

TEXTILE & FASHION
TREND ISSUEFABRIC DIVE
Virtual Fabric Business Platform

럭셔리 피터널 패션 브랜드 '9dcc'

3D DIGITAL 4월 3~6일 NFT.NYC에서 팝업스토어 첫 개점

Web3 럭셔리 브랜드 '9dcc', 뉴욕 팝업 오픈⁽¹⁾

NFT파리, 파리패션위크를 통해 공식 컬렉션 런칭을 알린 Web3 럭셔리 브랜드 '나인디씨씨(9dcc)'가 4월 3일 뉴욕에 최대 규모의 팝업스토어를 오픈했다. 세계 최대 규모의 NFT컨퍼런스인 NFT NYC에 맞춰 뉴욕 소호지구 '나인디씨씨' 첫 오프라인 매장을 열었다.

지난 2월 파리패션위크에서 데뷔를 알린 '나인디씨씨'는 지머니(Gmoney)가 런칭한 브랜드

로 암호화폐 중심의 럭셔리 브랜딩을 강조한다. 하이엔드 패션 브랜드를 추구하면서 블록체인의 기술의 결합을 강조해 럭셔리와 디지털 혁신 개념을 결합한 대표 피터널 브랜드로 꼽히고 있다.

'나인디씨씨' 팝업스토어에서는 파리패션위크에서 처음 선보였던 '컬렉션01' 라인을 직접 착장해보고 구매할 수 있었다.

'나인디씨씨' 컬렉션01은 코트, 팬츠, 후드 스웨

트저츠, 트레이저 등 60여개 제품으로 구성됐으며 모든 제품에는 NFT칩이 내장되어 진품 증명, 커뮤니티 및 기타 기능을 잠금 해제하는데 사용된다.

이번 소호 팝업스토어에서는 최근 '두들스(Doodles)' 브랜드 디렉터로 선임된 퍼렐 윌리엄스와 함께 올해 말 출시할 새로운 음반 기반 프로젝트도 발표했다.



디지털 팝업 공간을 선사하는 '9dcc' 중국 청두 매장

3D DIGITAL

소매 매장의 디지털 기술은 대체가 아닌 경험 향상⁽²⁾

디지털 기술 활용에 역동적인 콘텐츠와 매력 주입

오프라인 소매 매장이 디지털 기술 혁신을 통해 소비자 경험 향상에 시너지 효과를 얻고 있는 것으로 나타났다. 소매 공간이 단순한 거래를 위한 공간이 아니라 고객과 개인적으로 연결될 수 있는 매력적인 접점 포인트로 역할이 중요시됨에 따라 디지털 기술을 활용에 몰입형 환경을 조성하려는 사례가 늘고 있다.

'젠틀몬스터'는 전통적인 비주얼 머천다이즈 기법과 첨단 기술을 완벽하게 결합해 단순한 거래를 뛰어 넘는 쇼핑 공간을 만드는

데 성공했다는 평가를 받고 있다. 베이징의 '젠틀몬스터' SKP 매장은 혁신과 상상의 세계로 소비자를 사로잡고 몰입시키는 높은 차원의 경험을 제공한다.

영국 옥스포드 스트리트에 위치한 '플랜넬스 X(Flannels X)'는 최첨단 기술을 독창적으로 사용해 이전과 전혀 다른 방식으로 소비자를 사로잡는다. 플랜넬스 외부와 지하 공간은 디지털 공간으로 꾸며져 고객들을 환상의 세계로 인도한다.

또한 중국의 '구췌' 청두 매장은 디지털 기술

을 완벽하게 통합해 방문객에게 물리적 세계와 디지털 세계를 손쉽게 혼합하는 몰입형 경험을 선사한다. 피렌체의 르네상스 전통 스타일을 고스란히 반영한 매장 인테리어에 33개의 대형 LED 스크린을 설치한 디지털 프레스코가 특징이다. 디지털 프레스코는 끊임없이 진화하는 환상의 풍경을 만들기 위해 AI 생성 이미지의 레이어로 구성됐다.



방충 기능을 위한 '시 레펠 모스키토'

TEXTILE

'곤충이 싫어!' 곤충을 피하는 소재⁽³⁾

곤충 퇴치 지속가능 소재 '시 레펠 모스키토'

'살충제를 사용하지 않고 곤충을 퇴치할 수 있는 옷이 있다?'

포르투갈의 나노기술 회사인 스마트 이노베이션이 곤충 보호를 위한 지속 가능한 직물 마감재를 상용화했다. '시 레펠 모스키토(Si Repel Mosquito)'는 환경에 독성이나 유해한 영향을 주지 않으면서 모기, 진드기, 파리 및 기타 곤충 퇴치 문제에 대한 솔루션을 제공한다.

