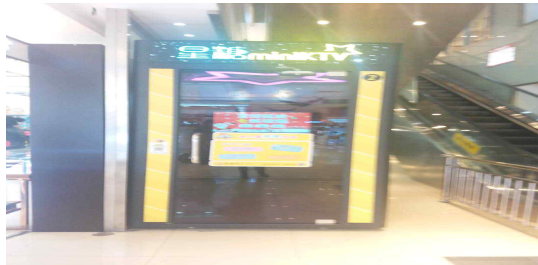


중국의 싱글족을 위한 시장 트렌드

조사 : aT 베이징지사

- 최근 1인 샤브샤브, 1인 노래방, 1인 운동, 1인 오피스텔, 1인 여행 등 싱글족들을 위한 상품들이 중국 젊은 층에서 인기다. 중국에서는 “혼자서라도 잘 먹자”라는 인식이 점점 강해지면서 배달 음식문화가 바쁜 일상을 보내는 젊은 층의 생활방식으로 자리매김한지 오래다. 하지만 이밖에도 싱글족을 위한 다양한 생활 서비스가 가능하며 1인 고객이라도 최고의 서비스를 제공하겠다는 시장 트렌드로 인해 싱글족을 위한 서비스가 이제는 신규산업으로 자리잡았다.
- 중국의 전통 관념 중 식당이라는 곳은 친구, 지인들과 만나 식사하는 사교를 위한 장소로서 식당에서의 혼밥은 자연스럽지 않다는 시각이 여전하다. 최근 중국청년보 사회조사중심 연합설문망에서 1,991명의 18~35세를 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 67.6%가 혼자 식사하기엔 어색하고, 48.5%가 혼자일 경우 더 빨리 식사를 끝내며 37.1%는 식사할 때 비교적 구석진 곳을 선택하고, 36%가 주문을 많이 하거나 적게 하는 것이 부담되며 12.9%는 식욕이 감소한다고 밝혔다.
- 그러나 중국 민정부(보건복지부)에 따르면 중국의 미혼 인구는 2015년 말 기준으로 2억 명이며 1, 2선도시에 싱글족 비율이 높고, 요식업과 오락시설이 집중 발달한 지역에 싱글족의 소비가 점점 늘어나고 있다. 중국의 싱글족은 “독립적으로 생활하는 소비주체”라는 인식도 커지고 있는 추세다.
- 중국 대도시의 결혼연령이 늦어지고 싱글족 비율과 이혼율이 높아지면서 요식업은 혼밥족 수요가 특히 늘어나고 있는 업종으로 꼽힌다. 이런 원인으로 1인 불고기 세트메뉴, 1인 샤브샤브 세트메뉴 등 1인 소비 시장이 형성되고 있으며 고품질의 개성있는 서비스가 형성되고 있다.

	
최근 출시된 1인용 샤브샤브	쇼핑몰마다 있는 미니 노래방

- 예를 들어, 불고기 가게에서는 1인분의 고기 양을 줄이고 8~20위안/1인분 고기 가격 대에 혼자서도 닭고기, 소고기, 돼지고기 등 다양한 고기를 맛볼 수 있는 1인당 60위안~90위안 사이 싱글족 메뉴를 만드는 식이다. 이처럼 싱글족들의 다양한 선택권을 존중하고, 싱글족들의 취향을 고려한 고품질 서비스들이 요식업계에서 중국 시장 전체로 큰 반향을 일으키고 있다.

→ 시사점

중국 역시 일본, 한국과 같이 싱글족의 증가로 인해 싱글족을 대상으로 한 시장의 규모와 중요성이 점점 커지고 있음. 양보다는 질을 중시하는 경향이 있는 싱글족들을 위해 부피와 용량을 줄이는 대신, 영양가가 높고 시간 절약이 가능한 제품들이 지속적으로 큰 인기를 끌 것으로 보이며 이에 맞춘 제품 출시와 싱글족들의 성향을 고려한 마케팅이 싱글족 시장 점유에 효과적일 것으로 판단됨.