

# Preview In China를 통해 본 남성복 동향

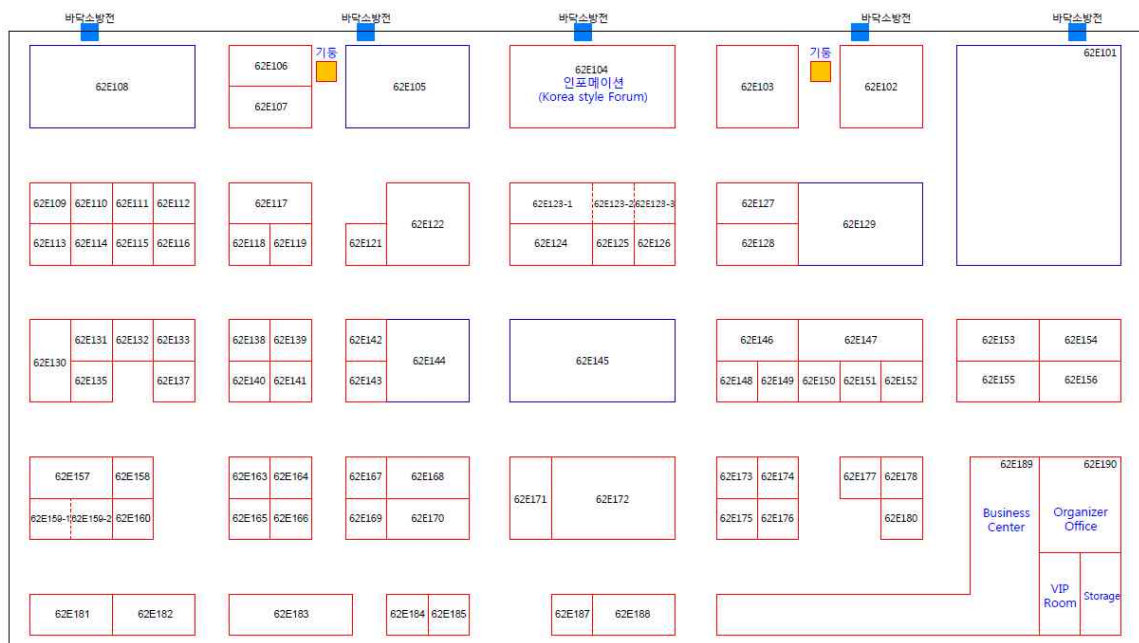
기술상용화지원팀

## □ 개요

- 80여개사 200개 부스(3,000m<sup>2</sup>) 규모, 105,000여명이 참관하는 이번 코리아 프리뷰 인 차이나 전시회는 전세계 20개국 1,000여개 브랜드가 참가하고 10만여명 이상이 참관하는 CHIC 전시회와 병행 개최를 통해 시너지 효과를 극대화 함.
- 부대행사로는 한, 중 비즈니스 교류회, 참가업체 브랜드 패션쇼, 중국 현지 매체 1:1 인터뷰 등이 있었음.
- 주요 전시품목은 여성복, 남성복, 캐주얼, 스포츠, 아동복, 피혁, 다운, 이너웨어, 패션악세사리, 어패럴소싱 등이 있었음.

## □ 전시장 구성

### 한국관 구성도





### <한국관 구성도>

- 80여개사, 200개 규모의 업체들이 한국관을 구성하는데, 부스들 각각에서 그 기업을 대표하는 아이템들을 선별하여 한국관을 대표하는 제품을 모아 놓은 KOREA STYLE 관을 구성하는 후보군으로 출품하기로 함.
- 선정된 제품들만으로 기업의 색깔을 다채롭게 융화시켜 새로운 코디네이션을 제안하고 KOREA STYLE관 전체를 구성함.

