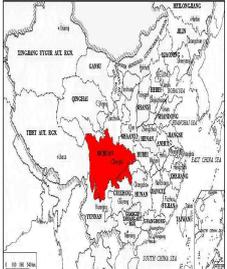


## 중국 서남부(청두, 충칭) 지역 식품시장 특성 및 수출유망품목

자료원 : 베이징aT센터 자체 작성

2. 쓰촨성, 충칭 (청위경제구)	
 	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 행정구역(성도) : 쓰촨성(청두), 충칭 직할시</li> <li>□ 면적 : 쓰촨성(48.5만km<sup>2</sup>), 충칭(8.24km<sup>2</sup>)</li> <li>□ 인구 : 쓰촨성(8,041만명 / 청두 1,404만명), 충칭(3,329만명)</li> <li>□ 기후 : 아열대 습윤기후</li> <li>□ 1인당 GDP : 쓰촨성(3,389\$), 충칭(6,407\$)</li> </ul>

### □ 식품 소비시장 특성

- 서부대개발 등 경제성장에 따라 식품시장 역시 빠른 성장세
  - 쓰촨성 청두의 수입식품 시장규모('10년)는 4~5억 위엔(원화 720~900억원)으로 시장규모는 크지 않으나 매년 약 30%씩 빠르게 성장
  - \* 10년 청두 수입식품 시장규모는 수입주류, 분유 제외 실적
  - 소득증가에 따라 고품질, 식품안전성 추가 → 수입식품 수요확대
- 타 지역에 비해 식품에 대한 소비성향이 강함
  - Global Insight에 의하면 쓰촨성은 지출의 약 39.5%를 식품 소비에 사용하고 있으며, 2020년까지 지출의 61%수준으로 증가될 전망
  - 이들 지역은 외식문화가 발달하고 현실을 즐기고 새로운 것에 과감히 돈을 쓰는 성향이며, 소득의 상당부분을 식품소비에 지출
- 아울러 1선 도시(상하이) 대비 1인당 GDP는 45~60%, 식품소비액은 51~65% 수준으로 향후 소득증가 및 구매 잠재력이 큰 편임

<상하이 대비 서남부 1인당 GDP, 식품소비액 비중>

지역	1인당 GDP(RMB)	상대비중(%) (지역/상해)	식품소비액(RMB)	상대비중(%) (지역/상해)
상해	25,102	100.0%	8,906	100.0%
충칭	14,974	59.7%	5,848	65.7%
쓰촨성	13,696	54.6%	5,572	62.6%

- 내륙에 위치해 조미김 등 수산가공품의 맛에 익숙지 않아 소비가 적으며, 맛이 강하고 자극적이고 매운 맛(麻辣, 혀가 얼얼한 듯 한 매운 맛)을 선호
  - 쓰촨성, 충칭 지역은 중국 내에서 입맛이 가장 자극적인 지역이며, 담백하거나 옅은 맛보다 강한 맛(당도, 매운 맛 등)의 제품 인기

## □ 한국 농식품 유통·소비현황

- 쓰촨성, 충칭 지역의 경우 내륙에 위치하고 물류여건의 제약으로 식품의 직접 수입비중이 낮고 상하이 등 연안지역에서 주로 공급받는 형태
  - 09년 기준 쓰촨성의 가공식품 수입액은 전체 수입액의 약 0.6%(5,868만불)
  - 한국식품 역시 주류(소주 등), 음료 등 일부 제품만 소량 수입되고 있음
- 상하이 등 연안 도시에 들어온 한국식품 대부분이 진출해 있으며, 주로 과자, 음료 등 간식용 상온포장식품 위주
  - 물류문제로 냉장·냉동식품 등 입점 제품군, 브랜드는 연안에 비해 상대적으로 적음

### <한국산 주요 입점품목>

액상차류(유자차 등), 음료, 과자류, 주류(소주, 맥주, 막걸리 등), 인삼제품(뿌리삼, 가공제품)  
 면류(라면 등), 소스류(장류, 떡볶이 소스 등), 수산가공품(조미김, 참치캔 등), 유제품(바나나 우유 등)  
 김치(대상 현지생산), 아이스크림(빙그레 현지생산)

