

中國 동북지역 다롄시 스트리트 패션에 나타난
컬러트렌드 分析(제2보)⁺

- 2010 겨울, 중국의 전통 색채감정과의 비교를 중심으로 -

배 수 정

전남대학교 의류학과 교수, 생활과학연구소

An Analysis on the Color Trend of Street Fashion
in Dalian, China(paper no. 2)

- Focused on 2010 Winter, Compare with
the Chinese Traditional Color Preference -

Bae Soojeong

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

Abstract

The purpose of this research is to analyze the effect of the traditional color sentiment on the contemporary clothing color by researching the street fashion of 2010 Winter season of Dalian in China, in view of the clothing color of women in their 20-30 years of age, along with traditional Chinese color. This is the 2nd paper following the paper no. 1, focusing on 2010 Summer season, so the research method is same as the paper no. 1.

As a result, Black and deep tone PB color most frequently appeared. The vivid and strong tone of R, YR, Y color showed high frequency of clothing colors. This results illustrate that the clothing color choices of Chinese women was affected by Chinese traditional color sentiment rather than the international color trend. Characteristically, in winter season, frequency of R and Y color categories were higher than in summer season, specially in the top and accessories color, those colors showed higher frequency than the other colors. These were the important points in dealing with winter color trend, so that the fashion company and brands should take it an important points when they are planning

+ 이 논문은 2010년도 정부의 재원으로 한국연구재단(2010-0024985)의 지원을 받아 수행된 기초연구사업임.

Corresponding author: Bae Soojeong, Tel. +82-62-530-1344, Fax. + 82-62-530-1349
E-mail: sjbae@chonnam.ac.kr

winter clothing colors. The achromatic colors show the high frequency in both seasons. The bottom color shows high incidence of Black and deep tone of PB color categories as in the previous researches. That means consistent color trend existed in Dalian city, however it does not seem to have its origin from traditional Chinese color preferences. This kinds of regional and seasonal research might contribute to finding the basic informations about the design and marketing strategies to launch into the Chinese fashion market.

Key Words : Fashion Color(패션 컬러), Color Trend(컬러 트렌드), Chinese Fashion Market (중국 패션시장), Street Fashion(스트리트 패션)

I. 서론

21세기 초반 ‘세계의 공장’으로 불렸던 중국이 현재는 미국을 대신할 ‘세계의 시장’으로 전 세계의 주목을 받고 있다¹⁾. 중국은 최악의 글로벌 경기침체라는 2009년에도 내수시장의 성장으로 GDP 9.2%, 2010년 10.3%의 고속성장을 보였다. 과거 중국인들은 경제와 사회의 불확실성 때문에 현재를 즐기기도 미래에 대비하려는 경향이 지배적이었으나, 장기간의 고도성장으로 인해 지금은 ‘앞으로 소득이 지속적으로 늘어날 것’이라고 확신하면서 소비를 즐기고 있다²⁾.

중국의 소비 폭발은 내륙의 중·소도시까지 빠른 속도로 확산되고 있다. 조선일보의 Weekly BIZ에서 인용한 자료에 따르면, 2010년 1월 유럽계 투자은행 크레디트 스위스의 ‘중국 소비자 서베이 보고서’에서는 “1990년대에 중국 경제의 키워드가 ‘수출 붐’, 2000년대가 ‘주택 및 인프라 붐’이었다면, 앞으로 10년간은 ‘민간 소비’가 될 것”이라고 전망하였다. 또한 크레디트 스위스는 전 세계 소비에 중국이 차지하는 비중이 2009년 5.2%에 불과하지만, 2020년에는 23.1%로 급성장할 것으로 예측하면서, 중국이 2020년에 미국을 제치고 세계 최대 소비시장이 될 것으로 전망하였다³⁾. 현재 중국 소비시장은 미국의 6분의 1 수준에 불과하지만 경제정책 패러다임 변화, 유통시스템 및 사회 안전망 개선, 소비 주체의 변화, 신용카드 사용의 확산 등의 요인으로 인해 빠르게 성장할 것으로 예측된다.

이렇게 고속으로 성장한 중국 소비시장에, 한국은 지난 20여년동안 꾸준히 진출해왔다. 이제까지 한국

패션브랜드는 중국 패션시장에서 품질과 디자인으로 버텼으나, 이제는 유럽, 미국, 글로벌 SPA 브랜드, 중국 로컬 브랜드 등과 경쟁하는 상황이 되었다. 현재 중국 진출 한국 패션기업 및 브랜드들은 중국 패션시장 환경에 대한 이해 및 접근방식, 중국의 지역별 소비시장의 규모와 특성을 더욱 체계적으로 분석하고 차별화된 접근방식을 개발하는 노력이 필요하게 되었다.

지역별 의류시장 특성을 분석한 중국의류협회의 자료에 따르면, 광저우(廣州)와 선전(深圳)은 소비수준이 높고 홍콩스타일의 의복을 선호하며, 화둥, 화북(北京, 上海 중심)은 의복의 미관과 품위를 중시하고, 서남 지역(武漢, 重慶, 成都, 昆明 중심)은 중저가 위주의 시장이 형성되어 있으며 선호하는 스타일은 상하이와 유사하며, 동북 지역(大連, 沈陽 중심)은 한국과 일본의 의복 스타일을 선호하는 것으로 파악되었다⁴⁾.

그중 특히 다롄은 중국 동북지방의 ‘홍콩’이라 불릴 만큼 육·해·공의 다양한 교통망을 통해 발해만 지역에서 가장 역동적인 경제력을 보이는 대표적인 도시로⁵⁾, 2009년 중국 내 투자환경 좋은 도시 1위에 선정되었고 외국인 직접투자 39%를 유지하는 등 매우 빠른 국제화 속도를 보이고 있다⁶⁾. 또한 다롄은 지리적 근접성으로 인해 한국과 역사적, 문화적으로 유기적 관계를 형성해옴과 동시에 한국의류산업의 중국 진출에 있어 교두보 역할을 해온 동북 3성(遼寧省, 吉林省, 黑龍江省)의 주요 도시이다. 뿐만 아니라 매년 9월에 열리는 다롄국제복장절(大連國際服裝節)은 세계 20여 개국에서 500-700여 브랜드가 참가하는 대규모의 패션박람회로 세계박람회협

회(UFI: Union des Foires International)인증을 받을 만큼 국제적으로 알려져 있어⁷⁾, 다렌이 패션의 도시로 유명한 또 하나의 이유가 되고 있으며, 다렌시의 중점산업으로 의류산업이 선정됨으로써⁸⁾ 중국 패션시장을 겨냥하는 외국 패션기업 및 브랜드들에게 중요한 도시로 부상하게 되었다.

이에 본 연구에서는 중국 동북지역의 홍콩⁹⁾으로 불리는 항구도시이자 무역도시로 동북 최대의 패션시장을 가지고 있는 다렌을 연구 대상으로 선정하였다. 또한 중국 여성들은 조형적 요소 중에서 색상에 상당히 민감하고, 의복구입 시 색상을 중요한 요인으로 간주하고 있어서 중국 여성들이 선호하는 의복색을 중점적으로 다루고자 계획하였다. 아래의 <표 1>¹⁰⁾에 제시한 삼성경제연구소의 조사 자료와 같이 KOTRA¹¹⁾와 지식경제부¹²⁾의 발표에 의하면 중국 여성 소비자들은 의복 구입에 있어 활동성(착용감, 맞춤새), 품질, 디자인에 뒤이어 색상이 매우 중요한 구매결정요인으로 작용하고 있다.

