

남자 대학생 패션 문제 해결을 위한 AI 기반 통합 플랫폼 Palette 제안 보고서

1. 서론

남자 대학생들은 자신을 표현하고 사회적 관계를 형성하는 데 있어 패션의 중요성을 인지하고 있으나, 스타일링의 어려움, 정보 과잉, 예산 제약, 온라인 쇼핑의 불확실성 등 다양한 문제에 직면하고 있다.¹ 특히, TPO(시간, 장소, 상황)에 맞는 적절한 옷차림 선택의 어려움과 자신에게 어울리는 스타일을 찾는 데 대한 혼란은 이들의 주요 페인 포인트로 작용한다.¹ 기존 서비스들은 이러한 문제들을 단편적으로 해결하거나, 특정 사용자층의 깊이 있는 니즈를 충족시키지 못하는 경우가 많다.

본 보고서는 이러한 남자 대학생들의 패션 관련 어려움을 심층적으로 분석하고, 이들의 핵심 페인 포인트를 해결하기 위한 AI 기반 통합 패션 플랫폼 'Palette'를 제안하고자 한다. Palette는 개인 맞춤형 AI 코디 추천, 현실적인 가상 착용(Virtual Try-On, VTO) 시뮬레이션, 사용자 중심의 커뮤니티 기능을 통합적으로 제공하여 남자 대학생들의 패션 고민을 해소하고, 나아가 색각이상 사용자들을 위한 포용적인 기능까지 고려하여 설계되었다. 본 보고서는 Palette의 핵심 솔루션, 예상 고객 여정, 경쟁 환경 분석을 통한 차별화 전략, 그리고 성공적인 시장 안착과 지속 성장을 위한 전략적 제언을 제시하는 것을 목표로 한다.

2. 타겟 사용자 심층 분석: 남자 대학생의 패션 관련 페인 포인트

20대 초중반 남자 대학생들은 패션에 대한 관심이 높지만, 실제 스타일링 과정에서 다양한 어려움을 겪고 있다. 이들의 주요 페인 포인트는 다음과 같이 요약될 수 있다.

2.1. 스타일링 및 코디의 어려움

가장 두드러지는 문제는 TPO에 맞는 옷차림을 선택하는 데 대한 혼란이다.¹ 중요한 발표, 면접, 편안한 등교길, 데이트 등 각기 다른 상황에 적합한 스타일을 스스로 판단하기 어려워하며, 특히 사회생활 경험이 부족한 대학생들에게는 더욱 큰 부담으로 작용한다.¹ 또한, 자신에게 진정으로 어울리는 스타일을 찾고 이를 통해 개성을 효과적으로 드러내는 데 미숙함을 보인다.¹ 빠르게 변화하는 패션 트렌드를 따라가는 것 역시 상당한 부담감으로 작용하며, 유형을 쫓는 것과 개성 없는 스타일 사이에서 딜레마를 겪기도 한다.¹ 기본적인 패션 용어나 옷 관리 방법에 대한 지식 부족, 자신의 체형 장단점을 파악하고 보완하는 방법에 대한 정보 부족도 스타일링의 한계로 이어진다.¹

2.2. 패션 정보 과잉 및 필터링의 어려움

남자 대학생들은 유튜브, 인스타그램, 온라인 커뮤니티 등 다양한 채널을 통해 패션 정보를 얻지만, 정보의 홍수 속에서 신뢰할 수 있는 정보를 선별하는 데 어려움을 겪는다.¹ 특히 광고성 콘텐츠와 실제 사용자 경험 기반의 유용한 정보를 구분하기 힘들다는 점이 주요 문제로 지적된다.¹ 방대한 정보 속에서 개인의 취향, 예산, TPO에 부합하는 맞춤형 정보를 효율적으로 찾는 것은 상당한 시간과 노력을 요구한다.¹ 이러한 정보 탐색 과정에서의 비효율성은 사용자들에게 피로감을 유발하며, 정작 필요한 정보를 얻지 못하는 결과로 이어지기도 한다.

2.3. 예산 제약 및 가성비 추구

대부분의 대학생들은 한정된 예산 내에서 패션 아이템을 구매해야 하므로, 자연스럽게 가성비 좋은

제품을 선호하는 소비 패턴을 보인다.¹ 저렴한 가격이면서도 만족스러운 품질과 디자인을 갖춘 제품을 찾으려는 경향이 강하며, SPA 브랜드나 중저가 도메스틱 브랜드에 대한 관심이 높다.¹ 이러한 예산 제약은 '꾸안꾸(꾸민 듯 안 꾸민 듯)' 스타일 선호와도 연결되는데, 과도한 비용 투자에 대한 심리적 부담감과 함께 너무 꾸민 티를 내는 것에 대한 부담을 느끼기 때문이다.¹

2.4. 온라인/오프라인 쇼핑의 불편함

온라인 쇼핑은 편리함에도 불구하고 직접 입어볼 수 없어 사이즈 및 핏 예측 실패의 위험이 크다.¹

화면상으로 옷의 실제 재질이나 색상을 정확히 파악하기 어려워 기대와 다른 상품을 받는 경우도 빈번하며, 수많은 쇼핑몰의 상품 정보를 일일이 비교해야 하는 번거로움과 복잡한 교환/환불 절차도 불편함으로 작용한다.¹ 오프라인 쇼핑의 경우, 구매 목적 없이 둘러볼 때 매장 직원의 과도한 응대가 부담스럽게 느껴지거나, 온라인에 비해 정보 및 상품 다양성이 부족하다는 단점이 있다.¹

이러한 페인 포인트들은 남자 대학생들이 패션 관련 의사결정 과정에서 상당한 '신뢰 부족'과 '결정 마비'를 경험하게 만드는 근본적인 원인이 된다. 수많은 정보와 선택지 앞에서 무엇을 믿고 따라야 할지, 어떤 선택이 자신에게 최선일지 확신하기 어렵기 때문이다. 결과적으로 이는 시간 낭비, 잘못된 구매로 인한 경제적 손실, 그리고 패션에 대한 자신감 하락으로 이어질 수 있다. 따라서 이들에게는 신뢰할 수 있는 정보를 바탕으로 개인에게 최적화된 조언을 제공하고, 구매 결정에 대한 확신을 심어줄 수 있는 통합적인 솔루션이 절실하다.

3. 솔루션 제안: Palette의 핵심 기능

Palette는 남자 대학생들의 복합적인 패션 관련 페인 포인트를 해결하기 위해 다음과 같은 네 가지 핵심 솔루션을 유기적으로 결합하여 제공한다.

