

중국서남지역 소비시장 유망 상품

中国西南地区作为一种有前途的消费者市场产品



盧翊相 (代表理事)

Hankook Research

한국리서치는 대한민국 최대의 마케팅, 여론조사 회사입니다.
(매출액, 종업원 수)

韩国research在营销、大韩民国最大的市场调查, 舆论调查公司。
(销售额, 员工总数)

회사 설립 公司成立	1978年
매출액 销售额	590억원 (RMB 3.33亿圓)
종업원 수 员工总数	270名



목차 表的内容

1. 서남지역 소비시장 **규모와 성장**
西南地区的消费市场规模和增长
2. 서남지역 유망 소비재 **선정기준**
西南地区承诺消费品选择标准
3. 서남지역 소비자의 **핵심가치**
西南地区消费者核心价值观
4. 서남지역 소비시장 **유망상품**
西南地区作为一种有前途的消费者市场产品
5. 종합 **总结**



1. 서남지역 소비시장 규모와 성장

西南地区的消费市场规模和增长

1-1. 중국 경제성장과 소비자물가 中国经济, 居民消费价格

- 2014년 중국 경제성장률은 7.4%, 소비자물가 상승율은 2% 유지
- 2007년 14.2%의 고속성장에서 향후 7% 대의 성장률 전망
- 중국경제가 **뉴노멀 시대 (신창타이 新常态)**로 이행하는 과정임



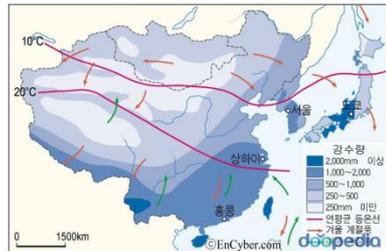
1-2. 중국 권역별 소비시장

中国区域消费市场

8개 권역은 기후, 역사, Infra가 서로 다른 각각의 소비시장.
 8个区域气候、历史、不同的是基础设施各角的市场

마케팅 전략(4P)이 소비시장에 맞게 달라야 함.
 消费市场营销战略(4P)符合不同

西南 서남



1-3. 서남지역 경제성장 西南区域经济增长 (四川 重庆 云南 贵州)

- 서남지역 GDP는 쓰촨 8.5%, 충칭 10.9%, 운남 8.1%, 귀주 10.8% 성장함.
- 중국 전체 GDP 성장률 7.4%를 상회함.

		中国	北京	上海	四川	重庆	云南	贵州
Population	(in thousands)	1,364,270	21,332	24,204	81,236	29,807	47,003	35,051
GDP (2014)	(million CN¥)	63,646,270	2,133,083	2,356,094	2,853,666	1,426,540	1,281,459	925,101
	(million US\$)	10,361,117	347,249	383,554	464,555	232,230	208,612	150,599
GDP per capita (2014)	(yuan)	46,652	99,995	97,343	35,128	47,859	27,264	26,393
	(US\$)	7,595	16,278	15,847	5,719	7,791	4,438	4,297
	Index	100	214	209	75	103	58	57
Annual GDP Growth (%)	2011	8.1	8.1	8.2	15.0	16.4	12.7	13.7
	2012	7.7	7.7	7.5	13.6	13.6	11.8	13.0
	2013	7.7	7.7	7.7	12.5	12.3	12.1	12.1
	2014	7.4	7.3	7.0	8.5	10.9	8.1	10.8

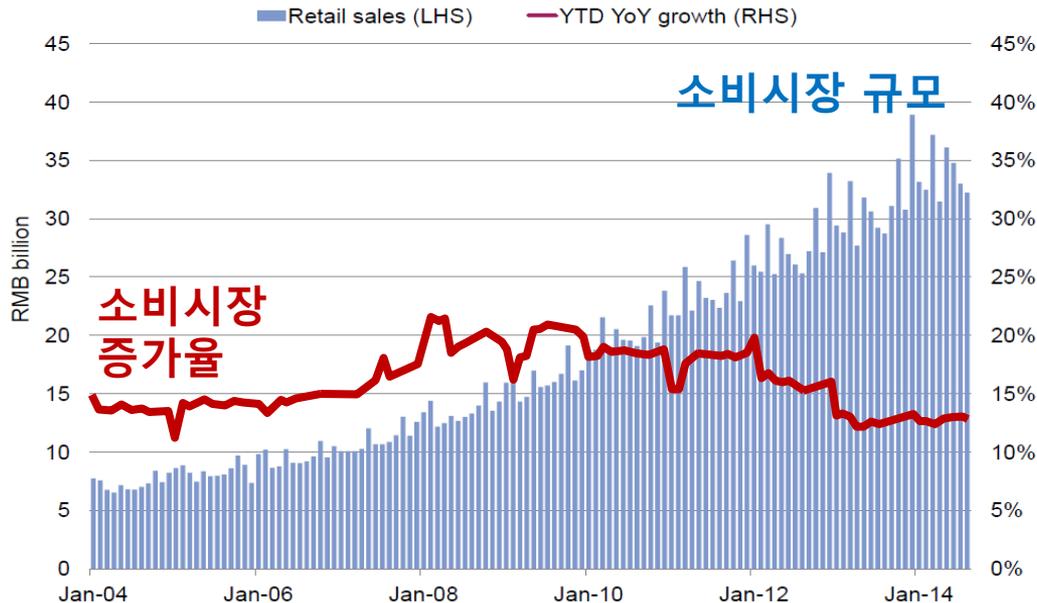
1-4. 서남도시 소비시장 西南城市消费市场 (成都 重庆 贵阳 昆明)

- 서남지역의 총 소매 매출액 증가율도 연간 13-16% 씩 증가하는 추세임.
- 북경(8.6%), 상해(8.7%) 보다 총 소매 매출액 증가추세가 더 높은 수준임.

