중국 권역별 · 성별 기초자료 12-06

2012년 6월 19일

광저우(廣州)시 주요 소비특징 및 상권

신흥지역연구센터 중국권역별 · 성별연구단 김홍원 연구원

KIEP 대외경제정책연구원
www.kiep.go.kr

요약

▶ 역사적으로 오랜 통상도시인 광저우시는 광둥성 내 경제 및 소비 규모가 가장 크며, 공업 대도시인 포산(佛山)시와 도시통합계획이 진전 중임.

- 광저우시는 진한(秦漢) 시대 이래 중국 대외통상에 핵심적인 도시였으며, 현재에도 중국에서 가장 큰 무역박람회인 캔톤페어(Canton Fair)가 매년 개최되어 중국 대외무역의 중요한 역할을 담당하고 있음.
- 광저우는 광둥성 내 경제 · 소비 규모가 가장 크고, 인구가 가장 많은 도시이며, 수출입규모와 소득수준은 광둥성 내 3위임.
- 지리적으로 광둥성의 중앙에 위치하고 있으며, 광둥성의 대표적인 공업도시 중 하나인 포산시와 향후 광포(廣佛)경제권을 형성하여 도시 경제 · 산업 규모를 더욱 확대할 계획임.

▶ 광저우시 소비시장은 최근 5년간(2005~10년) 안정적으로 성장하고 있으며, 소득계층 간 소득격차가 크고, 소득수준이 비슷한 다른 도시에 비해 소비성향이 매우 높은 특징을 보임.

- 최근 5년간 광저우시 소비재판매액 평균성장률은 18.7%로, 2009년(13.4%)을 제외하고 소비재판매액 증가율이 꾸준히 상승해 왔음.
- 2010년 광저우시 소득배율(상위 20%의 소득/하위 20%의 소득)은 5.0으로 상하이(4.2)보다 높으며, 소비성향(소비/소득)은 81.6%로 선전시(70.4%), 상하이시(72.9%)를 모두 상회함.
- 특히 하위 20% 소득층의 소비성향은 106.5%에 달하며, 핵심소비계층의 소비성향(76.8%)도 선전시(59.1%)와 상하이시(65.2%)보다 높음.

▶ 광저우시는 교육 · 문화 · 여가 활동에 대한 지출비중이 높고, 휴대폰 및 자동차 보급률이 높으며, 제품품질에 대해 비교적 민감한 편임.

- 광저우시는 중국 평균수준 및 상하이시와 비교하여 기초소비에 대한 지출은 상대적으로 낮은 편이나, 교육 · 문화 · 여가 활동에 대한 지출비중이 비교적 높음.
- 휴대폰, 자동차 등 고급소비재의 보급률이 상하이보다 각각 23%포인트, 7%포인트 높음.
- 광저우 시민은 제품의 품질에 대한 기대수준이 비교적 높으며, 구매결정 시 품질이 가장 큰 영향을 미치는 요소임.

▶ 광저우시 주요 상권은 구(舊)도심인 리완구, 웨시우구와 신(新)도심인 톈허구에 분포하며, 다른 도시와 비교해 도매시장이 매우 발달하였음.

- 광저우시의 상권은 웨시우구의 베이징루(北京路), 리완구의 상샤지우(上下九)로 대표되는 구도심상권과 톈허루로 대표되는 신도심상권으로 나눌 수 있음.
- 기존의 광저우시 상권의 중심은 웨시우구, 리완구, 톈허구에 집중되었으나, 도시가 팽창함에 따라 하이주(海珠)구, 바이윈(百雲)구 등 주변지역으로 점차 이동, 분산되는 현상을 보임.
- 광저우시 도매시장 규모는 광둥성 전체의 54.7%에 달하며, 주변의 제조업 단지에서 생산된 제품이 모여들었다가 다시 광둥성 전역으로 흩어지는 집산지 역할을 담당하고 있음.

중국 권역별 · 성별 기초자료 12-06

차 례

1. 일반 현황
가. 광저우시 개요
나. 행정구역별 현황

2. 소비시장 및 소비계층
가. 소비시장 규모 및 추이
나. 소비계층 분포

3. 소비구조 및 소비패턴
가. 소비구조
나. 소비패턴 특징

4. 주요 도심상권
가. 주요 도심상권 개요
나. 상권별 특징

참고문헌

1. 일반현황

가. 광저우시 개요

■ 광저우(廣州)시는 지리적으로 광둥성의 중심부에 위치해 있으며, 오랜 대외통상 역사를 지닌 중국 제1의 상업도시임.

– 광둥성의 성도(省都)인 광저우시는 동서로 길게 뻗은 광둥성의 중앙에 위치하여 포산(佛山), 둥관(東莞), 중산(中山) 등 주장(珠江)삼각주 주요 도시에 인접해 있음.

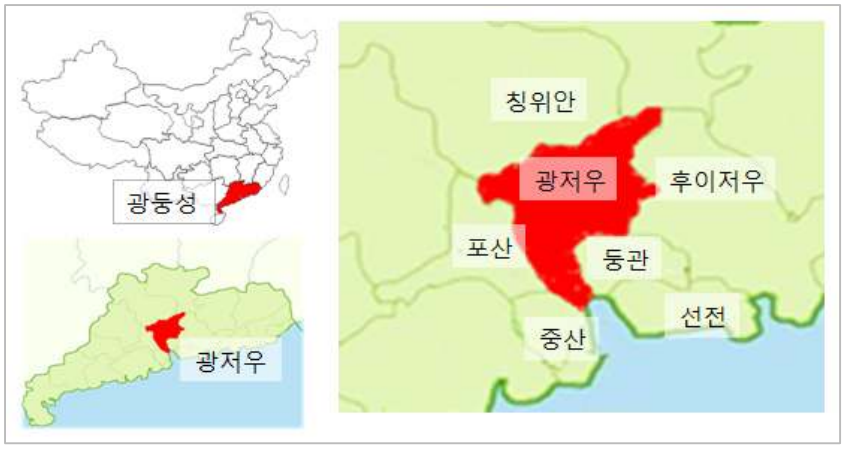
○ 특히 포산시가 광저우시와 지리 · 경제적으로 가장 밀접한 관계를 맺고 있음. 2009년 두 도시는 '광저우시 · 포산시 도시통합 건설합작협의(廣州市佛山市同城化建設合作協議)'를 체결하였고, 행정 · 교통 · 산업 등 다방면으로 도시 통합계획을 심도 있게 추진 중임.

– 광저우시는 천년의 역사를 지닌 상업도시(千年商都)이자 2010년 포브스(Forbes)지가 선정한 중국 제 1의 상업도시임.

○ 광저우시는 진한(秦漢) 시대 해양 실크로드의 시발점인 도시였고, 청대(淸代)에는 중국에서 유일한 대외통상 개방도시였음. 또한 1949년 신중국 수립 이후 해마다 중국 수출입상품교역회(Canton Fair)가 광저우시에서 개최되고 있는데, 이는 중국에서 가장 오래된 무역박람회임.

○ 포브스지는 인재지수, 도시규모, 구매력지수 등 8개 지표를 토대로 중국 100대 상업도시를 선정하였으며, 광저우시는 2009년 2위에서 2010년 상하이시(2위)를 제치고 1위를 차지하였음.[1)]

그림 1. 광둥성 광저우시의 위치



자료: 필자 작성.

■ 광저우시는 광둥성 내 인구가 가장 많고, 지역내총생산(GRDP), 소비재판매액 규모가 가장 크며, 각각 광둥성 전체의 12.2%, 23.4%, 25.8%를 점유함(표 1 참고).

– 광저우시 상주인구는 1,271만 명으로 광둥성 내 인구가 가장 많으나 면적은 광둥성 전체의 4.1%(12위)에 불과함.

1) 광저우는 8개 지표 중 여객운수, 화물운수에서 각각 1위를 차지함. Forbes China(http://www.forbeschina.com/list/772/more, 검색일: 2012. 4. 5)

○ 광저우시는 4대 직할시인 베이징, 상하이, 톈진(天津), 충칭(重慶)과 쓰촨성(四川省) 청두(成都)시에 이어 중국에서 여섯 번째로 인구가 많음.[2)]

– 광저우시의 2010년 지역내총생산과 소비재판매액은 각각 1조 748억 위안, 4,500억 위안으로 광둥성에서 가장 큰 규모임.

– 도시주민 가처분소득을 기준으로 한 광저우시 소득수준은 3만 658위안으로 둥관, 선전에 이어 3위임.

– 광저우시 수출입규모는 1,038억 달러로 선전, 둥관에 이어 3위이고, 외국인직접투자(FDI) 규모는 40억 달러로 지역 1위인 선전시보다 약 3억 달러 적음.

