

## 중국 패션시장 전망

### □ 중국 경제 개요

#### ○ 경제현황

- 수출주도형 → 내수주도형으로 변화 (09년 5월 수출 26.4%하락)
- 제3위의 경제대국으로 부상 (08년도 10%대 성장속도)
- 2009년 6월 2조 1316억달러 외환보유국 (한국-3천억달러-의 7배)

#### ○ 정부 경제조치 동향

- 수출 부양책으로 관세 전액 환급 추진 및 '위안화 절하' 움직임  
(수출환급세율 최고 17%→12.4%로 조정-방직, 의복, IT 등 3800종 제품)
- 경제관련 법규 개정  
: 시장경제 시스템 강화 및 노동자의 인권보장, 기업간 차별완화 등

### □ 중국 패션시장 특성

#### ○ 중국 내수패션 산업 동향

- '생존형' 소비 → '향유형' 소비로 전환 중 (어패럴산업 → 패션산업)
- 1인당 GDP 3,000달러 초과 (향유형, 발전형 소비단계로 진입)

#### ○ 중국 내수시장 동향

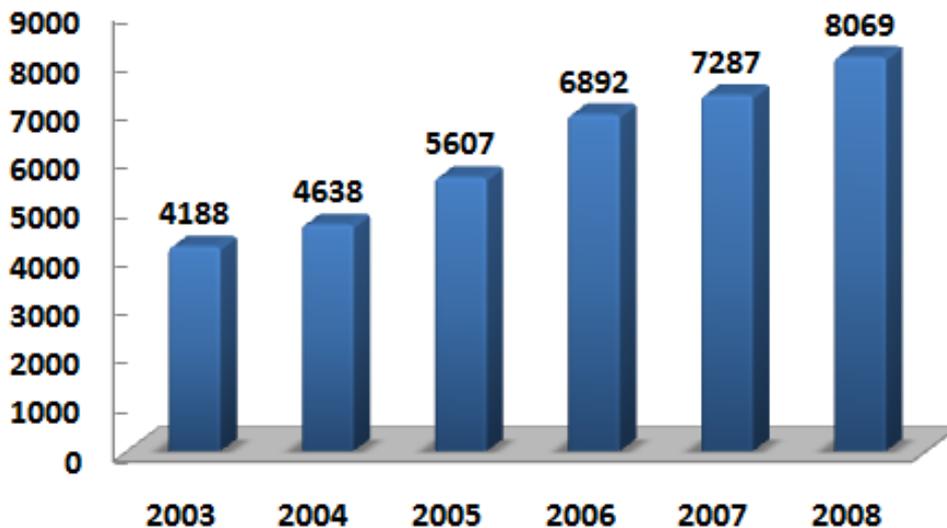
- 3대 변수 : 정부의 소비촉진 정책, 사회보장제도 개선, 도시화 확대
- 4대 트렌드 : 개성중시, 사치품의 대중화, 녹색바람, 안전의식 제고

\* 글로벌 경기침체에도 정부의 강력한 내수경기 부양정책에 힘입어 중국 소비시장은 두 자리수의 높은 성장세 유지

□ 중국의 패션시장 동향

- 글로벌 패션 브랜드들의 각축
- 중가 브랜드 존에서 해외 브랜드와 중국 브랜드 간 경쟁심화
- 소비의 질적 업그레이드에 맞춘 새로운 전략 등장
- 잠재 소비시장 파고들기 위한 트렌드 변화 모니터링 필요성 대두
- 방직의류기업의 중서부 지역 이전 추세 가속화
- 외자계 대형 할인점 중국 대도시 소매업 장악
- 럭셔리 마켓의 성장세 지속
- 수출 전문 기업들의 내수전환

(단위: 억위안)



<중국 의류시장 규모>

□ 성공기업 사례분석

- 탄루저 : 레저용품업체
  - Smile Curve Process(탄루저의 기본골격)
  - : Develop, R&D 및 마케팅에 중점
  - 100% 아웃소싱 생산방식 채택
- Mecox Lane : 패션의류업체
  - 제품 카탈로그, 온라인 매장, 오프라인 매장 동시 운영
  - 판매채널 간 제품가격 동일화 : 채널간 경쟁을 피함

□ 중국 패션시장 진출 전략 기준

- 중국시장 및 소비자에 대한 연구강화
- 경쟁력 제고 및 보안장치 구축
- 지적재산권 및 BM보안강화
- 각종 규제에 대한 방어력 강화

□ 세미나 사진

