

상해 패션 위크 중국 신진 패션 디자이너의 “중국풍”

윤미나 · 하지수[†]

서울대학교 의류학과/서울대학교 생활과학연구소

The “Chinese Style” of Chinese New Generation Fashion Designers in Shanghai Fashion Week

Meina Yin and Jisoo Ha[†]

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University/
The Research Institute of College of Human Ecology, Seoul National University; Seoul, Korea

Abstract: This research analyzed the Chinese style design embodied in the collections of the new generation of fashion designers shown during the Shanghai Fashion Week to improve the understanding of Chinese style and the modernization of Chinese design. The research questions were 1) studying the development of the Chinese fashion industry chronologically and investing young designers' current situation, 2) investigating young designers' awareness of Chinese style and analyzing Chinese style design in collections. A literature and case study were conducted as the research method. The literature study focused on the books about the Chinese fashion industry and history, newspaper, articles, and so on. The case study was conducted among 63 Chinese style collections in 2016-2020 SFW by investigating fashion magazine reviews, articles, and so on. The findings are as follows: 1) Young Chinese fashion designers' awareness of Chinese style has three characteristics; the nonmaterial tendency from decreasing stereotyped images, combination of traditional culture and local youth culture, and commercialization with trends. 2) Chinese elements, including natural, character, and cultural elements were predominantly used in the concept, pattern, and shape. Nonmaterial characteristics were identified in concept, cultural combination characteristics in concept, shape, color, material, and pattern, and trend commercialization in shape, color, and pattern. In conclusion, Chinese young fashion designers had strong national consciousness and new awareness of Chinese style fashion in decreasing the stereotyped images of China. Thus, they used more varied expressions. Meanwhile, they faced difficulties in expressing nonmaterial Chinese elements by balancing them with Chinese style and globalization.

Key words: Chinese style (중국풍), young fashion designer (신진 디자이너), Shanghai Fashion Week (상해 패션위크), Chinese element (중국적 요소), Chinese fashion (중국 패션)

1. 서 론

유로모니터 인터내셔널(Euromonitor International)에 따르면 2019년 중국 의류 시장 규모는 3,000억 달러를 넘어 세계 1위를 기록했으며 2022년은 3,255억 7,200만 달러까지 증가할 전망이다이라고 하였다(“Succeed in”, 2019). McKinsey & Company (2019)는 중국이 세계 패션 시장으로 떠오를 것으로 전망하면서 중국 섬유 의류 산업에 이어 가장 큰 규모로 확대되고 있다고 하였다. 중국 패션 시장의 확대는 중국의 2차 제조산업과

3차 산업의 발전에 따른 GDP 산업구조의 변화와 정부의 의류 산업 진흥 정책 및 중국인들의 패션에 대한 지속적인 투자와 소비로 가능하였으며 2000년대에 들어서서 개성을 추구하는 다양한 브랜드와 디자이너들의 활동이 더욱 주목받고 있다. 글로벌 명품 브랜드, 스포츠 웨어 브랜드, 패스트패션 브랜드는 물론 중국 브랜드와 신진 디자이너들이 크게 주목을 받고 있는바 이들은 중국의 5,000여년간의 역사 문화를 기반으로 해외 브랜드들을 맹목적으로 모방하지 않고 ‘중국적 디자인’을 차별화하여 표현하며 국내의 브랜드 경쟁력을 강화하고 있다.

중국 국내 여러 도시와 지역을 거점으로 매해 개최되는 20여 개의 패션위크 중 상해 패션위크는 현재 전세계 30여개 국가의 830여명의 디자이너와 810여개의 브랜드들이 참여하고 세계 각국 유명 편집샵들과 바이어들이 주목하는 패션위크로 거듭나고 있다(Oriental International Group, 2018). 2004년 장 폴 고티에(Jean-Paul Gaultier), 칼 라거펠트(Karl Lagerfeld)부터 2020년 루이비통(Louis Vuitton)까지 글로벌 럭셔리 브랜드들이 상해에

[†]Corresponding author; Jisoo Ha

Tel. +82-2-880-1453

E-mail: jisooaha@snu.ac.kr

© 2021 Fashion and Textile Research Journal (FTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

서 패션쇼를 개최하면서 중국 패션위크의 글로벌 위상과 규모가 더욱 확대되었다. 동시에 상해 패션위크에서 차지하는 중국 디자이너의 비율은 70%에 달하며 그 중 300여명의 신진 디자이너들의 글로벌 시장 진출을 지원하여 'LVMH 프라이즈(LVMH Prize)', '인터내셔널 울마크 프라이즈(International Woolmark Prize)' 등 글로벌 패션 어워드에서 두각을 나타냈다(Yang, 2019). 중국 패션 디자이너 협회 회장(Zhang Qinghui)은 신진 디자이너 육성은 중국 패션위크의 불가변적인 중심 사업이라고 밝혔는바(Zhu, 2019), 대규모 투자와 글로벌 브랜드 유치로 패션 산업 활성화를 도모하는 동시에, 자국 브랜드와 신진 디자이너 육성에 대한 미래 지향적인 투자를 진행하고 있다.

2016년 상해 패션위크 조직위원회는 신진 디자이너들의 효과적인 육성과 발전을 위해 '라벨후드(LABELHOOD)'를 개최하여 중국 국내 최초의 패션쇼, 아트전시, 쇼룸, 팝업스토어가 결합된 신진 디자이너 패션위크의 시작을 알렸다. 이후 매 시즌 20여명의 신진 디자이너들이 뉴 제너레이션의 차별화된 중국 디자인을 라벨후드를 통해 선보이면서, 상해 패션위크 패션쇼 및 MODE 상해패션 무역박람회의 선두적인 디자인 파워의 형성에 기여하고 있다.

중국내 패션위크의 강화된 경쟁력과 다각적인 발전과 더불어 중국인들의 높아지는 국가적 자신감은 20세기 서양의 패션 문화와 상품에 대한 큰 동경심과 추종으로부터 현재 자국의 문화적 요소와 'Made in China'에 대한 자긍심으로 변화되었다. 그 대표적인 예로는 현재 중국 패션시장을 오랫동안 강타하고 있는 '국조(国潮)'로 설명할 수 있다. 중국풍, 국조 디자인의 주요 소비 고객층은 트렌드에 민감한 1990년대에 출생한 소비자로서, CBNDData에 의하면 2018년 이들의 국내 디자이너 브랜드 온라인 소비 기여도는 65%에 달한다(Huang, 2019). 젊은 소비자들은 해외 브랜드에 대한 맹목적 추구가 없고 패션에 대해 확고하고 독창적인 판단력을 가지고 있으며 중국 본토 문화와 패션 트렌드의 결합에 대해 긍정적이고 중국풍 제품을 소비하고 보여주는 것이 일종의 새로운 문화로 자리잡았다. 또한 중국 본토 브랜드들이 4대 패션위크에 활발하게 등장하면서 중국 디자인이 중국적 문화 요소에 대한 해석과 전달만이 아닌 세계 다원화된 문화의 기초에서 포용과 흡수를 결합하여 무단히 융합하고 혁신하는 것이라는 것을 보여준다(Zhao, 2020). 이에 많은 신진 디자이너들이 자국 문화 자긍심을 기반으로 중국 문화요소에 대한 새로운 해석과 트렌디하고 참신한 중국풍 디자인을 전개하여 브랜드의 아이덴티티와 경쟁력을 강화하고자 힘쓰고 있다. 중국 패션위크에 대한 선행연구로 초기 중국 패션위크의 10년의 역사와 발전에 대하여 고찰한 연구(Yue et al., 2006), 패션위크에 나타난 중국 신진 패션 디자이너 작품의 하이브리드 특성에 대한 연구(Bin & Yum, 2020), 상해 패션위크의 중국 신진 디자이너들의 국가 정체성에 대한 연구(Son, 2018) 등이 있다. 해외 컬렉션에 나타난 중국풍과 중국 패션에 대한 연구는 활발하게 이루어지고 있는 반면, 중국 패션위크에 나타난 중국 디자이너 패션에 대한 연구, 그 중에서도 중국 신

진 디자이너에 대한 연구는 부족한 실정이다.

본 연구의 목적은 상해 패션위크 신진 디자이너 컬렉션에서 표현되는 중국풍을 분석함으로써 이에 대한 이해를 높이는 것이며, 이를 통해 중국 문화 현대화를 위해 중국적 요소 활용의 스펙트럼을 넓히고 나아가 해외의 중국 디자인에 대한 인식을 제고하며 중국 디자이너들의 글로벌 영향력을 강화하는 것이다. 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 중국 패션 산업과 패션위크를 사적으로 고찰하고 신진 디자이너들의 활동 현황을 고찰한다. 둘째, 신진 디자이너들의 중국풍에 대한 인식을 고찰하고, 중국 신진 패션 디자이너들의 중국풍 전개 방식을 분석한다. 연구 방법으로는 문헌 연구와 사례 연구를 병행하였다. 연구 문제 1은 중국 복식사, 패션 산업사 등 서적 및 국내 외 논문 학술 자료, 상해 패션위크 공식 홈페이지와 위챗(Wechat), 웨이보(Weibo) 공식 계정 발표 자료, 신문 기사 등을 중심으로 진행되었으며, 연구 문제 2의 사례 연구는 신진 디자이너들이 중국풍에 대한 인터뷰, 기사, 패션 위크 공식 홈페이지, 브랜드 홈페이지, 블로그, 중국 패션위크 홈페이지 등의 정보를 분석하였으며 우먼스 웨어 데일리, 비즈니스 오브 패션, 중국 패션위크, 아이디, 블로그, 엘르, 바자. 누메로, 지큐 등 패션정보지, 상해 패션위크, 저널리스트 등 매체의 리뷰 기사, 인터뷰 기사 등을 중심으로 분석하였다. 사례는 2016년부터 2020년까지 매 시즌 상해 패션위크 컬렉션 중 메인 신탠디(XINTIANDI) 컬렉션의 576개 쇼 중 33개, 라벨후드 컬렉션의 215개 쇼 중 30개의 중국적 요소를 활용한 신진 디자이너 컬렉션을 선별하였다. 중국풍 전개방식의 도출 방법으로는 디자이너들의 컬렉션 컨셉, 디자인 발상, 복식의 조형적 요소인 형태, 색채, 소재, 문양에서 표현된 중국적 요소들을 고찰하였다.

