



TEXTILE & FASHION TREND ISSUE

3D DIGITAL '마이테레사', 이탈리아 카프리 섬을 배경으로 쇼핑 경험

애플 비전 프로에서 즐기는 색다른 온라인 쇼핑⁽¹⁾

2월 초 애플이 출시한 혼합 현실 헤드셋 '비전 프로'가 판매된 후 지하철에서 일하는 사람, 자율 주행과 업무를 동시에 보는 사람, 허공에 손짓하며 길을 걷는 사람 등 독특한 모습들이 화제가 됐다.

이에 맞춰 이커머스 플랫폼, 패션 브랜드들은 '비전 프로' 전용 앱을 출시, 혁신적인 럭셔리 쇼핑 경험을 제공했다.

온라인 쇼핑 플랫폼 '마이테레사'가 출시한 '마이테레사 비전OS(Mytheresa VisionOS)'는 이국적인 장소를 배경으로 온라인 쇼핑을 즐길 수 있다. 이탈리아 카프리 섬이나 아름다운 파리 밤 배경으로 쇼핑을 하는 색다른 경험을 제공한다.

'제이크루(J.Crew)'의 바추얼 클로젠퍼는 대화형 초고화질 3D 환경에서 제품을 살펴보고 가상으로 스타일링까지 가능하다. 쇼핑객이 직접

제품의 질감이나 품질을 자세히 살펴보고, 페이지 스타일 등과 중 세어플레이를 활용해 스타일링 스트와 직접 상담도 가능하다.

할시 앤더슨(Halsey Anderson) '제이크루' 마케팅 부사장은 "애플의 최신 기술을 활용해 고객들을 우리 브랜드의 초현실적인 스타일링 경험에 몰입시킬 수 있고, 새로운 시대로 이끌 수 있다"고 말했다.



'스튜디오 톰보이' 초현실 디지털 광고



'Boss'의 이반호 홀로그램 광고

3D DIGITAL 33피트 홀로그램 등 디지털 광고가 '핫'하다⁽²⁾

초현실주의 디지털 광고로 화제몰이

2024 S/S 시즌 컬렉션 출시와 함께 이를 알리는 광고 캠페인이 공개되고 있다. 새로운 컨셉으로 중무장한 다양한 패션 광고 캠페인 홍수 속을 헤치는 '초현실주의 디지털 광고'가 '핫'하다. 가짜 옥의 광고라고도 불리는 이 광고는 실제 배경에 가상의 디지털 광고를 합성한 것이 특징이다.

'보스(BOSS)'는 지난 1월 31일 런던 타워 브리지를 배경으로 지젤 번천, 이민호 홀로그램을 활용한 글로벌 캠페인을 공개했다. '보스'는 이번 시즌 자신감, 스타일, 미래지향적인 비전

을 바탕으로 스스로 결정하는 삶을 추구하는 #BeYourOwnBOSS 캠페인을 펼치고 있다. 이를 위해 런던 랜드마크인 타워 브리지 근처의 포터스 필드공원에 브랜드 엠버서더인 지젤 번천, 이민호의 10M 높이의 홀로그램을 투사했다. 새로운 캠페인 속 셀러브리티들은 마치 그림자에서 빛으로 나아가는 과정을 그리며 선택의 순간이 얼마나 큰 영향을 주는지 시작으로 표현한다.

여성복 '스튜디오 톰보이'는 이번 겨울 초현실적

이미지를 활용한 광고 영상을 선보였다. '스튜디오 톰보이'는 남산타워를 비롯해 서울 도심을 배경으로 겨울 주력 아이템인 패딩, 무스탕이 타워 꼭대기, 대교 위에 걸려 바람에 휘날리는 모습을 연출해 SNS 상에서 화제가 됐다. 또 눈 내리는 골목의 하늘에서 '스튜디오 톰보이' 코트가 내려와 눈사람을 덮어주는 영상 광고도 제작해 즐거움을 제공했다.

TEXTILE 팬톤, 기능적이고 적용 가능한 AW24 컬러 팔레트 공개⁽³⁾

NYFW, 자연과 더 깊은 연결을 강조하는 색상 강조



컬러 분야의 글로벌 권위자 팬톤(PANTONE)이 2024 가을/겨울 뉴욕패션위크를 위한 주요 컬러 팔레트를 공개했다.

