



미래세대에게 전할 가치 있는 보물

서울미래유산 '동대문 패션타운'



08 기획  
서울시·중기부·중구청  
올해 동대문 상권 지원 정책

동대문 패션타운은 몇 년 전까지만 하더라도 국내 패션산업을 대표하는 상권으로 각광 받았지만 최근 위기를 맞고 있다. 상권을 살리기 위해 서울시와 중기부, 중구청 등이 마련한 올해 지원 정책을 살펴봤다.



11 인터뷰  
“시장 활성화 위해  
최선의 노력 다할 것”

제13대 평화시장 상인연합회 회장에 황문식 삼주사 대표가 선임됐다. 황 회장은 12대에 이어 앞으로 2년간 더 상인연합회를 이끌게 됐다. 새로 이진한 상인연합회 사무실에서 황 회장을 만나 연임 소감과 앞으로의 각오를 들어봤다.



12 인기상품  
가방 전문 도매상가  
패션남평화 인기상품

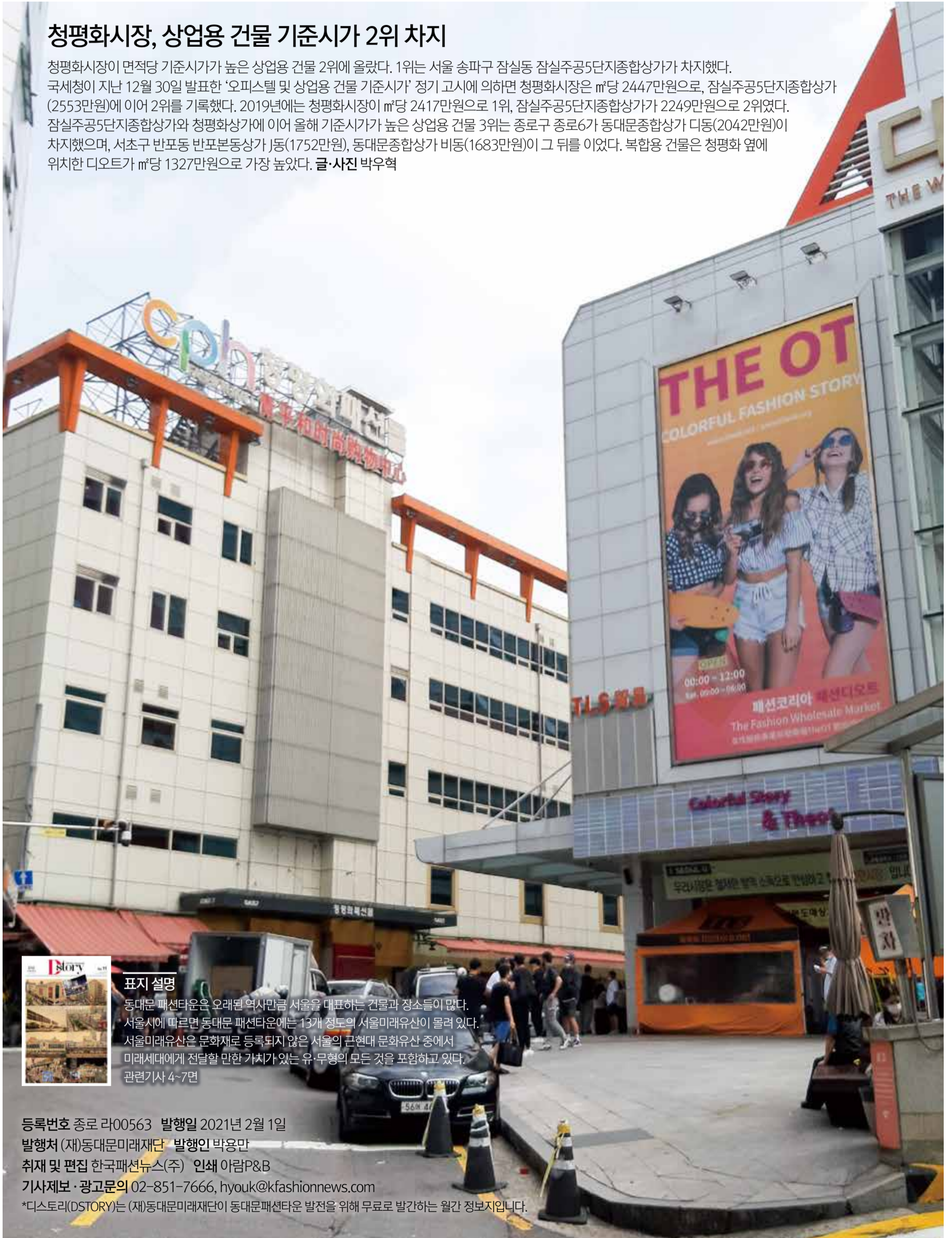
패션남평화 지하 1층과 1층에 가면 장인들이 만든 각종 가방과 지갑을 만날 수 있다. 남평화는 남성·여성 캐주얼 매장도 있지만 가방이 더욱 유명하다. 최근 남평화에서 잘 팔리고 있는 인기상품을 소개한다.





### 청평화시장, 상업용 건물 기준시가 2위 차지

청평화시장이 면적당 기준시가가 높은 상업용 건물 2위에 올랐다. 1위는 서울 송파구 잠실동 잠실주공5단지종합상가가 차지했다. 국세청이 지난 12월 30일 발표한 ‘오피스텔 및 상업용 건물 기준시가’ 정기 고시에 의하면 청평화시장은 ㎡당 2447만원으로, 잠실주공5단지종합상가(2553만원)에 이어 2위를 기록했다. 2019년에는 청평화시장이 ㎡당 2417만원으로 1위, 잠실주공5단지종합상가가 2249만원으로 2위였다. 잠실주공5단지종합상가와 청평화상가에 이어 올해 기준시가가 높은 상업용 건물 3위는 종로구 종로6가 동대문종합상가 디동(2042만원)이 차지했으며, 서초구 반포동 반포본동상가 J동(1752만원), 동대문종합상가 비동(1683만원)이 그 뒤를 이었다. 복합용 건물은 청평화 옆에 위치한 디오토가 ㎡당 1327만원으로 가장 높았다. 글·사진 박우혁



#### 표지 설명

동대문 패션타운은 오래된 역사만큼 서울을 대표하는 건물과 장소들이 많다. 서울시에 따르면 동대문 패션타운에는 13개 정도의 서울미래유산이 몰려 있다. 서울미래유산은 문화재로 등록되지 않은 서울의 근현대 문화유산 중에서 미래세대에게 전달할 만한 가치가 있는 유·무형의 모든 것을 포함하고 있다. 관련기사 4~7면

등록번호 종로 라00563 발행일 2021년 2월 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)동대문미래재단이 동대문패션타운 발전을 위해 무료로 발간하는 월간 정보지입니다.



# 동대문 패션산업 활성화를 위한 제언

국내 최대 패션산업 집적지인 동대문시장은 패션 유통산업의 변화와 코로나19 등으로 위기를 맞고 있지만, 여전히 주변 원자재시장과 봉제공장의 가장 큰 고객이며, 우리나라 패션산업의 중심이다.

특히, 대한민국이 가난하던 1960년대부터 지금까지 오일장과 동네 옷가게와 온라인몰을 통해 자식들의 설빔과 부모님의 갈음옷과 우리들의 패션을 공급하여 국민을 행복하게 한 주역도 동대문시장의 상인들이다.

그런 동대문 패션산업이 위기에 처해있다. 동대문 패션타운 종사자들의 상권 이슈에 대한 참여 부족과 상권 내 부적격시설로 인한 피해가 누적되고 있다. 그리고 상권과 맞지 않는 ‘동대문시장 활성화’란 명분보다 실제 동대문 상권에 필요한 지원(상권을 위한 공간과 주체적인 디지털 유통환경 구축)을 끌어내려는 노력이 부족했던 게 내부적인 요인이라 하겠다.

이에 동대문 패션타운 활성화를 위한 몇 가지 제언을 해 본다.

첫째, 30년 가까이 도매상권 한복판에서 고객의 동선과 물류의 흐름을 차단하고 있는 서울경찰청 가동본부의 신속한 이전과 상권과 지역 친화적인 부지 활용방안의 수립이다.

2016년엔 곧 이전이 될 것처럼 뉴스가 나오다가 결국 이전 부지확보 문제로 중단되었고, 2018년엔 서울시에서 가동본부 부지를 대상으로 ‘서울 패션혁신허브 조성을 위한 기본구상 학술용역’에 대한 입찰을 하였다.

가동본부의 이전은 침체하는 동대문 상권을 되살리기 위한 중요한 전환점이 되겠지만 부지 이용 방안에 대한 논의에 반드시 상권의 의견이 반영되어야 한다. 동대문 패션타운은 시장이다. 따라서 패션제조유통산업으로 분류가 되어야 하며 패션봉제산업으로 규정하는 것은 매우 위험한 접근이다. 가동본부 이전 후에도 상권의 활성화와 무관한 시설이 들어선다면 동대문 상권은 회생할 기회가 사라지기 때문이다.

우리는 동대문디자인플라자(DDP)를 통해 상권 내 부지 이용에 대한 학습효과를 갖고 있다. DDP가 개관하고 연간 수백만 명의 관광객 방문이 예상되었을 때 주변 지역에선 활성화에 대한 기대를 품었지만, DDP와 지역 상권과의 지향점은 달랐고 오히려 동대문역사문화공원역을 중심으로 방문객들을 흡수한 DDP만 독주했다는 의견이 많다.

현재 동대문 상권의 침체 원인을 DDP에 두는 건 아니지만 상인들이 반세기를 지나면서 축적한 동대문시장이라는 기반 위에서 연간 팔백만 명 이상의 방문객을 확보하였다면, 최소한 방문객들을 상권으로 순환시키는 기능과 동대문패션타운의 역사와 현재 유통상품의 관측, 홍보를 위한 공간은 내주었으면 한다.

아울러 가동본부 부지 활용에 대한 논의에서 상권이 배제되고 현장을 모르는 외부인들이 상권(도소매 패션 제조유통산업)에 대한 이해 없이 ‘동대문 상권 활성화’란 구실로 상권을 망치는 일이 일어나선 안 될 것이다.

특히 동대문시장과 전혀 다른 글로벌 패션 선진도시의 사례를 동대문 상권에 적용하는 것은 신중해야 한다. 뉴욕, 밀라노, 파리는 동대문시장과 다르다. 우리는 봉제를 포함한 패션산업을 견인하는 동대문시장의 미래를 준비해야 한다.

둘째, 동대문 상권이 주체인 ‘동대문패션타운 디지털 플랫폼 구축’에 대해선 이미 여러 차례 밝힌 바 있다. 동대문 상권이 온라인유통사들의 하청지대가 되지 않고 독자적인 상품개발로 글로벌시장에서 경쟁할 수 있는 여건을 조성하기 위해선 현재 시범사업 중인 ‘동대문패션타운 정품인증제’와 함께 ‘동대문패션타



박중현  
• (사)동대문패션타운관광특구협의회 회장  
• 테크노상가 회장

“  
동대문 패션산업이 위기에 처해있다.  
동대문 패션타운 종사자들의  
상권 이슈에 대한 참여 부족과 상권 내  
부적격시설로 인한 피해가 누적되고 있다.  
그리고 상권과 맞지 않는 ‘동대문시장 활성화’란  
명분보다 실제 동대문 상권에 필요한 지원을  
끌어내려는 노력이 부족했던 게 내부적인  
요인이라 하겠다.  
이에 동대문 패션타운 활성화를 위한  
몇 가지 제언을 해 본다.  
”

운 디지털플랫폼 구축’으로 동대문 패션제품의 ‘디지털 변별력’ 확보가 시급하다는 것이 핵심이다.

특히 ‘동대문패션타운 정품인증제’는 ‘패션산업 보호를 위한 원산지 위변조 행위’에 대한 대책과 함께 동대문패션 제품의 글로벌 판로 확대를 위해 추진하고 있는 사업으로 장기적인 관점에서 국산 원자재의 공급 촉진과 ‘한국제’의 점유율 제고를 목표로 한다.

셋째, 참여를 통한 동대문 상권조직의 활성화다. 동대문 상권은 개별 자영업자들로 구성되어 있지만, 구성원들의 참여 없이 상권의 미래를 준비할 방법은 없다.

‘동대문 패션산업 활성화’라는 명분을 내세운 사업들이 자금지원을 받아서 동대문 상권 내에서 진행되었지만, 상권과 무관한 외부인들이 실제 상권의 현실과도 맞지 않는 사업을 진행하다가 사라진 것이 대부분이다. 필자가 일일이 열거하지 않는 이유는, 그런 사업들이 우리 동대문 상권 한복판에서 이뤄지는데도 불구하고 관심조차 없거나 문제의식을 느끼지 않는 우리 자신에 대한 자괴감 때문이다.

하지만 이제는 우리가 목소리를 내야 할 것이다. 자기 장사를 열심히 하듯이 자신이 속한 상권을 위한 참여가 필요하다. 상권 내 종사자 십만여 명 중에 백 명만 참여해도 정책을 바꿀 수 있는 것이 조직의 힘이다. 열심히 장사하고 세금을 낸 납세자로서 우리는 우리가 원하는 적절한 지원을 받을 권리가 있으며, 우리의 선배들이 피땀으로 물려준 상권을 계승 발전시킬 의무가 있는 것이다.

끝으로 필자는 동대문 패션타운의 미래를 위해서는 함께 참여하는 것만이 유일한 방법임을 밝히며, 그 출발을 위하여 ‘동대문 패션산업 미래전략위원회’를 구성할 것을 제안한다.

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

# 서울미래유산 '동대문 패션타운' 미래세대에게 전할 가치 있는 보물 곳곳서 빛나

동대문 패션타운은 오래된 역사만큼 서울을 대표하는 건물과 장소들이 많다. 서울시가 지정하는 서울미래유산 현황을 보면 서울시 25개 구에 471개의 서울미래유산이 있다. 그 중 중구에 89개가 있고, 동대문 패션타운에 10여개가 몰려 있다. 종로구에 속한 동대문종합시장과 창신동 봉제마을, 동대문생선구이골목을 포함하면 13개 정도 된다.

서울미래유산은 서울시가 지난 2013년부터 시작한 사업으로, 문화재로 등록되지 않은 서울의 근현대 문화유산 중에서 미래세대에게 전달할 만한 가치가 있는 유·무형의 모든 것을 포함하고 있다. 서울사람들이 근현대를 살아오면서 함께 만들어온 공통의 기억 또는 감성으로 미래세대에게 전할 보물이라고 보면 된다.

생산부터 판매까지 한곳에서 이루어지는 패션 클러스터이자 20세기 산업화의 상징인 동대문 패션타운은 이 사업이 시작된 2013년 서울미래유산으로 지정됐다. 서울을 대표하는 패션시장으로 내국인들과 외국인들이 많은 찾는 관광명소로 보존가치가 있다는 것이 선정 이유다.

