



04 커버스토리

동대문 공공기관 무료 교육 무엇이 있나

08 화제의 기업

두산, 친환경 라이프스타일 쇼핑앱 출시

09 행사

‘DDP 봄 축제: 디자인 놀이동산’ 개최

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

동대문 상권에 활력 불어 넣은 '평화시장 패션쇼'

경기침체로 어려운 시기를 보내고 있는 상인들을 위로하고 동대문 상권에 활력을 불어넣기 위해 마련된 '평화시장 패션쇼'가 지난 4월 7일 청계천 오간수교 수변무대에서 개최됐다. 평화시장(주)(대표 김영복)이 주최한 이날 패션쇼에는 시니어 전문모델 30여 명이 출연해 평화시장 의류와 모자, 액세서리 등을 착용하고 화려한 런웨이를 펼쳐 시민들의 관심을 받았다. 패션쇼 의상은 디자이너와 모델들이 평화시장을 방문해 고른 것들로, 직접 생산이 가능한 메이드 인 코리아 제품들로 구성했다. 코로나19 이후 오간수교 수변무대에서 패션쇼가 열린 것은 이번이 처음이다. 사진제공 평화시장(주)



표지 설명

동대문패션타운에는 국내 최대 패션산업 집적지답게 공공기관이 다수 자리하고 있다. 이들 기관은 고가의 장비를 무료로 사용하게 하는 한편 다양한 무료 교육을 실시, 인재 양성과 젊은 층의 취업 및 창업에 도움이 되도록 하고 있다. 사진은 패션산업협회가 진행한 '의상, 패션학과 교수(강사) 대상 패턴 특강(위)과 창신솔루션엔커 의 원피스 패턴 및 재단 교육 모습.

등록번호 종로 라00563 발행일 2023년 5월 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



■ 동대문패션타운 공공기관 무료 교육 무엇이 있나

지속가능한 성장·인재 양성 위해 무료 교육 확대



동대문패션타운에는 국내 최대 패션산업 집적지답게 서울시와 중소벤처기업부, 중구청이 운영하는 공공기관이 다수 자리하고 있다. 국내 패션산업 발전을 위한 인재 양성을 목표로 지난 2021년 설립된 서울패션허브를 비롯해 소공인특화지원센터, 솔루션엔커 등이 대표적이다. 이들 기관은 주로 동대문패션타운의 배후 기지 역할을 하고 있는 봉제공장과

소공인을 지원하기 위해 고가의 장비를 구축해 놓고 무료로 사용하고 있다. 이와 함께 패션, 봉제, 재단, 패턴, 샘플과 관련된 다양한 무료 교육을 실시, 인재 양성과 젊은 층의 취업 및 창업에 도움이 되도록 하고 있다. 동대문패션타운 주변에 위치한 공공기관에서 올해 펼치고 있는 무료 교육 사업을 살펴봤다.

서울패션허브 창작틀

봉제·CAM재단·패턴CAD 등 다양한 교육 실시

서울패션허브는 국내 패션산업 발전을 위한 인재 양성 및 지속가능한 성장을 지원하기 위해 서울시가 지난 2021년 설립했다. 서울패션허브는 창작틀, 배움틀, 창업틀 3개의 공간으로 이루어져 각각 맞춤형 교육과 지원프로그램을 운영하고 있다.

DDP패션몰 4층에 위치한 창작틀은 패션사업을 위해 꼭 필요한 디자인과 생산을 중심으로 실습, 실무에 필수공간인 스튜디오, CAD 작업실, 재단실, 봉제실 등을 제공하며 다양한 교육을 실시하고 있다.

DDP패션몰 5층에 자리한 배움틀은 패션 산업 및 글로벌 혁신 인재 양성과 예비 창업자들을 위한 공간으로 강의실, 학습실 등을 제공하며 글로벌 패션 인재 양성을 위한 교육을 펼치고 있다. 동대문종합시장 B동 4층에 위치한 창업틀은 패션 스타트업 기업과 브랜드를 전문 인큐베이팅하는 플랫폼을 지원하는 시설이다.

이중 창작틀은 △초급·중급 맞춤형 봉제 교육 △자동 CAM재단 교육 △패턴CAD 교육 △승화전사 프린트 교육 등을 실시하고 있다. 이들 교육은 패션업계 종사자 및 취·창업 예정자, 패션에 관심이 있는 서울시민이 누구나 신청이 가능하다.

초급·중급 맞춤형 봉제 교육은 초급, 중급A, 중급B반으로 나눈 수준별 맞춤형 봉제 실습 교육, 자동 CAM재단 교육은 CAM 재단기를 이용한 이론 및 실습 교육, 패턴CAD 교육은 패턴CAD(YUKA) 프로그램을 이용한 이론 및 실습 교육, 승화전사 프린트 교육은 승화전사 프린터기를 이용한 이론 및 실습 교육을 진행하고 있다.

이들 교육은 3기수까지 진행되며, 교육인원은 기수당 6명~10명 사이다. 1기는 지난 3~4월 교육을 마쳤고, 초급·중급 맞춤형 봉제 교육 2기가 4월~6월까지 실시되고 있다. 나머지 교육의 2기는 8월, 3기는 9월에 모집해 수업을 진행할 예정이다. 신청 및 일정에 관한 자세한 사항은 서울패션허브 홈페이지에서 확인 가능하다. 문의 : 02-6270-1280



자동 CAM재단 교육 모습.



'서울형 패션 크리에이터 양성' 과정의 일환으로 열린 지식콘서트 모습.

서울패션허브 배움틀

'패션-IT융합 글로벌 패션 전문가 양성' 등 개설

서울패션허브 배움틀에서는 △패션-IT융합 글로벌 패션 전문가 양성 △서울형 패션 크리에이터 양성 △국내외 산학연계 및 교류를 통한 글로벌 인재 양성 등의 교육을 진행하고 있다.

'패션-IT융합 글로벌 패션 전문가 양성'은 패션업체 니즈를 반영한 패션-IT 융합 인재의 역량 강화를 목적으로 하고 있다. 지원대상은 패션분야 취·창업 예정자, 스킬 업을 원하는 실무자 및 소상공인, 서울시민이며, 패션분야 실무자, 소상공인 및 취·창업 예정자 역량 강화를 위한 다양한 교육을 실시한다. 모집기간은 3월~11월까지로 과정에 따라 차이가 있다.

'서울형 패션 크리에이터 양성'은 미디어 콘텐츠 연계 패션 전문인력 '서울형 패션크리에이터' 발굴 및 성장 지원을 목적으로 하고 있다. 지원대상은 패션분야 미디어 콘텐츠 생산 가능한 지원자, 패션 크리에이터 희망자 등이다.

6월 중 개설 예정인 서울형 패션 크리에이터 양성 과정은 K-콘텐츠에 대한 글로벌 호감도가 상승하고 있는 시점에서 팬더스트리(아이돌 등에 열광하는 팬(fan)과 산업을 의미하는 인더스트리(industry)의 합성어) 효과를 이용할 수 있는 콘텐츠 제작이 가능한 서울형 패션 크리에이터 양성을 목적으로 메가 크리에이터와 연계해 재미와 전문성이 있는 교육과정을 개설하고, 크리에이터와 예비 창업자를 연계해 예비창업자는 상품을 제공하고 크리에이터는 이를 활용한 패션 콘텐츠를 제작해 유튜브 및 홈페이지에 게시하게 된다. 패션 & 뷰티 메가 크리에이터의 특강으로 구성된 지식콘서트는 매월 마지막 주 수요일 총 7회 개최할 예정이다.

'국내외 산학연계 및 교류를 통한 글로벌 인재 양성'은 한국 패션산업의 선도가 될 글로벌 패션 리더 양성을 목적으로 하고 있다. 국내외 패션 전문가 특강으로 패션산업에 대한 시각을 다각화할 수 있는 글로벌 패션 세미나와 글로벌 대학교와 연계해 자신의 잠재력을 확장시킬 수 있는 패션 마케팅 전문가 양성 과정은 9월, 글로벌 벤더 업체와 연계해 산업현장의 과업을 바탕으로 문제해결형 프로젝트 및 기반 교육을 통해 융합역량을 향상시키는 산학연계 PBL 과정은 8월에 실시할 예정이다. 문의 : 02-6270-1004



‘고부가 의류제조 패턴사 양성교육’에서 패턴교육을 통해 교육생이 제작한 가봉의상 품평회 모습.

한국패션산업협회

고부가 의류제조 샘플사·패턴사 양성 집중

한국패션산업협회에서는 올해 산업통상자원부 고부가 의류제조 산업활성화 및 기반조성 사업과 관련해 고부가(High-end) 의류제조 전문 인력양성 교육을 실시하고 있다. 주요 교육은 △고부가 의류제조 샘플사 양성 교육 △고부가 의류제조 패턴사 양성 교

육 △재직자 대상 패턴(샘플) 특강/컨설팅 △의상/패션학과 교수(강사) 대상 패턴 특강 등이다.

‘고부가 의류제조 샘플사 양성 교육’은 고부가 의류 샘플제작 및 다품종 소량 생산 전담 샘플사 육성을 목표로 하고 있다. 샘플실 청년취업희망자(봉제교

육 수료자 및 샘플사 전직희망자), 봉제기술자로 샘플사로의 전직을 희망하는 자가 대상이다. 품목별 샘플 제작기술 함양, 1:1현장 실습을 통해 가격 및 납기 등 바이어 상담, 고객관리 노하우, 현장 용어 등을 7개월(기본교육 5개월 + 현장실습 2개월) 동안 업계 경력 40년 이상의 샘플기술 전문가가 교육한다. 지난해 12월 교육생을 모집해 올해 1월~7월까지 동대문패션비즈센터 3층에서 교육을 실시하고 있다.

‘고부가 의류제조 패턴사 양성 교육’은 업계 최고의 패턴전문가로부터 실무 위주 패턴 제작 기술노하우 전수를 통해 중급 레벨을 고급 레벨 수준으로 향상시켜 취업 지원, 패턴전문가를 양성하는 것을 목표로 하고 있다. 패션브랜드 기업, 밴더기업, 프로모션, 패턴/샘플실 등 패션업 관련 취업준비생을 대상으로 5개월 동안 품목별 패턴 기본원형, 패턴 수정원리, 핏보정 등 패턴 전문 기술을 가르친다. 지난 2월 6명의 교육생을 모집해 3월~7월까지 동대문패션비즈센터 10층에서 교육을 실시하고 있다.

‘재직자 대상 패턴(샘플) 특강/컨설팅’은 업계 재직자 대상, 패턴/샘플 특강을 통한 1:1 맞춤형 교육 및 컨설팅이다. 패션기업 개발/소싱 담당자, 디자이너, 샘플사 등 재직자를 대상으로 상, 하반기 실시한다.

‘의상/패션학과 교수(강사) 대상 패턴 특강’은 패턴을 가르치는 대학교수(강사)를 대상으로 패턴 특강을 통한 패턴 기술 업그레이드를 위해 마련됐다. 여름/겨울방학 기간 교육 프로그램을 편성할 예정이다. 문의 : 02-528-0113

서울창신의류제조 소공인특화지원센터
특화 교육으로 소공인 기술·경영 어려움 해결

서울창신의류제조 소공인특화지원센터는 ‘2023 소공인 특화 교육 사업’을 펼치고 있다. 이 사업은 소공인이 겪는 기술적, 경영적 측면에서 다방면의 어려움을 해결하기 위해 추진되고 있다. 이번 교육은 △스마트 스토어 실전 교육 △트렌드 테크니컬 패턴 활용 교육 △모바일 마케팅 원데이 클래스 등 총 3개의 클래스로 구성됐다.

‘스마트 스토어 실전 교육’은 네이버 스마트 스토어(네이버 스토어팜) 입점 교육을 위한 프로그램 이해 및 운영 실습 교육이다. 종로구 창신·송인동 의류제조 소공인, 가업승계자, 근로자, 예비소공인 등을 대상으로 10명을 모집해 무료로 진행하고 있다. 4월 25일부터 5월 16일까지 매주 화, 금요일 총 6회 실시된다. 스토어 개설, 기본 운영(문의/리뷰/톡톡), 상품 등록, 상세페이지 작성, 스토어 운영, 광고, 홍보, 판매 전략 교육 등의 이론부터 스마트폰 촬영 및 카피라이팅 기술 등의 실습까지 체계적인 교육이 진행된다.

