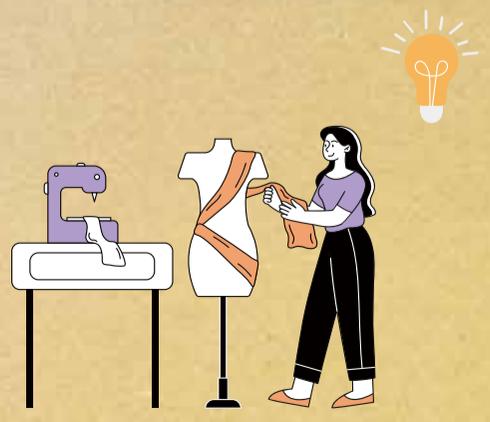
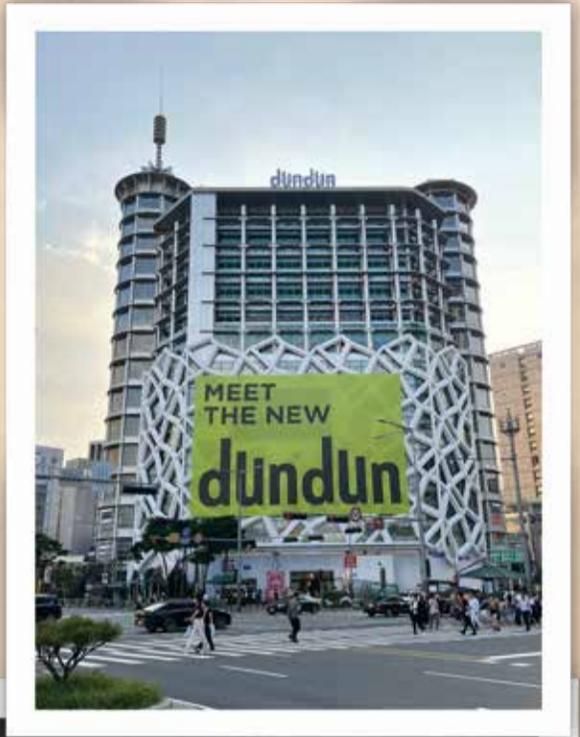


04 커버스토리  
‘던던 동대문’ 오픈 ... 상권 부활 청신호

07 이슈  
‘종합몰·전문몰 앱 사용 및 결제 동향’ 분석

12 인기상품  
“가을이 왔다”... 도매상가 신상품 판매 활기



# 서울시패션제조지원센터 (서울창신솔루션앵커)

## 디자이너와 패션 봉제 소공인을 위한 공간

### B1 자동재단실



#### 운영목적

자동화장비 지원을 통한 재단품질 향상 및 지역봉제 생산활동 지원

#### 지원혜택

자동캠재단(소량 가능), 패턴 입-출력, 마카 출력 무상 서비스

#### 신청방법

유선 및 방문상담 > 재단스케줄 확인 > 원단입고 및 작업투입  
02-6328-6508, 6510

### 1F 쇼룸, 체험실



#### 운영목적

디자이너 쇼룸 부스 제공으로 판매활동 지원  
체험프로그램을 통한 봉제관심 향상

#### 지원혜택

창신디자이너 대상 쇼룸 공간제공  
봉제체험 무료 진행(단체, 유선예약)  
무료대관

#### 신청방법

사무실 문의 02-6328-6501

### 2F 공용장비실



#### 운영목적

영세소공인 및 취 창업자 등 시제품 제작 환경 지원

#### 지원혜택

시제품 제작위한 장비대여  
1:1 코칭교육, 하이엔드, 특수봉제교육

#### 신청방법

공용장비대여: 네이버예약  
1:1코칭교육: 유선 예약  
02-6328-6504

### 3F 코워킹스페이스



#### 운영목적

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

#### 지원혜택

패션CAD(YUKA, 3DCLO) OA, 도서 패턴 및 재단테이블, 다리미 시제품 촬영공간 무상이용

#### 신청방법

사무실 문의 02-6328-6501

## 동대문에 울려 퍼진 가을맞이 팝&재즈 향연

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복)가 지난 9월 6일 현대아울렛 동대문점 앞 광장에서 '가을맞이 팝&재즈 콘서트'를 개최했다. '가을맞이 팝&재즈 콘서트'는 상반기에 열리는 국제재즈교류축제와 함께 동대문패션타운을 대표하는 시민 참여 축제 중 하나다. 이번 콘서트에는 미국 팝밴드 브링 잇 온 (Bring it On)을 비롯해 가을을 대표하는 인기가수 이정옥, 인기 락밴드 퍼퓨라, 전자바이올리니스트 미나, 전 복싱 세계 챔피언 홍수환 등이 출연해 가을밤에 어울리는 노래와 연주를 들려줘 호평을 받았다. 관광특구협의회는 이 같은 행사를 통해 동대문패션타운 상권 활성화와 신상품 소개 및 소비 촉진, 국내외 관광객에게 볼거리와 즐길거리 제공 등의 효과를 기대하고 있다.



### 표지 설명

이번 호 커버스토리에서는 롯데 피트니스가 최근 '던던 동대문점'으로 리뉴얼 오픈하고, 한국패션산업협회가 '패션큐브'를 개관하는 등 동대문 상권 부활을 위한 움직임에 대해 살펴보았다. 이밖에 '종합몰·전문몰 앱 사용 및 결제 동향' 분석과 도매상가 가을상품 출시 동향 등을 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 발행일 2024년 10월 1일

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

발행인 박용만 김영복 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



① 두타몰 광장에 관광안내원이 서 있는 가운데 외국인 관광객을 태운 관광버스가 정류장에서 서 있다. ② 지난 9월 27일 재개장한 '던던 동대문점' 전경.

## ‘던던 동대문’ 오픈… 동대문 상권 부활 청신호

롯데 피트인이 최근 '던던 동대문점'으로 리뉴얼 오픈하면서 동대문 상권이 오랜만에 활기를 되찾고 있다. 여기에 서울시가 지난 5월 DDP쇼룸을 오픈한데 이어 올 연말 서울뷰티허브를 조성, 패션과 뷰티 산업 육성에 적극 나서고 있다.

또한, 서울 중구가 동화동에 위치한 의류패션지원 센터를 5월부터 직영 체제로 전환해 운영하기 시작했고, 한국패션산업협회가 디자이너 브랜드와 의류개발 업체 간 협력 공간인 패션큐브를 오픈하는 등 패션봉제 관련 다양한 기반시설들이 잇따라 들어서 동대문 상권의 부활을 예고하고 있다.

### 체험형 복합문화공간으로 탈바꿈

지난 2020년 말 문을 닫았던 롯데 피트인 동대문점이 3년 10개월 만에 체험형 복합문화공간으로 정체성과 상호명을 바꾸고 재개장했다.

롯데자산개발은 지난 9월 27일 롯데 피트인 동대문점을 던던 동대문점으로 리뉴얼 오픈했다. 던던 동대문점은 지하 3층부터 지상 8층으로 매장면적 약 1만 6000㎡(약 4,840평) 규모다. 동대문 상권 특성과 최근 소비 트렌드에 맞춰 외국인 관광객과 MZ 세대, 1인 가구가 즐길 수 있는 체험형 복합문화공간으로 꾸며졌다.

매장 이름인 '던던(DUN DUN)'은 극적이며 긴장감 있는 순간을 강조하기 위해 사용되는 '두둥'과 비슷한 의성어로, 동대문 상권 회복 및 추후 상생을 통해 열

어갈 새로운 공간이라는 의미를 담고 있다.

던던 동대문점은 소규모 매장과 중저가 브랜드 중심이 아닌 유명 플래그십 매장 중심으로 구성하는 등 인근 점포와의 차별화에 힘썼다. 이를 위해 롯데백화점의 상품기획(MD) 노하우를 적용하고 유니클로, 롯데하이마트(더나노스퀘어), 세븐일레븐 등 롯데 계열사를 입점시켜 시너지 효과도 노렸다.

던던 동대문점의 1층과 2층에는 유니클로와 에이트 세컨즈, 미쏘 등 인기 SPA 브랜드가 집결했다. 3층에는 동대문 최대인 1800㎡ 규모(약 544평)의 다이소를 선보였다. 이외에도 명품 세컨핸즈 브랜드인 비바마켓, 애슐리 퀸즈와 연무장 펍앤카페도 입점했다.

특히, 지하 1·2층에 들어선 하이마트는 1인 가구 전용 매장을 선보였다. 매장 이름도 하이마트 대신 '더나노스퀘어'란 새 이름을 달고, 매장의 3분의 1을 이케아처럼 쇼룸으로 꾸며졌다.

편의점 세븐일레븐은 주력 품목인 식품 대신 화장품·패션을 내세웠다. 일반적으로 편의점 상품 종류의 80~90%는 식품인데, 이곳에선 이 비중을 70%로 낮췄다. 대신 벽면 한 곳에 마녀공장·셀퓨전씨 등 해외에서 인기 있는 화장품, 스트리트웨어 브랜드 '몽'과 컬래버레이션한 의류를 배치했다. 한쪽에는 군고구마, 봉어빵 등 한국 간식과 라면을 끓여 먹을 수 있는 'K푸드존'도 갖췄다.

### 외국인 관광객·MZ·1인 가구 공략

이 같은 상품기획은 최근 유통 트렌드를 이끌고 있는 외국인 관광객과 MZ세대, 1인가구를 공략하기 위해서다. 한국관광공사에 따르면 올해 1~7월 누적 외국인 관광객 수는 911만 명으로 작년보다 66.8% 늘었다. 이는 코로나19 이전인 2019년 같은 기간보다 92% 늘어난 수준이다.

또한, 서울시에 따르면 올 1월 기준 동대문구 전체 가구 중 1인 가구 비중은 49.8%(8만6090가구)에 달하고, 성수와 을지로, 신당동에 이어 최근 동대문에도 MZ세대 유입이 크게 늘고 있다.

롯데자산개발 관계자는 "최근 외국인 관광객과 MZ세대의 방문이 급증한 동대문 상권을 공략하기 위해 던던 동대문점을 새롭게 선보였다"며 "다양한 차별화 콘텐츠를 앞세워 동대문의 새로운 랜드마크가 될 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.

롯데 피트인은 롯데그룹 부동산 개발 계열사 롯데자산개발이 지난 2013년 5월 'K패션 중심의 동대문 지역특화 라이프스타일 쇼핑 전문관'을 내세우며 개점했다. 한류 열풍으로 중국인 관광객들이 몰리며 호황을 이뤘지만, 2016년 사드(THAAD·고고도 미사일 방어체계) 사태에 이어 2020년 발생한 코로나19 여파로 경영난을 겪으며 그해 12월 말 영업을 종료했다.

코로나19 직격탄을 맞아 4년간 문을 닫았던 롯데 피트인이 사명을 빼고 주력 품목인 의류 비중을 줄이면서 외국인 관광객과 MZ세대를 겨냥해 새롭게 선보인 던던 동대문점이 침체되어 있는 동대문 상권에 부활의 신호탄을 쏘아 올릴지 기대를 모으고 있다.



1 10월 1일부터 3일까지 개최되는 '2024 서울뷰티위크' 포스터. 2 서울뷰티허브가 들어서는 DDP패션몰과 DDP 전경. 3 뷰티복합문화공간 비더비 클렌징 공간.

## DDP 일대 뷰티산업 핵심거점 육성 사업 속도

서울시가 동대문디자인플라자(DDP) 일대를 패션과 함께 뷰티산업 핵심거점으로 육성하기 위한 사업에 속도를 내고 있다.

### 서울뷰티허브 올 연말 개관

업계에 의하면 서울시는 올 연말 DDP패션몰 3층 일부(982㎡)를 활용, 뷰티 스타트업 성장을 지원하는 서울뷰티허브를 오픈할 예정이다. 이를 위해 지난 8월 상인 이전을 완료했고, 올 11월까지 서울뷰티허브 조성 공사를 마친 뒤 연말 개관 준비를 거쳐 운영에 들어갈 계획이다. 서울뷰티허브는 뷰티 스타트업의 디자인·유통·수출 전 과정을 통합 지원하게 된다.

