

[Original Article]

The characteristics of modern Chinese menswear design - Designer brands that have entered the world stage -

Wei Pan and Soon Jae Lee**

Ph. D. Candidate, Dept. of Clothing, Graduate School of Konkuk University,
Korea

Professor, Dept. of Apparel Design, Konkuk University, Korea*

중국 현대 남성복 디자인 특성 연구 - 세계무대에 진출한 중국 디자이너 브랜드를 중심으로 -

판 미·이 순 재**

건국대학교 일반대학원 의류학과 박사수료,
건국대학교 의상디자인학과 교수*

Abstract

In this study, six mainland Chinese designer brands—Xander Zhou, Sankuanz, Sean Suen, Feng Chen Wang, Pronounce, and Angel Chen—were selected that had their works presented at both Chinese and global fashion shows between 2016 and 2021. By analyzing the design characteristics of each brand, it is possible to understand the style characteristics and trends of Chinese menswear designs. A case study approach was adopted utilizing literature data, whereby 1663 photos were collected from the fashion information website POP (www.pop-fashion.com). Changes in Chinese men's image and the menswear market were identified. The design characteristics of modern Chinese menswear are as follows. First, the results from analyzing the target brands show that each brand has a distinct personality. Compared with the traditional or formal style, urban casual and sports styles (based on street style) account for a larger proportion. Second, the boundaries between different styles are becoming ambiguous, and contrasting styles are harmoniously expressed by breaking down boundaries through changes and combinations of colors, materials, and details. Third, after examining the overall trend, 2018 was a watershed point, after which the design trend has changed from either conservative or exaggerated to a practical and everyday style, demonstrating a genderless trend.

Keywords: *Chinese men's wear design(중국 남성복 디자인), Chinese designer brands(중국 디자이너 브랜드), men's wear collection(남성복 컬렉션), design characteristics(디자인 특성), design trend(디자인 트렌드)*

Received February 14, 2021

Revised April 03, 2021

Accepted April 05, 2021

† Corresponding author
(leesoon@konkuk.ac.kr)

ORCID

Wei Pan

<https://orcid.org/0000-0002-6702-7377>

Soon Jae Lee

<https://orcid.org/0000-0001-7460-6767>

This paper was written as part of Konkuk University's research support program for its faculty on sabbatical leave in 2018.

I. Introduction

중국의 패션지형은 제조력을 바탕으로 한 생산기지에서 나아가 패션 교육을 받

은 신에 디자이너들의 등장으로 기획력에서도 주목할 만한 변화가 이루어지고 있다. 1990년대에 중국은 제조업의 발전으로 세계의 공장이 되었고(China News, 2002), 유럽 고가 제품들의 가공이나 제조를 담당하였으며, 이를 통하여 패션 디자인 분야의 시야를 넓히게 되었다. 그러나 모방적 생산으로 인한 디자인력의 부재는 패션 산업의 발전을 저해하는 큰 문제가 되었고, 이러한 문제를 극복하기 위하여 2015년부터 중국 국내 브랜드들을 키우기 위한 국가 정책을 실시하게 되었다(China Electronics News, 2015; Xinhua Daily, 2016). 이를 바탕으로 본토 브랜드는 질적 양적으로 팽창하여 소비 시장에서 새로운 핵심이 되었을 뿐만 아니라, 많은 브랜드들이 세계무대에 진출하였고, 창의적인 연구개발 단계로 전환을 시도하고 있다.

특히 인터넷의 빠른 발전과 전자상거래가 성숙해짐에 따라 남성 소비 시장이 새로운 블루오션으로 떠오르고 있으며(Zhu, 2017), 온라인상으로 보면 매년 평균 지출이 여성을 넘어서게 되었다(Suning Institute of Finance, 2020). 그중 남성복 분야의 소비가 전기, 술, 컴퓨터 액세서리, 스마트 기기 등을 제치고 1위를 차지했으며, 신발, 가방 및 액세서리 등이 급성장하고 있고, 특히 남성 액세서리는 3년간 복합성장률이 96%를 기록했으며, 남성들이 외모를 가꾸고 싶은 시대가 왔다고 하였다(Xiaobo Wu Channel, 2018). 이처럼 중국 패션 환경의 변화에 따라 남성복 시장이 다원화되고, 2016년부터 중국 고유한 스타일을 중시하는 국조(國潮) 개념이 등장함(Xie, 2020)에 따라 디자이너 브랜드가 주목을 받기 시작하였고, 특히 세계무대에 진출하면서 영향력도 커져가고 있다. 이들은 세계적인 트렌드와 중국 국내 문화를 결합시켜 최신의 패션 트렌드를 선도하면서 중국 남성복의 발전에 주도적인 역할을 하고 있다.

중국 남성 패션을 대상으로 한 연구로는 마케팅에 관한 연구(Choi & Jeong, 2012; Gu & Kim, 2016), 디자인 요소 분석에 관한 연구(Li & Kan, 2019; Shim & Geum, 2013) 등이 있다. 복식사에 관한 연구(Ji, 2016)와 컬렉션에 관한 연구(Li, 2018; Wu, 2017)가 있지만, 학위논문에 집중되어 있으며, 중국 디자이너 브랜드를 분석하고 현대 남성복 트렌드를 파악하는 연구는 아직 많지 않다. 따라서 본 연구는 2016년부터 최근 5년 동안 중국 국내와 해외에서 동시에 컬렉션

을 진행하고 있고, 작품을 연속적으로 발표하는 디자이너 브랜드를 대상으로 중국 현대 남성복 디자인의 스타일 특징과 트렌드를 알아보는 데 목적이 있다. 연구 방법은 문헌자료를 통하여 중국 남성의 시대적 변화와 그에 따른 남성복 시장 변화에 대한 이론적 연구를 진행하고, 이를 바탕으로 사례연구를 진행하였다. 사례연구는 유료 구독자 1위인 중국의 패션정보 사이트 POP(<https://www.pop-fashion.com>)를 검색하여 중국 국내와 해외에서 최근 5년 동안 연속적으로 작품을 발표하는 Xander Zhou, Sankuanz, Sean Suen, Feng Chen Wang, Pronounce, Angel Chen의 총 6개 브랜드를 선정하였다. 연구 범위는 5년으로 2016년 S/S부터 2021년 S/S까지 발표한 1,663장 작품 사진을 수집하였고, 유형별로 분석하고 포지셔닝 맵으로 정리하여 특성을 도출하였다.

II. Theoretical Background

1. Changes in the Chinese men's image

1) Before the modern times

중국 전통 사회에서 대표적인 남성상은 음유(陰柔)를 미로 하였고, 문학예술작품에서 표현되는 이상적인 남성 이미지는 문약한 서생이 위주였다. 유교 문화는 이덕복인(以德服人)을 주장하며 도덕성 차원의 심신합일(身心合一)에 주목하였고, 도가문화는 정유(靜柔)를 제창하며 쓸모없는 것이야말로 큰 쓸모이다(以無用為用)라는 가치관을 가지고 있었다(Zhang, 2010). 그러므로 중국 전통사회에서 신체의 외적 특성과 관련된 모든 활동과 이미지는 높은 평가를 받기 어려웠다.

2) From the modern times until the Cultural Revolution

근대에 이르러서 서양의 영향으로 새로운 신체관이 나타나게 되었고, 남성 이미지의 기준이 점차적으로 변화되었다. 청나라 말기부터 민국시기에 서양 문화의 끊임없는 침입에 직면하여 중국 근대 지식 계층은 유럽, 미국과 일본을 따라 현대화를 실현하는 방법을 적극적으로 모색하였다. 즉, 서양 우생학 이론을 받아들여 민족 퇴화에 대한 현실적 우려를 바탕으로 신체의 단련에 대한 새로운 자각에 눈뜨게 되었다. 근

사회화된 훈련을 통해 중국 남성의 신체적 힘을 기르고, 이를 바탕으로 남성성과 민족적 품격을 철저히 재창조하고자 하는 사회적 실천 활동이 시작되었고 이 실천은 20세기 초부터 시작되어 약 20년 동안 지속되었다(Li, 2014). 민족주의의 측면에서 보면, 남성의 강한 신체는 경쟁력과 발언권이 있는 강한 국가와 동등하게 여겨지게 되었으며, 이는 많은 영화와 예술 작품에서도 드러난다. 이 시기 중국의 대표적인 영상물에서 남성의 몸은 민족주의 이데올로기의 매개체가 되었고, 건장하고 영웅적인 이미지(Fig. 1)가 중국 남성 이미지가 되었다(Gai, 2018). 1912년 10월 새로 수립된 민국정부는 복제(服制) 법령을 반포하였는데, 그 중에서 남성복에 대한 규정이 8개가 넘었으며, 스타일, 원단, 색깔, 신발과 모자의 조합 등에 대한 상세한 규정과 설명이 있었다. 같은 해 손중산(孫中山)은 변발 자르기 법령을 반포하고, 서양식 남성 재킷을 응용한 상의를 제안하였고, 이로부터 서양복이 중국 남성복의 새로운 흐름을 이끌게 되었으며, 서양식 제복이 과거 청나라 전통복식을 대신하여 남성 일상복으로 되었다(Yuan & Hu, 2010). 이 시기의 가장 대표적인 아이템이 손중산의 이름을 딴 중산복이다.

