

# 고령친화산업 대중국진출방안 연구

The Study on the China Advance Plan of Senior Products Industrial

박근수(Keun-Soo Park)

중부대학교 사회복지학과 교수, 주저자

김소진(So-Jin Kim)

중부대학교 사회복지학과 조교수, 교신저자

## 목 차

- |                          |          |
|--------------------------|----------|
| I. 서 론                   | V. 결 론   |
| II. 한국의 고령친화산업           | 참고문헌     |
| III. 중국의 고령화와 고령친화 산업    | Abstract |
| IV. 우리나라 고령친화산업의 대중국진출방안 |          |

## 국문초록

본 연구의 목적은 우리나라의 고령친화산업의 대중국 진출 방안을 모색하기 위함이다. 이를 위해 우리나라의 고령친화산업 현황과 특성, 활성화 및 한계를 살펴보고, 중국의 고령친화산업 수요와 산업 배경을 검토하였다. 그리고 이를 토대로 우리나라 고령친화산업이 중국에 진출하기 위한 구체적인 방안을 논의하였다. 그 결과 중국 고령친화 산업 진출 시장으로는 노인 의료기기 제품과 노인여가관련 관광산업, 그리고 연금보험이 대표적이었다. 이에 대한 우리나라 기업의 진출 전략으로는 중국의 사회 의료보장 등의 제도 변화에 따른 접근과 고령친화 상품시장의 특성 파악이 선행되어야 한다는 것이다. 또한 중국 도·농지역의 큰 편차로 지역 특성을 고려하여 소득수준이 높은 대도시 경제발달 지역이 우선적으로 고려되어야 한다는 전략들이 모색되었다.

**주제어** : 고령화 사회, 고령친화산업, 중국 시장진출

## I. 서론

고령친화산업이란 주로 민간 기업을 통해 경제적인 능력이 있는 노인인구 계층 및 노후대책을 준비하는 예비노인층을 대상으로 그들의 욕구에 적합한 상품과 서비스를 자유시장경제의 원리에 입각하여 공급하는 산업을 의미한다. 이는 고령화의 진전으로 수요 기반이 확충되고 노인들의 삶의 질에 대한 관심이 증가하면서 주요한 산업 분야로 자리 잡고 있다. 또한 고령친화산업은 다품종소량생산이라는 특성에 따라 중소기업 진출이 용이한 중소기업 적합 산업이다. 따라서 대기업 위주의 양극화로 중소기업의 어려움이 가중되고 있는 우리경제의 현실을 감안할 때 고령친화산업 활성화는 우리사회의 양극화 문제 해결을 위하여 중요한 의미를 갖는다. 이에 정부에서도 고령친화산업을 노인의 삶의 질 향상을 위한 복지정책으로서 뿐만 아니라 신성장동력사업의 하나로 인식하고, 2006년에는 ‘고령친화산업진흥법’을 제정하는 등 고령친화산업 활성화를 위한 다양한 정책을 시행하고 있다.

그러나 이러한 사회·경제적 필요성과 정부의 노력에도 불구하고 고령친화산업 활성화는 기대에 미치지 못하고 있다. 이에 대해 많은 연구들은 그 중요 이유로 산업기반의 협소와 시장의 협소를 들고 있고, 이러한 국내시장이 협소함을 극복하기 위해서는 적극적인 해외시장 진출이 필요함을 논의하고 있다(김수봉, 이상영, 김진수, 김경래, 민병삼, 김병철, 이태범, 2010). 이와 관련하여 우리를 둘러싼 주변국의 상황을 살펴보면, 세계 최고령국가 일본이 인접하고 있으며, 중국도 급속하게 고령화가 진행되고 있다. 또한 머지않아 동남아 국가들 역시 경제 성장과 함께 구매력을 갖춘 노인 인구가 증가할 것으로 보여 우리나라의 고령친화산업 해외진출 여건은 긍정적으로 조성되어 있다고 판단된다. 특히 중국은 고령화와 더불어 경제성장이 뒷받침됨으로써 구매력을 갖춘 노인인구가 증가하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 세계 최대 인구국으로 인접한 중국은 2011년 현재 60세 이상 노인 인구가 1억 7800만 명, 총인구의 12.3%에 이룸에 따라 ‘고령산업 12·5규획’을 발표하는 등 노인복지에 관심을 갖기 시작하였고(임지현, 2011), 경제성장으로 인한 고령친화산업 수요층이 두터워지고 있다. 또한 한·중 FTA의 필요성에 두 나라가 공감하고 논의를 시작함에 따라 우리나라 고령친화산업의 대중국 진출을 위한 토대가 마련되었다고 생각된다.

이에 본 연구에서는 우리나라의 고령친화산업에 대한 논의를 바탕으로 중국의 고령친화산업 수요 및 산업 배경을 검토하고, 이를 토대로 우리나라 고령친화산업의 대중국 진출방안에 대하여 살펴보고자 한다.

## II. 한국의 고령친화산업

### 1. 고령친화산업의 정의 및 분류

고령친화산업이란 노인인구 계층 및 노후대책을 준비하는 예비노인층을 대상으로 그들의 욕구에 적합한 제품과 서비스를 자유시장경제의 원리에 입각하여 개발, 제조, 공급하는 산업이라고 정의 할 수 있다. 이러한 고령친화산업을 우리나라 고령친화산업진흥법 제2조 1항에서는 8가지로 분류하고 있으며, 보건복지부·한국보건산업진흥원은 국내외 고령친화 산업 분류현황을 조사한 후 고령친화산업진흥법의 범주에 속하고, 지속적인 정책수립을 뒷받침할 수 있는 통계조사 분석 가능 여부, 제품서비스 수요 및 정책 수요 등을 고려하여 9개 산업으로 구분하였다.

〈표 1〉 고령친화산업 분류체계

산업부문	대분류
요양산업	시설요양서비스, 재가요양서비스, 예방지원서비스
의약품산업	신경계용약, 대사성의약품, 순환계용약, 해열진통소염제, 안과용제, 전립선치료제, 종양치료제
화장품산업	기초제품류, 색조제품류, 바디제품류, 헤어케어류
의료기기산업	치과분야, 재활분야, 진단분야, 치료분야
용품산업	개인건강·의료용품, 기능저하예방용품, 이동기기, 목욕용품, 배변용품, 침구용품, 가사용품, 주거설비용품, 정보통신기기, 여가용품
식품산업	식품, 건강기능식품
금융산업	장수리스크, 건강리스크, 재무리스크
주거산업	주택개보수, 고령자 주택공급,
여가산업	스포츠, 문화, 관광/레저

자료: 보건복지부·한국보건산업진흥원, 2011

### 2. 고령친화산업의 특성에 따른 활성화 방안

고령친화산업의 특성에 따른 활성화 방안을 살펴보면 다음과 같다.

첫째 시장경제원리에 입각한 수익추구형 산업이다. 이는 인도적 차원에서 행하는 복지사업이나 자선사업과 달리 기업이 스스로 시장의 수급원리에 따라 공급하고 이를 통하여 수익을 창출하려는 산업이라는 점이다.

