

2005年 여름 中國 大連市 女性 스트리트 패션 分析

千知永* · 裴水晶**

全南大學校大學院 衣類學科 博士課程*
全南大學校 生活科學大學 衣類學科 副教授, 生活科學研究所 研究員**

An Analysis of 2005 Summer Women's Street Fashion in Dalian, China

Cheon, Jee-Young* · Bae, Soo-Jeong**

Doctoral Course Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University*
Associate Prof., Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University,
Human Ecology Research Institute**

Abstract

The purpose of this study is to analyze the street style of women in Dalian, China. 1,185 females of Dalian central street have participated for the survey of this study. This study analyzes characterization of the street style and, classifies it's characteristics by age groups, clothing styles, and clothing items. There are three outcomes due to the aim of this study,

1. In age group classification, every age groups preferred casual style. Especially, young/young adults preferred mix-match styles with various designs. Distinctly, some of missy group preferred fashion trend and others preferred mature style. Also, the preference of missies/madame's group is obviously divided into two groups which pursues fashion trend and not.

2. In clothing style classification, casual styles such as mini-skirts, hot pants, tight t-shirts are mostly in tight silhouette. Also, the main colors are indigo-blue, white, black and point color, which are vivid tone and fluorescent colors. The characteristics of sport casual style contribute the upper garment and the lower garment, which forms a set. Classic styles are divided into two groups of typical formal dress and traditional Qipao dress. The colors of feminine style and textile printing are more sumptuous than other styles.

3. In clothing items classification, the points of the upper garments is the construction of designs, textile printing, ornament with beads, embroidery, and ribbon etc., exposed back. The lower garments like hot pants and mini-skirts are made of jeans. The cargo pants that is made of jean, cotton, luster textile. Also, one-piece dress has the characteristics of tiered and irregular hem line

Key Words : Age Groups(연령대), Clothing Style(의복 스타일), Clothing Item(의복 아이템)

1. 서론

중국은 현재 아시아 지역을 넘어 전 세계적으로 정치, 경제의 강대국으로 성장하고 있다. 중국 경제는 1990년 이후 연평균 9.5% 이상의 고도성장을 지속하고 있으며, 2004년 이후 10년간은 적어도 평균 8%의 성장을 유지할 것으로 보고 있다. 이미 중국의 대외무역액은 8천억 달러로, 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위 무역국이자 세계 3위의 수입국으로 부상했다. 투자유치 면에서도 미국을 제치고 세계 1위로 올라서면서 서방 선진국 모임인 G7은 중국을 포함해야 한다고 공공연히 말하고 있다¹⁾. 우리나라에 있어서도 중국은 미국과 일본에 이어 3대 교역국 중의 하나가 되었다.

중국 섬유제품의 세계시장 점유율은 2001년 WTO 가입 이후 급격히 늘어나 25%로 현재 세계 1위이며, 미국 시장의 중국산 섬유류 점유율은 2003년 기준으로 무려 45%를 차지하고 있다. 또한 세계 시장에서의 의류제품 점유율 또한 18.8%로 세계 1위이다. 이로 인해 중국은 세계 유일의 섬유류 3대(제조, 소비, 교역) 중심국가로 되었다²⁾. 때문에 주변 국가들의 섬유패션관련 대중국 투자는 계속 활성화되고 있다.

이에 반해 한국의 의류패션시장은 과도한 거품 현상, 할인시장의 성장, IMF 후유증, 기업환경 악화, 유사 패션 브랜드의 대량 출현 등으로 급격히 나빠져 장기침체에 빠져있다³⁾. 이에 한국 내 의류업체들은 중국을 새로운 패션시장으로 삼아 돌파구를 마련하려는 경향이 뚜렷하게 나타난다.

그러나 중국 패션시장을 공략하기 위해서는 중국의 패션시장과 소비자들에 대한 연구가 우선시 되어야 한다. 여기에는 중국인들의 체형분석뿐만 아니라 소비자 집단에 따른 소비성향과 선호 스타일도 포함돼야 할 것이다. 조현주(2003), 장정아(2004), 고은주, 송윤아(2004) 등은 대 중국 진출 브랜드 전략을, 김재은, 박길순(2004) 등은 한류현상에 관한 연구를 선행하였다. 또한, 유혜경(1998), 이옥희, 김용숙, 구오리안 리우(2002), 손희순 외 3명(2003), 왕해연(2004), 박혜원, 장

춘희(2005) 등은 의복구매행동과 구매동기에 관하여, 유혜경(1998), 유국련(2002) 등은 중국 여성들의 라이프 스타일과 소비자 특성에 관해 연구했다. 체형분석에 관한 연구는 손희준 외 5인(1999), 최명해(2002), 권영자, 심부자(2003), 강연경(2005) 등이 해왔으며, 김효숙, 임순, 손희정(2001)은 체형별 의상디자인 선호도에 관하여, 김효숙(2000)은 연령별 의상디자인 선호도에 대해 연구하는 등 여러 분야에 걸쳐 중국 패션에 대해 꾸준한 연구가 이루어져 왔으나, 지역별 연구 특히, 동북권의 의복 스타일에 관한 연구는 미미하다.

거대국가 중국은 정치적으로는 베이징 중심의 중앙집권국가이지만, 경제적으로는 지방분권화가 이루어지고 있다. 그 중에서도 특히 눈에 띄는 변화와 발전을 통해 경제적으로 완전한 자립을 완성해가고 있는 지역은 동북3성, 베이징·텐진지역, 산둥성, 창장 삼각주, 푸젠성, 주장 삼각주 등 연안부에 위치한 지역들을 들 수 있다⁴⁾. 이는 중국 진출을 시도하고자 하는 기업들은 사전에 지역단위의 사업계획을 세워야 함을 의미하는 것이다.

따라서 본 연구에서는 한국 및 일본과 역사적·문화적으로 밀접한 관계를 유지해왔으며 이미 한국의 의류업체 진출이 활발하게 진행된 중국 동북3성의 주요 도시 중 대련(大連)을 중심으로 하여 그 곳에서 착용되는 여성 스트리트 패션을 분석하여 지역적 선호 디자인을 파악함으로써 한국 패션이 중국으로 진출함에 있어 디자인 및 마케팅 전략수립의 기초 자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

대상자들의 관찰은 2005년 7월 28일부터 30일까지 3일간 하였으며, 대련의 대표적 변화가인 중산로(中山路) 마이칼(邁凱樂, Mycal) 백화점 앞 광장, 대련역 앞, 중산로 지하상가와 신흥 변화가인 개발구(開發區)의 대상상가(大商商街)와 마이칼 백화점 앞에서 하였다. 관찰방법은 각 지역에서 캠코더와 디지털 카메라로 약 20분에 걸쳐 촬영하였으며, 시간대별 관찰 대상자들의 차이를 감안하여 출근시간을 전후로 한 오전(8:20~10:00)

과 퇴근시간을 전후로 한 오후(18:00~19:30)로 각각 2회씩 촬영하였다.

