

글로벌 디자인 인사이트

Vol_21

2010 중국 20.30대 프리미엄 주부 소비자 라이프스타일과
디자인선호도_2010.5

VOGUE RECIPE
私房菜

소형가전을 중심으로 본
중국 20/30대 프리미엄 주부 라이프스타일 및
디자인 선호도
스타일과 프리미엄 추구형



有着灿烂笑容和无敌文怡，原来是 CCTV-饮食》，BTV-7《食全主持人，这两年创办美食生活馆》，全心投入的美食事业中，她的客点击率超过5000万，她也是相当受欢迎的明星家，出版了多本美食

珠片刺绣背心 Marina
印花裙子 Emporio Ar



Table of Contents

1. Lifestyle Analysis

User Archetype

What they are Interested

Consumption behavior

Fashion Style

Car Style

Lifestyle Food & Cosmetics

Lifestyle Outdoor

Lifestyle Home

Appliance Products

2. Design Preference

General Style Preference

Trendy Style Preference

CMF Preference

Design Insight

Lifestyle Analysis

Style Premium Married

Age : 27 ~30

Female / Married with Child

Supervisor of Administration, Treasurer

Shanghai

Wealth

High disposable income

2500 Yuan / Month

Home

Urban two-storied apartment

Character

상당히 독립적이고 주체성이 강하며, 매사에 자신감이 넘침.
자신의 감정에 솔직하고, 일과 개인의 삶을 구분하고자 함.
가정은 철저하게 휴식하는 공간이라는 인식이 있음.
친구들과의 사회적 교류에 큰 가치를 부여함.

소비에 있어 가격에 크게 구애 받지 않고,
한 달에 6회 이상 쇼핑을 즐김.
광고나 트렌드에 민감하게 반응.
의식주 기본적인 생활 패턴이 서구화된 성격을 띠며,
미용과 자기 관리에 대한 관심이 높음.

인테리어에 대한 관심이 높으며, 그에 대한 투자를 아끼지 않음.
모든 생활이 디지털화 되어 있음.

Key benefit

Brand value

Quality behind design

Modernized facilities

Self-Oriented



What they are Interested

Home decoration & Shopping

쇼핑, 구매하는 행위 자체에 상당한 의미를 두고 있음.
패션, 특히 신발과 액세서리의 구매에 관심이 많음.
침실과 아기방의 인테리어에서 철저히 자신의 취향을 보여줌.

Social Interaction

일반적으로 사적인 시간의 절반을 친구활동에 쏟아 붓고 있으며,
만나서 주로 차를 마시며 대화를 나누거나 함께 쇼핑을 함.

Beauty & Health

피부 미용과 몸매 관리에 대한 관심이 높음.
정기적으로 에스테틱과 미용실을 방문.
안전한 먹거리, 건강 관련 상품에 대한 구매욕이 왕성함

Entertaining at home

집에서 일체의 오락활동을 하길 원함.
실현 가능한 모든 설비를 갖춘 가정환경을 만들고자 노력함.
TV는 관심 프로그램 이외에는 잘 보지 않으며, 연속극은 대부분 인터넷으로
다운을 받아 한번에 보는 습관이 있음.



Style Premium / Young Married Consumption behavior



WEBSHOPPING
WEBSHOPPING



가격저항 없는 Early adopter

경제형편이 풍족한 편이므로 가격에 크게 구애 받지 않고 새로운 기능을 갖춘 물건이 나오거나 광고에서 추천하는 제품이 있으면 반드시 구매해 사용하고자 함.

싱글 소비패턴유지. 총동구매성향

결혼 이후에도 부부간 독립적인 생활을 유지하며 자기중심적 사고가 크기 때문에 싱글과 소비 패턴의 차이가 크지 않음.
쇼핑 자체가 목적이자 취미인 경우가 많으므로 총동적인 소비 형태를 보임.
쉽게 변화를 줄 수 있는 소형가전이나 장식품, 디지털 상품을 구매할 때는 최신 기능에 집중하며 정품 여부를 중요시함.