그러나 지금까지 중국 패션산업과 관련된 많은 연구들은 주로 마케팅적 측면과 디자인적인 측면에 중점을 두어왔고, 디자인 요소의 일부로써 의복색을 다룬 경우가 일부 있었다. 이 분야의 선행연구에 대해서는 본 연구의 제 1보¹³⁾에서 이미 언급한 바 있다.

본 연구는 “중국 다렌시 스트리트 패션에 나타난 컬러 트렌드 분석 제 1보”에 이은 제 2보로써 의복결정의 중요한 요인인 색상을 중심으로 중국 다렌의 2010 겨울의 스트리트 패션을 중국의 전통색채감정과 관련하여 분석함으로써 중국의 지역적 유행색 경향을 파악하는데 목적이 있다. 이러한 지역적, 시·공간별로 분석된 세부적인 연구 자료는 중국 패션시장 공략의 디자인 및 마케팅의 기초자료가 될 수 있을 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

1. 중국 중·소도시의 시장 변화 및 소비 특성

21세기에 들어서 중국은 세계경제성장을 이끌고 있는 중심 국가가 되었다. 그 성장 및 변화의 속도는 1-2년이 다르게 빨라지고 있다. 가처분 소득이 높은 중국의 중·소규모 도시의 고소득층(월소득 5,000위엔 이상)은 대도시 고소득층보다 소비 욕구가 높다. 앞으로 2020년이 되면 이러한 파워소비자가 중국 내에 4억 명 이상으로 늘어날 것이며, 이 중 3분이 2 정도가 중·소도시에 거주하는 소비자일 것

<표 1> Criteria of Clothing Choices in Chinese Women

구입 결정요인 (단위 : 0~100점 만점)	여성		
	정장	캐주얼	스포츠
활동성, 착용감, 맞춤새	78.3	78.4	80.0
전반적 품질	80.7	73.9	75.6
디자인	79.5	75.1	68.0
색상	76.8	71.8	66.2
봉제상태, 튼튼함	75.3	72.2	75.0
소재, 원단	75.3	68.6	70.6
가격 적절성	72.4	71.8	70.4
관리/세탁 편리성	69.1	63.7	65.6
수선/교환 편리성	64.2	59.4	60.2
보유 의복과 조화	63.8	62.2	57.0
브랜드 유명도	58.4	51.9	54.8
유행성	56.6	59.1	53.0

로 전망된다¹⁴⁾. 아주경제는 JP모건 중국 사업부 관계자의 말을 인용하여 “대다수 기업 경영인들도 올해 중국 소비 증가는 중·소도시가 견인했다는 사실을 잘 알고 있다.”고 발표하였다¹⁵⁾. 따라서 중국의 소비시장은 <그림 1>에 제시한 바와 같이 철도망의 확산과 더불어 중·소도시가 위치한 내륙의 중서부지역으로 빠르게 확산, 분포될 것으로 전망된다.

조선일보 Weekly BIZ 도시 규모 분류에 따르면, 1급 대도시는 베이징, 상하이, 광저우, 2급 규모의 중도시는 선양, 다롄, 지난, 톈진, 난징, 항저우, 우한, 창사, 시안, 충칭, 청두 등이며, 3급 소규모의 도시는 하얼빈, 스자좡, 타이위안, 푸저우, 정저우, 난닝, 쿤밍 등으로 분류된다¹⁶⁾. 아주경제에서 인용한 2008년 코트라(KOTRA)의 자료에 따르면, 중국 대도시 및 중·소도시의 주민 1인당 가처분 소득 차이가 도시 규모 간에 그다지 크지 않다는 것을 알 수

있다¹⁷⁾. 중·소규모 도시의 가처분 소득에 비중을 두는 이유는 대도시의 높은 물가와 주거비용 때문에 상대적으로 물가가 낮고 주거비용이 적게 드는 중·소도시 거주 중산층의 소비여력이 높게 나타나기 때문이다¹⁸⁾.

여러 중국 전문가의 전망 및 중국관련 시장조사자료에 따르면 중국 소비시장의 변화를 다음과 같은 세 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 중국의 중·소도시는 대도시를 능가하는 구매력으로 현재 글로벌 기업들의 각축장이 되고 있다. 이는 중국의 고속철도망의 확산과도 밀접한 관계가 있는데, 대도시에서 불기 시작한 소비시장의 확산은 거리의 근접성과 밀접한 관계가 있기 때문이다. 앞으로 2020년 중국의 고속철도망이 모두 완공된다면 중국 전역이 8시간 생활권으로 좁혀지고 중서부 내륙지방의 소비력도 폭발적으로 증가할 것으



<그림 4> Chinese 1st, 2nd and 3rd Cities with Express Railways
-조선일보 Weekly BIZ

로 예측된다¹⁹⁾. 과거 동부 연안의 대도시 중심의 소비시장이 점차 중서부 내륙의 중소 도시로 확산됨에 따라 의류, 유아용품에서부터 고급 자동차와 명품에 이르기까지 전 세계 대부분의 브랜드들이 중국 전역으로 시장을 확장하고 있다²⁰⁾.

둘째, 일부 부유층에서 일반 여성으로 소비시장이 이동하고 있다. 중국은 아시아에서 여성의 사회 진출도가 가장 높은 국가 중 하나다. 중국 여성들은 자연스럽게 형성된 경제적 능력과 서구문화가 어우러지면서 새로운 소비패위로 등장하고 있다. 여성들의 왕성한 소비력은 초기에는 일부 부유층이 밀집한 대도시에서 나타났으나, 최근에는 일반 여성들까지 합세하면서 내륙 중·소도시로 번지는 특징을 보이고 있다. 이러한 현상은 여성복, 아동복 및 아동관련 시장에서부터 주방, 가전제품에 이르기까지 커다란 영향을 미치고 있다. 2010년 기준 중국의 1-14세 아동 인구는 약 3억명 가량이며, 이에 따른 아동복 시장은 약 11조원 이었다²¹⁾.

셋째, 명품 시장의 확대이다. 2010년 중국 명품시장 규모는 13조 2100억 원으로 현재 세계 2위이며, 2015년엔 매출 규모 29조 7000억 원으로 일본을 제치고 세계 1위가 될 전망이다²²⁾. 중국의 명품시장이 이렇게 급격히 성장한 배경은 역시 중·소도시 중산층의 급증과 빠른 도시화다. 급속한 경제 성장과 위안화 가치 절상으로 부유층이 빠르게 늘었고, 특히 지방 중·소도시의 젊은 여성들을 중심으로 한 명품 소비에 대한 욕구가 이러한 현상을 가속화하고 있다. 베이징이나 상하이에 못지않은 명품매장이 항저우, 청두, 충칭 등 내륙의 도시에 즐비하고, 지금도 Gucci, Louis Vuitton, Prada 등 명품 브랜드들이 속속 중·소도시에 매장을 열고 있다. 이러한 명품 브랜드들은 대도시의 경우 시장경쟁이 치열하고 이미 포화상태 인데다가 임대료, 관리비 등 경상비용이 높기 때문에 시장잠재력이 높은 내륙의 중·소도시로의 진출에 관심을 갖고 있다²³⁾.

중국 중·소도시의 소비자의 특성은 대도시의 소비자와는 상당한 차이를 보이는데, 이를 다음과 같은 세 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 중·소도시에 거주하는 소비자 일수록 제품 선택에 소요시간이 짧다. 이는 대도시 소비자들에

비하여 접촉하는 정보량이 적어서 주로 ‘입소문’ 정보에 의존하기 때문에 판단의 시간이 짧고, 제품 구매 전에 이미 브랜드 혹은 제품을 결정한 경우가 많은 것으로 분석된다²⁴⁾. 제품의 구매 결정에 미치는 브랜드 파워는 중국 전역에서 공통적이지만, 특히 중소 도시에서 고가의 브랜드 제품은 대도시보다도 더 빠른 속도로 팔려 나가서 제품이 없어서 못 파는 경우가 자주 발생한다.

