

## 2007년 여름 중국(中國) 대련(大連)시 여성 스트리트 패션 분석

배수정<sup>†</sup> · 백정현\* · 최윤규\* · 유화정\*

전남대학교 의류학과/생활과학연구소

\*전남대학교 의류학과

### An Analysis of 2007 Summer Women's Street Fashion in Dalian, China

Soo-Jeong Bae<sup>†</sup> · Jeong-Hyun Baek\* · Yoon-kyu Choi\* · Wha-Jung Yoo\*

Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National University  
/Human Ecology Research Institute, Chonnam National University

\*Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National University

접수일(2008년 6월 25일), 수정일(1차 : 2008년 9월 30일, 완료일 : 2008년 10월 29일), 게재확정일(2008년 10월 30일)

#### Abstract

On 2008, China comes to be an era of opening the market for 30 years, being both the 4th economically biggest country and 2nd ranked clothing export country in the world. China plays a huge consuming market for the world, along with the competition arena for the numerous world fashion brands while more than 100 kinds of Korean fashion ones being launched into the China. By applying the analysis and investigation of preferred street style. in local area to the development of fashion items and design, the synergistic effect of university and industrial corporation might also be expected. This study aims to provide the basic resources for the development of fashion design on behalf of the Korean fashion brands launched into China and moreover to anticipate the requirement on the part of Chinese consumers by way of understanding the preferred fashion styles, through analysis and investigation of the street fashion in Dalian, northeastern area of China. Conclusively, in terms of clothing style, 80.5% of casual style and 19.5% of formal style were notified. The jean casual, and easy casual being dominant in the former, feminine style in the later. In view of the high frequency of T-shirt, sleeveless on the top, full-length pants and 7/9 length pants on the bottom. The simple and cool style seems to be favored, making them easy through the hot summer. The upper clothes exposed in body part of back, chest and shoulder, were frequently shown. In light of colours. white, black, red were preferred on top, blue and black were preferred on bottom. To deal with accessories, the shoulder bag mostly preferred among bags, the sandal, slippers, sneakers in sequential order among shoes, the hair pins and rubber band(tied or, held up style), in hair accessories. Other items of hat, belt, and sunglasses, which could give a point to the summer style, were identified low frequency.

**Key words:** China fashion market, Street fashion, Dalian; 중국 패션 시장, 스트리트 패션, 대련

## I. 서 론

2008년은 중국에서 개혁·개방이 시작된 지 30주년 이 되는 해이다. 1978년 12월 덩샤오핑(鄧小平)이 공 식 천명한 개방정책으로 중국은 이제까지 해마다 두

<sup>†</sup>Corresponding author  
E-mail: sjbae@chonnam.ac.kr

자리 수의 성장세로 발전을 거듭해 왔고, 현재는 13억 인구의 구매력을 바탕으로 거대한 세계의 소비 시장으로 부상하여 전 세계 패션 브랜드의 각축장이 되고 있다.

소비뿐만 아니라 의류·패션 제품의 생산에 있어서도 중국은 세계 2위의 의류 수출국으로 부상하였다. 주식시장의 과열과 인플레이션의 우려에도 불구하고 세계은행(World Bank)은 2008년 중국의 GDP 성장율을 10%선으로 전망하고 있으며, 중국 경제가 서브프라임 모기지로 촉발된 미국의 경기침체를 보완할 것으로 보고 있다(“China Quarterly Update”, 2008).

특히 2008년 여름 베이징올림픽을 기점으로 중국의 경제 발전은 더욱 급격히 가속도가 붙을 것으로 예상되고 있으며, 사람들의 소비의식이 높아지면서 패션 트렌드를 받아들이는 속도가 점점 국제 시장과 동일해질 것으로 기대되고 있다(“2008 차이나 패션 페어”, 2008). 인접국인 한국에서는 90년대 초반부터 한국 제품을 중국에 수출판매하며 노동집약적 특성이 강한 어패럴 산업의 생산과 유통을 확대시키고 있으며, 국내 유명 브랜드인 EXR, 이랜드, 뽕뱅, 마루, 체이스 컬트, 휠라, 카파, 르까프, 에버라스트, 랑시, SK 네트웍스, 온앤온, 베비라를 비롯한 여성복, 남성복, 캐주얼, 스포츠/아웃도어, 유아동복 약 100 여개의 브랜드가 중국에 진출한 것으로 조사되고 있다(“국내 패션 업체”, 2007).

그러나 중국은 한국과 달리 넓은 영토로 인해 지역에 따라 기후, 문화, 풍속, 경제발전의 상태에 큰 차이가 있다. 따라서 의류 상품의 경우에도 각 지역별로 소비 수준, 선호하는 스타일과 트렌드의 수용정도가 다르게 나타나는 특수성을 지니고 있다(유혜경, 1998). 그러므로 중국 패션 시장에 진입하여 성공하기 위해서는 중국 각 지역의 특수성을 파악하고 그 지역 소비자의 기호와 특성에 맞는 의류 아이템과 디자인 개발이 필수적이다.

중국의 상권은 크게 5개 권역·북경권(화북권), 상해권(화동권), 광둥권(화남권), 동북권, 서부권(서남권)으로 나누어지는데, 이중 동북권은 대련, 심양, 장춘, 하얼빈을 중심으로 요녕성(遼寧省), 길림성(吉林省), 흑룡강성(黑龍江省)을 포함하고 있으며(천지영, 배수정, 2006), 현재 우리나라의 패션 브랜드들의 중국 진출 초기 시장으로 급부상하고 있다.

중국의 패션 도시로 손꼽히고 있는 요녕성의 대련(Dalian, 大連)은 항구 도시라는 지리적 특성으로 중국

의 어떤 도시보다 유행의 변화가 빠르며 세계 각지의 패션 흐름이 빠르게 유입되는 곳이다. 또한 중국 5대 무역 도시이자 첫 금융 개방 도시로, 패션을 주도하는 20~30대 인구가 전체 인구의 35%에 달해 유명 브랜드의 입점 경쟁이 치열한 곳이다. 한국의 패션 브랜드들도 대련의 백화점에 세계적인 패션 브랜드와 함께 입점하여 고급 브랜드로서의 인지도를 높여 가고 있다. 이렇게 한국의 패션 브랜드가 대련을 중국 초기 진출 도시로 삼는 것에 대해 한국의 패션 전문가들은 ‘패션을 선도하는 도시로 중국인의 유행 흐름을 읽을 수 있기도 하지만, 제품 구매력을 갖춘 소비자군의 호응을 얻고 세계적 브랜드와 경쟁하여 살아남으러서 중국 전역에 진출할 수 있다는 자신감을 얻을 수 있으며, 상하이나 베이징과 달리 유지비가 비싸지 않아 테스트 도시로 적합하기 때문’이라고 분석한다(“패션 도시 대련”, 2007).

