

## ■ 홍콩, 중국 관광객 감소 및 정치적 불안감으로 소비 심리 위축 속에서도 건강 보조 제품 및 뷰티 제품의 인기 증가 ■

### ■ 홍콩 정치적 불안감에 소비 심리 위축

홍콩의 계속되는 정치적 불안감이 소비자들의 구매 욕구를 떨어뜨리고 소매시장 매출에 타격을 줄뿐만 아니라 홍콩 전체의 경제적 어려움을 가중시키고 있다고 경제 전문가들이 분석했다.

지난 7월 1일 홍콩 어드미럴티(Admiralty)에 있는 입법회 건물이 강경 시위대의 점령으로 상당 부분 파손돼 1,000만 홍콩달러(한화 약 15억원) 상당의 손해를 입었다. 그동안 비교적 민주적이고 평화적 시위를 보여준 시위대 전체 이미지에 악영향을 주었고, 분열도 노출되는 큰 사건이었다.

이런 과격한 시위 행위는 홍콩을 방문한 관광객들을 몰아내고 지역 쇼핑몰의 매출 하락에도 영향을 주고 있다. 이미 미-중 무역전쟁으로 인해 4달 연속으로 소매판매가 줄어들었다고 지난 5월에 발표와 홍콩 시위로 말미암아 체감되는 소비분위기는 더욱 얼어붙었다.

홍콩총상회(Hong Kong General Chamber of Commerce)의 수석 경제 전문가 일슨 총은 전체적인 상황이 암울하다면서 정치적 긴장이 지속되거나 고조될 경우, 홍콩 일반 가정의 소비 심리를 위축시키고 관광객들은 다른 관광지를 방문하게 되어 더 큰 타격을 줄 수도 있다고 경고했다.

홍콩 소매매출은 지난 5월 1.3%를 기록하며 4달 연속 감소했고, 홍콩 정부는 미-중 무역전쟁으로 책임을 돌렸다. 투자그룹 CLSA의 소비자 리서치 책임자인 마리아나 쿠는 소매 매출이 작년 동기대비 10%까지 떨어질 수 있다고 말했다.

### ■ 중국 관광객 감소로 홍콩 소매 5% 감소 예상

글로벌 자문 회사인 PriceWaterCoopers(PwC)는 경제적 불확실성과 중국 본토 관광객 수 감소에 따라 올해 홍콩의 소매 판매가 전년대비 5% 하락한 4,600억 홍콩 달러(한화 약 69조원)로 예상된다고 발표했다.

최근 정부 통계발표에서 1분기 소매판매가 작년 동기대비 2% 감소한 것으로 나타나면서 정부가 올해 3% 감소로 전망했던 것보다 PwC는 훨씬 더 낮게 예상치를 내놓았다. PwC 아시아 태평양 소비자 시장을 맡고 있는 마이클 청(Michael Cheung)은 현재 진행 중인 미-중 무역전쟁, 주식 시장 둔화 및 위안화 변동성이 소비자 심리와 이들의 소비에 직접적인 영향을 미친다고 말했다.

소매 판매는 경제성과 지표로도 사용된다. 지난 5월 홍콩 정부 데이터에 따르면 미-중 무역 전쟁이 소비자 지출에 영향을 미치면서 홍콩 경제 성장 둔화를 야기하는 것으로 나타났다.

2월 소매 판매는 10.1% 감소했으며, 이는 거의 3년 6개월 만에 최악의 하락세였다. 1분기 GDP 성장률은 0.6%로 2009년 3분기 이후 가장 낮은 증가율이었다. 또한 민간 소비 지출은 3년 만에 최저 수준인 0.2%로 집계되는 등 최악의 경제성과를 보였다. 최근 홍콩의 정치적 및 사회적 불안, 피크트램 보수 공사로 인한 운영 중단, 새로운

관광 명소 개발 부족 등 복합적 요인들이 홍콩을 방문하는 중국 관광객들의 여행 욕구를 낮출 것이라고 PwC의 마이클 청이 전했다. 중국 본토 관광객이 전체 홍콩 방문 관광객의 약 80%에 달하기 때문에 2월 이후 지속적인 중국 본토 관광객 수의 하락은 홍콩 소매 업계에 부정적인 영향을 줄 것은 자명한 사실이다.

반면 작년의 경우, 9월 광선강(광저우-심천-홍콩) 고속 열차가 개통되고 10월에 강주아오(홍콩-주해-마카오) 대교가 개통된 이후 중국과 홍콩을 연결하는 교통 인프라들이 운행되면서 최고의 관광객 수를 기록했다. 2018년에는 5,100만명의 중국인 관광객이 방문했다.

### ■ 건강 보조 제품 및 뷰티 제품의 인기 증가할 것으로 예상

PwC 관계자는 전기 및 명품 제품의 판매량이 가장 큰 폭으로 감소한 것으로 분석하고 있다. 그러나 건강보조 제품 및 뷰티 제품과 같은 소비재 제품은 전 세계적으로 판매량이 늘고 있는 추세와 함께 완만하게 성장할 것으로 기대된다. 사람들이 건강 관리와 피부 관리에 관심이 높아지면서 화장품 및 퍼스널 케어 제품의 인기는 전 세계적인 추세라는 것이다.

또한 당일치기로 홍콩을 방문하는 중국 관광객들이 전자제품이나 고가품보다 훨씬 저렴한 가격으로 쇼핑할 수 있기 때문에 뷰티 상품의 인기는 더 오를 것이라는 분석이다.

### ■ 시사점

#### □ 한국 식품의 미용 기능성을 강조하자

불안한 경제적, 정치적 상황 속에서도 소비자의 건강관리와 미용 관리에 관심이 높아지면서 건강보조 제품 및 뷰티 제품과 같은 소비재 제품은 전 세계적으로 판매량이 늘고 있는 추세이다. K-beauty와 연계하여 한국 식품의 건강·미용 기능성을 강조한 마케팅을 강화해야 할 것이다. 예를 들어 비타민C가 풍부하여 탄력 있는 환한 얼굴을 만들어 주는 한국산 딸기, 다이어트에 도움이 되는 한국산 통 곡물(보리, 현미) 등 건강·미용 기능에 셀링 포인트를 맞추어 뷰티 인플루언서와 손잡고 세계 시장의 문을 두들 여야 할 때 이다.

#### □ 가성비 넘치는 제품으로 실용적인 홍콩 소비자를 공략하자

홍콩은 빈부 격차가 매우 크고, 저소득층과 고소득층 간의 양극화된 소비 경향이 두드러지며, 일반 소비자들은 가격에 민감하게 반응한다. 각국의 상품들이 가격 경쟁을 벌이는 시장인 만큼, 홍콩은 품질 대비 가격 경쟁이 치열한 편이다. 거기에도 정치적 요소와 미-중 전쟁 등 복합적인 요소로 위축된 소비심리 속에서 가격 대비 만족도가 높은 한국 식품으로 홍콩 소비자를 공략해 보아야 할 것이다.

### ■ 자료출처

1. 홍콩수요저널, 「중국 관광객 감소로 홍콩 소매 5% 감소 예상」, 2019.07.04.  
<http://www.wednesdayjournal.net/news/view.html?section=1&category=3&page=2&no=30294>
2. 홍콩수요저널, 「정치적 불안감이 소비심리 위축...“홍콩 경제 타격줄 듯”」, 2019.07.10  
<http://www.wednesdayjournal.net/news/view.html?section=1&category=3&page=1&no=30318>