2. 중국풍 개념에 대한 이론적 고찰

중국풍은 유럽인들의 시각에서 출발한 '중국에서 영감을 받은 모든 유럽 스타일을 뜻하는 시누아즈리'(Chinoiserie, 중국 취미)와 넓은 의미로 '중국 문화에 바탕을 두고 중국 문화의 요소를 표현 하는 예술 형식'(Zhu & Ha, 2016)으로 칭하는 개념이 있다. 그 중 시누아즈리 양식은 중세시대의 실크로드를 통해 서양에 처음 알려졌고(Zhu & Ha, 2016), 17, 18세기 유럽 상류사회와 귀족을 중심으로 가구, 건축의 실내장식, 정원 등 다양하게 활용되면서 최고조에 도달하였다(Ma & Choi, 2020). 따라서 시누아즈리 양식은 중국에서 영감을 받은 유럽 스타일로 바로크와 로코코 풍에 종속되는 예술형식이이며, 넓은 의미에서의 중국풍과 달리 시누아즈리는 동양과 유럽스타일이 혼합된 하나의 새로운 예술형식인 것이다(Jiang & Park, 2019).

한편 중국풍을 '중국 스타일(Chinese Style)'이라는 넓은 의미로서 중국요소를 표현형식으로 하고 중국문화를 기반으로 한 세계 경제발전경향에 알맞는 독특한 매력과 성향을 지닌 예술형식으로 칭하는 개념이 있다(Zhu & Ha, 2016). 이는 과거 유럽 국가들을 중심으로 유행한 시누아즈리 양식의 개념보다

주체적인 시각으로 광범위한 중국 문화 요소들을 포괄한다.

따라서 본 연구의 연구대상과 연구목적에 기초하여 중국풍의 개념을 넓은 의미의 중국 스타일로 정의하고자 한다.

3. 중국 패션위크의 발전과 변화

중국 패션 산업, 패션위크의 역사와 신진 디자이너들의 양상을 살펴봄에 있어 국내 경제와 패션 산업이 본격적으로 활성화되기 시작한 1978년 중국 개혁개방을 기점으로 현재까지 총 3개 단계로 분류할 수 있다. 첫번째 단계는 개혁개방 초기 10년의 패션 산업의 초기 시스템 형성 단계이며, 두번째 단계는 중국 패션위크들이 형성되기 시작한 1990년대 부터 해외로의 초기 진출 단계인 2000년대 초반이며, 마지막으로 상해 패션위크의 다각적인 발전과 성장 및 신진 디자이너들의 눈에 띄는 활약을 이룩한 2010년부터 2020년이다.

3.1. 중국 개혁개방 초기: 1979~1989년

중국 정부의 개혁개방 정책이 1978년부터 실행됨에 따라 경제 개혁은 문화 대혁명 시기 봉쇄, 침체되어 있던 대중매체의 진흥을 가능하게 하였다. 이는 중국인들의 의복에 대한 관심과 젊은 층을 중심으로 하는 뉴 패션의 전파를 촉진하였다(Wu, 2009). 중국 정부에서도 패션 산업 진흥 정책을 내세워 패션 산업을 선두 산업으로 꼽았으며(Guo, 2019), 당시 확대된 국내 시장 수요와 더불어 해외의 선진적인 패션 문화를 학습하기 위해 정부의 해외무역 부문에서는 잠재된 아시아 최대 패션 시장에 주목하고 있던 프랑스 럭셔리 패션 디자이너 피에르 가르맹(Pierre Cardin)을 초청하여 1979년 북경민족문화궁(Cultural Palace of Nationalities)에서 최초의 해외 브랜드 패션쇼를 선보였다(Ferrero-Regis & Lindgren, 2012). 피에르 가르맹의 쇼는 오랜 기간동안 통일화된 무채색 제복 착용이 보편화되어 있던 중국인들의 의복에 대한 관념을 패션이라는 개념으로 변화시키는 중요한 계기가 되었으며(Wang, 2014), 유럽의 패션쇼 형식을 국내에 처음으로 도입하면서 서양의 패션 이념을 중국 대중들에게 전파하기 시작하였다.

1980년대 국가의 방직업, 의류업에 대한 여러 정책, 홍콩 자본가들의 투자, 방직 기술의 발전과 더불어 국내 내수 시장이 활성화되고 수출이 확대됨에 따라 의류업 인재, 특히 고급 전문 인재에 대한 수요가 증가하였다(Ju & Liang, 2009). 이에 1970년대 말 그리고 1980년대에 동부를 중심으로 현 칭화대학 미술학원(The Academy of Arts and Design at Tsinghua University), 북경복장학원(The Beijing Institute of Fashion Technology), 동화대학(Donghua University) 등 30여개의 대학에서 패션 디자인 전공을 설립하면서 국내 자체적인 디자인 능력과 패션 교육 시스템을 형성하였으며 1990년대와 2000년대 활약한 대부분의 국내 패션 디자이너들이 당시 국내 패션 교육을 통해 양성되었다(Wu, 2009). 동시에 1980년대 개혁개방과 ‘유학을 지지하고, 귀국을 격려하는’ 유학 기본정책 하에 활성화

된 국가의 장학 프로그램에 힘 입어 유럽과 미국으로의 유학도 성행하였는데 1978년부터 1998년까지의 해외 유학생은 32만명에 달한다(Dong, 2001). 그 중 패션 분야의 대표적인 디자이너로는 한펑(Han Feng), 비비안 탐(Vivienne Tam) 등이 있다(Ferrero-Regis & Lindgren, 2012).

3.2. 중국 패션위크의 시작: 1990~2000년대 초

1991년 중국패션협회(China National Garment Association, CNGA)와 1993년 중국 패션 디자이너 협회(China Fashion Association, CFA)가 설립됨에 따라 중국내 패션 기업들과 디자이너들의 보다 체계적이고 효과적인 성장을 위한 조직적 활동이 활성화되었다(Wang, 2014). 중국 패션 디자이너 협회는 1995년 중국 10대 디자이너 어워즈와 1997년 국내 최고 권위의 상인 ‘금정상(The Golden Peak Awards)’을 설립하고 프랑스, 일본, 한국 등 각국 디자이너 협회와 파트너십을 형성하면서 중국 디자이너의 발전을 위해 힘 썼다(Wu, 2009). 1997년 북경에서 제 1회 ‘중국 국제 패션위크’는 중국방직공업협회(China National Textile and Apparel Council, CNTAC)와 중국패션협회의 주관하에 122명의 디자이너들이 참여하였고, 이후 2003년에 이르러 매 해 2번, SS시즌과 FW시즌으로 진행되면서 현재의 패션쇼 시스템을 형성하였다(Yue et al., 2006). 디자이너 우웨이카이(Wu Xuekai), 팡잉(Fang Ying), 왕홍옌(Wang Hongyan), 구이(Gu Yi), 량즈(Liang Zi), 루징(Luo Zheng)이 중국을 대표하여 파리 패션위크에 참가하면서, 국내 디자이너들의 해외 4대 패션위크 진출도 추진되었다. 2003년과 2004년에 중국과 프랑스 정부가 공동 개최한 중국-프랑스 문화의 해(Les Années Chine-France)에는 디자이너 지원보(Ji Wenbo)가 파리에서 ‘동방신운-중국매력(东方神韵·中国魅力)’ 컬렉션을 선보였다(Wang, 2014). 2000년대 초 글로벌 패션에서 중국적 요소에 대한 관심도 증가되었는데 2001년 상해 APEC 정상회담에서 20명의 각국 지도자들이 중국식 대금 탕왕(中式对襟唐装)을 착용하여 중국 전통 복식을 전세계에 널리 알렸으며 이는 한편으로 중국인들의 민족 의식과 민족 자긍심을 강화하였다(Zhao, 2009).

중국 패션위크를 필두로 상해, 광둥 등에서도 패션위크를 개최하면서 현재 중국의 대표적인 패션위크로 자리잡았다. 그 중 상해는 서양의 영향을 받아 패션 산업이 빠르게 활성화되었는데(Tsui, 2010), 역사적으로 근 1세기동안 영국 식민지의 조계(租界, 청나라 시기 외국인이 거주한 조차지)로 사용되면서 서양 패션 문화에 장기적으로 노출되어 있었고 건국 이후에도 상해인들은 서양 패션과 라이프 스타일에 익숙하고 수용력이 높으며 새로운 패션 스타일에 민감하여 중국내 패션을 리드하였다. 푸둥 지역의 자유무역이 활성화되면서 상해는 급속적인 세계화 양상을 보였으며 2000년 상해 국제 패션 센터(Shanghai International Fashion Center)의 설립과 함께 현재 패션과 상업의 국제적인 중심지 중 하나로 자리매김하였다(Wu, 2009). 상해 패션위크는 2003년 개최 초기 국내 브랜드의 참여 유치에

어려움을 겪어 페라가모(Ferragamo), 랑방(Lanvin) 등 해외 브랜드 참여가 주를 이뤘지만 이후 점차 본토화되어 2007년에 이르러서는 본토 브랜드가 패션 위크의 중추역할을 하는 형세로 전환되었다(Yang, 2008). 2008년 상해 패션위크의 오프닝에서는 신진 디자이너 지칭(Ji Cheng)이 중국 바둑을 모티브로 서양의 테일러링을 결합하여 동서양이 결합된 디자인을 선보였으며(Ge, 2009), 1980년대 유학파 디자이너 장조다(Zhang Zhaoda), 1990년대 중국 본토 디자이너 육성 시스템을 통해 양성된 우쉐카이(Wu Xuekai) 등 입지가 다져진 불굴의 국내 디자이너들이 합류하면서 상해 패션위크의 본토 주류 역량이 강화되었다(Yang, 2007).

