

운동인구 증가세… 활동성에 스타일은 덤, ‘숏패딩’ 뜬다

**유통업계, 겨울 한파·트렌드 잡기
무신사, 다양한 디자인 90여 종 선보여
리복, 양면 활용가능 리버시블 강화
세르지오 타키니, 다용도 제품 공개**

배꼽티에 이어 패딩도 짧아지고 있다. 운동 활동 인구가 점점 늘어나는 추세에 따라 올해 겨울 활동성을 고려한 숏패딩이 더욱 유행을 탔다는 분석이다.

20일 업계에 따르면 롱패딩이 유행했던 과거와 달리, 최근 패션업계들이 활동성을 고려한 숏패딩을 선보이고 있다.

스타일을 중시하는 2030 추세에 더해 올해는 운동 인구 증가 추세가 숏패딩 추세의 배경이 됐다.

통계청에 따르면 한국인이 등산, 걷기, 요가 등 운동을 규칙적으로 실천하는지를 지표로 환산한 신체활동실천율은 지난 2006년 28.3%에서 2024년 48.4%까지 증가했다.

패션 업계 관계자 역시 “일부 롱패딩을 찾는 수요가 남아 있긴 하지만,



세르지오 타키니 브랜드 모델 최혜선의 겨울 패딩 화보 스틸컷. /에프앤에프

숏패딩 유행으로 업계들은 다 숏패딩을 출시하고 있다”며 “아무래도 롱패딩은 다리까지 길이가 내려오는 만큼 활동성이 떨어져 운동하는 소비층의 수요와는 맞지 않은 게 사실”이라고 말했다.

실제 무신사는 지난해에 이어 올

해 ‘데일리 푸퍼’ 패딩 제품군을 강화했다. 푸퍼는 두툼한 볼륨감에 짧은 기장이 특징인 패딩의 한 종류를 뜻한다.

작년에 비해 제품 수를 늘리고 스타일, 색상을 더욱 다양화해 출시했다는 게 무신사 스탠다드 측 설명이다. 실제 올해 무신사는 ‘데일리 푸퍼’ 상품 수를 전년과 비교해 3.5배 늘리고 총 90여종에 달하는 디자인을 선보인다.

생활문화기업 LF의 ‘리복’은 크롭 패딩으로 유행했던 ‘이효리 패딩’을 작년에 이어 올해도 선보인다.

두 가지 스타일로 모두 활용이 가능한 ‘백터 리버시블 다운 시리즈’가 대표적이다. 북고풍의 디자인과 기본적인 패딩 디자인, 두 가지로 표현해 입을 수 있는 ‘리버시블 제품’으로 패딩 양면으로 다른 소재를 적용해 하나의 제품군으로 완전히 다른 분위기를 연출할 수 있다는 게 LF 측 설명이다.

이 외에도 리복은 패딩 제품과 함께 착용할 수 있는 ‘우븐 카고 팬츠’와 나일론 소재를 활용한 ‘파라슈트 패딩 치

마’ 제품을 함께 제안한다.

에프앤에프의 라이프스타일 브랜드 ‘세르지오 타키니’ 역시 ‘W 에어쿠쉬 숏 다운 점퍼’와 ‘데일리 크롭 다운 점퍼’를 새롭게 선보였다. 에프앤에프에 따르면 두 제품 모두 일상 및 야외 스포츠 활동에 적합하도록 짧은 기장에 가벼운 무게감으로 제작된 것이 특징이다.

세르지오 타키니 관계자는 “올겨울 역대급 한파가 예보된 가운데, 강추위에 대비하면서도 트렌드와 보온성을 모두 챙길 수 있는 숏패딩 등이 주목받고 있다”고 말했다.

한편, 소비자 이 모 씨는 “롱패딩은 그냥 전투복처럼 하나 가지고 있는 수준”이라며 “숏패딩에 비해 롱패딩을 굳이 여러 개 사서 구비해 놓지는 않는다”고 말했다.

