



04 커버스토리

'아듀 2023' 올해 동대문 상권 ✨
주요 이슈 & 상인들에게 듣는다

11 매장 탐방

프렌치 감성의 하이퀄리티
여성복 '베르네프'

12 인기상품

'상인참여형 온오프라인
판매지원' 인기상품



지파운데이션

의류/잡화 재고처리 어떻게 하세요?

물품 기부를 통해 취약계층에게 희망을 선물하고
상인에게는 세액공제 혜택을 드리는 기부 캠페인!

캠페인 안내

지파운데이션은? 취약계층 여성을 비롯해 아동청소년부터 노인까지 소외된 이웃들에게 도움의 손길을 전하는 국제개발협력 NGO입니다.

후원해 주시면, 소비가 나눔이 되는 지파운데이션 나눔가게에서 기부 물품 판매 후, 수익금을 통해 아래와 같이 취약계층을 돕게 됩니다.

기부효과



국내외 취약계층 지원



경력단절 여성을
고용하여 일자리 창출



미혼한부모 바우처 지급
/생계 및 자립 지원

기부혜택

*세액공제 혜택(사업자 사업소득 10% 이내), 온라인 홍보, 기부증서 발급
*20박스 이상 기부 시 수거를 진행하며, 소량은 선불 택배를 이용해 기부가 가능합니다. *기부 가능 품목: 의류, 가방, 신발, 악세서리 등 기타 잡화(새 상품)

참여 방법



기부신청



물품기부



기부금영수증
발행



취약계층
지원

[신청하기▼]



신청 방법 : 홈페이지 / 이메일 / 전화

문의 : 지파운데이션 070-5158-7191 / esg@gfound.org

“두타몰 광장에서 연말 분위기 만끽하세요”

크리스마스와 연말 분위기가 물씬 풍기는 이색 조형물이 두타몰 광장에 등장했다. 연말을 맞아 최근 두타몰 광장에 설치된 이색 조형물은 국내 대표 일러스트레이터 김다혜 작가와 협업해 제작했다. 김다혜 작가는 사람, 동물, 사물 등을 과장된 형태와 단순한 표현으로 캐릭터화하고, 특별한 스토리를 부여한 작품으로 많은 팬 층을 보유한 일러스트레이터다.

이번 조형물은 ‘두타 해피 윈터랜드(DOOTA HAPPY WINTERLAND)’를 테마로, 두타몰 전용 캐릭터인 ‘두두’와 ‘타타’가 사랑스러운 반려동물과 함께하는 크리스마스 파티에 세계 각국의 친구들을 초대한다는 스토리가 담겼다. 두타몰은 폐타이어 탄성 포장재로 만든 재활용 소재를 사용해 바닥 고무칩 매트를 설치했다.

김다혜 작가와 5종 굿즈(엽서, 스티커, 포스터 캘린더, 파우치, 러기지백)를 제작해 방문객들에게 기념품으로 증정하는 한편 내년 1월 14일까지 SNS 인증샷 이벤트도 개최한다.



표지 설명

다사다난했던 2023년 계묘년(癸卯年) 한 해가 지나가고 있다. 올해는 코로나19가 엔데믹으로 전환되고 6월부터 노마스크가 실시되는 등 일상회복이 이루어지면서 경기회복에 대한 기대감이 컸다. 올해 동대문패션타운에 일어났던 주요 이슈를 정리하고 상인들의 이야기를 들어보았다. 관련기사 4-7면 (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 발행일 2023년 12월 1일

발행처 (재)같이걷는길(구 동대문미래재단) (사)동대문패션타운관광특구협의회

발행인 박용만 박중현 취재 및 편집 디인사이트 인쇄 아람P&B

기사제보·광고문의 010-4118-5903, hyouk1515@naver.com

*디스토리(DSTOTY)는 (재)같이걷는길과 (사)동대문패션타운관광특구협의회가

동대문패션타운 발전을 위해 무료로 발간하는 월간 정보지입니다.

© 디스토리, 무단전재 및 재배포 금지



두타몰 광장에서 외국인들이 통역 안내원에게 길을 물어보고 있다.

지난달 엘리시움 4층에 오픈한 반려동물 제품 상설 전시장.

■ ‘아듀 2023’ 올해 동대문패션타운에 어떤 일이 있었나 엔데믹 시대 유동인구 늘었지만 상권 활성화 역부족

다사다난했던 2023년 계묘년(癸卯年) 한 해가 지나가고 있다. 올해는 코로나19가 엔데믹으로 전환되고 6월부터 노마스크가 실시돼 일상 회복이 이루어지면서 경기회복에 대한 기대감이 컸다. 하지만 상반기 고물가와 고금리로 소비심리가 위축되고 하반기에도 경기침체가 이어

지면서 기대했던 경기회복은 이루어지지 않았다. 이에 따라 동대문패션타운도 침체의 늪에서 벗어나지 못 하고 힘든 시기를 이어갔지만 한편에서는 경쟁력 강화를 위한 노력도 지속됐다. 올해 동대문패션타운에 일어났던 주요 이슈를 정리했다.

국내외 관광객 유입 늘어… 특수는 ‘실종’

엔데믹 시대를 맞아 우리나라를 찾는 외국인 관광객이 다시 증가하면서 동대문패션타운을 방문하는 외국인들도 늘었다.

한국관광공사에 따르면 올해 들어 지난 9월 말까지 한국을 찾은 외국인 관광객은 765만 명 수준이다. 외국인 관광객 수는 2019년 1750만 명을 기록했지만, 코로나19로 인한 팬데믹으로 급감한 뒤 다시 회복 중이다. 올해는 1000만 명을 넘을 것으로 예상되고 있다.

동대문패션타운의 엔데믹 효과는 올 상반기부터 조금씩 나타났다. 사회적 거리두기 해제와 실내외 마스크 착용 해제 등으로 작년에 비해 주요 상가 쇼핑객 방문이 늘었고, 동대문디자인플라자(DDP)를 중심으로 각종 행사가 열리면서 시민들의 발길도 크게 증가했다.

동대문패션타운에 국내외 관광객과 쇼핑객이 늘었지만 상인들은 피부로 느끼지 못 했다는 반응이 지배적이다. 상가와 매장에 따라 다르겠지만 매출이 눈에 띄게 증가했다는 곳도 드문 편이다. 특히, 동대문패션타운의 절대 비중을 차지하고 있는 도매상가들은 사드 이전 큰 손 역할을 해 온 중국인 관광객이 유입되지 않으면서 여전히 어려움을 겪었다.

공실률 증가… 일부 상가 타 업종 유치

동대문패션타운 31개 상가 2만5천여 개 점포 중 약 40%는 빈 매장이라는 말이 나올 정도로 공실률이 해마다 늘고 있다.

올해 역시 공실률이 줄었다는 상가는 찾아보기 힘들 정도로 나가는 매장은 줄고, 새로 들어오는 매장은 드물었다.

물론 이 같은 공실률은 몇몇 소매상가가 차지하는 비중이 높고, 도매상가의 경우 아직 10% 내외에 불과하지만 코로나 이전 입점 대기업체가 있을 정도로 공실 걱정을 안 하던 때와 비교하면 격세지감을 느끼게 하고 있다.

동대문패션타운의 공실률은 코로나 이후 크게 높아졌지만 공급 과잉과 수요 감소로 사실 그 이전부터 감지되어 왔다. 매장 외 다른 용도로 사용하기 어렵게 만들고 있는 집합건물법과 관광진흥법이 여전히 개정되지 않고 있는 것도 원인으로 지적되고 있다.

이런 가운데 엘리시움과 apM 등 일부 상가는 의류 외에 라이프스타일 샵이나 반려동물 제품 상설전시장을 오픈하거나 해외 시장 개척을 위해 중국에 진출하는 등 활로를 모색하고 있어 시장과 고객들의 반응이 어떻게 나올지 결과에 관심이 모아지고 있다.



◀ 지난 3월 동대문패션타운 관광특구협의회 박중현 회장(왼쪽에서 다섯 번째)과 서울디자인재단 이경돈 대표(여섯 번째)가 동대문패션상권 활성화를 위한 업무협약을 체결한 뒤 참석자들과 기념촬영을 하고 있다.

▶ 지난 3월 서울패션창작 스튜디오에서 열린 DDF 패션쇼.

DDF 패션쇼 개최... 서울패션창작스튜디오 개관

동대문패션타운 도매상인들이 참여한 'DDF(DDP District Fashion) 패션쇼'가 지난 3월과 9월, 서울패션위크 기간 중 서울패션창작스튜디오에서 열려 주목을 받았다. 서울시와 서울패션창작스튜디오 운영사인 제이케이디자인랩이 주최, 주관한 DDF 패션쇼는 동대문 상권 활성화를 위해 도매상인들이 직접 참여한 첫 패션쇼라는 점에서 의미가 크다.

동대문은 기획, 디자인, 시제품 제작, 패션제조, 도소매 유통망까지 모두 갖춘 국내 최대 패션산업 집적지이지만 자체 프로모션 및 MD 역량이 취약해 지속적인 소비자 유인에 어려움을 겪고 있다. 이를 보완하기 위해 열린 DDF 패션쇼는 잠재적 가치를 보유한 도매상인들의 마케팅 및 역량 강화로 메이드 인 동대문 브랜드 가치를 높일 것으로 기대되고 있다.

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

온라인 플랫폼 찬바람... 새로운 솔루션도 등장

동대문 기반 온라인 플랫폼 시장에 찬바람이 불었다. 동대문에는 10년 전부터 도매상인과 소매상인을 온라인으로 연결시켜 주는 B2B(기업 간 거래) 플랫폼들이 생겨났다. 2013년 출시된 딜리셔스의 신상마켓과 비슷한 시기 선보인 링크샵스가 대표적이다. 이후 브랜드, 셀업, 골라라 등이 생겨났으며, 에이블리, 지그재그 등 패션 온라인 전문몰을 대표하는 플랫폼들도 처음에는 동대문을 기반으로 했다.

하지만 올 상반기 링크샵스가 법정관리를 신청하고, 골라라가 서비스를 중단하는 등 동대문 기반 플랫폼 업체들이 경영난으로 좌초했다. 또한, 일부 플랫폼을 제외하

고 대부분 큰 폭의 적지를 기록하면서 어려움을 겪고 있는 것으로 알려지고 있다.

이런 가운데 동대문을 기반으로 한 새로운 솔루션도 속속 선보이고 있다. 주피터랩스는 최근 도소매 운영 혁신 솔루션 '위빙(weaving)'을 출시했다. 위빙은 POS에 등록된 상품 정보를 연동, 실시간 도매 상품 정보를 가장 정확하고 자세하게 제공하는 것이 특징이다.

모두의신상이 제공하고 있는 '모두의신상'은 패션 디자이너의 의류 디자인을 구매자들에게 연결해 제작부터 납품까지 원스톱으로 제공하는 온라인 서비스 플랫폼이다. 패션 디자이너들이 본인의 디자인 상품을 핸드폰을 통해서 간편하게 업로드 하면 펀딩을 통해 상품을 판매하고 수익을 창출할 수 있는 국내 최초 패션 디자인 전문 펀딩 서비스를 표방하고 있다.

관광특구協, 다양한 기관·학교와 업무협약

동대문패션타운관광특구협의회가 다양한 기관·학교와 업무협약을 맺고, 상하반기 동대문 축제를 개최하는 등 동대문 상권에 활력을 불어넣었다.