3.3. 상해 패션위크의 발전: 2010~2020년

상해 패션위크의 발전은 특유의 ‘Haipai(海派, 중국 강남 전통문화와 유럽 근현대 공업문명이 공존) 문화와 현대 서양의 패션위크 시스템을 결합하여 디자이너들의 패션쇼 진행 방식에 대한 체계화된 단계별 실행과 자유로운 해석 형식을 융합한 다원화된 아이덴티티 형성이 중요한 역할을 하였는데 그 중에는 패션위크의 상업화 시스템을 위한 800 show쇼룸과 MODE-Shanghai 무역박람회 시스템이 있다(Wang, 2020). 2014년 상해 패션위크의 독자적인 무역박람회 MODE-Shanghai를 개최한 이후 바이어들이 기존의 3배 가량 증가하였으며, 그 중 B2B 트레이드쇼는 1,200여개의 브랜드들이 참여하였다(Hall, 2017).

상해 신탠디(XINTIANDI)는 상해 패션위크의 공식 협력 파트너로 패션 위크메인 기지이며(Yang & Son, 2014), 2016년 FW 시즌 기준 9일간의 패션위크 시즌에서 50여차례의 쇼가 진행되었으며 그 중 해외 브랜드는 13%, 상업기업형 브랜드는 23%, 독립 디자이너 브랜드는 64%를 차지하였다. 국내 디자이너들의 압도적인 비중은 근본적으로 본토 디자인 역량이 상해 패션위크의 지속적인 원동력이며 상해 패션위크의 불가변적인 취지임을 잘 보여준다(Li & Gong, 2016). 국내외로 활약하고 있는 중국 디자이너들은 상해 패션위크와 상생하면서 중국 패션 산업을 주도하고 있다.

유럽 등 국가로의 유학 경험과 해외 패션 시스템을 경험한 8090세대 중국 디자이너들이 상해 패션위크의 라벨후드를 통해 독창적인 쇼들을 진행하면서 대중들과 분리된 고급화 특성을 띄었던 패션쇼에 대중들의 소셜 참여가 확대되었다(Wang, 2020). 라벨후드의 디자이너 선정에는 <GQ style> 중국 편집장 취이단(Cui Dan) 편집숍 H. Lorenzo의 창립자 로렌조 하다(Lorenzo Hadar), <Numero> 편집장 량지아권(Liang jiajun) 등 전문가의 심사를 거쳐 최종 참여할 20여개 신진 디자이너 브랜드를 선정한다. 심사기준으로는 브랜드의 오리지널리티, 컨셉과 새로운 발상은 물론 브랜드 자체의 완성도와 상업성도 중요하다(Zhang, 2016). 2016 LVMH 프라이즈 최종 결승 진출자 왕펑첸(Wang Fengchen), H&M Design Award 대상자 사이먼 리(Ximon Lee) 등 해외 유명 패션스쿨을 졸업하고 해외 럭셔리 브랜드에서의 실무 경험을 기반으로 하는 해외파 디자이너들이

대거 포진되어 있다는 점은 중국의 패션 교육 글로벌화와 중국 디자이너들의 다원화를 보여주며, 신진 디자이너들의 뛰어난 창의성과 실험 도전 정신은 브랜드의 독창적 개성과 젊은 세대가 새롭게 발굴하는 문화적 요소를 더하여 중국의 선구적 디자인 역량과 신선한 활력을 더해주었다.

4. 중국 신진 디자이너들의 중국풍에 대한 인식

중국적 정체성은 중국 패션 디자이너들에게 중요한 영향을 미치고 있으며 서양의 관점에서 중국풍 패션은 전통 치파오와 용 문양과 같은 특정된 이미지로 인식되는데 이는 중국의 현실과는 큰 차이가 있다. 이에 젊은 세대의 신진 디자이너들은 더욱 그들의 디자인으로 글로벌 패션계에 현대적 중국의 모습을 전달하고자 하여 오래된 중국의 정형화된 구시대적 형상에서 벗어나고자 힘쓰고 있다(Tsui, 2013). 이와 관련하여 분석을 진행한 결과 중국의 신진 디자이너들은 기호화된 단편적 이미지를 벗어난 정서적 무형화, 다양한 환경을 기반으로 전통 문화와 본토 청년 문화의 융합, 젊은 세대의 미학과 수요에 부합되는 트렌드와 결합된 상업화의 3가지 특성으로 정리되는 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.

4.1. 단편적 이미지를 벗어난 무형화

Tsui(2013)는 1980년대와 1990년대 중국 패션 디자이너들은 전통적 중국풍 기호들과 모티프들을 사용하여 장식적 효과를 주는 중국풍 디자인 스타일을 선호하였지만, 21세기에 들어서 이러한 직접적인 표현은 감소되는 추세이며, 표현이 정신적 무형화 경향을 보인다고 하였으며 이는 중국 신진 디자이너들의 중국풍에 대한 인식에 강하게 자리잡고 있었다.

상해 패션위크 2020 FW The Flocks의 디자이너 난랑(Nan Lang)은 인터뷰를 통해 나날이 강해지는 민족 자신감으로 국내 디자이너들이 중국풍에 관심을 두고 있으며 선조들이 남겨 둔 문화적 요소를 활용하는 것을 선호하고 이를 계승하고자 하는 자발적인 민족 집단적 의식이 강하다고 했다(Labelhood, 2020). 오랜 기간동안 서양의 지배적인 패션 산업에서 중국풍의 개념은 본질적으로 장식주의에 가까운 특징을 띄었으며 차이나 타운, 20세기 홍콩 이미지, 청조(淸朝) 말기 또는 민국시기의 중국의 이미지와 같이 제한적인 특정 시대적 특징에서 비롯되는 단편적이면서 형상화된 고정 이미지를 형성하고 있었던 것은 사실이다. 상징적인 중국풍 기호들을 응용하는 것은 민족성을 표현하는 디자인을 전개함에 있어 직접적이고 인상적인 효과를 주는 수단이기도 하지만, 이러한 표현은 지나치게 피상적이 되거나 심지어는 잘못된 기호화로 변질되기도 한다. Samuel Gui Yang의 디자이너 사무엘 양(Samuel Yang)은 현대 패션에 중국풍을 응용함에 있어 간접적이고 제어된 수단으로 형태 디테일로 구현하고 있다고 했다(“We interviewed 12”, 2020). 신진 디자이너들은 중국풍에 대하여 단순히 전형적인 기호적 표현이 아닌 무형적이고, 정서적이며 문인(文人, 문학에 종사하는 사람) 기

질을 띠는 것으로 인식하고 있으며(“Labelhood 2020 SS”, 2019), 과거의 특정한 색상, 문양을 사용하려면 만이 중국적인 것이 아닌 디자인적 언어에서 무분별한 응용을 자제하면서 혁신적인 응용을 진행하기 위해 힘쓰고 있다고 하였다.

4.2. 전통 문화와 본토 청년 문화의 융합

글로벌화된 환경하에서의 다양한 개인 경험, 해외 교육 등 복합적인 문화에 대한 확장된 이해와 경험은 중국 문화에 대해 전통적 요소는 물론 근현대 문화적 요소에 이르기 까지 다채로운 시각으로의 새로운 해석이 가능하게 한다. 신진 디자이너 덩 유쑤오(Ding Youqiao)는 2017 FW시즌 인터뷰에서 자신의 브랜드 Jo Qiao Ding을 관통하고 있는 영감은 중국의 전통 문화이며 매 시즌 컬렉션의 영감들은 모두 전통 문화에서 비롯된 스토리를 내포하고 있다고 밝혔다(“Qiqi shows you”, 2017). 또한 2018년부터 4대 패션위크에 지속적인 컬렉션 발표와 H&M, Adidas 등 많은 글로벌 브랜드와의 협업을 진행하고 있는 대표적인 신진 디자이너인 엔젤 첸(Angel Chen)은 매 시즌 점차 사라져가고 있는 중국 전통 공예와 디자인 요소를 새롭게 발굴하여 첨가하면서 중국 문화 요소의 계승에 노력하고 있으며 중국 전통 복식을 현대적 소재로 새롭게 구현하는 방식을 사용하기도 하였다(“What kind of Chinese style”, 2021). ‘국조(國潮)’ 트렌드를 이끄는 브랜드에서는 유머러스한 방식으로 중국 청년 문화 코드에 맞추어 중국풍을 해석하고 있는데 신진 디자이너 브랜드 SONGT의 2020 FW시즌 컬렉션에서는 중국 중학생들의 교복 수선 문화인 Z세대의 문화 요소를 응용하였고, Marrknul의 2018 FW 시즌 컬렉션에서는 중국 농촌 문화 요소를 응용하였다. 이 외에 고대부터 현대까지 음식, 풍습 등 광범위한 본토 문화 요소들을 활용하여 소비자들의 공감을 이끌어 내고 시대적 수요와 결합되어 중국 문화 요소를 그려낸 융합적인 다양한 디자인으로 전개되고 있다.

4.3. 트렌드와 결합된 상업화

많은 신진 디자이너 브랜드들의 주요 타겟 고객층은 트렌드에 민감한 젊은 세대 소비자이며 체계화된 패션 산업 시스템과 신진 디자이너들의 효과적인 브랜드 운영은 중국풍에 대한 인식에 있어서도 트렌드와 결합된 상업화 특성이 강하게 나타난다. 엔젤 첸(Angel Chen)은 중국풍 디자인에 있어 매우 전통적인 디자인은 젊은 소비자들에게 어렵게 느껴지고 흥미도가 떨어져 결과적으로 중국 전통 문화를 효과적으로 계승할 수 없게 된다고 하였으며 브랜드에서 전개하고 있는 중국풍 미학의

전제는 젊은 세대들이 열광하는 새로운 방식의 것이라고 하였다(“What kind of Chinese style”, 2021). ‘이와 같이 신진 디자이너들은 중국풍과 트렌드에 기반하는 상업성이 함께 고려되어 새로운 방식으로의 전개가 중요하다고 생각하고 젊은 세대의 미학과 수요에 부합되는 디자인을 선보이는 것이 효과적으로 중국 문화를 계승하는 것이라는 인식을 갖고 있다.

천취즈(Chen Xuzhi)는 중국 디자이너의 정체성을 한층 더 보여주는 동시에 여러 상업 브랜드와의 콜라보레이션을 통해 상업적 역량 확대에 노력할 것이라고 하였고, 디자이너 천펑(陈鹏)은 현재 중국 신진 디자이너들의 브랜드화 인식은 점차 강해지고 있으며 중국 현지의 상업적 우세를 활용한 브랜드의 대표 제품 개발을 중요시한다고 하였다(“We interviewed 12”, 2020). 신진 디자이너 브랜드 자체의 차별화되고 개성있는 정체성을 구축하는데 있어 상업성과 다원화된 문화적 시각을 결합하여 자국의 본토 미학을 탐구하고 표현하는 것은 중국 신진 디자이너들이 지향하는 방향임을 확인할 수 있었다.

