

# TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



## FASHION '스튜어트 트레버', '라코스테' 등의 빈티지 홀릭 빈티지 패션의 화려한 부활<sup>(1)</sup>

최근 EU 국가들의 EPR 시행이 정점화되면서 리셀 플랫폼과 함께 빈티지 패션의 화려한 부활이 화제를 모으고 있다. 중고 제품을 거래하는 리셀 플랫폼이 새로운 비즈니스 모델로 떠오르는 것은 물론 빈티지 패션을 키워드로 새로운 콘텐츠를 개발하는 사례도 늘어나고 있다.

영국 브랜드 '올세인트스(Allsaints)' 설립자인 스튜어트 트레버(Stuart Trevor)가 자신의 이름으로 빈티지 의류와 재고 원단을 재작업하고 맞춤 제작하는 친환경 패션 브랜드를 런칭한다. '스튜

어트 트레버'는 오는 9월 15일 웹사이트(www.stuarttrevor.com)에 출시되며 같은 날 런던 패션위크 기간 동안 공식 런칭을 일린다. 트레버가 본인의 인스타그램을 통해 알린 "세상에 마지막으로 필요한 것은 또 다른 의류 회사입니다. 의류를 전혀 생산하지 않는 의류 회사는 어떻습니까?"라는 메시지처럼, 그의 패션 브랜드는 기존 빈티지 패션에 패치, 프린트, 핸드메이드 인팅, 스프레이, 자수 등 새로운 상상을 더해 새로운 패션으로 재시작된다.

프랑스 브랜드 '라코스테(Lacoste)'는 창립 90주년 기념의 일환으로 다음달 런던 쇼비치에 빈티지 팝업 공간을 오픈한다. 스트리트웨어 빈티지 리셀러로 유명한 컬처 브랜드 '웨이비 가름(Wavey Garms)'과 파트너십을 맺고 '라코스테' 빈티지 제품을 소싱해 판매할 계획이다. 또 이벤토로 빈티지 하울, 워크숍데이, 라이브 공연 등을 펼친다.



'뷰오리'는 일상과 스포츠의 경계를 허물었다

## FASHION SI, 미국 액티브웨어 '뷰오리' 런칭하며 스포츠웨어 확대<sup>(2)</sup>

온-오프라인 동시 런칭하며 애슬레저 시장 공략



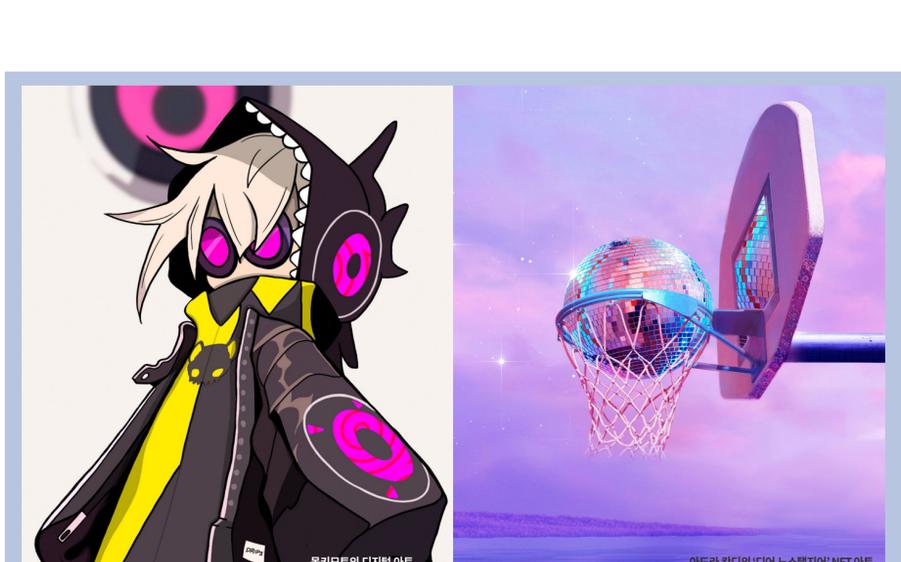
신세계인터내셔널이 런칭한 액티브웨어 '뷰오리'

신세계인터내셔널이 미국 액티브웨어 '뷰오리(vuori)'를 런칭하며 스포츠웨어 시장을 본격 공략한다.

지난 9월 1일 런칭을 알린 '뷰오리'는 미국에서 급부상하고 있는 액티브웨어로 2015년 조 쿨라가 런칭한 브랜드다. 체육관 밖 일상에서도 스타일리하게 착용할 수 있는 고품질 퍼포먼스 의류를 표방한다. 모든 상품은 환경에 미치는 영향을 최소화할 수 있는 공급업체와 협력해 제작하고 있고, 재생 섬유 사용, 용수사용량 감소, 탄소 및 플라스틱 발자국 상쇄 등을 위한 투자를 지속하고 있다.