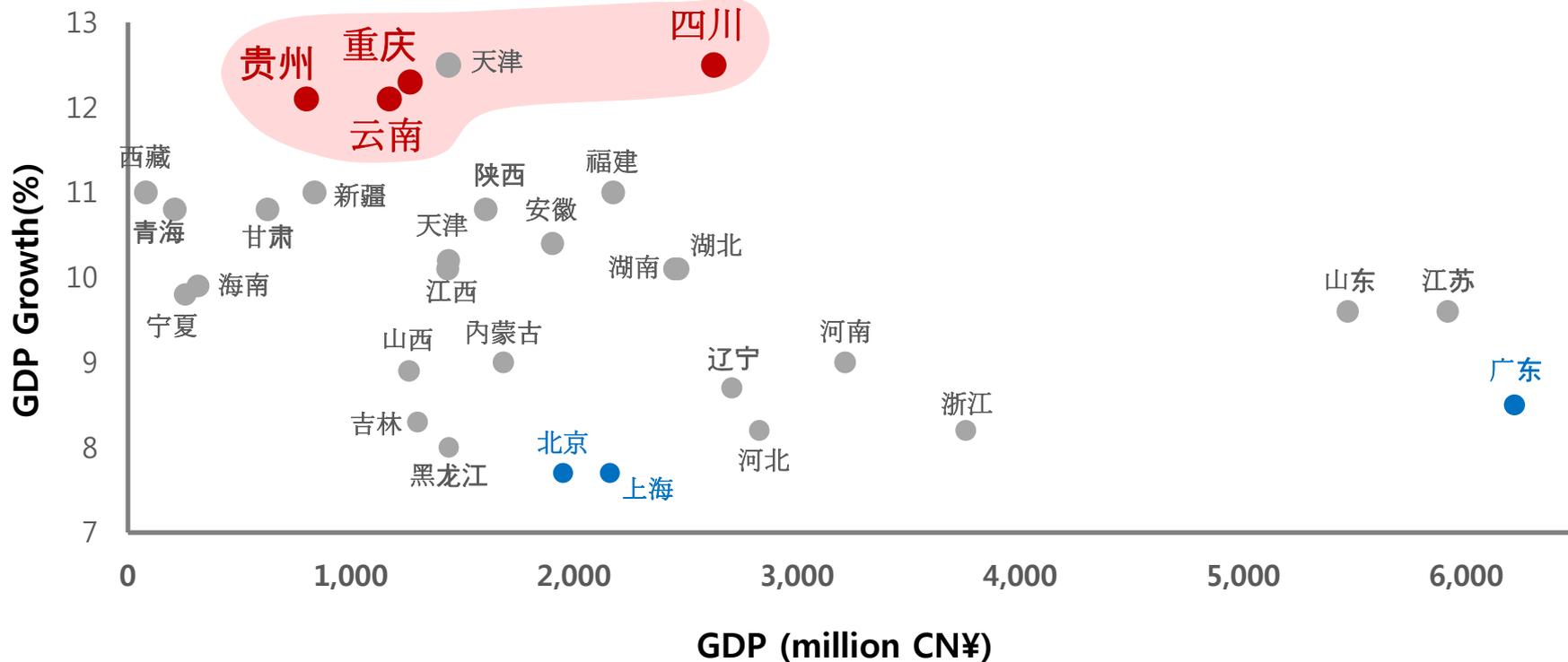
		北京	上海	成都	重庆	贵阳	昆明
총 소매 매출액 零售业总销货数量 (10 000 yuan)	2011	69,003,246	68,148,000	28,612,835	34,878,070	5,843,292	12,717,298
	2012	77,028,167	74,123,000	33,176,664	40,337,046	6,831,866	14,937,990
	2013	83,751,191	80,520,011	37,528,793	45,997,683	7,856,629	17,022,979
총 소매 매출액 증가율 总零售销售增长率 (%)	2012/2011	11.6%	8.8%	16.0%	15.7%	16.9%	17.5%
	2013/2012	8.7%	8.6%	13.1%	14.0%	15.0%	14.0%

1-5. 청두시 소비시장 성장추이 成都消费市场增长趋势

- 청두시의 소비시장도 2008년-2010년에는 연 20% 이상 성장
- 2014년에는 전년대비 연 13% 성장



1-6. 중국 성시별 성장잠재력 中国明星城市之星增长潜力



1-7. 중국 서남 소비 시장 종합

中国 西南 市场 综合

그 성장이
(연간 15% 이상)약속된 시장
约定的市场增长(每年15%以上)



2. 서남지역 유망 소비재 선정기준

西南地区承诺消费品选择标准

한국상품 유망소비재 선정기준 韩国的产品承诺消费品选择标准

소비자
핵심가치
消费者
核心价值观

시장수요 확산
传播市场需求

한국상품
브랜드인식
韩国产品的
品牌认知度

중국수입시장
점유율
中国进口和市
场份额

유망소비재
有前途的 消费品

한국상품 유망소비재 선정기준

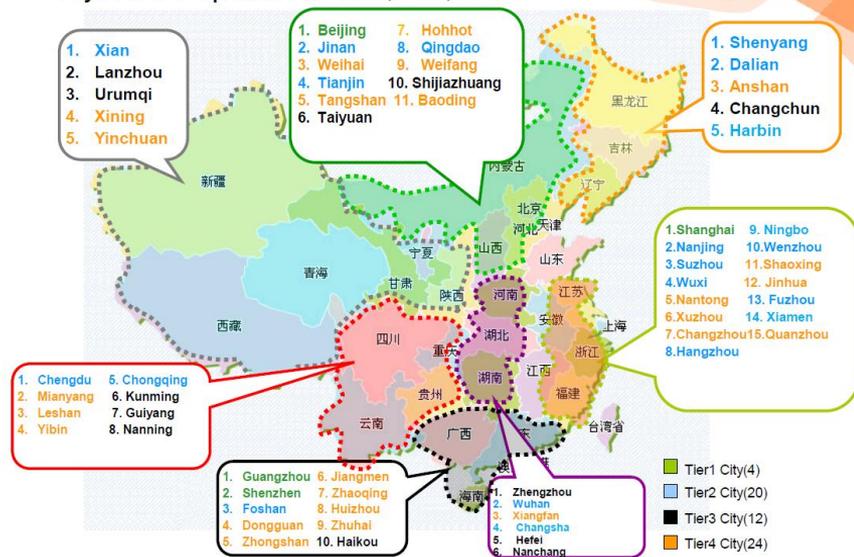
韩国的产品承诺消费品选择标准

한국상품 유망소비재 선정기준 韩国的产品承诺消费品选择标准		조사통계자료 调查统计源
소비자 핵심가치 消费者 核心价值观	서남지역 소비자의 핵심가치에 부합하는가? 西南地区满足消费者的核心价值观吗?	中国城市居民调查 CNRS-TGI (CTR)
시장수요 확산 传播市场需求	서남지역에서 시장수요가 확산되는 제품인가? 西南地区市场需求的产品传播吗?	中国城市居民调查 CNRS-TGI (CTR)
한국브랜드인식 韩国产品的 品牌认知度	소비자의 인식이 좋은 브랜드인가? 消费者的感知的一个好的品牌吗?	中国品牌力指数 (C-BPI) China Brand Power Index
중국수입시장 점유율 中国进口和市场份额	수입시장에서 한국상품 점유율이 증가하는가? 增加进口的韩国产品的市场份额吗?	韩国贸易统计 (KITA, KOTRA)