5. 신진 디자이너 컬렉션에 나타난 중국풍 사례 분석

연구 문제 2의 중국 신진 패션 디자이너들의 중국풍 전개 방식을 도출함에 있어, 사례 연구 대상인 63개 컬렉션을 선정 하였다(Table 1). 컬렉션 선정에는 상해 패션위크 2016 SS시즌부터 2020 FW시즌까지 디자이너가 기사나 인터뷰 등 매체를 통해 중국풍 디자인을 전개하였음을 밝힌 컬렉션들만 포함하였다.

5.1. 컨셉

상해 패션위크 2016 SS시즌부터 2020 FW시즌까지 선정된 63개 컬렉션 중 Samuel Gui Yang(7회), Angel Chen(4회), Hiuman(4회), Mukzin(3회), A life on the left(2회), Feng Chen Wang(2회), Huamushen(2회), Leaf Xia(2회), Songta(2회), Shushu/Tong(2회), W.Rong(2회)이 다수의 컬렉션에서 중국풍 디자인을 전개하였다.

12개 컬렉션(Samuel Gui Yang 2017 SS, Lengthen 2017 FW, Hiuman 2017 FW, Angel Chen 2018 SS, Pronounce 2018 FW, Oude Waag 2018 FW, Samuel Gui Yang 2018 FW, Veeco Zhao 2019 FW, Samuel Gui Yang 2019 FW, Ming Ma 2019 FW, The Flocks 2020 FW, Samuel Gui Yang 2020 FW)을 제외한 51컬렉션에서 컨셉 및 영감에서 중국적 요소를 활용한 것으로 고찰되었다. 중국적 요소를 자연요소, 인물요소,

Table 1. Chinese style fashion designers of new generation in Shanghai fashion week

Year	Selected collections/total collections(%)										Total
	2016		2017		2018		2019		2020		
Season	SS	FW	SS	FW	SS	FW	SS	FW	SS	FW	
XINTIANDI	4/59	2/63	2/60	3/67	1/53	1/56	6/50	4/90	10/78	0/0	33/576(5.7%)
LABELHOOD	0/0	1/11	3/24	3/25	4/19	3/20	4/21	3/18	3/21	6/33	30/215(13.9%)

문화요소로 분류한 Jiang and Park(2019)의 연구를 참고하여 고찰한 결과, 비물질적 문화요소가 25개 컬렉션으로 가장 많이 나타났으며(Table 2), 물질적 문화요소(18개)(Table 3), 사상 문화요소(7개)(Table 4), 인물요소(6개)(Table 5), 자연요소(2개)(Table 6)가 뒤를 이었다. 그 중 7개 컬렉션에는 2개 이상의 종류의 중국적 요소를 응용하였다. 비물질적 문화요소에는 4대 고전 명작 중 하나인 기괴 소설 <산해경(山海经)>(Fig. 1), 한자 단어(Fig. 2), 무협 문화, 영춘권, 소수민족 수공 문화, 중원 지역의 황토 문명 등 전통적 문화 요소를 비롯해 동요 <봄은 어디에>, 대만 영화 <The hole> 등 현대 문화 요소를 다양하게 포함하고 있으며, 물질적 문화요소에도 자기, 남방 원림의 돌 아치형 문, 민국 시기 여학생 교복(Fig. 3), 본토 음식, 마작(Fig. 4) 등 고대로부터 현대까지 특정 시기 또는 현재까지 일상속에 함께 하고 있는 대상을 포함하였다. 사상 문화요소에는 도가 사상(Fig. 5), ‘천인합일(天人合一)’, ‘강유병제(剛柔并济)’ 등 인문학적 요소들이 고찰되었고, 인물요소에는 고대 전설 속 인물 명귀(孟婆), 명청시기 해적 청부인(淸夫人)(Fig. 6), 중의사(中醫), 중국 고대 첫번째 흑인 보공(包公) 등 흥미로운 인물들이 있었으며, 자연요소에는 복건 무이산(福建武夷山)

(Fig. 7), 자연속의 돌이 포함되었다. 이상의 중국 요소들 중 비 물질적 문화 요소와 사상 문화요소의 높은 비중은 신진 디자이너들의 컬렉션 컨셉 및 발상에서 중국적 요소 응용의 정서적 무형화 특성을 뒷받침해주며 다양한 지역성과 전통 문화요소와 현대 문화요소가 모두 포함되어 있는 시간적 범위는 다원화 특성을 나타낸다. 반면 트렌드와 결합된 상업화 특성은 컬렉션 컨셉 측면에서는 뚜렷한 양상을 보이지 않았다.

5.2. 중국 복식의 형

중국적 형의 사용은 전체 63개 컬렉션 중 34개 컬렉션에서 고찰되었다. 컨셉 및 디자인 발상에서 중국적 요소를 활용한 것으로 고찰된 51개 컬렉션 중 26개 컬렉션에서 중국적 요소가 활용되었으며 8개 컬렉션(Samuel Gui Yang 2017 SS, Lengthen 2017 FW, Hiuman 2017 FW, Pronounce 2018 FW, Samuel Gui Yang 2018 FW, Veeco Zhao 2019 FW, Samuel Gui Yang 2019 FW, Samuel Gui Yang 2020 FW)이 추가로 응용되었다.

해당 중국적 요소들을 살펴보면, 치파오(旗袍)(Fig. 8), 한복(汉服), 전통 매듭(盘扣), 중산복(中山服)(Fig. 9)에서 파생된 형

Table 2. Chinese non-material cultural element in 2016 SS~2020 FW collection

Element	Collection	Theme/ inspiration
	Wander 16SS	Wander/ Feixian [飞仙], therion
	A life on the left 16SS	Tracking-Growing/ Life trees, <Spring>
	A life on the left 16FW	Tracking:Heavenly Creations/ ‘The unity of heaven ana man’ philosophy, old stories of Miao embroidery [苗绣]
	Hiuman 16FW	Wing Chun 咏春拳/ Wing Chun 咏春拳, ‘Hardness with softness’ philosophy
	MOODBOX+BIZOUX BIZOUX 17SS	Burst with joy [心花怒放/ Xinjiang Uygur embroidery inheritor, ‘people, culture, flower and grass’
	Angel Chen 17 SS	Haunted night [百鬼夜行/ <Shanhaijing> [山海经]
	Hiuman 17SS	Chungking express Hongkong/ Memories of Hong Kong Culture in the 1980s and 1990s
	Samuel Gui Yang 17FW	Hole [洞/ Mingliang Cai <The hole>
	Ximonlee 17FW	Shame [羞/ Chineses character ‘羞’
	Mukzin 18SS	Shan hai [山海错/ <Shanhaijing> [山海经]
Non-material cultural element (25)	Samuel Gui Yang 18SS	A brief research: Five-(an)other/ Ancient poetry
	Yingpei Studio 18SS	Embellish/ Wanyi Wang <Chang Hen Ge> [长恨歌]
	W.Rong 19SS	Where is spring/ Nursery rhymes <Where is spring>
	Huamushen 19SS	Chu zhao:Jin [初照:普/ Poetry <Tiposhansihouchanyuan> [提破山寺后禅院]
	Huamushen 19SS 2	Youjing:Hancuo [幽径寒措/ <Shanhaijing>, China indigo print, Gong Bi [工笔画]
	Social-work 19SS	Peoples’ Daily/ 1960’s western youth culture, oriental frock
	Awaylee 19FW	Hong Kong Hong Kong/ Hong Kong spirit, 1980~90s Hong Kong
	Unrow 20SS	Déjàvu/ Huangtu civilization [黄土文明]
	Damowang 20SS	Swordsmen/ Swordsmen culture
	Yes by yesir 20SS	Face/ Fei Wang <Face>
	Leaf Xia 20SS	A night of flowers and moonlight by the spring river [春江花月夜] / The story of a young girl in the Tang Dynasty
	Heyen 20SS	Like a dream [如梦令/ Poetry
	Feng Chen Wang 20SS	Honor to grandma and old memories/ Fujian traditional crafts
	Yueqi Qi 20SS	Paper jewelry/ Liang Shanbo and Zhu Yingtai, minghun [冥婚]
	Fabric Qorn 20FW	Make China lit again/ Culture of the Republic of China

Table 3. Chinese material cultural element in 2016 SS-2020 FW collection

Element	Collection	Theme/ inspiration
Material cultural element (18)	Mikumkum 16SS	China-Life[瓷生]/ China [瓷]
	A life on the left 16SS	Tracking-Growing/ Life trees, <Spring>
	Just for tee 16FW	Missing-Reconstruct/ Yunnan Yi embroidery [彝绣]
	Mukzin 17SS	The great age of Manchu Chinese food[满汉大食代]/ Chinese food
	Mukzin 17FW	Maoerxi ground [髦儿戏园]/ 5 Beijing opera ‘Kundan’[坤旦]
	Jo Qiao Ding 17FW	Hehe's successor [河合继手]/ Sun mao [榫卯]
	Shushu/Tong 18SS	Girl O's heart/ Shanghai's brothels in the late Qing Dynasty
	Shushu/Tong 18FW	The writers dream of girls/ Girls' school uniform in the Republic of China
	Huamushen 19SS	Chu zhao·Jin [初照·晋]/ Poetry <Tiposhansihouchanyuan> [提破山寺后禅院]
	Wu 19SS	In Praise of Shadows [阴翳礼赞]/ Temple [寺庙]
	Samuel Gui Yang 19SS	The haunted vase/ Chinese classical bottle
	Leaf Xia 19FW	Face the fear with love/ Memories in New York Chinatown
	W.Rong 20SS	Inhale the past, exhale the future/ Kunqu, Mulan, Zhiyuan etc [昆曲, 木兰, 纸鸢, 七巧板, 游龙戏凤]
	WJX 20SS	Little girl in Shanghai [上海小囡]/ Silk road
	Flonaked 20SS	Minoiseries/ Arc de Triomphe and stone arch in Chinese classical garden
	Bronze Lucia 20SS	Masquerade/ Mahjong [麻将]
	Songta 20FW	Neo school [深圳校园]/ Shenzhen middle school uniform
	Luminous 20FW	China green/ Jade, emerald, potted plants, armchair [玉石屏风, 翡翠, 盆栽, 圈椅]

