

2022 -1
SEOUL NAT'L UNIVERSITY
ACTIVEWEAR DEVELOPMENT

Breezing Golf Therapy

TEAM 4
WAGLEWAGLE

김지솔
이호준
조민제

1

- 1

(3)

UNDERSTANDING
THE CLIENT COMPANY

1)

2)

3)

K2 KOREA AS A COMPANY

K2 KOREA AS PRODUCTS (W.ANGLE)

SUMMARY OF W.ANGLE
- 2

(7)

COMPETITOR IDENTIFICATION

1)

2)

3)

4)

PEARLY GATES

ADIDAS GOLF

A.P.C. GOLF

POSITIONING MAP
- 3

(15)

SWOT ANALYSIS

2

- 1

(19)

CUSTOMER PERSONAS
- 2

(22)

A FRAMEWORK OF
ROOT VARIABLES
- 3

(23)

A TABLE OF
DESIGN REQUIREMENTS

3

- 1

(25)

MARKET NEEDS ASSESSMENT
(SURVEY ANALYSIS)

1)

2)

3)

4)

DEMOGRAPHIC FACTORS

PSYCHOGRAPHIC FACTOS

STYLE

SUSTAINABILITY

4

- 1

(35)

TREND FORECAST
- 2

(43)

OBSERVING THE ZEITGEIST

5

- 1

(47)

CONCEPT STORY
- 2

(49)

MODEL STOCK
AND LINE DEVELOPMENT

1)

2)

3)

MODEL STOCK

SUSTAINABLE KEY FABRICS

LINE DEVELOPMENT
- 3

(61)

PRICING STRATEGY
AND COSTING

1)

2)

PRICING STRATEGY

PRODUCT COSTING
- 4

(65)

POP

6

- +

(67)

APPENDIX

1)

2)

TECHNICAL PACKAGES

PRODUCT COSTING TABLE

1-1

Understanding The Client Company

1) K2 KOREA as a company

K2 기업의 역사는 고 정동남 회장이 1968년 강원도 춘성에서 구두수선 제화점을 오픈하면서 시작하였다. 정동남 회장은 신발을 주로 다루면서, 자연스레 등산화에 대한 관심이 커졌고, 이에 따라 1972년에 한국인에게 맞는 등산화 '로바'가 탄생하였다. 이를 바탕으로 1978년 K2 브랜드가 탄생하였고, 이어서 1981년 '케이투상사'를 설립하고 본격적으로 양산형 신발 제작을 시작했다. 이후 1985년, K2의 상징적 제품인 등산 필수품 '비브람골드'와 장거리 워킹용 등산화 '포시존골드'가 개발되었다. 1995년부터는 등산복, 등산장비까지 최고의 제품을 제공하며 Total outdoor brand로 도약하며 Think Safety K2를 론칭하면서 안전화 라인을 구축하고 B2B 시장에 진입했으며 2002년~2009년 국내 최초 아웃도어 단독 브랜드 샵을 오픈하였다. 2006년에는 Eider 국내 론칭을 하며 스타일리쉬 아웃도어 제품을 개발했고, 2008년 이천물류센터를 착공 및 준공하고 자동화 출고 시스템을 3배 확대하여 신속한 출고와 단시간 납품을 실현하였다.

2014년에는 W.Angle을 론칭하여 젊은 층을 겨냥하고 K2의 기술력을 집약하여 기능성 소재 비중을 높인 합리적인 가격대의 스타일리쉬 골프웨어를 출시하였다. 2015년에는 효율적인 입고 및 출고와 재고관리를 위해 여주물류센터를 추가로 증설하고, 2016년에는 전문적 퍼포먼스를 위한 스포츠 브랜드 Dynafit을 론칭하였으며, 2020년에는 Eider 글로벌 상표권을 인수하였다. K2 기업의 히스토리를 살펴보면, 거친 아웃도어 환경에 도전할 수 있는 제품, 브랜드의 믿음과 가치를 상승이라는 K2 코리아의 목표를 확인할 수 있다. 현재 K2 코리아의 사옥은 서울 강남구 자곡로 174-14 (자곡동)에 있다.

2) K2 KOREA as products Selected Brand: W.ANGLE



북유럽을 배경으로 와이드하게 펼쳐진 푸른 하늘과 대지, 그 중심에 역동적인 골프공을 현대적으로 표현

"골프플레이도, 라이프 스타일도, 당신의 인생도 더 넓게 더 멀리 내다보는 W.ANGLE이 남다른 안목을 가진 당신에게 골프웨어에 대한 새로운 시각을 제시합니다."

K2는 골프웨어의 주 소비층이 점차 젊어지고 있다는 점을 인식, 신선하고 젊은 이미지를 내세워 합리적인 가격대의 골프웨어를 지향하면서 아웃도어 시장에서의 뛰어난 기술력을 바탕으로 하이테크 기술을 접목하여 W.ANGLE을 론칭하였다. 슬로건은 "What is new angle?"이며 이에 맞는 브랜드의 이름인 와이드앵글은 더 넓게, 더 멀리 내다보는 남다른 안목을 의미한다. W.ANGLE은 골프 플레이와 라이프스타일 그리고 인생에 대해서 더 넓게, 더 멀리 내다보자는 새로운 시각적 가치를 제시하며 탄생하였다.

W.ANGLE(이하 와이드앵글로 통칭)은 브랜드 컨셉과 메인 타깃에 맞춰 젊고 세련된 디자인을 추구하며 Young & Unique 골프 문화 형성에 힘을 쓰고 있다. 이를 위해 즐거운 골프 레슨을 적극 개설하며 젊은 골퍼들과 소통하며, 브랜드 유튜브, 인스타그램 등 SNS를 활용하는 등 다양한 채널을 통해 소비자와 교류하고 있다. 게다가 '와이드앵글러'라는 SNS 서포터즈도 운영하고 있는데 이는 워너비 마케팅의 일환으로 서포터즈의 대다수는 젊고 세련된 디자인을 추구하는 30대 골퍼로 구성되어 있다. 서포터즈 활동은 독특하고 감각적인 와이드 앵글만의 제품 특징이 부각될 수 있도록 기획하는 데 초점을 맞추고 있다. 또한 와이드앵글은 이에 그치지 않고 젊고 감각적인 세련된 모델을 광고 모델로 선정하고 있다. 대표적인 모델로는 김사랑(19FW~21SS), 홍순상(20SS~FW), 김선호(21SS~21FW), 수영, 기도훈(22SS~)이 있으며, 특히 김사랑을 모델로 기용한 시즌 컬렉션은 완판을 기록하는 등 젊은 층의 눈을 사로잡으려는 시도를 끊임없이 하고 있다.

와이드앵글은 자켓, 스웨터, 베스트, 티셔츠, 셔츠, 원피스, 이너웨어, 팬츠, 쿼츠, 신발, 보스턴 백, 캐디백, 모자, 장갑, 양말 등으로 의류 뿐 아니라 골프 용품 전반에 걸친 제품을 판매하고 있다. 또한, 신발의 중창에는 파일론, 밑창에는 천연고무를 사용하였고, 자켓, 티셔츠의 겉감에 폴리에스터를 사용하여 기능성에 중점을 두고 있다. 각각의 제품은 라인별로 달라지며, 활동성을 강화한 골프웨어 제품군인 "W 리미티드 라인", 피레티와 합착하여 고급스러우면서도 세련미 넘치는 디자인을 선보인 제품군인 "엘리트 라인", 소프트한 착용감과 핏으로 일상에서도 편안하게 입을 수 있는 라이프스타일 제품군인 "컨피던스 라인", 베이직한 아이템으로 어디에나 연출이 가능한 "밸류 라인", 젊고 캐주얼한 "와글 라인"이 있다. 종합하면, 멋과 기능성을 중시하고 웰딩과 로고 포인트로 심플한 디자인 요소가 강점이라고 볼 수 있다. 또한 10만원에서 30만원대의 합리적인 가격대는 젊은 골퍼들을 끌어당길 수 있는 요소 중 하나라고 볼 수 있다.

와이드앵글의 골프웨어로서 기능성을 살린 기술은 주목할 만 하다. 와이드앵글은 골프 스윙에 최적화된 퍼포먼스 기능성 소재를 중심으로 다양한 기후의 필드에서 최적의 컨디션을 유지하는 기능성 시스템을 강조하고 있다. 특히 이러한 기능성의 정점은 골프 스윙의 매커니즘과 동작에 따라 압력이 가해지는 발의 변화를 분석한 핵심 기술력인 모어 20 (More 20)에서 확인할 수 있다. '모어 20'은 파일론 미드솔(중창)과 이중 경도의 탄성체로 설계된 '리플렉스 셀'을 적용한 와이드앵글의 고유기술로, 골프다운 스윙시 지면을 힘껏 밀어낼 수 있도록 발가락 엄지 부위가 지면 방향으로 자연스럽게 쿠션이 압축되도록 설계되어 있다. 또 다운 스윙-임팩트 시에는 엄지 중족골이 지면을 안전하게 디딜 수 있도록 경사도를 확보하고, 팔로우 스루 구간에서는 공의 정확성과 스피드를 높여주는 지면 반발력 향상을 유도해 공을 보다 정확하고 멀리 보낼 수 있도록 도와주고 있다.

3) Summary of W.ANGLE

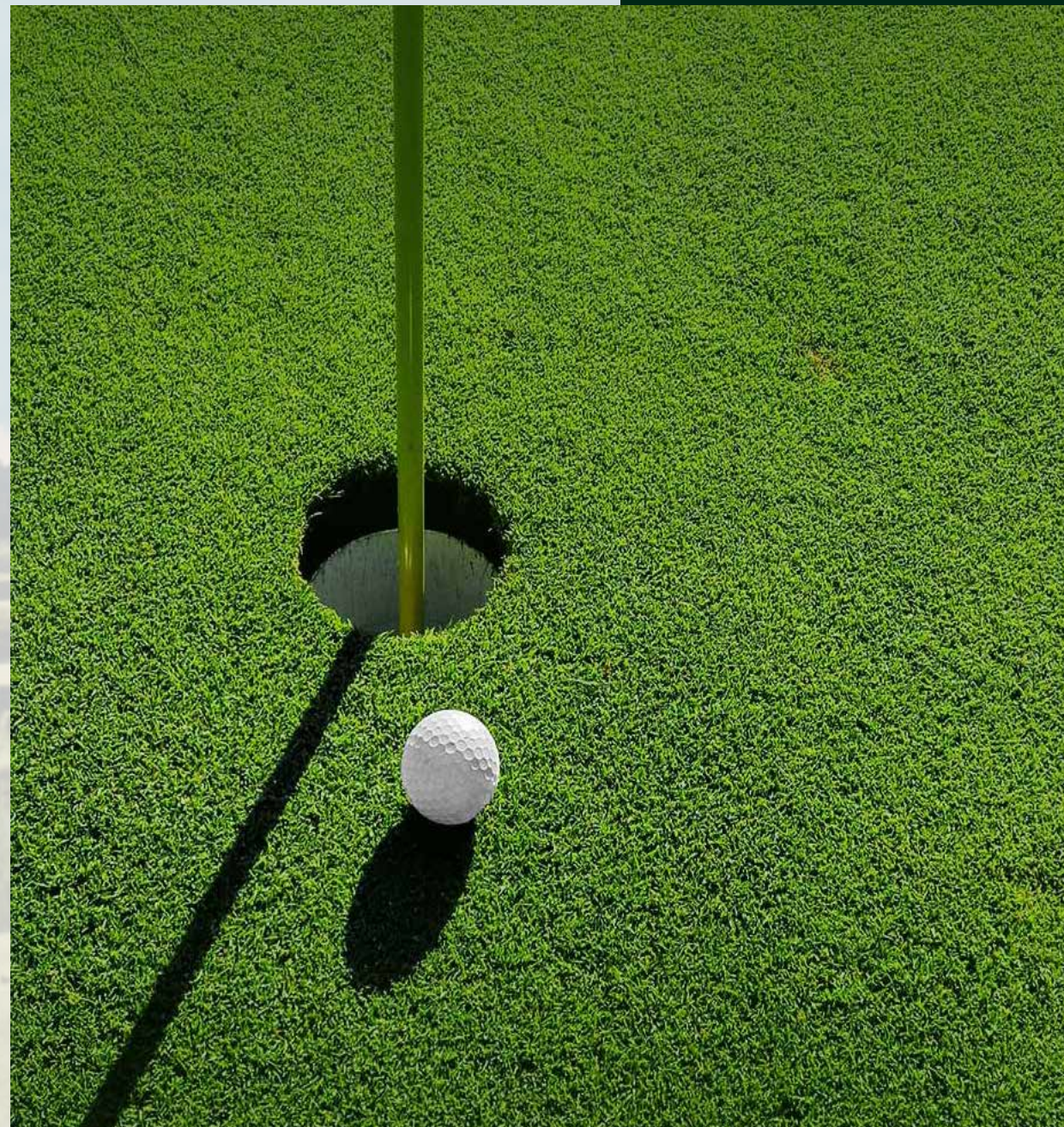
Impression on Adoption of Sustainability

기능성 외에도 지속가능성에도 신경을 쓰고 있는 모습을 확인할 수 있었다. 친환경 소재를 활용한 아이템을 선보이기도 했는데, 바로 한지를 활용한 셔츠와 커피 파우더를 사용한 패딩이다. 땀 흡수가 탁월하고 빠른 시간에 건조가 가능하면서 인체 무해한 닥나무에서 추출한 섬유인 한지 섬유를 이용하여 반팔 셔츠와 숏팬츠 제품을 출시한 적이 있고, 커피 원두를 미세한 분말로 만들어 제품에 가공함으로써 향균 및 향취 기능이 뛰어난 ‘커피 차콜’을 활용하여 충전재를 만들어 패딩을 만들기도 했다. 커피의 탄소 성분이 피부에 닿았을 때 체온을 일정하게 유지해주는 항온성을 이용하여 보온 효과를 높일 수 있었다.

그러나, 자켓 및 티셔츠에서는 폴리에스터, 폴리우레탄, 아크릴, 모, 나일론, 면을 주요하게 사용하고, 신발에서는 합성피혁, 에어 메쉬, TPU 코팅 원단, 니트, 천연 가죽, 파이론, 합성고무를 사용하며, 가방 및 액세서리에서 폴리에스터, 폴리우레탄, 합성가죽 등을 사용하고 있어 지속가능성에 대한 고민이 대부분의 일반적인 제품의 소재에서는 느껴지지 않았다. 또한, 생산 과정에서의 윤리적, 사회적 차원이나 CSR 등이 보이지 않았고 보도자료 등 따로 시간을 내어 찾아보지 않는 이상 소비자가 지속가능성을 체감하기 어려워 보였다.

Websites in General

웹사이트는 다른 온라인 스토어와 크게 다르지 않았다. 중앙 배너에 위치한 남성, 여성, 신발, 가방, 액세서리에 대한 분류는 여타 브랜드의 온라인 스토어와 같다. 한 가지 차별화된다고 느꼈던 점은 현재 우측 상단에 작게 자리한 베스트, 이벤트, 브랜드 배너가 있다는 점이다. 해당 배너를 클릭하면 룩북이 시각적으로 제시되며 여러가지 제품 라인과 디자인 제안을 통해 소비자들에게 일종의 가이드라인을 제시하는 점이 좋았기 때문에, 와이드앵글이 이 특색있는 3종 배너를 중앙으로 옮겨 접근성을 향상시키고 직관적으로 배치하는 것이 좋을 것이라고 느꼈다.



Branding

기능성을 강조하며 골프에서 퍼포먼스 향상을 경험할 수 있는 이미지를 강조하고 있다. 또한, 브랜드 컨셉에 맞게 활동적이고 스타일리쉬한 디자인을 통해 입문자부터 프로까지 아우를 수 있는 기능성 의류의 이미지를 브랜딩하고 있으며 Young&Unique 골프 문화 형성에 힘을 쓰고 있다.

Products

자켓, 스웨터, 베스트, 티셔츠, 셔츠, 원피스, 이너웨어, 팬츠, 쿼츠, 신발, 보스턴 백, 캐디백, 모자, 장갑, 양말 등으로 의류 뿐 아니라 골프 용품 전반에 걸친 제품을 판매하고 있다. 각각의 제품은 5가지의 라인별로 구분되어 있는데 (W 리미티드 라인, 엘리트 라인, 컨피던스 라인, 밸류 라인, 와글 라인) 라인 구분이 무색하게 제품별 가격, 디자인의 차별성을 느낄 수 없었다. 또한, 라인별 카테고리 고리와 베스트 아이템이 서로 상이하여 구매자에게 혼란을 줄 수 있다고 느꼈다. 이는 베스트 아이템이 신상품 위주로 노출되어 있기 때문으로 파악하였다.

THE ELITE LINE



최상의 플레이를 구현할 수 있도록 골프에 필요한 퍼포먼스를 제공하는
PREMIUM PERFORMANCE
GOLF WEAR

THE W.LIMITED LINE



최고의 플레이를 지원하는 완벽한 기능성과 FIT을 고려한
PERFORMANCE GOLF WEAR

THE CONFIDENCE LINE



차별화된 컬러와 패턴으로 골프와 일상 생활에서 스타일리쉬하게 연출이 가능한
LIFE STYLE WEAR

THE VALUE LINE



베 이 직 한 아 이 템 으
로 어 디 에 나 연 출 이 가 능 한
합 리 적 인 가 격 대 의 기 획 상 품

THE WAGLE LINE



골프장은 어른들의 놀이공간!
더욱 YOUNG 하게, 더욱 STYLISH
하게, 더욱 CASUAL 하게



1-2

Competitor Identification

- 1) PEARLY GATES 2) ADIDAS GOLF 3) A.P.C. GOLF
- 4) Positioning Map



MERCHANDISE OFFERINGS

WOMEN
티셔츠, 니트/가디건, 셔츠, 아우터, 팬츠, 스커트

MEN
티셔츠, 니트/가디건, 팬츠, 아우터

ACCESSORIES
모자, 가방, 벨트/장갑, 골프화, 양말 등

PRICE POINT

티셔츠류 10~20만 원
니트/가디건류 20~30만 원
아우터 30~60만 원
캐디백 90~100만 원
등으로 구성되어 와이드앵글보다는 높은 가격대에 형성되어 있다.

1) PEARLY GATES



KEY DESIGN

기존 골프웨어들의 화려한 원색 또는 단조로운 컬러만을 사용하던 룩에서 벗어나 원색이 아닌 세련된 느낌의 2차색을 사용하여 파리게이트만의 독특한 컬러 팔레트를 구성한다.

특히 영 골퍼들을 타깃으로 하여 최근 출시한 컬렉션에서는 디자인이 트렌디한 “프레피 감성”을 표방한다는 말마따나 젊고 힙하다. 골프장 말고 체육관을 가도 무방한 디자인과 색을 과감하게 사용한다.

BRANDING

파리게이트는 누구나 부담없고 가벼운 마음으로 골프를 칠 때 착용할 수 있는 골프웨어, 성별이나 연령 등 모든 틀에서 벗어난 ‘쿨’한 골프웨어를 지향한다. 보다 구체적으로, 파리게이트가 지향하는 브랜딩 목표는 “Traditional한 감성에 현대의 세련된 감성과 기능성을 접목한 Modern & Sporty 스타일의 Luxury Young Golf wear”이라고 할 수 있다. (Classic & Sporty & Modern & Unique)

PROMOTION STRATEGY

최근 걸그룹 트와이스를 모델로 내세우면서 ‘골린이’로 불리는 젊은 여성 골퍼 사이에 입소문이 났다. 트와이스를 필두로 하는 캠페인 영상을 제작하여 적극 홍보에 나서고 있으며 SNS 에서도 호응을 얻고 있다.

UNIQUE COMPETITIVENESS

매시즌 컨셉추얼한 시즌 테마를 선보이며 개성 강한 컬렉션을 전개한다. Master bunny 에디션, 이상한 나라의 앨리스 에디션 등이 있다. 특히 캐릭터 연계된 컬렉션으로 루이스 캐럴의 명작 ‘이상한 나라의 앨리스’에 삽입된 존 테니얼의 오리 지널 일러스트 캐릭터를 재해석해 23 개 스타일의 의류, 캐디백, 모자 등을 구성한 컬렉션이 호응을 얻었다. 또한, 타 골프웨어 브랜드와 차별적으로 주니어와 여성 골퍼를 위한 Tiny 사이즈가 전개되는 패밀리 라인 jack bunny edition 을 출시하면서 보다 폭 넓은 소비자 그룹에게 다가가고 있다.

TARGET MARKET

‘개성을 중시하는 소수의 상류층 영골퍼’를 타깃 소비자로 한다. 와이드앵글과 마찬가지로 비교적 젊은 세대의 골퍼들에게 어필하고자 함을 알 수 있다.

2) ADIDAS GOLF



KEY TECHNICAL FEATURE

Ultimate 365

Ultimate 365 소재의 하의 및 폴로셔츠는 통기성, 수분 발산, UPF 50+ 보호 및 방수 마감 기술을 결합한 스트레치 패브릭 구조를 특징으로 하여 편안한 플레이를 돕는다.

Weather-Resistant

내후성 기능이 있는 스웨트셔츠와 재킷은 흐리고 번덕스러운 날씨에도 부드러운 착용감과 쾌적함을 느낄 수 있도록 하여 안정된 플레이를 가능하게 한다.

360Wrap 구조

TOUR360 라인의 골프화에 사용되는 360Wrap 구조는 완벽하게 발을 감싸, 플레이 시 흔들림 없는 지지력을 제공한다.

Boa® Fit System

신발에 부착된 다이얼은 착용자가 더욱 정교하게 핏을 조절할 수 있게 하여 더 높은 안정감과 착화감을 제공한다.

흡한속건 패브릭

상·하의 의복에 액티브웨어로서 필수요소인 흡한속건 특성을 갖추면서도 자연스럽게 늘어나는 혼방 패브릭을 사용하여 스윙할 때마다 시원한 편안함을 제공한다.

KEY DESIGN

아디다스의 아이덴티티인 3-STRIPE 및 로고를 활용하여 클래식하면서도 모던한 디자인까지 다양한 디자인을 보여준다. 흰색, 검정색 등의 무채색 컬러로 대중적인 디자인은 물론, 네온이나 비비드 등의 포인트 디자인과 다양한 컬러 옵션을 가지고 있어 아디다스만의 스포티브하고 개성적인 면모를 보여주기도 한다.



MATERIAL

PRIME GREEN

아디다스골프는 2020 년 전 제품에 사용된 폴리에스터의 50% 이상을 재활용 플라스틱을 활용하여 만들었으며, 그 중에서도 프라임그린은 89%의 재활용 소재를 함유한 고성능 재활용 소재이다. 2024 년에는 전 제품에 100% 재활용 소재를 확대하는 것을 목표로 하고 있다.



PRIME BLUE

해양에서 수거한 플라스틱 폐기물을 분해하여 고성능 폴리에스터로 만든 소재로, 폴로셔츠, 반바지, 모자, 골프화 등에 사용되는 고성능 퍼포먼스 패브릭이다.



MERCHANDISE OFFERINGS

FOOTWEAR
MEN & WOMEN's CLOTHING
ACCESSORIES

(주요 골프화 라인:
ADICROSS, ZG21,
CODECHAOS, TOUR 360)

PRICE POINT

골프화 20만~28만원, 상의 7만~16만원, 방한 아우터 30만~36만원, 하의 11만~19만원, 캐디백 33만~39만원, 글로브 2만~4만원 등으로 가격대가 형성되어 있었다. 이는 뛰어난 성능 대비 합리적 가격으로 골프웨어 중 비교적 중저가의 가격대라고 볼 수 있으며, 세일이나 아울렛 등 다양한 프로모션으로 저렴한 가격에 구입할 수 있어 접근성이 높다.

BRANDING

세계 최고의 스포츠 제품을 만들고 판매하며, 최고의 서비스와 소비자 경험을 제공하는 것을 목표로 하며, 'Impossible Is Nothing'이라는 슬로건 아래 사람들의 삶을 바꾸는 스포츠의 힘을 내걸고 있다. 이 모든 것은 지속 가능한 방식으로 진행되는데, 2021 년 진행한 인터뷰에서 '세계에서 가장 진보적인 골프 브랜드가 되는 것'을 사명으로 언급한 만큼 환경 뿐 아니라 사회와 라이프스타일 전반에서의 지속가능성을 포함한 스타일과 성능의 3 가지를 브랜드 차원에서 지속적으로 강조하고 있다.

