

04 커버스토리

올해 동대문패션타운에 어떤 일이 있었나

08 기획

‘아듀! 2024’ 동대문 도매상인에게 듣는다

12 인기상품

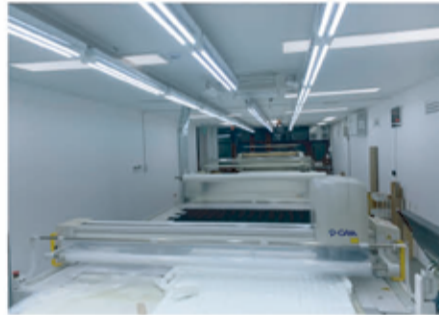
강추위 막고 스타일 살린 가성비 갑 겨울상품



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

두타몰 광장에 '루돌프 비밀상점' 오픈

두타몰이 연말을 맞아 오는 12월 25일까지 1층 야외광장에 '2024 루돌프의 비밀상점'을 열어 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공한다. 루돌프의 비밀상점은 크리스마스 분위기가 물씬 풍기는 마을 콘셉트로 꾸민 공간에서 △크리스마스 마켓 △재밋는 크리스마스 트리 공모전 △크리스마스 포토존 등을 체험할 수 있다.

크리스마스 마켓은 겨울, 크리스마스, 연말 등과 관련한 상품을 판매하는 소상공인을 모집해 운영한다. 부스 중 한 곳은 비정부가구(NGO) 단체 '사랑밭'이 맡아 아동결연 챌린지를 홍보한다. 크리스마스 트리 공모전은 사전신청을 통해 선정된 30개 팀이 두타몰 야외광장에 설치된 기본 트리를 개성 있게 꾸미는 참여형 행사다. 각 팀이 11월 말까지 트리를 완성하면 두타몰을 방문한 고객 대상으로 선호도 투표가 진행된다.

이 중 가장 선호도가 높은 3팀이 선정되며 선정 팀은 오는 12월 22일 시상식에 초대된다. 시상식에서는 사랑밭 아동 결연식, 동대문구립소년소녀합창단 축하공연 등도 진행된다.



표지 설명

다사다난했던 2024년 갑진년(甲辰年) 한 해가 저물어 가고 있다. K-패션의 산파 역할을 해 온 동대문패션타운에는 올해도 크고 작은 일들이 많이 발생했다. 이번 호에는 올해 동대문패션타운을 둘러싼 주요 이슈와 상인들의 이야기를 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 발행일 2024년 12월 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



디스토리 선정 올해의 10대 뉴스

두타몰 광장에 관광안내원이 서 있는 가운데 관광객을 태운 관광버스가 정류장에서 있다.

‘아듀! 2024’… 올해 동대문 상권에 어떤 일이 있었나

다사다난했던 2024년 갑진년(甲辰年) 한 해가 저물어 가고 있다. K-패션의 산과 역할을 해 온 동대문패션타운에는 올해도 크고 작은 일들이 많이 발생했다.

고물가와 고금리로 인한 경기침체와 온라인 구매 비중 확대로 동대문패션타운은 올해도 어려움을 겪었다. 공실률도 해마다 증가해 인기상가 1층에도 빈 매장이 생겨날 정도다.

여기에 알리와 테무에 이어 C커머스

의 마지막 주자인 쉬인이 국내에 본격 진출, 동대문패션타운도 타격을 입을 것으로 우려되고 있다. 알리와 테무는 광범위한 제품을 판매하지만 쉬인은 저가 의류를 전문으로 하고 있기 때문이다. 동대문 도매상인들이 가장 많이 사용하는 패션 B2B 플랫폼 신상마켓은 소매 앱을 유료화해 주목을 받기도 했다.

경기침체에도 불구하고 외국인 관광객이 증가하자 ‘롯데 피트인’이 ‘던던 동대문’으로 재개장한 것도 이슈였다. 코

로나19 영향으로 2020년 말 문을 닫았던 롯데 피트인은 지난 9월 27일 외국인 관광객과 MZ 세대, 1인 가구가 즐길 수 있는 체험형 복합문화공간인 던던 동대문으로 리뉴얼 오픈했다.

서울시는 올해 DDP 일대를 패션과 함께 뷰티산업 핵심거점으로 육성하기 위한 사업도 속도를 냈다. 시는 올 연말 DDP패션몰 3층 일부를 활용, 뷰티 스타트업 성장을 지원하는 서울뷰티허브를 오픈할 예정이다. 뷰티패션융합 특

정개발진흥지구 지정도 연구용역과 조례 등 법령 준비를 마치고 올해 고시를 완료할 계획이다.

이밖에 올해 동대문패션타운에는 DDP 디자인랩 1~2층에 패션복합문화공간인 ‘DDP 쇼룸’이 오픈하고, 뉴뉴와 미미라인 등 액세서리 전문상가에 국내외 MZ세대들이 몰리는 등 의미 있는 변화들이 많았다.

올해 동대문패션타운을 둘러싼 주요 이슈를 살펴봤다.

01

경기침체로 공실률 증가 지속

동대문패션타운이 현재 안고 있는 가장 큰 문제는 빈 매장이 늘고 있다는 것이다. 동대문 상권 내 25,000여 점포 중 현재 공실은 10,000여개에 달하는 것으로 추정되고 있다. 일부 소매상가에 집중되어 있는 탓도 있지만 공실률이 무려 40%에 달한다.

코로나19가 국내에서 발생한 2020년 1월 이후 유통 환경 변화로 빈 매장이 지속적으로 증가한 탓이다. 코로나19 이전만 하더라도 인기 도매상가는 빈 매장이 없고, 대기하는 업체들도 많았지만 지금은 빈 매장이 없는 상가가 없고, 그 수도 갈수록 늘고 있다.

올해 역시 이 같은 추세는 이어졌다. 각 상가 앞 눈에 잘 띄는 장소에는 임대문의 안내문이 붙어 있고, 상가 안에는 1층 요지에도 빈 매장이 심심치 않게 보일 정도다. 공실률이 높다는 것은 매출 감소와 공급 과잉 두 가지 측면에서 문제가 있다는 것이다.

사드 사태와 코로나19를 거치면서 동대문 상인들 매출은 큰 폭으로 감소했지만 잘 나가던 시절 우후죽순 생긴 상가들로 인해 생긴 공급 과잉은 판매 매장 외 다른 용도로 사용하기 어렵게 만들고 있는 집합건물법에 의해 해결의 실마리조차 찾지 못하고 있다.

현재 동대문패션타운 내 대부분의 상가는 많은 구분소유자로 이뤄진 집합건물로, 집합건물에 의한 소유 및 관



리에 관한 법률에 의거 판매시설 외 타 용도로 변경이 불가능하다.

따라서 공실률 해소를 위해서는 임대료 인하와 의류 외 타 품목 입점, 젊은

층 공략을 위한 온라인 쇼핑몰 업체 유치 등 상가들의 발상의 전환과 노력도 중요하지만 집합건물법 개정이 함께 이루어져야 한다는 의견이 지배적이다.

02 롯데 피트인, '던던'으로 리뉴얼 오픈

2020년 말 문을 닫았던 롯데 피트인이 지난 9월 27일 '던던 동대문점'으로 리뉴얼 오픈했다. 롯데자산개발이 운영하는 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 열어갈 새로운 공간이라는 의미를 담고 있다.

던던 동대문점은 소규모 매장 중 저가 브랜드 중심이 아닌 유명 플래그십 매장 중심으로 구성하는 등 인근 점포와의 차별화에 힘썼다. 1층과 2층에는 '유니클로'와 '에잇세컨즈', '미쏘' 등 인기 SPA 브랜드가 집결했다. 3층에는 동대문 최대인 1800㎡ 규모(약 544평)의 다이소를 선보였다. 지하 1·2층에 들어선 하이마트는 1인 가구 전용 매장을 선보였다. 매장 이름도 하이마트 대신



지난 9월 27일 오픈한 '던던 동대문점' 전경.

'더나노스퀘어'란 새 이름을 달고, 매장의 3분의 1을 이케아처럼 쇼룸으로 꾸며졌다.

코로나19 직격탄을 맞아 3년 10개월간 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.



뷰티복합문화공간 'B the B' 클렌징 공간.

03 뷰티산업 핵심거점 육성 사업 속도

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

시는 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.

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 예비 유니콘 기업수를 8개(21년)에서 12개(25년)로 늘리고, 세계 100대 뷰티·패션 기업을 4개(21년)에서 6개(25년)로 확대한다는 방침이다.

04 서울패션위크 등 다양한 행사 열려

동대문패션타운에는 올해도 각종 행사와 축제가 열리며 시민들과 관광객, 쇼핑객들에게 즐거움을 선사했다. 동대문패션타운에는 DDP를 중심으로 매년 크고 작은 행사가 열린다. 국내 대표 디자인축제 'DDP디자인&아트'와 서울 대표 MICE 축제 '서울디자인', 초대형 미디어파사드 축제 '서울라이트 DDP'를 비롯해 국내 최대 패션축제인 '서울패션위크'가 2월과 9월에 각각 개최된다.

서울패션위크는 K-패션의 국제적 입지를 확대하는 비즈니스 플랫폼이자 패

션과 라이프스타일을 함께 제시하는 문화 플랫폼을 추구하며, 국내 패션 브랜드들이 해외 시장에 진출할 수 있는 창구 역할을 하고 있다. 서울라이트는 DDP의 외벽을 활용한 초대형 미디어파사드 쇼로, DDP 외벽 전면에 영상을 투사해 다양한 콘텐츠를 보여주는 축제다.

동대문패션타운관광특구협의회가 주최하는 '국제재즈교류축제'(6월)와 '가을맞이 팝&재즈 콘서트'(9월)도 동대문패션타운의 인지도 제고와 관광객 유입에 큰 역할을 하고 있다.

관광특구협의회는 이 같은 행사를



지난 9월 6일 현대아울렛 동대문점 앞 광장에서 열린 '가을맞이 팝&재즈 콘서트'.

통해 동대문패션타운 상권 활성화와 신상품 소개 및 소비 촉진, 국내외 관광

객에게 볼거리와 즐길거리 제공 등의 효과를 기대하고 있다.

05 '알테쉬' 등 C커머스 공습

알리익스프레스와 테무에 이어 중국 온라인 패션 플랫폼 쉬인(SHEIN)이 본격적인 한국 시장 진출을 선언, 동대문패션타운에도 피해가 우려되고 있다. 쉬인은 지난 4월 한국 전용 홈페이지를 열고 국내 시장에 진출했다.

