

중국 동북 3성 스트리트 패션 분석 (제1보) -2006년 봄 대련시를 중심으로-

배 수 정[†]

전남대학교 의류학과/생활과학연구소

An Analysis of Street Fashion in Northeast 3-Sung, China (Part I) -Focusing on 2006 Spring in Dalian-

Soo-jeong Bae[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Human Ecology Research Institute, Chonnam National University
(2007. 4. 17. 접수)

Abstract

In apparel industry, the production of clothing for the global market, has its origin in its characteristics depending on hands on working style, according to the globalization of a fashion industry. These days, however, the globalized production is unable to keep pace with the short cycle of production due to the unpredictable change of the taste or demands in the local area, as a result, the industry has come to take a focus on the production and consumption in the circumscribed region. In this stream, the northeastern area, specially, Dalian which is renowned for a center of fashion was designated as a city of this study as a representative.

The cultural, racial and geographical uniqueness, asks for the analysis, based on the individual local area on the part of Korean fashion company desiring to launch into China fashion market. The purpose of this thesis is to analyse the style, color, and items of street fashion in Dalian. I would contribute to the understanding the preference of fashion in northeastern area, thereby, affording a fundamental resources for designing strategies for Korean fashion brands in China. The period of investigation is about 5 weeks from 14 May 2006 until 18 June 2006, with combined use of camcorder and digital camera. The site was Victory Shopping Plaza, in center of city, also with Mycal, Ansung, Dasang department store situated in the Economic Development area.

The result of this study are as follows: 1. Preferred clothing styles are casual styles(68%) rather than formal styles(32%). In the casual styles, sports casual(36.0%), character casual(29.5%), jean casual(2.6%) were listed. All kinds of clothes are tightly fitted due to the stretched fabric and knit fabric. 2. Preferred colors are white(31.1%), red(16.6%), black(15.8%) khaki(7.8%) and blue(7.6%) for tops, and black(34.6%), blue(27.2%), white(15.4%), brown(14.6%) for bottoms. 3. Preferred clothing items are T-shirt(36.5%), jumper(33.6%), jacket(20.0%), blouse(8.7%), etc.(1.2%) for tops, pants(91.4%), skirts(8.6%) for bottoms. In the pants, cigarette pants(34.6%), bell bottom pants(21.0%), cargo pants(19.9%), straight pants(15.9%) were listed respectively. In the skirts, flare skirt(3.9%), tight skirt(2.2%), semi tight skirt(1.7%), pleats skirt(0.8%) were listed.

Key words: Street fashion, Northeastern area, Globalization; 스트리트 패션, 동북지역, 세계화

[†]Corresponding author

E-mail: sjbae@chonnam.ac.kr

I. 서 론

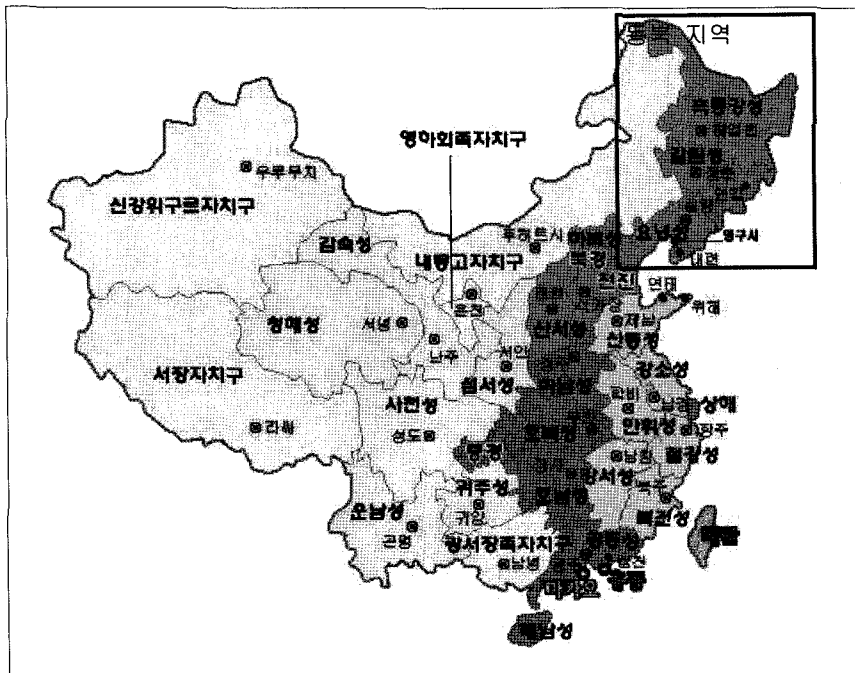
1. 연구의 목적 및 필요성

인구 13억, 경제규모 1조 4천억 달러의 중국 시장에 대한 글로벌 브랜드의 진출 러시가 이어지고 있다. 2005년 섬유 쿼터제 폐지에 따른 최대 수혜국이자 섬유·패션 중심시장 중국에, 한국 패션기업들은 90년대 초반부터 한국 제품을 중국에 옮겨 판매하는 형식으로 시장을 개척하기 시작하였다. 90년대 후반에 접어들면서 제일모직, 보그레머천다이징, 엠지글로벌, 이랜드 등의 대기업 및 중견기업들이 자체 브랜드를 중국에서 성공시키면서 한국 브랜드들의 중국 진출이 활발해졌다(“100조원 패션시장”, 2007). 진출방식도 한층 다양해져서 초기에는 중국 현지의 대행사를 통해 상품을 공급하는 간접진출 방식이었으나, 최근에는 현지법인개설을 통한 직접진출 비율이 높아졌다(이은영, 손미영, 2005).

또한 생산의 측면에서, 패션산업의 세계화는 노동집약적 특성이 강한 어패럴산업에서 글로벌 생산을 확대시켰다. 최근 생산 사이클이 더욱 빨라지고 지역적 수요가 급속하게 변화하면서 생산의 세계화는 많

은 문제점을 야기하였으며, 이에 대한 대응으로 의류 직물 무역의 흐름은 지리적으로 근접한 지역에서의 생산과 소비에 초점을 맞추기 시작하였다(손미영, 2005). 이러한 관점에서 중국의 동북 3성 지역은 한국의 주요 패션기업들이 관심을 갖고 지속적으로 진출을 시도(“한국 패션대기업”, 2006)하고 있는 성장가능성이 높은 지역이다.

