

2008년 겨울 서울과 베이징 여성 스트리트 패션 스타일 비교⁺

오현아 · 배수정*

전남대학교 의류학과 강사
전남대학교 의류학과 교수, 생활과학연구소*

Comparative Study on 2008 Winter Women's Street Fashion Style in Seoul and Beijing

Oh Hyuna · Bae Soojeong*

Instructor, Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National Univ.
Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National Univ.
Human Ecology Research Institute*

Abstract

The purpose of this study is to compare the difference between Beijing and Seoul in women's winter street fashion, and suggest strategic methods to improve new competitiveness of the Korean fashion industry. The research was conducted by literature review and empirical research and photographs of winter street style were directly taken by a digital camera from December 28, 2008 to January 8, 2009. The survey was made at 9~11 A.M., 12~1 P.M., and 3~5 P.M. during midweek and weekend. Then 530 photographs(265 each city) of women of the 20s and 30s were selected by random sampling and five fashion professional including this researcher classified styles in accord with majority opinion on careful investigation. The results of comparing the 2008 winter street fashion in Beijing and Seoul show the highest frequency of easy casual style. In detail, while high frequency was found in romantic, classic, feminine, and romantic casual style in Seoul, easy casual and character casual style was prevalent in Beijing. The same frequency of sport casual style illustrates no differences between two cities. Unlike the prediction of the fashion industry that the preference of sport casual style would be increased under the influence of the Beijing Olympics 2008, high preference of easy casual reflects that Chinese women were more sensitive to the changes of their consumption trend. In clothing color, the achromatic color was prevalent in street style in Seoul, whereas multi-color were preferred in Beijing,

⁺ 본 논문은 박사학위논문의 내용을 부분 발췌한 것입니다.

suggesting a great difference. In the case of accessories, both areas preferred a tot bag but Beijing women preferred active shoulder bag and cross bag in sport casual style. Seoul women preferred pumps and sneakers, whereas Beijing women liked boots of different length according to style.

Key Words : Korean fashion(한국 패션), Fashion style(패션 스타일), women's winter street fashion(여성 겨울 스트리트 패션)

I. 서론

2008년 하반기 미국발 금융위기가 전세계의 경기 침체에 도화선이 되면서 세계 각국은 1929년의 경제 대공황에 버금가는 위기를 겪게 되었다. 이는 곧 국내에도 영향을 주었는데, 경기 침체와 소비여력의 감소 등의 부정적 영향을 받게 되면서¹⁾, 국내 패션 산업에도 많은 위기와 변화를 가져왔다. 이러한 가운데 지리적으로 근접 국가인 중국이 내수 시장 강화라는 경제정책의 큰 전환을 꾀하게 되면서 중국 패션소비시장이 국내 패션기업에 있어 제 2의 내수 시장으로 진입을 할 수 있는 초석이 마련되게 되었다. 즉 중국 정부의 내수 활성화 추진 정책에 따라 중국 내 투자기업의 내수시장 진출의 기회가 확대되었고 무엇보다도 2008년 베이징 올림픽을 개최함으로써 중국에 대한 자국민의 자부심이 제고되면서 중국 브랜드에 대한 호감이 증대되었다는 점에서 중국에 진출한 국내 기업은 긍정적인 면과 부정적인 면을 동시에 직면하게 되었다.

이러한 상황에서 지금까지 연구된 중국 패션산업과 관련된 연구를 살펴보면, 마케팅적 측면에서 중국과 한국의 패션산업을 비교하여 한국 패션산업의 국제경쟁력 향상을 위해 중국시장을 활용하는 전략에 관한 연구²⁾, 중국시장 진출을 위한 한국 의류업체의 브랜드 개발 전략에 관한 연구³⁾⁴⁾⁵⁾, 중국 여성 소비자의 패션 상품 구매행동과 의복구매 시 평가기준을 밝혀 중국 시장 진출을 위한 기초자료를 제시한 연구⁶⁾⁷⁾가 진행되었다. 또한 의복구성측면에서 베이징과 상하이에 거주하는 여성의 체형특성을 비교한 연구⁸⁾, 중국 내의 의복사이즈 현황 및 중국에 진출한 한국 브랜드의 치수 적합성에 관한 연구⁹⁾¹⁰⁾, 중국 내수용 한국 의류제품의 적합성 향상을 위한

연구¹¹⁾¹²⁾¹³⁾를 하였다. 디자인 측면에서 한류 현상이 중국 신세대 패션에 미친 영향에 관한 연구¹⁴⁾, 서울과 베이징에 거주하는 젊은 여성들이 착용한 데님에 관한 비교연구¹⁵⁾, 중국 스트리트 패션에 나타나는 캐주얼 이미지에 관한 연구¹⁶⁾, 중국과 한국 스트리트 패션의 비교를 통해 양국 간의 스트리트 패션 분석¹⁷⁾, 중국 동북지역 스트리트 패션에 대한 연구¹⁸⁾가 진행되어져 왔다. 그러나 서울과 베이징의 F/W 시즌 의복 스타일별 아이템, 색상, 액세서리에 관한 비교 분석이 미비함으로 인해 본 연구의 필요성을 인식하게 되었다.

이에 본 연구에서는 현지에 진출한 국내 패션 기업들의 어려움인 현지화 전략 즉 중국 의류 소비자의 스타일 선호도가 국내와 상이하다는 점에 착안하여, 2008년 올림픽이 개최된 도시인 북경과 서울의 F/W시즌 여성 스트리트 패션을 비교·연구하여 그 차이를 밝힘으로써 빠르게 변화하고 있는 패션시장에서 한국 패션기업의 새로운 경쟁력 제고 전략 방안을 제시하고자 한다.

II. 연구의 방법 및 내용

연구의 방법 및 범위는 문헌연구와 함께 실증적 연구를 병행하였다. 실증적 연구에서는 베이징과 서울을 선정하여 각 지역의 패션거리에서 현지조사를 실시하였다. 패션 거리의 선정에 있어 서울은 대학생들이 가장 많이 밀집된 지역이거나 20~30대 여성들이 가장 선호하는 쇼핑거리인 이화여대 입구, 홍익대 입구, 명동, 강남역, 코엑스 몰을 선정하였다. 베이징은 왕푸징가(王府井大街)와 시단(西單北大街)을 선정하였다. 왕푸징가는 초대형 백화점들이 밀집

해 있고, 시단 거리는 패셔너블한 옷차림의 젊은이들이 밀집한 지역이다. 조사시간은 2008년 12월 28일~2009년 1월 8일에 겨울의 스트리트 스타일을 디지털카메라로 직접 사진촬영을 하였다. 조사시간은 주중과 주말의 유동인구가 가장 많은 시간대인 오전 9시~11시, 12시~1시, 오후 3시~5시 사이에 실시하였다. 이 결과 판독이 용이한 20~30대 성인 여성의 사진 자료를 무작위 추출하여 각각 265장씩 530장을 선정하였고, 본 연구자를 포함한 5인의 패션전문가의 검토를 거쳐 스타일을 분류하였다. 단, 사진의 촬영시기가 겨울이라는 계절적 요인과 스트리트 패션이라는 점에서 외투의 길이에 따라 하의가 보이지 않는 경우가 있어서 여름과 같이 다양한 아이템을 관찰할 수 없었기 때문에 스타일 분류 시 외부에서 보이는 옷에 비중을 두어 분류하였다.

스타일 분석은 여성 의류시장 분류에 따라 포멀과 캐주얼로 크게 분류하였고 포멀은 클래식 스타일, 페미닌 스타일, 로맨틱 스타일, 캐주얼은 이지캐주얼 스타일, 캐릭터캐주얼 스타일, 스포츠캐주얼 스타일, 로맨틱캐주얼 스타일로 세분하였다. 본 연구의 스타일 분류는 배수정¹⁹⁾의 기준을 따랐다. 색채 분석은 멘셀의 색체계의 10색상 R(Red), YR(Yellow Red), Y(Yellow), GY(Green Yellow), G(Green), BG(Blue Green), B(Blue), PB(Purple Blue), P(Purple), RP(Red Purple)과 무채색의 White, Gray, Black으로 나누어 분석하였다. 마지막으로 액세서리는 가방, 신발, 기타(양산, 선글라스, 모자, 머플러 등)로 나누어 착용 빈도를 분석하였다. 구체적인 스트리트 스타일 조사항목은 <표 1>과 같다. 자료의 분석을 위해 WINDOWS 용 SPSS 17.0 프로그램을 사용하였으며 기술통계 및 빈도분석(Frequency)을 실시하였다.