PROMOTION STRATEGY

국내외 프로 선수들의 후원 및 광고, 매장 디스플레이 등을 통해 스타일과 기능을 모두 갖추고, 필드와 일상생활에서 자신 뿐 아니라 환경에 긍정적인 소비를 할 수 있다는 브랜드 메시지를 꾸준히 소비자들에게 전달하고 있으며, 의류제품이나 잡화보다는 신발을 주력상품으로 홍보하고 있다.

한국에서는 2006 년 차범근/차두리 이후 셀럽으로서 처음으로, 2022 년 배정남을 브랜드 앰배서더로 발탁하여 기존의 스포츠웨어 이미지에 더하여 스타일 측면도 강조함과 동시에 한국시장에 주력하려는 것으로 보인다.

TARGET MARKET

글로벌 스포츠웨어 브랜드인 만큼 폭넓은 타겟층을 가지고 있지만, 가장 강력한 소비시장으로 꼽히는 것은 20-29 세 그룹이다. 또한 현재 가장 영향력 있는 소비자로 꼽히는 MZ 세대부터 20-30 대까지, 젊은 층이 공감할 수 있는 긍정적 가치들을 어필하며 마케팅에 주력하고 있다.

UNIQUE COMPETITIVENESS

강력한 브랜드 파워

골프웨어 브랜드평판 5위 (대한민국 2021년 12월)를 차지하는 등 브랜드 자체의 강한 브랜드 파워는 많은 사람들이 제품에 대해 신뢰를 가지고 비교적 쉽게 구매결정을 하도록 만든다.

아디다스의 오래된 역사

스포츠 및 라이프스타일 기업으로서 수 십 년간 축적된 기술 및 노하우를 바탕으로 골프웨어 라인 이 런칭되었으며, 덕분에 빠른 확장과 성장이 가능하였다. 또한 기존의 인기 아이템을 보완하거나 리미티드 에디션으로 재출시하는 등의 방식을 통해 소비자에게 친근하게 다가갈 수 있다.

3) A.P.C. GOLF



A.P.C. golf

KEY DESIGN

스탬프 로고가 장식된 폴로셔츠와 스커트 등 여성용 아이템들과 배기한 크림 컬러 폴로와 블루/화이트 스트라이프 원피스 및 데님 라인 등 기존 골프웨어와 차별화된 모습을 살펴볼 수 있다. 또한, 내추럴 톤의 우드와 스틸 소재의 조합을 바탕으로 골프 필드에서 영감을 받은 곡선 디테일과 그린 컬러의 영국식 카펫을 가미하여 자연적 요소를 표현했다.

MATERIAL

A.P.C GOLF 22 봄, 여름 컬렉션은 데님, 옥스포드, 캔버스 소재를 활용하는 등 기존 골프웨어의 틀에서 벗어난 모습을 보여준다.

MERCHANDISE OFFERINGS

모자부터 스웨터 베스트, 골프백 등 필드와 일상에서 모두 착용이 가능한 스타일의 아이템들을 살펴볼 수 있다.

PRICE POINT

A.P.C. 골프는 기본 카디건이 60만원 대, 셔츠가 30만원 대에 달하는 고가 브랜드다. 아페세 골프의 의류 제품 가격대는 40~70만원 대로 기존의 아페세 제품과 비슷한 가격대를 형성하고 있다.



PROMOTION STRATEGY

론칭과 동시에 오프라인 매장에도 신경을 쓰고 있다. 매장 전반에 탄소섬유 패넬을 활용해 A.P.C.가 지향하는 아이덴티티를 표현하면서 은유적으로 골프의 테크니컬한 움직임을 표현하고 있다. 올해 국내에서는 신세계 백화점강남점 및 아페쎬 코리아 온라인몰과 아이디룩몰에서 오픈했으며, 상반기 중 두 번째 오프라인 매장을 선보일 예정이라고 한다.

TARGET MARKET

트렌디한 A.P.C.의 브랜드 이미지를 그대로 가지고 가면서 2030대에게 모던하면서도 감각적인, 비교적 고가의 컨템퍼러리 골프웨어 브랜드로 자리매김할 것으로 보인다. 최문열 신세계 패션담당 상무는 "골프장에서도 나만의 개성을 찾는 2030 고객들이 늘었다"고 전하면서 "감각적이고 트렌디한 브랜드"의 필요성에 대해 역설하였다. A.P.C. 골프는 골프웨어에서 기능정보단 감각적인 브랜드 이미지와 디자인을 중시하는 소비자에게 어필할 것으로 예측된다.

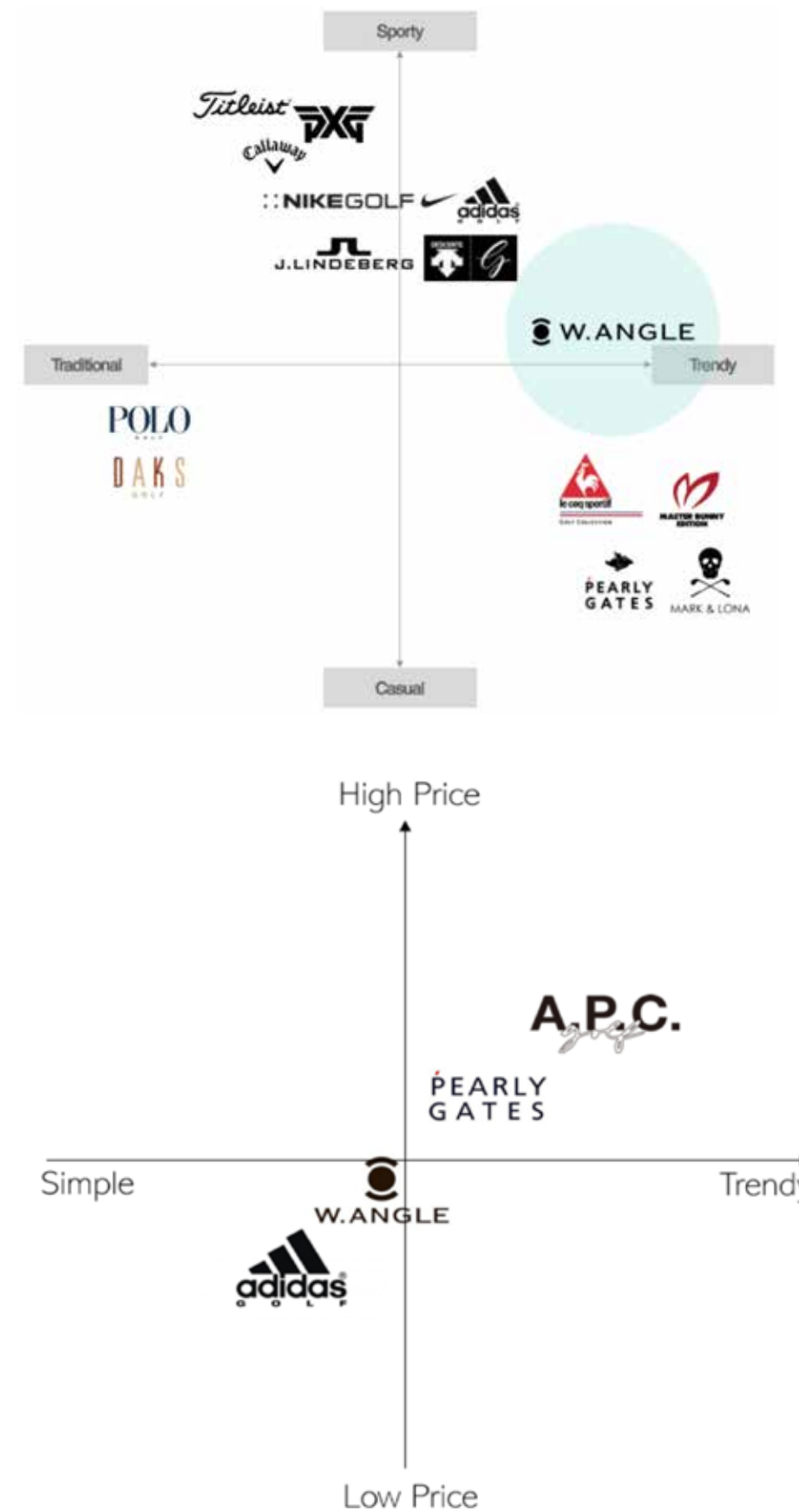
BRANDING

A.P.C GOLF 는 품질 좋은 에센셜 아이템을 만들며 독자적인 미학을 구축해온 A.P.C.가 새롭게 론칭한 골프웨어 브랜드이다. A.P.C.가 추구하는 본질에 집중하며 과거로부터 자연스럽게 이어져 온 우아함을 기본으로 하며, 필드와 일상을 이어주는 라이프스타일 골프웨어를 모토로 삼고있다. 그래서 편안하고 일상적인 룩에서 오는 위트 있는 에티튜드, 그리고 골프와 삶이 닮아있다는 철학이 제품에 담겨있다고 한다.

UNIQUE COMPETITIVENESS

A.P.C.는 이미 20~30세대 고객들에게 인지도가 높은 브랜드이며 전개하는 제품들 또한 차별화된 디자인과 패션 브랜드 특유의 스타일링을 보여주고 있어 젊은 소비자들에게 많은 지지와 호응을 얻고 있다. 한국섬유신문에 따르면 "신세계 강남점에 입점해 오픈 3일 최단기간 내 매출 1억 원을 달성, 뜨거운 호응을 얻고 있다. 글로벌 최초로 한국에서 선보인 아페쎬골프는 시장 확장세를 보이고 있는 국내 골프웨어 시장을 테스트베드로 했다. 시장 붐 속에서 신규 런칭 브랜드로 이례적인 성적을 거두면서 업계 이목을 집중시켰다. 특히 젊은 여성고객들의 호응이 이어지고 있다."라고 전했다.

4) Positioning Map



와이드앵글 홈페이지에서 배포한 Brand Introduction 자료에 따르면, 와이드앵글 측에서 작성한 포지셔닝 맵은 왼쪽과 같다.

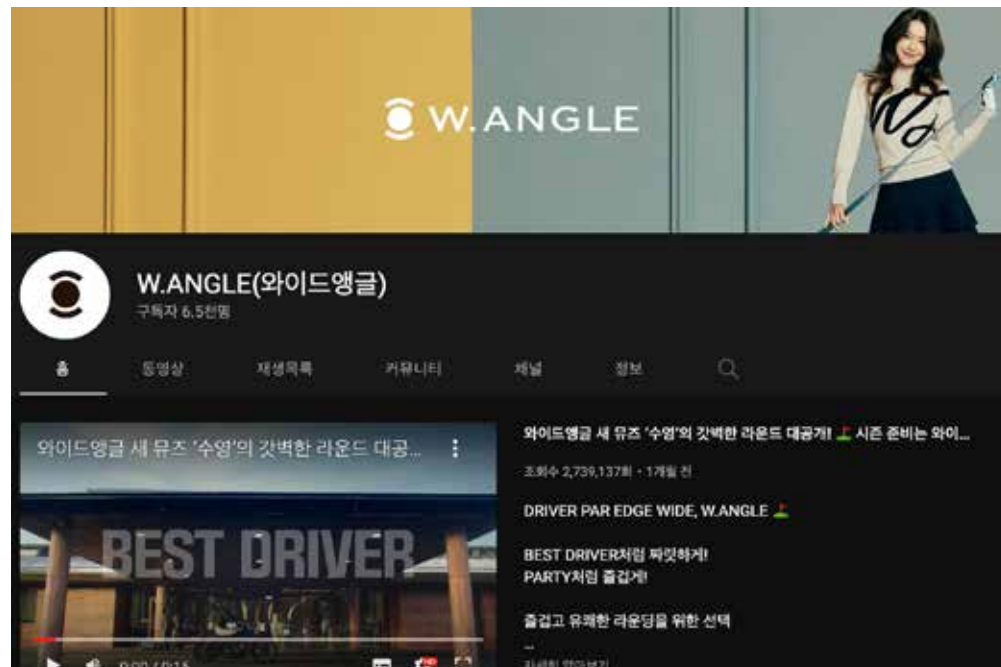
이는 Sporty, Casual 그리고 Traditional, Trendy를 기준으로 하여 스타일 상의 차이로 포지셔닝 맵을 만들었음을 알 수 있다. 그러나, 와이드앵글이 타깃으로 하는 '개성있는 디자인을 중시하는 20-40대 영 골퍼' 소비자 시장을 중심으로 하는 포지셔닝 맵을 작성할 필요가 있다고 느꼈다. 이에 High Price, Low Price 를 양극단으로 가지는 가격대 축과 Simple, Trendy를 양극단으로 가지는 스타일 축으로 나누어 앞에서 분석한 와이드앵글, 파리게이츠, 아디다스골프, 그리고 A.P.C. 골프를 해당 포지셔닝 맵에 위치시켰다.

작성한 해당 포지셔닝 맵은 위와 같다. 와이드앵글은 Simple, Trendy 중에서는 Simple에 조금 더 가깝지만 중간 지점을 지키고 있고 가격대 측면에서도 중간 지점에 있다고 분석했다. 아디다스골프는 스포츠 브랜드로서의 브랜드 파워를 이용하여 심플하고 기능적인 디자인, 합리적인 가격대를 표방하고 있어 와이드앵글보다 상대적으로 왼쪽 밑에 위치시켰고, 파리게이츠와 A.P.C. 골프는 와이드앵글보다는 고가의 가격대와 트렌디한 디자인을 가지고 있다고 여겨 우측 위에 위치시켰다.

1-3

SWOT Analysis

1) Strength



젊은 모델

김선호, 수영, 김사랑 등 최근 젊은 층에게 인기있는 연예인을 모델로 내세워 브랜드 철학에 맞는 젊고 세련된 골프웨어라는 브랜드 이미지를 구축해 나가고 있다. 실제로 김사랑이 착용했던 19FW 상품의 경우 완판이 되며 그 파워를 입증하였고, SNS 채널에서 인기가 있었던 게시물들이 바로 이 모델들에 관한 포스팅이라는 점을 감안하였을 때, 적절한 모델 선정이 잠재적 소비자의 반응을 이끌어내고 브랜드와 이미지를 알리는 데에 큰 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

K2 코리아의 기술력

와이드 앵글은 현재 유튜브 채널을 통해 골프레슨 및 골프웨어 룩북 영상 등을 업로드하고, 인스타그램에서는 와이드앵글/와글크루 및 제품 체험단 모집, 굿샷 인증 이벤트 등을 운영하고 있다. 이러한 SNS를 통해 브랜드에서는 골프 및 골프웨어에 대한 정보 전달과 함께 소비자들과 커뮤니케이션하려는 노력을 보이고 있다고 할 수 있다.

합리적인 가격대

타 골프웨어 브랜드에 비해 합리적인 가격은 골프 입문자 뿐 아니라 브랜드를 잘 모르는 사람들이 쉽게 구매를 시도해 볼 수 있도록 하는 경쟁력이라고 볼 수 있다.

SNS 채널 운영

와이드 앵글은 현재 유튜브 채널을 통해 골프레슨 및 골프웨어 룩북 영상 등을 업로드하고, 인스타그램에서는 와이드앵글/와글크루 및 제품 체험단 모집, 굿샷 인증 이벤트 등을 운영하고 있다. 이러한 SNS를 통해 브랜드에서는 골프 및 골프웨어에 대한 정보 전달과 함께 소비자들과 커뮤니케이션하려는 노력을 보이고 있다고 할 수 있다.

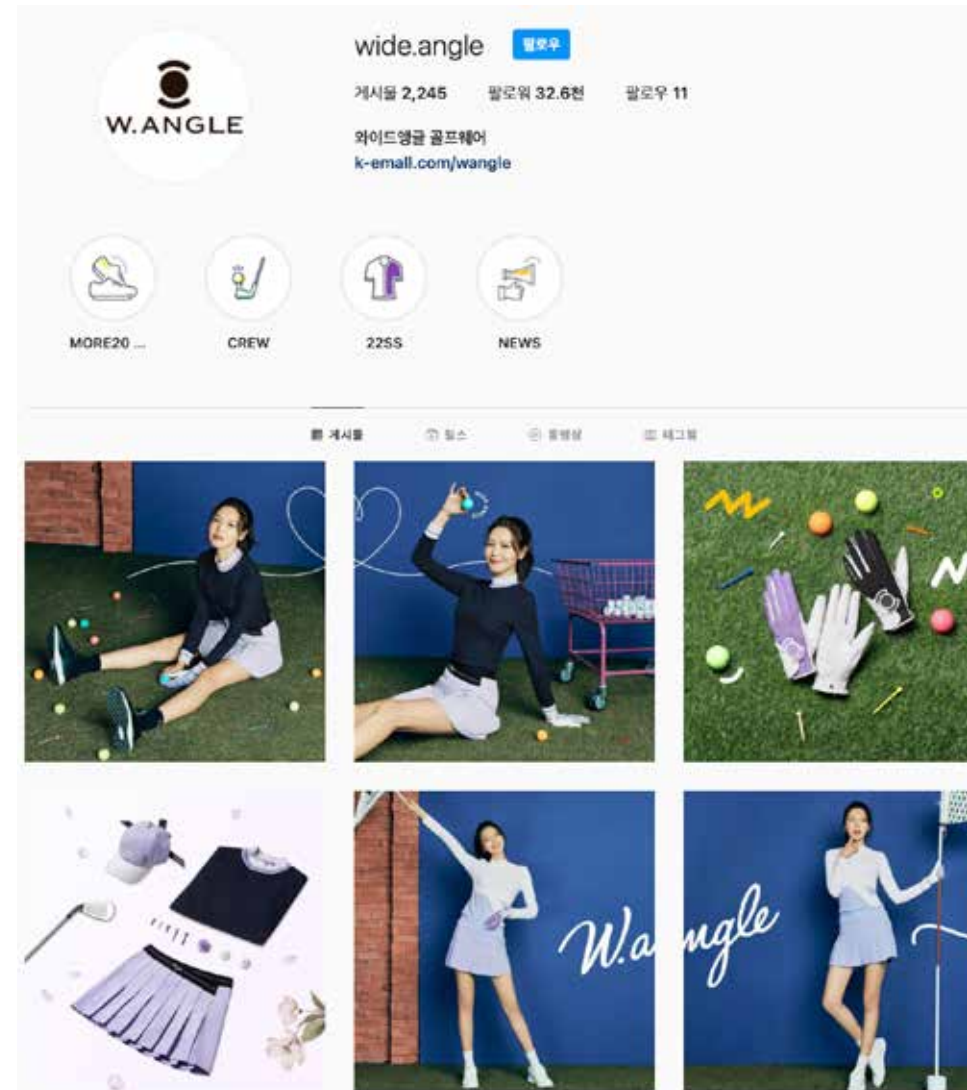
2) Weakness

라인별 뚜렷한 특징의 부재 (가격대, 디자인)

ELITE, W.LIMITED, CONFIDENCE, VALUE, WAGLE의 총 5개의 라인을 운영하고 있으나, 각 라인 별 차별화가 부족한 듯 하다. 가격대의 경우, 프리미엄 퍼포먼스 골프웨어 라인인 ELITE와 다른 라인의 차이가 (베이직 아이템인 VALUE라인 제외) 최대 5만원 정도로, 다른 럭셔리 골프웨어 브랜드/라인과 비교했을 때 '프리미엄'이라는 단어에 의문이 생긴다. 또한, W.LIMITED와 CONFIDENCE 라인의 경우 퍼포먼스 골프웨어와 라이프스타일웨어로 구분되어 있지만, 실제 디자인과 제품 설명을 참고하였을 때 뚜렷하게 구별되는 점을 찾기 힘들었다. 이러한 라인별 특징과 통일성의 부재는 타겟을 정확히 겨냥한 마케팅에 어려움이 있을 것으로 보인다.

차별화된 상품(골프화)의 홍보 부족

제품 상세페이지를 살펴보았을 때, 의류 및 악세서리 제품의 경우 모자와 장갑 정도를 제외하고 와이드앵글만의 기술/소재에 관한 설명을 찾을 수 없었다. 그러나 MORE 20 스테릭, 코트카를 필두로 한 골프화들의 경우 퍼포먼스의 성능을 높이는 기술과 인체공학적인 구조를 바탕으로 개발되어 와이드앵글만의 차별성과 기술력을 느낄 수 있었다. 다만 공식홈페이지나 인터넷 검색, SNS 등에는 골프화보다 의류제품에 정보가 집중되어 있어, 주력상품 설정과 홍보를 확실히 할 필요가 있어 보인다.



3) Opportunity

골프 관련 시장의 성장

최근 수 년간 바디포지티브, 홈트레이닝, 힐링과 웰빙 등의 트렌드에 따른 에슬레저룩의 인기와, 코로나로 인한 해외여행 금지 및 야외스포츠 침체에 따른 골프장과 리조트 방문의 증가는 골프 인구를 2017년 386만 명에서 2021년 515만 명으로 약 33% 증가시켜 놓았다. 골프의 인기에 힘입어 골프웨어 매출 역시 신세계 백화점에서 전년대비 56.3%, 롯데백화점의 경우 37% 증가하였고, 2021년 국내 골프웨어 시장 규모는 약 5조 7천억원으로 예상되어 침체된 패션산업 속에서도 골프웨어 시장은 더욱 활발해 질 것으로 보인다. 한국레저산업연구소에 따르면 2021년 골프 인구는 515만 명으로 매해 증가하고 있으며 산업규모는 2021년 약 5조 7000억원에 달한다. 2022년에는 6조를 넘길 것으로 예측되고 있으며 매해 지속적으로 성장하고 있는 추세이다. 특히 2021년 골프 인구 515만 명 중 115만 명이 20~30대로 젊은 골퍼가 골프 인구의 20% 정도를 차지하고 있으며, 이들의 매출은 이전과 대비하여 84% 증가하여 젊은 세대의 골프에 대한 관심이 폭발적으로 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

젊은 층으로의 골프문화 확산

스크린골프의 성장 등 골프에 대한 접근성 향상 및 비용의 감소로 진입 문턱이 낮아졌을 뿐 아니라, SNS의 인증샷 문화와 함께 골프웨어의 부상으로 특히 젊은 층을 중심으로 골프 산업이 성장하고 있다. 실제로 2021년 골프 관련 2030세대의 매출은 84% 증가하였고, 3년 이하의 신규 골프 입문자(골린이) 중 MZ세대가 포함된 20~40대가 65%를 차지하는 것으로 확인되어, 디자인과 실용성, 가심비를 중요시하는 젊은 층이 새로운 고객으로 떠오르고 있으므로, 이들을 타겟으로 한다면 큰 성장을 기대해 볼 수 있다.

4) Threats

애매한 마켓 포지션과 Piretti의 런칭

와이드앵글은 국내 골프웨어 시장에서는 비교적 합리적인 가격으로 중저가 마켓에서 입지를 다졌으며, 2020년에는 피레티와의 콜라보를 통해 ELITE 라인을 런칭하여 프리미엄 퍼포먼스 골프웨어를 찾는 고객들에게 어필을 지속해왔다. 그러나 자사 법인인 에프씨지코리아에서 세계적 명품 퍼터 브랜드인 피레티의 골프웨어를 이번에 새롭게 런칭하면서 와이드앵글은 이전만큼의 프리미엄 전략을 펼치는 데에 어려움이 있을 것으로 보인다. 또한, 골프웨어 시장은 이미 양극화되어 와이드앵글을 포함한 중저가 브랜드의 실적이 침체되는 상황(브랜드 평판 역시 하위권과 순위권 밖을 벗어나지 못하고 있다)이기 때문에 컬렉션 라인 보완과 함께 앞으로의 브랜딩·포지셔닝과 타겟 마켓을 명확히 해야 할 필요가 있다.

지속가능성 요소의 부재

기후위기와 코로나 팬데믹으로 환경과 사회에 대한 지속가능성의 요구가 커져가는 상황에서, 친환경 혹은 산업윤리 등의 요소는 중요한 브랜딩이자 세일즈 포인트 중 하나가 되었다. 그러나 와이드앵글의 경우 북유럽 자연을 브랜드 아이덴티티로 내세우고 있음에도 불구하고 과거의 몇 건(한지, 커피 등)을 제외하고는 지속가능성에 대한 행보를 찾을 수 없었고, 보도자료나 브랜드 소개 등의 자료에서도 관련된 부분은 언급되어 있지 않았다. 와이드앵글이 타겟으로 하는 젊은 층의 경우 이 문제에 대해 더욱 민감하며 영향력도 크기 때문에 다른 브랜드와의 장기적인 경쟁에서 뒤쳐질 우려가 있다.