동대문 패션타운 내에 있는 평화시장, 신평화시장, 제일평화시장, 청평화시장, 광희시장, 벨포스트, 동대문종합시장, 창신동 봉제마을, 청계천 헌책방거리, 전태일 분신장소, 동대문 생선구이골목, 국립중앙의료원 등도 같은 시기 서울미래유산으로 지정됐다. 동대문 패션타운 내 서울미래유산을 소개한다.

글 박우혁·사진 서울미래유산 홈페이지

## 평화시장

### 산업화 상징하는 전국 최대 의류 도매상가

■선정연도 : 2013년 ■건립시기 : 1962년 ■선정이유 : 평화시장은 청계천변 가까이 북한 실향민을 중심으로 형성된 무허가시장을 모태로 성장한 의류전문 도매상가다. 평화시장이라는 명칭은 북한이 고향인 상인들이 평화통일을 염원하는 취지에서 명명한 데서 유래한다.

평화시장은 동대문과 동대문역사문화공원 사이에 조성된 전국 최대 규모의 의류전문 도매상가이다. 광복 이후 서울로 사람들이 모이면서 청계천변에 무허가 노점시장이 형성되었는데, 이것이 평화시장의 시작이다. 여기에 6·25전쟁 당시 북한에서 내려온 실향민들이 가세하면서 시장의 기틀이 잡혔다. 1958년 대화재 이후 판자촌들이 사라지고, 1960년대 초반에 지금의 현대식 건물이 들어서게 됐다.

현재 이곳에는 2,073개의 점포에 약 3,500명의 인원이 의류업에 종사한다. 오래된 시장이라서 점주들의 평균 연령 역시 50세에 이른다. 1980년대 들어 평화시장이 전국 최대의 의류상가로 성장하면서 전성기를 누리기도 했으나, 1990년대부터 주변에 동대문 패션타운이 형성되면서 시장의 성격이 바뀌고 있는 중이다.

평화시장은 판자촌으로 시작해 오늘날 동대문시장 구성에 중추적 역할을 수행한 의류전문 도매상가이자 대한민국 산업화를 상징하는 시장으로 지속적으로 관리하고 보존해야 할 미래유산이다.



## 신평화시장

### 동대문 패션타운 조성에 중추적 역할 담당

■선정연도 : 2013년 ■건립시기 : 1969년 ■선정이유 : 신평화시장은 1969년 12월에 개장한 의류전문 도매상가다. 청계천변을 따라 좌우로 길게 뻗은 신평화시장은 1969년 평화시장에서 옮겨온 100여 점포가 문을 열고 '성동상가'라는 명칭으로 출발했다. 지금은 스스로 개발한 제품을 직접 만들어 팔고 있지만, 개장 초기 손님들이 없어 어려움을 겪던 상인들은 힘겨운 상권 확보 노력과 철 지난 재고상품들을 덩핑 판매하는 전략으로 살아남았다. 1978년 7월 '성동상가'에서 '신평화시장'으로 명칭이 바뀌었고, 1999년 1월 신평화패션타운으로 재개칭해 오늘에 이른다.

신평화시장은 1969년에 준공된 지하 1층 지상 4층 건물로, 1998년 전면적인 보수공사를 실시, 1층은 스포츠의류와 속옷·액세서리 등을 판매하고, 2층은 신사숙녀복, 3층은 남녀 캐주얼의류와 정장 등을 주로 판매한다. 4층은 중국, 일본, 대만, 인도, 필리핀, 몽골 등 다양한 나라의 바이어들을 상대로 수출상담이 이루어지는 수출전문특구이다. 신평화시장에는 1,200여 업체에 3,000여 명의 상인들이 종사하고 있으며, 점포들 대부분 직접 디자인과 생산을 병행하고 있다.

신평화시장은 오늘날 동대문 패션타운 구성에 중추적 역할을 담당하는 상가군의 하나이자 대한민국 의류산업의 과거와 현재를 보여주는 곳으로 지속적인 관리와 보존이 필요한 곳이다.





제일평화시장

## 고가 패션상품 메카 '동대문 제일백화점'



■선정연도 : 2013년 ■건립시기 : 1981년 ■선정 이유 : 제일평화시장은 1981년에 개장한 의류 및 액세서리, 신발 등을 취급하는 도소매상가다. 개장 초기에는 의류만을 다루는 도매시장이었으나 지금은 대부분의 업체들이 소매업을 겸하고 있어 20~30대의 젊은 여성들이 주로 찾는 곳이다.

제일평화시장은 지금은 해체된 동대문운동장 축구장 옆에 건립된 상가건물형 시장으로 점퍼와 티셔츠 등을 취급하는 의류전문 도매시장으로 출발, 액세서리·신발·구두 등으로 취급품목을 확대해 오늘에 이른다. 지하 1층부터 지상 2층까지는 여성 의류와 액세서리, 핸드백 등을 판매하고 있으며, 지상 3층은 여성 의류 및 아동복을 판매한다. 초기 제일평화시장의 중

사자들은 50대 이상이 다수였으나, 2002년부터는 업력 10년 미만의 30~40대 점주들이 중심을 이루고 있다. 이곳에는 약 800여 개의 업체가 입점해 있다.

제일평화시장은 1981년 10월 준공 시점에는 지하 1층 지상 3층 건물이었으나 2015년 5월 리모델링과 함께 7층으로 증축하고 새단장을 끝냈다. 2015년 7월 시내면세점 사업권 획득을 위해 컨소시엄을 형성하고 유치전에 뛰어들었으나 실패했다. 지역경제에 큰 비중을 담당해 온 제일평화시장은 동대문 도매상권에서도 고가의 고급 패션상품을 취급해 '동대문 제일백화점'이라고도 불리는 곳이다. 2019년 9월 23일 화재가 발생해 영업을 중단했다가 복원과 리뉴얼 공사를 한 후 2020년 4월 재개장했다.

청평화시장

## 유행 민감 패션상품 제때 선보여 젊은 여성에게 인기



■선정연도 : 2013년 ■건립시기 : 1983년(1968년) ■선정 이유 : 청평화시장은 1968년에 개장한 여성의류 전문 도매시장이다. 이곳은 독특한 아이템과 심플한 디자인으로 유행에 민감한 패션상품들을 제때에 선보여 젊은 여성들이 즐겨 찾고 있다.

청평화시장은 1968년 동대문 청계천변에 '청평화시장'으로 출발, 1983년 대규모 상가건물로 재개장한 이후 현재까지 30년간 동대문 패션타운의 역사와 함께 해왔다. 청평화시장은 동대문에서 처음으로 완사입 시스템을 정착시켜 유통의 안정화를 꾀하고, 권리금 제도를 폐지함으로써 상가 진입의 문턱을 낮추어 상가의 활성화에 크게 기여했다. 대부분 점포주가 자체 생산공정을 거쳐 최신유행 제품을 생산 및 판매한다. 몇 년 전부터 중국 바이어들의 방문이 잦아지고 있으며 전체 물량의 20% 정도를 중국과의 교역을 통해 판매한다.

청평화시장은 1983년에 준공된 지하 1층 지상 5층 건물로, 2005년 중구청의 지원과 민자부담금 12억6천만 원을 투입해 외장재, 계단, 엘리베이터 교체 등의 현대화 사업을 실시하고, 2007년과 2009년 추가로 두 차례의 현대화사업을 진행했다. 현재 청평화시장에는 1,200여 개의 매장에 약 3,000여 명의 상인이 의류업에 종사한다.

청평화시장은 동대문 의류상권을 구성하는 상가건물형 시장의 하나이자 대한민국의 의류산업의 현재를 보여주는 곳으로 꾸준한 관리와 보존이 필요한 미래유산이다.

광희시장

## 가족·모피 의류 특화 국내외 바이어 즐겨 찾아

■선정연도 : 2013년 ■건립시기 : 1979년 ■선정 이유 : 광희시장은 1979년 5월에 개장한 대규모 패션몰이다. 가족·모피 제품과 보세의류를 주로 취급하는 광희시장은 시중에서 구하기 어려운 제품들이 많아 특이한 제품을 구매하기 위한 내방객들이 들르는 필수코스이다.

광희시장은 양질의 가족·모피 제품과 보세의류를 저렴하게 구입할 수 있는 곳으로, 외국인도 물론 남다른 맛을 추구하는 내국인들이 즐겨 찾고 있다. 또한 동유럽 보따리상들의 내왕이 잦아 아이들을 통한 수출입 업무가 활발히 이루어지고 있는 곳이며, 지방이나 용산·이태원 등의 보세상가에서도 제품 구입을 위해 즐겨 찾고 있다.

지하 1층과 지상 1층은 가방류와 일반 의류점이 밀집해 있고, 킨즈스퀘어가 들어서 있는 2~5층은 주로 여성의류 매장으로 구성되어 있다. 6층은 가족·모피 의류 특화 매장이다.

광희시장은 1979년 4월 23일에 회사를 설립하고, 1979년 5월 연면적 8,600㎡의 건물로 개장했다. 준공 당시에는 3층이었으나 2013년에 6층으로 증축했다. 현재 연면적 1만 3,458㎡의 광희시장에는 660여 개 업체가 입점해 있다.

광희패션몰로 불리는 광희시장은 평화시장을 구성하는 건물군의 하나로 동대문 의류상권을 구성하는 곳이자 가족 및 모피의류 전문 도매시장으로 꾸준한 관리와 보존이 필요한 곳이다.





벨포스트(구 에리어식스)

## 여성복·잡화·남성복 저렴한 가격에 판매



■ 선정연도 : 2013년 ■ 건립시기 : 1980년 ■ 선정 이유 : 벨포스트는 1980년 개장한 의류전문 도매상가다. 동대문 패션타운을 구성하는 시장의 하나로 준공 당시 이름은 에리어식스였으나 이후 벨포스트로 명칭을 변경했다. 젊은 여성과 남성들에게 적합한 의류 매장들이 주로 모여 있는 곳이다.

벨포스트는 처음에는 가족도매업을 중심으로 상가가 형성되어 있었으나 2000년 건물 보수공사를 거쳐 여성의류를 전문적으로 취급하는 의류도 소매업 위주로 재편됐다. 지금은 여성의류 외에도 각종 잡화와 남성의류 등도 저렴한 가격에 판매한다. 현재 벨포스트에는 300여 개의 매장이 입점해 있다.

벨포스트는 지하 1층, 지상 3층 건물로, 2000년 동대문시장 재개발계획 확정으로 전면적 리모델링을 통해 가죽전문시장에서 여성의류전문 상가로 재탄생했다. 리모델링시 건물의 반원 형태를 최대한 강조하기 위해 기존의 창문을 막고 후면의 창문을 다시 디자인했다. 아울러 옥상층에 가벽을 설치해 건물이 높아보이도록 하는 효과와 함께 광고판으로 활용할 수 있도록 했다.

벨포스트는 동대문 패션타운을 구성하는 상가건물형 시장의 하나로, 오늘날 대한민국의 의류산업의 현재를 보여주는 곳이다. 꾸준한 관리와 보존이 필요한 미래유산이다.

동대문종합시장

## 51년 역사가 숨쉬는 동양 최대 의류 원부자재 상가



■ 선정연도 : 2013년 ■ 건립시기 : 1970년 ■ 선정이유 : 동대문종합시장은 1970년 12월, 동양 최대 규모의 단일시장으로 출범한 세계적인 의류재료 전문상가이자 패션 종합쇼핑몰이다. 국내외 원단, 의류 부자재, 액세서리, 흡수용품 전문 도매시장으로, 신제품을 실시간으로 보급하고 국내 최대 규모의 물량을 보유해 도소매한다.

또한 서울을 대표하는 패션시장으로서 생산부터 판매까지 한곳에서 이루어지는 패션 클러스터이자 20세기 산업화의 상징이다. 1977년경 인근에 동대문고속버스터미널이 있을 때는 전통시장처럼 다양한 품목들을 판매하는 종합시장 형태로 존재했다.

1969년 7월, 동대문종합시장을 설립해 1970년 12월에 동대문종합시장을 개관했다. 1999년에 4층 매장과 2001년에 5층 매장을 확장했고 2004년에 리모델링 공사를 완료했다. 2012년에 C동 5, 6층과 B동 6층을 확장 공사하고 2014년, 인테리어 개선 공사를 했다. 2015년 5월에 동대문종합시장과 지하철 간 연결통로가 개통됐다.

동대문종합시장은 전체 대지 5천여 평에 A, B, C, D동의 7층 건물과 2018년 11월 증축한 9층 건물의 신관(N동)으로 구성되어 있다. 전체 4천3백여 개의 매장이 입주해 있고 종사자는 5만여 명, 일일 방문 고객수는 15~20만 명에 이른다. 주 고객층은 의류 디자이너들과 소매상이며 일본, 중국, 러시아 등 외국인들도 많이 방문하고 있다. 매장의 상인들은 세대교체가 많이 이루어지고 있는 상황이며, 약 10% 정도가 대를 이어서 운영하고 있다.

창신동 봉제마을

## 동대문 패션산업 배후 클러스터 역할 수행

■ 선정연도 : 2013년 ■ 선정이유 : 창신동 봉제마을은 서울특별시 종로구 창신5나길 17 일대에 조성된 도시형 소공인 밀집지역으로, 주로 5인 이하의 영세한 봉제 업체들이 군집해 있는 곳이다. 이곳에는 자연발생적으로 형성된 좁은 도로 주변의 소규모 필지들에 노후한 저층 건축물들이 다수 분포한다.

창신동은 원래 사람이 별로 없어 채석장 등이 있던 곳이었으나 1950년대 이후 피난민들과 상경한 이주민들이 몰려들면서 쪽방촌이 형성됐다. 특히 인근 청계천 평화시장 봉제공장의 가난한 노동자들이 이곳에 많았다. 1970년 전태일의 분신 이후 극단적인 저임금과 장시간 노동체계를 유지하기 어려워진 평화시장 일대의 봉제공장들이 하나둘 이전해 오면서 창신동은 봉제산업 특화지역으로 변모하게 됐다.

창신동 봉제마을에는 현재 2,000여 개의 봉제 관련업체들이 밀집해 있으며, 주민 대다수가 봉제 관련업종에 종사한다. 평균면적 36.3㎡에 5인 이하의 영세업체가 73%를 차지하고 있으며, 이들 대부분 미등록사업자인 상태에서 임대료 건물을 빌려 사업을 영위하고 있는 실정이다. 2013년 1월 정식으로 서울의류봉제협동조합이 발족했다.

창신동 봉제마을은 동대문 패션산업의 배후 클러스터 역할을 수행해온 곳으로 한때 대한민국 산업화의 근간이었던 섬유산업의 과거와 현재를 보여주는 장소이자 지속적인 지원과 관리를 통해 보존해야 할 유산이다.