뷰티패션융합 특정개발진흥지구 지정도 연구용역과 조례 등 법령 준비를 마치고 올해 고시를 완료할 계획이다. 서울시는 지난 2022년부터 DDP주변 동대문 일대를 패션·디자인 분야와 뷰티, 문화, 관광산업의 융·복합을 통해 세계적 명소로 조성하기 위해 중구 을지로 6·7가 신당동, 흥인동 일대를 뷰티패션융합 특정개발진흥지구로 지정하는 것을 추진해 왔다. 특정개발진흥지구로 지정되면 건축 규제 완화(용적률 120% 이내), 자금 융자(중소기업 육성 자금 5억 원 등), 세제 지원(취득세 등 50%) 등의 혜택을 받을 수 있다.

서울시의 이 같은 계획은 지난 2022년 4월 발표한 '글로벌 뷰티산업 허브, 서울' 계획에 기반하고 있다. 이에 따르면 서울시는 서울형 뷰티산업의 경쟁력을 강화해 오는 2026년까지 5년간 총 2,040억 원을 투자, 뷰티·패션 예비유니콘 기업수를 8개(21년)에서 12개(25년)로 늘리고, 세계 100대 뷰티·패션 기업을 4개(21년)에서 6개(25년)로 확대한다는 방침이다.

'글로벌 뷰티산업 허브, 서울' 기본계획은 오세훈 시

장이 시정 마스터플랜 '서울비전 2030'에서 제시한 4가지 미래상 중 도시경쟁력 강화를 위한 '글로벌 선도도시'의 핵심 전략이다. 여기에는 뷰티산업의 범위를 화장품, 이·미용 등 전통적인 뷰티산업은 물론 패션, 디자인, 뷰티테크 분야까지 확장하고 K-팝, K-드라마 등 K-콘텐츠와 관광 등을 융합해 한국의 미(美) 자체를 경쟁력 있는 상품으로 승화시키기 위한 종합적인 전략을 구체화했다.

이후 DDP 일대에는 뷰티 관련 시설과 행사가 늘기 시작했다. 대표적인 시설은 DDP마켓 지하 2층에 위치한 뷰티복합문화공간 '비더비(B the B)'다. 2022년 9월 개관한 비더비(B the B)는 Beyond the Beauty, Be the Beautiful의 약자로, 화장품을 넘어선 확장된 의미의 아름다움(美)과, 자신만의 아름다움을 발견하는 공간이란 뜻을 갖고 있다.

서울의 뷰티, 패션, 라이프스타일 등 전 영역의 트렌드를 한 곳에서 관람, 체험할 수 있는 공간으로, 최근 '컬러풀 뷰티 시티(Colorful Beauty City)'를 주요 테마로 전시장을 새로 꾸미고, '개인 분석·제품 추천·체험·온라인 구매'까지 이어지는 뷰티 원스톱 서비스를 제공하고 있다.

관람객들은 최신 테크놀로지를 활용해 퍼스널 컬러와 피부 상태를 분석 받고, 이에 맞는 제품을 추천받아 현장에서 체험할 수 있다. 체험한 제품은 네이버 패션타운 스토어를 통해 온라인으로 바로 구매할 수 있다.

### 뷰티 시설 늘고, 행사·교육 개최

10월 1일부터 3일까지 DDP 아트홀과 어울림광장에서는 '2024 서울뷰티위크'가 개최된다. 서울뷰티위크는 서울시가 주최하는 유일무이한 뷰티박람회로, 올해 3

회 차를 맞이하고 있다. 연간 4만 명 이상의 관람객이 찾는 서울뷰티위크에서는 글로벌 뷰티 트렌드를 이끄는 K-뷰티의 현주소를 체험할 수 있고, 산업계 전문가들과 교류를 통해 비즈니스 기회를 넓힐 수 있다.

올해는 최신 트렌드를 주도하는 K-뷰티 대표기업 및 강소기업 제품을 소개하는 'New Beauty', 뷰티 테크를 중심으로 미래 트렌드를 제시하는 글로벌 뷰티 브랜드를 전시하는 'Next Beauty' Zone을 통해 뷰티 산업의 비전을 선보일 계획이다. 국내외 뷰티 브랜드, 전문가, 인플루언서 등 산업계 관계자들이 한자리에 모여 뷰티 트렌드를 공유하고 네트워크를 형성할 수 있는 플랫폼으로서 'K-뷰티 산업의 글로벌 허브'로 자리매김하는 것을 목표로 하고 있다.

뷰티산업 특화 전문인력을 육성하기 위해 지난 2022년 7월 '서울 뷰티 비즈니스 아카데미'도 개설해 운영하고 있다. 서울시가 주최하고 서경대학교가 주관한 '2024 뷰티 비즈니스 아카데미 4기' 교육 수료식은 지난 8월 30일 서소문청사 후생동강당에서 열렸다.

2024 뷰티 비즈니스 아카데미는 K-뷰티 산업의 글로벌 경쟁력을 강화하고, K-뷰티를 선도할 차세대 인재 양성을 목표로 진행됐다. 특히 마케팅·수출, 화장품 제조·품질, 화장품 브랜드 창업 과정으로 뷰티 비즈니스에 필수적인 최신 트렌드와 전략 등을 다루었다.

서울시의 뷰티산업 육성은 패션산업 기반시설도 제대로 갖춰지지 않은 상태에서 여론을 무시한 행정이라며 처음에는 반발이 심했지만 최근에는 패션산업과 함께 동대문 상권을 활성화시킬 수 있는 핵심산업으로 자리 잡을 수 있다는 기대감도 생겨나고 있다. DDP를 중심으로 서울을 뷰티와 패션의 글로벌 중심지로 만들겠다는 서울시의 구상이 동대문패션타운에 어떤 영향을 미칠지 주목된다.



1 동대문패션비즈니스센터 1층에 위치한 '패션큐브' 전경. 2 중구 의류패션지원센터 재개관식에서 김길성 중구청장을 비롯한 주요 관계자들이 자동재단기 사용에 대한 직원의 설명을 듣고 있다. 3 DDP쇼룸에서 지난 9월 6~7일 열린 '하이서울패션쇼' 모습.



## ‘패션큐브’ ‘DDP쇼룸’ 등 패션봉제산업 지원 앞장

올 상반기 DDP(동대문디자인플라자) 디자인랩에 DDP쇼룸이 들어서고 중구 의류패션지원센터가 직영 전환해 재개관한데 이어 최근 패션큐브가 오픈하는 등 동대문패션타운 주변 패션봉제 관련 지원시설도 늘고 있다.

### 동대문패션비즈니스센터에 '패션큐브' 오픈

한국패션산업협회(회장 성래은)는 지난 달 3일 동대문패션비즈니스센터 1층에 디자이너 브랜드와 의류개발(제조) 업체 간 연계 강화를 지원하는 '패션큐브(FASHION CUBE)'를 오픈했다.

옛 르돔 쇼룸 자리에 들어선 패션큐브는 디자이너 브랜드의 원활한 시제품 개발과 국내 의류 생산 지원을 주된 목표로 구축된 공간이다. 패션큐브 내 패턴·샘플 개발상담실에서는 전문마스터들의 의류 개발 컨설팅을 통해 디자인 개발 방향 설정, 가봉 및 제조공정 수정 제안을 하는 등 국내 의류 디자이너 브랜드의 원활한 의류 개발 및 브랜드 성장을 지원하게 된다.

개발 상담 후에는 개발(제조)업체 네트워크를 활용해 품목별 최적의 업체에 개발, 생산을 연계하고 이후 단가, 수량, 품질, 납기 등 전체 생산 프로세스를 관리해 상담부터 최종 납품까지 생산 통합 관리서비스를 제공한다.

현재 패션큐브는 검증된 패턴·샘플실(100개)과 소량생산업체(20개)와의 네트워크를 구성, 활용하고 있으며 앞으로 더 많은 업체를 추가해 생산 물량을 점진적으로 확대해 나갈 계획이다.

패션큐브는 의류 품평 및 회의 공간인 '디자인 리뷰룸'과 '촬영 스튜디오'를 무상 대관해 디자이너 브랜드

의 바이어 미팅, 품평회, 룩북 촬영 등 마케팅도 지원한다. 또한, 'FASHION ART WALL'에서는 이달의 브랜드를 선정해 디자이너 브랜드의 이미지 및 의상 전시를 통해 브랜드 홍보를 지원할 계획이다.

협회는 패션큐브 운영을 통해 디자이너 브랜드의 생산 리스크 감소와 물량 확대를 도모하고, 제조업체의 일감 확대와 경쟁력 강화를 목표로 해 디자이너 브랜드와 개발(제조)업체의 동반 성장을 위해 지속적으로 노력해 나갈 방침이다. 패션큐브 자리에 운영되던 르돔 쇼룸은 온라인을 통해 신진 디자이너 브랜드들의 해외 판로 지원 사업을 이어나간다.

### DDP 쇼룸 오픈·의류지원센터 재개관

서울시와 서울경제진흥원(SBA)은 DDP 디자인랩 1~2층에 'DDP 쇼룸'을 마련하고 지난 5월 말 본격적인 운영에 들어갔다. DDP쇼룸은 시민과 관광객, 동대문 상권과 연계해 바이어까지 만족시킬 수 있는 '패션 복합문화공간'이다.

DDP쇼룸은 디자인랩 1~2층 약 4,000㎡ 공간에 패션의 영감이 피어나는 '동굴(Cave)'을 컨셉으로 조성됐다. 1층에는 시민과 관광객을 대상으로 패션 브랜드 전시와 쇼핑, 첨단 테크 서비스·제품 체험을 제공하는 B2C 공간이 운영되며, 2층에는 동대문 상권과 연계한 도매 브랜드 쇼룸과 패션창업자 양성을 위한 B2B 공간이 마련됐다.

'멀티샵'(1층)은 상설 패션 의류 및 잡화를 구매할 수 있는 공간으로, '팝업존'은 뷰티·패션 테크기업의 팝업 전시 공간으로 운영된다. '샘플스토어'(2층)에서는 동대문 시즌별 패션 아이템 신상품이 전시되고, 패

션 셀러라면 누구나 무료로 샘플 대여를 할 수 있다.

'스튜디오'(2층)에서는 패션 상품 및 룩북, 패션 릴스 촬영 등 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 공간으로 조성되어 동대문 기반 젊은 창업자 양성에 기여할 예정이다. 패션 셀러 및 크리에이터라면 누구나 사전 예약 후 무료로 이용할 수 있다.

서울 중구(구청장 김길성)는 동화동에 위치한 의류패션지원센터를 5월부터 직영 체제로 전환해 다시 운영하기 시작했다.

중구의류패션지원센터는 도심 의류패션산업 활성화를 위해 지난 2017년 11월 문을 열었으나 중구 의회의 예산 삭감으로 지난 2월 문을 닫았었다. 새로 오픈한 지원센터는 △공용재단실 운영 △봉제 임가공 지원정책 수립 및 추진 △봉제 샘플 패턴 집적지 활성화 사업 및 신규 인력 양성 등의 사업을 추진하고 있다.

특히, 재단기 운영시스템을 전면 개편해 재단실 이용의 형평성도 확보했다. 그간에는 사전 예약을 받아 공용재단실을 운영해 납기일에 비교적 여유가 있는 소수업체들이 주로 이용하는 경향이 있었다. 구는 이러한 쏠림 현상을 해소하기 위해 자동재단기 중 한 대는 신규 이용업체 또는 완성품 납기일이 2~3일 이내로 촉박해 급히 처리해야 하는 경우에만 사용할 수 있도록 정했다. 나머지 한 대는 기존 방식대로 사전 예약을 받아 운영한다.

일감연계 사업도 새로운 방식으로 추진한다. 오프라인으로 일감연계를 주선해 주는 플랫폼 '네비게이터'를 관내 사업체들과 협업해 추진하고, 해외 일감을 수수할 수 있는 온라인 플랫폼 'SP HOTSPOT'과 연계해 발주처와 중구 의류제조업체 간 일감 중계를 집중적으로 추진할 방침이다.

# 종합몰, 쿠팡 독주 속 알리·테무 급성장

전문몰은 에이블리·올리브영·무신사 1~3위 차지  
와이즈앱, '종합몰·전문몰 앱 사용 및 결제 동향'

모바일 쇼핑 시장이 갈수록 커지고 있는 가운데 종합몰 앱은 쿠팡, 알리익스프레스, 11번가 순으로 사용자 수가 많은 것으로 나타났다. 전문몰 앱 사용자 수는 에이블리, 올리브영, 무신사가 1~3위를 차지했다.

