ISSN 2508-6812

Innovating Data into Strategy and Business

BIO ECONOMY BRIEF

February 2017. Issue 3

면세점 화장품의 중국 의존도와 성장 전망

KoreaBio 한국바이오협회

한국바이오경제연구센터
KOREA BIO-ECONOMY RESEARCH CENTER

BIO ECONOMY BRIEF
February 2017. Issue 3

면세점 화장품의 중국 의존도와 성장 전망

이민주 연구원

한국 화장품 시장이 빠르게 성장하고 있다. 2015년 한국 화장품 생산 실적은 10조 7,328억 원을 기록하였고, 최근 5년 평균 13.9%의 높은 성장률을 보였으며, 화장품 업체의 수도 꾸준히 증가하고 있다. 수출 역시 2015년 2조 9,280억 원으로 최근 5년간 34.3%의 급성장세를 보이고 있다.[1] 특히, 면세점 화장품 매출은 전년대비 56% 증가하면서 국내 화장품 시장의 급성장에 크게 기여를 했다.[2]

면세점 매출의 급성장

불과 4~5년 전만해도 화장품 매출 경로에서 면세점은 따로 분류도 하지 않을 만큼 미미했지만, 최근 한국 화장품은 면세점에서 가장 인기 있는 품목이 되었다.[3] 한국 화장품 브랜드는 2013년 면세점 매출 10위권으로 들어선 이래, 2년 만에 해외 명품 브랜드들을 제치고 매출 순위 1위가 되었다([표1]). 아모레퍼시픽의 경우 2013년 면세점 매출이 전체 13.2%에서 2015년 25%로 11.8% 증가하였으며, 2014년부터 해외법인 매출에 이어 면세점 판매가 가장 큰 비중을 차지하고 있다([그림1]).[4]

국내 화장품이 면세점 판매 1위를 차지한 배경에는 중국 관광객(遊客 · 요우커)의 힘이 컸다. 2015년 중국 관광객이 국내 면세점에서 사용한 금액은 44억 7,574만 달러(5조 642억 원[5])로, 이는 내국인 총 매출액보다 높은 수치로 전체 매출의 약 52%에 해당하는 것이다.[6] 특히, 중국인들이 면세점에서 가장 많이 구매하는 것은 화장품으로, 롯데 면세점은 2015년 중국인들이 1조 5,327억 원어치의 화장품을 구매하여 중국인 전체 매출에서 52%를, 신라 면세점도 전체 중국인 매출의 절반이 넘는 8,741억 원이 화장품 쇼핑에 집중됐다([그림2]).

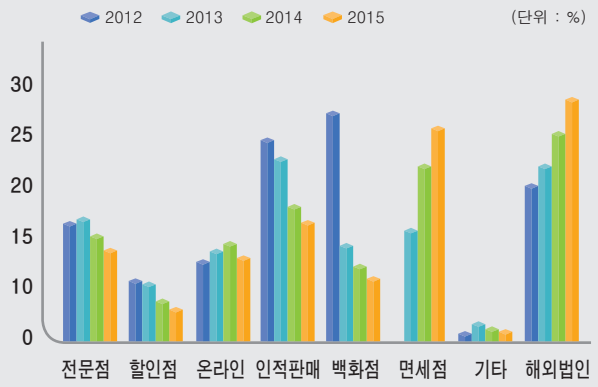
1) 출처 : 식품의약품안전처 보도자료, <국내 화장품 생산 실적 10조 원 돌파, 무역 흑자 1조 원 넘어서>, 2016. 6. 8
2) 출처 : 삼성증권 Sector Update, <생활용품 2016년 전망 - 2015년보다 더 좋은 2016년>, 2016. 1. 6
본 보고서에서는 2016년에도 전년대비 45% 증가하며 계속해서 업종 성장에 가장 크게 기여할 것으로 전망함.
3) 화장품은 2015년 국내 면세점에서 가장 많은 매출을 올린 품목으로 총 판매 금액은 4조 1,885억 원, 점유율은 45.5%이고, 그 다음으로 가방류, 시계, 담배가 각각 16.0%, 9.6%, 5.0%를 차지함.
4) LG 생활건강 역시 2014년 면세점 매출이 전년 대비 10%가까이 급성장하여, 화장품 부문 매출에서 15.3%를 차지했다. 출처 : 연합뉴스, <국산 유명 화장품, 면세점 매출이 백화점, 방판 제쳐>, 2015. 4. 2
5) 한국은행 경제통계시스템(ECOS) 2015년 평균 환율(종가) 적용 : 1달러 - 1,131.49원
6) 출처 : 한국면세뉴스, <2015년 국내 면세점, 전체 매출 9조 2천억 중 중국인 52% 차지>, 2016. 2. 15 (홍종학 의원실 제공)