따라서 본 연구는 동북 3성의 패션 중심 도시로 각광받는 대련지역의 여성 스트리트 패션을 조사·분석하여 선호되는 패션 스타일을 파악함으로써 중국 소비자들의 제품수요 예측과 중국에 진출하는 한국 의류 업체의 패션 제품 디자인 개발을 위한 기초자료를 제공하는데 목적이 있다.

## II. 연구방법

본 연구를 위한 관찰자 조사지역으로는 대련의 중심가인 중산로(中山路) 마이칼(Mycal) 백화점 앞 광장과 승리광장 지하상가, 신흥 번화가인 개발구(開發區)의 대상상가(大商街)와 안성 백화점 앞 등에서 실시되었다. 조사시기는 2007년 7월 20일부터 25일까지 6일간이며 유동인구가 많은 출퇴근 시간대인 오전 9시에서 10시 사이, 오후 5시에서 6시 사이에 디지털 카메라와 캠코더를 사용하여 촬영하였다. 이 결과 판독이 용이한 20~30대 여성의 사진자료 1,112점을 분석대상으로 선정하였다.

자료의 분석은 SPSS 14.0(Statistical Package for the Social Sciences)을 이용하여 패션 스타일(캐주얼/포멀), 의복 아이템(상의/하의/원피스), 의복 색상(화이트계열/블랙계열/레드계열/혼합컬러/블루계열/그린계열/옐로우계열/그레이계열/브라운계열/오렌지계열/퍼플계열/바이올렛계열/카키계열), 액세서리(가방/신발/헤어 액세서리/벨트/선글라스) 등의 항목에 대해 빈도 분석(Frequency)을 실시하였다. 스트리트 패션의 조

<표 1> 스트리트 패션 조사항목

조사항목		조사내용												
스타일	의 의	캐주얼						포멀						
		진	이 지	로맨틱	스포츠	캐릭터	클래식	패미닌	미니 스커트	샤넬 라인 스커트	미디 스커트	맥시 스커트		
아이템	상 의	티셔츠	셔츠	재킷	블라우스	니트류	점퍼	슬리브리스						
	하 의	스커트	미니 스커트		샤넬 라인 스커트		미디 스커트		맥시 스커트					
			타이트 스커트	A라인 스커트	플레이어 스커트	플리츠 스커트	티어드 스커트	벌룬 스커트	레깅스 (중복착용)					
	팬츠	핫팬츠			5부 팬츠		7/9부 팬츠			플랜스 팬츠				
스트레이트 팬츠		벨보텀 팬츠	스키니 팬츠	카고 팬츠	트레이닝 팬츠	오버롤	레깅스 (중복착용)							
원피스	H-실루엣			A-실루엣			X-실루엣			레깅스(중복착용)*				
색상	상 의	Red	Orange	Yellow	Brown	Green	Khaki	Blue	Violet	Purple	Multi	White	Gray	Black
	하 의	Red	Orange	Yellow	Brown	Green	Khaki	Blue	Violet	Purple	Multi	White	Gray	Black
	원피스	Red	Orange	Yellow	Brown	Green	Khaki	Blue	Violet	Purple	Multi	White	Gray	Black
액세서리	가방			신발		헤어 액세서리		벨트		선글라스				

\*레깅스는 미니 스커트, 핫팬츠, 원피스 등에 레이어드 스타일로 중복 착용된 경우임.

사항목은 다음의 <표 1>과 같다.

### III. 중국 여성의 라이프스타일과 소비 특성

#### 1. 중국 여성의 라이프스타일

개혁·개방 이후 중국의 경제, 사회, 정치 등이 급변화와 더불어 '선부론(先富論)'의 영향이나 1980년대 초부터 강제적으로 추진되었던 1가구당 1자녀 정책을 중심으로 한 핵가족의 형성, 여성의 지위 상승, 직업계층의 다양화 및 대중매체의 발달과 같은 변화로 인해 중국인의 라이프스타일도 빠르게 변화하는 추세이다.

또한, 시장경제의 도입이나 경제특구의 설립과 같은 경제적 환경과 사회계층의 분화로 인한 빈부차이의 심화, 국유기업의 개혁 등의 사회적 환경 그리고 지역간 소득의 차별이나 유동인구의 증가 등의 인구통계적 환경의 변화는 현실적 소비생활의 중시, 개인주의적 사회생활 등의 성향으로 가치관의 변화를 초래하였다. 이러한 변화로 지역차가 심한 생활의 모습과 피라미드형 계층구조가 심화되는 계층화·양극화 현상을 낳았으며 세대간의 전통과 현대적 라이프스타일이 확연히 구분되는 세대 차별화의 모습을 보인다(김용준, 2000).

이러한 라이프스타일의 변화를 바탕으로 달라진 중국의 의생활 변화는 크게 3가지로 나눌 수 있는데, 젊은 층을 중심으로 한 캐주얼의 확산, 대도시를 중

심으로 한 최신유행의 급속한 수용, 서구적 패션 감각과 중국의 전통미를 결합한 중국화된 패션 감각의 발전(장인식, 2002)이 그것이다. Ran Wei가 1995년에 발간한 제 1차 IMI(Institute for Marketing Information) 소비자 조사자료(김용준에서 재인용, 2000)에서 분석된 중국 소비자의 라이프스타일 분석<표 2>에서도 유행의 추구나 사회활동에 대해 적극적인 성향이 조사되어 중국인의 달라진 라이프스타일이 패션의 유행이나 수용에도 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

<표 2> Ran Wei 연구의 소비자 태도 요인들

요인	요인명	설명력
1	유행 추구/세련됨	13.5%
2	일상적/보수적	10.2%
3	사회활동적/생활 풍부함	6.1%
4	현상유지에 만족	5.3%
5	사회적 영향력	4.0%
6	금전 중시력	4.5%

#### 2. 중국 여성 소비자의 특성

특히 중국의 20~30대 여성들은 미혼여성들의 사회 진출과 결혼기피현상의 확산과 맞물려 대도시를 중심으로 소비성향이 높으며 유행을 이끄는 하나의 중요한 소비집단으로 부각되고 있다.