이는 살충제가 아닌 방충제 역할을 하여 곤충이

나 생태계에 해를 끼치지 않고 처리된 영역 주위에 보호막을 만들 게 설계됐다. 특히 직물에 높은 효능과 내구성을 제공해 100회 이상 세탁이 지속되는 지속가능한 기능성 마감재로 평가 받고 있다.

스마트 이노베이션의 'Si Repel Mosquito'는 지난 2021년 스칸디나비아 아웃도어 어워드에서 수상하며 주목을 받았고 최근 뮌헨에서 열린 퍼포먼스 데이에서 적극 홍보됐다. 스마트 이노베

이션은 안티 박테리아, 베드버그, 방수 등 퍼포먼스 보다 인간을 보호하는 기능성 스마트 소재를 주로 개발하고 있다. 'Si Repel Mosquito'가 말리리아, 뎅기열 등 전 세계적으로 모기 매개 질병을 줄이기 위한 이니셔티브 '안티-모스키토 무브먼트'에 동참하는 목적으로 개발되었다고 밝혔다. 또한 아동복, 산악 지대에서 활동하는 군인, 아웃도어 캠퍼들을 위한 소재로도 활용이 높다고 설명했다.



가격 인상에 따른 합입 메이커

TEXTILE

수입사 이어 국산 화섬사값 들썩?⁽⁴⁾

화섬 메이커 3·4월 파운드당 50~30원 인상

효성, 도레이첨단소재, 휴비스, 대한화섬 등 국내 화섬 메이커들이 누적 적자를 감당 못해 화섬사 가격 현실화에 나섰다. 이들은 그 동안 국내 수요 업계 불황으로 가격 인상을 실행하지 못했다고 설명했다. 특히 한국 시장을 장악한 중국산 수입사의 가격 경쟁에 밀려 수년간 가격대를 유지했으나, 중국산 폴리에스터 원사 가격이 평균 kg당 15%를 인상돼 국내 화섬 업체들도 소폭 상승한다는 계획이다.

3월부터 FDY, DTY, POY를 포함 사중별 파운드당 50~30원 수준으로 인상했고, 4월에도 사중별 파운드당 소폭 인상한다고 밝혔다. 일률적인 가격 인상보다 핫한 품목과 수요가 느슨한 품목 간 차등 인상을 계획하고 있다.

하지만 이번 중국산 수입사 가격이 3월에 인상 행진을 멈춘 상황에서 3~4월 국산 화섬사값 인상을 추진한 것은 실수요자인 화섬직물 업체들의 공감을 얻긴 힘들어 보인다.



카페 컨셉의 '케이트 스페이드' 두바이매장

FASHION

패션 마켓 넥스트 타겟은 '중동'⁽⁵⁾

중동 시장에 투자하는 글로벌 브랜드

오일 머니의 힘으로 새로운 럭셔리 시장으로 부상하고 있는 중동이 지난해 가장 높은 성장 잠재력을 가진 시장으로 주목받았고, 실제 럭셔리 전용 상업 공간이 개발되면서 중동 지역에 진출하려는 럭셔리 하우스가 늘어나고 있다. 특히 사우디아라비아의 경우 인구의 60% 이상을 차지하는 30세 미만 인구의 영향력 증가로 명품 소비가 증가할 것으로 예상된다.

'돌체&가바나'는 사우디 아라비아 수도 리야드

(Via Riyadh) 럭셔리 쇼핑 센터에 플래그십 스토어를 오픈한다. 문화재 복원/관리 기업인 디리야(Diriyah)와 파트너십을 체결하고 2,000㎡ 규모의 몰입형 공간을 오픈할 계획으로 이는 중동 시장을 강화하겠다는 의지로 풀이된다. '돌체&가바나'는 2022년 사우디아라비아 알울라에서 패션쇼를 하며 최초로 글로벌 꾸뛰르 패션쇼를 개최한 럭셔리 하우스다.

