각양각색 패피 취향에… '개인 디자이너' 패션 부흥기 온다

〈패션 피플 : 옷을 잘 입는사람〉

마뗑킴 상반기 매출 700억, 65%↑
라온 팝업 3일간 매출액 3억 이상

무신사 신생 디자이너 브랜드 육성
연 4회 '판매지원 위주' 프로그램

신세계인터내셔날 '에스아이빌리지'
선우·자개 등 신진디자이너 팝업

신세계인터내셔날 K-패션 신진디자이너 브랜드 육성 프로그램 관련 이미지. /신세계인터내셔날

'개인 브랜드' 전성시대다. 소비층의 수요가 대기업 브랜드 중심에서 개인 디자이너 브랜드 중심으로 옮겨 가는 것. 이에 따라 기존 패션기업들도 개인 디자이너 브랜드 육성책을 펼치고 있다.

20일 업계에 따르면 개인 디자이너 브랜드를 찾는 소비층의 선호가 점점 뚜렷해지고 있다. 고객들의 개성과 취향이 점차 다양해지면서 대형 브랜드보다 개인 중소 브랜드가 시장에서 더 주목을 받고 있다는 게 업계 분석이다.

과거 패션 산업은 대기업 중심 구조였다. 삼성물산, 신세계인터내셔날, 한섬, LF(구 LG 패션) 등이 패션업을 이끌었다. 그러나 내수 경기 침체에 따른 소비 감소와 소비자 트렌드의 변화 등으로 상황은 달라졌다. 대기업 패션업들이 실적 불황을 맞이한 것이다.

20일 금융감독원 전자공시 시스템에 따르면 실제 삼성물산의 2024년도 2분기 영업이익은 520억원으로, 전년 동기 대비 8.77% 감소했다. 한섬 역시 2분기 영업이익 41억원으로 전년 대비 30% 감소한 성적표를 받아들였다. 신세계인터내셔날 역시 올해 2분기 영업이익 133억원으로 전년 동기 대비 27.3% 감소했다.

반면, 개인 디자이너 브랜드 상황은 다르다. 브랜드 인큐베이터 기업 하고하우스에 따르면 중소 디자이너 브랜드 마뗑킴은 2024년 상반기 매출 약 700억원을 달성했다. 전년 동기 대비 65% 증가한 수치다. 업계에 따르면 마뗑킴은 이달 말 홍콩 코즈웨이베이에 첫 매장을 오픈해 글로벌 진출에도 박차를 가할 계획이다.

개인 디자이너 브랜드 라온 역시 도드라진 성장세를 보였다. 지난 8월 현대백화점에서 팝업스토어를 진행한 여성 디자이너 브랜드 라온은 3일 만에 3억원 이상의 매출액을 달성했다. 하루에 약 1억원씩을 팔아치운 셈이다.

당시 라온 관계자는 "라온의 정체성을 앞으로도 유지 및 발전시켜 세월이 흐를수록 더욱 진가를 발휘하는 클래식 스타일의 힘을 보여드리겠다"고 전했다.

개인 디자이너 브랜드들이 부상하자, 업계는 개인 디자이너 브랜드를 육성하는 인큐베이팅 프로그램을 도입하며 새로운 경쟁력 제고 전략에 나섰다.

무신사는 지난 9월부터 신생 디자이너 브랜드 인큐베이팅 프로그램을 진행하고 있다. 빠르게 변화하는 패션 업계의 흐름 속에 창의성이 뛰어난 중소 브랜드 디자이너들의 성장을 돕기 위해 나섰다는 게 무신사 측의 설명이다.

사계절 시즌에 맞춰 연 4회 운영되는 무신사 중소 디자이너 브랜드 육성 프로그램은 판매 지원 활동 위주로 구성됐다. 무신사는 신진 디자이너 브랜드들에게 고객 반응을 확인할 수 있는 기획전, 라이브커머스, 퍼포먼스 마케팅 등의 기회를 제공한다. 이 외에도 무신사 테라스, 스퀘어 등 무신사가 운영하는 오프라인 공간을 제공하며 신상품 홍보 및 브랜딩을 위한 팝업스토어 오픈도 지원한다.

