

2013년도 한국의를학회

패션상품기획콘테스트

수상작 전시회



2013년도 한국의를류학회 패션상품기획콘테스트 수상작 전시회

주 최 : (사)한국의류학회

후 원 : 국내 대표 브랜드

(주)영원아웃도어, (주)돌실나이, 제일모직(주), (주)샤트렌, (주)아가방,
(주)신원, (주)이엑스알코리아, (주)보끄레머천다이징, 패션그룹형지(주)

일시 및 장소 : 2013년 10월 19일(토)
서울대학교 43-1동 멀티미디어강의동

인사말씀

한국의류학회는 국내의 대표적인 패션의류기업들과 협력하여 올해로 네 번째가 되는 브랜드 맞춤형 공모전인 패션상품기획콘테스트를 개최하게 되었습니다. 이 상품기획 콘테스트야말로 현장감있는 인재를 육성하기 위한 진정한 산학협력의 본보기라고 생각합니다.

우리나라 굴지의 패션전문기업의 후원브랜드 협조로 이루어지는 이 행사는 해가 거듭될수록 의류·패션산업에 관심을 가진 대학생들의 참여도가 높아지고 있고, 실력들도 향상되고 있습니다. 금년에도 전국 47개 대학에서 230팀이 참가신청하였으며 한국의류학회 심사위원회 심사후 각 브랜드의 최종심사 결과 8개팀이 브랜드상을, 19개팀이 장려상, 21개팀이 입선을 수상하게 되었습니다. 이번 콘테스트에서 수상한 모든 작품은 2013년도 한국의류학회 추계학술대회에서 전시될 예정입니다.

한국의류학회 패션상품기획콘테스트 행사가 날로 성장할 수 있는 것은 우리나라 패션산업의 중추적인 역할을 하고 있는 후원업체들의 도움이라고 생각합니다. 우리나라 패션산업계의 주역이 될 학생들에게는 브랜드 탐색의 기회를 동시에 패션업계에는 유능한 인재 발굴의 기회를 제공해 줌으로써 학계와 업계 간의 소통의 장이 되는 이 행사에 협조를 해주신 (주)영원아웃도어, (주)돌실나이, 제일모직(주), (주)보끄레머천다이징, (주)샤트렌, (주)아가방, (주)신원, (주)이엑스알코리아, 패션그룹형지(주)와 진행을 도와주신 담당 부서장님께 진심으로 감사드립니다.

또한 본 사업의 진행을 주관하셨던 김미영 위원장님, 신수연, 이민선, 이연희, 최선형, 하지수 운영위원님들과 헌신적으로 학생들을 지도해주신 각 학교의 지도 교수님들께도 감사드리며 앞으로 이사업이 더욱 번창할 수 있도록 회원 여러분의 지속적인 관심과 협조를 부탁드립니다.

마지막으로 수상자들에게 축하의 박수를 보내며 수상자들이 이번 행사에 관심을 갖고 참여했던 모든 학생들과 함께 미래 한국 패션산업계를 이끌어갈 갈 주역으로 성장하시길 기원합니다.

2013년 10월 19일

한국의류학회 회장 유 효 선

2013년도 한국외류학회
패션상품기획콘테스트 후원브랜드



제2회 한국의를학회 패션상품기획 콘테스트 개최공고

개최목적

- 한국의를학회는 미래 패션산업의 유능하고 창의적인 인재 발굴을 위하여 국내의 대표적인 패션의를기업들과 협력하여 브랜드 맞춤형 패션상품기획 콘테스트를 개최하고자 함
- 기업이 요구하는 패션상품기획 전문 인력 양성을 위한 학회와 업계간의 긴밀한 소통의 장을 마련하고, 발굴한 인재를 업계에서 활용할 수 있는 방안을 모색하고자 함
- 의류업계 진출을 목표로 하는 학생들에게 패션 브랜드 탐구와 실제 상품기획업무를 주도할 수 있도록 독려하고 공정한 심사 및 평가 feedback을 통해 미래 패션업계 역군으로서의 경쟁력을 제고하고자 함