3.1. 초개인화 AI 코디 추천 및 스타일링 컨설팅 (Solution A)

스타일링 및 코디의 어려움, 정보 필터링의 비효율성을 해결하기 위해 Palette는 고도화된 AI 기반의 개인 맞춤형 코디 추천 및 스타일링 컨설팅 기능을 제공한다. 사용자가 입력한 개인 신체 사이즈, 패션 취향, 퍼스널 컬러(쿨톤/웜톤), 선호 스타일 등의 정보를 바탕으로 AI 알고리즘이 작동한다.¹ 이를 통해 단순히 유행하는 아이템을 나열하는 것을 넘어, TPO(시간, 장소, 상황)에 맞는 구체적인 코디 조합을 제안하고, 사용자의 체형을 보완하며 개성을 살릴 수 있는 스타일링 팁을 제공한다. 예를 들어, 사용자가 "주말 소개팅룩"을 검색하면, AI는 사용자의 스타일 선호도와 체형 정보를 고려하여 여러 코디 세트를 이미지와 함께 제시하고, 각 아이템의 선택 이유와 다른 아이템과의 매치 방법까지 설명해 줄 수 있다. 나아가 사용자의 기존 옷장 정보를 업로드하면, 이를 활용한 새로운 코디를 제안하거나, 새로 구매할 아이템과의 조합을 미리 시뮬레이션해주는 'AI 옷장 플래너' 기능도 포함될 수 있다. 이러한 AI 기능은 단순 추천을 넘어 사용자에게 패션 지식을 전달하고 스타일링 자신감을 키워주는 '개인 패션 멘토' 역할을 수행하게 된다. 이는 콜리젯(Colizet)과 같이 AI를 활용한 스타일링 서비스 2 나 스타일봇(StyleBot)의 AI 기반 이미지 재구성 기술 3 등에서 영감을 얻어 더욱 발전된 형태로 구현될 수 있다. 사용자는 더 이상 방대한 정보 속에서 길을 잃거나, 자신에게 맞지 않는 유형을 맹목적으로 따를 필요 없이, Palette AI를 통해 자신만의 스타일을 찾아나갈 수 있는 체계적인 지원을 받게 된다.

3.2. 현실적인 가상 착용(VTO) 및 핏 시뮬레이션 (Solution B)

온라인 쇼핑의 가장 큰 단점인 사이즈 및 핏 예측 실패 문제를 해결하기 위해 Palette는 현실적인 가상 착용(VTO) 기능을 제공한다. 사용자가 입력한 상세 신체 치수(키, 몸무게, 어깨너비, 가슴둘레, 허리둘레, 팔 길이 등)를 기반으로 사용자와 유사한 3D 아바타를 생성한다.¹ 이 아바타에 다양한 의상을 가상으로 입혀보면서 실제 착용했을 때의 핏, 기장, 실루엣 등을 360도로 확인할 수 있다. 의상의 재질감이나 두께감 또한 시각적으로 표현하여 온라인 구매 시 발생할 수 있는 불확실성을 최소화한다. 예를 들어,

특정 브랜드의 셔츠를 선택하면, 사용자의 아바타가 해당 셔츠를 착용한 모습이 나타나고, 사용자는 소매 길이, 어깨선 맞음새, 전체적인 루즈핏 또는 슬림핏 여부 등을 직관적으로 파악할 수 있다. 또한, 여러 아이템을 조합하여 가상으로 착용해봄으로써 전체적인 코디의 조화로움도 미리 확인할 수 있다. 이러한 VTO 기술은 LF몰의 '마이핏' 서비스 4 나 H&M, GAP 등의 글로벌 브랜드들이 도입하고 있는 3D 가상 피팅 기술 5 과 유사한 사용자 경험을 제공하되, 특히 남자 대학생의 체형 데이터와 선호하는 핏에 대한 이해도를 높여 정확도를 개선할 수 있다. 이는 구매 전 확신을 심어주어 반품률을 낮추고 쇼핑 만족도를 극대화하는 데 기여하며, '시각화를 통한 자신감 부여'라는 핵심 가치를 전달한다. 글로벌 가상 피팅 룸 시장은 2032년까지 약 755억 달러에 이를 것으로 예상될 만큼 성장 잠재력이 크다.⁵

3.3. 큐레이션된 커뮤니티 허브 및 사용자 지원 (Solution C)

정보 과잉 속에서 신뢰할 수 있는 정보를 얻고, 다양한 의견을 통해 구매 결정을 내리고자 하는 니즈를 충족시키기 위해 Palette는 활발한 커뮤니티 허브를 제공한다. 이 공간에서는 사용자들이 자유롭게 패션 관련 질문을 올리고 답변을 주고받는 Q&A 게시판, 자신의 데일리룩(#OOTD)을 공유하고 피드백을 받는 '나만의 코디 갤러리', 특정 아이템이나 스타일에 대한 실시간 의견을 묻는 '오늘의 투표' 등의 기능이 운영된다.¹ 예를 들어, 한 사용자가 새로 구매한 재킷을 어떻게 코디해야 할지 '나만의 코디 갤러리'에 사진과 함께 질문을 올리면, 다른 사용자들이 댓글로 다양한 스타일링 팁이나 어울리는 아이템을 추천해 줄 수 있다. 또한, 특정 브랜드의 신제품에 대한 실제 사용자 후기나 사이즈 팁 등을 공유하며 집단 지성을 활용할 수 있다. 이러한 커뮤니티 기능은 무신사의 '무신사 스냅'이나 스타일 후기 6 와 같이 사용자 생성 콘텐츠(UGC)를 활성화하는 전략과 유사하지만, Palette는 남자 대학생이라는 명확한 타겟층에 집중하여 더욱 밀도 높고 공감대 있는 소통을 유도한다. 커뮤니티 활동에 대한 보상으로 포인트를 지급하거나 등급 시스템을 운영하는 등 게이미피케이션 요소를 도입하여 사용자 참여를 적극적으로 독려한다.¹ 이를 통해 Palette는 단순한 정보 제공 플랫폼을 넘어, 사용자들이 서로 배우고 지지하며 함께 성장하는 '패션 지혜의 광장'으로 기능하게 된다.