Absolute Beauty

미용에 관한 관심이 높은 편이어서 절대 포기할 수 없는 소비품목은 화장품과 보습용 가습기.
계절별로 다른 브랜드의 화장품을 사용하며 각종 기능성 화장품까지 구비.
주로 랑콤 등과 같은 해외 유명 브랜드의 화장품을 사용함.

Shopping Place

쇼핑 그 자체를 즐기기 때문에 온라인보다는 직접 쇼핑하는 것을 선호함.
이동거리가 길지 않고, 자동차를 주차하기 편리한 대형 쇼핑몰이나 백화점.
해외 여행의 기회가 많기 때문에 외국에서 쇼핑을 해오는 경우도 상당수.
특히, 해외 명품이나 디지털 제품은 신뢰성 때문에 대부분 해외에서 구매.

생활에서 자주 쓰이는 물건 중 저가의 물건은 인터넷 구매도 자주 이용.
화장품의 경우, 해외 대행 구매를 이용하기도 함.
가끔 홈쇼핑으로 추천 상품을 구매.

Key benefit

Self-satisfaction
High tech
Reliability
Beauty-boosting

Session 1. Lifestyle

Style Premium /Young Married Fashion Style

Comfortable & Suitable for “me”

가격과 상관없이 자신의 스타일에 잘 맞고 편안해야 함.
자신이 좋아하는 스타일에 대해 정확하게 파악하고 있음.
한 브랜드에 절대 충성하기 보다는 시즌에 따라 자신에게 맞는 디자인을 출시한 브랜드의 옷을 구매하는 편임.

신발과 액세서리의 경우 의류보다 브랜드 선호도가 분명함.



Session 1. Lifestyle

Style Premium / Young Married
Fashion Style

Brand Preference

의류 - Pink Mary, Anna Lice, Bread n Butter
신발 - Precis, Esperanza, Nine West



NINE WEST



Style Premium / Young Married Car Style

Trendy & Safe

해외 유명 브랜드의 자동차를 선호하고,
안전성을 고려하기 때문에 차체의 크기가 큰 차를 좋아함.
색상은 비교적 트렌드를 많이 반영하는 편임.

“ROEWE 550의 디자인은 트렌디한 편이에요. 특히, 올해 크게 유행한 빨강
색을 좋아해요. 이 차는 제 미적 감각과 맞으면서 차체도 커서 좋아요.”

“평소의 취향과는 완전 반대로 차를 선택할 때는 규격적이고 차체가 큰 차가
좋아요. 이유는 모르겠지만, 그런 차가 저를 끌어당겨요.”

Brand Preference

ROEWE 550

NISSAN

BENZ MG SUV



Session 1. Lifestyle

Style Premium / Young Married Lifestyle Food & Cosmetics

Food

중국의 각종 음식물 파동으로 음식의 안전성 문제에 대해 민감함.
서구적 식생활을 선호하며, 가족과 함께 자주 외식을 하는 편임.

“음식과 건강을 위해 쓰는 돈은 아까울 것이 없어요. 그런 건강한 생활이 가정을 오랫동안 행복하게 지켜줄 것이라고 생각해요. 무엇보다도 건강이 최고지요.”

“주말에는 가족들과 외출해 영화를 보고, 공원에서 바베큐를 해 먹어요. 요즘에는 공원에서 바비큐를 해 먹는 사람들을 종종 볼 수 있습니다.”

Cosmetics

해외 고급 브랜드

기능을 중시하고, 계절별로 다른 라인을 사용함.
환경의 특성 상 보습에 특히 신경을 많이 씀.
집에서 세안을 하고, 화장품을 바르는 것도 일종의 홈 에스테틱이라고 생각하며 시간과 공을 들임.

Dior, Lancôme, Ester Lauder, LA MER





Session 1. Lifestyle

Style Premium /Young Married Lifestyle Outdoor

누구와 함께 하느냐에 따라서 행동의 패턴이 현격히 다름.

