

한류 패션의 동남아시아 진출을 위한 시장 분석 및 디자인 개발 - 베트남 호치민시를 중심으로 -

최혜린·이인성**

이화여자대학교 일반대학원 의류학과 석사·이화여자대학교 일반대학원 의류학과 교수**

Fashion Market Analysis and Design Development for Expansion to Southeast Asian Market of Korean Wave Fashion -Focused on Vietnam, Ho Chi Minh City-

Hyerin Choi · Inseong Lee**

Master, Dept. of Clothing & Textiles, The Graduate School of Ewha Womans University

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University**

(2014. 3. 20. 접수; 2014. 4. 25. 수정; 2014. 4. 28. 채택)

Abstract

The purposes of this study are to analyze current situation of fashion market of Vietnam who is mainly influenced by Korean wave, analyze preferred fashion brand product and street fashion style of women in 10~20s interested in fashion so much, and develop the design suitable for Vietnamese consumers' preference so as to seek the methods domestic fashion industry can have competitive edge in emerging economic market. It's significant to suggest the direction of Korean new contents and seek the possibility of advancing new market by getting out of domestic market which is stagnated by preparing the foothold of fiber and fashion industry, beyond the first effects of Korean wave.

Through this study, current situation of Korean wave which recently becomes new Korean wave based on the K-pop and furthermore, one of worldwide cultural situation could be recognized. Based on the preference of the Korean wave, current situation of Korean fashion industry spread gradually in Vietnam and design characteristics of fashion style preferred by Vietnamese consumers could be grasped. As the result, the design which can satisfy various needs of Vietnamese female consumers preferring fashion style was developed based on the characteristics by product's styles of Vietnamese fashion market. In addition, it intended to be helpful to plan the design of casual wear which is more professional so that Korean fashion industry can advance Vietnamese market through it.

Key Words: Korean wave(한류), Korean fashion(한국패션), Vietnamese fashion market (베트남패션시장)

I. 서론

1990년대 중반 중국과 대만에서 일기 시작한

한류 열풍은 홍콩, 싱가포르, 태국, 베트남 그리고 일본에까지 확산되었을 뿐만 아니라, 유럽, 남미, 러시아 등 세계 곳곳으로 진출하여 범세

Corresponding author ; Inseong Lee

Fax. +82-2-3277-3079

E-mail : gaby@ewha.ac.kr

계적인 문화 현상으로서 급속히 확산되고 있다. 한류는 이미 우리나라의 경제 뿐 아니라 사회, 문화 등 전 분야에 걸쳐 직·간접적인 파급효과를 발휘하고 있지만 이에 비해 섬유·패션산업에서의 경제적 유발 효과는 점차 감소하고 있는 추세이다. 이는 한류의 확산단계에 발맞춰 섬유·패션상품을 적체적소에 공급하지 못한 것 때문으로 보여진다. 침체되어있는 내수시장을 벗어나 글로벌 마켓에서 한국 패션 기업의 위상을 유지하기 위해서는 상품수출과 문화 서비스 수출의 연계를 통해 시너지 효과를 도모하고 다양한 콘텐츠의 한류가 비즈니스 기회 창출이 가능한 경제 한류로 전환될 수 있도록 지속적인 노력을 기울여야 할 것으로 사료된다.

ASEAN(Association of South-East Nations, 동남아시아국가연합)을 중심으로 한 신흥경제국들은 글로벌 경기 침체에도 불구하고 비약적인 경제 성장을 이루고 있으며, 이에 따라 차세대 내수시장으로 세계의 주목을 받고 있다. 특히 베트남은 ASEAN 국가 중에서도 풍부한 자원과 강한 경제개발의지를 기반으로 중국의 대체지역으로 급부상하고 있으며 노동생산성이 높고 인프라와 네트워크가 갖추어져 있어 특히 섬유·패션 산업의 요지로서의 경쟁력을 갖추고 있다. 베트남은 한류가 일반인들에게 널리 알려져 있고 한류를 이용한 상품의 판매가 원활하게 이루어지고 있는 지역으로, 패션 한류의 접근 및 진출이 용이한 지역적 특성을 갖추고 있다. 또한 최근 급속한 경제성장과 소득향상으로 베트남 소비자들의 소비패턴이 다양화·고급화되는 추세와 함께 한류의 영향으로 한국에 대한 이미지가 급상승하고 있다. 이러한 상황 속에서 이들의 주요 소비층을 대상으로 한류 패션브랜드의 디자인을 개발하고 제안함으로써 국내 패션산업의 경제적 효과 창출 및 국가 이미지 고취 효과를 가져올 수 있을 것으로 사료된다.

한류 패션에 관한 선행연구로는 왕홍연(2007)의 중국 청소년의 한류패션 수용에 관한 연구, 김재은(2002)의 중국 신세대 패션에 나타난 한류 현상 분석, 오지혜(2007)의 한류 스타의 패션 스타일을 이용한 디자인 개발 등이 있으며 한류를 활용한 패션 산업의 해외 진출과 관련한 논문으로는 양유동(2010)의 한국대중문화에 대한

선호도가 한국 패션상품에 대한 선호도와 구매 의도에 미치는 영향, 석현수(2007)의 한국 패션 의류 산업의 대 중국 마케팅전략에 관한 연구 등이 있다. 이처럼 한류 패션에 대한 여러 분야의 연구가 진행되고 있고 있으나 대부분 마케팅 측면에서의 연구가 주를 이루고 있어 디자인 측면에서의 연구는 미흡하며 한류 패션의 해외 진출에 대한 연구 또한 꾸준히 이루어지고 있으나 주로 중국을 대상으로 한 연구에 치중해 있어 최근 급부상하고 있는 ASEAN 지역을 중심으로 한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 한류의 영향을 받고 있는 ASEAN 국가들을 대상으로 패션에 관심이 많은 10~20대 여성 소비자의 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 전문적인 한류 패션 디자인에 대한 학문적 연구와 실질적인 개발이 필요한 시점이라고 사료된다.

