

패션상품기획과 캡스톤 디자인

Arete

“운동을 시작하는 순간부터 익숙해질 때까지”

프리미엄 SPA 스포츠웨어 브랜드

Arete

202261735 이은채
202161301 곽경선
202261728 김민서
202261734 이기현

CONTENTS

01 시장 & 소비자 트렌드 분석	3
02 목표 고객 & 브랜드 방향성	9
03 About “아레테”	12
04 경쟁 브랜드 분석	17
05 차별화 전략	30
06 물량기획	33
07 중점상품	50
08 중점상품 가격	59
09 프로모션	70

01 시장 & 소비자 트렌드 분석



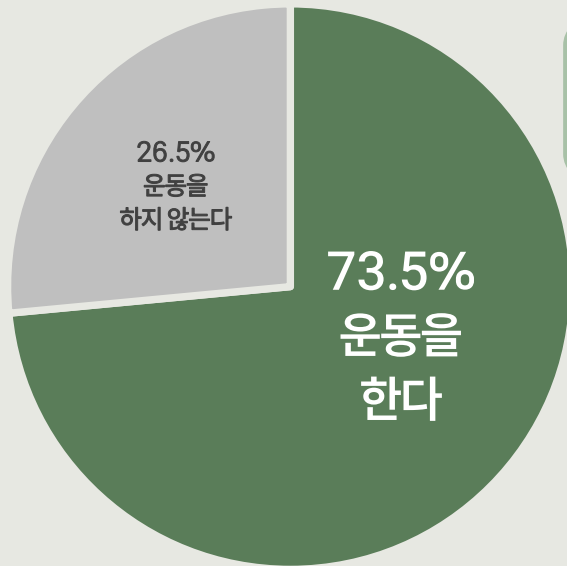
시장 분석

소비자 트렌드 분석

운동과 건강에 대한 관심 증가

직장인 10명 중 7명, “지금은 운동 중”

직장인 1,020명 대상 설문조사 결과(2024년)



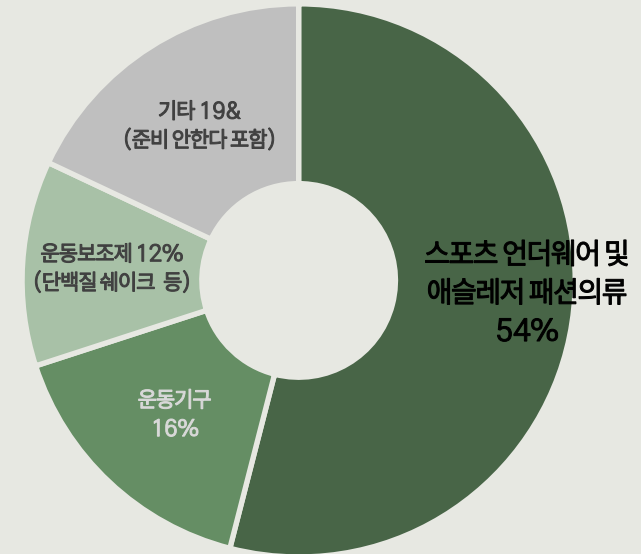
자료제공 : 인크루트

Q. 운동을 하는 이유는?

1위 자기 관리를 위해(39.5%)

운동을 위해 가장 먼저 준비하는 것은?

총 460명 대상 ‘애슬레저 의류소비 트렌드’ 설문조사 결과(2020년)



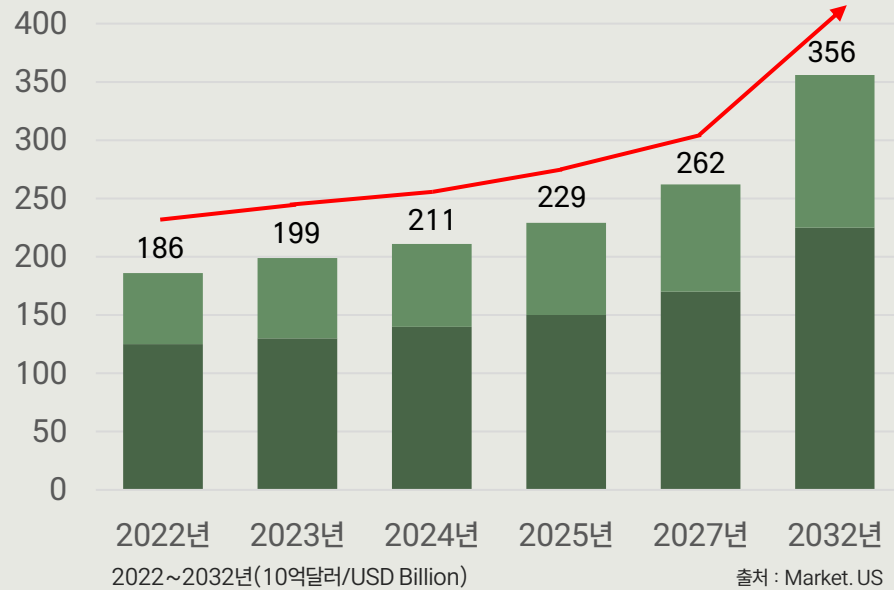
자료제공 : 그리티

최근 **웰니스(Wellbeing+Fitness)**와 **건강한 라이프스타일**에 대한 관심이 증가하면서, 운동과 관련된 활동이 일상화되고 있음.

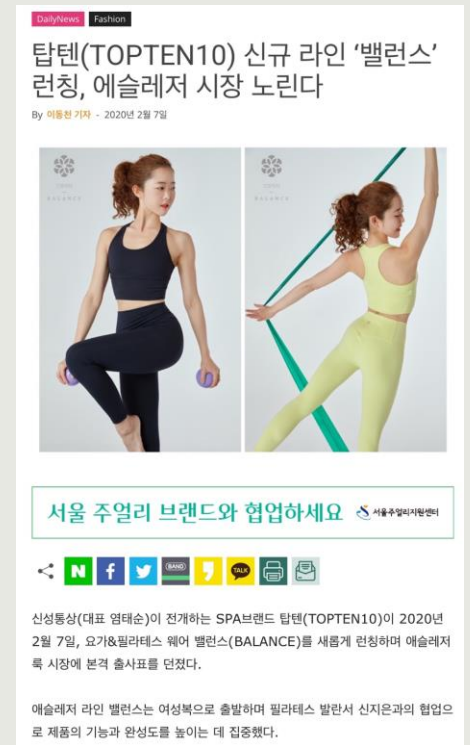
이에 따라, 운동복 및 액세서리의 수요가 증가하고 있으며, 다양한 브랜드들이 애슬레저 시장에 진출하고 있음.

스포츠웨어 시장의 지속적인 성장

글로벌 스포츠웨어 시장 ■ 신발 ■ 옷



운동과 건강에 대한 관심이 높아지면서 스포츠웨어 시장은 지속적으로 성장하고 있음. 과거에는 단순한 기능성 의류에 머물렀지만, 최근에는 일상에서도 착용 가능한 디자인과 패션성을 갖춘 제품군으로 다양화되고 있음.



이에 따라 탑텐, 유니클로 등 여러 브랜드들도 소비자의 세분화된 니즈에 맞춰 제품 라인업을 확장하고 있으며, 스마트웨어 등 기술이 접목된 고기능성 제품도 점차 늘어나는 추세임.

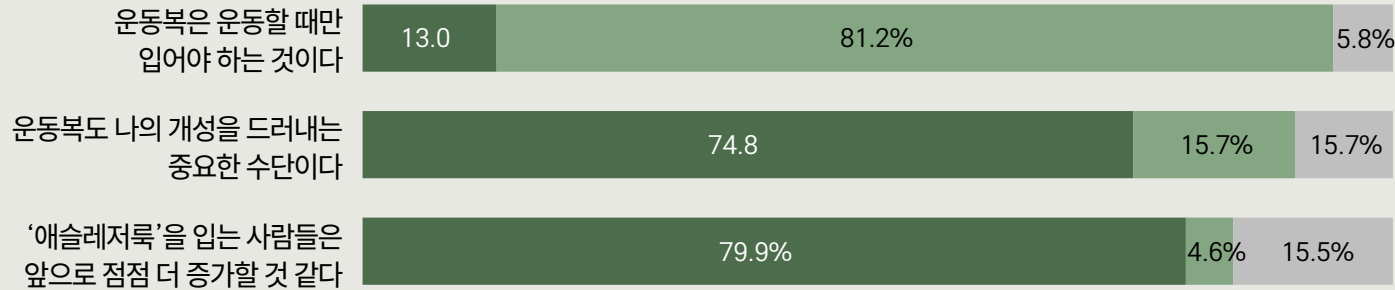
운동복, 이제는 ‘운동만을 위한 옷’이 아니다

운동복은 이제 단순히 기능성 의류가 아니라, 스타일과 동기부여를 동시에 제공하는 아이템으로 인식되고 있음.
SNS를 통한 운동 인증 문화 확산과 함께 스타일리시한 운동복에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음.

‘애슬레저룩’ 관련 전반적인 인식 평가

만 15세~64세 남녀 1,000명 대상

■ 그렇다 ■ 아니다 ■ 잘 모름



자료제공 : 엠브레인 트렌드모니터

조사 기간 : 2020년



#오운완

‘오늘의 운동 완료’를 의미하는 해시태그로, 운동 인증 문화의 대표적인 표현

애슬래저룩의 인기와 고프코어룩 선호 증가

고프코어(Gorpcore)는 2017년 뉴욕 패션 매거진 '더 컷'에서 처음 등장한 패션 용어로, 아웃도어 의류를 일상복처럼 자연스럽게 멋스럽게 입는 패션 스타일을 의미함.

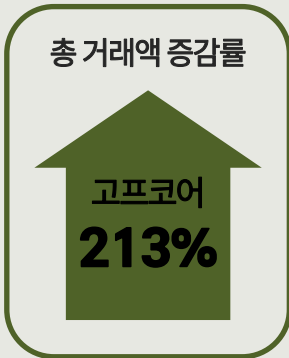
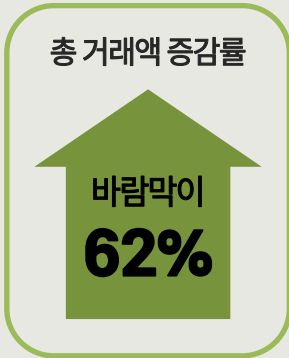
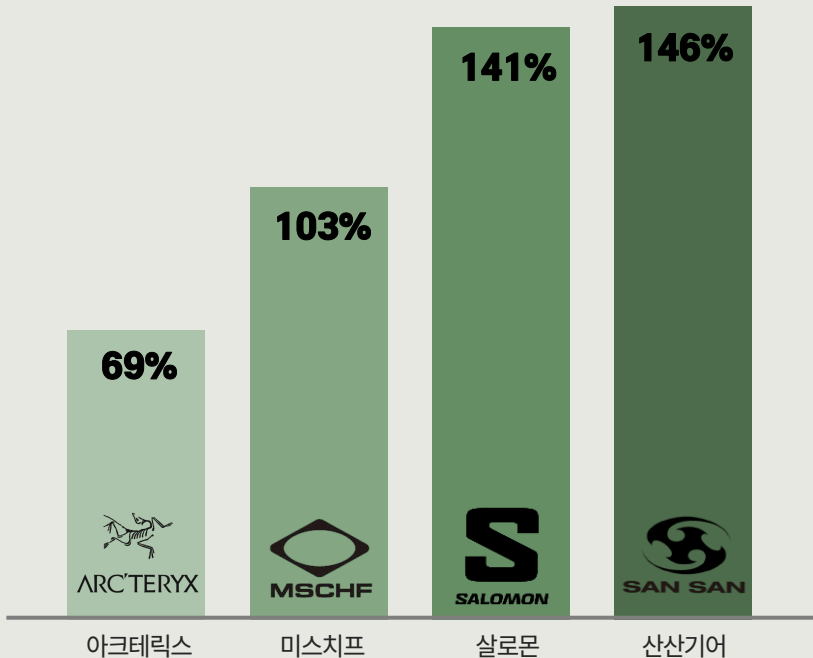
롤루레몬을 필두로 운동복을 일상복처럼 입는 '애슬래저룩'이 트렌드로 자리잡고 있음.

최근에는 기능성과 스트리트 감성을 결합한 '고프코어룩'까지 인기를 끌고 있으며, 패션 브랜드들도 고프코어 무드를 반영한 제품군을 점차 확대하고 있음.

특히 Z세대를 중심으로 **스타일리시한 운동복에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음.**

고프코어 관련 브랜드 거래량 증감률

자료제공 : 번개장터(2023년)



▲ LF, 이스트로그와 협업해 고프코어 무드 강조



▲ 네파, 기능성 중심 데일리 스포츠웨어 강화

“운동복, 뭐부터 사야 할지 모르겠어요.”

고강도 운동에 맞는 옷이 뭔지 모르겠어요.

몸매가 너무 드러나는 건 민망하고... 어떤 옷을 사면 좋을까요?

운동을 시작한 소비자들은 운동복을 고를 때 운동 목적, 체형, 스타일 등에 맞는 정보를 찾기 어려워 혼란을 겪고 있음. 실제 커뮤니티나 SNS에는 “운동복 뭐부터 사야 할지 모르겠다” 라는 글이 반복적으로 등장하며, 브랜드가 제품 추천과 가이드를 더 적극적으로 제공할 필요성이 드러남.

크로스핏매니아

질문&답변[동업] >

크로스핏 운동복 추천 해주세요!

승면 채팅
2024.09.24. 12:37 조회 553

크로스핏 운동에 대한 질문

: 헬스에서 크로스핏으로 넘어온 크린인데 크로스핏 운동복 좀 추천해주세요!

요즘 러닝복 뭐 입고 달리시나요?

dddddd 조회수 : 843 작성일 : 2023-10-23 10:32:26

요즘 러닝복 뭐 입고 달리시나요?

팔팔해서 뭐 입고 달리시는지 궁금해서요.

러닝 한지 얼마 안된 초보라 그것도 빨리 하는건 아니고 천천히 달립니다.

처음에만 딱 나갔을때만 흥고 달리다보면 괜찮은데요.

요즘 날씨엔 어떻게 입고 달려야 할까 싶어서요.

이참에 옷도 사야할거 같아서요.

고민 상담 판

최근 고민 상담 판 x

러닝복은 보통 어떤거 많이 사나요 ...?

a769352c 2024.05.05 330

https://www.dogdrip.net/555127664

안녕하세요 ...

러닝화는 정보가 그래도 많이들 알려주는데 ...

러닝복은 어떤식으로 사야 좋을지 모르겠어요 ...

막 하늘하늘한 레이스재질 느낌으로다가 땀빠지는걸 사는건지...

면처럼 땀을 흡수해주는걸 사야하는건지 ...

어디 메이커가 좀 좋은지...

바지는 딱붙은걸로 사는건지 좀 헐렁한걸로 사는건지

기준을 잘 못잡겠는데 어떻게 생각 해야 할까요...?

디시인사이드 갤러리 · gall.dcinside.com > powerlifting

헬스장 운동복 뭐사야하나? - 파워리프팅 마이너 갤러리

2024.07.05. 이번에 새로 걸제한 헬스장이 운동복이랑 수건을 안주더라고요. 그래서 이참에 상하의 세트로 1~3세트 정도 사려는데 어느 브랜드가 괜찮을까요?

어미새 · eomisae.co.kr > fe

운동복 뭘 사야할까요

2021.09.16. 원래는 싸갈래 언더야머 콘돔잇 입다가 나시 한번 입어봤는데 너무 편하고 시원해서 하데스꺼 하나 구매했는데 혹시 헬미새분들은 운동복 어디꺼 입으시나요 너무

에펠코리아 · www.fmkorea.com

헬린이 피티급었는데 운동복 뭐사야됨 - 운동/건강/아빠

2022.10.28. 혼자 6달하다가 아파트 헬스장 기구도 적고 지겨워서 피티 15회 끊었을 수업전에 그냥 개인운동하러 이틀다녀왔는데 다들 워밍고운동하심? 반팔에 긴바지? 위아래 추천좀 쌤마이 가성비로다가 ㅋㅋㅋ 존말치러서 오버핏입어야할듯

작가 수정의 놀이터 · crystal-playground.tistory.com

[쇼핑] 운동복.. 어디서 뭘 사지? (레깅스, 브라탑, 반팔, 양말 등등)

2023.11.10. 일반 옷보다 운동복 쇼핑을 더 좋아하는 작가 수정입니다 :) 한때 브라탑, 레깅스, 그 이외 운동용 티셔츠 등등 어디서 뭘 사야할지 해했던 유목민이 있는데요, 이제는 브라탑은 A 브랜드! 레깅스는 B! 반팔은 C 쇼핑물! 실패 없는 운동복 쇼핑을 하게 되었습니다 ㅎㅎ!! 여기저기서 사도 결국...

디시인사이드 갤러리 · gall.dcinside.com > drama_new2

고도비만 헬스할때 운동복 뭘 사야해 - 201707~202102 기타 국내 드라마 갤러리

2020.11.07. 피티샵이라 사람은 별로 없을거 같은 한데 레깅스는 좀 그렇거나...그렇다고 튜리닝입지니 와이라인이 너무 도드라져.. 어케 몸이 쓰레기라 운동복도 못 고르겠어

헬린이 운동복 추천좀해주세요

블랙제니 채팅
2024.11.27. 11:15 조회 652

몸매가 너무 드러나는건 민망하고 집에서 입던 튜리닝 강 입자니 너무 아줌마스럽고 ㅋ

가성비 좋은 운동복 2~3벌 장만해서 운동 시작하려거든요

어디서 사면될까요??

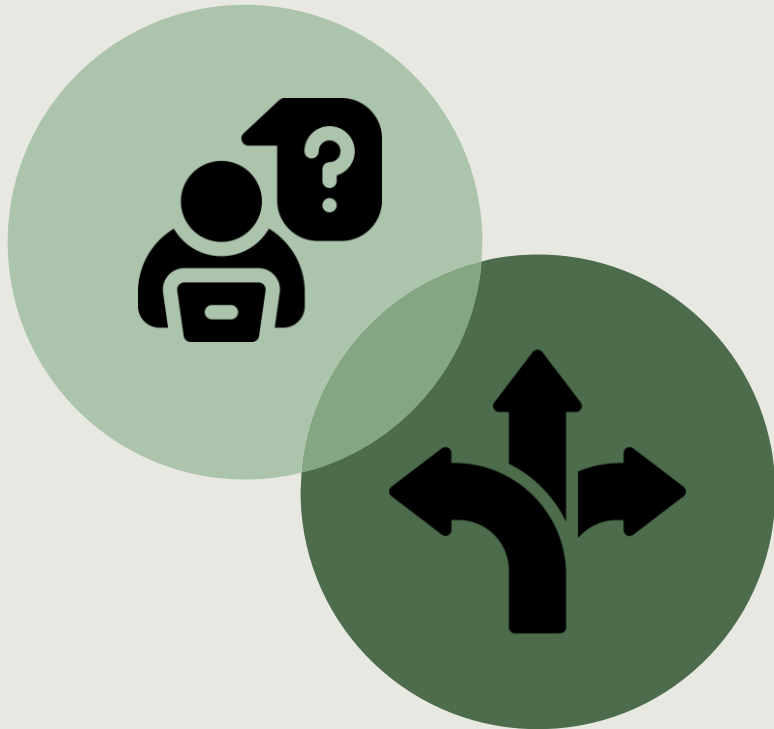
02 목표 고객 & 브랜드 방향성



목표 고객

브랜드 방향성

운동 입문자 중심의 타겟 설정



① 목표 고객 : 정보와 기준이 필요한 운동 입문자

운동복 선택에 어려움을 느끼는 운동 입문자층 증가

정보 부족과 실패 경험 회피로 인해, 브랜드의 명확한 가이드와 제품 추천에 대한 니즈가 큼.