동북 3성은 요녕성(遼寧省), 길림성(吉林省), 흑룡강성(黑龍江省)<그림 1>을 말하는데, 주요 도시는 대련, 심양, 장춘, 하얼빈으로 시장밀도가 낮고 향후 시장발전 공간이 비교적 큰 지역이다. 뚜렷한 사계절의 변화와 극심한 온도차 등 자연환경적 요인 때문에 의류, 신발, 모자 등 신체 착용품목의 수요가 높다(KOTRA, 2005). 이 지역은 1억 743만 명(중국 전체인구의 8.3%)의 인구나 한반도의 약 7.6배에 달하는 크기를 가진 지역 국가를 능가하는 거대한 규모로, 중국 GDP의 11.1%를 점유하는 경제권이다. 또한 이 지역은 역사적으로 과거 고구려와 발해의 주무대이자 만주족이 거주했던 지역으로, 청 왕조의 후손이라는 지역적 자부심이 매우 강한 성격특성과 일본과 한국과의 역사적인 배경을 바탕으로 한 문화적 동질성, 북방 민족의 특성상 골격이 큰 체형적 요인, 경제수준에 따른 소비수



<그림 1> 중국의 지도(www.kihouse.net)

준 및 의복 선호경향의 차이 등 중국의 타지역과는 다른 지역 국가 차원의 독립된 역사적, 문화적, 민족적, 지역적 특수성이 있다. 따라서 이 지역 진출을 시도하고자 하는 한국의 패션 관련 기업들은 사전에 지역단위의 분석을 선행해야 함이 필수적이라고 본다.

동북지역의 주요 도시 중 대련(大連, Dalian)을 본 연구의 대상으로 선정한 이유는 첫째, 대련은 중국의 개혁, 개방과 함께 빠른 시간 내에 도시의 발전을 도모해 동북지역 주요도시-대련, 심양, 장춘, 하얼빈-중에서 소득 및 소비수준이 가장 높고, 둘째, 대련은 패션, 축구, 환경, 관광의 도시로, 동북지역에서 유일하게 매년 국제적인 규모의 북장전 개최되고 있으며 (KOTRA, 2004), 셋째, 1984년 연해개방도시로 지정된 이후 점차 금융, 서비스업의 동북지역의 거점으로 자리 잡으면서 '북쪽의 홍콩으로'(젠이치, 2002/2004)으로 불리고 있기 때문이다.

이제까지의 선행연구에서는 장정아(2004), 고은주, 송윤아(2004) 등이 대 중국 진출 브랜드 전략을, 김재은, 박길순(2004), 박길순(2004), 최경희(2005), 임순 외(2001) 등은 중국에 나타난 한류현상 및 스트리트 패션에 관한 연구를 행하였다. 또한 손희순 외(2000), 손희순 외(2003), 왕혜연, 김용숙(2005), 이옥희 외(2002), 장춘희(2003) 등은 의복 구매행동과 구매동기에 관하여, 김효숙(2000), 유혜경(1998) 등은 중국 여성들의 라이프스타일과 의류소비자 특성 및 디자인 선호도에 관해 연구했다. 체형분석 및 신체계측에 관한 연구는 심부자, 권영자(2003), 손희순 외(1999), 임순 외(2003), 임순, 석혜정(2004) 등에 의해 연구되는 등 여러 분야에 걸쳐 중국의 패션 및 패션시장에 대해 꾸준한 연구가 이루어져 왔다. 그러나 지역별 연구, 특히 동북지역을 대상으로 한 연구는 오현아, 배수정(2005), 천지영, 배수정(2006), Bae(2005) 등에 의해 최근에 다루어지기 시작하였다. 중국 패션에 대해 이미 많은 연구 성과가 축적된 상황에서 지역별 연구는 이제 시작의 단계라고 보여진다. 이미 선행연구(유혜경, 1998; Cui, 1997; Sum, 1997)에서 다루어진 바와 같이 중국은 지역적 세분화가 필수적인 시장이다.

따라서 본 연구의 목적은 앞으로 중국 패션시장의 확장에 있어서 발전 가능성이 무한한 중국 동북지역 최대의 경제 도시인 대련의 스트리트 패션을 스타일, 색, 아이템 중심으로 분석하여 지역적 선호 경향을 제시하는데 있다.

2. 연구방법

의복의 분석은 의복의 스타일, 색, 아이템을 중심으로 유행정보 및 유행수용과 관련하여 분석하였으며, 의복 스타일은 크게 캐주얼과 포멀 스타일로 분류하였고 아이템과 색은 상의, 하의, 원피스로 나누어 분석하였다. 이 내부에서의 세부적인 분류는 높은 빈도 위주로 하였다.

조사지역은 동북 3성의 주요 도시 중 패션의 중심지로 각광받는 대련을 선정하였으며, 조사시기는 2006년 5월 14일부터 6월 18일(동북지역은 경도가 높은 지역이라서 봄이 늦게 시작됨)까지 5주 동안 실시하였다. 캠코더와 디지털 카메라를 병행하여 사용하였으며, 관찰지역은 대련 시내 패션중심가인 승리광장과 인근 지하상가, 신흥 번화가인 대련경제개발구의 안성백화점, 마이칼 백화점, 대상상가 앞에서 실시하였다. 조사시간은 주중과 주말의 유동인구가 가장 많은 시간대인 정오에서 오후 2시 사이에 실시하였다. 이 결과 판독이 용이한 20-30대 성인 여성의 사진자료 899점을 분석 대상으로 선정하였다.

자료분석은 WINDOWS 용 SPSS 10.0(Statistical Package for the Social Sciences)프로그램으로 처리하여 평균, 퍼센트, 평균값에 대한 빈도분석(Frequency)을 행하였다.

