

중국 베이커리 산업현황 및 전망자료

자료원 : 베이징aT센터

□ 현황

- 고속 성장 중인 중국 커 1인당 빵 소비량은 선진국과 비교해 낮은 수준이지만 시장규모가 빠르게 확대되는 추세임
 - 2011 중국 제빵업 발전현황보고(2011中國麵包行業發展趨勢及投資分析報告)에 따르면 중국 베이커리 시장은 매년 10% 정도로 성장함. 2010년 산업규모는 1000억 위안을 돌파해 2014년에는 1,500억 위안으로 성장할 전망이다
 - 2011년 중국의 빵 생산량은 연간 160만 톤으로 1인당 평균 1.2kg을 소비함. 5억 명의 도시인구 소비자로 계산할 때에도 1인당 평균 빵 소비량은 3.2kg에 불과함. 반면 독일의 빵 생산량은 692만 톤으로 1인당 84kg, 일본은 127만 톤으로 10kg, 대만은 20만 톤으로 9kg씩 소비함. 중국의 빵 소비는 아직 발전단계이며 식음료 습관이 비슷한 일본, 대만의 발전과정을 볼 때 중국의 빵 생산량은 2015년 600톤 이상에 달할 전망이다
 - 주목할 것은, 제과 제빵 시장 확대 추세가 대도시를 넘어 중소도시로까지 확산되고 있다는 점임. 중국에서 2·3선 도시로 불리는 중소도시에서 제빵 시장은 연간 30%이상의 초고속 성장세를 보이고 있어 전문가들은 중소도시의 제빵시장 성장세가 앞으로 30년은 지속할 것으로 전망

주요 베이커리 브랜드

브랜드	이미지	지역	특징
Christine (克莉絲汀)		상하이 (上海)	고소득의 소비자 겨냥, 고급화 전략을 사용. 소비자들의 고급 브랜드와 건강에 대한 요구를 만족함.
Marco polo (馬哥孖羅)		대만	중·고소득층을 타겟으로 함.
Holland (好利來)		베이징 (北京)	일반 대중 소비자를 타겟으로 함. 베이커리 외 얼빙, 탕위안(湯圓) 등 중국 전통 과자류도 판매함. 헤이웬어(黑天鵝) 케이크를 출시해 고급화 전략을 시작함.
85°C (85度C)		대만	일반 대중 소비자를 타겟으로 함. 저렴한 가격, 고급 인테리어를 제공하고 45일마다 새로운 상품 출시. 일부 매장 24시간 영업하는 등 서비스 강화
YAMAZAKI (山崎麵包)		일본	
PARIS BAGUETTE (巴黎貝甜)		한국	이국적인 맛과 수입 원료를 통한 고급스러움 강조함.

자료: 각 기업 홈페이지, 2011年中國麵包行業發展趨勢及投資分析報告.

□ 트렌드

○ 직장인, 학생 중심으로 소비가 증가하고 있으며, 소비군 점차 다양화

- 빵은 아침식사, 밤참 이외에 휴식시간 간식으로도 자리를 잡아감. 직장인들이 도시락에 질리고 간편한 음식을 찾으면서 빵은 직장인들의 간단한 점심대용으로 인기를 얻음. 또한 많은 회사가 아침이나 오후 회의에 빵을 간식으로 준비하는 경우가 증가
- 소비자들의 소비습관과 생활방식이 변화하면서 오후에 차를 마시는 습관도 변함. 많은 직장인과 학생들이 중국 전통 차 대신에 커피 또는 주스와 빵을 즐기는 경우가 증가함. 중국 소비자들의 커피 수요가 늘면서 제과점에서도 빵과 함께 커피와 음료를 출시하고 테이블과 의자를 구비해 놓으면서 하나의 문화휴식공간으로 자리매김

