D story

Vol. 60
April 2025
www.thepathwithyou.org

04 커버스토리
동대문 도매상권의 위기와 대응 방안

08 이슈
서울시, 동대문 패션 상권 살리기 나섰다

10 행사
일상을 축제로 만드는 DDP 봄 행사

@gettyimagesbank

NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

쉽고 빠르게!

블록체인 기반으로 설계된 **QR코드**와 **NFT**를 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)동대문패션타운관광특구협의회

과학기술정보통신부

KISA 한국인터넷진흥원

DDP패션몰, 봄맞이 프로모션 행사 개최

새봄을 맞아 DDP패션몰이 고객 사은 행사를 개최했다. DDP패션몰은 지난 3월 17, 18, 24, 25일 4일간 정문 앞에서 봄맞이 프로모션 행사를 가졌다. 프로모션 기간에는 20만 원 이상 구매고객에게 보조배터리를, 30만 원 이상 구매고객 중 추첨(주 1회)을 통해 다이슨 에어랩을 증정했다. 영수증을 가지고 온 구매고객에게는 소시지 및 음료를 무료로 제공했다. DDP패션몰 운영기관인 서울시설공단과 DDP패션몰 상인회는 새 시즌이 시작될 무렵 연간 4차례 프로모션 행사를 개최, 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

표지 설명
동대문 도매상권이 침체의 늪에서 빠져나오지 못 하고 있다. 동대문 도매상권은 2016년 사드 배치에 따른 중국의 '한한령'과 2020년 발생한 코로나19로 인해 수년 째 어려움을 겪고 있다. 동대문 도매상권이 현재 직면한 위기의 원인과 대응 방안은 무엇이 있는지 짚어봤다. (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 **발행일** 2025년 4월 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

@gettyimagesbank

동대문 밤 도매상권 모습.

■동대문 도매상권의 위기와 대응 방안

사드, 코로나, 불황… 악재 겹치며 '사면초가' 빠져

국내 대표 패션 산업 집적지인 동대문패션타운에서 가장 중요한 역할을 하고 있는 도매상권이 좀처럼 침체의 늪에서 빠져나오지 못 하고 있다. 동대문 도매상권은 2016년 사드(THAAD·고고도미사일방어체계) 배치에 따른 중국의 한한령(限韓令·한류 제한령)으로 중국 관광객의 발길이 끊기고, 2020년 발생한 코로나19로 내수 고객마저 뜸해지면서 수년 째 어려움을 겪고 있다. 여기에 경기침체와 소비자들의 온라인 구매 확대로 오프라인 기반의 동대문 도매상권은 존립 기반마저 흔들리고 있다. 동대문패션타운의 절대 비중을 차지하고 있는 도매상권이 현재 직면한 위기의 원인과 대응 방안은 무엇인지 알아봤다.

경기침체, 지방 경제 쇠퇴, C-커머스 공습

경제적인 측면에서 도매상권의 위기 원인은 △저출산, 고령화, 인구 감소로 인한 구매력 급감 △고금리, 고물가, 고환율로 인한 국내 경기침체 △지방 경제 쇠퇴와 수도권 집중 현상 △최저임금 인상에 따른 인건비 급상승 △온라인 유통 확산에 따른 오프라인 유통 위축 △알리익스프레스, 테무, 쉬인 등 C-커머스 국내 진출 가속화 △생산 인구 고령화로 인한 제조공장 기반 붕괴 △중국산 원부자재 범람으로 인한 중국 의존도 심화 등을 들 수 있다.

이중 가장 큰 영향을 미치고 있는 것은 국내 경기침체다. 실제로 대한상공회의소가 코로나 이후 최근 5년간(2020년~2024년) 소비변화를 품목별로 분석한 결과, 일부 품목들은 코로나 이전인 2019년의 소비지출 수준을 회복하지 못한 것으로 나타났다. 특히, 의류·신발은 2019년 대비 소비지출이 18% 감소하는 등 회복이 가장 더딘 것으로 조사됐다

도매상권 매출에서 상당 부분을 차지했던 지방 경제가 쇠퇴하고 있는 것도 악재다. BC카드가 지역별 카드 매출 비중을 분석한 결과 지난해 전체 카드 매출액의 45.2%가 서울에서 나왔다. 경기도가 21.1%를 차지해 서울과 경기에만 전국 카드 매출의 66.3%가 몰렸다. 인천(3.7%)까지 포함하면 수도권 비중이 70%에 달한다. 인구와 일자리가 모두 수도권으로 몰리다 보니 소비도 그만큼 집중된 것이다.

내수 침체까지 겹치며 지역 경제는 빠르게 무너지고 있다. 소상공인 경기 지표인 서비스업생산지수를 시도별로 비교하면 2020년을 100으로 했을 때 지난해 인천이 126으로 가장 높았고, 서울(123.3)이 광역자치단체 중 두 번째였다. 수도권 서비스업생산지수는 2020년 이후 매년 상승세다. 전년보다 지수가 하락한 세종(-3.1), 경남(-2.7), 경북(-1.1), 전북(-1.1), 충남(-1.1), 전남(-0.8), 충북(-0.5), 강원(-0.5) 등 비수도권과 대비된다.

알리익스프레스, 테무, 쉬인 등 C-커머스가 국내 진출을 가속화하고 있는 것도 도매상권의 위기를 불러오고 있다. 초저가와 다양한 디자인, 공격적인 마케팅으로 국내 패스트 패션 시장을 빠르게 잠식할 것으로 예상되기 때문이다. 특히, 도매상인 상당수가 C-커머스의 생산처인 광저우에서 의류를 사입해 판매하고 있어 구매자들의 가격 저항이 불가피할 전망이다.

상가 공실률 증가… 공급 과잉도 문제

경기침체가 지속되면서 도매상가 공실률은 하루가 다르게 증가하고 있다. 장사를 접는 퇴점 상인은 늘어나는데, 장사를 해 보겠다는 입점 상인은 없는 것이다. 코로나 전까지만 하더라도 인기 상가는 입점을 원하는 상인들이 줄을 섰으나 이제는 상가에서 임대료를 내리면서 입점 상인들을 구하고 있는 실정이다.

공실률도 일부 상가를 제외하고 일찌감치 두 자릿수를 넘어선 것으로 알려지고 있다. 한국부동산원에 따르면 동대문 상권의 평균 공실률(중·대형 상가 기준)은 지난해 말 기준 14.87%로 서울 평균(8.85%)을 훌쩍 뛰어넘는다. 서울 내 다른 상권과 비교해도 공실률이 높다. 인근 을지로 상권(5.52%)은 물론 강남(8.74%)과 영등포(9.17%)보다도 높다.

문제는 이처럼 공실이 증가해도 용도 변경이 어려워 상가 구조조정이 힘들다는 것이다. 현재 동대문패션타운 내 대부분의 상가는 수많은 구분소유자로 이뤄진 집합건물로, 집합건물에 의한 소유 및 관리에 관한 법률에 의거 판매시설 외 타 용도로 변경이 불가능하다.

상가와 점포 수 공급 과잉도 문제다. 동대문 도매상가는 20여 개로, 대부분 전성기인 2000년대 후반 건립됐다. 점포 수는 공실을 제외하고도 1만여 개가 넘는다. 이들 대부분의 점포가 의류 매장으로, 국내 시장 만을 대상으로 영업을 하기에는 너무 많다는 지적이다. 여기에 온라인 거래 활성화로 판매 점포의 효용 가치는 갈수록 추락하고 있다.

공실률이 증가하면서 각 상가별로 상인 유치 경쟁도 치열해지고 있다. 각 상가 앞에는 임대문의 플랜카드가 큼지막하게 붙어 있고, 일부 상가는 파격적인 조건을 내세우고 있다. 이에 따라 권리금은 물론 보증금과 월세도 지속적으로 하락하고 있다. 이는 결국 구분소유자들의 부담으로 이어지고 있고, 관리비 미납이 늘면서 관리회사 운영에도 심각한 애로사항으로 작용하고 있다.

업계 관계자는 "동대문 도매상가는 집합 건물에서

동대문 도매상가 입구에 임대문의 플랜카드가 걸려 있다.

일정 규모별로 구분 등기로 이루어진 구분 상가로, 공실이 장기화되면서 지주들의 불만도 커지고 있고, 경매로 넘어갈 가능성도 높아지고 있다"며 "하지만 용도 변경이 어렵고, 구분소유자들이 많아 관리회사들이 현실정에 맞게 상가 운영에 적극적으로 나서기도 어려운 실정"이라고 말했다.

상인들 매출 감소에 운영 비용 증가

상가 점포를 임대해 장사를 하는 상인들은 장기간 경기침체로 매출이 급감한 반면 원부자재 가격, 임가공비 및 인건비 상승 등 운영 비용이 증가하면서 위기를 맞고 있다.

상인들의 매출 감소는 어제오늘 이야기는 아니지만 최근 2~3년간 더욱 심해진 것으로 파악되고 있다. 2023년 정부의 엔데믹(풍토병으로 굳어진 감염병) 선언 이후 오히려 코로나 기간보다 매출이 줄어들었다는 상인들이 많다, 코로나 기간에는 매장에 나오지 않을 뿐 온라인으로 거래가 활발히 이루어졌으나 지금은 극심한 불황으로 인해 구매 자체가 이루어지지 않고 있다는 것이다.

여기에 원부자재 가격과 임가공비, 인건비가 지속적으로 상승한 반면 이를 제품 가격에 제대로 반영을 못 해 채산성이 악화되는 경우도 많다. A상가 한 상인은 "코로나 기간에는 온라인 매출이 활발히 이루어져 견딜 만 했으나 지금은 오프라인은 물론 온라인 거래도 거의 없는 상태"라며 "판매사원은 구하기도 어렵지만 급여도 월 300만 원 이상을 요구하는 경우가 많아 지금 매출로는 감당이 안 돼 혼자서 영업을 하고 있는 상태"라고 말했다.

상인들의 위기는 매출 감소뿐만 아니라 코로나 시절 받은 대출 상환 등으로 자금 압박이 심해지면서 더욱 심각해지고 있다. 여기에 젊은 상인들의 경우 워라밸(work-life balance · 일과 삶의 균형)을 추구하면서 밤샘 영업보다 주간 영업을 선호하고 있고, 온라인 활성화로 방문 고객이 급감해 상가 개장 시간 대비 실제 영업시간이 줄어들면서 비효율적인 경영에 대한 불만의 목소리가 커지고 있다.

자체 디자인 및 생산보다 중국에서 의류를 수입해 판매하는 상인이 지속적으로 증가하고 있는 것도 문제다. 최근 중국 제품의 디자인과 품질이 상승해 경쟁력이 좋아지면서 이 같은 현상은 더욱 가속화되고 있다. 이는 결국 동대문이 중국 제품의 판매처로 전락하고, 동대문이 가지고 있는 장점들이 사라질 수밖에 없다는 점에서 심각한 위기 상황으로 받아들여지고 있다.

기후 변화로 인해 봄가을이 짧아지고 여름이 길어지면서 판매 기간이 단축된 것도 매출 감소 원인 중 하나다. 한 상인은 "간절기가 사라지면서 도매 영업 기간이 1년에 6개월 밖에 안 된다"며 "마진이 좋은 겨울옷보다 가격이 저렴한 여름옷 판매 기간이 길어진 것도 영업에는 불리하게 작용하고 있다"고 말했다.

DDP 동쪽에 20여개 도매상권 밀집

동대문디자인플라자(DDP)를 중심으로 동쪽에 위치한 도매상권에는 동대문패션타운이 국내 최대 패션산업 집적지라는 명성을 얻게 한 20여개 상가가 밀집해 있다.

동대문이 패션 도매시장의 중심지로 발전하기 시작한 것은 1990년 현대적 패션상가인 아트프라자가 들어서면서부터다. 당시 우리 사회는 교복자율화와 함께 아시안게임, 올림픽 개최를 거치며 패션 의식이 완전히 서구화되어 가고 있었다.

