

새해 소비자트렌드 전망



전 세계적 불황에도 끄덕 없는 상품들의 면면이 드러났다. 비결은 알파벳 'E'에 있었다. 불황에 나타나는 소비 패턴을 분석한 결과 '실속(Economical)' '가치(Essential)' '환경(Environmental)' 이른바 3E가 두드러졌다. KOTRA는 미국과 일본, 독일 등 주요 10개국 연말 쇼핑 시즌의 구매동향 분석을 토대로 발간한 '미리 보는 2009년 소비 트렌드' 보고서에서 트렌드를 '3E'로 정리했다.

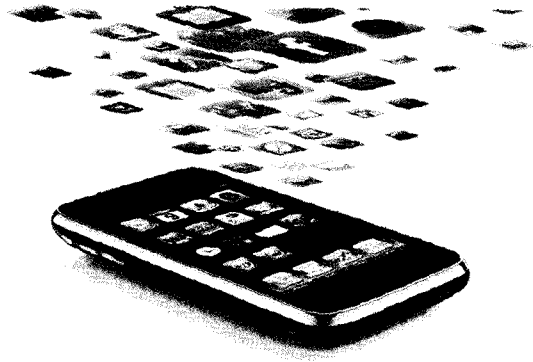
*실속=가치분 소득이 줄면서 브랜드보다 가격 대비 품질을 따지는 현명한 소비가 늘었다.

값싼 제품을 다량으로 구비한 대형 할인점과 인터넷 쇼핑몰로 소비자가 몰리고 있다. 사정이 이렇다 보니 세일을 하지 않던 명품 브랜드 업체마저 할인 행사에 나서고 있다.

보고서는 연말 쇼핑 철에도 세일을 하지 않던 캐나다 명품의류 판매점 해리 로즌은 패키지 할인 행사를 하고 있고, 레드라인 클로딩사는 내년 캐나다 의류업계 매출이 올해보다 25% 줄되 특히 고가 브랜드의 실적 감소가 클 것으로 보고 있다"고 전했다. 대형 할인체인과 인터넷 쇼핑몰로 소비자가 몰리는 현상도 목격되고 있다. 독일에서는 알디(Aldi), 니들(Nidl) 등 초저가 할인점 이용과 저렴하고 품질이 좋은 자체브랜드 제품(PB) 판매가 늘고 있다.

브라질에서는 올 연말 온라인 판매가 작년 동기 대비 25% 이상 증가하면서 전체 연말 유통시장의 26%를 차지할 것으로 예상되고 있다.

*가치=비싸더라도 소비자에게 큰 만족감을 주는 제품은 팔린다. 특히 새로운 것, 차별화된



것에 가치를 두는 10~20대 젊은 층은 가격이 비싸도 과감히 구매하는 특성이 있다.

KOTRA가 조사대상 10개국의 비즈니스센터 를 통해 자체 조사한 결과 연말 최고 히트 상품 으로 가장 많은 나라에서 선정된 상품이 애플사 의 아이폰이었다. 아이폰은 경쟁사 제품보다 20 ~30% 비싸다. 아이폰은 가격이 비싼 대신 멀티 미디어, e-메일 등 다양한 기능을 갖추고 터치 스크린이 장착돼 고객의 요구를 적절히 수용한 제품으로 꼽힌다.

*환경=잘 팔리는 제품이 되려면 지구의 건강 도 생각해야 한다. 지구 온난화, 환경오염에 대한 인식이 서서히 고조되면서 의류, 식품, 생활용품 등에 친환경 특성을 강조하는 제품 이 늘어나고 있다.

캐나다의 경우 소비자들이 친환경 제품이라면 가격이 10% 비싸도 좋다고 밝힌 것으로 조사됐 고, 미국에서는 인체에 무해한 재질로 만든 친환경 용기, 재활용 소재 휴대전화 커버 등이 인기 를 끌 것으로 전망되고 있다. 불황이 당분간 지속될 것으로 예상되어 연말의 소비트렌드가 내 년에도 이어질 전망이다.

전세계 소비자에 확산되는 합리적 소비문화가 적정 가격과 좋은 품질을 가진 한국 제품에는 오히려 기회가 될 수 있다.

