



**04** 커버스토리  
올해 동대문 상권에  
어떤 일이 있었나

2020년 경자년(庚子年)도 한 달 밖에 남지 않았다. 올해 동대문 상권은 코로나19로 인해 극심한 경기침체를 겪었다. 언택트 소비 증가로 온라인 비즈니스가 가속화되기도 했다. 올해 동대문 상권의 주요 이슈를 살펴봤다.



**08** 기획  
동대문시장에 불어온  
따뜻한 온기

동대문을 사랑하는 청년들의 모임인 '동대문활력소'가 최근 '사장님, 우리 같이 기운 내요!' 라는 주제 아래 코로나19로 힘들어하는 상인들에게 희망의 메시지를 전달했다. 동대문활력소의 첫 번째 프로젝트 현장을 스케치했다.



**12** 인기상품  
바이어라운지 스마트스토어  
판매 지원 핫 아이템

중구청이 운영하는 동대문 바이어라운지가 동대문시장 상인들의 비대면 판매 지원을 위해 네이버 스마트스토어에 40여개 매장의 상품을 판매하고 있다. 스마트스토어에 입점한 매장들이 선보인 올 가을겨울 상품을 소개한다.





## 힐링 메시지 담은 '서울라이트'

지난해 말 세계적인 미디어아티스트가 참여한 '서울라이트'는 약 100만 여명의 시민들이 관람하며 서울의 대표 미디어파사드 축제로 자리매김했습니다. 동대문 상권 활성화와 디자인산업의 발전을 위해 서울시와 서울디자인재단이 기획한 2020 서울라이트 가을행사 'DDP LIGHT ON'이 지난 10월 30일부터 11월 12일까지 2주간 온라인을 통해 열렸습니다. 올해는 '포스트 코로나 시대, 감사 + 희망 + 가을밤 위로와 힐링'을 주제로, 코로나19로 지친 시민들을 디자인 감성으로 위로하는 힐링과 응원의 메시지를 담은 3개의 미디어파사드 작품을 선보였습니다. 이 중 사진 속 작품인 'Face of City'(작가 이재형)는 코로나19 극복에 대한 희망을 시민들과 함께 나누고자 준비한 시민 콜라보레이션 형태로 만들어졌습니다. 온라인 상 시민들의 텍스트가 실시간으로 분석돼 긍정의 언어들만 파사드면의 얼굴이 웃음을 짓게 되는 상호교감형 미디어파사드로 주목을 받았습니다.

글 박우혁 사진제공 서울디자인재단



### 표지 설명

동대문 마스코트 '디디(-DD)'가 탄생했다. 동대문을 사랑하는 청년 모임 '동대문활력소'가 최근 선보인 '디디'는 DDM(동대문도매시장)의 앞 글자를 딴 '행복지킴이' 캐릭터다.

등록번호 종로 라00563 발행일 2020년 12월 1일

발행처 (재)동대문미래재단 발행인 박용만

취재 및 편집 한국패션뉴스(주) 인쇄 아람P&B

기사제보·광고문의 02-851-7666, hyouk@kfashionnews.com

\*디스토리(DSTORY)는 (재)동대문 미래재단이 동대문패션타운 발전을 위해 무료로 발간하는 월간 정보지입니다.



# 동대문 오프라인 매장 패러다임 전환 절실하다

지금 동대문 유통업은 심각한 경영난을 겪고 있다. 동대문 오프라인 매장이 코로나19와 변화하는 환경에 적응하지 못하고 폐업, 휴업하는 위기가 닥치고 있다. 동대문은 오랫동안 오프라인 유통이 중심이었다. 온라인 플랫폼의 시장 확장에 따른 소비자의 쇼핑 채널 선택 변화로 위기가 시작되었다. 싸면 고객이 찾는다라는 저가 경쟁이 심화하면서 온오프라인 시장 간 가격 경쟁이 심해지고 상대적으로 인건비와 매장유지비 등이 더 드는 오프라인이 힘들게 되었다.

애프터 코로나 시대에는 온라인과 모바일 리테일이 성장할 것으로 전망할 수 있다. 오프라인 매장에 기반한 유통업체들이 디지털 기반 유통업체로 전환하고 있다. 이러한 전자상거래 업체들이 소비자의 쇼핑 태도를 바꿔 놓고 있다. 이제 소비자들은 직접 매장에 가지 않아도 네트워크 서비스를 통해 제품서비스에 대한 상세한 정보와 구매가 가능해졌다. 오늘날 오프라인 매장의 영역을 침범해 4차 산업혁명 기반 기술을 중심으로 온라인과 모바일, 그리고 플랫폼 유통 비즈니스가 초지능, 초실감, 초연결되는 기술 기반의 유통환경이 도래되었다.

## 오프라인 비즈니스 앞으로도 중요

이런 변화는 코로나19로 인해 성큼 다가온 언택트 비즈니스 시대에 오프라인 매장을 중심으로 비즈니스를 해 온 동대문에는 큰 위협이다. 그런데 중요한 사실은 오프라인 유통은 현재도, 향후에도 중요하다는 점이다. 오프라인 중심의 유통이 위기에 처한 것은 사실이지만 오프라인은 지속적으로 중요한 채널로 존재한다. 오프라인 매출 비중이 나라마다 차이가 있지만 80% 정도가 오프라인에서 창출된다. 아마존을 포함해 다양한 온라인 기업은 오프라인 매장 수를 늘리고 있다. 무인매장 아마존고는 2022년까지 2,000여 개를 만들 계획이다. 온라인 유통은 가격경쟁과 언제, 어디서나 쇼핑이 가능한 것을 장점으로 내세운다. 그러나 온라인 쇼핑으로는 소비자가 요구하는 경험과 가치 소비를 모두 채울 수가 없다. 이처럼 온라인과 오프라인은 이제 그 경계를 허물며 새로운 방식으로 상생하기 위한 방법을 모색하고 있다. 동대문 유통업체는 오프라인 매장의 위기에 변화를 모색할 수 있는 접근을 해 나가야 한다.

## 오프라인 기술 기반의 생존 전략

오프라인 비즈니스의 생존 전략은 소비자들에게 동대문 오프라인 매장을 찾아야 하는 이유를 발견하는 것에서 시작해야 한다. 온라인과는 차별화하여 오프라인 매장에 방문하는 소비자에게 어떤 경험가치를 만들어야 할까? 전통적으로 오프라인 매장들은 매장에 진열된 제품을 보고, 구입한 상품을 직접 가져갈 수 있다. 또한 직원과의 커뮤니케이션이 가능하고, 사회적 교류하는 장소가 될 수 있었다.

앞으로 동대문은 오프라인 매장의 리테일 테크 기반의 디지털화를 통한 소비자 경험을 높이는 체질개선을 해야 한다. 동대문은 온라인에서의 소비자경험을 오프라인 매장으로까지 연장시켜야 한다. 동대문 브랜드에 대한 로열티를 확보하기 위해 매력적인 스마트기술을 활용하여 소비자경험을 높이는데 나서야 한다. 소비자가 스마트폰으로 구매할 상품을 검색, 주문하고, 퇴근하는 길에 근처



조원일

- 현)홍익대 경영대학 경영학과 교수
- 전)한양대 기술경영대학원, 공과대학 교수
- 현)한국경영교육학회 부회장
- 현)한국창업학회 상임부회장

“  
오프라인 중심의 유통이  
위기에 처한 것은 사실이지만  
오프라인은 지속적으로 중요한 채널로  
존재한다. ...앞으로 동대문은  
오프라인 매장의 리테일 테크 기반의  
디지털화를 통한 소비자 경험을 높이는  
체질개선을 해야 한다.  
온라인에서의 소비자경험을  
오프라인 매장으로까지  
연장시켜야 한다.  
”

오프라인 상점에 들러 픽업한 후, 온라인 사이트를 통해 재구매 혹은 서비스를 요청하는 옴니채널(omni channel)이 요구된다. 온라인과 오프라인을 연결하는 옴니채널 전략을 통해서 오프라인 매장에서 온라인 물이 따라올 수 없는 차별화된 클래스가 다른 소비자 경험을 제공해야 한다.

앞으로 소비자들이 매장을 방문하는 이유는 제품을 구매하는 곳이 아닌 제품에 대한 정보를 얻기 위해서이다. 매장에서 근무하는 직원들의 역할은 제품을 판매하는 것이 아니라 제품에 대해 설명하고 상담해주는 것으로 바뀌게 된다. 매장 직원은 키오스크 등 스마트기술을 활용하여 소비자들과 함께 소통하는 데 더 많은 시간을 사용하게 된다. 물론 상품을 직접 매장에서 구입하는 소비자도 있겠지만 대부분의 사람은 매장에서 상품을 사용해보고 직접 들고 가지 않고 구입한 상품을 집으로 배송하게 된다.

앞으로 매장이 고객들이 제품이나 서비스를 경험하고 그 경험을 공유하는 공간으로 기능이 전환될 것이다. 이 같은 환경에서 사물인터넷, AR·VR, 인공지능 등 기술 기반의 디지털 솔루션을 활용해서 물리적 매장을 디지털화해야 한다. 소비자의 작은 반응까지 분석하는 신기술을 활용한 소비자 감정, 행동 분석 결과로 제품개발, 매장 내 상품 진열에 활용할 수가 있다.

## 소비자 경험 관점의 패러다임 전환 절실

비즈니스 환경이 빨리 변하고 있다. 동대문 오프라인 매장의 패러다임 전환이 절실하다. 비대면 시대에 기존 오프라인 쇼핑에 대한 기대감이 바뀌었다. 그들을 직접 동대문 매장으로 불러오기 위해서 어떤 가치를 제공할 것인가? 가장 먼저 해야 할 일은 소비자 경험의 관점에서 바라봐야 한다. 결국은 소비자들이 동대문 매장을 찾고 싶고, 소비하는 동기를 분석하고 대응해야 한다. 소비자가 동대문에 모이는 비즈니스 환경구축이 이루어져야 한다.

※ 칼럼 내용은 필자 개인의 의견이며, 디스토리 편집 방향과 다를 수 있습니다.





동대문 상권에 어떤 일이 있었나

# D스토리 선정 올해의 10대 뉴스

2020년 경자년(庚子年)도 한 달 밖에 남지 않았다. 올해는 코로나의 해다. 작년 말 중국에서 발생한 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태가 1년 가까이 이어지면서 국내는 물론 전 세계가 팬데믹의 충격에서 벗어나지 못하고 있다. 중국인을 비롯해 해외 관광객이 매출의 절대 비중을 차지하는 동대문 상권도 코로나19로 인해 극심한 경기침체를 겪었으며, 이는 높은 공실률로 이어졌다. 코로나19는 언택트(비대면) 소비를 촉진시키면서 동대문 상권의 온라인 비즈니스를 가속화시키는 역할을 하기도 했다. 코로나19로 인해 차질을 빚기도 했지만 서울시는 올해 동대문 발전 방안과 서울패션혁신허브 선도사업을 펼쳐나갔고, 동대문패션타운관광특구협의회는 '동대문패션타운 정품인증 사업'을 추진, 관심을 모았다. 동대문 상권의 랜드마크 중 하나인 두산타워가 투자운용사에 매각되고, 국립중앙의료원이 최근 미 공병단 부지로 신축 이전하기로 했으며, 제일평화시장이 화마를 딛고 지난 4월 리뉴얼 오픈한 것도 올해 주요 이슈였다. 글 박우혁

## 1. 코로나19 직격탄...위기 극복 안간힘

코로나19 사태로 동대문 상권이 직격탄을 맞았다. 사드 사태로 중국인을 비롯한 해외 관광객이 급감한 가운데 사회적 거리두기와 전국의 행사 취소로 국내 쇼핑객들의 발걸음마저 줄어들면서 동대문 상인들은 역대 가장 힘든 시기를 보냈다.

동대문에는 30여개 쇼핑몰들이 밀집해 있다. 이중 80~90%가 밤에 문을 열고 새벽까지 장사하는 밤 도매상가들이다. 도매상가들의 주요 고객은 전국의 소매상가와 인터넷 쇼핑몰 업체, 중국 바이어 등이다. 하지만 이들 고객들이 동대문에서 자취를 감추면서 상가 전체가 섀도우된 때 버렸다.

상가 한 관계자는 “올 초만 하더라도 중국과의 관계가 회복되면서 사드 이후 얼어붙었던 경기가 살아날 것으로 기대하는 사람들이 많았다”며 “하지만 사람뿐만 아니라 물자의 이동까지 힘들게 하는 코로나19 사태로 인해 판매와 생산 모두 막혀버려 어려움을 겪고 있다”고 말했다.

쇼핑객이 줄어들면서 주요 소매 상가들은 영업시간 단축에 들어갔다. 두타몰과 밀리오레는 새벽 영업을 중단하고 자정까지 운영하고 있으며, 헬로apM은 익일 새벽 1시까지로 영업시간을 줄였다. 일부 도매상가와 소매상가는 임대료를 인하해 매출 부진에 빠진 상인들의 부담을 덜어주기도 했으나 역부족이었다.

코로나19 사태와 온라인 쇼핑몰 증가 등의 영향으로 공실률도 높아졌다. 수익형부동산 연구개발기업 상가정보연구소가 최근 한국감정원 통계를 분석한 결과 올해 2분기 동대문 상권 중대형 상가 공실률은 10.8%로 조사됐다. 이는 서울의 평균 공실률 7.9% 대비 2.9% 포인트 높은 수치다. 동대문 상권 공실률은 지난해 2분기 공실률 6.7%를 기점으로 계속해서 상승 중이다.



## 2. 언택트 소비 시대 맞아 온라인화 가속

코로나19 사태로 인한 동대문 상권의 침체는 역설적이게도 온라인화를 가속화시키고 있다. 얼마 전까지만 하더라도 동대문시장은 보수적이고 폐쇄적인 상인들의 성향으로 인해 스타트업이나 전문업체들이 온라인 플랫폼으로 성공하기 힘들었다. 하지만 최근 상황이 바뀌었다. 경기침체가 지속되고 있는 가운데 유통 구조가 오프라인에서 온라인으로 급격히 이동하고 있기 때문이다. 여기에 2017년 사드 사태로 중국인 관광객이 급감하고, 올해 코로나19 사태로 언택트 소비가 활발해지면서 온라인을 통한 판매 확대가 시급한 과제로 떠올랐다.

신상마켓과 링크샵스 등 동대문 도매시장에만 있는 사입삼촌 역할을 플랫폼화 한 B2B(기업간온라인거래) 업체가 성공을 거둔 것도 온라인화를 가속화시키



고 있다. 이들 업체는 6~7년간 업력을 통해 동대문에 뿌리를 내리면서 최근 급성장을 하고 있다. 신상마켓의 경우 누적 거래액이 1조원을 돌파했을 정도다.

