

2023. 3. 29.(수) 조간용
 이 보도 자료는 2023년 3월 28일 오전 11:15부터 보도할 수 있습니다.



보도자료

담당부서 : 경제정책실 뷰티패션산업과

뷰티패션산업과	권 소 현	02-2133-8761
패션산업팀장	허 선 주	02-2133-8774
담 당 자 (통 합 홍 보)	송 서 현	02-2133-8773
담 당 자 (패 션 위 크)	선 민 주	02-2133-8789
담 당 자 (트 레 이 드 쇼)	박 의 연	02-2133-8780
관련 누리집	www.seoulfashionweek.org	

사진 없음 사진 있음 쪽수 : 6쪽

서울패션위크, 글로벌 큰손 바이어 서울찾아 1천건 수주상담...코로나 이후 최대

- 2023 춘계패션위크(3.15~19)에 온·오프라인 관람객 248만명...총 31회 패션쇼
- 서울패션위크 최초 '바이어가 주목한 다시 보고 싶은 패션쇼 TOP5' 선정
- '트레이드쇼', 해외바이어 초청 국가 다변화→해외수주상담 건수 전년대비 60% 증가
- 서울패션위크, 패션·뷰티·라이프스타일 등 산업간 협업, 융합 확대해 시너지 높일 것

- 서울시는 '2023 춘계 서울패션위크(3.15~3.19)'가 코로나 이후 최대 현장 관람객이 집결하며, 국내 최대 패션 축제로 성황리에 막을 내렸다고 밝혔다. 실내 마스크 해제 이후 진행된 첫 번째 현장 패션쇼이기도 했다.
- 역대 최대 규모의 해외 바이어가 서울을 찾아 전년대비 60%가 증가한 1,007건의 수주상담회의를 진행했고, 천만인플루언서 모델 엘튼(elton ilirjan) 등 전 세계 패션피플 3만 5천명이 패션쇼 현장을 찾았다. 온라인 동시 생중계를 통해 패션쇼를 관람한 인구가 245만 명에 달했다. 올해 처음 도입한 "바이어가 주목한 다시 보고 싶은 패션쇼 TOP5"에는 얼

킨(이성동), 비엘알블러(권봉석), 비온드클로젯(고태용), 석운운(윤석운), 아조바이아조(김세형)가 선정되었다.

- DDP 아트홀 1·2관에서 펼쳐진 패션쇼 관람객은 1만8천명으로 전년 대비 30% 증가하였으며, 어울림광장 시민참여부스 등 현장관람객은 1만 7천명으로 전년 대비 150% 증가하는 등 코로나 이후 최대 현장관람객이 모여 명실상부한 국내 최대 패션 축제임을 입증했다.
 - 현장 패션쇼에 참석하지 못한 일반시민 누구나 관람할 수 있도록, 유튜브, 인스타그램 등 서울패션위크 공식 SNS 채널을 통해 동시 송출된 브랜드별 패션쇼 영상의 온라인 조회수도 245만뷰를 달성하는 등 온라인에서도 많은 관심을 받았다.
- 2023 F/W 서울패션위크에서는 23개의 국내 최정상 디자이너 브랜드와 7개의 신진 디자이너 브랜드, 그리고 1개의 기업쇼 등 총 31회의 패션쇼 무대가 펼쳐졌다. 아티스트 퍼포먼스 및 영상, 음악의 활용으로 다양한 형태의 무대를 연출하며 눈과 귀가 즐거운 패션 축제의 장을 완성해 보였다.
- DDP 아트홀 1관은 22년 만에 첫 원형 무대 디자인으로 연출해 관객들에게 한층 생동감 넘치는 무대 경험을 선사했으며, 아트홀 2관은 T자형 무대에 대형 LED를 설치해 다채로운 쇼 연출을 가능케 했다.
 - 안전불감증을 주제로 한 컬렉션을 선보인 ‘얼킨’은 런웨이 무대에 아티스트 지올팍의 라이브를 연출, 사회적 이슈에 대한 날카로운 비판을 던지고자 하는 브랜드의 메시지를 완성도 높게 보여주었다.
 - ‘미스지컬렉션’에서는 가수 정훈희가 등장해 영화 ‘헤어질 결심’의 OST로 사용되었던 명곡 안개를 열창, 모델들의 피날레 워킹에 감동과 여운을 더했다. 미스지 컬렉션의 완성도 높은 패션쇼 연출은 온라인에서도

뜨거운 관심을 받아 유튜브 영상조회수 8만회를 달성하는 등 큰 관심을 모았다.

□ 올해부터 K패션의 새로운 브랜드 가치를 창출하고, 우수 브랜드가 서울 패션위크에 지속적으로 참여할 수 있는 기회를 제공하기 위해 ‘바이어가 주목한 다시 보고 싶은 패션쇼 TOP5’가 도입되었다.

○ ‘베스트 브랜드 선정을 위한 평가단’은 미국, 유럽, 아시아를 대표하는 8개국 빅바이어와 2개국 해외프레스가 참여했으며, 이번 시즌 컬렉션의 패션쇼 연출력, 컬렉션 완성도를 평가하였다.