3.4. 포용적 디자인: 색각이상자 지원 기능 (Solution D)

Palette는 모든 사용자가 패션을 즐길 수 있도록 포용적인 디자인을 추구하며, 그 첫 단계로 색각이상(Color Vision Deficiency, CVD) 사용자를 위한 특화 기능을 제공한다. 국내 약 165만 명, 전 세계 약 3억 명으로 추산되는 색각이상자 중 남성의 발현율이 여성보다 훨씬 높아(남성 약 8%, 여성 약 0.5%)¹, 남자 대학생 타겟 서비스에서 이들의 어려움을 간과할 수 없다. 색각이상 사용자들은 옷의 색상을 정확하게 인지하거나 TPO에 맞는 색상 코드를 하는 데 본질적인 어려움을 겪으며, 이는 패션 선택의 가장 기본적인 단계에서부터 심각한 제약으로 작용한다.¹ Palette는 이러한 문제를 해결하기 위해 다음과 같은 기능을 개발하여 제공할 예정이다:

- **색상 필터 및 고대비 모드:** 사용자의 색각 유형에 맞춰 화면의 색상을 조정하여 가독성을 높인다.
- **실시간 카메라 기반 색상 식별:** 스마트폰 카메라로 의류를 비추면 해당 색상의 정확한 명칭과 정보를 알려준다.
- **개인 맞춤형 색상 팔레트 추천:** 사용자의 색각 유형과 퍼스널 컬러를 고려하여 조화롭게 코디할 수 있는 색상 조합을 제안한다.
- **의상 시뮬레이션 시 색상 조정 기능:** VTO 기능 사용 시, 의상의 색상을 사용자가 인지하기 쉬운 색상으로 변경하거나, 특정 색상 조합이 타인에게 어떻게 보일지 시뮬레이션 해준다.
- **커뮤니티 내 색상 조언 Q&A 활성화:** 색각이상 사용자들이 색상 관련 고민을 익명으로 질문하고, 다른 색각이상 사용자나 비색각 사용자로부터 조언을 얻을 수 있는 공간을 마련한다.

기존의 색각 보조 앱(예: Color Blind Pal)들이 단순 색상 식별 기능에 그치는 반면¹, Palette는 패션이라는 특정 맥락 안에서 실질적인 도움을 제공하는 것을 목표로 한다. 이는 단순히 소수 사용자를 위한 부가 기능이 아니라, Palette가 추구하는 '모두를 위한 패션'이라는 가치를 상징적으로 보여주는 중요한 요소이다. 이러한 포용적 접근은 색각이상 사용자들에게는 필수적인 서비스를 제공하고, 일반 사용자들에게는 Palette 브랜드에 대한 긍정적 이미지를 심어주어 서비스 전체의 경쟁력을 강화하는 데 기여할 것이다.

4. Palette 고객 여정 지도

Palette 서비스는 남자 대학생 사용자의 패션 관련 의사결정 전 과정에 걸쳐 맞춤형 지원을 제공함으로써, 기존의 파편화된 정보 탐색 및 구매 경험을 통합적이고 효율적으로 개선한다. 사용자는 Palette를 통해 다음과 같은 여정을 경험하게 될 것이다.

- **1단계: 인식 (Awareness & Need Recognition)**
 - **계기:** 새로운 학기 시작, 중요한 약속(면접, 데이트), 계절 변화, SNS 트렌드 접촉 등 패션 아이템의 필요성을 느끼는 시점.¹
 - **Palette의 역할:** 사용자가 "오늘 뭐 입지?", "요즘 유행하는 스타일은 뭐지?"와 같은 막연한 고민을 할 때, Palette 앱의 AI는 사용자의 일정(캘린더 연동 시), 최근 관심사, 날씨 정보 등을 바탕으로 선제적인 스타일링 제안이나 트렌드 정보를 푸시 알림으로 제공할 수 있다. 예를 들어, 사용자 캘린더에 '프레젠테이션' 일정이 있다면, AI는 "내일 프레젠테이션을 위한 스마트 캐주얼룩을 준비해보세요!"와 같은 메시지와 함께 관련 코디 예시를 보여줄 수 있다. 색각이상 사용자의 경우, "이 색 조합이 괜찮을까?"라는 초기 고민 단계부터 Palette의 색상 관련 지원 기능을 활용할 수 있다.
- **2단계: 정보 탐색 (Information Search)**
 - **기존 행동:** 유튜브, 인스타그램, 패션 커뮤니티, 쇼핑몰 등을 오가며 정보를 탐색하지만, 정보 과다와 신뢰성 부족 문제에 직면.¹
 - **Palette의 역할:** Palette는 AI 기반 맞춤형 콘텐츠 필터링과 커뮤니티의 실제 사용자 후기를 결합하여 신뢰도 높고 개인화된 정보를 제공한다. 사용자는 'AI 스타일리스트'에게 특정 아이템(예: "검정색 슬랙스")이나 상황(예: "편안한 주말 데이트룩")에 맞는 코디를 직접 질문하고 즉각적인 답변을 얻을 수 있다. 또한, '나만의 코디 갤러리'에서 다른 사용자들의 실제 착용 사진과 스타일링 팁을 참고하거나, 'Q&A 게시판'을 통해 궁금증을 해소할 수 있다. 색각이상 사용자는 자신과 유사한 색각 유형의 사용자들이 선호하는 스타일이나 색상 조합 팁을 얻을 수 있다.
- **3단계: 대안 평가 (Evaluation of Alternatives)**
 - **고려 요소:** 디자인, 가격, 핏, 품질, 후기, TPO 적합성 등.¹
 - **Palette의 역할:** 수집된 정보를 바탕으로 여러 대안을 비교 평가할 때, Palette의 VTO 기능은 결정적인 역할을 한다. 사용자는 관심 있는 여러 의상을 자신의 3D 아바타에 가상으로 입혀보며 핏과 전체적인 조화를 직접 확인할 수 있다. AI는 각 아이템에 대한 상세 정보(소재, 관리법 등)와 함께 사용자의 예산 범위 내에서 최적의 선택지를 추천해 줄 수 있다. '오늘의 투표' 기능을 통해 두 가지 코디 중 어떤 것이 더 나은지에 대한

커뮤니티의 의견을 실시간으로 구할 수도 있다. 색각이상 사용자는 VTO 시뮬레이션에서 색상 조정 기능을 활용하여 자신에게 옷이 어떻게 보일지, 혹은 타인에게 어떻게 보일지 예측하며 대안을 평가할 수 있다.

- **4단계: 구매 결정 (Purchase Decision)**

- **구매처:** 주로 온라인 쇼핑몰.¹
- **Palette의 역할:** Palette 내에서 추천받거나 VTO를 통해 만족한 아이템에 대해, 제휴된 온라인 쇼핑몰로 바로 연결되는 구매 링크를 제공할 수 있다 (수익 모델과 연계). 구매 결정 직전까지 사용자는 Palette 커뮤니티에서 해당 상품에 대한 최종 후기나 할인 정보를 확인할 수 있다. Palette를 통해 충분한 정보 탐색과 가상 경험을 거쳤기 때문에, 사용자는 구매 결정에 대한 높은 확신을 가질 수 있다.

