글로벌 디자인 인사이트

Vol_20

2010 중국 20.30대 중상층 주부 소비자 라이프스타일과 디자인선호도_2010.5

kidp 한국디자인진흥원 WiseUX global 와이즈유엑스글로벌

소형가전을 중심으로 본

중국 20/30대 중상층 주부 라이프스타일 및 디자인 선호도

실속파 사회적 성공 표출형

Table of Contents

1. Lifestyle Analysis

User Archetype
Life Value : What they Pursue
What they are Interested
Consumption behavior
Fashion Style
Car Style
Lifestyle Outdoor
Lifestyle Home
Lifestyle Home / Kitchen
Home Appliance

2. Design Preference

General Style Preference
Trendy Style Preference
CMF Preference
Design Insight

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Lifestyle Analysis

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

User Archetype

Age : 27
Female / Young Married
Young Professional
Shanghai

Wealth
Middle or Upper class
12000 Yuan / Month

Character
어느 정도의 실속을 차리면서도 본인이 이루어낸 사회적인 성공을 외적으로 표현하고자 하는 욕망이 있는 소비자 층.

지금 인생을 즐겨야 한다고 생각하기 때문에, 복잡한 것을 싫어하고 직설적으로 자신의 감정을 표현함.
직업상 외국인이나 외국문화와 접촉할 기회가 많고,
서양의 문화에 대해 동경 혹은 호기심을 가지고 있음.
생활의 모든 면에 있어 자기 중심적인 태도를 보임.
일반적으로 미혼의 여성들과 큰 차이를 보이지 않음.
브랜드의 가치를 중요하게 생각하며, 다분히 소녀적인 취향을 보임.
쇼핑 자체가 생활의 중요한 부분을 차지하기는 하나,
안전성 등 여러 가지 현실적인 면을 꼼꼼히 따져 선택함.

Key benefit
Brand value
Practical
Self-satisfaction
Health & Safety
Easy to manage

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

Life Value : What they Pursue

享受生活
Enjoy life

다분히 현실 지향적인 사고방식을 가지고 있어, 현재 만족하고 즐길만한 삶을 사는 것이 인생의 목적이라고 볼 수 있음,
현재를 즐기는 것이 자신을 위한 일종의 투자라는 사고방식.

"비록 사회적 압력이 있긴 하지만, 지금은 인생을 즐길 때라고 생각해요.
아직 아이도 없고, 부담도 많지 않은 젊은 시절을 충분히 누려야지요."

Entry Premium / Young Married

What they are Interested

재테크

재정적인 여유와 높은 교육 수준을 이용한 안정적인 미래설계
주식이나 펀드 투자에 대한 관심이 많음.
국내외 경제의 동향에 귀를 기울이는 편임.
귀금속을 구매할 때에도, 후에 가치가 변하지 않는지를 고려.

Social Relationships

결혼을 한 이후에도 부부 협의 하에 싱글 라이프 유지
휴일의 대부분을 친구들과 함께 보냄.
사회 초년생으로 겪는 문제들에 대해서 대화를 나누고, 함께 고민함.

Shopping

목적이 있는 쇼핑보다는 구경을 하면서 친구들과 함께 돌아다니는 것을 좋아함.
본인이 선호하는 브랜드의 신제품 소식에 민감함.
홈 인테리어 소품에 대한 구매욕이 높음.

Entry Premium / Young Married

Consumption behavior

Picky Consumer
꼼꼼하고 깐깐한 소비자

쇼핑나들이 횟수가 한 달에 10회 이상으로 무척 잦음.
하지만 매번 물건을 구입하기 보다는 아이쇼핑으로 다양한 물건을 둘러보고, 비교해 본 후, 꼼꼼히 따져 보는 데에 많은 시간을 투자함.

안전과 건강에 관련된 상품일수록 더욱 꼼꼼하게 따져보는 습관이 있음.
가격 대비 성능을 중요하게 생각함.
가전제품이나 생활용품을 구매할 때 가족이나 친구들의 사용 후기를 참고함.

Shopping Place
접근성이 용이한 지점에서 친구들과 함께 쇼핑하는 것을 즐김.
고가의 명품들은 면세 혜택을 받을 수 있기 때문에 홍콩이나 마카오에 갈 기회가 있을 때 구매해옴.
쇼핑과 오락을 한 번에 즐길 수 있는 대형 쇼핑몰과 백화점을 선호.

가전제품
품질 보증서를 받을 수 있어 믿을 수 있고, 영수증을 발급해 준다는 장점이 있기 때문에 전자 제품 전문 매장에서 구매.

저가의 소형 가전
더욱 저렴한 가격으로 살 수 있는 대형 마트나 소형 체인에서 구매.
TV 홈쇼핑의 경우, 가족들이나 친구가 추천하는 경우에 한하여 구매.
인터넷 쇼핑은 그다지 신뢰하지 않음.

