

중국 도시주민의 문화소비에 대한 소비행위 변화 : 베이징시 주민 대상 심층면담을 중심으로

이중희(부경대학교)* · 김성자(부경대학교)**

논문요약

이 연구는 통계데이터 상으로는 밝힐 수 없는 중국인들의 문화소비의 현황과 특징을 도출하고자 중국 베이징시 주민을 대상으로 심층면담을 실시하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 문화소비 지출구조가 변화였다. 2008년 베이징 올림픽을 기점으로 문화소비구조의 변화가 시작되었는데 특히 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 급격하게 증가하였다. 면담대상자 중 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 낮게는 30%, 높게는 80%로 다양했다. 소득수준이 높을수록 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 높았다. 둘째, 여행소비가 급격히 증가하였다. 이는 국내여행에만 국한된 것이 아니라 최근 몇 년 사이 해외여행소비가 급증하였다. 중국인들에게 여행소비는 필수소비로 인식되고 있다. 셋째, 교육소비의 격차가 크다. 크게 학업중인 자녀를 둔 그룹과 자녀교육이 종료되었거나 미혼 및 기혼이나 자녀가 없는 그룹으로 나눌 수 있다. 전자는 교육소비의 대부분이 자녀교육, 특히 사교육비로 지출이 되었다. 후자의 경우 자기계발을 위한 교육비로 지출비중이 0%에서 50%까지 다양했다. 넷째, 문화소비욕구가 증가하고 있다. 특히 여행소비에 대한 소비의욕이 높았다. 향후 소득이 증가한다면 문화소비 중 가장 선호하는 것이 여행소비로 여행소비에 대한 소비욕구가 강한 것으로 드러났다.

주제어 : 베이징시, 문화소비, 여행소비, 교육소비, 소비욕구

* 제1저자, ** 교신저자.

I. 서론

중국인들의 소득수준 향상은 소비에 대한 질적인 변화를 가져왔다. 예컨대 개혁·개방이 시작된 해인 1978년 중국 도시주민 1인당 평균 가처분소득이 343.4위안 이었을 때, 도시주민 1인당 엔겔계수는 57.5%로 소득의 절반 이상을 식품비로 소비하였다. 그러나 2014년 중국 도시주민 1인당 가처분소득은 29,381.0위안이며 엔겔계수는 35.0%¹⁾로 1978년에 비해 식품비의 지출이 22.5%p 감소하였다. 소득수준이 향상되면서 과거 의·식·주와 관련된 생계형 소비위주에서 삶의 질을 고려한 향유형 소비위주로 빠르게 전환하여 온 것이다. 이러한 현상은 발전정도가 큰 대도시일수록 더욱 두드러진다. 베이징시의 경우 1978년 도시주민 1인당 평균 가처분 소득과 엔겔계수는 각각 450.2위안과 58.7%로 베이징시의 엔겔계수가 오히려 중국 도시평균보다 1.2%p 높은 지출비율을 보였다. 그러나 2014년 현재 베이징시의 도시주민 1인당 평균 가처분 소득과 엔겔계수는 각각 49,730.0위안과 30.8%²⁾로 식품비에 대한 지출이 무려 27.9%p 감소하였다.

최근 중국은 신형도시화 건설과 4종4형 고속철도 건설 등 중국정부 주도의 발전계획들을 추진하면서 균형발전을 꾀하고 있다. 그럼에도 불구하고 여전히 도시마다 중국인들의 소득과 소비수준의 격차는 크게 존재한다. 2014년 중국에서 1인당 평균 GRDP가 가장 낮은 도시는 간수(甘肅)성으로 26,433위안인 반면 가장 높은 도시는 톈진(天津)시로 105,231위안³⁾을 기록하였다. 두 도시 간의 1인당 평균 GRDP격차는 무려 4배에 달했다. 각 지역마다 소득수준뿐만 아니라 지리적 환경, 문화적 환경, 민족 등이 다르기 때문에 중국인들의 문화 소비를 연구함에 있어서 지역별 연구를 통해서 더욱 정확한 분석이 가능하다.

중국전체의 경우 2015년 현재 중국경제성장률에 대한 소비의 공헌율은 66.4%에 불과하다.⁴⁾ 그에 반해 베이징시는 이미 2006년에 소비가 베이징 경제성

1) 중국 국가통계국에서 매년 『中国统计年鉴』을 출판하여 통계수치를 공개하고 있다. 그러나 2015년도에 발행한 『中国统计年鉴』에는 2014년도 중국 도시주민 1인당 엔겔계수를 공개하지 않아 2013년도 수치임을 밝힌다(国家统计局, 『中国统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015).

2) 北京市统计局, 『北京统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015, p.208.

3) 国家统计局, 『中国统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015, 3~10 人均地区生产总值和指数.

장 공헌율 60%를 차지하였는데 2016년 상반기의 공헌율은 73.4%를 기록하였다. 이는 선진국의 소비가 경제에 미치는 공헌율 80%에 근접한 수준임을 볼 때 소비는 베이징 경제의 제일가는 성장동력이 되고 있음을 알 수 있다.⁵⁾

2015년 현재 베이징 도시주민 일인당 평균 소비지출은 36,642위안으로 전년대비 8.7% 증가하였다. 소비구조 8가지 가운데 향유형 항목인 교통통신비, 교육·문화·오락비(문화소비), 의료보건비의 일인당 지출금액은 각각 4,860위안, 4,028위안, 2,370위안이다. 이는 전년대비 각각 26.0%, 11.5%, 15.9% 증가한 금액이다.⁶⁾ 생존형 소비항목이 한 자리 수 증가를 보인 반면 향유형 소비항목의 소비지출 증가폭은 큰 편인데 그 중 문화소비는 세 번째로 큰 증가폭을 보였다. 실제로 올해 상반기 베이징시가 실현한 시장소비 총액은 8,994억 6,000만 위안으로 전년 동기대비 7.2% 증가하였다. 그 중, 문화소비가 포함된 서비스성 소비금액은 4,018억 3,000만 위안으로 11.8% 증가하여 서비스성 소비가 베이징 시장소비 총액 중 44.7%의 비중을 차지하였다.⁷⁾

이렇게 중국인들의 문화소비가 빠르게 증가하고 있는 배경으로 최근 몇 년 사이 중국의 문화소비에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있다. 특히 중국은 지역별 소득·소비의 격차가 크기 때문에 2005년 이후 지역별 문화소비에 대해 연구가 활발히 진행되고 있다. 최근에는 동부 연해지역 중심으로 이루어지던 연구가 내륙지역으로 확산되어지는 추세이다. 각 지역별 문화소비에 대한 연구가 대거 진행됨에도 불구하고 중국 문화소비의 대표적인 도시인 베이징시의 문화소비에 대한 연구가 많지 않다. 베이징시와 허베이성(河北省)의 문화소비에 대한 연구는 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째, 문화소비 추세에 관한 연구이다(贾玉娥 外, 2011; 郭俊华, 2013; 戎素云·闫 韡, 2013; 김성자·이중희, 2014).⁸⁾ 둘째, 문화소비와 문화산업과의 발전관계에 관한 연구이다(孟 固,

4) HKTDC, "China's 13th Five-Year Plan: The Realities of Rising Consumer Demand", RESEARCH 經貿研究, 2016.06.28.

5) 김성자·이중희 "중국 베이징시 교통·통신비의 소비구조변화." 『中國學』 第47輯, 2014, p.305; 冯其予, "上半年消费对经济增长贡献率达73.4%." 『人民网』 2016年10月10日.

6) "2015年北京市居民人均消费支出同比增长8.7%." 『中国青年网』 2016年01月21日, http://news.youth.cn/jxw/201601/t20160121_7552816.htm.

7) 陈雪柠, "消费对北京经济增长贡献率近七成." 『北京日报』 2016年10月11日.

