

## 04 커버스토리

2025년 스타일·패션·유통 산업 키워드

## 08 기획

올해 산업부·서울시 섬유패션 지원 정책

## 10 행사

'2025 F/W 서울패션위크' 2월 5~9일 개최



### 2025 스타일 트렌드 키워드 H.A.R.M.O.N.Y

다양한 취향이 조화롭게 어우러지는 한 해

<b>H</b> Heartwarming Item	<b>A</b> AI-based Personalized Shopping	<b>R</b> Rise of Beauty Accessories	<b>M</b> Mix-and- match Spiritwear	<b>O</b> Off-season Purchase	<b>N</b> Nifty Beauty	<b>Y</b> Yummy Dopamine
----------------------------------	--	---	---	------------------------------------	--------------------------	-------------------------------

마음 따뜻해지는 무허덕 상품 인기	AI 기반 개인화 쇼핑 시대	뷰티 액세서리 급부상	스포츠 웨어와 일상복의 조합	역시론 의류 소비 증가	실용적인 뷰티 소비	간식에서 찾는 도파민
-----------------------	--------------------	----------------	--------------------	-----------------	---------------	----------------

ABLY



# 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



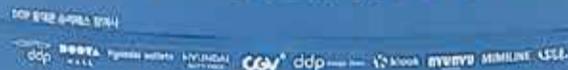
## ‘DDP 동대문 슈퍼패스’ 사용하고 혜택 받으세요

DDP(동대문디자인플라자) 주변 동대문 상권 활성화를 위해 동대문 지역 맛집과 멋집의 할인 정보를 담은 ‘DDP 동대문 슈퍼패스’ 래핑광고가 동대문역사문화공원역에 등장했다. 서울디자인재단이 발행한 ‘DDP 동대문 슈퍼패스’에는 DDP 내부의 전시 및 디자인 상품과 식당 할인은 물론 현대아울렛·두타몰·현대백화점 면세점 등에서 이용할 수 있는 할인권과 주차권·무료 음료권 등을 제공한다. 내국인은 카카오톡 채널을 통해 쉽게 할인권을 내려 받을 수 있고, 외국인은 주요 관광안내소에서 종이 쿠폰북을 받아 현장에서 즉시 사용할 수 있다.

매달 동대문 쇼핑과  
핫플의 혜택이 와르르!

DDP  
동대문  
슈퍼패스

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

DDP 동대문 슈퍼패스 참가사  


카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가

카카오톡 채널 'DDP 동대문 슈퍼패스' 검색 ▶ 친구 추가



### 표지 설명

동대문패션타운에 봄 상품이 조금씩 선보이며 새로운 시즌을 알리고 있다. 이번 호에서는 주요 스타일 커머스 플랫폼과 패션업체 및 유통 기관들이 제시한 올해 스타일·패션·유통 산업 키워드와 산업부와 서울시의 섬유패션 지원 정책 등을 주요 기사로 다루었다. (표지 바탕사진 @gettyimagesbank)

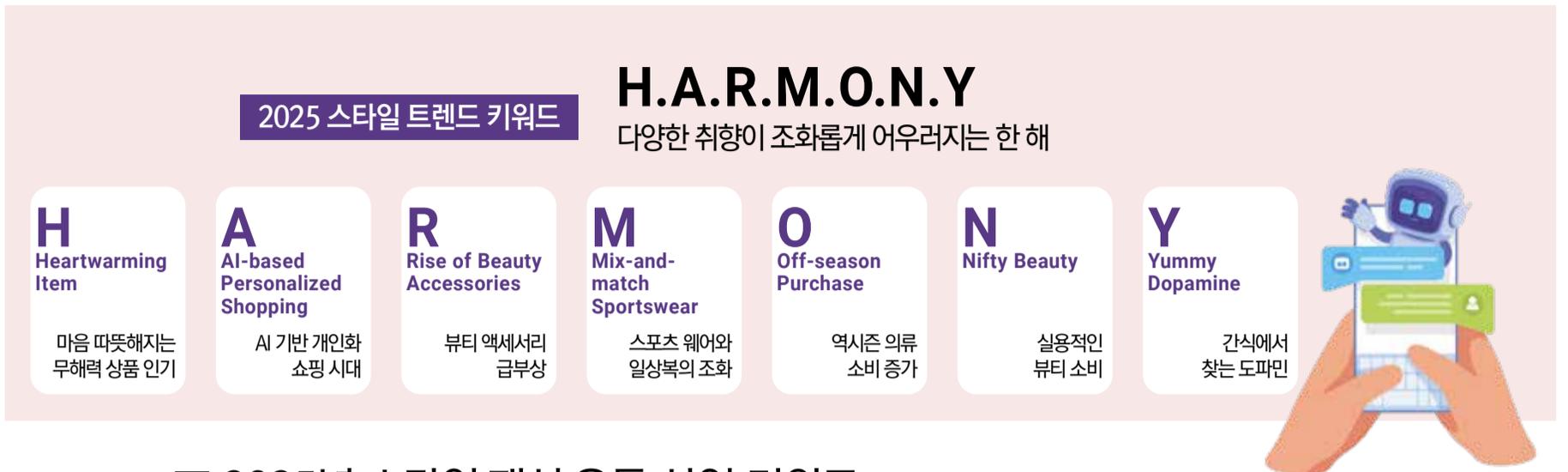
등록번호 종로 라00563 발행일 2025년 2월 1일

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



## ■ 2025년 스타일·패션·유통 산업 키워드

# ‘AI(인공지능) 기반 개인화 쇼핑’ 시대 가속화

### 에이블리, 2025년 스타일 트렌드 ‘HARMONY’ 선정

- 패션** 스포츠웨어 일상화·역시즌 의류 소비 증가
- 뷰티** 실용적인 뷰티 소비 추구·뷰티 액세서리 급부상
- 라이프** 간식에서 찾는 도파민·캐릭터 콜라버 인기

2025S/S(봄·여름) 시즌을 앞두고 동대문패션타운에도 신상품이 조금씩 선보이고 있다. 본격적인 봄 상품은 설 이후인 2월부터 나올 예정이지만 일부 매장은 일찌감치 신상품을 출시, 새 시즌을 맞고 있다. 이에 발맞춰 주요 스타일 커머스 플랫폼과 패션업체 및 유통 기관들이 관련 키워드를 제시하며 올해 유행 경향과 소비 트렌드를 전망했다.

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일커머스 플랫폼 ‘에이블리’는 2025년 스타일 트렌드로 ‘HARMONY(하모니)’를 선정했다.

‘H.A.R.M.O.N.Y.’는 월 900만 명 이상(MAU)의 버티컬 커머스 1위 규모 사용자로부터 쌓인 스타일 빅데이터 기반 올해 소비 동향 및 트렌드를 집약한 키워드로, △Heartwarming Item(마음 따뜻해지는 무해력 상품 인기) △AI-based Personalized Shopping(AI 기반 개인화 쇼핑 시대) △Rise of Beauty Accessories(뷰티 액세서리 급부상) △Mix-and-match Sportswear(스포츠 웨어와 일상복의 조합) △Off-season Purchase(역시즌 의류 소비 증가) △Nifty Beauty(실용적인 뷰티 소비) △Yummy Dopamine(간식에서 찾는 도파민)을 의미한다.

에이블리는 패션, 뷰티, 라이프, 푸드 등 성공적인 카테고리 확장 행보를 보여주고 있는 만큼, 소비자가 에이블리를 통해 다양한 카테고리 취향을 ‘조화

롭게’ 아우르는 한 해가 되길 바라는 마음을 담았다. 고물가와 함께 경기 침체가 지속되고 있는 가운데, 2025년에도 입점 셀러와 ‘화합’을 이루며 마켓 매출 성장을 이끌고, 고객에게는 더 만족스러운 쇼핑 경험을 선사하겠다는 목표도 반영했다.

카테고리를 불문하고 ‘마음 따뜻해지는 무해력 상품(Heartwarming Item)’의 인기가 지속될 전망이다. 지난해 에이블리 뷰티 내 ‘뽀아X짱구’, ‘더블유드레스룸X보노보노’, ‘어퓨X춘매’, ‘코드글로컬러X미니니’, ‘페리페라X카드캡터체리’, ‘키스미X마찌’ 등 작고 무해한 매력의 캐릭터 콜라버 상품이 높은 인기를 끌었다. 라이프 카테고리에서도 ‘누누씨’, ‘슈야도야’, ‘우주먼지’, ‘포시러브’, ‘햄깡’ 등 SNS상에서 화제를 모은 일러스트 캐릭터와 손잡고 진행된 온라인 팝업 스토어가 흥행에 성공했다.

초개인화 시대에 접어들며 ‘AI(인공지능) 기반 개인화 쇼핑(AI-based Personalized Shopping)’ 시대에 한 발

더 가까워질 것으로 보인다. 에이블리는 론칭 초기부터 업계 최초로 자체 개발한 ‘AI 개인화 추천 기술’을 적용해 단순 랭킹 순이 아닌, 취향 기반 상품 추천 서비스를 제공하고 있다. ‘생성형 AI’ 기술을 활용해 온라인으로 옷을 가상 시착해 볼 수 있는 ‘AI 프로필’, 텍스트 대신 사진으로 원하는 상품을 찾는 ‘AI 사진 검색’ 기능을 도입해 고객 구매 결정을 돕는 데 기여하고 있다.

화장품을 반지, 키링 등 액세서리처럼 착용하는 ‘뷰티 액세서리(Rise of Beauty Accessories)’ 트렌드가 급부상했다. ‘어뮤즈’의 ‘반지 립밤’, ‘아임미미’의 ‘컬러 키링 워터 젤 틴트’ 등 시간과 장소에 관계없이 사용 가능한 형태의 뷰티 상품이 이목을 끌었다. 최근 한 달(24년 12월 20일~25년 1월 19일) 에이블리 내 ‘립밤 키링’ 검색량은 37.5배(3,653%), ‘립밤 홀더’는 약 7.6배(666%) 증가하는 등 립밤 꾸미기 상품에 대한 관심도 늘었다.

패션 카테고리에서는 ‘스포츠 웨어와 일상복의 조합(Mix-and-match Sportswear)’이 보다 일상화될 전망이다. 지난해까지 운동복의 활동성과 일상복의 스타일리시함을 겸비한 ‘애슬레저룩’이 인기였다면, 올해는 ‘레깅스와 블레이저’, ‘트레이닝 팬츠와 셔츠’ 조합 등 단순 활동성이 아닌, 운동복 자체가 지닌 멋스러움을 강조하기 위해 일상복과 매치하는 추세가 짙어질 것으로 보인다.

‘역시즌 의류 소비(Off-season Purchase)’ 수요도 증가하고 있다. 지난해 여름(7~8월) 에이블리 내 ‘떡볶이 코

트’ 검색량은 2배 이상(112%) 늘었으며, ‘리버시블(양면) 패딩’과 ‘패딩 바지’ 키워드도 각각 60% 많이 검색됐다. 고물가에 시즌이 지난 이월 상품을 저렴하게 구매하고자 하는 수요가 늘며 한여름에도 겨울 상품을 찾는 것으로 분석된다. 패딩, 코트 등 비교적 단가가 높은 겨울 헤비 아우터에서 역시즌 수요가 두드러진 점이 특징이다.

고가의 명품 대신 가성비를 추구하는 ‘듀프 소비’ 트렌드에 가격, 용량 등의 측면에서 ‘실용적인 뷰티 소비(Nifty Beauty)’를 추구하는 경향이 지속되고 있다. 지난해 10월, 에이블리는 투쿨포스쿨의 다이소 전용 브랜드 ‘TAG(태그)’를 이커머스 최초 론칭하고, 단독 상품 라인업을 저렴한 가격대에 선보이며 대표적인 ‘온라인 가성비 뷰티’ 채널로 자리 잡았다. 가격뿐 아니라 본 상품에서 크기만 축소된 ‘미니 뷰티(소용량 화장품)’ 상품도 대세다. ‘미니 틴트’, ‘미니 쿠션’ 등 용량 부담 없이 구매 가능하며, 휴대하기 편하다는 점이 잘파세대를 사로잡은 것으로 보인다.

