

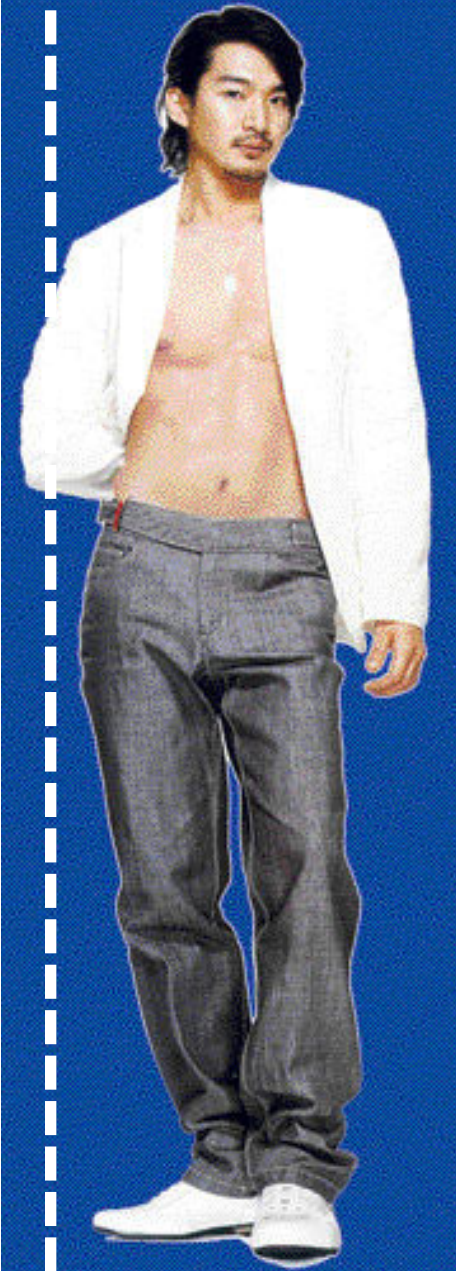
[트렌드 & 스타일]

스키니진·힙합스타일·워싱턴·더티진...

가을향기 진(jean)해진다

패션1번지 '청바지'

청바지 업체 리바이스의 브랜드 상상은 말 두 머리가 청바지를 양쪽으로 잡아당기고 있는 그림이다. 청바지가 그만큼 잘기고 오래간다는 것을 의미한다. 그런 이유로 청바지는 격식을 차리는 점잖은 옷이기보다는 아무 데서나 편하게 입을 수 있는 옷이었다.



얼마 전 한 설문조사 업체가 서울지역의 20대 남녀 480명을 대상으로 청바지 보유실태를 조사한 결과 1인당 청바지 수는 여자 5.32벌, 남자 4.85벌로 나타났다. "10벌 이상을 소유하고 있다"는 응답도 남녀 각각 10.7%와 7.9%였다.

조사 업체는 신세대들이 여러 벌의 청바지를 구입하는 것에 대해 개성을 쉽게 표현할 수 있는 패션의류로 인식하고 있기 때문이라고 설명했다. 청색 일색이었던 컬러도 다양하게 바뀌었다. 진한 청색, 연한 청색 등 기본 색상부터 어두운 회색, 밝은 회색 등 다채로운 컬러의 청바지를 만날 수 있다.

제일 무난한 아이템이지만 가장 변화무쌍한 청바지. 멋스럽게 입을 요령을 알아보자.

여성은 리이트한 '굴반 바지'



한 때 청바지에 흰 티만 입어도 예뻐야 진짜 미인이라는 말이 있었다. 실제로 몸에 잘 어울리는 청바지를 잘 선택해 코디하는 것만으로도 예뻐보일 수 있다.

헐렁하기보다는 타이트하게, 밑위는 짧게 입는 것이 트렌디한 청바지 고르는 요령이다. 일명 굴반 바지라고 불리는 밑위가 짧은 바지는 다리를 더욱 길어보이게 한다.

여성스러움을 강조하고 싶다면 상의 선택에 신경 써야 한다. 쇄골이 노출되는 스타일의 블라우스나 엉덩이를 살짝 덮는 길이의 티셔츠에 에스닉한 벨트를 함께 착용하면 멋스럽게 연출할 수 있다.

여기에 가벼운 면이나 마소재의 짧은 재킷을 걸치면 캐리어나먼 스타일이 된다. 직장 혹은 주말 모임에도 제격이다.

남성은 깔끔한 '일자 바지'



인기를 끌었던 한 드라마에서 배우 조인성은 깔끔한 일자 청바지에 청재킷, 운동화를 착용하고 나와 눈길을 끌었다. 청바지는 상이나 신발의 매치에 따라 다양한 분위기를 연출할 수 있는 만큼 얼마든지 자신의 감각을 표현할 수 있다.

몸에 딱 달라붙어 하체를 압박해 건강에도 좋지않은 일명 '뺨바지'나 소화하기 어려운 '나팔바지'는 피하도록 하자.