행사개요

- 행사명: 2013년 한국의를학회 패션상품기획 콘테스트
- 주 최: (사)한국의를학회
- 후 원: 국내 대표 의류브랜드
(주)영원아웃도어, (주)돌실나이, 제일모직(주), (주)샤트렌, (주)아가방, (주)신원
(주)이엑스알코리아, (주)보끄레머천다이징, 패션그룹형지(주),
- 시상 및 전시: 2013. 10. 19(토) 한국의를학회 추계학술대회 예정
- 참가신청서 온라인 접수: 2013. 1. 1 - 2013. 3. 31

시상내역

	브랜드명	수상자(팀)	부상 및 상금
브랜드상	The North Face	1	상장 및 상금 100만원
	돌실나이	1	상장 및 상금 100만원
	바이크리페어샵	1	상장 및 상금 100만원
	샤트렌	1	상장 및 상금 100만원
	ettoi	1	상장 및 상금 100만원
	EXR	1	상장 및 상금 100만원
	온앤온	1	상장 및 상금 100만원
	지이크	1	상장 및 상금 100만원
	크로커다일레이디	1	상장 및 상금 100만원
장려상		00	상장 및 부상

수상자 특전

- 후원 브랜드의 internship 요청시, 수상자를 우선 추천함
- 리플렛 제작, 전시

패션상품기획 콘테스트 주제

- 9개 참여 브랜드 중 하나의 브랜드를 선택하여, 각 브랜드에서 제시하는 주제에 맞춤

〈브랜드별 주제〉

브랜드명	주 제
The North Face	Yosemite Trekking
돌실나이	젊은층을 겨냥한 세컨 브랜드 런칭/돌실나이 세분화 전략
바이크리페어샵	대학생이 만드는 바이크리페어샵의 캡슐행거를 구성하십시오. (행거에는 10피스정도의 옷이 걸리게 되며, 상품구성은 자유입니다.)
샤트렌	2013년 S/S 시즌테마: 프렌치 시크 감성 디자인, Summer Marine Look
ettoi	ettoi 브랜드의 2013 F/W 시즌기획 전략 (유아, 출산(베딩), 발육, 기초, 의류로 크게 카테고리가 나뉘므로 하나의 Theme을 카테고리별로 연결하는 것이 중요하며, 또한 Target은 0-3세 유아이지만 타유아와의 차별화가 중요합니다.)
EXR	e별첨을 참고하여, EXR의 캐포츠 라이프 스타일을 즐기는 사람에게 어울리는 트레이닝 세트(상,하의)를 개발 *별첨자료는 한국의류학회 홈페이지 공지사항을 참조하세요.
온앤온	2013년 S/S 혹은 F/W 시즌의 브랜드 상품기획 및 디자인 제안
지이크	〈 SIEG 2nd Line Project 〉 • SIEG 고유의 Originality를 계승한 Line • 젊은 20대 고객층 확보를 위한 전략 • 실제 매장환경을 고려한 상품구성 (SIEG 매장내 2nd Line 아이템별 구성은 어떻게 할 것이며, 연출은 어떻게 하여야 하나?) • 2nd Line의 컨셉, 타겟, 아이템 밸런스(아이템별 모델수, 물량, 운영 비중 등), 디자인전략, 소재전략, 가격전략, 프로모션& 홍보전략 등의 브랜드 운영계획
크로커다일레이디	2013년 S/S 또는 F/W 시즌테마: 독창성,창조성,FUN요소를 가지면서 대중의 공감을 이끌어낼 수 있는 패션상품(디자인)

신청자격

- 팀(5인 이내) 혹은 단독으로 신청가능
- 신청 당시 대학 재학생으로서 의류학 관련 전공자, 혹은 한국의류학회 회원 교수의 추천을 받은 자

패션상품기획 포트폴리오

〈마케팅제안〉

- 패션마케팅 조사 / 분석(예: 시장상황, 내부상황, 패션환경, 외부환경분석)
- STP 전략(예: 시장세분화, 목표시장 선정, 포지셔닝)
- 마케팅 전략(예: 제품, 브랜드, 가격, 유통, 판촉 전략)
- *본인의 창의적인 마케팅 전략을 제안하여야 함

