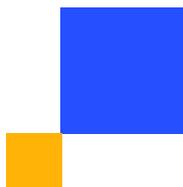


XPLORE<sup>CHINA</sup>

# 떠오르는 중국의 새로운 경제 도시

& 디지털 마케팅 공략법



# 중국에서 떠오르는 새로운 소비 시장에 대하여

베이징, 상하이, 광저우, 선전은 중국 시장 진출을 꿈꾸는 브랜드들이 주로 공략하는 1선의 주요 도시입니다. 많은 인구와 더불어 개인 평균 소득 수준이 높은 편이라, 경제에 핵심적인 역할을 하고 있습니다. 광고주들이 이런 도시들을 주목하는 것은 당연한 일입니다.

사실, 대도시에만 집중된 중국 진출 전략은 급속한 경제 발전을 보이고 있는 3선 도시의 잠재력을 놓치기 쉽습니다. 중국의 3선 도시에 소비, 저축이 자유롭게 가능한 여유 자금을 가진 중산층 소비자들이 폭발적으로 늘어나면서 빠른 성장을 보이고 있고, 그만큼 많은 기회들이 생겨났습니다.

# 목차

중국의 도시 분류 체계	01
새롭게 도약하는 3선 이하 도시들: 최신 통계	02
3선 이하 도시에 거주하는 중국 유저 행동 분석	06
주목해야 할 중국 탑미디어 플랫폼 4	07
과이쇼우 (Kuaishou)	08
도우인 (Douyin) - 틱톡 (TikTok)	10
시과 (Xigua)	12
핀뉘뉘 (Pinduoduo)	14



# 중국의 도시 등급 체계

중국은 337개의 지급행정구로 이뤄져 있는데, 조사와 데이터의 업데이트를 바탕으로 여섯 개의 등급으로 도시를 분류합니다. 마케터들은 도시 등급에 따라 소비자 행동, 소득 수준, 정치 성향, 지역 트렌드를 분석해 각 지역 환경에 알맞은 마케팅 전략을 수립하는 것이 좋습니다.

	도시 수	도시
1선	4 	베이징 / 상하이 / 광저우 / 선전
새로운 1선	15 	청두 / 항저우 / 청진 / ...
2선	30 	우시 / 푸저우 / 푸찬 / ...
3선	70 	우후 / 산터우 / ...
4선	90 	창더 / 시닝 / ...
5선	128 	푸순 / 한중...

브랜드는 도시 등급마다 서로 다른 차이를 보이는 모바일 유저의 행동과 선호도를 반영하여 미디어 기획 전략을 수립해야 합니다.

# 놀라운 성장 가능성을 지닌 3선 이하 도시들

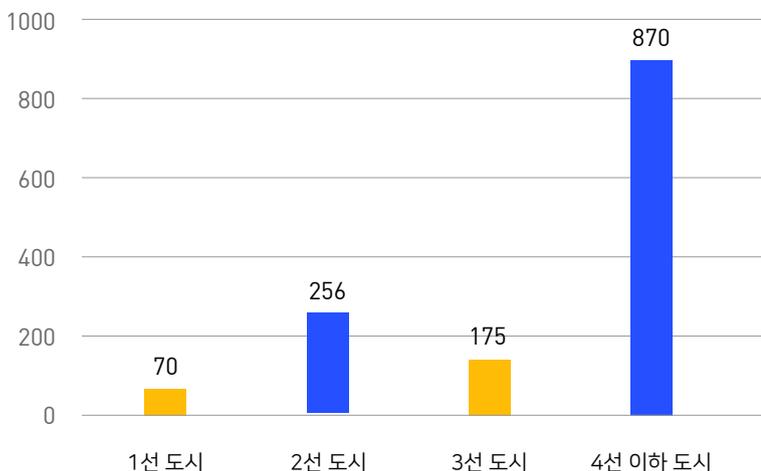
## 주요 통계

10억 +

중국 3선 이하 도시 내 인구 수

소비자 대다수는 3선보다 더 낮은 등급의 도시에 거주합니다

출처: CEIC Populations(백만)



