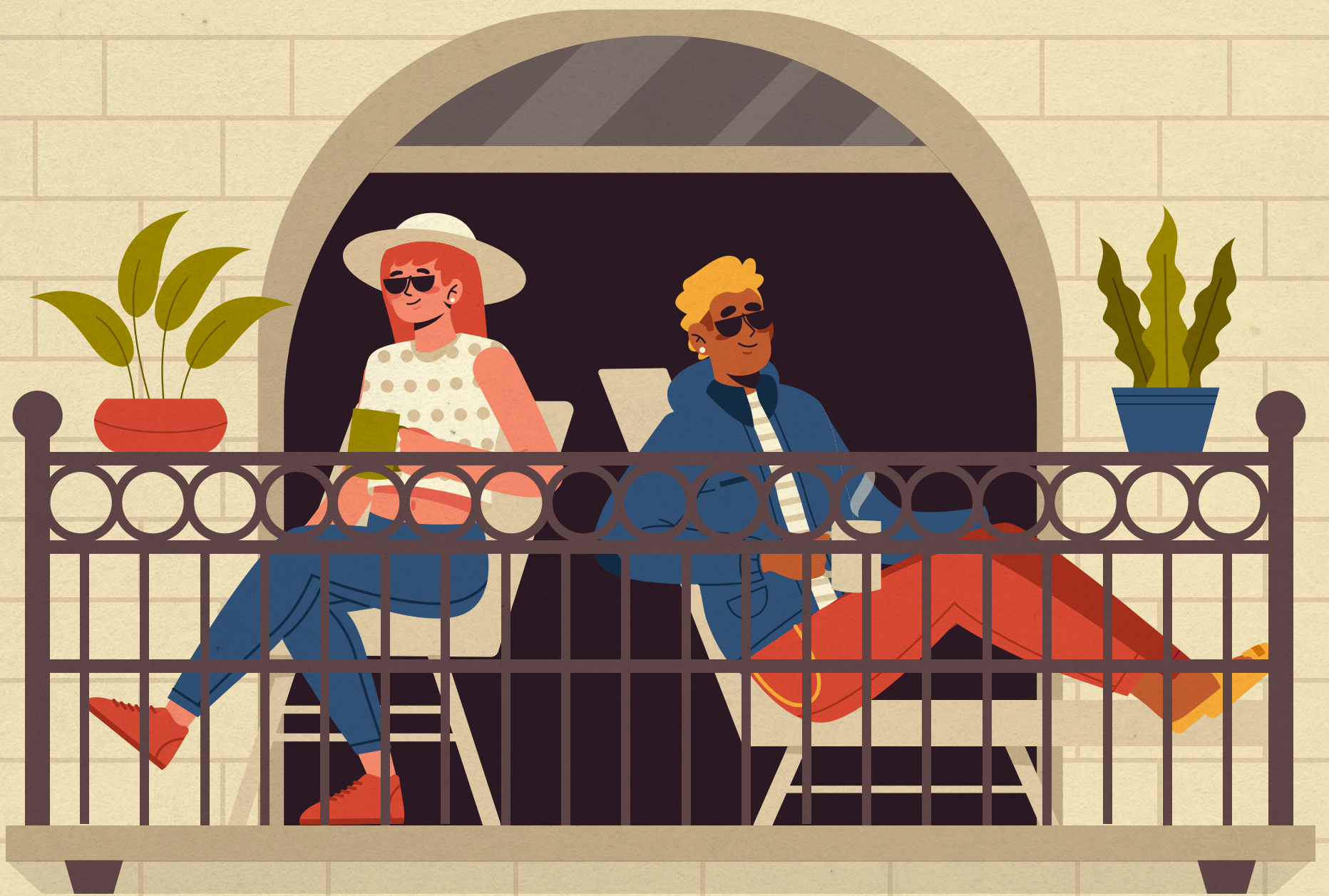




럭셔리 브랜드와 호스피탈리티 산업의 융합 트렌드

Anjusha Chemmanur

“

오늘날 럭셔리는 단순한 '소유'를 넘어서,
브랜드가 제안하는 '라이프스타일'을
경험하는 것으로 진화하고 있습니다.
패션 브랜드는 호텔을 열고,
호텔은 리테일로 영역을 확장하며
경험 중심 럭셔리의 부상과 함께 산업의
경계 또한 새롭게 정의되고 있습니다.
패션과 호스피탈리티가 만나는
이 접점에서 **브랜드는 공간을 통해
어떤 경험을 설계하고, 어떤 방향으로
나아갈 것인지 고민해야 할 시점입니다.**

”