Key benefit
Bland value
Reasonable price
Design
Practical value
benefits

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

Fashion Style

Brand-oriented

일반적으로 활동성이 좋은 캐주얼 룩을 선호하며, 외출 시에도 그다지 격식을 차려 입는 것을 즐기지 않음.
명품 아이템을 포인트로 매치하여 자신의 사회적 위상을 표출하고자 함.

브랜드 선호도가 명확함.
물건 자체보다는 브랜드가 가진 이미지와 가치에 따라 구매.
자신이 좋아하는 아이템에 있어서는 비합리적인 소비 패턴을 보임.

나이가 들어감에 따라 자신의 나이에 맞는 이미지를 가진 브랜드로 옮겨감.
주중에 일을 할 때에 단정하지만 불편한 옷을 입어야 하기 때문에 평상시에는 편안한 캐주얼 룩을 선호함.

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

Fashion Style

Brand Preference

의류 - ESPRIT, EDC, LACOSTE
신발 - STACCATO, ALDO
가방 - COACH, GUCCI, SISLEY

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

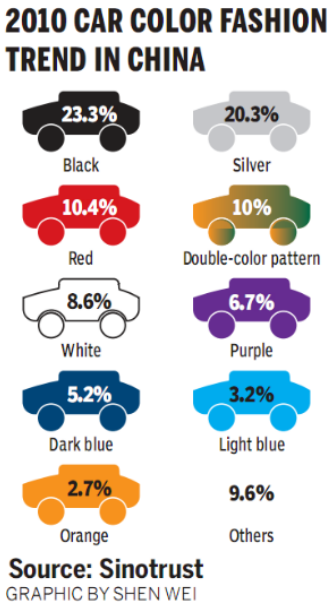
Entry Premium / Young Married

Car Style

Stylish & Practical

무엇보다도 승차감이 편안해야 함.
외관이 작고 아담하지만, 내부는 넓은 보기에 좋으면서 실용성까지 갖춘 디자인을 선호함.
자동차 내부는 장식물을 통해 자신이 원하는 대로 자주 스타일을 바꿈

Brand Preference
Mini CUPPER
PEUGEOT 207



한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

Lifestyle Outdoor

Shopping
Socializing
Entertainment

주말에는 주로 친구들과 가까운 종합 쇼핑몰에서 만나 식사를 하고,
노래방에 가거나 보드게임을 즐김.

Traveling

근교 여행은 기회가 될 때 마다 자주 가는 편이며, 해외여행은 일년에 최소 두 세 번 이상
아기가 생기기 전에 최대한 많이 경험하고 즐겨야 한다고 생각함.
해외 여행을 갈 때에는 휴양지 보다는 타국의 문화적 특징을 느낄 수 있는 곳을 선호.

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

Lifestyle Home

Strong Self Expression with home deco

매치 하기 쉬운 모던하고 심플한 디자인을 기본으로 하지만, 조명기구나 장식품 등을 통해 자신만의 개성을 표현.
방 마다 서로 다른 풍으로 꾸며 공간 마다 그 특성을 살리되, 파스텔 톤을 주로 사용하여 통일감을 주었음.

Session 1. Lifestyle

Entry Premium / Young Married

Lifestyle Home

Romantic Modern

Home Visit 통한 실제 조사자들의 리빙데코.

전체 배경은 파스텔 톤으로 깔끔함 강조하면서 통일감 연출.
소녀스러운 디자인을 선호하며, 각 공간을 서로 다른 포인트 컬러를 가진 소품이나 장식물을 이용해 서로 다른 분위기를 연출함.

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Session 1. Lifestyle

Entry Premium / Young Married

Lifestyle Home

Romantic Modern

색상이나 디자인 적인 면에서 다분히 소녀적 감성을 풍기는 디자인을 선호. 아기자기하고 러블리한 스타일을 좋아하기는 하지만 자잘한 소품을 장식하는 것을 좋아하지는 않음.

Entry Premium / Young Married

Lifestyle Home / Kitchen

Modern
Color Accent

전체적으로 공간 효율적인 면에서 우수한 심플한 디자인 선호.
강한 컬러로 포인트를 주어 디자인적인 재미를 추구하면서, 세세한 곳에서 시선을 분산시켜 깔끔하면서도 개성적인 주방 분위기 연출.

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

Home Appliance

대형 가전은 인테리어의 일부이고, 소형 가전은 패션에 있어서 액세서리와 같은 포인트 장식이라는 생각이 지배적.
소형 가전은 색상이나 디자인에 상관없이 구입한 자신만 만족하면 된다고 생각하는 경향이 있음.

Design
소형 가전일수록 이동이 편리하고 정리하기 수월한 작은 크기를 선호
대형가전은 전체적 인테리어와 조화가 되어야 하지만 소형가전은 튀어도 된다고 생각.
소형 가전, 특히 개인용 가전일 경우 매우 여성적이거나 아동틱한 디자인을 선호.

CMF
너무 가벼워 보이지 않는 재질이어야 함.
메탈 재질이 주는 단단해 보이는 느낌을 선호 하지만 전체적으로 메탈이 들어 간 것은 너무 강해 보이기 때문에 좋지 않음.
관리하기 수월하기 때문에 유광보다는 무광을 선호함.