앱 리테일 분석 서비스 와이즈앱·리테일·굿즈가 최근 한국인 스마트폰 사용자(Android + iOS)를 표본 조사해 발표한 '종합몰·전문몰 앱 사용 및 결제 동향'에 따르면 종합몰 앱 사용자 수는 3,100만 명 이상으로, C커머스 앱 사용자가 급성장하는 가운데 결제추정금액 성장은 미진한 것으로 나타났다.

먼저, 지난해 온라인 쇼핑 거래액은 228조 원으로, 이중 모바일 쇼핑 거래액이 196조 320억 원으로 전체의 75%를 차지했다. 전체 스마트폰 사용자 중 종합몰 앱 설치율은 84%, 앱 사용률은 62%로, 3,100만 명이 종합몰 앱을 사용했다.

종합몰 앱 사용자 수는 쿠팡, 알리익스프레스, 11번가가 1~3위를 차지한 가운데 다른 종합몰 대비 쿠팡의 설치자, 사용자, 사용률이 월등히 높았으며, C커머스 대표 앱인 알리와 테무가 짧은 기간 동안 급성장하며 각각 2위와 4위를 차지했다.

결제 측면에서는 쿠팡 앱 사용자 및 결제금액은 상승세를 지속했다. 반면 2023년 이후 C커머스 앱 사용자가 급격하게 증가했으나 결제추정금액에 있어 뚜렷한 변화는 없는 상황이다.

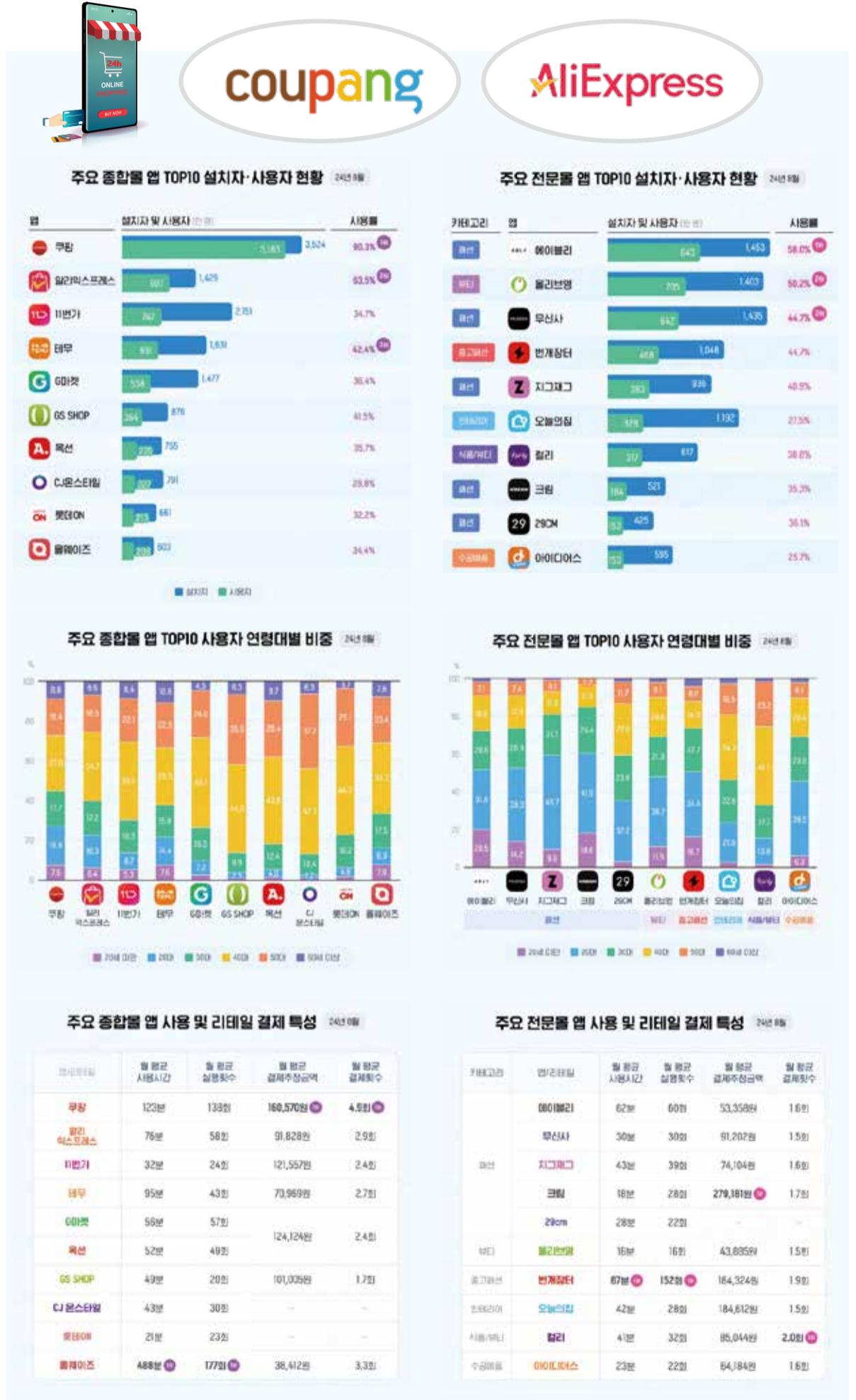
전반적으로 여성의 비중이 높은 가운데 홈쇼핑 기반인 GS SHOP, CJ온스타일과 윌웨이즈는 여성 사용자가 특히 더 많고 알리익스프레스, 옥션은 남성 사용자 비중이 높은 특징을 보였다. 쿠팡을 제외한 모든 앱에서 4050 세대가 50% 이상을 차지했고 쿠팡, 알리, 테무 앱의 경우 비교적 전 연령에서 고루 사용했다.

월 평균 사용시간과 실행 횟수는 윌웨이즈가 1위, 월평균 결제금액 및 횟수는 쿠팡이 1위를 차지한 가운데 알리익스프레스와 테무, 윌웨이즈의 월평균 결제 금액은 10만 원 이하로 다른 종합몰 대비 낮은 수준이나 월평균 결제횟수는 상대적으로 잦은 편이었다.

종합몰 앱 단독 사용률은 쿠팡이 43.4%로 월등히 높으나 주요 종합몰 대부분 전년 동월 대비 단독 사용률은 하락한 것으로 나타났다.

전문몰 앱의 지난해 연간 거래액은 87조 9,027억 원으로 지난 5년간 지속적으로 증가했다. 특히, 전문몰 앱 대부분 여성 사용자가 강세인 가운데 각 전문몰 특성에 따라 연령대와 사용패턴이 상이했다.

전문몰 앱 사용자 수 톱3는 1위 에이블리, 2위 올리브영, 3위 무신사로 상위권에 패션, 식품, 인테리어, 뷰



티 등 다양한 전문몰이 포함됐다. 전문몰 대부분 여성 사용자 중심으로, 크림은 남성 비중이 여성 대비 더 높으며, 무신사와 번개장터는 다른 전문몰 앱 대비 상대적으로 남성 비중이 높은 편이었다. 전문몰 앱별로 연령대별 특성이 상이했는데, 패션·

뷰티·중고패션·수공예품은 20대, 오늘의집과 컬리는 3040대가 중심이었다. 이밖에 중고패션 전문몰인 번개장터의 월평균 사용시간 및 실행 횟수가 매우 높고, 크림은 월평균 결제금액이 가장 높으며, 컬리는 결제 횟수가 가장 잦았다.

## ■ ‘2025 S/S 서울패션위크’ 성료

# “위상 높아진 K패션”... 수주상담액 600만 달러 달성

2025년 봄과 여름 패션 트렌드를 미리 만날 수 있었던 국내 최대 규모의 패션 축제 ‘2025 S/S 서울패션위크’가 지난 9월 3일부터 7일까지 동대문디자인플라자(DDP)와 도심 주요 패션 상권(성수, 청담, 한남) 쇼룸에서 개최됐다.

서울시는 이번 서울패션위크에는 24개 브랜드(오프쇼 포함) 패션쇼와 5개 브랜드 프리젠테이션에 1만 2천 명, 전시·컨퍼런스·야외부스 등 시민참여 프로그램에 3만8천 명이 방문하고, 600만 달러(약 80억 원)의 수주상담 성과를 거뒀다고 밝혔다. 이는 직전 시즌과 대비해 6.6% 증가한 규모다.

트레이드쇼에는 국내 패션 브랜드 92개사와 22개국 117명의 해외 바이어 간에 총 1,354건의 상담이 이뤄졌다. 이번 시즌에는 △쁘랭팡백화점(프랑스) △하비니콜스백화점(UAE) △라파에트백화점(중국) △다이하루백화점(일본) △클럽 21(싱가폴) △부스토어(독일) △매치박스 그룹(태국) △센스(미국) 등의 빅바이어가 참여했다.

시는 이러한 성과에 대해 기존의 수주 실적이 높은 우수 바이어에 집중하는 것과 동시에 K-패션에 높은 관심을 보이고 있는 미국, 유럽 시장의 신규 바이어 발굴에 나선 것이 주효했다고 설명했다. 또한, 바이어들의 국내 패션 브랜드에 대한 이해도를 높이기 위해 지난 시즌부터 새로 도입한 ‘쇼룸 투어’ 등의 상담방식의 개편이 바이어들의 관심을 끌고 수주 성과를 높이는 데도 기여한 것 같다고 덧붙였다.

트레이드쇼는 총 4일간의 일정으로 전반부(9월 3일~5일 오전)에는 DDP 내부에 마련된 전시장에서 수주전시가, 후반부(9월 5일 오후~6일)에는 개별 브랜드의 쇼룸에서 쇼룸투어가 진행되며 비즈니스 상담이 이어졌다.

수주전시에는 62개 패션 브랜드(의류 44, 잡화 12, 주얼리 6)가 참여했으며 총 967회의 수주 상담이 진행됐다. 이 외에도 국내 백화점과 온·오프라인 유통사 바이어, 패션 브랜드와의 협업을 원하는 이종 업계, 투자사, 컨설팅사 등의 방문으로 새로운 비즈니스 기회 창출을 도왔다.

쇼룸투어에는 바이어가 19개 지정 쇼룸 방문해 30개 브랜드와 387회의 상담을 진행했다. 쇼룸투어는 지난 시즌에 최초 도입하여 브랜드의 이해도와 호감도를 높여 상담의 질을 높이고 구매 성사율을 높일 수 있다는 효과가 검증돼 이번 시즌에는 프로그램 대상 지역과 장소를 2개 지역(성수·청담) 12곳에서 3개 지역(성수·청담·한남) 19곳으로 확대했다.

2025 S/S 서울패션위크는 이무열 디자이너의 ‘유저



‘2025 S/S 서울패션위크’ 이무열 디자이너의 ‘유저’ 패션쇼 모습.



트레이드쇼에서 바이어들이 전시된 상품들을 살펴보고 있다.



쇼룸투어 모습.

(youser)’를 시작으로 DDP 아트홀 1·2관에서 총 21개 런웨이를 펼쳤다. 특히, 이번 시즌에도 다양한 브랜드와 기업 간 이색 협업이 눈길을 끌었다.

이청청 디자이너의 ‘라이(LIE)’는 LG디스플레이의 스트레처블 디스플레이(stretchable display)를 의상에 적용해 패션의 기술적 진화를 보여주었다. 이성동 디자이너의 ‘얼킨(Ulkin)’은 디즈니와의 콜라보를 통해 추억의 디즈니 캐릭터를 재해석한 컬렉션을 선보였다. 박윤희 디자이너의 ‘그리디어스(Greedilous)’는 유니레버 코리아의 홈케어 브랜드 ‘스너글’과 협업해 스너글의 마스코트 ‘스너곰’에 브랜드 의상을 입혀 DDP 야외 광장에서 선보임과 동시에 런웨이 공간에 스너곰들을 올려 인기몰이를 하였다.

한편, 서울패션위크 기간 동안 DDP 외 공간에서 오프쇼 패션쇼가 열려 관객들에게 서울의 현대적 랜드



오프쇼로 열린 장광호 디자이너의 ‘카루소’ 패션쇼 모습.

