Dstory

06
June 2025 Vol. 62
www.thepathwithyou.org

04 커버스토리
도매상가 영업시간 변경 및 통일 ‘뜨거운 감자’

06 이슈
패션 플랫폼, 소상공인 온라인 판로 개척 지원

07 행사
바이어라운지, ‘도매상가 도매가 체험전’ 개최

같이 걷는 길
THE PATH WITH YOU

(사)동대문패션타운관광특구협의회

@gettyimagesbank

동대문 도매시장

도매가 체험전

일시

매주 월~금요일 14:00 ~ 16:00

(운영 외 시간 : SNS촬영, 라이브 방송)

각 상가별 3주 전시
재고 소진시 조기 종료

장소

동대문바이어라운지 (DDP 패션몰 4층)

서울시 중구 마장로22 / 문의 02-6270-1100

동대문 도매시장, 이제 소비자에게 열립니다!

3주 단위로 바뀌는 상가 특별전시!
직접 보고, SNS에 올리면 도매가로 구입 가능!
지금 바로, 동대문바이어라운지에서
도매가 체험하세요!

6월 참여상가

벨포스트 (의류)
패션남평화 (가방,의류)

SNS 찍고, 올리고, 1+1 받자!

STEP 1. 현장 방문해서 제품을 구경하세요.
STEP 2. 제품 사진을 찍어 SNS에 업로드!
STEP 3. 마음에 드는 제품은 도매가로 체험 구매!

(해시태그 필수 #동대문도매체험 #바이어라운지 #동대문패션 #벨포스트 #패션남평화)

동대문바이어라운지

“10대부터 80대 모델까지 청계천 런웨이 패션 뽐냈다”

서울시설공단(이사장 한국영)이 지난 5월 22일 오후 7시, 동대문패션타운 인근 청계천 오간수교 아래 수상무대에서 ‘청계 라이브 패션쇼’를 개최했다. 이번 행사는 ‘당신은 나의 빛’을 주제로, 10대부터 80대까지 세대를 아우르는 시민 모델 100여 명이 함께하는 특별한 패션쇼로, 특히 최고령 만 80세 장정례 씨와 최연소 만 18세 최예희 씨 등 시니어와 청년 세대가 한 무대에 올라 연령의 경계를 허무는 색다른 감동을 선사했다.

모델들은 △비비드 △미니멀 △데님 △백유선 디자이너 컬렉션 등 네 가지 컨셉으로 약 90분간 런웨이를 채웠으며, 서울문화예술대학교(모델학과장 이은미 교수)와 함께 준비한 모델 댄스 퍼포먼스도 특별 무대로 선보였다. 서울시설공단은 청계천과 동대문 상권에 활기를 불어넣고, 시민들에게 일상 속 문화예술 향유 기회를 제공하고자 이번 패션쇼를 기획했다. 사진제공 서울시설공단

표지 설명
동대문 도매상가 영업시간 변경 및 통일이 ‘뜨거운 감자’로 부상했다. 동대문 상권 활성화를 위해서는 영업시간 변경이 ‘필요하다’와 ‘필요없다’는 주장이 팽팽히 맞서고 있기 때문이다. 이번 호에서는 이밖에 패션 플랫폼들의 소상공인 온라인 판로 개척 지원과 바이어라운지의 ‘도매상가 도매가 체험전’ 개최 등을 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 **발행일** 2025년 6월 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.

■ 도매상가 영업시간 변경 및 통일 '뜨거운 감자'

공실 감소·비용 절감 vs 고객 이탈·거래량 감소

디오트가 최근 실시한 영업시간 변경 설문조사 결과 반대 의견이 많아 기존 영업시간을 유지하게 됐다. 디오트는 오전 6시 출근에 오후 3시 퇴근하는 영업시간 변경 안을 마련, 지난 4월 28일부터 입점 매장 대표를 대상으로 설문조사에 들어갔다. 설문조사는 열흘만인 5월 7일 기준 찬성 40.3%, 반대 56.3%를 기록, 디오트운영위원회는 영업시간을 현행(밤 12시~낮 12시) 대로 유지한다고 발표했다.

디오트의 영업시간 변경 설문조사는 동대문패션타운의 '뜨거운 감자'였다. 단일 상가로는 가장 큰 1,536개 매장(공실상가 제외)이 입점해 있고, apM그룹 계열 상가와 함께 동대문패션타운에서 잘 나가는 도매상가로 꼽히고 있어 타 상가에 미치는 영향이 크기 때문이다. 특히, 이번 설문조사는 현행 밤 12시~낮 12시를 오전 6시~오후 3시로 변경하는 내용을 담고 있어 결국 밤 장사를 포기하고 낮 장사로 옮기자는 것이어서 상인들 간 찬반 논쟁이 뜨거웠다.

디오트의 영업시간 변경 설문조사를 계기로 지금의 도매상가 영업시간이 어떻게 자리 잡게 됐는지, 영업시간 변경과 통일에 대한 논의가 최근 왜 다시 활발히 이루어지고 있는지 알아봤다.

20여개 상가 밤시장과 낮시장으로 분리

현재 도매상가 영업시간은 상인들의 자율성이 강한 몇몇 전통시장을 제외하면 영업시간을 기준으로 밤시장 혹은 낮시장으로 분류되어 불리고 있다.

평화시장, 신평화패션타운, 동평화패션타운, 패션남평화 등 전통시장은 층별로 일부 도소매를 병행하고 있고, 영업시간 또한 다르다. 밤시장 도매상가는 아트프라자, 디자이너클럽, 스튜디오W, 팀204, 엘리시움, apM, apM럭스, apM플레이스, 누죤, DDP패션몰, 맥스타일, 제일평화, 광희패션몰(퀸즈스퀘어), 벨포스트, 상상플러스 등 15개 상가, 낮시장 도매상가는 청평화패션타운, 디오트, 테크노, DWP 등 4개 상가가 해당된다.

밤시장 도매상가는 대부분 오후 8시에 영업을 시작해 새벽 5시에 문을 닫고, 낮시장 도매상가는 밤 11~12시에 오픈해 낮 11~12시에 폐점한다. 그 결과 동대문패션타운에는 대체로 오후 8시부터 밤 12시까지는 밤시장만 문이 열려 있고, 새벽 5시부터 낮 12시까지는 낮시장만 영업을 하고 있으며, 사람들이 많이 활동하는 낮 12시에서 저녁 8시까지는 대부분의 도매상가가 문을 닫고 있다.

밤시장과 낮시장이라는 용어가 쓰이게 된 것은 동대문패션타운 내 도매상가 간의 경쟁과 밀접한 관련이 있다. 이 용어의 기원은 청평화에서 찾을 수 있다. 재고처리 전문 상가로 자리를 잡았던 청평화는 값싸고 디자인이 좋은 물건을 소싱해야 하는 인터넷 쇼핑몰 업체들이 많이 찾는 상가였다.

청평화는 빠른 속도로 성장하고 있던 인터넷 쇼핑몰 시장에 대한 공략을 더욱 강화하기 위해 2005년에 영업시간을 당시 도매상가들의 가장 보편적인 영업시간이었던 저녁 9시~새벽 5시에서 새벽 4시~오후 4시로 변경했다. 이를 계기로 인터넷 쇼핑몰 업체의 직원들은 연장근무 시간이 아닌 정규근무 시간에 쇼핑을 할 수 있게 됐으며, 이러한 과정에서 청평화는 낮시장이라고 불리기 시작했다.

2010년에는 바로 옆에 위치한 디오트가 영업시간을 밤 12시~오후 2시로 바꾸면서 고객들이 몰리자 청평화도 같은 시간대로 변경했으며, 2012년에는 다시 밤 12시~낮 12시로 변경하면서 현재에 이르고 있다. 2017년에는 테크노와 DWP가 낮시장에 가세하면서 기존 상가보다 개점 시간과 폐점 시간을 1시간씩 앞당겨 영업시간을 밤 11시~오전 11시로 하고 있다.

이처럼 도매상가 영업시간은 기존 상가와 차별화 정책의 일환으로 틈새시장을 공략하기 위해 조금씩 변화되어 왔다. 1990년 현대적 패션상가인 아트프라자가 조기 개점과 지방소매상 버스 유치 등으로 남대문 우위의 도매시장 질서를 동대문으로 가져오고, 청평화와 디오트가 영업시간을 변경해 인터넷 쇼핑몰 시장 공략에 성공한 것이 대표적이다.

apM 이어 디오트도 영업시간 변경 무산

하지만 소비 트렌드와 유통 변화로 동대문패션타운을 찾는 사람들이 줄어들면서 2010년대 후반부터 도매상가의 영업시간 변경과 통일에 대한 논의가 이루어지기 시작했다. 특히, 사드와 코로나19를 거치면서 공실률이 늘어나자 대응 방안의 일환으로 영업시간 변경과 통일을 주장하는 사람들이 많아졌다.

영업시간 변경은 그 동안 몇 차례 논의가 있었지만 상가별로 이해관계가 얽혀 있고 제반 여건이 맞지 않아 실행에 옮기지 못 했다.

apM그룹은 지난 2022년 2월 영업시간을 오전 9시~오후 6시로 변경한다고 공고했다가 상인들의 반대에 부딪혀 보류했고, 이번에 디오트가 오전 6시~오후 3시 변경 안을 놓고 설문조사에 붙였다가 반대 의견이 많

동대문 낮 도매상권 모습.

@gettyimagesbank

아 무산됐다.

영업시간 변경과 통일에 찬성하는 상인들은 현행 영업시간은 과거 지방의 소매상인들이 관광버스를 대절해 옷을 구매해 가던 시절에 굳어진 것으로, 지금처럼 온라인 구매가 활성화되고, 종업원 구하기 어려운 상황에서는 맞지 않는다는 입장이다. 무엇보다 동대문을 찾는 고객들에게 통일된 모습을 보여주고, 구성원들의 삶의 질이 향상되면서 젊은 층을 유입해야 하는데, 지금처럼 상이한 영업시간과 오랜 근무시간으로는 두 가지 다 해결할 수 없는 만큼 영업시간을 통일하고, 근무시간 역시 단축해야 한다는 주장이다.

apM은 2022년 당시 영업시간을 변경하려던 이유를 △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 들기도 했다.

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.

영업시간 변경과 통일에 반대하는 상인들은 경기가 살아나 상권이 다시 활기를 띨 경우 밤시장과 낮시장의 특색이 있어 굳이 영업시간을 변경하고 통일할 필요가 없다는 주장이다.

동대문 도매시장은 야간 거래를 통해 전국으로 새벽 배송을 가능하게 하고, 빠른 피드백(불량, 오배송, 교환)까지 원활히 처리하는 시스템을 갖추고 있는 것이 장점인데, 영업시간을 단순히 변경할 경우 기존 구조가 흔들릴 우려가 있다는 것도 반대 이유다.