관광특구협의회는 지난 3월 서울디자인재단과 동대문패션상권 활성화를 위해 업무협약을 체결했다. 협약 내용은 △동대문 패션·뷰티 상권 활성화 팝업스토어 운영(DDP 시민축제 연계) △패션·뷰티 라이브 커머스 운영(팝업스토어 내 운영) △동대문 굿즈 제작 및 판매 등이다.

이어 5월에는 정화예술대학교 패션 실무 인재 양성을 위한 업무협약을, 9월에는 영남이공대학교와 청년 취업 활성화를 위한 업무협약을 체결했다.

협의회는 또한 지난 6월 2일 '동대문패션타운 한일 패션&재즈 국제교류 축제'와 축제의 일환으로 '패션&글로벌 페스티벌, K뷰티, K관광 미래전략 심포지엄'을 개최, 동대문패션타운의 발전 방향을 모색했고, 23일에는 국민권익위원회가 주최한 동대문패션 분야 소상공인 기업고충 현장회의에 참석, 동대문패션타운이 안고 있는 문제점과 해결방안을 정부에 건의했다. 10월 31일에는 가을 재즈 & 락 콘서트를 개최, 동대문패션타운을 찾은 시민들에게 즐거움을 선사했다.



■ ‘아듀 2023’ 동대문패션타운 상인들에게 듣는다

“경기침체로 매출은 줄고, 온라인 판매로 일은 더 많아졌다”

동대문패션타운에는 수만 명의 상인들이 자신이 좋아하는 옷을 만들며 미래 패션 기업가로의 성공을 꿈꾸고 있다. 젊은 시절 동대문에 들어와 중년이 된 상인들도 있고, 이제 막 동대문에 발을 디딘 청년 상인들도 있다. 이들 상인들은 코로나가

끝난 올해 상권의 활기를 기대했지만, 경기침체와 유통 변화로 인해 여전히 힘든 시기를 보냈다. 상인들이 올해 느낀 체감경기와 어려웠던 점을 비롯해 현재 동대문패션타운의 문제점과 향후 발전 방향에 대한 의견을 들어보았다.

Q. 올 한해 동대문패션타운 경기를 어떻게 느꼈나. 코로나19 기간과 비교해서 말해 달라.

상인들은 올해 동대문 경기가 코로나 기간보다 더욱 어려웠다고 답했다. 아트프라자 한 상인은 “코로나 기간의 여파가 계속 이어져 내수 경기 부진으로 지방 손님들이 직접 방문이 적어졌다”고 말했다. DDP패션몰 상인도 “코로나 때와 비교해서 더욱 어려운 사업 환경이다. 내수는 부진하고 중국의 주문이 최근 많이 줄었다. 따라서 전체적인 사업 환경이 매우 어려워졌다”고 답했다.

디오트 상인은 “코로나 때보다 더 힘들었던 한 해였던 것 같다. 코로나 때는 지원도 있었고, 저금리 대출도 있어서 어떻게든 버티기만 하자였다면 지금은 경기가 어려운 게 아니라 얼어붙은 상태다. 나부터도 소비 자체를 줄이고 있을 정도”라고 말했으며, 벨포스트 상인은 “엔데믹 시대이지만 인플레이션과 이자 부담 등으로 많이 힘든 상황”이라고 전했다.

동대문에 매장을 낸 지 3년 된 한 젊은 상인은 “올 한해는 작년, 또 코로나 기간에 비해 정말 어려웠다. 코로나 기간에는 모든 손님들이 비대면으로 물건을 사입하다 보니 그 시기 매장을 오픈해 마케팅과 판매 시스

템을 모두 온라인으로 준비한 저로서는 오히려 더 기뻐했던 것 같다. 이후 코로나가 종식이 되고 경기회복을 기대했지만 국내외 경기침체와 온라인을 통한 손님 유입이 오프라인으로 나눠지면서 매출이 반토막난 상황”이라고 밝혔다.

Q. 올 한해 매장을 운영하면서 어려웠던 점은 무엇인가.

매장 운영의 어려운 점은 SNS 관리와 공장 구하기, 생산 및 운영자금 확보 등을 꼽았다. 디오트 상인은 “코로나 이후 도매 판매가 온라인으로 완전 전환된 상태라 매장 손님은 줄고, 온라인으로 보여줘야 하기 때문에 사진작업 또는 SNS에 더 많은 광고와 노력을 기울이고 있다. 디자인과 함께 사진촬영과 보정, 여러 SNS 관리까지 추가로 할 일들이 많이 늘어난 것 같다”고 말했다.

제일평화 상인은 “동대문의 장점은 개별 홍보마케팅을 따로 하지 않아도 손님들이 많이 찾아온다는 점이었는데, 코로나로 인해 직접 시장을 나오는 분들이 많이 줄어서 어렵다. 또 앱이 생기면서 상품 제작 이외에 신경 쓸 것들이 많아져서 불편하다”고 전했다.

이밖에 “괜찮은 공장구하기”, “금융환경의 어려움으로 인한 경기침체 및 SNS 비중의 증가, 중국 자체 내수 시장 확산 등 달라진 사업 환경”, “회사 구성원 인건비 상승과 임대료 등 인플레이션과 저조한 매출” 등으로 어려운 한 해를 보냈다고 답했다.

3년차 젊은 상인은 “아무래도 도매는 계속해서 신상품을 생산해야 하기 때문에 올해 유독 장사가 더딘 저로서는 생산 및 운영자금을 대는 것이 제일 힘들었다”고 답했다.

Q. 현재 동대문패션타운의 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하나.

동대문에서 30년 넘게 장사를 하고 있는 벨포스트 상인은 “대부분 비대면 비즈니스로 인해 유동인구 감소, 시장의 활기를 떨어뜨리고 있다. 유동인구 증가에 대한 방안이 필요하다 생각한다”고 강조했다.

경기침체와 유동인구 감소는 매출 감소와 빈 매장 증가로 이어져 공실률을 걱정하는 상인들도 늘고 있다. 한 상인은 “현재 동대문패션타운의 가장 큰 문제점은 몇 상가를 제외하고 공실이 심각하다는 점이라고 생각한다. 이제는 손님이 온라인으로만 유입되는 것이 아니기 때문에 아무래도 공실이 많은 상가나 층은 손님 유입이 어렵고, 좋은 상권으로 옮기면 좋겠지만 임대료 격차가 너무 커 이마저도 쉽지 않은 문제인 것 같다”고 답했다.

퀸즈스퀘어 상인은 “소비자들에게 동대문 의류가 아직 퀄리티 낮은 상품이라는 인식이 있는 거 같다. 동대문 제품 역시 브랜드만큼 우수한 품질을 위해 많은 상인들이 노력하고 있음에도 가격이 저렴해야 한다는



“상인들 경쟁력 확보와 공실 줄이기 위한 다양한 노력 필요”



인식이 더 좋은 디자인의 제품을 만드는 데 장애물이 되고 있다”고 지적했다.

이밖에 “국내 시장이 좁아서 해외 시장을 개척해야 하는데 그렇지 못 하고 있는 점”, “기존 브랜드들의 저가 정책과 인플레이션으로 인한 원가상승 및 경제침체”, “개인 브랜드가 많이 생겨나서 동대문의 저렴한고 우수한 디자인이 대우를 못 받고 있는 점” 등을 문제점으로 언급했다.

Q. 내년 동대문패션타운 경기는 어떤 것으로 예상하나.

상인들은 동대문패션타운 경기가 내년에도 어려울 것으로 전망했다. 동대문에서 오랫동안 매장을 운영하고 있다는 DDP패션몰 상인은 “사업하면서 올해 그 어떤 해보다 어려움을 느끼고 있지만 내년이 올해보다 나아질 것으로 확신할 수 없다. 국제 및 국내 금융환경의 어려움으로 인한 경제침체로 더욱 어려워질 수도 있다. 특히, 경험상 국내 부동산 시장의 활황과 침체가 소비에 직접적인 영향을 끼치는 것으로 느끼고 있다. 국내는 물론 중국도 부동산 시장이 매우 어려운 것으로 알고 있다”고 답했다.

다른 한 상인은 “이미 한국도 양극화로 심하게 접어들었다 생각한다. 동대문도 생산품이 남들보다 싸거나 아주 퀄리티 있게 비싸거나 인 것 같은데, 점점 어려워질 것 같다”고 말했다.

반면 디오트 상인은 “내수는 비슷하지만 해외 판매가 점점 늘고 있어서 내년 경기가 나아지기를 기대하고 있다”고 전했다.

Q. 동대문패션타운 활성화를 위해 상가와 상인, 지자체가 해야 할 일은 무엇이라고 생각하나.

상인들은 동대문패션타운 활성화를 위한 다양한 의견들을 제시했다. 무엇보다 상인들의 경쟁력 확보와 빈 매장을 채우기 위한 상가 및 지자체 차원의 노력을 당부했다.

한 상인은 “상인들은 디자인 및 제품력 상승을 통한 자체적인 경쟁력 확보에 노력하고, 상가들은 빈 매장을 채우기 위한 정책 확보가 중요하다. 정책은 기존 상인들의 임대료 및 운영비 상시절감, 빈 매장을 채우기 위한 적극적인 노력과 당근책, 노후화된 시설 교체 및 수리 등을 들 수 있다. 지자체는 동대문 도매상권은 한국의 패션메카이므로 보호를 위해서 경제침체 위험지대로 설정하고, 해외 바이어의 배송비 지원이나 낙후된 환전 시스템 개선 등 적극적인 지원 정책을 마련해 주었으면 좋겠다”고 말했다.

또 다른 상인도 “우선 공실이 있는 상가들은 합리적인 임대료 감면으로 공실을 줄이기 위한 노력을 해야 하고, 상인들도 멀리 내다보고 좋은 상품을 만들어야 결국 모두가 살 수 있을 것으로 생각한다”고 언급했다.

상인들의 경쟁력 향상을 위해서는 지속적인 교육과 홍보가 필요하다는 상인들도 많았다. 퀸즈스퀘어 한 상인은 “시장 활성화를 위한 대책으로 원하는 상인들은 꾸준히 교육이 이루어 질 수 있는 환경이 조성되어야 한다”고 말했다. 벨포스트 상인은 “전문성을 갖춘 인력의 국내외 홍보가 필요하다. 과거에는 자생적 홍보로 동대문을 알리는 것이 가능했지만 이제는 국가적 홍보가 필요한 시점이다. 동대문패션타운이라는 거

대한 시장의 경쟁력이 줄어드는 것이 눈에 보인다”고 강조했다.

국내 생산을 강조하는 상인들도 있었다. 디오트 상인은 “상가는 매장의 부담을 덜 수 있는 가게세를 줄이고, 상인은 지속적인 새로운 디자인을 메이드인 코리아 제품으로 만들어 중국 물건이나 해외 제품을 파는 것보다 낫다는 것을 보여주어야 하며, 지자체는 국산 제품의 우수성을 적극적으로 홍보하고 지원을 해 주었으면 좋겠다. 그렇지 않으면 다음 세대에는 국내 생산 제품이 사라질 수도 있다”고 우려했다.

제일평화 상인은 “중국산이 동대문의 가격경쟁력을 가져가면서 중국 생산 의존도가 너무 높아졌다. 그러나 중국 생산은 여러모로 리스크가 크다. 동대문의 장점이던 빠르고 탄력적인 생산대응도 어렵다. 그렇다 보니 국내 생산 라인 규모가 많이 줄었다. 동대문뿐만 아니라 국내 생산 라인 전체를 아우르는 부흥책이 필요하다”고 강조했다.