표 1. 광저우시의 주요경제지표(2010년)

지표	광저우시	전년대비 증가율(%)	광둥성 내 비중(%)
인구	1,271만 명	7.1	12.2
면적	7,287㎢	0.0	4.1
GRDP	10,748억 위안	17.6	23.4
1인당 GRDP	87,458위안	10.2	–
1인당 가처분소득	30,658위안	11.0	–
소비재판매액	4,500억 위안	24.4	25.8
수출입 총액	1,038억 달러	35.3	13.2
수출액	484억 달러	29.4	10.7
수입액	554억 달러	41.0	16.7
FDI(도착 기준)	40억 달러	5.3	19.7

자료: 『廣東統計年鑑2011』; 『廣州統計年鑑2011』; CEIC.

■ 광저우시에는 현재 8개의 지하철 노선이 운행되고 있으며, 이 중 하나는 포산시와 연결된 광역노선임. 또한 국제공항 1개와 기차역 3개가 있음(그림 2 참고).

– 1997년 광저우시에 지하철 1호선이 처음 개통되었고, 2010년 광저우 아시안게임을 준비하면서 교통인프라를 대대적으로 확충하였음.[3)]

○ 2008년 4개 노선, 총 길이 116km에서 2010년 8개 노선, 총 길이 222km로 구간이 늘어났음.

– 광저우시 정부계획에 따르면 2020년까지 20개의 도시 지하철 노선과 11개의 광역 지하철 노선(총 길이 1,041km)을 확장할 계획임.[4)]

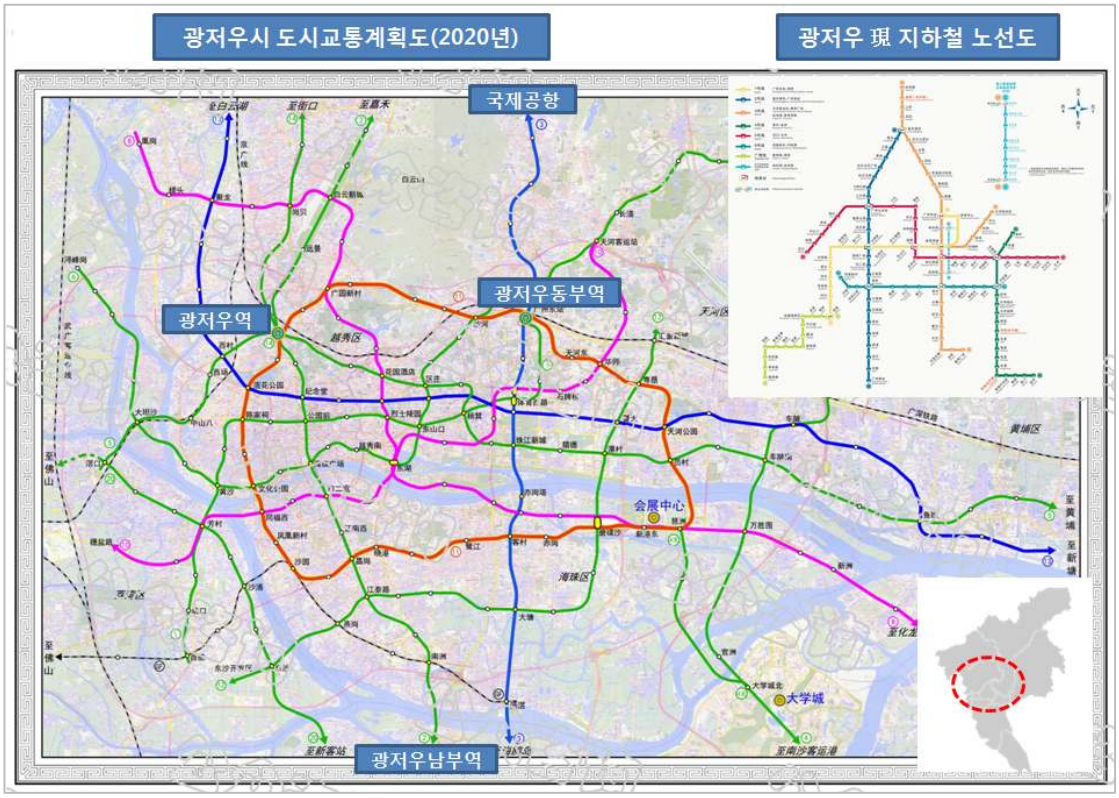
○ 광저우시 도시계획국(城市規劃局)은 2개의 중장기 도시교통계획안(2020년)을 발표하고, 현재 대중 의견을 수렴 중임.

– 광저우 바이윈(百雲)국제공항은 베이징, 상하이와 함께 중국 3대 항공허브임. 또한 광저우역, 광저우 동부역, 광저우 남부역에서 철도 운행을 하고 있고, 이 중 광저우 톈허구(天河區)에 소재한 동부역과 판위구(番禺區)에 소재한 남부역에서 고속철을 운행함.

○ 2010년 광저우 국제공항과 철도 이용객은 각각 5,664만 명과 9,362만 명에 달함.[5)]

2) 『信息时报』(2011. 12. 24), 「广州常住人口1270万」.
3) 『羊城晚报』(2008. 9. 13), 「广州地铁最新全景 地铁站名“全记录”」; 『广州日报』(2010. 12. 3), 「广州2012年六条地铁相继开通」.
4) 广州市城市规划局(http://www.upo.gov.cn/pages/zt/ghl/gdjtxw/default2.shtml, 검색일 2012. 4. 9).
5) 『廣州統計年鑑2011』.

그림 2. 광저우시 도시교통계획도 및 현재 지하철 노선도



주: 본 계획도는 두 개의 계획안 중 계획안 1에 해당함.
자료: 廣州市城市規劃局(http://www.upo.gov.cn/pages/zt/ghl/gdjtxw/default2.shtml).

나. 행정구역별 현황

■ 광저우시는 총 10개 구(區)와 2개 현급(縣級)시로 구성되어 있음.

- 10개 구 중 웨이시우(越秀)구, 하이주(海珠)구, 리완(荔灣)구, 톈허(天河)구는 시 중심부에 위치하고, 인구밀도가 매우 높으며, 도시 기능이 이들 지역에 집중되어 있음.
- 광저우개발구의 대부분이 뤄강(蘿崗)구에 있는데, 광저우시 정부는 현재 싱가포르와 합작하여 '광저우 지식도시(中新廣州知識城)' 프로젝트를 추진 중임.[6)]

○ 광저우개발구는 광저우경제기술개발구, 광저우첨단기술산업개발구, 광저우보세구, 광저우수출가공구를 통칭하는 말로, 광저우개발구의 대부분이 뤄강구 관할행정구역에 속해 있으나 일부 산업단지는 다른 행정구역에 속해 있음.

○ 뤄강구는 2005년 광저우시 정부가 기존 광저우개발구를 중심으로 주변 농촌지역을 통합 · 정비하여 하나의 행정관리 부문에 예속하기 위해 신설한 행정구역임.

○ 광저우 지식도시는 광둥성 정부와 싱가포르 정부의 협력하에 광저우 개발구와 싱브릿지 인터내셔널(Singbridge International)이 구체적인 건설계획을 세우고 2011년부터 본격적인 공사 · 개발을 진행 중임.

- 또한 난사(南沙)구와 현급시인 정청(增城)시에 국무원에서 비준한 국가급 경제기술개발구가 있음.

6) 주광저우총영사관(2011), 『관할 4개성 개황(광동, 광서, 복건, 해남)』.

그림 3. 광저우시 행정구역

자료: 필자 작성.

■ 웨시우구를 포함한 10개 구는 현급시와 비교해 인구밀도와 소득수준이 높고, 이 중 5개 구는 3차 산업이, 4개 구는 2차 산업이 집중적으로 발달함.

- 리완구, 웨시우구, 하이주구, 톈허구의 면적은 광저우시 전체의 3.8%에 불과하나, 광저우시 전체 인구의 39.8%가 분포함. 또한 상술한 4개 구와 바이윈(百雲)구는 3차 산업의 비중이 70% 이상을 차지하여 서비스업에 대한 지역경제 의존도가 높은 편임.

○ 특히 광저우시 행정중심지인 웨시우구의 인구밀도와 3차 산업 비중은 각각 34,240명/km^2, 97%에 달해 지역 내 가장 높음. 참고로 웨시우구 인구밀도는 상하이시에서 인구밀도가 가장 높은 황푸(黃浦)구(34,625명/km^2), 홍커우(虹口)구(36,299명/km^2)와 비슷한 수준임.

- 2차 산업 비중이 높은 4개 구 중 난사구와 뤄강구의 2차 산업 비중은 각각 81.0%, 79.4%에 달하며, GRDP 성장률 또한 17% 이상으로 지역 내 가장 높음.

