

중국 Z세대의 한푸(汉服) 착용에 대한 연구

서 여 평 · 박 주 희⁺

국민대학교 대학원 패션학과 박사과정 · 국민대학교 의상디자인학과 교수⁺

A Study of Hanfu Wear Among Gen Z in China

LIPING SHU · Juhee Park⁺

Doctoral Course, Dept. of Fashion, Graduate School, Kookmin University

Professor, Dept. of Fashion Design, Kookmin University⁺

(received date: 2023. 2. 28, revised date: 2023. 6. 19, accepted date: 2023. 6. 23)

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the phenomenon of an increasing number of Gen Z in China wearing traditional Hanfu clothing and analyze its significance. Literature and qualitative research were adopted as methods of research in this study. Through the literature research, we studied the concept of Hanfu, the changing designs through the ages, the current status of modern Hanfu, and the characteristics of Gen Z in China, which include the explicit attributes of 'strong national patriotism', 'high network dependence' and the intrinsic characteristics of a 'strong tendency to seek individuality'. Based on these characteristics, this study analyzed and proposed the significance of Hanfu wear among Gen Z in China through in-depth interviews. In summary, the results of the study show Hanfu wear to have an external collective significance and internal personal significance. Factors for the collective significance include strengthening national centripetal force and increasing social cohesion, which can also be viewed from the perspective of government policy, national spirit, and cultural identity; however, the personal significance derives from the generation's personal needs under the diversified and inclusive aesthetic of Hanfu wear. There is a strong correlation between the significance of Hanfu wear among Gen Z in China and the generation's characteristics. The results of this study provide basic data for the follow-up research on the aesthetic orientation of Gen Z in China and contribute to the positioning of fashion brands entering China.

Key words: Gen Z in China(중국 Z세대), Hanfu(한푸), individuality(개성), patriotism(애국심), social cohesion(사회력)

I. 서론

최근 중국의 Z세대 사이에서 중국 전통 복식인 ‘한푸’(Hanfu, 漢服) 착용이 유행하고 있다. Vivian (2020)에 의하면, 중국 한푸 시장의 소비자는 200만 명을 넘어섰으며, 주력 소비층은 Z세대이다. 1990년대 후반 출생하여 10대 중반에 접어들면서부터 스마트폰과 함께 생활한 디지털 원주민인 중국 Z세대는 개성이 강하고 다양성을 중시하는 세대로서 틱톡(TikTok) 등 뉴미디어를 통해 자신이 선호하는 바와 신념을 표출한다(Y. W. Zhang, 2021). 이들이 열광하는 한푸는 하상주(기원전 2070~256년) 시기부터 청나라 초기(기원전 2717~1644년)까지 여러 왕조를 거치며 변화해 온 독특한 한민족 문화의 품모와 성격을 지닌 중국의 전통의상이다(Li, 2010).

오늘날 한푸가 재등장한 계기 중 하나는 2001년 중국이 주최한 아시아 태평양 경제협력체(APEC) 정상회의에서 각국 정상들이 ‘탕장(Tang suit, 唐裝)’을 착용한 것을 들 수 있다. 이 때 중국인들은 중국의 전통의상이 잘못 알려지는 것에 반발하며 한푸를 알리고 착용하는 한푸 운동을 일으켰다. 2000년대 들어 중국은 국력신장과 함께 전통문화 중 우수한 부분을 재조명하기 시작하였다. 한푸는 전통명절과 전통의례, 선현에게 지내는 제사, 전통악기 홍보, 전통학문 행사 등과 같은 다양한 분야에서 대중들에게 자주 노출되었다. 사람들은 점차 전통의상인 한푸를 중요시하게 되었고(Wu, 2019), 2016년 출시된 틱톡(TikTok)은 이런 한푸에 대한 관심을 오프라인에서 온라인 공간으로 빠르게 확장시켰다.

본 연구는 중국 Z세대와 한푸 유행 현상에 대한 연구이다. 한푸와 관련된 선행연구로는 한푸의 개념에 대한 연구(Kong, 2016; Pan, 2002; Wang, 2021; Wang, Xing, & Wang, 2022; Zhang, 2013; Zhou, 2008), 디지털화 등 한푸의 혁신에 대한 연구(Gao, 2019; Ji, 2016; Tian, 2012; Zhou, 2014),

한푸의 문화 전파 연구(Cui, 2016; Gao, 2019; Li, 2019; Liu, 2016; Wang, 2019; Zhang, 2009; Zhang & Liu, 2015), 한푸 산업의 마케팅 연구(Fei, 2021; Li, 2019) 등이며, Z세대와 관련된 연구는 중국 Z세대 소비자들의 복식문화에 대한 연구(Sun & Yi, 2022)에서 한푸를 일부 언급하고 있을 뿐 중국 Z세대의 한푸 착용현상을 분석한 연구는 전무한 상황이다.

따라서 본 연구는 중국 Z세대에게 한푸가 유행하는 현상을 연구함으로써 중국 Z세대의 한푸 착용 현상의 의미를 파악하는 데 목적을 두었다. 본 연구의 연구 내용은 첫째, 한푸의 개념과 역사, 현대적 활용을 고찰하고 둘째, 중국 Z세대의 특징과 한푸에 대해 살펴보고 셋째, 중국 Z세대들이 한푸를 착용하는 의미를 분석하는 것이다. 본 연구의 연구 방법은 문헌연구와 실증연구로서, 한푸에 관한 단행본, 학위논문, 학술지 논문, 뉴스, 보고서 등 자료를 통해서 한푸와 중국 Z세대를 문헌연구하고, 한푸를 즐겨입는 중국 Z세대를 대상으로 심층면접을 통한 실증연구를 한다.

II. 이론적 고찰

1. 한푸에 관한 고찰

1) 한푸의 개념과 사적 고찰

“한(漢)”은 “한족(漢族)”의 “한(漢)”과 같은 뜻으로, 처음에는 한나라를 가리키는 뜻에서 시작하여, 전체 한족을 가리키는 말로 확대되었다. 한족은 중국의 주체 민족이며, 따라서 한푸는 중국의 전통의상이라고 할 수 있다(Cao, 2020; Fang, 2012). 하상주(기원전 2070~256년) 시기부터 청나라 초기(기원전 2717~1644년)까지 착용된 한푸는 중화민족의 정치, 경제, 심미문화의 각 방면을 종합적으로 보여주는 중국 복식문화의 중요한 부분이지만, 학술적 개념은 완전히 정립되지 못한 실정이다. 중국 고서에서 한푸는 다양한 의미로

기록되고 있는데, 예컨대 한서(漢書)라는 문헌에서 한푸는 한나라의 복식을 가리키지만(Ban, 2007), 당대 문헌인 만서(蠻書)에서는 한푸를 한족의 복식이라 정의하였다(Fan, 2019). 오늘날 많은 중국인들은 한푸가 소수민족을 배척하는 의미가 있어 이를 중국 복식을 뜻하는 ‘화하(華夏) 복식’으로 부르며 중화민족 전체의 전통의상을 대표해야 한다고 주장한다(Li, 2010).