본 연구의 목적은 다음과 같다. 주요 한류 영향 국가인 베트남의 패션 산업 및 시장의 현황을 분석하고 특히 패션에 많은 관심을 보이는 10~20대의 베트남의 패션 시장 주요 소비층이 선호하는 패션 브랜드 제품 분석 및 스트리트 패션 스타일 분석을 통해 베트남 소비자들의 기호와 트렌드에 맞는 디자인을 개발하여 제안함으로써 국내 패션 산업이 신흥 경제시장에서 경쟁력을 갖추기 위한 방안을 모색해보고자 한다. 이는 한류의 1차적인 효과를 넘어 섬유·패션산업의 진출 기반을 마련함으로써 새로운 한류 콘텐츠에 대해 방향을 제시하고 침체되어있는 내수시장을 벗어나 새로운 시장 진출의 가능성을 모색하는 데에 그 의의가 있다.

본 연구의 목적을 수행하기 위하여 문헌 연구를 통해 본 연구의 타깃 국가를 베트남으로 설정하고, 디자인 개발에 앞서 베트남 소비자들이 선호하는 패션 스타일을 도출해내기 위해 2011년 9월 4일부터 8일까지 베트남 호치민 1구역의 백화점을 방문하여 10~20대 여성들을 타깃으로 하는 브랜드를 중심으로 현지실사를 실시한 뒤 베트남의 패션 시장과 스트리트 패션을 분석하고 결과를 바탕으로 디자인을 제시하였다.

II. 이론적 배경

1. 한류 패션 산업

‘한류 패션’이라는 용어는 2004년 중국에 드라마 <가을동화>, <이브의 모든 것>, 영화 <엽기적인 그녀> 등이 방영된 후 상해의 패션리더인 가수 ‘왕비(王菲)’가 상해 공연에서 스모키 화장과 다이내믹한 원색 의상, 어그 부츠를 신은 한국 스타일의 귀여운 소녀의 모습으로 등장한 것을 ‘한류 패션’으로 표현하면서부터 사용되었다(오지혜, 2007). 1990년대 후반 중국으로 수출된 한국 드라마와 영화, 가요에서 시작된 한류는 대중문화 수출이라는 경제적 효과와 함께 문화콘텐츠 산업으로 확산되고 있으며, 중국과 동남아시아에서는 한류의 영향으로 10대, 20대를 중심으로 한류 스타의 패션 스타일 모방 현상과 한국 문화에 대한 관심이 증대되고 있다(웅적, 2010).

패션 산업분야의 경우 인터넷과 각종 매체를 통해 정보수집과 구매가 가능해짐에 따라 글로벌 마켓의 경쟁이 치열해지고 있으며, 패션 선진국인 유럽과 미국의 다국적 기업들은 다양하게 변화하는 소비자 욕구에 대응하기 위해 유명 디자이너들의 고가 명품브랜드와 SPA 브랜드(Specialty store retailer of Private label Apparel Brand)의 패스트 패션(Fast Fashion)을 중심으로 끊임없이 디자인을 개발하고 있다. 그러나 한국 패션 산업은 장기적 경기 침체와 소비시장의 위축, 원가 절감을 위한 해외 생산시설의 증가와 한국 생산기반의 축소, 내셔널 브랜드의 비율 감소와 수입브랜드들의 비율 증가 등으로 인해 내수시장을 거점으로 한 브랜드들이 생산과 판매의 어려움을 겪고 있다(신수연, 2009). 따라서 한국 브랜드가 내수시장의 어려움을 극복하고 거대한 글로벌 마켓에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 다양한 품질과 가격이 존재하는 패션 산업의 추세와 특성을 파악하여, 빠른 트렌드 변화에 대응하는 한편, 아시아권에서 새로운 문화코드로 등장한 한류와 한류스타가 갖고 있는 영향력을 패션 산업과 접목시키려는 노력이 필요하다. 전 세계적으로 10대, 20대 젊은 층이 소비의 중심으로 떠오르고 있으며, 이들에게 있어서 관심의 초점이자 모방의 대상인 스타의 이미지를

패션 산업에 반영함으로써 한국 대중문화와 스타, 패션산업의 문화·산업적 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다.

한류패션이 가지는 커다란 의의는 이제까지 주로 전승된 서구 패션의 주류가 한국적 형태와 감성에 맞게 재해석 되고 정리되어 현대패션의 새로운 의미를 부여한다는 것이다. 그리고 그 역량은 미국과 유럽에도 적지 않은 영향을 미치며 지속적으로 발전하고 있다. 예전의 중국풍, 일본풍, 오리엔탈리즘이 유행하였듯 한국풍의 패션 역사를 시작하고 있는 것이다. 한류 패션의 문화, 경제적 의미는 매우 크다. 이는 일방적인 문화 전파가 아니라 패션커뮤니케이션을 통한 창조적인 교류이며 디지털 기술의 발달과 보급은 보다 빠르게 생산된 이미지를 복사하고 전달하게 하였다. 현재의 한류 현상과 이와 함께 하는 한류 패션은 국가 이미지 선양의 첨병 역할을 수행한다는 점에 그 의의와 가치가 있다고 판단되며, 특히 한국 문화에 열광하는 계층이 대부분 소비력이 왕성하고 문화를 이끌어가는 집단이라는 점에서 한류 마케팅의 효과는 매우 크다고 사료된다.

한국 패션 브랜드들은 2000년대 초반부터 중국으로 대거 진출하여 지속적인 이익을 창출하고 있으나 범세계적으로 확산되고 있는 한류에 비하면 아직 그 수준이 미비한 단계이다. 그러나 K-pop을 통해 신한류 열풍이 불어 닥치면서 중국 이외의 지역에서는 다소 침체되던 한국의 패션이 유럽, 미국 등지에서 컬렉션을 통해 소개되고 점차 활동 영역을 넓혀가면서 긍정적인 효과를 불러일으키고 있다. 초기에 비해 최근 한류는 소비의 핵심계층인 10대 후반~30대의 젊은 세대로 확장되었다는 점에서 의의가 크다. 10대 후반~30대의 젊은 층은 개혁, 개방, 시장 체제라는 환경 하에 새로운 문화 유입에 자연스러우므로, 이들을 공략하는 것은 한류 상품 진출이 기반이 될 것으로 보인다.