- **5단계: 구매 후 행동 (Post-Purchase Behavior)**

- **주요 행동:** 만족/불만족 평가, 후기 작성, 코디 공유.¹
- **Palette의 역할:** 구매한 옷을 수령한 후, 사용자는 Palette의 '나만의 코디 갤러리'에 실제 착용 사진(#OOTD)을 공유하고 다른 사용자들로부터 스타일링에 대한 피드백을 받을 수 있다. 만족스러운 구매 경험은 상세 후기 작성으로 이어져 다른 사용자들의 구매 결정에 도움을 준다. 만약 새로 구매한 옷을 기존 옷들과 어떻게 코디할지 추가적인 고민이 생긴다면, 다시 Palette의 AI 스타일리스트나 커뮤니티에 질문하여 해결책을 찾을 수 있다. 색각이상 사용자의 경우, 구매한 옷의 색상이나 코디에 대해 커뮤니티로부터 지지적이고 건설적인 피드백을 받으며 패션에 대한 자신감을 높일 수 있다.

이처럼 Palette는 사용자의 패션 여정 전반을 아우르는 '패션 여정 통합 관리자(Fashion Journey Orchestrator)'로서 기능한다. 사용자는 더 이상 여러 플랫폼을 전전하며 정보를 조각모음할 필요 없이, Palette 안에서 영감 탐색부터 정보 검증, 가상 체험, 구매 결정, 그리고 구매 후 공유와 소통까지 원스톱으로 해결할 수 있다. 특히, 구매 후 커뮤니티 활동을 통해 생성되는 사용자 콘텐츠와 피드백은 다시 AI 학습 데이터로 활용되어 추천의 정확도를 높이고, 다른 사용자들에게는 유용한 정보가 되는 선순환 구조, 즉 '피드백 루프(Feedback Loop)'를 형성한다. 이는 서비스의 지속적인 개선과 사용자 참여 증대를 이끄는 핵심 동력이 될 것이다.

5. 경쟁 환경 분석 및 Palette의 차별화 전략

Palette가 성공적으로 시장에 진입하고 성장하기 위해서는 현재 시장의 경쟁 환경을 정확히 이해하고, 이를 바탕으로 Palette만의 독자적인 경쟁 우위를 확보하는 것이 중요하다.

5.1. 주요 경쟁사 카테고리 개요

Palette의 경쟁 환경은 다음과 같은 주요 카테고리로 구분할 수 있다 1:

- **대형 이커머스 플랫폼 내 커뮤니티 기능:** 대표적으로 무신사(Musinsa)가 있으며, 방대한 상품군과 쇼핑-커뮤니티 연동을 통해 강력한 시장 지배력을 가지고 있다.¹
- **니치 패션 앱/스타일링 서비스:** 남성 패션 큐레이션에 특화된 룩핀(Lookpin)¹, AI 기반 스타일링 서비스를 제공하는 콜리젯(Colizet)², AI 비주얼 솔루션을 제공하는

스타일봇(StyleBot)³ 등이 여기에 해당한다. 이들은 특정 기능이나 타겟에 집중하여 전문성을 보인다.

- **일반 온라인 패션 커뮤니티:** 디젤매니아, 나이키매니아 등은 특정 스타일이나 아이템에 대한 깊이 있는 정보와 높은 사용자 충성도를 보이지만, 신규 사용자에게는 진입 장벽이 있거나 너무 특정 분야에 치우쳐 있을 수 있다.¹
- **대학생 커뮤니티 내 패션 게시판:** 에브리타임(Everytime)과 같이 대학생 사용률이 높은 커뮤니티 내 패션 관련 게시판은 접근성은 높으나, 패션 전문성이나 기능이 부족하다.¹
- **색각이상자 지원 도구:** Color Blind Pal과 같은 앱들은 색상 식별 기능은 제공하지만, 패션이라는 특정 맥락에서의 활용성은 낮고 커뮤니티 기능이 부재하다.¹

5.2. 주요 경쟁사 심층 분석

주요 경쟁사들이 남자 대학생 사용자에게 제공하는 가치와 한계는 다음과 같다.

- **무신사(Musinsa):**
 - **강점:** MZ세대 남성들의 압도적인 선호도¹, 방대한 상품군, 쇼핑과 긴밀하게 연동된 커뮤니티(무신사 스냅, 스타일 후기 등), 높은 사용자 생성 콘텐츠(UGC) 및 트래픽.¹
 - **약점:** 정보가 너무 많아 원하는 정보를 필터링하기 어렵고, 개인화된 스타일 추천보다는 구매 이력 기반 추천에 머무르는 경향이 있다. VTO 기능이 제한적이거나 부재하며, 색각이상자를 위한 특화된 지원은 거의 없다.¹
- **룩핀(Lookpin):**
 - **강점:** 남성 패션 및 코디 추천에 특화되어 있어 타겟 명확성이 높다.¹ 코디 중심의 직관적인 UI를 제공할 가능성이 있다.
 - **약점:** Palette가 구상하는 수준의 심층적인 AI 개인화, VTO 기능, 활발한 커뮤니티 기능까지 모두 갖추었는지는 미지수이며, 색각이상자 지원 기능은 부재하다.¹
- **에브리타임 패션 게시판(Everytime Fashion Boards):**
 - **강점:** 대학생 사용자층이 매우 넓고, 익명성 기반으로 솔직한 의견 교환이 가능하다.¹ 특정 대학이나 지역 기반의 정보 공유에 용이하다.
 - **약점:** 패션에 대한 전문성이 부족하고 정보가 산발적이며 휘발성이 강하다. Palette가 제공하고자 하는 AI 기반 추천, VTO, 체계적인 커뮤니티 기능 등은 전무하다.¹
- **신흥 AI 패션 테크 서비스²:**
 - **강점:** 특정 AI 기술(예: 생성형 AI 디자인, AI 개인 쇼핑 비서, AI 비주얼 생성)에 대한 깊이 있는 전문성을 가질 수 있다.
 - **약점:** 대부분 특정 기술 솔루션에 집중되어 있어, Palette처럼 AI, VTO, 커뮤니티를 아우르는 통합 플랫폼 경험을 제공하지 못할 수 있다. 또한, 남자 대학생이라는 특정 타겟에 대한 깊이 있는 이해나 커뮤니티 구축이 부족할 수 있다.

5.3. 표: 주요 경쟁사 비교 분석 매트릭스

다음은 주요 경쟁사들을 Palette와 비교 분석한 매트릭스이다.