강동남 파트너

교통, 호텔, 레저 및 서비스(THS) 리더
컨설팅 부문

패션 브랜드, 공간을 설계하다



소비 기준의 변화

- ✓ 단순한 제품 구매가 아닌 브랜드가 제안하는 라이프스타일 전체 경험 (공간, 서비스, 향, 분위기 등)
- ✓ 가격·기능 중심 소비에서 감각·디자인·메시지 중심의 소비 선택 변화
- ✓ 온라인 쇼핑에서 오프라인 공간 체험으로 브랜드 탐색 경로 이동

확장되는 브랜드 형태



패션 브랜드

호텔, 레지던스, 다이닝 등
‘체험 공간’으로 확장



호텔 브랜드

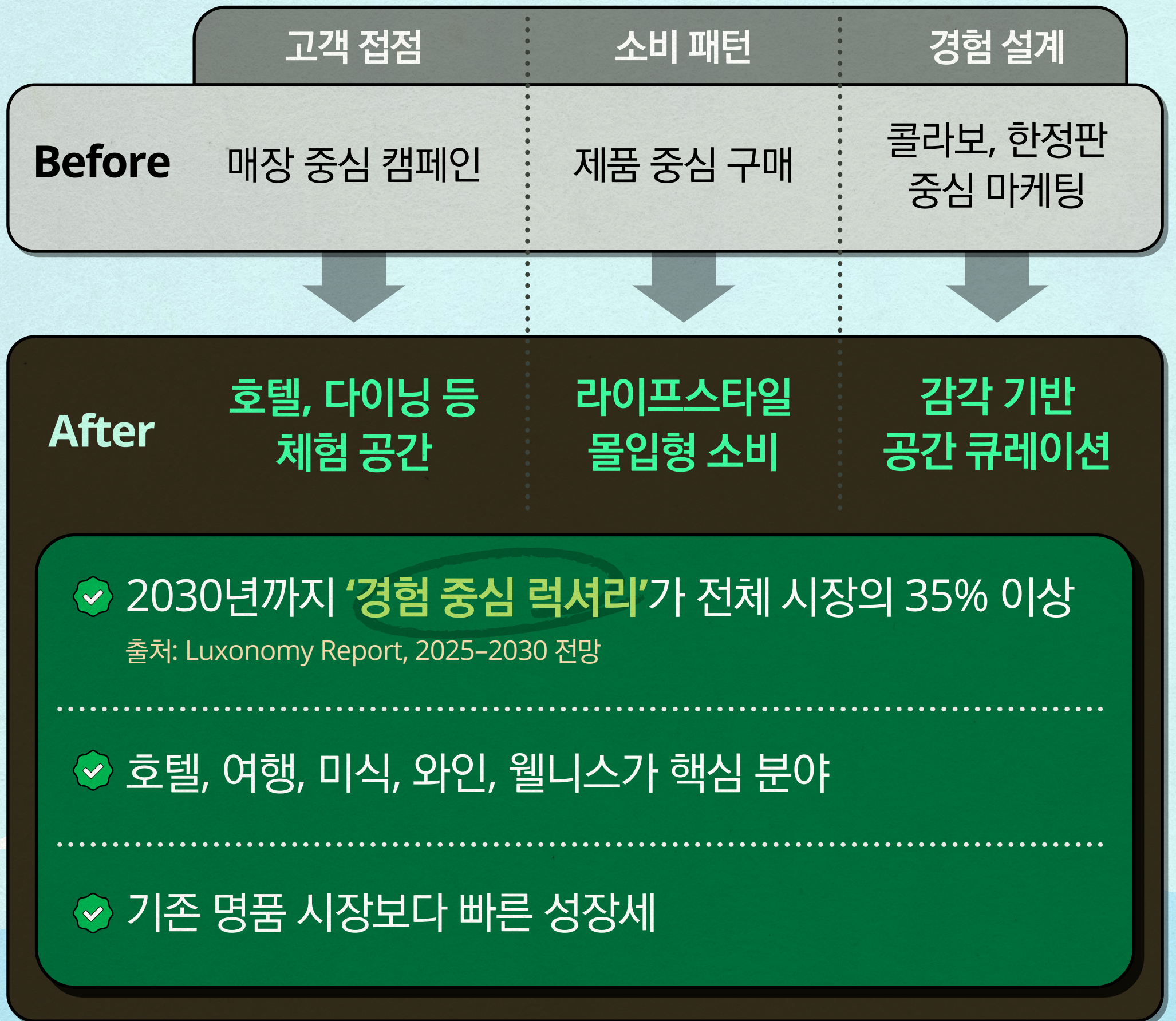
리테일, 굿즈, 리빙, 콘텐츠까지
‘라이프스타일 브랜드화’



상세한 내용은 리포트 전문에서 확인하세요!