이들의 소비 특성을 한 단어로 요약한 말이 ‘월광족(月光族)’인데, ‘광(光)’은 중국어로 ‘돈을 모두 써버린다’는 뜻이다. 즉, 월광족은 ‘월급을 모두 써버리는 사람’을 일컫는 말로, 중국의 소비 변화를 대변한다. 이들이 돈을 저축하지 않는 것은 아니지만, 이 저축은 돈을 모으기 위한 것이 아니라 명품을 사기 위해서다. 월광족은 대부분 외자기업이나 IT업체에서 근무하는 이들로, 서구문화를 탐닉하며 미래를 걱정하지 않는다. 월광족은 명품 시장의 주요 소비계층이기도 하다(한우덕, 2007).

세계적 투자은행 골드만 삭스는 중국의 명품수요가 2006년 기준 세계 전체의 약 12%(개인 비행기와 요트 제외)를 차지하는 것으로 보고 있고, 2015년에는 29%에 달해 세계 최대 시장으로 부상할 것이라고 분석한다(“China said to be”. 2006). 10년 전만 해도 중국에서 명품 브랜드가 이처럼 호황을 누릴 것이라고 예상한 사람은 없었다. 그러나 지금은 세계 명품 브랜드가 중국에서 생존 전략을 찾을 만큼 중국 시장은 중요해 졌다.

이러한 중국 명품소비의 주요 계층인 월광족은 중국에서 1977년부터 시작된 ‘1자녀 갖기 계획’의 결과로 볼 수 있다(“The Emperor’s”. 2006). 1977년부터 81년 사이에 출생한 독생자(獨生子) 수는 약 9,000만명이다. 이 중 도시에 거주하는 독생자는 약 3,000만명으로 이들이 모두 월광족은 아니지만, 중요한 점은 그들이 새로운 소비문화를 이끌고 있다는 점이다. 그들은 고급 주택과 자동차를 선호하는 서방의 고급 소비자와는 달리 고급 의류, 향수, 시계 등 개인용품의 구매에 치중한다. 전문가들은 2008년 이후 월광족이 중국 소비 시장의 핵심 세력으로 자리 잡을 것으로 분석한다(한우덕, 2007).

이외에도 중국 소비자 전문분석가인 Debnam and Svinos(2008)는 새로운 명품족인 젊은 20~30대 사업가와 연예인 층, 부유층의 젊은 부인들이 중국의 새롭고도 강력한 소비계층으로 떠오른다고 분석한다. 특히 1990년대 이전에는 이들의 90% 이상이 남성이었으나 이제는 이것이 부유한 젊은 여성으로 변화되고 있다고 한다. 이들은 금여를 모두 사용하는 월광족은 아니지만 매우 소비 수준이 높은 중국의 새로운 소비자 군으로써 브랜드 지향성, 미의 추구, 즐기는 쇼핑, 여행 등에 많은 지출을 한다. 이들의 특수한 소비패턴을 이해하지 않고는 이제 중국 시장을 예측할 수 없다고 해도 과언이 아니다. 이처럼 13억 중국의 소비 시장은 변화를 거듭하고 있다.

이에 본 연구는 중국의 주요 소비계층인 20~30대를 중심으로 한 지역별 시장에 대한 조사의 필요성을 절감하게 되었으며, 특히 상대적으로 연구가 미비한

지역인 동북지역 20~30대 여성의 패션 선호도를 조사하게 되었다.

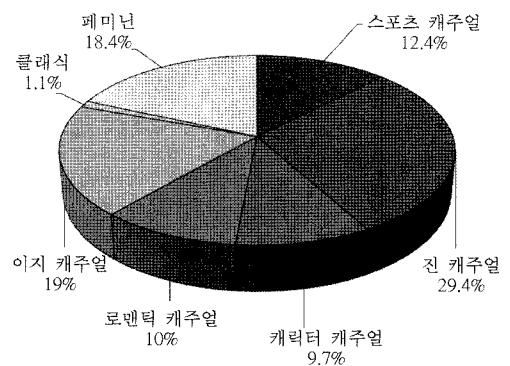
#### IV. 연구결과 및 고찰

##### 1. 패션 스타일에 따른 분석

2007 여름 중국 대련에서 선호되는 여성복 스타일은 크게 캐주얼 스타일(casual style)과 포멀 스타일(formal style)로 분류하였고 다시 세분화한 결과, 캐주얼 스타일은 진 캐주얼, 이지 캐주얼, 로맨틱 캐주얼, 스포츠 캐주얼, 캐릭터 캐주얼로, 포멀 스타일은 페미닌 스타일과 클래식 스타일로 분류하였다(그림 1).

조사결과 진 캐주얼 스타일 29.4%(327명)<그림 2>, 이지 캐주얼 19.0%(211명), 페미닌 스타일 18.4%(205명)<그림 4>, 스포츠 캐주얼 12.4%(138명), 로맨틱 캐주얼 10%(111명)<그림 3>, 캐릭터 캐주얼 9.7%(108명), 클래식 스타일 1.1%(12명)<그림 5>의 순으로 나타났다. 빈도분석결과, 캐주얼 스타일이 약 80.5%, 포멀 스타일이 약 19.5%로, 세계적인 추세와 같이 중국의 동북지역에서도 캐주얼 스타일이 선호되고 있음을 알 수 있었다(표 3).

