

A Comparison Study between Korea and China on Fashion Color Planning and Application

Hye-Young Syn* · Key-Sook Geum

Korea Color & Fashion Trend Center* · Hongik University

Color is one of the most important, cost effective and value added factors on product planning and marketing. China has been the fastest and highest growing country in the world in 1990's - 2000's. China is (will be) a main country impacting on Korea economy and it needs for many studies about various Chinese culture, economy and other areas. However, there has been no studies and researches on fashion color planning for China. Therefore, the comparison study between Korea and China on the color planning and application will provide the current situation on both countries' color planning and furnish the practical information on Chinese market.

In the study on both countries' fashion color, it requires various and in-depth researches. Also, the study will mention each country's environmental color, historical color, contemporary color, color emotion, color imagination. Of course, it needs a research for regional colors since China's country size is too huge. Fashion color planning is done every other year by Korean as well as China. The most predictable color is determined by Intercolor. In the Intercolor, each country prepares the "Proposal Color" and will present and their countries' proposal colors and discuss and select the "colors". The representative from each country go back to home and take a review process to determine if the Intercolor's proposed colors is suitable to each country. There are valuable color information published by Pecler, A+, Nelly Rodi in the color decision for application. In Korea, professional market survey have been done to check what colors are the best seller product

and the worst seller product color. However, there is no available market surveyed data in China. The process for color application is : 1) Once the seasonal colors are decided. 2) The colors are appealed to the textile brand and apparel brand through seminar. 3) These colors are applied to the products for their consumers.

China has used their traditional colors based on the principles for the male and female and the 5 elements. Recently there are many changes in color usages by the economy open and westernization. Korea had also used the cultural colors for a long time, but are adopting various fashion colors in global trend in these days. Traditionally, Korea and China have used very strong and original colors. China used the limited colors with dark tone. In globalization, Korea and China are adopting a wide range of colors from vivid tone to pastel tone. Current colors being used at China are very bright and clear. In the trend color application in Korea, all over provinces adopt the colors and trends almost same time even though there is a slight time delay between Seoul and other province. However, there is a regional difference in colors usage in China. Peijing tends to keep traditional identity while taking contemporary trend color, Shanghai is very sensitive in fashion colors. There are also regional difference in adopting the fashion colors; the more developed region, the higher adoption of trend colors. Chinese feel that the color image is getting globalized and is being pro-actively used for product planning

패션컬러의 기획과 활용에 관한 한.중 비교 연구

신혜영* · 금기숙

한국컬러 & 패션 트렌드 센터* · 홍익대학교

컬러는 매우 중요한 상품기획 및 마케팅 요소로 가장 적은 비용으로 최고의 부가가치를 창출할 수 있다. 21세기 최대 성장국가로 우리나라 경제에 가장 중요한 영향을 미칠 국가로서 중국에 관한 연구가 다방면에서 이루어지고 있으나 패션 컬러 기획에 관한 연구는 거의 이루어지고 있지 못한 실정이다. 그러므로 중국 및 한국의 컬러기획에 관한 비교분석연구는 한국의 컬러기획 상황을 파악함은 물론이고 중국을 이해하고 중국에 진출하기 위한 상품기획의 중요한 정보가 될 것이다. 특히 중국에 관한 높은 관심도와 진출에의 노력이 적극적으로 이루어지고 있는 요즘 중국에 관한 연구는 학문적 가치뿐만 아니라 우리나라 패션산업의 발전을 위해서 반드시 연구하여야 할 대상이다.

한국과 중국의 패션 컬러를 연구함에 있어 정확한 판단을 위하여 다각적인 면에서 깊이 있게 관찰하여야 한다. 그러므로 양국의 풍토색, 환경색은 물론이고 전통색과 현재색 그리고 색채감정이나 상징에 관한 연구가 병행되어야 한다. 또한 중국의 경우에는 매우 넓은 영토를 가지고 있는 나라이므로 지역적인 특성도 병행 연구되어야 한다.

패션컬러 기획은 양국이 모두 2년을 주기로 기획되고 활용되어진다. 가장 먼저 예측되는 컬러는 국제유행색위원회 회의의 결정을 통한다. 인터컬러 회의는 한중양국을 비롯하여 각국을 대표하는 18개국이 모여서 2년 후에 유행하게 될 컬러를 결정한다. 이 회의를 위하여 각국의 대표들은 자국에서 컬러기획회의를 하여 제안색을 준비하고, 인터컬러회의에서 발표하고 논의하여 결정색을 선정한다. 이 컬러들은 각국으로 돌아가 다시 한 번 자국의 실정에 맞는 컬러로 제안되어지는 과정을 거친다. 활용을 위한 자국의 컬러 결정에는 'Pecler, A+, Nelly Rodi' 등 각종 컬러예측기관의 컬러정보가 참고 된다. 이 때 한국에서는 국내 마켓에서 지난 여러 해 동안 판매되었던 제품의 베스트셀러 컬러와 잘 안 팔렸던 컬러데이터를 참고하는데, 중국의 경

우 아직 이러한 조사가 이루어지고 있지 않아 자국의 데이터 없이 감각에 의존하고 있는 실정이다. 자국의 시즌별 대표 제안 컬러가 결정되면 세미나를 통해서 자국의 텍스타일 브랜드와 의류브랜드에 컬러가 확산된다. 이 컬러들은 또 다시 브랜드별로 소비자에게 맞도록 변화시켜 상품에 적용한다.

오랜 역사와 전통을 가진 중국은 컬러의 상징에 있어 음양오행설에 근거한 체계와 상징을 오랜 세월 유지해 왔다. 그러나 경제개방과 서구화의 영향으로 컬러사용에 변화가 생기고 있다. 한국도 중국의 영향으로 오랫동안 음양오행사상을 유지 발전시킨 컬러를 사용하였으나 20세기 서구화 되면서 세계화된 색채상징을 사용하고 글로벌화 된 컬러 감각을 유지하고 있다. 특히 패션 컬러에 있어서는 세계적인 트렌드가 그대로 적용되고 있다.

중국과 한국의 전통 컬러는 매우 강렬하고 원색적인 컬러들이 주로 사용되었다. 톤에 있어서 중국은 매우 어두운 톤의 한정된 컬러들을 사용하였다. 한국의 세계화 시기와 같이 중국도 현재로 오면서 컬러수용의 폭이 점차 넓어지고 있으며 비비드 톤에서 파스텔 톤에 이르기까지 다양한 톤의 컬러를 사용한다. 중국의 현재색에 주로 사용된 컬러는 밝고 선명한 컬러들이다.

한국의 트렌드 컬러 활용을 살펴보면 전국이 거의 동시에 수용하면서 서울에서 지방으로 가면서 약간의 차이가 나는 정도이다. 그러나 중국의 컬러 활용은 지역적으로 뚜렷한 차이를 나타내었다. 북경은 전통적인 정체성을 가지면서 현대적인 유행색을 수용하였고, 상해는 유행색에 매우 민감하였으며, 광둥지역은 고전적인 전통색을 지키며 현대적인 유행색을 혼합하여 사용하였다. 패션컬러의 수용에 있어서도 지역적인 차이가 나타났는데, 경제성장이 잘 된 지역일수록 트렌드 컬러의 수용도가 높은 것으로 나타났다. 중국인들이 느끼는 컬러의 이미지는 점차 글로벌화 되고 있으며 상품의 기획에 적극적으로 활용하고 있다.