II. 동북 3성의 지역적 특성

1. 사회·문화적 특성

동북 3성 지역은 역사적으로 고대 고구려사의 주 무대이자, 만주족이 거주했던 지역으로 그 중심도시가 청조(淸朝)의 발상지인 심양이다. 민족적으로도 만주족은 일본인, 한국인, 몽고인들처럼 어릴 때 엉덩이에 푸른 반점이 나타나는 신체적 특징을 갖고 있어서 우리에게는 더욱 친근하게 느껴진다. 중국 내에서 만주족과 한족이 점차 동화되어가고 있는 것은 사실이지만 동북 3성의 역사적, 문화적 특징은 분명히 한족과는 다르다. 특히 심양 사람들은 자신들이 청 왕조의 후예라는 자부심이 강하기 때문에 자신들을 한족과 엄격하게 구분하려는 경향이 강하다(젠이치, 2002/2004). 이러한 심리적 배경을 바탕으로 동북 3성은 경제발전을 위한 자신들의 독자적인 방향을 모색하였는데 이가 가장 적합한 상대국이 한국과 일본이다.

일제시대에 이주한 약 2백만 명의 조선족이 거주하는 이 지역은 한국과 지리적, 역사적으로 밀접한 관계를 갖고 있고, 중국의 다른 지역에 비해 기질, 외모, 문화적으로 한국과 유사한 점이 매우 많아서 한국풍 상품이나 서비스업종에 대한 선호도가 비교적 높다. 따라서 대도시인 대련, 심양, 장춘, 연길, 하얼빈 등에는 한국 브랜드 의류, 화장품, 미용실, 식당 등이 성업 중이며, 백화점 및 축제 등에는 한국 상품전 행사가 빠지지 않고 이루어지고 있다(KOTRA, 2005).

흔히 동북인이라고 부르는 이 지역민은 ‘동북 호랑이’라는 별명을 갖고 있다. 혹독한 자연환경 속에서 자란 이들은 성격적으로 호방하고 체면을 중시하며 돈도 호탕하게 쓰는 편이다. 일반적으로 동북인은 자기주장이 강하고 주위의 시선을 별로 의식하지 않으며 표현이 직설적이고 마음이 넓다. 상인 기질의 남방인과는 달리 동북인은 사업에 있어서도 모험보다는 안정을 선호하는 경향이 있기 때문에 남방 상인에게 시장을 내주고 있는 실정이다. 이들은 세심하게 절약하고 저축하기 보다는 개인적인 삶의 질을 향상하는데 소비하는 경향이 있다. 또한 금전보다는 우정을 중시하여 식사 후 돈을 서로 내려고 다투는 모습을 흔히 볼 수 있으며, 취할 때까지 마시는 술자리 관행도 유명하다. 관료주의 의식이 뿌리 깊게 남아 있고, 공무원의 재량권이 다른 어느 지역보다 높은 편이므로(KOTRA, 2004) 이 지역 진출 외국기업들은 官과의 관계유지가 중요하다고 할 수 있다.

2. 경제적 특성

1978년 중국의 개혁개방 정책이 본격화되면서 민간 부분이 경제성장을 활기차게 리드한 남방과는 달리 동북지역 내 중대형 국유기업체들은 시장경제환경에 적응하지 못하고 실업자 양산과 더불어 날로 경제적 위상이 저하되었다. 따라서 소비를 주도할 만한 중산층이 제한되어 있고 저소득 계층 인구가 많아 중저가상품의 도매시장 선호도가 높은 편이다(KOTRA, 2005). 예로써, 요녕성 심양의 오애시장(五愛市場)은 동북지역 최대의 도매시장으로, 주로 남방(광둥·상해경제권)에서 가져온 중저가의 상품을 대리판매 형식으로 판매하고 있다.

그러나 2003년부터 시작된 동북진흥정책은 이러한 경제적 낙후 현상을 극복하고 동북지역을 새로운 경제성장 축으로 육성하는데 목표를 둬으로써 대대적

인 교통, 항만, 산업공단 등 인프라투자추진, 동북의 대외개방 확대정책 등을 배경으로 국내외 투자자들의 대동북 투자 관심도가 확대되고 있다. 또한 2005년 초에 상해경제권에서 경험을 축적한 고급관리들을 대거 동북 3성 정부로 파견해, 새로운 시각과 전략적 사고 하에 동북을 중국의 4대 경제권으로 육성시키는 역할을 담당시키고 있으며, 특히 후진타오의 정권은 차기 5개년 계획(2006-2010년) 중 북경천진 경제권을 제2의 상해 푸둥(浦東)으로 육성한다는 방침을 발표함으로써 동북경제권의 발전이 가속화될 것을 예측할 수 있다. 이미 경제적 환경이 양호한 요녕성에 한국과 일본 기업이 집중 진출해 있는 점을 고려한다면 한층 빠른 경제성장률과 시장확장률을 보일 것으로 판단된다(KOTRA, 2005). 따라서 의복을 구매하는데 있어서도 체면을 중시하는 동북인들을 대상으로 한 패션시장은 동북지역의 경제발전과 더불어 그 성장 잠재력이 매우 크다고 할 수 있다.

요녕성은 일제시대부터 중화학 공업이 발달하였고 항구를 보유한 지리적 우위성을 배경으로 동북 3성에서 대외개방이 가장 빠르고 외국인 투자액도 많아, 현재 동북경제의 중심역할을 하고 있다(젠이치, 2002/2004). 요녕성 경제의 중심은 성도인 심양과 항구인 대련이다. 이 두 도시에는 省 인구의 30%, 省 GDP의 50%가 집중해 있다. 광물자원으로는 철광석, 석탄, 석유, 마그네사이트, 옥, 수산업 양식 등이 성행하고 있으며, 특히 경제의 중심인 대련은 패션, 축구, 관광, 환경의 도시로 유명하다(KOTRA, 2004).

길림성은 주로 농업에 의존하고 있으며 중국의 주요 식량 공급기지 역할을 하고 있다. 옥수수와 콩의 주요 생산지이고 면적의 21%가 기름진 흑토로 덮여있어 매우 비옥하다. 길림성 공업의 양대 기둥은 성도 장춘의 자동차 산업과 길림의 석유화학 공업(JCIC)이며, 이밖에 철도차량, 의약품 산업 등이 발달해 있다. 길림성 경제는 장춘과 길림시가 중심이 되고 있으며 이 두 도시에 省 인구의 40%, 省 GDP의 60%가 집중해 있다. 全省의 42.5%가 산림지대이며, 백두산 인근을 중심으로 인삼, 녹용, 약초 등 한약재가 풍부하게 산출되고 삼림자원이 풍부하다.