쉬인은 2008년 중국 난징(南京)에서 설립된 온라인 패스트 패션 쇼핑몰 업체로, 2021년 본사를 싱가포르로 옮기고, 글로벌 시장 공략을 강화하고 있다. 쉬인에서 파는 의류 가격은 여성 티셔츠 기준 최소 2000원대, 남성 티셔츠는 4000원대부터 시작한다. 국내 저가형 의류 플랫폼보다 저렴한 편이다.

쉬인은 미국, 유럽 등 약 150개 나라에서 3억여 명에 달하는 월간 이용자를 보유하고 있으며, 지난해 전 세계

시장에서 올린 매출액은 약 450억 달러(62조 4000억 원)에 달한다.

쉬인은 다양한 입점 브랜드 제품, 보세 상품을 판매하는 온라인 마켓플레이스를 운영하고 있지만 주요 수익원은 자체 브랜드, 주로 여성 의류를 만들고 판매하는 것이다. 대부분의 제품은 중국 광저우에 위치한 5,400여개 공장에서 공급받는 것으로 알려지고 있다.

쉬인의 본격적인 한국 진출로 도매상인 상당수가 쉬인의 생산처인 광저우에서 의류를 사입해 판매하고 있는 동대문패션타운도 타격을 피하기 어려울 전망이다. 특히, 알리와 테무는 광범위한 제품을 판매하지만 쉬인은 의류를 전문으로 하고 있어 피해는 더욱 클 것으로 예상된다.



06 신상마켓, 소매 앱 유료화 전환

동대문 도매상인들이 가장 많이 사용하는 패션 B2B 플랫폼 신상마켓이 소매 앱을 유료화했다. 신상마켓 운영사인 달리셔스(대표 김준호, 정창한)는 서비스 제공 형태 전환을 통해 더 나은 이용 편의성을 제공하고, 서비스 개선 및 시스템 업데이트가 가능하도록 신상마켓 PC 이용 및 직원 회원 등록 서비스를 10월 1일부터 월 구독형 멤버십 서비스인 '소매 멤버십'으로 새롭게 전환해 제공하기로 했다.

이에 따라 신상마켓을 이용하는 소매 사업자는 PC를 이용하거나 직원 회원이 사용할 경우 월 구독료를 내야 한다. 요금은 PC 구독은 월 29,700원, 직원 구독은 월 16,500원, PC+직원 구독은 월 46,200원으로 책정됐다. PC 구독

만 결제하는 경우에는 대표자 계정으로 1개의 모바일 기기, 1개의 PC 기기 접속이 가능하고, 구독서비스를 이용하지 않는 경우 대표자 계정만 모바일 앱을 통해 서비스 이용이 가능하다.

신상마켓 앱을 통해 혼자서 상품 선택 및 사입까지 하는 1인 쇼핑몰 사장의 경우 기존과 변동 없이 그대로 사용이 가능하고, 유료 멤버십 시행 이후에는 모바일과 PC에서 동시에 사용은 되지 않는다.

신상마켓이 소매 앱을 유료화하기로 한 것은 더 나은 이용 편의성을 제공하기 위한 것이라고 밝히고 있지만 누적된 적자를 만회하고, 새로운 성장 동력을 확보할 필요성이 있기 때문으로 풀이된다.

07 패션복합문화공간 'DDP 쇼룸' 오픈



DDP쇼룸에서 지난 9월 6~7일 열린 '하이서울패션쇼' 모습.

서울시와 서울경제진흥원(SBA)은 지난 5월 말 DDP 디자인랩 1~2층에 'DDP 쇼룸'을 오픈했다. DDP쇼룸은 시민과 관광객, 동대문 상권과 연계해 이어까지 만족시킬 수 있는 '패션복합문화공간'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, 패션 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.

08 K-액세서리 새로운 성지 부상

액세서리 & 주얼리 전문가가 '뉴뉴 (NYU NYU)'와 '미미라인(MIMI LINE)'이 동대문패션타운에 새로운 바람을 일으켰다. 특히, 뉴뉴 바로 옆 팀204 건물 1~3층에 미미라인이 지난해 10월 오픈하면서 시너지가 발휘, 의류 도매상가 중심지인 동대문패션타운이 액세서리 쇼핑의 새로운 성지로 떠올랐다.

뉴뉴와 미미라인의 성공은 국내에서 디자인되고 생산되는 액세서리를 주력으로 판매하며, 합리적인 가격과 트렌디한 디자인 및 품질에 초점을 맞추고 있기 때문이다. 동대문패션타운의 전성기 시절 영업 전략과 비슷하다.

여기에 액세서리 업체를 선도하고 있는 전문가들이 상품기획을 하고 365일 연중무휴로 오전 11시부터 다음날

오전 5시까지 총 18시간 동안 영업하면서 국내 고객은 물론 일본, 중국, 태국, 베트남, 인도 등 각국의 손님들로 붐비고 있다.

동대문에서 가장 쾌적하고 넓은 매장 인프라도 강점이다. 특히, 매장 안에는 중간 중간 앉아서 쉴 수 있는 휴게 공간과 인플루언서들이 가장 편안한 라이브 커머스 방송을 진행할 수 있는 인프라를 갖추고 있다.

중국어는 물론 일본어까지 가능한 글로벌 스태프들이 친절하게 고객들을 응대하고, 각 카테고리별 팀장들이 전문가적 식견으로 고객들의 상품 및 트렌드에 대한 궁금증들을 해결해 주고 있는 것도 단기간에 자리를 잡은 요인 중 하나다.



미미라인 1층 내부.

10 동대문 일요일시장 고물가 시대 주목

동대문 일요일시장이 올 들어 고물가 시대 핫플레이스로 주목을 받았다. 그동안 아는 사람만 이용하던 일요일시장은 최근 유튜브와 블로그, 인스타그램 등 사회관계망서비스(SNS)를 통해 소개되면서 중장년층은 물론 가족 단위, MZ세대 쇼핑객까지 몰리며 동대문상권의 새로운 명소로 부상했다.

동대문 일요일시장은 동대문역 8번 출구 앞 신평화패션타운에서 시작해 맥스타일, 패션남평화, 제일평화, 광희패션몰, 해양엘리시움, 테크노상가 등 주로 전통시장 앞에 노점상 형태로 운영되고 있다. 영업시간은 일요일 오전

8~9시에서 오후 5~6시까지로 준비된 물건이 다 떨어지면 일찍 영업을 종료되기도 한다.

동대문 일요일시장은 최근 유명세를 타고 있지만 흥인덕은시장이 맥스타일로 변하기 전인 2010년대 초반 생겨났다. 동대문패션타운 도매상가들이 쉬는 일요일 오전부터 오후까지 주요 상가 앞에 2~300여개 노점이 연화비를 내고 재고상품과 신상품을 파격적인 가격에 판매하는 형태로 운영되고 있다.

코로나 이전에는 외국인들이 즐겨 찾았고, 코로나 시기에는 잠시 운영이 중단되는 등 위기도 겪었지만 지금은



DDP 전경. ©Pnata Creation

09 동대문 상징 'DDP' 개관 10주년 맞아

동대문의 상징이자 서울의 랜드마크인 '동대문디자인플라자(DDP)'가 올해 3월로 개관 10주년을 맞았다. 지난 2014년 3월 21일 문을 연 DDP는 '꿈 꾸고(Dream), 만들고(Design), 누리는(Play)' 복합문화공간을 모토로, 각종 전시, 패션쇼, 신제품 발표회, 포럼, 컨퍼런스 등 다양한 문화 행사를 개최해 왔다.

개관 이후 DDP는 연간 천만 명 이상이 방문하는 서울의 디자인 성지로 자리매김했다. 특히, 지난해에는 DDP 개관 이래 최대 방문객, 최대 가동률과 영업수익을 기록했다. DDP를 운영하는 서울디자인재단은 코로나19 종식 후 지난해 DDP 총수입은 166억 원, 가동률은 74%를 달성했다고 밝혔다.

DDP는 세계적 건축가 자하 하디드(Zaha Hadid)의 설계로 7년간의 조성

과정을 거쳐 개관했다 세계 최대 규모의 3차원 비정형 건축물인 DDP 설계안에는 동대문 지역이 지니고 있는 역사적·문화적·사회적·경제적 토대 위에 새로운 미래적 가치와 비전을 더한 동대문의 새 풍경이 담겨 있다. 자하 하디드는 이른 새벽부터 밤이 저물 때까지 쉬새 없이 변화하는 동대문의 역동성에 주목해 곡선과 곡면, 사선과 사면으로 이뤄진 특유의 건축 언어로 자연물과 인공물이 이음새 없이 이어지는 공간을 만들어냈다.

서울디자인재단은 10년간 쌓아온 DDP의 저력이 더 많은 세계인을 불러 모으고 서울의 문화, 관광 경쟁력을 높이는 데도 기여할 것으로 기대하고 있다. 나아가 앞으로 10년은 DDP를 세계적인 전시문화 공간으로 확고하게 도약시킨다는 각오다.



동대문 일요일시장 모습.

고물가 시대 알뜰 소비를 할 수 있는 시장으로 SNS와 언론에 자주 소개되면서 다양한 연령층의 쇼핑객들이 즐겨 찾고 있다. 일요일시장이 동대문상권의 새

로운 명소로 뜨고 있고, 인근에 동묘시장 등 시너지를 낼만한 장소도 많아 지자체와 상가 차원의 육성 대책이 필요할 것으로 보인다.



■ ‘아듀! 2024’… 동대문패션타운 상인들에게 듣는다



“내방 고객 줄어 활성화 방안 시급히 마련해야”

“올해 동대문상가는 이렇게 힘들었던 적이 있었나 싶을 정도로 힘든 침체기를 겪었다.” 동대문패션타운에서 30년 넘게 장사를 해 온 한 상인은 올해 체감경기에 대해 이 같이 말했다. 장사하는 사람들은 “힘들다”는 말을 입에 달고 살지만, 올해처럼 상인들이 어려워했던 적이 없을 정도다. 경기침체와 유통변화, 여기에 알리와 테무, 쉬인으로 대표되는 C커머스의 공습에 동대문패션타운을 찾는 사람들이 갈수록 줄어들고 있기 때문이다.

“매장의 기능이 많이 쇠퇴해 운영비를 부담스러워하는 업체가 많아지는 추세다.” 동대문에서 잔뼈가 굵은 한 상인은 올해 4개 매장을 한 개로 줄였다. 오프라인 방문자가 줄면서 비싼 임대료를 지급하면서 사업장을 유지할 필요성이 없어졌기 때문이다. 동대문상가의 공실이 늘고 있는 이유다.

“내년에 도매의류는 더 어려워질 것 같다.” 상인들은 내년 경기도 비관적으로 보았다. 주요 고객인 중국 거래처들은 자국의 새로운 판로를 찾아 더욱 줄어들고, 내수 거래처 또한 경기침체로 올해보다 더 힘들어질 것이라는 판단이다.