본격적인 한푸는 하상주(夏商周) 시기 처음 나타났으며, 약 5000년 전 상(商) 나라시기 이후 처음으로 관복제도가 만들어졌고, 주(周)나라 시기에는 복식제도가 정비되어 ‘천자관복’(天子官服,

황제의 복식) 중심의 관복제도가 형성되었다(Shen, 2004). 한푸는 여러 왕조를 거쳐 발전하였으며, 청나라 시기에 만족 복식인 치파오, 중화민족 시기에 중산복으로 대체되었다(Yang, 2010). 그러나 청나라 시기와 그 이후에도 외출이 잦지 않은 여성, 사회활동이 제한적인 도교·불교의 승려, 변방 지역의 소수민족 등의 복식에는 여전히 한푸 고유의 특징이 유지되었으며, 그 특징은 오늘날까지 사라지지 않고 명맥을 이어가고 있다. 중국의 긴 역사를 보면 중국의 전통복식을 대표할 수 있는 복식은 한푸로서, 치파오는 여러 왕조 중 짧은 시기의 복식이므로 오늘날 많은 중국인들은 치파오

<Table 1> The Morphological changes of Hanfu Throughout Time

Dynasty	Xia, Shang and Zhou	Eastern Zhou	Qin and Han	Wei and Jin
Representative image	 <p><Fig. 1> Aristocratic attire from the Shang and Zhou for men & women (Hua, 1992, p. 24)</p>	 <p><Fig. 2> Clothes from the Eastern Zhou for women (Hua, 1992, p. 26)</p>	 <p><Fig. 3> Clothing from the Qin and Han for women (Hua, 1992, p. 53)</p>	 <p><Fig. 4> Clothing from the Wei and Jin for women (Hua, 1992, p. 81)</p>
Dynasty	Sui and Tang	Song	Ming	
Representative image	 <p><Fig. 5> Clothing from the Late Tang for women (Hua, 1992, p. 140)</p>	 <p><Fig. 6> Clothing from the Song for women (Hua, 1992, p. 182)</p>	 <p><Fig. 7> Clothing from the Ming for women (Hua, 1992, p. 214)</p>	

를 중국의 대표적 전통 복식으로 인정하지 않는다.

본 연구에서는 한푸의 시대별 변화를 고찰하였는데, 한푸의 변화가 주로 여성복식에서 나타났기 때문에 남녀가 같은 형태를 입었던 하상주(夏商周, Xia, Shang and Zhou)시대를 제외하고는 여성복식을 중심으로 살펴보았다(Table 1). 하상주 시대의 한푸는 넓은 소매의 상의와 치마로 이루어졌다. 직물의 색상은 따뜻한 색이 많았으며, 특히 황홍색이 주를 이루었다(Fig. 1). 동주(東周, Eastern Zhou)시대의 한푸는 옷자락을 여러 겹으로 감아 끈으로 매는 형태인 곡거심의를(曲裾深衣)가 대표적이다(Fig. 2). 진한(秦漢, Qin and Han)시대의 한푸는 동주시대보다 소매가 더 크다는 특징이 있으며, 긴 옷깃을 삼각으로 만들어 몸을 감싼 후 매는 방식을 유지하였다(Fig. 3). 위진(魏晉, Wei and Jin)시대의 한푸는 진한시대와 비교해 큰 차이를 가지는데, 가장 큰 차이는 2겹 치마 중 겹치마의 밑단에 작은 역삼각형의 수소(垂髻)를 장식한 점이다(Fig. 4). 수당(隋唐, Sui and Tang)시대의 수나라와 초당시대에 유행했던 한푸는 주로 좁은 소매의 상의와 하이웨이스트의 긴 치마로, 치마는 가슴 위로 묶고 배자를 위에 입었다. 중당과 만당에 이르면서 소매는 서서히 넓어졌다. 만당시대의 여성들은 가슴의 반을 노출하는 치마를 즐겨 입었는데, 2미터 이상 길고 화려한 색의 실크 소재로 만든 긴 스카프 형태의 장식품인 피백(披帛)과 함께 입었다(Fig. 5). 송대(宋代, Song)에 입었던 한푸의 상의는 배자, 하의는 긴 치마로 구성되었다. 배자는 송대 부녀자들이 자주 입던 복장으로, 옷자락이 서로 겹쳐지지 않고 대금(對襟)으로 마무리되었으며, 단추나 끈으로 묶지 않아 속옷을 노출시켰다(Fig. 6). 명대(明代, Ming)의 한푸의 형식은 대부분 당대 및 송대의 복식을 계승한 것으로 소매와 몸판의 폭이 조금씩 커지거나 좁아지는 것을 제외하면 큰 변화가 없었다(Fig. 7).

오늘날의 한푸는 전통 한푸에 현대적 요소를

접목한 '상의하상'(上衣下裳)의 형태를 지닌다. 일반적인 현대 한푸는 두루마기와 같은 상의와 치마의 조합으로, 왼쪽 옷깃이 오른쪽 옷깃을 덮어 y자 형태를 보이는 교령우임(交領右衽), 직각의 밑단선, 큰 소매의 날렵하고 부드러운 실루엣이 특징이다.

2) 한푸의 현대적 활용

20세기에 들어 한푸는 현대적으로 많이 활용되고 있다. APEC(아시아 태평양 협력단체) 회의에서는 매년 주최국이 자국의 특색을 살린 복식을 제공하고 참가 지도자들이 해당 복식을 입고 단체 사진을 찍는다. 2001년 중국 주최 측이 입은 '당장(唐裝)'은 청나라 시대의 마고자형(馬褂)을 참고해 만든 의상으로, 많은 중국 누리꾼들은 이 옷에 중화민족의 대표성이 없고 중국의 복식 체계에 대한 인식에도 혼란이 생길 것이라고 우려를 표했다(Yang, Zhang, & Kong, 2022). 한족의 전통 복식에 관심있는 사람들은 인터넷을 통해 한푸에 대한 구상을 주제로 열띤 토론을 하였다. 2003년에는 한푸 홍보를 현실로 옮기는 계기가 된 사건이 발생하였다. 싱가포르의 한 일간지가 한 시민이 한푸를 입고 거리로 나왔다는 기사를 실었는데, 이 기사가 중국의 각종 포럼에 퍼지면서 이후 거리에서 한푸를 입은 사람들을 점점 더 많이 볼 수 있게 되었다(Fig. 8).

새로운 시기의 한푸 운동은 인터넷에서 시작되어, 인터넷의 도움을 받았고, 인터넷에 의존하여, 인터넷에서 성장하였다(Li, 2020). 2004년부터 천한민족문화포럼(天漢民族文化論壇)을 비롯하여 한왕(漢網), 천왕(天網) 등 심미, 취미, 관념이 일치하는 단체가 창립되고 한푸를 사랑하는 사람들이 온라인에서, 각각의 도시에서 개최되는 행사에서 서로 교류하는 계기를 만들었다. 일부 한푸 애호가들은 자발적으로 한푸 커뮤니티를 만들어 온라인과 오프라인 활동을 통해 한푸 착용 경험을 공유하고 각자가 소유한 한푸를 전시하고 있다(Fig.



<Fig. 8> Articles about Wearing Hanfu on the Streets
(*The annual "Hanfu travel day"*, 2021)



<Fig. 9> Share the Experience of wearing Hanfu in the Hanfu Event
(Hou, 2021)



<Fig. 10> Wear Hanfu on Traditional Festivals
(Cui & Dai, 2019)

9). 대부분의 대학에 한복 관련 동아리가 만들어졌으며, 동아리 활동에 참여했던 학생들이 고향에 돌아가 한복 유행을 중국 전역으로 확산시키는 결과로 이어졌다. 특히 전통 문화 행사에서는 한복 동아리 학생들은 한복을 입는 것이 일상적인 현상이 되었다. <Fig. 10>은 중국의 전통 명절인 화조절(花朝節)에 대학생들이 한복을 입고 화조절 의식을 함께 복원하는 의식의 모습이다. 2018년 틱톡이 널리 활용되면서 짧은 비디오 속 왕홍들이 입는 한복이 대중들에게 빠르게 알려지며 유행의 주체가 되었다. 이후 온라인뿐만 아니라 일상생활에서도 한복을 입는 사람들이 점차 많아지며 유행이 널리 퍼져나갔다. 2019년 온라인 구매 플랫폼 타오바오(Taobao)내, 한복 온라인 매장의 팔로워 수는 356만 1000명으로 2018년에 비해 74.4% 늘었고, 이 중 85%가 틱톡에 열중하는 청소년이었다(Yuan, 2020). 한복 업계에서는 90년대 이후에 태어난 젊은 층을 한복의 주력 소비층으로 삼고 있다. 소비자들의 각 왕조별 선호도 조사에 의하면, 단정하고 장중한 명나라 한복이 가장 인기 있고, 참신하고 우아한 송나라 한복과 화려하고 웅장한 당나라 한복이 다음으로 선호되었다(iMedia, 2021).