본 연구에서의 스타일 분류기준을 살펴보면, 진 캐주얼(jean casual)은 청바지나 청치마 등 평상복 차림 중 진(jean) 소재 의류와 함께 코디한 스타일로, 이지 캐주얼(easy casual)은 캐주얼 스타일의 가장 기본적인면서도 대표적인 스타일로 특별한 소재나 디테일의 구분 없이 편히 착용할 수 있는 자연스럽고 편안한 스타일로 구분하였다. 또한 로맨틱 캐주얼(romantic casual)은 프릴이나 레이스, 리본 등의 디테일과 파스텔 톤의 컬러, 쉬폰 소재 등으로 여성적인 이미지가



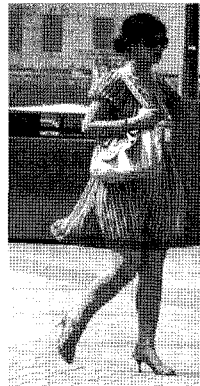
<그림 1> 패션 스타일별 빈도



<그림 2> 진 캐주얼 스타일



<그림 3> 로맨틱 캐주얼 스타일



<그림 4> 페미닌 스타일



<그림 5> 클래식 스타일

<표 3> 패션 스타일 분석표

패션 스타일		빈 도(명)	비 율(%)	합 계
캐주얼 스타일	스포츠 캐주얼 스타일	138	12.4	895(명) (80.5%)
	진 캐주얼 스타일	327	29.4	
	캐릭터 캐주얼 스타일	108	9.7	
	로맨틱 캐주얼 스타일	111	10	
	이지 캐주얼 스타일	211	19.0	
포멀 스타일	클래식 스타일	12	1.1	217(명) (19.5%)
	페미닌 스타일	205	18.4	
합 계		1112	100	1112(명) (100%)

가미된 캐주얼 스타일로 분류하였고, 캐릭터 캐주얼 (charactor casual)은 뚜렷한 의복 규범이 있지 않는 한 다양한 상황에서 입혀질 수 있고(이소향, 2002) 개인의 독특한 개성을 표현하는 경쾌한 스타일을(류숙희, 한정숙, 1997), 스포츠 캐주얼(sports casual)은 정통 스포츠 웨어보다 패션성이 가미되어 있으면서 스포츠 웨어의 활동적이며 기능적인 특성을 지닌 스타일로 분류하였다.

전 세계적으로 현대인의 라이프스타일이 건강과 여가 생활을 중요시하는 방향으로 흘러감에 따라 캐주얼 스타일이 일상복에서 점차 큰 비중으로 확대되어가고 있는 실정이다. 한국의 캐프츠 룩의 대표적인 브랜드인 EXR은 최근 중국 마케팅을 강화하기 위해 'Cheer Up! China'라는 슬로건으로 응원가를 만들어 중국 최고의 남자 가수가 홍보하고 있고("이엑스알' 중국 마케팅", 2008), 스포츠 캐주얼 브랜드 FILA도 베이징올림픽 스페셜 컬렉션을 출시하면서 중국인들이 가장 좋아하는 숫자인 '8'과 '가자 베이징'이라는

문구를 모티브로 사용해 중국인들의 기호에 맞춘 현지화 전략을 전개하고 있다("휠라, 베이징올림픽", 2008).

이 결과 대련지역의 패션 스타일에도 캐주얼 스타일의 강세가 뚜렷이 나타나고 있었으며, 1999년 중국여성 소비자의 의복 디자인 선호도에 관한 김효숙(2000)의 연구결과인 캐주얼 52.2%, 2006년 여름 대련지역 스트리트 스타일을 분석한 배수정, 오현아(2007)의 결과인 캐주얼 65%와 비교해 볼 때 캐주얼의 비율이 더 높게 나온 것은 중국 여성 스타일의 캐주얼화가 가속화되고 있다는 것을 의미한다. 또한 전자의 연구는 대상지역이 북경이었고 후자는 대련인 관계로 지역적 경향을 넘어선 현상으로 파악된다.

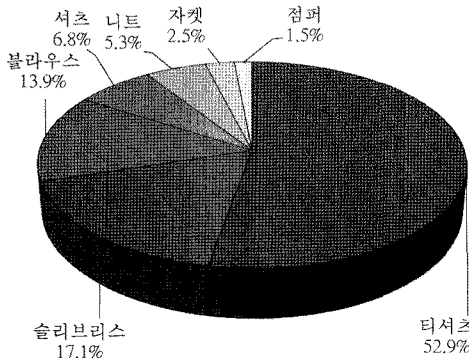
포멀 스타일은 계절적 요인으로 인해 원피스를 중심으로 한 페미닌 스타일이 18.4%, 투피스 정장 스타일의 클래식 스타일이 1.1%로, 페미닌 스타일이 압도적으로 높게 나타났다. 이것은 전년도의 선행연구(배수정, 오현아, 2007) 결과인 페미닌 27%, 클래식 8%와 비교해 볼 때 전반적으로 포멀 스타일의 비중이

낮아졌음을 의미한다.

2. 의복 아이템 분석

대련지역 여성 1112명의 사진 중에서 상·하의로 나누어 입은 착용자는 910명, 원피스를 입은 착용자는 202명이다. 이중 상의는 티셔츠 52.9%(481명), 슬리브리스 17.1%(156명), 블라우스 13.9%(126명), 셔츠 6.8%(62명), 니트류 5.3%(48명), 자켓 2.5%(23명), 점퍼 1.5%(14명)의 순으로 나타났다(그림 6). 조사시기가 여름이므로 티셔츠나 슬리브리스와 같은 짧거나 민소매 상의 혹은 등과 어깨, 가슴 등을 노출한 상의<그림 7-8>가 높은 빈도를 나타내고 있어, 간편하고 신체를 노출한 스타일을 선호하고 있는 것을 알 수 있었다.

하의 역시 910명이 착용하였는데 먼저 스커트와 바지로 구분한 후 길이와 유형에 따라서 재분류하였다. 하의에서는 스커트 21.0%(234명), 바지 60.8%(676명)로 바지의 비율이 스커트보다 3배 정도 높게 나타났



<그림 6> 상의 아이템별 빈도



<그림 7> 티셔츠



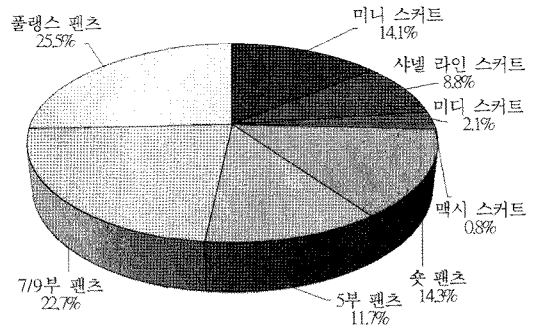
<그림 8> 슬리브리스

다(그림 10). 이는 바지의 착용시 활동성이 높다는 것을 감안한다면 의복 스타일의 캐주얼화와 관계가 있는 것으로 분석된다.