1949년 신중국 건국 이후 무산 계급은 가장 영광스러운 신분 상징이 되었고, 건장하고 용감하고 희생하는 전투적 영웅 이미지와 부지런하고 사심없이 헌신하는 노동적 영웅 이미지가 이 시대의 남성다움의 표준이 되었다. 혁명적 정치사상의 영향 하에서 검소함으로 대표되는 짙은 남색, 청회색, 검은색 인민복은 남성들의 가장 보편적인 복식이었다(Fig. 2).

3) From the Cultural Revolution until the millennium

1978년에 문화대혁명이 끝난 후 대학입시 제도의 부활과 함께 고학력 지식인들이 배출되었으며, 사회 발전을 추진하는 원동력이 되었고, 이로부터 지식층의 세련된 이미지가 다시 주목을 받기 시작하였다. 같은 해 중국 개혁 개방이 진행됨에 따라 외래문화가 대량으로 중국에 들어오면서 중국인들의 미의식과 옷차림이 세계의 영향을 받기 시작하였다. 1978년 일본 배우 켄 다카쿠라(高倉健) 주연의 영화 ‘그대여 분노의 강을 건너라(追捕)’는 중국이 수입한 첫 번째 외국 영화로서 깃을 세운 트렌치코트를 입은 남 주인공의 이

미지는 중국에서 열풍을 일으켰다. 1985년 중국 대륙에서 방영된 드라마 상하이탄(上海灘)에서는 지식인의 세련된 이미지를 가진 남 주인공 쉬운치양(許文強)(Fig. 3)이 남성들의 모방 대상이 되었다. 80년대에는 각종 매체의 영향으로 중국 남성들의 옷차림이 다양해졌고, 양복, 재킷, 트렌치코트, 나팔바지 등이 남성 패션의 대표 아이템이 되었다.

1990년대에는 홍콩 대중 문화가 대륙에 소비 붐을 일으켰고, 드라마 중 똑똑하고 멋있는 경찰 장다용(張大勇) 스타일, 현실에 반항하는 구희자이(古惑仔) 천하오난(陳浩南)(Fig. 4) 스타일, 홍콩 쿵푸 스타 청룡(成龍)(Fig. 5), 리렌제(李連傑) 스타일 등이 이 시기의 대표적인 남성상이 되었다. 특히 쿵푸 스타들이 할리우드에서 진출함에 따라 그들이 만들어낸 터프가이의 이미지는 중국인의 남성미 기준에 영향을 미쳤고(Gai, 2018), 강한 터프가이 이미지가 이 시대 남성미의 기준이 되었다. 1990년대 중국의 대도시가 점차 소비적인 사회로 진입하면서 캐주얼 스타일이 일상 옷차림으로 유행하기 시작하였다. 고급 티셔츠, 청바지, 니트, 체크 셔츠, 순면 화이트 삭스, 운동화 등이 그 시대의 남성 패션의 대표 아이템이 되었다(Yuan & Hu, 2010).

4) After the millennium

2000년대 초반에 한국 대중문화가 중국에서 성행하면서 한류는 중국 남성상에 새로운 영향을 미치게 되었는데, 건장하고 든든한 몸 대신 부드럽고 예쁜 남성이 등장하여 추앙받는 이미지의 기준이 되었고, 꽃미남 개념이 등장하였다. 2002년부터 남성의 몸이 잡지 표지에 많이 등장하기 시작하였고(Gai, 2018), 도시적인 외모, 까무잡잡한 피부 톤과 튼튼한 근육, 건장한 몸매 등을 통해 이상적인 남성 스타일을 보여주었다(Fig. 6).

2010년 이후 부유하고 멋있는 남자를 뜻하는 파타오총차이(霸道總裁)(Fig. 7), 시크하고 순정 가득한 남자를 의미하는 진위시남신(禁欲系男神)(Fig. 8), 강아지처럼 애교있고 귀여운 젊은 남자라는 뜻 의미하는 샤오네고(小奶狗)(Fig. 9), 성숙미와 카리스마가 있는 남자를 의미하는 샤오랑고(小狼狗)(Fig. 10) 등 남성에 대한 신조어는 남성미의 기준이 다양하게 변화하고 있음을 반증하고 있다. 꽃미남부터 현재 유행하는 탈



<Fig. 1>
Male image in modern times China
Reprinted from Sohu News. (2018).
<https://www.sohu.com>



<Fig. 2>
Proletarian male image
Reprinted from Wanxian News. (2019).
<http://www.wanxian.net>



<Fig. 3>
Xu Wenqiang
Reprinted from Zaozhuang News. (2015).
<http://zaozhuang.dzwww.com>



<Fig. 4>
Chen Haonan
Reprinted from Sina News. (2019).
<http://k.sina.com.cn>



<Fig. 5>
Cheng Long
Reprinted from Sina News. (2018).
<http://k.sina.com.cn>



<Fig. 6>
F4
Reprinted from Mirrormedia News. (2017).
<https://www.mirrormedia.mg>



<Fig. 7>
Jin Dong
Reprinted from Baidu Baike. (2018).
<https://baike.baidu.com>



<Fig. 8>
Huo Jianhua
Reprinted from Duitang. (2015).
<https://www.duitang.com>



<Fig. 9>
Liu Haoran
Reprinted from Infymc News. (2018).
<http://www.infymc.cn>



<Fig. 10>
Chen Weiting
Reprinted from Baidu. (2020).
<http://baijiahao.baidu.com>

성적 트렌드에 이르기까지 남성은 사회적 속성의 변화와 함께 보는 역할에서 보여주는 역할이 요구되고 있고, 상대적으로 경시되었던 패션 시장에서 소비력 또한 빠르게 성장하고 있다.

2. Changes in the Chinese menswear market

중국의 남성복 시장은 1949년 건국부터 현재까지 크게 5단계로 나눌 수 있다.

첫 번째 단계는 1949년부터 1980년대까지(Jiangsu Textile, 2015)로 경제발전이 낙후되어 물자가 부족하

기 때문에 다양한 선택이 없고 옷은 입기만 하면 되는 수준으로 남성복 산업은 형성되지 않았다.

두 번째 단계는 1980년대부터 1990년대까지로 개혁개방이 진행되면서 중국인들의 패션에 대한 자각이 시작되었다. 복장 업계는 맹렬한 내수 덕분에 의류 생산량이 계속 증가하였고, 1980년대 처음 5년간 12%의 속도로 성장하였다(Yang, 2005). 80년대에 중국 남성복 시장은 소규모의 다양한 생산방식을 유지하였고, OEM은 중국 의류 기업의 최초 주요 경영 모델이 되었다(Changjiang Securities, 2012). 양복, 셔츠 등 비

즈니스 정장 아이템 위주의 남성복 브랜드인 야저얼(雅戈爾), 라몽(羅蒙), 홍두(紅豆), 산산(杉杉) 등이 등장하면서 중국 현대 남성복 시장의 신기원을 열었다.

세 번째 단계는 1990년대부터 2000년대까지로 중국의 도시화가 진전됨에 따라, 패션 브랜드가 나타나기 시작하였다. 남성 패션 시장은 전통적인 비즈니스 정장이 주류였는데, 비즈니스 캐주얼 개념이 이 시기에 처음 등장하였다. 치피랑(七匹狼), 리랑(利郎), 지우무왕(九牧王) 등이 이 시기에 나타난 대표적인 남성복 브랜드이다.