Table 4. Chinese ideological cultural element in 2016 SS-2020 FW collection

Element	Collection	Theme/ inspiration
Ideological cultural element (7)	Hiuman 16SS	Learn from stone,Tao follows nature [以石为师, 道法自然]/ Ancient Taoism, stone
	A life on the left 16FW	Tracking:Heavenly Creations/ ‘The unity of heaven ana man’ philosophy, old stories of Miao embroidery[苗绣]
	Hiuman 16FW	Wing Chun [咏春拳]/ Wing Chun[咏春拳], ‘Hardness with softness’ philosophy
	MOODBOX+BIZOUX	Burst with joy [心花怒放]/ Xinjiang Uygur embroidery inheritor, “people, culture, flower and grass”
	BIZOUX 17SS	
	F/FFFFFF 19SS	Total solar eclipse [日全食]/ Power of the East, ‘The unity of heaven and man’ philosophy
	INXX 19SS	Inphase/ Liudu, Wuhang, Tuopu [六度, 五行, 拓扑]
Awalee 19FW	Hong Kong Hong Kong/ Hong Kong spirit, 1980-90s Hong Kong	

Table 5. Chinese character element in 2016 SS-2020 FW collection

Element	Collection	Theme/ inspiration
Character element (6)	Kay Kwok 19SS	Mengpo [孟婆]/ Ancient legend of Mengpo
	Angel Chen 19SS	Madam Qing [清夫人]/ A pirate Madam Qing in Qing dynasty
	Debrand 19FW	Yiji, Siyu [医己, 撕欲]/ Chinese medicine expert [老中医]
	Angel Chen 19FW	Qiang[羌]/ The Qiangs in western China [羌族]
	Songta 20SS	Bao [包公]/ The first black man in ancient China-Baogong
	Yueqi Qi 20SS	Paper jewelry/ Liang Shanbo and Zhu Yingtai, minghun [冥婚]

Table 6. Chinese natural element in 2016 SS-2020 FW collection

Element	Collection	Theme/ inspiration
Natural element (2)	Hiuman 16SS	Learn from stone,Tao follows nature [以石为师, 道法自然]/ Ancient Taoism, stone
	Feng Chen Wang 20FW	Hope of dawn/ Hometown Wuyishan, Fujian

태 요소들이 가장 많이 나타났다. 치파오의 특징인 차이나 칼라(旗袍领) 9개, 대각선 형태의 앞여밈(旗袍斜门襟) 5개, 스커트 밑단의 긴 트임 1개 및 치파오 원형을 응용한 컬렉션이 6개로 나타나면서, 총 19개로 형태 요소에서 가장 높은 빈도로 응

용되었다. 당송시기와 명청시기 등 전통 의상 한푸의 형태 특징에서 비롯된 통이 넓고 긴 로브와 소매의 조합(宽袍大袖, 长袍, 长袖, 水袖) 10개, 대각선 형태의 앞여밈(斜门襟) 2개, 세로 직선 형태의 앞여밈인 대금(对襟) 2개, 운견(云肩) 2개로, 총



Fig. 1. Shanhaijing.
("320 precious", 2018)
www.163.com

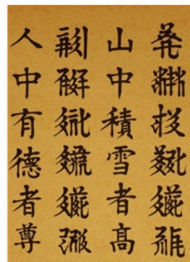


Fig. 2. Chinese characters.
("Why are", 2020)
www.zhihu.com



Fig. 3. Minguo school uniform.
("Minguo the", 2015)
www.baidubaike.com



Fig. 4. Mahjong.
("Mahjong is", 2019)
www.zhuanlan.zhihu.com



Fig. 5. Taoism.
("Chinese Traditional", 2020)
www.baijiahao.com



Fig. 6. Madam Qing.
("Madam Qing", 2019)
www.163.com



Fig. 7. Wuyi mountain.
("Wuyi mountain", 2021)
www.weibo.com

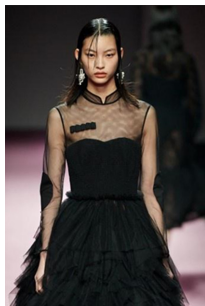


Fig. 8. Qipao.(Veeco Zhao 19 FW)
("L'AMANT", 2019)
www.baijiahao.com

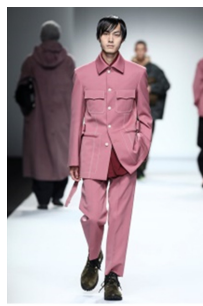


Fig. 9. Zhongshan suit.(Pronounce 18 FW)
("Pronounce", 2018)
www.nowre.com



Fig. 10. Mukzin 17 FW.
("Maoerxiyuan", 2017)
www.nowre.com



Fig. 11. Songta 20 SS.
("Songta 2020", 2019)
www.weibo.com

16개 컬렉션에 적용되었으며 여러 종류의 전통 매듭 단추(盘扣)가 11개로 형태 요소의 디테일로 다수 응용되었다. 중산복 또한 2개의 컬렉션에서 고찰되었는데 형태적 특징인 스탠딩 또는 팔자형 형식의 중산복 칼라(中山领), 플랫 포켓, 5개의 일렬 단추를 디자인에 적용하였다. 이 외에 명조시기 신화소설 <봉신연의(封神演義)> 중 너자(哪吒)의 혼천령(混天綾), 쿵푸 바지의 실루엣을 비롯해民国 시기 여학생 교복과 현재 남부 심천 지역의 학생 교복을 활용하는 등 다양한 형태적 응용이 고찰되었다. 그 중 대표적으로 Fig. 10의 Mukzin 2017 FW 컬렉션에서는 경극 도마단(刀马旦) 의상의 형태와 디테일을 재조합하고 전통 매듭의 연결 방식을 사용하였으며 전통 부채 골격을 조립하여 어깨의 공간 확장을 구현하였다("Maoerxiyuan," 2017). Fig. 11의 Songta 2020 SS 컬렉션에서는 중국 고대 최초의 흑인

'보궁'과 힙합 문화를 결합하여 전통 복식 요소들을 힙합 스트리트 패션에 접목하였다(Labelhood, 2019).

컬렉션 컨셉에 나타난 중국적 요소들 중 고전소설, 시나 영화와 같은 비물질적 문화요소 또는 친인합일과 같은 사상 문화 요소를 응용한 컬렉션은 조형적 요소에 있어 뚜렷한 연관성을 보이지 않았으며, 정서적 무형화의 특성은 유형의 형태적 요소로 표현됨에 있어 명확한 중국적 요소로 분류되기 모호하다. 컨셉 및 영감 요소와는 별개로 전통 복식의 실루엣이나 디테일을 형태 구성 요소로 사용한 사례도 다수 고찰되었으며 각 컬렉션의 중국적 형태 요소들을 분류하였을 때 치파오, 한푸, 전통 매듭, 중산복과 같이 특정 지역의 요소가 아닌 전반적으로 통용되고 있는 형태 디테일들이 과반수로 디자인에 차용됨으로써 공간적인 다원화 특성인 다양한 지역성은 고찰되지 않았다. 반

면, 시간적 특성에 있어 치파오 디테일을 차용한 여성 셔츠, 스트리트 무드의 원피스, 전통 매듭을 가미한 남성 체크 코트, 퀴팅 자켓 등 다양한 시대의 특징적 복식 형태 요소들이 현대 패션 아이템들과의 조합으로 시대적 절충을 이뤄내면서 시간적인 다원화 특성을 나타낸다. 동시에 Damowang 20 SS, Pronounce 18 FW 컬렉션과 같이 젊은 소비자들이 선호하는 트렌디한 디자인에 개성 있는 중국적 형태 요소들을 적용하고 웨어러블한 컬렉션들을 선보이면서 트렌드와 결합된 상업화의 특성을 나타내고 있다.

5.3. 중국의 색

중국적 색 활용은 전체 63개 컬렉션 중 16개로 고찰되었으며 컨셉 및 디자인 영감에서 중국적 요소가 활용된 컬렉션 중 14개 컬렉션 및 2개 컬렉션이 추가로 고찰되었다. 중의학에 사용되는 전통 약재, 약초에서 색상을 추출한 A life on the left 16 FW, Feng Chen Wang 20 FW, 청나라 전통 복식의 배색을 응용한 Mukzin 17 SS(Fig. 12), 당나라 전통 복식을 응용한 Leaf Xia 20 SS, 회화 작품 중 수묵화를 응용한 F/FFFFFF 19 SS, Feng Chen Wang 20 SS, 작가 유창(Yu Chang)의 1940년대 작품 속 배색을 응용한 Ming Ma 19 FW(Fig. 13), 중국 청화자기의 청색과 백색의 배색을 응용한 Mikumkum 16 SS, 홍콩 도시 건축물의 색감을 활용한 Samuel Gui Yang 19 FW, 소수민족 제사에 사용하는 토템을 활용한 Angel Chen 19 FW 등이 있다. 그 중 대표적으로 Fig. 14의 Leaf Xia 2020 SS 컬렉션은 당조의 특징적 색상인 당창포 꽃에서 유래한 글라디올러스 레드와 페일 옐로우를 조합하여 붉은 담장과 금색 와기에서 볼 수 있는 색조를 표현하였다(Grazia, 2019). Fig. 15의 Feng Chen Wang 2020 FW 컬렉션은 복건성 당지의 중의학 약재에서 추출한 색소를 사용하여 무이산의 해돋이 전경을 차콜 그레이와 미스티 블루 색상으로 표현하였다(“Feng Chen Wang”, 2020).

