**중국 복합쇼핑몰의 발전 현황과 문제점**

<개요> 중국 소매유통업은 온라인 쇼핑의 고속 성장, 소매 채널의 침체로 과거 경영방식의 전환을 모색할 시점에 와 있다. 온라인 쇼핑, 전문매장, 쇼핑센터 등이 새로운 소비문화로 자리잡으면서 기존 백화점의 시장점유율을 잠식해 나가고 있는데다 인건비와 임대료, 유통비 등 원가 상승까지 겹쳐 백화점이 생존 위기에 처하게 되었다. 때문에 최근 중국 소매유통업의 꽃인 전통적인 백화점은 점차 종합 쇼핑몰 형태로 변화하고, 이와 함께 쇼핑, 요식, 레저, 엔터테인먼트, 비즈니스와 주거시설이 한데 모인 복합문화공간 ‘HOPSCA’가 빠르게 확산되는 특징을 보이고 있다. 그러나 이러한 복합쇼핑몰에 대한 투자가 집중되면서 주요 1선 도시에서는 이미 과잉 현상이 나타나기 시작했고, 2선, 3선 도시에서도 향후 2~3년 내에 맹목적인 복합쇼핑몰 건설에 따른 문제가 가시화될 것으로 예상된다.

• 백화점 비지니스모델의 변화

– 7월 4일 상무부가 개최한 <소매와 도매업의 경제발전 촉진> 주제 발표회에 따르면 지난 5년간 중국 사회소비재소매총액은 연평균 16.3% 증가해 2008년 10조 8천억 위안에서 2012년 21조 위안으로 증가, 세계 2위 소비시장으로 부상함

– 상무부 유통발전사(流通发展司) 왕더성(王德生) 부사장(副司长)은 2012년 소매업의 발전 특징에 대해 ‘온라인 소매의 고속성장과 오프라인 소매업의 구조조정 가속, 소매 채널 침체와 3-4선 도시로의 경영 확대, 백화점과 마트의 경쟁 압박 가중, 전통 경영모델의 전환 모색’을 꼽음

– 2012년 중국의 온라인 소매 거래규모는 1조3천1백억 위안으로 전년보다 67.5% 증가했고, 갈수록 많은 전통 소매기업들이 온라인 채널 확장을 서두르고 있음

– 인터넷 시대에 접어들면서 특히 모바일 인터넷의 소매유통업 공세로 인해 오프라인 소매업 채널이 침체되고, 갈수록 높아지는 인건비와 임대료 원가를 어떻게 낮출 것인가가 오프라인 소매기업들의 가장 큰 고민거리가 됨

– 최근 경제 성장이 둔화되고 소비심리가 위축된 상황에서 소매유통기업은 높은 세금 부담까지 안고 있어 수익 증가율이 지속적으로 하락세를 보이고 있음

– 올해 1분기 소매업의 판매수입은 약 1,965억 위안, 이윤은 62억5천2백만 위안으로 각각 전년대비 14%, 2.5% 증가함

– 중국 소매유통업계에서 보석 업계를 제외한 나머지 백화점, 마트, 전문판매점 등의 매출액 증가율은 전년대비 하락하는 추세임. 특히 백화점의 매출액 증가율은 7.61%에 그쳐 가장 큰 하락폭을 보임

– 최근 중국내 백화점들은 원가 상승과 새로운 소비문화로 자리잡은온라인 쇼핑, 전문매장, 쇼핑센터의 경쟁 가속화로 생존의 위기에 놓이게 되면서 작년 시장 철수와 인수합병이 잇따라 일어남

– 중국체인경영협회(中国连锁经营协会)의 통계에 따르면 2012년 평균 임대료가 21% 상승했고, 임금은 20.5% 인상되었으며, 수도전기료도 평균 16% 상승함

– 2012년 중국 백화점 내 소비자 유동량도 감소하기 시작함. 루이인(瑞银)이 연초에 발표한 보고서에 따르면 새로운 형태의 쇼핑센터 로 이동하는 소비자가 꾸준히 늘어나고 있는데, 백화점내 주차 시설 부족으로 인한 불편이 주요 원인으로 분석됨

– 백화점은 수익구조가 주로 제품 판매에 따른 매출액과 매장수 확대에 기대고 있어 수익 루트가 다양하지 않고 매장 확대에는 많은 시간과 투자가 필요한데, 지금처럼 소비가 침체되어 있고 온라인 쇼핑몰의 치열한 공세와 고정비 상승 등의 압박 하에서 백화점 업계 경기는 단시간 내에 회복되기는 힘들 것으로 보임

– 이러한 대외적인 환경 변화는 중국 소매유통업 특히 백화점의 전통적인 경영방식에 큰 변화를 가져옴

– 기존의 백화점 운영이 주로 쇼핑위주였다면 지금은 쇼핑, 요식, 여가, 엔터테인먼트 등 멀티기능이 더해진 종합 쇼핑몰 형태의 대형 쇼핑센터로 전환되기 시작하였고, 주거, 오피스, 쇼핑, 요식, 호텔, 주차, 편의시설을 모두 갖춘 주상복합 종합문화시설(HOPSCA )도 폭발적으로 증가하고 있음

• 쇼핑센터, HOPSCA의 발전

– 해외 부동산 투자컨설팅 전문업체 CBRE의 최신 보고서에 따르면 전세계적으로 건설 중인 쇼핑센터 면적은 3,200만 평방미터이며, 그 중 중국의 쇼핑센터 건설 면적은 절반 이상인 1,680만 평방미터에 달하는 것으로 나타남

