

중국 패션 잡화 시장 진출을 위한  
동물 캐릭터 기반의 가방 디자인 연구  
-디즈니 애니메이션 '이상한 나라의 앨리스' 에 등장하는  
고양이 캐릭터를 중심으로-

A Study on the Animal Character-Based Bag Design for the Entry of  
Chinese Fashion miscellaneous goods market  
-Focused on cat character in the Disney animation  
'Alice in Wonderland'-

주저자

스쥘엔 Shi, Juan

단국대학교 패션디자인학과 석사과정 Dankook University  
shjuan993529@naver.com

교신저자

김 현 주 Kim, Hyun-joo

단국대학교 패션디자인학과 부교수 Associate Professor of Dankook University  
hyunjookim@dankook.ac.kr

공동저자

윤 지 영 Youn, Ji-young

단국대학교 패션디자인학과 초빙교수 Visiting Professor of Dankook University  
1201youn@hanmail.net

투고일	2019.07.20	심사일	2019.10.25	게재확정일	2019.10.28
-----	------------	-----	------------	-------	------------

## 목 차

### 1. 서론

- 1.1. 연구의 배경 및 목적
- 1.2. 연구의 범위 및 방법

### 2. 캐릭터에 관한 고찰

- 2.1. 캐릭터의 정의와 기원, 산업화
- 2.2. 중국의 캐릭터 디자인 시장

### 3. 가방 디자인에 나타난 동물 캐릭터 디자인 특성

- 3.1. 중국 캐릭터 사례 분석
- 3.2. 해외 캐릭터 사례 분석

### 4. 동물 캐릭터를 적용한 가방 디자인 개발

- 4.1. 가방 디자인 방법 및 소재
- 4.2. 디자인 및 일러스트레이션
- 4.3. 실물 제작

### 5. 결론

### 참고문헌

### Keyword

중국 패션 잡화 시장, 가방 디자인, 캐릭터, 동물 캐릭터, 이상한 나라의 앨리스, 고양이 캐릭터

Chinese fashion goods market, Bag design, Character, Animal character, Alice in Wonderland Cat Character

## Abstract

In the modern fashion industry, characters are very actively applied to a variety of items as well as characters appearing in animations and cartoons, and are gaining popularity among people for their unique humorous friendliness. Today's character industry has been derived from a variety of fashion products through this OSMU strategy, and gradually developed into an independent industry field. Among them, animals are actively applied in the modern fashion industry, and the design applying animal characters gives the public visual pleasure. In this context, the researcher wants to proceed with the design and manufacture of bags using animal characters. Currently, the most popular characters in China are overwhelmingly the characters of Disney's animated series. This study aims to study the design of high value-added bags in the fashion industry using Disney's animal characters. Theoretical consideration of the character was focused on the book, and the definition and origin of the character, and then based on the OSMU strategy, we looked at the current status of the character market in China and overseas markets. To this end, the expression characteristics of the design were applied to the design by analyzing the bag and collection image cases using animal characters in modern fashion announced in the last three years. The researcher simplified and reinterpreted characters under the theme of "Cheshire Cat," a cat in "Alice in Wonderland," and introduced them into the design of a bag. A total of four cat character handbag designs were presented and one of them was made from a real bag. Developed through the above production process, the work emphasized the characteristics of the mouth and eyes among the 'Alice in Wonderland' cat expressions, inspired by various designs with the originality, individuality, fun and affinity of the image.

## 논문요약

애니메이션이나 만화에 등장하는 캐릭터는 현대 패션 산업의 다양한 품목에 활발히 적용되고 있으며

특유의 유머러스한 친근감으로 사람들에서 인기를 얻고 있다.

오늘날 캐릭터 산업은 OSMU 전략을 통해 다양한 패션 제품으로 파생되어 점차 독립적인 산업 분야로 발전하게 되었다. 이 중 동물 캐릭터는 현대 패션 산업에서 활발하게 응용되고 있으며, 대중들에게 시각적 즐거움과 유희적 감성을 준다. 이와 같은 맥락에서 본 연구자는 동물 캐릭터를 활용한 가방 디자인과 제작을 진행하고자 한다. 현재 중국 내에서 가장 인기가 많은 캐릭터는 디즈니(Disney)의 애니메이션 시리즈의 캐릭터들이 가히 압도적이다. 이에 본 연구는 디즈니사의 동물 캐릭터를 활용하여 패션 산업에서 고부가가치를 얻을 수 있는 가방 디자인을 연구하고자 하는데 그 목적이 있다. 본 연구의 방법은 이론적 고찰을 통한 디자인과 작품 제작 과정으로 진행되었다. 캐릭터에 관한 이론적 고찰은 단행본을 중심으로 캐릭터의 정의와 기원에 대하여 살펴보았으며, 다음으로 현재 중국과 해외의 캐릭터 시장 현황을 살펴보았다. 이를 위해 최근 3년 간 발표된 현대 패션에서 동물 캐릭터를 활용한 가방과 컬렉션 이미지 사례를 중심으로 분석하여 도출한 특성을 디자인에 적용하였다. 작품 디자인은 '이상한 나라의 앨리스'에 등장하는 고양이 '체서 캣'을 주제로 캐릭터를 단순화 및 재해석하여 가방 디자인에 도입하였다. 그 결과, 총 4개의 고양이 캐릭터 핸드백 디자인을 제시하였으며, 그 중에 1개를 실물 가방으로 제작하였다. 위의 과정을 통하여 개발된 캐릭터 가방 작품은 '이상한 나라의 앨리스' 고양이 표정 중 입과 눈의 특징을 강조하여 이미지의 독창성과 개성, 재미와 친화성을 부여하고자 하였다. 이와 같은 동물 캐릭터의 활용은 대중에게 친숙함과 함께 디자인의 창의적 모티브 역할을 하였으며, 향후 패션 산업 분야에 폭넓게 적용되기를 바라는 바이다.