골프시장의 불확실한 장기적 전망

코로나로 인한 해외 여행 빈도 감소, 자연의 향유와 건강한 삶에 대한 관심이 높아지면서 골프 관련 시장의 규모는 확실히 커졌지만, 포스트 코로나 시대에도 관심이 계속하여 이어질 지는 미지수이다. 또한 최근, MZ세대를 중심으로 테니스와 테니스룩이 새로운 유행으로 번지며 테니스 관련 시장이 급성장하는 추세이기 때문에 골프의 인기가 테니스를 비롯한 다른 스포츠로 옮겨갈 가능성이 있다.

2-1

Customer Personas

our target customer segment :

영하고 트렌디한 디자인을 선호하고,
합리적인 가격대로 부담 없이 골프를 즐기고자 하는
2-30 대의 입문자 혹은 아마추어 여성 골퍼

"SNS에 진심인 패셔니스타이자 적극적인 운동 매니아"

31세 여성 / 취업 4년 차 직장인 / ESFP / 입문 4년차 아마추어골퍼



평소 피트니스 센터를 다니면서 근력을 키우면서 건강미에 대한 관심이 많고,
주기적으로 바디 프로필을 찍고 인스타그램에 게시

운동과 일상을 구분짓지 않아 평소에 에스레저 룩을 자주 소화하며,
개성있는 스타일링에 관심이 많아 헬스 인플루언서의 인스타그램을 팔로우하고,
다수의 운동 유튜브 채널을 구독 중

코로나 이전부터 골프와 등산을 즐겼으며,
등산의 경우 오픈카톡을 통해 등산 모임을 가지며
국내의 산 뿐만 아니라 해외의 산도 등정하고 이를 SNS에 업로드

등산을 할 때에 전문적인 등산복을 구매하고,
이를 착용하고 등산한 '인증샷'을 SNS에 업로드,
평상시에도 일상복으로 믹스매치하여 활용

코로나 이후 등산·해외여행 등 다양한 활동에 제약이 생겨,
골프를 집중적으로 하기 시작

골프 역시 필드에 나가 스윙하는 모습을 찍어 SNS에 업로드하며,
사진용과 연습용을 따로 두어 연습때는 기능성이 강조된 옷을 입고,
필드에 나가서는 디자인이 예쁜 옷을 착용

스크린 골프를 주로 이용하며,
카카오 골프 예약, 볼메이트 등 다양한 앱을 활용하여 골프를 즐김

사진용 골프웨어는 일상생활·친구와의 약속·데이트를 할 때에도
애슬레저 룩처럼 착용하여 믹스매치

"학업에 매진하며 '갓생'을 사는, 패션에 관심이 많고 남들의 시선에 민감한 여대생"

23세 여성 / 경영학과 재학 및 컨설팅펌 취업을 목표로 학회 활동 / ENTJ
입문 1년 미만의 아마추어 골퍼



평소 옷을 좋아하고 매달 3-40만 원 정도의 금액을 쇼핑에 사용

부모님께 용돈을 받아 사용하기 때문에,
높은 가격의 옷보다는 합리적이고 디자인이 훌륭한 제품을 사는 데 주력

SNS를 적극 활용하며,
특히 인스타그램에 주기적으로 스토리와 게시물을 업로드

최근 인스타그램 피드에서 여러 인플루언서와 지인들의
#골프웨어 글을 자주 접하고 골프에 대한 관심 증가

공부와 학회 활동으로 바쁘게 살고 있지만,
최근 한달에 4번 정도 친구들과 골프 그룹 레슨을 받기로 등록하고
교내 골프 동아리에 가입

동아리 활동을 하며 동아리원들의 골프복을 관찰하고,
함께 라운딩을 나가 사진을 찍으며 예쁜 골프복을 마련하는게 좋겠다고 생각

평소 연예인에 관심이 많아 인터넷 커뮤니티를 구경하던 중
자신이 좋아하는 걸그룹이 광고한 골프웨어 브랜드 룩북을 발견하고 구매욕을 느낌

골프를 위한 옷을 자신의 패션·스타일의 연장선상이자
개성 표출의 창구로 활용하고자 함

"지구를 사랑하는 낭만적 애티튜드의 gen Z"

26세 여성 / 공예과 출신 프리랜서 / INFP / 코로나로 입문한 2년차 아마추어 골퍼



식물 키우기를 좋아하고, 공원에서 여가를 즐기는 등
자연과 어우러진 자유로운 라이프스타일의 소유자

일상의 행동에서 사회적·환경적 가치를 항상 고려하며,
그것은 단지 전 지구적 관점에서 뿐 아니라 자신의 가치관과 행복으로 연결됨
(Body-Positive, 채식 위주의 식습관, 윤리 및 친환경 가치 대한 소비 등)

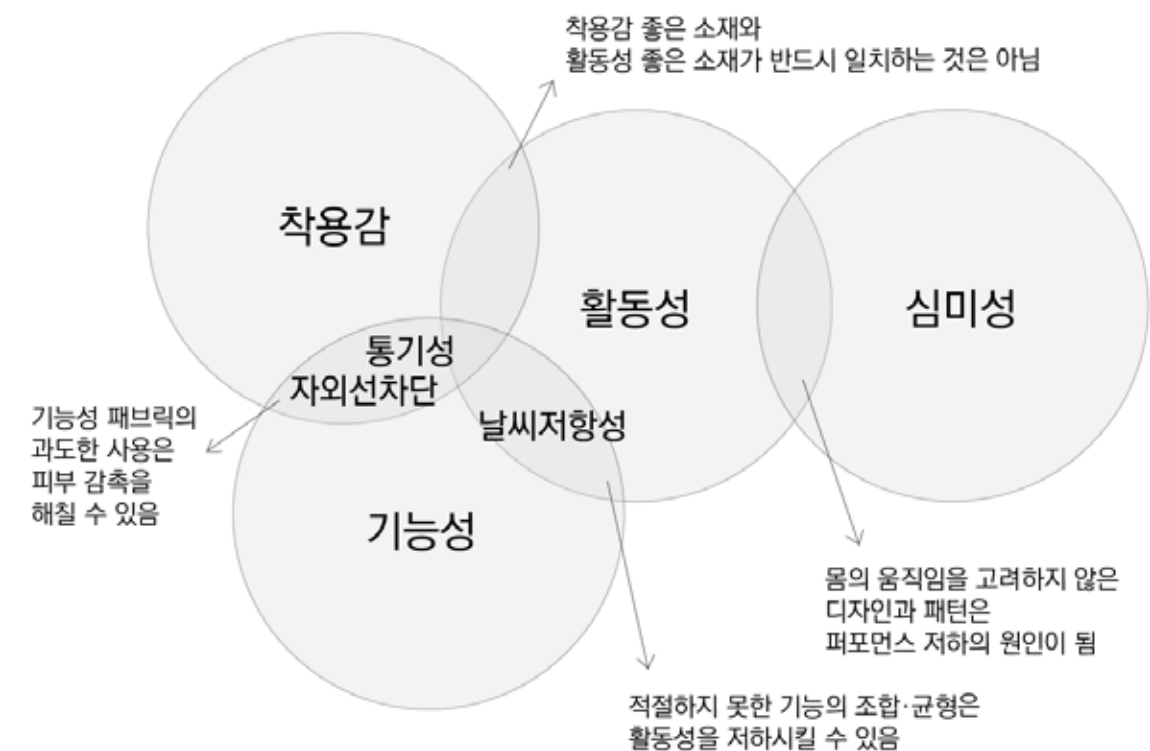
골프 스코어보다는 골프를 치며 느끼는 평온함과
자연 속에서의 Inner-Peace (자기만족과 힐링)를 위한 라운딩이 주 목적
골프장과 골프웨어 역시 최신 테크놀로지의 적용과 고급스러움·트렌디함보다,
그들의 메시지에 공감할 수 있는 정도를 중요시하여 선택

인스타그램 게시글은 거의 올리지 않고 관심사에 관련된 계정만 팔로우하며,
자신을 드러내기보다는 마음 맞는 사람들과의 소소하고 편안한 관계를 선호

유행에 크게 민감하지 않으며,
자신이 원하는 것에 집중하고 개성이 담긴 스타일링의 소유자

2-2

A Framework of Root Variables



2-3

A Table of Design Requirements

VARIABLE	SUB-VARIABLE & REQUIREMENT
활동성	어깨와 팔의 활동성 스윙 시 수축·이완 가능한 셔링 혹은 이중터널 추가, 신축성 있는 다른 소재(저지, 니트 등) 패넬을 사용하거나 패턴에 솔기를 추가하여 움직임의 제약 최소화 하체(특히 무릎)의 활동성 긴 바지의 경우 무릎 주변의 공간과 신축성을 충분히 확보, 허리 뒷부분에 요크 디테일을 적용해 티를 낄 때나 그린에서 마크할 때 하체의 활동성을 높임, 스커트의 경우 허벅지 앞부분에 지퍼를 달아 스윙 때 밀단 폭을 조정 목의 활동성 턱 아래를 방해하지 않아 편안한 어드레스가 가능한 트임 혹은로우 카라, 샷을 위해 주변을 살필 때 목의 움직임을 방해하지 않는로우 후드 의복의 고정 변화하는 자세에서도 옷이 흐트러지지 않게 지지하는 시보리 및 벤딩(니트, 고무밴드 등 신축성 있는 마감)

VARIABLE	SUB-VARIABLE & REQUIREMENT
착용감	통기성 원활한 공기 흐름을 위한 메쉬, 미세기공, 요철 소재 이용 흡습성 빠른 땀 흡수와 건조를 통해 피부의 쾌적함 유지 (흡한속건) 항균소취 세균증식을 억제하여 악취를 제거, 물리적 가공을 통해 반복적 세탁에도 기능 유지 경량 오래 입어도 부담없고 움직임에 지장이 없는 편안한 (초)경량 소재
기능성	날씨 저항성-체온 유지 다양한 기후(악)조건에서도 체온을 일정하게 유지할 수 있는 보온성 소재 발수 100% 발수 레이어 적용으로 갑작스러운 날씨 변화 혹은 악조건에서의 퍼포먼스 저하 방지 방풍 바람에 의한 체온 저하를 방지하고 퍼포먼스를 유지 자외선 차단 UV cut 80% 이상 소재 사용하여 자외선으로부터 피부 보호
심미성	데일리웨어로의 크로스오버 디자인이 일상복으로도 입을 수 있도록 데일리하고 트렌디함, 기능성은 전면에 드러나지 않고 디자인에 영리하게 숨겨짐 패션 아이템과의 믹스매치 골프웨어가 아닌 패션 아이템과 믹스매치할 수 있도록 프레피룩, 시티룩, 리조트룩 등의 다양한 무드를 더함 ex. 골프 웨어 미니스커트와 프레피 스타일의 스트라이프 패턴 가디건을 매치/ 캐주얼한 디자인의 면 원피스 위에 골프 점퍼를 걸치는 등 믹스매치가 가능하도록 실루엣 골퍼의 자세와 몸을 예쁘게 보이게 할 수 있는 실루엣 활용 (루즈/타이트핏) 개성 시그니처 캐릭터 및 로고, 컬러 팔레트 활용을 통한 디자인 차별화

3

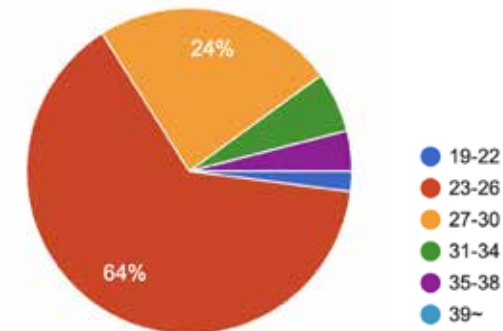
Market Needs Assessment

Survey Questionnaire & Data Analysis

Part 1. DEMOGRAPHIC FACTORS

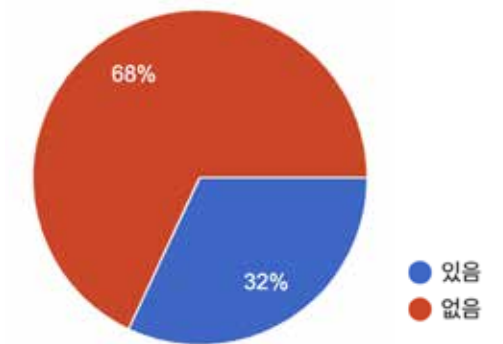
Q1. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

응답자의 약 90%는 20대 중후반에 해당하였다.



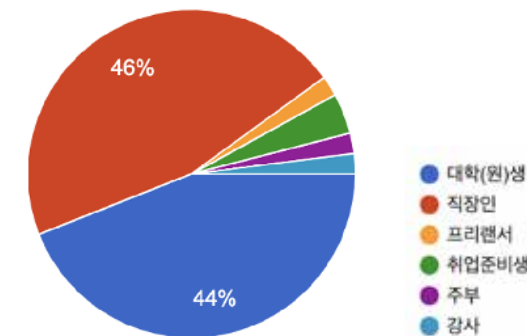
Q4. 골프를 쳐 본 경험이 있나요? (혹은 현재 치고 있나요?)

응답자의 약 1/3은 골프 경험자, 다른 2/3는 골프 미경험자였다.



Q2. 귀하의 직업은 무엇입니까?

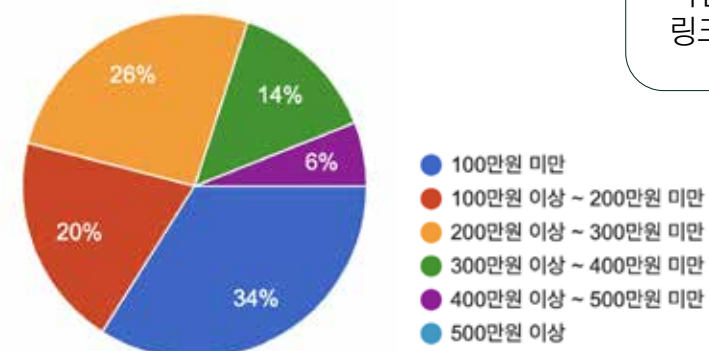
응답자의 직업으로는 직장인, 대학(원)생이 많았다.



있음 -> 골프 경험자 설문
없음 -> 골프 미경험자 설문

Q3. 귀하의 한달 수입(용돈 포함)은 어느 정도입니까?

응답자의 수입은 300만원 미만인 대부분이었으며, 300만원 미만, 200만원 미만, 100만원 미만이 고르게 분포하였다.



Target

20~30대의 여성 아마추어 골퍼, 혹은 향후 골프를 칠 의향이 있는 예비 골퍼

Method

모바일 혹은 온라인 상에서 구글 폼 링크 전달을 통한 설문 조사 진행 및 응답 모집

Distribution

2~30대 대상 골프동아리 혹은 동호회를 하는 지인에게 링크 홍보, 2~30대 여성 혹은 골퍼들이 자주 방문하는 커뮤니티에 링크 홍보, 2~30대 지인들 중 골프에 관심이 있고 추후 쳐보고 싶다는 인식을 내비친 지인들 (대학생, 직장인 등) 위주로 링크 홍보

Part 2. PSYCHOGRAPHIC FACTORS

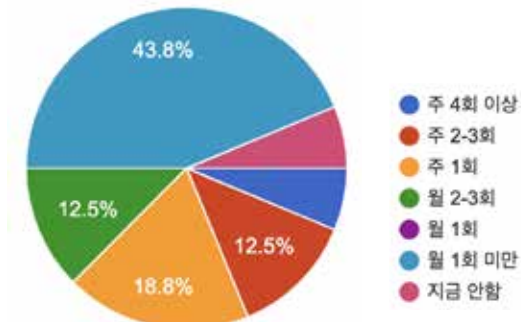
Q1. 골프 경력은 어느 정도인가요?

골프 경험자의 대부분은 골프 경험이 1년을 넘지 않는 초심자 혹은 입문자에 해당하였다.



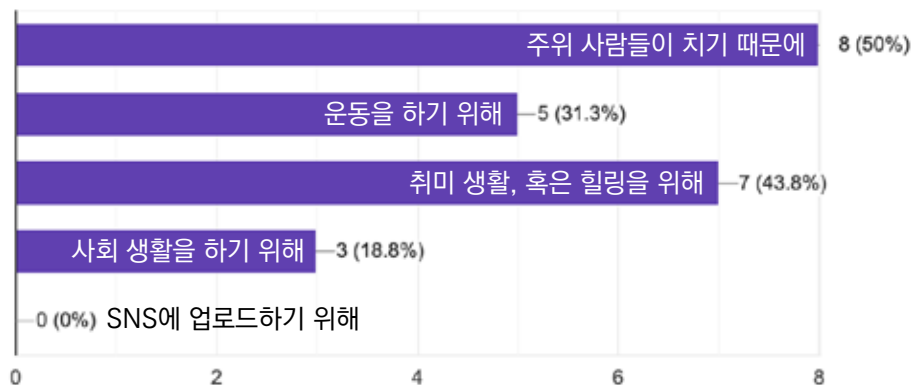
Q2. 평소에 골프를 치는 빈도는 어느 정도인가요? (골프장 라운딩, 스크린골프 등 모든 형태 포함)

응답자의 약 절반 정도가 주 1회 가까이 골프를 즐기며 골프를 적극적으로 즐기고 있었다.



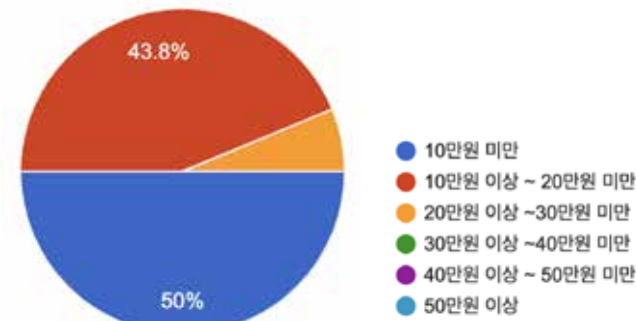
Q3. 골프를 치는 이유는 무엇인가요?

골프 경험자가 골프를 치는 이유는 취미, 운동이라는 개인적인 이유와 다른 사람을 의식하거나 사회생활 등 사회적인 이유가 모두 존재하였다.



Q4. 골프웨어 한 아이템 당(상의 혹은 하의) 합리적인 가격은 어느 정도라고 생각하나요?

응답자의 대다수는 골프웨어의 가격이 20만원이 넘으면 비싸다고 생각하고 있었다. 또한 10만원 미만으로 응답한 비율이 절반이므로 2030 여성 골퍼들은 10만원 초중반이 골프웨어의 적절한 가격이라고 생각한다고 여겨진다. W.ANGLE의 현재 가격대와 비슷하게 가격을 책정한다면 경쟁력을 충분히 갖출 것으로 보인다.



Q5. 평소 선호하는 골프웨어 브랜드가 있다면 이유와 함께 알려주세요.

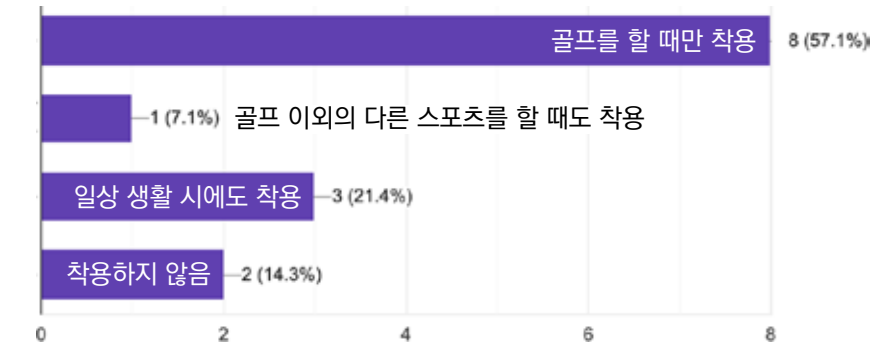
선호하는 브랜드가 다양하나 공통적으로 귀엽거나 깔끔한 디자인을 선호하였다.

말본 (디자인, 로고가 예쁘다), 클로브, 르꼬끄 제이린드버그 (디자인이 좋고 치마가 짧지 않다), 피브비 (디자인이 귀엽다), 말본 (귀엽고 일상복으로도 괜찮다), 파리게이츠 (필드에 나갈 때 귀여운 디자인을 가졌고, 브랜드의 인지도가 높다), 필라웨이, 타이틀리스트, 캘러웨이 (디자인과 핏이 깔끔하다)

Target 1. 골프 경험자

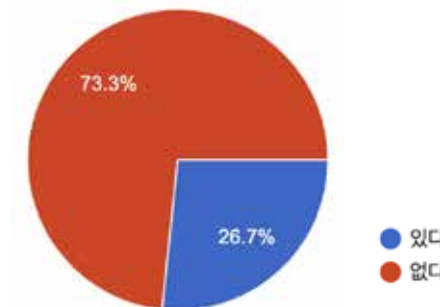
Q6. 골프를 하지 않을 때에도 골프웨어를 착용한 적이 있나요?

현 시점에서 골프웨어를 일상복으로 크로스오버하여 착용하는 응답자는 많지 않았으나, 그럼에도 불구하고 약 30%의 응답자는 일상생활에서도 착용한다는 것을 확인할 수 있다.



Q7-1. 골프를 치는 동안 옷으로 인해 불편함을 느낀 적이 있나요?

약 73.3%에 해당하는 다수의 응답자는 골프를 치는 동안 옷으로 인한 불편함을 느끼지 않았다.



Q7-2. 불편함을 느낀 적이 있다면, 어떤 상황과 아이템이었나요?

기존의 타이트한 옷이나 짧은 치마의 골프웨어는 불편함을 호소하는 요인으로 작용하여 기존의 골프웨어의 특징이 불편함을 야기할 수 있다는 것을 확인할 수 있다.

상의가 다 너무 타이트하다. 짧은 치마가 스윙 시에 신경쓰인다. 팔뚝이 너무 긴다. 치마가 너무 짧다.

Q8. 골프웨어의 구매 착용 시 특별히 고려하는 점이 있나요?

- 거슬리지 않는 디테일, 편안한 스윙 및 퍼팅 등 움직임과 관련된 요소를 가장 중요하게 생각하였다.
- 합리적 가격대가 두번째로 높은 고려요인으로 가격 역시 중요한 구매 요소라고 볼 수 있다.
- 야외에서 하는 활동의 특성상 자외선 차단과 같은 소재의 기능이 세번째로 고려하는 요인이었다.
- 마지막으로 개성을 드러내는 디자인, 자세와 실루엣을 돋보이게 하는 핏을 중요하게 고려하고 있었다.

Q9. 골프를 칠 때 선호하는 아이템이 있다면 이유와 함께 알려주세요

골프를 칠 때 선호하는 아이템은 바람막이, 속바지 달린 치마, 핏이 예쁘고 움직임을 방해하지 않는 의류 등이 있었다.