분석은 연령에 따른 분석과 의복 스타일에 따른 분석, 의복 아이템에 따른 분석으로 하였으며, 연령에 따른 분석은 주니어(Junior), 영(Young)/영 어덜트(Young Adult), 미시(Missy), 미시즈/마담(Missies, Madame)으로 분류하였다. 또한 스타일에 따른 분석은 캐주얼(Casual), 스포츠 캐주얼(Sports Casual), 클래식(Classic), 페미닌(Feminine)으로 분류하였으며, 아이템 따른 분석은 상의, 하의, 원피스로 나눠 각 아이템에서 높은 빈도를 보이는 디자인 중심으로 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 중국 여성의 라이프스타일 및 소비특성

현재 중국의 사회·문화적 특징으로는 사유재산권 인정에 따른 새로운 소비시장 형성, 가족생활의 변화, 대중매체의 다양화와 한류문화 형성 등을 꼽을 수 있다. 사유재산권 인정에 따라 주택 사유화와 자가용 및 대형가전제품 등의 수요가 증가하고 있으며, 더불어 주택건설업과 인테리어 시장의 규모도 급성장하고 있다⁵⁾⁶⁾. 이렇듯 사유재산권이 인정됨에 따라 의복 또한 주택이나 자가용 등과 같이 자신의 부를 과시할 수 있는 수단이 되어 의류구매방식에 변화를 가져오고 있다. 또한, 개혁과 개방에 따른 미혼여성들의 사회진출과 결혼기피 현상이 늘어나면서 출산율이 감소하고 덩크족(Dink: Double Income No Kids)⁷⁾이 늘고 있다. 중국어로 ‘딩커주(丁克族)’라 불리는 이들은 현재 사회지도층 자녀들이나 의사, 변호사 등 젊은 전문직 종사자 부부들 사이에서 급속도로 형성되어 전국적으로 확산된 것으로 알려져 있다. 특히 경제도시인 상해의 경우 이런 부부들이 높은 소비성향으로 유행을 이끌고 있는 것으로 분석되고 있다⁸⁾. 중국의 소비자들은 신문, TV, 라디오, 잡지 등의 대중매체를 통해 상품과 생활방식, 문화정보를 획득하며⁹⁾, 1996년부터 방영된

한국의 드라마와 영화를 통해 한국 대중문화가 중국의 젊은 세대들을 중심으로 확산되면서 한류 문화가 형성되기 시작하여¹⁰⁾ 한국과 한국의 문화를 좇으려는 ‘합한족(哈韓族:하한주)’¹¹⁾이란 신조어가 생기기도 했다. 이러한 한류현상은 한국의 의류 브랜드와 한국 스타일에 대한 호감으로 이어졌고 한국 의류업체가 중국에 진출하는데 있어 유리하게 작용하고 있다.

이렇듯 중국 소비자의 라이프스타일이 변하면서 의생활도 변화하기 시작했는데, 가장 큰 변화를 세 가지로 요약하면 첫 번째로는 젊은층을 중심으로 한 캐주얼 의류 확산, 두 번째는 대도시를 중심으로 한 최신유행의 급속한 수용, 세 번째는 서구적 패션감과 중국의 전통미를 결합한 중국화된 패션 감각의 발전¹²⁾이다. 이에 따라서 중국 의류 소비자의 특성은, 일반적인 의류 제품구매시 가격, 색상과 디자인, 품질을 고려해 구매하며, 그 다음으로는 편안함과 실용성을 고려하는 것으로 나타났다¹³⁾. 특히 유행상품의 경우 가격보다 봉제, 소재 등의 품질과 디자인에 관심을 보였다.

중국의 소비시장은 크게 연령별, 소득계층별, 지역별로 나눌 수 있다. 연령별 소비시장은 세대별로 신세대층과 청장년층, 노년층으로 구분할 수 있는데, 0세부터 18세 중학생¹⁴⁾ 정도의 신세대층은 소비문화를 선도하며 선진화된 소비패턴을 보이고 있다. 17세 이상 40세까지 청장년층은 중국 경제개혁의 주체이자 소비의 실질적 주체로서 새로운 패션에 가장 민감한 계층이다. 60대 이후의 노년층은 아직까지는 큰 소비성향을 보이지는 않지만 중국의 고령인구가 이미 지속적인 증가세를 보이는 것으로 보아 미래소비자로서의 큰 비중을 차지할 것으로 보인다¹⁵⁾.

Cui, G(1997)의 논문을 인용한 유혜경(1998)의 논문에서는 중국의 소득별 소비자 계층을 다음과 같이 4가지로 분류하였다. 첫 번째, 해안도시에 거주하며 상업/자영업, 연예계, 정부기관에 종사하는 30-65세의 신흥부자(nouveau riche) 층은 지위를 상징하는 제품을 구매하는데 열성적이다. 두 번째, 주요도시에 거주하며 경영, 전문직업에

종사하는 25-45세의 젊은 전문인(yuppies) 층은 높은 수준의 교육을 받아 새로운 아이디어와 제품에 매우 민감하며, 전통적인 사고와 생활양식에서 벗어나려 하여 새로운 제품과 서비스를 가장 잘 수용하는 것으로 알려졌다. 세 번째, 도시에 거주하며 하위사무직이나 공장, 교직에 종사하는 18-60세의 봉급자 집단은 '평균적' 소비자라고 지칭될 수 있는 집단으로 소비성향이 크지 않다. 마지막, 농촌이나 소도시, 도시에 거주하며 노동과 공업에 종사하는 15-65세의 빈곤근로자 층은 생활이 궁핍하여 값싼 국내 제품을 구입하는 성향을 띤다¹⁶⁾.

지역별 시장 구분은 북경권(화북권), 상해권(화동권), 광동권(화남권), 동북권, 서부권(서남권) 등 5개 권역으로 구분할 수 있으며, 지역별 권역은 각각 기후의 차이, 문화적 차이, 체형의 차이¹⁷⁾를 가진다. 이와 더불어 의복선호 경향 또한 다르게 나타나는데, 북경권, 상해권(상해, 북경 중심)은 트렌디하고 세련된 의상을 나뉠대로의 스타일로 소화하는 등 의복의 외관과 품위를 중시하며 특히 브랜드를 중요시며, 광동권(광주, 심천 중심)은 소비수준이 높아 고가의 상품과 수입 브랜드를 많이 구매하며, 홍콩 스타일의 의복을 선호한다. 동북권(대련, 심양 중심)은 내구성과 유지관리 등을 중요시 여기며 소비행동에 있어서는 변화가 느린 편이라 지역 내 유사한 의복소비 경향을 보이면서, 한국과 일본의 스타일이 선호되며, 서부권(우한, 충경, 성도, 곤명 중심)은 중저가 위주의 시장으로서 광주와 상해 스타일의 영향을 받는 것으로 조사되었다¹⁸⁾¹⁹⁾.

이 중 이 연구의 대상이 되는 동북권은 길림성, 흑룡강성, 요녕성에 포함된 13개 도시들로 이루어져 있으며, 중국 정부가 중화 4대 경제권역 중 한 곳으로 육성하는 곳이다. 동북3성은 우리나라와 지리적·인적으로 밀접한 관계를 맺고 있는 신흥 시장으로 이곳에 진출한 우리나라의 패션 브랜드 다수가 성공하고 있는 것을 볼 때 향후 이 지역이 중국 진출의 유력한 실험시장이 될 수 있을 것으로 보인다²⁰⁾.