“동대문 도매시장의 기존 틀을 바꿔 도매의 메리트를 유지하면서 개인 소비자에게 직접 다가갈 수 있는 방안 또한 필요하다.” “정부나 지자체 차원에서 시장활성화팀을 만들어서 도매상인들이 하나로 모여 마케팅하고 브랜딩할 수 있도록 도움을 주었으면 한다.” “지금은 디지털 기반으로 비즈니스를 하고 있다. 동대문시장

의 온오프라인을 활성화시킬 방안을 찾아야 한다.” 동대문패션타운의 활성화 방안으로는 다양한 해법을 제시했다. 도소매를 병행하는 방법을 찾아보고 글로벌 시장 공략을 위한 제반 시스템을 마련하는 한편 온라인 비즈니스 환경에 적응해야 한다는 지적이다.

문제점을 찾는 사람들은 ‘현장에 답이 있다’라는 말을 자주 한다. 동대문패션타운 현장에서 상인들이 올해 느낀 경기와 어려웠던 점, 문제점 및 향후 발전 방향에 대한 의견을 들어보았다.

Q. 올 한해 동대문패션타운 경기에 대해 느낀 점이 있으면 말해 달라.

apM릭스 상인 : 긴 코로나 팬데믹 시기를 겪으면서 장기화된 경기불황과 소비심리 위축으로 패션업계도 큰 타격을 받았다. 그러한 장기화된 불황속에서 각자 살아남기 위해 본인들만의 새로운 판매루트가 생기면서 패션업계에 큰 베이스가 되었던 동대문 패션업계는 생태계가 무너지듯 점점 더 힘들어지는 분위기다.

디오트 상인 : 국내 경기가 점점 안 좋아지고 중간상인인 도매시장에서 상품을 구매하기보다 직접 디자인과 사입 등으로 상품을 준비하는 쇼핑몰이 많아졌다. 국내 경기가 회복되는 과정이 쉽지 않을 것 같다.

벨포스트 상인 : 동대문에 사업장 및 사업체를 운영하는 모든 업체는 어려움을 가지고 있는 듯하다. 특히 내방하는 고객이 많이 줄어 활성화 방안 마련이 시급

한 실정이다.

청평화 상인 : 올해 한 달을 남겨 놓은 시점에서 한해를 뒤돌아보면 동대문상가가 이렇게 힘들었던 적이 있었나 싶을 정도로 힘든 침체기를 겪었다고 본다.

Q. 올 한해 매장을 운영하면서 어려웠던 점은

apM릭스 상인 : 상가 건물 자체에 돌아다니는 고객들이 정말 많이 줄었다. 거의 없다고 해도 될 정도다. 유동성이 많아야 새로운 유입도 가능한데 직접 사입하는 고객들이 많이 줄어들면서 기존 네임벨류가 있는 업체에만 물리는 현상이 심하게 나타났다. 또한, 동대문을 방문하는 대부분의 사람들은 온라인이나 오프라인 판매업자가 아닌 개인 소매 손님이 대부분이었다.

디오트 상인 : 메인 거래처였던 쇼핑몰 두 업체 중 한 업체가 폐업을 하고, 한 업체는 B2B 체계로 바꾸어서 거래를 유지하기가 어려운 상황이다. 우리뿐만 아니라 많은 업체가 거래처가 줄어들면서 매장 운영에 어려움을 겪고 있다.

벨포스트 상인 : 매장의 기능이 많이 쇠퇴해 운영비를 부담스러워하는 업체가 많아지는 추세다. 우리 회사도 한때는 동대문에 사업장이 4개에 달했으나 지금은 1개로 통합했다. 오프라인 방문자는 줄었고, 온라인 방문자가 95%에 달해 비싼 임대료를 지급하면서 사업장을 유지할 필요성이 없어졌기 때문이다.

청평화 상인 : 매장을 운영하는 자영업자들은 고정적



“기존 도매 이미지 새롭게 구축하는 방법 필요”



으로 나가는 지출이 있는데 아무래도 경기침체로 매출이 급격히 감소하면서 유지하기가 버거운 실정이다. 생활터전이었던 매장을 하루아침에 접는다는 것도 쉽지 않아 대출까지 받으면서 유지하려고 애를 쓰는 사장님들이 많아졌다.

Q. 현재 동대문패션타운의 가장 큰 문제점은 무엇이라고 보나.

디오트 상인 : 자신만의 브랜드와 색깔이 강했던 동대문시장이 이제는 살아남기 위해 사입 제품들을 섞으면서 자신의 정체성이 사라지고 있다. 신생 점포들은 새로운 거래처를 찾는 것 자체가 힘든 상황이 되다보니 폐업하는 경우가 많다. 자본력이 약한 신생 도매 브랜드들이 살아남기가 더욱 어려운 상황이다.

벨포스트 상인 : 디지털 비즈니스 전환이 늦다. 동대문 상인을 위한 다양한 도매, 수출 플랫폼이 필요하다. 글로벌 플랫폼, 국내 내수 전문 플랫폼 등 다양한 플랫폼 등을 통해 홍보할 수 있는 기회가 만들어졌으면 좋겠다.

청평화 상인 : 기존의 동대문 도매시장은 지방에서 사장님들이 직접 올라와 사입하며 북적이던 곳이다. 지금은 이런 모습을 더 이상 찾아볼 수 없다. 온라인으로 사입자를 통해 주문하는 등 유통경로가 급속히 변화하고 있고, 생산업체가 소비자에게 직접 판매하는 중국의 글로벌 쇼핑몰 테무 등 거대한 유통망으로 인

해 시장질서가 무너지고 있다고 본다.

Q. 내년 동대문패션타운 경기는 어떨 것으로 예상하나.

apM릭스 상인 : 도매의류는 더 어려워질 것 같다. 메인 고객이었던 중국 거래처들은 자국의 새로운 판로를 찾아 더욱 줄어들 것이다. 내수 거래처 또한 경기침체로 올해보다 더 힘들어질 거라고 생각한다.

디오트 상인 : 동대문시장의 국내 경기는 여전히 좋지 않을 것이다. 하지만 각 매장의 브랜드화로 차별성 한 디자인과 함께 모여서 마케팅을 지속적으로 해나간다면 국내에서 줄어든 파이를 해외 시장에서 보충할 수 있다고 생각한다.

벨포스트 상인 : 내년에도 올해와 비슷한 환경으로 동대문 사업체는 마이너스의 하향 곡선을 그릴 것으로 예상된다.

청평화 상인 : 주변에서 내년 경기는 더 힘들다고 하는데, 동대문패션타운이 예전처럼 활성화되기를 간절히 기대해본다.

Q. 동대문패션타운 활성화를 위해 시급히 해야 할 일은 무엇이라고 생각하나.

apM릭스 상인 : 동대문 도매시장의 기존 틀을 바꿔 도매의 메리트를 유지하면서 개인 소비자에게 직접

다가갈 수 있는 방안 또한 필요하다고 생각한다. 이미 많은 업체들이 도매뿐 아니라 브랜드화 한 것처럼 전체적인 도매 이미지를 새롭게 구축하는 방법이 필요하다.

디오트 상인 : 각각의 도매상인들은 1인 다역을 하고 있기 때문에 브랜딩과 마케팅에 한계가 있다. 정부나 지자체 차원에서 시장활성화팀을 만들어서 도매상인들이 하나로 모여 마케팅하고 브랜딩할 수 있도록 도움을 주었으면 한다. 실제로 해외바이어들의 니즈는 많지만 행정적인 문제에 부딪쳐 거래가 성사가 안 되는 경우가 많다. 상표권과 수출 행정서류 등을 조언해 줄 수 있는 기관이 있으면 수출 길이 더욱 많이 열릴 수 있으리라 생각한다. 공동 라이브커머스 몰과 온라인 판매에 대한 지원책도 생겼으면 좋겠다.

벨포스트 상인 : 지금은 디지털 기반으로 비즈니스를 하고 있다. 동대문 도매 역시 디지털로 상품을 소개하고, 주문을 받고, 결제를 하고 있다. 방식은 훌륭하지만 제반 여건은 그다지 좋지 않을 게 사실이다. 신상품을 소개하는 플랫폼의 부족, 홍보하는 콘텐츠 역량 부족, 거대한 소매 플랫폼과의 무한경쟁, 거래처 감소 등 도매 활성화에는 많은 과제가 있다.

동대문시장의 온오프라인을 활성화시킬 방안을 찾아야 한다고 생각한다. 우리 회사도 사업장에서는 제품을 경험하고 온라인 마케팅 강화로 브랜드를 알리고 거대 소매 플랫폼에 대응해 도매업을 진행할 수 있는 방안을 모색 중이다.

‘색과 빛으로 물든 환상의 겨울도시 서울’ 세계적 빛축제 ‘2024 서울윈터페스타’ 개최

12월 13일부터 내년 1월 5일까지
광화문·DDP 등 도심 6곳에서 진행

올겨울 서울 도심에서 또 한 번의 빛의 향연이 펼쳐진다. 지난해 740만 명의 발길을 이끌며 명실공히 세계적인 겨울 빛축제로 부상한 ‘서울윈터페스타’가 올해도 세계인들을 볼거리와 즐길 거리로 맞이하는 것.

서울시는 12월 13일부터 내년 1월 5일까지 24일간, 광화문~광화문광장~청계천~서울광장~DDP~보신각 6곳을 잇는 대한민국 최대 겨울축제 ‘2024 서울윈터페스타’를 개최한다.

지난해 처음 개최한 ‘서울윈터페스타’는 그동안 서울 곳곳에서 개별 주제와 일정으로 분산 진행되던 겨울 행사를 한데 묶은 ‘초대형 축제’다. 도시를 아우르는 축제를 통해 도심 전역에 활기를 불어넣고 나아가 ‘글로벌 문화발신지’ 서울을 세계적으로 알리는 것이 목적이다.

올해 축제 주제는 ‘서울에서 펼쳐지는 마음의 빛, 소울 프리즘(SOUL PRISM)’으로 축제 장소 6곳 각각을 서울 고유의 색과 빛으로 물들이는 것이 핵심이다. 화려한 미디어아트부터 예술적인 빛 조형물, 아기자 기한 랜턴으로 꾸민 공간까지 전통과 현대, 예술과 기술, 도시와 자연을 아우르는 다양한 서울의 모습을 빛으로 재현한다.

특히, 올해 새해맞이 카운트다운 행사는 시민이 주도하는 ‘시민 참여형 행사’로 기획했다. ‘제야의 종’ 타종 순간, 보신각 뒤로 전년보다 2배 이상 커진 지름 30m의 ‘자정의 태양’이 떠오르고, 동시에 주변에 있는 시민과 관광객 1만 5천 명이 착용한 손목 LED 밴드에서 1만 5천 개의 빛이 퍼지는 픽스몹(Pixmob)의 장관을 연출한다.

