

Insight Report



BEST OF KICKS



BEST OF COLLAB

USER DATA REPORT



유행보다는 기본 프리미엄보다는 가성비

꼭 필요한 소비가 아니면 지갑을 닫는 요즘, 착한 가격에 기본까지 충실한 아이템을 어떻게 사랑하지 않을 수 있을까? 든든한 국밥 신발로 불리는 에어포스는 인기 컬러인 3종이 사이좋게 랭킹에 이름을 올렸다. 디자인만 보면 6만 원대로 거래된다는 사실이 거짓말 같은 아디다스 가젤 트리플 블랙과 VL 코트 브라운도 급상승하며 처음 랭킹에 등장했다.

2024 상반기

Adidas

Samba OG Cloud White / Black White Gum

1st

Nike

Air Force 1 '07 WB Flax

Adidas

(W) Spezial Handball Clear Pink

Adidas

(W) Spezial Handball Core Black Clear Pink

2024 하반기

Adidas

Samba OG Cloud White / Black White Gum

2nd

Adidas

Gazelle Triple Black

NEW

Nike

(W) Air Force 1 '07 Cacao Wow

NEW

3rd

4th

Nike

Air Force 1 '07 WB Flax / Flax Wheat



Nike
V2K Run Summit White Metallic Silver



Nike
Air Force 1 '07 Low White



Nike
Air Force 1 '07 Low White



Adidas
VL Court 2.0 Cream Brown



Asics
Jog 100 S White Black - 2E Wide
(Korea Exclusive)