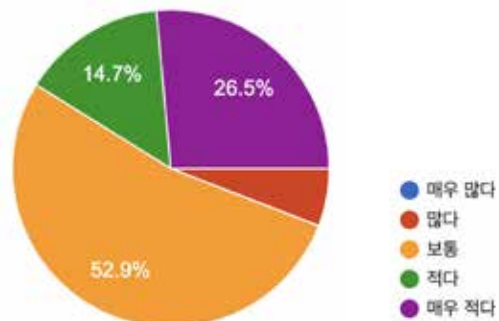
바람막이 (일교차 심할때 필요하다), 붙는 옷 (스윙할 때 걸리적 거리지 않는다), 속바지 달린 치마 (테니스 칠 때도 입을 수 있다), 치마·반팔라셔츠·니트 (핏이 예쁘다)

골프 경험자의 응답을 종합하면, 골프 경험자들은 대부분 1년 미만의 경력으로 약 주 1회 가까이 골프를 즐기고 있다. 이들은 골프웨어를 구매 혹은 착용하는데 있어 운동성, 기능성을 가장 중요하게 생각하고 있다. 또한, 운동성에 방해되지 않는 디자인을 선호하며 가격대는 20만원을 넘지 않는 것이 합리적인 가격대라고 생각하고 있다

Part 2. PSYCHOGRAPHIC FACTORS

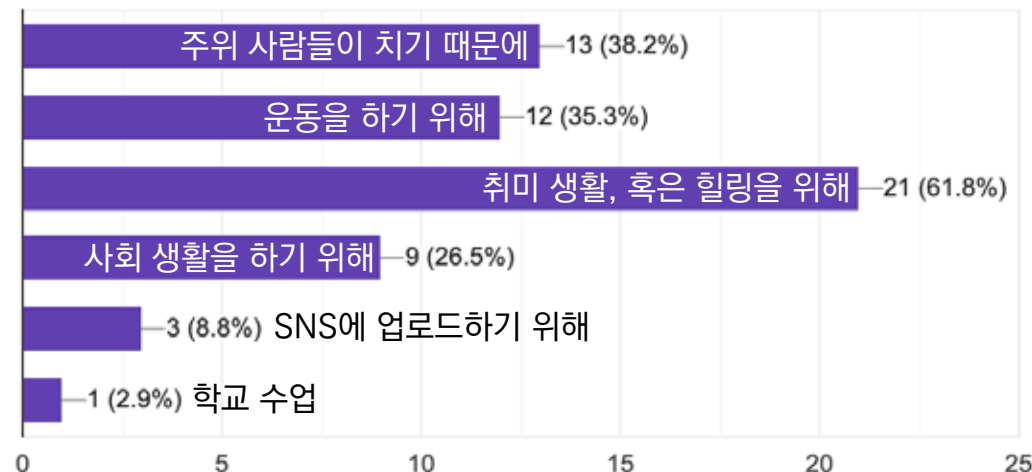
Q1. 평소 골프에 대한 관심은 어느 정도인가요?

향후 골프를 칠 의향이 있는 사람들을 대상으로 설문을 진행하였지만, 평소에 골프에 지속적으로 관심을 가지고 있는 비율은 적은 것으로 보아, 구체적 정보를 찾아보는 사람들보다 막연한 관심과 흥미를 가진 사람들이 많음을 짐작할 수 있다.



Q3. 골프를 쳐보고 싶다면 그 이유를 알려주세요.(복수 선택 가능)

본격적인 운동으로서의 의미보다는 취미의 하나로서 골프를 치고자 하는 사람이 많았다. 주변 사람들의 영향과 사회 생활을 위해서라는 이유도 높은 비중을 차지하여 골프가 이전에 가지고 있던 '기성세대 남자'의 이미지를 탈피하였고, 20~30대 여성들에게 트렌드가 되었고 사회적으로도 큰 영향력을 가지고 있음을 확인하였다. SNS 업로드를 위해서라는 다소 노골적인 응답지에도 솔직하게 답변한 사람이 3명 있는 것으로 보아 '보여주기 위한 골프'를 고려하는 사람이 많을 것으로 예상된다.



Q2. 향후 골프를 쳐본다면 언제, 어떻게 (레슨/동아리/동호회 등) 쳐보고 싶은가요?

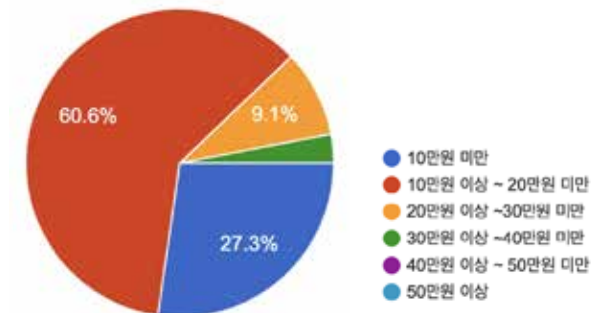
레슨을 통해 골프를 경험하고 배우고자 하는 사람들이 가장 많았다. 다음으로 대학원 혹은 직장에 들어간 이후, 안정적인 수입과 생활 영위가 가능할 때 여유롭게 즐기고자 하는 사람들이 많은 것으로 보인다. 따라서 골프는 운동이나 스포츠로서의 의미보다는 가족, 동호회, 데이트와 같이 주위 사람들과 공유할 수 있는 취미로서의 의미가 강하다고 할 수 있다.

Q4. 평소 알고 있는 골프웨어 브랜드가 있나요?

- 총 34명 중 21명이 알고 있는 골프웨어 브랜드가 없다고 응답하였고, 응답의 내용 역시 대부분 브랜드 하나만을 언급한 것으로 보아 향후 골프를 칠 의향이 있는 사람들의 경우에도 골프웨어에 대한 관심은 적다는 것을 알 수 있다.
- 언급된 브랜드들은 전통적인 해외 골프브랜드 (Pxxg, 타이틀리스트, PING, 캘러웨이, 파리게이트)가 대부분이었으며, 이들은 골프웨어 브랜드평판에서 상위권을 차지한 브랜드와 거의 일치하였다.
- 나이키, 빈폴, 헤지스 등 유명 브랜드에서 골프웨어를 하나의 라인으로 운영하는 경우, 그렇지 않은 브랜드들보다 높은 인지도를 확보하고 있다는 것 역시 확인할 수 있다.

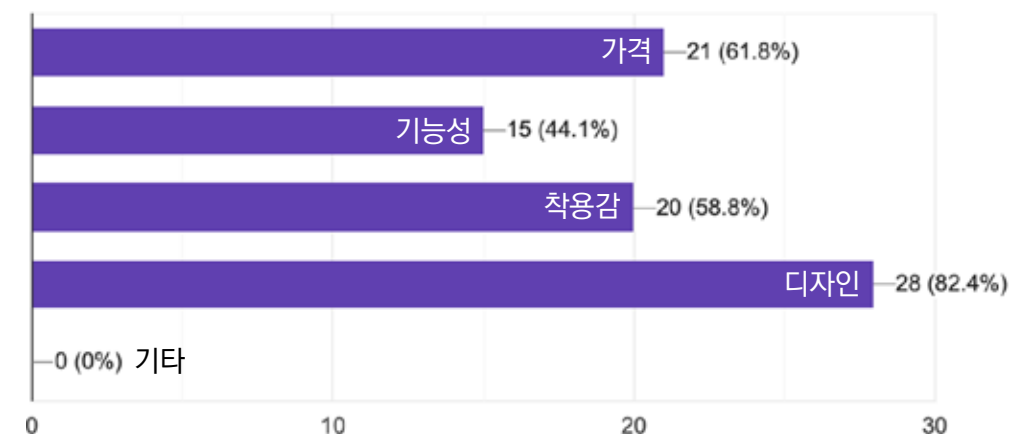
Q5. 골프웨어 한 아이템 당(상의 혹은 하의) 합리적인 가격은 어느 정도라고 생각하나요?

20만원 이하의 가격대라고 응답한 사람이 총 34명 중 29명으로 매우 높게 나타났다. 골프 경험자의 경우 10만원 미만이라고 응답한 사람이 절반이었던 것에 비해, 미경험자의 경우 10만원~20만원이 과반 이상을 차지하여 합리적이라고 생각하는 가격대가 더 높았다는 점이 흥미롭다.



Q7. 골프웨어를 구입하게 된다면 어떤 점을 고려하여 구매할 것 같나요? (복수 선택 가능)

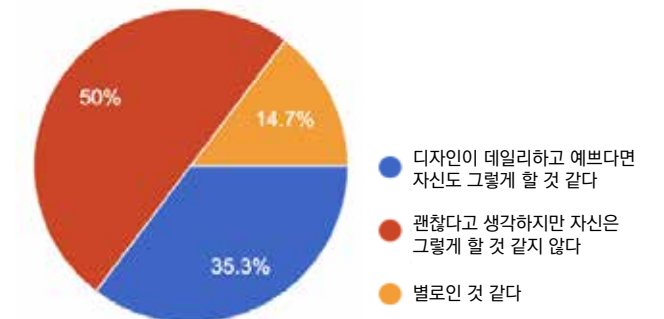
골프 경험자의 경우 운동성(몸의 움직임)을 고려한다는 응답이 가장 많았으나, 입문예정자의 경우 디자인을 고려한다는 응답이 가장 많았다. 디자인 다음으로는 가격에 응답한 사람이 많았고, 이후 착용감과 기능성 순이었다. 기능성과 착용감에 대한 응답이 낮게 나타난 이유로는, 앞선 응답에서 골프를 확실한 운동보다는 사람들과 가볍게 여가로 즐기고자 하는 목적 때문이라고 짐작해 볼 수 있다.



Target 2. 골프 미경험자

Q6. 학교 혹은 직장 등 일상생활을 할 때 골프웨어를 착용하는 것에 대해 어떻게 생각하나요?

- 일상생활에서의 골프웨어 착용에 대해서 괜찮다고 생각하지만 자신은 그렇게 할 것 같지 않다는 응답이 절반을 차지하였다.
- 골프 경험자들의 경우 골프 이외의 상황에서도 골프웨어를 착용한다는 응답이 총 14건 중 4건에 불과했던 것과 비교할 때, 골프웨어의 데일리 활용에 대해 긍정적 반응을 가지고 있다는 것을 확인할 수 있었다.
- 별로라고 생각하는 이유, 그리고 괜찮다고 생각하지만 자신은 그렇게 하지 않을 이유에 대해 추가적인 질문과 분석이 필요해보인다.



Part 3. STYLE

Q1. 다음 중 선호하는 골프웨어 스타일은 무엇인가요?



클래식 골프웨어 (8표)

밝은 기본 (3표)

스포츠웨어 (20표)

다채로운 소녀감성 (7표)



프레피룩 (15표)

캐주얼 (10표)

트렌디 심플 (26표)

미니멀 (14표)

트렌디 심플+미니멀 스타일이 압도적인 지지를 받았고, 그 다음으로는 프레피 스타일을 비롯한 캐주얼 스타일, 그리고 깔끔한 스포츠웨어 스타일이 인기가 있었다.

→ 부담없이 착용할 수 있으면서도 감도있는 골프웨어 디자인이 중요하며 색상은 너무 눈에 튀지 않는 연한 베이 지색 계열 및 파스텔, 또는 검정·네이비·화색 등이 선호된다는 것도 확인할 수 있다.

WAGLE라인을 포함해, W.ANGLE이 속해있는 클래식 골프웨어 및 밝은 기본 스타일은 적은 응답 수를 보였다.

→ 20~30대 젊은 여성의 니즈를 맞추기 위해서는 새로운 디자인 시도가 필요하다고 판단했다.

Q2. 평소 의류 아이템은 주로 어디서 구매하나요? (온라인/오프라인)

예상했던 것처럼, 온오프라인에서 모두 구매하는 경우가 가장 많았고 온라인으로만 쇼핑하는 경우도 적지 않았다. 그러나 오프라인에서의 구매를 고집하는 소비자들도 존재하였다.

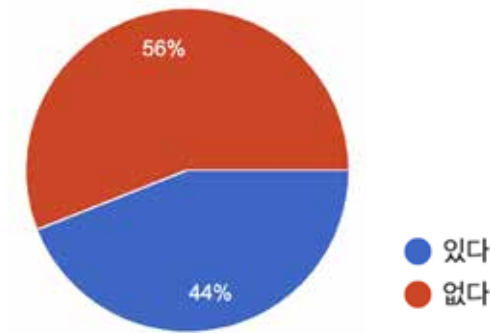
접근성과 같은 온라인 상거래의 장점을 활용하면서도, 오프라인에서만 가질 수 있는 경험을 기획하여 브랜드 이미지를 구축하는 것이 중요해 보인다.



Part 4. SUSTAINABILITY

Q1-1. 지속가능성을 추구하는 (지속가능한) 의류 제품을 구매한 경험이 있나요?

응답자 중 지속가능한 의류 제품의 구매 경험이 없는 사람이 과반수 이상으로, 예상보다 적은 수의 사람이 지속가능성 의류를 구매하고 있었다.



Q1-2. 지속가능한 제품을 구매할/혹은 구매하지 않은 이유는 무엇인가요?

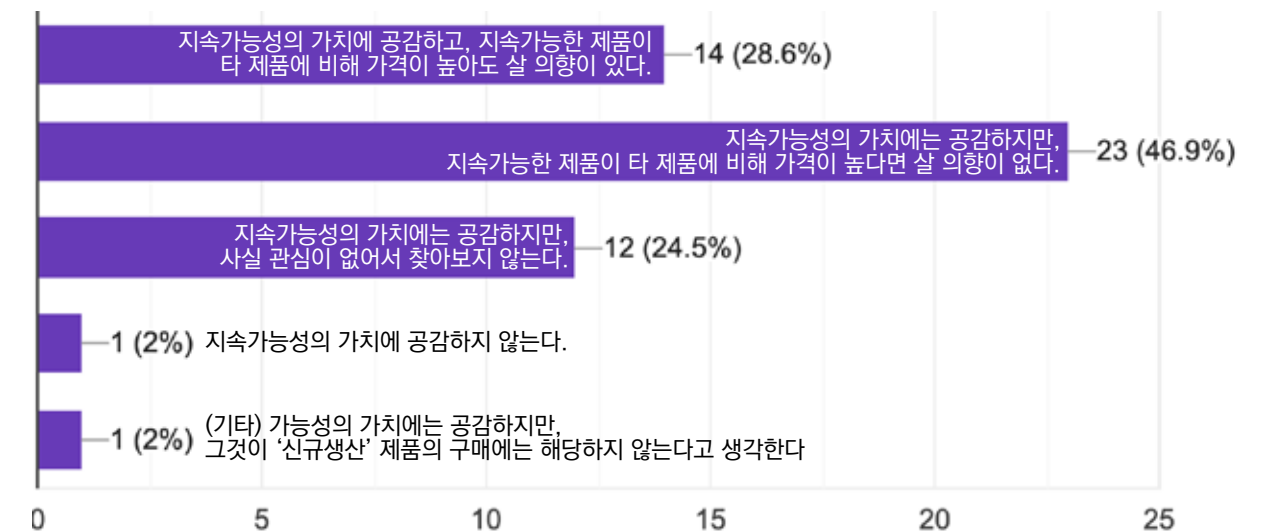
제품의 지속가능성만으로는 구매 결정에 큰 영향을 미치지 않으며, 디자인이나 가격 등 다른 조건이 충족되었을 때 가치를 더하는 요소로서 지속가능성을 고려하였다. 새 의류 제품을 구매하는 상황에서 이미 지속가능성을 따지는 것은 의미가 없다는 의견도 존재했다.

지속가능성의 의미와 더불어, 지속가능한 제품을 접할 기회 및 정보의 부족이 큰 지속가능한 소비를 실천하지 않는 이유에 있어 큰 비중을 차지하였다. 높은 가격 역시 지속가능성 소비를 주저하게 되는 요인 중 하나임을 알 수 있다.

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. 지속가능성을 고려한 제품을 구매한 이유 | 2. 지속가능성을 고려한 제품을 구매하지 않은 이유 |
| - (같은 값일 때) 사회적 가치를 생각하여 | - 지속가능성이 구매 의사 결정에 영향을 미치지 않음 (고려대상이 아님) |
| - 구매한 제품이 우연히 지속가능성 제품이었음 | - 지속가능성 제품을 알지 못함, 혹은 구매하거나 접할 기회의 부족 |
| - 지속가능성을 고려한 제품이 트렌디함 | - 새 제품을 사는 것은 지속가능성 측면에 도움되지 않는다고 생각함 |
| | - 고가의 가격이 부담됨 |

Q2. 의류 브랜드의 '지속가능성'과 '지속가능한 제품'에 대해 어떻게 생각하시나요?

지속가능성의 가치에 공감하는 비율이 약 75%로 높게 나타나고, 다른 제품에 비해 가격이 높더라도 구매 의향을 보이는 사람들이 많았다.



4-1

Trend Forecast

Care-Taking & Provoking Protopias

Active Wear & Color Forecast

Design Direction & Mood

Care-Taking



ABOUT IDEA

사람들은 COVID-19 팬데믹, 끊임없는 정보의 자극과 빠르게 변화하는 세상, 바쁘고 소모적인 삶에 지쳐, 일보다 자신의 휴식·웰빙을 우선시하는 ‘균형있는 삶’에 대한 요구가 증가할 것이다. 또한 라이프스타일 역시 가족과 친구, 커뮤니티 중심의 관계로 바뀔 것이며, 이에 따라 균형잡힌 삶과 건강한 인간관계를 실현시켜 줄 수 있는 새로운 제품 경험과 서비스가 출현할 것이라고 볼 수 있다.

특히 재택·원격 근무 등 하이브리드 형태의 업무에 적합하게 휴대성이 좋고, 언제 어디서나 내 집과 같은 편안함을 줄 수 있는 제품이 주목받을 것이며 자연과 사회에 긍정적인 영향을 주는 소비를 통해 개인 삶의 균형까지 채울 수 있도록 하는 것이 구매의 중요한 조건이 될 것이다. 그리고 이러한 Calming products & stores는 개인들을 커뮤니티 공간과 연계/ 유대하는 역할을 할 것이다. 따라서, 사람과 재화 서로가 장기적인 유대를 가질 수 있는 지속가능하고 순환적 Care 생태계가 구축되어야 한다.

Care taking에서는 건강, 회복이 중요한 가치로 부상하며 가족, 친구, 커뮤니티 단위의 생활이 재구성되고 있다. 또한, 에너지 절약, 환경 보호를 생각할 수 있는 소재, 디자인을 고려하는 것이 중요한 것처럼 보이며 리폼, 수선, 혹은 재활용 및 재사용 등을 이용하는 것과 같은 장기적인 가치를 지닌 제품과 지속적인 관리의 가치가 부상한다.

“As people prioritize wellbeing over work, it’s time to create products that allow them to live their best, most balanced life. Say goodbye to hustle culture and hello to care culture as people prioritize wellbeing over work.”

IN FASHION

개인 및 제품 관리에서 제품 생태계 및 관련 서비스를 조성하면 장기적인 가치를 추가할 수 있다. 지속 가능한 repair 서비스를 확장하기 위해 해당 분야의 동종 브랜드와 공동 사업을 모색하는 것도 좋을 것이다.

ADOPTION APPROACH

사람들이 더 나은 휴식을 취할 수 있도록 돕는 것에서부터 에너지 소비를 줄이고 제품 수리를 가능하게 하는 것까지, 특정 웰빙 문제와 환경 문제에 대한 해결책을 제시한다.

Provoking Protopias



ABOUT IDEA

기후변화는 소비자들과 투자자들이 기업, 그리고 정부가 지구환경에 대해 적극적인 행동 변화를 요구하도록 만들었다. 생산자부터 소비자까지 이르는 제품의 전체적인 라이프사이클의 변화가 필요하며, 제품의 미적 가치보다 지구에 대한 영향이 우선시 되는 소비형태가 나타날 것이다.

2024년에는 기후 비상사태라는 사태에 직면하면서 미래학자 케빈 켈리가 유토피아보다 더 실용적인 포부를 설명하기 위해 만든 용어인 “프로토피아”(protopia)의 출현을 보게 될 것이다.

진보, 다종적 사고는 인간뿐만 아니라 모든 자연을 디자인의 중심에 두게 할 것이고 재생을 위한 실천을 중요시할 것이다. 원주민 커뮤니티는 순환시스템과 자원 지혜의 선구자로 인정받고, 혁신자들은 신기술과 lo-TEK (전통생태지식) 설계 사이의 중간점을 찾게 된다. 기업의 경우, 지속가능한 순환 시스템을 채택하는 동기는 고객으로부터만 오는 것이 아니며 투자자들 또한 지속가능한 경영을 점점 더 요구할 것이다. EPR(생산자 책임 연장) 법은 제품의 전체 수명 주기 동안 제품이 환경에 미치는 영향을 완화하도록 요구할 수도 있다.

“Consumers and investors will be expecting major changes from businesses to address the climate emergency. Businesses will be expected to provoke big changes to address the climate emergency – protopias may be the answer.”

IN FASHION

디자이너와 제품 개발자가 더욱 초기 아이디어 단계에서 제품의 외관과 느낌을 뛰어넘어 제품이 지구에 미치는 영향을 평가하게 될 것이다. 미적 고립 (aesthetic isolation) 상태에서 이루어지는 디자인 결정은 과거의 일이 될 것이다.

ADOPTION APPROACH

지구 온난화, 삼림 벌채, 오염에 공헌하는 제품에 환경 이미지나 표범이나 북극곰 등의 동물을 프린트한 패턴을 사용하는 것(환경을 진정성 있게 보호하지 않는 가식적 행위)은 지양해야 한다.

Women's Active Apparel Forecast (WGSN)



"매일의 일상에 적합한 액티브웨어"

Material & Fabric

석유 대신 식물에서 추출된 섬유 및 폐기 플라스틱 가공·재활용 면 등 지속가능한 순환 소재 (ex. hemp, sustainable cellulosics, RWs merino, RMS animal hair)

윤리적인 생산·제조 과정을 통해 얻어진 소재

민트를 사용한 향균소취 등 인체와 피부에 무해한 화학 성분

착용 중 인체 부담을 줄일 수 있는 경량 소재

쿨링(온도감)·UV 차단/저항 기능

보관 및 관리의 용이성을 높이는 주름방지·흡습속건·방수 소재

brushed finish 처리를 하여 소프트하고 부드러운 촉감 가공

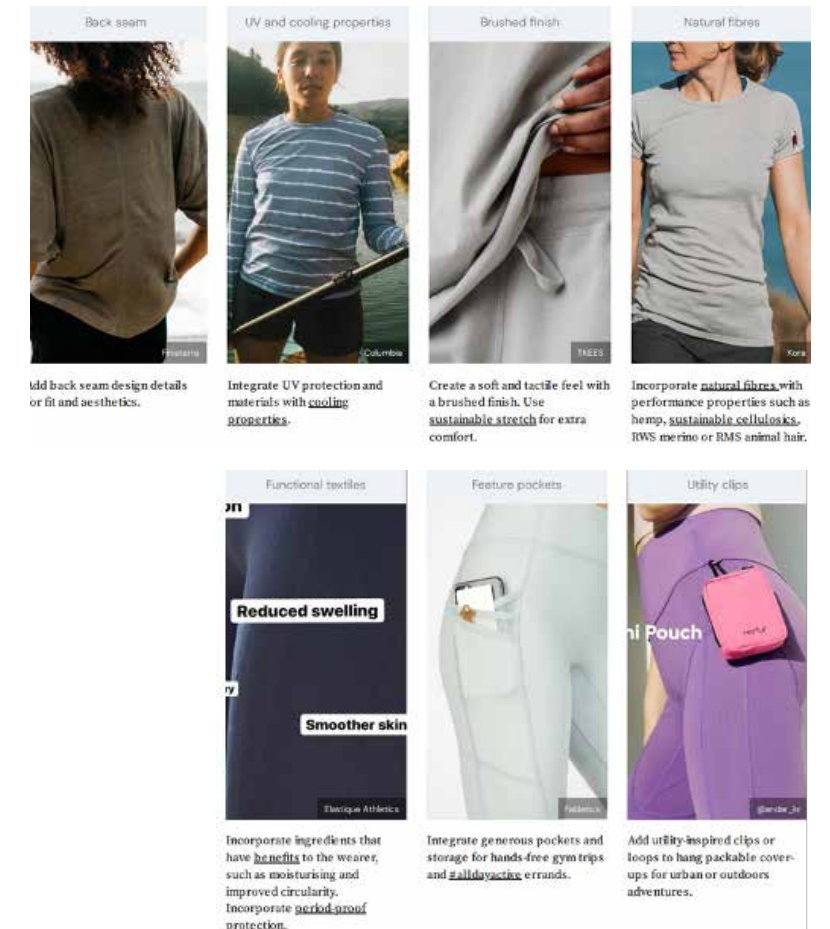
기능성 소재: moisturizing, 순환 등을 돕는 기능성 소재 (period-proof protection 기능을 더하는 것도 좋음)