도매상가 한 상인은 "현재 전국의 많은 소매상과 온라인 셀러들은 야간 시간대에 동대문을 방문해 물건을 직접 보고 픽업하는 흐름에 익숙하다"며 "영업시간이 변경되면 이들이 다른 상권으로 이동하거나 거래량이 감소할 위험이 커진다"고 우려했다.

도소매 가능한 14~24시 적합 의견 많아

한편으로는 지금의 도매상권 특색과 장점을 살린 시간대로 영업시간을 변경하고, 이 같은 효과를 극대화하기 위해 통일해야 한다는 주장도 있다. 특히, 수많은 물건을 싣고 날라야 하는 물류 및 주차 문제와 기존의 도매 기능을 유지하기 위해서는 오후 2시 오픈해 밤 12시 문을 닫는 것이 적합하다는 의견이 많다.

그럴 경우 낮 시간에는 소매 판매를 하고, 밤에는 도매 기능을 할 수 있다는 것이다. apM과 디오트가 영업시간 변경을 놓고 상인들의 마음을 얻지 못 한 것은 여러 가지 이유가 있지만 변경 영업시간이 마음에 들지 않은 것도 한 몫 했다는 지적이다.

영업시간 변경 시 고려해야 될 사항은 △고객 방문 시간 △상인 업무 활동 시간 △종업원 출퇴근 시간 △차량 주차, 상품 적치 및 화물 배송 등이 있는데, 디오트 설문조사는 이런 점에서 반대하는 상인들이 많았다는 것이다.

설문조사 진행 현황

(2025. 05. 07.기준)

유	일치인수 (유보 제외)	찬성 (06시~15시까지)		반대 (현행유지)		참여율 (%)
		참여수	백분율(%)	참여수	백분율(%)	
지2	191	69	36.1%	111	58.1%	94.2%
지1	227	91	40.1%	130	57.3%	97.4%
1	247	100	40.5%	138	55.9%	96.4%
2	220	81	36.8%	132	60.0%	96.8%
3	263	107	40.7%	144	54.8%	95.4%
4	262	107	40.8%	149	56.9%	97.7%
5	126	64	50.8%	60	47.6%	98.4%
계	1,538	619	40.3%	864	56.3%	96.5%

찬성 40.3% 반대 56.3%

※현행유지 50%이상으로 영업시간은 현행 유지됨을 안내해 드립니다.
※현행 밤12시~낮12시

2025년 05월 08일

디오트운영위원회 위원장
디오트 대규모점포관리자 허 윤

The Fashion Wholesale Market TheOT

새벽에 불야성을 이루는 동대문 도매시장은 전 세계 어디에서도 볼 수 없는 광경이다. 새벽시장은 그만큼 동대문패션타운을 상징하기도 한다. 하지만 지금은 온라인 시장과 패션 플랫폼의 성장으로 또 한 번 상황이 바뀌었다. 장시간 밤샘 근무로 동대문패션타운의 미래를 책임질 젊은 층이 이탈이 늘고 있는 것도 문제다.

영업시간 변경과 통일은 손님들이 오지 않는 새벽 영업을 없애고 모든 상가가 같이 참여하자는 것이 핵심이다. 그럴 경우 상가에게는 공실 감소와 관리 비용 절감을, 상인에게는 매출 증대와 인건비 절감을 가져다주는 만큼 어렵더라도 동대문패션타운 주체들이 머리를 맞대고 반듯이 풀어야 할 과제다.

패션 플랫폼, 소상공인 온라인 판로 개척 지원

무신사, 소상공인 대상 펀드 자금 1천억 마련
지그재그, 한유원과 온라인 쇼핑몰 판매 협업

패션 플랫폼 업체들이 소상공인 지원에 적극 나서고 있다.

무신사는 최근 K브랜드 인기에 힘입어 패션 분야 소상공인 육성 및 지원에 본격적으로 나선다고 밝혔다. 입점 브랜드의 성장 단계별로 특성에 맞춰서 자금 지원 프로그램을 세분화해 올해 연내에 약 1000억 원을 지원할 방침이다.

이를 위해 무신사는 5월 입점 브랜드를 대상으로 '2025년 파트너 펀드 프로그램' 참여사 모집 및 선정에 나섰다. 무신사는 지난 2024년까지 입점 브랜드를 대상으로 '동반성장 자금 지원 프로젝트'라는 이름으로 생산자금 무이자 지원 프로그램을 운영해 오다가 올해부터 '파트너 펀드'로 개편했다.

무신사는 입점 브랜드 성장 단계와 규모에 맞춰서 △인큐베이션 파트너 펀드(Incubation Partner Fund) △그로스 파트너 펀드(Growth Partner Fund) △코어 파트너 펀드(Core Partner Fund) 등의 3가지로 세분화했다.

특히, 무신사는 입점 브랜드들이 상품 생산 및 유통 과정에서 탄력적으로 자금을 활용할 수 있도록 연간 지원 횟수도 최대 6회까지로 늘렸다. 무신사는 올해 말까지 약 1000억 원의 자금을 지원할 방침이다.

카카오스타일이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 '지그재그'는 한국중소벤처기업유통원(이하 한유원)과 업무 협업을 통해 소상공인의 쇼핑몰 운영 및 성장을 지원한다.

중소벤처기업부 산하 한유원이 주관하는 '온라인 쇼핑몰 판매지원 사업'은 국내 소상공인의 온라인 판로 개척을 골자로 한다. 올해는 협업 기업의 재무 상태, 판매대금 정산 주기 등 새로운 평가 지표로 지원자격 요건이 한층 강화됐다.

지그재그는 평가 지표를 모두 충족하며 올해 2월 해당 사업의 수행기관으로 선정됐다.

지그재그는 수행기관으로 선정된 이후 본격적으로 사업에 착수해 우수한 상품과 서비스를 갖췄지만 유통 채널 확보 및 운영에 어려움을 겪는 소상공인이 소비자와의 접점을 넓힐 수 있도록 다양한 판로 마련에 주력하고 있다. △타임특가·전용 기획전 운영 △'대한민국 동행축제' 캠페인 참여 △전용 상설관 노출 △쿠폰 발행비 지원 등 스토어 성장을 견인할 수 있는 실질적인 혜택을 마련했다.'온라인 쇼핑몰 판매지원 사업' 참가 신청은 '판판대로' 사이트에서 할 수 있다. 지그재그는 올해 말까지 판매자를 선착순으로 모집하며, 소상공인을 위한 다양한 지원을 이어나갈 계획이다.

소상공인 돕는 '소담상회' 성수에 오픈

무신사, 연내 1000여 개 브랜드 판로 지원

무신사가 오는 6월 2일 서울 성수동에 소상공인 입점 상설 오프라인 스토어로 '소담상회 위드 무신사(소담상회 with MUSINSA)'를 오픈한다.

소담상회는 중소벤처기업부와 한국중소벤처기업유통원이 소상공인의 디지털 전환과 온·오프라인 판로 확대를 위해 민간과 협업해 만든 O2O(Online to Offline) 플래그십 스토어다.

지난 3월 신규 사업자로 선정된 무신사는 서울 성수동에서 운영 중이던 복합문화공간 '무신사 테라스 성수'를 패션 소상공인을 위한 오프라인 판매 공간으로 활용하기로 결정하고 리모델링을 진행했다.

'소담상회 with 무신사'는 총 2개 층으로 전체 영업 면적 기준 약 466㎡(약 141평) 규모로 조성된다. 이곳에서는 무신사와 한국중소벤처기업유통원이 직접 심사해 선발한 소상공인 브랜드의 패션, 뷰티 상품을 만날 수 있다.

소담상회 with 무신사는 오프라인과 온라인에서의 고객 경험을 유기적으로 연계해 O2O 서비스 경험이 가능한 스마트 스토어로 운영된다.

매장에서 판매하는 전체 상품에 QR코드를 부착해 오프라인과 온라인 간의 결제 연동을 제공한다. 특히 무신사는 스마트 미러를 도입해 방문 고객들이 자신의 취향과 기호를 분석하고, 각자 고객별로 개인화된 제품 추천 정보를 얻을 수 있도록 쇼핑 편의성을 높였다.

무신사는 오프라인 스토어 외에도 온라인 플랫폼을 통해서도 소담상회 입점 브랜드를 위한 전용 기획전을 매월 상시적으로 진행한다. 무신사는 올해 연말까지 온·오프라인을 합쳐 1000여 개 소상공인 브랜드의 판로 확대를 돕겠다는 계획이다.

6월 2일 서울 성수동에 오픈 예정인 소상공인 판로 지원 공간 '소담상회 with 무신사' 매장 렌더링.

무신사 관계자는 "중소 패션 브랜드와의 동반 성장을 경영 철학으로 내세운 무신사가 K패션·뷰티 트렌드를 이끌어갈 소상공인 브랜드 발굴과 육성에서도 역할을 톡톡히 해낼 것으로 기대한다"며 "온·오프라인 연계를 통해 매출 성장과 고객 경험 확대를 지원해 소상공인 브랜드의 자체 역량을 강화할 수 있도록 체계적인 운영에 나설 것"이라고 말했다.

“동대문 패션제품 도매가로 구매하세요~”

바이어라운지, ‘도매상가 도매가 체험전’ 개최

6월 벨포스트·패션남평화 참가 3주간 진행
오후 2시부터 4시까지 운영… 도매가 판매

동대문패션타운 도매상가 제품을 소비자에게 직접 판매하는 행사가 열린다.

동대문바이어라운지는 6월부터 동대문패션타운 25개 도매상가를 국내외에 홍보하고, 소비자에게 동대문 패션제품을 도매가로 구매할 수 있는 기회를 제공하는 ‘동대문 도매시장 도매가 체험전’을 개최한다.

행사는 3주 단위로 바뀌는 도매상가 특별 전시 형태로 열리게 되며, 6월에는 벨포스트(의류)와 패션남평화(가방, 의류)가 참여한다. 운영시간은 매주 월~금요일 오후 2시부터 4시까지 2시간(재고 소진시 조기 종료)이다. 제품 사진을 찍어 SNS에 올리면(해시태그 필수 #동대문도매체험 #바이어라운지 #동대문패션 #벨포스트 #패션남평화) 1+1 혜택 또는 특별 선물을 증정할 예정이다.

도매시장 도매가 체험전 스타트를 끊는 벨포스트는 1980년 개장한 의류 전문 도매상가로, 지하 1층부터 3층까지 4개 층에서 젊은 층을 겨냥한 여성정장, 여성캐주얼, 미시캐주얼, 골프웨어, 아웃도어, 남성영캐주얼, 남성빅사이즈, 잡화 등을 판매하고 있다.

