

<조사보고서 12-16>

---

# 중국 80後의 한국 상품에 대한 인지도 조사

---

2012. 8

한국무역협회  
상 해 지 부

## 1. 개 요

- 조사기간 : 2012.7.9 ~ 2012.7.28(3주)
- 조사방법 : 설문조사 배포/회수 및 분석
- 조사대상 : 중국 화동지역 80後 소비자 (500명)  
- 조사대상 중 283명 응답

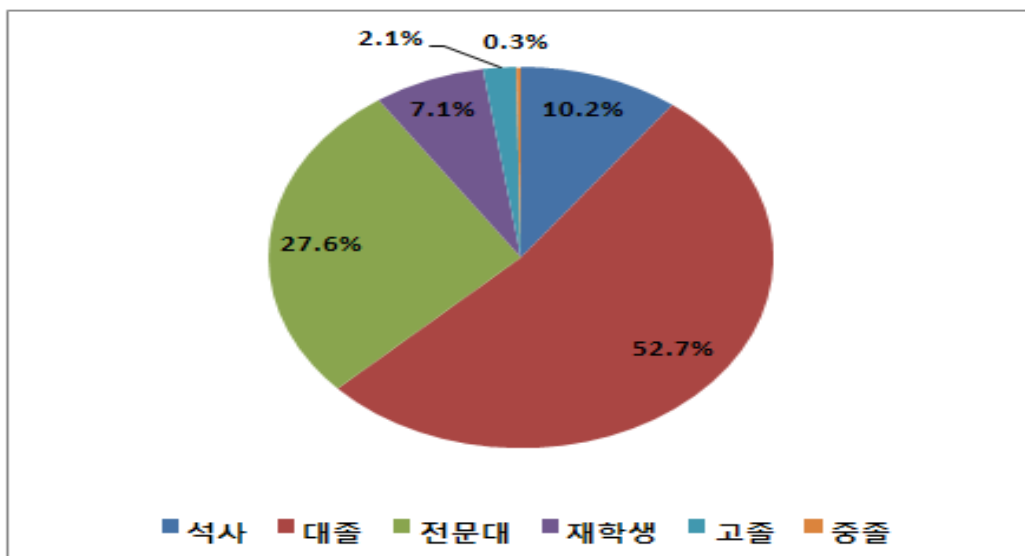
## 2. 조사 결과

### 1 학력

- 응답자(283명)를 학력별로는 살펴보면, 90% 이상이 대졸(전문대 포함) 이상으로 나타남
  - 석사 10.2%, 대졸 52.7%, 전문대졸 27.6% 등
  - 나머지는 재학생 7.1%, 고졸 2.1%, 중졸 0.3%로 구성됨

