

## 조용한 럭셔리 형성 메커니즘 -알프레드 던힐 사례를 통한 비과시적 소비 기제의 분석-

오준엽<sup>1</sup>·이규혜<sup>2†</sup>

<sup>1</sup>한양대학교 의류학과

<sup>2</sup>한양대학교 의류학과 휴먼테크융합전공

### The Formation Mechanism of Quiet Luxury - Inconspicuous Consumption in the Case of Alfred Dunhill -

Jun-Yup Oh<sup>1</sup> and Kyu-Hye Lee<sup>2†</sup>

<sup>1</sup>Department of Clothing and Textiles, Hanyang University; Seoul, Korea

<sup>2</sup>Human-Tech Convergence Program, Department of Clothing and Textiles, Hanyang University; Seoul, Korea

**Abstract:** This study analyzes Dunhill's collections, spanning from 2024 F/W–2026 S/S, under the direction of Simon Holloway in the context of the rising “Quiet Luxury” trend, which prioritizes intrinsic value over conspicuous logos. It investigates how Dunhill's 130-year heritage is manifested as modern cultural capital. Employing a case study method, it utilizes an analytical framework based on four psychological mechanisms of inconspicuous consumption (Privacy, Elitism, Connoisseurship, and Need for uniqueness) correlated with four formative characteristics of Quiet Luxury (Logoless design, Upper-class cultural style, Fabric, and Color). The results indicate that Dunhill systematically implements these mechanisms through structural forms and standardized codes. First, the “Logoless” design strategy satisfies Privacy and Need for uniqueness by eliminating overt branding. Second, the appropriation of “Upper-class cultural style,” referencing historical icons, fulfills Elitism, Connoisseurship, and Need for uniqueness by requiring specific cultural knowledge to decode. Third, the use of understated “Color” and premium “Fabric” satisfies Connoisseurship and Need for uniqueness, providing exclusive experiences requiring a discerning eye to appreciate. Consequently, this study confirms that Dunhill systematically implements the psychological mechanisms of inconspicuous consumption by utilizing its British legacy and brand heritage as design elements based on the formative characteristics of Quiet Luxury. It has academic significance, as it empirically links inconspicuous consumption's psychological drivers with specific design strategies in a heritage brand.

**Key words:** Alfred Dunhill(알프레드 던힐), quiet luxury(조용한 럭셔리), inconspicuous consumption(비과시적 소비)

## 1. 서론

현대 패션 산업에서는 2023년 이후 ‘조용한 럭셔리(quiet luxury)’ 트렌드가 대두되고 있다. ‘조용한 럭셔리’는 명확한 로고나 과시적 요소를 줄이고 고급 소재, 절제된 실루엣, 섬세한 디테일 등 본질적 가치와 품질, 장인정신에 집중하는 경향을 의미하며, 새로운 소비 코드로 부상하고 있다(Rai, 2024). 이에 로로 피아나(Loro Piana), 톰 포드(Tom Ford), 제나(Zegna)와 같은 클래식한 브랜드가 자주 언급된다(Rai, 2024). 이는

Veblen(1899)이 지적한 ‘과시적 소비’와는 대비되는 ‘비과시적 소비’의 개념이다. Our Culture Mag and Partners(2025)는 ‘조용한 럭셔리’ 트렌드에 대해 연속성, 예술성, 문화 유산을 중시하는 가치관에 깊이 뿌리를 둔 하나의 움직임이라고 정의하였다. 또한 과거에는 전통적이거나 틈새시장으로 여겨졌던 헤리티지 패션은 절제된 우아함의 표현으로 자리 잡았음을 강조하였으며, 이는 스토리텔링, 탁월한 기술력 그리고 문화적 정체성과의 연결을 중시한다고 설명한다. Our Culture Mag and Partners(2025)가 설명한 가치들은 오래된 헤리티지 브랜드에 있어 단순한 과거의 유산이 아닌, 소비자가 추구할 수 있는 핵심 자산으로 작용할 수 있다. 그러므로 남성복 시장 중 클래식과 테일러링이라는 과거의 문화 유산에 기반한 헤리티지 브랜드에서는 이를 새로운 과제와 기회로 삼을 수 있으며, 브랜드가 지닌 연속성에 대한 디자인과 문화 유산은 이에 있어 핵심적인 자산이 된다. 따라서 ‘조용한 럭셔리’라는 트렌드 하에, 헤리티지 브랜드가 클래식을 현대에 계승하는 구체적인 디자인 전략

†Corresponding author: Kyu-Hye Lee

Tel. +82-2-2220-1191

E-mail: khlee@hanyang.ac.kr

©2026 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). 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.

과 특성을 고찰하는 연구가 요구되는 시점이다. 그러나 현재까지 진행된 ‘조용한 럭셔리’ 및 럭셔리 소비 관련 선행연구들은 주로 소비자의 심리적 동기나 마케팅적 시사점을 도출하는 데 집중되어 있다(Makkar & Yap, 2018; Taylor et al., 2025). 반면, 이러한 비과시적 소비 기제가 실제 브랜드 맥락에서 어떻게 작동하며 ‘조용한 럭셔리’를 형성하는지에 대한 메커니즘적 설명은 상대적으로 미비한 실정이다.

남성 럭셔리 브랜드 중 ‘조용한 럭셔리’ 현상의 흐름을 선도하는 대표적인 사례로 알프레드 던힐(Alfred Dunhill)을 주목할 수 있다. 던힐은 130년 이상의 역사를 가지고 있는 영국 클래식 남성복의 대명사로 꼽히는 럭셔리 브랜드이며 이는 앞서 언급한 브랜드들과 같이 클래식한 방향성을 추구하면서도 영국적 헤리티지를 기반으로 한다는 점에서 차별화된다. 던힐은 이러한 정체성을 견고히 하기 위하여 2023년 사이먼 할로웨이(Simon Holloway)를 크리에이티브 디렉터로 선정하였으며, 그의 지휘 하에 전개된 첫 번째 컬렉션은 영국 패션의 정체성을 제공하였다(Chamberlin, 2024). 할로웨이의 데뷔 시즌인 2024 F/W 컬렉션부터 현재까지 발표된 2026 S/S 컬렉션은 브랜드의 새로운 방향성으로 브리티시 테일러링, 브랜드 헤리티지, 영국 상류층의 문화를 제시하고, 로고를 노출하지 않으며 고급 소재를 사용하는 ‘조용한 럭셔리’에 입각한 행보를 보이고 있다. 그러므로 해당 컬렉션들에 대한 분석은 ‘조용한 럭셔리의 형성 메커니즘’을 이해하고, 비과시적 소비 기제가 브랜드 사례에서 어떻게 구체적으로 작동하는지를 규명하는 데 중요한 시사점을 제공할 수 있다. 따라서 본 연구의 목적은 알프레드 던힐이 보유한 약 130년의 헤리티지와 브리티시 테일러링 그리고 영국 상류층 문화가 현대 패션 시스템 내에서 어떻게 계승되고 있는지 파악하고, 나아가 비과시적 소비 기제의 관점에서 ‘조용한 럭셔리의 형성 메커니즘’을 분석하는 데 있다. 이를 위하여 알프레드 던힐의 사례분석을 통해 새로운 방향성이 확립된 2024 F/W부터 2026 S/S 컬렉션에 나타난 디자인 특성을 고찰하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 조용한 럭셔리

고전적으로 소비를 통한 지위의 과시는 Veblen(1899)의 ‘유한계급론(the theory of the leisure class)’에서의 ‘과시적 소비(conspicuous consumption)’ 개념을 통하여 설명되었다. 베블런의 과시적 소비란 유한계급이 사치를 통하여 지위 확인을 하며 명성을 얻기 위한 행위에 대한 개념이다. 최근에는 브랜드 로고 등을 적극적으로 노출하는 ‘플렉스(flex)’ 문화를 통하여, 패션을 매개로 하여 과시하는 행위가 개인의 정체성과 존재감을 드러내고 라이프스타일로 자리 잡아 가는 것으로 나타났다(Choi, 2022; Park & Chun, 2021). 그러나 2023년부터 ‘조용한 럭셔리’가 최신의 트렌드로 부상하고 있다. 이는 Veblen(1899)이 정의한 전통적 과시와 플렉스의 소비 형태와는 정반대의 개념으로, 부의 직접적인 과시 대신 절제와 은밀함을 덕

목으로 삼는 것이다. 이에 대하여 AFPRelaxnews(2023)는 인플루언서와 신혼 부자들이 과시하던 거대한 로고가 사라지며 미니멀하고 고가의 패션이 그 자리를 차지하고, 올드 머니(old money) 계층의 지위를 대변하는 스타일이라 설명하였다.