브랜드와 와이즈패션은 새로운 플랫폼으로 두각을 나타내고 있다. 브랜드는 동대문 기반의 의류 판매자들에게 샘플 의류 무료 제공, 제품 사진 촬영 지원, 사입, 상품관리, 배송, 고객응대 등을 지원하는 풀필먼트(Fulfillment·물류일괄대행) 서비스 '헬피'로, 와이즈패션은 인공지능과 빅데이터를 활용해 소비자가 원하는 상품을 실시간으로 찾아주는 'MD렌즈'로 동대문 도매상인과 소매상인을 온라인상에서 연결해 주고 있다.

젊은 패기와 동대문시장에서의 경험으로 틈새시장을 파고드는 플랫폼 업체들도 속속 생겨나고 있다. 동글은 동대문 의류 도매시장의 상품을 도매가로 구입할 수 있는 B2C(기업과소비자간거래) 플랫폼 '동글'을 지난 4월 출시했으며, 미리샷은 동대문 도매업체와 소매업체에게 샘플을 연결해 주는 애플리케이션 '샘플스토어'로, 웨어그라운드 는 사입 토탈 관리 서비스 플랫폼 'SELL UP(셀업)'으로, 서울클릭은 동대문 상인과 해외 바이어를 연결해주는 '동대문패션익스프레스닷컴'으로 동대문 플랫폼 시장에 새로운 바람을 일으키고 있다.



### 3. 서울시, 동대문 발전 방안·혁신허브 추진

서울시가 올해 동대문 패션시장 발전 방안과 서울패션혁신허브 사업을 본격 추진하기 시작했다. 패션시장 발전 방안의 하나로 'V-커머스 스튜디오(V-Commerce Studio)'를 DDP패션몰 4층에 마련해 지난 4월부터 운영에 들어갔다. V-커머스 스튜디오는 패션시장 온라인화 추세에 따라 V-커머스가 중국 등 해외 시장에 패션 제품을 수출하는 효과적인 수단으로 부상함에 따라 동대문 상권에서 자유롭게 이용할 수 있는 스튜디오를 조성하는 사업이다. 인공지능(AI)으로 맞춤 분석을 하고 스타일 상담을 한 뒤 동대문 상품을 구매할 수 있도록 연계하는 프로젝트인 '마이 스타일 랩(My Style Lab)'도 DDP 디자인장터에 조성할 계획이다.

동대문 패션시장 발전 방안과 함께 서울시가 역점을 두고 추진하고 있는 사업은 패션혁신허브다. 패션혁신허브는 서울시가 지난 2018년부터 추진하고 있는 '서울미래 혁신성장 프로젝트'의 하나다. 동대문디자인플라자(DDP) 뒤편, 도매쇼핑몰 밀집 지역 한 가운데 위치한 서울경찰청 기동본부 자리에 패션혁신허브를 조성해 패션산업의 기획 디자인부터 제조 유통 판매에 이르기까지 전 과정이 이루어지고, 세계 유수의 패션스쿨과 연계해 패션 전문가를 양성하는 등 패션산업 전 단계가 동대문에서 이뤄질 수 있도록 운영한다는 야심찬 계획이다.

하지만 기동본부 이전이 지연되면서 서울시는 패션혁신허브 내에 구성할 계획이었던 디지털 팩토리, 패션 아카데미, 패션 창업허브 등을 올해 선도사업 형태로 먼저 추진키로 했다. 디지털 팩토리와 패션 아카데미는 서울시 산하기관인 서울시설공단이 운영하고 있는 DDP패션몰 4층과 5층에 각각 들어서고, 패션 창업허브는 동대문종합시장 4층에 마련할 예정이다. 이들 시설은 연내 오픈을 목표로 마무리 공사가 한창이다.



서울 V-커머스 스튜디오

### 4. '동대문패션타운 정품인증 사업' 본격 추진

동대문패션타운관광특구협의회가 올해 역점을 두고 추진해 온 '동대문패션타운 정품인증 사업'이 주목을 받았다. 정품인증 사업은 동대문패션타운에서 디자인하고 기획, 제조된 제품에 한해 인증마크를 부여하는 것으로, 원산지 위변조 방지와 함께 동대문 패션산업 선순환에 기여할 것으로 기대되고 있기 때문이다.

정품인증 사업은 동대문상인이 디자인하고 기획, 제조한 제품에 한해 인증마크를 제공, 동대문패션타운에서 만든 제품임을 협의회 차원에서 인증하는 것이 골자다. 짝퉁이나 단순 기성 제품은 제외된다. 지난달 시작된 시범사업에는 서울 시에서 지원받은 1억3천만 원의 예산이 우선 투입된다. 이 돈으로 인증라벨과 행택을 합해 총 251만 개를 제작해 시범사업에 참여한 상인, 예비창업자, 디자이너, 관련 단체 등에 제공하게 된다.

제품 심사는 공모를 통해 각 상가별로 추천받은 상인과 기타 기관과 단체의 추천을 받은 창업자들을 대상으로 전문가들로 구성된 인증심의위원회에서 하게 된다. 라벨과 행택은 한국조폐공사에서 개발한 보안기술로 만들어 최고의 복제 방어력을 갖고 있다. 라벨과 행택에는 '본 제품은 K-패션의 중심인 대한민국 동대문패션타운의 디자인과 기획으로 제조한 정품입니다'라는 문구가 국문과 영문으로 적혀 있다.

정품인증 사업은 지난해 박중현 회장이 서울시를 비롯해 산업통상자원부, 중소벤처기업부 등과 원산지 위변조, 일명 라벨같이 단속의 한계를 극복하기 위한 방안을 논의하던 중 현장중심의 해결책으로 제시한 것이 받아들여져 추진하게 됐다. 원산지 위변조는 단속으로만 해결될 문제가 아니고, 국내보다 해외에서 더욱 기승을 부리는 만큼 동대문패션타운 제품에 위변조가 불가능한 인증마크를 달아 변별력을 높여 글로벌수요를 창출하자는 것이 핵심이다.

정품인증은 일부 온라인 쇼핑몰 운영자들이 동대문패션타운에서 샘플을 산 뒤 정작 메인 물량 생산은 다른 곳에서 하는 행태를 방지하고, 나아가 비대면 유통에서 동대문패션상품의 변별력을 확보해 패션상품의 특성에 맞게 소비자의 선택권을 '유통업체 우선'이 아닌 '상품공급자(기획자) 우선'으로 전환시켜 소비자의 디자인 선택권을 보호하는 역할을 할 것으로 보인다.

또한 동남아는 물론 남미와 북미 등 글로벌 시장에서 저가의 중국산에 밀려 고전하고 있지만 중국도 생산비가 많이 올라 정품인증 마크를 달고 수출을 할 경우 경쟁에 도움이 될 것으로 전망되고 있다.



정품인증라벨



## 5. 동대문 상권 랜드마크 두산타워 매각

동대문 상권의 랜드마크 중 하나인 두산타워가 두산그룹의 구조조정 일환으로 매각됐다. 새로운 주인은 마스터투자운용이다. 마스터투자운용은 지난 9월 22일 두산이 소유한 서울 중구 을지로에 있는 두산타워 인수 매매계약을 체결했다. 매매금액은 약 8000억 원으로 부대비용 등을 포함한 총 비용은 8800억 원에 달하는 것으로 알려졌다.

1998년에 준공된 두산타워는 지하 7층~지상 34층 규모에 연면적은 약 12만 2630㎡다. 동대문 상권 내에서는 보기 드문 단일 소유 형태로 양호한 교통 여건과 전문적이고 체계적인 MD 구성으로 주목을 받아 왔다. 마스터투자운용은 두산타워 내 오피스(15F~33F)와 판매시설(두타몰 부분, B3~5F)은 매도자인 두산에서 책임임차(마스터리스)하고, 면세점 부분(6F~14F)은 현대백화점면세점에서 임차할 예정이다.

이에 앞서 두산은 지난해 10월 면세점 사업에서도 철수했다. 지난 2016년 5월 두산타워 자리에 개점한 두타면세점은 연 매출 7천억 원 수준으로 성장했으나 중국인 관광객 감소, 시내면세점 경쟁 심화 등으로 인해 수익성이 낮아지는 추세였다. 두타면세점은 2018년에는 흑자전환에 성공했으나 단일점 규모로 사업을 지속하는데 어려움을 겪었다. 두타면세점은 현재 현대백화점이 임차해 면세점으로 운영하고 있다.



두산타워 전경.

## 6. 국립중앙의료원 美 공병대 자리로 신축 이전

지난해 평택으로 이전한 미군 극동공병단 부지는 동대문 상권 내 주요 시설 중 하나다. 이 곳에 역시 동대문 상권 내 위치한 국립중앙의료원이 신축 이전한다. 국립중앙의료원은 지난 11월 24일 노보텔 엠베서더 동대문에서 기자간담회를 열고 새로운 병원 이전 계획을 발표했다.

기자간담회에서 의료원 측은 새로운 이전 부지는 서울 중구 방산동 70번지 일대 '미 공병단 부지'라고 밝혔다. 미 공병단 부지가 현재의 병원보다 규모가 1.5배 크고 교통편이 좋아 접근성이 높기 때문에 선택했다고 강조했다. 신축 이전 사업은 오는 2025년 완공 예정으로, 총 5962억 원의 예산이 투입될 예정이다. 앞서 국립중앙의료원은 지난 2014년 서초구 원지동 서울추모공원 내 부지로 옮기는 계획을 발표했지만, 환경평가에서 인근 경부고속도로 소음 등으로 의료 부지로 사용하기 부적절하다는 평가를 받아 백지화됐다.

이처럼 지난 2003년부터 여러 차례 무산되며 표류해온 국립중앙의료원 신축 이전 사업은 올해 코로나19 사태로 중앙감염병병원의 건립이 부각되면서 다시 주목받았다. 특히 서울시와 보건복지부는 지난 7월 1일 국립중앙의료원을 '미 공병단 부지'로 신축 이전키로 하는 업무협약을 체결하고, 8월부터 보건복지부-국립중앙의료원-서울시 간 실행위원회를 구성해 운영해 왔다.



을지로에 있는 국립중앙의료원 전경. 건너편에 환경원공영권과 미군 극동공병단 부지가 보인다.

## 7. '서울패션위크' 사상 첫 온라인 개최

코로나19 사태로 동대문에서 열리는 국내 최대 패션 행사인 '서울패션위크'도 타격을 입었다. 4월 열릴 예정이었던 '2020 F/W 서울패션위크'가 취소된 데 이어 10월에 열린 '2021 S/S 서울패션위크'는 사상 처음으로 디지털 런웨이로 선보였다.

지난 10월 20일부터 25일까지 진행된 '2021 S/S 서울패션위크'는 명예 디자이너 지춘희의 '미스지컬렉션'을 오프닝으로 국내 최정상 브랜드 34개의 서울컬렉션 디지털 런웨이와 신진 디자이너 '제너레이션넥스트' 9개 브랜드의 DDP 디지털 런웨이를 선보였다. 여기에 영국패션협회와의 해외 교류 차원에서 진행된 브랜드 에드워드 크러칠리의 첫 한국 데뷔 무대와 기업 브랜드 '스마트웨어러블패션'의 참여로 총 46개 브랜드가 서울패션위크를 수놓았다.

모든 행사들이 비대면으로 이루어진 만큼 트레이드쇼도 최초로 온라인으로 개최됐고, 제너레이션넥스트 서울의 공식 온라인 B2B 사이트를 통해 국내 디자이너와 해외 바이어를 연결시켜주었다.

쇼에서 선보인 제품을 당일엔 온라인으로 바로 구매할 수 있는 네이버 라이브 커머스도 처음 도입됐다. 모델 아이린과 한현민, 스타일리스트 서수경 등 셀럽들의 생방송 진행으로 라이브 시작과 동시에 1만 명이 넘는 접속자가 방문하는 등 폭발적인 반응을 이끌었다. 중국 소비자를 대상으로 진행한 서울패션위크 위챗 애프터쇼 콘텐츠는 최대 조회 수 17만 명을 기록했다.



2021 S/S 서울패션위크 '제너레이션넥스트' 패션쇼를 'Oct31'.



## 8. 봉제공장 지원 인프라 구축 활발

동대문 패션타운 주변에 산재해 있는 봉제공장들을 지원하기 위한 봉제 인프라 구축이 활발하게 이루어졌다.

한국패션산업협회는 의류제조업체의 작업공정 개선을 지원하기 위해 지난 9월 동대문 스마트 자동재단실을 개소하고 자동 재단 서비스를 무상 제공하고 있다. 동대문패션비즈센터 1층에 위치한 자동재단실은 산업통상자원부의 지원으로 자동 재단에 필요한 최신 CAD, CAM, 자동연단기, 연단테이블, 패턴 입, 출력기 등의 재단설비를 갖췄다. 자동재단실은 직기, 다이마루 소재 원단 자동재단, 자동마카 작업 및 마카지 출력, 패턴출력 등의 서비스가 제공되고 있다. 자동재단은 지역 및 자력제한이 없이 대량생산뿐만 아니라 소량생산을 위한 재단도 처리하고 있다.

서울시는 DDP패션몰 4층에 위치한 드림랩을 이달 중 디지털 팩토리로 리뉴얼, 오픈한다. 서울패션혁신허브 선도사업의 일환으로 마련되는 디지털 팩토리는 3D 기술 활용, 디지털 방식으로 의류 샘플을 제작하는 전문시설 구축운영을 목표로 하고 있다. 이를 위해 이용자 편의를 고려한 효율적 동선, 디지털 디자인과 패턴 활동을 위한 공간 별도 구축, 넓고 쾌적한 봉제작업 공간 구축 등을 특징으로 한다.

디자인 작업 공간은 디자이너를 위한 3D 샘플 작업공간인 3D샘플 작업실, 패션정보검색 및 3D 디지털 패션교육을 위한 공간인 컴퓨터 작업실, 완성된 샘플 통한 바이어 상담 등 위한 샘플 리뷰 공간인 디자인샘플 리뷰라운지 등으로 구성된다. 제작공간은 연단 및 재단 작업의 자동화 시스템 교육을 할 수 있는 자동 연단·재단실, 컴퓨터기술을 활용한 디지털 패턴작업 교육 공간인 패턴 캐드실, 수작업 봉제기술 교육 공간인 핸드크래프트 작업실 등으로 구성된다.

30% 인하 등으로 상인들을 지원한다는 것이 주요 내용이다.

코로나19 확산 방지와 예방에 동참하고자 재개장과 함께 하루 8번 소독을 실시하고 있으며, 리뉴얼 기념 선물로 손 소독제를 나누어 주기도 했다. 제일평화시장의 영업시간은 주간 영업은 오전 9시~오후 5시 반, 야간 영업은 오후 8시~새벽 5시까지다.



제일평화시장 전경.

## 10. DDP패션몰·엘리시움 전용 앱 출시

동대문 상가들이 온라인 시장 공략을 위해 잇따라 애플리케이션을 개발, 출시했다. DDP패션몰이 올 하반기 출시한 'DDP패션몰 앱'은 현장 점포를 운영하는 상인에게 무료로 모바일 스토어를 개설하고 관리할 수 있는 기능을 제공하고 있다. 모바일 앱을 실행해 스마트폰으로 촬영한 상품 사진을 업로드해 상품 정보를 등록할 수 있다. 주문이나 고객 문의가 들어오면 푸시 알림을 전달해 실시간 고객관리와 주문관리가 가능하다. 또 스토어의 도매·소매 전환이 가능해 상품 노출이나 소매 판매를 원치 않는 상인을 배려했다. 여러 브랜드 매장을 운영하는 상인을 위한 멀티로그인 기능을 지원하는 등 동대문만의 특수성을 살린 디테일도 돋보인다.