패션남평화 역시 1980년 오픈한 가방 및 의류 전문 도매상가로, 다양한 상품을 저렴한 가격에 판매하고 있다. 특히 지하 1층과 지상 1층은 핸드백, 가방, 지갑, 벨트 등을 판매하는 국내 최대 가방 매장이다. 2층과 3층에는 남성복과 여성복을 판매하고 있다.

도매시장 도매가 체험전을 마련한 동대문바이어라운지는 중구에서 운영하는 다목적 패션 커뮤니티 공간으로 2018년 11월 처음 문을 열었다. DDP패션몰 4층에 위치해 동대문 시장을 찾는 국내외 바이어와 상인들을 위한 비즈니스 편의 공간인 동시에 시장 우수상품 및 특화브랜드 홍보 공간으로 신규 바이어 유치와 동대문 상권 활성화를 지원하고 있다.

특히, 그동안 동대문 도매상인들의 온라인 경쟁력 강화를 위해 추진해 온 ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 사업이 동대문 상인들의 호응을 얻으며 온라인 판매 활성화에 도움을 주고 있다는 평가를 받고 있다.

지금은 동대문 상권의 자생력 강화와 활성화를 위한 온오프라인 지원 사업을 펼치고 있다. 이 사업은 △교육 지원 △판로 확대 지원 △지원 사업 연계 등으로 나뉜다. 교육 지원은 데이터 관리 교육과 라이브 및 숏폼 교육, 판로 확대 지원은 온라인몰 개설 및 운영 지원, 지원 사업 연계는 촬영 지원과 브랜딩 컨설팅 지원 등을 포함하고 있다.

동대문바이어라운지는 상인들에게 온라인 라이브 방송을 진행할 수 있는 공간과 장비도 지원한다. 상인들은 비용 부담 없이 라이브 방송을 통해 상품을 판매할 수 있으며, 실시간 판매로 소비자들이 선호하는 제품이 무엇인지 현장에서 바로 확인할 수 있다.

동대문바이어라운지 관계자는 “상인참여형 온오프라인 판매지원 사업을 해오면서 상인들이 필요로 하는 것이 무엇인지 알게 됐다”며 “이번에 기획한 ‘동대문 도매시장 도매가 체험전’은 고객에게 직접 제품을 판매해 도매상가와 고객 모두에게 도움을 주고 국내외 관광객과 쇼핑객들에게 동대문패션타운 제품의 우수성을 알리는 좋은 기회가 될 것”이라고 말했다.

단추만 더했을 뿐인데 스타일링 완성도 UP

'애즈온' 위시 립드 버튼 티.

'브론슨' 25 봄/여름 시즌 룩북.

무신사, 헨리넥 티셔츠 인기

무신사에서 헨리넥 티셔츠가 올여름 트렌드 아이템으로 부상했다. 디자이너 브랜드들이 앞 다퉈 헨리넥 티셔츠를 신상품으로 선보이는 가운데 고객들의 검색과 구매도 빠르게 늘고 있다.

무신사가 온라인 스토어의 키워드별 검색량 데이터를 분석한 결과, 지난 4월 한 달간 '헨리넥' 검색량은 전년 동기 대비 580% 이상 증가하면서 검색어 순위에서 상위 50위권에 진입한 것으로 나타났다.

헨리넥 티셔츠는 목깃 없이 앞단에 단추가 달려있는 상의 디자인을 통칭한다. 영국에서 남성용 내의로 처음 등장했으며, 19세기에 조정 선수들이 공식 유니폼으로 착용하면서 전 세계적인 인기를 끌게 되었다. 헨리라는 명칭은 당시 조정 대회가 열린 영국 헨리온템스(Henley-on-Thames)라는 마을 이름에서 유래한 것이다.

헨리넥 티셔츠는 앞섶을 따라 단추가 달려있어 착용·탈의가 쉽고, 체온 조절이 용이한 특징 덕에 주로 스포츠웨어로 활용됐다. 이후 스트릿, 워크웨어, 락시크 등 다양한 스타일에 매치하는 데일리웨어로 자리 잡았다. 특히 단추를 열어 넥라인을 자연스럽게 연출하거나 레이어드 스타일링에 활용하기 좋다는 점에서 여성 고객들 사이에서 인기 아이템으로 떠올랐다.

무신사가 한 달간 상품 거래액, 조회수, 후기 수 등 고객 데이터를 바탕으로 집계한 '무신사 월간 랭킹'에서도 헨리넥 티셔츠의 인기가 드러났다. 지난 4월 무신사 남성, 여성 상의 카테고리 랭킹에서 헨리넥 티셔츠가 모두 상위권에 오른 것이다.

여성 상의 카테고리에서 헨리넥 티셔츠로 인기를 끄는 브랜드로는 '애즈온(ASON)'이 대표적이다. 인기 상품 랭킹에 오른 '위시 립드 버튼 티'는 넓게 파인 넥라인에 단추까지 더해져 민소매와 함께 레이어드하기 좋은 긴소매 티셔츠다.

이밖에 로우클래식, 락케이크, 론론 등 다양한 디자이너 브랜드들이 이번 시즌에 헨리넥 티셔츠를 선보여 여성 고객들로부터 주목받고 있다. 브랜드별로 패턴, 디테일, 소매길이를 달리해 다양한 디자인의 헨리넥 티셔츠를 선보이는 것이 특징이다.

남성 고객들 사이에서는 '브론슨(BRONSON)'의 '10.6 온스 코튼 숏 슬리브 헨리 티'가 인기 아이템으로 손꼽힌다. 도톰하고 중량감 있는 소재를 적용한 클래식한 쓰리 버튼 스타일의 헨리넥 반소매 티셔츠로 브론슨의 베스트셀러 중 하나다.

무신사 관계자는 "헨리넥 티셔츠의 단추 디테일은 단조로울 수 있는 티셔츠 스타일링에 포인트가 되면서도 내추럴하고 스타일리시한 무드를 연출할 수 있다는 점이 인기 요인"이라며 "이번 여름 시즌 반소매나 민소매 형태의 헨리넥 티셔츠에 주목하길 바란다"고 말했다.

▲'플라스틱아일랜드' 뷔스티에 레이어드 울 니트.

'SOUP' 뷔스티에 셔츠 세트.

'BNX' 레이스 시스루 민소매 롱 원피스.

"4060도 바지 위에 치마 입는다"

'포스티' 영캐주얼 상품 거래액 ↑

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 4050 패션 플랫폼 '포스티'에서 나이에 얽매이지 않는 '에이지리스(Ageless)' 트렌드가 패션에도 영향을 미치며, 4060 고객 사이에서 영캐주얼 상품의 인기가 높아지고 있다.

최근 3개월(2월 20일~5월 15일) 포스티 내 '레이어드' 키워드를 포함한 상품 거래액은 지난해 동기 대비 63% 증가했다. 겹겹이 입는 레이어드 패션의 대표 아이템인 '시스루 셔츠', '레이어드 원피스' 거래액은 각각 1519%, 139% 크게 늘었다. 이는 모두 1030 스타일 커머스 플랫폼 '지그재그'에서 검색어 순위 상위권을 유지하고 있는 키워드로, 중장년층도 주저 없이 각자 취향에 맞는 스타일링을 시도하는 '에이지리스 패션' 트렌드가 확산되고 있음을 알 수 있다.

MZ 세대에게 인기 있는 스타일의 하의도 유행이다. 같은 기간 바지 위에 치마를 겹쳐 입는 스타일인 '랩 스커트 팬츠' 거래액과 판매량은 지난해 동기 대비 각각 144%, 419% 증가했다, 크롭한 상의와 매치하기 좋은 '하이웨스트 팬츠' 거래액은 6배 이상(513%), 판매량은 7배 이상(644%) 크게 늘었다. 그 외에도 '부츠컷', '테이퍼드' 등 젊은 층에서 유행하는 패션 키워드가 검색 순위 상위권에 자리하기도 했다.

영한 스타일의 상품을 판매하는 스토어도 성장세를 보이고 있다. 최근 세 달 캐주얼부터 포멀까지 다양한 무드의 상품을 판매하는 '플라스틱아일랜드' 거래액은 지난해 동기 대비 3배 이상(241%) 급증했다. 영캐주얼 브랜드로 잘 알려진 'BNX(비엔엑스)'와 'SOUP(숲)'의 거래액도 각각 69%, 39% 늘었다.

카카오스타일 관계자는 "MZ 세대 사이에서 유행하는 키워드가 포스티 내에서 인기를 끌고 있다는 것은 중장년층 내 에이지리스 패션이 점차 퍼지고 있음을 보여주는 것"이라고 말했다.

‘날것의 멋’ 재조명… 올여름 ‘어글리 시크’ 뜬다

충돌과 혼란이 주는 멋스러움 추구
일명 ‘괴짜 패션’ 패션 주류로 부상

올여름 ‘어글리 시크(Ugly Chic)’ 트렌드가 주요 키워드로 부상하고 있다.

‘어글리 시크’ 트렌드는 치밀하게 계산된 단정한 아름다움 대신, 자연스럽고 본연에 가까운 스타일을 추구하는 흐름이다. 구겨진 듯한 셔츠와 파자마 스타일 셋업 등 전통적인 미적 기준에서 벗어난 스타일이 오히려 ‘날것의 매력(Raw Glamour)’으로 해석되며 주목받고 있다.

‘어글리 시크’는 단순한 스타일의 파격이 아니다. 정형화된 아름다움에서 벗어나 자기만의 개성과 솔직한 감각을 중시하는 시대적 분위기가 반영된 결과다. 과장된 실루엣, 낯선 컬러의 조합, 불균형적인 디자인 등은 모두 ‘예쁘지 않아도 좋다’는 새로운 취향의 표현이자 일률적인 멋에 대한 도전이다.

실제로 생활문화기업 LF가 운영하는 LF몰에서는 지난 3월부터 5월 둘째 주까지 ‘어글리’ 검색량이 전년 동기 대비 38% 증가하며 소비자 관심이 집중되고 있다. 또한, 같은 기간 ‘언발란스’, ‘비대칭’과 같이 ‘어글리 시크’ 트렌드를 대표하는 디자인 요소의 검색량도 각각 85%, 25% 가량 급증했다.

LF의 뉴욕 기반 컨템포러리 브랜드 ‘질스튜어트뉴욕’은 이 같은 흐름을 발빠르게 반영해 파자마 스타일의 체크 셋업, 빛바랜 듯한 트렌치코트와 셔츠 등의 아이템을 집중적으로 선보이고 있다. 딱딱하게 각진 라인 대신, 자연스럽게 흘러내리는 실루엣과 여유있는 핏을 통해 정형화되지 않은 멋을 강조하고 내추럴한 분위기를 연출하는 것이 특징이다.