스커트는 총 234명이 착용하였고 미니 스커트 14.1%(128명), 샤넬 라인 스커트 8.8%(80명), 미디 스커트 2.1%(19명), 맥시 스커트 0.8%(7명) 순으로 나타나서 미니 스커트가 가장 인기있는 아이템으로 나타났으며, 이 중 미니 스커트와 레깅스의 중복착용은 16명이었다. 스커트의 유형은 타이트 스커트 10.4%(95명), A라인 스커트 4.2%(38명), 플레어 스커트 4.1%(37명), 플리츠 스커트 3.6%(33명), 티어드 스커트 3.2%(29명), 벌룬 스커트 0.2%(2명)의 순으로 나타났다.

바지는 676명이 착용하였으며 플랜스 팬츠 25.5%(232명), 7/9부 팬츠 22.7%(207명)<그림 11>, 숏 팬츠 14.3%(130명), 5부(무릎길이) 팬츠 11.7%(107명)의 순이었으며, 숏 팬츠에 레깅스 중복착용의 경우는 3명으로 나타났다. 바지의 유형은 스트레이트 팬츠 32.8%(298명), 핫팬츠 26%(237명), 카고 팬츠 6.6%(60명), 벨보텀 팬츠 5.7%(52명), 트레이닝 팬츠 1.8%(16명), 스키니 팬츠 1.0%(9명), 오버롤 0.4%(4명)의 순으로 조사되었다. <그림 9>에는 스커트와 바지의 길이별 빈도를 정리하였다.

원피스는 여름이라는 계절적 요인으로 인해 총 202명 착용으로 빈도가 높게 나타났는데, 그 중에서도 X-실루엣의 원피스가 41.1%(83명)<그림 14>, A-실루엣의 원피스가 36.7%(74명), H-실루엣 원피스 22.2%(45명)<그림 15>로 X-실루엣의 선호도가 가장 높은 것을 알 수 있었고<그림 13>, 이 중 레깅스와 중복착용의 경우는 14명으로 나타났다. 특히 상반신을 많이 노출한 무릎길이의 X-실루엣의 원피스의 빈도가 높았는데, 이는 하얼빈 및 북경 등의 타 지역을 대상으로 한 선행연구(최경희, 2005; Bae, 2007)의 결과와 일치한다.



<그림 9> 하의의 길이별 빈도

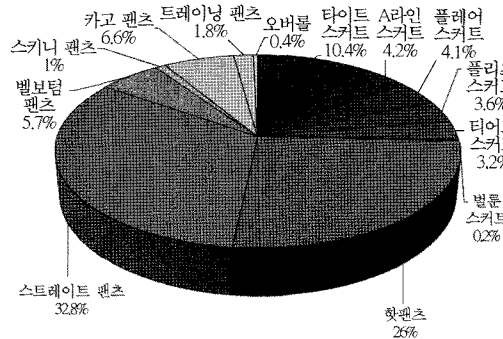
다음의 <표 4>는 상의, 하의의 길이와 유형별 빈도, 원피스의 유형별 빈도를 정리한 것이다.

특이한 점으로는, 원피스나 스커트, 반바지 등에 레깅스(leggings)를 레이어드 룩으로 착용하는 사례는 총 33명으로<그림 12>, 연령에 관계없이 다수의 여성들이 착용하고 있어서 레깅스는 2007 여름 시즌 대련지역에서 유행 아이템임을 알 수 있었다. 레깅스의 소재는 계절에 적합한 레이스나 매쉬 소재가 많았으며

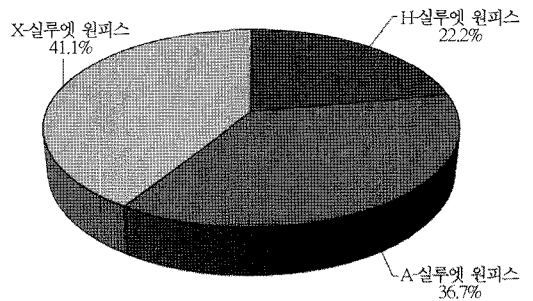
색상은 블랙 계열이 주를 이루었다.

3. 의복 색상 분석

의복의 색상 분석결과 상의의 색상은 화이트 계열 30.3%(275명), 블랙 계열 13.8%(126명), 레드 계열 13.1%(119명), 혼합컬러 10.5%(96명), 블루 계열 6.8%(62명), 그린 계열 6.6%(60명) 등의 순으로 나타났다(그림 16).



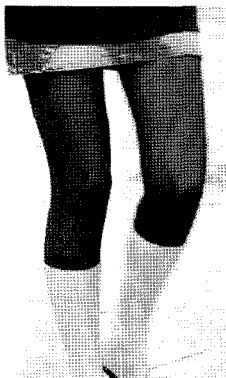
<그림 10> 하의의 유형별 빈도



<그림 13> 원피스의 유형별 빈도



<그림 11> 7부 팬츠



<그림 12> 미니 스커트에 레깅스



<그림 14> A-실루엣 원피스



<그림 15> H-실루엣 원피스

<표 4> 아이템의 길이별·유형별 빈도

구분	아이템	빈도(명)	비율(%)	합계
상의	티셔츠	481	52.9	910명 (100%)
	셔츠	62	6.8	
	재킷	23	2.5	
	블라우스	126	13.9	
	니트류	48	5.3	
	잠퍼	14	1.5	
	슬리브리스	156	17.1	

