

중국, 첨단 발열 의류로 겨울 대비

2020-10-30 이시훈 중국 텐진무역관

- 의류산업의 새로운 트렌드로 자리 잡고 있는 발열 의류 -
- 신소재, 신기술 접목으로 고부가가치 의류시장 창출 기대 -

겨울철이 다가오면서 높은 보온력을 가진 발열 의류에 대한 중국 소비자의 관심이 증가하고 있다. 발열 의류란 기존의 오리털, 거위털 옷들처럼 몸의 열을 가둬 열 손실을 줄이는 단열성의 방식과 달리 섬유 자체에서 열을 내도록 설계된 옷들로 최근 주로 발열 내의, 발열 조끼, 발열 패딩 등 겨울철 대표 보온 의류들에 응용돼 출시되고 있다. 소비자의 인식 확대와 신소재 응용기술의 발전으로 중국의 발열 의류 시장이 앞으로 어떤 변화와 성장을 맞이할지 기대된다.

중국 발열 의류의 종류와 현황

발열 의류는 내의, 겹옷(아우터) 등 다양한 의류에 활용되고 있다. 그 중에서 일반 내복보다 얇고 활동성이 좋은 발열 내의가 대표적이라고 할 수 있다. 기존 내복의 경우 보온성이 올라갈수록 평균적으로 소재의 두께도 두꺼워져 활동성의 제약이 있었지만 발열 내의의 경우 발열 기능을 보유한 섬유소재를 활용해 가볍고도 보온의 효과는 매우 커서 좋은 평가를 받고 있다. 겨울철 기온의 하락과 열악한 난방 시스템 등 다양한 요인으로 인해 발열 내의에 대한 수요는 지속적으로 상승할 것으로 보인다.

발열 내의 제품



자료: MiiOW

이외에도 그래핀이라는 발열 소재를 이용한 스마트 충전식 발열 패션 아우터들도 꾸준히 시장에서 찾아 볼 수 있는 상품들이다. 그래핀은 현재 세계에서 주목 받고 있는 신소재 중 하나로 얇고 가벼우면서 내구성이 좋고 높은 열 전도율로 가볍고 빠르게 따뜻함을 느낄 수 있으며, 탄성도 뛰어나 늘리거나 구부려도 전기적 성질을 잃지 않아 세탁에도 용이하다. 중국 내 자체 개발된 그래핀 발열 필름 기술을 바탕으로 현재 패딩과 패딩 조끼 등 여러 아우터에 접목돼 적용·판매되고 있다.

발열 패딩제품 조작방법



자료: 저우모어 온라인몰

그래핀 아우터는 기존 아우터에 그래핀 발열체를 넣어 보조 배터리로 연결해 전원을 누르면 10초에서 20초내에 따뜻해지는 방식으로 설계돼 있다. 또한 그래핀 발열막은 인체에서 방출되는 원적외파와 구조가 비슷해 조직세포 활성화를 전신 혈액순환 촉진, 신진대사 강화, 면역기능 향상 등의 의료 보건기능이 있는 것으로 알려져 있다. 온도는 제품들마다 다르나 대부분의 경우 저온, 중온, 고온 세단계로 온도 조절을 할 수 있으며 제품에 따라서 발열부위를 부분적으로 조정할 수도 있다. 무엇보다 활동성이 좋고 간편하게 입을 수 있어 일상생활, 근무, 겨울 레저 스포츠용 등 다양한 형태에서 활용이 가능해 회사원 및 중·장년층 소비자에게 인기를 얻고 있다.

베이징 동계올림픽 굿즈로 소개된 그래핀 패딩



자료: 베이징 동계올림픽위원회

지난 10월 3일에는 2022년 베이징 동계 올림픽 개막 500일을 앞두고 국경절을 모티브로 한 패딩, 배지, 악세서리 등 여러 기획상품들이 선보였다. 이 중 그래핀 스마트 온도 제어 가열 패딩이 처음으로 기획상품으로 선정돼 발열의류의 성장세를 상징적으로 보여주었다. 이 패딩은 후면에 부드러운 그래핀 적외선 복사 가열판을 부착해 보조배터리를 충전하면 가열되는 방식으로 제작됐으며 90% 구스다운을 적용해 가볍고 따뜻한 착용감을 주도록 디자인됐다. 추가적으로 베이징 동계올림픽 패딩조끼 상품도 시장에 출시될 예정으로 현지 국제행사과 연계한 발열 의류 홍보 및 마케팅도 활발하게 진행되는 것을 볼 수 있다.