Asics
Jog 100 2 Black



Nike
V2K Run Black Anthracite



Puma
Speedcat OG Black Mauve Mist



Adidas
Bermuda Glow Pink



Nike
Air Force 1 '07 Low Triple Black



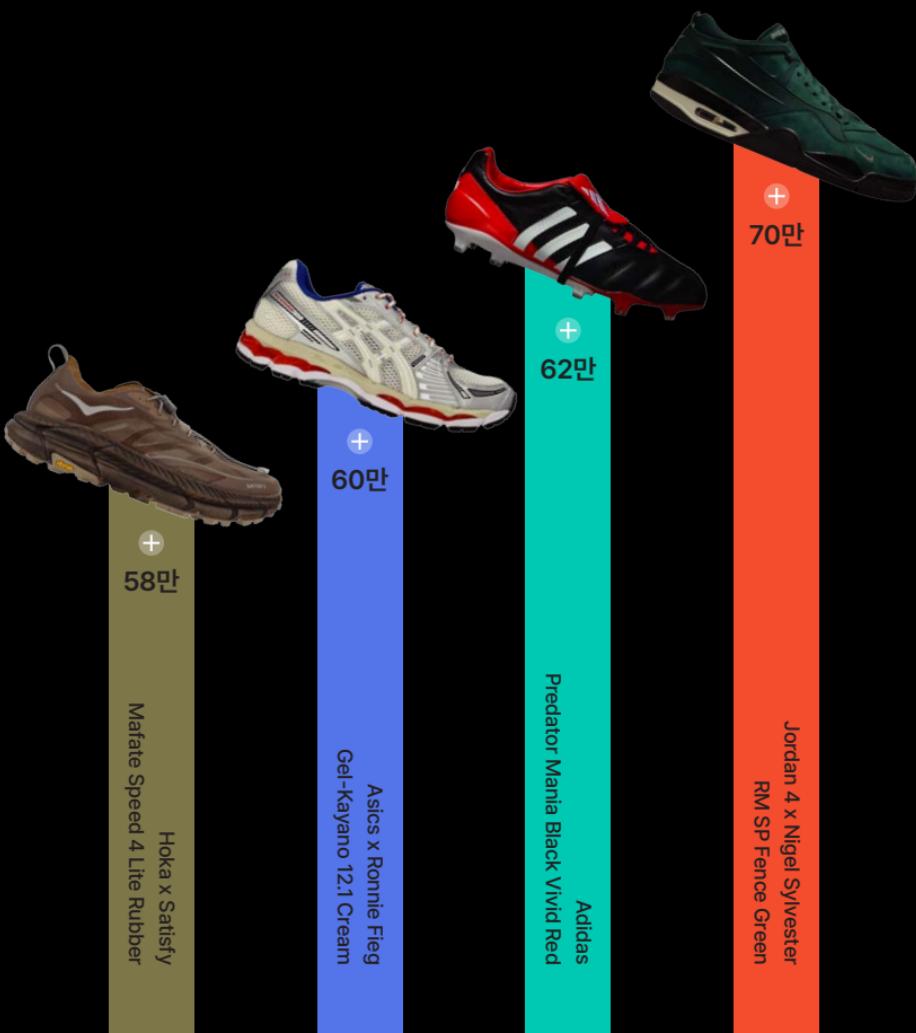
Nike
V2K Run Pure Platinum Wolf Grey



Adidas
Tobacco Gruen Dark Brown

한정판 스니커즈의 뉴 레거시

프리미엄 스니커즈의 새로운 시대가 열렸다. 오랫동안 한정판 스니커즈의 상징으로 여겨진 조던과 SB 덩크의 강세는 유지 중이지만 전 세계 1,000족 한정으로 발매한 뉴발란스와 로로피아나의 역대급 협업부터, 세실리에 반센과 로니 피그가 함께한 아식스 스니커즈도 높은 거래가를 형성하고 있다. 또한 호카와 새티스파이의 마파테도 발매가 대비 3배 이상의 가격에 거래되며 올해 키워드가 '러닝'임을 보여줬다.





트렌드를 신고 뛰어보자 폴짝

트렌드가 궁금하다면 높은 인기를 끌었던 콜라보 스니커즈를 보라. 2024년을 뒤흔든 러닝 트렌드는 '러닝 코어'라는 유행어를 만들었으며 호카X새티스파이, 온 러닝X파프의 협업 또한 이전보다 더 높은 주목을 받았다. 꾸미기 트렌드는 신발까지 내려와 일명 '신꾸'가 되었고 신꾸 완성형으로 출시된 아식스X세실리에 반센 젤 터레인 모델도 빠르게 거래가 증가하고 있다.



① Nike x Stussy

LD-1000 SP Phantom Aquarius Blue

올해 나투시 스니커즈는 1977년 첫 발매한 LD1000. 이 클래식 스니커즈가 나이키의 새로운 인기템이 될까?

② Hoka x Satisfy

Mafate Speed 4 Lite Rubber

호카 마파테 플랫폼에 패셔너블한 러닝의 대명사 새티스파이의 디자인을 더했다.



③ Nike x Verdy

SB Dunk Low Pro Blue Gaze and Enamel Green

일본 스트릿 씬을 상징하는 디자이너 베르디와 SB 덩크의 협업. 비스티 캐릭터에서 영감받은 컬러와 디테일이 특징이다.





④ On Running x Post Archive Faction (Paf)

Cloudventure Peak Cacao Espresso

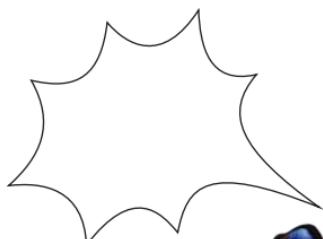
패션으로 신는 러닝화. 온의 클라우드텍 쿠셔닝에 파프의 아방가르드한 디자인을 더해 절묘한 조화가 돋보인다.



⑤ Asics x Cecilie Bahnsen

Gel-Terrain Black

다시 만난 세실리에 반센과 아식스. 플라워 아플리케와 얇은 슈레이스를 통해 세실리에만의 아이덴티티를 표현했다.



⑥ Nike x Stash

Air Max 95 Black and Harbor Blue

20년 만에 뭉친 그래피티 아티스트 스태쉬와 나이키.

2003년 BW 모델이 빠진 점이 아쉬움이 남는 포인트.

