

중국



중국 춘절소비의 트렌드 변화 문화소비와 접어진 요우커

China Economy 정하늘
02.3779-8987
haneulj@etrade.co.kr

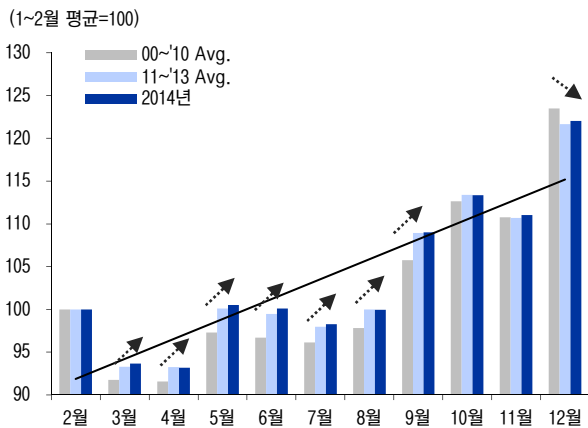
중국 소비의 계절성 약화

2월, 중국에서 가장 중요한 이벤트는 바로 '춘절(春節)'이다. 일주일간의 연휴 기간으로 중국 내에서는 고향을 방문하는 귀향행렬, 자금수요 증가 등 다양한 방면에서 이슈를 발생시킨다. 그 외 국내에서도 중국의 춘절은 많은 영향을 미치는 이벤트가 되었다. 이에 따라 우리는 이처럼 중요도가 제고된 춘절을 소비 모멘텀이라는 측면에서 구체적으로 알아보고자 한다.

그간 중국의 소비는 짙은 계절성을 보여왔다. 연초 춘절과 국경절(10월)부터 연말이 중국의 소비 성수기로 인식되어 왔다. 그러나 최근 중국인들의 소득수준이 높아지면서 이벤트성 소비보다는 일상생활의 소비여력이 확대되어 계절성이 약화되었다.

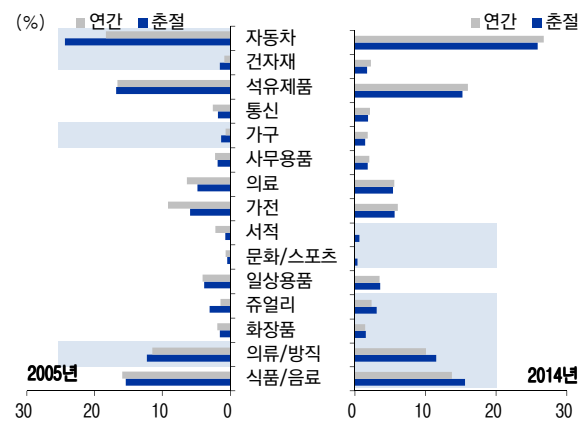
과거 춘절 소비는 자동차, 가구 등 내구재였던 반면 최근에는 IT제품, 주얼리 액세서리, 문화 등에 대한 소비로 변화하고 있다. IT 제품은 대형 가전매장에서 춘절을 겨냥한 대대적인 프로모션과 백화점 내 사은행사, 주얼리 액세서리는 발렌타인데이의 영향이 크다.

그림1 약화되는 중국의 소비 계절성



자료: CEIC, 이트레이드증권 리서치본부

그림2 '05년과 '14년 춘절 소비 변화: 내구재에서 문화로



자료: CEIC, 이트레이드증권 리서치본부

중국의 춘절소비 트렌드 변화

중국의 춘절 소비 트렌드가 문화소비와 해외여행으로 변화하는 것이 한국에는 어떤 영향을 미치게 될까? 결론적으로는 '문화 콘텐츠'와 '요우커'가 중국 춘절 테마주가 될 것이다.