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경 및 목적

오늘날 현대 패션 산업에서 캐릭터는 다양한 품목에 매우 활발히 적용되고 있다. 그 중에서 동물 이미지는 고대부터 현재까지 예술 표현에 있어 주요한 영감의 원천 중 하나이다. 예로부터 동물은 자연과 생명에 대한 디자이너의 주관적인 해석과 감정 표현을 전달하고 있으며, 작고 앙증맞은 곤충이나 사나운 짐승들은 디자이너들에게 무한한 창작 영감을 주었다. 이처럼 동물은 캐릭터 차원에서 활용 범위가 넓고,

생동감 넘치는 개성과 재미가 더해져 현대 패션 산업에서도 활발히 적용되고 있으며, 대중들에게 유희적 감성과 시각적 즐거움과 준다. 최근 3년간의 디자인 분야 캐릭터 관련 선행 연구들을 살펴보면 아래의 [표 1]과 같다.

[표 1] 최근 3년 간 각 분야에 관련된 캐릭터 관련 선행연구

분야	주 제	키워드
제품 디자인	임소희, 이경현 (2017). Fancy제품의 아동구매행동과 동물캐릭터 디자인 선호도 연구	팬시브랜드, 동물캐릭터
텍스타 일디자인	장소영(2018). 민화 속 고양이를 활용한 텍스타일 디자인 개발	민화, 고양이, 텍스타일 디자인
공간 디자인	이태은(2018). 캐릭터를 활용한 유아놀이 체험관 전시디자인 구축에 관한 연구	캐릭터, 체험관, 유아 놀이터
시각 디자인	양서(2018). 도시브랜드의 상징캐릭터 디자인 비교연구	도시브랜드, 상징캐릭터
공공 디자인	오은석, 석수선(2018). 공공미술로서 증강현실 캐릭터 UI 디자인 연구	증강현실, 유저 인터페이스디자인
교육 디자인	문정유, 임춘배(2017). 캐릭터 설정을 활용한 캐릭터 디자인교육 프로그램 개발 연구	캐릭터 디자인, 창의력
패션 디자인	김선영(2010). 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형과 특성	만화와 애니메이션, 캐릭터, 유희성
	권수진 외 4인(2017). 패션브랜드의 캐릭터 콜라보레이션 효과	패션브랜드, 캐릭터, 콜라보

제품디자인과 시각디자인에서는 캐릭터 선호도와 비교분석에 따른 기초연구가 대두되고 있었다. 그리고 텍스타일 디자인과 공간디자인에서는 캐릭터의 직접적인 활용에 따른 작품연구가 주로 이루어졌다. 이처럼 각 디자인 분야별로 캐릭터 관련 다양한 연구가 진행되고 있는 것에 비해, 패션디자인 분야에서는 김선영(2010년)의 '현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형과 특성' 연구, 권수진 외 4인(2017년)의 '패션브랜드의 캐릭터 콜라보레이션 효과에 관한 연구'가 유일하다. 하지만 이 연구들은 캐릭터 유형과 특성 및 효과 등의 이론적 연구에 치중되어진 바 본 연구처럼 캐릭터의 실질적 활용을 통한 토털 패션디자인 작품 연구는 현재 미비한 실정이다. 따라서 본 연구는 디자인 분야에서 캐릭터의 상품 가치를 인지하고 대중에게 감성적으로 친숙함을 전제

로 한 디즈니 동물 캐릭터 활용의 토털 패션 가방 디자인과 작품 제작 진행을 목적으로 한다.

현재 중국의 캐릭터 시장은 매년 20% 이상씩 증가하고 있다. 2016년 중국의 캐릭터 소비 총액은 약 3000억 위안(CNY)인데, 이 중에서 청소년 인구가 4억 명 남짓으로 소비를 주도하고 있다.<sup>1)</sup> 이처럼 중국 소비자들의 소비 관념이 급속도로 바뀌고 있는데, 특히 해외 캐릭터에 대한 관심과 선호도가 급증하는 추세이다. 또한 중국 패션 시장이 지닌 가장 큰 잠재력이라 할 수 있는 거대한 소비시장의 규모로 인해 세계의 글로벌 기업들이 중국의 캐릭터 시장을 주목하고 있으며, 이에 발맞추어 중국 패션 산업은 큰 폭으로 성장하고 있다. 반면, 중국은 캐릭터 디자인 산업의 대응이 다소 늦었기 때문에 현재 중국 시장의 대부분은 해외 캐릭터가 차지하고 있는 것이 현실이다. 특히 현재 중국 생산업체의 대다수는 가공형 기업으로 디자인의 원천성이 높지 않다. 패션 산업의 경우에는 국외의 캐릭터를 그대로 사용하는 것에 편중되어 있다. 이와 같은 상황에서 현재 중국 내에서 가장 인기가 많은 캐릭터는 압도적으로 디즈니(Disney)의 애니메이션 시리즈의 캐릭터들이다.

이에 본 연구는 중국 내 패션 캐릭터 실정에 입각하여 디즈니사의 동물 캐릭터를 다각도로 활용한 고부가가치형 패션 가방 디자인을 연구하고자 하는데 그 의의가 있다.

## 1.2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 캐릭터에 관한 이론적 고찰을 통해 중국에서 발표된 디즈니 애니메이션 중에서 관객 동원 면에서 가장 크게 흥행한<sup>2)</sup> '이상한 나라의 앨리스' 영화의 동물 캐릭터를 연구 대상으로 선정하여 가방 디자인과 작품제작을 진행하였다. 디즈니사의 애니메이션인 '이상한 나라의 앨리스' 풍부한 상상력과 대담한 창의력을 바탕으로 각종 동물 캐릭터를 새롭고 유머러스한 방식으로 풀어내었다. 이에 본 연구

1) 장효파, 김기수. (2016). 한국 캐릭터산업의 중국시장 진출 방안에 관한 연구, 기초조형학연구, 17(6), p.517.

2) 연구자주: 자세한 흥행 내역은 본 연구의 2.2 중국 캐릭터 시장에서 서술함

작품의 모티브는 디즈니 애니메이션 '이상한 나라의 앨리스'에 등장하는 고양이인 '체셔 캣 (Cheshire cat:이하 체셔 캣)'의 캐릭터를 중심으로 잡화 디자인에 적용하는 디자인 프로세스를 기술하고자 한다. 이를 위해 진행된 연구 절차는 다음과 같다.