중국 내에서 만주족과 한족이 점차적으로 동화

되어가고 있긴 하지만 동북3성에 속하는 만주족의 역사와 문화적 특징은 한족과는 다른 독자적인 성질을 가지고 있다. 이들은 '우리의 선조들은 한때 중국 대륙 전체를 정복했었으며 우리는 그러한 기세를 떨치던 자랑스러운 민족의 후예들이다.'라는 민족적 자부심을 강하게 지니고 있다. 특히 현재 동북 사람들은 광둥과 상해가 지금처럼 급속도로 발전한다면 중국의 중심이 광둥과 상해가 될 것이라는 위기의식을 느끼며 한시라도 빨리 경제적인 자립을 이루어 대등한 위치를 선점하려는 의욕을 보이고 있다. 때문에 동북3성은 경제 발전을 위해 독자적인 방향을 모색하기 시작하였으며, 그 결과 역사적으로도 깊은 인연과 친분을 맺고 있는 한국, 일본과 협력하여 경제 성장을 촉진시키려 계획을 가지고 있다²¹⁾. '차이나 임팩트'의 저자인 오마에 겐이치(Kenichi Ohmae, 大前研一: 1943-)는 동북3성은 과거 신라가 지금의 요동 반도까지 정복했던 역사적인 사실을 비롯하여 이 부근 일대가 한때는 한국의 판도에 속했던 적이 있을 정도로 한국과 만주족은 서로 문화적·언어적으로 상당히 밀접한 관계를 유지했으며, 북한 체제가 붕괴되어 한국과 중국이 직접 이어질 수 있다면 동북권은 곧바로 한국의 접경이 될 가능성이 크다는 의견을 피력하고 있다²²⁾.

이와 같이 중국 동북지역 내로의 좀 더 순조로운 진출을 꾀하자면, 앞서 언급한 라이프 스타일과 구매특성 등과 더불어 해당 지역 내 한국 브랜드의 인지도와 선호도에 대해서도 연구가 필요하다. 손희순, 임순, 유혜정(2003)은 대련을 포함한 중국 성인여성의 한국산 패션 제품 인지도에 관한 연구를 하였는데 이를 요약하면 다음과 같다. 연령, 거주지역, 직업에 따라 차이를 보이기는 하였으나 인지도 평가 대상 국가(이태리, 프랑스, 미국, 영국, 중국, 한국, 일본, 기타) 중 패션 제품 품질만족도, 디자인만족도, 서비스만족도, 브랜드명성도 평가에서 모두 이태리가 선두였고 그 다음이 한국이었다²³⁾. 또한 패션에 민감하며 유행상품의 주소비층을 이루고 있는 20-22세의 연령층에서 한국 제품의 유행성과 독창적 디자인을 추구한다는 점과, 복제문제와 경제성을 제외

하고 직업별로 고급스러움, 유행성, 독창적 디자인, 브랜드 명성, 신뢰성/고품질 측면을 평균 이상으로 높게 평가했다²⁴⁾는 점에 주목해야 할 필요가 있다고 생각한다.

현재 중국에 진출한 한국 캐주얼 브랜드와 여성복 브랜드의 특성은 비교적 비슷한 성격을 띠고 있다. 캐주얼 브랜드의 주요 타겟은 10-20대 초반의 합리적이며 자유로운 문화를 추구하는 고감각 패션 소비자를 대상으로 하고 있다. 가격대비 우수하고 차별화된 디자인과 이미지를 전달하는 상품전략, 고가 또는 중고가의 가격전략으로 대도시의 백화점, 대형 쇼핑몰과 변화가의 매장을 통해 유통되고 있으며, 문화이벤트와 스타 마케팅 및 잡지와 TV의 대중매체를 활용한 홍보를 주로 하고 있다. 여성복 브랜드의 주요 타겟은 20-30대의 전문직 또는 고소득층의 여성으로 나타났고 명품브랜드의 고급 이미지를 추구하는 전략과 고가격 전략으로 진출하고 있다. 고가의 명품전략에 맞는 고급 백화점 유통을 지속적으로 확보하고 있으며, 촉진전략으로 잡지광고나 고급화, 차별화된 VMD를 이용하고 있으나, 업체간 모방으로 브랜드간 차별화의 부재가 문제점으로 나타나기도 한다²⁵⁾.

III. 대련에서 선호되는 여성복 스타일 분석

대련에서 선호되는 여성복 스타일은 연령에 따른 분석, 스타일에 따른 분석, 의복 아이템에 따른 분석으로 하였다. 디지털 카메라와 캠코더로 촬영한 관찰 대상 중 연령과 착용의복의 스타일이 불분명한 대상과 디지털 카메라와 캠코더에 중복으로 촬영된 대상을 제외했으며, 분석에 포함된 관찰 대상은 총 1,185명이다. 사진 자료는 디지털 카메라로 촬영한 사진 자료와 캠코더를 재생하는 중 화면 캡처를 하여 얻은 사진 자료를 사용하였다. 연령에 따른 분석은 총 관찰 대상 중 연령대별 비중과 각 연령대가 선호하는 스타일의 차이점을 분석하였다. 또한 스타일에 따른 분석

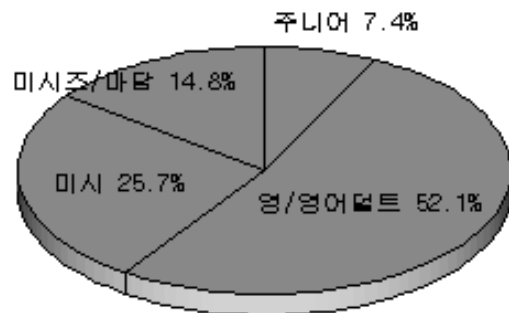
은 관찰 대상 중 스타일별 비중과 각 스타일의 경향을 분석하였다. 마지막으로 의복 아이템에 따른 분석은 관찰 당시 대련 여성들의 의복에서 보여지는 특기할만한 디자인을 아이템별로 분석한 것이다.

1. 연령에 따른 분석

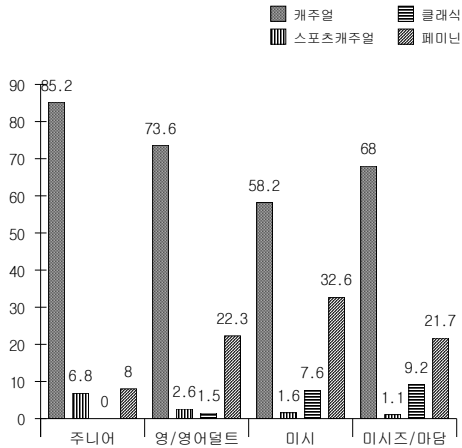
관찰 대상의 연령층은 국내 의류시장 분류에 따르면 13-18세의 주니어(Junior), 19-22세의 영(Young), 23-25세의 영어덜트(Young Adult), 26-35세의 미시(Missy), 36-70세의 미시즈(Missies) 또는 마담(Madame)으로 나뉘어나²⁶⁾, 영과 영어덜트는 육안관찰만으로 식별하기에 무리가 있으므로 부득이하게 영/영 어덜트로 합쳐 분류하였다.

<표 1>에서와 같이 총 관찰대상 1,185명 중 각 연령대가 차지하는 비중은 주니어가 88명으로 7.4%, 영/영 어덜트가 618명으로 52.1%, 미시가 304명으로 25.7%, 미시즈/마담이 175명으로 14.8%이다. 즉, 영/영 어덜트가 관찰대상의 50%를 넘고 있으며, 미시, 미시즈/마담의 순으로 비중을 차지하였고, 주니어는 소수만이 관찰되었는데 이는 관찰이 출근 및 퇴근시간 전후의 변화를 중심으로 했기 때문인 것으로 보인다. 다음의 <표 2>는 각 연령대별 스타일 비중을 나타낸 것이다.