2. 베트남 지역의 한류 패션

베트남에 한류가 확산된 이후, 한국산 화장품과 의류 제품이 선호되고 있으나 자국 제품 또는 중국 제품에 비해 품질이 높은 반면 가격이

비싸 일반 베트남인들이 쉽게 구매하지는 못하는 것으로 나타났다. 베트남 소비자들의 한국 패션 제품에 대한 인지도, 선호도 및 구매 의도는 자국 패션 제품에 비해 높게 나타났으며, 한국 패션 제품에 대해서는 자국 패션 제품에 비해 가격이 비싸지만 품질이 우수하고 패셔너블하며 컨셉이 뚜렷함과 동시에 이미지가 독특하

고 혁신적이라고 인지하고 있었다. 한국 패션 브랜드 제품은 멋진 디자인과 높은 품질로 인정받고 있으며 호치민시 패션가의 의류 및 액세서리 상점들에는 한국 연예인들의 사진이 내걸리고 주로 동대문 등지에서 수입해온 한국 옷들이 전시·판매되고 있을 정도로 인지도가 높아지고 있다(김선훈, 2007).

<표 1> 베트남의 패션 시장에서 나타나는 한류의 사례

사례 내용	특징	예시	
한류스타 스타일의 모방 및 추구	베트남의 가장 대표적인 패션정보 사이트 Ken14(www.kenh14.vn)에는 한국 연예인들의 사진과 함께 그들의 패션 스타일에 대한 분석을 게시		한류스타들의 스타일을 모방한 인터넷 사이트의 코디네이션 <출처: www.kenh14.vn >
	일부 인터넷 사이트나 패션 정보 사이트에서는 한국의 인터넷 쇼핑몰 모델의 사진과 제품 등을 그대로 소개하며 유사상품을 판매		한국 패션 쇼핑몰의 상품을 소개한 패션 정보 사이트 <출처: www.kenh14.vn >
한류 패션 브랜드 선호	백화점이나 대형 패션몰에는 여성복 브랜드 「로앤」, 「라인(Line)」, 「케네스(Kenneth)」, 「에고이스트(Egoist)」와 베이직 캐주얼 브랜드 「올젠(Olzen)」, 「노튼(Noton)」 등의 한국 패션 브랜드가 입점		한국 브랜드 제품을 판매하는 나우존 매장 <직접 촬영>
한류 패션 제품을 판매하는 온라인 쇼핑몰 선호	국내 섬유 패션기업인 (주)한세예스24홀딩스가 베트남 최초로 온라인 쇼핑몰을 도입하여 패션 의류 및 잡화, 화장품 등을 판매. 최근 베트남 내에서 신형 소비세력으로 떠오른 젊은 여성들의 호응 매우 높음.		예스24의 베트남 온라인 쇼핑몰 (www.yes24.vn)

그러나 아직까지는 화장품에 비해 베트남 사람들에게 인지도가 높지 않은 편이며, 주로 한류 스타들의 광고, 혹은 드라마 등에서 입고 나온 옷이 인기를 끌고 있는 정도로 보인다. 베트남에서 한국 패션 브랜드 제품은 대부분 고가의 고급스러운 상품으로 분류되어 높은 가격대로 판매되고 있다. 따라서 베트남 소비자들은 한국에서 수입해온 옷을 단순히 소비하는 것이 아니라 한국인의 문화적 가치와 생활양식을 소비함으로써 하나의 한국 문화공간을 확장시켰다는 점에서 의미가 있다. 이는 한류가 ASEAN 신흥경제권국가, 특히 베트남 소비자들의 감성을 자극하여 문화 콘텐츠를 통해 체화된 한류의 긍정적 효과를 패션브랜드로 전이시킬 수 있음을 검증한 것이라고 할 수 있으며, 이들 소비자의 패션 상품 구매기준이 점점 고급화되어감에 따라 한국산의 고품질·고감성 패션 상품의 전파를 기대할 수 있을 것으로 판단된다.

베트남의 패션에서 나타나는 한류를 살펴보면, 베트남의 소비자들 사이에서는 한류 스타들의 패션 스타일을 모방하거나 한류 스타들이 착용했던 옷을 따라 입고자 하는 것이 유행처럼 번지고 있다. 베트남의 가장 대표적인 패션 정보 사이트 www.kenh14.vn에는 한국 연예인들의 사진과 함께 그들의 패션 스타일에 대한 분석이 게시되고 있다. 그리고 일부 인터넷 사이트나 패션 정보 사이트에서는 한국의 인터넷 쇼핑몰 모델의 사진과 제품 등을 소개하며 판매하기도 한다. 한글 간판이나 문구가 쓰여 있는 그대로 사진을 가져와서 소개를 하는 경우가 많고, 주로 로맨틱하고 소녀스러운 감성의 캐주얼웨어를 소개하고 있다.

백화점이나 대형 패션몰에는 여성복 브랜드 「로엠」, 「라인(Line)」, 「케네스(Kenneth)」, 「에고이스트(Egoist)」와 베이직 캐주얼 브랜드 「올젠(Olzen)」, 「노튼(Noton)」 등의 한국 패션 브랜드가 입점해 있으며, 국내 섬유 패션기업인 (주)한세에스24홀딩스가 베트남 최초로 온라인 쇼핑몰을 도입하여 패션 의류 및 잡화, 화장품 등 주로 한류 스타들이 착용하였던 패션 제품을 판매함으로써 인기를 얻고 있다.

베트남의 패션 시장에서 나타나는 한류의 사례를 살펴본 결과는 <표 1>과 같다.

이와 같이, 한국 패션에 대한 인지도 및 베트남의 한국 패션 확산 단계를 고려해 보았을 때 패션 산업의 진출이 적합한 시기라고 판단되며 ASEAN 국가를 섬유 패션상품의 생산 거점으로 접근하는 것에서 나아가 중국에 이은 국내 내수 시장의 확장이라는 관점에서 볼 때, 이들 시장을 선점하기 위한 방향 전환이 필요하다고 사료된다. 따라서 이들의 패션 스타일을 분석하고 선호도를 파악하여 현지 소비자들의 니즈를 고려한 패션 제품 디자인의 개발이 필요하다고 사료된다.