실용성, 편안함, 활용도 높은 제품을 선호하며 한 번의 긍정적인 경험이 재구매로 이어질 가능성도 높음.

장기적인 관계 형성에도 유리한 타겟

② 목표 고객 : 체형에 자신감이 부족한 운동 입문자

운동을 시작하는 입문자들은 체형에 자신감이 적은 경우가 다수

시장에 있는 몸매가 드러나는 레깅스 및 운동복이 아닌 체형을 보완하면서도 스타일리시한 제품을 찾는

고객들을 타겟팅

입문자의 첫 경험부터, 지속적인 관계를 지향하는 브랜드 방향성



입문자 맞춤 설계

- 운동 입문자의 불안과 어려움을 고려
- 정보 제공과 가이드를 통해 첫 선택을 돕는 전략
- 체형과 선호도에 따라 선택 가능한 **피티드 / 루즈 라인** 전개



선택 실패 최소화

- 체형과 운동 상황을 반영한 제품 제안
- 단순 판매가 아닌, 맞춤 안내 중심의 접근



신뢰 구축

- 첫 구매 경험의 만족을 기반으로 신뢰 형성
- 브랜드와의 긍정적인 관계 유도



반복 구매로 연결

- 실용성과 정보 제공이 균형을 이루는 사용자 경험 제공
- 초기 만족을 바탕으로 재구매와 브랜드 충성도로 이어짐

03 About “아레테”



브랜드명

브랜드 컨셉

컨셉 보드



아레테

어떤 종류의 탁월성을 뜻하는 그리스어로,
개인의 잠재된 가능성의 실현과 관계된 최상의 우수성을 가리킴.

토지의 아레테 : 비옥하고 생명력 넘치는 상태

운동선수의 아레테 : 최선을 다해 몸을 단련하고 우승하는 것

“운동을 시작하는 이들이 몸을 가꿔 나갈 수 있도록 돕는
비옥한 토지같은 브랜드가 되고자 함.”

“운동을 시작하는 순간부터, 익숙해질 때까지”

운동 입문자의 기준이 되어주는 프리미엄 SPA 스포츠웨어 브랜드



입문자를 위한 가이드 라인

운동복 선택에 어려움을 겪는 소비자에게 명확하고 직관적인 선택 기준 제공



체형에 맞춘 기능성 설계

다양한 체형과 착용감을 고려한 사이즈, 핏, 신체 보완 중심의 디자인을 추구



친절한 정보 제공

제품 태그, 라벨, POP 등을 통해 운동에 적합한 정보와 사용 가이드를 함께 제공하여 입문자도 쉽게 이해하고 선택할 수 있도록 지원



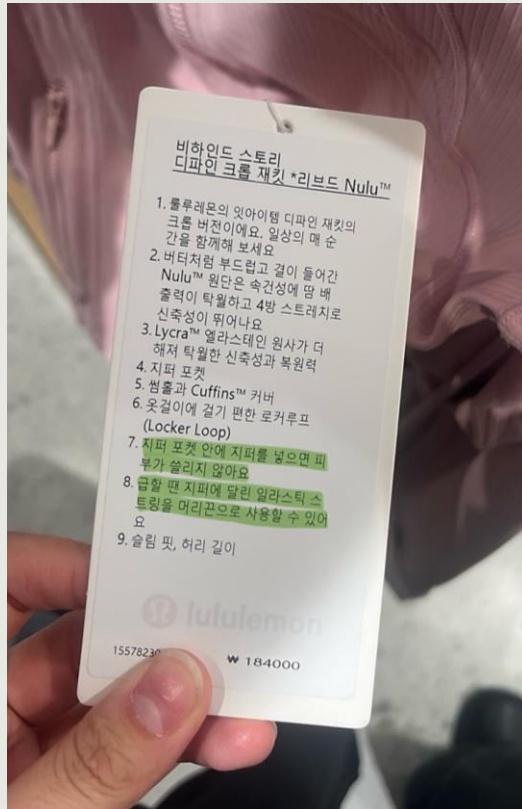
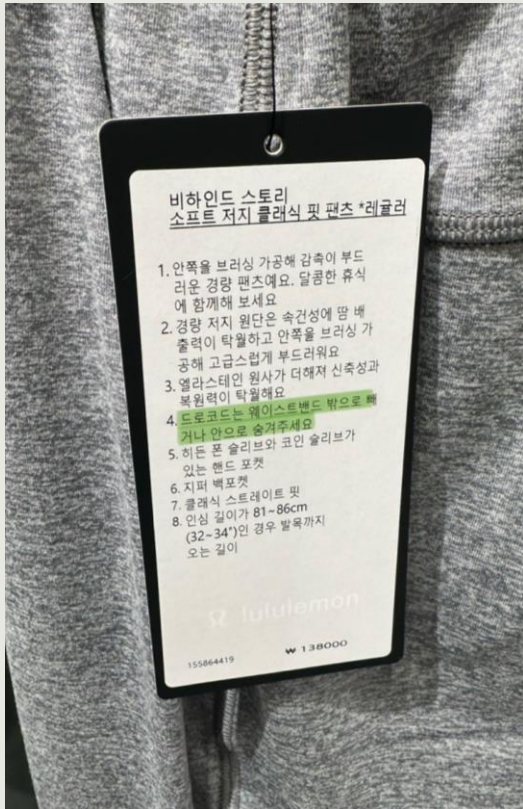
익숙해진 후에도 함께하는 브랜드

처음의 불안부터 익숙해지는 과정까지, 사용자의 변화와 함께할 수 있는 브랜드 지향

운동 입문자를 위한 정보 제공 시스템

아레테가 주목한 두 브랜드의 사례

▼ 룰루레몬



▼ 아크테릭스

COLLECTIONS
아크테릭스 제품은 활동별로 분류됩니다. 원하는 활동에 맞춰 어떤 제품을 선택해야 할지를 알려주기 위함입니다.

	ALPINISM AND CLIMBING 극한의 환경에서 사용자를 보호하며, 효율적인 움직임과 강력한 내구성을 지닌 알파인 및 클라이밍 컬렉션.		Essentials 다양한 활용범위와 고기능성을 바탕으로 모든 아웃도어 활동의 필수적인 아크테릭스 제품군.
	Hiking and Trekking 빠르게 변화하는 날씨와 다양한 트레일 환경에 대응하는 하이킹 및 트레킹 컬렉션.		Everyday 아웃도어의 내구적이며 기능적인 소재와 편안한 패턴으로 일상의 즐거운 에너지를 담은 라이프스타일 웨어 컬렉션.
	SKIING AND SNOWBOARDING 스노우 스포츠를 위한 디자인, 효과적인 레이어링 시스템과 프로텍션, 자유로운 움직임을 모두 갖춘 화이트라인 컬렉션.		TRAIL RUNNING 극한의 환경에서 자신의 한계를 뛰어넘기 위해 도전하는 사람들을 위한 고기능성 트레일러닝 컬렉션.
	VEILANCE 도시 환경을 탐험하고 대응하기 위해 설계된 필수 형태의 의복 시스템.		SYSTEM_A 도전적인 환경 뿐만 아니라 일상에서도 착용할 수 있는 기술집약형 테크티컬의류 컬렉션.

룰루레몬은 태그를 통해 소재, 기능, 설계 정보를 직관적으로 전달함. 점원 없이도 이해가 가능한 구조로 브랜드의 친절함과 전문성을 보여줌.

아크테릭스는 운동별 아이콘을 활용해 제품 용도를 명확히 구분함.

룰루레몬, 아크테릭스 두 브랜드 모두 소비자 중심의 정보 제공 시스템을 갖추고 있음.

→ 아레테는 이를 참고해, 운동 입문자가 제품을 쉽게 이해하고 선택할 수 있도록 태그, POP, SNS 등 다양한 방식의 정보 제공 체계를 구축해 나갈 예정이다.

아레테 컨셉 보드



운동 입문자를 고려한 편안하고 기능적인 무드와,
운동별 기호를 활용한 직관적 정보 전달 방식

04 경쟁 브랜드 분석



탐텐 밸런스

안다르

아크테릭스

룰루레몬



탑텐 밸런스

브랜드 분석

가성비와 실용성을 기반으로 입문자 접근성 높음.
다만, 패션성과 기능성 사이에서 정체성이 명확하지 않음.

브랜드 컨셉

일상과 운동 사이 경계를 허문 '라이프스타일형 애슬레저 브랜드'

요가, 러닝, 등산, 헬스, 필라테스 등 다양한 운동과 일상 활동을 모두 아우를 수 있도록 설계된 '라이프+운동복'. 트렌디한 감성에 초점을 맞추고 있으나 전문성 측면에서는 상대적으로 약한 포지션.

▼ 대표 제품

ECO COOLING
TOPTEN BALANCE

탑텐 밸런스 레깅스

탑텐 밸런스의 레깅스는 복부, 허벅지, 발목에 어떤 압박감도 없이 유연하게 잡아줘서 운동의 처음과 끝까지 편안한 착용감을 가지고 있으며 앞중심 무봉제 디자인으로 Y존 부각 없이 매끈하게 정리되는 깔끔한 핏의 레깅스입니다.

목표 고객

활동적인 라이프스타일을 즐기는 20~40대 소비자

운동을 가볍게 즐기거나 편한 데일리웨어를 찾는 고객이 중심. 골프나 테니스를 치며 일상에서도 편하게 입을 수 있는 남성 라인도 확대할 예정.

TOPTEN BALANCE
남성) 에코콜링 반팔티

19,900 ~~29,900~~ **33%**

+ 1 Color

1+1

♥ 206 ★ 4.9 (9)

TOPTEN BALANCE
남성) 슈퍼스트레치 조거 팬츠

29,900 ~~39,900~~ **25%**

무음할인

♥ 496 ★ 5 (212)

TOPTEN BALANCE
여성) 9부 레깅스

9,900 ~~39,900~~ **75%**

+ 2 Color

특별사이즈

♥ 163 ★ (4.9) 68



탑텐 밸런스 상품 전개표

▼ 여성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	2개	4.2%	3~5	XS~3XL
	후디	3개	6.3%	2~3	XS~3XL
상의	긴팔	5개	10.4%	2~3	XS~2XL
	반팔	15개	31.3%	3~6	XS~3XL
	민소매	6개	12.6%	2~4	XS~3XL
하의	팬츠(조거)	7개(스트레이트, 조거, 파라슈트, 와이드 포함 21개)	14.6%	2~4	2XS~3XL
	레깅스	5개	10.3%	3~5	S~2XL
	쇼츠	5개	10.3%	2~3	2XS~2XL
이너웨어	스포츠 브라	-	0.00%	-	-

▼ 남성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	3개	7.5%	3~5	S~4XL
	후디	2개	5.0%	1~3	S~4XL
상의	긴팔	3개	7.5%	2~3	S~4XL
	반팔	12개	30.0%	2~5	S~4XL
	민소매	3개	7.5%	2~5	S~4XL
하의	팬츠(조거)	5개(스트레이트, 조거, 파라슈트, 와이드 포함 12개)	12.5%	2~4	XS~4XL
	타이즈	-	0.00%	-	-
	쇼츠	12개	30.0%	3~5	XS~4XL
이너웨어	-	-	0.00%	-	-

탑텐 밸런스 제품의 전반적인 특징

가성비 중심 : 15,900~39,900원의 저렴한 가격대, 1 + 1등 활발한 프로모션을 진행함.

SPA 제조 방식 : 자체 개발 소재를 활용하며, 가격 경쟁력을 확보함.

체형 보완 : 힙을 가리는 기장의 티셔츠, 복부 보완 레깅스 등 한국인 체형을 고려함.

상품 전개표 요약

컬러 : 아우터 카테고리는 3~5개, 상의 카테고리는 2~5개, 하의 카테고리는 2~5개, 이너웨어는 존재하지 않음.

사이즈 : 여성은 2XS~3XL, 남성은 XS~4XL까지 다양한 체형을 고려하여 사이즈가 전개되고 있음.

특이사항 : 여성 반팔은 하나의 모델을 베이직, 크롭, 루즈핏, 오버핏으로 나눔. 남성은 그에 비해 다양한 핏이 존재하지 않음.

TOPTEN 10 BALANCE **탑텐 밸런스 예외 제품 사례**

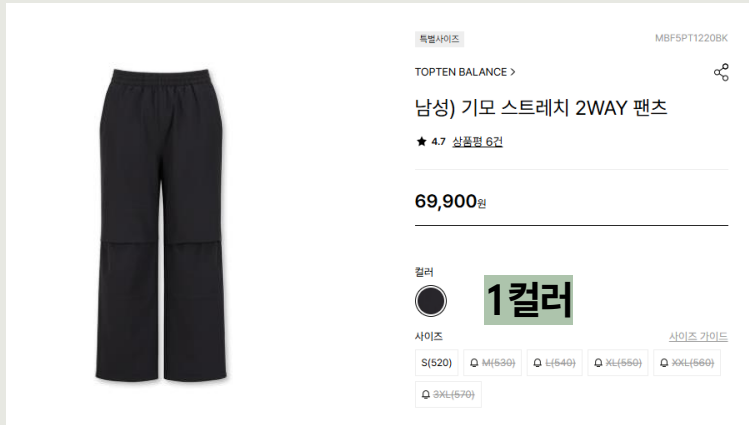
전반적으로 하의 제품은 2~5컬러 전개가 일반적이거나, 활용도가 낮은 제품은 1컬러로 제한되는 경우도 있음.

ex) 여성 사이드 슬릿 제품(1컬러), 남성 기모 스트레치 2WAY 팬츠(1컬러)

반면, 활용도가 높은 제품은 예외적으로 8컬러까지 확대되기도 함.

ex) 여성 슈퍼 스트레치 조거팬츠(8컬러)

평균적인 컬러 수(2~5컬러)

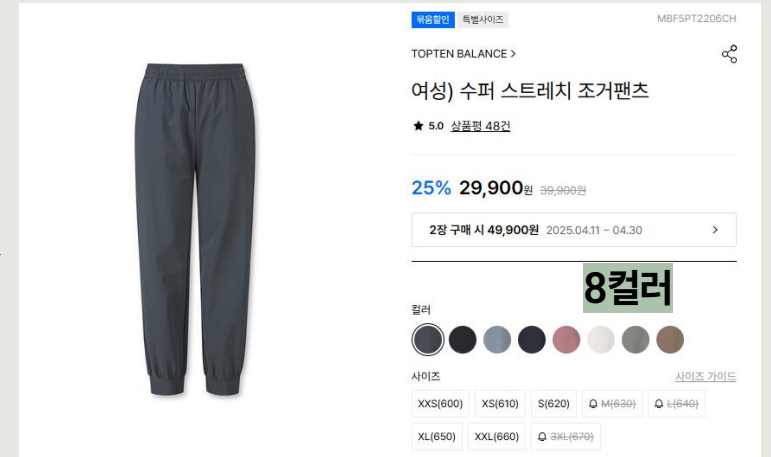
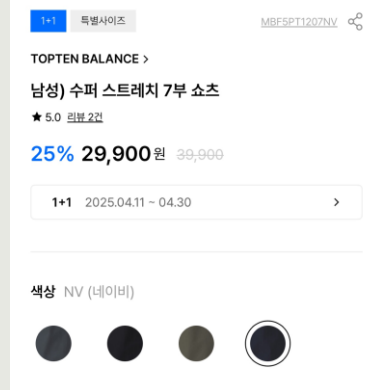
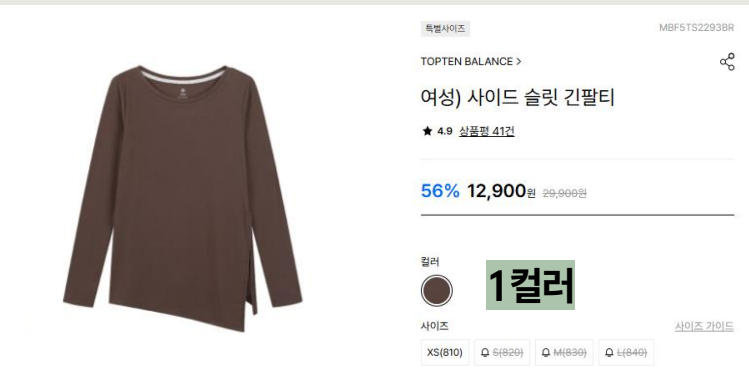


낮은
활용도

높은
활용도

제한적인
컬러 수

다양한 컬러





브랜드 컨셉

일상에 자연스럽게 스며드는
'테크니컬 애슬레저'

레깅스를 중심으로 운동, 여행, 데일리웨어까지 아우를 수 있는 기능성과 스타일을 추구.

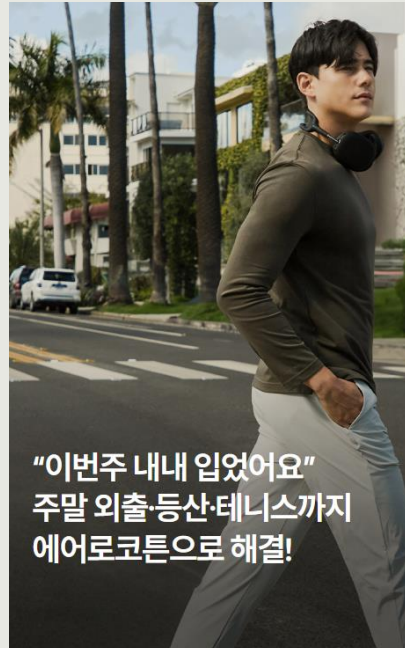
웰니스 감성과 편안한 착용감에 중점을 둔 '운동+휴식' 중심의 라이프스타일 브랜드.

목표 고객

저강도 운동을 즐기며 스타일을 중시하는 20~30대 여성

요가, 필라테스처럼 일상과 가까운 운동을 즐기는 여성층이 주 고객이며, 최근에는 기능성 맨즈 라인도 확장 중. 편안함과 트렌디함을 함께 원하는 고객이 중심.

▼ 대표 제품



"이번주 내내 입었어요"
주말 외출·등산·테니스까지
에어로코튼으로 해결!