둘째 사회복지적 성격을 지닌 산업이다. 고령친화산업이 시장경제 원리에 따라 공급되는 수익추구형 산업이라 하지만 국가가 노인들의 욕구와 문제를 해결하기 위해 공급하는 복지서비스가 미치지 못하는 부분을 보충하는 성격을 띠고 있다는 점에서 사회복지적 속성을 가지며 공공성의 특성을 가진다. 셋째 고령친화산업은 다품종 소량생산이 주를 이루는 벤처 및 중소기업 적합산업이다. 노인 개개인의 다양한 기호, 선호도, 심신 부자유의 정도 등 특정한 요구에 대응할 수 있어야 하기 때문이다.

넷째 고령친화산업 제품의 주 수요자는 은퇴 노인이다. 노후 소득보장체계가 성숙하지 않은 사회에서는 소득수준이 낮은 은퇴 노인층이 주 수요자이기 때문에 제품에 대한 욕구에 비하여 유효수요가 뒷받침되지 않는다. 따라서 연금제도 등 사회적인 제도와 법의 뒷받침 없이는 지속성장이 불가능한 산업이다.

다섯째 지역밀착형 산업이다. 고령친화산업은 소비층이 고령자라는 소비주체의 특성상 이동이 제한적이고 일정한 지역에서 지속적 서비스가 요구되는 산업이다. 또한 고령자라는 특성상 제품에 대한 지속적인 사후서비스가 요구된다. 따라서 고령자들이 주로 거주하는 지역과 연관성이 매우 높은 지역밀착형산업이라고 할 수 있다.

### 3. 고령친화산업 활성화의 필요성

#### 1) 노인복지 정책적 측면

고령친화산업의 등장배경은 무엇보다 노인인구의 증가와 가족구조의 변화에서 찾아볼 수 있다. 실제 우리나라는 2000년에 65세 이상 노인인구 비율이 7.2%로 고령화 사회로 접어들었고, 2011년에는 그 비율이 11.4%에 이르렀다. 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것으로 보여 2018년에는 노인인구 비율이 14.3%로 고령사회로, 2026년에는 20.8%로 초고령사회로 접어들 것으로 예상하고 있다(통계청, 2010). 반면 산업화와 더불어 여성 취업률 증가하고, 이로 인해 가족의 노인부양 기능이 약화됨에 따라 가족을 대체할 수 있는 수단에 대한 관심이 증대되고 있는 것도 사실이다.

또한 고령친화산업은 궁극적으로 고령자의 삶의 질을 향상시키는 노인복지정책의 일환으로 이해할 수 있는데, 우리나라에서는 산업화 과정에서 부를 축적한 일부 노인층을 중심으로

다양하고 고급화된 복지서비스에 대한 요구가 커지고 있다.

하지만, 빠르게 진행되고 있는 노인인구 증가와 가족구조의 변화, 그리고 노인수요의 다양화 및 고급화 추세에 반해 이에 대한 사회적 대응은 매우 미흡한 상태이다. 특히 제한된 자원과 공평성을 추구하는 정부주도의 공공서비스로는 이들의 수요를 충족시키기 어렵다.

이처럼 정부주도의 노인복지 서비스의 한계를 감안할 때 고령친화산업은 경제력 있는 노인층에게 수익자부담 원칙에 따라 보다 질 좋은 서비스와 재화를 공급함으로써 삶의 질을 향상시킬 수 있을 뿐 아니라 고령친화산업의 기반을 확보함으로써 점진적으로는 취약 노인 에 대한 서비스와 재화의 질적 향상에도 영향을 미칠 것이다.

## 2) 경제적 측면

경제적 측면에서도 고령친화산업의 활성화는 시급한 과제이다. 우리 경제는 고용 없는 성장으로 우리경제의 지속적 성장을 가로막고 있다. 또한 그동안의 세계화로 인한 경쟁심화로 대기업 집중이 심화되고 있어 기업 간 양극화, 지역 간 양극화, 빈부 간 양극화 등 사회전반에 걸쳐 양극화가 심화되어 사회적 갈등으로 번지고 있다.

그러나 앞서서도 살펴본 바와 같이 고령친화산업은 소품종 대량생산보다는 다품종 소량생산 체제가 적합한 중소기업 적합 업종이다. 특히 e-health를 가능케 하는 정보통신기술의 발전과 BT, IT, NT 지능형 융합기술 발전으로 노인 개개인의 특성에 맞춘 다양한 제품에 대한 수요가 점차 커지고 있어 중소기업 적합산업인 고령친화산업의 활성화는 일자리 창출 및 고용창출에 적극 기여할 것으로 보인다. 이견직(2006)의 연구에서도 모태산업에서는 취업자 수가 줄어들고 있으나 고령친화산업에서는 2010년 45만 명을 고용하여 연평균 4.5%의 고용창출 효과가 있었다고 조사되었다. 따라서 고령친화산업의 적합 규모인 중소기업을 육성하고 이를 통하여 양극화 해소 및 고용창출과 지역 균형발전에 기여할 것을 기대할 수 있다.

〈표 2〉 모태산업 및 고령친화산업의 연간고용창출효과(단위:만명, %)

구 분	2002년	2010년		2020년	
	취업자수	취업자수	연평균성장률 (2002년-2010년)	취업자수	연평균성장률 (2010-2020년)
모태산업	1,266	990	-3.0	715	-3.2
고령친화산업	23	45	8.6	69	4.3

자료 : 이견직, “고령친화산업의 경제적파급효과”,보건복지포럼,2006, p.87

### 3) 시장 구조적 측면

인구의 급격한 고령화, 과학기술의 발달로 새로운 고령친화제품의 출현, 법과 제도의 개선 등으로 고령친화제품 수요는 꾸준히 증가하고, 시장규모도 점차 커질 것으로 예상된다. 특히, 1인당 소득 수준이 향상되고 국민연금 등으로 퇴직 후에도 고정 수입이 보장되는 고령 소비자층의 증대로 고령친화산업의 수요기반은 확고해질 것으로 전망된다. 앞서 고령화 사회로 진입한 국가들의 경우 노인인구가 10%를 초과하고 1인당 GDP 수준이 2만 달러를 넘게 되면서 고령친화산업이 급성장했음을 확인할 수 있었고, 우리나라도 노인인구의 비중이 10%를 넘어서고, 1인당 GDP가 2만 달러를 넘어선 2008년부터 고령친화제품에 대한 수요가 급격히 증가하였다.

특히 2008년부터 베이비붐 세대의 은퇴가 본격화되는데, 이들은 개인주의적 가치관을 가지고, 높은 교육수준과 소득 및 소비수준으로 노후준비를 시작한 세대들이다. 따라서 이들의 은퇴는 고령친화 제품의 소비 증가로 이어질 것으로 예상된다. 또한 통계청 조사에 의하면 2011년 40대는 86.3%, 50대는 83.1%가 노후를 준비하고 있는 것으로 나타나 고령친화산업의 수요는 지속적으로 확대될 것으로 보인다. 또한 2008년 7월부터 시행된 노인장기요양보험제도는 고령친화산업 활성화의 또 다른 전기가 되었으며, 이러한 여건의 변화로 우리사회의 고령친화산업 규모<sup>1)</sup>는 2020년에 148조 규모로 급성장할 것으로 보인다.