먼저, '현대패션에서 캐릭터를 활용한 사례'와 '동물 캐릭터 개발', '가방 디자인' 관련한 국내·외의 선행연구를 중심으로 문헌 연구를 진행하였다. 다음으로 단행본을 중심으로 캐릭터의 정의와 기원에 대하여 살펴보았으며, OSMU 전략을 토대로 현재 중국과 해외 시장에서의 캐릭터 시장 현황을 파악하였다. 또한, 브랜드 홈페이지, 웹사이트 (<http://www.vogue.com.cn/fashion/>)를 통해 중국과 해외에서 발표된, 현대패션에서 동물 캐릭터가 활용된 가방 이미지 사례를 중심으로 수집 정리하였다. 분석을 위한 자료 범위는 최근 3년간(2017년 S/S-2019년S/S) 발표된 동물 가방으로 제한하였다. 다음으로, 해당 디자인의 이미지 활용 범위와 표현 방법 및 특성 등을 분석하였다. 마지막으로 상기의 분석 내용과 그 결과를 디자인에 적용하여 '이상한 나라의 앨리스' 영화 중에 '체셔 캣'의 캐릭터를 단순화 및 재해석하며 가방 디자인에 도입하였다. 이를 고양이 캐릭터를 다양한 각도로 드로잉하여 모티브 디자인을 하였고, 총 4개의 고양이 캐릭터 핸드백 디자인을 제시하였으며, 그 중 1개를 실물 가방으로 제작하였다.

## 2. 캐릭터에 관한 고찰

### 2.1. 캐릭터의 정의와 기원, 산업화

캐릭터 의미는 사전적으로 캐릭터는 소설, 만화, 영화, 애니메이션, 컴퓨터, 게임 등 가공의 작품에 나오는 특징, 성격, 인격, 특성, 특질, 신분, 평판, 명성, 유명한 사람, 등장인물 등을 말하며,<sup>3)</sup> 이들 개념을 의인화, 추상화해 만든 것을 캐릭터라고 한다.

'캐릭터(Character)' 명칭의 기원은 1953년 미국의 월트 디즈니사가 머천다이징 계약에서 애니메이션 주인공을 가리켜 환상적인 캐릭터(fanciful character)라고 명명한 이후부터 유

3) 김정대. (2003). 캐릭터의 유형분류에 관한 연구, 기초조형학 연구, 4(2), p.201.

래 되었다.<sup>4)</sup> 캐릭터 산업은 캐릭터를 중심으로 애니메이션, 만화를 주된 표현으로 하는 형태를 말한다. 또한, 이를 확장시켜 애니메이션, 만화책, 신문, 영화, TV, 게임을 비롯하여 각종 산업군의 제품에 캐릭터를 접목시켜 상품성을 극대화 시킨 제품을 개발하고 이를 제조해 부가가치를 창출하는 산업을 의미한다. 캐릭터는 현대 시장경제에서 상품이 갖는 가치와 사용가치를 보여준다. 사회가 점점 변화함에 따라 캐릭터가 일반 상품과 다른 점은 캐릭터의 사용가치가 사람들의 정신적 욕구를 더 많이 충족시킨다는 것이다. 이러한 정서를 충족시키는 분야를 중심으로 새로운 시장이 형성되는 계기가 발생하였다.<sup>5)</sup>

캐릭터 비즈니스는 TV, 애니메이션, 만화에서 인기 있는 주인공을 캐릭터로 다양한 상품 판매 전략을 구사하였다. 하지만 시장경제가 발전하면서 주도권이 기업에서 소비자에게로 넘어가고 있으며, 이것은 캐릭터 산업의 시장 변화에 큰 영향을 미치고 있다. 현대 소비자들은 제품에 품질 이상의 부가가치를 중시하는 경향이 나오기 시작했다. 현재 캐릭터 산업의 다양한 방식으로 원 소스 멀티 유즈 (One Source Multi Use: 이하 OSMU) 전략이 부가가치를 극대화하는 추세이다. OSMU는 말 그대로 하나의 아이디어를 다양한 경로로 사용하여 소비되는 제품에 캐릭터를 사용함으로써 수익의 다양화를 꾀하고 제품 판매를 촉진하는 것이다.<sup>6)</sup> 캐릭터 산업은 이 OSMU 전략을 통해 문구용품, 장난감, 게임, 놀이터, 영화, 애니메이션, 팬시 상품, 패션 등으로 파생되어 전 세계 사람들에게 사랑을 받고 있으며 점점 독립적인 산업 분야로 발전하게 되었다.

## 2.2. 중국의 캐릭터 디자인 시장

중국에서의 캐릭터 산업은 공론화된 시기가 짧기 때문에 개념 자체가 불명확하다. 중국에서 말하는 캐릭터의 가장 일반적인 개념은 카툰

(卡通)으로 애니메이션과 만화 등으로부터 파생된 상품을 의미한다. 즉 캐릭터는 독립 산업 분야라기보다 '라이선싱을 통한 머천다이징' 정도로 이해되고 있으며, 특히 애니메이션 산업의 일환으로 보고 있다.<sup>7)</sup> 이와 같은 캐릭터 산업이 최근 들어 급성장하고 있으며 이를 바탕으로 중국 정부는 2017년에 애니메이션 산업 발전에 관한 정책 문서를 출시하였고, 이 중에 캐릭터 산업에 대한 지원을 강화할 것이라고 발표한 바 있다. 또한, 중국에서는 애니메이션, 만화 등의 단어를 포함하여 지칭하는 '동만(動漫)'이라는 신조어가 탄생하였다. 이에 애니메이션과 만화 등으로 파생한 OSMU 관련 산업은 '동만산업(動漫産業)'으로 통칭되며, 캐릭터 산업은 애니메이션 산업의 파생된 상품 개발과 함께 급성장 중이다.

