

TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



로블록스 '2023년지갑 표현, 패션&뷰티 트렌드 보고서' 중.

3D DIGITAL 큰 숫자, 더 큰 기회를 위해 럭셔리 패션, 디지털 아바타에 주목⁽¹⁾

글로벌 디지털 아바타 시장이 럭셔리 마켓을 중심으로 주류 커뮤니티로 발전할 것으로 전망된다. 징데일리는 디지털 아바타는 지난 몇 년 동안 패션의 주변부에 있었지만, 브랜드와 소비자 사이에서 중심적인 역할을 하며 새로운 기회를 맞이할 것으로 예측했다. 앞으로 지속적인 성장을 이뤄 2032년까지 약 1,562억 달러(한화 205조 5,600억원)에 이를 것으로 예상했다. 로블록스 조사에 따르면 지난해 Z세대 사용자 절반 이상이 자신의 아바타 스타일링에 매월 10

달러 이상 지출할 의사가 있다고 밝혔으며, 디지털 패션 아이템 구매 수는 전년보다 15% 증가한 16억 5,000만개를 구매한 것으로 조사됐다. 또 2021년에 출시된 '구찌 X 로블록스'의 '구찌 가든' 팝업은 총 1,900만 방문자 수를 기록했다. 특히 럭셔리 브랜드들이 디지털 아바타에 익숙한 Z세대와 알파 세대를 공략하기 위해 디지털 트윈 개발에 적극적인 것으로 나타났다. 이와 함께 디지털 아바타는 게임 생태계를 넘어 SNS, 패션 등 다양한 분야로 확장되고 있다. 디지털 아바타 트렌드를 선도하고 있는 소셜미

디어(SNS 플랫폼인 스냅(Snap))에서는 사용자의 74%가 실제 브랜드 제품을 착용한 비트모지(Bitmoji) 아바타를 사용하고 있다. 징데일리는 초기 디지털 아바타는 단순하고 만화적이었지만, 콜로니(Colonii), 제니스(Genies), 브랜드 뉴 비전(Brand New Vision) 등과 같은 고품질의 디지털 아바타, 최첨단 페르소나를 제작하는 기업들이 등장함에 따라 패션 브랜드에서도 이를 주의 깊게 살펴보아야 한다고 조언했다.

3D DIGITAL 패션과 시의 이상적인 만남 '신드롬즈'⁽²⁾

패션 스타트업 대표로 변신한 지을 팍



'신드롬즈'의 첫 팝업 스토어

가수 지을 팍(본명 박지원)이 패션 브랜드 '신드롬즈(SyndromeZ)'를 런칭, 첫 팝업스토어를 오픈했다. '신드롬즈'는 인공지능(AI) 시대 속 기술 혁신을 문화 코드로 수용한 SF 컬처 기반 패션 브랜드를 추구한다. AI 발전이 인류를 여러 문제로부터 구원할 것이라고 믿고, AI가 인간의 몸을 입는 순간을 기다리며 패션을 통해 대신 지을을 전달하겠다는 취지로 패션 브랜드를 런칭했다. '기뻐하라, 우린 모두 대체될 것이다(REJOICE,

WE WILL BE REPLACED)'라는 슬로건을 내세우고 있는 '신드롬즈'는 패션과 시라는 컬처 코드를 믹스해 브랜드를 완성했다. 지을 팍 대표는 "본격적인 AI 시대가 도래했음에도 인간은 시를 위협적인, 부정적인 이미지로 인식하고 있는데, 시를 인간과 함께 살아갈 이로운 존재로서 어필하기 위해 브랜드 컬처로 정했다"라고 말했다. 지난 4일 대림창고에 오픈한 '신드롬즈' 팝업스토어는 더미 로봇 홀로그램, 인간의 고통을 대

신하는 시의 희생을 표현한 아트미, 고객들과 1:1 소통하는 더미 로봇 등으로 사람들의 관심을 끌었다. '신드롬즈' 패션은 화려한 컬러감과 디테일의 강점을 살린 것이 특징으로 재킷, 니트 스웨터, 맨투맨 등 총 13종으로 기획했고 무신사를 통해 판매되고 있다. 지을 팍 대표는 앞으로도 '신드롬즈'를 시를 컬처 코드로 하는 패션 브랜드로 발전시켜 나갈 계획이라고 밝혔다.