퀸즈스퀘어의 한 젊은 상인은 “요즘 옷 가격이 천차만별이다. 백화점과 시장 상품뿐이 아니고 같은 시장 안에서도 그렇다. 그러다보니 한국옷을 카피해서 중국에서 생산하는 경우도 많다. 동대문은 정말 좋은 시스템을 가지고 있다고 생각한다. 그런데 점점 가격 경쟁이나 여러 가지 이유로 힘들어지는 상황이다. 소규모의 공장들은 일해주실 이모님들이 안계셔서 물량을 못 받고, 공임도 점점 오르고 있다. 구체적으로 동대문의 시스템을 구축하는 정책과 지원이 필요하다”고 말했다.

평화시장

☎ 02-2265-3531~2 ⌚ 22:00~익일18:00
휴무일: 일요일, 금요일 야간(18:00~익일 09:00)

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

통일상가

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

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

굿모닝시티쇼핑몰

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

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

헬로에이피엠

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

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

동대문밀리오레

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

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

동화상가

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

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

두타몰

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

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

신평화패션타운

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

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

동평화패션타운

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

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

패션남평화

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

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

제일평화

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

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

벨포스트

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

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

광희패션몰

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

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

맥스타일

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

층별 판매 품목	
9~18층	오피스텔
8층	(주)맥스타8, (주)브랜드
7층	(주)브랜드
6층	입점 준비 중
1층~5층	여성복
B1층	여성복
B2층	아울렛 매장

디디피패션몰

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

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

에이피엠

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

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

에이피엠릭스

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

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

에이피엠플레이스

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

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

디자이너크럽

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

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

팀204

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

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

W상가

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

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

누존

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

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

아트프라자

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

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

엘리시움

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

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

디오트

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

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

청평화패션타운

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

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

테크노상가

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

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

골든타운

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

층별 판매 품목	
4층	사무실
1층~3층	액세서리
B1층	피혁원단

상상패션몰

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

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



TASI newyork 23FW collection

TASI newyork is a company that has firmly established brand awareness and reliability based on Dongdaemun since its launch. Aiming for the lifestyle of women who are ahead of the times, it simultaneously expresses the high quality of a couture and practical luxury of a street sensibility. In addition, we have been leading the Dongdaemun wholesale store with the high quality of Made in Korea and reasonable price line by suggesting serious designs with added trends. We want to develop into a company that does not settle for its present state, but pursues endless growth in line with the pace of fashion changes. Welcome to TASI newyork.

apM릭스 '베르네프'

컨템포러리 무드의 프렌치 감성 하이퀄리티 여성복

프랑스 유학파 출신 방민아 대표가 2019년 론칭
누구나 쉽게 접근할 수 있는 모던 이지 데일리룩



apM릭스 4층 1호에 위치한 '베르네프(vert_neuf)'는 2019년 5월 오픈한 컨템포러리 무드를 바탕으로 프렌치 감성을 가진 하이퀄리티 여성복이다. 토탈 의류매장으로 아우터, 특종상품, 청바지, 슬랙스, 니트, 이너 등 모든 품목을 판매하고 있고, 아우터와 니트가 주력 아이템이다.

프랑스 유학과 디자이너 출신인 방민아 대표가 론칭한 베르네프는 프렌치 감성을 베이스로 하고, K패션에

걸맞게 한국스러운 세련됨을 강조하고 있다. 따라서 과하지 않은 실루엣에 입체패턴의 사용으로 볼륨감을 살렸고, 심플하지만 심심하지 않은 디테일을 가미하면서 편안하면서도 시크하고 멋스러움이 묻어나고 있다. 과함이 없는 정교한 디테일을 강조함과 동시에 고급소재를 데일리하게 접목시켜 하이퀄리티지만 누구나 쉽게 접근할 수 있는 모던 이지 데일리룩을 표방하고 있다. 메인 타겟은 커리어를 가진 30대 중후반 여성이지만 편안한 하이브랜드 무드를 접목시켜 20대 중반에서 40대 후반까지 두루 어울릴 수 있도록 방향을 잡고 있다.

메인 컬러는 크림, 베이지, 브라운, 카키 계열로 따뜻하면서도 보다 퀄리티를 높일 수 있는 컬러감을 주로 사용하고 있으며, 프렌치 감성을 더하기 위해 명도가 높은 컬러보다는 채도가 낮은 무드 있는 컬러감을 사용해 전체적인 무게감을 주고 있다.

방민아 대표는 프랑스 유학 후 신진패션디자이너로서의

브랜드 론칭을 꿈꾸었다. 그래서 한국에서 디자이너 브랜드에서 일을 더 배우기 위해 일하던 중 우연히 개인 브랜드와 도매를 같이 하는 브랜드에서 일할 기회가 있었다. 그때 도매라는 것이 너무 생소했지만 매우 트렌디하면서도 디자인한 제품에 대한 피드백이 빨라 매력 있게 다가왔다.

그러던 중 자신만의 색깔로 도매 브랜드를 론칭하고 싶었고, 타겟층과 브랜드 이미지 등을 고려해 1년 동안 시장조사 후 apM릭스에 입점했다. 현재 4년째 apM릭스에서 도매만 주

드를 알리기 위해 노력하고 있다.

방 대표는 동대문 의류 판매 출신도 아니고 오픈 후 6개월도 안 되어서 코로나를 겪는 바람에 처음엔 많이 힘들었다. 내가 알지 못하면 안 된다는 생각에 1년 동안 하루에 2~3시간만 자면서 낮에는 디자인 일을, 밤에는 판매일을 하면서 생활을 했기 때문이다. 하지만 이제 인스타를 통해 베르네프를 알고 일부러 와주는 고객들을 보면서 그동안의 고생이 보상받는 기분을 느끼고 있다.

베르네프는 브랜드를 소비자가 직접 알고 찾아올 수 있게 하는 것이 목표다. 따라서 디자인뿐 아니라 퀄리티적인 부분에 신경을 더 써서 마니아층을 형성하는데 노력하고 있다. 쇼룸이나 컬렉션을 통해 베르네프를 디자이너 브랜드로서 더 확장시키고 싶은 욕심도 있다.

방 대표는 "코로나 이후 정말 도매 유통이 확연히 달라졌다. 동대문 상가를 돌아다니며 직접 발품을 파는 시대가 아닌 편하게 플랫폼을 통해 제품 사진을 보고 쇼핑하듯 물건을 초이스하고 주문하는 시대"라며 "베르네프만이 가지고 있는 장점을 사진 촬영이나 SNS 광고 등에 투자를 해서 최대한 많이 노출시키고 보여드리기 위해 노력하고 있다"고 말했다. 인스타그램 : vert_neuf



동대문 바이어라운지 x 신상마켓

‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 인기상품

중구청이 운영하는 동대문 바이어라운지가 도매상인들의 온라인 경쟁력 강화를 위해 추진하고 있는 ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 사업자로 패션 도소매 거래 1위 플랫폼 ‘신상마켓’ 운영사인 딜리셔스가 선정, 본격적인 활동에 들어갔다. 딜리셔스는 동대문 도매상인을 대상으로 신청을 받아 오는 12월까지 신상마켓

입점 등을 통해 국내외 온라인 판매를 도울 예정이다. 신상마켓 플랫폼뿐 아니라 동대문 바이어라운지 등을 활용해 온오프라인 판매를 지원한다.

디스토리는 ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 사업에 참여하고 있는 도매업체들의 인기상품을 지면을 통해 소개한다.



몬트레이

■상가명 디오토 ■호수 2층 G14 ■상품명 블린디아아벨벳 반팔패딩 줌퍼 jp 조끼 하트 레이어드 숏코트 판초 ■소재 폴리95%/스판5% ■특징 레이어드 반팔 반소매 패딩 ■문의 010-4939-5724



블랑

■상가명 벨포스트 ■호수 1층 134호 ■상품명 크링클백 ■소재 천연가죽 ■특징 무난하게 데일리룩과 오피스룩으로 연출 가능 ■문의 010-8943-2329



블랑

■상가명 벨포스트 ■호수 1층 134호 ■상품명 마틴 클로그 ■소재 스웨이드 100% ■특징 벨트를 뒤로 하면 샌들, 앞으로 하면 클로그 스타일로 변신 가능 ■문의 010-8943-2329



에브리모먼트

■상가명 디오토 ■호수 4층 E03 ■상품명 무드퍼자켓 ■특징 힙한 무드와 로 맨틱 무드로 스타일링 ■문의 010-2748-1458



에브리모먼트

■상가명 디오트 ■호수 4층 E03 ■상품명 모브퍼K ■소재 아크릴70%/폴리 30% ■특징 루즈핏의 사이즈와 안감누빔으로 따뜻하게 착용 가능 ■문의 010-2748-1458



익스큐즈(EXCUSE)

■상가명 디오트 ■호수 지하2층 G09 ■상품명 포키 팬츠 ■소재 면100% ■특징 코듀로이 소재로 밋밋하지 않고 멋스럽게 입을 수 있음 ■문의 02-2117-8560



익스큐즈(EXCUSE)

■상가명 디오트 ■호수 지하2층 ■상품명 기모 스트링 팬츠 ■소재 면100% ■특징 와이드핏 또는 밑단 스트링을 조여 조거팬츠로도 스타일링이 가능 ■문의 02-2117-8560



하이바

■상가명 누존 ■호수 2층 412호 ■상품명 후라이비니니트버킷햇 ■소재 울/모/아크릴 ■특징 합하면서 귀엽게 연출 가능하고 캐주얼하게 코디하기도 좋음 ■문의 010-2489-1018



하이바

■상가명 누존 ■호수 2층 412호 ■상품명 울꼭지베레 ■소재 울 ■특징 납작하지 않아 착용하기 쉬움 ■문의 010-2489-1018



유돈노미

■상가명 청평화 ■호수 5층 나31호 ■상품명 파배기 롱 브이넥 니트 원피스 ■소재 폴리/아크릴/레이온 ■특징 브이넥으로 상체가 슬림해 보이는 파배기 조직의 클래식한 상품 ■문의 010-4097-2663

**바바수(BaBaSSU)**

■상가명 청평화 ■호수 3층 라26호 ■상품명 허리스트링 패딩 ■소재 폴리 100% ■특징 스트링으로 라인을 잡을 수 있어 캐주얼하면서 여성스러운 무드로 연출하기 좋음 ■문의 010-2906-7704

**롱롱(RongRong)**

■상가명 남평화 ■호수 지하1층 신관54호 ■상품명 소프트 페이크 털퍼 솔더백 ■특징 포근한 퍼재질의 수납이 넉넉한 솔더백 ■문의 010-5114-8884

**미유미유(ME,U_ME,U)**

■상가명 테크노 ■호수 별관 2호 ■상품명 코코아노락 ■소재 폴리100% ■특징 트렌디와 심플한 조화가 어울리는 양털 아노락 맨투맨 ■문의 010-9207-4488

**미유미유(ME,U_ME,U)**

■상가명 테크노 ■호수 별관 2호 ■상품명 플로랄집업 ■소재 폴리100% ■특징 편안하게 입기 좋은 빅사이즈 맨투맨 ■문의 010-9207-4488

**씨엘(CL)**

■상가명 테크노 ■호수 별관 5호 ■상품명 허그사선m ■소재 면100% ■특징 심플한 레터링 프린팅에 언발 사선 포인트가 유니크한 기모 맨투맨 ■문의 010-8790-4433

**씨엘(CL)**

■상가명 테크노 ■호수 별관 5호 ■상품명 러빙유조거pt ■소재 면100% ■특징 하트나염의 포인트 프린팅으로 귀여움을 배가 ■문의 010-8790-4433