# 주요 통계

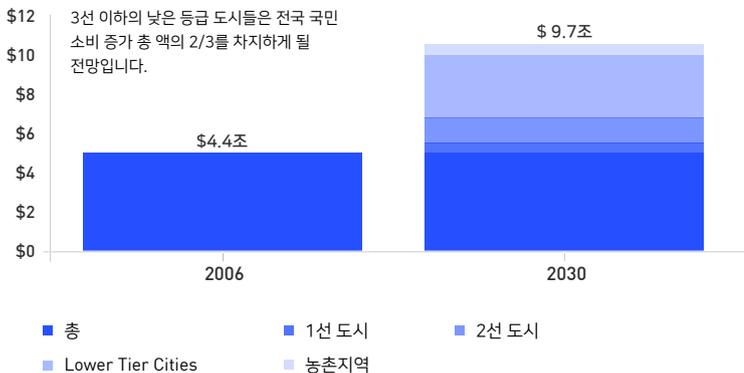
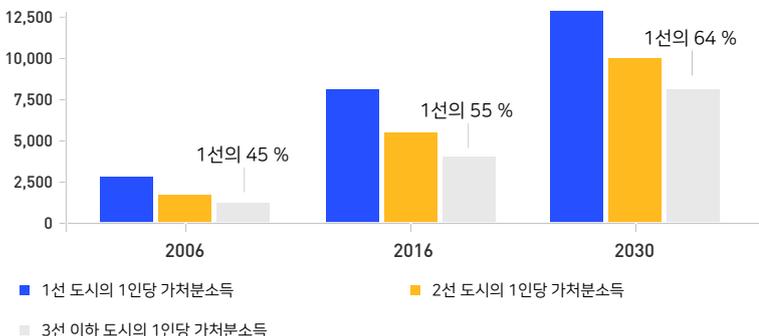
2/3

2030년이 되면, 중국의 3선 이하 도시들이 중국 경제 성장의 2/3를 차지할 것입니다.

## 1인당 개인처분가능소득 비교

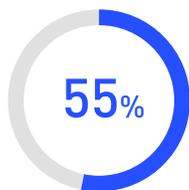
출처: 모건스탠리 리서치, 중국 국가통계청

**따라잡기** | 소도시와 대도시의 격차가 점점 줄어들 것입니다.



출처: 국가통계청, 모건스탠리리서치

# 모바일 인터넷 사용



중국 모바일 인터넷 유저들의 55%+가 3선 이하 도시에 거주합니다.

3선 이하 도시의 모바일 인터넷 유저 수가 17%+ 증가한 반면, 1선, 2선 도시들은 유저 수의 변동이 없습니다.



## 앱 지출이 많은 유저들

하위 규모의 도시에 사는 유저들이 게임과 비디오 멤버십에 더 많은 비용을 지출하는 것으로 나타났습니다.



24.9%

낮은 등급 도시에 거주하는 전체 모바일 인터넷 유저의 24.9%가

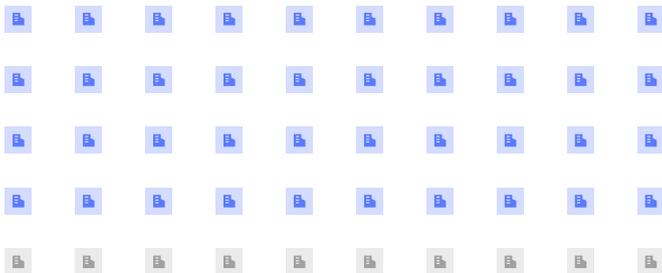


500+

매월 온라인 콘텐츠에 500 위안화 이상을 지출했습니다.

# 성장 잠재력이 높은 시장

**80%**의 중국 마케터는 1선 도시를 벗어난 지역에  
오히려 더 많은 성장 기회가 있다고 생각합니다.

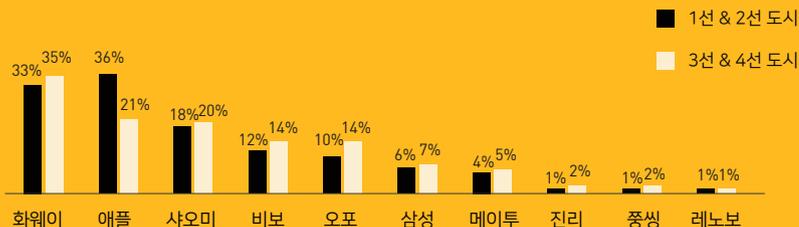


**42%**의 외국 기업이  
중국 내 지역 확장을 계획하고 있는 반면,  
중국 기업은 **34%** 만이 계획 중입니다.

중국처럼 규모가 큰 시장의 경우, 다양한 틈새 시장을  
노리는 것이 모바일 앱의 성공을 위한 현명한 방법일  
수 있습니다.