2. 중국의 Z세대와 한복

1) 중국 Z세대의 특징

호주의 맥린델 연구센터(McClindell Research Center)는 Z세대를 대체적으로 1995년부터 2009년 사이에 태어난 세대로 정의하고 있다. 중국과 한국 같은 아시아 국가에서 Z세대는 1990년대 중후반부터 2010년 초반까지 태어난 세대를 가리킨다(Generation Z, 2023; Y. Zhang, 2021). 이 세대에 대한 중국의 선행연구, Cai(2020), Feng(2021), Gao (2020), He(2022) 등을 분석한 결과, 중국 Z세대의 특성은 민족적 애국심이 강하며, 인터넷 의존도가 높고, 강한 개성 추구로 정리될 수 있으며 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 중국 Z세대는 강한 민족적 애국심을 가졌으며 이를 표현한다. 이는 일반적인 Z세대와 구별되는 중국 Z세대만의 특징이라 할 수 있다. 이들은 중국 경제발전과 도시화가 급속하게 일어나는 시기에 태어나 심각한 물질적 부족을 겪지 않고 혜택을 누렸으므로, 강한 애국 열정과 문화적 자신감을 가졌으며, 주류 이데올로기에 대해 긍정적으로 생각한다(Xiang, 2019). 온라인 구매 플랫폼 알리바바(Alibaba)의 연구에 따르면 신진 중국 브랜드 구매자의 과반수는 1995년 이후에 태어난 사람이다. 이들은 서구 일각에서 생각하는 극단적 민족주의가 아닌, 폭넓은 인식 아래 자연스럽게 형성된 새로운 사회의식과 강한 자신감, 그리고

자신들의 국가가 끊임없이 발전하고 진보하는 것에 대해 확고한 믿음을 가진다(Y. W. Zhang, 2021). 이들은 국산 브랜드 소비에 더해 인터넷에서 중국 문화, 스포츠, 뉴스 등이 해외에 소개되는 것을 볼 때 긍지를 느낀다(Ao, 2021). 나아가 자신들이 제작한 전통문화를 담은 영상을 사이버 공간에서 외부와 공유하고 소통하며 애국심을 느끼는 것을 중화 전통문화의 선양으로 생각한다.

둘째, 중국 Z세대는 높은 인터넷 의존도를 가진다. 1995년 이래, 중국은 전자 기술, 인터넷, 개인 컴퓨터, 스마트폰 등의 신형 기술과 산업이 왕성하게 발전하는 단계를 겪었다. 중국 고속철도, 도로, 광섬유 등 각종 인프라의 계획적 투입, 서부 대개발, 신 도시화, 농촌부흥, 빈곤타파 정책들은 매우 빠른 속도로 인터넷 및 이와 관련된 산업 제품의 기술발전 향상을 추진시켰다(CBNData, 2020). 2억 7,500만 명에 이르는 중국 Z세대는 인터넷의 발달과 거의 동시에 태어난 세대로서, 스마트폰, 태블릿PC 등 과학기술 문명의 큰 영향을 받았다(Gao, 2020). 중국 가족계획 정책(한 자녀 정책)의 영향으로 가족 구성원의 주목을 받고 자란 중국 Z세대는 어린 시절 외로움으로 인해 온라인 채널을 통한 공감대 구축에 익숙하다(He, 2022). 이와 같이 태어날 때부터 인터넷과 친밀하게 접촉하는 환경에 놓이게 된 중국 Z세대는 '디지털 원주민'으로 비유된다(Wang, 2021).

셋째, 중국 Z세대는 강한 개성을 추구한다. 이들은 각자만의 뚜렷한 개성으로 자기 자신을 정립하고 있는 젊은이들로서(Sun & Yi, 2022), 다양한 스타일의 패션을 시도하고, 자신을 대변하는 컨셉을 찾기 위해 특정 분야에 투자한다. 따라서 같은 취향을 가진 사람들끼리 온/오프라인 커뮤니티를 형성하여 취미를 공유하며, 독특하고 창의적인 아이디어를 바탕으로 본인의 영상을 제작해 업로드한다. 중국 Z세대는 새롭고 재미있는 이슈를 만들어 주도적으로 전파하고자 하며, 독창과 개성을 바탕으로 남보다 앞서 새로운 길을 걷는 사람

이 그들의 세계에서 빛을 발한다(Chen, 2019). 한편 이들은 남들과 다르기를 원하면서도 자신도 모르게 유행을 따라가는 모순적인 면모도 가진다.

2) 한푸를 착용하는 중국의 Z세대

중국의 국가주석 시진핑은 2013년 중국 대외 발전의 중요한 경제발전전략인 “일대일로(The Silk Road Economic Belt and the 21st-century Maritime Silk Road)”를 제안하였는데, 이 전략을 통해서 중국의 관광지가 많이 알려지고 관광객들을 유치함으로써 한푸의 문화적 교류가 더 활발하게 되었다(Lv, Yan, & Zhao, 2022). 이러한 맥락에서 한푸 기업은 중국 Z세대들이 많이 사용하고 있는 틱톡과 같은 소셜 미디어와 협력을 시도하기 시작하였으며, Z세대 관광객들이 전통문화와 관련된 관광지에서 한푸를 입고 방문하면서 사진과 동영상을 소셜 미디어에 올리기 시작했다. 국가 정책의 지원으로 중국의 사회 경제 발전 수준이 점차 향상되었으며 Z세대들은 자신의 삶의 질과 미의식, 그리고 생활 습관에 관심을 갖기 시작했다. 특히 강한 민족적 애국심을 가진 Z세대는 이러한 정부 정책을 적극적으로 응원하는 방법으로서 한푸를 착용하고 널리 알리고자 한다.

인터넷 의존도가 높은 Z세대는 한민족의 전통 문화를 인터넷을 통해 배우고 보급한다. 이들이 한푸를 인식하고 확산시키는데 있어 인터넷은 주요 도구이며, 디지털 기술발전과 모바일 결제의 진화 등으로 한푸 문화는 오프라인에서 온라인으로, 온라인에서 오프라인으로 확장되었다(Cui, 2016). 특히 소셜 미디어는 한푸 대중화의 주요 수단으로서 Z세대가 틱톡과 같은 소셜 미디어를 통해 한푸 콘텐츠를 접하는 비율이 약 55%라는 연구 결과(iiMedia Report, 2022)는 그 방증이다.

Z세대는 자신만의 선호 및 취향을 적극적으로 표현한다. 그들은 자신이 좋아하는 한푸의 착용 모습을 소셜 미디어에 업로드하여 친구들과 공유하기를 즐긴다. 오늘날 인터넷에서 자신이 경험하

고 소유한 한푸를 선보이는 것은 하나의 트렌드가 되었으며(Liu, 2016), Z세대가 자신의 개성을 표출하는 방법으로서 한푸를 활용하면서 한푸는 빠르게 알려지고 채택되었다.

III. 연구방법

중국 Z세대가 한푸를 착용하는 의미를 분석하는 본 연구는 심층면접을 통한 실증연구로 진행되었다.

우선 심층면접의 대상은 일상생활에서 한푸 착용을 즐겨하는 소비자로서 첫째, 한푸에 대한 관심이 많고, 둘째, 3세트 이상의 한푸를 소유하고 있으며, 셋째, 한푸를 2년 이상 좋아하는 사람 7명으로 하였다. 지리적으로는 중국 대륙의 7가지 지역(동북, 화북, 서북, 화중, 화동, 서남, 화남)의 대표 1명씩이며, 연령은 1995부터 2009년 사이에 태어난 Z세대로 한정하였다. 면접대상은 중국의 유명 소셜 네트워크 서비스 샤오홍슈(小紅書)에 공지하여 댓글과 채팅을 통해 선정하였으며, 이후 위챗(Wechat)을 통해 개인적으로 소통하며 심층면접에 대한 정보와 일정을 확인하였다. 샤오홍슈를 통한 소통에는 여성이 남성보다 많아, 최종 참가자 또한 여성 6명, 남성 1명으로 정해졌다. 참가자의 인적사항은 <Table 2>와 같다.

