웨어 무드가 부상하고, 편안하게 변화한 오피스 룩이 주목받는다”며 “더불어 데님부터 시어, 레이스까지 다양한 소재가 활용되며, 부드러운 파스텔 컬러가 봄을 물들일 것”이라고 말했다.

'포켓' 전성시대

Y2K 패션과 워크웨어 패션 트렌드가 어우러지면서 '유틸리티'가 올해 주요 키워드로 부상한다. 유틸리티 무드는 실용성과 기능주의를 지향하면서 포켓, 지퍼, 드로스트링, 벨트 등 조절이 가능한 디테일들을 적극 활용하는 것이 특징이다.

특히 유틸리티 무드를 대표 하는 아이템, 2000년대 유행했던 카고 팬츠는 이번 시즌 한 층 다양한 소재, 컬러, 실루엣으로 진화한다. 새틴 같이 광택 있고 유연한 소재를 적용해 여성스러운 무드를 절충하거나 탱크 톱, 브라 톱 등과 매치해 섹시한 느낌으로 업데이트해 카고 팬츠 특유의 투박한 느낌을 파괴한다. 또 큼직한 주머니가 달린 카고 미니스커트도 제안된다. 유틸리티와 함께, 고프코어(gorpcore, 아웃도어 의류를 일상복과 매치해 개성적인 스타일을 연출하는 것) 룩도 떠오르면서 실용적인 수납을 위한 아웃포켓, 사이즈 조절을 위한 드로스트링, 지퍼 등 기능적 요소를 갖춘 유틸리티 재킷, 블루종 등이 일상복으로 나타난다.



'구호플러스' 23SS 컬렉션.

자유로운 '출근룩'

엔데믹 이후 오피스룩에 대한 수요가 살아나면서 테일러링 스타일이 주목받는다. 정해진 시간, 장소에 얽매이지 않은 유연해진 근무 환경을 반영하듯 테일러링은 좀 더 자유롭고 편안하게 변화한다.

1990년대 미니멀리즘 영감에 릴랙스된 감성을 더해 테일러링과 셔츠 등 오피스 에센셜 아이템들이 재구성된다. 넉넉한 핏의 크롭 재킷과 여러 아이템의 장점을 재조합한 하이브리드 셋업, 와이드 팬츠, 베스트, 시티 쇼츠, 비대칭 스커트, 블룸 셔츠 등이 주로 활용된다.



'에잇세컨즈' 23SS 컬렉션.

'데님'부터 '시어'까지

젊음과 자유로움을 대변하는 데님 소재가 올해 특히 두드러지게 활용될 것으로 보인다. 트러커 재킷과 팬츠 등 일반적인 데님 아이템은 물론, 트렌치코트, 카고팬츠, 미니스커트 등 다양한 아이템에 폭넓게 적용된다. 아우터, 셔츠, 팬츠까지, 위/아래 모두 데님으로 통일한 일명 '청청' 패션도 주목받는다.

투박하고 튼튼한 데님과 정반대의 성격을 지닌 가볍고 부드러운 터치의 소재도 함께 부상한다. '23년 봄여름 시즌 패션워크에서는 시폰, 저지, 레이스 등 투명하게 비치는 시어(sheer) 소재가 트렌드로 떠올랐다. 시어 소재가 온·오프타임의 경계를 넘어 관능적이고 로맨틱하게 활용되며, 시어 소재를 겹치거나 팬츠나 스커트 위에 덧입는 등 시스루 레이어링이 제안된다.



'비커오리지널' 23SS 컬렉션.



'빈플레이디스' 23SS 컬렉션.



'파스텔'로 물든 봄

올해 봄여름 시즌에는 부드러운 파스텔 컬러가 뉴트럴 못지않게 확장되어 활용된다. 핑크, 라벤더, 민트, 스카이 블루 등 다양한 파스텔 컬러가 시즌 특유의 긍정적인 분위기를 배가한다. 파스텔 컬러는 최근 주목받는 시어하거나 실키한 소재와 만나 가벼우면서 우아한 스타일링을 연출하고, 여유로운 핏의 슈트, 재킷, 블루종, 드레스 등 다양한 아이템에 적용돼 페미닌한 감성을 자아낸다.

봄여름 시즌 스타트... 글로벌 랭킹 상승세

패션 온라인 쇼핑몰 2월 순위 및 방문자수

지난 2월 패션 온라인 쇼핑몰은 봄여름 시즌이 시작되면서 전월에 비해 활성화된 모습을 보였다. 방문자 수는 전월과 비슷했지만 검색량이 늘고 체류시간이 길어지면서 글로벌 랭킹이 전반적으로 상승한 것으로 나타났다.

본지가 국내 홈페이지 랭킹 순위 사이트인 코랭킹닷컴(www.koranking.com)의 협조를 받아 조사한 '2월 패션 온라인 쇼핑몰 순위'에 의하면 100위권 쇼핑몰 중 글로벌 랭킹이 전월 대비 상승한 쇼핑몰은 53개에 달했다. 이는 1월 29개에 비해 크게 증가한 것이다.