마크와 역사적 공간에서 K-패션의 독창성을 감상할 특별한 경험을 선사했다. 또한, 전시·야외부스 등 시민들이 참여할 수 있는 다양한 프로그램을 마련해 패션을 더욱 가까이 느낄 수 있는 기회를 제공했다.

## 절제 통해 차분하고 우아함 강조 '드뮤어룩' 주목

‘조용한’, ‘암전한’ 의미 붙어 ‘Demeur’서 파생  
편안한 핏과 상하의 톤 맞춘 차분한 컬러 특징

올 가을 패션 트렌드로 ‘드뮤어룩(demure look)’이 주목받고 있다.

드뮤어는 ‘조용한’, ‘암전한’을 의미하는 프랑스어 ‘Demeur’에서 파생된 단어로, 절제를 통해 차분하고 우아함을 강조한 패션을 뜻한다. 지난해 인기를 끈 올드머니룩에 이어 미니멀리즘과 가까운 트렌드로, 편안한 핏과 상하의 톤을 맞춘 차분한 컬러감으로 단정하고 절제된 스타일링이 특징이다.

패션 플랫폼 W컨셉에서는 ‘드뮤어룩’과 관련한 가을 신상품이 많이 출시되고 있다. ‘프론트로우’는 실키 블라우스, 오버사이즈 헤링본 블레이저 등 18종으로 구성된 24FW 드라마컬렉션을 선보였다. 실루엣을 다양화하고 드뮤어 트렌드를 느낄 수 있도록 톤 다운된 차분한 컬러를 적용했다. ‘우이’, ‘주르티’ 등 컨템포러리 브랜드에서도 모노톤의 블라우스, 셔츠, 재킷 등 가을 신상품 인기가 높다.

W컨셉 관계자는 “가을을 대표하는 따뜻한 색감과 헤링본 디자인, 실키 등 소재를 활용한 옷의 수요가 높을 것으로 예상된다”며 “화려한 스타일링보다는 차분한 가을 분위기에 맞는 옷을 찾는 고객이 늘면서 하반기 드뮤어 스타일링이 인기를 끌 것”이라고 말했다.

이랜드월드에서 전개하는 여성 SPA 브랜드 ‘미쏘’는 드뮤어룩을 반영한 프리미엄 컬렉션 ‘아카이브M’의 FW 컬렉션을 선보였다. 아카이브M은 상반된 스타일과 요소를 믹스 매치해 독창적인 실루엣과 완성도 높은 디자인을 전개한다.

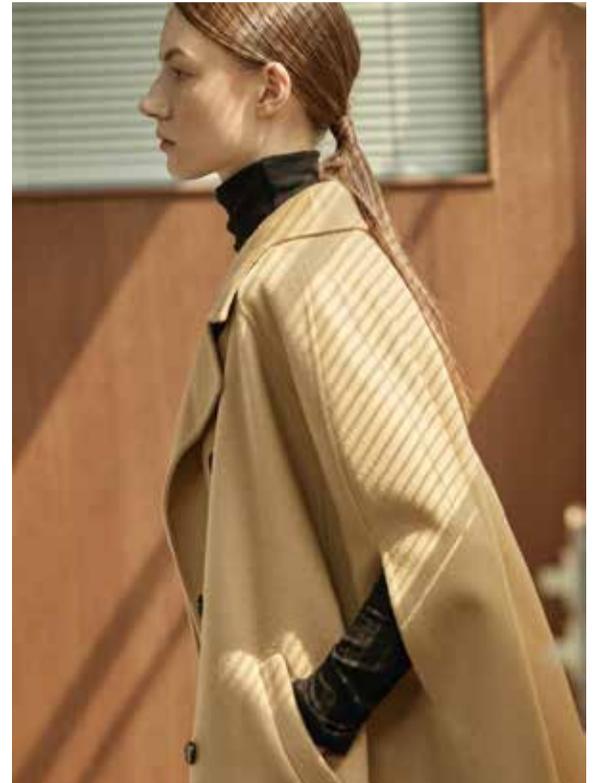
이번 컬렉션은 곡선적이고 우아한 실루엣의 프렌치 아방가르드룩을 미쏘만의 감성으로 재해석했다. 광택과 두께감 만으로 단색의 농도를 조절했으며, 곡선을 살려주는 탄탄한 소재와 유연하게 흐르는 플루이드 소재를 조화롭게 사용해 고급스럽고 감각적인 스타일을 제안한다.

대표 아이템으로는 시스루 베색 롱 원피스와 탄탄한 울TR 소재의 오버핏 변형 재킷, 코쿤 맥시 팬츠 셋업이 있다. 원피스는 시스루 소재를 매치한 U넥 원피스 형태로 어깨 패드를 덧대 남성적이면서도, 여성의 몸 라인을 조형적으로 살려주는 실루엣으로 디자인됐다. 재킷은 개인의 체형과 취향에 맞게 스타일링할 수 있도록 버클 장식을 더했으며, 코쿤 팬츠는 맥시 롱 기장에 아방가르드한 곡선 라인을 살려 입체적으로 제작됐다.

한세엠케이가 전개하는 프리미엄 빈티지 데님 브랜드 ‘버커루’는 2024년 가을 컬렉션으로 ‘우먼 벨벳



‘미쏘’



‘라운’

데님’을 새롭게 선보였다. 우먼 벨벳 데님은 드뮤어 트렌드를 반영한 세련된 디자인과 뉴트로 빈티지 감성을 접목해 브랜드 아이덴티티를 유지한 것이 특징이다.

이중 ‘벨벳 데님 오버롤’은 와이드한 실루엣의 루즈 핏 팬츠로, 심플한 화이트 셔츠나 터틀넥 스웨터와 매치해 미니멀하지만 세련된 코디가 가능하다. 벨벳 데님 원단으로 제작되어 회색빛이 감도는 인디고 컬러가 단정한 느낌을 전달하며, 벨벳의 부드러운 터치감으로 가을 분위기에 어울리는 차분한 드뮤어룩을 연출할 수 있다.

같은 소재로 제작된 로우라이즈 스타일의 ‘벨벳 데님 팬츠’는 허부터 밑단까지 자연스럽게 넓어지는 루즈 와이드 핏의 제품으로, 특유의 촉감과 광택 질감으로 고전스러운 기품을 살렸다. 드뮤어룩의 필수 아이템으로 손꼽히는 그레이 컬러의 롱슬리브, 니트 가디건 등에 매치하면 아이코닉한 데일리 코디가 완성된다.

여성 디자이너 브랜드 ‘라운’은 지난 8월 말 3일간 현대백화점 압구정 본점에서 열린 팝업스토어에서 역대 매출을 달성했다. 3일 만에 무려 3억 원 이상의 매출을 올린 것.



‘버커루’



‘프론트로우’

라운이 자신 있게 선보인 24FW 프리미엄 컬렉션은 세월이 흘러도 변하지 않는 라운만의 세련된 실루엣과 고급스러운 소재, 컬러를 특징으로 한다. 라운의 스테디셀러인 캐시미어 코트와 니트를, 고객의 니즈를 적극 반영한 새 컬러들로 새롭게 선보이며 좋은 반응을 얻었다.

특히 올 가을 드뮤어룩이 패션 트렌드로 떠오르면서 클래식하고 차분한 가을 룩을 찾는 수많은 소비자들로부터 제대로 눈도장을 찍었다.

**평화시장**

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

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

**통일상가**

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

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

**굿모닝시티쇼핑몰**

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

층별 판매 품목	
12~16층	사무실
9층~11층	메가박스 영화관/푸드, 근린생활시설
8층	에스티아 웨딩홀
5층	볼링장
4층	VR 체험장
3층	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, 가발
4층	남성복
2~3층	여성복
1층	여성복, 환전소, 안내데스크
B1층	아동복, 임부복, 은행, 수선실, 멀티 구제
B2층	명품의류, 스포츠의류, 멀티 구제

**동화상가**

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

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

**두타몰**

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

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

**신평화패션타운**

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

층별 판매 품목	
4층	수출 전문매장(내수), 숙녀복니트, 트레이닝복, 주름옷
3층	남성캐주얼, 여성캐주얼, 티셔츠·바자·부인복
2층	남·여캐주얼, 재킷·점퍼·니트, 스포츠웨어, 티셔츠·바자·스카트
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, 민크 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	여성 의류, 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	여성 의류, 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)맥스타일
7층	입점준비중
6층	입점준비중
1층~5층	여성복
B1층	여성복
B2층	아울렛매장

**디디피패션몰**

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

층별 판매 품목	
5층	서울패션허브(배움플), 서울패션창작스튜디오
4층	서울시설공단, V-커머스 스튜디오, 서울패션허브(창작플), 바이어라운지, 동대문패션상권지원센터
3층	여성복, 패션잡화
2층	여성복
1층	여성복, 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

**디자이너클럽**

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

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

**팀204**

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

층별 판매 품목	
7~15층	사무실
6층	미니드레스, 파티복
4층~5층	남성복, 아동복, 빅사이즈
3층	미미라인(코스메틱, 이디야, 인생네컷, K팝굿즈)
2층	미미라인(의류잡화, 실버액세서리, 14K)
1층	미미라인(의류잡화, 향수)
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

## “가을이 왔다”... 도매상가 신상품 판매 활기

기온이 떨어지고 일교차가 크게 벌어지면서 가을 옷 수요도 증가하고 있다. 갑작스러운 날씨 변화에 가을 옷을 찾는 고객이 늘면서 동대문패션타운도 조금씩 활기를 되찾고 있다. 동대문패션타운에는 20개가 넘는 도매상가에서 매일 다양한 신상품이 쏟아

져 나오고 있는 만큼 발품을 팔면 언제든지 원하는 상품을 구매할 수 있다. 각 상가별 특징도 있어서 매장 방문 전에 영업시간과 층별 구성을 살펴보는 것은 필수다. 올 가을 트렌드를 선도하며 동대문패션타운에서 인기를 얻고 있는 신상품들을 소개한다.



예복

■상가명 apM ■호수 7층 29호 ■상품명 그린지다잉 오버핏 셔츠 ■소재 폴리 80%/레이온20% ■특징 매력적인 그린지한 느낌의 원단이 포인트로 유니섹스로 입을 수 있는 오버핏 셔츠. 단추 또한 원단 컬러에 맞게 염색해 원단 포인트에 이질감 없게 했다. ■문의 010-8399-0663



예복

■상가명 apM ■호수 7층 29호 ■상품명 그린지다잉 스넵쭈티 ■소재 폴리 80%/레이온20% ■특징 매력적인 그린지한 느낌의 원단이 포인트로 유니섹스로 입을 수 있는 오버핏쭈티. 어깨 안쪽의 새골라인의 유광 실버 또또로 포인트를 주었고, 착용자 임의대로 오픈 할 수 있게 했다. ■문의 010-8399-0663



예복

■상가명 apM ■호수 7층 29호 ■상품명 (롱)하카마 스커트팬츠 ■소재 폴리 100% ■특징 24SS 시즌 폭발적인 반응을 얻었던 하카마와이드팬츠를 총기장을 길게 해 좀 더 스커트 느낌의 바지로 완성시켰다. 옆면의 재원단 끈으로 디테일을 표현해 착용자의 느낌대로 리본형/기본형 등 자유롭게 묶어 스타일을 표현할 수 있게 했다. ■문의 010-8399-0663



예복

■상가명 apM ■호수 7층 29호 ■상품명 랩스커트 데님팬츠 ■소재 면100% ■특징 양쪽 날개가 돋보이는 샌드워싱 데님팬츠. 별론한 핏감으로 양쪽에 날개를 달아 포인트를 주었다. 총기장을 길게 함으로써 자연스럽게 밑단이 곱창이 생기게끔 하고 바닥에 끌리지 않게 별론한 핏을 유지하고 발목 부분의 단면 사이즈를 작게 했다. ■문의 010-8399-0663



션앤문

■상가명 청평화패션타운 ■호수 3층 다13호 ■상품명 뒷끈 롱가디건 ■특징 데일리한 느낌의 롱 가디건으로 봄, 가을, 겨울 다 입을 수 있다. ■문의 010-8824-3126



션앤문

■상가명 청평화패션타운 ■호수 3층 다13호 ■상품명 라르방후드 조끼, 바지 세트 ■특징 외출용, 실내용 가릴 거 없이 편하게 입을 수 있는 데일리한 룩으로 봄, 가을, 겨울 다 입을 수 있다. ■문의 010-8824-3126