Multifunctionality

스포츠 뿐 아니라 직장이나 일상 등 여러 용도에 두루 착용할 수 있는 편안한 액티브웨어

옷의 핏과 착용감을 망치지 않는, hands-free를 도와주는 기능성 포켓

아웃도어 활동에 있어 포인트 아이템으로 활용 가능한 utility clips



Simplicity & Minimalist

블랙, 그레이, 네이비 등 클래식한 색상 팔레트를 기본으로, 감성적인 색조를 더하여 개성을 드러내는 뉴트럴 디자인

후면 디자인과 실루엣에 포인트를 주기 위한 back seam 디자인 디테일



Longevity & Timeless

다양하게 변화하는 개개인의 인체 실루엣에 맞춘, 몸의 형태에 구애 받지 않는 디자인

의류 제품의 긴 생명을 보장할 수 있는 고품질의 소재와 클래식한 디자인



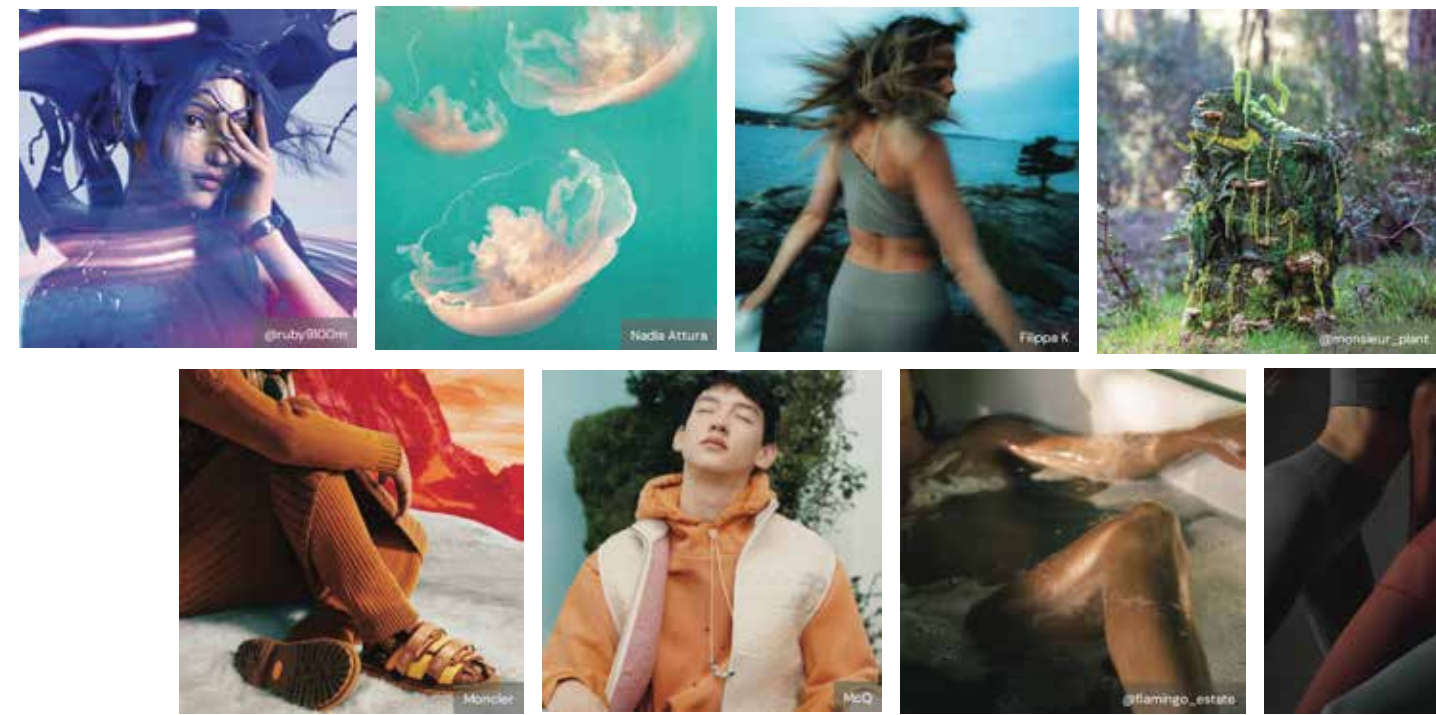
Active Color Forecast

(WGSN)

다양한 라이프스타일의 출현과 낙관주의의 대두
건강·힐링에 대한 관심 증가와 포괄적 접근
과도한 자극의 피로에서 벗어나기 위한 휴식·재충전
환경과 지속가능성 이슈에 대한 이해도 증가

23/24 시즌의 컬러 활용 동향은 보다 '건강'과 '치유'에 강력하고 총체적인 초점을 맞출 것이며, 이를 통해 파스텔 컬러가 더 밝은 Wellness 컬러로 진화하는 것을 볼 수 있을 것이다. 소비자들의 니즈에 맞는 '휴식'과 '회복' 또한 중요할 것이며, 이는 환경 문제에 대한 폭넓은 이해와 외부에서의 휴식 및 재충전을 위한 지속적인 욕구와 결합되어 자연스럽게 조용한 색상의 중요성을 증대시킬 것이다. 반대로, 여행과 발견은 상상력을 다시 불러일으킬 것이다. Near-Neon은 소비자 낙관주의의 반동을 반영할 것이고, Hyper-Bright은 메타버스, 우주 여행과 상업, 그리고 쾌락의 추구에서 영감을 받아 다시 활용될 것이다.

다음과 같은 컬러 무드들의 대부분은 2024년에 한정되지 않고 현재, 그리고 근미래 부터 계속 지속될 컬러 팔레트들이며 소비자들의 삶의 태도와 행동을 반영한 컬러 선택을 통해 브랜드와 소비자 간의 감정적인 유대를 구축해야 한다.



Colors & Mood

Energizing Brights
Simple Pleasure
Soft & Mindful Pastels
Calming Quiet Naturals
Nourishing Tones

051-62-15	153-19-00
049-86-36	037-93-00
034-56-24	034-84-05
036-74-35	103-45-01
035-81-23	000-64-00
028-59-26	031-77-03
017-23-07	143-36-17
019-27-14	147-55-21
030-41-18	134-42-26
031-63-17	134-67-16
030-69-10	120-22-18
026-58-35	122-25-24
024-65-27	120-28-32
022-40-26	114-57-24
020-54-37	112-75-11
017-43-20	098-26-13
022-62-16	095-32-22
015-33-25	088-76-13
010-42-20	078-33-24
008-23-14	072-45-06
008-26-26	071-65-06
010-38-36	060-71-33
010-46-36	062-71-14
154-51-37	056-26-07
014-73-08	050-40-14

HARNESS NATURE'S THERAPY WITH GREENS AND NEUTRALS

그린, 뉴트럴 컬러 팔레트로 자연과 상호작용하는 therapeutic vibe를 줄 수 있다.

Sage Leaf, Pink Clay, Pumice 컬러를 사용하여 치유적, 회복적, 균형 있는, 그리고 다기능적인 라이프스타일을 표현한다.

Harness nature's therapy with greens and neutrals

Why are they key? The therapeutic benefits of interacting with nature will continue to be used to provide balance in A/W 23/24.

How to use them: Use the seasonal key colour of Sage Leaf with reassuring Pumice and Pink Clay for restorative and multifunctional lifestyle pieces.



Colors:
A: 072-45-06, B: 031-77-03, C: 017-23-01, D: 081-82-15, E: 04-73-08, F: 000-64-00
Pantone:
A: 18-5411 TCX, B: 14-4501 TCX, C: 19-1016 TCX, D: 16-0430 TCX, E: 14-1308 TCX, F: 17-5014 TCX



USE PHYGITAL PASTELS IN CALMING AND UPLIFTING WAYS

세계가 빠른 속도로 진전, 변화함에 따라 디지털 세계에서부터의 영감은 'recharged' 즉, 충전되고자 하는 수요를 충족시킬 수 있다.

Seaform, Pink Clay 컬러와 함께 protective material을 사용, 노란색, 핑크색, 청록색 컬러를 하이라이트 및 그라데이션으로 활용할 수 있다.

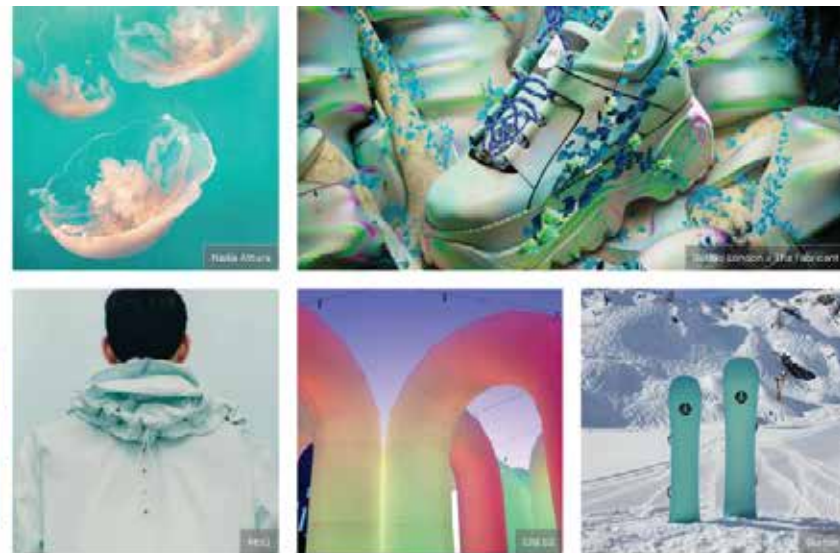
Use phygital pastels in calming and uplifting ways

Why are they key? As the world evolves at an accelerated pace, inspiration from digital worlds will meet the need to feel recharged.

How to use them: Use calming Seaform and Pink Clay in lightweight and protective materials. Add gradients and highlights of intense yellow, pink and teal.



Colors:
A: 099-76-13, B: 014-73-06, C: 037-92-00, D: 049-86-36, E: 154-81-37, F: 095-32-22
Pantone:
A: 13-5308 TCX, B: 14-1308 TCX, C: 11-4800 TCX, D: 13-0650 TCX, E: 18-2436 TCX, F: 19-4540 TCX



활동적이고, 몸을 옥죄지 않는 편하고 데일리한 라운지&액티브 웨어



편안한 휴식, 회복, Work-Life Balance, 건강, 그리고 Care-taking



환경과 지구를 생각하는, 진정성 있는, 그럼에도 트렌디함을 놓치지 않는 Sustainability



4-2

Observing the Zeitgeist

- Dominating Events

국회미래연구원에서 2021년 12월 3일에 발표한 2022년 주목할 15개 이머징 이슈를 살펴보면, 컴퓨터 알고리즘과 전문가들이 예상한 근미래에 대해 알 수 있다. 가능성과 파급력이 큰 10개의 이슈와 가능성은 낮지만 파급력은 큰 5가지로 나누어 볼 수 있다. 여러가지 이슈 중 가장 주목할만한 내용은 미중 대립이다. 중국은 미국 중심의 세계 패권에 도전하고 있으며 경제, 기술, 국방을 넘어 우 주개발 경쟁으로 미중경쟁이 확대되고 있다.

기후변화, 디지털화, 저출산·고령화가 근미래를 예측하는 중요한 3가지 키워드이다. 환경재난의 빈발에 따른 국가간 갈등 확대, 교통과 물류 분야를 선두로 한 에너지 전환의 급진전, 기후위기를반영한 새로운 안전 개념의 공간 등장 등 세계적인 기후위기가 근미래를 관통하는 키워드였다.

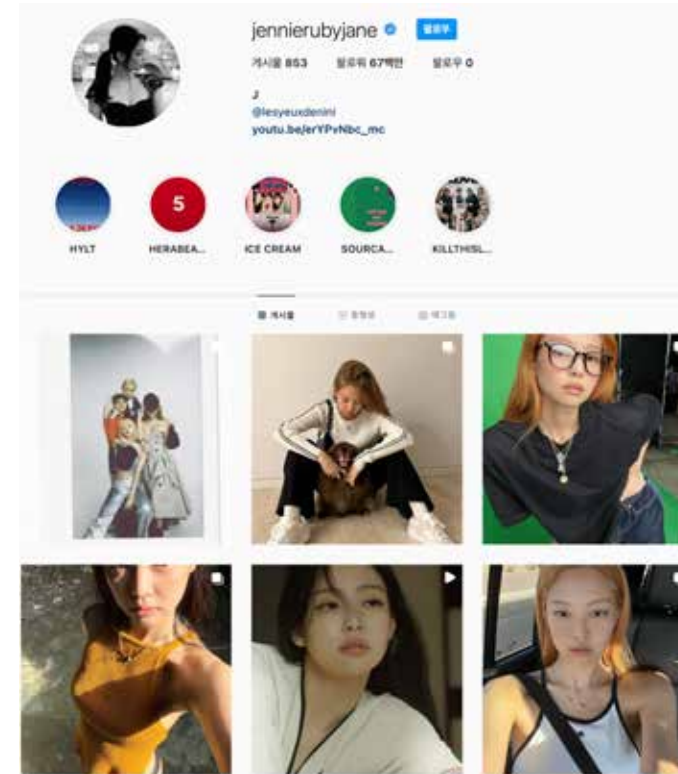
또한, 전문가들은 가상현실의 급진전, 인공지능의 오용 및 편향성, 대면 접촉 감소로 인한 탈사회화를 디지털화 가속에 따른 주목할 흐름으로 보았다. 저출산·고령화라는 인구구성 변화가 사회적 돌봄노동 증가, 새로운 임금체계 논의, 모자이크 가족 확산 흐름을 보여줄 것이다. 이를 종합하면, 근미래에는 환경보호와 기술경쟁으로 치열한 대립이 발생할



것이며, 기후변화 대응과 인공지능 기술로 인해 국제적인 갈등과 사회적 우려가 증가할 것이다. 게다가 개인주의의 강화와 사회적 취약계층의 고립이 사회적인 문제로 떠오르게 될 것이다.

이 이외에도 에코파시즘, 우주 생활권 진입 등 지속적으로 공론화와 대안 모색이 필요한 이슈들이 존재한다.

또한, 현재 진행중인 러시아의 우크라이나 침공을 통해 미국과 중국, 러시아의 대립으로 냉전 시대의 도래를 생각해볼 수 있다. 자국 중심주의, 고립주의 등 반세계화적인 움직임의 확산에 대해 생각해 보아야 한다. 러시아가 이번 우크라이나 침공에 기계학습을 이용한 자폭 드론을 사용한 것이 알려지며, 이로 인해 AI를 무기로 사용하는 것과 이에대한 적극적인 활용을 막는 범 국제적인 조약의 필요성이 대두되었다.



- Dominating Social Groups (those with Wealth, Power and Leadership)

정보 통신 기술과 다양한 스마트 디바이스의 발달로 이들은 유튜버, 연예인 등 SNS를 통해 쉽게 접할 수 있는 인플루언서에게 친숙하다. 그 예로는 정호연, 주현영과 같이 새롭게 떠오른 연예인들이 있다. 또한, 블랙핑크, 에스파를 비롯한 여자 아이돌, '스트리트 우먼 파이터(이하 스우파)'에 등장하는 여성 댄서들과 같이 당당하고 자신만의 개성을 표출하는 인플루언서를 선호한다.

이 외에도, BTS와 김연아, 최민정, 김연경, 박윤기를 비롯한 스포츠 선수들, 유재석, 윤여정 등 다양한 인플루언서들을 긍정적으로 바라보고 있다. 최근에는 '그해 우리는', '스물다섯 스물하나', Netflix 드라마와 같이 자신들이 공감할 수 있는 이야기를 하는 드라마에 출연한 배우들에게도 많은 관심을 보여주고 있다.

최근 일어나고 있는 정치적 이슈인 제 20대 대통령 선거, 러시아-우크라이나 전쟁 등을 통해 윤석열, 이재명, 젤렌스키와 푸틴에 대한 관심도 증가하였다.



- Dominating Technology

정보 통신 기술의 발달과 자기 자신에 대한 관심과 긍정은 애플워치, 갤럭시워치 등의 스마트 디바이스, 건강 및 운동을 기록할 수 있는 앱과 같은 헬스 플랫폼의 발전을 야기하였으며, 더 나아가 '마이다노', '야핏'과 같은 증강현실, 메타버스와의 결합이 이루어지고 있다.

최근 가장 많은 관심을 받는 기술은 메타버스라고 볼 수 있는데, 코로나 19로 인한 사회적 거리두기라는 새로운 형태의 일상인 '언택트' 때문이다. 시공간의 물리적 한계를 극복할 수 있고, 가상공간을 창조하고 다양한 감각을 자극하여 디지털 데이터와 아날로그 방식을 혼합해 인간 생활의 스펙트럼을 확장시킬 수 있다는 것이다. 물론 아직도 메타버스에 대한 정의는 다양하고, 연구도 부족하지만, 로지, 리아 등 가상 인플루언서와 SNS가 열렬한 반응을 보이고 있어, 메타버스는 중요한 기술로 볼 수 있다.

앞서 살펴본 언택트 시대는 새로운 형태는 커머스를 요구하였고, 이에 따라 라이브커머스, VR쇼룸, AI를 활용하여 빅데이터를 통한 트렌드 분석 및 디자인 등 다양한 커머스 관련 기술도 발전하고 있다. 여기에 더해 크리에이터의 '좋아요'를 기반으로 수요를 확보한 후에 생산과 출시가 이루어지는 라이브 커머스도 새롭게 부상하고 있다.

마지막으로 메타버스에 대한 반응은 돈에 대한 관심과 결합하며 비트코인으로 다시한번 시선을 돌렸고, NFT라는 새로운 개념과 기술또한 등장하였으며, 이 둘의 핵심 기술인 블록체인 역시 중요한 기술 중 하나라고 할 수 있다.



5-1

Concept Story

– Dominating Ideals

2030여성들이 중요하게 생각하는 가치를 키워드로 살펴보면 공정과 개성이다. 첫번째 공정이라는 측면에서 살펴보면, 이들은 성별, 외모, 학력에 따른 차별을 거부하고 능력에 따라 기회를 얻고 성과에 대한 정당한 보상을 받아야 한다고 생각한다. 따라서 이들은 성차별을 반대하고 성평등을 지향하며 페미니즘에 관심이 많다.

두번째 개성은 이전의 개성과는 다른데, 이전의 개성은 자신과 타인을 구분짓고 자신만의 특성을 강조하는 것이었다면, 현재의 개성은 자기 자신을 있는 그대로 받아들이는 것이다. 더 나아가 외모에 대한 평가를 거부하며, 자신의 모습을 있는 그대로 사랑하는 바디 포지티브 운동에도 적극적이다. 이들은 타인이 결정한 외모 등급표에 맞게 자신을 맞추는 것을 거부하고 자신을 사랑하고 자신만의 미를 추구하는 것에 대한 거부감이 없다. 따라서 이들은 각자에게 맞는 운동과 식단을 추구하며, 요가, 필라테스, 비건 식단을 즐긴다. 그리고 이들은 다른 사람보다는 자신에게 집중하여 여가나 취미활동을 중요하게 여겨 워크 라이프 밸런스를 지향한다.

마지막으로 환경과 사회의 지속가능성에도 관심이 많아, 점차 심각해지는 기후 위기와 다양한 사회현상들을 바라보며 변화와 개선을 추구한다.

– Dominating Attitudes

전 세계를 휩쓴 코로나19로 인해, 건강과 면역은 가장 큰 화두로 떠올랐다. 특히 젊은 세대의 관심이 증가하며 건강 관리에도 즐거움이 중요해지고 있는데, 이들은 건강을 위해 절제하거나 고통을 감수하는 것이 아니라, 즐겁고 편리해야 한다는 인식을 가지고 있다. 이러한 경향성은 헬스플레저라는 키워드로 새로운 트렌드로 부상하여, 저칼로리로 즐길 수 있는 다양한 다이어트 식품이 인기를 끌고 있으며, 효율적인 건강 관리를 위해 웨어러블 헬스 기기 구매에 망설임이 없고 다양한 건강관리 앱을 사용하고 있다. 과거 극단적인 식단과 무리한 운동으로 건강관리는 어렵고 힘들었으나, 최근 헬스플레저를 통해 쉽고 재미있으며, 실천 가능한 건강관리를 선호하고 있다.

또한, 테니스, 골프 등 기존의 젊은 세대들에게 외면 받던 운동들도 개성 표현, 남다른 경험, 그리고 코로나 19로 인해 해외여행 대용으로 최근 활동인구가 크게 증가하며 등산, 자전거, 바디프로필, PT 등 다양한 건광과 관련된 활동들이 각광받고 있다. 이들은 삶의 질에도 관심이 많은데, 플렉스로 대표되는 명품 소비, 빠르게 경제적 자유를 얻고 은퇴하여 자기 자신의 삶을 사려는 파이어족 등이 있다.



FEELING COZY AND COMFORT
SOFT AND NATURAL
THERAPEUTIC MOOD
RELAX AND HEAL BY PLAYING GOLF IN NATURE
COMBINED WITH W.ANGLE'S NORDIC SENTIMENTS

Breezing Golf Therapy



5-2

Model Stock
& Line Development

1) MODEL STOCK (first ver.)

CATEGORY	STYLE VARIATIONS	STYLE# NAME	SIZE	COLOR
Half Pants	1	W00-01 Comfort Skirt Pants	(5) 85 90 95 100 105	1
Knit Top	1	W00-02 Big Sailor Knit Top	(5) 85 90 95 100 105	2
Wind Breaker	1	W00-03 W.angle Wings Outer	(5) 85 90 95 100 105	1
Vest	1	W00-04 Fluffly Swing Vest	(5) 85 90 95 100 105	1
Onepiece	2	W00-05 Everyday Active Onepiece	(5) 85 90 95 100 105	2
Onepiece	1	W00-06 V Knit Pleats Onepiece	(5) 85 90 95 100 105	2

2) SUSTAINABLE KEY FABRICS



**INGTEX S.CAFE
4 WAY STRETCH SINGLE JERSEY**

C.O.O.	Taiwan	Width	60"
Cost/Yard	NT1(Taiwan \$)	Weight	139 gsm ± %5
Fiber	92% Recycled S.CAFE Polyester 8% Spandex		

moisture transferring and quick drying / bluesign® certified / biomass / titas&circular economy / consists of yarns made from leftover coffee grounds / outstanding water dispersion performance / quickly absorb and disperse sweat / constantly absorb body odors / effectively reflect and refract UV rays (UVA&UVB) / infused with a special functional powder that offers an ice tool touch



MANIFUTURA 2SP060

C.O.O.	Turkey	Width	69" ± %5
Cost/Meter	€ 7,44	Weight	220 gsm ± %5
Fiber	95% Organic Cotton 5% Elastane Single Jersey		

GOTS(The Certification of organic textiles) certified / ideal for Underwear, Sleepwear, Dresses, T-Shirts, Skirts, Home Textilest



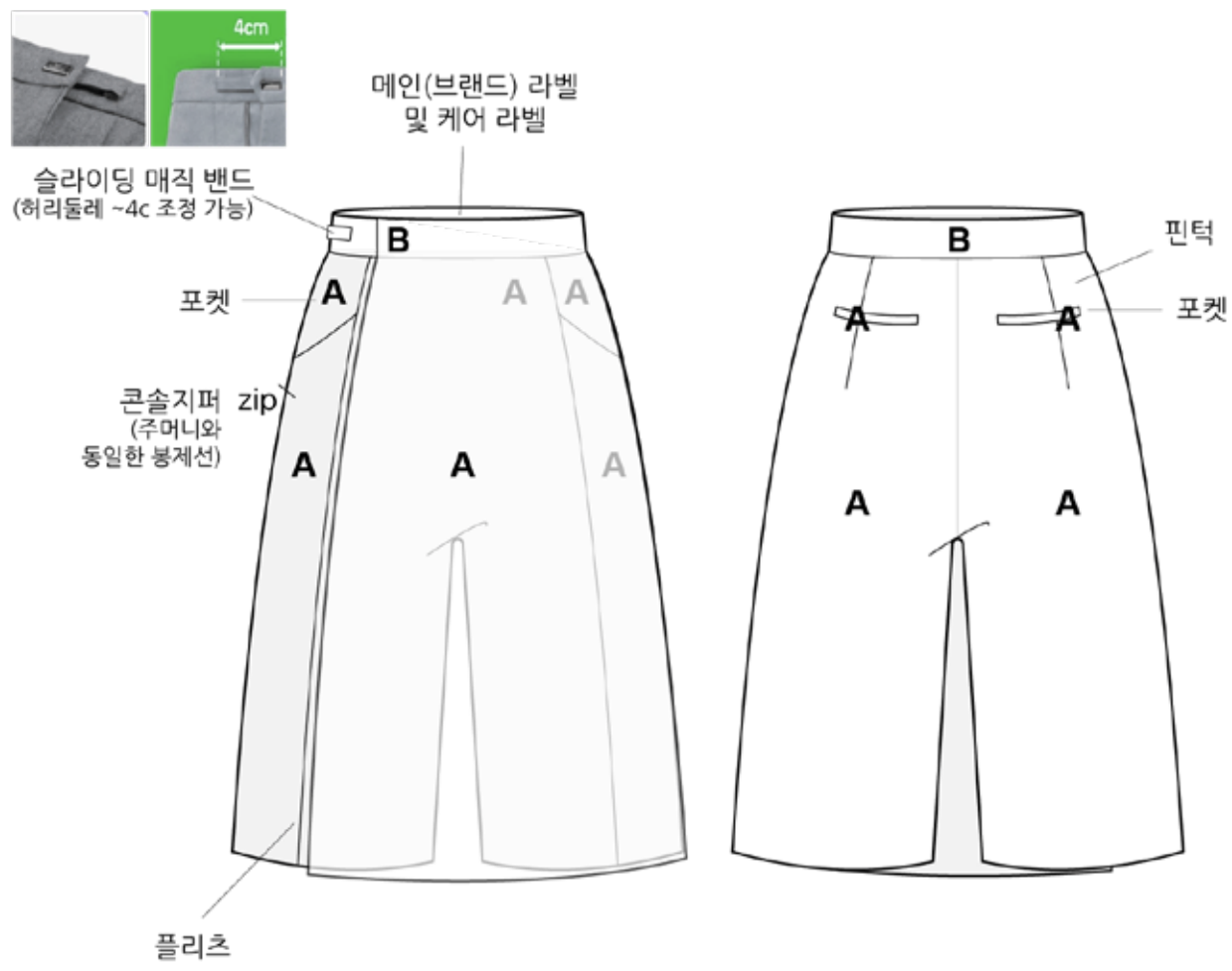
**STRETCH PERFORMANCE KNIT WICKING
RECYCLED POLYESTER**

C.O.O.	China	Width	59"
Cost/Yard	\$26.00 USD	Weight	265 gsm
Fiber	83% Recycled Polyester 17% Spandex		

made from post-consumer material and plastic bottles / appropriate for a high-quality activewear knit fabric / 13 plastic bottles went into each yard / bluesign® and Oeko-Tex®-certified fabric / 70% four-way stretch on both cross and lengthwise grains / feels just as strong as virgin polyester / features a smooth hand and moderate drape / moisture-wicking and UV blocking properties / ideal for performance and activewear garments / fully opaque, no lining is needed

3) LINE DEVELOPMENT (final ver.)