춘절연휴, '설빔'보다 '영화관람'

최근 증가하고 있는 문화 관련 소비에는 어떤 것들이 있을까? 가장 대표적인 것이 바로 영화 관람이다. 과거 춘절 연휴기간은 명절을 맞아 고향으로 흠어지는 인구 대이동 기간으로 영화계 비수기로 분류되었다. 그러나 과거처럼 춘절 연휴 기간 내내 고향에 머무르기보다는 여유를 즐기는 사람이 많아지면서 영화 관객이 급증하기 시작한 것이다.

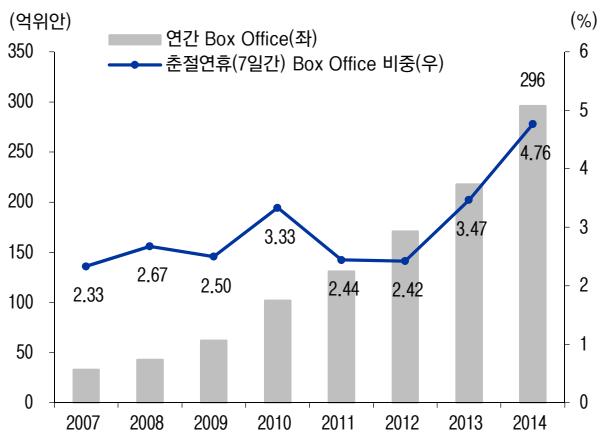
2014년 한 해 동안 중국의 영화 흥행수입은 296억 위안(한화 5.1조 원)으로 전년대비 36% 증가했다. 이는 한국 2014년 영화 흥행수입인 1.7조 원의 약 3배에 달한다. 그 중에서도 2014년 춘절 연휴 동안 중국 영화 흥행수입은 14억 위안으로 비중은 4.76%에 달한다(주간 평균 비중은 1.92%). 이처럼 춘절 연휴기간의 영화관람 수요가 증가함에 따라 한국과 마찬가지로 중국에서도 춘절 연휴를 전후로 개봉하는 영화들이 많아졌다.

이 같은 중국 영화산업의 변화가 어쩌면 중국만의 이벤트로 인식될 수 있다. 그러나 국내 영화시장은 인구 1인당 연간 평균 영화 관람횟수가 4.3회로 미국(4.0회), 프랑스(3.2회)를 넘어 이미 세계 최고 수준에 도달해 조만간 포화상태에 도달할 것으로 예상된다. 이에 따라 중국의 영화시장 확대 등의 변화는 한국 영화산업의 새로운 모멘텀이 될 수 있다.

실제로 2014년 춘절에는 중국 후난TV 포맷을 수출한 MBC 예능 프로그램 '아빠 어디가'가 영화로 제작되어 흥행에 성공했다. 중국판 아빠 어디가인 '爸爸去哪儿'의 흥행수입은 6억 9,514만 위안(한화 1,207억 원)으로 달해 2014년 연간 중국 박스오피스 18위에 랭크되었다. 이는 한국의 역대 박스오피스 2위인 아바타(1,249억 원)에 육박하는 수준이다.

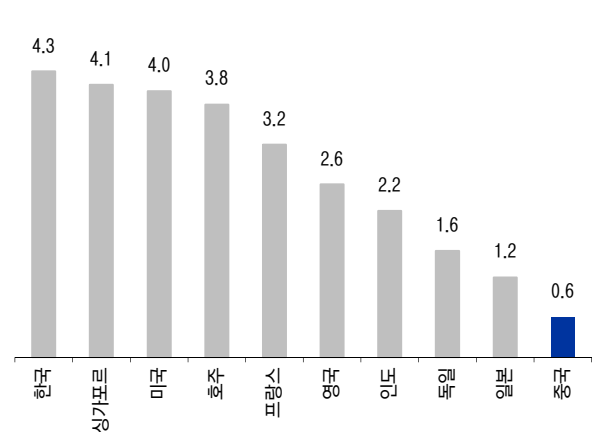
중국 영화 시장은 진입장벽이 높다. 연간 개봉 가능한 외국 영화는 연 34편(일반 20편+ 아이맥스와 3D 14편)에 불과하다. 하지만 2013년 6월 17일 시진핑 주석 방한 때 양국 '한중 영화공동제작 협정'이 체결되면서 분위기가 바뀌었다. 협정에 따라 공동 제작된 영화는 외화 규제를 벗어나 '중국 영화'로서 중국 시장에서 승부할 수 있게 되었다.