컬렉션들의 색상 측면에서 응용된 중국적 요소에는 물질적 문화요소와 자연 요소가 가장 높은 빈도로 나타났으며 사용된 색상들 중에는 레드가 10개 컬렉션, 옐로우가 6개 컬렉션으로 단일 색상 계열에서 가장 많이 사용되었으며, 저채도의 회빛을

띄는 모란디(화가 조르조 모란디의 정물화에서 비롯한 색조) 계열의 색조들과 흙과 나무를 연상시키는 얼씨(흙, 나무와 같은 자연에서 비롯한 색조) 계열의 색조들이 A life on the left 16 FW, Jo Qiao Ding 17 FW, Ming Ma 19 FW, Unrow 20 SS, Feng Chen Wang 20 FW 5개 컬렉션에서 사용되었다. 고대 전통 복식, 소수민족 토템, 현대 도시경관, 작품 등을 아우르는 요소들은 문화적 요소의 시간적, 공간적 다원화 특성을 표현하며 F/FFFFFF 19 SS와 같이 중국 요소에서 추출한 색상들을 시즌 컬러 트렌드에 맞는 색상들과 결합하거나, Ming Ma 19 FW와 같이 소비자들의 활용도가 높은 무채색 색상들과 함께 응용한 것은 트렌드와 결합된 상업화 특성을 보여준다. 반면 정서적 무형화의 특성은 색상 요소에서 고찰되지 않았다.

5.4. 중국적 소재

중국적 소재의 활용은 전체 63개 컬렉션 중 15개 컬렉션에서 고찰되었으며 컨셉에서 중국적 요소가 활용된 컬렉션 중 14개 컬렉션 및 1개 컬렉션이 추가로 나타났다. 그 중 실크가 6개 컬렉션(A life on the left 16 SS, Huamushen 19 SS, Leaf Xia 20 SS, WJX 20 SS, Heyen 20 SS, Hemu 20 SS)에서 응용되었고, 순면과 린넨과 같은 천연 소재가 4개 컬렉션(Hiuman 16 SS, Hiuman 16 FW, Damowang 20 SS, Hemu 20 SS)에서 나타났다. 소재 측면에서의 중국 요소 응용은 컬렉션 컨셉 및 영감에서의 중국적 요소와 밀접한 관계성을 보였는바, 예를 들어 실크 로드의 황금 시기라고 불리는 당나라를 컨셉으로 하는 Leaf Xia 20 SS, WJX 20 SS는 실크 소재를 사용하였고, 고대 도가사상이 컨셉인 Hiuman 16 SS는 천연 소재를 사용하였으며, 청자기 컨셉인 Mikumkum 16 SS는 레이스를 사용하여 청자기의 표면 특성을 표현하였고(Fig. 16), 무협문화가 컨셉인 Damowang 20 SS는 가벼운 특성을 가진 오간자와 린넨을 사용하였다(Fig. 17). 그 중 대표적으로 Fig. 18의 WJX 2020 SS 컬렉션은 당조시기 실크 로드에서 착안하여 실크 소재와 비물질 문화 유산인 수공예를 결합하여 재해석하였다(“Shanghai little girl”, 2019).

또한 중국적 요소를 표현함에 있어 비물질 문화 유산인 향운사, 수로(苏罗) 직조 기법, 커스(缂丝) 수공예 직물, 남색 날



Fig. 12. Mukzin 17 SS.
 (“Shanghai Fashion”, 2016)
 www.jiemian.com

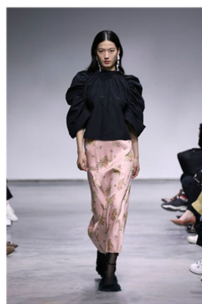


Fig. 13. Ming Ma 19FW.
 (“Ming Ma”, 2019)
 www.vogue.com

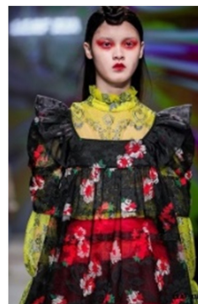


Fig. 14. Leaf Xia 20 SS.
 (“Shanghai Fashion”, 2019)
 www.chinagrazia.com



Fig. 15. Feng Chen Wang 20 FW.
 (“Feng Chen Wang”, 2020)
 www.sohu.com

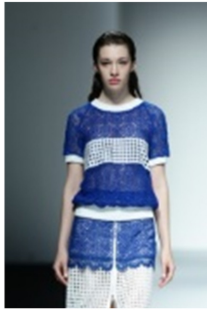


Fig. 16. Mikumkum 16 SS.
("Shanghai Fashion", 2015)
www.ladymax.cn



Fig. 17. Damo Wang 20 SS.
("Damowang 2020", 2019)
www.ishare.ifeng.com



Fig. 18. WJX 20 SS.
("Shanghai Little", 2020)
www.baijiahao.baidu.com

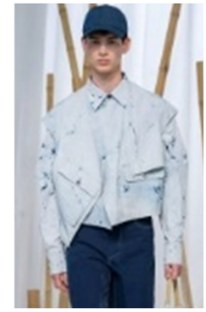


Fig. 19. Feng Chen Wang 20 SS
("Feng Chen Wang", 2019)
www.vogue.com

염 천(藍印花布) 등과 같이 전통 소재, 면사와 수공예 기법을 사용하거나 내몽골 자치구 서부 지역의 캐시미어와 같이 중국 여러 지역의 특산 재료들을 소재로 사용한 컬렉션들도 다수 고찰되었다. Fig. 19의 Feng Chen Wang 2020 SS 컬렉션은 중국 전통 수공 염색 원단인 남색 날염 천(藍印花布)을 사용하여 전통 기법에 생명력을 부여하는 동시에 많은 대중들이 중국의 비물질 문화 유산을 새롭게 알아가도록 하였다("Feng Chen Wang", 2019)

컬렉션의 중국적 소재는 해당 컨셉 및 영감에서 파생된 하위 요소들이 10개 컬렉션에서 고찰되면서 주를 이루었고, 그 중 비물질 문화 요소가 10개 컬렉션으로 가장 많이 나타났다. 전통 실크와 천연소재들이 다수 컬렉션에서 사용되는 동시에, 비물질 문화 유산과 같은 특정 지역성을 띤 수공예, 소재들에 대한 문화적 계승과 더불어 현대적 기술이 겸비된 신소재들이 결합되면서 공간적, 시간적 다원화 특성을 나타낸다. 정서적 무형화 및 트렌드와 결합된 상업화 특성은 소재 요소에서 고찰되지 않았다.

5.5. 중국적 문양

중국적 문양의 활용은 전체 63개 컬렉션 중 37개로 고찰되었으며 컨셉 및 디자인 영감에서 중국적 요소가 활용된 컬렉션

중 34개 컬렉션 및 3개 컬렉션이 추가로 나타났다. 15개 컬렉션에서 자수 문양이 응용되었는데 그 중 비물질 문화 유산인 소수민족 묘족(苗族)(3개)(Fig. 20), 이족(彝族)(1개), 하미위그르족(哈密与戈尔族)(1개)과 소주(苏州)(4개), 상해(1개) 지역의 민간 전통 자수가 다수 고찰되었으며, 구체적 모티프로는 자연 요소인 식물(매화 2개, 목란, 참대, 목단화 2개, 연꽃, 나뭇 가지, 난초 등), 동물(학 2개, 용2, 비단 잉어 2개, 봉황, 나비 등), 산수경관이 16개 컬렉션에서 나타났고, 비물질 문화 요소인 <산해경(山海经)>과 고대 신화속에 등장하는 괴수 형상(촉룡 触龙, 능어 赢鱼 등)(Fig. 21)이 5개 컬렉션, 전통 희곡 인 곤극(昆剧), 경극(京剧)에서 3개 컬렉션, 서예에서 3개 나타났다. 물질 문화 요소인 민간 음식, 자기, 마작, 엽전 등이 5개 컬렉션에서 나타났다. 문양에서의 중국적 요소 응용은 컬렉션 컨셉 및 영감에 활용 된 중국적 요소들의 하위 요소들이 다수 고찰되었으며 컨셉 및 영감과 연계되는 한자 또는 영문 레터링도 4개 컬렉션에서 나타났다. 그 중 대표적으로 Fig. 22의 Angel Chen 2019 SS 컬렉션은 중국의 산수화 기법과 창조 해적들의 문신을 모방하여 비단 잉어, 용 무늬와 해적선을 표현하였다("Madam Qing Angel", 2018). Fig. 23의 Flonaked 2020 SS 컬렉션은 자수 공예 기법을 통해 목단화, 잉어 등 요소들을 캐릭터 미니언즈와 함께 형상화하였다("Flonaked collaborated", 2019).

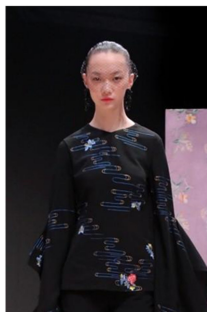


Fig. 20. Miao embroidery Huamushen 19 FW.
("Huamushen", 2018)
www.baijiahao.com



Fig. 21. Ancient monster Mukzin 17 FW.
("Mukzin", 2017)
www.fashion.sina.com.cn



Fig. 22. Angel Chen 19 SS.
("Angel Chen", 2019)
www.weibo.com



Fig. 23. Flonaked 20 SS.
("Flonaked", 2019)
www.fashion.bazaar.com.cn

Table 7. ‘Chinese style’ characteristics in 2016 SS-2020 FW collection

	Spirit	Fusion	Commercialization.
Theme(51)	High quantity of non-material cultural element(25) & ideological cultural element(7)	Traditional cultural elements with modern cultural elements/ Various localities(ex. Ancient Taoism and modern movie/ Huangtu civilization and Wuyi mountain)	None
Shape(34)	None	Traditional cultural elements with modern cultural elements(ex. Qipao and local school uniform)	Chinese traditional details on wearable & trendy items
Color(16)	None	Traditional cultural elements with modern cultural elements/ Various localities(ex. Traditional clothing and modern architecture/ minority totem)	Mixed color from Chinese elements with seasonal trendy color and achromatic color
Material(15)	None	Traditional cultural elements with modern cultural elements/ Various localities(ex. Traditional silk and new materials/ Handcraft in minority region)	None
Pattern(37)	None	Traditional cultural elements with modern cultural elements/ Various localities(ex. Traditional embroidery pattern and modern printing/ Ethnic minority pattern)	Mixed street style pattern and commercialized character collaboration

컬렉션들의 문양 요소에 활용된 중국적 요소에는 비물질 문화 요소가 21개 컬렉션으로 가장 많이 응용되었으며, 다음으로 자연 요소가 16개 컬렉션으로 나타났다. 다양한 소수민족 또는 특정 지역에서 계승 되어 온 전통 수공예 자수 및 문양과 현대화 프린팅, 스트리트 무드의 레터링, 타탄 체크 문양 등의 조화는 시간적, 공간적 다원화 특성을 보여주며, 젊은 소비자들이 선호하는 캐릭터와의 콜라보레이션, 키치한 스트리트 무드의 패턴 표현은 트렌드와 결합된 상업화 특성을 보여준다. 정서적 무형화 특성은 문양 요소에서 고찰되지 않았다.