전태일 분신장소

# 노동·민주화운동 신호탄 된 역사적 장소



■ 선정연도 : 2013년 ■ 선정이유 : 전태일 분신 장소는 청계피복노동자이자 노동운동가인 전태일 (1948~1970)이 분신한 곳으로, 평화시장 A동과 B동 사이의 대로변이다. 전태일은 1970년 11월 13일 열악한 노동조건과 인권탄압에 항거, 근로기준법 준수를 요구하며 분신자살한 우리나라 노동운동의 상징적 인물이다.

전태일은 경북 대구 출생으로 1965년부터 청계천 평화시장의 의류제조회사에서 견습공과 재단사 등으로 일하며 열악한 노동조건과 근로기준법 위반에 대한 실태조사와 함께 이를 개선하기 위해 노력했다. 구청과 노동청 방문, 대통령진정서, 언론제보 등의 모든 방법을 동원하였으나 받아들여지지 않자 평화시장에서 '근로기준법 화형식'을 거행하고, '근로기준법을 준수하라!'라는 구호와 함께 몸에 불을 붙였다. 분신 후 병

원으로 옮겨졌으나 그날 밤 숨을 거두었다.

기본적 인권과 노동권을 존중받지 못하는 노동자의 삶을 고발한 전태일의 분신은 사회적으로 큰 반향을 일으켜 우리 사회가 노동문제에 눈을 돌리게 만들었으며, 민중의 삶과 투쟁이 현대사의 전면으로 부각된 계기가 되었다. 그의 사후, 1984년 서울에서 노동운동가들을 중심으로 전태일기념사업회가 조직되고, 1985년 전태일기념관이 개관했다. 2005년 서울특별시는 전태일거리를 조성하고, 청계천 버들다리 내에 전태일 기념동상과 동판을 설치했다.

전태일 분신장소는 고도성장의 과정에서 일방적인 희생을 강요당하며 신음하던 노동자의 삶이 사회문제로 등장하게 된 계기이자 우리나라 노동운동과 민주화운동의 신호탄이 된 역사적 사건이 발생한 장소로 보존 가치가 높은 곳이다.

청계천 헌책방거리

# 신학기 북새통 이루던 근현대 시민생활 모습 남아



■ 선정연도 : 2013년 ■ 건립시기 : 미상 ■ 선정이유 : 1960년대 노점 형식으로 운영되던 헌책방들이 청계천 북개공사로 갈 곳이 없어지자 평화시장 일대로 모여들기 시작하면서 자연발생적으로 형성된 헌책방 밀집지역이다. 동대문 청계천 양옆으로 중고서점들이 다닥다닥 줄지어진 곳으로 다양한 종류의 서적들과 지금은 출판되지 않는 책들까지 이곳에서 모두 보고, 구입할 수 있는 곳이다.

헌책방거리에는 자그마한 매장들이 다닥다닥 붙어 있다. 안과 밖은 어른 키보다 높이 쌓아올린 책들로 가득하다. 책값은 보통 시중보다 30% 정도 싼 가격이지만 희귀성에 따라, 출판된 시기에 따라, 보존 상태에 따라 가격은 천차만별이다.

1960년대 당시에는 청계천 고가도로 아래로 헌책방들이 건물 없이 노점에서 운영되었는데 점차 주변이 개발되면서 책방들이 갈 곳이 없어지자 평화시장 1층에 하나둘 모여들었고 점점 늘어나 현재의 모습이 됐다. 초창기에는 청계5·6가의 청계천로를 따라 100여 개가 넘는 서점들이 뻗뻗하게 들어서 있었다. 가게가 좁아서 대부분의 가게들이 길가에 책을 쌓아놓고 장사했으며 시중에서 구하기 힘든 책을 구할 수 있는 장소로 알려져 있었다.

근래 들어 인터넷으로 책을 구매하거나 읽는 문화가 생기면서 서점들이 하나둘씩 폐업을 하고 있지만 신학기가 되면 교과서부터 참고서, 영어 원서, 사전은 물론 패션잡지, 만화, 외국서적 등등 다양한 종류의 책들을 사고팔러 온 사람들로 북새통을 이루던 근현대 시민생활의 모습이 남아 있는 장소이다.

동대문생선구이골목

# 연기자육한 골목엔 손님 북적 연탄화덕에 생선구이 특화 골목

■ 선정연도 : 2013년 ■ 건립시기 : 미상 ■ 선정이유 : 1979년경부터 연탄화덕에 구운 생선구이 음식을 특화시킨 식당들이 모여 형성한 서울 유일의 생선구이 골목이다. 종로6가에서 청계5가로 이어지는 먹자골목과 연결되어 있으며 대학천 상가부터 종로신진시장에 식당들이 모여 있다.

초기에는 감자탕, 백반, 순대국 등 다양한 메뉴를 요리하는 식당들이 있었으나 1979년경 생선구이 집이 점차 늘어나 골목에서는 가게마다 연탄아궁이를 길가에 내놓고 고등어, 삼치, 조기 등을 구워냈다. 1990년대에는 인근에 봉제공장이 있어서 그곳 사람들까지 포함해서 항상 많은 사람들로 붐볐다.

현재 서울특별시 종로구 종로40가길 5 위치에 15곳 정도의 생선구이집을 포함해 골목길을 따라 50여 개의 가게가 입점해 있고, 그 중에는 15~20년 정도 된 가게들도 많다. 점포마다 3~5명이 종사하고 있다. 연기자육한 골목에는 현재 다양한 연령층의 국내 손님과 해외 관광객들이 찾아오고 있다.

동대문생선구이골목은 생선구이 식당들이 모여 있는 골목으로, 생선구이라는 특유의 음식이 특화되어 있는 장소로서 보존 가치가 있다.





## ■ 올해 동대문·소상공인 지원 정책 - 서울시

# 패션봉제에 363억 지원...서울패션위크 직접 개최

동대문 패션타운은 국내 최대 패션산업 집적지로, 수많은 패션봉제업체들이 밀집해 있고, 소상공인들이 삶을 영위하고 있다. 몇 년 전까지만 하더라도 국내 패션산업을 대표하는 상권으로 각광 받았지만 최근 들어 경기침체와 유통 변화, 코로나19 팬데믹 등으로 위기를 맞고 있다. 위기에 빠진 동대문 패션타운을 살리기 위해 서울시와 중소벤처기업부, 중기청 등이 마련한 올해 지원 정책을 살펴봤다. 글 박우혁



지난해 10월 디지털팩토리로 열린 서울패션위크 모습

서울시의 섬유패션산업 지원은 도시제조업 육성 차원에서 진행되고 있다. 서울시는 특정 지역에 밀집한 서울형 전략산업과 첨단산업을 활성화할 목적으로 '산업 및 특정개발진흥지구' 제도를 지난 2010년부터 운영하고 있다. 진흥지구 제도는 서울의 대표적 산업클러스터 정책으로, 산업활성화 지원과 도시계획 인센티브 지원이라는 두 종류의 정책지원이 결합돼 운영되고 있다. 현재 12개 진흥지구가 운영되고 있는데, 중구가 디자인·패션, 중랑구가 패션봉제 지구로 지정돼 있다.

도시제조업 육성을 위해 서울시가 올해 패션봉제 부문에 책정한 예산은 약 363억 원이다. 서울시 도시제조업거점반 관계자는 "예산이 일부 섞여 있는 부분이 있지만 도시제조업거점반 예산 중 명확히 패션, 봉제 분야 예산이 아니 부분을 제외하면 363억 원 정도"라고 밝혔다.

서울시의 패션봉제 부문 지원 예산은 경제정책실 산하 도시제조업거점반에서 집행된다. 도시제조업거점반은 최근 조직개편을 통해 제조업정책팀, 스마트앵커팀, 패션정책팀, 패션지원팀으로 재편했다. 제조업정책팀은 패션허브 조성, 서울패션창작스튜디오 운영, 중랑 면목패션 도시재생사업, 소공인특화지원센터 운영, 성수수제화 활성화 지원 등을 담당한다. 이 중 패션허브 사업은 DDP패션몰에 조성중인 디지털 팩토리와 패션 아카데미, 패션 창업허브 등을 말한다. 스마트앵커팀은 각 지역의 스마트 앵커 시설을 운영한다.

직접적인 패션산업 지원은 패션정책팀과 패션지원팀이 담당하고 있다. 특히 패션정책팀은 올해부터 서울디자인재단에서 이관 받은 서울패션위크 개최와 글로벌 패션브랜드 육성 업무를 총괄한다. 올해 서울패션위크 예산은 약 50억 원, 글로벌 패션브랜드 육성 예산은 약 15억 원이다.

지난 2019년 산업통상자원부와 함께 발표한 '동대문 패션시장 발전방안'의 서울시 담당 사업인 마이 스타일 랩과 V-커머스 스튜디오 조성 및 운영도 패션정책팀에서 맡고 있다. 마이 스타일 랩(My Style Lab)은 인공지능(AI)으로 맞춤 분석을 하고 스타일 상담을 한 뒤 동대문 상품을 구매할 수 있도록 연계하는 프로젝트로, 하이서울쇼룸에 위치해 있다. 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 사업으로, 현재 DDP패션몰 4층에 위치해 있다. 이곳은 지난해 링크샵스에서 운영하다 올해 한국패션디자이너연합회가 입찰을 통해 운영자로 선정됐다.

패션지원팀은 의류제조업체 공동브랜드 육성 및 지원, 동대문 패션브랜드 마케팅 활성화 지원, 청년 봉제인력 고용 활성화, 이음피움 봉제역사관 운영 등 주로 봉제산업을 지원한다.

## 디지털 팩토리 빠르면 이달 중 오픈

서울시는 DDP패션몰 4층에 위치한 드림랩을 디지털 팩토리로 리뉴얼, 빠르면 이달 중 오픈한다. 서울혁신허브 선도사업의 일환으로 조성 중인 디지털 팩토리는 3D기술 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 봉제 기술 교육 공간인 핸드크래프트 작업실 등으로 구성된다.



■ 올해 동대문·소상공인 지원 정책 - 중소기업부

# 4조200억 원 규모 소상공인 지원사업 시행

중소벤처기업부는 올해 총 4조200억 원 규모의 '2021년 소상공인 지원사업'을 실시한다. 올해 소상공인 지원사업은 2020년 2조5,017억 원 대비 1조5,194억 원이 증가한 역대 최대 규모로, 소상공인 경쟁력을 제고하고 코로나19 장기화에 따른 경영위기를 소상공인들이 극복할 수 있도록 지원한다. 세부사업은 소상공인에 대한 디지털 전환 지원, 정책자금 융자, 창업교육, 판로지원, 재기지원 등 총 22개 사업이다.

## 소상공인 디지털 전환 지원

코로나19 이후 급변하고 있는 디지털화 흐름에 소상공인들이 적응하고 경쟁력을 갖출 수 있도록 디지털 전환을 본격 지원한다. 스마트상점·스마트공방 보급예산을 대폭 확대('20, 56억원 → '21, 514억원)하는 등 소상공인 생업현장에 디지털 혁신모델이 보급·확산되도록 집중 지원한다.

스마트슈퍼의 경우 '20년 시범적으로 5곳에 보급했으나, 올해에는 전국 800곳으로 스마트 기술·장비 도입지원을 확대해 나갈 예정이다. 소상공인의 온라인 플랫폼 등 디지털 판로 진출 지원대상을 확대하고 스마트 플래그쉽 스토어 구축·구독경제 운영 등 신규 사업을 추진하기 위해 '20년(313억원)보다 대폭 확대된 762억원의 예산을 지원한다.

또한 스마트상점과 공방 구축을 위한 '스마트 소상공인 지원자금'을 신설(3,000억원)하고 업종·수준 등을 고려한 디지털 역량 교육 강화(실시간·온라인 교육 지원 등)를 통해 소상공인의 디지털 전환을 지원해 나갈 계획이다.

## 코로나19 경영위기 극복 지원

코로나19 장기화로 어려움에 처한 소상공인들의 위기 극복을 집중 지원한다. '특별경영안정자금'을 신설('21, 11,000억원)해 민간금융 조달이 어려운 저신용 영세 소상공인에 대한 정책융자를 확대하고 대출시스템을 현장 전 과정 비대면 방식으로 개편하는 등 간편하고 신속한 대출체계를 마련한다.

폐업 부담 완화와 신속한 재기를 지원하는 희망리턴패키지 사업을 691억원으로 확대('20, 420억원)하고 특히 업종전환·재창업 소상공인의 특화 아이템 개발, 사업방식 개선 등에 소요되는 사업화 비용 일부를 신규 지원('21, 120억원)한다. 영세한 1인 소상공인(자영업자 고용보험에 가입한 기준보수 1~4등급)에게는 고용보험료를 지원('21, 26억원)해 자영업자 고용보험 가입을 유도하고 사회안정망을 확충한다.

## 소상공인 경영혁신 지원

소상공인들이 코로나19 등으로 급변하는 환경에서 자생력을 갖출 수 있도록 경영혁신 지원을 강화한다. 오랜 경험과 노하우를 가진 우수 소상공인으로서 '백년가게', '백년소공인'을 본격적으로 육성하고 성공모델을 확산하기 위한 사업장 시설개선과 판로제공 등을 신규로 지원('21, 58.5억원)한다. 친환경 제조환경을 조성하기 위해 소공인 작업장 내 공정을 분석해 에너지 효율화·오염물질 저감 등 작업장 환경개선을 위한 신규 사업('21, 67.2억원)도 추진한다.

이외에도 신사업창업사관학교 3개소를 신설해 500명 내외의 예비 소상공인 창업자에게 온·오프라인 창업교육 및 점포경영체험을 지원하고 우수 교육생에게는 사업화 자금 등을 연계 지원('21, 189.5억원)한다. 또한 약 21,000명의 소상공인·예비창업자에게 전문기술 습득, 경영개선 등을 위한 오프라인 현장 교육을 실시하고 소상공인 온라인 교육 플랫폼을 활용해 매주 정기적으로 업종별·대상별·수준별 온라인 교육을 지원('21, 108.6억원)한다.

한편 지원조건, 지원내용 등 세부 사항이 담긴 사업별 공고는 1월부터 발표하고 있으며, 통합공고 및 후속 세부사업 공고 등의 내용은 중소기업부(www.mss.go.kr), 소상공인시장진흥공단(www.semas.or.kr), 소상공인포털(www.sbiz.or.kr) 등에서 확인할 수 있다.



### 4조 200억원 규모의 소상공인 지원사업 시행

디지털 전환 지원, 정책자금 융자, 창업교육 등 소상공인 경쟁력 제고 및 코로나19 경영위기를 극복할 수 있도록 역대 최대 규모 소상공인 지원사업을 시행

#### 1. 소상공인 정책자금(융자)

사업명	예산(억원)	지원대상	사업 공고
일반경영안정자금	13,000	소상공인	1월
성장기반자금	10,000		
특별경영안정자금	11,000		
스마트소상공인 지원자금	3,000		

#### 3. 소공인 특화 지원

사업명	지원규모	지원대상	사업 공고
소공인 스마트공방기술보급	600개사 내외	소공인	1월
소공인공동기반시설구축·운영	7곳 내외	지자체	1월
소공인특화지원센터설치운영	34곳	법인 또는 단체	3월
소공인복합지원센터구축·운영	3곳 내외	지자체	1월
소공인클린제조환경조성	1600개사 내외	소공인	2월
소공인 판로개척지원	218개사 내외	소공인	1월





중구청이 DDP패션몰 4층에 운영하는 동대문 바이어라운지 전경 및 전시 제품.