아동복 전문 상가 엘리시움도 최근 '엘리시움 키즈 몰 앱'을 선보였다. 이 앱은 도소매상인들을 연결시켜주는 기능이 핵심이다. 쉽고 빠른 업무, 단골 관리가 편리한 거래처 기능, 간편하고 쉬운 신상 등록을 장점으로 하고 있다. 따라서 도매 사장은 언제, 어디서나 주문 내역, 판매 중인 상품, 판매 금액을 한 눈에 확인할 수 있고, 나만의 거래처 등록 및 관리를 간편하게 할 수 있으며, 30초면 상품 등록이 가능하다. 또한 POS 기능을 겸비해 소매상들의 전화나 카톡 주문을 입력만 하면 되게끔 설계했다. 입력 순간 소매상들에게 주문 내역이 전달된다. 소매상들은 직접 상가에 가지 않아도 상품들을 한눈에 모아보고, 원하는 스타일을 골라 소싱할 수 있다.



동대문 스마트 자동재단실 내부.

## 9. 제일평화, 화마 딛고 4월 리뉴얼 오픈

제일평화시장이 지난 4월 27일 리뉴얼 오픈했다. 제일평화시장은 지난해 9월 22일 발생한 화재로 영업을 중단하고 그동안 복원 및 리뉴얼 공사를 진행했다. 730여개 점포 상인들은 맥스타일, 굿모닝시티, 광희패션몰 등 주변 상가로 이전해 영업을 해 왔었다.

이번 복원공사와 리뉴얼은 점포주들의 단합을 통해 자발적으로 조성한 화재 공사비 기금을 통해 이뤄졌다. 안전을 위해 건물보강을 중점으로 시공했으며, 입점상인과 손님들의 건강을 위해 최신식 환기시스템을 도입했다. 이 밖에 스프링클러 설치, CCTV 설치, 최신식 소방시설을 점포마다 갖추는 등 쾌적한 환경 조성과 화재 재발 방지를 위한 상가 내부 전면 리모델링이 진행됐다.

제일평화시장 점포주들은 재개장을 앞두고 코로나19 사태로 어려움을 겪는 동대문 패션업계 활성화에 보탬이 되고자 '착한 임대인 운동'에 동참해 관심을 받기도 했다. 재개장일부터 4개월간 임대료 면제와 이후 올 연말까지 임대료



DDP패션몰 앱.





## 동대문시장에 불어온 따뜻한 온기

# “사장님, 우리 같이 기운 내요~”

### 청년 모임 ‘동대문활력소’, 상인들에게 희망메시지 전달

“안녕하세요! 동대문활력소입니다. 청년들이 상인들을 응원합니다!”(디디)

“고마워요. 요새 옷을 일이 없었는데, 덕분에 웃어요.”(패션남평화 남성복 상인)

“아휴, 청년들이 주는 거야? 무슨 돈이 있다고, 응원해줘서 고마워.”(신평화패션타운 양말 상인)

“요즘 정말 어렵죠. 언제까지 코로나19가 갈지도 몰라서 불안하고... 디디로 홍보 좀해주세요.”(맥스타일 모자 상인)

“우와! 이거 뭐하는 거예요? 재밌다! 저 같이 사진 찍고 싶어요. 이름이 디디예요? 인스타그램에 올릴게요.”(길거리 상인)

지난 11월 11일 밤, 업사이클(upcycling·재활용)로 제작된 인형을 쓴 청년들이 추운 날씨 속에 동대문시장을 돌아다니며 코로나19로 힘들고 지친 나날을 보내고 있는 상인들에게 희망의 메시지를 전달하는 행사를 벌였다. 이날 행사를 기획한 모임은 ‘동대문활력소’라는 곳이다.

동대문활력소는 ‘한국 물건 판매에 열정을 갖자’라는 슬로건 아래 청년들이 하나둘씩 모여 만들어졌다. 동대문에서 버려지는 자재를 활용해 업사이클 제품을 만드는 브랜드 ‘율리아’ 조현민 대표, 12년차 동대문 디자인 & 바이MD로 활동하고 있는 오원겸 디자이너, 한국 제품을 전 세계에 알리고 싶은 남미 전문가 김민조 유투버, 8년차 동대문 사업삼촌 임준영 대표 등이 지난 9월 결성했다.

이날 행사는 동대문활력소의 첫 프로젝트다. 올해 코로나19로 인해 동대문시장에 찬바람이 불고, 상인들이 울상을 짓는 일이 많아지자 조금이나마 상인들을 응원하기 위해 ‘사장님, 우리 같이 기운 내요!’ 라는 주제 아래 기획했다. 특히 독일 베를린에서 활동하고 있는 인형 아티스트 더 베러나 작가의 재능기부로 의미를 더 했다.

더 베러나 작가는 올 하반기 한국에 체류하면서 동대문 상권이 예전 같지 않다는 것을 느꼈고, 이에 동대문을 상징하는 마스크트를 제작해 세계에 동대문시장을 알리고 동시에 상인들에게 활력을 불어넣고자 동대문활력소에 힘을 보탤다. 여기에 사진 촬영과 자재, 공구 등의 재능기부와 손 소독제 기부 등이 이어지면서 응원의 프로젝트를 진행할 수 있었다.

이날 행사를 기획한 율리아 조현민 대표는 “우리의 작은 응원을 하나의 씨앗으로 해서 동대문시장 상인들에게 열정을 불어 넣어 드리고 싶었다”며 “K패션의 중심지인 동대문시장이 건재해야 봉제공장, 원단시장, 디자이너, 물류회사, 스타트업들까지 살아남을 수 있다”고 말했다.



이날 동대문활력소의 청년들은 신평화패션타운, 패션남평화, 맥스타일 등을 돌며 300여개 매장에 희망의 메시지와 손 소독제, 비타민 음료 등을 전달했다. ‘사장님, 우리 같이 기운 내요!’라는 희망의 메시지는 청년들이 직접 작성한 것으로, 코로나19 때문에 힘들지만 동대문시장이 가지는 의미가 큰 만큼 상권이 무너지지 않도록 조금만 힘을 내서 대한민국의 새벽을 열어달라는 내용이 적혀 있다.

동대문활력소는 앞으로 동대문 상권을 살리기 위한 캠페인을 진행하면서 상인과 상가들의 어려운 목소리에 귀 기울이고 함께 고민할 계획이다. 12월에는 DDP에서 시민들을 위한 손 소독제, 비타민 음료, 희망편지를 나눠주는 프로젝트를 구상 중이다. 내년 1월에는 동대문시장 내 시니어 상인들의 네이버 스마트스토어 가입을 돕는 행사도 열 예정이다.

동대문활력소의 프로젝트가 상인들에게는 다시금 힘을 내고, 동대문시장엔 활기찬 기운을 불어오는 작은 촛불 하나가 되기를 희망한다.

글 박우혁 사진제공 동대문활력소

① ②

③ ④

① 동대문활력소 청년들이 패션남평화에서 희망의 메시지와 손 소독제를 전달하고 있다.

② 맥스타일에서 상품을 홍보하고 있는 디디와 동대문활력소 청년.

③ 맥스타일에서 포즈를 취한 디디와 동대문활력소 청년들. 왼쪽부터 김민조 유투버, 디디, 모자 상인, 오원겸 디자이너.

④ 동대문활력소 청년들이 작성한 희망의 메시지.





## 동대문시장 마스크트 ‘디디(:-DD)’ 어떻게 탄생했나

# 폐 가방 업사이클...푸른 새벽 빛 상인 기상 담아

‘디디(:-DD)’는 동대문도매시장(DDM)의 앞 글자를 따서 만든 동대문시장의 마스크트다. 패션남평화의 버려지는 가방에서 업사이클 인형으로 탄생했다. 24시간 동대문시장에 살면서 이곳저곳 동대문의 소식들을 전하고, 상인들과 시민들을 응원하는 ‘행복지킴이’ 캐릭터다. 푸른 새벽 빛 상쾌한 공기와 함께 아침을 여는 상인들의 기상을 담아 탄생됐다.

디디는 베를린에서 활동 중인 더 베러나 작가의 재능기부로 제작됐으며, 동대문활력소 청년들이 힘을 합쳐 프로젝트화 됐다. 상품가치를 잃어 버려지는 가죽가방 제품을 지원 받아 업사이클 방식으로 작업했기 때문에 각각의 자투리 재료들을 효과적으로 사용할 수 있는 방법을 고민해 가죽피스를 모아 붙이는 형태로 제작됐다. 또한 이것이 비늘로 보이도록 해 한국의 전통적인 해치(해태)의 이미지를 캐릭터화로 표현, 친근하게 다가갈 수 있도록 만들었다.

### “작은 프로젝트가 상인들에게 행복을 주었으면”-울리아 조현민 대표

2015년부터 19년까지 프놈펜에서 ‘두아이두’라는 사회적 기업을 운영했다. 그러면서 자연스럽게 한국과 캄보디아, 나아가 한국과 동남아시아 관계를 깊이 살펴볼 수 있었다. 2019년 말 한국에 귀국해 창업을 준비하게 되었고, 부푼 꿈을 가지고 동대문에 자연스럽게 들어왔다.

하지만 기대도 잠시, 코로나19로 인해 상권은 급속도로 어려워지게 되고, 가까이 있으면서 상인들의 어려움을 좌시할 수 없었다. 문제점에 대한 분석과 상인들의 컨설팅을 시작했고, 미약하나마 도움이 되고 싶어 작은 프로젝트들을 기획했다.

디디가 상인들에게는 웃음과 행복을, 청년들에게는 희망을, 어르신들에게는 도움을 주고, 나아가 전 세계에 동대문시장에 사는 재치 있는 마스크트로 기억됐으면 좋겠다.

### “동대문시장이 다시 푸른 활기 되찾기 소망”-더 베러나 작가

동대문에 대한 이미지를 떠올렸을 때 가장 먼저 떠오른 것이 ‘푸른’색이었다. 동대문을 자주 오가며 1호선과 4호선의 푸른색을 연결시킨 것인지도 모르지만, 그것을 넘어 활기 넘치고 생기가 도는 동대문의 분위기에 푸른색이 강렬하게 다가온 것 같다.

해외에 살면서 작업을 하거나 재료를 구할 때 마다 우리나라의 동대문과 을지로 환경과 제작 문화가 얼마나 좋은지 뼈저리게 느낄 수 있었다. 어느 나라에서도 이렇게 다양하고 질 좋은 물건을 쉽게 구할 수는 없기에 나름의 애정과 자부심을 가지고 있었다.

그런데, 이번에 동대문시장에 갔을 때 코로나19로 인한 불황 때문인지 상권이 약화되고 상인들이 하나둘씩 빠져나가 점점 활기를 잃어가는 모습을 보고 많이 안타까웠다. 이렇게 좋은 기회를 통해 작업에 함께 참여해 기쁘고, 조금이나마 상인들에게 힘이 되었기를 바라며, 동대문시장이 다시 푸른 활기를 되찾기를 소망한다.

### “동대문시장이 갖고 있는 가치 너무나 커”-오원겸 디자이너

디자이너로, 바이 MD로 동대문을 신나게 돌아다닐 때가 엇그제 같은데 코로나19 이후 전 세계가 멈추면서 동대문 역시 영향을 받게 됐다. 다양한 나라에서의 주문 문의가 쇠도하던 것이 무색해질 만큼 각종 바이어들과의 미팅과 지방 상인들의 열정적인 라운딩을 돕던 시절이 한순간에 사라졌고, 결국 그동안 일했던 회사를 나올 수밖에 없는 상황이 됐다.

열정의 불로 꺼지지 않을 것 같았던 동대문의 밤이 사그라지는 것을 보면서 너무나 안타까웠다. 이 프로젝트를 통해 동대문시장이 가지고 있는 가치가 얼마나 큰지 세상에 알리고, 동대문 상인들이 힘을 내어 이 어려움을 같이 이겨 내면 하는 바람이다.

### “올라! 남미에 동대문을 소개하고 싶어요”-김민조 유튜버

그동안 NGO와 여행업계에서 일을 하면서 개발도상국과 인연이 깊었다. 그 중에서도 남미는 나에게 강렬한 인상을 준 곳으로, 내 인생의 전환점이라고 해도 과언이 아니다. 남미 친구들과의 소통으로 한국 제품을 남미에 알리고 싶었고, 현재 남미 전문 유튜버 줌드로 활동 중이다.

한국 패션의 중심지인 동대문은 아르헨티나, 브라질, 칠레, 멕시코 등 많은 남미 친구들이 관심을 가지고 있고, ‘MADE IN KOREA’ 옷과 가방은 K팝의 방탄소년단, 블랙핑크 인기와 더불어 언제나 핫이슈다.

코로나19로 인해 예전과는 너무 다른 분위기로 급속하게 침체되어 가는 동대문시장의 모습을 보면서 너무나도 가슴이 아팠고, 덩달아 나 역시 무기력해지는 기분이었다. 청년들의 관심과 걱정, 애정이 조금이라도 도움과 보탬이 되었으면 하는 바람에서 이 프로젝트에 참여하게 됐다.



- ① ‘디디’의 탄생 과정.
- ② ‘디디’를 들고 포즈를 취한 김민조 유튜버와(왼쪽)와 조현민 대표(오른쪽).



# 롱코트 VS 숏코트

올 겨울, 보온성과 트렌드 같이 챙기자!

짧았던 가을이 지나가고 코끝이 시려지는  
추운 겨울이 다가오고 있다.  
예고 없이 찾아온 추위가 지속되고 있는 지금,  
하나, 둘 옷장 속에서 아우터 아이템들을 꺼내 준비하고 있다.  
추운 날씨 속 스타일과 보온성 둘 다 포기할 수 없다면,  
롱코트와 숏코트를 선택해 보는 건 어떨까?  
가벼우면서도 실용성이 뛰어난 롱코트와 숏코트를 활용한  
겨울 스타일링을 제안한다. 글 송영경



## 롱코트 스타일

트렌드에 휘둘리지 않는 스테디 아이템으로, 보온성과 트렌디함을 겸비한 단색의 롱코트를 선택해 스타일링 해보자. 미니멀한 디자인에 맥시 한 기장이 매력적인 베이직 코트는 겨울 룩의 핵심 아우터로, 다른 아이템과 레이어드해 다양한 스타일을 연출할 수 있다. 차분한 컬러의 니트와 팬츠를 매치해 클래식한 무드를 더했으며, 포멀한 디자인의 로퍼와 털 모자를 함께 눌러쓰면 시크함과 개성이 배가되는 패션이 완성된다.

사진 좌측부터 시계방향으로 랑방 컬렉션, 시스템, 래트, 레테, 몰핀, 시스템.