‘두바이 초콜릿’, ‘밤 티라미수’, ‘수건 케이크’ 등 ‘간식에서 도파민을 찾는(Yummy Dopamine)’시대가 도래했다. 최근 한 달 검색 데이터 분석 결과, SNS 화제 간식 ‘쫄독 쿠키’ 검색량은 전년 동기 대비 2,680배 늘었으며, ‘수건 케이크’ 검색도 210배 증가했다. ‘까먹는 젤리’(547%)와 ‘레터링 케이크’(55%)도 많이 검색됐다. 패션, 뷰티를 넘어 음식도 새로운 개성 표현의 수단으로 여기는 잘파세대 간식 문화가 지속될 것으로 보인다.

# ‘지속 가능성’과 ‘혁신’ 중심 새로운 흐름 제시

LF, 올해 패션 트렌드 키워드 ‘THREADS’ 선정  
고객 취향과 마이크로 트렌드 서로 긴밀히 연결

생활문화기업 LF가 2025년 패션 트렌드를 아우르는 키워드로 ‘스레드(THREADS)’를 선정했다.

‘스레드(Threads)’는 ‘실’, ‘실을 꿰다’는 의미의 영어 단어로, 실이 엮여 하나의 옷을 만들 듯이 다양한 마이크로 트렌드와 고객들의 취향이 촘촘하게 연결되는 변화무쌍한 패션 시장을 반영한 2025년 트렌드 예측을 담고 있다. ‘THREADS’는 각각 T(Timeless Classic), H(High Performance), R(Revolutionary Items), E(Eco-Friendly Fashion), A(Accessibility), D(Digital Transformation), S(Scalable Growth)를 의미하는 키워드의 첫 글자를 따왔다. 푸른 뱀의 해인 을사년이지닌 변화와 재생의 상징성을 담아, 이 키워드는 ‘지속 가능성’과 ‘혁신’을 중심으로 변화하는 패션 시장의 새로운 흐름을 제시한다.

## 타임리스 클래식

(Timeless Classic) :

시간이 지나도 변하지 않는  
‘클래식’의 가치 재조명

올해도 고환율과 사회적 불확실성 등 경기 침체가 예고되면서 유행에 구애받지 않는 ‘클래식 패션’의 가치가 더욱 높아질 전망이다. 이에 따라 클래식 아이템은 단순한 유행을 넘어 시대를 초월한 가치를 지닌 스타일로 자리매김하며, 앞으로도 그 중요성이 더욱 강조될 것으로 예상된다.

## 하이 퍼포먼스

(High-performance) :

고기능성 스포츠웨어의 부상

‘헬스플레저’(건강과 재미를 동시에 추구하는 것) 트렌드 확산에 따라 고기능성 아웃도어 및 스포츠 브랜드들이 주목 받을 전망이다. LF 관계자는 “고기능성과 퍼포먼스는 기본, 스타일 또한

감각적이고 개성 있는 브랜드들이 더욱 주목받을 것”이라고 말했다.

## 혁신 아이템

(Revolutionary Items) :  
마이크로 트렌드를 겨냥할  
독창적인 제품의 탄생

‘옴니보어(Omnivore; 잡식성)’, ‘마이크로 트렌드(Micro Trend)’와 같은 새로운 흐름에 맞춰 패션 브랜드들은 다양한 취향과 개성을 존중한 혁신 아이템 출시에 공을 들이고 있다.

일례로 LF의 ‘아떼 바네사브루노 액세서리’는 하나의 아이템으로 다양한 연출이 가능한 혁신적인 멀티 유즈(multi-use) 아이템을 25SS 대표 라인업으로 내세운다. 최근 출시한 신제품 ‘봉봉백’은 슬링 숄더, 백팩, 슬링백, 숄더백 4가지 스타일로 연출할 수 있는 창의적인 제품으로, 2030대의 다양한 취향을 반영한 아이템으로 주목 받고 있다.

## 환경을 고려한 패션

(Eco-Friendly Fashion) :

지속 가능한 패션,  
환경/동물과 공존하는 행보

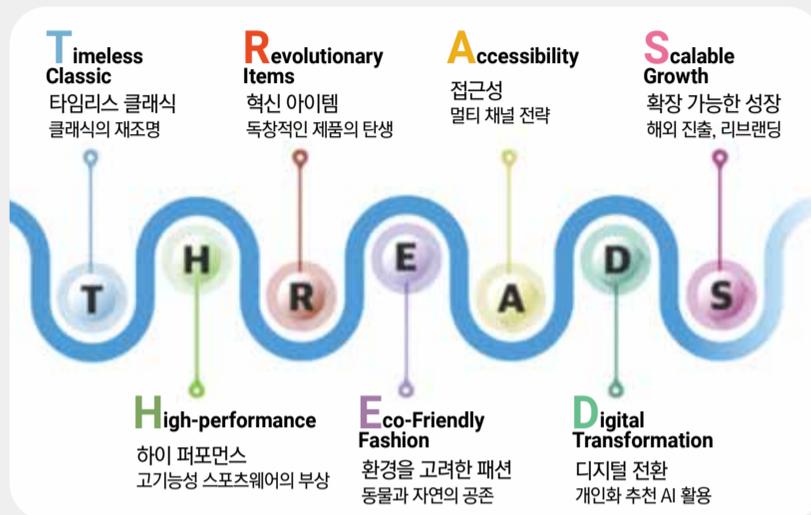
‘지속 가능한 패션’, ‘가치 소비’, ‘자연과의 공존’에 대한 소비자 눈높이가 높아짐에 따라 이를 반영한 패션 브랜드들의 다양한 행보도 주목된다.

‘헤지스’는 올해도 지속 가능한 미래를 향한 브랜드의 책임감 아래 친환경 포장재 도입 확대, 식물 샘플 제작 대신 3D 디자인 프로그램 활용, 반려동물 복지 증진을 위한 ‘해피피피 캠페인’ 등을 통해 환경과 동물 복지를 고려한 다양한 활동을 통해 브랜드의 진정성을 가치 있게 전달한다는 계획이다.

## 접근성(Accessibility) :

다채로운 채널 전략으로  
고객 접근성 강화

## 2025 패션 키워드 T.H.R.E.A.D.S



‘헤지스’ 2025SS 런던 패션위크 런웨이 모습.

다변화된 고객 취향과 트렌드에 맞춰 브랜드들은 오프라인, 온라인, 팝업스토어 등 다양한 채널을 결합해 접근성을 대폭 강화하는 추세다. 이제 고객들은 고정 매장 뿐만 아니라 팝업스토어, 온라인 공식몰, SNS 채널 등 다양한 접점을 통해 브랜드와 상호작용한다. 이에 따라 많은 패션·뷰티 브랜드들은 2030대 소비자들의 취향에 맞춘 다채로운 채널로 고객 접점을 지속 확장하고 있다.

## 디지털 전환

(Digital Transformation) :

개인화 추천과 AI 활용으로  
트렌드에 신속 대응

급변하는 국내 패션 시장에서 경쟁력을 유지하고 미래 잠재 고객을 효과적으로 공략하기 위해, 패션 업계는 ‘디

지탈 전환’을 핵심 전략으로 삼고 있다.

LF의 라이프스타일 전문몰 LF몰은 올해 △개인화 상품 추천 △원클릭 결제 △AI 기반 리뷰 시스템 △상품 상세 정보 자동화 등 디지털 전환에 발맞춘 기술 고도화를 통해 고객 맞춤형 서비스를 더욱 강화할 예정이다.

## 확장 가능한 성장

(Scalable Growth) :

‘해외 진출’, ‘리브랜딩’  
전략을 통한 브랜드의 재도약

현 시점 포화 상태인 국내 패션 시장에서 새로운 돌파구를 찾기 위해 내수 브랜드들은 적극적인 해외 진출과 기존 브랜드의 리브랜딩을 통해 타깃 고객을 확대하고 재도약을 꾀하는 사례들이 늘어날 전망이다.



# “불확실성에 ‘생존’ 먼저 ... ‘뉴 비즈니스’ 모델 찾아라”

## 2025년 유통시장 5대 키워드

AI와 K-컬처서 돌파구, ‘가격중시 소비’ 대응 필요  
대한상의, 소비시장 5대 키워드 ‘S.N.A.K.E.’ 제시

S (Survival)	N (Next Biz model)	A (AI)	K (K-culture)	E (Economical consumption)
경기 둔화, 불확실 고조에 ‘생존이 먼저’	경쟁심화에 차세대 ‘Biz모델 및 수익성모델’ 찾는다	‘AI’ 통해 비용 낮추고 운용효율성 높인다	‘K-컬처’에서 성장 돌파구 엿본다	저성장애 소비자 ‘가격중시’ 뚜렷해져

올해 소비시장의 트렌드를 엿볼 수 있는 5대 키워드가 나왔다. 대한상공회의소(회장 최태원)는 최근 ‘2025 유통산업 백서’를 발간하고, 푸른 뱀의 해인 2025년 소비시장의 키워드로 ‘S.N.A.K.E’를 제시하면서 “경기침체와 불확실성 고조에 생존(Survival) 경쟁이 더욱 치열해진 만큼 유통기업은 차세대(Next) 비즈니스모델과 수익모델을 찾아야 한다”며 “AI와 K-컬처에서 성장 돌파구를 찾고, 가격중시 소비 트렌드(Economical consumption)에도 적극 대응할 필요가 있다”고 밝혔다.

로 전망된다.

### N(Next Biz 모델): 차세대 수익모델 찾아야

소비시장 성장이 둔화하고 갈수록 가격경쟁이 치열해지면서 새로운 사업모델 개발과 추가 수익모델 개발에 박차를 가할 전망이다. 상품 판매로 수익을 내기가 어려워지면서 지속가능한 성장에 한계에 직면하고 있는 가운데, 유통기업들은 무엇보다 오프라인 매장과 온라인 채널을 활용한 광고사업인 리테일 미디어 사업을 통해 수익성 확보에 더욱 드라이브를 걸 전망이다. 여기에 마케팅으로 경쟁해야만 했던 오픈마켓 비즈니스 모델이 한계를 드러내면서 중고마켓 플랫폼 등 C2C(소비자 대 소비자) 이커머스 모델을 비롯 초개인화된 대화형 쇼핑 등을 주목할 것으로 보인다.

오프라인에서는 대형마트가 식품 전문성을 강화한 소형포맷 등 인구구조변화와 경제적 구조에 맞게 다양한 사업 모델을 실험적으로 시도하면서 새로운 환경에 최적화된 비즈니스 포맷을 찾으려는 여정을 계속해 나갈 전망이다.

### A(AI): AI로 비용 줄여 가격 인하 가속화

AI(인공지능)를 적극 활용해 인건비를 줄이고 비용구조 최적화를 통해 비용 및 운영 효율을 높이려는 노력도 가속화될 전망이다. 기업들이 AI에 주목하

는 것은 소비패턴 분석과 미래 수요 예측을 통해 급변하는 시장환경에 보다 유연하게 대응할 수 있고, 개인별 맞춤형 서비스와 공급망·재고 최적화 등을 통해 생산성을 높일 수 있기 때문이다.

이를 반영하듯 글로벌 유통산업 내 AI 시장규모는 2023년 99억 7천만 달러에서 2033년에는 549억 2천만 달러에 달하며 약 5.5배 성장할 전망이다.

### K컬처(K-culture): K컬처와 융합, 돌파구 찾아야

성장 한계가 분명한 내수시장으로 인해 새로운 시장 창출을 위한 K컬처와 융합된 커머스와 포맷도 한층 더 주목을 받을 전망이다. K-컬처의 전 세계적인 확산으로 국내 소비에서 해외관광객 비중이 지속적으로 증가하는 추세이고, 해외시장에서도 K-컬처 비즈니스가 괄목할만한 성과를 보이고 있기 때문이다.

대표적으로 H&B 전문점인 올리브영은 뷰티, 건기식, 생활용품 등 K콘텐츠를 한군데서 모두 경험할 수 있어 외국인인 한국 방문시 꼭 들러야 하는 쇼핑 메카로 자리 잡았고, 한국에 온 적이 있는 외국인들에게 인기를 누리면서 해외 매출도 덩달아 늘었다.