2001; 沈晓平·王 曦, 2012; 孟亚明 外, 2014; 吳惠貞·金星子, 2014).⁹⁾ 그 외에도 문화소비가 지역경제성장에 미치는 영향에 대한 연구(方 圆, 2011)¹⁰⁾와 최근 몇 년 사이 높은 인터넷 보급률이 배경이 된 인터넷문화소비에 관한 연구(刘 敏, 2016)¹¹⁾도 시작되었다. 이들은 대부분 중국 국가통계국에서 발표하는 통계데이터를 바탕으로 연구가 진행되었다. 그러나 통계데이터상의 소득·소비 금액은 실제 소득·소비액과 차이를 보인다. 예컨대 통계연감의 데이터에 의하면 2014년 베이징시 도시가정 일인당 평균 총 소득은 49,730.0 위안¹²⁾이었으나 베이징시 통계국에서 발표한 2014년 한 해 동안의 일인당 평균 임금은 77,560위안¹³⁾이었는데 이는 27,800위안의 격차로 약 1.6배 많은 금액이다. 이는 5,000가구를 대상으로 가구당 총 소득의 일인당 평균치가 적용되었기 때문이다. 그렇기 때문에 실질적으로 도시가구 일인당 평균 소득과 소비금액은 통계데이터 보다 더 높을 것이라 예상 할 수 있다.

본 연구에서는 문화적 자산을 충분히 보유하고 있으며 문화예술산업이 활성화되어 있는 중국을 대표하는 베이징시¹⁴⁾ 도시주민의 문화소비 특징 및 소비행위 변화를 분석한다. 먼저 통계데이터의 시계열 분석을 통해 문화소비의 현황 및 특징을 파악한다. 그러나 통계데이터와 실제 중국인들의 문화소비규모의

-
- 8) 贾玉娥 外, “河北省城镇居民文化消费现状研究.” 『河北省社会主义学院学报』 第03期, 2011; 郭俊华, “京津冀文化消费水平实证研究.” 『天津大学学报(社会科学版)』 第01期, 2013; 戎素云·闫 韡, “河北省文化消费条件影响居民文化消费的实证分析.” 『消费经济』 第01期, 2013; 김성자·이중희, “베이징시 소득계층별 문화소비추세 분석 - 해외여행소비를 중심으로-.” 『국제지역학논총』 제7권 1호, 2014.
- 9) 孟 国, “文化消费与文化产业——以北京为例.” 『城市问题』 第03期, 2001; 沈晓平·王 曦, “科技创新与文化消费提速北京创意产业.” 『科技智囊』 第09期, 2012; 赵 易 外, “关于河北省居民文化产业消费习惯的调查报告.” 『现代商业』 第30期, 2012; 孟亚明 外, “河北文化产业集群与文化消费市场的综合培育研究.” 『石家庄经济学院学报』 第03期, 2014; 吳惠貞·金星子, “베이징시의 문화소비추세와 공연예술산업 발전관계.” 『CHINA 연구』 제17집, 2014.
- 10) 方 圆, “河北省城镇居民文化消费及其对经济增长影响的研究.” 河北经贸大学硕士论文, 2011.
- 11) 刘 敏, “北京网络文化消费现状及问题.” 『中国国情国力』 第07期, 2016年.
- 12) 北京市统计局, 『北京统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015, p.208.
- 13) 市地宝, “2014年度北京职工平均工资6463元(附全国309个城市平均工资单).”(온라인), 2015年06月12日. <http://bj.bendibao.com/news/201568/190770.shtm>.
- 14) 2014년 기준 베이징 도시주민 일인당 문화소비지출이 3,610.9위안으로 중국에서 문화소비가 가장 왕성한 도시이다(国家统计局, 『中国统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015, 6-24 城镇居民分地区人均消费支出(2014年)). 그러므로 중국의 문화소비도시로 대표성을 지니는 베이징시를 연구범위로 설정하는 것이 가장 적합하다고 판단된다.

차이가 존재함으로 베이징시 후커우(户口) 소지자이거나 베이징시에 10년 이상 거주하고 있는 중국인을 대상으로 심층면담을 실시하여 비교분석한다. 심층면담은 2016년 6월 15일 ~ 6월 18일동안 중국 베이징 현지를 방문하여 실시하였다. 더욱 정확한 분석을 위해 설문지 뿐 아니라 녹음기를 이용하여 녹취한 후 면담내용을 면밀히 분석하였다. 먼저 베이징 도시주민의 문화소비 현황 및 특징을 살펴본 후, 문화소비에 있어서 가장 큰 지출 비중을 차지하는 문화오락서비스비에 대해 분석한다. 이를 통해 현재 중국인들의 문화소비의 특징과 행위변화를 분석하고 향후 중국인들의 문화소비 추세를 예측할 수 있을 것이다.

II. 문화소비의 현황

1. 문화소비지수¹⁵⁾ 증가

문화소비의 개념을 명확하게 정의하기란 상당히 어렵다. 인류가 시작되면서부터 문화는 시작되었다고 해도 과언이 아니다. 학자들마다, 시기와 관점에 따라 문화소비의 개념은 상당한 차이가 있다. 국내에서는 이정화(2015)¹⁶⁾가 문화소비에 대한 기초적인 연구를 하였을 뿐이다. 이정화(2015)는 문화소비를 ‘필수소비를 제외한 소비’로 정의하여 문화소비의 개념의 폭이 넓다. 그에 반해 중국은 문화소비에 대해 비교적 구체적이고 상세하게 정의를 내렸다. 중국 최대 검색엔진인 바이두(百度)에서는 문화소비를 “문화상품이나 서비스를 사용하는 사람들의 정신적 욕구를 만족시켜주는 소비의 일종으로 교육, 문화·오락, 체육건강, 관광·여행 등을 포함한다.”¹⁷⁾라고 정의하고 있다. 대다수의 중국내

15) 최근 중국에서 문화소비와 관련된 ‘문화소비지수’의 개념이 제기되었다. ‘문화소비지수’는 국가의 문화발전수준을 정량화하고, 계량분석한 것으로 중국인민대학 문화산업연구소에서 발표한 ‘중국문화소비지수표체계(中国文化消费指数指标体系)’가 바로 그것이다. 이 지표는 문화소비환경, 문화소비의욕, 문화소비능력, 문화소비수준, 문화소비만족도 등의 5개 방면을 포함한다. ‘문화소비지수’는 국민 총 소비에서 차지하는 문화소비 비중으로, 문화소비지수가 높을수록 문화소비가 총 소비에서 차지하는 비중이 증가하게 된다(吳惠貞·金星子. “위의 논문”, 『CHINA 연구』 제17집, 2014, p.163).

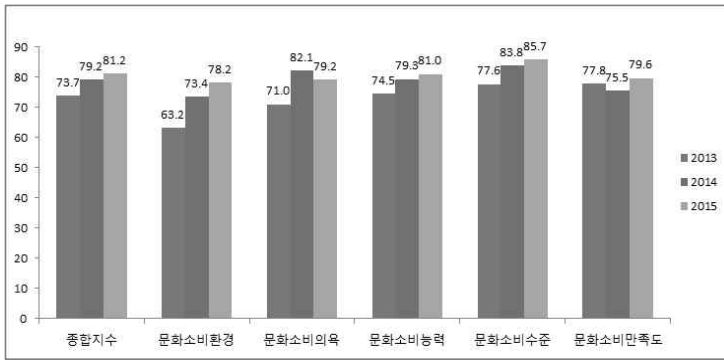
16) 이정화. 『문화소비』, 커뮤니케이션북스, 2015.

17) 百度百科, 검색일: 2016.10.08, <http://baike.baidu.com/item/%E6%96%87%E5%8C%96%E6%B6%88%E8%B4%B9/942672?fr=aladdin>.

연구자들이 문화소비에 대해 내린 정의는 상기의 범위를 벗어나지 않는다.