- 10개 구 중 소득수준이 가장 높은 뤄강구와 웨시우구의 1인당 가처분소득은 각각 3만 1,362위안, 3만 1,068위안이며, 현급시를 제외한 지역구 간 소득격차는 크지 않은 편임.

○ 10개 구 중 소득수준이 가장 낮은 난사구(25,711위안)와 소득수준이 가장 높은 뤄강구(31,362위안)의 차이는 5,651위안 정도임.

■ 현급시인 정청(增城)시와 총화(從化)시의 토지면적, 인구, 경제규모는 각각 광저우시 전체의 48.3%, 12.8%, 7.1%를 차지함.

- 광저우시 전체 대비 정청시와 총화시의 토지면적은 넓으나 인구밀도가 낮은 편임. 2010년 정청시와 총화시의 상주인구는 각각 104만 명, 59만 명으로 2005년 대비 각각 28만 명, 12만 명 증가하였음.

○ 정청시와 총화시의 2005년 대비 인구증가율은 각각 30.7%, 10.4%로, 지역 내 인구증가율이 가장 높은 바이윈구(192.5%)와 비교해 높지 않은 편임.

- 정청시와 총화시의 경제규모는 각각 676억 위안, 185억 위안이며, 전년대비 각각 16.0%(지역 3위), 14.5%(지역 6위) 성장하였음.
- 두 지급시 모두 다른 지역구에 비해 1차 산업 비중이 높은 편이며, 정청시는 2차 산업 비중(54.3)이 다소 높으나, 총화시는 2차 산업과 3차 산업의 비중이 거의 대등한 수준임.

표 2. 행정구역별 주요 지표(2010년)

구분		토지면적 (㎢)	상주인구 (만 명)	인구밀도 (명/㎢)	GRDP (억 위안)	성장률 (%)	1인당 가처분소득 (위안)	산업구조
지역구	리완구	59.1	89.9	15,198	613	13.2	29,947	0.8 : 28.4 : 70.8
	웨시우구	33.8	115.7	34,240	1,640	10.1	31,068	0 : 3.0 : 97.0
	하이주구	90.4	155.9	17,248	710	13.6	28,754	0.5 : 18.6 : 80.9
	톈허구	96.3	143.4	14,883	1,833	13.0	31,431	0.2 : 14.9 : 85.0
	바이윈구	795.8	222.5	2,796	930	13.0	29,738	2.8 : 24.6 : 72.6
	황푸구	91.0	45.8	5,039	560	14.0	28,801	0.2 : 64.7 : 35.1
	판위구	786.2	175.7	2,247	1,051	15.5	28,226	4.3 : 41.2 : 54.5
	화두구	970.0	94.6	975	660	15.5	25,734	3.9 : 64.8 : 31.3
	난사구	527.7	26.0	493	480	17.1	25,711	2.9 : 81.0 : 16.1
	뤄강구	393.2	37.4	951	1,362	17.2	31,362	0.4 : 79.4 : 20.2
현급시	정청시	1616.5	103.8	642	676	16.0	24,274	7.3 : 54.3 : 38.4
	총화시	1974.5	59.4	301	185	14.5	19,445	9.7 : 46.1 : 44.2

자료: 『廣州統計年鑑2011』; 각 지역의 「2010年國民經濟和社會發展統計公報」

2. 소비시장 및 소비계층

가. 소비시장 규모 및 추이

■ 2010년 소비재판매액을 기준으로 광저우시 소비시장 규모는 4,500억 위안에 달하며, 최근 5년간(2005~10년) 베이징, 상하이보다 높은 성장률을 보임.

- 2010년 광저우시 소비재판매액은 전년대비 24.4% 성장하였으며, 이는 GRDP 성장률보다 6.8%포인트 높은 수준임.
- 광저우시 소비시장 규모는 광둥성 전체의 25.8%를 차지(지역 1위)하고, 베이징과 상하이 시장규모의 약 73%에 해당함.

표 3. 중국 주요 지역의 소비재판매액 및 성장률(2010년)

지역	소비재판매액 (억 위안)	CAGR(%)	1인당 소비재판매액 (위안)	CAGR(%)
베이징	6,229	16.5	31,750	11.0
상하이	6,071	15.3	26,359	9.5
광둥	17,458	17.2	16,721	14.3
광저우	**4,500**	**18.7**	**35,409**	**12.0**
선전	3,001	15.8	28,939	10.7

주: 성장률은 최근 5년간(2005~10년)의 연평균 명목성장률(CAGR: Compound Annual Growth Rate)을 의미함.
자료: CEIC Database;『中國統計年鑒2011』;『廣東統計年鑒2011』.

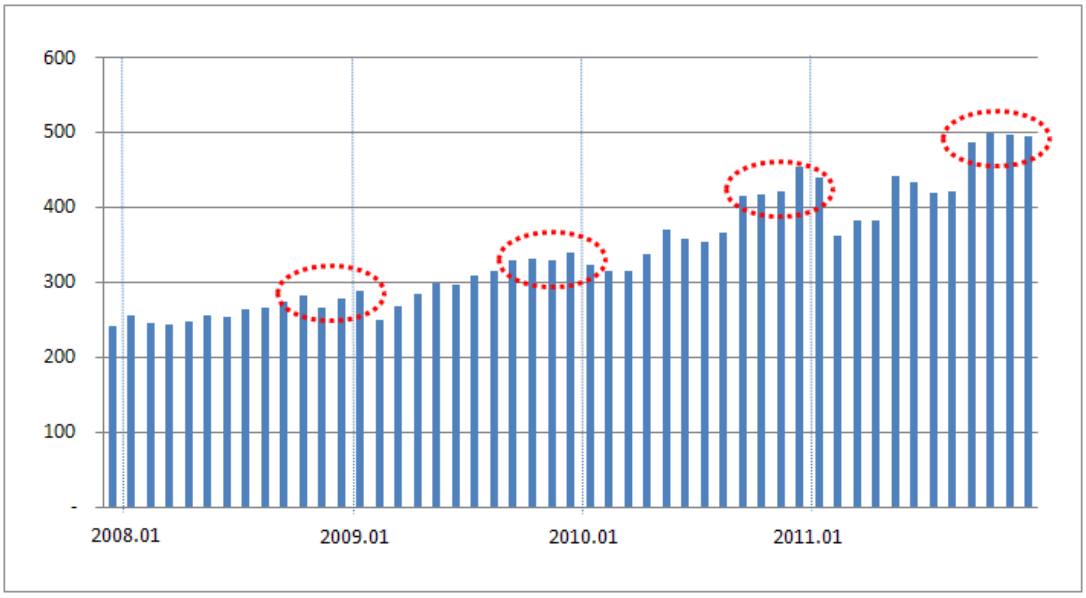
■ 광저우시의 월(月) 소비재판매액은 2008년 200억 위안 이상에서 2011년 400억 위안 이상으로 약 2배가량 성장함. 1년 중 10월부터 이듬해 1월 동안 매출액이 비교적 높은 편임.

– 광저우시 2011년 전체 소비재 판매액은 약 5,250억 위안이었으며, 2011년 10월 소비재판매액은 499억 위안을 기록하여 월 판매액 중 최고치를 기록함.

– 일반적으로 1년 중 하반기의 소비재판매액 수치가 월등히 높으며, 최근 2년간 그 증가율이 더욱 커짐.

그림 4. 광저우시 월별 소비재판매액 추이(2008~11년)

(단위: 억 위안)



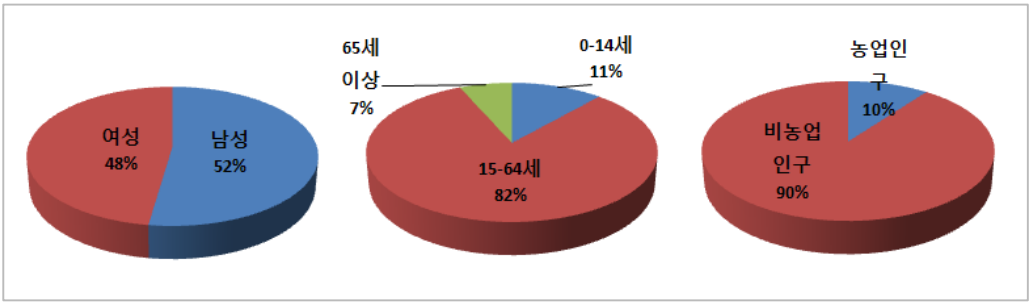
자료: 廣州統計局.

나. 소비계층 분포

■ 광저우시 상주인구 중 외지에서 유입된 인구 비중이 높고, 남성비중과 경제활동인구 비중이 비교적 높은 편임. 도시화율은 90%를 초과함(그림 5 참고).