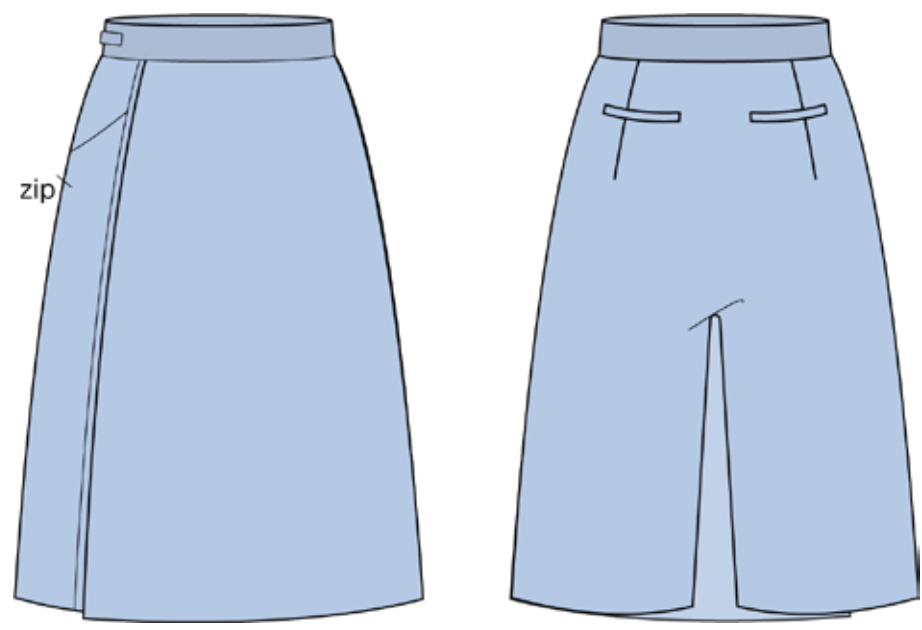
WOO-01 COMFORT SKIRT PANTS



wind

A	B, C
PANTONE 658 C	PANTONE 651 C

COLOR LAYOUT



FABRICS

A: 95% Organic Cotton + 5% Elastane Single Jersey
B: 70% Polyester + 30% Cotton

TECHNOLOGY

- 흡습속건
- 허리부분 매직밴드
(허리 둘레를 조절할 수 있게 하여 활동성 제고)

UNIQUE FEATURES

치마 같아 보이지만 속은 버뮤다팬츠
- 팬츠 위에 치마 레이어를 더해 편안하면서도 트렌디한 디자인
- 앞에서 보면 치마, 뒤에서 보면 반바지

PRICE

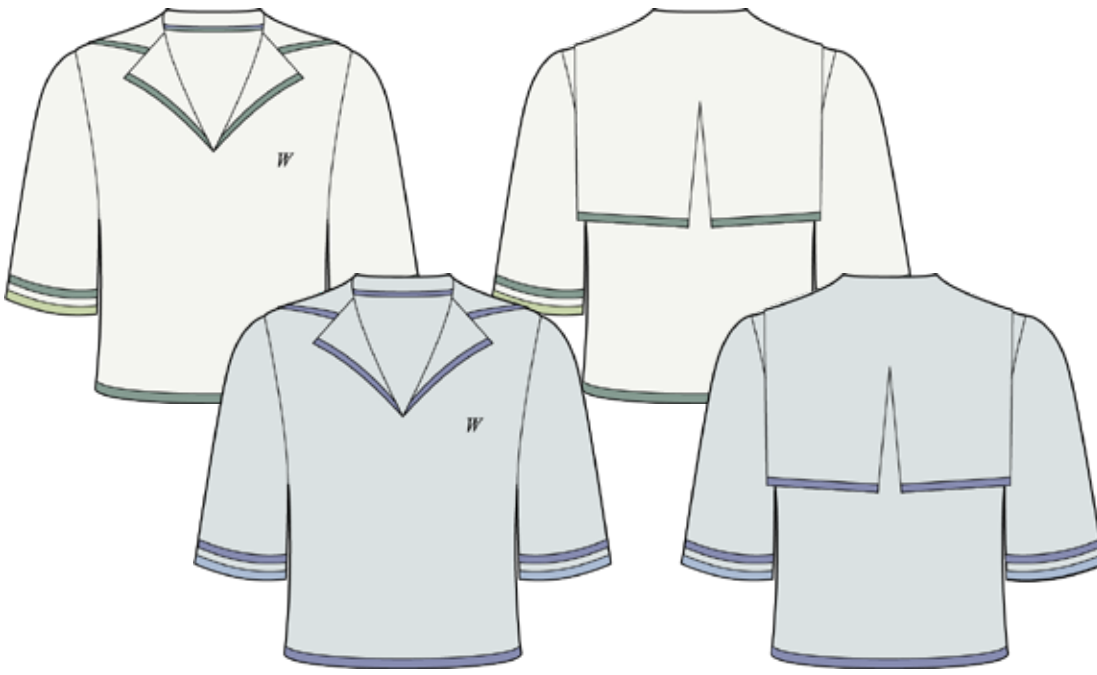
159,000 KRW

3) LINE DEVELOPMENT (final ver.)

W00-02 BIG SAILOR KNIT TOP



COLOR LAYOUT



FABRICS

- A: 95% Organic Cotton + 5% Elastane Single Jersey
- B: 70% Polyester + 30% Cotton

TECHNOLOGY

- 흡습속건 소재
- UV 차단
- 옷이 흐트러지지 않게 지지하는 벤딩
- 향균소취 (세균증식을 억제하여 악취 제거)

UNIQUE FEATURES

차분하고 영한 무드의 카라넥 디테일
- 뒷면에서는 카라가 중앙에서 나뉘어 스윙 시 등 부분의 방해를 최소화

PRICE

129,000 KRW

breeze

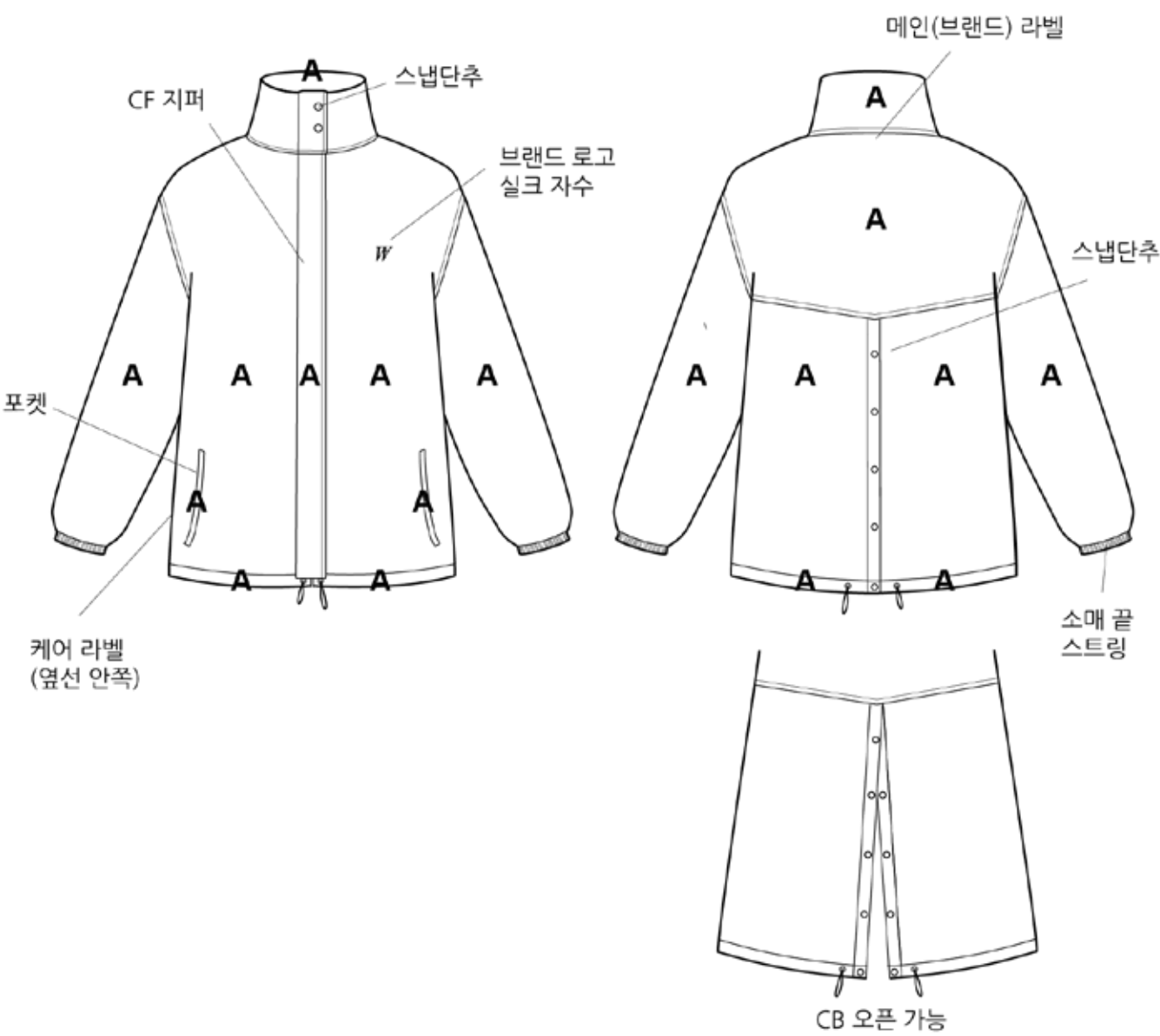
A	B	C
PANTONE® 11-0601 TCX Bright White	PANTONE 5565 C	PANTONE 580 C

lavender

A	B	C
PANTONE 7541 C	PANTONE® 7674 C	PANTONE 651 C

3) LINE DEVELOPMENT (final ver.)

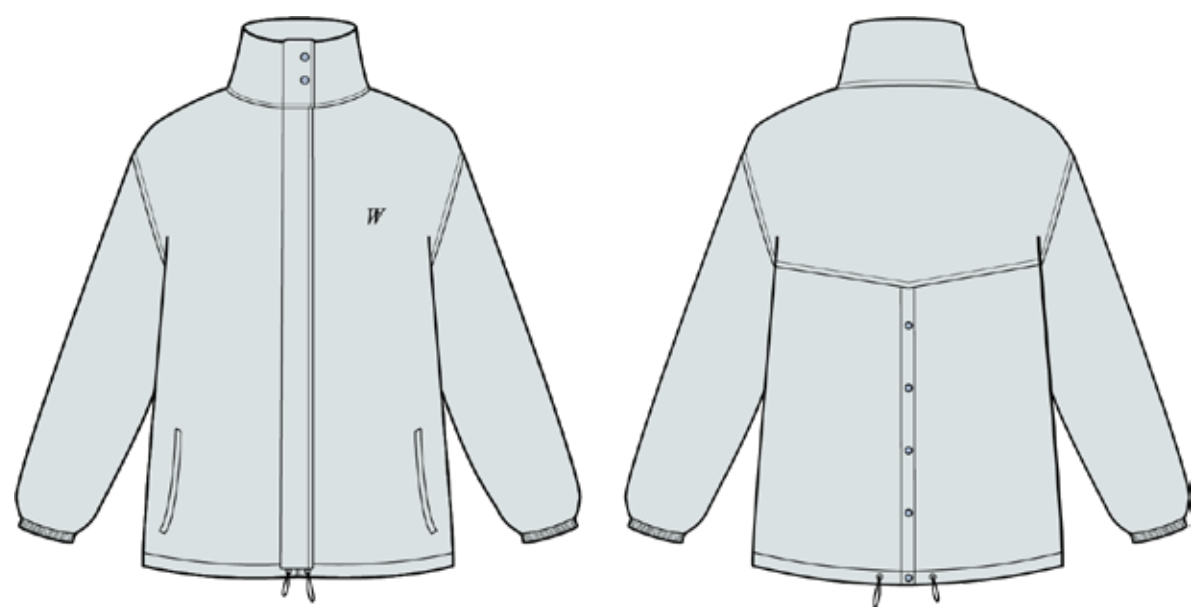
WOO-03 WINGS WIND BREAKER



forest

A	B
PANTONE 7541 C	PANTONE 651 C

COLOR LAYOUT



FABRICS

A: 95% Organic Cotton + 5% Elastane Single Jersey
B: 70% Polyester + 30% Cotton

TECHNOLOGY

- 흡습속건
- 허리부분 매직밴드 (허리 둘레를 조절할 수 있게 하여 활동성 제고)

UNIQUE FEATURES

치마 같아 보이지만 속은 버뮤다팬츠
- 팬츠 위에 치마 레이어를 더해 편안하면서도 트렌디한 디자인
- 앞에서 보면 치마, 뒤에서 보면 반바지

PRICE

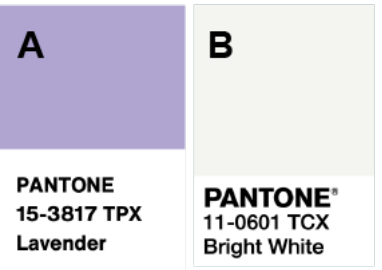
159,000 KRW

3) LINE DEVELOPMENT (final ver.)

WOO-04 EVERYDAY ACTIVE ONEPIECE



lavender



ice



COLOR LAYOUT



FABRICS

A: 95% Organic Cotton + 5% Elastane Single Jersey
B: 70% Polyester + 30% Cotton

TECHNOLOGY

- 흡습속건
- 허리부분 매직밴드 (허리 둘레를 조절할 수 있게 하여 활동성 제고)

UNIQUE FEATURES

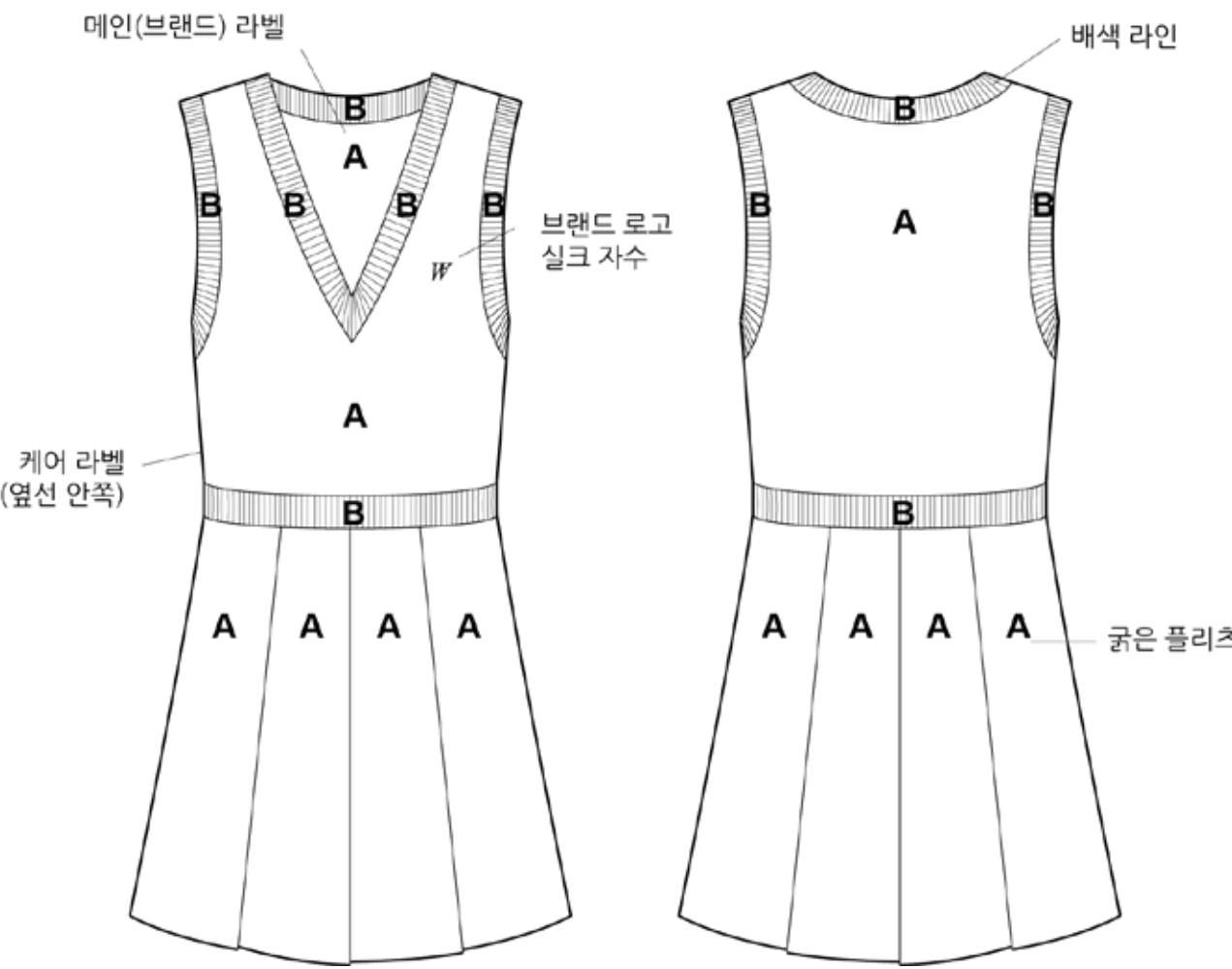
- 치마 같아 보이지만 속은 버뮤다팬츠
- 팬츠 위에 치마 레이어를 더해 편안하면서도 트렌디한 디자인
- 앞에서 보면 치마, 뒤에서 보면 반바지

PRICE

159,000 KRW

3) LINE DEVELOPMENT (final ver.)

W00-05 V KNIT PLEATS ONEPIECE



COLOR LAYOUT



FABRICS

A: 95% Organic Cotton + 5% Elastane Single Jersey
B: 70% Polyester + 30% Cotton

TECHNOLOGY

- 흡습속건
- 허리부분 매직밴드
(허리 둘레를 조절할 수 있게 하여 활동성 제고)

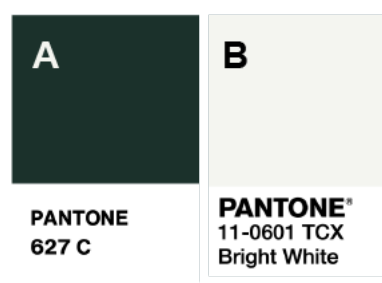
UNIQUE FEATURES

치마 같아 보이지만 속은 버뮤다팬츠
- 팬츠 위에 치마 레이어를 더해 편안하면서도 트렌디한 디자인
- 앞에서 보면 치마, 뒤에서 보면 반바지

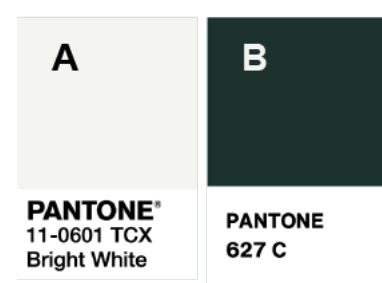
PRICE

159,000 KRW

aroma

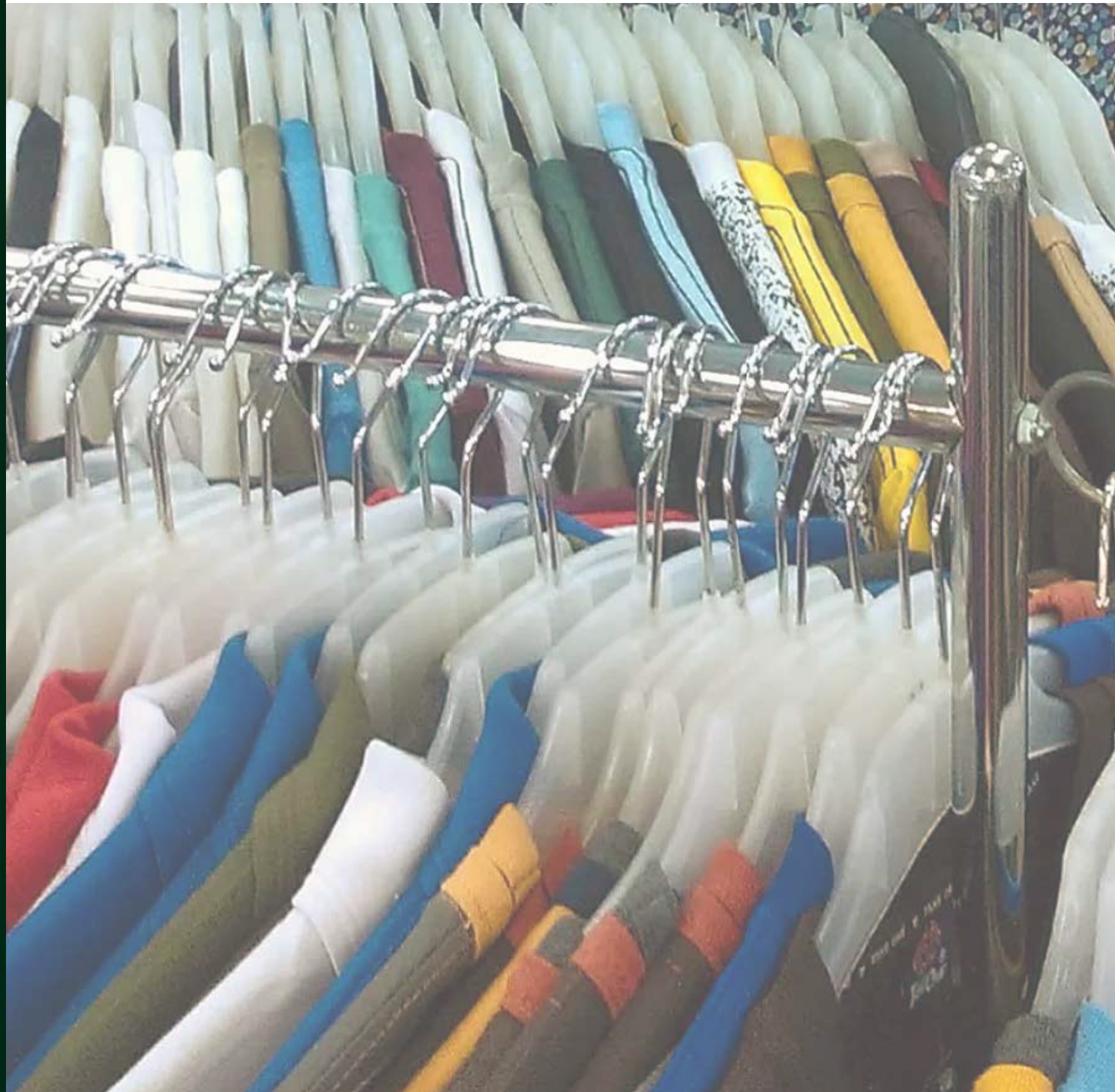


aroma



5-3

Pricing Strategy & Product Costing



W.ANGLE의 브랜드 컨셉과 마케팅으로 미루어 본 주 타겟 소비자층은 젊고 세련된 디자인을 선호하는 20~30대 골퍼들이라고 할 수 있다. 유튜브와 인스타그램, SNS 서포터즈를 운영하는 것도 라운딩/골프웨어 인증샷이나 유행 등 보여지는 것에 민감하고 개성을 추구하는 젊은 골퍼들을 겨냥하여 진행하는 마케팅으로 볼 수 있으며, 김사랑, 김선호, 수영 등 젊은 세대에게 인기있는 연예인을 모델로 하는 것 역시 브랜드의 타겟을 겨냥한 것이라고 할 수 있다. 기존의 상품 가격 역시 라인 별 차이는 존재하지만, 주로 10~30만원 대, 최고가 30만원 대를 넘지 않는, 골프웨어 마켓에서 JDX, 까스텔바작 등의 브랜드와 함께 중저가 브랜드 포지션에 위치해 있었다. 하지만 코로나로 인해 젊은 세대가 대거 유입되고, 스크린골프나 비회원제도 등으로 골프의 진입장벽이 낮아지며 시작된 국내 골프웨어 시장의 성장세에도 불구하고 중저가 브랜드들은 고가 브랜드들의 인기와 신규 브랜드들의 런칭 속에서 맥을 추지 못하고 있다. 따라서 브랜드 이미지와 디자인 등에 대한 고려와 함께 가격 전략이 검토되어야 하는 상황이다.