색상에 있어서도 정제된 모노톤 대신, 톤 다운된 파랑색 니트와 갈색 계열의 주황색 반바지와 같이 남성복에서 쉽게 보기 힘든 과감한 보색 조합의 코디를 선보이기도 했다. 또한, 완성된 옷에 염색을 입혀 빈티지한 색감을 연출하는 ‘가먼트 다잉’ 공정을 적용해 자연스러운 색감의 매력을 강조했다. 이 외에도 파랑색과 노랑색이 불규칙적으로 뒤섞이는 화려한 패턴 반팔 셔츠와 짧은 반바지 코디를 통해 부조화가 가져오는 색다른 멋을 제안한다.

여성복에서도 ‘어글리 시크’ 트렌드가 강세다. LF의 프렌치 감성 여성 컨템포러리 브랜드 ‘아떼 바네사브루노’에서는 이번 시즌 럭비 셔츠에서 모티브를 얻은 원피스를 선보였다. 자칫 촌스러울 수 있는 원색에 두꺼운 스트라이프 조합이지만, 박스핏의 여유로운 실루엣과 어우러지며 꾸민 듯 꾸미지 않은 매력을 극대화했다. 해당 제품은 현재 LF몰에서 주요 사이즈 품절을 기록할 만큼 시장의 판매 반응이 뜨거워 출시 두 달 만에 리오더에 돌입해 5월말 추가 생산분이 입고됐다.

LF 관계자는 “최근 소비자들은 일률적인 미적 기준보다 정형화되지 않은 자신만의 스타일과 감도를 중시하는 경향이 뚜렷하다”며 “이번 시즌 컬렉션은 이러한 흐름을 반영해 의도된 미완성의 미학을 자연스럽게 연출할 수 있는 아이템들이 인기를 얻을 전망”이라고 말했다.

SEOUL MY SOUL

V-커머스 스튜디오

V COMMERCE STUDIO

서울시가 패션 소상공인의 온라인 비즈니스를 지원하기 위해 만든 무료 촬영 스튜디오입니다.
패션 및 뷰티 관련 제품 사진 촬영과 라이브 커머스, 오르빗뷰 장비를 활용한 360도 누끼 촬영,
3x3m 부스 안에서 진행되는 뷰티 라이브 커머스까지 다양한 서비스를 제공합니다.

매달 정기적으로 오르빗뷰 장비 사용법, 카메라 촬영, 라이브 커머스 기초 교육까지 알려드리는
프로그램도 운영하고 있으니, 관심 있으신 분들은 아래 QR 코드를 통해 신청해 주세요!

This is a free photography studio established by the Seoul Metropolitan Government to support fashion small businesses with their online ventures. It offers a wide range of services including product photography for fashion and beauty items, live commerce broadcasting, and 360-degree background removal shots using Orbitvu equipment. A 3x3m booth is also available for beauty live commerce shoots.

We also provide monthly training sessions covering Orbitvu equipment, camera operation, and the basics of live commerce.
If you're interested, please scan the QR code below to sign up!

스튜디오 예약

정기 교육 신청

촬영 스튜디오 공간 대여
카메라·조명 장비 렌탈
360도 촬영기기 이용
매달 정기 교육 운영

서울 중구 마장로22 DDP패션몰 4층
02-6270-1333
운영시간 10:00-22:00
(스튜디오 마감 PM 21:30)
주말 및 공휴일 휴관

SEOUL FASHION CREATIVE STUDIO

SEOUL MY SOUL

2025 서울패션창작스튜디오 라이브커머스 지원사업

패션도매업체 참가모집 공고

Seoul Fashion Creative Studio

모집개요

신청기간 2025. 6. 1.(일) ~ 6. 20.(금) 18:00까지 (20일 간)

모집규모 최소 10개 업체 이상

지원내용 라이브커머스 운영을 위한 서울패션창작스튜디오 공간제공
총괄MD / 의류소싱MD / 방송MD/셀러 등 인력 지원

라이브커머스 진행 기간 2025.7월 ~ 12월 (총 9회 예정)

결과발표 2025. 6. 30 (월)

참가자격

동대문 상권 내 패션 도매업체로서
아래 요건을 모두 충족하는 사업자

- 패션 중소기업 (패션 소공인 포함)
- 동대문 상권 내 소재한 패션 도매업체로, 국내 디자인 상품을 국내 봉제업체에서 생산하여 도매 판매하는 사업자
- 자체 디자인한 국내 생산, 제조 의류 판매
- 생산 및 납품 능력 보유

신청방법

이메일 접수 : park.hc@seoulshowroom.com

*메일 제목에 <서울패션창작스튜디오 라이브커머스 지원사업 참가신청> 필수 기재

자세한 안내 및 신청서류 양식은 서울패션창작스튜디오 홈페이지
공지사항에서 확인하세요. **아래 QR코드**로 바로 접속하실 수 있습니다.

제출서류

- 참가신청서 1부
- 사업자등록증 각 1부(도매/봉제)
- 매장 운영 증빙자료(임대차 계약서 또는 사진 증빙) 1부
- 국내 디자인·제조 증빙자료
  (연결 봉제업체 사업자등록증 및 거래내역서 또는 이체확인증)
- 최근 시즌 자사 제품 이미지 첨부 양식 1부 (서식2)

문의

서울패션창작스튜디오
02-6925-6683 (평일 오전 9시~오후 6시)
park.hc@seoulshowroom.com
www.seoulbeautyfashion.com

스마트

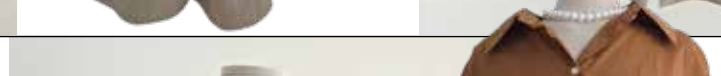
■**상가명** 청평화패션타운
■**호수** 2층 가55호
■**문의** 010-9294-7614

쿨 카라 자켓

■**특징** 시원하고 고시감 있는 원단으로 라인을 잡아주고 뚝 떨어지는 맛이 있다. 스커트, 바지, 원피스 등에 다 잘 어울리는 아이템. 끈적거리는 여름엔 오히려 긴팔이 더 시원하고, 실내에서는 에어컨을 가동해 긴팔 아우터가 필수라서 인기다. ■**소재** 폴리 55%/레이온45%

쿨 메인 바지세트

■**특징** 얇고 가벼운 소재로 만들었으며, 은은한 광택감이 있어서 더 고급스럽다. 소매 카브라로 팔뚝 라인이 더 예뻐 보이는 사선핏이고, 짱짱한 밴딩이 허리를 잡아 준다. 일상템으로 누구나 편하게 내추럴한 분위기를 자아내는 바지세트. ■**소재** 나일론 30%/레이온70%



윈드 셔츠

■**특징** 초경량 소재 원단으로 만들어 가벼운데 날림 없이 차분한 분위기를 자아내는 컬러감과 디자인이 특징. 박시핏이라서 모던한 느낌이고, 44~77까지 올웨이사이즈다. ■**소재** 나일론 100%

넥 밴딩 스토퍼 원피스

■**특징** 가볍고 얇은 소재 원단으로 만들었으며 은은한 광택감이 있다. 고급스러운 광택감이라서 부담 없이 입기 좋다. 롱 원피스 기장이고 넥 라인과 소매가 밴딩으로 디테일 포인트 주었다. 허리에 스토퍼 있어서 사이즈 조절이 가능하다. ■**소재** 나일론30%/레이온70%

쿨 썸머 팬츠

■**특징** 찰랑찰랑한데 툭 떨어지는 핏이다. 구김이 없고, 허리 밴딩 부분이 엄청 편함. 44반~77반까지 가능한 프리 사이즈로, 입은듯 안 입은듯 착용감이 좋다. ■**소재** 폴리 97%/스판덱스3%

그랜핏츠

■상가명 신평화패션타운
■호수 3층 A65호
■문의 010-6418-2773

지지미 V포켓 롱 원피스

■특징 V라인으로 나온 신상 원피스. 시원한 시어서커 소재로 만들어 한여름 내내 입은 것 같지 않은 착용감을 자랑한다. 핀탁 디테일로 편안하고 캐주얼한 핏으로 나왔다.

노방 배색 진주 원피스

■특징 노방 배색이 시원하면서 우아하게 떨어지는 신상 원피스. 3컬러 노방 배색까지 완벽하게 나왔다. 양쪽 인포켓으로 실용성까지 살린 고품질의 원피스로, 원웨이 스판 소재로 착용감도 편하다.

2중 쉬폰 원피스

■특징 우아한 쉬폰 배색 신상 원피스. 작업이 워낙 힘들어서 안 만들었는데, 찾는 사람이 많아서 다시 재출고 했다. 앞뒤에 조끼처럼 부착된 쉬폰이 우아하면서 체형 커버에도 좋다.

지지미 비딩 롱 원피스

■특징 넥라인 소매라인 비딩 디테일이 시원하면서 우아하게 떨어지는 신상 원피스. 시원한 시어서커 소재로 한여름 내내 입은 것 같지 않은 착용감을 자랑한다. 양쪽 인포켓으로 실용성까지 살린 고품질의 원피스로, 소매라인 트임과 뒷절개 디테일로 착용감까지 완벽하다.

헵타

■**상가명** 디오트

■**호수** B1d1-1호

■**연락처** 010-4310-4683

마일드 원피스

■**특징** 간결하고 우아한 실루엣에 입는 순간 편안함과 세련미를 동시에 전해주는 미니멀 무드의 롱 원피스. 드라이한 촉감과 찰랑이는 실루엣이 매력적인 폴리 100% 소재로 제작되어 쾌적하고 가벼운 착용감을 선사하며, 구김에 강해 하루 종일 깔끔한 핏을 유지할 수 있다. ■**소재** 폴리100%

아크 자켓

■**특징** 여름 시즌 단정함과 시원함을 동시에 잡은 감각적인 무드의 반팔 자켓. 폴리 100% 소재로 제작되어 구김 걱정 없이 깔끔한 실루엣을 오래도록 유지하며, 린넨처럼 고슬고슬한 터치감으로 시원한 착용감을 자랑한다. 깔끔한 테일러드 카라가 있어 포멀한 자리부터 데일리룩까지 다양하게 활용 가능하다. ■**소재** 폴리100%