‘올드 머니 룩(old money look)’은 ‘스텔스 웰스(stealth wealth)’ 혹은 ‘스텔스 럭셔리(stealth luxury)’, ‘조용한 럭셔리’와 동의어로 쓰이기도 한다(Han, 2023; Jin, 2024). 여기서 ‘올드 머니’란 오래된 기득권의 부유층으로, 신혼 부유층인 ‘뉴 머니(new money)’와는 다른 여러 세대에 걸쳐 부를 축적한 혹은 대대로 부유한 전통적인 귀족, 부유층을 의미한다(Choi, 2023; Korea Local Information Research & Development Institute, 2023; MacroMill Embrain & Trend Monitor, 2024). 스텔스 웰스는 부를 숨기려는 태도이며(Kim, 2025), 조용한 럭셔리는 시대를 초월하는 클래식한 디자인과 최고 품질로 만들어진 수십 년 동안 착용할 수 있는 아이템을 의미한다(de Klerk, 2024). 이러한 트렌드의 특성은 뉴트럴한 색으로 나타나고 브랜드 로고를 드러내지 않으며 클래식한 스타일과 함께 고급스러운 소재가 사용된다(Jin, 2024).

MacroMill Embrain and Trend Monitor(2024)의 조사에 따르면, 응답자들은 부유층에 대한 선망과 ‘부를 과도하게 드러내지 않는 점’, ‘지적으로 보이는 것’에 대하여 응답하며 해당 트렌드의 호감 이유를 꼽았으며, ‘고급스러운 취향을 갖고 있는 사람’, ‘유서 깊은 가문의 부유층’으로 비추어지고 싶다고 응답하였다. 그리고 앞선 특징과 같이 브랜드 로고가 두드러지지 않는 것을 선호하는 것으로 나타났다.

이를 종합하였을 때, 조용한 럭셔리의 핵심적인 특성은 브랜드의 로고를 숨기는 ‘로고리스(logoless)’, 유서 깊은 기득권 양식의 ‘상류층 문화의 양식(upper-class cultural style)’, 고급스러운 ‘소재(fabric)’, 차분한 ‘색채(color)’의 4가지 요소로 도출할 수 있다. 또한 이러한 특성들은 단순한 미적 표현을 넘어, ‘조용한 럭셔리의 형성 메커니즘’을 구성하는 핵심 요소로 이해될 수 있다.

### 2.2. ‘조용한 럭셔리’의 소비 동기 및 심리적 기제

최근 ‘조용한 럭셔리’ 트렌드는 Veblen(1899)의 과시적 소비 이론을 넘어서는 ‘비과시적 소비’의 이론적 맥락에서 이해할 수 있다. ‘조용한 럭셔리’는 노골적인 로고나 과시적인 요소를 줄이고, 소재의 본질, 장인정신, 절제된 디자인 등 본질적 가치에 집중한다는 점에서 ‘비과시적 소비’의 핵심을 공유한다. 이에 현대 럭셔리 소비자들의 로고 없이 절제된 상품에서의 소비와 같은 비과시적 소비의 다각적인 분석이 이루어지고 있다. 선행 연구들은 현대의 럭셔리 소비가 단순히 부를 드러내는 것을 넘어, 문화적 신호를 해석하는 능력과 특정 집단 내의 결속을 다지는 복합적인 심리 기제로 작동함을 이야기한다. 이를 정리하자면 다음과 같다.

첫째, 비과시적 소비는 전통적인 럭셔리 신호에 대한 반작용으로 등장하였다. Eckhardt et al.(2015)는 ‘비과시적 소비(inconspicuous consumption)’의 부상을 개념화하고, 그 원인을

전통적인 럭셔리 신호의 희석, 경제 상황에 따라 과시를 피하려는 경향, 소수의 집단 내에서 자신을 차별화하기 위한 미묘한 디자인에 대한 선호도 증가로 분석하였다. Jeong and Lee(2025)는 패션 자본이 경제 자본 및 문화 자본과 스텔스 럭셔리 소비 사이를 완전 매개함을 규명하고, 스텔스 럭셔리 소비가 단순한 부나 일반적인 문화적 지식의 결과가 아닌 미묘한 패션 단서를 해석하는 전문성을 반영하는 것을 밝혔다. 결론적으로 조용한 럭셔리는 경제적 자본을 넘어선 안목과 지식 그리고 차별성을 요구하는 소비 형태라 할 수 있다.

둘째, 소비자의 심리적 동기 측면에서 조용한 럭셔리는 ‘사회적 연결’ 그리고 ‘복합적 감정 기제’와 관련이 있다. Makkar and Yap(2018)은 명품 소비 경험에 있어 감정의 역할과 감정이 소비자의 자아감과 어떻게 연결되는지 분석하였으며, 비과시적 럭셔리 소비는 감정적 자기방어, 감정적 자기 고양, 감정적 사회적 방어라는 세 가지 복합적 감정이 소비를 촉진하는 것을 밝혔다. Taylor et al.(2025)는 비과시적 미니멀리스트에 주목하여, 이들의 소비는 대중에게 과시가 아니라, 자신과 비슷한 문화적 자본과 가치를 공유하는 엘리트 집단과의 사회적 유대감을 추구하는 동기에서 비롯됨을 규명하였다.

이러한 선행연구들을 종합하여 보았을 때, ‘조용한 럭셔리’는 단순한 스타일이 아닌, 소비자의 복합적인 심리적 동기, 문화 자본을 기반으로 한 도구로 정의할 수 있다. 이는 시각적으로 드러나는 로고 없이도 브랜드의 가치를 알아볼 수 있는 지적 안목과 특정 집단과 연결되고자 하는 내면적 욕구가 투영된 결과이다. 따라서 본 연구는 ‘비과시적 소비’ 기제가 앞서 도출한 조용한 럭셔리의 주요 특성과 결합하여, ‘조용한 럭셔리의 형성 메커니즘’으로 어떻게 작동하는지를 분석하고자 한다.

### 2.3. 알프레드 던힐의 헤리티지와 방향성

앞선 소비문화의 변화에서 알프레드 던힐의 2024 F/W 컬렉션부터 2026 S/S 컬렉션까지는 분석을 위한 직접적인 사례로 꼽을 수 있다. 던힐은 알프레드 던힐이 1893년 영국에서 승마용 안장과 마구 제작 사업을 하던 아버지의 사업을 물려받아 자동차 액세서리 공급업체로 변환한 후 현재까지 이어져 오고 있다. 던힐은 영국 스타일의 유산을 중시하며, 영국적 우아함과 남성성을 디테일, 탁월함, 기능성 그리고 개인 맞춤을 통하여 나타내고자 한다(Dunhill, n.d.). 이러한 던힐의 철학 속에서, 던힐은 2023년 4월 사이먼 할로웨이(Simon Holloway)를 크리에이티브 디렉터로 선정하였다. Schwartz(2023)에 따르면 할로웨이의 이전 디렉터였던 마크 웨스턴(Mark Weston)은 캐주얼하고 스포티한 감각을 젊은 소비자층과 팬데믹 기간 재택근무를 하는 사람들에게 어필하였다. 그러나 리치몬드(Richemont)는 로랑 말레카즈(Laurent Malecaze) CEO를 2022년 새로운 CEO로 취임시키며 그의 지휘 아래 던힐이 “새롭게 활력을 얻은 전략적 방향”으로 나아간다고 말했으며, 말레카즈의 취임 직후 웨스턴은 던힐을 떠나며 사이먼 할로웨이가 새로운 크리에이티브 디렉터로 선정되었다(Schwartz, 2023). 할로웨이의 임명에 있어

로랑 말레카즈 CEO는 “영국 장인정신, 혁신, 기능성, 그리고 남성적인 우아함이라는 던힐의 핵심 원칙에 대한 집중을 강화한다”라고 말하고 “사이먼 할로웨이를 던힐의 새로운 크리에이티브 디렉터로 맞이하게 되어 기쁘다. 그의 창의적인 에너지와 수십 년간 쌓아온 명품 업계 경험은 오늘날의 고객 환경에 맞춰 던힐 하우스의 상징적인 코드를 발전시키고 확장하는 데 중요한 역할을 할 것이다. 사이먼의 품질과 장인정신, 그리고 던힐 DNA에 대한 명확한 이해와 감상은 시대를 초월하고, 목적 의식적이며, 시대에 부합하는 제품을 통해 끊임없이 혁신을 거듭할 수 있도록 해 줄 것이다.”라고 덧붙였다(Halliday, 2023; Shearsmith, 2023). 이는 마크 웨스턴 체제의 브랜드와는 다른 방향성을 제시함을 의미한다.