둘째, 중·소도시에 거주하는 소비자는 다양한 구매처에서 여러 제품을 접하는 것 보다는 고정적인 구매처를 정해두고 제품을 구입하며, 쉽사리 구매처를 확대하거나 변경하지 않는 특징을 보인다²⁵⁾. 내륙 중·소도시의 소비시장에 먼저 진출하여 소비자들을 선점하려는 다국적 기업들의 시장 쟁탈전이 치열한 이유가 바로 이러한 지역적 소비자의 특성 때문이라고 할 수 있다.

셋째, 신용카드사용의 확산에 따른 인터넷 쇼핑, TV 홈쇼핑 등의 시장이 빠른 속도로 증가하는 현상을 보인다. 중국 정부는 내륙 중·소도시를 중심으로 신용카드사용 확대를 추진하고, 판매촉진을 위해 소비 쿠폰을 대량으로 지급하는 등 내수 진작을 위한 노력을 기울임으로써 소비확대 분위기가 고조되고 있다²⁶⁾. 이와 더불어 중국 내륙의 중·소도시는 소득 증가로 제품수요가 다양하게 발생하나, 운송 인프라가 부족하고 타 지역 제품에 대한 진입장벽이 높아 제품의 다양성이 떨어지는 지역 경제의 특성이 있기 때문에 많은 소비자들이 인터넷이나 TV를 통한 온라인 쇼핑으로 전환하고 있다. 2009년 말 기준 중국 농촌 네티즌 규모는 약 1억명이고, 중국 전체 유통에서 온라인 쇼핑이 차지하는 비중이 2008년 1.3%에서 2010년에는 11%로 증가하는 등 비약적인 발전을 보이고 있다²⁷⁾.

따라서 이러한 빠른 중국 소비시장 및 소비자의 변화는 패션시장에도 민감하게 나타나며, 이 때문에 한국 패션 기업과 브랜드도 중국 소비시장과 소비자의 변화에 능동적으로 대처해야 하고, 중·소도시군의 소비 특성에 맞는 철저한 사전전략을 수립할 필요성이 제기된다.

2. 중국의 전통 색채감정

우리 눈에 보이는 모든 물체는 색을 가지고 있고, 이 색들은 또한 주변의 다른 색과 배색되어 우리 눈에 보인다²⁸⁾. 특히 의복 색에 있어서는 같은 색이라도 배색에 따라 다른 기분을 자아내기도 하고, 지역과 문화, 국가에 따라 독특한 배색을 선호하기도 한다²⁹⁾.

중국 고대 세계관의 기초에는 청(靑), 적(赤), 황(黃), 백(白), 흑(黑)의 5색을 정색(正色)으로 하고, 홍(紅), 녹(綠), 벽(碧), 자(紫), 유(驪)를 간색(間色)으로 하는 음양오행설(陰陽五行說)에 입각한 색체계가 있었다. 논어(論語)의 집소(集頌), 예기(禮記)의 옥조(玉藻), 월령(月令) 등의 고서에 보면 5 정색은 방위의 동, 남, 중앙, 서, 북의 5방에 배치되어, 동(東)-봄(春)-청(靑)-청룡(靑龍), 남(南)-여름(夏)-적(赤)-주작(朱雀), 서(西)-가을(秋)-백(白)-백호(白虎), 북(北)-겨울(冬)-흑(黑)-현무(玄武), 중앙(中)-황(黃)-황제(皇帝)를 상징하였다³⁰⁾³¹⁾.

일반적으로 같은 문화 속에서도 시대가 지남에 따라 색채감정이나 상징성은 고정되어 있지 않고 변화한다. 어떤 문화에서 애용된 색이 다른 문화 속에서 반드시 애용된다고 할 수 없으며, 또한 어떤 시대에 아름다운 색으로 간주된 색이 그 다음 시대에 반드시 아름다운 색으로 간주된다고 할 수 없다³²⁾. 또한 색에 내재된 상징성도 동양과 서양이 다르고, 같은 동양 내에서도 중국과 한국과 일본이 다르다. 그러나 중국인의 색채감정은 수천 년이 지난 지금도 그 명맥을 유지하는 독특한 성향을 보여준다³³⁾. 신년이면 모든 중국인들이 적색(赤色)으로 복(福)자를 써서 대문 앞이나 현관에 바르게 혹은 거꾸로 붙이거나, 결혼 축의금 및 세뱃돈을 적색 봉투에 넣어 준다가나, 신부의 예복 및 신혼부부의 침구의 색이 모두 적색인 점³⁴⁾, 중국 황제의 색이었던 황색(黃色)을 지금도 부귀영화를 누리고 행운을 가져다주는 상서로운 색으로 간주하는 점³⁵⁾ 등이 그 좋은 예이다³⁶⁾.

이처럼 중국인은 정색(正色) 중에서도 적색이나 황색을 좋아하였다. 적색이 '귀신을 쫓고 복을 부른다'고 믿고 있어서 적색 봉투에 돈을 담아주면 귀신을 물리침은 물론 그 속에 담긴 돈이 불(火)처럼 일어나게 된다는 상징성을 갖고 있었다. 또한 황색은

권력의 상징인 황제의 고유한 색깔이었기 때문에 황제와 같은 권력을 갖고자 하는 욕망에서 황색을 선호하게 되었다고 한다³⁷⁾. 이처럼 중국인은 그들만의 고유한 색채감정을 갖고 있으며 현재도 이러한 색채감정은 그들의 선호색에 영향을 미치고 있다. 이러한 색채감정이 얼마나 현대 중국 여성의 의복 색 선택에 영향을 미치는지 본 연구를 통해 살펴보는 것도 중국에 진출한 패션기업이나, 앞으로 진출할 패션 브랜드에서 패션 상품을 기획할 때 중요하게 고려해야 할 의미있는 부분으로 생각된다³⁸⁾.

3. 2010 F/W 여성복 컬러 트렌드

현대에는 소비자들의 마음을 움직일 수 있는 주요한 감성요소로 색이 크게 대두되고 있는 가운데, 시시각각 변하는 패션 컬러 트렌드에 대한 연구도 중요하게 부각되고 있다. 불경기일수록 원색계열의 색이 소비자들에게 인기를 끄는데, 이는 경제 위축과 국제 정세의 불안감에서 벗어나고자 하는 소비자들의 심리가 오히려 과감한 컬러를 선택하도록 만들기 때문이라고 한다³⁹⁾. 또한 패션 분야는 고정관념과 격식을 거부하는 자유로운 사고방식이 급속히 전파되면서 캐주얼이 본격적으로 새로운 테마로 부상하였다. 이에 따라 다양해진 색의 범위는 계절 색의 의미가 파괴되고 파격적인 배색이 새롭게 등장하고 서로 상반되는 다양한 이미지들이 공존하는 현상이 나타나게 되었다⁴⁰⁾. 2010 F/W 컬러 트렌드 역시 이러한 커다란 흐름을 타고 있다고 할 수 있다.

본 연구에서는 일반적인 유행색과 중국 동북지역 다렌지역의 여성들의 유행색과의 차이를 통해 중국인들이 선호하는 특별한 의복색 선호 경향을 파악하고자 2010 F/W 인터패션플래닝과 삼성디자인넷에서 제시한 일반적인 유행색 경향을 고찰하였다.