이밖에도 신세계, 현대, 롯데 등 국내 주요 백화점 3사와 패션 유통기업인 무신사는 방한 외국인들 사이에서 인지도와 인기를 바탕으로 K패션의 글로벌화를 위한 플랫폼 사업에 더욱 공격적인 행보를 보일 전망이다.

### E(Economical consumption): 불황형 소비트렌드 확산

경기 둔화와 불확실성 고조는 가격을 중시하는 소비트렌드를 전방위적으로 확산시킬 전망이다. 특히, 소비 침체가 깊어지는 가운데 불필요한 물건 구매를 자제하고 꼭 필요한 것만 사는 이른바 ‘요노(YONO: You Only Need One)’ 소비가 증가할 것으로 예상된다.

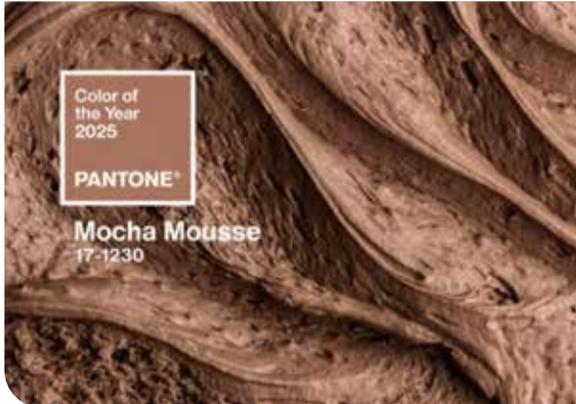
최근 수년간 이어진 고물가 여파로 미국에서는 하드 디스카운트 스토어 등 할인업체가 급성장했고, 국내에서는 대형마트 등을 중심으로 생필품 중심의 가격할인행사를 집중적으로 전개해왔다. 고물가, 고금리로 가처분소득과 소비지출 금액이 줄어들 수밖에 없는 상황에서, 저렴한 상품을 찾게 되고, 식품 등 생필품 위주로 소비하고 비식품은 가급적 절약하려는 불황형 소비트렌드는 더욱 강세를 보일 것으로 분석됐다.

### S(Survival): 불확실성 고조로 ‘생존’이 먼저

국내 경제와 소매시장 정체가 계속될 것으로 예상되는 가운데, 대내외 불확실성까지 고조되면서 한정된 소비시장을 차지하기 위한 시장 내 생존 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다. 실제로 최근 소매시장 성장은 2021년 7.5%를 정점으로 하락 추세를 보이고 있다. 대한상의는 “올해 미국의 통상정책 변화와 국내 정치의 불확실성 고조로 인해 소비자가 더욱 신중한 태도를 취할 것으로 예상되면서 유통시장 성장률이 0.4%에 그칠 것으로 전망된다”고 밝혔다.

이에 따라 유통기업들은 까다로워진 소비자 수요에 대응하고, 한편으로 좀 더 낮은 가격의 가성비 있는 상품 제공을 위해 사활을 건 경쟁이 전개될 것

# 팬톤이 선정한 올해의 컬러 '모카 무스' 스타일링



글로벌 색채연구소 팬톤이 선정한 올해의 컬러는 '모카 무스'다. 팬톤 넘버 17-1230인 이 색상은 카카오, 초콜릿, 커피를 떠올리게 하는 따뜻하고 풍부하며 부드러운 갈색이다.

팬톤은 최근 부각되고 있는 편안함과 웰빙에 대한 소비자의 욕구에 따라 2025년을 대표하는

컬러로 감각적이고 편안한 따뜻함이 특징인 부드러운 갈색 '모카 무스'를 선택했다.

초콜릿과 커피가 주는 깊이 있고 따뜻한 브라운 톤으로 절제된 고급스러움과 우아함 그리고 세련된 매력을 선사하는 이 컬러를 활용한 스타일링을 소개한다.



위크엔드 막스마라

위크엔드 막스마라

브라운햇

위크엔드 막스마라

위크엔드 막스마라

아드노

모카 무스는 단독으로 활용해도 좋지만 다른 비슷한 컬러와 매치하기에도 좋다. 컬러 톤을 통일하는 것만으로도 스타일에는 확실한 통일감을 줄 수 있기 때문이다.

특히 부드러운 색감의 컬러를 함께 더한다면 손쉽게 톤온톤 스타일링을 완성할 수 있다. 모카 무스 컬러의 두꺼운 퍼 재킷과 부드러운 소재의 플라 니트, 코듀로이 팬츠를 매치하면 혹한기 한파에도 따뜻하고 편하게 입을 수 있다.

액세서리로도 겨울 느낌 물씬 나도록 퍼 머리띠와 슬리퍼를 더해 룩에 통일감을 주고, 실용성 높은 레더 클러치 백을 선택해 마무리하자.

눈이 편한 색조합의 아이템들을 매치하니 세련된 느낌과 안정감을 한 번에 준다.

이 컬러감을 보다 세련되게 활용하는 방법으로는 다양한 소재와 함께 믹스매치 하는 것이다. 컬러는 비슷하지만 서로 다른 소재를 함께 한다면 평범하지 않고 센스 있는 스타일링이 완성된다. 우선 유행타지 않는 클래식한 소재인 가죽 아이템을 활용하자. 레더 재킷을 이너처럼 입어 주고, 체크 패턴 롱 코트를 매치하면 클래식한 아이템들로 센스 있게 스타일링 가능하다.

여기에 힙한 느낌을 한 스폰 더하고 싶다면 카고 팬츠를 매치하는 것도 방법이다.

가방은 수납력이 좋은 데님 버킷백을, 신발은 핑키한 곰솔 털이 포인트인 따뜻한 털 슬리퍼를 선택하자.

마무리로는 체크 패턴 뉴스보이 캡을 매치하여 룩의 완성도를 높여 보자!



위크엔드 막스마라

위크엔드 막스마라

브라운햇

위크엔드 막스마라

위크엔드 막스마라

아드노

## ■ 올해 정부·지자체 섬유패션산업 지원 정책 **산업부** 기획에서 마케팅까지 쏠 스트림 역량 강화

섬기력 사업, 15개 과제에 약 180억원 투입  
산업용·친환경 섬유 확대, 디지털 적용 확산

섬유패션산업의 경쟁력 향상을 위해서는 개별 기업들의 노력도 필요하지만 정부의 지원도 뒤따라야 한다. 기업들은 자신들의 이익을 위해 투자를 하지만 정부의 지원은 전체 산업 경쟁력을 끌어올리는 데 중요한 역할을 하기 때문이다. 정부와 지방자치단체의 올해 섬유패션산업 지원 정책 중 동대문패션타운에도 영향을 미치는 산업통상자원부와 서울특별시의 주요 사업을 살펴봤다.

산업통상자원부의 섬유패션산업 경쟁력 강화 전략은 △첨단 산업용 섬유 육성 △섬유패션 밸류체인 친환경 전환 △AI·디지털 적용 확산 △섬유패션 산업 기반 강화 등 4가지가 핵심이다. 지난해 8월에는 이 같은 내용이 담긴 '섬유패션산업 경쟁력 강화 전략'을 발표하기도 했다.

산업통상자원부가 섬유패션업계에 직접적으로 지원하는 예산은 섬유패션 산업활성화기반마련사업 내 섬유패션 기술력향상 및 패션산업지식기반화구축(섬기력) 사업이다. 산업부가 올해 전담기관인 한국산업기술진흥원(KIAT)을 통해 지원하는 섬기력 예산은 180억 2천3백만 원(섬유생산기업정보시스템 구축 467백만 원 제외)이다. 이는 지난해 206억2천2백만 원에 비해 약 10% 줄어든 것이다.

산기원은 올해 섬기력 사업방향을 섬유 패션·신발산업의 글로벌 경쟁력 강화 및 양질의 일자리 창출 확대를 위해 기획에서 마케팅까지 쏠 스트림 역량 강화로 잡고 15개 과제를 추진한다.

중점 지원 분야는 △첨단 산업용 섬유 육성을 통해 신성장동력 창출 및 수출주력 산화 △에너지 저소비·저탄소 생산설비로의 전환 및 리사이클 생태계 조성 △신시장으로 부상하고 있는 리사이클 섬유, 스마트 섬유·의류 선점 △물류 및 생산비용 절감, 생산성 향상, 재고 감축, 인력 부족 해소 등을 위한 디지털 전환 및 스마트 팩토리화 △섬유산업의

구조고도화 및 성장산업으로 거듭날 수 있는 전략 마련 등이다.

15개 과제를 분야별로 보면, 글로벌 선도 지원에는 K-섬유패션 스트림 협력강화 및 수출지원, 글로벌 브랜드 육성, 고부가 섬유소재 제작 및 수출지원 등이 추진된다.

이중 K-섬유패션 스트림 협력강화 및 수출지원은 섬유패션 스트림간 협력강화로 국내산 섬유패션 제품의 수출 활성화 및 브랜드 가치 향상을 통한 중소기업 활력 제고를 위한 것으로 K섬유패션 협력강화, All in Korea 등의 사업이 포함되어 있다.

지속 가능한 발전을 위해서는 그린&클린팩토리 전환 지원, 지속가능한 순환 섬유패션 생태계지원이 핵심이다. 특히, 올해 처음 실시되는 지속가능한 순환 섬유패션 생태계 지원을 위해 한국형 섬유패션 디지털제품여권(DPP) 기반 구축 및 시범사업, 폐섬유 순환 시스템(Closed Loop) 시범사업, 지속가능한 순환 섬유패션 생태계 기반 구축 등의 사업을 펼친다.

균형 잡힌 스트림 경쟁력 확보를 위해서는 방직산업 제조공정 안정화, 생활용 섬유제품 역량 강화, 의류제조 혁신기반 조성, 섬유패션 수요기업 인력양성 등의 사업을 펼칠 계획이다. 이 중 의류제조 디지털 혁신 및 활성화 사업은 국내 의류 다품종/소량생산 일감연계 활성화 지원과 자동재단 지원을 통한 의류 제조업체 경쟁력 향상 및 네트워크 확산과 제조공정 및 경영 혁신, 디지털 활용 등 의류제조 분야 혁신기업 사례 발굴, 공유 및 봉제업체 실태조사를 통한 제조업체 DB 축적 및 활용 등이 핵심이다.

디지털 전환 촉진을 위해서는 신속 신발제조 지원 시스템 구축, 섬유패션 빅데이터 네트워크 활성화, 패션 크리에이터 협업 플랫폼 구축, 섬유 전문지식 생성형 AI 구축 및 활용, 패션테크 활성화 및 비즈니스 모델구축, 섬유제조 자



동대문패션비즈니스센터 1층에 위치한 '패션큐브' 전경. 디자이너 브랜드와 의류개발 업체 간 연계 강화를 지원하는 패션큐브는 산업통상자원부의 위탁을 받아 한국패션산업협회가 운영하고 있다.

### 2025년 섬기력 사업 추진 과제(안)

과 제 명	예산액 (백만원)	
글로벌 선도 지원	K-섬유패션 스트림 협력강화 및 수출지원	2,000
	글로벌 브랜드 육성	2,200
	고부가 섬유소재 제작 및 수출지원	3,850
지속가능한 발전 추진	그린&클린팩토리 전환 지원	363
	지속가능한 순환 섬유패션 생태계지원	600
균형잡힌 스트림 경쟁력 확보	방직산업 제조공정 안정화	350
	생활용 섬유제품 역량강화	700
	의류제조 혁신기반 조성	1,200
디지털 전환 촉진	섬유패션 수요기업 인력양성	250
	신속 신발제조 지원 시스템 구축	700
	섬유패션 빅데이터 네트워크 활성화	700
	패션 크리에이터 협업 플랫폼 구축	800
	섬유 전문지식 생성형 AI 구축 및 활용	1,700
	패션테크 활성화 및 비즈니스 모델구축	940
	섬유제조 자동화 및 디지털 기반 마련	1,470
기획평가관리비	200	
합계	18,023	

동화 및 디지털 기반 마련 등의 사업을 펼친다.

