

AI 기반 디지털 혁신이
만들어내는 2025 패션 트렌드:
컬러와 패턴의 진화



202415003 홍다보미



1. 서론

최근 패션 산업은 AI, 머신러닝, 증강현실 등 디지털 기술의 빠른 침투로 급격한 변화를 겪고 있다. 2025년 현재, 오늘날의 패션 산업은 더 이상 디자이너의 직관에만 의존하지 않는다. 소셜 미디어, 소비자 반응 데이터, 이미지 마이닝 기반의 생성형 AI가 트렌드를 '예측'이 아닌 '실시간 분석'하는 시대가 도래했다.

본 보고서는 이러한 변화 속에서, AI와 디지털 기술이 컬러 및 패턴 트렌드에 어떤 방식으로 관여하고 있는지를 탐구한다. 패션의 감성과 디지털 계산이 어떻게 융합되는지, 그리고 AI가 도구를 넘어 창작의 파트너로서 어떤 역할을 수행하는지를 중심으로 논의할 것이다.

2. 본론

2-1. AI는 더 이상 도구가 아니다 : 창작 파트너의 등장

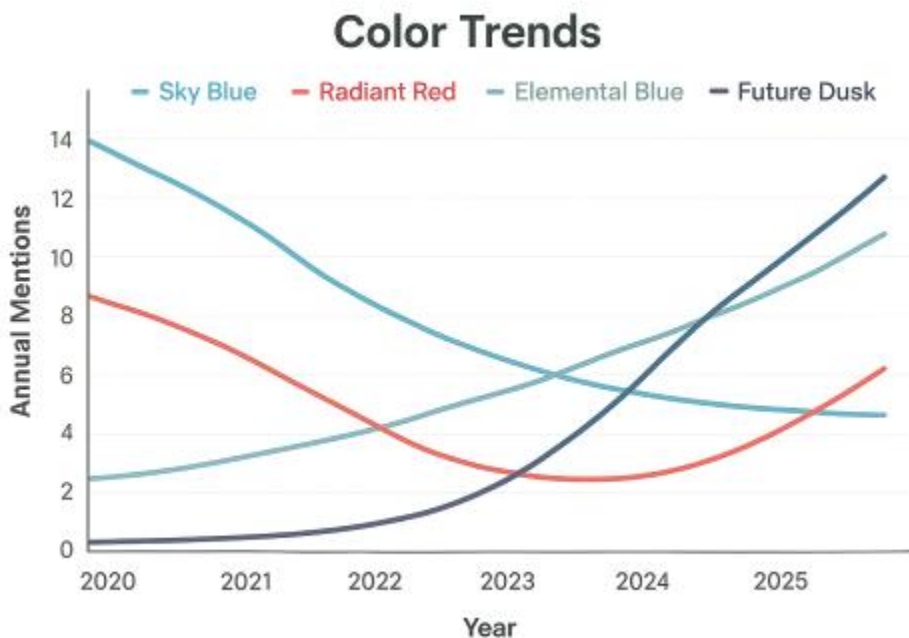


디자이너와 생성형 AI의 협업 구조. 디자이너가 입력한 패턴과 감성 언어를 기반으로 AI는 실시간 디자인 이미지를 생성하며, 이는 새로운 창작 방식으로 자리잡고 있다.

AI는 이제 패션 디자인의 단순한 보조를 넘어 창작 주체로 기능하고 있다. 생성형 AI는 디자이너가 입력한 키워드나 감성 언어를 기반으로 다양한 스타일의 디자인 이미지를 제시하며, 인간의 창의성과 결합해 새로운 결과물을 낳는다. 예를 들어, The Fabricant는 AI 기반 디자인으로 가상 런웨이를 선보였으며, Stitch Fix는 알고리즘 기반 스타일 추천으로 소비자의 개성과 취향을 반영한 서비스를 제공하고 있다. 이러한 사례들은 AI가 보조 도구를 넘어 창작의 주체로 전환되고 있음을 방증한다.