Strategy 1: Status/Prestige Pricing

높은 마진율을 갖고 고가의 가격 전략으로 럭셔리한 브랜드 이미지와 스타일을 내세우는 Status/Prestige Pricing의 경우 W.ANGLE의 기존 이미지와의 간극으로 인해 그 효과를 보지 못할 것으로 예상된다. 고가 브랜드들이 MZ세대의 호응을 얻고 있는 것은 사실이지만, W.ANGLE은 런칭 초반의 브랜드도 아니며, 로드샵이나 할인점 등에서 쉽게 구매하여 입을 수 있는 캐주얼한 가성비 브랜드라는 인식이 이미 자리잡아 있다. 물론 일부 브랜드의 경우 런칭 수 년 후에도 가격을 높이는 고급화 전략으로 브랜드를 업그레이드 시킨 사례도 많지만 주로 디자이너 브랜드(아더 에러, 앤더 손벨 등)의 경우가 대다수이며, 아웃도어 시장에서는 그 예를 찾기 힘들다. 또한, W.ANGLE의 프리미엄 라인으로 출시되었던 Piretti를 독립적인 브랜드로 런칭함에 따라 회사 입장에서도 럭셔리 전략을 추구하는 것은 어려울 것이라고 판단하였다.

Strategy 2: Market Penetration Pricing

박리다매를 통해 브랜드 인지도와 마켓 점유율을 높인 뒤, 서서히 가격을 올리는 Market penetration pricing 전략의 경우에도 W.ANGLE이 선택하기는 어렵다고 판단하였는데, 이미 충분히 중저가의 가격을 내세우고 있으므로, 그 이상 마진을 줄인다면 큰 히트상품이 탄생하지 않는 이상 매출이 회사 규모를 지탱하지 못할 가능성이 있고, 디자인이 크게 차별화되지 않는다면 브랜드 이미지 역시 원하는 것 이상으로 저렴해질 우려가 있다. 또한, 시장에 새로 진입하는 수준의 브랜드도 아니며, BASIC LINE을 통해 저가 아이템들을 내놓고 있기 때문에 굳이 저가 전략을 취할 필요는 없다고 결론지었다.

Strategy 3: Market Pricing

그래서 선택한 가격 전략은 Market Pricing으로, 현재와 같이 10~30만원 선의 중저가 포지션을 유지하되, 디자인에 변화를 주어서 소비자가 '트렌디한 디자인에도 불구하고 합리적인 가격'이라고 생각하도록 하는 효과를 기대하고자 한다. 이 가격대는 앞서 언급한 JDX, 까스텔바작 등의 기존 중저가 골프웨어 브랜드와 비슷하며, 마르크메크리드 악티프, 클로브 등과 같이 온라인 편집샵에서 인기를 끄는 디자이너 브랜드보다 살짝 높거나 비슷한 수준이다. 따라서 구매력이 크지 않은 젊은 소비자들에게 좋은 접근성을 유지하면서도 보장된 퀄리티와 기능성, 기술력으로 만족스러운 제품으로 어필한다면, 뚜렷한 강세를 보이는 브랜드가 없는 중저가 골프웨어 시장에서 두각을 나타낼 수 있을 것이라고 예상된다. 트렌디한 디자인을 국내에서 개발하되, 지리적으로도 가깝고 노동력이 비교적 저렴한 중국 공장에서 생산하여 L.D.P.를 낮추고, 기존과 같이 50% 정도의 G.P.로 합리적인 가격 책정을 통해, 10만원 안팎의 아이템들을 제안하고자 하였다.

PRODUCT COSTING



W00-01
Comfort Skirt Pants



W00-02
Big Sailor Knit Top



W00-03
W.angle Wings Outer



W00-04
Everyday Active Onepiece



W00-05
V Knit Pleats Onepiece

STYLE#	DESCRIPTION	C/O OR NEW	USA F.O.B POINT	USA FOB	DUTY RATE FOR STYLE	DUTY \$	FREIGHT	L.D.P.
W00-01	Comfort Skirt Pants	New	CHINA	\$11.22	14.90%	\$1.67	\$0.30	\$13.19
W00-02	Big Sailor Knit Top	New	CHINA	\$22.82	32.00%	\$7.62	\$0.25	\$31.69
W00-03	W.angle Wings Outer	New	CHINA	\$23.63	7.10%	\$1.68	\$0.35	\$25.66
W00-05	Everyday Active Onepiece	New	CHINA	\$12.58	16.00%	\$2.01	\$0.25	\$14.84
W00-06	V Knit Pleats Onepiece	New	CHINA	\$30.32	16.00%	\$4.85	\$0.25	\$35.42

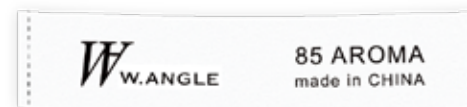
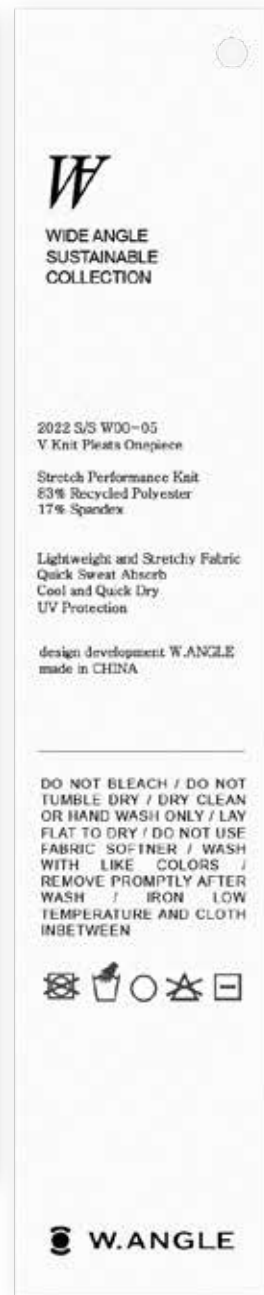
STYLE#	DESCRIPTION	WHOLESALE US \$	G.P.	US FRCST	EXT. WHOLESALE \$	EXT. LDP \$	EXT. G.P. \$
W00-01	Comfort Skirt Pants	\$26.38	50.00%	500	\$13,192	\$6,596	\$6,596
W00-02	Big Sailor Knit Top	\$63.38	50.00%	500	\$31,692	\$15,846	\$15,846
W00-03	W.angle Wings Outer	\$51.32	50.00%	500	\$25.658	\$12,829	\$12,829
W00-05	Everyday Active Onepiece	\$29.69	50.00%	500	\$14,843	\$7,421	\$7,421
W00-06	V Knit Pleats Onepiece	#70.84	50.00%	500	\$35,421	\$17,711	\$17,711

5-4

POP (Point of Purchase)



HANGTAG



LOGO & LABEL

PACKAGING



Appendix

Technical Packages

: Coversheet, Sketch, Stitch, BOM, Measurement
(STYLE #. W00-01 ~ 05)

Product Costing Table

PRODUCT SPECIFICATION

Coversheet

		Style #		W00-001
		Last Updated:		2022.05.19
Style Name:	Comfort Skirt Pants		Sample Size:	85
Gender:	Female		Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)		Developer:	Wagle Wagle
Season:	SS		PLM:	.
Year:	2022		Fit Block	.
Factory:	K2		Line List	.
Country of origin:	Korea		Status:	New

Costing		FOB Price	Date Received	COMMENTS
Target Cost				
Initial Forecast				
Confirmed Price				
Date Confirmed				

Status of Garment

	Author	Proto	Date	Status	Instructions to vendor
Approval 1					
Approval 2					
Approval 3					
Approval 4					
Size Run					
Pre-Production					

Packing Instructions

Barcode on hangtag and garment IP logo must be visible from front of bag.
 Single fold bag toward back and apply one piece of transparent tape.
 Pack one size and color per box. Do not mix purchase orders or styles.
 Left over sizes/samples may be packed in the same box only when separated by paper.
 Box Markings are to be 1" (25mm) and must contain the following:
 Weight not to exceed 35 lbs. 1 - Dash America PO #
 Barcode sticker on outside of box to match contents 2 - Style # 4 - Size
 Please label box "Dash America" 3 - Color # 5 - Quantity
 Barcode labeled 0001 for production and 0008 for samples

PRODUCT SPECIFICATION - Sketches

Style Name: Comfort Skirt Pants

Gender: Female

Size Range: 85 90 95 100 105 (5)

Season: SS

Year: 2022

Style # W00-001

Last updated: 5.19.22

Origin Date: 5.5.22

Size Range: 85 90 95 100 105 (5)

Factory: K2

Country of origin: Korea

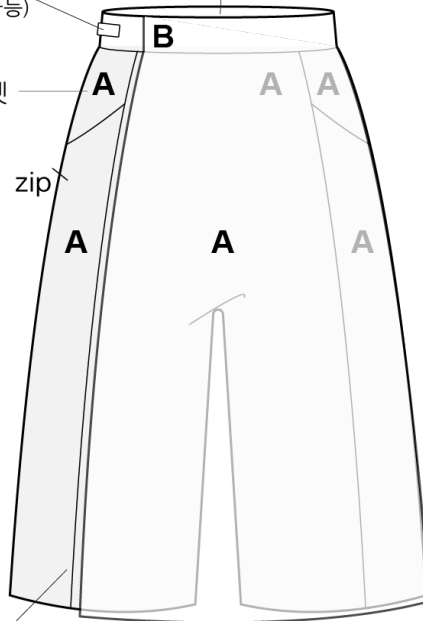


메인(브랜드) 라벨
및 케어 라벨

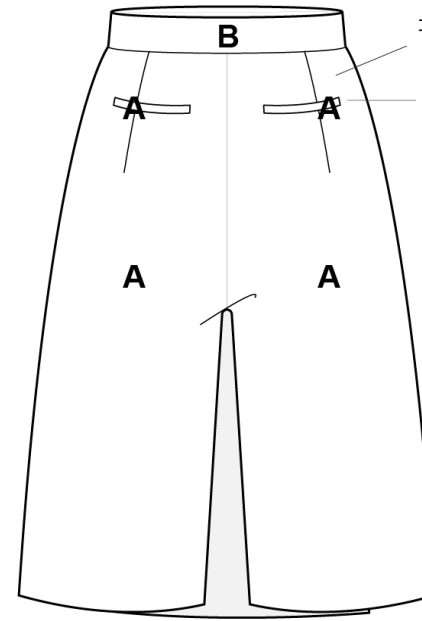
슬라이딩 매직 밴드
(허리둘레 ~4c 조정 가능)

포켓

콘솔지퍼
(주머니와
동일한 봉제선)



플리츠



핀턱

포켓

PRODUCT SPECIFICATION									
					Style # W00-01				
Style Name: Comfort Skirt pants					Last updated: 5.19.22				
Gender: Female					Origin Date: 5.5.22				
Size Range: 85 90 95 100 105 (5)					Size Range: 85 90 95 100 105(5)				
Season: SS					Factory: K2 Korea				
Year: 2022					Country of origin: Korea				

STITCH KEY:								
Stitch key #	Seam Type	ISO #	Seam Allowance In Inches	Seam Allowance In mm	S.P.I.	S.P.mm	Thread Type	Placement/ Special Instructions
#1	3 thread overedge	504	1/4		9		Lock Stitch	바지 옆 솔기 (side seam)
#2	2 Needle 4 Thread Overedge	514	1/4		9		Top Stitch	포켓 안감, 지퍼, 허리 둘레선
#3	2 needle bottom cover stitch	406	1/4		9		Top Stitch	바지 밑단, 주머니, 라벨 달이
#4	lock stitch	301	1/4		9		Lock Stitch	브랜드 라벨, 케어 라벨 달이
#9	Chain Stitch	401	1/4		9		Top Stitch	오비
#10								
#11								
#12								
#13								

* Please note, all woven styles should use core thread on all stitches on entire garment.

General Construction Comments	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

PRODUCT SPECIFICATION - Bill of Materials											
Style Name: Comfort Skirt pants Gender: Female Size Range: 85 90 95 100 105 (5) Season: SS Year: 2022						Style # W00-01 Last updated: 5.19.22 Origin Date: 5.5.22 Size Range: 85 90 95 100 105(5) Factory: K2 Korea Country of origin: Korea				COLORWAY	COLORWAY
MATERIAL	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER/COUNTRY	CONTENT	WIDTH INCHES	PRICE PER YD FOB	DUTY/FREIGHT	YIELD	COST	wind	
1	a	지퍼 덮는 원판, 다리 원판, 치마 원판, 주머니	Manifutra, 독일	95% Organic Cotton, 5% Elastane Single	59인치	\$3.33		1.10	\$3.66	pantone 658C (skyblue)	
2	a	허리 밴드	면혼방 무지블렌딩	천가게, 한국	30%면, 70%폴리	\$1.00		0.20	\$0.20	pantone 651C (cloudy blue)	
3	b	주머니 안감	다우다 안감 폴리 무지 로망스	천가게, 한국	100% 폴리	\$0.80		0.20	\$0.16	pantone 651C (cloudy blue)	
4											
5											
6											
7											
8											
Materials Cost									\$4.02		
TRIM/LABELS/COMPONENTS	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER	SIZE	YLD PER PIECE	UNIT OF MEASURE	PRICE PER U.O.M	PC GMT	COST		
9	Hangtag	제품과 함께 동봉	Clothes Hangtags	weijia, 중국	35mmX85mm	1	1ea	0.01	1	\$0.01	
10	케어라벨	허리밴드 안	나일론크로스 라벨	하늘정보기술, 한국	30mmX20mm	1	1ea	0.08	1	\$0.08	
11	콘솔지퍼	바지 앞판	ykk지퍼 콘솔 5호/CLOSE	ykk, 한국	15cm	1	1ea	1.6	1	\$1.60	
12	실	제봉선	베이직 코아사 재봉실	한국	100m	1	1ea	0.29	1	\$0.29	pantone 651C (deeper skyblue)
13	매직밴드	허리앞선	5316866709	중국	5.1cm	1	1ea	0.22	1	\$0.22	
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
*BOM COMPONENTS ARE SIZE MEDIUM. OTHER SIZES SHOULD GRADE ACCORDINGLY									Total Trim Costs	\$2.20	
									Total BOM Cost:	\$6.22	

PRODUCT SPECIFICATION - Prototype Evaluation

Style Name: Comfort Skirt pants

Gender: Female

Size Range: 85 90 95 100 105 (5)

Season: SS

Year: 2022

Style # W00-01

Last updated: 5.19.22

Origin Date: 5.5.22

Size Range: 85 90 95 100 105 (5)

Factory: K2 Korea

Country of origin: Korea

Evaluation Date

Author

Prototype #

Size Evaluated/Model fit on:

Sample

Approval 1

Approval 2

Approval 3

Approval 4

How to Measure	Tolerance in inches	XS GRADE	SM GRADE	LG GRADE	XL GRADE	XXL GRADE	Original Measurements inches	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Final Apprvd Medium in Inches
Waist Band Depth							1.96												
Waist							14.17				0			0			0		
Hip							17.29				0			0			0		
Leg Opening							11.59				0			0			0		
Thigh							12.41				0			0			0		
Front/Back Rise							11.875				0								
Inside Leg							9.8				0								
Outside Leg (Skirts Layer)							21.65				0								
Width							20.5												
Depth							21.9				0			0			0		

PRODUCT SPECIFICATION

Coversheet

		Style #	W00-02
		Last Updated:	5.19.22
Style Name:	Big Sailor Knit Top	Sample Size:	85
Gender:	Female	Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)	Developer:	Wagle Wagle
Season:	SS	PLM:	.
Year:	2022	Fit Block	.
Factory:	K2	Line List	.
Country of origin:	Korea	Status:	New

Costing		FOB Price	Date Received	COMMENTS
Target Cost				
Initial Forecast				
Confirmed Price				
Date Confirmed				

Status of Garment

	Author	Proto	Date	Status	Instructions to vendor
Approval 1					
Approval 2					
Approval 3					
Approval 4					
Size Run					
Pre-Production					

Packing Instructions

Barcode on hangtag and garment IP logo must be visible from front of bag.
 Single fold bag toward back and apply one piece of transparent tape.
 Pack one size and color per box. Do not mix purchase orders or styles.
 Left over sizes/samples may be packed in the same box only when separated by paper.
 Box Markings are to be 1" (25mm) and must contain the following:
 Weight not to exceed 35 lbs. 1 - Dash America PO #
 Barcode sticker on outside of box to match contents 2 - Style # 4 - Size
 Please label box "Dash America" 3 - Color # 5 - Quantity
 Barcode labeled 0001 for production and 0008 for samples

PRODUCT SPECIFICATION - Sketches

Style Name:	Big Sailor Knit Top
Gender:	Female
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)
Season:	SS
Year:	2022

Style #	W00-02
Last updated:	5.19.22
Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)
Factory:	K2
Country of origin:	Korea



PRODUCT SPECIFICATION			
	Style Name:	Big Sailor Knit Top	Style #: W00-02
	Gender:	Female	Last updated: 5.19.22
	Size Range:	85 90 95 100 105 (5)	Origin Date: 5.5.22
	Season:	SS	Size Range: 85 90 95 100 105(5)
	Year:	2022	Factory: K2 Korea
			Country of origin: Korea

STITCH KEY:								
Stitch key #	Seam Type	ISO #	Seam Allowance In Inches	Seam Allowance In mm	S.P.I.	S.P.mm	Thread Type	Placement/ Special Instructions
#1	Chain Stitch	401	1/4		12		Top Stitch	어깨선 (어깨 솔기), 배색 띠
#3	3 thread overedge	504	1/4		12		Lock Stitch	암홀, 옆선 (side seam), 니트 밀단
#5	Lock stitch	301	1/4		12		Lock Stitch	브랜드 라벨, 케어 라벨 달이
#7	2 needle bottom cover stitch	406	1/4		12		Top Stitch	니트 소매, 넥, 주머니
#11								
#12								
#13								

* Please note, all woven styles should use core thread on all stitches on entire garment.

General Construction Comments	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

PRODUCT SPECIFICATION - Bill of Materials											
Style Name: Big Sailor Knit Top Gender: Female Size Range: 85 90 95 100 105 (5) Season: SS Year: 2022					Style # W00-02 Last updated: 5.19.22 Origin Date: 5.5.22 Size Range: 85 90 95 100 105(5) Factory: K2 Korea Country of origin: Korea						
MATERIAL	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER/COUNTRY	CONTENT	WIDTH INCHES	PER YD FOB	DUTY/FREIGHT	YIELD	COST	breeze	lavender
a	팔, 몸판, 카라	stretch performance knit wicking recycled polyester	Core Fabrics, 중국	83% Recycled Polyester, 17% Spandex	59인치	\$13.00		1.20	\$15.60	pantone 11-0907 (pearled ivory)	pantone 7541c (crystal blue)
b	소매 끝, 카라 끝	stretch performance knit wicking recycled polyester	Core Fabrics, 중국	83% Recycled Polyester, 17% Spandex	59인치	\$13.00		0.10	\$1.30	pantone 580C (light green)	pantone 651C (cloudy blue)
c	소매 끝, 카라 끝	stretch performance knit wicking recycled polyester	Core Fabrics, 중국	83% Recycled Polyester, 17% Spandex	59인치	\$13.00		0.10	\$1.30	pantone 5565C (green smoke)	pantone 7674C (deep lavender)
Materials Cost									\$18.20		
TRIM/LABELS/COMPONENTS	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER	SIZE	YLD PER PIECE	UNIT OF MEASURE	PRICE PER U.O.M.	PC GMT	COST	breeze	lavender
9 Hangtag	제품과 함께 동봉	Clothes Hangtags	weijia, 중국	35mmX85mm	1	1ea	0.01	1	\$0.01		
10 케어라벨	허리라인 안쪽	나일론크로스 라벨	하늘정보기술, 한국	30mmX20mm	1	1ea	0.08	1	\$0.08		
11 실	제봉선	베이직 코아사 재봉실	한국	100m	1	1ea	0.29	1	\$0.29	pantone 11-0907 (pearled ivory)	pantone 7541c (crystal blue)
12 자수실	왼쪽 가슴	자수용 실크실	한국	2m	1	1ea	0.24	1	\$0.24	pantone 580C (light green)	pantone 7541c (crystal blue)
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
*BOM COMPONENTS ARE SIZE MEDIUM. OTHER SIZES SHOULD GRADE ACCORDINGLY									Total Trim Costs	\$0.62	
									Total BOM Cost:	\$18.82	

[illegible]

PRODUCT SPECIFICATION

Coversheet

		Style #	W00-03
		Last Updated:	5.19.22
Style Name:	Wings Wind Breaker	Sample Size:	90
Gender:	Female	Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105(5)	Developer:	Wagle Wagle
Season:	SS	PLM:	
Year:	2022	Fit Block	
Factory:	K2 Korea	Line List	
Country of origin:	Korea	Status:	new

Costing	FOB Price	Date Received	COMMENTS
Target Cost			
Initial Forecast			
Confirmed Price			
Date Confirmed			

Status of Garment

Author	Proto	Date	Status	Instructions to vendor
Approval 1				
Approval 2				
Approval 3				
Approval 4				
Size Run				
Pre-Production				

Packing Instructions

Barcode on hangtag and garment IP logo must be visible from front of bag.
 Single fold bag toward back and apply one piece of transparent tape.
 Pack one size and color per box. Do not mix purchase orders or styles.
 Left over sizes/samples may be packed in the same box only when separated by paper.
 Box Markings are to be 1" (25mm) and must contain the following:

Weight not to exceed 35 lbs.	1 - Dash America PO #
Barcode sticker on outside of box to match contents	2 - Style # 4 - Size
Please label box "Dash America"	3 - Color # 5 - Quantity

Barcode labeled 0001 for production and 0008 for samples

PRODUCT SPECIFICATION - Sketches

Style Name: Wings Wind Breaker

Gender: Female

Size Range: 85 90 95 100 105(5)