이중 패션 크리에이터 협업 플랫폼 구축 사업은 패션산업 패러다임 전환(개인맞춤화, 초개인화, 정밀화)에 대응 가능한 협업형 패션 플랫폼 구축으로

새로운 패션 비즈니스 환경을 조성하기 위한 것으로, Web 3.0 기반 패션 크리에이터 협업 플랫폼 구축·운영, 마이크로팩토리 제조 네트워크 구축, 디지털 지식재산권 구현, 크리에이터 협업 실증사업 운영 등의 사업을 펼친다.

올해 정부·지자체 섬유패션산업 지원 정책

서울시

# 서울패션허브 운영 등 11개 사업에 300억 지원

동대문패션타운 주변 다양한 인프라 구축 가동  
제조지원센터 운영 등 봉제산업 육성에도 관심

서울특별시시는 올해 △서울패션허브 운영 △하이서울 쇼룸 운영 △서울패션워크 개최 △글로벌 패션 브랜드 육성 △서울패션로드 개최 △서울시 제조지원센터 운영 △소공인특화지원센터 운영 지원 △도시제조업 작업환경 개선 지원 △서울도시제조허브 운영 △서울패션창작스튜디오 운영 △V-커머스 스튜디오 운영 등 11개 사업을 통해 패션봉제산업을 지원한다. 지원 예산은 299억3천만 원으로 전년 대비 약 14% 감소했다.

올해도 예산이 가장 많이 투입되는 사업은 서울패션허브 운영이다. 서울패션허브는 서울의 패션산업 생태계 혁신 사업 추진 및 거점 공간이다. 창업플, 창작플, 배움플로 구성되어 있으며, 창업과 교육, 제조 지원 및 일감연계 사업을 펼치고 있다.

동대문종합시장에 위치한 창업플에는 현재 패션 관련 스타트업 40개사가 입주해 있다. 서울시는 사업화 전략 및 투자유치 지원, 교류·협업 지원 등 다양한 기업 성장 지원 프로그램을 통해 입주사의 해외 진출 및 투자 유치 등을 지원하고 있다. DDP패션몰 4층에 위치한 창작플은 자동재단서비스·샘플제작 등 생산 활동 지원, 지역 일감 연계, 디지털 체험프로그램 운영 등을 통해 패션산업 경쟁력 강화 및 관심도 제고에 기여하고 있다. 5층에 위치한 배움플은 3D 가상 의상 등 디지털 특화 교육프로그램, 글로벌 패션 MBA 과정 등 글로벌 인재 양성, 자격증 과정 등 현장 실무 중심의 교육과정 운영 및 예비창업 지원을 통해 미래 먹거리 산업으로의 성장을 지원하고 있다.

국내 최대 패션 축제인 서울패션워크는 2월과 9월에 개최된다. 올 가을·겨울 패션트렌드를 확인할 수 있는 춘계 서울패션워크는 오는 2월 5일부터 9일까지 동대문디자인플라자와 성수, 한남, 청담 등 도심 주요 패션상권에서 진행된다. 이는 세계 4대 패션워크(뉴욕·런

던·밀라노·파리)보다 이른 시기에 개최되는 것으로, 국내는 물론 해외 패션계와 언론의 주목도를 높이고 바이어 수주를 확대할 것으로 기대되고 있다. 추계 서울패션워크는 9월 5~9일 열릴 예정이다.

봉제산업 육성을 위해서는 서울시 제조지원센터 운영, 소공인특화지원센터 운영 지원, 도시제조업 작업환경 개선 지원, 서울도시제조허브 운영 등의 사업을 펼친다. 서울시 제조지원센터는 도시형소공인 집적지 내 소공인 지원시설로 지역 소공인 경쟁력 강화를 목적으로 창신(봉제), 개봉(기계금속), 금천(봉제), 도봉(양말), 강북(봉제), 성북(봉제), 강동(가죽) 등 총 7개소가 운영되고 있다. 도시제조업 작업환경개선 사업은 서울시 소재 의류봉제·기계금속·인쇄·주얼리·수제화 업체를 지원한다.

DDP 디자인랩 1층에 위치한 하이서울쇼룸은 서울 소재 국내 생산 패션브랜드를 대상으로 제품 전시·판매, 패션 전문 플랫폼 입점 및 프로모션 지원, 국내외 바이어 초청 수주상담, 해외거점 연계판매, 전시회 참가지원 등의 사업을 펼친다. DDP패션몰 5층에 위치한 서울패션창작스튜디오는 서울시가 침해된 동대문 상권에 활력을 불어넣고, 패션 소상공인의 경쟁력을 키우기 위해 지난 2023년 3월 재개관한 500평 규모의 복합지원시설이다. 4층에 위치한 V-커머스 스튜디오는 패션, 소상공인들을 위해 무료로 개방, 운영하고 있는 스튜디오로, 제품 사진과 영상을 촬영하고 라이브 커머스를 통해 실시간 판매도 할 수 있는 패션 전용 디지털 콘텐츠 제작 공간이다.

글로벌 패션 브랜드 육성 지원은 글로벌 경쟁력을 갖춘 K-패션 디자이너 브랜드의 해외 진출을 위해 서울패션워크 패션쇼 및 트레이드쇼 참여 브랜드를 대상으로 해외 패션워크 연계 프로그램을 진행하고, 수주 전시회 및 글로벌 쇼룸을 운영한다. 지난해 처음 실시



서울패션허브 창작플 패턴스튜디오와 디지털체험존 모습(원).

## 2025년 서울시 패션산업 예산액

구 분	사업내용	예산액 (백만원)
서울패션허브 운영	서울패션산업 생태계 혁신 사업 추진 및 거점 공간 운영	7,627
하이서울쇼룸 운영	패션우수제품 전시 및 국내외 판로지원	1,422
서울패션워크	디자이너 패션쇼 및 바이어 수주상담회	5,533
글로벌 패션브랜드 육성 지원	디자이너 브랜드 해외진출 지원	360
서울패션로드 개최	서울 공간자원x패션을 연계한 야외 패션쇼	1,100
서울시제조지원센터 운영	도시형 소공인 집적지 내 소공인 지원시설 조성 및 운영	3,803
소공인특화지원센터 운영 지원	도시형 제조업 집적지 활성화 및 소공인 성장·발전 촉진	224
도시제조업 작업환경 개선 지원	의류제조업체 작업환경개선 지원	4,552
서울도시제조허브 운영	도시형소공인 자생력 강화, 집적지 활성화 지원	4,199
서울패션창작스튜디오 운영	패션산업 활동에 필요한 장소·시설 대관 및 기타 맞춤형 프로그램 제공	555
V-커머스스튜디오 운영	중소패션업체 대상으로 온라인 판로 개척을 위한 콘텐츠 제작 지원	555
합계		29,930

한 서울패션로드는 서울의 매력적인 공간자원과 패션을 연계, '패션 브랜드를 경험하는 점점'을 다양화하기 위해 기획

했다. 야외 패션쇼, 패션거리 투어, 도시화보 및 영상제작 등을 주요 내용으로 하고 있다.

# 패션산업 점점 확대해 글로벌 성장성 높인다

‘2025 F/W 서울패션위크’ 2월 5~9일 개최  
첫 ‘패션 포럼’ 열고 다양한 혁신 전략 제시



국내 최대 규모의 패션 행사 ‘서울패션위크’가 올해로 25주년을 맞았다. 그간 서울패션위크는 국내 대표 디자이너와 브랜드들의 해외 진출 지원과 K-패션의 저력을 전세계에 알리는 글로벌 패션 플랫폼으로서 성장해왔다.

서울시가 주관하는 ‘서울패션위크’는 한 시즌 앞서 컬렉션을 선보이며 디자이너와 고객, 디자이너와 바이어, 디자이너와 미디어를 연결하는 글로벌 패션 비즈니스 이벤트로, 지난 2000년 가을 첫발을 뗐다. 이후 2012년부터는 매년 상·하반기 두 차례 개최되고 있으며, 코로나가 극심했던 2020년 봄을 제외하고 매년 2회씩 빠짐없이 총 48회 진행됐다. 그동안 서울패션위크를 통해 총 282개 브랜드가 2,202회의 런웨이를 선보였다.

여기에 그치지 않고 올해는 국내 패션산업 관계자들이 한자리에 모인 ‘패션 포럼’을 최초로 개최한다. 패션산업 발전을 위한 성공 사례 공유 등 다양한 패션산업과의 점점 기회를 확대해 K-패션 브랜드와 디자이너의 글로벌 성장성을 높인다는 취지다.

서울시는 올해 가을, 겨울 패션 트렌드를 선보이는 ‘2025 F/W 서울패션위크’를 오는 2월 5일부터 9일까지 5일간 동대문디자인플라자(DDP)와 성수, 한남, 청담을 거점으로 개최한다.

앞서 시는 이번 ‘2025 F/W 서울패션위크’를 2월 6일부터 10일까지 개최한다고 밝혔으나, 다음 시즌 패션 트렌드를 선보이는 서울패션위크에 대한 글로벌 큰손 바이어들의 쇼룸투어 등 행사의 원활한 진행을 위해 5일부터 9일로 일정을 변경했다.

브랜드 ‘한나신(HANNAH SHIN)’의 오프닝쇼로 개막하는 이번 서울패션위크는 △19개 브랜드 패션쇼(디자이너 브랜드 18개, 기업 브랜드 1개) △8개 프레젠테이션(디자이너 브랜드 7개, 기관 협력 1개) △130개 브랜드와 국내외 바이어 300여 명이 참여하는 트레이드쇼로 구성된다.

지난 2024시즌 DDP와 한남동에 이어 성수로 확대 열리는 프레젠테이션은 무용, 공연, 미니쇼, 네트워킹 등 한층 다채로워진 방식으로 25F/W 컬렉션과 브랜드 정체성을 자유롭게 표현할 예정이다.

또, 이번 서울패션위크에는 한국콘텐츠진흥원



지난해 9월 열린 ‘2025 S/S 서울패션위크’ 행사 중 이무열 디자이너의 ‘유저’ 패션쇼.

## ‘2025 F/W 서울패션위크’ 일정표

● Runway		● Presentation		● Off Show		● Event	
WED 02/05	THU 02/06	FRI 02/07	SAT 02/08	SUN 02/09			
● 12:30 한나신 DDP Art Hall1	● 10:30-18:00 줄라이칼럼 서울-온/2F DDP Designlab	● 10:30-18:00 므아므 서울-온/2F DDP Designlab	● 10:30-18:00 가즈드랑 서울-온/2F DDP Designlab	● 10:30-18:00 가즈드랑 서울-온/2F DDP Designlab			
● 14:00-17:00 패션포럼 DDP Art Hall2	● 11:30 페노메논시퍼 DDP Art Hall1	● 10:30-20:00 본볼 잔디사랑방/4F DDP Designlab	● 10:30-18:00 본볼 잔디사랑방/4F DDP Designlab	● 11:30 로에 DDP Art Hall1			
● 15:00-17:00 잉크 EENK 플래그십 스토어 서울시 용산구 장문로 43 3,4층	● 12:00-17:00 KOCCA / The Selects DDP Art Hall2	● 11:30 데일리 미러 DDP Art Hall1	● 11:30 지수백 DDP Art Hall1	● 15:00 라이 DDP Art Hall1			
● 17:00 슬링스톤 레이어11 서울시 마포구 신수동 93-4	● 15:00 곽현주 컬렉션 DDP Art Hall1	● 12:00-18:00 키모우이 DDP Art Hall2	● 15:00 두칸 DDP Art Hall1	● 16:30 그레버티 DDP Art Hall2			
● 18:30 아조바이아조 DDP Art Hall1	● 15:00-17:00 잉크 EENK 플래그십 스토어 서울시 용산구 장문로 43 3,4층	● 15:00 덕다이브 DDP Art Hall1	● 16:30 쿠만 YHJ DDP Art Hall2	● 18:30 얼킨 DDP Art Hall1			
	● 17:00 카루소 DDP 뮤지엄 디자인동레길 B2	● 15:00-17:00 잉크 EENK 플래그십 스토어 서울시 용산구 장문로 43 3,4층	● 18:30 유저 DDP Art Hall1				
	● 17:00-19:30 피플오브더월드 스튜디오 던서울 서울 성동구 아차산로15길 47-24	● 17:00 빅팍 양사나서울갤러리 강남구 언주로 812번지					
	● 18:30 그리디어스 DDP Art Hall1	● 18:30 라이 DDP Art Hall1					

(KOCCA)이 주관하는 글로벌 패션 쇼룸, ‘더셀렉트(The Selects)’가 참여해 더욱 풍부한 콘텐츠를 선보일 계획이다. 더셀렉트는 국내 패션 디자이너 브랜드를 해외에 알리고, 비즈니스 판로 확보를 위한 해외 진출 지원 프로그램이다.