돌아온 영광과 새로운 도전

익숙한 이름들의 화려한 귀환과 예상 못 한 새로운 콜라보의 등장으로 뜨거웠던 하반기.

슈프림×조던, 나이키×피마원의 협업은 과거의 전설을 다시 불러왔고
팔라스×비비안, 아이앱×포켓몬은 신선한 조합으로 모두의 시선을 사로잡았다.



7월 Vans x BAPE

올여름 다시 찾아온 베이프. 반스 올드스쿨에 카모플라주와 베이프 스타를 더했을 뿐인데 이렇게 매력적일 수 없다.

8월 Nike x Peaceminusone

지드래곤 컴백과 함께 찾아온 피마원 포스 신작.
4년 만에 발매된 만큼 대중들이 열광한 드로우였다.

9월 Palace x Vivienne Westwood

반항적이고 도전적인 비비안 웨스트우드를 팔라스의 유쾌한 무드로 표현했다. 처음 선보인 팔라스 여성복도 주목할 부분!

10월 Supreme x Jordan

9년 만의 협업. 이번 컬렉션은 90년대 후반부터 00년대 초반까지 Y2K 패션 미학이 담겨있다.



11월 IAB Studio x Pokemon

아이앱의 아이디어에 찬사를! 포켓몬 안능을 활용한 디자인과 이어서 다양한 포켓몬을 활용한 컬렉션을 선보여 매니아들의 덕심을 자극했다.

12월 Palace x Needles

팔라스와 일본 스트릿웨어 니들스의 만남! 트랙자켓, 파피용 로고 등 니들스를 상징하는 디자인이 팔라스와 융합하여 새로운 매력을 선보인다.



카테고리로 알아 본 인기 어패럴 브랜드

쌀쌀한 계절, 추위를 막아줄 어패럴 상품의 거래량이 약 55% 증가했다. 전통적인 겨울 강자 노스페이스, 몽클레르, 아크테릭스가 돌아왔으며 올 한 해 뜨거웠던 유니폼의 인기가 거래량 상승에 박차를 가했다.

패딩

경량 패딩의 인기로 랩과 산산기어가 떠올랐지만 결국 대중의 선택은 노스페이스



The North Face



Nike



Moncler



Stone Island



Stussy

자켓

아이들 손민수템으로 주목받은 와플 베肯바우어 트랙탑의 엄청난 인기로 1위를 탈환한 아디다스



Adidas



Nike



Arc'teryx



Stussy



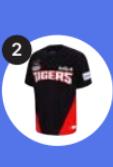
Supreme

유니폼

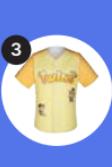
팬심만큼이나 뜨거웠던 유니폼의 인기 그중 1위를 차지한 건 짜릿한 역전승의 주인공, T1의 2024 유니폼



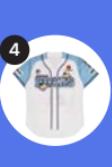
T1



KIA TIGERS



LG TWINS



Doosan Bears



Samsung Lions

덕질 IS OUR LIFE

덕을 많이 쌓으라는 어른들의 말씀은 틀린 게 없다.

흔들리지 않는 '덕'심만 있다면 거친 세상도 무서울 게 없으니까.

올 한 해 KREAM에서는 넘치는 덕심을 지갑으로 승화시킬 익스클루시브가 쉼 없이 런칭됐다.

덕질 IS MY LIFE 라면 앞으로도 KREAM 익스클루시브를 눈여겨보자.



빠르게 성장 중인 주목할 브랜드

Satisfy
5160%

On Running
1252%

Hoka
70%

Sanrio
274%

Kapital
109%

Patagonia
67%

Norda
401%

Montbell
190%

Peaceminusone
354%

Timberland
155%

Needles
77%

Casio
146%

Rab
4031%

Pop Mart
20130%

한눈에 보는 하반기 패션 핫이슈

꺼지지 않는 러닝 봄

2024년의 러닝 열풍은 단순한 운동으로 접근하는 것이 아니라 스타일과 퍼포먼스 모두를 고려한 하나의 문화 트렌드로 볼 수 있다. 온과 호카 같은 신흥 러닝 브랜드의 인기는 여전히 뜨겁고, 러닝화에서 의류까지 번진 러닝 코어의 트렌드는 KREAM에서 새티스파이 거래량을 51.6배로 끌어올렸다.