〈표 3〉 고령친화 산업별 시장규모 및 전망 (단위 : 억 원, %)

	2010년		2015년		2020년		연평균 성장률
	시장규모	비중	시장규모	비중	시장규모	비중	
고령친화요양산업	25,675	7.7	62,234	9.2	125,188	10.0	17.2
고령친화의약품산업	30,486	9.2	57,464	8.5	108,315	8.7	13.5
고령친화의료기기산업	10,903	3.3	13,516	2.0	16,975	1.4	4.5
고령친화화장품산업	5,109	1.5	11,541	1.7	26,070	2.1	17.7
고령친화식품산업	48,990	14.7	90,128	13.3	165,810	13.3	13.0
고령친화여가산업	76,088	22.9	110,268	16.2	161,917	13.0	7.8
고령친화금융산업	105,663	31.8	301,711	44.4	610,404	48.8	19.2
고령친화주거산업	9,616	2.9	9,073	1.3	6,824	0.5	-3.4
고령친화용품산업	19,711	5.9	23,347	3.4	28,322	2.3	3.7
전 체	332,241		679,281		1,249,825		14.2

자료 : 보건복지부 · 한국보건산업진흥원(2011) p 131

1) 보건복지부 · 한국보건산업진흥원(2011)은 2010년 고령친화산업시장규모를 33조 2241억 원으로 추정하고 2020년까지 연평균 14.2% 성장하여 2020년에는 124조 9825억 원에 달할 것으로 추정하였으며, 고령친화산업의 체계적인 발전을 견인하기 위해서 고령친화산업의 정책 및 제도의 내실화, 고령친화산업 수요기반 강화, 고령친화 산업 전략산업 집중 육성 등을 제시하였다.

그럼에도 불구하고 우리나라 고령친화 산업에 있어서 가장 큰 걸림돌로 시장규모의 협소가 지적되고 있으며, 이를 타개하기 위해서 해외시장 진출의 필요성이 제기되고 있다. 또한 우리나라는 세계 최장수국가인 일본과 인접해 있고, 급속한 경제성장으로 소비와 투자의 블랙홀로 작용하고 있는 중국과 동남아라는 거대시장이 인접하고 있어 빠른 고령친화산업의 육성을 통하여 이들 시장을 선점하려는 노력이 요구되기도 한다.

### Ⅲ. 중국의 고령화와 고령친화 산업

#### 1. 중국의 고령화와 구매력 증대

중국은 1970년대부터 시작된 산아제한 정책에 의한 출산 감소와 평균수명 연장으로 고령화가 급속히 진행되었다. 이에 UN은 중국의 노인인구(60세 이상)가 2010년에 1억 6,649만 명, 2020년에는 2억 3,940만 명에 이를 것으로 추산하였다.

그러나 중국의 노인 인구는 UN의 추계보다 빠르게 진행되고 있다. 2000년부터 2010년 사이에 노인 인구는 60세 이상이 32.76%, 65세 이상이 34.87% 증가하여 놀라운 속도로 고령화되고 있다. 이에 2011년 현재 중국의 60세 이상의 인구는 1억7800만 명, 그중 65세 이상은 1억1900만 명으로 세계적으로 노인 인구가 1억 명을 초과한 유일한 국가가 되었다. 그 결과 1970년대 초반 65세 이상 노인인구가 전체인구의 4.3% 수준이던 것이 2001년에는 7%를 넘어섬으로써 고령화 사회로 진입하였고(김정근, 2011), 2020년에는 노령인구가 약 2억4800만 명으로 노령화 수준이 17%에 달하고, 2050년경에는 4억3700만 명에 이를 것으로 추정된다(임지현, 2011).

고령화는 또한 높은 유병률 및 자립생활능력 저하로 돌봄을 필요로 하는 노인의 증가로도 연결된다. 중국의 국가의료서비스 조사에 의하면 1998년 현재 65세 이상 노인의 만성질환 유병률은 51.8%(도시노인: 79.2%, 농촌노인:35.1%)로 나타났으며, 2004년 국가통계청에서 실시한 전국노인인구조사에 의하면, 60세 이상 남성 중 9%, 여성은 12.8% 정도가 스스로 독립적인 생활을 할 수 없다고 응답하였다(김혜영 외, 2010).

중국은 유교적 전통 속에서 가족의 노인 부양을 중시해 왔으나 최근 들어 약화되는 양상을 보이고 있다. 2006년 China Research Center on Aging(2009)에 의하면 자녀와 동거를 원하는 응답 비율은 44.6%, 상관없다는 응답 비율이 20.7%, 동거를 원하지 않는다는 응답이



32.2%로 전통적인 가족부양 의식이 변화되고 있음을 알 수 있다. 또한 도시거주 노인의 32.63%가 돌봄을 지원해 줄 사람이 없음을 걱정을 하고 있고(김혜영 외, 2011), 실제 독거 노인가구의 비중이 점점 높아져 21.44%의 노인들은 가정의 돌봄을 기대하기 힘든 것으로 나타났다. 이러한 조사 결과는 돌봄의 주체가 자녀에서 배우자 또는 가족 외부의 도움으로 다각화 될 수 있음을 의미한다.

〈표 4〉 자녀와 동거를 희망하는 노인 비율

연 령	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85이상	합계
동거원함	43.36	41.12	42.89	45.62	51.36	62.57	44.57
상관없음	22.88	21.38	20.35	19.36	18.30	15.79	20.366
동거원하지않음	30.98	34.68	34.33	32.78	274.39	17.54	32.21
무응답	2.78	2.37	2.43	2.24	2.95	4.09	2.57

자료 : China Research Center on Aging(2009) Data analysis of the sampling survey of the aged population in urban/rural China 2006

한편 그 동안 중국 노인은 소비 능력이 비교적 약하다는 시각이 우세했지만 경제성장으로 인한 국민소득의 증가와 연금제도의 정비, 노후대비 저축율 증가 등으로 현재 노인들은 잠재 소비계층으로 부상하고 있다. 중국의 1인당 GDP는 아직 낮은 수준이지만 급속한 성장으로 2011년에는 일본을 제치고 세계 2위의 경제대국으로 자리 잡았다.

하지만 주목해야 할 점은 중국의 국민소득 분포의 특징은 도·농 간 편차가 심하다는 점이다. 2010년 기준 도시민의 평균소득이 12,076위안인데 반하여 농민들의 평균소득은 3,706위안에 불과하여 도시민의 소득이 농민소득의 3.26배에 달하고 있다(코트라 국가정보, 2010). 또한 2011년 기준 중국전체 국민의 1인당 GDP가 5,449달러에 불과한 반면 도시민의 소득은 1만 달러를 넘어서 중·선진국 수준에 도달하여 도시를 중심으로 하는 구매력을 확인할 수 있다. 한편, 중국은 연금, 의료보험 등 기본적인 사회보장체제도 미비한 실정이다. 2006년 현재 양로보험 가입인구는 2억 4140만 명에 그치는 정도이며, 또한 도시와 농촌이 이원화되어 있어 이 또한 도농 간 편차가 심하다.