그림3 춘절연휴의 영화관람 수요 증가



자료: EBOT, 이트레이드증권 리서치본부

그림4 주요 국가별 1인당 영화 관람횟수(2013년)



자료: KOBIZ, 이트레이드증권 리서치본부

올해 중국 춘절 연휴 중에 개봉 예정인 영화 중에 한중 합작영화 혹은 한국 배우나 감독이 참여하는 영화는 없다. 그러나 개봉 예정작 중 눈길을 끄는 영화는 바로 '아빠 어디가'이다. 중국 후난 TV에서 판권을 정식 수입해 제작한 영화이다. 최근에는 중국 절강TV에서 SBS 런닝맨의 판권을 수입해 선풍적인 인기를 끌고 있는 '달려라 형제' 역시 영화로 제작된다. 한편 최근 한중 합작영화가 활발하게 제작되고 있어 향후 춘절의 문화소비 증가가 한국 엔터테인먼트 산업의 새로운 모멘텀이 될 수 있을 것으로 기대된다.

과거 한국 영화 혹은 한중 합작영화의 흥행성적은 그리 화려하지 않았다. 그러나 최근 들어 이 같은 상황이 점차 달라지고 있다. 2013년 4월 12일 개봉했던 '이별계약'은 당시 중국 박스오피스 1위를 기록하며 총 611.9만 명의 관객을 동원하며 1.93억 위안의 매출을 올렸다. 과거 한중 합작영화가 그 동안 보여왔던 한국과 중국배우가 뒤섞여 영화에 등장하는 것과는 달리 이별계약은 오기환 감독의 한국형 감성멜로와 중국 배우들이 함께 영화를 만들었다.

실제로 중국 영화 시장은 역사물, 무협사극이 주를 이뤘던 것과 달리 최근 로맨티코미디 장르가 인기를 얻고 있어 해당 장르 영화 제작 경험이 많은 한국 영화 인력에게 딱 맞는 환경이 조성되고 있는 상황이다. 그리고 중국판 수상한 그녀인 '20세여 다시 한 번'은 514억 원의 수익을 올리며 현재 상영작 중 박스오피스 2위에 올라있다. 이는 최근 강화되고 있는 중국의 드라마 규제(해외 콘텐츠가 전체 콘텐츠의 25% 이하)의 긍정적 Side Effect라고 볼 수 있다.

표1 2015년 춘절에 개봉 예정인 영화

영화제목		감독	기타
아빠 어디가2	爸爸去那兒2	謝滌葵	후난TV와 天娛미디어, 樂視미디어 공동제작 2014년 춘절 상영한 아빠 어디가의 후속편
아빠의 휴가	爸爸的假期	王岳倫	(주)아피아스튜디오에서 한국 분량 촬영 성동일, 성준, 성빈 가족 출연
Tiny Times 4.0	小時代4	郭敬明	소설 '소시대'의 원작자인 감독이 영화화한 작품
Triumph in the Skies	冲上雲霄	陳維冠	2003년 시즌1, 2013년 시즌2로 방영된 드라마
Wolf Totem	狼圖騰	장 자크 아노	중국과 프랑스의 합작영화
Dragon Blade	天將雄師	李仁港	성룡이 주연배우로 2월 19일 아시아 각국에서 개봉 예정
Snow Girl and the Dark Crystal	鍾馗伏魔	鮑德熹	중국 전설을 모티브로 한 3D 판타지 영화
An Inspector Calls	神探駕到	黃百鳴	영국의 극작가인 J.B.프리스틀리의 희곡을 리메이크