팬톤은 2024년 가을/겨울(A/W) 뉴욕패션위크 에디션이 기능성 컬러와 적용 가능한 컬러의 '생생한 혼합'을 제공하는 컬러 팔레트를 통해 의식적인 소비 및 느린 트렌드 주기와 관련된 소비자 습관을 수용한다고 설명했다.

NYFW 디자이너들은 천연 색소에서 파생된 따뜻한 톤, 화려한 중간 톤, 접근하기 쉬운 뉴트럴 컬러, 보편적인 녹색 컬렉션을 활용하며 자연과 더 깊은 연결을 추동 컬렉션을 제공한다. 또 친숙한 것과 흥미로운 것 사이의 균형을 추구한다고 강조했다. AW24를 위해 팬톤이 환경적으로 영감을 받은 10가지 색상은 PANTONE 16-1348 TCX, PANTONE 19-1558 TCX, PANTONE 17-0839, PANTONE 19-5421, PANTONE 17-1464, PANTONE 16-0430, PANTONE 19-2514, PANTONE 14-4500, PANTONE 14-4307, PANTONE 11-0700 이다.



TEXTILE 섬유산업 '친환경 전환'...비건 레더 R&D에 286억원 지원⁽⁴⁾

산업부, 바이오매스 기반 비건 레더 기술개발 사업 착수

산업통상자원부가 섬유산업의 친환경 전환에 적극적인 지원을 단행한다. 산업부는 올해 친환경 섬유소재 핵심기술을 개발하는 '바이오매스 기반 비건 레더(Vegan leather) 개발 및 실증 클러스터 구축 사업'에 연구개발 예산 286억원을 지원한다.

비건 레더는 버섯 균사체 등 식물성 섬유질을 원료로 해 만든 인공가죽으로 패션제품, 자동차 내장재 등에 사용된다. 미국, 유럽연합 등 선진국이 환경규제를 강화하고 글로벌

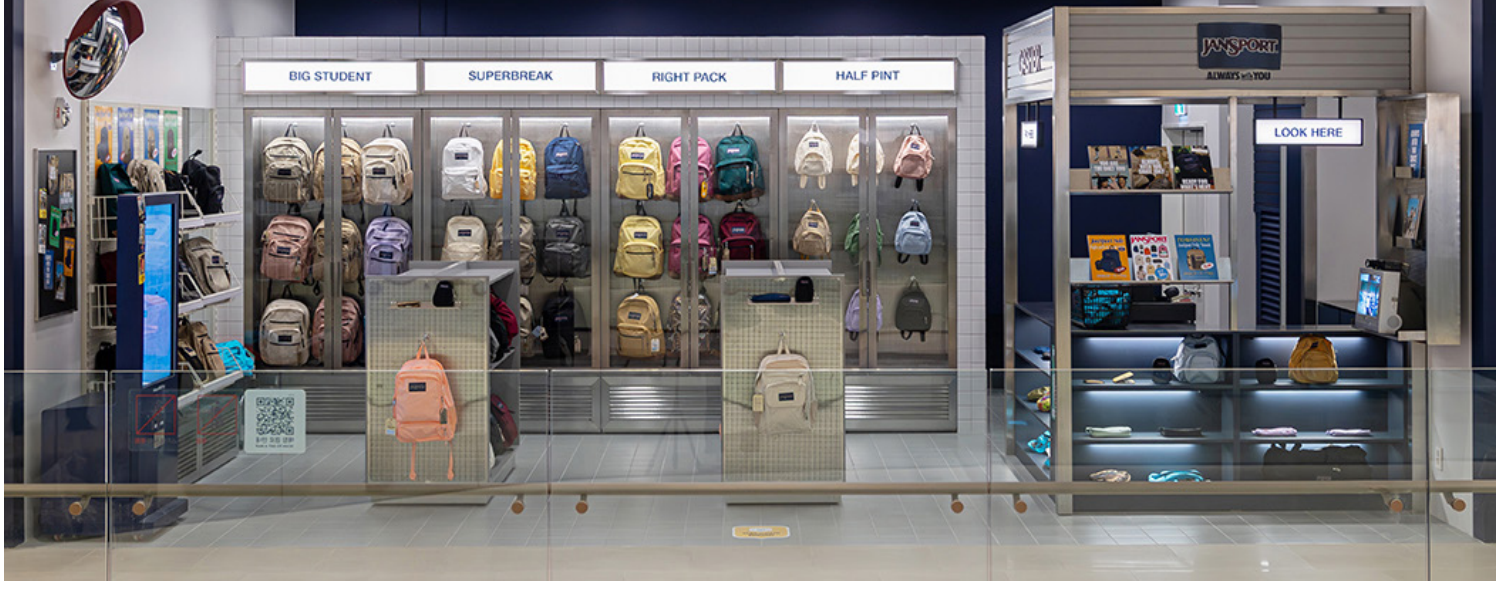
섬유 수요 기업들이 친환경 전환을 서두르면서 비건 레더 등의 수요가 증가하고 있는 추세이다.