국내외 주요 백화점, 편집숍, 온라인 쇼핑몰, 쇼룸 및 전문 투자사 등이 한 곳으로 집결하는 트레이드쇼는 패션쇼 참여 브랜드를 포함해 총 130여 개의 의류

브랜드와 잡화, 주얼리 브랜드가 참여한다.

이와 함께 서울패션위크 기간 중 DDP에서 열리는 16개의 브랜드 패션쇼(오프쇼 제외)를 직관할 수 있는 시민초청 티켓 이벤트도 진행한다. 매 패션쇼 1시간 전부터 DDP 현장 야외광장에서 선착순으로 배부하는 방식으로 총 350장의 티켓을 제공한다. 자세한 내용은 서울패션위크 공식 사회관계망서비스(인스타그램)를 통해 확인할 수 있다.

# DONGDAEMUN



<b>빅사이즈</b>	△디오토 B2층 △스튜디오W 4층~5층
<b>남성의류</b>	△평화시장 1층~3층 △통일상가 A동 1층~3층, B동 1층~3층 △현대시티아울렛 6층 △두타몰 B1층, 5층 △굿모닝시티쇼핑몰 3층 △헬로에이피엠 4층 △동대문밀리오레 4층 △청계6가지하쇼핑 △패션남평화 2층~3층 △신평화패션타운 2층~3층 △동평화패션타운 B1층, 1층~4층, 신관 1층 △제일평화 1층~3층 △광희패션몰 1층, 지하층 △벨포스트 3층 △W상가 4층~5층 △팀204 4층~5층 △누존 B1층, 2층~3층 △에이피엠 5층~7층
<b>가족의류</b>	△굿모닝시티패션몰 2층 △광희패션몰 6층 △동평화패션타운 1층 △골든타운 B1층
<b>스포츠의류</b>	△평화시장 1층~3층 △두타몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △신평화패션타운 지층, 1층, 2층, 4층 △동평화패션타운 1층, 2층, 4층 △현대시티아울렛 4층, 5층, 7층
<b>아동복</b>	△평화시장 1층~2층 △통일상가 B동 3층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 B1층 △현대시티아울렛 8층 △엘리시움 지층, 1층~4층 △팀204 3층 △동평화패션타운 1층~2층
<b>숙옷</b>	△평화시장 1층 △현대시티아울렛 3층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 1층~2층
<b>가방</b>	△평화시장 1층~2층 △동대문밀리오레 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △제일평화 B1층, 1층 △광희패션몰 지층 △동평화패션타운 1층~4층
<b>액세서리</b>	△두타몰 3층 △동대문밀리오레 5층, 6층 △제일평화 B1층 △동평화패션타운 1층~2층, 신관 1층 △팀204 1~3층
<b>잡화</b>	△평화시장 1층 △동화상가 1층 △두타몰 4층~5층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 B1층, 2층~4층 △동대문밀리오레 B2층~1층, 5층~7층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 5층~7층 △동대문종합시장 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 2층, 4층, 신관 1층 △제일평화 B1층, 1층~3층 △광희패션몰 지층 △디디피패션몰 1층, 3층 △벨포스트 B1층, 1층 △누존 4층 △디자이너클럽 B2층 △팀204 B1층, 1층, 2층, 6층 △디오토 B2층~1층
<b>수입명품</b>	△두타몰 B2층, 1층 △굿모닝시티쇼핑몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 1층
<b>신발</b>	△평화시장 2층 △헬로에이피엠 B1층 △동대문밀리오레 7층 △현대시티아울렛 B1층 △제일평화 B1층, 1층 △팀204 B1층, 1층~2층 △동평화패션타운 2층, 3층
<b>의류부자재</b>	△통일상가 A동 1층, B동 1층, C동 1층~3층 △동화상가 1층~5층
<b>타올</b>	△평화시장 1층 △동화상가 1층
<b>혼수용품</b>	△헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 6층

**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, 티올, 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·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	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
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(배움홀), 서울패션창작스튜디오
4층	서울시설공단, V-커머스 스튜디오, 서울패션허브(창작홀), 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

뮤즈팜므

- 상가명 팀204
- 호수 5층 28호
- 연락처 010-8249-4184

스퀘어넥티

■특징 여름에는 쿨 기능성 원단으로 겨울에는 속 기모티 원단으로 사랑받고 있는 아이템. 이너 티 라인으로 어떤 코디에도 잘 어울린다. ■소재 폴리85%/레이온15%



리얼 울코트

■특징 겨울 시즌 메인 제작 아이템으로 우수한 핏감과 보온성을 자랑한다. 아우터를 국내 생산하기가 쉽지 않지만, 합리적인 가격과 생산 주기 빠른 국내 작업으로 장점을 더했다. ■소재 폴리90%/울10%

밍크 주름팬츠

■특징 울겨울 가장 많이 팔린 베스트 아이템. 밍크팬츠이지만 여러 번 거친 패턴 수정으로 부해 보이지 않고, 캐주얼과 출근 룩 코디에 모두 어울린다. 봄 버전도 출시될 예정이다. ■소재 폴리100%



테일러드 자켓

■특징 여러 번에 걸친 핏 교정으로 완벽한 핏을 자랑하는 대표 아이템. 국내 생산 및 디자인으로 단추 하나까지 신경을 썼다. 올라운드 코디 아이템으로 봄 버전도 출시될 예정이다.

## 만타레이

- 상기명 apM플레이스
- 호수 지하2층 04호
- 연락처 010-4686-5854

### 나나슈트

■특징 섹시하고 유니크한 스타일의 바디슈트. 플리스판 원단의 니트 조직으로 두께감 있으면서 신축성이 좋아 바디 전체 핏 운동복, 일상복, 프로필 촬영용으로 손색이 없다. ■소재 폴리95%/스판5%



### 옆트임단추골지니트리

■특징 골반을 덮어주는 기장감을 가진 니트. 깔끔한 라운드넥에 버튼을 포인트를 주어 허리를 더욱 잘록하게 슬림한 효과를 주었다. 가벼운 무게감에 촘촘한 골지패턴이라 바디에 슬림하게 핏이 된다. ■소재 아크릴68%/나일론20%/울12%

### 울데이

■특징 향균, 항취 기능성 원단인 에어로 실버를 사용해 자외선 차단이 가능하며 흡습속건 기능을 추가해 놀라운 땀 흡수력과 쾌속 건조로 땀 냄새 제거는 물론 땀으로부터 원단이 달라붙지 않는다. ■소재 폴리(에어로 실버)90%/스판10%



### 베베롱

■특징 두 타입으로 묶어서 풀어서 착용이 가능하며, 자극 없이 부드러운 터치감이 장점. ■소재 폴리65%/레이온30%/스판5%

# 국립중앙의료원, 美 공병단 부지에 신축 이전

지상 15층에 병상은 1.5배  
내년 착공, 2028년 말 준공

중구 을지로에 위치한 국립중앙의료원 신축을 위한 세부 계획이 확정됐다. 서울시는 지난해 12월 26일 제18차 도시·건축공동위원회에서 동대문역사문화공원 주변 지구단위계획 구역 내 美 공병단부지 특별계획구역에 대한 세부 개발계획을 수정 가결 했다.

주요 내용은 현재 DDP(동대문디자인플라자)와 훈련원공원 사이에 위치한 국립중앙의료원을 훈련원공원 북측의 미공병단부지에 신축·이전하는 계획이다. 이를 통해 1958년 준공되어 노후화된 국립중앙의료원을 현대화 하고, 코로나19 팬데믹 이후 감염병 대응 역량을 강화한 중앙감염병병원과 중앙외상센터를 갖춘 도심 내 거점 종합의료시설로 자리매김한다는 방침이다.

건립 규모는 지하4층, 지상15층, 연

면적 약 200,000㎡로 신축되며, 일반병동 526병상 외에도 감염병동 150병상, 외상병동 100병상, 총 776병상으로 기존 국립중앙의료원 500병상보다 1.5배 더 많은 병상을 확보해 국가필수의료의 총괄기관 역할을 수행할 계획이다.

대상지 남측의 훈련원공원에 면한 부분은 동-서 공공보행통로와 공개공지로 계획, 훈련원 공원과 일체된 보행 녹지공간으로 조성할 예정이다. 또한, 남-북 방향으로도 보행 동선을 주변과

연결해 병원을 찾는 환자 및 보호자는 물론 시민들의 보행편의를 도모하고 휴식공간으로 제공될 예정이다. 특히, 전 미공병단부지 대상지 내 근대건축자산인 경성소학교(2층, 912㎡, 1923년 개교)를 보존해 전시장, 카페, 라운지 등으로 활용된다.

보건복지부에서 새롭게 신축하는 국립중앙의료원은 2025년 설계와 건축심의 완료하고 2026년 착공, 2028년 말 준공될 예정이다.



국립중앙의료원 위치도.



국립중앙의료원 배치도 및 건축계획안.

## 중구, 관광산업 위기극복 발 벗고 나선다

투어패스 등 관광 특화 사업 조기 시행

서울 중구(구청장 김길성)가 최근 국내 정세 불안정으로 인한 관광산업 위축 우려에 발 빠르게 대응하며 선제적 대책을 발표했다. 중구는 1,099개의 여행업체, 103개의 관광숙박업소, 214개의 외국인관광도시민박업소가 밀집된 서울 관광의 심장부다.

구는 코로나19 이후 회복세를 보이던 중구 관광산업이 다시 위기에 놓일 것을 우려, 관광업계 관계자와 지속적 면담을 통해 현장의 목소리를 듣고 있다. 중구는 이러한 현장의 목소리를 담아 △중구 투어패스 등 관광 특화 사업 조기 시행 △민관 협력 체계 유지 △관광 인프라 개선 △제도개선을 위한 유

관기관 협력을 주요 전략으로 삼아 대책을 수립했다.

구는 먼저 서울시 자치구 최초로 시행하는 '중구 투어패스'를 2025년 새해부터 조기 추진한다. 착한 가격으로 명소, 맛집, 문화체험 등 다채로운 경험을 제공하는 관광 패키지를 통해 국내외 관광객의 발길을 이끌겠다는 전략이다.

또한 '손에 잡히는 중구관광 프로젝트' 2년 차를 맞아 내년 상반기 내에 로컬관광 코스 개발을 완료해 중구 곳곳에 숨어있는 매력을 발굴할 예정이다. 이와 함께 한국관광공사, 여행사와 협력해 새롭게 개발된 관광코스를 적극 홍보할 방침이다.

관광객 편의를 높이기 위한 조치도 이어진다. 외국 관광객들이 주로 이용하는 구글맵에서 명동 개방화장실 검색이 한 곳(가톨릭회관)만 나오던 문제를 해결하기 위해 명동에 있는 개방화장실 정보(21개)를 모두 구글맵에 등록 추진하는 등 관광객의 작은 불편도 놓치지 않을 계획이다.

아울러 가격표시제, 거리가게 정비, 위조품 단속, 식품위생 관리, 바가지 근절, 광고물 정비, 거리환경 정비 등 관광객들이 명동을 더욱 안전하고 쾌적하게 즐길 수 있도록 세심한 노력을 이어갈 방침이다. 이와 함께 영문과 한국어로 제작된 관광 안내지도 3만 8천부를 1월 중 호텔 등에 조기 배포해 관광객들의 길잡이 역할을 할 예정이다.

### 동대문관광특구협의회 1월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복)는 1월 동대문패션타운 모범종사자로 △청평화시장 '여우리' 하선향 △(주)광희패션물 유통속 씨를 선정했다.