Design Preference

한국디자인진흥원 www.designdb.com / 와이즈유엑스 글로벌 www.wiseux.com

Entry Premium / Young Married

General Style Preference

Neo Classic

General & Bold
Standard
Stately
무게 감 있으며 점잖음

규격적인 느낌을 주기 때문에 한 장소에 고정되어 있는 비교적 크기가 큰 가전제품에 적합.
너무 작은 소형가전에는 지나치게 딱딱한 느낌을 줄 수 있음.

에스프레소 머신, 커피 메이커 등에 적합

Entry Premium / Young Married

General Style Preference

Romantic

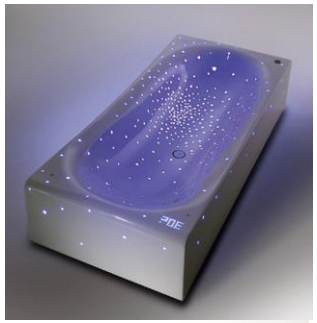
Feminine
Pastel tone
Trendy
Attractive
Blending with environment

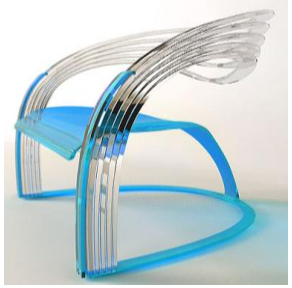
소녀적인 감성과 디자인의 모든 요소가 잘 맞아 떨어짐.
집안에 이런 스타일의 조명기구와 장식물을 많이 소장하고 있음.

정형화된 형태가 없기 때문에 가전으로는 적합하지 않음.
소형 가전은 포인트로 전체 인테리어에 활기를 불어넣어야 하는데 그런 면에서 다소 부족함.

Entry Premium / Young Married

Trendy Style Preference





①

Emotional Fantasy

Illuminating
Fantastic
Dreamy
Beautiful

① 집안에 불을 껐는데, 저렇게 조명 역할을 하는 장식물이 있다면 매우 몽환적이고 아름다운 분위기를 연출할 것이라는 평가.

디자인을 좀 더 간결하게 하면 가전에 적합함.
깔끔한 이미지를 필요로 하는 정수기나 청소기에는 어울리지 않음.

장식적 역할을 하는 가습기 등에 적합함.

Entry Premium / Young Married

Trendy Style Preference

Retro

Natural
Craftsmanship
Classic
Exotic
Stately & Dignified
Refined

자연적이고 고풍스러운 느낌.
다소 고전적이면서 고급스러움.
Wood & Metal Mix & Match

규격적인 느낌이 있기 때문에 한 자리에서 크게 이동할 필요가 없는 가전에 어울림.
특히 ①번 구두 자연스럽고 네츄럴한 무드 선호함.

에스프레소 머신, 커피메이커, 공기정화기, 정수기 등에 적함

①

Entry Premium / Young Married

CMF Preference

Pastel
Light & Soft
Clean
Elegant
Easy to match

편안하고 부드러운 파스텔 컬러.
색상 면에서 대부분의 인테리어와 무리 없이 잘 어울림.
어떤 가전제품에나 어울리는 색상.
글로시한 표면을 더 선호하며 고급스럽다고 느낌.

Beautiful
Exclusive
Unique
Distinctive

디자인과의 조화가 잘 이루어져야 함.
포인트의 금색이 진해서 촌스러워 보이지 않는 것이 중요함.
모던한 인터리어와 조화가 잘 될 것으로 보임.
디자인과 색상 모두 흔하지 않기 때문에 자신이 더 특별해지는 느낌을 느낄 수 있음.

골드 컬러에 대한 전반적인 선호도가 있으나 젊은 층일수록 순금 Yeoolow gold 컬러보다는 샴페인 골드에 대한 선호도가 높음.

공기청정기, 정수기, 청소기

Entry Premium / Young Married

Design Insight

Neo Classic
Romantic Feminine
Emotional Fantasy
Wood & Metal Mix & Match

인테리어와 그의 연결 선상에 있는 대형 가전은 모던하면서 클래식한 디자인이 본인의 품격을 높인다고 인식.
설치 가전에 조명 역할을 접목 시킨 컨버전스 디자인에 대한 수요가 늘 것으로 예상.

소형 가전 일수록 색상과 디자인의 다양화가 필요할 것으로 보임.
연령이 젊어 질수록 개성을 중시하고 자신을 표현하려는 성향이 뚜렷하기 때문에 이러한 경향은 더욱 심화될 것으로 보임.

중국 여성들은 가습기라는 가전을 매우 사적인 Private 가전으로 인식하고 있으므로, 여성들 본연의 취향에 맞춰 Feminine & cute 디자인에 대한 요구 높음.

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 정훈실
안정윤
문영곤
최일래
장연재
전유나

발행인 / 김현태

발행처 / 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 야탑동 344-1코리아디자인센터
(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_20 **2010 중국 20.30대 중상층 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.