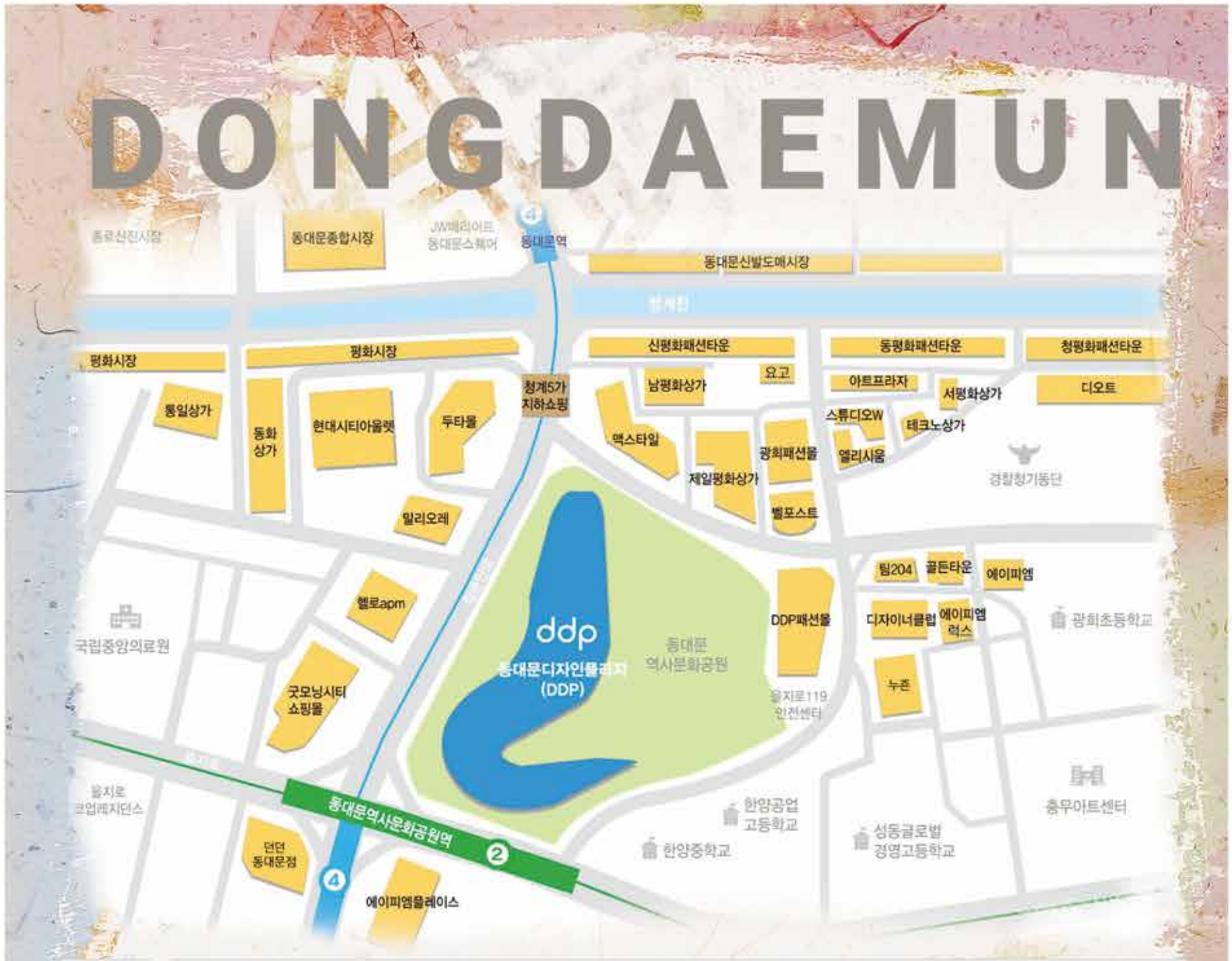
브루니 원피스

■**특징** 한여름에도 시원하고 가볍게, 차분한 분위기의 실루엣이 돋보이는 우드 장식 원피스. 가볍고 드라이한 텍스처의 폴리100% 소재로 만들어 바디에 들러붙지 않아 쾌적하게 착용되며, 구김 걱정 없이 깔끔한 핏을 오래도록 유지해준다. 스트레이트한 스퀘어넥 라인과 자연스럽게 흐르는 핀턱 디테일이 만나 깔끔하면서도 세련된 무드를 완성해주며, 여유 있는 A라인 실루엣으로 군살 커버는 물론, 활동성도 높혔다. ■**소재** 폴리70%/나일론30%

마린st T

■**특징** 부드럽고 유연한 착용감, 포인트 있는 디테일로 멋을 더한 테리 반팔 티셔츠. 가볍고 쾌적한 면60%, 폴리40% 혼방 소재로 만들어 부드러운 촉감은 물론, 땀 흡수와 빠른 건조까지 만족스러운 아이템이다. 심플한 실루엣에 가슴 한쪽 자개 버튼 디테일로 은은한 포인트를 더해 밋밋하지 않으며, 라운드넥과 스탠다드한 핏으로 누구나 부담 없이 즐기실 수 있다. 데님, 슬랙스, 조거 팬츠 등 어떤 하의와도 잘 어울려 데일리부터 이지웨어까지 다양하게 활용 가능한 여름 필수템이다. ■**소재** 코튼60%/폴리40%

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

‘2025 국제재즈교류축제’ 6월 12일 개최

현대아울렛 동대문점 광장서 오후 7시에 열려

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복)가 주최하는 ‘2025 국제재즈교류축제’가 오는 6월 12일 오후 7시, 현대아울렛 동대문점 광장에서 개최된다.

동대문패션타운을 찾는 쇼핑객과 관광객들에게 볼거리와 즐길거리를 제공하고, 동대문 상권이 속한 주민들이 함께할 수 있는 행사로 기획된 국제재즈교류축제에는 일본 미노와 히로유키 재즈밴드를 비롯해 미국의 USFK 빅 밴드, 국내 밴드 골든사운드재즈, 전자현악듀오 벨라, 팝페라 가수 전종옥, 클라리넷리스트 반수진 등이 출연해 초여름 밤 아름다운 재즈음악을 선물할 예정이다.

행사장 주변에는 포토존·즉석인화 서비스, 풍선아트 체험 등 다양한 무료 체험 부스도 마련돼 관람객들의 즐거움을 배가시킬 계획이다.

관광특구협의회는 상반기 국제재즈교류축제에 이어 하반기에는 ‘가을맞이 팝&재즈 콘서트’를 개최한다. 국제재즈교류축제와 가을맞이 팝&재즈 콘서트는 동대문패션타운을 대표하는 시민 참여 축제다.

관광특구협의회는 이 같은 행사를 통해 동대문패션타운 상권 활성화와 소비 촉진, 국내외 관광객에게 볼거리와 즐길거리 제공 등의 효과를 기대하고 있다.

지난해 6월에 열린 ‘2024 국제재즈교류축제’ 모습.

패션도매업체 라이브커머스 지원사업 전개

서울패션창작스튜디오

서울패션창작스튜디오가 패션도매업체를 대상으로 라이브커머스 지원사업을 펼친다.

지원내용은 라이브커머스 운영을 위한 서울패션창작스튜디오 공간 제공, 총괄MD/의류소싱MD/방송MD/셀러 등 인력 지원이며, 신청기간은 6월 1일부터 20일까지, 모집규모는 최소 10개 업체 이상이다. 라이브커머스 진행 기간은 7월부터 12월까지 총 9회 예정되어 있다.

참가자격은 동대문 상권 패션 도매업체로서 △패션중소기업(패션 소공인 포함) △동대문 상권 내 소재한 패션 도매업체로, 국내 디자인 상품을 국내 봉제업체에서 생산해 도매 판매하는 사업자 △자체 디자인한 국내 생산, 제조 의류 판매업체 등이며, 심사를 거쳐 오는 6월 30일 지원 업체를 발표할 계획이다.

제출 서류는 참가신청서, 사업자등록증, 매장 운영 증빙자료, 국내 디자인·제조 증빙자료, 최근 시즌 자사 제품 이미지 등이며, 이메일(park.hc@seoulshowroom.com)로 접수하면 된다.

문의 : 02-6925-6683

DDP패션몰 5층에 위치한 서울패션창작스튜디오는 서울시가 침체된 동대문 상권에 활력을 불어넣고, 패션 소상공인의 경쟁력을 키우기 위해 지난 2023년 3월 재개관한 500평 규모의 복합지원시설이다. 패션쇼, 팝업스토어 등이 동시 개최 가능한 개방형 통합 공간과 실시간 방송 판매 등을 운영할 수 있는 스튜디오, 6~20인 규모의 회의실 등을 갖췄다.

DDP 쇼룸서 ‘발로란트’ 체험형 팝업 전시

서울경제진흥원

동대문 상권 및 동대문디자인플라자(이하 DDP) 활성화를 위해 ‘DDP SHOWROOM(이하 DDP 쇼룸)’을 운영 중인 서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)이 오는 6월 2일부터 DDP 쇼룸 1층에서 라이엇 게임즈(한국 대표 조혁진)와 함께 ‘발로란트 5주년 기념 오프라인 체험형 팝업 – 내가 발로란트를 플레이하는 이유’를 개최한다.

DDP 쇼룸은 DDP 디자인랩 1층과 2층을 아우르는 서울 패션의 글로벌 확산과 패션 산업 지원을 위한 공간으로, 글로벌 IP 및 패션브랜드와 다채로운 체험 전시를 개최하고 동대문 패션 기업 지원사업, 패션 셀러 양성 등의 사업을 운영 중에 있다.

6월 2일부터 22일까지 DDP 쇼룸 1층에서 개최되는 이번 특별 전시는 라이엇 게임즈와 공동주관하며, 국내 1인칭 슈팅게임(FPS) 점유율 1위인 발로란트(VALORANT)의 5주년을 기념여 열린다. 이번 전시는 글로벌 IP이자 국내에 확고한 팬덤을 보유한 발로란트의 극적인 플레이 순간을 오프라인으로 재현한 체험형 전시로, 게임 팬덤은 물론 서울의 패션과 라이프스타일을 사랑하는 MZ 세대와 글로벌 관람객을 타깃으로 운영된다.

매일 10시부터 19시까지 상시 무료 개방되며, 현장에서는 모바일 연동 인터렉티브 체험부스가 운영되며, 온-오프라인 연계 이벤트와 의류, 잡화, 피규어 등 다양한 발로란트 굿즈 제품을 구매할 수 있는 ‘라이엇 스토어’도 함께 운영된다.

‘DDP 봄축제’에 국내외 관광객 북적

40개 다채로운 콘텐츠 진행
5월 1~6일 약 35만 명 방문

서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)이 5월 가정의 달을 맞아 지난 5월 1일부터 6일간 동대문디자인플라자(DDP) 일대에서 개최한 ‘DDP 봄축제:디자인 테마파크’에 약 35만 명의 국내외 관광객들이 방문한 것으로 나타났다.

이번 봄축제는 ‘환상과 상상의 디자인 테마파크’라는 주제 아래 다양한 기관과 기업이 참여한 40여 개의 기획 프로그램이 동시다발적으로 진행됐다. 가족 단위 관람객의 큰 호응 속에 프로그램 만족도 98%를 기록했으며, 특히 ‘디자인클래스’, ‘종이비행기 페스티벌’ 등이 예약 오픈 20분 만에 마감되며 높은 인기를 입증했다.

DDP 어울림 광장에는 어린이들의 동심을 자극하는 ‘환상의 성’이 설치돼 프랑스 컬러링 아트 브랜드 ‘오마이(OMY)’ 및 ‘플레이모빌’과 함께하는 3종의 상설 워크숍에 오픈런과 웨이팅이 끊이지 않는 등 시민들의 큰 사랑을 받았다.