- 지난 10년간 광저우시 평균 인구증가율은 2.5%로, 전국 평균보다 1.9%포인트, 광둥성 평균보다 0.6%포인트 높음. 현재 광저우시 상주인구의 37.5%(476만 명)가 광저우시 외부에서 유입된 인구임.
  - ○ 외부에서 유입된 인구 중 후난(湖南)성 출신(약 80만 명)이 가장 많으며, 그 다음으로 광시(廣西)성 출신이 40만 명, 후베이(湖北)성 출신이 35만 명, 쓰촨(四川)성 출신이 30만 명, 장시(江西)성 출신이 26만 명, 허난(河南)성 출신이 22만 명임.
- 최근 발표된 제6차 인구조사 결과에 따르면 광저우시 상주인구는 총 1,270만 명이며, 이 중 남성이 52.3%를 차지함. 이는 중국 평균(51.3%)보다 다소 높은 수준임.
- 광저우시 인구 중 15~64세에 해당하는 경제활동인구의 비중이 전체의 81.9%에 달하며, 광둥성(76.4%)과 중국 전체 비중(74.5%)보다 높은 편임.
- 광저우시 호적등록 인구 중 농업인구 비중으로 추정할 때 도시화 비율은 90%에 달하며, 실제 도시화 비율은 이를 상회할 것으로 보임.

그림 5. 광저우시 인구 분포도(2010년)



주: 인구 성비와 연령대 분포는 상주인구를 기준으로 계산하였고, 농업인구는 호적등록 인구를 기준으로 계산하였음.
자료: 大洋網(2011. 5. 17), 「廣州常住人口達1270.08萬 1/3爲外地户口」; 『廣州統計年鑒2011』.

■ 광저우시는 소득계층 간 소득격차가 크고, 다른 대도시에 비해 소비성향이 매우 높은 편임(표 4 참고).

- 2010년 광저우시 소득 상위 20%의 1인당 가처분소득은 5만 6,963위안으로 하위 20%(1만 1,049위안)의 5배에 달함. 광저우시 소득배율(상위 20%의 소득/하위 20%의 소득)은 선전시(5.1)와 비슷한 수준이며, 상하이(4.2)보다 낮은 수준임.
- 광저우시 소비성향은 81.6%로 다른 대도시에 비해 매우 높은 편임. 광저우시보다 1인당 가처분소득 수준이 높은 선전(3만 2,381위안), 상하이(3만 1,838위안)보다 각각 11.2%포인트, 8.7%포인트 높음.
  - ○ 특히 소득 하위 20%는 1인당 가처분소득 이상으로 지출하여, 소비성향이 106.5%에 달함.
  - ○ 또한 소득 상위 20%의 소비성향 역시 선전시, 상하이시보다 각각 22.5%포인트, 11.6%포인트 높음.
- 소비가능 규모를 기준으로 광저우시 잠재 소비시장의 약 60%가 소득 중상위 이상의 계층에 집중되어 있는데, 이는 선전시와 비슷한 수준임.

표 4. 광저우시 소득분위별 소득 · 소비 수준 및 소비가능규모(2010년)

항목	하위 20%	중하위 20%	중위 20%	중상위 20%	상위 20%	전체
가구당 평균 인구(명)	3.2	3.4	3.1	3.2	3	3.2
1인당 가처분소득(위안)	11,049	21,173	30,230	36,912	54,963	30,658
1인당 소비지출(위안)	11,768	18,896	23,495	29,301	42,200	25,012
소비성향(%)	106.5	89.2	77.7	79.4	76.8	81.6
소비가능규모(억 위안)	251	520	670	851	1,187	3,479
전체 대비 비중(%)	7.2	14.9	19.3	24.4	34.1	100

주: 1) 가구당 평균 인구는 광저우시의 500가구를 표본으로 조사된 결과임.
2) 소비성향은 가처분소득 중 소비에 지출되는 비중(소비/소득)을 의미함.
3) 소비가능규모는 소득분위별 전체 인구×1인당 가처분소득으로 추산함.
4) 전체 대비 비중은 소득분위별 소비가능규모가 전체 소비가능규모에서 차지하는 비중을 의미함.
자료: 『廣州統計年鑒2011』.

■ 광저우시 핵심소비주체(소득 상위 20%)의 1인당 소비지출은 상하이시를 상회하고, 핵심소비주체의 소비가능 규모는 상하이시의 약 절반에 해당함.

- 광저우시 소득 상위 20%인 핵심소비주체 인구는 약 216만 명으로 상하이시의 약 56%에 해당하며, 선전시와 비슷한 규모임.
- 광저우시 핵심소비주체의 1인당 가처분소득은 상하이시보다 적으나, 1인당 소비지출은 상하이시 수준을 상회하며 중국 전체보다도 12.5%포인트 높음.
- 광저우시 핵심소비주체가 해당 지역 잠재소비시장에서 차지하는 비중은 34.1%로, 이는 중국 전체 및 상하이시보다 약 3%포인트 낮은 수준임.

표 5. 광저우시, 상하이시, 중국의 도시 핵심소비주체(소득 상위 20%) 현황(2010년)

항목	단위	광저우시	상하이시	중국 전체
가구당 평균 인구	명	3	2.8	2.6
가구 수	만 가구	72	141	4,644
인구	만 명	216	388	11,866
1인당 가처분소득	위안	54,963	62,465	41,054
1인당 소비지출	위안	42,200	40,744	26,284
소비성향	%	76.8	65.2	64.0
소비가능규모	억 위안	1,187	2,425	48,716
전체 대비 비중	%	34.1	37.3	37.5

주: 1) 핵심소비주체 가구당 평균 인구는 상하이시 1,000가구 및 중국 전체 65,607가구를 표본으로 조사된 결과임.
2) 핵심소비주체 가구 수는 해당지역 도시인구x핵심소비주체 가구 수 비중(약 20%)으로 추산함.
3) 핵심소비주체의 소비가능규모는 핵심소비주체 전체 인구×1인당 가처분소득으로 추산하였음.
4) 전체 대비 비중은 핵심소비주체의 소비가능규모가 해당지역 전체 소비가능규모에서 차지하는 비중을 의미함.
자료: 『廣州統計年鑒2011』; 『上海統計年鑒2011』; 『中國統計年鑒2011』.

3. 소비구조 및 소비패턴

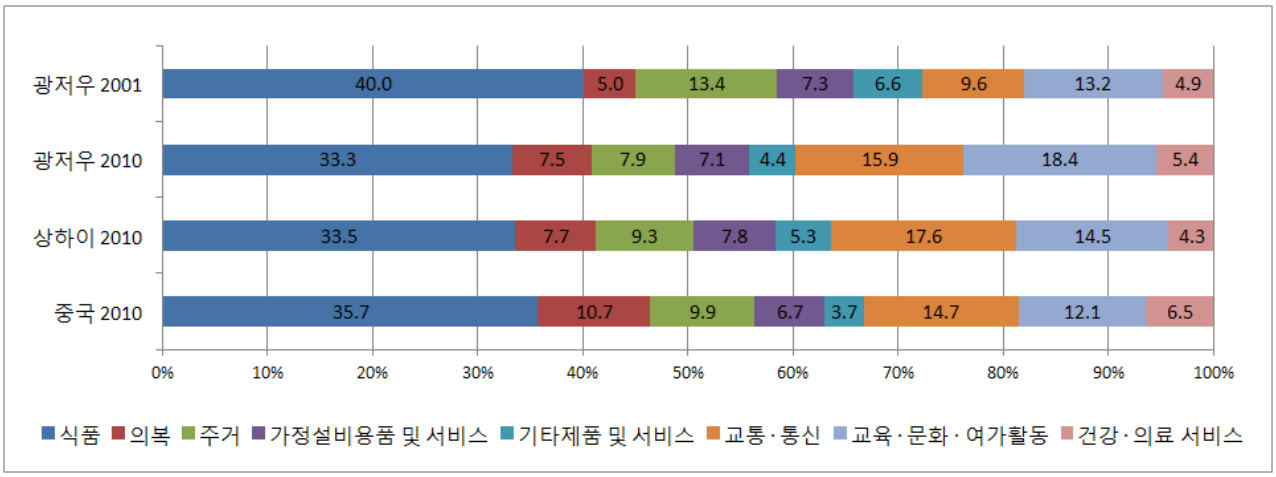
가. 소비구조

■ 2010년 광저우 시민의 소비지출 중 기초소비는 크게 감소하였고, 교통 · 통신과 교육 · 문화 · 여가활동에 대한 지출은 증가하였음.

