

TEXTILE & FASHION TREND ISSUE

FABRIC DIVE
Virtual Fabric Business Platform

FASHION 라코스테, 마린세르, 마쥬 등 전복종에서 스포츠 컬렉션 패션 브랜드, 파리올림픽 정신 활용법⁽¹⁾

올림픽, 월드컵이 개최되는 해에는 패션 브랜드에도 스포츠 정신이 가득 담긴다. 2024년 파리 올림픽 개막을 앞두고, 다양한 패션 및 잡화 브랜드가 올림픽 정신을 반영한 제품을 선보이고 있다.

라코스테는 폴로 셔츠, 반바지, 모자, 방수 재킷 등 1924년 파리 올림픽의 그래픽 코드를 활용한 '파리 1924' 라인을 출시했고, 팍션은 빈티지 올림픽 아이코노그래피에서 영감을 받은 컬렉션을 선보였다. 마린세르는 브랜드 시그니처

인 초승달 모티브를 활용해 올림픽 로고를 표현했으며, 마쥬는 엘로디 쿠뵈백 선수와 함께 애슬레지 캡슐 컬렉션을 출시했다.

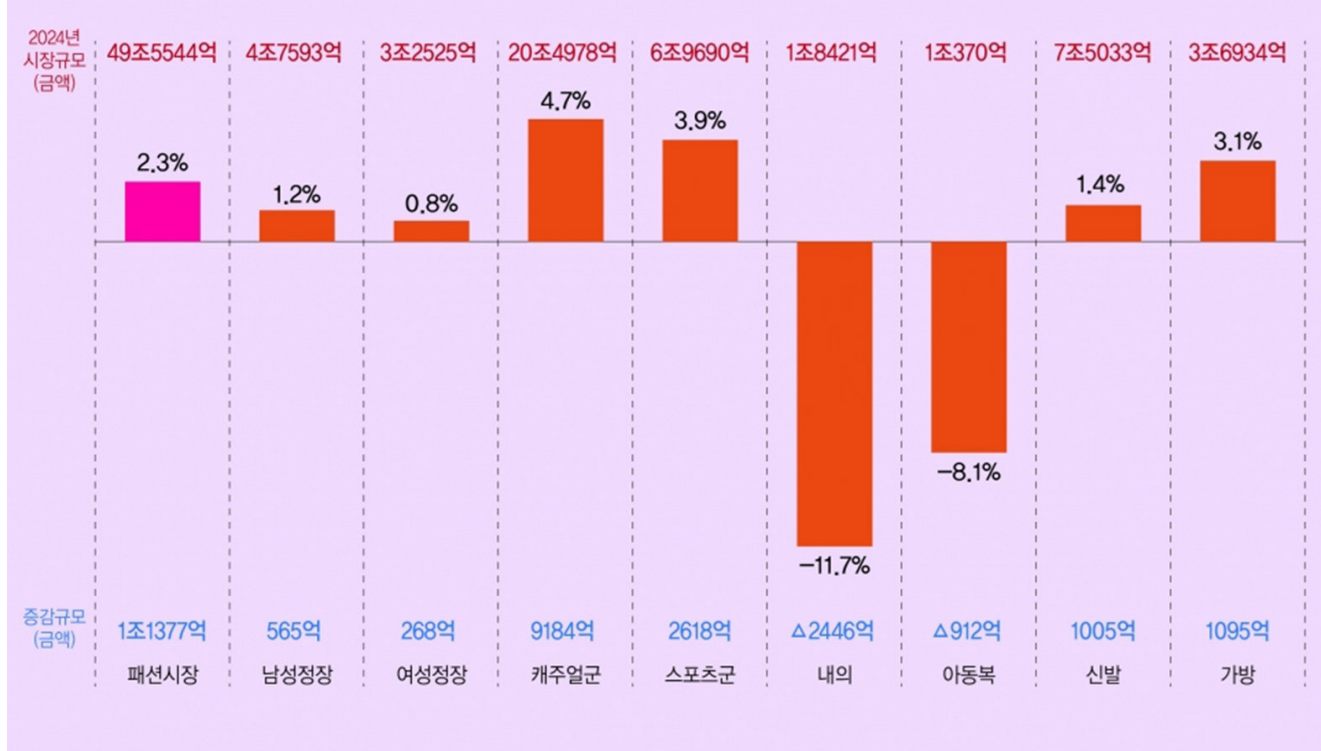
의류뿐만 아니라 패션 액세서리 브랜드도 파리 올림픽 마케팅에 동참했다.