2008년 베이징 올림픽을 성공적으로 개최한 이후 중국인들의 문화소비량은 빠르게 증가해 오고 있다. 2008년 중국인의 문화소비 총지출 금액은 6,735억 위안으로 5.4%의 증가율을 보였던 것이 2012년 현재 1조 1,502억 위안으로 증가하여 15.7%의 증가율¹⁸⁾을 나타냈다.

〈그림 1〉 2013년-2015년 중국 문화소비지수의 변화



출처 : 佚名, “2014年度中国省市文化产业指数及文化消费指数.” 『中国社会科学网』 2015年02月16日; “2015中国文化消费指数发布 消费能力水平等均上升.” 『中国网』 2015年11月01日.

〈그림 1〉에 의하면 2014년의 중국 문화소비는 전반적으로 향상되었다. 그 중 문화소비환경, 문화소비의욕, 문화소비수준 지수가 각각 73.4, 82.1, 83.8로 전년대비 각각 16.3%, 15.6%, 8.0%의 증가율을 보였다. 그러나 문화소비만족도 지수는 -3.0%의 감소율을 보였는데, 이는 중국인들의 문화상품에 대한 질적인 욕구가 더욱 높아졌음을 의미한다. 2015년 현재 중국 문화소비의 종합지수는 81.2로 3년 사이 7.5가 상승하여 평균 성장률 5%를 기록하였다. 이는 문화소비환경의 개선¹⁹⁾과 무관하지 않다. 2015년 문화소비환경지수는 78.2로 3

18) 中国社会科学院文化研究中心. 『中国文化消费报告(2014)』, 社会科学文献出版社, 2014, pp.4-5.
 19) 문화소비환경에 속하는 문화창의산업(文化创意产业)이 최근 빠르게 발전하고 있다. 2014년 베이징 문화창의산업의 초보단계로 2,794억 3,000만 위안을 실현하여 베이징시 GDP의 13.1%의 비중을 차지하여 역사상 최고치를 기록하였다. 2015년 상반기 베이징시 문화창의산업의 증가는 베이징시 GDP에서

년 사이 무려 15가 상승하여 평균 성장률이 약 11.3%로 가장 빠른 증가속도를 보였다. 이와 함께 문화소비능력과 문화소비수준의 향상으로 2014년 문화소비만족도가 전년대비 다소 감소하였던 것이 2015년에는 79.6으로 전년대비 4.1상승하였다.

2013년 중국 인민대학교와 문화부 문화산업사(文化产业司)가 공동으로 발표한 자료에 의하면 종합지수의 상위 10개 성시(省市)는 상하이(上海), 베이징(北京), 톈진(天津), 광둥(广东), 장쑤(江苏), 산둥(山东), 산시(山西), 쑤저(浙江), 쓰촨(四川), 충칭(重庆) 순이었다. 1위인 상하이의 문화소비 종합지수는 86.0, 2위와 3위인 베이징과 톈진은 각각 84.5와 80.5를 기록하였다.²⁰⁾ 그러나 2014년 현재 중국 문화소비지수 중 베이징은 종합지수, 문화소비의욕, 문화소비능력지수가 각각 85.6, 91.9, 94.8으로 전국 1위를 차지하였다. 문화소비수준지수는 92.1로 2위를 차지하였다.²¹⁾ 2014년 중국 각 지역별 도시주민의 문화소비 지출액이 가장 많은 도시가 베이징으로 일인당 3,610.9위안을 문화소비에 지출하였다. 문화소비지수가 증가한다는 것은 베이징시 총 소비에서 문화소비가 차지하는 비중이 그 만큼 증가한다는 것이다. 베이징시 주민들의 소비에 있어서 문화소비에 대한 지출비중이 증가하고 있음을 알 수 있다.

2. 베이징시의 문화소비 현황

세계적인 평균을 볼 때, 한 국가의 1인당 GDP가 3,000달러에 달했을 때 주민 소비가 물질적 소비 위주에서 정신적 문화소비로 넘어가는 과도기에 진입하게 되고, 5,000달러가 넘으면 문화소비 수요가 가장 왕성해지는 시기이다. 앞의 기준을 베이징시에 적용해보면 2005년에 1인당 GDP가 5,615달러였다. 그러므로 2005년부터 베이징의 문화소비가 활발히 이루어지기 시작하였음을 알 수 있다.²²⁾ <그림 2>에 의하면 실제로 베이징시 도시주민 1인당 문화소비

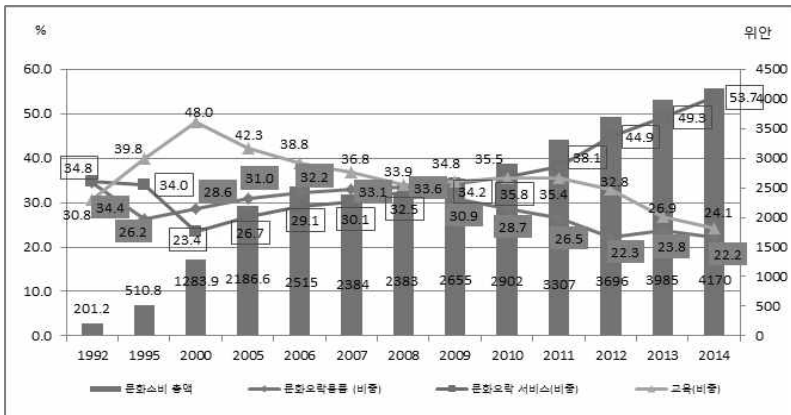
13%의 비중이 이르렀고, 도시주민 일인당 문화소비 지출은 전년 동기대비 13% 증가하였다(温源 “文惠卡 能给文化消费市场带来啥.” 『光明日报』 2015年09月10日).

20) 苏 丹, “2013 中国文化消费指数发布——文化消费存在巨大市场空间.” 『文化周刊 文化纵横』 2013年12月07日.

21) 佚名, “2014年度‘中国省市文化产业指数’及‘文化消费指数.’ 『中国社会科学网』 2015年02月16日.

지출금액이 2005년 이후 뚜렷한 증가를 보이기 시작하였다. 2005년의 베이징시 도시주민 문화소비 지출금액은 2,186.6위안으로 전년대비 70.3%의 증가율을 보인 이후 꾸준히 증가해 오고 있다. 관광여행이 주를 이루는 문화소비는 소득계층을 막론하고 국내 및 해외여행 소비가 왕성하게 이루어지고 있다. 본 절에서는 베이징시 도시주민 문화소비의 현황 및 특징을 알아보고 문화소비에 있어서 가장 큰 비중을 차지하는 문화오락서비스비에 대해 분석한다. 그 중 가장 큰 지출비중을 차지하는 여행소비에 대해 살펴본다.

<그림 2> 베이징시 도시주민 1인당 문화소비 지출금액과 지출비중 추이



출처 : 北京市统计局, 『北京统计年鉴』. 北京: 中国统计出版社, 各年度.

<그림 2>에 의하면 1992년 베이징시 주민의 1인당 문화소비 지출금액은 201.2위안에 불과하였으나 2014년 현재 4,170위안으로 약 20.7배 증가하였다. 중국인의 소득수준 향상은 문화소비의 증가로 연결되어 전체적인 삶의 질을 향상시키고 있다. 그러나 2014년 현재 베이징시 주민의 문화소비 지출이 전체 가구소비에서 차지하는 비중은 여전히 14.9%에 불과하다.²³⁾ 이는 선진국 문화소비의 가구소비 대비비중이 평균 30%이상²⁴⁾임을 볼 때 여전히 낮은 지출

22) 김성자·이중희, 「위의 논문」, 『국제지역학논총』 제7권 1호, 2014, p. 115.

23) 중국 전체평균 문화소비가 가정소비에서 차지하는 비중은 약 10.6%이다(吳逸民, “文化, 你消费了吗?—从北京文化产业文化消费看百姓文化需求” 『中国信息报』 2015年12月09日).

비중이다. 30% 수준으로 끌어올리려면 약 1,378억 위안의 소비가 더 필요하다.²⁵⁾ 바꾸어 말하면 그만큼 중국 문화소비가 더욱 증가할 수 있는 잠재력이 있다고 해석할 수 있다.