캐릭터가 지속적으로 인기를 얻으려면 고유하고 매력적인 디자인도 중요하지만 독특한 생명력, 즉 캐릭터의 성격과 스토리도 뒷받침 되어야 한다. 세계적으로 가장 유명한 캐릭터라고 할 수 있는 월트 디즈니의 캐릭터 '미키마우스(Mickey Mouse)'는 쥐 모습을 한 만화 주인공으로 1928년 선보인 이래 특유의 익살스러우면서도 유머러스한 친근함을 바탕으로 한 개성 있는 미키마우스의 친구들과의 조합으로 중국에서 큰 인기를 얻고 있다. 미키마우스와 관련한 캐릭터 상품뿐만 아니라 미키마우스 전시 체험관, 테마파크, 오프라인 및 온라인 매장 등 그 파생 상품이나 체험활동이 기하급수적으로 늘어나고 있다<그림 1>.

앞서 언급한 바와 같이, 현재 중국은 4억이 넘는 청소년층 소비시장을 보유하고 있다. 반면, 캐릭터 산업은 지금까지 큰 성장곡선을 이루지 못한 산업으로 분류되고 있다. 2007년에 베이징, 상하이, 소주, 세 도시의 청소년을 대상으로 한 캐릭터 문화 소비와 관련된 조사에 의하면, 14세~ 30세까지의 대부분 인구가 만화를 즐겨 보는 것으로 나타났다. 하지만 이중에 90% 이상의 청소년들은 미국과 일본의 만화를 선호하는 것으로 나타났다.<sup>8)</sup>

4) 이정희, 최문희. (2009). 중국 애니메이션 역사를 중심으로 한 중국 캐릭터의 특징에 대한 연구, 디지털디자인학연구, 한국디지털디자인협회, 9(1), p.91.

5) 문경숙. (2001). 캐릭터 비즈니스의 실제와 캐릭터 패션 마케팅 현황연구, 건국대학교 대학원 석사학위 논문, p.20.

6) 강취정, 김정숙. (2010). '뿌까' 캐릭터를 이용한 티셔츠 디자인 연구, 한국패션디자인학회지, 10(4), p.3.

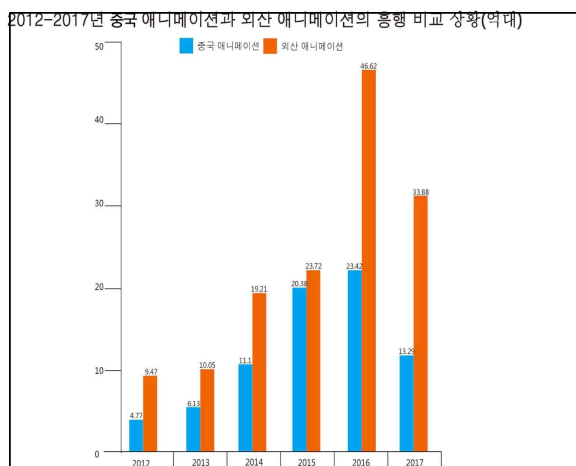
7) 이정희, 최문희. (2009). 위의 논문, p.92.

8) 강취정, 김정숙. (2010). 위의 논문, p.4.



<그림 1> 미키마우스의 산업화  
(출처 : www.baidu.com)

최근 <그림 2>에 의하면 2017년에 애니메이션 전체 흥행액은 47억 1700만 위안으로 2016년보다 22억8700만 위안 줄어 전년 대비 32.7% 감소했다. 이 중에 중국 애니메이션은 13억2900만 위안으로 전체 박스오피스의 28%에 불과한 반면, 수입 애니메이션은 33억 8800만 위안으로 72%를 차지했다.<sup>9)</sup>



<그림 2> 중국 애니메이션과 외산 애니메이션의 흥행 비교  
(출처: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1607486539677961160&wfr=spider&for=pc>)

이렇게 중국 내에서는 중국 자체 캐릭터보다는

9) 중국중상산업연구원. (2018). 2018-2023년 중국애니메이션산업시장 전망 연구보고서.

해외 캐릭터가 상대적으로 큰 인기를 끌고 있다. 이러한 중국 캐릭터 산업의 약점은 캐릭터 창출 능력이 부족하고 캐릭터를 상품으로 연결하는 마케팅 능력이 부족하다는 점이다. 결과적으로 중국 캐릭터 산업은 미국과 한국, 일본 등 해외 캐릭터가 대부분 시장을 차지하고 있음을 알 수 있다. 중국에 진출한 해외 캐릭터 중에 대표적인 한국 캐릭터로는 뽀로로 (Pororo), 뽀까(Pucca), 마시마로 (MashiMaro), 채수 없는 꿈 (Backkom), 라인 프렌즈(Line Friends), 카카오 프렌즈 (KaKao Friends) 등이 있다. 1999년에 태어난 마시마로는 국제 시장에 진출한 최초의 한국 캐릭터이다. 2000년 중국의 보파지주회사와 계약을 체결하고 중국 시장에 본격적으로 진출 마시마로는 여러 개의 비즈니스 분야를 창출해 왔으며 2012년 마시마로 의복은 온라인에서 5000만 위안(약 1억 5000만원)의 매출을 올렸다.<sup>10)</sup> 해당 한국 캐릭터들은 중국에서 인지도를 꾸준히 높여 미키마우스(Mickey Mouse)와 비슷한 수준의 인지도를 구축하였다. 또한, 마시마로는 중국 내에서 온라인 종합 마케팅을 통한 캐릭터 비즈니스 측면에서 상당한 성공을 거두어 시장 점유율이 점차 높아지고 있다.

한편, 미국 애니메이션 산업에서 가장 대표적인 디즈니는 1978년부터 중국에 진출한 지 40년이 되었고, 방송, 애니메이션, 영화, 음악, 테마파크, 레저시설, 오락 활동 등의 산업으로 확장되었다. 지난 40년 동안 디즈니는 중국을 중요한 타겟으로 삼았으며, 2년 연속 50억 위안 이상의 매출을 올린 할리우드 영화사가 되었다. 특히, 디즈니의 수많은 판타지 애니메이션 영화 중 2010년에 개봉한 '이상한 나라의 앨리스 I'은 전 세계에서 10억 달러, 중국에서 박스오피스에서 2억2000만 위안을 벌어들였다. 2016년에 디즈니가 6년 만에 내놓은 '이상한 나라의 앨리스 II'는 중국에서 박스오피스 1위를 차지하고 중국에서 개봉 나흘 만에 2억 위안을 벌어들여 디즈니 영화 최고 흥행 기록을 세웠다. 디즈니사에서 중국 영화시장을 매

10) 중국 바이두 사이트: <http://www.baidu.com/>. 자료검색일 : 2019.4.15.