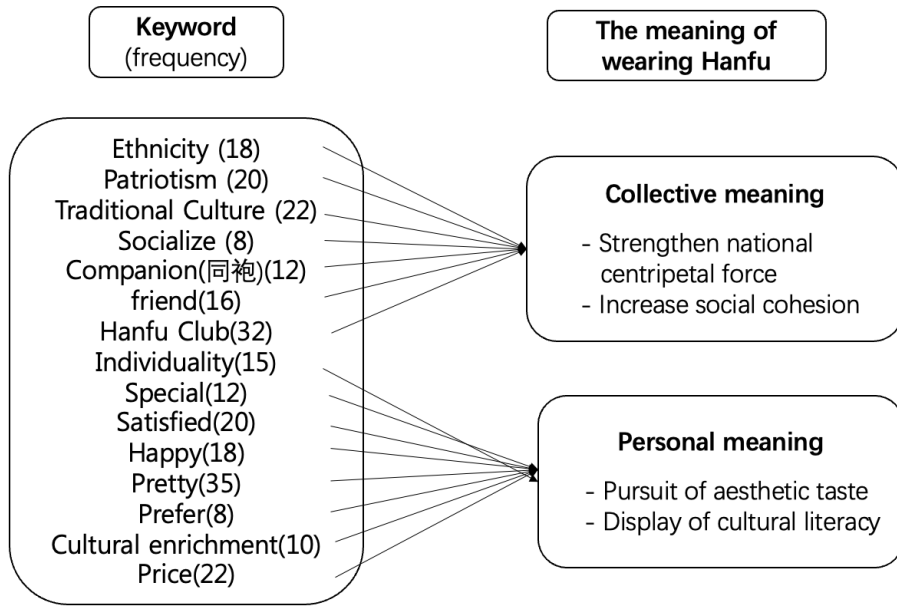
심층면접은 2021년 12월 3일부터 2022년 6월

21일까지 줌(Zoom)을 통해 비대면으로 각각 60분씩 실시하였다. 면접은 반표준화 면접법으로 진행되었으며 연구자가 적절하게 변경 가능하도록 개방형 질문을 사용하였고, 참가자가 더 솔직하고 편안하게 대답할 수 있도록 노력하였다. 면접 내용은 녹화 및 수기로 옮겨 적었으며, 부족한 내용은 중국 모바일 메신저인 위챗으로 7-8차례 연락을 통해 보충하였다. 질문은 연구자의 이름, 나이, 직업, 학력 등 그리고 착용 연도, 개수, 활동 지역, 착용 빈도 등 질문을 포함하는 기본 정보, 구매하는 방식, 한푸 착용 후에 변화, 계획 등 한푸의 관련 일반 특성, 역사와 문화, 착용 현상의 변화, 추천하는 방식, 해외에서 생각하는 중국 전통복식에 대한 생각 및 대책 등 한푸에 관한 문화, 착용하는 마음 상태, 장소, 행동 등 질문을 포함하는 한푸 착용의 목적, 접하는 매체, 착용시 개인적인 견해 등 한푸 선호하는 이유, 좋아하는 스타일, 좋아하는 시기의 한푸, 개량한푸 및 전통한푸 선호하는 한푸 유형 등 6가지 측면으로 나누어, 총 48개의 문항으로 구성되었으며, 참가자에게 미리 전달되어 구체적이며 체계적인 실증적 근거의 자료 확보가 가능하도록 하였다.

면접을 통해 수집한 구술 자료는 다음과 같은 과정을 거쳐 분석하였다. 첫째, 중국 '위에루(悅衆)'라는 프로그램을 사용해 녹음파일을 텍스트파일로 변환한 후, 기술한 자료의 반복해서 읽음

<Table 2> Personal Information of Participants

Participant	Gender	Age	Career (Education)	Residence	HanFu	
					Period of interest	Number of possessions
1	Female	25	Graduate student	Huadong	6 years	20 or more
2	Female	23	Undergraduate student	Xibei	7 years	5 or more
3	Female	25	Graduate student	Xinan	8 years	100 or more
4	Female	26	Office worker (master)	Huabei	3 years	3
5	Female	23	Undergraduate student	Dongbei	4 years	20 or more
6	Male	22	Undergraduate student	HuaZhong	6 years	9
7	Female	19	High school student	Huanan	5 years	30 or more



〈Fig. 11〉 The Process of Deriving the Meaning of Hanfu Wear Among Gen Z in China

로써, 면접의 전체 내용과 학습을 X-Mind로 재정리하는 과정을 거쳐 전체 내용을 파악한다. 둘째, X-Mind로 정리한 자료에서 연구 주제인 중국 Z세대의 한푸 착용 현상에 관한 공통적인 내용을 목록화하는 작업을 하며, 이 자료를 귀납하고 범주화시킨다. 셋째, 범주화된 자료들에 의미를 반영하고 학술적인 언어를 사용하여 주제별로 서술한다. 넷째, 추출된 주제가 적절한지 검증하기 위해 원본 자료에서 목록화 작업을 반복하여 누락한 의미가 있는지 살펴본다. 마지막으로, 연구자의 주관적 해석이 아닌, 면접을 통해 얻은 데이터를 수치화하여 신뢰성 있는 결론을 도출하고, 도출된 내용을 문장으로 표현한다. 심층면접을 통해 〈Fig. 11〉과 같은 키워드를 얻었고, 이를 분석하고 분류한 결과 집단적 의미와 개인적 의미를 도출하였다.

IV. 연구 결과

심층면접의 결과분석을 통해 도출한 ‘중국 Z세

대의 한푸 착용 의미’는 집단적 의미와 개인적 의미로 구분된다. 우선 집단적 의미는 개인의 취향보다 국가와 사회를 중심에 두는 것을 의미한다. 이는 자국을 사랑하고 민족 전통문화 의식을 강화하려는 ‘민족 응집력 강화’와 사회생활에서 인간관계를 확장하려는 ‘사고 결속력 강화’로 나타났다. 그 다음에 개인적 의미는 국가나 사회보다 개인을 중심에 두는 행동을 의미한다. 이는 중국 Z세대가 ‘미적 취향 표현’하고 ‘문화적 소양 과시’하려는 욕구로 나타났다.

1. 집단적 의미

1) 민족 응집력 강화

한푸는 민족적 속성을 지닌 복식으로서 문화적 상징성을 내포하고 있다(Zhang & Liu, 2015). 중국 Z세대는 한푸를 입는 행위를 통해 전통문화를 수용하고 나아가 민족적 응집력을 강화한다. 전통문화를 계승하고 홍보하는 것은 애국주의와 올바른

른 가치관을 함양하고 중화 민족의 부흥을 위한 정신적 지원을 제공할 수 있기 때문이다(Zhou, 2021). 중국 Z세대는 중국 정부 차원의 여러 정책에 영향을 받아 민족주의 정신이 강하고, 애국심을 적극적으로 표현한다. 이들은 민족의 전통문화 중 하나인 한푸를 입는 것이 의미 있는 일이라 믿고 있으며, 더 많은 사람들이 한푸에 관심을 갖도록 활동하는 것에 성취감을 갖는다.