아트프라자는 이런 가운데 영업시간 조기 오픈과 지방에서 올라오는 전세버스 유치라는 마케팅 개념을 도입해 성공을 거두게 된다. 여기에 소비자들의 캐주얼에 대한 변화된 욕구를 충분히 반영하고, 가격경쟁력도 확보하면서 1990년 이전까지 의류도매시장의 중심이었던 남대문시장과의 경쟁에서 우위를 점하는 계기를 마련하게 된다.

아트프라자의 성공은 평화시장이 그랬던 것처럼 다시 한 번 동대문에 상가 설립 붐을 조성, 디자이너클럽, 팀204, 엘리시움, 에이피엠 등이 잇달아 들어섰다.

도매시장을 자주 찾는 사람들이 아니면 헷갈리는 것 중 하나가 상가별 영업시간이다. 20개가 넘는 도매쇼핑몰의 개, 폐점 시간이 각기 다르기 때문이다.

밤 도매인 에이피엠과 디디피패션몰, 디자이너크럽, 누죤, 아트프라자, 팀204 등은 오후 8시~9시에 문을 열고, 다음날 오전 5~6시 문을 닫는다. 반면 낮 도매인 디오트와 청평화패션몰, 엘리시움, 테크노상가 등은 밤 11~12시 문을 열고, 다음날 낮 11~12시에 문을 닫는다.

신평화패션타운, 동평화패션타운, 패션남평화, 광희패션몰 등은 층별로 영업시간이 다르기 때문에 방문 시 주의해야 한다. 이처럼 상가별로 영업시간이 다른 것은 순차적으로 건물이 들어서면서 차별화 정책의 일환으로 다른 상가와 오픈시간을 달리했기 때문이다.

동대문 낮 도매상권 모습.

공실 해결 위해 대형 점포 확대·타 품목 유치 필요

"현재 내수와 해외 오더 등 전체적으로 경기침체가 코로나 때보다 더 어려운 상황인 것 같다. 도매는 도매의 틀을 유지하면서 이어져야 하는데 유튜브와 인스타그램 등 SNS(소셜네트워크서비스) 상에서의 도매 노출과 의류 사업 진입장벽이 너무 낮아져 있다. 각 매장에서만 구매 가능한 특별한 아이템과 각자 도생 방안으로 현재 동대문 도매가 유지되고 있다고 생각한다. 어느 한 부분이 문제가 아니기 때문에 전체적인 규칙성 보다는 이제는 개개인이 본인의 매장을 위한 상생 방안을 끊임없이 고민하고 개발해야 하는 시대가 온 것 같다." – A상가 상인

"동대문에 기반을 둔 사업체는 대부분 영세하다. 하지만 시대는 우리가 따라잡기에는 너무도 빠르게 변화하고 있다. 지금은 디지털 기반으로 비즈니스를 하고 있다. 동대문 도매 역시 디지털 방법으로 상품을 소개하고 있고, 주문을 받고, 온라인으로 결제를 받고 있다. 방식은 훌륭하지만 제반 여건은 그다지 좋지 않은 게 사실이다. 신상품을 소개하는 플랫폼의 부족, 홍보하는 콘텐츠 역량 부족 그리고 무엇보다 거대한 대기업 규모의 소매 플랫폼과 무한 경쟁 및 거래처감소 등 도매를 활성화 하는 데는 많은 과제가 있다. 동대문의 온오프라인을 활성화 시킬 방안을 찾아야 한다." – B상가 상인

"도매의류는 앞으로 더 어려워질 것 같다. 메인 고객이었던 중국 거래처들은 자국의 새로운 판로를 찾아 줄어들 것이며, 내수 거래처 또한 불황으로 더 힘들어질 거라고 생각한다. 동대문 도매시장의 기존 틀을 바꿔 도매의 메리트를 유지하면서 개인 소비자에게 직접 다가갈 수 있는 방안 또한 필요하다고 생각한다. 이미 많은 업체들이 도매뿐 아니라 브랜드화 하는 것처럼 전체적인 도매 이미지를 새롭게 구축하는 방법이 필요하다." – C상가 상인

"도매상인들은 1인 다역을 하고 있기 때문에 브랜딩과 마케팅에 한계가 있다. 정부와 지자체 차원에서 시장활성화팀을 만들어서 도매상인들을 하나로 모아 마케팅하고 브랜딩할 수 있는 도움을 주었으면 한다. 실제로 해외 바이어들의 니즈는 있지만 행정적인 문제에 부딪쳐 성사가 안 되는 경우가 많다. 상표권과 관련 서류 등을 조언해 줄 수 있는 기관이 있으면 수출에 도움이 될 것 같다. 공동 라이브몰 등 온라인 판매에 대한 지원책도 생겼으면 좋겠다." – D상가 상인

"온라인 소비 확대와 패션 플랫폼의 급성장으로 고객들의 발길이 뚝 끊어진 지금, 과거 지방의 소매상인들이 관광버스를 대절해 옷을 구매해 가던 시절에 굳어진 영업시간은 시대 흐름에 뒤떨어진 것이다. 동대문을 찾는 고객들에게 통일된 모습을 보여주고, 구성원들의 삶의 질이 향상되면서 젊은 층을 유입해야 하는데, 지금처럼 장시간 밤에 일을 해야 하는 방식으로는 두 가지 다 해결할 수 없는 만큼 영업시간을 조정하고, 가능하면 통일시키려는 노력이 필요하다." – E상가 관계자

대형 점포 확대·타 품목 유치 필요

동대문 도매상권이 지금의 위기 상황을 헤쳐 나가기 위해서는 어떤 노력들이 필요할까. 상가 관계자와 상인들의 의견을 종합해 보면 △상생 차원의 임대 보증금, 월 임대료 인하 △단일 소형 점포에서 멀티 대형 점포로 확대 △공실 점포의 판매 공간 외 타 용도 활용 △의류 외 다른 관련 품목 유치 △신규 젊은 상인, 외국인 상인 입점 적극 유도 △온라인 플랫폼이 상가 공간을 이용하는 OTO(Online to Offline) 상생 방안 강구 △온라인 해외 판매 채널 연결 △도매 위주에서 도소매 병행 추진 △현행 영업시간과 휴무일 조정 △정부와 지자체의 상권 활성화 지원 등으로 요약할 수 있다.

단일 소형 점포에서 멀티 대형 점포로 확대와 판매 공간 외 타 용도 활용은 늘어나는 공실에 대응하는 효과적인 수단으로 볼 수 있다. 실제 일부 상가에서는 멀티 대형 점포를 유치하고, 빈 매장을 활용해 라이브커머스를 할 수 있는 스튜디오를 운영하고 있다.

의류 외 다른 관련 품목 유치는 트렌드 변화를 읽

상권 활성화 차원 영업시간 변경·통일 '시급한 과제'

고, 의류의 공급 과잉 현상을 해소할 수 있는 측면이 있다. 액세서리 & 주얼리 상가인 뉴뉴와 미미라인이 대표적인 성공사례다. 뉴뉴와 미미라인은 의류 도매상가가 밀집해 있는 동대문 상권에 액세서리와 주얼리로 승부를 걸어 MZ세대와 해외 쇼핑객이 즐겨 찾는 새로운 핫플레이스로 부상했다. 이들 상가의 성공 요인은 품목 선정에도 있지만 넓은 쇼핑 공간과 다양한 상품 구성과 저렴한 가격, 판매사원들의 친절한 접객, SNS를 활용한 국내외 마케팅 등의 효과도 컸다. 젊은 상인과 외국인 상인 유치는 노후 이미지의 상권을 활기차고 젊게 만들 수 있다. 특히, 외국인 상인은 글로벌 시장 공략을 하는 데 있어 꼭 필요한 부분이라고 할 수 있다.

OTO 상생 방안 강구와 온라인 해외 판매 채널 연결은 동대문의 온오프라인을 활성화시킬 수 있는 묘안이 될 수도 있다. 동대문 도소매 플랫폼과 상생 협약을 맺어 도매상가의 빈 매장을 활용해 온라인 시장을 공략할 수 있는 방법을 찾는다면 해외 시장 공략도 가능할 수 있다.

도소매 병행 판매는 약화된 도매 기능의 새로운 탈출구가 될 수 있다. 이미 일부 업체들이 도매뿐 아니라 소매 판매를 위해 브랜드화를 시도하고 있지만 여러 가지 제약과 한계로 성공하기가 쉽지 않은 실정이다. 이를 정부와 지자체의 지원을 받아 브랜딩과 판로 확대에 나선다면 침체되어 있는 동대문에 활력을 불어넣을 수 있다.

영업시간 변경·통일 재논의 시급

영업시간 변경과 통일은 쉽지 않은 문제지만 동대문 상권 패러다임과 이미지를 한 번에 바꿀 수 있는 중요한 사안이다. 현재 상가별로 영업시간이 다른 것은 순차적으로 건물이 들어서면서 차별화 정책의 일환으로 기존 상가와 오픈시간을 달리했기 때문이다.

특히, 새벽 영업시간은 과거 지방의 소매상인들이 관광버스를 대절해 옷을 구매해 가던 시절에 굳어진 것으로, 지금처럼 온라인 구매가 활성화되고, 종업원 구하기 어려운 상황에서는 맞지 않는다는 지적이다.

영업시간 변경은 그 동안 몇 차례 논의가 있었지만 상가별로 이해관계가 얽혀 있고 제반 여건이 맞지 않아 실행에 옮기지 못 했다. 가장 최근에는 apM그룹이 지난 2022년 2월 영업시간을 2월 28일부터 오전 9시~오후 6시로 변경한다고 공고했다가 상인들의 반대에 부딪혀 보류했다.

당시 apM은 영업시간 변경이유에 대해 △도매 거래선의 변경(IT 및 SNS의 발전으로 주간 거래의 당위성이 생겼음) △스태프 구인의 애로사항 △제조업종으로서 주간에 실시간 원단체크 및 생산공장과 소통할 수 있음 △삶의 질의 개선과 육아 및 교육의 문제점 해결 △중국시장 역시 주간 영업으로서 실시간 주문 가능 등을 들었다.

동대문 밤 도매상권 모습.

하지만 전격적으로 시행하려고 했던 영업시간 변경은 오미크론 확산이라는 표면적인 이유와 함께 물류업체와 사입 에이전시, 현 영업시간을 주장하는 일부 상인들의 반발로 잠정 연기됐다.

일각에서는 apM그룹이 실시하려고 했던 영업시간은 도매상권의 특성에 맞지 않는다고 지적하고 있다. 특히, 수많은 물건을 싣고 날라야 할 물류 및 주차 문제와 기존의 도매 기능을 유지하기 위해서는 오후 2시에 오픈해 밤 12시에 문을 닫는 것이 좋다는 의견이다. 그럴 경우 낮 시간에는 소매 판매를 하고, 밤에는 도매 기능을 할 수 있다는 것이다.

한편, 낮 도매상가인 청평화패션타운은 올해 3월 17일부터 오픈 시간을 기존 밤 12시에서 밤 11시로 한 시간 앞당겼다. 같은 낮 도매상가인 디오트도 조만간 설문조사를 실시한 뒤 상인들의 의견을 반영해 오픈 시간을 조정할 계획인 것으로 알려졌다.

도매상가 한 관계자는 "온라인 활성화, 최저 임금 인상, 워라밸 등으로 인해 새벽에 손님도 없는데다 종업원 구하기도 어려운 상황에서 밤 장사를 고집하는 것은 상권 활성화에 도움이 안 된다"며 "현재 동대문 도매상권의 위기 원인은 여러 가지 문제가 복합적으로 얽혀 있는 만큼 상권 차원에서 영업시간을 변경하고 통일해 문제를 해결할 수 있는 환경을 조성해 나갈 필요가 있다"고 말했다.

서울시, 동대문 패션 상권 살리기 나섰다

올해 '동대문 K-패션 브랜드 육성' 사업 본격 운영
동대문 상인·디자이너 90개사로 참여 대상 확대

'동대문 K-패션 수주전시회' 4월 1일~5월 5일 개최
시 "경쟁력 있는 동대문 K-패션 지속 발굴할 것"

'동대문 K-패션 브랜드' 모집 공고문.