경쟁사명	플랫폼 유형	주요 기능/ 콘텐츠	주 타겟 사용자 층 (남자 대학생 특화 수준)	AI 개인화 수준	VTO/ 핏 시뮬레이션	커뮤니티 허브 기능	색각이상자 지원	강점	약점
Palette (제안)	통합 패션 플랫폼 (AI, VTO, 커뮤니티)	초개인화 AI 코디, 현실적 VTO, 맞춤형 커뮤니티, 색각이상자 지원	남자 대학생 (매우 높음)	매우 높음	높음 (3D 아바타)	높음 (타겟 특화)	있음 (통합적)	AI-VTO-커뮤니티 시너지, 남자 대학생 특화, 포용적 디자인 (CVD), 신뢰 기반 조언	초기 인지도 부족, 콘텐츠 및 사용자 기반 구축 필요
무신사 (Musinsa)	패션 이커머스 플랫폼 (커뮤니티 기능 강화)	쇼핑, 스타일 스냅, 코디 후기, 트렌드 정보, 일반 커뮤니티 게시판	10-30대 남녀 (남자 대학생 비중 높음)	중간	제한적 /부재	중간 (광범위)	거의 없음	방대한 상품/UGC, 높은 브랜드 인지도 및 트래픽, 쇼핑-커뮤니티 연동	정보 과다, 깊이 있는 개인화 부족, VTO 미흡, CVD 지원 부재
룩핀 (Lookpin)	남성 패션/코디 추천 앱	코디 추천, 쇼핑몰 /브랜드 상품 검색 및	남성 (남자 대학생 포함, 중간)	중간	미흡/부재	낮음	없음	남성 패션 특화, 코디 추천 기능	Palette 대비 기술적 깊이(AI/VTO) 부족 가능성

		구매							커뮤니티 기능 미흡, CVD 지원 부재
에브리타임 패션 게시판	대학생 커뮤니티 내 게시판	패션 관련 질문, 정보 공유, 중고 거래 등	특정 대학 재학생 (남자 대학생 다수, 높음)	없음	없음	낮음 (비전문적)	없음	높은 대학생 접근성, 익명 기반 솔직한 소통	패션 전문성 부재, 정보 산발적/휘발성, 통합 기능 전무
대표 AI 스타일링 앱 (가상)	AI 기반 스타일링 서비스	AI 코디 제안, 트렌드 분석 등	패션 관심 일반 사용자 (타겟 모호)	높음	미흡/부재	부재	없음	특정 AI 기술 우수성	통합 플랫폼 경험 부재, 커뮤니티 부재, 특정 타겟 집중 부족

5.4. Palette의 고유 가치 제안(UVP) 및 차별화 전략

Palette의 핵심 고유 가치 제안(Unique Value Proposition, UVP)은 다음과 같다:

"Palette는 남자 대학생을 위한 올인원 패션 동반자로서, 초개인화된 AI 스타일링, 자신감을 높이는 가상 착용 경험, 그리고 지지적인 동료 커뮤니티를 제공하며, 이 모든 것은 색각 차이를 고려한 최첨단 포용적 디자인으로 설계되었습니다."

Palette의 차별화 전략은 다음 네 가지 핵심 요소를 기반으로 한다:

- 솔루션 삼각편대의 시너지 효과:** 고도화된 AI 개인화(Solution A), 현실적인 VTO(Solution B), 그리고 활기차고 타겟팅된 커뮤니티(Solution C)의 강력한 조합은 경쟁사들이 완전히 구현하지 못한 통합적이고 총체적인 솔루션을 창출한다. 대부분의 경쟁 서비스들은 이커머스, 특정 기술, 혹은 일반 커뮤니티 등 특정 영역에 강점을 보이지만, Palette는 남자 대학생의 패션 고민 해결이라는 명확한 목표 아래 이 세 가지 요소를 유기적으로 결합하여

전체적인 사용자 경험을 극대화한다. 이는 사용자가 여러 플랫폼을 오갈 필요 없이 Palette 내에서 패션 관련 니즈를 원스톱으로 해결할 수 있게 만드는 '통합 경험의 격차'를 메우는 핵심 전략이다.

2. **남자 대학생 니즈에 대한 깊이 있는 집중:** Palette는 서비스 기획 단계부터 남자 대학생의 구체적인 패션 고민(TPO별 코디, 예산 제약, 캠퍼스 라이프에 적합한 스타일 등)을 최우선으로 고려한다. AI 추천 알고리즘, VTO 아바타 체형, 커뮤니티 콘텐츠 주제 등 모든 서비스 요소가 이들의 특성에 맞춰 세밀하게 조정된다. 이는 광범위한 사용자를 대상으로 하는 대형 플랫폼이나 일반 패션 앱과는 차별화되는 지점이다.
3. **선도적인 포용적 디자인 (CVD 지원):** 색각이상자를 위한 통합적 지원 기능(Solution D)은 Palette의 가장 독특하고 강력한 차별화 요소 중 하나이다.¹ 일반 패션 플랫폼 시장은 이미 포화 상태에 가깝지만, 기술 기반의 의미 있는 CVD 지원은 거의 전무한 실정이다. 이는 Palette가 간과되어 온 상당수 사용자층(남성의 약 8%)의 니즈를 충족시키며 강력한 브랜드 충성도와 긍정적인 사회적 이미지를 구축할 수 있는 '블루오션' 특징이다. 단순한 기능 추가를 넘어, 모든 사용자를 배려하는 Palette의 철학을 보여줌으로써 브랜드 가치를 높인다.
4. **신뢰와 투명성 기반의 사용자 관계 구축:** 남자 대학생들은 광고성 정보에 피로감을 느끼며, 진정성 있는 조언을 갈망한다.¹ Palette는 AI 추천의 근거를 명확히 제시하고(예: "이 코디는 당신의 웜톤 피부와 캐주얼한 주말 약속에 잘 어울립니다."), 커뮤니티 내 사용자 생성 콘텐츠의 진정성을 유지하며, 과도한 광고 노출을 지양함으로써 사용자와의 신뢰 관계를 구축한다. 이는 Palette를 단순 판매 채널이 아닌, 신뢰할 수 있는 '패션 조언자'로 포지셔닝하는 데 기여한다. 이러한 '신뢰 경제' 구축은 단기적인 가격 경쟁력보다 훨씬 견고하고 지속적인 경쟁 우위를 제공할 수 있다.

결론적으로, Palette는 기술적 혁신(AI, VTO), 타겟 사용자(남자 대학생)에 대한 깊이 있는 이해, 포용적 디자인 철학(CVD 지원), 그리고 신뢰 기반의 커뮤니티 운영을 결합함으로써 기존 경쟁자들이 제공하지 못하는 독자적인 가치를 창출하고 시장에서 강력한 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.

6. 전략적 제언: 출시, 성장 및 수익화

Palette의 성공적인 시장 안착과 지속적인 성장을 위해 다음과 같은 전략적 방향을 제언한다.