With Family

Relax & Rest

심신을 편안하게 쉬는 것이 주요 목적.
주로 가까운 공원이나 근교로 나들이를 나가며,
때때로 야외에서 바비큐 파티를 즐기기도 함.
시간이 있을 때마다 가족들과의 시간을 사진이나 영상으로 기록함.



With Friends

Enjoy leisure time in Complex Mall

주로 몰링(Malling)족으로, 복합 쇼핑몰에서 쇼핑 뿐 아니라 오락과 문화생활 등 다양한 즐길 거리를 즐김.



Session 1. Design Preference

Style Premium /Young Married Lifestyle Home

Show Style sense & Social status

전체적으로 큼지막하고 클래식한 스타일을 선호함.
크게는 트렌드를 따라가지만, 자기만의 아이디어로 새로운 시도를 하고 개성을 드러내는 것에 자부심을 느낌.

벽면은 전체를 파스텔 톤의 약한 색상들로 칠해 통일감은 주지만, 각 별도의 공간마다 다른 포인트를 주어 본인의 개성을 드러냄.
바닥은 원목으로 까는 것을 좋아하며, 원목 자체의 색감과 질감을 살려 편안한 느낌이 나도록 함.
부부의 침실은 철저하게 개인의 여성을 중심으로 함.

아기의 방은 자기 아이만을 위한 독특한 인테리어를 하고 싶어하며, 아기의 정서 발달과 안전을 고려함.





Session 1. Lifestyle

Style Premium / Young Married Lifestyle Home

European Modern Classic

전체적으로 유럽 고전 스타일을 모던하게 해석한 인테리어를 사용.
각 방 마다 서로 다른 분위기로 인테리어 하는 것이 일종의 트렌드.
가구의 재료로 원목을 선호하며, 특히 원목의 원래 색상과 질감을 살린 디자인을 선택.

전체적으로는 Modern classic의 인테리어를 선호하나, 침실에는 Romantic한 분위기를 살려 자신의 취향을 나타냄.





Session 1. Lifestyle

Style Premium / Young Married

Lifestyle Home / Kitchen

Modern & Simple

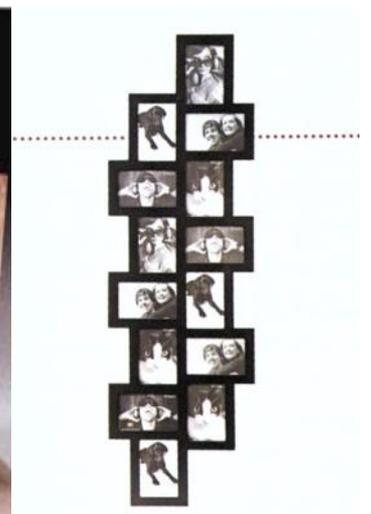
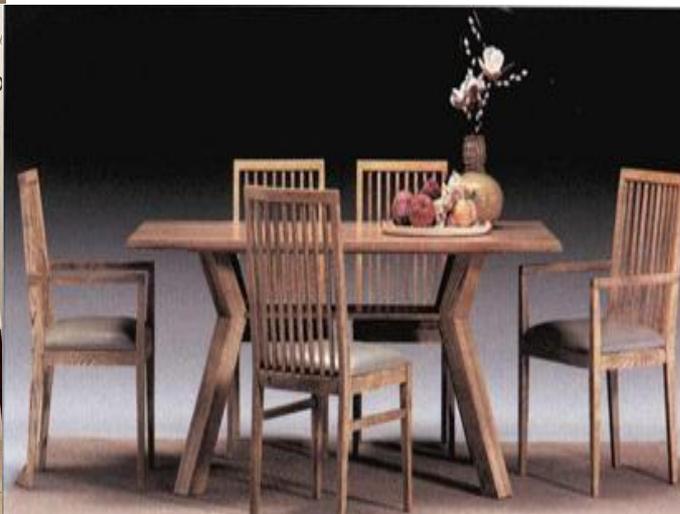
주방은 깔끔함을 최대한 부각시킬 수 있는 인테리어를 선택
아직까지 중국의 일반적인 주방의 형태는 폐쇄적 구조이기 때문에 주방기구와
가전제품 이외에는 크게 장식적인 요소에 대해서 신경 쓰지 않음.
볶거나 튀기는 것이 많은 중국 음식의 특성상 가스레인지는 청소하기 간편한 평
면형으로 되어 있으며 후드는 화력을 높이기 위해 크기가 큰 것이 일반적

