



# China

상하이지사

## 코로나19 이후에도 지속될 중국의 주요 키워드 4가지



### 회복기에도 지속될 소비 트렌드

2020년, 중국을 포함하여 전 세계를 강타한 가장 큰 이슈는 바로 '신종 코로나바이러스 감염증'이다. 이로 인해 지난 1월 23일 이후, 전국의 경제 활동이 둔화되면서 중국 경제는 작년 동기대비 대폭 침체된 양상을 보였다. 또한, 중국 소비자들이 선호하는 제품과 쇼핑스타일도 많이 달라졌다.

바이러스 발병이 시작된 지 두 달이 지난 지금, 중국의 상황을 살펴보면 회복기가 다시 찾아올 것으로 전망되며 전반적인 소비도 다시 반등할 것으로 판단된다. 그러나 여전히 아래의 4가지 중요한 소비 심리와 트렌드 변화는 꽤 장기간 존재할 것으로 예측된다.

#### ① 재택경제(宅经济)로 온라인 시장 더욱 활성화

2020년 1월말, 춘절을 기점으로 시작된 코로나19는 중국의 춘절 연휴 연장, 개학연기, 근무시작일 연기 등으로 집에 머무르는 시간이 길어지며 '재택경제(재택경제)'의 발전을 이끌었다. 그와 함께 이전에는 온라인 쇼핑을 하지 않거나 익숙하지 않았던 신규 소비자까지 온라인상거래 시장으로 유입되었다.

코로나19 기간에 중국 소비자들은 접촉을 줄이는 비대면 소비를 위해 온라인 쇼핑 방식을 매우 선호하게 되었다. 특히 대표적인 신선식품 전문 O2O 플랫폼 허마셴싱(盒马鲜生)의 사용량은 폭발적인 성장세를 보이며 해당 시기 주문량은 작년 동기대비 220% 급증하였다. 동시에 메이투안마이차이(美

团买菜), 메이르요우시엔(每日优鲜), 징둥따오찌아(京东到家) 등 허마셴싱(盒马鲜生)과 비슷한 식재료 배달 서비스를 제공하는 배송 모바일 플랫폼의 사용량도 함께 급증했다. 코로나19가 중국 소비자들에게 온라인시장의 편리함과 안전함을 확인시켜주는 뜻밖의 기회가 된 것이다.

#### ② 코로나로 인한 초고속 발전, 인공지능(AI)과 로봇 응용

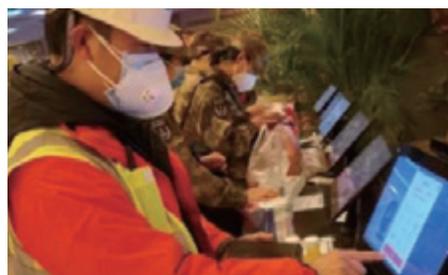
과학기술업체들은 코로나19에 대비, 실제 업무에 발 빠르게 '무인배달(自动送货)' 서비스를 확장했다. 징둥(京东)은 택배원을 대신해 로봇이 코로나 집중발병지역인 후베이 성에서의료물품을 배송하고 있으며, 알리바바(阿里巴巴)는 벵락치기 병원 우한 휘선산(火神山)에서 무인마트(无人超市)를 개업했다.

유통업계에 인공지능을 응용할 수 있는 주요 분야 중 하나

#### | 징둥(京东) 무인배송 기술 |



#### | 휘선산(火神山) 무인마트(无人超市) |



는 무인 소매이다. 중국 산업연구원(中国产业研究院)이 발표한 데이터에 따르면 향후 중국 무인 소매 소비자규모 및 거래규모가 폭발적으로 성장할 것으로 예측된다.

### ③ 지역사회(커뮤니티) 비즈니스의 중요성

소비자들이 외출을 자제하기 때문에 지역사회(커뮤니티) 비즈니스의 중요성이 부각되고 있다. 일례로 코로나바이러스로 인해 대형쇼핑몰이나 대형매장 대신 사람들의 밀집이 덜한 집근처 점포를 선호하는 현상이 뚜렷한 점이다. 생필품의 경우 특히 동네마트, 편의점 그리고 무인택배박스(快递柜:아파트 단지 내 1~2개 택배박스를 비치하고 24시간 무인 체제로 운영되는 부스, 온라인 물품을 통해 주문하고 택배박스에 물품을 보관, 소비자가 직접 LCD 화면으로 본인확인을 거친뒤, 택배를 찾아감)가 더욱더 중요한 역할을 해내고 있는 것 역시 또 하나의 예다.

### ④ 더욱 높아지는 식품안전에 대한 관심도

코로나19의 유행이 시작될 당시, 중국의 비위생적인 식품유통방식에서 최초의 바이러스가 발생했다는 언론보도에 자극받아, 위생과 안전에 대한 중국 소비자들의 관심은 급속히 확산되었다. 더불어, 해외제품에 대한 신뢰와 선호도가 더 뚜렷해지는 계기가 되기도 했다.

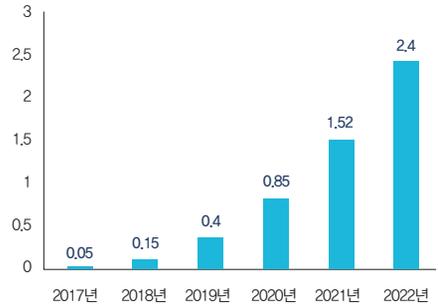
면역력이 약한 사람, 고령층, 임산부, 당뇨, 비만 등 기저질환이 있는 환자의 경우 병세가 더 빠르게 진전되고, 사망률과 관계가 높다는 점에서 2020년 중국 소비자들에게 건강과 면역력 증진이 가장 큰 키워드로 부상하고 있는 것이다.

### | 소비자택배를 찾는 모습 |

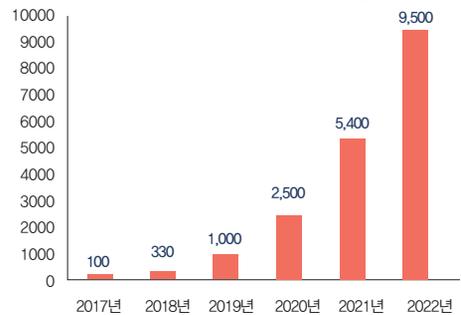


## | 중국 무인 소매시장의 소비자규모 및 거래규모 |

중국 무인소매 소비자규모(억명)



중국 무인소매 거래규모(억명)



Key Point

위기 속의 기회,  
O2O플랫폼을 이용하자

코로나19의 확산으로 인해 성장의 기회를 갖게 된 것은, 티몰이나 징둥과 같은 온라인 쇼핑몰에만 국한된 것은 아니다. 외부 음식에 대한 불신으로 직접 식재료를 구입해 집안에서 요리하는 소비자가 늘면서 식품과 생필품을 배송해주는 O2O 플랫폼도 큰 성장국면을 맞이하고 있다.

우리 기업들은 식품배송전문 모바일 앱에 주목할 필요가 있다. 특히, O2O 신선식품 배송전문 플랫폼의 선두주자인 허마셴셴은 30분 안에 배달이 가능하다는 장점을 가지고 있어, 많은 소비자들의 관심을 끌고 있다. 모바일 식품배송업체와의 협약을 맺고 건강함을 키워드로 하는 식품을 소재로 중국 시장에 어필한다면 그 어느 때보다 경쟁력을 강화할 수 있는 호기가 될 수도 있다.