또 패딩 가격에 대해 “옛날에는 숏패딩이 롱패딩보다 좀 더 저렴하다고 느꼈는데 이제는 길이보다는 소재, 브랜드에 따라 가격이 달라지는 것 같다”고 덧붙였다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

LF ‘아떼 바네사브루노’ 남성용 가르송 라인 선보

생활문화기업 LF의 프랑스 디자이너 브랜드 ‘아떼 바네사브루노’가 남성 소비자를 위한 ‘아떼 가르송’ 제품군을 선보인다고 20일 밝혔다.

LF에 따르면 여성스러운 디자인에 주력해 온 아떼 바네사브루노가 이번 ‘아떼 가르송’ 제품군 출시를 통해 성별의 경계를 허물고 남성도 즐길 수 있는 디자인 제품을 새롭게 선보인다. ‘가르송’은 소년을 뜻하는 불어다.

대표적으로, ‘후드 머플러’와 ‘스마트 카드 홀더’ 제품이 준비됐다.

‘후드 머플러’는 후드와 머플러가 결합된 형태로, 울 100% 소재가 사용됐다. 한쪽 면에는 말차 색상의 체크 패턴을, 다른 면에는 검정색 단색 디자인을 적용해 양면에 따라 다른 스타일을 연출할 수 있다는 게 LF 측 설명이다.

‘스마트 카드 홀더’는 스마트폰에 부착 가능한 고급 가죽 소재 제품으로, 검정과 베이지 두 가지 색상으로 출시됐다. 작은 크기에 아떼 가르송의 로고가 더해진 것이 특징이다.

신제품군은 무신사 온라인 스토어와 더현대서울 아떼 바네사브루노 매장에서 만나볼 수 있다. /안재선 기자 wotjs4187@

‘빅딜’ 또 터졌다… 올해 누적 수주액 ‘5조’ 돌파

삼성바이오로직스

**유럽 제약사와 9304억 CMO 체결
올해만 1조 규모 ‘빅딜’ 3건 성사**

삼성바이오로직스가 역대 최대 규모 수주 기록과 함께 올해 누적 수주액 5조원을 돌파했다.

삼성바이오로직스는 유럽 소재 제약사와 총 9304억원 규모의 위탁생산(CMO) 계약을 체결했다고 20일 밝혔다.

이번 계약은 총 2건으로, 각각 7524억원 규모, 1780억원 규모인데 해당 수주 금액을 합하면 지난 2023년 전체 수주 금액인 3조5000억원의 약 30%에 달한다. 고객사 및 제품명은 비밀유지 조항에 따라 공개되지 않았으며, 계약 기간은 오는 2031년 12월 31일까지다.

삼성바이오로직스는 지난 7월 미국 소재 제약사와 1조4600억원 규모의 계



삼성바이오로직스 4공장 전경.

/삼성바이오로직스

약을, 지난 10월에는 아시아 소재 제약사와 1조7000억원 규모의 계약을 체결하는 등 올해만 1조원 규모의 ‘빅딜’을 총 세 건 올렸다.

뿐만 아니라 삼성바이오로직스는 지난 3월 올해 첫 계약을 시작으로 현

재까지 글로벌 제약사들과 공시 기준 총 11건의 수주 계약을 체결해 11개월 만에 5조3000억원에 달하는 수주 성과를 냈다. 이는 2023년 전체 수주 금액과 비교하면 1.5배 증가한 수준이다.

삼성바이오로직스는 미국, 아시아, 유럽 등 글로벌 전역에서 초대형 계약을 잇달아 체결해 대규모 수주 물량을 확보함으로써 세계 최고 의약품 위탁개발생산(CDMO) 역량을 증명한다는 방침이다. 실제로 삼성바이오로직스는 현재 글로벌 상위 제약사 20곳 중 17곳을 고객사로 확보하고 있다는 것이 회사 측의 설명이다.

아울러 삼성바이오로직스는 바이오의약품 수요에 선제적으로 대비하며 생산능력을 확대하는 데 집중하고 있다.

오는 2025년 4월 가동을 목표로 건설하고 있는 5공장은 1~4공장의 최적 사례를 집약한 18만L의 생산능력을 갖췄다. 5공장 완공 시 삼성바이오로직스는 총 78.4만L의 생산능력을 확보하게 된다.