Session 1. Lifestyle

Style Premium / Young Married
Lifestyle Home

Modern Classic

집안에 배치된 대부분의 가구는 Classic + Modern combination을 통해 안정적인 분위기를 조성.



Style Premium / Young Married
Lifestyle Home



Antique Classic

고전적이면서도 장식적인 요소가 많은 화려한 스타일로, 앤틱 가구가 풍기는 럭셔리한 인상을 선호. 침실에 있는 가구들이 대부분 이러한 디자인으로, 중후해 보여 자칫 올드해 보일 수 있는 분위기를 침구나 액세서리의 색상을 통해 중화시킴.

Style Premium / Young Married Appliance Products



개인 용품인지 가족 공동 용품인지에 따라 디자인에 대한 선호도의 차이가 확연히 다름.

가사의 편의를 제공하기 위한 가전이 많음.

집에서 일체의 문화, 오락활동을 할 수 있기를 원하고, 그를 위한 소비에는 아낌이 없음.

Nintendo Wii, Play Station
노래방 기계

Design

필요에 의해서라기 보다는 인테리어 장식용으로 구매하는 경우가 많으므로 집안 내부 분위기와와의 조화 정도가 첫 번째 고려 사항
가전 제품은 클 수록 전체 인테리어와의 조화를 중시하고,
작을 수록 자신만의 독특함을 나타내는 방향으로 선택.
소형 가전은 교체의 주기가 매우 짧기 때문에 그 때 그 때의 유행 스타일이나 광고에 따라 크게 좌우됨.

개인이 사용하는 가전 제품은 키덜트적 성향을 보임.

CMF

사용 전과 후의 변화가 크게 나타나지 않는 광택이 없는 재질 선호

표면이 매끄럽지 않은 것이 안정감을 준다고 생각함.

이동성이 있는 가전 일수록 작고 가벼워야 함.

① 로봇 청소기

② 가습기

③ ANTIKALK - 미세 물질 정수기(독일산), 수돗물에 남아있는 미세한 석회물질과 낚시 까지 걸러낸다.

Design Preference

General Style Preference

Romantic

Feminine
Romantic & Lovely
Trendy
Attractive
Elegant

여성적이고 동화적이지만 유치하지 않은 적절한 분위기 때문에 매력적.
싱글 여성이나 공주풍 스타일을 좋아하는 여자 아이에게 어울리는 디자인이나,
공주적 감성은 여성이라면 누구나 어느 정도 가지고 있으므로 여성용품에 적합
하다는 평가.

여성의 얼굴용 스팀기 같은 private appliance에 응용 가능.
공주스러운 이미지가 있기 때문에 가족들이 함께 사용하는 가전에는 적합하지
않다고 생각함.



Entry Premium / Young Married
General Style Preference

Comfortable & Cozy

Colored fabric

Warm

Snug

따뜻한 색상과 소파의 쿠션감의 조화가 매력적.
휴일에 하루 온종일 누워 있어도 편할 것 같은 느낌.

한번에 눈에 띄지만 그 느낌이 온화하기 때문에 다소 밋밋한 인테리어에 포인트로 작용해 집안의 분위기를 바꿀 수 있음.

여러 가지 색을 너무 많이 쓰는 것은 조잡할 수 있겠지만
컬러를 부드럽게 패턴화 시킨다면 가슴기, 경수기 무드도 적합



Session 2. Design Preference

Style Premium / Young Married

Trendy Style Preference

Luxury Classic

Classic
Dignified
Stately
Refined
Vintage

고전적인 디자인이 주는 무게고 신중한 이미지를 선호.
Modern하면서도 빈티지의 느낌을 주는 디자인이 가치 있음을 나타낸
다고 생각하는 경향이 있음.