## ■ 올해 동대문·소상공인 지원 정책 - 중구청 바이어라운지

# 온라인 판매 지원·소상공인 경쟁력 강화에 역점

중구청은 올해 동대문 바이어라운지 운영, 온라인 판매 진출 지원, 소상공인 경쟁력 강화 등을 통해 동대문 패션타운 활성화에 주력한다.

DDP패션몰 4층에 위치한 바이어라운지는 동대문 상품을 홍보하고, 상인과 바이어의 교류가 활발하게 이뤄지며, 소상공인의 온라인 진출을 종합적으로 지원하는 거점공간으로 운영되고 있다.

올해 주요사업은 동대문 제품을 이용해 쇼룸 운영 및 홍보, 대여, 촬영 등을 지원하고, 상인들이 휴식 및 바이어 응대를 할 수 있도록 편의시설을 제공하는데 주력할 계획이다. 각종 이벤트 운영과 행사 지원은 물론 동대문 상인 및 셀럽들이 홍보 공간으로 활용할 수 있도록 지원 방안을 마련할 방침이다.

바이어라운지를 거점으로 온·오프라인 지원 확대, 상인 및 바이어 제품 홍보와 판매 지원으로 동대문 플랫폼 역할도 수행한다. 이를 위해 SNS 홍보 채널 운영, 제품 촬영 지원, 상인 및 바이어 풀(Pool) 관리 등에 나선다. SNS 홍보 채널 운영은 동대문 관련 최신 소식, 공지사항 등을 주기적으로 업로드하고, 동대문 신제품, 행사, 바이어라운지 이벤트 등을 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등을 통해 알릴 계획이다. 제품 촬영 지원 사업은 도매상인을 위한 촬영 지원 및 교육 안내, 소매상인을 위한 촬영 지원 및 도매제품 홍보, 라이브 커머스 스튜디오와 연계한 촬영 지원 등으로 구성됐다. 상인 및 바이어 풀 관리는 지금까지 구축된 데이터베이스(DB)를 활용해 다양한 사업을 전개하고, 사업자별 모임 운영을 통해 경쟁력 강화 방안을 모색한다.

이밖에 소재, 디자인, 생산, 유통의 인프라를 갖춘 패스트패션 플랫폼인 동대문의 기능이 활발히 이루어지도록 지원할 예정이다.

온라인 판매 진출 지원은 온라인 판매 채널 강화, 라이브 커머스 사업 강화, 온라인 판매를 위한 상인 교육 등의 세부 추진 사업을 통해 이루어진다.

온라인 판매 채널 강화는 소상공인들이 온라인으로 진출할 수 있는 지원 서비스를 제공해 판매 증대를 유도한다. 오픈마켓과 폐쇄몰을 구분해 개설 및 운영을 지원하고, 소매상인과 도매상인의 정보를 공유해 판매 유도에 나서는 한편 동대문 제품 판매를 위한 온라인 이벤트도 제안해 나가기로 했다.

라이브 커머스 사업 강화를 위해서는 동대문 제품 판매를 위한 라이브 커머스 사업을 전개, 소상공인의 온라인 진출을 지원하며, 온라인 판매를 위한 상인 교육은 소상공인들이 제품 판매와 관련된 교육을 진행, 매출을 증대시키고 자체적으로 운영을 지속적으로 할 수 있도록 유도해 나갈 방침이다.

소상공인 경쟁력 강화를 위해서는 산학연계 사업 지원, 온오프라인 해외 수주회 지원, 동대문 제품 판매 지원 사업 등을 펼친다. 산학연계 사업 지원은 상인, 중고등학교, 대학교, 창업동아리 등을 대상으로 동대문 상품을 홍보하고 판매할 수 있는 다양한 채널 중 산학연계를 통해 교류가 활발하게 이뤄지고, 소상공인의 온라인 진출을 종합적으로 지원하는 방향을 모색한다.

온오프라인 해외 수주회 지원은 동대문 전체를 상품화해 관광, 생산되는 제품을 해외에 홍보, 판매를 위한 사업을 진행한다. 이를 위해 해외에 거주하는 신규 창업자와 연계해 신규 사업을 발굴하고, 동대문 중심의 온라인 사업 수주회도 개최할 예정이다.

동대문 제품 판매 지원 사업은 판매 부진에 따른 패션산업의 붕괴를 막기 위해 국내 생산 제품의 홍보, 판매 사업 활성화를 위한 역량 강화에 집중한다. 이를 위해 동대문패션타운관광특구협의회가 펼치고 있는 동대문 정품인증 사업과 연계해 국내 생산 제품 경연대회를 개최하고 국내 디자이너, 봉제인, 동대문상인을 연계한 사업 지원에 나서는 한편 각 상가별 주력 판매 제품 파악 및 판매 활성화 방안을 모색할 계획이다.



## 황문식 평화시장 상인연합회 회장

# “위기 속 기회는 존재...시장 활성화 위해 최선을 다하겠다”



평화시장 상인연합회는 지난 1월 13일 연합회 회장 선거를 실시, 황문식(삼주사 대표) 제12대 회장을 제13대 회장으로 선임했다. 지난 2019년부터 2년 간 상인연합회를 이끌어 온 황 회장은 앞으로 2년 더 연합회를 맡아 상인들의 권익과 시장 발전을 위해 봉사하게 됐다. 황 회장을 만나 연임 소감과 앞으로의 각오를 들어봤다.

**- 평화시장 상인연합회를 2년 더 이끌게 됐다. 소감을 말해 달라.**

“저보다 능력 있고 뛰어난 분들이 많은데도 불구하고 부족한 저를 다시 한 번 상인연합회 회장으로 뽑아주시는 대의원 여러분에게 이 자리를 빌려 다시 한 번 감사드립니다. 신축년이 시작될 지 벌써 한 달이 지났다. 하지만 아직 코로나19 사태가 진정될 기미를 보이지 않고 있다. 평화시장을 비롯한 동대문시장 상인들도 새해를 맞은 설레임보다 코로나19 때문에 올해도 장사가 힘들지 않을까 걱정들을 많이 하고 있다. 이러한 시기에 상인연합회장을 맡아 더욱 무거운 책임감을 느낀다.”

**- 평화시장과 상인연합회에 대해 설명해 달라.**

“아시아시피 평화시장은 1962년 건립된 동대문에서 가장 역사가 깊은 시장이다. 평화시장이 성공하면서 주변에 다른 시장들이 들어서고 동대문이 국내 패션산업을 대표하는 패션타운으로 발전했다. 평화시장에는 17개 동이 있으며, 각 동에 1명씩 동회장이 봉사하고 있다. 상인연합회는 현직 동회장 17명을 포함해 55명의 대의원으로 구성되어 있다.”

**- 지난 2년간 상인연합회장을 맡으면서 보람 있었던 일이 있다면.**

“여러 가지가 있지만 가장 기억에 남는 것은 상인연합회 사무실이 지난해 11월 평화시장 안으로 들어온 것이다. 상인연합회 사무실 이전은 수 십년 간의 숙원 사업이었다. 시장 건물 전면에 게이트 안내 표지판과 시계탑을 설치했으며, 시장 내 복도 및 공유 공간에 조명을 LED 등으로 바꾸고 옥상 간판을 교체하고 환경 개선과 전기료 절감 등 시설현대화에도 힘썼다. 주차장을 효율적으로 운영해 고객들의 편의를 도모한 것도 성과 중의 하나다.”

**- 앞으로 2년 간 어떻게 상인연합회를 이끌 계획인가.**

“지금쯤 경기침체와 코로나19 사태로 여러 가지로 힘든 때다. 공실률도 높아지고 있다. 지

금의 위기를 극복하는데 도움이 될 수 있도록 상인연합회 차원에서 대책을 마련해 나갈 생각이다. 상인들의 의식 변화를 위한 교육용 홍보실 및 다용도 회의실과 고객 편의를 위한 주차장 증설과 고객센터 마련 등도 당면 과제다. 지난 2년 간 상인연합회장을 맡으면서 부족했던 점을 보완해 관리회사와 협력, 시장 활성화를 위해 최선을 다할 계획이다.”

**- 동대문 상권이 코로나19 외에도 경기침체와 유통 환경 변화로 어려움을 겪고 있다. 지금의 위기를 극복하기 위해서는 상인들과 상인연합회가 어떻게 대처해야 한다고 보나.**

“동대문 일대에는 청계천, 동대문디자인플라자 등 명소가 많아 코로나19 사태 이전만 하더라도 국내 쇼핑객은 물론 외국 관광객들이 많이 왔다. 유통 대기업들이 동대문에 진출한 것도 발전 가능성을 보았기 때문이다. 이렇게 치열한 경쟁 속에서 전통시장은 옛날 장사 잘 되던 시절만 생각하고 대책을 강구하지 않으면 큰일 날 수 있다. 상인들은 새로운 상품 개발에 전념하고 ‘고객이 왕’이라는 자세로 서비스의 질을 개선해야 한다. 또한 상인연합회는 상인들이 장사가 잘 되도록 길을 열어주는 역할을 해야 한다고 본다. 특히 비대면 시대를 맞아 젊은 상인들의 목소리에 길을 기울이고 온라인 시장 진출에도 나서야 한다.”

**- 동대문 상권을 발전시키기 위해 정부와 지자체에 바라는 점이 있다면.**

“동대문 일대는 관광특구로 지정돼 정부와 지자체에서 많은 지원과 관심을 쏟고 있는 것으로 알고 있다. 하지만 과실은 전통시장보다 현대식 상가에 돌아가고 있는 실정이다. 전통시장에도 많은 쇼핑객과 관광객들이 몰릴 수 있도록 시설현대화와 경영현대화 사업에 보다 많이 지원해 주었으면 좋겠다.”

**- 새해를 맞아 상인들에게 덕담을 한다면.**

“위기 속에서도 기회는 존재한다고 본다. 평화시장은 이미 수차례 위기를 헤쳐 나간 경험이 있기에 코로나19 사태를 극복하고 변화된 시장에 대응해 새로운 기회를 찾을 수 있을 것이라고 믿는다. 신축년은 상서로운 흰소의 해라고 한다. 우리 모두 흰소의 해를 맞아 손을 더욱 단단히 맞잡고 서로 도우면서 독심 있게 앞으로 나아갔으면 좋겠다. 글·사진 박우혁





## 가방 전문 도매상가 패션남평화 인기상품 착한 가격에 실용적이고 트렌디한 제품 '굿'

패션남평화 지하 1층과 1층에 가면 장인들이 만든 각종 가방과 지갑을 만날 수 있다. 패션남평화는 40여년 전통의 가방 전문 도매상가로, 남·여성 캐주얼 매장도 있지만 가방이 더욱 유명하다. 30~40년간 가방만을 만들어 온 장인도 있고, 패션 감각으로 무장한 젊은 사장들도 활동하고 있다. 최근 패션남평화에서 인기를 끌고 있는 제품들을 만나보자. 글 박우혁

### 자코모

- 호수 : 1층 18, 21호
- 상품명 : POPU 통통 백팩
- 상품의 특징 : 고급 방수 원단에 가죽 콤비와 크롬 도금 지퍼를 사용해 튼튼하고 고급스러움. 작지만 알찬 수납으로 편리하게 사용 가능. 심플한 디자인으로 다양한 연령층에서 인기.
- 소재 : 나일론/면/소가죽
- 컬러 : 블랙, 그레이
- 타겟 : 전 연령층 여성
- 문의 : 02-2237-7480

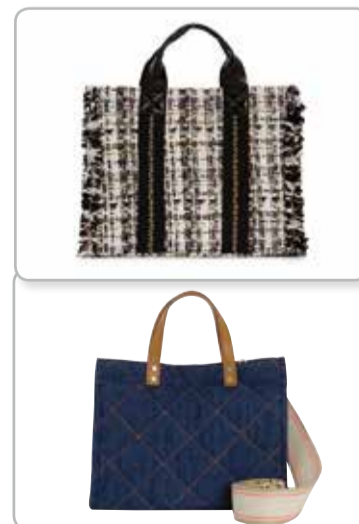


### 라끄렘

- 호수 : 1층 다열 104, 107호
- 상품명 : 트리플단추지갑
- 상품의 특징 : 한손에 들어오는 사이즈의 지갑으로 카드와 지폐, 동전 모두 수납이 가능한 심플한 카드지갑.
- 소재 : 천연소가죽
- 컬러 : 블랙, 그레이, 에토프 3가지 색상이 베스트. 그 외 약 20여 가지
- 타겟 : 10~20대 여성
- 문의 : 02-9016-4073

### 아가페앤라끄렘

- 호수 : 1층 34, 37, 38호
- 상품명 : 크림비브백
- 상품의 특징 : 클래식한 느낌의 토트백 겸 크로스백으로 칸막이가 있어 수납이 용이하고 크로스가 가능해 다양한 연출이 가능.
- 소재 : 100% 천연소가죽
- 컬러 : 에토프 외 약 20여 가지
- 타겟 : 20~50대 여성
- 문의 : 02-2231-7445



### 유니타

- 호수 : 1층 121, 122호
- 상품명 : 샤울토트(상) / 진진토트(하)
- 상품의 특징 : 트위드 소재의 절제된 화려함으로 셀럽들의 픽 아이템. / 데님원단이 켈팅으로 디자인되어 있어서 유니크한 멋을 살려줌.
- 소재 : 패브릭 / 패브릭
- 컬러 : 블랙, 네이비, 아이보리 / 연청, 진청, 흑청
- 타겟 : 유니크한 화려함과 세련됨을 즐기고 싶은 여성 / 활동적이면서도 클래식한 느낌을 원하는 여성
- 문의 : 02-2231-1907



## 다드

- 호수 : 1층 129, 130호
- 상품명 : #8015(상) / #8033(하)
- 상품의 특징 : 귀엽게 들고 다닐 수 있는 토트 가방. / 작아 보이지만 성격책도 들어갈 수 있을 정도로 용량이 큼.
- 소재 : 워싱한 소가죽
- 컬러 : 검정, 탄색, 회색 / 검정, 회색
- 타겟 : 30~40대 여성 / 30~60대 여성
- 문의 : 02-2231-4931



## 레프트필드

- 호수 : A 58호
- 상품명 : NO 683
- 상품의 특징 : 쓰리웨이(배낭, 토트, 크로스)가 가능하도록 디자인되었음. 잡지는 물론 노트북도 들어가는 넉넉한 사이즈로 어깨와 등 부분에 쿠션을 덧대어 장시간 착용해도 불편함이 없음.
- 소재 : 제이포드
- 컬러 : 블랙, 네이비, 그레이
- 타겟 : 20~40대 남성
- 문의 : 02-2235-3549