션앤문

■상가명 청평화패션타운 ■호수 3층 다13호 ■상품명 쿠키니트 쿠키바지 세트 ■특징 사이즈가 넉넉해 편안하게 입을 수 있으며 봄, 가을, 겨울 다 입을 수 있다. ■문의 010-8824-3126



원더우먼

■상가명 디오트 ■호수 3층 F2호 ■상품명 라인업 베스트 세트 ■소재 면 혼방 ■특징 유니크한 디테일에 포인트를 준 베스트와 롱스커트 셋업 제품. 이너 레이어드로 계절 상관없이 착용 가능한 데일리 아이템. ■문의 010-9160-0166



원더우먼

■상가명 디오트 ■호수 3층 F2호 ■상품명 지오버뮤다 세트 ■소재 폴리 95%/스판5% ■특징 박시한 베스트와 핀턱버뮤다 셋업. 시크한 루즈핏의 베스트와 와이드한 밴딩버뮤다 팬츠로, 간절기에 입기 좋다. ■문의 010-9160-0166



원더우먼

■상가명 디오트 ■호수 3층 F2호 ■상품명 홀터레어티 ■소재 폴리90%/레이온 10% ■특징 홀터나시가 레이어드된 밴딩티. 부드러운 소재감으로 내추럴한 실루엣을 연출하고, 밑단 밴딩으로 아방가르드한 핏 연출 및 홀터나시가 오버랩되어 편안하게 착용 가능하다. ■문의 010-9160-0166



제이린

■상가명 DDP패션몰 ■호수 3층 91호 ■상품명 벨라티 ■소재 폴리96%/스판4% ■특징 기본 핏의 깔끔한 티셔츠로, 도톰한 원단에 스웨이드 배색으로 포인트를 주었다. 배색스웨이드랑 같은 컬러로 자수 디테일이 있어서 깔끔하고 고급스러우며, 데님이나 슬렉스, 스커트에도 잘 어울린다. ■문의 010-2169-7107



제이린

■상가명 DDP패션몰 ■호수 3층 91호 ■상품명 담보루 지퍼맨투맨 ■소재 면70%/폴리30% ■특징 가볍고 따뜻하게 입을 수 있는 담보루 원단의 맨투맨. 밑단에 톤앤톤 바람막이 원단으로 배색을 주어서 마치 다른 옷과 레이어드 한 느낌이 있는 상품. 밑에 지퍼디테일과 옆선 트임이 있어 캐주얼하지만 고급스러운 느낌을 준다. ■문의 010-2169-7107



제이린

■상가명 DDP패션몰 ■호수 3층 91호 ■상품명 팬던트티 ■소재 면100% ■특징 5부 팔길이에 니트 원단으로 배색 느낌을 준 긴팔 티셔츠. 소매와 밑단 니트 배색으로 반팔 티셔츠 안에 니트 티를 레이어드한 느낌이 있다. 작은 팬던트 장식이 있고, 기본 사이즈로 77까지 가능하다. ■문의 010-2169-7107



버터

■상가명 apM플레이스 ■호수 2층 17호 ■상품명 울구스 집업 ■소재 울 100% ■특징 럭셔리한 구스 울 니트 집업으로, 하이 퀄리티 작업을 한 경량 패딩. ■문의 010-2949-5422



버터

■상가명 apM플레이스 ■호수 2층 17호 ■상품명 벨리조끼 ■소재 울/폴리 ■특징 도톰한 울 트위드 소재로 만든 고급 조끼. 수술의 크기부터 퀄리티가 남다르고 깔끔하면서 딱 떨어지는 핏이 매력적이다. ■문의 010-2949-5422



버터

■상가명 apM플레이스 ■호수 2층 17호 ■상품명 땡큐 세트 ■소재 울 트위드 ■특징 울 트위드 소재의 독특한 원단을 가미해 부드럽고 디테일 하나하나 신경을 써서 만든 디자인이 특징. 스커트와 베스트 조합이 찰떡인 고급 셋업. ■문의 010-2949-5422



프로섬

■상가명 디오트 ■호수 B1 A11호 ■상품명 몸매보정 슬랙스 ■소재 폴리 94%/스판6% ■특징 허리 전체 밴딩으로 사이즈 커버가 좋은 슬랙스 ■문의 010-6249-8998



프로섬

■상가명 디오트 ■호수 B1 A11호 ■상품명 뷔스티에 세트 블라우스 ■소재 폴리100% ■특징 끈나시 플레어 뷔스티에를 레이어드한 세트 상품. ■문의 010-6249-8998



프로섬

■상가명 디오트 ■호수 B1 A11호 ■상품명 데이슨 자켓 ■소재 폴리70%/레이온30% ■특징 허리 라인이 들어가 슬림해 보이는 클래식 자켓. ■문의 010-6249-8998



그랜핏츠

■상가명 신평화패션타운 ■호수 3층 A65호 ■상품명 진주 배색 원피스 ■소재 폴리100% ■특징 매 시즌 반응이 좋은 스테디셀러 원피스. 옆 라인에 플리츠 포인트가 우아하고 여성스러운 핏으로 떨어짐. 모임이나 격식이 있는 자리에 잘 어울린다. ■문의 010-6418-2773



그랜핏츠

■상가명 신평화패션타운 ■호수 3층 A65호 ■상품명 A라인 후드코트 ■소재 면70%/폴리30% ■특징 베이직한 라인의 후드코트. 허리 라인에 디테일을 주었으며 캐주얼하고 짧은 만두후드로 중년층 체형 커버에 탁월하다. ■문의 010-6418-2773



그랜핏츠

■상가명 신평화패션타운 ■호수 3층 A65호 ■상품명 카라 롱 바바리코트 ■소재 면70%/폴리30% ■특징 캐주얼한 바바리 스타일로, 뒷라인에만 있는 허리스트링으로 라인을 잡을 수 있고 트렌디한 기장감으로 어디에나 잘 어울린다. ■문의 010-6418-2773

# 동대문 상인 연합체 ‘컨템포러리;D’ 회원 모집

## 바이이유에서 명칭 변경 전 상가로 회원사 확대

동대문 상인들의 자발적인 연합모임인 바이이유가 컨템포러리;D로 새 출발한다. 지난해 7월 설립된 바이이유는 그동안 축적된 노하우를 살려 상품경쟁력을 연구 및 보완해 동대문 전상가로 회원사를 확대하고, 협의체 이름도 컨템포러리;D로 변경하기로 했다.

컨템포러리;D는 디자이너 브랜드보다 유행에 민감하고 빠른 생산과 높은 가성비로 고품질의 상품을 생산해내는 동대문 상인들의 모임이라는 의미를 담고 있다. 앞으로 라이브 커머스, 촬영과

일 취합 공동영업, 공동브랜드를 통한 해외판로 개척, 홈페이지를 통한 B2B, B2C 영업 등의 활동을 펼칠 계획이다.

특히, 변화된 유통구조에 따라 기존의 판매 방식으로는 개인 매장의 유지가 어렵다고 보고, 실시간 동영상 방송으로 상품을 판매하는 라이브 커머스에 주력할 계획이다. 또한, 그동안 두 차례 개최해 좋은 반응을 얻었던 ‘디자인 품평회 및 수주회’도 지속적으로 개최해 국내외 판로 개척에 적극 나선다는 방침이다.

컨템포러리;D 이준희 대표는 “지금의 동대문시장은 개인매장이 각 거래처에서 매출을 내는 것이 어려운 상황”이

라며 “힘을 합쳐서 판로를 찾고 이를 통해 생산력을 갖춘다면 동대문시장은 예전의 명성을 되찾을 수 있을 것”이라고 말했다.

한편, 컨템포러리;D는 최근 환경 친화적 의류 순환 스타트업 그린루프(대표 한강진)와 혁신적인 의류 순환 시스템 구축을 위한 전략적 업무협약(MOU)을 체결했다. 이번 협약은 의류의 생산, 판매, 재활용 전 과정을 아우르는 순환 경제 모델을 구현하기 위한 것으로, 지속가능한 패션 생태계 조성을 목표로 한다. 그린루프는 NFC 기술과 라이브 커머스를 결합해 의류 판매 시점부터 환경에 기여하는 시스템을 개발한 업체



로, 이 시스템을 통해 지속가능한 패션 생태계를 구축할 계획이다.

## 폐봉제 원단 수거해 고품연료로 재활용

### 중구

서울 중구(구청장 김길성)가 일반 생활폐기물과 함께 처리되던 폐봉제 원단을 재활용하기 위해 지난 달 19일부터 별도 수거를 시작했다.

1천여 개 봉제업체가 밀집한 패션의류산업 중심지 특성상 중구 내 폐봉제

원단은 연간 약 6천 톤에 달한다. 이는 서울시 25개 자치구 중 가장 많은 양으로 효율적인 폐기물 처리와 자원순환을 위해 대책을 마련한 것이다.

일반 생활폐기물과 나뉘어 수거된 폐봉제 원단은 서소문자원재활용처리장 내 폐봉제 원단 전용 게이트를 통해 모아진 후 재활용 처리업체로 수송돼

고형연료로 재탄생하게 된다.

포천시 소재 한라산업이 재활용 처리업체로 선정돼 폐봉제원단을 분쇄해 화석연료처럼 사용할 수 있는 고품연료로 만드는 것을 담당한다. 고품연료는 주로 화력발전시설, 산업용 보일러, 지역 난방시설 등에서 활용된다.

김길성 구청장은 “이번 폐봉제원단 재활용 사업은 봉제업체들이 밀집해 있는 중구에 꼭 필요한 정책으로 패션의류산업의 자원순환과 발전에 큰 의미를

더할 것”이라며 “앞으로도 지속 가능한 자원 관리와 쓰레기 감량을 위한 다양한 정책을 주민과 함께 추진해 나가겠다”라고 말했다.

한편 중구는 ‘서울시 자치구 생활쓰레기 반입량관리제 평가’에서 4년 연속 최우수 구로 선정되고 있으며 주민들과 함께하는 쓰레기 줄이기 ‘무한실천 챌린지’와 동별 찾아가는 자원순환 교육 등을 통해 지속적으로 자원순환 실천에 앞장서고 있다.

## ‘2024 의류제조 혁신포럼’ 31일 개최

### 한국패션산업협회

한국패션산업협회(회장 성래은)가 산업통상자원부 지원으로 오는 31일 섬유센터 3층 이벤트홀에서 오후 3시부터 5시까지 ‘2024 의류제조 혁신포럼’을 개최한다.

3회째를 맞는 이번 포럼은 의류제조업계의 혁신 방안을 모색하고 공유하는 자리로, 패션기업, 디자이너, 의류 개발/제조 종사자들이 참석할 예정이다.

포럼에서는 첫 번째로 지난 9년 간 차세대 의류제조 모델을 정립하고 지속적으로 업그레이드한 의류제조업체 비에파의 윤순민 대표가 ‘차세대 2.0 벤더

지향 의류제조 표준 모델 가이드’라는 주제로 발표한다.

두 번째로는 ‘조르지오 아르마니’, ‘미우미우’ 등 이탈리아 명품 브랜드 소속 모델리스트로 15년간 활동하고 한국에 돌아와 스튜디오폴앤컴퍼니를 설립한 오정 오퍼레이션 디렉터가 ‘한-이탈리아 의류개발과정의 비교 및 시사점’이라는 주제로 발표한다.

마지막으로 이랜드월드 이성훈 본부장은 리쇼어링을 통한 국내 제조업체와의 효율적 협력을 통해 無재고 경영에 도전하는 이랜드의 ‘스피드 오피스’ 경영 방식을 기업 혁신사례로 소개한다. 문의: 02-528-0119



지난해 11월 DDP 서울 ON 화상스튜디오에서 개최된 ‘2023년 의류제조 혁신포럼’ 모습.

# 온라인 쇼핑이 소매시장 성장 주도했다

대한상의, 10년간 소매시장 구조변화 분석  
연평균 3.2% 성장... 온라인 12.6%로 1위

지난 10년간 소매시장이 연평균 3.2% 성장한 가운데 업체별 희비는 극명하게 엇갈렸다.