전기 포트나 스팀다리미에 적합함.



Trendy Style Preference

Retro / Craftsmanship

Classic
Retro-style
Elegant
Decorative

영국 신사의 이미지와 비슷함.

자연느낌의 Wood 재질과 메탈이 어울어져 따뜻하고 클래식한 무드 연출

실용성보다는 장식성이 강한 가전제품에 적합함.

고정 설치되어 있는 가전제품에 더 어울림.

공기정화기, 정수기, 커피메이커, 가습기 등



Style Premium / Young Married CMF Preference



Refined
Luxurious
Elegant
Aesthetic value
Soft Decorative Pattern

포인트 가전으로 장식적인 역할을 전체 인테리어의 품격을 높일 수 있음.
패턴이 과하지 않아야 전체 인테리어와 조화가 될 수 있음.
모든 소형 가전제품에 적합하나, 주로 고정되어 하나의 장식물로 간주되는
가전에 적합함.
색상의 특성에 따라 구분할 필요가 있음.



Warm & Mild
Pastel-tone
Feminine but not too much
Timeless
blending with interior design

색상이 너무 여성적이지 않으면서, 전체 인테리어와 충돌되는 면이 없음.
파스텔 톤의 색상과 심플한 디자인의 조화가 이루어져 오래 봐도 질리지 않
음.

Session 2. Design Preference

Style Premium / Young Married

Design Insight

Well Harmonized with background Interior

Feminine

Luxury Classic

Classic Vintage

Retro

Pattern Mixed

Cozy Comfortable

필요성을 직접적으로 인식하기 전에 새로운 기능을 가진 상품이 출시되면 일단 구매하고 사용해 보는 소비자 집단이기 때문에 우선적으로 기능적인 면이 확실하게 뒷받침되는 것이 중요함.

대형 가전처럼 집에 온 손님들이 볼 수 있는 가전 제품의 경우, 과시적 성향이 강하게 작용해 Antique & Classic 디자인을 추구.

소형가전은 일종의 소모품이라는 생각을 가지고 있음.

특히 가습기 경우 중국이 수돗물 석회 함유량이 높아 오래 쓰지 못하고 평균 1년 주기로 교체수요 있음.

교체 시기가 빠른 편이기 때문에 최신의 패션 트렌드에 주목할 필요가 있음. 미용 가전에 Romantic & Feminine 디자인을 접목 시킨 상품에 대한 수요가 상당할 것으로 보임.



Global Insight 2010

기획 / 지식경제부, 한국디자인진흥원

연구 / (주)와이즈유엑스 글로벌
서울특별시 서초구 잠원동 23-3
(T) 02-3442-4198 (F) 02-3471-3361

사업 총괄책임 윤다연

연구책임 채송화
연구참여 정호실
안정윤
문영근
최일래
장연재
전유나

발행인 / 김현태

발행처 / 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 아탑동 344-1 코리아디자인센터
(T) 031-780-2035 (F) 031-780-2040

총괄책임 김혜찬
실무책임 손동범
발간진행 조동천
이은선
유영선
박미주

본 보고서의 내용은 필자의 주관적인 의견이며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

이 보고서에 사용된 이미지는 직접 촬영한 이미지를 중심으로 하였으나 출처가 명확하지 않아 부득이 허가 없이 사용한 이미지는 저작권자의 요청 즉시 절차를 밟도록 하겠습니다.

Copyright © WiseUX Global Co., Ltd. 2010 All rights reserved

글로벌 디자인 인사이트

Vol. 21 2010 중국 20.30대 프리미엄 주부 소비자 라이프스타일과 디자인선호도_2010.5

본 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기반구축사업 중 디자인전략정보개발사업의 결과물입니다.
본 보고서의 내용은 한국디자인진흥원이 운영하는 designdb.com에서 다운로드 받으실 수 있습니다.