‘트렌드 테크니컬 패턴 활용 교육’은 시즌별 최신

트렌드를 소개하고 복종별 패턴의 다양한 활용을 돕기 위해 마련됐다. 교육 내용은 시즌별 유행할 최신 트렌드 의류 착장 제시, 트렌드 제품의 복종별 기본 패턴의 이해, 제품 디테일 업을 위한 패턴 활용기술 등이다. 4월 27일부터 5월 11일까지 매주 목요일 총 3회 1기 교육이 진행되며, 6월과 10월 2기와 3기 교육을 실시할 예정이다.

‘모바일 마케팅 원데이 클래스’는 스마트폰을 활용해 인스타그램에 자사와 브랜드 홍보를 위한 SNS 플랫폼 활용 교육이다. 교육 내용은 스마트폰 활용 이해, 인스타그램 SNS계정 생성, 업로드, 촬영 등으로 상반기에는 5월 26일 하루 3시간 진행하고, 하반기에는 11월에 실시할 예정이다.

한편, 동묘역 앞 팔레스 빌딩 11, 12층에 위치해 있는 서울창신의류제조 소공인특화지원센터는 창신동과 송인동 의류제조 소공인을 지원하는 기관으로, 공용재단실, CAD/CAM, 봉제장비, 회의실 등을 무상으로 제공하고 있다. 중소벤처기업부와 소상공인시장



‘2023 소공인 특화 교육 사업’ 포스터.

진흥공단의 위탁으로 한국패션산업협회가 운영하고 있다. 문의 : 02-741-5366



서울시패션제조지원센터 창신솔루션엔커 '취창업 마스터 봉제교육' 통해 지역 내 일자리 연계

서울시패션제조지원센터 창신솔루션엔커는 '취·창업 마스터 봉제교육' 1기를 마무리하고 2기 교육생 모집에 들어갔다.

창신솔루션엔커는 디자이너와 패션 봉제 소공인을 위한 공간으로, 기초·특수봉제교육에서 나아가 시니어 및 경력단절자, 기업승계자, 디자이너 등 취·창업 희망자 대상 맞춤형 단계별 교육을 통한 전문지식 역량 강화로 지역 내 취·창업 연계를 위해 '취·창업 마스터 봉제교육'을 마련했다.

의류제조 관련 전문지식 역량 강화, 지역 제조기업 투어를 통한 취·창업 정보 습득, 지역 봉제업체 및 수료생 상호간 일자리 연계, 소규모 창업을 위한 맞춤형 코칭 지원 등이 목적이다.

특히, 지난해 3기수로 9시간 단기 교육이었다면, 올해는 80시간 1기수 당 주 2회 총 20회 전문교육을 진행한다. 교육 프로그램은 △단계별 맞춤 키트를 활용한 봉제교육 △디지털 및 자동 CAM교육 △인근 유관기관 연계 투어 △취업 연계 관련 지역 봉제 업체 견

학 등 A-Z까지 봉제의 전반적인 절차에 대한 전문교육으로 구성됐다.

마스터 1기는 지난 2월 15일부터 4월 26일까지 매주 수, 금 주 2회 교육을 진행, 6명의 수료생을 배출했다. 교육생들은 특수봉제 기기 설명과 연습, 디지털라이저 및 CMA 교육, 스커트 제작, 특수 봉제 바지 제작, 블라우스 제작, 원피스 제작 등의 수업을 통해 봉제인으로서 자질을 갖추게 됐다.

이들은 수료 이후에도 인근 지역 봉제업체 일자리 연계, 소규모 창업을 위한 맞춤형 코칭 지원 등 사후관리를 받게 된다. 마스터 2기는 5월 24일~7월 28일, 3기는 9월 13일~11월 24일 교육을 진행한다. 2기 교육생 접수 마감은 오는 5월 12일까지다.

한편, 서울시가 운영하는 창신솔루션엔커는 패션 의류산업의 문제 해결과 창신 지역 활성화 및 청년과 신규 일자리 창출을 위해 지난 2021년 3월 개소했다. 하루 만에 시제품 제작이 가능한 원데이 샘플 시스템을 체험할 수 있는 코워킹스페이스를 비롯해 공용장비실, 자동재단실 및 CAD실, 회의실 등을 두고 있다.

솔루션엔커는 도시형 소공인 지원과 경쟁력 향상을 위한 거점 시설로, 창신동 외에도 시흥동, 암사동, 종암동 등 7곳에 건립돼 있다. 창신솔루션엔커는 현재 창신길 79 봉제골목 입구에 위치해 있으며, 오는 8월 봉제역사관 이음피움으로 이전할 예정이다. 문의 : 02-6328-6501



중구의류패션지원센터 2D패턴·3D가상샘플 교육... 디지털 전문인력 양성

중구의류패션지원센터는 '2D패턴·3D가상샘플 제작 교육'과 '샘플전문가 양성 교육'을 진행하고 있다.

'2D패턴·3D가상샘플 제작 교육'은 의류 패턴·샘플 제작 과정의 디지털 자동화를 촉진하고 이를 산업현장에서 원활하게 수용할 수 있도록 2D패턴·3D CLO에 특화된 디지털 전문인력 양성을 위해 마련됐다. 지난 2월 1차 6명을 선발, 2D패턴 심화교육과 3D가상샘플 기초교육으로 나누어 퇴계로에 위치한 중무창업큐브에

서 3월~5월 교육을 진행하고 있다.

'2D패턴 심화교육'은 패턴 제도와 그레이딩, 마카, 입력 및 출력, 3D가상샘플 기초교육은 가상의상 디자인 제작 및 수정 기능, 원단 및 디테일 적용 교육 등으로 구성됐다. 2차 교육은 9월 모집기간을 거쳐 10~12월 진행할 예정이다.

중구의류패션지원센터는 이번 교육을 통해 디지털 전문인력 양성으로 의류제조 산업의 디지털 및 자동화

기여, 의류제조 산업 현장의 2D패턴·3D CLO 기술인력 수요 충족, 의류제조 산업에 대한 이미지 개선 및 청년층 유입 촉진을 기대하고 있다.

'샘플전문가 양성 교육'은 맞춤형 창업 교육을 통해 고부가(High-End) 의류제조 기술자의 샘플실 창업 지원을 목적으로 하고 있다. 대상은 의류 샘플실 예비창업자 또는 창업자로 지난 2월 2명을 선발해 교육을 실시하고 있다. 이들에게는 중무창업큐브 공유 샘플스튜디오를 무상으로 1년간 지원하며, 경영, 마케팅, 세무, 법률 등 샘플실 창업교육을 무상으로 제공하고 있다.

한편, 중구의류패션지원센터는 중구 관내에 소재한 의류제조업체와 봉제, 샘플, 패턴 관련 소공인을 대상으로 '온라인 업체정보 등록 및 홍보 지원사업'과 '의류제조업 경영지원사업'을 펼친다.

'온라인 업체정보 등록 및 홍보 지원사업'은 포털 사이트 네이버 검색 시 업체정보 노출 및 홍보를 지원하는 것으로, 3~12월까지 매월 5개사씩 총 50개사를 지원한다. '의류제조업 경영지원사업'은 세무 및 노무 상담, 공모사업 참가 지원, 협동조합 설립 지원 중 한 가지 분야의 컨설팅을 지원한다. 기간은 3월부터 12월까지이며 예산소진 시 조기 종료될 수 있다. 문의 : 02-2256-7789

창신솔루션앵커 '취·창업 마스터 봉제교육' 교육생에게 듣는다

“옷이 완성되어 가는 전 과정을 직접 해 보고 강사의 시연을 보면서 자세히 알게 돼 좋았습니다”

시제품 제작 희망 부문 **오윤석**씨



오윤석(41) 씨는 자신이 운영하고 있는 사업체의 시제품 제작을 위해 서울시패션제조지원센터 창신

솔루션앵커가 개설한 '취·창업 마스터 봉제교육'을 신청했다. 오윤석 씨는 소상공인시장진흥공단이 운영하는 신사업창업사관학교를 졸업한 뒤 2019년 디자인회사를 창업하고 손목쿠션과 같은 생활용품 개발을 시작으로 반려동물 장난감으로 사업을 확장해 오고 있다. 특히, 최근 반려동물과 보호자가 함께 어울릴 수 있는 가방 및 액세서리 등을 개발하기 위해 봉제기술에 대한 필요성을 인식, '취·창업 마스터 봉제교육'을 신청해서 듣게 됐다.

그는 “창업 초기 디자인을 하고 여러 봉제공장을 통해 제작을 진행했지만 현장에 대한 정보가 부족하고 봉제기술의 미숙함으로 인해 어려움이 많았다”며 “실제로 현장에 계신 분들하고 소통하고, 기본적인 것부터 전문적인 부분까지 봉제기술을 배우고 싶어서 마스터 봉제교육을 신청했다”고 말했다.

그는 마스터 봉제교육을 듣기 전에 봉제공장에 시제품을 주문할 때 형태와 사이즈를 적어 준 뒤 알아서 해 달라는 식이었다. 그러다보니 자신이 원하는 디자인과 품질에 못 미쳐 아쉬웠다. 마스터 봉제

교육이 좋았던 점은 설계부터 재단, 봉제까지 옷이 완성되어 가는 전 과정을 직접 해 보고, 강사의 시연을 보면서 자세히 알게 됐다는 것이다.

그는 “강사님이 상의와 바지, 원피스, 재킷 등을 만들 때 어떻게 하면 핏이 예쁘게 나오고, 소매 끝 부분을 어떻게 하면 소비자가 입었을 때 편해진다고 이야기 해 주는 등 친절하게 설명해 주는 모습이 인상 깊었다”며 “시제품을 만들고 주문하는 게 애로사항이었는데 여기에 와서 자동화 시스템을 통해 재단도 하고 도면도 만들어 보았을 뿐만 아니라 이 모든 시설이 소상공인에게 무료로 개방되어 있다는 것을 알게 돼 앞으로 사업하는 데 도움이 될 것 같다”고 강조했다.

그는 봉제교육을 마치고 자신의 사업체로 돌아가 새로운 아이템을 기획하고 만들어내는 것에 주력할 계획이다. 시제품을 만들고 공장에 작업을 의뢰할 때 이곳에서 받은 교육이 큰 힘이 될 것 같다는 그는 보다 많은 사람들이 봉제교육을 듣고 관련 시설을 이용했으면 좋을 것 같다고 소감을 전했다.

“초급부터 중급까지 교육내용이 다양하게 구성돼 배우는 게 어렵지 않고 유익했습니다”

취업 희망 부문 **김미향**씨



김미향(44) 씨는 취업을 희망해 서울시패션제조지원센터 창신솔루션앵커가 개설한 '취·창업 마스터

봉제교육'의 문을 두드렸다. 서비스업에 종사하던 그는 오래할 수 있는 일을 찾던 중 지금도 봉제업에 종사하고 있는 어머니의 영향을 받아 봉제교육을 받기로 했다.

취·창업 마스터 봉제교육 이전에 다른 봉제교육을 받기도 한 그는 이번 교육이 초급부터 중급까지 교육내용이 다양하게 구성돼 배우는 게 어렵지 않고 유익했다고 소감을 밝혔다.

그는 “전에 받은 봉제교육도 좋았지만 초보인 제가 따라가기 힘들었다면 이번 교육은 친절하게 용어설명을 해 주는 것은 물론이고 시제품을 만들려고 하면 바로 봐 주는 등 초보자들도 적응하기 쉽게 해주었다”며 “특히, 특수봉제 기기와 캐드시스템, 자동재단기 등 고가의 장비를 직접 사용할 수 있어서 도움이 많이 된 것 같다”고 말했다.

그는 취업을 희망하는 교육생으로서 무엇보다 창신동에 위치해 있는 창신솔루션앵커가 도움이 될 것으로 기대하고 있다. 주변에 봉제공장도 많고, 도매시장도 가까워서 봉제하는 사람을 많이 찾을 것

로 생각되기 때문이다. 교육기간 동안 봉제공장을 견학하고 사장님들과 대화의 시간을 가진 것도 도움이 됐다.

또한, 수업 구성에 신경을 쓴 것이 느껴질 정도로 얻어가는 것이 많아 주 2회, 총 80시간이 짧게 느껴졌지만 수료 후에도 시설을 이용할 수 있다는 앵커 관계자의 말에 걱정을 덜기도 했다.