○ 2023 F/W 서울패션위크에 참여한 서울컬렉션(중진), 제너레이션넥스트(신진) 브랜드 중 ‘베스트 브랜드 선정을 위한 평가단’이 브랜드의 연출력, 컬렉션의 완성도 등을 바탕으로 선호도 투표를 진행했다

□ 춘계 서울패션위크 TOP5에 선정된 브랜드는 얼킨(이성동), 비엘알블러(권봉석), 비온드클로젯(고태용), 석운윤(윤석운), 아조바이아조(김세형)이다. TOP5로 선정된 브랜드에게는 2023 추계 서울패션위크 참여를 위한 브랜드 심사 면제(프리패스)가 주어지며, 패션쇼 스케줄 선택권, 패션쇼 또는 해외 전시 참여 지원 등의 혜택이 제공된다.

○ 이성동 디자이너의 ‘얼킨’은 매우 현대적이며, 독창적이고 고급스러운 스트리트웨어로, 업사이클링과 상업적이면서 차별화된 브랜드 스토리가 인상깊다는 평가를 받았으며, 권봉석 디자이너의 ‘비엘알블러’는 흥미로운 소재와 직물을 활용한 젊고 현대적인 컬렉션으로 무대연출에서 호평을 받았다.

○ 고태용 디자이너의 ‘비온드클로젯’은 프레피스타일*로 국제적 감각을 가진

패션쇼였다는 평가를, 윤석운 디자이너의 ‘석운윤’은 현대적이면서 커머셜한 감성이 돋보인다는 평가를, 김세형 디자이너의 ‘아조바이아조’는 한국패션을 대표할 만한 새로운 실루엣을 선보였다는 평가를 받았다.

*프레피 스타일 : 미국 동부명문사립학교 학생들이 즐겨입는 스타일로, 캐주얼한 스쿨룩

- 서울패션위크 개최 기간 동안 DDP 디자인랩 디(D)-숲에서는 국내 최대 규모의 패션 수주 박람회 ‘트레이드쇼’가 진행되었다. 서울패션위크 패션쇼를 선보이는 브랜드를 포함해 총 67개의 국내 디자이너 브랜드가 참여했으며, 전 세계 23개국 130여 명의 해외 바이어들이 현장을 방문해 총 1,007건의 1:1 수주 상담 회의가 진행되었다. 수주 상담 금액은 약 352만 달러(46억 원)에 달한다.
 - 이번 시즌은 글로벌 패션 비즈니스의 장으로서 서울패션위크의 위상을 강화시키기 위한 노력의 일환으로 유럽 및 미주권의 주요 백화점, 편집숍 바이어 유치에 대폭 강화했다.
 - 세계적으로 저명한 브라운스패션(영국), 프랭탕(프랑스), 투웬티포세븐(이탈리아) 등의 바이어가 대거 참석했다. 더불어 현장 방문이 어려웠던 바이어 등을 대상으로 온라인 수주상담회도 병행했다.

- DDP 어울림 광장에서는 시민들이 직접 체험하고 즐길 수 있는 다양한 시민 참여형 프로그램도 5일간의 서울패션위크 기간 동안 진행되었다. 서울패션위크에 대한 소개 및 패션 트렌드를 공유하는 라이브방송부터, 기업 참여형부스(무신사, 메르세데스벤츠, 메트로시티, 캐치패션, 비커스) 운영 등 패션, 뷰티, 라이프스타일에 이르는 다채로운 볼거리와 참여형 이벤트가 진행되었다.

- 김태균 서울시 경제정책실장은 “서울패션위크가 패션, 뷰티, 라이프스타일 등 산업간 협업, 융합의 가능성을 확장해 시너지를 높이는 최대 패션축제로 자리잡았다.”며, “서울을 대표하는 글로벌 패션플랫폼이자, 우리 디자이너, 한국의 패션산업이 세계 시장으로 진출할 수 있도록 돕는 조력자가 되겠다.”고 말했다.

- 생동감 넘치는 현장의 분위기가 고스란히 담긴 2023 F/W 서울패션위크 런웨이 영상은 서울패션위크 공식 유튜브(https://www.youtube.com/@SFW_official)를 통해 다시 만나볼 수 있다.

붙임 : 2023 춘계 서울패션위크 현장 사진



서울패션위크 패션쇼 사진



서울패션위크 패션쇼 라이 컬렉션 사진



서울패션위크 패션쇼 미스지컬렉션 사진



서울패션위크 피날레 패션쇼 사진



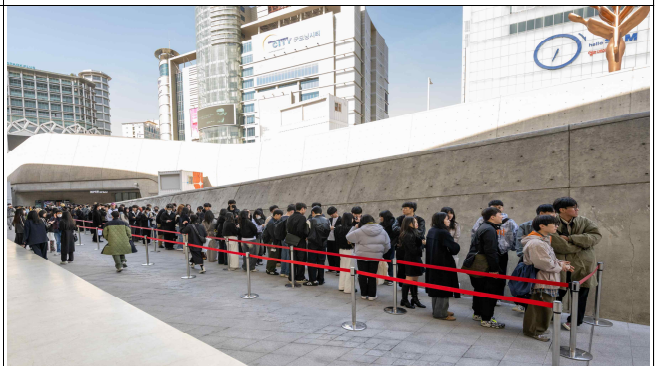
트레이드쇼 사진



트레이드쇼 사진



어울림광장 현장사진



아트홀 패션쇼 입장대기 현장사진