

민화에 감성 한스폰...예향 굿즈 & 뭇즈

‘K팝 데몬 헌터스’ 영향...MZ 힙트래디션 반영
민화뮤지엄·도립미술관·ACC 등 아트숍 운영

국립중앙박물관과 리움이 굿즈 열풍을 선도하는 동안 광주·전남에서도 박물관과 미술관들이 저마다의 방식으로 굿즈 문화를 꽃피우고 있다. 전시장에서의 감동이 가방과 노트, 티셔츠와 컵으로 이어져 관람객의 삶 속에 스며들고 있다.

◇‘케데헌’까지 호랑이 인기 실감, 한국민화뮤지엄 몰아트

한국민화뮤지엄은 강진군 대구면에 자리한 민화 전문 박물관이다. 국내 최초 민화 전문 박물관인 조선민화박물관(강원도 영월군)의 자매관으로, 민화의 수집, 보존, 연구, 전시, 교육과 민화의 대중화를 위해 노력하는 국내 최대 규모 민화 박물관이기도 하다. 5000여 점의 민화 소장품을 활용한 전시, 기획전, 민화체험, 굿즈·도서 등을 판매하기도 한다.

민화뮤지엄 1층에는 기념품을 판매하는 아트숍 ‘몰아트’가 마련돼 있다. 가장 인기 있는 상품은 단연 ‘작호도’ 굿즈다. 키링 4종, 배지 4종, 문진과 티셔츠, 컵받침, 메모지, 자석 등 수십 가지 품목이 준비돼 있다. 작호도 외에 온라인몰에 등록된 상품만도 1500여 종에 달한다.

그 가운데서도 조선시대 민화에서는 보기 드문 가로형 호랑이 그림은 애니메이션 ‘케이팝 데몬 헌터스’ 호랑이를 떠올리게 한다는 입소문을 타고 문의가 끊이지 않는다. 박물관은 이 작품을 비롯해 5000점이 넘는 민화를 소장하고 있는데 오슬기 관장의 부친인 오석환 조선민화박물관 관장이 1980년대부터 사비로 수집해온 결과다. 국가나 국공립 기관이 민화에 관심을 갖기 전부터 시작된 노력 덕분에 현재 민화 분야에서는 국내 최대 규모의 소장처가 됐다.

엽서를 시작으로 생활용품, 교구, 화방용품까지 영역을 넓혀왔고 코로나 시기에는 오프라인 운영이 막히자 직원 전원을 굿즈 개발과 온라인 사업으로 돌려 ‘몰아트’라는 브랜드를 본격화했다. 그 결과 굿즈 라인업은 폭발적으로 늘어났고 최근에는 공방 면세점, 대형서점, 아트박스 등 유통망까지 확장됐다.

‘케데헌’ 열풍 이후 반응은 눈에 띄게 달라졌다. “원래 민화 굿즈 중 가장 인기 있는 건 시험 합격과 입신 출세를 기원하는 ‘어변성룡도’였어요. 수능철, 승진철이면 불티나게 팔리곤 했죠. 그런데 케데헌 이후엔 작호도가 단숨에 1등으로 올라섰습니다. 판매율이 기존 대비 1200% 증가할 정도였으니까요.”

작호도의 역전 현상은 문화가 얼마나 빠르

게 대중의 소비를 바꾸는지 보여준다. 판매 속도는 생산을 앞지를 정도이고 국내 기업뿐 아니라 해외 바이어들로부터도 주문과 협업 제안이 쏟아지고 있다.

◇전남도립미술관 아트숍

광양 전남도립미술관의 아트숍은 단순한 ‘방문 기념품’이 아니라 미술관 ‘작품’의 감각을 이어온 아트상품이라는 자부심으로 운영된다. 2021년 3월 개관과 함께 문을 연 뒤 라인업을 꾸준히 확장해왔고 현재 소장품과 전시를 토대로 한 엽서·패브릭 포스터·퍼즐부터 한정 티셔츠·머그·키링까지 개성이 살아있는 굿즈를 선보인다.

이곳의 아트 상품은 소장품을 기반으로 한다. 엽서와 패브릭 포스터, 퍼즐은 모두 미술관 소장작으로 제작했고 이천희 컬렉션으로 호응을 얻었던 작품들, 컬러감이 좋은 유재우, 오지호 등의 작업이 우선순위에 오른다.

전시성과가 좋을 경우에는 작가별 별도 허가를 받아 협업 굿즈도 낸다. 팝 아티스트 줄리안 오피의 ‘Walking in London(워킹 인 런던)’을 작업한 에코백, 허영만 전시 기념 티셔츠(성인 사이즈 완판), 기획전 ‘Occupy: 우리는 연결되고, 점유한다’의 100장 한정 티셔츠(완판)가 대표적이다.