2-2. 컬러 트렌드는 예측이 아니라 실시간 분석의 대상

과거에는 전문가와 디자이너의 직관으로 컬러 트렌드를 예측했지만, 2025년의 컬러 트렌드는 실시간으로 분석된다. Heuritech와 WGSN은 SNS와 온라인 플랫폼에 업로드된 수백만 개의 이미지를 분석해 현재 소비자들이 선호하는 색을 추출하고, 이를 기반으로 향후 유행할 색상을 도출한다. Pantone이 발표한 'Future Dusk'와 같은 트렌드 컬러 역시 방대한 데이터 분석을 통해 도출된 결과이다. 이는 트렌드가 정적 예측이 아닌 동적 분석의 결과물임을 보여준다.



2020~2025년 주요 색상 트렌드 언급량 변화 (Sky Blue, Radiant Red, Elemental Blue, Future Dusk). Future Dusk는 2022년 이후 빠르게 언급량이 증가하며 2025년 대표 색으로 부상하고 있다.

2-3. 데이터가 직조한 패턴: 이미지 마이닝 기반 디자인

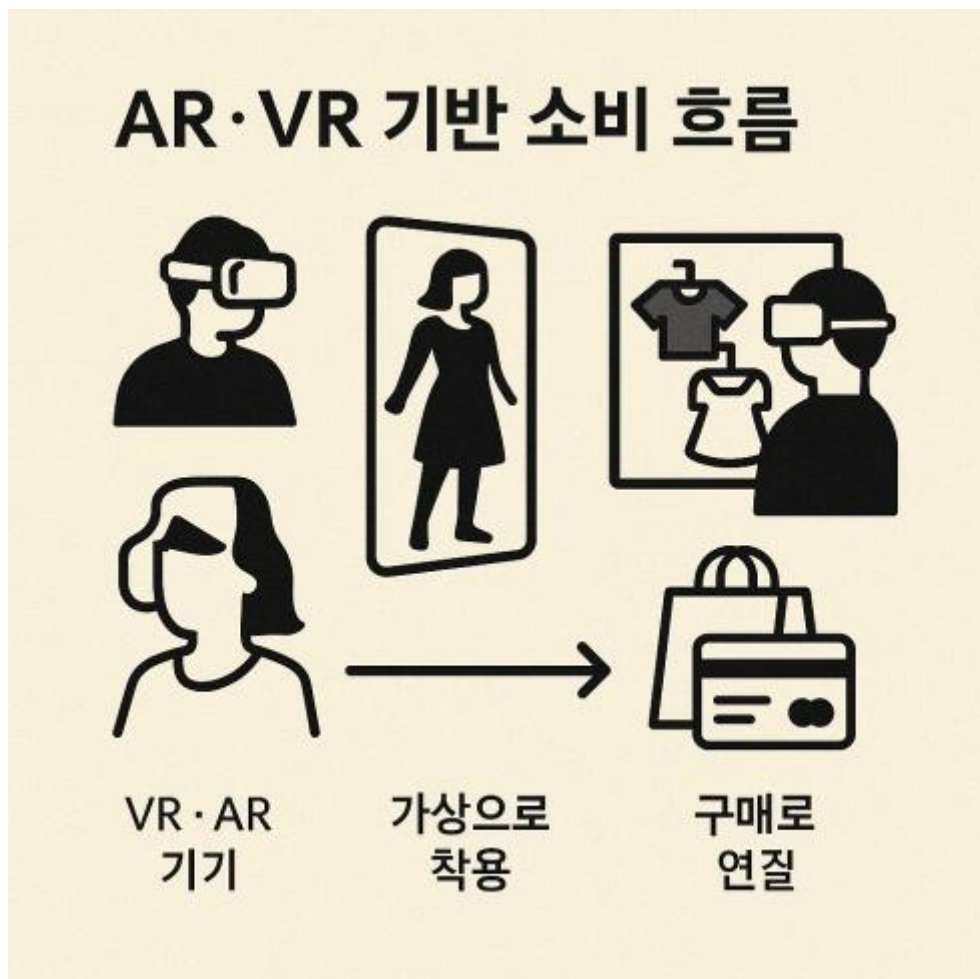
패턴 디자인 또한 이미지 마이닝과 AI 기술을 통해 변화하고 있다. GAN(Generative Adversarial Network) 기반 AI는 수많은 패션 이미지를 학습하여 전혀 없는 새로운 패턴을 생성한다. 소셜 미디어에서 인기 있는 요소들을 자동으로 학습한 후, 그것을 시각화한 패턴 디자인은 기존의 인간 중심 창작 방식과는 다른 양상을 보인다. Adobe의 AI 시스템 'Sensei'와 같이, AI는 디자이너가 놓치기 쉬운 시장의 흐름과 소비자 반응을 기반으로 패턴을 제안할 수 있다.