인터패션플래닝의 자료에 따르면 2010 F/W 시즌에는 모든 컬러의 연결고리가 되는 미드 톤(mid-tone)이 늘어난 것이 특징이며⁴¹⁾, 블랙을 대신하는 미묘한 색감의 거의 블랙에 가까운 색(almost black)들이 다양하게 나타난다고 하였다. 전반적인 색감은 그레이가 섞여서 부드럽고, 너무 무겁거나 어둡지 않은 다양한 컬러감을 보여주며, 블루, 레드, 옐로우, 퍼플 등에서 포인트로 강조되는 비비드 톤(vivid

-tone)이 나타난다고 전망하였다.

삼성디자인넷의 자료에서도 전반적으로 경제가 불안정한 가운데 이러한 심리상태를 반영하듯 다양한 컬러로 마음의 위안을 삼는 경향이 지속될 것으로 전망하였다⁴²⁾. 배색에 있어서는 블루, 그레이, 베이지를 중심으로 한 단순하고 차분한 배색이 많으며, 절제되고 엄숙한 그레이계열과 블루, 옐로우, 다크 그린, 바이올렛 등과의 깊이감 있는 배색을 전망하였다⁴³⁾.

III. 연구방법

연구의 방법으로는 제1보와 마찬가지로 이론적 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 이론적 연구에서는 중국 내륙 중·소도시의 소비시장 및 소비자의 변화에 대해 고찰하고, 중국의 전통 색채감정과 세계적인 유행색 트렌드와의 차이를 알아보기 위해 2010 F/W 컬러 트렌드에 대해 삼성디자인넷과 인터패션 플래닝의 유행색 자료를 참고하였다.

실증적 연구로 2010년 겨울, 다렌시 현지촬영조사를 실시하여 얻어진 스트리트 패션 사진자료를 바탕으로 20-30대 여성들이 주로 착용하는 의복색을 정량적으로 분석하였다. 조사대상을 20-30대 여성으로 한정된 이유는 선행연구에서 밝힌 바와 같이 중국 20-30대 성인 여성들이 높은 소비성향과 더불어 유행을 이끄는 중요한 소비 집단으로 부각되고 있기 때문이다⁴⁴⁾⁴⁵⁾⁴⁶⁾.

다렌시 주요 촬영지역은 제 1보에서와 마찬가지로 패션 스트리트로 유명한 세 지역에서 실시하였는데, 젊은층이 선호하는 쇼핑 지역인 승리광장과 태평양 백화점, 마이칼 백화점 부근, 다렌시의 중심지인 기차역 앞에서 디지털 카메라를 이용하여 촬영하였다⁴⁷⁾. 촬영 기간은 2010년 12월 10일부터 12월 13일까지 4일 동안 동일한 장소에서 3명의 조사자가 출퇴근 시간대와 정오 무렵 매일 2회 실시하였다.

사진자료는 패션디자인 전공 연구원 3명이 Minolta CM-503i와 Macbeth Color Eye 7000을 사용하여 표준광 C와 표준판촉자 2도 시야에서 측색하였으며, 조사결과 자료의 객관성을 확보하기 위해 2차에 걸쳐 조사 표본을 분류하였다. 조사 표본은 선명

한 전신착장 사진자료 중 20-30대 여성이 분명하다고 판단되는 자료를 추출하여 총 300점을 최종분석에 사용하였다. 특히 본 연구는 의복색을 분석하는 것이기 때문에 동일한 시간대에 동일한 장소에서 동일한 날씨(흐리거나 비오는 경우 제외)에서 촬영한 자료를 선정하여 분석에 사용하였다⁴⁸⁾.

조사대상 아이템은 상의, 하의, 액세서리(가방, 신발, 모자, 머플러) 총 6가지 아이템을 대상으로 색상을 분석하였으며, 300장의 사진이 다중 분석되었다. 기본색표 제작 방법 및 색상 측정 도구는 제 1보와 같은 형식으로, 먼셀색체계의 유채색 기본 10색상(R, YR, Y, GY, G, BG, B, PB, RP)과 각 색상별 11가지 톤으로 분류하고, 무채색은 톤의 구분없이 White, Black, Gray로 분류하였다. 또한 의복의 문양에 의해 주조색이 없이 색이 다양하게 사용된 경우는 'Multi'로 분류하였다⁴⁹⁾. 의복색과 액세서리의 빈도분석을 위해서 WINDOW SPSS 18.0 프로그램을 사용하였다.

IV. 결과 및 고찰

2010년 겨울, 다렌시 스트리트 패션의 의복색을 상의, 하의, 액세서리 측면에서 분석한 결과는 다음과 같다.

1. 상의 의복색(아우터)

겨울용 상의는 스트리트 패션 연구의 특성 상 겉옷을 기준으로 분석하였다. 연구대상이 된 상의는 대부분 겨울용 점퍼, 반코트, 롱코트 등의 아이템이었고, 이들의 색은 <표 2>에 제시되었듯이 Black이 21.7%로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 Gray(17.7%), White(12.0%) 등으로 무채색이 56.9%의 비중을 차지하고 있었다. 이어서 유채색인 R계열(10.2%), YR계열(7.0%), Y계열(5.3%), RP계열(5.2%) 순으로 나타났다. 무채색 대 유채색의 비율이 약 5.7:4.3으로 무채색이 약간 더 높은 비율을 보였다. <그림 2>, <그림 3>, <그림 4>에 나타난 것과 같이 상의는 밝은 색을 하의는 어두운 색을 착용하여 전체적으로 안정감 있는 컬러코디네이션(color coordi-

nation)의 예들이 눈에 띄었다.

이는 2010년 여름, 상의에 나타난 무채색의 비율 (77.0%)보다 낮은 것으로, <그림 5>, <그림 6>에 제시된 것처럼 겨울에 여름보다 더 컬러풀한 상의를 착용하는 것으로 분석되며, 특히 V톤의 R계열, YR 계열, Y계열의 높은 비율은 여름과 마찬가지로 중국 특유의 색채감정이 작용하는 것으로 파악되었다. 또한 이는 상의에서 R계열의 높은 비율(21.8%)을 보인 선행연구⁵⁰⁾의 결과와도 비율은 다르지만 유사한 결과를 보이고 있어서 중국 동북지역 여성 의복색에는 일관성 있는 R계열 선호경향이 있음을 알 수 있었다.

이를 2010 F/W 유행색 자료와 비교해 보았을 때 무채색인 Black과 Gray의 높은 비중은 유행색 예측과 유사한 경향을 보이지만, 유채색에 있어서는 Blue, Red, Orange, Purple, Violet, Dark Green 등의 다양한 색상이 유행할 것이라는 예측과는 다른 결과를 보여준다.

2. 하의 의복색

하의의 경우는 상의로 긴 코트를 착용하여 색을 구분할 수 없는 경우가 15케이스 있었으므로, 총 개체 수 285개를 대상으로 분석하였다.

하의의 색은 <표 3>에 제시된 바와 같이 무채색 중에서 Black이 43.6%로 가장 높게 나타났고, 다음은 PB계열 35.5%, Gray 10.1%, B계열 7.8% 순으로 나타났다. 이는 2010년 여름에 PB계열이 46.9%, Black이 17.3%를 보인 것과는 다른 결과를 나타낸다. 전반적으로 청바지의 선호로 인한 PB계열의 높은 선호와 Black의 높은 비중은 같지만, 무채색과 유채색의 비율이 2010년 여름에는 3.4:6.6인 것과는 반대로 겨울에는 5.5:4.5로 나타나서, 하의에 있어서는 여름보다 겨울에 무채색을, 특히 Black을 매우 선호하는 것으로 분석된다. 툰에 있어서는 B, PB계열에서 S, V, Dp 툰이 높게 나타났다. 이는 여름에 선호된 하의의 툰과 유사한 경향을 보인다.