中国城市居民调查 (CNRS-TGI)

- China National Resident Survey
- 중국 7대 권역
七个区域中华人民共和国
- 60개 도시 거주 소비자
比60城市住宅消费者
- 1, 2, 3, 4 선 도시
1, 2, 3, 4线城市
- 10만명 소비자 조사
10万的消费者调查
- 조사회사 调查公司：
CTR Market Research

Covering 7 Regions, 60 Tier 1 - 4 Cities
Annual Sample Size: 100,000
Projected Population: 180,000,000



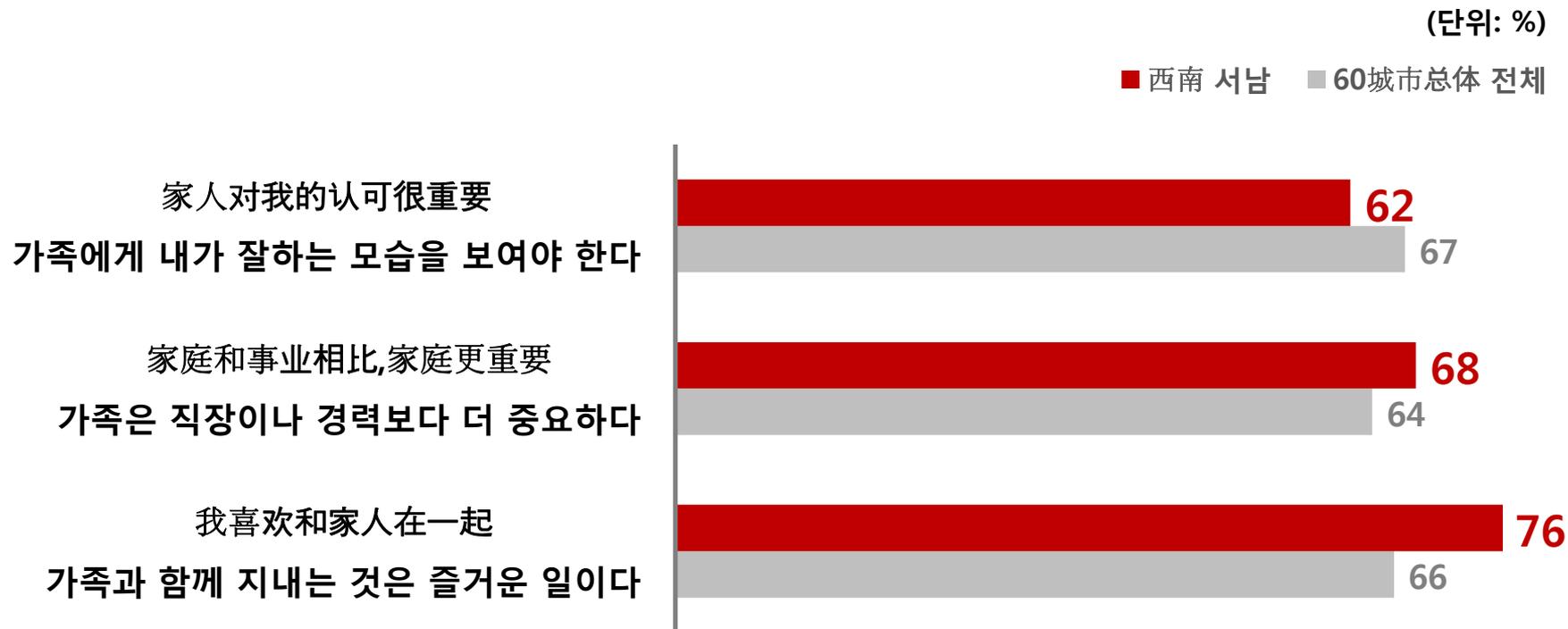
中国品牌力指数 (C-BPI) China Brand Power Index

调查区域	조사지역	覆盖全国30个城市 전국 30개 성시
调查对象	조사대상	为15岁到60岁之间的常住居民 15-60세 상시거주자
抽样设计	표본설계	根据性别、年龄、收入进行随机抽样调查 성별, 연령별, 소득별 비례할당
总样本数量	응답자수	为11500个 11,500명
调查方法	조사방법	采用入户面访 가구방문조사
调查时间	조사기간	从2014年10月开始至2015年2月结 2014년 10월 부터 2015년 2월까지