## 숏코트 스타일

긴 기장이 부담 되거나 편한 활동성을 원한다면 짧은 기장으로 캐주얼 무드가 돋보이는 숏코트를 추천한다. 허리까지 오는 기장으로 스타일링 하기 쉬우며, 비율이 좋아 보이는 효과를 얻을 수 있는 것이 큰 장점이며, 넉넉한 실루엣의 체크 패턴이 포인트로 들어간 코트는 화사한 분위기를 연출할 수 있다. 디테일이 없는 니트와 팬츠를 같이 매치해 아우터를 돋보이게 하고, 귀여움을 더한 퍼 가방을 함께 스타일링 해 올 겨울 러블리한 윈터 룩을 탄생시키자.



사진 좌측부터 시계방향으로 오즈세컨, 시스템, 뷰, 자라, 오니츠키타이거, 에스제이.





우아하고 품격 있는 겨울 룩의 완성 - 니트

# 레트로 무드와 차분한 컬러 인기

우아하고 품격 있는 이미지는 기본이고 같은 디자인이라도 캐시미어, 아크릴, 울, 폴리에스터 등 소재에 따라 다채로운 무드를 선사하는 니트는 겨울철 빼놓을 수 없는 필수 아이템이다. 정교하게 짜인 니트는 신축성이 뛰어나 편안하고, 다양한 네크라인의 스웨터, 원피스, 베스트, 카디건 또는 머플러, 모자 등 여러 아이템으로 연출할 수 있다. 최근 트렌드인 레트로 무드와도 찰떡인 '니트'의 다채로운 스타일링을 제안한다. 글 송영경

### 에잇세컨즈(8SECONDS)

라운지 웨어는 물론, 코트 속 단정한 출근룩으로도 손색없는 롱 니트 드레스.



### 세컨스킨(SEKANSKEEN)

이니셜 커스터마이징 서비스를 적용해 소장 가치를 높인 캐시미어 머플러.

### 구호플러스(KUHO PLUS)

넉넉한 실루엣을 적용한 세련된 그레이 컬러의 터틀넥 니트 베스트.

### 무자크(MUZAK)

경쾌한 색상과 유니크한 패턴이 돋보이는 아크릴 혼방의 V넥 니트.

### 에디션비(edition.B)

니트 카디건에 루즈핏 데님을 매치 편안하면서도 트렌디한 스타일을 선보였다.



### 세컨스킨(SEKANSKEEN)

이니셜 커스터마이징 서비스를 적용해 소장 가치를 높인 캐시미어 머플러.

### 조르쥬레쉬(GEORGES RECH)

은은한 광택으로 독특하면서도 세련된 연출이 가능한 윈터 메탈 니트 롱 원피스.



### 빈폴레이디스(BEANPOLE LADIES)

브랜드 특유의 클래식한 감성이 묻어나는 프레피룩 제안.







### ■ 바이어라운지 스마트스토어 판매 지원 핫 아이템

# 목폴라 티셔츠 · 라운드 니트 등 아우터와 크로스 코디 기본물 인기

중구청이 DDP패션몰 4층에 운영하는 동대문 바이어라운지가 동대문시장 상인들의 비대면 판매 지원에 나서고 있다. 바이어라운지는 네이버와 협약해 동대문시장 상인들의 제품을 네이버 스마트스토어에 판매키로 하고, 개설 방법부터 콘텐츠 생산, 판매 관리, 마케팅, 배송 및 CS 교육, 일대일 맞춤형 컨설팅 등을 지원하고 있다. 지원 사업은 동대문시장 소상공인들에게 비대면 판매를 권장, 온라인 진출을 쉽게 하고 급변하는 유통환경 변화에 대응하기 위해 마련됐으며, 현재 40여개 점포가 참여하고 있다. 스마트스토어에 입점한 매장들이 선보인 올 가을겨울 상품을 소개한다. 글 박우혁 사진제공 바이어라운지

## 디오트 오트밀

- 호수: 1층 A11호
- 상품명: 커먼 골덴 남방
- 상품의 특징: 가을, 겨울에 입기 좋은 베이직한 핏의 골덴 남방. 니트조끼, 코트 등 클래식한 코디에 매치하기 좋은 기본 아이템.
- 컬러: 먹색, 밤색, 베이지, 소라, 인디핑크, 크림
- 타겟: 10~20대 여성
- 문의: 010-9036-3632



## 디오트 오트밀

- 호수: 1층 A11호
- 상품명: 폴링 티셔츠
- 상품의 특징: 기본 목폴라 티셔츠로, 어디든 코디하기 좋고 스타일리시한 느낌까지 낼 수 있음.
- 컬러: 검정, 밤색, 베이지, 차콜, 크림, 핑크
- 타겟: 10~20대 여성
- 문의: 010-9036-3632





### 광희패션몰 니트로

- 호수 : 1층 33,34호
- 상품명 : 삼색 라인 가디건
- 상품의 특징 : 3가지 컬러가 포인트로 들어있는 세미 롱 가디건. 별다른 액세서리를 매치하지 않아도 컬러 포인트가 코디를 완성해준다.
- 소재 : 울50%/아크릴 40%/비스코스 10%
- 컬러 : 아이보리
- 타겟 : 20~30대 여성
- 문의 : 010-5236-0920



### 동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층 나동 8호
- 상품명 : 티 구름송이
- 상품의 특징 : 귀여운 브로치가 포인트로 달려있는 따뜻하고 보드라운 느낌의 반 목폴라 티셔츠.
- 소재 : 폴리90%/레이온6%/스판4%
- 컬러 : 블랙, 레드, 블루
- 타겟 : 40~50대 여성
- 문의 : 010-9357-9752

### 광희패션몰 니트로

- 호수 : 1층 33,34호
- 상품명 : 캐시미어 울 혼방 라운드 니트
- 상품의 특징 : 파스텔 톤의 컬러감이 돋보이는 사랑스러운 캐시미어 울 니트.
- 소재 : 울90%/캐시미어10%
- 컬러 : 핑크, 하늘
- 타겟 : 30~40대 여성
- 문의 : 010-5236-0920



### 동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층 나동 8호
- 상품명 : 티 하트폴라
- 상품의 특징 : 깔끔한 핏의 폴라 티에 하트 자수가 포인트로 있어서 멋스럽고 사랑스러운 느낌이 듦.
- 소재 : 폴리67%/레이온29%/스판4%
- 컬러 : 그레이, 블랙
- 타겟 : 40~50대 여성
- 문의 : 010-9357-9752

### 누존패션몰 르방

- 호수 : 1층 302호
- 상품명 : 빅 오버 무지 긴팔
- 상품의 특징 : 오버사이즈 핏으로 가족, 연인과 커플 아이템으로 즐기기에 좋음. 캐주얼한 스트리트 룩에 제격인 티셔츠.
- 컬러 : 아이보리, 검정, 핑크, 파랑, 연두, 주황
- 타겟 : 연령제한 없이 남녀노소 누구나
- 문의 : 010-5017-1302



### 테크노 마카롱

- 호수 : 1층 별관 특10호
- 상품명 : C.181 크롭벌룬니트
- 상품의 특징 : 벌룬소매가 유니크한 크롭 기장의 니트. 에이라인 스커트, 부츠컷 데님 팬츠 등과 함께 멋스러운 코디가 가능.
- 소재 : 아크릴100%
- 컬러 : 검정, 초록, 핑크, 굴색
- 타겟 : 20~30대 여성
- 문의 : 010-5020-4461

### 누존패션몰 르방

- 호수 : 1층 302호
- 상품명 : 시스루 크롭 맨투맨
- 상품의 특징 : 팔부분이 시스루 스타일로, 유니크하고 힙하게 코디할 수 있음.
- 컬러 : 검정, 아이보리
- 타겟 : 10~20대 여성
- 문의 : 010-5017-1302



### 테크노 마카롱

- 호수 : 1층 별관 특10호
- 상품명 : C.155 치마후드세트
- 상품의 특징 : 후드티와 스커트가 세트인 니트 소재 트레이닝 복. 단정한 느낌과 힙한 느낌이 공존해서 꾸민 듯, 안꾸민 듯한 느낌을 낼 수 있음.
- 소재 : 아크릴100%
- 컬러 : 베이지, 검정
- 타겟 : 20~30대 여성
- 문의 : 010-5020-4461



## 위변조 불가능 '정품인증라벨'로 라벨갈이 원천차단

### 서울시, 동대문 국내 생산 제품에 251만장 부착

서울시가 화폐 위·변조방지기술을 적용한 '정품인증라벨' 251만장을 제작해 소상공인이 생산한 메이드 인 코리아 제품에 부착한다. 올해 의류와 가방을 시작으로 내년에는 신발과 장신구까지 확대할 계획이다.

라벨을 스마트폰이나 소형감지기로 찍으면 생산지와 진품여부를 알려주는 방식인데 외국인 저가 상품을 국내산으로 둔갑시켜 판매하는 불법 행위 이른바 '라벨갈이'를 원천적으로 차단하고, 소비자의 신뢰를 되찾아 소상공인의 경쟁력을 높이는 것이 목적이다.

서울시는 우선 국내 의류쇼핑의 메카인 동대문패션타운관광특구 내 사업체에서 취급하는 의류와 가방을 대상으로 지난달 정품인증라벨 부착을 시작했다. 총 수량은 251만장이다.

시는 지난 2014년부터 불법공산물 유통근절을 위한 계도 및 캠페인을 지속적으로 실시하고 있지만 여전히 제조자·제조국명, 제조년월 등이 없는 제품 유통이 늘고 있어 이 사업을 진행하게 됐다고 설명했다.

이번에 배포하는 '정품인증라벨'은 한국조폐공사가 개발한 보안기술이 탑재되어 있다. 육안으로는 볼 수 없는 보안문자나 이미지를 라벨에 넣는 '형광다중화기술'을 적용했는데, 잠상 인쇄나 가변 QR코드, 리얼코딩 등을 인식해 정품을 판명하는 방식이다. 소형감지기를 정품인증라벨에 갖다 대면 정품은 소리가 울리지만 가짜라벨은 울리지 않는다.

서울시는 이번 시범사업이 소상공인이 제작·유통하는 국내생산 제품에 대한 소비자 인식과 신뢰 향상은 물론 동대문패션타운의 상권 활성화와 국내산 제품에 대한 경쟁력 강화에도 도움을 줄 것으로 기대하고 있다.

정품인증라벨 배포대상은 동대문패션타운 내에서 영업(사업자등록 기준)하는 국세·지방세를 완납한 소상공인으로 직접 의류와 가방을 기획 또는 제조하면 된다. 단 원산지 표시위반, 위조상품, 수입제품, 위탁판매제품, 안전표시사항 미표시제품

은 사업대상에서 제외된다.

지원대상은 (사)동대문패션타운관광특구협회가 개최하는 심의위원회에서 상품기획서, 안전기준확인서 등을 검토해 최종 선발할 예정이다. 서울시는 올해 251만장을 시작으로 '21년 500개 업체 2,500만장, '23년 1천개 업체 1억장까지 확대·부착한다는 계획이다.

한편 서울시는 효율적인 사업 추진을 위해 한국조폐공사, (사)동대문패션타운관광특구협회, 한겨레신문사와 지난달 10일 마포구 한겨레신문사에서 '공산품 원산지 위·변조 근절을 위해 정품인증라벨 시범사업을 위한 민·관업무협약'을 체결했다.

참여기관들은 원산지 위·변조 근절을 위해 상호 협력하며, 정품인증라벨 제작(서울시), 라벨보안기술 제공(한국조폐공사), 라벨 배부 및 사업장관리(동대문패션관광특구), 홍보(한겨레신문사) 등의 역할을 맡는다.



지난달 10일 마포구 한겨레신문사에서 서울시와 동대문패션타운관광특구협회가, 한국조폐공사, 한겨레신문사가 '정품인증 시범사업 업무 협약식'을 하고 있다. 왼쪽부터 황문규 한국조폐공사 기술책임자, 박주선 서울시 공정경제담당관, 박중현 동대문패션타운관광특구협회장, 김택희 한겨레신문사 상무.

## '셀러 초청 동대문제품 판매행사' 개최 동대문 바이어라운지서 오는 16일까지

중구(구청장 서양호)가 셀러 초청을 통한 동대문제품 판매촉진에 나선다. 중구는 경기침체와 유통환경 변화로 동대문상권의 매출이 감소함에 따라 판매 채널 확대를 위해 11월 16일부터 12월 16일까지 한 달간 DDP패션몰 4층에 위치한 동대문 바이어라운지에서 '셀러 초청을 통한 동대문제품 판매행사'를 개최하기로 했다.

이를 위해 바이어라운지 내에 샘플실을 운영하고, 셀러(인플루언서) 초청 및 공동구매판매 행사를 진행한다. 또한 행사 기간 중 전문 촬영팀이 상주해 신상품을 촬영하고 판매 후 사입, 검품, 배송 등을 일괄 관리할 계획이다. 12월 중에는 바이어라운지에서 동대문 데이 행사도 기획하고 있다.

바이어라운지 관계자는 "셀러 초청을 통한 동대문 제품 판매행사는 동대문 상권과 셀러 간 연결을 통해 스마트 스토어 등에 대한 판매채널을 확대, 향후 매출 증대에 기여하기 위해 마련됐다"고 말했다. 한편 바이어라운지는 동대문시장 상인들의 비대면 판매 활성화를 위해 네이버와 협약해 스마트스토어 판매 지원 사업을 펼치고 있다.

셀러 초청을 통한 동대문제품 판매행사의 일환으로, 동대문 바이어라운지에서는 셀러와 소비자 간 교류를 위한 판매행사를 개최하고 있다.



### 관광특구협의회 11월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)가 11월 동대문패션상권 모범종사자로 △헬로에 이피엠 디올 김도은 대표 △테크노상가 스텔라 임순용 대표 △벨포스트 한울 정지윤 대표 △제일평화 아덴 임위혁 대표 △평화시장 우신 이정석 대표를 선정했다.

관광특구협의회는 글로벌 시대에 앞서가는 창의적 경영 마인드와 성실하고 친절한 자세로 고객맞이에 전념함으로써 쾌적한 쇼핑환경 조성 and 건전한 상거래 정착 및 외국인 관광객 유치 등 관광산업 활성화에 공이 큰 상인들을 매월 선정해 시상하고 있다.



서울디자인재단, 청년디자이너 취업 플랫폼

## ‘DDP영디자이너잡페어’ 본격 스타트

서울디자인재단이 디자인 분야 취업을 희망하는 청년 디자이너를 위한 전문 구인·구직 플랫폼 ‘DDP영디자이너잡페어’(www.ddpjobfair.or.kr)를 구축, 본격 가동에 들어간다.

DDP영디자이너잡페어는 디자인 분야 취업준비생과 졸업 예정자들에게 개성 있는 온라인 포트폴리오를 제작해주고, 선호도 높은 국내·외 기업의 인재상과 채용정보를 한 곳에서 제공하는 지속가능한 온라인 취업정보 플랫폼이다.