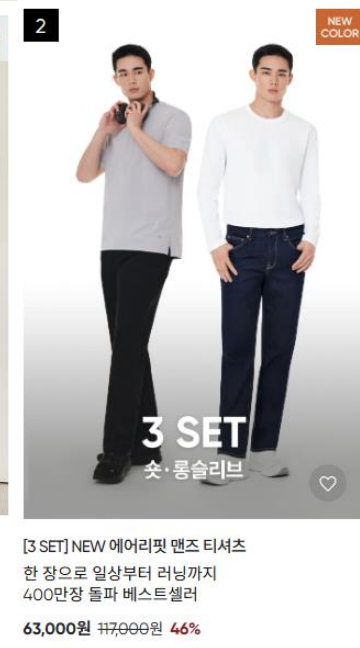


최상의 운동 경험
라이크라® 스포츠 인증

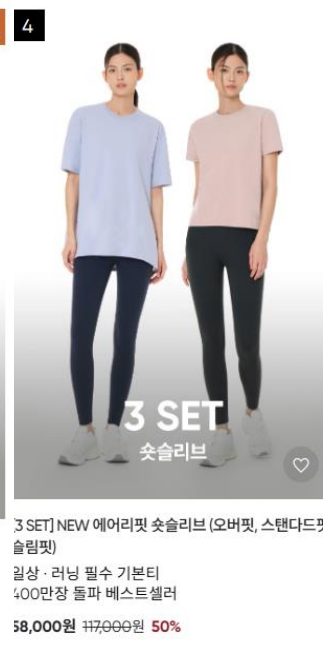
스쿼트할 땀 더욱 안정적으로,
필라테스할 땀 쪽쪽 늘어나 편안해요.



[1S] 에어쿨링 지니 시그니처 레깅스
애슬레저 1위 베스트셀러
라이크라® 스포츠 인증
55,000원 98,000원 43%



[3 SET] NEW 에어리핏 맨즈 티셔츠
한 장으로 일상부터 러닝까지
400만장 돌파 베스트셀러
63,000원 117,000원 46%



[3 SET] NEW 에어리핏 숏슬리브 (오버핏, 스탠다드핏, 슬림핏)
길상·러닝 필수 기본티
400만장 돌파 베스트셀러
58,000원 117,000원 50%

브랜드 분석

편안하고 감성적인 스타일로 애슬레저 시장에서 강세를 보임.
다만, 퍼포먼스 중심 스포츠웨어 영역에서는 상대적으로 경쟁력이 약한 편.



안다르 상품 전개표

▼ 여성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	19개	6%	4~7	S~L
	후디	18개	5.7%	2~4	S~L
상의	긴팔	55개	17.4%	4~6	XS~XL / 2, 4, 6, 8
	반팔	49개	15.5%	4~7	XS~XL
	민소매	42개	13.3%	3~6	S~L
하의	팬츠	52개	16.5%	5~9	XS~XL
	레깅스	52개	16.5%	11~17	XS~XL / 2, 4, 6
	쇼츠	15개	4.7%	7~15	XS~XL
이너웨어	스포츠 브라	14	4.4%	4~6	XS~XL / 0, 2, 4, 6, 8

▼ 남성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	5개	4%	2~5	M~2XL
	후디	4개	3.2%	2~4	M~2XL
상의	긴팔	31개	24.6%	3~8	M~2XL
	반팔	21개	16.7%	2~5	M~2XL
	민소매	4개	3.2%	3~4	M~2XL
하의	팬츠(조거)	47개	37.3%	3~5	M~3XL
	타이즈	3개	2.4%	2	M~2XL
	쇼츠	11개	8.6%	3~8	M~2XL
이너웨어	-	-	0.00%	-	-

안다르 제품의 전반적인 특징

고기능 원단 사용 : 라이크라® 블랙라벨 및 자체 개발 원단(에어스트, 에어쿨링 등)을 활용함.

체형 맞춤 설계 : Y존 프리, 기장 선택형 레깅스, 슬림핏·크롭 상의 등 다양한 핏을 제공함.

상품 전개표 요약

컬러 : 아우터 카테고리는 평균 2~4개, 상의 카테고리는 4~7개, 하의 카테고리에서 여성의 경우 레깅스는 11~17개까지 존재함, 전반적으로 여성 제품의 컬러 선택 폭이 더 넓음.

사이즈 : 여성은 XS~XL, 남성은 남녀 공용 제품이 아니라면 M부터 시작해 2XL까지 존재함.

특이사항 : 하의 제품의 경우, 기장 선택이 가능함. (여성 레깅스 : 숏/롱, 남성 팬츠 : 숏/스탠다드)

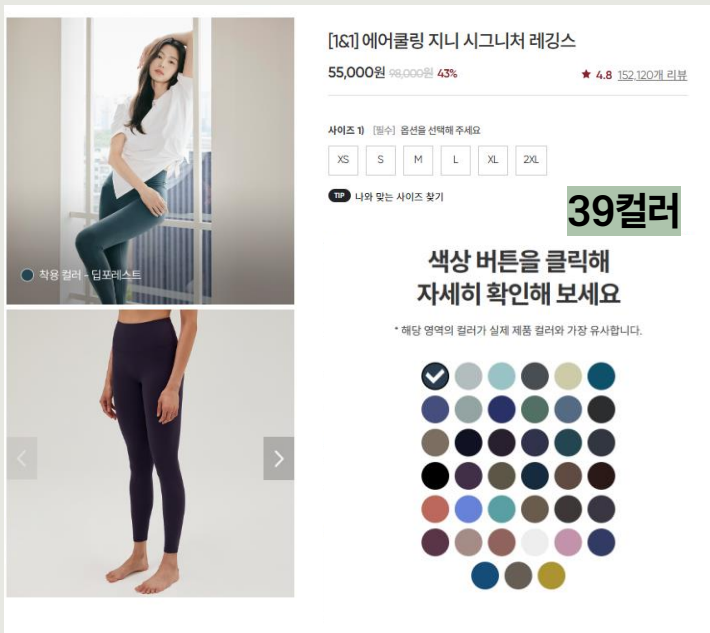
andar **안다르 예외 상품**

평균 4~7컬러로 수준으로 전개되며, 시그니처 제품이나 베스트 셀러 라인은 30컬러 이상으로 확장된 경우도 있음.

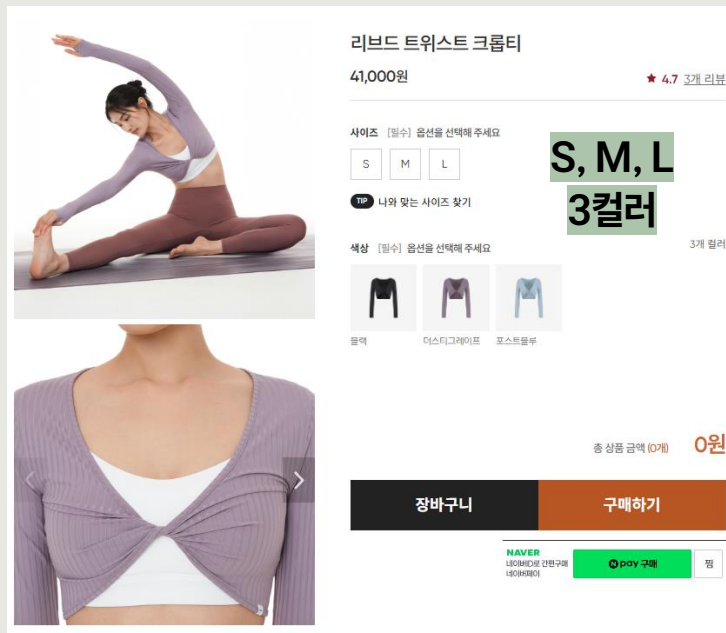
ex) 에어쿨링 지니 시그니처 레깅스(39컬러)

보통 상의 사이즈는 XS~XL까지 전개되지만, 디자인 요소가 있는 제품의 경우 S~L까지만 제공하는 경향을 보임.

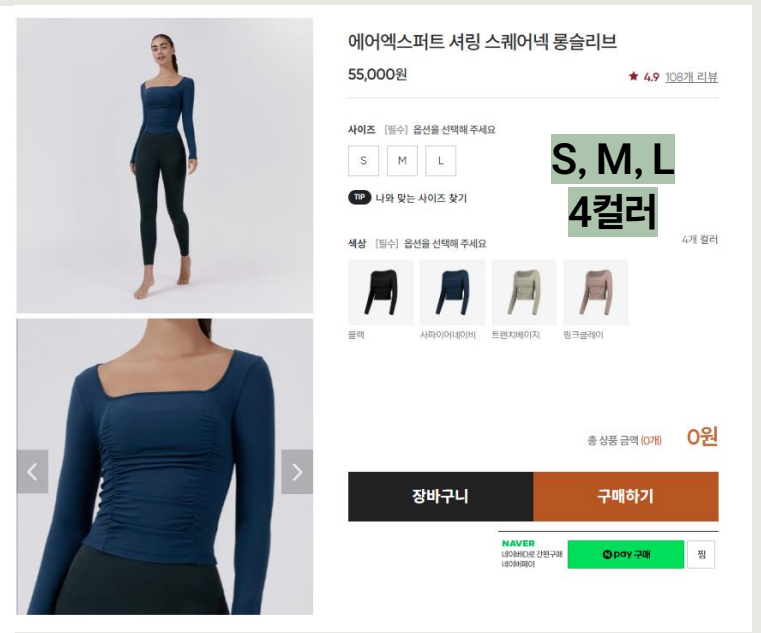
ex) 리브드 트위스트 크롭티(3컬러, 3사이즈), 에어엑스퍼트 셔링 스퀘어넥 롱슬리브(4컬러, 3사이즈)



수많은 컬러를 가진
베스트, 시그니처 상품



제한된 사이즈와 컬러를 가진
디자인 요소가 있는 제품





ARC'TERYX 아크테릭스

브랜드 분석

고기능·프리미엄 이미지로 아웃도어 시장에서 높은 신뢰도 확보.
다만, 높은 가격대와 전문성 중심 제품 구성으로 인해 입문자에게는 진입장벽이 있음.

브랜드 컨셉

극한 환경 속에서도 신뢰할 수 있는 '하이엔드 퍼포먼스 아웃도어'

혹독한 자연환경 속에서도 한계를 극복한다는 철학 아래, 기능성과 내구성을 핵심으로 한 고성능 아웃도어 제품을 추구함.
본사를 실제 산악지대에 두고 제품을 테스트하며, 실사용자를 위한 정교한 설계와 실험 기반의 제품 개발로 브랜드 신뢰도를 확보함.

▼ 대표 제품



[SS25] 알파 SV 재킷 남성
극한의 알파인 환경을 위한
GORE-TEXT 쉘 재킷

₩1,390,000



[SS25] 감마 MX 후디 남성
감마 라인의 가장 따뜻한 소
프트셸 후디

₩610,000



누클리아이 SV 파카 남성
가장 따뜻한 합성 보온 벨레
이 파카

₩799,000

★★★★★ 5 (6)



[FW24] 감마 AR 팬츠 남성
우수한 내구성과 신축성을 지
닌 올마운틴 소프트셸 팬츠

₩330,000

★★★★★ 5 (4)



[SS24] 베타 AR 재킷 남성 - 스톰후드

StormHood 기술이 적용된
올라운드 GORE-TEX PRO
셸

₩840,000 ~~₩1,050,000~~

20%
★★★★★ 5 (2)

목표 고객

하드코어 아웃도어 사용자 중심

등산, 클라이밍 등 극한 환경을 자주 접하는 전문 사용자 중심에서 브랜드 가치와 디자인을 중시하는 2030 감성 소비자층으로 타겟 확대 중.

도심 속에서도 아크테릭스 특유의 미니멀한 감성을 찾는 층에게도 매력적인 브랜드로 인식됨.



ARC'TERYX

아크테릭스 상품 전개표

▼ 여성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	58개	42.6%	1~6	XS~2XL
	후디	-	0.0%	-	-
상의	긴팔	27개	19.8%	1~4	XS~XL
	반팔	16개	11.7%	1~5	XS~XL
	민소매	2개	1.4%	1~2	XS~L
하의	팬츠	19개	13.9%	1~4	000~8
	레깅스	11개	8.0%	1~2	XS~LG
	쇼츠	3개	2.2%	1~3	00~8
이너웨어	스포츠 브라	-	0.0%	-	-

▼ 남성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	77개	43.2%	1~6	XS~2XL
	후디	-	0.0%	-	-
상의	긴팔	28개	15.7%	1~7	XS~2XL
	반팔	19개	10.6%	1~6	XS~2XL
	민소매	-	0.0%	-	-
하의	팬츠(조거)	40개	22.4%	1~3	XS~XL / 28~38
	타이즈	8개	4.4%	1~4	SM~2XL
	쇼츠	6개	2.2%	1~4	XS~XL / 28~38
이너웨어	-	-	0.00%	-	-

아크테릭스 제품의 전반적인 특징

고기능성 소재 : 보온, 방풍, 방수에 특화된 하이브리드 원단을 사용함.

라인 세분화 : 알파(클라이밍), 베타(멀티), 감마(소프트셸), 제타(하이킹) 등

제품명 표기 체계 : 기능/용도별 코드를 제품명에 명시함. ex) AR, LT, MX 등

상품 전개표 요약

컬러 : 아우터 카테고리는 1~6개로 여성과 남성이 동일함, 상의 카테고리는 여성이 1~5개, 남성이 1~7개, 하의 카테고리는 1~4개로 여성과 남성이 동일함.

사이즈 : 아우터와 상의의 경우 S~2XL, 하의의 경우 여성은 00~8 혹은 S~XL, 남성은 S~2XL 혹은 28~38로 구성됨. 남성의 상품 수와 사이즈 수가 더욱 다양함.

특이사항 : 사이즈별로 S(Short), R(Regular), L(Long) 길이가 구분됨. ex) 2-S, 2-R, 2-L



ARC'TERYX

아크테릭스 예외 제품 사례

아우터는 1~6컬러로 전개되며, 일반적인 기능성 자켓은 다양한 컬러 구성을 가짐.

ex) 베타 AR 재킷 남성(6컬러)

그러나, 스키·스노우보드 등 보온 중심의 아우터는 1~2컬러로 제한되는 경향을 보임. (사이즈 구성은 동일)

ex) 러쉬 인슐레이티드 재킷 남성(1컬러)

2명 ★★★★★ (5/5)

[SS25] 베타 AR 재킷 남성

다양한 환경에서 활용 가능한 가벼운 휴대성이 높은 하이브리드 구조의 GORE-TEX PRO 셸 재킷입니다. Beta 시리즈: 다용도 산악 의류. AR: 올 라운드 (ALL ROUND)

₩ 1,050,000

6컬러 SELECT A COLOR:

SELECT A SIZE:

XS	SM
MD	LG
XL	XXL

남성 상의 Sizing Chart

다양한 컬러를 보유한 일반 기능성 자켓

평균적으로 1~2컬러

[FW24] 러쉬 인슐레이티드 재킷 남성
고어 인피니엄 하드론 페이스 백 컨트리 스키 패딩재킷
₩1,280,000

[세이버 필렉스드 아노락 남성]
백엔트리와 리프트를 위한 필렉스 및 GORE-TEX 아노락.
₩1,280,000

[FW24] 센티넬 필렉스드 재킷 프린트 여성
여유로운 핏의 내구성이 뛰어난 GORE-TEX 프리라이드 셸.
₩1,200,000

[FW24] 센티넬 필렉스드 재킷 여성
여유로운 핏의 GORE-TEX ePE 프리라이드 셸.
₩1,200,000

[FW24] 센티넬 재킷 여성
내구성이 뛰어난 GORE-TEX ePE 프리라이드 셸 재킷.
₩1,200,000

[FW24] 센티넬 인슐레이티드 재킷 여성
보온 기능을 지닌 GORE-TEX ePE 프리라이드 재킷.
₩1,360,000

[FW24] 센티넬 인슐레이티드 아노락 여성
내구성이 뛰어나고 다용도로 활용 가능한 보온 프리라이드 아노락.
₩1,360,000

[FW24] 세이버 재킷 남성
폭풍에도 견딜 수 있는 GORE-TEX ePE 소재의 내구성이 높고 다용도로 활용 가능한 재킷.
₩1,200,000

[FW24] 러쉬 재킷 여성
백엔트리 스키를 위한 GORE-TEX 셸 재킷.
₩1,150,000

평균적으로 1~2컬러를 가진 보온성 중심의 아우터



브랜드 컨셉

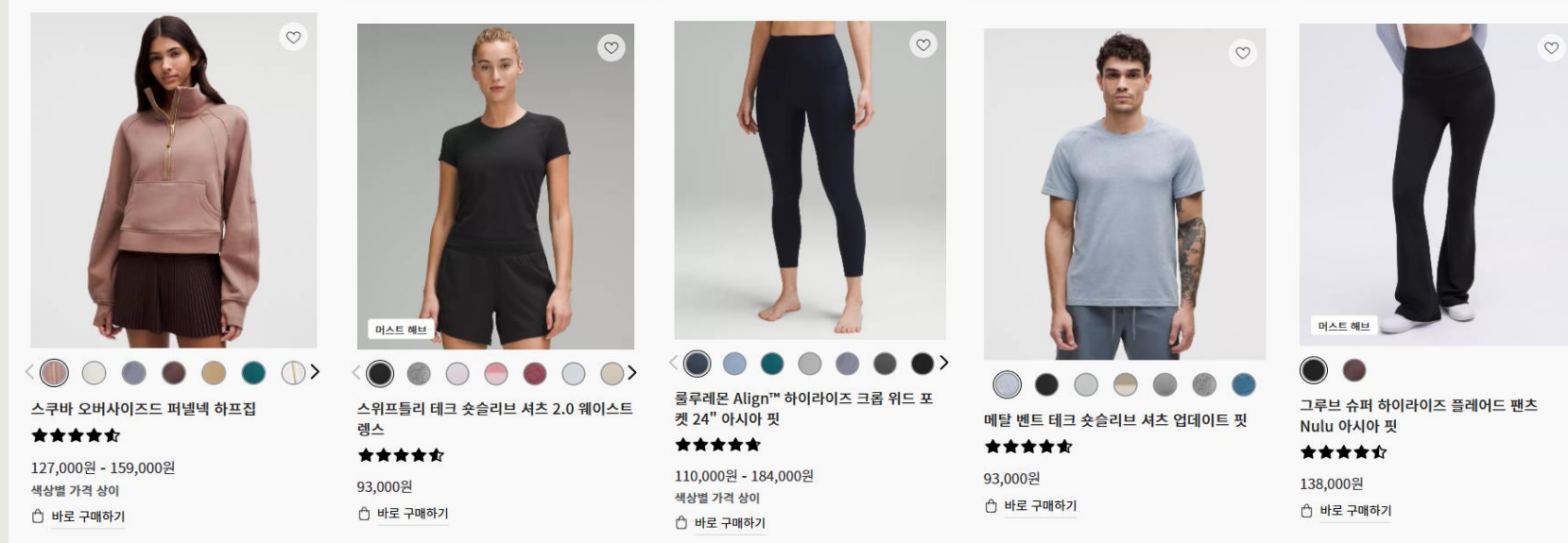
**건강한 라이프스타일에서 영감을 받은
프리미엄 애슬레저 브랜드**

요가를 중심으로 러닝, 트레이닝 등 다양한 운동에 적합한 고기능성 스포츠웨어를 선보임.