그는 앞으로 샘플사가 돼서 자신의 회사를 차리는 것이 꿈이다. 비록 늦게 시작했지만 열정을 가지고 끊임없이 노력한다면 10년 뒤에는 이를 수 있을 것이라는 희망을 가지고 있다.

그는 “어머니가 봉제업에 종사하면서 고생하시는 것을 보고 전공과 직업을 의류와는 전혀 다른 것을 택해 젊은 시절을 보냈지만 시간이 지나면서 기술을 가지고 있어야만 내가 원할 때까지 일을 할 수 있겠다는 생각이 들어서 봉제인의 길을 선택했다”며 “우연한 기회에 알게 된 이번 교육을 통해 좋은 기술을 익히고 경험을 쌓은 만큼 앞으로 훌륭한 봉제인이 되도록 노력하겠다”고 말했다.



@gettyimagesbank

두산, 친환경 라이프스타일 플랫폼 시장 진출

두산이 친환경 라이프스타일 플랫폼 시장에 진출했다. 두산은 지속가능한 지구환경을 조성하기 위해 친환경 소비문화에 앞장서는 소비자 및 판매자를 연결해주는 새로운 라이프스타일 쇼핑앱 '리즌원오파이브(RE:ZN105)'를 출시했다고 밝혔다.

지난 4월 22일 지구의 날에 맞춰 선보인 'RE:ZN105'는 지구환경을 지키기 위해 탄소배출을 줄이자는 의미인 REduce to Zero for Nature의 앞글자와 2015년 파리협정에서 합의했던 지구 온도 상승의 방어선인 1.5°C에 착안해 네이밍했다.

현재 지구의 기온은 산업화 이전보다 1.1°C 상승했으며, 1.5°C 이상 상승하게 될 경우 인간과 생태계에 치명적인 위험을 끼칠 것으로 보고 있다. 2015년 파리협정에서는 전 세계 195개 국가들이 지구 온도 상승을 1.5°C 이내로 제한하는 목표에 합의하며 1.5°C를 방어선 혹은 완충지역으로 부르기로 했다.

'RE:ZN105'에는 △리사이클링 △업사이클링 △친환경 소재 △비건 등 친환경 카테고리에 속하는 브랜드가 선별적으로 입점될 예정이다. 대표적인 입점 브랜드로는 페페트병에서 추출한 원사와 자투리 원단을 사용하는 '플리츠마마', 친환경 가죽과 식물성 소재를 사용하는

'네이크스', 전체 컬렉션의 97%를 재활용 소재로 제작하는 '비스크', 천연 성분만으로 상품을 만드는 친환경 뷰티 브랜드 '톤28' 등이 있다.

또한, 방화복을 업사이클링해 판매한 후 수익금의 일부를 소방관의 권익을 위해 기부하는 '119EO', 국내외 취약계층에게 의류를 기부하는 '위레브' 등 사회적 가치와 사회공헌활동을 병행하는 브

을 알리고, 공감대를 형성하는 웹 매거진 서비스다.

'Re:action'은 지속가능한 소비를 지향하는 고객들이 자유롭게 소통할 수 있는 커뮤니티 공간으로 상품 구매 후기, 사진 업로드 등을 통해 상품과 브랜드에 대한 정보를 주고받을 수 있다.

오는 7월 오픈 예정인 'Re:closet'은 옷장에서 잠자고 있던 의류를 재판매함으



두타몰 3층에 위치한 ESG 직영매장.



**4월 22일 '지구의 날' 맞춰 쇼핑앱 '리즌원오파이브' 출시
친환경 소비문화에 앞장서는 소비자-판매자 간 채널 구축**

랜드도 함께 선보인다.

'RE:ZN105'는 상품 판매 외에도 △리씹킹(Re:thinking) △리액션(Re:action) △리클로젯(Re:closet) 등으로 구성된 3R 경험 서비스를 제공한다.

'Re:thinking'은 에디터, 인플루언서가 친환경 관련 이슈를 소개하고 친환경 제품 브랜드 스토리, 대표 인터뷰 등을 기사나 카드뉴스 형태로 제공함으로써 고객들에게 지속가능한 소비의 중요성

로써 자원순환에 참여하는 서비스다. 중고의류를 'RE:ZN105'에 보내면, 회사가 중고의류의 재판매 대행 역할을 수행하고, 중고의류를 제공한 고객에게는 보상으로 포인트가 제공된다. 고객은 이 포인트를 활용해 플랫폼 내에서 다른 중고 상품 및 친환경 상품을 구매하며 새로운 재미를 느낄 수 있다.

송석기 두산 유통BU 대표는 "최근 MZ세대를 중심으로 자신만의 개성 있

는 스타일을 추구하면서도 환경과 윤리에 대한 가치 있고 의식 있는 소비트렌드를 지향하는 소비자들이 늘어나고 있다"며 "RE:ZN105가 이러한 소비자들의 욕구를 충족할 수 있을 것으로 기대하며, 앞으로 지구환경을 지키고자 노력하는 친환경 브랜드들을 엄선해 지속적으로 입점시켜 나갈 계획"이라고 말했다.

한편, 두산은 현재 두타몰 3층에 ESG 직영매장을 운영하며 비건 및 친환경 소재를 사용한 가방, 버려지는 회화 작품을 소재로 업사이클링한 의류, 재생 가죽을 사용한 신발 등 친환경적인 상품들을 판매하고 있다. 두산은 앞으로 'RE:ZN105'와 ESG 직영매장을 연계해 소비자가 직접 상품을 확인하고 구매할 수 있도록 지원할 방침이다.



1 DDP 회전목마 이미지 2 '2022 DDP 플라마켓' 모습 3 '2022 잔디언덕 시네마' 모습 4 DDPx테비스스커즈 쿠키런

가정의 달 5월, DDP에 회전목마가 온다



서울디자인재단(대표 이경돈, 이하 재단)이 5월 가정의 달을 맞아 'DDP 봄 축제: 디자인 놀이동산'을 개최한다. 'DDP 봄 축제: 디자인 놀이동산'은 전년도에 이어 두 번째로 열리는 DDP 봄 축제다. 올해는 5월 4일부터 7일까지 에어 별룬 전시, 야외 시네마&콘서트, 캐릭터 거리행진과 예술가 거리 공연 등 다양한 프로그램들이 동대문디자인플라자(이하 DDP) 실내외 공간에서 펼쳐진다.

101번째 어린이날을 맞아 재단은 특별 콘텐츠로 대형 놀이동산에서 만날 수 있는 회전목마를 DDP 야외광장인 어울림광장에 설치했다. 동시에 전 세계적으로 인기 있는 K-캐릭터 '쿠키런'과 '벨리곰'도 축제에 함께한다.

회전목마는 행사기간 동안 오전 11시부터 오후 8시까지 운영된다. 인근 지역 상점 또는 DDP에서 구매한 영수증을 가져가면 회전목마 탑승권을 받을 수 있다. 행사기간 내 지정된 장소마다 도장을 받아 오는 '스탬프 랠리' 이벤트에 참여해도 회전목마 탑승권을 받을 수 있다. 유려한 DDP 외형과 어우러진 회전목마를 배경으로는 인생 사진을 찍을 수 있다.

5월 5일~7일 3일간은 글로벌 유저 2억 명이 넘는 게임 캐릭터 쿠키런의 제작사 테비스스터즈와 DDP가 협업해 개발한 '쿠키런 대형 에어 별룬 전시'가 DDP 야외 팔거리에서 '캐릭터 퍼레이드'와 함께 진행된다. 또 디자인 랩 1층 디-숲에서는 롯데홈쇼핑과 DDP 브랜드스토어가 공동 개발한 '이상한 DDP의 벨리곰(B-FOREST)' 전시가 열린다. 전시에는 '3m~6m 다양한 크기의 벨리곰'을 비롯해 '우리병에 갇힌 벨리곰', '좌우 색깔이 다른 반반 벨리곰' 등 기존 벨리곰과 다른 콘셉트의 벨리곰 20여 개가 등장할 예정이다.

회전목마, 쿠키런 에어 별룬과 벨리곰 전시는 행사 후에도 5월 말까지 운영된다. 다만, 회전목마는 금요일

행사일정표		디자인 놀이동산	
4 THU	5 FRI	6 SAT	7 SUN
어린이 체험교실 13:00 [1회차] 마술 14:30 [2회차] 칼집바 16:00 [3회차] 칼집바 17:00~19:00 잔디언덕 시네마	09:30~13:30 어린이 그림대회 15:00~16:00 어린이 요리체험 16:30~17:30 어린이 요리체험 19:00~20:00 잔디언덕 음악회	13:00~17:00 키마키마(키즈플레이마켓) 19:00~20:00 잔디언덕 음악회	11:00~13:00 종이비행기 페스티벌 14:00~16:00 종이비행기 페스티벌 17:00~19:00 잔디언덕 시네마
DDP 회전목마 어울림광장	이상한 DDP의 벨리곰 홈쇼핑, D-숲, 디어인스페이스	쿠키런: 킹덤 디벨로 A3 빌딩	디자인마켓 디아로 1층
디자인마켓 디아로 1층	스페이스 어린이 투어 동대문디자인플라자	F&B마켓 팔거리	

디자인재단, 'DDP 봄 축제: 디자인 놀이동산' 4~7일 개최 에어 별룬 전시, 야외 시네마&콘서트 등 다양한 행사 열려

~일요일에 한하여 운영될 예정이다.

잔디언덕에서는 야외에서 즐기는 '시네마'와 '콘서트'가 열린다. 행사기간 동안에는 비눗방울, 마술 등 거리아티스트 1일 교실, 국가대표 위플레이와 함께하는 종이비행기 날리기 등 어린이들이 참여 가능한 프로그램이 매일 하나씩 운영된다.

야외에서 즐기는 '시네마'는 5월 4일과 7일 오후 5시~7시에 애니메이션과 영화가 각 1회 상영된다. (상영작은 DDP 홈페이지 www.ddp.or.kr 참고) '콘서트'는 KBS 교향악단과 DDP가 공동기획한 것으로, 5월 5일~6일 이들 동안 잔디언덕에서 열린다. 콘서트는 'KBS교향악

단'의 타악 앙상블 공연과 발달장애인 연주자로 구성된 '하트하트오케스트라'의 협연으로 진행된다. 이번 협연은 어린이들이 발달장애에 대한 편견을 깨는 계기가 되길 바라는 의미에서 기획됐다.

그밖에 어린이들이 참여할 수 있는 프로그램으로는 4일 비눗방울, 마술, 악기 공연 등 다양한 거리아티스트들의 1일 교실이 운영된다. 5일은 김가네가 함께하는 어린이 그림대회와 어린이 요리 체험 프로그램이 함께 펼쳐지며, 6일에는 어린이들이 직접 판매자가 되어보는 나눔 마켓 '키마키마'가 열린다. 7일에는 종이비행기 국가대표 위플레이와 함께하는 '종이비행기 날리기'가 준비돼 있다. 이번 기회로 국가대표 선수들의 묘기에 가까운 종이비행기 기술을 전수받을 수 있다.

나들이의 출출함을 달래줄 먹거리도 준비돼 있다.

'노티드', '다운타운', '베이커리블레이어' 등 국내에서 가장 핫한 식음료 브랜드의 푸드트럭이 DDP 야외 광장 팔거리에 펼쳐진다. 뿐만 아니라 DDP 미래로 하부에는 40여 개의 디자인 마켓이 열려 가족단위 방문객들을 위한 다양한 상품들을 선보인다.

특히 이번 행사는 DDP와 동대문 인근 상권이 공동 프로모션으로 진행하는 '동대문 슈퍼 패스(Super Pass)'로 다양한 혜택을 누릴 수 있다. 동대문 슈퍼 패스는 3만 5천 원으로 15만 원 상당의 혜택을 누릴 수 있는 프리미엄 쿠폰북으로 DDP를 포함한 인근 상권에서 사용할 수 있다. 쿠폰북은 F&B 상점 할인 및 디저트 교환권, 디자인 제품 교환권 및 전시 할인권 등으로 구성되어 있다. 이번 프로모션은 5월 1일~5일 티몬에서 판매될 예정이다. 동대문 슈퍼 패스는 이번 DDP 봄 축제를 시작으로 참여사 및 혜택을 점차 확대해 가을, 겨울 시즌까지 이어갈 예정이다.