흑룡강성은 자원의 보고로 석유, 목재, 석탄, 농산물이 풍부하게 산출되고 있다. 특히 광물자원으로 중국 최대 유전인 대경유전이 있으며 석탄, 금, 흑연의 매장량이 풍부하다. 또한 중국 1위의 경지면적을 보유한 곡창지대이자 중국 최대의 목재 생산기지로 목축업이 발

달하였다. 지리적 여건으로 인해 러시아와 변경무역이 활발하며 성무역액 점유비율은 60%에 달한다(KOTRA, 2005). 주요 수출품은 식품, 의류, 수입품은 원목 목재 등이다. 이 외의 동북 3성의 주요 경제지표 및 한국의 동북 3성 투자현황은 다음의 <표 1>, <표 2>와 같다.

3. 패션시장 특성

2006년 중국 패션시장 규모는 국내 시장의 8배인 7100억 위안(약 84조원)을 기록했다. 이 같은 시장규모는 오는 2008년 북경올림픽과 2010년 상해엑스포

등으로 지속적인 경제성장과 함께 급속도로 발전할 것으로 기대를 모으고 있다. 1978년 개혁, 개방 정책의 실시 이후 중국의 의류시장은 연평균 14.4%의 지속적인 성장세를 보여 20년에 걸쳐 14.9배의 발전을 기록했다(“100조원 패션시장”, 2007).

이러한 거대한 중국의 패션시장은 지역별로 소비수준과 의복 선호 경향이 다르게 나타났는데, 화남지역(광주, 심천 중심)은 소비수준이 높으면서 홍콩 스타일의 의복을 선호하며 화동, 화북지역(상해, 북경 중심)은 의복의 미관과 품위를 중시해 브랜드를 선호하고 있다. 동북지역(대련, 심양 중심)은 지역 내 유

<표 1> 동북 3성 주요 경제지표

구분		요녕성	길림성	흑룡강성
면적(만Km ²)		14.8	18.7	45.4
		78.9(전국의 8.2%)		
인구(만명)		4,217	2,709	3,817
		10,728(전국의 8.3%)		
GDP(억 위엔)		6,873	2,958	5,303
		15,134(전국의 11.1%)		
1인당 GDP(억 위엔)		16,297(\$2,109)	10,922(\$1,353)	13,894(\$1,722)
공업생산총액(억 위엔)		4,888.0	2,171.2	2,487.6
		9,546.8(전국의 9%)		
대외교역	수출(억\$)	189.2	17.15	36.8
		243.15(전국의 4.1%)		
	수입(억\$)	155.2	50.78	31.1
		737.36(전국의 4.2%)		
외국인 투자(억\$)		28.2	1.9	3.2
		33.3(전국의 6.2%)		
주요 도시(성도)		심양, 대련, 안산, 단둥, 무순	장춘, 길림, 연길	하얼빈, 치치하르, 흑하, 목단강
특성		중화학 공업 발달	농업 발달	석유, 목재, 목축업 발달

자료출처: 중국정부통계(KOTRA에서 재인용, 2005).

<표 2> 한국기업의 동북 3성 투자현황(2004년말 누계기준)

(단위: US\$억)

지역	투자(신고)		투자(실행)	
	금액	건수	금액	건수
요녕성	14.5	1,856	7.3	1,451
길림성	4.3	917	2.2	685
흑룡강성	3.2	377	1.8	278
동북 3성 소계	22.0	3,150	9.5	2,414
중국 총계	140.2	10,923	82.7	9,130

자료출처: 한국수출입은행(KOTRA에서 재인용, 2005).

사한 의복 소비 경향을 보이며 한국과 일본의 의복 스타일이 인기가 높으며 서남지역(무한, 중경, 성도, 곤명 중심)은 중저가 위주의 시장으로서 의복 스타일은 상해의 영향을 받는 것으로 조사되었다(“중국 속 한국 의류”, 2000).

상해, 북경 중심의 화동, 화북지역과 함께 최근 경제도시로 가장 각광받는 도시는 바로 대련, 심양으로 대변되는 동북지역이다. 동북지역의 경우 특히 한국과 일본처럼 유행에 민감하고 세련된 스타일을 선호하는 경향이 강한 것이 특징이다. 또한 한국 브랜드들에 대한 인지도가 높아 국내 브랜드들이 최근 가장 활발하게 진출하는 도시로 각광받고 있다. 중국 소비자들의 최근 소비 특성은 유행보다는 품질과 가격을 우선적으로 고려하는 면이 강하고 유행상품의 경우 가격보다 봉제, 소재 등 품질과 디자인에 관심을 보이고 있다(“100조원 패션시장”, 2007).

동북 3성은 총면적 약 79만 평방 Km의 광활한 지역으로 대련, 심양, 장춘, 연길, 하얼빈 등 주요 도시들이 원거리에 분산되어 있다. 따라서 광동성이나 상해경제권처럼 주변에 산재된 배후도시들로 구성된 소비시장이 형성되어 있지 않다. 이는 시장밀도가 낮아서 마케팅 활동과 상품홍보에 상대적으로 높은 비용이 투입되어야 한다는 단점이 있지만 역으로, 시장 규모가 작고 경쟁이 덜 치열하여 효과적인 브랜드 마

케팅이 가능한 장점이 있다(KOTRA, 2005).

현재 여성복뿐만 아니라 남성복, 아동복, 스포츠 의류 등 다양한 복종이 중국 시장에 진출을 시도하고 있다. 그러나 앞서 언급한 것처럼 중국의 시장은 지역적 의복선호 경향과 시장 특성, 체형이 다르므로 지역별로 시장을 세분화하여 디자인 및 복종 구성, 마케팅 전략을 수립하는 것이 시급하다고 하겠다.