# 3선 이하 도시에서의 유저 패턴

## 안드로이드 선호 (브랜드의 모바일 기기)



79%

유저가 안드로이드 기기를 사용한다



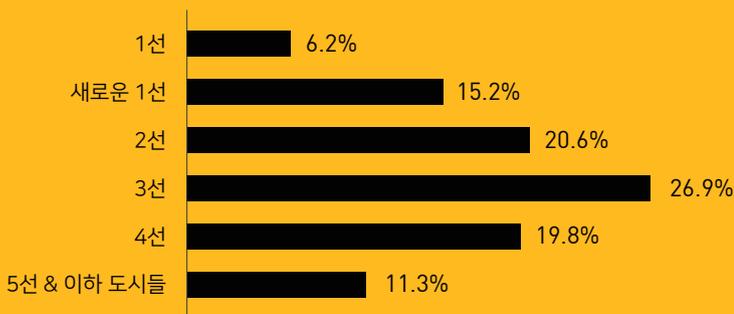
72%

가 3000 위안 이하 가격의 기기를 보유한다



## 숏폼 동영상 소비 급증

숏폼 동영상 앱 신규 유저의 도시 등급 별 분포도 (2019년 6월)



8%

3선 이하 도시에 거주하는 유저들은 1선, 2선 도시 거주자들에 비해 숏폼 동영상 소비량이 8% 더 많습니다.

출처: 퀘스트모바일, 포브스 인사이트, 이마케터, 팽권인텔리전스, 쿼어클럽, 오션인사이트

# 중국에서 떠오르는 새로운 소비 시장에 대하여

중국의 하위 등급 도시에 거주하는 유저들의 행동 패턴을 파악하고 나면, 다음 질문이 떠오를 것입니다. “성장 잠재력이 큰 중국 시장에서 성공하려면 어떤 마케팅 전략을 써야 할까?” 이번 섹션에서는 이 모바일 유저들 사이에서 인기있는 4개의 앱을 집중적으로 소개하고자 합니다. 이 앱들은 하위 등급 도시의 유저 층을 폭넓게 확보하고 있어 마케팅 전략 수립에 필요한 유용한 인사이트를 만나볼 수 있습니다.

# KUAISHOU



콰이쇼우는 텐센트의 투자로 개발된 숏폼 동영상 플랫폼으로 주요 유저 층은 3선 이하 도시에 거주합니다. 중국의 832개 농촌 현에 거주하는 유저 중 20% 정도가 이 앱을 사용합니다.



DAU (일일 활성 사용자 수)