III. 베트남 패션 브랜드 제품 및 스트리트 패션 스타일 분석

이론적 배경에서 살펴본 바와 같이 한류는 전 세계적으로 하나의 문화로서 자리매김하였으며, 드라마나 음악 등 영상문화콘텐츠를 중심으로 한 한류에서 발전하여 지금은 다양한 분야에서 꾸준히 발전하는 움직임을 보이고 있다. 이러한 시점에서 패션 한류는 더 이상 하나의 새로운 문화적 측면에서의 소개 차원을 넘어 지속적으로 경제적 이익을 창출할 수 있는 콘텐츠로서 한류 영향 지역 특성에 맞는 체계적인 진출방안을 모색해야 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 한류가 문화 깊숙이 자리 잡아 정착단계에 놓여 있는 동남아시아 신흥경제국들 가운데 한류 패션 산업의 진출이 가장 적합할 것으로 판단되는 베트남 지역의 패션 스타일을 분석하고, 베트남 패션 산업의 주요 소비계층인 10~20대 여성 소비자의 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 패션 디자인의 개발을 위해 이들의 선호 스타일을 도출하고자 하였다.

본 연구를 위해 호치민시 1군에 위치한 서구형의 백화점 중 가장 최근에 개점하고 수입 및 로컬 브랜드의 정식 매장을 갖춘 다이아몬드 백화점, 파크슨 백화점, 빈콕센터, 나우존, 젠플라자 등 5개의 백화점 및 쇼핑몰을 선정하였다. 선정되지 않은 쇼핑몰들은 공식적이지 않은 경로로 패션 제품이 유입되거나 명품 및 고가 브랜드의 유사 제품을 판매하고 있으며 서구화된

형태가 아닌 재래시장에 가까운 매장의 형태를 갖추고 있었으므로 조사 대상에서 제외하였다.

선정된 호치민시의 백화점 및 패션 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품의 사진은 직접 촬영을 통해 사진 1,023장을 수집하였고, 1차적으로 패션을 전공한 전문인 집단 13인에게 포커스 그룹 인터뷰를 실시하여 분석이 어려운 사진자료 및 중복되는 사진을 제외한 나머지 668장의 사진 자료를 추출하였다. 추출된 668장의 사진 자료를 패션 전문 서적을 참고하여(간문자, 2007; 박숙현, 2004; 유송옥, 2006; 유효순, 2001; 이경희, 2006; 이정주, 유효순, 2008; 이호정, 2000; 한성지, 김이영, 2008) 캐주얼 스타일(64.5%), 로맨틱 스타일(14.2%), 엘레강스 스타일(12.9%), 클래식 스타일(8.4%)의 네 가지 스타일로 분류하여 그 디자인적 특징을 살펴보았다.

베트남 패션 스트리트 스타일 분석을 위해서는 호치민시 1군에 위치한 호치민시 인문사회과학대학 및 백화점, 쇼핑몰 주변의 변화가에서 스트리트 착장 조사를 실시하여 237장의 사진을 수집하였다. 수집된 사진은 베트남의 패션 브랜드 제품 분석에서 나타난 4가지 패션 스타일을 기준으로 분류하였으며, 이를 통해 실제 베트남의 10~20대 여성 소비자들의 착장 형태를 파악하였다.

1. 베트남 패션 브랜드 제품 분석

베트남 패션 시장에서는 전체적으로 심플한 디자인과 간단한 아이템의 코디네이션으로 나타나는 캐주얼웨어가 가장 많은 비중으로 보여졌다. 캐주얼 스타일은 현대를 사는 자유분방하고 활동적이며 구속을 싫어하는 젊은이들의 대표적인 복식스타일이라고 할 수 있다. 실용성을 중시하여 일상생활에서 격식 없이 편히 입을 수 있는 티셔츠, 점퍼, 바지, 조끼, 스포츠 재킷, 진, 니트 등을 코디하여 입는 스타일이다. 스포츠 웨어들이 일상화됨에 따라 운동복 스타일인 스포티브 스타일(sportive style), 액티브 스타일(active style)도 캐주얼 이미지에 포함될 수 있다(박숙현, 2004). 베트남 패션 시장에서의 캐주얼 웨어는 주로 저지, 면과 같이 실용적인 소재를 활용함으로써 편안하게 접할 수 있도록 제안되

었고, 그래픽이 프린트 된 티셔츠 아이템을 가장 쉽게 찾아볼 수 있었는데, 동·식물을 캐릭터화 시킨 그래픽, 구름, 무지개 등 자연형상을 캐릭터화 시킨 그래픽 등 모티브가 매우 다양하게 활용되어 나타났다.

캐주얼웨어에도 글로벌 패션 트렌드인 로맨틱 스타일이 영향을 미쳐 특히 발달하고 로맨틱하며 귀여운 이미지를 나타내는 스타일이 많이 나타났다. 주로 A라인 스커트나 플레이어스커트를 기본으로 귀엽고 사랑스러운 분위기를 연출할 수 있는 캐주얼웨어가 많이 보여졌다. 신체의 곡선을 강조하지 않고 주로 루즈한 핏의 블라우스와 볼륨이 있는 A라인의 플레이어스커트나 팬츠 등의 코디네이션과 함께 무릎 위로 올라오는 짧은 길이의 원피스 코디네이션이 주로 이루어졌으며, 벨트나 리본 장식을 통해 허리 부분을 강조하거나 포인트를 주는 방식이 많이 보여졌다.

깔끔하고 심플한 캐주얼 이미지는 「PT2000」, 「G2000」 등 베트남 로컬 브랜드와 함께 지오다노, 행텐 등의 글로벌 브랜드에서 제안하고 있었고 로맨틱하고 소녀스러운 감성을 돋보이도록 해주는 디자인의 캐주얼웨어는 「베베」, 「망고」 등의 글로벌 SPA 브랜드에서 주로 전개되었다. 「힐퍼져진」, 「캘빈 클라인진」 등의 수입브랜드에서는 깔끔한 진 캐주얼 이미지의 패션 제품을 제안하였다.