## 리씨

- 호수 : 1층 133~135호
- 상품명 : 웨빙바케스(상)/가죽 콤바케스(하)
- 상품의 특징 : 가방 안에 작은 파우치 가방이 있어 수납이 편리함. / 굵은 실로 마감해 핸들리치 느낌으로 고급스러움.
- 소재 : 합성피혁 / 가죽콤비
- 컬러 : 검정, 버건디, 차콜, 카멜, 아이보리 / 검정, 네이비, 차콜, 카멜, 아이보리
- 타겟 : 30대 중후반
- 문의 : 010-9009-2343



## 가방아저씨

- 호수 : A 139호
- 상품명 : 단가라 보냉
- 상품의 특징 : 편리하고 수납공간이 넓은 보냉, 보온가방. 이유식 가방으로 좋음.
- 소재 : 면100%
- 컬러 : 블랙, 네이비, 그레이
- 타겟 : 아기들을 키우는 젊은 여성.
- 문의 : 010-9155-9955



## 피닉스

- 호수 : 1층 라열 136, 137호
- 상품명 : 골드볼보(상) / 델몬트(하)
- 상품의 특징 : 소가죽을 뱀피 모양으로 가공한 후 메탈 느낌의 컬러를 입혀 좀 더 고급스럽게 표현. / 반원 모양의 금속 핸들 장식이 포인트로 같은 컬러의 다른 소재를 사용해 디자인에 재미를 줌.
- 소재 : 소가죽
- 컬러 : 골드, 녹색, 와인, 보라 / 검정, 모카, 민트, 녹색
- 타겟 : 30대 이상 여성 / 전 연령층 여성
- 문의 : 02-2235-4870



## 아이안

- 호수 : B 88, 89호
- 상품명 : 바이브백
- 상품의 특징 : 넉넉한 수납공간.
- 소재 : 합성피혁
- 컬러 : 블랙, 아이보리, 카멜, 다크브라운, 와인, 그린
- 타겟 : 20~30대 여성
- 문의 : 010-4242-9560



## 올리브

- 호수 : A 175~179호
- 상품명 : 1980웨빙
- 상품의 특징 : 컬러 스트랩이 포인트.
- 소재 : 합성피혁
- 컬러 : 블랙, 청록, 그레이, 아이보리, 그린, 네이비, 옐로우
- 타겟 : 20~40대 여성
- 문의 : 010-4585-3727



## 리코코

- 호수 : B1 A92, 93호
- 상품명 : 스마일풍선캔버스백
- 상품의 특징 : 자체 디자인한 유니크한 나염과 넉넉한 수납공간.
- 소재 : 캔버스100%
- 컬러 : 아이보리, 네이비
- 타겟 : 전 연령층
- 문의 : 010-5029-8365





# 2021 팬톤 컬러를 일상에서 손쉽게 활용하는 스타일링 팁

세계적인 색채 연구소 팬톤은 매년 올해의 색상을 발표한다. 영화와 여행, 패션, 신기술, 스포츠 등 다양한 라이프 스타일과 사회 그리고 경제 상황을 바탕으로 시대의 흐름과 이슈를 담은 컬러를 선정하는 것이다. 2021년, 팬톤이 선정한 올해의 컬러는 얼티밋 그레이와 일루미네이팅이다. 단순히 말해 회색과 노란색이 바로 그것. 팬톤에서는 이 두 가지 색상의 조합이 용기와 뒷받침된 긍정적인 메시지를 전한다고 밝혔다. 그렇다면 머리끝부터 발끝까지 '2021 팬톤 올해의 컬러'를 활용하여 멋스럽게 스타일링 할 수 있는 방법은 무엇일까? 바로 톤의 차이를 둔 비슷한 계열의 색을 선택하는 것이다. 글 송영경



1 VINCE(빈스)



2 OFFICINE GENERALE(오피신제네랄)



3 Knickerbocker(나이커보커)

## 1 OUTER WEAR

겨울에 입을 코트를 딱 한 개만 고르라면 단연 낙낙한 피트의 그레이 컬러의 트월 코트다. 도톰한 소재 덕에 따뜻하게 입을 수 있고 여유로운 실루엣 덕에 레이어링 하기도 수월하다.

## 2 KNIT

니트를 꼭 착용할 필요는 없다. 코트 위에 걸치거나 머플러처럼 칭칭 감아 스타일링하면 훨씬 멋스러워 보인다. 톤이 각각 다른 그레이 컬러를 조합한 스트라이프 패턴의 니트는 목에 감았을 때 그 진가를 발휘한다.

## 3 SWEAT SHIRTS

노란색은 어떻게 입느냐에 따라 분위기가 달라진다. 앞서 이야기한 그레이 코트와 함께라면 스타일링에 위트를 더한 것처럼 보인다.

## 4 BAG

파스텔 톤의 노란색은 의외로 어디에나 잘 어울린다. 겨울 옷차림에 화사한 한 곳을 더하기에도 제격이다. 게다가 요즘 유행하는 미니 사이즈다.

## 5 SHOES

반짝이는 디테일과 발목을 유연하게 감싸는 스트랩, 발의 모양을 고려한 라스트와 밑창까지, 실용과 멋을 동시에 충족시키는 신발이다.

## 6-7 ACCESSORY

회색과 노란색을 바탕에 둔 시계 혹은 선글라스는 자칫 유치해 보일 수 있다. 이럴 땐 골드와 실버톤을 활용한다. 골드와 실버가 조화를 이룬 시계와 골드빛 렌즈와 프레임 적용한 선글라스가 좋은 대안이다.



4 ELBATEGEW(엘바테게브)



6 FENDI(펜디) by 시야미(시야미)



7 GC



5 Repetto(레페토)



## 올해의 패션 컬러를 담은 팬톤 컬러 스타일링

매년 색채 기업 팬톤에서는 새로운 시작을 준비하기에 앞서 한 해를 상징하는 컬러를 발표한다. 2021년 올해의 컬러로는 차분하고 안정감 있는 회색 '얼티밋그레이(Ultimate Gray)'와 낙관적이고 긍정의 의미를 담은 밝은 노란색 '일루미네이팅(Illuminating)'이 선정되었다. 특히 코로나19 이슈로 전 세계가 많은 어려움을 겪은 만큼 올해에는 벗어나고자 하는 희망찬 의지가 담겼다.

이러한 팬톤이 발표한 올해의 컬러를 바탕으로 패션 브랜드에서는 다양한 디자인에 접목하여 제품들을 앞 다퉈 출시하고 있다. 이번 21 S/S 컬렉션 룩을 바탕으로 패션 브랜드들의 다양한 팬톤 컬러 아이템들을 활용한 색다른 컬러 매치 스타일링에 주목해보자. 글 송영경



### 부드럽고 따뜻한 페미닌 룩 스타일링



이번 마이클 코어스의 2021 S/S 컬렉션 룩처럼 그레이 톤으로 통일된 룩은 차분하고 따뜻한 분위기를 내어, 어느 누구에게나 잘 어울리는 스타일이다. 하지만 자칫 심심해질 수 있는 룩에, 옐로우 컬러의 액세서리를 활용하면 좀 더 세련되고 트렌디한 무드까지 연출할 수 있다.

부드러운 소재의 배리의 그레이 터틀넥 톱과 풍성한 러플이 매력적인 알렉산더 왕의 스커트로 통일감 있는 페미닌 룩으로 연출한다. 여기에 독특한 타원형 버클 디테일의 바네사 브루노 백을 함께 매치하거나, MCM의 백 스트랩을 활용하여 컬러 포인트를 주기 좋다.

또한 손목에는 페라가모 타임피스 by 갤러리어클락의 옐로우 골드 시계를 매치하거나 버켄스탁의 스웨이드 스니커즈로 마무리하여, 한층 스타일리쉬한 룩으로 연출할 수 있다.

사진 왼쪽부터 시계방향으로 마이클 코어스, 배리, 바네사브루노, 페라가모 타임피스 by 갤러리어클락, 버켄스탁, 알렉산더 왕, MCM

### 컬러 플레이를 활용한 캐주얼 패딩 룩 스타일링

2021 S/S 시즌 이자벨마랑 에뚜왈에서는 샛노란 패딩 베스트와 그레이 팬츠를 착용한 후, 컬러 플레이 룩을 선보였다. 무채색 위주의 겨울 스타일링이 지루해진 요즘, 그레이 톤의 패딩 룩에 비비드한 옐로우 컬러 아이템으로 포인트를 주어 색다른 시도를 해보자.

보온감이 뛰어난 파라점퍼스의 그레이 솜 패딩과 워싱 디테일이 매력적인 디스퀘어드2의 팬츠를 착용한다. 여기에 이너로 프로엔자 스쿨러의 선명한 옐로우 스웨터로 쉽게 포인트를 줄 수 있다.

이 외에도 마르니의 선명한 로고가 매력적인 스케어 백과 활라의 컬러 바니는 얼굴까지 화사해 보이는 효과를 줄 수 있다. 또한 라코스테 풋웨어의 스니커즈는 밀창이 옐로우 네온 컬러로 포인트로, 발 끝까지 스포티한 캐주얼 패딩 룩으로 완성한다.

사진 위 왼쪽부터 시계방향으로 라코스테 풋웨어, 디스퀘어드2, 활라, 이자벨마랑 에뚜왈, 프로엔자 스쿨러, 마르니, 파라점퍼스





## 동대문 상가 “설연휴 쉽니다~”

동대문 상가가 오는 10일부터 설연휴에 들어간다. 동대문 상가는 도소매로 나누어져 있고, 도매도 밤시장과 낮시장이 있어 설연휴 일정에 다소 차이가 있다.

에이피엠, 누존패션몰, DDP패션몰 등 밤부터 다음 날 새벽까지 영업하는 밤도매 상가는 2월 10일부터 14일까지 쉼 뒤 15일 밤에 오픈한다. 청평화와 디오트 등 평일 오전 12시까지 영업하는 낮도매 상가는 11일부터 15일까지 설연휴에 들어간다.

밀리오레, 굿모닝시티, 헬로에이피엠 등 소매상가는 도매상가보다 짧은 2~3일 정도 설연휴를 실시하며, 두타몰과 현대시티아울렛은 정상영업한다. 도소매를 겸하고 있는 평화시장은 2월 10~14일, 신평화패션타운은 2월 11~15일, 제일평화시장은 2월 11~14일 각각 설연휴에 들어갈 예정이다.

〈동대문 상가 설연휴 일정〉

상가명	설연휴 일정	상가명	설연휴 일정
광희패션몰	2월 10~15일 밤 오픈	서평화상가	리모델링 중
골든타운	2월 11~14일	올레오W	2월 11~14일
굿모닝시티	2월 11~13일	아트프라자	2월 10~15일 밤 오픈
남평화상가	2월 10~15일 밤 오픈	에이피엠	2월 10~15일 밤 오픈
누존패션몰	2월 10~15일 밤 오픈	에이피엠럭스	2월 10~15일 밤 오픈
동평화상가	2월 11~14일 밤 오픈	에이피엠플레이스	2월 10~15일 밤 오픈
동화상가	2월 11~14일	엘리시움	2월 10~15일 밤 오픈
두타몰	정상영업	제일평화시장	2월 11~14일
디오트	2월 11~15일 밤 오픈	테크노상가	2월 10~15일 밤 오픈
디자이너크립	2월 10~15일 밤 오픈	통일상가	2월 10~14일 밤 오픈
DDP패션몰	2월 10~15일 밤 오픈	팀204	2월 10~15일 밤 오픈
롯데피트인	리모델링 중	평화시장	2월 10~14일 밤 오픈
밀리오레	2월 11~12일	청평화시장	2월 10~15일 밤 오픈
맥스타일	미정	청계6가 지하쇼핑센터	정상영업
벨포스트	2월 10~15일 오전 오픈	헬로에이피엠	2월 11~13일
신평화패션타운	2월 11~15일 밤 오픈	현대시티아울렛	정상영업

## 국립중앙의료원 극동 공병단 부지 이전 가속화

국립중앙의료원의 미군 극동 공병단 부지에 신축·이전하는 사업이 속도를 내고 있다. 국방부는 지난 달 6일 서울 용산구 청사에서 보건복지부와 업무협약을 맺고, 서울 중구 방산동 일대의 극동 공병단 부지에 국립중앙의료원을 조속히 건립하기 위해 서로 협력하기로 했다고 밝혔다.

1958년 현 위치인 서울 중구 을지로 6가에 개원한 국립중앙의료원은 중앙감염병 병원, 중앙응급의료센터, 중앙모자보건센터 등을 운영하며 공공의료 체계를 총괄하는 국가 중앙병원이다. 건물 노후화 등으로 2003년부터 이전 사업이 추진돼 서초구 원지동 서울추모공원 내 부지 등으로 옮기려고 했지만, 논의가 번번이 무산됐다.

새 국립중앙의료원에는 총 100개 병상 규모의 음압병실을 갖춘 중앙감염병 병원도 건립된다. 중증 감염병 환자의 입원 치료는 물론 권역 감염병 전문병원 등을 총괄하는 국가 감염병 대응의 중추 기능을 수행하게 된다고 복지부는 전했다. 부지 면적도 현재 2만7천573㎡(8천341평)에서 4만2천96㎡(1만2천734평)로 1.5배 수준으로 늘어난다. 복지부는 업무협약 체결을 계기로 최대한 신속하게 극동 공병단 부지 매입 절차를 완료할 예정이며, 서울시와 극동 공병단 부지의 도시관리 계획 변경 등도 적극적으로 협의할 방침이다.



## 관광특구협의회 1월 모범종사자 선정

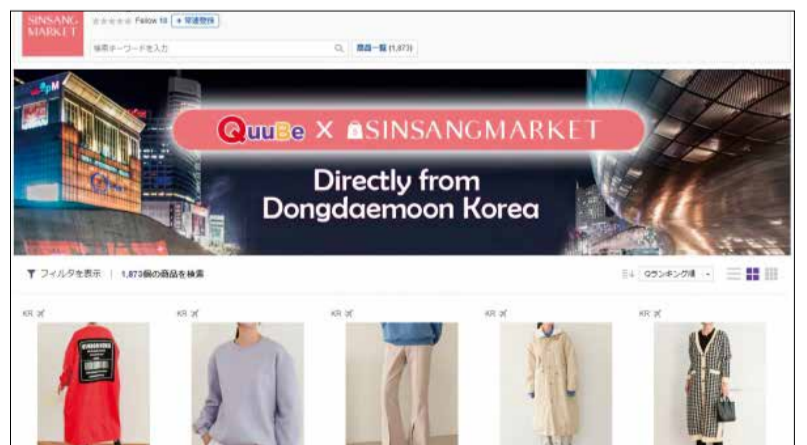
동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)가 1월 동대문패션상권 모범종사자로 광희패션몰 한성재 씨와 동대문 밀리오레 별집 서영우 대표를 선정했다.