– 2010년 광저우시의 식품· 의복· 주거 등 기초소비에 대한 지출비중은 48.7%로 2001년에 비해 9.8% 감소하였음. 특히 식품과 주거지출 비용이 각각 6.7%포인트, 5.5%포인트 감소하였고, 의복지출은 다소 증가하였음.

– 2001년과 대비하여 교통· 통신과 교육· 문화· 여가 활동에 대한 지출이 가장 큰 폭으로 증가하였으며, 그 증가폭이 각각 6.3%포인트, 5.2%포인트에 달함.

그림 6. 광저우, 상하이, 중국 도시지역 소비지출 구성 비교(2010년)



자료: 『廣州統計年鑒2011』; 『廣州統計年鑒2003』; 『上海統計年鑒2011』; 『中國統計年鑒2011』.

■ 광저우시 도시 거주민의 기초소비에 대한 지출비중은 낮은 편이나, 교육 · 문화 · 여가 활동에 대한 지출비중은 매우 높음.

– 광저우시는 기초소비에 대한 비중이 상하이와 중국 전체 수준과 비교해 모두 낮음. 상하이보다 주거지출 비중이 다소 낮고, 중국 전체에 비해 식품, 의복, 주거 지출비중이 모두 낮음.

– 광저우시의 교통· 통신(15.9%) 지출은 상하이(17.6%)보다 낮으나, 중국 전체 수준(14.7%)과 비교해서 다소 높은 수준임.

– 광저우시의 교육· 문화· 여가 활동에 대한 지출은 상하이와 중국 전체 수준을 각각 3.9%포인트, 6.3%포인트 상회함. 건강 · 의료 서비스에 대한 지출(5.4%)도 상하이(4.3%)보다 다소 높은 편임.

■ 내구소비재 중 광저우시 도시가구의 전통 가전제품 보급은 이미 포화상태이며, 컴퓨터 · 컬러 TV를 제외한 내구재 보급률은 모두 상하이보다 높음. 다만 에어컨 · 컴퓨터 · 자동차 소비는 여전히 증가하는 추세를 보임.

– 광저우시 도시가구의 세탁기· 냉장고· 컬러 TV· 에어컨 등 전통 가전제품 보급률은 2000년대 초반에 이미 100%에 근접

하거나 초과하였음.

○ 세탁기 · 냉장고 · 컬러 TV 보급률은 최근 10년간 거의 변함이 없으며, 전통 가전제품 중 에어컨 보급률이 유일하게 계속 상승하고 있음.

– 2010년 휴대폰·컴퓨터·자동차 등 고급소비재 보급률은 각각 253%, 125%, 21%에 달하며, 이 중 휴대폰과 자동차 보급률은 상하이시보다 각각 23%포인트, 4%포인트 높음.

○ 참고로 광저우시의 휴대폰 보급률은 선전시(233.3%)를 상회하며, 자동차 보급률은 선전시(38.5%)의 55% 수준임.

표 6. 광저우시 주요 내구소비재 보급률 추이 및 상하이와의 비교

품목	1995년	2000년	2002년	2008년	2010년	상하이 2010년
세탁기	105	99	99	100	101	99
냉장고	102	101	101	105	103	104
컬러 TV	111	155	161	165	148	188
에어컨	57	155	162	234	261	200
휴대폰	–	–	–	255	253	230
컴퓨터	–	–	–	114	125	129
자동차	–	–	–	16	21	17

주: 보급률은 광저우 및 상하이의 도시가구 100가구 당 내구소비재 보유대수를 의미함.
자료: 『廣州統計年鑒2011』; 『廣州統計年鑒2010』; 『廣州統計年鑒2003』; 『上海統計年鑒2011』.

나. 소비패턴 특징

■ 2010년 광저우시 하오선웨이시장조사회사(豪森威市場研究有限公司)의 조사결과에 따르면, 광저우 시민들이 구매를 결정할 때 제품 품질이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타남.[7)]

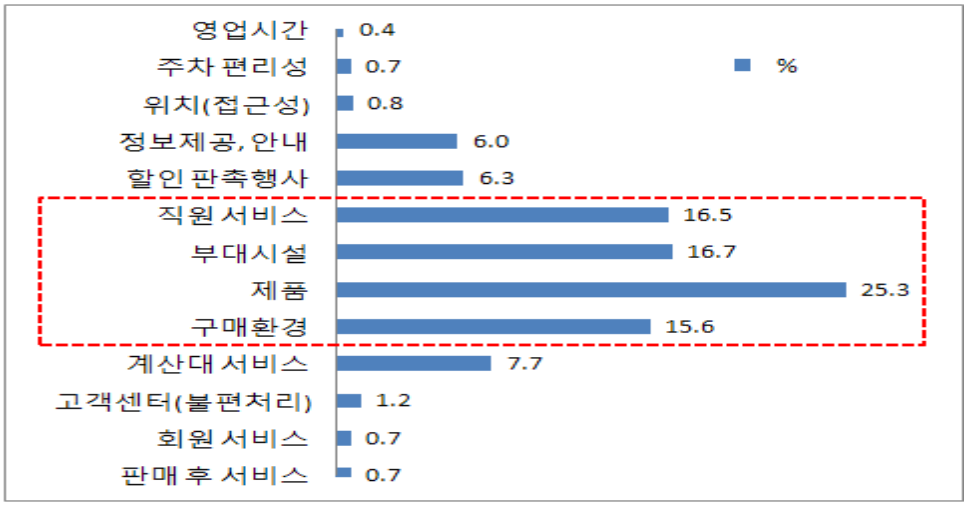
– 백화점 이용객을 대상으로 조사한 결과 구매결정 요소 중 제품의 품질이 36%로 가장 큰 비중을 점유하였으며, 그 다음으로 가격이 16.4%, 접근성(위치)과 판촉행사가 각각 11%를 차지함.[8)]

○ 광둥성연쇄경영협회(廣東省連鎖經營協會)의 순시옹(孫雄) 회장에 따르면 광저우시의 많은 백화점들이 판촉행사와 가격경쟁에만 집중하여 소비자들이 제품구매 시 실제로 중요시하는 제품 품질은 소홀히 하고 있다고 지적함.

– 광저우 시민들은 광저우시 유통점(쇼핑센터, 백화점, 대형마트) 중 쇼핑센터에 대한 구매만족도가 가장 높고, 대형마트에 대한 구매만족도가 가장 낮았음. 대형마트에서 불만족을 느끼는 가장 큰 원인은 제품이며, 그 외 직원서비스, 부대시설, 구매환경에 대한 불만족이 가장 높았음.[9)]

7) 본 연구조사는 2010년 광둥성연쇄경영협회(廣東省連鎖經營協會)에서 위탁하여 수행한 과제임.
8) 豪森威市場研究有限公司(2010. 1. 20), 「广州百货促销现疲态 不打折就卖不动」.
9) 豪森威市場研究有限公司(2010. 9. 8), 「卖场调查 (一) : 2010年广州大卖场重点改进七大方面」.

그림 7. 광저우시 대형마트 서비스 개선 수요



자료: 豪森威市場研究有限公司(2010. 9. 8)「卖场调查 (一) : 2010年广州大卖场重点改进七大方面」.

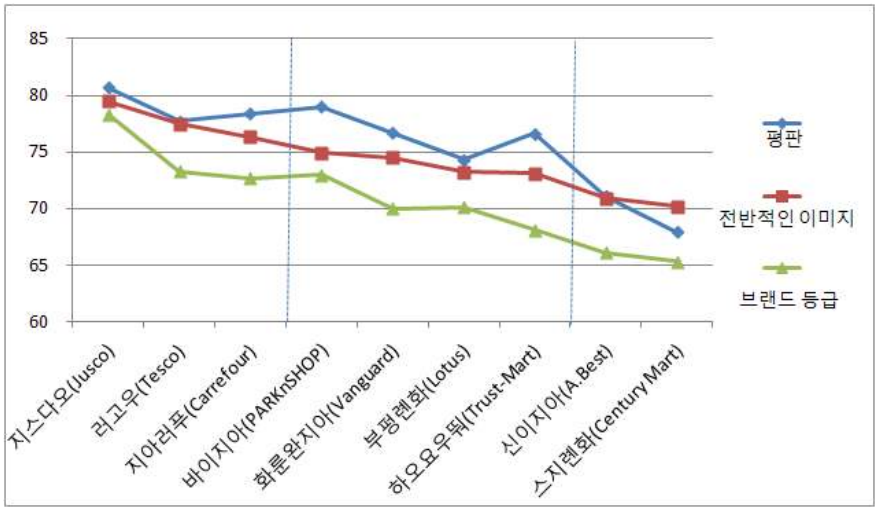
■ 또한 광저우 시민들은 대형마트 중 해외 브랜드 유통점을 국내 브랜드점보다 높이 평가함.[10)]

- 광저우에서 운영하고 있는 9개 대형마트·유통점을 대상으로 조사한 결과 가장 평판이 좋은 브랜드점은 일본의 지즈다오(吉之島, Jusco)였음.