네 번째 단계는 2000년대부터 2010년대까지로 소득 수준의 증가와 전자상거래가 활발해짐에 따라 남성복의 품목이 다양해지기 시작하였다. 2005년 이전까지 남성복 시장은 전통 비즈니스 정장 위주였고, 2005년 이후에는 세계 유행을 반영한 캐주얼 스타일이 발전하기 시작하였고, 미터스본위(美特斯邦威), 리닝(李寧) 등 대표적인 중국 국내 캐주얼과 스포츠 브랜드가 나타났고, 경쟁도 치열해졌다. 2010년에 이르러 남성복 산업은 공전의 발전을 이루었다. 이 시기 중국 남성복 시장은 주로 상하이(上海), 닝보(寧波), 윈저우(溫州)로 대표되는 잘파(浙派), 지양쑤성(江蘇省)의 창수시(常熟市)로 대표되는 쑤파(蘇派), 민둥남(閩東南) 지역의 스스(石獅), 진강(晉江)으로 대표되는 민파(閩派)와 홍콩, 마카오 등의 지역적 우위에 힘입어 형성한 남월주삼각(南粵珠三角)으로 대표되는 월파(粵派)로 4대 남성복 산업 클러스터를 구성하게 되었다. 이 중에서 잘파는 주로 와이셔츠, 수트 등 정장, 비즈니스 캐주얼에 치중하였으며, 쑤파는 패딩, 비즈니스 캐주얼 패션을 생산하고 있다. 민파는 캐주얼웨어와 재킷으로 전국 시장 점유율 1/4을 차지하였고, 특히 남성 재킷은 전 세계적으로 판매되었다. 월파는 개성 있는 남성복, 비즈니스 캐주얼 패션에 치중하였으며, 특히 스포츠웨어와 데님의 생산, 제조 및 브랜드 영향력에서 전국적으로 주도적인 위치를 차지하였다(Shenzhen Shengshihuyan, 2018).

다섯 번째 단계는 2010년 이후로 80년대와 90년대에 태어난 젊은 층이 소비 주력이 되면서 개성이 있고 품질이 좋은 복식에 대한 관심이 높아졌고, 남성복 시장은 조정기로 접어들면서 ZARA, H&M, UNIQLO, GAP 등이 대거 중국에 진출하였으며, 중국 본토 남성 브랜드의 시장 점유율이 계속 줄어들고 있다. 대중들

의 글로벌 브랜드에 대한 인지도가 높아지면서 중산층 이상은 유명 브랜드에 대한 선호가 강해지고, 해외 브랜드가 대거 유입되는 동시에 중국 국내 디자이너 브랜드도 많이 나타나게 되었다. 2016년부터 국조 스타일 개념이 등장함에 따라 유행을 따르면서도 특색이 있는 중국 국내 남성복 브랜드가 대두되기 시작하였고, 젊은이들을 중심으로 인기를 모으기 시작하였다.

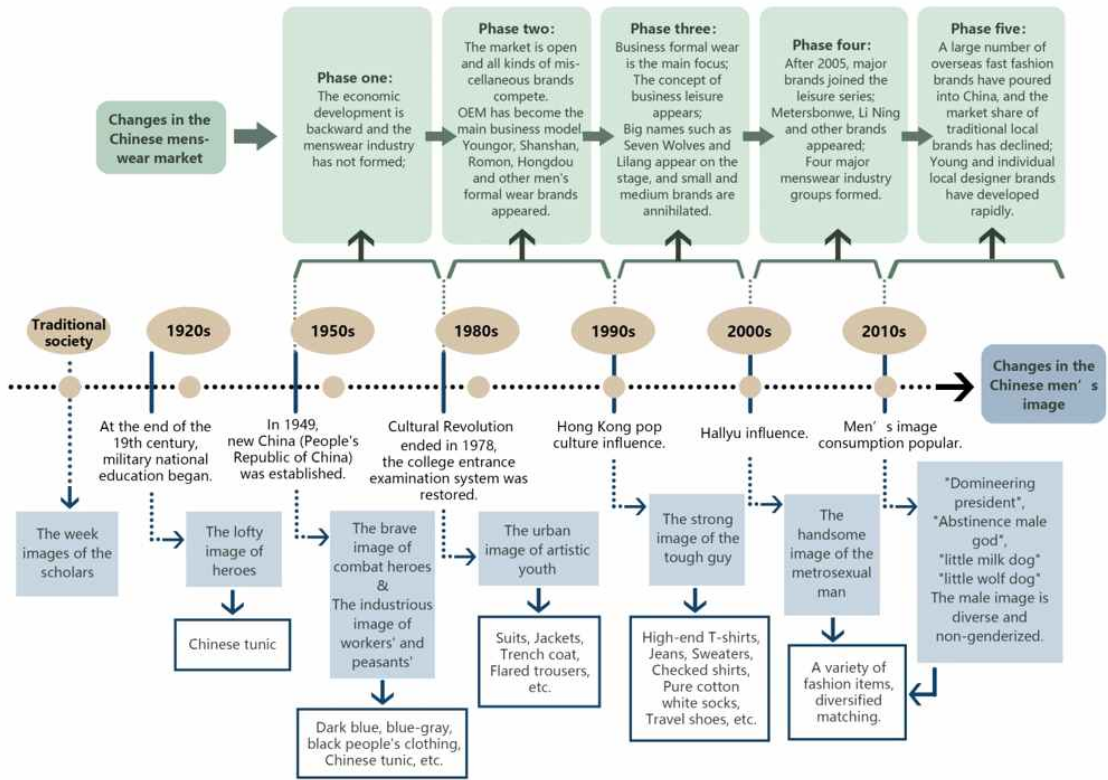
중국 남성 이미지의 변화 및 중국 남성복 시장의 변화에 대해 요약하면 다음 <Fig. 11>과 같다.

III. Analysis of Menswear Brand Collection

남성복 디자인 이미지를 분석한 선행연구를 살펴 보면 Kim(1999)은 여성복 패션 이미지를 남성복에 적용하여 트래디셔널, 아방가르드, 액티브, 로맨틱, 내추럴, 테크노, 에스닉, 모던 8가지의 남성복 패션 스타일 유형을 제시하였다. Kim and Lee(2005)는 남성복 컬렉션을 중심으로 소피스티케이티드, 캐주얼, 엘레전트, 액티브, 내추럴, 클래식, 로맨틱, 에스닉, 밀리터리, 마린, 콜로니얼, 아방가르드 총 12가지의 패션 유형을 분류하였다. Hong, Kim, Lim, and Kim(2014)은 남성 컬렉션 패션 이미지를 분석과 감성어휘 평가에 대한 실제 조사를 바탕으로 클래식, 소피스티케이티드, 어반 캐주얼, 시크 모던, 모즈 모던, 베이식 캐주얼, 에스닉, 아방가르드, 액티브 아웃도어, 스트리트 키치까지 10개의 스타일 이미지로 세분화하였다. Li(2018)는 상하이 컬렉션에서 나타난 중국 남성 패션의 조형적 특성을 중심으로 클래식, 아방가르드, 캐주얼, 포멀, 중국전통, 모던, 스포티, 엘레전트, 앤드로지너스, 마스크린의 총 10개의 패션 스타일 유형을 도출하였다. 이를 바탕으로 유사한 이미지를 근접한 곳에 대조적인 이미지를 반대에 위치시켜 클래식/포멀-아방가르드/앤드로지너스, 캐주얼-소피스티케이티드, 스포티-중국전통, 미니멀-맥시멀로 범주화하였다(Fig. 12). 마린과 콜로니얼은 연구범위 내의 컬렉션에서 나타나지 않았기 때문에 제외하였다.

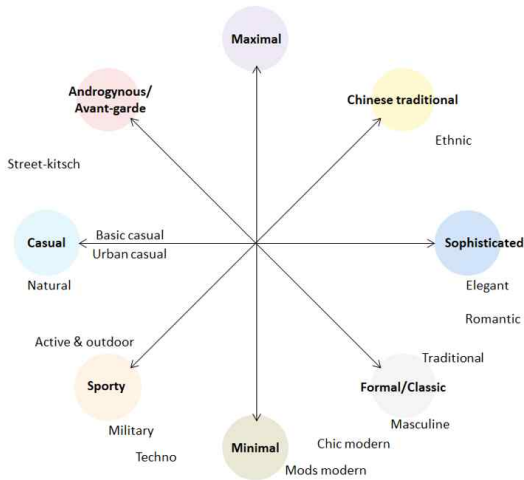
1. Brand style analysis

본 연구의 분석에 사용된 컬렉션 사진 자료는 <Table 1>과 같다. 2016 S/S부터 2021 S/S까지, 각 브



<Fig. 11> Chinese men's image and menswear market

하여 연도별로 1장을 표본으로 추출했다. Random Number Generator 앱은 주어진 숫자 내에서 결과를 무작위로 도출하기 때문에 선택에 의한 주관성을 최대한 배제할 수 있다.