자료: EBOT, 이트레이드증권 리서치본부

표2 한중합작영화 박스오피스

1위	수상한그녀	2위	이별계약
	2015년 1월 8일 개봉 CJ E&M 제작 '수상한 그녀'를 모티브로 제작한 한중 합작영화로 陳正道 감독이 제작 25일 기준 누적 흥행수입 2.96억 위안 현재 상영작 중 박스오피스 2위 (1위 The Taking of Tiger Mountain)		2013년 4월 12일 개봉 CJ E&M 제작 오기환 감독의 한국형 감성멜로와 중국 배우들이 함께 영화를 제작 누적 관객수 611.9만 명 흥행수입 1.93억 위안 (2013년 연간 박스오피스 36위)

자료: EBOT, 이트레이드증권 리서치본부

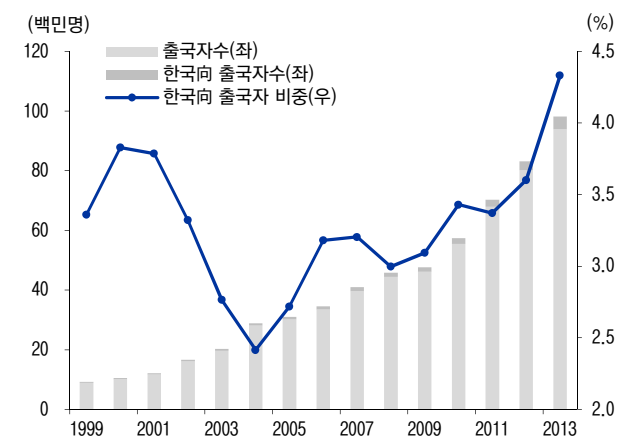
이제는 춘절에 해외로 나갑니다!

두 번째, 중국 춘절소비 트렌드의 변화는 바로 해외여행 증가이다. 과거 연휴시즌의 여행은 대부분 노동절(5월)과 국경절(10월)에 집중되어 왔다. 과거 춘절은 고향방문을 하는 시기였다. 그러나 최근에는 중국 내 여행수요는 물론이고 해외여행에 대한 수요가 증가하고 있다.

중국의 연간 출국자는 9,819만 명으로 전년대비 18% 증가했다. 그 중 한국향 출국자는 425만 명으로 전체 출국자의 4.3% 수준이다. 한국으로의 출국자 규모가 미미해보이나, 이는 전년대비 42% 증가한 규모이다. 한국관광공사 통계에 따르면, 2014년 중국인 입국자는 612.7만 명으로 전년대비 41.6% 증가했다. 이처럼 요우커(遊客, 중국인 관광객) 유입의 증가추세로 백화점 및 호텔업계의 매출 기상지수는 맑다.

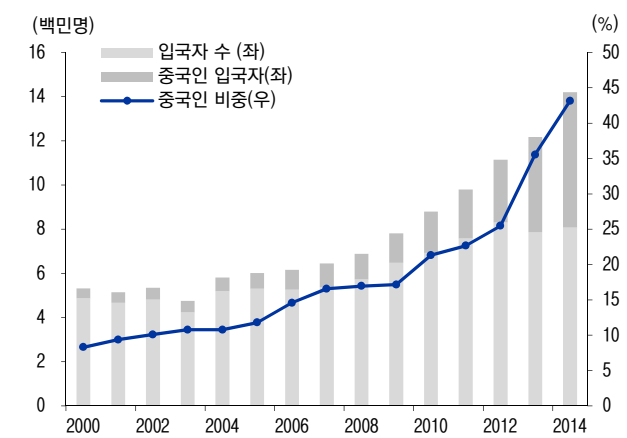
우리는 적어도 향후 3년간 중국의 해외출국자 수는 급격하게 증가할 것이라 판단한다. 그 이유는 중국의 소득수준이 아웃바운드 급증 구간에 진입했기 때문이다. 한국은 과거 1980년에서 1994년까지 소득 3,000~1만 달러 돌파 구간 진입 시, 연간 25%에 달하는 폭발적인 해외여행 수요를 일으킨 바 있다. 일반적으로 3,000~1만 달러는 필수소비재에서 내구재(자동차)와 문화소비로 소비패턴이 변화되는 구간이다.

