

2019.07.19~2019.07.25 발송일: 2019.07.25

### 여성복 업계, 원피스 제품 여름 호자 아이템

- 지난해에는 다소 부진했던 원피스 제품의 수요가 다시 증가하면서 여성복 브랜드의 여름 매출을 견인하고 있음
- 아이올리의 '플라스틱아일랜드'는 예년과 비슷한 물량이 출시됐는데 전년 동기간 대비 8% 높은 진도율을 보이고 있으며, 가장 잘 팔린 제품인 '프릴 장식 원피스'는 6차 리오더까지 진행되었으며, 판매율 89%를 기록하였음
- 아이디조이의 '레코브'는 작년보다 수량을 6.5% 증가시켰으며, 전년 동기간 대비 5% 빠른 판매 반응을 얻고 있음. 작년에는 화려한 프린트물의 원피스가 인기였으나, 올해에는 여성스러운 실루엣의 솔리드 원피스가 인기를 끌고 있음
- 동광인터내셔널의 '숲'은 전년대비 여름시즌 물량을 수량기준 20%, 금액기준 20억원 늘렸고, 7월 16일 기준으로 53% 판매율을 기록하고 있음
- 이앤씨월드의 '이앤씨 스튜디오' 역시 물량을 전년대비 2배 늘렸으며, 전년 동기간 대비 판매량이 2배 이상 증가하였음. 판매 베스트에 오른 쉬폰 원피스는 4차 리오더까지 진행되었으며, 750장이 판매되었고, 판매율 80%를 기록함
- 렘쇼메이의 '르피타'는 올여름 린넨 기획물량을 전년대비 15%늘렸으며, 특히 셔츠형의 린넨 원피스 아이템은 기획 수량 600장 중 판매율 77%를 기록하고 있음
- 세정그룹의 대표 여성복 브랜드 '올리비아로렌'의 플로럴 패턴의 원피스는 출시 한 달만에 초도 물량의 약 60%가 판매되며, 현재 2000장 리오더에 들어갔음



(좌) 세정의 '올리비아로렌', (우)렘쇼메이의 '르피타' (출처: 뉴데일리경제, 한국섬유신문)

## 온라인 아동복 브랜드 사업규모 대폭 확대

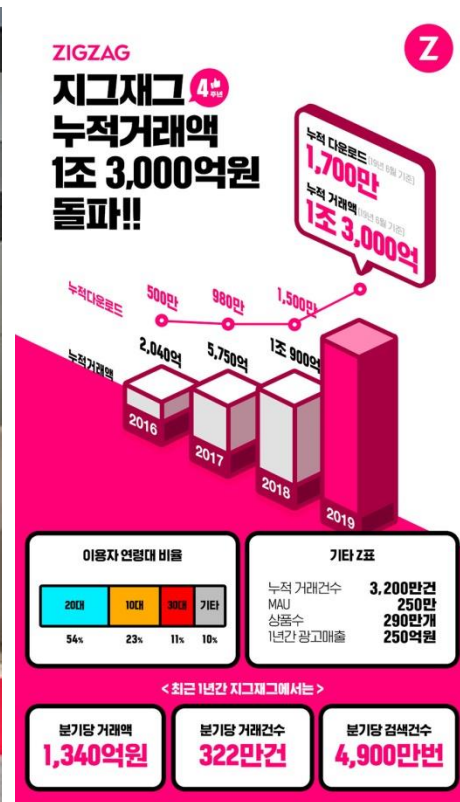
- 온라인 아동복 브랜드들이 각기 다른 방식으로 사세확장에 나서고 있음
- 백화점, 아울렛 등 오프라인 진출은 2~3년 전부터 진행 중이며, 해외사업이나 신규 브랜드, 카테고리 론칭도 활발한 상황임
- 로아앤제인은 아동복 브랜드 '로아앤제인'의 오프라인 유통망 확대에 이어 지난달 키즈 코스메틱 브랜드 '로로제제'를 론칭하였고, 1개월 만에 수분로션 쿠션 등 일부 상품을 리오더할 정도로 초반 반응이 좋은 상황이며, 키즈 코스메틱 외에도 계속해서 신규 카테고리를 개발, 선보일 예정임
- 에스엠어패럴은 주니어 스포츠 아동복 브랜드 '키스포'의 중국 사업을 검토 중이며, 지난해 론칭한 여아 주니어 아동복 '쥬니블리'는 스타일 수 확장과 리딩 아이템 개발을 통해, 시장 안착에 집중할 예정임
- 쌍방울은 오는 7월 말 온라인 아동복 브랜드 '뿌생'을 론칭할 예정이며, 뿌생은 쌍방울 최초의 온라인 전용브랜드로 아동 토털 홈웨어를 제안함
- 더캐리의 아동복 브랜드 '베베드피노'는 오프라인 매장 수가 70개에 달하며, 중국 법인을 통해 현지에서도 10여개 매장을 운영하고 있으며, 지난달에는 주니어 아동복 브랜드 '아이스비스킷'의 미국 공식 웹 스토어를 오픈하고 미국 시장 공략에 나섰다
- 케이브랜드에 인수된 아동복 '리틀스텔라'는 대규모 오프라인 유통 확장을 계획 중이며, 하반기 중 20개 매장을 추가하고, 내년 상반기까지 40~50개 매장을 추가로 오픈할 계획임
- CMI파트너스의 중국 내 자사 아동복 '리틀클로젯'은 17개 매장을 전개 중이며, 계속해서 추가 오픈을 계획하고 있음