<표 1> 조사대상 연령대별 비중



<표 2> 연령대별 스타일 비중



1) 주니어(Junior)

주니어 층은 관찰 대상에서 차지하는 비중이 7.4%였다. 주니어 층은 대부분 청바지나 면바지의 편안한 하의와 티셔츠로 구성된 캐주얼을 선호하였다. 그 중에서도 낮은 연령대에서는 페미닌 스타일도 종종 보였으나 이 역시 <그림 1>처럼 단순한 형태의 편안함을 강조한 스타일이 주를 이루었다.



<그림 1> 주니어의 일반적 스타일



<그림 2> 영/영어덜트의 일반적 스타일



<그림 3> 영/영어덜트 스타일

2) 영/영어덜트(Young/Young Adult)

영/영어덜트 층은 모든 연령대에서 총 52.1%를 차지하며 가장 많은 관찰을 할 수 있었던 연령대이다. 관찰 대상이 많은 만큼 다양한 스타일을 볼 수 있었는데 주를 이루는 스타일은 캐주얼이었다. 다양한 디자인의 캐주얼과 페미닌 스타일이 선호되었으며, 캐주얼과 페미닌을 믹스 매치하여 착용하기도 했다. 영/영어덜트는 팬츠 중에서도 진으로 만든 짧은 핫팬츠를 선호했으며, 스커트는 캐주얼 스타일의 짧은 미니스커트나 역시 길이가 짧은 랩 스커트, 여성스러운 스타일의 원피스나 플레어스커트를 선호했다. 상의는 타이트한 탱크탑에서부터 프릴이나 리본으로 장식한 여성스러운 블라우스까지 다양하게 나타났다. <그림 2>는 대련에서 보여진 영/영어덜트 층의 전형적인 스타일을 나타낸 것이다. 주로 짧은 길이의 하의와 타이트한 상의를 입는 것을 선호하였으며, 하의의 디자인과 형태는 거의 비슷한 반면 상의의 디자인이나 장식, 프린트는 다양했다. <그림 3>은 여성스러운 분위기의 원피스와 캐주얼한 스타일이 동시에 나타난 예인데 여기에서 보이는 캐주얼 스타일은 과감한 노출과 타이트한 실루엣, 섹시한 하이힐을 매치함으로써 페미닌한 느낌이 강하게 나타났다.

3) 미시(Missy)

미시층에서도 역시 캐주얼 스타일을 즐겨 착용하는 것으로 보여졌으나, 클래식이나 페미닌 등 다른 스타일도 두루 착용함으로써 다른 연령대에 비해 캐주얼의 비중이 낮게 나타났다. 미시층은 선호하는 스타일 또한 영/영어덜트의 캐주얼한 패션 감각의 유행을 추구하는 그룹과 미시즈/마담에 가까운 클래식하고 페미닌한 스타일의 원숙한 패션 감각을 추구하는 그룹으로 나뉘어졌다. 그러나 영/영어덜트에 비해 핫팬츠나 타이트한 의복은 많이 나타나지 않았으며, 미시즈/마담에 비해 색채와 디자인이 화려한 페미닌 스타일이 많이 보였다.

<그림 4, 5>는 캐주얼한 스타일이며, 영/영어덜트와 같이 짧은 핫팬츠에 타이트한 슬리브리스 셔츠를 착용한 모습도 있으나 전체적으로 타이트한 실루엣의 9부나 10부 바지와 다양한 디자인의 상의를 매치하는 것이 선호되었다.

<그림 6, 7>은 여성스러운 느낌이 강한 스타일로서 미시층은 타 연령대에 비해 페미닌 스타일의 비중이 높은 것이 특징이다. 여성스러운 스타일은 <그림 6>처럼 화려한 이미지도 있는 반면 <그림 7>처럼 클래식에 가까운 심플한 스타일도 있었다. 미시즈/마담 층의 페미닌 스타일에 비해

색상이 다양하고 디자인 또한 비대칭의 불규칙한 스타일이나 카울넥, 브이넥 등 디테일이 다양하며, 꽃무늬보다는 기하학적인 문양이 많이 쓰인 것이 특징이다.

4) 미시즈/마담(Missies/Madame)

미시즈/마담 층 또한 편안하게 입을 수 있는 캐주얼 스타일을 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 미시즈/마담 층의 캐주얼은 다른 연령대의 캐주얼과는 다르게 약간 헐렁한 팬츠, 스커트와 여유있는 블라우스 형식의 상의로 이루어진 것이 특징이었다. 다른 연령대보다 프린트 직물을 선호한 것도 특징인데 주로 꽃무늬가 많이 보였으며, 그 외에 줄무늬나 식물문양도 많이 사용하였다. 또한 같은 미시즈/마담 층에서도 패션 감각을 추구한 그룹과 그렇지 않은 그룹이 다른 연령대보다 명확하게 구분되었는데, 이는 소득수준의 차이에서 기인한 것으로 추측된다. 또한 미시즈/마담 층에서는 다른 연령대보다 클래식 스타일이 차지하는 비중이 다소 높게 나타났다.

<그림 8, 9>는 대련의 미시즈/마담 층이 가장 선호하는 스타일이다. 이는 프린트가 들어간 헐렁한 9부나 10부 팬츠에 블라우스나 티셔츠를 매치한 스타일이다. <그림 10, 11>은 편안하게 착



<그림 4> 미시의 캐주얼 스타일



<그림 5> 미시의 캐주얼 스타일



<그림 6> 미시의 페미닌 스타일



<그림 7> 미시의 페미닌 스타일



〈그림 8〉
미시즈/마담의
일반적 스타일



〈그림 9〉
미시즈/마담의
일반적 스타일



〈그림 10〉
미시즈/마담
스타일



〈그림 11〉
미시즈/마담 스타일



〈그림 12〉
미시즈/마담
스타일

용할 수 있는 스타일이지만 클래식과 페미닌의 느낌이 강한 스타일로 투피스나 원피스로 구성되어 있다. 색채는 검정색과 흰색을 기본으로 갈색이나 자주색 등을 사용하였는데 이는 다른 연령대보다 더 어두운 톤을 선호한다는 것을 나타내는 것이며, 스커트의 길이 또한 다른 연령대보다 길게 착용한다는 것을 알 수 있다.

〈그림 12〉는 다소 유행 감각에 떨어지는 스타일이나 다수의 미시즈/마담 층에서 볼 수 있는 스타일이다. 여유있는 원피스를 선호하였으며, 이는 같은 미시즈/마담 층에서도 연령대가 조금 높은 층에서 많이 나타났다. 포인트 칼라 없이 기본색과 같은 톤의 꽃무늬나 스트라이프, 체크 등 다양한 문양이 의복 전체에 사용된 것이 주로 많았다.

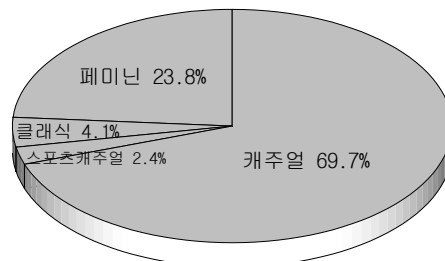
2. 의복 스타일에 따른 분석

연령대에 따른 분석에 이어 의복 스타일에 따른 분석을 하였다. 스타일 분석 또한 여성 의류시장 분류에 따라 캐주얼(Casual), 스포츠 캐주얼(Sports Casual), 클래식(Classic), 페미닌(Feminine)²⁷⁾으로 분류하였다.

