

TEXTILE & FASHION
TREND ISSUEFABRIC DIVE
Virtual Fabric Business Platform

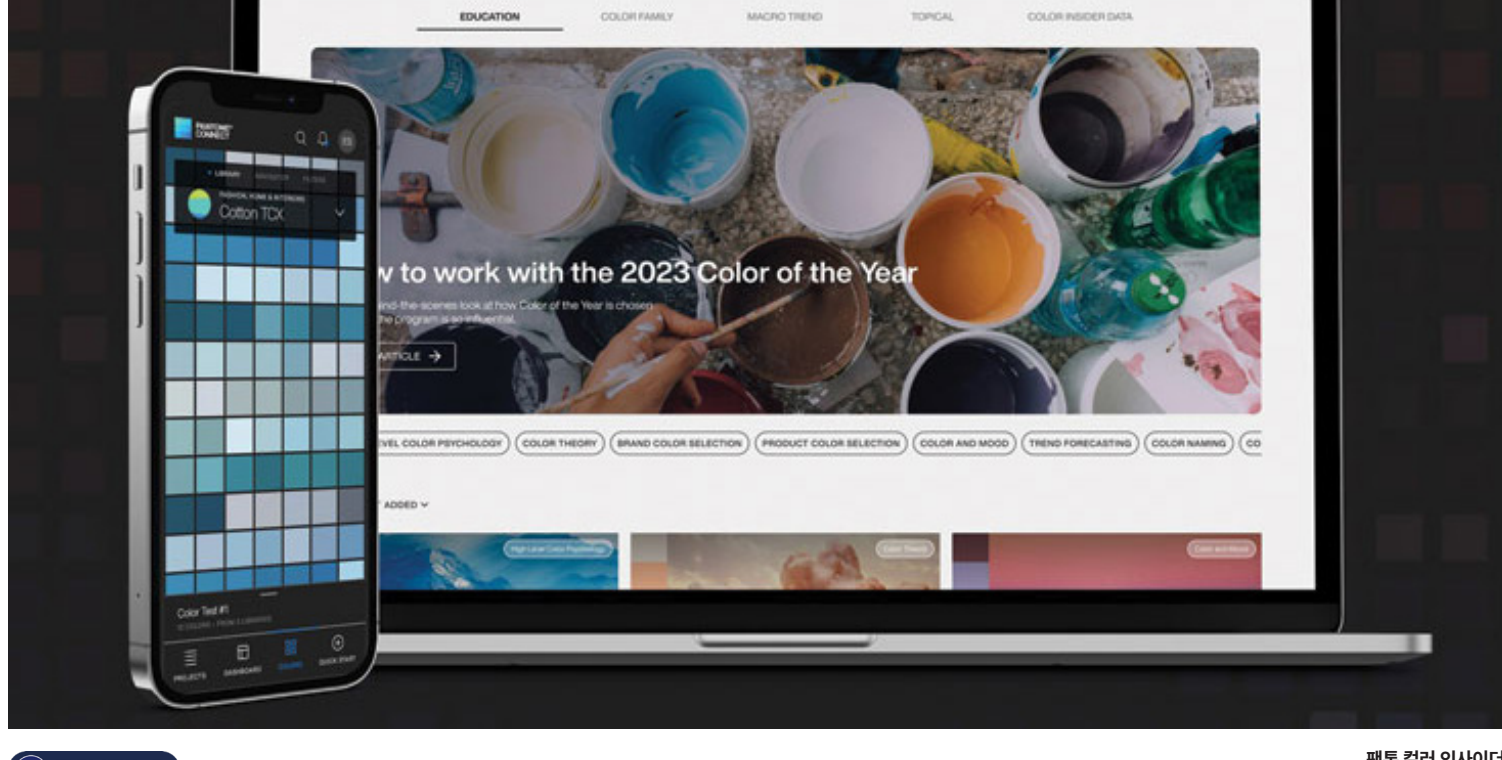
자라가 폐섬유 재활용 기업 셀크와 협업한 컬렉션

TEXTILE 재활용 폴리와 리오셀 재생한 셀크 라이오셀 활용
자라, 폐섬유 재활용 기업 ‘셀크’와 협업⁽¹⁾

자라(ZARA)가 미국 폐섬유 재활용 기업 ‘셀크(Circ®)’와 함께 혁신 소재 ‘셀크 라이오셀(Circ® Lyocell)’만을 사용한 여성 컬렉션을 출시했다. 셀크 라이오셀은 섬유 폐기물에서 셀룰로스 성분을 재생해 만든 혁신 소재다. 소재의 50%가 재활용 섬유 폐기물로 이루어져 있음에도, 천연 목재 펄프에서 추출되는 일반 라이오셀을 대체할 수 있는 수준의 우수한 품질을 자랑한다.