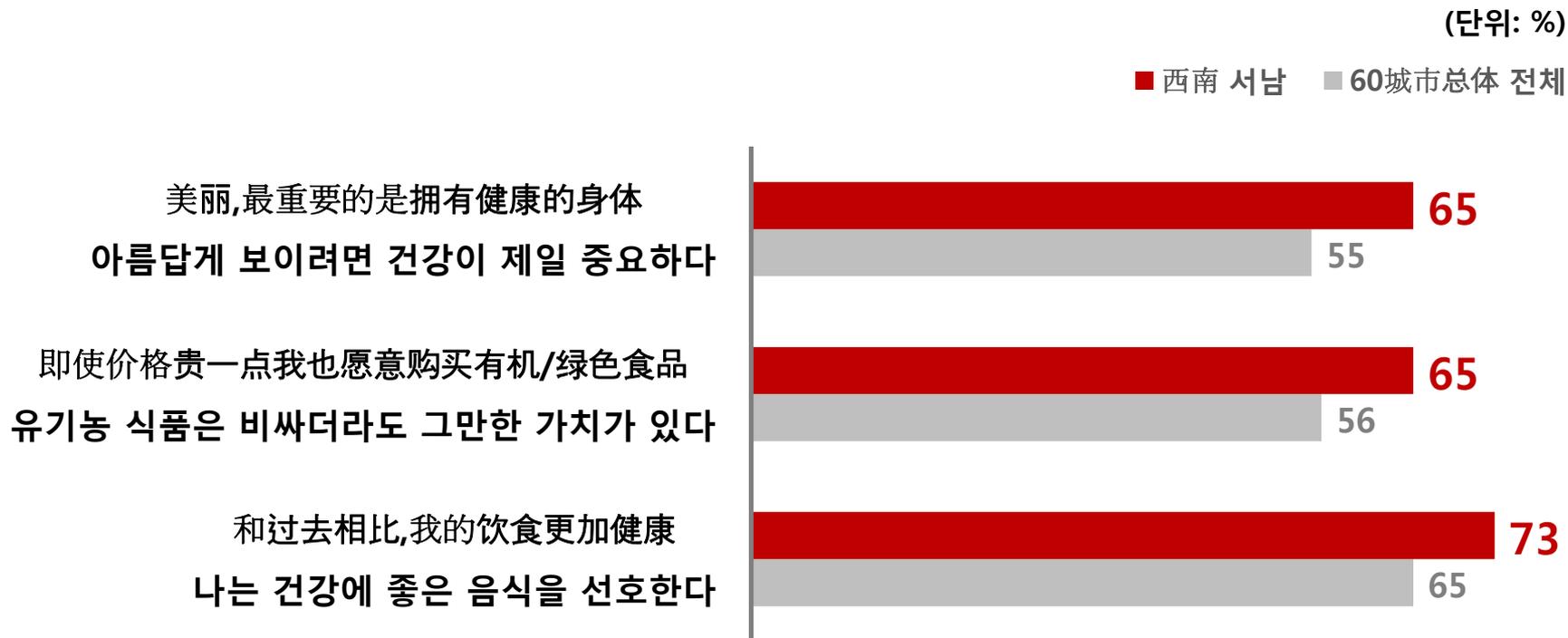
3. 서남지역 소비자의 핵심가치

西南地区消费者核心价值观

3-1. 家庭观：重视家庭 가족 중시



3-2. 健康：重视健康 **건강 중시**



3-3. 审美观：崇尚美 아름다움(美)에 대한 인식

(단위: %)

■ 西南 서남 ■ 60城市总体 전체



源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR 20

3-4. 公益：关注企业的社会责任 **기업윤리와 책임중시**

(단위: %)

■ 西南 서남 ■ 60城市总体 전체

不认同的企业,我不会购买它的产品
사회적지탄을 받는 기업제품은 구매하지않는다



厂家或商家的道德操守经常会影响我的购买决定
기업의 윤리는 구매결정에 중요한 요소이다



我会真正努力给那些回报社会的公司一些支持
사회공헌에 적극적인 기업을 지지한다



3-5. 环保：环保观念强

환경보호의식

(단위: %)

■ 西南 서남 ■ 60城市总体 전체

我会有意识地为环保做一些努力
재활용에 신경을 많이 쓰는 편이다



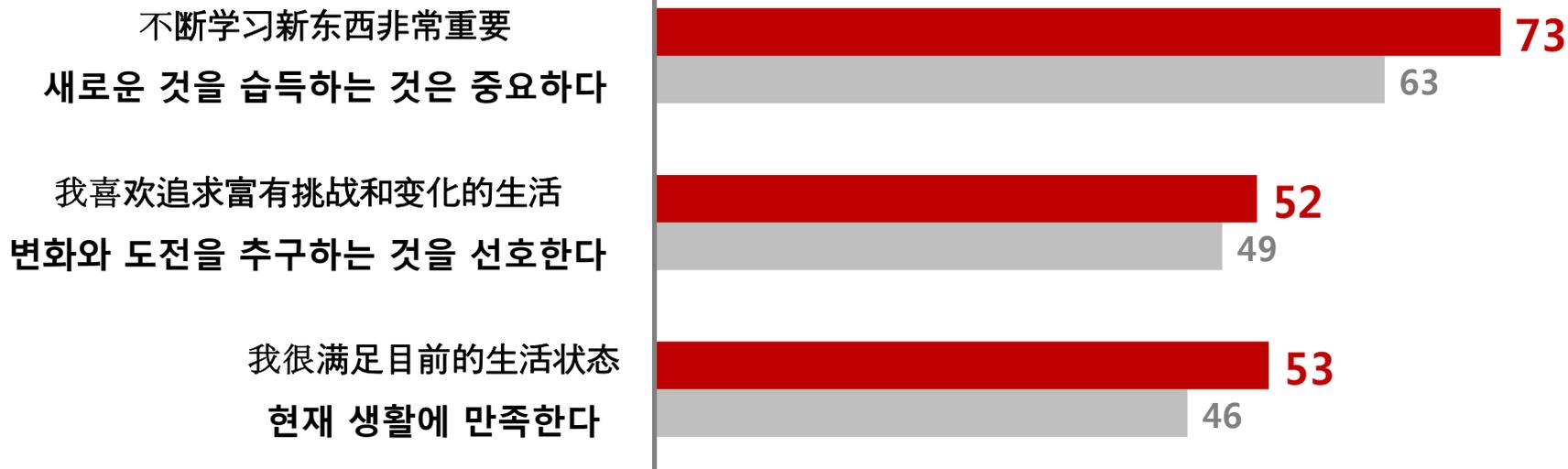
为了保护环境,我愿意改变我的生活方式
환경을 위해 나의 생활습관도 바꿀 수 있다



3-6. 生活态度：积极向上 변화에 대한 **진취적** 태도

(단위: %)