※ 2011년 기준으로 중국 고등학교 졸업자의 72.3%가 대학(전문대 포함)에 진학

<학력 구분>

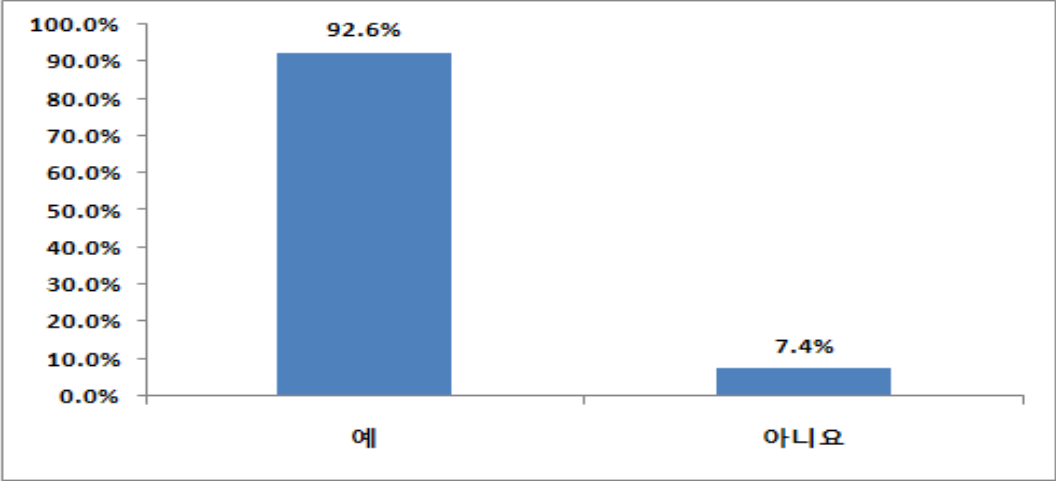


## 2 한국 상품 사용 여부 및 사용 품목

□ 응답자의 92.6%가 한국 상품을 사용한 경험이 있는 것으로 나타남

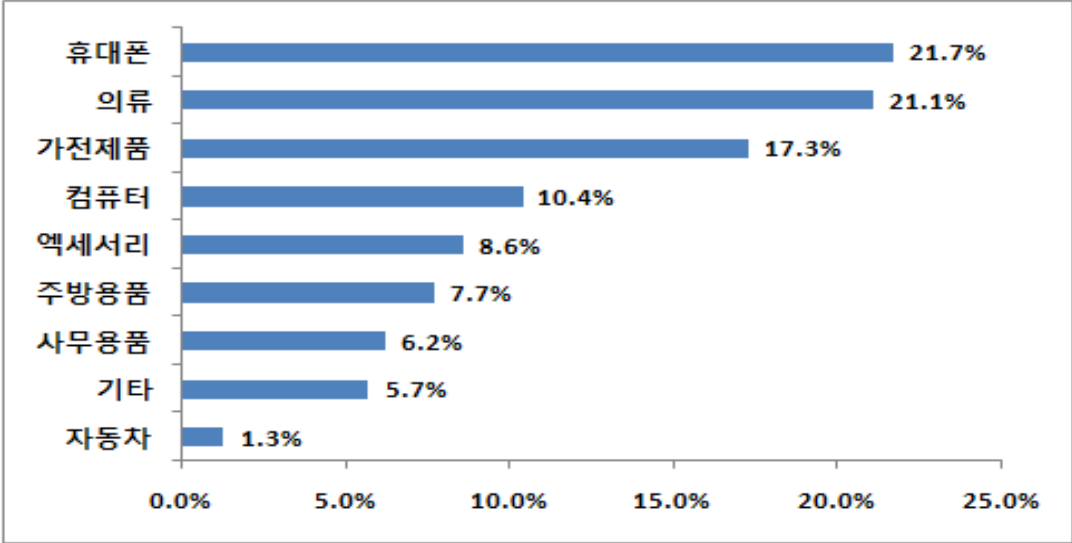
○ 이는 중국 80後 대부분이 한국 상품에 이미 익숙해 졌다는 것을 뜻하는 것임