III.이론적 배경

1. 한국 패션시장과 여성 소비자

한국패션시장은 2009년 26조 7천억에서 2010년

<표 1> 스트리트 스타일 조사항목

구분		분류													
스타일	포멀							캐주얼							
	클래식			페미닌		로맨틱		이지캐주얼		캐릭터캐주얼		스포츠캐주얼		로맨틱캐주얼	
아이템	상의	슬리브리스	티셔츠	셔츠	블라우스	카디건스웨터	폴오버스웨터	베스트	재킷	정퍼	기타				
	하의	스커트	길이별	미니 스커트		샤넬 라인 스커트		미디 스커트		맥시 스커트					
		형태별	타이트 스커트	A라인 스커트	플레이어 스커트	폴리츠 스커트	티어드 스커트	개더 스커트	기타						
	팬츠	길이별	쇼트팬츠			5부 팬츠			7/9부 팬츠		플렝스 팬츠				
형태별		스트레이트 팬츠	벨보텀 팬츠	스키니 팬츠	트레이닝 팬츠	오버롤즈 팬츠	기타								
원피스	H-실루엣				A-실루엣				X-실루엣						
의복색	상의														
	하의	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	White	Gray	Black	Multi
	원피스														
액세서리	가방	토드백					숄더백					크로스백			
	신발	펌프스		플랫슈즈		부츠			스니커즈			기타			
	기타	모자				머플러			기타						

에는 5.5% 성장한 28조 1천억으로 성장할 것으로 전망되었다. 시장 성장을 주도하는 것은 스포츠 웨어, 캐주얼 웨어, 내의이고, 남성복과 아동복은 정체될 것으로 예측하였으며, 여성복과 신발, 가방 시장은 보험세 내지 소폭 성장할 것으로 예측되었다²⁰⁾. 2008년도에는 경기침체 및 소비심리 하락으로 시장의 성장세가 주춤하였으나, 2008년도 하반기 패션시장은 12조 4378억원의 실적을 보였고 2009년 상반기부터 고용시장의 안정과 소득의 증가 등의 긍정적 요인으로 인해 전년대비 조금씩 회복되었다. 2009년 하반기부터 패션시장은 안정화 되면서 2010년에는 성장기에 재돌입 할 것으로 전망되고 있다²¹⁾. 특히 한국 여성복 시장은 단품 아이템과 캐주얼 라인이 강화되고 있는 것이 현실이다. 한국에서는 2008년 말 금융위기 이후 여성들의 소비 심리가 쇼핑의 합리성을 추구하고 가치 지향 소비를 즐기는 방향으로 변화하였으며, 여러 복종 중 여성정장은 디자인과 컬러, 활동성과 착용감을, 캐주얼은 디자인을 중요시하는 것으로 나타났다²²⁾.

또한 현대경제연구원의 자료²³⁾에 의하면 적극적인 사회활동 참여와 함께 경제력이 높아지면서 여성들이 시장의 매출을 주도하며 시장의 트렌드 리더로 급부상하고 있다고 하였다. 특히 미혼 여성들은 프리미엄 브랜드 의류, 문화 활동, 금융 서비스 등 다양한 영역에서 남성들보다 더 높은 지출을 하고 있으며, 그들의 라이프스타일에 따라 골드미스, 알파걸, 스완족 등으로 불리우고 있다. 골드미스(Gold miss)는 탄탄한 직장과 경제력을 바탕으로 자기계발에 투자하고 독신 생활을 즐기는 30대 여성을 의미하며, 소비시장에서 그들의 영향력이 점차 커지고 있다²⁴⁾. 알파걸(Alpha Girl)은 모든 면에서 또래의 남자들보다 월등한 능력의 여성을 말하며, 스완족(SWANS: Strong Women, Achiever, No Spouse)은 강하고 진취적인 미혼여성²⁵⁾을 지칭하는 용어이고, 나오미족(not old image)은 안정적인 경제력을 바탕으로 젊은 라이프스타일을 즐기는 30, 40대 여성을 일컫는다. 마지막으로 포미족(for me)은 나를 위한 현명한 투자와 소비를 지향하며, 소비를 자신에 대한 투자로 받아들이고 차별화된 소비를 지향하는 불황기의 2030 여성 소비자를 일컫는 용어이다. 이들

의 성향은 'small luxury', 'sexy', 'green' 등으로 요약되며, 이들은 평소에는 절약형이지만 합리적이라고 판단되면 지갑을 여는데 주저하지 않는 특성을 보이기 때문에 불황기에 소비 트렌드를 주도할 것으로 기대되는 계층이다²⁶⁾.

2. 중국 패션시장과 여성 소비자

중국 패션시장은 위안화 절상, 원자재 가격 상승, 인건비 상승 등 제반여건과 함께 글로벌 금융위기로 인해 대외수출이 급감하게 되자 어려움을 겪게 되었다. 이에 중국 정부는 2008년 하반기부터 내수 시장의 확대를 위해 적극적인 정책을 펼쳤으며, 특히 2010년 중국 정부가 전국인민대표대회를 열고 수출 주도 경제에서 내수 위주 경제로의 경제체질 전환을 선언함에 따라 한국 경제에는 긍정적인 효과를 줄 것으로 예측되고 있다²⁷⁾.

2009년 중국패션시장은 약 1,664억 달러의 규모로 파악되어, 한국 패션시장의 약 8배에 달하는 거대한 시장을 형성하였다²⁸⁾. 그 중 여성의류 시장을 중심으로 살펴보면, 전체 중국 의류 생산량 중 여성 의류 생산량은 약 60%를 차지하고 있으며, 2008년 중국 여성복 시장은 310억 달러의 매출액을 기록하였다. 즉 여성복 시장은 지난 5년 동안 매년 30%의 속도로 성장하여 2012년에는 460억 달러의 매출이 예상되는 거대한 시장인 것이다. 그러나 중국 여성복 시장의 양적 성장과는 달리 질적으로 경쟁력있는 중국 브랜드가 극히 드문 상태이며, 브랜드 아이덴티티와 디자인 영역이 상대적으로 취약한 것이 중국 여성복 시장의 문제점으로 지적되고 있다.

중국 여성 소비자들은 점차적으로 패션화, 개성화 소비경향을 보임에 따라 선호하는 색상, 스타일, 브랜드 이미지 등에 대한 요구가 강해지고 있으며²⁹⁾, 최근 ZARA, H&M과 같은 글로벌 패스트 패션 브랜드가 중국 의류시장에 진입하면서 중국 여성 소비자들의 패션취향이 더 트렌디해지고 마케팅에 민감해지는 현상이 나타나고 있다. 특히 20~30대 중국 여성 소비자들의 구매 패턴은 구매 시 상품의 디자인과 유행을 중시하며 과시형 구매성향이 강하다³⁰⁾. 이러한 여성복 시장에서의 주요 소비 계층으로 80후

(後) 세대와 30대의 여피족을 언급할 수 있다. 80후 세대의 특징은 패션과 소비를 즐긴다. 제품을 구매할 때 좋고 나쁨보다는 감성을 중시하며, 디자인이 매우 중요한 요소를 차지하고 있다. 한류의 열풍과 함께 한국 의류를 선호하는 주요 고객층에서도 역시 80후 세대들을 빼놓을 수는 없다³¹⁾. 또 다른 용어로 ATM 세대라고도 불리는데, 이는 축적부족(Accumulation shorten), 소비열중(Tingled on consumption), 계획성 없음(Making no plan)의 약칭으로 현재지향적인 소비패턴을 가지고 있음을 보여주고 있다³²⁾. 여피족은 소비지향적, 금전지향적인 30대로 시장가능성이 높은 계층 중 하나이다. 그 밖에서도 타징지(她經濟)와 위에 광저우(月光族) 혹은 월광여신(月光女神)이 있다. 타징지란 여성을 일컫는 '她'와 경제가 합쳐 만들어진 신조어로 여성의 경제적, 사회적 지위가 향상됨에 따라 여성의 구매파워가 커져 특유의 경제계층과 경제현상을 형성하는 것을 의미하며³³⁾, 위에 광저우는 월급을 모두 소비하는 신세대를 의미하는 말로, 중국의 신세대 소비 변화를 대변한다³⁴⁾. 또한 남성복이나 캐주얼 시장의 경우 전국적으로 유통되는 브랜드가 존재하는 것과 달리, 여성복에서는 지역별로 선호 스타일에 대한 편차가 큼에 따라 타 지역으로 진출하는 브랜드를 많이 찾아볼 수 없는 것³⁵⁾이 특징이다.

IV. 결과 및 고찰

서울과 베이징 지역의 스트리트 스타일 빈도는 <표 2>와 같다. 서울 지역에서 빈도가 높게 나타난 스타일은 클래식 스타일, 페미닌 스타일, 로맨틱 스타일, 로맨틱캐주얼 스타일이었다. 반면 베이징 지역에서 빈도가 높게 나타난 스타일은 이지캐주얼 스타일, 캐릭터캐주얼 스타일이었다. 서울 지역에서는 포멀 웨어가 높은 빈도를 보였지만, 베이징 지역에서는 캐주얼 웨어가 높은 빈도를 나타냄으로써 두 지역 간의 스타일 차이를 확인할 수 있었다. 또한 두 지역 간 빈도차가 큰 스타일은 로맨틱 스타일(3.75배)과 페미닌 스타일(6.5배)로 서울 지역에서 높은 빈도로 나타남을 알 수 있었다. 빈도차가 적은 스타일은 스포츠캐주얼 스타일(동일)과 이지캐주얼 스타일(1.29배)로 두 지역 간의 큰 차이를 확인할 수 없었다. 또한 전체 스타일 중 이지캐주얼 스타일에서 두 도시 모두 높은 빈도를 나타냄으로써 두 지역의 여성 소비자들이 이지캐주얼 스타일을 다른 스타일보다 선호하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

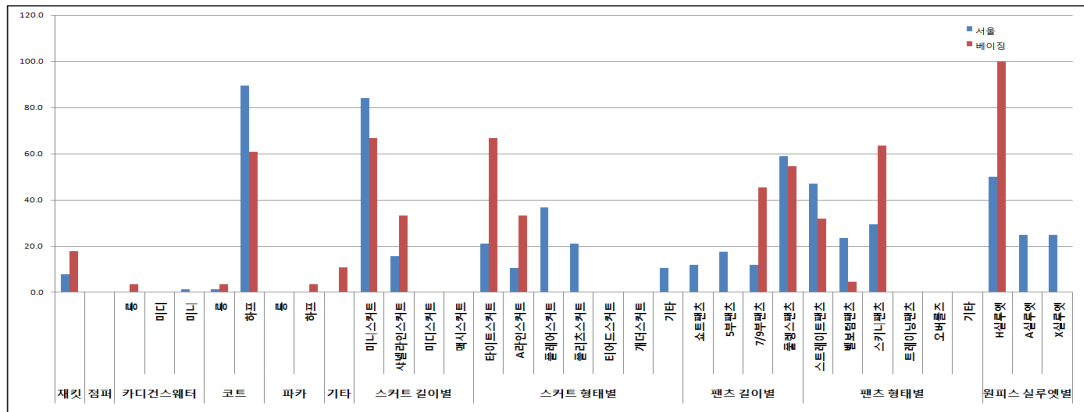
<표 2> 서울과 베이징 지역의 의복 스타일 비교(단위:n(%))