제일평화 '메카'

예쁘고 편하게 입을 수 있는 '바지의 메카'

20년간 데이터로 편안한 패턴 장점

제일평화 2층 118호에 위치한 '메카 (MECCA)'는 2002년 론칭된 '바지의 메카'다. '동양여자가 가장 예쁘고 편하게 입을 수 있는 바지'를 모토로, 20대 후반~90대 여성들을 위한 모던한 캐주얼 바지와 슬랙스를 만들고 있다. 기본 사이즈는 55~88이지만 99~140 이상 빅사이즈 주문제작도 많이 하고 있다.

지금은 고무줄을 넣은 일상복이 많아졌지만 아무도 외출복 바지에 고무줄을 넣지 않을 때 메카는 처음으로 밴딩바지를 만들기 시작했다. 더 편한 바지를 고민하다 2010년경부터 제작했는데, 그때 농담으로 이러다간 정장에도 고무줄 넣어 팔지도 모른다고 했을 정도였다.

메카 구미경 대표는 "요즘엔 너나 할 것 없이 다 밴딩이 들어가지만 그때는 고무줄바지는 추리닝이라는 인식이 강해 파는 것이 정말 힘들었다"며 "사실

지퍼가 없이 밴딩을 넣은 디자인이 배도 훨씬 날씬해 보이고 허리 라인도 잘 잡아준다"고 말했다.

구 대표는 직접 낮에 소매도 하고 있기 때문에 수많은 한국여성들의 하체를 직접 눈으로 보고 20년간 데이터를 쌓아 편안한 패턴을 만들고 있다. 그래서 재구매율이 매우 높다.

요즘엔 중국산이 없으면 시장이 안 돌아가는 판이 되어버렸지만, 메카는 자부심을 가지고 국내 생산을 고집하고 있다. 한국 공장들도 같이 먹고 살아야 하고, 퀄리티도 당연 다르기 때문이다. 재고관리나 품질관리, 생산기간 대응이 훨씬 수월한 것도 장점이다.

메카는 완전히 새로운 디자인의 신상은 시즌에 1~3개 정도로 많지 않다. 스테디셀러에 100% 대박이라는 확신이 드는 신상만 추가한다. 세일이 없고 스테디셀러 위주로 판매하는 방식이기 때문에 교환기간을 다른 매장보다 훨씬



유연하게 적용해주고 있다.

구 대표는 동대문에서 오래 일을 하다 보니 중국 생산과 온라인 플랫폼의 문제점에 대해서도 안타까움을 표시했다. 그는 "중국 생산은 여러모로 리스크가 크고, 동대문의 장점이던 빠르고 탄력적인 대응생산도 어려워지게 만들고 있어 지금대로라면 생산과 판매 모두 중국과의 관계에 따라 시장이 휘청거리고, 그 위험부담을 동대문 상인들이 질

수밖에 없다"고 말했다

온라인 플랫폼에 대해서는 "도매의 본질은 잘 팔리는 좋은 옷을 만드는 것인데, 사진이나 온라인 마케팅이 판매량을 좌우하게 되는 것은 주객이 전도되는 것으로, 여기에 들어가는 소소한 비용과 신경 쓰는 시간들이 결국은 좋은 제품에만 투자하던 업체들의 경쟁력을 약화시킬 것"이라고 우려했다. 카톡: mecca0114 카스/위챗: meccajeil

퀸즈스퀘어 '웨이크업'

워라밸 즐기는 젊은 층 겨냥 TPO 경계 허물어

스포츠·이지홈웨어 주력 전개

퀸즈스퀘어 3층 155호에 위치한 '웨이크업(wake uP)'은 지난해 2월 론칭된 신생 브랜드다. 버려지는 소모품이 아닌 소장할 수 있는 지속가능성을 목표로, 페미닌 모드(feminine mode)를 기본으로 한 실용성과 편안함을 겸비한 옷을 만들고 있다. 비비드한 컬러감으로 팬데믹 이후 일상의 소중함과 관심을 가져야 하는 공존의 소중함을 깨닫고, '희망을 위해 깨어나야 한다'는 희망적인 메시지와 감성을 전달하는 데 노력하고 있다.

웨이크업은 일과 삶의 균형을 의미하는 워라밸의 중요성이 높아지고, 골프와 테니스, 여행을 즐기는 젊은 층이 늘어나면서 스포츠웨어, 이지웨어, 홈웨어를 주력 상품으로 가져가고 있다. 고

가에 편중되어 있는 특성화된 기능성 상품만이 아닌 TPO의 경계를 허물어 데일리하게 입을 수 있도록 다양한 스타일과 매치할 수 있는 디자인과 소재 사용이 특징이다. 상품기획은 크게 S/S와 F/W로 나누어 전체적인 컨셉을 정하고, 아이템 분류, 소재, 컬러를 맞추며 코디네이션이 가능하도록 기획하고 있다

웨이크업 장유미 대표는 대학교 휴학시절 판매 아르바이트를 하면서 동대문을 자연스럽게 접하게 됐다. 대학 졸업 후 디자이너브랜드 스타일리스트, 브랜드 바이 MD 등을 거치는 동안 빠른 트렌드 해석으로 다양한 디자인이 많은 동대문 시장의 매력에 더 크게 다가왔고, 자신만의 브랜드를 꿈꾸면서 지난해 서울시 청년스타트업 지원을 통해 비교적 적은 자금으로 DDP패션몰에서 창업을 하게 됐다.

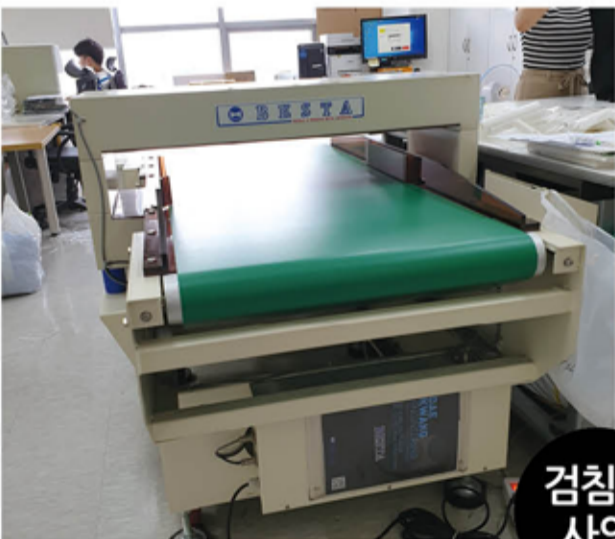
거래처 없이 시작해 유동인구가 필요했지만, 지난해는 코로나 초기보다 좋지 못한 상황이었고, 내수 고객들만으론 경영이 어려워 다양한 고객층 확보를 위해 상가를 옮기게 됐다. 지금은 해외 바이어들이 조금씩 들어오고 있어 많은 신상품들을 만들며 고객들의 니즈(Needs)를 알아가고 있다

장유미 대표는 "올해는 좀 더 다양하게 스타일, 컬러, 사이즈를 확장하고, 만들기 편한 옷보다 입어서 편한 옷을 만들기 위해 품질에 좀 더 신경을 써서 웨이크업 인지도를 높이는데 목표를 두고 있다"며 "동대문은 인맥이나 자금이 여유롭지 못하면 스스로 성장해서 버텨내야 하는 곳이라서 신생 업체에 대한 소개나 스타일 정보를 알려 주는 마켓이 있었으면 좋겠다"고 말했다. 문의 : 010 4824 7836 인스타 wake uP_DDP



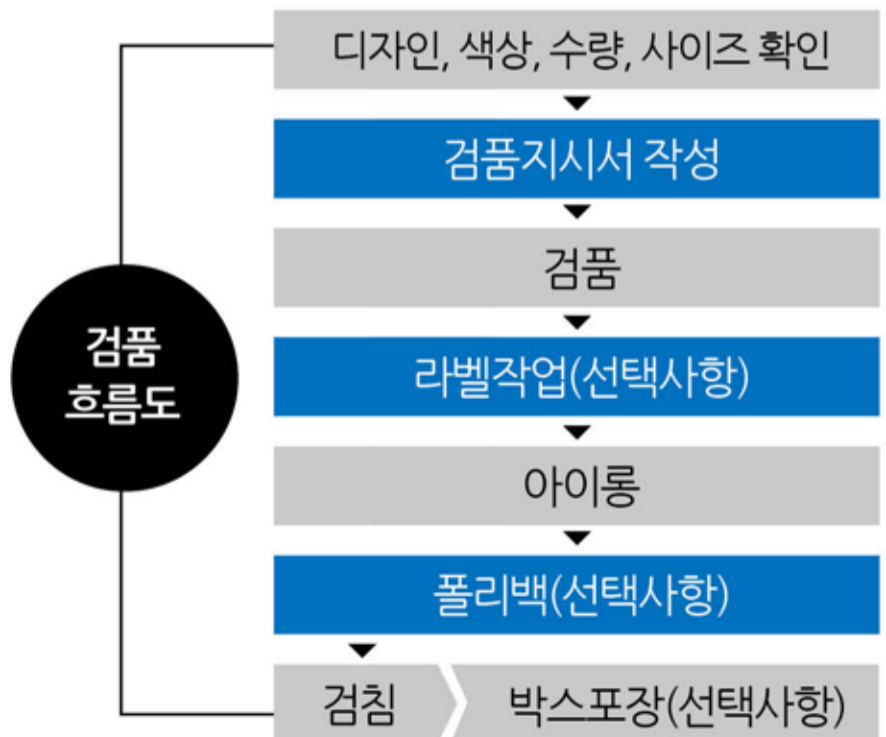


(주)서울클릭은 10년이 넘는 일본 에이전시 경험을 바탕으로
반품률이 제로에 가까운 철저한 검품을 진행하고 있는
동대문 의류 구매대행 No.1 업체입니다.



Needle & Ferrous Metal Detector
DK-600M.A.S / 600M.H.S

검침기
사양



※교환 및 반품의 번거로움을 덜기 위해 가능한 제품은 수리하고 있습니다.
원단 불량, 심한 오염 제품 등은 수리 불가.

평화시장

☎ 02-2265-3531~2 ⌚ 22:00~익일18:00
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, 가발
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, 웨이크셱
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, 티셔츠바지,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

‘꾸안꾸’의 정석! 데님 패션



완연한 봄이 찾아오고 있는 지금, 환절기로 많은 사람들이 가벼운 옷차림을 준비하고 있는 가운데 봄에 가장 먼저 떠오르는 ‘데님’ 패션이 올해도 인기를 이어갈 것으로 보인다. 패션업계는 이 같은 트렌드를 감안해 데님을 활용한 SS시즌 의류 아이템을 확대하고 있다. 심플한 데님룩부터 청청 패션까지 다채로운 스타일을 연출해보고 싶다면 여기를 주목해보자.

청청 패션으로 눈에 띄는 룩 연출

올해는 유독 Y2K패션이 급부상하고 있는 가운데 데님 패션이 눈에 띈다. 유니섹스 캐주얼 브랜드 ‘오아이오아이’는 글로벌 Z세대의 패션 아이콘 뉴진스를 앞세워 다채로운 스타일로 청청 패션을 연출한 화보를 공개해 화제를 모았다. 뉴진스는 데님 컬렉션을 선보이며 다양하게 변주된 디테일이 돋보이는 편안한 재킷과 팬츠를 매치해 청청 패션의 정석을 자랑했다.

토틸 라이프 스타일 브랜드 ‘게스’는 빈티지한 워싱 데님부터 포켓과 절개 등의 디테일이 더해진 데님 소재로 제작된 재킷까지 올해의 트렌드를 반영한 청청 패션을 선보였다. 무채색과 같은 뉴트럴 톤의 트윈드 재킷은 스타일리시하면서도 포인트룩으로 활용하기 좋아 사랑스럽고 화사한 봄 패션을 연출할 수 있다.