가가(GAGA)

■상가명 DWP(동원프라자) ■호수 2층 20호 ■상품명 에브리띵자수양기모후드 티 ■소재 면100% ■특징 도톰한 양기모 소재로 포근하고 따스한 착용감을 선사 ■문의 02-2234-6127



가가(GAGA)

■상가명 DWP(동원프라자) ■호수 2층 20호 ■상품명 밍크카라자켓 ■소재 폴리95%/스판5% ■특징 부드럽고 촉촉한 밍크퍼로 고급스럽게 제작된 자켓 ■문의 02-2234-6127



코바늘

■상가명 DWP(동원프라자) ■호수 2층 25호 ■상품명 시드니후드가디건 ■소재 아크릴55%/폴리45% ■특징 베이직한 데일리 디자인으로 니트 소재의 후드 가디건 ■문의 010-6311-6625



코바늘

■상가명 DWP(동원프라자) ■호수 2층 25호 ■상품명 라이프카라Y ■특징 데일리하게 입기 좋은 카라니트 가디건 ■문의 010-6311-6625



션앤문

■상가명 청평화 ■호수 3층 다13호 ■상품명 끈나시원피스-가디건 ■소재 스웨이드 ■특징 여성스러우면서도 섹시한 느낌을 주는 제품 ■문의 010-8824-3126



션앤문

■상가명 청평화 ■호수 3층 다13호 ■상품명 줄무늬가디건 ■소재 나일론/울 ■특징 데일리한 디자인의 배색 스트라이프 패턴이 매력적임 ■문의 010-8824-3126

고물가·고금리에 갇힌 소매시장... 내년 1.6% 성장

대한상의 '24년 유통산업 전망 세미나' 개최 고물가·고금리에 성장 정체 → 경쟁심화 전망

고물가, 고금리에 갇혀 고전했던 소매유통시장이 내년에는 1.6% 성장에 그칠 것으로 전망됐다. 대한상공회의소(회장 최태원)는 지난 11월 29일 상의회관에서 올해 유통업계를 결산하고 내년 유통시장의 변화와 판도를 미리 조망해 보는 '2024 유통산업 전망 세미나'를 개최했다.

이날 대한상의가 소매유통기업 250개사를 대상으로 시행한 '2024년 소비자 시장 전망 조사' 결과에 따르면, 내년 소매시장은 올해 대비 1.6% 성장에 머물 것으로 집계됐다.

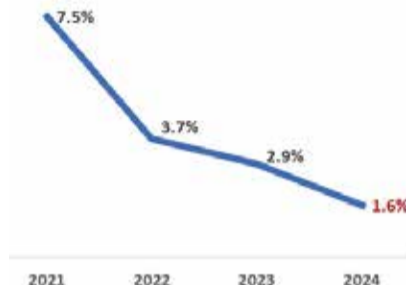
응답자 중 56.8%의 사람들은 내년 유통시장을 부정적으로 평가했다. 부정적으로 평가한 사람들은 그 이유로 소비심리 위축(66.2%), 금리 인상 및 가

계부채 부담 증가(45.8%), 고물가 지속(45.8%), 원유·원자재 가격상승(26.8%), 소득·임금 불안(26.8%) 등을 들어 대내외 불확실성과 리스크 해소에 부정적 입장을 보였다. <복수응답>

이날 세미나에서는 업체별 결산과 내년 시장에 대한 전망과 대응방향도 제시됐다.

'글로벌 유통시장 전망'에 대해 커니코리아 안태희 부사장은 "코로나19 이후에 이커머스는 성장세가 둔화하겠지만 여전히 높은 성장세를 이어가며 성장이 정체된 오프라인시장의 점유율을 매년 1% 가량 대체할 것으로 예상되며, 2027년에는 글로벌 랭킹 1위에서 4위까지를 모두 이커머스 플랫폼사업자가 대체할 것"으로 내다봤다.

2024 소매시장 성장률 전망



*소매시장 성장률(전년대비): 통계청 소매판매액(승용차·연료·소매점 제외)
**'년(1~9월) 성장률(2.9%)은 전년 같은 기간(22.1~9월) 대비 성장률

내년에 주목할 만한 글로벌 유통트렌드에 대해서는 신규 수익원 확보 및 비용절감을 통한 '수익중심 기조 강화', 온오프라인 매장을 광고플랫폼으로 활용하는 '리테일미디어 플랫폼 확산', 편리한 쇼핑경험 제공 및 유통비용 감축이 가능한 '리테일테크 고도화' 등을 제시했다. 온라인쇼핑의 강세는 국내에서도 관

측될 것으로 예상됐다. 서정연 신영증권 연구위원은 "엔데믹으로 성장세가 꺾일 것 같았던 온라인쇼핑은 여행, 문화, 레저 등에 힘입어 올해 성장률은 회복세를 보이고 있다"며 "고물가·고금리 상황의 지속으로 합리적 소비행태가 일상화되면서 내년에도 온라인쇼핑의 강세가 계속될 것"으로 전망했다.

유통기업 250개사를 대상으로 시행한 '2023년 유통업계 10대 이슈' 조사에서는 올해 업계 최대 핫 이슈로 고물가·고금리에 따른 소비심리 위축(54.8%)이 1위로 꼽혔다.

이어 쥘소비 확산(36.4%), 온라인쇼핑 일상화(33.2%), 수익성 악화(30.0%), 배송전쟁(26.0%), 쿠팡 흑자전환(16.0%), 생존을 위한 오프라인 새단장 바람(14.4%), 대규모 할인행사 개최(14.4%), 대형마트 의무휴업일 평일전환(13.2%) 등이 그 뒤를 이었다. <중복응답>

'2024 F/W 서울패션위크' 내년 2월 개최

DDP와 성수 에스팩토리에서 열려

서울시가 2024년 가을겨울 패션 트렌드를 확인할 수 있는 '2024 F/W 서울패션위크'를 2024년 2월 1일부터 5일까지 5일간 동대문디자인플라자(DDP)와 성수 에스팩토리에서 진행한다.

서울시는 올해 추계 패션위크의 시기를 10월에서 9월로 조정했으며, 내년 추계 패션위크 또한 한 달 앞당겨 개최한다. 이는 세계 4대 패션위크(뉴욕, 런던, 밀라노, 파리)보다 이른 시기 개최를 통해 국내는 물론 해외 패션계와 언론의 주목도를 높이고 바이어 수주를 확대하며 경쟁 우위를 선점하겠다는 계획에 따른 것

이다. 이와 함께 최근 '패션 성지'로 떠오른 성수를 제2의 장소로 선택해 젊고 창의적인 K-패션 브랜드의 관심과 참여를 확대할 계획이다.

시는 2024년 서울패션위크의 핵심 목표를 '해외시장 진출 경쟁력 강화'로 잡고, 패션쇼와 트레이드쇼에 참여할 브랜드 선발 과정에서도 해외시장에서 활약하고 있거나 앞으로 성장할 가능성이 높은 'K-패션 브랜드의 글로벌 역량을 집중해서 평가한다.

그간 중진(서울컬렉션, Seoul Collection)과 신진(제너레이션 넥스트, GenerationNext) 2개 전형으로 구분해서 선발했던 체계를 하나로 통합해 해외 시장 진출 실적과 글로벌 성장 가능성에 대한 가중치를 높



지난 9월 '2024 S/S 서울패션위크' 기간 중 열린 '열린' 패션쇼.

여 평가한다. 패션쇼 참여 브랜드로 선정되면, 무대·조명 등 시스템, 온라인 송출, 행사장 안전관리 및 국내외 홍보마케팅 등이 지원되며, 같은 기간에 개최하는 트레이드쇼에도 자동적으로 참여하게 된다. 신규 진입 브랜드에 한해서 패션쇼 연출, 모델, 헤어·메이크업 등 패션쇼 개최 비용을 일부 지원한다.

트레이드쇼는 서울패션위크 기

간 동안 국내·외 바이어단을 대상으로 한 쇼룸투어가 추가되는 등 국내외 진성 바이어가 다양한 브랜드를 집중적으로 둘러볼 수 있도록 운영한다. 트레이드쇼는 기존에 진행했던 소비자 대상 판매 기획전 등은 더 이상 진행하지 않는다. 실질적인 수주를 높이기 위해 4일간 비즈니스 목적의 B2B방식으로만 진행한다.

동대문패션타운관광특구협 11~12월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)는 11월 동대문패션상권 모

범종사자로 △평화시장 삼원사 이상협 △테크노상가 비해피 신상훈 씨를, 12월 모범종사자로 △남평화상가 인티드 최경수 씨를 각각 선정했다.

관광특구협의회는 글로벌 시대에 앞서가는 창의적 경영 마인드와 성실하고 친절함으로 고객맞이에 전념함으로써 쾌적한 쇼핑환경 조성하고 건전한 상

거래 정착 및 외국인 관광객 유치 등 관광산업 활성화에 공이 큰 상인과 직원들을 대상으로 매월 모범종사자를 선정해 시상하고 있다.

무신사, 오프라인 매장 본격 확장

플래그십 스토어 3호점 '무신사 홍대' 지난 달 오픈

무신사가 서울 홍대 인근에 처음 선보이는 플래그십 스토어 '무신사 홍대 (MUSINSA HONGDAE)'를 앞세워 오프라인 비즈니스 확대에 박차를 가한다. 그간 온라인을 기반으로 국내 패션 브랜드와 함께 성장해온 무신사는 새로운 먹거리로 오프라인 사업을 적극 확대해나갈 방침이다.

지난 달 17일 오픈한 무신사 홍대는 스트리트·캐주얼·포멀 등 무신사에 입점된 150여개 브랜드 상품을 오프라인에서 직접 입어볼 수 있는 오프라인 플래그십 스토어다. 앞서 지난 10월 27일 무신사 최초의 플래그십 스토어로 대구 동성로에 '무신사 대구'를 먼저 오픈했으며, 이번에 서울 지역 거점으로 홍대에 신규 매장을 열게 됐다.

무신사의 오프라인 플래그십 스토

어의 특징은 온라인과 동일한 고객 경험을 제공한다는 점이다. 무신사 홍대 매장의 상품마다 부착된 QR코드를 스캔하면 온라인 기준 실시간 가격과 할인 가능 정보를 확인하고, 온라인과 동일한 최종 결제액을 살펴볼 수 있다.

무신사는 홍대 플래그십 스토어 오픈을 기점으로 오프라인 거점 확대에 본격적으로 나설 계획이다. 무신사 한문일 대표는 무신사 홍대 오픈에 앞서 16일 무신사 테라스에서 기자간담회를 갖고 "무신사 스탠다드는 올해 5개까지 열고, 내년에 30호점까지 오픈하는 것을 목표로 잡고 있다"며 "무신사 플래그십 스토어는 무신사 성수가 내년 3~4월에 오픈이 결정돼 있고 그 이후는 기존 대구와 홍대, 성수 3개점을



지난 달 17일 오픈한 무신사 플래그십 스토어 '무신사 홍대' 내부 전경(위쪽)과 기자간담회에서 오프라인 비즈니스 전략을 발표하고 있는 무신사 한문일 대표.

운영하면서 다음 단계를 고민할 것"이라고 말했다. 무신사 자체 브랜드(PB)인 무신사 스탠다드는 현재 서울 홍대

와 강남, 성수, 대구 동성로에 오프라인 매장을 운영하고 있고, 부산 서면에 5호점을 연내 오픈할 예정이다.