의복 스타일	빈도(퍼센트)		상의		하의				미확인(하의)		원피스		
	서울	베이징	서울	베이징	스커트		팬츠		서울	베이징	서울	베이징	
					서울	베이징	서울	베이징					
포멀	클래식	77 (29.1)	28 (10.6)	77 (29.1)	28 (10.9)	19 (39.6)	3 (15.8)	17 (12.4)	22 (11.1)	37 (55.2)	1 (4.5)	4 (11.8)	2 (7.4)
	페미닌	7 (2.6)	1 (0.4)	7 (2.6)	1 (0.4)	4 (8.3)	1 (5.3)	1 (0.7)	0 (0.0)	2 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	로맨틱	4 (1.5)	1 (0.4)	4 (1.5)	0 (0.0)	1 (2.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.7)
캐주얼	이지캐주얼	144 (54.3)	186 (70.2)	144 (54.3)	186 (72.4)	20 (41.7)	11 (57.9)	92 (67.2)	154 (77.4)	25 (37.3)	8 (36.4)	9 (26.5)	13 (48.1)
	캐릭터캐주얼	20 (7.5)	37 (14.0)	20 (7.5)	34 (13.2)	2 (4.2)	3 (15.8)	16 (11.7)	17 (8.5)	0 (0.0)	12 (54.5)	20 (58.8)	7 (25.9)
	스포츠캐주얼	2 (0.8)	2 (0.8)	2 (0.8)	2 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	로맨틱캐주얼	11 (4.2)	10 (3.8)	11 (4.2)	6 (2.3)	2 (4.2)	1 (5.3)	9 (6.6)	4(2.0)	0 (0.0)	1 (4.5)	1 (2.9)	4 (14.8)
합계	265 (100.0)	265 (100.0)	265 (100.0)	257 (100.0)	48 (100.0)	19 (100.0)	137 (100.0)	199 (100.0)	67 (100.0)	22 (100.0)	34 (100.0)	27 (100.0)	

1. 클래식 스타일

클래식 스타일의 빈도가 서울에서는 29.1%, 베이징에서는 10.6%로, 전체 스타일 중 서울의 경우 2번째, 베이징의 경우 3번째로 높은 비중을 나타냈다. 이는 클래식 스타일이 중국의 다렌 지역 F/W 시즌을 대상으로 한 선행 연구³⁶⁾에서는 전체 스타일 중 네 번째의 순위로 본 연구의 결과와 차이가 있었고, 서울과 베이징에서는 클래식 스타일이 다렌 지역보다 선호되고 있음을 알 수 있었다.

전체적인 아이템을 <그림 1>에서 살펴보면, 상의의 경우 두 지역 모두에서 하프 코트의 빈도(서울:89.6%, 베이징:60.7%)가 높게 나타났다. 하의의 경우 <표 2>에서 살펴보면, 서울 지역에서는 <그림 2>와 같은 스커트는 팬츠보다 빈도가 높게 나타났고, 베이징에서는 <그림 3>과 같은 팬츠의 빈도가 높게 나타남으로써 스커트보다 선호되고 있음을 알 수 있었다. 이는 서울과 베이징의 12월 겨울 평균³⁷⁾(2008년 12월, 서울(1.1℃), 베이징(-1.0℃))에 비추어볼 때, 평균기온이 낮은 지역인 베이징 여성들



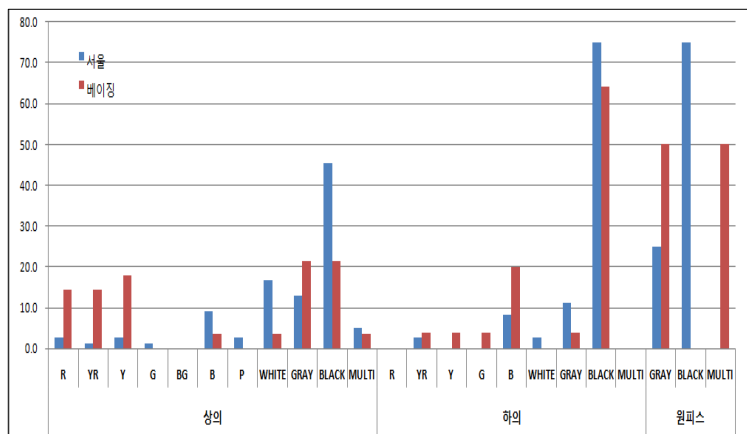
<그림 1> 클래식 스타일 아이템 빈도(%)



<그림 2> 서울 클래식 스타일



<그림 3> 베이징 클래식 스타일



<그림 4> 클래식 스타일 색상 비교(%)

이 서울지역 여성들보다 신체를 감싸는 형태의 의복을 선호하는 것으로 해석할 수 있다. 하의 아이템을 구체적으로 살펴보면, 스커트의 경우 서울에서는 미니 스커트(84.2%), 플레어 스커트(63.8%)의 빈도가 높게 나타났고, 베이징에서는 미니 스커트(66.7%), 타이트 스커트(66.7%)가 높게 나타남으로써 두 지

역 간의 차이점으로 하의 길이보다는 여유량의 차이를 보였다. 팬츠의 경우 서울에서는 폴렌스 팬츠(58.8%), 스트레이트 팬츠(47.1%)의 빈도가 높게 나타났다면, 베이징에서는 폴렌스 팬츠(54.5%), 스키니 팬츠(63.6%)의 빈도가 높게 나타났다. 즉 스커트와 마찬가지로 베이징 지역의 여성은 보다 몸에



<그림 5> 서울 클래식 스타일 Black



<그림 6> 베이징 클래식 스타일 Black



<그림 7> 베이징 액세서리



<그림 8> 서울 액세서리

<표 3> 포멀 웨어의 액세서리 비교(단위:n(%))

구분	액세서리	클래식		페미닌		로맨틱		
		서울	베이징	서울	베이징	서울	베이징	
가방	토드백	46(75.4)	11(50.0)	4(57.1)	1(100.0)	0(0.0)	1(100.0)	
	숄더백	12(19.7)	10(45.5)	3(42.9)	0(0.0)	2(100.0)	0(0.0)	
	크로스백	3(4.9)	1(4.5)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	합계	61(100.0)	22(100.0)	7(100.0)	1(100.0)	2(100.0)	1(100.0)	
신발	펌프스	44(57.1)	14(50.0)	3(42.9)	0(0.0)	3(75.0)	0(0.0)	
	플랫슈즈	6(7.8)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	부츠	롱	20(26.0)	9(32.1)	4(57.1)	0(0.0)	1(25.0)	1(100.0)
		미디	6(7.8)	3(10.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
		앵클	1(1.3)	2(7.1)	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)
	스니커즈	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
합계	77(100.0)	28(100.0)	7(100.0)	1(100.0)	4(100.0)	1(100.0)		
모자	모자	1(4.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	머플러	23(92.0)	10(90.9)	3(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	기타	1(4.0)	1(9.1)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	합계	25(100.0)	11(100.0)	3(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	

꼭 맞는 형태의 의복을 선호함을 알 수 있었다. 원피스의 경우 두 지역 모두 H실루엣 원피스(서울:50.0%, 베이징:100.0%)가 높게 착용되고 있었다.

클래식 스타일의 주요 의복색을 <그림 4>에서 살펴보면, 상·하의의 경우 두 지역모두 <그림 5, 6>과 같은 Black이 강세를 보였다. 특히 서울 지역의 클래식 스타일 상·하의가 무채색 계열에 편중된 경향을 보였다면 베이징 지역에서는 다양한 색상의 의복을 착용하고 있음을 확인할 수 있었다. 원피스의 경우 서울 지역에서는 Black의 빈도가 높게 나타났고 베이징에서는 Multi계열과 Gray가 높은 빈도로 나타나고 있었다.

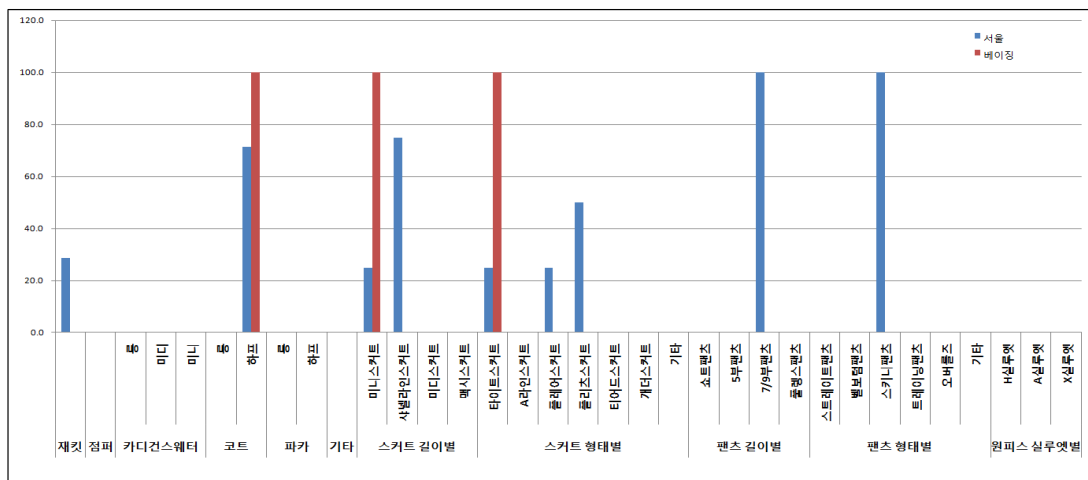
클래식 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 3>에서 살펴보면, 서울과 베이징 모두 공통적으로 토드백, 펌프스, 머플러에서 높은 빈도를 나타내고 있었다<그림 7, 8 참조>.