**2억**

일일 동영상 재생 횟수

**150억**

플랫폼의 있는 오리지널 콘텐츠/  
짧은 동영상 수

**80억**

일일 좋아요 수

**3억 이상**

일일 제작 유저 생산 콘텐츠(UGC) 수

**1500만 이상**

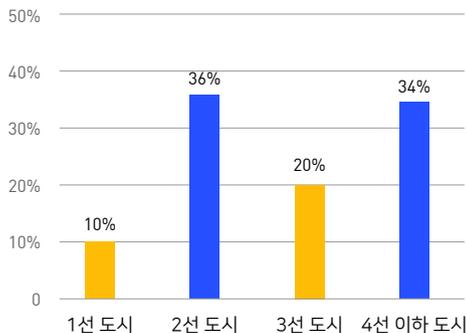
# KUAISHOU 快手

## 콰이쇼우: 인피드 광고

'검색' 페이지 내



## 지리적 분포도



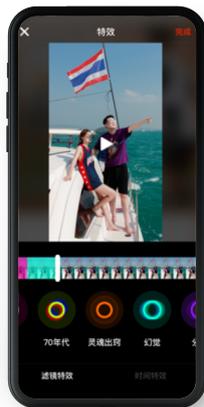
**80%**

유저의 80%가  
1990년 이후 출생

# DOUYIN HUOSHAN



동영상 플랫폼 휘산은 최근 중국에서 '도우인 휘산'으로 리브랜딩 되었습니다. 도우인의 글로벌 서비스명은 틱톡(TikTok)으로 도우인과 도우인 휘산에서 유저들의 콘텐츠 공유가 동시에 가능합니다. 도우인과 마찬가지로 휘산도 바이트댄스에서 운영 중인 플랫폼입니다.



DAU (일일 활성 사용자 수)

**4300만**

MAU (월간 활성 사용자 수)

**1억 1천만**

일일 평균 사용시간

**66분**

# DOUYIN HUOSHAN

도우인: 탐뷰, 인피드 광고, 검색 광고



68%

도우인 획득의 31세 미만 유저 비율

80%

도우인 획득의 3선, 4선 도시에 거주하는 유저 비율

## 4번째

도우인(Douyin), 시과(XiGua),  
콰이쇼우(Kuaishou) 다음으로  
인기 있는 숏폼 동영상  
앱입니다.

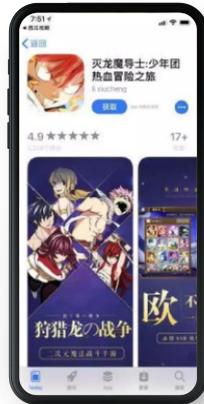
# XIGUA



시과는 평균 2~5분 길이의 다양한 동영상들을 서로 공유하는  
 숏폼 동영상 플랫폼으로 출발했습니다. 현재에는 그보다 긴  
 롱폼 동영상도 공유할 수 있도록 서비스가 확장되었습니다.  
 시과 역시 바이트댄스에서 제작한 동영상 플랫폼입니다.



## 시과: 인피드 광고





DAU (일일 활성 사용자 수)

5천 만

MAU (월간 활성 사용자 수)

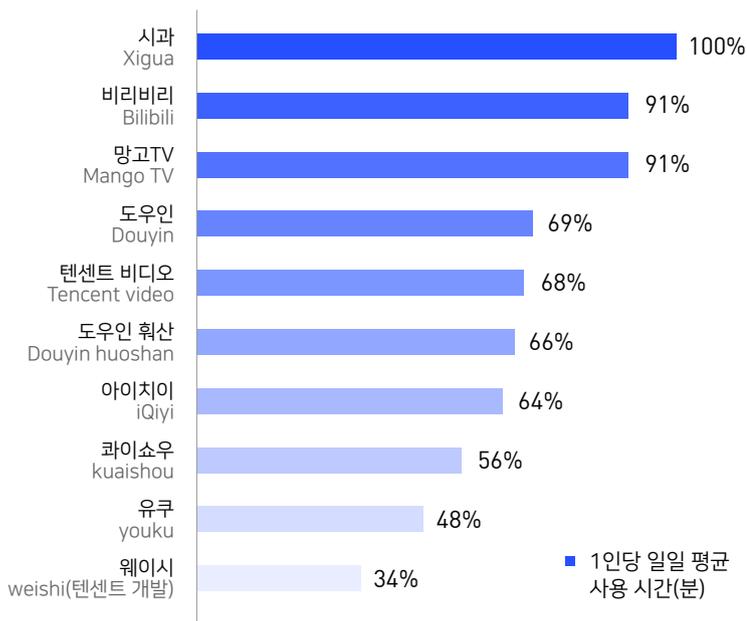
1억 3천만

일일 평균 사용시간

100 분

## 디지털 동영상 플랫폼 TOP 10 일일 평균 사용 시간

출처: QuestMobile, 2019년 6월



시과는 중국 모바일 동영상 앱 중 가장 높은 일일 평균 사용시간을 차지했습니다.