또한 어울림광장 바닥에 분필로 자유로운 낙서와 그림그리기로 일탈의 경험을 제공한 ‘바닥 분필 놀이터’, 칠하는 것이 자유로운 드로잉월은 다양한 세대와 국적의 시민들이 참여하며 모두가 누리는 디자인 경험을 제공했다.

DDP 잔디언덕에는 야외 콘서트와 영화상영도 이어졌다. ‘KBS’·‘하트하트 오케스트라’가 선보인 야외 오케스트라 공연, 인기 캐릭터 ‘캐리와 친구들’의 싱어롱쇼, 글로벌 애니메이션 ‘투바앤’과 함께한 ‘라바’ 시리즈 상영, 한-스페인 수교 75주년 기념 스페인 애니메이션 등 남녀노소 다채로운 콘텐츠가 늦은 밤까지 이어졌다.

축제 분위기를 절정으로 끌어올린 건 디즈니코리아와 함께한 ‘스타워즈 데이’였다. 시민들은 이벤트는 ‘제다이 트레이닝’, ‘스타워즈 파업 부스’ 등으로 구성되어 축제에 뜨거운 열기를 더했다.

이 밖에 ‘포디랜드(포디프레임)’와 함께하는 프랙탈 구조물 디자인 체험, ‘클럽메드’와 함께하는 ‘어메이징 패밀리 클래스’도 시민들의 많은 사랑을 받았다.

축제는 DDP를 넘어 동대문 상권 활성화에도 기여했다. 8M 규모의 대형 해치 애드벌룬과 함께하는 ‘둥실둥실 퍼레이드’는 두타 동대문점 앞까지 찾아갔다. 행사 기간 식음료 매장 활성화를 위한 영수증 인증 이벤트, 소규모 디자인 브랜드와 함께한 디자인마켓 등 소상공인과의 상생을 실현했다.

재단은 시민들의 뜨거운 관심에 이어 오는 8월에는 여름 축제 ‘디자인 홀리데이’를 준비 중이며, 이밖에도 매월 진행되는 일상축제 ‘DDPlay 월별 행사’를 통해 시민들에게 다양한 도심 속 디자인 경험을 제공할 예정이다.

5월 31일에는 태권도 거리 공연이 진행됐으며, 6월 14일에는 ‘농부시장 마르쉐’와 함께하는 워크숍과 마켓이 예정되어 있다. 6월부터는 버스킹 또한 만나볼 수 있다.

‘DDP 봄축제:디자인 테마파크’에 마련된 ‘환상의 성’에서 시민들이 공연을 보고 있다.

디자인 산업 발전 위해 ‘맞손’

서울디자인재단·29CM

서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)이 오는 10월 ‘서울디자인위크’ 기간 중 열리는 ‘DDP디자인페어’의 성공적 개최를 위해 무신사가 운영하는 패션·라이프스타일 플랫폼 ‘29CM’와 지난 5월 15일 DDP에서 업무협약(MOU)을 체결했다.

재단은 이번 협약을 통해 국내 디자인 트렌드를 선도하고 디자인산업을 지원하는 DDP디자인페어의 참여 브랜드의 모집, 선발, 공동마케팅, 판매지원까지 29CM와 협력하며 디자인 브랜드를 본격 육성할 예정이다.

올해 서울디자인위크는 10월 15일부터 26일까지 DDP와 서울광장을 중심으로 서울의 중요한 디자인 명소에서 개최된다. 이 중 메인 행사인 DDP디자인페어는 10월 15일부터 19일까지 5일간 DDP 아트홀에서 열리며 100여 개 국내외 브랜드가 참여해 K디자인의 위력을 보여줄 예정이다.

29CM는 DDP디자인페어가 ‘서울의 취향’을 보여주는 대표 디자인 행사가 될 수 있도록 참여 브랜드 모집과 운영 관리에 협력할 계획이다.

특히 이번 협약으로 양 기관이 서울의 디자인산업 발전을 위해 공동 협력하기로 해 DDP디자인스토어, 서울디자인창업센터 등 재단의 다양한 지원 사업이 브랜드 발굴과 인큐베이팅, 판로 개척, 해외 박람회 및 전시 참가 협력 등으로 탄탄해질 전망이다.

차강희 서울디자인재단 대표는 “29CM와의 업무협력을 통해 DDP디자인페어는 보다 젊고 가능성 있는 디자인 브랜드의 성장 플랫폼으로 거듭날 것”이라며 “디자이너의 창작이 실제 소비와 연결되는 디자인 산업 생태계 모델이 될 것”이라고 말했다.

서울디자인재단 차강희 대표(왼쪽)와 박준영 29CM 커머스부문장이 업무협약을 체결한 뒤 기념사진을 찍고 있다.

도매 플랫폼 '모두의신상' 중국 진출

신이파 쇼핑몰 내 한국관 입점

모두의신상(대표 윤동휘)이 운영하는 국내 대표 도매 패션 플랫폼 '모두의신상(Modoonew)'과 도매 기반 셀렉션 프로젝트 '원웨이브(1wave)'가 최근 중국 항저우의 대형 도매시장 운영사인 이파(YIFA) 그룹 및 뮤즈코퍼레이션(Muse Corporation)과 협력해 신이파(新一帕) 쇼핑몰 내 '한국 브랜드관'에 공식 진출했다.

이번 협업은 동대문 기반의 유망 도매 브랜드들을 중국 현지에 본격 소개하는 최초의 사례로, 1wave 입점 브랜드인 'THEANY(디애니)'가 선도적으로 단독 오프라인 매장을 오픈했다. THEANY는 17년 이상 도매 기반으로 운영되며, 기획력과 생산역량을 두루 갖춘 브랜드로 주목받고 있다.

1wave는 도매 유통에 특화된 브랜드들을 전문적으로 큐레이션하고 있는 프로젝트로, 트렌드 대응력과 빠른 공급 시스템, 경쟁력 있는 단가를 갖춘 브랜드들이 다수 입점되어 있다. 이러한 브랜드 특성은 중국 도매시장과의 접점 확대에 있어 중요한 경쟁 요소로 작용하고 있다.

이번 브랜드관 입점은 단순한 유통 진출을 넘어 중국 시장에 맞춘 공동 기획 및 현지 운영 방식으로 진행된다. 이 과정에서 이파 그룹과 협력 중인 뮤즈코퍼레이션이 기획 및 운영 파트너로 참여하며, 현지 마케팅과 바이어 대응을 전담한다.

국내 대표 도매 패션 플랫폼 '모두의신상'이 중국 항저우 신이파(新一帕) 쇼핑몰 내 '한국 브랜드관'에 입점했다.

한편, 모두의신상과 1wave는 6월부터 일본 도쿄 및 오사카를 중심으로 오프라인 팝업스토어를 운영하며, 일본 현지 B2C 유통 채널 확보를 통한 본격적인 소비자 접점 확대에 나설 계획이다.

그립, 개인 셀러 입점 장벽 완화

'크리에이티브 커머스' 본격화

라이브 커머스 쇼핑앱 '그립'을 운영하는 그립컴퍼니(대표 김한나, 김태수)가 개인 셀러의 입점을 확대하기 위해 입점 장벽을 대폭 낮춘다.

그립은 5월부터 셀러 입점 시 요구되는 필수 서류 절차를 간소화해 누구나 손쉽게 상품을 판매할 수 있는 환경을 마련했다. 사업자등록증이 없는 개인도 입점할 수 있어 판매 경험이 없는 초보 셀러도 부담 없이 시작할 수 있도록 문턱을 낮췄다.

이번 개편으로 해외 직구 판매자, 재래시장 상인, 산지 농어민, 오프라인 소형 매장 운영자 등 기존에 온라인 진입이 어려웠던 개인들도 그립에서 쉽고 빠르게 라이브 커머스를 시작할 수 있게 됐다.

이번 조치는 단순한 요건 완화를 넘어 '누구나 팔 수 있다(Everyone can sell)'는 그립의 비전을 구체화하기 위한 전략적 개편이다. 소상공인, 자영업자, 1인 콘텐츠 창업자 등 다양한 개인 판매자를 아우르며 플랫폼 내 셀러 수와 라이브 방송 수 증가를 도모하고, 나아가 플랫폼 전체의 매출 성장을 견인한다는 계획이다.

그립은 이 같은 전략에 따라 궁극적으로 플랫폼을 '크리에이티브 커머스'로 전환해 나갈 방침이다.

제 7대 회장에 이상봉 디자이너 추대

한국패션디자이너연합회

(사)한국패션디자이너연합회가 지난 5월 22일 중구구민회관에서 총회를 개최하고 25년 사업계획 및 예산, 정관변경 등을 통과시켰다. 이날 총회에서는 명유석 회장 후임으로 앞으로 3년간 연합회를 이끌어나갈 제 7대 회장으로 이상봉 디자이너를 선임했다.

회장 및 이사 선거 절차는 지난 5월 15일까지 후보등록을 받아 회장 후보는 추대위원회에서 이상봉 디자이너, 이사 입후보자는 곽현주, 김주한, 김지만, 서병문, 신혜영, 양윤아, 윤종규, 이청청, 장형철, 조은애, 최경호, 최아영 디자이너 이상 총 13명으로 현장 비밀투표 선거를 진행했고, 모두 압도적으로 찬성표를 받아 선출됐다.

새로 선출된 임원진은 오는 2025년 6월 29일부터 2028년 6월 28일까지 3년 동안 한국패션디자이너연합회를 이끌게 된다.

한국패션디자이너연합회 제 7대 이상봉 회장(앞줄 왼쪽에서 세 번째)과 임원진들이 기념사진을 찍고 있다.

‘퍼스널 컬러’, ‘체형 진단’ 관련 검색량 급증

지그재그, ‘셀프 디깅’ 트렌드 영향

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 ‘지그재그’는 패션, 뷰티 상품 구매 시 자신의 퍼스널 컬러나 체형 정보를 활용하는 ‘셀프 디깅족’이 증가하고 있다고 밝혔다.

지그재그에 따르면, 올해 들어(1/1~5/21) ‘퍼스널 컬러’ 검색량이 전년 동기 대비 3배 가까이(180%) 증가했다. 상품명에 ‘퍼스널 컬러’가 들어간 상품들의 거래액도 같은 기간 23% 늘었다. 개인의 얼굴에 가장 어울리는 색상을 찾는 미용 이론인 퍼스널 컬러 진단이 1030 여성 사이에서 최근 몇 년 동안 유행하면서 상품 탐색 시 퍼스널 컬러를 검색하는 소비자가 증가하는 추세다.