문화소비를 크게 문화·오락용품비, 문화·오락서비스비, 교육비로 구분할 수 있다. 2008년 베이징 올림픽을 기점으로 문화소비구조의 변화가 시작되었다. 소득증가에 따라 문화소비지출이 증가하면서 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 급격하게 증가하였다. <그림 2>에 의하면 2008년에서 2014년 사이 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 32.5%에서 53.7%로 무려 21.2%p 증가하였다. 반면 교육비의 지출비중은 동기간 33.9%에서 24.1%로 9.8%p 감소하였다. 이는 평균적으로 가구에서 소득이 증가하면 교육에 대한 지출이 가장 많이 늘어나는 것에 반하는 결과이다.²⁶⁾ 교육비의 경우 2012년을 기점으로 지출비중이 급격히 감소하였다. 2012년에서 2014년 사이 교육비의 지출비중이 32.8%에서 24.1%로 감소하여 3년 사이 무려 8.7%p 감소하였다. 2014년 현재 문화 소비에 있어서 여행소비가 주를 이루는 문화·오락서비스비는 베이징시 도시주민 일인당 지출비중이 53.7%로 가장 높은 만큼 여행은 중국인들의 일반적인 여가생활이 되었다.

중국의 국내여행자 수는 매년 빠르게 증가하고 있다. 1994년에서 2015년 사이 국내여행자 수는 5억 2,400만 명에서 40억 명으로 늘어나 9.4배 증가하였다. 그 중 도시주민 여행자 수는 동기간 2억 500만 명에서 28억 200만 명으로 증가하여 무려 13.7배 증가하였다. 2015년 현재 중국인들이 국내여행에 지출한 총 금액은 3조 4,195억 1,000만 위안이다. 그 중 도시주민이 사용한 국내여행 비용은 2조 7,610억 9,000만 위안으로 전체 금액에서 80.8%의 비중을 차지한다. 도시주민 일인당 평균 지출금액은 985.5위안이다.²⁷⁾

인터넷 재산 관리 플랫폼 와차이(挖财)와 아리튀요우(阿里旅游)가 발표한

24) 赵磊, 「一带一路: 中国的文明型崛起」, 中信出版社(China DITIC Press), 2015, p. 56.

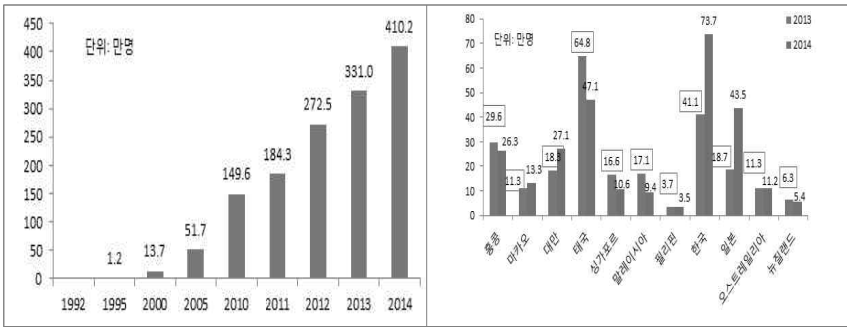
25) 李洋, “第三届惠民文化消费季启动, 同时公布北京文化消费指数 北京人文化消费自掏腰包增多.” 『北京新闻』, 2015年08月26日.

26) 우리나라의 경우 가구에서 소득이 증가했을 때 교육비의 지출이 가장 크게 늘어나고 다음은 보건비, 문화·오락비, 식품비 순으로 늘어났다(통계청, 「가계동향조사」, <http://kosis.kr/>).

27) 中国人民共和国国家统计局, 「中国统计摘要」, 中国统计出版社, 2016, p. 142.

《여행자소비데이터보고(旅行消费数据报告)》(이하 《보고》)에 의하면 최근 1년 동안 중국인들이 여행경비로 일인당 평균 9,498위안을 지출하였다. 이는 국가통계국의 통계데이터와 비교해 봤을 때, 2015년 주민 일인당 평균 월가처분 소득의 5.2배에 달하는 금액이다. 《보고》에 따르면 베이징 여행자 중 부호들이 비교적 많으며 일인당 평균 지출금액이 중국 전체에서 가장 많은 도시이다.²⁸⁾ 소득수준이 높은 계층일수록 여행소비, 특히 해외여행 소비가 더 많을 것으로 예상된다. 다음 <그림 3>은 베이징시 아웃바운드 관광객 수의 성장추이와 베이징시 주민의 해외여행 출국국가의 현황을 나타낸 그림이다.

<그림 3> 베이징시 아웃바운드 관광객 수 성장추이와 출국국가 현황



출처 : 北京市统计局, 『北京统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015, pp.399-400.

<그림 3>에 의하면 베이징시의 아웃바운드 관광객 수는 1995년부터 2014년 사이 1만 2,000명에서 410만 2,000명으로 증가하여 무려 341.2배 증가하였다. 최근 베이징시의 아웃바운드 관광객이 출국하는 국가들의 선호도가 변화하고 있다. 2012년만 하더라도 태국, 홍콩, 한국, 싱가포르, 일본 순으로 각각 40만 5,000명, 30만 7,000명, 23만 6,000명, 28만 4,000명, 21만 4,000명이 출국하였다.²⁹⁾ 그러나 2014년 현재 베이징시 주민이 가장 많이 찾는 국가는 한국으로 73만 7,000명이 출국하여 2013년 41만 1,000명에 비해 79.3%의 증

28) 姜 樊, “中国旅游者人均旅行花费近万元”, 『北京晨报』 2016年10月11日.

29) 北京市统计局, 『北京统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2013, 16~12 旅行社组织国内居民出境旅游情况

가을을 보였다. 반면 1위였던 태국은 2013년에서 2014년 사이 64만 8,000명에서 47만 1,000명으로 줄어 -27.3%의 감소율을 나타냈다.

2008년부터 2012년 까지 베이징시 문화소비의 연평균 성장률은 12.1%로 동기간 전국 평균 성장률 13.4%에 미치지 못하였다. 랴오닝(辽宁), 윈난(云南), 후베이(湖北) 등은 문화소비 지출금액 면에서는 전국 평균보다 밀돌던 지역에서 비교적 높은 성장률을 보였다.³⁰⁾ 비단 문화소비가 동부 연해지역을 벗어나 중국 전역에서 활발히 이루어지고 있음을 짐작할 수 있다. 베이징시의 문화소비는 비교적 안정기에 접어들었기 때문에 앞으로 문화소비의 양적인 부분보다는 질적인 부분을 더욱 고려한 소비행위가 이루어질 것이다.

Ⅲ. 문화소비에 대한 소비행위 변화

본 장에서는 베이징시에 거주하고 있는 도시주민을 대상으로 한 심층면담을 통하여 문화소비에 대한 소비행위 변화를 분석한다. 통계데이터를 통해 분석한 베이징시 도시주민의 문화소비구조 변화를 바탕으로 심층면담을 실시하였다. 이를 통해 더욱 정확한 중국인들의 문화소비의 현황 및 특징을 살펴보고자 한다.

1. 면담대상자

이번 심층면담은 2016년 6월 15일~ 6월 18일, 베이징에 거주하는 도시주민을 대상으로 이루어졌다. 더욱 정확한 분석을 위해 설문지뿐 아니라 녹음기를 이용하여 녹취한 후 면담내용을 면밀히 분석하였다. 설문내용은 II장에서 나타난 중국인들의 문화소비의 현황 및 문화소비구조의 특징과 관련된 질문으로 구성하였다. 심층면담의 주요 질문내용은 다음과 같다.