우 중요시하면서 중국에서의 디즈니 소비재 사업도 급속한 발전을 하였다. 디즈니의 라이선스 비즈니스는 2016년에 중국 애니메이션 전체 시장 점유율의 절반을 차지하였다. 그리고 그 소비액은 지난 1년 동안 33% 증가하였다. 이와 같은 점유율과 수치를 통해 디즈니 캐릭터의 활용을 통한 디자인은 중국 내 패션 소비 시장에 많은 영향력을 미칠 것으로 예상할 수 있다.

### 3. 가방 디자인에 나타난 동물 캐릭터 디자인 특성

캐릭터의 소재로 가장 많이 사용되는 소재는 바로 인물, 동물, 그리고 동물을 기반으로 한 가상의 생명체이다. 동물들은 인간에게 매우 친밀한 느낌을 주며 그 종류도 다양하다. 이러한 동물은 캐릭터화 하기 위해 인간과 같은 사고력과 표정을 갖는 의인화 작업이 필요하다.<sup>11)</sup>

#### 3.1. 중국 캐릭터 사례 분석

오늘날 중국의 여러 브랜드는 동물 캐릭터가 널리 활용되고 있어서 상업적·문화적인 효과를 가지며 강력한 자연 문화 전달 수단으로 표현되고 있다. 동물 캐릭터는 감성과 패션의 유행 포인트로 작용하며 브랜드의 대표성을 띄기도 하는 등 점차 영향력이 큰 디자인 요소로 자리 잡고 있다. 특히 패션 산업 전반에 걸쳐 액세서리와 잡화 시장이 확대되고 있으며, 이 중 동물 캐릭터를 활용한 다양한 디자인이 지속적으로 출시되고 있다.

대표적인 중국 가방 브랜드의 웹사이트에서 살펴본 동물 캐릭터를 활용한 대표적인 가방 디자인과 그 표현 특징은 다음의 <표 2>와 같다. [표 2]는 주요 가방 브랜드에 사용된 동물 캐릭터와 그 활용 방법, 디자인 경향을 파악하기 위해, 최근 3년간의 (2017년-2019년) 브랜드 홈페이지와 웹사이트의 제품을 조사하여 체계화 한 것이다. 그 구체적인 설명은 다음과 같다.

[표 2] 중국 캐릭터 브랜드별 시즌 아이템

브랜드 및 특징	최근 3년 간 (2017년~2019년 시즌)		
키리 키리			
	·오랑우탄 캐릭터를 불박 처리하여 가방의 전체적인 포인트를 줌	·고치 캐릭터의 외부 구조를 적용한 입체물 위주의 디자인	·독특한 셀 컷팅을 사용하여 입체 조형물과도 같은 가방 디자인
아다모 3D가방 오리진나			
	·고양이의 전체 형상을 그대로 가방의 실루엣과 디테일에 그대로 적용	·고양이의 눈과 코 주변의 아기자기한 모습을 화려한 디테일을 사용하여 캐릭터를 이용	·강아지 전체 형상과 이목구비를 그대로 활용하여 3D 입체 조형작업 위주로 디자인
에미니 하우스			
	·동화적인 분위기가 가방의 전체적인 포인트를 줌	·고양이 캐릭터를 강조하여 포인트를 줌	·동물의 신체를 중점적으로 부각시키고 러서리한 패턴을 사용함
그레이스 기프트			
	·미니마우스 캐릭터를 입체 엠보 기법으로 가방에 적용	·미키마우스의 머리 형상을 사용하여 입체 조형을 위주로 디자인	·미키마우스의 머리 형상을 버클의 형태에 적용하여 디자인

동물 캐릭터가 접목된 브랜드인 중국의 '키리 키리(KiliKili)'는 오리진날 디자인 브랜드로서 자연 속의 곤충을 가방 디자인에 완벽하게 녹여 동물의 형태가 조형적으로 돋보이는 제품을 출시하였다. 또한 '아다모 3D 가방 오리진날(Adamo 3D Bag Original)'은 친환경과 동물 애호 이념으로 2011년에 창립되어, 몰딩 방식과 입체 자수를 결합한 3D 입체 컨셉으로 지갑과 클러치를 선보였다. 에미니 하우스(Emini

11) 장효파, 김기수. (2016). 위의 논문, p.518.

House)'는 미네가 2005년 설립한 구미 모던 빈티지 스타일을 앞세운 신예 여성 가방 브랜드로 중국의 가장 큰 규모의 쇼핑몰 채널인 타오바오에서 고급 핸드백의 선두 주자로 랭킹되고 있다. 2012년 알리바바에서 '글로벌 10대 온라인 브랜드'로 선정될 정도로 대중들에게 인기가 높다. 에미니 하우스의 가방 디자인에서는 동물의 형상을 그대로 프린트하거나, 주요 부분을 단순화한 것을 패치워크하고, 혹은 동물의 형상을 하드웨어(잠금장식)의 형태에 적용하여 표현하였다. 또 다른 사례인 '그레이스 기프트(Grace gift)'는 중국의 유명 여성 연예인 '서약호(徐若瑄)'를 모델로 하는 대만 브랜드이다. 디자인은 주로 디즈니 캐릭터를 단순화하게 적용하여 귀여운 느낌을 준다. 이 브랜드는 2015년과 2016년에 각각 가수 '린 요가안(林珈安)', 왕홍 '한나(漢娜)'와 합작하여 디즈니와 함께 '미치', '미네', '셴테공주', '엘리스' 등의 주제로 콜라보레이션 제품을 출시하였다. '미치', '미네' 형상의 라인을 따서 엠보 불박처리하고, 미키마우스의 머리 모양을 과장하거나 강조하여 가방의 형태에 입체적으로 적용, 혹은 동물의 형상을 간소화로 하여 버클의 형태에 적용하여 디자인하였다. 상기에 예시처럼 동물 캐릭터는 개성 있는 표현 수법과 참신한 디자인으로 상품의 이미지를 브랜드가 지향하는 가치 전달의 매개체로 사용하고 있으며, 각 브랜드의 아이덴티티에 맞게 동물 캐릭터를 다양하게 활용하고 있음을 알 수 있었다.