III. 연구결과

1. 의복 스타일

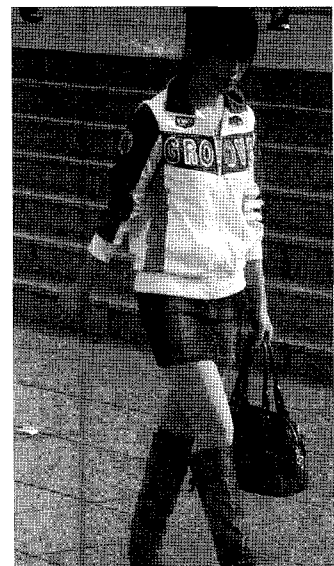
의복 스타일에 있어서 공통적으로 나타나는 현상은 매우 타이트하게 의복이 착용되는 경향을 보인다는 점이다. 이로 인해 신축성 있는 소재의 사용 및 니트의 사용이 많이 관찰되었다. 신축성 있는 소재나 니트 사용의 증가는 전 세계적인 추세이지만, 소재의 트렌드는 촉감 좋은 내추럴 소재나 신소재, 메탈릭 혹은 광택있는 소재의 사용이다. 그러나 본 연구에서 관찰된 소재는, 비디오로 촬영한 자료를 바탕으로 하였기 때문에 직접 소재를 만져보지 못했다는 한계가 있기는 하지만, 육안으로 보았을 경우 신소재 보다는 단순한 신축성 소재를 사용한 것이 대부분이었고 니트에 있어서도 변화 있는 직조라든지 특수사의 사용



<그림 2> 클래식 스타일의 예



<그림 3> 스포츠 캐주얼의 예



<그림 4> 스포츠 캐주얼과 매치된 미니스커트

등은 그다지 관찰되지 않았다.

의복 스타일은 크게 캐주얼과 포멀 스타일로 구분하였는데 캐주얼이 68.1%, 포멀이 31.9%로 나타났으며, 캐주얼 중에서는 스포츠 캐주얼(36.0%), 캐릭터 캐주얼(29.5%), 진 캐주얼(2.6%) 순의 착용빈도를 보였다(그림 2, 3, 4). 포멀 스타일은 캐주얼의 절반 이하의 빈도인 31.9%로 나타났는데, 이 중 클래식 스타일은 16.7%, 페미닌 스타일은 15.2%로 거의 유사한 착용빈도를 보여준다(표 3).

<표 3> 의복 스타일의 착용빈도

의복 스타일		F(%)
캐주얼 스타일 (68.1)	캐릭터 캐주얼	265(29.5)
	진 캐주얼	23(2.6)
	스포츠 캐주얼	324(36.0)
포멀 스타일 (31.9)	클래식	150(16.7)
	페미닌	137(15.2)
합 계		899(100)

캐주얼 스타일에 대한 중국인의 선호도는 이미 김효숙(2000), 임순 외(2001), 최경희(2005)의 연구결과와 일치하는 결과이므로 동북지역의 여성들도 중국 성인 여성의 일반적인 선호 경향과 일치하는 선호도를 갖는 것으로 파악된다. 캐주얼의 강세는 중국뿐만 아니라 전 세계적인 경향이지만, 특히 스포츠 캐주얼의 강세는 여러 연구자 및 패션정보사의 지적(“아웃도어도 중국 진출”, 2004; 인터패션플래닝, 2006; “중국 섬유업계”, 2005; “2006 중국 의류시장”, 2006)과 같이 2008년 베이징 올림픽의 영향으로 파악된다. 진 캐주얼(진 의류를 상·하의 모두 착용 시 진 캐주얼로 분류 함)은 대부분 길이가 긴 진 바지와 미니스커트, 진 재킷의 유형으로 나타나고 있었으며, 캐릭터 캐주얼은 길이가 짧고 신체노출이 심하며 다른 캐주얼 스타일 보다 더욱 타이트하게 의복이 착용되는 경향을 보인다. 또한 각 스타일간의 혼합 양상도 상당히 높았다. 예를 들면 진 캐주얼과 캐릭터 캐주얼의 혼합 혹은 스포츠 캐주얼과 진 캐주얼의 혼합 등을 들 수 있다.

패션정보사(인터패션플래닝, 2005; “2006 S/S 여성복 트렌드”, 2005)에서 예측한 2006 S/S 트렌드에 따르면 주요 패션 스타일로 로맨틱 스타일, 에스닉 스타일, 미니멀 스타일, 그래픽 패턴을 활용한 스포츠 캐주얼을 제시하였으나, 본 연구에서는 로맨틱 스타일과 스포츠 캐주얼만이 관찰되었다. 또한 스포츠 캐

주얼은 그래픽 패턴의 활용보다는 패션성이 가미된 트레이닝복 위주였다. 따라서 대련에서 선호되는 스타일은 크게는 세계적인 트렌드에 따르고 있기는 하지만, 세부적으로 보았을 때는 그다지 유행정보에 민감하지 않다는 것으로 해석된다.

2. 의복 색

의복 색에 있어서는 유행과 무관한 색의 선호 경향이 특징으로 나타났다. 899점의 분석대상 자료 중 패션정보사에서 예측한 유행색(Red 계열-orange, coral red, Purple 계열-red purple, blue purple, Blue 계열-teal blue, aqua blue, Green 계열-lime green, aqua green, jade green 등)(인터패션플래닝, 2005; “2006 S/S 여성복 트렌드”; 2005)의 비율은 낮게 나타난 반면, 중국인 특유의 색채상징에 기인한 색의 선호 경향이 강하게 나타났다.

의복에 사용된 색은 상의(상의를 티셔츠와 점퍼 혹은 재킷 등으로 매치하였을 경우에는 가장 면적이 넓은 색으로 빈도를 구함)에 흰색이 28.4%로 가장 높은 빈도를 보이고 그 다음 빨강색이 16.8%로 나타났으며 검정색, 초록색 계열, 카키색 계열, 파랑색 계열 순으로 나타났다. 하의는 검정색이 36.4%로 가장 높은 빈도를 보이고 그 다음에 파랑색 계열이 27.2%, 흰색, 브라운계열, 빨강색 계열 순으로 나타났다(표 4).