■ 西南 서남 ■ 60城市总体 전체

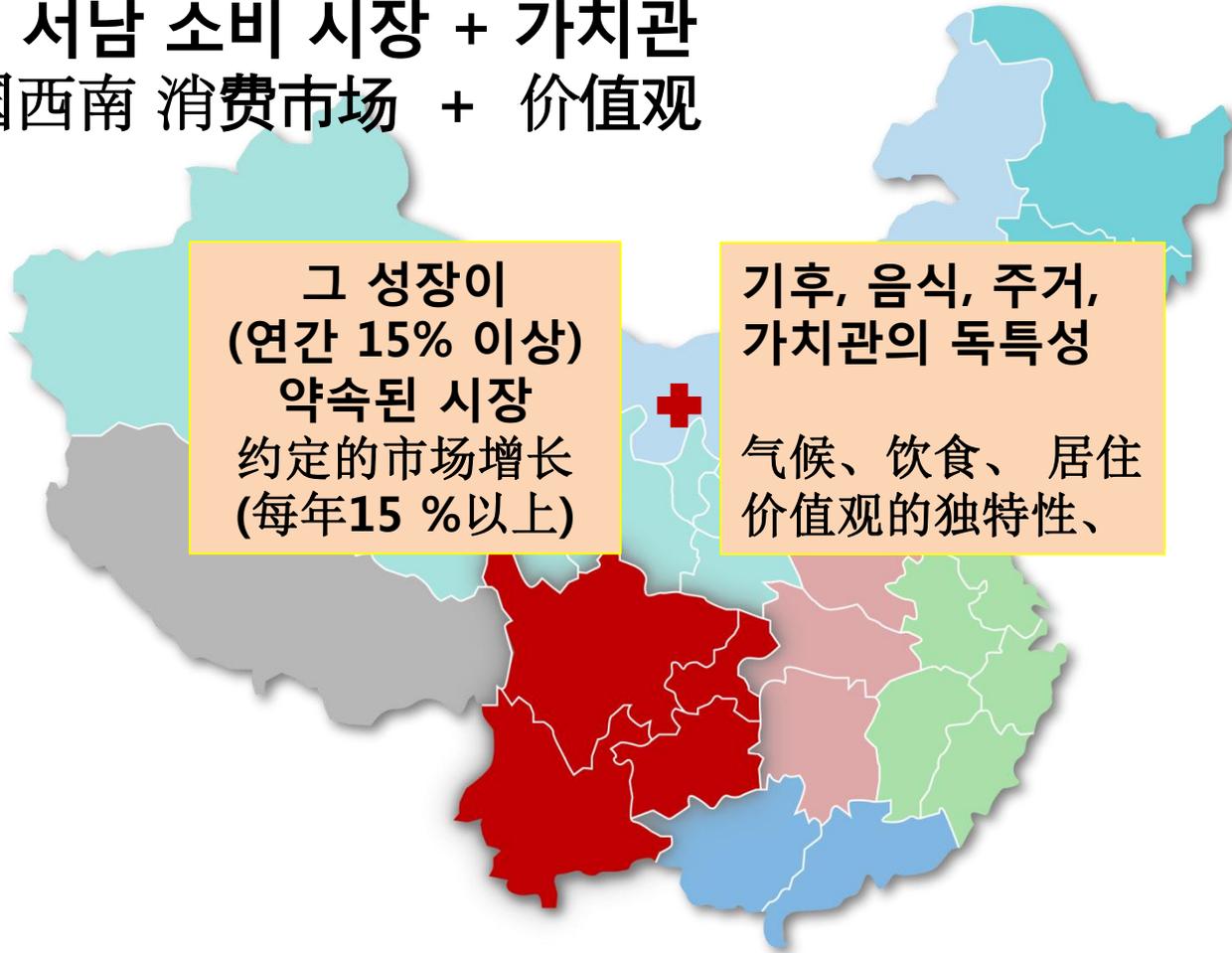


源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR 23

3-7. 서부지역 소비자 핵심가치 종합 消费者核心价值观



3-8. 중국 서남 소비 시장 + 가치관 中国西南 消费市场 + 价值观



4. 서남지역 소비시장 유망 상품

西南地区作为一种有前途的消费者市场产品

4-1. 화장품: 스킨케어 基本的化妆品

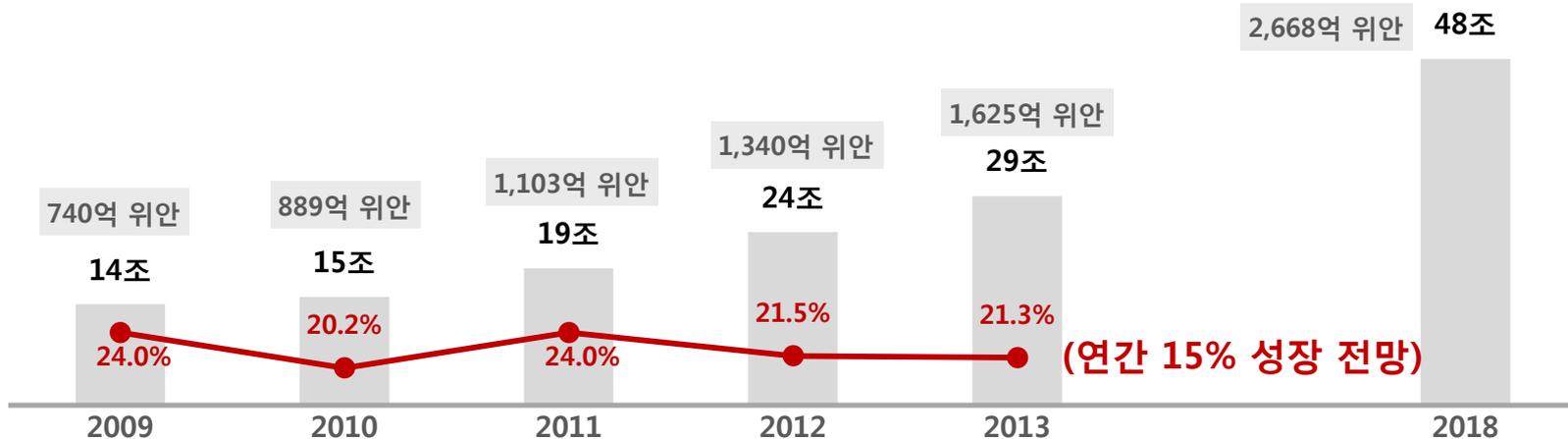


화장품: 시장규모 化妆品: 市场规模

- 2013년 기준 중국의 화장품 시장 규모는 1,625억 위안(29조 원)
- 최근 5년 간 **매년 20%를 넘는 성장했으며**, 향후 5년간 매년 15%씩 성장하여 2018년에는 2,668억 위안(48조 원) 규모로 전망

중국의 연간 화장품시장 규모 및 성장률

(단위 : 원)



스킨케어, 메이크업 점유율 基本的化妆品和彩妆化妆品市场份额

Skincare & Makeup Penetration

(base=여성 전체 25,882명, 단위:%)