단순한 의류 판매를 넘어 '스웨트라이프(Sweatlife)' 철학을 바탕으로 건강한 삶과 커뮤니티 중심 문화를 확산하며 브랜드 가치를 확립함.

고급 소재와 세련된 디자인으로 프리미엄 요가복 브랜드로서 확고한 입지를 구축함.

▼ 대표 제품



목표 고객

**기능성과 감성을 동시에 중시하는
20~40대 소비자층**

요가, 트레이닝, 여행 등을 즐기며 패션과 기능을 모두 고려하는 감각적이고 자기관리 성향이 강한 여성 고객 중심에서 시작됨. 최근에는 남성 라인 확장 및 다양한 운동종목으로 카테고리리를 확장 중.

브랜드 분석

프리미엄 이미지와 강한 브랜드 충성도를 보유한 대표 애슬레저 브랜드. 단, 높은 가격대로 인해 예산에 민감한 소비자에게는 접근성이 낮음.



룰루레몬 상품 전개표

▼ 여성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	76개	15.4%	1~3	0(KR 33)~14(KR 99)
	후디	54개	10.9%	1~3	3XS~XL
상의	긴팔	42개	8.6%	2~4	XS~XL
	반팔	29개	5.8%	3~6	3XS~XL
	민소매	54개	11%	2~5	0(KR 33)~12(KR 88)
하의	팬츠	106개	21.5%	2~4	0(KR 33)~14(KR 99)
	레깅스	32개	6.5%	3~6	0(KR 33)~20(KR 120)
	쇼츠	61개	12.6%	1~3	0(KR 33)~14(KR 99)
이너웨어	스포츠 브라	38개	7.7%	2~4	2XS~XL

▼ 남성

카테고리	아이템	모델 수	모델 구성비	컬러 수	사이즈 전개
아우터	기능성 자켓	35개	14.3%	3~5	XS(KR 90)~2XL(KR 120)
	후디	41개	16.7%	1~3	XS(KR 90)~2XL(KR 120)
상의	긴팔	19개	7.7%	2~3	XS(KR 90)~2XL(KR 120)
	반팔	26개	10.5%	2~5	XS(KR 90)~2XL(KR 120)
	민소매	7개	2.8%	1~3	XS(KR 90)~2XL(KR 120)
하의	팬츠	81개	33%	4~7	28(KR 29)~40(KR 41)
	타이즈	35개	14.2%	4~6	XS(KR 90)~2XL(KR 120)
	쇼츠	2개	0.8%	1~2	XS~2XL
이너웨어	-	-	0.00%	-	-

룰루레몬 제품의 전반적인 특징

기능성과 편안함 : 고급 소재 사용와 '실버에센트' 냄새 방지 기술을 적용해

활동성과 착용감을 모두 고려함

트렌디한 감성 : 기능성과 디자인을 모두 갖춘 제품으로 운동복은 물론, 일상복으로도 활용 가능한 브랜드 포지션을 지님.

상품 전개표 요약

컬러 : 아우터 카테고리는 1~3개, 상의 카테고리는 대부분 2~5개, 하의 카테고리는 4~6개 정도로 전개됨. 레깅스/타이즈 제품의 컬러가 여성은 평균 3~6개, 남성은 4~6개로 다채롭게 전개됨.

사이즈 : 사이즈 범위가 국내에 비해 매우 넓게 존재함. (KR 33~KR 120)



lululemon

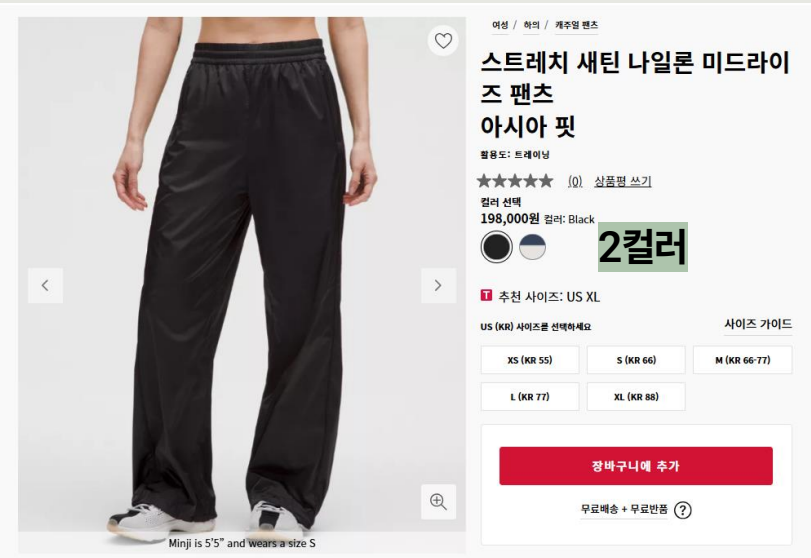
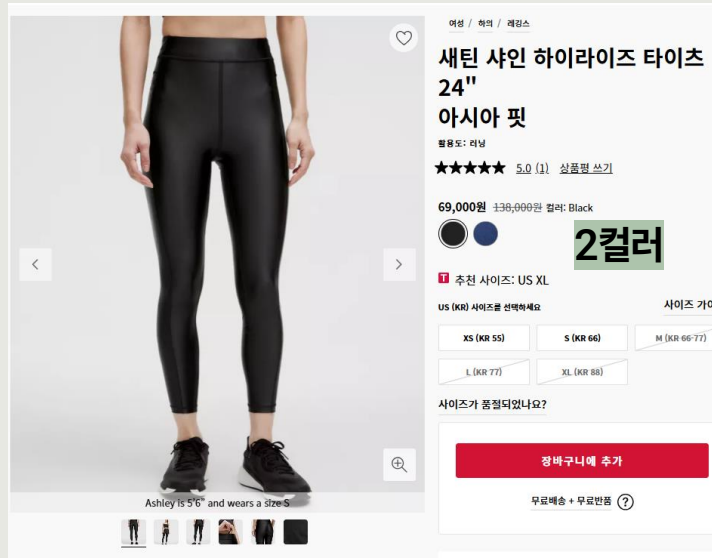
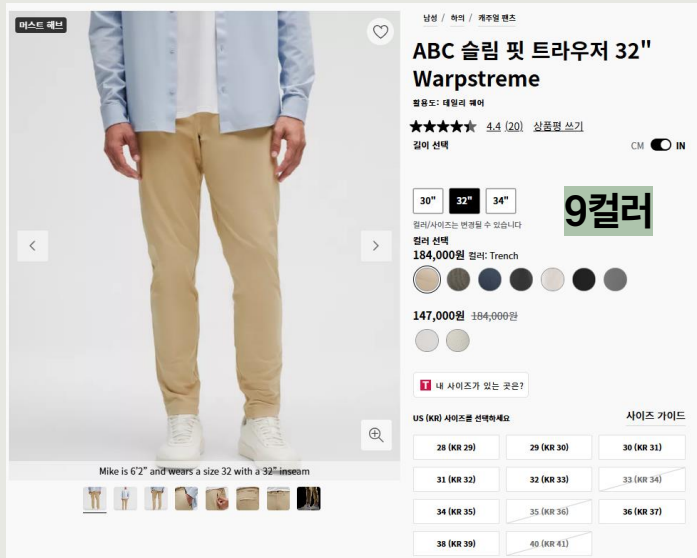
룰루레몬 예외 상품

팬츠는 평균적으로 4~5컬러로 전개되며, 머스트해브 아이템은 다양한 컬러로 구성됨.

ex) ABC 슬림핏 트라우저(9컬러)

반면, 특이한 재질이나 특수 라인은 1~2컬러 수준에 그치는 경우도 존재함.

ex) 스트레치 새틴 나일론 미드라이즈 팬츠 아시아핏(2컬러), 새틴 샤인 하이라이즈 타이츠 아시아핏(2컬러)



다양한 컬러를 가진 머스트해브 아이템

제한적인 컬러를 가진 특이한 재질이나 특수 라인

05 차별화 전략



차별화 전략

포지셔닝 맵

브랜드 차별화 전략



① 입문자 맞춤 설계

- 다양한 체형과 신체 고민을 고려한 디자인
- 신체 노출 부담을 줄이고 보완이 필요한 부위 중심 설계

② 친절한 가이드 라인 제공

- 네임택, POP, CS 등을 활용한 운동복 선택 가이드
- 운동별·체형별 착용 정보 제공
- SNS를 통한 스타일링/운동 종목 가이드 콘텐츠 운영



③ 프리미엄 SPA 전략

- 트렌드에 빠르게 반응하는 SPA 시스템 도입
- 단순 저가형 SPA가 아닌, 고품질 + 고인력 CS 운영
- 재질/핏/쇼잉 방식 등에서 차별화된 쇼핑 경험 제공

'아르켓' 오프라인 매장

포지셔닝 맵



가격 포지셔닝

- 탐텐 밸런스, 안다르보다 높고 룰루레몬과 비슷한 가격대
- 저렴하진 않지만 기능성과 품질을 고려할 때 납득 가능한 가격대라는 인식 유도

소비자 친화도 포지셔닝

- 소비자 친화도는 고객 응대, 제품 정보 제공, 선택 편의성 등을 기준으로 판단
 - (1) 매장에서 혼자 쇼핑을 할 때, 의류 지식이 없는 고객도 가이드 라인을 제공받는다고 느끼는가?
 - (2) 의류 지식이 있는 고객일 경우, 소재나 기능성에 대한 구체적인 정보를 제공받는가?
- 아레테는 체형 보완 디자인, 직관적인 제품 설명, 운동별 추천 코디 제안 등을 통해 입문자의 선택을 지원
- 단순한 제품 판매가 아닌, 선택 경험 전체를 설계함으로써 소비자 친화도에서 높은 편

06 물량기획



ARETE LINE

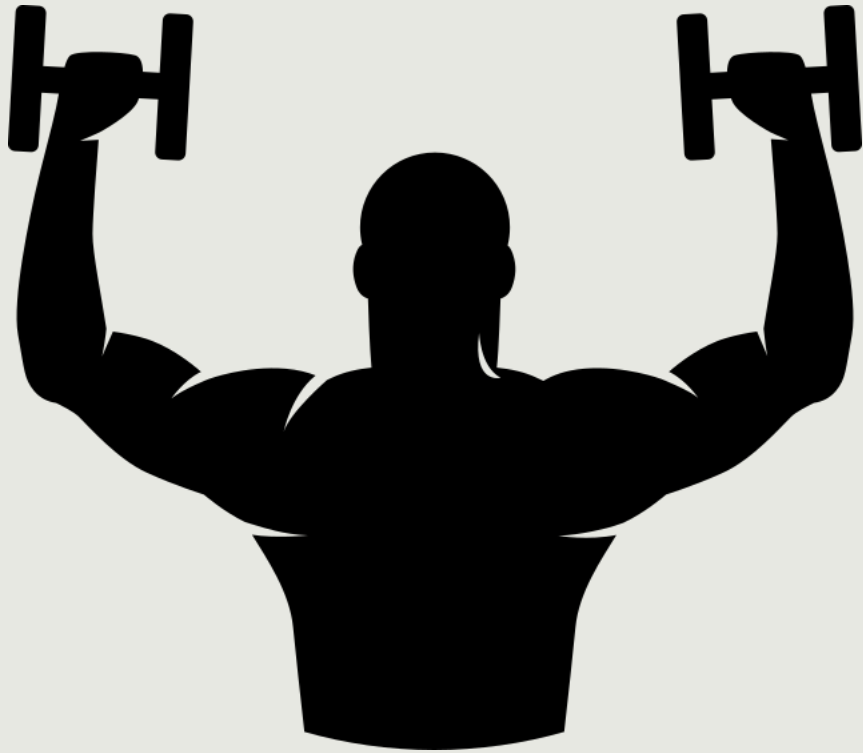
S/S 물량기획

Spring → Summer 물량기획

S/S Line 물량기획

S/S Line 물량기획 경쟁사 비교

1. ARETE LINE



Fitted Line

운동 수행력 극대화를 위한 밀착형 기능성 라인



Loose Line

체형 보완과 심리적 안정감을 주는 데일리 라인

1. ARETE LINE

항목	Fitted Line	Loose Line
타겟	운동 숙련자 / 퍼포먼스 중심 소비자	운동 입문자 / 체형 보완 니즈를 가진 소비자
구매 성향	고관여 / 기능 · 성능 중시	저관여 / 편안함 · 심리적 안정감 추구
전략	많은 모델 수 / 소량 생산	적은 모델 수 / 대량 생산
디자인 방향	기능성 강화 / 운동 수행력 강화	체형 보완 / 일상 활용
중점 상품	컴프레션 니플 패치 티셔츠 초경량 필라멘트사 절개 티셔츠	자이언트 핏 티셔츠 치렌스



Fitted Line



Loose Line

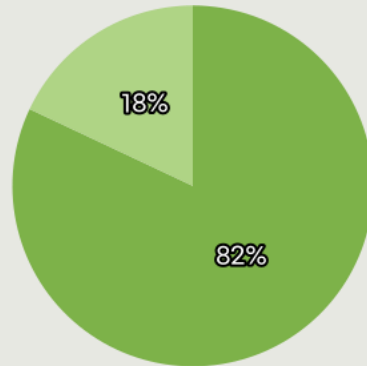
2. S/S 물량기획 TOTAL

Spring	item	M	M구성비	생산량	생산 구성비	생산 LOT
아우터	기능성 자켓	1	3.85%	20	4%	20
	후디	1	3.85%	20	4%	20
	TOTAL	2	7.7%	40	8%	-
상의	긴소매	6	23.1%	105	21%	18
	반소매	5	19.2%	85	17%	17
	민소매	0	0%	0	0%	0
	TOTAL	11	42.3%	190	38%	-
하의	팬츠	3	11.5%	100	20%	33
	레깅스/타이즈	5	19.2%	100	20%	20
	쇼츠	3	11.5%	50	10%	17
	TOTAL	11	42.3%	250	50%	-
이너웨어	스포츠 브라	2	7.7%	20	4%	10
	TOTAL	2	7.7%	20	4%	-
TOTAL		26	100%	500	100%	-

Summer	Item	M	M구성비	생산량	생산 구성비	생산 LOT
아우터	기능성 자켓	1	3.85%	20	4%	20
	후디	0	0.0%	0	0%	0
	TOTAL	1	3.85%	20	4%	-
상의	긴소매	1	3.85%	20	4%	20
	반소매	7	26.9%	140	28%	20
	민소매	3	11.5%	60	12%	20
	TOTAL	11	42.3%	220	44%	-
하의	팬츠	2	7.7%	40	8%	20
	레깅스/타이즈	6	23.1%	120	24%	20
	쇼츠	4	15.4%	80	16%	20
	TOTAL	12	46.2%	240	48%	-
이너웨어	스포츠 브라	2	7.7%	20	4%	10
	TOTAL	2	7.7%	20	4%	-
TOTAL		26	100%	500	100%	-

2. S/S 물량기획 모델 수↑

라이프스타일 전문기업 그리티 총 460명 대상
스포츠 언더웨어 및 애슬레저 패션의류를 가장 많이 구매하는 계절은?



■ 봄-여름 ■ 가을-겨울

해당 계절에 맞는 기능성 소재와 촉감 - 52%

계절에 어울리는 디자인과 스타일 - 32%

남들보다 가장 먼저 신제품을 입고 싶어서 - 7%

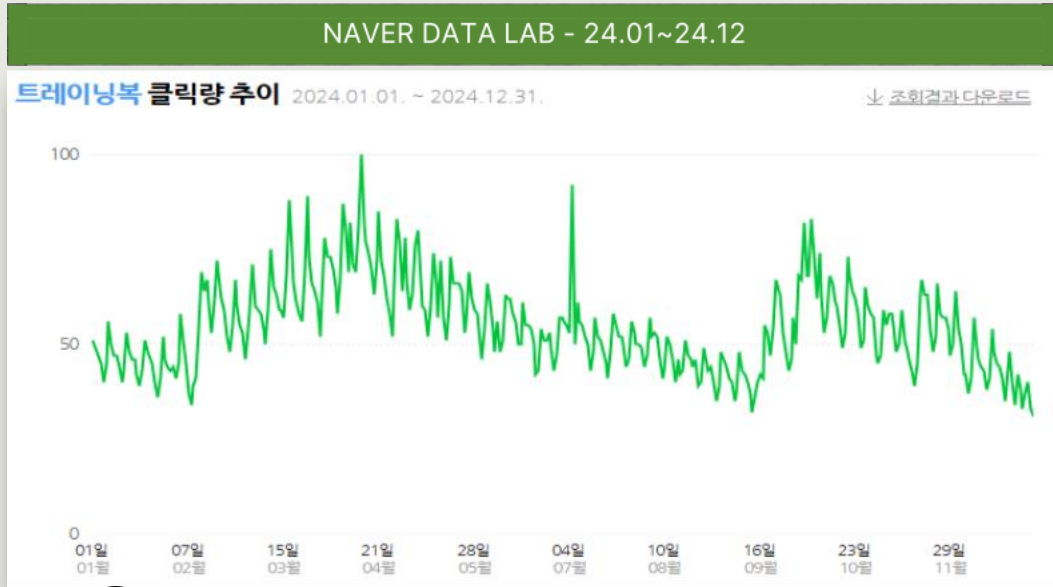
트레이닝복 구입 시 중요하게
고려하는 3가지 요소

1. 핏
2. 디자인
3. 편안함

마켓 리서치 전문기업
NPD그룹 코리아

S/S Season Item 40M -> 52M

2. S/S 물량기획 모델 구성비



주요 키워드

- 세트 - 15
- 하의(바지, 반바지, 쇼츠, 팬츠) - 15

*세트 소비 → 상의와 하의 1:1 비율의 모델 구성비

*하의 → 모델 세분화 (팬츠, 레깅스/타이즈, 쇼츠)

항목	트레이닝복 인기 검색어 (남성)
1	나이키반바지
2	트레이닝바지
3	언더아머반바지
4	아디다스반바지
5	아디다스저지
6	트레이닝복
7	남자트레이닝복세트
8	언더아머
9	나이키트레이닝복세트
10	아디다스트랙탑
11	다이나핏
12	반바지
13	트레이닝세트
14	트레이닝복세트
15	언더아머바지
16	나이키바지
17	츄리닝바지
18	땀복
19	아디다스베켄바우어
20	남자트레이닝세트

항목	트레이닝복 인기 검색어 (여성)
1	아디다스저지
2	트레이닝세트
3	여성트레이닝세트
4	트레이닝복
5	여성트레이닝복세트
6	나이키반바지
7	아디다스반바지
8	땀복
9	트레이닝복세트
10	아디다스바지
11	트레이닝바지
12	츄리닝세트
13	아디다스파이어버드쇼츠
14	운동복
15	여성트레이닝복
16	여자트레이닝세트
17	여성트레이닝바지
18	돌핀팬츠
19	아디다스저지
20	아노락세트