/이청하 기자 mlee236@



피지오겔이 연말 한정판 기획과 포장으로 특별한 고객경험을 선사한다. /LG생활건강

LG생활건강 피지오겔 연말맞이 기획세트 출시

LG생활건강은 더마 화장품 브랜드 피지오겔에서 ‘2024 연말 맞이 기획 세트’를 출시했다고 20일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 이번 한정판 주제는 ‘사랑이 넘치는 피지오겔 빌리지’로 177년 전통의 독일 스티펠 약국에서 영감을 받은 따뜻한 조명 아래 밝게 빛나는 상점과 눈 내리는 모습을 표현하고 있다.

피지오겔 신제품인 ‘DMT 리제너러티브 크림 트리플 세트’와 ‘데일리문앰플 세트’, ‘DMT 립밤 더블세트’ 등 총 3종류로 선보여지는 것도 특징이다. 특히 DMT 리제너러티브 크림 세트와 데일리문 앰플 세트에는 크리스마스의 정취를 담아 트리 염서와 트리를 자유롭게 꾸밀 수 있는 수작업 스티커 세트를 함께 제공한다.

LG생활건강은 이번 기획세트 출시를 기념해 특별한 행사도 마련했다. 주요 온라인 몰에서 피지오겔 제품을 5만원 이상 구매한 고객에게는 포장용 선물 박스를 추가로 제공한다. /이청하 기자 mlee236@

JW중외제약, 현대인 공감 ‘영양제 3종’

JW중외제약은 인기 인스타그램 작가 ‘아찔’과 협업한 영양제 패키지 3종을 출시한다고 20일 밝혔다.

이번 신제품은 직장 생활에 지친 현대인들과 공감대를 이룰 수 있는 재치 있는 문구로 꾸며졌다.

‘견뎌! 그래도 가야지 어떡해’는 ▲간 건강엔 밀크씨슬&비타민B ▲눈 건강엔 루테인 MAX 등 건강기능식품 2종으로 완성됐다. 각각 밀크씨슬 추출물과 비타민B군 4종, 마리골드꽃 추출물과 루테인 20mg을 함유해 지친 간과 눈에 활력을 줄 수 있다는 것이 JW중외제약 측의 설명이다.

‘이겨! 그래도 해야지 어떡해’는 먼



아찔 작가와 협업한 영양제 3종.

역력 증진에 도움을 줄 수 있는 제품 구성으로 ▲피로 개선엔 홍삼정 골드 ▲혈행 건강엔 초임계 알티지 오메가3 등을 포함한다. ‘즐거! 그래도 가야지 어떡해’ 패키지는 ▲에너지 부스터엔 아르기닌 ▲장 건강과 면역엔 프로바이오틱스 아연 등을 담았다. /이청하 기자

지그재그, 수험생 신규 가입자 수 30% 급증

카카오스타일의 E커머스 플랫폼 ‘지그재그’가 2025학년도 대학수학능력시험 이후 신규 가입자 수가 직전 주 대비 30% 증가했다고 20일 밝혔다.

카카오스타일에 따르면 수능이 치러진 다음 날인 지난 15일부터 17일까지 사흘간 고등학교 3학년인 2006년생 신규 가입자 수가 직전 주와 비교해 30% 늘었다. 지난해 같은 기간 비교하면 31% 증가한 수치로, 매년 수능 이후 고3 학생들의 신규 가입이 증가하고 있다는 게 카카오스타일 측 설명이다.

일 평균 이용 현황을 살펴보면, 고3

고객들은 사흘간 하루 평균 14회 이상 지그재그 앱을 실행했다. 같은 기간 구매 상품 수와 거래액 역시 수능 직전 주와 비교해 각각 10%, 13% 증가했다. 주요 검색 키워드는 ‘니트’, ‘무스탕’, ‘패딩’ 등이다.

제품군 별로는 쇼핑물, 뷰티, 패션 브랜드, 라이프 제품군이 상위권을 차지했다. 직전 주 대비 가장 큰 증가율을 보인 제품군은 라이프로, 구매 상품 수와 거래액이 각각 86%, 116% 크게 늘었다. 쇼핑물 카테고리 역시 구매 상품 수와 거래액이 전주 대비 각각 12%, 10% 증가했다.

/안재선 기자 wotjs4187@