상의에 사용된 흰색의 강세는 스타일에 있어 캐주얼의 강세와 깊은 상관이 있는 것으로 파악되며, 빨강색 계열의 강세는 중국인 특유의 색채상징-귀신을 쫓고 복을 부른다는 행운과 기쁨의 의미(박영수, 2007)-에 기초한 선호색의 결과로 파악된다. 특히 하의의 파랑색 계열의 빈도가 높은 것은 진 캐주얼의 착용 빈도와 관련이 깊다고 보인다. 반면 스트라이프나 체크, 프린트 문양(기타로 분류) 등은 상하의 각각 1.3%와 0.2%의 비율로 그다지 높게 나타나지 않았다. 이는 계절적인 요인과 더불어 동북지역 20-30대 여성의 의복 문양에 대한 선호도가 낮다는 것을 보여준다. 또한 배색에 있어서는 이미 여타의 연구조사(“중국 마케팅 색”, 2004)에서도 나타난 바와 같이 매우 화려한 배색-초록색과 노랑색, 빨강색과 노랑색, 빨강색과 파랑색 등-이 특징으로 나타났다(그림 5). 색 및 문양에 관한 결과는 기존의 연구(김효숙, 2000; 오현아, 배수정, 2005; 천지영, 배수정, 2006) 결과와도 일치하고 있는 것으로 보아 동북지역 성인 여성들의 색과 문양에 관한 선호 경

<표 4> 상의, 하의, 원피스 색

의복 색	상 의	하 의	원피스
	F(%)	F(%)	F(%)
흰 색	235(28.4)	118(14.3)	20(27.8)
검정색	122(14.8)	301(36.4)	18(25.0)
회 색	41(5.0)	4(0.5)	3(4.2)
파랑색 계열	58(7.0)	225(27.2)	6(8.3)
초록색 계열	89(10.7)	21(2.5)	5(7.0)
카키색 계열	40(4.8)	25(3.0)	0(0.0)
빨강색 계열	139(16.8)	42(5.0)	7(9.7)
노랑색 계열	56(6.8)	1(0.1)	1(1.4)
브라운 계열	36(4.4)	89(10.8)	7(9.7)
기 타	11(1.3)	2(0.2)	5(6.9)
합 계	827(100)	827(100)	72(100)

향의 특징으로 파악된다.

3. 의복 아이템

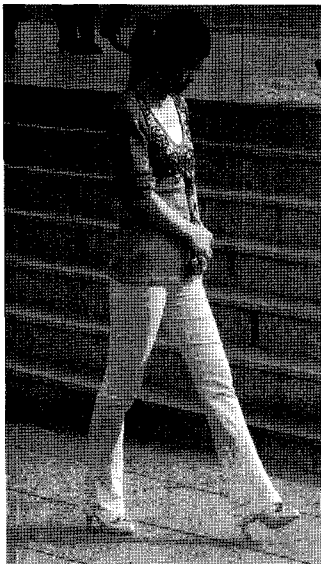
주로 착용한 의복 아이템은 티셔츠, 점퍼와 길이가 긴 바지였으며, 원피스는 그 착용빈도가 낮게 나타났다. 특히 길이가 긴 티셔츠, 블라우스와 길이가 짧은 재킷 혹은 점퍼의 레이어드 룩이 많이 나타났으며, 하의에도 치마와 바지의 레이어드 현상이 상당히 보였

다. 따라서 의복의 유행 아이템은 믹스 & 매치, 로맨틱 레이어드(인터패션플래닝, 2005)를 제시한 유행정보를 상당히 수용한 것으로 판단된다. 그러나 키 아이템으로 제시한 원피스의 착용빈도는 낮게 나타나서 동북지역의 기후조건을 반영한 선택적인 유행의 수용으로 분석된다.

상의 아이템은 티셔츠 36.5%, 점퍼 33.6%, 재킷 20.0%, 블라우스 8.7%, 기타 순으로 나타났으며(표 5), 하의 아이템은 바지 91.0%, 스커트 9.0%로 바지의 착용이 절대적으로 많았다. 하의의 유형은 스커트의 경우 비대칭 라인 및 변화 있는 햄 라인의 플레어스커트가 4.0%, 신체 선을 드러내는 타이트스커트가 2.3%, 세미타이트스커트 1.7%, 플리츠스커트 0.8%, 기타 0.2% 순으로 나타났다. 기타에는 2006 S/S 유행정보에서 제시한 벌룬스커트가 0.2%의 빈도로 나타나고 있는데

<표 5> 상의 아이템별 빈도

상의 아이템	F(%)
티셔츠	308(36.5)
점 퍼	291(33.6)
블라우스	78(8.7)
재 킷	139(20.0)
기 타	11(1.2)
합 계	827(100)



<그림 5> 화려한 배색의 단품 코디의 예



<그림 6> 부츠와 매치된 단품 코디의 예



<그림 7> 부츠와 매치된 단품 코디의 예

이는 미미하게나마 유행정보를 수용하고 있는 것으로 분석할 수 있다.

스커트의 길이는 무릎 위 길이가 53.3%, 무릎길이가 33.3%로 비교적 짧은 길이를 선호하고 있었으며, 여기에 부츠를 착용하는 경우가 많았다(그림 6, 7). 원피스는 8.0%로 그다지 높은 빈도를 보이지 않았다. 원피스의 길이 역시 무릎길이(54.2%)와 무릎 위의 짧은 길이(29.1%)의 선호도가 높았다. 이는 동북지역의 기후 조건상 봄이라고 해도 상당히 기온이 낮다는 점 및 캐주얼 스타일의 선호 경향과 관계가 있다고 판단된다.

바지의 유형은 타이트한 시가렛팬츠가 36.4%로 가장 높게 나타났으며 벨보텀 21.0%, 카고팬츠 19.4%, 스트레이트팬츠 14.2%의 순으로 나타났다(표 6). 바지의 길이는 긴 길이(full length)가 70.5%이고 나머지 29.5% 중 무릎 위 길이가 4.4%, 무릎길이가 7.3%, 종아리 길이가 6.5%, 발목길이가 11.3%로 나타났다(표 7). 짧은 바지의 경우는 스커트와 마찬가지로 부츠와 매치하여 상

하의 밸런스를 맞춘 경우가 많았다.

바지의 유형 중 시가렛팬츠의 빈도가 높게 나타난 점은 2006 S/S 유행정보와 일치되는 현상이며, 또한 부츠와 의복 스타일을 매치시킨 코디네이션도 2006년 전세계적으로 유행하였던 부츠의 유행과 상당히 일치하고 있는 것으로 분석된다.

상의 아이템 중 티셔츠와 점퍼의 비중이 높은 것과 하의의 아이템 중 바지 비중이 높은 것은 캐주얼 스타일이 선호되는 것과 상관관계가 높다고 보인다. 또한 이 아이템들은 단품 코디네이션이 주종을 이루고 있었으며 포멀 스타일의 경우에도 상하의를 한 벌로 착용하기 보다는 단품으로 매치시키는 경우가 많고 원피스의 착용 빈도가 낮아서, 실용성과 편안함을 중시하는 중국인의 일반적인 의복 착용 성향에 관한 기존의 연구 결과(고은주, 송윤아, 2004; 김효숙, 2000)와 일치하고 있음을 보여준다. 따라서 대련지역에서도 일반적인 중국인의 의복 선호 경향과 유행 경향을 어느 정도 수용하고 있다고 판단되며, 여기에 부가적 요인으로 그 지역의 기후조건이 유행의 수용에 중요하게 작용한다는 것을 알 수 있다.