<표 4> 계 속

구 분	아 이 템	빈 도(명)	비 율(%)	합 계		
하 의	스커트	미니 스커트	128	14.1	910명 (100%)	
		샤넬 라인 스커트	80	8.8		
		미디 스커트	19	2.1		
		맥시 스커트	7	0.8		
	팬 츠	숏 팬츠	130	14.3		
		5부 팬츠	107	11.7		
		7/9부 팬츠	207	22.7		
		플랜스 팬츠	232	25.5		
		타이트 스커트	95	10.4		
	유형별	스커트	A라인 스커트	38		4.2
			플레이어 스커트	37		4.1
			플리츠 스커트	33		3.6
			티어드 스커트	29		3.2
			벌룬 스커트	2		0.2
		팬 츠	핫 팬츠	237		26
			스트레이트 팬츠	298		32.8
			벨보탑 팬츠	52		5.7
			스키니 팬츠	9		1.0
			카고 팬츠	60		6.6
트레이닝 팬츠			16	1.8		
오버롤			4	0.4		
원피스			H-실루엣 원피스	45	22.2	202명 (100%)
			A-실루엣 원피스	74	36.7	
	X-실루엣 원피스	83	41.1			

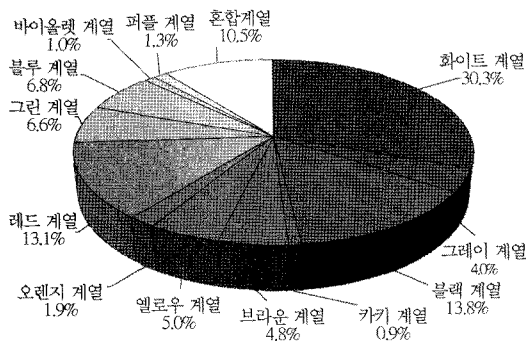
계절적인 요인으로 인해 화이트 계열이 가장 빈도가 높고 그 다음이 블랙과 레드가 높은 빈도를 보이고 있어서, 중국인의 선호 색상인 레드-귀신을 쫓고 복을 부른다는 행운과 기쁨의 의미(박영수, 2007)-의 선호도는 계절과 무관하게 나타나는 것을 알 수 있었다.

하의의 색상은 블루 계열 37.8%(344명), 블랙 계열 14.6%(132명), 화이트 계열 12.2%(111명), 브라운 계열 9.1%(83명), 그레이 계열 6.1%(55명), 혼합컬러 6.1%(56명) 등의 순으로 분석되어 블루진의 착용과 모노

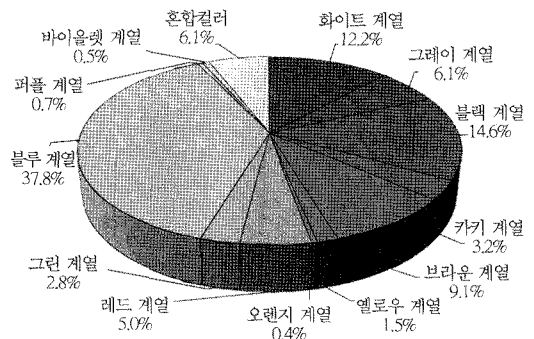
톤 계열의 하의 착용에 대한 높은 선호도를 보여주었다(그림 17).

원피스의 색상은 화이트 계열 19.3%(39명), 블랙 계열 18.8%(38명), 레드 계열 15.8%(32명), 혼합컬러 13.8%(28명) 등의 순으로 나타나 여름 시즌에 많이 보여지는 화이트 계열이 강세를 이루었으며 레드 계열에 대한 선호도 함께 나타났다(그림 18).

세계적으로 2007년 S/S 시즌의 컬러 트렌드를 살펴 보면 전체적으로 soft & mild의 감성을 중심으로 화이



<그림 16> 상의의 색상별 빈도

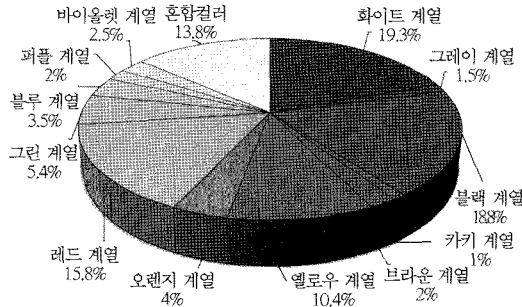


<그림 17> 하의의 색상별 빈도



트가 가미된 고명도의 색상들과 pale, very pale 색상군의 전개가 특징으로 나타났으며("S/S Pre-Trend Color", 2006), 2007 중국 대런 스트리트 패션의 여름 컬러 경향 또한 화이트가 가장 높은 선호도를 보여 세계적인

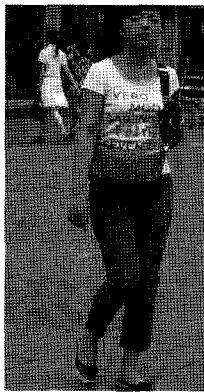
컬러 트렌드와 일치하는 면이 있었으나, 한편으로는 파스텔 톤에 대한 선호 대신 비비드한 레드 컬러에 대한 선호도가 높은 것에 중국 특유의 색선호 경향이 존재하고 있음을 확인할 수 있었다(그림 19-22). 이는 선행 연구의 결과(배수정, 2007; 배수정, 오현아, 2007; 임순외, 2001)와도 유사한 것으로 보아 지역과 계절을 초월한 중국인 특유의 색채선호 현상으로 파악된다. <표 5>에는 상의, 하의, 원피스의 색상별 빈도를 정리하였다.