〈디자인제안〉

- 이미지보드(제품컨셉)
- 컬러 패브릭보드
- 아이템별 도식화(총 30개 이내)
- 스타일화(디자인 코디네이션의 착장 스타일화 8개로 제안)
- 아이템별 작업지시서(8개, 스타일화에 제안된 디자인선택, size spec, 원부자재 Swatch 및 Sample 포함 제시)
- *본인의 마케팅 전략을 디자인으로 연결하여야 함

※ 포트폴리오에는〈마케팅제안〉및〈디자인제안〉의내용이모두 포함되어 있어야 하며 세부내용은 신청자에 따라 다를 수 있음.
단, 브랜드에서 주제가 주어진 경우는 브랜드 요구사항에 따름

심사기준

1. 패션마케팅환경 분석능력, 소비자트렌드 분석능력, STP(시장세분화, 타게팅, 포지셔닝)의적합성, 마케팅 전략의 창의성 및 유효성, 분석자료의 신뢰성
 2. 창의적 마케팅 제안과 디자인 제안의 일관성
 3. 각 브랜드에 부합하는 창의적인 디자인 컨셉, 스타일, 색상 및 소재 표현의 우수성과 착용 가능성 등 종합적 디자인 표현력과 전문인으로서의 자질평가
- ※ 단, 브랜드에서 주제가 주어지거나 요구사항이 있을 경우는 브랜드 요구사항을 심사 기준으로 함, 출품작의 표절이 확인되면 수상을 취소할 수 있음

심사위원 구성

본 콘테스트의 심사는 1차 심사와 2차 심사로 이루어짐

- 1차 심사: 한국외국어학회 소속교수들로 구성된 심사위원
- 2차 심사: 후원 브랜드의 심사위원

참가신청 및 포트폴리오 제출방법

- 참가신청서 접수: 2013년 1월 1일부터 3월 31일까지 온라인 접수
참가신청서는 한국외국어학회 홈페이지(<http://www.ksct.or.kr>) 자료실에서 다운로드

• 1차 심사용 포트폴리오 제출

- 마케팅제안과 디자인제안내용이 모두 포함된 A4 30쪽 이내의 출력물 1부
(제출물은 칼라출력물로 스프링 제본하여 제출)
- 2013년 7월 31일(수)까지 학회 사무국으로 우편 또는 직접 제출

- 2차 심사용 포트폴리오 제출(1차 심사 통과자에 한해)
 - A4 출력물 2부와 실물디자인보드(A2 사이즈 4매 이내, 사이즈 엄수)
 - 2013년 9월 13일(금)까지 학회 사무국으로 우편 또는 직접 제출

- * 동일인의 중복지원은 불가합니다.
- * 후원브랜드에서 원할 경우 구두발표를 할 수 있습니다.
- * 제출된 모든 작품은 한국의를학회와 해당기업에 귀속되며, 우수한 작품은 해당기업에서 활용할 수 있습니다.

수상작 전시

- 한국의를학회 추계학술대회 당일(2013년 10월 19일) 전시
- A0 크기(세로형)의 포스터 전시

추진 일정

일시	내용	장소
2012년 11월 13일(화)	• 개최공고	한국의를학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2013년 1월 1일(화)~ 2013년 3월 31일(일)	• 참가신청서 접수 (동일인의 중복지원 불가)	한국의를학회 이메일 e-mail: ksct@chol.com
2013년 7월 31일(수)	• 포트폴리오 제출 마감	한국의를학회 사무국
2013년 8월 16일(금)	• 1차 심사 통과자 발표	한국의를학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2013년 9월 13일(금)	• 2차 심사 제출물 마감 (우편의 경우, 13일 소인까지 유효)	한국의를학회 사무국
2013년 9월 16일(월)~ 9월 27일(금)	• 2차 심사	후원 브랜드의 결정에 따름 추후공지
2013년 9월 30일(월)	• 수상자 발표	한국의를학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2013년 10월 11일(금)	• 리플렛 제작용 자료제출	한국의를학회 웹하드 (추후공지)
2013년 10월 19일(토)	• 수상작 전시 및 시상	한국의를학회 추계학술대회 (수상자는 반드시 참석)

※ 상기 추진일정은 사정에 따라 바뀔 수 있습니다.

문의사항

문의사항은 한국의를학회 사무국으로 연락부탁드립니다.