〈표 5〉 년도별 도시 및 농촌양로보험가입자 현황 (단위 : 만명)

	도시양로보험가입자 수	농촌양로보험가입자 수
2002	14,737	5,462
2003	15,506	5,428
2004	16,353	5,378
2005	17,487	5,442
2006	18,766	5,374

자료 : <http://www.china.com.cn/policy/txt/2007-12/05/content-9346618.htm>

또 중국노인과학연구센터의 조사에 따르면, 중국 도시노인 중 42.8%가 저축예금을 가지고 있고 퇴직금은 2010년 8383억 위안, 2020년에는 2조8145억 위안, 2030년엔 7조3219억 위안에 달할 것으로 보여 도시 노인을 대상으로 한 고령친화산업의 전망은 긍정적이다(신형규·고봉숙, 2005). 연금가입자들 뿐 아니라 개인적으로 노후 대비를 위한 저축도 증가하여 2005년 현재 도시가계는 소득의 24.3%를 농촌가계는 8.9%를 저축에 충당하고 있는 것이다(일본통상백서, 2006). 또한 중국인민은행에서 50개 도시에 거주하고 있는 자체 고객 20,000명을 대상으로 분기별 설문조사를 한 결과, 현재 은행이자율이 낮아지고 있는 추세에서도 계속 저축량을 늘리겠다고 응답한 비율이 각각 26.8%(1사분기), 31.3%(2사분기), 34.4%(3사분기)로 증가하고 있으며, 25%가 “연금보장, 질병발생시 치료비준비, 사고 및 실직에 대비하기 위해서”라고 답하여 이들 노후 대비충이 노인 세대가된다면 고령친화산업에 대한 튼튼한 수요층을 형성하게 될 것으로 보인다.

특히 건국 후 태어난 제2 베이비세대(1960~70년대, 해방둥이와 독생자녀)들이 점차 노년시기로 진입하면서 중국의 고령친화산업에도 질적인 변혁이 일어날 것으로 전망된다. 이 세대들은 사회의 중산층으로 경제력도 있고 발언권도 있어, 소비개념이 기존 부모 세대보다 훨씬 적극적인 특성을 갖고 있음을 감안한다면 이들 제2베이비붐 세대가 노인세대가 되는 2020년 이후 고령친화산업은 거대시장을 형성하게 될 것으로 보인다.

## 2. 중국의 고령친화산업 현황과 활성화정책

### 1) 중국의 고령친화산업 현황

경제성장에 집중한 중국은 고령화에 대한 대비에 대해 정부의 관심 부족, 관련 산업에 대한 투자 부족으로 정부 경영 또는 보조금 제공 위주의 낮은 수준을 유지해왔다. 코트라의 베

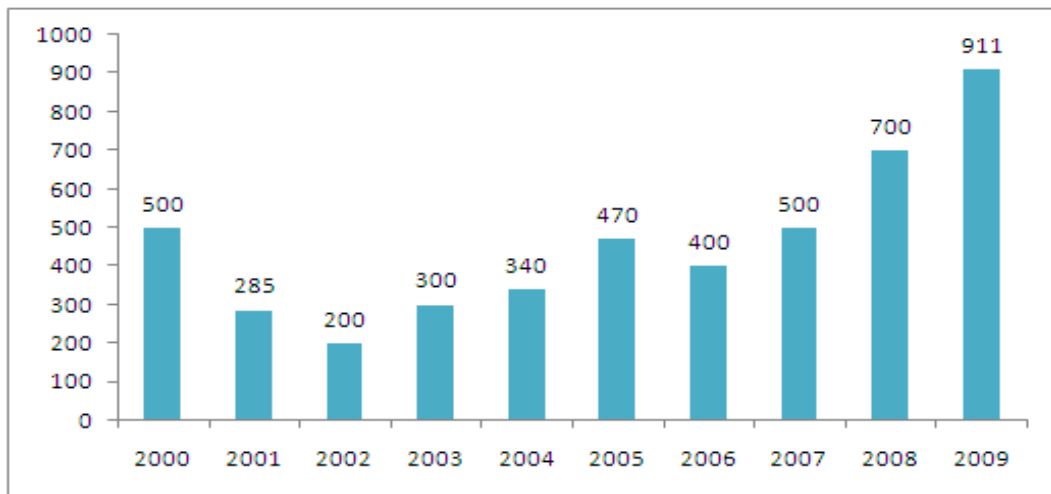
이정시 노령산업발전 과제팀은 현재 중국의 고령친화산업이 직면한 문제점을 네 가지로 지적하고 있다. 첫째 고령친화산업에 대한 인식 부족으로 인해 많은 기업들이 관망하는 태도를 취하고 있다는 점이다. 둘째 고령친화산업 관련 정책이 미비하다는 점이다. 정부의 고령친화산업 관련 정책은 거의 원칙적인 수준에 머물고 있어 고령친화산업의 생산, 유통, 경영, 소비 등 전반적인 과정에 관한 실질적 정책이 부족한 실정이다. 셋째 고령친화산업의 발달정도가 소규모·저수준이다. 현재는 고령친화 관련 상품과 서비스가 의식주, 의료보건 등으로 한정되어 있으며, 서비스의 질 또한 떨어진다. 그리고 여행, 오락 등 문화·오락 상품과 교육 등 정신적 수요를 만족시킬 상품 및 서비스는 개발되지 않은 상태이다. 그리고 넷째 규범화되고 표준화된 운영모델이 없다는 점이다. 그 결과 노인인구의 특성을 반영한 제품개발의 부족함은 물론 대외 개방정도, 발전수준 등이 낮은 상태이다. KOTRA 북경 무역관이 조사한 중국의 고령친화산업 현황은 <표 6>와 같다.

<표 6> 중국의 고령친화 산업 현황 (자료원 : KOTRA 북경 무역관)

세분	주요 제품 및 서비스	발전현황
노인 용품시장	식품, 의류, 가정용품, 양품, 건강용품, 가정용 의료설비 등	- 제품종류 단일 - 제품품질 저하 - 시장질서 혼란
실버 서비스	위생보건, 의료간호, 간병 방문 서비스	- 시장 미가동 상태 - 정부투자 및 내자업체 투자 위주 - 외자업체 주목시작
실버 부동산시장	양로원, 실버아파트, 실버병원, 헬스클럽 등	- 외자 진출 시작 - 자금과 경영수준에 대한 요구가 높음. - 시장잠재력이 큼.
실버 오락시장	실버 문화용품, 관광 등	- 서비스 종류 단일 - 관련된 법규 미비
실버금융 보험시장	투자, 건강보험, 생명보험, 양로보험 등	- 양로보험시장에는 외국업체가 진출하고 있으나 다른 금융분야에 외상투자는 거의 없는 상황임.
실버 노무시장	채취직(실버취업)	시장 미형성
실버 교육시장	실버대학, 실버직업교육 등	시장 미형성
기타 특수시장	컨설팅, 재혼 알선업	시장 미형성

전국노인직업위원회의 통계에 의하면 2010년 현재 노인시장의 연수요량은 1조 위안에 이르는데 반하여 공급량은 1000억 위안에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 고령친화산업의 주

요 부문으로서 보건식품 부문을 살펴보면, 2007년 500억 위안에 불과하던 보건식품 매출은 2009년에는 911억 위안으로 증가하여 2007~2009년 증가율이 31.7%로 나타났다. 이런 추세라면 2015년 중국 보건식품 매출은 2009년보다 약 5배가 증가한 4500억 위안에 달할 전망이다. 그러나 중국 사회과학원 식품영양품산업감독센터의 조사에 따르면, 현재 노인용품에 대해 만족하는 소비자는 11% 불과하고 노인복의 경우 만족도가 1% 불과하며 약 28%의 소비자는 원하는 제품을 찾지 못한다고 답한 것으로 나타났다.