중간이 사라진 소비, 양극화의 시대

유니클로 멀티 포켓 솔더백처럼 'OO맛 저렴이'로 불리는 아이템들이 가성비와 갑성을 동시에 만족시키는 대안으로 큰 인기를 끌며 단숨에 솔드아웃되는 반면, 몽클레르 같은 고가 명품 브랜드도 여전히 강력한 인기를 이어가고 있다.



헬로 키티, 50주년을 축하해

50주년을 맞은 헬로 키티가 특별한 콜라보들로 한 해를 빛냈다. 아디다스, 어뮤즈, 스타벅스, 레스포绿色环保 그리고 데뷔 15주년을 맞은 2NE1과의 콜라보 굿즈까지! 밝고 상냥한 헬로 키티가 세상을 물들인 풍성한 생일파티였다. 이보다 더 특별한 축하가 또 있을까?



팬들의 열기를 담은 유니폼

2024년은 팬들의 열기가 뜨겁게 타오른 한 해였다. 한국 프로 스포츠 사상 최초로 '1000만 관중'을 돌파한 야구, 그리고 롤드컵 최초로 통산 5회 우승을 차지한 T1까지. 감동의 순간들이 스포츠와 e스포츠를 넘나들며 이어졌다. 이러한 열기 속에서 팬들에게 응원하는 팀의 굿즈와 유니폼은 없어서는 안 될 상징적인 소장품이 되었다.



미리 보는 2025년 TREND KEYWORD

Kaleidoscope



과거에는 성별 연령에 따른 트렌드가 존재했다면 앞으로는 개인의 개성과 관심, 즉 취향에 따른 소비 현상이 더욱 강해질 것이다. 이른바 옴니보어 소비자들이 증가하면서 전통적인 소비자 집단을 구분하는 정의는 앞으로 무의미해질 것. 키링으로 다양하게 꾸미는 문화나 본인이 좋아하는 캐릭터 굿즈를 당당하게 소비하는 등 자신만의 방식과 취향으로 개성을 표현하는 행동이 뚜렷해질 예정이다.

Redefinition



코로나 기간 우상향 했던 럭셔리 브랜드들이 어려움을 겪고 있다. 변화하는 경제환경 속에 소비자들은 가치 중심적인 소비를 지향하고 있다. 이에 맞춰 럭셔리 브랜드들도 과거보다 명확하게 스스로의 가치를 증명해야 하는 시험대에 올랐다. 과거의 명성에 의존하기보다 제품의 디자인과 품질, 스토리텔링으로 소비자들에게 어필할 수 있어야 한다. 24년 트렌드를 리딩한 미우미우와 셀린느가 그 대표적인 사례다.

Essentialism



틱톡에서 시작된 키워드인 드뮤어를 주목해 보는 건 어떨까? 오랫동안 Y2K 무드의 화려한 스타일이 대세였다면 이제는 절제되고 차분한 무드의 미니멀리즘 스타일에 대한 수요가 높아지고 있다. 그래서일까? 가장 베이직한 옷을 구매할 수 있는 SPA 브랜드들의 매출 또한 고공행진 중이다. 특히 소비를 자랑하기보다는 내면의 가치를 중시하는 MZ 소비자들이 가장 빠르게 이 스타일을 선택할 것이다.

Analogue style



내년에도 베이프, 히스테릭 글래머 등 우라하라 브랜드의 강세가 이어질 것이다. 근데 이 모습, 낯설지 않다. 2000년대 초반 유행했던 아이템들이 돌아오는 중. 요즘 젠지들은 중고 장터에서 구형 아이폰이나 디카를 구해 사진을 촬영하고 아디다스 트랙 자켓과 팬츠에 열광한다. 레트로한 무드가 느껴지는 스타일을 선호하는 것. 내년에도 아날로그 스타일의 유행은 계속될 예정이니 이 트렌드를 꼭 주목하자.