<표 2> Frequency of Hue and Tone in Top items (%)

Hue Tone	Chromatic color										Achromatic color	
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP		
V	18(6.0)	2(0.7)	4(1.3)				6(2.0)	2(0.7)	3(1.0)	7(2.3)	Wt	36(12.0)
S	3(1.0)	1(0.3)	2(0.7)	1(0.3)				9(3.0)	1(0.3)	1(0.3)		
B	1(0.3)						3(1.0)			1(0.3)		
P	1(0.3)		4(1.3)	1(0.3)			2(0.7)			3(1.0)	Gry	53(17.7)
VP	3(1.0)		2(0.7)							2(0.7)		
Lgr	2(0.7)	5(1.7)		1(0.3)			1(0.3)				Blk	65(21.7)
L		4(1.3)	2(0.7)									
Gr		2(0.7)	1(0.3)		1(0.3)			1(0.3)		1(0.3)		
DI	1(0.3)	1(0.3)			1(0.3)		1(0.3)	1(0.3)			Mlt	15(5.5)
Dp	1(0.3)							8(2.7)	3(1.0)	1(0.3)		
DK	1(0.3)	6(2.0)	1(0.3)				1(0.3)					
Total	31(10.2)	21(7.0)	16(5.3)	3(0.9)	2(0.6)	0	14(4.6)	21(7.0)	7(2.3)	16(5.2)	169(56.9)	
Total	131(43.1)										300(100.0)	

<표 3> Frequency of Hue and Tone in Bottom items (%)

Hue Tone	Chromatic color										Achromatic color		
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP			
V								8(2.8)				Wt	1(0.3)
S							3(1.0)	35(12.2)					
B							1(0.3)	2(0.7)					
P							1(0.3)					Gry	29(10.1)
VP													
Lgr		1(0.3)							1(0.3)			Blk	122(43.6)
L		1(0.3)							4(1.4)				
Gr									1(0.3)				
DI								5(1.7)				Mlt	4(1.4)
Dp	2(0.7)							13(4.5)	48(16.8)				
DK									3(1.0)				
Total	2(0.7)	2(0.6)	0	0	0	0	23(7.8)	102(35.5)	0	0		156(55.4)	
Total	129(44.6)										285(100.0)		



<그림 2> YR계열 L tone outer and Black bottom



<그림 3> White outer and Black bottom



<그림 4> Gray outer and PB bottom



<그림 5> Y계열 outer and Black bottom



<그림 6> R계열 outer and Black bottom

또한 이는 선행연구⁵¹⁾의 결과와 비율은 다르지만 매우 유사한 결과를 보여주는데, 2006/2007 겨울 다렌시 하의 의복색은 Black 40.8%, PB계열(연구자가 블루진의 선호를 언급하였기 때문에 PB계열로 분석)이 37.7%를 나타내어 Black과 PB계열의 비율이 높았고, 전체적으로 무채색이 50% 이상을 차지하여 2010-2011 여름의 하의 의복색 결과와 매우 유사한 결과를 보였다. 따라서 다렌시 겨울의 하의 의복색은 4년 전의 결과와 같이 Black과 PB계열이 여전히 높게 선호되고 있다는 것을 알 수 있다. 하의 의복색은 제 1보에서 분석한 것과 마찬가지로, 하체를 날씬하게 보이고자 하는 경향과 청바지의 높은 선호도가 Black과 Dp톤의 PB계열의 높은 빈도에 영향을 미친 것으로 파악된다. 이는 유행색 및 중국전통 색채감정과 무관한 동북지역 여성들의 독특한 하의 의복색 선호 경향으로 보인다.

3. 액세서리 색(가방, 신발, 모자, 머플러)

액세서리의 색 분석에 있어서 본 연구의 총 300장의 분석 대상 사진 중 200 케이스에서만 가방이 착용되어서 총 200 케이스를 대상으로 가방색을 분석하였고, 신발은 300케이스를 대상으로 분석하였다.

먼저 가방의 경우, <표 4>에 제시된 바와 같이 Black이 29.0%로 가장 높은 빈도를 보였고, 다음이 YR계열 22.5%, Multi 12.5%, Y계열 9.5%, Gray 7.5% 순으로 나타났다. 전체적으로 무채색이 53.5%, 유채색이 46.5%로 나타나서, 유채색의 비중(52.5%)이 높았던 여름과는 달리 겨울에는 무채색의 비중이 높게 나타났다. 이는 <그림 7>, <그림 8>, <그림 10>에 나타난 바와 같이 가방의 색을 포인트 컬러로 사용하기 보다는 의복색과 맞추어 보다 차분하게 컬러코디네이션을 한 결과로 분석되는데, 이 점이 여름 의복 컬러코디네이션과 가장 큰 차이점으로 나타났다.

신발의 경우 역시 <표 5>에 제시된 바와 같이

<표 4> Frequency of Hue and Tone in Bags (%)

Hue Tone	Chromatic color										Achromatic color		
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP			
V	1(0.5)	3(1.5)			1(0.5)		2(1.0)	2(1.0)	2(1.0)	2(1.0)		Wt	9(4.5)
S		3(1.5)	2(1.0)					1(0.5)		3(1.5)			
B	2(1.0)	1(0.5)										Gry	15(7.5)
P	2(1.0)	1(0.5)	2(1.0)							1(0.5)			
VP		1(0.5)	3(1.5)							1(0.5)			
Lgr		3(1.5)	2(1.0)							1(0.5)		Blk	58(29.0)
L	1(0.5)	4(2.0)											
Gr		6(3.0)											
DI		6(3.0)	7(3.5)			1(0.5)							
Dp	2(1.0)	3(1.5)	2(1.0)							1(0.5)		Mlt	25(12.5)
DK	3(1.5)	14(7.0)	1(0.5)										
Total	11(5.5)	45(22.5)	19(9.5)	0	1(0.5)	1(0.5)	2(1.0)	3(1.5)	2(1.0)	9(4.5)		107(53.5)	
Total	93(46.5)										200(100.0)		



<그림 7> Black outer and bottom



<그림 8> Gray outer and PB bottom



<그림 9> R계열 outer and Black bottom



<그림 10> Gray outer and PB bottom



<그림 11> Y계열 outer and PB bottom



<그림 12> Black outer and YR bottom

Black이 42.5%로 가장 높은 빈도를 보였고, 다음은 Gray와 YR계열 각 12.0%, R계열 11.7%, White 8.3%, Y계열 7.5%의 비율로 나타났다. 전체적으로 무채색이 63.5%, 유채색이 36.5%로 나타나서 무채색의 비중이 단연 높았는데, 이는 2010년 여름 신발 색에 나타난 무채색의 높은 선호도와 유사한 결과⁵²⁾를 보여준다. 세부적으로는 Black의 빈도가 겨울(42.5%)에 여름(27.0%) 보다 더 높았으며, 유채색에서 R, YR, Y계열의 빈도가 여름(18.6%) 보다 겨

울(31.2%)에 더 높아서 포인트 컬러로서 R, YR, Y계열의 역할이 겨울에 더욱 중시됨을 알 수 있었다 <그림 9, 10참조>. 이는 중국인 특유의 색채선호 사상이 작용한 것으로 볼 수 있는데, 여름에는 계절적 요인으로 인해 R, YR, Y계열과 더불어 B와 RP계열의 선호도 상당히 나타났으나, 겨울에는 유채색 중 R, YR, Y계열이 집중적으로 선택됨으로써 유행색 선호 경향 보다는 중국인 특유의 색채선호가 두드러지게 나타난 것으로 파악된다.