첫째, 문화소비 내 세 가지 영역 중에서 문화오락서비스비와 교육비 관련 질문을 하였다. 이들 각각의 영역 안에서 어느 부분의 소비활동에 비중을 두

30) 2008년~2012년 기간동안 랴오닝(辽宁), 윈난(云南), 후베이(湖北)의 연평균 문화소비 성장률은 각각 2.17%, 21.2%, 18.8%를 기록하였다(中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室·中国社会科学院文化研究中心, 『中国文化消费报告(2014)』, 社会科学文献出版社, 2014, p. 22).

는지에 대하여 면담하였다. 둘째, 문화소비에 있어서 중국정부와 베이징시정부의 문화소비 및 문화산업정책 변화의 영향을 받는다고 생각하는지에 대한 질문이다. 이를 통해 베이징시가 소비촉진을 위해 적극적으로 지원하고 있는 문화산업정책이 실제로 중국인들의 문화소비 행위에 어느 정도 영향을 미치는지 알 수 있다. 셋째, 경기변화에 따라 문화소비에 있어서 영향을 받는지에 대한 질문이다. 최근 몇 년 사이 중국경제의 경기둔화가 중국 소비자들의 소비심리를 위축시키고 있는데, 과연 베이징시 주민의 문화소비에는 어느 정도 영향을 미치고 있는지를 알아본다.

〈표 1〉 심층면담 대상자들의 문화소비 지출구조 및 기본정보

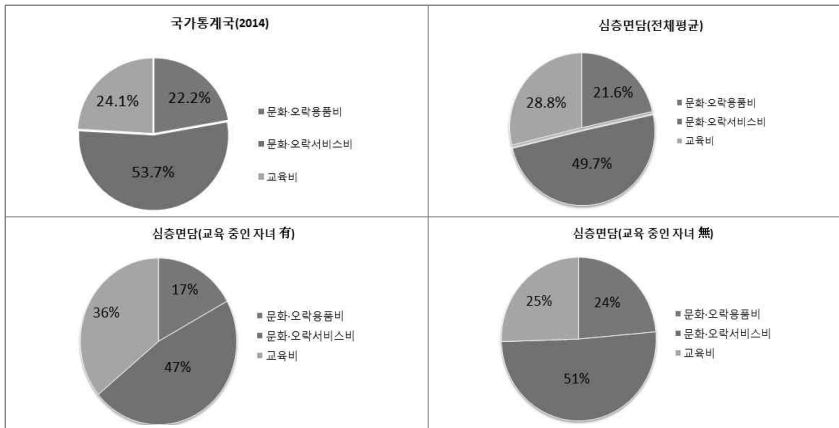
연 번	문화소비			기본정보			자녀교육 여부	
	문화오락 용품비	문화오락 서비스비	교육비	연령	직업	연평균 소득	교육중	종료 or 불필요
①	10%	50%	40%	70년대생	학교교사	10만 위안 이상		○
②	10%	35%	55%	80년대생	대사관 직원	10만 위안 이상	○	
③	10%	70%	20%	80년대생	대사관 직원	8만~10만 위안		○
④	20%	60%	20%	90년대생	대사관 직원	4만~8만 위안		○
⑤	10%	60%	30%	80년대생	직장인	8만~10만 위안		○
⑥	30%	60%	10%	60년대생	가사도우미	3만~4만 위안		○
⑦	40%	30%	30%	70년대생	식당종업원	3만~4만 위안		○
⑧	30%	40%	30%	60년대생	연구원	10만 위안 이상	○	
⑨	60%	40%	0%	90년대생	과일가게 아르바이트	4만~8만 위안		○
⑩	20%	30%	50%	60년대생	대학교수	10만 위안 이상	○	
⑪	20%	50%	30%	80년대생	직장인	10만 위안 이상	○	
⑫	20%	30%	50%	50년대생	유학원 사장	10만 위안 이상		○
⑬	10%	60%	30%	90년대생	유학원 직원	4만~8만 위안		○
⑭	30%	40%	30%	80년대생	유학원 직원	10만 위안 이상		○
⑮	20%	60%	20%	70년대생	대학교직원	10만 위안 이상		○
⑯	5%	80%	15%	70년대생	기업 CEO	10만 위안 이상	○	
⑰	무응답	무응답	무응답	50년대생	무직	3만~4만 위안		○

〈표 1〉에서 유치원생이나 학업중인 자녀를 둔 면담대상자와 자녀교육이 종료되었거나 미혼 혹은 자녀가 없는 면담대상자를 구분하였다. 문화소비에 있어서 교육소비의 경우 학업중인 자녀가 있는지 여부가 교육비 지출비중에 가장

큰 영향을 주는 변수로 작용하기 때문이다. 면담대상자는 베이징시 후커우(户口) 소지자 및 베이징시에 10년 이상 거주한 중국인으로 설정하였다. 총 대상 자수는 17명으로 50년대생, 60년대생, 70년대생, 80년대생, 90년대생이 각각 2명, 3명, 4명, 5명, 3명 등 다양한 연령대를 포함하고 있다. 면담대상자가 종사하는 직종은 다양하다. 노동자 및 단순노무자 3명, 사무직 종사자 3명, 교사 및 교육관련 기업 종사자 6명, 기업을 2명, 무직 1명, 기타 2명으로 비교적 다양한 계층군으로 구성하였다. 이들의 연평균 소득은 10만 위안 이상이 9명으로 가장 많았고 다음은 4만 ~ 8만 위안 미만이 3명으로 두 번째로 많았다. 8만 ~ 10만 위안 미만과 3만 ~ 4만 위안 미만이 각각 2명씩이었고 2만 ~ 3만 위안 미만이 1명이었다. 10만 위안 이상의 대상자는 모두 대졸이상의 학력 소지자였다.

2. 문화소비 지출구조

〈그림 4〉 베이징시 도시주민의 문화소비 지출구조³¹⁾



주 : 심층면담을 실시한 시기와 국가통계국 발표 데이터와의 시간적 차이가 2년 발생하였음을 밝힌다.

출처 : 심층면담 자료와 北京市统计局, 『北京统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015, p. 217의 자료를 연구자가 계산하여 정리.

31) 면담대상자 중 50년대생 한 명이 문화소비 지출비중을 묻는 질문에 응답하지 않아 문화소비지출비중 산출에는 제외되었음을 밝힌다.

〈그림 4〉에서 심층면담과 통계데이터상의 베이징시 도시주민의 문화소비 지출 비중을 알 수 있다. 문화·오락용품비에 대한 지출비중은 각각 22.2%와 21.6%로 비슷하다. 그러나 문화·오락서비스비와 교육비에는 약간의 차이가 있다. 심층면담 결과 교육비와 문화·오락서비스비에 대한 연평균 지출비중은 각각 28.8%와 49.7%로 통계데이터와 비교해 보면 교육비가 4.7% 더 지출을 하며 문화·오락서비스비는 4% 덜 지출하는 것으로 나타났다.

그러나 면담자 중 교육비에 대한 지출비중이 0%에서 55%까지 편차가 큰 것으로 드러났다. 다양한 요인이 있으나 크게 두 부류로 구분이 된다. 첫째, 학교를 다니고 있는 자녀를 둔 면담대상자(5명)이다. 이들의 문화소비구조에서 교육비가 차지하는 평균 지출비중은 36.0%로 통계데이터와는 11.9%p의 차이를 보였다. 둘째, 미혼이거나 자녀가 없는 면담대상자, 또는 자녀교육이 종료된 면담대상자(11명)이다. 이들의 평균 교육비의 지출비중은 25%로 역시 통계데이터보다 0.9%p 큰 지출비중을 나타냈다. 그러나 직업적인 특징으로 교사이거나 교육관련 기업 종사자의 경우 비교적 높은 지출비중을 보였는데 가장 높은 지출비중은 50%였다.

문화·오락서비스비는 면담대상자들 마다 다양한 지출비중을 보였는데 적게는 30%에서 많게는 80%까지의 편차를 보였다. 소득수준이 높은 면담대상자일수록 문화·오락서비스비에 대한 지출 비중이 높았다.