6.1. 시장 출시 전략: 단계적 접근 및 MVP 중심

초기에는 핵심 기능에 집중한 최소기능제품(Minimum Viable Product, MVP) 형태로 서비스를 출시하여 사용자 피드백을 빠르게 수집하고 검증하는 것이 중요하다. Palette 사업계획서에서 제안된 바와 같이 웹 커뮤니티 형태로 우선 런칭하여 1, AI 코디 추천(Solution A)의 기본 로직과 커뮤니티 허브(Solution C)의 핵심 기능(게시판, Q&A)을 중심으로 MVP를 구성한다. VTO(Solution B)는 초기에는 사용자가 자신의 사진에 2D 의류 이미지를 합성해보는 간소화된 형태로 제공하거나, 표준 체형 모델 기반의 시뮬레이션을 제공하는 방안을 고려할 수 있다. 색각이상자 지원 기능(Solution D) 중에서는 UI/UX 접근성 강화(색상 필터, 고대비 모드 초기 버전)를 우선적으로 적용한다. 수집된 사용자 데이터와 피드백을 바탕으로 AI 알고리즘을 고도화하고, 3D 아바타 기반의 정교한 VTO

기능, 심화된 게이미피케이션, 고급 CVD 지원 기능 등을 단계적으로 추가하며 모바일 앱으로 확장해 나간다. 초기 타겟 사용자 확보는 특정 몇몇 주요 대학교를 중심으로 진행하여, 해당 캠퍼스 내에서 입소문을 통해 초기 사용자 밀도를 높이는 전략이 유효하다.¹

6.2. 사용자 확보 및 커뮤니티 활성화 전략

- **대학 연계 마케팅:** 대학교 패션 관련 동아리, 학생회 등과 제휴하여 Palette를 소개하고 초기 사용자를 유치한다. 에브리타임과 같은 대학생 커뮤니티에 Palette의 유용성을 알리는 콘텐츠를 게시하거나 이벤트를 진행하는 것도 효과적일 수 있다.¹
- **온라인 마케팅:** 남자 대학생들이 주로 이용하는 SNS 채널(인스타그램, 유튜브 등)에 타겟 광고를 집행한다. 이들의 패션 고민을 공감하고 해결책을 제시하는 콘텐츠 마케팅(블로그 포스팅, 짧은 영상 등)을 통해 자연스러운 유입을 유도한다. 검색엔진최적화(SEO)를 통해 "남자 대학생 코디", "TPO별 옷차림" 등 관련 키워드 검색 시 Palette가 상위에 노출되도록 한다.⁹
- **인플루언서 협업:** 남자 대학생들에게 인기 있는 패션 유튜버나 인스타그램 인플루언서(특히 마이크로 인플루언서)와 협력하여 Palette 서비스를 소개하고 사용 후기를 공유하도록 한다.
- **사용자 추천 프로그램:** 기존 사용자가 친구를 초대하면 보상(포인트, 프리미엄 기능 이용권 등)을 제공하는 추천 프로그램을 운영하여 바이럴 확산을 유도한다.
- **커뮤니티 운영 강화:** 적극적인 커뮤니티 매니저를 통해 게시판 주제를 발제하고, 사용자들의 질문에 신속하게 답변하며, 우수 활동자에게는 보상을 제공하는 등 활발한 소통 환경을 조성한다.¹ '오늘의 코디 챌린지', '나만의 스타일링 팁 공유 이벤트' 등 사용자 참여를 유도하는 다양한 이벤트를 정기적으로 개최한다. 커뮤니티 내에서 사용자들이 서로 지지하고 긍정적인 피드백을 주고받는 문화를 정착시키는 것이 중요하다.

6.3. 지속 가능한 수익화 모델

Palette의 핵심 가치인 '신뢰'를 훼손하지 않으면서 지속적인 성장을 담보할 수 있는 수익 모델 구축이 필요하다.

- **프리미엄(Freemium) 모델:** 핵심 AI 코디 추천, 기본적인 VTO 기능, 커뮤니티 접근은 무료로 제공하여 사용자 기반을 넓힌다.
 - **유료 구독 서비스:** 월정액 또는 연간 구독료를 지불하는 프리미엄 사용자에게는 다음과 같은 고급 기능을 제공한다: 무제한 VTO 사용, 더욱 정교하고 개인화된 AI 스타일링 컨설팅(예: 'AI 전담 스타일리스트' 기능), 광고 없는 쾌적한 서비스 환경, 개인 옷장 분석 및 관리 심화 기능, 프리미엄 사용자 전용 콘텐츠 접근권 등.¹⁰
- **제휴 마케팅 (Affiliate Marketing):** Palette에서 AI가 추천하거나 VTO를 통해 사용자가 만족한 패션 아이템에 대해, 해당 상품을 판매하는 이커머스 플랫폼으로 연결되는 링크를 제공하고, 실제 구매가 발생했을 때 일정 비율의 수수료를 받는다.¹² 이때, 제휴 관계 및 광고성 링크는 사용자에게 투명하게 공개하여 신뢰를 유지해야 한다.
- **브랜드 파트너십:** 패션 브랜드와 협력하여 Palette 사용자만을 위한 독점 할인, 신제품 선공개, 스타일링 챌린지 공동 진행 등의 프로모션을 제공하고, 이에 대한 제휴 수수료나 광고비를 확보한다.¹² 브랜드 광고는 명확히 '광고' 또는 '스폰서 콘텐츠'로 표시하여 일반

콘텐츠와 구분한다.

- **데이터 기반 인사이트 제공 (B2B, 장기적 관점):** 충분한 사용자 데이터가 축적된 이후, 개인 식별이 불가능하도록 철저히 익명화 및 집계된 데이터를 바탕으로 패션 트렌드, 소비자 선호도 등에 대한 분석 리포트를 생성하여 패션 브랜드나 리테일 기업에 판매하는 B2B 수익 모델을 고려할 수 있다.¹⁴ 이는 반드시 엄격한 개인정보보호 규정을 준수하며 진행되어야 한다.

수익화 전략 수립 시, 사용자의 신뢰를 최우선 가치로 두어야 한다. 과도한 광고나 투명하지 않은 제휴 마케팅은 Palette가 추구하는 '신뢰받는 패션 조연자'로서의 이미지를 손상시킬 수 있으므로, 사용자에게 명확한 가치를 제공하는 프리미엄 구독 모델을 중심으로 수익 구조를 설계하고, 다른 수익 모델은 이를 보조하는 형태로 운영하는 것이 바람직하다.