<Fig. 12> Men's fashion style positioning map

랜드의 컬렉션 사진을 시즌별로 구별하여 작품에 번호를 부여하고, Random Number Generator 앱을 이용

1) Xander Zhou

Xander Zhou는 저우샹위(周翔宇)가 2007년에 중국 베이징(北京)에서 설립한 남성복 브랜드이다. 저우샹위는 1982년 생으로 런던 컬렉션에서 처음으로 작품을 발표한 중국 디자이너이며, 작품이 중국의 Dong Liang(棟樑), 한국의 Boon the Shop 및 Addicted 등 전세계 20여 개의 유명한 편집 매장에 진출하였다.

Xander Zhou의 작품은 스트리트 스타일의 편안하고 여유 있는 실루엣을 바탕으로 전체적인 스타일링을 증시하였고, 단색 위주로 오리엔탈 라인 및 다양한 컬러 블로킹 등을 보여주고 있다. <Fig. 13>의 클래식한 검은 슈트는 목부분 및 소매 끝에 레이어드한 흰색 리프를 노출하여 앤드로지너스한 클래식 스타일을 연

<Table 1> 2016 S/S-2021 S/S number of designer brand works published

No.	Brand	2016		2017		2018		2019		2020		2021	Total
		S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	
1	Xander Zhou	33	31	29	28	44	51	52	50	73	58	22	471
2	Sankuanz	26	23	24	26	29	24	32	33	41	23	8	289
3	Sean Suen	28	31	28	25	26	30	31	29	25	30	15	298
4	Feng Chen Wang	30		18	17	25	22	25	32	24	28	13	235
5	Pronounce			32		30	32	28	28	36	31	28	245
6	Angel Chen	12		10	12	17	14	12	12	12	14	10	125

출하였다. <Fig. 14>는 부드러운 핑크 컬러, 길게 과장된 소매, 편안한 롱 원피스로 탈성적인 소피스티케이티드 스타일을 연출하였다. <Fig. 15>에서는 대비된 컬러 블로킹 셔츠와 클래식한 검은 팬츠의 코디를 통하여 젊고 중성적인 비즈니스 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 16>에서는 레트로 감성을 담은 파란색 니트와 어린아이 같은 중성적인 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 17>의 작업복을 연상시키는 녹색 스커트 세트로 앤드로지너스 스타일을 연출하였다. <Fig. 18>의 몸에 밀착된 베이지 컬러 탑과 반짝이는 장식은 미니멀하면서도 몸매를 드러내는 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 19>를 보면, Xander Zhou는 일상적이고 과장 없는 스타일을 시도하고 있는 것을 알 수 있었다.

2) Sankuanz

Sankuanz는 상관저우(上官喆)가 2006년에 중국 샤먼(廈門)에서 설립한 남성복 브랜드이다. 상관저우는 중국 샤먼대학(廈門大學)에서 커뮤니케이션 디자인을 전공하고 2013년 상하이 컬렉션에 처음 등장하여 독특한 스타일로 주목받고 있다. 2014년과 2016년에는 런던 컬렉션과 파리 컬렉션에 잇따라 진출하였다. Sankuanz는 중국 청년 하위문화를 고급 패션과 접목시킨 최초의 디자이너 브랜드이고, 작품이 Trading Museum, Opening Ceremony, Dong Liang 등 전세계 30여개의 편집 매장에 진출하였다. Sankuanz는 청년 문화에 주목하였고, 미래사회를 패션디자인으로 표현하면서 패브릭의 질감과 착용감을 중시하였다. 브랜드 설립 이후 아디다스, 푸마, 반스 등의 브랜드와 콜



<Fig. 13>
Xander Zhou
2016 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2016a).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 14>
Xander Zhou
2017 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2016b).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 15>
Xander Zhou
2018 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2017a).
<https://www.pop-fashion.com>



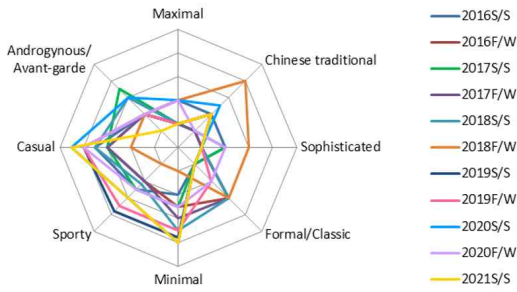
<Fig. 16>
Xander Zhou
2019 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2019a).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 17>
Xander Zhou
2020 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2019b).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 18>
Xander Zhou
2021 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2020a).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 19> Xander Zhou 2016 S/S-2021 S/S collection style

라보레이션을 진행하였다.

Sankuanz의 작품은 스트리트 스타일을 바탕으로 볼륨감이 큰 실루엣을 위주로 하였고, 그래픽티 등 다양한 하위문화를 해석한 독특한 스타일을 보여주고 있다. <Fig. 20>에서는 다채로운 프린팅과 편안한 실루엣의 쓰리피스로 키치하면서도 앤드로지너스한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 21>은 다양한 아이템을 매치하여 레이어드한 스트리트 캐주얼 스타일로 연출하였다. <Fig. 22>는 환경문제에서 출발하여 독특한 프린팅과 기능성이 강조된 풍성한 코디를 통하여 맵시떨하면서도 스포티한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 23>의 캐주얼한 후드와 트렌치코트는 폭넓은 가죽 바지를 매치하여 아방가르드한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 24>에서는 과감한 그래픽티

프린팅 슈트와 핫핑크 니트 탑의 코디로 앤드로지너스한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 25>에서는 카무플라주 점퍼와 그래픽티 청바지의 코디로 스트리트 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 26>을 보면, Sankuanz는 스트리트 감성을 담은 캐주얼하면서도 스포티한 스타일이 많이 나타난 것을 알 수 있었다.

3) Sean Suen

Sean Suen는 손샤오핑(孫小峰)이 2012년에 중국 베이징(北京)에서 설립한 남성복 브랜드이다. 손샤오핑은 중국 사천미술대학(四川美術學院)에서 커뮤니케이션을 전공하고, 2015년 'GQ'의 추천으로 런던 패션 위크에 진출하였으며, 2016년에는 파리 패션위크에 처음으로 진출한 중국 디자이너가 되었다. Sean Suen은 서양 남성복의 특성과 중국 전통 롱 셔츠의 우아함을 결합하였다.

Sean Suen의 작품은 편안하고 여유 있는 실루엣이 특징이며, 소프트 톤과 다크 톤의 단색을 위주로 오리엔탈 감성을 부각시킨 깔끔한 커팅과 세련된 이미지를 강조하였다. <Fig. 27>은 회색톤 긴 민소매 상의와 미니팬츠의 조합으로 탈성적인 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 28>에서는 차이나넥 스트라이프 롱 셔츠와 데님 재킷의 조합으로 전통셔츠를 현대적 스타일로 연출하였다. <Fig. 29>에서는 어깨를 강조하는 오버사이즈 재킷과 좁은 바지를 코디하여 과장된 클래식 스타일을 연출하였다. <Fig. 30>의 비대칭 디자



<Fig. 20>
Sankuanz
2016 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2015a).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 21>
Sankuanz
2017 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2017b).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 22>
Sankuanz
2018 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2018a).
<https://www.pop-fashion.com>



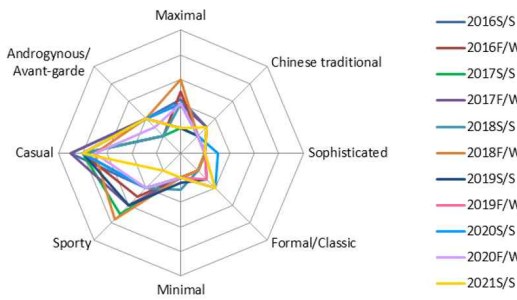
<Fig. 23>
Sankuanz
2019 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2019c).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 24>
Sankuanz
2020 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2019d).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 25>
Sankuanz
2021 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2020b).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 26> Sankuanz 2016 S/S-2021 S/S collection style

인을 가미한 아이보리 슈트는 모던한 미니멀 스타일을 연출하였다. <Fig. 31>은 실키한 소재의 심플하고 깔끔한 배색으로 미니멀한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 32>는 심플한 라인 장식이 있는 긴 셔츠와 반바지 조합으로 중성적인 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 33>을 보면, Sean Suen은 일상적인 캐주얼을 중심으로 소피스티케이티드한 스타일의 우아한 감성이 나타난 것을 알 수 있었다.