민족적 애국심이 강한 중국의 Z세대는 어릴 때부터 교과서나 중국 전통 드라마 등을 통해 각 왕조에 대한 기본적인 지식을 갖고 전통문화를 사랑한다. '2019 중국 온라인 소비 생태 빅데이터 보고서'에 따르면 중국 유명 동영상 사이트 빌리빌리(Bilibili)에서 전통 스타일을 좋아하는 사람들의 90%와 전통 동영상 업로드 주체의 70%가 Z세대였으며, 인터넷 쇼핑물 타오바오에서 한푸의 매출은 2년 연속 300% 이상 성장했다(CBNDData, 2019). 중국의 전통 도시 시안(Xian) 출신의 한 참가자는 일상이나 졸업식과 같은 행사에서 한푸를 자주 입으며 전통문화를 즐기는데, 참가자 본인을 통해 한푸를 자주 노출하여 사람들이 전통문화에 관심을 갖게 하고 싶다고 밝혔다(Fig. 12). 또 한푸를 즐겨 입기 시작하면서 선조들의 의식주에 관한 전통 동영상을 많이 접하게 된 참가자는 전자제품을 내려놓고 한푸 등 전통문화를 체험하며 역사 속 인물이 된 느낌을 가져보기도 한다고 하였다.

“전통문화를 너무 좋아하고, 대학 졸업식 때는 중국 민족적 특성을 살린 학사복을 입어야 하는데 아직 우리 학교에는 그런 복장이 없어요. 그래서 학사복 안에 한푸를 입고 졸업식에 참석했는데, 제 행동을 통해서 사람들의 전통문화 계승에 대한 관심을 끌 수 있었으면 좋겠어요.” (참가자 2)

“중국 옛사람들의 생활방식도 궁금하고, 옛사람들이 어떻게 살았는지 궁금하고, 평소 생활 속에서 민족 전통 문화의 분위기를 더 많이 담아내고 싶어요.” (참가자 4)

Z세대는 정신적 욕구를 중시하여 전통문화와

관련된 콘텐츠를 학습하며 선조들의 생활방식을 따르고자 한다(Luo & Zhou, 2021). 그들은 전통 명절을 즐기고 전통예절, 붓글씨, 전통악기 등 전통문화와 관련된 행위를 배울 때 한푸를 입는다. 한푸나 전통 수공 예품을 직접 만들기도 하며, 전통 방식으로 꾸민 서재에서 한푸를 입고 붓글씨를 쓰는 장면을 친구들과 공유한다(Fig. 13).

“패션디자인을 전공하는 학생이기 때문에 평소에는 한푸를 만드는 것 외에도 전통문화와 관련된 수공 예품에 대한 연구하고 여가시간을 보냈어요.” (참가자 5)

한편 오늘날 중국의 Z세대는 서구 문화를 숭배하거나 배척하지 않으며, 서구와 자국을 대등하게 여기고 자신감을 갖고 있다(Y. W. Zhang, 2021). 이들은 해외에서도 중국 전통의상으로서 한푸를 소개하고 현지 친구들과 함께 입는 등 한푸 사랑을 전파한다(Fig. 14). 유학을 갔던 참가자들은 외국인들이 중국의 전통 의상에 대해 오해하고 있다는 것을 느끼고, 스스로 한푸를 자주 입고 홍보하고 싶다고 하였다. 중국 Z세대는 국내는 물론이고 해외에서도 자국의 전통문화 중 하나인 한푸를 통해 애국심을 고양하고 민족 응집력을 키우고 있었다. 자신의 정체성에 맞는 의상을 입음으로써 강한 자아 정체성과 소속감을 얻는다(Ge, 2022) Z세대는 한푸를 통해 자신의 문화적 속성을 밝히고 있었다.

“한푸를 입었을 때 전통문화를 계승하는 매개체임을 느꼈고 문화를 계승, 전파, 응집하는 책임을 지고 민족 구심력을 높일 수 있는 것 같아요.” (참가자 3)

“외국에도 훌륭한 문화가 많지만, 우리 중국 문화도 광범위하고 심오해요. 우리는 우리의 전통문화를 잘 계승하고 발전시켜야지, 무조건 외국 문화를 추앙하면 안 돼요.” (참가자 6)

“일본에 유학 갔을 때 한푸를 입고 대회에 나갔는데, 그들이 우리 전통의상을 모르니까 더 자주 입어야 했거든요.” (참가자 1)

2) 사고 결속력 강화

중국 Z세대는 한푸 착용 활동은 그들의 사고 범위를 넓혔다. 한푸 착용자는 뉴미디어를 통해 온라인으로 소통하고 공감함으로써 한푸 취미 갖는 공동체를 구축했다(Liu, 2016). 그들은 한푸를 함께 좋아하는 사람들과 소통함으로써 한푸에 대한 지식을 넓혀가고 새로운 인맥을 형성하며 재미를 느낀다. 인터넷 의존도가 높은 중국 Z세대는 인터넷으로 한푸를 구입해 물건을 받고 집에서 한푸를 입은 사진을 인터넷에 공유한다. 인터넷으로 인해 Z세대의 한푸 관심층은 더욱 다양하고 견고해졌으며 그들의 개성적 특성을 효과적으로 표출하게 되었다. 참가자들은 한푸를 좋아하는 사람끼리 서로 다정하게 '동포(同袍)'라고 부르며 강한 결속력을 드러냈으며, 서로 전통 인사에절인 '한례(漢禮)'를 한다(Fig. 15). 한편 소셜미디어를 통해 개인의 취향을 더 편리하게 공유하게 되면서 한푸를 공유하는 인플루언서들도 많이 생겨났다. Cui(2016)의 연구에서도 인터넷은 한푸의 발전에 대체할 수 없는 역할을 하며 소셜 네트워크 플랫폼은 한푸 온라인 문화 활동에 훌륭한 장소를 제공한다고 하였다. 즉, 인터넷 보급은 한푸의 발전에 큰 힘을 보탤다.

“인터넷에서 ‘동포’와 함께 새로 산 한푸를 공유하면 다들 적극적으로 호응해주시고, 친구들과 함께 우리가 좋아하는 한푸를 토론하는 것은 정말 행복한 일이에요.” (참가자 2)

“한푸를 입고 나니 친구가 많아져 혼자 한푸를 연구할 필요가 없어졌어요.” (참가자 7)

어린 시절부터 외동으로 성장하면서 교류가 부족했던 Z세대는 학교에서 동아리를 조직하거나 회원으로 활동하면서 같은 취향의 친구들을 만나게 되고, 취향에 따라 다른 문화권을 형성하게 되었다(Ding & Dong, 2021). 한푸를 즐겨입는 Z세대 중, 인터넷이나 드라마에서 한푸를 많이 접하다가 한푸 동아리에 참여하면서 현실에서 한푸를

처음 접하게 된 경우도 많았다. 한푸 동아리에 참여하는 참가자는 동아리를 통해 사람 간 친근함을 느끼게 되고 같이 한푸 활동에 더욱 열심히 참여하게 된 경험을 밝혔다(Fig. 16). 한푸를 즐겨입는 남성 참가자는 처음에는 한푸를 입은 여성에게 끌렸다가 사교적 응집이 커지면서 점차 한푸에 관심을 갖게 되었다고 하였다.

“저는 학교 한푸 동아리 신입생 모집 활동에서 처음으로 한푸를 입었어요. 한푸 동아리 친구들이 저에게 매우 친근한 느낌을 주었고, 우리는 많은 한푸 활동도 같이 참여했어요.” (참가자 4)

“학교 한푸 동아리에서 처음으로 한푸를 접했는데, 그때 한푸를 입은 누나에게 이끌려 한푸 동아리에 가입했고, 대학에 와서도 계속 참여했고, 지금은 우리 학교의 한푸 동아리 부장이 되었어요” (참가자 6)

2. 개인적 의미

1) 미적 취향 표현

개성이 강한 중국 Z세대는 한푸를 통해 개인의 미적 추구를 드러내며 개별화된 미적 취향을 표현하고 있었다. 이러한 결과는 Chen(2022)의 연구결과와 일치하는 것으로, Chen은 Z세대의 옷차림이 개성을 보여주는 역할을 하며, 중국 Z세대 사이의 유행인 한푸 등 문화적 의미를 지닌 의상이 그 역할을 한다고 하였다. Ge(2022)의 연구에서도 Z세대가 개인화 및 맞춤형 제품을 선택하는 경향이 있다는 점이 Z세대에게 한푸가 유행할 수 있는 중요한 요소라고 하였다.

