

중국스트리트패션에 대한 연구

손 희 정* (배재대학교 강사)

김 효 숙 (건국대학교 부교수)

임 순 (인천대학교 교수)

오늘날의 패션은 대중이 창조하며 기성세대가 아닌 자신의 변화를 끊임없이 추구하는 젊은 세대가 이끌고 있다. 따라서 최근 중요한 세계적인 시장으로 부각되고 있는 중국패션시장을 연구하는데 있어서 현대패션의 근원이 되는 중국의 현대 스트리트패션을 사진촬영을 통해 연구하고 동일 시점의 한국 스트리트패션과의 비교를 행함으로써 양국간의 스트리트패션에 대한 차이점을 나타내고자 한다. 본 연구결과로 얻어지는 중국 젊은이들의 스트리트 패션에 관한 자료는 불확실한 경쟁에서 한국의 패션기업이 중국 소비자들의 제품 수요를 예측하는데 있어서 중요한 정보가 될 것이며 소비자의 개성과 욕구를 만족시켜 줄 수 있는 신제품 개발에 대한 자료를 제공함과 동시에 패션제품의 디자인개발과 효과적인 판매향상을 위한 마케팅 활동을 위한 필요한 자료로서 활용될 것으로 기대할 수 있을 것이다. 현재 우리나라는 초기 중국시장 진출 시 국내의류의 재고물량등을 수출함으로써 중국내 한국상품의 질에 대한 낮은 인식등이 문제점으로 대두되고 있다. 따라서 한국브랜드 이미지관리를 위한 전략적인 마케팅과 범국가적인 측면에서의 한국 상표에 대한 고급 브랜드 이미지를 중국시장에서 인정받는 것이 매우 중요하며 이러한 중국시장에 대한 마케팅 전략을 세우는데 있어서 중국스트리트패션에 대한 자료는 중요한 정보로서 활용될 수 있을 것이다.

한, 중국 스트리트패션의 비교를 위해 1999년 12월 양국의 대학과 패션거리에서 20대로 판별되는 성인 여성을 대상으로 스트리트 사진을 촬영하여 각 400장 씩 사진자료를 비교한 결과 한국과 중국의 스트리트패션은 서로 의미있는 차이를 나타냈다. 한국은 전반적으로 유행에 민감한 의상착용형태를 나타냈고 중국은 한국과 다른 고유의 특색있는 의상착용형태를 나타냈다. 전체적인 의상유형은 양국 모두 캐주얼 의상과 바지를 선호하였으며 한국은 상의에 있어서 유행에 따라 중간 혹은 약간 밀착형의 여유량을 착용하고 하의는 다양한 여유량의 하의형태를 나타냈지만 중국은 상의는 중간 혹은 풍성한 여유량을 착용하고 하의는 중간형의 여유량을 착용했다. 상의착용색상은 한국은 검정, 회색, 베이지순으로 착용하고 중국은 검정, 붉은색 계열, 블루계열로 나타나 중국의 색선호유형이 한국과 다른 것을 알 수 있다.

전체적으로 중국의 패션은 특별히 유행하는 스타일이 없고 여러 가지 스타일이 다양하게 표현되어 과거와 현재가 공존하는 현상이 보였으며, 이는 정보를 얻는 매개체에 따라 수용하는 스타일이 각기 다르기 때문이라고 사료된다. 현재 중국은 다양한 매스미디어와 통신의 발달로 세계의 모든 정보를 공유하고 있으나 교육수준과 빈부의 격차가 심해 정보를 접할 수 있는 기회와 매개체의 이용능력에 따라 정보의 이해수준이 패션 스타일에 큰 영향을 미치는 것으로 보인다. 따라서 정보를 수용할 수 있는 집단과 그렇지 못한 집단에 대한 차별적인 마케팅전략이 행해져야 할 것으로 사료된다.