2. 페미닌 스타일

페미닌 스타일의 빈도가 서울에서는 2.6%, 베이징에서는 0.4%로 나타남으로써 전체 스타일 중 스포츠캐주얼 스타일과 더불어 낮은 비중을 보였다. 이를 통해 두 지역 모두 F/W 시즌에는 페미닌 스타일을 크게 선호하고 있지 않음을 알 수 있었다.

전체적인 아이템을 <그림 9>에서 살펴보면, 상의의 경우 두 지역 모두에서 하프 코트의 빈도(서울:71.4%, 베이징:100%)가 높게 나타났다. 하의의 경우 두 지역 모두 팬츠보다는 스커트의 빈도가 높게 나타났다. 하의 아이템을 구체적으로 살펴보면, 스커트의 경우 서울에서는 <그림 10>과 같은 사벨라인 스커트(75.0%), 플리츠 스커트(50.0%)의 빈도가 높게 나타났다면, 베이징에서는 <그림 11>과 같은 미니 스커트(100.0%), 타이트 스커트(100.0%)가 높게 나타남으로써 두 지역 간의 차이점으로 하의 길이와 여유량의 차이를 보였다. 팬츠의 경우 서울에서는 7/9부 팬츠(100.0%), 스키니 팬츠(100.0%)의 빈도가 높게 나타났지만, 베이징에서는 빈도를 확인할 수 없었다.

페미닌 스타일의 주요 의복색을 <그림 12>에서 살펴보면, 상·하의의 경우 두 지역 모두 Black이 강세를 보였다. 특히 서울 지역의 페미닌 스타일 상·하의 색상이 베이징 지역의 페미닌 스타일의 상·하의 색상보다 다양함을 알 수 있었다. 페미닌 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 3>에서 살펴보면, 서울 지역에서는 페미닌 스타일에 토드백과 <그림 13>과 같은 롱부츠를 코디네이션한 반면, 베이징 지역에서는 토드백에 <그림 11>과 같은 앵클부츠를 매치하고 있음을 확인할 수 있었다.



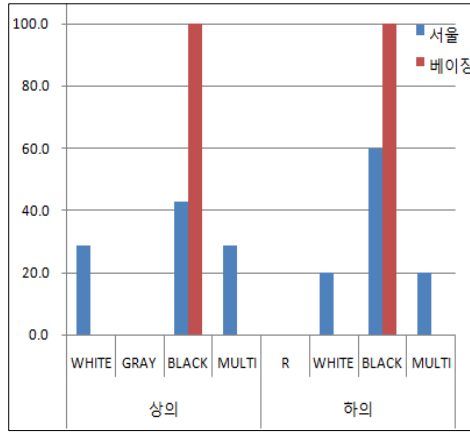
<그림 9> 페미닌 스타일 아이템 빈도(%)



<그림 10>
서울, Black,
Multi계열



<그림 11>
베이징, Black



<그림 12> 페미닌 스타일 색상 비교(%)



<그림 13>
서울 액세서리

<표 4> 캐주얼 웨어 액세서리 비교(단위:n(%))

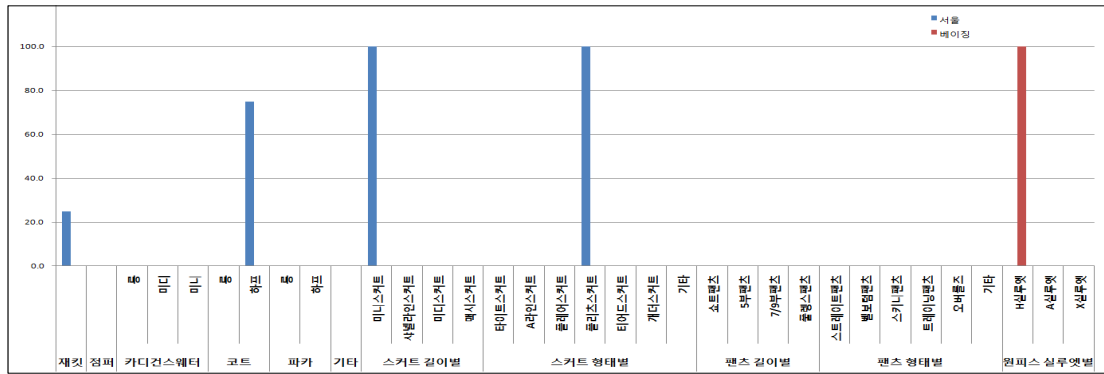
구분	액세서리	이지캐주얼		캐릭터캐주얼		스포츠캐주얼		로맨틱캐주얼		
		서울	베이징	서울	베이징	서울	베이징	서울	베이징	
가방	토드백	55 (65.5)	37 (26.6)	11 (78.6)	9 (50.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	7 (70.0)	4 (57.1)	
	숄더백	10 (11.9)	72 (51.8)	0 (0.0)	6 (33.3)	0 (0.0)	1 (50.0)	2 (20.0)	2 (28.6)	
	크로스백	19 (22.6)	30 (21.6)	3 (21.4)	3 (16.7)	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (10.0)	1 (14.3)	
	합계	84 (100.0)	139 (100.0)	14 (100.0)	18 (100.0)	1 (100.0)	2 (100.0)	10 (100.0)	7 (100.0)	
신발	펌프스	30 (20.8)	34 (18.3)	4 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (54.5)	2 (20.0)	
	플랫슈즈	17 (11.8)	2 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	부츠	롱	27 (18.8)	44 (23.7)	5 (25.0)	9 (24.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (18.2)	6 (60.0)
		미디	28 (19.4)	60 (32.3)	2 (10.0)	21 (56.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (9.1)	2 (20.0)
		앵클	0(0.0)	21 (11.3)	1 (5.0)	3(8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (9.1)	0 (0.0)
	스니커즈	42 (29.2)	25 (13.4)	8 (40.0)	4 (10.8)	2 (100.0)	2 (100.0)	1 (9.1)	0 (0.0)	
	합계	144 (100.0)	186 (100.0)	20 (100.0)	37 (100.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	11 (100.0)	10 (100.0)	
기타	모자	10 (19.6)	28 (32.9)	4 (50.0)	13 (56.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	머플러	40 (78.4)	52 (61.2)	4 (50.0)	9 (39.1)	2 (100.0)	0 (0.0)	3 (75.0)	0 (0.0)	
	기타	1 (2.0)	5 (5.9)	0 (0.0)	1 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	
	합계	51 (100.0)	85 (100.0)	8 (100.0)	23 (100.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	4 (100.0)	0 (0.0)	

3. 로맨틱 스타일

로맨틱 스타일은 서울에서 1.5%, 베이징에서 0.4%의 빈도를 나타냄으로써 지역간 2배 이상의 빈도차를 보였다. 이러한 결과에 비추어 볼 때, 로맨틱 스타일이 베이징 지역보다는 서울에서 보다 선호되고 있는 것으로 해석할 수 있다.

<그림 14>의 그래프에서 전체적인 아이템을 보면, 서울에서는 상·하의 아이템으로 주로 코디네이션된 반면, 베이징에서는 원피스 아이템이 높게 나

타난 것을 관찰할 수 있었다. 서울 지역에 착용된 상의 아이템을 구체적으로 살펴보면, 하프 코트(75.0%)의 빈도가 높게 나타났다. 하의의 경우 서울 지역에서는 <그림 15>와 같은 미니 스커트(100.0%), 플리츠 스커트(100.0%)의 빈도가 높게 나타났다. 베이징 지역에서 관찰된 원피스는 <그림 16>과 같은 H실루엣 원피스(100.0%)가 높게 착용되고 있었다.



<그림 14> 로맨틱 스타일 아이템 빈도(%)



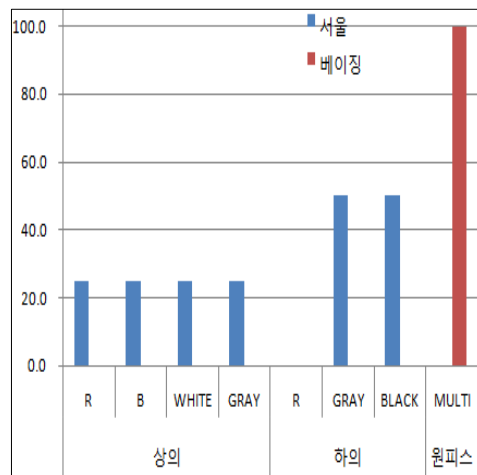
<그림 15> 서울 로맨틱 스타일



<그림 16> 베이징 로맨틱 스타일



<그림 17> 서울 로맨틱 스타일



<그림 18> 로맨틱 스타일 색상 비교(%)

로맨틱 스타일의 주요 의복색을 <그림 18>에서 살펴보면, 서울 지역 상의 색상이 <그림 17>과 같은 무채색과 B계열, R계열로 나타났으며, 하의는 무채색만 나타났다. 베이징 지역의 원피스 색상의 경우 Multi계열의 색상이 나타났음을 확인할 수 있었다. 로맨틱 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 3>에서 살펴보면, 서울 지역에서는 숄더백과 펌프스가 주로 코디네이션된 반면, 베이징 지역에서는 토드백과 롱부츠를 착용함으로써 약간 다른 양상을 보였다.