또 면담조사 결과 소득수준이 낮은 대상자일수록 문화·오락용품비에 대한 지출비중이 많게는 60%로 높았으며, 소득수준이 높은 대상자일수록 지출비중이 적게는 5%로 나타났다.

3. 소비행위 변화

(1) 여행소비의 증가

문화·오락서비스비 중 어느 분야에 가장 많은 지출비중을 두고 있는지에 대한 질문에 면담대상자 16명 중 12명이 여행소비에 가장 큰 비중을 두고 있다고 답하였다. 주말에는 근교로 여행을 가고 공휴일 및 휴가기간에는 거주도시

를 떠나 타 지역으로 여행을 떠난다. 면담대상자들은 여행소비를 필수소비로 인식하고 있다. 이는 비단 국내여행에만 국한된 것이 아니라 최근 몇 년 사이 해외여행소비가 활발하게 이루어지고 있다. 조사결과 불과 5~6년 전에는 국내 여행이 주를 이루었으나 3~4년 전부터 해외여행을 가기 시작하였다.³²⁾

해외여행 소비가 급증한 주 원인으로는 주민 가처분소득의 증가가 가장 중요한 작용을 한다. 중국인들의 소득수준이 소비수준을 결정하고 소비결정에 대한 만족도에 따라서 소비구조의 변화를 가져오는데 소득수준이 향상되면 여행 소비가 큰 폭으로 증가한다.³³⁾ 조사에 의하면 해외여행경험 국가는 한국, 일본, 태국, 대만³⁴⁾, 싱가포르, 말레이시아, 러시아, 미국, 괌, 독일, 영국, 오스트레일리아, 스페인, 이태리, 프랑스, 몰디브 등 다양한 나라의 여행경험을 가지고 있었다. 해외여행 경험이 있다고 답한 12명의 응답자 중 11명이 한국을 방문한 경험이 있었다.³⁵⁾ 이들 중에는 연중 1~2회 우리나라를 방문하여 휴가를 즐기는 면담대상자도 있었고, 앞으로 재차 한국을 방문할 계획을 가지고 있는 대상자들도 있었다. 해외여행 경험이 있는 대상자들은 매년 평균 1~2회 해외 여행을 가며 많게는 매년 5~6회 해외여행을 간다고 답하였다.

(2) 교육비의 격차

응답자들의 교육소비에 대한 지출은 평균 28.1%로 2014년 통계국에서 발표한 24.1%보다는 많은 것으로 조사되었다. 교육소비의 절대금액 면에서는 더욱 큰 격차가 존재한다. 특히 자녀를 둔 대상자 중 학업이 종료된 자녀를 둔 대상자보다 학업 중에 있는 자녀를 둔 대상자들의 교육비 지출비중이 더 많았다. 아직 학업을 마치지 않은 자녀를 둔 대상자들의 평균 교육비 지출은 36%였

32) 이는 국가통계국에서 발표한 베이징시 아웃바운드 관광객 수 추이를 살펴보면 확인할 수 있다. 베이징시의 아웃바운드 관광객 수는 2005년 이후 급격히 증가한 이후 2011년 184만 3,000명이었던 것이 2012년에 와서 272만 5,000명으로 한 차례 더 급증하였다.

33) 姚丽芬 外, “中国居民收入与旅游消费关系的协整分析.” 『地理与地理信息科学』 第06期, 2010, p. 92.

34) 해외여행 경험이 있는 면담대상자들은 대만을 외국으로 인지하고 있었다.

35) 앞서 밝힌바와 같이 2014년 현재 베이징시 주민 73만 7,000명이 우리나라로 출국하여 출국국가 중 1위를 차지하였다.

다. 이들 중에는 교육비 지출비중이 50%이상도 있었는데 베이징 소재 국제학교를 진학하거나 해외유학 중이었다. 현재 의무교육이 실시되고 있는 중국은 자녀교육의 대부분을 사교육비로 지출하고 있다. 베이징에서 고등학교에 진학한 자녀에게 연간 약 6만 위안을 사교육비가 지출한다고 답한 면담대상자도 있다.³⁶⁾ 이들의 사교육비 종류는 각종 중요과목의 과외, 영어, 미술, 피아노, 스포츠 등 다양했다. 자녀교육이 종료된 대상자 중 자녀가 해외유학 당시 연간 약 20만 위안이 자녀교육비로 지출된다고 답한 대상자도 있었다.³⁷⁾ 통계국에서 발표한 2014년 현재 베이징 도시주민 일인당 교육비 지출금액이 1,006.0 위안인 것과는 상당한 격차가 존재한다. 胡咏梅·吴 爽(2008)의 연구에 의하면 2008년 베이징시의 연소득 지니계수³⁸⁾와 교육지출 지니계수, 교육부담의 지니계수가 각각 0.5408, 0.5389, 0.5173³⁹⁾으로 2008년에 이미 베이징시의 계층 간 교육소비의 격차가 상당히 크고 불평등 정도가 심한 것으로 나타났다.

미혼 혹은 자녀가 없거나 자녀교육이 종료된 대상자들은 주로 성인교육비로 대부분의 교육비가 지출되고 있다. 교육비 지출이 0%인 대상자도 있었으나 1년에 10만 위안 이상을 자기계발을 위한 교육비로 지출한다는 응답자⁴⁰⁾는 주로 외국어학원을 다니거나 웰빙생활 관련 도서, 패션잡지 등을 구입한다. 취미

36) 연변⑧ 녹취: “지금 아이가 16세이다. 그래서 기본적으로 자녀교육비에 대부분 지출된다. 1년에 6만 위안 정도가 자녀교육비로 지출된다. 매월 5,000위안 정도 자녀교육비로 지출된다고 보면 된다. 현재 과외비가 한 시간에 200위안 정도 된다.”

37) 연변⑩ 녹취: “현재 교육비 지출로는 도서구입을 주로 한다. 아들이 올해 33살로 이미 학업을 마쳤기 때문에 자녀교육비 지출은 없는 상태이다. 아들이 캐나다 유학시절까지만 하더라도 자녀교육비로 많은 금액이 지출되었다. 1년에 약 20만 위안을 자녀교육비로 지출했었다.”

38) 이탈리아의 인구학자·통계학자·사회학자인 지니(Corrado Gini)가 소득분포에 관해 제시한 통계적 법칙인 '지니의 법칙'에서 나온 개념이다. 빈부격차와 계층간 소득분포의 불균형 정도를 나타내는 수치로, 소득이 어느 정도 균등하게 분배되어 있는지를 평가하는 데 주로 이용된다. 지니계수는 0과 1 사이의 값을 가지는데, 값이 0에 가까울수록 소득분배의 불평등 정도가 낮다는 것을 뜻한다. 보통 0.4가 넘으면 소득분배의 불평등 정도가 심한 것으로 본다(두산백과, 검색일 : 2016년10월22일, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1222222&cid=40942&categoryId=31609>).

39) 胡咏梅·吴 爽, “北京市居民家庭义务教育负担实证研究” 『教育科学研究』 第06期, 2008, p.

40) 연변① 녹취: “나는 심리학 방면의 책을 좋아하기 때문에 심리학 관련 잡지나 도서를 구입해서 읽는다. 그리고 매달 웰빙생활 관련 잡지와 도서, 패션잡지를 구입한다.... 성인교육이나 자기개발 위주의 학원에 지출하는 교육비가 비교적 많은 편이다. 예를 들어 영어학원에 다니고 사업관련 강연 등을 듣는다. 교육비에 관련한 지출은 1년에 10만 위안으로도 부족하다. 현재 학원비가 상당히 비싸기 때문이다. 내가 지금 다니고 있는 영어학원의 고급반 수업료는 1년에 10만 위안이 넘는다. 매달 분할 납부할 수 있다.”