### <주요 수입식품>

쿠키, 초콜릿, 캔디 등 과자류(유럽, 미국, 동남아, 한국, 일본, 대만 등), 올리브유(이태리, 스페인),  
 조제분유(뉴질랜드, 프랑스 등), 맥주, 포도주 등 주류(유럽, 미국), 차류(유럽, 미국, 한국 등)  
 소스류(유럽, 미국, 일본, 대만, 한국), 건조과실(미국 등), 육류(미국, 뉴질랜드 등)

- 한국식품은 외식업체, 호텔 등 업소용 유통망보다는 대형유통매장, 외국계 편의점 등의 가정용으로 주로 공급·판매
  - 까르푸, 월마트, 이토요카도, 세븐일레븐, 로손 등 외자 유통매장과 충칭백화점, 신세기 백화점, 옹휘마트 등 지역의 주요 로컬매장에 주로 입점

## □ 향후 유망품목

- 간편식 즉석 떡볶이 제품
  - 매운 맛을 선호하는 지역으로 떡볶이의 인기가 높은 편임. 다만 전자레인지에 돌리거나 등 조리가 간편한 제품의 선호 가능성 높음

- 유제품(바나나 우유 등)
  - 한국산 유제품의 경우 기존 중국산 제품과 맛, 품질이 차별화 되고 상하이, 베이징 등 1선 도시 인기에 힘입어 내륙지역에도 점차 입점 확대 중
  - 다만 물류문제로 인해 생우유 등 유통기한이 짧은 제품보다는 멸균제품(바나나 우유, 두유 등)이 보다 가능성이 높음
  - 그중 바나나 우유는 청두, 충칭 지역 주요 유통매장을 중심으로 입점이 늘고 있으며, 바이어 및 소비자들의 반응이 좋은 편임
  
- 커피원료 제품
  - 청두, 충칭 지역의 경우 전통적으로 차 마시는 문화가 발달되어 있으며, 최근에는 서구문화의 빠른 유입으로 커피 전문점이 크게 증가
  - 젊은 층을 중심으로 커피 소비량이 늘고 있어 커피 관련 원료 유통업이 빠르게 성장. 현재까지 시장초기 단계여서 향후 성장 잠재력이 높은 상황
  - 대학가를 제외한 고급 커피 전문점, 호텔, 외식업체 등에서 수요가 높으며 중국산 (원난성 등)이 근교에 생산되나 품질 경쟁력이 낮아 수입산 선호
  
- 씨리얼 등 식사대용 제품
  - 어린이, 젊은 층을 중심으로 아침에 씨리얼 제품을 소비하는 새로운 풍속 확산
  - 오트밀, 뮤즐리, 콘 플레이크 등이 인기가 있으며, 바쁜 생활여건 속에 식사대용으로 소비할 수 있는 식품의 시장성이 높아짐
  
- 조제분유
  - 자국산 제품에 대한 불신, 유아제품에 대한 과감한 지출성향 등으로 수입산 제품의 시장영역 확대되고 있음
  - 유럽산, 미국산이 강세이기는 하나 내륙 지역은 수입산 진출이 연안에 비해 적어 한국산 제품의 진출기회가 상대적으로 많은 편임
  
- 어린이용 소시지
  - 쓰촨성 지역은 돈육 생산이 많아 이와 관련된 중국산 소시지 제품이 많은 편임
  - 반면 한국산은 가격은 중국산에 비해 높으나 돈육이 아닌 어육(명태 등)으로 제조해 맛이 부드럽고 중국산에 비해 안전하다는 인식이 강함
  - 최근 소시지 판매가 많은 어린이 전용 용품점, 소형 수입식품 판매점 등이 늘어 나고 있으며, 높은 가격이라도 자녀에게는 투자를 아끼지 않는 분위기로 한국산 소시지 제품의 가능성이 높음