<표 5> Frequency of Hue and Tone in Shoes (%)

Hue Tone	Chromatic color										Achromatic color	
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP		
V	3(1.0)	2(0.7)					1(0.3)				Wt	25(8.3)
S	6(2.0)		1(0.3)					1(0.3)				
B	2(0.7)				1(0.3)		1(0.3)			1(0.3)		
P			1(0.3)								Gry	36(12.0)
VP			2(0.7)							1(0.3)		
Lgr	2(0.7)				1(0.3)				1(0.3)		Blk	126(42.5)
L		1(0.3)	1(0.3)							3(1.0)		
Gr			1(0.3)	2(0.7)			1(0.3)					
DI	1(0.3)	8(2.7)	13(4.3)								Mlt	2(0.7)
Dp	4(1.3)	6(2.0)		1(0.3)					1(0.3)			
DK	17(5.7)	19(6.3)	4(1.3)					1(0.3)				
Total	35(11.7)	36(12.0)	23(7.5)	3(1.0)	2(0.6)	0	3(0.9)	2(0.6)	2(0.6)	5(1.6)	189(63.5)	
Total	111(36.5)										300(100.0)	

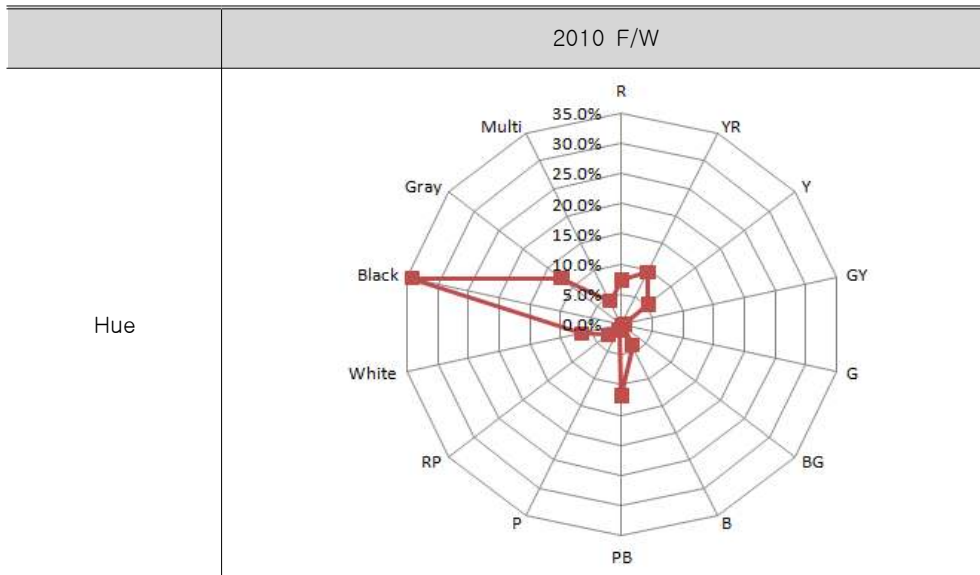
<표 6> Frequency of Hue and Tone in Hats & Mufflers (%)

Hue Tone	Chromatic color										Achromatic color	
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP		
V	4(4.1)	1(1.0)	1(1.0)		1(1.0)	4(4.1)		2(2.0)		3(3.1)	Wt	10(10.2)
S	1(1.0)	2(2.0)	1(1.0)	1(1.0)			1(1.0)	1(1.0)				
B		1(1.0)	2(2.0)							1(1.0)		
P								1(1.0)	1(1.0)	1(1.0)	Gry	10(10.2)
VP			2(2.0)				1(1.0)		1(1.0)			
Lgr			2(2.0)								Blk	11(11.2)
L			2(2.0)						1(1.0)	1(1.0)		
Gr	2(2.0)											
DI					1(1.0)				1(1.0)		Mlt	15(16.1)
Dp		1(1.0)				1(1.0)	1(1.0)			1(1.0)		
DK						1(1.0)		1(1.0)	1(1.0)	1(1.0)		
Total	7(7.1)	5(5.0)	10(10.0)	1(1.0)	2(2.0)	6(6.1)	3(3.0)	5(5.0)	5(5.0)	8(8.1)	46(47.7)	
Total	52(52.3)										98(100.0)	

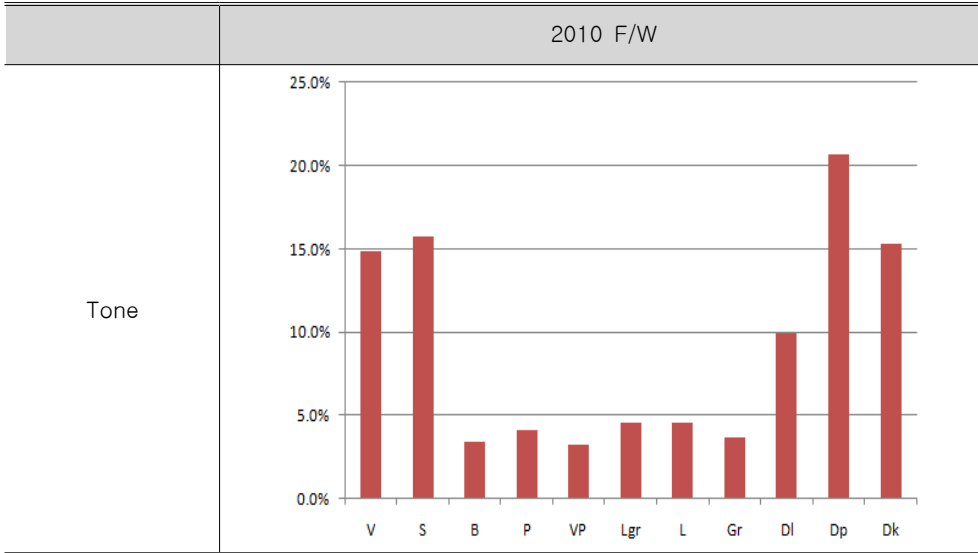
<표 7> Frequency of Hue and Tone in All items (%)

Hue Tone	Chromatic color											Achromatic color	
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Total		
V	26(2.5)	8(0.7)	5(0.4)		2(0.2)	4(0.3)	9(0.8)	14(1.2)	5(0.4)	12(1.0)	85 (7.5)	Wt	81 (6.8)
S	10(0.9)	6(0.5)	6(0.5)	2(0.2)			4(0.3)	47(4.0)	1(0.1)	4(0.3)	80 (6.8)		
B	5(0.4)	2(0.2)	2(0.2)		1(0.1)		5(0.4)	2(0.2)		3(0.3)	20 (1.8)	Gry	143 (12.1)
P	3(0.3)	1(0.1)	7(0.6)	1(0.1)			3(0.3)	1(0.1)	1(0.1)	5(0.4)	22 (2.0)		
VP	3(0.3)	1(0.1)	9(0.8)				1(0.1)		1(0.1)	4(0.3)	19 (1.7)	Blk	382 (30.3)
Lgr	4(0.4)	9(0.8)	4(0.3)	1(0.1)	1(0.1)		1(0.1)	1(0.1)	1(0.1)	1(0.1)	23 (2.1)		
L	1(0.1)	10(0.8)	5(0.4)					4(0.3)	1(0.1)	4(0.3)	25 (2.0)	Mlt	61 (5.2)
Gr	2(0.2)	8(0.7)	2(0.2)	2(0.2)	1(0.1)		1(0.1)	2(0.2)		1(0.1)	19 (1.8)		
DI	2(0.2)	15(1.3)	20(1.7)		2(0.2)	1(0.1)	6(0.5)	1(0.1)	1(0.1)		48 (4.2)	Total	667(54.4)
Dp	9(0.8)	10(0.8)	2(0.2)	1(0.1)		1(0.1)	14(1.2)	56(5.2)	4(0.3)	3(0.3)	100 (9.0)		
DK	21(1.8)	39(3.6)	6(0.5)			1(0.1)	1(0.1)	5(0.4)	1(0.1)	1(0.1)	75 (6.7)		
Total	86 (7.9)	109 (9.6)	68 (5.8)	7 (0.7)	7 (0.7)	7 (0.6)	45 (3.9)	133 (11.8)	16 (1.4)	38 (3.2)	516 (45.6)	1183 (100.0)	