로맨틱 스타일은 여성스럽고 소녀적인 분위기를 표현하는 것으로, 화사하고 사랑스러우며 부드러운 느낌으로 장식적인 요소가 강하다. 심세하고 귀여운 이미지로, 밝고 리드미컬한 곡선을 프릴, 러플, 레이스, 플라운스 등의 장식적인 디테일로 강조한 스타일이다. 원피스나 스커트, 블라우스 등이 좀 더 여성스러운 스타일을 연출하기 좋으며 색상은 흰색과 파스텔톤이 가장 적합하지만 최근에는 검은색도 섹시하면서 로맨틱한 이미지에 사용되기도 하는 등 다양한 색상이 사용된다. 베트남 패션 시장의 전반적인 시즌 트렌드는 로맨틱 스타일로, 전체적으로 살펴보았을 때 캐주얼웨어에서도 로맨틱한 이미지가 많이 나타났으며 그 밖의 스타일에도 디테일과 소재, 컬러 등 다양한 방식으로 로맨틱한 감성을 표출하고자 하는 디자인이 많이 보여졌다. 레이스, 시폰 등의 소재를 활용하여 밝고 가벼

운 느낌의 디자인을 제시하였으며 핏 앤 플레이 실루엣의 사랑스러운 원피스, 퍼프슬리브와 프릴 장식이 들어간 블라우스 등을 통해 로맨틱한 이미지를 전달하였다.

엘레강스 스타일은 우아하고 고상한 이미지를 추구하는 성숙한 여성에게 어울리는 스타일로 곡선적 실루엣으로 표현되어 품위 있고 세련되며 지적인 분위기를 나타낸다(이정주, 2008). 착용감이 좋고 부드러운 느낌의 조켓, 새틴, 타프타, 벨벳 등의 무늬가 없는 소재를 많이 사용하며, 진주목걸이, 스카프 등의 액세서리를 적절히 연출하여 여유 있는 분위기를 표현한다(간문자, 2007). 우아한 느낌의 자연스럽고 단순한 실크 블라우스나 드레스 류가 엘레강스한 스타일에 적합하며, 그레이시 톤의 컬러는 여성적이면서 침착하고 무게 있는 느낌으로 고급스럽게 사용된다. 또한 흑백의 조화나 파스텔 톤의 여성적인 컬러도 엘레강스 스타일 표현에 적합하다(박숙현, 2004). 베트남 패션 시장에서의 엘레강스 스타일은 심플하고 세련된 실루엣의 원피스와 스커트 등을 통해 적당히 신체의 곡선을 부각시켜 우아함과 동시에 세련한 아름다움을 동시에 전달하고자 하였다.

클래식(Classic)은 ‘고전적인, 싫증이 나지 않는’ 등의 뜻으로, 현대 패션에서는 유행을 따르지 않는 스타일을 말한다. 유행에 관계없이 오랜 기간동안 지속되는 전통적인 스타일로, 보수적이고 변화를 거부하는 중후한 스타일로 유행을 초월한 가치성과 보편성을 지닌다. 보수적인 경향의 컨서버티브(conservative)와 보수성이 강한 캐주얼 풍으로 지성미를 나타내는 트레이디셔널(traditional) 패션이 포함되며 스웨터, 세미 타이트 스커트, 재킷, 테일러드 수트, 트렌치 코트 등과 같은 소박한 베이직 스타일과 유행을 따르지 않는 샤벨 수트 등이 있다(이정주, 2008). 질감에 의해서도 좌우되나 일반적으로 화이트, 블랙 등 무채색과 딥톤(deep tone)과 다크톤(dark tone)의 어두운 그린, 골드, 블루 등의 컬러에 중점을 두고 있다(유효순, 2001). 베트남 패션 시장에서의 클래식 스타일은 가장 한정된 디자인과 스타일을 제안하였으며 베이직한 수트와 셔츠 디자인으로 보수적이고 격식을 차린 듯 한 이미지를 표현하였다.

전체적으로 캐주얼웨어가 강세를 보이는 가운데 로맨틱, 엘레강스, 클래식 스타일 등 다양한 이미지의 패션 제품이 보여졌으며 이는 점차 다양화·개성화 되어가는 베트남의 패션 시장 특성을 반영하는 것이라고 판단된다.

베트남 패션 브랜드 제품 분석 결과를 정리하면 <표 2>와 같다.

2. 베트남 스트리트 패션 분석

베트남 패션 브랜드 제품 분석 결과 캐주얼웨어 시장이 가장 두드러지는 가운데 로맨틱, 엘레강스, 클래식 스타일이 확연히 구분되어 나타났으나 실제 10~20대 소비자들은 대부분 캐주얼웨어를 착용하고 있었고 아이템의 종류 또한 매우 한정되어 나타났다. 베트남 10~20대 여성들의 캐주얼 스타일 패션 아이템별 특징을 살펴보면 다음과 같다.

티셔츠의 경우 베트남 패션 소비자들은 그래픽이 프린트 된 라운드 네크라인의 티셔츠를 선호하였다. 컬러와 그래픽 모티브가 매우 다양하게 나타났으며 대부분 슬림핏의 팬츠와 함께 코디네이션 되었다. 베이직한 스타일의 그래픽 티셔츠 이외에 프릴 장식이나 리본, 소재 배색 등의 장식적인 요소를 활용한 티셔츠도 찾아볼 수 있었다. 다양한 티셔츠와 함께 셔츠 및 블라우스 또한 데님 팬츠에 매치되어 깔끔하고 캐주얼한 이미지가 나타났다. 주로 디테일이 많지 않은 심플한 디자인의 셔츠는 화이트와 블루컬러로 많이 보여졌고 이와 함께 체크 패턴의 셔츠도 많이 보여졌다. 리본, 프릴 등 로맨틱한 디테일이 가미된 여성스러운 스타일의 블라우스도 선호되었다. 팬츠는 주로 다양한 컬러의 스키니 진과 스트레이트 진으로 대부분 슬림하게 신체에 피트되는 디자인을 선호하였고, 종아리 혹은 발목 길이의 크롭팬츠와 함께 짧은 길이의 숏팬츠도 보여졌다. 스커트는 무릎 위로 올라오는 짧은 길이를 선호하였고, 데님 미니스커트를 레깅스를 함께 매치하여 입기도 하였다. 원피스는 상의와 하의 부분에 다른 소재가 배색되거나 화려한 패턴이 들어간 핏 앤 플레이 실루엣의 원피스를 선호하였고 주로 밝고 명랑한 이미지를 표현하였다. 또, 베트남 여성들은 외출시 기본적으로