픽스몹은 관객이 착용하는 LED 팔찌를 무선으로 제어하는 조명기술이다. 한 장소에 모인 관객들이 공연의 한 요소가 되어 웅장한 빛의 물결을 만들어내는 특별한 경험을 선사할 예정이다.

이 외에도 서울 대표 캐릭터인 ‘해치와 소울프렌즈’ 캐릭터(해치, 청룡, 백호, 주작, 현무)의 개성을 각 축제에 담아 친근감을 더했다. 광화문의 수호자 ‘해치’는 ‘서울라이트 광화문’에, 놀기 좋아하는 ‘청룡’은 ‘서울라이트 DDP’와 ‘서울콘’에 투영했다. 모험을 좋아하는 ‘백호’의 개성은 ‘서울광장 스케이트장’에 담았다. 열정적인 ‘주작’은 ‘서울빛초롱축제’의 환한 빛을 대표하고 서울시민의 즐거운 라이프스타일을 담은 캐릭터 ‘현무’는 ‘광화문 마켓’을 대표한다. 보신각 제야의 종 행사에서는 이들 캐릭터가 함께 모여 축제를 즐기는 장면을 연출한다.



‘2024 서울윈터페스타’ 포스터.



‘서울라이트 DDP 2023 겨울’ 새해맞이 카운트다운 행사 모습. ©mediascope

마지막으로 이번 축제는 ‘글로벌 K-콘텐츠’인 넷플릭스 ‘오징어 게임’ 시즌2와 협업해 국제적 관심을 끌

전망이다. 광화문광장 일대에서 특별전시, 퍼레이드 등을 개최, 서울의 위상을 전 세계에 알린다.

‘서울라이트 DDP 2024 겨울’ 시민들에게 응원·희망의 메시지 담아

‘2024 서울윈터페스타’에서 광화문과 DDP는 미디어아트의 장으로 변신한다. 광화문 전체를 거대한 캔버스로 활용해 전 세계 미디어아트 작가들의 초대형 미디어파사드를 선보이는 ‘서울라이트 광화문’과 서울 대표 미디어아트 축제 ‘서울라이트 DDP’를 통해 겨울밤을 빛으로 물들이며 경이로운 광경을 연출할 계획이다.

‘서울라이트 광화문’은 ‘빛의 축(LUMINOUS AXIS)’을 콘셉트로 광화문을 중심으로 빛이 세상에 가득 찬다는 의미를 담아 기획된다. 미디어아트 작품은 해외 작가들이 대거 참여했고, 올해는 ‘미디어아트 관람석’을 조성해 시민들이 더욱 편리하게 작품을 감상할 수 있도록 했다.

‘서울라이트 DDP’는 ‘5 Cheers! : 희망의 응원



‘서울라이트 DDP 2024 겨울’ 장쥴리앙 작품. 사진제공 : 서울디자인재단

릴레이’를 주제로 한 해를 보내고 새해를 맞는 시민들에게 보내는 응원·희망의 메시지를 담는다. 세계적인 프랑스 아티스트 ‘장쥴리앙’ 작품부터 ‘김선우’, ‘조구만’, ‘JE BAAK’, ‘인생 녹음 중’의 5개의 작품을 옴니버스 형식으로 묶어 상영한다.

DDP에서는 ‘서울라이트 DDP 2024 겨울’ 기간(12월 19일~31일) 동안 △한성자동차 드림그림 기획전 △나이트푸드 마켓 △DDP디자인마켓 △새해맞이 카운트다운 등 다양한 행사가 펼쳐진다.

‘서울라이트 DDP 2024 겨울’ 프로그램

구분	작품명/행사명	기간/일시	장소	내용
미디어 파사드	5 Cheers! : 희망의 응원 릴레이	12.19(목)~31(화) 19:00~21:30	DDP전면외벽 DDP일대	5명의 아티스트가 한 해를 보내고 새해를 맞는 우리들에게 보내는 희망의 응원 메시지
이벤트 프로그램	한성자동차 드림그림 기획전	12.19(목)~31(화) 10:00~20:00	디자인랩4층 잔디사랑방	한성자동차와 함께한 드림그림 장학생이 발견한 보물 같은 순간을 담은 전시
	나이트푸드 마켓	12.19(목)~31(화) 17:00~22:00(예정)	팔거리	5 Cheers! 를 맛으로 경험할 수 있는 야외 푸드트럭존
	DDP디자인 마켓	12.19(목)~25(수) 평일 16:00~22:00 주말공휴일 14:00~22:00	DDP마켓	연말의 따뜻한 감성을 담은 디자이너 제품과 시즌 굿즈를 만날 수 있는 디자인 마켓
	DDP 새해맞이 카운트다운	12.31(화) 23:00~	DDP전면외벽 DDP일대	오직 DDP에서만 볼 수 있는 MZ세대가 열광하는 DDP 새해맞이 카운트다운



“꼭 필요한 것 하나만 사는 소비 트렌드 열풍” 올 겨울엔 ‘리버시블’ 아우터 뜬다

2030세대 ‘요노(YONO)’ 소비 트렌드 반영
앞뒤 뒤집어 양면 착용 가능 아이템 인기

‘꼭 필요한 것 하나만 구매한다’는 의미의 ‘요노(YONO-You Only Need One)’ 소비가 MZ세대를 중심으로 확산되고 있다. 이러한 트렌드를 기반으로 생활문화기업 LF는 올 겨울 주목받을 패션 아이템으로 양면 착용이 가능한 ‘리버시블’ 아우터를 꼽았다.

LF 관계자는 “2030대의 소비 가치관이 달라지면서 경제적, 환경적으로 지속 가능한 삶에 더욱 관심을 가지고 유행에 구애 받지 않는 기본 아이템을 신중하게 구매한 뒤 오래 사용한다는 취지의 요노 소비가 뜨고 있다”며 “하나의 아이템을 자신의 취향에 기반해 커스터마이징 하는 ‘토픽경제’ 키워드가 내년 소비 키워드로 떠오른 점도 이러한 트렌드의 연장선이라고 본다”고

설명했다.

이처럼 필요한 것 ‘딱 하나’만 구매하길 원하는 요노 소비자를 겨냥해 패션업계는 하나의 아이템으로 다양한 연출이 가능한 아이템들을 앞 다퉈 출시하고 있다. 리버시블 아이템은 앞뒤 소재를 다르게 해 질감의 차이를 둔 제품부터 동일한 소재에 컬러나 디자인으로 차별성을 둔 제품까지 종류가 다양하다. 특히, 올 겨울 리버시블 제품들은 겨울 소재의 대표로 꼽히는 시어링, 레더, 스웨이드 등이 다양하게 쓰여지며, 고급스러움은 물론 개성과 가성비까지 갖춰 필수 아이템으로 각광받고 있다.

LF의 글로벌 스포츠 브랜드 ‘리복(Reebok)’은 24FW 이효리 패딩 컬렉션



의 메인 아이템을 ‘벡터 리버시블 다운’으로 선보였다. 레트로한 스포티 무드와 클래식한 퀼팅 디자인 두 가지 스타일로 입을 수 있는 리버시블 제품으로, 양면 텍스처가 다른 소재를 적용해 하나의 아이템으로 완전히 다른 무드를 연출할 수 있다.

영 컨템포러리 여성 브랜드 ‘엡코너’에서도 ‘페이크 퍼’와 ‘레더’ 재킷을 투웨이로 연출할 수 있는 무스탕이 매 시즌 겨울마다 LF몰, 29CM 등에서 베스트에 랭크 되고 있으며 누적 5천여장이 판매됐다. 그 외에도 아우터 안에 착용할 수 있는 리버시블 조끼도 활용도가 높아 인기가.

밀레니얼 캐주얼 브랜드 ‘던스트’ 역시 이번 시즌 출시한 ‘유니섹스 리버시블 시어링 재킷’이 빠르게 품절돼 현재 공식 몰에서 예약판매 중이다. 자켓 하나로 비건 스웨이드와 퍼 각각의 소재

느낌을 활용해 다양한 스타일링이 가능한 아이템이다.

앞뒤 동일한 원단을 사용해 뒤집어도 이질감이 없는 리버시블 아이템도 있다. LF ‘헤지스’의 영 라인 ‘히스(HIS)’에서도 겉과 안이 다른 두가지 색으로 활용도 높은 다운 조끼를 선보였다.

양면 착용 가능한 아우터 외에도 멀티 스타일링이 가능한 액세서리 또한 주목받고 있다. ‘아떼 바네사브루노’ 액세서리에서 출시한 ‘프릴 레이어드 백 겸 숄더백’은 레이어드 룩에 개성을 더해주는 의류 액세서리이자 가방으로, 취향에 따라 다양한 연출이 가능하다. 내년 소비 키워드로 떠오른 ‘토픽경제’ 트렌드와도 맞물리는 다용도 아이템이다. 해당 아이템은 치마, 뷔스티에, 가방을 넘나드는 스타일링 연출 콘텐츠가 SNS상에서 약 100만 조회 수를 모으며 인기를 모으고 있다.



강추위 막고 스타일 살린 가성비 갑 겨울상품

본격적인 추위가 시작되면서 동대문패션타운 주요 상가에도 겨울 상품을 찾는 고객들이 늘고 있다. 올 겨울은 역대급 한파가 예고된 만큼 동대문패션타운에는 보온성이 우수하고 스타일도 살린 겨울 상품들이 대거 출시됐다. 패딩점퍼는 물론 코트, 니트, 팬츠, 스커트, 셋업물까지 가성비 좋은 다양한 상품들이 인기리에 판매되고 있다.

특히, 동대문패션타운에는 20개가 넘는 도매상가에서 매일 다양한 신상품이 쏟아져 나오고 있는 만큼 발품을 팔면 언제든지 원하는 상품을 구매할 수 있다.

각 상가별 특징도 있어서 매장 방문 전에 영업시간과 층별 구성을 살펴보는 것은 필수다.