Maximum value



2024년을 대표하는 키워드가 있다면 바로 러닝. 신발 하나만 준비한다면 누구나 시작할 수 있는 운동이다. 그래서 다른 스포츠 대비 큰 비용을 들이지 않고도 건강을 챙길 수 있다는 효율성과 간편함이 장점이다. 인풋 대비 아웃풋을 따지는 똑똑한 소비가 늘어나는 요즘, ON, 노다와 같은 러닝화와 새티스파이, 소어 러닝과 같이 러닝 시 나를 꾸밀 수 있는 러닝복에 대한 수요는 계속될 것이다.

유저들과 함께한 2024년 데이터 리포트

집계 일자 : 2024.01.01 - 2024.11.26

1월 1일 00시 첫 거래 상품은
디젤 데님 볼캡



24년 첫 거래를 연 상품은 디젤 C-세이몬
트리티드 데님 베이스볼 캡 블루 화이트
이에요! 참고로 KREAM 서비스 출시 후
처음 거래된 상품은 나이키 피스마이너스원
에어 포스 1 로우 파라노이즈입니다.

(거래 시간: 2020.1.30 AM 10:29)

4,300명이 재구매 한
아디다스 삼바



× 4,300

올해 지하철을 점령한 삼바!
24년 재구매 1등은 삼바 OG 클라우드
화이트였어요. 모두가 예상했던 올백 포스는
KREAM 서비스 출시 후 재구매 1등
신발인데요. 지금까지 무려 38,000명이
재구매해 주셨어요.

쇼핑의 계절은
옷 사고 싶나 '봄'



개강 준비나 여행을 떠나는 사람들이
많아서일까요? 가을과 비교하면 봄에 20%
더 높은 구매 수를 보였답니다.

통장이 텅장이 되는 시간
월요일 밤 10시

KREAM 유저들의 구매 욕구가 가장 높은
시간은 월요일 밤 10시로 밝혀졌어요.
월요병에는 역시 쇼핑이죠!

한 달에 700개씩 위시를 담은
프로 아이쇼핑러



24년에 가입해서 무려 8,918개의 상품을
담으셨어요! 프로 아이쇼핑러의 위시 공개가
시급합니다.

누적 드로우 응모수 1,700만
1등은 슈노파딩



올해 진행한 드로우의 총 응모수는 1,700만.
그중 응모수 1등은 슈프림 노스페이스
스웨이드 눈시 자켓이었어요.
추위를 막아 줄 패딩은 침을 수 없죠!

839건의 상품 등록을 요청한
명예 KREAM 직원



원하는 상품이 KREAM에 없다면 등록을
요청할 수 있는데요. 한 달에 69건이나
요청해 주신 분이 있어요! 당신을 명예
직원으로 임명합니다.

한 번에 100만 원을 아낀
올해의 절약왕



발매가 300만 원의 셀린느 클라라 백
트리옹프 캔버스 카프스킨 탄을 200만 원에
구매한 분이 있다는 사실. 똑똑한 소비는
바로 이런 것!

**KREAM 패션 피플이
가장 많이 살고 있는 지역은 '강남구'**

2024년 KREAM 최다 구매 지역으로 꼽힌 강남구.
서울은 강남구에 이어 2위 서초구, 3위 용산구가 뽑혔어요.
경기도에서는 수원시, 성남시, 고양시가 순서대로 이름을 올렸어요.
그리고 이어지는 광역시별 KREAM 패션 피플 동네는?
부산은 부산진구, 대구는 수성구, 인천은 부평구,
대전은 서구, 광주는 북구, 울산은 남구에서 많이 구매해 주셨습니다.
우리 동네가 왜 KREAM을 사랑하는지 아시는 분이
있다면 많은 제보 부탁드립니다 ♥



2024 하반기

Insight Report



모바일에서 확인하기

KREAM