

중국 쓰촨성 청두(成都) 수입식품 유통매장 현황 자료

자료원 : 베이징aT센터 자체 작성

□ 유통업체 현황

- 청두의 경우 베이징, 상하이 등 1선 도시에 비해 로컬 유통업체의 비중이 높으나, 최근 경제개발에 따라 외자기업 진출이 증가세
 - 수입식품 비중이 높고 소득 중·상위층을 타깃으로 하는 유통매장은 외자기업의 비중이 많은 편임
- 청두 지역에서 수입식품 매출이 가장 높은 유통매장은 입지여건이 좋은 이토요카도(伊藤洋华堂)와 왕푸징(王府井) 백화점
 - 이세탄 백화점(伊勢丹), 위엔동 백화점(远东), 런허춘티엔(仁和春天) 등은 수입식품 입점비중은 높으나 매출은 크지 않은 편임

청두 주요 식품 소매업체 현황			
타겟 고객	업체명	국 가	매장수
HRI&소득 중상층	Metro	독 일	1
소득 상위층 및 중상층	이토요카도(伊藤洋华堂)	일 본	5
	이세탄 백화점(伊勢丹)	일 본	1
	왕푸징 백화점(王府井)	중 국	1
	런허춘티엔 백화점(仁和春天)	중 국	1
	위엔동백화점(远东)	대 만	1
소득 중상층 및 중위층	까르푸(家乐福)	프랑스	5
	Auchan(欧尚)	프랑스	3
	Lotus	태 국	1
소득 중위층 및 저소득층	Trust Mart	대만/미국	10
	Wal-Mart(沃尔玛)	미 국	3
	Century Lian Hua	중 국	5
	베이징 화련(北京华联)	중 국	4
	런런리(人人乐)	중 국	13
	Cheng shang Group	중 국	3
	My Home Mart(美好家园)	중 국	17
편의점	청두홍치(成都红旗)	중 국	1200+
	청두후후이(成都互惠)	중 국	300+
	청두 Wowo	중 국	300+
	청두 우동평(成都舞东风)	중 국	300+
	세븐일레븐	일 본	50
	Sabrina's Country Store	중 국	2

* 매장 수는 11년 기준이며, HRI는 Hotel, Restaurant, Institutional Sector의 약자임

- 소득 상위 및 중상위 층을 타깃으로 하는 메트로, 이토요카도, 이세탄, 런허춘티엔, 왕부징 백화점은 수입식품 취급 가능성이 높은 매장
 - 이들 매장의 수입제품 판매 비중은 전체 매출액 중 약 8~10%를 차지하고 있으며, 매년 비중이 확대추세
- 베이징, 상해 등 대도시에 비해 외국인 커뮤니티 형성이 적어, 수입제품의 15~20%만이 외국 소비자 소비, 대다수는 현지 부유층이 소비