서울시가 소비 트렌드 변화와 초저가를 내세운 중국산 원자재로 인해 침체기를 겪는 동대문 패션 상권을 살리는 데 적극 나선다. 동대문의 패션 상인과 디자이너에 대한 브랜딩부터 판로개척까지 지원하는 육성사업과 함께 동대문 상권 소비 활성화를 돕는 수주전시회를 개최한다.

1990년대 '패션 1번지'로 불리며, 2000년대 초반까지 국내 패션 산업의 성장을 이끌었던 동대문은 최근 온라인으로 확대된 소비 트렌드 변화와 중국산 원자재 공습 등으로 손님들의 발길이 점차 뜸해지면서 활기를 잃어가고 있다.

시는 최근 일련의 상황에도 도매 패션에서 국내 제조의 강점과 독창적이고 감각적인 디자인 경쟁력을 가지고 있어 여전히 많은 해외 큰손 바이어가 동대문을 찾고 있는 만큼 이러한 동대문만의 강점을 살려 'K-패션의 중심' 동대문으로 재도약할 수 있도록 지원한다는 목표다.

이에 따라 시는 △브랜딩 런칭 및 강화 코칭 △시제품 제작 지원 △파워셀러 인플루언서 연계 홍보 및 판매 △국내외 바이어 초청 수주전시회 참여 등 브랜딩 강화 코칭부터 온·오프라인 판로 개척까지 다각적으로 지원하는 '동대문 K-패션 브랜드 육성' 시범 사업을 올해부터 본사업으로 추진한다.

앞서 시는 동대문 패션 상인과 디자이너 등 이해 관계자들과의 간담회를 통해 자체 브랜드 런칭에 대한 절실함을 확인했고, 그러한 수요를 토대로 선정한 동대문 패션 상인 기업 16개사를 대상으로, 지난해 9월부터 3개월간 서울패션허브에서 '동대문 K-패션 브랜드 육성 시범 사업'을 진행했다. 이후 전문가의 브랜드 역량 강화 코칭을 거쳐 국내외 바이어를 초청한 수주 전시회('24.12.18~'25.1.31, 45일간)를 열어 현장 수주액 7억 원의 성과를 거뒀다.

이외에도 동대문에서 브랜드를 런칭한 선배 상인들의 성공 노하우 및 인사이트를 공유하는 '장사의 신' 지식 콘서트도 개최했다. 아울러 상인들의 요청으로 숏폼 콘텐츠 제작 및 라이브커머스 방송 기획 실습 등을 배울 수 있는 디지털 마케팅 교육도 진행했다.

브랜드 컨설팅부터 시제품 개발, 수주전시회까지를 전문가가 지원하는 서울패션허브 프로그램을 통해 단순 도매상을 벗어나 자체 패션 브랜드를 런칭하는 업체로까지 성장시켜 동대문 패션 상권에 활력을 불어넣겠단 취지다.

시는 올해 본사업 참여자를 디자인 경력이 있는 동대문 패션 상인과 디자이너 총 90개사(도매상인 50개, 디자이너 40개)까지 대상을 대폭 확대해 4월 1일부터 5월 5일까지 DDP 이간수문전시장에서 '동대문 K-패션 수주전시회'를 개최한다.

이를 위해 참가를 희망하는 동대문 K-패션 상인과 디자이너를 지난 3월 17일까지 모집했다. 최종 선정된 동대문 K-패션 상인과 다자이너는 중국, 일본, 동남아 등 해외 큰손 바이어와 롯데, 현대, 신세계 백화점 등 국내 유통사 및 패션 대기업 관계자 약 100여명의 국내외 바이어와 수주 상담을 받을 수 있게 된다.

또한, 글로벌 인플루언서 등과도 협력해 K-패션을 홍보하고 라이브커머스 판매를 진행하는 등 해외 신규 소비자들을 사로잡을 예정이다. 이외에도 수주전시회에 참가하는 상인과 디자이너는 '작년 브랜드 육성 프로그램'에 참여했던 선배들, 패션 전문가들과의 네트워킹의 시간을 가지며 전문가로부터 브랜드 코칭도 받을 수 있다.

특히, 5월 3일부터 5일까지는 이간수문전시장 외부와 어울림광장 등 DDP 일대에서 '동대문 패션 페스타(FESTA)'를 개최, 동대문을 찾는 쇼핑객과 관광객들을 대상으로 빅세일을 진행한다. 패션 페스타 기간에는 참여 상인들도 100개까지 늘리고, 버스킹 공연, 브랜드 체험 공간 운영 등 다양한 볼거리도 제공한다.

서울패션허브 이승진 패션상권활성화 팀장은 "동대문 K-패션 브랜드 육성 사업은 침체되어 있는 동대문 상권을 활성화시키는 것이 가장 큰 목적"이라며 "1차 수주전시회 성과를 바탕으로 하반기에는 국내외에서 팝업 행사를 개최해 동대문 제품의 우수성을 알리고 상인들의 브랜드를 브랜딩화 해 나갈 것"이라고 말했다.

'동대문 K-패션 브랜드 육성 시범 사업'의 일환으로 지난해 서울패션허브에서 열린 수주전시회 모습.

지난해 12월 서울패션허브에서 열린 '동대문 패션상권 활성화 컨퍼런스' 모습.

동대문에 '서울디자인창업센터 제2캠퍼스' 조성

서울디자인재단, 지역경제 활성화·지역상권 협력 확대
밀리오레 7층에 신진디자이너 인큐베이팅 공간 마련

'DDP 동대문 슈퍼패스' 사용 종로구, 중구까지 확대
시민참여 SNS 이벤트, DDPlay, 다채로운 전시 개최

서울디자인재단 차강희 대표(왼쪽)와 동대문밀리오레관리단 김명숙 관리인이 업무협약서에 서명한 후 기념촬영을 하고 있다.

서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)이 DDP 개관 11주년을 맞아 동대문 지역상권 협력 확대와 지역 경제 활성화를 위한 다양한 프로젝트를 본격 가동한다.

우선 동대문 지역 내 신진디자이너 입주공간과 쇼룸 등을 갖춘 창업센터를 개관하고, 할인쿠폰북을 제공하는 '슈퍼패스' 사용 지역을 확대한다. 여기에 DDP를 중심으로 시민과 관광객이 참여할 수 있는 다양한 축제도 연중 이어 나간다.

재단은 동대문 대표 패션타운인 밀리오레 7층에 '서울디자인창업센터 제2캠퍼스'를 조성, 신진디자이너의 창의적 실험과 도전이 가능한 '디자인 플레이그라운드'로 만든다. 경쟁력 있는 국내외 디자이너가 모이고, 동시에 국내외 관광객들이 새로운 상품을 만나는 창업 허브를 구축하는 것이 목표다.

홍대 인근에 위치한 서울디자인창업센터는 디자인분야 혁신창업을 위한 시설로 교육, 네트워킹 등 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 이번에 문을 여는 동대문 '서울디자인창업센터 제2캠퍼스'는 631㎡(190평) 규모로 신진 디자이너 입주 공간과 동대문 상권 특성을 활용한 쇼룸과 팝업공간을 지원한다.

이를 위해 서울디자인재단과 동대문밀리오레관리단은 지난 3월 18일 DDP 랩에서 업무협약을 체결하고 △신진 디자이너를 위한 창업센터 조성 및 운영 △협력사업 홍보 및 마케팅 △디자인 창업기업 육성 및 판로개척 지원을 위한 활성화 프로그램 운영 등에 협력을 약속했다.

재단은 이와 함께 동대문 지역은 물론 인접 상권활성화를 통한 시너지 창출을 위해 'DDP 동대문 슈퍼패스' 사용 가능 지역을 동대문구에서 종로구와 중구까지 확대한다.

DDP 동대문 슈퍼패스는 내·외국인 관광객을 대상으로 하며, DDP, 두타몰, 현대아울렛, 현대면세점, 지역 상점 등이 참여하는 상권 활성화 프로젝트이다.

작년 5월부터 내국인을 위한 카카오톡 채널운영을 시작했으며 현재 국내 가입자 1만 6천여 명을 확보한 상태다. 이번 지역 확대로 가입자에게는 종로구와 중구가 포함된 다양한 할인 쿠폰을 월 3회 발송하고, 인천공항 및 서울시내 관광안내소, 호텔 151개소를 통해 외국인을 위한 영문 쿠폰북도 배포한다.

또한, 3월 26일부터 4월 9일까지 DDP 동대문 슈퍼패스 홍보 이벤트를 진행해 참여자 중 추첨을 통해 커피 쿠폰을 증정한다. DDP 동대문 슈퍼패스 참여를 희망하는 중구 및 종로구 소재 소매업체는 4월 30일까지 이메일 또는 DDP누리집 공지사항 확인 후 참여 신청하면 된다.

이외에도 개관 11주년을 맞아 DDP의 다양한 행사와 축제를 소개하고 시민들의 기대감을 높이기 위해 SNS 이벤트도 진행한다. 인스타그램과 유튜브에서 '기대되는 올해의 DDP 행사 PICK!'을 주제로 시민 111명을 추첨해 상품을 제공한다. 참여 방법은 DDP 공식 인스타그램과 유튜브에서 2025년 기대되는 행사에 대한 댓글을 남기면 된다.

DDP는 올해 '일상을 축제처럼'이라는 모토아래 다양한 행사도 연다. 3월 23일 'DDPlay 3월 농부시장 마르쉐'를 시작으로, 4월에는 'SSF 프린지 페스티벌', '뷰티풀데이&에릭 오비에', '사랑의 달팽이' 등의 풍성한 행사가 예정되어 있다. ▷관련기사 10면

차강희 서울디자인재단 대표는 "DDP 개관 11주년을 맞아 동대문 지역과의 협력 사업을 더욱 확대하고, 지역 경제와 창업 생태계 활성화에 기여하겠다"며 "앞으로도 DDP를 중심으로 동대문 일대가 글로벌 디자인 테마파크로 성장할 수 있도록 노력하겠다"고 밝혔다.

서울디자인재단과 동대문패션타운관광특구협의회 관계자들이 업무협약을 마친 후 기념촬영을 하고 있다.

지난해 8월 어울림광장에서 열린 '소리Play' 행사에서 사랑의달팽이 클라리넷앙상블 단원들이 연주를 하고 있다.

지난해 시범 운영된 'DDP 루프탑 투어' 모습.

클래식 공연부터 루프탑 투어까지!

일상을 축제로 만드는 DDP 봄 행사 풍성

DDP(동대문디자인플라자)가 예년보다 더 다양한 공연과 전시로 시민들에게 특별한 봄을 선사한다.

서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)은 서울의 랜드마크인 DDP에서 'DDPlay' 프로그램, 루프탑 투어, 전시 등을 통해 시민들에게 축제와 같은 일상으로 새로운 경험을 제공할 예정이다.

특히, 4월에는 클래식부터 대중가요까지 폭넓은 음악 공연과 함께 지난해 높은 호응을 얻은 'DDP 루프탑 투어'가 상설 프로그램으로 돌아온다. 여기에 우주 컨셉을 비롯해 공산품, 뷰티·패션 등 전시까지 더해 동대문 일대에 활기를 불어넣을 것으로 기대된다.

'DDPlay 4월 SSF 프린지 페스티벌' 열려

4월 DDPlay의 이번 주제는 '음악'이다. 서울을 대표하는 예술 축제인 '서울스프링실내악축제(SSF)'와 함께 'DDPlay 4월 SSF 프린지 페스티벌'이 시민들을 맞이한다.

오는 4월 12일부터 13일까지, '서울스프링실내악축제'의 시작을 알리는 연주회가 열린다. 올해 축제는 '20 Candles'라는 주제 아래 지난 20년간의 유산을 기념하는 다채로운 프로그램을 선보인다.