Season: SS

Year: 2022

Style # W00-03

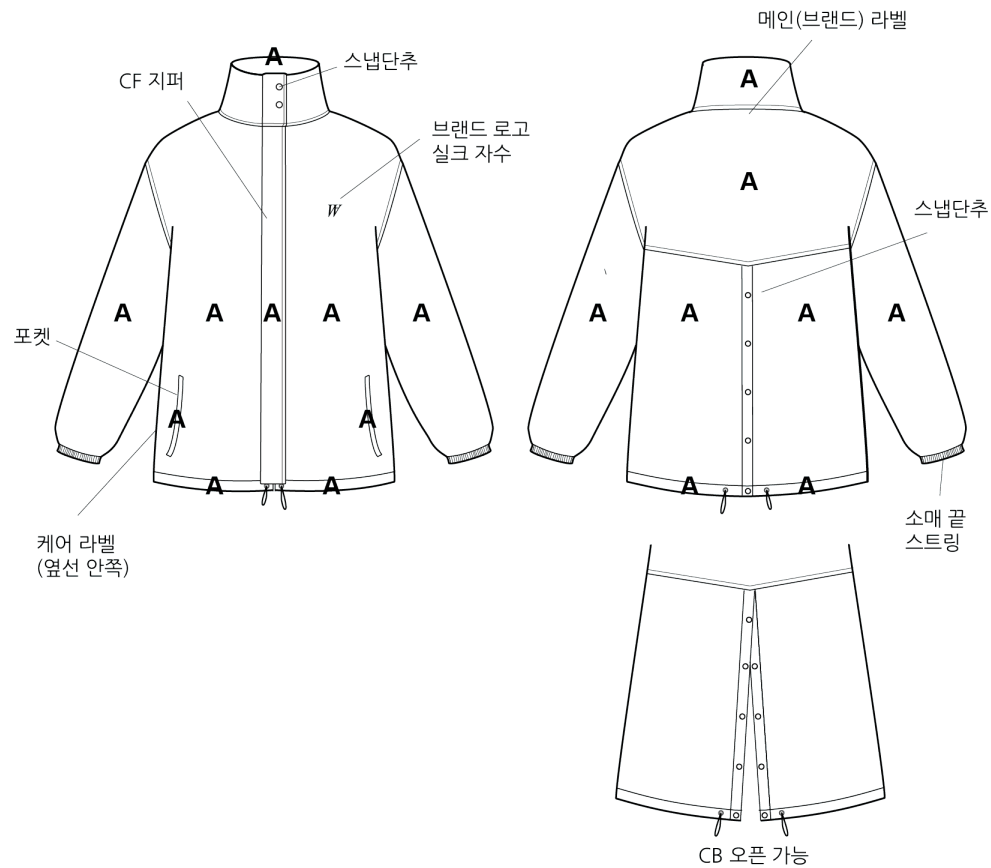
Last updated: 5.19.22

Origin Date: 5.5.22

Size Range: 85 90 95 100 105(5)

Factory: K2 Korea

Country of origin: Korea



PRODUCT SPECIFICATION

Style Name:	Wings Wind Breaker	Style #	W00-03
Gender:	Female	Last updated:	5.19.22
Size Range:	85 90 95 100 105(5)	Origin Date:	5.5.22
Season:	SS	Size Range:	85 90 95 100 105(5)
Year:	2022	Factory:	K2 Korea
		Country of origin:	Korea

STITCH KEY:								
Stitch key #	Seam Type	ISO #	Seam Allowance In Inches	Seam Allowance In mm	S.P.I.	S.P.mm	Thread Type	Placement/ Special Instructions
#1	2 needle Bottom Coverstitch	406		0	12	1	Topstitch thread	목선, 소매끝, 오른쪽 앞중심, 오른쪽 뒷중심, 왼쪽 몸판 끝, 오른쪽 몸판 끝
#2	Lock Stitch	304			28	2	Topstitch thread	암홀, 요크
#3	Lock Stitch	301		0	12		Topstitch thread	크, 오른 주머니, 왼 주머니
#4	Overedge	514	1/4		9		Core	지퍼
#5								
#6								
#7								
#8								
#9								
#10								
#11								
#12								
#13								

* Please note, all woven styles should use core thread on all stitches on entire garment.

General Construction Comments	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

PRODUCT SPECIFICATION - Bill of Materials												
Style Name: Wings Wind Breaker Gender: Female Size Range: 85 90 95 100 105 (5) Season: SS Year: 2022						Style #		W00-03				
						Last updated:		5.19.22				
						Origin Date:		5.5.22				
						Size Range:		85 90 95 100 105(5)				
						Factory:		K2 Korea				
						Country of origin:		Korea		COLORWAY	COLORWAY	
	MATERIAL	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER/COUNTRY	CONTENT	WIDTH INCHES	PRICE PER YD FOB	DUTY/FREIGHT	YIELD	COST	Forest	
1	a	소매, 앞판, 앞중심, 뒷판, 카라	50데니아 메모리 솔리드	이탈리아	100% Nylon	55인치	\$3.80		2.00	\$7.60	pantone 622C (mint)	
2	b	주머니 안감	SCK-1624S	대만	92% Recycled S. CAFE Polyester, 8 % Spanedex	60인치	\$0.02		0.30	\$0.01	pantone 7674 C (cloudy blue)	
3												
4												
5												
6												
7												
8												
Materials Cost										\$7.61		
	TRIM/LABELS/COMPONENTS	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER	SIZE	YLD PER PIECE	UNIT OF MEASURE	PRICE PER U.O.M.	PC GMT	COST	Forest	x
9	Hangtag	제품과 함께 동봉	Clothes Hangtags	weijia, 중국	35mmX85mm	1	1ea	0.01	1	\$0.01		
10	케어라벨	앞판과 뒷판 재봉 만나는 부분	나일론크로스	하늘정보기술, 한국	30mmX20mm	1	1ea	0.08	1	\$0.08		
11	단추	뒷중심	똑딱이 단추	부자재 1번가, 한국	12mm	1	1ea	0.5	12	\$6.00	pantone 7674 C (cloudy blue)	
12	지퍼	앞중심	데드론	한국	40cm	1	1ea	0.9	1	\$0.90	pantone 7674 C (cloudy blue)	
13	실	재봉선	베이직 코아사 재봉실	한국	100m	1	1ea	0.29	1	\$0.29	pantone 622C (mint)	
14	자수실	왼쪽 가슴	자수용 실크실	한국	2m	1	1ea	0.24	1	\$0.24	pantone 7674 C (cloudy blue)	
15	심실링테이프	재봉선	6000418136	중국	20m	1	1ea	1.1	1	\$1.10		
16	스트링	허리 끝	5305705976	한국	36cm	1	1ea	0.15	2	\$0.30		
17	스트링	소매 끝	5305705976	한국	20cm	1	1ea	0.05	2	\$0.10		
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
26												
27												
28												
29												
30												
31												
32												
33												
34												
35												
*BOM COMPONENTS ARE SIZE MEDIUM. OTHER SIZES SHOULD GRADE ACCORDINGLY										Total Trim Costs	\$9.02	
										Total BOM Cost:	\$16.63	

[illegible]

PRODUCT SPECIFICATION

Coversheet

		Style #	W00-04
		Last Updated:	5.19.22
Style Name:	Everyday Active Onepiece	Sample Size:	85
Gender:	Female	Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)	Developer:	Wagle Wagle
Season:	SS	PLM:	
Year:	2022	Fit Block	
Factory:	K2 Korea	Line List	
Country of origin:	Korea	Status:	new

Costing	FOB Price	Date Received	COMMENTS
Target Cost			
Initial Forecast			
Confirmed Price			
Date Confirmed			

Status of Garment

Author	Proto	Date	Status	Instructions to vendor
Approval 1				
Approval 2				
Approval 3				
Approval 4				
Size Run				
Pre-Production				

Packing Instructions

Barcode on hangtag and garment IP logo must be visible from front of bag.
 Single fold bag toward back and apply one piece of transparent tape.
 Pack one size and color per box. Do not mix purchase orders or styles.
 Left over sizes/samples may be packed in the same box only when separated by paper.
 Box Markings are to be 1" (25mm) and must contain the following:

Weight not to exceed 35 lbs.	1 - Dash America PO #
Barcode sticker on outside of box to match contents	2 - Style # 4 - Size
Please label box "Dash America"	3 - Color # 5 - Quantity

Barcode labeled 0001 for production and 0008 for samples

PRODUCT SPECIFICATION - Sketches

Style Name:	Everyday Active Onepiece
Gender:	Female
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)
Season:	SS
Year:	2022

Style #	W00-04
Last updated:	5.19.22
Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105(5)
Factory:	K2 Korea
Country of origin:	Korea



PRODUCT SPECIFICATION

Style Name: Everyday Active Onepiece
 Gender: Female
 Size Range: 85 90 95 100 105 (5)
 Season: SS
 Year: 2022

Style # W00-04
 Last updated: 5.19.22
 Origin Date: 5.5.22
 Size Range: 85 90 95 100 105(5)
 Factory: K2 Korea
 Country of origin: Korea

STITCH KEY:

Stitch key #	Seam Type	ISO #	Seam Allowance In Inches	Seam Allowance In mm	S.P.I.	S.P.mm	Thread Type	Placement/ Special Instructions
#1	SN Lockstitch	301		0	12		Core/Fluff	넥크라인, 암홀, 어깨슬기, 프 린세스라인, 옆슬기, 팬츠의 인심, 칼라 라인, 바지와 원피
#2	Chain Stitch	401	1/4		12		Core	소매와 커프스 연결
#3	1/4" double needle coverstitch	406		0	12	1	Core	바지와 원피스 연결
#4	Overedge	514	1/4		9		Core	지퍼
#5								
#6								
#7								
#8								
#9								
#10								
#11								
#12								
#13								

* Please note, all woven styles should use core thread on all stitches on entire garment.

General Construction Comments

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

PRODUCT SPECIFICATION - Bill of Materials																							
Style Name: Everyday Active Onepiece Gender: Female Size Range: 85 90 95 100 105 (5) Season: SS Year: 2022						Style #		W00-04		COLORWAY		COLORWAY											
						Last updated:		5.19.22															
						Origin Date:		5.5.22															
						Size Range:		85 90 95 100 105(5)															
						Factory:		K2 Korea															
						Country of origin:		Korea															
MATERIAL		PLACEMENT		DESCRIPTION		SUPPLIER/COUNTRY		CONTENT		WIDTH INCHES		PRICE PER YD FOB		DUTY/FREIGHT		YIELD		COST		lavender			
a		몸판, 속바지		SQ-0008		china		63% nylon, 37% poly		63인치		\$3.50				1.25		\$4.38		pantone 15-3817 (lavender)			
b		사이드 라인		SQ-0008		china		63% nylon, 37% poly		63인치		\$3.50				0.35		\$1.23		pantone 11-0907 (pearled ivory)			
										Materials Cost		\$5.60											
TRIM/LABELS/COMPONENTS		PLACEMENT		DESCRIPTION		SUPPLIER		SIZE		YLD PER PIECE		UNIT OF MEASURE		PRICE PER U.O.M.		PC GMT		COST		lavender			
Hangtag		제품과 함께 동봉		Clothes Hangtags		weijia, 중국		35mmX85mm		1		1ea		0.01		1		\$0.01					
케어라벨		허리 안쪽		나일론크로스 라벨		하늘정보기술, 한국		30mmX20mm		1		1ea		0.08		1		\$0.08					
콘솔지퍼		뒷판 중심		ykk지퍼 콘솔 5호/CLOSE		ykk, 한국		20cm		1		1ea		1.6		1		\$1.60					
실		제봉선		베이직 코아사 재봉실		한국		100m		1		1ea		0.29		1		\$0.29		pantone 15-3817 (lavender)			
</																							

PRODUCT SPECIFICATION - Prototype Evaluation

Style Name: Everyday Active Onepiece Gender: Female Size Range: 85 90 95 100 105 (5) Season: SS Year: 2022										Style #: W00-04 Last updated: 5.19.22 Origin Date: 5.5.22 Size Range: 85 90 95 100 105 (5) Factory: K2 Korea Country of origin: Korea												
Evaluation Date: _____ Author: _____ Prototype #: _____ Size Evaluated/Model fit on: _____ Sample: _____										Approval 1 Approval 2 Approval 3 Approval 4												
How to Measure	Tolerance in inches	XS GRADE	SM GRADE	LG GRADE	XL GRADE	XXL GRADE	Original Measurements inches	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Meas:	Diff:	Revised	Final Apprvd Medium in Inches
Chest							16 1/8				0			0			0		0			
Waist							13 3/8				0			0			0		0			
Hip							14 3/8				0			0			0		0			
Hem							34 3/8				0			0			0		0			
Front Collar Width at Shoulder							7 7/8				0			0			0		0			
Back Collar Width							3 1/8				0			0			0		0			
Sleeve Over Arm							22 5/6				0			0			0		0			
Armhole Curved							8 3/8				0			0			0		0			
Bicep							6 1/2				0			0			0		0			
Cuff/Sleeve Opening							3 1/8				0			0			0		0			
Cuff Depth							1				0			0			0		0			
Across Front							14 1/8				0			0			0		0			
Across Back							14 3/4				0			0			0		0			
Back Neck Width							6 3/16				0			0			0		0			
Front Neck Drop							5 1/2				0			0			0		0			
Back Neck Drop							1				0			0			0		0			
Front Length							30				0			0			0		0			
Centre Back Length							29				0			0			0		0			
(Pants)											0			0			0		0			
Waist							13 3/8				0			0			0		0			
Hip							13 7/8				0			0			0		0			
Leg Opening							9 1/2				0			0			0		0			
Thigh							10 5/8				0			0			0		0			
Front/Back Rise							9 7/8				0											
Inside Leg							9 1/2				0											
Outside Leg							17				0			0			0		0			

PRODUCT SPECIFICATION

Coversheet

		Style #	W00-05
		Last Updated:	5.19.22
Style Name:	V Knit Pleats Onepiece	Sample Size:	85
Gender:	Female	Origin Date:	5.5.22
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)	Developer:	Wagle Wagle
Season:	SS	PLM:	
Year:	2022	Fit Block	
Factory:	K2 Korea	Line List	
Country of origin:	Korea	Status:	

Costing	FOB Price	Date Received	COMMENTS
Target Cost			
Initial Forecast			
Confirmed Price			
Date Confirmed			

Status of Garment

Author	Proto	Date	Status	Instructions to vendor
Approval 1				
Approval 2				
Approval 3				
Approval 4				
Size Run				
Pre-Production				

Packing Instructions

Barcode on hangtag and garment IP logo must be visible from front of bag.
 Single fold bag toward back and apply one piece of transparent tape.
 Pack one size and color per box. Do not mix purchase orders or styles.
 Left over sizes/samples may be packed in the same box only when separated by paper.
 Box Markings are to be 1" (25mm) and must contain the following:

Weight not to exceed 35 lbs.	1 - Dash America PO #
Barcode sticker on outside of box to match contents	2 - Style # 4 - Size
Please label box "Dash America"	3 - Color # 5 - Quantity

Barcode labeled 0001 for production and 0008 for samples

PRODUCT SPECIFICATION - Sketches

Style Name: V Knit Pleats Onepiece

Gender: Female

Size Range: 85 90 95 100 105 (5)

Season: SS

Year: 2022

Style # W00-05

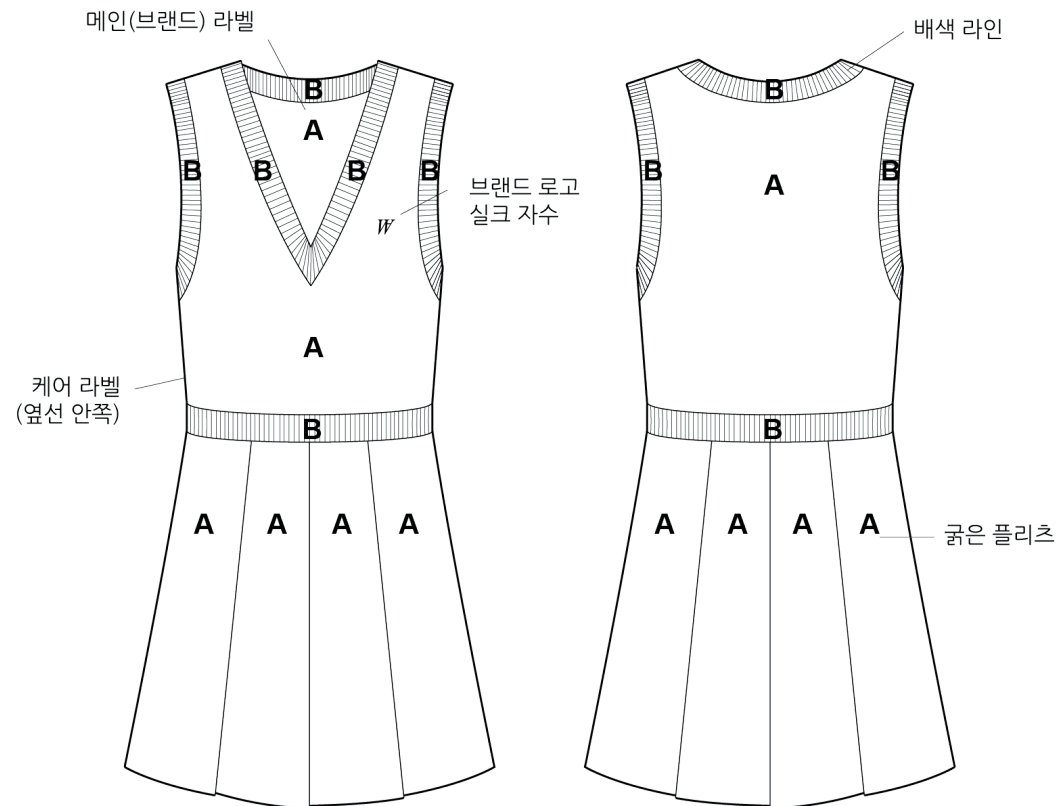
Last updated: 5.19.22

Origin Date: 5.5.22

Size Range: 85 90 95 100 105(5)

Factory: K2 Korea

Country of origin: Korea



PRODUCT SPECIFICATION

Style Name:	V Knit Pleats Onepiece	Style #	W00-05
Gender:	Female	Last updated:	5.19.22
Size Range:	85 90 95 100 105 (5)	Origin Date:	5.5.22
Season:	SS	Size Range:	85 90 95 100 105(5)
Year:	2022	Factory:	K2 Korea
		Country of origin:	Korea

STITCH KEY:								
Stitch key #	Seam Type	ISO #	Seam Allowance In Inches	Seam Allowance In mm	S.P.I.	S.P.mm	Thread Type	Placement/ Special Instructions
#1	Chain Stitch	401	1/4		12		Core	넥라인, 암홀, 허리, 어깨솔기, 옆솔기
#2	1/8" double needle coverstitch	406	0	0	12	1	Core	밑단
#3	Bartack	304			28	2	Core	플리즈
#4								
#5								
#6								
#7								
#8								
#9								
#10								
#11								
#12								
#13								

* Please note, all woven styles should use core thread on all stitches on entire garment.

General Construction Comments	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

PRODUCT SPECIFICATION - Bill of Materials													
								Style #	W00-05				
								Last updated:	5.19.22				
								Origin Date:	5.5.22				
								Size Range:	85 90 95 100 105 110 (6)				
	Season:	SS		Size Range:	85 90 95 100 105(5)								
	Year:	2022		Factory:	K2 Korea								
						Country of origin:		Korea		COLORWAY	COLORWAY		
	MATERIAL	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER/COUNTRY	CONTENT	WIDTH INCHES	PRICE PER YD FOB	DUTY/FREIGHT	YIELD	COST	Aroma	Aroma	
1	a	몸판	Stretch Performance Knit Wicking Recycled Polyester	china	83% Recycled Polyester, 17% Spandex	59인치	\$13.00		1.50	\$19.50	pantone 627c	pantone 663c	
2	b	v넥, 암홀, 허리밴드 배색 라인	Stretch Performance Knit Wicking Recycled Polyester	china	83% Recycled Polyester, 18% Spandex	59인치	\$13.00		0.40	\$5.20	pantone 663c	pantone 627c	
3													
4													
5													
6													
7													
8													
Materials Cost										\$24.70			
	TRIM/LABELS/COMPONENTS	PLACEMENT	DESCRIPTION	SUPPLIER	SIZE	YLD PER PIECE	UNIT OF MEASURE	PRICE PER U.O.M.	PC GMT	COST	Aroma		
9	hangtags	제품과 함께 동봉	Clothes Hangtags	weijia, 중국	35mmX85mm	1	1ea	0.01	1	\$0.01			
10	케어라벨	허리 안쪽	나일론크로스	하늘정보기술, 한국	30mmX20mm	1	1ea	0.08	1	\$0.08			
11	실	제봉선	베이지 코아사	한국	100m	1	1ea	0.29	1	\$0.29	pantone 627c	pantone 663c	
12	자수실	왼쪽 가슴	자수용 실크실	한국	2m	1	1ea	0.24	1	\$0.24	pantone 663c	pantone 627c	
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													
20													
21													
22													
23													
24													
25													
26													
27													
28													
29													
30													
31													
32													
33													
34													
35													
*BOM COMPONENTS ARE SIZE MEDIUM. OTHER SIZES SHOULD GRADE ACCORDINGLY										Total Trim Costs	\$0.62		
										Total BOM Cost:	\$25.32		

PRODUCT SPECIFICATION - Prototype Evaluation									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Style Name	V Knit Pleats Onepiece
Gender	Female
Size Range	85 90 95 100 105 (5)
Season	SS
Year	2022

W00-05

5.19.22

5.5.22

85	90	95	100	105	(5)
----	----	----	-----	-----	-----

K2 Korea

Korea

--

--	--

--	--

--	--

Approval 1

Approval 2

Approval 3

Approval 4

	Tolerance in Inches	XS GR AD E	SM GR AD E	LG GR AD E	XL GR AD E	XXL GR AD E	Original Measurements inches		Diff:	Revised		Meas:	Diff:	Revised		Meas:	Diff:	Revised		Meas:	Diff:	Revised		Meas:	Diff:	Revised		Final Apprvd Medium in Inches
Chest							16 1/2		-16 1/2				0					0				0				0		
Waist							17 1/8		-17 1/8				0					0				0				0		
High Hip							18 3/8		-18 3/8				0					0				0				0		
Hem							22 1/2		-22 1/2				0					0				0				0		
Shoulder Seam							5 1/4		-5 1/4				0					0				0				0		
Armhole Straight							9		-9				0					0				0				0		
Across Front							14 1/3		-14 1/3				0					0				0				0		
Across Back							15		-15				0					0				0				0		
Back Neck Width							8 7/8		-8 7/8				0					0				0				0		
Front Neck Drop							8 1/8		-8 1/8				0					0				0				0		
Back Neck Drop							2		-2				0					0				0				0		
Front Length							34 3/8		-34 3/8				0					0				0				0		
Centre Back Length							32 1/3		-32 1/3				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		
									0				0					0				0				0		

Costing

Style #	Description	C/O or New	USA F.O.B POINT	USA FOB (BOM+ 5- 7 ½)	DUTY RATE FOR STYLE	DUTY \$	FREIGHT	L.D.P.
001	Comfort Skirt Pants	New	CHINA	\$11.22	14.90%	\$1.67	\$0.30	\$13.19
002	Big Sailor Knit Top	New	CHINA	\$23.82	32.00%	\$7.62	\$0.25	\$31.69
003	Wings Wind Breaker	New	CHINA	\$23.63	7.10%	\$1.68	\$0.35	\$25.66
004	Active Everyday OnePiece	New	CHINA	\$12.58	16.00%	\$2.01	\$0.25	\$14.84
005	V knit Pleats OnePiece	New	CHINA	\$30.32	16.00%	\$4.85	\$0.25	\$35.42

Style #	Description	WHOLESALE E U.S. \$	G.P.	US FRCST	EXT. WHOLESALE \$	EXT. LDP \$	EXT. G.P. \$
001	Comfort Skirt Pants	\$26.38	50.00%	500	\$13,191.78	\$6,595.89	\$6,595.89
002	Big Sailor Knit Top	\$63.38	50.00%	500	\$31,692.40	\$15,846.20	\$15,846.20
003	Wings Wind Breaker	\$51.32	50.00%	500	\$25,657.73	\$12,828.87	\$12,828.87
004	Active Everyday OnePiece	\$29.69	50.00%	500	\$14,842.80	\$7,421.40	\$7,421.40
005	V knit Pleats OnePiece	\$70.84	50.00%	500	\$35,421.20	\$17,710.60	\$17,710.60