셀크(Circ)의 재활용 기술은 폴리카보네이트 혼방 섬유 폐기물을 성공적으로 분리하고 셀룰로오스와 합성 섬유를 모두 회수하는 유일한 플랫폼으로 솔루션을 제공한다. 이번 컬렉션은 심크처럼 부드러운 촉감과 깨끗하고 자연스러운 실루엣을 구현해 혁신 소재의 높은 품질과 디자인을 강조하기 위함으로 원피스, 스커트 등 4가지 제품으로 구성됐다.

자라와 셀크는 섬유 폐기물의 순환성을 높이고 혁신 소재의 활용도를 높이기 위해 지난해 4월 재활용 폴리에스터와 라이오셀을 결합한 신소재로 처음 선보였고, 올해 두 번째 컬렉션을 기획한 것이다. 자라는 셀크 외에도 앰버사이클의 프리미엄 재생 폴리에스터 ‘사이코라’를 활용하는 등 환경적 영향을 줄인 신소재 활용에 주력하고 있다.



팬톤 컬러 인사이드

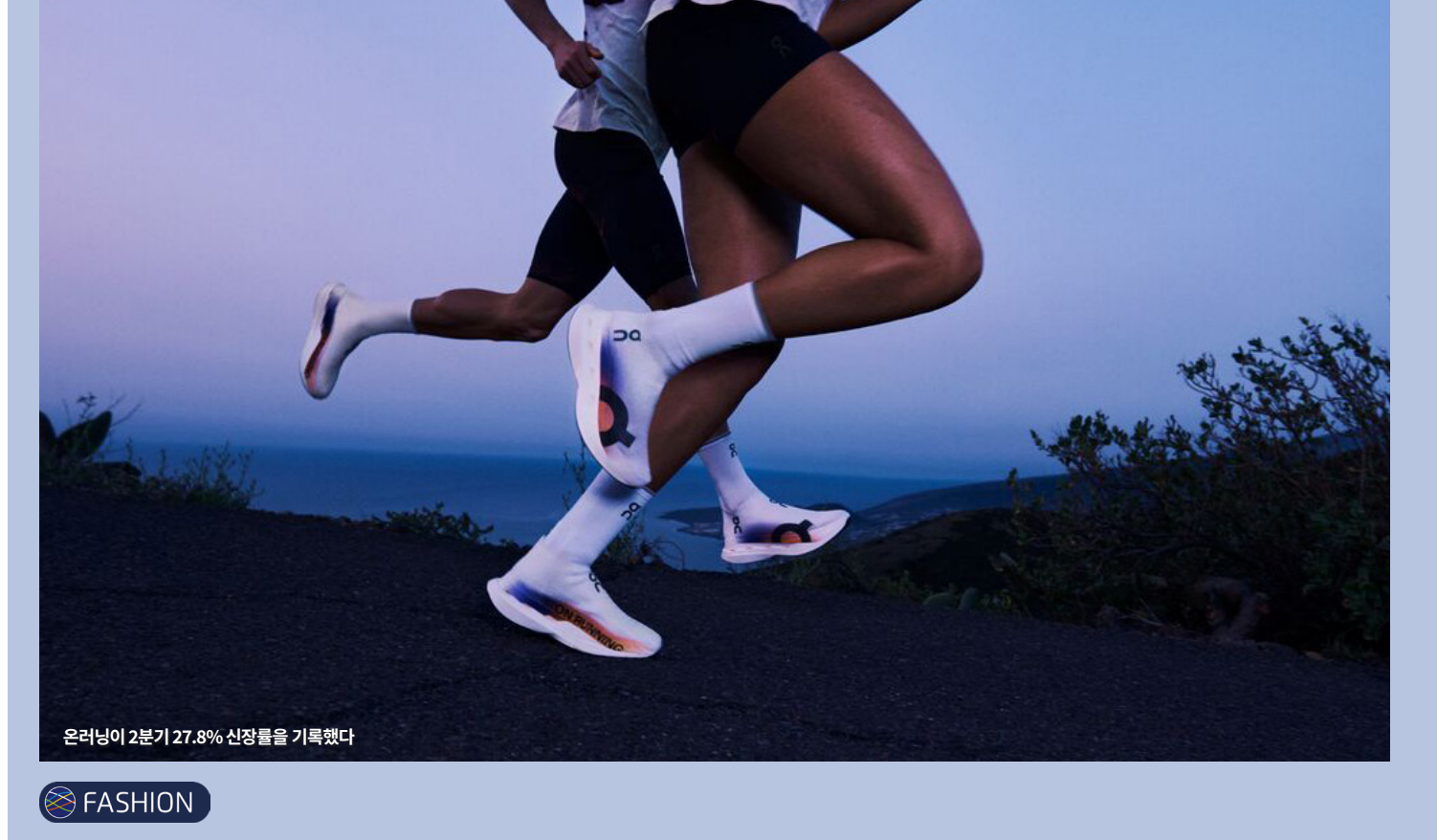
TEXTILE
팬톤, 컬러 인사이드 런칭⁽²⁾

전세계 컬러 트렌드 실시간 확인 가능

글로벌 컬러 트렌드 기관인 팬톤(Pantone)이 전세계 컬러 트렌드를 실시간으로 확인할 수 있는 ‘팬톤 컬러 인사이드’를 런칭했다. 이는 전세계 모든 디자인 분야를 ‘컬러’라는 공유 언어를 통해 통합한 것으로 컬러 트렌드에 대한 통찰과 데이터를 제공한다. 주요 색상 스토리에 대한 거시적이고 지역적인 관점을 제공해 색상과 관련한 모든 디자인 분야의 트렌드를

이해할 수 있다. 전문가의 트렌드 인사이트, 색채 사용을 안내하는 색채 교육, 다양한 산업과 도시에서 유행하는 색상에 대한 글로벌 색채 데이터 도구가 포함된다. 또 팬톤 커넥트와 원활한 워크플로 통합을 통해 사용자는 콘텐츠에서 팔레트를 만들고 이를 무드 보드 및 현재 플랫폼에 있는 작업으로 변환할 수 있다.

팬톤 컬러는 ‘컬러 인사이드’가 디자이너와 더 큰 창작 커뮤니티가 색채 세계에서 무슨 일이 일어나고 있는지에 대한 맥락을 제공하고, 프로젝트 시작부터 색채 일관성과 우수성을 보장하기까지 색채 결정에 도움이 될 수 있는 실질적인 데이터를 제공할 것이라고 강조했다.



온홀딩이 2분기 27.8% 성장률을 기록했다

FASHION
온홀딩, 2분기 매출 27.8% ‘어닝 서프라이즈’⁽³⁾

아시아/퍼시픽 마켓에서 73.7% 성장