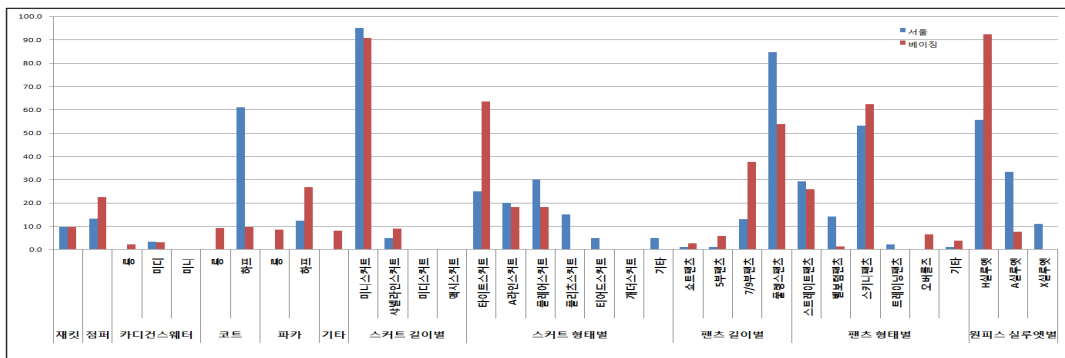
4. 이지캐주얼 스타일

이지캐주얼 스타일은 서울에서는 54.3%, 베이징에서는 70.2%로 나타남으로써 두 지역 모두에서 전체 스타일 중 가장 높은 비중을 보였다. 이지캐주얼 스타일의 아이템을 <그림 19>의 그래프에서 살펴보면, 상의는 서울에서는 <그림 20>과 같은 하프 길이의 코트(61.1%)가 높은 빈도를 보이며 착용되었고, 베이징에서는 <그림 21>과 같은 하프 길이의 파카(26.9%)가 높게 착용되었다. 이 또한 앞서 설명된 두 지역 간의 동절기 평균 기온차와 베이징 지역 특유의 추위로 인해 베이징 지역 여성들이 보온성이 강화된 패딩류인 파카를 많이 착용한 것으로 생각된다. 하의는 두 도시 모두에서 스커트보다 팬츠의 비율이 매우 높게 나타났다. 이는 동배 외³⁸⁾에서 언급된 것처럼 이지캐주얼 스타일의 특성상 편히 착용할 수 있는 자연스럽게 편안한 아이템이 선호되

기 때문으로 생각된다. 하의 아이템을 구체적으로 살펴보면, 스커트의 경우 서울에서는 <그림 22>와 같은 미니 스커트(95.0%), 플레어 스커트(30.0%)의 빈도가 높게 나타났고, 베이징에서는 <그림 23>과 같은 미니 스커트(90.9%), 타이트 스커트(63.6%)가 높게 나타남으로써 두 지역간의 차이점으로 하의 길이보다는 여유량의 차이를 보였다. 팬츠의 경우 두 지역 모두 플렌스 팬츠(서울:84.8%, 베이징:53.9%), 스키니 팬츠(서울:53.3%, 베이징:62.3%)의 빈도가 높게 나타났다. 원피스의 경우 두 지역 모두 <그림 24, 25>와 같은 H실루엣 원피스(서울:55.6%, 베이징:92.3%)가 높게 착용되고 있었다.

이지캐주얼 스타일의 주요 의복색을 <그림 26>에서 살펴보면, 상의의 경우 서울에서는 <그림 27>과 같은 Black이 높은 빈도로 나타났으며, 베이징에서는 <그림 28>과 같은 Multi계열이 높게 나타났다. 하의의 경우 서울은 <그림 29>와 같은 Black, B계열이 높은 빈도로 나타났으며, 베이징에서는 <그림 30>과 같은 B계열이 높게 나타났다. 원피스의 경우 두 지역 모두 <그림 31, 32>와 같은 Multi계열이 높게 나타남으로써 색상 선호 경향이 유사함을 알 수 있었다.

이지캐주얼 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 4>에서 살펴보면, 서울 지역은 <그림 33>과 같은 토드백, 스니커즈, 머플러를 코디네이션 하였다면, 베이징 지역은 <그림 34>와 같은 숄더백, 미디 부츠, 모자 혹은 머플러를 착용하였다.



<그림 19> 이지캐주얼 스타일 아이템 빈도(%)



<그림 20>
서울 이지
캐주얼 스타일



<그림 21>
베이징 이지
캐주얼 스타일



<그림 22>
서울 이지
캐주얼 스타일



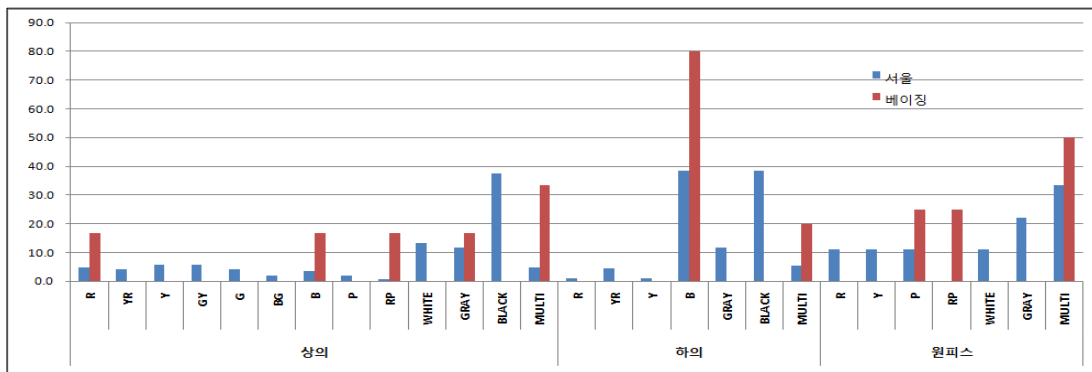
<그림 23>
베이징 이지
캐주얼 스타일



<그림 24>
서울 이지
캐주얼 스타일



<그림 25>
베이징 이지
캐주얼 스타일



<그림 26> 이지캐주얼 스타일 색상 비교(%)



<그림 27> 서울, Black



<그림 28> 베이징, Multi계열



<그림 29> 서울, Black



<그림 30> 베이징, B계열



<그림 31>
서울, Multi계열



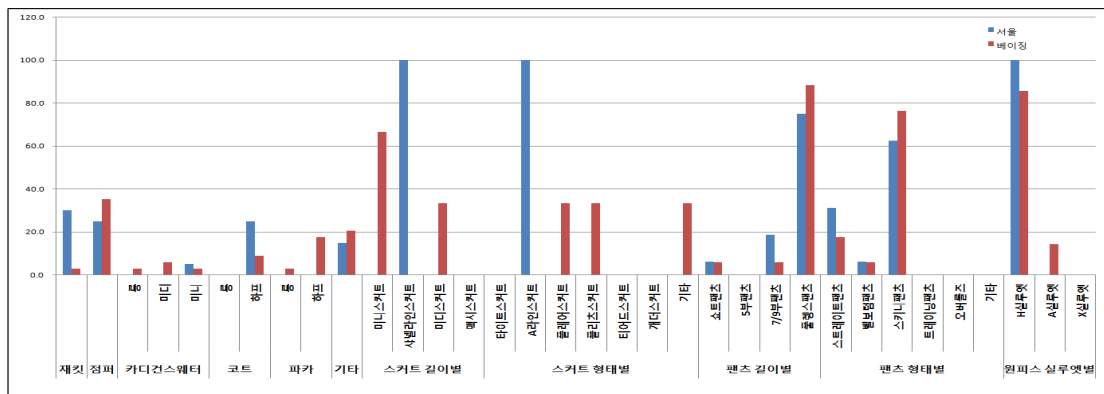
<그림 32> 베이징,
원피스 Multi계열



<그림 33>
서울 액세서리



<그림 34>
베이징 액세서리



<그림 35> 캐릭터캐주얼스타일 아이템 빈도(%)

5. 캐릭터캐주얼 스타일

캐릭터캐주얼 스타일은 캐주얼 웨어 중 두 번째로 높은 빈도를 차지한 비중 있는 스타일이다. 특히 베이징 지역에서 서울보다 2배 가량 높은 빈도(서울:7.5%, 베이징:14.0%)로 착용되고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 중국 여성 의류 시장이 전반적으로 개성화, 캐주얼화로 변화하고 있는 것³⁹⁾과 무관하지 않음을 알 수 있는 결과이며, 클래식 스타일이 서울 지역에서 베이징보다 2배 이상 높게 착용된 것과 대조되는 수치이다.

전체적인 아이템을 <그림 35>에서 살펴보면, 상의의 경우 서울의 캐릭터캐주얼 스타일은 <그림

36>과 같은 재킷을 높은 빈도로 착용했다면, 베이징의 캐릭터캐주얼 스타일은 <그림 37>과 같은 점퍼를 주로 착용했음을 알 수 있었다. 하의의 경우 두 지역 모두 스커트보다는 팬츠의 빈도가 높게 나타났으며, 이를 통해 팬츠가 스커트보다 캐릭터캐주얼 스타일에서는 많이 착용되고 있음을 알 수 있었다. 하의 아이템을 구체적으로 살펴보면, 스커트의 경우 서울에서는 샤발라인 스커트(100.0%), A라인 스커트(100.0%)의 빈도가 높게 나타났다면, 베이징에서는 미니 스커트(66.7%), 플레어 스커트(33.3%), 플리츠 스커트(33.3%), 기타(33.3%)로 고르게 나타났으므로 두 지역 간의 차이점으로 하의 길이와 함께 스커트 유형의 차이를 보였다. 팬츠의 경우 두 지역

모두 <그림 38, 39>와 같은 플렌스 팬츠(서울:75.0%, 베이징:88.2%), 스키니 팬츠(서울:62.5%, 베이징:76.5%)의 빈도가 공통적으로 높게 나타났다. 원피스의 경우는 두 지역 모두 H실루엣 원피스(서울:100.0%, 베이징:85.7%)가 높게 착용되고 있었다.