특히, 4월 13일에는 프랑스 최고의 트럼펫 연주자 에릭 오비에와 국내 최정상 앙상블 단체 뷰티풀데이 앙상블이 DDP 어울림광장에서 클래식 공연을 펼친다. 유쾌한 연주와 대중적인 클래식 레퍼토리를 통해 남녀노소 누구나 쉽게 즐길 수 있는 무대를 선사할 예정이다.

4월 19일에는 청각장애인을 지원하는 '사랑의달팽이' 청각장애 유소년 클라리넷 앙상블이 감동적인 연주를 선보인다. 공연 전에는 청각장애를 이해하고, 편견을 바로잡기 위한 이벤트 부스가 운영되며 참여자에게는 '사랑의달팽이' 굿즈를 증정한다.

오픈큐레이팅 아카이브 전시장 전경.

또한, 4월 27일에는 지난 3월 '농부시장 마르쉐'와 함께 시민들에게 큰 호응을 얻었던 '먹거리 시장'이 진행된다. 직접 재배한 신선한 농산물과 건강한 수제 먹거리와 온 가족이 함께 즐길 수 있는 수공예 워크숍을 만나볼 수 있다.

'DDP 루프탑 투어' 봄 가을 상설 운영

지난해 시민 참여 600대 1의 경쟁률을 기록하며 뜨거운 관심을 모았던 'DDP 루프탑 투어'가 봄과 가을 상설 운영된다.

DDP 루프탑 투어는 세계적인 건축가 자하 하디드가 설계한 곡선미의 걸작 DDP의 지붕 위를 직접 걸으며 서울 도심을 360도 조망하는 특별한 체험이다. 지난해 시범 운영 당시 참가자의 97.3%가 '매우 만족'이라 답할 만큼 뜨거운 호응을 얻었다.

올해 본격 운영되는 DDP 루프탑 투어는 4월 11일부터 6월 1일까지 1차 운영을 시작한다. 참가자는 독일 DEKRA 인증을 받은 안전 장비를 착용하고 전문 안전 요원의 안내 아래 체험을 진행한다.

하반기에는 전 구간을 편도 약 323m로 확장하는 공사를 거쳐 10월 이후 더욱 풍성한 투어로 돌아오고 영문 투어 신설 및 투어 횟수를 확대해 참여 기회를 넓힐 예정이다.

상반기 루프탑투어 참여 신청은 3월 26일 오후 2시부터 DDP 공식 홈페이지(http://ddp.or.kr)를 통해 예매 사이트로 연결되며, 선착순으로 예매할 수 있다.

우주, 공산품, 뷰티 패션 등 볼거리 풍성

DDP 전시공간에서는 우주 콘셉트부터 공산품, 뷰티패션, 디자인까지 다채로운 전시가 시민들을 기다리고 있다.

오는 4월 25일부터 DDP 뮤지엄 전시 1관에서는 현대카드 컬처프로젝트 중 하나로 NASA의 우주탐사계획을 재구성한 대형 설치와 조각 작업 200여 점으로 구성된 톰 삭스의 대표작 '스페이스 프로그램'의 전시를 만나볼 수 있다.

DDP 뮤지엄 둘레길갤러리에서는 김성곤 교수(서울시립대학교 디자인과)의 컬렉션을 바탕으로 '공산품미학 part 2. Good Appearance' 전시가 개최되며, 대량생산 제품의 아름다움과 디자인 가치를 탐구한다. 6월 1일까지 무료로 관람할 수 있다.

DDP 갤러리문에서는 오픈큐레이팅의 지난 10년을 돌아보고, 청년 창작자들의 성장과 미래를 조망하는 'DDP 10주년 기념 오픈큐레이팅 아카이브' 전시가 5월 31일까지 열린다.

서울경제진흥원에서 운영하고 있는 B the B에서는 뷰티 브랜드 디어달리아와 패션 브랜드 인스턴트펑크의 협업 전시인 '로맨스 앤드 펑크: 더 팬시풀 월드전'이 열린다. 미디어 아티스트 버터컵이 '로맨스'와 '펑크' 키워드로 금속 기하학 조형과 브랜드 제품이 어우러진 가상과 현실을 넘나드는 미적 경험을 선사한다.

올 봄 감각적인 패션 완성해줄 여성 아우터는?

테일러드·트위드·워크 재킷
블루종, 바람막이 등 주목
삼성물산 패션부문 추천

삼성물산 패션부문이 봄철 감각적인 패션을 완성해줄 신상 아우터를 추천했다.

삼성물산 패션부문에 따르면 출근룩의 대표적인 아이템인 '테일러드 재킷'이 올봄에도 사랑받을 것으로 보인다. 지난해 패션 시장을 주도한 '드뮤어(Demure)' 스타일이 올해까지 그 영향력이 이어지면서 간결한 디자인과 고급스러운 소재, 차분한 컬러의 재킷이 주목받는다.

어깨선과 품이 넉넉한 스타일이 대세며, 각 잡힌 재킷을 여성스럽거나 캐주얼한 아이템과 함께 이색적으로 연출하는 것이 포인트다.

삼성물산 패션부문의 '구호'는 어깨선을 강조한 울 재킷을 은은한 비침이 있는 치마와 매치하면서 남성적인 슈트에 관능적인 우아함을 부여했다. 또 여성스러운 블라우스와 와이드 데님 팬츠에 오버사이즈 재킷을 걸친 감각적인 출근룩을 선보였다.

간절기 필수 아이템 '트위드 재킷'도 봄 아우터로 빼놓을 수 없다. 최근에는 몸에 딱 맞는 핏과 짧은 기장에서 벗어나 여유 있는 핏에 엉덩이까지 내려오는 기장의 트위드 재킷 같이 새롭게 변주된 스타일이 많이 등장한다.

트위드 재킷은 특유의 여성스럽고 단아한 이미지가 있지만, 어떤 아이템과 코디하느냐에 따라 개개인의 추구미를 표현하는 스타일링이 가능하다. 스커트와 함께 입는 고전적인 스타일이 있는 반면에 통 넓은 청바지와 '힙'하게 연출하는 식이다.

'구호플러스'는 전반적으로 군더더기 없이 간결한 디자인을 바탕으로 다양한 트위드 재킷 상품을 출시했다. 여유 있는 핏의 트위드 재킷에 흰 티셔츠와 무릎 아래까지 내려오는 슬림한 팬츠를 조합해 캐주얼한 분위기를 내면서 실루엣의 대비를 보여줬다.

지난해 큰 주목을 받은 '워크 재킷'의 인기가 올해도 이어진다. 기능성과 편안함을 갖춘 작업복을 세련되게 표현한 워크웨어 트렌드가 지속되면서 데님, 면, 리넨 등 다양한 소재의 워크 재킷이 출시되고 있다.

'빈폴레이디스'는 리넨 혼방 소재와 화이트 색상으로 가볍고 산뜻하게 입을 수 있는 워크 재킷을 선보였다. 스트라이프 티셔츠와 짧은 데님 스커트에 볼캡까지 매치해 경쾌한 봄 스타일링을 제안했다.

마지막으로 '블루종'과 '바람막이'가 믹스 매치 룩(Mix Match Look, 서로 어울리지 않을 것 같은 스타일을 섞어 멋스러움을 연출하는 옷차림) 트렌드를 이끌 것으로 보인다. 캐주얼한 블루종 점퍼를 잘 차려입은 슈트 위에 걸치거나 스포티브한 바람막이와 여성스러운 흰 드레스를 조합하는 식이다.

다양한 믹스 매치 연출을 선보이는 '구호플러스'는 이번 시즌 광택 있는 바람막이와 정제된 테일러드 재킷/팬츠 셋업, 캐주얼한 점퍼와 화이트 블라우스, 스커트를 조합한 스타일링을 내세웠다.

삼성물산 패션부문 관계자는 "올봄에는 개개인의 라이프스타일과 취향에 따라 다양한 스타일의 아우터가 동시에 사랑받을 것으로 예상된다"며 "서로 다른 분위기의 아이템을 이색적으로 매치하거나 본인만의 개성을 드러낼 수 있는 연출법이 중요하다"고 말했다.

'구호' 25SS 리넨 스트레치 테일러드 재킷.

'구호플러스' 25SS 브이넥 트위드 재킷.

'구호플러스' 25SS 시그니처 캐주얼 쇼트 점퍼.

'빈폴레이디스' 25SS 리넨 혼방 워크 재킷.

베라

■ **상가명** 신평화패션타운
■ **호수** 3층 C44호
■ **문의** 010-4022-4929

모모 꽈배기 베이직 니트

■ **특징** 활용하기 좋은 신축성 좋은 기본 니트. 데일리 아이템으로 인기다.

루루 배색 부엉이 티셔츠

■ **특징** 톡톡한 원단에 배색이 포인트인 예쁜 티셔츠.

마카롱 케이프 가디건 세트 니트

■ **특징** 케이프와 같이 또 따로 활용하기 좋은 가디건 니트 세트.

베베 프릴 조끼 스커트 세트

■ **특징** 프릴 조끼 점퍼와 롱스커트가 세트. 구김이 잘 안가는 소재를 사용해 만든 폭이 넓은 스커트라 활동성이 좋게 편안하게 입기 좋다.

제이린

■ **상가명** DDP패션몰
■ **호수** 3층 91호
■ **문의** 010-2169-7107

이중지퍼 원피스 점퍼

■ **특징** 얇은 나일론 소재의 가벼운 후드 롱점퍼. 롱점퍼에 베스트를 레이어드한 것처럼 디테일이 돋보이는 아이템이다. 얇고 가벼운 소재로 만들어 한여름에 가볍게 들고 다니기 편해 활용도가 좋다. ■ **소재** 나일론100%

후드셔츠

■ **특징** 여러 스타일에 레이어드하기 좋은 후드 셔츠로, 얇고 가벼운 원단에 소매 롤업 장식이 특징이다. 조금 비침 있는 얇은 원단으로 만들어 여름에도 가볍게 들고 다닐 수 있다. 남방, 티셔츠, 민소매 원피스 등에 다양하게 점퍼 느낌으로 레이어드 할 수 있어 활용도가 좋다. ■**소재** 폴리 100%

포켓 맨투맨

■ **특징** 가벼운 미니쭈리 원단에 가슴 포켓에 원단 배색으로 포인트를 준 맨투맨. 짧지 않은 루즈핏으로 다양하게 코디할 수 있는 데일리 아이템이다. ■**소재** 면100%

빙줄 스커트

■ **특징** 나일론 원단의 와샤 스커트. 옆 라인에 이중삥줄과 허리 이중 밴딩의 배색 느낌으로 슬림해 보이면서도 캐주얼한 느낌으로 입을 수 있다. 기장감이 좋고 사이즈에 구애 받지 않고 입을 수 있다. ■**소재** 나일론100%

타니아

■ **상가명** apM럭스
■ **호수** 5층 522호
■ **문의** 010-9723-5169

쥴리세트

■ **특징** 아름다운 무드를 자아내는 셋업. 부드러운 폴리 소재를 사용했으며, 블라우스에 세트로 제공되는 장식이 더욱 사랑스럽게 연출을 할 수 있게 만든다. 스커트는 기본 H라인이 아닌 머메이드라인으로 로맨틱한 무드의 핏이 연출된다. ■ **소재** 폴리100%

언발 남방

■ **특징** 시원스러운 스트라이프 라인과 독특하면서 특징적인 단추배치 및 꼬임이 단조로움을 지양하는 패션니스트들의 니즈를 만족시켜준다. 톡톡한 원단감은 블라우스의 특징을 더욱 돋보이게 해 준다. ■ **소재** 면100%

뷰티블라우스

■ **특징** 고급스럽고 아름다운 무드가 느껴지는 블라우스. 라운드 넥라인이며, 이중 시스루 원단으로 제작되어 전체적으로 부담스럽지 않은 시스루한 느낌을 전달해 준다. 단독 착용만으로도 충분한 아름다움을 전할 수 있으며, 베이직한 다양한 아우터들과 어우러져 더욱 멋스런 연출이 가능하다. ■**소재** 폴리100%