자료원: 中投顧問 KOTRA 상하이에서 재인용

<그림 1> 중국의 보건식품 매출액 (단위: 억 위안)

고령친화산업의 주요 부문 중 양로 관련 부문 역시 부족한 실정이다. <표7>의 통계를 살펴보면, 1989년부터 2004년까지 양로가구는 크게 증가하지 않았지만 침상 수는 686천개에서 2,543천개로 크게 증가하였다. 그럼에도 불구하고 2011년 현재 60세 이상 노인의 인구수에 비하면 1.40%에 그치는 수준이다. 또한 낙후한 경영방식과 낮은 효율성, 낮은 서비스 수준 등의 문제로 노인들의 다양한 수요를 충족시키지 못하고 있다(김혜영 외, 2011). 또한 노인 간호서비스 역시 현저히 부족한 상태이다. 상하이시 인구의 평균수명은 81.3세이고, 60세 이후 10년 2개월 동안 건강하게 자립할 수 있다고 나타난다. 그렇다면 나머지 약 10여 년의 기간은 기타 간호가 필요한 기간이라 할 수 있다. 상하이시민정국의 2008년 통계에 따르면 2040년 노인 장기간간호서비스 수요량은 매일 670만 시간에 달하고 시장규모는 171억 위안에 육박할 것으로 추산된다.

〈표 7〉 중국의 양로가구, 침상, 수용인원수

	1989	1994	1999	2004
가구수	39,255	42,918	40,074	38,111
침상수	686,589	896,949	1,022,297	2,543,992
실제수용인원수*	447,486	642,262	715,919	1,785,781

\* 실제로 양로가구에 입주하고 있거나, 입주한 경험이 있었던 인원수  
 자료 : 중국민정통계연감(1990, 1995, 2000, 2005), 김혜영외(2010) p200에서 재인용

## 2) 중국의 고령친화산업 활성화 정책

그동안 중국의 고령친화산업은 경제성장 우선정책에 따라 정부의 우선적 관심 영역에서 밀려 관련 산업에 대한 투자가 부족했던 것이 사실이다. 그러나 급격한 노인 인구 증가와 함께 그 동안의 경제성장으로 인한 국민소득 증가에 힘입어 중국 정부도 고령친화산업 활성화에 관심을 갖기 시작하였다.

2000년 8월 모든 당과 사회는 개혁·발전·안정의 측면에서 노인관련 사업을 중시·강화하며, 노인관련 사업을 발전시켜 모든 사회의 경로·양로·노인 돕기 분위기 조성을 호소하는 “노인사업 강화에 관한 결정”을 발표하였고, 여러 노인문제를 해결하기 위한 “지역사회노인복지 서비스 성광계획(星光計劃)”을 실시하였다. 이 계획의 주요목표는 8가지<sup>2)</sup>인데 그 중 ‘가정 양로지원’이 포함되어 있다. 또한 이 계획에 의거하여 설치된 “성광의 집”에서는 문화 오락, 도서열람, 노인교육 등 다양한 서비스를 제공하지만 조건이 되는 곳은 거주 양로, 의료보조, 방문 서비스 등 서비스 프로그램도 실시할 수 있도록 하고 있다. 또한 2006년 2월 중국 국무원변공청이 고령자를 대상으로 하는 서비스업 창업에 대한 지지를 표명하여 세금과 운영 면에서의 우대를 포함하여 중국의 고령자 대상 서비스를 제공하는 외국기업의 투자를 위한 토대가 정비될 것으로 기대하고 있다.

2006년부터 시작된 ‘중국고령자사업발전 제11차 5개년 계획(2006년- 2010년)’에서 대·중 도시에는 신형 간호원의 건설을 추진하고, 농촌 양로기구의 경우 무자녀 노인 입주율을 50% 정도까지 끌어올리는 것이 목표이다. 동 계획에 따라 2007년 중국 국무원에서는 「양로 서비스 산업의 빠른 발전에 관한 의견(關於加快發展養老服務業的意見)」등을 발표하여 양로기구 건설을 유도하고 있고, 또한 실버산업 관련 투자 프로젝트를 장려하고 일정한 정책적 혜택을

2) ① 지역사회 노인층의 욕구 만족, ② 복지복권 발행으로 모은 공익자금을 시설과 활동장소 건립에 지원, ③ 긴급 지역사회 정부부문과 사회역량의 참여, ④ 지역사회 자원의 대대적인 발굴, ⑤ 지역사회 노인복지서비스 네트워크 구축, ⑥ 가정 양로지원, ⑦ 지역사회 서비스 체계정비, ⑧ 노인활동의 시설과 장소 제공

제공할 예정이다.

한편, 2010년에 중국 국무원은 고령화 시대가 본격적으로 시작하는 시점을 맞이하여 ‘중국 고령사업발전 12.5 계획(2011~2015년, 中國老齡事業發展十二五規劃)’을 발표하고 고령친화 산업을 국가지원 산업으로 지정해 고령사회보장제도와 고령서비스 제도를 강화하고 고령산업 정책을 보완할 계획을 발표함으로써 고령친화산업 활성화에 박차를 가하고 있다.

우선 도·농 주민에 대한 사회양로 보장체계 및 노인 기본 의료보장 체계의 적용범위를 확대하고 가구를 단위로 지역사회 의탁시스템 및 양로서비스 시스템을 구축하고, 도시와 농촌의 고령친화산업에 관한 사업기술 표준규범과 지역사회의 양로시설 신축과 리모델링에 관한 계획 표준을 확립해 전면적으로 시행할 계획이다. 또한 양로시설, 노인병원, 노인주택, 실버서비스 시스템 부족에 대비한 일련의 정책을 제정하고, 홈케어 서비스를 중점 개발할 수 있도록 하였다. 이를 위해 지방도시를 현(縣), 향진(鄉鎮), 촌(村) 등 3개 구역으로 구분해 의료 네트워크를 구축할 계획이고, 각 지역 사무소와 거주 단지 내에 홈케어 서비스 네트워크를 구축해 80% 이상의 지방 도시와 50% 이상의 농촌 지역에 실버 서비스를 제공하는 종합 서비스 시설을 설치할 예정이며, 지방도시의 노인 케어서비스 확대를 위해 주간 케어센터, 양로원, 노인 커뮤니티센터 등 사회양로시설을 지역 건설 계획에 포함하고 있다.

