

중국 바이주 시장의 신규 트렌드

자료작성 : aT베이징지사

□ 중국바이주(65도) 지역별 생산현황

<2014년 바이주 지역별 생산현황>

省市	月产量(万升)	累计(万升)	月同比增长(%)	累计同比增长(%)
全国	121	1,126	-4.9	3.6
四川	34	310	3.4	6.8
山东	12	105	-17.6	-8.8
河南	11	96	3.6	1.3
湖北	10	76	1.1	16.3
江苏	8	81	-8.0	-4.4
内蒙古	6	56	11.2	-1.8
吉林	5	55	-1.1	8.4
黑龙江	5	50	-32.4	18.0
辽宁	4	47	-34.1	-12.7
贵州	3	35	11.5	12.6
安徽	3	39	-17.9	6.3
河北	3	26	-1.0	7.7
湖南	3	19	26.8	1.0
北京	2	28	-33.1	11.2
广东	2	15	26.8	13.7
重庆	2	18	22.2	12.1
江西	2	15	11.6	7.8
陕西	1	10	6.7	12.5
山西	1	8	-24.6	-9.9
广西	1	9	-19.1	9.4
云南	1	7	3.9	2.6
新疆	1	6	3.9	-6.7
甘肃	0	4	-0.3	-0.8
福建	0	4	-2.5	8.5
青海	0	2	-13.7	-8.2
天津	0	2	-42.8	3.5
浙江	0	2	-23.6	-11.5
宁夏	0	1	-32.9	-24.1
海南	0	0	129.5	122.0
西藏	0	0	17.5	-5.1
上海	0	0	-80.3	-89.0

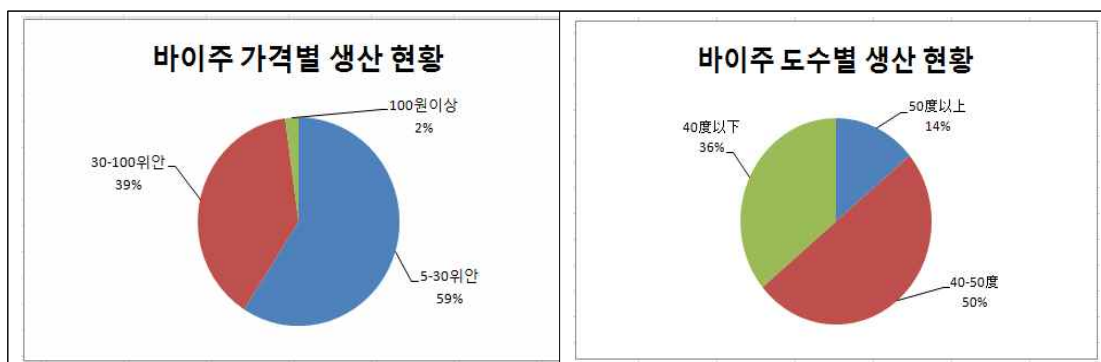
자료원:중국보고대정망中國報告大廳网(<http://www.chinabgao.com>)

- 2014년 지역별 바이주 년생산량 전국1,126만리터, 사천성, 산둥성, 남성에서 각 310만리터, 105만리터, 96만리터 전국생산의 45% 차지.
- 2014년 전국 바이주 년생산량은 7,015만리터이며 65도 바이주가 1,126만리터 작년대비 3.56% 상승세를 보임.
 - 시진핑 지도부 출범이후 고급 바이주 판매 하락 추세. 바이주의 총 생산량이 수요를 초과.

□ 바이주 가격/도수별 생산 현황

- 최근, 중국에서도 점점 도수가 낮은 주류를 선호하고 여러 매체 홍보 소비자 습관이 바뀌고 저도수 술의 시장규모가 지속적으로 상승을 보임.
- 이중 40-50도 술이 50%, 40도 이하 술이 36% 차지, 50도 이상 도수인 술이 14%로 생산량이 줄어들고 있음.

<2014년 바이주 가격/도수별 생산현황>



자료원:바이두 (www.baidu.com)

□ 바이주로 부터 도수 낮은 술을 선호

- 현재 소비자 건강의식이 강해짐에 따라 “도수가 낮은 술을 마시고 좋은 술을 마시자”란 의식이 강한 편임.
- 젊은 층을 중심으로 중국의 도수가 높은 술 바이주 보다는 도수가 낮은 저도 증류주를 선호.
- 한국산 소주는 1,2선 도시 전문 한국마트 혹은 대형마트에서 찾아 볼수 있는데 3,4선 도시까지 진입 및 대대적 홍보가 필요

□ 한국산 소주의 수출현황

- aT의 KATI 무역정보 통계에 따르면, 한국산 소주는 2014년 6,376천불로부터 2015년 5,341천불로 16.23% 하락세를 보임.

<2015년 대중국 소주 수출실적>

품목	2014		2015		증감률(%)	
	1.1-9.13		1.1-9.13			
	중량(톤)	금액(천불)	중량(톤)	금액(천불)	중량	금액
소주	4,620	6,376	4,189	5,341	-9.31	-16.23

자료원 : 농수산식품무역정보(www.kati.net)

- 현재 주요 소비층인 80~90년대 계층에 맞는 저도수 신제품 진입.
 - 예) 현재 판매되어 있는 과일맛 소주(레몬,사과 등) 소주가 인기
 - 현재 한국산 소주의 소매 시장 판매가는 낮은 편이어서 주로 가격과 맛으로 경쟁력이 높은 편임.
- 한국 소주의 중국시장 성장 잠재력은 매우 양호
 - 중국 주류시장은 최근 낮은 도수의 술 소비가 증가하는 추세
 - 젊은 층을 중심으로 중국의 도가가 높은 바이주 보다 맥주와 소주를 포함한 도수가 낮은 저도 증류주를 선호.
 - 유통지역 및 채널의 전국화 필요.진로의 경우 오프라인 판매망을 어느 정도 구축했으나 온라인 판매망이 부족한 상태임을 감안하여 전략적 협력자로 주셰왕을 선택.