지난 2분기 패션 기업의 실적은 마이너스거나 5% 이하 소폭 성장에 머무는 등 전세계적으로 불경기 흐름이 지속된 가운데 온홀딩(On Holding)이 27.8% 성장으로 두각을 나타냈다.

스위스 프리미엄 스포츠 기업인 온홀딩(ONON, On Holding ag)의 2분기 매출은 전년비 27.8% 성장한 CHF567.7M(5억 6770만 스위스 프랑, 한화 약 8,980억원)을

기록, 최근 1년간 매출이 CHF 2B(약 3.2조 원) 이상 달성했다고 밝혔다. 지역별로는 북미 시장 매출이 24.8% 증가한 CHF370M(약 5,853억원), 아시아/퍼시픽 매출은 73.7% 성장한 CHF59.2M(약 937억원), EMEA는 21.8% 성장하는 등 특히 아시아 시장에서 성장세가 두드러졌다.

특히 매출 증가는 물론 2분기 순이익만 CHF 30.8M(약 476억원)을 기록하며 전년 동기대비 834.3% 성장이라는 괄목할만한 성과를 기록했다. 온홀딩은 올해 연간 성장률을 30% 이상 성장하고 있다.

증권이 역시 이 회사의 성장과 이익률이 더욱 가속화될 것이라고 예측했다. 온홀딩의 이러한 성과에 대해 지난해 선보인 혁신적인 기술을 바탕으로 한 프리미엄 상품에 대한 차별화와 의류 라인 확장을 통한 신수요 확대에 따른 결과라고 분석했다.



FASHION

불규칙한 날씨 웨더웨어 시장 주목

컨템포러리 웨더웨어 ‘레인스’ 국내 상륙

연일 계속되는 폭염과 스콜성 폭우가 반복되는 불규칙한 날씨 때문에 ‘웨더웨어’ 매출이 급증했다. 유통업체에 따르면 백화점에서는 방수 기능을 특화한 웨더웨어가, 편의점에서는 핫살과 비를 동시에 막아주는 양우산 매출이 급증했다.

롯데백화점은 웨더웨어 ‘바바’ 매출이 30% 성장해 ‘락피쉬’, ‘스티코 키즈’ 등 웨어웨어 팝업 스토어를 확대했다고 밝혔다. 현대백화점은 레인부츠, 레인코트 매출이 7월에 전년 동기 대비

43.5% 증가했고, 우양산 매출은 128.5%로 작년 보다 2배 이상 성장한 것으로 나타났다. 편의점 CU의 우산 매출은 7월 한 달 동안 전년 동기 대비 12% 증가했고, 접는 우산과 비닐 우산 매출이 각각 21.8%, 16.9% 증가했다. 또 양말 매출도 같은 기간에 이례적으로 39% 증가했다. 편의점 세븐일레븐은 7월 한 달 동안 젖은 폭우와 소나기 영향으로 양말 매출이 30% 가량 증가했고, 접는 우산 매출은 40% 증가한 것으로 나타났다.