4) Feng Chen Wang

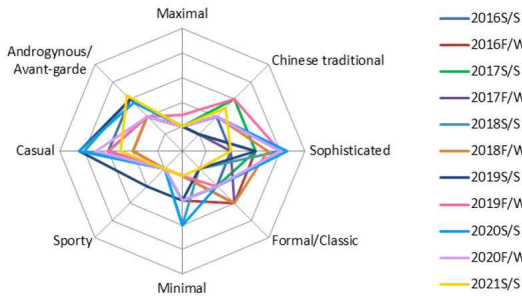
Feng Chen Wang은 디자이너 왕평천(王逢陳)이 2014년 런던에서 설립한 동명 남성복 브랜드이다. 왕평천은 중국 푸젠(福建)에서 태어나 2010년 베이징복장대학(北京 服裝學院)을 졸업한 후 영국런던 왕립 예술대학교(Royal College of Art)에서 남성복 디자인을

전공하였다. 석사 과정을 다니는 동안 2014년 이탈리아 알비니 그룹(Albini Group)상을 수상하고, 영국 유명 셔츠 브랜드 토마스메이슨(Thomas Mason)과 콜라보레이션으로 글로벌 리미티드 에디션을 발매하였으며, 2015년 석사졸업 쇼의 작품으로 VFiles의 인정을 받았고, 뉴욕 패션위크에 초청을 받았다. 그녀는 영국 패션협회 소속 뉴젠맨(Newgen Man)에 영입된 최초의 중국 디자이너로, 브랜드 창립 이래 Air Jordan, Levi's, Converse 등의 브랜드와 여러 차례 콜라보레이션이 있었다.

Feng Chen Wang의 디자인은 성별의 경계가 깨지고 다원화되는 특징을 가지고 있으며, 편안하고 여유 있는 실루엣을 위주로 기능성을 강조한 캐주얼 디자인을 하였다. <Fig. 34>에서는 지퍼와 드로스트링 디테일을 가미한 검은 점프슈트로 기능적인 아방가르드 스타일을 연출하였다. <Fig. 35>는 드로스트링 디테일을 가미한 아이보리 트레이닝 세트로 아방가르드한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 36>은 장식적 텍스처를 가미한 데님 슈트로 과장된 핑크 긴 장갑을 매치하여 아방가르드한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 37>의 변형, 해제 및 재조합으로 구성된 비대칭적 셔츠는 독창적인 아방가르드 스타일을 연출하였다. <Fig. 38>의 밝은 주황색을 포인트로 한 베이지 슈트는 앤드로지너스한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 39>에서는 비치는 소재를 활용하여 비대칭적이고 독특한 점퍼, 넉넉한 바지를 코디하여 앤드로지너



<Fig. 27> Sean Suen 2016 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2015b). https://www.pop-fashion.com	<Fig. 28> Sean Suen 2017 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2016c). https://www.pop-fashion.com	<Fig. 29> Sean Suen 2018 F/W Reprinted from POP-Fashion. (2018b). https://www.pop-fashion.com	<Fig. 30> Sean Suen 2019 F/W Reprinted from POP-Fashion. (2019e). https://www.pop-fashion.com	<Fig. 31> Sean Suen 2020 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2019f). https://www.pop-fashion.com	<Fig. 32> Sean Suen 2021 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2020c). https://www.pop-fashion.com
---	---	---	---	---	---



<Fig. 33> Sean Suen 2016 S/S-2021 S/S collection style

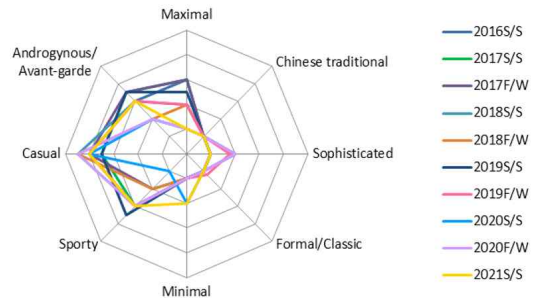
스한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 40>을 보면, Feng Chen Wang은 탈성적 감성으로 스포티한 기성성을 강조한 캐주얼 스타일이 많이 나타난 것을 알 수 있었다.

5) Pronounce

Pronounce는 저우쥘(周俊)과 리위산(李雨山)이 2016년 밀라노에서 설립한 남성복 브랜드이다. 저우쥘은 2013년 마랑고니(Istituto Marangoni)를 졸업했고, 2015년 런던패션대학교(London College of Fashion)에서 석사를 취득했으며, 리위산은 센트럴 세인트 마틴스 예술대학교(Central Saint Martins)에서 학부 및 석사 과정을 거쳐 2015년 졸업했다. 2016년 10월 Pronounce는 상하이 패션위크 남성복 날에 참여하여 ‘GQ Presents’ 프로젝트에 입선되었고, 2018 S/S과 F/W 두 시

즌 동안 런던 패션컬렉션 발표 기회를 얻었으며, 동시에 상하이 패션위크 신예파워에 선정되었다. 2017년 Pronounce는 빠른 성장으로 포브스(Forbes)의 주목을 받았고, 멤버들은 2년을 연속하여 포브스 중국 30 under 30에 이름을 올렸다. 브랜드 설립 이후 디즈니, 리닝(LiNing) 등 브랜드와 콜라보레이션이 있었다. Pronounce는 수공예의 전승에 관심을 가지고, 성 정체성이나 신분 정체성을 뛰어넘어 무성별화된 복식을 디자인하고 있다.

Pronounce의 작품은 넉넉한 실루엣을 위주로 하였고, 다양한 컬러와 전통 남성 수트를 바탕으로 다양한 레이어링을 보여주고 있다. <Fig. 41>은 실키한 소재로 만든 보라색 슈트와 같은 색 셔츠의 조합으로 드레이퍼리를 활용한 소피스티케이티드 스타일을 연출하



<Fig. 40> Feng Chen Wang 2016 S/S-2021 S/S collection style



<Fig. 34> Feng Chen Wang 2016 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2015c). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 35> Feng Chen Wang 2017 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2016d). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 36> Feng Chen Wang 2018 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2017c). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 37> Feng Chen Wang 2019 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2018c). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 38> Feng Chen Wang 2020 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2019g). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 39> Feng Chen Wang 2021 S/S Reprinted from POP-Fashion. (2020d). <https://www.pop-fashion.com>

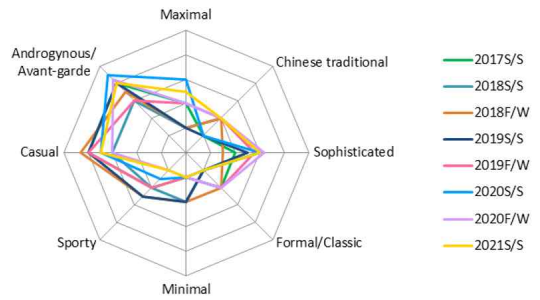
였다. <Fig. 42>의 분홍색, 보라색 등 다양한 배색과 아이템의 매치로 레이어드한 중성적인 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 43>의 색상이 다른 데님을 조합한 슈트로 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 44>의 난색계열 컬러를 믹스한 탑은 로프 장식을 가미하여 아방가르드한 캐주얼 스타일을 연출하였다. <Fig. 45>는 복고적인 체크 무늬가 있는 풍성한 코트와 팬츠 세트로 탈성적인 소피스티케이티드 스타일을 연출하였다. <Fig. 46>에서는 클래식한 코트와 반짝이는 짧은 바지의 조합으로 대조적인 독특한 스타일을 연출하였다. <Fig. 47>을 보면, Pronounce는 다양한 아이템과 소재의 믹스 앤 매치 스타일이 많이 나타난 것을 알 수 있었다.

6) Angel Chen

Angel Chen은 천안치(陳安琪)가 2014년에 중국 선전(深圳)에서 설립한 브랜드이다. 천안치는 센트럴 세인트 마틴스 예술대학교(Central Saint Martins)를 졸업했고, 2016년 포브스 중국 30 under 30에 이름을 올렸고, 2017년 Business of Fashion 500순위에 올랐다. Angel Chen은 남성복과 여성복을 동시 발표하는 브랜드이고, 작품은 Lane Crawford, Lusiaviaroma, Selfridges, Dong Liang 등 전세계 60여 개의 유명한 편집 매장에 진출하였다. Angel Chen은 여성적인 요소를 남성복에 많이 넣어 남성상을 새롭게 정의하였고, 화려한 컬러와 전통적이거나 민속적인 요소를 통

하여 개성이 강한 브랜드 특징이 형성되었다.