[표1] 연도별 면세점 매출 상위 브랜드 추이

구분	2011	2012	2013	2014	2015
1위	루이비통	루이비통	루이비통	루이비통	후
2위	샤넬	샤넬	까르띠에	설화수	설화수
3위	까르띠에	까르띠에	샤넬	까르띠에	루이비통
4위	SK2	SK2	롤렉스	샤넬	헤라
5위	에스티로더	롤렉스	프라다	후	롤렉스
6위	롤렉스	프라다	에스티로더	롤렉스	까르띠에
7위	구찌	구찌	설화수	MCM	라네즈
8위	프라다	에스티로더	MCM	프라다	샤넬
9위	에르메스	에르메스	오메가	헤라	MCM
10위	랑콤	랑콤	랑콤	C.디오르	C.디오르

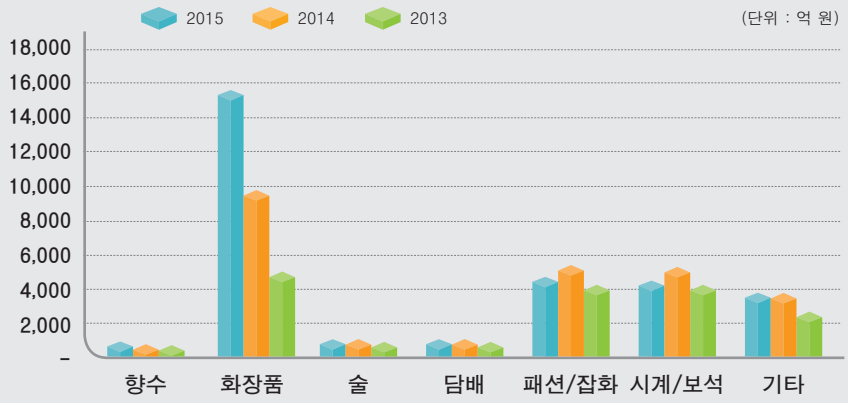
출처 : 관세청

[그림1] 아모레퍼시픽 매출 경로



출처 : 아모레퍼시픽 각 년도 사업보고서, 한국바이오경제연구센터 재가공

[그림2] 중국인 관련 매출액 중 품목별 매출 현황 (롯데, 신라 면세점 합계)



출처 : 뷰티한국[7], 한국바이오경제연구센터 재가공

2017년 전망

한국투자증권의 분석에 따르면, 국내 면세점 시장 규모는 꾸준히 성장하여 2020년에는 16조 100억 원에 달할 것으로 예측하고 있지만, 중국 관광객 의존도가 높은 화장품의 매출까지 성장할 지는 미지수이다. 중국은 자국 관광객을 이용하여 외교적 요인에 대해 보복 조치를 한 적이 있기 때문이다.[8] 중국 국가 여유국[9]은 작년 10월 향후 6개월간 '불합리한 저가여행'을 중점적으로 관리 정비한다는 지침을 발표했고, 최근에는 춘절 연휴를 맞아 중국과의 8개 노선에서 취항하려고 한 한국 항공사의 전세기 운항을 불허하며 한국에 오려는 중국 관광객을 제한하기 시작했다. 다행스러운 점은 단체 관광객(遊客 · 요우커)보다 개별 관광객(散客 · 싼커)이 증가하고 있다는 점이다.[10] 한류문화를 직접 보고 경험하고 있는 빠링허우(八零後, 1980년 이후 태어난 세대)와 지우링허우(九零後, 1990년 이후 태어난 세대)의 젊은 관광객의 비중이 중국 관광객의 47%에 달하며, 이들이 꾸준히 증가하고 있다. 이는 여행의 주체가 중장년층 위주의 단체 관광객에서 젊은 층으로 옮겨가고 있다는 것을 의미하여 긍정적 요인으로 분석된다([그림3], [그림4]). 중국 관광객들의 유형과 소비 패턴 등에 대한 철저한 분석과 맞춤식 서비스를 통하여 양적인 우려보다는 질적인 성장을 추구해야 할 필요성이 제기되고 있다.