쌍방울의 온라인 아동복 브랜드 '뿌생' (출처: 패션비즈)

## 한국형 스타일테크 산업을 위해 힘쓰다

- 스타일테크가 새로운 비즈니스모델로 각광받으며 다양한 기업이 등장하고 있는데, 스타일테크란 패션, 뷰티, 리빙 등에 4차 산업혁명 기술(AI, IoT, 3D프린팅 등)을 결합한 제품과 서비스를 뜻함
- 패션영역과 밀접한 스타일테크 기업은 AR기술을 활용해 주얼리 가상 피팅서비스를 선보이는 로로젠크, 발 사이즈 측정어플 '슈픽'을 전개하는 디파인드 등이 있음
- 산업통상자원부가 주최하고 한국패션산업협회가 주관하여 운영하고 있는 맞춤형 의류생산 시범매장인 '위드인24' 매장에는 에프엑스기어의 가상피팅 솔루션 '에프엑스미러'가 활용되었는데, 가상현실을 활용한 가상피팅 기술은 지속가능한 패션을 실천할 수 있는 새로운 대안으로 떠올랐음
- 산업통상자원부는 지난 7월 19일 한국디자인진흥원과 함께 서울 강남구 대치동 스파크플러스에서 '스타일테크 디케이웍스 개소식 및 토크콘서트'를 개최하여 한국형 스타일테크 산업 성장 잠재력에 공감하고 활성화에 함께 나서기로 하였음
- 크로키닷컴이 운영하는 '지그재그'는 10대들의 전폭적인 지지를 받는 서비스로, 현재 약 3,500개가 넘는 쇼핑몰이 입점해 있는 지그재그는 원하는 옷을 찾으려고 여러 쇼핑몰을 옮겨 다닐 필요가 없고, 가장 인기 있는 쇼핑몰과 품목별 순위를 한눈에 비교하고 구매까지 할 수 있음
- 미미박스는 소비자 데이터를 기반한 자체 브랜드(PB) 화장품을 판매하고 있는데, 월정액 2만원대 서비스에 가입하면 정기적으로 화장품 상자를 보내주던 화장품 정기 구독으로 시작해 소비 패턴 데이터를 끌어모았음
- 패브릭타임은 국내 동대문 원단을 해외 52개국 패션디자이너에게 판매하는 원단 거래 플랫폼 '스왑치온'을 운영하고 있으며, 스왑치온은 17만개 원단 정보를 분류해 데이터베이스(DB)로 등록, 인공지능(AI)으로 필요한 원단을 찾아주는 서비스임



(좌) 디케이웍스 개소식 모습, (우) 지그재그의 누적거래액 (출처: 조선일보, 플래텀)