제이그란데

■상가명 제일평화 ■호수 1층 43호 ■상품명 로로 캡소매 밍크 ■소재 사가 밍크 100% ■특징 유럽 4대 퍼마켓중 하나인 사가 밍크 원피로 만든 귀여우면서도 캐주얼한 디자인의 밍크 재킷. 캡소매 라인과 허리 뒷면 히든 스트링으로 자연스러운 셔링 모양이 포인트. 뒷모습까지 사랑스러운 무드로 밍크도 영하면서 캐주얼하게 입을 수 있는 아이템이라는 것을 보여줌. ■문의 010-9980-3941



제이그란데

■상가명 제일평화 ■호수 1층 43호 ■상품명 로에 8부 울팬츠 ■소재 울100% ■특징 울100% 소재로 만들어 한겨울까지 입을 수 있고, 탄탄하면서도 탄성 있는 원단으로 보풀 걱정 없이 착용할 수 있음. 8부 기장으로 단화나 앵클부츠와 잘 어울리는 데일리한 아이템. 골반 앞으로 떨어지는 절개 패턴으로 날씬하고 다리가 길어 보임. ■문의 010-9980-3941



제이그란데

■상가명 제일평화 ■호수 1층 43호 ■상품명 MIU 밍크패딩 베스트 ■소재 밍크 100% ■특징 세미크롭 기장으로 양면 착용이 가능한 밍크패딩. 유니크하면서도 캐주얼한 디자인으로 밍크도 세련되게 입을 수 있으면 좋겠다는 생각에 제작된 아이템으로, 처음 밍크를 접하는 분들께 추천함. ■문의 010-9980-3941



제이그란데

■상가명 제일평화 ■호수 1층 43호 ■상품명 캐시미어 퍼 니트 ■소재 캐시미어 100% ■특징 24FW 파리 및 유럽 하이엔드 니트 브랜드에서 나오는 블랜딩 편직으로 포근하면서도 보온성이 뛰어남. 헤어리한 니트로 털 빠짐과 털 뭉침 없이 착용 가능하며, 고급스러운 무드의 아이템으로 추천함. ■문의 010-9980-3941



베르네프

■상가명 apM럭스 ■호수 401호 ■상품명 오트 파배기 단가라 가디건 ■소재 울65%/나일론25%/폴리10% ■특징 엑스트라 파인 울 함량이 65%인 도톰하고 폭닥거리는 파배기 패턴의 단가라 가디건. 공정이 까다로움에도 메리트있는 단가로 선보여 인기가 많음. ■문의 010-9343-8733



베르네프

■상가명 apM럭스 ■호수 401호 ■상품명 도우너 부클파배기 니트 ■소재 울25%/폴리35%/아크릴30%/스판10% ■특징 포근한 느낌의 멜란지 원사를 3계이지로 도톰하게 짠 니트. 한겨울에 입기 좋은 두께감과 기본 라운드넥이라 활용도가 좋아 인기가 많음. ■문의 010-4459-4546



베르네프

■상가명 apM럭스 ■호수 401호 ■상품명 벨로아 보트넥 세트 ■소재 코튼70%/폴리30% ■특징 도톰한 골지 소재로 만든 보트넥의 솟한 기장감을 가진 돌먼 소매 탑으로 여성스러운 스타일이 특징. 스커트는 신축성도 있고 뒷트임이 있어 활동성이 좋다. 세트로 판매. ■문의 010-4459-4546



버터

■상가명 apM플레이스 ■호수 2층 17호 ■상품명 첼시 카라 니트 덕다운 ■특징 니트카라와 고급스런 오리털 패딩의 조합이 특징인 가벼운 경량 롱패딩. ■문의 010-2949-5422



버터

■상가명 apM플레이스 ■호수 2층 17호 ■상품명 남자 거북이 덕다운 ■특징 실내에서는 어깨에 메고 밖에서는 따뜻한 1석2조 패딩. 고급스러운 겉감 원단과 디테일이 아주 섬세함. ■문의 010-2949-5422



버터

■상가명 apM플레이스 ■호수 2층 17호 ■상품명 엘루이 ■특징 울 핸드메이드 오리털 롱패딩. ■문의 010-2949-5422



타시뉴욕

■상가명 벨포스트 ■호수 1층 75,76호 ■상품명 코듀로이 와이드 팬츠 ■소재 코튼56%/폴리41%/스판3% ■특징 부드러운 터치감의 코듀로이 소재를 사용해 F/W시즌 무드가 물씬 느껴지는 아이템. 허리는 알맞게 맞으면서 밑단까지 여유롭게 떨어지는 스트레이트 핏 실루엣을 연출, 캐주얼하면서도 세련된 분위기를 자아낸다. 자연스러운 신축성으로 편안한 착용감을 주며, 군더더기 없이 간결한 디자인으로 매칭하기 좋은 아이템. ■문의 010-9343-8733



타시뉴욕

■상가명 벨포스트 ■호수 1층 75,76호 ■상품명 울 블렌드 체크 베스트 ■소재 폴리90%/울10% ■특징 다양한 컬러감의 원사가 믹스된 체크 패턴이 눈길을 끌며, F/W시즌 무드와 함께 고급스러운 느낌을 전해주는 아이템. 길지 않은 크롭 기장감의 블루중 스타일 자켓으로, 앞면에 버튼 장식으로 포인트를 주었으며 양 사이드 포켓이 있다. 같은 소재로 제작된 스커트와 셋업 스타일링하기 좋다. ■문의 010-9343-8733



타시뉴욕

■상가명 벨포스트 ■호수 1층 75,76호 ■상품명 지블링 노칼라 코트 ■소재 울100% ■특징 은은한 지블링 텍스처가 들어간 울 소재를 사용했으며, 노칼라 디자인과 입술 포켓, 이너 버튼 디테일로 완성한 군더더기 없는 미니멀한 실루엣의 코트. 긴 기장감의 모던한 스타일로 스커트와 팬츠 모두 잘 어울리며, 도시적이고 세련된 룩을 연출하기 좋다. ■문의 010-9343-8733



원더우먼

■상가명 디오트 ■호수 3층 F2호 ■상품명 블록 리벳 세트 ■특징 탄탄한 기모소재로 포켓 및 리벳 디테일이 돋보이는 투웨이 후드셋업. 스트릿한 느낌의 데일리 아이템. ■문의 010-9160-0166



원더우먼

■상가명 디오트 ■호수 3층 F2호 ■상품명 카무치노 스커트 세트 ■특징 퀄리티 높은 벨벳 골덴 소재의 스커트 셋업. 유니크한 디자인과 디테일이 돋보이는 인기 아이템. ■문의 010-9160-0166



원더우먼

■상가명 디오트 ■호수 3층 F2호 ■상품명 푸들웬 조거 세트 ■특징 포근한 부클 기모소재의 조거 세트. 귀엽고 캐주얼한 데일리 아이템. ■문의 010-9160-0166



제이린

■상가명 DDP패션몰 ■호수 3층 91호 ■상품명 미카 V넥 & 미카 팬츠 세트
■소재 폴리95%/스판5% ■특징 벨벳 느낌의 우븐 원단에 같은 톤의 합성피혁으로 원단 배색 디테일이 있는 세트 상품. 원단에 은은하게 도는 광택과 몽글몽글한 느낌이 따뜻하고 고급스러워 보임. ■문의 010-2169-7107



제이린

■상가명 DDP패션몰 ■호수 3층 91호 ■상품명 배색 기모 원피스 ■소재 면 100% ■특징 독특한 양기모 원단의 사랑스러운 나그랑 배색 원피스. 루즈핏에 스트링으로 허리선을 잡아주면 포근하고 예쁜 꾸안꾸룩을 완성할 수 있다. ■문의 010-2169-7107



제이린

■상가명 DDP패션몰 ■호수 3층 91호 ■상품명 싸개JP ■소재 아크릴65%/폴리35% ■특징 부드럽고 가벼운 가디건 점퍼. 귀여운 느낌의 퍼프 소매에 시보리 배색, 제원단 싸개단추로 통일감을 줌. 롱하지 않은 기장감으로 여러 착장에 다양한 느낌으로 코디하기 좋음. ■문의 010-2169-7107



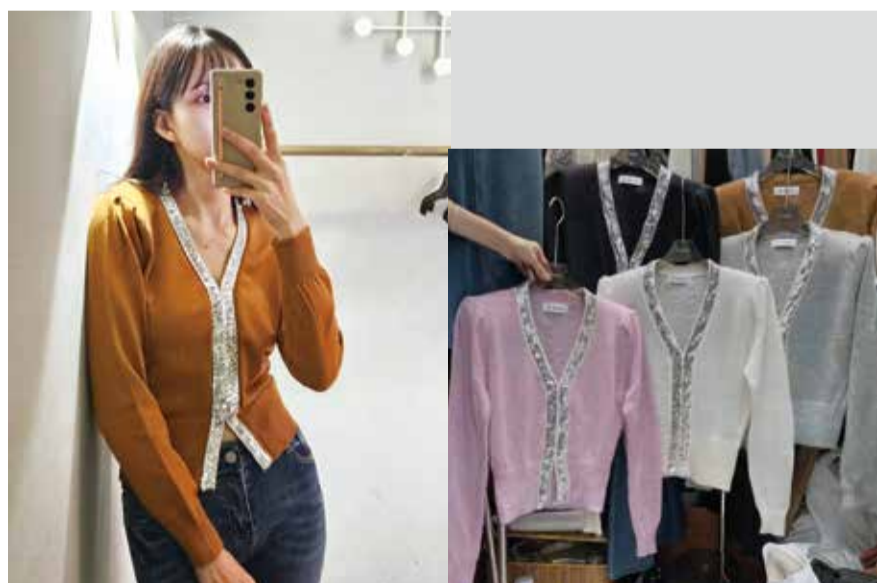
베라

■상가명 신평화패션타운 ■호수 3층 C44호 ■상품명 모던 베이직 롱 코트 ■특징 베이직한 패턴의 롱 코트. ■문의 010-4022-4929



베라

■상가명 신평화패션타운 ■호수 3층 C44호 ■상품명 크림미 레이스 니트 ■특징 소매와 넥라인의 은은한 레이스 배색이 사랑스러운 니트. ■문의 010-4022-4929



베라

■상가명 신평화패션타운 ■호수 3층 C44호 ■상품명 로린 스펅글 니트 ■특징 스펅글 레이스가 포인트인 블링블링한 니트. ■문의 010-4022-4929

‘DDP 루프탑투어’ 서울 신상 핫플 등극

시범 운영 호평 속 내년 정식 오픈

동대문디자인플라자(DDP)가 개관 10주년을 맞아 건물 지붕을 시민들에게 개방한 ‘DDP 루프탑투어’가 참여자들의 뜨거운 호응 속에서 서울의 새로운 관광명소로 주목받았다.

서울시와 서울디자인재단은 10월 25일부터 11월 17일까지 ‘DDP 루프탑 투어’를 시범 운영했다. 루프탑 투어는 기존 DDP 실내·외 공간투어를 넘어 비정형 알루미늄 패널과 사막식물 ‘세덤’으로 이뤄진 숨겨진 공간 ‘지붕’까지 시민과 공유하려는 새로운 시도였다.

이번 시범 기간 투어참가자는 총 220명. 이중 120명은 미리 사연을 보내 선정됐거나 파리올림픽·전국체전 서울시 선수단, 디자이너와 동대문 지역상인 등을 초청해 참여했고, 100명은 선착순으로 접수받았다. 특히 일반시민 100명 모집시 6만 명이 동시 접속해 수 초 만에 바로 마감될 정도로 뜨거운 관심을 모았다.

