

2016 패션 시장 결산 – 가성비비의 시대

- 2016 년도 다사다난 했던 한 해를 보내고 희망찬 새해를 기약하며 우리 한국 패션업계 힘냅시다!!!
- 금주의 스페셜 리포트는 2016 년 한 해 동안 화두였던 '가성비(價性比)'에 대해 말하고자함

가성비의 시대

- 2016 년 패션업계의 핫 키워드 중 하나는 '가성비'인데, 경기 침체가 계속 되면서 소비자들이 소비에 매우 소극적인 태도를 보이고 있는 가운데, '가격 대비 성능이 좋은' 이른바 가성비 상품들에 대한 소비와 니즈가 증가하고 있음
- 또한, SPA 브랜드와 온라인 쇼핑몰의 영향으로 저가에 익숙해진 소비자들을 겨냥한 가성비 높은 제품들이 속속들이 출시되고 있음
- 남성복 시장은 초저가 슈트 아이템을 경쟁적으로 내놓았는데, 이랜드 리테일은 최저 9 만원에서 19 만원대의 슈트 브랜드 '엠아이수트'를 런칭하여 1 호점 일별 매출이 6,100 만 원을 기록하는 등 목표치의 20%를 초과 달성하는 기염을 토함
- 이른바 '스파이 슈트'는 가장 인기 있었던 품목이자 핵심 상품으로 오픈 당일에만 330 장 팔렸으며, 이는 전체 매출의 60%를 차지함



M.I.SUIT(출처 : 이랜드 리테일)

- 롯데백화점은 9 만 8,000 원부터 39 만 8,000 원의 중저가 남성 정장 브랜드인 맨잇슈트를 선보였는데, '맨잇슈트'는 99 m² 규모 이상의 대형 매장을 개설해 오가는 사람들의 눈길을 끌고 사이즈 또한 170/175/180 등 신장에 따라 디스플레이를 구성해 소비자의 편의를 제공하며, 판매사원을 최소화하여 고객이 부담 없이 입고 보는 환경을 조성함



맨잇슈트(출처 : 롯데백화점)

- 여성들의 핸드백도 과거 고가의 가죽백이나 페이크 레더백이 인기를 끈 반면, 최근의 여성 가방 시장은 나일론부터 린넨, 데님, 캔버스까지 소재가 훨씬 가볍고 다채롭게 확대됨
- 또한, 과거 브랜드 중심이었던 시장에서 벗어나 개인 취향을 반영한 디자인과 가성비를 중시하는 소비자들이 점차 증가되는 모양새를 보이고 있고, 이러한 소비 경향은 선호하는 소재의 변화로 나타나고 있어 눈길을 끄
- 즉, 고급스럽지만 비싸고 관리하기 까다로운 가죽이나 가죽을 흉내 낸 페이크 레더 대신, 합리적 가격에 가볍고 실용성이 좋으며 가죽이 줄 수 없는 개성과 가치를 주는 소재들의 가방들을 이용하는 추세임



에코백(출처 : fashion & hairstyle 의 블로그)

- 패션채널의 조사에 따르면, 패션업계에서 가성비가 중요해진 가장 큰 이유로는 합리적인 소비행태의 발달(50%)이 가장 큰 이유로 꼽혔고 경기불황(20%), SPA 의 등장(20%), 패션산업의 정보화 모바일화(10%)이 그 뒤를 이음



패션업계의 가성비가 중요해진 이유(출처 : 패션채널)

- 이처럼, 소비자는 넘치는 정보를 이용해 제품에 대해 폭넓게 이해하고 현명하게 소비할 수 있게 되었고 SPA 의 등장으로 비교적 저렴한 제품들을 만나볼 수 있었으며, 불경기까지 더해져 합리적인 소비 행태가 발달할 수 있게 됨
- 하지만 유의해야 할 점은 단순 '가성비≠저렴한' 것이 아님을 인지해야 하는데, 현재의 현명한 소비자들은 고가의 제품이라도 본인의 가치 판단에 의한 합리적 소비를 지향함
- 그렇기 때문에 우리 패션업계도 품질에 비해 터무니 없이 높은 가격을 내는 것과 저렴한 가격만을 내세워 품질이 떨어지는 제품들을 지양하고 가치있는 제품들을 제조하고 판매하여 패션업계의 부흥을 견인해야함

출처 : 패션비즈 아시아경제 뷰티한국 패션채널

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 대중전락 정보, 패션관련 정부 사업결과물 DB 등을 제공받으실 수 있습니다.
www.fashionnetkorea.com

FashionNET Korea
패션넷코리아