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

# ‘서울라이트 DDP 2024 겨울’ 77만5천 명 관람

## 새해맞이 카운트다운 등 다양한 행사 연말연시 국내외 관광객 발길 이어져

DDP 222미터 외벽을 환상적인 빛의 향연으로 물들인 ‘서울라이트 DDP 2024 겨울’이 총 방문객 77만5천 명을 기록한 것으로 나타났다.

서울디자인재단(대표 차강희)은 지난 12월 19일부터 12월 31일까지 총 13일간 동대문디자인플라자(이하 DDP)에서 ‘서울라이트 DDP 2024 겨울’을 진행해 서울라이트, DDP 디자인마켓, 새해맞이 카운트다운, 푸드마켓 등 다채로운 프로그램을 선보였다.

이번 ‘서울라이트 DDP 2024 겨울’에는 120만 유튜브부터 세계적 일러스트레이터까지 총 5명의 유명 작가가 참여했다. △인생 녹음 중 △김선우 △조구만 스튜디오 △박제성 △장 줄리앙은 최정상급의 미디어아트를 선보이며 2025년 새해를 향한 릴레이 응원을 전했다.

‘서울라이트 DDP 2024 겨울’은 ‘5 Cheers!’라는 주제 아래, 각각 ‘일상-꿈-변화-미소-관계’를 응원하는 옴니버스 형식으로 구성됐다. 이번 행사는 국내외 정상급 아티스트 5명 작가와 미디어아트 레이블 버스테이(VERSEDAY), 위

지웁스튜디오와 협력해 그 어느 때보다 풍성한 콘텐츠를 선보이며 시민들의 큰 호응을 얻었다.

12월 31일 마지막 날 ‘서울라이트 DDP : 새해맞이 카운트다운’ 행사는 DDP 어울림광장 특설무대에서 불꽃쇼와 아티스트의 공연이 예정되어 있었다. 하지만 항공기 참사로 인해 국가 애도 기간이 지정되며 쇼와 공연이 취소된 가운데 차분한 분위기 속에서 새해맞이 카운트다운 영상을 상영했다.

‘2024 DDP 디자인마켓’은 24팀의 소상공인 셀러 참여 및 4개 기업협력으로 12개의 프로그램을 운영했다. 축제기간 동안 총 20,408명이 방문한 것으로 집계됐다.

특히, DDP 디자인마켓은 까다로운 평가를 통해 선정된 24팀의 소상공인 디자인 상품을 선보였다. 가죽공예, 액세서리, 파우치, 그릇 등 상품군이 다양해 고르는 재미를 더했고 크리스마스 시즌에 맞는 연말 굿즈들도 선보여 가족과 이웃의 선물을 준비하는 시민들의 눈길을 사로잡았다.



‘서울라이트 DDP 2024 겨울’ 장줄리앙 ‘당신의 관계에 Cheers!’(위), ‘서울라이트 DDP : 새해맞이 카운트다운’ 행사(아래). ©서울디자인재단

## 창신동에 ‘패션종합지원센터’ 개소

### 종로구

서울 종로구(구청장 정문헌)가 지난 달 7일 의류제조업체가 모여 있는 창신동에 ‘종로 패션종합지원센터’를 열었다. ‘종로 패션종합지원센터’는 구에서 지난 2023년 중소벤처기업부 공모사업에 선정됨에 따라 총 사업비 30억 원을 투입해 건립했다. 연 면적 463.74㎡ 규모로 창신길 124(동부여성문화센터 3층)와 창신길 79 2·3층으로 구분해 조성했다.

먼저 동부여성문화센터 3층은 각종 봉제 기계가 들어선 ‘공용장비실’, 공동 브랜드 기획·디자인부터 시제품 개발과

지 전 과정을 위한 협업 공간 ‘제품개발실’로 구성했다. 창신길 79 2층은 ‘사무실’, ‘의류 전시 공간’, ‘교육실’, 3층은 ‘자동재단실’과 ‘캐드실’로 꾸몄다.

종로구는 이곳에서 자동재단 서비스 및 디지털 캐드 작업 지원을 바탕으로 봉제 업체 생산 활동을 뒷받침한다. 또 공용장비실을 포함해 작업에 필요한 공간, 장비를 빌려주고 역량 강화 교육과 컨설팅 서비스도 제공한다. 이외에도 디자이너-의류 제조 소공인 협업을 아우르는 패션의류산업 활성화 사업 역시 계획하고 있다.

정문헌 구청장은 “종로 패션종합지원센터 운영으로 창신동 일대가 서울을



종로구가 지난 1월 7일 창신동에 ‘종로 패션종합지원센터’를 오픈했다.

대표하는 패션의류 산업의 중심지로도 약하길 기대하고 있다”며 “앞으로도 종로를 대표하는 지역산업이 고부가가치

산업으로 거듭날 수 있도록 내실 있는 지원책을 선보이겠다”고 밝혔다.

# 소매시장 체감경기지수 3분기 연속 하락

## 대한상의, 1분기 RBSI '77' 전 업태 걸쳐 전망치 하락

새해 들어 소매시장이 더 위축될 것이라는 전망이 나왔다. 소매업계의 체감 경기를 나타내는 소매유통업 경기전망지수(RBSI)가 3분기 연속 하락하며 소비 위축이 장기화될 수 있다는 우려도 나오고 있다.

대한상공회의소(회장 최태원)는 500개 소매유통업체를 대상으로 1분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)를 조사한 결과, 전망치가 '77'로 집계됐다고 최근 밝혔다. RBSI는 유통기업의 경기 판단과 전망을 조사해 지수화한 것으로 기업의 체감경기를 나타낸다. 100 이상이면 '다음 분기의 소매유통업 경기를 지난 분기보다 긍정적으로 보는 기업이 많다'는 의미고 100 미만이면 그 반대다.

대한상의는 "고물가, 고금리 상황이 지속되며 가뜩이나 소비심리가 위축된 상황에서 미국의 통상정책과 국내정치의 불확실성이 높아지고 소비시장을 둘러싼 경쟁도 더 치열해질 것으로 예상되며 유통업계의 체감경기가 얼어붙고 있다"고 분석했다.

실제 유통기업들은 올해 국내 소비

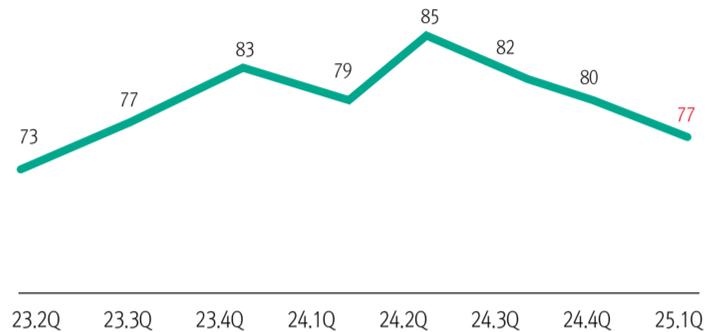
시장에 영향을 미칠 것으로 예상되는 요인으로 고물가·고금리 지속 등에 따른 소비심리 위축(66.6%), 비용부담 증가(42.4%), 트럼프 통상정책(31.2%), 시장 경쟁심화(21.0%) 등을 꼽았다.

업태별로는 모든 업태에 걸쳐 전망치가 하락한 가운데, 백화점·대형마트·슈퍼마켓의 하락폭이 컸고, 불황에 강했던 온라인쇼핑, 편의점 업계 전망치도 소폭 하락했다.

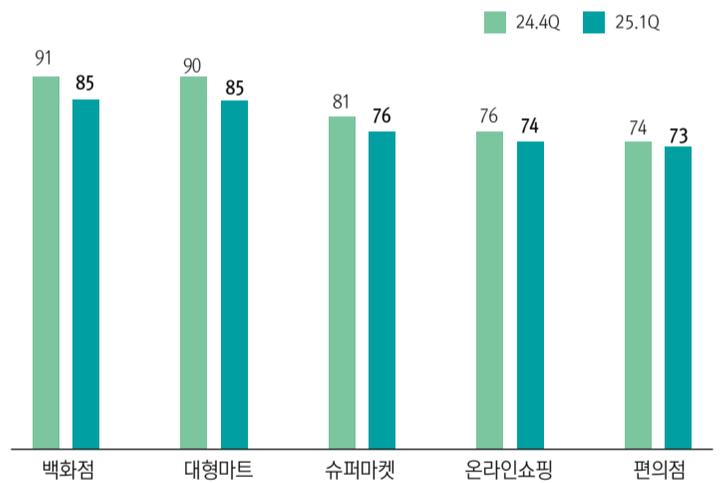
백화점(91→85)은 전분기 대비 6포인트 하락했다. 소비침체 장기화 우려가 높아지고 대내외적 불확실성까지 고조되고 있는 가운데 백화점의 핵심 카테고리인 명품 가격이 인상되면서 실적 방어에 대한 우려를 키웠다. 여기에 고령화와 인구감소 등의 영향으로 수도권·비수도권 매장간 양극화가 심화되고 있는 것도 기대감 상승에 부정적인 영향을 미쳤다.

온라인쇼핑(76→74)도 전망치 하락을 피해가지 못했다. 온라인쇼핑 업계가 가격경쟁력이 뛰어나 경기를 덜 타고, 단가가 높은 명품 카테고리 강화에 나선 것은 긍정적이지만, 경기침체로 업계 내 경쟁이 치열해지면서 수익성 압박을 받고 있는데다, 초저가를 앞세운 차이나커머스의 공세가 올해 더 거세질 것이라는 우려가 부정적으로 작용했다.

소매유통업 경기전망지수(RBSI) 추이



소매업태별 전망치



## 소상공인 절반, “올해 경영환경 작년보다 어려울 것”

### ‘소상공인 경영실태 조사’ 결과

소상공인 절반 이상은 올해 경영환경이 지난해보다 악화될 것으로 전망했다. 중소기업중앙회(회장 김기문)는 2024년 11월 12일부터 12월 6일까지 생활밀접업종(도·소매업, 숙박·음식점업)과 제조업종 등 소상공인 800명을 대상으로 실시한 ‘소상공인 경영실태 및 정책과제 조사’ 결과를 최근 발표했다. 조사 결과, 소상공인의 95.0%는 올해 경영환경이 지난해보다 악화(55.6%)되거나

비슷(39.4%)할 것으로 전망했으며, 긍정 전망은 5.0%에 그쳤다.

올해 가장 큰 사업 부담 요인은(복수응답) 원자재비·재료비 상승 등 고물가가 52.8%로 가장 많았고, 내수 침체로 인한 매출 감소(43.1%), 대출 상환 부담(36.4%), 인건비 상승·인력확보의 어려움(35.5%) 순으로 나타났다. 다만 소상공인의 93.5%는 폐업은 고려하지 않고 있다고 응답했다. 이는 취업 어려움과 노후 대비 등 생계형 창업이 전체의 78.5%를 차지하고 있는 데 따른 것으로

분석된다.

소상공인의 24.6%가 온라인 플랫폼을 활용하고 있는데, 업종별로는 숙박·음식점업이 40.0%로 도·소매업(15.7%), 제조업(15.0%)에 비해 온라인 플랫폼 의존도가 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 총 매출액에서 온라인 플랫폼을 통한 매출 비중은 평균 35.4%로 조사됐으며, 사업 기간이 짧을수록 온라인 플랫폼 활용률과 매출 비중이 높아 창업 소상공인의 안정적 사업운동을 위해서는 온라인 플랫폼 부담 완화 대책 마련이

필요한 것으로 보인다.

금융기관 대출은 소상공인의 73.8%가 사업 목적으로 대출받고 있으며, 34.9%가 전년 대비 대출액이 증가했다고 응답했다.

대출이 있는 소상공인의 93.7%(매우 부담 61.0%, 다소 부담 32.7%)가 원리금 상환, 이자 납부 등에 관해 부담을 느끼며, 소상공인이 이용 중인 평균 대출 금리는 4.99%였고, 5.0% 이상인 경우도 65.9%에 달했다.

현장에서 가장 필요로 하는 소상공인 지원 정책으로 △금융지원(80.8%) △판로지원(9.9%) △기업가형 소상공인 육성(2.4%) △상생협력 문화 확산(1.9%) 순으로 조사됐다.