투어프로그램은 지상 29m 높이의 DDP 지붕 일부인 편도 140m를 30여분간 직접 걸으며 동대문, 남산, 성곽공원 등 서울의 과거와 현재를 조망하는 특별한 경험을 하는 것. 참여자들은 글로벌 시험인증기관인 독일 DEKRA 인증을 획득한 안전 그네, 안전모 등 장비를 착용하며 안전요원 동행하에 매뉴얼에



‘DDP 루프탑 투어’ 시범 운영 참가자들이 안전 장치를 하고 DDP 지붕을 걷고 있다.

따라 투어가 진행됐다.

시범투어 참여자들의 만족도도 매우 높았다. 220명 중 97.3%가 ‘만족한다’ 응답했고 93%가 재참여 의사를 밝혔다. 참가자들은 “서울의 새로운 모습을 발견하는 특별한 경험이었다”, “외국인 관광투어상품으로 추천하고 싶다” 등 소감을 표했다.

서울시와 재단은 시민들의 의견을 적극 반영해 2025년 프로그램을 대폭 강화할 계획이다. 현재 편도 140m인 코스를 편도 390m로 확장하고, 동대문과 남산 방향의 전망 포토존을 추가하는 등 관광 콘텐츠를 더욱 풍성하게 구성할 예정이다. 노을 시간대 특별 투어 신설, 투어 횟수 확대 등 시민들의 접근성

을 높이기 위한 다양한 방안도 검토 중이다.

서울시 관계자는 “DDP 루프탑투어를 서울을 대표하는 관광 상품으로 발전시켜 나갈 계획”이라며 “시민과 국내외 관광객들이 서울의 매력을 새롭게 발견하고 특별한 경험을 얻을 수 있는 공간으로 만들어가겠다”고 밝혔다.

서울시, 소상공인 위기극복에 힘 보탠다

내년 5,356억 원 투입

서울시가 서울경제의 싹틔움이자 지역경제의 버팀목인 157만 소상공인·자영업자의 어려움을 덜어주고 ‘장사하기 좋은 서울’ 만들기 위해 힘을 보탠다.

서울시는 위기 해결에 즉각적인 도움이 되는 자금지원부터 안정적 경영을 위한 매출 증대 방안, 공정한 환경 조성은 물론 새 길을 찾는 소상공인에 대한 지원까지 체계적으로 담은 ‘소상공인 힘보탬 프로젝트’를 지난 달 26일 발표했

다. 내년 총 5,356억 원을 투입해 집중적인 심폐소생술을 실시한다는 계획이다.

현재(2022년 12월 기준) 서울 전체 사업체 중 94%에 해당하는 157만 개가 소상공인 사업체다. 서울 소상공인 평균 연령은 51세며 하루 평균 11.9시간, 주 5.9일을 영업 중인 것으로 나타났다. 장시간 강도 높은 노동에도 불구하고 평균 영업이익은 연 3,100만 원, 부채 1억 8,500만 원에 달하는 것이 소상공인의 현실이다. 내년을 소상공인·자영업자 심폐소생을 위한 원년으로 삼고 경영 위기

를 극복하고 자생력을 강화할 수 있도록 하는 것이 이번 프로젝트의 핵심. 아울러 폐업과 재창업을 반복하는 ‘회전문식 창업’이 이어지지 않도록 재창업은 엄격하고 탄탄하게 준비시키고, 취업으로 방향을 전환한 소상공인에겐 직업교육을 통해 안정적 공공·민간일자리를 취업을 지원하는 것도 주요 내용이다.

내년 본격적으로 가동하는 ‘소상공인 힘보탬 프로젝트’는 △신속·간편·장기·저리로 ‘자금보탬+’ △수수료 완화·관료확대로 ‘매출보탬+’ △안정적 경영 환경 조성·사회안전망 강화로 ‘공정보탬+’ △새출발 소상공인 지원으로 ‘새길보탬+’의 4대 분야 19개 핵심사업을 중심으로 추진된다.

동대문관광특구협의회

11월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복)는 11월 동대문패션상권 모범종사자로 스테크노상가 ‘뽐뽐’ 유보미 △(주)평화시장 ‘대창모자’ 박종준 씨를 선정했다.

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

동대문 랜드마크 ‘두산타워’ 주인 바뀌나

마스틴투자운용, 매각 작업 본격화

동대문패션타운의 대표적인 랜드마크인 두산타워가 매물로 나왔다. 투자은행(IB) 업계에 따르면 마스틴투자운용은 최근 부동산 종합 서비스 기업 에스원 등 3개사 컨소시엄을 자문사로 선정하고 두산타워 매각에 본격적으로 나섰다.

마스틴투자운용이 매각에 팔을 걷어 부친 건 두산그룹으로부터 건물을 인수한 지 약 4년 만이다. 내년 ‘마스틴 전문투자형 사모 부동산 투자 신탁 제98호’ 펀드 만기를 앞두고 선제적으로 안정적인 엑시트(자금 회수)에 나선 것으로 풀이된다.

특히 동대문디자인플라자(DDP) 방문객 수가 지난해 1375만 명으로 역대 최고치를 기록하는 한편 두타몰의 외국인 거래액이 늘고, 롯데 피트인이 지난 9월 MZ세대를 겨냥한 ‘던던 동대문’을 오픈하는 한편 등 동대문 상권이 점차 살아나고 있어 매각에 적기라고 판단한

것으로 분석된다. 서울 중심업무지구(CBD)에 위치한 랜드마크 빌딩으로서의 가치도 인정받고 있는 데다 두산그룹과 현대백화점면세점이 들어와 임차구조가 안정적이라는 점도 장점으로 꼽힌다.

1998년 준공된 두산타워는 지하 7층~지상 34층, 연면적 12만2630.26㎡ 규모의 랜드마크 빌딩이다. 두타몰이 지하 2층~지상 5층에 입점해있고, 현대백화점 면세점이 지상 6층~14층, 두산그룹 사무실이 15층~34층에 있다.

한편 두산은 채권단 관리에 들어간 뒤 유동성 확보 노력의 일환으로 지난 2020년 두산타워를 마스틴투자운용에 매각했다. 당시 두산타워 거래 가격은 8000억 원에 달했다. 두산그룹은 마스틴투자운용과 세일 앤드 리스백(매각 후 재임대) 계약도 함께 맺었다. 매각이 이뤄진 뒤에도 임차료를 내고 두산타워를 계속 사용하기 위해서다.



두산타워 전경. 사진제공 : 마스틴투자운용

동대문 패션시장, 음악으로 물들다

DDP서 버스킹 공연 열려

가을의 끝자락에 K-패션의 중심지 동대문패션 도매시장이 음악으로 물들었다. 서울 중구(구청장 김길성)는 지난 11월 19일, 21일, 25일 3일간 저녁 7시부터 10시까지 동대문디자인플라자(DDP)에서 버스킹 공연을 펼쳤다.

이번 버스킹 공연에는 재즈와 인디음악 등 다양한 장르의 아티스트가 참여해 동대문을 찾는 방문객들을 음악으로 맞았다. 동대문 패션시장이 젊은 예술가들의 무대가 되어 공연을 펼치며 시장 상권에 활력을 불어넣은 것.

행사 기간 동안 방문객을 대상으로 경품 이벤트도 진행됐다. 공연을 관람한 후 인증사진을 인스타그램에 게시하면 다양한 경품을 받을 수 있는 기회가 주어졌다. 경품은 동대문패션상인연합회의 후원으로 마련됐다.



DDP에서 펼쳐진 버스킹 공연. 사진제공 : 동대문 바이어라운지

동대문패션 도매시장은 오랜 역사와 패션을 자랑하는 대한민국 대표 상권이지만, 급변하는 유통환경 속에서 새로운 변화의 필요성이 커지고 있다.

구는 동대문 상인들을 위해 온라인 쇼핑몰 개설부터 제품 촬영, 온라인 라이브 방송 진행 등을 지원하며 상인들이 새로운 시장 환경에 적응할 수 있도록 돕고 있다. 또한 해외 판로개척을 지원하는 등 상권 활성화를 위한 다양한 방안을 모색하고 있다.

동대문종합시장에 ‘무신사 스튜디오’ 입점

내년 2월 A·C동 4층에 오픈

동대문종합시장에 무신사가 만든 패션특화 공유오피스 ‘무신사 스튜디오’가 들어선다. 동대문종합시장은 내년 2월 A·C동 4층에 무신사 스튜디오를 오픈할 예정이다.

새롭게 들어서는 무신사 스튜디오 ‘동대문종합시장점’에는 1,600평 규모의 사무실, 촬영스튜디오, 워크룸, 패턴실 등이 설치될 예정이다. 1천명 이상의 디자이너, 패션 브랜드, 프로모션 업체 등이 24시간 연중무휴로 상주하게 된다.

동대문종합시장은 총 8개소의 출입구를 통해 입주업체 종사자들이 시장 내의 다양한 점포에 쉽게 접근할 수 있도록 할 계획이다. 또한, 기존의 풀필먼트 센터는 철거되어 그동안 막혀있던 C동 4층과 N동 4층 사이의 통로가 재개방된다. 이를 위해 지난 달 4일부터 공



동대문종합시장 전경.

사에 들어갔으며 내년 2월 18일 완료를 목표로 하고 있다.

무신사 스튜디오는 무신사의 경영 철학인 ‘브랜드의 실질적인 운영을 돕는 동반성장 전략’에 의거, 중소규모 브랜드를 육성, 발굴하고 지원하기 위해 지어졌다. 패션에 특화된 공간과 서비스를 제공, 디자이너가 본업에 집중할 수 있는 최적의 환경을 조성했다. 지난 2018년 6월 현대시티아울렛에 오픈한 동대문점을 1호점으로 성수점, 한남1호점, 한남2호점, 신당점 등 5개점을 운영하고 있다.

‘지용킴’ 김지용, SFDF 2년 연속 수상

삼성물산 패션부문

삼성물산 패션부문이 운영하는 삼성패션디자인펀드(Samsung Fashion & Design Fund, 이하 SFDF)가 제20회 SFDF 수상자로 ‘지용킴(JiyongKim)’의 김지용 디자이너를 선정했다. 김지용 디자이너는 지난해에 이어 올해 SFDF에서도 30팀의 경쟁자들을 제치고 우승하면서 ‘2년 연속 수상’의 영예를 안았다.