<사용 여부>



□ 한국 상품 중 가장 많이 사용하고 있는 상품은 휴대폰(21.7%)이고 그 뒤로 의류(21.1%), 가전제품(17.3%) 순임

<사용 품목>

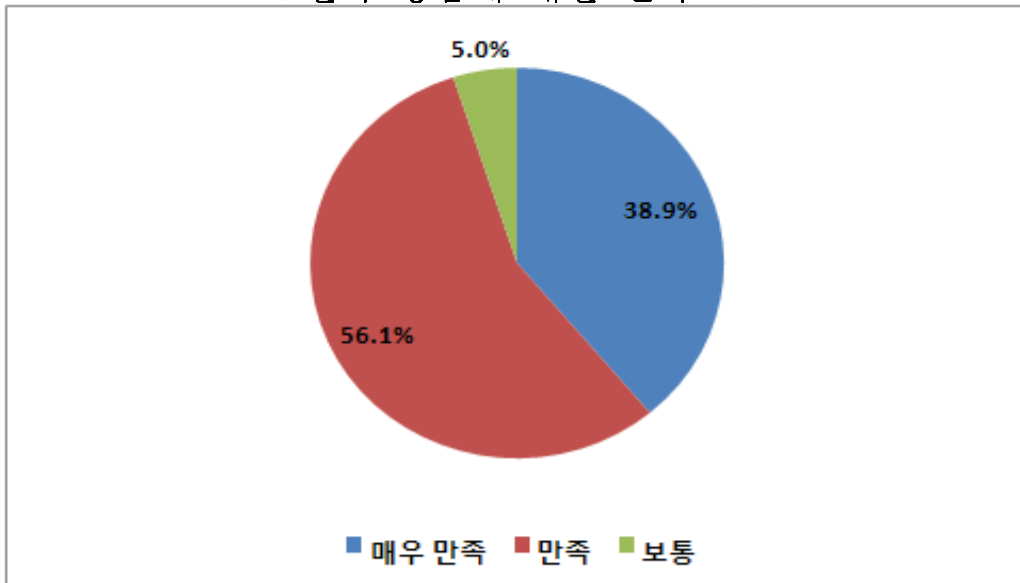


## 3

## 한국 상품에 대한 만족도 및 원인

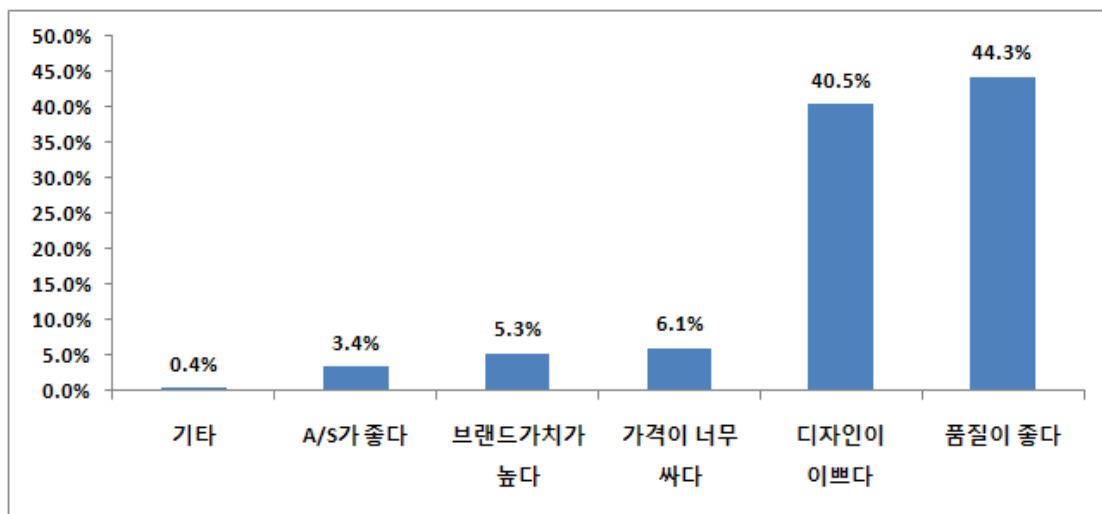
- 한국 상품을 사용하고 있는 응답자의 만족도(매우 만족 38.9%, 만족 56.1%)는 매우 높은 편임