신진 패션디자이너 발굴 프로젝트 개최

한국콘텐츠진흥원

문화체육관광부(장관 유인촌)와 한국콘텐츠진흥원(이하 콘진원, 원장 조현래)이 지난 14일 신진 패션디자이너 발굴 및 육성 프로젝트 '액셀러레이팅 F(Accelerating F) 데모데이'를 성황리에 개최했다.

이번에 개최한 데모데이는 '액셀러레이팅 F' 사업의 참가기업 10개 팀을 대상으로 브랜드 스토리, 성장 성과, 개발한 신제품을 선보였다. 신세계인터내셔널, 시그나이트파트너스, 유통, 투자 전

문가 등 80여 명이 참가해 신진 패션디자이너의 창작 활동 및 사업화 등을 평가했다.

데모데이를 통해 선정된 우수 브랜드 수상자는 △1위 본봄(디자이너 조본봄) △2위 님그너스(디자이너 홍성빈) △3위 키모우이(디자이너 김대성) 총 3팀이다. 선정된 총 3팀은 오프라인 팝업(롯데월드몰), 온라인 입점 및 팝업(S.I.Village), 최종 1위에게는 한국콘텐츠진흥원과 네이버제트가 공동 개최하는 모드엣 제퍼토 24 시즌에 초대되어 쇼룸 및 아이템 제작비용을 지원받는다.



문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 지난 11월 14일 신진 패션디자이너 발굴 및 육성 프로젝트 '액셀러레이팅 F 데모데이'를 성황리에 개최했다.

콘진원의 신진디자이너 발굴 프로젝트 '액셀러레이팅 F'는 브랜드 설립 3년 이하의 신진디자이너를 발굴 육성하는 사업이다. 올해는 신세계인터내셔널, 시그나이트파트너스 등 기획, 유

통, 투자 전문가들이 분야별로 제공하는 심도 깊은 정보와 세계적인 패션 전문가들과 1:1로 코칭을 통해 브랜드 성장을 위한 전략 수립에 직접적인 도움을 제공했다.

창업부터 글로벌 진출까지 한 번에

'에이블리 파트너스' 글로벌 확장

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼, 에이블리가 '에이블리 파트너스'를 쇼핑물 창업 지원 솔루션에서 글로벌 진출까지

돕는 서비스로 확장했다.

에이블리 파트너스는 셀러가 코디 사진을 찍어 판매자 전용 홈페이지에 올리면 △사입 △판매 △배송 △고객 서비스(CS) △마케팅 전 과정을 에이블리가 대행해 주는 '풀필먼트

(Fulfillment)' 솔루션이다. 전문적인 사업 경험이 없는 패션 인플루언서부터 새로운 마켓을 추가 비용 및 공수 없이 오픈하고 싶은 기존 쇼핑물 사업자, 쇼핑물 창업 경험이 없는 일반인 등 누구나 쉽게 쇼핑물 창업을 시작할 수 있다.

에이블리는 해당 솔루션을 에이블리 일본 쇼핑 앱 '아무드(amood)'를 통한

글로벌 진출 프로세스까지 확장하고 K 쇼핑물의 해외 판로 개척 지원에 나선다. 에이블리 파트너스 셀러는 상품을 등록하면 에이블리와 아무드에 동시에 업로드되어 국내를 비롯한 일본 시장까지 판매가 가능하다. 상세 페이지 번역, 결제, 통관, 물류 등 일본 판매에 필요한 전 과정은 에이블리가 담당한다.

한국패션시장 규모 및 성장률 추이



출처: 한국패션소비시장 빅데이터 연감 2023

한국패션기업 2022년 경영실적 분석



자료: 금융감독원 전자공시시스템(dart.fss.or.kr)에서 공시된 패션기업(패션제조기업과 패션유통기업)의 감사보고서 및 사업보고서를 기준으로 재무제표를 분석한 결과 중 매출액 2000억원 이상 기업 대상

작년 패션시장 규모 47조 910억... 역대 최대 규모

트렌드리서치 발표, 전년대비 8.2% 신장

지난해 국내 패션시장 규모는 전년 대비 8.2% 신장한 47조 910억 원으로 역대 최대치를 기록한 것으로 집계됐다. 이는 시장조사 업체인 트렌드리서치(대표 김용수)가 최근 발간한 '한국패션소비시장 빅데이터 2023' 연감에 의한 것으로, 2023년과 2024년 시장규모는 49조 5천억원, 51조 3천억 원으로 각각 5.2%, 3.5% 성장할 것으로 전망됐다.

한국패션시장 세분시장별 규모 전망

패션시장의 세분시장별 규모 및 증감률 추이 (단위: 원)

세분시장	2020 실적	전년대비 증감률	2021 실적	전년대비 증감률	2022 실적	전년대비 증감률	2023 전망	전년대비 증감률
캐주얼복	15조 6056억	0.0%	17조 4029억	11.5%	18조 4711억	6.1%	19조 5591억	5.9%
신발	6조 1051억	△ 2.2%	6조 6681억	9.2%	7조 1625억	7.4%	7조 5948억	6.0%
스포츠복	5조 9801억	△ 10.1%	5조 7896억	△ 3.2%	6조 5007억	12.3%	6조 7566억	3.9%
남성정장	3조 8810억	△ 4.4%	4조 4536억	14.8%	4조 8260억	8.4%	5조 0585억	4.8%
가방	3조 638억	4.4%	2조 9385억	△ 4.1%	3조 4865억	18.7%	3조 6415억	4.4%
여성정장	2조 6677억	△ 10.3%	3조 850억	15.6%	3조 1125억	0.9%	3조 3212억	6.7%
내의	2조 1076억	0.0%	2조 668억	△ 1.9%	2조 3387억	13.2%	2조 4008억	2.7%
아동복	9120억	△ 14.4%	1조 1247억	23.3%	1조 1930억	6.1%	1조 1938억	0.1%
패션시장	40조 3228억	△ 3.2%	43조 5292억	8.0%	47조 910억	8.2%	49조 5264억	5.2%

출처: 한국패션소비시장 빅데이터 연감 2023

회복탄력성 기반 속도민첩성 증대 영향

트렌드리서치는 지난 1998년부터 25년간 한국패션 소비시장 빅데이터 조사에서 구축하는 소비트렌드지수, 기업경영실적지수, 산업트렌드지수를 기반으로 패션시장규모 추정치를 산정해서 발표하고 있다.

국내 패션시장 규모는 과거 6개월(상반기 3월~8월, 하반기 9월~익년 2월) 간 우리 국민이 구매한 패션제품의 품목별 구매율, 구매량, 구매가격 등 소비트렌드지수에 모집단의 인구수를 적용해 산출하고 있다.

2022년의 역대 최대 실적은 우리 패션시장의 높은 회복탄력성(resiliency)이 기반이 되어 경제·사회변화에 빠르게 적응하고 경쟁력을 유지하기 위한 필수 요소인 속도와 민첩성을 증대시켰기 때문으로 분석됐다.

코로나19로 집콕시대와 활동에서의 편안함을 경험한 소비자를 위한 패션실내복시장, 운동복과 일상복의 경계가 허물어진 캐주얼스타일시장, 개인화된 소비와 취향에 기반한 다품종 소량 MD시장, 성수지역과 같은 다양한 문화공간에서 보여주는 패션문화브랜드 발굴 등 신소비시장 개척도 성장 속도를 높였다고 풀이했다.

복종별로는 8개 세분시장 모두 사상 최대 실적을 기록했다. 캐주얼복 시장은 전년대비 6.1% 신장한 18조 4711억 원을 기록해서 18조원 시대에 돌입했고, 신발, 스포츠복시장이 각각 7.4%, 12.3% 신장해서 7조 1625억 원, 6조 5007억 원을 기록했다. 패션시장을 선도하는 이 3개 시장의 비중은 전체 시장의 69.2%로 전년도

다 0.6%p 상승했다. 남성정장(성장률 8.4%, 시장규모 4조 8260억 원), 가방(18.7%, 3조 4865억 원), 여성정장(0.9%, 3조 1125억 원), 내의(13.2%, 2조 3387억 원), 아동복(6.1%, 1조 1930억 원)이 그 뒤를 이었다.

270개 패션기업 작년 매출액 16.2% 증가

패션제조 및 패션전문유통 사업을 영위하는 270개 패션기업의 2022년도 매출액도 46조 9807억 원으로 전년도보다 16.2% 증가했고, 영업이익은 전년도보다 54.7% 증가했으며, 평균 영업이익률도 10.3%로 상승했다. 코로나19 팬데믹의 영향으로 침체되었던 패션기업들의 실적이 빠르게 회복됐다.

한편, 글로벌 명품기업 및 외자기업의 성장력이 한국 토종기업보다 실적향상이 두드러졌다. 패션기업 성장력을 분석한 결과, 루이비통코리아와 크리스찬디올 꾸뛰르코리아를 포함해서 샤넬코리아, 나이키코리아, 랄프로렌코리아, 프라다코리아, 에르메스코리아 등 글로벌 명품기업들의 성장력이 한국기업보다 강화됐다.

국내 기업으로는 무신사, 더네이처홀딩스가 미래 시장지위가 높은 상위그룹으로 평가됐고, 한섬, 신세계인터내셔널(그룹)도 성장력 상위그룹으로 랭크됐다. 반면, 삼성물산(패션사업)과 LF(그룹), 이랜드월드, 코오롱인더스트리(패션사업) 등 토종 대기업은 외자기업에 비해 사업 성장세가 정체된 것으로 평가됐고, 금

강그룹, 한세(내수그룹), 세정(그룹), 형지(패션그룹)는 성장이 침체된 기업군으로 평가됐다.

올해 캐주얼, 신발, 여성정장 시장 주도

국내 패션시장은 2023년에도 3년 연속 플러스 성장을 기대하고 있고, 캐주얼복, 신발, 스포츠복, 여성정장 시장이 성장을 주도할 것으로 예측되었다. 패션소비자의 소비트렌드지수 중 2023년 상반기 패션경기 민감도지수(CSD)를 보면 지난 4개 기간 연속 개선 조짐을 보였다. 현재 생활형편수준과 패션제품구매수준은 49.7p, 48.9p로 전년대비 각각 0.5p, 0.9p 상승했다. 다만 패션제품구매 전망지수는 53.1p로 전년대비 0.2p 상승에 그쳤다.

캐주얼복 시장은 스트리트 감성을 과시하는 패션 캐주얼시장이 새로운 성장동력이 되고, 스포츠 감성을 선호하는 아우터 고객을 흡수해서 전년대비 5.9% 신장한 19조 5591억원은 무난히 달성할 것으로 전망됐다.

3년 만에 플러스 성장세로 전환됐던 스포츠복 시장은 일상생활 회복과 야외활동 증가로 3.9% 신장한 6조 7566억 원대를 탈환할 것으로 내다봤다.

신발시장은 전년도 7.4% 성장에 이어 2023년에도 6.0% 신장한 7조 5948억 원을 넘어설 것으로 예상됐다. 명품 가죽운동화 및 스포츠 전문기업이 출시한 패션운동화를 중심으로 MZ세대 소비 증가가 성장을 주도할 전망이다.

성수기 맞아 방문자 급증... 무신사 2천만 명 넘어

패션 온라인 쇼핑몰 10월 순위 및 방문자수

지난 10월 패션 온라인 쇼핑몰은 본격적인 가을겨울 시즌 성수기를 맞아 전월에 비해 방문자 수가 증가하면서 글로벌 랭킹이 전반적으로 상승한 것으로 나타났다.

