

소비시장 새로운 다크호스는 중소도시 젊은층

상하이지사

유행의 중심이 되고 있는 중소도시의 젊은 인구

- 중소도시에서 거주하는 젊은 소비층의 감각적인 소비트렌드가 식음료유통시장에 미치는 영향이 갈수록 커져가고 있다. 지역제한으로 인해 대도시보다 최신 트렌드의 진입이 늦었던 중소도시의 20~30대 소비자들이 유행 창출의 중심에 서기 힘들었던 과거에는, 제조업체들 역시 이들의 수요에 큰 관심을 기울이지 않고 관망하던 것이 통상적이었다.
- 그러나 최근 들어 인터넷의 발전과 유통경로의 확대로 새로운 소비환경이 만들어지면서 중소도시 젊은 소비층이 마케팅의 주요 공략대상으로 급부상 중이다. 중국언론 <신경보(新京报)>는 상대적으로 발전이 더딘 지역의 젊은 층이 향후 '신소비' 기업이 놓쳐서는 안 될 공략 대상이라고 지적하고 있다.

중소도시 젊은 소비층의 4가지 소비트렌드

새롭고 신기하고 특별한 상품에 주목



중소도시의 젊은 소비층은 개성 넘치고 재미있는 상품에 열광한다. 포장에 귀여운 이미지를 적용한 음료의 매출이 전년 동기대비 20% 이상 크게 증가한 것이 하나의 예로, 대도시 젊은 층 소비지수보다 큰 변화폭을 보여주고 있다.

맛에 있어서도 오리지널보다는 신기한 맛을 내세운 제품을 선호하고 있다. 스낵류의 매출액 순위를 보면 매운맛과 오리지널 맛의 매출액이 여전히 높지만 증가율은 '구린내 맛'이 153%로 가장 높고 백향과, 민트, 흑설탕 맛도 인기가 높다.



중국 차 음료 브랜드 '시차(喜茶, HEY TEA)'

건강에 대한 높은 요구



감 말랭이, 말린 딸기 등 건조과일의 매출액 증가폭도 무시할 수 없는 수준이다. 무(無) 첨가제보다 알칼리성·저지방 식품이나 식이섬유·콜라겐 함유식품 같은 특성이 추가된 상품에 대해 더 관심이 많다. 몸매에 관심이 많은 이들 소비층은 '효소', '발효'라는 글자가 포장지에 인쇄되어있는 음료에 지갑을 열고 있으며 음료의 갈증해소 기능에만 집중하지 않고 정신을 맑게 하는 기능까지도 염두에 두고 구매하는 경향이 짙다.



중국 유명 스낵업체가 판매하는 건조과일 세트

스트레스 해소



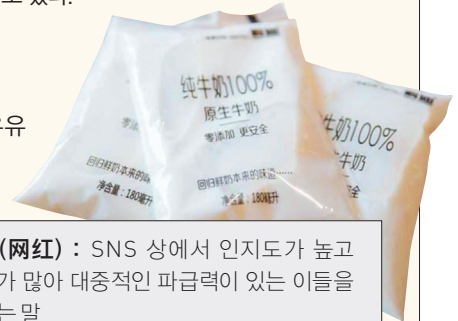
스트레스를 해소할 목적으로 바삭한 식감에 느끼하지 않은 과자를 간식으로 선호하는 이들은 육포 같은 육가공품을 즐겨 찾고 있으며, 한밤중(0~5시)이나 직장에서의 티타임 그리고 저녁식사 시간에 주로 소비하는 것으로 알려져 있다. 대도시 젊은 층보다 가정을 더 중시하는 경향에 따라, 전통 명절 외에도 11월11일(광군절)부터 설날까지 꾸준히 스낵에 대한 수요가 많다.

왕홍상품 인기 폭발



왕홍상품은 소도시의 젊은 소비층에게 특히 인기가 높다. 동일상품도 인터넷 생방송을 통해 '왕홍'이 소개해 전년 같은 기간보다 4,510%까지 매출액이 증가한 경우도 있다.

왕홍 생우유



* 왕홍(网红): SNS 상에서 인지도가 높고 인기가 많아 대중적인 파급력이 있는 이들을 일컫는 말

치열한 대도시보다 소도시 공략이 효율적

- 개별화된 수요를 반영한 변화를 시도해 성공한 '시차(喜茶, HEY TEA)'의 경우 전통차와 차별화된 다양한 맛의 차 음료로 소비자의 달라진 입맛을 사로잡고, 현대적인 매장 인테리어로 감각적인 즐거움까지 선사해 성공적인 중국 차 음료 브랜드로 자리잡았다.
- 젊은 소비자와 도시 화이트칼라를 공략한 것이 주효했던 시차처럼 대도시 젊은층에 비해 스트레스 적고 느긋한 생활패턴을 지니고 있어 제품선택에 신중을 기하는 소도시 젊은이들을 타겟화할 필요가 있다. 이들의 구매성향을 분석하고 판매경로를 효율적으로 선택하게 되면, 치열한 대도시 식품시장보다 높은 시장점유율을 확보할 가능성이 높을 뿐 아니라 중소도시에서의 성공을 기반으로 중국 전역으로 영역 확장을 노려볼 수 있을 것으로 보인다.