중국 Z세대에게 한푸 착용은 자신의 아름다움의 추구에서 시작되었는데, 이는 Z세대가 외모를 중시한다는 연구(Wu, 2021)를 뒷받침하는 것으로, 그들은 다양한 한푸를 입은 자신의 모습을 보면서 스스로 만족하고, 즐거움을 느꼈다. 특히 중국 Z세대는 한푸 착용에 있어 자기만의 자유로운 방식을 추구하였는데, 이는 한푸 문화의 새로운 계승이자 자기표현의 한 방식이다(Han, Lu, & Yin, 2022).

“한푸를 입지 않을 때는 평범한 모습이어서 사람들 속에서 나를 찾을 수 없어요. 한푸를 입었을 때는 바로 **예뻐지고 독특하게 만들어져** 사람들 속에서 눈에 띄었고, 남들이 한눈에 독특한 나를 알아차릴 수 있어요.” (참가자 4)

“한푸는 여러 왕조를 거쳤는데, 한푸는 다양한 **심미성**을 가져 패스트 패션이나 패션 트렌드와 달리 특별해요.” (참가자 3)

대부분의 참가자들은 자신의 몸매나 취향 등 개개인의 특성에 맞게 한푸를 선택하고 연출하고 있었다. 한푸는 하이웨이스트로 몸을 감싸는 실루엣을 형성하여 시각적으로 다리를 길어보이게 하므로 몸매에 대한 요구가 까다롭지 않으며(Ji, 2016), 한푸의 형태, 소재, 색깔은 몸매 보정 효과를 주어, 착용자의 몸매 중 불만족스러운 부분을 감출 수 있다. 현대화된 다양한 형태의 한푸는 개인의 특성을 드러내거나, 장식 등을 통해 신체적 불만을 감추는데 용이하다(Zhou, 2012). 한편 참가자들은 개인의 신체적 필요에 따라 특정 시대의 한푸를 선택하여 착용하고 있었다. 참가자 7은 “뚱뚱한 체형의 단점을 보완하기 위해 당나라 시대의 한푸를 즐겨 입는다”고 했으며(Fig. 17), 참

가자 3은 “작은 키와 마른 체형의 단점을 숨길 수 있는 송나라 시대의 한푸를 즐겨입는다”고 밝혔다(Fig. 18).

2) 문화적 소양 과시

Z세대는 제품을 구매함으로써 자신의 가치관을 표현하는 경향이 있다(Luo & Zhou, 2021). 이들에게 전통문화는 대중문화와 구별되는 고급문화이며, 한푸를 입는 행위는 고급문화의 향유이다. Z세대가 밝힌 한푸 착용의 이유 중 하나는 한푸가 지닌 다양한 전통문화에 대한 지식을 드러내는 것이다. 즉 한푸 착용은 높은 문화적 소양을 의미하며, 이로써 자존감을 높여 개별화된 욕구를 충족시켜준다(Zhou, 2012). 그들 사이에서는 전통에 가까운 한푸를 입는 것이 전통 문화에 대한 지식이 높은 것으로 여겨진다. 참가자들은 서적, 회화, 벽화, 조각, 도자기 등 고대 문화재에 기록된 한푸를 탐구하고 재현하고자 하였다. 그들은 고미술 속 한푸와 똑같은 한푸를 제작하고 촬영한 사진을 온라인에 업로드하는 방식으로 문화적 소양을 표현한다(Fig. 19). 한편 전통 한푸의 재현에는 잘



<Fig. 12> Attending the graduation ceremony in Hanfu (Taken by participant 2, 2022)



<Fig. 13> Person using a brush to write Chinese characters (Zhou, 2022, May 15)



<Fig. 14> Wearing Hanfu with foreign classmates abroad (Tong, 2021, August 27)



〈Fig. 15〉 The scene where people wearing Hanfu greet each other (Qian, 2021, February 20)



〈Fig. 16〉 Club Hanfu activities (Taken by participant 5, 2022)



〈Fig. 17〉 Hanfu of the Tang Dynasty (Taken by participant 7, 2022)



〈Fig. 18〉 Hanfu of the Song Dynasty (Taken by participant 3, 2022)



「汉服」仿画像-小仕女报道!
 说点什么... 610 94 41

〈Fig. 19〉 A post published on the Internet (Ji, 2022, November 29)



〈Fig. 20〉 The closet of a fan of Hanfu (Taken by participant 3, 2022)

고증된 고가의 신발, 가발, 장신구 등도 필요하여, 한푸를 통한 문화적 소양 과시에는 재력의 과시가 포함된다. 7명의 면접 참가자 중 5명은 자신이 한푸에 관한 지식, 가진 한푸의 종류, 수량과 비싼 가격을 심층면접 과정에서 반복적으로 언급하였으며, 이들은 자신이 소유한 다량의 한푸 사진을

SNS에 게재한다(Fig. 20).

“한푸를 입으니 마치 **고대 문인이 된 듯한** 느낌이 들었고 붓을 들면 금세 시를 쓸 수 있는 느낌이었어요.”(참가자4)

“내 옷장에는 **한푸가 100벌 이상** 들어있어요. 대부분 한푸는 내가 직접 제작에 참여하고 고대 문

화제에 따라 만들었어요. 내 한푸도 일반 옷보다 훨씬 비싸서 원단이나 솜씨가 좋아요. 가장 싼 것도 800위안(15만원)이며, 1000위안(20만원) 이상 되는 경우가 많아요.”(참가자 3)

3. 논의

중국 Z세대의 한푸 착용 현상을 분석한 결과 ‘민족 응집력 강화’와 ‘사교 결속력 강화’로 분류되는 집단적 의미와 ‘미적 취향 표현’과 ‘문화적 소양 과시’로 분류되는 개인적 의미가 논의되었다.

강한 민족적 애국심으로 무장한 중국 Z세대는 한푸를 착용하는 행위를 통해서 애국심을 표출하였으며, 민족 전통 문화를 체험하고 전승할 수 있다고 여겼다. 따라서 그들의 한푸에 대한 열정과 자부심은 민족 응집력을 강화하는 결과를 이끌었다. 한편 중국 Z세대에게 한푸는 서로 교류하는데 필요한 도구로 기능하고 있었다. 높은 인터넷 의존도를 지닌 중국 Z세대는 한푸를 통해 사람들과 편하게 교류하고, 온라인상에서 한푸와 관련된 댓글, 사진, 영상을 공유하였으며, 한푸 동아리를 조직하고 참여하는 방식으로 사교의 범위를 넓히고 결속력을 강화시켰다.