김지용 디자이너는 1990년생으로 일본 문화복장학원(Bunka Fashion College)을 거쳐 영국 센트럴 세인트 마틴(Central Saint Martins)에서 남성복 학사와 석사 학위를 받았다. 김지용 디자이너가 2021년 론칭한 브랜드 ‘지용킴(JiyongKim)’은 실험적이면서 반항적인 현존하지 않았던 패션을 추구한다. 고유의 탈색 기술인 ‘선 블리치(Sun-

bleach)’ 기법을 중심으로 시간과 자연이 만들어내는 지속가능의 가치를 품은 독창적인 디자인을 선보인다.

옷과 원단을 햇빛에 오랜 시간 그을리는 ‘선 블리치’ 기법을 통해 독특한 색조를 탄생시키면서 새로운 미학을 보여준다. 쓸모없다고 여겨지는 빛바랜 원단에서 새 가치를 발견하는 것이다. 더불어 실험적인 패턴 메이킹과 우아한 드레이핑으로 정교한 실루엣을 구현하는 컬렉션을 제안한다.

지용킴은 다양한 콜라보레이션도 활발히 진행하고 있다. 영국 슈즈 브랜드 클락스 오리지널(Clarks Originals), 미군 군수품 납품업체에서 시작된 브랜드 알파 인더스트리(Alpha Industries) 등 패션 브랜드와의 협업뿐만 아니라 이종 산업과의 협업도 전개한다.

SFDF는 삼성물산 패션부문이 지난



제20회 SFDF 수상자 김지용 디자이너가 비이커 청담 플래그십 스토어에 마련된 ‘지용킴’ 팝업 전시에서 포즈를 취하고 있다.

2005년 설립한 국내 최고의 패션 디자이너 후원 프로그램이다. 설립 이후 현재까지 K패션의 글로벌 영향력 확대를 위해 세계 시장에서 주목받는 한국 디

자이너 총 27개 팀을 발굴, 총 380만 달러를 후원했다. 수상자에게는 디자인 창작 활동을 위한 후원금 10만 달러와 국내외 홍보 등 사업 지원이 뒤따른다.

‘르돔’ 온라인 아카이브 베타 버전 오픈

한국패션산업협회

한국패션산업협회(회장 성래은, 이하 협회)가 최근 산업통상자원부 지원으로 운영하고 있는 K-패션 대표 쇼룸 ‘르돔’의 온라인 아카이브의 베타 버전을 오픈했다. 르돔 온라인 아카이브는 K-패션 브랜드와 국내외 바이어를 연결하는

B2B 플랫폼으로 400개 이상의 K-패션 브랜드가 입점되어 있다.

입점 브랜드의 기본 정보 및 룩북을 한눈에 확인 할 수 있으며 다국어 지원, 글로벌 맞춤형 로그인 방식 설계 등 해외 비즈니스에 최적화된 UX·UI를 제공한다.

내년 1월말 정식 오픈을 준비하고 있

으며 모바일 버전, 글로벌 이슈 등 콘텐츠 기능 추가를 통해 K-패션 브랜드의 대표적인 B2B 플랫폼으로서의 활약이 기대된다.

협회는 지난 2014년부터 10여 년 간 상설 쇼룸으로 운영한 동대문 패션비즈니스센터에서의 르돔 운영을 중단하고 온라인 아카이브와 국내 주요 패션 상권에서의 B2B, B2C 팝업 스토어 운영을 통해 K-패션 브랜드의 국내외 판로 개척을 확대할 예정이다.



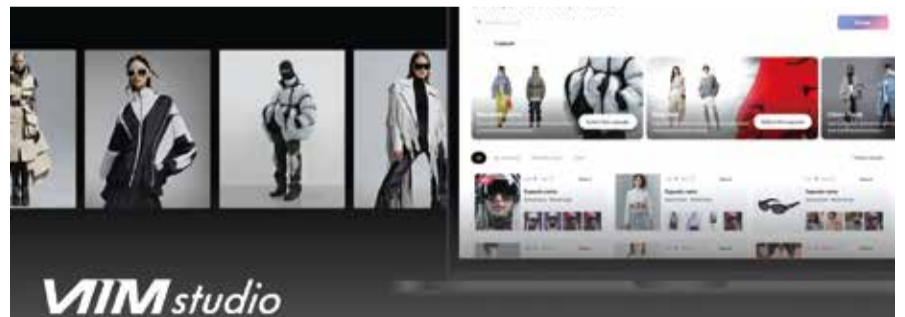
‘빔스튜디오’ 베타 서비스 출시

AI 디자인 어시스턴트

패션 AI 스타트업 바이스벌사(VICEVERSA)가 패션디자이너와 기획자를 위한 혁신적 인공지능(AI) 기반 디자인 어시스턴트 ‘빔스튜디오(VIIMstudio)’ 베타서비스를 출시했다.

빔스튜디오는 AI와 창의적 디자인 학습 모델을 결합, 디자이너가 상상력을 극대화하며 다양한 디자인을 시각화할 수 있는 도구로 설계됐다. 디자이너들이

기획 업무 시 레퍼런스를 찾거나 새로운 디자인의 창작을 위해 소요되는 시간을 줄여주는 AI 디자인 어시스턴트 서비스다. 가장 큰 특징은 단순히 AI로 이미지를 생성하는 것이 아니라 디자이너가 의도한 스타일을 AI가 학습하고 맞춤형 디자인을 생성하는데 있다. 빔스튜디오에서는 다양하고 최신화 된 패션 스타일을 학습한 AI 모델인 ‘캡슐’을 제공하며, 베타서비스 기간 동안 사용자는 이 캡슐들을 무료로 이용할 수 있다.



디자이너는 하나의 스타일 캡슐을 선택해 새로운 디자인을 창작하거나, 두 개의 캡슐을 동시에 활용해 실험적이고 창의적인 조합을 시도할 수 있다. 다양한 스타일 캡슐을 통해 디자인 영감을 얻고, 기획에 필요한 레퍼런스와 아이디어

를 효율적으로 확보할 수 있다.

또한, 디자이너가 직접 원하는 스타일이나 브랜드 룩북을 AI로 학습해 각자의 아이덴티티에 맞는 맞춤형 캡슐을 생성하고, 이를 기반으로 원하는 디자인을 시각화하는 기능도 지원될 예정이다.

‘신상마켓’ 글로벌 서비스 론칭

53개국에 직배송 서비스 선배

딜리셔스(대표 김준호, 정창한)가 패션 도소매 거래 플랫폼 ‘신상마켓’의 글로벌 서비스를 론칭하며 새로운 도약에 나섰다. 딜리셔스는 K-패션의 상징인 동대문패션타운을 본거지로 한국 내 1위 패션 도소매 거래 플랫폼 신상마켓의 운영사다.

신상마켓은 동대문 도매 사업자 80% 이상이 이용하며 2.8초에 한 번씩 도소매간 거래가 일어나는 패션 B2B 플랫폼으로, 사용자 재방문율은 도매 93%, 소매 90%에 달한다. 이미 동대문에서는 ‘신마’라는 애칭으로 불리며 패션 도소매사업자들에게 반드시 필요한 거래 플랫폼으로 자리매김했다.

지난 2022년 중국과 일본에 진출한

신상마켓은 2년 만에 글로벌 누적 거래액 200억 원을 달성하며 빠른 성장을 기록했다. K-팝의 인기가 급증하며 K-패션에 대한 관심도 전 세계적으로 커지고 있지만 정작 비아시아 지역에서는 한국 패션 상품을 수급하기 쉽지 않아 글로벌 소매 사업자들의 어려움이 컸다.

이에 글로벌 소매 사업자들의 요청을 반영해 딜리셔스는 최근 전 세계 53개국에 신상마켓 글로벌 직배송 서비스를 선보였다. 덕분에 서울에 직접 가지 않고도 K-패션을 신상마켓 어플리케이션과 웹에서 바로 구매해 보관, 배송, 수입 통관까지 경쟁력 있는 비용으로 한 번에 진행할 수 있다.

신상마켓은 한국 패션 상품 소싱에 난항을 겪어온 글로벌 소매 사업자들



에게 간편한 구매 대행 솔루션을 제공할 뿐만 아니라 초기 사업비용에 대한 부담을 획기적으로 줄여줄 것으로 보인다.

딜리셔스 정창한 대표는 “동대문과 함께 성장한 신상마켓이 이제 도매 사

업자 분들께 글로벌 판로 확장과 매출 상승의 기회를 제공해 드리게 되어 기쁘다”며 “K-팝, K-뷰티와 더불어 K-패션의 저력을 전 세계에 알릴 수 있는 발판을 딜리셔스가 만들겠다”고 말했다.

패션 기업 카드결제 금액 무신사 톱

지난 10월 패션 기업 카드결제 금액은 무신사가 가장 높은 것으로 나타났다.

앱 리테일 분석 서비스 와이즈앱·리테일·굿즈가 최근 발표한 패션 기업 카드결제 금액 톱10에 따르면 무신사의 10월 카드 결제기업은 전월대비 19% 증가한 2,044억 원으로 나타났다.

이어 크림, 유니클로, 카카오스타일, 에이블리, 한섬, LF, 자라, SSF SHOP, 코오롱 인더스트리 등이 톱10에 올랐다.

특히 네이버 계열사인 한정판 거래 플랫폼 크림의 카드결제 금액은 전월 대비 13% 증가한 1,136억 원으로 무신사와 함께 1천억 원을 넘겼으며, 유니클로는 전월대비 가장 높은 57% 증가

순위	기업명	카드결제 금액	지난달 대비 증가율	1인당 결제 단가	재구매율 (지난 월 구매)	결제자 대비 (남:여)
1	무신사	2,044억 원	▲ 19%	13만 원	33%	36:64
2	크림	1,136억 원	▲ 13%	42만 원	20%	63:37
3	유니클로	891억 원	▲ 57%	9.4만 원	18%	45:55
4	카카오스타일	665억 원	▲ 22%	9.3만 원	40%	5:95
5	에이블리	627억 원	▲ 17%	8.3만 원	38%	14:86
6	한섬	582억 원	▲ 19%	43만 원	26%	20:80
7	LF	527억 원	▲ 30%	28만 원	28%	33:67
8	ZARA	503억 원	▲ 13%	17만 원	17%	25:75
9	SSF SHOP	431억 원	▲ 32%	22만 원	26%	27:63
10	코오롱 인더스트리	402억 원	▲ 101%	26만 원	20%	46:54

한 891억 원을 기록했다.

카카오스타일, 에이블리 등 빅3 패션 플랫폼의 카드결제 금액도 두 자릿수 신장하며 600억 원대를 기록했으며, 한섬, LF, SSF SHOP, 코오롱 인더스트리 등 패션 대기업들이 그 뒤를 이었다.

일본 패션 플랫폼 ‘아무드’ 고공행진

1년 만에 거래액 3배 이상 성장

스타일 커머스 에이블리(대표 강석훈)가 운영하는 일본 패션 플랫폼 ‘아무드(amood)’가 국내 셀러의 해외 진출을 돕는 ‘원스톱’ 글로벌 진출 서비스 론칭 1년 만에 거래액이 3배 이상 성장했다.