< 한국 상품에 대한 만족도 >



- ‘한국 상품’의 만족도가 높은 이유는 “품질”과 “디자인”이 우수하기 때문임

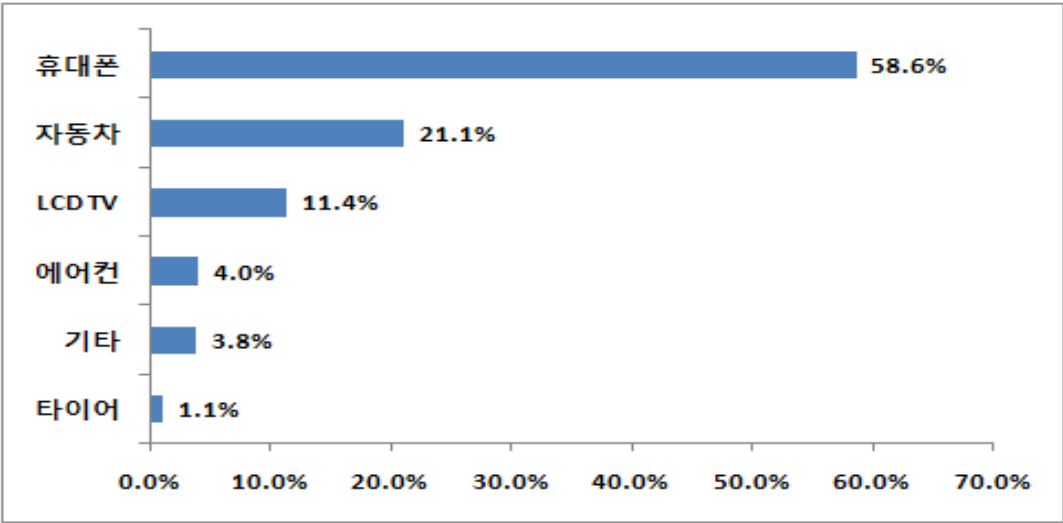
< 한국 상품에 대한 만족 요인 >



## 4 대한민국을 대표하는 상품 및 기업

□ 대한민국을 대표하는 상품은 휴대폰이 58.6%로 가장 높았고 그 뒤로 자동차(21.1%), LCD TV(11.4%)가 뒤를 이음

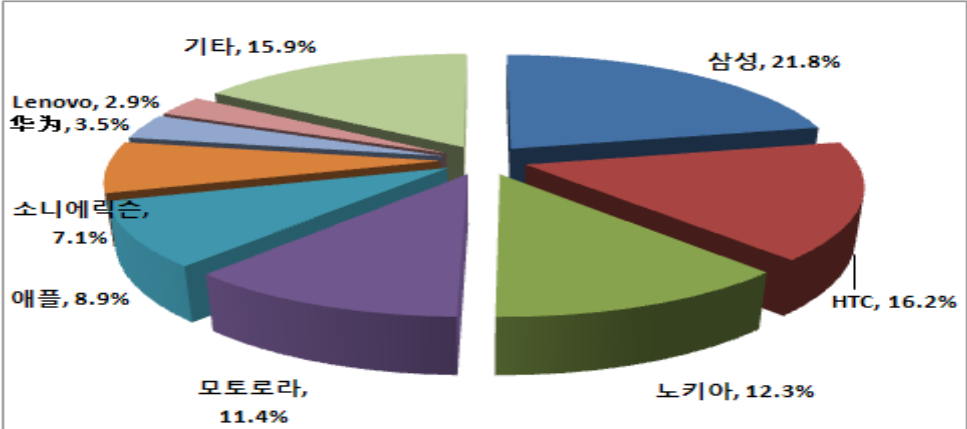
<대한민국 대표 상품>



○ 한국 휴대폰(스마트폰)의 대표인 삼성이 금년 상반기 중국내 1위 브랜드로 도약

금년 상반기 중국 스마트폰 시장 브랜드 선호도 현황

(단위 : %)



(자료원 : ZDC)

o 가전제품 중에는 삼성(2위)과, LG(6위)가 상위 10위 브랜드에 포함

<가전제품 랭킹>

랭킹	기업	랭킹	기업
1	海爾	6	LG
2	三星	7	索尼
3	美的	8	松下
4	飛利浦	9	三洋
5	格力	10	西門子

자료원 : 買購网

- 품목별로 보면 냉장고의 순위가 삼성이 8위, LG가 9위 차지
- 세탁기 순위는 LG가 6위, 삼성이 8위를 각각 차지했고,
- 에어컨 순위는 LG가 12위, 삼성이 20위를 차지하여 상위 10위에 포함되지 않음