방문자 수와 검색량, 체류시간 등을 종합적으로 평가해 매긴 패션 부문 글로벌 랭킹 1~10위는 무신사, SSF샵, 29cm, 패션플러스, LF몰, 하프클럽, 뉴발란스코리아, 더블유컨셉, 이랜드몰, 코오롱몰 순으로 나타났다. 전월에는 무신사, SSF샵, 29cm, 이랜드몰, 패션플러스, LF몰, 더블유컨셉, 하프클럽, SI빌리지, 코오롱몰 순이었다. 1~3위는 전월과 같고, 나머지 4~10위는 순위 변화가 심했다.

방문자 수는 무신사가 전월 대비 약 160만 명 증가한 1,557만 명으로 가장 많았고, SI빌리지가 430만 명, SSF샵이 248만 명, 29cm가 225만 명, LF몰이 194만 명, 이랜드몰이 182만 명 등으로 그 뒤를 이었다. 무신사 외에는 대부분 소폭 감소했고, 100만 명이 넘는 쇼핑몰은 13개로 전월에 비해 한 개 줄었다.

취급 부문별로는 무신사를 제외하곤 대기업들이 운영하는 브랜드종합이류가 상위권을 차지한 가운데 여성의류, 브랜드여성의류, 빅사이즈의류, 피트니스웨어, 아웃도어, 스포츠, 캐주얼 쇼핑몰이 각축을 벌였다.

전월에 비해 상승폭이 큰 쇼핑몰은 물라웨어, 제이키즈, 서울스토어, 딥트, 물리안, 쉐, 가나수영복, 쇼윈도, 스킨피그, 마이더스비, 시크릿라벨 등이었고, 안나키즈, 아이디어룩물, 디스커버리익스페디션, 칸투칸, 다바걸, 캔버스, 로미스토리, 러브패리스, 시크라인, 인동FN 등은 하락폭이 컸다.

취급 부문별 1위는 여성의류는 에이블리(11위→12위), 남성의류는 애즈클로(35위→25위), 종합스포츠브랜드는 뉴발란스코리아(12위→7위), 아웃도어는 케이빌리지(23위→20위), 피트니스웨어는 제시믹스(14위→14위), 빅사이즈의류는 핫핑(37→24위), 캐주얼은 지오다노(28→35위), 패션잡화는 제이에스티나(58위→47위), 신발은 폴더 온라인스토어(31위→33위), 여성화는 사뽀(78위→67위), 아동복은 제이키즈(76위→23위), 속옷은 도로시와(38위→36위) 등이 차지했다. 아웃도어가 노스페이스에서 케이투코리아의 케이빌리지로, 빅사이즈의류가 육육걸즈에서 핫핑으로, 아동복이 보리보리에서 제이키즈로 바뀌었고, 나머지는 변동이 없었다.

이번 조사는 랭킹닷컴에 등록된 1천여 개 패션 쇼핑몰을 해외 웹 분석 사이트 시밀러웹을 통해 순위를 매긴 결과다.