서울디자인재단은 플랫폼 오픈과 함께 침체된 취업시장과 디자인 산업에 새 활력을 불어넣기 위한 4개 프로젝트를 연말까지 집중 개최한다고 밝혔다. 디스트릭트, 무신사, 보머스디자인 등 디자인 기업과 현업 디자이너들이 대거 참여해 디자인 취업을 위한 실질적인 정보와 기회를 열어준다는 목표다.

4개 프로젝트는 △영디자이너 포트폴리오(포트폴리오 제작지원) △영디자이너 원티드(국내·외 채용정보) △온라인 전시 △디자인잡 컨퍼런스(온라인 교육 콘텐츠)다.

‘영디자이너 포트폴리오’ 서비스는 서울디자인재단이 취업준비생들의 신청을 받아 개개인의 개성을 극대화해 제작해준다. 작품 포트폴리오뿐 아니라 셀프 인터뷰 영상, 일상사진, 좋아하는 음악과 디자이너 같이 입체적인 흥미를 유발하는 요소를 함께 홍보해 디자이너의 역량과 감각을 보다 효과적으로 전달하는 데 방점을 둘 계획이다. 디자이너 멘토들과 포트폴리오 개선점을 찾아가는 온라인 워크숍도 개최한다. 현재 포트폴리오 사전접수가 진행 중이며, 포트폴리오 제작을 원하는 청년 디자이너는 누구나 홈페이지에서 신청할 수 있다. 양식에 맞는 자료를 함께 제출하면 된다.

‘영디자이너 원티드’ 서비스에선 차별화된 디자인 역량을 가진 국내·외 기업 50여 개의 채용 정보를 한 곳에서 볼 수 있다. 11월부터 각 기업별로 온라인 취업설명회, 화상면접 등 비대면 취업 프로그램을 통해 취업 희망 디자이너들과 소통의 기회를



만들어갈 예정이다.

‘온라인 전시’는 포트폴리오에 참여한 영디자이너 중 100인을 선정해 기회를 준다. 현재 사이트를 통해 전국 디자인 대학생과 취업희망 디자이너를 모집 중에 있으며, 12월 말까지 상시 접수한다.

‘디자인잡 컨퍼런스’는 포스트코로나 시대 급격하게 변화하는 구인구직 패러다임을 화두로, 현업 디자이너와 인사 담당자들이 직업과 직장에 대한 새로운 인사이트를 나누는 온라인 강연 프로그램이다. 영디자이너들이 궁금해 하는 새로운 디자이너 채용방식과 근무환경, 성공한 선배들의 취업 에피소드와 포트폴리오 제작 팁까지 총망라한다. 지난 11월 22일부터 매주 영상이 공개되고 있다.

이밖에 플랫폼에서는 국내외 디자인 구인구직 정보와 최신 해외동향 등을 볼 수 있는 ‘트렌드 캐스팅’ 메뉴가 있어 누구나 확인할 수 있다.

## 중구, 예비창업자들 소셜커머스 진출 돕는다 ‘소셜커머스 입점 교육’ 마련

중구가 온라인판매 예비창업자들을 위한 ‘소셜커머스 입점 교육’을 마련했다. 중구는 코로나19 이후 유통 패러다임이 오프라인에서 온라인으로 급격히 변화하면서 다양한 온라인 채널로의 확장이 판매자들에게 필수과제가 됨에 따라 소셜커머스 입점 교육을 마련해 실시하기로 했다.

교육은 지난달 26일까지 신청한 신청자에 한해 12월 2일부터 4일까지 3일간 핵심 이론과 실전대비 실습을 병행해 무료로 진행한다. 1회차 소셜커머스 현황과 판매전략을 시작으로 2회차에는 소셜커머스 중 쿠팡 상품등록 및 운영 관리, 3회차에는 소셜커머스 및 오픈마켓 광고 완전정복을 주제로 한다.

교육생들은 사업자등록증과 통신판매업 신고증을 가지고 쿠팡에 직접 입점해 보는 실습도 겸하게 된다. 쿠팡의 정책 및 구조, 체계에 대한 전반적인 이해를 바탕으로 상품을 등록하고 활성화하는 과정, 화면 상세페이지 구성 등 관련 필수 정보들도 전수받을 수 있다. 소셜커머스와 오픈마켓의 광고 종류와 입찰 방법까지 학습가능하다.

중구 관계자는 “이번 교육은 온라인 판매를 위해 소셜커머스로 진출하는 예비창업자들이 소셜커머스 시장 점유율과 성장 가능성, 판매전략, 광고 종류 등 이론부터 구체적이고 현실적인 실습까지 원스톱으로 배울 수 있는 좋은 기회가 될 것”이라고 전했다.

## ‘온라인 동대문 패션 페어’ 성료

서울디자인재단이 지난 11월 27~29일 동대문 브랜드의 특징과 장점을 살린 온라인 라이브 커머스 패션 페스티벌 행사 ‘온라인 동대문 패션 페어’를 개최했다. 이번 행사는 포스트 코로나 시대의 동대문디자인플라자(DDP)와 함께하는 동대문 패션 상권 활성화를 위한 취지로 기획됐다.

동대문의 상징이자 패션과 문화 브랜드로 자리매김한 DDP를 시작으로 디지털에서 펼쳐진 행사는 네이버 쇼핑과 함께 진행된 라이브 커머스와 브랜드별 패션 필름, 참여형 이벤트 등의 패션 콘텐츠를 통해 소비자들의 관심을 높이고 30개 참여 브랜드의 수익 창출을 실현했다.

참여 기업들에는 온라인 커머스 지향형 상품 기획과 커머스 컨설팅 운영을 통해 브랜드별 특성을 반영한 홍보용 패션 필름 및 룩북 제작을 지원했다. 이 밖에도 네이버쇼핑 라이브를 통한 라이브 커머스와 10개 이상 주요 이커머스 입점 판매가 이뤄질 수 있도록 지원했다.

행사 종료 후에도 주요 이커머스 내 기획전을 통해 참여 브랜드들이 온라인 비즈니스로 전환할 수 있도록 도움 계획이다.





# CFDK, '한국디자이너패션 어워즈' 개최

## '최우수디자이너상' 정욱준 디자이너 수상

한국패션디자이너연합회(CFDK, 회장 명유석)가 지난 11월 24일, JW 메리어트 동대문 스퀘어 서울에서 '2020 한국디자이너패션 어워즈'를 개최했다.

이 날 행사에서는 디자이너 시상 부문인 '최우수디자이너상'(문화체육관광부장관상) 과 '우수디자이너상'은 독립브랜드 운영경력 10년 이상인 디자이너를 대상으로, '신인디자이너상'은 독립브랜드 운영경력 10년 미만의 디자이너를 대상으로 패션전문가의 추천을 받아 후보로 선정하고, 전문가로 구성된 선정위원회를 통해 최종 수상자를 선정했다.

문화체육관광부 장관상으로 수여된 최우수디자이너상은 정욱준(준지/JUUN. J) 디자이너가 수상했다. 우수디자이너상 남성복 부문은 2013년 신인 디자이너상을 수상했던 강동준(디그낙/D.GNAK) 디자이너가, 여성복 부문은 박승건(푸쉬버튼/PUSH BUTTON) 디자이너가 각각 수상했다. 신인디자이너상 유니섹스 부문에는 이성동(얼킨/UL:KIN) 디자이너, 여성복 부문에는 조은애(티백/TIBAEG) 디자이너가 수상의 영광을 안았다.

패션모델상은 올 한해 디자이너 브랜드 관련 콘텐츠 제작에 활발히 활동한 모델에게 주어지는 상으로, 박태민과 박희정이 수상했다. 패션미디어상은 디자이너 패션산업에 기여한 패션저널리스트에게 수여하는 상으로 '보그코리아' 신광

호 편집장이 수상했다. 패션인플루언서상은 문화예술 및 방송 연예계 등에서 활발히 활동하고 있는 영향력 있는 패션피플에게 수여하는 상으로, 예능방송 '나혼자 산다'를 통해 서울패션위크 '100벌 챌린지'를 함께한 패션모델 겸 방송인 한혜진이 수상했다.

2020 한국디자이너패션 어워즈 영광의 수상자들 사진 왼쪽부터 신광호, 이성동, 조은애, 강동준, 정욱준, 박태민, 박희정 디자이너.



## 무신사, 아우터 후기 장인에게 1천만 원 쏜다

### 12월 31일까지 스타일 후기 공모

온라인 패션 스토어 무신사(대표 조만호)가 총 1천만 원 규모의 혜택을 제공하는 아우터 후기 이벤트를 올해 12월 31일까지 실시한다.

무신사가 옮겨올 구입한 겨울 아우터 상품을 활용해 스타일링을 뽐낸 회원들을 선정해 무신사 스토어 적립금과 쿠폰을 선물하는 행사다. '올겨울 아우터, 다 무신사랑해' 페스티벌과 연계해 현재까지 3만여 건 이상에 달하는 스타일 후기가 누적됐다.

무신사는 일간 및 주간 단위로 베스트 후기를 선정해 적립금 1만 원, 5만 원을 각각 지급한다. 또 레전드 후기로 선정된 최종 1명에게는 무신사 스토어에서 사용할 수 있는 200만 원 상당의 쿠폰 바우처를 증정한다. 아우터 후기 1천만 원 이벤트에 대한 자세한 내용은 무신사 스토어에서 확인할 수 있다.

한편, 매일 평균 1만5000건 이상의 회원 후기가 올라오는 무신사는 '후기 맛집'이라 불릴 정도로 회원 간에 후기로 소통하는 문화가 활성화 돼있다. 회원들의 높은 후기 참여에 힘입어 무신사는 스토어 메인 화면에 후기 게시물을 모아 소개하는 '후기 판'을 별도 서비스로 운영하고 있다.



## 브랜드, 대한민국브랜드대상 최우수상 수상

브랜드(대표 서정민)가 지난달 20일 노보텔엠베서더 강남에서 열린 '제8회 대한민국브랜드대상' 시상식에서 전사 부문 최우수상 기업으로 선정됐다. 한국마케팅협회(회장 이해선)가 주관한 제8회 대한민국브랜드대상 시상식은 개인, 전사, 리더십, 상품 그리고 소비자조사 총 5개 부문으로 나뉘어 진행됐다.

브랜드는 '하루배송' 및 '헬피'로 대표되는 고객가치 중심의 브랜드 경영과 일자리 창출, 동대문 패션 클러스터의 플랫폼화로 대표되는 국가 산업경쟁력 제고 두 가지 측면에서 모두 높은 평가를 받아 전사 부문 최우수상 기업으로 선정됐다.

올해 브랜드는 패션 이커머스 플랫폼 최초로 주문시간에 따라 동대문 패션을 당일 또는 새벽에 받아볼 수 있는 '하루배송' 서비스를 런칭했다. 또한, 높은 서비스 만족도를 기반으로 최근에는 인공지능(AI) 수요예측 기술을 업그레이드해 쇼핑의 질을 한 단계 더 향상시켰다.

일자리 창출 면에서 비전공 신입 개발자 양성 및 채용에 적극 나서고 있는 점과 올해 개발인력 100명 채용을 조기에 달성한 점으로도 우수한 평가를 받았다. 브랜드는 지난 6월 벤처기업협회가 주관하는 '2020 우수벤처 선정사업'에서도 일자리창출 부문의 최우수 벤처기업으로 선정된 바 있다.

브랜드 서정민 대표는 "이번 최우수상 수상으로 브랜드의 고객지향 서비스와 동대문 생태계 활성화에 적극 기여한 성과를 동시에 인정받게 되어 기쁘다"며 "국내 유일의 동대문 체인 플랫폼을 더욱 공고히 함으로써 내년에는 브랜드, 헬피, 트랜디로 연결된 동대문 패션시장의 해외 진출에 적극 나설 계획"이라고 말했다.

지난달 20일 노보텔엠베서더 강남에서 열린 '제8회 대한민국브랜드대상' 시상식에서 브랜드가 전사 부문 최우수상 기업으로 선정됐다. 사진 오른쪽이 브랜드 경영혁신팀 대표 서정민이다.





# 섬유패션산업 한국판 뉴딜에 1조4천억 투자

정부가 오는 2026년까지 총사업비 1조 4,000억 원을 투자, 3만 6천개 일자리를 창출을 위한 '섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행전략'을 펼친다. 산업통상자원부 박진규 차관은 지난달 11일 섬유센터에서 열린 '제34회 섬유의 날' 전수식에 참석해 "섬유패션 경기에 활력을 불어넣고 국제 공급망 재편에 대비하기 위한 대응방안으로 '섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행전략'을 펼쳐나갈 계획"이라고 말했다.

산업부가 이날 발표한 '섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행전략'은 '그린·디지털 혁신을 통한 섬유패션산업 선도국가 실현'을 최종 목표로 하고 있다. 이를 위해 △환경 친화적 산업으로 전환 △디지털 기술을 활용한 산업혁신 △첨단기술로 안전한 사회 구현 △연대와 협력을 통한 산업생태계 강화 등의 추진과제를 마련했다.

환경 친화적 산업으로 전환을 위해서는 친환경 섬유소재 개발, 염색업종 그린산업 전환, 자원순환형 그린섬유 생태계 육성, 친환경·디지털분야 전문인력 양성에 적극 나선다는 계획이다.

친환경 섬유소재 개발은 수입 의존도가 높은 생분해성 섬유, 리사이클 섬유 소재 및 제조공정 기술개발을 통한 그린소재 자립화에 투자를 집중한다. 염색업종 그린산업 전환은 공정상 오염물질 발생을 최소화할 수 있는 기반조성을 통해 글로벌 환경규제에 대응하는 친환경 그린산업으로 전환에 투자를 집중한다.

자원순환형 그린섬유 생태계 육성을 위해서는 그린섬유 원료 개발, 제품 표준화 및 인증을 지원하는 연구센터 구축에 투자를 집중한다. 친환경·디지털분야 전문인력 양성을 위해서는 친환경 그린섬유 제조과정 전문인력양성사업, ICT융합섬유 제조과정 전문인력양성사업, 수요기업 맞춤형 인력양성 및 취업연계 지원 사업을 펼칠 계획이다.

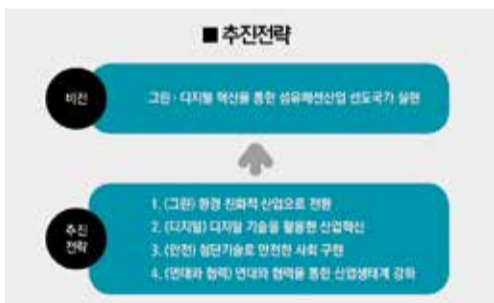
디지털 기술을 활용한 산업혁신을 위해서는 공정별 디지털 제조기술 개발 및 실증, 빅데이터 플랫폼 구축 및 활용, K-패션 디지털 생태계 조성, 섬유 특화 디지털 비즈니스 모델 구축 등의 세부 실천 방안을 마련했다.

