



온라인 커뮤니티에 익숙한 중국 MZ세대가 오프라인 활동에도 시동을 걸었다.

MZ세대의 '더 리얼한 삶'

중국판 인스타그램 '샤오홍슈'(小紅書)가 말하는 2023년 중국 MZ세대의 '더 리얼한 삶'이란?

사진 SHUTTERSTOCK

중국 MZ세대의 필수 앱이라 꼽히는 샤오홍슈는 MZ세대의 생각과 라이프스타일을 실시간으로 파악할 수 있는 플랫폼이자 트렌드 보고서나 마찬가지다. 그런 샤오홍슈가 중국사회과학원 사회학연구소와 함께 '2023년 샤오홍슈 올해의 라이프 트렌드'를 발표했다. 이 보고서는 중국의 MZ세대가 '리얼한 삶'에 몰입하고 있다고 요약한다. 코로나19 이후대의 활동이 개방된 지금, MZ세대가 말하는 리얼한 삶은 무엇일까?

이웃 커뮤니티 활성화

코로나19를 겪으며 얻은 깨달음 중 하나는 이웃의 소중함이다. 생필품 수급의 어려움을 공동구매와 물물교환으로 해결하면서 이웃 커뮤니티의 중요성을 실감한 것이다. 온라인 교류에 익숙했던 MZ세대에게 이 같은 커뮤니티는 더욱 특별하게 다가왔다. 온라인뿐만 아니라 오프라인에서도 점점 늘리며 이웃과의 만남을 늘리고 있다. 지역의 작은 상점인 펑러(蓬勒) 즉, 편의점, 카페, 식당이 새로운 교류 공간으로 인정받으며 MZ세대의 놀이터로 주목받고 있다.

로컬 맛집 유행

지역만의 특색을 가진 로컬 맛집이 MZ세대의 새로운 탐색 목표다. 즉석에서 김이 모락모락 나는 음식을 요리해 주는 저렴한 로컬 식당이 핫한 맛집으로 떠오르고 있는 것이다. 샤오홍슈 통계에 따르면, '로컬 맛집'에 관한 포스팅이 전년 대비 227% 증가했다. 이제는 대도시의 프랜차이즈보다 지역 주민만 알던 맛집을 찾아내는 것이 트렌드가 되었다.

주체적 여행

'코로나가 끝나면 가장 가고 싶은 곳은

어디인가'는 2022년 중국인들이 온라인에서 가장 많이 나누는 이야기 중 하나일 것이다. 올해 수많은 중국인이 새해 소망 중 하나로 꼽은 장거리 여행에는 코로나19에 대한 보상 심리까지 담겨 있다. 여행 업계는 코로나19 이전과는 달라진 여행객 취향에 주목한다. 체험을 중시하는 젊은 세대는 전통적인 패키지 여행에서 벗어나 맞춤형 여행, 스터디 트립 등 특별한 서비스가 포함된 프리미엄 여행을 선호하기 때문이다. 이들의 새로운 여행 방식이 중국 여행업계의 특별한 봄을 가져올 것이다.

가벼운 스트레스 해소법

사회가 복잡다양해지면서 스트레스 원인 또한 세분화되고 있다. 사람들은 스트레스 해소를 위해 무언가에 진지하게 몰두하는 것을 원하지 않는다. 특히 MZ세대는 반려동물을 키우거나 꽃꽂이, 요가, 명상 등 심신 안정 활동을 선호한다. 중국의 대표 온라인 쇼핑 플랫폼 타오바오만 보더라도 스트레스 해소를 위한 슬라임 장난감이나 스트레스 해소 기구 등 관련 상품이 수십만 건 등록되어 판매되고 있다. 간단하고 쉽게 할 수 있는 가벼운 스트레스 해소 방법이 정신적 탈진 상태에 있는 사람들에게 효과적인 즐거움을 선사하고 있는 것이다. 이 외에도 역할 추리 게임인 쥐변사(劇本殺, Script-kill)를 즐길 수 있는 공간도 새롭게 떠오르고 있다.