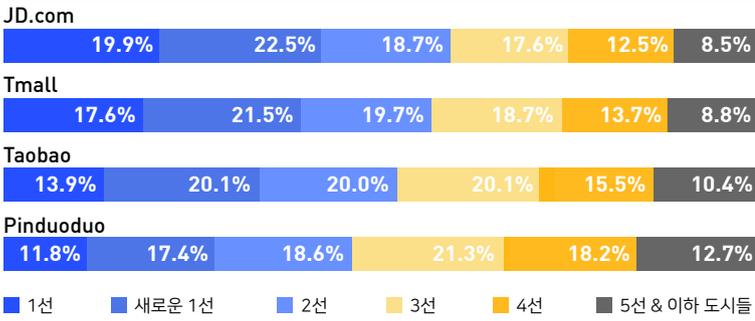
# PINDUODUO



핀뉘되는 텐센트의 투자후원을 받은 모바일 전자상거래 앱으로 유저 공동 구매 서비스를 제공합니다. 핀뉘되는 비교적 저렴한 상품을 다루고 있어 가격에 민감한 소비자들에게 인기가 좋습니다.

## 중국 도시 등급 및 플랫폼 별 모바일 커머스 앱 사용자 비율 그래프, 2018년 11월

백분율, %



참고: Jiguang 네트워크 상의 활동을 나타내며 광범위한 산업 지표는 각각 다를 수 있습니다.  
 출처: Jiguang (오로라 모바일), "2018 전자상거래 산업 조사 보고서," 2018년 12월 24일.



# PINDUODUO

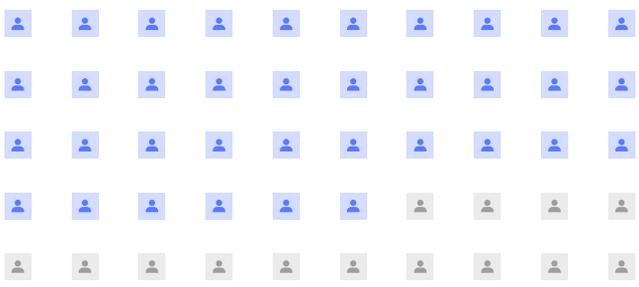
DAU (일일 활성 사용자 수)

1억 3천만

MAU (월간 활성 사용자 수)

4억 8천 150만

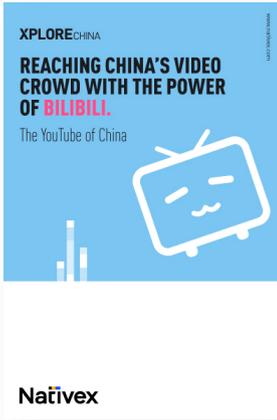
**73%** 핀뉘뉘 유저의 73%는 35세 미만입니다



구매 패턴: 핀뉘뉘 유저들은 상품 가격에 민감한 편입니다.



# XPLORECHINA 가이드북을 통해 더 자세한 내용을 알아보세요:



# XPLORE<sub>CHINA</sub>

## 와 함께 중국에서 성공적인 캠페인을 만들어보세요

네이티브엑스의 **XploreChina** 솔루션은 거대한 모바일 산업 규모와 성장 잠재력을 가진 중국에서 지속가능한 성공을 이룰 수 있도록 돕습니다.

네이티브엑스는 디지털과 모바일 퍼스트 시대에 비즈니스 전 분야에 걸쳐 있는 브랜드 및 파트너의 수익 목표 달성과 성장을 지원합니다. 네이티브엑스만의 현지 전문 인력과 중국 모바일 시장 특화 플랜을 통해 브랜드는 중국 내의 앱 런칭, 인플루언서 마케팅 등을 보다 쉽게 진행하면서도 좋은 성과를 거둘 수 있습니다.

Baidu 百度	Nativex	Tencent 腾讯	
 		 	
Others	중국의 주요 미디어 기업들의 핵심적인 전략적 파트너		
 			
		 	
		   	

네이티브엑스는 바이트댄스, 콰이쇼우 등과 같은 중국의 주요 미디어 기업들과 협력하는 공인 파트너사입니다. **네이티브엑스 팀에게 바로 문의해주세요.** 성공적인 캠페인으로 뛰어난 ROI를 만나 보실 수 있습니다.

Nativex

# XPLORE<sub>CHINA</sub>

Learn More at:

<https://www.nativex.com/kr/marketing-to-china>