Angel Chen의 작품은 볼륨감이 큰 실루엣을 위주로 하였고, 비비드 톤을 위주로 한 과감한 배색과 오리엔탈 무드를 가미한 디자인이 특징으로 나타났다. <Fig. 48>은 분홍색과 녹색의 대비, 주름, 러플, 드로 스트링 등 디테일을 가미한 원피스와 코트로 로맨틱한 앤드로지너스 스타일을 연출하였다. <Fig. 49>는 비대칭의 박시한 케이프 코트로 민속풍의 소피스티케이티드 스타일을 연출하였다. <Fig. 50>의 흰색 자수 장식이 있는 파란색 긴 코트는 러플 칼라와 과장된 소매를 매치하여 동양풍 아방가르드 스타일을 연출하였다. <Fig. 51>은 차이나 자켓이 원형으로 레이스, 테 님, 실크 등 다양한 소재와 레드, 네이비, 카키, 화이트 등 다채로운 컬러를 매치하여 아방가르드한 캐주얼



<Fig. 47> Pronounce 2016 S/S-2021 S/S collection style



<Fig. 41> Pronounce 2018S/S

Reprinted from POP-Fashion. (2017d). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 42> Pronounce 2018F/W

Reprinted from POP-Fashion. (2018d). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 43> Pronounce 2019S/S

Reprinted from POP-Fashion. (2018e). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 44> Pronounce 2020S/S

Reprinted from POP-Fashion. (2019h). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 45> Pronounce 2020F/W

Reprinted from POP-Fashion. (2020e). <https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 46> Pronounce 2021S/S

Reprinted from Viigee. (2020). <https://www.viigee.com/>

효과를 전달하였다. <Fig. 52>의 화려한 프린징으로 구성된 긴 코트는 맥시멀하고 소피스티케이티드한 스타일을 연출하였다. <Fig. 53>은 큐빅 장식을 가미한 부드러운 핑크색 쓰리피스 세트로 앤드로지너스 스타일을 연출하였다. <Fig. 54>를 보면, Angel Chen은 오리엔탈 감성을 바탕으로 장식성을 강조한 과장된 스타일이 많이 나타난 것을 알 수 있었다.

2. Design analysis

연구 대상으로 선정한 중국 남성복 디자인의 특성은 다음과 같다.

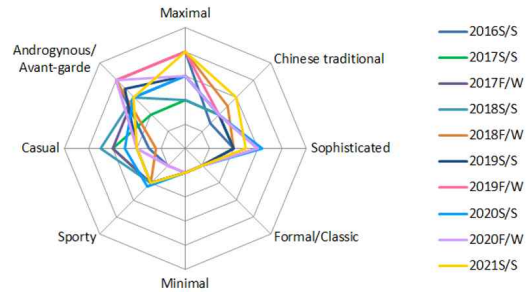
첫째, 캐주얼한 앤드로지너스 스타일이 가장 많이 나타난 스타일로 관찰되었다. 앤드로지너스는 주로 전통 남성복의 실루엣을 바탕으로 부드럽고 섬세한 소재, 화려한 컬러와 디테일 등을 매치하는 양성적 스타일로 연출하거나 어린 시절의 감성을 담은 남녀를 가리지 않는 중성적 스타일, 또는 전통적인 여성복을 남성복으로 재구성하는 탈성적 스타일로 표현하였다. 캐주얼은 스트리트 감성을 바탕으로 한 어반캐주얼이 많이 나타나며, 중국 전통적이나 민속적인 느낌은 많지 않았다. 캐주얼과 대립적인 소피스티케이티드 스타일은 탈성화된 특징이 뚜렷하게 나타났다.

둘째, 실루엣은 실용적인 여유 있는 실루엣과 볼륨감이 큰 맥시멀한 실루엣이 주로 나타났다. 실용적인 여유 있는 실루엣은 자연스러운 H라인과 균형있는 구조로 표현하였고, 볼륨감이 큰 맥시멀한 실루엣은 주

로 상의에 과장된 조형이나 창의적인 구성선, 레이어드 매치로 표현하였다.

셋째, 아이템은 재킷, 코트, 셔츠, 팬츠 등의 기본적인 활용도가 높은 품목을 다양하게 매치하여 조합하기를 보여 주었고, 특히 전통적인 재킷이나 코트와 팬츠로 구성된 투피스 슈트가 많이 나타났으며 다양한 재킷이나 코트, 후드티나 셔츠와 팬츠로 구성된 쓰리피스 슈트도 많이 나타났다.

넷째, 컬러와 문양의 경우는 검은색, 남색, 회색, 갈색 등 어둡고 중립적인 전통 색조가 주를 이루고 있으며, 앤드로지너스한 디자인의 영향으로 밝은 색조도 나타났다. 빨강색, 주황색, 보라색, 파란색, 녹색 등 다양한 컬러를 전체적으로 사용하거나 포인트로 활용하였고, 특히 핑크 톤은 미세즌에서 찾아볼 수가 있었다. 문양없는 단색이 큰 비중을 차지하였고, 타이다이



<Fig. 54> Angel Chen 2016 S/S-2021 S/S collection style



<Fig. 48>
Angel Chen
2016 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2015d).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 49>
Angel Chen
2017 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2017e).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 50>
Angel Chen
2018 F/W
Reprinted from
POP-Fashion.
(2018f).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 51>
Angel Chen
2019 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2018g).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 52>
Angel Chen
2020 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2019i).
<https://www.pop-fashion.com>



<Fig. 53>
Angel Chen
2021 S/S
Reprinted from
POP-Fashion.
(2020f).
<https://www.pop-fashion.com>

등 염색과정에 의한 패턴과 체크무늬도 나타났다. 소재는 사진 자료만으로 판단하기에 오차가 있을 수 있으므로 분석에서 제외하였다.

다섯째, 전통 중국복식 디자인을 활용하는 측면에서는 차이나넥 셔츠 및 재킷, 중국식 롱 셔츠 등 전통적 아이템을 형태와 색상, 디테일 등의 변화를 통해 현대적으로 연출하는 것을 보여주었다.

여섯째, 전체적인 트렌드를 살펴보면 캐주얼한 엔드로지너스 스타일을 중심으로 2016년과 2017년은 전통적인 클래식한 스타일과 과장된 조형으로 표현된 아방가르드 스타일을 위주로 연출하였다. 2018년은 다양한 워크 웨어가 등장하면서 실용성을 강조한 스타일로 전환하였고, 2019년에는 워크 웨어를 바탕으로 어반 캐주얼 스타일이 많이 나타났다. 2020년은 실용

성을 겸비한 복고적인 스타일이 많이 나타났고, 2021년은 편안함을 추구하여 실용적이면서도 심플한 스타일이 많이 나타났다. 전체적으로 보면 2018년을 분기점으로 뚜렷한 변화가 나타났는데, 2018년 이전에는 두 가지 상반된 경향이 공존하였다. 하나는 보수적인 디자인 경향이고, 다른 하나는 대담하고 과장된 스타일이었다. 2018년 이후에 디자인 경향은 실용성을 더 중시하고 일상적으로 편안하게 입을 수 있는 스타일로 전환되었다.

디자인 분석에 대해 요약하면 다음 <Table 2>와 같다.

IV. Conclusion

중국 의류산업은 단순한 가공 및 제조에서 모방적

<Table 2> Characteristics of Chinese menswear design

Type	Design characteristics										
Style	<ul style="list-style-type: none"> - Casual androgynous style appears a lot. - Androgynous style manifested as bisexual style, neutral style, and genderless style. - Casual style express as urban casual style based on street fashion style. - Sophisticated style shows obvious genderless characteristics. 										
Characteristics	<table border="1"> <tr> <td>Silhouette</td> <td>- The practical and loose silhouette and the maximal silhouette with a large sense of volume appears a lot.</td> </tr> <tr> <td>Item</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinate basic style clothes and all-purpose clothes such as jackets, coats, shirts, pants, etc. - Two-piece suits and three-piece suits appears a lot. </td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Dark and traditional tones such as black, indigo, gray and brown are the main colors. - Bright colors, such as red, orange, purple, blue, and green. </td> </tr> <tr> <td>Pattern</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Monochrome accounts for the largest proportion. - Tie-dyed patterns and checkered patterns also appear. </td> </tr> <tr> <td>Others</td> <td>- In terms of using traditional Chinese design, traditional items such as China neck shirts and jackets, and long Chinese shirts, color and details, are interpreted into modern and fashionable items.</td> </tr> </table>	Silhouette	- The practical and loose silhouette and the maximal silhouette with a large sense of volume appears a lot.	Item	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinate basic style clothes and all-purpose clothes such as jackets, coats, shirts, pants, etc. - Two-piece suits and three-piece suits appears a lot. 	Color	<ul style="list-style-type: none"> - Dark and traditional tones such as black, indigo, gray and brown are the main colors. - Bright colors, such as red, orange, purple, blue, and green. 	Pattern	<ul style="list-style-type: none"> - Monochrome accounts for the largest proportion. - Tie-dyed patterns and checkered patterns also appear. 	Others	- In terms of using traditional Chinese design, traditional items such as China neck shirts and jackets, and long Chinese shirts, color and details, are interpreted into modern and fashionable items.
	Silhouette	- The practical and loose silhouette and the maximal silhouette with a large sense of volume appears a lot.									
	Item	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinate basic style clothes and all-purpose clothes such as jackets, coats, shirts, pants, etc. - Two-piece suits and three-piece suits appears a lot. 									
	Color	<ul style="list-style-type: none"> - Dark and traditional tones such as black, indigo, gray and brown are the main colors. - Bright colors, such as red, orange, purple, blue, and green. 									
	Pattern	<ul style="list-style-type: none"> - Monochrome accounts for the largest proportion. - Tie-dyed patterns and checkered patterns also appear. 									
Others	- In terms of using traditional Chinese design, traditional items such as China neck shirts and jackets, and long Chinese shirts, color and details, are interpreted into modern and fashionable items.										
Trend	<ul style="list-style-type: none"> - In 2016 and 2017, the main styles are traditional classic and exaggerated avant-garde style. - In 2018, a variety of workwear style appeared and emphasized practicality. - In 2019, the urban casual style based on workwear style. - In 2020, the retro style based on practical clothes. - In 2021, the pursuit of comfort-oriented , practical and simple style. - Overall, 2018 is a big watershed year. Before 2018, mainly conservative or exaggerated style. After 2018, focused on practical and comfortable style. 										