그리고 재정투입 및 사회자금 조달을 확대해 부양형, 요양형, 의료형 양로시설 건설을 추진하고 있다. 계획기간 내 간호·간병서비스의 우선 확대와 의료위생 서비스 시스템 및 사회양로 서비스 시스템을 완비한 노인 요양원 등 의료시설을 확충할 계획이며, 건강 보조기구, 전자 구조기기 등 노인 특수상품의 연구 개발을 확대하고 있다. 또한 노년층의 다양한 요구에 적합한 맞춤형 간호, 홈서비스, 헬스, 문화 오락, 금융 재테크 등 서비스 프로그램을 개발하고, 노인을 대상으로 하는 여행서비스 사업 등 노인 여가산업을 확대해 실버산업의 지속가능한 발전을 주도할 예정이다.

### 3. 중국 고령친화산업 시장의 특성

살펴본 바와 같이 중국은 여전히 노인 대상 전문 요양시설이 부족하고, 장기요양 서비스를 제공하는 네트워크가 구축되지 못했으며, 재가복지 서비스도 체계적으로 전개되지 못하고 있다(Xu & Tang, 2007). 또한 양로기구의 수, 규모, 서비스, 관리·경영방식, 시설 등에 대한 명확한 규정이 없고, 정부로부터 제도적 차원의 지원을 받지 못하고 있다(Zhang, 2008). 또한 다양한 서비스가 제공되지 못하며, 장기요양사업에 대한 관리체계가 미비하며, 요양시설 중

사자들의 전문성도 낮다(Xu & Tang, 2007).

하지만 고령친화산업과 관련된 중국의 긍정적 특성도 살펴볼 수 있다. 우선, 소비보다 저축을 중시(重積蓄, 輕消費)하고, 자신보다 자녀를 중시(重子女, 輕自己)하는 기존의 중국 노령층에 반해 최근에는 높은 구매력과 함께 기존의 전통적 가치관보다는 건강을 위해 돈을 쓰는(花錢買健康) 새로운 소비 집단이 등장했다는 점이다. 또한 Ogilvy 중화권 연구부 Kunal Sinaha 선임연구원에 따르면, '50~55세 소비자는 일단 모 브랜드를 인정하게 되면 향후 10~20년 내 그 브랜드에 충성하는 경향'이 있어 고령친화산업에 있어서 주요 시장으로서 주목할 만한 가치가 있음을 알 수 있다.

중국 고령친화산업 시장을 구체적으로 살펴보면 첫째, 노인인구의 증가와 함께 고령화 사회에 진입하였지만 중국 병원은 병실 및 간호 인력의 부족으로 노인성 만성질환과 신체장애 치료 수요를 만족시키지 못하고 있다. 이에 노인의 건강관리는 점차 병원에서 가정으로 이동하는 추세이다. 그 결과 가정용 전자의료기기 및 보건기기와 같은 노인용 제품이 주목받고 있는데, CCID(賽迪顧問)의 통계에 따르면 2008년 중국 휴대용 전자의료기기(가정용/병원용)의 시장규모는 127억1000만 위안을 기록하였고, 이 중 가정용 전자의료기기의 시장규모는 83억 위안을 차지하였으며, 2009년 105억 위안에서 2011년에는 280억 위안으로 2배가량 확대될 것으로 전망하고 있다.

이처럼 중국인의 건강에 대한 관심이 크게 늘어나면서 전자의료 기기 외에도 건강증진 기능이 있는 안마기·족욕기·소형안마기 등을 포함한 건강용 기기에 대한 관심도 증가하고 있다. 이에 2008년 보건안마기기의 시장규모는 100억 위안으로 성장하였으며, 중국 내 안마기 생산 및 판매 기업이 1,786곳에 이르는 것으로 조사되었다. 한편 가정용 전자의료기기 주요 기업으로는 오므론(OMRON), 존슨앤존슨(Johnson & Johnson), 로슈(Roche) 등이 있으며, 로컬기업으로는 위위에의료(魚躍醫療)·지우안의료(九安醫療) 등이 있다. 현재는 외국투자 기업들이 뚜렷한 우위를 점하고 있으나 최근 로컬기업의 휴대용 전자의료기기의 투자 확대로 로컬브랜드의 경쟁력이 빠르게 향상되고 있는 추세이다.

둘째, 고령인구가 증가함에 따라 고령친화산업의 주요 부문으로 관광시장도 성장하고 있다. 중국 여행국 관련 통계자료를 보면 2004년 관광업 년 수입은 대략 GDP의 5%수준인 4000억 위안을 초과하였고 이 중 20% 정도가 노인대상 관광시장으로 추정된다. 중국에서는 북경과 같은 대도시 노인들의 60%가 월 2,000위안 이상의 퇴직금을 받고 있다. 이 중 81%는 남은 일생을 행복하고 충실하게 여행이나 하고 싶은 일을 하면서 보내길 희망한다. 이러한 추세로 보아 실버관광시장의 잠재력은 무한하다.

셋째, 중국의 시장경제화 추세가 지속됨에 따라 고령친화산업의 주요 부문으로 연금보험 관련 프로그램에 대한 수요가 함께 부상하고 있다. 그 이유로는 우선 공공부문에서는 중국 정부가 노동자들의 연금에 대한 책임 부담을 혼자 지니기보다는 보다 많은 국유기업으로 하여금 퇴직자들에 대한 추가적 연금 혜택 부여를 촉진함으로써 그 연금 책임 부담을 분담하고 있다는 점이다. 또한, 민간 부문에서도 많은 기업이 인력난 해소책의 일환으로 보다 적극적으로 퇴직자 연금 혜택 체계를 마련해 우수 인력을 보류하려는 동기부여가 작용하고 있다는 점이다. 국유기업의 경우 전국적으로 이미 2만 4,000여개 기업이 기업 연금 제도에 동참함으로써 약 120억 달러에 달하는 기업 연금 시장을 형성하고 있다. 세계은행은 이 수치가 2030년에는 무려 1조8000억 달러에 달할 것으로 전망하고 있는데, 이 수치가 현실로 이뤄질 경우 중국은 세계 3대 기업 연금 시장을 형성하게 될 것으로 기대된다.

한편, 중국 노인 소비시장은 연령별로 3가지로 구분된다. 자립적인 생활이 어려운 80세 이상의 고령 노인은 간호 서비스, 특별간호 설비, 특수 상품의 수요가 높는데 반해, 질병을 앓고 있는 노인은 생활 보조품과 의료 회복기계, 가사관리 서비스, 심리상담 서비스 등의 수요가 높고, 연령이 낮은 노인 소비시장은 여가활동, 요양, 오락시설 등의 수요가 높다. 또한 노인의 문화수준, 건강 상황, 수입상황 등에 따라 다양한 차이가 존재하고, 대부분 소비자는 개성 있는 제품을 원하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 노인 소비층은 제품구매 시 충동구매보다는 가격과 제품의 실용성을 우선 고려하며, 제품에 있어서 효과성과 사용상 용이성 등을 중요시하는 것으로 나타났다. 이러한 점들은 중국시장 진출 시 고려해야 하는 중국 시장의 특성이라 할 수 있다.