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

딜리셔스가 신상마켓 이용 소매사업자의 편의 증진을 위해 간편결제 서비스 ‘신상페이’를 시작했다. 신상페이는 신상마켓에서 사입 및 배송 대행 서비스인 신상배송 이용시 선택할 수 있는 결제 서비스다. 매번 결제 때마다 상품 금액의 일부를 신상캐시로 적립해 준다. 딜리셔스는 신상페이를 기념해 2월 말까지 상품 금액 5%의 적립 혜택을 제공할 계획이다. 적립한 신상캐시는 신상마켓에서 결제시 현금처럼 사용할 수 있다.

동대문시장 규모는 연 10조원에 달할 것으로 추정되지만 여전히 현금 결제 관행이 남아있다. 결제 대금이 큰 데도 번거로운 현금 결제를 해야 해 지출 증빙 등에서도 어려움을 겪는 경우가 많았다. 신상페이가 확대되면 소매 사업자들은 간편하게 지불과 정산을 마칠 수 있다. 딜리셔스는 신상페이를 우선 신상배송에 적용하고 앞으로 동대문에서 발생하는 다양한 거래 영역으로 확장해 갈 계획이다.

## 동대문 첫 간편결제 서비스 딜리셔스 ‘신상페이’ 스타트





## 무신사, 글로벌 사업 박차 입점 브랜드 해외 진출 나선다

온라인 패션 스토어 무신사(대표 조만호)가 입점 브랜드의 해외 진출을 위한 글로벌 사업을 본격화한다.

먼저 유럽을 기반으로 패션 세일즈 사업을 전개하는 아이디얼피플에 전략적 투자(투자금 비공개)를 결정했다. 아이디얼피플은 2008년 미국에서 처음 설립해 해외 홈세일, 패션쇼, 이벤트 등을 기획하며 한국 브랜드를 글로벌 무대에 소개하는 해외 쇼룸 에이전시다. 글로벌 패션 분야에서 10년 이상 쌓아온 사업 경력과 노하우를 바탕으로 한국 패션 브랜드를 해외 선진 시장에 소개하는 기업은 아이디얼피플이 유일하다.

무신사는 이번 투자를 시작으로 무신사 스토어 입점사 중 발전 가능성이 높은 브랜드의 유럽 진출 지원을 추진할 계획이다. 제품 퀄리티와 디자인 측면에서 세계적인 경쟁력을 보유하고 있으나, 인프라 부족으로 해외 무대에 진출할 기회를 얻지 못한 국내 패션 브랜드를 중심으로 전개할 예정이다.

일본 시장 공략에도 나선다. 무신사는 1월에 일본 법인 설립을 완료하고, 국내 브랜드가 일본 시장에 진출할 수 있도록 인프라 구축에 돌입한다. 무신사 스토어가 일본 온라인 시장에 직접 진출하기에 앞서, 브랜드가 일본 진출을 손쉽게 할 수 있는 방식으로 사업을 전개할 계획이다.

특히 브랜드 지원 사업을 안정적으로 운영하기 위해 일본 기업과 전략적인 파



트너십을 맺고 결제 시스템, 물류, 고객 서비스(CS) 운영에 특화된 무신사 전문 인력도 투입한다. 일본 시장이 사업 운영 방식과 고객 행동 측면에서 국내 상황과 매우 다르다는 점을 고려해, 마켓 트렌드와 타깃 성향을 반영한 현지화 전략으로 패션 시장에 빠르게 진입하겠다는 전략이다.

한문일 성장전략 본부장은 “아이디얼피플이 전개하는 해외 쇼룸 사업에서 볼 수 있듯이 국내 브랜드에 대한 해외 수요가 빠르게 증가하고 있는 한편, 인프라 부족으로 기회조차 얻지 못한 경우가 많다”며 “이번 아이디얼피플 투자와 일본 법인 설립을 발판으로 무신사의 해외 사업 실마리와 가능성을 찾을 것”이라고 말했다.

## Qoo10-신상마켓 동대문 패션 해외 판로 개척

글로벌 쇼핑 플랫폼 Qoo10(큐텐, 대표 구영배)이 국내 1위 패션 B2B 플랫폼 신상마켓을 운영하는 딜리셔스(대표 김준호)와 함께 코로나19로 어려움을 겪고 있는 동대문 패션상인들의 해외 판로 개척에 나섰다.



큐텐과 딜리셔스는 최근 계약을 맺고 글로벌 전자상거래 도매시장에 동대문 패션 상품을 선보이기 시작했다. 큐텐의 B2B 도매 전용 플랫폼인 QuuBe(큐브)에 딜리셔스의 ‘신상마켓’ 계정을 개설해 운영하는 방식이다. ‘신상마켓’은 동대문 패션 도매사업자와 전국의 소매 쇼핑몰을 연결하는 B2B 플랫폼으로 작년 거래액은 4,300억 원 규모에 달한다.

큐텐은 글로벌 유통 플랫폼을 통한 제품의 프로모션과 배송 서비스를 지원하고, 신상마켓은 상품 정보 및 상세 이미지 설명에 들어갈 데이터까지 제공해 동대문 패션 아이템의 글로벌 도매화를 꾀한다는 계획이다.

국내 상품들의 해외 진출 지원을 전담하는 큐텐의 큐트레이딩팀이 큐브의 온라인 계정을 운영한다. 배송은 김포에 위치한 큐익스프레스 한국 물류센터를 통해 해외 현지까지 통관 절차를 포함해 모두 한 번에 진행된다. 신상마켓은 동대문 도매사업자 중 해외 판매를 원하는 사업자의 상품을 큐레이션하고 관련 데이터를 큐브에 제공한다. 1월 초 현재 이미 1,800건 이상의 제품이 등록 완료된 상태다.

## 동글 X 클로젯세어 동대문 의류 리셀·공유 기획전

좋은 품질의 동대문 의류 상품들을 더욱 저렴한 가격에 입어보고 구매할 수 있게 됐다. 동대문 도매시장 기반 패션커머스 플랫폼 ‘동글’을 운영하는 동글(대표 최영하)은 클로젯세어에 입점된 공유옷장을 통해 리셀 기획전을 시작한다. 이번 기획전은 오는 2월 9일까지 진행된다.

그동안 동글에서 판매된 데이터를 기반으로 고객만족도가 높은 제품을 엄선해 클로젯세어에서 웨어링을 진행했다. 이번 기획전에서는 새제품 기준 소비자가 10만원을 훌쩍 넘는 가격대의 고품질 제품들을 절반 수준의 가격으로 구매할 수 있으며, 기존 클로젯세어 멤버십 고객들은 렌탈도 가능하다.

동글 최영하 대표는 “동대문에는 저렴한 트렌디 의류부터 고가의 브랜드급 제품까지 모든 라인업이 다 있다”며 “디자인과 품질이 우수한 동대문 제품을 홍보하기 위해 이번 기획전을 진행하게 됐다”고 말했다.

한편 동글은 1월 들어 일방문자(DAU)가 1만 명을 넘어서고 매월 거래액이 3배씩 늘어나는 등 급성장중이다. 동글은 누구나 동대문 의류 도매시장의 상품을 도매가로 구입할 수 있는 이커머스 플랫폼 서비스다. 그동안 도매시장에서 소비자에게 직접 판매하려는 시도는 있었지만, 플랫폼으로 한데 묶어 모바일 앱으로 제공하는 서비스는 동글이 처음이다.

기존 동대문 의류는 ‘도매상-사업자-소매상-플랫폼’을 거쳐 소비자에게 상품이 판매했지만, 동글은 유통구조 혁신을 통해 도매상과 소비자를 바로 연결했다. 이에 따라 누구나 시중가 대비 40~60%가량 저렴한 가격으로 구매할 수 있고, 풀필먼트 기반 물류체계를 구축해 여러 매장에서 상품을 구매하더라도 배송비는 한 번만 결제하면 되는 묶음배송 서비스도 제공하고 있다.







Premium Tencel Wool  
#TAVI 2X2 SPAN



타비2X2스판  
Color swatches

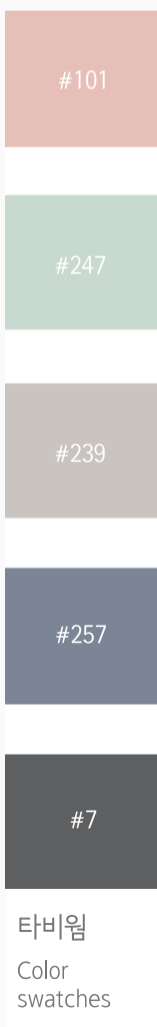
Y A R D

HIGH QUALITY

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



Premium Tencel Wool  
#TAVI WARM



타비웜  
Color swatches



모집요강

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

※ 동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

디오트 2층(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/2월24일/010-7373-1373/  
yysub1202@naver.com

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/무관/없음/1년 이상/2월24일/010-9020-9894/  
adary2000@nate.com

BALANCE(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월24일/010-4816-0604/  
wjdeogks7@hanmail.net

apM(여성복)

주간/정규직/여/1995년생 이상/3년 이상/2월24일/010-9175-  
1582/sjsj1582@naver.com

apM릭스(여성복)

주간/정규직/여/1986년생 이상/5년 이상/2월24일/010-9232-  
9991/raro96@naver.com

청평화, 디오트(여성복)

야간/정규직/남/없음/무관/2월24일/010-6226-2338/  
keh406@naver.com

유나이티드디자이너스(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/2월24일/010-9618-6222/  
hsr0312@naver.com

Lamerei(여성복)

주간/정규직/여/1986년생 이상/3년 이상/2월24일/010-2780-  
0630/lamerei\_official@gmail.com

더 케미(여성복)

주간/정규직/여/없음/무관/2월24일/010-2580-2803/the\_chemi@naver.com

apM 2층(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/5년 이상/2월24일/010-4653-  
4716/minji0114@naver.com

디오트 4층(여성복)

주간/정규직/여/1985년생 이상/3년 이상/2월24일/010-5495-  
0897/e0616@naver.com

누존(캐주얼)

야간/정규직/남/없음/신입/2월24일/010-3875-8711/  
heeya8908@naver.com

LAKE(여성복)

주간/정규직/여/1991년생 이상/3년 이상/2월24일/010-4526-  
7007/chachacha7007@hanmail.net

뷰(여성복)

주간/정규직/여/없음/무관/2월24일/010-8466-8730/  
akskyt@hanmail.net

세라비, 칸틴(여성복)

야간/정규직/여/1999년생 이상/1년 이상/2월24일/010-9161-  
2163/my52good@naver.com

PAPERMOON(여성복)

주간/정규직/무관/없음/2년 이상/2월28일/010-9168-2438/  
kim.papermoon@gmail.com

퀸즈스퀘어 2층(토탈)

무관/아르바이트/여/없음/5년 이상/2월28일/010-7456-5055/  
ddonk000@naver.com

루키버드(여성복)

주간/정규직/여/없음/무관/2월21일/010-7653-0227/  
jy.park@rookiebud.com

동대문(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/2월21일/010-7754-5134/  
sexy513451@naver.com

디오트(여성복)

무관/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/2월25일/010-4687-  
1221/qhemfl1@naver.com

apM플레이스 603호(토탈)

주간/정규직/여/1995년생 이상/2년 이상/2월24일/010-7195-  
3073/info@statement.kr

유노(토탈)

주간/아르바이트/여/없음/3년 이상/2월19일/010-4034-6296/  
poss009@naver.com

Marais(여성복)

주간/정규직/여/1980년생 이상/4년 이상/2월23일/010-2731-  
0929/kkmcome@hanmail.net

apM&apM릭스(토탈)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/2월21일/010-7387-1107/  
xodud820209@naver.com

아미먼트(토탈)

야간/정규직/여/1993년생 이상/무관/2월22일/010-2982-  
5459/Amiment@naver.com

apM플레이스(토탈)

주간/정규직/여/없음/4년 이상/2월21일/010-3725-3612/  
alove588a@naver.com

제일평화(여성복)

무관/정규직/여/없음/1년 이상/2월21일/010-9991-3090/  
wafflequeen7@gmail.com

판매사원

d2(남성복)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/2월25일/010-3190-  
9190/whdcks1468@naver.com

디오트 3층(토탈)

야간/정규직/남/1993년생 이상/무관/2월25일/010-9490-  
1075/redear556@naver.com

apM릭스 ON : UP(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월24일/010-5122-9995/  
skgmlrbs\_@naver.com

apM플레이스

야간/정규직/여/없음/3년 이상/2월24일/010-3123-1248/  
yewwwwon@gmail.com

apM rare(남성복)

야간/정규직/남/없음/1년 이상/2월24일/010-9699-1161/  
apm734@naver.com

린다앤코(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/2월28일/010-5268-7790/  
michaelcue@naver.com

apM(토탈)

야간/정규직/여/1989년생 이상/무관/2월24일/010-9143-  
6845/ssemienne@naver.com

PEPPYHOLIC(여성복)

야간/정규직/남/무관/신입/2월25일/010-9074-0608/  
eighthorse@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/여/1986년생 이상/3년 이상/2월25일/010-7204-  
8588/gojamida@naver.com

apM릭스(여성복)

야간/정규직/여/1988년생 이상/1년 이상/2월24일/010-9929-  
0620/beeyunce@gmail.com

apM(여성복)

야간/정규직/무관/1993년생 이상/무관/2월24일/010-7259-  
1513/objet701@naver.com

이스트하우스(남성복)

야간/정규직/남/1997년생 이상/2년 이상/2월28일/010-3162-  
1151/hjroom81@naver.com

THEY(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/2월20일/010-4751-6821/APM,  
THEY@gmail.com

apM 7층 J.me(남성복)

야간/정규직/남/1990년생 이상/1년 이상/2월20일/010-8625-  
7050/florahuh68@naver.com

제일평화

야간/정규직/여/1967년생 이상/5년 이상/2월20일/010-4815-  
6656/55juhee@hanmail.net

코즈넉(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월20일/010-8841-1913/info@  
koznook.com

디오트 지하2층(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월20일/010-6317-4902/  
p1k7m@hanmail.net

디오트

야간/정규직/여/2001년생 이상/무관/2월19일/010-7277-  
7740/jny871110@naver.com

apM 2층(여성복)

야간/정규직/여/1995년생 이상/무관/2월19일/010-8767-  
7363/minam5266@naver.com

퀸즈스퀘어

야간/정규직/여/없음/1년 이상/2월28일/010-7619-5615/  
wooci282@naver.com

apM릭스(여성복)

야간/정규직/여/1992년생 이상/3년 이상/2월19일/010-7148-  
1574/buymusk@naver.com

apM릭스(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/2월18일/010-5587-  
2236/gogogoyaya89@naver.com

디오트 4층 리블리(여성복)

야간/정규직/무관/1997년생 이상/무관/2월18일/010-5587-  
6356/usucall@hanmail.net

Jk(여성복)

야간/정규직/여/1980년생 이상/2년 이상/2월18일/010-5054-  
0767/hotkiss6366@naver.com

apM플레이스(토탈)

야간/정규직/여/1999년생 이상/1년 이상/2월17일/010-8975-  
5254/polo5254@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/여/1993년생 이상/무관/2월17일/010-7723-  
7524/MW5233@hanmail.net

apM릭스(여성복)

야간/정규직/무관/1989년생 이상/무관/2월16일/010-3497-  
7382/myodoapqp@naver.com



# 무신사 독주 속 하프클럽 3백만 명대로 2위 안착

## 패션 온라인 쇼핑몰 12월 순위 및 방문자 수

지난달 패션업체 온라인 쇼핑몰 방문자 수는 전월에 비해 전반적으로 감소한 것으로 나타났다. 11월이 F/W 시즌 성수기를 맞아 대대적인 마케팅으로 연중 가장 많은 방문자 수가 몰리면서 12월은 상대적으로 감소 현상을 보이기도 하지만 전년대비로도 저조해 코로나19로 인한 사회적 거리두기 격상 등으로 인해 소비자들이 의류 구매를 자제한 것으로 분석된다.