국내에서는 라운지, 아웃도어, 피트니스, 트래블&커뮤트 4가지 라인을 운영한다. 일상에서도 편하게 입을 수 있는 라운지, 아우터 위주의 아웃도어 라인, 운동에 가장 충실한 기능성 라인인 피트니스, 그리고 비즈니스 룩으로 활용이 가능한 트래블&커뮤트 라인으로 구성했다.

신세계인터내셔널은 자체 디지털 플랫폼 에스아이빌리지, 신세계그룹 통합 온라인몰 SSG닷컴과 9월 8일 신세계 강남점에 첫 매장을 오픈한다. 신세계인터내셔널은 '제이린드버그', '밀링플레이넨프' 그리고 '뷰오리' 등 스포츠웨어 시장에서 영향력을 확대하고 있다.



몽키모토의 디지털 아트

이드라 칸디의 '더 노스텔지어' NFT 아트.

## 3D DIGITAL 아디다스, Web3 아티스트 직접 육성<sup>(3)</sup>

'레지던시 바이 아디다스' 9월 6일 서울에서 첫번째 판매

'아디다스'가 아티스트가 렌더링한 디지털 제품과 NFT 제작을 목표로 Web3 아티스트 육성을 위한 업계 최초의 레지던시 프로그램을 시작했다.

'레지던시 바이 아디다스'로 명한 이 프로그램은 디지털 및 물리적 아이템 모두에 대해 '아디다스'와 협력하고 한정판 NFT 아트에 참여할 수많은 글로벌 디지털 아티스트의 작품을 선보인다.

첫번째 판매는 9월 6일 서울에서 열리는 한국

블록체인 워크 컨퍼런스에 시작한다. '아디다스'가 의뢰하고 레지던시 첫 참여 예술가인 몽키모토(MonkeeMoto)와 레바는 예술가 아드라 칸디(Adra Kandi)가 제작한 4개의 NFT 작품을 판매한다. 이번 NFT 작품은 스포츠웨어 브랜드의 첫번째 한정판(200개) 아트 판매로 의미가 있으며 '쓰리 스트류디오' 로고가 새겨진 실제 후드티와 함께 ETH 0.15(약 250달러)에 판매된다.

'아디다스'는 지난 1월 Web3 확장을 위해 '쓰

리 스트라이프 스튜디오(Three Stripes Studio)' 브랜드를 런칭했다. '레지던시 바이 아디다스' 프로그램 역시 스튜디오 비즈니스 일환으로 진행된 것이다. '아디다스'는 Web3 패션을 위한 '알트 바이 아디다스(Alts by Adidas)'에 이어 Web3 아티스트 육성 '레지던시 바이 아디다스'까지 메타버스로 확장을 위한 노력을 이어가고 있다.

## 3D DIGITAL 현대홈쇼핑, 아바타 쇼호스트에 3D 착장샷으로 눈길<sup>(4)</sup>

AI 기반 고객 참여형 패션 특화 방송

현대홈쇼핑이 인공지능(AI) 기술을 활용한 색다른 패션 방송을 선보였다.

현대홈쇼핑은 지난 8월 30일 유명 인플루언서 서아랑 쇼호스트가 진행하는 '서아랑의 쇼핑 라이브'를 편성하고 자체 브랜드 '라씨엔도' 제품 판매를 진행했다. 이번 방송은 쇼호스트 2명이 출연하는 일반 방송과 달리 서아랑 쇼호스트 1명과 3D 그래픽으로 구현한 아바타 '랑이'가 등장했다. '랑이'는 서아랑 쇼호스트의 얼굴을 캐리커처화했다.

현대홈쇼핑은 3D 아바타에 AI 기술을 적용해 상품 및 소재 부연설명, 시정차 질문에 대한 답변은 물론 멘트에 어울리는 제스처와 표정, 입모양을 표현해냈다. 이미지 생성 AI 기술이 적용된 '랑이'는 고객 요청대로 다양한 아이템을 착장한 모습을 선보였다. 시청자가 "청바지랑 입어도 어울리나요?"라고 물어보면 상품과 함께 청바지를 입은 모습을 즉석에서 바로 입혀 보여주는 방식으로 진행했다. 1분에 최대 20가지의 스타일링을 보여줄 수 있다.