생활 위주의 지출이 증가하는 추세인데 문학서적, 외국어학습, 댄스, 피아노 등 다양한 소비를 하고 있었다. 최근 중국의 인터넷 보급률 증가⁴¹⁾와 스마트폰 사용 증가⁴²⁾로 인해 전자도서 구입이 증가하고 있다. 미혼인 대상자들은 주로 종이책 보다는 훨씬 저렴한 전자도서를 구입하기 때문에 교육비에 대한 지출이 적은 편이다.⁴³⁾ 자녀교육이 종료된 대상자들은 자녀가 교육을 받는 기간에는 문화소비의 70%이상을 자녀교육비로 지출한 것으로 조사되었다. 자녀교육이 종료되면서 교육비로 지출되었던 금액의 상당부분이 문화·오락서비스비, 특히 여행소비로 지출되고 있다.

(3) 소비욕구 증가

중국정부가 다방면으로 실시하고 있는 문화산업관련 정책들이 실제 문화소비생활에 있어서 영향을 받는다고 생각하느냐는 질문에 17명 중 10명이 영향을 받을 것이라고 답하였다. 그러나 응답자 중 대다수는 문화산업관련 정책들로 인해서 베이징시의 문화산업이 발전하게 된 계기를 마련하였지만 개인적인 체감도는 낮은 편이다. 응답자 중 50년대생과 60년대생은 베이징시의 문화산업 관련 시설들을 자주 이용함으로써 직접적인 영향을 받는 것으로 조사되었다. 예컨대 박물관, 경극, 연극, 영화, 전시회 토크쇼 등을 주로 관람하는 대상자는 베이징시 정부의 정책적인 지지가 있었기에 다른 도시들보다 더 발전하였고 개수가 많아 문화적 혜택을 쉽게 누릴 수 있다고 답했다. 그러나 이러한 문화산업관련 정책적 지원이 있는 것은 알고 있지만 자신의 문화소비에는 영향을 받지 않는다고 응답한 대상자도 있다(17명 중 7명). 이들 중 다수는 문화소비

41) 2015년 현재 베이징시의 인터넷 보급률은 75.3%, 네티즌 수는 1,593만 명으로 전국 1위를 차지하였다(左盛丹, “CNNIC: 国内互联网普及率北京居首 达75.3%”, 『中国新闻网』 2015年02月03日).

42) 중국의 스마트폰 보급률은 빠르게 증가하고 있다. 2013년만 하더라도 스마트폰 보급률이 21%에 불과하였으나 2015년 현재 2년 사이 무려 37%가 증가하여 58%의 스마트폰 보급률을 기록하였다(邓旭, “中国智能手机普及率58% 全球普及率43%”, 『中关村在线』 2016年07月29日).

43) 연번④ 녹취: “나는 이미 학교를 졸업했다. 교육비는 주로 도서나 잡지를 보는데 책으로 구입하지 않고 주로 전자도서를 이용한다. 아주 저렴하다. 몇 위안 정도면 전자책 한권을 구입할 수 있다. 혹은 스마트폰을 이용하여 신문을 보거나한다. 젊은이들은 웨이보(微博)를 통해 신문 보는 것을 좋아한다.” 연번⑤ 녹취: “전자도서를 이용하기 때문에 도서구입비로는 적은 금액을 지출하고 있다.... 외국어교육비는 인터넷강의를 듣기 때문에 비교적 저렴한 편이다.”

를 필수소비로 인식하고 있기 때문에 정책에 의한 영향을 받기보다는 개인의 기호에 따라 소비하고 있다고 밝혔다.

최근 몇 년 사이 중국경제의 경기침체로 소비자들의 소비심리가 불안한 가운데 베이징시 주민의 문화소비에 대한 욕구는 어떠한지 살펴보았다. 비교적 안정적인 직업을 가진 면담대상자는 경기침체가 자신의 문화소비에 크게 영향을 주지 않는다고 답하였다(교사 및 교육관련 기업 종사자, 사무직 중 정부기관에 종사하는 자). 앞으로 경기가 회복되거나 자신의 소득이 증가한다면 문화소비에 있어서 가장 먼저 여행소비에 지출하기를 희망(17명 중 13명)하여 여행소비에 대한 소비욕구가 강한 것으로 드러났다.

면담대상자들 중 2명을 제외하고는 자신을 저소득계층이라고 생각하지 않고, 또 고소득계층이라고도 생각하지 않았다. 연평균 소득이 통계기준 저소득계층에 속하는 2만 위안 이상~3만 위안 이하인 대상자도 자신을 중등소득계층에 속한다고 답하였고, 연평균 소득이 100만 위안 이상인 대상자도 자신을 중등소득계층에 속한다고 답하였다.⁴⁴⁾ 또한 자신의 현재 소득수준에 만족하지 않고 더 많은 소득과 소비가 필요하다고 답하여 향후 중국인들의 소득수준이 향상됨에 따른 문화소비가 더욱 증가할 것임을 예상할 수 있다.

IV. 결론

중국인들의 소득수준이 빠르게 향상됨에 따라 소비에 대한 질적인 변화를 가져왔다. 과거 의·식·주와 관련한 생계형 소비위주에서 삶의 질을 중시하는 향유형 소비위주로 빠르게 전환하여 왔다. 특히 대도시일수록 문화소비가 증가하는데 베이징시의 경우 문화적 자산이 풍부하고 다양한 문화산업정책 지원 등의 환경적 조건은 향상된 주민소득수준과 맞물려 문화소비가 빠르게 증가하고 있다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 문화소비 지출구조가 변하였

44) 통계기준으로 저소득계층군에 속하는 대상자가 자신을 중등소득계층으로 생각한다는 것은 자신보다 더 높은 소득계층군의 소비를 지향한다고 할 수 있다. 이는 곧 소비동조화 현상을 야기 시키는 요인이 되기도 한다.

다. 문화소비를 크게 문화·오락용품비, 문화·오락서비스비, 교육비로 구분할 수 있다. 2008년 베이징 올림픽을 기점으로 문화소비구조의 변화가 시작되었는데 특히 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 급격하게 증가하였다. 2008년에서 2014년 사이 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 32.5%에서 53.7%로 무려 21.2%p 증가하였다. 반면 교육비의 지출비중은 동기간 33.9%에서 24.1%로 9.8%p 감소하였다. 이는 평균적으로 가구에서 소득이 증가하면 교육에 대한 지출이 가장 많이 늘어나는 것에 반하는 결과이다. 2014년 현재 여행소비가 주를 이루는 문화·오락서비스비의 지출비중이 53.7%로 가장 높은 만큼 여행은 중국인들의 일반적인 여가생활이 되었다. 면담대상자 중 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 낮게는 30%, 높게는 80%로 다양했다. 소득수준이 높을수록 문화·오락서비스비에 대한 지출비중이 높았다. 둘째, 여행소비가 급격히 증가하였다. 이는 국내여행에만 국한된 것이 아니라 최근 몇 년 사이 해외여행소비가 급증하였다. 우리나라는 베이징시 주민이 가장 많이 찾는 해외여행지로 2014년 현재 73만 7,000명이 방문하였다. 중국인들에게 여행소비는 필수소비로 인식되고 있다. 셋째, 교육소비의 격차가 크다. 크게 학업중인 자녀를 둔 그룹과 자녀교육이 종료되었거나 미혼 및 기혼이나 자녀가 없는 그룹으로 나눌 수 있다. 전자는 교육소비의 대부분이 자녀교육, 특히 사교육비로 지출이 되었다. 후자의 경우 자기계발을 위한 교육비로 지출비중이 0%에서 50%까지 다양했다. 향후 베이징시 주민의 교육소비에 있어서 질적인 향상을 가져올 것이다. ‘한 자녀 정책’을 고수하던 중국이 두 자녀를 공식적으로 허용함으로써 출산율 증가가 예상되며 중국인들의 높은 교육열로 인해 자녀의 조기교육이 더욱 앞당겨지며 다양해질 전망이다. 예를 들어 유치원, 국제학교, 유학, 온라인교육 등 다양한 교육소비가 왕성하게 이루어질 것이다. 넷째, 문화소비욕구가 증가하고 있다. 특히 여행소비에 대한 소비의욕이 높았다. 향후 소득이 증가한다면 문화소비 중 가장 선호하는 것이 여행소비(17명 중 13명)로 여행소비에 대한 소비욕구가 강한 것으로 드러났다. 2000년에서 2014년 사이 해외여행자 수가 약 29.9배 증가하였다. 이는 동기간 중국전체 해외여행자 수가 10.2배 증가한 것 보다 약 3배 많은 증가이다.⁴⁵⁾ 이러한 추세를 본다면 향후 베이

징시 주민의 해외여행은 더욱 증가할 것으로 예상된다.

