

# About HAZZYS

LF를 대표하는 프리미엄 컨템포러리 캐주얼 브랜드 헤지스(HAZZYS)는  
2000년 론칭 이후 글로벌 시장에서 지속적인 성장을 이어가고 있습니다.

다양한 국가, 전통과 혁신을 오가며 영국 클래식의 헤리티지를 바탕으로 글로벌 감각을 더해 2025년 매출 1조원 규모의 글로벌 브랜드로 도약했습니다.



# BRAND STORY

‘헤지스’의 브랜드 근간은 ‘영국’입니다.

헤지스는 1928년 영국 캠브리지 대학의 최고 로잉 팀이었던 ‘헤지스 클럽(HAZZYS CLUB)’에서 유래했다는 브랜드 스토리와 함께, 브랜드 이름과 컨셉 모두 ‘브리티시 트래디셔널’(British Traditional)에 뿌리를 두고 있습니다.

당시 신사 스포츠로 로잉을 즐겼던 영국 엘리트 대학생들의 패션에서 영감을 받은 ‘프레피룩(Preppy Look)’을 메인 컨셉으로, 유행을 크게 타지 않는 프리미엄 컨템포러리 캐주얼 패션을 앞세워 굳건한 글로벌 브랜드로 자리매김 했습니다.

이처럼 영국의 문화적 감성을 기반으로 한 국내 브랜드라는 점에서 국내와 해외 고객 모두에게 친숙하게 다가갈 수 있는 브랜드 헤리티지와 스토리를 갖고 있다는 것이 헤지스만의 독보적인 경쟁력이며 패션 뿐만 아니라 레저, 문화, 여가까지 라이프스타일 전반에 걸쳐 영국 브리티시 헤리티지를 재해석 하고 있습니다.



# GLOBAL STORY

국내 패션 브랜드 중 대표적인 해외 진출 성공 사례로 주목받고 있는 헤지스는 현재 전세계 880여개 매장을 운영하며 한국을 비롯해 중국, 베트남, 러시아, 인도 등 아시아 주요 국가에서 브랜드 가치를 확장해 나가고 있습니다.

각 지역의 라이프스타일과 문화를 반영한 헤지스만의 감각적인 스타일을 선보이며 신규 라인 확장, 캐릭터 IP, AI 기반 마케팅 혁신을 통해 성장세를 이어가고 있는 헤지스의 국내외 매출 총합은 2020년 약 7000억원에서 2025년 1조 원을 돌파하며 글로벌 패션 브랜드로서의 입지를 더욱 공고히 하고 있습니다.

헤지스는 2007년 중국에 처음 진출한 이후, 현재 중국에서 약 580여개 매장을 운영하며 프리미엄 캐주얼 시장을 선도하고 있으며 2013년에는 국내 패션 브랜드 최초로 대만에 진출해 현재 18개 매장을 운영, 2017년에는 베트남에 진출해 10개 매장을 운영하고 있습니다. 지난해에는 러시아 모스크바에 2호점 매장을 오픈, 올해는 인도 첫 매장 오픈 및 유럽 시장 진출도 추진 중입니다. 26년1월에는 상하이 신천지 중심에 글로벌 플래그십 '스페이스H 상하이'를 오픈하며 글로벌 거점 확대를 이어가고 있습니다.



# SPACE H (FLAGSHIP STORE)



헤지스의 글로벌 플래그십 1호점 <스페이스H 서울>은 남성복, 여성복, 골프웨어, 키즈, 액세서리, 펫, 콜라보레이션 컬렉션까지 헤지스의 전 라인업을 총망라해 선보이는 공간으로 단순히 제품을 판매하는 매장의 개념을 넘어, 브랜드 철학과 정체성을 집약적으로 체험할 수 있는 브랜드 경험의 장으로 기능하고 있습니다.