한편 웨더웨어에 대한 관심이 높아지면서 신규 브랜드도 늘어나고 있다. ‘바바’, ‘헌터’, ‘락피쉬’ 등 대표적인 웨더웨어 브랜드가 호황을 보고 있는 가운데 에스테이그룹은 ‘레인스(RAINS)’를 런칭한다. ‘레인스’는 감각과 기능의 조화를 추구하는 패셔너를 평선 컨셉으로 레인 자켓, 레인 백 등이 메인 아이템이다.



산업부가 섬유패션 디지털 전환을 60%를 목표로 내세웠다

FASHION TECH
글로벌 섬유패션 강국 도약, 친환경과 DX가 답⁽⁴⁾

섬유 산업분야 디지털 전환율 60% 목표

산업통상자원부가 2030년까지 글로벌 시장에서 국내 섬유패션의 산업용·친환경 섬유 제품들을 현재 2%대에서 10%까지 5배 이상 확대하기 위해 △첨단 산업용 섬유 육성 △친환경 밸류체인 전환 △섬유패션 디지털 전환을 적극 추진한다고 밝혔다.

산업부는 지난 13일 섬유센터에서 안덕근 산업부장관과 섬유패션 기업, 전문가가 참석한 가운데 우리 섬유패션산업의 현안과 향후 방향을 논의하고, 「섬유패션산업 경쟁력 강화 전략」을 발표했다.

①첨단 산업용 섬유 육성 ②섬유패션 밸류체인의 친환경 전환 ③AI·디지털 적용 확산 ④섬유패션산업 기반 강화 등 4대 분야를 중점 전략으로 정하고, 특히 섬유 산업분야의 디지털 전환 수준을 60%(현재 35%)까지 높임으로써 섬유패션 강국으로 도약한다는 목표를 제시했다.

친환경 밸류체인 확산을 위해서는 리사이클 섬유, 바이오매스 섬유, 생분해 섬유 제조기술에 적극 투자한다. 섬유패션 산업의 고도화를 위해 AI 기술 적용과 디지털 전환을 가속화한다. 오는 2026년까지 데이터와 AI를 활용한 수요 예측으로 신제품을 기획하고, 디자인 기간을 80% 이상 단축할 수 있는 AI 시스템 개발, 기업 간 협업으로 신속 생산이 가능한 ‘커넥티드 마이크로 팩토리’ 구축에 주력한다.



기사 및 사진 출처

1. WWD, Circ Launches Second Collab With Zara, 24년 8월 15일
2. Printweek, Pantone launches new colour trends tool, 24년 8월 8일
3. 온홀딩, On Reports Results for the Second Quarter and Six-Month Period Ended June 30, 2024, 24년 8월 13일
4. 디토앤디토, 글로벌 섬유패션 강국, 친환경과 DX가 답, 24년 8월 14일
5. Jing Daily, Lanvin fuses heritage, machine learning in sports campaign, 24년 8월 11일

FASHION TECH
랑방이 시와 친해지는 방법⁽⁵⁾

MZ세대에게 적합한 색상으로 인정

랑방(Lanvin)이 최근 AI를 활용한 새로운 스포츠 관련 캠페인을 발표했다. 이 캠페인은 AI 머신러닝의 창의력을 보여주기 위해 기획한 것으로, 랑방은 이 기술을 활용해 잔 랑방(Jeanne Lanvin)이 오리지널로 그린 4개의 아카이브 스포츠웨어 스케치를 애니메이션화했다.

잔 랑방의 오리지널 스케치를 바탕으로 움직이는 동영상을 AI 캠페인으로 리메이크한 것으로 브랜드의 전통성과 현대적인 기술의 만남이라 할 수 있다. 1920년대 여성들의 절음, 현대성, 편안함, 실용성을 추구하는 니즈를 반영하기 위한 잔 랑방의 그림이 세세하게 살아나 있다.

랑방 그룹의 디지털 전환 및 혁신 디렉터는 이번 캠페인의 목표가 브랜드의 풍부한 역사를 최첨단 기술 발전과 결합하는 것이 목표라고 밝혔다.

최근 피터 코핑(Peter Copping)을 크리에이티브 디렉터로 선임한 랑방 그룹은 현대 대대적인 이미지 개편과 럭셔리 브랜드로서의 입지를 재확립하기 위한 노력을 강화하고 있다. 그 노력의 일환으로 선택한 것이 AI 기술 도입을 통한 미래 지향적인 청사진이다.



랑방 스포츠 AI 캠페인

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

JOIN US