그림5 중국 연간 출국자 약 1억 명, 한국향 4.3%



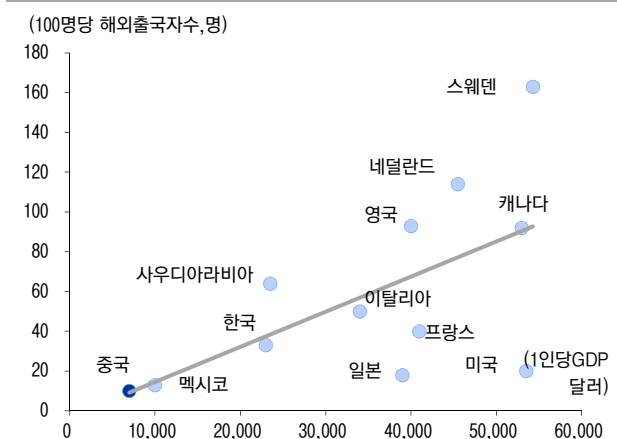
자료: CEIC, 이트레이드증권 리서치본부

그림6 한국 연간 입국자 약 1,420만 명, 중국인 43%



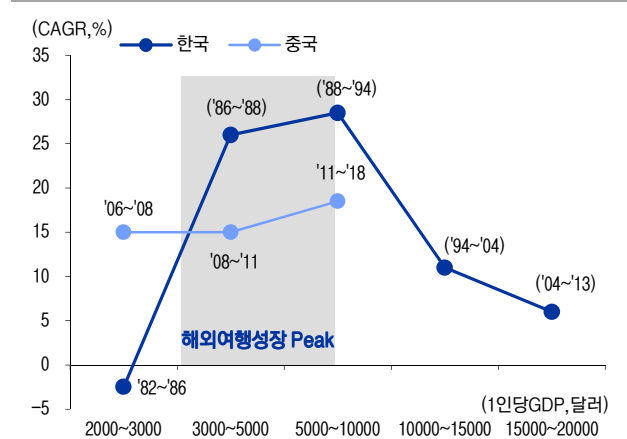
자료: 한국관광공사, 이트레이드증권 리서치본부

그림7 소득수준과 해외 출국자수 비교



자료: 세계은행, CEIC, 이트레이드증권 리서치본부

그림8 소득수준별 해외여행자 증가 추이



자료: IMF, CEIC, 이트레이드증권 리서치본부

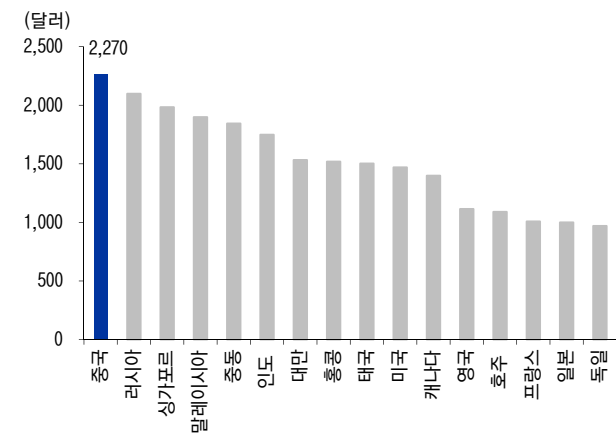
몰려오는 요우커와 소비 트렌드의 변화: 쇼핑을 위한 젊은 층의 자유여행

중국의 해외출국자 수가 급증함과 동시에 중국 해외여행자의 구매력은 글로벌 최고 수준을 보이게 될 것이다. 실제로 2013년 기준, 한국을 방문한 외국인들의 여행지출 내역을 비교하더라도 요우커 즉, 중국인 여행객의 평균 소비지출액은 2,270달러로 전체 평균 대비 38%나 높아 압도적인 1위이다.