생산 단계를 지나, 현재 독립적이고 창의적인 연구개발 단계로 전환을 시도하고 있다. 중국의 패션 환경의 변화와 더불어 남성들이 패션에 관심을 갖게 됨에 따라 남성복 시장은 다원화되고 있다. 이 시기에 세계무대로 진출하는 중국 디자이너는 창의적 패션 트렌드를 이끌어가는 주도적 역할을 하고 있다. 이에 본 연구에서는 중국 국내와 해외 컬렉션에서 최근 5년 동안 연속적으로 작품을 발표하는 중국 디자이너 브랜드 6개를 중심으로 중국 현대 남성복의 디자인 특성과 트렌드를 알아보았다.

본 연구의 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 중국 남성상은 사회의 변화와 함께 다원화되고 있다. 전통 사회의 문약한 서생 이미지에서 근대사회의 강한 남성적 이미지를 지나, 20세기 후반부터 꽃미남이 등장하였으며, 지금은 탈성적 이미지가 패션에서 많이 나타나고 있다. 전통적 남성사회에서 점차 남녀가 평등한 사회로 전환하면서 사회적 속성의 변화와 함께 보여주는 역할이 되고 있고, 외모에 대한 투자를 아끼지 않으며, 이를 통하여 자아만족과 사회적 정체성을 얻고 있다.

둘째, 연구 대상 6개 브랜드를 분석한 결과는 브랜드 사이의 차별화가 뚜렷하게 나타났다. Xander Zhou, Sean Suen, Pronounce는 캐주얼을 중심으로 다양한 스타일을 접목하여 전개하고 있는데, Xander Zhou는 일상성에 주목하고 있으며, Sean Suen은 캐주얼하면서도 소피스티케이트한 감성을 적절히 배합하여 표현하고 있다. Pronounce는 대조적 아이템의 믹스매치로 아방가르드한 감성이 드러난다. 스포티한 스타일을 강조하는 디자이너는 Sankuanz와 Feng Chen Wang이 있으며, Feng Chen Wang은 더 탈성적 경향을 보여주었다. 맥시멀하고 소피스티케이트한 스타일을 강조하는 디자이너는 Angel Chen이 있다. 이들은 모두 전통적이거나 포멀 스타일보다는 스트리트 감성을 바탕으로 어반캐주얼과 스포티 스타일에 비중을 두고 있다. 세계적 트렌드의 영향으로 앤드로지너스 경향이 지속적으로 큰 비중을 차지하고 있으며, 캐주얼한 앤드로지너스 스타일은 양성화, 중성화, 탈성화 세 가지의 특징으로 표현되었다. 현대 남성복은 스타일 사이의 경계가 점차 모호해지고 있고, 주로 과장 없는 실루엣 및 전통적 아이템을 바탕으로 컬러, 소재, 디테일 등의 변화와 조합을 통해 대조적인 스타일의 용합

을 시도하였다. 전체적인 트렌드를 살펴보면 2018년을 분수점으로 보수적이거나 과장된 디자인 경향에서 실용적이고 일상적인 스타일로 전환되었으며, 탈성적 감성을 보여주고 있다.

셋째, 실루엣, 아이템, 컬러, 디테일을 토대로 조형적 요소를 분석한 결과, 실루엣은 주로 실용적이고 여유 있는 실루엣과 볼륨감이 큰 맥시멀한 실루엣으로 나타났다. 아이템의 경우는 남성복의 재킷, 코트, 셔츠, 팬츠 등의 기본적이고 활용도가 높은 품목을 다양하게 매치하여 조합하기를 보여 주었고, 특히 전통적인 재킷이나 코트와 팬츠로 구성된 투피스 슈트, 다양한 재킷이나 코트, 맨투맨이나 셔츠와 팬츠로 구성된 쓰리피스 슈트도 많이 나타났다. 컬러의 경우는 검은색, 남색, 회색, 갈색 등 남성복의 전통적인 색조를 중심으로, 빨강색, 주황색, 보라색, 파란색, 녹색 등 다양한 밝은 색조가 슈트에 전체적으로 사용되거나 포인트로 다양하게 나타났고, 특히 핑크 톤은 매시즌에서 찾아볼 수가 있었다. 문양의 경우는 문양 없는 단색이 대부분의 비중을 차지하였고, 타이다이 등 염색과정에 의한 패턴과 체크무늬도 나타났다.

본 연구는 세계무대에 진출한 중국 디자이너 브랜드 작품을 연구 대상으로 하였기 때문에 일반적인 남성복을 대표할 수는 없다는 한계점이 있다. 그러나 중국 국내 디자인에 대한 정부의 후원과 더불어 젊은 층 사이에서도 창의적 디자인에 대한 자각이 깨어나고 있기에 선도적 역할을 하고 있음은 분명하다. 특히 한국과 중국은 패션 산업에서 매우 밀접한 관계를 유지하고 있기 때문에, 중국의 패션 환경 변화에 지속적인 관심이 필요하다. 본 연구는 향후 현대 중국 남성복 디자인과 창의적 디자인 개발을 분석하는 기초 자료로 활용되기를 기대한다.

References

- Baidu Baike. (2018, June 25). Jin Dong. Retrieved March 25, 2021, from <https://baike.baidu.com/tashuo/browse/content?id=632fc520de74e3e217bfbff&fr=vipping>
- Baidu. (2020, July 9). Chen Weiting. Retrieved March 25, 2021, from <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1671750392039986837&wfr=spider&for=pc>

- Changjiang Securities. (2012). China mid-to-high-end business men's wear report: The second take-off of men's clothing industry. Retrieved October 15, 2020, from <http://www.xcf.cn/zjfxs/yjzs/fzphfz/201210/P020121003387739467268.pdf>
- China Electronics News. (2015, May 26). Interpretation of "made in China 2025" in the textile industry. Retrieved January 23, 2021, from <http://www.cena.com.cn/industrynews/20150526/66079.html>
- China News. (2002, August 26). Mainland China has consolidated its position as the "world factory". Retrieved January 23, 2021, from <https://www.chinanews.com/2002-08-26/26/215533.html>
- Choi, S. K., & Jeong, S. J. (2012). The analysis of the preference in menswear color coordination of Korean and Chinese consumer -Focusing on the achromatic and chromatic coloration-. *Journal of Korea Society of Color Studies*, 26(3), 67-77. doi:10.17289/jkscs.26.3.201208.67
- Duitang. (2015, November 19). Huo Jianhua. Retrieved March 25, 2021, from <https://www.duitang.com/blog/?id=484417163>
- Gai, Q. (2018). The "modern Kung Fu heroes" in Hong Kong film and television and their dissemination in the mainland. *Cultural Studies*, 2018(3), 20-33.
- Gu, Q., & Kim, H. J. (2016). Comparative analysis of male images appeared in magazine advertising of South Korea and China. *Research Institute for the Tamla Culture*, 50, 343-380. doi:10.35221/tamla.2016..51.011
- Hong, Y. J., Kim, R. R., Lim, S. E., & Kim, Y. I. (2014). The type and characteristics of the modern men's fashion images. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(5), 18-29. doi:10.7233/jksc.2014.64.5.018
- Infymc News. (2018, November 14). Liu Haoran. Retrieved March 25, 2021, from <http://www.infymc.cn/yulezhizui/45209.html>
- Ji, C. (2016). *A review on the transition and application of modern fashion of Chinese Mao suit*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju, Korea.
- Jiangsu Textile. (2015, November). China men's wear industry development trend report. Retrieved October 18, 2020, from https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=88a4a77fcb095ed16f860bac37a4120e&site=xueshu_se
- Kim, H. S. (1999). A study on men's fashion images and the characteristics of textile materials used for fashion images shown in men's fashion trend information. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 1(1), 53-71.
- Kim, Y. K., & Lee, K. H. (2005). A study on men's fashion image coordination through trend analysis. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(5), 703-714.
- Li, D. J. (2018). *A study on Chinese modern men's fashion in Shanghai collection*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Li, J. Y., & Kan, H. S. (2019). A study of Chinese Chipao style in contemporary menswear design -Focusing on the application of the knot button-. *Proceedings of the Korea Society of Fashion Design Spring Conference, Seoul*, 118-119.
- Li, R. (2014). *中國近現代身體研究讀本* [A reading book of modern Chinese body research]. Beijing: Peking University Press.
- Mirrormedia News. (2017, June 6). F4. Retrieved March 25, 2021, from <https://www.mirrormedia.mg/story/20170606ent006/>
- POP-Fashion. (2015a, December 21). Sankuanz 2016 S/S. Retrieved November 17, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_82095/
- POP-Fashion. (2015b, June 16). Sean Suen 2016 S/S. Retrieved November 24, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_76105/
- POP-Fashion. (2015c, October 19). Feng Chen Wang 2016 S/S. Retrieved December 1, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_80702/