<표 2> 베트남 패션 브랜드 제품 분석 결과

스타일 내용	캐주얼 스타일	로맨틱 스타일	엘레강스 스타일	클래식 스타일				
특징	<ul style="list-style-type: none"> 저지, 면과 같이 실용적인 소재를 활용. 주로 루즈한 핏의 티셔츠와 팬츠의 코디네이션. 	<ul style="list-style-type: none"> 레이스, 쉬폰 소재 활용하여 밝고 가벼운 느낌의 디자인 제시 핏앤플레이어 실루엣의 사랑스러운 원피스가 주로 나타남. 	<ul style="list-style-type: none"> 심플하고 세련된 실루엣의 원피스와 스커트 등을 통해 신체의 곡선을 부각 우아함과 동시에 섹시한 아름다움 표현 	<ul style="list-style-type: none"> 베이직한 수트와 셔츠 디자인으로 보수적이고 격식을 차린 듯한 이미지를 표현 				
패션 브랜드 제품 분석 사례								
	PT2000	리바이스	베베	망고	Runway	Bon Mua Boutique	G2000	N&M

가벼운 아우터를 소지하거나 착용하였으며 그 종류는 카디건, 재킷, 짚업 점퍼 등 다양하게 나타났다. 카디건은 주로 블라우스나 원피스 위에 착용하여 여성스러운 이미지를 강조하였고, 여성스럽고 귀여운 이미지를 주는 짧은 길이의 볼레로 재킷 또한 인기를 끌었다. 재킷은 스키니 팬츠 등과 매치하여 깔끔한 이미지를 주었으며, 가장 많이 나타나는 짚업 점퍼는 매우 다양한 컬러로 어느 차림에나 쉽게 매치되어 활동적이고 캐주얼한 이미지를 강조하기 위하여 선호되고 있었다. 베트남 여성들은 주로 가방과 신발을 개성이 돋보일 수 있는 액세서리로 활용하였다. 특히 대학생들은 대부분 백팩(Back-pack)을 소지하고 있었으며 그 디자인과 컬러가 매우 다양하게 나타났다. 신발은 주로 구두보다는 샌들이나 플랫슈즈가 유행하였고, 발가락을 끼워서 신는 플립플롭(Flip-flop)이 보편화되어 있었다. 샌들은 주로 웨지힐의 샌들이 많이 보였고 리본이나 플라워 모티브로 장식되어 여성스러운 스타일로 나타났다. 오토바이 문화가 발달한 이들은 대개 1인당 오토바이를 1대씩 소유하고 있었으며, 정부의 규정에 따라 오토바이 헬멧을 필수적으로 착용해야 하기 때문에 이를 액세서리처럼 활용

하여 자신의 개성을 드러내고자 하였다. 이와 함께 오토바이 탑승 시 발생하는 매연을 차단함과 동시에 햇볕에 얼굴이 그을리는 것을 막기 위해 마스크를 착용하였으며, 마스크 또한 다양한 패턴과 디자인으로 보여졌다.

베트남 여성들의 패션에서 보여지는 로맨틱 스타일은 대부분 원피스 착장을 통해 나타났다. 그러나 패션 시장에서 나타나는 것과 같이 레이스, 시폰 소재를 사용한 고급스러운 스타일의 디자인보다는 플라워 패턴을 활용한 화려한 이미지의 디자인이 더 많이 보여졌다. 또 이러한 스타일의 착장은 주로 백화점·쇼핑몰 등의 변화가나 밤 시간대에 주로 찾아볼 수 있었으며 주로 학생들보다는 직장인들과 같이 20대 중반 이상의 연령층에 위치한 여성들에게서 나타났다. 클래식 스타일은 실제 베트남 여성들의 착장에서 쉽게 찾아보기 어려웠으며, 이러한 클래식 스타일의 착장을 한 여성들은 주로 외국계 회사에서 근무하는 사무직 여성들이거나 외국 생활을 경험한 여성들이었다. 주로 블랙 컬러의 재킷과 스커트와 함께 화이트 셔츠를 갖추어 입었고 클래식한 디자인의 카디건을 걸쳐 입는 경우도 있었다.

이와 같이 베트남의 10~20대 여성들은 주로 데님 팬츠와 티셔츠,블라우스 차림의 캐주얼웨어를 선호하였으며 기타 다른 스타일의 착용은 거의 착용하지 않아 매우 제한적으로 보여졌다. 또한 베트남 여성들은 30℃가 넘는 습하고 더운 날씨에도 불구하고 대부분 팔·다리를 전부 가리는 상·하의를 착용하고 있었고 주로 티셔츠나 블라우스 위에 카디건, 질업 점퍼 등의 가벼운 아우터를 코디네이션하여 입는 경우가 많았다. 이는 베트남이 비가 자주 오고 습한 지역이기 때문에 비가 온 뒤 쌀쌀해진 날씨를 대비하거나 기온이 15℃ 내외로 하강하는 가을·겨울 시즌의 추운 날씨에 추위를 막기 위한 이유가 가장 큰 것으로 보이며 이와 더불어 하얀 피부를 미의 기준으로 여기는 이들이 뜨거운 햇볕에 살갓이 그을리지 않도록 낮에 활동하는 시간동안 이를 차단하기 위한 것 등 다양한 이유로 보인다. 또한 이들은 주로 가방이나 구두 등의 액세서리를 자신의 개성을 표출하기 위한 액세서리로 활용하였으며 오토바이 문화가 발달하고 헬멧 착용이 일반화되어 다양한 오토바이용 헬멧을 통해 각자의 독특한 감성을 표현하였다.



베트남의 스트리트 패션 스타일을 분석한 결과를 종합적으로 정리하면 <표 3>과 같다.

IV. 디자인 개발

본 연구에서는 범세계적으로 열풍을 일으키고 있는 한류를 기반으로 한국 패션 산업의 진출이 유망한 한류 영향 국가 소비자의 니즈를 만족시킬 수 있는 패션 제품 디자인을 개발하고자 하였다. 베트남의 패션 스타일 분석 결과 현재 베트남 패션 시장에서 높은 빈도로 사용되고 있는 캐주얼 스타일 중 특히 높은 선호도를 나타낸 진 캐주얼과 로맨틱 캐주얼 스타일을 중심으로 2012 F/W 시즌의 트렌드를 반영한 5별의 캐주얼웨어 디자인을 개발하였다.