기업 동향 및 주요 브랜드

현재 중국 내 완전한 발열 신소재 기술을 보유한 기업의 수는 많지 않은 것으로 알려져 있다. 특히 발열 내의 경우 판매자들은 '발열' 라는 단어와 '보온'이라는 단어를 혼재해 사용하는 경우가 많으며 타오바오 기준으로 인기 검색어, 추천 제


폼 클릭률, 온라인 상품 수 등을 고려했을 때 종합적으로 ‘발열’이 들어간 의류 제품 및 브랜드 수가 많지 않아 관련 시장은 아직까지는 성장 초기단계로 볼 수 있다.

발열 의류를 생산하기 위해서는 관련 기술을 보유한 기술기업과 기존 의류업계와의 협력이 핵심인데, 자체적인 기술을 보유한 대형 브랜드도 있지만 대부분의 기업은 신소재 관련 기술기업과 협력을 통해 발열 의류를 생산하고 출시한다. 예로, 베이징 창신아이상가 기술회사(北京创新爱尚家科技股份有限公司)는 그래핀 소재 기술과 관련된 독자적인 지적재산권, 핵심기술, 특허를 보유하고 있는 회사로 자체 브랜드인 AIKA를 설립해 자체 스마트웨어 제품을 생산하는 한편 100여 개에 달하는 의류 브랜드와의 협력을 통해 그래핀 기술이 적용된 발열 의류를 생산하고 있다.

이 밖에도 최근 몇 년 동안 중국 의류 회사들은 각종 과학기술 합작 루트를 적극적으로 개척해 특허기술을 획득하는데 주력하고 있는 것으로 보인다. 이 과정에 선진 기술을 보유한 해외 브랜드와의 합작도 눈에 띈다. 중국 브랜드인 MiiOW에서 판매되는 발열 내의는 총 세 나라에서 기술을 도입해 출시한 제품으로 독일 Dralon에서 발열섬유, 미국 SILVADUR에서 항균기술, 영국 COATS에서 자수기술을 들여왔다. 특히 신소재, 신가공기술 및 인재, 기술 등과의 긴밀한 협력을 서둘러 진행하고 있으며 브랜드 인지도와 판매 채널 강화, 실력 있는 판매팀과의 협업을 통해 시장 점유율을 점차 넓혀가고 있다.

발열 의류 주요 브랜드

브랜드명	브랜드 설명	대표제품 및 가격
 플렉스웜(Feileyin)	- 플렉스웜은 광동천물신소재과학기술유한공사 산하 생활소비재 브랜드로 전통 전기제품보다 안전하고 효율적이며 쾌적한 온도 조절이 가능한 제품을 선보임. - 정밀 온도 제어분야의 핵심 독자 특허기술을 획득했으며 스마트 의류, 헬스케어, 스포츠케어, 스마트가전 등 다양한 제품 판매 - 여러 제품들이 징둥, 킥스타터에서 밀리언셀러 달성	 발열패딩: 998위안
 아오더치(Odag)	- 아오더치는 지아전기유한공사 산하 브랜드로 전자 체중계, 전자주방저울, 각종 안마기 등이 주류 상품이지만 최근 3년간 충전식 발열 양말, 발열 속옷 등 스마트 의류 산업에 뛰어들기 시작 - 독일 기술을 보유한 일류 연구개발팀을 운영하고 있으며 모든 제품은 자체 지적재산권을 보유하고 있음 - 주로 티몰과 같은 다양한 인터넷 채널을 통해 판매	 발열조끼: 258위안
 캉커(Kangke)	- 캉커는 2010년 설립된 푸안(福安)시 중카이전자(中凱) 소속의 중국 브랜드 - 충전식 발열 허리 보호대, 관절용 전기 쑥뜸기, 자세 교정기 등의 헬스케어 제품의 전문 생산 가공회사이며 최근 발열 조끼와 같은 발열 기능성 의복을 출시함	 발열조끼: 338위안
 성천홍 (Shengtianhong)	- 성천홍은 스마트 발열 내의, 스마트 발열 코트, 스마트 앱 브라, 스마트 헬스케어 등 스마트 웨어 라인업을 성공적으로 출시, 품질과 안전을 입증 - 제품이 꾸준히 히트하면서 스타들이 자발적으로 웨이보를 통해 제품 홍보 중 - 중국석유, 중국석화, 남방전력망, 대경유전, 중국무경 등을 포함해 여러 공기업에서 맞춤 제작 발주에 성공함 - 전통적인 판매채널보다 온라인 마케팅(위챗, 타오바오, 웨이보 등)으로 새로운 유통 구조를 통해 판매량이 늘고 있음	 발열조끼: 399위안
 스마트 발열복	- 저우모어는 스마트 발열복 전문 브랜드로, 상품의 종류는 많지 않지만 전문성을 보유하고 있어 소비자들의 신뢰를 얻고 있음	