3. Spring -> Summer 물량기획 TOTAL

Spring→Summer	Item	M	M구성비	M 구성비 증감율	생산량	생산 구성비	생산 구성비 증감율
아우터	기능성 자켓	1→1	3.85%→3.85%	0%	20→20	4%→4%	0%
	후디	1→0	3.85%→0%	-3.85%	20→0	4%→0%	-4%
	TOTAL	2→1	7.7%→3.85%	-3.85%	40→20	8%→4%	-4%
상의	긴소매	6→1	23.1%→3.8%	-19.3%	105→20	21%→4%	-17%
	반소매	5→7	19.2%→26.9%	+7.7%	85→140	17%→28%	+11%
	민소매	0→3	0%→11.5%	+11.5%	0→60	0%→12%	+12%
	TOTAL	11→11	42.3%→42.3%	0%	190→220	38%→44%	+6%
하의	팬츠	3→2	11.5%→7.7%	-3.8%	100→40	20%→8%	-12%
	레깅스	5→6	19.2%→23.1%	+3.9%	100→120	20%→24%	+4%
	쇼츠	3→4	11.5%→15.4%	+3.9%	50→80	10%→16%	+6%
	TOTAL	11→12	42.3%→46.2%	+3.9%	250→240	50%→48%	-2%
이너웨어	스포츠 브라	2→2	7.7%→7.7%	0%	20→20	4%→4%	0%
	TOTAL	2→2	7.7%→7.7%	0%	20→20	4%→4%	0%
TOTAL		26→26	100→100%	0%	500→500	100%→100%	0%

3. Spring -> Summer 물량기획 단일 아우터

기후 변화



패션 플랫폼 W 컨셉에 따르면 25.03.10 ~25.03.16 일주일
매출 데이터 분석 결과 간절기 의류 매출 전년 동기 대비 2 배 증가

큰 일교차로 외출 시 입고 벗기 편한 외투 수요 증가

재고 효율성



여름에는 기온 상승으로 인해 아우터 및 긴소매 수요가 적기 때문에
모델 수 감소를 통해 불필요한 재고 방지

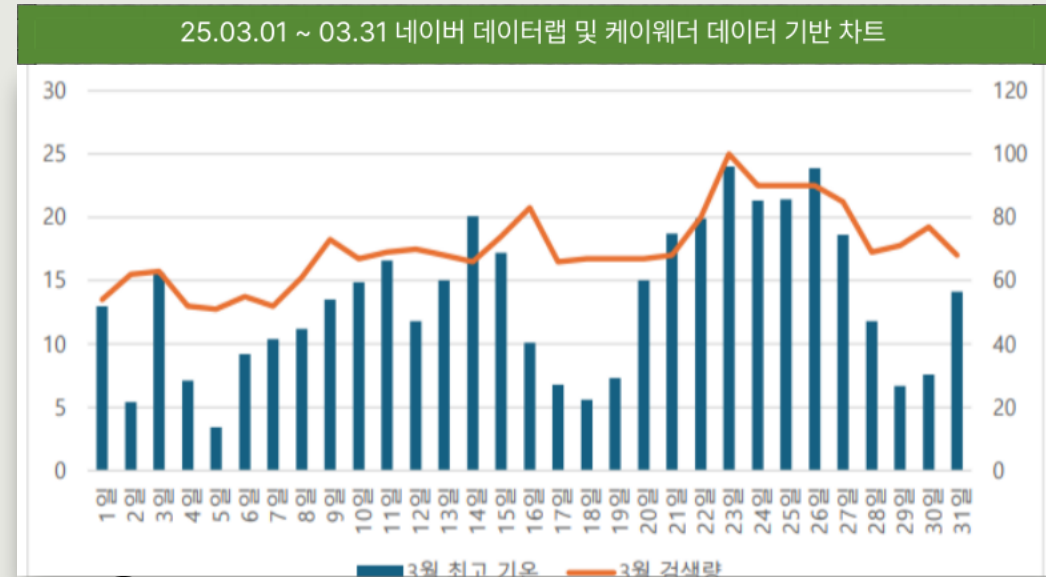
여름철 냉방병 및 일교차를 대비한 **실용 중심의 단일 아이템 구성 기획**

3. Spring -> Summer 물량기획 상의 M비중 변화



데이터 분석 사이트인 Biginsight 의 22년 분석 자료에 따르면
일 평균 기온이 이를 연속 20도를 처음으로 넘긴 날 검색량이 가장 많았음.

판매량 역시 큰 맥락에서는 기온과 함께 움직이는 경향을 보임.



앞선 자료를 바탕으로 "기온에 따른 티셔츠 검색량 추이를 분석한 결과"

유사한 패턴을 보임

- * 긴소매 모델&생산량 감소
- * 민소매 모델&생산량 증가

4. S/S Line 물량기획 Fitted Line

Spring	Item (Total)	M	M구성비	생산량	생산 구성비	생산 LOT
아우터	기능성 자켓(1)	0	0%	0	0%	0
	후디(1)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(2)	0	0%	0	0%	-
상의	긴소매(6)	4	28.6%	35	20%	9
	반소매(5)	3	21.4%	35	20%	12
	민소매(0)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(11)	7	50%	70	40%	-
하의	팬츠(3)	0	0%	0	0%	0
	레깅스/타이즈(5)	3	21.4%	60	34.3%	20
	쇼츠(3)	2	14.3%	25	14.3%	13
	TOTAL(11)	5	35.7%	85	48.6%	-
이너웨어	스포츠 브라(2)	2	14.3%	20	11.4%	10
	TOTAL(2)	2	14.3%	20	11.4%	-
TOTAL(26)		14	100%	175	100.0%	-

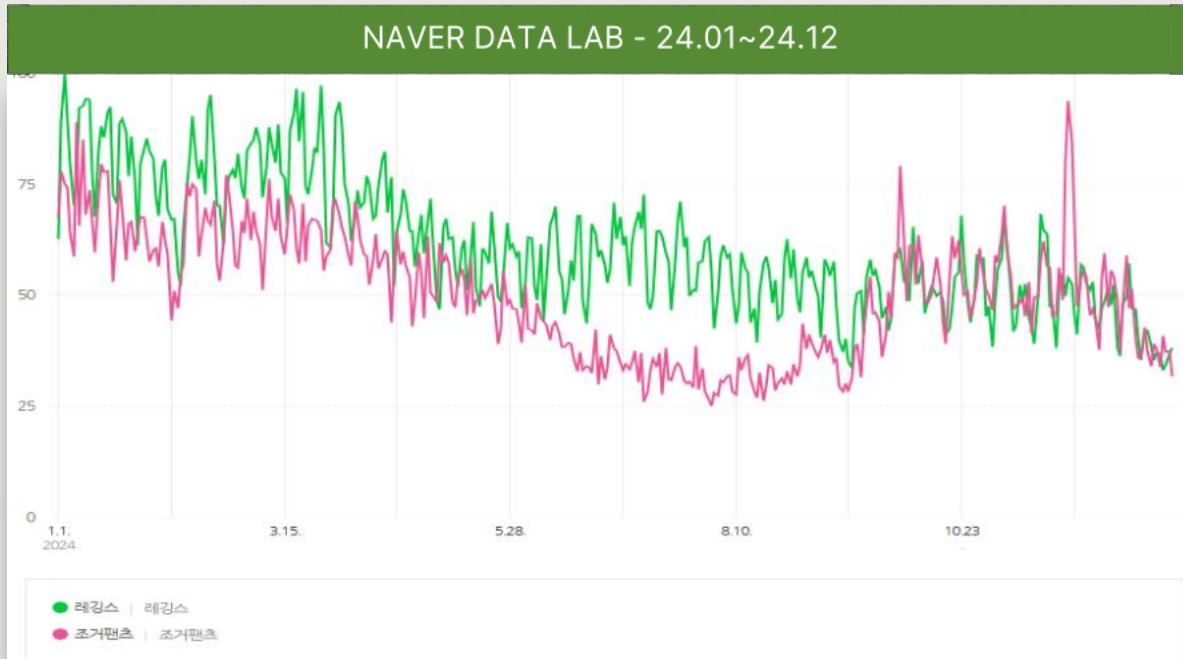
Summer	Item (Total)	M	M구성비	생산량	생산 구성비	생산 LOT
아우터	기능성 자켓(1)	0	0%	0	0%	0
	후디(0)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(1)	0	0%	0	0%	-
상의	긴소매(1)	0	0%	0	0%	0
	반소매(7)	4	28.6%	55	28.9%	14
	민소매(3)	2	14.3%	30	15.8%	15
	TOTAL(11)	6	42.9%	85	44.7%	-
하의	팬츠(2)	0	0%	0	0%	0
	레깅스/타이즈(6)	4	28.6%	55	28.9%	14
	쇼츠(4)	2	14.3%	30	15.8%	15
	TOTAL(12)	6	42.9%	85	44.7%	-
이너웨어	스포츠 브라(2)	2	14.3%	20	10.5%	10
	TOTAL(2)	2	14.3%	20	10.5%	-
TOTAL(26)		14	100.0%	190	100.0%	-

4. S/S Line 물량기획 Loose Line

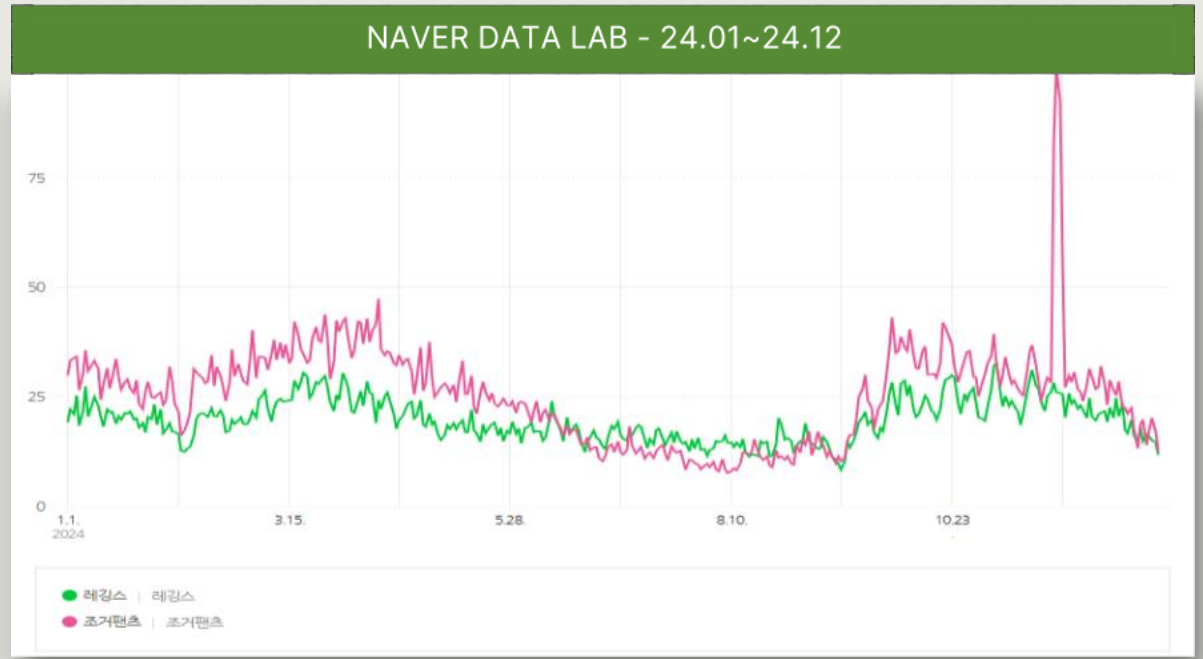
Spring	Item (Total)	M	M구성비	생산량	생산 구성비	생산 LOT
아우터	기능성 자켓(1)	1	8.3%	20	6.2%	20
	후디(1)	1	8.3%	20	6.2%	20
	TOTAL(2)	2	16.7%	40	12.3%	-
상의	긴소매(6)	2	16.7%	70	21.5%	35
	반소매(5)	2	16.7%	50	15.4%	25
	민소매(0)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(11)	4	33.3%	120	36.9%	-
하의	팬츠(3)	3	25.0%	100	30.8%	33
	레깅스/타이즈(5)	2	16.7%	40	12.3%	20
	쇼츠(3)	1	8.3%	25	7.7%	25
	TOTAL(11)	6	50%	165	50.8%	-
이너웨어	스포츠 브라(2)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(2)	0	0%	0	0%	-
TOTAL(26)		12	100.0%	325	100.0%	-

Summer	Item (Total)	M	M구성비	생산량	생산 구성비	생산 LOT
아우터	기능성 자켓(1)	1	8.3%	20	6.5%	20
	후디(0)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(1)	1	8.3%	20	6.5%	-
상의	긴소매(1)	1	8.3%	20	6.5%	20
	반소매(7)	3	25%	85	27.4%	28
	민소매(3)	1	8.3%	30	9.7%	30
	TOTAL(11)	5	41.7%	135	43.5%	-
하의	팬츠(2)	2	16.7%	40	12.9%	20
	레깅스/타이즈(6)	2	16.7%	65	21%	33
	쇼츠(4)	2	16.7%	50	16.1%	25
	TOTAL(12)	6	50.0%	155	50%	-
이너웨어	스포츠 브라(2)	0	0%	0	0%	0
	TOTAL(2)	0	0%	0	0%	0
TOTAL(26)		12	100.0%	310	100.0%	-

4. S/S Line 물량기획 Fitted & Loose



10대~30대 중반 레깅스 강세



30대 중반~60대 이상 조거팬츠 강세

4. S/S Line 물량기획 Fitted & Loose

무신사 여성 상의 20대

4 판매 2천개
블루그레인
칼만브라 3 PACK

5 판매 1.3천개
나이키
스우시 미디엄 서포트 패드 스포츠 브라 W
- 블랙:화이트 / DX6822-010

6 판매 1.4천개
블루그레인
칼만브라 [블랙]

무신사 남성 상의 20대

7 판매 17천개
리크로
무지 연습용 반팔 5필러
15% 21,250원
127명이 구매 중

8 판매 1.3천개
도리스
시그니처 섀론 연습용 허프 올림프_7color
21% 22,000원
480명이 구매 중

9 판매 3.0천개
도리스
픽처 오버핏 레지 저지 허프 올림프_블랙
21% 37,800원
638명이 구매 중

10 판매 1.2천개
리크로
[2PACK]무지 연습용 반팔 5필러
4% 48,000원
42명이 구매 중

11 판매 3.4천개
베어리데스
[2pack] 레진 스포츠 레지 연습용 숄더 리프
20% 57,600원
118명이 구매 중

12 판매 3.9천개
도리스
시그니처 연습용 핏트드 올림프_Becker
30% 23,800원
247명이 구매 중

무신사 여성 하의 20대

7 판매 2.8천개
올림프 스포티미
프릴 안탈라스 스킨트 허프 레깅스 바이
미크 핏스_2COLOR
30% 23,100원
218명이 구매 중

8 판매 1.4천개
리크로
[2 PACK] 레지 연습용 레지 워셔드 레깅스
14% 102,000원
117명이 구매 중

9 판매 2.8천개
리크로
[2 PACK] 레지 연습용 레지 워셔드 레깅스
44% 55,000원
117명이 구매 중

10 판매 1.8천개
올림프
B LOGO 3.5 BIKER SHORTS [BLACK]
2BK
59,000원

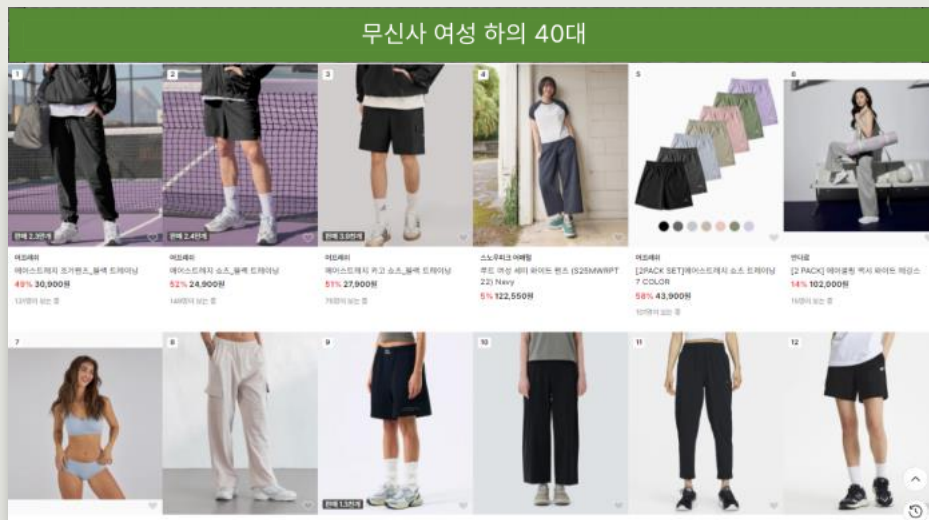
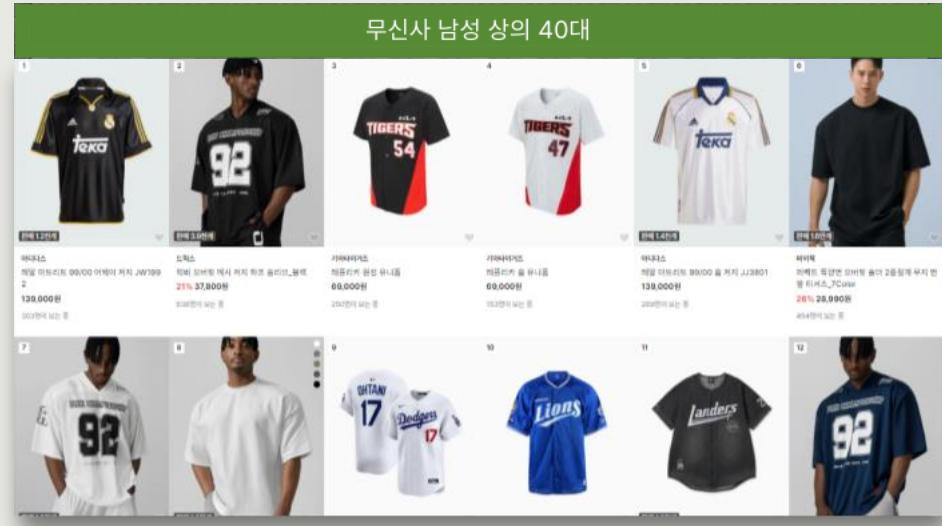
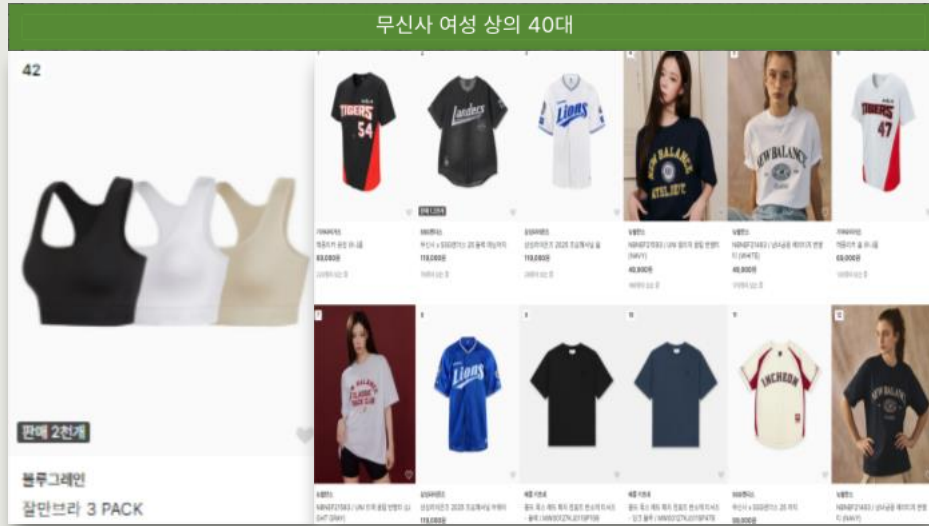
11 판매 4.3천개
올림프
UFC 레지오 커뮤티 쇼츠 블랙 U25PV232
2BK
30% 48,300원