Baidoo(n.d.)는 ‘조용한 럭셔리’라는 이름 하에 사회 상류층의 전통, 가치관, 미학이 모방되고 있는 시대라고 이야기하며, 이에 던힐과 같은 브랜드가 전 세계적으로 새로운 팬을 확보할 것이라 설명한다. 또한 Deeny(2024)는 할로웨이에 의해 전개된 첫 번째 시즌인 2024 F/W시즌에 대하여 ‘최고급의 조용한 럭셔리’라고 칭하였으며 에르메스보다 덜 긴장되고 로로 피아나보다 덜 예측 가능한 조용한 럭셔리 세계에 절묘한 지점을 찾았다고 덧붙였다. 따라서 본 연구에서는 알프레드 던힐 사례를 통해, 브랜드 헤리티지와 영국적 클래식 ‘비과시적 소비 기제’와 결합하여 ‘조용한 럭셔리의 형성 메커니즘’으로 어떻게 작동하는지를 분석하고, 이를 통해 헤리티지가 현대적 문화 자본으로 전환되는 과정을 규명하고자 한다.

## 3. 연구 방법

### 3.1. 자료 수집

본 연구는 특정 사회문화적 현상과 디자인 사례 간의 관계를 깊이 있게 탐구하며, 텍스트와 이미지에 대한 다각적이고 심층적인 해석에 집중하기 위하여 사례 연구로 진행되었다. 특히 ‘조용한 럭셔리의 형성 메커니즘’을 설명하기 위한 사례 기반 분석으로 수행되었다. 연구의 대상은 알프레드 던힐의 크리에이티브 디렉터인 사이먼 할로웨이가 전개한 2024 F/W 컬렉션부터 2026 S/S 컬렉션까지로 한정하였다. 네 컬렉션은 크리에이티브 디렉터의 교체 이후 브랜드의 새로운 방향성을 제시하는 핵심 결과물이자, ‘조용한 럭셔리’ 트렌드를 시의성 있게 반영하고 있는 사례이므로 연구 대상으로 선정되었다.

연구를 위한 자료 수집에 있어 1차 자료로는 컬렉션 런웨이 이미지와 영상을 「Alfred Dunhill」의 공식 홈페이지, 유튜브 「Dunhill」 페이지 및 Vogue.com에서 수집하였다. 본 연구는 수집된 런웨이 이미지를 정밀하게 분석하고, 그 결과를 텍스트와 도표로 체계화하여 제시함으로써 연구의 타당성을 확보하였다. 2차 자료로는 사이먼 할로웨이의 디자인 비전을 파악하기 위한 인터뷰 기사 및 컬렉션에 대한 업계의 시각을 파악하기 위하여 남성 클래식 전문 잡지인 The Rake, 패션 잡지인 Vogue 등과 여러 저널의 기사와 관련 문헌을 검색하여 수집하고, 사이먼 할

로웨이의 디자인 철학과 각 컬렉션에 대한 비평을 확인하여 선별하였다.

### 3.2. 분석 방법

본 연구는 ‘조용한 럭셔리’의 형성 메커니즘을 규명하기 위하여, 이론적 배경에서 고찰한 ‘스텔스 웰스’, ‘조용한 럭셔리’, ‘올드 머니 룩’의 내용과 Cho and Cho(2025)의 연구를 바탕으로 분석틀을 구축하였다. ‘조용한 럭셔리’ 현상은 최근 패션계에 주요 담론으로 부상하였으나, 그 이면에 있는 소비자의 소비 동기와 디자인의 조형적 특성 간의 관계를 체계적으로 규명한 학술적 연구는 아직 초기 단계에 머물러 있다. 이러한 배경 속에서 Cho and Cho(2025)가 지적인 바와 같이 기존 선행연구들이 비과시적 소비를 단순히 과시적 소비의 대립 개념으로 규정하거나, 주류 럭셔리 신호에 대한 거부로 해석했던 경향과는 달리, Cho and Cho(2025)의 연구는 비과시적 소비에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 사회적 유대감(social connectedness)이라는 매커니즘을 통해서도 작용하는 ‘사생활(privacy)’, ‘엘리트주의(elitism)’, ‘안목(connoisseurship)’, ‘독특성 욕구(need for uniqueness)’라는 유의미한 네 가지 심리적 요인을 도출하며, 이를 실증적으로 규명하였다. 본 연구는 던힐의 컬렉션이 조용한 럭셔리의 문화적 코드와 결속을 강화하는 전략을 규명하기 위하여, 소비 동기와 디자인 요소를 입체적으로 연결할 수 있는 해당 연구의 네 요인을 분석 틀의 첫 번째 축으로 채택하였다.

Cho and Cho(2025)에 따르면 ‘사생활’은 눈에 띄지 않는 소비의 주요 원동력으로, 소비자는 자신의 사치를 완전히 감추기 보다는 자각하는 사람에게만 선택적으로 지위의 상징을 드러내는 것을 의미하며, 이러한 소비자는 최소한의 브랜딩, 전통 장인정신, 절제된 디자인을 선호한다. ‘엘리트주의’는 장인정신, 역사적 브랜드 명성 등과 같은 표식을 통하여, 특정 관계에서만 식별 가능한 명품 신호를 활용하여 차별성을 강화한다. ‘안목’은 감식안으로, 명품의 본질적 가치인 장인정신, 브랜드의 헤리티지, 세련된 미학 등에 높은 이해도를 나타내며 전문 지식과 미적 감각을 내포한 제품을 추구하는 것을 의미한다. ‘독특성 욕구’는 독창적인 제품을 구매함으로써 타인과 차별되고, 눈에 띄지 않으며 고도로 전문화된 디자인의 제품을 추구하는 것을 의미하며, 소비자는 이를 통하여 노골적인 상징을 지닌 제품에 의존하지 않고 개성을 표현할 수 있다.

두 번째 축은 조용한 럭셔리의 형성 메커니즘이 구체화되는 주요 특성으로서, ‘로고리스’, ‘상류층 문화의 양식’, ‘소재’, ‘색채’로 구성되었다. 이는 비과시적 소비 기제가 조용한 럭셔리의 형성 메커니즘으로 작동하며, 어떠한 특성을 통해 구체화되는지를 설명하기 위한 분석 구조를 의미한다. 브랜드의 직접적인 노출을 피하는 ‘로고리스’ 특성은 눈에 띄지 않는 소비의 주요 원동력인 ‘사생활’ 요인과 눈에 띄지 않으며 고도의 가치를 지닌 ‘독특성 욕구’ 요인과 연결된다. 고급 ‘소재’는 세련된 미학의 가치를 지니는 ‘안목’ 요인과 고도의 가치를 지닌 제품을 추구하는 ‘독특성 욕구’ 요인과 연결된다. ‘상류층 문화의

**Table 1.** Analytical framework of the study

Classification	Logoless	Upper-class cultural style	Fabric	Color
Privacy	●			
Elitism		●		
Connoisseurship		●	●	●
Need for uniqueness	●	●	●	●

양식’은 특정 관계에서의 신호를 활용하여 차별성을 강화하는 ‘엘리트주의’ 요인과 전문성과 미적 감각을 내포하는 ‘안목’ 요인 그리고 고도의 가치를 지닌 제품을 추구하는 ‘독특성 욕구’ 요인과 연결된다. ‘색채’는 세련된 미학을 추구하는 ‘안목’ 요인과 고도의 가치를 지닌 ‘독특성 욕구’ 요인과 연결된다. 이렇듯 각 요인들은 한 가지 요인에 상응하는 것이 아닌 복합적이며 유기적으로 상호작용하고 있는 것으로 판단된다. 이를 정리하자면 Table 1과 같다.

## 4. 연구 결과

본 연구는 알프레드 던힐의 2024 F/W 컬렉션부터 2026 S/S 컬렉션까지를 대상으로, 조용한 럭셔리의 형성 메커니즘을 중심으로 심층적으로 분석하고자 한다.

### 4.1. 시즌별 컬렉션 개요

본 연구는 2024 F/W 컬렉션부터 2026 S/S 컬렉션까지 발표된 188개의 룩을 분석 대상으로 선정하였다. 188개의 룩 중, 2024 F/W 컬렉션의 경우 41개의 룩이 발표되었고, 2025 S/S 컬렉션의 경우 48개의 룩이 발표되었으며 2025 F/W 컬렉션은 49개, 2026 S/S 컬렉션은 50개의 룩이 발표되었다. 이를 정리하자면 Table 2와 같다.

### 4.2. 알프레드 던힐 컬렉션에 나타난 조용한 럭셔리의 형성 메커니즘

4.2.1. 로고리스: 사생활과 독특성 욕구를 통한 형성 메커니즘  
 사이먼 할로웨이가 전개한 알프레드 던힐의 4개 컬렉션 전반적으로 나타나는 가장 두드러진 공통점은 로고의 노출을 지양하는 로고리스 특성이다. 로고가 노출된 룩도 존재하였으나, 이는 액세서리, 신발 등을 중심으로 나타났으며, 의류에는 극히 제한되어 나타났다.

