

'진화하는 공룡' 중국농업 현장을 가다

9 농산물 시장 및 소비자 특성

■ 中國의 소비계층 3대 유형

부유층-상위 5% 외국산 선호
중산층-가격비교 선택적 구매
빈곤층-잠재적 마케팅 대상



부유층 및 신세대층을 겨냥해 대형 마트에 진열된 정갈한 식품들.

중국의 소비계층은 크게 3가지로 구분된다. 중국의 경제성장에 힘입어 소비자들은 식품의 질적 만족감을 중시하는 패턴으로 변화하고 있다. 또 빈부격차의 심화에 따른 계층별 소비패턴은 극명한 대비를 이루며 부유층, 중산층, 빈곤층으로 구분된다.

부유층은 수도권 및 동부 연안지역에 거주하며 경제적으로 중국인의 상위 5%에 해당되는 특권계층으로 가격에 구애받지 않는 품질 위주의 외국산 제품을 선호하고 있다. 주요 구매처는 대형백화점이며 이중 수입산은 전문 슈퍼마켓에서 산다.

중산층은 동부연안 및 중부내륙권의 외곽 지역에 거주하며 절제된 소비성향을 나타내고 있다. 일반적으로 외국산 제품을 선호하나 과거 구매경험이나 철저한 가격비교를 통한 선택적 구매를 한다. 기존의 미국·일본 농산물이 유리한 위치를 선점하고 있으며, 주요 구매처는 대형할인마트, 슈퍼마켓이다.

빈곤층은 중국인의 약 60~70%를 차지하고 있으며 현실적으로 수입산을 구매할 수 있는 경제적 기반이 없다. 그러나 중국의 급속한 경제발전에 따른 잠재 구매계층으로서 장기적인 관점에서 중국에 진출한 농산물 유통 회사의 마케팅 대상에 속하고 있다.

한편 중국 소비자의 유형을 연령별, 소비형태별로 구분하면 크게 '원바오족'(국유기업 노동자, 정년퇴직자), '샤오강족'(행정관리, 공무원), '지식인족'(대학교수, 문화예술), '신세대족'(외국기업종사자, 개인사업자), '여피족'(전문직, 연예인, 프로스포츠선수) 등으로 구분할 수 있다.

이들 소비자 집단 가운데 원바오족, 샤오강족, 지식인족은 향후 안정적인 성장을, 신세대족은 급격한 증가, 여피족은 꾸준한 성장을 보일 것으로 예상되고 있다.

이 중 특히 샤오강족 및 여피족은 낭만적인 생활을 추구하며, 고급스러운 오락을 즐기는 집단으로서 농산물 소비에 있어서도 고품질의 안전농산물에 대한 소비성향이 강하게 나타나고 있다.

체면중시 성향... 먹거리도 '브랜드' 찾는다

'지피지기 백전불태'(知彼知己 百戰不殆). 중국 전국시대 병법가인 손무(孫武)가 쓴 대표적인 병서 '손자병법'에 실려 있는 문구다. 상대를 알고 나를 알면 백 번 싸워도 위태롭지 않다는 뜻이다. 우리에게도 상대와 자신의 약점과 강점을 알고 승산(勝算)이 있을 때 싸워야 이길 수 있다는 의미로 널리 알려져 있다.

값싼 중국산 농산물 홍수에 시달리던 우리나라가 거꾸로 우수농산물의 중국 진출을 노리고 있다. 이를 위해서는 중국 농산물 소비 시장 현황 파악이 첫 수순이다.

한국인삼·매실·유자 '인기'

중국경제의 비약적인 발전에 따라 중국인의 먹거리에 대한 소비패턴도 급속도로 변하고 있다. 개혁·개방이후 농산물 시장에서도 자본주의 체제가 빠르게 정착되면서 농산물 소비가 고급화·다양화되고 있는 것이다. 대도시를 중심으로 자본력과 품질력을 앞세운 다국적 농산물유통회사가 13억 중국시장을 겨냥해 다양한 마케팅 기법을 동원해 중국 시장을 공략하면서 이제는 중산층을 중심으로 대형 마트 및 백화점에서 고급농산물을 구매하려는 소비자들로 인한 인해를 이루고 있다. 시설이 잘 구비된 쇼핑공간에서는 일반 시장보다 다소 가격이 비싸더라도 소비자들은 자신이 원하는 물건을 사는 것이다.

이러한 현상은 중국인의 소득 증가가 중요한 요인이기도 하지만, 중국인의 잠재된 소비욕구를 깨우고 있는 선진적 마케팅이 큰 몫을 하고 있다. 특히 해마다 새롭게 탄생하는 2천만쌍의 신혼부부와 젊은 층을 중심으로 이러한 경향이 강하게 나타나고 있다.

일반적으로 중국의 농산물 소비시장은 우리와 다른 특징을 보이고 있다. 중국은 2001년 세계무역기구(WTO) 가입 이후 내수시장이 빠른 속도로 확대되고 있으며, 외자기업의 점유비율이 점차 확대되고 있다. 세계무역기구 가입으로 관세 및 비관세 장벽이 완화되거나 외국투자기업에 대한 각종 규제들이 철폐되었기 때문이다. 상하이에 진출해 있는 '까르푸'의 경우 이미 13개의 매장을 확보하고 있으며, 2008년까지 30개의 매장을 확보한다는 계획을 갖고 있다. 또한 '월마트', '쥬스코' 등도 대도시를 중심으로 매장을 확대하고 있으며, 우리의 경우 이마트가 상하이에 점포를 여는 등 중국농산물시장 선점을 위한 다국적 기업의 치열한 각축전이 전개되고 있다.