### 3.2. 해외 캐릭터 사례 분석

동물 캐릭터는 해외 브랜드의 잡화 컬렉션에서도 꾸준히 나타나고 있는 주제로, 시즌별로 각 브랜드만의 독특한 컨셉과 표현 기법을 반영한다. 본 연구에서는 웹사이트(<http://www.vogue.com.cn/fashion/>)를 통해 최근 3년간의 (2017년 - 2019년) 밀라노, 파리, 런던 3대 컬렉션에서 동물이 활용된 잡화 디자인을 총 60개 추출하여 살펴보고, 이 중 대표적인 제품을 [표 3]에서 세분화하였다.

[표 3] 브랜드별 컬렉션에서 나타난 시즌별 아이템

시즌 및 브랜드	특징	사례 이미지	
2017년 구찌 S/S 밀라노	·여우 머리 모양의 빈티지 메탈 버클을 사용하여 고급스럽고 예술적인 느낌을 부여함		
2017년 구찌 F/W 밀라노	·호랑이에 천사의 날개를 단 그래픽을 가방에 프린트하여 생생하게 표현하고, 호랑이의 얼굴을 버클장식으로 활용		
2017년 발렌티노 F/W 파리	·동물 머리 모양을 입체적으로 가방 자체의 전체 형태로 표현하여, 고대의 예술 조각품과 같은 느낌을 줌		
2018년 안야 히드 마지 S/S 런던	·프린트 공법으로 고양이를 가방 디자인에 표현하여 생동감 있는 느낌을 부여		
2018년 로에베 S/S 파리	·여러 동물의 형상을 가방 패턴에 접목시켜, 입체조형물과도 같은 느낌을 주는 귀여운 가방을 표현함		
2018년 아이그너 F/W 밀라노	·동물얼굴을 그래픽으로 단순화 시키고 이를 패치워크와 본딩의 방식으로 표현하여 모던하면서도 강한 느낌을 부여		
2019년 샘 브라우니 F/W 파리	·강아지 형태의 입체적이면서도 귀여운 느낌의 핸드백을 표현		

먼저, 동물 캐릭터가 접목된 컬렉션인 해외 브랜드의 '구찌(Gucci)'는 2015년 1월 디자이너 알렉산드로 미켈레(Alessandro Michele)가 새로운 크리에이티브 디렉터를 맡으면서, 기존의 더블 G로 대표되던 클래식한 디자인에서 벗어나기 위하여 브랜드에 독특한 스타일을 불어넣고 패션의 새로운 이미지를 디자인하였다. 재

창조의 특징적인 부분은 자수, 꽃 패턴, 동물 이미지 등을 가미하여 새로운 활력을 주입한 것이다. 구찌의 2017년 S/S, F/W 컬렉션에서 나타난 가방은 동물을 주제로 미스터리하고 상상력이 넘치는 신비로운 느낌의 동화적 감성과 빈티지한 스타일로 표현하였다. 엠보, 3D 프린팅, 패치와 자수 등의 방법으로 동물 전체의 형태를 활용하여 'GG Marmon', 'GUCCI SYLVIE', 'Dionysus GG'의 3대 로고를 전개하며, 구찌 가방 컬렉션의 새로운 길을 열었다.

다음으로, '발렌티노(Valentino)'는 2017년 F/W 컬렉션에서, 독특한 동물 머리 모양을 예술품처럼 정교하게 입체적으로 표현하여 럭셔리한 메탈릭 재질과 함께 빈티지 가공을 적용하였다. 이는 발렌티노 특유의 이탈리아의 수공예 기법과 현대적인 미적 감각을 조화시켜 탄생한 가방 디자인이라고 볼 수 있다.

'안야 히드마지(Anya Hindmarch)'는 영국에서 가장 유명한 핸드백 디자이너로 2006년과 2007년 두 차례에 걸쳐 '글래머(Glamour)' 매거진에서 올해의 디자이너로 선정된 바 있다. '안야 히드마지'는 2018년 S/S 컬렉션에서 파스텔톤의 캐주얼한 가방에 고양이의 다양한 모습을 생생하게 프린트하여 표현하였다.

'로위(Loewe)'는 1846년에 창립된 스페인의 럭셔리 잡화 브랜드이다. 크리에이티브 디렉터인 조나단 앤더슨(Jonathan Anderson)은 로위의 2018년 S/S 컬렉션에서 코끼리 등 동물의 귀여운 모습을 가방 패턴 디자인에 응용하여 다양한 소재의 입체적인 가방을 디자인하였다. 또한, 해당 시즌 로위 가방의 특징은, 동물의 형상을 가방 패턴으로 풀어내어 전체 형상에 적용하였다는 점과 기본적으로 가죽 위에 다양한 소재를 접목하여 시리즈로 전개하였다는 점이 특징적이다.

'아이그너(AIGNER)'는 2018년 F/W 컬렉션에서 동물의 얼굴을 그래픽으로 단순화시키고, 이를 패치워크와 본딩, 펀칭의 방식으로 클래식 가방에 적용하였고, 강렬한 색의 대비를 통해서 아이그너 특유의 모던하면서도 강한 느낌을 연출하였다.

한편 톰 브라운(Thom Browne)은 2019년 F/W 컬렉션에서 동물 형태를 그대로 재현한 입체적인 핸드백을 선보였는데, 소비자들에게

동심을 자극하며 큰 호응을 얻었다.

이렇게 동물 캐릭터는 매 시즌 해외 컬렉션과 중국 브랜드에서 다양하게 선보이고 있으며, 각종 표현 기법과 기술 발전이 활발히 이루어지고 있다.








앞서 동물을 활용한 가방 디자인 사례를 분석한 결과, 디자인 표현 특성은 크게 부분 활용과 전체의 활용, 그리고 평면적 활용과 입체적 활용으로 나눌 수 있었으며, 그 내용을 정리한 것은 다음의 [표 4], [표 5]와 같다.