이상의 중국풍 컬렉션 사례분석의 결과는 Table 7과 같다.

6. 결 론

본 연구는 중국 패션 산업, 패션위크의 발전 및 신진 디자이너들의 양상을 3개 단계별로 고찰하고 그 중 상해 패션위크 신진 디자이너의 중국풍에 대한 인식과 63개 컬렉션에서의 표현 방식을 분석하여 중국 신진 패션 디자이너의 중국풍을 모색하였다. 중국 신진 디자이너들의 중국풍에 대한 인식에는 단편적 이미지를 벗어난 무형화, 전통 문화와 본토 청년 문화의 융합, 트렌드와 결합된 상업화의 3개 키워드로 도출되었다. 컬렉션 사례 분석 과정에서 자연요소, 인물요소, 문화요소(물질, 비물질, 사상)의 중국적 요소가 51개 컬렉션의 컨셉, 34개 컬렉션의 형, 16개 컬렉션의 색, 15개 컬렉션의 소재, 37개 컬렉션의 문양에서 응용되어 컨셉, 문양과 형이 신진 디자이너들의 주된 중국풍 표현 방식으로 나타났다. 이에 따른 무형화 특성은 컨셉에서 문화 융합 특성은 컨셉, 형, 색, 소재, 문양에서, 트렌드 상업화 특성은 형, 색, 문양에서 확인되었다. 구체적으로 무형화 특성은 대량의 비물질적 문화요소와 사상 문화요소로 나타났으며 조형적 요소로 표현됨에 있어 물질적 전환 과정에서의

한계성을 가졌다. 문화 융합 특성은 시간적 다원화와 공간적 다원화로 세분화되며 형에서는 시간적 다원화 특성을, 컨셉, 색, 소재 문양에서는 시간적 다원화와 공간적 다원화 특성이 모두 나타났다. 트렌드 상업화 특성은 형, 색, 문양에서 전통 요소와 현대 패션의 유행 요소를 결합하여 표현되었다.

결론적으로 중국 신진 패션 디자이너들은 자발적인 민족 의식과 문화 계승 의지가 강하고 이는 디자인에서 중국적 요소 응용을 추진함과 더불어 중국풍 패션의 정형화된 구시대적 형상에서 벗어나고자 하는 새로운 인식과 이에 따른 확장된 표현 방식을 구사하고 있다. 신진 디자이너들은 발전된 중국 패션 산업과 해외 경험을 바탕으로 글로벌 패션 디자이너로서 중국적 요소를 디자인 소스로 적재적소에 활용하고 있으며, 동시에 2000년대 이전 치파오, 용 문양과 같이 중국 이미지를 강렬하게 구현할수 있는 한정적 범위의 중국 문화 요소들보다는 대중들에게 잊혀져가는 비물질적 문화유산 등 다양하면서 새로운 전통 문화요소들을 발굴하는 것을 선호하고 있다. 이는 신진 디자이너들을 선두로 하는 중국 전통 문화의 효과적 계승과 중국풍 디자인의 다원화 추세에 긍정적인 작용을 하고 있다. 더욱이 신진 디자이너들의 중국풍은 글로벌 패션 시장의 수요와 트렌드에 맞추어 자신의 문화적 경험인 청년 문화를 중국풍에 도입하면서 현대 중국의 모습을 디자인적으로 구현하고 있으며 중국풍의 다양성 확장과 중국 디자이너 브랜드의 우세를 이용한 상업적 성공에 도움을 주고 있다. 또한 ‘국조’ 열풍에 힘입어 국내 산업 상생을 하는 동시에 해외 글로벌 브랜드들과의 협업을 통해 세계 시장에서의 중국풍 패션의 입지를 새롭게 다지고 있다. 치열해지는 중국 디자이너들의 내부 경쟁 또한 중국풍 패션의 발전을 가속화하는 작용을 하며 중국 패션 산업의 활력을 증가 시킨다.

다만 신진 디자이너들은 컨셉 구상과 영감에서 무형화된 중

국적 요소를 활발히 응용하고 있는 반면, 이를 조형적으로 표현함에 있어 중국풍과 글로벌화 사이에서 표현 정도의 어려움을 겪고 있다. 이는 여전히 신진 디자이너들의 서로 다른 중국적 디자인에 대한 생각에서부터 비롯되는 바 본국 디자이너가 중국 문화에서 파생된 요소들을 의도적으로 디자인에 사용하여 중국풍을 표현하는 것, 중국 문화 환경을 배경으로 한 디자이너가 전개한 디자인에 중국적 가치관과 무형 자산이 자연스럽게 녹아 들어 있는 것 또는 국적과 상관없이 디자이너가 중국적 요소를 디자인에 사용하는 것이 있다. 또한 현대 중국에서 세대별 중국인들이 ‘중국적’에 대한 이해도 변화하며, 중국풍이 글로벌 패션 소비자들에게 선호되기 위해 모던과 민족 요소를 결합하는 과정에서 어떻게 발전해 나가야 하는가가 가장 큰 숙제이다. 전세계 패션 시장에서 사랑 받는 프렌치 스타일, 브리티시 스타일과 같이 특정 국가와 지역에서 기원하여 글로벌화된 풍격으로 선호되기 위해 중국풍, 차이나 스타일은 발전 과정에서 중국적 디자인에 대한 범위를 확대하여야 한다. 다만 무분별한 중국적 요소들의 혼합과 대량 사용 또는 왜곡된 전통 문화 이해는 중국풍의 변질을 초래할 수 있으므로 주의할 점으로 사료된다. 기호화 되어있던 제한적인 중국 스타일을 탈피하고 글로벌 트렌드에 부합하며 신진 디자이너들이 더욱 넓은 시각으로 디자인을 전개할 노력이 필요하다. 성공적인 중국풍 응용은 디자이너들에게 광범위한 영감을 제공하고 특유의 경쟁력을 구축하는 강점으로 작용하지만 맹목적이고 피상적인 중국풍 응용은 오히려 디자인적 제한점으로 작용하는 동시에 소비자들의 반감을 살 수 있다. 때문에 중국 신진 디자이너들은 중국풍의 국제적인 현대화에 있어 가장 선두적인 문화 전파자로서 더욱 넓은 시각과 이성적인 사고로 중국 디자인을 전개하여 중국풍의 매력을 세계적으로 알리고 나아가 최종적으로 국내뿐만 아니라 글로벌 패션 산업 전반에서 선호되고 경쟁력 있는 스타일로 선호될 수 있게끔 작용하여야 한다.

본 연구는 중국 신진 패션 디자이너들이 지향하는 새로운 중국풍에 대한 인식과 그 표현 방식을 분석하여 중국풍에 대한 이해도를 높이고, 중국적 요소 활용의 범위를 확장하며 중국적 디자인의 현대화를 탐구하고 중국 패션 산업의 젊은 동향을 파악하고자 했다는 것에 의미가 있다. 본 연구의 한계점으로는 일부 중국 신진 디자이너 중 상해 패션위크를 제외한 4대 컬렉션 또는 기타 국내 패션위크 컬렉션을 포함시키지 못했다는 점과 중국풍에 대한 디자이너들의 다양한 견해에 대한 좀더 심도 있는 인터뷰와 분석이 부족하다는 점이 있다. 추후 해외 컬렉션에서 활동하고 있는 신진 디자이너들을 포함하거나 세대별 중국 디자이너들의 중국풍 비교 분석과 응용 실태에 관한 후속 연구가 기대된다.

감사의 글

본 논문은 서울대학교 의류학과 BK21플러스 의류패션 전문 창조 인재 양성 사업팀의 지원으로 수행된 연구임.

References

- ‘320 precious color pictures, <Shanhaijing> makes it no longer difficult to understand’. (2018, May 18). 163. Retrieved October 20, 2021, from <https://www.163.com/dy/article/DI4A7N5V0523C2AR.html>
- ‘Angel Chen 2019 SS’. (2019, July 28). *Weibo*. Retrieved October 9, 2021, from <https://weibo.com/search?containerid=100103type%3D1%26q%3Dangel%20chen%202019%20ss%26t%3D0&q=angel%20chen%202019%20ss>
- Bin, S., & Yum, H., (2020). A study on hybrid characteristics in the work of Chinese rising fashion designers. *Fashion Business*, 24(1), 1-14. doi:10.12940/jfb.2020.24.1.1
- ‘Chinese aesthetics’ in eastern and western culture’. (2020, April 6). *Labelhood*. Retrieved August 2, 2021, from <https://weibo.com/1783275381/IC6p7c8xU?type=reply>
- ‘Chinese traditional idea, Taoism’. (2020, March 31). *Baijiahao*. Retrieved October 19, 2021, from <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1662691512684691968&wfr=spider&for=pc>
- ‘Ciqi’ shows you Shanghai Fashion Week | please catch the tail of the final show review’. (2017, April 14). *Shanghai Fashion Week*. Retrieved July 25, 2021, from https://www.sohu.com/a/134029713_613012
- ‘Damowang 2020 SS multi form expression of martial arts culture in modern times’. (2019, October 15). *Yoho*. Retrieved October 10, 2021, from <https://ishare.ifeng.com/c/s/7qnpGSTOYJY>
- Dong, X. H. (2001). From nationalization to internationalization - A major trend of China's education development in twenty-first century. *Global Education*, 6, 64-71.
- Ferrero-Regis, T., & Lindgren, T. (2012). Branding “created in China” - The rise of Chinese fashion designers. *Fashion Practice*, 4(1), 71-94. doi:10.2752/175693812X13239580431342
- ‘Feng Chen Wang spring 2020 menswear’. (2019, June 11). *Vogue*. Retrieved October 9, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-show/SSspring-2020-menswear/feng-chen-wang>
- ‘Feng Chen Wang 2020 FW collection - Hope at dawn’. (2020, January 8). *Sohu Fashion*. Retrieved August 1, 2021, from https://www.sohu.com/a/365556450_116152
- ‘Flonaked collaborated with Minions again, showed in Shanghai Fashion Week’. (2019, October 16). *Bazaar*. Retrieved August 5, 2021, from <http://fashion.bazaar.com.cn/2019/10/19/287716.shtml>
- Ge, L. (2009). 2008上海时装周渐入佳境 [2008 Shanghai Fashion Week goes better stage]. *China Fashion*, 1, 95.
- Guo, H. Y. (2019). Research on Chinese fashion shows in the early period of reform and opening up(1979-1989). *Fashion Guide*, 9(1), 33-40.
- Hall, C. (2017, October 20). Positive forces collide at Shanghai Fashion Week. *WWD*, p. 11.
- ‘Huamushen 2019 FW Shanghai Fashion Week’. (2018, October 12). *Elle*. Retrieved October 20, 2021, from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1614131894093314460&wfr=spider&for=pc>
- Huang, V. (2019, April 3). 新一代的年轻消费者, 如何看待中国本土设计师品牌? [How do young consumers think about the Chinese local designer fashion brand?]. *Nowre*. Retrieved August 8, 2021, from <https://nowre.com/nowretv/xinyidaidenianqingxiao-feizheruhekandaizhongguobentushejishipinpai/>
- Jiang, L. Y. & Park, J. H. (2019). A study on characteristics of Chinese

