

중국시장 품목별(동동주, 과즙음료, 과실초) 시장특성 조사자료

자료작성 : 베이징aT센터

국가	품목	중국시장 특성
중국	동동주	① 유통 및 소비현황 - 동동주의 경우 제품형태로 중국 내 수입 혹은 유통·판매되는 물량이 매우 적으며, 일부 한식당, 주점, 조선족 분포가 많은 동북3성 지역 등에서 자체 제조하여 유통·판매 - 대형유통업체, 마트 등 가정용 유통비중은 거의 없으며, 한식당, 주점 등 업소용으로 대부분 유통, 현지교민 위주 소비 ② 소비자 인식 - 막걸리 인지도는 한국 드라마, 한식당 확산 등의 영향으로 많이 높아졌으나 동동주에 대한 이해도는 거의 없음 ③ 시장현황 및 전망 - 현재까지 중국 내 인지도, 유통량이 매우 낮아 시장분석 및 현지 소비자 인식 조사 지남
중국	과즙음료 (봉봉)	① 유통 및 소비현황 - 수입식품 취급 유통매장, 한인마트, 한식당 등에 대부분 입점 되어 있으며, 식당 등 업소용 소비보다는 마트 등 가정용 소비가 많음 ② 소비자 인식 - 기존 중국산, 수입산 음료제품과 달리 과일 알갱이가 씹히는 새로운 식감(과육 함유)과 무색소 음료로 맛과 기능성을 보유한 제품으로 인식 - 지역별로 선호하는 맛에는 차이. 북방에서는 포도, 사과, 배 등을 선호 하고 남방에서는 망고, 여지, 파인애플 등 열대과실 맛 선호 - 베이징 등 1선 도시에서 서부 내륙 2~3선 도시지역으로 소비가 확대 되고 있으며, 주로 젊은 층(여성)들이 선호 ③ 시장현황 및 전망 - 최근 중국의 소득수준이 향상됨에 따라 웰빙음료, 무색소, 과즙함유량이 높은 제품시장의 수요증가, 시장이 점차 커지고 있음 - 다만 시장요구에 따라 중국 및 다국적 기업에서도 점차 한국산과 유사한 제품이 출시됨에 따라 시장경쟁 심화 - 오랜 기간 동안 동일한 포장, 맛으로 향후 시장점유율 확대를 위해서는 제품개선 및 신규 마케팅 필요
중국	과실초	① 유통 및 소비현황 - 홍초 등 한국산 과실초 제품의 경우 중국 전역의 약 15~20%의 유통매장과 1~3선 도시 다수의 한식당, 주점에 입점 되어 있음. 아직 현지 한인소비 비중이 높은 편이나 점차 현지인 수요확대 중 ② 소비자 인식 - 중국 소비자는 과실초를 건강음료 및 기존 음료와 차별적 맛으로 인식 하며, 소비자의 약 70% 이상이 건강에 도움이 된다고 생각 - 소비자는 주로 온라인을 통해 브랜드 및 제품정보를 획득하며, 과일초 제품에 대한 이해도는 낮은 편 - 주로 젊은 여성층이 선호하며, 주요 구매요인은 맛, 가격적합성, 브랜드 인지도 등임 ③ 시장현황 및 전망 - 중국 초음료 시장은 많은 브랜드가 있고 소비확대를 위한 트렌드가 형성 되지 않아 전체 시장규모는 정체상황 - 중국 과실초 브랜드는 50개 이상이며 전국에 200~300개의 제조공장이 있음 * 광둥, 강소, 심양, 하남에 약 70% 집중 - 개별 브랜드 인지도가 낮아 선도 브랜드가 없고 지역성이 강함 - 과실초 최신 트렌드에 민감(얼리어답터), 맛과 질을 중시하는 도시의

		여성층 등을 중심으로 현지 소비확대 중 - 건강식품, 새로운 트렌드, 스타마케팅, 한국 및 일본 인기제품의 명성 등으로 한국산 과실초 제품 인지도 상승 - 다만 상기와 같이 초음료 시장이 정체되어 있고 한국산 과실초는 현지에서 생소한 농축형 제품(물 등과 혼합복용)으로 중국인들은 번거롭다고 느낌 - 시장수요 확대를 위한 트렌드 조성, 브랜드 인지도 제고 등 필요
--	--	--