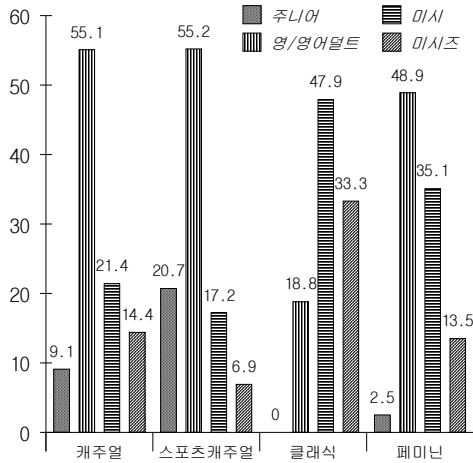
총 관찰대상 1,185명 중 각 스타일이 차지하는

비중은 캐주얼이 826명으로 69.7%, 스포츠 캐주얼이 29명으로 2.4%, 클래식이 48명으로 4.1%, 페미닌이 282명으로 23.8%를 차지했다. 즉, 캐주얼이 관찰대상의 50%를 현저히 넘고 있으며, 페미닌, 클래식, 스포츠 캐주얼 순으로 관찰되었다. 관찰 시간대가 출,퇴근 시간을 전후로 했음에도 불구하고 정장을 포함한 클래식 스타일이나 페미닌 스타일보다는 캐주얼의 비중이 높다는 것은 앞에서 언급했듯이 중국 여성들이 의류제품 구매시 가격과 디자인, 품질 다음으로 편안함과 실용성을 중요시 여긴다²⁸⁾는 연구와 일맥상통한다. 다음의 <표 3>과 <표 4>는 각 스타일별 비중과 스타일별 연령대 비중을 나타낸 것이다.

〈표 3〉 조사대상 스타일별 비중



<표 4> 스타일별 연령대 비중



1) 캐주얼(Casual)

대련의 여성들은 연령에 관계없이 캐주얼 스타일을 선호하여 전체 스타일 중 캐주얼이 차지하는 비중이 69.7%나 됐다. 주로 젊은 층은 노출이 과감하고 타이트한 캐주얼을 즐기는 반면, 그보다 연령대가 높은 층은 다소 패션 감각은 떨어지지만 편안함과 실용성을 중시한 넉넉한 사이즈의 캐주얼을 선호하는 것으로 나타났다.

<그림 13>은 캐주얼 중에서 가장 강세를 보이는 스타일로 핫팬츠에 타이트한 티셔츠를 매치하여 젊고 발랄하면서도 노출을 통해 여성스러운 느낌을 살린 것이다. 대련의 여성들은 이 스타일뿐만 아니라 다른 스타일에서도 일반적으로 몸에 밀착되는 실루엣을 선호하였다<그림 14 참조>. 이는 2000년 김효숙의 선행연구 결과와 상당한 차이를



<그림 13> 캐주얼의 일반적 스타일



<그림 14> 캐주얼의 일반적 스타일



<그림 15> 다양한 디자인의 청바지



<그림 16> 스포티한 캐주얼



<그림 17> 스쿨걸 룩



<그림 18> 스쿨걸 룩

보인다²⁹⁾. 김호숙은 타이트한 실루엣의 선호도가 가장 낮았다고 하였는데 본 연구에서는 그 반대의 결과를 보여주고 있다. 그 이유는 두 가지로 분석할 수 있는데, 하나는 연구 지역의 차이(김호숙의 연구는 베이징 지역이었음)에 의한 것으로 볼 수 있고 다른 하나는 5년 사이에 중국 여성의 선호 스타일이 변화한 것으로 해석할 수 있다. <그림 15>에서는 다양하게 장식된 청바지를 볼 수 있는데 이러한 형태의 패턴이 들어가거나 찢어진 청바지, 힙합바지는 한류의 영향으로 보인다. <그림 16>은 스포티한 랩 스커트와 야구모자, 숫자가 크게 새겨진 티셔츠를 매치함으로써 스포츠 캐주얼의 느낌을 주는 스타일이다. <그림 17, 18>은 스쿨 걸 룩으로 영층에서 주로 보였으며, 흰색을 기본으로 한 심플한 실루엣의 원피스나 투피스로 구성된 것을 볼 수 있다.

캐주얼 스타일에서는 인디고 블루와 흰색, 검정색을 기본 칼라로 하여 다양한 색상을 사용하였는데 원색의 노랑, 초록, 오렌지, 핑크 등 눈에 띄는 칼라가 많았으며, 형광색을 많이 사용한 점도 특징이다. 젊은 층의 티셔츠를 제외하고는 프린팅을 많이 사용하지 않았으며, 트리밍이나 디테일보다는 구성과 색상에 더 중점을 두고 있는 것으로 파악되었다.

2) 스포츠 캐주얼(Sports Casual)

스포츠 캐주얼의 비중은 2.4%로 네 가지 스타일 중 가장 하위에 있는 만큼 대련의 여성들은 스포츠 캐주얼을 선호하는 편이 아니었다. 스포츠 캐주얼은 영/영어덜트와 미시층에서 대부분 나타났으며, 상의와 하의가 한 세트를 이루고 있는 것이 일반적이었다. 또한 다른 스타일에서는 강한 원색의 색채가 많이 나타나지 않았으나 스포츠 캐주얼에서는 노랑, 파랑, 오렌지, 핑크 등의 강한 색채가 많이 나타났다.

<그림 19, 20>은 젊은 층에서 가장 많이 나타난 스포츠 캐주얼로, 실용성과 편안함을 강조한 스타일들이다. 짧거나 혹은 긴 팬츠와 티셔츠로 구성되는 것이 많으며, 소재는 진이나 면보다는 신축성이 있는 소재를 사용한 것이 많았다. 스포츠 캐주얼에서 많이 쓰이는 옆선의 스트라이프 장식이 공통적으로 들어가 있으며, 가방이나 신발 또한 스포티한 스타일로 매치했다.

<그림 21, 22>는 색채로 포인트를 준 스포츠 캐주얼인데 주로 미시층에서 이러한 스타일을 선호하였으며, 젊은 층에서 선호되는 스포츠 캐주얼과는 다른 특성을 보인다. 젊은 층에서는 팬츠와 티셔츠로 구성되는 반면 미시층에서는 앞여밈을 지퍼로 마무리한 점퍼 형식의 셔츠를 선호하였다. 또한 상의의 네크라인이나 소매단, 밑단은 셔츠의 주조색과 대비되는 색의 단을 대는 스타일이 많았다.