패션 온라인 쇼핑몰 순위					(*2월 기준, 시밀러웹 기반, 코랭킹닷컴 제공)				
순위	쇼핑몰 이름	홈페이지 주소	글로벌 랭킹	증감	국내 랭킹	증감	월 방문자수(명)	취급 부문	
1	무신사	musinsa.com	2,337	664	58	16	15,576,827	브랜드종합이류	
2	SSF샵	ssfshop.com	15,435	1545	284	25	2,486,812	브랜드종합이류	
3	29cm	29cm.co.kr	19,632	818	356	15	2,253,932	브랜드종합이류	
4	패션플러스	fashionplus.co.kr	23,932	2258	416	31	1,368,101	브랜드종합이류	
5	LF몰	lfmall.co.kr	25,360	1304	478	2	1,942,599	브랜드종합이류	
6	하프클럽	halfclub.com	25,702	2710	453	44	1,506,216	브랜드종합이류	
7	뉴발란스코리아	nbkorea.com	26,791	15745	472	236	1,580,554	종합스포츠브랜드	
8	더블유컨셉	wconcept.co.kr	26,854	-57	542	-38	1,697,765	브랜드종합이류	
9	이랜드몰	elandmall.com	27,716	-4465	512	-99	1,823,216	브랜드종합이류	
10	코오롱몰	kolonmall.com	35,438	331	601	10	1,368,907	브랜드종합이류	
11	SI빌리지	sivillage.com	35,555	-3319	631	-66	4,308,004	브랜드종합이류	
12	에이블리	a-bly.com	37,358	456	615	9	1,602,009	여성의류	
13	더한섬닷컴	thehandsome.com	41,573	8970	702	120	922,311	브랜드종합이류	
14	제시믹스	xexymix.com	45,879	9588	808	155	1,137,389	피트니스웨어	
15	안다르	andar.co.kr	69,344	19528	1,132	264	857,333	피트니스웨어	
16	바버더닷컴	babathe.com	76,662	11088	1,230	163	518,812	브랜드여성의류	
17	스타일난다	stylenanda.com	91,783	-7305	7,900	-1988	852,571	브랜드여성의류	
18	물라웨어	mulawear.com	96,743	134998	1,547	1995	361,601	피트니스웨어	
19	이큐엘	eqstore.com	98,563	-5505	1,780	-294	443,771	브랜드종합이류	
20	케이빌리지	k-village.co.kr	101,401	-11358	1,632	-170	260,593	아웃도어	
21	브랜드	brandi.co.kr	103,697	12652	1,664	151	426,438	여성의류	
22	노스페이스	thenorthfacekorea.co.kr	109,315	-26172	2,219	-805	390,472	아웃도어	
23	제이키즈	jkids.co.kr	111,332	150626	1,772	2254	593,721	아동복	
24	핫핑	hotping.co.kr	113,677	37296	1,974	368	363,629	빅사이즈의류	
25	애즈클로	asclo.com	115,406	29980	1,916	401	632,898	남성의류	
26	카시나	kasina.co.kr	120,146	1296	1,965	60	254,044	브랜드종합이류	
27	아이스타몰	istockmall.com	122,180	3981	1,935	-17	288,769	브랜드종합이류	
28	안나키즈	annakids.co.kr	123,523	-39712	1,952	-633	165,877	여성의류	
29	아이디룩물	idlookmall.com	123,680	-22946	1,959	-403	140,415	브랜드여성의류	
30	육육걸즈	66girls.co.kr	125,190	-24710	1,987	-404	257,418	빅사이즈의류	
31	아트랑스	atrrangs.co.kr	131,672	-14587	2,116	-291	274,028	여성의류	
32	H패션몰	hfashionmall.com	132,365	-29284	2,158	-494	290,698	브랜드종합이류	
33	폴더온라인스토어	folderstyle.com	133,001	-6469	2,119	-175	296,933	신발	
34	서울스토어	seoulstore.com	140,023	46362	2,229	613	239,080	여성의류	
35	지오다노	giordano.co.kr	143,549	-20467	2,547	-549	186,390	캐주얼	
36	도로시와	dorosiwa.com	143,601	14782	2,298	140	197,495	속옷	
37	레미떼	lemite.com	147,078	1921	2,337	-59	242,709	브랜드여성의류	
38	디스커버리익스페디션	discovery-expedition.com	151,404	-33587	2,780	-74	283,903	아웃도어	
39	딥트	dint.co.kr	155,734	78760	3,354	692	283,301	여성의류	
40	보리보리	boribori.co.kr	156,922	10902	2,748	-104	271,375	아동복	
41	리리엔코	ririnco.com	158,110	4886	2,495	-32	273,835	빅사이즈의류	
42	필라코리아	fila.co.kr	162,416	-885	2,877	463	190,556	종합스포츠브랜드	
43	엔스테이션	nstationmall.com	166,295	-2318	3,974	42	265,803	아웃도어	
44	웍스아웃	worksout.co.kr	170,333	35141	2,722	467	207,291	브랜드종합이류	
45	칸투칸	kantukan.co.kr	170,549	-45775	2,808	-710	194,726	아웃도어	
46	물리안	moulian.com	172,884	42172	2,872	649	241,176	여성의류	
47	제이에스티나	jestina.co.kr	177,560	35853	3,345	40	193,251	패션잡화	
48	다바걸	dabagirl.co.kr	183,449	-55282	2,934	-975	210,981	여성의류	
49	캔버스	converse.co.kr	184,496	-51976	3,110	-825	193,242	신발	
50	갠소	gaenso.com	187,997	9253	2,990	9	234,793	여성의류	
51	슈마커	shoemaker.co.kr	189,045	-9274	3,189	-434	212,199	신발	
52	디스이즈네버렛	thisisneverthat.com	191,173	-27145	86,630	-23987	154,710	캐주얼	
53	공주우먼	09women.com	191,712	-3180	3,147	-75	171,848	빅사이즈의류	
54	커먼유니크	common-unique.com	193,733	16331	3,478	642	157,288	여성의류	
55	리린	leelin.co.kr	197,704	-5107	3,149	-221	171,353	여성의류	
56	로미스토리	romistory.com	200,041	-36447	3,613	-973	187,483	여성의류	
57	쉐	chuu.co.kr	200,608	56048	187,307	-20978	159,007	브랜드여성의류	
58	언더아머	underarmour.co.kr	202,785	-38802	3,481	-818	179,360	종합스포츠브랜드	
59	아디다스	shop.adidas.co.kr	208,091	63884	3,322	899	242,057	종합스포츠브랜드	
60	밀크코코아	milkcocoa.co.kr	210,275	-7523	6,303	284	181,475	여성의류	
61	캔마트	canmart.co.kr	212,018	45772	4,167	329	183,150	여성의류	
62	아카데미라비	acmedelavie.com	213,456	-15628	7,082	353	183,769	캐주얼	
63	가나수영복	swim.co.kr	214,782	88533	3,444	1362	128,177	수영복/래쉬가드	
64	페블	fairplay142.com	217,684	22804	3,887	732	149,951	남성의류	
65	마리오몰	mariomall.co.kr	218,871	-10496	3,513	-282	190,525	브랜드종합이류	
66	오키네	okkane.co.kr	219,434	-15426	3,480	-396	199,105	빅사이즈의류	
67	사뽀	sappun.co.kr	226,194	43731	3,666	524	204,503	여성화	
68	쇼윈도	showwindow.co.kr	230,593	57685	3,631	904	122,167	브랜드종합이류	
69	그레이시크	graychic.co.kr	231,640	1056	3,670	-29	201,901	여성의류	
70	베렐	getbarrel.com	233,576	28731	3,808	336	113,365	수영복/래쉬가드	
71	TBH글로벌	tbhshop.co.kr	234,863	-98314	3,766	-1648	96,355	캐주얼	
72	베니토	benito.co.kr	236,827	-11012	4,558	-642	183,581	여성의류	
73	안나앤모드	annanmode.com	237,099	18619	3,814	147	148,332	여성의류	
74	커버넌트	covernat.net	238,071	104920	5,776	908	146,998	캐주얼	
75	지그재그	zigzag.kr	238,288	39278	3,966	761	196,394	브랜드종합이류	
76	스킬피그	skullpig.com	246,732	171668	4,183	2495	191,441	피트니스웨어	
77	조군샵	jogunshop.com	249,744	49943	5,472	484	146,659	브랜드종합이류	
78	쪼아맘	joamom.co.kr	250,066	-644	4,033	-153	116,404	여성의류	
79	뽕브라몰	bbongbra.co.kr	255,769	-19949	4,122	-485	140,089	속옷	
80	마지아룩	mazia.kr	256,547	-6368	4,140	-257	153,303	여성의류	
81	마이더스비	midasb.co.kr	272,688	112722	4,548	1919	159,477	여성의류	
82	데상트코리아	shop.descentekorea.co.kr	276,914	-16280	4,492	-403	124,440	종합스포츠브랜드	
83	러브패리스	loveparis.net	278,801	-58716	4,544	-1158	156,771	여성의류	
84	스타일쉐어	styleshare.kr	278,986	-27497	5,485	-668	175,294	브랜드종합이류	
85	시크라인	chic-line.com	279,446	-67057	4,662	-1389	117,986	여성의류	
86	제이스타일	jstyleshop.net	280,273	21048	5,081	-145	134,118	빅사이즈의류	
87	저스트윈	justone.co.kr	285,610	9292	4,597	83	144,909	여성의류	
88	시크폭스	chicfox.co.kr	285,740	-55364	5,848	-2314	208,251	여성의류	
89	소녀나라	sonyunara.com	290,358	-5900	4,831	-87	209,239	여성의류	
90	파타고니아코리아	patagonia.co.kr	297,007	-60081	5,037	-1047	109,874	아웃도어	
91	코오롱스포츠	kolonsport.com	298,306	-17902	4,897	-484	116,741	아웃도어	
92	스토리나인	storynine.co.kr	308,759	-24221	5,012	-495	112,816	여성의류	
93	시크릿라벨	secretlabel.co.kr	309,662	67299	5,035	1131	116,386	여성의류	
94	나인	nain.co.kr	312,608	-19282	5,080	-519	105,813	브랜드여성의류	
95	리지랄닷컴	leejiral.com	320,068	-15578	5,240	-462	136,892	여성의류	
96	메이비베이비	maybe-baby.co.kr	322,628	1573	5,835	-578	136,206	여성의류	
97	나나살롱	nanasalon.com	323,506	19494	5,279	166	136,228	여성의류	
98	인동FN	idfnall.co.kr	330,129	-39355	5,997	-526	83,445	브랜드여성의류	
99	메이블루	mayblue.co.kr	344,269	77995	5,902	847	111,316	여성의류	
100	피핀	pippin.co.kr	348,646	37699	5,709	421	112,726	여성의류	