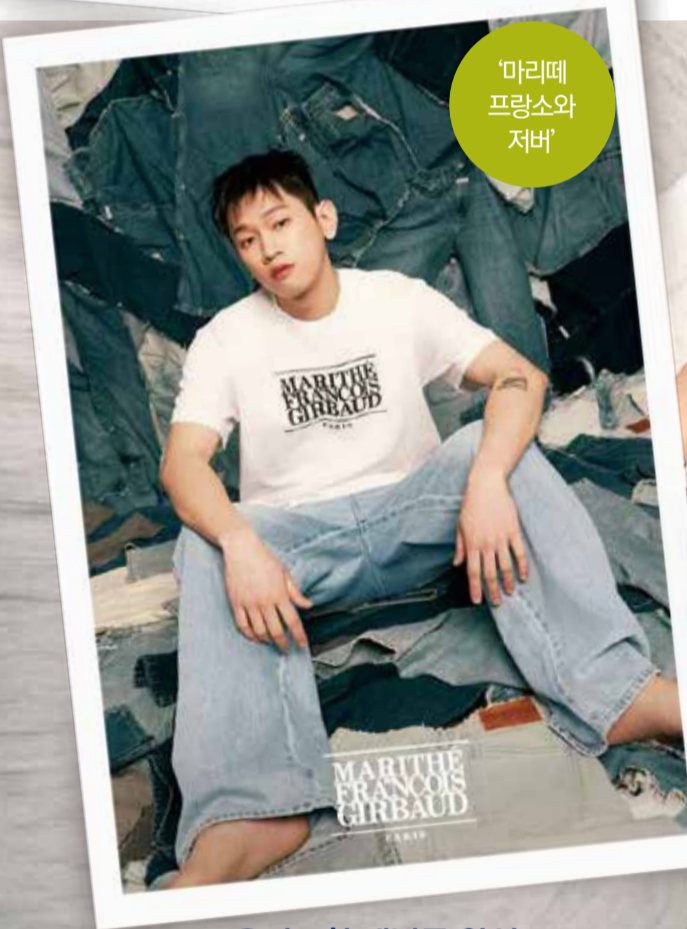


‘게스’

‘오아이오아이’



‘마리떼 프랑소와 저버’



유니크한 데님룩 완성

과감한 스타일 보다는 심플한 스타일을 추구한다면, ‘MLB’와 ‘마리떼 프랑소와 저버’는 어떨까? 바시티 로고가 돋보이는 티셔츠에 와이드한 데님 팬츠를 매치한다면 시크하고 힙한 데일리룩을 완성할 수 있다. 꾸안꾸 패션의 상징인 볼캡을 함께 매치한다면 캐주얼하고 웨어러블한 분위기를 만들어 준다.

또 다른 매력의 데님 패션을 즐기고 싶다면 짙은 레드 컬러를 매치해 활동성이 돋보이는 데님 오버롤을 착용해보자. 포인트 있는 레드 컬러는 산뜻하고 싱그러운 무드를 연출해 데님 패션에 생기를 불어넣어준다.

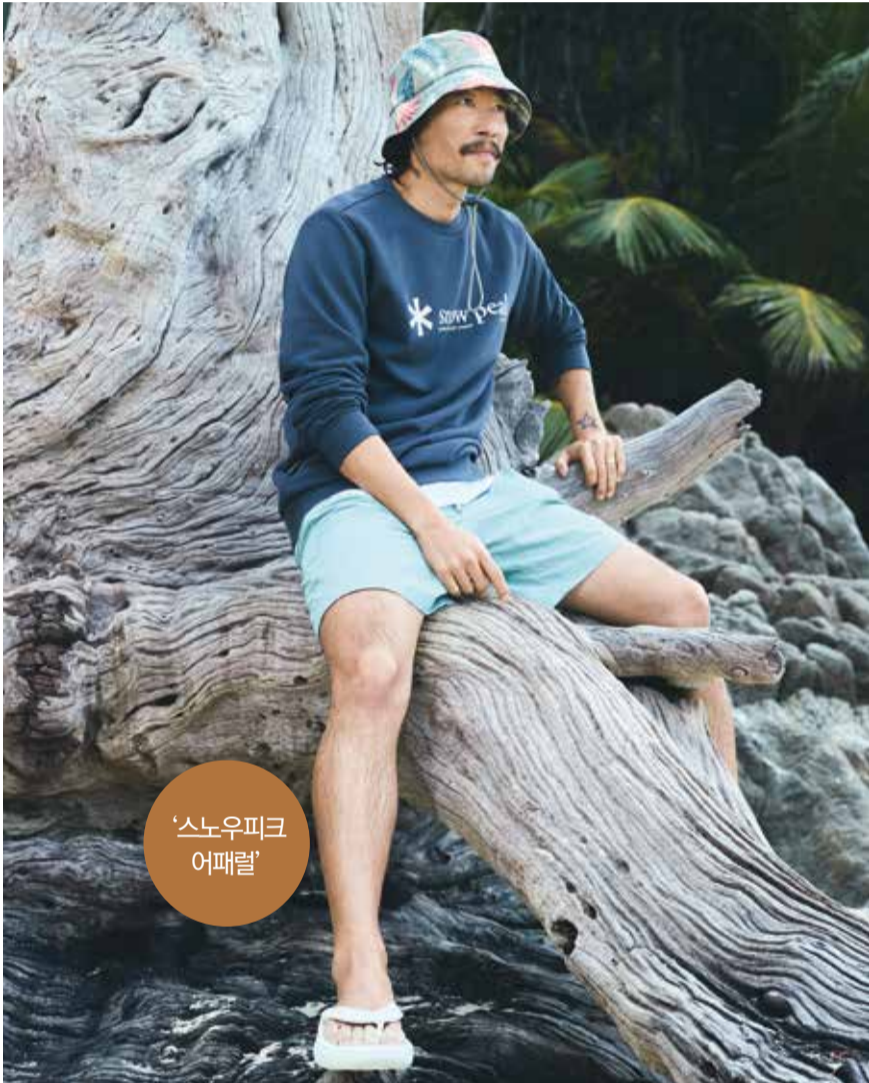


‘MLB’

맨투맨 활용 올봄 스타일링 완성

올 봄, 컬러, 패턴, 소재 등에 구애받지 않고 자유롭게 믹스매치하는 스타일과 실용성, 디자인을 겸비한 편리한 복장이 트렌드로 이어지고 있다. 이러한 가운데 자신만의 개성을 살린 스타일을 중시하며 가심비 소비를 추구하는 MZ세대 사이에서는 다양한 스타일에 조화롭게 어우러지는 맨투맨이 인기다.

맨투맨은 어떤 디자인을 선택해, 어떤 스타일로 코디하느냐에 따라 다양한 느낌, 색다른 분위기를 연출할 수 있다. 그래픽 맨투맨부터 Y2K 패션 물결 속 유행하고 있는 크롭 맨투맨, 하프 집업 맨투맨까지 다양한 맨투맨 스타일링을 통해 나만의 데일리 룩을 완성해보자.



'스노우피크 어패럴'

▲ 먼저, 그래픽 맨투맨은 어떤 코디에도 잘 어울리는 데일리 아이템으로, 슬렉스나 코튼 팬츠와 매치해 깔끔하고 단정한 분위기를 낼 수 있다. 또는 와이드한 데님 팬츠에 로고가 포인트인 맨투맨을 착용하면 최근 유행하는 뉴트로 패션을 완성할 수 있다. 맨투맨으로 맛있는 느낌이 든다면 컬러감이 돋보이는 가방이나 모자, 유니크한 스니커즈를 착용해 포인트를 주는 것이 좋다.



'힐라'



'MLB'

▲ 최근에는 특히 기장이 짧은 크롭 맨투맨이 젊은 세대 사이에서 유행이다. 크롭 맨투맨은 발랄하면서 스포티한 느낌을 줘 어려 보이는 스타일 연출이 가능하다. 특히 크롭 맨투맨에 풍성한 레이스가 특징인 스커트를 매치한다면 요즘 MZ 세대에서 유행하는 발레코어룩을 완성할 수 있다. 또한 비비드한 컬러를 선택해 경쾌함을 더한다면, 힙한 스타일까지 연출 가능해 더욱 매력적인 룩을 만들어준다.

◀ 목 부위에 지퍼가 달린 하프 집업 맨투맨은 일반적인 맨투맨보다 조금 더 캐주얼하고 스포티한 느낌을 준다. 집업의 오픈 정도에 따라 코디를 다르게 할 수 있고, 브라탑을 이너로 매치해 편안하고 스타일리시한 에슬레저룩으로 활용하거나 티셔츠를 레이어드해 일상에서 투마일 웨어로도 제격이다. 같은 컬러의 팬츠를 활용해 셋업으로 맞춰 입는 것 또한 트렌디한 연출법이다.



'노스페이스'



'크기끼 스포티브'

中 바르고, 日 먹고, 美 입는데 지갑 연다

대한상의, 방한 외국인 관광객 조사

대한상공회의소(회장 최태원)는 최근 급증하고 있는 외국인 관광객들의 쇼핑 트렌드를 분석한 '외국인 관광객 선호 K-상품군' 조사결과를 발표했다.

한국관광을 마치고 출국하는 외국인 관광객 400명을 대상으로 실시한 이번 조사는 선호 상품부터 한국에서 경험한 쇼핑에 대한 만족도와 개선점까지 다루었다. 조사결과 외국인 관광객들이 선호하는 상품군은 의류 및 피혁류(30.8%), 화장품 및 향수(30.0%), 식료품(29.3%) 등으로 나타났다.

권역별로 보면, 최근 방한이 급증하고 있는 동남아 등 아시아 관광객은 화장품(38.5%)을 으뜸 지출품목으로 꼽았다. 이어 식료품(32.7%), 의류 및 피혁류(22.6%)에 지갑을 열었다. 반면 미주와 유럽 관광객은 의류 및 피혁류(각 39.6%)를 가장 많이 샀다고 응답했다.

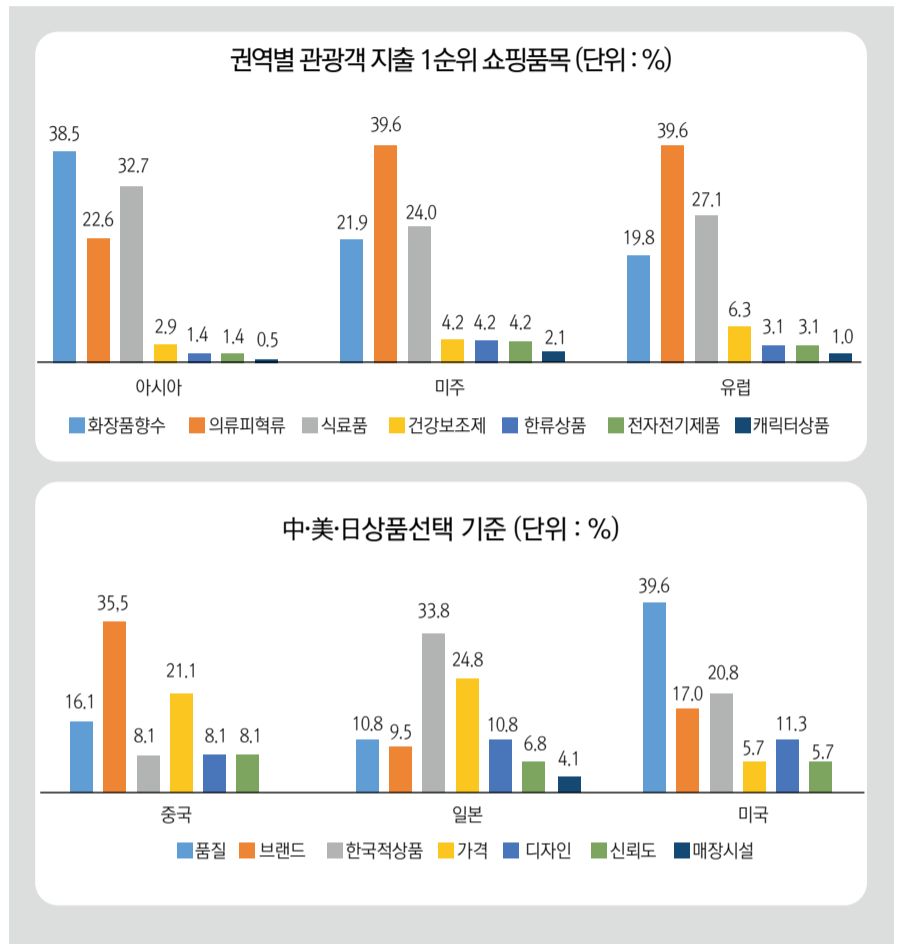
응답자수 상위 3개국인 중국, 미국, 일본 관광객이 가장 선호하는 쇼핑품목은 달랐다. 중국인 관광객의 75.8%는 화장품 및 향수 지출이 가장 컸다. 미국인 관광객의 43.4%는 의류 및 피

혁류를 선택한다고 답했고, 일본인 관광객은 식료품(41.9%)과 화장품 및 향수(32.4%) 응답비율이 높았다.