대한상공회의소(회장 최태원)는 통계청 소매판매액 데이터를 바탕으로 지난 10년간(2014~2023) 소매시장 변화를 살펴본 결과, 무점포소매(12.6%), 편의점(10.4%)이 소매시장 평균성장률(3.2%)을 크게 웃돌며 시장 성장을 주도한 것으로 분석됐다. 반면, 슈퍼마켓, 대형마트, 전문소매점은 시장 평균성장률을 하회하며 고전한 것으로 드러났다.

이는 코로나19의 확산과 디지털 경제로의 전환이 빨라지면서 무점포소매(온라인쇼핑, TV홈쇼핑 등)와 편의점이 강세를 보인 반면, 대형마트는 1~2인 가구의 증가와 영업규제의 장기화 등의 영향으로 인해 경쟁력이 떨어졌기 때문으로 풀이된다.

2023년 국내 소매시장 규모는 10년 전인 2014년 382.3조원에 비해 33.3% 증가한 509.5조원(경상금액)으로 덩치를 키웠다. 연도별 성장세를 보면 2021년에 코로나 기저효과로 일시적인 반등세

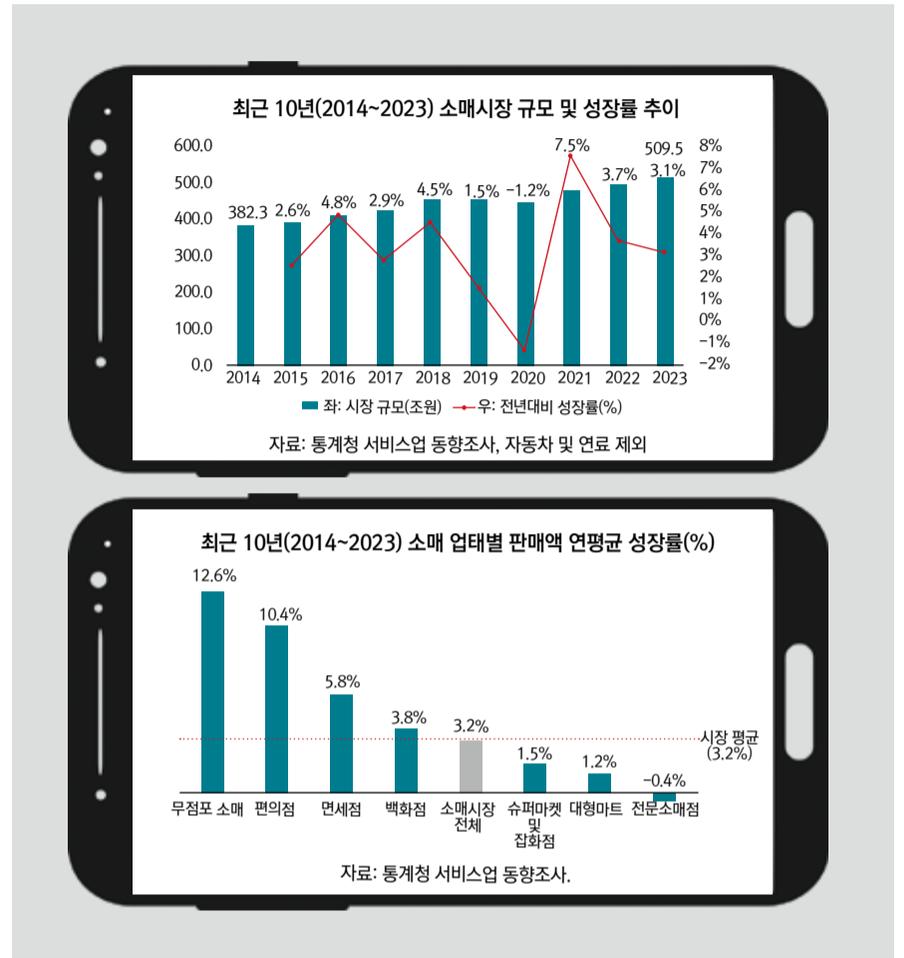
를 보인 것을 제외하고는 전체적으로 2~4% 내외의 성장률을 보였다.

업체별 시장점유율을 보면 폭발적인 성장세를 보인 무점포소매가 2014년 11.8%에서 2023년 25.7%로 2배 이상(117.8%) 늘었고, 이어 편의점(82.7%), 면세점(24.2%)도 시장 영역이 10년 전 대비 커졌다. 반면, 전문소매점(△27.4%), 대형마트(△16.4%), 슈퍼마켓/잡화점(△14.4%)은 오히려 시장점유율이 축소되었다.

또한, 물가 변동분을 제거해 업체별 실질적인 성장 여부를 살펴볼 경우, 대형마트(△13.5), 슈퍼마켓(△13.7)은 사실상 마이너스 성장을 한 것으로 나타났다.

온라인쇼핑의 시장 영향력은 더욱 커졌다. 소매판매액에서 온라인쇼핑 거래액이 차지하는 비중, 서비스 거래액 제외)은 2017년 17.3%에서 2023년에는 31.9%로 2017년 대비 84.8% 증가했다.

품목별로는 가구(34.2%)의 온라인 쇼핑 점유율이 가장 높았고, 컴퓨터·



가전·전자·통신기기(33.0%), 서적·문구(31.5%), 신발·가방(30.6%)도 30%대의 점유율을 기록했다. 이어 화장품(25.3%), 의복(23.8%)이 20%대로 그 뒤를 이었다.

온라인 침투 속도에 있어서는 음·

식료품 카테고리가 단연 빨랐다. 실제로 음식료품의 온라인 점유율은 2017년 7.1%에서 2023년 18.5%로 커졌다. 이를 반영하듯 2023년도의 음식료품의 온라인 거래액은 2017년 대비 3배가량(290.4%) 증가했다.

## 백화점 최고 판매수수료율 32.0%

중기중앙회, '유통업체 입점 거래 실태조사'

중소기업중앙회(회장 김기문)는 백화점과 대형마트 등 오프라인 대규모 유통업체 입점 중소기업 900개사를 대상으로 지난 8월 9일부터 9월 5일까지 실시한 '2024년 오프라인 대규모유통업체 입점 중소기업 거래 실태조사' 결과를 발표했다.

이에 따르면 특약매입·임대를 거래 시 입점 중소기업이 부담하는 판매수수료율은 백화점이 평균 22.4%, 대형마트가 평균 18.6%로 나타났다.

최고수수료율은 백화점은 32.0%, 대형마트는 30.0%로 확인됐고, 직매입 거래 시 대규모유통업체의 마진율은 백화점이 평균 22.9%(최고 35.0%, 최저 10.0%), 대형마트는 평균 20.4%(최고 42.9%, 최저 4.8%)인 것으로 조사됐다.

2023년 거래비용 부담 수준에 대해서는, 입점 중소기업 열 곳 중 일곱 곳(백화점 67.8%, 대형마트 68.3%)이 전년에 비해 변화없다고 응답했으나,

백화점 입점사의 27.8%, 대형마트 입점사의 20.0%는 부담 수준이 전년보다 증가했다고 체감하는 것으로 나타났다.

2023년 거래 과정에서 불공정거래·부당행위를 경험했다는 입점업체 비율은 백화점(0.2%)과 대형마트(2.5%) 모두 낮은 수준으로 조사됐으나, 기타 개선 희망 의견 내용으로 '행사 비용 최소화', '수수료 인하' 등 비용 완화에 대한 요구가 나타났다.

이번 실태조사는 백화점은 갤러리아(100), 롯데(100), 신세계(100), 현대(100), AK플라자(100), 대형마트는 롯데마트(100), 이마트(100), 하나로마트(100), 홈플러스(100) 등 900개 업체를

대상으로 했다.

한편, 대형마트 입점 중소기업의 40.0%가 대형마트를 통한 2023년 매출 규모가 전년대비 감소했다고 응답해 매출 규모가 늘었다는 응답(10.5%)의 4배 가까이 되는 것으로 조사됐다. 대형마트 매출 감소 업체(160개사)의 80.6%는 온라인 유통 시장 성장이 대형마트를 통한 매출 감소에 영향을 줬다고 응답했으며, 67.4%가 대형마트 매출 감소 대책으로 온라인 거래 확대(기존 거래량 증가 34.1% + 신규 거래선 확보 33.3%)를 꼽았고, 25.6%는 매출 감소에도 시행하거나 계획 중인 특별한 대책이 없다고 답했다.

# 글로벌 수주회 '서울 프리미엄 텍스타일' 열린다

섬수협, 10월 23~24일 코엑스서 개최  
국내 프리미엄 섬유 기업 82개사 참가

한국섬유수출입협회(회장 방주덕, 이하 섬수협)가 글로벌 수주상담회인 '서울 프리미엄 텍스타일(Seoul Premium Textile 2024, 이하 SPT)'을 오는 10월 23일부터 24일까지 코엑스 더 플라츠에서 개최한다.

SPT는 섬수협이 지난 10년간 최신 개발 소재를 중심으로 운영한 '신소재 컬렉션'을 새롭게 리뉴얼한 것으로, 국내 대표 섬유기업의 혁신소재를 중심으로 국내외 바이어와 상생 교류의 장을 확대한다는 계획이다.

이번 SPT 전시에는 섬수협에서 수행하고 있는 산업통상자원부 지원 '고부가가치 섬유소재 제작 및 수출지원 사업'의 일환으로 수혜기업 40개사를 포함한 국내 프리미엄 섬유소재 기업 82개사가 참가, 'Urban & Fancy', 'Tech & Active', 'Natural & Cozy'의 세 가지 테마의 차별화 신소재 아이템을 전시할 예정이다.

섬수협은 SPT의 적극적인 홍보를 통해 국내외 유명 패션 브랜드, 대형 유통사, 벤더 등 1,000여 명의 바이어를 초청해 참가기업들과의 비즈니스 상담을 지원하며, 이를 통해 국내 섬유소재 기업들에게 글로벌 시장 진출의 기회를 제공하고, 해외 바이어들에게는 한국의 우수한 섬유 제품을 소개하는 플랫폼 역할을 할 계획이다.

부대행사로 진행되는 세미나는 섬유패션과 관련된 다양한 분야의 강의로 구성되어 전시장을 방문하는 섬유패션 관계자들에게 유용한 글로벌 트렌드 정보를 제공하고, 함께 진행되는 'K-Textile Awards' 시상식에서는 올해 개발된 신소재들 중 엄선된 11개의 베스트 아이템을 시상하는 자리가 마련될 예정이다.

섬수협 관계자는 "SPT는 국내 우수 섬유소재 기업들의 혁신적인 기술력과 제품을 세계에 알리는 중요한 플랫폼"



지난해 10월 섬유센터에서 열린 '신소재 컬렉션' 모습. 섬수협은 신소재 컬렉션을 '서울 프리미엄 텍스타일'로 리뉴얼해 오는 10월 23~24일 코엑스 더 플라츠에서 개최한다.

이라며 "이번 전시회를 통해 국내 섬유산업의 글로벌 경쟁력을 높이고 신규 바이어 발굴 등 실질적인 비즈니스 성과로 이어질 수 있기를 기대한다"고 전했다.

또한 협회는 SPT를 글로벌 대표 프리미엄 수주상담회로 자리매김하기 위

해 내년부터 일본, 이태리 등 해외 프리미엄 소재기업의 참가도 확대시킨다는 방침이다.

섬유 및 패션 업계 관계자라면 누구나 무료로 관람할 수 있으며, 사전등록 및 자세한 정보는 공식 홈페이지(www.ktextile.net)에서 확인할 수 있다.

## '서울디자인 콘퍼런스' 10월 23~27일 개최

김난도 교수 · 송길영 작가 등 연사 나서

동대문디자인플라자(DDP)에서 트렌드코리아 김난도 교수, 빅데이터 전문가 송길영 작가, 아트센터 나비 노소영 관장 등 국내외 문화, 디자인, 트렌드, 예술을 아우르는 각 분야 최고 전문가의 인사이트를 들여다볼 수 있는 강연이 쏟아진다.

서울디자인재단(대표 이경돈, 이하 재단)은 오는 23일부터 DDP에서 '내일을 상상하다(Imagine Tomorrow)'를 주제로 '서울디자인 콘퍼런스'를 개최한다. 이번 콘퍼런스는 10월 17일~27일 열리는 '서울디자인 2024'의 일환으로 마련됐다.

