

최근 중국 소비 트렌드 및 전망

2012. 7.

1. 중국 소비 현황
2. 현재 중국 소비 트렌드 및 특징
3. 향후 중국 소비추세 전망

* 본 조사 보고서는 중국 상무부 국제무역경제협력연구소의 <중국소비발
전추세 및 금융지지정책>, 중국 정왕컨설팅의 <2012년 중국 인터넷쇼핑
소비자 조사보고>, 세계 4대 회계법인 Deloitte의 <중국사치품보고> 자
료를 중심으로 정리

한국무역협회 북경지부

1

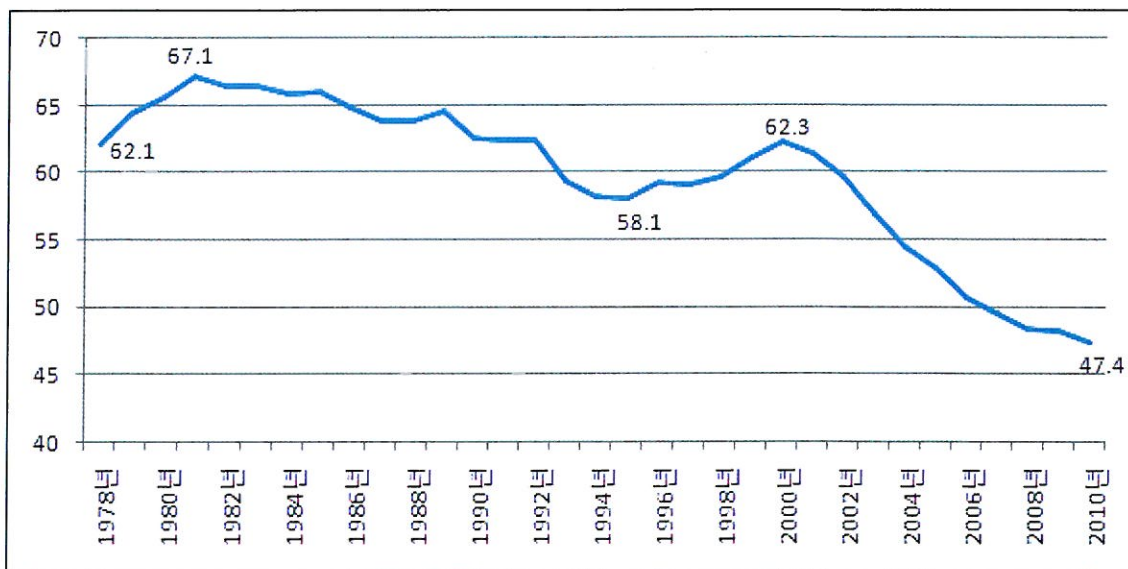
중국 소비 현황

1

최종소비율 현황

- 중국의 최종소비율¹⁾ 추이 그래프는 M형(대부분의 다른 국가들은 U형으로 발전)을 보이고 있으며, 전반적 하락 추세
- 개혁개방 이후 중국의 최종소비율은 두 번의 반등과 두 번의 하락이 있었으며 전반적으로 봤을 때 하락세를 보이고 있음
 - 1978년~1981년 빠른 성장세
 - 1982년~1995년 완만한 하락세
 - 1996년~2000년 단기 반등시기
 - 2001년 2010년 급격한 하락세
 - 1978년 62.1%에서 2010년 47.4%로 하락했음. 현재 중국정부는 내수 소비 진작을 위한 여러 정책을 시행중임

<1978-2010년 중국 소비율 변화 추세(%)>



(자료: 2011중국통계연감)