TEL: 02) 844-3601

E-mail: ksct@chol.com

브랜드 상

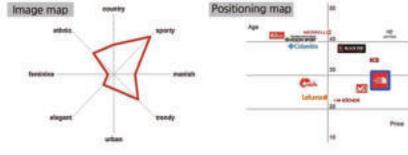


SWOT

Strength <ul style="list-style-type: none"> - 국내 아웃도어 판매 1위로 확고한 자리매김 - 새로운 시장 선점 - 키즈라인 확대로 더 많은 고객 확보 가능 - 젊은 감각의 트렌디한 하이브리드 모델을 통해 경쟁하여 다양한 고객을 확보함 	Weakness <ul style="list-style-type: none"> - 이미테이션 제품의 과도한 생산과 유통으로 인한 이미지의 타격 - 고가인상으로 인한 타격 - 아웃도어 시장에서 가장 인기있는 제품이기 때문에 가격문제에서 가장 먼저 타격을 받음 	Opportunity <ul style="list-style-type: none"> - 아웃도어 라이프스타일에 대한 관심 증가 - 실용성과 기능성을 추구하는 한국인의 심정으로, 고기능성 의류인 아웃도어를 선호 - 특히 구매 결정력을 가진 40~50대 고객층이 아웃도어를 선호하는 경향 	Threat <ul style="list-style-type: none"> - 합리적인 소비자의 등장 - 공중구조사들의 구매대상 사용자들의 증가 - 경쟁기업들의 아웃도어 제품 가격에 대한 조사 착수로 인한 타격 - 다수 보유기업의 아웃도어 브랜드 전문으로 인한 경쟁력 강화 - 중국의 조류인플루엔자, 아웃도어 디몬 제품 등 다양한 (과제)의 등장
---	---	--	---

Targeting & Positioning

Customer profile
 Age 10대 후반 ~ 30대 중반
 Job 자유로운 마인드의 학생, 예술 분야종사자, 자선사업을 즐기는 전문직종이 적당함
 Life style
 - 새로운 도전을 즐기고 자신의 삶을 사랑하며 여유와 흥미를 중요시함
 - 주중에 자신의 일에 최선을 다하고 주말에는 여가와 취미생활, 여행 등으로 스트레스를 해소함
 - Socializing SNS를 통해 소통을 즐기며 인터넷에서 얻는 정보도 합리적 소비 활동함
 - 오프라인에서의 소비자도 인간관계를 중시하여 친화력이 좋음



Establishing Brand Value

Marketing strategy

Promotion

제품의 디자인성과 실용성을 넘어서 사회에 공헌하는 착한 브랜드로의 이미지 구축을 목표로함



상품 생산할 중 THE NORTH FACE IN IRIDESCENCE 라인을 소량 진행하여 이 라인의 판매 수익금은 사회적 약자들을 위해 사용함

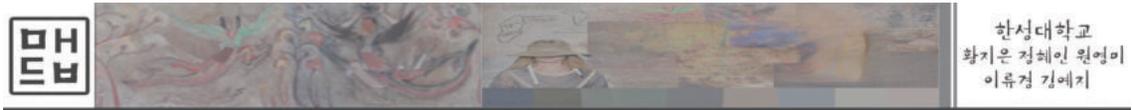
Segmentalized line

아웃도어 고객뿐 아니라 거주일시상의 고객까지 공략하여 일상생활에서도 스타일리시하게 착용 할 수 있는 라인을 더욱 확대 함. 또한 가격이 저렴한 거주일 시장과 경쟁하기 위해 시장침투전략으로 가격을 경쟁브랜드보다 낮게 책정함

최고의 아웃도어 브랜드의 명성을 계속 유지하기 위해서 고기능성 소재와 특수기능제품만을 판매하여 높은 가격으로 판매하여 이윤을 극대화함

YANGMINJI SOOKMYUNG WOMEN'S UNIVERSITY

노스페이스 양민지(숙명여대)



— 소비자 분석 / 브랜드 설정 / 마케팅 전략

— maedup by dolsilnai 2014 S/S Collection 전개

돌실나이 황지은, 김예지, 원영미, 이류경, 정혜인(한성대)

브랜드상

BOY FRIEND REPAIR PROJECT for 2013 F/W CAPSULE COLLECTION

프로젝트명 집중 실행선 = Indoor line인 '엔디예찬' + Outdoor line인 '청춘예찬'

남자친구 개인 스타일을 직접 연구가 접근하는 서적은 한 권의 프로젝트명 집중실행선
 다양한 부속 TPO를 만족하는 플렉시블 10% 캠프로 구성되어 있다.
 Indoor line인 '엔디예찬' 즉 Outdoor line인 '청춘예찬' 궁극적으로 보인다.