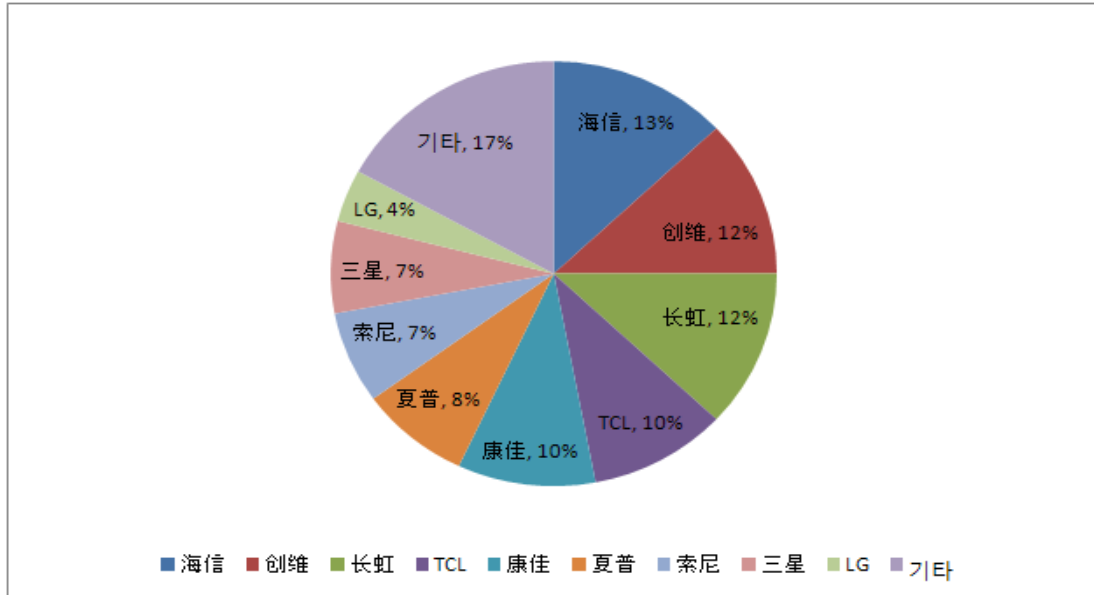
<품목별 기업 랭킹>

랭킹	냉장고	세탁기	에어컨
1	海爾	海爾	格力
2	西門子	小天鵝	美的
3	美菱	西門子	海爾
4	新飛	松下	志高
5	美的	三洋	大金
6	容聲	LG	奧克斯
7	松下	惠而浦	海信
8	三星	三星	三菱
9	LG	博世	松下
10	伊萊克斯	美的	春蘭