셀린트위드세트

■ **특징** 페미니한 트위드 투피스세트. 고급스럽고 여성스러운 컬러의 트위드 원단과 아름다운 장식 단추를 이용한 자켓, 깔끔한 핏의 민소매 원피스로 이루어져 있다. 자켓은 얇은 숄더패드가 편안하게 핏을 잡아주고, 원피스는 뒷지퍼 여밈으로 탈착이 용이하다. ■**소재** 폴리100%

DONGDAEMUN

빅사이즈	△디오트 B2층 △스튜디오W 4층~5층
남성의류	△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
모피·가죽	△굿모닝시티패션몰 2층 △광희패션몰 6층 △동평화패션타운 1층 △골든타운 B1층 △맥스타일 3층
스포츠 의류	△평화시장 1층~3층 △두타몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △신평화패션타운 지층, 1층, 2층, 4층 △동평화패션타운 1층, 2층, 4층 △현대시티아울렛 4층, 5층, 7층
아동복	△평화시장 1층~2층 △통일상가 B동 3층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 B1층 △현대시티아울렛 8층 △엘리시움 지층, 1층~4층 △팀204 3층 △동평화패션타운 1층~2층
속옷	△평화시장 1층 △현대시티아울렛 3층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 1층~2층
가방	△평화시장 1층~2층 △동대문밀리오레 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △제일평화 B1층, 1층 △광희패션몰 지층 △동평화패션타운 1층~4층
액세서리	△두타몰 3층 △동대문밀리오레 5층, 6층 △제일평화 B1층 △동평화패션타운 1층~2층, 신관 1층 △팀204 1~3층
잡화	△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 △디오트 B2층~1층 △요고(양말)
수입명품	△두타몰 B2층, 1층 △굿모닝시티쇼핑몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 1층
신발	△평화시장 2층 △헬로에이피엠 B1층 △동대문밀리오레 7층 △현대시티아울렛 B1층 △제일평화 B1층, 1층 △팀204 B1층, 1층~2층 △동평화패션타운 2층, 3층
의류 부자재	△통일상가 A동 1층, B동 1층, C동 1층~3층 △동화상가 1층~5층
타올	△평화시장 1층 △동화상가 1층
혼수용품	△헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 6층

'무신사 스튜디오' 동대문 종합시장점의 라운지 모습(왼쪽)과 재봉실 내부 모습.

동대문종합시장에 '무신사 스튜디오' 오픈

종합시장 4층에 1400평 규모로 조성
소규모 브랜드 원활한 비즈니스 지원

무신사가 패션 산업 중심지인 동대문에 두 번째 패션 특화 공유오피스 '무신사 스튜디오'를 오픈했다. 무신사는 지난 3월 10일 서울 동대문종합시장 A동과 C동 4층에 총 4628㎡(약 1400평) 규모로 패션 전문 공유오피스인 '무신사 스튜디오' 6번째 지점을 선보였다. 지난 2023년 4월 신당동에 5호점을 오픈한 이후 약 2년 만에 새롭게 공개하는 공간이다. 동대문에는 2018년 현대아울렛에 첫 번째 무신사 스튜디오를 오픈한 데 이어 이번이 두 번째다.

무신사 스튜디오는 2018년 무신사에서 국내 최초로 선보인 패션 특화 공유오피스로 국내 중소 디자이너 브랜드 생태계 활성화에 기여해왔다. 기본적인 사무실 외에도 △재봉실 △워크룸 △패턴실 △패킹존 등을 통해 패션 산업 종사자들에게 실질적 도움이 되는 인프라를 제공하는 것이 핵심이다.

이번 동대문 종합시장점은 최소 1인실부터 최대 25인실까지 총 200개 호실의 오피스를 비롯해 회의실, 메일룸, 폰부스 등의 부대시설을 갖추고 있다. 재봉틀, 오버로크 미싱기, 다리미 등이 구비된 재봉실에서는 즉각적인 샘플 제작과 수정 등의 작업도 할 수 있다. 입주사에서 판매 예정인 상품을 검수하거나 패턴을 수정하는 등의 업무를 볼 수 있는 워크룸에는 작업대 17개가 마련돼 있다.

특히 무신사는 종합시장 내에 1500여개 원단 및 부자재 등 관련 업체들과 협력을 통해 신규 브랜드 론칭을 준비하거나 상품 규모를 확대하려는 중소 브랜드가 입주하기에 용이한 인프라를 갖췄다. 샘플 제작부터 판매 등 유통 과정에 필요한 시간과 비용을 절감해 브랜드 경쟁력을 높이는 데에 도움을 줄 수 있는 것이다. 무신사는 스튜디오 입주사를 통해 동대문종합시장 내에 원단 및 부자재 업체들의 일감도 증가하는 시너지 효과를 낸다는 방침이다.

무신사는 2018년 동대문에 첫 번째 무신사 스튜디오를 선보인 이후 △한남 1호점(2022년 2월) △성수점(2022년 5월) △한남 2호점(2023년 1월) △신당점(2023년 4월)까지 5개 지점을 순차적으로 오픈해 운영 중이다. 5곳의 무신사 스튜디오에 입주한 기업 수는 270여개에 달한다.

무신사 관계자는 "동대문은 패션 제조와 유통이 실시간으로 이뤄지는 패션 허브 지역으로 국내 디자이너 브랜드뿐만 아니라 해외 기업과 바이어들에도 중요한 거점"이라며 "무신사의 경험과 노하우를 바탕으로 소규모 패션 브랜드들이 효율적으로 비즈니스를 운영할 수 있도록 지원할 것"이라고 말했다.

'뷰티 비즈니스 아카데미' 상반기 교육생 모집

서울시

서울시가 K-뷰티 산업을 선도할 전문인력 양성을 한층 강화한다. 연간 선발인원을 확대하고, 최신 AI를 활용한 뉴미디어 홍보특강 등을 신설해 최신 뷰티산업 트렌드에 맞는 현장형 인재 발굴·육성에 박차를 가할 방침이다.

서울시는 뷰티산업의 전문인력을 양성하기 위해 운영 중인 '서울 뷰티 비즈니스 아카데미' 6개 과정에 참여할 상반기 교육생 165명을 4월 8일까지 모집한다고 밝혔다. 상반기 교육은 오는 4월 25일부터 7월 16일까지 3개월간 진행될 예정이다.

'서울 뷰티 비즈니스 아카데미'는 뷰티 산업계에서 실질적으로 필요로 하는 산업특화 전문인력의 육성 체계를 마련하기 위해 '22년 시작한 프로그램이다. 지난 2022년 1기를 시작으로 지난해 5기 수료생까지 총 628명의 수료생을 배출하며 공신력 있는 교육으로 자리매김하고 있다.

시는 올해 아카데미 연간 선발인원을 기존 300명에서 330명으로 확대해 더 많은 취·창업 준비생에게 프로그램 참여 기회를 제공할 계획이다. 또한 정규 교육과정별로 실습 교육 시간도 확대 편성해 교육생의 실무역량이 강화될 수 있도록 지원한다. 정규 교육은 총 6개 과정으로, △제조·품질 △마케팅·수출 △브랜드 창업 3개 산업 분야별로 나뉘고, 경력·전공 등 교육생 수준에 따라 일반, 경력 과정으로 세분화해 맞춤형 교육을 운영한다. '일반과정'은 화장품 산업 분야에 관심 있는 누구나 지원 가능하며, '경력 과정'은 화장품 관련학과·화학공학과 전공자 또는 3년 이상 실무 경험자를 대상으로 모집한다.

동대문관광특구협의회 3월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복)는 3월 동대문패션상권 모범종사자로 △평화시장 '정우피복' 안창렬 △테크노상가 '오렌지' 노선준 씨를 선정했다.

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

폐업 소상공인 평균 부채액 1억 236만원

중기중앙회, '2025 폐업 소상공인 실태조사' 결과 발표
업종별 맞춤형 폐업 비용 지원 등 재기 지원 대책 시급

중소기업중앙회(회장 김기문)는 2021년 이후 노란우산(소기업소상공인 공제) 폐업공제금을 지급 받은 폐업 소상공인 820개사를 대상으로 1월 21일부터 2월 18일까지 실시한 '2025 폐업 소상공인 실태조사' 결과를 발표했다.

조사 결과, 폐업 소상공인들은 폐업한 사업체의 창업 이유(복수응답)로 △생계 유지(65.4%) △직장 생활보다 더 많은 수익을 얻기 위해(45.0%) △적성·경험을 살리기 위해(40.7%) 순으로 답변했다. 창업 후 폐업까지의 영업 기간은 평균 6.5년으로 나타났으며, 3년 미만의 단기 폐업자 비율은 39.9%에 달했다.

폐업 사유(복수응답)로는 △수익성 악화, 매출 부진(86.7%) △적성·가족 등 개인사정(28.7%) △신규 사업 창업·준비(26.0%) △임대기간 만료, 행정처분 등 불가피한 사유(21.8%) 등으로 조사됐다.

수익성 악화 및 매출 부진의 원인(복수응답)으로는 △내수 부진에 따른 고객 감소(52.2%) △인건비 상승(49.4%) △물가 상승으로 인한 원재료비 부담 증가(46.0%) △임대료 등 고정비용 상승(44.6%) 순으로 나타났다.

폐업을 결심한 시점 기준 부채액은 평균 1억 236만원으로 나타났으며, 소요된 폐업 비용은 평균 2,188만원으로 조사됐다. 폐업 비용의 세부 내역별 평균 비용은 △철거비 518만원 △원상복구 비용 379만원 △종업원 퇴직금 563만원 △세금 420만원 등으로 나타났다.

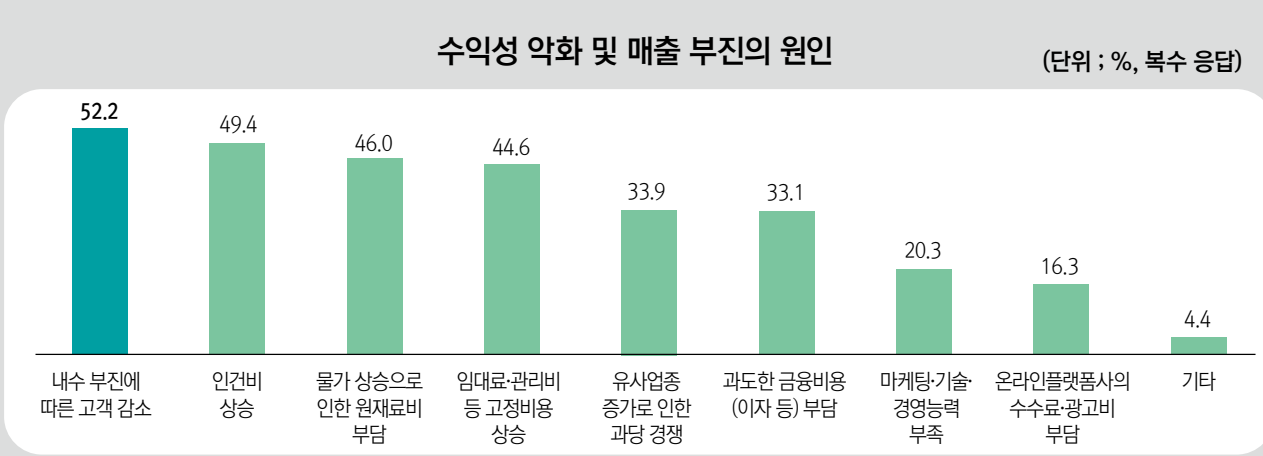
폐업 시 정부 지원제도(희망리턴패키지·새출발기금 등) 활용 여부에 대해서는 응답자의 78.2%가 활용하지 않았다고 응답했다. 활용하지 않은 이유에 대해서는 △정부 지원내용을 알지 못해서(66.9%) △신청 방법이나 요건이 까다로워서(21.4%) 등이 조사돼 지원제도에 대한 홍보 강화 및 요건 완화가 필요한 것으로 나타났다.