1924 오메가는 공식 타임키퍼로서 1932년부터 올림픽과 함께해 왔으며, 이번 파리 올림픽을 기념하는 특별판 시계를 선보였다. 주얼리 브랜드 판도라는 올림픽과 패럴림픽 게임을 기념하는 캡슐 컬렉션을 출시했는데, 이 컬렉션에는 프

랑스의 금메달리스트들이 모델로 활동하고 있다. 또 몽블랑은 1924년 파리 올림픽 100주년을 맞이해 특별한 만년필을 출시했으며, 스와치 시계는 서핑, 배구, 스케이트보드에서 영감을 받은 신제품을 출시해 파리올림픽을 기념하고 있다.

이외에도 다양한 브랜드들이 특별한 올림픽 기념 제품을 출시하며, 전 세계적으로 스포츠의 열기를 패션과 뷰티 산업으로 확장하고 있다.

2023년 패션시장 규모 대비 세분시장별 2024년 증감률 및 증감 규모금액 (단위: 원)



한국패션산업 빅데이터 트렌드 연결 2024, 트렌드서치

FASHION 국내 패션 시장, 49조 5544억원으로 4년째 성장세⁽²⁾

캐주얼 마켓과 스포츠 부문이 성장 주도

2024년 패션시장은 전년 대비 2.3% 상승한 49조 5544억원을 기록할 것으로 예상된다. 이는 연속 4년간의 플러스 성장과 최대 실적을 의미한다. KFD 트렌드서치는 국내 패션시장의 상승 폭이 점차 줄어들고 있지만, 둔화된 소비에도 불구하고 성장이 계속될 것으로 예상했다. 글로벌 경기 침체와 물가 상승, 소비 심리 저하에도 불구하고 수출은 경제성장을 견인하고 있으며, 국내 경제성장률도 1.3%를 기록했다. 그