공정별 디지털 제조기술 개발 및 실증은 온-오프라인 연결 O2O 기술 및 유연생산 구축 공정 In-line화 등 공정별 디지털 제조기술 확보에 주력한다. 빅데이터 플랫폼 구축 및 활용은 신제품 기획·설계, 제조공정 표준화, 유통·마케팅 등의 데이터 플랫폼 구

산업통상자원부 박진규 차관이 지난 11일 섬유센터에서 열린 제34회 '섬유의 날' 전수식에 참석해 추사를 하고 있다. 박 차관은 이날 섬유패션 경기에 활력을 불어넣고 국제 공급망 재편에 대비하기 위한 대응방안으로 '섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행전략'을 펼쳐나갈 것이라고 밝혔다.



## 산업부, '섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행전략' 발표 그린·디지털 혁신 '섬유패션산업 선도국가' 실현



추진구분	추진기간	총사업비(백만원)	비고(주요사업)
인력양성 수요 개발	2021~2024년	300억3200억	- 수요별 맞춤형 인력개발
국제인증 그린산업 인증	2021~2023년	60억2000억	- 섬유패션산업생태계지원센터
자원순환형 그린산업 생태계 육성	2022~2026년	730억4000억	- 산업혁신기반구축
그린·디지털 융합사업 육성	2020~2026년	251억2510억	- 산업혁신기반구축사업, 섬유패션산업생태계지원센터
유망형 디지털 제조기술 개발 및 실증	2022~2026년	300억1500억	- 산업혁신기반구축사업, 섬유패션산업생태계지원센터
빅데이터 플랫폼 구축 및 활용	2019~2025년	440억2600억	- 산업혁신기반구축사업, 섬유패션산업생태계지원센터
K-패션 디지털 생태계 조성	2021~2025년	260억2100억	- 섬유패션산업생태계지원센터
첨단기술 디지털제조기술 개발	2021~2025년	120억1200억	- 디지털제조기술개발
K-패션제품 유통망 조성	2021~2026년	450억3000억	- 소재별 맞춤형 인력개발, 산업혁신기반구축
안전보호 소재산업 육성	2019~2025년	881억5000억	- 안전보호 소재산업육성사업, 섬유패션산업생태계지원센터
유통·마케팅 선도사업	2021~2024년	500억3000억	- 소재별 맞춤형 인력개발, 산업혁신기반구축
첨단 산업소재 개발	2020~2025년	630억5300억	- 소재별 맞춤형 인력개발
지역거점 봉제산업 혁신공정 구축	2020~2024년	200억5000억	- 섬유패션산업생태계지원센터
스마트공장 기술실용 실증	2021~2023년	8,000억6,2500억	- 섬유패션산업생태계지원센터
수요·공급기업간 상생협력 기반조성	2021~2025년	660억4000억	- 섬유패션산업생태계지원센터
지역별 생산·유통·마케팅 기반조성	2021~2025년	125억10000억	- 섬유패션산업생태계지원센터
총계		13,947억 (110,364억)	

축에 집중 투자한다.

K-패션 디지털 생태계 조성은 디지털·언택트로 전환중인 패션산업 생태계에 대응할 수 있는 K-패

션의 디지털 혁신 기반 조성에 초점을 맞추고 있다. 섬유 특화 디지털 비즈니스 모델 구축은 의류, 홈텍스 소재 분야의 한국형 온·오프라인 디지털 비즈니스 모델 및 스마트 인프라 확보에 주력한다.

첨단기술로 안전한 사회 구현은 K-방역제품 생태계 육성, 안전보호 소재 산업 육성, 부직포 소재산업 고도화, 첨단 산업소재 자립화 등을 주요 추진전략으로 삼고 있다.

K-방역제품 생태계 육성은 코로나19를 계기로 개인보호장비(PPE) 시장이 급성장할 것으로 전망되나 국내 생산기반은 취약하다고 판단, K-방역제품 토탈 솔루션 확보를 통한 글로벌 시장 선점에 초점을 맞추고 있다. 안전보호 소재산업 육성은 안전장갑·보호복 등 안전보호 섬유제품, 전투복·위장막 등 국방 섬유제품 개발을 통해 산업재해 감소와 글로벌 시장 선점에 투자방향을 정했다.

첨단 산업소재 자립화는 핵심 수요산업에 요구되는 극한성능 유기섬유, 탄소섬유 복합재 등 첨단 산업소재 기술경쟁력 확보를 통한 자립화와 고강도·고탄성 유기섬유, 탄소섬유 복합재 등 전략 핵심소재의 수요·공급기업 공동 기술개발에 집중한다.

연대와 협력을 통한 산업생태계 강화는 지역거점 봉제산업 혁신공정 구축, 섬유스트립간 기술협력 강화, 수요-공급기업간 연대협력 기반조성, 의류생산 리쇼어링 기반조성 등이 핵심 사업이다.

지역거점 봉제산업 혁신공정 구축은 고령화, 신규인력 유입 부족 등으로 국내 봉제산업 생산기반 붕괴 우려됨에 따라 봉제공장의 일감 부족 문제 해결을 위해 IT 기반의 신속·유연·분산 생산이 가능한 네트워크 생산체계 구축에 투자방향을 정했다.

섬유스트립간 기술협력 강화는 국내 섬유산업 스트립별 우수 전문기업 육성 및 미래 핵심기술 확보를 통한 섬유패션산업 구조 고도화를 목적으로 하고 있다.

수요-공급기업간 연대협력 기반조성은 수요-공급기업간 상생협력 지원시스템 구축을 통한 국내 섬유산업 경쟁력 강화를 위해 수요-생산기업 협력 첨단소재 사업화 지원, 수요 연계 프리미엄 패션소재 제작 및 마케팅 지원, 홈텍스 섬유제품 프리미엄화 및 경쟁력 강화 등의 사업을 펼칠 계획이다.



# 디자이너-샘플·패턴 집적지 연결 사업 샘플·패턴 맛집

디자이너님! 샘플·패턴실 찾고 계신가요?  
전문 분야별 실력있는 업체가 궁금하신가요?  
의류 제작 의뢰 관련 상담이 필요하신가요?  
온라인으로 바로 의뢰·결제·생산까지 손쉽게!

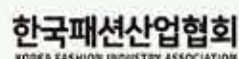
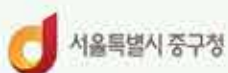


WWW.SPHOTSPOT.COM



문의

중구의류패션지원센터  
서울시 중구 청구로6길 52 청구파크뷰 1층  
02-2254-3635  
WWW.JFCENTER.CO.KR





모집요강

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

※ 동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

비바루비(토탈)

주간/정규직/여/1981년생 이상/3년 이상/12월23일/010-5529-0054/dun8679@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/무관/없음/1년 이상/12월23일/010-9020-9894/adary2000@nate.com

라송(여성복)

주간/정규직/여/1985년생 이상/10년 이상/11월23일/010-9175-1200/kh3025@naver.com

아이덴(캐주얼)

야간/정규직/무관/1991년생 이상/무관/12월23일/010-5386-5930/happygirlmi@naver.com

Bruni(토탈)

주간/정규직/여/1986년생 이상/5년 이상/12월23일/010-5249-4480/nina4480@gmail.com

아동복물류창고(아동복)

야간/정규직/무관/2001년생 이상/무관/12월23일/010-7929-3062/dsaint991@gmail.com

제이블랑(여성복)

주간/정규직/남/없음/무관/12월23일/010-6223-0799/twensix@naver.com

디비끄12(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/2년 이상/12월23일/010-9772-7552/uumm76@naver.com

apM릭스 3층(캐주얼)

야간/정규직/남/없음/무관/12월31일/010-9604-8888/wlals2614@naver.com

apM플레이스(토탈)

주간/정규직/여/1994년생 이상/5년 이상/12월22일/010-9098-5735/hyun-kyung82@hanmail.net

디오트 3층(여성복)

야간/정규직/무관/2002년생 이상/무관/12월31일/010-5886-4420/qorwjsan2@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/12월22일/010-2583-5252/fmsmarket718@naver.com

남대문 아동복(아동복)

주간/아르바이트/여/1992년생 이상/3년 이상/12월31일/010-6310-6272/sosososo81@naver.com

DDP패션몰 1층(여성복)

주간/아르바이트/여/1981년생 이상/10년 이상/12월22일/010-3832-5066/farmers201@naver.com

apM 5층(남성복)

야간/정규직/남/2000년생 이상/신입/12월20일/010-8283-0044/feelmania1@naver.com

동대문(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/11월20일/010-7754-5134/sexy513451@naver.com

레이라이(여성복)

주간/정규직/여/1997년생 이상/1년 이상/12월20일/010-6671-1516/vintage1942@naver.com

세종(여성복)

무관/정규직/무관/1995년생 이상/무관/12월20일/010-5029-9825/phy9534@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/12월20일/010-2399-5162/xairoy@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/무관/1998년생 이상/무관/12월20일/010-7914-2234/tkdznarjdw@naver.com

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/무관/12월20일/010-5268-7790/michaelcue@naver.com

Eegarden(여성복)

주간/정규직/남/1997년생 이상/1년 이상/12월19일/010-3710-4410/leegarden1235@naver.com

디투(토탈)

주간/정규직/무관/1996년생 이상/1년 이상/12월19일/010-6425-0852/jokhgd@hanmail.net

AUTHENTIC WARDROBE(토탈)

주간/정규직/여/없음/무관/12월19일/010-2273-1718/semi\_o\_@naver.com

apM플레이스(여성복)

무관/정규직/무관/1989년생 이상/무관/12월19일/010-4154-1192/lee-022@hanmail.net

apM릭스(토탈)

야간/아르바이트/여/없음/3년 이상/12월19일/010-7284-7402/ny2028@naver.com

apM 2층(여성복)

주간/정규직/여/1995년생 이상/5년 이상/12월19일/010-8767-7363/minam5266@naver.com

판매사원

THEY(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/12월23일/010-4751-6821/APM.THEY@gmail.com

디오트 La grass/wooden(여성복)

야간/정규직/무관/1987년생 이상/1년 이상/12월23일/010-8005-1323/s4418024@nate.com

라플로르(여성복)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/1년 이상/12월23일/010-4193-0162/lkh22c@nate.com

apM(남성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월20일/010-2399-5162/xairoy@naver.com

STAY(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/12월31일/010-4855-4323/dlaowdn02@naver.com

디오트(청,면바지)

야간/정규직/무관/1997년생 이상/무관/12월31일/010-6235-2050/puqooo@gmail.com

디오트(토탈)

야간/정규직/남/2000년생 이상/1년 이상/12월23일/010-32009-3609/mono1124@naver.com

Lovedesigncompany(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/12월22일/010-4887-6242/jkim@lovedesigncompany.com

디오트 4층(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월22일/010-4028-1827/tjdrkska1@naver.com

디오트

야간/정규직/무관/없음/무관/12월22일/010-4790-7753/joopopo0718@gmail.com

퀸즈스퀘어(여성복)

야간/정규직/무관/1985년생 이상/2년 이상/12월22일/010-9375-8691/shp75@naver.com

퀸즈스퀘어(토탈)

야간/정규직/무관/1995년생 이상/무관/12월20일/010-7319-1112/skdi1112@hanmail.net

뉴뉴(액세서리)

야간/정규직/무관/1996년생 이상/무관/12월20일/010-4760-2608/young05211@naver.com

apM플레이스 4층(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/12월20일/010-4769-4546/stayfelt20@gmail.com

JWA(남,여성복)

야간/정규직/남/1988년생 이상/무관/12월19일/010-3169-2565/lovez77777@naver.com

디오트

야간/정규직/무관/없음/무관/12월19일/010-4790-7753/joopopo0718@gmail.com

지오디(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월19일/010-9332-5126/blue5597@naver.com

디오트 1층(여성복)

야간/정규직/남/1982년생 이상/무관/12월19일/010-4656-9576/mjshop123@naver.com

디오트 2층(여성복)

야간/정규직/무관/1991년생 이상/무관/12월19일/010-2056-0043/ssong4028\_@naver.com

apM 2층(여성복)

야간/정규직/여/1995년생 이상/무관/12월19일/010-8767-7363/minam5266@naver.com

디오트 4층(여성복)

야간/정규직/여/1995년생 이상/1년 이상/12월19일/010-4640-7007/ksy9910375@naver.com

이안(여성복)

야간/정규직/무관/2001년생 이상/무관/12월19일/010-3852-7290/olljw@hanmail.net

디오트(토탈)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/12월31일/010-8605-9238/jinejine86@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월18일/010-5053-8156/7017psm@naver.com

디오트 지하2층(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/12월18일/010-6317-4902/p1k7m@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/1991년생 이상/1년 이상/12월18일/010-4754-6380/kwon-hj79@hanmail.net

레브시티(토탈)

야간/정규직/무관/1993년생 이상/1년 이상/12월18일/010-2825-7531/revcite111@naver.com



# 무신사 920만 명 방문... 글로벌 랭킹 대부분 상승

## 패션 온라인 쇼핑몰 10월 순위 및 방문자 수

지난 10월 패션 업체들의 온라인 쇼핑몰 방문자 수가 전월에 비해 증가한 것으로 나타났다. 가을겨울 시즌 성수기를 맞아 다양한 신상품을 출시하고 활발한 온라인 마케팅을 펼친 결과로 분석된다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)이 좀처럼 수그러들지 않으면서 소비자들이 여전히 오프라인보다 온라인 쇼핑을 선호하고 있는 것도 영향을 미쳤다.

본지가 국내 홈페이지 랭킹 순위 사이트인 코랭킹닷컴(www.koranking.com)의 협조를 받아 조사한 '10월 패션 온라인 쇼핑몰 순위'에 의하면 100위권 쇼핑몰 중 약 80%가 글로벌 랭킹이 상승했다. 지난 7월 30%, 8월 50%, 9월 60% 정도가 글로벌 랭킹이 상승한 것에 비하면 비중이 높아진 것이다.

방문자 수와 검색량, 체류 시간 등을 종합적으로 평가해 매긴 글로벌 랭킹 1~10위는 무신사, 하프클럽, 이랜드몰, 더블유컨셉, 패션플러스, SSF샵, LF몰, 29cm, 코오롱몰, SI빌리지 순으로 집계됐다. 지난 9월에는 무신사, 이랜드몰, 더블유컨셉, 하프클럽, 패션플러스, SSF샵, 29cm, LF몰, 아디다스, 스타일난다 순이었다. 전월과 비교했을 때 10위권에는 코오롱몰과 SI빌리지가 포함되고 아디다스와 스타일난다가 밀려났다.

방문자 수는 무신사가 920만 명대로 압도적으로 많았다. 무신사는 6~8월 방문자

수가 7백만 명대에서 지난 9월 8백만 명을 넘었으며, 1개월 만에 다시 9백만 명대를 돌파했다. 하프클럽은 220만 명대를 기록, 5월 이후 5개월 만에 200만 명을 넘었다.