6.4. 미래 전망: 패션 테크놀로지와의 동반 성장

패션 테크놀로지는 빠르게 발전하고 있으며, Palette는 이러한 변화에 능동적으로 대응하며 지속적으로 서비스를 혁신해야 한다.

- **AI 기술 고도화:** 현재의 추천 알고리즘을 넘어, 사용자의 미묘한 취향 변화를 감지하고 예측하는 스타일링 제안, 사용자의 사진이나 스케치를 기반으로 새로운 디자인을 생성하는 AI, 사용자와 자연스러운 대화를 통해 스타일링 고민을 해결해주는 챗봇형 AI 스타일리스트 등 더욱 진보된 AI 기능을 도입한다.¹⁵
- **AR/XR 기술 통합:** 스마트폰 기반의 VTO를 넘어, AR 글래스와 같은 웨어러블 기기가 대중화됨에 따라 사용자가 현실 공간에서 옷을 입어보는 듯한 완전 몰입형 AR 착용 경험을 제공한다.¹⁷ 또한, 가상 쇼룸이나 팝업 스토어를 AR/XR 환경에서 운영하여 새로운 쇼핑 경험을 선사할 수 있다.⁴
- **메타버스 및 NFT 연계:** 장기적으로 메타버스 플랫폼 내에서 Palette 사용자들이 자신의 아바타를 위한 디지털 패션 아이템을 구매하거나, Palette가 큐레이션한 가상 패션쇼에 참여하는 등의 경험을 제공할 수 있다. 이때, 디지털 패션 아이템은 NFT(Non-Fungible Token) 형태로 발행되어 소유권을 증명하고 거래될 수 있다.¹⁴ 이는 새로운 수익원이자 사용자 참여를 유도하는 요소가 될 수 있지만, 시장 성숙도와 사용자 수용성을 충분히 고려하여 신중하게 접근해야 한다.
- **지속 가능성(Sustainability) 강조:** 환경 문제에 대한 관심이 높아짐에 따라, Palette는 지속 가능한 패션 브랜드나 친환경 소재 정보를 제공하고, 사용자들이 자신의 옷장을 더욱 효율적으로 관리하여 불필요한 소비를 줄이도록 돕는 기능을 강화할 수 있다.¹⁴ AI를 활용하여 사용자의 기존 아이템으로 최대한 다양한 코디를 제안하는 것도 지속 가능한 패션 실천의 일환이 될 수 있다.
- **블록체인 기술 활용 가능성 검토:** 만약 Palette가 직접 상품을 판매하거나 브랜드와 깊이 있는 파트너십을 맺게 된다면, 블록체인 기술을 활용하여 제품의 생산 이력 추적, 정품 인증 등 투명성을 높이는 방안도 고려해볼 수 있다.¹⁴

Palette는 핵심 가치를 유지하면서도 새로운 기술 변화를 적극적으로 수용하고, 사용자 니즈에 맞춰 끊임없이 진화해야 한다. 특히 기술 도입에 있어서는 항상 사용자의 실제 문제 해결과 경험

항상에 기여하는지를 최우선 기준으로 삼고, 데이터 프라이버시 보호, AI 윤리, 아바타를 통한 신체 이미지 왜곡 방지 등 윤리적 측면도 신중하게 고려해야 한다. 이러한 적응성과 윤리적 책임감을 바탕으로 Palette는 미래 패션 테크놀로지 시장을 선도하는 플랫폼으로 성장할 수 있을 것이다.

7. 결론

본 보고서는 20대 초중반 남자 대학생들이 겪는 다양한 패션 관련 페인 포인트를 해결하기 위한 AI 기반 통합 패션 플랫폼 'Palette'의 구축 및 운영 전략을 제안하였다. 남자 대학생들은 TPO에 맞는 스타일링, 자신에게 어울리는 개성 표현, 정보 과잉 속에서의 신뢰할 수 있는 정보 필터링, 예산 제약 하에서의 합리적 소비, 그리고 온라인 쇼핑의 불확실성 해소 등 복합적인 어려움에 직면해 있다.¹

Palette는 이러한 문제 해결을 위해 ▲초개인화 AI 코디 추천 및 스타일링 컨설팅, ▲현실적인 가상 착용(VTO) 및 핏 시뮬레이션, ▲큐레이션된 커뮤니티 허브 및 사용자 지원, 그리고 ▲색각이상자를 위한 포용적 디자인 기능을 핵심 솔루션으로 제공한다. 이 솔루션들은 사용자의 패션 여정 전반에 걸쳐 유기적으로 작동하며, 기존의 파편화된 경험을 통합적이고 효율적으로 개선할 잠재력을 가지고 있다.

경쟁 환경 분석 결과, Palette는 '기술 기반 특화 기능(AI, VTO)'과 '타겟팅된 포용적 커뮤니티'의 시너지를 통해 기존 서비스들과 명확히 차별화될 수 있음을 확인하였다. 특히, 남자 대학생이라는 명확한 타겟층에 집중하고, 이들의 미충족 니즈를 깊이 있게 해결하며, 나아가 색각이상자 지원이라는 독보적인 가치를 제공함으로써 강력한 시장 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.

Palette의 성공적인 시장 진입과 지속 성장을 위해서는 MVP 중심의 단계적 시장 출시, 대학 연계 및 온라인 마케팅을 통한 적극적인 사용자 확보, 신뢰 기반의 커뮤니티 활성화, 그리고 프리미엄 구독 모델을 중심으로 한 지속 가능한 수익 모델 구축이 중요하다. 또한, AI, AR/XR, 메타버스 등 미래 패션 테크놀로지 변화에 능동적으로 대응하고, 지속 가능성과 윤리적 가치를 중시하는 서비스로 발전해 나가야 할 것이다.

궁극적으로 Palette는 단순한 패션 정보 제공 플랫폼을 넘어, 남자 대학생들이 자신감을 가지고 자신만의 스타일을 찾아가며 패션을 통해 즐거움을 경험할 수 있도록 돕는 신뢰할 수 있는 '패션 동반자'로 자리매김할 수 있을 것으로 기대된다. 이는 사용자에게는 실질적인 문제 해결과 정서적 지지를, 사업적으로는 명확한 시장 기회와 지속적인 성장 동력을 제공할 것이다.