본지가 국내 홈페이지 랭킹 순위 사이트인 코랭킹닷컴(www.koranking.com)의 협조를 받아 조사한 '12월 패션 온라인 쇼핑몰 순위'에 의하면 100위권 쇼핑몰 중 약 80%가 글로벌 랭킹이 하락했다. 전월에 약 70%가 상승한 것에 비하면 방문자 수가 크게 준 것이다.

방문자 수와 검색량, 체류 시간 등을 종합적으로 평가해 매긴 글로벌 랭킹 1~10위는 무신사, 하프클럽, 패션플러스, 29cm, 더블유컨셉, SSF샵, 이랜드몰, 아디다스, 스타일난다, 임블리 순으로 조사됐다. 지난 11월에는 무신사, 하프클럽, 스타일난다, 이랜드몰, 더블유컨셉, SSF샵, 패션플러스, 29cm, LF몰, 안다르 순이었다. 전월과 비교했을 때 패션플러스, 29cm, 아디다스 등이 순위가 올랐다.

방문자 수는 무신사가 약 1,000만 명으로 여전히 가장 많았다. 하지만 전월 1,200만 명에 비해서는 200만 명이 감소했다. 전년대비로도 200만 명이 줄어 1,000만 명 돌파에는 실패했다. 이어 하프클럽 310만 명, 패션플러스 174만 명, 더블유컨셉 173만 명 순으로 방문자 수가 많았다. 하프클럽은 전월 320만 명에 이어 12월에도 300만 명을 넘었다.

취급 부문별로는 여성이류가 강세를 보였다. 에이블리, 밀크코코아, 브랜드 등이 방문자 수가 증가하면서 글로벌 랭킹이 상승했다. 반면 한동안 강세를 보였던 스포츠, 아웃도어 브랜드들은 프로모션 기간이 끝나면서 주춤했다.

취급 부문별 1위는 브랜드여성이류는 스타일난다(3위→9위), 여성이류는 에이블리(20→12위), 남성이류는 엘가노멤버(114위→97위), 종합스포츠브랜드는 아디다스(11위→8위), 아웃도어는 칸투칸(25위→19위), 피트니스웨어는 안다르(10위→15위), 여성화는 사뿐(42위→43위), 빅사이즈의류는 핫핑(19위→16위), SPA브랜드는 지오다노(84위→116위), 신발은 슈마커(109위→82위), 아동복은 보리보리(48위→64위), 속옷은 뽕브라몰(72위→60위), 가방은 백스테이(102위→59위) 등이 차지했다. 남성복과 신발을 제외하면 선두에는 변화가 없었다.

글 박우혁

패션 온라인 쇼핑몰 순위 (※ 12월 기준, 시밀러웹 기반, 코랭킹닷컴 제공)

순위	쇼핑몰 이름	홈페이지 주소	글로벌 랭킹	증감	국내 랭킹	증감	월 방문자수(명)	취급 부문	순위	쇼핑몰 이름	홈페이지 주소	글로벌 랭킹	증감	국내 랭킹	증감	월 방문자수(명)	취급 부문
1	무신사	musinsa.com	4,029	-1,150	96	-32	9,931,138	브랜드종합의류	51	힙합퍼닷컴	hiphoper.com	112,027	-5,039	2,070	-89	315,754	종합패션브랜드
2	하프클럽	halfclub.com	13,220	-1,345	257	-36	3,144,615	브랜드종합의류	52	캠마트	canmart.co.kr	116,472	-22,433	2,337	-522	301,920	여성이류
3	패션플러스	fashionplus.co.kr	22,198	1,256	418	19	1,740,374	브랜드종합의류	53	내셔널이그레티어패럴	naturestore.co.kr	117,430	-24,059	2,194	-478	351,831	아웃도어
4	29cm	29cm.co.kr	22,405	2,444	436	39	1,568,351	브랜드종합의류	54	안나앤모드	annanmode.com	118,093	-20,575	2,179	-387	290,430	여성이류
5	더블유컨셉	wconcept.co.kr	23,391	-3,021	506	-94	1,734,323	브랜드종합의류	55	그레이시크	graychic.co.kr	118,510	-26,096	2,219	-470	314,493	여성이류
6	SSF샵	ssfshop.com	23,754	-2,190	478	-58	1,493,775	브랜드종합의류	56	인동FN	idfmall.co.kr	120,417	35,170	2,265	715	241,092	아웃도어
7	이랜드몰	elandmall.com	24,827	-5,188	507	-119	1,578,094	브랜드종합의류	57	네파	nepamall.com	124,132	-23,287	2,427	-556	330,391	아웃도어
8	아디다스	shop.adidas.co.kr	31,784	488	610	13	912,971	종합스포츠브랜드	58	소녀나라	sonyunara.com	126,014	-18,049	2,467	-375	210,752	여성이류
9	스타일난다	stylenanda.com	32,615	-13,964	1,839	-671	1,263,554	브랜드여성이류	59	백스테이	bagstay.co.kr	126,781	24,873	2,397	532	369,208	가방
10	임블리	imvely.com	35,215	7,224	671	115	1,799,157	브랜드여성이류	60	뽕브라몰	bbongbra.co.kr	127,031	-17,283	2,386	-350	334,446	속옷
11	LF몰	lfmall.co.kr	38,041	-12,215	711	-221	1,155,533	브랜드종합의류	61	프롬비기닝	beginning.kr	128,505	-33,432	2,429	-676	295,892	여성이류
12	에이블리	a-bly.com	40,365	4,664	748	78	1,389,162	여성이류	62	딘트	dint.co.kr	130,008	-11,886	2,593	-218	318,535	여성이류
13	코오롱몰	kolonmall.com	41,112	-6,354	762	-102	1,052,974	브랜드종합의류	63	베니토	benito.co.kr	130,613	-25,956	2,490	-544	273,740	여성이류
14	SV빌리지	svillage.com	43,223	-8,535	804	-136	827,058	브랜드종합의류	64	보리보리	boribori.co.kr	131,589	-40,442	2,498	-839	248,018	아동복
15	안다르	andar.co.kr	43,784	-15,365	812	-252	1,539,275	피트니스웨어	65	갠소	gaenso.com	133,116	-39,254	2,513	-796	310,769	여성이류
16	핫핑	hotping.co.kr	45,635	-1,467	845	-29	929,552	빅사이즈의류	66	커먼유니크	common-unique.com	135,040	-20,246	2,861	-388	209,066	여성이류
16	몰라웨어	mulawear.com	53,710	-8,388	976	-149	991,523	피트니스웨어	67	아이디룩몰	idlookmall.com	135,977	-27,236	2,564	-560	176,071	브랜드여성의류
18	다바걸	dabagirl.co.kr	54,191	-12,724	992	-227	637,367	여성이류	68	핑크코끼리	pinkelphant.co.kr	136,460	-43,891	2,574	-873	267,536	여성화
19	칸투칸	kantukan.co.kr	55,098	-1,225	1,008	-30	967,599	아웃도어	69	슈퍼스타아이	superstari.co.kr	137,325	1,709	2,575	187	239,655	남성이류
20	엑시믹스	xexymix.com	57,455	-21,060	1,146	-412	909,663	피트니스웨어	70	페플	fairplay142.com	140,832	-11,374	2,659	-216	265,131	남성이류
21	더한성닷컴	thehandsome.com	57,931	-15,279	1,090	-278	388,323	브랜드종합의류	71	마이다스비	midasb.co.kr	142,555	-78,930	2,692	-1,545	249,321	여성이류
22	밀크코코아	milkcocoa.co.kr	62,041	8,260	3,937	178	508,323	여성이류	72	조셉앤스테이	josephanstacey.com	143,008	-18,840	2,781	-400	287,022	패션잡화브랜드
23	아이스타몰	istockmall.com	63,879	-8,888	1,142	-144	584,240	브랜드종합의류	73	리저럴닷컴	leejiral.com	143,865	-49,089	2,721	-983	234,561	여성이류
24	브랜드	brandi.co.kr	65,940	4,384	1,186	95	498,567	여성이류	74	배바닷컴	babat.com	143,969	-7,848	2,710	-134	188,373	브랜드여성의류
25	츄	chuu.co.kr	69,763	-9,819	5,580	-936	516,307	브랜드여성의류	75	플라이모델	flymodel.co.kr	144,486	-44,629	2,725	-898	207,807	여성이류
26	서울스토어	seoulstore.com	73,321	-16,157	1,315	-260	571,969	여성이류	76	스토리나인	storynine.co.kr	145,383	-55,304	2,740	-1,092	219,691	여성이류
27	뉴발란스코리아	nbkorea.com	74,087	-38,648	1,327	-656	424,248	종합스포츠브랜드	77	제이에스티나	jestina.co.kr	145,540	-3,593	2,808	-11	192,735	패션잡화브랜드
28	아트랑스	atrrangs.co.kr	75,281	-19,386	1,386	-340	524,377	여성이류	78	피핀	pippin.co.kr	148,175	-30,504	2,823	-609	288,952	여성이류
29	육육걸즈	66girls.co.kr	76,278	-19,683	1,372	-340	353,889	빅사이즈의류	79	리리엔코	ririen.com	152,241	-35,788	2,880	-708	269,240	빅사이즈의류
30	케이투	k2.co.kr	78,725	-31,138	1,412	-543	469,936	아웃도어	80	크루비	crawbi.com	152,275	-596	2,995	-61	204,373	종합의류
31	노스페이스	thenorthfacekorea.co.kr	84,463	-11,649	1,594	-202	383,929	아웃도어	81	민스샵	minsshop.com	152,994	-26,178	2,939	-523	250,504	여성이류
32	저스트원	justone.co.kr	85,136	-38,679	1,544	-687	560,649	여성이류	82	슈마커	shoemaker.co.kr	153,263	4,111	2,915	104	113,586	신발
33	필라코리아	fila.co.kr	88,665	-36,486	1,717	-669	416,137	종합스포츠브랜드	83	디스이즈네버댓	thisisneverthat.com	154,260	39,033	6,112	1,281	177,004	패션잡화브랜드
34	리린	leelin.co.kr	91,234	4,085	1,621	122	394,353	여성이류	84	마리오몰	mariomall.co.kr	154,549	831	2,986	26	225,119	브랜드종합의류
35	제이스타일	jstyleshop.net	92,217	-24,525	1,775	-506	464,828	빅사이즈의류	85	난닝구	naning9.com	154,587	22,951	3,497	354	177,783	브랜드여성의류
36	시크릿라벨	secretlabel.co.kr	93,930	-20,596	1,676	-369	391,056	여성이류	86	모코블링	mocobling.com	155,191	-44,693	2,993	-899	233,631	여성이류
37	데일리룩	dailylook.kr	94,720	-23,976	1,712	-446	376,478	여성이류	87	오까네	okkane.co.kr	155,554	-4,522	2,964	-69	289,529	빅사이즈의류
38	클릭엔터테인먼트	clicknfunny.com	95,421	-26,168	1,727	-486	384,360	여성이류	88	잇슈	itshu.co.kr	155,885	-32,742	2,979	-688	190,448	여성화
39	안나키즈	annakids.co.kr	96,949	2,780	1,744	81	309,922	여성이류	89	아이스타일24	istyle24.com	159,298	-23,832	3,198	-509	206,233	브랜드종합의류
40	레미떼	lemite.com	97,157	-16,991	1,745	-316	330,982	브랜드여성의류	90	몰리안	mouliau.com	159,953	1,884	3,078	43	136,769	여성이류
41	러브패리스	loveparis.net	103,184	-30,365	1,890	-587	415,268	여성이류	91	공구우먼	09women.com	160,206	-16,529	3,302	-493	159,543	빅사이즈의류
42	썬제이	sumji.com	104,976	-25,006	1,960	-463	400,539	여성이류	92	조아맘	joamom.co.kr	163,421	-4,645	3,204	-44	199,481	여성이류
43	사뿐	sappun.co.kr	105,385	-27,342	1,948	-539	479,794	여성화	93	컴포트랩	comfortlab.co.kr	164,259	26,638	3,165	592	180,897	속옷
44	나인	nain.co.kr	106,980	-3,188	1,965	-56	361,926	브랜드여성의류	94	메이비베이비	maybe-baby.co.kr	165,144	-38,378	3,268	-808	194,734	여성이류
45	디스커버리익스페디션	discovery-expedition.com	106,988	-1,893	1,970	-3	304,396	아웃도어	95	러블리슈즈	lovelyshoes.co.kr	166,227	23,841	3,215	486	166,686	여성화
46	라일론	lylon.co.kr	109,100	-25,819	1,984	-488	375,172	여성이류	96	로미스토리	romistory.com	167,312	-51,969	3,214	-1,059	152,411	여성이류
47	룸팩커	roompacker.co.kr	109,444	-17,347	2,008	-314	376,908	여성이류	97	엘가노멤버	elganovember.com	167,795	-2,488	3,225	-53	198,547	남성이류
48	시크헤라	chichera.co.kr	110,257	-19,971	2,049	-397	317,646	여성이류	98	어라운드더코너	aroundthecorner.com	171,870	-13,791	3,376	-244	213,278	종합패션브랜드
49	메이블루	mayblue.co.kr	110,433	-56,397	2,027	-1,047	327,203	여성이류	99	앙투	angtoo.com	179,160	-48,242	3,450	-988	117,894	여성이류
50	패션풀	fashion-full.com	110,603	1,267	2,118	99	372,012	여성이류	100	다크빅토리	darkvictory.co.kr	182,246	8,919	4,198	-52	119,582	여성이류



### 김창범패턴(금우패턴)

김창범 패턴은 김창범 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰과 주로 협력하며 여성정장을 비롯한 여성복 패턴 제작에 매진하고 있다.