자료원 : 買購网

- TV 시장 점유율로 보면 삼성이 7%로 8위, LG가 4%로 9위를 차지

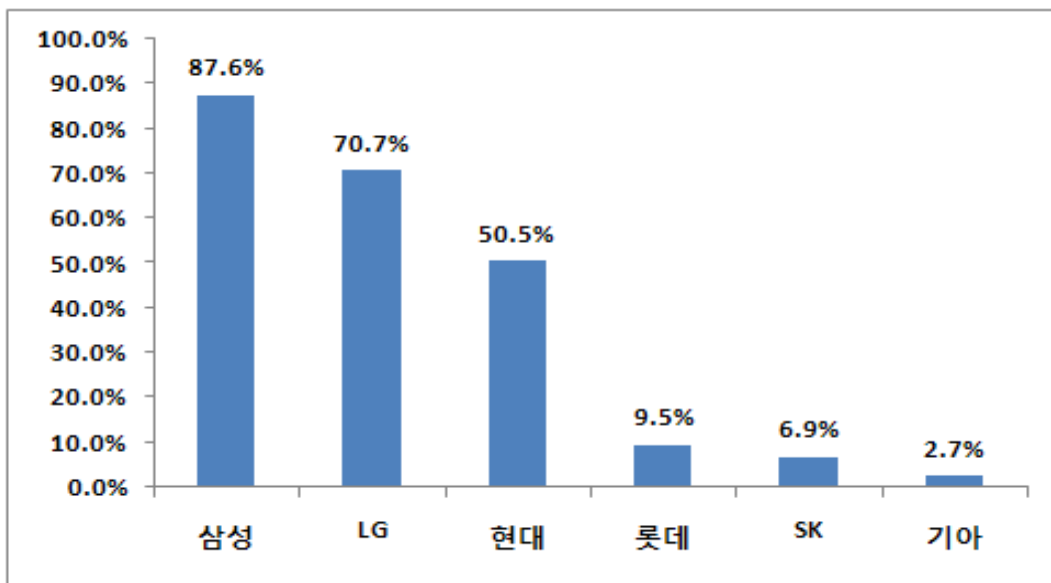
<TV 시장 점유율 추이>



자료원 : GFK

□ 대한민국하면 떠오르는 기업에서 응답자의 87.6%가 삼성, 70.7%가 LG, 50.5%가 현대를 선택

<대한민국하면 떠오르는 기업>



### 3. 결론 및 시사점

#### □ 중국 젊은 층을 대표하는 80後의 90% 이상이 한국 상품 이용

- 가장 인기가 있는 제품은 휴대폰(21.7%), 의류(21.1%), 가전제품(17.3%) 등임
  - 액세서리(8.6%), 주방용품(7.7%), 사무용품(6.2%) 등도 중국 80後들이 즐겨 쓰는 제품으로 조사됨
- '품질'과 '디자인'의 우수성이 한국 상품에 대한 만족도가 높은 주요 요인
  - 이 두 가지 측면에서는 우리 제품이 일정 수준의 경쟁력을 확보한 것으로 분석됨

#### □ 한국을 대표하는 기업 및 상품은 '삼성'과 '휴대폰'

- 응답자의 절대다수가 '한국하면 떠오르는 기업'으로 삼성을 선택
    - 응답자의 87.6%가 '한국 대표기업'하면 삼성이라고 인식하고 있어 여타 기업을 압도
    - 이어서 LG(70.7%), 현대(자동차)(50.5%) 등의 순이며, 나머지 기업들은 업종, 분야, 규모에 관계없이 모두 10% 미만의 인지도 기록
  - 중국 80後의 절반 이상(58.6%)이 '우리나라를 대표하는 상품'은 휴대폰이라고 응답
    - 자동차(21.1%), LCD TV(11.4%) 등이 각각 2,3위를 차지하였으며, 이어서 에어컨(4.0%)이 뒤를 이음
- ⇒ 중국에서도 최근 우리나라에서 가장 잘나가는 이른바 “電·車군단”의 주력 기업과 상품들이 초강세를 보임



□ 80後를 포함하여 중국인들은 “브랜드”에 대한 충성도가 매우 높은 편임

○ 반면, ‘한국을 대표하는 기업이나 상품’을 제외하면 대부분 우리 기업이나 상품에 대한 인지도는 낮거나 미미한 수준

- 본 조사에서 80後들도 ‘한국 상품에 대한 브랜드 가치’로 인해 만족도가 높다는 비중은 5.3%에 불과해 위와 같은 사실이 여실히 입증되고 있음

- 한편, ‘A/S’로 인한 만족도도 3.4%에 불과해 ‘브랜드’ 문제와 함께 중국시장 진출 확대에 걸림돌인 것으로 보임

□ 우리나라를 대표할 수 있는 “알짜 상품” 발굴 및 “브랜드 홍보” 강화

○ 중국 80後의 선호도가 높은 제품을 중심으로 “중국인이 좋아하는 10대 알짜 상품(가칭)” 선정

- 현재 우리나라의 대중 수출은 중간재 위주이나 ‘알짜 상품’은 현지 시장에서 통할 수 있는 ‘최종 소비재’ 중심으로 발굴

- ‘생계형 소비재’ 보다는 ‘선택형 또는 맞춤형 소비재’에 중점

○ 인지도를 최대한 높일 수 있도록 ‘브랜드 홍보’를 지속적으로 지원

- 1인당 GDP가 10,000달러 이상인 20여개 도시(인구 약 1.5억명)를 선택과 집중하여 홍보

- 사업 추진에 있어 정부 부처나 지자체, 기관이나 단체별로 각개전 투식으로 하지 말고 상품 선정이나 예산 지원 등에서 종합적이고 체계적으로 접근

- 끝 -