이 같은 중국 해외여행자의 높은 구매력은 ①가파른 소득증가와 부동산 가격 상승으로 쌓인 부의 효과(Wealth Effect), ②저축세대(50~60대)를 대신한 20~30대의 이연소비, ③해외소비에 대해 느슨한 중국정부의 규제를 들 수 있다.

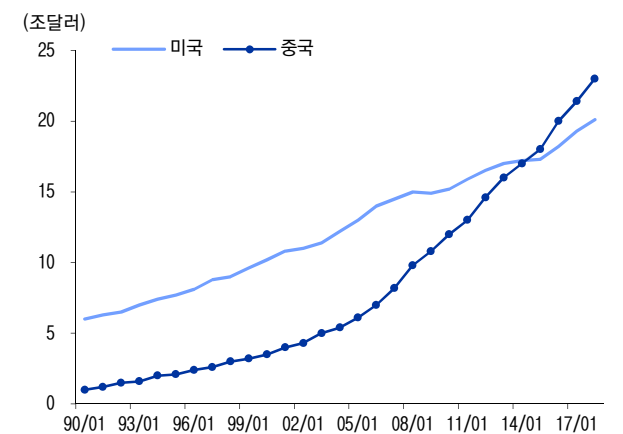
관광버스가 쇼핑센터 앞에 멈춰서고 깃발을 든 가이드를 필두로 우르르 중국인 관광객들이 차에서 내리는 요우커보다 최근에는 도시 구석구석을 누비는 자유여행이 급증하고 있다. 이는 요우커 연령대의 이원화에 기인한다. 과거 대부분 패키지를 통한 한국 여행이 주를 이루었다면 최근에는 30대 이하의 관광객이 증가하면서 자연스럽게 패키지보다는 자유여행이 증가하기 시작했다. 또한 요우커의 한국 입국목적은 과거 비즈니스에서 최근 여행과 쇼핑으로 그 중심이 이동했다. 즉, 최근 요우커의 여행 트렌드는 '쇼핑을 위한 젊은 층의 자유여행'인 것이다.