60城市总体 전체



西南 서남



서남지역 화장품 사용 西南地区化妆品使用

- 서남지역에서 사용자도 많고 증가율도 높은 화장품 품목은 **수분크림, 마스크 팩.**

化妆品 화장품 (%)		护手霜 핸드크림	保湿霜 수분크림	美白霜 미백크림	面膜 마스크팩	精华素 에센스	眼部化妆品 아이케어	去皱纹 주름제거	身体乳 바디로션
60城市总体 60 성시 전체	2012	52	48	47	33	21	20	23	19
	2013	53	52	48	38	25	25	26	25
	2014	44	49	42	38	27	25	25	24
西南 서남	2012	50	39	46	31	18	15	17	8
	2013	49	47	45	35	23	22	22	14
	2014	54	52	46	40	28	26	24	16

源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR

4-2. SUV (Sports Utility Vehicle)



SUV 자동차 구매의향 汽车购买意向

- 차종별 자동차 구매의향은 세단 14.2%, SUV 10.6%
- SUV 구매 선호비율은 2012년 3.0%에서 2014년 10.6%로 3배 증가
- 서남지역에서는 SUV 구매의향 비율이 2012 1.8%에서 8.0%로 5배 증가

		60城市总体 60 성시 전체	西南 서남
Sedan	2012	10.2	6.8
	2013	11.7	8.4
	2014	14.2	9.9
SUV	2012	3.0	1.8
	2013	7.5	6.3
	2014	10.6	9.0

源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR 32

SUV 자동차 구매의향 汽车购买意向 (收入水平)

- 소득수준이 높은 소비자일수록 SUV 선호경향이 두드러짐.
- 서남지역의 소득상위 10% 소비자는 SUV 구매의향이 41.6%, 세단 구매의향(24.8%) 보다 1.67배 더 높음.

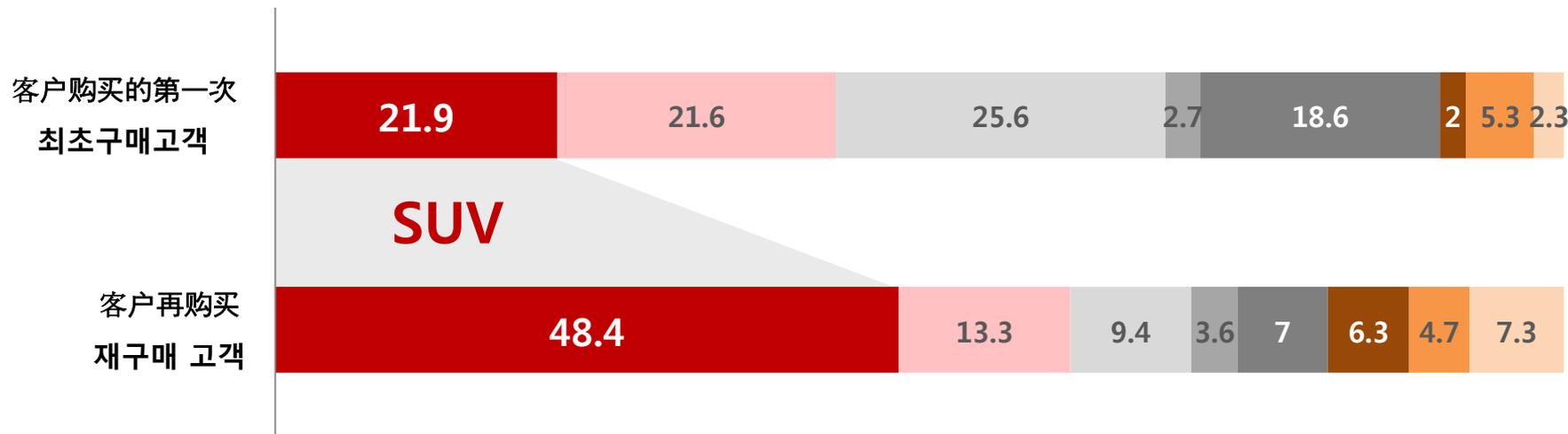
	소득최상위 顶级的收入 (最高 10%)			소득차상위 2 收入水平 (次上汉乌 20%)			소득차하위 3 收入水平 (次次下汉乌 30%)			소득최하위 收入最低的 4 (最低 40%)		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Sedan	17.8	22.4	24.8	19.1	19.9	25.2	6.1	9.0	12.3	2.7	2.5	2.2
SUV	10.2	35.8	41.6	5.6	13.8	24.7	1.3	3.9	8.0	0.2	0.5	0.4

源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR 33

SUV 자동차 구매의향 (교체구매자) 汽车购买意向

- 처음으로 자동차를 구매하려는 고객의 SUV 선호 비율은 21.9%
- 반면 자동차 **교체 구매 고객은 SUV 선호 비율이 48.4%로 2배 이상 높음**

■ SUV
 ■ 中型轿车 중형세단
 ■ 轻型车辆 경차
 ■ 紧凑型轿车 소형차
 ■ 豪华中型轿车 고급중형세단
 ■ MPV
 ■ 高级大轿车 고급대형세단
 ■ 기타



2015 C-BPI 主流车行业细分指标 자동차 브랜드파워 세분지표

- 2014년 BPI 조사결과, 브랜드 인지도와 브랜드 충성도를 종합한 브랜드파워 지표에서 북경현대(北京现代)가 상해Volkswagen(上海大众) 을 제치고 1위 브랜드로 선정

2015 C-BPI 主流车行业细分指标

品牌	Brand KPIs		
	C-BPI	브랜드 인지도 品牌意识	브랜드 충성도 品牌忠诚度
北京现代 Beijing Hyundai	319.2	162.6	156.6
上海大众 Shanghai Volkswagen	287.3	133.6	153.7
别克 Buick	283.7	125.2	158.5