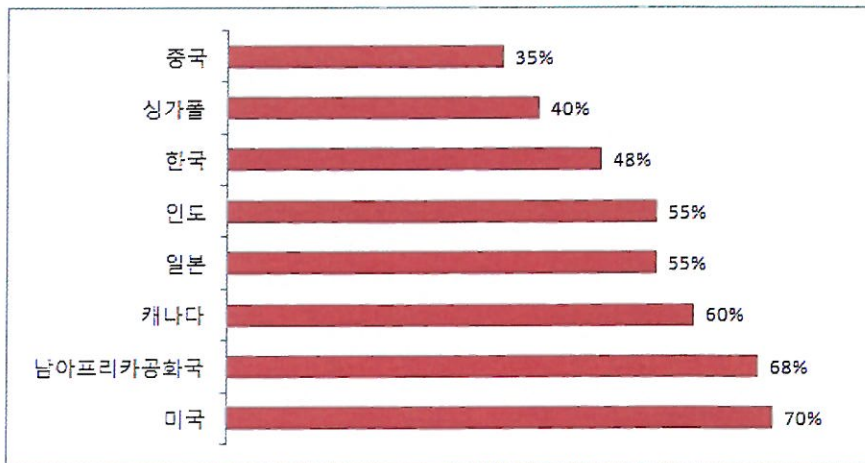
1) 최종소비율 : 주민과 정부소비를 합계가 GDP에서 차지하는 비중

2 주민소비율 현황

□ 중국의 주민소비율²⁾ 수준

- 중국의 주민소비율은 미국(70%)의 절반 수준인 35%이며 인도(55%)보다 낮은 수준임

<국가별 주민소비율(%)>



(자료: 중국쇼핑중심산업정보중심 산업연구부 2009-2011보고서)

□ 지역별 소비

- 지역별로는 광둥이 1조 6,722억 위안으로 가장 높았으며 그다음 산둥, 장쑤, 저장, 허난 순으로 소비액이 높게 집계되었음
 - 베이징은 4,648억 위안으로 14위를 기록함
- 소비액이 낮은 지역에는 티베트(西藏), 칭하이(青海), 닝샤(宁夏), 하이난(海南) 등이 있음
 - 각 113억 위안, 405억 위안, 566억 위안, 654억 위안

2) 주민소비율 : 주민 소비지출이 GDP에서 차지하는 비중

<2010년 지역별 주민소비액>

순위	지역	규모(억 위안)
1	광둥(广东)	16,722
2	산둥(山东)	11,059
3	장쑤(江苏)	10,943
4	저장(浙江)	9,702
5	허난(河南)	7,403
6	상하이(上海)	7,282
7	쓰촨(四川)	6,684
8	후난(湖南)	5,789
9	허베이(河北)	5,731
10	랴오닝(辽宁)	5,622
11	후베이(湖北)	5,137
12	안후이(安徽)	4,873
13	푸젠(福建)	4,711
14	베이징(北京)	4,648
15	광시(广西)	3,657
16	장시(江西)	3,546
17	헤이룽장(黑龙江)	3,410
18	산시(陕西)	3,106
19	윈난(云南)	3,082
20	산시(山西)	2,855
21	충칭(重庆)	2,792
22	네이멍구(内蒙古)	2,711
23	지린(吉林)	2,511
24	텐진(天津)	2,248
25	구이저우(贵州)	2,137
26	신장(新疆)	1,579
27	간쑤(甘肃)	1,568
28	하이난(海南)	654
29	닝샤(宁夏)	566
30	칭하이(青海)	405
31	티베트(西藏)	133

(자료: 2011중국통계연감)

2

현재 중국 소비 트렌드 및 특징

1 변화하고 있는 중국의 소비구조

□ “11.5”규획 이래 각종 소비규모 전면적 성장. 소비구조 또한 변화 중임

○ 엔겔지수의 하락세

- 식품 소비 증가량은 둔화세를 보였으며, 전체 지출에서 식품이 차지하는 비중 또한 2010년 39.7에서 2011년 34.0%로 5.7%p 하락함

* 대체로 엔겔지수 50%이상이면 후진국, 30%~50%면 개발도상국, 30% 이하이면 선진국임. 일본은 1990년 이래 20%대, 미국은 1980년 이래 10%대를 유지하고 있으며, 우리나라의 엔겔지수는 14.2%대로 낮은 편이긴 하나 7년 만에 최고치를 기록