<표 6> 하의 아이템과 아이템별 빈도

하의 아이템	하의 F(%)	하의 아이템별 유형	
		아이템	F(%)
스커트	75(9.0)	타이트	19(2.3)
		세미타이트	14(1.7)
		플레이어	33(4.0)
		플리츠	7(0.8)
		기 타	2(0.2)
		소 계	75(9.0)
바 지	752(91.0)	시가렛	301(36.4)
		스트레이트	117(14.2)
		벨보텀	174(21.0)
		카 고	160(19.4)
		소 계	752(91.0)
합 계	827(100)	합 계	827(100)

<표 7> 하의 아이템별 길이

하의 길이	바 지	스커트	원피스
	F(%)	F(%)	F(%)
무릎 위	33(4.4)	40(53.3)	21(29.1)
무릎길이	55(7.3)	25(33.3)	39(54.2)
종아리(7부)	49(6.5)	9(12.0)	11(15.3)
발목길이	85(11.3)	1(1.4)	1(1.4)
full-length	530(70.5)	0(0.0)	0
합 계	752(100)	75(100)	72(100)

IV. 결론 및 제언

이상의 연구결과를 토대로 2006년 봄 중국 대련시 성인여성의 스트리트 패션을 분석한 결과는 다음과 같다.

선호되는 의복 스타일은 포멀 스타일(31.9%)보다는 캐주얼 스타일(68.1%)이 압도적으로 많았고, 캐주얼 중에서는 스포츠 캐주얼(36.0%), 캐릭터 캐주얼(29.5%), 진 캐주얼(2.6%) 순으로 선호되고 있음을 알 수 있었다. 의복의 신체밀착 정도는 운동 여유분이 거의 없을 정도로 타이트하게 착용되고 있었고 따라서 신축성이 많은 직물 및 니트 직물이 많이 사용되고 있음을 알 수 있었다. 이는 의복 패턴 제작 시 여유분을 결정할 때 반드시 고려해야 할 사항으로 판단된다.

선호색은 계절색이나 유행색과 무관하게 상의에는 흰색(28.4%)과 빨강색 계열(16.8%), 하의에는 검정색(36.4%)과 파랑색 계열(27.2%)이 선호되었다. 특히 빨강색은 중국인 특유의 색채 선호 경향의 결과임을 알 수 있었고, 흰색은 스포츠 캐주얼의 선호도와 상관성이 있는 것으로 보이며 하의의 파랑색 계열의 강세는 진 캐주얼의 착용빈도와 상관관계가 있다고 파악된

다. 그리고 노랑색과 빨강색, 빨강색과 파랑색, 노랑색과 초록색 등 강하고 화려한 배색을 선호하는 것으로 나타났다.

아이템에 있어서는 상의는 티셔츠 36.5%, 점퍼 33.6%, 재킷 20.0%, 블라우스 8.7%, 기타 1.2% 순으로 나타났다으며, 하의는 바지 91.0%, 스커트 9.0%로 바지의 착용이 절대적으로 많았다. 원피스의 착용빈도는 8.0%로 그다지 높게 나타나지 않았다. 스커트의 길이는 무릎 위 길이가 53.3%, 무릎길이 33.3%로 짧은 길이가 많이 나타났으나, 바지의 경우는 긴 길이(full length)가 70.5%로 반대 양상을 보였다. 또한 하의의 길이가 짧을 경우 부츠와 코디네이션 되는 경우가 일반적이었다. 아이템의 착장 방식은 한 벌 위주의 방식보다는 단품을 코디네이션하는 스타일이 대부분이었다. 또한 단정한 스타일보다는 험 라인이 일정치 않은 스타일이나 비대칭 스타일 등 변화 있는 스타일을 선호하고 있었다.

패션정보사(인터패션플래닝, 2005; “2006 S/S 여성복 트렌드”, 2005)에서 예측한 주요 패션 스타일의 수용정도를 살펴보면, 본 연구에서는 로맨틱 스타일과 패션성이 강한 스포츠 캐주얼(주로 트레이닝복)이 관찰되어 유행의 부분적인 수용이 나타나고 있었다. 또한 유행색의 비율은 미미하게 나타난 반면, 중국인 특유의 색채상징에 기인한 색의 선호 경향이 강하게 나타나서 색에 있어서는 유행정보와 무관하게 선호되고 있는 것으로 나타났다. 의복의 유행 아이템은 믹스 & 매치, 로맨틱 레이어드를 제시한 유행정보와 유사한 레이어드 스타일로 나타났으나, 로맨틱하고 성숙한 스타일 보다는 캐주얼하고 편안한 단품 코디네이션 위주로 스타일을 달리하여 수용하였으며, 패션정보사에서 키 아이템으로 제시한 원피스의 착용빈도는 낮게 나타나서 동북의 지역적 조건을 반영한 선택적인 유행의 수용으로 분석된다. 따라서 대련에서 선호되는 스타일은 크게는 세계적인 트렌드의 유행정보에 따르고 있기는 하지만, 세부적으로 보았을 때는 자신들의 지리적, 기후적 조건에 적합하게 변형하여 수용하고 있음을 알 수 있다.

따라서 중국 진출을 고려하고 있는 한국의 패션브랜드는 캐주얼 브랜드라면 패션성이 강한 스포츠 캐주얼을 주시할 필요가 있으며, 포멀 스타일 혹은 세미-포멀 스타일 중심의 브랜드라면 비대칭 라인 혹은 변화 있는 험 라인과 신축성 있는 소재의 사용을 강화하고 하의의 길이에 있어서도 신중함을 기해야 할

것으로 판단된다. 또한 신체에 매우 밀착되는 타이트한 의복 스타일에 중점을 두어 디자인하고 단품 코디네이션과 화려한 배색에 대한 중국인의 선호도를 고려하여 의복을 구성할 것을 제안하는 바이다.