- POP-Fashion. (2015d, October 9). Angel Chen 2016 S/S. Retrieved December 15, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_80343/
- POP-Fashion. (2016a, January 12). Xander Zhou 2016 F/W. Retrieved November 10, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_82451/
- POP-Fashion. (2016b, June 15). Xander Zhou 2017 S/S. Retrieved November 10, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_84632/
- POP-Fashion. (2016c, June 27). Sean Suen 2017 S/S. Retrieved November 24, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_84780/
- POP-Fashion. (2016d, June 17). Feng Chen Wang 2017 S/S. Retrieved December 1, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_84653/
- POP-Fashion. (2017a, June 10). Xander Zhou 2018 S/S. Retrieved November 10, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_94301/
- POP-Fashion. (2017b, January 23). Sankuanz 2017 F/W. Retrieved November 17, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_90286/
- POP-Fashion. (2017c, July 17). Feng Chen Wang 2018 S/S. Retrieved December 1, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_95221/
- POP-Fashion. (2017d, June 11). Pronounce 2018 S/S. Retrieved December 8, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_94323/
- POP-Fashion. (2017e, February 24). Angel Chen 2017 F/W. Retrieved December 15, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_91373/
- POP-Fashion. (2018a, January 22). Sankuanz 2018 F/W. Retrieved November 17, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_100339/
- POP-Fashion. (2018b, January 19). Sean Suen 2018 F/W. Retrieved November 24, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_100245/
- POP-Fashion. (2018c, July 18). Feng Chen Wang 2019 S/S. Retrieved December 1, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_105328/
- POP-Fashion. (2018d, January 8). Pronounce 2018 F/W. Retrieved December 8, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_100031/
- POP-Fashion. (2018e, June 12). Pronounce 2019 S/S. Retrieved December 8, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_104492/
- POP-Fashion. (2018f, February 22). Angel Chen 2018 F/W. Retrieved December 15, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_101288/
- POP-Fashion. (2018g, September 11). Angel Chen 2019 S/S. Retrieved December 15, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_107108/
- POP-Fashion. (2019a, January 7). Xander Zhou 2019 F/W. Retrieved November 10, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_109591/
- POP-Fashion. (2019b, June 11). Xander Zhou 2020 S/S. Retrieved November 10, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_113586/
- POP-Fashion. (2019c, January 16). Sankuanz 2019 F/W. Retrieved November 17, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_109760/
- POP-Fashion. (2019d, June 19). Sankuanz 2020 S/S. Retrieved November 17, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_113796/
- POP-Fashion. (2019e, January 18). Sean Suen 2019 F/W. Retrieved November 24, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_109876/
- POP-Fashion. (2019f, June 20). Sean Suen 2020 S/S. Retrieved November 24, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_113857/
- POP-Fashion. (2019g, June 11). Feng Chen Wang 2020 S/S. Retrieved December 1, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_113583/
- POP-Fashion. (2019h, June 13). Pronounce 2020 S/S. Retrieved December 8, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_113661/
- POP-Fashion. (2019i, September 18). Angel Chen 2020 S/S. Retrieved December 15, 2020, from

- https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_115664/
- POP-Fashion. (2020a, September 23). Xander Zhou 2021 S/S. Retrieved November 10, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_122367/
- POP-Fashion. (2020b, July 14). Sankuanz 2021 S/S. Retrieved November 17, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_121302/
- POP-Fashion. (2020c, July 13). Sean Suen 2021S/S. Retrieved November 24, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_121267/
- POP-Fashion. (2020d, December 18). Feng Chen Wang 2021 S/S. Retrieved December 25, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_124104/
- POP-Fashion. (2020e, January 6). Pronounce 2020 F/W. Retrieved December 8, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_118329/
- POP-Fashion. (2020f, October 16). Angel Chen 2021 S/S. Retrieved December 15, 2020, from https://www.pop-fashion.com/runways/inside/id_122941/
- Shenzhen Shengshihuayan. (2018, November). China menswear industry market and competition development trend report. *Baidu*. Retrieved October 15, 2020, from <https://wenku.baidu.com/view/d161b37811a6f524ccbff121dd36a32d7375c7bd.html>
- Shim, Y. W., & Geum, K. S. (2013). A study on the design characteristics of male underwear brands distributed in department stores, in Shanghai, China -Based on stripe patterns-. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 13(3), 91-109.
- Sina News. (2018, January 12). Cheng Long. Retrieved March 25, 2021, from http://k.sina.com.cn/article_5369676343_1400ec237001002ggt.html
- Sina News. (2019, January 2). Chen Haonan. Retrieved March 25, 2021, from http://k.sina.com.cn/article_3199167720_beaf6ce800100e62o.html
- Sohu News. (2018, December 18). Male image in modern times China. Retrieved March 25, 2021, from https://www.sohu.com/a/282865821_758125
- Suning Institute of Finance. (2020, April). Men's consumption trend report. Retrieved October 1, 2020, from https://www.sohu.com/a/386999443_665157
- Viigee. (2020, September 23). Pronounce 2021 S/S. Retrieved December 9, 2020, from <https://www.viigee.com/www/magazine/clothes/?type=detail&id=9579>
- Wanxian News. (2019, July 8). Proletarian male image. Retrieved March 25, 2021, from <http://www.wanxian.net/zonghe/201907/177931.html>
- Wu, C. (2017). *A research on the use of Chinese style in fashion: With a focus on men's fashion*. Unpublished master's thesis, Keimyung University, Daegu, Korea.
- Xiaobo Wu Channel. (2018, January 19). New middle class male consumption report. Retrieved October 1, 2020, from <https://wenku.baidu.com/view/c3c1aa506ad97f192279168884868762cbaebb45.html>
- Xie, S. S. (2020). *A study on new China style in contemporary fashion*. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Xinhua Daily. (2016, March 8). By "belt and road" to promotes Chinese brands to go global. Retrieved January 23, 2021, from <https://world.huanqiu.com/article/9CaKrnJUnDw>
- Yang, Y. (2005). *Research on clothing in the early period of China's reform and opening up (1978~1990)*. Unpublished master's thesis, Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing, China.
- Yuan, Z., & Hu, Y. (2010). *百年衣裳* [100 years of Chinese culture read through clothes]. Beijing: Life. Reading. Xinzhì Sanlian Bookstore.
- Zaozhuang News. (2015, July 27). Xu Wenqiang. Retrieved March 25, 2021, from http://zaozhuang.dzwww.com/news/ty/201507/t20150727_12765556.htm?pc
- Zhang, X. J. (2010). *The evolution of modern Chinese people's understanding of western sports (1840—*

1937). Unpublished doctoral dissertation, Jilin University, Jilin, China.

Zhu, B. (2017, December 12). Is “his economy” really not as good as “her economy”? -Neglected male

consumption. *Southwest Securities Research Center*. Retrieved October 2, 2020, from https://www.ulapia.com/reports/strategy_research/beihushidena_nxingxiaofei-tajingji-zhendejiuburu-tajingji