- style reflected in the Vivienne Tam collection. *Fashion & Textile Research Journal*, 21(5), 527-539. doi:10.5805/SFTI.2019.21.5.527
- Ju, X. Y., & Liang, L. (2009). The landmark events in the 30 years of reform and opening up of China's textile industry. *China Textile*, 2, 60-70.
- 'Labelhood 2020 SS day 2'. (2019, October 12). *Labelhood*. Retrieved July 1, 2021, from <https://weibo.com/5878355016/1bblyBvmY?type=comment>
- 'L'AMANT, Veeco Zhao 2019 FW Shanghai Fashion Week'. (2019, April 1). *Elle*. Retrieved October 20, 2021, from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1629607298725390042&wfr=spider&for=pc>
- Li, M. M. & Gong, B. H. (2016). Research on Shanghai Fashion Week operation model based on local designer 's incubation. *The Journal of Fashion Design and Engineering*, 2, 59-63.
- 'Mahjong is Taicang's "grain protection card" and "barrel" pattern is gunpowder gun'. (2019, August 11). Retrieved October 20, 2021, from <https://zhuanlan.zhihu.com/p/77618542>
- 'Madam Qing Angel Chen 2019 SS collection.' (2018, September 13). *Sohu Fashion*. Retrieved August 2, 2021, from https://www.sohu.com/a/253688013_116152
- 'Madam Qing in Pirates of the Caribbean. Why does she wear Japanese makeup?'. (2019, March 13). *163.COM*. Retrieved October 18, 2021, from <https://www.163.com/dy/article/EA677QVO0523VMNE.html>
- Ma, Z. H. & Choi, S. A. (2020). A study on the characteristics of Chinese traditional court dress motives represented in modern fashion - Focused on 2015 SS~2020 SS collections. *The Korean Society of Fashion Design*, 20(2), 157-170.
- 'Maoerxiyuan - After you sing, I'll come on stage! Mukzin released 2017 FW collection'. (2017, April 11). *Elle*. Retrieved August 7, 2021, from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1564341393508589&wfr=spider&for=pc>
- 'Maoerxiyuan, MUKZIN 2017 FW collection'. (2017, April 10). *Nowre*. Retrieved October 9, 2021, from <http://nowre.com/fashion/20173/mao-er-xi-yuan-mi-shan-mukzin-2017-qiu-dong-xi-lie-fa-bu/>
- Mckinsey & Company. (2019). The state of fashion 2020. *The Business of Fashion*, pp.10-102.
- 'Minguo, the period of most beautiful school uniform'. (2016, December 5). *Baidubaik*. Retrieved October 20, 2021, from <https://baike.baidu.com/tashuo/browse/content?id=dfbc67e9776c5c1aaff83cd7>
- 'Ming Ma Fashion show Gallery'. (2019, April 4). *Vogue*. Retrieved October 20, 2021, from <https://www.vogue.com/vogueworld/slideshow/ming-ma-shanghai-designer-spotlight-runway>
- 'Mukzin 2017 FW series Kundan - Another fashionable children's play'. (2017, April 9). *Fashion Sina*. Retrieved October 20, 2021, from <http://fashion.sina.com.cn/s/sh/2017-04-09/1134/doc-ifeyezv2668814.shtml>
- Oriental International Group. (2018). 打造东西方文明融合的上海时装周 [Develop Shanghai Fashion Week with the integration of eastern and western civilizations]. *Oriental Enterprise Culture*, 05, 108-109.
- 'Pronounce 2018 FW Shanghai Fashion Week'. (2018, March 30). *Nowre*. Retrieved October 20, 2021, from <http://test.nowre.com/fashion/311988/zhiji-pronounce-2018-qiudongshanghaiishizhuang>
- zhoushouxiu/
'Shanghai Fashion Week SS 2020 collection - Leaf Xia showed 'the night of flowers and moons in the spring river', and described the prosperous age of the Tang Dynasty'. (2019, October 16). *Grazia*. Retrieved July 25, 2021, from http://www.chinagrazia.com/article/153635_4.html#top
- 'Shanghai Fashion Week, using food as a gimmick may be a new way for designers to get attention'. (2016, October 18). *Jiemian*. Retrieved October 20, 2021, from <https://www.jiemian.com/article/905316.html>
- 'Shanghai little girl takes the Silk Road again, crossed the history of thousands of years'. (2019, October 13). *China Fashion Report*. Retrieved October 9, 2021, from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=16472919825>
- 'Shanghai Fashion Week 2016 SS, Mikumkum 'Porcelain. life' showed women's elegance and sexuality'. (2015, October 21). *Ladymax*. Retrieved October 9, 2021, from <http://fashion.ladymax.cn/201510/21-28832.html>
- Son, J. H. (2018). *National identity and fashion design - Comparative study of Chinese and Korean fashion designers*. Unpublished master's dissertation, Seoul National University, Seoul.
- 'Songta 2020'. (2019, October 13). *Weibo*. Retrieved October 9, 2021, from <https://weibo.com/search?containerid=100103type%3D1%26q%3Dsongta%202020%26t%3D0&q=songta%202020>
- 'Succeed in Chinese fashion market'... K-fashion has to be localized.' (2019, April 8). *Asia Today News*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20190405010004332>
- Tsui, C. (2010). *China fashion - Conversations with designers*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Tsui, C. (2013). From symbols to spirit - Changing conceptions of national identity in Chinese fashion. *Fashion Theory*, 17(5), 579-604. doi:10.2752/175174113X13718320330955
- Wang, Y. Y. (2014). *A research on Chinese fashion designer brand development mode*. Unpublished master's thesis, Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing.
- Wang, Z. (2020). Shanghai Fashion Week - A socially engaging mass entertainment with a professional infrastructure. *Zone Moda Journal*, 10(1S), 283-307. doi:10.6092/issn.2611-0563/10572
- 'We interviewed 12 Chinese fashion designers about non-format trend of Chinese design'. (2020, April 21). *Instyle iLady*. Retrieved July 25, 2021, from https://www.sohu.com/a/390030989_120045185
- 'What kind of 'Chinese style' does Angel Chen show with Adidas Originals?'. (2021, January 8). *Vogue Business*. Retrieved July 25, 2021, from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1688298508264449410&wfr=spider&for=pc>
- 'Why are Chinese characters so special, different from most characters in the world?'. (2020, July 25). *Zhihu*. Retrieved October 20, 2021, from <https://www.zhihu.com/question/277279699/answer/1240753385>
- Wu, J. (2009). *Chinese fashion - From Mao to now*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- 'Wuyi mountain was selected into the list of the most beautiful county in China'. (2021, October 7). *Weibo*. Retrieved October 20, 2021, from <https://weibo.com/tarticle/p/show?id=2309404689572713070784>
- Yang, D. (2007). 凤凰涅槃, 上海时装周大转型 [Transformation of Shanghai Fashion Week]. *China Textile*, 12, 90-92.
- Yang, D. (2008). Where will Shanghai Fashion week go?. *China*

- Apparel*, 4, 10-13.
- Yang, J. S., & Son, X. Q. (2014). Xintiandi showed a brand new area of fashion week. *Shanghai Business*, 8, 24-27.
- Yang, Y. (2019). 助推上海“四大品牌”建设, 上海时装周欲打造全球时尚界的知名商标品牌 [Promote the “four brands” construction of Shanghai, Shanghai Fashion Week wants to build a famous brand in the global fashion industry]. *Textile Apparel Weekly*, 931(19), 38.
- Yue, X. L., & Yue, L., & Key, S. G. (2006). A brief research on the ten years of China fashion week. *International Journal of Costume and Fashion*, 6(2), 55-61.
- Zhang, T. (2016, September 23). 独家 揭晓上海时装周最大看点 Labelhood [The highlight of Shanghai Fashion Week, Labelhood]. *BOF*. Retrieved April 1, 2021, from https://www.sohu.com/a/114906676_479894
- Zhao, L. L. (2009). The evolution of clothing in 30 years of reform and opening up]. *Theory and Reform*, 3, 116-119. doi:10.13553/j.cnki.llygg.2009.03.049
- Zhao, S. (2020). New trend of Chinese local fashion brand. *China Apparel*, 1, 28-30.
- Zhu J. Y., & Ha, S. Y. (2016). The characteristics of Chinoiserie in contemporary womens wear - Focused on Paris collection from 2005 to 2014. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 18(3), 21-36.
- Zhu, Y. (2019). 张庆辉: 东方与西方, 中国与世界, 通过中国国际时装周展开一次对话 [Qinghui Zhang - East and west, or China and the world, start a dialogue through China international fashion week]. *Fashion China*, 217(1), 59-62.

(Received 27 August, 2021; 1st Revised 24 September, 2021;
2nd Revised 15 October, 3rd Revised 18 October;
Accepted 29 October, 2021)