캐릭터캐주얼 스타일의 주요 의복색을 <그림 40>에서 살펴보면, 상의의 경우 서울에서는 <그림 41>과 같은 Black이 높은 빈도로 나타났고, 베이징에서는 <그림 42>와 같은 Multi계열과 White가 높은 빈도로 나타났다. 하의의 경우 두 지역 모두 Black이 강세를 보였다. 원피스의 경우 서울 지역에서는 B계열과 Multi계열의 빈도가 높게 나타났고 베이징에서

는 Multi계열과 Gray가 높은 빈도로 나타나고 있었다.

캐릭터캐주얼 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 4>에서 살펴보면, 가방은 두 지역 모두 <그림 43, 44>와 같은 토드백을 선호한 반면, 신발은 서울은 스니커즈를 높은 빈도로 착용하였고, 베이징에서는 미디 부츠를 높은 빈도로 착용하였다. 모자와 머플러가 두 지역에서 공통적으로 높은 빈도로 나타났다.



<그림 36> 서울 캐릭터캐주얼 스타일



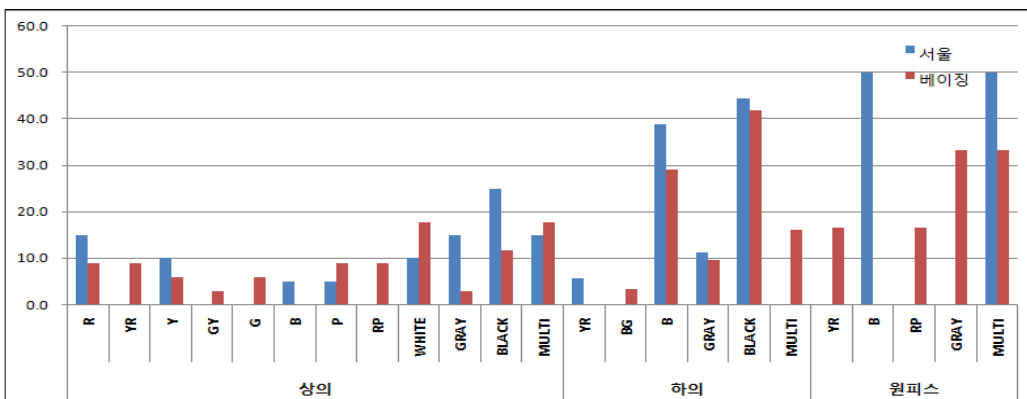
<그림 37> 베이징 캐릭터캐주얼 스타일



<그림 38>서울 캐릭터캐주얼 스타일



<그림 39> 베이징 캐릭터캐주얼 스타일



<그림 40> 캐릭터캐주얼 스타일 색상 비교(%)



<그림 41>
서울, Black



<그림 42> 베이징,
Multi계열, Black



<그림 43>
서울 액세서리



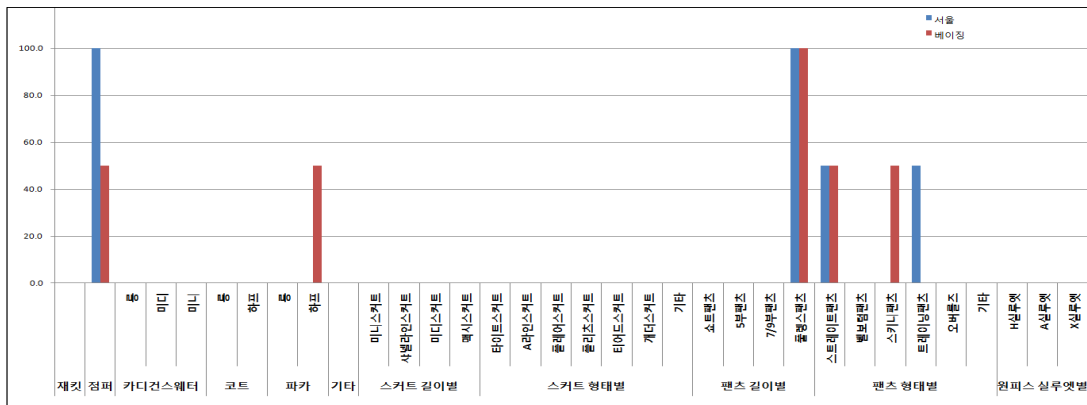
<그림 44>
베이징 액세서리

6. 스포츠캐주얼 스타일

스포츠캐주얼 스타일의 빈도는 두 지역 모두 0.8%로 나타났으며, 전체 캐주얼 웨어 중 가장 비중이 낮은 스타일임을 알 수 있었다. 스포츠캐주얼 아이템을 <그림 45>에서 살펴보면, 상의의 경우 서울에서는 <그림 46>과 같은 점퍼(100.0%), 베이징에서는 <그림 47>과 같은 점퍼(50.0%), 하프 길이의 파카(50.0%)가 높은 빈도를 나타냈다. 하의는 두 지역 모두 팬츠만을 착용했으며, 두 지역 모두 플렌스 팬츠(서울:100.0%, 베이징:100.0%), 스트레이트 팬츠(서울:50.0%, 베이징:50.0%)의 빈도가 높게 나

타났다. 다만 서울에서는 트레이닝 팬츠(50.0%), 베이징에서는 스키니 팬츠(50.0%)의 빈도도 높게 나타났다.

스포츠캐주얼 스타일의 주요 의복색을 <그림 48>에서 살펴보면, 상·하의의 경우 서울에서는 B계열, White의 빈도가 높게 나타났으며, 베이징에서는 White, Gray, Multi계열이 높은 빈도를 나타냈다. 스포츠캐주얼 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 4>에서 살펴보면, 서울에서는 토트백, 스니커즈, 머플러에서 높은 빈도를 나타낸 반면, 베이징에서는 숄더백, 크로스백, 스니커즈에서 높은 빈도를 나타낸



<그림 45> 스포츠캐주얼스타일 아이템 빈도(%)

으로써 신발을 제외하고 다른 액세서리 아이템에 차이가 있음을 알 수 있었다.

7. 로맨틱캐주얼 스타일

로맨틱캐주얼 스타일은 빈도가 서울에서는 4.2%, 베이징에서는 3.8%로 나타남으로써 서울과 베이징 지역이 유사한 빈도로 선호되고 있음을 생각할 있었다. 로맨틱캐주얼 스타일 아이템을 <그림 49>에서 살펴보면, 상의의 경우 두 지역 모두에서 <그림 50, 51>과 같은 하프 길이의 코트 빈도(서울:81.8%, 베이징:50.0%)가 높게 나타났다. 하의의 경우 두 지역 모두 스커트보다는 팬츠를 높은 빈도로 착용하고 있

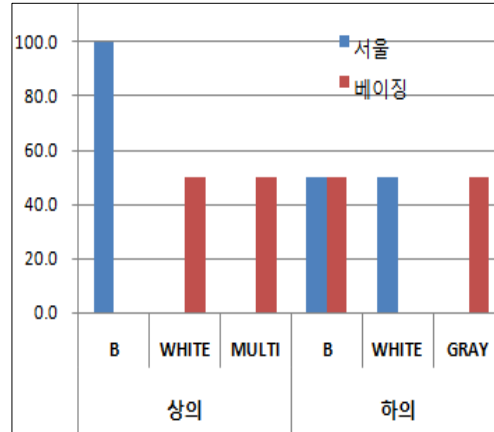
음을 알 수 있었다. 스커트의 경우 서울지역에서는 사발라인 스커트(100.0%), A라인 스커트(50.0%), 플레어 스커트(50.0%), 베이징에서는 미니 스커트(100.0%), 플리츠 스커트(100.0%)의 빈도가 높게 나타났다. 팬츠의 경우 두 지역 공통으로 플렌스 팬츠(서울:100.0%, 베이징:75.0%)에서 높은 빈도를 나타냈다. 두 지역 간의 차이로 서울에서는 스트레이트 팬츠(55.6%), 베이징에서는 스키니 팬츠(75.0%)가 높은 빈도로 착용되고 있었다. 원피스의 경우 서울은 A실루엣 원피스(100.0%)가 높은 빈도를 나타냈다면, 베이징에서는 H실루엣 원피스(75.0%)가 높은 빈도를 나타냈다.