콘퍼런스 1일 차인 23일에는 '서울디자인 2024'의 주제전에서 신작 '라이트

아키텍처(Light Architecture)'를 선보일 강연인 미디어아트 작가 겸 카이스트 교수, 주제전 큐레이터인 이대형 에이치존 대표가 '아티스트 토크'로 콘퍼런스의 문을 연다. 토크에 이어 강연인 작가는 '미래 AI에 대한 예술적 비전'을 주제로, 이대형 대표는 생성형 AI가 창의성에 미치는 영향에 대한 강연을 펼칠 예정이다.

이어 아트센터 나비 노소영 관장이 연사로 나서 '기술과 예술의 상호작용'을 주제로 AI와 인간이 함께하는 창작에 대한 사회적 함의를 제시하고, 백세범 카이스트 교수는 인간과 AI의 공진화가 가져올 미래상을 제언할 예정이다.

2일 차인 24일에는 디자인의 미래를



고민하고 연구하는 학자강사, 전문 디자이너가 생성형 AI가 보여줄 디자인

세계의 지각변동에 다각적으로 접근한 사례를 소개, 디자인 분야에 관심 있거나 종사하는 사람에게 유익한 강연이 진행될 예정이다.

3일 차에는 디자인 업계를 비롯하여 문화-K-팝-뷰티 등 전문가가 각각의 분야별 미래 전략에 대해 소개한다. 4일차에는 김난도 교수의 2025 트렌드와 대한민국 트렌드의 방향을 시작으로, 조승연 작가의 전 세계적으로 사랑 받고 있는 K-팝 문화를 세계 역사의 다양한 시선으로 해석해보는 시간, SM엔터테인먼트 이성수 CAO의 과학 기술로 인한 변화의 시대에 엔터테인먼트 기업이 가져야 할 전략과 나아갈 방향에 대한 발표로 마무리 된다.

# 쇼핑몰 전용 ‘익스클루시브 코너’ 오픈

## 지그재그

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 ‘지그재그’가 국내 대표 쇼핑몰의 시즌 인기 상품을 모아 단독 판매하는 ‘익스클루시브(exclusive)’ 코너를 오픈했다.

가성비를 추구하는 소비 트렌드에 따라 쇼핑몰 상품을 찾는 1030 여성 고객이 늘어나면서 지그재그에서만 구매할 수 있는 쇼핑몰 단독 상품을 모은 코너를 마련한 것. 1030 여성 중심의 공교한 팬덤과 브랜드과위를 보유한 검증된 쇼핑몰과 협업해 지난해부터 높은 판매량을 기록 중인 스테디셀러, 시즌 베스트 상품 등 지그재그가 엄선한 상품을 상시 할인 판매한다.

익스클루시브 코너에서 상품을 선보

이고 있는 ‘데일리쥬’는 지그재그 고객 137만 명이 즐겨 찾는 쇼핑몰로 등록했을 정도로 상당한 팬덤을 보유했다. 즐겨찾기 134만 건에 이르는 ‘메리어라운드’와 100만에 가까운 ‘니어웨어’(92.2만 건), ‘가내스라’(97만 건)도 있다. 이외에도 ‘국민 쇼핑몰’이라 불리는 약 30개 쇼핑몰의 지그재그 단독 상품을 익스클루시브 코너에서 합리적인 가격에 구매할 수 있다.

지그재그에서만 판매 중인 경쟁력 있는 상품으로 엄선한 만큼 익스클루시브 코너 전 상품을 ‘직진배송’으로 운영해 전국에 빠르게 배송한다. 직진배송은 전국 기준 오늘 주문 시 다음 날 도착한다. 서울과 경기 지역은 주문 당일 및 다음 날 새벽에 도착하는 퀵 배송도 운영 중이다.



10월 7일부터 14일까지는 익스클루시브 상품 연합 기획전을 진행하고 다양한 가을 신상품을 선보인다. 10월 7일 오후 9시에 지그재그에서만 구매할 수 있는 가을 신상품을 중심으로 라이브 방

송을 진행하고, 최대 200만 포인트와 최대 15% 쿠폰 할인 혜택을 제공한다. 지그재그는 라이브 방송과 연합 기획전을 통해 쇼핑몰 브랜드를 강화하고 매출 상승과 신규 고객 확보에 힘을 계획이다.

## K-패션 해외 진출 적극 지원

### 무신사 글로벌

무신사가 해외에서 주목받는 ‘K-패션’ 브랜드를 적극 알린 덕분에 올해 3분기에 글로벌 스토어 거래액이 2배 가량 증가하는 성과를 달성했다. 특히 2022년 하반기에 글로벌 서비스를 오픈한 이후 처음으로 분기 흑자까지 이뤄내며 비즈니스 효율성까지 갖추게 됐다.

무신사는 올해 3분기 글로벌 스토어 거래액이 전년 동기 대비 약 2배 증가한 것으로 확인했다. 월별로 살펴보면 7

월에 124%로 2배 이상 늘었고 8월과 9월에 각각 90%, 64% 가량의 성장세를 이어갔다.

지역별로 보면 일본에서의 관심이 높은 편으로 나타났다. 3분기 일본 거래액 성장률은 120% 이상으로 전체 글로벌 스토어 성장률을 상회한다. 또 미국에서의 3분기 거래액도 전년 동기 대비 80% 이상 증가했다.

무신사 글로벌 스토어 회원 수가 빠르게 늘어나는 것에서도 K-패션 흥행을 엿볼 수 있다. 올해 3분기 기준 무신



지난 7월 일본 도쿄 라포레 하라주쿠에서 ‘digging 서울 바이 무신사’를 주제로 열린 팝업 스토어 현장 모습.

사 글로벌 스토어 누적 회원 수는 전년 동기 대비 3배(200%) 이상 증가했다. 이는 해외 고객들이 한국 여행 기간에 무

신사 스탠다드 등 오프라인 매장에서의 경험을 바탕으로 신규 가입하는 경우가 늘고 있는 것으로 볼 수 있다

## 가을맞이 ‘릴레이 메가세일’ 진행

### 에이블리

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일커머스 플랫폼 ‘에이블리’가 오는 10월 23일까지 다양한 카테고리 상품을 매주 달라지는 혜택으로 선보이는 ‘릴레이 메가세일’을 진행한다.

에이블리는 긴 여름을 지나 선선해

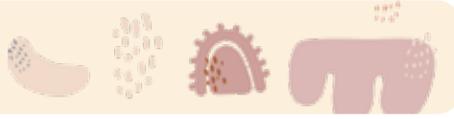
진 날씨에 부담 없이 가을 쇼핑을 즐길 수 있도록 이번 행사를 마련했다. ‘브랜드 메가세일’(9월 30일~10월 7일), ‘쇼핑몰 메가세일’(10월 8일~10월 15일), ‘전 상품 메가세일’(10월 16일~23일) 순으로 세 차례에 걸쳐 진행된다. 각기 다른 개성의 패션 상품을 비롯해 뷰티, 라이프 상품까지 풍성한 할인 혜택은 물론, 다

양한 고객 참여형 이벤트와 함께 만나 볼 수 있다.

릴레이 메가세일이 진행되는 약 3주간 매일 100% 당첨 뽑기 이벤트를 실시한다. 상품 구매 시, 현금처럼 사용 가능한 포인트부터 100만 원 상당의 쇼핑 지원금은 물론 카페, 치킨, 피자, 햄버거 등 기프티콘을 무작위 증정한다. 하루 1번 응모 가능하며, 뽑기를 완료한 후 친구에게 링크 공유 시 1번의 뽑기 기회를 추가로 제공한다.



전시



**구름이 걷히니 달이 비치고  
바람 부니 별이 빛난다**



‘구름이 걷히니 달이 비치고 바람 부니 별이 빛난다’는 K-컬처의 근간인 우리 전통 미술을 소재로 만든 간송미술문화재단 최초의 이머시브 미디어아트다. 국보급에 해당하는 간송미술관 컬렉션들을 새로운 방식으로 해석하고 공유함으로써 우리의 전통 문화와 예술을 더 많은

곳에서 더 많이 나눌 수 있도록 하고 나아가 우리나라를 대표하는 미디어아트展으로 거듭나기 위해 기획됐다.

- 일 정: 2024년 8월 15일~2025년 4월 30일
- 장 소: DDP 뮤지엄전시 2관
- 시 간: 10:00~20:00(19:00 입장마감) / 매주 월요일 휴관
- 관람비용: 성인 20,000원 / 청소년 15,000원 / 유아(아동)10,000원

**Beauty of Korea**



‘Beauty of Korea’는 한국의 향과 미감을 전하는 뷰티&프래그런스 브랜드 취와 한국의 전통을 기반으로 지속가능한 패션을 추구하는 단하의 콜라보레이션 팝업스토어다.

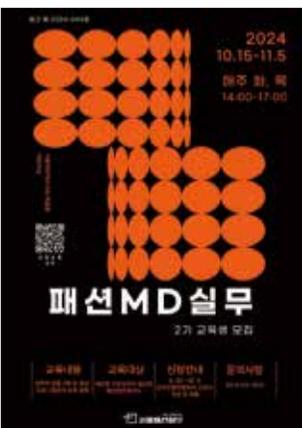
- 일 정: 9월 13일~12월 1일
- 장 소: B the B 다운타운 (DDP 마켓 B2)
- 시 간: 12:00~20:00, 월요일 휴관
- 관람비용: 무료

모집



**[서울패션허브]**

**패션MD실무 2기 교육생 모집**



- 교육 명: 패션MD실무
- 교육기간: 10월 15~11월 5일 화, 목 14:00~17:00
- 모집인원: 10명
- 교육대상: 새로운 직무습득이 필요한 패션 관련 재직자
- 접수기간: 10월 9일 18:00시까지
- 교육장소: 서울패션허브 5층 대강의실
- 참가비용: 무료
- 문 의: 02-6270-2211

공연

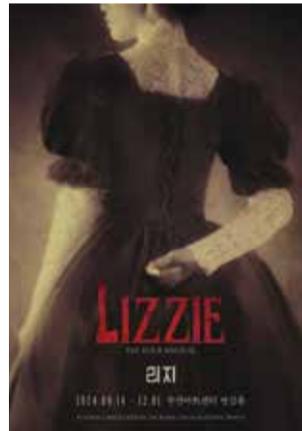


**뮤지컬 ‘스윙 데이즈\_암호명 A’**



- 일 자: 2024년 11월 19일~ 2025년 2월 9일
- 공연시간: 화~목 19시 30분 / 금 14시 30분, 19시 30분 / 토 14시, 19시 / 일 15시 (월 공연 없음)
- 티켓가격: VIP석 17만원 / R석 14만원 / S석 11만원 / A석 8만원
- 소요시간: 160분(인터미션 포함)
- 문 의: 02-6464-0965

**뮤지컬 ‘리지’**



- 일 자: 9월 14~12월 1일
- 장 소: 두산아트센터 연강홀
- 공연시간: 화,수,목 7시 30분 / 금 3시, 7시30분 / 토, 공휴일 2시, 6시 / 일 2시 (월 공연 없음, 일자별 상이)
- 티켓가격: R석 88,000원 / S석 66,000원
- 문 의: 쇼노트 02-3485-8700

**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	에이피엠렉스	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	탐204	02-2232-3604
디디파패션몰	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	현대아울렛	02-2283-2002
상상패션몰	02-2254-4222	동대문점	
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

멜멜(아동복)

주간/아르바이트/여/없음/2년 이상/10월31일/010-7121-3312/melmelkids@naver.com

Unless(여성복)

무관/아르바이트/여/19990년생 이상/2년 이상/10월31일/010-2400-6333/rlxo6541@naver.com

(주)제이엔컴퍼니(토탈)

주간/정규직/무관/없음/2년 이상/10월25일/010-3892-5006/s1212t@nate.com

더주하(여성복)

주간/정규직/여/없음/8년 이상/10월25일/010-5522-6914/chloebaek86@naver.com

apM릭스(여성복)

무관/정규직/여/1992년생 이상/3년 이상/10월24일/01067620403/ssoyoung43@gmail.com

뮤트(MUTE)(여성복)

야간/정규직/여/없음/3년 이상/10월24일/010-7440-0704/yhy9178@naver.com

Londonflat(여성복)

야간/정규직/무관/없음/2년 이상/10월24일/010-3399-0103/londonflat@naver.com

인티드(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/10월23일/010-2076-7788/sundie99@naver.com

엠알씨코퍼레이션(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/10월23일/010-8749-7206/softtofu1224@naver.com