또한 중국은 지방보호주의 색채가 매우 강하다. 지



급격한 경제성장에 따른 농산물 소비패턴의 변화로 중국 농산물 소비시장도 급변하고 있다. 도·소매시장 기능을 동시에 갖고 있는 '농무시장'(사진)과 대도시 부유층을 대상으로 하는 대형 마트의 모습이 무척이나 대조적이다.

매년 신혼부부 2천만쌍... 고품질 농산물 소비 주도 계획·시장경제 병존 '혼합메커니즘' 특수시장체제

방자치제도가 정착되어 있기 때문에 지자체마다 다양한 보호주의 정책(上有政策, 下有對策)을 갖고 있다. 때문에 일여농산물이 발생해도 중국내 유통이 원활히 이루어지지 못하는 특징을 갖고 있다. 예를 들면 북방의 식량이 부족해 남방의 쌀을 북방에서 유통시킬 경우 북방의 해당 성은 지역농민의 보호를 위해 다양한 지방세를 부과하기 때문에 남방의 쌀이 북방

로 유통되지 못하고 있다. 아울러 지역간·계층간의 소득 격차가 매우 커 단일화된 시장이기 보다는 다수의 시장이 혼재된 복합시장적 성격을 갖고 있다. 아직도 많은 지역에는 전근대적인 방식과 시설을 유지한 채 도·소매 기능을 동시에 갖는 '농무시장'(農務市場)이 존속되고 있는가하면, 위생적이고 현대적인 유통 구조를 지닌 대형 마트와 슈퍼마켓도 즐비하다.

중국은 '중국 특색의 사회주의 국가' 건설이라는 중국식 정치 비전이 존재하기 때문에 시장경제와 계획경제가 병존하는 혼합메커니즘의 특수시장이며, 각종 상품에 대한 가격통제가 자유화되면서 소비재 및 농산물의 경우 시장조절 메커니즘이 점진적으로 확대되는 전환기적 시장 특성을 갖고 있다.

중국은 경제가 성장되면서 동부연안을 중심으로 중산층이 다수 형성되면서 브랜드의 가치가 소비자의 선택을 결정하는 중·고급시장으로 변모하고 있다. 중국의 농산물 소비자 특성은 고도의 경제성장에 따라 변하고 지역간 소득수준이 커 단정 지을 수 없으나, 중국 소비자들은 일반적으로 몇가지 특징적인 소비형태를 보이고 있다.

우선 남의 시선을 의식하는 '전시소비'(Conspicuous Consumption)성향이 강하다는 것이다. 이러한

이마트·까르푸 등 시장 선점 치열

특징 때문에 농산물 소비에 있어서도 항상 친구, 이웃의 브랜드 내지 품질과 비교하는 경향이 있으며, 다른 사람의 것보다 낫거나 최소한 동질의 농산물을 구입하려는 경향이 강하게 나타나고 있다. 특히 중국인들이 즐겨마시는 차의 경우 어떤 종류의 차를 마시냐에 따라 자신의 위치가 결정되기 때문에 좋은 차를 마시려는 성향이 강하고, 부유층일수록 건강에 좋은 고품질의 친환경농산물 소비성향이 높게 나타나고 있다.

다음으로 개혁 개방 전에 억압되었던 소비동기가 소득수준의 향상과 개방 확대에 따라 외국산 제품을 강하게 선호하고 있다. 특히 우리의 인삼차, 매실차, 유자차가 건강을 이유로 중국 소비자들의 마음을 사로잡고 있다. 고소득층과 젊은 층을 중심으로 브랜드 중심의 구매성향이 형성되고 있다. 중국의 농산물 생산량이 최고수준이지만 소비자의 구매관단에 있어 가장 중요한 것은 브랜드 인지도이며, 농산물 구매에 있어서도 이러한 소비성향이 나타나고 있다.

아울러 생활에 필수적인 농산물은 구매자의 선호나 기호에 따라 구매하지만 일부는 주위의 친척 및 친구로부터 추천받은 후 소비하려는 성향이 강하다. 중국소비자들의 대상으로 한 농산물유통공사의 설문 조사에 의하면 연탄매체보다 친구 및 이웃주민으로부터 외국 농산물의 정보를 획득한다는 비율이 가장 높게 나타나 이를 뒷받침하고 있다.



글·사진 조창완

〈경제학박사
광주전남발전연구원 연구위원
cwcho@gjdi.re.kr〉

업소용 전문 냉·난방기 대표 브랜드

업소용 냉·난방기 - 쓸수록 돈 버는 센추리

>> 무담보, 무보증 장기분할 구입 가능 <<

75% 연료비 절감!

무보증 장기일부

무연료 냉·난방

1588-8717, 062-265-7641

산행안내

산행안내, 등산코스, 등산용품, 등산정보 등 다양한 정보를 제공하는 게시판입니다.