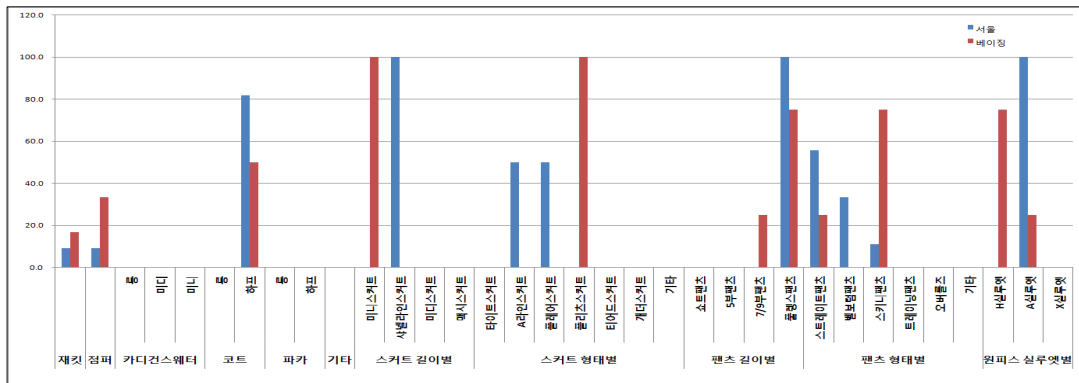
<그림 46> 서울 스포츠캐주얼 스타일



<그림 47> 베이징 스포츠캐주얼 스타일



<그림 48> 스포츠캐주얼스타일 색상 비교(%)



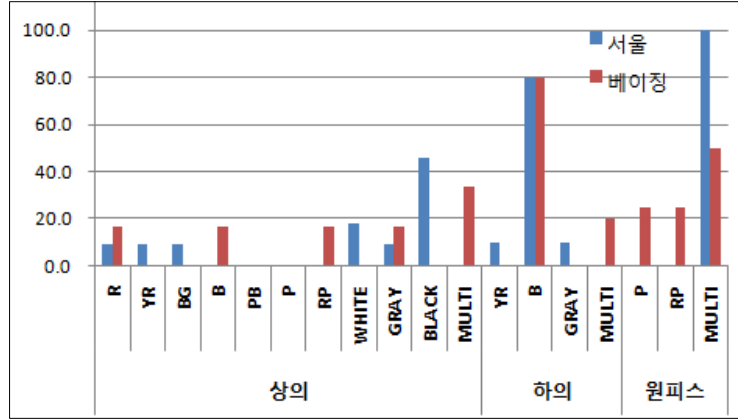
<그림 49> 로맨틱캐주얼 스타일 아이템 빈도(%)



<그림 50>
서울 로맨틱
캐주얼 스타일



<그림 51>
베이징 로맨틱
캐주얼 스타일



<그림 52> 스포츠캐주얼스타일 색상 비교(%)

로맨틱캐주얼 스타일의 주요 의복색을 <그림 52>에서 살펴보면, 상의의 경우 서울은 <그림 53>과 같은 B계열, 베이징은 Multi계열의 빈도가 높게 나타났으며, 하의의 경우 두 지역 모두 B계열이 강세를 보였다. 원피스의 경우도 두 지역 모두 <그림 54>와 같은 Multi계열이 강세를 보임으로써 패턴이 있는 직물이 선호되고 있음을 알 수 있었다.

로맨틱캐주얼 스타일의 액세서리 착용빈도를 <표 4>에서 살펴보면, 가방은 서울과 베이징 모두 공통적으로 토드백을 선호한 반면, 신발은 서울에서는 펌프스가 베이징에서는 롱부츠의 빈도가 높게 나타났다. 이는 같은 로맨틱캐주얼 스타일이라도 서울에서는 보다 여성적인 펌프스를 착용함으로써 귀여운 이미지를 표현하고자 한 것으로 생각된다.



<그림 53> 서울
로맨틱캐주얼 스타일,
B계열, 액세서리



<그림 54> 베이징
로맨틱캐주얼 스타일,
Multi계열, 액세서리

V. 결론

한국과 중국의 1992년 국교 수교 이후 지속적으로 중국 시장에 진출 중인 한국 패션 브랜드들은 2000년대 중반 이후 상품 공급면에서 경쟁 우위에 있는 유럽, 미국의 글로벌 SPA 브랜드와 중국 로컬 브랜드들의 도전 속에 위기를 겪고 있다. 이러한 상황에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 한국 패션 브랜드들이 중국의 지역별로 다른 문화, 기후, 지역별 선호 디자인의 차이를 파악하는 연구가 필요하며, 특히 한국과 중국의 20~30대 여성들이 높은 소비성향과 더불어 유행을 이끄는 주요한 소비 집단으로 부상하고 있기에 이들을 중심으로 한 연구가 진행되어야 한다. 이에 본 연구에서는 다수의 한국 패션 브랜드들이 이미 진입했거나 진입을 우선적으로 고려하고 있는 중국의 대표적인 패션 도시인 베이징과

한국의 패션 수도인 서울의 스트리트 패션을 비교 분석함으로써 한국 패션기업들이 중국 패션시장 진입 시 보다 효과적인 디자인 전략을 수립하는데 그 의의가 있다.

한국과 중국의 대표적인 패션 도시인 서울과 베이징의 스트리트 패션을 스타일별로 살펴본 결과 전체 스타일 중 이지캐주얼 스타일이 두 도시 모두에서 강세를 나타냈다. 두 도시 간의 스타일을 비교한 결과 서울 지역에서는 로맨틱 스타일, 클래식 스타일, 페미닌 스타일, 로맨틱캐주얼 스타일에서 높은 빈도를 나타낸 반면 베이징 지역에서는 이지캐주얼 스타일, 캐릭터캐주얼 스타일에서 강세를 보였다. 특히 캐주얼 웨어의 경우 서울과 베이징의 빈도차(서울:66.8%, 베이징:88.8%)가 약 20%에 이를 정도로 큰 차이를 나타냈다. 이러한 결과를 통해 현대인의 캐주얼 스타일 선호 경향이 베이징에서 적극 수용되고 있음을 생각할 수 있었다.

각각의 의복 스타일에 매치된 아이템을 살펴보면, 두 지역 모두 원피스보다는 상·하의를 높은 빈도로 착용하고 있는 것으로 나타났다. 또한 전반적으로 서울보다 베이징 여성들이 몸에 밀착되는 스타일을 선호하고 있음을 알 수 있었다.

첫째, 클래식 스타일의 경우 서울에서는 하프 코트에 폴렌스 팬츠, 스트레이트 팬츠를 코디네이션한 반면, 베이징에서는 하프 코트에 폴렌스 팬츠, 스키니 팬츠를 코디네이션 함으로써 하의류 길이의 차이보다는 여유량의 차이가 있음을 알 수 있었다.

둘째, 페미닌 스타일은 전체 스타일 중 유일하게 팬츠보다 스커트의 착용 빈도가 높게 나타났다. 서울에서는 하프 코트에 사벨라인 스커트, 타이트 스커트를 착용하였고, 베이징에서는 하프 코트에 미니 스커트, 타이트 스커트를 코디네이션하였다. 두 지역 간의 차이점으로는 스커트 길이에 차이가 있음을 알 수 있었다.

셋째, 로맨틱 스타일의 경우 서울에서는 하프 코트에 미니 스커트, 플리츠 스커트를 높은 빈도로 코디네이션하였고, 베이징에서는 H실루엣 원피스를 착용함으로써 지역 간 선호 아이템의 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

넷째, 이지캐주얼 스타일의 경우 서울에서는 하프

코트에 폴렌스 팬츠, 스키니 팬츠를 코디네이션 하였고, 베이징에서는 하프 파카에 폴렌스 팬츠, 스키니 팬츠를 매치함으로써 지역 간 상의 아이템의 차이가 있음을 알 수 있었다. 특히 상의 아이템의 차이는 기후의 영향으로 인해 베이징에서 바람과 추위를 막을 수 있는 패딩류의 파카를 선호한 것으로 사료된다.

다섯째, 캐릭터캐주얼 스타일의 경우 서울에서는 재킷에 폴렌스 팬츠, 스키니 팬츠를 코디네이션한 반면 베이징에서는 점퍼에 폴렌스 팬츠, 스키니 팬츠를 착용함으로써 두 지역 간 상의 아이템의 차이를 확인할 수 있었다. 특히 캐릭터캐주얼 스타일은 두 지역 간의 차이점으로 언급할 수 있는 것은 베이징 지역 여성들이 서울 지역보다 개성적인 패턴이나 액세서리 아이템을 코디네이션하고 있음을 관찰할 수 있었다.

여섯째, 스포츠캐주얼 스타일은 동일한 빈도를 보임으로써 두 지역 간의 선호도에 있어 차이는 없는 것을 알 수 있었다. 이는 패션 기업들의 예측인 2008년 북경 올림픽의 영향으로 베이징 지역의 스포츠에 대한 선호도 또한 높아질 것이라는 예상과는 다른 결과이다. 아이템에 있어서 서울에서는 점퍼에 폴렌스 팬츠, 스트레이트 팬츠, 트레이닝 팬츠를 코디네이션 하였고, 베이징에서는 점퍼나 하프 파카에 폴렌스 팬츠, 스트레이트 팬츠, 스키니 팬츠를 코디네이션 하였다. 두 지역 간의 차이로 언급할 수 있는 것은 서울 지역의 스포츠캐주얼 스타일에 높은 빈도로 착용되는 팬츠 유형이 베이징의 아이템보다 활동적인 아이템인 것을 알 수 있었다.

마지막으로 로맨틱캐주얼 스타일은 서울에서는 하프 코트에 폴렌스 팬츠, 스트레이트 팬츠를 착용한 반면 베이징에서는 하프 코트에 폴렌스 팬츠, 스키니 팬츠를 매치함으로써 두 지역 간에는 팬츠 여유량의 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

다음으로 의복색을 살펴보면 서울 지역의 스트리트 스타일에서 나타난 색상 선호도에서는 전반적으로 무채색 계열이 지배적이었으나, 베이징 지역은 Multi계열과 다채로운 색상을 선호함을 알 수 있었다. 첫째, 클래식 스타일의 경우 두 지역 모두 상·하의 Black을 선호하였고, 원피스만 서울에서는

Black, 베이징에서는 Multi계열을 선호함으로써 차이를 보였다. 둘째, 페미닌 스타일은 두 지역 모두 Black을 선호함으로써 색상 선호 경향이 유사함을 알 수 있었다. 셋째, 로맨틱 스타일의 경우 서울에서는 상·하의로 R계열, B계열, 무채색을 선호하였고, 베이징에서는 원피스의 경우 Multi계열 색상을 선호함을 확인할 수 있었다. 넷째, 이지캐주얼 스타일의 경우 서울에서는 상·하의로 Black, B계열, 베이징에서는 상·하의로 Multi계열, B계열을 선호함으로써 차이를 보였으나, 원피스만은 두 지역 모두 Multi계열을 선호함으로써 공통점을 보였다. 다섯째, 캐릭터캐주얼 스타일의 경우 서울에서는 상·하의로 Black, 베이징에서는 상·하의로 Multi계열, White, B계열을 선호함으로써 차이를 보였으나, 원피스만은 두 지역 모두 Multi계열을 선호함으로써 이지캐주얼 스타일과 같은 공통점을 보였다. 여섯째, 스포츠캐주얼 스타일은 서울에서는 상·하의로 B계열, White를 선호한 반면, 베이징에서는 상·하의로 White, Multi계열, Gray를 선호함으로써 차이를 보였다. 마지막으로 로맨틱캐주얼 스타일의 경우 서울에서는 상·하의로 B계열을 선호하였고, 베이징에서는 상·하의로 Multi계열, B계열을 선호함으로써 미묘한 차이를 보였다. 다만 원피스의 경우 두 지역 모두 Multi계열의 빈도가 높게 나타남으로써 문양이 있는 직물의 원피스를 공통적으로 선호함을 알 수 있었다.