살짝 풀이 넉넉한 어두운 컬러의 일자 청바지가 활용도가 높은 편. 약간 통통한 체격이라면 리바이스의 엔지니어드 진처럼 잘게 디자인이 된 바지를 선택하도록 한다. 라인이 있으면 시선이 분산돼 몸매를 날씬하게 보이게 한다.

스키니진엔 스니커즈 매치



올해는 다리 라인이 그대로 노출되는 '스키니진'이 단연 인기다. 몸에 딱 달라붙는 만큼 웬만큼 몸매에 자신이 없다면 코디하기에 난해한 옷이기도 하다.

소화하기 어려운 스키니 진이지만 '제대로'만 입는다면 가장 세련된 바지이기도 하다.

우선 엉덩이부터 발목까지 지나치게 딱 달라붙는 바지보다는 살짝 넉넉한 느낌의 바지를 선택하는 것이 좋다.

스타일 컨설턴트 이혜숙 씨는 "체격이 있는 사람이라면 풍성한 스타일의 상의에 벨트를 허리선보다 살짝 높게 매주머니 체형을 보완할 수 있다"고 말했다. 또 "앞 부분이 뽕뽕한 칼 힐이나 발목까지 올라오는 스니커즈를 매치하면 날씬한 몸매를 돋보이게 하는 스키니진의 매력을 살릴 수 있다"고 조언했다.

/라식정기자 ksj@kwangju.co.kr



가짜 명품 '3LAB' 파동



가짜 명품인 것으로 밝혀져 논란이 된 3LAB는 유명 연예인들을 광고 모델로써 소비자들의 관심을 끌었다.

"가격에 속지마라"

고가 수입화장품 포장만 명품 가격보다 피부에 맞는 제품을

여성들이라면 누구나 고운 피부를 꿈꾼다. 그만큼 매일 사용하는 화장품을 선택할 때 신중을 기하는 것이 사실. 비싸더라도 피부에 좋은 제품이라면 지갑을 열게 된다.

MBC 'PD수첩'이 고가에 판매되는 한 화장품의 비밀을 공개하며 비싼 제품에 휘둘리는 한국의 명품 열풍을 지적했다. 프로그램에서 다뤄진 3LAB화장품은 크림 하나에 20만~30만원에 달하는 고가의 화장품으로 유명 연예인이 광고 모델로 출연했을 뿐 아니라 국내의 대형 백화점과 면세점에 입점된 상품이였다. 문제는 회사 측에서 '2004토니 어워드 럭셔리 아이템 선정' '할리우드 스타들이 애용하는 화장품' '세계 특목 획득' 등 거 거 없는 홍보를 펼쳤다는 점. 기능성 제품 중 식품의약품안전청의 심사를 통과한 것도 한 가 제품에 불과했다.

프로그램의 제보자는 "한국에서는 비싸면 비쌀수록 잘 팔리고 외국에서는 한국인의 명품 소유욕을 이용하려는 사람이 있다"고 말했다.

화장품 업계의 고가 전략은 유명 브랜드도 예외는 아니다. 이른바 '명품'으로 불리는 수입 브랜드는 웬만한 크림의 가격이 10만 원을 훌쩍 넘기 일쑤. 에스티로더의 '리-뉴트리티브 리크리에이션 데이 앤 나이트'는 50ml 2종에 100만원, 라프페리의 '스킨 케어 리스 크림'은 50ml 43만 원이다. 코스메테코르테의 'AQ크림 밀리오리티'는 45ml 108만 원에 판매되고 있다.

국내 브랜드도 기능성을 강조한 고가의 제품을 잇따라 선보이고 있다. 연 매출 4천여대를 기록하고 있는 태평양의 한방화장품 '살수'는 올해 초 38만원짜리 크림을 출시했고, LG생활건강은 68에 68만 원짜리 크림을 내놨다.

광주 YWCA 소비자상담센터 김미희 부장은 "값이 비싼 제품이라고 해서 문제가 된다는 것은 아니지만 '고가=명품'이라는 인식은 바뀌어야 한다"면서 "가격 보다는 자신의 피부에 맞는 제품을 선택하는 합리적인 소비 의식이 필요하다"고 말했다. /라식정기자 ksj@kwangju.co.kr

Real estate advertisement for '동림2지구' (Donglim 2-gu) featuring a 100-pyeong building, hospital, and school. Contact: (062)972-4585.

Real estate advertisement for '금보부동산컨설팅' (Geombo Real Estate Consulting) with contact info (062)261-8949.

Real estate advertisement for '매일부동산' (Myeildong Real Estate) with contact info (062)11-613-3334.

Real estate advertisement for '(주)홈컨부동산' (Homecon Real Estate) with contact info (062)233-2222.

Real estate advertisement for '에이플러스 부동산컨설팅' (E+ Real Estate Consulting) with contact info (062)973-9174.

Real estate advertisement for '법원경매' (Court Auction) with contact info 222-8446.