그림9 국적별 한국입국자 1인당 평균 여행지출 비교



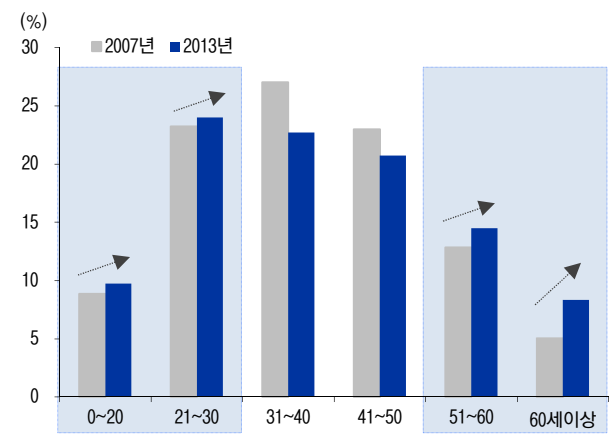
자료: 한국관광공사, 이트레이드증권 리서치본부

그림10 미국과 중국의 구매력 추이



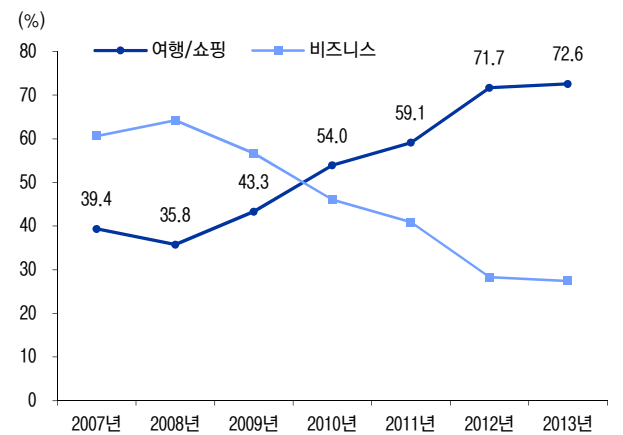
자료: 세계은행, 이트레이드증권 리서치본부

그림11 요우커 연령대의 이원화: 10대와 60대 비중 증가



자료: 한국관광공사, 이트레이드증권 리서치본부

그림12 요우커의 한국입국 목적은 대부분 여행과 쇼핑



자료: 한국관광공사, 이트레이드증권 리서치본부

요우커, 이제는 중저가 비즈니스 호텔에서 숙박하고 도시 구석구석을 누빈다

비싼 특급호텔을 찾는 일본인 관광객과는 다르게 요우커들은 중저가의 비즈니스 호텔을 선호한다. 실제로 서울 명동과 인사동 등 인근 주요 호텔 5곳의 경우 중국인 비중이 일본인 비중보다 낮은 곳이 대부분이다. 2013년 기준, 요우커의 유입인구가 일본인 관광객보다 1.3배 많은 점을 고려할 때, 주요 호텔의 중국인 비중이 상대적으로 낮은 수준이다.

요우커들은 서울 시내의 고급 호텔보다는 수원, 인천 등 경기 수도권의 비즈니스 호텔 혹은 게스트 하우스, 모텔 등 비교적 저렴한 숙소를 이용한다. '쇼핑을 위한 젊은 층의 자유여행'이 증가함에 따라 특급호텔보다는 중저가의 비즈니스 호텔의 수요는 지속적으로 증가할 것이다.

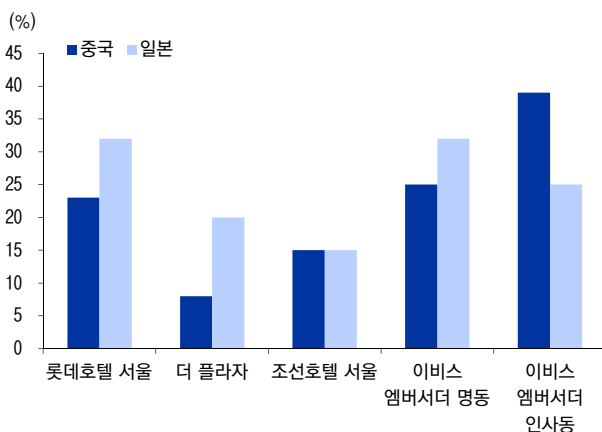
한편 요우커의 연령대가 젊어지는 것은 숙박시설의 변화뿐만 아니라 관광지역 혹은 쇼핑지역의 다변화를 의미한다. 과거 요우커가 주로 서울과 제주 지역에 집중되었다. 특히 서울에서도 '쇼핑천국' 명동에 집중되었다. 그러나 최근 명동의 비중은 줄어들고 이태원, 강남, 신촌 등이 새로운 쇼핑지로 떠오르고 있다.

실제로 2014년 국경절 기간(10월 1~7일) 동안 편의점 CU에서 요우커의 유니온페이 결제통계를 통해 확인 주요 방문지역에 따르면 명동의 결제비중은 2013년 18.1%에서 12.5%로 5.6%p 감소했다. 이 역시 '쇼핑을 위한 젊은 층의 자유여행'이 증가함에 따른 변화로 향후에도 과거 명동에만 집중되던 쇼핑이 가로수길, 그리고 경리단길 등 새로운 쇼핑지로 그 중심이 이동할 것으로 전망된다.

요우커의 변화는 지난 14일 무역센터에 오픈한 'SM타운 코엑스 아티움'에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 그간 요우커의 주요 쇼핑품목은 화장품, 명품, 의류 등에 국한되어 왔다. 한국의 드라마, 영화, 그리고 가수로 대표되는 한류(韓流)에 대해 긍정적인 태도를 보이고 있음에도 이는 관광수입으로 이어지지 못했다. 명동 등지에서 판매하는 포스터, 양말 등이 전부였다.