취급 부문별로는 전월과 마찬가지로 아웃도어와 스포츠와 피트니스 브랜드와 상승세가 이어졌다. 아웃도어 부문에서는 칸투칸(16위→18위)을 제외하고 케이투(21→19위), 노스페이스(48→28위), 디스커버리익스페디션(102위→72위), 내셔널 지오그래픽어패럴(107위→74위) 파타고니아코리아(98→96위) 등이 방문자 수가 늘면서 글로벌 랭킹이 상승했다. 피트니스 부문에서는 안다르(14위→12위)가 전월에 이어 제시믹스(18위→20위)를 누르고 1위에 올랐다.

이밖에 취급 부문별 1위는 종합패션브랜드는 이랜드몰(2위→3위), 브랜드여성 의류는 스타일난다(10위→14위), 종합스포츠브랜드는 아디다스(9위→12위), 여성 의류는 아프랑스(15위→17위), 남성 의류는 더니트컴퍼니(81→94위), 여성화는 사뽀(30위→26위), 빅사이즈의류는 육육걸즈(17위→15위), SPA브랜드는 지오다노(59위→47위), 신발은 슈마커(57위→64위), 아동복은 보리보리(34위→36위), 속옷은 뽕브라몰(35위→57위), 가방은 백스테이(40→91위), 수영복·래쉬가드는 배럴(132위→22위) 등이 차지했다. 취급 부문별 1위 브랜드 순위 변동은 없었다. 이번 조사는 랭킹닷컴에 등록된 2천여 개 패션 쇼핑몰을 해외 웹 분석 사이트 시밀러웹을 통해 순위를 매긴 결과다. 글 박우혁

패션 온라인 쇼핑몰 순위 (※ 10월 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	3,658	553	66	18	9,227,779	브랜드종합의류
2	하프클럽	halfclub.com	15,379	5,234	257	91	2,358,549	브랜드종합의류
3	이랜드몰	elandmall.com	21,259	-4,094	389	-57	1,696,545	종합패션브랜드
4	더블유컨셉	wconcept.co.kr	21,779	-1,357	398	-37	1,524,744	브랜드종합의류
5	패션플러스	fashionplus.co.kr	22,173	1,661	370	36	1,744,758	브랜드종합의류
6	SSF샵	ssfshop.com	23,406	582	403	18	1,483,711	브랜드종합의류
7	LF몰	lfmall.co.kr	24,165	5,156	407	82	1,669,468	브랜드종합의류
8	29cm	29cm.co.kr	25,543	-11	436	4	1,362,840	브랜드종합의류
9	코오롱몰	kolonmall.com	28,079	5,114	476	90	1,529,242	브랜드종합의류
10	SI빌리지	svillage.com	30,239	3,467	514	68	1,157,184	브랜드종합의류
11	더한섬닷컴	thehandsome.com	33,055	4,932	570	81	850,811	브랜드종합의류
12	아디다스	shop.adidas.co.kr	34,381	-4,658	593	-91	707,638	종합스포츠브랜드
13	안다르	andar.co.kr	35,828	3,445	660	36	1,527,283	피트니스웨어
14	스타일난다	stylenanda.com	36,630	-5,945	1,270	135	1,011,333	브랜드여성의류
15	육육걸즈	66girls.co.kr	41,120	15,065	688	230	795,373	빅사이즈의류
16	햇핑	hotping.co.kr	44,145	12,549	745	183	764,359	빅사이즈의류
16	아프랑스	atrrangs.co.kr	46,300	-162	775	1	786,280	여성의류
18	칸투칸	kantukan.co.kr	50,324	2,081	829	28	987,433	아웃도어
19	케이투	k2.co.kr	51,500	5,478	849	70	666,233	아웃도어
20	제시믹스	xexymix.com	54,728	1,662	1,013	25	732,339	피트니스웨어
21	다바걸	dabagirl.co.kr	54,912	60,692	917	1,030	574,978	성인의류
22	배럴	getbarrel.com	57,999	194,199	950	3,586	385,381	수영복 래쉬가드
23	서울스토어	seoulstore.com	59,196	7,349	965	114	611,751	성인의류
24	츄	chuu.co.kr	60,117	-3,548	3,965	-897	619,572	브랜드여성의류
25	힐라코리아	fila.co.kr	61,743	4,680	1,070	155	557,372	종합스포츠브랜드
26	사뽀	sappun.co.kr	63,038	20,285	1,020	322	732,582	여성화
27	아이스탁몰	istockmall.com	63,121	16,210	1,014	249	569,087	브랜드종합의류
28	노스페이스	thenorthfacekorea.co.kr	66,684	49,047	1,131	842	451,954	아웃도어
29	갠소	gaenso.com	70,564	29,615	1,119	509	554,613	성인의류
30	갠마트	canmart.co.kr	70,704	6,065	1,197	76	495,673	성인의류
31	메이비베이비	maybe-baby.co.kr	71,616	10,172	1,152	154	632,017	성인의류
32	밀크코코아	milkcocoa.co.kr	72,630	12,790	3,672	-301	409,501	성인의류
33	아이스타일24	istyle24.com	73,866	6,045	1,206	75	410,030	브랜드종합의류
34	룸패커	roompacker.co.kr	74,825	82,833	1,208	1,505	450,431	성인의류
35	힙합퍼닷컴	hiphoper.com	76,085	893	1,228	-6	438,772	종합패션브랜드
36	보리보리	boribori.co.kr	78,290	9,588	1,265	138	383,201	아동복
37	레미떼	lemite.com	80,129	26,492	1,301	442	333,080	브랜드여성의류
38	클릭앤퍼니	clicknfunny.com	80,658	38,372	1,329	678	447,591	성인의류
39	도드리	dodry.net	81,040	44,786	1,327	777	617,892	성인의류
40	러브패리스	loveparis.net	81,284	16,052	1,336	235	427,957	성인의류
41	에이블리	a-bly.com	82,357	13,335	1,363	188	482,056	성인의류
42	홀릭홀릭	holicholic.com	82,638	70,956	1,374	1,256	523,816	성인의류
43	데일리룩	dailylook.kr	84,719	39,405	1,393	670	410,137	성인의류
44	시크릿라벨	secretlabel.co.kr	86,657	25,992	1,420	433	427,266	성인의류
45	베니토	benito.co.kr	87,257	-6,010	1,417	-132	402,906	성인의류
46	플라이모델	flymodel.co.kr	88,527	48,110	1,455	833	354,692	성인의류
47	지오다노	giordano.co.kr	90,701	36,546	1,477	633	263,303	SPA브랜드
48	커먼유니크	common-unique.com	92,008	31,142	1,744	461	315,568	성인의류
49	몰라웨어	mulawear.com	93,483	30,168	1,529	509	394,875	피트니스웨어
50	몸뽀	mombbe.co.kr	93,968	79,723	1,555	1,429	402,277	성인의류
51	오까네	okkane.co.kr	94,134	44,551	1,544	747	432,129	빅사이즈의류
52	리리엔코	ririnc.com	94,212	-7,745	1,545	-170	382,595	빅사이즈의류
53	시크폭스	chicfox.co.kr	94,908	61,208	1,567	1,095	402,009	성인의류
54	섬제이	ssumji.com	95,296	40,073	1,668	657	395,155	성인의류
55	아이디룩몰	idlookmall.com	95,536	25,633	1,596	405	310,253	브랜드여성의류
56	마리오몰	mariomall.co.kr	96,309	30,676	1,597	550	294,661	브랜드종합의류
57	뽕브라몰	bbongbra.co.kr	97,361	-4,367	1,612	-118	401,717	속옷
58	뉴발란스코리아	nbkorea.com	97,837	-27,288	1,670	-525	296,757	종합스포츠브랜드
59	조군샵	jogunshop.com	98,047	34,864	1,675	574	343,369	종합패션브랜드
60	브랜드	brandi.co.kr	99,742	15,811	1,728	212	245,141	성인의류
61	저스톤	justone.co.kr	101,444	29,114	1,780	441	367,348	성인의류
62	마이더스비	midasb.co.kr	102,946	45,188	1,747	777	346,702	성인의류
63	로미스토리	romistory.com	103,439	29,444	1,727	469	295,876	성인의류
64	슈마커	shoemaker.co.kr	111,145	15,015	1,858	222	171,663	신발
65	프롬비키닝	beginning.kr	111,257	2,189	1,883	5	250,691	성인의류
66	리린	leelin.co.kr	111,997	28,331	1,930	463	289,527	성인의류
67	나인	nain.co.kr	113,705	35,717	1,943	658	296,331	브랜드여성의류
68	시크헤라	chichera.co.kr	115,542	-20,296	1,974	-428	273,285	성인의류
69	분홍코끼리	pinkelephant.co.kr	116,118	51,160	1,973	935	289,557	여성화
70	퍼플	pur-ple.co.kr	117,031	103,059	2,005	1,872	322,575	성인의류
71	리지랄닷컴	leejiral.com	117,139	17,014	1,987	242	270,870	성인의류
72	디스커버리익스페디션	discovery-expedition.com	117,256	76,151	2,042	1,417	235,015	아웃도어
73	언더아머	underarmour.co.kr	119,165	3,443	2,020	-6	231,582	종합스포츠브랜드
74	내셔널지오그래픽어패럴	naturestore.co.kr	119,305	83,650	2,070	1,434	343,280	아웃도어
75	스토리나인	storynine.co.kr	122,237	18,405	2,079	262	267,521	성인의류
76	데상트코리아	shop.descentkorea.co.kr	123,419	52,007	2,166	896	151,641	종합스포츠브랜드
77	피핀	pippin.co.kr	123,588	42,204	2,115	721	271,930	성인의류
78	패션풀	fashion-full.com	124,810	15,093	2,230	141	281,389	성인의류
79	젬마월드	zemmaworld.com	125,357	104,902	2,147	1,853	212,313	성인의류
80	제이스타일	jstyleshop.net	125,891	-11,272	2,274	-256	235,939	빅사이즈의류
81	시크라인	chic-line.com	126,745	39,226	2,222	631	233,016	성인의류
82	빈티지노	vintagegeno.com	126,815	-10,502	2,165	-266	92,788	종합의류
83	컨버스	converse.co.kr	128,269	-25,674	2,349	-537	209,673	종합의류
84	그레이시크	graychic.co.kr	132,114	59,736	2,295	1,049	234,057	성인의류
85	소녀나라	sonyunara.com	132,424	-17,730	2,421	-418	189,636	성인의류
86	안나키즈	annakids.co.kr	135,196	26,304	2,318	426	246,914	성인의류
87	조아맘	joamom.co.kr	139,241	6,312	2,456	77	222,516	성인의류
88	마리앙플러스	mariangplus.co.kr	139,800	57,439	2,396	993	216,911	빅사이즈의류
89	스컬피그	skullpig.com	141,698	-8,042	2,430	-208	233,314	피트니스웨어
90	민스샵	minsshop.com	141,731	-11,589	2,464	-240	200,858	성인의류
91	백스테이	bagstay.co.kr	141,983	-39,502	2,425	-740	265,138	가방
92	메이블루	mayblue.co.kr	142,541	76,912	2,468	1,391	240,406	성인의류
93	라일론	lylon.co.kr	143,282	142,818	2,445	2,648	265,696	성인의류
94	더니트컴퍼니	theknitcompany.com	143,931	16,269	2,458	361	185,621	남성 의류
95	슈퍼스타아이	superstari.co.kr	144,241	44,848	2,475	846	198,497	남성 의류
96	파타고니아코리아	patagonia.co.kr	145,453	43,758	2,483	776	182,776	아웃도어
97	크루비	crewbi.com	148,745	24,779	2,550	425	181,348	종합의류
98	엘가노벨버	elganovember.com	149,594	16,388	2,539	279	203,970	남성 의류
99	코코블랙	cocoblack.kr	152,688	171,504	2,678	3,669	228,579	성인의류
100	제이예스티나	jestina.co.kr	154,014	26,678	2,712	751	131,738	패션잡화브랜드



원앤원

원앤원(대표 강필성)은 30년 경력의 패턴 전문가인 강필성 대표가 운영하는 여성복 토탈 임가공 공장이다. 패턴에서 완성 작업까지 공장에서 이루어지며, 핸드메이드와 다운도 생산 가능하다. 월 생산량은 10,000장이며, 최소 100장 이상의 소량 주문도 진행한다. 주 거래처는 디자이너 브랜드다.



◆설립연도 2018년 ◆연락처 010-5736-4418 ◆소재지 다산로 20길 30, 2층 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐, 다이마루 ◆주생산품목 여성정장, 캐주얼웨어 ◆월생산량 월 10,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 30장) ◆주거래처 디자이너 브랜드

월드패션

월드패션(대표 김상원)은 30년 경력의 김상원 대표가 운영하는 우븐, 다이마루 소재의 여성정장, 캐주얼웨어 전문 임가공 공장이다. 월 3,000장 생산이 가능하며, 주 거래처는 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰이다.



◆설립연도 2013년 ◆연락처 010-8337-8856 ◆소재지 다산로 31길 60-6, 현대빌딩 202호 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐, 다이마루 ◆주생산품목 여성정장, 캐주얼웨어 ◆월생산량 월 3,000장 ◆주거래처 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰

유림패션

유림패션(대표 이성진)은 여성복, 남성복 전문 임가공 공장이다. 월 3,000장 생산이 가능하고, 최소 30장 이상의 소량 주문도 진행한다. 신용을 중요하게 생각해 납기일을 잘 지키며, 주 거래처는 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰이다.



◆설립연도 2017년 ◆연락처 010-3128-1625 ◆소재지 다산로 36길 24, 3층 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐 ◆주생산품목 여성복, 남성복 ◆월생산량 월 3,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 100장) ◆주거래처 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰

은혜패션

은혜패션(대표 방승수)은 35년 경력의 방승수 대표가 운영하는 여성복 전문 임가공 공장이다. 월 1,000장 생산이 가능하며, 최소 20장 이상의 소량주문도 진행한다. 주 거래처는 동대문 도매시장이다.



◆설립연도 2017년 ◆연락처 010-3320-7641 ◆소재지 퇴계로 81가길 2, 3층 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐 ◆주생산품목 여성정장, 캐주얼웨어 ◆월생산량 월 1,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 20장) ◆주거래처 동대문 도매시장

이둔사

이둔사(대표 진용택)는 30년 경력의 진용택 대표가 운영하는, 청바지 전문 임가공 공장이다. 기계자동화로 품질이 우수하고, 납기일을 준수한다. 월 10,000장 생산이 가능하고, 최소 20장 이상의 소량주문도 진행한다. 주 거래처는 동대문 도매시장이다.



◆설립연도 2014년 ◆연락처 010-8722-9154 ◆소재지 퇴계로 88다길 22, 지하 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐 ◆주생산품목 캐주얼웨어 ◆월생산량 월 10,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 20장) ◆주거래처 동대문 도매시장

이레사

이레사(대표 이미영, 이을규)는 여성복, 남성복 바지 전문 임가공 공장이다. 월 9,000장 생산이 가능하고, 최소 20장 이상의 소량주문도 진행한다. 주 거래처는 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰, 유니폼 업체 등이다.