본지가 국내 홈페이지 랭킹 순위 사이트인 코랭킹닷컴(www.koranking.com)의 협조를 받아 조사한 '10월 패션 온라인 쇼핑몰 순위'에 의하면 100위권 쇼핑몰 중 글로벌 랭킹이 전월 대비 상승한 쇼핑몰은 70개에 달했다. 이는 9월 63개, 8월 24개, 7월 54개에 비해 증가한 것이다.

방문자 수와 검색량, 체류시간 등을 종합적으로 평가해 매긴 패션 부문 글로벌 랭킹 1~10위는 무신사, 코오롱몰, SSF샵, 29cm, 패션플러스, LF몰, 더블유컨셉, 하프클럽, 아디다스, 에이블리 순으로 나타났다. 전월에는 무신사, SSF샵, 더블유컨셉, 패션플러스, 29cm, LF몰, 하프클럽, 뉴발란스코리아, 아디다스, 코오롱몰 순이었다. 전월 10위였던 코오롱몰이 2위로 상승하는 등 순위 변동이 심했다.

방문자 수는 무신사가 전월 대비 약 200만 명 증가한 2,076만 명으로, 2천만 명을 넘었고, SSF샵이 467만 명, 코오롱몰이 439만 명, 29cm가 340만 명, LF몰이 303만 명 등을 기록했다. 방문자 수가 100만 명이 넘는 쇼핑몰도 전월보다 2개 늘어난 16개에 달했다.

취급 부문별로는 무신사를 제외하곤 대기업들이 운영하는 브랜드종합의류가 상위권을 차지한 가운데 여성의류, 브랜드여성의류, 빅사이즈의류, 피트니스웨어, 아웃도어, 스포츠, 캐주얼 쇼핑몰이 각축을 벌였다. 특히, 전월과 마찬가지로 성수기를 맞아 자금력을 갖추고 활발한 프로모션을 펼친 대기업과 중견기업들이 운영하는 쇼핑몰과 여성의류 쇼핑몰 상승세가 두드러졌다.

전월에 비해 글로벌 랭킹 상승폭이 큰 쇼핑몰은 노스페이스, TBH글로벌, 물라웨어, 칸투칸, 플라이모델, 스토리라인, 핑크시슬리, 조군샵, 퍼스널팩, 파타고니아코리아 등 여성의류와 아웃도어 쇼핑몰이 많았다.

취급 부문별 1위는 여성의류는 에이블리(12위→10위), 남성의류는 하이버(26위→27위), 종합스포츠브랜드는 아디다스(9→9위), 아웃도어는 노스페이스(21위→16위), 피트니스웨어는 켄시믹스(16위→13위), 빅사이즈의류는 육육걸즈(13위→15위), 캐주얼은 지오다노(28위→30위), 패션잡화는 제이에스티나(77위→68위), 신발은 슈마커(39위→41위), 여성화는 사뽀(57위→75위), 아동복은 보리보리(69위→43위), 속옷은 도로시와(43위→48위) 등이 차지했다. 종합스포츠브랜드가 뉴발란스에서 아디다스로, 아웃도어가 케이빌리지에서 노스페이스로, 피트니스웨어가 안다르에서 켄시믹스로, 신발이 폴더에서 슈마커로 바뀌는 등 1, 2위 간 경쟁이 치열했다.

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

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	1,944	188	53	3	20,767,169	브랜드종합의류	
2	코오롱몰	kolonmall.com	11,338	20261	218	375	4,393,608	브랜드종합의류	
3	SSF샵	ssfshop.com	11,510	1060	220	27	4,676,599	브랜드종합의류	
4	29cm	29cm.co.kr	13,267	5053	256	95	3,404,338	브랜드종합의류	
5	패션플러스	fashionplus.co.kr	16,204	1672	304	31	2,145,149	브랜드종합의류	
6	LF몰	lfmall.co.kr	16,608	6698	321	127	3,032,776	브랜드종합의류	
7	더블유컨셉	wconcept.co.kr	17,163	-2702	340	-67	2,978,953	브랜드종합의류	
8	하프클럽	halfclub.com	18,183	9530	342	164	2,486,303	브랜드종합의류	
9	아디다스	adidas.co.kr	22,389	8284	412	138	1,868,705	종합스포츠브랜드	
10	에이블리	a-bly.com	28,362	9536	511	174	2,002,434	여성의류	
11	SI빌리지	svillage.com	32,180	1457	576	27	1,610,041	브랜드종합의류	
12	뉴발란스코리아	nbkorea.com	34,896	-6745	616	-81	1,170,430	종합스포츠브랜드	
13	켄시믹스	xexymix.com	35,629	25705	701	525	1,416,251	피트니스웨어	
14	안다르	andar.co.kr	39,742	13948	677	272	1,939,366	피트니스웨어	
15	육육걸즈	66girls.co.kr	44,364	3990	749	83	1,133,644	빅사이즈의류	
16	노스페이스	thenorthfacekorea.co.kr	47,563	37692	1,145	668	918,738	아웃도어	
17	케이빌리지	k-village.co.kr	51,318	19327	909	318	912,711	아웃도어	
18	바바더닷컴	babathe.com	59,066	20941	1,052	303	1,158,597	브랜드여성의류	
19	H패션몰	hfashionmall.com	62,492	2671	1,075	33	721,301	브랜드종합의류	
20	더핸섬닷컴	thehandsome.com	67,384	11800	1,207	254	711,828	브랜드종합의류	
21	아식스코리아	asics.co.kr	68,623	-17075	1,160	-269	473,920	종합스포츠브랜드	
22	BYN블랙야크	byn.kr	77,365	21470	1,327	320	708,240	아웃도어	
23	지그재그	zigzag.kr	80,121	11412	1,441	346	551,924	브랜드종합의류	
24	아이디룩몰	idlookmall.com	88,580	13839	1,464	208	179,935	브랜드여성의류	
25	브랜드	brandi.co.kr	94,925	27034	1,686	365	637,489	여성의류	
26	데상트코리아	descentkorea.co.kr	96,696	15979	1,753	260	679,391	종합스포츠브랜드	
27	하이버	hiver.co.kr	99,551	12349	1,638	212	469,329	남성의류	
28	이큐엘	eqstore.com	100,626	-13884	1,654	-196	525,743	브랜드종합의류	
29	다바걸	dabagirl.co.kr	101,954	13570	1,796	81	556,137	여성의류	
30	지오다노	giordano.co.kr	102,082	11953	1,741	203	259,191	캐주얼	
31	몰리안	moulian.com	104,595	19574	1,738	341	470,049	여성의류	
32	핫핑	hotping.co.kr	107,329	10875	1,866	103	424,186	빅사이즈의류	
33	아트랑스	atrangs.co.kr	115,528	26129	1,901	459	464,981	여성의류	
34	안나키즈	annakids.co.kr	121,269	13929	1,983	208	176,330	여성의류	
35	TBH글로벌	tbhshop.co.kr	124,107	111512	2,013	1872	257,006	캐주얼	
36	로미스토리	romistory.com	125,119	20588	2,100	368	356,885	여성의류	
37	룰루레몬코리아	lululemon.co.kr	132,485	41578	2,204	1069	324,949	종합스포츠브랜드	
38	물라웨어	mulawear.com	136,149	57697	2,208	973	334,696	피트니스웨어	
39	공구우먼	09women.com	137,891	11777	2,310	571	303,286	빅사이즈의류	
40	디스커버리익스페디션	discovery-expedition.com	142,413	17652	2,436	286	288,550	아웃도어	
41	슈마커	shoemaker.co.kr	145,771	11740	2,381	220	348,734	신발	
42	조아맘	joamom.co.kr	151,844	14859	2,858	-64	260,218	여성의류	
43	보리보리	boribori.co.kr	151,905	77806	2,547	1739	291,800	아동복	
44	카시나	kasina.co.kr	158,204	3003	2,678	83	247,721	브랜드종합의류	
45	디스이즈네버댓	thisisneverthat.com	162,530	17039	6,638	3838	237,644	캐주얼	
46	메이블루	mayblue.co.kr	162,922	19773	2,658	335	272,216	여성의류	
47	코오롱스포츠	kolonsport.com	164,102	38994	2,771	941	282,719	아웃도어	
48	도로시와	dorosio.co.kr	168,362	-6443	2,772	-116	182,203	속옷	
49	마지아룩	mazia.kr	169,421	6687	2,822	115	249,735	여성의류	
50	칸투칸	kantukan.co.kr	170,074	148885	2,853	2558	226,277	아웃도어	
51	폴더온라인스토어	folderstyle.com	171,683	-40737	2,840	-648	247,840	신발	
52	저스트원	justone.co.kr	177,920	1813	3,055	292	272,297	여성의류	
53	칸마트	canmart.co.kr	181,486	25261	3,259	336	280,769	여성의류	
54	웍스아웃	worksout.co.kr	183,695	2692	3,008	49	225,006	브랜드종합의류	
55	플라이모델	flymodel.co.kr	186,036	141685	3,043	2512	309,890	여성의류	
56	안나앤모드	annanmode.com	186,662	-24916	3,178	-507	210,309	여성의류	
57	리리코	ririnco.com	186,670	8731	3,041	149	236,565	빅사이즈의류	
58	시크라인	chic-line.com	187,803	-10786	3,123	-53	202,129	여성의류	
59	서울스토어	seoulstore.com	194,553	13849	3,166	237	274,562	여성의류	
60	오가네	okkane.co.kr	202,212	-28515	3,277	-430	227,761	빅사이즈의류	
61	그레이시크	graychic.co.kr	203,781	-32421	3,332	-494	231,898	여성의류	
62	베니토	benito.co.kr	206,286	-35794	3,417	-406	261,115	여성의류	
63	언더아머코리아	underarmour.co.kr	209,299	-3518	3,410	16	168,140	종합스포츠브랜드	
64	배럴	getbarrel.com	212,098	-57836	3,552	-626	161,554	수영복/레쉬가드	
65	페플	fairplay142.com	215,041	-33176	3,523	-533	196,047	남성의류	
66	갠소	gaenso.com	216,196	-30903	3,522	-425	243,761	여성의류	
67	러브패리스	loveparis.net	217,331	45691	3,541	789	180,307	여성의류	
68	제이에스티나	jestina.co.kr	219,043	30182	3,640	522	179,427	패션잡화	
69	쇼윈도	showindow.co.kr	219,358	-56710	3,546	-883	227,656	브랜드종합의류	
70	마리오몰	mariomol.com	222,233	11872	4,055	1418	199,600	브랜드종합의류	
71	가나수영복	swim.co.kr	222,269	17187	3,637	498	148,680	수영복/레쉬가드	
72	컨버스	converse.co.kr	230,360	41935	3,756	955	182,863	신발	
73	뽕브라들	bbongbra.co.kr	232,967	9897	4,154	857	180,859	속옷	
74	소녀나라	sonyunara.com	234,427	-58675	3,824	-932	214,109	여성의류	
75	사뽀	sappun.co.kr	236,488	-52662	3,968	-678	193,798	여성화	
76	스토리라인	storynine.co.kr	238,311	113465	3,923	1989	158,183	여성의류	
77	리린	leelin.co.kr	239,101	-28705	4,017	-549	202,862	여성의류	
78	힐라코리아	fila.co.kr	242,219	14429	4,345	258	178,862	종합스포츠브랜드	
79	커버넌트	covernat.net	250,424	48789	4,583	889	151,536	캐주얼	
80	마리앙플러스	mariangplus.co.kr	251,159	-37070	4,080	-535	137,629	빅사이즈의류	
81	클릭엔퍼니	clicknfunny.com	251,505	-35992	4,079	-548	146,123	여성의류	
82	핑크시슬리	pinksisly.com	255,937	177527	4,932	2499	127,637	여성의류	
83	프롬비기닝	beginning.kr	256,487	-22384	4,182	-315	210,205	여성의류	
84	분홍코끼리	pinkelphant.co.kr	256,952	101335	4,167	1883	164,796	여성화	
85	엔스테이션	nstationmall.com	260,919	-27250	4,251	-381	157,472	아웃도어	
86	룸패커	roompacker.co.kr	263,132	17869	4,469	217	143,909	여성의류	
87	스타일24	style24.com	264,568	-8699	4,563	-73	74,967	브랜드종합의류	
88	레미떼	remite.com	266,033	-14077	4,358	-206	144,473	브랜드여성의류	
89	잇슈	itsu.co.kr	281,601	16988	4,589	376	186,950	여성화	
90	조군샵	jogunshop.com	284,915	101738	6,611	98	119,615	남성의류	
91	마이다스비	midasb.co.kr	286,691	29076	4,886	595	186,303	여성의류	
92	섬제이	ssumj.com	289,036	6653	5,150	46	148,918	여성의류	
93	퍼스널팩	personal-pack.com	292,478	189699	4,759	3450	174,654	남성의류	
94	스노우피크코리아	snowpeak.co.kr	292,634	30792	4,877	573	106,439	아웃도어	
95	딘트	dint.co.kr	300,654	-41540	6,874	284	143,031	여성의류	
96	시크릿라벨	secretlabel.co.kr	305,534	-12152	4,978	-140	126,065	여성의류	
97	파타고니아코리아	patagonia.co.kr	315,684	85065	5,193	1690	104,198	아웃도어	
98	리저널닷컴	leejirral.com	319,819	22363	5,296	536	144,564	여성의류	
99	난닝구	nanning9.com	323,195	-3342	5,410	201	152,925	브랜드여성의류	
100	패션포유	fashion4you.co.kr	325,646	-93865	5,341	-1540	126,101	브랜드종합의류	