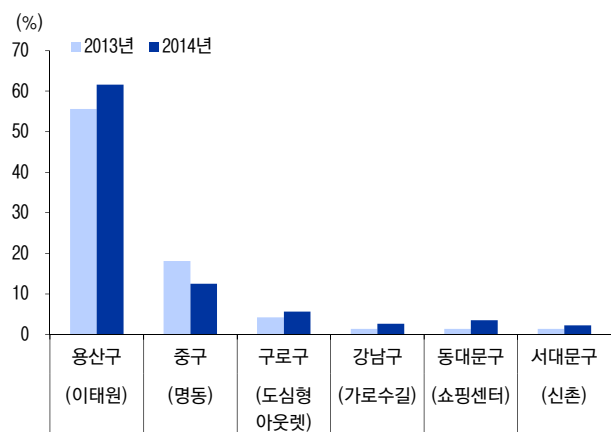
이런 가운데 K-POP을 대표하는 기획사인 SM 엔터테인먼트가 오픈한 복합문화공간인 'SM타운 코엑스 아티움'에는 SM 소속 아티스트들의 MD 상품(의류, 향수, 머그컵 등)을 판매하는 매장과 음악 녹음·앨범 재킷 촬영 등을 직접 체험해볼 수 있는 SM타운 스튜디오, 홀로그램 공연 등이 있는 'SM타운 씨어터'가 들어섰다. 이러한 시도는 한류를 관광코스로 직접적으로 연계시키는 시도로 향후 다양한 분야로의 적용이 가능할 것으로 판단된다.

그림13 주요 호텔의 중일 관광객 비중



자료: 산업연구원, 이트레이드증권 리서치본부

그림14 쇼핑지역 다변화: 명동은 지고 이태원이 뜬다



자료: BGF리테일, 이트레이드증권 리서치본부

요우커, 결국은 역직구로 대체될 것

요우커의 유입을 조금 더 장기 시계열로 생각해보자. 중국인들의 소득증가와 중산층의 절대적 규모확대(Q)에 따른 요우커 유입증가는 지속되나, 결국 역직구로 대체될 것으로 판단된다. 요우커의 한국방문의 목적이 "쇼핑"이라는 점을 고려할 때, 역직구 플랫폼이 체계화됨에 따라 직접적인 방문 즉 오프라인 구매에서 온라인 구매로 변화할 것으로 전망한다. 이는 곧 국내 브랜드 중 중국 내 인지도가 높은 제품들이 긍정적인 매출을 올리게 될 것임을 의미한다.

그림15 알리바바의 해외직구 쇼핑몰, 글로벌 Tmall



자료: <http://www.tmall.hk>, 이트레이드증권 리서치본부

중국 춘절소비의 트렌드 변화에 주목하자

결론적으로 중국 춘절에 따른 모멘텀은 여전히 존재한다. 다만 그 성격이 달라짐에 따라 접근 방식을 달리해야 할 것이다. 중국 내의 춘절소비가 점차 문화소비로 그 중심이 이동하고 있는 것과 관련해서는 한중 합작영화 개봉 일정에 따른 국내 영화 제작사와 엔터테인먼트사에 대한 긍정적인 시각이 필요하다.

또한 요우커의 증가추세와 관련해서는 특급호텔보다는 중저가의 비즈니스 호텔, 명동보다는 강남과 이태원 등지의 쇼핑 중심지 이동을 고려해야 할 것이다. 이와 동시에 중국인에게 브랜드 인지도가 높은 제품과 플랫폼 등 향후 역직구로 대체되는 요우커 수요에 대한 대비가 필요하다. 중국인의 춘절소비 트렌드 변화의 파악은 중국 소비재의 투자방향성을 설정하는데 더욱 중요해질 것이기 때문이다.

春節快樂!

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 정하늘).

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

- _ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- _ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- _ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.
- _ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.