4-3. 프리미엄 TV 高清晰度高清晰度电视



프리미엄 TV 구매의향 高清晰度高清晰度电视购买意向

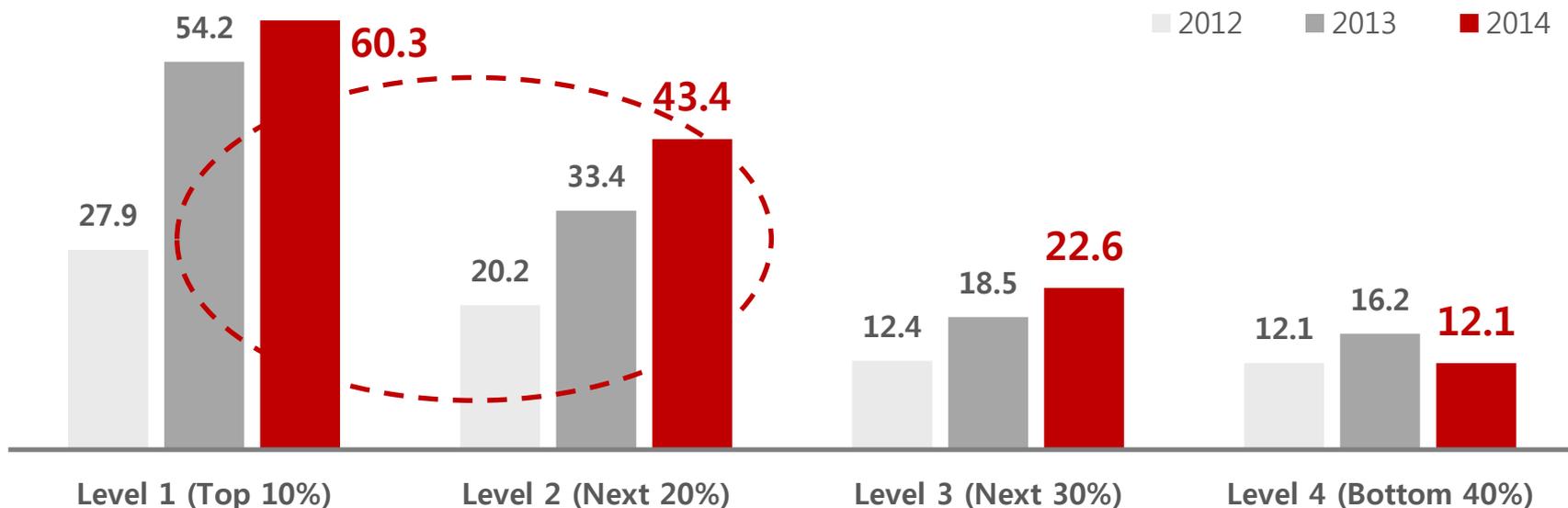
- 프리미엄 TV 구매의향이 26.1%로 다른 가전제품에 비해 높음.
- 서남지역의 프리미엄 TV 구매의향은 23.1%임.

	60城市总体 60 성시 전체			西南 서남		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
TV	17.4	24.2	26.1	14.1	22.4	23.1
냉장고	6.7	11.4	15.8	4.7	9.9	13.6
세탁기	9.5	13.6	15.4	5.9	10.0	11.5
에어컨	5.7	8.0	11.0	4.4	6.8	10.2

源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR 37

프리미엄TV 구매의향 高清晰度高清晰度电视购买意向(收入水平)

- 서남지역 프리미엄 TV 구매의향은 소득수준 상위 10%에서 60.3%이고 그 다음 소득상위 20%에서 43.4%로 프리미엄 TV의 구매의향이 높음.



源: CNRS 2014 (14.03-14.08)-60cities-Chinese, CTR

2015 C-BPI 彩电行业细分指标 칼라TV 브랜드파워

- 2014년 BPI 조사결과, 브랜드 인지도와 브랜드 충성도를 종합한 브랜드력 지표에서 삼성전자가 5년 연속, 종합점수 1위임

2015 C-BPI 彩电行业细分指标			
品牌	Brand KPIs		
	C-BPI	브랜드 인지도 品牌意识	브랜드 충성도 品牌忠诚度
三星 Samsung	436.4	277.3	159.1
松下 Matsushita	408.8	245.6	163.2
长虹 Changhong	391.1	243.3	147.8

4-4. 주방가전: 정수기, 생즙기 廚房用具: 淨水器 汁機器



정수기 중국내 수입시장 점유율 水净化器在中国进口市场份额

중국 정수기 주요 수입국 현황 (HS Code : 842121 기준)

(1,000 US\$, %)

순위	국가	进口的市场份额 정수기 수입액			进口量的百分比 수입시장 점유율			증감율 遞增和遞減
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	13/12
	총계	267,491	274,091	293,236	100.0	100.0	100.0	7.0
1	韩国	26,067	32,454	60,873	9.8	11.8	20.8	87.6
2	美国	40,603	36,679	38,494	15.2	13.4	13.1	5.0
3	프랑스 法国	53,279	30,428	35,392	19.9	11.1	12.1	16.3
4	日本	28,710	22,145	18,678	10.7	8.1	6.4	-15.7

생즙기 중국내 수입시장 점유율 汁机器在中国进口市场份额

중국 생즙기 주요 수입국 현황 (HS Code: 85094010기준)

(1,000 US\$, %)

等级	国家	进口的市场份额 생즙기 수입액			进口量的百分比 수입시장 점유율			증감률
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	13/12
	총계	11,034	22,986	80,857	100.0	100.0	100.0	252.8
1	韩国	7,973	20,697	78,322	72.3	90.0	96.7	278.4
2	日本	449	99	496	4.1	0.4	0.6	399.6
3	美国	0	139	114	0.0	0.6	0.1	-18
4	헝가리 匈牙利	156	162	84	14.0	0.7	0.1	-47.8

4-5. 영유아 상품 嬰兒用品 : 분유, 기저귀 嬰兒配方奶粉, 尿布

연간 2,000만 명 신생아
每年2000万人新生儿

분유 (중국전체) 嬰兒配方奶粉(中国)

- 연 600억 위안 (10조 원) 每年 RMB 600 億圓
- 연간 30% 증가 每年30% 增加
- 한국제품 점유율: 1%미만
韩国产品的占有率: 1%以下

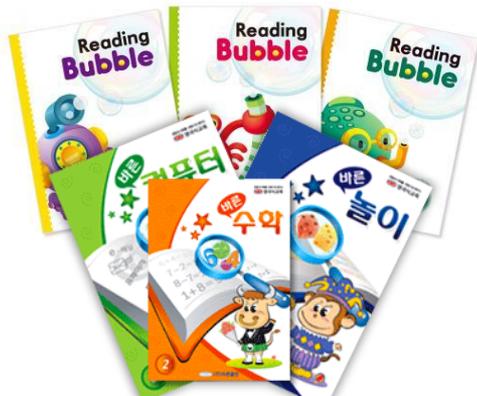
종이기저귀(중국 전체) 尿布(中国)