행사



DDP 겨울축제 12월 21~31일 개최

DDP 겨울축제가 오는 12월 21일부터 31일까지 11일간 개최된다. 이번 겨울축제에는 국내 최대 규모의 미디어아트 '서울라이트 DDP 2023 겨울', 연말의 따뜻한 감성을 담은 다양한 상품을 만날 수 있는 'DDP 크리스마스 마켓', 화려한 불꽃과 함께 희망찬 2024년을 맞이하는 카운트다운 행사 등 다양한 프로그램들이 준비되어 있다.

○ 서울라이트 DDP 2023 겨울

프로그램명	서울라이트 DDP 2023 겨울	
운영기간	12월 21일~12월 31일	
운영시간	18:00~22:00 *12월 31일은 18:00~01:30am	
운영장소	DP 전면 외벽	
상세내용	AI기술로 지구의 긴 역사를 학습하여 창조한 새로운, '디지털 아틀란티스'	

○ DDP 크리스마스 마켓

프로그램명	DDP 크리스마스 마켓
운영기간	12월 21일~12월 30일
운영시간	평일 15:00~20:00 / 주말·공휴일 13:00~21:00 *운영시간 변동 가능
운영장소	DDP 지하2층 DDP마켓 내
상세내용	연말 감성을 담은 디자인 상품을 둘러보고 버스킹 음악을 들으며 따뜻한 연말을 즐길 수 있는 마켓

■ 스페셜 이벤트 *시간 및 장소 변동 가능

DDP 겨울축제 개막식	DDP 새해맞이 카운트다운	사운드 인터랙션 공연
<ul style="list-style-type: none"> •일정 : 12월 21일 17:30(예정) •장소 : DDP 어울림광장 •상세내용 : 가족, 연인, 관광객 모두가 즐길 수 있는 오프닝 행사 	<ul style="list-style-type: none"> •기간 : 12월 31일 23:00~01:30am •장소 : DDP 전면 외벽 •상세내용 : 화려한 불꽃과 함께 희망찬 2024년을 맞이하는 새해 카운트다운 행사 	<ul style="list-style-type: none"> •기간 : 2024.01.01.(월) 00:00 ~ 01:00am •장소 : DDP 전면 외벽 •상세내용 : DJ Fenner, 두 번째 달과 함께하는 사운드 인터랙션 미디어쇼



새해맞이 카운트다운.

공연



뮤지컬 <몬테크리스토>



- 장 소 : 충무아트센터 대극장
- 날 짜 : 2023년 11월 21일~2024년 2월 25일
- 일 정 : 화,목 7시 30분 / 수,금 2시 30분, 7시 30분 / 토, 공휴일 2시, 7시 / 일 3시(월 공연 없음)
- 티켓가격 : VIP석 17만원, R석 14만원, S석 11만원, A석 8만원
- 소요시간 : 170분 (인터미션 20분 포함)
- 문 의 : EMK뮤지컬컴퍼니 02-6391-6333

뮤지컬 <리진 : 빛의 여인>



- 장 소 : 충무아트센터 중극장 블랙
- 날 짜 : 2023년 11월 14일~2024년 2월 4일
- 일 정 : 화, 수, 목, 금 8시 / 토 3시 7시 / 일, 공휴일 2시 6시
- 티켓가격 : R석 66,000원 / S석 44,000원
- 소요시간 : 90분 (인터미션 없음)
- 문 의 : 과수원뮤지컬컴퍼니 02)512-3052

동대문상가 입점 문의

골든타운	02-2238-4241	신평화패션타운	02-2238-6813
광희패션몰	02-2238-4352	아트프라자	02-2232-2000
굿모닝시티쇼핑몰	02-2118-8700	에이피엠	02-2250-2050
누존	02-6366-3001	에이피엠럭스	02-2231-0930
동대문밀리오레	02-3393-0296	에이피엠플레이스	02-2200-5102
동대문종합시장	02-2262-0114	엘리시움	02-2250-1181
동평화패션타운	02-2238-7791	제일평화	02-2252-6744-5
동화상가	02-2265-9611	테크노상가	02-2232-4821
두타몰	02-3398-3333	통일상가	02-2269-1969
디더블유	02-2234-0009	팀204	02-2232-3604
디디피패션몰	02-3405-4040	청계6가 지하쇼핑센터	02-2275-4812
디오트	02-2117-8000	청평화패션몰	02-2252-8036
디자이너클럽	02-2233-2528	패션남평화	02-2237-0620
맥스타일	02-2218-0000	평화시장	02-2265-3531-2
벨포스트	02-2231-4674	현대시티아울렛	02-2283-2002
상상패션몰	02-2254-4222	동대문	
스튜디오W	02-2230-8100	헬로에이피엠	02-6388-1200

모집요강

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

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

(주)세븐트리(여성복)

주간/정규직/여/1997년생 이상/1년 이상/12월31일/010-9529-1229/satin4u4u@naver.com

디오트(토탈)

야간/정규직/무관/1988년생 이상/1년 이상/12월23일/010-4189-1278/kbk6376@nate.com

지수다움(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/4년 이상/12월31일/010-8741-0809/jisu_daum@naver.com

디오트(여성복)

무관/아르바이트/여/1986년생 이상/2년 이상/12월22일/010-6377-7590/dalesme@naver.com

프로젝트 웨이브(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월22일/010-7111-2232/hsbnm123@naver.com

디오트 1층(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/3년 이상/12월14일/010-2228-5916/hanugi123@gmail.com

apM(남성복)

주간/정규직/무관/1980년생 이상/1년 이상/12월31일/010-2579-9286/akdmlwleo@naver.com

apM(여성복)

무관/정규직/여/없음/2년 이상/12월21일/010-4996-0204/xogns9967@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/12월21일/010-6765-8896/sheee36@naver.com

메모리(여성복)

무관/정규직/무관/없음/무관/12월21일/010-3932-8066/rjiwon1@gmail.com

ERUME(여성복)

주간/정규직/여/없음/2년 이상/12월31일/010-9193-7229/jisung@erume.kr

디오트 포레스트(여성복)

주간/정규직/여/1982년생 이상/10년 이상/12월21일/010-8885-8513/jyhjjang1981@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

주간/아르바이트/여/1987년생 이상/5년 이상/12월21일/010-9015-4005/louisyang33@naver.com

apM릭스(토탈)

주간/정규직/여/없음/무관/12월21일/010-4304-5034/pbs6485@naver.com

apM플레이스 헬베티카(여성복)

야간/정규직/무관/2004년생 이상/무관/12월20일/010-7299-7689/yake6165@gmail.com

패브릭컬러지(여성복)

주간/정규직/무관/1990년생 이상/1년 이상/12월29일/010-9617-0636/fabricology06@naver.com

디오트(여성복)

주간/정규직/여/없음/6년 이상/12월20일/010-8399-9270/s2skyblue90@nate.com

(주)서현어패럴(다이마루)

주간/정규직/여/없음/무관/12월20일/010-3539-4249/zard5330@naver.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/12월31일/010-5416-4915/babodangge@naver.com

디오트 3층(여성복)

주간/정규직/여/1991년생 이상/1년 이상/12월20일/010-4927-2828/clotheclip@naver.com

청평화 4층(여성복)

야간/정규직/여/1980년생 이상/1년 이상/12월20일/010-6296-1374/liagary18@gmail.com

apM 지하1층(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/12월20일/010-3539-9461/coin1985@naver.com

제일평화(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/무관/12월20일/010-5103-2485/tahamke@naver.com

STAGE(토탈)

주간/정규직/무관/1998년생 이상/5년 이상/12월17일/010-9098-5735/hyun8kyung2@naver.com

트리거(캐주얼)

야간/정규직/무관/1992년생 이상/무관/12월17일/010-3447-4706/msmr9102@naver.com

apM플레이스 1층(여성복)

야간/정규직/여/1986년생 이상/2년 이상/12월16일/010-7120-1687/hitboxjb@gmail.com

판매사원

여성의류매장(여성복)

야간/정규직/남/1988년생 이상/무관/12월23일/010-5194-7707/mcloopi@naver.com

제일평화베네테디(여성복)

야간/정규직/여/1988년생 이상/1년 이상/12월22일/010-8988-8776/chivalry84tv@naver.com

디오트(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/무관/12월23일/010-4036-1196/alswl1218@nate.com

a creme & suivi(여성복)

야간/정규직/여/1983년생 이상/무관/12월31일/010-9369-3939/maxnami1@naver.com

디오트 우든/라그라스(여성복)

야간/정규직/남/1989년생 이상/무관/12월22일/010-3692-3212/welchs080@naver.com

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/무관/1992년생 이상/무관/12월22일/010-4042-6667/lee-022@hanmail.net

미애(여성복)

야간/아르바이트/무관/1994년생 이상/무관/12월31일/010-9008-0504/dnwhdqls1@naver.com

apM릭스(여성복)

야간/정규직/여/1987년생 이상/무관/12월21일/010-8652-4851/k485126@naver.com

apM(여성복)

무관/정규직/무관/1996년생 이상/무관/12월31일/010-5364-9587/skon8318@naver.com

누존 5층(남성복)

야간/정규직/남/1996년생 이상/무관/12월21일/010-8030-5974/bizarreseoul@gmail.com

apM 3층(여성복)

야간/정규직/여/1989년생 이상/2년 이상/12월16일/010-5550-9902/sky10342@naver.com

apM 5층(남성복)