지상 1층부터 루프탑까지 약 1,200㎡의 규모로 구성된 스페이스 H는 반 층씩 엇갈린 '스킵 플로어(skip floor)' 구조로 층별 단절감은 없애면서도, 각각 다른 콘셉트의 매장을 구현하고 있습니다. <스페이스H 서울>은 K-헤리티지를 현대적으로 풀어내고, 글로벌 미래 고객을 끌어들이며, 글로벌 비즈니스 플랫폼으로 확장되는 복합적 공간으로 자리매김 하고 있습니다.



헤지스의 글로벌 플래그십 2호점 <스페이스H 상하이>는 해외 시장에 처음 공개하는 브랜드 하우스로, 브랜드 철학과 헤리티지를 집약한 글로벌 거점입니다.

브랜드의 핵심 스토리인 '영국 로잉 클럽 문화(Rowing Club Culture)'를 현대적인 건축 언어로 재해석해, '글라스 씰글 빌딩(Glass Shingles Building)'이라는 독창적인 콘셉트를 구현했습니다. '스페이스H 상하이'의 핵심 요소인 '씰글(Shingle)'은 자연에서 보호막의 역할을 하며, 전통 건축에서는 외벽을 구성하는 재료로, 헤지스는 이를 대형 스케일의 반투명 유리 파사드로 확장해, 전통과 현대가 공존하는 새로운 럭셔리 건축 언어를 제시합니다. 건물 전체를 감싸는 유리 씰글은 낮에는 자연광을 부드럽게 확산시키고, 밤에는 은은하게 빛나는 실루엣으로 신천지 럭셔리 거리의 중심에서 상징적인 존재감을 드러냅니다.



# Global Campaign

## HAZZYS ICONIC

아이코닉 컬렉션은 성별과 연령을 초월한 클래식한 스타일을 제안합니다.  
시간과 공간, 세대를 넘어 전 세계에서 사랑받아 온 HAZZYS의 아이코닉한 가치를 현대적인 감각으로 담아냅니다.



# Global Campaignn

## HAZZYS BLUE

헤지스 블루는 '데님'을 HAZZYS 만의 감성으로 재해석한 컬렉션입니다. 클래식하고 캐주얼한 데님 아이템을 기반으로, HAZZYS 특유의 정제된 디자인과 컬러, 디테일을 더해 일상에서 폭넓게 착용 가능한 데님 스타일을 제안합니다.



## HAZZYS ROYAL CLUB ( H.R.C )

영국 클럽 문화의 전통을 바탕으로 한 HAZZYS의 프리미엄 클래식 컬렉션입니다. 로열 클럽의 헤리티지에서 영감을 받아 로잉, 테니스, 풋볼 등 클래식 스포츠가 지닌 격식과 품위를 현대적인 라이프스타일로 확장합니다.



# Hazzys Harry

‘해리(HARRY)’는 헤지스를 상징하는 잉글리시 포인터 견종을 기반으로 2022년 탄생한 의인화 캐릭터로, 단순한 마스코트 역할을 넘어 영국식 클래식 라이프스타일과 위트 있는 감성을 동시에 담은 브랜드 세계관의 중심축으로 자리 잡았습니다.

해리가 착용하는 의상은 매 시즌 실제 헤지스에서 출시되는 의류 및 액세서리를 기반으로 디자인 됩니다. 각 시즌의 컨셉을 가장 잘 보여주는 ‘키 룩(Key Look)’ 중심으로 스타일디자인과 협업해 개발되며, 이를 통해 브랜드 컬렉션과 자연스럽게 연결되는 스토리텔링을 완성합니다.

헤지스는 향후에도 해리를 중심으로 한 콘텐츠와 제품, 공간 경험을 지속 확장해 글로벌 소비자들과의 접점을 더욱 넓혀갈 계획입니다.



1. HARRY'S FAMILY



2. FLOWER MARKET



3. SUMMER STAYCATION

# Hazzys AI

브랜드 경험에서도 AI와 DT(디지털 전환) 기술 도입이 빠르게 확산되고 있습니다.