○ 가전·가구 등 가정설비용품, 교통·통신 등의 지출 확대

- 가전이구환신 정책으로 가정설비용품의 지출 급증. 2011년 일인당 평균소비액은 984위안으로 전년 대비 57.7% 상승

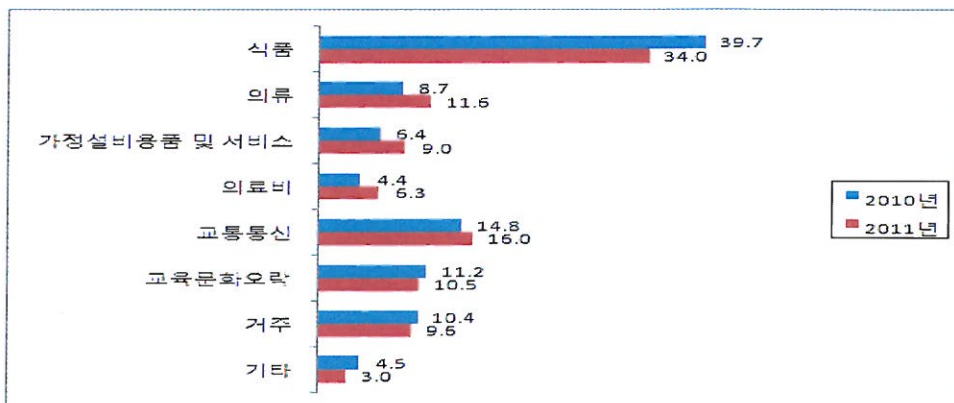
- 유류세개혁 등 정부의 소비촉진 정책으로 교통·통신관련 지출증가

○ 의류·의료보장 안정된 성장 보임

- 생활수준이 상승하면서 의류 및 의료비 지출도 함께 상승. 동시에 의류 원자재 가격도 상승함

- 금·은·장신구 등의 고가품시장 또한 크게 성장

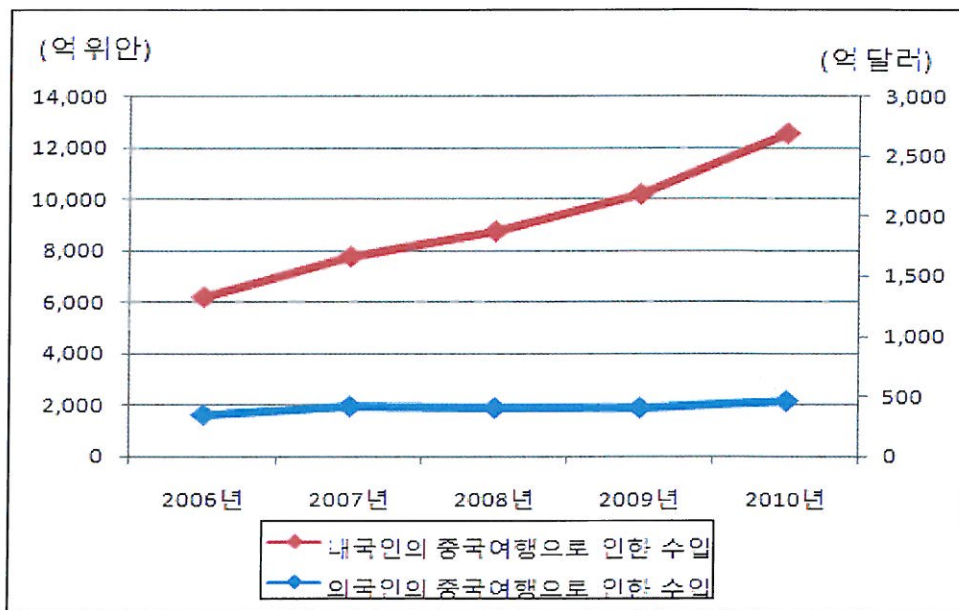
<2010-2011 중국의 전체소비에서 각 분야별 소비 비중변화(%)>



(자료: 국가통계국)

- 중국 여행업의 소비는 지속적으로 성장하고 있음
 - 2010년 중국인의 국내여행으로 인한 중국 여행업계 수입은 1조 2,580억 위안을 기록, 전년 대비 23.5% 상승. 중국인의 국내여행 지출액은 빠른 성장세를 보이고 있음
 - 외국인이 중국여행으로 지출한 소비액은 2010년 458억 달러로 전년 대비 15.5% 상승하였음

<2006-2010년 중국 여행 수입>



(자료: 2011중국통계연감)