강한 개성을 추구하는 중국 Z세대는 여러 왕조를 거치며 다양한 조형성을 가진 한푸를 통해 개인의 아름다움을 드러내거나 신체적 단점을 감추는 등 개별적인 미적 취향을 자유롭게 표현하고

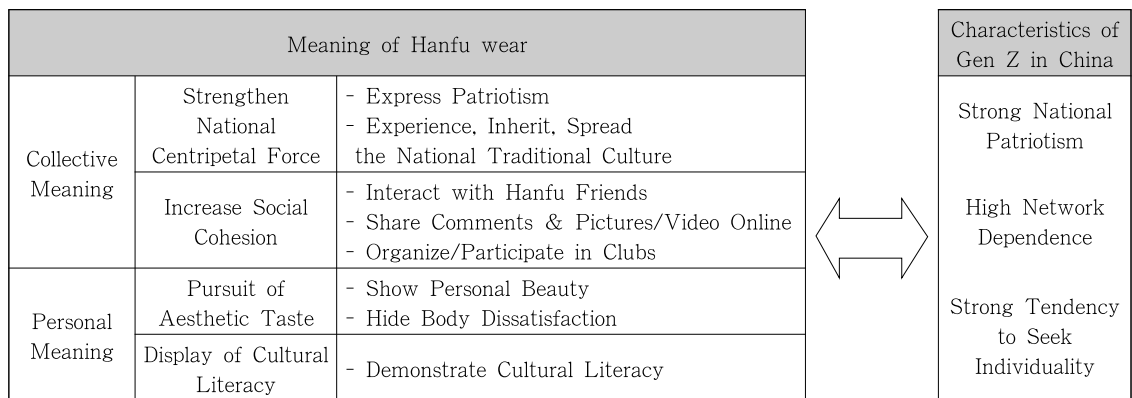
있었다. 한편 강한 개성을 추구하는 중국 Z세대는 한푸를 문화적 소양을 과시하는 매개로 활용하고 있었다. 그들은 고대 문화제에 기록된 한푸와 장신구를 그대로 재현하거나, 시대별 한푸를 접목한 현대 한푸를 직접 제작하고 구매하며 개인의 문화적 소양을 과시하는 방식으로 개성을 추구하고 있었다.

이상에서 논의한 중국 Z세대의 특성에 근거한 한푸 착용 현상의 의미는 <Fig. 21>과 같이 정리된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 중국 Z세대가 한푸를 착용하는 현상의 의미를 밝히는 것에 목적을 두었다. 연구의 방법은 문헌연구와 심층면접을 통한 실증연구이며, 심층면접의 대상은 한푸 착용을 즐겨하는 중국 Z세대로서 중국 전 지역에 거주하는 7인으로 선정하였다. 이론적 배경으로서 중국의 전통복식인 한푸에 대해 고찰했으며, 중국 Z세대와 한푸에 대해 살펴보았다.

본 연구의 결과로서 강한 민족적 애국심, 높은 인터넷 의존도, 강한 개성 추구의 특징을 지닌 중국 Z세대가 한푸를 착용하는 의미로서 집단적 의미와 개인적 의미가 도출되었다. 집단적 의미는



<Fig. 21> Meaning of Hanfu Wear Among Gen Z in China

‘민족 응집력 강화’와 ‘사교 결속력 강화’가 논의되었으며, 개인적 의미로는 ‘미적 추구 표현’과 ‘문화적 소양 과시’가 논의되었으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 중국 Z세대는 한푸를 통해 집단적 차원의 민족 응집력을 강화하고 있었다. 강한 민족적 애국심을 가진 중국 Z세대는 민족 전통문화 중 하나인 한푸를 입으며 애국심을 표출하였고, 민족 전통문화의 여러 콘텐츠를 학습하고 직접 체험하였으며, 인터넷 친화적인 방식으로 이를 계승하고 전파하였다.

둘째, 중국 Z세대는 한푸 착용 행위를 통해 집단적 차원의 사교 결속력을 강화하고 있었다. 인터넷 의존도가 높은 그들은 온라인에서 개인의 취향을 공유하고 한푸 동아리의 모임을 조직 혹은 참여하였다. 한푸를 즐겨입는 중국 Z세대는 여러 경로의 소통을 통해 새로운 인맥을 형성하고 사회적 결속력을 강화하였다.

셋째, 중국 Z세대는 한푸를 통해 개인의 미적 취향을 표현하고 있었다. 강한 개성을 특징으로 하는 중국 Z세대는 현대 복식과 구별되는 여러 양조의 다양한 한푸를 착용함으로써 개인의 아름다움을 드러내거나 신체적 단점을 감추는데 등의 개별화된 미 추구 욕구를 충족시키고 있었다.

넷째, 중국 Z세대는 한푸를 통해 문화적 소양을 과시하고 있었다. 이들은 고대 문화재에 기록된 한푸를 탐구하고 재현하며, 온라인 소통을 통해 문화적 소양을 적극적으로 표현하였다. 강한 개성을 추구하는 중국 Z세대에게 한푸는 자신의 지식과 능력을 표출하는 좋은 수단으로 기능하였다.

본 연구는 한푸의 유행을 중국 Z세대의 정체성으로 읽어내려 한 시도로서 중국 Z세대의 미적 취향에 대한 기초 자료를 제공하고, 중국에 진출하는 패션 브랜드의 방향 설정에 기여하며, 한푸와 관련된 다양하고 심층적인 후속 연구에 방향성을 제시했다는 점에서 의의가 있다. 그러나 심층 면접을 통한 질적 연구의 특성상 면접 참가자 7인

이 중국 Z세대 전체를 대표하기에 어려움이 있다는 제한점을 가지므로, 향후 설문조사나 통계를 이용한 양적 연구를 통해 좀 더 객관화된 연구가 필요하다. 한편 본 연구는 중국 Z세대의 미적 취향에 대한 후속 연구 및 분석에 참고할 수 있는 기초 자료를 제공하여 향후 중국 시장을 겨냥한 의류 브랜드 포지셔닝에도 기여하는 바가 있다.

References

- Ao, C. B. (2021). The diverse characteristics, realistic causes and subcultural significance of generation z's consumption concept. *China Youth Studies*, 304(06), 100-106.
- Ban, G. (Ed.) (2007). *Han shu*. Beijing, China: Zhonghua Bookstore.
- Cai, Y. B. (2020). "Z generation" college students' life-style characteristics and coping strategies. *University Logistics Research*, 20(05), 80-83.
- Cao, X. X. (2020, March 10). Han Nationality. *National ethnic affairs commission website*. Retrieved from http://www.gov.cn/guoqing/2015-03/17/content_2835377.htm
- CBNDData. (2019, December 20). 2019 China internet consumer ecology big data report. Retrieved from <https://www.cbndata.com/report/2125/detail?isReading=report&page=1&readway=stand>
- CBNDData. (2020, April 19). 2019 Generation Z consumer power white paper [PDF document]. Retrieved from <http://www.d-long.com/eWebEditor/uploadfile/2020082820002310390961.pdf>
- Chen, J. (2019). Insight into the consumption trend of "generation z". *Knowledge Economy*, 510(26), 66-69.
- Chen, S. (2022). Post-00s lifestyle: Expressing personality by fitting interests. *The World of Junior High School Students*, 22(Z2), 88-89.
- Cui, W. W. (2016). *Dialogue with tradition and modern: The research of Hanfu fans online cultural practice* (Unpublished master's thesis). Anhui University, Hefei, China.
- Cui, Z. L. & Dai, Y. (2019, March 22). China's most beautiful traditional festival "flower chao festival" has become popular, how should the word "chao" be pronounced. Retrieved from <https://m.huanqiu.com/article/9CaKrnKjdqi>
- Ding, H. R. & Dong, Z. H. (2021). Analysis on the representation and motivation of subcultural consumption of generation Z youth. *China Newspaper*, 521(16), 110-111.