이인희 아리오 대표의
리테일 이야기<12·끝>이인희
• 아리오 대표

온라인에서 상품을 판매하든, 오프라인에서 상품을 판매하든 우리 모두가 고객에게 듣고 싶은 말이 있다. 바로 '어머, 이건 사야해!' 이다. 고객이 기쁘게 지갑을 여는 마음의 소리가기 때문이다.

그렇다면 고객은 언제 이런 생각을 할까? 고객의 마음을 이해하기 좋은 예를 하나 들어보자. 어느 매장에서 1만 원짜리 지폐를 9천원에 판다면 어떨까? 아마 날개 돋친 듯이 팔릴 것이다. 그럼 1만 원짜리 지폐를 5천원에 판다면? 마찬가지이다.

고객은 상품을 구매하는 것이 이득이라고 느껴질 때 상품을 사고 싶어진다. 고객이 지불하는 돈보다 가치가 더 큰 상품은 구매를 할수록 고객에게는 이득이기 때문이다.

이것을 수식으로 표현하면 '상품 가치' - '상품 가격' = '고객 만족도'가 된다. 뒀인 '고객 만족도'가 커지면 커질수록 고객은 더 사고 싶은 마음이 들게 된다.

여기서 간단한 산수 문제 하나! 뒀인 '고객 만족도'를 키울 수 있는 방법은 무엇일까?

그렇다. 한 가지 방법은 '상품 가치'를 크게 만드는 것이고, 다른 하나는 '상품 가격'을 작게 만드는 것이다.