쇼핑 지출규모는 평균 968달러로 권역별로는 아시아(1,038달러)가 미주(913달러)와 유럽(870달러) 보다 더 많이 지출했다. 관광객 중 가장 큰손은 중국인 관광객(1,546달러)이었다. 미국인은 844달러, 일본인은 796달러였다.

상품선택 기준 1순위는 품질(28.5%)이었다. 이어 브랜드(18.3%)와 한국적 상품(18.3%)인지 우선 고려했다. 가격(15.5%), 디자인(12.3%), 신뢰도(4.0%), 매장시설(2.3%) 등이 그 뒤를 이었다. 주요 국가별로 각각 다른 특색을 보였다. 중국인 관광객은 브랜드(35.5%)를 가장 먼저 고려하는 반면, 일본인 관광객은 한국적 상품(33.8%), 미국인 관광객은 품질(39.6%)를 우선 선택 기준으로 꼽았다.

가장 즐겨 찾는 쇼핑장소도 주요 국가별로 달랐다. 중국인 관광객은 백화점(87.1%) 시내면세점(85.5%), 복합문화공간(72.6%) 순으로 응답했다. 일본인 관광객은 편의점(86.5%), 소규모상점(52.7%), 대형할인마트(51.4%)를 자주 이용하는 것으로 나타났으며, 미국



인 관광객은 편의점·백화점(각 62.3%), 재래전통시장(58.5%)을 자주 찾다고 답했다. <복수응답>

대한상의는 이에 대해 “중국인들의 생활수준이 높아지면서 백화점과 면세

점에서 브랜드를 보고 사는 과시적 소비특징을 보이고 있는 반면 실속을 따지는 일본 관광객은 한국적인 상품과 가격에 대한 관심이 더 높은 상황”으로 분석했다.

소상공인·전통시장 지원정책 원스톱 서비스

소상공인시장진흥공단

소상공인시장진흥공단(이사장 박성효)이 소상공인·전통시장 원스톱 지원 서비스 플랫폼인 '소상공인 24'(www.sbiz24.kr)를 개시했다.

소상공인24는 '제2차 전자정부 기본계획' 중 중기부 주관 '소상공인 비대면 기반 정책지원 플랫폼 구축'을 위한 과제로, 산재된 소상공인·전통시장 관련 정책지원을 통합해 제공하는 플랫폼이다.

지난 4월 3일 접수를 시작한 '소상공인 O2O 플랫폼 진출 지원사업'을 시작으로 올해까지 19개 사업을 제공하고,

'25년에는 37개 사업까지 확대하여 정책지원 시스템을 통합해나갈 계획이다.

소상공인24에서는 소상공인·전통시장 지원정책을 하나의 시스템에서 확인할 수 있고, △원스톱 정책지원 일괄신청 서비스 △신청서류 간소화 △선제적 맞춤형 알림서비스 △진행사항 단계별 확인 △통합 지원이력 관리할 한 번에 제공받을 수 있다.

뿐만 아니라, 관심정보·이력정보·자격정보 등 관심 정보를 입력하면 소상공인·전통시장 지원사업에 대한 알림서비스를 받을 수 있고, 지역 센터 방문 없이 온라인상 간편 신청이 가능하며 소상공인 정책 편의성이 대폭 개선



될 전망이다.

소상공인은 향후 전자정부 사업의 취지를 살려 소상공인24 기능을 확대해 나간다는 방침이다.

먼저 광역·기초단체에 속한 소상공인·전통시장에 대한 지원이력과 현재 진행사항을 '소상공인24' 플랫폼에서 공유함으로써 공동 협업을 수행하고,

공문 등을 통해 해당 지자체 관련 현황을 제공 받던 것을 플랫폼에서 바로 확인할 수 있게 된다.

또한, 지자체 및 관련 유관기관에서 추진하는 소상공인·전통시장 지원내용을 플랫폼에 등록하면 신청·접수에서 사후관리에 이르는 전체 업무를 관리하는 기능도 제공할 예정이다.

‘2024 S/S 서울패션위크’ 9월 5~9일 열린다

DDP서 개최... 참가브랜드 모집

서울시가 2024년 봄·여름 패션경향을 선보일 ‘추계 서울패션위크’의 일정을 공개하고, 참여할 디자이너 브랜드 약 100여개(패션쇼 35개, 트레이드쇼 70개 내외) 모집을 시작했다.

‘2023 추계 서울패션위크’(2024 S/S 서울패션위크)는 9월 5일부터 9일까지 5일간 동대문디자인플라자(DDP)에서 진행된다. 서울시는 글로벌 시장에서 한국 문화의 영향력이 커지고 있어 ‘아시아 선두 패션위크’로 입지를 다질 수 있는 적기로 판단, 세계 4대 패션위크인 뉴욕, 런던, 밀라노, 파리패션위크(23.9.7~10.3)보다 앞선 시기에 개최한다고 밝혔다.

시는 9월 개최되는 추계 서울패션위크는 국내 케이(K)패션 브랜드의 비즈니스 유통망 확대에 방점을 두고 아트와 패션의 연계, 기업과 디자이너 간 협업 확대, 오프라인 B2B 집중, 국내외 세일즈 확대에 주력할 방침이다.

먼저, 해외 우수 바이어와 국내 디자이너 간의 1:1 매칭 수주상담을 진행하는 트레이드쇼에서는 추계 서울패션위크에 한동안 코로나19의 여파로 국내 방문이 어려웠던 중화권 바이어의 초청을

시작하고, 100% 오프라인 형식으로만 진행한다. 브랜드 모집 규모는 기존 40개에서 70개로 대폭 확대해 더 많은 국내 브랜드들에게 해외 진출의 기회를 제공할 예정이다.

지난 3월 진행한 ‘트레이드쇼’ 수주박람회는 전 세계 23개국 130여명 해외 바이어와 67개의 국내 디자이너 브랜드가 참여하여 총 1,007건의 1:1 수주 상담 회의가 진행되었다. 수주 상담 금액은 352만 달러(약 46억 원)에 달한다.

기업과 디자이너 간 협업 기회를 창출하기 위한 ‘오픈콜라보레이션(개방형 협업, Open Collaboration)’ 행사도 지난 추계 트레이드쇼에 이어 세 번째로 개최한다. 트레이드쇼에 참가하는 브랜드 중 희망하는 브랜드는 참가 기업에 자신만의 개성 있는 아이디어를 제안할 수 있는 자리를 갖는다. 이를 통해 새로운 패션 비즈니스의 장을 마련하고, 기업과 디자이너 간 교류를 활성화하는 것을 목표로 한다.

또한, ‘서울패션위크’를 구심점으로 우리 디자이너 브랜드의 해외 진출과 K패션 판매 극대화를 위한 비즈니스 플랫폼 기능을 강화한다. 이를 위해 국내 프리미엄 유통사와의 업무협력을 통해 국



지난 3월 열린 서울패션위크 기간 중 DDP가 시민들로 가득 차 있다.

내·외 비즈니스의 규모를 확대해나갈 예정이다. 특히, 국내 대형 백화점 및 면세점과의 업무협력을 통해 서울패션위크 참여브랜드의 유통망 확대, 해외진출 지원, 브랜드 인지도 향상 등 다각도 지원을 실시한다.

해외 비즈니스 확대를 위해서는 오는 9월 미주권을 대표하는 패션 수주전시회인 뉴욕 코테리(COTERIE) 전시 참가 지원을 신설한다. 침체된 패션업계에 활력을 불어넣고, 국내 패션디자이너의 해외 세일즈를 확대하기 위해 상반기 파리 수주전시회 참가지원에 이어 하반기에

는 미주권 수주전시회 진출을 통해 해외 수주효과를 극대화할 계획이다.

서울시는 ‘2024 S/S 서울패션위크’에 함께 할 디자이너 브랜드를 오는 5월 12일까지 모집한다. 서울패션위크 누리집(www.seoulfashionweek.org)에서 온라인 신청이 가능하다. 서울패션위크의 중진 디자이너들이 참여해 온 ‘서울컬렉션’은 25개 내외, 유망한 신진 디자이너들이 발굴된 ‘제네레이션넥스트’는 10개 내외, ‘트레이드쇼’는 패션쇼 선발 브랜드를 포함한 100개 내외 규모로 디자이너 브랜드를 선정한다.

‘B the B’ 전시 희망 테크기업 모집

서울경제진흥원

서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)은 동대문디자인플라자(DDP)에 위치한 서울 뷰티·패션 라운지 ‘B the B’에 전시될 라이프스타일 테크 분야 기업을 5월 10일까지 공개모집한다.

동대문 DDP 디자인장터 A구역에 위치한 뷰티·패션 라운지 ‘B the B’는 서울 뷰티·패션분야 유망 중소기업과 함께 다양한 기획전시 및 시민을 대상으로 하는 이색 체험 프로그램을 운영하는 복합문화공간으로, 2022년 9월 30일 개관한 이래 지금까지 약 28만여 명의 방문자를 기록하고 있다.

‘B the B’ 공간은 브랜드 라운지, 라이프스타일 라운지, 뷰티테크 라운지, 커뮤니케이션 라운지의 4개 구역으로 나누어져 있으며, 이번 테크기업 공개모집을 통해 선정된 기업은 2개 라운지(뷰티테크 라운지, 라이프스타일 라운지)를 통합한 약 127평 규모의 구역 전역에 전시될 예정이다.

최근 리빙, 헬스, 푸드 등 다양한 라이프스타일 분야와 테크 기술의 접목이 활발히 이루어지고 있는 만큼 서울경제진흥원은 기존 4개사 선정으로 한정되었던 전시기업 규모를 20개사로 대폭 늘려 진행하고, 전시 구역 또한 2개 라운지를 통합한 ‘테크 라운지’를 새롭게 구성하



지난해 뷰티테크 전시 모습.

여 약 127평 규모로 확대하여 전시할 계획이다.

이번 B the B 테크분야 전시지원은 뷰티·패션 분야를 비롯해 리빙·헬스·푸드 등 다양한 분야와 첨단기술이 연계된 ‘라이프스타일 테크 기업’을 대상으로 진행된다.

서울경제진흥원은 기존에 뷰티·패션 분야로 한정되어 있던 B the B 테크 전시 분야 또한 라이프스타일 전 분야 연계 테크기업으로 대상을 확대, 미래 핵심산업의 주축이 될 유망 중소기업 발굴과 지원사업을 더욱 고도화 할 계획이다.

‘2023 트렌드페어’ 참가 브랜드 모집

8월 23~25일, COEX에서 개최

산업통상자원부와 한국패션산업협회(회장 한준석)가 오는 8월 23일부터 25일까지 COEX에서 개최될 ‘2023 트렌드페어(2023 Trend Fair)’ 참가 브랜드를 모집한다.

산업부 지원으로 추진하고 있는 ‘글로벌브랜드육성’ 사업인 ‘트렌드페어’는 매년 꾸준한 비즈니스 성과를 올리며 국내 최대 규모의 패션 전시회로 평가받고 있다. 코로나 정상화에 따라 업그레이드된 내용으로 진행 될 이번 행사기간은 기존 2일에서 3일로, 전시부스도 지난해 100여 개에서 약 150개 부스로 확대 개최된다.

참가대상은 국내외 바이어와의 비즈니스 연계를 희망하는 국내 디자이너

패션 브랜드로 크리에이티브한 감성과 상품력이 돋보이는 여성복, 남성복, 유니섹스, 패션 잡화 등이다. 비즈니스 상담을 비롯해 소비자 판매전, 조인트 패션쇼, 참관객들을 위한 다양한 이벤트가 함께 마련될 예정이다.

특히, 다양한 패션 브랜드 참여를 위해 지난해 연계 사업으로 진행했던 K패션 오디션과 분리 진행해 유망하고 경쟁력 있는 패션 브랜드의 참여를 확대할 방침이다.

2023 트렌드페어는 참여 브랜드의 비즈니스 성과를 높이기 위해 해외 바이어 유치와 B2B2C 성과 확대를 위한 마케팅 진행, 참여 브랜드 지원 확대에 주력한다. 코로나19로 중단해왔던 해외 바이어를 유치해 국내 바이어 중심의 비즈니스 매칭에서 벗어나 협



지난해 ‘트렌드페어’ 행사장 모습.

회가 보유하고 있는 해외 바이어와의 네트워킹과 전문 글로벌 에이전시 활용 및 SNS 홍보를 통해 일본, 중국, 동남아 등 국내 패션 브랜드의 해외 진출

을 지원할 예정이다. 참가 신청은 오는 5월 24일까지이며, 공식 홈페이지(www.trendfair.org)를 통해 참가 신청이 가능하다.