본 연구는 동북지역 패션의 중심도시인 대련을 대상으로 하였기 때문에 동북지역 전반에 일반화하기에는 무리가 있다고 판단된다. 그러나 앞으로 동북지역의 주요 도시(심양, 하얼빈, 장춘, 연길 등)들을 연구 대상으로 하여 지속적으로 자료를 축적한다면 한국 패션기업의 중국 패션시장 진출에 유용한 기초자료가 제공될 것으로 판단된다.

참고문헌

- 젠이치, 오마에. (2002). *차이나 임팩트*. 정유선 역 (2004). 서울: 청림출판.
- 고은주, 송윤아. (2004). 국내 의류브랜드의 중국 진출 현황 및 마케팅 전략 제안. *한국의류학회지*, 28(2), 212-215.
- 김재은, 박길순. (2004). 한류 현상이 중국 신체대 패션에 미친 영향 분석. *한국의류학회지*, 28(1), 154-164.
- 김효숙. (2000). 중국 여성 소비자의 의복 디자인 선호도에 관한 연구. *건국대학교 생활문화예술논집*, 23, 107-109.
- 박길순. (2004). 중국의 스트리트 패션에 나타난 한류현상 분석. *한국생활과학회지*, 13(6), 967-983.
- 박영수. (2007). *색채의 상징, 색채의 심리*. 서울: 살림.
- 손미영. (2005). *글로벌 관점에서의 한국패션산업*. 서울: 한국학술정보.
- 손희순, 임순, 김효숙, 손희정, 김영숙, 장희경, 임호선. (2000). 한국과 중국 여대생의 의복 맞춤세 선호도 및 의복 행동 비교연구. *패션비즈니스*, 4(1), 59-72.
- 손희순, 임순, 김효숙, 손희정, 장희경, 정영. (1999). 중국 여대생의 체형연구 I. *복식문화연구*, 7(3), 108-120.
- 손희순, 임순, 박송애, 송경숙. (2003). 중국 여성 소비자의 패션상품 구매행동과 구매 시 평가기준에 관한 연구. *복식*, 53(6), 87-99.
- 심부자, 권영자. (2003). 중국 의복사이즈의 규격설정에 관한 현황분석. *복식*, 53(1), 117-128.
- 아웃도어도 중국 진출 러시. (2004, 8. 5). *어패럴뉴스*. 자료 검색일 2005, 5. 17, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 오현아, 배수정. (2005). 2005년 여름 중국 선양지역의 여성 스트리트 스타일 분석. *생활과학연구*, 15, 48-49.
- 왕혜연, 김용숙. (2005). 중국 신세대 여성들의 감각추구성향에 따른 의복탐색행동. *복식*, 55(3), 81-93.
- 유혜경. (1998). 중국 의류소비자 특성 고찰. *한국의류학회지*, 22(2), 234-237.
- 이옥희, 김용숙, 유국련. (2002) 중국 여대생들의 의복 관여수준에 따른 소비자 특성 및 의복 구매행동에 관한 연구.

- 한국의류학회지, 26(2), 205-215.
- 이은영, 손미영. (2005). 한국 패션기업의 세계화와 국제경쟁 전략. 서울: 한국학술정보.
- 인터패션플래닝. (2005). '06 SS Women's Career Trend. 서울: 인터패션플래닝.
- 임순, 김효숙, 손희정. (2001). 한국과 중국의 스트리트 패션 비교에 대한 연구. *대한가정학회지*, 39(10), 19-28.
- 임순, 손희순, 석혜정. (2003). 중국 성인 여성의 체형연구 (1)-북경과 상해에 거주하는 여성을 중심으로-. *한국의류학회지*, 27(7), 831-842.
- 임순, 석혜정. (2004). 중국 성인 여성의 체형연구 (제2보)-연령대별 북경과 상해에 거주하는 여성의 체형 비교를 중심으로-. *한국의류학회지*, 28(11), 1361-1371.
- 장정아. (2004). 한국 의류업체의 중국시장 진출 성공사례 연구를 통한 마케팅 전략. 영캐주얼 스타일 중심. 건국대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 장춘희. (2003). 중국 직장여성들의 의복 구매행동 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 중국 마케팅 색을 잘 써야. (2004, 2. 18). *한국경제신문*, p. 3.
- 중국 섬유업계와 올림픽의 영향. (2005, 12. 21). *한국섬유산업연합회*. 자료검색일 2007, 4. 5, 자료출처 <http://www.kofoti.or.kr>
- 중국 속 한국 의류들의 허와 실, 중국은 한국의 뎡처리 장이 아니다. (2000, 9). *패션비즈니스*, p. 140-143.
- 중국의 지도. (2006, 9. 30). *티하우스*. 자료검색일 2007, 4. 2, 자료출처 <http://www.kihouse.net>
- 천지영, 배수정. (2006). 2005년 여름 중국 대련시 여성 스트리트 패션 분석. *패션비즈니스*, 10(2), 8-10.
- 최경희. (2005). 중국 스트리트 패션에 나타난 캐주얼 이미지 연구. *호남대학교 학술 논문집*, 26(2), 875-894.
- 한국 패션대기업 중국 시장 공략가속. (2006, 8. 13-19). *주간홍콩강신문*, p. 19.
- 100조원 패션시장에 뛰어든 한국 브랜드의 생존 전략은? (2007, 1). *패션지오*, p. 100-105.
- 2006년 중국 의류시장분석. (2006, 9. 28). *세계경영인정보센터*. 자료검색일 2007, 4. 2, 자료출처 <http://www.kiet.or.kr>
- 2006 S/S 여성복 트렌드. (2005, 5. 13). *삼성패션연구소*. 자료검색일 2006, 5. 17, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- Bae, S. J. (2005). A study on the effective way of supplying of highly educated fashion specialists-Focusing on the korean apparel manufacturers in dalian, China-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(12), 1562-1570.
- Cui, G. (1997). The different faces of the chinese consumer. *The China Business Review*, July-Aug, 35-38.
- KOTRA. (2004). *중국, 아는 만큼 성공한다*. 서울: KOTRA.
- KOTRA. (2005). *동북 3성 비즈니스 가이드*. 서울: KOTRA.
- Sum, Y. (1997). The changing faces of chinese women. *Marketing & Research Today*, Feb, 25-29.