◇국립아시아문화전당 문화상품점 ‘들락 DLAC’

광주 국립아시아문화전당(ACC) 지하 3층 아시아문화광장 한 공간에 자리한 문화상품점 ‘들락(DLAC)’은 전당의 전시와 공연, 책과 도서관을 오간 관람객이 잠시 쉬어가며 들 수 있는 공간으로 기획됐다. 이름처럼 누구든 부담 없이 ‘들락날락’하며 문화적 여운을 기념할 수 있는 아트숍이다.

들락에서 만날 수 있는 상품은 대략 500여 종. 이 가운데 90%는 들락이 직접 개발한 것이다. 남은 10%는 전시나 콘텐츠와 연계해 외부 아티스트와 협업한 제품들이다. 팬 스트랩, 손수건, 부채 같은 생활용품은 언제나 꾸준히 잘 팔리는 품목이며, 전시 기획에 맞춰 제작한 한정판은 눈길을 끈다.

들락은 브랜드 시그니처 그래픽을 시즌마다 발표해 이를 활용한 문구류와 생활용품을 제작한다. ACC 고유의 디자인 언어를 시각화한 이미지가 수건, 노트, 엽서에 담기면서 방문객에게 찾기 쉬운 기념품이 된다. 주 방문객은 20~30대



한국민화뮤지엄 아트숍인 몰아트.



광주비엔날레 아트숍의 다양한 아트상품들. 비엔날레 기간에만 만날 수 있다.



ACC 문화상품점 ‘들락’에 전시된 아트상품들.

지만 실제 구매력에서는 40~50대도 크게 기여한다.

◇광주비엔날레 아트숍 ‘G#’ & 우제길미술관 아트숍

광주비엔날레 아트숍은 비엔날레가 열리는 기간에만 만날 수 있다. 올해는 광주디자인비엔날레가 열리는 11월 2일까지 전시장 야외광장에 마련된 팝업 카페 ‘미네랄하우스’에서 G# 아트숍이 운영된다. 전시를 본 뒤 잠시 들러 커피를 마시며 굿즈를 구경하는 재미가 쏠쏠하다.

아트숍 ‘G#’은 광주비엔날레의 ‘G’와 확장 의미를 의미하는 프레임, 그리고 shop의 ‘#’을 결합한 이름이다. 단순한 기념품이 아니라 전시 관람의 여운과 감흥을 확장시키고 또 다른 체험을 제공한다는 의미가 담겨 있다. 가방,

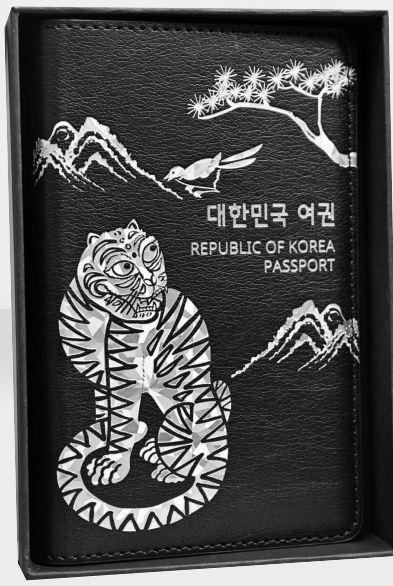
티셔츠, 컵, 도자기, 키링 등 전시와 어울리는 감각적인 상품이 다채롭게 진열돼 있으며, 구입하지 않더라도 구경하는 것만으로 또 다른 즐거움이 된다.

광주 윤림동에 자리한 우제길미술관은 색면 추상의 대가 우제길 화백의 작품 세계를 중심으로 한 사립 미술관이다.

미술관 내부에는 전시 감상 후 자연스럽게 들을 수 있는 아트숍과 아트상품 갤러리가 마련돼 있다. 단순히 방문 기념품을 판매하는 공간이 아니라 우제길 화백의 독창적인 색면추상 미감을 일상 속에서 즐길 수 있도록 하는 통로가 된다. 아트숍에는 스카프, 넥타이, 휴대폰 케이스, 다용도 클리너 등 다양한 생활용품이 준비돼 있다. 특히 패브릭 제품은 작품의 색채와 추상적 패턴을 그대로 옮겨와 관람객이 가장 손쉽게 예술을 체험할 수 있는 아이템으로 꼽힌다.

/글=이보람 기자 boram@

/사진=최현배 기자 choi@



한국민화뮤지엄의 굿즈 상품인 북마크·여권 케이스·배지.

즐거움

문화
산책



광주예술의전당

문의 062)613-8233



GAC 전시지원 공모전시
행복한 꿈으로 물들다 : 천영록 개인전
일시 : 2025-09-19(금) ~ 2025-10-26(일)
공연 있는날 10:30 ~ 19:30
공연 없는날 10:00 ~ 18:00
장소 : 광주예술의전당 갤러리
문의 : 062-613-8357



광주시립교향악단 400회 정기연주회
‘혁명가들’
일시 : 2025-11-14(금) 19:30
장소 : 광주예술의전당 대극장
문의 : 062-613-8241