'BIKE REPAIR SHOP' 즉 로고인 '엔디' '청춘' 각각의 의미를 통해, 좀 더 나은 모두가 한자적으로 만들었다
 'BOY REPAIR PROJECT' 집중실행선 로고도 있다.



CAPSULE COLLECTION LINE DEVELOPMENT

Concept

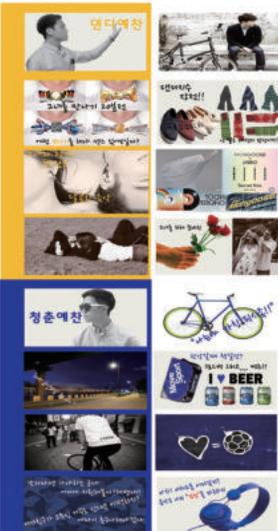


Keyword

NET CASUAL DANDY + LOVE (ENDS) = LOVE (ENDS) + LOVE (ENDS) = LOVE (ENDS)

Merchandising

- ✓ 예쁜, 남자의 체재
- ✓ 스포츠맨틱 → 러진, 야하한 스타일
- ✓ 예쁜, 남자의 스타일링에 대한 이해의 바탕
- ✓ 모든 것이, 남자의 스타일
- ✓ 100% 캠프를 구성함
- ✓ 스타일링의 궁극적 완성



CAPSULE COLLECTION PROMOTION



Theme 1 '엔디예찬' ILLUSTRATION & COORDINATION MAP



Theme 2 '청춘예찬' ILLUSTRATION & COORDINATION MAP



바이크리페어샵 최영, 김주옥, 한아름(덕성여대)

BRAND

BRAND IMAGE/VALUE가 중요한 이유
 소비자들은 가치 소비에 몰두
 볼륨이 만들어진 새로운 소비 경향

사람들은 제품의 이전에 담겨있는 이미지를 함께 구입
 브랜드 이미지는 사람들이 제품을 구매하는 원동력이자 근간

/FOR ME/ 소비 트렌드
 For Health/One/Recreation/More convenient/Expensive
 나를 위해서 쓰는 의류들 사먹지 않는 사람들이 증가하여
 산 게 비적이라는 것만은 어쩔지 모르겠다

카시쇼미의 변화
 남을 의식한 가치에 중점을 둔 소비에서
 나에게 도움이 되는 가치에 중점을 둔 소비로 변화
 사회적 기거하는 기질을 긍정적으로 바라봄

브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

Brand Image 재정의 노력 필수

Positioning
 기존 경쟁사 두드러진 이미지, 신제품 출시를 강하게
 Launching 시에도 차별화된 이미지를 브랜드로
 고객들에게 다가가기

Value Propositioning
 French Chic의 정점을 타기
 명품하고 세련된 느낌에 어울리게
 새로운 이미지를 통해 세련되고 신중하게
 할 수 있는 메디컬 제품

Marketing Designer 중화가 중요함
 확실한 Brand Identity 확립이 필수
 3D/4D/5D의 차별화가 중요함
 기존의 Chic을 한 걸음 Luxury 넘겨

TV CF
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

광고
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

COLLABORATE
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

CHATELAINE
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

Shop Master
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

VMD For URBAN LUXURY
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

광고
 브랜드 이미지와 가치
 브랜드 이미지와 가치

샤트렌 신해운, 오혜민, 김현지, 이명현(고려대)

브랜드 상

1. Branding

1. Market Insight
 - SPA 브랜드 시장에서 전문 SPA 브랜드 시장 개척
 - 4차 산업혁명 시대에 걸맞은 SPA 브랜드 시장 개척

2. Brand Proposal
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

Product Plan
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

Price Plan
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

Design Plan
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

2. Design Concept & RT Products

1. Image Map
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

2. Scandinavian Characters & Colors
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

3. RT Products Line
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

3. Season Designs

1. Winter Season
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

2. Spring Season
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

3. Summer
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

4. Marketing, Merchandising

Promotion Plan - 11월 11일 온라인 프로모션
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