<p>저우모어(Zhoumo)</p>	<p>- 스마트 발열 패딩, 조끼 이외에도 스마트 냉방복 또한 주력상품임</p>	 <p>발열패딩: 308위안</p>
---------------------	--	---

자료: 징둥, 타오바오 등 KOTRA 텐진무역관 정리

발열의류 유통 및 소비 형태

현재 중국의 스마트 발열의류 유통채널은 크게 온,오프라인으로 나뉘지만 충전식 발열 제품은 대체로 온라인에서 구매할 수 있다. 대부분의 기업이 징둥, 티엔마오 상의 온라인 플래그십 스토어를 통해 제품을 판매하고 있으며, 일부 기업들은 온라인 상점의 데이터베이스를 기반으로 오프라인 상점에 상품을 디스플레이하고, 직접 체험을 제공하며 소비자들의 관심을 유도하고 있다. 또한 빅데이터를 기반으로 위챗을 통해 특정 소비자들을 대상으로 할인 쿠폰이나 행사 안내를 알리기도 하는 적극적인 마케팅을 선보이며 스마트 의류 소비층 확대에 박차를 가하고 있다.

‘중국 의류업계 분석보고서《中国可穿戴设备行业分析报告》’에 따르면 신소재 등 스마트 의류는 2년 전만 해도 출하량이 전무했지만, 올해 출하량은 2,600만 건으로 앞으로 대중화에 점점 더 가까워질 전망이다. 특히 그래핀 아우터의 경우 가격은 중국 로컬 브랜드 기준으로 평균 200~300위안대와 500~600위안대에 분포, 가격부담이 크지 않다는 점도 시장확대에 장점으로 작용하고 있다.

상당수의 의류 브랜드와 헬스케어브랜드들에서 중장년층을 타겟팅한 디자인과 기능이 출시되고 있어 아직까지 발열 의류라고 하면 중-장년층에게 필요한 제품이라는 인식이 있다. 또한 발열 의류의 대부분은 온라인에서 판매하고 있는데, 젊은 소비자들이 직접 사용하기 보다는 중-장년층을 위한 선물용으로 구매하는 경우가 많은 상황이다. 하지만 젊은 소비자들 또한 잠재 고객들로 앞으로의 산업 발전과 마케팅 방향에 따라 주요 구매층으로 부상할 가능성이 매우 높다.

기술적 한계점과 유의사항

의류업계의 신홍 트렌드로 자리잡은 발열의류가 완벽한 시장화를 이루기까지는 많은 한계점을 극복해야 한다. 업계 관계자에 따르면, 현재 중국 시판용 발열 내의는 업계에서 특허기술로 분류돼 전문 연구소를 설립해 전문적으로 개발하는 업체들도 존재하는 반면 발열 내의라는 이름을 사용하지만 실제로는 발열섬유를 쓰지 않아 발열 기능이 거의 없는 제품도 있는 것으로 확인되고 있다. 즉, 안전과 기술 기준에 부합하지 않는 일반 보온 내의도 '발열'이라는 용어를 활용해 시장에 판매가 가능해 소비자에게 혼동을 주고 있는 것이다.