폐업 시 가장 필요하고 확대돼야 할 정부 정책(복수응답)으로는 △대출금 상환 유예, 이자 감면(52.6%) △폐업 비용 지원(51.0%) △폐업 이후 진로 지원(46.6%) △자영업자고용보험, 노란우산공제 확대(22.8%) 순으로 조사됐다.

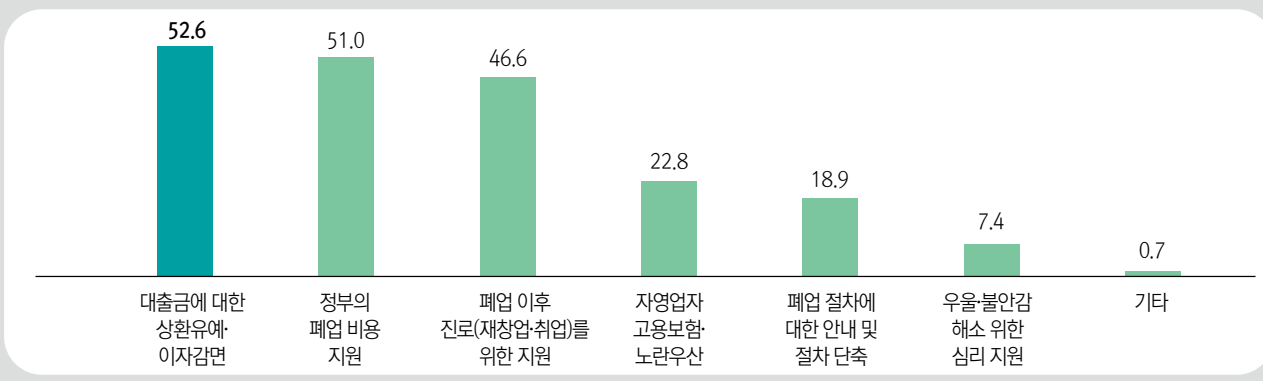
소상공인 발전을 위해 필요한 정부의 정책 우선순위(복수응답)로는 △장기대출 상품 전환, 이자 감면 등 채무부담 완화 정책(63.9%) △임대료·전기료 등 고정비용 경감 정책(51.0%) △폐업 시 재기, 생계 유지를 위한 노란우산 제도 강화(44.4%) △빈 점포 등 상권 슬럼화 방지를 위한 지역상권 활성화 정책(30.5%) 순으로 조사됐다.

폐업 후 재창업을 하지 않은 응답자(폐업 후 취업 또는 취업준비·재창업 준비자 400명) 중 59.3%는 동일 소득수준이 예상될 때 취업을 선호한다고 답했다. 폐업 이후 취업을 위해 필요한 정부 지원책으로는 △전직장려금 확대(36.4%) △양질의 지역일자리 확보(27.2%) △취업 알선·안내 강화(21.2%) 등이 조사됐으며, 성공적인 재창업을 위해 필요한 정부 지원책으로는 △재창업자금 지원(44.5%) △채무 조정(22.9%) △내수 활성화 정책(17.4%) 등이 나타났다.

수익성 악화 및 매출 부진의 원인 (단위 ; %, 복수 응답)



폐업시 가장 필요하고 확대되어야 하는 정부 정책 (단위 ; %, 복수 응답)



중구, 300억 규모 '기업도약든든펀드' 조성

창업 7년 이내 중소·벤처기업 지원

서울 중구(구청장 김길성)가 300억 규모의 '중구 기업도약든든펀드'를 조성한다. 기술력과 성장 가능성이 충분하지만 자본 조달이 어려운 창업 7년 이내의 우수 중소·벤처기업에 과감히 투자해 '기업하기 좋은 중구'로 도약하겠다는 구상이다.

구는 중소기업육성기금을 활용해 10억 원을 출자하고, 정부 모태펀드와 민간자본을 더해 최소 300억 원 규모로 펀드를 키운다는 계획이다. 구 출자금의 200% 이상은 반드시 중구 소재 또는 1년 이내 중구로 이전 예정인 중소·벤처기업에 투자하는 조건으로 운용된다. 중구를 '유망 기업들의 성장터전'으로 만들겠다는 의지다.

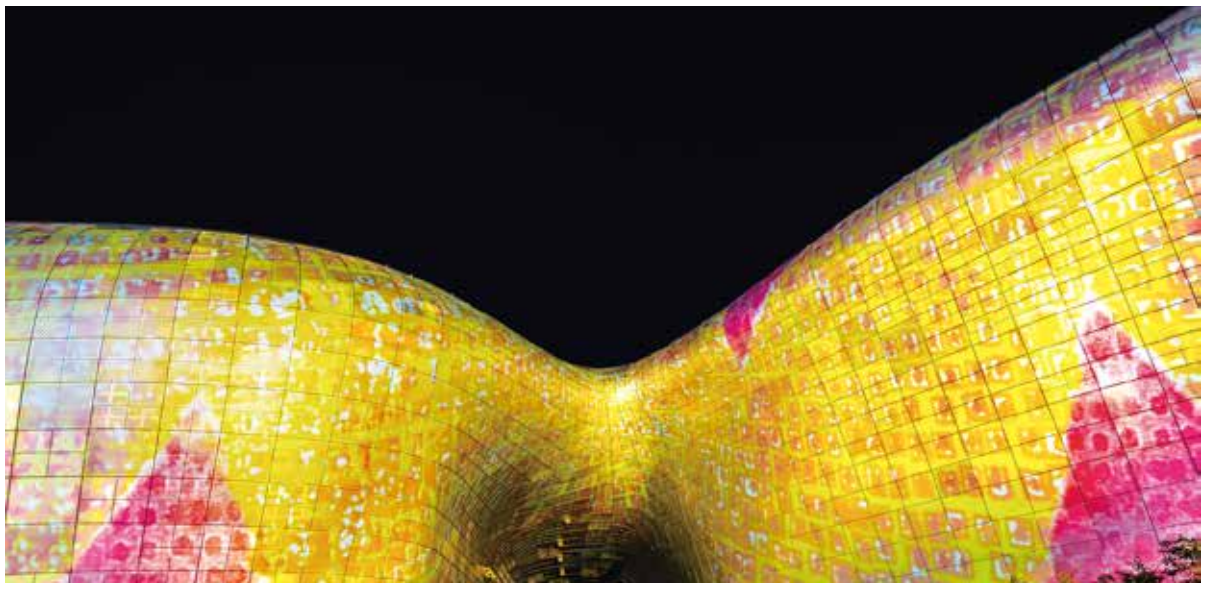
특히 IT, AI, 빅데이터 등 지식집약형 사업과 의료, 관광, 뷰티·패션 등 중구 특화산업에 집중 투자해 경쟁력 있는 기업을 발굴·육성할 계획이다.

펀드 운용은 속도감 있게 추진된다. 구는 상반기 중 펀드 운용사를 공모·선정하고, 7월까지 출자자를 모집하여 투자조합을 결성할 예정이다. 특히, 운용사 선정 시에는 결성 목표액과 중구 기업 투자 비율을 높일수록 가점을 부여해 지역기업 지원을 강화한다.

이어 8월에는 구의 출자금을 교부하며, 본격적인 투자에 돌입한다는 계획이다. 펀드 운용기간은 올해부터 2033년까지 총 8년으로 투자 4년, 회수 4년의 구조다.

‘서울라이트 DDP’ 세계 3대 디자인 어워드 석권

‘레드닷 어워즈 본상’, ‘IDEA 동상’ 이어
올해 ‘독일 iF 디자인 어워드 위너’ 수상
3관왕 달성 성과 발판 연 3회 확대 운영


‘서울라이트 DDP 2024 가을’에서 김환기(1913~1974) 작가 원작을 미디어아트로 재탄생시킨 ‘시(時)의 시(詩)’.

서울의 랜드마크인 DDP(동대문디자인플라자) 건물 외벽을 초대형 미디어아트로 물들이는 빛의 축제 ‘서울라이트 DDP’가 세계 3대 디자인 어워드를 석권하며 ‘트리플 크라운’을 달성했다.

서울라이트 DDP는 222m DDP 외벽의 비정형 외장 패널을 초대형 미디어아트 캔버스로 활용하는 것으로, 2019년부터 레픽 아나돌, 콰욜라 등 글로벌 미디어아티스트의 작품을 선보이고 있다. 지난 7년간 국내외 방문객이 꾸준히 증가해 지난해엔 138만 명이 방문, 서울을 대표하는 글로벌 빛 축제로 자리 잡았다.

서울디자인재단(대표 차강희)은 ‘서울라이트 DDP’가 2023년 ‘독일 레드닷 디자인 어워드(본상)’와 ‘미국 IDEA 디자인 어워드(동상)’에 이어 ‘독일 iF 디자인 어워드 2025’에서도 본상인 위너(Winner)를 수상 했다고 밝혔다.

앞서 지난 2023년 ‘DDP 우주와의 만남, 랑데-부’와 ‘함께이기에 외롭지 않은 크리스마스’ 작품으로 ‘레드닷 디자인 어워드 본상’과 ‘IDEA 디자인어워드’ 동상을 동시에 수상했다. 서울라이트 DDP의 국제 어워드에서 첫 수상 사례다.

이번 ‘iF 디자인 어워드 2025’ 수상작은 한국 추상미술을 대표하는 수화 김환기(1913~1974) 작가 원작을 미디어아트로 재탄생 시킨 ‘시(時)의 시(詩)’다. ‘시의 시’는 김환기 작가를 대표하는 전면점화(全面點畵)를 비롯한 듀엣, 성심 등 대표작 9점으로 구성된 작가가 고민한 삶과 자연, 예술과 사랑을 담아낸 작품이다.

이 작품은 지난해 8월 말부터 ‘퓨처로그(Future Log):빛으로 기록하는 미래’를 주제로 열린 ‘서울라이트 DDP 2024 가을’에서 DDP 10주년과 김환기 작가의 사후 50주기를 기념해 선보였다.

서울디지인재단은 세계 3대 디자인 어워드 3관왕 달성 성과를 발판으로 올해 ‘서울라이트 DDP’를 더욱 확대, 운영한다고 밝혔다. 우선 기존 가을, 겨울에 여름까지 더해 연간 총 3차례 행사를 개최한다. 특히, 여름에는 DDP 뒤편 공원에 수(水) 공간을 조성해 무더위를 식히면서 문화와 휴식을 동시에 즐기도록 할 계획이다.

이와 함께 DDP 외벽을 미디어아트로 장식하는 것은 물론 DDP 일대를 전체적으로 빛으로 물들이는 라이트쇼도 함께 진행, 시민들의 오감만족을 더한다는 계획이다.

DDP 쇼룸, 특별전시 ‘쇼픽’ 개최

4월 20일까지 봄 트렌드 제안

서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)이 동대문 패션 상권 및 동대문디자인플라자(DDP) 활성화를 위해 운영하고 있는 ‘DDP 쇼룸’에서 2025년 S/S 시즌을 기념하는 특별 전시 ‘SHOPPIC(쇼픽)’을 3월 21일부터 4월 20일까지 개최한다.

‘DDP 쇼룸’의 이번 특별 전시는 동대문디자인플라자(DDP) 디자인랩 1층에 자리한 DDP 쇼룸 스테이지에서 진행되며, 매일 10시부터 19시까지 상시 개방된다. 또한, 11시부터 18시까지는 매 시간 선착순 5명에게 ‘실내 피크닉 세트’를 대여한다. 실내 공간에서 즐기는 피크닉과 봄 쇼핑 경험으로 다채로운 패션 경험과 휴식을 제공할 예정이다.

DDP 쇼룸이 단독 주최하는 이번 행사는 봄을 맞이해 패션 쇼핑(Shopping)과 피크닉(Picnic)을 의미하는 새로운 컨셉의 전시로 방문객을 맞이한다.

이번 전시는 서울 패션 브랜드 기업과 DDP 쇼룸이 협력해 다양한 S/S룩을 선보인다. 거대한 쇼핑백 전시물과 전시부스 디자인을 컨셉으로 누구나 편안하게 스타일을 쇼핑하고, 패션에서 오는 행복을 담아가길 기원하는 전시다.