퍼스널 컬러 관련 검색어인 ‘겨울 딥’의 올해 검색량은 전년 동기 대비 264% 늘었고, ‘여쿨’(37%), ‘웜톤’(47%), ‘봄웜’(32%), ‘겨쿨’(60%) 등 관련 검색량이 모두 증가했다. ‘쿨톤’이 상품명으로 들어간 상품들의 거래액은 같은 기간 157%, ‘웜톤’ 관련 상품 거래액도 65% 증가하는 등 상품명에 퍼스널 컬러를 노출 중인 상품들이 인기를 얻고 있다.

지그재그 검색창에 ‘퍼스널 컬러’ 입력 시 검색 결과에 다양한 색상 옵션을 가진 상품들이 등장한다. 피부톤에 따라 색상을 고를 수 있는 ‘도로시와 퍼스널 컬러 스킨브라’, 여섯 가지 색상 옵션으로 자신에게 맞는 색을 구매 가능한 ‘퍼빗 오프티 탑’ 등이 대표적이다. 자신의 컬러 타입을 검색하면 어울리는 립 상품이나 상의 등이 노출돼 쇼핑을 더 편리하게 할 수 있다.

퍼스널 컬러에서 나아가 골격(체형) 진단까지 인기를 끌면서 자신의 체형을 토대로 상품을 탐색하는 고객들도 늘어나고 있다. 체형은 크게 스트레이트와 웨이브, 내추럴로 나눌 수 있는데, 지그재그 검색창에 ‘스트레이트’나 ‘웨이브’만 입력해도 자동 완성 검색어로 ‘스트레이트 체형’, ‘웨이브 체형’이 뜰 정도로 자신의 체형을 기반으로 상품을 탐색하는 고객들이 많다. 지그재그에서는 올해 들어 ‘스트레이트 체형’ 검색량이 7만 건에 달했는데, 이는 전년 동기 대비 23배(2276%) 증가한 수치다. ‘내추럴 체형’(1436%)과 ‘웨이브 체형’(819%) 검색량 역시 전년 대비 큰 증가세를 보였다.

카카오스타일 관계자는 “골격 진단, 퍼스널 컬러 진단 등 자신에 대해 상세히 분석하는 ‘셀프 디깅’ 트렌드가 계속되면서 패션, 뷰티 아이템을 구매할 때도 컨설팅 결과를 인지하고 관련 상품을 탐색하는 경향이 나타나고 있다”고 말했다.

무신사, 올 1분기 매출 2929억 기록

전년비 두 자릿수 증가

무신사가 올해 1분기 연결재무제표 기준으로 분기 매출액 2929억 원, 영업이익 176억 원, 당기순이익 157억 원을 기록했다. 이는 전년 동기 대비 매출액은 약 12.6%, 영업이익은 약 24%, 당기순이익은 약 104% 증가한 것이다.

무신사는 △패션 △뷰티 △스포츠 △라이프스타일 등 대부분의 카테고리 영역에서 안정적인 사업 기반을 다진 덕분에 내수 부진 및 패션 비수기에도 불구하고 올해 1분기 매출과 영업이익이 동시에 두 자릿수 이상 성장하게 됐다.

오프라인 부문에서는 무신사 스토어 편집숍과 자체 브랜드(PB)인 ‘무신사 스탠다드’ 오프라인 매장으로 지속적으로 방문객이 늘고 있다. 특히 지난 3월에는 무신사 스탠다드 오프라인 매장을 다녀간 고객 수가 210만 명을 돌파했고, 1분기 누적 방문객 규모만 470만 명을 넘어섰다.

지난 4월 기준으로 무신사 스탠다드에서 운영하는 외국인 특화 매장 5곳(홍대·강남·성수·명동·한남점)의 외국인 매출 평균 비중은 거의 절반에 달한다.

렌트프리 · 할인 프로모션 실시

무신사 스튜디오

무신사 스튜디오 동대문종합시장점과 동대문점이 다양한 프로모션을 실시한다.

동대문종합시장점은 신규 오픈 프로모션으로 최대 2개월 렌트프리 행사를 마련했다. 무신사가 만든 여섯 번째 공유 오피스 무신사 스튜디오 동대문종합시장점은 동대문종합시장 4층에 위치, 뛰어난 접근성과 비즈니스 전개에 최적화된 곳으로, 패션 비즈니스를 전개하기에 유리하다. 1,400평 규모의 넓은 공간, 의류 부자재, 원단, 재봉실, 전문 의류 작업대, 규모 별 미팅 룸 등의 패션특화 공간을 두어 패션업계 종사자의 효율적인 업무를 돕는다. 1인실부터 25인 이상까지 다양한 인원 구성으로 유연하게 사용할 수 있다.

동대문점은 오픈 7주년을 맞아 할인 프로모션을 준비했다. 최대 51% 할인 혜택으로, 1인당 월 이용료 30만원대로 이용할 수 있다. 동대문점은 현대시티아울렛 동대문점 내에 위치해 있으며, 촬영 스튜디오, 재봉실, 창고, 패킹존, 워크룸, 아트북 라이브러리, 피팅룸 등의 패션특화 공간과 동대문종합시장, 부자재 상가, 도소매 패션몰이 밀집해 있어 이동 시간을 절약할 수 있는 장점이 있다.

전시

크리스챤 디올 : 디자이너 오브 드림스

파리 장식미술관을 시작으로 런던, 상하이, 청두, 뉴욕, 도하, 도쿄, 리야드에서 성공적으로 개최되었던 Christian Dior: Designer of Dreams(크리스챤 디올: 디자이너 오브 드림스) 전시회가 7월 13일까지 서울의 상징적인 동대문디자인플라자에 상륙해 눈부신 여정을 이어 나간다.

■일 정 : 4월 19일~7월 13일
■장 소 : 아트홀 1관(B2/F)
■시 간 : 11:00~19:00
(화요일, 수요일, 목요일, 일요일)
11:00~21:00(금요일, 토요일)
월요일 휴관
■관람비용 : 19세 이상 18,000원 /
13세~18세 12,000원 /
3세~12세 6,000원

현대카드 컬처프로젝트 29 톰 삭스 전

음악, 연극, 미술, 무용, 건축 등 다양한 분야의 혁신적인 문화 아이콘을 소개하는 현대카드 컬처프로젝트. 이번 컬처프로젝트에서 선보일 세계적인 조각가 톰 삭스(Tom Sachs)의 전시 〈스페이스 프로그램: 무한대〉는 2007년부터 시작된 그의 대표작 〈스페이스 프로그램〉 시리즈 200여 점을 포함해 최초 공개하는 신작 10여 점을 소개하는 역대 최대 규모의 전시다.

■일 정 : 4월 25일~9월 7일 (휴관일 없음)
■장 소 : 뮤지엄 전시1관 (B2F)
■시 간 : 10:00~20:00
■관람비용 : 성인 20,000원 / 청소년 15,000원 /
어린이 13,000원
■문 의 : 02-325-1077

공연

뮤지컬 '멤피스'

■일 자 : 6월 17일~9월 21일
■장 소 : 충무아트센터 대극장
■공연시간 : 화, 목 7시 30분 /
수, 금 2시 30분, 7시 30분 /
토 2시, 7시 /
일 3시 (월 공연없음, 일자별 상이)
■티켓가격 : VIP석 170,000원 / R석 140,000원 /
S석 110,000원 / A석 80,000원
■소요시간 : 160분(인터미션 20분 포함)
■문 의 : 02-3485-8700

모집

디지털서울문화예술대학교 패션산업학과 2025년 2학기 신·편입생 모집

■정시모집 기간 : 6월 1일~7월 11일(1차),
7월 23일~8월 20일(2차)
■지 원 자 격 : ○대한민국 국적자로 최종 학력이 고졸인 자 또는 졸업 예정자
○수능·내신 미반영 학업계획서 (30%)와 면접(70%) 평가를 통한 신입생 선발
■입 학 혜 택 : ○입학생 전원 장학금 지급
○4년간 국가장학금 신청 가능 (온라인 100% 과정의 경우 등록금 100% 환급 가능)
○4년간 전공중심 커리큘럼 (패션마켓분석, 2D/3D패션디자인, 테일러링 등) 구성
○입시사전상담 신청 후 입학지원시 전형료 면제
■문 의 : 패션산업학과 02-2287-0230

[서울패션허브] 패션 전공 대학생 실무교육 2기 교육생 모집

■교 육 명 : 패션 전공 대학생 실무교육 2기
■교육기간 : 7월 14일~21일
매주 월, 수, 금 14:00~17:00
■교육대상 : 패션 전공 대학 재학생 및 휴학생
■교육인원 : 15명
■교육장소 : 서울패션허브 5층 디지털학습실
■비 용 : 전액무료
■접수기간 : 5월 12일~7월 7일 ※신청자가 많을 경우 조기 마감될 수 있음
■접수방법 : 서울패션허브 홈페이지 - 교육안내/신청 - 지원서 작성

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

Paris(여성복)
주간/정규직/무관/1995년생 이상/1년 이상/6월31일/010-5097-0629/0035www@Naver.com

브랜드마켓(여성복)
주간/아르바이트/여/1982년생 이상/5년 이상/6월26일/010-8976-2879/anstpdnjs1@naver.com

청평화 이너프(여성복)
주간/정규직/여/없음/3년 이상/6월22일/010-9013-6868/miging1977@naver.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/무관/없음/6년 이상/6월07일/010-8843-4889/jijjel@naver.com

스캘럽(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/6월21일/010-3547-1117/sungminpark@scallop.co.kr

123(캐주얼)
주간/정규직/여/없음/1년 이상/6월07일/010-2060-6077/sdfsdf@naver.com

(주)위원트(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/6월21일/010-4927-2828/jimin.office19@gmail.com

디오트(여성복)
야간/정규직/무관/없음/무관/6월20일/010-5835-1382

smd(여성복)
무관/아르바이트/여/없음/3년 이상/6월30일/carpe.woodi@gmail.com

미쓰진(여성복)
주간/정규직/여/없음/2년 이상/06월20일/010-4503-0312/rlawlgns7@nate.com

apM(여성복)
주간/정규직/여/1988년생 이상/6년 이상/6월19일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

제일평화(여성복)
주간/정규직/여/1980년생 이상/1년 이상/6월30일/010-2617-3391/shizro@naver.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/1998년생 이상/5년 이상/6월18일/010-4754-6380/kwon-hj79@hanmail.net

퀸즈스퀘어(여성복)
주간/아르바이트/여/1998년생 이상/5년 이상/6월15일/010-9110-3091/jh0780317@naver.com

메종마스터(여성복)
주간/정규직/여/없음/5년 이상/6월19일/01046003525/rainmaker3650@gmail.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/없음/2년 이상/6월15일/010-4304-5034/s_e23@naver.com