◆설립연도 2014년 ◆연락처 010-5669-8984 ◆소재지 퇴계로 88가길 8-4, 2층 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐 ◆주생산품목 여성정장, 남성정장, 유니폼 ◆월생산량 월 9,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 20장) ◆주거래처 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰, 유니폼 업체

일광

일광(대표 배종규)은 여성복 패턴, 샘플에서 임가공까지 자체 생산 작업이 가능한 곳이다. 월 4,000장 생산이 가능하고, 최소 50장 이상의 소량주문도 진행한다. 주거래처는 동대문 도매시장이다.



◆설립연도 2010년 ◆연락처 010-5317-1311 ◆소재지 퇴계로 8길 27, 지하 1층 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐 ◆주생산품목 여성정장, 캐주얼웨어 ◆월생산량 월 4,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 50장) ◆주거래처 동대문 도매시장

재이

재이(대표 장용승)는 30년 경력의 장용승 대표가 운영하는 임가공 공장이다. 주 생산품목은 우븐, 다이마루 소재의 여성정장, 캐주얼웨어다. 월 3,000장 생산이 가능하고, 최소 100장 이상의 소량주문도 진행한다. 주 거래처는 동대문 도매시장이다.



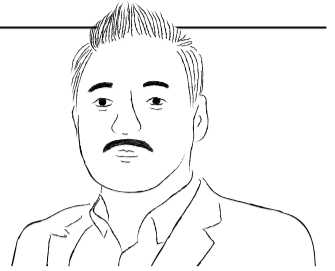
◆설립연도 2011년 ◆연락처 010-9425-5647 ◆소재지 다산로 39길 45, 3층 ◆업태 임가공 ◆직조형태 우븐, 다이마루 ◆주생산품목 여성정장, 캐주얼웨어 ◆월생산량 월 3,000장 ◆미니오더 가능(최소수량: 100장) ◆주거래처 동대문 도매시장



이철영의 동대문 이야기⑨

# 운도 실력이다

## - 콩 심은데 콩 나고, 팥 심은데 팥 난다



이철영  
(한국섬유소재연구원 전문위원 · 전 야드인 부사장)

고사성어에 운칠기삼(運七氣三)이란 말이 있다. 모든 일에 있어서 실력은 30%이고, 나머지 70%는 운이 따라야 한다는 의미다. 나 역시 사업 운은 별로였지만 동대문에서 있었던 시간을 되돌아보면 그 말도 전혀 틀린 말은 아닌 것 같다. 동대문시장에 첫발을 들여놓고 떠나는 날까지 내 운은 최고였지 않았나? 그런 생각을 해 본다.

동대문에 첫발을 디뎠던 업체는 큰 규모는 아니었다. 당시 규모가 작은 신생 원단업체였다. 30여년이 지난 지금은 원단업계에서는 최고로 알아주는 회사로 성장했다. 발전하게 된 계기는 1990년도부터 시작된 섬유패션시장의 호황기였다. 그 시기 동대문 옷들이 엄청나게 판매되면서 새로 원단을 내놓기만 하면 불티나게 팔렸다. 우리가 개발한 원단은 물건이 달려 못 팔 지경에 이르게 될 정도였다. 하루하루 생산되어 입고되기가 무섭게 팔려나갔으며, 심지어는 몇 천 만원씩 선입금을 하고 원단을 배당받기까지 했다.

우리만 그런 것이 아니었다. 그 시절에는 장사 좀 한다는 사람이나 실력 있고 개발력 있는 원단 업체들은 아마 엄청난 부를 축적했을 것이다. 시기적으로 섬유패션산업 환경이 일본과의 무역이 왕성 할 때였고, 남대문시장과 광장시장, 동대문시장이 활발하게 움직일 때였다.

그러다가 1997년 말 IMF 외환위기가 터졌다. 국내 경제가 몰락하면서 대기업뿐만 아니라 중소기업들의 부도가 속출했고, 직장인들은 일자리를 잃고 거리로 내몰리게 됐다. 국가를 살리기 위해 국민들은 금 모으기에 동참하는 등 눈물겨운 시절을 보내야만 했다.

동전의 양면처럼 망하는 쪽이 있으면 반대로 흥하는 쪽이 있는 것 같다. 당시 환율이 달러당 760원 하던 것이 IMF 사태 이후 1500원까지 급상승하게 되면서 일부 섬유업체는 호황을 누렸다. 내수 경기는 좋지 않았지만 환율 덕택으로 해외 바이어들이 몰려오기 시작했다. 특히 남미 지역의 브라질, 멕시코, 아르헨티나 등지에서 한인 교포들이 국내로 들어와 동대문시장 옷들을 싸쓸이 해갔다. 물론 우리나라 옷이 세계 시장에 내 놔도 빠지지 않을 만큼 품질을 갖추고 있었고 가격이 저렴했기 때문이지만, 환율 상승의 결과라고 볼 수 있다. 2020년 현재 코

로나19 사태로 인한 마스크 대란으로 관련 산업 일감이 폭주하고, 비대면 소비로 인한 온라인과 배달 사업이 호황을 누리고 있는 것과 마찬가지로 볼 수 있다.

2000년대 초반 두 번째 들어간 곳 역시 작은 원단업체였지만, 다이마루 분야에서 발전 가능성이 있는 곳이었다. IMF 사태 이후 내셔널 브랜드가 하향 곡선을 그리면서 정장 또는 베이직한 옷에서 캐주얼 옷들로 변화하기 시작할 때였다. 동대문에서는 밀리오레, 두타몰 등 리테일 쇼핑몰이 오픈하고 K-팝이 인기를 끌 때였다. 원단 시장 역시 캐주얼한 옷을 만



들 수 있는 제품으로 바뀌기 시작했다. 그런 효과에 힘입어 내가 근무하던 업체의 신제품 원단 반응이 좋아 매출도 급상승했다. 알려지지 않았던 작은 원단 업체가 동대문시장 2층 중앙통에 매장을 열면서 전성기를 구가했다.

그 후 내가 잠깐 일을 봐준 원단업체가 있다. 그 회사 여 사장님은 원단에 대한 감각이 놀라울 정도였다. 원래 남대문 상가에서 옷 사업을 오래 했기 때문에 원단 보는 눈이 남달랐다. 나와는 인연이 없어서 오래 함께 하지 못했지만, 그 때부터 이 업체는 승승장구하기 시작해 지금은 다이마루 원단 분야에서 최고의 업체로 자리매김하고 있다.

지난 회 글에서도 소개했지만 야드인 역시 사업 운은 타고 난 것 같다는 생각을 해 본다. 2000년 뉴 밀레니엄 시대를 맞아 환경 친화적 가치관과 윤리적 가치를 기반으로 한 의류가 대두되면서 새로운 코튼 소재가 개발되고, 오가닉 코튼, 피마면 등의 친환경적인 면과 고급 면 등 가볍고 드라이한 소재가 급부

상하게 됐다. 또한 지속가능성 소재와 슬로우 패션 등 친환경 패션이 대두되면서 모달, 리오셀 등의 새로운 소재를 혼방하거나 각종 기술을 활용한 소재들이 각광을 받게 됐다.

야드인은 일찍이 자연섬유에 대한 애착과 라이프스타일이 부상할 것으로 예측하고 텐셀, 모달 등의 소재를 응용한 다양한 원단을 만들어 패션 업체와 디자이너 등으로부터 폭발적인 반응을 불러일으켰다. 필자는 2010년 야드인에 합류했는데, 레이온, 텐셀 등의 다양한 원단 개발과 자연 친화적인 소재 범에 편승해 매출이 상승곡선을 그리는데 일조했다.

야드인은 영업직원을 별도로 두지 않고 새로운 제품을 개발하면 매장에서 직원이 주문 받고 생산 MD가 재고현황을 실시간 관리해 생산을 진행했다. 영업직원이 업체를 방문해 원단을 홍보하고 주문 받고 하면 매출 향상 등의 좋은 점도 있지만 자신의 실적을 위해 단가를 낮추고 재고가 없을 때도 무리하게 주문을 받는 등의 편법을 쓸 수 있던 시절에서 시스템을 발전시켜 나간 것이다.

이처럼 나를 동대문에 27년간 가뉘두었던 것은 실력보다 운이 크게 작용하지 않았나 하는 생각이 든다. 막 크려고 하는 업체에 들어가 숟가락 하나 얹어 놓고 맛있는 밥을 먹는 꼴이 남들이 볼 때 알뜰하게 느껴질 수 있겠지만, 이것도 내 운이었지 않나 싶다. 하지만 나 역시 얘기 보따리를 꺼내자면 몇 날 밤을 새도 모자를 정도로 열심히 노력했고, 최선을 다 했던 것은 사실이다.

운칠기삼이라고 하지만 운은 아무에게나 오지 않는다. 열심히 노력하고 준비하고 연구하고 개발하는 사람에게만 온다는 것을 나 스스로 체험했다. 내가 있었던 위의 몇몇 업체들도 운으로 성공한 것처럼 보일지는 모르지만, 그 이면에는 엄청난 노력과 땀 있었기에 결실을 맺을 수 있었다.

코로나19로 경제가 매우 어렵다. 코로나가 언제 끝이 날지 모르지만, 우리의 생활 패턴을 바꾸고 있는 것만은 확실하다. 이제는 코로나 이후를 생각할 때다. 위기 뒤에는 분명 기회가 오기 때문이다. “나는 정말 운이 없어”라고 탓 할 것이 아니라 “I can do it”이라는 긍정적인 생각을 가지고 주어진 일에 최선을 다하면 언젠가는 행운의 여신이 여러분을 찾아갈 것이다.



## 패션디자이너가 알아야 할 법률상식56 | 세무

### 40

사업자로서 신고해야 하는 세금은 어떤 것이 있나요?

“부가가치세, 소득세, 인건비 신고”

사업자등록을 마친 사업자는 세법상 각종 세금의 신고·납부 의무가 있습니다. 그중 꼭 알아야 할 세금신고로는 크게 부가가치세, 소득세, 인건비 신고의 세 가지가 있습니다.

#### 1. 부가가치세 신고

부가가치세란 상품을 판매할 때 10%의 부가가치세 매출세액과 사업 관련 비용을 지출할 때 10% 추가 부담한 매입세액 차이를 납부하는 것입니다. 부가가치세는 1년을 1기(상반기)와 2기(하반기)로 구분하여 해당 기간이 종료되는 날의 다음 달 25일까지 신고 및 납부를 진행하게 됩니다. 개인사업자는 크게 두 번의 부가가치세 신고가 있는 반면, 법인사업자는 확정신고기간 중간에 예정신고를 해야 하므로 총 네 번의 신고를 진행하게 됩니다.

신고대상		신고납부기간		
일반	1기 과세기간	예정 신고기간	1. 1~3. 31 실적	4. 1~4. 25
		확정 신고기간	4. 1~6. 30 실적	7. 1~7. 25
	2기 과세기간	예정 신고기간	7. 1~9. 30 실적	10. 1~10. 25
		확정 신고기간	10. 1~12. 31 실적	다음 해 1. 1~1. 25
간이	1년이 하나의 과세기간		1. 1~12. 31 실적	다음 해 1. 1~1. 25

#### 2. 소득세(법인세) 신고

소득세란 사업자가 매년 1월부터 12월까지 1년 간 벌어들인 소득(비용을 제외한 수익)에 대한 세금을 신고·납부하는 것입니다. 개인사업자는 종합소득세라고 하여 개인의 연간 각종 소득(이자, 배당, 사업, 근로소득 등)을 합산하여 다음 연도 5월 말까지 신고·납부하고, 법인은 법인세라고 하여 법인의 소득을 다음 연도 3월 말까지 신고·납부하게 됩니다.

대상 소득종류	원천징수 대상 소득	세율
사업소득	부가가치세가 면세되는 의료보건의료업 등	3%
근로소득	매월 분의 근로소득	기본세율
퇴직소득	퇴직소득	기본세율
기타소득	기타 소득금액	20%
봉사료수입	음식숙박업의 봉사료수입	5%
일용근로자	일당 10만 원 초과 소득	6%

#### 3. 인건비 신고

사업을 하면서 4대 보험에 가입된 정규직이나 아르바이트 일용직, 프리랜서 등 직원들에게 인건비를 지급하게 되면 지급에 따른 세금 원천징수와 함께 인건비 신고를 진행해야 합니다. 인건비 신고는 급여를 지급한 다음 달 10일까지 매달 신고하고, 추가로 연간 1회 지급명세서를 제출해야 비용을 인정받을 수 있습니다.



### 41

월세, 원단 구매 등 사업관련 비용을 지출할 때 주의할 점이 있나요?

“증빙자료 모으는 습관 중요”

사업을 하다 보면 상품 구입부터 임차료, 직원 인건비, 비품 및 소모품 구입, 광고비, 통신비, 전기료, 각종 수수료 등 수많은 비용들이 지출되는데, 이러한 지출들은 소득세를 계산할 때 비용으로 인정받을 수 있기 때문에 그 비용을 지출했다는 증빙을 잘 갖춰 놓는 것이 중요합니다. 이때 필요한 증빙으로는 세금계산서나 계산서, 카드영수증, 현금영수증(사업자 지출증빙용)이 있는데, 건당 3만원 이상의 거래에 대해 이러한 증빙을 챙기지 않으면 비용처리를 할 때 가산세가 있으니 지출할 때마다 증빙을 잘 챙기는 습관을 가지는 것이 좋습니다. 만약 지출처가 비사업자이거나 간이과세자라서 증빙을 받기 힘든 경우에는 계좌이체 방식으로 지급을 하고 계약서나 영수증 등 객관적인 지출증빙을 잘 갖춰 놓으면 됩니다.

### 42

부가가치세 세금이 너무 많이 나오는데 절세를 위한 Tip(Tip)이 있나요?

“매입세액 늘리기”

부가가치세는 매출세액과 매입세액 차이에 대하여 납부하는 세금이기 때문에 절세를 위해서는 매출세액을 줄이거나 매입세액을 늘려야만 하는데, 매출세액을 줄이는 것은 현실적으로 불가능하기 때문에 합법적으로 부가가치세를 절세하기 위해서는 매입세액을 늘리는 것이 좋습니다.

### 43

5월 종합소득세 신고 때 세금폭탄을 맞지 않으려면 어떻게 해야 하나요?

“비용지출 및 소득공제 관리”

소득세는 개인사업자가 1년 간 벌어들인 수익에서 비용을 뺀 금액인 소득에 대해 납부하는 세금입니다. 소득세는 소득이 커질수록 세율도 커지는 누진세율 구조이므로 비용지출을 잘 관리하는 것이 소득세를 줄이는 데에 중요합니다.

※ 자료출처 : 서울디자인재단 발행 '패션디자이너가 알아야 할 법률상식56'





Premium Tencel Wool  
#TAVI 2X2 SPAN

#340

#25

#216

#503

#27

타비2X2스판  
Color  
swatches

Y A R D

HIGH QUALITY

야드인의 원단은 눈으로 보이는 차이는 작지만,  
그 작은 차이가 명품이 됩니다.



#101

#247

#239

#257

#7

타비웜  
Color  
swatches

Premium Tencel Wool  
#TAVI WARM