[표 4] 동물 이미지 활용 범위

활용 범위 특성	
부분 활용	 <p>그림과 같이 동물의 일정 부위만 활용하는 것으로, 해당 동물에서 디자이너가 강조하고 싶은 특징적인 부위의 확대를 인하여 강렬한 느낌을 줄 수 있다.</p>
전체 활용	 <p>동물을 전체 가방 형태에 활용하는 것으로 가방의 형태를 보다 더 생생하고 특별하게 표현할 수 있다.</p>

다음 [표 5]에서는 평면적 활용과 입체적 활용에서 주로 사용된 기법을 정리하였다. 먼저 평면적 활용에서는 일반 날염 프린팅, 디지털 프린팅, 엠보 등의 기법을 찾아볼 수 있었으며, 입체적 활용에서는 조형적인 간소화법, 과장된 강조법, 3D 입체 기법 등이 주요하게 활용되는 것을 알 수 있었다.

[표 5] 동물 이미지 표현 방식 및 특성

	이미지	방식 및 특성
평면적 표현		날염 프린팅: 날염 프린팅을 통해 짧은 시간에 대량을 찍어낼 수 있으며, 단순하지만 강렬한 시각적 효과를 줌
		디지털 프린팅: 디지털 프린팅을 통한 실사 프린팅으로 마치 진짜 동물이 살아있는 듯한 3D 시각 효과를 줌
		엠보: 일정한 압력에 의해 가죽의 표면에 선명한 부조 효과를 나타내는 엠보 기법을 통해 가방에 입체적 느낌을 증대시킴
		패치워크: 다양한 모양의 가죽이나 그 외의 소재를 배합하여 다양하고 예술적인 패턴을 조합해 낼 수 있다.
입체적 표현		조형 간소화 법: 동물의 형태를 고도로 단순화하여 중요한 부분만을 남겨 활용함
		· 과장 강조법: 동물의 어떤 부분을 두드러지게 표현하면서 나머지를 약화함. 이를 통해 표현하고자 하는 특징을 더욱 뚜렷하게 함
		3D 입체 기법: 동물 형태를 3D 입체로 표현하며, 이에 특별한 소재를 적용함으로써 구조적이면서도 예술적인 특징을 지님

#### 4. 동물 캐릭터를 적용한 가방 디자인 개발

##### 4.1. 가방 디자인 방법 및 소재

앞서 이론적 배경에서 동물 캐릭터 활용의 가능성과 그 산업적 성장 가능성을 살펴보았다. 또한 최근 3년 동안 발표된 동물 캐릭터를 활용한 가방과 컬렉션 이미지 사례를 수집하여 이미지 활용 범위와 표현 방법 및 특성 등을 분석한 후에 유의한 결과를 디자인에 적용하였다. 이에 본 연구는 최근 급상승하고 있는 중국 캐릭터 패션 잡화 시장 진출을 목적으로, 디즈니 애니메이션 중에서 중국 박스오피스 1위를 차지한 '이상한 나라의 앨리스' 애니메이션 영화의 동물 캐릭터를 단순화 및 재해석하여 가방 디자인에 도입하고, 이를 실물로 제작하는 프로세스를 제안하고자 한다.

본 연구의 작품에서 주요 활용한 발상과 제작 기법은, 부분과 전면 활용기법, 과장 강조법, 패치워크이다. 가방 디자인은 크게 두 종류로 구분하였다. 먼저, 핸드백의 바디 디자인에 고양이

양이 형태를 전면적으로 활용한 디자인과 고양이 캐릭터의 일부를 활용한 디자인이다.

캐릭터 개발 순서는 다음과 같다. 먼저 캐릭터와 관련한 이론적 배경을 수집한 후, 디자인의 모티브가 되는 영화인 '이상한 나라의 앨리스'에 등장하는 '채셔 캣'의 형태와 특성을 파악하고 단순화하였다. 특히 '채셔 캣'의 표정 중 입과 눈의 특징을 강조하여 이미지의 독창성과 개성, 재미와 친화성을 부여하고자 하였다. 또한, 가방의 주재료는 가죽을 사용하였는데, 딱딱한 PU 가죽과 부드러운 스웨이드를 혼합 사용하였고, 골드메탈 장식과 원뿔형 스테드 등의 재료를 혼합하여 다양한 미적 효과를 시도하였다. 가방의 형태는 생산성과 기본 단가를 고려하여 T자형과 L자형, U자형을 기본으로 디자인하였다.

##### 4.2. 디자인 및 일러스트레이션

작품 1 : 본 작품에서는 부분 활용 기법을 적용하여 특징적인 부위를 중점적으로 강렬한 느낌을 주도록 디자인 하였다. 이에 '이상한 나라에 앨리스' 영화에 등장하는 '채셔 캣'의 오관 중에서 독특한 귀, 코, 입을 단순화 하여 표현하였고 [표 6], 이를 T자형 쇼퍼백 전면 디자인에 적용하였다<그림 3>. 특히 디지털 프린팅을 통해 평면 효과의 단순한 입 모양은 강렬한 시각적 효과를 주도록 유도하였다.

[표 6] 고양이 캐릭터 디자인 과정 - 귀, 코, 입 사용

고양이 캐릭터	사용 부분
	
정면	측, 후면
	

<그림 3> T자형 쇼퍼백에 적용한 고양이 귀, 코, 입 표현

**작품 2 :** 본 작품에서는 앞의 작품 1과 같이 '이상한 나라에 엘리스' 영화에 등장하는 '채서 캣'의 오관 중에서 독특한 눈, 코, 입을 단순화하여 표현하였다. 이 중 눈과 입 모양은 패치워크와 본딩의 방식으로 표현하여 모던하면서도 강한 느낌을 부여하였다. [표 7] 기본 T자형에 바닥 부분을 원통 형태로 응용하였으며, 가방 뚜껑 부분에 '채서 캣'의 눈, 코, 입을 배열하여 디자인을 진행하였다<그림 4>. 특히 도금 잠금 장식이 코로 인식될 수 있게 하여 변화를 꾀하였다.