액세서리에 있어서는 전반적으로 두 지역 모두에서 토드백을 선호하였지만, 스포츠캐주얼 스타일에서는 베이징 지역에서 보다 활동적인 솔더백, 크로스백을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 신발은 서울 지역이 펌프스나 스니커즈를 선호한 반면 베이징 지역은 주로 스타일에 따라 다양한 길이의 부츠를 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이는 베이징의 낮은 기온에서 기인한 계절적·기후적 요인으로 파악된다.

따라서 서울과 베이징 여성의 패션 스타일 비교 시 공통점은 캐주얼 스타일의 높은 선호 경향을 들 수 있으며, 가장 큰 차이점은 의복 착장 시 여유량과 길이의 차라고 할 수 있다. 즉 베이징 지역 여성들이 착용하는 하의 아이템들이 서울 지역의 여성들보다 여유량이 적은 아이템들이 많았으므로 이 부분에 유의해 디자인 시 차별화를 두어야 함을 알 수

있었다. 이러한 결과를 통해 한국과 중국의 F/W 시즌 디자인 선호도의 차이를 면밀히 살펴볼 수 있었다. 향후 한국과 중국의 패션산업에 관한 연구가 꾸준히 지속적으로 이루어짐으로써 중국 내 여러 도시에 대한 여성 소비자의 의복 스타일에 대한 정보를 축적한다면 보다 효용가치가 높은 기초 연구가 될 수 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

- 1) 정귀수, 김유진(2009), "국내 의류시장 분석 및 향후 전망", *Hann Institute of Finance*, 제 11호, p.2.
- 2) 손미영, 김용주, 지혜경(2007), "한국패션기업의 세계시장 진출을 위한 중국 시장 활용 전략연구", *한국의류학회지*, 31(4), pp.507-518.
- 3) 조현주(2003), "국내 의류업계의 중국 진출을 위한 브랜드 전략연구", 덕성여자대학교 석사학위논문, pp.1-69.
- 4) 정흥숙, 강근영(2004), "국내 의류업계의 중국 시장 브랜드 마케팅 전략 제언", *중앙대학교 생활과학논집*, 20, pp.89-106.
- 5) 신수연(2007), "중국 진출 국내 패션 브랜드의 통합적 마케팅 커뮤니케이션 전략", *복식문화연구*, 15(3), pp.483-495.
- 6) 손희순 외(2003), "중국 여성 소비자의 패션상품 구매행동과 구매시 평가기준에 관한 연구", *한국복식학회*, 53(6), pp.87-99.
- 7) 왕야, 김용숙(2007), "중국 여대생의 외모관리 특성과 의복구매행동", *한국생활과학회*, 16(1), pp.145-157.
- 8) 임순, 손희순, 석혜정(2003), "중국 성인 여성의 체형 연구(I)-베이징과 상하이에 거주하는 여성을 중심으로", *한국의류학회지*, 27(7), pp.831-842.
- 9) 심부자, 권영자(2003), "중국 의복 사이즈의 규격설정에 관한 현황 분석", *한국복식학회*, 53(1), pp.117-128.
- 10) 석혜정, 김인숙(2007), "중국 진출 한국 여성복

- 정장 업체의 치수규격현황 및 적합성 연구”, *한국의류학회지*, 31(7), pp.1148-1156.
- 11) 장희경 외(2001), “중국 여대생 대상 한국 의류 제품의 맞춤새 평가”, *패션비즈니스*, 5(1), pp.145-156.
- 12) 위혜정, 손희순(2006), “지역별 · 연령별 · 중국 성인여성의 체형구성요인과 유형 비교연구”, *패션비즈니스*, 10(5), pp.58-73.
- 13) 손희순 외(1999), “한국 · 중국 · 중국 조선족 의류치수 비교연구”, *패션비즈니스*, 3(4), pp.131-138.
- 14) 김재은, 박길순(2004), “한류 현상이 중국 신세대 패션에 미친 영향분석”, *한국의류학회지*, 28(1), pp.154-164.
- 15) 김찬주(2006), “서울과 북경 여성들의 데님패션 비교 연구”, *한국복식학회*, 56(2), pp.32-44.
- 16) 최경희(2004), “중국 직장여성의 스트리트 패션 연구-베이징을 중심으로-”, *호남대학교 학술논문집*, 25(1), pp.221-234.
- 최경희(2005), “중국 스트리트 패션에 나타난 캐주얼 이미지 연구”, *호남대학교 학술논문집*, 26(2), pp.875-894.
- 17) 임순, 김효숙, 손희정(2001), “한국과 중국의 스트리트 패션 비교에 대한 연구”, *대한가정학회지*, 39(10), pp.19-28.
- 18) Bae Soojeong(2007), “An Analysis of 2006 Summer Street Fashion in Harbin”, China, *Journal of Fashion Business*, 11(3), pp.87-96.
- 배수정 외(2008), “2007년 여름 중국 다롄시 여성 스트리트 패션 분석”, *한국의류학회지*, 32(11), pp.1692-1703.
- Bae Soojeong · Wee, Eun-Hah · Jung, Kyung-Hee (2008), “2007 Summer Women's Street Fashion in Shenyang, China”, *Journal of Fashion Business*, 12(3), pp.1-15.
- 19) 배수정(2010), “한국 패션브랜드의 경쟁력 제고를 위한 한·중 여성 스트리트 패션 스타일 비교 분석”, *복식*, 34(2), p.5.
- 20) 한국패션협회(편)(2009), *한국패션마켓트렌드보고서*, p.169.
- 21) 강두석, “2010년 한국 패션시장 규모 28조 1천 억원 예상”, *패션저널&텍스타일라이프*, 2010. 3. 7, pp.1-4.
- 22) “09/10년 패션시장 분석”, (2010. 1. 7), *삼성디자인넷*, 자료검색일 2010. 1. 10, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 23) “여성의 마음을 얻는 기업, 시장을 지배한다”(2008), *현대경제연구원*, *MVPR-2008-14*, pp.1-6.
- 24) “주목! 여성 싱글 소비자의 파워”(2007), *LG경제연구원*, *LG Business Insight*, p.48.
- 25) 네이버 용어사전, 자료검색일 2009. 11. 7, 자료출처 <http://terms.naver.com/item.nhn?dircld=107&docld=20580>.
- 26) “新 수요를 찾아 新 시장을 만들어라!”(2009), *FASHION CHANNEL*, 자료검색일 2009. 11. 7, 자료출처 <http://www.fashionchannel.co.kr>
- 27) 김경환, “中, 전인대 내수확대 방침, 韓 경제에 긍정적”, *머니투데이*, 2010. 3. 5, p.1.
- 28) 박수민, “중국 내수시장, 성장할 공간은 아직 남아있다.”, *토러스투자증권*, 2010. 1. 15, p.9.
- 29) 한국 섬유산업 연합회(편)(2009), *2009년 중국 패션시장 분석 및 2010년 전망*, pp.13-14.
- 30) 이진환(2010), “중국 유통시장의 현황 연구”, *한중패션유통연구소*, p.28.
- 31) “중국 소비시장, ‘80后’ 세대 그들을 잡아라!”, (2007. 9. 3), *KOTRA 해외시장정보*, 자료검색일 2009. 10. 13, pp.1-2.
- 32) “글로벌 패션시장조사 · 분석사업”, op. cit., pp.136-137.
- 33) “신조어를 통해 본 중국 소비트렌드 변화- 빠스허우(80後), 타징지(她經濟)-신세대와 여성 소비계층을 잡아라”(2008. 9. 1), *지식경제부 보도자료*, p.1.
- 34) 한우덕(2007), “세계 경제의 슈퍼 엔진 중국”, *김&장*, p.75.
- 35) “글로벌 패션시장조사 · 분석사업”(2009), *지식경제부*, p.143.
- 36) 백정현, 배수정(2008), “2006-2007 F/W 중국

- 대련시 여성 스트리트 패션분석", *패션비즈니스*, 12(2), p.64.
- 37) "기상청 날씨 관측자료", 자료검색일 2009. 10. 19, 자료출처 <http://www.kma.go.kr>
- 38) 동배, 오현아, 배수정(2009), "한국과 중국 여성의 캐주얼 스타일 비교연구", *복식*, 59(9), p.102.
- 39) "中 여성 의류시장, 시장세분화 전략 세워야" (2005. 12. 12), *KOTRA 해외시장정보*, p.1.

접수일(2009년 12월 22일)

수정일(1차 : 2010년 2월 16일 1차 : 4월 22일)

게재확정일(2010년 4월 26일)