HELVETICA(여성복)

야간/정규직/남/2000년생 이상/무관/10월23일/010-7299-7689/yake6165@gmail.com

apMLAKE(여성복)

주간/정규직/여/1988년생 이상/6년 이상/10월20일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

(주)The flap(토탈)

주간/정규직/여/1989년생 이상/2년 이상/10월20일/010-8922-9115/chs311@naver.com

JINSIM(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/10월20일/01028268299/jinsim8299@gmail.com

남대문 아동의류

주간/아르바이트/무관/1990년생 이상/1년 이상/10월20일/010-4004-6074/knd500@hanmail.net

다울(토탈)

주간/정규직/남/2002년생 이상/무관/10월19일/010-4613-9139/kss3266@hanmail.net

VENIR(토탈)

무관/정규직/여/없음/무관/10월19일/010-4738-9576/venir2214@naver.com

창고(여성복)

야간/정규직/남/1992년생 이상/무관/10월19일/010-9873-5599/1player@kakao.com

제이컬렉트(여성복)

주간/정규직/여/1988년생 이상/5년 이상/10월19일/010-3534-5691/j-collect@naver.com

릭스6층(토탈)

주간/정규직/여/1993년생 이상/5년 이상/10월15일/010-3395-7154/boram313@naver.com

Monde(여성복)

주간/정규직/무관/1995년생 이상/5년 이상/10월14일/010-2369-4262/Ljw4262@naver.com

apM플레이스(토탈)

주간/정규직/여/없음/무관/10월13일/010-4304-5034/s\_e23@naver.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/남/1990년생 이상/무관/10월12일/010-3001-5062/asaccv@naver.com

apM 2층(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/5년 이상/10월11일/010-5267-2478/wldkrij@naver.com

호보기(여성복)

무관/아르바이트/여/없음/8년 이상/10월10일/010-6779-8477/frzj8477@nate.com

MULCUP(여성복)

주간/정규직/무관/없음/4년 이상/10월10일/010-5176-1423/gugu8779@naver.com

판매사원

두타(여성복)

야간/아르바이트/무관/없음/1년 이상/10월31일/010-2887-8871/yongbumjo@gmail.com

OFCEDRE(여성복)

야간/정규직/여/1991년생 이상/무관/10월31일/010-2950-0942/ljy3010@naver.com

인무드(남성복)

야간/정규직/남/없음/신입/10월31일/010-4077-8545/kom5940@naver.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/무관/1992년생 이상/무관/10월30일/010-9490-0328/zzzgsals@naver.com

apM플레이스(가방)

야간/정규직/무관/1988년생 이상/무관/10월25일/010-2760-4532/young-trouville@naver.com

Audgml(남성복)

무관/정규직/무관/없음/2년 이상/10월25일/010-6400-6772/audgml0317@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/무관/1995년생 이상/1년 이상/10월25일/010-8815-9271/yms9271@hanmail.net

(주)나인컴퍼니(여성복)

야간/아르바이트/남/1981년생 이상/1년 이상/10월24일/010-4874-4829/jjw7822@naver.com

청평화·디오트(하의)

야간/정규직/무관/없음/1년 이상/10월24일/010-9394-2025/hyhy\_91@naver.com

청평화(수입토탈)

야간/정규직/여/1985년생 이상/1년 이상/10월24일/010-3144-7408/yooneunhee77@gmail.com

RACOCO(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/10월24일/010-9567-3561/terra0914@naver.com

(주)동방어패럴(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/10월24일/010-3539-4249/zard5330@naver.com

디오트 3층 프리다(여성복)

야간/아르바이트/남/2000년생 이상/2년 이상/10월23일/010-2778-0890/fine01225@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/10월23일/010-3887-3841/aquapiahan@hanmail.net

누존(다이마루)

무관/정규직/남/없음/무관/10월23일/010-9427-0991/kgwk008@naver.com

호웰(남성복)

야간/정규직/무관/1999년생 이상/무관/10월23일/010-9493-5867/howell2017@daum.net

디오트(여성복)

무관/정규직/여/없음/무관/10월22일/010-3309-3334/dideogks78@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/남/2004년생 이상/무관/10월20일/010-3224-1133/ulrika@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/1997년생 이상/무관/10월19일/010-9000-9813/hongddack12@naver.com

DDP패션몰(다이마루)

야간/정규직/여/1967년생 이상/1년 이상/10월18일/010-5229-5295/alice2233@hanmail.net

apM 1층 이음(여성복)

야간/정규직/무관/없음/1년 이상/10월16일/010-7413-1441/smint5004@gmail.com

DDP패션몰(여성복)

야간/아르바이트/여/없음/무관/10월15일/010-5429-8940/2010bohemian@naver.com

도로시클로딩(여성복)

야간/정규직/여/1982년생 이상/무관/10월15일/010-3707-7848/bzzting@naver.com



필자는 지난 4월호 칼럼에 '뉴헤리티지 명품을 꿈꾸는 디자이너'로 플레이백 홍미림 디자이너를 소개한 적이 있습니다. 그런데 불과 6개월도 지나지 않아 다시 플레이백을 칼럼에 올리고자 합니다. 그 이유는 지난 9월 4~5일, 이틀간 일본 도쿄에서 개최된 글로벌 패션 전시회 트라노이(TRANOD)에서 또 다시 바이어들에게 큰 관심과 함께 수주 성과를 이뤄냈기 때문입니다.

올해 9월 첫째 주에 아시아의 패션 도시에서 동시에 패션위크가 진행되었습니다. 한국은 서울패션위크와 트레이드쇼, 일본은 도쿄패션위크와 '트라노이 도쿄', 홍콩은 '센터스테이지' 등으로 패션쇼와 더불어 패션 전시회가 개최된 것이죠.

특이한 것은 프랑스 파리의 글로벌 전시회인 트라노이가 일본 도쿄에서 처음으로 전시회를 개최했다는 것입니다. 당연히 많은 바이어를 만나고자 하는 수많은 디자이너들은 동시에 개최되는 세 도시의 패션 전시회에 대한 선택의 기로에 있었습니다.

디자이너 브랜드의 해외 세일즈를 매니지먼트하는 필자의 서울쇼룸부터 많은 디자이너의 결정은 당연히 좋은 바이어가 많이 방문하는 전시회로 가자는 것이었죠. 아쉽게도 서울패션위크는 글로벌 브랜드의 패션 행사가 아닌 한국 디자이너만으로 패션쇼와 트레이드쇼가 진행됩니다. 반면 트라노이 도쿄 전시회는 일본, 한국, 대만 등의 아시아 브랜드뿐만 아니라 유럽, 미주, 심지어 아프리카에서도 유력 디자이너들이 참가하는 글로벌 패션행사로서 기대감이 컸죠.

따라서 해외 바이어, 특히 한국 브랜드에 관심이 많은 일본의 대형 바이어를 만나고자 하는 필자와 브랜드들은 트라노이 도쿄를 선택하게 되었습니다.

플레이백 홍미림 디자이너는 뉴헤리티지를 꿈꾸며 국내 온라인 시장의 가격경쟁이 아닌, 디자인과 퀄리티로 승부를 걸며 이를 인정해주는 해외시장을 겨냥하여 브랜드를 런칭하고 컬렉션을 전개하고 있습니다.

홍미림 디자이너는 지난 3월 트라노이 파리 전시회에 컬렉션을 소개하고자 필자와 연결이 되었고, 본인이 잘하는 디자인과 컬렉션 준비에 집중하며 트라노이 파리 전시와 세일즈를 필자가 운영하는 서울쇼룸과 매니지먼트 계약을 하게 됩니다.

사실 해외 전시회나 쇼룸에 처음으로 선보이는 브랜드는 첫 술에 배부를 수가 없습니다. 오더가 성사되

는 경우는 많지 않으며, 오히려 꾸준히 네트워크를 형성해 브랜드의 차기 시즌 컬렉션을 지속적으로 소개하고 피드백을 받을 수 있는 기반을 다지기 위한 준비과정이거나 다름없죠.

하지만 플레이백은 3월 트라노이 파리에서 글로벌 바이어와 에디터 등에게 많은 반응을 얻고 전시회 현장에서 오더까지 받는 성과를 거둡니다.

특히, 서울패션위크에도 방문하지 않고 파리에서 글로벌 브랜드만 소싱하는 일본의 대형 바이어의 오더가 성사되며 홍미림 디자이너는 이번 9월에 열리는 트라노이 도쿄에 대한 자신감과 확신이 있었습니다.

이들밖에 열리지 않는 트라노이 도쿄 전시회. 플레이백의 일본 진출은 기대 이상이었습니다. 다이마루, 파르코 등 백화점 바이어부터 유니티드 애로우, 베이크루즈 등의 유명 편집샵 바이어까지 플레이백 부스를 찾은 바이어들과 진지하고 흥미로운 상담이 이뤄졌고 전시회를 마친 지금까지 오더와 협업에 대한 발전된 전개가 이뤄지고 있습니다.

트라노이 파리에 이어 도쿄까지 좋은 성과를 낼 수 있었던 비결은 무엇일까요? 사실 '비결'이 아닌 확신 있는 전략과 꾸준한 노력입니다.

지난 3월 홍미림 디자이너는 직접 파리 전시회를 참여하지 않고 필자의 매니지먼트에 맡겼습니다만 세일

즈를 위한 브랜드 소개자료, 라인시트, 룩북부터 전시를 위한 소품까지 정말 완벽하게 사전에 준비해 제공을 해주었습니다.

필자가 수년간 해외 세일즈를 전개하면서 많은 브랜드의 매니지먼트를 해왔지만 플레이백 만큼 잘 준비해준 브랜드는 없었습니다. 이런 준비와 노력이 있으니 당연히 성과가 나올 수밖에 없었겠죠.

이번 트라노이 도쿄 전시회가 좀 더 특별했던 것은, 홍미림 디자이너가 필자의 세일즈팀과 동행해 현지에서 함께 세일즈를 전개했다는 점입니다. 서울과 가까운 거리에 있기도 했고, 무엇보다 트라노이 파리 전시회 이후 한국을 방문한 트라노이의 대표와 직접 미팅을 한 후에 해외 진출에 대한 자신감과 확신으로 도쿄는 꼭 함께하고자 마음을 먹었다고 합니다.

플레이백은 디자인과 스타일은 감각적인 하이엔드 스트리트 캐주얼 스타일입니다. 하지만 컬렉션을 뒷받침하는 소재와 생산 과정은 지속가능한 패션을 추구하며, 어느 백화점 브랜드 못지않은 퀄리티를 자랑합니다.

점진적이지만 느리지 않게, 차분하지만 힘 있게 컬렉션이 발표될 때마다 발전되는 브랜드. 뉴헤리티지를 꿈꾸는 플레이백 홍미림 디자이너의 첫걸음. 아니 도약하는 발걸음에 큰 응원을 보냅니다.

## 홍미림 디자이너의 '플레이백(PLAYBACK)'

# '트라노이 도쿄'서 주목 받은 뉴헤리티지 명품



트라노이 도쿄 '플레이백'을 둘러보는 바이어.



'플레이백' 25SS 컬렉션.

# NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

## 쉽고 빠르게!



믿을 수 있는 K-Fashion  
정품인증 APP을 만나보세요!

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

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

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



GET IT ON  
Google Play



Available on the  
App Store



(사)동대문패션디자인관광특구협회



과학기술정보통신부



한국인터넷진흥원

# 동대문 활성화 지원 사업

동대문 상권의 자생력 강화와  
활성화를 위한 온오프라인 지원사업



## 교육 지원

데이터 관리 교육  
라이브 및 숏폼 교육



## 판로 확대 지원

온라인몰  
개설 및 운영 지원



## 지원 사업 연계

촬영 지원  
브랜딩 컨설팅 지원

### | 접수 방법 |

QR코드 스캔 후 접수 또는 현장 접수  
※ 접수 장소 : DDP패션몰 4층 바이어라운지

### | 문의 |

TEL. 02-6270-1100 / H.P. 010-4313-8720  
※ 자세한 내용은 QR 코드를 통해 확인

### | 주소 |

서울특별시 중구 마장로 22,  
DDP패션몰 4층 바이어라운지

### | 운영시간 |

평일 오전 10시 ~ 오후 10시  
토요일, 일요일 및 공휴일 휴관