그런데 우리는 '상품 가격을 낮추는' 방법이 고객 만족도를 높이는 유일한 방법이라고 생각하는 경향이 있다. 하지만 가격 할인은 매출과 매출이익을 떨어뜨릴 뿐만 아니라 브랜드의 가치도 떨어뜨린다. 고객으로 하여금 제 가격을 주고 사면 손해를 보는 것 같은 기분이 들게 만들기 때문이다. 장기적으로 매우 위험한 정책이 아닐 수 없다.

왜 우리는 또 다른 방법인 상품가치를 키우려는 노력에는 그렇게도 인색한 것일까? 이번 회는 1년간의 칼럼 연재 중 마지막 편이다. 기본으로 돌아가 고객이 우리 상품을 구매하는 기본적인 메커니즘을 이해하고 '가격'이 아니라 '가치'를 변화시키기 위한 방법에 대하여 이야기하려고 한다.

상품의 가치를 높이는 방법은 어떤 것들이 있을까? 가장 먼저 떠오르는 것은 연구개발을 통해 상품의 질을 높이는 방법일 것이다. 그런데 방법이 그것만 있는 것은 아니다. 고객과 만나는 접점에서 할 수 있는 방법도 많이 있다.

첫째, 가장 쉬운 방법으로 고객이 모르고 있는 우리

‘어머, 이건 사야해!’
고객이 말하게 만들자

“상품의 가치를 높이는 방법은 어떤 것들이 있을까? 가장 먼저 떠오르는 것은 연구개발을 통해 상품의 질을 높이는 방법일 것이다. 그런데 방법이 그것만 있는 것은 아니다. 고객과 만나는 접점에서 할 수 있는 방법도 많이 있다.”



@gettyimagesbank

상품의 가치를 알려주는 것이다. 좋은 기능의 원단, 핏을 예쁘게 잡아주는 패턴, 실용적인 관리 방법 등 우리 상품이 갖고 있는 장점을 고객에게 충분히 알려줘야 한다. 매장의 직원이接客 시 설명을 해도 좋고, POP나 온라인 사이트를 통해 설명하는 방법도 있다. 온라인은 시각적으로 표현하기 좋은 수단이다. 고객은 우리가 생각하는 것보다 우리 상품에 대하여 잘 모르고 있다는 것을 잊지 말자.

둘째, 상품 활용도를 높여서 상품의 사용가치를 끌어올리는 방법이다. 패션 상품이라면 멋지게 코디할 수 있는 팁을 알려주는 것이 여기에 해당된다. 자주 활용하고 더 만족스럽게 사용하도록 정보를 준다면 상품의 가치를 올려주는 것이 되기 때문이다.

셋째, 고객이 상품을 구매하기까지의 '쇼핑여정'을 가치 있게 만드는 것이다. 우리들이 놓치는 것이 하나 있다. '가치' 안에는 상품의 사용가치 외에 구매까지의 여정에서 겪는 양질의 고객 경험도 포함된다. 온라인 쇼핑몰이 처음 나왔을 때는 '가격'을 낮출 수 있기 때문에 오프라인 매장이 경쟁에서 밀릴 것이라 생각했다. 하지만 어떤가? 오프라인 매장은 오히려 진화하고 있다. 그 동안 소홀했던 '고객 경험'을 키우는 좋은 채널이기 때문이다.

마지막으로 매장 직원의 가치를 키우는 것이다. 매장에 직원이 근무하는 이유가 단순히 상품을 찾아주고 계

산을 하기 위한 것이라고 생각하는가? 고객을 직접 만나는 '접점'은 매우 중요하다. 고객의 만족도를 높일 수 있는 기회가 많은 지점이기 때문이다. 고객이 매장 직원과의 만남을 가치 있게 생각한다면 우리 상품의 가치는 함께 올라가게 된다.

매장 직원의 가치를 올리는 방법, 어렵게 들리는가? 두 가지로 접근하면 된다. 하나는 새로운 '어울림'을 찾아주는 것이다. 고객은 자신이 익숙한 스타일을 선호하기도 하지만 때로는 새로운 변화를 원한다. 고객에게 어울림만한, 평소와는 다른 컬러나 스타일을 제안해보자.

두 번째는 라이프스타일을 고려한 상품 추천이다. 예를 들면 어린 자녀가 있는 고객에게는 오염이 덜 되거나 세탁이 편리한 원단의 상품을 추천하는 것처럼. 내가 알고 있는 원단이나 패션 지식을 총동원하여 만족스러운 쇼핑이 될 수 있도록 도와보자. 고객은 나를 잘 아는, 나만의 스타일리스트가 되어 주는 매장 직원에게 매우 높은 가치를 부여할 것이다.

온라인 쇼핑몰이든 오프라인 매장이든 기본적으로 매출이 발생하는 메커니즘은 동일하다. '지불하는 돈'보다 '구매로 얻어지는 가치'가 크면 매출은 생기기 마련이다. 이제 '지금 할인 중이다' '최저가 상품이다'라는 말은 고객에게 그만하자. 고객이 느끼는 내 상품, 내 서비스에 대한 가치를 높일 방법을 고민해야 한다. 그것이 고객과 나 모두 행복할 수 있는 방법이다.