■설립연도 2011년 ■연락처 010-5588-6877 ■주소 다산로 33다길 3, 1층 ■업태 패턴 ■주생산품목 여성정장 ■특화품목 여성복 ■주거래처 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰



### 밀성캐드



밀성캐드는 이우성 대표가 이끄는 패턴 전문업체이다. 하이테크 생산 기술명장인 이 대표는 약 40년 경력의 패턴사로 브랜드 기업 소속 패턴사로 활동하다가 밀성캐드를 개업했다. 캐주얼웨어 패턴 제작을 주로 진행하고 있으며, 데님과 캐주얼을 주요 패턴 생산 품목으로 내세우고 있다.

■설립연도 2009년 ■연락처 010-5290-4872 ■주소 다산로 35길 19, 202호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 데님류 ■주거래처 패션브랜드 기업, 동대문 도매시장, 프로모션

### 다원

다원은 진병룡 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 토털패션의 패턴 제작이 가능하며 주로 여성복 패턴을 맡고 있다. 패션브랜드 기업, 디자이너 브랜드, 동대문 도매시장과 프로모션 등의 업체와 협력하고 있다.

■설립연도 2019년 ■연락처 010-9024-1527 ■주소 다산로 29길 17, 대흥빌딩 2층 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 디자이너 브랜드, 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션



### 송앤송



송앤송은 송특호 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 내셔널 브랜드에서 패턴실장으로 오랜 시간 근무한 송 대표는 독립한 후 수출회사와 프로모션 등과 협력해 패턴 제작에 몰두하고 있다.

■설립연도 2020 ■연락처 02-2236-6297 ■주소 다산로 39길 1, 홍익빌딩 208호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 수출회사, 프로모션

### 라인기획

라인기획은 정흥준 대표가 이끄는 패턴 전문업체이다. 여성복 브랜드에서 패턴사로 오랜시간 재직하던 정 대표를 비롯해 다수의 패턴사가 상주하며 패턴 업무를 진행하고 있다. 수 패턴과 캐드 패턴을 혼용해 토털패션의 패턴 제작이 가능하며, 메인 생산도 가능한 별도의 설비를 갖추고 있다.

■설립연도 2006년 ■연락처 010-9457-1273 ■주소 퇴계로 406-2, 201호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 디자이너 브랜드, 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰



### 에스라인



에스라인은 손석희 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 손 대표는 유명 여성복 브랜드 기업과 스포츠웨어 브랜드 기업에서 패턴실장으로 오래 근무했다. 여성정장과 영캐주얼 패턴 제작을 주로 진행하고 있으며, 골프웨어 패턴을 특화품목으로 내세우고 있다.

■설립연도 2018 ■연락처 010-8670-1211 ■주소 다산로 33다길 42, 301호 ■업태 패턴 ■주생산품목 여성정장, 영캐주얼 ■특화품목 여성복, 골프웨어 ■주거래처 패션브랜드 기업, 디자이너브랜드, 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션

### 매일기획

매일기획은 패턴사 경력 20년의 김호현 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 여성복 브랜드에서 패턴사로 근무한 뒤 자체 패턴실을 개업했다. 여성복, 정장, 캐주얼 전문 패턴업체로 운영하고 있다.

■설립연도 2009년 ■연락처 010-5415-5702 ■주소 퇴계로 398길, 대흥빌딩 203호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 인터넷 쇼핑몰



### 에스앤에스



에스앤에스는 조영계 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 조 대표는 라사라패션에서 시작해 패션계에 종사한 지 약 40년 경력을 가진 패턴사이다. 여성복과 남성복 브랜드 기업에서 재직한 경험을 바탕으로 토털패션의 패턴 제작이 가능하며, 최근에는 데님류 패턴을 특화품목으로 내세우고 있다.

■설립연도 2016 ■연락처 010-4141-7309 ■주소 청구로 64, 청구e편한세상 123동, 2층 2-9호 ■업태 패턴 ■주생산품목 여성복, 남성복, 캐주얼웨어 ■특화품목 여성복, 데님류 ■주거래처 동대문 도매시장, 수출회사, 인터넷 쇼핑몰

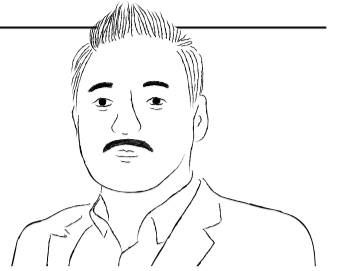


이철영의 동대문 이야기①

# 가업 승계 젊은 사장들 동대문 변화 주역으로 뜬다

이철영

(한국섬유소재연구원 전문위원 · 전 야드인 부사장)



요즘 세상에 “개천에서 용 났다”는 말은 이제 옛말이 되어 버렸다. 각종 마스크에서 아빠찬스, 엄마찬스, 금수저, 흙수저 같은 말들이 쏟아져 나오니 솔직히 말해 뺄 없으면 아무것도 못하는 세상이 되어 버린 느낌이다. 이제 가난도 대물림되고, 부자도 대물림되는 세상에서 아무리 능력 있고 열심히 살아도 부자로 살아가는 소가 뒷걸음치다 쥐새끼 잡는 격일 것이다.

그래도 동대문은 가방끈 짧고 가난한 사람들이 열심히 일하고 노력해서 자수성가하는 모습을 보여 주며 “저 친구 정말 용 났네” 하는 소리를 듣던 곳인데, 이제는 부모가 일시켜놓은 매장을 물려받아 편안하게 장사하는 사람들이 많아지고 있으니 가수 이선희의 ‘아~ 옛날이여’가 생각이 날 법하다. 이렇게 세상은 변하기 마련이다. 좋은 시절이 있으면 나쁜 시절도 있기 마련이고, 들고 도는 게 세상이지 아니겠나.

지금 동대문종합시장 매장에는 소위 목 좋은 중앙 통로 자리에 2세대들이 제법 눈에 띈다. 매장 이름만 보면 어느 정도 알 정도로 부모의 사업을 물려받았다. 본인이 몇십 년 열심히 노력해서 이뤄놓은 사업을 자식에게 물려주는 것은 당연한 이치이고, 바람직한 일로 생각된다. 십년 전만 하더라도 본인들이 평생 너무 많은 고생을 해서 자식들에게는 절대 원단이나 옷 매장을 물려주지 않겠다고 해서 섬유패션 업종과는 전혀 무관한 학과를 선택해 다른 일을 하게 한 것과는 격세지감을 느끼게 한다.

이런 현상은 세상이 변하면서 자연스럽게 나타나는 일인지도 모른다. 직업에 귀천이 없는 것이고, 좋은 학벌 가지고도 제대로 취업할 수 없는 사회적 현상일 것이고, 험한 세상에 나가 고생하는 것보다 어렸을 때 봐왔던 원단이나 옷 사업 등이 편하고 자신감이 있을 수 있을 것이다

사실 이삼십년 전으로 거슬러 올라가면 원단이나 옷 사업이든 창업도 돈 벌이도 쉬었던 것 같다. 본인이 영업 잘한다는 소문만나면 이쪽저쪽에서 스카우트 제의가 들어오기도 했다. 몇 년 영업 또는 매

장에서 있다가 원단 많이 써주고, 결제 잘해주는 몇 군데 업체 찾아가 도와달라며 독립해서 그 업체에서 사용하는 원단만 잘 팔아도 직장생활 하는 것 보다 몇 배 또는 몇 십 배 수입을 올릴 수 있었던 것도 사실이다. 또한 원단을 공급해주는 업체에서 밀어 줄 테니 원단 장사 해봐라 하고 꼬드기는 일도 비일비재 했다. 하지만 이제는 모두 옛날 일이 되었고, 빠르게 변하는 시대를 따라가지 못하면 도태되는 세상이 우리 눈앞에 와 있다.

다이마루 니트 원단을 취급하는 5~6년 정도 된 모 업체가 있다. 젊은 친구가 사장인데, 섬유원단의



미래를 책임지고 사명감을 가지고 건실하게 이끌어 가고 있다. 이 업체 사장은 다이마루 제조 공장을 운영하는 아버지의 영향으로 동대문 원단가게에서 2년 정도 일하다 독립해 지금은 매장 두 세 곳을 운영하고 있다.

아마도 어렸을 때부터 실로 원단 짜는 것을 보고 자랐고, 아버지의 권유로 동대문시장에 가서 실무를 경험한 뒤 원단 매장을 내 열심히 일하고 판매해서 지금은 정상 문턱까지 치고 올라가고 있는 중일 것이다. 본인 노력과 열정에 대한 결과이기도 하지만 부모 또는 지인들의 깔아준 토대를 발판삼아 지금의 자리까지 온 것은 부인하지 못할 것이다.

이처럼 사업의 성공도 삼박자가 맞아야 한다. 처음에는 선두 업체들의 원단을 카피하기 바빴고, 거

래처에 납품단가도 기존 업체보다 싸게 책정해서 들어갔을 것이고, 배송역시 남들보다 빠르게 보내려고 노력하고 남 될 때 못 쉬고 원단 판매에 모든 것을 쏟아 부었을 것이다.

어찌되었건 젊은 나이에 남들이 부러워 할 정도로 사업도 어느 정도 안정되었고 아버지의 그늘에서 벗어나 독자적으로 사업을 키워 냈다는 데에 높은 점수를 주고 싶다. 부디 이제는 큰 업체의 원단 카피에서 벗어나 본인이 많은 공장들을 다니면서 보고 배우고 거래처에서 원하는 신제품을 만들어 섬유소재 발전에 이바지하길 바란다.

한 업체를 더 소개할까 한다. 이 업체는 우븐 원단을 취급하고 있는 곳으로, 소위 말하는 목 좋은 상가 3층에 위치해 있다. 어머니와 아들이 운영하고 있는데 1~2년 후면 자식에게 사업과 매장을 모두 물려줄 계획이다. 원래 아버지가 매장을 운영하다 실패한 후 자식이 물려받아 채무를 모두 갚고 2년 전부터 흑자를 내고 있다.

필자가 전에 얘기했듯이 동대문에서 직물 원단은 이미 중국산으로 채워져 있고, 일부 봄, 여름용 원단만 대구에서 생산해 판매하고 있다. 이 친구는 대학을 중국에서 나와 중국 지리를 잘 알고 있었고 광저우와 항주 등지에서 생산한 생지를 수입해 국내에서 염가공을

한 뒤 판매해 성공을 거두었다. 여기에 어머니가 컬러 감각이 뛰어나 색상을 연구하고 아이템 별로 스와치를 만들어 거래업체의 반응이 좋았다.

이들 업체를 보면서 “장사란 돈을 남기는 것이 아니라 사람을 남기는 것”이라는 옛 거상의 말이 마음에 와 닿는 이유는 무엇일까. 내 자신이 동대문시장 하면 돈과 연결하려고 하는 속마음이 잘못된 것을 시인하고자 한다. 동대문시장에서도 이제 장사해서 성공하려면 개발 능력이 뛰어나던지, 돈이 엄청 많던지, 부모에게 모든 것을 물려받던지 해야 되는 시대가 왔다. 하지만 섬유패션의 지식을 쌓고, 개척하고, 충분한 경험을 얻고, 옷을 진심으로 사랑하는 마음이 있으면 성공의 기회는 얼마든지 주어진다 믿는다. 필자는 확신하는 바이다.



## 패션디자이너가 알아야 할 법률상식56 | 인사·노무

### 48

근로계약서는 어떻게 작성하나요?

“필수 기재 사항 정확히 명시”

근로계약서를 작성할 때에는 근로계약기간, 근로일, 근로시간, 임금, 휴일, 휴가, 담당업무 및 장소 등의 사항을 반드시 명시해야 합니다.



#### 계약서 필수 작성항목

- ① 계약기간 : 근로시작일부터 근로종료일까지
- ② 근무장소 : 근로를제공하는사업장주소
- ③ 담당업무 : 실제수행하는업무의구체적인내용
- ④ 근로일 : 실제근로를수행하는요일
- ⑤ 근로시간 : 출근시간 및 퇴근시간에서 휴계시간을 제외한 시간 (실근로시간)
- ⑥ 휴계시간 : 자유롭게 쉬는 시간(점심시간)
- ⑦ 임금 : 총지급액및각수당,계산방법및지급일
- ⑧ 휴일 : 근로제공의무가 면제되는 날
- ⑨ 휴가 : 일정기간출근할경우유급으로근로의무가면제되는날



### 49

일일 아르바이트생을 고용하는데  
근로계약서를 생각해 봐요?

“반드시 작성해야”

아르바이트를 하루만 고용하더라도 근로계약서는 반드시 작성해야 하며, 이때 필수적으로 기재되어야 하는 항목이 있습니다. 근로계약서의 작성은 사업자의 법적 의무이고, 작성하지 않을 경우 500만 원 이하의 벌금 등 강력한 규제가 이루어지고 있습니다. 정규직, 기간제, 아르바이트, 일용직 등 고용형태와 무관하게 단 하루라도 회사에서 근무하였다면 모두 근로계약서를 작성해야 하며, 이를 작성하지 않은 상태로 근로자가 단 하루라도 근무한 사실이 적발될 경우 불이익을 당할 수 있습니다.

### 50

프리랜서 디자이너와 계약하는 경우에도  
근로계약서를 작성해야 하나요?

“경우에 따라 작성해야”

디자이너와 프리랜서 계약을 체결할 때에는 원칙적으로 근로계약서를 작성할 필요가 없습니다. 프리랜서 디자이너는 근로기준법상 근로자가 아니므로 원칙적으로는 근로기준법의 적용을 받지 않기 때문입니다. 따라서 근로계약서가 아닌 도급계약서 또는 프리랜서 계약서를 작성해도 무방합니다. 그러나, 프리랜서 디자이너라 하더라도 아래 사항을 종합해 볼 때 해당되는 부분이 많다면 근로기준법상 근로자로 인정될 수 있기 때문에 아래와 같은 경우에는 근로계약서를 작성해야만 합니다.

1. 사용자의 지시에 의해 업무가 이루어지는 경우
2. 업무수행 시 구체적이고 직접적인 지휘·감독을 받는 경우
3. 근무시간, 근무장소가 지정되고 이에 구속되는 경우
4. 기본급, 고정급이 정해진 경우
5. 근로소득세를 원천징수한 경우
6. 취업규칙, 인사규정 등의 적용을 받는 경우
7. 계약기간 중 다른 회사에서 근무하는 것이 금지되는 경우

### 52

법적으로 꼭 지켜야 하는  
휴가일수가 있나요?

“최소 연간 12일 이상”

근로자를 5명 이상 고용하였다면 정규직, 기간제, 아르바이트, 일용직 등 근무의 직종에 관계없이 근로기준법상 일정한 요건을 충족할 경우 의무적으로 휴가를 부여해야 합니다.

### 51

아르바이트생도 4대보험에  
꼭 가입시켜야 하나요?

“근무 시간에 따라 상이”

아르바이트생이라 하더라도 근로를 제공하고 임금을 지급하였다면 아르바이트생 본인의 의사에 관계없이 의무적으로 4대보험(국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험)에 가입해야 합니다. 단, 월 근무시간이 60시간이 안 되거나 월 근무일수가 8일이 안 될 경우 국민연금과 건강보험은 가입하지 않아도 됩니다.



# 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