○ Jusco는 일본 유통업계 대기업인 이온(AEON) 그룹의 유통 브랜드임.

- 다음으로 영국의 러고우(樂購, Tesco)와 프랑스의 지아러푸(家樂福, Carrefour), 홍콩의 바이지아(百佳, PARKnSHOP)가 전반적으로 우수한 평가를 받음.
- 국내 브랜드 유통점인 신이지아(新一佳, A.Best), 스지롄화(世紀聯華, Century Mart)는 홍콩을 포함한 해외 브랜드 유통점보다 브랜드 등급 및 평판에서 전반적으로 낮은 점수를 받음.

그림 8. 광저우시민의 대형마트에 대한 평가



자료: 豪森威市場研究有限公司(2010. 9. 10),「賣場調查 (二) : 廣州大賣場呈現三級發展格局」.

10) 豪森威市場研究有限公司(2010. 9. 10),「卖场调查 (二) : 广州大卖场呈现三级发展格局」.

4. 주요 도심상권

가. 주요 도심상권 개요

■ 광저우시의 상권은 베이징루(北京路), 상샤지우(上下九)로 대표되는 구(舊)도심상권과 톈허루로 대표되는 신(新)도심상권으로 나눌 수 있음.[11)]

- 상샤지우는 1995년 광저우시 최초로 도보전용거리(步行街)가 조성된 지역이며, 상샤지우와 베이징루는 베이징의 왕푸징(王府井), 상하이의 난징루(南京路)와 견줄 만한 1990년대 광저우의 대표 상권임.
- 톈허루(天河路)는 2000년대 이후 개발된 계획상업지구이며, 서울의 강남구처럼 대표적인 오피스 밀집지역이자 대규모 쇼핑센터가 운집한 지역임.
- 과거 광저우시 상권의 중심은 구도심인 웨시우구, 리완구에 집중되었으나 도시가 팽창함에 따라 톈허구, 하이주구, 바이윈구 등 주변지역으로 점차 이동, 분산되는 현상을 보임.[12)]

○ 톈허구에 이어 남쪽으로 하이주구 · 판위구에, 북쪽으로 바이윈구에 신도심 건설계획이 추진 중임.

■ 광저우시는 광둥성 내 도매시장이 가장 발달한 지역이며, 대표적인 전문도매시장으로 리우화(流花) · 잔시루(站西路), 시디(西提)전자상권 등이 있음.

- 광저우시 도매시장규모는 광둥성 전체의 54.7%에 달하며, 주변의 제조업 단지에서 생산된 제품이 모여들었다가 다시 광둥성 전역으로 흩어지는 집산지 역할을 함.

○ 2010년 광둥성 도매 매출액은 3조 1,728억 위안이며, 같은 해 광저우시 도매 매출액은 1조 7,345억 위안으로 지역 1위를 차지함.[13)]

○ 푸젠톈순투자회사(福建天順投資公司) 대표 장위(江瑜)에 따르면 중국 대도시 중에서도 광저우는 도매시장이 발달할 수 있는 좋은 조건을 갖추고 있음. 베이징과 상하이의 경우 도시의 역할(포지션) 및 산업구성이 광저우와 다르며, 화동(華東) 지방의 이우(義烏), 원저우(溫州), 닝보(寧波)의 경우 해상 · 육상 · 항공 교통수단과 주변지역의 제조업 사슬을 비교할 때 광저우를 따라갈 수 없음.[14)]

- 리우화·잔시루, 스산항(十三行)은 의류잡화 전문도매시장으로 유명하며, 특히 리우화와 스산항 같은 의류 전문도매시장은 점포마다 배후 생산공장과 연계되어 있어 생산·유통 속도가 빠르고 의류 도매시장의 발전을 촉진시킴.
- 광저우 도매시장은 주로 도심지에 분포함. 웨시우구·리완구·톈허구에 약 54%, 하이주구·바이윈구·황푸구에 40%, 시외곽(화두구·정청시·판위구)에 겨우 6%가 분포하고 있어 도심지의 토지이용, 교통체증 같은 도시 관리문제를 야기함.

11) 广州市商道咨询有限公司(2012. 4. 23), 「广州市商贸服务业发展及主要商圈情况」; 『南方都市报』(2009. 11. 25), 「广州上下九商圈：越"老"越旺的西关宝地」.
12) 李乾韬(2010. 9. 20), 「广州商圈"南北战争"：谁是未来的商业中心」.『南方都市报』.
13) 본 수치는 도소매기업의 매출액(批发零售企业商品销售总额)중 도매 매출액 기준으로 소비재외 원자재, 자본재까지도 포함하고 있음. 참고로 광저우시 소비재판매액은 광둥성 전체의 25.8%를 점유하여, 최종소비재 매출에서 점유하는 비중은 그렇게 크지 않음. 자료: 『廣東統計年鑒2011』
14) 田爱丽, 肖昕(2009. 10. 23),「广州批发市场九成"小麻雀" 如何蜕变成大凤凰？」.『南方都市报』.

그림 9. 광저우시 도심상권 분포도

자료: 필자 작성.

표 7. 광저우시 주요 도심상권 및 도매시장

주요 상업지구	소재지	유동인구 (만 명/일 평균)	주요 타깃/특징	대표건물
베이징루(北京路)	웨시우구	50	중저가	광바이백화점(廣百百貨), 신다신백화점(新大新百貨)
리우화(流花) · 잔시루(站西路)	웨시우구 바이윈구	40	중저가 의류잡화도매 신발, 가죽제품 등	바이마의류시장(白馬服裝市場), 홍멘궈지패션상가(紅棉國際時裝城)
상사지우 (上下九)	리완구	30	중저가	리완광차오(荔灣廣潮), 리완광장(荔灣廣場)
스산항(十三行)	리완구	12	저가 의류잡화도매	홍벤톈의류도매시장(紅遍天服裝批發市場)
시디(西提)전자	리완구	–	전자 · 통신 (주변)기기 전문 도매	난팡궈지전자디지털상가(南方國際電子數碼廣場), 신야저우궈지전자디지털상가(新亞州國際電子數碼城)
톈허루(天河路)	톈허구	50	중고가	톈허청(天河城), 정지아광장(正佳廣場)
난타이(南泰)	하이주구	–	생활 용품 잡화 도매	웨허궈지소품상가(越和国际小商品城)
중다원단시장 (中大布匹)	하이주구	–	섬유, 의류부자재	궈지방직상가(國際輕紡城)

자료: 廣州市商業街規劃(2004); 『信息時報』(2010. 4. 23), 「廣州商業地産與文化聯婚成潮流」 등 언론보도 자료를 종합하여 필자 작성.

나. 상권별 특징

1) 베이징루상권(北京路商圈)

■ 베이징루는 '천년의 상업도시'를 표방하는 광저우시의 특색을 가장 잘 드러내는 지역상권으로, 옛 유적들이 많이 남아 있음.[15)]

– 베이징루는 명청(明清) 시기 관원들이 톈즈(天字) 항구에서 성 내(城內)로 들어오는 주요 간선로였음. 2002년에는 당나라 시기부터 중화민국 시기까지 이르는 유적인 11층짜리 중첩된 도로가 베이징루 입구의 지하 3.5m 지점에서 발견되었으며, 이후 복원한 도로를 유리관으로 덮어 고대 도로 모습을 전시하고 있음.

15) 刘毓(2009. 11. 24).「北京路商圈 : 古与今的接驳买与卖的角力」,『南方都市报』.

○ 그 외 남월(南越)국의 왕궁 유적, 당송시기 건축물 및 담장, 명청 시기 불교사원 및 서원 등 시대별 유적이 보존되어 있음.

– 베이징루는 광저우시 행정중심지인 웨시우구에 위치하며, 웨시우구는 링난(嶺南) 문화[16]의 대표 격인 광부(廣府) 문화의 핵심지역으로서 역사·문화적인 가치가 높은 지역임.

– 베이징루 주변에는 옛 그림 및 글씨, 도자기, 골동품을 파는 가게들이 운집해 있으며, 베이징루 상권은 특히 쇼핑과 도심지 관광을 동시에 즐기려는 관광객을 주요 타깃으로 함.

그림 10. 주말 오후 베이징루 상권 풍경

주: 토요일 오후 4시에 촬영함.
자료: 필자 작성(2012. 5. 19).