12 판매 3.9천개
리크로
레이아웃 3부 레깅스
7% 39,000원

공통적으로 피티드한 핏

- 여성 - 브라탑/레깅스 > 조거팬츠, 와이드 팬츠
- 남성 - 머슬핏 > 오버핏, 루즈핏
-하의에서는 큰 차이 X

4. S/S Line 물량기획 Fitted & Loose



공통적으로 루즈한 핏

- 여성 - 조거팬츠, 와이드 팬츠 > 브라탑/레깅스
- 남성 - 오버핏, 루즈핏 > 머슬핏
-하의에서는 큰 차이 X

4. S/S Line 물량기획 Fitted & Loose



멋진 몸

- 비교적 젊은 연령층
- 신체 부각 아이템 수용력 높음
- 애슬레저 문화 익숙
- 고관여 구매행동

*높은 모델 수 & 낮은 생산 LOT



건강한 몸

- 비교적 높은 연령층
- 신체 부각 아이템 수용력 낮음
- 애슬레저 문화 익숙 X
- 저관여 구매행동

*낮은 모델 수 & 높은 생산 LOT

5. S/S 물량기획 경쟁사 비교

S/S	Item	탑텐밸런스	안다르	아크테릭스	롤루레몬	아레테
아우터	기능성 자켓	5.7%	5.4%	43.0%	15.2%	3.8%
	후디	5.7%	5.0%	0.0%	13.0%	1.9%
	TOTAL	11.4%	10.4%	43.0%	28.3%	5.8%
상의	긴소매	9.1%	19.5%	17.5%	8.4%	13.5%
	반소매	30.7%	15.8%	11.1%	7.6%	23.1%
	민소매	10.2%	10.4%	0.6%	8.4%	5.8%
	TOTAL	50.0%	45.7%	29.3%	24.3%	42.3%
하의	팬츠	13.6%	22.4%	18.8%	25.7%	9.6%
	레깅스	5.7%	12.4%	6.1%	7.8%	21.2%
	쇼츠	19.3%	5.9%	2.9%	8.7%	13.5%
	TOTAL	38.6%	40.7%	27.7%	42.2%	44.2%
이너웨어	스포츠 브라	0.0%	3.2%	0.0%	5.2%	7.7%
	TOTAL	0.0%	3.2%	0.0%	5.2%	7.7%
TOTAL		100%	100%	100%	100%	100%

5. S/S 물량기획 경쟁사 비교 (25.04 기준)



TOPTEN 10
BALANCE

탑텐 밸런스 ●

- 상의 비중 50%
- 운동 입문자층
- 소비자 성별이 두드러지지 않음
- 이너웨어 X



ARC'TERYX

아크테릭스 ●

- 아우터 비중 43%
- 운동 숙련자층 / 골프코어 활용
- 이너웨어 X



Arette

아레테 ●

- 상의 비중 42.3%
- 하의 비중 44.2%

목표 포지셔닝

- 운동 입문자&숙련자
- 남성/여성 소비자



andar

안다르 ●

- 상의 비중 45.7%
- 하의 비중 40.7%
- 여성 아이템 비중이 남성보다 2~3배 많음
- 여성 소비자



lululemon

룰루레몬 ●

- 하의 비중 42.2%
- 운동 숙련자층
- 여성 소비자



- 경쟁사 대비 균형잡힌 카테고리 구성
→ 운동 입문자&숙련자 범용성 확보 유리

- 남성/여성 소비자 모두를 타깃
→젠더 뉴트럴한 접근 가능

- 기초적인 스포츠웨어 세트 구성 유리
→ 소비자의 세트 소비 욕구 충족

07 **중점상품**



Fitted Line 여성

Loose Line 여성

Fitted Line 남성

Loose Line 남성

1. 중점상품 - Fitted Line 여성

초경량 필라멘트사 절개라인 민소매 티셔츠



[PRODUCT INFO]

타겟 소비자

요가, 필라테스, 헬스 등에서 퍼포먼스를 중시하는 여성 소비자, 신체 라인 노출에 부담이 없고 바디핏을 강조하고 싶어하는 소비자, 통기성과 쿨링감을 원하는 소비자

디자인 특성

- 어깨와 등 부분을 넓게 오픈해 상체 움직임을 자유롭게 하고 통기성을 강화
- 사이드 절개 라인을 통해 시각적으로 슬림해 보이는 효과

소재

ATB 이중지 (폴리에스터 88% + 폴리우레탄 12%)

에어쿨메쉬 이중지 (폴리에스터92% + 폴리우레탄 8%)

- 필라멘트사를 이용해 가볍고 부드러운 착용감을 제공, 장시간 착용 가능
- 에어 메쉬 구조 원단을 활용해 공기 순환이 잘 되고 등판 중심부 열 배출 강화
- 4방향 스트레치 원단을 사용해 스트레칭, 필라테스 등 유연성 운동에도 대응 가능

1. 중점상품 - Fitted Line 여성

초경량 필라멘트사 절개라인 민소매 티셔츠



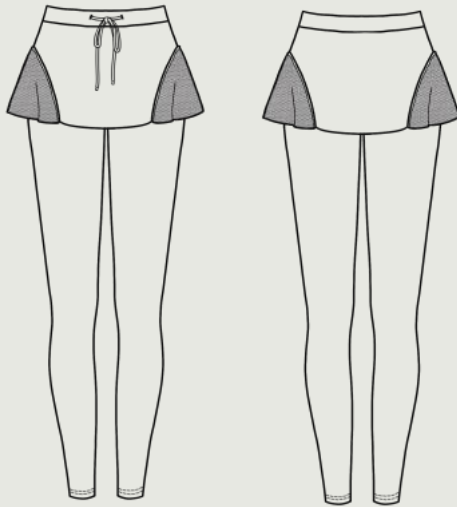
단위 : CM	XS	S	M	L	XL
총기장	57	57.5	58	58.5	59
가슴둘레	78	82	86	90	94
밑단 너비	42	44	46	48	50

COLOR



2. 중점상품 - Loose Line 여성

A-플레어 스커트 레깅스



[PRODUCT INFO]

타겟 소비자

운동을 시작하려는 입문자, 체형 노출에 민감한 소비자, 애슬레저룩을 선호하는 일반 소비자

디자인 특성

- 기본 레깅스 위에 랩스커트 형태의 치마를 덧댄 구조
- 와이존, 허벅지 등 체형 노출을 부담스러워하는 소비자들을 위한 체형 보완 레깅스
- 안 쪽은 기능성 레깅스로, 운동할 때에는 퍼포먼스 방해 없이 레깅스의 기능성은 유지한채, 노출에 대한 심리적 부담감 해소
- 부담스럽지 않은 디자인으로 운동복 + 애슬레저룩 겸 일상복으로도 활용 가능

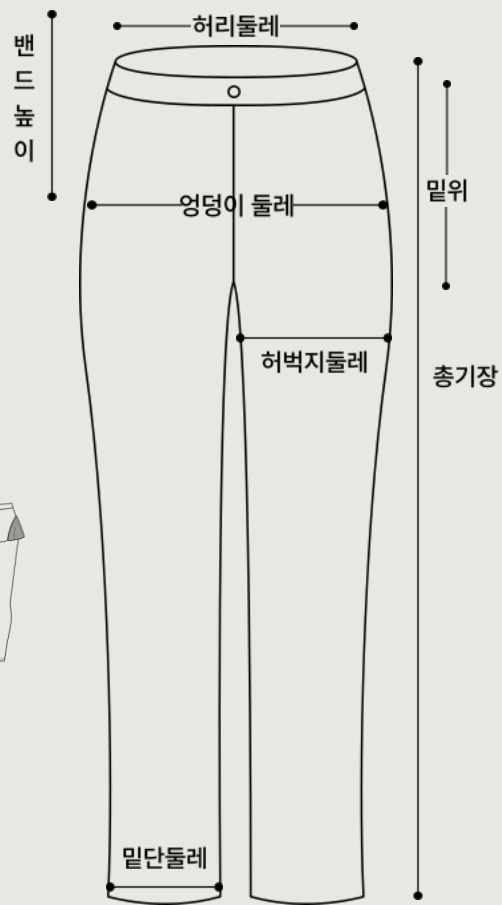
소재

NA 이중지 (나일론 84% + 폴리우레탄 16%)

- 땀을 빠르게 흡수하고 배출할 수 있는 원단을 사용하여 불쾌감 없이 착용이 가능하고 세탁후 빠른 건조로 실용성↑
- 야외 운동, 민감한 피부의 소비자를 고려하여 자외선 차단 소재 사용
- 폴리우레탄 혼방 원단으로 신축성과 복원력 확보, 앉았다 일어나는 동작을 할 때에도 편안함을 제공

2. 중점상품 - Loose Line 여성

A-플레어 스커트 레깅스



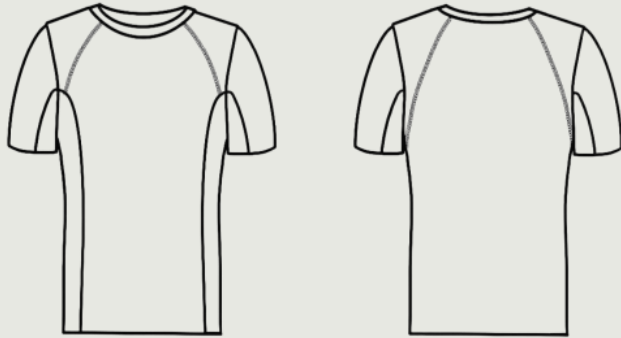
단위 : CM	S	M	L
치마총기장	27	28	29
레깅스총기장	75	76.5	78
허리둘레	63	67	72
엉덩이둘레	83.5	87.5	92.5
허벅지둘레	38.5	40.5	43
밑단둘레	17.5	18.5	19.5
앞밑위	15.5	16.5	17.5
뒷밑위	26.5	27.7	28.9
밴드높이	4.5	4.5	4.5

COLOR



3. 중점상품 - Fitted Line 남성

컴프레션 커버패치 티셔츠



[PRODUCT INFO]

타겟 소비자

바디핏을 강조하거나 퍼포먼스를 위해 컴프레션 기능을 원하는 소비자, 민감 부위 노출을 부담스러워하는 소비자, 고강도 운동을 할 때도 안정적인 핏을 원하는 고기능 소비자

디자인 특성

- 상체에 밀착되는 형태로 근육을 감싸주고 혈액 순환에 도움, 부상 방지
- 내장형 패드를 삽입해 남성 소비자의 민감 부위 노출 부담 해소
- 사이드 라인 절개를 통해 시각적으로 근육 강조와 몸매 보정 효과

소재

ATB 이중지 (폴리에스터 88% + 폴리우레탄 12%)

- 흡한속건, 기능성
- 땀을 빠르게 배출해 고강도 운동을 할 때에도 쾌적함 유지
- 4방향 스트레치 원단을 사용해 밀착되면서도 자유로운 움직임 가능

3. 중점상품 - Fitted Line 남성

컴프레션 커버패치 티셔츠



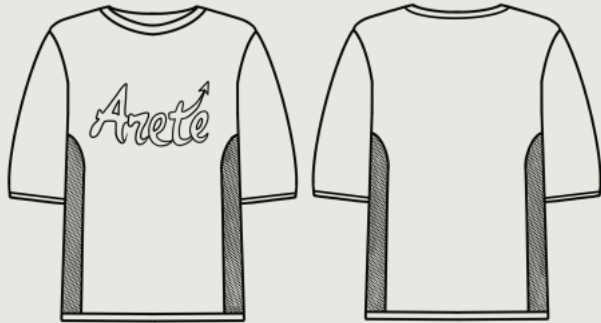
단위 : CM	S	M	L	XL	2XL
총기장	70	71.5	73	74.5	75.5
가슴둘레	78	80	84	92	100
소매길이 (어깨 포함)	39	40	41	42	43
밑단 너비	42	44	46	48	50

COLOR



4. 중점상품 - Loose Line 남성

자이언트핏 티셔츠



[PRODUCT INFO]

타겟 소비자

루즈핏의 편안함과 스타일을 추구하는 소비자, 체형 보완을 원하는 소비자

디자인 특성

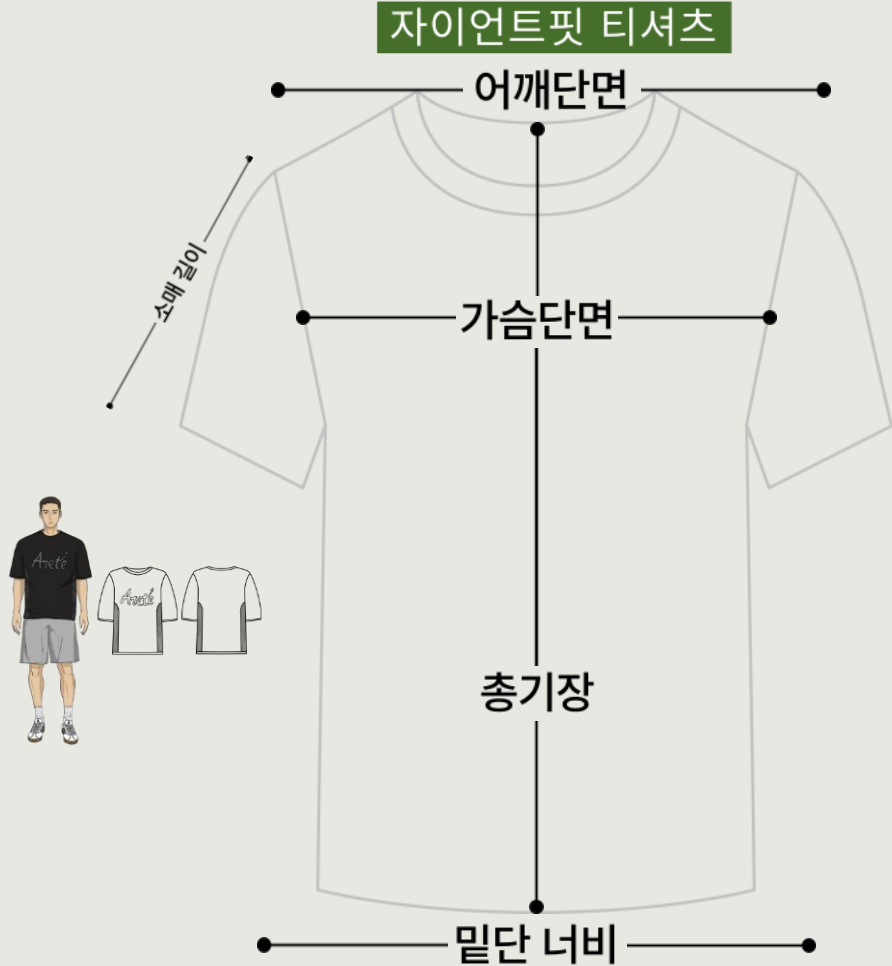
- 어깨와 가슴은 강조하되 허리는 여유롭게 떨어지는 루즈핏 실루엣으로, 체형을 강조하면서 편안한 착용감 제공
- 넓은 소매와 드롭숄더로 상체 전체를 커보이게 함
- 열기와 땀이 집중되는 부위에 메쉬를 삽입 => 통기성 확보, 운동시 쾌적함을 강화함
- 가슴 중앙에 브랜드 로고를 크게 넣어 시각적으로 더 넓어 보이는 효과와 브랜드 인지도 강화

소재

- ATB 쿠션지 (폴리에스터 92% + 폴리우레탄 8%)
에어쿨메쉬 이중지 (폴리에스터 92% + 폴리우레탄 8%)
- 기능성, 플리스판, 니트, 메쉬, 흡한속건
 - 흡한속건 특성으로 운동 시 땀이 많이 나는 상체 부위를 쾌적하게 유지 가능
 - 사이트에 메쉬 디테일을 넣어 열 배출을 용이하게 하고 통기성 확보
 - 땀을 빠르게 배출해 고강도 운동을 할 때에도 쾌적함 유지
 - 4방향 스트레치 원단을 사용해 밀착되면서도 자유로운 움직임 가능

4. 중점상품 - Loose Line 남성

자이언트핏 티셔츠



단위 : CM	M	L	XL
총기장	76	78	80
어깨단면	64	67.5	71
가슴단면	62	64	67
소매길이	25	26	27
밑단 너비	62	64	67

COLOR



08 **중점상품 가격**



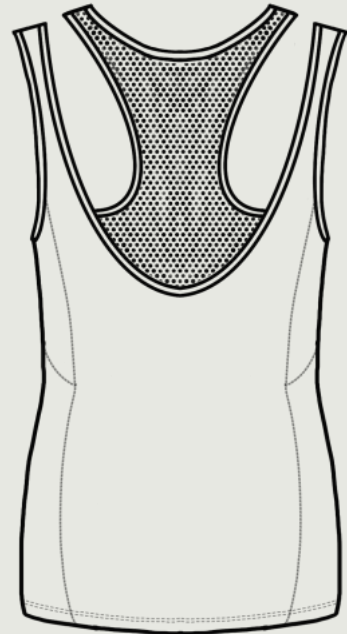
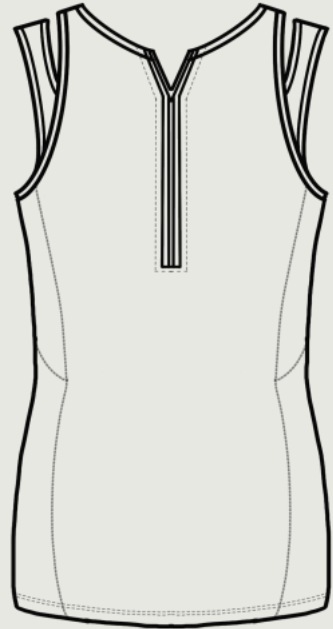
Fitted Line (1)