<그림 18> 원피스의 색상별 빈도

4. 액세서리 분석

액세서리류 중 가방은 총 810명이 착용하였는데 이중 솔더백(크로스백 포함)이 52.1%(579명)로 가장 높게 나타났으며, 다음은 토트백이 17.4%(194명), 클러치백 1.8%(20명), 백팩 1.5%(17명)의 착용빈도로 나



<그림 19> 화이트 계열 티셔츠와 레드 계열 9부 팬츠



<그림 20> 그린 계열의 티셔츠와 블랙 계열의 핫팬츠



<그림 21> 블루 계열의 티셔츠와 블랙 계열의 사넬 라인 스커트



<그림 22> 옐로우 계열의 원피스

<표 5> 아이템의 색상별 빈도

구분	Red	Orange	Yellow	Brown	Green	Khaki	Blue	Violet	Purple	Multi	White	Gray	Black	합계	
상의	빈도 (명)	119	17	46	44	60	8	62	9	12	96	275	36	126	910
	비율 (%)	13.1	1.9	5.0	4.8	6.6	0.9	6.8	1.0	1.3	10.5	30.3	4.0	13.8	100
하의	빈도 (명)	46	4	14	83	25	29	344	5	6	56	111	55	132	910
	비율 (%)	5.0	0.4	1.5	9.1	2.8	3.2	37.8	0.5	0.7	6.1	12.2	6.1	14.6	100
원피스	빈도 (명)	32	8	21	4	11	2	7	5	4	28	39	3	38	202
	비율 (%)	15.8	4.0	10.4	2.0	5.4	1.0	3.5	2.5	2.0	13.8	19.3	1.5	18.8	100

타났다. 가방을 소지하지 않은 경우는 27.2%(302명)로 조사되었다. 가방의 소재는 계절의 영향 때문인지 가죽 소재보다는 합성피혁이나 면 소재, 메쉬 소재 등이 주류를 이루었고 색은 화이트가 가장 많았다(그림 23-25).

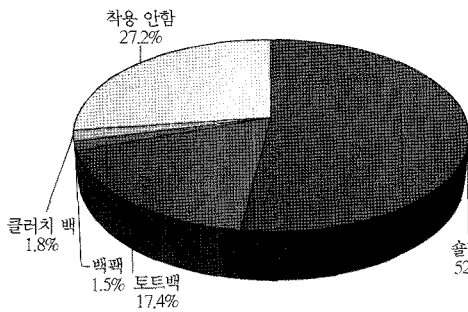
신발의 착용자 1112명 가운데 샌들 36.7%(408명), 슬리퍼 류 27.0%(300명), 스니커즈/운동화 25.2%(280명), 로퍼 7.4%(82명), 펌프스 3.5%(39명), 부츠 0.3%(3명)의 순으로 조사되어 여름철 패션에 적합한 시원하고 간편한 형태가 많이 착용되고 있음을 알 수 있었으며, 스니커즈/운동화는 진 팬츠와 함께 캐주얼 스타일로 코디네이션 되어 높은 빈도로 나타난 것을 알 수 있었다(그림 26-28).

헤어 액세서리 중 헤어핀이나 고무줄은 여름철이라서 머리를 묶거나 올린 여성들이 많아 56.7%(631명)로 선호도가 가장 높았으며, 베이스볼 캡이나 션 캡과 같은 모자를 착용한 경우가 3.1%(34명)였고 두건을 착용한 경우는 없었다. 기타 액세서리로는 벨트 4.5%(50명), 선글라스 2.9%(32명)로 나타났다. 이와 같은 결과는 일광을 차단하는 모자나 선글라스의 착용빈도가 낮은 편임을 알게 해준다(그림 29-31).

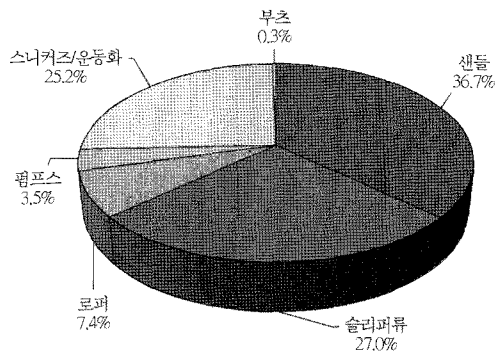
### V. 결 론

중국 동북권의 패션 중심지로 각광받고 있는 대련의 2007 여름 시즌의 스트리트 패션을 조사·분석한 결과, 의복 스타일의 경우 다양한 종류의 캐주얼 스타일이 선호되는 것으로 나타났으며, 캐주얼 스타일 중에서도 일상적으로 편안하게 착용할 수 있는 진 캐주얼과 이지 캐주얼 스타일이 가장 빈도가 높은 것으로 나타났다. 삶의 질이 높아지고 여가 활용에 대한 관심이나 편안한 스타일에 대한 선호도가 증가하면서 포멀한 스타일보다는 캐주얼한 스타일이 대세를 이루고 있는 것이 세계 패션계의 흐름이다. 특히, 중국의 스포츠 캐주얼 스타일을 비롯한 캐주얼 스타일에 대한 선호도는 여러 연구자 및 패션 정보사의 발표와 같이 2008년 베이징올림픽의 영향으로 파악되며, 선행연구결과와 비교했을 때 더욱 가속화되고 있는 것을 알 수 있었다.

의복 아이템 중 상의는 티셔츠와 슬리브리스가, 하의는 플랜스 팬츠와 7/9부 팬츠의 착용빈도가 가장



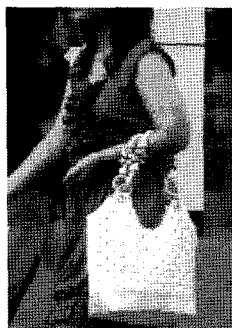
<그림 23> 가방의 유형별 빈도



<그림 26> 신발의 유형별 빈도



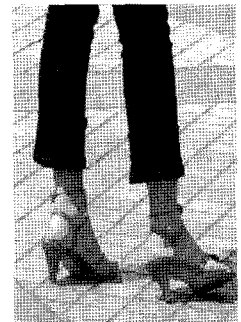
<그림 24> 숄더백



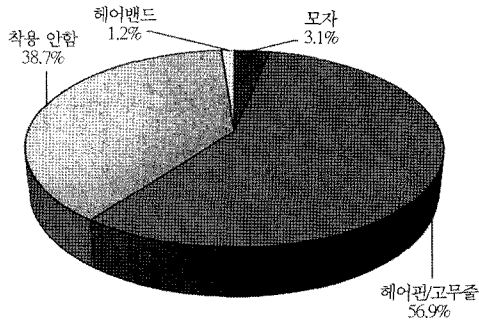
<그림 25> 토트백



<그림 27> 스니커즈/운동화



<그림 28> 샌들



<그림 29> 헤어 액세서리의 유형별 빈도



<그림 30> 모자(션캡)

<그림 31> 선글라스

높아서 전반적으로 여름철에 적합한 간편한 스타일을 즐겨 착용하고 있는 것을 알 수 있었으며, 등, 가슴, 어깨 등 신체노출이 많은 스타일에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 현상은 타 지역의 연구결과와 일치되는 것으로써 중국 전역에서 통용되는 일반적인 현상으로 추정된다. 또한 페미닌 스타일의 원피스는 계절적 요인으로 인해 착용빈도가 높게 나타났다는데 특히 신체노출이 많은 X-실루엣 원피스의 선호도가 높았다.