<그림 19> 영/영어덜트의 스포츠 캐주얼 스타일



<그림 20> 영/영어덜트의 스포츠 캐주얼 스타일



<그림 21> 미시의 스포츠 캐주얼 스타일



<그림 22> 미시의 스포츠 캐주얼 스타일



<그림 23>
일반적인 클래식 스타일



<그림 24>
영/영어덜트의
치파오



<그림 25>
미시즈/마담의
클래식 스타일



<그림 26>
미시즈/마담의
클래식 스타일



<그림 27> 페미닌
-클래식 스타일



<그림 28> 일반적인
페미닌 스타일



<그림 29> 일반적인
페미닌 스타일



<그림 30>
캐주얼-페미닌 스타일



<그림 31>
캐주얼-페미닌 스타일

3) 클래식(Classic)

조사 시간이 출, 퇴근 전후였음에도 불구하고 클래식 스타일은 전체 대상 중 4.1%를 차지함으로써 캐주얼과 페미닌 스타일에 비해서 현저히 낮은 비중인 것을 알 수 있었다. 또한 주니어와 영/영어덜트 층에서는 클래식한 스타일을 보기 어려웠으며, 주로 미시나 미시즈/마담 층에서 관찰할 수 있었다.

<그림 23, 24>는 영/영어덜트나 미시층에서 보인 클래식 스타일이다. 원피스 위에 재킷을 매치

하거나 쓰리피스로 구성된 전형적인 클래식 스타일 혹은 중국의 전통적인 치파오 원피스를 착용한 경우가 종종 있었다. 치파오 원피스는 선명한 색상이 주로 사용되었으며, 영어덜트의 젊은 층이 주로 착용했다.

<그림 25, 26>은 연령대가 조금 높은 층에서 보여진 클래식 스타일이며, 이 또한 전형적인 정장 스타일이다. 대련의 여성들은 정장 이외의 클래식 스타일은 그다지 선호하지 않은 것으로 보여졌다.

이 외에 <그림 27>과 같이 여성스러운 분위기

가 나는 부드러운 스타일도 있었다. 스커트는 주로 무릎길이의 타이트 스커트였으며, 옆선이나 앞중심에 긴 슬릿을 주거나 부드러운 느낌의 블라우스를 매치하고 핑크나 베이지 등의 색채를 사용함으로써 여성스러운 분위기를 더한 것이다.

4) 페미닌(Feminine)

페미닌 스타일은 총 스타일 중 23.8%로 캐주얼 다음으로 선호되는 스타일이었다. 대련의 여성들은 다양한 스타일로 페미닌한 분위기를 연출했는데 주로 프린트 직물로 만든 원피스를 착용함으로써 표현했다.

<그림 28, 29>는 비교적 단순한 구성의 페미닌한 원피스로 색채와 프린트에 포인트를 두어 다른 스타일에서 볼 수 없었던 여성스러움과 화려함을 나타내고 있다.

<그림 30, 31>은 캐주얼과 페미닌이 혼합되어 나타난 스타일로, 역시 화려한 색과 문양에 포인트를 주고 있다.

3. 의복 아이템에 따른 분석

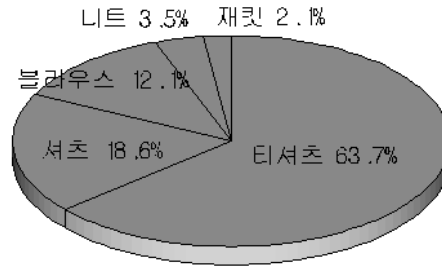
총 1,185명의 착용 의상 아이템을 분석한 바, 원피스가 18.3%(217벌)이었으며, 하의와 상의를 나눠 착용한 것이 81.7%(968벌)이었다. 이 중 하의는 968벌인 반면 상의는 985벌로 하의와 다소 차이가 나는데 이는 원피스나 탱크탑 위에 가디건이나 재킷을 겹쳐 입는 경우가 있었기 때문이다.

1) 상 의

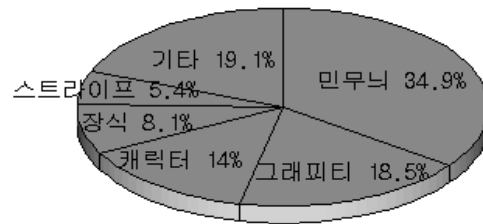
상의는 티셔츠, 셔츠, 블라우스, 니트, 재킷으로 나누었다. 티셔츠(63.7%)와 셔츠(18.6%)가 높은 비중을 차지하여 실용성을 중시하고 캐주얼을 즐기는 대련 여성들의 선호도를 확연히 나타냈으며, 블라우스는 12.1%를 차지하였다. 이에 반해 니트(3.5%)와 재킷(2.1%)은 드물게 나타났는데 이는 정장 등의 클래식 스타일의 선호도가 낮은 것과

계절적 요인에 기인한 것으로 보인다.

<표 5> 상의 중 아이템별 비중



<표 6> 티셔츠 문양 비중



대련의 여성복에서는 원피스를 제외하고는 프린트 직물을 많이 쓰지 않은 것으로 나타났다. 티셔츠 중에서는 <그림 32>처럼 문자나 숫자를 프린팅한 그래픽티 디자인(18.5%)이 많았으며, <그림 33>처럼 각종 문양을 프린팅한 티셔츠(14.0%) 또한 선호되고 있었는데 특히, 애니메이션이나 캐릭터로 표현한 프린팅이나 나비 문양 프린팅이 많이 있었다.

그 외에도 <그림 34>처럼 비즈나 스팅글, 자수, 리본으로 장식한 티셔츠(8.1%)도 선호되었다. 이러한 티셔츠들은 프린팅을 한 티셔츠에 비해 캐주얼한 느낌보다는, 여성스러운 이미지를 더 많이 띄웠다. 이번 관찰에서 보인 티셔츠들 중에는 <그림 35>처럼 앞부분보다는 뒷부분의 노출에 포인트를 둔 디자인도 상당수 있었다.



<그림 32> 문자 프린팅 티셔츠



<그림 33> 문양 프린팅 티셔츠



<그림 34> 비즈/스팽글 장식 티셔츠

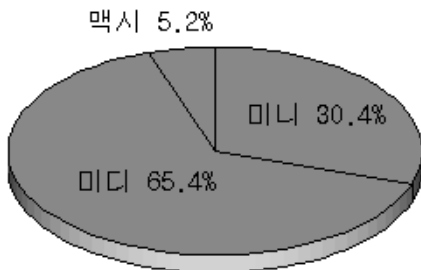


<그림 35> 뒤편 티셔츠

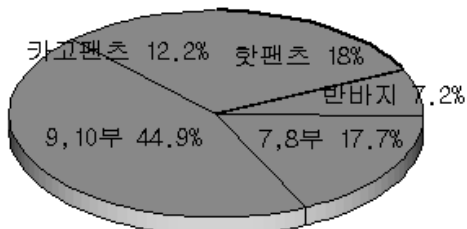
2) 하 의

하의 중 팬츠는 70.1%를 차지하였으며, 스커트의 비중은 29.9%였다. 다음의 표는 스커트와 팬츠의 아이템별 비중을 나타낸 것이다.

<표 7> 스커트 아이템 비중



<표 8> 팬츠 아이템 비중



하의는 전반적으로 캐주얼이 현저히 큰 비중을 차지하면서 청바지나 면바지, 청치마 등 실용적이고 편안한 하의가 주를 이룬다. 특히 진으로 된 핫팬츠와 미니스커트가 영/영 어덜트 뿐만 아니라 미시층에까지 두루 선호되었고, 칠부나 팔부 길이의 카고 팬츠(Cargo pants)도 많이 눈에 띄었다. <그림 36>에서 보듯이 핫팬츠나 미니스커트에는 활발한 분위기의 타이트한 단색 티셔츠나 프린트 티셔츠를 매치하거나 이와는 반대로 여성스러운 분위기의 드레시한 상의를 매치시켜 착용했다. 카고 팬츠는 진으로 만든 것이 주를 이루었으나, 이외에 카키색이나 회색, 베이지색 계통의 면이나 광택이 나는 소재로 만든 것도 볼 수 있었다<그림 37참조>.