DDP 쇼룸은 이번 특별 전시를 통해 동대문에서 다시 패션의 트렌드가 꽃피길 기대하며, 전 연령대가 즐길 수 있는 ‘서울 패션’ 아이템을 제안한다. DDP 쇼룸을 찾은 시민과 관광객들에게 새로운 체험을 제공함과 동시에 패션 쇼핑, 봄 피크닉, 전시관람 및 패션 테크 체험도 함께 경험할 수 있도록 다채로운 공간이 운영된다. 특별 전시가 열리는 DDP 쇼룸 1층에서는 패션 테크 체험 전시, 미래형 포토부스 등을 상설 운영하며, 패션 브랜드 제품 구매시 추첨을 통해 다양한 선물도 증정한다.

전시가 운영되는 1층과 함께 2층에서는 ‘B2B 샘플 스토어’가 운영된다. 2025년 서울 도매 브랜드의 신상

샘플은 물론 무료 스튜디오 및 라이브커머스존도 함께 운영되며, 네이버 플레이스를 통해 누구나 무료로 이용이 가능하다.

‘프리뷰 인 서울 2025’ 참가기업 모집

한국섬유산업연합회

한국섬유산업연합회(회장 최병오)가 국내 최대 섬유패션 전문 비즈니스 전시회인 ‘프리뷰 인 서울 2025(Preview in SEOUL 2025, 이하 PIS)’의 참가기업을 모집한다.

오는 8월 20일부터 22일까지 3일간 코엑스 A, B1에서 개최되는 PIS 2025는 혁신과 지속가능성을 키워드로 섬유패션산업의 미래를 제시하는 장으로, 원사·원단·부자재업체를 비롯해 패션테크·섬유기계 등 약 500개사가 참가할 예정이다.

금년도 PIS는 지속가능성·혁신 소재·디지털 융합 등 최신 트렌드를 반영한 다양한 섬유 소재와 관련 첨단기술을 선보이며, 전시장 내 아이템 세분화를 통해 바이어의 소싱 편의성을 극대화할 계획이다.

특히, 올해는 해외 유망 바이어 초청 확대와 더불어 비즈니스 메이킹의 질적 성과를 극대화하기 위한 ‘바이어 매칭 솔루션(BMS)’을 새롭게 도입한다. 미주, 유럽 등 글로벌 패션 브랜드 및 아시아 바잉오피스의 소싱 결정권자를 초청하고, 참가업체 주력 제품과 바이어 관심 아이템을 기반으로 사전매칭을 통해 효과적인 상담을 지원할 계획이다.

지난해 열린 ‘프리뷰 인 서울 2024’ 전시장 모습.

참가신청은 4월 30일까지 공식 홈페이지(previewinseoul.com)를 통해 가능하며, 조기신청(4월 11일까지)은 참가비 할인 혜택을 받을 수 있다.

“변덕스러운 날씨에 패션 트렌드도 변화”

바람막이, 트랙 팬츠 검색량 급증

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 ‘지그재그’가 이상기후 현상의 영향으로 입고 벗기 편한 옷과 날씨 영향을 덜 받는 아이템 등의 검색량이 최대 7배, 거래액은 최대 5배 이상 급증했다고 밝혔다.

3월 폭설, 짧아진 봄과 잦은 날씨 변화, 큰 일교차 등 이상기후 현상이 지속되면서 간절기 패션에도 변화가 나타나고 있다. 후드 티셔츠, 맨투맨 등 주로 봄에 입던 긴소매 상의 대신 가벼운 이너에 아우터를 걸치는 스타일이 각광받고 있는 것.

최근 2주(3/3~3/16) 간 지그재그 내 ‘바람막이’ 검색량은 전년 동기 대비 2배 이상 증가해 약 18만 건을 기록했다. 바람막이는 얇고 가벼워 쉽게 입고 벗을 수 있어 일교차가 클 때 유용하다. 같은 기간 민소매와 카디건이 세트로 구성된 ‘카디건 셋업’ 거래액은 전년 대비 4배 이상(304%) 증가했다. 기온이 크게 오르는 낮이나 온도가 높은 실내에서 카디건을 어깨에 가볍게 걸치는 등 활용도가 높기 때문이다. 또한, 기온 변화에 따라 입고 벗기 쉬운 ‘후드 집업’과 ‘니트 카디건’ 거래액은 각각 112%, 51% 늘었다.

날씨의 영향을 덜 받는 의류도 주목

받고 있다. 가볍고 기능성이 뛰어나 간절기에 입기 좋은 ‘트랙 팬츠’ 거래액은 최근 2주 기준 전년 동기 대비 5배 이상(419%), 검색량은 7배 이상(616%) 폭증했다. 양면으로 착용할 수 있어 범용성이 높은 ‘리버시블’ 관련 상품 거래액은 84% 늘었다.

봄철 꽃샘추위에 보온성을 더하는 아이템도 인기다. 겉옷보다 가벼우면서 체온 유지에 도움을 주는 ‘경량 조끼’ 거래액과 검색량은 전년 동기 대비 각각 57%, 42% 증가했다. 같은 기간 티셔츠, 셔츠 등에 레이어드해 입을 수 있는 ‘니트 베스트’ 거래액은 93% 늘었다.

3월 ‘탑셀러데이’ 하루 매출 급등

그립

라이브 커머스 쇼핑앱 그립이 셀러 지원 프로모션 ‘탑셀러데이’의 3월 성과를 집계한 결과, 직전 달 대비 매출 상승률이 가장 높은 셀러는 무려 794%나 증가했다고 밝혔다.

탑셀러데이는 전달 매출 상위 50명의 셀러들이 매달 1일, 단 하루 동안 그립의 파격적인 지원을 받으며 라이브 방송을 진행하는 그립의 대표적 셀러 지원 프로모션이다. 그립은 셀러들의 성공적인 라이브 커머스를 위해 고객에게 쿠폰과 포인트 등 풍성한 혜택을 제공하며 적극적으로 모객을 돕는다.

이번 탑셀러데이의 성과는 특히 두드러진다. 셀러 ‘른다G’의 탑셀러데이 매출은 전달 대비 무려 794%, 약 8배 가량 증가했다. 이어 ‘쎄미언니’가 533%, ‘마메드리’가 311.8%로 뒤를 이었다. 상위 20명 셀러의 평균 매출 상승률은 218%로, 최소 3배에서 최대 8배 이상 크게 뛰었다.

그립은 탑셀러데이 때마다 모든 고객에게 △전 상품 6% 할인 쿠폰 △해당 셀러 첫 구매 고객 대상 4,000원 할인 쿠폰을 매번 지급하고, 매달 각기 다른 다채로운 혜택을 추가로 제공한다.

한편, 그립은 입점한 셀러를 지원하기 위해 △셀러 전담 팀 운영 △신규 입점 셀러 대상 30일 동안 방송 및 판매 수수료 면제 △외부 채널 광고 등 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

전시

로맨스 앤드 펑크: 더 팬시풀 월드

로맨스 앤드 펑크: 더 팬시풀 월드(Romance and Funk: A Fanciful World)는 뷰티 브랜드 디어달리아와 패션 브랜드 인스턴트펑크의 협업 전시로, 동시대 미술의 요소를 접목한 브랜드 콜라보레이션이다.

■일 정 : 3월 8일~6월 30일
■장 소 : B the B 다운타운 (DDP 마켓 B2)
■시 간 : 12:00~20:00
■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 초중고학생 5,000원

공연

뮤지컬 ‘라이카’

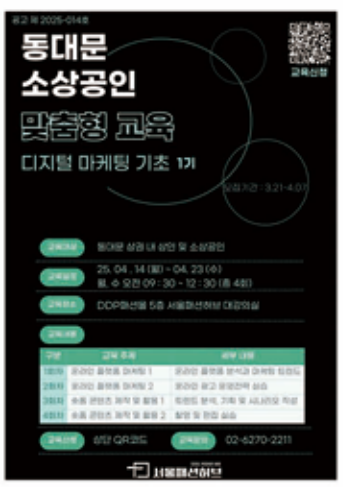
■일 자 : 3월 14일~5월 18일
■장 소 : 두산아트센터 연강홀
■공연시간 : 토, 일요일, 공휴일 14:00, 18:30 (월요일 공연 없음)
■티켓가격 : R석 9만원 / S석 7만원
■소요시간 : 160분(인터미션 포함)
■문 의 : 라이브러리컴퍼니 070-4190-1289

모집

[서울패션허브] 디지털 패션 콘텐츠 제작 1기 교육생 모집

■교육일정 : 4월 14일~5월 12일/ 월, 수 18:30~21:30, 3시간 (8회 진행)
■교육대상 : 새로운 직무습득이 필요한 패션 관련 재직자, 디자이너
■교육인원 : 15명
■교육장소 : 서울패션허브 5층 디지털학습실
■교육비용 : 전액무료
■접수기간 : 3월 10일~4월 6일
■접수방법 : 서울패션허브 홈페이지에서 로그인 후, 신청서 작성 및 제출
■문 의 처 : 패션기반조성팀 (☎ 02-6270-2211)

[서울패션허브] 동대문 소상공인을 위한 맞춤형 교육



■교육일정 : 4월 14일~23일 월·수 오전 09:30~12:30(총 4회)
■교육장소 : 서울패션허브 대강의실
■교육대상 : 동대문 상권 내 소상공인 및 상인
■교육내용 : 온라인 플랫폼 마케팅
온라인 플랫폼 분석 & 마케팅 트렌드
온라인 광고 운영 전략 실습
숏폼 콘텐츠 제작 및 활용
트렌드 분석 & 기획 및 시나리오 작성
■모집기간 : 3월 21일~4월 7일
■문 의 : 02-6270-2211

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
누죤	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 동대문점	02-2283-2002
상상패션몰	02-2254-4222		
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

멜그로(토탈)
주간/아르바이트/여/0000년생 이상/2년 이상/3월25일/010-2608-2630/melmelmlel@naver.com

DWP 2층(여성복)
무관/아르바이트/여/1989년생 이상/2년 이상/3월25일/010-2808-2370/pouch207@gmail.com

J&V(여성복)
주간/아르바이트/여/없음/2년 이상/5월1일/blackmarket627@gmail.com

gram(여성복)
주간/정규직/여/없음/1년 이상/3월31일/010-4856-3263/jjs0420@naver.com

아잉(여성복)
주간/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/4월22일/010-2667-5970/corrida73@naver.com

apM(여성복)
주간/정규직/여/1993년생 이상/2년 이상/4월30일/010-7223-7240/ssss_22@naver.com

DOT(여성복)
주간/아르바이트/여/1986년생 이상/5년 이상/4월22일/010-8891-4813/22222@naver.com

LYDIA(토탈)
무관/정규직/여/0000년생 이상/무관/4월22일/010-3122-4030/aaa@aaa

S. TIME(여성복)
주간/정규직/여/1984년생 이상/5년 이상/4월22일/01086267889/fais0427@daum.net

릴리마를린(여성복)
주간/정규직/여/없음/3년 이상/4월27일/010-7314-0079/with.lilimarlene@gmail.com

MRN(여성복)
주간/정규직/여/없음/5년 이상/4월21일/010-4242-9697/recruitmrn@gmail.com

apM(여성복)
무관/정규직/여/없음/무관/4월19일/010-4996-0204/xogns9967@naver.com

cami(토탈)
주간/정규직/여/1984년생 이상/10년 이상/4월30일/010-8895-6898/lemaire72@naver.com

apM(여성복)
주간/정규직/여/1988년생 이상/6년 이상/4월18일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/없음/2년 이상/4월17일/010-4304-5034/s_e23@naver.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/1986년생 이상/4년 이상/4월17일/010-2638-0704/kongjja3@naver.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/2000년생 이상/5년 이상/4월18일/010-2007-5276/hankook830@NAVER.COM

apM럭스(여성복)
주간/정규직/여/없음/2년 이상/4월16일/010-9204-5505/sora8352@naver.com

apM(여성복)
주간/정규직/여/1990년생 이상/6년 이상/4월16일/010-7259-1513/objet701@naver.com

Andyouedition(여성복)
주간/정규직/여/없음/5년 이상/4월16일/010-6424-4662/andyouedition@gmail.com

데이덴티(여성복)
주간/정규직/무관/없음/2년 이상/4월21일/010-7501-9232/guswjdtl2815@naver.com

모다 블랑(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/6월01일/010-2754-9965/khc20241001@gmail.com