4개의 컬렉션에 나타난 188개의 룩 중 로고가 노출된 룩은 28개로 나타났다. 28개의 룩 중 7개의 룩은 볼캡에 로고가 노출되었으며, 7개의 룩 모두 2026 S/S 컬렉션에서 나타났다. 28개의 룩 중 9개의 룩은 이브닝 슬리퍼(혹은 알버트 슬리퍼,

**Table 2.** Number of looks by collection

	2024 F/W	2025 S/S	2025 F/W	2026 S/S	Total
Number of looks	41	48	49	50	188

**Table 3.** Number of looks with visible logos by collection

Season	Number of looks	Items	Number of items
2024 F/W	3	Evening slippers	3
2025 S/S	7	Evening slippers	6
		Jacket	1
2025 F/W	6	Cummerbund	4
		Two piece slippers	4
		Bag	2
		Two piece slippers	1
2026 S/S	12	Ball cap	7
		Bag charm	3
		Jacket	1

Albert Slippers)에 로고가 노출되었으며, 2024 F/W 컬렉션의 경우 3개, 2025 S/S 컬렉션의 경우 6개로 나타났다. 한편, 2025 F/W 컬렉션의 경우 4개, 2026 S/S 컬렉션의 경우 1개의 투 피스 슬리퍼에서 로고가 노출되었다. 이외에도 커머번드(cummerbund), 가방, 가방 찰(bag charm)에서 로고가 나타났으며, 커머번드의 경우 2025 F/W 컬렉션에서 4개, 가방의 경우 2025 F/W 컬렉션에서 2개, 가방 찰의 경우 2026 S/S 컬렉션에서 3개로 나타났다. 신발이나 액세서리와 달리 의류의 경우, 2025 S/S 컬렉션에서는 재킷 가슴 포켓에 자수(embroidery) 형태로 1개, 2026 S/S 컬렉션에서는 재킷 가슴 포켓에 문장(crest)을 통하여 1개의 룩에 로고가 노출되었다. 더불어 로고가 새겨진 아이템은 한 가지 룩에 중복해서 나타난 경우도 있다. 로고의 유무는 공식 컬렉션 영상 및 이미지를 통하여 명확히 식별 가능한 범위 내에서 판단하였으며, 이를 정리하자면 Table 3과 같다.

분석 대상인 4개의 컬렉션에서는 과거의 거대하고, 모노그램과 같이 다수로 노출되는 로고와는 다르게 작고 단발적으로 나타났다. 또한 과거와 달리 의류에서의 로고 노출은 극히 제한되었으며, 신발, 액세서리 등과 같은 주변 아이টে임을 중심으로 제한되어 나타났다. 이는 ‘조용한 럭셔리’의 핵심 중 하나인 ‘부를 과도하게 드러내지 않는’ 특징과 일치한다. 또한 주요 의류에서 로고를 배제하는 것은 브랜드 정보를 차단하여 불특정 다수의 평가로부터 자유로워지게 하며, 사치를 드러내지 않는 사생활 기제와 로고를 드러내지 않는 독특성 욕구의 시각화로 판단할 수 있다. 이는 브랜드를 과시하지 않는 태도를 드러내는 무언의 신호이자 비과시적 소비의 한 예로 기능할 뿐만 아니라, 사생활과 독특성 욕구라는 비과시적 소비 기제가 ‘로고리스’라는 특성을 통해 조용한 럭셔리로 전환되는 형성 메커니즘으로 작동함을 보여준다.

4.2.2. 상류층 문화의 양식: 안목, 엘리트주의, 독특성 욕구를 통한 형성 메커니즘

사이먼 할로웨이가 전개한 4개의 컬렉션은 던힐의 약 130년

헤리티지와 영국적 유산을 단순히 과거의 것이 아닌 현대의 문화적 자본으로 적용함에 있어, 이를 과거에서 현대로 이끄는 ‘엘리트주의’로 구축하고 있다. 이는 과거 특정 사회 집단만이 공유하는 문화 코드를 현대의 디자인 중심으로 이용함을 시사한다. 던힐의 컬렉션에서 ‘상류층 문화의 양식’은 추상적인 배경에 머물지 않고, 의복의 구조와 실루엣을 결정짓는 원형의 스타일로 구체화하고 있다. 사이먼 할로웨이는 영국 상류층의 라이프스타일을 구성하는 사교를 위한 의복 양식이나 왕족의 의복 양식 그리고 모터링(motoring) 등과 같은 브랜드 헤리티지를 위한 기능적 의복 양식을 통하여 컬렉션을 시각적인 형태로 구현하였다. 이는 과거부터 특정 사회 집단만이 공유하는 독특성 욕구의 문화 코드를 현대에 대중적으로 제공하여, 착용자에게 엘리트주의와 안목이라는 심리적 만족감을 제공하는 방식이다.

2024 F/W 컬렉션은 사이먼 할로웨이가 알프레드 던힐을 통하여 전개할 디자인적 세계관의 비전을 제시하는 성격으로, 던힐의 약 130년 헤리티지를 바탕으로 이루어졌다. 할로웨이는 해당 컬렉션을 통하여 던힐의 헤리티지인 모터링, 스포츠, 문화 행사, 영국식 테일러링을 표현하고자 하였다(Bottomley, 2024; Mohammed, 2024). 할로웨이는 “이 컬렉션은 우리의 기원과 이후 독특한 영국 럭셔리 하우스로의 진화를 기념한다. 던힐은 모터링, 스포츠, 문화 행사부터 클래식한 블랙타이 행사에 이르기까지 인생의 고급스러운 것을 즐기는 남성들을 위해 디자인한다. 그것이 우리가 항상 가장 잘해온 일이다. 나는 우리가 세련되면서도 국제적인 정신을 되찾기를 바란다.”라고 강조하며(Bottomley, 2024), 브랜드의 핵심 헤리티지인 20세기 초 상류층의 전유물이었던 모터링을 위한 의복을 컬렉션의 주요 아이টে임으로 차용하였다. 2024 F/W 컬렉션의 카 코트(car coat)와 같이 일반 코트보다 기장이 짧아 운전에 방해가 가지 않는 모터링을 위한 외투들은 과거 오픈 톱 자동차 환경에서 상류층의 럭셔리한 방향 문화를 나타낸 것이며, 시어링(shearling)을 통하여 방한의 기능성을 더욱 견고히 한 외투들도 선보였다. 이렇듯 던힐이 제안하는 모터링을 위한 외투는 단순한 외투가 아니라, ‘운전’이라는 상류층의 취미 생활이 고급스러운 소재와 실용적인 형태로 결합된 조형적 결과물이다. 또한 해당 스타일을 더욱 견고히 하기 위하여 외투 뿐 아니라 드라이빙 스니커즈, 드라이빙 장갑 등을 선보였다. 또한 할로웨이가 언급한 클래식한 블랙타이 행사를 대변하듯 디너 슈트와 같은 상류층을 위한 의복의 스타일이 선보여졌다.

2025 S/S 컬렉션은 2024 F/W 컬렉션에서 정립한 헤리티지를 사회적 맥락에 적용하여 그 서사를 확장시켰다. 상위 금융가, 가든 파티, 자선 갈라(charity galas) 그리고 로얄 애스콧(Royal Ascot, 경마 대회), 테니스 경기, 모터링과 같은 영국의 럭셔리한 상류층의 사교 문화의 스타일과 브랜드 헤리티지를 바탕으로, 할로웨이가 “급진적인 고전주의”라고 칭한 접근법을 통하여 영국 상류층의 라이프스타일에 대한 클래식 드레스코드를 적용하였다(Clarke, 2024; Socha, 2024). 특히 로얄 애스콧의 경우 영국의 애스콧 경마장의 드레스 코드를 반영한 모닝

드레스를 통하여 영국 상류층이 향유하는 문화의 의례를 표현하였다. 이러한 복식은 일상복이 아닌 특수 목적의 예복으로, 착용자가 ‘상류층의 사고 문화’를 향유하는 멤버임을 드러내는 간접적인 신호이다. 따라서 옷의 형태 자체가 특정 계층 내에서만 통용되는 역할을 수행하며 ‘엘리트주의’를 시각화한다. 또한 테니스 클럽 룩에서 차용한 스포티한 룩은, 스포츠웨어조차도 기능복이 아닌 사교를 위한 유니폼으로 소비하는 상류층의 라이프스타일을 대변한다. 결과적으로 이러한 고도의 조형적 디테일들은 단순한 디자인이 아니라, 착용자가 ‘상류층의 사고 문화’를 향유하는 그룹의 일원임을 증명하는 간접적인 신호이다. 던힐은 의복의 형태 자체가 특정 계층 내에서만 해석 가능한 역할을 수행하는 것에 입각한 엘리트주의를 시각적으로 나타내고 있다. 이는 할로웨이가 던힐을 통하여 전파하는 의복이 단순히 디자인된 제품이 아니라 특정한 과거부터 이어온 사회문화적 맥락이 현대의 사회문화 속에서 기능하는 것임을 의미한다. 또한 브랜드 아이덴티티의 연장을 위하여 테니스 라켓이 아닌 던힐이 현재 운영하고 있는 던힐 파델 클래식(the Dunhill padel classic)의 정체성을 대변하기 위해 파델 라켓(padel racquet)을 위한 가방을 선보인 것으로 사료되며, 브랜드 헤리티지인 모터링을 위하여 드라이빙 스니커즈, 드라이빙 장갑 등을 선보이고, 그들의 또 다른 헤리티지인 스모킹(Smoking)을 위한 라이터를 선보이기도 하였다.