아무드는 에이블리의 첫 번째 글로벌 서비스로, 일본판 여성 쇼핑 플랫폼이다. 아무드는 지난해 7월 베타 서비스를 시작으로 같은 해 10월, 국내 셀러의 해외 진출에 필요한 △상세 페이지 번역 △결제 △통관 △물류 △현지 마케팅 등 전 과정을 대행하는 ‘원스톱’ 글로벌 진출 서비스를 공식 오픈했다.

기존 에이블리 풀필먼트 솔루션의 사업 모델, 물류 인프라, 빅데이터 기반 운영 노하우 등을 그대로 적용해 해외 진출 과정에 있어 셀러 편의성을 강화한 점이 특징이다. 최근 3개월(8~10월) 아무드 거래액은 전년 동기 대비 5배 가까이(381%) 성장했으며, 글로벌 진출 서비스 론칭 1년 만인 10월 거래액은 전년 동기 대비 3배 이상(210%), 판매 상품 수도 3배 가까이(182%) 늘었다. 손쉬운 해외 진출 및 마켓 운영 환경은 물론 일본 내 지속되는 K패션 열풍과 함께 아무드 셀러의 성공 사례가 이어지며 10월 아무드 입점 판매자 수는 전년 동기 대비 3배(200%) 증가했다.



행사



서울라이트 DDP 2024 겨울
“5 Cheers! : 희망의 응원 릴레이”



전 세계를 누비며 활동하는 5명의 캐릭터들이 모여 연말 공연을 선보인다.

- 일 정 : 2024년 12월 19일~12월 31일
- 장 소 : DDP 전면 *어울림광장 및 디자인거리 관람가능
- 시 간 : 19:00~21:30
- 관람비용 : 무료

서울라이트 DDP : 새해맞이 카운트다운



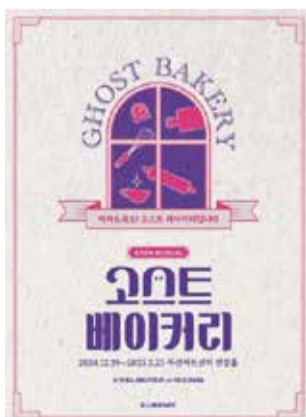
카운트다운의 새로운 명소, DDP에서 즐기는 단 한번의 이벤트. 올해도 화려한 불꽃과 함께 젊고 에너지 가득한 무대로 새해를 맞는 환희와 설레임을 선사한다. 레이저와 조명이 DDP 전체를 다채로운 빛으로 물들이며, 지나온 날들을 되새기고 새해를 맞는 설레임을 표현하는 특별 미디어 파사드까지. 오직 DDP에서만 경험할 수 있는 특별한 순간들로 화려한 새해를 맞이해 보자.

- 일 정 : 2024년 12월 31일~2025년 1월 1일
- 장 소 : DDP 전면 *어울림광장 및 디자인거리 관람가능
- 시 간 : 12월 31일(화) 23:00~1월 1일(수) 01:30
- 관람비용 : 무료

공연



뮤지컬 ‘고스트 베이커리’



- 일 자 : 2024년 12월 19일~2025년 2월 23일
- 장 소 : 두산아트센터 연강홀
- 공연시간 : 화~목 19시 30분 / 수, 금 15시, 19시 30분 / 토 15시, 19시 / 일 및 공휴일 14시, 18시 (월 공연 없음)
- 티켓가격 : R석 9만원 / S석 7만원
- 소요시간 : 110분(인터미션 없음)
- 문 의 : 070-4190-1289

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

ICONS OF URBAN ART

어반아트: 거리에서 미술관으로



- 일 자 : 2024년 10월 2일~2025년 2월 2일
- 관람시간 : 10:00~19:00 (입장마감 18:30)
- 티켓가격 : 일반 20,000원, 청소년 15,000원, 어린이 12,000원
- 전시장소 : 충무아트센터 갤러리 신당
- 전시작가 :뱅크시, 스페이스 인베이다, 배리 맥기, 리차드 햄블턴 등
- 문 의 : 1533-2738
- 예 매 처 : 인터파크, 카카오톡 예약하기, 29CM

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
디자이너크럽	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	02-2283-2002
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

헬더(토탈)

주간/정규직/여/1996년생 이상/7년 이상/12월25일/010-9136-7825/cello613@Naver.com

apM VERGAMOT(여성복)

주간/정규직/무관/없음/10년 이상/12월25일/010-8684-7267/vergamot.kr@gmail.com

디오트(토탈)

주간/아르바이트/여/1992년생 이상/3년 이상/12월25일/010-3913-1593/kira1214@naver.com

디오트 2층(다이마루)

야간/정규직/무관/1994년생 이상/무관/12월25일/010-6379-6356/rlath63@naver.com

gram506(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/12월25일/010-48-3263/jms0420@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/여/1999년생 이상/3년 이상/12월15일/010-9188-6971/sey8075@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/1997년생 이상/무관/12월24일/010-9000-9813/hongddack12@naver.com

누존(남성복)

무관/정규직/남/없음/무관/12월24일/010-9427-0991/kgwk008@naver.com

apM(여성복)

주간/아르바이트/여/1990년생 이상/5년 이상/12월31일/010-5118-5740/different.of.y@gmail.com

HELVETICA(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/12월22일/010-7299-7689/yake6165@gmail.com

us(여성복)

주간/아르바이트/여/1996년생 이상/4년 이상/12월22일/01066711516/vintage1942@naver.com

apMLAKE(여성복)

주간/정규직/여/1988년생 이상/6년 이상/12월22일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

누존 룸(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/12월31일/010-5212-9508/hanwnduq@naver.com

apM릭스 2층(여성복)

주간/아르바이트/여/00년생 이상/10년 이상/12월19일/010-9383-8020/pcs8020@naver.com

청평화(여성복)

주간/정규직/여/없음/7년 이상/12월19일/010-5206-7316/moris74@hanmail.net

RIETTE(여성복)

주간/정규직/무관/없음/3년 이상/12월19일/010-5406-2235/riettekr@gmail.com

엑스앤제이(캐주얼)

주간/정규직/여/1995년생 이상/신입/12월20일/010-2636-9319/xnj@xnj.co.kr

퀵드에이(남성복)

주간/정규직/무관/없음/3년 이상/12월31일/010-5558-5446/jaydkim86@naver.com

MONIQUE(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/12월19일/010-5429-4163/monique4163@naver.com

스네치(남성복)

야간/정규직/남/2000년생 이상/무관/12월18일/010-8200-2694/limjaeyoung13@hanmail.net

EITHER(여성복)

주간/정규직/여/1996년생 이상/3년 이상/12월31일/010-4593-2034/jayxjay@hanmail.net

grass(남성복)

주간/정규직/무관/1990년생 이상/2년 이상/12월31일/010-6778-4755/grass2598@naver.com

가네스라(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/12월31일/032-719-3598/8915pjh@naver.com

프롬헤드투토(토탈)

주간/아르바이트/여/없음/3년 이상/12월18일/010-2743-1107/idealer@hanmail.net

ROCOCO(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/12월17일/010-2622-5465/rococo208@naver.com

판매사원

제일평화(여성복)

야간/정규직/남/1983년생 이상/무관/12월31일/010-6354-6382/largomatata@naver.com

클로스(여성복)

야간/정규직/여/없음/3년 이상/12월31일/010-7764-6943/cloth720@naver.com

주에드(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/5년 이상/12월31일/010-4757-6606/ydh0538@naver.com

플랫폼(토탈)

야간/정규직/여/1990년생 이상/2년 이상/12월31일/010-2228-5916/hanugi123@gmail.com

Ms(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/12월30일/010-9943-1504/tmfqlznl00@naver.com

남평화

야간/정규직/무관/2004년생 이상/무관/12월30일/010-3544-4034/d2_company@naver.com

릭스벨리타(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/5년 이상/12월30일/010-5587-2236/gogogoyaya89@naver.com

우드세이지(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월21일/010-8645-7611/nni09@naver.com

스네브(SUNEV)

야간/정규직/여/1991년생 이상/2년 이상/12월25일/010-4150-2378/sunev2208@gmail.com

제일평화(여성복)

야간/아르바이트/여/1980년생 이상/무관/12월12일/010-2244-4651/leeju3465@naver.com

베이직(여성복)

무관/정규직/여/1972년생 이상/무관/12월19일/010-9118-4892/benzamin72@naver.com

디오트 4층(토탈)

야간/정규직/여/1988년생 이상/무관/12월19일/010-4040-0065/if_you1007@naver.com

DDP패션몰 1층(토탈)

야간/정규직/여/1985년생 이상/2년 이상/12월16일/010-5245-6494/ad3118@naver.com

apM

야간/정규직/무관/1992년생 이상/무관/12월14일/010-7259-1513/object701@naver.com

디오트 프라다(여성복)

야간/정규직/남/없음/3년 이상/12월14일/010-2778-0890/fine01225@naver.com

청평화디오트(여성복)

야간/정규직/남/1991년생 이상/1년 이상/12월14일/010-9394-2025/hyhy91@naver.com

토리(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/12월12일/010-4799-9168/lee777sh@hanmail.net

깜쥬(여성복)

야간/정규직/남/1987년생 이상/5년 이상/12월14일/010-4623-8341/kkamjjuu254@naver.com

디디어패럴(하의)

무관/정규직/무관/1987년생 이상/12월13일/010-8732-4981/tlssusgh@naver.com

디오트(토탈)

야간/정규직/여/1989년생 이상/3년 이상/12월12일/010-7319-1112/ranking1@naver.com

엑스투투

야간/정규직/여/1987년생 이상/2년 이상/12월11일/010-3734-5106/gksdud0427@naver.com

A LOT(여성복)

무관/정규직/여/없음/무관/12월11일/010-2107-6619/alot_seoul@naver.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/무관/2000년생 이상/무관/12월15일/010-4799-9483/kosoo1982@naver.com

서울시 브이커머스 스튜디오

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



동대문 상권 전용 C 스튜디오

방문 전 전화로 가능한 시간 확인 후 내방
사업자 등록증 1회 제출 필수
최대 4시간 예약 가능

현장 접수 가능 시간 10:00~20:00
스튜디오 마감 21:30 이후 이용 불가

(중복 예약 문제로 C룸 네이버 예약은 오픈하지 않습니다.)

서울시 브이커머스 스튜디오

02-6270-1333

서울특별시 중구 마장로 22 DDP패션몰 4층(신당동 251-7)

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

www.svcs.kr



예약하기 QR

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



(사)동대문패션타운관광특구협회



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