커피와 그림이 만나 향기와 힐링을 전하다

커피 디자이너 김동조의 ‘동향화’〈16· 끝〉



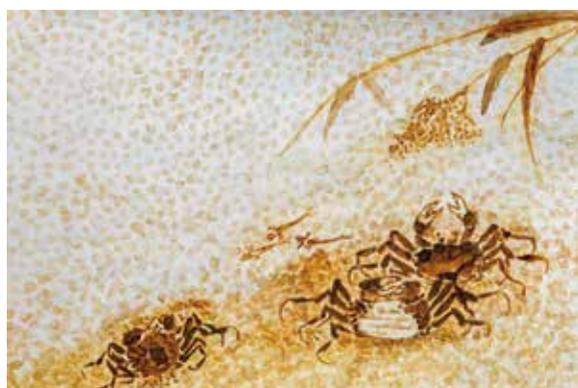
커피는 많은 사람들이 좋아하고 즐기는 전 세계 대표 음료이다. 필자에게 커피는 음료 이상의 의미를 갖는다. 커피는 나에게 주는 가장 큰 힐링이다. 여러분께도 커피가 큰 힐링이 되기를 바라는 마음으로 그동안 커피에 대한 이야기를 써 왔다. 필자는 커피와의 힐링을 위해 커피를 내리고 마시는 것에 그치지 않고, 그 커피로 그림을 그리고 있다. 에스프레소만을 사용하여 그 향기와 힐링을 전달하고자 노력하고 있다.

이번에는 커피로 그리는 그림을 이야기 해 보고자 한다. 필자는 커피의 향기가 좋아서, 커피의 얼룩이 좋아서 커피로 그림을 그리기 시작했다. 에스프레소 한 가지만으로 그린 브라운톤의 커피 그림을 보고 있으면 마음이 편안해 진다. 필자가 그린 커피 그림을 본 많은 이들이 수묵화에서 느껴지는 편안함이 있다고 이야기 한다. 커피 그림은 수묵화에서 느껴지는 편안함과 아련함이 있다.

“서양화는 그림을 보고, 한국화는 그림을 읽는다.”고 말한다. 보는 것과 읽는 것은 여러 차이가 있다. 커피 그림도 보는 그림이 아닌 읽는 그림이 되고 싶다. 사색을 하게 하는 그림, 힐링이 되는 그림이 되기를 바라며 그림을 그린다. 읽는다는 것은 그 안에, 그 그림 안에 숨은 뜻이 있다는 것을 의미한다. 예로부터 한국화는 그 숨은 뜻에 맞게 그림을 그렸고, 그 그림을 선물하였다. 커피로 그린 그림으로 향기와 함께 그 숨은 뜻 또한 선물하고자 한다. 대표적인 몇몇 그림과 그 숨을 뜻을 소개한다.

바닷게를 그린 그림이 있다. 게 그림은 어떤 뜻이 있고, 어떤 분께 선물하면 좋을까?

게 그림의 숨은 뜻은 장원급제로, 오늘날의 기준으로 생각하면 중요한 시험을 앞둔 분들께 합격, 더 나아가 수석 합격을 의미한다. 이는 게의 한자 갑에서 의미를 전하는 것으로, 우리가 흔히 갑질한다에서의 갑으로



과거시험의 장원을 갑이라 하였다.

한국화에서 많이 그리는 소재로 기러기와 갈대가 있다. 이를 같이 그린 그림을 ‘노안도’라고 하는데, 갈대의 한자어인 노(蘆)가 중국어에서는 늙을 로(老)와 발음이 같고, 기러기의 한자어인 안(雁)이 평안의 안(安)과 발음이 같아 이 두 소재를 합하면 늙어서 평안하라는 뜻이 되기 때문이다. 기러기는 안서(雁書)라는 말이 의미하듯이 소식을 전해주는 길조로 사랑을 받았다. 그러한 숨은 뜻이 있기에 어르신들의 무병장수를 기원하며 선물한 그림이다.

이런 한자의 뜻과는 상관없이 풍수나 그 소재의 의미로 그려지고 선물이 되는 그림이 있다. 그중 하나가 말 그림이다. 말은 그 역동성과 건강함으로 인해 사업이나 학업에서 남보다 더 앞서 가라는 의미로 선물하였던 그림으로, 건강을 기원하는 의미도 있다.

꽃 중에 꽃이라고 하는 모란의 경우 부귀영화를 뜻하고 있어서 모란꽃을 선물하는 것은 풍요롭고 즐겁게 살아가라는 뜻이 그림에 내포되어 있다. 예전 그림에 모란꽃이 있다면 요즘의 대표적인 꽃은 단연 해바라기

일 것이다. 해바라기는 밝고 양지바른 곳에 잘 자라는 국화과의 한해살이풀로, 해가 떠오르는 밝은 생명의 상징이기도 하다. 해바라기 그림은 빈센트 반 고흐의 작품으로도 유명하지만, 태양처럼 눈부시고 뜨거운 감정을 나타내는 영혼의 꽃이기도 하다.

