

중국 과실초 음료 시장현황 자료

자료작성 : 베이징aT센터

최근 국내현황	<p>과일초 음료는 한국, 일본에서 인기를 끈 제품으로 이미 시장성을 검증 받음 중국 내 소비트렌드가 없어 시장규모가 크지 않고, 주도적인 브랜드가 없는 상황으로 향후 성장 가능성이 높음 20~30대 여성 등 젊은 층을 중심으로 다이어트, 미용 등 기능성 음료 수요급증</p>												
중국시장 현황 및 수출여건	<p><input type="checkbox"/> 생산동향</p> <p style="margin-left: 20px;"><중국 기능성 음료 생산량></p> <table border="1" style="margin-left: 40px; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="border: none;">구 분</th> <th>'08</th> <th>'09</th> <th>'10</th> <th>'11</th> <th>'12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="border: none;">생 산 량(만t)</td> <td>160</td> <td>190</td> <td>230</td> <td>245</td> <td>260</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 과일초 음료 등 중국 기능성 음료는 매년 빠르게 성장하고 있으며, 과일초 음료는 시장규모가 작아 생산통계가 없음 ◦ 중국 과일초 브랜드는 50개 이상이며 전국에 200~300개 제조공장 분포 <ul style="list-style-type: none"> * 광둥성, 강소성, 심양, 하남성에 제조기업의 약 70% 집중 ◦ 개별 브랜드 인지도가 낮아 선도 브랜드가 없고 지역성이 강한 편으로 제품들은 소재 지역 로컬매장에 입점, 유통 <p><input type="checkbox"/> 수입동향(해당 품목의 수입실태, 한국산 점유율 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 수입 시장규모 역시 작아 현재까지 홍초, 미초 등 한국산이 대부분을 차지하는 것으로 추정됨 <p><input type="checkbox"/> 기타사항(현지 시장특성, 소비규모 및 성향 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 과일초 음료는 최신 트렌드에 민감(얼리어답터), 맛과 질을 중심하는 도시의 여성층 등을 중심으로 현지 소비확대 중 ◦ 베이징 등 1선 도시를 중심으로 "건강식품", "새로운 트렌드", 전지현 등 스타마케팅, 한국 및 일본 인기제품의 명성 등으로 인지도 상승 ◦ 한국산 제품은 1선 도시 약 15~20%의 유통매장과 1~3선 도시 다수의 한식당, 주점에 입점 되어 있음. 아직 현지 한인소비 비중이 높은 편이나 점차 현지인 수요확대 중 	구 분	'08	'09	'10	'11	'12	생 산 량(만t)	160	190	230	245	260
구 분	'08	'09	'10	'11	'12								
생 산 량(만t)	160	190	230	245	260								
국내시장 현황 및 수출여건	<p><input type="checkbox"/> 생산동향(생산규모, 생산가능성, 유통구조 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 현재 과일초 음료는 대상, CJ 등 식품 대기업에서 주로 생산 중으로 한국 내 주요 유통매장, 외식업체, 주점 등에 입점, 판매 중 <p><input type="checkbox"/> 기타사항(수출 애로사항 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 소비자는 주로 온라인을 통해 브랜드 및 제품정보를 획득하며, 과일초 제품에 대한 이해도는 낮은 편 → 현지 소비시장 확대에 애로 												
중국시장 진출가능성 및 개선방향	<p><input type="checkbox"/> 시장진출 가능성(수출경쟁력)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 중국 소비자의 경우 홍초 등 한국산 과일초 음료에 대해 건강음료 및 기존 음료와 차별적 맛으로 인식하며, 소비자의 약 73%가 건강에 도움이 된다고 생각하는 등 제품 이미지가 좋은 편임 ◦ 최근 중국에서 수요가 급증하고 있는 기능성 음료로 수입식품 구매도가 높은 젊은 직장 여성층이 선호하는 제품 ◦ 한국에는 날씬한 미인이 많다고 생각하는 현지 인식으로 제품을 피부, 미용, 다이어트 등과 결부해 마케팅, 판매가 용이한 편임 <p><input type="checkbox"/> 개선방향</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 시장수요 확대를 위한 트렌드 조성, 브랜드 인지도 제고 등 필요 ◦ 한국산 과일초 음료는 현지에서 생소한 농축형 제품(물 등과 혼합복용)으로 중국인들은 번거롭다고 느낌 → 간편하게 마실 수 있는 희석식 제품과 스포츠 음료와 같이 운동 등에 쉽게 휴대, 음용할 수 있는 포장 개발필요 												