한국브랜드패션협회 회원사 100개 돌파

디자인 카파도용 근절 캠페인 확대

패션 시장에서 디자인 카피·도용 및 위조품 유통 문제의 심각성을 알리기 위해 설립 추진 중인 (사)한국브랜드패션협회의 회원사가 100개를 돌파했다.

국내 디자이너 패션 브랜드, 제조사, 유통사 등이 모여 지난 2월 창립총회를 진행한 한국브랜드패션협회는 중견·중소 브랜드 패션업체들과 신생 기업들의 총의를 모으고 목소리를 대변하는 조직이다.

창립총회 당시 50여개였던 회원사 규모는 두 달여 만인 4월 중순에 100개를 돌파했다. 아직 최종 설립 절차가 마무리되지 않은 단계임에도 불구하고 디자인 카피 및 가품 유통 근절을 목표로 많은 패션 브랜드 및 유관 기업들이 동참하겠다는 뜻을 밝힌 것이다.

현재 한국브랜드패션협회 회원사 중에는 디스이즈네버댓, 인사일런스, 예일 등 패션 브랜드와 지식재산권 분야의 해박한 지식을 갖춘 특허법인 해움, 인공지능(AI) 기반의 위조상품 모니터



링 기술을 보유한 마크비전코리아 등이 있다.

향후 협회는 회원사를 중심으로 온라인, 특히 오픈마켓 플랫폼을 중심으로 위조품 온라인 유통 모니터링에 역량을 쏟을 계획이다. 아울러 △국내 디자이너 패션 브랜드의 지식재산권 보호 및 신장을 위한 법률 지원 △패션 업계 성장을 위한 정책 네트워크 확대 등의 사업도 펼친다.

한국브랜드패션협회는 지난 2월부터 무신사와 함께 전개하고 있는 ‘페이크 네버(FAKE NEVER)’ 캠페인에 대해서도 SNS, 블로그 등을 통한 확산에 속도를 높일 방침이다. 국내외 패션 브랜드의 지식재산권 침해 실제 사례를 공유하고, 일반 소비자들도 쉽게 접근하여 공감할 수 있도록 다양한 온·오프라인 참여형 캠페인을 진행할 예정이다.

스포츠·애슬레저 1분기 역대 최고 거래액

에이블리

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 ‘에이블리’가 운동복의 일상화에 따라 스포츠, 애슬레저 브랜드 올 1분기 거래액이 역대 최고치를 달성했다.

에이블리 1분기 스포츠 브랜드 상품 거래액은 전년 동기 대비 12배 이상(1,115%) 증가했으며, 구매자 수는 8배(700%) 늘었다. 3월에 접어들며 포근해진 날씨에 운동 전, 후 또는 다양한 레저 활동에 인기 좋은 스포츠 신발 브랜드 ‘크룩스’의 에이블리 내 거래액은 전년 동기 대비 4배(308%) 이상 증가하는 성과를 기록했다.

운동복의 경계를 허물며 완전한 일상복으로 자리 잡은 애슬레저룩에 대한 관심도 지속됐다. 올해 1분기 애슬레저 카테고리 거래액은 전년 동기 대비 375% 늘었으며, 주문 고객은 6.7배(570%) 증가했다. 입점 브랜드사 매출 성장도 돋보였다. 지난해 8월 입점한 ‘젝시믹스’는 매월 최고 거래액을 기록하고



있으며, ‘V업 3D 플러스 레깅스’ 상품은 지난 3월에만 250개의 구매 후기를 기록하며 베스트셀러로 자리 잡았다. ‘스컬피그’의 3월 거래액은 전년 동기 대비 8배 이상(708%) 증가했다.

에이블리는 펜데믹으로 인한 ‘운동의 일상화’를 주요 성과 원인으로 꼽았다. 코로나19 장기화에 따라 헬스, 테니스, 골프, 등산 등 다양한 운동이 취미로 자리 잡았다.

‘블록코어(Blokecore)’ 패션 트렌드도 스포츠 브랜드 성과 달성에 주효했다. 에이블리 3월 검색 데이터 분석 결과, ‘유니폼’ 검색량이 전년 동기 대비 375% 늘었으며, 운동선수들이 경기 전, 후 체온 유지를 위해 입었던 ‘트랙탑’은 11배(1010%)가량 급증했다. 축구와 가방으로 활용되던 ‘짐색’도 330% 많이 검색됐다.

무신사, 지난해 매출 7000억 돌파

전년 대비 50% 이상 고성장 신규 사업 선제적 투자 확대

무신사가 지난해 전년 대비 50% 이상 매출 신장을 기록했다. 무신사는 2022년에 별도 기준으로 전년 대비 약 60% 증가한 6452억 원의 매출을 달성했다고 밝혔다. 무진장 세일을 시작으로 온오프라인 마케팅 활동을 강화한 결과, 무신사 스토어를 이용하는 여성 고객과 2535 신규 구매자 비율이 늘면서 입점 브랜드 판매 상승효과로 이어졌다.

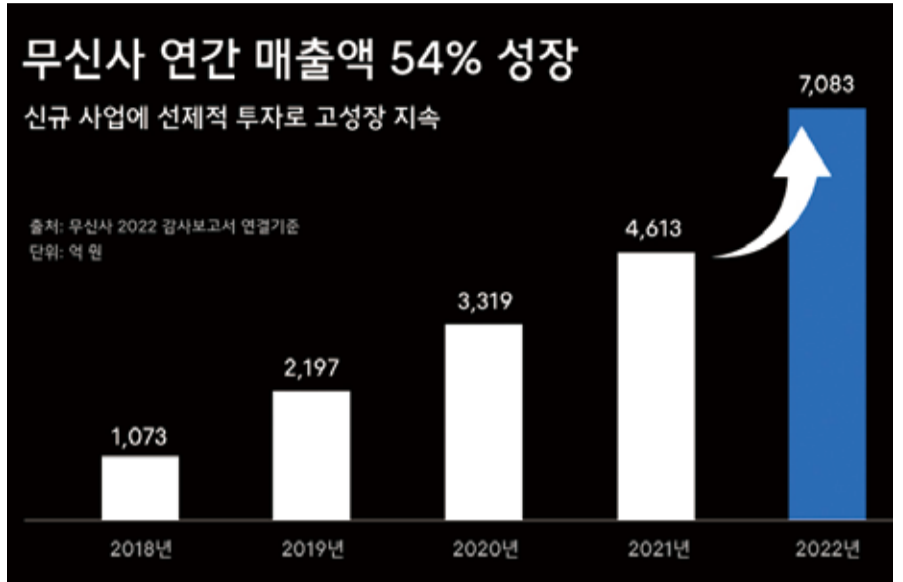
또한 럭셔리, 뷰티, 골프, 스포츠, 키즈 등 특정 카테고리에 전문화된 서비스에 대한 수요가 높아지면서 신규 회원이 늘어난 효과도 반영됐다. 동시에 2022년에 전년 대비 80% 가까이 거래액이 상승한 29CM의 성장세도 주요했다.

연결 기준으로는 연간 7083억 원의 매출을 기록하며 전년보다 54% 성장한 것으로 나타났다. 지난해 셀렉트숍 '엠펙티'

를 오픈한 무신사 트레이딩과 한정판 거래 플랫폼 '솔드아웃'을 운영하는 에스엘디티(SLDT)를 비롯한 자회사 실적도 포함한다. 솔드아웃은 꾸준히 서비스 고도화에 집중해 지난해 거래액이 2021년보다 275% 늘었다.

무신사는 버티컬 시장에 안착한 무신사 스토어와 29CM의 성장세가 더욱 확대될 수 있도록 투자를 지속했다. 지난해에만 4개의 무신사 스토어 전문관을 오픈했고, 리오프닝에 맞춰 입점 브랜드의 오프라인 마케팅 활동을 지원하기 위해 성수와 한남을 중심으로 무신사 테라스, 무신사 스튜디오, 이구성수, 이구갤러리 등의 오프라인 공간 운영을 시작했다. 또한 여성을 위한 고감도 패션 라이프스타일 플랫폼 '레이지나잇' 서비스를 신규로 시작했다.

특히, 2022년을 글로벌 도약의 원년으로 삼은 무신사는 지난해 9월에 글로벌 스토어를 오픈하고 일본, 미국, 싱가포르, 태국 등 13개국을 대상으로 웹과 앱



서비스 제공을 시작했다. K 브랜드의 성공적인 해외 진출을 위해 글로벌 사업 개발, 마케팅, 서비스 기획, 테크 등 전문 분야별로 대규모 채용도 진행했다. 무신사는 올해 4월부터 일본을 시작으로 본격적인 해외 시장 공략에 나선다.

지난해 공격적으로 진행한 선제적 투자의 영향으로 별도 기준의 영업이익

은 전년보다 감소한 539억 원으로 나타났다. 글로벌 스토어, 레이지나잇, 전문관 등 신규 서비스 구축을 위한 초기 투자 비용이 반영된 결과다. 또한 지난해 조만호 창업자가 임직원에게 무상으로 증여한 것을 포함해 약 268억 원의 주식보상비용이 일회성으로 반영된 영향이 컸다.

패션 메타버스 몰 '패스커' 글로벌 론칭

에프앤에스홀딩스

스타일테크(3D/VR/AR) 기반의 디지털 패션 선도기업 에프앤에스홀딩스(대표 최현석)가 패션 메타버스 몰 플랫폼 '패스커'를 한국을 비롯해 일본, 베트남, 영어권 국가 등에 글로벌 언어로 선보였다.

패스커는 패션을 좋아하고 패션을 좀 안다는 이른바 '패션피플'의 메타버스 놀이터이다. 기존의 메타버스 플랫폼 주 소비층이 주로 미성년자인 알파세대였던 것과 달리 패스커는 2030 MZ세대는 물론 패션을 즐기는 사람이라면 누구나 매력을 느낄 콘텐츠가 가득하다. 매일 업데이트되는 패션 매거진부터 데일리 룩과 패션 정보를 소통하는 SNS는 물론 가상공간 생태계에서 3D 디지털

패션 아이템을 구매하고 아바타에게 피팅해 보는 등 새로운 방식으로 패션을 소비하거나 즐기며 가상과 현실이 공존하는 경험을 즐길 수 있다. 또한 패스커의 메타버스 몰에서 경험하는 디지털 패션 아이템은 가상공간에서 소비하는 것에 그치지 않고 실제로 생산까지 연결되는 것을 지향하며 디지털에서 실물로 연결되기 위한 발판을 마련한다.

가상과 현실을 연결하는 새로운 패션 경험의 시작으로 패스커는 이번 패션 메타버스 몰 서비스를 기념해 '패스커 부스 이벤트' 프로모션을 진행한다. 유저들은 8주간의 이벤트를 통해 매주 워크엔드 '막스마라', '시스템옴므', '앤더슨벨', '라코스테', '툼보이', '타미힐피거', '시스템' 등 국내외 유명 브랜드들의 디지털



패션 아이템을 경품으로 지급받고 아바타에 착용해 보며 '가상 패션'이라는 새로운 경험을 즐길 수 있다. 또한 디지털 패션 아이템을 가상으로 착용한 사진을 SNS에 인증하면 추첨을 통해 국내외 유명 브랜드들의 실물 패션 아이템도 경품으로 증

정하며 가상과 현실을 넘나들고 진정한 메타버스가 실현되는 경험을 제공한다.

한편 에프앤에스홀딩스는 디올 뷰티, 몽블랑, 발렌시아가, 한섬, 신세계 인터내셔널 등 국내외 글로벌 브랜드와 협업 관계를 맺어오고 있다.

성범경 디자이너의 '이외들' 패션과 예술의 접점에서 이야기를 찾다

패션 디렉터로 좋은 브랜드를 찾고 그 스토리를 살펴보고, 디렉터로서 느낀 감동을 더 많은 사람들에게 전달하는 것에 큰 기쁨을 얻는다. 서울쇼룸(www.seoulshowroom.com)은 빠르지 않아도 묵묵히 조금씩 그런 스토리가 있는 브랜드와 그 브랜드를 만드는 사람들이 쫓겨가고 있다. 이제는 나만 알고 있는 스토리가 점점 먼지 쌓인 일기장속 추억처럼 묵혀만 간다. 더 늦기 전에 알고 보면 정말 괜찮은 브랜드 스토리를 세상으로 열고 널리 전파되길 바라며 이 칼럼을 시작한다. 그 첫 번째 이야기는 이름부터 궁금증을 자아내는 '이외들'. 그리고 이외들을 만들어가는 성범경 디자이너가 주인공이다.