[표 7] 고양이 캐릭터 디자인 과정 - 눈, 코, 입 사용

고양이 캐릭터	사용 부분
	

정면	후면
	

<그림 4> T자형 핸드백에 적용한 고양이 눈, 코, 입 표현

**작품 3 :** 본 작품은 '이상한 나라의 엘리스' 영화에 등장하는 '채서 캣'의 귀, 눈, 입을 단순화하고, 이 중 귀 모양을 과장 강조법으로 입체적으로 디자인하여 눈과 입 모양을 강조였고, 패치워크 기법을 도입하고자 평면적인 디자인하였다. 또한 생산성을 고려하여 L자형 패턴으로 전개하였다 <그림 5>.

[표 8] 고양이 캐릭터 디자인 과정 - 귀, 눈, 입 사용

고양이 캐릭터	사용 부분
	

정면	측,후면
	

<그림 5> L자형 핸드백에 적용한 고양이 귀, 눈, 입 표현

**작품 4 :** 본 작품의 영감은 '이상한 나라에 엘리스'의 '채서 캣'의 눈과 입, 얼굴 모양을 단순화하여 그래픽적인 느낌으로 표현하였고[표 9], 이를 생산성을 고려한 U자형 패턴의 핸드백 디자인에 활용하였다<그림 6>. 이 중 디자인은 부분 활용 기법을 적용하며, 특히 눈과 입 모양을 생동감 있게 표현하였다. 이에 '채서 캣'의 이미지를 재해석한 기본 도형의 배열과 조합은 원형, 타원형 오링 고리와 금속 체인의 부자재를 추가로 활용하여 조형성을 강조하였다.

[표 9] 고양이 캐릭터 디자인 과정 - 눈, 입 사용

고양이 캐릭터	사용 부분
	


정면	측,후면
	

<그림 6> U자형 핸드백에 적용한 고양이 눈, 입 표현

#### 4.3. 실물 제작

위와 같이 고양이 캐릭터를 활용한 총 4개의 가방 디자인 중, 실물 제작한 것은 <그림 5>의 U자형 핸드백으로 실제 제작 과정은 아래 [표 10]과 같다.

[표 10] 가방 제작 과정

작업이미지	작업 상세 설명
	고양이 눈 부분 표현에 있어서, 화이트와 검은색 가죽을 얇게 피할하여 본딩
	입 부분은 검은색 삼각형 가죽 모양으로 재단하여 본딩, 스티치 작업을 하고, 원뿔형 스테르드를 부착
	화이트색과 검은색 가죽을 피할 후 겹쳐 감아 원형 쇠고리에 밴딩처리
	자석 부착 작업
	금속 체인 부착

첫 번째 제작과정 중 눈과 입 부분은 패치워크로 진행하였다. 먼저 고양이 눈은 흰색과 검은색 가죽을 피할하여 얇은 밴딩으로 겹치고, 입 부분은 검은색 삼각형 가죽 모양으로 제작하였으며, 마지막 부분에 원뿔형 스테르드를 부착하였다. 그리고 가방 손잡이 부분은 화이트색과 검은색 가죽 밴딩으로 쇠고리에 감아 표현하였다. 위와 같은 과정을 통해 실물 제작한 최종 결과물은 아래 <그림 7>과 같다.



<그림 7> 고양이 캐릭터 U자형 핸드백 디자인 제작 결과물

## 5. 결론

본 연구는 캐릭터의 사회적 배경을 분석하여 중국의 캐릭터 디자인 시장에 대한 자료를 수집하고 검토하였으며, 수집된 자료 중 디즈니사의 동물 캐릭터를 연구 대상으로 선택하였다.

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 캐릭터 산업은 21세기의 유망한 산업으

로 캐릭터 자체로 이익을 창출할 뿐 아니라 다양한 분야에서 원 소스 멀티 유즈로 부각되고 있음을 알 수 있었다.

둘째, 캐릭터는 선진국에서 자국의 경제 성장을 촉진하고 국력을 강화시키는 도구로 활용되고 있으나, 현재까지 중국은 독창적인 캐릭터 창출과 이를 상품화하는 마케팅력의 부족으로 외국 캐릭터가 시장 대부분을 점유하고 있음을 살펴볼 수 있었다.

셋째, 가방 디자인에 나타난 동물 캐릭터 사례에서 특징을 분석하여 동물의 조형적 요소를 범주화하고 디자이너들에게 무한한 디자인 영감을 제공하고 있음을 알 수 있었다.

넷째, 상기의 조사 분석 결과를 바탕으로 '이상한 나라의 앨리스' 영화에 등장하는 고양이 캐릭터의 형태와 특성을 분석하고 이를 조형적으로 단순화하고 재해석하여 가방디자인에 적용하였다. 총 4가지의 고양이 캐릭터 핸드백 디자인을 제시하였으며, 그 중 1개를 실물 가방으로 제작하였다.

마지막으로 이와 같은 동물 캐릭터는 가방디자인에 있어 창작의 모티브가 되어 디자인의 독창성을 나타내고, 소비자들에게 개성, 재미와 친화성을 부여함을 확인할 수 있었다. 추후 패션 산업에 있어 다양한 캐릭터가 개발되고 더 많은 분야에서 활용되어지기를 바라는 바이다.

## 참고 문헌

- 강취정, 김정숙(2010). '뿌까' 캐릭터를 이용한 티셔츠 디자인 연구. *한국패션디자인학회지*, 10(4), 1-18
- 김정대(2003). 캐릭터의 유형분류에 관한 연구. *기초조형학연구*, *한국기초조형학회*, 4(2), 198-208
- 이정희, 최문희(2009). 중국 애니메이션 역사를 중심으로 한 중국 캐릭터의 특징에 대한 연구. *디지털디자인학연구*, *한국디지털디자인협회*, 9(1),
- 장효과, 김기수(2016). 한국 캐릭터산업의 중국시장 진출 방안에 관한 연구. *기초조형학연구*, 17(6), 515-527
- 중국 중상산업연구원. (2018). 2018-2023년 중국애니메이션산업시장 전망 연구보고서.
- 문경숙(2001). 캐릭터 비즈니스의 실제와 캐릭터 마케팅 현황연구. 건국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 중국 바이두 사이트: <http://www.baidu.com/>