3) 원피스(one-piece)

페미닌한 분위기의 원피스에서 특기할 만한 디자인은 <그림 38>과 같은 티어드 스타일의 원피스이다. 이외에도 티어로 구성된 블라우스, 스커트 등도 많이 보였는데 의복의 일부분에만 사용한 것에서부터 의복 전체를 티어로 구성하여 드레스의 느낌을 준 디자인까지 다양한 형태를 보였다. 일단 처리를 불규칙하게 하여 티어드의 유동적인 이미지와 유사하게 표현한 원피스도 상당수 나타났다.

이상의 내용을 표로 정리하면 다음과 같다.



<그림 36> 핫팬츠/미니스커트의 일반적인 스타일



<그림 37> 카고 팬츠



<그림 38> 티어드 원피스

<표 9> 연령, 스타일, 아이템에 따른 여성 스트리트 스타일 특성 분석

분 석	특 성	
연령에 따른 분석	주니어(7.4%)	캐주얼을 선호하며 페미닌 스타일 역시 실용성 강조하여 착용
	영/영어덜트(52.1%)	캐주얼 선호- 미니스타일(핫팬츠, 미니스커트, 랩스커트, 탱크탑), 타이트한 실루엣 페미닌- 원피스, 플레어 스커트, 블라우스(프릴, 리본 장식) 믹스매치 스타일- 캐주얼과 페미닌을 믹스매치 (ex. 핫팬츠/프릴 블라우스, 꽃 무늬 원피스/야구캡)
	미시(25.7%)	캐주얼/클래식/페미닌 선호- 영/영어덜트보다 캐주얼 감각을 떨어지고 미시즈/ 마담보다 페미닌 스타일 강세 캐주얼- 영/영어덜트보다 미니스타일과 타이트한 실루엣이 덜함 페미닌- 문양과 색상의 배합을 선호하며 디테일이 다양
	미시즈/마담(14.8%)	캐주얼/클래식/페미닌 선호 길이가 길고 혈렁한 실루엣의 팬츠, 스커트/여유있는 블라우스 프린트 직물 선호(플라워프린팅, 스트라이프, 식물문양) 유행 추구 그룹과 비추구 그룹의 명확한 구분
스타일에 따른 분석	캐주얼(69.7%)	영/영어덜트-과감한 노출, 타이트한 스타일, 미니스타일- 유행 중시 미시, 미시즈/마담- 편안함과 실용성 중시 색채- 기본(인디고블루, 흰색, 검정색), 원색(노랑, 초록, 오렌지, 핑크), 형광색 트리밍, 디테일보다 구성, 색상 중시
	스포츠캐주얼(2.4%)	영/영어덜트, 미시층에서 착용 상의와 하의가 한 세트 구성 캐주얼 단품과 믹스매치하여 스포츠캐주얼의 느낌 절충 타 스타일에 비해 강한 원색의 색채 사용 옆선의 스트라이프 처리(영/영어덜트), 지퍼 처리 앞여밈(미시)

VI. 결론

본 연구는 경제적·사회적으로 세계의 중심국가로 부각된 중국에서 선호되는 여성 스트리트 스타일을 분석하여 한국 패션이 중국으로 진출함에 있어 디자인 및 마케팅 전략 수립에 기초자료를 제공하고자 하였다. 분석 대상으로 선택한 도시는 중국의 지역별 차이를 감안하여 한국과 지리적·역사적·문화적으로 밀접한 관계를 유지해 왔으며, 이미 한국 의류 업체가 상당수 진출하여 성공을 거둔 중국 동북3성의 주요 도시 중 대련을 중심으로 하였으며, 관찰 지역은 대련의 대표적 변화가인 중산로 마이칼 백화점 앞 광장, 대련역 앞, 중산로 지하상가와 신흥 변화가인 개발구의 대상상가와 마이칼 백화점 앞이었다.

분석은 연령에 따른 분석과 의복 스타일에 따른 분석, 의복 아이템에 따른 분석으로 하였으며, 연령에 따른 분석은 주니어, 영/영 어덜트, 미시, 미시즈/마담으로 분류하여 분석하였다. 또한 스타일에 따른 분석은 캐주얼, 스포츠 캐주얼, 클래식, 페미닌으로 분류하였으며, 의복 아이템에 따른 분석은 각 아이템에서 특징적이거나 유행하는 디자인을 중심으로 하였다.

연구의 결과 관찰대상 중 연령대별 비중은 19-25세의 영/영어덜트 층이 52.1%로 가장 많이 차지하였으며, 25-35세의 미시가 25.7%, 35-70세의 미시즈/마담이 14.8%, 10-15세의 주니어가 7.4%로 나타났다. 관찰대상 중 스타일별 비중은 캐주얼이 69.7%로 현저히 많은 비중을 차지하고 있었으며, 페미닌이 23.8%, 클래식이 4.1%, 스포츠 캐주얼이 2.4%로 나타났다.

연령에 따른 분석은, 주니어 층이 캐주얼 스타일을 현저하게 선호하는 것으로 나타났으며, 영/영어덜트 또한 캐주얼 스타일을 선호하였으나 다양한 디자인과 서로 다른 스타일과의 믹스-매치로 개성을 나타냈다. 미시는 다른 연령대에 비해 캐주얼의 비중이 다소 낮게 나타났으며, 영/영어덜트와 미시즈/마담 사이에 위치하여 스타일 또한 패션 감각을 추구하거나 원숙함을 나타내는 두 층의 성격을 동시에 표현하고 있었다. 미시즈/

마담은 편안한 구성의 원피스나 팬츠, 스커트, 블라우스를 주로 선호하였으며, 타 연령대에 비해 꽃무늬 프린팅을 선호하였고, 무채색을 선호하였다. 또한 미시즈/마담은 패션 감각을 추구하는 그룹과 그렇지 않은 그룹의 차이가 현저히 나타났다.

의복 스타일에 따른 분석은, 캐주얼 중에서는 진 핫팬츠나 카고 팬츠에 타이트한 티셔츠를 매치하는 스타일과 다양한 스타일의 청바지, 미니 스커트, 스쿨걸 룩 등이 주를 이루었으며, 일반적으로 타이트한 스타일을 선호하는 것으로 나타났다. 캐주얼 스타일에서는 인디고 블루와 흰색, 검정색을 기본 칼라로 하여 원색을 다양하게 사용하였는데, 형광색을 많이 사용한 점도 특징이다. 스포츠 캐주얼은 영/영어덜트, 미시 층에서 착용되었으며, 상의와 하의가 한 세트를 이루고 있었다. 또한 클래식과 페미닌에 비해 원색이 주를 이루었으며, 영/영어덜트는 팬츠와 티셔츠로 구성되는 반면 미시는 앞여밈을 지퍼로 마무리한 점퍼 형식의 셔츠로 구성되는 스포츠 캐주얼 스타일을 선호하였다. 클래식은 전형적인 정장 형태의 스타일이 주를 이루었으며, 중국의 전통적인 치파오 원피스를 영/영어덜트 층에서 착용한 것이 특징이다. 페미닌 스타일은 캐주얼에 이어 두 번째로 선호되는 스타일이었으며, 심플한 형태의 원피스나 쉬폰이나 티어드를 이용한 하늘거리는 스타일의 원피스, 화려한 색채와 프린트를 사용한 원피스가 주를 이루었다.