신세계인터내셔날 역시 K패션을 선도할 신진 디자이너 육성에 나선다. 신세계인터내셔날은 자체 디지털 플랫폼 '에스아이빌리지'에서 신진 디자이너를 위한 온라인 팝업스토어를 진행한다. 소비자들의 인지도와 접근성을 높이는 것은 물론 브랜드 홍보와 마케팅, 상품 판로 확장을 도와 소규모 브랜드가 지속 성장할 수 있는 발판을 마련하겠다는 취지다.

이번 온라인 팝업스토어에는 선우, 자개, 쿄, 51퍼센트 등 4개의 신진 디자이너 브랜드가 새롭게 입점한다. 온라인 팝업스토어에는 각 브랜드와 디자이너를 소개하는 큐레이션 섹션이 마련됐다는 게 신세계인터내셔날 측의 설명이다.

이 외에도 신세계인터내셔날은 한국콘텐츠진흥원과 함께 내달 2일까지 신진 디자이너 육성 프로그램 '액셀러레이팅 F 2024' 기획전을 선보일 예정이다.

신세계인터내셔날 에스아이빌리지 관계자는 "앞으로도 자사의 인프라를 활용해 소규모 디자이너 브랜드들과 상생할 수 있는 다양한 협업을 진행할 것"이라고 밝혔다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

KGC인삼공사, 당뇨협회와 혈당관리 제품 공동개발

당뇨병 예방·관리 중요성 널리 알려
정관장 홍삼, 혈당조절 기능성 인정

지난 18일 KT&G타워에서 김양진 KGC인삼공사 건식사업본부장과 김광원 한국당뇨협회 회장(오른쪽)이 MOU를 체결한 뒤 협약서를 들고 기념 촬영을 하고 있다. /KGC인삼공사

KGC인삼공사가 한국당뇨협회와 당뇨병 예방·관리에 대한 대중의 인식 제고 및 혈당 관리 제품 공동개발을 위해 업무협약(MOU)를 체결했다고 20일 밝혔다.

한국당뇨협회는 1995년부터 당뇨인의 일상 속 건강관리를 돕고자 당뇨교육캠프 등 다양한 프로그램을 전개해 왔다. 뿐만 아니라 '세계 당뇨병의 날'을 기념하고 당뇨병에 대한 전 국민적 관심을 일깨우기 위해 '블루런' 마라톤 대회를 오는 11월 10일 개최한다.

KGC인삼공사는 한국당뇨협회가 진행하는 캠페인을 후원함으로써 당뇨병 예방·관리의 중요성을 널리 알리는 한편, 혈당 케어 전문 브랜드 GLPro(지엘프로) 런칭 및 한국당뇨협회 내 의학전문위원단과 협업을 통해 건강기능식품 분야에서 전문성을 강화할 계획이다.

특히 KGC인삼공사는 최근 식품의약품안전처로부터 '정관장 홍삼(KGC05pg), 혈당 조절에 도움을 줄 수 있음' 기능성을 공식 인정받았다. 정관장의 R&D 기술력으로 수행된 전임상시험과 임상시험에서 혈당 조절에 대한 홍삼의 효능, 기전 및 안전성을 확인된 것이다.

KGC인삼공사는 홍삼을 섭취하면 공복혈당뿐만 아니라 식후혈당 및 당화혈색소가 감소된다는 점을 밝혔으며, 특히 GLP-1(혈당 조절 및 식욕 억제 관여 호르몬) 증가 등을 통한 인슐린 저항성 및 당대사 조절 등 다양한 지표를 통해 혈당을 조절한다는 점을 과학적으로 규명했다.