○ 프렌차이즈, 카페 형식의 베이커리 기업이 시장을 주도

- 베이커리 기업은 크게 세 종류로 구분됨. 개인이 직접 빵을 만들고 구워 판매하는 전통 빵집과 프렌차이즈, 카페 형식임. 전통 빵집은 제품을 다양화하기보다는 전문적으로 특정 제품을 생산해 차별화하는 방식으로 발전함
- 프렌차이즈는 대부분 공장에서 제품이 생산되고 매장에서 판매만 하는 형식이므로 매장규모가 작아도 되고 브랜드 인지도가 높으며 소비자 수요에 따라 즉시 신제품을 대량 공급할 수 있다는 것이 장점
- 카페 베이커리는 빵 외에 케이크, 커피, 차, 음료 등을 다양하게 판매하는 방식임. 입점 위치나 자본, 인테리어 등에 부담이 있으며, 수익 중 음료가 차지하는 비율이 높은 편임. 최근 커피를 즐기는 인구가 증가함에 따라 기존 빵집에서 카페 베이커리로 전환하는 기업이 증가함
- 베이커리 산업의 성장에 따라 기업 진출이 늘고 경쟁이 치열해지면서 24시간 영업, DIY 등의 새로운 경영기법을 도입하는 기업 탄생

○ 정부가 베이커리 시장 발전에 적극적인 지원

- 중국정부의 정책과 기타 관련 산업 발전 추세 역시 제빵 시장 성장 을 촉진

진하고 있음. 중국정부는 프랜차이즈 제빵 산업이 중국 농업의 구조조정과 농가소득 확대에 도움을 줄 것으로 판단하고 있고, 또한 제빵 산업의 발전은 농업 현대화와 잉여 노동력의 농업 진출로 연결될 수 있을 것으로 기대하고 있음

○ 베이커리에 대한 소비자의 기호가 다양화

- 기존 단 맛 위주의 수요에서 고품질, 고가의 제품을 원하는 소비자가 증가해 통밀 빵, 쌀보리 빵, 바게트와 같은 제품이 등장하고 새로운 맛과 특색을 가진 제품의 출시가 증가함
- 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가로 인해 전 세계적으로 건강식품, 대두단백, 옥수수가 첨가된 영양제품이 인기임. 곡물이 혼합된 빵은 이미 유행이 시작돼 손쉽게 구매가 가능함

○ 7F 소비가 증가

- 중국 소비자의 베이커리 수요는 7F로 요약됨. 매장에서 직접 굽고 판매하는 신선한 제품(fresh), 간편하게 즐길 수 있는 제품(fast), 식물성 섬유소가 함유된 건강한 제품(fiber), 다이어트를 위한 저지방 또는 무지방 제품(fat), 새롭고 특별한 제품(fun, fancy), 소량 포장제품(fractional), 유명 브랜드 혹은 유명 연예인이 광고하는 제품(famous)임

□ 전망

○ 대부분의 베이커리 기업은 직영 점포로 운영할 전망

- 본사가 직접 점포에 자금을 투자해 점포에 대한 모든 권리와 경영권을 갖는 형식으로, 자금흐름 조절, 판매촉진 전략 설계, 인사 관리에 있어 용이하지만 방대한 자금을 가진 기업만이 가능하다는 한계

○ 지역별로 인기 베이커리가 분화될 전망

- 베이징의 Holiland(好利来), 상하이의 Christine(克莉丝汀), 충칭의 Qinyuan(沁园), 우한(武汉)의 황관(皇冠蛋糕), 텐진(天津)의 진러위안(津乐园) 등과 같이

지역별로 많은 시장 점유율을 가진 베이커리가 이미 분화됐음

- 대부분의 베이커리 기업은 초기 설립 지역을 중심으로부터 인근 지역으로 점차 시장을 확대

○ 다양한 형태의 베이커리가 등장할 전망

- 다수의 업체가 온라인 또는 전화를 통한 주문 판매 형식을 적용해 고객이 편하게 제품을 구매할 수 있도록 함
- 최근 베이커리 카페가 등장하기 시작했으며, 아직은 초기 단계이나 앞으로 점차 확대될 것임