산업부는 작년 말 섬유패션 업계와 학계, 연구원, 정부 등이 참여하는 '섬유산업의 지속가능 순환 경제 포럼'을 발족해 대응 방안을 모색하고 있다.

업계 수요를 바탕으로 버섯 균사체, 폐배지 등 식물성 섬유질 원료를 활용하는 비건 레더 제조 기술과 비건 레더 성능 평가 기반을 확보

하기로 했다. 이를 위해 4개 R&D 과제 수행에 올해 국비 34억 2,000만원을 시작으로 오는 2028년까지 총 286억원을 지원할 계획이다. 지방비와 민자까지 포함한 비건 레더 관련 R&D 지원금은 총 486억원 규모다.

산업부는 관심있는 기업을 위해 오는 19일 서울 중구 LW컨벤션센터에서 사업설명회를 진행할 예정이다.



FASHION '복고소비' 바람 타고 추억 속 브랜드 화려한 귀환⁽⁵⁾

'푸마', '마리떼', '잔스포츠' 등 옛 브랜드 인기몰이

1990년대 전후 유행한 왕년의 패션 브랜드가 '레트로(복고)' 패션 트렌드에 힘입어 다시 소비자의 부름을 받고 있다.

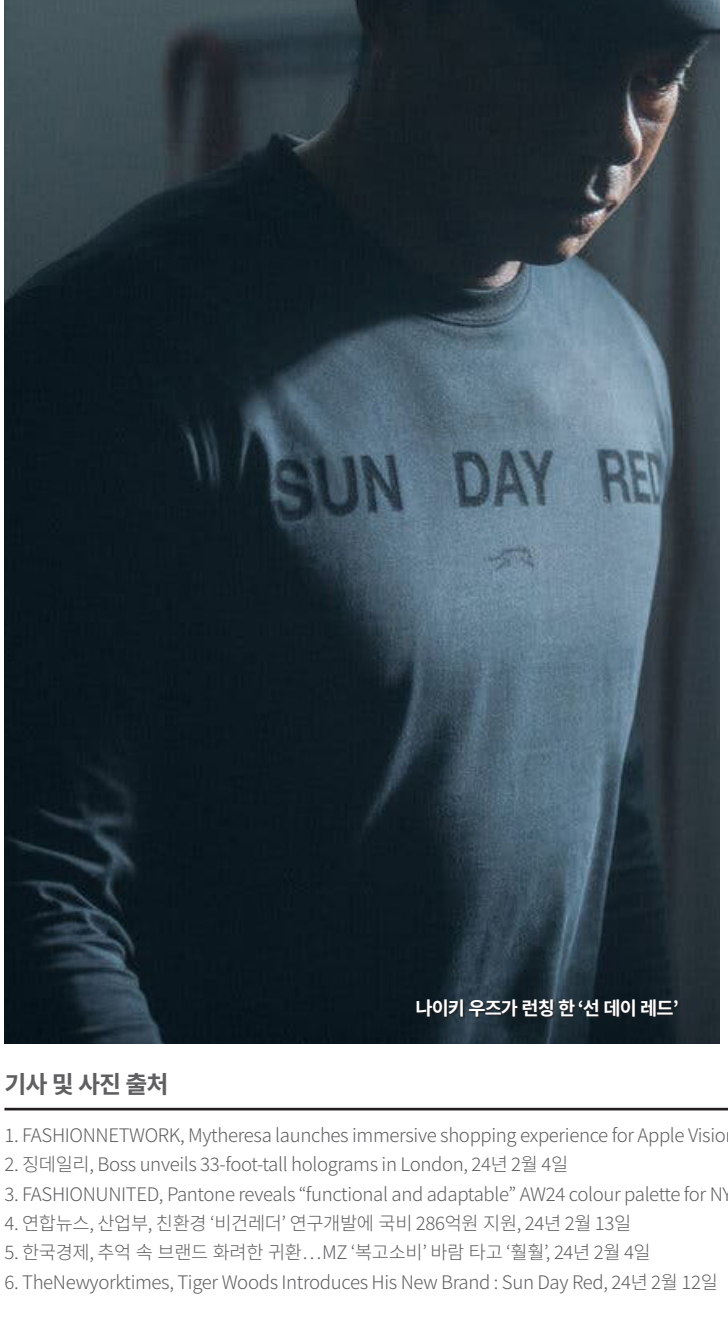
'푸마', '마리떼 프랑스와 저버', '잔스포츠' 등이 주인공으로 이들은 익숙한 이름에 실용적이면서 아주 비싸지 않은 가격 등의 실력을 갖췄다는 공통점이 있다.