2025 F/W 컬렉션은 브랜드의 헤리티지와 영국 수트의 본질에 더욱 집중하였다. 따라서 본 컬렉션은 윈저 공(Duke of Windsor)으로도 불리는 에드워드 8세(Edward VIII)의 스타일을 핵심 주제로 설정하고, 그의 상징적인 ‘잉글리시 드레이프(English Drape)’ 실루엣을 디자인의 주요 요소로 채택하였다(Cardini, 2025a; Socha, 2025a). 잉글리시 드레이프란 1920년대 후반 새빌 로(Savile Row)의 테일러인 프레드릭 솔테(Fredrick Scholte)가 고안한 수트의 형태이며, 유연한 드레이핑을 통해 어깨가 넓어 보이고, 깊게 말린 라펠로 가슴이 가득 차 보이며, 높은 허리선으로 허리와 엉덩이가 날렵하게 보이는 구조적인 특징이 있다(Hill, 2011). 이러한 ‘구조적 형태’는 정통 새빌 로의 혈통임을 증명하는 구조적, 시각적 단서가 된다. 일반 대중에게는 단순한 수트로 보일 수 있지만, 복식 지식을 갖춘 안목 있는 소비자에게 드레이프는 ‘엘리트주의’를 확인시켜 주는 기제로 작용한다. 따라서 본 컬렉션은 에드워드 8세의 스타일을 단순 차용한 것이 아니라, 귀족적 가치를 의복의 구조로 치환하여 역사적 정통성을 공고히 하려는 전략적 조형 작업으로 사료된다. 결과적으로 해당 시즌은 남성 수트에 큰 영향을 끼친 에드워드 8세와 그의 복식 스타일을 심도있게 탐구 및 반영함으로써, 던힐에서 추구하는 클래식이 막연한 과거의 의복이 아닌, 명확한 역사적 정통성을 가지고 있음을 강조하였다. 이는 컬렉션을 통하여 귀족적 가치를 공고히 하려는 것으로 판단할 수 있다.

2026 S/S 컬렉션은 이전 시즌들과 달리, 기존에 갖고 있던 틀 속에서 새로운 방향성을 제시하였다. 영국 왕실에 해당하는 윈저 가문의 남성들에게서 받은 영감뿐만 아니라 할로웨이가

“불순종적인 우아함”이라고 칭한 영국의 록 아이콘인 브라이언 페리(Bryan Ferry), 찰리 와츠(Charlie Watts)와 같은 영국 록 아이콘들에게서의 영감 및 브랜드 헤리티지를 기반으로 콘셉트가 전개되었다(Cardini, 2025b; JTDapper Fashion Week, 2025b; Socha, 2025b). 할로웨이는 이 컬렉션에 있어, “영국 남성 옷장의 정점에 있는 클래식”에 대해 깊이 생각했다.”라고 말하는 동시에, 록 아이콘들에 대하여 “그들은 본질적으로 찰스 왕이나 윈저 공작이 입었을 법한 옷을 입고 있었는데, 단지 다른 맥락에서, 완전히 다른 태도로 입었을 뿐이다.”라고 설명하며 “룩과 왕족이라는 이 기묘한 이중성이 같은 옷장을 공유하고 같은 정장을 입는 나라는 우리나라뿐이다.”라고 덧붙였다(Cardini, 2025b). 이는 전통적인 엘리트 개념을 확장하여, 문화적 자본을 지닌 아이콘을 끌어들이며 옴으로써 클래식이 동시대적 문화까지 아우를 수 있음을 시사한다. 이러한 불순종적인 태도는 서로 이질적인 아이템의 조형적 배치와 스타일링의 해체와 재조합을 통하여 시각화된다. 컬렉션을 통하여 가장 두드러지게 나타난 특징은 왕실에 입각한 쓰리피스 수트와 캐주얼한 볼캡의 조합이다. 이는 격식을 상징하는 수트의 구조를 유지한 채, 맥락에 맞지 않는 액세서리를 의도적으로 배치함으로써, 각 맥락과 맥락 속 아이템의 배치의 이해를 요하는 고도의 안목을 필요로 한다. 또한 타이틀 생략하거나 셔츠 단추를 풀어헤친 연출은 불순종적인 태도를 조형적으로 재현한 것으로, 경직된 엘리트주의를 유연한 문화적 취향으로 치환하고 있다. 또한 최상위 클래식이라는 틀에서 이루어지는 변형으로써 ‘조용한 럭셔리’의 범주를 문화적 아이콘의 영역까지 확장시킨 것으로 해석할 수 있다. 더불어 브랜드 헤리티지인 모터링을 위하여 드라이빙 스니커즈, 드라이빙 장갑 등을 선보이고, 그들의 또 다른 헤리티지인 스모킹을 위한 라이터와 시가(cigar) 케이스를 선보였다. 그리고 할로웨이는 컬렉션들에 걸쳐, 해당 컬렉션의 콘셉트뿐만 아니라 포멀 웨어(formal wear), 세미 포멀 웨어(semi-formal wear), 스모킹 재킷(smoking jacket) 등을 선보이며 사교 문화의 스타일 및 브랜드 상징성 그리고 할로웨이가 표현하고자 하는 방향성을 강화하였다. 이는 각 컬렉션마다의 큰 틀은 변하지만, 그 근간에는 상류층의 사고 문화라는 조형적 토대가 기저에 깔려 있음을 나타낸다.

사이먼 할로웨이가 컬렉션들을 이끌며 주창하는 것은 ‘브랜드 헤리티지’, ‘영국적’이라는 정체성이다. 할로웨이는 해당 정체성에 대한 깊은 이해와 감상에서 비롯되는 지적 만족감을 제공한다. 또한 로고와 같은 상징 대신, 브랜드가 가지고 있는 헤리티지와 영국 상류층 문화의 양식과 그 역사성을 표현하였다. 이는 대중으로부터 자신을 차별화하려는 ‘독특성 욕구’가 디자인의 세부 요소에 어떻게 반영되는지를 나타낸다. 따라서 본 연구에서는 Vogue, WWD 등 패션 전문 매체의 컬렉션 리뷰 및 기사(Bottomley, 2024; Cardini, 2025a; Cardini, 2025b; Clarke, 2024; Dao, 2024; JTDapper Fashion Week, 2025a; JTDapper Fashion Week, 2025b; Kessler, 2024; Mohammed, 2024; Socha, 2024; Socha, 2025a; Socha, 2025b)를 분석하여 각 컬렉션의 핵심 콘셉트

**Table 4.** Conceptual keywords identified across collections

Season	Concept keywords
2024 F/W	British tailoring, Brand heritage
2025 S/S	High finance, Royal Ascot, Tennis, Garden party, Charity galas, Brand heritage
2025 F/W	Duke of Windsor inspiration, English drape silhouette, Brand heritage
2026 S/S	English aristocracy, Windsor men, British rock icons, Brand heritage

트 키워드를 도출하였다. 이를 정리하자면 Table 4와 같다.

결과적으로 할로웨이가 전개한 알프레드 던힐의 컬렉션은 영국 상류층의 라이프스타일과 역사적 인물과 그의 의복 그리고 브랜드가 지닌 헤리티지를 통한 변하지 않는 가치의 문화 자본을 브랜드 이미지이자 아이덴티티로 재구축하는 과정이라 할 수 있다. 영국 상류층에 의하여 나타나는 스타일과 의복 양식들 그리고 윈저 공의 잉글리시 드레이프나 록 아이콘과 같은 코드는 일반 대중은 쉽게 해석하기 어려운 지적 안목을 요구하며, 소비자들에게는 엘리트주의와 대중과 구별되는 독특성 욕구를 동시에 충족시킨다. 따라서 던힐의 ‘상류층 문화의 양식’ 요소는 단순한 스타일적 차용을 넘어, 엘리트주의, 안목, 독특성 욕구와 같은 비과시적 소비 기제가 작동하는 핵심 메커니즘으로 기능하며, 이를 통해 조용한 럭셔리가 형성되는 과정을 설명한다. 이러한 메커니즘 속에서 작용하는 문화적 유산을 향유하는 주체로서 자신의 정체성을 간접적으로 드러내게 된다.