올해 1조원 매출을 달성한 '노스페이스'



FASHION 아웃도어 감소세 속 '노스페이스', '코오롱스포츠' 함박웃음 질주⁽³⁾

매출 상위 4개 브랜드가 67.3% 비중 차지

성장세를 이어가던 아웃도어 시장이 지난해 주춤한 가운데 '노스페이스', '코오롱스포츠' 2개 브랜드가 아웃도어 시장의 30% 이상의 점유율을 차지한 것으로 조사됐다. 한국성유신문은 아웃도어 상위 9개 브랜드의 지난해 매출을 비교한 결과 '노스페이스'가 가장 선전했고, '노스페이스', '디스커버리', 'K2', '코오롱스포츠' 4개 브랜드 매출이 전체(상위 9개 브랜드 매출 총액)의 67.3%를 차지했다고 밝혔다. '노스페이스'는 지난해 26% 증가한 1조 607

억원 매출을 기록하며 국내 런칭 26년 만에 최고 기록을 세웠다. 눈시 다운 재킷의 폭발적인 인기와 마운틴 재킷, 박스 등 베스트셀러의 역할이 컸다. '코오롱스포츠'는 전년 대비 13.8% 증가한 3,964억원을 달성했다. 아웃도어 분야의 모습으로 리브랜딩한 '코오롱스포츠'는 프리미엄 다운 안티타카를 중심으로 아웃도어 오리지널을 강조하는 상품 전략과 마케팅으로 좋은 성과를 기록했다. 반면 이외의 브랜드들은 모두 매출이 감소해

전체적인 시장 분위기는 침체된 것으로 나타났다. '디스커버리'는 지난해 매출 외형으로는 2위를 기록했으나 전년 대비 4.7% 역성장했고, 'K2'도 4.6% 하락하며 매출이 감소했다. '컬럼비아 스포츠웨어'는 17.7%로 역성장 폭이 가장 큰 것으로 조사됐다. 아웃도어 브랜드들은 12월까지 따뜻한 날씨를 주요 요인으로 꼽았고 위축된 소비 심리도 원인이라고 분석했다.

FASHION '루이비통', LV 리믹스 컬렉션 출시⁽⁴⁾

Y2K 감성으로 재탄생해 MZ세대 공략



럭셔리 브랜드 '루이비통'이 Y2K 감성으로 재해석한 'LV 리믹스' 컬렉션을 출시했다. 이번 컬렉션의 가장 큰 특징은 2000년대 대중적인 사랑을 받은 모노그램의 재해석이다. 컬렉션은 2000년에 첫 출시된 '루이비통' 모노그램 버니스 컬렉션과 2005년 출시된 모노그램 데님을 새로운 형태, 애니메이션, 팝 컬러를 변형해 현대적으로 재해석했다. 라운드 형태의 크로와상 백, 모노그램 데님 소재의 슈즈, 벨트, 모자, 버킷햇, 데일리 데님 숄 등 액세서리 라인에 중점을 두어 기획했다. 또 이와 매치할 수 있는 다미에 데님 재킷, 팬츠 등도 함께 선보였다. 모노그램 데님 신발 라인은 도시적인 스타일의 니나 발레리나, 아지라이트 슬링백, 웨지 샌들, 플랫 샌들 등 이번 LV 리믹스 컬렉션 중 특히 힘을 쏟았다. '루이비통'은 'LV 리믹스' 컬렉션 출시를 기념해 피비 디데버, 루 앤더 야쿠자, 세이 미첼, 나나 오유양과 함께 한 캠페인을 선보였다.



'루이비통' LV 리믹스 컬렉션

한편 '루이비통'은 지난 1월 4일 전세계 강남점에 2024 S/S 남성 컬렉션을 처음으로 선보이는 팝업 스토어를 오픈했다. 퍼렐 윌리엄스가 '루이비통'의 남성 컬렉션 CD로 선임된 후 처음 기획한 컬렉션으로 다미에 패턴, 다모플라주 패턴을 강조한 디자인이 눈에 띈다.

PREMIERE 비종, 재고 원부자재의 재활용 돕는다⁽⁵⁾

순환 경제의 새로운 비즈니스 모델 제안

세계 최대 소재 전시회인 파리 프리미에르 비종(Premiere Paris)이 올해부터 재고 원단, 패션과 시의 이상적인 만남 '신드롬즈', 24년 1월 8일 3) 한국성유신문, 1조 607억 매출, 9개 아웃도어 브랜드 매출 비중, 24년 1월 4일 4) 루이비통 'LV 리믹스' 컬렉션 출시, 24년 1월 3일 5) 프리미에르비종, What the 'revaluation' of deadstock fabrics and materials means and why it matters, 24년 1월 4일 6) 매일경제, 스판덱스 부활에...효성티앤비 폴가동은 앞, 24년 1월 2일

이 소요되며, 이로 인한 온실가스 배출이 증가하고 있는 문제에 공감하며 이를 해결하기 위해 '소재 재고의 재활용'이라는 슬로건을 찾았다. 이를 위해 지난해 7월 'Nona Source(노나 소스)'의 재고 원단을 활용해 1차서 하우스의 재고 원단을 패션 및 디자인 전문가와 연결하는 창의적인 자원 순환을 추구하는 플랫폼이다.