야간/정규직/남/1999년생 이상/무관/12월20일/010-9028-1777/Ebrh1777@naver.com

세컨케이(여성복)

야간/정규직/무관/1998년생 이상/무관/12월20일/010-8829-4232/ciao0021@naver.com

아우디(남성복)

야간/정규직/무관/2002년생 이상/무관/12월17일/010-2603-6119/you1985@naver.com

브리야(수입의류)

야간/아르바이트/여/1995년생 이상/무관/12월15일/010-3535-7379/emy7379@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/12월20일/010-5254-8222/sjjswr@naver.com

Ailla(남성복)

야간/정규직/무관/1985년생 이상/무관/12월15일/010-4094-2427/gamhee80@nate.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/나이제한없음/무관/12월18일/010-4789-2815/ejho91@naver.com

매장직원(캐주얼)

야간/정규직/무관/1980년생 이상/무관/12월19일/010-5206-7316/moris74@hanmail.net

티오앤지(여성 슬랙스)

야간/정규직/무관/1986년생 이상/무관/12월16일/010-6232-8752/sk62328752@gmail.com

티지(여성복)

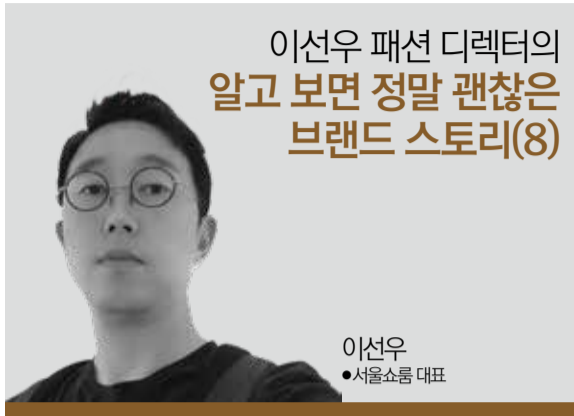
주간/정규직/여/1987년생 이상/2년 이상/12월31일/010-5850-8829/kim830505@naate.com

모드랩(토탈)

무관/아르바이트/무관/한없음/3년 이상/12월17일/010-2723-3102/themodelab@naver.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/12월15일/010-6232-3463/babodangge@naver.com



우리나라에서 셀럽이 아닌 인물 중에 1천만 팔로워 이상을 보유한 메가 인플루언서가 있다. 인스타그램에서 무려 1105만 팔로워를 보유한 정지우.

패션업계에서도 정지우 디렉터를 눈여겨보는 이유는 이런 메가 인플루언서가 드디어 브랜드를 런칭한다는 소식이 전해졌기 때문이다. 디자이너의 스타일과 스토리를 담은 디자이너의 매니지먼트 서울쇼룸을 운영하는 필자 역시도 이런 반가운 소식을 접하고 마냥 기다릴 순 없었다. 역시 소통의 수단은 인스타그램! 필자는 인스타그램 DM을 통해 차미즈와 컨택했고, 드디어 연락이 닿을 수 있었다.

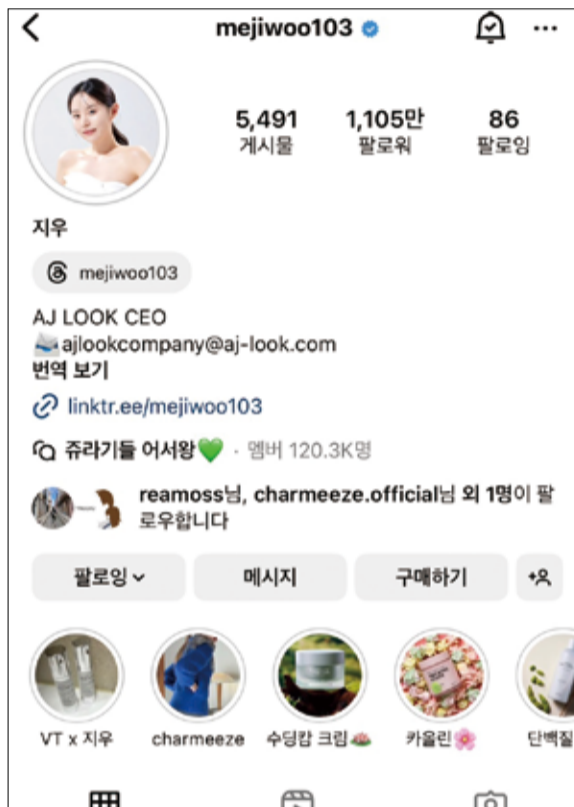
패션업계에서 이슈가 되고 있다는 사실에 우쭐대는 느낌은 조금도 느껴지지 않았고, 오히려 새로 런칭한 브랜드에 관심을 가져주고 연락을 한 것에 대해 감사함을 표현하며 브랜드가 런칭한 이야기를 들을 수 있었다.

그가 런칭한 '차미즈(CHARMEEZE)'는 페미닌한 무드 속에 사랑스러움과 키치한 요소가 적절히 믹스된 디테일과 디자인을 전개하며, 일상에 자연스럽게 녹아들어 개인의 숨겨진 매력을 극대화할 수 있는 스타일을 제안한다. 최근 발매한 23WINTER 캡슐 컬렉션의 키워드는 'TEXTURE' 감촉과 질감이다. 각기 다른 소재의 조합으로 본연의 차미즈 아카이브를 재조명해 카테고리별 새로운 무드의 조합을 완성시켜 곡선의 모양과 디테일에 포인트 컬러로 물들여진 컬렉션을 공개했다.

필자가 차미즈 정지우 디렉터에게 들은 이야기를 그대로 전해본다.

“차미즈는 급하게 번뜩이는 생각으로 만들어진 브랜드는 아니에요. 현재는 제가 다양한 카테고리의 브랜드를 운영하고 있지만 그중에서도 가장 처음 시작하게 된 의류업은 벌써 시작하지 7년 차가 되었는데요. 아무래도 온라인 쇼핑물 시장의 큰 틀로 그려지는 부분은 트렌드를 맞춰가야 하다 보니 호흡이 매우 빠르게 진행되고, 고객 분들의 니즈에 맞춰 다양한 스타일은 물론 기본 품목들까지 필수로 가져가야 하는 카테고리와 품목들을 채워 운영을 하게 되더라고요. 이렇게 운영할 수 있는 리미트가 점점 선명히 그려지게 되었고 그렇게 계속 다음 스텝을 생각하게 되었던 차미즈는 포커싱이 고객에만 맞춰져 있지 않아요. 저라는 사람의 니즈도 필수로 포함되어 있어요. 훗날 40대가 되고, 50대가 되었을 때에 옷장을 열어 다시금 입고 싶은 제품 그리고 내가 입고 싶은 디자인의 옷을 만들어

인스타그램 1천1백만 팔로워를 보유한 정지우의 '차미즈' 일상에 자연스럽게 녹아들어 개인의 매력 극대화



정지우 인스타그램.

고객님들과 공유한다는 것. 그렇게 차미즈는 앞으로 천천히 오래 만나볼 수 있는 브랜드로 스며들 수 있지 않을까 싶어요.”

차미즈에서 두 차례 공개한 컬렉션을 살펴보면 굉장히 아방가르드한 스타일은 아니다. 하지만 또 너무 평범한 스타일도 아니다. 어찌면 내 옷장에 이런 스타일 하나쯤 있으면 괜히 든든해지는 하나쯤 갖고 싶어지는 스타일이다.

정지우 디렉터 역시도 평상시 그런 스타일을 즐겨 입는다. 1천1백만 팔로워를 보유한 메가 인플루언서라고 해서 명품으로 치장하거나 유명 브랜드를 입으면서 뽐내지 않는다. 오히려 자신만의 패션감각으로 '아! 나도 저렇게 입으면 예쁘겠네'라는 생각이 들게 한다. 차미즈의 컬렉션은 정지우 디렉터의 이런 패션 감각과 스타일이 그대로 표현되었다. 차미즈는 곧 정지우 디렉터의 스타일이라고 볼 수 있다.

어떠한 브랜드가 신규로 런칭을 해서 이를 업계에 알리고 대중들에게 어필하기 위해서는 굉장히 많은 노력과 시간과 비용이 든다. 1천1백만 팔로워를 보유한 정지우 디렉터가 차미즈를 런칭하면서 많은 관심을 끌게 된 것을 누군가는 여타 브랜드의 런칭에 대한 노력과 비교해 운이 좋다는 식으로 표현할 수도 있다. 하지만 정지우 디렉터의 화제성을 떠나 차미즈 브랜드만



'차미즈' 1차 공개 컬렉션.

바라봐도 충분히 성공할 요소를 많이 가진 매력적인 브랜드라고 필자의 평을 남기고 싶다. 또한 정지우 디렉터가 1천1백만 팔로워에게 어필하고 사랑을 받기 위한 꾸준한 노력 역시 브랜드의 런칭 노력 못지않은 대단한 과정이라고 생각한다.

전통적인 방식의 마케팅 방식이 점점 고루해지고, 인스타그램과 같은 개인 미디어의 영향력이 상상외로 막강해진 지금. 어찌면 정지우 디렉터의 브랜드 런칭과 전개방식은 기존 패션업계 관계자들에게겐 신선한 충격이며 부러움의 대상일 것이다.

정지우 디렉터에게 앞으로의 계획과 전개 방향을 들어봤다.

“매 시즌 차미즈가 담아내는 컨셉은 다채롭겠지만 가장 큰 빠대는 변함없이 전개될 예정이고, 사실 저희가 추구하는 타겟층은 3040 연령대인데 워낙 멀티 스타일링이 가능한 시대에기에 틀에 얽매이지 않은 아이템들로 고객님들의 일상속에 시즌리스 자리매김 할 수 있는 브랜드로 만들어보고 싶어요. 잘하는 곳들은 참 많고 필요한 아이템을 만들어 내는 브랜드도 정말 많죠. 저희는 차미즈가 추구하고자 하는 색깔로 솔직하게 표현해내고 싶습니다.”

정지우 디렉터 인스타그램: @mejiwoo103

차미즈 오피셜 인스타그램: @charmeeze.official



V-COMMERCE STUDIO



서울시 브이커머스 스튜디오

Seoul V-Commerce Studio

서울시가 서울시 소재 패션 소상공인들의
온라인 비즈니스를 돕기 위해 만든 촬영 스튜디오입니다.

의류 및 패션잡화 등의 제품 촬영부터 라이브 커머스까지
다양한 용도로 촬영이 가능한 시설과 서비스를 제공합니다.



촬영 스튜디오



촬영 및 컨설팅 지원



장비 지원
카메라·렌즈·조명
360도 촬영기기



라운지
미팅 및 휴식



예약하기 QR

서울시 브이커머스 스튜디오

02-6270-1333

서울특별시 중구 마장로 22 DDP패션몰 4층(신당동 251-7)

www.svcs.kr

운영시간

평일 오전 10시 ~ 오후 10시
토요일, 일요일 및 공휴일 휴관

NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

쉽고 빠르게!



블록체인 기반으로 설계된 QR코드와 NFT를 이용하여 K-Fashion (made in korea)정품 인증 서비스를 제공하는 시스템

QR코드 방식의 인증라벨을 부착한 상품을 구매한 소비자가 전용 앱을 이용하여 디지털 자산(NFT)으로 인정을 받는 방식

디지털 신기술을 활용하여 K-Fashion 제품의 글로벌 온-오프라인 판로 확대와 소비자, 패션산업 보호를 위하여 정품 인증 시스템 개발



GET IT ON
Google Play



Available on the
App Store

