

## 2016년도 한국 패션업계 10대 뉴스

- 한국패션협회는 매년 연말 패션업계 10 대 뉴스를 발표해왔는데, 금주 스페셜리포트에서는 2016 년도 패션업계 10 대뉴스를 알아보고자 함
- 10 대 뉴스는 2016 년도 한 해 동안 한국패션협회가 홈페이지와 패션넷코리아에 게재한 총 6,500 여 건의 패션 관련 뉴스를 수집 및 분석한 후 1 차로 25 개 이슈 키워드를 선정하였고, 선정된 25 개 이슈 키워드를 연간 포털 사이트에 게재된 총 1,080,754 건의 기사 빅데이터를 분석하여 최종 20 대 뉴스를 선정하였음
- 1 차 선정된 20 대 후보 뉴스를 패션 전문가 100 여 명(업계, 학계 등)을 비롯해 업계 종사자 대상 설문 진행한 결과를 기반으로 최종 10 대 뉴스를 선정하였음

### 【2016 년도 한국 패션업계 10대 뉴스】

1. 개성공단 폐쇄 : 국내 패션업계 생산 차질
2. 사드 배치 따른 한류 위축 : 한한령(限韓令) 여파
3. 신개념 유통 전쟁 : 고객 경험 다양화
4. 쇼룸 비즈니스 활성화 : 홀세일 마켓 전문기업 활약
5. 구조조정 및 M&A 본격화 : 업계 재편
6. 패션업계 디지털 융합 가속화 : 디지털 문화 기반 비즈니스 변화 요구
7. 가성비 지향 스마트 소비자 : 기업의 온라인 채널 강화 및 공유 서비스 등장
8. 아재파탈 열풍 : 경제력 갖추고 멋을 즐기는 중년 남성이 소비 중심으로 부상
9. 탈(脫)아웃도어, 스포티즘 지속 : 애슬레저·골프웨어 강세
10. 비디오 커머스 시대 : 왕홍(网红)으로 촉발된 패션 MCN 협업증가

#### 1. 개성공단 폐쇄 : 국내 패션업계 생산 차질

- 2004 년 12 월 개성공단 개시 이후 12 년만인 2016 년 2 월 10 일 전면 중단 조치로 국내 패션업계 전반에 차질을 초래함
- 특히, 개성공단 입주 기업의 58%가 섬유·패션 업종이므로 입주 기업 피해는 물론이고 중국 및 아세안 지역 생산 인건비 상승 따른 유일한 대안이였기에 의존도가 높은 신원, 인디에프, 좋은사람들 등 패션기업의 소싱 전략에 악영향을 미침



(이미지 출처 : 천안아산 가온부동산 블로그)

## 2. 사드 배치 따른 한류 위축 : 한한령(限韓令) 여파

- 2016 년 7 월 8 일 종말고고도지역방어체계 이른바 사드(THAAD) 배치가 전격 결정됨에 따라 중국 진출 희망 국내 패션기업에게 적신호가 켜진 상황
- 이어서 11 월말 중국 정부의 한한령(限韓令) 조치로 인해 한국 연예인과 한류 콘텐츠의 중국 내 영향력의 약화 및 진출 기업 대상 직간접적인 제재 조치가 뒤따를 것으로 예상되어 소셜미디어 통한 디지털 마케팅의 중요성이 더욱 부각됨



(이미지 출처 : 중국중앙신문)

## 3. 신개념 유통 전쟁 : 고객경험 다양화

- 경영승계 문제로 위축된 롯데와는 반대로 Big3 인 신세계와 현대는 라이프스타일형 복합 쇼핑 벨트를 형성하며 소비자에게 새로운 경험을 주는 공간 제시에 주력함
- 한섬 인수 후 패션업계 신흥 강자로 부상한 현대는 상반기 현대시티아울렛 동대문·송도 출점에 이어 가든파이크까지 확장하고 있고 신세계는 스타필드 하남으로 라이프 스타일형 복합쇼핑몰의 가능성을 제시함



(이미지 출처 : 스파필드하남 공식홈페이지)

#### 4. 쇼룸 비즈니스 활성화 : 홀세일 마켓 전문기업 활약

- 편집숍의 발달, 인디 브랜드의 증가, 중국 시장 진출 등의 패션업계 구조 변경 따른 홀세일 비즈니스 확대로 전문적인 쇼룸이 증가하는 추세임
- 공공적 성격의 동대문 차오름, 르돔을 비롯해 국내 패션기업의 해외 진출을 지원하는 온·오프라인 전문 쇼룸인 101 글로벌, 밀스튜디오, 핫소스 등이 새로운 해외 진출의 주요 채널이 됨



(이미지 출처 : 밀스튜디오 다음블로그(좌) 문군 블로그(우))

#### 5. 구조조정 및 M&A 본격화 : 업계 재편

- 삼성물산 패션부문, LF, 코오롱, LS 네트워크 등 패션 대기업으로부터 촉발된 브랜드 중단 등 구조 조정 바람이 업계 전반으로 확대되는 양상
- 아웃도어 주도로 성장을 이어가던 국내 패션업계가 여러 내외부 악재 및 소비자 구매 채널 변화에 능동적으로 대응하지 못해 경쟁력이 약화된 사이, 대형 유통기업과 글로벌 벤더업체에 의한 M&A 로 업계 지각변동



(이미지 출처 : 쏘사이어티 블로그(좌) brunch(우))