의복 아이템에 따른 분석은, 하의는 미니 스타일의 짧고 단순한 디자인이 많았으며, 진과 면을 주로 사용하였다. 상의는 단색으로 이루어진 단순한 형태의 디자인이 주를 이루었으며, 애니메이션이나 캐릭터를 이용한 프린팅과 문자나 숫자를 이용한 그래피티 프린팅, 비즈나 스펅글, 자수나 리본으로 장식한 티셔츠가 많이 보였다. 또한 앞부분의 노출보다는 뒷부분을 과감히 노출한 스타일의 상의도 선호되었다. 또한 여성적인 느낌이 강한 티어드나 불규칙한 밑단 처리로 포인트를 준 아이템도 유행하였다.

이상 이론적 배경에서 본 현 중국인들의 라이

프스타일과 대련에서 선호되는 여성복 스타일 분석을 접목시켜보자면 다음과 같은 결론을 유추할 수 있다. 우선, 영/영어덜트 층에서 체형에 상관 없이 2005년 대련의 여름 유행이었던 미니스타일, 타이트 실루엣의 패션을 수용한 것에서 보듯이 영/영어덜트 층의 캐주얼 의류와 최신 유행의 급속한 확산과 수용력을 감안해야 한다. 이에 더불어 한국의류제품의 인지도 연구에서도 나타났듯이 현 유행을 선도하는 신세대 층이자 수년 이내에 구매력을 갖춘 경제주체가 될 20-22세의 연령층과 학생층에서 한국의류제품의 유행성과 독창적 디자인을 높게 인지하고 있다는 점은 한국 패션업체의 대 중국 진출에 이점으로 작용할 것이다. 또한, 영/영어덜트 층과 미시층에서 서로 다른 분위기의 단품을 조화시키는 믹스매치 스타일이 출현한 현상을 감안하여 의류제품의 유행성과 디자인뿐만 아니라 여러 스타일에 조화시켜 오래 착용할 수 있도록 제품의 질도 향상시켜야 할 것이다. 마지막으로 현재에는 특별한 유행의 확산이 보이지 않고 다소 패션감각이 뒤떨어지는 미시즈/마담층은 급변하는 중국의 라이프스타일과 경제성장력에 힘입어 가까운 시일 내에 하나의 큰 패션 시장이 될 수 있으리라 예상된다. 이에 따라 다양한 취향의 디자인 수립과 함께 높은 연령층에서 중시되는 품질과 경제성, 실용성에 중점을 둔 의류제품을 생산해야한다고 생각한다.

한국 의류 업체가 중국에 진출함에 있어 중국인들이 지니고 있는 한국 문화에 대한 호감이 큰 이점이 되겠으나, 중국인들의 라이프스타일과 소비성향을 파악하고 더 나아가 지역별 시사점을 분석하여 명확하고 세분화된 디자인과 마케팅 전략을 수립하는 것에 주력해야 할 것으로 생각된다. 본 연구는 그 대상이 중국 대련지역에 한정되어 있으며 조사 기간이 한 계절에 국한되어 있으므로 중국에서의 일반적인 현상으로 확대 해석하기에는 무리가 있다. 따라서 각 계절별, 각 지역별 스타일 특성에 관한 연구가 이루어진다면 한국 의류업체의 대 중국 진출에 유용한 자료가 될 것으로 생각한다.

참 고 문 헌

- 1) 김태수 (2004), "중국 패션시장 알고가야 백전백승", *패션인사이트*, p.5.
- 2) 김태수, 앞글, p.18.
- 3) 김태수, 앞글, p.43.
- 4) 오마에 겐이치 저, 정유선 역 (2004), "*차이나 임팩트*", 청림출판, pp.142-144.
- 5) 고은주, 송윤아 (2004), "국내 의류브랜드의 중국진출 현황 및 마케팅전략 제안", *한국의류학회지*, 28(2), pp.213-214.
- 6) 장인식 (2002. 4. 20), "중국 Fashion 시장의 변화에 따른 대응방안", *한국의류학회 주제 강연 2*, p.11.
- 7) 'Double Income, No Kids'의 약칭으로, 정상적인 부부 생활을 영위하면서도 의도적으로 자녀를 두지 않는 맞벌이 부부를 일컫는 용어이다. <http://kr.ks.yahoo.com>
- 8) <http://kr.ks.yahoo.com>
- 9) 고은주, 송윤아, 앞글, pp.213-214.
- 10) '문화마케팅과 패션비즈니스와의 연계' (2002. 6. 3), *삼성디자인넷*. <http://www.samsungdesign.net>.
- 11) 김재은, 박길순 (2004), "한류 현상이 중국 신세대 패션에 미친 영향 분석", *한국의류학회지*, 28(1), p.158.
- 12) 장인식, 앞글, p.11.
- 13) 김태수, 앞글, p.149.
- 14) 중국의 교육제도는 크게 초등교육, 중등교육, 고등교육으로 구분된다. 초등교육은 보통소학교로서 우리나라의 초등학교와 마찬가지로 6년제이다. 중등교육은 보통중학교 교육과 직업, 기술 교육으로 구분되는데, 보통중학교 교육은 다시 초급 중학교(우리나라의 중학교)와 고급 중학교(우리나라의 고등학교)로 구분되고 각각 3년제이다. 고등교육은 우리나라의 대학교육으로 종합대학, 단과대학, 전문대학으로 구분된다. http://k.daum.net/qna/kin/home/qdetail_view.html.

- 15) 김태수, 앞글, p.148.
 - 16) Cui, G. (1997, July-Aug.), "The different faces of the Chinese consumer", *The China Business Review*, pp.34-38, 재인용, 유혜경 (1998), "중국 의류소비자 특성 고찰", *한국의류학회지*, 22(2), p.236.
 - 17) 장인식, 앞글, p.13.
 - 18) Sum, Y. (1997, Feb.), "The changing faces of Chinese women", *Marketing and Research Today*, pp.25-30, 재인용, 유혜경 (1998), 앞글, p.236.
 - 19) 고은주, 송윤아, 앞글, p.214.
 - 20) 김태수, 앞글, p.40.
 - 21) 오마에 겐이치, 앞글, p.144.
 - 22) 오마에 겐이치, 앞글, pp.141-147.
 - 23) 손희순, 임순, 유혜정(2003), "중국 성인여성의 한국산 패션제품 인지도에 관한 연구", *패션비즈니스*, 7(1), pp. 105-108.
 - 24) 손희순, 임순, 유혜정(2003), 앞글, p. 113.
 - 25) 고은주, 송윤아, 앞글, pp.216-219.
 - 26) 배수정, 문남원, (2003), "*패션디자인 포트폴리오*", 교학연구사, p.32.
 - 27) 배수정, 문남원, 앞글, p.32.
 - 28) 고은주, 송윤아, 앞글, p.214.
 - 29) 김효숙 (2000), "중국여성 소비자의 의복 디자인 선호도에 관한 연구", *건국대학교 생활문화예술논집*, 제23호, p.108.
-
- (2005년 12월 5일 접수, 2006년 2월 28일 채택)