

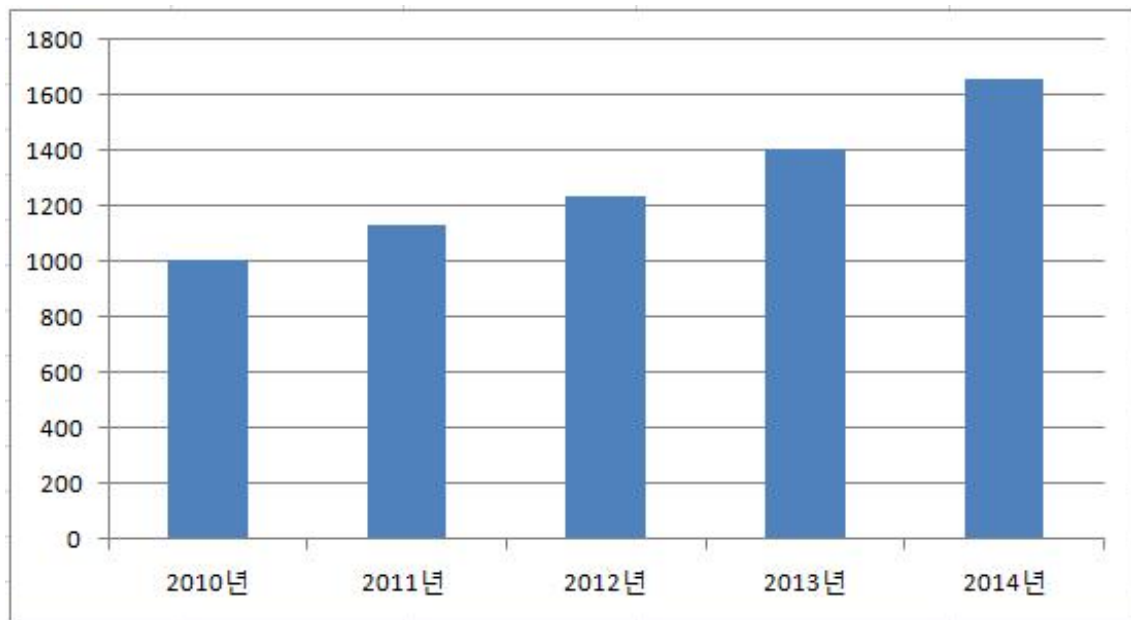
## 중국 과자 시장 현황조사

자료작성 : aT베이징지사

### □ 매출 현황

- 중국 과자 판매량은 1660억위안 으로서 식품 제조업의 12% 차지하고 전년 동기 대비 12.09% 상승.
- 외자기업의 대거 진출로 중국산 과자의 품질, 위생, 포장 등이 국제수준에 도달.
- 대도시 소비자들이 선호하는 kraft 산하 브랜드 및 오리온 제품의 평균 소비자단가는 100g당 4.5~6위안.glico 제품은 5~7위안.
- 반면 중소도시소비자들은 3위안 이하의 브랜드 제품을 선호, 농촌지역은 로컬 기업의 저가제품이 시장을 차지.

<2010-2014년 중국과자류 매출 현황표>



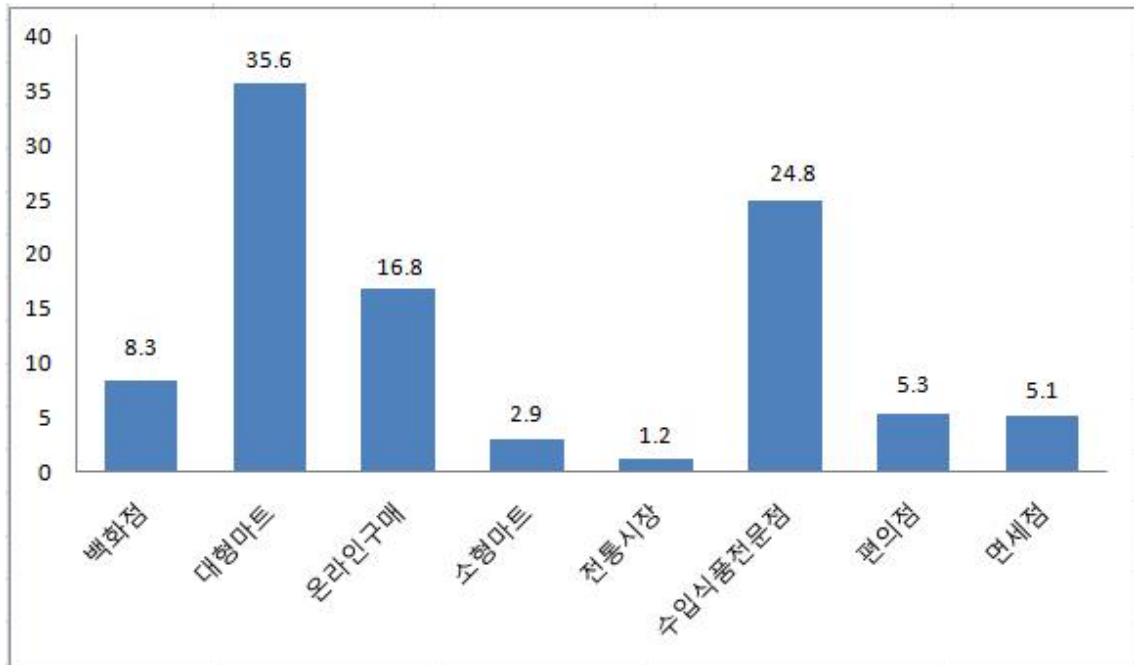
자료원 : 지연정보망

### □ 수입산 유통 경로

- 중국의 수입과자 유통은 모두 비슷한 구조로 전국 유통망을 가진 대형 고급 백화점, 대형유통매장, 편의점에는 수입업체가 매장 물류를 통하여 직접 납품.
- 지방 매장의 경우 지역별 대리점을 운영하고 온라인 쇼핑물은 대부분 수입상이 직접 납품하여 운영하는 형식.

- 소비자 설문조사를 통한 결과 대형마트에서 과자를 구매하는 소비자가 49%. 수입식품점에서 구매하는 소비자가 16%, 슈퍼마켓은 14%로 나타남.
- 수입과자를 판매하는 경로는 수입전문점이나 인터넷 구매를 많이 하는 편임.

#### <한국산 과자 구입 경로>



#### □ 향후전망 및 시사점

- 중국 과자류의 시장은 2009~2014년 연평균 10% 내외 성장 했으며, 향후 제품별 다양한 포장 및 차별화 전략을 통해 시장 확대 필요.
- 과자류 판매량은 2014년 790만 톤에서 2019년 1.248만 톤으로 증가 예상(중국산업정보망 관측)
- 한국 수입과자의 중국 전체 과자 시장에서의 수입 비중은 작으나 매년 점차 성장하는 추세며 특히 어린이, 직장인 소비자 층의 선호도가 높음, 하여 고령적인 소비층 확보 필요.