■ 현재 베이징루의 업태 중 의류소매가 다수를 차지하고 있으나, 웨시우구 인민정부에 따르면 향후 베이징루를 의류잡화소매 위주의 상업중심지에서 문화중심지로 탈바꿈할 계획임.[17]

– 현재 베이징루에는 주로 중소형 규모의 브랜드 또는 보세제품 매장이 분포하며, 주요 대형백화점으로 신다신(新大新), 광바이(廣百) 백화점, 톈허청(天河城) 백화점 등이 있음.

○ 2009년 베이징루 쇼핑 거리의 100개 상가를 조사한 결과 의류 브랜드숍이 34%, 백화점 및 쇼핑몰이 17%, 가죽제품 · 신발 소매와 외식업이 각각 10% 정도를 차지하여 의류소매가 상권 업태의 다수를 점유하는 것으로 파악됨.[18]

– 2012년 웨시우구 당서기 우옌쥔(武延军)은 인터뷰에서 베이징루에 더 이상 대형 건물을 짓지 않고 서원과 같은 문화시설을 설립하여 광푸(廣府) 문화 유적전시공간으로 활용할 계획이라고 언급함.

○ 웨시우구에는 16개 국가급 문화유산, 20개 성(省)급 문화유산, 67개 시(市)급 문화유산이 보존되어 있으며, 베이징루는 웨시구 문화사업 발전의 핵심지역임.

16) 고대 광둥성을 포함한 광시(廣西)성, 푸젠(福建)성, 하이난(海南)성은 오령(五嶺, 다섯 개의 산맥) 아래 있다 하여, 영남(嶺南)지역으로 불렸음. 링난 문화는 지역별로 광둥 문화, 구이시(桂系) 문화, 하이난 문화로 나뉘며, 이 중 특히 광둥성의 광푸(廣府) 문화, 차오저우(潮州) 문화, 커지아(客家) 문화가 링난 문화의 주류임. 百度百科(http://baike.baidu.com).
17) 刘云(2012. 1. 4), 「北京路黄金地, 不建高楼建书院」, 『羊城晚报』.
18) 刘毓(2009. 11. 24),「北京路商圈 : 古与今的接驳买与卖的角力」,『南方都市报』.

그림 11. 베이징루 상권 위치

자료:바이두(www.baidu.com) 바탕으로 필자 작성.

2) 상샤지우상권(上下九商圈) · 시디전자상권(西堤電子商圈)

■ 상샤지우는 베이징루와 함께 광저우시의 문화 · 역사 관련 흔적을 볼 수 있는 상권으로 저가제품을 선호하는 청소년 및 학생, 외지에서 온 근로자들이 주요 방문객임.[19]

– 청대(淸代) 말기 기존에 번성했던 동디(東堤) 주변에 몇 차례 화재가 발생한 후 항구를 서쪽으로 이전하면서 상샤지우를 포함한 런민난루(人民南路) 일대가 베이징루에 이어 제2의 상업중심지로 격상되었음. 또한 아편전쟁 이후 외세(外勢)로 인해 항구가 전면 개방되면서 이 일대에 상업·무역이 더욱 활발해지고, 이때 부를 축적한 이들의 호화주택이 밀집했음.

○ 옛 건축양식으로 지어진 완저우창(滿洲窗), 치로우(椅樓) 등을 볼 수 있으며, 일반 소매유통 상가 외 옥 장신구 및 조각품 가공도매상가, 진주 · 수정 등 보석류 도매상가가 운집해 있음.

– 광둥성 상업경제학회의 황화쥔(黃華軍) 부비서에 따르면 상샤지우상권의 특징으로 시관(西關) 문화 유적과 저렴한 제품 가격을 꼽을 수 있음. 다만 주차시설 및 도로교통이 불편하여 공공교통수단을 이용하는 방문객들이 주로 찾으며, 이는 상권발전을 제약하는 요소로 작용함.[20]

19) 『南方都市报』(2009. 11. 25), 「广州上下九商圈 : 越"老"越旺的西关宝地」.
20) 시관(西關)은 광저우 리완(荔湾)의 옛 명칭이자, 옛 성(城)을 지칭하는 말임. 시관 문화의 특징적 요소로 시관건축, 시관음식, 시관민속, 시관여성 등을 꼽을 수 있음. 新浪房产(2012. 5. 30),「"保利地产20周年•走巷广州" 寻找西关巷居记忆」.

그림 12. 시관 옛터(좌)와 상샤지우(중앙, 우)

주: 중앙(상샤지우 광장), 우측(옥 장신구 전문상가). 일요일 오후 3~4시에 필자가 촬영함.
자료: 新浪房产(2012. 5. 30), 「"保利地产20周年•走巷广州" 寻找西关巷居记忆」; 필자 작성(2012. 5. 20).

■ 시디전자상권에는 약 22개의 전자상가가 분포하며, 주요 판매 제품은 디지털 전자제품 · 휴대폰 부자재, 주변기기, 전자완구 등임.[21)]

– 1990년대 중반 수입전자제품을 유통하던 원위안전자상가(文園電器城)가 OEM으로 생산된 휴대폰을 지역 내에서 처음으로 유통하였고, 이후 휴대폰 및 배터리·충전기기·이어폰 등 통신기기 부자재를 판매하는 상가들이 급속히 늘어남.

○ 과거 중국 내 유통되던 휴대폰은 외국기업에 의해 독점적으로 생산된 것으로 유통매장도 제한적이었으나, 1990년대 이후 중국산 휴대폰이 생산되고 유통시장이 개방되면서 관련 제품 공급자 시장이 크게 성장함.

– 2004년과 2005년에는 난팡궈지전자디지털상가(南方國際電子數碼廣場)와 상권 내 최대 규모인 신야저우궈지전자디지털상가(新亞州國際電子數碼城)가 개점함. 각 건물의 면적이 8,000㎡, 20,000㎡에 다다랐으나 당시 입점경쟁이 치열하여 5년분 임대료를 선지급한 경우도 있었다고 함.

그림 13. 시디전자상권 내 주요 도매시장

주: 일요일 오후 2~4시에 촬영함.
자료: 필자 작성(2012. 5. 22).

21) 蔡泽(2011. 6. 9), 「基于产业集群视角对广州专业市场发展的研究」, 济南大学.

– 현지에서 통신제품 부자재를 전문으로 수입하는 한국 상인과의 인터뷰에 따르면 국내에서 유통되는 스마트폰 케이스의 다수가 여기에서 조달된 것이라고 함.

그림 14. 상샤지우, 스산항, 시디전자상권 위치

자료: 바이두(www.baidu.com) 바탕으로 필자 작성.

3) 리우화상권(流花商圈)

■ 리우화상권은 광저우시를 대표하는 의류 전문도매시장으로, 이 상권의 의류잡화품목 교역량이 중국 전체의 35%를 차지함.[22)]

– 리우화상권은 1980년대에 형성되기 시작하여 1990년대에 번성기를 맞음. 캔톤페어가 횟수를 거듭함에 따라 중국 내 전국 각지에서 생산자·유통자 및 해외 바이어의 방문이 증가하였는데, 이에 1991년 광저우청젠그룹(廣州城建集團)이 리우화에 처음으로 쇼핑센터 형태의 도매시장인 '바이마의류시장(白馬服装市場)'을 개점함.

○ 캔톤페어는 과거 리우화 전시장에서 개최되었으며, 2008년 춘계박람회 이후 현재의 개최장소인 파저우(琶洲) 전시장으로 이전됨.[23)]

– 리우화상권에는 바이마의류시장(白馬服装市場), 톈마궈지패션도매센터(天馬國際時裝批發中心), 홍멘궈지패션상가(紅棉國際時裝城) 등 의류잡화를 전문으로 하는 34개 도소매시장이 있음.

○ 바이마의류시장에는 2천여 개의 중국 및 홍콩, 대만 등의 의류업체들이 입주해 있으며, 연간 매출액은 2011년 기준 약 30억 위안(한화 약 600억 위안)에 달함.[24)]

○ 2011년 기준으로 전체 도매시장의 연간 매출액은 500억 위안(한화 약 10조 원), 종사자 수는 5만여 명에 달하며, 리우화상권의 연간 매출액은 우리나라 동대문 의류상권과 비슷한 수준임.[25)]

22) 田爱丽, 肖昕(2009. 10. 23),「广州批发市场九成“小麻雀” 如何蜕变成大凤凰？」,『南方都市报』; 大洋网(2011. 6. 29).「流花商圈：风华正茂正当时」.
23) 刘正旭(2008. 10. 8), 「广交会告别流花揖客琶洲」,『新快报』.
24) 中国服装网(2011. 11. 29), 「广州服装批发市场商圈」.
25) 朱韋韋(2011. 8. 11),「淘金廣州服裝批發商圈」,『贏週刊』; 김경민 외 3인(2011. 9. 28),「‘아~옛날이여’ 길 잃은 동대문패션타운」.