아잉(여성복)
주간/정규직/여/1985년생 이상/1년 이상/6월14일/010-2667-5970/corrida73@naver.com

스캘럽(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/6월13일/010-3547-1117/sungminpark@scallop.co.kr

apM(여성복)
주간/정규직/여/없음/무관/6월13일/010-2590-5214/ete565@naver.com

apM플레이스(여성복)
주간/정규직/여/1998년생 이상/5년 이상/6월11일/010-4754-6380/kwon-hj79@hanmail.net

미쓰진(여성복)
주간/정규직/여/없음/2년 이상/06월11일/010-4503-0312/rlawlgns7@nate.com

apM(여성복)
주간/정규직/여/1992년생 이상/2년 이상/6월11일/010-7259-1513/objet701@naver.com

apM(남성복)
무관/아르바이트/무관/없음/무관/6월11일/010-2583-5252/rotten666@naver.com

유아동복
주간/정규직/무관/없음/2년 이상/6월22일/010-9046-6699/elephantnc@naver.com

판매사원

유러프(여성복)
야간/아르바이트/여/1989년생 이상/3년 이상/6월25일/010-2120-1128/2191128@naver.com

드번,퓨얼(토탈)
야간/아르바이트/무관/없음/3년 이상/6월27일/010-6783-6933/companymi@naver.com

apM(여성복)
야간/정규직/무관/1983년생 이상/무관/6월25일/010-8028-5141/namu770405@naver.com

에일에이트(여성복)
야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/6월25일/010-5267-2478/wldkrrj@naver.com

제일평화(여성복)
무관/정규직/여/없음/5년 이상/6월25일/010-2590-5905/redwine8282@naver.com

더파인비(여성복)
야간/정규직/무관/1979년생 이상/1년 이상/6월30일/010-3170-0630/dbsdudal02@Naver.com

apM플레이스(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/7월1일/010-3030-1885/hsw0802@naver.com

apM(여성복)
야간/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/6월22일/010-5254-8222/sjjswr@naver.com

(주)서현어패럴(여성복)
주간/정규직/남/없음/무관/6월30일/010-3539-4249/indian0420@naver.com

루키버드(여성복)
야간/정규직/여/1985년 이상/무관/6월22일/010-7653-0227/jyp268@gmail.com

apM(여성복)
야간/정규직/무관/1992년 이상/무관/6월21일/010-7259-1513/objet701@naver.com

베로니(여성복)
야간/정규직/여/1975년 이상/무관/6월23일/010-8989-5403/smpark5403@naver.com

씨엘로(여성복)
야간/아르바이트/여/없음/1년 이상/6월30일/010-2292-4497/mijin4497@never.com

제이키치(여성복)
야간/정규직/여/1994년생 이상/3년 이상/6월12일/010-3121-4481/k786love@naver.com

(주)F&L(토탈)
무관/정규직/여/1990년 이상/2년 이상/6월20일/sjkang@fashion-flow.co.kr

15베이시스(토탈)
무관/정규직/무관/1970년생 이상/무관/6월20일/010-9390-6598/jungkyungmi@hotmail.com

제일평화(토탈)
야간/정규직/무관/1984년 이상/무관/6월21일/010-4714-9899/hwangky23@naver.com

갤러리(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/6월19일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

디오트 프리다(여성복)
야간/정규직/남/없음/무관/6월19일/010-2778-0890/fine01225@naver.com

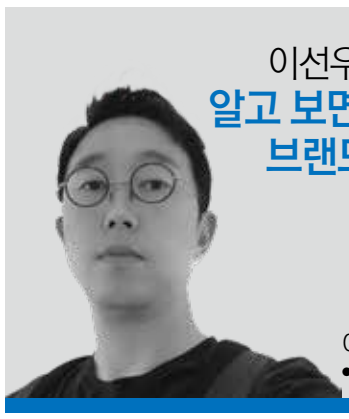
온더무드(여성복)
주간/정규직/여/1990년 이상/무관/6월10일/010-4187-2058/kstoolpia@naver.com

르오브(캐주얼)
야간/정규직/여/1988년 이상/1년 이상/6월31일/010-2729-5967/fedhf486@naver.com

LEHEVE(여성복)
야간/정규직/여/1996년생 이상/2년 이상/6월31일/010-8514-0222/leheve2025@gmail.com

티지(여성복)
야간/정규직/여/없음/무관/6월18일/010-5850-8829/kim830505@nate.com

ANOU(여성복)
야간/정규직/여/1990년 이상/1년 이상/6월17일/010-9351-0588/smsdno1@naver.com



이선우 패션 디렉터의
알고 보면 정말 괜찮은 브랜드 스토리(25)

이선우
●서울쇼룸 대표

오정 & 박은숙 부부 디렉터의 '스튜디오 폴앤컴퍼니'

프라다 출신 모델리스트들이 만든 '한국의 헤리티지 브랜드'

'스튜디오 폴앤컴퍼니' 오정 & 박은숙 대표.

'스튜디오 폴앤컴퍼니' 아뜰리에.

프라다, 알렉산더 맥퀸, 아르마니 등 세계적인 명품 브랜드에서 모델리스트로 활약한 한국의 실력자가 있다? 실제로 이런 경력의 실력자가 현재 한국에서 브랜드를 런칭해서 전개하고 있다면 여러분은 이 브랜드를 어떻게 바라보게 될까요?

이탈리아의 유명 패션하우스에서 17년간 근무하며 체득한 감성과 노하우를 바탕으로 컬렉션을 선보이는 고감도 유러피안 헤리티지 브랜드 '스튜디오 폴앤컴퍼니(STUDIO PAUL&COMPANY)'는 명품 패션하우스의 모델리스트 출신인 '오정'과 '박은숙' 공동 디렉터가 런칭, 한국의 명품으로 자리를 잡아가고 있는 브랜드입니다.

두 공동대표는 부부이기도 하지만, 패션분야 최고 교육기관인 이탈리아 밀라노의 '인스티튜트 까를로 세꼴리(ISTITUTO CARLO SECOLI)에서 수학 후 세계 패션의 메카인 이탈리아 현지에서 글로벌 패션기업 조르지오 아르마니 그룹, 케링그룹의 알렉산더 맥퀸, 프라다 그룹의 프라다, 미우미우에서 17년간 활동한 모델리스트로, 패션의 본고장에서 쌓은 경험과 노하우를 국내 패션업계와 나누고자 한국에서의 브랜드 런칭을 하게 되었다고 합니다.

사실 필자는 오정 대표를 한국에 오기 전, 프라다의 모델리스트로 밀라노에서 활약을 할 때 알게 되었습니다. 우연찮은 계기로 고등학교의 패션과 유통업계 선후배 모임이 있었는데 마침 한국에 잠시 와있던 오정 대표가 이 모임에 오셔서 인사를 나누었고, 이후 밀라노에 돌아가셔서도 업계와 인생의 선후배로서 두런두런 이야기를 나누는 사이가 되었었죠.

그렇게 연락을 하던 와중에, 오정 대표는 프라다를 그만두고 한국으로의 귀환을 생각하고 있다는 이야기를 들었을 때 필자는 "왜요? 선배님. 한국의 패션은 트렌디하고 생동감 넘쳐 보이지만 사실 선배님처럼 헤리티지의 실력과 아이덴티티가 있는 디자이너 브랜드가 살아남기란 쉽지 않은 시장이에요"라며 한국행을 극구 만류했었습니다.

하지만 오정, 박은숙 대표의 꿈은 단지 성공만이 아닌, 해외 명품에서의 경험과 노하우로 한국의 헤리티지 브랜드가 성공할 수 있다는 확신과 신념. 그리고 이것을 한국의 패션 생태계에 접목시켜 조금씩 발전을 이뤄가는 상생을 생각했었던 것입니다.

그렇게 스튜디오 폴앤컴퍼니는 2017년 한국에 런칭이 되고 지금까지 차근차근 한국의 헤리티지로 다져나가고 있습니다.

스튜디오 폴앤컴퍼니는 "옷은 작은 건축물이다"라는 철학을 통해 의상을 예술적이고 건축적인 관점에서 다룹니다. 옷은 착용자와 '스킨십'을 가지며, 건축물과는 달리 이동하면서 다양한 공간에서 존재감을 발휘한다는 철학으로, 단순한 의상이 아닌 '입는 건축물'을 디자인한다는 확고한 아이덴티티를 갖고 있습니다.

이런 철학과 신념 아래 전개되는 스튜디오 폴앤컴퍼니는 브랜드 컬렉션의 전개부터 다양한 콜라보레이션 등을 통해 패션업계에서는 한국의 헤리티지로서 큰 주목을 받고 있습니다.

한 순간에 좋은 브랜드가 나타나는 것은 불가능합니다. 그리고 혹여 그렇게 일시적인 이슈로 성장한 브랜드가 오래가는 것도 사실 어렵습니다. 스튜디오 폴앤컴퍼니는 뼛속부터 갖고 있는 두 대표의 경험과 실력. 그리고 이를 꾸준하게 갈고 닦으며 지속가능한 헤리티지로 나아갈 수 있는 신념과 확신으로 우리 곁에 어느 순간 '한국의 명품 브랜드', 나아가 전 세계적으로 인정받는 한국의 '패션하우스'가 될 것입니다.

여러분의 옷장에, 그리고 대를 이어 물려주고 싶은 명품을 소장하고 싶다면, 꼭 스튜디오 폴앤컴퍼니를 기억하시기 바랍니다.

'스튜디오 폴앤컴퍼니' 컬렉션

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

※ 이 사업은 서울시 관광기금 지원을 통해 진행되는 사업입니다.

2025 동대문패션타운관광특구

국제재즈교류축제

2025 Dongdaemun Fashion Town Tourism Special Zone
International Jazz Exchange Festival

미노와 히로유키 밴드

USFK Big band

골든사운드재즈 밴드

전자현악듀오 벨라

팝페라 전종옥

기타리스트 박성호

2025. 6. 12. (목) 19:00

현대아울렛 동대문점 광장

골든타운 · 광희패션몰 · CITY 고모닝시티쇼핑몰 · 남평화상가 · NUZZON 누존 · 올레오W W상가 · dundun 딘딘 · Migliore 동대문밀리오레 · 동평화패션타운 · (주)동화상가 · DOOTA MALL 두타몰 · ddp FASHION MALL 디디피패션몰 · THEO1 디오원

디자이너크럽 · maxtyle 맥스타일 · BELPOST 벨포스트 · 상상패션몰 · 신평화패션타운 · ART PLAZA 아트프라자 · apM 에이피엠 · apM Luxe 에이피엠럭스 · apM PLACE 에이피엠플레이스 · 엘리시움 · 제일평화 · 청계6가 지하쇼핑센터 · cph 청평화(청평화시장)

TECHNO 테크노상가 · 통일상가 · 팀204 · 평화시장 · apM 헬로에이피엠 · 현대아울렛 동대문점 · 동대문종합시장

주관 시)동대문패션타운관광특구협의회 · 후원 서울특별시