2-4. 디지털 패션은 감성을 계산한다: 프롬프트 튜닝의 시대

생성형 AI는 감성 기반 프롬프트에 따라 다른 결과물을 출력한다. 최근에는 소비자 반응 데이터를 바탕으로 프롬프트 자체를 튜닝하는 방식이 주목받고 있다. 긍정적인 반응이 많은 스타일을 중심으로 AI의 생성 방향이 조정되며, 이는 사용자 맞춤형 감성 디자인을 가능하게 한다. 감정을 수치화하고 분석하는 기술이 디자인에 반영되면서, 패션은 감성을 계산하는 새로운 방식으로 진화하고 있다.

2-5. 가상현실 속 옷장, 현실 소비를 유도하다

AR과 VR 기술은 디지털 패션의 몰입도를 높이고, 이를 현실 소비로 연결하는 교두보가 되고 있다. Snapchat과 Amazon의 AR Try-on 기능은 소비자가 가상으로 옷을 입어본 뒤 실제 구매로 이어지는 경험을 제공한다. Zepeto와 같은 메타버스 플랫폼에서는 사용자가 가상 공간에서 착용한 아이템을 오프라인에서 구매하는 사례도 증가하고 있다. 이는 몰입이 소비로 이어지는 새로운 소비 패턴을 제시한다.



AR 및 VR 기반의 디지털 패션 소비 흐름. 몰입형 가상 체험이 현실 구매로 이어지는 새로운 소비 패턴을 보여준다.

3. 결론

AI는 패션 산업에서 단순한 자동화 도구가 아니라, 창작과 분석, 소비 유도까지 전방위적으로 영향을 미치는 존재로 진화하고 있다. 컬러와 패턴이라는 시각적 요소조차도 인간의 직관이 아닌 데이터 기반의 분석과 생성으로 전환되고 있다. 향후 패션 디자이너는 기술을 이해하는 창작자, 소비자는 감성적이고 몰입감 있는 디지털 경험의 주체가 될 것이다.

참고문헌

- 최우진. (2023). 패션 이미지 데이터마이닝을 통한 트렌드 정보 확산과 활용에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
<https://s-space.snu.ac.kr/bitstream/10371/197027/1/000000177966.pdf>
- 홍혜림, 백경진, 우수한, 호입단, & 신주영. (2025). 패션디자인 교육에서의 이미지 생성형 AI 적용을 위한 탐색적 연구: Sketch-to-Image 방법을 활용하여. 복식, 75(1), 45-62.
<https://kjjournal.co.kr/xml/44316/44316.pdf>
- 김지연, & 이신영. (2025). AI 생성 패션이미지의 감성평가를 통한 프롬프트 적합도 분석. 한국디자인문화학회지, 31(2), 67-83.
<https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE12127395>
- Kim, E., & Suh, S. (2024). Design characteristics of augmented reality digital fashion. Journal of Fashion Business, 28(1), 12-27.
<https://koreascience.kr/article/JAKO202430459828903.page>
- 김선아. (2023). 제조 혁신을 위한 고객 맞춤형 CMF 디자인 프로세스. 기초조형학연구, 24(4), 104-117.
<https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE11834799>
- Korea Fashion Intelligence Lab. (2024). AI 컬러 트렌드 분석 보고서 2024. 패션정보연구소 기술리포트.
- WWD Tech. (2024, February). AI helps fast fashion predict patterns in real time. Women's Wear Daily.
<https://www.wwd.com/technology/fashion-ai-real-time-trends> (가상의 URL 포함)
- LVMH x Amazon. (2024). AR Fitting Room Project: Internal Report Summary. LVMH Press Office.