지수다움(여성복)
주간/정규직/여/없음/4년 이상/4월15일/010-0000-0000/jisu_daum@naver.com

어나더데이스튜디오(토탈)
주간/정규직/무관/1997년생 이상/3년 이상/3월14일/010-3569-8562/faslo_jay@naver.com

판매사원

디오트 5층(여성복)
야간/정규직/여/없음/1년 이상/4월25일/010-2256-0805/kibikol@naver.com

더포엠(의류)
야간/아르바이트/여/1991년생 이상/무관/4월24일/010-5418-1805/poeme3378@naver.com

제이키치(여성복)
야간/정규직/여/1996년생 이상/2년 이상/4월24일/010-3121-4481/k786love@naver.com

디오트1층(다이마루)
야간/정규직/남/없음/무관/4월23일/010-9163-6364/ods6364@naver.com

apM플레이스 more than(여성복)
야간/정규직/여/1996년생 이상/1년 이상/4월23일/010-9197-6382/master_bo@naver.com

릴리스(여성복)
야간/정규직/남/없음/무관/4월21일/010-3879-0453/ok690718@naver.com

갤러리(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/4월20일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

DDP패션몰(미시캐주얼)
야간/정규직/무관/없음/무관/4월20일/010-2307-1679/mizadress@naver.com

제일평화(여성복)
주간/아르바이트/여/없음/무관/4월18일/010-8714-1523/rolexpoint@naver.com

THE SIGNATURE(토탈)
야간/정규직/무관/2000년생 이상/무관/4월20일/010-3002-4160/choulyn@naver.com

디오트 4층(여성복)
야간/정규직/무관/1988년 이상/무관/4월20일/010-4040-0065/if_you1007@naver.com

apM플레이스(여성복)
야간/정규직/여/없음/1년 이상/3월30일/010-4493-4234/uamh4@naver.com

apM럭스 1층(여성복)
야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/4월18일/010-9440-7231/nskaki@naver.com

Betone(여성복)
야간/정규직/여/없음/1년 이상/4월17일/010-8815-2926/betone@naver.com

르호야(수입매장)
야간/정규직/여/없음/3년 이상/4월17일/010-9995-7390/bbangya2000@naver.com

스텔라(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/4월18일/010-3352-4313/jlee0319@naver.com

루키버드(여성복)
야간/정규직/여/1980년생 이상/무관/4월17일/010-7653-0227/jyp268@gmail.com

Un toy(여성복)
야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/4월16일/010-4849-7365/beachansoo@hanmail.net

올오버(토탈)
야간/정규직/무관/1989년생 이상/무관/4월17일/010-7144-5030/ncomn@naver.com

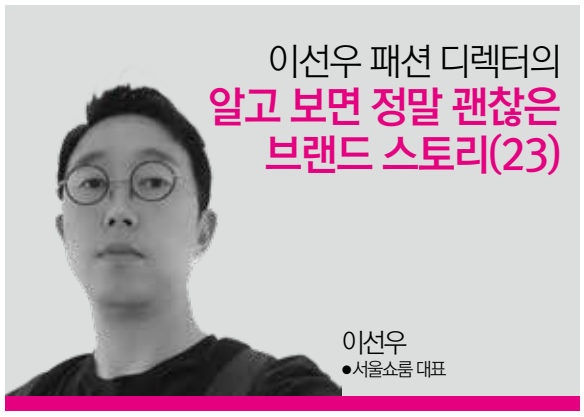
디오트 지하1층(여성복)
야간/정규직/무관/1990년생 이상/3년 이상/3월31일/010-8630-2893/drwatson34@gmail.com

디오트 2층(토탈)
야간/아르바이트/여/1976년생 이상/2년 이상/4월16일/010-4702-7374/line22c@naver.com

소솜(아동화)
야간/아르바이트/무관/1978년생 이상/무관/4월16일/010-9664-4660/waitingka@naver.com

위어(토탈)
야간/정규직/무관/없음/1년 이상/4월23일/010-3077-7551/fantastixxx@naver.com

HELVETICA(여성복)
야간/정규직/무관/없음/무관/4월16일/010-7299-7689/yake6165@gmail.com



진짜 일상의 행복을 찾아주는 '데이바이데이(Deiiii by Deiiii)'

자연의 디테일 섬세한 드로잉과 자수로 표현

유난히 긴 겨울이 2025년 3월까지 이어졌습니다. 봄이 올 듯하다가 3월 중순에도 눈이 오고 찬바람이 불어왔죠. 그래도 어김없이 천천히 봄은 오고 우리의 옷장에 두꺼운 옷장은 사라지고 화사하고 가벼운 봄옷들로 채워집니다.

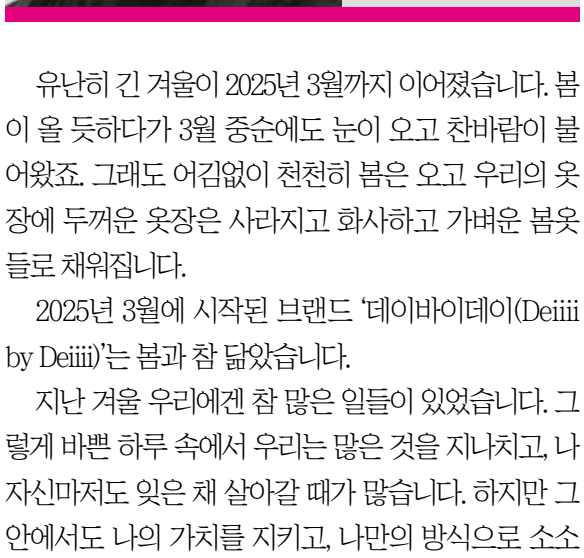
2025년 3월에 시작된 브랜드 '데이바이데이(Deiiii by Deiiii)'는 봄과 참 닮았습니다.

지난 겨울 우리에겐 참 많은 일들이 있었습니다. 그렇게 바쁜 하루 속에서 우리는 많은 것을 지나치고, 나 자신마저도 잊은 채 살아갈 때가 많습니다. 하지만 그 안에서도 나의 가치를 지키고, 나만의 방식으로 소소한 자유를 느끼는 일, 그것이 바로 진짜 일상의 행복 아닐까요?

데이바이데이. 자연처럼 자유롭게, 나답게.. 날마다 똑같은 일상을 살아가는 여성들을 생각하며, 잃어버린 가치를 추구하고 자유로운 일상은 어떤 것일까? 데이바이데이는 그 질문에서 출발했습니다. 제일 잘하는 것으로부터 나의 가치를 표현하고, 일상 속에서 소소하게 자유를 느껴보자. 그 다짐은 옷이라는 형태로, 데이바이데이라는 이름 아래 시작되었습니다.

우리가 매일 접하지만 지나치는 모든 것에서 자유로움을 찾아다녔습니다. 햇살 아래 피어난 꽃 한 송이, 새의 자유로운 날갯짓, 그리고 바람의 흐름처럼 자연스러운 움직임. 그 모든 순간들이 옷의 디자인과 감성 속에 녹아들었습니다.

데이바이데이의 디자이너는 참 오랫동안 디자인을 하고, 옷을 만들어왔습니다. 디자이너는 옷을 만드는 건 오랫동안 해온 일상이었지만, 데이바이데이를 구상하는 일은 내 일상을 하나하나 되짚어보는 시간이 되었다고 합니다. 옷을 만드는 일, 그것이 일상이 되었던 시간들을 되짚어 보며 다시 떠오른 감정들과 가치, 그리고 진정으로 자유로운 삶에 대한 갈망으로 데이바이데이를 만들었습니다.


'데이바이데이' 심볼.

'데이바이데이' 룩북.

특별할 것도 지루할 것도 없는 일상이 어쩌면 평온하고 자유로운 시간이었고 이런 소소한 감정들을 모아 편안함과 감각을 동시에 담아낸 젊은 감성의 미니멀한 아이템으로 일상 속에서 자연스럽고 자유로운 순간들을 함께할 수 있는 옷을 완성하며 만들어낸 것이 바로 데이바이데이인 것이죠.

데이바이데이의 심볼에는 바쁜 일상 속에서 무심하게 지나치는 자연, 우리의 삶에서 흔히 볼 수 있는 들꽃과 새를 모티브로 핸드 드로잉을 통해 추구하는 자유함을 담고 있습니다. 그리고 심볼과 어울리는 자연이 모티브된 그래픽을 개발하고, 데이바이데이만의 미니멀한 디자인에 접목시켰습니다. 일상에서 쉽게 입을 수 있는 미니멀한 아이템을 기반으로 자연스럽지만 심심하지 않게 드로잉, 자수, 네이쳐한 모티브를 이용하여 절제된 디테일도 추가했습니다.

룩북도 해외모델이 아닌 국내모델로 자연스럽고 여유로운 일상을 담았습니다. 삶은 매일 반복되는 일상의 연속이지만, 그 안에서 우리는 작은 여유와 자연스러운 자유로움을 꿈꾸는 사람들을 위해 데이바이데이는 이러한 바쁜 일상 속에서도 자연과 조화를 이루는 삶의 감각, 그리고 편안한 나 자신 그대로의 모습을 옷과 룩북에도 잘 담아낸 거죠.

2024년 겨울 우리는 별 거 아닌 거 같은 일상이 얼마나 소중한지 깨달았고, 그런 일상으로의 복귀를 간절히 원하게 된 때였습니다. 모두가 어렵다는 불경기에 새로운 브랜드를 런칭한다는 것은 참 어려운 결정이지만, 데이바이데이는 우리의 간절함을 위로하고 싶고 옷이 단순히 스타일을 넘어, 하루를 살아가는 방식을 제안할 수 있다는 생각으로 봄과 함께 시작되었습니다.

트라노이 도쿄 전시회에 마련된 '데이바이데이' 부스.

그리고 2025년 3월 18일부터 19일까지 도쿄에서 개최된 트라노이 도쿄(TRANOI TOKYO) 패션전시회에 첫 선을 보였습니다.

트렌디하면서도 과하지 않은 감성, 편안하면서도 흐트러지지 않은 실루엣으로 트라노이 도쿄 전시회를 찾은 글로벌 바이어들에게 관심을 받았습니다. 특히 일본 바이어들에게도 20대부터 40대까지 삶의 속도가 각기 다른 사람들을 위한 미니멀한 아이템에 대해 인상 깊다는 평가를 받았습니다. 누구나 일상 속에서 자연스럽게 녹아드는 스타일을 즐길 수 있다는 점은 한국뿐만 아니라 어느 나라 사람이든 동감하는 감정일 겁니다.

자연에서 영감을 받은 드로잉과 자수 새와 꽃, 그리고 그 너머의 자연의 순간들. 흔히 스쳐 지나갈 수 있는 작은 자연의 디테일을 섬세한 드로잉과 자수도 많은 바이어들이 흐뭇한 미소를 지으며 둘러볼 수 있는 디테일이었습니다.

봄이 옵니다. 따사로운 봄 햇살과 봄바람처럼 데이바이데이는 일상 속에서 우리가 놓치기 쉬운 자연의 자유로움과 생명력을 다시 마주하게 해드릴 것입니다.

언제나 든든한 내편 중구

서울패션허브 SEOUL FASHION HUB

Buyer Lounge

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

| 주소 |

서울특별시 중구 마장로 22,
DDP패션몰 4층 바이어라운지

| 문의 |

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

| 운영시간 |

평일 오전 10시 ~ 오후 10시
토요일, 일요일 및 공휴일 휴관

서울특별시
SEOUL METROPOLITAN GOVERNMENT

V-COMMERCE STUDIO

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