‘헤지스’는 AI를 접목한 실험적 마케팅을 활발히 전개하는 대표 브랜드로 최근 AI 기반 콘텐츠 제작과 고객 수요 예측까지 확대되며 고객과의 커뮤니케이션 방식이 입체적으로 진화하고 있습니다.

향후에도 브랜드별 세계관과 헤리티지를 AI 콘텐츠로 체계화해, 고객이 언제 어떤 접점에서든 동일한 브랜드 경험을 느낄 수 있도록 한다는 목표입니다.



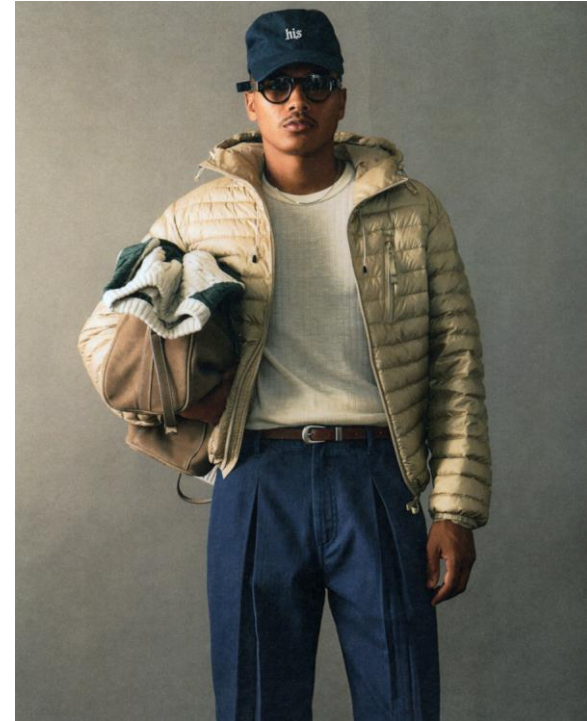


# His Hazzys

헤지스는 영 라인 '히스 헤지스'를 통해 2030대 공략에 나서고 있습니다.

최근 90년대생의 글로벌 크리에이티브 디렉터 '벤자민 브라운(Benjamin Brown)' 영입 이후 2030대 고객 유입이 급성장하며 2030 남녀 고객이 일상 속에서 자연스럽게 소비하는 브랜드로 자리 잡고 있습니다.

향후 한국을 넘어 태국, 일본 등 해외 플랫폼으로의 진출도 검토 중으로, 글로벌 라이프스타일 웨어로의 도약을 목표로 하고 있습니다.



# ESG

헤지스는 빠른 트렌드 대응과 기술 혁신 속에서도 브랜드의 근본인 '지속 가능한 가치'를 놓치지 않고 있습니다.

단기적 유행이 아닌 오래 입을 수 있는 디자인과 소재, 그리고 재고를 새롭게 해석하며 한국형 지속 가능한 패션의 방향성을 제시합니다.

2023년 12월과 2024년 5월 각각 업사이클링 패션 브랜드와의 협업을 통해 국내 패션업계에 업사이클링 열풍을 불러 왔으며, 소각 직전의 재고를 빈티지 원단, 부품들과 조합해 세상에 단 하나뿐인 유니크한 아이템으로 재탄생 시켜 '지속 가능한 패션'을 현실화하는 성과를 거뒀습니다.

2023년부터 펼쳐 온 '해피퍼피 캠페인'은 브랜드 심볼인 '강아지'를 단순한 디자인 요소를 넘어 사회적 가치를 전하는 ESG 캠페인으로 확장시킨 프로젝트로, 고객, 임직원, 브랜드가 함께 선한 영향력을 전파시키고 있습니다. 특히, 고객 참여형 기부, 사내 동호회의 지속적인 봉사 활동 등은 단발성 이벤트를 넘어 브랜드와 임직원, 고객이 함께 지속 가능한 가치를 만들어내는 대표 사례로 자리잡고 있습니다.