실용적이고 합리적이면서도 개성이 돋보이는 패션을 추구하는 베트남 소비자들의 다양한 소비 성향을 반영하여, 앞에서 분석한 결과 선호된 캐주얼웨어의 디자인적 특징에 진 캐주얼의 디자인을 바탕으로 로맨틱한 요소들을 디테일에 가미하였다. 컬러는 블랙과 그레이, 데님을 활용한 다양한 톤의 블루 컬러와 함께 오렌지, 핑크, 바이올렛 컬러와 데님, 저지, 레이스, 망사, 니트 등의 소재를 사용하였다. 또한 2012 F/W 캐주얼웨어 트렌드에서 나타나는 코콘스타일의 넉넉하고 루즈한 핏의 티셔츠와 다양한 컬러톤과 워싱 및 길이감의 데님 팬츠에서 보여지

<표 3> 베트남 스트리트 패션 스타일

스타일 내용	캐주얼 스타일	로맨틱 스타일	엘레강스 스타일	클래식 스타일
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 데님팬츠와 티셔츠, 블라우스 착용이 두드러짐. · 가벼운 아우터를 소지하거나 입는 경우가 많음. 	<ul style="list-style-type: none"> · 로맨틱한 원피스 착용이 대표적으로 나타남. 블라우스의 경우, 러플과 프릴 장식이 두드러지게 보여짐. 	<ul style="list-style-type: none"> · 고급스러운 블라우스와 스커트, 심플하고 슬림한 원피스 착용. 실제 소비자들의 착용에서는 찾아보기 어려움. 	<ul style="list-style-type: none"> · 깔끔한 컬러와 라인의 수트 착용으로 많이 나타남. 실제 소비자들의 스트리트 착용에서는 드물게 찾아볼 수 있음.
패션 브랜드 제품 분석 사례			-	

는 느낌을 더하여 로맨틱하고 경쾌하면서도 실용적이고 편안한 감성의 로맨틱 진 캐주얼웨어 디자인을 개발하여 확대되어지는 한류 패션 시장에서 다양하게 나타나는 베트남 소비자의 니즈를 반영한 디자인을 제시하고자 하였으며 그 결과는 다음 <표 4>와 같다.

V. 결론

중국의 대체지로 각광받고 있는 ASEAN 신흥 경제국들은 글로벌 경기침체에도 불구하고 비약적인 경제성장을 이룩함에 따라 차세대 내수 시장으로 세계의 이목이 집중되고 있으며 이들 지역에서 소비가 활발한 젊은 층을 타겟으로 한 글로벌 시장의 진출은 침체되어있는 내수시장을 극복하기 위해 한국 패션 기업과 브랜드가 수행해야 할 필수 과제가 되었다. 이에 따라 앞으로 ASEAN 신흥 시장으로의 진출이 시급한 시점이라고 할 수 있다.

발전 가능성이 유망한 ASEAN 신흥경제국 가운데에서도 베트남은 높은 노동생산성 및 잘 갖추어진 인프라와 네트워크 등을 바탕으로 섬유·패션 산업의 요지로서 높은 경쟁력을 지니고 있다. 또한 최근 급속도로 이루어진 경제 성장으로 인해 다양해진 소비 패턴 및 고급화된 소비 수준의 영향으로 한류 패션 제품에 대한 이들의 니즈가 증가하고 있다. 때문에 이러한 사회·문화·경제적 환경의 변화 속에서 다각도로 나타나는 베트남의 한류 소비자의 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 한류 패션 디자인 개발이 필요한 시점이라고 보여진다.

이를 위해 본 연구에서는 한류가 하나의 범세계적 문화 현상으로 자리잡아 세계의 관심이 커져가고 있는 가운데 한류의 발생 및 발전 단계에 대하여 고찰하고 각 국가 및 지역별로 한류가 확산되어있는 정도 및 양상을 살펴보았다. 특히 한류 영향 국가 중 국내 패션 산업의 유망 소비시장으로 주목받고 있는 베트남 지역의 한류 현황 및 그들의 패션 시장에 나타난 특성과 현황 및 한류의 영향에 대하여 살펴보았다. 또한 현지 실사를 통한 패션 시장 조사를 실시하

여 베트남의 패션 시장 소비자들이 선호하는 패션 제품 스타일 특징을 스타일 별로 분석하여, 이들의 선호 스타일을 중심으로 베트남 패션 산업의 소비 주축인 여성 소비자 중, 한류 및 한국 문화에 관심이 많은 10~20대를 위한 캐주얼웨어 디자인을 개발하였다.

이 결과를 바탕으로 실용적이고 합리적이면서도 개성이 돋보이는 자신만의 패션을 추구하는 베트남 소비자들의 다양한 소비성향을 반영하여 'Daily Romantic' 이라는 컨셉 아래, 분석 결과 높은 비중을 차지한 캐주얼 스타일을 기본으로 2012 F/W 트렌드를 반영하여 한류 및 한국 문화에 관심이 많은 10~20대 여성 소비자를 위한 캐주얼웨어 디자인을 개발하였다. 베이직한 진 캐주얼의 디자인에 디테일을 통해 로맨틱한 감성을 표현하고자 하였으며, 다양한 데님 워싱 기법을 사용하여 6벌의 데님 아이템에 모두 새로운 느낌을 부여하고자 하였으며, 각각의 워싱 기법에 따라 나타난 컬러와 이미지에 어울리는 아이템을 개발하여 코디네이션 착장이 가능한 디자인을 제안하였다.

최근 K-pop을 바탕으로 신한류로 거듭나 하나의 범세계적 문화현상으로 자리잡은 한류의 생성 및 현황에 대해 인지할 수 있었고, 이러한 한류 선호를 기반으로 점차 확대되어지는 베트남의 한류 패션 산업 현황 및 베트남 소비자들이 선호하는 패션 스타일의 디자인적 특징을 파악할 수 있었다. 이에 베트남 패션 시장에서 나타난 패션 제품의 스타일 별 디자인 특징을 바탕으로 한류 스타일의 패션 스타일과 한국 패션 상품을 선호하며 나아가 한국 문화에 대하여 호기심을 갖는 베트남 여성 소비자들의 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 디자인을 개발하였다. 이를 통해 베트남 시장으로의 한류 패션 산업 진출을 위하여 보다 전문화된 캐주얼웨어 디자인 기획에 도움을 주고자 하였다.