– CBRE의 ‘세계에서 쇼핑센터 개발이 가장 활발한 도시 TOP10’에7개의 중국 도시가 이름을 올림. 1위는 청두(成都)로 건설면적이 290만 평방미터에 달하며, 다음은 톈진(天津)으로 210만 평방미터, 그 외 선양(沈阳), 충칭(重庆), 우한(武汉), 광저우(广州), 항저우(杭州)가 그 뒤를 이음

– CBRE 중화지역 소매브랜드 대표서비스부 이사 치아오스(乔斯)는 “중국에는 인구 1,000만명 이상 규모의 도시가 매우 많지만, 질 높은 문화공간이나 상업공간은 상대적으로 적은 편이며, 많은 소비시장이 여전히 몇 개의 구식 상점이나 백화점에 의존해 있다”고 소개하며 중국의 쇼핑센터 발전 잠재력을 높게 평가함

– 중국체인경영협회 궈거핑(郭戈平) 회장은 상무부가 개최한 한 포럼에서 2012년 중국 쇼핑센터 수는 3,000여개, 상업건축물 면적은 2억 m2 에 달하며, 도시화가 가속화됨에 따라 2015년에 쇼핑센터 수가 4,000여개에 이를 것으로 전망함

– 2012년 한해 동안 중국에 면적 3.5만m2 이상의 쇼핑센터가 50여 개나 새로 들어섬

– 하지만 이러한 쇼핑센터 투자가 일부 대도시를 중심으로 집중적으로 이루어지면서 ‘HOPSCA’의 지역 불균형이 심화되고, 경쟁의 동질화 현상이 악화되고 있음

– 주요 1선 도시에서는 최근 몇 년간 대형 쇼핑센터가 급증하면서 입주 기업을 찾지 못해 빈 채로 방치되어 있는 곳도 적지 않음. 한 예로 베이징 왕징(北京望京)에 소재한 유로파크(悠乐汇)는 총 건축면적이 22만 평방미터에 달하는 HOPSCA로 2008년 말에 준공되었지만, 아직 2/3이 입주상가를 찾지 못해 비어 있는 상태임

– 이에 대해 궈거핑 회장은 쇼핑센터와 ‘HOPSCA’는 투자 과열과 쏠림 현상이 심각한 반면, 슈퍼마켓, 편의점 등 소규모 소매업의 발전은 상대적으로 낙후되어 있다고 지적함

– 궈거핑 회장의 소개에 따르면 대도시의 공급 과잉으로 HOPSCA가 점차 1선 도시에서 벗어나 2선, 3선 도시로 확장되는 추세이며, 대형 쇼핑센터는 쇼핑 공간을 줄이고 요식과 엔터테인먼트 공간을 더욱 확대하는 추세에 있다고 함

– 대형 쇼핑센터 투자가 청두(成都), 선양(沈阳), 항저우(杭州), 칭다오(青岛) 등 2선 도시로 눈을 돌리기 시작하면서 2선 도시에서도 점차 쇼핑센터 상가 입점율이 낮아지는 현상이 속출하고 있음

– 청두의 경우, 2011년 말 5개의 HOPSCA가 운영되고 있고, 2017년까지 19개의 신규 HOPSCA가 들어설 예정임. 이에 따라 HOPSCA 총 면적은 현재의 297만 평방미터에서 약 1,350만 평방미터로 크게 확대될 전망임

– 그런데 건설 중인 19개 복합몰 중 16개가 2012년~2015년 사이에 연이어 준공될 예정으로 단기간에 대규모 복합물이 집중적으로 오픈함에 따라 상가 입점모집이 어려워지고 시장수요가 따라가지 못한 상태에서 공급이 과도하게 급증해 심각한 공급 과잉도 우려됨

– 청두 등 주요 2선 도시를 중심으로 한 과도한 투자로 인해 향후 2~3년 내 복합쇼핑몰 시장의 거품이 상당히 커질 것으로 예상됨

– 실제로 현재 중국 각지에서 계획 중인 복합몰의 대다수는 주거를 중심으로 한 토지개발사업으로 쇼핑상가보다 주택 분양에 더 초점이 맞춰져 있음

– 그런데 많은 복합몰이 입주자를 끌어들이기 위해 필요한 주거 부대시설, 즉 교통, 병원, 학교 등 공공시설 건설 계획과는 연계되어 있지 않아 ‘빈껍데기(空城)’로 남게 될 우려도 큰 상황임

– 게다가 중국 부동산시장은 구매 제한, 대출 규제 등 정책적 불안정 요인이 많아 투자회수의 리스크가 점점 커지고 있으며, 복합몰의 주요 소비 주체가 되는 주거 기능이 약화되면 다른 상권의 수익성도 큰 타격을 받게 됨

– 따라서 복합몰 계획 구상 시 반드시 이러한 정책적 리스크를 고려하여 이에 유연성있게 대처할 수 있는 공간을 마련해 둘 필요가 있음

\*출처: 21世纪经济报道(www.21cbh.com), 中国网(www.china.com.cn), 每日经济新闻, 商报网(www.shangbao.net.cn), 搜狐焦点网(sz.focus.cn), 中国财经(www.cfi.cn), 第一财经日报