- Fan, C. (2019). *Edited by the editorial board of china academic famous books abstracts, China Academic Famous Books Abstracts Volume II, Sui, Tang and Five Dynasties*. Shanghai, China: Fudan University Press.
- Fang, Y. (2012). *Research on Hanfu movement* (Unpublished master's thesis). Shanxi Normal University, Xian, China.
- Fei, H. (2021). *The research on traditional Chinese Hanfu design for cultural tourism activities in the yangtze river delta region* (Unpublished master's thesis). Shanghai Academy of Drama, Shanghai, China.
- Feng, W. H. (2021). From breaking the circle to building the circle: Brand marketing strategy under the consumption characteristics of the Z generation - taking huaxizi as an example. *New Media Research*, 7(24), 34-36.
- Gao, F.(2020). Analysis of short video consumption characteristics of the Z generation. *News Lover*, 509(05), 40-42.
- Gao, Y. (2019). *Research on aesthetic and practical problems of Hanfu rejuvenation movement* (Unpublished master's thesis). Nanjing University, Nanjing, China.
- Ge, Q. Q. (2022). Research on the clothing aesthetic of generation Z based on collective memory. *West Leather*, 44(20), 97-99.
- Generation Z. (n.d.). In *Namuwiki online*. Retrieved from <https://namu.wiki/w/Z%EC%84%B8%EB%8C%80>
- Han, Y. D., Lu, P. J., & Yin, X. Q. (2022). The inheritance pattern and significance construction of young students' Hanfu subculture. *Comparative Study of Cultural Innovation*, 6(10),100-103.
- He, S. H. (2022). The formation background and group characteristics of the Z-generation youth. *China Youth Studies*, 318(08), 14-20.
- Hou, J. J. (2021 November 27). Eighteen years of "return" of Hanfu: From circle culture to "ten billion industry" under policy support. Retrieved from https://www.sohu.com/a/503839262_161795
- Hua, M. (1992). *History of Chinese dress*. (S. S. Park & S. W. Lee, Trans.). Seoul, South Korea: Koshunsha. (Original work published 1989)
- iiMedia. (2022, July 22). 2022-2023 China Hanfu industry status and consumer behavior data research report. Retrieved from <https://www.163.com/dy/article/HCSUODBD0511A1Q1.html>
- iMedia. (2021, July 21). 2021 Hanfu consumption trend insight report. <https://max.book118.com/html/2021/0721/8061105075003123.shtm>
- Ji, C. J. (2022, November 29). Portrait of "Hanfu": Report on little maiden! *Xiaohongshu*. Retrieved from <http://xhslink.com/wrgUAR>
- Ji, Z. H. (2016). *Research on the structure characteristics of "modern Hanfu " and digital implementation* (Unpublished master's thesis). Donghua University, Shanghai, China.
- Kong, D. Y. (2016). *Analysis of overseas communication of Hanfu* (Unpublished master's thesis). Shandong University, Ji'nan, China.
- Li, J. C. (2020). Looking at the phenomenon of "subculture" under the retro trend from the perspective of "Hanfu fever". *Cultural Industry*, 156(11), 56-57.
- Li, X. (2010). *On Hanfu* (Unpublished doctoral dissertation). Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an, China.
- Li, Y. J. (2019). *Research on influencing factors of online purchase willingness of "modern han Chinese clothing"* (Unpublished master's thesis). Zhejiang Sci-Tech University, HangZhou, China.
- Liu, J. J. (2016). The construction of Hanfu interest community in the context of new media: Taking "fujian Hanfu world" as an example. *Journalism Lover*, 461(05), 67-70.
- Luo, Y. X. & Zhou, C. (2021). The national trend takes advantage of the east wind: How Chinese brands enter the hearts of generation z. *Time-honored brand marketing*, 2021(11), 3-4.
- Lv, J., Yan, M. J., & Zhao, H. B. (2022). Practical research on the translation and dissemination of Hanfu culture under the perspective of "one Belt and one road": Taking the platform construction of the wechat public account "mengyunshang tian-xiazhi" as an example. *Time-honored brand marketing*, 22(23), 28-30.
- Pan, J. H. (2002). On the deep structure of Chinese clothing culture. *Theatre Arts*, 2002(04), 33-38.
- Qian. (2021, February 20). The salute after meeting in the same robe is also very interesting. *Xiaohongshu*. Retrieved from <http://xhslink.com/UaVTAr>
- Shen, C. W. (2004). *History of Chinese dress*. Xi'an, China: Shaanxi Normal University Press.
- Sun, D. & Yi, L. L.(2022). Research on the emerging niche clothing culture of "gen Z" youth from the perspective of subculture. *Western Leather*, 2044(19), 41-43.
- The annual "Hanfu travel day" is coming! "I" is finally an 18-year-old boy (2021, November 21). *Sohu*. Retrieved from https://www.sohu.com/a/502575868_120866359
- Tian, B. Y. (2012). *Research on the expression of traditional elements in contemporary "han custume"* (Unpublished master's thesis). Dalian Polytechnic University, Dalian, China.
- Tong. (2021, August 27). Hanfu has been promoted to Russia. *Xiaohongshu*. Retrieved from <http://xhslink.com/Hm5TAr>
- Vivian. (2020, December 9). It smells so good! Hanfu

- culture in the eyes of generation Z. *Top Digital*. Retrieved from <http://wap.art.ifeng.com/?app=sys tem&controller=artmobile&action=content&contentid=3512150>
- Wang, J. W. (2019). *Analysis on dilemmas and counter-measures for contemporary Hanfu cultural communication* (Unpublished master's thesis). East China Normal University, Shanghai, China.
- Wang, S. X. (2021). Observation of China's "generation Z" youth group. *People's Forum*, 716(25), 24-27.
- Wang, Z. H., Xing, L., & Wang, L. (2022). The research status and trend analysis of domestic Hanfu based on citespace. *Silk*, 59(06), 17-26.
- Wu, J. J. (2021, October 14). High-value beauty and domestic products become "social symbols" of generation Z. *Wen Wei Po*, 1-2
- Wu, L. J. (2019). *Research on the practice mode of Hanfu movement* (Unpublished master's thesis). Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing, China.
- Xiang, W. J. (2019) . The new needs, new culture and new economy of gen Z [PDF document]. Retrieved from http://pdf.dfcfw.com/pdf/H3__AP201906201335857785__1.pdf
- Yang, K. Q. (2010, December 28). The beauty of Hanfu: One of the oldest ethnic costumes in the world. *Chinanews*. Retrieved from <https://www.chinanews.com.cn/hwjy/2010/07-01/2376004.shtml>
- Yang, X., Zhang, R., & Kong, L. X. (2022). The reconstruction and popularity of "tradition": An investigation of the evolution logic of the youth Hanfu culture. *Contemporary Youth Studies*, 377(02), 40-47.
- Yuan, L. (2020, January 9). Why is Hanfu so popular in 2019? Hanfu lovers support a billion-dollar market. Retrieved from <https://www.takefoto.cn/viewnews-2012511.html>
- Zhang, B. G. & Liu, J. J. (2015). Memory identity and construction of Chinese ritual and music culture in the new media environment: Taking the dissemination of Hanfu spring festival gala as an example. *Journalism Lover*, 451(07), 46-49.
- Zhang, W. M. & M. F. (2021). Analysis of cross structure of han Chinese clothing based on clo 3d platform. *Journal of Silk*, 58(02), 131-136.
- Zhang, X. (2009). "Hanfu movement": Racial nationalism in the internet age. *Journal of Chinese Youth Social Science*, 28(04), 65-71.
- Zhang, Y. (2013). Symbolic analysis of modern han Chinese clothing. *Journal of Sichuan Institute of Technology*, 28(06), 96-99.
- Zhang, Y. (2021, July 14). Definition and characteristics of generation Z. Retrieved from <https://36kr.com/p/1310331587281670>
- Zhang, Y. W. (2021). The international outlook of China's Z generation has surfaced. *Zhongguancun*, 213(02), 100-101.
- Zhou, M. Y. (2021). An analysis of the inheritance of Hanfu culture from the perspective of cultural confidence. *Chinese Character Culture*, 21(S2), 184-189.
- Zhou, X. (2008). New tangzhuang, Hanfu and Hanfu movement: The new trends of "national costume" in China in the early 21st century. *Open Times*, 195(03), 125-140.
- Zhou, X. (2012). The construction practice and reproduction of the "beauty" of Hanfu. *Journal of Jiangnan University*, 11(02), 94-99.
- Zhou, X. (2014). The essentialism of Hanfu and the cultural practice of constructivism: The appeal, harvest and bottleneck of Hanfu movement. *Folklore Studies*, 115(03), 130-144.
- Zhou, Y. M. (2022, May 15). She's as cold as a Song poem. *Xiaohongshu*. Retrieved from <http://xhslink.com/rAdUAr>