2 명품소비 세계 1위 중국

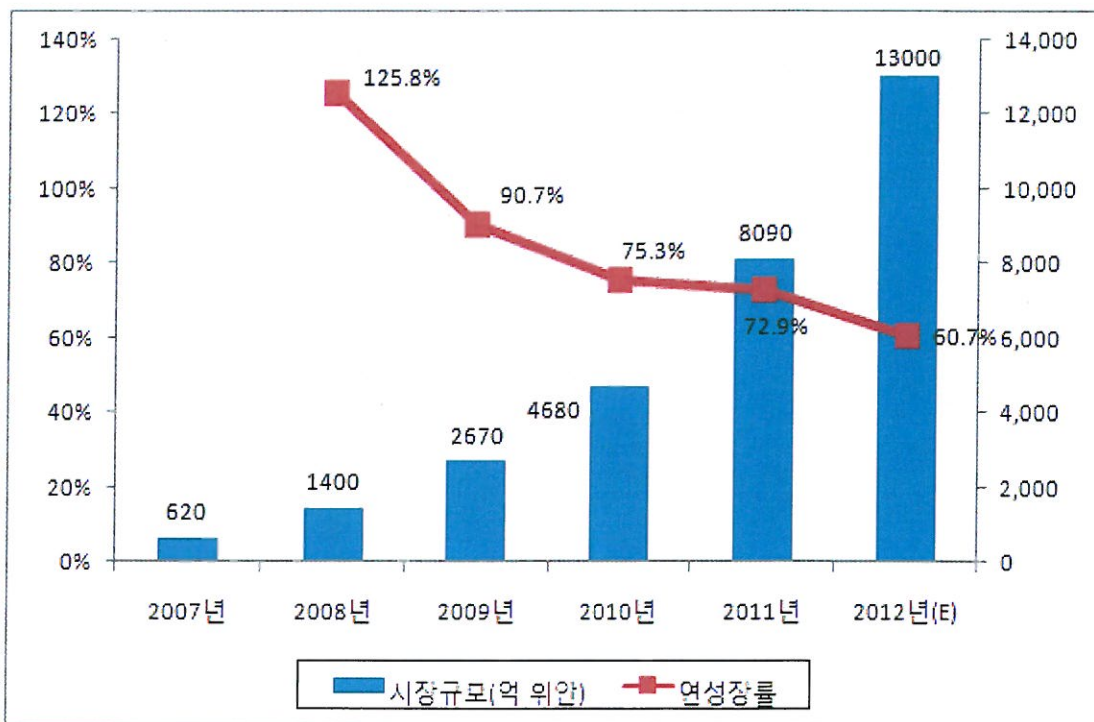
- 2011년 12월말 중국 사치품시장 연 소비 총액은 이미 126억 달러에 달해 세계 사치품시장의 28%를 차지하며 세계 최대 명품 소비국가 가 되었음
- 세계 각종 명품브랜드의 80%가 중국시장 기진출. 소비세와 소매가격은 다른 국가보다 높지만 중국인의 사치품 소비에는 영향이 미미하며, 매년 20%의 증가율을 보이고 있음

- 소득 상위 20%의 소비가 전체 명품시장에서 차지하는 비중이 68% (독일은 36%)로 중산층이 사치품의 주요 소비계층을 이루지는 못함
 - 중국의 백만장자 가구는 140만호를 넘어 세계 3위를 기록, 전년대 비 15% 증가. 중국의 슈퍼부자(개인재산 1억 달러 이상)는 648가구로 집계됨

3 급성장 중인 중국의 인터넷쇼핑

- 2011년 중국 인터넷쇼핑 시장 급성장
 - 중국 내 경제규모 상위 30개 도시의 2011년 인터넷쇼핑 규모가 8,090억 위안에 달해 전년 대비 72.9% 증가. 상위 30개 도시의 인터넷쇼핑은 전국 상품 소매 총액의 4.4%를 차지
 - 인터넷쇼핑 이용자수는 2억 명 이상임

<중국 인터넷쇼핑 시장규모>



(자료: 중국 정왕(正望)컨설팅)

- 지역별로는 1선 도시 및 동부도시의 이용자수와 매출이 가장 높은 것으로 집계 되었으나 성장률 면에서 봤을 때 베이징·상하이·광저우·선전 및 기타 동부도시보다 중서부도시의 성장률이 더 높음

<2011년 30개 도시 인터넷쇼핑 이용 현황>

	베이징·상하이 ·광저우·선전 (4)	동부도시* (14)	중부도시* (8)	서부도시* (4)	합계
연간 인터넷쇼핑 이용자수(만 명)	2,713	3,265	1,292	1,055	8,325
연간 1인 평균 인터넷쇼핑 금액 (위안)	5,000	4,037	3,992	4,010	4,341
연간 인터넷쇼핑 총금액 (억 위안)	1,356	1,318	516	423	3,614

* 2011년 전체 인터넷쇼핑 이용자 8,626만 명의 구매액 3,614억 위안 중 30개 도시의 구매액이 차지하는 비중은 44.6% (2010년 49.7%)