이상과 같은 연구결과는 단순히 통계데이터로는 알 수 없는 것이다. 본 연구는 특정지역의 현지 심층면담을 실시함으로써 통계수치로는 밝혀낼 수 없는 중국인들의 문화소비에 대한 특징 및 문화소비의 행위변화를 확인하였다는 것에서 연구의 가치를 찾을 수 있다. 그러나 중국지역마다 소득·소비의 격차가 크고, 특히 문화소비의 격차는 더 크기 때문에 본 연구를 통해 중국 전체의 문화소비 특징을 알 수는 없다. 이를 보완하기 위해 향후 각 지역별, 도시별 문화소비에 대한 연구와 함께 지역 간 비교연구가 진행될 것이다.

45) 中国统计局, 「中国统计年鉴」, 北京, 中国统计出版社, 2006, 2015, 17-9 旅游发展情况.

참고문헌

1. 단행본

- 이정화, 『문화소비』, 커뮤니케이션북스, 2015.
- 赵磊, 『一带一路:中国的文明型崛起』, 中信出版社(China DITIC Press), 2015.
- 中国社会科学院文化研究中心, 『中国文化消费报告(2014)』, 社会科学文献出版社, 2014.
- 中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室·中国社会科学院文化研究中心, 『中国文化消费报告(2014)』, 社会科学文献出版社, 2014.
- 国家统计局, 『中国统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2013.
- 国家统计局, 『中国统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 2015.
- 北京市统计局, 『北京统计年鉴』, 北京: 中国统计出版社, 各年度.
- 中华人民共和国国家统计局, 『中国统计摘要』, 中国统计出版社, 2016.

2. 논문

- 김성자·이중희, “중국 베이징시 교통·통신비의 소비구조변화.” 『中國學』 第47輯, 2014.
- 김성자·이중희, “베이징시 소득계층별 문화소비추세 분석 - 해외여행소비를 중심으로-.” 『국제지 역학논총』 제7권 1호, 2014.
- 吳惠貞·金星子, “베이징시의 문화소비추세와 공연예술산업 발전관계.” 『CHINA 연구』 제17집, 2014.
- 沈晓平·王曦, “科技创新与文化消费提速北京创意产业.” 『科技智囊』 第09期, 2012年.
- 方 圆, “河北省城镇文化消费及其对经济增长影响的研究.” 河北经贸大学硕士论文, 2011.
- 贾玉娥 外, “河北省城镇居民文化消费现状研究.” 『河北省社会主义学院学报』 第03期, 2011.
- 郭俊华, “京津冀文化消费水平实证研究.” 『天津大学学报(社会科学版)』 第01期, 2013.
- 胡咏梅·吴爽, “北京市居民家庭义务教育负担实证研究.” 『教育科学研究』 第06期, 2008.
- 刘敏, “北京网络文化消费现状及问题.” 『中国国情国力』 第07期, 2016.
- 孟固, “文化消费与文化产业——以北京为例.” 『城市问题』 第03期, 2001.
- 孟亚明 外, “河北文化产业集群与文化消费市场的综合培育研究.” 『石家庄经济学院学报』 第03期, 2014.
- 戎素云·闫 韡, “河北省文化消费条件影响居民文化消费的实证分析.” 『消费经济』 第01期, 2013.
- 姚丽芬 外, “中国居民收入与旅游消费关系的协整分析.” 『地理与地理信息科学』 第06期, 2010.
- 赵易 外, “关于河北省居民文化产业消费习惯的调查报告.” 『现代商业』 第30期, 2012.

3. 기타

두산백과, 검색일: 2016년10월22일, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1222222&cid=40942&categoryId=31609>

통계청, 『가계동향조사』, <http://kosis.kr/>.

百度百科, 검색일: 2016년10월08일, <http://baike.baidu.com/item/%E6%96%87%E5%8C%96%E6%B6%88%E8%B4%B9/942672?fr=aladdin>.

邓旭, “中国智能手机普及率58% 全球普及率43%.” 『中关村在线』 2016年07月29日.

陈雪柠, “消费对北京经济增长贡献率近七成.” 『北京日报』 2016年10月11日.

关逸民, “文化, 你消费了吗?—从北京文化产业文化消费看百姓文化需求.” 『中国信息报』 2015年12月09日.

“2015年北京市居民人均消费支出同比增长8.7%.” 『中国青年网』 (온라인)2016年01月21日, http://news.youth.cn/jsxw/201601/t20160121_7552816.htm.

HKTC, “China’s 13th Five-Year Plan: The Realities of Rising Consumer Demand”, RESEARCH 經貿研究, 2016年06月28日.

李洋, “第三届惠民文化消费季启动, 同时公布北京文化消费指数 北京人文化消费自掏腰包增多.” 『北京新闻』 2015年08月26日.

姜樊, “中国旅游者人均旅行花费近万元.” 『北京晨报』 2016年10月11日.

冯其予, “上半年消费对经济增长贡献率达73.4%.” 『人民网』 2016年10月10日.

苏丹, “2013 中国文化消费指数发布——文化消费存在巨大市场空间.” 『文化周刊 文化纵横』 2013年12月07日.

市地宝, “2014年度北京职工平均工资6463元(附全国309个城市平均工资单).”(온라인) 2015年06月12日, <http://bj.bendibao.com/news/201568/190770.shtm>.

佚名, “2014年度‘中国省市文化产业指数’及‘文化消费指数.’” 『中国社会科学网』 2015年02月16日.

温源, “文惠卡 能给文化消费市场带来啥.” 『光明日报』 2015年09月10日.

“2015中国文化消费指数发布 消费能力水平等均上升.” 『中国网』 2015年11月01日.

左盛丹, “CNNIC : 国内互联网普及率北京居首 达75.3%.” 『中国新闻网』 2015年02月03日.

Abstract

The Trend of Cultural Consumption of Chinese Residents
: Focusing on the in-depth interviews with the residents of Beijing

Lee, Jung-Hee(Pukyong National University)
Kim, Sung-Ja(Pukyong National University)

In the research, I surveyed the residents of Beijing in depth so that I can find out the status of Chinese' Cultural consumption and what features it has because it is not so simple to figure it out with the usual statistical data. The findings are as follows. First of all, the system of spending has changed. As of the 2008 Beijing Olympics, the structure has started changing. Especially, the higher their income level is, the higher the expenditure of Cultural and Recreational Articles is. Secondly, the consumption of travels has dramatically grown. It is not limited to domestic trips. In recent years, their spending on overseas trips has rapidly increased. It seems that the Chinese considered the consumption of the travels necessary. Thirdly, there is a big gap between the groups who spend on education. They are classified into such two groups as the first group who has children who study in school and the second group whose children have finished their study, who does not have a child, or who is single. In the former, the members of the group spend their income on educating their children, which is, especially, private education. In the latter, they expended their income on self-improvement, which is ranging from 0 percent to 50 percent in their consumption. Finally, Chinese' needs to spend on culture has been increasing. In particular, they showed their appetites for spending on trips. Most of them said they would expend their earnings on travels if they made bigger money later, which means they have strong needs for expending on trips.

Key words : Beijing, Cultural Consumption, Consumption of Travels, Spending on Education, Needs to Spend

투고일 : 2016년 10월 31일 • 심사일 : 2016년 11월 25일 • 게재확정일 : 2016년 12월 22일