<표 8> Frequency of Hue and Tone in All items(%)



<표 8> 계속



기타 겨울용 액세서리로 머플러와 모자의 착용도 많았는데 전체 300케이스 중 머플러 80, 모자 18케이스가 관찰되었다. 머플러와 모자에 사용된 컬러는 <표 6>에 제시되어 있는데, 가장 높게 나타난 색은 Multi 16.1%이고, 다음은 Black 11.2%, Y계열, White, Gray 10.2%, RP계열 8.1%, R계열 7.1% 순으로 비교적 유채색과 무채색의 비중이 고르게 나타났다. <그림 11>, <그림 12>에 제시된 바와 같이 V, S 톤의 Y, R계열 및 White 등 밝은 색으로 포인트를 주는 컬러코디네이션이 특히 눈에 띄었다.

이상에서 다룬 모든 의복색을 <표 7>에 정리하였고, <표 8>에는 Hue와 Tone을 구분하여 그래프를 제시함으로써 일목요연하게 그 빈도를 알아 볼 수 있게 하였다.

V. 결론

21세기에 중국은 지구상 가장 거대한 소비시장을 형성하고 있고, 이 소비시장은 점차 전 세계 기업들의 각축장이 되어 가고 있다. 특히 변화의 속도에 민감한 패션시장은 빠른 생산과 판매가 특징인 글로벌 SPA 브랜드들의 중국 진출로 인해 치열한 양상

을 띠고 있다. 이러한 상황에서 한국의 패션기업 및 브랜드들은 패션시장 확보를 위해 중국 내수시장 진출에 사활을 걸고 노력하고 있다.

본 연구는 중국 동북지역의 패션 중심도시 다롄시 스트리트 패션의 컬러 트렌드 분석을 목적으로 계획되었으며, 2010년 여름 시즌의 제1보에 이은 겨울의 제2보이다. 중국 다롄시의 2010 겨울의 스트리트 패션을 중국의 전통색채감정 및 유행색과 관련하여 분석한 결과는 다음과 같다.

아우터를 중심으로 한 상의 의복색은 Black이 가장 높게 나타났고, 그 다음이 Gray, White 등으로 무채색이 56.9%의 비중을 차지하고 있었다. 무채색에 이어서 유채색이 R계열, YR계열, Y와 RP계열 순으로 나타났다. 무채색 대 유채색의 비율이 약 5.7:4.3으로 무채색이 약간 더 높은 비율을 보였다. 이는 2010년 여름, 상의에 나타난 높은 무채색의 비율보다 낮은 것으로, 겨울에 여름보다 더 컬러풀한 상의를 착용하는 것으로 분석되며, 특히 V톤의 R계열, YR계열, Y계열의 높은 비율은 여름과 마찬가지로 중국 특유의 색채감정이 작용하는 것으로 파악된다. 또한 이는 상의에서 R계열의 높은 비율을 보인 선행연구의 결과와 유사한 결과를 보이고 있어서 중국 동북지역 여성 의복색에는 일관성 있는 R계열 선호

경향이 있는 것으로 파악되었다.

한편 하의 의복색은 무채색 중에서 Black이 가장 높았고, 다음은 PB계열, Gray, B계열 순으로 나타났다. 이는 2010년 여름에 PB계열이 Black 보다 높게 나타난 것과는 다른 결과를 보인다. 전반적으로 청바지의 선호로 인한 PB계열의 높은 선호와 Black의 높은 빈도는 같지만, 무채색 대 유채색의 비율이 2010년 여름에는 3.4:6.6인 것과는 반대로 겨울에는 5.5:4.5로 나타나서, 하의에 있어서는 여름보다 겨울에 무채색을 더욱 선호하는 것으로 분석되었다. 또한 이는 2006/2007 겨울 다렌시 의복색을 다룬 선행연구의 결과와 유사한 결과를 보임으로써 다렌시 겨울의 하의 의복색은 Black과 PB계열이 여전히 높게 선호되고 있다는 것을 확인해 주었다. 따라서 하의 의복색은 하체를 날씬하게 보이고자 하는 경향과 청바지의 높은 선호도가 Black과 Dp톤 PB계열의 높은 빈도에 영향을 미친 것으로 분석된다. 따라서 이 결과는 유행색 및 중국 전통색채감정과 무관한 동북지역 여성들의 독특한 의복색 선호경향으로 분석된다.

마지막으로 가방, 신발, 모자, 머플러를 중심으로 한 액세서리의 경우, 가방색은 Black, YR계열, Multi, Y계열, Gray 순으로 나타났다. 전체적으로 무채색 대 유채색의 비중이 5.4:4.6으로 나타나서, 여름과 달리 겨울에는 무채색의 비중이 높게 나타났다. 이는 가방색을 포인트 컬러로 사용하기 보다는 의복색과 맞추어 보다 차분하게 컬러코디네이션을 한 결과로 분석되었다. 신발색 역시 Black이 가장 높은 빈도를 보였고, 다음은 Gray와 YR계열, R계열, White, Y계열의 순으로 나타났다. 전체적으로 무채색 대 유채색의 비율이 6.4:3.6으로 나타나서 2010년 여름 신발색에 나타난 무채색의 높은 선호도와 유사한 결과를 보여주었다. 특히 유채색 중 R, YR, Y계열의 비중이 높아서 유행색 선호 보다는 전통 중국의 색채감정이 겨울용 신발색 선택에 더욱 두드러지게 작용한 것으로 분석된다. 기타 겨울용 액세서리로 머플러와 모자에서 가장 높게 나타난 색은 Multi였고, 다음은 Black, Y계열, White, Gray, RP계열, R계열 순으로 비교적 유채색과 무채색의 비중이 고르게 나타났다.

종합적으로 볼 때 Black과 PB계열(Dp 톤)의 빈도가 가장 높았고, V, S 톤의 R, YR, Y계열에서 유일한 빈도를 보이는 이러한 결과는 유행색 보다는 중국의 전통 색채 감정 측면의 영향을 더 크게 받은 것으로 분석된다. 특히 R, Y계열의 빈도가 여름보다 겨울에 더 높게 나타났고, 상의와 액세서리에서는 이 색들이 여타의 색 보다 높은 빈도를 보이는 것으로 나타났으므로 겨울 의복색 기획 시 고려해야 할 사항으로 판단된다. 무채색은 여름과 겨울 모두 상당히 높게 나타나고 있었고, 특히 하의에 있어서 Black과 PB계열(Dp 톤)의 높은 빈도는 4년 전의 연구와 같은 결과를 보이고 있어 상당히 일관성있는 선호경향이 지속되고 있는 것으로 파악되었다.

이러한 지역적, 시즌별로 분석된 세부적인 연구 자료는 중국 패션시장 공략의 디자인 및 마케팅의 기초자료가 될 수 있을 것으로 기대되며, 앞으로 중국 내륙의 중·소도시를 중심으로 한 스트리트 패션 및 컬러 트렌드에 대한 지속적이고 구체적인 정보가 다양하게 축적된다면 보다 한국의 패션기업에 도움을 줄 수 있는 효과적인 기초자료가 구축될 것으로 판단된다.