의복의 색상에서는 상의는 화이트, 블랙, 레드 계열이, 하의는 블루 계열과 블랙 계열의 빈도가 높았으며 원피스 역시 화이트 계열의 선호도가 높은 것으로 조사되었다. 상의의 화이트의 선호 경향은 계절적인 요인으로 보이며, 레드 계열의 높은 빈도는 중국인 특유의 색채상징의 영향으로 파악된다. 하의의 블루 계열의 강세는 진 팬츠의 선호도와 관계가 깊은 것으로 보이며 블랙 계열의 강세는 하체가 길고 날씬해 보이길 바라는 심리에서 유행한 것으로 사료된다.

액세서리로서는 가방은 슬더백과 토트백의 빈도가 높았고, 신발은 샌들, 슬리퍼 류, 운동화/스니커즈의 순으로 나타났으며, 헤어 액세서리로는 헤어핀/고무

줄(묶거나 올리는 헤어스타일)의 선호도가 높았고, 이외에 모자, 벨트, 선글라스 등 여름철 캐주얼 스타일에 포인트를 줄 수 있는 아이템들이 낮은 빈도로 나타났다. 이는 아직 중국의 여성들이 자외선 차단에 대한 인식이 높지 않아서인 것으로 분석된다.

본 연구의 결과는 중국 전역의 일반적인 현상으로 해석하기에 무리가 있는 부분이 있으며, 차후 동북지역의 계절별 스타일이나 트렌드의 변화에 따른 의류 상품의 선호 경향에 대한 지속적인 연구를 통해 한국의류 기업의 중국 패션 시장 진출시 동북지역의 패션 경향에 대한 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 생각된다. 또한 이러한 지역적인 연구가 동북지역 뿐 아니라 중국의 다른 주요 패션 중심 도시에서도 지속적으로 진행된다면 중국의 패션에 대한 종합적이고 객관적인 자료의 데이터 베이스화를 가능케 하여 거대 패션 시장인 중국에 진출하는 한국의 패션 기업들에게 실질적인 자료가 될 수 있을 것으로 기대된다.

## 참고문헌

- 국내 패션 업체 해외 진출 현황. (2007, 5. 28). *어패럴 뉴스*, pp. 18-19.
- 김용준. (2000). *사례와 통계로 본 중국 소비자와 중국 시장*. 서울: 박영사.
- 김효숙. (2000). 중국 여성 소비자의 의복 디자인 선호도에 관한 연구. *건국대학교 생활문화예술논집*, 23, 108-109.
- 류숙희, 한정숙. (1997). 국내 남성 복식의 캐릭터 캐주얼화 경향에 관한 고찰. *과학논집 계명대학교생활과학연구소*, 23(1), 235-236.
- 박영수. (2007). *색채의 상징, 색채의 심리*. 서울: 살림.
- 배수정. (2007). 중국 동북 3성 스트리트 패션 분석 (제1보)-2006년 봄 대련시를 중심으로-. *한국의류학회지*, 31(11), 74.
- 배수정, 오현아. (2007). 중국의 새로운 성장축 동북지역 스트리트 패션 분석 (제1보)-2006년 여름 대련시를 중심으로-. *한국가정과학회지*, 10(3), 46-47.
- 유혜경. (1998). 중국 의류 소비자 특성 고찰. *한국의류학회지*, 22(2), 236-237.
- 이소향. (2002). *패션 디자인 업체의 MD 중요성에 관한 연구-캐릭터 캐주얼을 중심으로*. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- ‘이엑스알’ 중국 마케팅 강화. (2008, 5. 5). *어패럴 뉴스*, p. 8.
- 임순, 김효숙, 손희정. (2001). 한국과 중국의 스트리트 패션 비교에 대한 연구. *대한가정과학회지*, 39(10), 25.
- 장인식. (2002). 중국 Fashion 시장의 변화에 따른 대응방안. *한국의류학회 학술대회논문집*, 11.
- 최경희. (2005). 중국 직장 여성의 스트리트 패션 연구-북경

- 을 중심으로. *호남대학교 학술논문집*, 25, 230-232.
- 천지영, 배수정. (2006). 2005년 여름 중국 대련시 여성 스트리트 패션 분석. *패션비즈니스*, 10(2), 3-4.
- 패션 도시 다롄, 韓 패션 기업 초기진출지로 각광. (2007, 6. 19). *온바오 뉴스*. 자료검색일 2007, 11. 5, 자료출처 <http://www.onbao.com>
- 한우덕. (2007). *세계 경제의 슈퍼엔진 중국*. 서울: 미래에셋 투자교육연구소.
- 휠라, 베이징올림픽 스페셜 컬렉션 출시. (2008, 4. 7). *한국 섬유경제*, p. 2.
- 2008 차이나 패션 페어 주목. (2008, 1. 21) *Fashionbiz*, p. 234.
- S/S Pre-Trend Color. (2006, 5. 4). *삼성디자인넷*. 자료검색일 2007, 11. 5, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- Bae, S. J. (2007). An analysis of 2006 summer street fashion in Harbin, China. *Journal of Fashion Business*, 11(3), 91-92.
- China Quarterly Update-February, 2008. (2008, 4. 1). *World Bank Group*. Retrieved May 26, 2008, from <http://web.worldbank.org>
- China said to be biggest luxury consumption market by 2015. (2006, 2. 12). *Sino Cast China Business Daily News*, p. 2.
- Debnam, N. & Svinos, G. (2008, 3. 4). Luxury brands in China, Part II\_Profiling the Chinese consumer. *China Success Stories*. Retrieved September 30, 2008, from <http://www.chinasuccessstories.com>
- The Emperor's new designer clothes. (2006, 1. 18). *Bangkok Post Business*, p. 1.