그런 이유에서 해바라기 그림은 풍수인테리어 소품으로도 인기가 높은 개운템이기도 하다. 개운템은 운을, 좋은 기운을 가져다주는 아이템이라는 뜻이다. 즉, 밝은 희망과 떠오르는 태양처럼 집안이 발전하고 모든 생활면에서 경제적으로 활기를 찾고 재물과 복을 가져다주는 꽃으로 요즘 그림 선물로 많이 환영 받고 있다. 특히, 노란색이 진하면 진할수록 좋고, 활짝 필수록 더 좋다. 보통 황금색과 같은 노란색은 재물을 가져다주기도 하지만 긍정적인 의미를 지니고 있다. 이러한 의미로 커피로 해바라기를 자주 그리고 있다.

커피로 그린 해바라기 그림의 향기가, 기운이, 그리고 황금빛의 커피 색상이 여러분 모두에게 건강과 부와 행복을 전달해 주기를 바라며, 커피로 함께한 이야기를 마무리 한다.

보집요강

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

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

갤러리(토탈)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/4월22일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

우드세이지(토탈)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/4월22일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

apM플레이스(토탈)

야간/정규직/무관/1999년생 이상/1년 이상/4월22일/010-9521-0547/pbgshh@gmail.com

너트플랜(여성복)

무관/정규직/여/없음/1년 이상/4월22일/010-3035-3901/haeri211@nate.com

apM플레이스(여성복)

주간/아르바이트/여/1987년생 이상/7년 이상/4월21일/010-2949-0714/aaa@naver.com

엘아이엠컴퍼니(토탈)

주간/정규직/여/1982년생 이상/3년 이상/4월21일/010-5529-0054/dun8679@hanmail.net

apM럭스(토탈)

주간/정규직/여/없음/무관/4월21일/010-4304-5034/pbs6485@naver.com

Windy(캐주얼)

야간/정규직/여/1993년생 이상/무관/4월21일/010-6408-8455/ppppf1@hanmail.net

디오트 4층(여성복)

야간/정규직/무관/2002년생 이상/무관/04월21일/010-6609-1163/kkhjj@naver.com

Vineyard(토탈)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/4월21일/010-3400-7226/yjyj1001@naver.com

apM 3층(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/4월21일/01086314739/shoeis@nate.com

더탐나(니트)

주간/정규직/여/1997년생 이상/무관/4월21일/010-6570-6221/thetamna2@naver.com

진원씨엔씨(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/4월21일/010-2710-6321/zinwon6321@froming.co.kr

디오트(여성복)

무관/정규직/무관/1984년생 이상/2년 이상/4월21일/010-3722-3472/wktbr02@nate.com

더베이지스(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/4월21일/010-6771-2283/jhchoi@fashion-flow.co.kr

포텐(남성복)

주간/정규직/남/1994년생 이상/2년 이상/4월30일/010-3012-4945/kimbokyung0922@gmail.com

라임하임(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/4년 이상/4월20일/010-8294-2586/kjw2586@daum.net

Areuban(남성복)

주간/정규직/남/없음/무관/4월21일/010-5355-1242/areuban_cs@naver.com

apM레이크(여성복)

주간/정규직/여/1992년생 이상/3년 이상/4월20일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

헬베티카(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/4월20일/010-7299-7689/yake6165@gmail.com

우드세이지(토탈)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/4월20일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

갤러리(토탈)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/4월20일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

프롬헤드투토(여성복)

주간/아르바이트/여/1980년생 이상/5년 이상/4월20일/010-7706-8912/idealer@hanmail.net

apM VENIR(여성복)

야간/정규직/여/1988년생 이상/무관/4월20일/010-4738-9576/oopsbaby50@naver.com

La vie(여성복)

무관/정규직/여/1990년생 이상/5년 이상/4월15일/01030188898/xx_ddaay@naver.com

판매사원

테크노 샷사앤코(여성복)

야간/정규직/남/없음/1년 이상/4월23일/010-3377-6308/2rps85@naver.com

디오트(데님)

야간/정규직/무관/1983년생 이상/무관/4월22일/010-9465-6681/hunboysgo@naver.com

캘린더(남성복)

야간/정규직/남/1990년생 이상/1년 이상/4월22일/010-9292-7292/roeorb@naver.com

디오트 4층 클로스(여성복)

야간/아르바이트/무관/없음/무관/4월21일/010-7764-6943/cloth720@naver.com

Heai(남성복)

주간/정규직/남/없음/무관/4월21일/010-4751-6821/APM.THEY@gmail.com

위더트랜드(바지)

야간/정규직/무관/1996년생 이상/2년 이상/4월21일/010-5243-5302/wethetrend@naver.com

제일평화(수입토탈)

야간/정규직/무관/없음/무관/4월15일/010-2366-7490/jjwsr77@naver.com

Pond(토탈)

야간/정규직/여/없음/무관/4월20일/010-3395-9529/designus66@gmail.com

위어(토탈)

야간/정규직/무관/없음/무관/4월20일/010-3077-7551/ghkdth39@hanmail.net

청평화 핑크아이(여성복)

야간/아르바이트/여/1980년생 이상/무관/4월20일/010-6422-3667/pjh3667@naver.com

팔로우(캐주얼)

야간/정규직/남/없음/3년 이상/4월19일/010-9945-5708/d2_company@naver.com

디오트(데님)

야간/정규직/남/없음/1년 이상/4월19일/010-3224-1133/ulrika@naver.com

여자청바지매장 창고직원

야간/정규직/남/없음/무관/4월19일/010-5194-7707/mcloopi@naver.com

디오트 1층(다이마루)