4.2.3. 색채: 독특성 욕구와 안목을 통한 형성 메커니즘

던힐의 컬렉션에서는 색이 다양하게 조합되는 패턴이나 모노그램과 같은 화려한 패턴은 사용되지 않고, 단색으로 이루어져 있거나, 문양이 있을 경우, 그레이와 블랙과 같은 색상이 어우러진 글렌체크와 같은 전통성 있는 문양이 사용되었다. 또한 고체도의 색보다는 저채도의 색상이 주로 사용되었다. 이러한 클래식한 색채 요소들은 시각적 자극 없이 미묘한 차이를 해석할 수 있는 안목을 요구하며, 과시적이지 않은 내재적 신호를 통해 독특성 욕구를 자극하고, 조용한 럭셔리가 형성되는 메커니즘으로 작동하는 것으로 해석된다. 이러한 조형적 특성을 바탕으로, 2024 F/W 컬렉션부터 2026 S/S 컬렉션까지의 전반적인 분위기를 주도하는 대표적인 록의 주요 색채를 이미지에서 추출하여 정리하면 Table 5와 같다.

2024 F/W 컬렉션의 경우 그레이 계열과 브라운 계열, 네이비 계열, 무채색 계열이 사용되었다. 2025 S/S 컬렉션의 경우 그레이 계열, 브라운 계열, 네이비 계열, 그린 계열, 레드 계열, 블루 계열, 무채색 계열이 사용되었으며, 2024 F/W 컬렉션과는 달리 밝은 색상이 많이 사용되었다. 2025 F/W 컬렉션의 경우 그레이 계열과 브라운 계열, 네이비 계열, 레드 계열, 그린 계열, 옐로우 계열, 블루 계열, 무채색 계열이 사용되었으며, 같은 F/W계열인 2024년보다 더욱 다양한 색상이 사용되고 있었다. 2026 S/S 컬렉션의 경우 그레이 계열, 브라운 계열, 네

이비 계열, 그린 계열, 레드 계열, 블루 계열, 퍼플 계열, 무채색 계열이 사용되었으나, 파스텔 톤과 원색이 다양하게 사용되었다. 또한 2026 S/S 컬렉션에서는 마드라스 재킷이 사용되고 다양한 체크 패턴이 사용되며 다양한 색이 조합되기도 하였다.

이렇듯 던힐의 컬렉션은 고체도의 색보다는 그레이, 브라운, 네이비 등 저채도의 색을 중심으로 전개되었다. 2026 S/S 컬렉션에서 일부 바지와 스웨터 등에 고체도의 색이 사용되기도 하였으나, 이는 전체적인 무드를 해치지 않는 범위 내에서 클래식한 스타일링을 통해 제한적으로 활용되었다. Zhou et al. (2025)에 따르면 저채도 색상의 사용은 소비자가 이를 시간의 흐름과 연관지어 브랜드가 풍부한 연속성의 유산을 지니는 것으로 인식하게 만들며, 결과적으로 럭셔리 브랜드 지위에 대한 인식을 향상시킨다. 따라서 던힐의 색채 전략은 단순히 시각적 자극을 줄이는 것 외에 브랜드와 영국의 역사적 정통성을 강조하는 역할을 한다. 이에 던힐의 색채 팔레트는 단순한 심미적 표현을 넘어 일시적으로 유행하는 색채를 배제하고 헤리티지에 기반한 색채를 반복적으로 사용하는 전략으로 표현되고 있다. 또한 이러한 색채 사용은 유행색을 통한 과시적 표현이 아니라, 소수 집단 내에서만 해석 가능한 신호로 기능함으로써 독특성 욕구와 안목을 동시에 자극하고, 이를 통해 조용한 럭셔리가 형성되는 메커니즘으로 작동한다. 이는 대중적 유행과 구별되는 차별화된 가치가 비과시적 방식으로 구현되는 과정을 보여준다.

4.2.4. 소재: 독특성 욕구와 안목을 통한 형성 메커니즘

던힐은 가죽, 단추, 신발, 모자 제작사까지 약 15개의 공급업체와 협력하고 있다(Dao, 2024). 할로웨이는 이에 있어 “원단 공장과의 관계는 나에게 정말 중요하다. 시대를 초월하는 클래식함을 추구하는 이번 컬렉션과 같은 경우, 모든 것의 근원은 바로 원단이기 때문이다.”라고 말했으며, “우리는 영국의 훌륭한 원단, 패턴, 질감, 색상을 다양하게 활용하여 정교한 영국식 테일러링과 아우터웨어의 이야기를 제대로 전달하고자 한다.”라고 덧붙였다(Dao, 2024; Mohammed, 2024).

소재의 경우 이미지 분석만으로는 혼용률과 질감을 정확히 식별하는 데 한계가 있다. 따라서 본 연구는 이를 보완하기 위하여, 이미지 분석과 더불어 Vogue, WWD 등 공신력 있는 패션 저널의 컬렉션 리뷰 및 기사(Cardini, 2025a; Cardini, 2025b; Chamberlin, 2024; Clarke, 2024; Clarke, 2025; Dao, 2024; JTDapper Fashion Week, 2025a; JTDapper Fashion Week, 2025b; Kessler, 2024; Socha, 2024; Socha, 2025a; Socha, 2025b)에 언급된 텍스트 정보 수집을 병행하였으며, 이 두 가지 분석 결과를 종합하여 컬렉션의 분위기를 주도하는 핵심 소재를 도출하였다. 이를 정리하자면 Table 6과 같다.

F/W 컬렉션들에는 대체적으로 울, 캐시미어, 코듀로이, 벨벳, 스웨이드, 가죽 등 고급 소재들이 사용되었다. 이는 의복에 있어 단단함과 우아함을 제공할 뿐만 아니라, 고급 소재를 통해 안목을 요구하고 독특성 욕구를 자극함으로써 조용한 럭셔리가 형성되는 메커니즘의 기반으로 작용한다. 또한, 트위드와 같은

**Table 5.** Color palette and RGB values of representative looks







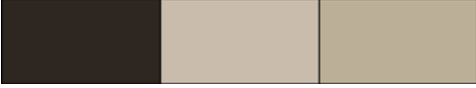
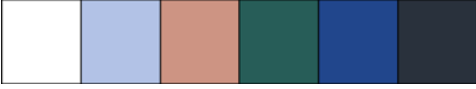




































Season	Concept	Key items	Color chips / RGB of look				Colors
2024 F/W	British tailoring (Look 1)	Suit, coat					Grey, Black
			R: 143 G: 140 B: 129		R: 0 G: 3 B: 0		
2025 S/S	Brand heritage (Motoring) (Look 28)	Car coat					Navy, Light brown, Light blue
			R: 26 G: 30 B: 35	R: 157 G: 146 B: 131	R: 129 G: 162 B: 168		
2025 S/S	High finance (Look 4)	Three piece suit, Leather bag					Dark grey, Light blue, Brown
			R: 74 G: 76 B: 80	R: 169 G: 174 B: 199	R: 89 G: 55 B: 32		
2025 S/S	Royal ascot, Garden party (Look 28)	Morning dress, Top hat					Grey, Navy, White, Black
			R: 150 G: 149 B: 141	R: 51 G: 70 B: 123	R: 255 G: 255 B: 255	R: 7 G: 8 B: 5	
2025 S/S	Royal ascot, Garden party (Look 29)	Morning dress					Navy, Cream, Black, Blue
			R: 25 G: 32 B: 46	R: 219 G: 215 B: 204	R: 8 G: 8 B: 8	R: 87 G: 99 B: 182	
2025 S/S	Tennis (Look 32)	Knit, Shorts, Racquet					White, Navy, Cream, Beige
			R: 255 G: 255 B: 255	R: 23 G: 29 B: 44	R: 214 G: 205 B: 187	R: 213 G: 196 B: 178	
2025 S/S	Motoring (Look 10)	Car coat					Dark brown, Cream, Beige
			R: 46 G: 38 B: 32	R: 201 G: 188 B: 172	R: 187 G: 175 B: 152		
2025 S/S	Charity galas, Garden party (Look 42)	Bow tie, Cummerbund					White, Light blue, Pink, Green, Blue, Navy
			R: 255 G: 255 B: 255	R: 178 G: 194 B: 230	R: 205 G: 148 B: 131	R: 39 G: 93 B: 88	R: 33 G: 70 B: 140

Table 5. Continued.