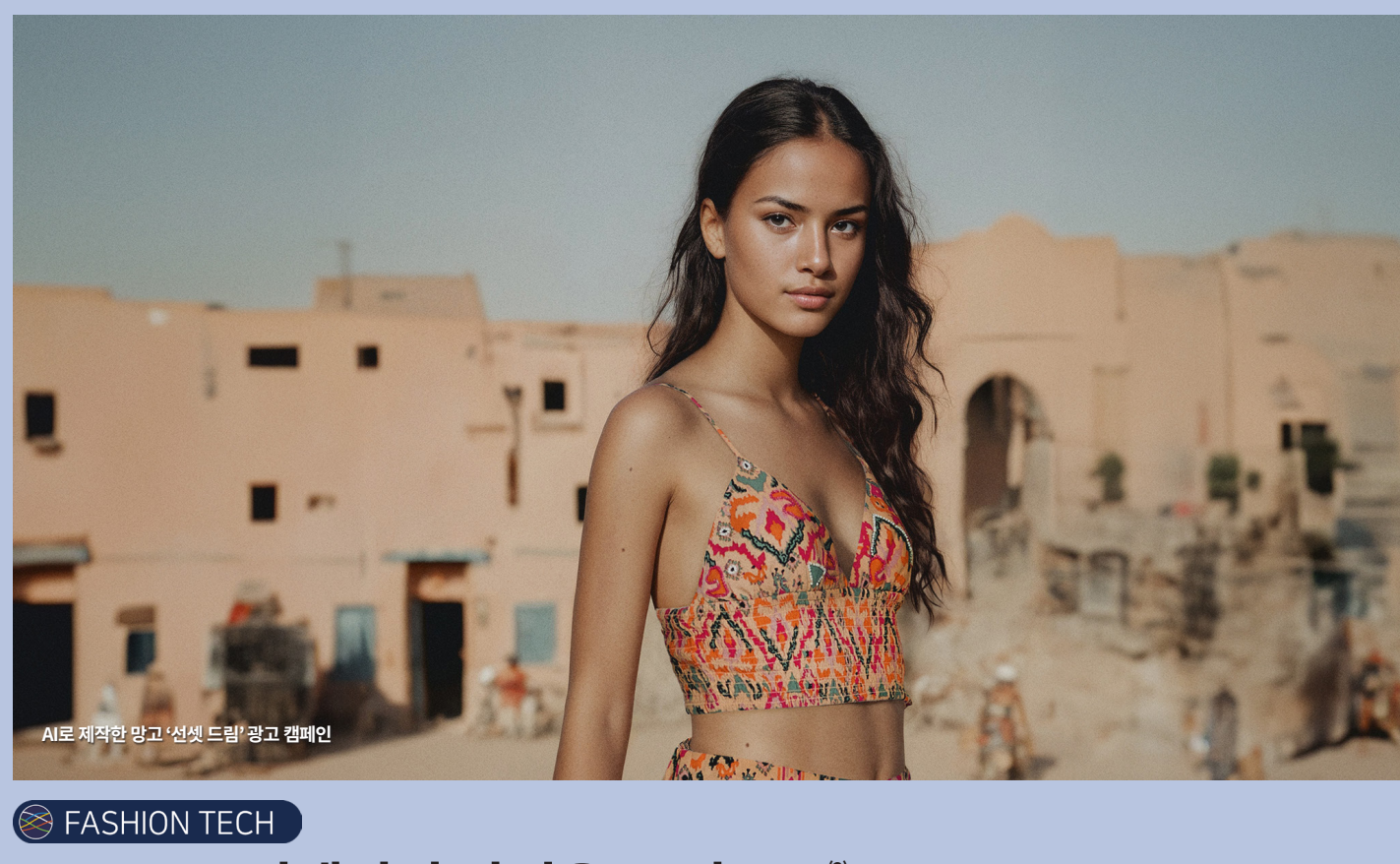
러나 내수 부진과 부동산 시장 침체는 지속되고 있으며, 금리 인하 가능성도 불투명하다.

2024년 상반기 패션시장은 전년 대비 1.5% 증가한 21조 8559억원을 기록했다. 하반기에는 3.0% 성장한 27조 6985억원을 전망한다. 특히, 올 겨울 예상되는 추운 기온과 폭설은 고가 아우터 판매 증가를 기대하고 있다.

캐주얼 부문은 시장에서 40% 이상의 비중을 차지하며 주요 성장 동력이 되고 있다. 2024년 캐

주얼군은 4.7% 성장할 것으로 예상되며, 스포츠 부문도 강세를 보일 것으로 보인다. 이 외에도 신발과 가방 부문도 성장할 것으로 전망되나, 여성정장과 남성정장은 상대적으로 저조한 성장을 보일 것으로 예상된다.

하반기에는 파리 올림픽과 라궁 인구 증가 등의 영향으로 스포츠 부문 소비가 늘어날 것으로 보이며, 전반적으로 시장은 점진적인 회복세를 보일 것으로 예상된다.



시로 제작한 망고 '선셋 드림' 광고 캠페인

FASHION TECH MANGO, 틴에이지 라인은 AI 광고로⁽³⁾

패션 기술 혁신의 선두주자로 자리매김

스페인 패션 브랜드 망고(Mango)가 청소년 라인인 선셋 드림(Sunset Dream)을 새롭게 출시하면서 첫번째 AI 생성 캠페인을 공개했다.