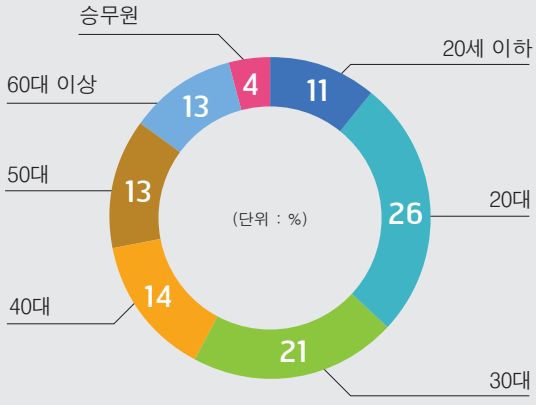
7) 출처 : 뷰티한국, <제윤경 의원 "국내 면세점 매출… 화장품 · 중국인 의존도 높아">, 2016. 10. 5

8) 중국은 2012년 일본과의 다오위다오(钓鱼岛, 일본명 센카쿠열도) 영토분쟁 시 자국민의 일본 관광을 제한하여 2012년 4분기 중국 방일 관광객 수를 동기 대비 40% 감소시켰으며, 2009년 필리핀과의 남중국해 영토분쟁 시에는 필리핀 내 중국인 관광객을 철수시킨 적이 있다.

9) China National Tourism Administration으로 관광 진흥을 전담하고 있는 중국 정부 기관

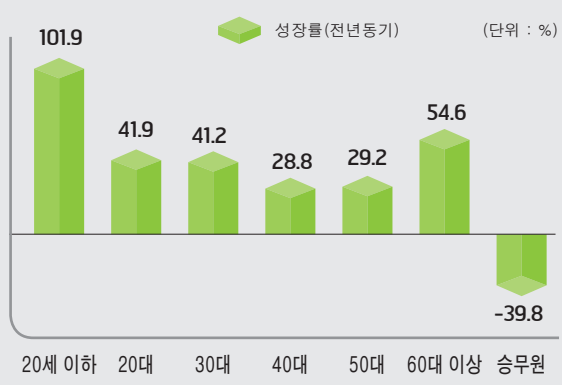
10) 2015년 한국을 찾은 싼커는 전체 요우커 중에서 59.1%로 절반을 넘어섰다. 출처 : 헤럴드 경제, <[되돌아본 2016 유통 키워드①] 요우커도 혼밥·혼술… 싼커도 떴다>, 2016. 12. 25

[그림3] 2016년 중국 관광객 연령별 비중(1~11월)



출처 : 한국관광공사 2016년 11월 한국관광통계월보, 한국바이오경제연구센터 재가공

[그림4] 2016년 중국 관광객 연령별 성장률(1~11월)



출처 : 한국관광공사 2016년 11월 한국관광통계월보, 한국바이오경제연구센터 재가공

중국 시장을 통해 한국 화장품 시장이 급속하게 성장한 것은 분명하지만, 중국 의존도가 높다는 것은 화장품 한류의 한계로도 분석된다. 이에 중국 관광객의 비중, 성향, 소비 패턴 등의 면밀한 분석을 통해 외부적인 위험요인에도 큰 영향을 받지 않도록 준비해야 할 뿐만 아니라, 아시아에 약 40%가 분포할 것으로 예상되는 글로벌 중산층[11]에 대한 준비를 하고 넥스트 차이나 발굴[12]을 위한 다각적인 노력이 필요할 것이다.

11) 세계 경제의 중산층은 2009년과 2030년 사이에 18억에서 50억 명으로 세배 가까이 증가하여 세계 인구의 약 60%에 해당, 이 중 약 2/3에 해당하는 인구는 아시아에서 차지할 것이며, 현재 유럽과 북미의 중산층의 지출이 세계 중산층의 총 지출의 2/3에 해당하지만 2030년에는 아시아의 중산층 지출이 빠르게 증가하여 세계 중산층의 총 지출의 60%까지 증가할 것으로 예상되고 있다. 출처 : EEA, European Environment Agency

12) 한국관광공사의 '2014 방한 관광시장 분석'에 따르면, 한국을 찾는 태국, 대만, 홍콩 관광객의 67.8%, 64.6%, 59.7%가 한국 화장품을 반드시 구매하는 것으로 나타났다.

February 2017. Issue 3

저자소개

이민주

한국바이오협회 한국바이오경제연구센터 연구원
전화 : 031-628-0041
e-mail : mjlee@koreabio.org

BIO ECONOMY BRIEF

발 행 | 2017년 2월
발행인 | 유 승 준
발행처 | 한국바이오협회 한국바이오경제연구센터
13488 경기도 성남시 분당구 대왕판교로 700
(삼평동, 코리아바이오파크) C동 1층
www.koreabio.or.kr

한국바이오경제연구센터
KOREA BIO-ECONOMY RESEARCH CENTER

Innovating Data Into Strategy & Business

ISSN 2508-6812