Season	Concept	Key items	Color chips / RGB of look						Colors
2025 F/W	Duke of Windsor inspiration (Look 16)	Jacket, Vest, Trousers, Evening Slippers							Beige, Light brown, Dark brown, Yellow, Light blue, Navy
			R: 198 G: 176 B: 141	R: 172 G: 154 B: 130	R: 61 G: 43 B: 29	R: 222 G: 198 B: 106	R: 105 G: 126 B: 138	R: 35 G: 44 B: 66	
	English drape silhouette (Look 32)	Three piece suit, Fedora, Leather bag							Grey, Olive, Dark grey, Dark brown, Green
	Brand heritage (Motoring) (Look 14)	Car coat							Dark grey, Navy, Dark brown
			R: 57 G: 56 B: 49	R: 63 G: 65 B: 59	R: 36 G: 35 B: 44	R: 62 G: 44 B: 26			
	English aristocracy (Look 2)	Suit							Light beige, Light purple, Navy, Dark grey, Dark brown
			R: 189 G: 184 B: 173	R: 176 G: 168 B: 187	R: 32 G: 51 B: 97	R: 82 G: 89 B: 109	R: 66 G: 55 B: 48		
2026 S/S	Brand heritage (Motoring) (Look 3)	Car coat							Beige, Light purple, Grey
			R: 173 G: 162 B: 157	R: 208 G: 200 B: 213	R: 131 G: 132 B: 136				
	Windsor men, British rock icons (Look 45)	Dinner suit, Waistcoat, Opera pumps, Ball cap							Purple, Light purple, Dark purple, Blue
			R: 55 G: 59 B: 135	R: 196 G: 191 B: 251	R: 45 G: 38 B: 92	R: 59 G: 49 B: 80	R: 55 G: 110 B: 187		

영국적 특징을 내포한 원단도 사용되었다. S/S 컬렉션들에는 대체적으로 린넨, 울, 실크, 면, 시어서커, 가죽 등 고급 소재들이 사용되었다. 이는 F/W 컬렉션들과는 달리 가벼움과 우아함을 선사하고 있다. 할로웨이는 이와 같이 다양하며 고급스러운 소재들을 사용하여 컬렉션별 특징을 살려 전개하고 있다.

결과적으로 던힐의 이러한 소재 전략은 로고를 노출시키지 않는 조용한 럭셔리의 조형적 특성에서, 소재의 질감과 품질이 브랜드의 가치를 증명하는 매개체임을 나타낸다. 트위드와 같이 영국적 헤리티지가 담긴 소재나 고급 소재의 사용은, 이를 식별할 수 있는 안목과 지식을 갖춘 소비자의 안목을 충족시키는 동시에, 일반적인 제품과는 다른 촉각적 경험과 본질적 우수함의 경험을 제공하여 독특성 욕구를 강화한다. 또한 유행하

Table 6. Fabrics characterizing quiet luxury across collections

Season	Fabrics
2024 F/W	Cashmere, Corduroy, Wool, Leather, Camel hair, Tweed, Suede, Velvet
2025 S/S	Leather, Silk, Suede, Linen, Seersucker, Wool, Cashmere
2025 F/W	Melton, Tweed, Wool, Cashmere, Corduroy, Suede, Velvet
2026 S/S	Denim, Silk, Wool, Leather, Suede, Linen, Cotton-Silk, Seersucker

는 소재나 신소재가 아닌 과거부터 사용되거나 유서 깊은 소재들을 사용하여 유행을 과시적으로 표현하지 않는다. 이에 던힐에 있어 소재는 단순한 재료를 넘어, 안목과 독특성 욕구라는

비과시적 소비 기제를 자극하는 핵심 요소로 작동하며, 이를 통해 조용한 럭셔리가 형성되는 메커니즘을 구성하는 비언어적 커뮤니케이션 수단으로 해석할 수 있다.

## 5. 결 론

본 연구는 현대 시장의 트렌드 중 하나로 부상한 '조용한 럭셔리' 현상 속에서 알프레드 던힐이 구축하는 방향성을 고찰하고자 하였다. 이를 위하여 비과시적 소비의 네 가지 핵심 심리적 요인인 '사생활', '엘리트주의', '안목', '독특성 욕구'와 '조용한 럭셔리'의 조형적 특성인 '로고리스', '소재', '상류층 문화의 양식', '색채'에 기반한 분석틀을 구축하고, 이를 사이먼 할로웨이가 전개한 알프레드 던힐의 2024 F/W 컬렉션부터 2026 S/S 컬렉션까지 적용하여 심층적으로 분석하였다.

분석 결과, 할로웨이는 비과시적 소비의 네 가지 요인을 매우 정교하고 일관된 전략을 통하여 '조용한 럭셔리'의 특성으로 구현하고 있으며, 이러한 요소들이 개별적으로 작동하는 것을 넘어 상호 유기적으로 결합되면서 조용한 럭셔리가 형성되는 메커니즘으로 작동하고 있음을 확인하였다.

로고리스 특성은 의류에서의 로고 노출을 최소화하고 신발이나 액세서리 등 독자성이 있는 아이টে에 대한 제한적 로고 사용을 통해, 부를 은밀하게 드러내는 '사생활' 요인과 주류에서 벗어나고자 하는 '독특성 욕구'를 동시에 자극하는 방식으로 작동한다. 원저 공과 같은 역사적 아이콘이나 상류 사회의 문화를 활용한 '상류층 문화의 양식'의 차용은 역사성과 문화적 자본을 매개로 하여, 이를 식별할 수 있는 지식과 감식안을 요구함으로써 '엘리트주의', '안목', '독특성 욕구'를 복합적으로 작동시키는 메커니즘으로 나타났다. 또한 그레이, 브라운, 네이비 등 무채색 및 모노톤 중심의 절제된 '색채' 사용과 전통적 문양의 활용은 화려한 유행과 차별화된 미적 기준을 형성하며, '안목'과 '독특성 욕구'를 자극하는 비과시적 신호로 기능한다. 더불어 캐시미어와 같은 고급 소재나 트위드와 같은 영국적 특징을 내포한 소재의 활용은 시각적·촉각적 경험을 통해 본질적 가치를 인식하게 함으로써 '안목'을 충족시키고, 고도의 차별화를 지향하는 '독특성 욕구'를 강화하는 방식으로 작동한다.

결론적으로 할로웨이에 의해 전개된 던힐의 컬렉션은 브랜드 헤리티지와 영국의 역사성을 중심으로, '사생활', '엘리트주의', '안목', '독특성 욕구'라는 비과시적 소비 기제가 '로고리스', '상류층 문화의 양식', '소재', '색채'와 같은 요소를 통해 구체화되며, 이들 요소가 상호작용하는 과정 속에서 조용한 럭셔리가 형성되는 구조적 메커니즘을 보여준다. 영국의 역사성이나 상류층의 문화 자본 그리고 던힐의 오랜 브랜드 헤리티지는 단순한 과거의 유산이 아니라, 현대 소비자가 해석하고 경험할 수 있는 문화적 자본으로 전환되며, 다양한 심리적 기제를 통해 소비 경험을 구성하는 기반으로 작용하고 있다.

본 연구는 '조용한 럭셔리'를 단순한 스타일 트렌드로 기술하는 것을 넘어, '사생활', '엘리트주의', '안목', '독특성 욕구'

라는 비과시적 소비 기제를 중심으로 해당 현상이 형성되는 메커니즘을 설명하였다는 점에서 학술적 의의를 지닌다. 또한 빠르게 변화하는 럭셔리 시장에서 헤리티지 브랜드가 역사적 자산과 문화적 자본을 어떻게 재해석하고 동시대적 가치를 창출할 수 있는지를 보여준다는 점에서 실무적 시사점을 제공한다.

한편 본 연구는 '조용한 럭셔리'가 로로 피아나, 톰 포드, 제나 등 다양한 브랜드에서 나타나는 현상으로 논의되고 있음에도 불구하고(Rai, 2024), 알프레드 던힐이라는 단일 브랜드 사례에 초점을 맞추었다는 점에서 연구 결과의 일반화에 한계를 지닌다. 또한 네 시즌이라는 비교적 단기간의 컬렉션을 분석 대상으로 삼았다는 점에서 장기적 변화 양상을 충분히 반영하지 못한 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 헤리티지 남성복 브랜드를 포함한 비교 연구를 통해 조용한 럭셔리의 형성 메커니즘을 보다 확장적으로 검증할 필요가 있으며, 나아가 실제 소비자를 대상으로 해당 메커니즘의 수용 과정과 사회문화적 의미를 분석하는 연구가 요구된다.