이번 '선셋 드림' AI 캠페인은 망고의 2024-2026 전략 계획의 'Earn' 레버의 일환으로, 기술 발전과 데이터 관리, 운영 효율성 증대를 목표로 하고 있다.

망고의 최고정보기술책임자인 조르디 알렉스는 "이번 이니셔티브는 혁신에 대한 우리의 지속적인 헌신을 반영하며, AI는 직원의

역량을 확장하고 창의성을 더욱 증폭시킬 기회를 제공한다"라고 말했다.

AI 생성 캠페인 개발 과정에서는 Mango Teen의 디자인, 아트, 스타일링팀과 데이터 세트 및 AI 모델 교육을 담당하는 팀, 사진 스튜디오 등 다양한 내부 팀이 협력해 완성했다. 실제 의류의 사진을 기반으로 AI 모델이 학습하여 고품질의 이미지를 생성하는 방식으로 진행했으며, 이 과정에서 에디토리얼 품질의 이미지를 달성하는 것이 주요 도전 과제였다.

망고는 이러한 혁신적 접근을 통해 패션 산업에서의 리더십을 더욱 공고히 하고 있으며, 로블록스를 통해 메타버스 내 첫 가상 매장을 개설하는 등 디지털 혁신에 대한 투자도 확대하고 있다. 뿐만 아니라 AI 광고 캠페인뿐만 아니라 가격 책정, 개인화, 고객 경험 개선 등을 포함하여 가치사슬의 다양한 측면에서 15개 이상의 고유한 AI 기반 플랫폼을 개발해 디지털라이징을 추구하고 있다.



산드로가 AI 솔루션을 활용해 고객의 최적 사이즈를 제안한다

FASHION TECH

산드로가 고객 최적의 사이즈를 찾는 혁신 방법⁽⁴⁾

프링구안 AI 기술 활용에 이상적인 사이즈 제안

SMCP 그룹 소유의 프랑스 브랜드 산드로(Sandro)가 인공지능(AI)을 활용해 고객이 이상적인 사이즈를 선택할 수 있는 방법을 찾았다.

산드로는 바디 스캐닝 기술을 기반으로 한 프링구안(Fringuant)과 파트너십을 통해 사용자가 자신의 올바른 의류 사이즈를 찾을 수 있도록 할 계획이라고 밝혔다.

이커머스 구매 고객들은 프링구안의 AI 기술을

활용한 어플리케이션을 통해 키, 몸무게, 얼굴 사진을 입력함으로써 자신의 사이즈를 계산할 수 있다. 제공된 정보를 바탕으로 도구는 몇 초 만에 소비자의 프로필을 분석하여 '이상적인 사이즈'를 제안한다. '산드로'는 간단한 정보와 사진만으로 최적의 사이즈를 제안하고, 이를 바탕으로 의류 제품을 구매할 수 있도록 함으로써 반품률을 낮출 수 있다는 설명이다.

한편 프랑스 테크 기업인 프링구안은 신체 스캐닝 기술을 기반으로 한 도구 '프링구안'을 개발했다. 이는 키, 몸무게와 스마트폰 카메라를 사용해 신체 스캔을 수행하는 방법으로 본인의 올바른 의류 사이즈를 찾을 수 있는 솔루션이다. 산드로 외에도 바네사 브루노, 라페마루티 등의 패션 브랜드와 협업을 하고 있다.



푸마 리파이버 축구 유니폼

TEXTILE 푸마, 스포츠 정신과

친환경의 만남⁽⁵⁾

재활용 섬유로 축구 레플리카 유니폼 제작

글로벌 스포츠 기업 푸마(PUMA)가 섬유 대 섬유 재활용 혁신 기술인 라파이버(RE:FIBRE)를 확장하여 수백만 개의 축구 유니폼을 제작했다.

이 기술은 75% 이상의 섬유 폐기물과 기타 폐기물을 재활용한 것으로 지난해 성공적으로 시행된 4만 6000벌의 라파이버 유니폼의 업스케일링 버전이다. 2024/25 시즌부터는 유로 및 코파 아메리카 토너먼트 유니폼을 포함한 35개 클럽의 푸마 축구 레플리카 유니폼이 라파이버 기술로 제작된다.