'푸마'는 낮고 슬림한 디자인의 스피드캣 스니커즈 상품이 MZ 사이에서 큰 인기를 얻으며 부

활에 성공했다. G마켓 설 빅세일 행사에서 '푸마'는 지난해 같은 기간 대비 매출이 218% 증가했고, 신세계 강남점, 센텀시티점, 스타필드 수원점 등에서는 오픈런 현상을 일으켰다.

프랑스 데님 브랜드 '마리떼 프랑스와 저버'는 X 세대의 최애 브랜드로 통했으나 요즘은 MZ가 즐기는 스트리트 브랜드로 다시 이름값을 하고 있다. 더현대서울 등 백화점 입점에 이어 지난 12월에는 한남동에 대형 플래그십 매장을 오픈

했고, 이달 명동에 단독 매장을 오픈한다. 1990년대 거리를 휩쓸었던 '잔스포츠'의 부활도 주목받고 있다. 무신사에 따르면 '잔스포츠' 거래액은 지난 12월 기준 전년 대비 90% 증가했고, 클래식 모델인 슈퍼 브레이크 수원에 첫 오프라인 매장을 열고 본격적인 한국 시장 재공략에 나섰다.



나이키가 런칭한 '선 데이 레드'

FASHION '나이키'와 이별한 타이거 우즈, '선 데이 레드' 런칭⁽⁶⁾

'테일러메이드 골프' 내 독립 유닛 브랜드로 시작

'스우시는 벗고, 호랑이를 입어라?' 세계적인 골프 선수 타이거 우즈가 27년 동안 이어졌던 '나이키'와 스포스 셔츠를 종료한 후 신규 골프웨어 런칭을 알렸다.

타이거 우즈의 시그니처 룩이었던 '나이키' 레드 컬러 폴로 티셔츠, 그는 이를 대신해 '선 데이 레드(Sun Day red)'라는 브랜드를 공식 런칭했다. '선 데이 레드'는 우즈가 오랫동안 매주 일요일마다 레드 컬러의 셔츠를 착용한 것에서 착안한 골프 브랜드로 '테일러메이드 골프' 내의 유닛 브랜드로 런칭하는 것이다. '일요일'을 의미하는 'Sun-day'를 띄워써 Sun Day로 표기한 것이 특징이다.

'선 데이 레드'의 새로운 심볼은 호랑이로, 타이거 우즈가 우승한 메이저 챔피언십 횡수를 표시하는 15개 줄무늬가 있는 호랑이다. 가슴 중앙에 호랑이가 자수 또는 프린팅되어 있다.

'테일러메이드 골프' 측은 '선 데이 레드'를 스포츠 팬과 비운동선수 모두를 위한 라이프스타일 브랜드로 전개할 계획이며 캐시미어 스웨터, 운동화까지 포함한다고 밝혔다.

'선 데이 레드'는 오는 5월 1일부터 온라인으로 판매할 예정으로 궁극적으로 전 세계로 확대하는 것을 목표로 하고 있다.

1. FASHIONNETWORK, Mytheresa launches immersive shopping experience for Apple Vision Pro, 24년 2월 12일
2. 정태일리, Boss unveils 33-foot-tall holograms in London, 24년 2월 4일
3. FASHIONUNITED, Pantone reveals "functional and adaptable" AW24 colour palette for NYFW, 24년 2월 12일
4. 연합뉴스, 산업부, 친환경 '비건레더' 연구개발에 국비 286억원 지원, 24년 2월 13일
5. 한국경제, 추억 속 브랜드 화려한 귀환...MZ '복고소비' 바람 타고 '윌윌', 24년 2월 4일
6. TheNewyorktimes, Tiger Woods Introduces His New Brand: Sun Day Red, 24년 2월 12일