

투데이칼럼

한국, 세계 1인당 명품 소비 1위의 빛과 그림자

한국은 이제 단순히 'K-팝'과 'K-드라마'로 대표되는 문화 강국을 넘어, 글로벌 명품 시장에서도 독보적인 존재감을 드러내고 있다.

글로벌 투자은행 모건스탠리의 분석에 따르면, 2024년 기준 한국인의 1인당 명품 소비액은 약 325달러로 세계 1위를 기록했다.

이는 세계 최대 시장인 미국의 280달러, 그리고 명품 소비 규모에서 가장 큰 손으로 꼽히는 중국의 50달러를 크게 웃도는 수치다. 단순한 시장 규모를 넘어 인구 대비 소비 성향에서 한국은 그 어떤 나라보다도 '럭셔리 친화적'인 사회로 자리매김한 것이다.

흥미로운 점은 이러한 소비 패턴이 특정 계층이나 나이에 국한되지 않는다는 사실이다. 과거 명품은 부유층 혹은 중장년층의 전유물로 여겨졌지만, 한국에서는 20~30대 젊은 층은 물론 10대 청소년들까지 명품 구매에 적극적으로 나서고 있다.

특히 MZ세대는 자신을 표현하는 수단으로 명품을 택하며, 소셜미디어와 결합된 '보여주기 소비' 문화는 이 같은 경향을 더욱 가속화하고 있다.

명품 가방이나 신발, 액세서리는 단순한 사치품이 아니라 자신을 드러내고 인정받기 위한 상징적 도구로 기능하고 있는 셈이다.

이러한 소비 성향은 경제 구조적 배경과도 맞닿아 있다. 한국은 상대적으로



오 상 군
본보 경제부장

적으로 부동산이나 자산 증식 수단인 어려웠던 사회에서 젊은 층이 '지금 이 순간의 만족'을 중시하는 소비 경향을 보이고 있다.

미래에 대한 불확실성이 커질수록 당장의 즐거움과 자기 만족을 추구하는 쪽으로 소비가 이동하는 것이다. 특히 코로나19 팬데믹 기간 동안 해외여행이 제한되면서 명품 소비는 대체 여가 소비로 급부상했고, 이는 팬데믹 이후에도 일상화된 소비 패턴으로 굳어졌다.

다만 이 같은 '세계 1위 타이틀'이 반드시 긍정적인 의미만을 담고 있는 것은 아니다. 과도한 명품 소비는 사회적 양극화와 박탈감을 심화시키는 요인으로 작용할 수 있다.

소득 수준에 따라 명품 접근성이 달라질 수밖에 없는데, 또래 집단 내 비교와 경쟁이 치열한 한국 사회에서는 명품 소유 여부가 곧 사회적 지위나 자기 가치와 연결되기도 한다.

이는 특히 청소년층에게 왜곡된 가치관을 심어줄 위험성이 있다. 부

모의 지원이나 무리한 지출로 명품을 소유하려는 사례가 늘어나고 있는 현실은 경계해야 할 부분이다.

기업 입장에서는 한국 시장이 더없이 매력적이다. 세계 인구 대비 규모는 작지만 소비력과 충성도가 높은 한국 소비자들은 글로벌 명품 브랜드에게 '전략적 1순위' 고객군으로 꼽힌다.

실제로 주요 명품 브랜드들은 서울과 부산에 플래그십 스토어를 열고, 한국 시장만을 겨냥한 한정판 제품을 출시하는 전략을 강화하고 있다. 이는 한국 소비자들이 보여주는 높은 브랜드 충성도와 빠른 트렌드 수용성 덕분이다.

향후 전망을 보면, 한국의 1인당 명품 소비 1위 기록은 당분간 이어질 가능성이 크다. 중국이 총량 면에서는 이미 세계 최대의 명품 소비국으로 부상했지만, 인구 규모가 워낙 커 1인당 지표에서는 한국을 따라잡기 쉽지 않다.