Loose Line (1)

Fitted Line (2)

Loose Line (2)

FITTED LINE (1) 초경량 필라멘트사 절개라인 민소매 티셔츠



소비자가 82,600원 (최고가격)

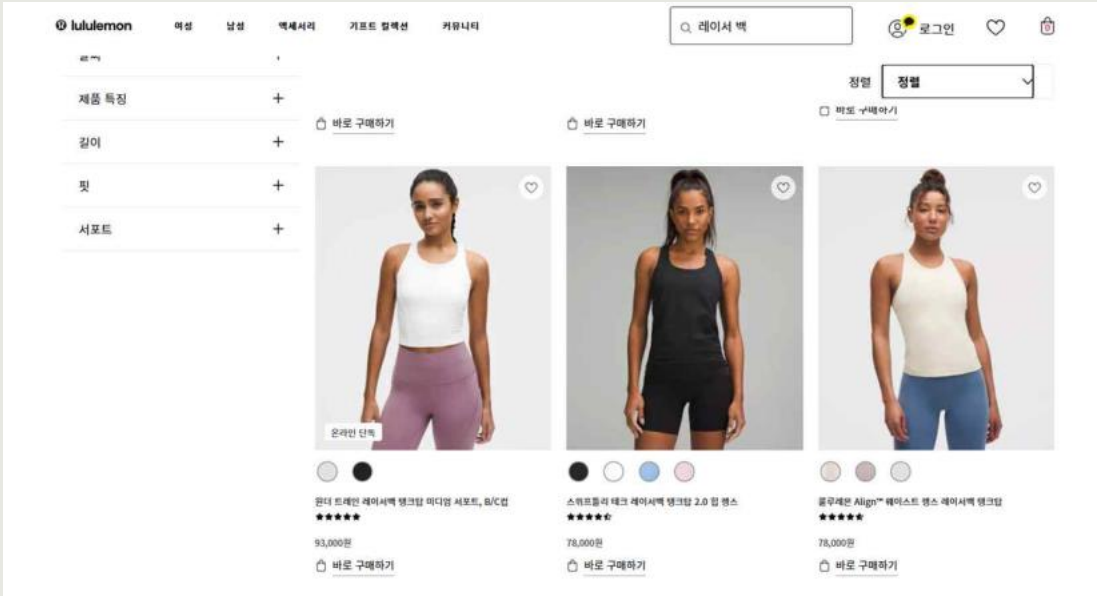
1pcs당 약 45% 마진

생산원가 45,430원 (최저가격)

- 원자재(원단) : 16,300
[요척 걸감 1y + 메쉬 소재 0.3y]
- 공임비 : 25,000
- 제조경비 : 4,130

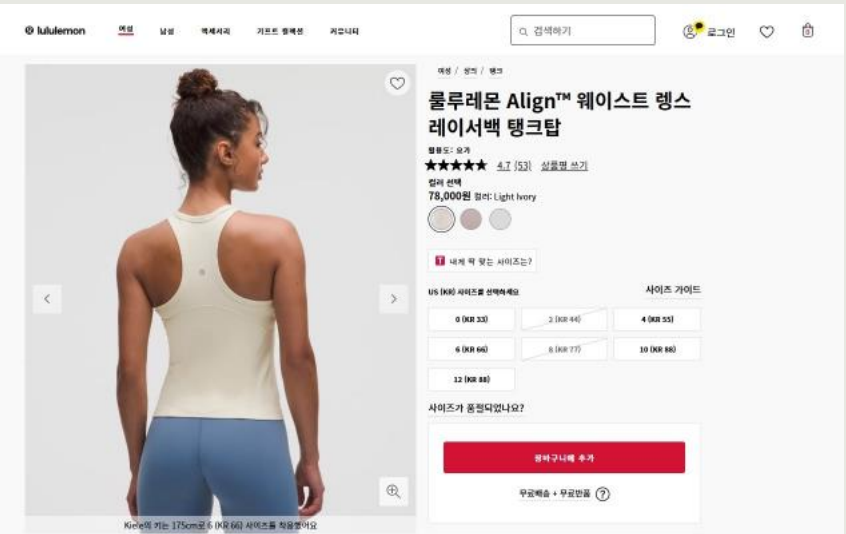
→ 1pcs 당 마진액 37,170원

FITTED LINE (1) 절개라인 민소매 티셔츠 경쟁 브랜드 가격 분석

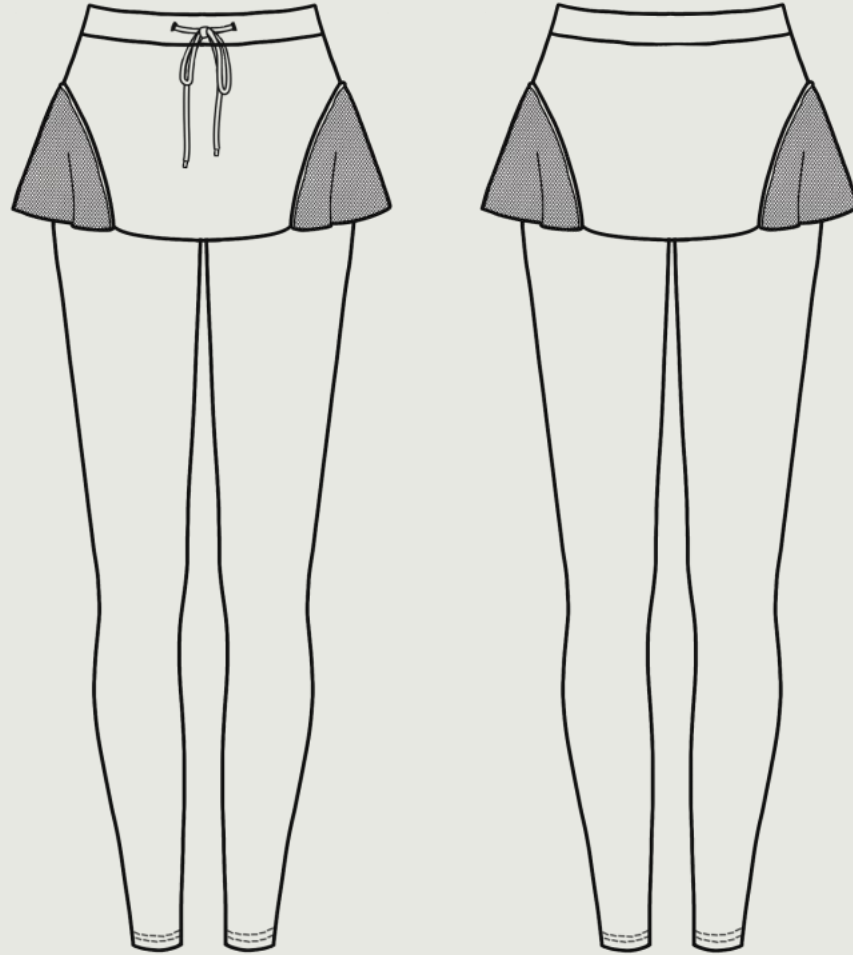


룰루레몬

- 가격 : 70,000~90,000원대
- 디자인 특성 및 컬러/사이즈 전개
 - 컬러 : 2~3가지 정도의 컬러
 - 사이즈 : 33~88 (7사이즈 전개)
 - 바디라인이 드러나는 핏과 레이서백 디자인으로 자유로운 움직임
 - 비교적 무난한 디자인
- 소재
 - 나일론 81% + 폴리우레탄 19%
 - 초경량 Nulu 원단을 사용하여 부드럽고 가벼움
 - 4방 스트레치 원단을 통해 신축성 제공



LOOSE LINE (1) A-플레어 스커트 레깅스



소비자가 99,000원 (최고가격)

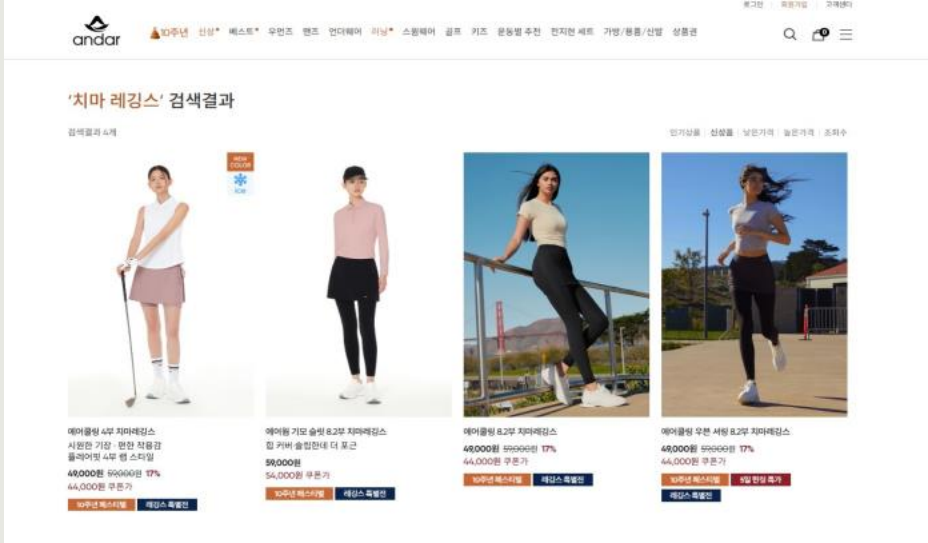
1pcs당 약 45% 마진

생산원가 54,450원 (최저가격)

- 원자재(원단) : 28,000
[요척 겉감 1.8y + 메쉬 소재 0.2y]
- 부자재 : 1,500
[아일렛 2개 600 + 스트링 140cm 900]
- 공임비 : 20,000
- 제조경비 : 4,950

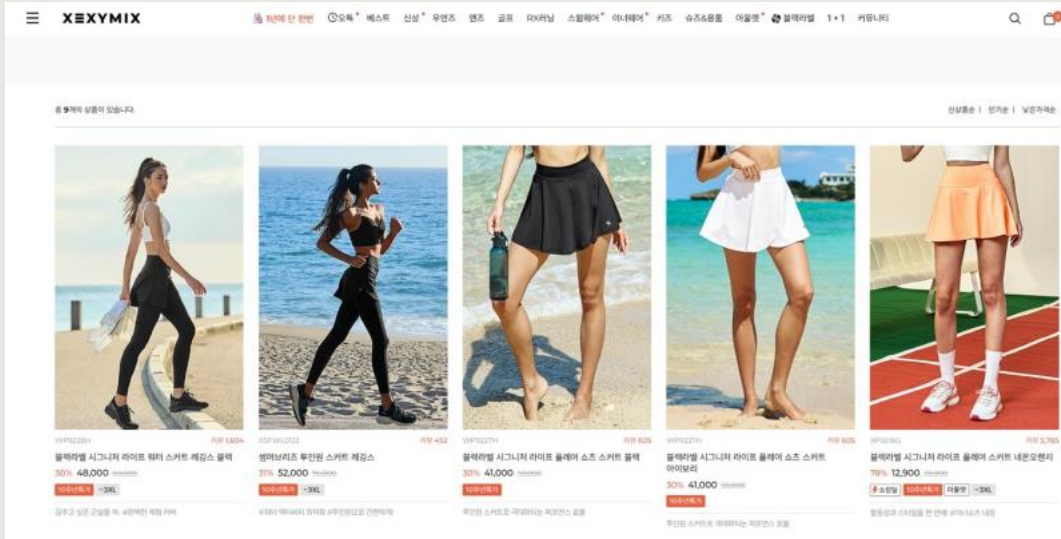
→ 1pcs 마진액 44,550원

LOOSE LINE (1) A-플레이어 스커트 레깅스 경쟁 브랜드 가격 분석



안다르

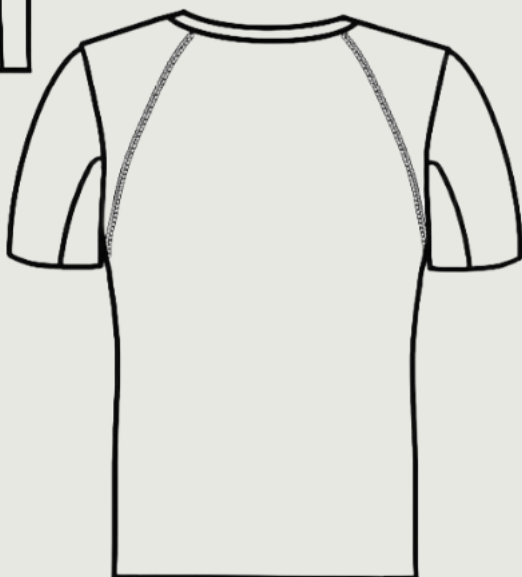
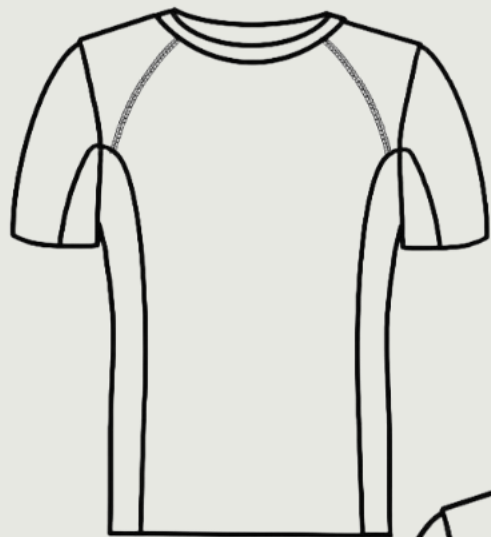
- **가격 : 40,000~50,000원대**
- **디자인 특성 및 컬러/사이즈 전개**
 - 컬러 : 4가지 정도의 컬러
 - 사이즈 : S~XL
 - 치마와 레깅스 고정, 양쪽 사이드 패널로 시각적 슬림 효과
 - 이너 포켓을 통한 실용성 증가
- **소재**
 - 나일론 74% + 폴리우레탄 26%
 - 라이크라 원단을 사용하여 신축성 좋음
 - 탁텔 원사를 사용하여 면보다 빨리 마르는 쾌적함 유지



젝시믹스

- **가격 : 40,000~50,000원대**
- **디자인 특성 및 컬러/사이즈 전개**
 - 컬러 : 블랙 단일색상
 - 사이즈 : S~3XL
 - 와이존과 힙 라인 체형 커버에 탁월한 디자인
 - 허리 원단을 더 짧게 디자인하여 허리 말림 현상 방지
- **소재**
 - 폴리에스터 82% + 폴리우레탄 18%
 - 겉감 : 자외선 차단
 - 안감 : 쿨링 원사로 직조하여 시원한 터치감 제공

FITTED LINE (2) 컴프레션 커버패치 티셔츠



소비자가 **68,500원** (최고가격)

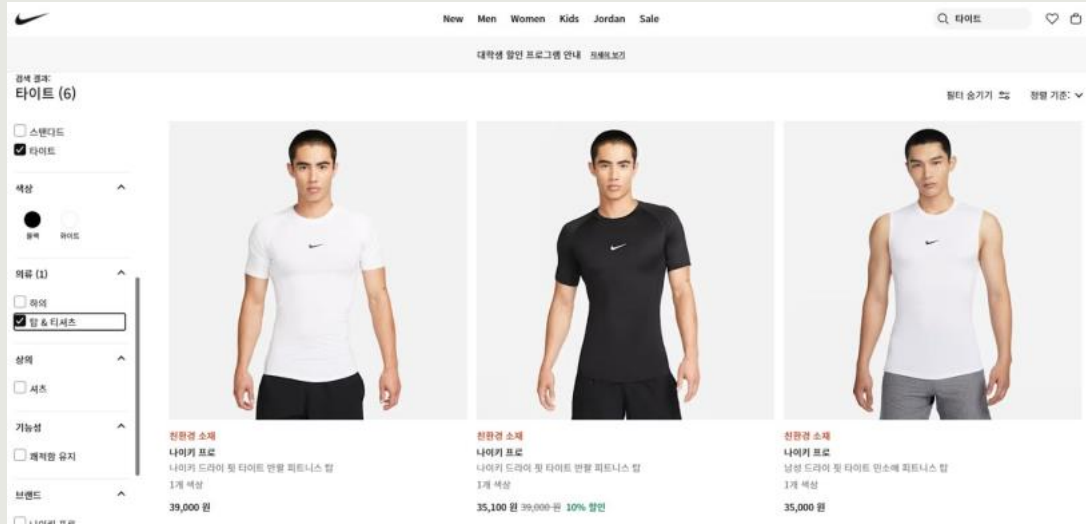
1pcs당 약 45% 마진

생산원가 **37,640원** (최저가격)

- 원자재(원단) : 16,900
[요척 걸감 1.3y]
- 부자재 : 500
[패드 500]
- 공임비 : 16,000
- 제조경비 : 4,240

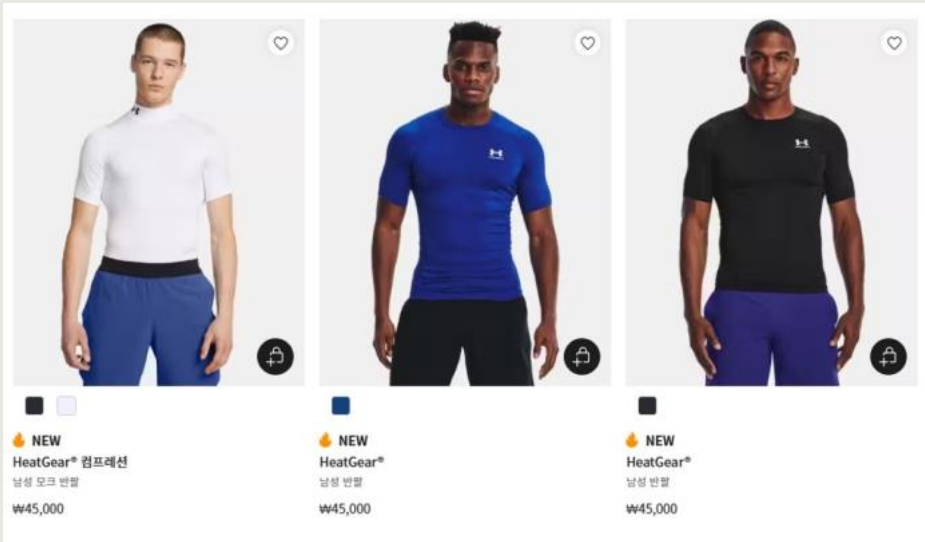
→ 1pcs당 마진액 30,860원

FITTED LINE (2) 컴프레션 커버패치 티셔츠 경쟁 브랜드 가격 분석



나이키

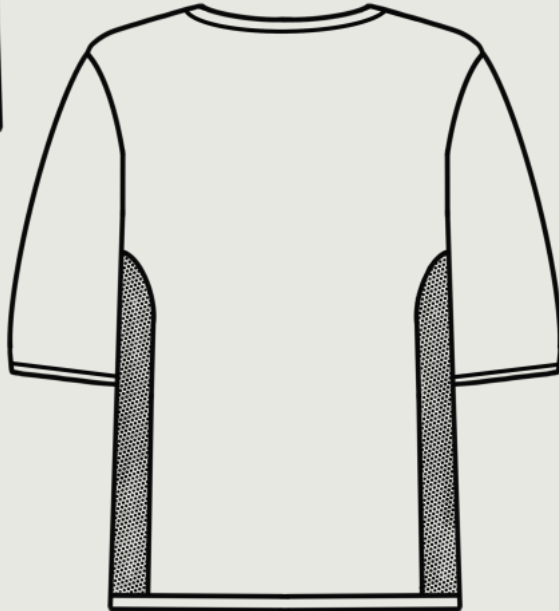
- 가격 : 30,000~40,000원대
- 디자인 특성 및 컬러/사이즈 전개
 - 컬러 : 화이트, 블랙 등 기본 컬러
 - 사이즈 : S~3XL
 - 기본 디자인 + 로고
- 소재
 - 폴리에스터 90% + 스판덱스 10%
 - 신축성 좋은 니트 소재와 친환경 소재 사용
 - 75% 이상의 재생 폴리에스터 섬유로 제작