# 무신사, 신진 브랜드 육성 박차

## 인큐베이팅 거쳤더니 거래액 고성장

무신사가 패션 생태계 다양성 확대를 위해 신생 브랜드의 성장을 지원하는 인큐베이팅 프로그램이 실질적 결실을 보고 있다. 프로그램에 참여한 브랜드가 빠른 거래액 성장세를 보이는 가운데, 무신사는 올해 새로운 지원 대상 브랜드를 선발하고 신진 브랜드 인큐베이팅에 박차를 가한다.

무신사는 지난해 8월 중소 규모 국내 디자이너 브랜드가 경쟁력 있게 성장할 수 있도록 상품 기획 및 생산, 마케팅, 브랜딩, 판매 활동을 종합적으로 지원하는 인큐베이팅 프로그램을 시작했다.

지난해 4분기(10월~12월)에 총 67개 브랜드를 대상으로 인큐베이팅 프로그램을 진행한 결과, 참여 브랜드의 합산 거래액이 2023년 4분기와 비교해 3배 이상 성장한 것으로 나타났다. 2024년 3분기에 238%를 기록한 이후 2개 분기 연속으로 세 자릿수 성장률을 달성했다.

이 같은 성과는 무신사 스토어 온라인 기획전, 인플루언서 협업, 퍼포먼스 광고 등 판매 확대 및 브랜드 인지도 제고를 위한 실질적인 지원책이 주효했다. 특히 지난해 12월에는 인큐베이팅 브랜드에 '무진장 겨울 블랙프라이데이', '연말 결산 기획전' 등 대규모 행사 참여 기회를 제공했는데, 합산 거래액이 전년 동월 대비 245% 증가한 것으로 집계됐다.

무신사 인큐베이팅 프로그램에 참여하는 브랜드 중 72%는 론칭한 지 3년 미만의 신생 업체다. 이 가운데 △미세키서울 △아이돈워너셀 △아캄 등은 2024년 기준 연간 거래액 20억대 브랜드로 급성장했다. 아이돈워너셀과 아캄은 2022년에 론칭해서 무신사에 입점한 지 2년여 만에 거둔 성과다. 미세키서울은 론칭 1년 6개월 만에 브랜드숍 '좋아요' 수가 8만5천명에 달할 만큼 두터운 브랜드 팬덤을 끌어모았다.



무신사 인큐베이팅 브랜드 '미세키서울'

무신사는 인큐베이팅 브랜드를 신규 선발하고 육성을 지속하는 한편 올해부터는 패션 산업 특성에 맞춰 봄·여름(SS), 가을·겨울(FW) 시즌으로 나누어 프로그램을 진행한다. 시즌에 따라 상품을 기획하고 생산하는 패션 업계 특성에 맞춰 마케팅, 세일즈 영역에서 필요한 부분을 체계적으로 지원하기

위해서다. 또한 브랜드가 스스로 성장할 수 있도록 교육 활동에도 나선다. 인큐베이팅 프로그램이 끝난 이후에도 브랜드가 자체적으로 매출 확대를 도모할 수 있도록 무신사 기획전, 퍼포먼스 광고 활용 전략 등 다방면에 걸친 파트너 교육을 강화할 계획이다.

## 섬유지식정보 AI 챗봇 'TEXchat' 공개

### 섬유산업연합회

한국섬유산업연합회(회장 최병오)가 생성형 AI를 활용한 섬유지식정보 AI 챗봇 서비스 'TEXchat'를 공개했다.

TEXchat은 네이버의 생성형 AI 기술인 '하이퍼클로바X'를 기반으로 개발되었으며, 섬유패션 R&D과제 1만 3천건의 데이터가 학습되어 산업계와 학계의 연구기획 및 개발을 지원하는 유용한 서비스로 기대를 모으고 있다.

TEXchat은 섬유패션 R&D 정부과제에 특화된 기능을 제공하며, 한국어 기반의 챗봇 형태로 손쉬운 검색을 지원한다. 또한 관련 보고서와 논문을 자동 요약하고 링크를 제공하여 과제기획과 연구분석에 필요한 레퍼런스로 활용할 수 있다.

주요 기능은 키워드나 질문을 이용해 R&D 과제검색, 내용요약, 과제 결과 보고서, 연구결과물 링크 등이 제공되어 심층적인 연구내용 분석과 용이한 의사결정을 지원하고, R&D 보고서 및 논문의 데이터를 요약해 한국어에 최적화된 모델로 원문 데이터의 가독성이 높은 정확한 정보 전달을 보장한다.

섬산련은 이번 TEXchat 서비스를 통해 섬유패션 업계의 다양한 연구개발 데이터를 생성형 AI기술로 디지털화함으로써 산업 경쟁력을 강화하고, R&D 혁신을 촉진할 것으로 기대하고 있다.

앞으로 학계 연구논문 및 시장 보고서 등의 데이터를 추가로 확장해 서비스의 고도화 및 활용성을 더욱 높이는 데 주력할 계획이다. 문의 : 한국섬유산업연합회 기술기반실(02-528-4028)

## 알리익스프레스, '글로벌 셀링' 오픈

### K패션·뷰티·팝 중점

중국 이커머스 플랫폼 알리익스프레스가 글로벌 셀링 프로그램을 본격적으로 시행하며 한국 셀러의 해외 진출을 지원한다.

글로벌 셀링은 한국의 중소기업 및 소상공인들이 해외 시장에 상품을 판매할 수 있도록 지원하는 프로그램이다.

첫 판매 시장으로는 미국, 일본, 스페인, 프랑스 4개국에 선정됐으며, 앞으로 판매 국가와 지역을 점차 확대할 방침이다. 판매자들은 국내 포털사이트에서 알리익스프레스를 검색하면 쉽게 입점 페이지를 찾을 수 있다.

알리익스프레스는 국내 판매자들이 기존 해외 수출 과정에서 겪었던 보증금, 수수료, 언어 장벽 등의 어려움을 인

식해 인공지능(AI) 기술을 활용한 무료 번역 서비스 제공 및 5년간 수수료를 면제하는 파격적인 정책을 통해 국내 기업들의 글로벌 수출 진입 장벽을 크게 낮출 계획이다.

특히, 프로그램 출범 초기라는 점과 K-브랜드의 세계화라는 취지에 맞춰 K-뷰티, K-패션, K-팝 등의 주요 카테고리 중점을 두고 주력 상품들을 소개할 예정이다.

패션 분야는 국내 의류 쇼핑몰뿐만 아니라 신진 디자이너 브랜드의 연이은 입점으로 더욱 다양한 선택지를 갖추게 됐다.

**Dstory**  
기사제보·광고문의  
hyouk1515@naver.com

## 2025년~2026년 해외 주요 섬유패션 국고 지원 전시회

### 2025년 지원 전시회

#### 한국섬유산업연합회 주관(2회)

구분	전시회명	개최기간	한국관 규모
1	미국 뉴욕 섬유 텍스월드 춘계	1.21~1.23	26개사(확정)
2	베트남 호치민 섬유 사이공텍스	4.9~4.12	20개사(예정)

※문의 : 한국섬유산업연합회 전시마케팅실 김중혜 과장 02-528-4052

#### 섬유패션 단체 주관(14회)

구분	전시회명	개최기간(예정)	주관기관
1	이탈리아 밀라노 우니카 춘계	2.4~2.6	한국섬유수출입협회
2	프랑스 파리 프레미에르비종 춘계	2.11~2.13	한국섬유수출입협회
3	미국 뉴욕 패션 코테리 춘계	2.18~2.20	한국패션소재협회
4	베트남 호치민 국제의류, 섬유 및 섬유기술(VIATT)	2.26~2.28	한국패션소재협회
5	중국 상하이 인터텍스타일 춘계	3.11~3.13	한국패션소재협회
6	독일 뮌헨 국제스포츠용품 하계 (OutDoor by ISPO)	5.19~5.21	한국아웃도어 스포츠산업협회
7	중국 선전 인터텍스타일	6.11~6.13	한국패션소재협회
8	미국 솔트레이크 아웃도어 용품 하계 (OR Show)	6.19~6.21	한국아웃도어 스포츠산업협회
9	이탈리아 밀라노 우니카 추계	7.8~7.10	한국섬유수출입협회
10	미국 뉴욕 섬유 텍스월드 추계	7.22~7.24	한국섬유수출입협회
11	중국 상하이 인터텍스타일 추계	9.2~9.4	한국패션소재협회
12	프랑스 파리 프레미에르비종 추계	9.16~9.18	한국섬유수출입협회
13	독일 뒤셀도르프 국제산업안전(A+A)	11.4~11.7	한국아웃도어 스포츠산업협회
14	독일 뮌헨 국제스포츠용품 추계(ISPO)	12.2~12.4	한국아웃도어 스포츠산업협회

※문의 : 한국섬유수출입협회 02-6284-5003 / 한국패션소재협회 02-576-7248  
한국아웃도어스포츠산업협회 02-3454-1611

### 2026년 지원 전시회 ※3년 장기(2026년~2028년)선정

#### 한국섬유산업연합회 주관(1회)

구분	전시회명	개최기간(예정)	한국관 규모
1	프랑스 파리 춘계 텍스월드	2월	40개사(예정)

※문의 : 한국섬유산업연합회 전시마케팅실 김중혜 과장 02-528-4052

#### 섬유패션 단체 주관(1회)

구분	전시회명	개최기간(예정)	주관기관
1	이탈리아 밀라노 우니카 춘계	7월	한국섬유수출입협회

※문의 : 한국섬유수출입협회 02-6284-5003

## 전시



### 열린여행상품 공동프로모션 팝업 전시



9개 여행사에서 제공하는 열린여행 선정 상품 홍보를 통해 관광객자를 비롯한 누구나 즐길 수 있는 여행 상품에 대한 인식 및 관심을 높이기 위한 전시

- 일 정: 1월 14~19일
- 장 소: DDP 디자인랩 2F 연남방앗간 홀 및 룸 공간
- 시 간: 10:00~19:00
- 관람비용: 무료

### '테테루뮤지엄' 홀로그램 전시관



테테루뮤지엄(Teteru Museum)은 개인몰입형 홀로그램 뮤지엄으로 영화, 드라마, 애니메이션의 명장면을 3D와 크래프트 테크로 재해석한 홀로그램 작품을 감상하는 미디어 체험공간이다.

- 일 정: 1월 1일~12월 31일
- 장 소: DDP디자인랩 1층 C5호, C6호
- 시 간: 화~금 13:00~17:00  
토~일 11:00~17:30  
월요일 휴관
- 관람비용: 성인 8,000원, 유아동 및 초·중·고학생 5,000원

### 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
디자이너크립	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

리틀노말(아동복)

주간/정규직/무관/없음/5년 이상/3월31일/010-9664-1216/normal2252@naver.com

LYDIA(토탈)

무관/정규직/여/없음/무관/2월19일/010-3122-4030/aaa@aaa

남평화(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/2월20일/010-9497-7064/kmes123@naver.com

채니블라썸(아동복)

주간/정규직/여/없음/2년 이상/02월18일/01028998382/mmh1111@naver.com

리프레쉬(여성복)

야간/정규직/여/1992년생 이상/1년 이상/2월18일/01088547159/qusheng1990@naver.com

위윈트(다이마루)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/2월12일/010-5567-9251/jimin.office19@gmail.com

프로모션(토탈)

주간/정규직/무관/없음/무관/2월28일/010-8979-7865/kkjkj0405@naver.com

베이지(여성복)

야간/정규직/여/1972년생 이상/5년 이상/2월17일/010-5399-7737/petijini@gmail.com

쿠즈제이(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/5년 이상/3월31일/010-2708-0670/naifm0401@naver.com

apM릭스(여성복)

주간/정규직/여/1988년생 이상/6년 이상/2월15일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

JWA(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/1월31일/010-3169-2565/123@hanmail.net

와이케이(여성복)

주간/정규직/여/없음/무관/1월31일/010-2658-8378/pok10good@naver.com

avecmiel(아동복)

주간/정규직/여/1981년생 이상/3년 이상/1월31일/010-6615-8555/xxxxxxx@naver.com

apM(캐주얼)