미니멀 라이프

코로나19 사태 속 스트레스 상황을 겪으며 많은 사람들이 실용적이고 간소화된 미니멀 라이프를 추구하게 됐다. 가구정리 전문가, 수납 전문가의 인기도 이와 상통한다. 특히 인플루언서에게 영향을

받는 MZ세대에게 미니멀 라이프의 인기는 더 대단하다. 인플루언서가 보여주는 불필요한 소비를 줄인 이성적인 소비관을 신뢰하고, 실제로 따라하며 좋은 삶을 살기 위해 많은 것이 필요하지 않다는 사실을 깨닫고 있다.

'문방사조'의 인기

중국에서 말하는 '문방사조(文房四寶)'는 서예(書法), 향도(香道, 향 피우기), 전각(篆刻, 도장), 문완(文玩, 감상용 골동품)을 가리킨다. 문방사조의 인기는 전통문화를 트렌드로 받아들이는 MZ세대에게서 다양하게 변주되고 있다. 생일 케이크를 전통 서예로 장식하거나 과일에 문양을 새기고, 도장을 찍은 염주 팔찌로 감각을 뽐내는 식이다. 전통문화가 개성이 다양한 MZ세대를 만나며 새롭게 피어나는 중이다.

도심 속 자연

2022년 '도심 속 자연' 관련 포스팅이 전년 대비 287% 증가했다. 코로나19로 인해 장거리 이동이 제한되면서 가까운 거리에 있는 도심 속 자연을 찾는 사람들이 늘어난 것이다. 여행을 떠날 수 없는 일상 속에서 자연에 대한 향수는 '집 앞'으로 이어졌다. 집 앞 공원, 근거리 캠핑장 등 모두 가까운 곳에 위치한 자연친화적인 장소를 찾아 즐기는 것이 이색적인 트렌드가 되고 있다.

우리집 무릉도원

코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 늘어나면서 집 안 풍경도 바뀌는 중이다. 쾌적하고 안락한 환경에 대한 요구가 소확행과 만나 인테리어 용품 및 소형 가전이 인기 아이템으로 떠오른 것이다. 디퓨저와 같은 방향 제품과 빔 프로젝터, 커



MZ세대는 불필요한 소비를 줄인 이성적인 소비관을 신뢰하고, 좋은 삶을 살기 위해 많은 것이 필요하지 않다는 사실을 깨닫고 있다.

피 머신, 가정용 티 테이블, 에어프라이어 등이 그것. MZ세대는 자신의 취향과 라이프스타일에 따라 집을 나만의 무릉도원으로 가꿔가고 있다.

방치된 물건의 재활용

환경보호에 대한 관심이 커지면서 필요 없는 물품에 대한 고찰이 시작됐다. 나에게 쓸모 없는 물건이 다른 사람에게겐 필요한 물건이 될 수 있다는 사실은 소득을 창출할 수 있는 동시에 트렌디한 사회적 교류 방식으로 인식되고 있다. 중고물품을 거래하는 것은 트렌드이자 일상의 한 부분으로 자리잡고 있는 중이다.

물 대신 차 마시기

2022년 '차 마시기' 관련 포스팅이 전년 대비 532% 증가했다. MZ세대가 양생(건강관리)을 추구하면서 음료나 물 대신 차에 관심을 갖게 된 것이다. 최근 등장한 찻집들을 보면 인테리어나 서비스 모두 MZ세대를 겨냥하고 있다. 찻집에서 모임을 하고 영상을 찍으며, DIY 차 끓이기 방법을 공유하는 것 등이 모두 새롭게 등장한 차 음료 문화다. 많은 기업이 찻집을 비즈니스로 바라보고, 젊은 세대를 대상으로 활발하게 사업을 확장하고 있다.