Promotion Plan - 12월 12일 온라인 프로모션
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

Monthly Product Plan
 SPA 브랜드의 지인한 가격과 브랜드인 상으로 맞출 수 있는 경쟁력을 위한 Second Price Zone 설정 - 3 in 1 상품
 (1) 실용적인 가격의 RT 상품
 (2) 실용적인 구성의 Winter 상품

에프와 한혜정, 임지현, 문예지(덕성여대)

EXR SPORTS LINE

ERGONOMIC cutting line of SPEED sportswear
 • Power stretch, soft shell, water proof & breathable fabric
 • SMART wear system
 • Metallic ETHICAL leather
 • DYNAMIC color blocking, Psychedelic patterns

TECH POWER UP

HIGH & SMART PERFORMANCE를 지향하는 EXR 오리지널 스포츠라인.

EXR on the street

1. EXR은, 브랜드의 가치와 스포츠의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다. EXR은 스포츠와 패션의 경계를 허물고, 스포츠와 패션의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다. EXR은 스포츠와 패션의 경계를 허물고, 스포츠와 패션의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다.

2. EXR은, 브랜드의 가치와 스포츠의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다. EXR은 스포츠와 패션의 경계를 허물고, 스포츠와 패션의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다. EXR은 스포츠와 패션의 경계를 허물고, 스포츠와 패션의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다.

3. EXR은, 브랜드의 가치와 스포츠의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다. EXR은 스포츠와 패션의 경계를 허물고, 스포츠와 패션의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다. EXR은 스포츠와 패션의 경계를 허물고, 스포츠와 패션의 가치를 동시에 추구하는 브랜드이다.

상명대학교
 의류학과
 심사위원 박은영, 김민지, 김수현

이엑스알 김사름, 김건희, 박윤정, 김수현(상명대)

브랜드 상



지이크 박은선, 차상은, 김기혜, 원소현(상명대)

CROPOP

by crocodile ladies

Concept_ 뉴욕 감성에 pop을 입힌 COMTEMPORARY LOOK
Brand line_ OFFICE / SPECIAL / OUTDOOR

CROCODILE LADY의 "CRO"와 브랜드 컨셉의 "POP"이 더해진 이름

POP :

1. 펑하고 터지다
2. 예기지 못한
3. 가슴 설렘 정도로 활기차다

PRODUCT

현대적이고 세련된 라인, 감성에 '팝'을 입힌
가파격한 디자인에 응용, 다채로운 컬러
신선한 디자인이와 클래식 재능 한일 판매
가격이 저렴한 수확상품으로 고객 유입 촉진

PRICE

기본과 다르지 않/고가 단가로 가격대!
-> 소비자층의 확대 (중고가 구매고객의 유입)
-> 구매고객의 품질 만족도 수준의 상승
-> 고밀티티 상품 제공 **타겟층 확대**

PLACE

물리적 거리를 좁히자
20대 중후반이 선호하는 가격에 매장 오픈
-기존 매장을 이용해 미니CROPOP 운영
-도심의 역화점 입점

PROMOTION

problem

- 기존 크로커다일 레이디의 브랜드 이미지
- 크로커다일 레이디의 기존 브랜드 이미지를 현대시상 반영이 필요

solution

- 브랜드 컨셉의 노출 확대
- 20-30대와의 소통 강화

strategy

- 젊은 층에게 어필
- 보여주는 전략 강화

VMD 전략

"FUN & POP 감성을 현대어어에 녹여다"

- 역동적인 포즈의 마네킹 설치 > 사진 피고상은 포토 zone 설치
- 드레스룸에 진먼 거울 설치 > cropop만의 방향채 개발

타겟확장을 통해 매출증대를 위한 리포지셔닝 제시

라이프스타일을 반영한 '스타일 라인' 제시

크로팝만의 새로운 타겟을 위한 맞춤 프로모션 제시

크로커다일레이디 구정연, 이혜인, 송형숙, 조연화, 최유진(이화여대)