주간/아르바이트/무관/1990년생 이상/3년 이상/1월31일/010-6431-2065/moon@mayonnaise.work

제이키즈(아동복)

주간/정규직/무관/없음/2년 이상/2월15일/010-3367-8342/qhdlzl@naver.com

apM 오브젝트(여성복)

야간/정규직/여/없음/3년 이상/2월14일/010-3316-0306/live4026@naver.com

(주)제이그로우(여성복)

주간/정규직/여/1998년생 이상/3년 이상/2월13일/01084504244/jgrow88@naver.com

볼린(남성복)

야간/정규직/남/1988년생 이상/무관/2월14일/010-8866-9809/jobhster@naver.com

청평화 지하1층(여성복)

야간/아르바이트/여/없음/2월7일/010-3661-4452/sukhill@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/여/1986년생 이상/4년 이상/2월12일/010-2638-0704/kongija3@naver.com

apM릭스(여성복)

주간/정규직/여/1998년생 이상/5년 이상/2월15일/010-3941-0096/phmkms1@naver.com

(주)사랑입다(여성복)

주간/정규직/무관/없음/5년 이상/2월12일/010-3217-8273/kaylee2019@naver.com

(주)에이스튜디오(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/2월28일/010-8824-7469/sjy1053@naver.com

리프레쉬(여성복)

야간/정규직/여/1992년생 이상/1년 이상/2월13일/01088547159/qusheng1990@naver.com

판매사원

ROCOCO(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월19일/010-2622-5465/rococo208@naver.com

물컵(여성복)

야간/정규직/무관/없음/2월28일/010-5176-1423/ckelly80@hanmail.net

더웨이브(토탈)

야간/정규직/무관/2002년생 이상/무관/2월28일/010-4407-4283/the.wave.apm@gmail.com

갤러리(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월19일/02-2253-2550/aaac74@naver.com

볼린(남성복)

야간/정규직/남/1988년생 이상/무관/2월20일/010-8866-9809/jobhster@naver.com

제일평화(토탈)

야간/정규직/여/없음/2년 이상/2월19일/010-4489-5494/jhhong@gmail.com

인디릭스(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/무관/2월28일/010-6391-5247/moon-618@hanmail.net

디오트(토탈)

야간/정규직/여/없음/5년 이상/1월24일/010-5621-6694/mian0621@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/무관/2004년생 이상/1년 이상/2월15일/010-9945-5708/d2\_company@naver.com

6pence(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/2월15일/010-8933-7188/akapride@naver.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/1994년 이상/무관/2월14일/010-7120-1687/cavamimi@daum.net

무이비엔(여성복)

야간/정규직/여/1990년 이상/2년 이상/2월14일/010-3161-0182/muybien\_seoul@naver.com

더베이지스(여성복)

야간/정규직/여/없음/3년 이상/2월13일/010-2537-3222/recruit@fashion-flow.co.kr

(주)키앤키비(여성복)

주간/아르바이트/여/1980년 이상/2년 이상/2월14일/010-7683-2475/ustyle27@naver.com

apM릭스(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/2월12일/010-7228-7144/joy7144@naver.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/2월6일/010-9079-3116/kdh\_0329@naver.com

청평화(토탈)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/2월8일/010-8363-1107/cph@gmail.com

JJCLUB(여성복)

야간/정규직/무관/1993년 이상/무관/2월10일/010-7220-1298/essencu@naver.com

apM(토탈)

야간/정규직/무관/2004년 이상/무관/2월7일/010-3544-4034/d2\_company@naver.com

(주)올로(토탈)

야간/정규직/무관/없음/4년 이상/2월7일/010-2778-0890/fine01225@naver.com

Londonflat(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/2월7일/010-3399-0103/londonflat@naver.com

버킨(여성복)

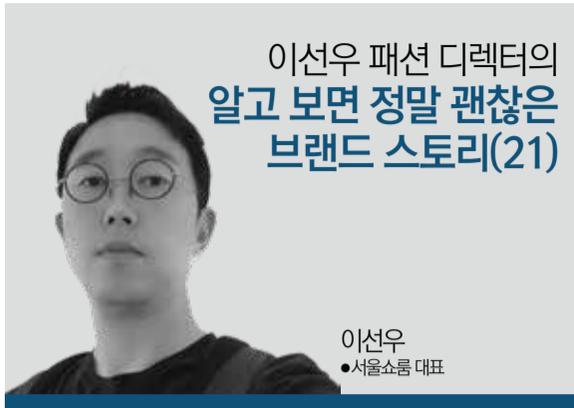
야간/정규직/여/29세 이하/1년 이상/2월5일/010-9152-4865/hitthebottom.naver.com

Audgml(남성복)

무관/정규직/무관/없음/2년 이상/2월5일/010-6400-6772/audgml0317@naver.com

Ddm82(잡화)

야간/정규직/무관/없음/무관/2월28일/010-7476-8286/wlcnr40@hanmail.net



우리나라 패션 디자이너가 대중들에게 알려지게 된 계기가 있습니다. 2009년 시작해서 2014년까지 이어진 프로젝트 런웨이코리아, 슬드아웃 등의 패션디자이너 경연 프로그램이 이슈가 되면서 이를 통해 실력 있는 디자이너의 스타일과 스토리가 세상에 알려지게 된 것입니다.

지금은 유명 셰프들이 인기 프로그램을 차지하고 있지만, 당시 5~6년간 TV 프로그램에 등장한 디자이너들은 지금의 셰프만큼 인기를 누렸죠. 그 후로 10년이 지난 지금. 당시 인기 디자이너들 중에 자신의 브랜드를 성장시킨 디자이너도 있고, 사라진 디자이너도 있습니다.

그 10년 동안 프로그램에 소개된 유명세가 아닌 자신의 실력과 노력으로 탄탄하게 브랜드를 자리 잡은 디자이너가 있습니다. 김인혜 디자이너는 프랑스 파리 의상조합 패션 디자인학과 졸업 이후 파리 현지 하이엔드부터 컨템포러리까지 다양한 브랜드 어플리에에서 근무하며 경험을 쌓았습니다.

원래 김인혜 디자이너는 파리로 유학가기 전에 한국에서 예술학과를 졸업하고 파리에서 무대미술을 먼저 전공했는데, 다양한 예술분야를 경험하면서 패션 브랜드는 단순한 의류 레이블이 아닌, 자신의 라이프 스타일과 철학을 공유하는 공간이라는 생각을 했다고 합니다.

그래서 더욱 심도 있게 패션 디자인을 전공하고, 패션의 본고장 파리에서 경험을 쌓은 후 2012년 전문직 여성을 위한 독창적이고 세련된 스타일의 여성복 브랜드 '메종 드 이네스'를 런칭했습니다.

'메종 드 이네스'는 여성의 우아함과 실용성을 융합한 컨템포러리 브랜드로, 25~45세 전문직 여성을 위한 클래식 포멀라인과 캐주얼 포멀라인으로 구성됩니다. 프리미엄 소재의 높은 감도와 기존의 아이템과의 조화를 높이는 모듈식 디자인의 추구, 그리고 시대를 초월한 시그니처 디자인을 바탕으로 전문직 여성의 일과 일상의 라이프 스타일을 새로운 차원으로 이끌고 있죠.

어찌 보면 기본에 충실하면서도 일상을 특별하게 만들어주는 힘을 가진 옷이 바로 '메종 드 이네스'라는 생각이 듭니다. 백화점에 가 봐도 사실 이런 힘을 가진 화려하지 않지만 한 곳 매력이 있는 브랜드는 흔하지 않습니다. 합리적인 가격대에 디자이너 특유의 디테일과 백화점 브랜드 못 지 않은 좋은 소재로 완성한다는 것은 감각뿐만 아니라 실력과 노하우가 같이 겸비되

어야 가능하니까요.

그래서 '메종 드 이네스'의 슬로건이 더욱 기억될 수밖에 없습니다.

“우아함으로 세상을 만들어 가는 그녀들을 위해 (Pour celles qui façonnent le monde d'élégance).”

김인혜 디자이너의 슬로건은 특별한 뮤즈를 위한 옷이 아닌, 일상 속에서 평범한 사람들의 하루를 특별하게 만들어주는 디자인을 추구한다는 의미이며, 이런 슬로건과 스타일을 종로구 원서동의 아름다운 쇼룸에 담백 담아내고 있습니다.

서울 종로구 원서동에 위치한 쇼룸은 전통 한옥과 현대적인 감각이 어우러진 공간으로, 고객들이 브랜드의 철학과 제품을 직접 경험할 수 있는 장소입니다. 어쩌면 이 쇼룸은 디자이너 자신이기도 합니다.

브랜드명이 프랑스어로 '집'을 뜻하는 '메종 (Maison)'과 디자이너의 이름 '이네스(Ines)'를 결합하여 '이네스의 집'이라는 의미를 담고 있는데, 디자이너가 자신의 집에 초대된 사람들과 라이프 스타일을 공유하고자 하는 의도를 반영한 것이라고 합니다. 그래서 원서동의 쇼룸은 디자이너가 생각하는 옷과 사람들이 자신과 함께 어울리고 만들어가는 공간이기도 하죠.

쇼룸에서는 옷뿐만 아니라 다양한 아트웍의 전시와 디자이너의 소소한 쇼케이스가 틈나는 대로 진행이 되고 있습니다. 패션 디자인 외에 예술과 무대미술을 전공한 만큼 김인혜 디자이너는 옷을 만드는 작업 외에도 참 부지런하게 예술과 일상을 접목해 자신의 쇼룸에서 늘 보여주고 있습니다.

쇼룸에 가보면 기본에 충실한 디자인으로 화려함보다는 다양한 옷들과의 조화를 중시하는 스타일을 친절하고 부지런한 디자이너가 직접 스타일링 해줍니다. 디자이너의 이런 특별한 노력으로 '메종 드 이네스'만의 '사람'들이 10년 넘게 차곡차곡 모여왔습니다.

김인혜 디자이너는 이런 사람들과의 만남과 소통이 아주 즐겁다고 합니다. 그래서 쇼룸에서 보다 많은 사람들과 만나기 위해 직접 매주 라이브 커머스를 운영하고 있습니다.

한 때 라이브 커머스가 이슈가 되어 너도 나도 라이브를 하다가 요즘은 조금 라이브에 대한 관심이 시들해지기도 했죠.

하지만 김인혜 디자이너의 생각은 다릅니다. 라이브 커머스를 세일즈를 위한 채널이 아닌 라이브로 직

## 김인혜 디자이너의 '메종 드 이네스(MAISON DE INES)' 10년 동안 탄탄히 다져온 '사람이 보이는 옷'



'메종 드 이네스' 룩북.

접 많은 사람들과 만날 수 있는 상호간의 소통이 가능한 SNS로 생각하고 있다고 합니다. 그래서 김인혜 디자이너는 본인이 직접 라이브에 출연하여 쇼룸도 소개하고, 스타일도 보여주고, 일상의 이야기를 소소하게 풀어나가고 있습니다.

'메종 드 이네스' 네이버 쇼핑라이브 채널은 지금까지 160번 이상 꾸준히 디자이너가 직접 출연하며 소통을 한 결과, 현재 1만 명 가까운 구독자들이 모이게 되었습니다. 패션의 본고장 파리에서 공부하고, TV 프로그램을 통해 인기를 얻게 되었지만, 본질적으로 '사람이 보이는 옷'을 보여주고자 10년을 꾸준히 자신만의 방식으로 탄탄하게 성장해온 김인혜 디자이너의 '메종 드 이네스'.

백화점, 온라인 커머스 등에 의존하기 보다는 자신의 쇼룸과 자신의 라이브채널을 키워가며 거기에 '사람'들이 모이게 만들고 있는 김인혜 디자이너. '메종 드 이네스' 쇼룸은 어느 계절이나 늘 운치가 있고, 그곳에 있는 옷은 기본적이면서도 특별하며, 쇼룸과 옷을 정겹게 소개하는 디자이너는 늘 친절하고 부지런합니다. 여러분도 필자처럼 '메종 드 이네스'의 '사람'이 되어보시길 바랍니다.

# 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



# 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](http://www.svcs.kr)



예약하기 QR