## □ 해외관 관람

### <The MICAM shanghai & Italian Fashion @ CHIC> 참관

- 해외관 중에서 이탈리아 패션관이 가장 체계적으로 여성&남성 신발, 아동용 신발, 가죽 제품, 가죽 자켓 등 다양한 품목을 이루고 있었으며, 세계 최대 구두 박람회인 만큼 구두와 함께 매칭할 수 있는 셔츠, 테일링, 정장, 스카프 등의 제품이 함께 출품되었음.
- 천연소재 및 니트류에 대한 관심도가 높은 편이며 ‘수제’ 제품에 대한 자부심이 높은 편임
- 오가닉 코튼을 이용한 남성용 셔츠, 가죽 및 금속을 이용하여 명품을 지향하는 우산(Pasotti) 등 다양한 아이템이 출품됨.
- 모피 용품은 기존의 검은색, 갈색 뿐만 아니라 다양한 색상으로 염색하고, 그라데이션 효과를 주는 등 색다른 시각적 효과를 주는 제품이 많았으며, 경량화를 위해 노력한 흔적이 보인 제품이 많았음.
- 신발, 모피, 셔츠, 정장, 자켓, 악세사리 등의 아이템들 중에서 가죽을 이용한 남성용 정장 신발이 가장 많은 편이었음.
- 국내에서 소량씩 수입하여 판매할 의향을 보여 최소 주문량 및 평균 가격대, 수제 제품의 경우 제작 소요 기간 등에 대한 응답을 얻음
- 대부분의 남성용 수제 구두 매장에서 보편적으로 판매하는 구두에 대해 형성된 가격대는 쥘레 당 60~80유로 정도이며, 가죽 무두질부터 바느질까지 전체 공정을 수제로 구두를 제작할 경우 400유로부터 위로 가

격대가 형성됨

- 최소 주문량은 대체로 여러 아이터를 통합하여 50~60켤레 이상이 되어야 함

- 주문 방법 : MICAM에 참관한 부스 전부 현장 판매는 하지 않았으며, 이메일로 카달로그를 보내주고, 그 중에서 주문하고 싶은 소재 및 아이터를 선별하여 업체로 알려주면 담당자를 통해 주문 가능 여부를 확인하고 최종적으로 주문하는 과정을 거침

## <남성복 동향>

### 1. 정장류



### <FIRS 매장에서 선보인 구성 및 테일링 모습>

- FIRS는 비즈니스+캐주얼+스포츠 컨셉의 중국 브랜드 업체로, 현장에서 직접 이탈리아인이 테일링, 스티칭하는 모습을 연출함.
- 가장 기본적인 남성 클래식 정장을 표본으로 하고 있으나, 디스플레이한 내용과 같이 자전거를 이용한 출퇴근 및 가벼운 레저용으로 착용 가능한 기능성 원단을 이용하여 옷을 제작하는 것을 목표로 함.
- 외형은 비즈니스에 치우쳐 있으나 발수, 스트레치성 부여, 일광견뢰도 확보 등의 기능성을 갖추고 있음.

- FIRS를 포함하여 많은 정장 업체들이 모직물을 기본으로 한 기본 스타일의 정장에서 탈피하여, 가벼운 기능성을 갖는 다양한 원단을 이용하여 남성용 정장을 구성하고, 착용 편의성 증대를 위해 노력하는 모습을 보임.
- S/S 뿐만 아니라 F/W 시즌에서도 볼 수 있는 다채로운 내부 인테리어 및 제품을 출품하여 국내 여러 남성복 매장에서 적용할 수 있도록 함.

## 2. 캐주얼류



- 남성용 캐주얼류는 한국관을 비롯한 해외관에서도 쉽게 볼 수 있었음.
- 대부분 F/W시즌 제품을 출품했기 때문에 어두운 계열의 옷이 많았으나, ZUO 브랜드에서는 과감한 패턴을 선보이면서 어두운 느낌이 들지 않도록 디자인한 부분이 신선했음.
- 캐주얼 점퍼에도 단순히 겹감을 폴리에스터만 쓰는 것이 아니라 데님, 인조가죽, 면 등을 적절히 섞어 여러 분위기를 낼 수 있도록 한 제품이 다양하게 출품되었음.
- BRLOOTE 브랜드는 옷의 형상은 정장을 표방하고 있으나, 자연스러운 구김, 코디네이션은 캐주얼의 느낌을 나타내도록 하고 있어 가벼운 회의에도 참석할 수 있는 정도의 무게감을 주면서도 부드러운 느낌을 동시에 가질 수 있는 제품을 선보임.



### 3. 골프웨어류



- 이번 전시회에 출품된 남성복류 중 정장, 캐주얼 다음으로 많은 부스를 보인 품목이 골프웨어임.
- 중국 업체들은 내수 판매용을 위해 업체 총판에 대한 문의가 주를 이루었으며, 중국으로의 공장 이전에 대한 홍보도 꽤 많은 편이었음.
- 한국관의 영진어패럴, 중국관에 참가한 라코스테 등에 전시기간 내내 많은 사람들이 방문하였고, 가격대나 구입처에 대한 사람들의 관심도가 높음을 볼 수 있었음.
- 다른 남성복에 비하여 골프웨어류에서 다양한 색상의 옷이 출품됨.  
(부스들 대부분이 S/S보다 지난 F/W시즌의 제품을 가지고 왔기 때문에 더욱 원색이 두드러지는 것으로 분석됨)