수상자 명단

브랜드상

노스페이스 - 양민지(숙명여대)
돌실나이 - 황지은, 김예지, 원영미, 이류경, 정혜인(한성대)
바이크리페어샵 - 최영, 김주옥, 한아름(덕성여대)
샤트렌 - 신해윤, 오혜민, 김현지, 이명현(고려대)
에뜨와 - 한혜정, 임지현, 문예지(덕성여대)
이엑스알 - 김사름, 김건희, 박윤정, 김수현(상명대)
온앤온 - 수상자 없음
지이크 - 박은선, 차상은, 김기혜, 원소현(상명대)
크로커다일레이디 - 구정연, 이혜인, 송형숙, 조연화, 최유진(이화여대)

장려상

노스페이스 - 성혜민, 정다운, 임아연, 박수진(충남대)
장유진, 이혜연, 최남주(경상대)
돌실나이 - 유영지, 정재연, 이영해(이화여대)
바이크리페어샵 - 황지현, 이민지, 조아름, 김한솔(충북대)
허혜빈, 손다빈(이화여대)
샤트렌 - 박소현(청강문화산업대)
정민지, 이애연, 신수희, 김은정(충북대)
정현정, 이혜원, 이현진, 신재민(이화여대)
에뜨와 - 김용주, 김용현, 원지영(충남대)
박유련, 이수빈, 강예진, 전나리(안동대)
이엑스알 - 원효상, 최승규, 오용희, 임희라, 이주영(부천대)
이지연, 김정현, 박소연, 최별이(이화여대)
채수빈, 임지선, 이정민(배재대)
온앤온 - 유승민, 전보영, 공세린, 문지연(이화여대)
조아라, 이다영, 강소연, 박지혜(한성대)
지이크 - 강문식, 박윤아, 정선애(한양대, 이화여대)
서인혜, 박선영, 임현빈, 김수미(고려대)
크로커다일레이디 - 김지연, 여해나, 이유진, 이영주(충남대)
최예은, 윤혜란, 장나영, 이진경, 홍은주(한성대)

입선

돌살나이 – 김삿별, 김아름, 정혜인, 이은지(경상대)

김수지, 김계은, 김다희, 김연희(한양대)

성윤진, 권솔, 진주은, 조윤수, 한정현(이화여대)

바이크리페어샵 – 남윤정, 한장미(부천대)

오세림, 엄효진, 지혜수, 김도우미, 김근하(부천대)

오호현, 김민수, 김겨레, 김나연, 권숙배(부천대)

이아현, 김동현, 오동현, 이선우, 장다민(한양대)

이선향, 최은영, 김지은(충북대)

한승준, 최진철, 송윤지, 홍유리, 나윤희(충북대)

샤트렌 – 이정현, 정유현, 이서윤, 한수정, 정현우(가톨릭대)

한정훈, 이정주, 이효진, 추유림(한양대)

온앤온 – 백기영, 이지민, 김서윤(인하대)

윤혜인, 이지윤, 송은지(목포대)

최지예, 김수진, 박교영, 이화실(호남대)

지이크 – 김현주, 이설아, 한유니, 박진수(충북대)

이대성, 박선아, 송의선(호남대)

이영광, 김병관, 김진하, 조혜민(충남대)

정유리, 김강민, 이다래, 최지혜, 장다영(부천대)

최수현, 문여운, 조영주, 설혜원(부천대)

한주희 (영남대)

크로커다일레이디 – 김수정, 이현주, 조소형(군산대)

심사위원

1차 심사위원

위원장 : 김미영(가천대학교)
심사위원 : 신수연(서울여자대학교)
이민선(상명대학교)
이연희(한양대학교)
최선형(가톨릭대학교)
하지수(서울대학교)

2차 심사위원

후원 협찬 브랜드 임원 및 부서장

2013년도 패션상품기획콘테스트 기획위원

회장 : 유효선(서울대학교)
총무 : 김용주(한성대학교)
위원장 : 김미영(가천대학교)
위원 : 신수연(서울여자대학교)
이민선(상명대학교)
이연희(한양대학교)
최선형(가톨릭대학교)
하지수(서울대학교)