야간/정규직/남/1994년생 이상/무관/4월19일/010-9163-6364/ods6364@naver.com

바게트몽(청바지)

야간/정규직/무관/1988년생 이상/신입/4월19일/010-7193-4762/qnpdqnpd1@naver.com

아동복

야간/정규직/여/1977년생 이상/2년 이상/4월18일/010-3477-8819/cynya@naver.com

apM 5층 salt(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/4월16일/010-3167-3279/mijinmay@naver.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/1998년생 이상/2년 이상/4월16일/010-2437-1986/vivigoeun1986@naver.com

엣코너(남성복)

야간/정규직/남/한없음/무관/4월15일/010-4494-7747/JJANG9U@gmail.com

apM플레이스(캐주얼 토탈)

야간/정규직/여/1987년생 이상/2년 이상/4월15일/010-5588-3251/jang10831@naver.com

비비티코(여성복)

야간/정규직/여/2003년생 이상/무관/4월14일/010-6428-3649/revekkaa@kakao.com

apM 7층 프롬나드(남성복)

야간/정규직/남/1997년생 이상/1년 이상/4월14일/010-8811-3178/100dong2@hanmail.net

바이미&바이영(토탈)

야간/정규직/남/1990년생 이상/무관/4월14일/010-9803-9091/121zipper@naver.com

티블러샘(토탈)

야간/정규직/무관/1985년생 이상/무관/4월14일/010-6220-0002/haas83@naver.com



패션 마케팅

이담복 | 설봉식 지음 | 값 14,000원

포스트 코로나 시대를 여는 K-패션의 런웨이

K-패션, 새롭고 창의적인 디자이너 제품을
스마트 경영 기반의 저가격으로 판매하는 동대문시장.

작지만 강한 그곳 시장터의 패션 마케팅 전략, 그 스타일은?

지속 가능한 패션 경영의 참 모델, 동대문패션의 스마트 경영과
고객 맞춤형 마케팅으로 이룬 그 시장 실제의 이론적 논의로 드러낸
이 한 권의 책자, 읽어 볼 만하지 않은가!

“새로움 외는 없다.”

그것은 동대문 시장 사람들의 자존심이다.

나만의 옷, 개성미 넘치는 패션을 선호하는 이 시대에
새로움과 다양성의 MD를 갖춘 도깨비 시장은 나라 밖 어디에도 없다.

ICT 및 스마트한 경영으로 창업 및 취업의 기업 또한 드넓은
바로 그곳에 우리 함께 투어를 해 보자.

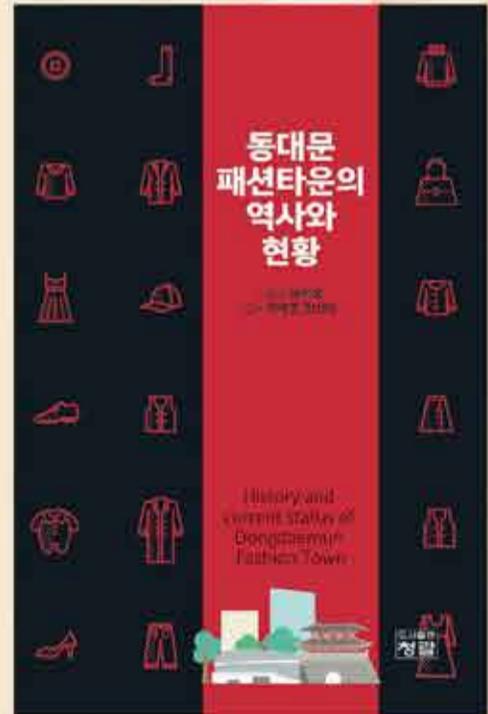
패션클러스터 동대문패션타운은 어떻게 만들어졌나

동대문패션타운은 우리나라 패션산업의 출발지였으며,
발전과 고난극복 과정을 거듭하면서 지금도 여전히
우리나라 패션산업의 큰 축으로 자리하고 있다.

특히 동대문패션타운은 젊은층, 서민층의
적극적인 지지를 받으면서 성장해 왔고,
한국의 패션을 세계에 알리는 선두자로서의 역할을 하고 있으며,
또한 젊은 창업자들의 일터로서도 큰 역할 담당해 오고 있다.

본 저서는 주로 동대문패션타운 구성원들과의
심도 있는 대화를 통해 동대문패션타운의 형성사부터 현재까지의
모습을 가능한 한 객관적으로 서술하고자 시도하였다.

이를 통해 동대문패션타운에 대한 관심을 가지고 있는 분들이
조금 더 심도 있게 동대문패션타운을
이해할 수 있도록 하는 데 그 목적을 두고 있다.



동대문패션타운의 역사와 현황

도서출판 청람 | 박찬욱 지음 |
박혁준 임선미 감수 | 값 18,000원

NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

쉽고 빠르게!



믿을 수 있는 K-Fashion
정품인증 APP을 만나보세요!

블록체인 기반으로 설계된 **QR코드**와 **NFT**를 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)동대문패션타운관광특구협회



과학기술정보통신부



KISA 한국인터넷진흥원