현대홈쇼핑 관계자는 "홈쇼핑 패션 방송에서 AI 기술을 적용해 실시간 고객참여형 방송을 진행하는 건 현대홈쇼핑이 처음이다. 기존 TV홈쇼핑은 소통이나 착장 연출에 한계가 있었지만, AI 기술과 3D 아바타를 활용해 기존 방송과 차별화하고 관객을 극복했다"고 말했다.



3D로 착장 이미지를 구현한 '서아랑의 쇼핑 라이브'

## TEXTILE 자동차용 원단 시장의 성장 가속화<sup>(5)</sup>

매년 3.6% 성장해 2033년 530억 달러 전망

자동차용 직물 시장이 2033년 530억 달러에 이를 것이라는 전망이 나오며 텍스타일 업계의 새로운 블루오션으로 주목받고 있다.

다목적 및 컨설팅 전문 기업인 FMI는 2023년 자동차용 직물 시장 규모가 371억 달러에서 2033년 528억 달러로 증가하며 매년 3.6% 성장세를 유지할 것으로 전망했다.

자동차 직물은 실내 장식, 에어백, 벨트 등에 주

로 사용되어 미적 특성과 안정 기능 향상에 활용되고 있다. 전세계적으로 안전 규제가 중요해지고 있고 특히 개발도상국의 안전 규제가 강화되고 있어 이 시장의 성장을 견인할 것이라는 전망이다. 더불어 자동차 기능성 직물 중에서도 방음, 단열, 쿠션, 심미성 등에 대한 수요가 성장할 것이라는 분석이다.

덴마크 텍스타일 매거진 '텍스타일 네트워크'는

자동차용 원단 특히 고급 에어백 직물과 부직포에 대한 수요가 높아지고 있고, 레이온, 나일론, 아라미드, 폴리에틸렌 테레프탈레이트 등의 소재 활용이 늘어나고 있다고 전했다.

또한 자동차 비닐 직물의 판매는 미국의 고급 차량에 대한 수요 증가에 의해 주도되고 있고, 자동차 실내장식용 직물의 판매는 인도의 성장하는 자동차 부문에 의해 촉진되고 있다.



벤츠는 운전자 보호를 위해 최고의 기능성 에어백 소재를 사용하고 있다



## TEXTILE 미국, 유럽 바이어, 원산지 '중국산' 아닌 '한국산' 요구<sup>(6)</sup>

화섬·니트직물, 리사이클 안 '메이드인 코리아' 선호

화섬직물, 니트직물의 리사이클 안에 대한 중국산 원산지 경계령이 내려졌다. 세계 패션소재가 리사이클로 대거 전환한 가운데 해외 바이어들이 한국산 원산지 업체들이 이 분야에 비해 상대적으로 사용하고 있는 중국산 리사이클 소재 사용에 제동을 걸기 시작했다.

국내 소재 업체들이 중국산 리사이클 안을 사용하며 원산지를 '메이드인 차이나'로 부착한 것

에 대해 미국 바이어들이 중국산이 아닌 한국산 리사이클 소재 사용을 당부하고 있는 것으로 나타났다.

미국뿐 아니라 글로벌 SPA와 유럽 바이어들도 이 문제에 민감한 반응을 보이고 있어 국내 직물 수출업체들이 중국산 리사이클 안 사용을 자제하고 평균 20~30%가 가격이 높은 국산 리사이클 소재 사용에 치중해야 할 것으로 지적되

고 있다.

페트병 소재의 폴리 리사이클 안은 효성일 일본산·침을 들여와 가공하는 것을 포함 월 700~1,000톤 규모의 공급능력을 갖고 있고, 태광그룹 대한화섬도 월 300~400톤 규모의 공급능력을 보유하고 있어 수급에 큰 지장은 없는 것으로 알려지고 있다.

기사 및 사진 출처

(1) 인디스트리팩션... Stuart Trevor to launch new label using re-worked vintage clothing at London Fashion Week, 23년 8월 29일  
 (2) 사친... 신세계인터내셔널 제공  
 (3) 보그비즈니스... Adidas announces Web3 artist residency, 23년 8월 31일  
 (4) 뉴스타일... 아바타 쇼호스트... 3D착장샷... 현대홈, 서아랑 쇼퍼라이브 공개, 23년 8월 29일  
 (5) 텍스타일 네트워크... Automotive fabrics market on the rise, 23년 8월 24일  
 (6) 국제섬유신문... 미·유럽 바이어 '원산지 표시' 감시, 23년 9월 1일



문의 : 다이텍연구원 소재메디이터언구센터  
 Tel : 053-350-3734, 3743 Email : fabricdive@dyetec.or.kr

JOIN US