'이외들' 2023 SS 컬렉션 'Wellbeing Cure All'

햇살과 그림자가 어우러진 데님셔츠, 담배를 피우면서도 폐 건강을 자랑하는 도라지 티셔츠, 마치 아늑한 빨간 벽돌집을 연상케 하는 재킷과 같이, 각 제품에 독특하고 매력적인 이야기가 숨어있는 이외들은 성범경 디자이너의 주도로 2022년 가을에 론칭한 신생 브랜드이다. 어떤 계기로 이야기를 담은 브랜드를 전개하게 되었는지 디자이너의 발자취를 따라가 보자.

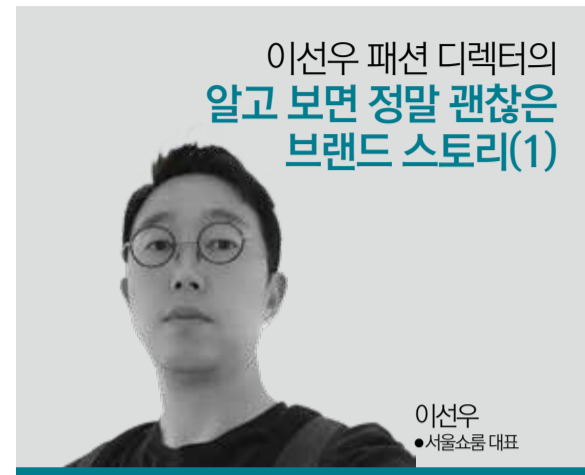
성범경 디자이너는 의상 디자인을 전공하고 졸업 후 아웃도어 패션 회사에서 짧은 기간 일을 했다. 그러나 수직적이고 강압적인 패션 회사에 회의를 느끼며 그래픽 디자이너로 직업을 바꾸었고, 새로운 회사에서는 주로 교재를 디자인하였다. 그 과정에서 학생들을 위한 티셔츠를 만들며 다시 조금씩 패션 분야에 관심을 기울이기 시작했고 이후 역사 이야기를 티셔츠에 담은 브랜드 '개식이(개념과 의식 있는 이들)'를 만들어 회사 내부에서 자투리 시간에 운영하게 되었다.

개식은 사회적 기업의 일환으로 수익금 일부를 기부하는 방향으로 진행하였고, BGF 리테일 및 LG 유펴플러스와의 협업을 통해 점차 성장하였다. 회사의 전폭적인 지원으로 브랜드 개식을 전업으로 운영하기로 하였고, 회사는 이를 수익성 있는 사업 모델로 만들기 위해 회사의 이름까지 '개념과 의식 있는 이들'로 변경하였다. 수익의 다각화를 위해 티셔츠와 맨투맨, 소품 등에 머문 상품군을 재킷과 바지 등으로 확장하려 했으나, 구매 고객층의 연령이 낮아 사업성이 부족하다고 판단하였다. 이에 따라 새로운 컨셉과 타겟층을 세우고 브랜드 '이외들'을 론칭하였다.

이외들은 먼저 역사의 범위를 대한민국 근현대사로 한정했다. 역사를 알리는 목소리를 조금 줄이고, 근현대사에서 향수를 느낄 수 있는 주제로 방향을 전환했다. 고객이 옷을 입으면서 과거의 향수에 빠져들기를 바라는 마음에서 브랜드 슬로건을 'Nostalgic Korea'로 정했다.

또, 타겟층은 20대 후반부터 30대 후반까지의 예술을 향유하는 남녀로 정했다. 평범한 이들이 아닌 새로운 것을 잘 받아들이는 그 외의 사람들을 위한 옷을 디자인한다는 의미에서 이외들이라는 이름을 지었다(이는 개념과 의식이 있는 '이들'과 방향을 달리한다는 중의적 의미도 포함하고 있다). 그 후 니트 디자이너, 생산 관리자, 콘텐츠 제작 감독을 영입하여 팀을 구성하였다. 이외들 팀은 타 브랜드에서 찾아보기 힘든 디테일로 차별화를 추구했으며, 피상적인 주제 대신 익숙한 주제를 이외들만의 방식으로 해석했다.

이외들의 디자인 방식은 이와 마찬가지로 한 가지 주제를 선정한 후, 그 주제를 재해석하여 디자인에 반영한다. 개식이와의 차이점은 그래픽뿐만 아니라 의



복의 색, 형태, 디테일, 후가공에서도 주제를 표현한다는 것이다. 2022년 FW 컬렉션에서는 90년대 주거 환경을 담아내며 어린 시절 놀이터에서 놀다 저녁 식사를 위해 이름을 부르는 어머니의 소리에 울려다보던 아파트 베란다의 불빛을 짙은 회색 원단에 망점 실크 스크린으로 나타냈다. 또한 외할머니 집의 양옥 천장에서 볼 수 있던 무늬를 니트 패턴으로 재현했다.



과일망을 표현한 메시 베스트.

2023년 SS 컬렉션에서는 2000년대 유행한 웰빙을 컨셉으로 삼았으며, 이외들 팀은 이를 아이러니하게 해석하여 상업적으로 변질한 웰빙을 폐에 좋은 담배 그래픽으로 표현했다. 이 아이러니를 이어 겨울용 니트 패턴을 여름용 니트에 적용한 카라 티셔츠를 만들었다. 또한, 건강에 좋은 과일을 담은 과일 망을 메시 니트 베스트로 표현했다.

이외들 팀은 일자리를 찾기 위해 고향을 떠난 아버지의 삶에서 영감을 받아 이촌향도 현상을 주제로 2023년 FW 컬렉션을 준비 중이다. Peter Paul and Mary의 곡 '500 miles'에서 느껴지는 향수를 담아 고향을 떠날 수밖에 없었던 이들의 감정을 표현할 예정이다. 또한 이주 경험의 의미를 깊이 탐색하려고 한다. 이외들이 주제를 어떤 독특한 이야기로 풀어낼지 지켜봐 주시길 바란다.

모집요강

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

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

apM플레이스(여성복)
야간/정규직/무관/없음/2년 이상/5월23일/010-3786-0103/sc1787@hanmail.net

다이앤(여성복)
야간/아르바이트/여/없음/3년 이상/5월23일/010-3161-3992/egoistkorea@naver.com

apM플레이스 1층(여성복)
야간/정규직/여/1988년생 이상/무관/5월23일/010-7120-1687/cavamimi@hanmail.net

헬베티카(여성복)
야간/정규직/남/없음/무관/5월23일/010-7299-7689/helvetiac01@naver.com

apM럭스 2층(여성복)
주간/정규직/여/1989년생 이상/5년 이상/5월20일/010-7148-1574/buymusk@naver.com

퀸즈스퀘어(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/5월20일/010-4643-0920/kymchn0531@naver.com

apM럭스(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/5월20일/010-4304-5034/pbs6485@naver.com

의류쇼핑몰(여성복)
주간/아르바이트/여/없음/5년 이상/5월30일/010-2717-6174/choiws@naver.com

apM(남성복)
야간/정규직/남/1995년생 이상/무관/5월20일/010-9000-9813/hongddack12@naver.com

(주)몬드(다이마루)
주간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/5월20일/010-3677-3989/godori371@naver.com

DDP패션몰 아잉(여성복)
주간/정규직/여/1988년생 이상/2년 이상/5월20일/010-2667-5970/sunghee139@naver.com

제일평화 모브(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/5월20일/010-3957-2392/hok8121@naver.com

인터넷쇼핑몰(남성복)
무관/아르바이트/남/없음/3년 이상/5월26일/010-6400-8074/distan100@naver.com

apM(여성복)
야간/정규직/여/2000년생 이상/3년 이상/5월19일/010-9063-8305/lee0104555@hanmail.net

(주)제이블러썸(여성복)
주간/정규직/무관/1985년생 이상/5년 이상/5월19일/010-4870-5055/haas83@kakao.com

퀸즈스퀘어(여성복)
주간/정규직/여/1985년생 이상/2년 이상/5월30일/010-8924-0631/shp75@naver.com

NORMAL(토탈)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/5월19일/010-4144-1089/chlwldus0225@naver.com

디오트 3층(여성복)
야간/정규직/여/1992년생 이상/1년 이상/5월30일/010-2662-2722/stop_song@naver.com

(주)슈퍼에프엔씨(여성복)
야간/정규직/무관/1990년생 이상/3년 이상/5월19일/010-7171-9573/jjjbim@naver.com

Deondo(여성복)
야간/정규직/무관/1992년생 이상/무관/5월19일/010-8899-1945/nagaoka85@naver.com

테크노(다이마루)
주간/정규직/여/없음/3년 이상/5월19일/010-5272-8071/dongjin0621@naver.com

Gvr(여성복)
주간/정규직/여/2003년생 이상/신입/5월19일/010-6225-5625/gamu2009@naver.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/1990년생 이상/3년 이상/5월19일/010-8975-5254/polo5254@naver.com

엘아이엠컴퍼니(토탈)
주간/정규직/여/1982년생 이상/3년 이상/5월19일/010-5529-0054/dun8679@hanmail.net

디오트 4층(여성복)
주간/정규직/무관/없음/1년 이상/5월19일/010-3539-9461/coin1985@naver.com

Moroeproject(여성복)
야간/정규직/여/1998년생 이상/3년 이상/5월19일/010-4454-0153/moroe_project@naver.com

판매사원

REBORN(남성복)
야간/정규직/무관/1998년생 이상/무관/5월23일/010-2603-6119/you1985@naver.com

제일평화(여성복)
주간/정규직/여/1975년생 이상/1년 이상/5월21일/010-7559-0019/dfur21@naver.com

의류사무실(여성복)
주간/아르바이트/남/없음/무관/5월20일/010-4300-3044/101142@hanmail.net

AVENUE(여성복)
야간/정규직/여/1996년생 이상/5년 이상/5월20일/010-6488-0285/sechuls2@naver.com

A:FLAN(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/5월20일/010-9893-0393/jjeun0393@naver.com

디오트(토탈)
야간/정규직/여/없음/무관/5월20일/010-8944-1868/ncyon@hanmail.net

스테이47(여성복)
야간/아르바이트/여/없음/신입/5월19일/010-9078-4781/ssman76@hanmail.net

(주)주네브케이(가방)
야간/정규직/남/1990년생 이상/무관/5월19일/010-7232-5741/junevk@le-sands.co.kr

디디어패럴(하의)
무관/정규직/무관/1983년생 이상/무관/5월19일/010-8732-4981/tlssusgh@naver.com

디오트(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/5월19일/010-2014-0032/jmsh36@naver.com

apM(여성복)
야간/정규직/남/1989년생 이상/1년 이상/5월31일/010-2340-0232/wjddksk333@naver.com

디오트 3층(여성복)
야간/정규직/여/2001년생 이상/1년 이상/5월19일/010-5302-2383/lan2na@naver.com

디오트 4층(토탈)
야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/5월31일/010-9778-8932/yujin8932@naver.com

apM플레이스(토탈)
야간/정규직/무관/1987년생 이상/1년 이상/5월19일/010-5464-9007/moonssung@naver.com

스타일(여성복)
야간/정규직/무관/없음/무관/5월18일/010-2685-6995/nde0426@naver.com

헤이즈(여성복)
야간/정규직/여/1994년생 이상/3년 이상/5월17일/010-3020-0037/heize4eva@gmail.com

디오트(니트)
야간/정규직/남/없음/무관/5월17일/010-8989-2303/solongos2003@naver.com

엘비(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/5월16일/010-8787-3279/danimam@hanmail.net

청평화(여성복)
무관/정규직/무관/없음/무관/5월14일/010-8965-1123/cats0708@never.com

디오트(토탈)
야간/정규직/여/없음/1년 이상/5월14일/010-4378-8337/0-nam8337@hanmail.net

리프레쉬(여성복)
야간/정규직/여/1994년생 이상/신입/5월13일/010-8854-7159/eun8925@NAVER.COM

위어(토탈)
야간/정규직/무관/없음/무관/5월12일/010-3077-7551/ghkdh39@hanmail.net

Tempting(여성복)
야간/정규직/여/2000년생 이상/무관/5월10일/010-3636-5873/kjr7253@naver.com



패션 마케팅

이담복스 | 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 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