■ 리우화상권은 도매시장의 오랜 운영 경험과 지리적 이점을 바탕으로 향후 의류산업 분야에서 국제적인 입지를 더욱 다져나갈 계획임.

- 광저우는 홍콩과 지리적으로 가깝고, 의류브랜드 다국적기업에서 위탁가공을 맡아 생산하는 업체들이 주변에 많아 의류 디자인에 대한 최신 유행정보를 쉽게 습득할 수 있음.
- 리우화와 잔시루 주변에는 광저우역, 광둥성 버스터미널, 광저우시 버스터미널 등이 있어 광저우시 교통 요충지로서 지역 내 유동인구가 많음.
- 광저우시 정부는 리우화상권을 전문도매시장 개조·보수 시범지역으로 지정하였으며, 향후 국제의류구매센터와 국제의류브랜드센터로 발전시킬 계획임.

그림 15. 주말 오후 리우화 상권 풍경

주: 일요일 오후 2시에 촬영함.
자료: 필자 작성(2012. 5. 20).

그림 16. 리우화와 잔시루 상권 위치

자료: 바이두(www.baidu.com) 바탕으로 필자 작성.

4) 톈허루상권(天河路商圈)

■ 톈허루상권은 광저우의 대표적인 계획상업지구로서, 1992년 톈허루 제1쇼핑센터인 톈허청(天河城)을 짓기로 계획할 당시만 해도 황무지 같았으나 2000년대 이후 대형 쇼핑센터가 건립되면서 지역 중심상권으로 발전함.[26)]

– 광둥톈마오그룹(廣東天貿集團) 대표 리우춘팅(劉春亭)에 따르면 톈허청을 설립할 당시 주변지역에 아직 복합 쇼핑몰의 개념이 보급되지 않아 완공 이후 향방을 알 수 없고, 사업성을 판단하기도 힘들었음.

○ 광둥톈허청그룹(廣東天河城集團)의 대표이사 리우즈잉(劉志英)에 따르면, 1996년 개업할 즈음 톈허청의 임대수익이 3,556만 위안이었지만, 10년 뒤인 2006년에는 3.6억 위안으로 10배 증가하였으며, 2009년에는 약 6억 위안에 달했다고 함. 참고로 2008년 톈허청의 매출액은 약 23억 위안이었음.

– 2004년 정지아광장(正佳廣場) 조성 이후 톈허루 상권의 면모를 갖추기 시작했는데, 현재 톈허청과 정지아광장은 광저우시 유행을 선도하는 상권으로 발전함. 현지조사 당시 확인한바 톈허루 상권 중에서도 톈허청, 정지아광장 주변에 상대적으로 많은 유동인구가 분포함.

■ '톈허구상업시설망발전계획(2007~20)'에 따르면 톈허루 상권은 쇼핑센터, 백화점, 브랜드숍 위주의 소매유통망을 개발하며, 쇼핑 외에 여가 · 오락시설, 문화시설, 스포츠 시설 등 특히 화이트컬러의 고소득층을 타깃으로 한 상업시설 설립을 확대할 계획임.[27)]

– 톈허구 정부는 농수산물 시장, 가판대식 전통시장의 개점을 제한하고, 고급백화점, 프랜차이즈 형태의 소매점, 브랜드숍, 고급 레스토랑 및 여가시설(영화관 등)의 개점을 장려함.

○ 광둥성 연쇄소매경영협회의 장샤오린(張小琳)에 따르면 최근 톈허루상권 내 중신(中信) 광장에 CJ의 CGV가 광저우 1호점을 개장하였음.[28)]

그림 17. 톈허루상권의 대표적인 백화점 및 쇼핑센터

주: 1) 좌측부터 타이구후이(太古匯), 완링후이(萬凌匯), 톈허청(天河城) 순임.
2) 토요일 오후 8시 및 수요일 오후 8시에 촬영함.
자료: 필자 작성(2012. 5. 19), (2012. 5. 25).

26) 『南方都市报』(2009. 11. 25), 「天河商圈 : 新广州的时尚中心」; 彭文蕊(2012. 3. 2), 「广州天河商圈体量盲目扩大 市场如何消化?」, 『南方日报』.
27) 天河区政府(2006), 「天河区商业网点规划(2007-2020)」.
28) 현지 인터뷰 내용(2012. 5. 22).

참고문헌

[국문자료]

김경민·박수호·노승욱·임혜린. 2011. 9. 28.「아~옛날이여' 길 잃은 동대문패션타운」.『매경이코노미』.

주광저우총영사관. 2011.『관할 4개성 개황(광동, 광서, 복건, 해남)』.

정지현·김홍원. 2012. 12. 3.「선전시 소비특징 및 주요 상권」. 대외경제정책연구원.

[중문자료]

廣州市商道諮詢有限公司. 2012. 4. 23. 「廣州市商貿服務業發展及主要商圈情況」.

廣州市人民政府. 2004.「廣州市商業街規劃」.

『廣州日報』. 2010. 12. 3.「廣州2012年六條地鐵相繼開通」.

『南方都市報』. 2009. 11. 25. 「廣州上下九商圈：越"老"越旺的西關寶地」.

_____. 2009. 11. 25.「天河商圈：新廣州的時尚中心」.

南沙區統計局. 2011.「南沙區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

大洋網. 2011. 5. 17.「廣州常住人口達1270.08萬 1/3爲外地户口」.

_____. 2011. 6. 29. 「流花商圈：風華正茂正當時」.

蘿崗區統計局. 2011.「蘿崗區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

百雲區統計局. 2011.「百雲區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

番禺區統計局. 2011.「番禺區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

新浪房产. 2012. 5. 30. 「"保利地产20周年·走巷广州" 寻找西关巷居记忆」.

『信息時報』. 2010. 4. 23.「廣州商業地産與文化聯姻成潮流」.

_____. 2011. 12. 24. 「廣州常住人口1270萬」.

『羊城晚報』. 2008. 9. 13.「廣州地鐵最新全景地鐵站名"全記錄"」.

荔灣區統計局. 2011.「荔灣區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

姚偉新, 胡良光. 2011. 9. 20. 「廣州十三行"治亂"記」.

廖卓斌, 遊星宇. 2006. 2. 8.「走出北京路發展連鎖經營廣百15年賺回三個廣百」.『信息時報』.

越秀區統計局. 2011.「越秀區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

劉云. 2012. 1. 4.「北京路黃金地, 不建高樓建書院」.『羊城晚報』.

劉毓. 2009. 11. 24.「北京路商圈：古與今的接駁買與賣的角力」.『南方都市報』.

劉正旭. 2008. 10. 8. 「廣交會告別流花揖客琶洲」.『新快報』.

李乾韜. 2010. 9. 20. 「廣州商圈"南北戰爭"：誰是未來的商業中心」.『南方都市報』.

田愛麗, 肖昕. 2009. 10. 23.「廣州批發市場九成"小麻雀" 如何蜕變成大鳳凰？」.『南方都市報』.

從化市統計局. 2011.「從化市2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

朱韋韋. 2011. 8. 11.「淘金廣州服裝批發商圈」.『贏週刊』.

中國服裝網. 2011. 11. 29. 「廣州服裝批發市場商圈」.

中國統計出版社. 2011.『廣州統計年鑒2003』.

_____. 2012.『廣東統計年鑑2011』.

_____. 2012.『廣州統計年鑑2011』.

_____. 2012.『上海統計年鑒2011』.

_____. 2012.『中國統計年鑒2011』.

增城市統計局. 2011.「增城市2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

天河區人民政府. 2006.「天河區商業網點規劃(2007-2020)」.

天河區統計局. 2011.「蘿崗區天河區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

彭文蕊. 2012. 3. 2. 「廣州天河商圈體量盲目擴大市場如何消化?」.『南方日報』.

何偉傑, 李春暐. 2011. 9. 15. 「最不願意逛就是上下九」.『羊城晚報』.

海珠區統計局. 2011.「海珠區2010年國民經濟和社會發展統計公報」.

豪森威市場研究有限公司. 2010. 1. 20.「廣州百貨促銷現疲態不打折就賣不動」.

_____. 2010. 9. 8.「賣場調查 (一) : 2010年廣州大賣場重點改進七大方面」.

_____. 2010. 9. 10.「賣場調查 (二) : 廣州大賣場呈現三級發展格局」.

華夏經緯網. 2007. 2. 25.「都市情調 : 掃遍羊城旺地小店」.

黃濤. 2011. 6. 10.「3大高端商厦做旺CBD」.『廣州日報』.

[웹사이트]

Forbes China. http://www.forbeschina.com

廣州市城市規劃局. http://www.upo.gov.cn

廣州統計局 http://www.gzstats.gov.cn

CEIC Database http://ceicdata.com

百度百科. http://baike.baidu.com