반면 한국은 높은 도시화율, 디지털 친화적 환경, 소셜미디어 영향력

등 여러 요인이 맞물려 명품 소비의 강세를 유지할 것으로 보인다.

그렇다고 해서 사회가 이 흐름을 무비판적으로 수용해도 되는 것은 아니다. 명품 소비가 개인의 취향과 선택을 넘어 사회적 압박과 비교 문화 속에서 강제되는 순간, 이는 단순한 소비 행위를 넘어 사회적 부담으로 전이될 수 있다.

특히 젊은 세대가 명품을 '성공의 기준' 혹은 '자존감의 근거'로 삼는 현상은 장기적으로 사회적 불평등과 세대 갈등을 심화시킬 우려가 있다.

따라서 한국 사회는 세계 1위라는 '화려한 타이틀' 이면에 숨어 있는 구조적 문제를 직시할 필요가 있다. 명품 소비 자체를 부정할 이유는 없다. 다만 그것이 자신을 드러내는 유일한 방식이 되거나, 무리한 지출과 사회적 불안정을 초래하는 방식으로 이어져서는 안 된다. 명품을 소비하더라도 그것이 '자신의 선택'인지, '타인의 시선 때문인지'를 구분할 수 있는 사회적 성찰이 필요하다.

한국은 지금 세계 럭셔리 시장의 중심에 서 있다. 브랜드와 마케팅 전략의 무대 위에서 한국 소비자는 강력한 큰 손으로 자리 잡았다.

그러나 진정한 부는 소비의 화려함이 아니라, 그 이면의 가치와 균형에서 비롯된다. 한국이 '명품 소비 1위'라는 기록을 넘어, 건강한 소비 문화를 만들어 가는 길에 더 많은 지혜와 논의가 필요한 시점이다.

사설

전북 퍼지컬 AI 예타면제

전북특별자치도는 총사업비 1조 원 규모의 '협업지능 퍼지컬 AI 기반 소프트웨어 플랫폼 연구개발 생태계 조성' 사업이 예비타당성조사(예타) 면제가 최종 확정됐다고 밝혔다.

2026년부터 2030년까지 5년간 진행되며, 핵심기술 개발과 연구용 고성능 연산 플랫폼 구축, 퍼지컬 AI 기술 실증 테스트베드 및 연구 클러스터 조성을 목표로 한다.

국내 소프트웨어 산업의 글로벌 경쟁력 강화와 차세대 AI 기술 허브 구축을 통해 전북을 퍼지컬 AI 중심지로 육성한다. 이제 한국과학기술기획평가원(KSTEP)의 적정성 평가가 진행된다. 정책 부합성과 실현 가능성, 연구개발 계획의 합리성, 예산 타당성, 사회·경제적 파급효과 등을 종합 검토하며, 내년 1분기 완료 후 본격 사업이 시작된다.

2차 정부 추경 예산의 '협업지능 퍼지컬 AI 전략 PoC' 과기부 공모사업에도 최종 선정됐다. PoC 사업은 본 프로젝트 시작 전 준비 단계다.

올해 산(현대자동차, SKT, 네이버, 리벨리온)·학(전북대, 카이스트, 성균관대)·연(전북TP, 캠퍼) 등 16개 기관이 컨소시엄을 구성하여 퍼지컬 AI 전략 모델 설계 및 기획, 통합플랫폼 개발, 기술 검증 랩 설치와 PoC 지원 등을 추진한다.

퍼지컬 AI 실증단지가 조성되면 △상용차·농기계·건설기계 등 지역 주력 제조업의 디지털 전환 촉진 및 생산성 향상 △현대자동차·네이버·SK텔레콤·리베리온·유니콘 기업 등 유치로 인한 신규 고용 창출 △카이스트 등 세계 수준의 교육기관 및 연구소, 우수 인재 유입 등의 시너지 효과가 기대된다.