패션 브랜드의 공간 확장 전략

변화하는 럭셔리 소비 트렌드



공간으로 확장된 브랜드 감각

제품만으로는 브랜드 감각 전달에 한계가 있어
입는 브랜드에서 **머물고, 먹고, 체험하는 브랜드**로,
콜라보 중심에서 **직접 기획·운영 방식으로 전환**

브랜드가 구현하는 공간의 3가지 특징



감각의 구성

디자인, 향,
조명, 사운드를
브랜드 감각으로
일관되게 구성



공간의 역할

매장·광고 중심에서
체험 중심 공간 설계



소비 방식 변화

제품 구매 전
브랜드 먼저 경험

대표 사례

루이비통

- ✓ 파리 본사 공간을 갤러리, 카페, 기프트숍이 연결된 복합 문화 공간으로 구성

페라가모

- ✓ 브랜드 가문이 직접 운영하는 컬렉션 호텔 (Lungarno Collection)
- ✓ 예술·브랜드 유산이 결합된 감각적 설계

아르마니

- ✓ 호텔·레지던스 전 공간에 향, 가구, 복장까지 브랜드가 직접 큐레이션

호텔 브랜드의 리테일화 전략



독립 제품 라인 운영

향수, 가구, 침구 등
호텔 무드 기반
자체 컬렉션 기획



온·오프라인 숍 운영

굿즈·리빙 오브제,
시즌 컬렉션을 상시
운영해 제품 소비로 연결



콘텐츠 큐레이션 강화

팝업스토어, 아트워크,
협업으로 호텔 전반에
브랜드 감각 구현

호텔이 자체 리테일 영역을 강화하는 이유

- ✓ OTA(온라인 여행 플랫폼) 의존도 감소
- ✓ 숙박 이후에도 이어지는 고객 접점
- ✓ 브랜드 경험을 제품·서비스로 확장
- ✓ 감성 중심의 차별화 전략
- ✓ 고객 충성도 강화 + 수익 모델 다각화

대표 사례

Equinox Hotel

'숙면'을 테마로 슬립 브랜드 확장

침구·웨어러블·수면 디바이스 제품군 직접 개발

The Standard

자체 리테일 플랫폼 'The Standard Shop' 운영

시즌 굿즈·아트피스·팝업 기획

Aman

호텔 감성을 일상 오브제로 확장

스킨케어부터 퍼니처까지 브랜드 연결

공간에서 완성되는 브랜드 경험

브랜드 협업을 통한 공간 브랜딩의 성공요건



시너지 극대화 요인

브랜드 메시지가
공간 전반에 반영됨

고객 동선과
사용 맥락 고려

지속 가능한 접점 구성
(제품·콘텐츠·커뮤니티 연결)

협업 성과 저해요인

브랜드와 공간이
따로 노는 상태

전시·쇼룸 중심 구성

단발성 콘텐츠

연결되는 브랜드 경험

브랜드



공간



경험

공간 방문



구매



관계 형성

호텔 브랜드, 라이프스타일이 되다

혼자 누리는 럭셔리에서
공감 기반 커뮤니티 지향

나만을 위한 소비에서
취향이 연결되는 경험 추구



라이프스타일 전역으로 확장되는 럭셔리 경험



부티크 호텔



셰프 다이닝



아트룸 &
웰니스 공간



브랜드 전시 및
체험 공간

브랜드가 설계해야 할 방향

- ✓ 단일 제품이 아닌 **라이프스타일 전체를 큐레이션**
- ✓ 개인의 취향에서 **함께 공감하는 문화로 전환**
- ✓ 구매 이후까지 이어지는 **지속적인 관계 설계**

한국 딜로이트 그룹 전문가

교통·호텔·레저 및 서비스 산업 전문팀

운송, 여행, 호텔, 외식, 레저, 게임 등 빠르게 진화하는 서비스 산업 전반에서, 개발계획 및 Master Plan 수립, 투자 유치 및 매각 자문, 중장기 성장전략, 사업 포트폴리오 재편 및 비즈니스 모델 재정립, 신사업 발굴 및 타당성 검토, M&A 전략 및 영업실사에 이르기까지 관광 및 호스피탈리티 산업의 End-to-End Lifecycle을 선도적으로 지원합니다.

한국 딜로이트 그룹은 고객 특성과 산업별 니즈를 반영해 차별화된 고객 경험과 지속가능한 성장 전략을 설계하며, 마케팅·세 일즈·서비스 전반의 디지털 전환을 지원하고, 복잡한 환경 속에서도 실질적인 성과를 이끌어내는 실행 중심의 솔루션을 제시 합니다.



강동남 파트너

교통, 호텔, 레저 및 서비스 산업 리더 | 경영자문 부문

☎ 02 6099 4831

@ donkang@deloitte.com



김혜영 부장

교통, 호텔, 레저 및 서비스 산업 | 경영자문 부문

☎ 02 6676 2187

@ hyeyoukim@deloitte.com





앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 ‘**딜로이트 인사이트**’를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte. Insights

성장전략부문 대표
손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

연구원
조예원 Senior Consultant
yewcho@deloitte.com

디자이너
박근령 Senior Consultant
keunrpark@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.