## References

- AFPRelaxnews. (2023, April 5). In fashion, 'quiet luxury' speaks volumes to those in the know. *Forbes India*. Retrieved December 21, 2025, from <https://www.forbesindia.com/article/lives/in-fashion-quiet-luxury-speaks-volumes-to-those-in-the-know/84229/1>
- Baidoo, A. (n.d.). Dunhill Fall 2025 men's fashion show review: Dunhill refines its outlook on informal formality. *The Impression*. Retrieved January 21, 2026, from <https://theimpression.com/dunhill-fall-2025-mens-fashion-show-review/>
- Bottomley, T. (2024, February 19). London fashion week AW24 highlights: Simon Holloway's debut Dunhill collection. *TheIndustry: fashion*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.theindustry.fashion/london-fashion-week-aw24-highlights-simon-holloways-debut-dunhill-collection/>
- Cardini, T. (2025a, January 20). Dunhill Fall 2025 menswear collection. *Vogue*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2025-menswear/dunhill>
- Cardini, T. (2025b, June 22). Dunhill Spring 2026 menswear collection. *Vogue*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2026-menswear/dunhill>
- Chamberlin, T. (2024, February). Triumphant debut for Simon Holloway, as Dunhill returns to sartorial form at London fashion week. *The Rake*. Retrieved August 18, 2025, from <https://therake.com/default/stories/triumphant-debut-simon-holloway-dunhill-returns-london-fashion-week>
- Cho, M., & Cho, E. (2025). The hidden signals of luxury: Investigating inconspicuous consumption and the mediating role of social connectedness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 87, 104398. doi:10.1016/j.jretconser.2025.104398
- Choi, J. (2022). Understanding generation Z's 'flex' culture: Focusing on Z. Bauman's concept of 'consumption'. *The Korean Journal of Philosophy of Education*, 44(1), 139-159. doi:10.15754/jkpe.2022.44.1.006
- Choi, S. (2023, September 5). 올드머니룩 패션 트렌드, 남성복에도 스며든다 [The 'old money look' fashion trend is making

- its way into menswear]. *Hankyung Business*, (1449), 34-35.
- Clarke, A. O. (2024, June 16). Dunhill Spring 2025 Menswear Collection. *Vogue*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2025-menswear/dunhill>
- Clarke, G. (2025, June 25). Dunhill's sophisticated edge for Spring/Summer 2026: See all the looks. *L'Officiel Philippines*. Retrieved August 28, 2025, from <https://www.lofficielph.com/hommes/dunhill-spring-summer-2026-collection>
- Dao, D. Q. (2024, July 18). Dunhill creative director Simon Holloway on Fall/Winter 2024 vision. *Hollywood Reporter*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.hollywoodreporter.com/lifestyle/style/dunhill-creative-director-simon-holloway-fall-winter-2024-1235946197/>
- de Klerk, A. (2024, November 28). The best quiet luxury brands to know in 2024. *Harper's BAZAAR UK*. Retrieved August 18, 2025, from <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/shopping/g44559652/quiet-luxury-brands/>
- Deeny, G. (2024, February 17). Dunhill: A debonair and dashing debut by Simon Holloway. *FashionNetwork UK*. Retrieved January 21, 2026, from <https://uk.fashionnetwork.com/news/Dunhill-a-debonair-and-dashing-debut-by-simon-holloway,1605784.html>
- Dunhill. (n.d.). Heritage of the House. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.dunhill.com/en-us/heritage/about-dunhill.html>
- Eckhardt, G. M., Belk, R. W., & Wilson, J. A. J. (2015). The rise of inconspicuous consumption. *Journal of Marketing Management*, 31(7-8), 807-826. doi:10.1080/0267257X.2014.989890
- Halliday, S. (2023, April 12). Simon Holloway is new Dunhill creative director. *FashionNetwork*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.fashionnetwork.com/news/Simon-holloway-is-new-dunhill-creative-director,1505368.html>
- Han, J. (2023, September 21). 시대를 초월한 절제된 패션의 힘 [The power of timeless, understated fashion]. *Noblesse*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.noblesse.com/home/news/magazine/detail.php?no=13025>
- Hill, D. D. (2011). *American menswear: From the Civil War to the twenty-first century*. Lubbock: Texas Tech University Press.
- Jeong, J., & Lee, Y. (2025). Drivers of stealth luxury: Fashion capital on inconspicuous luxury consumption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 87, 104401. doi:10.1016/j.jretconser.2025.104401
- Jin, H. J. (2024). A big data exploration of the old money look: With emphasis on 2023 fall/winter trends featured in blog posts. *Journal of Fashion Design*, 24(1), 141-152. doi:10.18652/2024.24.1.9
- JTDapper Fashion Week. (2025a, March 7). Dunhill campaign spring/summer 2025 just released. *JTDapper Fashion Week*. Retrieved August 28, 2025, from <https://jtdapperfashionweek.com/2025/03/07/dunhill-campaign-spring-summer-2025-just-released/>
- JTDapper Fashion Week. (2025b, June 23). Dunhill spring/summer 2026 at Milan men's fashion week. *JTDapper Fashion Week*. Retrieved August 28, 2025, from <https://jtdapperfashionweek.com/2025/06/23/dunhill-spring-summer-2026-at-milan-mens-fashion-week/>
- Kessler, A. (2024, February 17). Dunhill fall 2024 menswear collection. *Vogue*. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2024-menswear/dunhill>
- Kim, Y. (2025, January 17). Quiet & silent, 조용함이 새로운 소비 트렌드가 되다 [Quiet & silent: silence becomes a new consumer trend]. *Cheil Magazine*. Retrieved August 18, 2025, from <https://magazine.cheil.com/56415>
- Korea Local Information Research & Development Institute. (2023). Elegant manner and attitude: Quiet luxury old money. *Local Informatization*, 78-79.
- MacroMill Embrain & Trend Monitor. (2024). *올드 머니(Old money) 트렌드 현상 조사* [Investigating Old Money Trend Phenomenon]. Seoul: MacroMill Embrain Co., Ltd.
- Makkar, M., & Yap, S.-F. (2018). Emotional experiences behind the pursuit of inconspicuous luxury. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 222-234. doi:10.1016/j.jretconser.2018.07.001
- Mohammed, H. (2024, February 16). Dunhill fall 2024 ready-to-wear: A debut that's the talk of the town. *WWD*. Retrieved August 22, 2025, from <https://wwd.com/runway/fall-2024/london/dunhill/review/>
- Our Culture Mag & Partners. (2025, July 3). The return of heritage wear: How quiet luxury is redefining couture. *Our Culture*. Retrieved December 20, 2025 from <https://ourculturemag.com/2025/07/03/the-return-of-heritage-wear-how-quiet-luxury-is-redefining-couture/>
- Park, J., & Chun, J. H. (2021). The characteristics of fashion flex on social media. *The Korean Fashion and Textile Research Journal*, 23(1), 31-43. doi:10.5805/SFTI.2021.23.1.31
- Rai, D. (2024, March 21). When less is more: The curious case of quiet luxury. *Berkeley Technology Law Journal*. Retrieved August 18, 2025, from <https://btlj.org/2024/03/when-less-is-more-the-curious-case-of-quiet-luxury/>
- Schwartz, N. (2023, April 13). Richemont's Dunhill taps Simon Holloway as creative director. *Fashion Dive*. Retrieved January 22, 2025, from <https://www.fashiondive.com/news/dunhill-richemont-simon-holloway-creative-director/647589/>
- Shearsmith, T. (2023, April 12). Simon Holloway named creative director of luxury brand Dunhill. *TheIndustry.fashion*. Retrieved August 18, 2025, from <https://www.theindustry.fashion/simon-holloway-named-creative-director-of-luxury-brand-dunhill/>
- Socha, M. (2024, June 16). Dunhill men's spring 2025: 'Radical classicism'. *WWD*. Retrieved August 22, 2025, from <https://wwd.com/runway/mens-spring-2025/milan/dunhill/review/>
- Socha, M. (2025a, January 20). Lucky blue smith closed Dunhill's fall 2025 show. *WWD*. Retrieved August 22, 2025, from <https://wwd.com/runway/mens-fall-2025/milan/dunhill/review/>
- Socha, M. (2025b, June 23). Dunhill men's spring 2026: From royalty to rock. *WWD*. Retrieved August 22, 2025, from <https://wwd.com/runway/mens-spring-2026/milan/dunhill/review/>
- Taylor, C. R., Borenstein, B., & Pangarkar, A. (2025). What, no logos? Why some minimalists prefer quiet luxury. *Psychology & Marketing*, 42(1), 142-158. doi:10.1002/mar.22121
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. New York: The Macmillan Company.
- Zhou, X., Xiao, C., Yoon, S., & Zhu, H. (2025). The color of status: Color saturation, brand heritage, and perceived status of luxury brands. *Journal of Consumer Research*. 52(6), doi:10.1093/jcr/ucaf029

(Received December 23, 2025; 1st Revised January 20, 2026; 2nd Revised February 13, 2026; Accepted March 5, 2026)