베트남 패션 시장에 나타난 패션 제품 스타일을 분석하는 과정에서 시장 조사 지역을 호치민시의 특정 지역에 한정시켰다는 점과 더불어 시각 자료에 대한 의존도가 높았다는 점, 그리고 제작된 작품을 토대로 실제 베트남 패션 소비자들을 대상으로 한 소비자 구매 만족도를 평가받지 못한 점이 한계점으로 남는다.

<표 4> 캐주얼 디자인 개발

디자인 구분	디자인 I	디자인 II	디자인 III	디자인 IV	디자인 V
제목	A Morning Breeze	Holiday with My Bike	Cozy Bubble	Creamy Wishes	Twinkling Onyx
아이템	아우터, 셔츠, 팬츠	티셔츠, 팬츠	니트, 팬츠	티셔츠, 스커트	티셔츠, 스커트
컬러					
소재	면, 저지, 데님	저지, 데님	니트, 데님	저지, 데님	저지, 망사, 레이스, 데님
디테일	포켓, 캡 슬리브, 셔츠 칼라, 스탠딩 칼라	셔링, 프린트, 스톤	자수, 프린트, 후드 칼라, 셔링, 소재 배색, 지퍼	레이스업, 후드칼라, 포켓, 소재배색, 티어드	소재 배색
도식화					
디자인 특징	패션 시장 및 스트리트 스타일에서 가장 기본적으로 나타나는 셔츠와 데님 팬츠 매치. 베트남의 계절적 특성 반영한 짧은 소매의 체크패턴의 점퍼로 활동적인 느낌 연출. 트렌드로 나타나는 크롭 팬츠로 세련된 이미지 표현.	맨투맨 형태의 티셔츠에 소프트한 비비드컬러 프린트 디테일로 소녀스러운 감성 표현. 스톤 장식으로 재미있는 요소 연출. 패션 시장 및 스트리트 패션에서 자주 나타나는 3부 길이의 롤업 팬츠로 경쾌한 스타일 연출.	베트남 소비자들이 아우터로 가장 선호하는 후드 점퍼를 부클 소재 원단 활용하여 따뜻한 느낌으로 디자인. 후드 칼라에 플라 스틱 단추로 포인트 한류 스타들에게 관심이 많은 이들의 취향 반영, 한류 스타 이미지 활용한 디자인을 제안.	후드칼라 티셔츠에 레이스업 디테일로 로맨틱한 이미지 연출. 캥거루 주머니로 귀여운 느낌 표현. 쾌활한 느낌을 주는 티어드 스커트를 트렌디한 삼브레이블루 컬러 데님으로 디자인하고 글로벌 패션 트렌드인 로맨틱 경향을 따름.	블랙컬러를 활용하여 시크하고 세련된 캐주얼 이미지 표현. 클럽문화를 즐기는 이들의 특성을 반영, 과격적인 느낌을 표현. 좌우 비대칭의 상의를 통해 로맨틱하면서 섹시한 이미지 연출. 블랙컬러 데님 스커트로 섹시함 강조.
작품					

한류의 영향으로 한국에 대한 이미지가 급상승하고 있는 상황 속에서 한류의 국가별 확산 단계와 정도를 반영함과 동시에 해당 국가의 소비자 라이프스타일 변화에 따른 니즈를 접목시킨 한국 패션 브랜드 제품 디자인 개발에 대한 지속적인 연구가 필요하다고 사료된다. 또한 소셜 네트워크 서비스 및 스마트폰의 확산을 통해 점차 국가의 경계를 넘나드는 온라인 시장의 등장으로 패션 시장이 점차 확대되어갈 것으로 예상 되어지는 바, 온라인을 통한 한류 패션 산업 진출을 주제로 한 후속 연구가 이루어지길 기대하는 바이다.

참고문헌

- 강철근. (2006). *한류 전문가 강철근의 한류 이야기*. 서울: 이채.
- 간문자. (2007). *패션과 디자인*. 서울: 신정.
- 김보희. (2008). *지속 가능한 디자인 한류를 위한 전략*. 한동대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김선한. (2007). *베트남 리포트*. 서울: 김&정.
- 김재은. (2002). *중국 신세대 패션에 나타난 한류 현상 분석*. 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 박숙현. (2004). *패션디자인론*. 서울: 예학사.
- 박재복. (2006). *한류, 글로벌 시대의 문화 경쟁력*. 삼성경제연구소.
- 방정배. (2007). *한류와 문화 커뮤니케이션*. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 백원담. (2005). *동아시아의 문화 선택, 한류*. 서울: 펜타그램.
- 서중석. (2005). *동북아 문화공동체의 동아시아 지역 확대를 위한 동남아시아 정치 사회 문화 인 프라 연구*. 경제·인문사회연구회.
- 서중석. (2006). *한국-동남아시아 간 사회문화 교류 협력 활성화 방안*. 경제·인문사회연구회.
- 신윤환. (2006). *동아시아의 한류*. 서울: 전예원.
- 오지혜. (2007). *한류 스타의 패션 스타일을 이용한 디자인 개발*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 유승욱. (2006). *패션디자인*. 서울: 수학사.
- 유효순. (2001). *패션의 이해*. 서울: 신광.
- 이경희. (2006). *복식의 아이템*. 서울: 경춘사.
- 이정주, 유효순. (2008). *패션디자인*. 서울: 교학연구사.
- 이준웅. (2003). 한류의 커뮤니케이션 효과 : 중국인의 한국 문화상품 이용이 한국에 대한 인식과 태도에 미치는 영향, *한국 언론학보* 47(5), 5-35.
- 이현정. (2008). 한(韓)브랜드를 위한 한국적 패션 사진 연구, *한국패션뷰티학회지*, 6(2), 1-96.
- 이혜주. (2005). 한류를 통한 한국 패션산업의 발전 방향, *생활과학논집*, 21, 131-151.
- 이호정. (2000). *패션 디자인*. 서울: 교학연구사.
- 임향란. (2009). *한류 한풍 연구*. 서울: 북코리아.
- 왕홍연. (2007). *중국 청소년의 한류패션 수용에 관한 연구*. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 조한혜정. (2003). *한류와 아시아의 대중문화*. 연세대학교 출판부.
- 한성지, 김이영. (2008). *패션디자인*. 서울: 교학연구사.