* 동부도시 : 다롄(大连), 톈진(天津), 칭다오(青岛), 지난(济南), 난징(南京), 쑤저우(苏州), 우시(无锡), 항저우(杭州), 윈저우(温州), 닝보(宁波), 푸저우(福州), 샤먼(厦门), 둥관(东莞), 포산(佛山)

* 중부도시 : 하얼빈(哈尔滨), 선양(沈阳), 스자좡(石家庄), 정저우(郑州), 우한(武汉), 창사(长沙), 허페이(合肥), 난창(南昌)

* 서부도시 : 청두(成都), 충칭(重庆), 시안(西安), 쿤밍(昆明)

(자료: 중국 정왕(正望)컨설팅)

1 향후 도시화 진행정도에 따라 소비율 증가 가능성 높음

- 중국은 2025년에 도시화율 60%를 넘어설 것으로 전망됨
 - 현재 중국은 도시화 진행단계로 2011년 중국의 도시인구가 전체인구의 47%를 기록함
 - 약 130만 인구가 농촌에서 도시로 이동할 경우 최종소비의 1.6%p를 성장시킴
 - 현재 중국의 도시화수준은 공업화수준과 비교했을 때 여전히 낮은 상태이며 선진국뿐만 아니라 세계 평균보다 낮은 수준임 (선진국의 도시화율은 약 80%, 말레이시아, 필리핀 등 주변 국가들의 도시화율은 60% 이상)
- 도시화율 증가를 위한 정부의 노력
 - “12.5규획” 기간 내수확대를 위한 장기계획을 세우고 적극적으로 도시화를 추진하며 서비스업과 중소기업의 발전과 취업·창업 기회를 늘린다는 계획
 - 도시 호적의 제한을 완화, 더 많은 농촌인구를 도시로 유입시켜 도시화율을 높이고 내수를 확대시킬 전망

2 사치품 시장, 2·3선 도시로 확대

- 최근 2·3선 도시의 명품소비가 1선도시인 베이징, 상하이, 광저우, 선전 4개 도시의 명품소비를 초과했고, 이 추세는 더욱 확대될 것으로 전망됨
 - 현재 중국 부유층의 30%만이 1선 도시에서 생활하며 70%가 1선 도시 이외의 지역에 거주 (상위 20%의 고소득층이 명품소비의 68%를 차지)
 - 이 집단은 아직까지 명품구매의 초기단계이고 브랜드가치, 원산지 등에 대한 인식이 낮기 때문에 상품가격이 브랜드의 좋고 나쁨을

평가하는 중요한 지표가 됨

- 최근 2년간 명품브랜드 GUCCI가 중국에서 새롭게 개점한 9개 매장 중 8개가 스좌장, 샤먼, 창샤 등 2·3선 도시에 분포
- 루이뷔통 우루무치 매장은 한동안 중국내 루이뷔통 매장 중 매출 1위를 달성하였으며, 명품 시계브랜드 롤렉스 후루다오(葫芦島)점도 아시아권 롤렉스 매장 중 매출 1위를 지키고 있음

3 부상 중인 신흥 소비 집단, “80后·90后”

- 80·90년대 이후 출생한 젊은 층이 신흥 소비 집단으로 빠른 성장을 보이고 있음
 - 1980년 이후 출생인구는 약 4.2억 명으로 중국 전체 인구의 31.4%를 차지함
 - 2011년 중국 자동차시장에서 80·90년대 출생 소비자수는 전체의 41% 차지. 이 비율은 2014년 58%까지 증가하는 등 “80后·90后”는 향후 주류 구매층이 될 것으로 전망
 - 명품 구매자의 45%가 18-34세의 젊은층에 분포되어 있으며 2011년 45세 이하 명품구매자는 무려 73%에 달함
- * 일본과 영국은 각각 37%, 28%임

4 모바일 인터넷 성장에 따른 모바일결제 시장 성장

- 2011년 모바일결제 시장 규모는 742억 위안이며, 모바일결제 이용자 수는 1억 8천7백만 명으로 집계됨
 - 향후 3년간 모바일 인터넷의 성장과 함께 모바일결제 시장은 지속적인 발전이 전망되며, 2014년 3,850억 위안 규모로 성장하고, 이용자수는 3억8천7백 명으로 확대될 것으로 전망됨