참고 자료

1. 20대 남성 패션 커뮤니티 분석
2. AI기반 맞춤형 스타일링 서비스에서 패션 브랜드로 진화 '콜리젯 ...', 5월 23, 2025에 액세스, <https://it.chosun.com/news/articleView.html?idxno=2023092125871>
3. 스타일봇, AI를 활용한 패션 스타일링 혁신 | 카페24 뉴스룸, 5월 23, 2025에 액세스,

- <https://news.cafe24.com/kr/stylebot-a-fashion-styling-innovation-using-ai/>
4. [Case Study] 뷰티/패션 업계의 VR/AR 도입 : 네이버 블로그, 5월 23, 2025에 액세스, https://blog.naver.com/ewha_epris/221672247619?viewType=pc
 5. 가상 피팅 룸 시장 성장 및 글로벌 보고서 [2032], 5월 23, 2025에 액세스, <https://www.fortunebusinessinsights.com/ko/industry-reports/virtual-fitting-room-vfr-market-100322>
 6. 패션 구독경제가 활성화되려면 (f. 물류) - 브런치스토리, 5월 23, 2025에 액세스, <https://brunch.co.kr/@logibridge/421>
 7. 좋으니깐 함께 해요, MZ는 '취향 공동체' - 패션인사이트, 5월 23, 2025에 액세스, <http://www.fi.co.kr/main/view.asp?idx=80299>
 8. 무신사, 1순위 패션 유니콘 기업, 5월 23, 2025에 액세스, <http://www.fi.co.kr/main/view.asp?idx=79034>
 9. 패션 마케팅 성공사례, 2025년 주목할 만한 마케팅은? - 키위스냅, 5월 23, 2025에 액세스, <https://home.kiwisnap.net/post/paesyeon-maketing-seonggongsarye-2025nyeon-jumoghal-manhan-maketingeun>
 10. 구독 비즈니스 모델: 2024년 혜택, 유형, 팁 - Shopify 대한민국, 5월 23, 2025에 액세스, <https://www.shopify.com/kr/blog/how-to-start-a-subscription-business>
 11. 수익 창출이 가능한 구독 서비스 비즈니스를 시작하는 방법 - 웹사이트 만들기, 5월 23, 2025에 액세스, <https://ko.wix.com/blog/post/how-to-start-a-subscription-box>
 12. 모임 오늘 날씨에 맞는 코디 추천 플랫폼 에 대해 알아보세요! | 변화가 필요하신가요? 나의 삶에 새로운 커리어 변화가 시작되는 대한민국 짠짓 플랫폼 - 렛플, 5월 23, 2025에 액세스, <https://letspl.me/project/915/%ED%94%84%EB%A1%9C%EC%A0%9D%ED%8A%B8%20%EC%8B%9C%EC%9E%91%20%EB%8F%99%EA%B8%B0%EC%98%A4%EB%8A%98%20%EB%82%A0%EC%94%A8%EC%97%94%20%EB%AD%90%20%EC%9E%85%EC%A7%80%20%EC%98%A4%EB%8A%98%20%EC%9D%B4%20%EC%98%B7%20%EC%9E%85%EC%9C%BC%EB%A9%B4%20%EB%8D%94%EC%9A%B8%EA%B9%8C%ED%95%9C%EB%B2%88%EC%94%A9%20%EA%B3%A0%EB%AF%BC%ED%95%B4%EB%B3%B4%EC%8B%A0%20%EC%A0%81%20%EC%9E%88%EC%A7%80%20%EC%95%8A%EB%82%98%EC%9A%94%EA%B7%B8%20%EA%B3%A0%EB%AF%BC%EC%9D%84%20%ED%95%B4%EA%B2%B0%ED%95%98%EB%8A%94%20%EC%98%81%ED%95%98%EB%B6%80%ED%84%B0%20%EC%98%81%EC%83%81%EA%B9%8C%EC%A7%80%2050%C2%B0c%EB%A5%BC%20%EB%84%98%EB%82%98%EB%93%9C%EB%8A%94%20%EC%BD%94%EB%94%94%20%EC%B6%94%EC%B2%9C%20%ED%94%8C%EB%9E%AB%ED%8F%BC%20%ED%95%8F%ED%94%84%ED%8B%B0%EC%9E%85>
 13. 패션 온라인쇼핑몰 시리즈 - 패션플랫폼의 명암(2) - 브런치스토리, 5월 23, 2025에 액세스, <https://brunch.co.kr/@creativemines/92>
 14. 패스트패션이 그린테크를 삼키는 방법 : 네이버 블로그, 5월 23, 2025에 액세스, <https://blog.naver.com/yelms/223784374543?fromRss=true&trackingCode=rss>
 15. AI 기반 섬유 트렌드 2025: 직물의 미래에 대해 알아야 할 사항 - - Alibaba.com Reads, 5월 23, 2025에 액세스, <https://reads.alibaba.com/ko/ai-driven-textile-trends-what-you-need-to-know-about-the-future-of-fabrics/>

16. 10년 2025월 최고의 AI 패션 디자이너 도구 XNUMX가지 - Unite.AI, 5월 23, 2025에 액세스,
<https://www.unite.ai/ko/%EC%B5%9C%EA%B3%A0%EC%9D%98-AI-%ED%8C%A8%EC%85%98-%EB%94%94%EC%9E%90%EC%9D%B4%EB%84%88-%EB%8F%84%EA%B5%AC/>
17. AR/VR 비즈니스 A~Z - money.daishin.com - 대신증권, 5월 23, 2025에 액세스,
https://money2.daishin.com/PDF/Out/intranet_data/Product/ResearchCenter/Report/2022/12/45713_ARVR_20221216_pm.pdf
18. [FASHION#] #AR쇼핑, 쇼핑 패러다임을 바꾸다 - 패션서울, 5월 23, 2025에 액세스,
<https://fashionseoul.com/144561>
19. VR·AR 쇼핑혁신에 주목하다 - SPRI - 소프트웨어정책연구소, 5월 23, 2025에 액세스,
https://spri.kr/posts/view/18247?code=data_all&study_type=industry_trend
20. 분야별로 예측해보는 2023년 NFT 트렌드 - 제일 매거진, 5월 23, 2025에 액세스,
<https://magazine.cheil.com/52474>
21. 구찌, 나이키...패션업계는 왜 NFT를 입으려 할까 - 비즈한국, 5월 23, 2025에 액세스,
<https://www.bizhankook.com/bk/article/23221>
22. 패션 디자이너가 메타버스에서 벌어들이는 3가지 방법 - XANA Blog, 5월 23, 2025에 액세스,
<https://xana.net/blog/ko/3-best-way-for-fashion-designers-to-earn-in-metaverse/>
23. [플랫폼 전략 탐구생활] 메타버스 시대, 실감기술을 활용한 패션산업 흐름과 전망 (2편), 5월 23, 2025에 액세스,
<https://www.mobiinside.co.kr/2021/11/24/metaverse-fashion-2/>
24. '친환경·디자인·이익' 다잡은 패션테크 스타트업 '리비저너리' [넘버스] - 블로터, 5월 23, 2025에 액세스, <https://www.bloter.net/news/articleView.html?idxno=611354>