실제로 2018년 상하이 품질 감독국에서는 20개의 흡습 발열기능 니트웨어 제품의 품질측정을 진행했는데, 그 결과 총 13종 샘플의 흡습 발열 온도 상승률이 발열 품질 기준에 도달하지 못하는 등 기능이 미비한 상태였다. 발열 내의 착용 후 30분 동안 3도 이상의 온도 상승이 있어야 흡습 발열 내의로서의 기준을 통과하는 셈인데 65%에 달하는 발열 내의가 동 기준을 통과하지 못한 것이다. 아직은 상업화 초기 단계이며 기술에 대한 전반적 인지도가 높지 않은 데 기인한 것으로 보이며 이에 따라 소비자들은 시중에서 판매되는 제품의 실제 “발열” 기능 유무를 잘 확인해야 할 것이다.

또한 그래핀 발열 의류의 경우 오랜 연구개발 및 투자가 기반이 돼야 하고 관련 기술과 특허를 보유한 회사와의 협력이 필요한 것도 제품이 시장에 본격적으로 유통되는데 까지 일정 시간이 소요되는 이유 중 하나다. 신소재 개발에서부터 양산화, 대량생산까지 여러 과정을 거쳐야 하며 그 과정에서 안전성과 기능성 등 다양한 요구사항에 충족해야 한다. 이러한 상황에서 베이징 동계 올림픽 특허상품 선정 등 전 세계적 관심은 관련 산업의 연구개발과 양산 속도를 앞당기는 좋은 계기가 될 것으로 보여 긍정적인 변화가 기대된다.

전망 및 시사점

발열 의류에 대한 중국 사람들의 수요는 계속해서 증가할 것으로 보인다. 특히 추운 중국 동북지역, 난방시스템이 잘 구축되지 않은 남방 지역이나 겨울철 야외 스포츠를 위한 방한복, 야외 작업복이 필요한 업종을 중심으로 빠르게 성장할 수 있는 잠재력을 보유하고 있다. 또한 현재 주요 소비층인 중·장년층에서 20, 30대의 젊은 소비자를 타겟할 수 있는 패션 요소가 강화된다면 수요는 더욱 확대될 것으로 기대된다. 한 관계자는 “신기술과 의류산업의 결합은 높은 부가가치를 창출할 것으로 기대되며 발열의류도 그러한 분야 중에 하나라고 할 수 있다. 앞으로 중국 소비자의 미적 감각과 편안함, 인체 유익함 등 부가적인 사항을 고려해 제품 개발을 추진해야 할 것이다.”라고 강조했다.

발열의류 시장이 온전히 정착되기 위해서는 기술적 완성도, 안전성, 소비자 인식 변화 등 일정 시간이 소요될 것으로 보인다. 우리 관련 기업들은 현지 트렌드 분석과 관련 수입 규제 파악 등 확실한 사전 시장 조사와 함께 기술적으로는 지속적인 연구개발을 통해 보다 우세한 기능성과 안전성을 보유한 제품 개발을 병행해야 할 것으로 보인다.

특히 기술 보유 기업과 기존 의류 브랜드와의 협업, 자체 기술 개발 제품 출시 등 추세에 맞춰 우리 기업 또한 다양한 형태의 시장 진출기회를 모색해야 할 것이다. 원천, 독자 기술을 보유한 기업이라면 현지 로컬 패션 브랜드 혹은 기존 진출한 우리 패션기업들과의 협력 가능성도 기대해 볼 수 있을 것이다. 동계 올림픽이라는 대형 이벤트를 통한 시장 확대, 고기능 프리미엄 의류 제조 기술 발달 등으로 고속 성장 잠재력을 보유하고 있는 중국 발열의류 시장에 우리 기업들의 관심이 필요한 시점이다.

자료: 중국 의류 업계 분석 보고서, 신량재경(新浪财经), 중국기업가일보(中国企业家日报), 텐센트망, 베이징 동계올림픽 위원회, 징둥, 타오바오 및 KOTRA 텐진무역관 의견 종합

< 저작권자 © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 >



KOTRA의 저작물인 (중국, 첨단 발열 의류로 겨울 대비)의 경우 '공공누리 제4 유형: 출처표시+상업적 이용금지+변경금지' 조건에 따라 이용할 수 있습니다. 다만, 사진, 이미지의 경우 제3자에게 저작권이 있으므로 사용할 수 없습니다.