보이스피싱과의 전쟁

은행권이 보이스피싱과의 전쟁을 벌이고 있다. 최근 정부가 보이스피싱 예방에 책임있는 주체가 피해액의 일부 또는 전부를 배상하게 하는 '무과실 배상 책임' 법제화를 추진하면서, 은행권의 보이스피싱 대응이 강화되고 있다.

은행들은 인공지능(AI) 기반 기술과 실시간 대응 시스템을 통해 사전 예방에 전력을 다하고 있다.

KB국민은행은 보이스피싱 범 죄에 효율적으로 대응하고 고객 피해를 최소화하기 위해 '보이스피싱 피해예방' 체계를 전면 강화했다. AI를 기반으로 한 보이스피싱 모니터링 시스템도 고도화된 다. AI가 스스로 피해사례를 분석해 수상한 거래 패턴을 미리 찾아내고, 신속한 계좌 지급정지 등 예방조치를 할 수 있도록 기능을 강화한다. 신한은행은 'AI 이상행동탐지 ATM'을 전 영업점으로 확대

운영하고 있다. 고객의 거래 패턴을 분석해 고객이 통화를 하거나 문자·선글라스를 착용하는 등 이상행동을 보이면 참에 경고 문구를 띄우는 방식이다.

하나은행은 AI답러닝을 결합한 지능형 분석·탐지 시스템(SINFIS)을 구축했다. SINFIS는 과거 범죄 시나리오 탐지 기능에 AI답러닝을 결합한 지능형 시스템이다.

우리은행은 경찰청, 금융보안원 등과 협력해 '보이스피싱 의심 해외계좌 관리 시스템'을 운영하고 있다. 전 고객을 대상으로 '무료 보이스피싱 보상 보험'도 제공 중이다. NH농협은행은 최신 보이스피싱 피해 사례를 반영한 시나리오 신설·변경 등 탐지 고도화를 통해 예방 효과를 높이고 있다. 보이스피싱 피해가 은행권으로 책임이 전가되지 않도록 보다 고도화된 시스템을 도입하고 있다.

전주매일

독자 여러분의 의견이 담긴
기고와 투고를 기다립니다.

(우)560-912 전북 전주시 완산구 서노송동 568-80 송주빌딩 4층

병에 굴하지 않는 아이와 놀아주는 해리 왕자



영국의 해리 왕자가 8일(현지 시간) 런던에서 열린 '2025 웰차일드 어워즈'에서 '인스피레이셔널 차일드' 상을 받은 그웬 포스터(9)와 함께 풍선 율리우스를 하며 놀아주고 있다. 이 시상식은 병마와 싸우면서도 용기, 인내, 긍정적인 태도로 다른 이에게 영감을 준 아동과 청소년에게 '인스피레이셔널 차일드' 상을 수여한다.

폐허가 된 우크라이나 키이우 내 정부 청사 사무실이 전날 러시아의 공습으로 폐허로 남아 있다.



8일(현지 시간) 우크라이나 키이우 내 정부 청사 사무실이 전날 러시아의 공습으로 폐허로 남아 있다.

용기와 희망을 주는 인간을 위한 정론지

“더 좋은 신문, 더 사랑 받는 신문, 독자와 함께하는 신문”을 위해 전주매일의 전 직원들은 ‘전북 최고의 신문’을 제작하기 위해 최선을 다하겠습니다.

진정한 지방자치 발전을 위해 중앙지를 답습하는 형태를 벗어나 보다 깊이 있게 내 고장 소식을 빠르고 정확히 독자 여러분들에게 전달하겠습니다.

당신의 어려움을 속 시원하게 풀어 드리기 위해 대안적 비판 기능을 강화하고 있으며 한 단계 더 성숙한 네트워크 구축과 함께 지역발전의 수레바퀴를 힘차게 굴리겠다는 약속을 드립니다.

인간중심 · 도덕중심 · 지역중심

전주매일