푸마는 이번 라파이버 유니폼은 섬유 폐기물을 줄이는 것은 물론 재활용 폴리에스터 생산을 위한 플라스틱 병 의존도를 낮추는 것이 목표였다고 설명한다. 재활용 섬유 폐기물 비중을 높이기 위해 열 기계학적 기법과 화학적 재활용 기술을 활용하여 재활용 용량을 크게 늘리고 있다.

푸마의 최고경영자 앤-로르 데쿠르는 "라파이버 기술이 축구팬들에게 푸마가 지속 가능한 미래를 위해 얼마나 노력하고 있는지 보여주는 사례다. 우리는 폴리에스터 제품의 100%를 섬유 폐기물로 만드는 것을 목표로 하고 있다"고 밝혔다.

이번 혁신을 기념하기 위해 푸마는 뉴욕 플래그십 스토어에서 AC 밀란과 맨체스터 시티의 홈 레플리카 키트 출시와 함께 행사를 개최했다. 이 행사는 뉴욕에서 열리는 두 팀의 축구 경기를 앞두고 진행됐다.



타임옴즈 언더웨어

TEXTILE

한섬 언더웨어 '타임옴즈', 친환경 소재로 차별화⁽⁶⁾

마이크로 모달, 프리미엄 친환경 기능성 소재 활용

한섬이 남성복 브랜드 타임옴즈의 언더웨어 라인을 새롭게 선보인다. 이번 라인 런칭은 타임옴즈가 의류와 잡화 제품에 이어 남성 라이프스타일 전반을 아우르는 브랜드로 확장하려는 전략의 일환이다. 특히 이번 언더웨어 제품들은 친환경 소재 사용을 중점을 두어 프리미엄 브랜드 이미지를 강조한다는 전략이다.

타임옴즈의 새로운 언더웨어 라인은 '퓨어럭스'와 '코어핏' 두 가지 종류로 구성됐다. '퓨어럭스'가사 및 사진 출처

스' 제품은 오스트리아의 렌징사에서 제조한 마이크로 모달 섬유를 사용했다. 이 섬유는 자연에서 자라는 너도밤나무에서 추출된 친환경적인 원료로 만들어져, 부드러운 감촉과 장시간 착용해도 쾌적함을 유지하는 것이 특징이다.

'코어핏' 제품은 이탈리아 유로저지사의 친환경 기능성 소재를 활용하여 땀 흡수가 뛰어나고 빠르게 마르며, 구김이 적어 관리가 쉬우면서도 오래도록 형태를 유지할 수 있다.

한섬은 '타임옴즈' 런칭을 기념해 배우 이수혁이 참여한 특별 화보도 함께 공개했다. 이 화보는 '바쁜 일상에서 벗어나 자신의 평온함을 찾는 시간'을 주제로 하여, 새로운 언더웨어 컬렉션의 편안함과 친환경적 가치를 강조한다.

또한 한섬은 하반기에는 시스템의 언더웨어 라인 런칭도 계획하고 있어, 지속 가능한 패션의 범위를 넓혀가고 있다.

1. WWD, How Fashion and Accessories Brands Are Tapping Into Paris' Olympic Spirit, 24년 7월 19일

2. 한국섬유신문, 2024년 패션시장, 전년비 2.3% 상승한 49조5544억원, 24년 7월 10일

3. 망고, Mango creates the first campaign generated by artificial intelligence for its Teen line, 24년 7월 10일

4. FASHIONUNITED, Sandro launches AI tool to help customers find their 'ideal size', 24년 7월 19일

5. ECOTEXTILE, Puma scales football shirt recycling project, 24년 7월 18일

6. 헤럴드경제, 한섬 언더웨어 '타임옴즈' 친환경 소재로 론칭, 24년 7월 11일



FABRIC DIVE
Virtual Fabric Business Platform

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

JOIN US