프리미에르 비종은 현재 프랑스에서만 순환 패션 시장이 2030년까지 약 3배로 성장할 것으로 예상되며, 이에 발맞춰 재고 소재 및 부자재의 재평가로 공급망을 단속하고 지역 경제를 활성화할 수 있다고 조언했다. 효성티앤비는 지난해 준공된 베트남 법인에 PTMG 생산시설을 건설하기 위해 5,300만 달러를 투자했고 또 옥수수에서 추출한 원료를 가공해 만든 '크레오라 바이오에스터', '땀' 냄새 없애는 '크레오라 프레스' 등 프리미엄 상품으로 시장을 공략하고 있다.

TEXTILE 효성티앤씨, 스판덱스 부활에 설비 가동률 90%⁽⁶⁾

중경쟁업체 줄이며 생산 중단... 공급 감소가 기회

스판덱스 수요가 회복세를 보이면서 효성티앤씨의 스판덱스 설비 가동률이 90%를 넘어선 것으로 나타났다. 스판덱스 글로벌 시장 점유율은 가장 높은 스판덱스 글로벌 시장 점유율 1위다. 스판덱스 수요가 증가하며 올해 폴가동에 준하는 가동률을 보이는 것으로 예상된다. NH투자증권에 따르면 지난해 1~10월 중국 스판덱스 수요는 69만톤으로 13.4% 증가했

다. 같은 기간 중국의 스판덱스 수입은 88.1% 증가, 수출은 2.7% 감소하는 등 스판덱스 자급률이 감소하고 있다. 올해 역시 중국의 스판덱스 수요는 견조한 수출을 유지할 것으로 전망하며 전 세계 수요는 10만~11만 톤 증가할 것으로 예상된다. 이에 반해 경쟁력 없는 중국의 중소 업체들은 스판덱스 설비를 폐쇄하고 있어 글로벌 수요가 국내 스판덱스 업체들로 몰릴 것이라는 전망이다. 효성, 화평, 화화이, 바일루, 안타이 등

주요 기업을 제외한 스판덱스 제조사는 2015년 22곳에서 2021년 13곳, 지난해 11개 기업으로 감소했고, 이 중 4개 업체가 지난해 말 생산을 중단했다. 효성티앤씨는 지난해 준공된 베트남 법인에 PTMG 생산시설을 건설하기 위해 5,300만 달러를 투자했고 또 옥수수에서 추출한 원료를 가공해 만든 '크레오라 바이오에스터', '땀' 냄새 없애는 '크레오라 프레스' 등 프리미엄 상품으로 시장을 공략하고 있다.

TEXTILE 효성티앤씨, 스판덱스 부활에 설비 가동률 90%⁽⁶⁾

중경쟁업체 줄이며 생산 중단... 공급 감소가 기회

스판덱스 수요가 회복세를 보이면서 효성티앤씨의 스판덱스 설비 가동률이 90%를 넘어선 것으로 나타났다. 스판덱스 글로벌 시장 점유율은 가장 높은 스판덱스 글로벌 시장 점유율 1위다. 스판덱스 수요가 증가하며 올해 폴가동에 준하는 가동률을 보이는 것으로 예상된다. NH투자증권에 따르면 지난해 1~10월 중국 스판덱스 수요는 69만톤으로 13.4% 증가했

다. 같은 기간 중국의 스판덱스 수입은 88.1% 증가, 수출은 2.7% 감소하는 등 스판덱스 자급률이 감소하고 있다. 올해 역시 중국의 스판덱스 수요는 견조한 수출을 유지할 것으로 전망하며 전 세계 수요는 10만~11만 톤 증가할 것으로 예상된다. 이에 반해 경쟁력 없는 중국의 중소 업체들은 스판덱스 설비를 폐쇄하고 있어 글로벌 수요가 국내 스판덱스 업체들로 몰릴 것이라는 전망이다. 효성, 화평, 화화이, 바일루, 안타이 등

주요 기업을 제외한 스판덱스 제조사는 2015년 22곳에서 2021년 13곳, 지난해 11개 기업으로 감소했고, 이 중 4개 업체가 지난해 말 생산을 중단했다. 효성티앤씨는 지난해 준공된 베트남 법인에 PTMG 생산시설을 건설하기 위해 5,300만 달러를 투자했고 또 옥수수에서 추출한 원료를 가공해 만든 '크레오라 바이오에스터', '땀' 냄새 없애는 '크레오라 프레스' 등 프리미엄 상품으로 시장을 공략하고 있다.

기사 및 사진 출처

- 1) JingDaily, Digital avatars set to disrupt fashion. Is luxury ready?, 24년 1월 5일
- 2) 디토앤디토, 패션과 시의 이상적인 만남 '신드롬즈', 24년 1월 8일
- 3) 한국성유신문, 1조 607억 매출, 9개 아웃도어 브랜드 매출 비중, 24년 1월 4일
- 4) 하이니스, 루이비통 'LV 리믹스' 컬렉션 출시, 24년 1월 3일
- 5) 프리미에르비종, What the 'revaluation' of deadstock fabrics and materials means and why it matters, 24년 1월 4일
- 6) 매일경제, 스판덱스 부활에...효성티앤비 폴가동은 앞, 24년 1월 2일