언더아머

- 가격 : 40,000~50,000원대
- 디자인 특성 및 컬러/사이즈 전개
 - 컬러 : 화이트, 블랙 등 기본 컬러
 - 사이즈 : XS~4XL
 - 안에 입는 베이스 레이어, 기본 디자인 + 로고
 - 거드랑이와 뒷면에 메쉬 패널, 마모가 잘 되는 부분의 슬기 보호
- 소재
 - 폴리에스터 84% + 엘라스틴 16%
 - 속건성, 초경량 HeatGear 소재
 - 땀 배출 성능과 신축성을 강화하여 착용감과 활동성 강화

LOOSE LINE (2) 자이언트핏 티셔츠



소비자가 **49,600원** (최고가격)

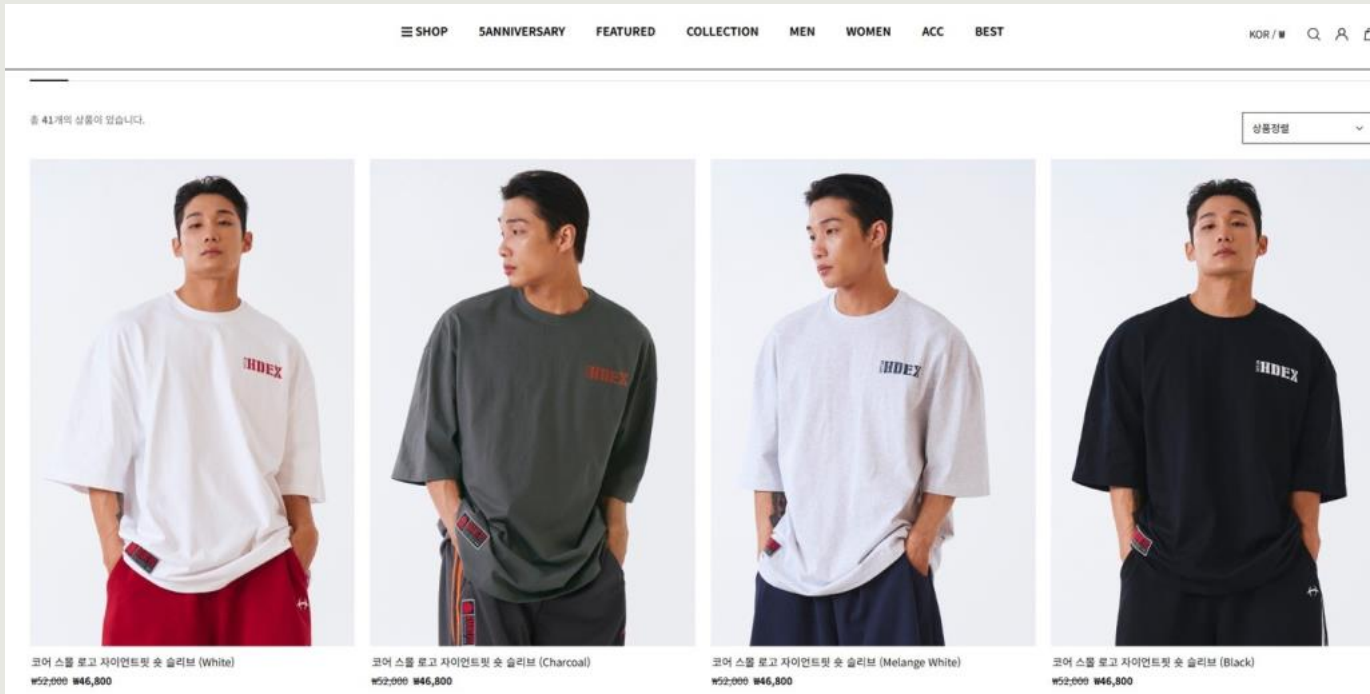
1pcs당 약 35% 마진

생산원가 **32,230원** (최저가격)

- 원자재(원단) : 16,300
[요척 걸감 1.7y + 메쉬 소재 0.4y]
- 공임비 : 13,000
[봉제비용 10,000 + 열전사 3.000]
- 제조경비 : 2,930

→ 1pcs 당 마진액 17,370원

LOOSE LINE (2) 자이언트핏 티셔츠



HDEX

- 가격 : 40,000~50,000원대
- 디자인 특성 및 컬러/사이즈 전개
 - 컬러 : 무채색 및 낮은 채도의 4~5가지 색상
 - 사이즈 : M ~ 3XL
 - 자이언트 핏으로 제작되어 활동이 자유로움
 - 오버사이즈 제작으로 체형 보완 및 장점 극대화
 - 볼드한 아트웍으로 남성적 느낌
 - 트렌디한 실루엣 연출
- 소재
 - 고밀도 면 100% → 탄탄한 텍스처감, 세탁시 변형 적음
 - 헤비한 면 소재 → 단단하고 힘 있는 핏 연출

FITTED LINE (1) 초경량 필라멘트사 절개라인 민소매 티셔츠

소비자가 82,600원 (약 45% 마진)



가격 책정 이유

(1) 착용감

- 룰루레몬과 마찬가지로 4방스트레치 원단을 사용한 고신축성
- 초경량 필라멘트사 사용, 에어매쉬 원단 → 부드러운 착용감 및 공기 순환

(2) 디테일이 들어간 디자인

- 절개라인, 메쉬소재 사용 등 기존 민소매 티셔츠에 비해 많은 디테일

● 룰루레몬과 유사한 가격대인 8만원대

- 룰루레몬과 동일한 퀄리티, 복잡한 디자인임에도 룰루레몬과 유사한 가격을 책정

LOOSE LINE (1) A-플레어 스커트 레깅스

소비자가 99,000원 (약 45% 마진)



가격 책정 이유

(1) 고기능성 치마레깅스

- 기존의 치마레깅스는 안다르, 젝시믹스 등 저가 브랜드에만 존재하기에 기능이 살짝 아쉬울 수 있음.
- 룰루레몬, 알로요가 퀄리티의 고기능성 치마레깅스

(2) 체형 보완성

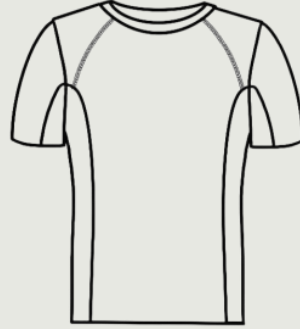
- 룰루레몬처럼 고기능성의 레깅스를 소비하고싶음에도 체형이 드러나는 것이 부담스러운 소비자들에게 높은 소구 포인트

● 젝시믹스/안다르보다 높고, 룰루레몬보다 살짝 낮은 가격대인 9만원대

- 룰루레몬 수준의 퀄리티를 가진 치마레깅스라는 점에서 소구포인트가 있기에 저가브랜드보다는 높은 가격으로 책정
- 스타터를 위한 라인이라는 점에서 룰루레몬 기본 레깅스보다 살짝 낮은 가격으로 책정

FITTED LINE (2) 컴프레션 커버패치 티셔츠

소비자가 68,500원 (약 45% 마진)



가격 책정 이유

(1) 아이디어성 제품

-기존의 컴프레션 티셔츠 착용시 겪는 불편함을 보완하기 위한 니플 커버패치 티셔츠라는 아이디어성 제품

(2) 절개라인이 들어간 디자인

-기존 컴프레션 티셔츠들이 베이직한 디자인인 것과 달리 절개라인 디테일 추가

- 나이키/언더아머보다 높은 가격대인 6만원대

-기존 시장의 제품에 아이디어가 추가된 제품이기에 나이키, 언더아머보다 높은 가격대로 책정

LOOSE LINE (2) 자이언트핏 티셔츠

소비자가 49,600원 (약 35% 마진)



가격 책정 이유

특징점이 없는 제품

-기존의 자이언트핏 티셔츠와 크게 다른 점이 없기 때문에 비슷한 가격대로 책정하고, 마진율을 낮게 설정

- 에이치덱스와 동일한 가격대인 4만원대

09 프로모션



오프라인 프로모션

온라인 프로모션

매장 VMD

패키징

PNU Studio® Ae

Arete™

From first step to second nature



For customers
who want to
esteisure



For costumers
who want to
Health Club



For costumers
who want to Yoga



For oostumers
who want to
Running



For costumers
who want to
Crossfit

We provide guidelines for you

프로모션 컨셉 : Guide Line

운동을 시작하는 순간부터, 익숙해질 때까지



FOR BEGINNER

운동을 처음 시작하는 사람들과 생활체육을 즐기는 사람들을 위한 Loose Line을 바탕으로 한 가이드라인 제공



FOR PERFORMER

운동을 즐기는 사람들과 다음 단계로 나아가고자 하는 사람들을 위한 Fitted Line을 바탕으로 한 가이드라인 제공

오프라인 프로모션

#운동복 로드맵 키오스크



- 매장 내에 고객들의 상황, 필요, 체형에 따른 운동복을 추천해주는 키오스크를 구비
- 직접 응대가 부담스러운 고객들 이용 가능

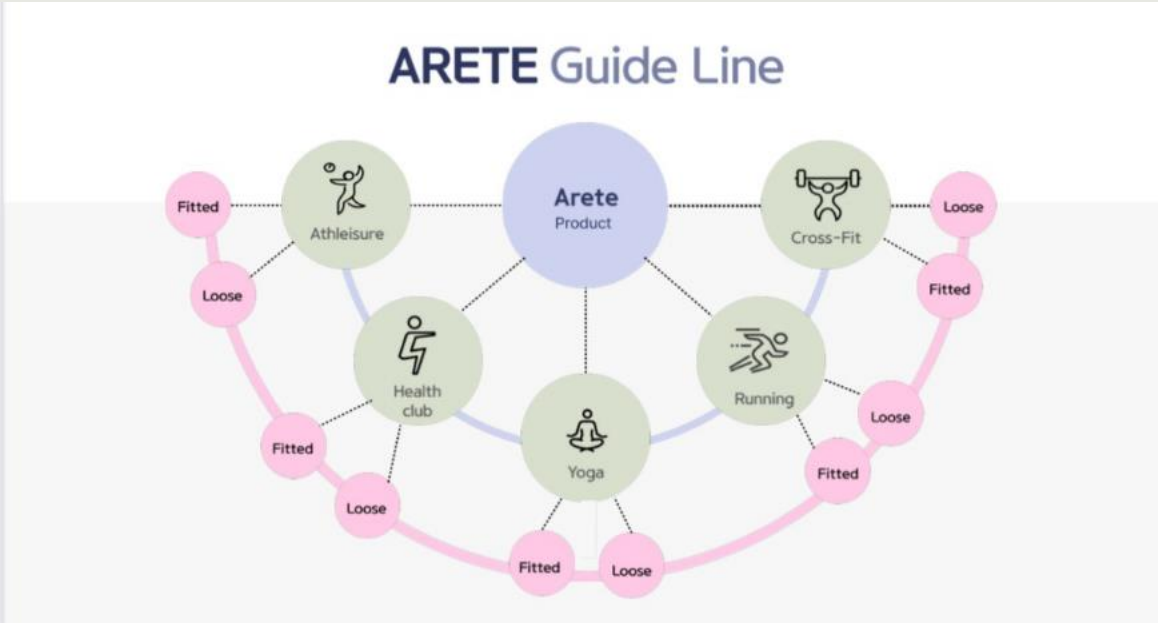
#1:1 옷 PT



- 1:1 옷 PT 프로모션 진행 (사전 예약, 현장 신청 서비스)
- 고객과 면대면으로 만나 더욱 구체적으로 운동복을 추천해주는 인적 서비스

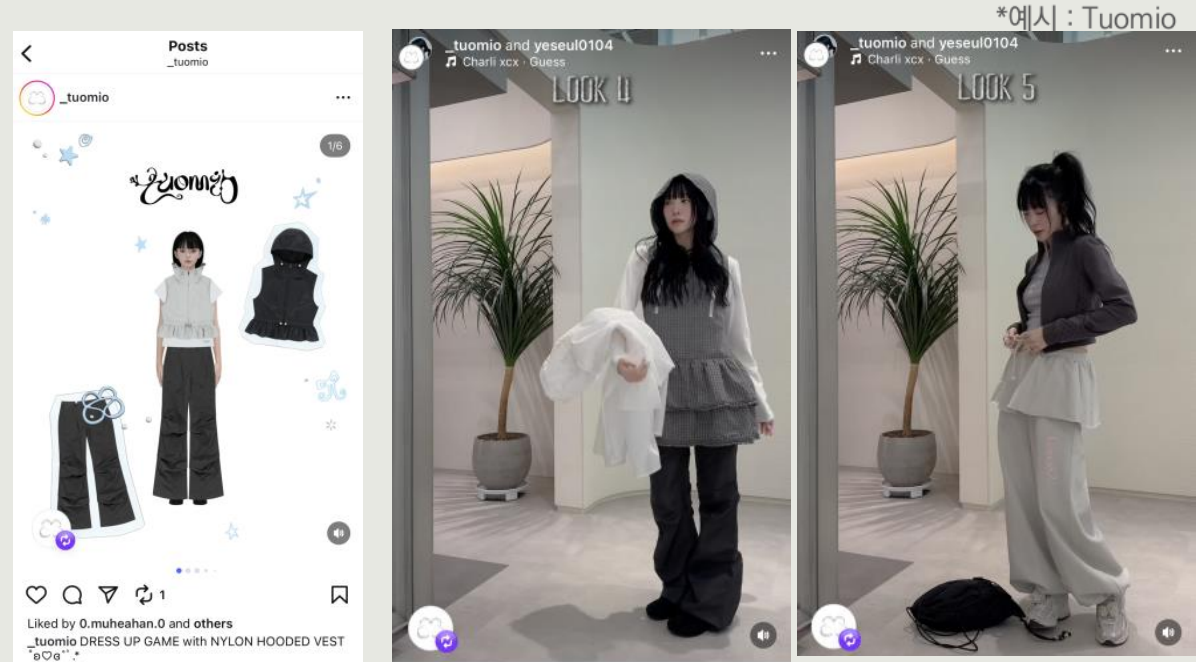
온라인 프로모션

#운동복 로드맵 서비스



- 자사몰 홈페이지 내에 오프라인과 마찬가지로 운동복 로드맵을 제공받을 수 있는 서비스 제공
- 카테고리를 선택하면 자동으로 선별하여 제품을 보여주거나, 1:1 문의 게시판을 통해 제품 선택 상담

#SNS 릴스



- SNS 릴스를 적극적으로 활용하여 상황, 체형, 운동 종목별 OOTD 릴스 제작
- 토모토모 유인, 예스리아 등 인플루언서 적극 활용
- 피티드 라인 / 루즈 라인에 따른 릴스 제작

온라인 프로모션

#엠버서더



카즈하

-운동을 일상화하기로 유명한 건강돌 이미지인 '카즈하'를 엠버서더로 지정

-고급스러운 이미지, 트렌디함

-> 브랜드 엠버서더를 지정하여 브랜드가 나아가고자하는 방향과 브랜드 컨셉을 적극적으로 홍보 (Like 김고은*마르디메크르디)



상대적으로 젊은층을 겨냥한 인플루언서 선정

#협찬

피티드 라인 전문 운동 유튜버



<힙드똘>



<김계란>

루즈 라인 운동을 즐기는 일상 브이로거



<홀로나나>



<빵먹다 살찐떡>

매장 VMD -VP/PP/IP

피티드 라인



- * VP : 역동적인 포즈의 마네킹을 매장 전면 스테이지에 배치
- * PP : 레일을 연상시키는 연출
- * IP : SPA 브랜드를 연상시키는 진열

-파란색 계열의 인테리어 및 집기 사용

루즈 라인



"뚜렷하게 구분이 되도록 다른 분위기로 VMD 구성"

- * VP : 정적인 포즈의 마네킹을 매장 전면 스테이지에 배치
- * PP : 일상적인 포근함을 연상시키는 연출
- * IP : SPA 브랜드를 연상시키는 진열(동일)

-난색 계열의 인테리어 및 집기 사용

매장 VMD -향기

피티드 라인



AMBERGRIS

머스크와 같은 부드럽고 파우더리한 향취

루즈 라인



LAUREL

상쾌하고 스파이시한 허브향

매장 VMD -POP

#페이퍼 맵



-브랜드 컨셉인 의상 가이드맵을 지도 형태로 만들어 매장 내 구비
-> 재미 + 인테리어 효과 + 키오스크 이용이 불편한 고객들 포용

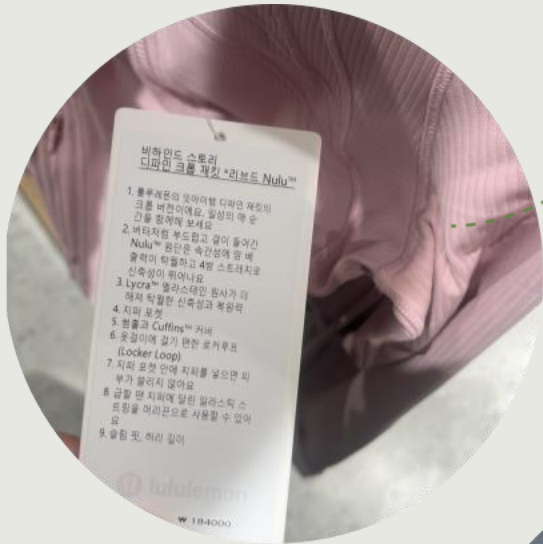
#QR코드



-매장 곳곳 & 옷 태그에 QR코드 배치
-> 옷에 대한 구체적인 정보를 습득 가능

패키징

#의상 라벨



어떤 이들이 해당 옷을 입으면
 좋을지에 대한 구체적인 정보 제공!



QR 코드 제공!

#패키징



프로모션 기간동안 일정 금액 이상 구매시 운동 관련
 키링을 쇼핑백에 달아주는 이벤트 진행

Arête ↗

감사합니다.