#### 6. 패션업계 디지털 융합 가속화 : 디지털 문화 기반 비즈니스 변화 요구

- 온라인을 넘어 간편전자결제 기반 모바일 커머스의 발달 및 소셜미디어의 영향력 확대는 국내 패션기업 비즈니스 모델의 근본적인 변화를 요구함
- 소비자 소통 기반 제품·서비스 개발 통한 지속가능한 성장 위해 디지털 기술의 적극 도입이 필요하며 소비자 빅데이터 분석, 옴니채널 구축, O2O 서비스 등과 연계되는 패션 스마트 워크의 시작이 필요한 시점임



(이미지 출처 : 네이버스타일윈도우(좌) 롯데홈쇼핑(우))

## 7. 가성비 지향 스마트 소비자 등장 : 온라인 강화 및 공유 서비스 등장

- 온라인·오프라인, 글로벌 경계없이 모바일 디바이스 통해 정보 검색 및 결제가 가능한 인류 역사상 가장 똑똑한 소비자로 인해 패션기업의 커뮤니케이션 전략의 변화가 요구됨
- 삼성패션몰(SSF), LF 몰, 더한섬닷컴, 더룩 등 패션전문기업 중심 자사몰 강화 현상도 결국 가성비를 중시하는 소비자 만족을 위한 변화이며, 향후 고객 접점 확보 위한 온라인 무한 경쟁 시대가 도래



(이미지 출처 : 시사코리아(좌), 디지털리테일(우))

## 8. 아재파탈 열풍 : 경제력 갖추고 멋을 즐기는 중년 남성이 소비 중심으로 부상

- 글로벌 경기 침체 지속 통한 청년실업 증가로 젊은 소비자 활력이 부족한 상황에서 경제력 갖춘 중년의 '젊은 오빠'가 소비의 중심으로 부상함
- 연초부터 이어져온 아재개그 인기 및 복고 콘텐츠 영향으로, 경제적인 여유에 기반해 자신에게 아낌없이 투자하는 중년 남성의 지갑을 열기 위한 패션기업들의 움직임이 활발함





(이미지 출처 : 아모레퍼시픽(좌), 자유광장의 포스트(우))

## 9. 탈(脫)아웃도어, 스포티즘 지속 : 애슬레저·골프웨어 강세

- 골프웨어 및 애슬레저가 아웃도어 하락세 대안으로 등장하며 전반적인 스포티즘 유행 경향을 이어 가고 있음
- 야외활동 다양화 따른 전문 스포츠 용품에 대한 소비자 요구가 증대되고 여성이 스포츠 부문 중심 소비자로 등장하면서 맞춤 상품 및 서비스 개발, 고객 체험 이벤트 등 차별화된 마케팅 전략으로 접근해야 함



AUTUMN  
GOLF  
스타일링



(이미지 출처 : 르꼬끄 골프(좌), 러셀르노(우))

## 10. 비디오 커머스 시대 : 왕홍(网红)으로 촉발된 패션 MCN 협업 증가

- 동영상의 모바일의 킬러 콘텐츠로 자리잡으면서 신세대 소비자 중심으로 패션·뷰티 제품을 직접 소개하는 MCN 산업이 점차 활성화되고 있음
- 특히, 중국 인터넷 스타 왕홍(网红) 통한 중국 시장 진출 및 중국 관광객 유치를 위한 디지털 마케팅 활동이 활발한 가운데, 국내 크리에이터와 패션기업의 협업 성공 사례가 속속들이 등장하고 있음



(이미지 출처 : 씨앤와이)

한국패션협회 캠페인!

## ‘명품’의 의미 바로 알고 사용합시다!

명품이란 수십 년 경력의 장인이 정성을 쏟아 손으로 한땀한땀 만든 희귀 제품을 의미합니다. 그러나 어느새 해외 수입브랜드는 밸류 구분 없이 모두 ‘명품’으로 불리고 있습니다. 이에 ‘국산제품은 명품이 아니다’라는 인식의 전환과 우리 브랜드의 명품화, 세계화를 위해서라도 이제부터는 패션관련 종사자 분들이 먼저 자각하고 앞장서야 할 것입니다.

한국패션협회는 오래 전부터 언론과 공식적인 자리를 통해 해외 고가 상품이 곧 ‘명품’이라는 잘못된 생각과 단어 사용의 오류를 지적해 왔으며 지난해 1월에는 공정거래위원회, 산업부, 한국소비자원 등 소비자.유통 주무 부처 및 산하기관에서 장인이 손수 만든 극소수 일부 수입 제품을 제외하고 우리에게 친숙한 대중적인 해외 고가 상품은 ‘명품’이 아닌 ‘럭셔리 브랜드’ 혹은 ‘해외 수입 브랜드’로 부르기로 발표한 바 있습니다. 이에 새로운 용어 확산에 패션인 모두가 동참해주실 것을 부탁드립니다.

사업1본부 크리에이티브 커뮤니케이션팀 이현학 팀장 / 손지은 사원 / 김인휘 사원 / 맹선영 사원  
TEL: 02.460.8364, 8357~9 / FAX: 02.460.8350 / E-mail: kfa@koreafashion.org

대한민국 패션 지식 포털사이트 패션넷코리아

산업통상자원부에서 지원하고 한국패션협회가 운영하는 무료 패션지식포털 사이트로  
국내 패션시장 분석 및 대응전략 정보, 패션관련 정부 사업결과물 DB 등을 제공받으실 수 있습니다.  
www.fashionnetkorea.com

FashionNET Korea  
패션넷코리아