- 연 300억 위안 (5 조원) 每年 RMB 300 億圓
- 연간 20% 증가 每年20% 增加
- 한국제품 점유율: 1위
韩国产品的占有率: 第一

4-6. 서남지역 소비시장 추가 고려 상품 西南地区的消费市场进一步考虑商品



캐주얼 패션, 악세서리
休闲服饰, 饰品



어린이 학습 교재(영어 포함)
孩子学习教材(包括英语)

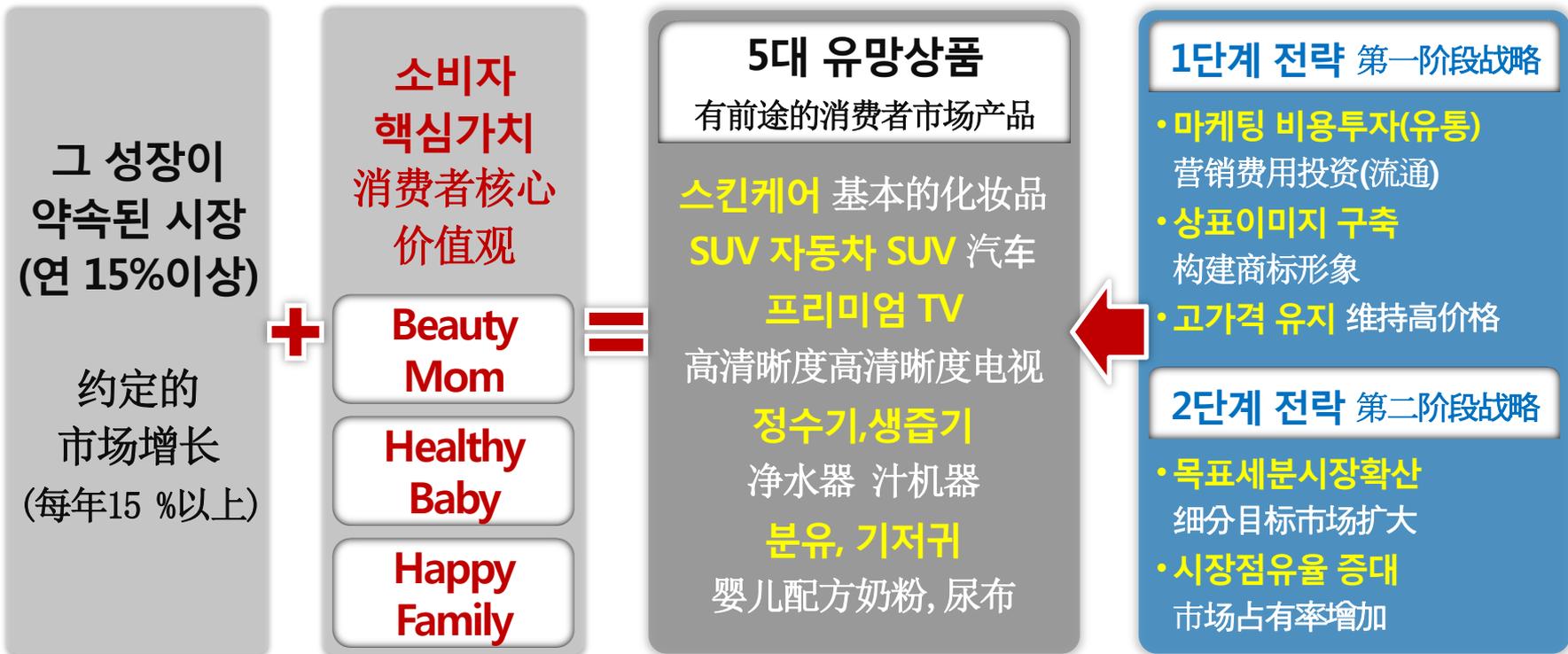


아웃도어 의류, 레저스포츠용품
户外服装, 休闲体育运动用品

4-7. 소비시장 유망 상품 종합 西南地区作为一种有前途的消费者市场产品

	 화장품 化妆品	 자동차 汽车	 가전제품 家电	 주방가전 厨房用具	 영유아용품 婴儿用品
	스킨케어 基本的化妆品	SUV	프리미엄 TV 高清晰度高清晰度电视	정수기, 생즙기 净水器 汁机器	분유, 종이기저귀 婴儿配方奶粉, 尿布
소비자 핵심가치 消费者 核心价值观	아름다움 중시 美的价值	가족활동 중시 重点放在家庭活动	가족가치 중시 重点放在家庭价值观	가족건강 중시 重点放在家庭健康	가족건강중시 重点放在家庭健康
시장수요 확산 传播市场需求	사용자층 확산 用户基地蔓延	구매의향 확산 传播购买意向	프리미엄 수요증대 对高端产品的需求增加	구매수요 증대 购买日益增长的需求	구매수요증대 购买日益增长的需求
한국브랜드인식 韩国产品的 品牌认知度	한류 확산 영향 韩波的传播和影响	한국상품 브랜드력 韩国产品品牌的力量	한국상품 브랜드력 韩国产品品牌的力量	한국상품 제품력인식 韩国承认产品历史	한국상품 제품력인식 韩国承认产品历史
중국수입시장 점유율 中国进口和市场份额	대중수출액 증대 出口的增加和群众	대중수출액 증대 出口的增加和群众	대중 수출액 증대 出口的增加和群众	대중 수출액 증대 出口的增加和群众	대중 수출액 증대 出口的增加和群众

5. 중국 서남 소비시장 종합 논의 中国西南的消费市场综合讨论



2015 世界知识论坛 (成都) 中韩企业家高峰论坛



Hankook Research

盧翊相 (Roh Ick-sang) isroh@hrc.co.kr

沈載雄 (Shim Jay Woong) jwshim@hrc.co.kr



沈颖 (Shen Ying) shenyling@ctrchina.cn

张扬 (Zhang Yang) yangzhang@ctrchina.cn