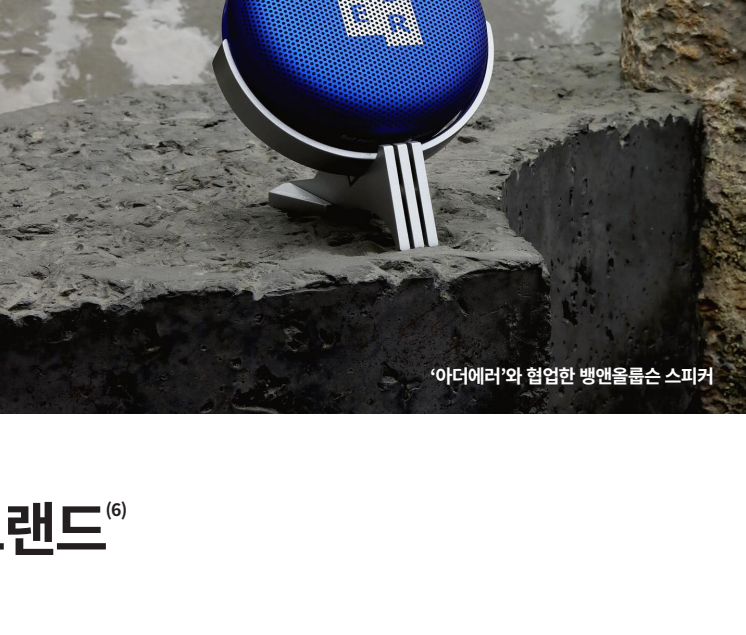
'케이트 스페이드'는 최근 중동 시장 확대 전략

의 일환으로 두바이 몰에 팝업 카페를 오픈했다. 두바이몰의 블루마일데이즈에 오픈한 팝업 카페는 시그니처 컬러인 그린 색상에 레드, 핑크 컬러로 포인트를 줬다. 오는 6월 30일까지 운영하는 이 매장은 기존 고객 강화 및 신규 고객 유입에 효과적인 것이라고 기대하고 있다.

이외에 프랑스 캐링 그룹은 사우디아라비아에 자회사를 설립했고, 리치몬트 역시 투자를 확대하고 있다.



하이폴프와 협업한 'PAF'



'아더에러'와 협업한 맨앤올슨 스니커즈

FASHION

글로벌 브랜드와 손잡는 K패션 브랜드⁽⁶⁾

'PAF' · '아더에러' 글로벌 브랜드와 협업

K콘텐츠에 대한 팬덤이 강화되면서 K패션 브랜드와 글로벌 브랜드와의 콜라보레이션 사례가 늘어나고 있다. 스트리트 브랜드와 글로벌 스포츠 브랜드와의 협업 상품 출시에 이어 최근에는 디자인 브랜드, 아웃도어까지 다양한 북종으로 퍼지고 있다.

'포스트 아카이브 팩션(PAF)'는 작년 6월 파리패션위크에서 '온러닝(On Running)'과 콜라보레이션한 신발을 선보였다. '온러닝(On Running)' 스니커즈는 글로벌 MZ 세대에겐

인기를 얻고 있는 신발 브랜드로 'PAF'의 아이덴티티를 담은 'On Cloudmonster 2'를 기획했고 이와 함께 류류 라인까지 출시했다. 또한 'PAF'는 이번 시즌 '하이폴프(Hypegolf)'와 협업한 캡슐 컬렉션을 런칭했다.

'아더에러'는 덴마크 럭셔리 홈 엔터테인먼트 브랜드 '뱅앤올슨'과 함께 패션과 음악이 창의적으로 조화된 컬렉션을 발표했다. 협업 컬렉션 '더 블루이즈(The Blueism)'는 베오사운드 A1 스피커와 스탠드, 스피커백으로 구성됐다.

각 제품은 '아더에러'의 디자인 미학에 높은 기능성을 강조한 것이 특징으로 4월 10~14일 첫 번째 글로벌 협업 사운드 프리젠테이션 '리듬 오브 블루'를 성수동 베이직 스튜디오에서 진행한다.

이 밖에도 글로벌 브랜드로 성장한 '준지'는 '리복', '캐나다구스', '엄브로' 등에 이어 최근에는 럭셔리 자동차 브랜드 '포르쉐'와도 협업한 상품을 선보이기도 했다.

기사 및 사진 출처

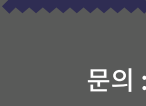
1. Jing daily, How Web3 brand 9dcc is becoming luxury's hottest lifestyle club, 24년 4월 7일

2. FASHIONUNITED, Technology in Physical Retail: Enhancing Experience, Not Replacing It, 24년 4월 4일

3. TEXTILENETWORK, A sustainable solution for insect protection, 24년 4월 3일

4. 국제섬유신문, 수입사 이어 국산 화섬사값 들썩, 24년 3월 29일

5. WWD, Kate Spade New York Eyes Up Middle East Expansion With Café Pop-up and Flagship, 24년 4월 3일

FABRIC DIVE
Virtual Fabric Business Platform문의 : 다이텍연구원 소재빅데이터연구센터
Tel : 053-350-3734, 3743 Email : fabricdive@dyetec.or.kr

JOIN US