<청두 주요 대형유통매장 모습>



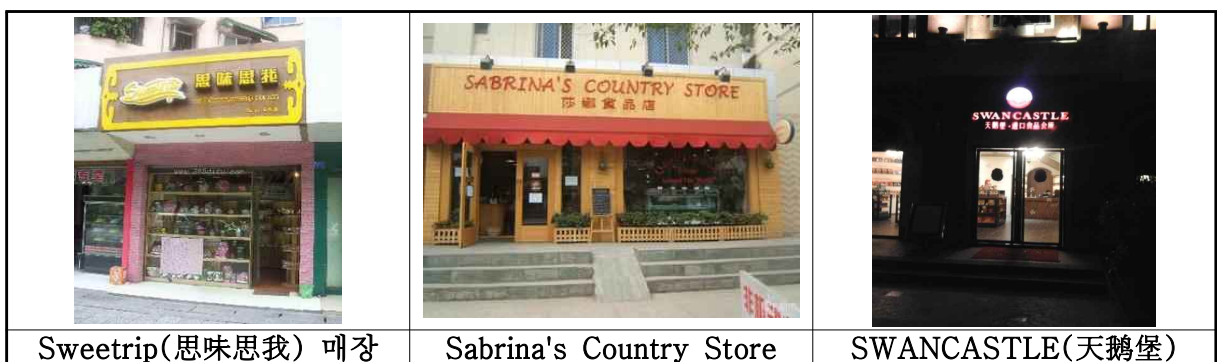
- 반면 소득 중간계층 및 저소득층을 대상으로 하는 Trust-Mart, 월마트, 런런러(人人乐) 등은 수입제품 판매 비중이 전체의 1% 미만
- 편의점은 최근 청두에서 빠른 성장을 보이고 있는 유통채널로, 각 편의점 체인마다 좋은 입지, 매장 수 확보를 위해 노력 중임
 - 특히 로컬 편의점인 홍치, 후후이, Wowo는 공격적으로 매장 확대
 - * 홍치의 경우 12년 2월에 1번씩 매장을 신설했으며, 후후이, Wowo 역시 12년 매장수를 전년의 2배로 확대 계획
 - 이들 로컬매장의 경우 수입산 과자류(스낵, 초콜릿, 캔디) 외에는 수입식품 입점이 많지 않음
 - * 홍기연쇄마트(紅旗連鎖超市) 일부 매장 내에 청두핀리실업유한공사에서 운영하고 있는 전용 매대에 한국산 유자차, 음료, 과자류가 입점

<청두 로컬마트 모습>



- 다만 편의점은 수입식품 진입이 제한적이며, 수입제품 전문 로컬 편의점인 Sabrina's Country Store만이 다양한 수입식품군 보유
 - Sabrina's Country Store(莎娜食品店)는 청두에 2개 매장이 있으며, 주요 소비층은 청두 거주 외국인
- 청두에는 Sabrina's Country Store외에 SWANCASTLE(天鹅堡), SWEETRIP(思味思我) 등 수입식품 전문 소형 판매점이 있음
 - 외국인 거주 지역(桐梓林 등), 시내 중심가(春熙路 등), 유학생이 많은 대학가 부근(四川大学 등)에 위치
 - 다만 입점품목은 주로 과자, 캔디, 초콜릿, 음료 위주로 구성되어 있으며, 주 소비층은 외국인, 고소득층 및 학생
 - * 思味思我에는 한국식품 일부 입점(롯데 주류, 음료, 비아낙 유자차 등)
 - * SWANCASTLE(天鹅堡)는 청두에 2개점이 있으며, 한국산은 과자, 음료, 조미김, 소스류(소금, 간장, 떡볶이 소스), 골뱅이 통조림 등이 있음(대련 대관 공급)
 - 수입식품 전문 판매점은 보통 10평 내외의 소규모 매장임

<청두 수입식품 전문 판매점 모습>



- 최근에는 일본계 세븐 일레븐의 진출(11년)로 편의점 간의 경쟁이 심화되고 있으며, 이에 로컬 편의점들도 생존을 위해 고품질의 수입 편의식품 비중을 확대하고 있음
 - 세븐 일레븐은 로컬 유통업체와의 차별화 전략(즉석 조리 도시락 판매 등)과 다양한 상품군(과자, 음료, 주류 등 수입식품 비중 높음) 보유
 - 12년의 경우 한국산 과자, 음료, 주류 및 즉석 조리 도시락 요리(떡볶이, 제육볶음 등)로 한국식품절 행사를 실시하였음

<청두 세븐일레븐 모습>

		
청두 세븐일레븐	즉석 조리 도시락	한국산 막걸리(우리술) 입점

- 소득수준 향상에 따른 구매력 증가, 식품 안전성 및 수입식품에 대한 관심도가 높아짐에 따라 재래시장보다는 위생적이고 편리한 현대식 유통매장에서의 식품 구매비중이 점차 높아지고 있음
 - 대형유통매장, 백화점, 편의점 등의 유통채널의 수가 증가하고 재래 시장은 점차 이전(시 외곽), 축소 및 폐쇄되고 있음