〈표 8〉 중국 도시 노인 주요 관심 소비분야

1	식품	5	의료
2	일상간호	6	보건품
3	공공사업	7	의류
4	전신(電信)	8	교통

자료원 : Ogilvy 中, 180조 원 거대시장 실버산업을 주목하라 KOTRA 상하이KBC



#### IV. 우리나라 고령친화산업의 대중국진출방안

살펴 본 바와 같이, 중국의 급속한 고령화와 노인 세대들의 구매력 증대는 양로보장, 의료보장, 양로 서비스 등의 새로운 비즈니스 기회를 창출할 것으로 보인다. 특히 향후 5년 간 중국의 양로사업이 기존의 복리시대의 개념에서 상업화 시대로 변모하는 가장 중요한 시기가 될 것으로 보인다. 앞으로 ‘인구 홍리(人口紅利)’, 즉 저렴하고 풍부한 노동력에 의한 높은 경제성장을 실현 효과가 사라지면서 ‘장수 홍리(長壽紅利)’, 즉 구매력을 갖춘 노년인구의 급증이 경제성장 및 내수 진작의 동력 역할을 하게 될 시대로 진입할 것이 예상됨에 따라 중국 정부도 고령친화산업을 국가지원 산업으로 지정하였고, 이에 따라 그동안 낮은 수준을 유지해온 실버산업이 빠르게 부상할 전망이다.

그러나 IBM 중국연구원 관계자에 따르면, ‘많은 다국적기업이 실버산업과 관련된 제품, 기술에 투자하고 있으나 아직은 연구개발 단계이며 상업화에는 어느 정도 거리가 있지만, 일단 시장이 열리면 시장 성장 잠재력은 폭발적일 것’이라고 전망한 것과 같이 아직은 고령친화산업의 단계가 초보적 수준이다. 외국기업 뿐 아니라 레노보와 같은 본토 기업도 2000년부터 고령친화상품시장에 주목하면서 2001년 노년층을 위해 설계한 컴퓨터를 개발하기도 했으나 아직 시장이 성숙되지 않았고 제품 포지셔닝 문제로 성공을 거두지는 못하고 있다.

따라서 우리 기업들도 장기적인 관점에서 중국의 시장변화를 면밀히 관찰하고 10~20년 후 유망시장으로 부상할 잠재시장에 대한 기회 찾기와 씨뿌리기 작업이 필요하다. 물론, 고령친화산업의 특성 상 시장 잠재력은 크기는 하나 대부분 초기투자가 많이 필요하고 회수 기간이 길어 리스크가 크고, 무조건 이윤을 보장할 수 있는 것은 아니다. 특히 노인 서비스 시장은 상품 시장보다 노인복지 측면에서 정부 정책과 연관이 크므로 사회의료보장 등 제도의 변화에 따른 접근이 필요하다는 것이 우리나라가 중국의 고령친화산업에 성공적으로 진출할 수 있는 첫 번째라 할 것이다.

둘째, 중국의 고령친화 상품시장의 특성을 파악하는 것이 무엇보다 중요하다. 노인시장을 개척하기 위해서는 노인들의 소비 특성과 활동장소를 잘 파악하여 이에 적합한 제품개발은 물론, 판매방식 등에 대한 새로운 마케팅 전략이 필요하다. 즉, 같은 연령대의 노인이라도 각기 다른 특성을 가진 노인 집단마다 고령친화 용품의 수요가 다르기 때문에 제품개발, 판매에 있어서 전략적으로 접근할 필요가 있다는 것이다. 이와 관련하여 코트라의 분석에 따르면, 진출 유망한 고령친화 상품 분야로는 <표 9>에 나타난 바와 같이 노인전용산업, 건강보조기구, 노인의료용품, 생활용품 등이 유망한 것으로 조사되었고, 진출 유망한 서비스업으로

는 실버 부동산산업, 노인교육, 노인관광, 노인전문 재혼 알선업, 간호, 간병 관련 서비스 등인 것으로 조사되었다.

〈표 9〉 진출 유망 상품 및 서비스 산업 (자료 : KOTRA 북경 무역관)

구 분		세부내용
상 품	노인 전용	인모가발, 전통복장, 특수신체보형의복, 안경, 보청기, 지팡이
	보건식품	보약, 식료품
	건강보조기구	안마기, 보청기,복대 및 벨트
	노인의료용품	찜질기, 혈압계,혈당측정기, 체지방측정기 등
	생활용품	욕실용 의자, 배변처리용품, 비데, 변기 손잡이
서 비 스	실버 부동산산업	실버타운, 양로원 건설, 노인전용병원, 헬스클럽, 골프장, 노인운동센터 등
	노인교육	실버대학, 노인재취업 교육 등
	노인관광	노인전문 관광코스(중국의 퇴직노인 중 약 70%의 수요층 확보)
	노인전문 재혼 알선업	만혼알선업체
	간호·간병관련 서비스	간호간병·간호간병 방문 서비스, 간호간병 관련 인원교육, 간호간병 구인구직

셋째, 중·대형 도시의 노인의 경우 행동반경이 넓지 않고 실용적인 소비를 하는 특성을 감안할 때 이들이 거주하는 지역을 중심으로 한 전문 매장 확보 등을 고려해 볼 수 있다. 중국은 아직 고령친화산업이 초기단계로 시장을 선도하는 기업이 없는 상태이므로 초기 시장 진입으로 브랜드 인지도를 높일 경우 브랜드 충성도가 높은 고령 소비자를 장기적으로 확보할 수 있다는 가능성을 고려하여 초기단계의 적극적 전략이 필요하다 할 것이다. 이를 위해 초기 현지 파트너를 선정하여 이들 업체를 통해 시장에 진출하는 방안도 고려될 수 있다.

지역적으로는 1인당 소득 수준이 높은 북경, 상해, 강소, 광둥 등 대도시의 경제발달 지역을 우선 고려할 필요가 있다. 이들 지역은 노인소비자들의 소비능력이 보다 높은 편이고 대부분 젊은 사람들은 노인들을 보살필 능력은 있으나 시간이 없어 노인 간호 간병서비스, 위생건강 방문서비스, 노인 아파트, 고급 양로원 등에 대한 실수요가 높은 것으로 분석되고 있다. 특히, 상해시는 부유한 고령자가 증가하고 있어 자녀가 나이 든 부모의 부양에 고액을 지불하는 경우도 증가하는 점 등을 고려하면, 중국 개호(介護)비즈니스를 전개함에 있어서 ‘부유층’이 하나의 키워드가 될 것이며, 또한 개호에 고액을 지불할 수 없는 중·저소득층에 대해서도 충분한 서비스 제공이 이루어지고 있지 않은 상황을 감안한다면, 전문교육과 매너를 겸비한 헬퍼 파견업 등은 향후 시장 확대의 가능성이 매우 크다고 볼 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 우리나라 고령친화산업의 중국 진출 방안을 모색하기 위해 중국의 고령친화산업 수요 및 산업 배경을 검토하고, 이를 토대로 우리나라 고령친화산업의 대중국 진출방안에 대하여 살펴보았다. 우리나라 고령친화 산업은 고령화의 진전으로 수요 기반이 확충되고 노인들의 삶의 질에 대한 관심이 증가하면서 주요한 산업 분야로 자리 잡고 있는 것이 사실이다. 뿐만 아니라 고령친화 산업의 다품종소량생산이라는 특성은 중소기업 진출이 용이한 산업으로 대두됨에 따라 우리사회의 대기업 중심의 양극화 문제 해결 측면에서 그 의미는 크다 할 것이다. 그럼에도 불구하고 고령친화산업 활성화는 산업기반과 시장의 협소로 인해 활성화되고 있지 않다. 이에 우리나라 고령친화 산업의 해외시장 진출 필요성이 논의되고 있고 특히 중국은 최근 고령화와 더불어 경제성장이 뒷받침됨에 따라 구매력을 갖춘 노인인구가 증가하고 있다는 점에서 주목할 만하다 할 것이다.