참고문헌

- 1) "From Made in China to Sold in China"(2006. 09. 01), *McKinsey&Company*, 자료검색일 2011. 05. 14, 자료출처 http://www.mckinsey.com/mgi/publications/china_consumer/executive_summary.asp
- 2) *Ibid.*
- 3) "3가지 이슈로 풀어보는 중국시장 진실 혹은 오해"(2010. 01. 30), *Chosun Biz*, 자료검색일 2011. 05. 17, 자료출처 <http://biz.chosun.com/weeklybiz>
- 4) "중국 여성복 시장 판매 특징과 브랜드 발전 상황"(2007), *FASHION GIO*, 자료검색일 2010. 12. 11, 자료출처 <http://www.fashiongio.com>
- 5) 강준완 외(2007), *미래의 중국보기-중국 동부를 가다*. 인민일보한국발행처, p.48.

- 6) “大連, 2009년 중국 투자환경 좋은 도시 1위 선정”(2009. 07. 28), *KOTRA Global Window*, 자료검색일 2011. 05. 20, 자료출처 http://www.golbalwindow.org/wps/myportal/gw2/kcxml/04_Sj9
- 7) 강준완 외, op. cit., p.53.
- 8) 조창완(2003), *중국도시기행*, 성하출판, p.158.
- 9) 겐이치, 오마에 (2002). *차이나 임팩트*. 정유선역 (2004), 청림출판, p.148.
- 10) 삼성패션연구소가 중국 북경 및 상해에 거주하는 19~50세의 남녀 소비자 1,623명을 대상으로 지난 2004년 6~8월에 설문지를 통한 일대일 면접법으로 조사된 결과. 한국의류산업협회, 삼성패션연구소(2004), 2004년 대중국 수출확대를 위한 중국인 체형조사 사업, p.1.
- 11) 이원봉(2006), "중국 여성 의류 시장 브랜드 제품이 주도", *KOTRA Global Window*, 자료검색일 2011. 05. 20, 자료출처 http://www.globalwindow.org/wps/portal/gw2/kcxml/04_Sj9SPykssy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLd423CDQASYGZAR76kehiXiYIsSB9b31fj_zcVP0A_YLc0lhyR0dFAHPA0Kw!/delta/base64xml/L3dJdyEvd0ZNQUFzQUmVNEIVRS82X0VfOEw1?1=1&workdist=read&id=2097308
- 12) 지식경제부(2007), *Womenswear Industry 2007*, 지식경제부 무역위원회, p.147.
- 13) Kim Eunsil, Bae Soojeong(2011), "An Analysis on the Color Trend of Street Fashion in Dalian, China(paper no. 1)-Focused on 2010 Summer-", *Journal of Fashion Business*, 15 (3), pp.1-16.
- 14) 김묘환(2011), 중국의 2, 3선 지역·도시 진출 전략, *중국 패션 시장 진출 기본 교육과정 자료*, p.12.
- 15) “中, 소비대폭발, 2·3선 도시가 주도한다”(2010. 12. 27), *Aju News*, 자료검색일 2011. 5. 19, 자료출처 http://www.sjnews.co.kr/view_v2.jsp?newsId=20101227000321
- 16) "중국 2, 3급 도시 통 큰 씹씹이...돈 벌려면 내륙으로 가라"(2010. 01. 30), *Chosun Weekly Biz*, 자료검색일 2011. 05. 19, 자료출처 http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2010/01/29/2010012901274.html
- 17) “中, 소비대폭발, 2·3선 도시가 주도한다”(2010. 12. 27), *Aju News*, 자료검색일 2011. 05. 19, 자료출처 http://www.sjnews.co.kr/view_v2.jsp?newsId=20101227000321
- 18) “달리 봐야 할 중국의 내륙시장”(2011. 05. 23), *LG 경제연구원*, retrieved 2011. 5. 23, from <http://www.lgeri.com/economy/overseas/articles.asp>
- 19) “중국 내수시장 폭발하다<하>”(2011. 04. 12), *Economic Review*, 자료검색일 2011. 05. 19, 자료출처 <http://er.asiae.co.kr/review.htm?dxno=2011040718251215110>
- 20) “中, 소비대폭발, 2·3선 도시가 주도한다”(2010. 12. 27), *Aju News*, 자료검색일 2011. 5. 19, 자료출처 http://www.sjnews.co.kr/view_v2.jsp?newsId=20101227000321
- 21) “중국 내수시장 폭발하다<중>”(2011. 4. 5), *Economic Review*, 자료검색일 2011. 5. 19, 자료출처 <http://er.asiae.co.kr/review.htm?dxno=2011033117284853318>
- 22) Ibid.
- 23) 김명신(2009), *중국 내수의 신 블루오션, 유망 2, 3선 도시 소비 트렌드*, KOTRA Global Business Report 09-009, p.19.
- 24) Ibid.
- 25) Ibid.
- 26) 김명신, op. cit., pp.14-15.
- 27) “중국 소비트렌드의 변화”(2010. 12. 16), *KOTRA Global Window*, 자료검색일 2011. 05. 21, 자료출처 http://www.golbalwindow.org/wps/myportal/gw2/kcxml/04_Sj9SPyksesy0xPLMnMz0vM0Y
- 28) 조규화(2005). *패션미학*, 수학사, p.254.
- 29) Kim Eunsil, Bae Soo-Jeong, op. cit., p.53.
- 30) 조규화(1985). *복식미학*, 수학사, p.137.
- 31) Kim Eunsil, Bae Soojeong, op. cit., p.54.
- 32) 조규화(2004). op. cit, p. 256.

- 33) Kim Eunsil, Bae Soojeong, op. cit., p.54.
- 34) 에바 헬러(2009). *색의 유희 1*. 이영희(역), 예담, p.162.
- 35) 박영수(2006). *색채의 상징, 색채의 심리*. 살림, p.34.
- 36) Kim Eunsil, Bae Soo-Jeong, op. cit., p.54.
- 37) 박영수, op. cit., pp.34-35.
- 38) Kim Eunsil, Bae Soo-Jeong, op. cit., p.54.
- 39) 오수연(2008), *색채심리와 컬러 마케팅 색의 유희*, 살림, p.14.
- 40) Ibid., pp.14-15.
- 41) "10-11 F/W Color Trend", *Interfashion planning*. 자료검색일 2011. 01. 07, 자료출처 <http://www.ifp.co.kr>
- 42) "10-11 F/W Pre-Trend Color", *Samsung Design Net*. 자료검색일 2011. 01. 07, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 43) *Ibid.*
- 44) 배수정 외(2008). "2007년 여름 중국 다렌시 여성 스트리트 패션 분석", *한국의류학회지*, 32(11), p.37.
- 45) 추선형(2011), 중국 패션 소비자 분석, *중국 패션 시장 진출 기본 교육과정 자료*, p.10.
- 46) Kim Eunsil, Bae Soojeong, op. cit., p.56.
- 47) *Ibid.*
- 48) *Ibid.*
- 49) *Ibid.*, pp.54-55.
- 50) 백정현, 배수정(2008), 2006-2007 F/W 중국 다렌시 여성 스트리트 패션 분석. *패션비즈니스*, 12(2), p.67.
- 51) *Ibid.*, p.68.
- 52) Kim Eunsil, Bae Soojeong, op.cit., p.10-11.
-
- 접수일(2011년 9월 8일),
수정일(1차 : 2011년 11월 15일),
게재확정일(2011년 11월 21일)