또한 혈당 관리에 대한 소비자들의 관심 및 건강 니즈를 반영하여 10월 중 혈당 전문 브랜드 'GLPro'(지엘프로) 런칭과 동시에 혈당 관리 제품(GLPro 코어) 및 혈당·체지방을 동시에 관리할 수 있는 제품(GLPro 더블컷) 등을 출시해 혈당 케어 시장에 진입할 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@

LG생활건강

미래 디자인 '에어칫솔' 獨 레드닷 어워드 수상

LG생활건강은 지난 10일 독일 '2024 레드닷 디자인 어워드'에서 미래형 칫솔 디자인 '에어 칫솔(사진)'이 '베스트 오브 베스트'에 선정됐다고 20일 밝혔다.

이 상은 전체 출품작 가운데 최고 디자인에만 수여되는데, 레드닷 디자인 어워드에서 LG생활건강이 각 부문 본상이 아닌 베스트 오브 베스트로 뽑힌 건 올해가 처음이다.

LG생활건강의 에어 칫솔은 '물이 필요하지 않은 편리함'이라는 주제에 맞춰 디자인됐다. 원래 칫솔모가 있어야 할 칫솔 머리 부분이 비어 있는데 여기서 강한 바람과 가글액이 입안 곳곳으로 분사되면서 간편하게 양치질을 할 수 있는 방식을 갖췄다.

LG생활건강은 에어 칫솔을 통해 '30년 후 LG생활건강이 우주정거장에서 판매할 생활용품'을 구현해 나간다는 방침이다. 특히 에어 칫솔은 초기 모델부터 다양한 전시회에서 '무중력 우주 공간에서 적합한 양치법', '물로 헹구지 않아 오염이 줄고 획기적' 등의 호평을 받아왔다는 것이 LG생활건강 측의 설명이다.

/이청하 기자 mlee236@

W컨셉 '겨울 신상품' 스타일링 제시

31일까지 '윈터 스포일러' 행사

패션 플랫폼 'W컨셉'이 겨울 신상품 미리보기를 주제로 한 '윈터 스포일러' 행사를 연다고 20일 밝혔다.

W컨셉에 따르면 윈터 스포일러는 다가오는 겨울 시즌을 준비하는 고객들을 위한 신상품 미리보기 행사다. W컨셉은 미니멀, 로맨틱, 캐주얼 세 가지 키워드로 겨울 패션 트렌드를 소개하며, 추천 스타일링을 제시하는 패션 화보도 선보인다. 행사는 오는 21일부터 31일까지 열린다.

올해 겨울에는 단정하고 절제된 스타일을 강조하는 드뮤어(Demure) 트렌드에 따라 세련된 디자인이 인기를 끌 전망이라는 게 W컨셉 측의 설명이다. 패딩과 코트 같은 아우터에 스웨이드백이나 레오파드 머플러를 조화시켜 스타일에 포인트를 주는 것이 대표적이다.

이번 행사에서는 시티브리즈, 오어, 아우어노스텔지아 등 인기 브랜드를 만나볼 수 있다. /안재선 기자

세정그룹, 여성패션 독립 법인화 추진

올리비아로렌 중심 '전문성 강화'

국내 패션그룹 세정그룹이 여성 패션 부문의 독립 법인화를 추진한다고 20일 밝혔다. 패션업계의 저성장 고착화와 내수 경기 침체로 등 급변하는 대내외 환경에 대응하고자 부문별 핵심 역량에 집중해 기업 가치를 극대화한다는 전략이다.

세정그룹에 따르면 전략의 첫 단계로 국내 여성복 브랜드 올리비아로렌을 중심으로 여성 패션 부문을 독립 법인화한다. 여성복 분야의 전문성과 독립성을 강화하고, 보다 신속하고 유연한 의사결정 체계를 구축해 글로벌 여성 패션 특화 기업으로 도약한다는 게 세정그룹 측의 설명이다.

신설 법인은 세정그룹이 100% 지분을 출자한 자회사로 설립된다. 지난 20여 년간 세정에서 올리비아로렌 상품 기획에 직접 나선 박이라 세정 사장이 대표이사를 맡아 신설 법인을 이끌 예정이다.

/안재선 기자