중국은 그 동안 경제성장 우선정책에 따라 고령친화 산업이 정부의 우선적 관심 영역에서 밀려 이에 대한 투자가 부족했다. 그러나 급격한 노인 인구 증가와 함께 중국 정부도 고령친화산업 활성화에 관심을 갖기 시작했으나 중국은 여전히 노인대상전문 요양시설이 턱없이 부족한 실정이며 장기요양 서비스를 제공하는 네트워크가 구축되어 있지 않을 뿐 아니라 재가복지서비스도 체계적으로 전개되어 있지 않은 상황이다.

구체적으로 중국의 고령친화 산업 진출 시장으로는 첫째 노인 의료기기 제품이다. 중국 병원은 병실 및 간호 인력의 부족으로 노인성 만성질환과 신체장애 치료 수요를 만족시키지 못하고 있기 때문에 가정용 전자의료기기 및 보건기기와 같은 노인용 제품이 주목받고 있다는 것이다. 둘째, 노인여가와 관련된 관광산업이다. 중국에서는 북경과 같은 대도시 노인들의 60%가 월 2,000위안 이상의 퇴직금을 받고 있으며 이 중 81%는 남은 일생을 행복하고 충실하게 여행이나 하고 싶은 일을 하면서 보내길 희망한다는 조사결과들의 추세로 보아 실버관광시장의 잠재력은 크다 할 것이다. 셋째, 연금보험 관련 시장이다. 중국의 시장 경제화 추세가 지속됨에 따라 연금 보험 관련 수요가 커질 것이기 때문이다. 중국은 아직 고령친화산업이 초기단계로 시장을 선도하는 기업이 없는 상태이므로 초기 시장의 진입으로 브랜드 인지도를 높일 경우 브랜드 충성도가 높은 고령 소비자를 장기적으로 확보할 수 있다는 가능성을 고려하여 초기단계의 적극적 전략이 필요하다.

본 연구에서는 우리나라 고령친화 산업의 대 중국 진출 방안으로 크게 세 가지를 제안하였다. 첫째, 노인 서비스 시장은 복지 측면에서 정부 정책과 연관이 크므로 사회의료보장 등

제도의 변화에 따른 접근이 필요하다는 것이다. 살펴본 바와 같이 노후 소득보장체계가 성숙하지 않은 사회에서는 제품에 대한 욕구에 비하여 유효수요가 뒷받침되지 않기 때문에 연금제도 등 사회적인 제도와 법의 뒷받침 없이는 지속성장이 불가능한 산업이다. 따라서 중국의 제도변화에 따른 접근이 필요할 것이다. 둘째, 중국의 고령친화 상품시장의 특성을 파악하는 것이 무엇보다 중요하다. 고령친화 상품은 다품종소량생산이라는 특성처럼 노인의 문화수준, 건강 상황, 수입상황 등에 따라 다양한 차이가 존재하고, 대부분 소비자는 개성 있는 제품을 원하기 때문에 중국 시장의 특성을 선 파악하는 것이 중요하다 할 것이다. 셋째, 지역의 특성을 고려할 필요가 있다. 중국은 국민소득 증가와 연금제도 정비, 노후대비 저축율 증가 등으로 중국의 노인들이 잠재 소비계층으로 부상하고 있다. 하지만 주목해야 할 점은 중국의 국민소득 분포의 특징은 도·농 간 편차가 심하다는 점이다. 따라서 1인당 소득수준이 높은 북경, 상해, 강소, 광둥 등 대도시의 경제발달 지역을 우선적으로 고려되어야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 김수봉, 이상영, 김진수, 김경래, 민병삼, 김병철, 이태범, 「고령친화용품산업 수요기반 강화를 위한 중국시장 연계방안」, 경제·인문사회연구회 대중국 종합연구 협동연구 총서, 2010.
- 김정근, “중국의 고령화가 한국 경제에 미치는 영향”, 「Seri경제포커스」, 2011년3월8일(제 329호).
- 김혜영, 김은지, 최인희, 선보영, 이재호, 「한국과 중국의 가족 변화와 지원정책(1)」, 경제·인문사회연구회 대중국 종합연구 협동연구 총서, 2011.
- 보건복지부·한국보건산업진흥원, 「고령친화산업 실태조사 및 산업 분석」2011.
- 신형규, 고봉숙, 「中 실버산업 발전 잠재력에 주목해야, 코트라 해외시장정보」, 산업동향, 2005.
- 이건직, 「고령친화산업의 경제적 파급효과」, 보건복지포럼, 2006.
- 일본통상백서, 2006.
- 임지현, 「중국, 소비력 갖춘 노인시장 골드 실버마켓 열린다」, 코트라 해외시장정보 산업동향, 2011.
- 통계청, 「장래인구추계」, 2010.
- 코트라 국가정보, <http://www.globalwindow.org/wps/portal/>
- China Research Center on Aging, Data Analysis of the sampling survey of the aged population in

urban/rural China 2006, 2009.

Xu, Q., & Tang, Z., “Long-term care in China: Current status and future trend”, *Population & Economics* vol. 2, 2007.

Zhang, Y., “Summarizing studies on social service institutions for elderly in China”, *Journal of Social Work* vol. 1, 2008.

## ABSTRACT

## The Study on the China Advance Plan of Senior Products Industrial

Keun-Soo, Park\* · So-Jin, Kim\*\*

This study is to explore the advance plan of senior products industrial into China. For this purpose, we examine the current status of the senior products industrial in Korea and investigate the demand of senior products industrial in China. Based on the results of these analyses, we discussed the concrete plans to advance into China.

At result, the senior products industrial markets needed to develop in China are the elderly tourism industry, the elderly medical equipment and pension. And Korean companies intending to advance into China market might should capture the change of social security system, the trait of senior products industrial, and the regional characteristics in China.

**Key Words** : Aging Society, Senior Products Industrial

---

\* Professor, Social welfare Department, JoongBu University. (Main Author)

\*\* Assistant Professor, Social welfare Department, Joongbu University. (Corresponding Author)