

중국 아이스크림업계 시장동향조사

자료 작성 : aT 상하이지사

○ 중국 시장현황

<2008-2014년 중국 아이스크림 업계 시장규모 상황(억 위안)>

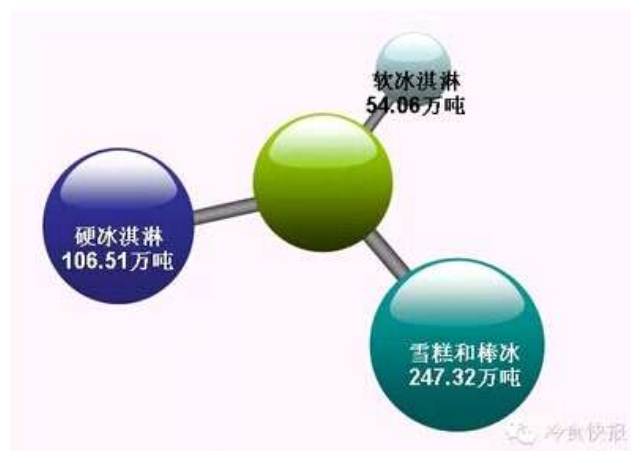


출처: 中国焙烤食品糖制品工业协会(www.china-bakery.com.cn)

- 2014년 중국 아이스크림 업계 매출액은 393억 위안이며 전년대비 0.66% 성장 해왔으며 마진은 20.1억 위안에 달한 것으로 보임

○ 아이스크림 종류별 판매상황

<2013년 중국시장 아이스크림 종류별 판매상황 (만 톤)>



출처: 龙品锡市场研究中心

- 2013년 중국 아이스크림의 현재 아이스케이크 및 아이스하드의 생산 판매량은 247.32만 톤에 달하였으며, 하드아이스크림의 생산판매량은 106.51만 톤에 달하며 소프트아이스크림의 생산판매량은 54.06만 톤에 달한다. 중국 아이스크림 업계에서는 중저가 제품의 점유율이 높고, 중고가 제품의 발전 속도가 빠르지만 점유율이 적으며 미래에는 프리미엄 아이스크림 제품이 더욱 많아질 것으로 예상됨

<2014-2015 중국 아이스크림 발전추세 랭킹 (국내생산 , 수입포함) >

순위	브랜드
1	HaagenDazs
2	Wall's
3	BAXY
4	Yili
5	Mengniu
6	DQ
7	Nestle
8	Guangming
9	Dairy Fairy
10	Bango

출처: economy.gmw.cn

- 1위를 차지한 하겐다즈는 1996년 6월 28일 중국 시장에 진출하였고 2004년 중국에서의 점유율이 32%에 달하였으며 전문매장이나 슈퍼마켓에서 흔히 찾아볼 수 있는 제품임
- 외국브랜드의 제품이 대다수, 가격대가 높은 편이지만 여전히 10위안에 자리 잡은 브랜드가 많으며 소비자들의 마음을 사로잡고 있음. 중국에는 이미 외국 브랜드의 아이스크림이 시장의 대부분을 차지하고 있어 로컬 브랜드는 중국인 소비자를 매료시키기에는 한계를 보이고 있음

○ 마케팅 전략

- 중국의 소비수준의 제고됨에 따라 식품소비구조가 주식으로부터 스낵식품 및 디저트로 기울어지면서 각 가정의 지출에서도 중요한 부분을 차지함
- 외모를 중요시하는 시대에 발맞추어 다이어트가 강조되며 저지방, 저칼로리, 저당 제품에 대한 관심이 많으므로 이러한 수요를 만족시킬 수 있는 제품을 개발

하는 것이 시급함

- 중국 아이스크림 업계는 점점 제품이 풍부해지며 제품구조가 다양해지고 제품이 다양해지고 있는 만큼 중국에서 식품안전문제가 끊임없이 제기되는 가운데 안전함과 건강함을 강조하는 차별화 전략을 세울 필요성이 있음
- 외국브랜드도 가격을 조정할 필요가 있으며 다양한 가격대의 제품으로 시장을 점유할 필요성이 있음
- 친환경적이면서 경제적이고 심플한 디자인이 중요하며, 아이스크림 중에서도 성분이 안전하며 다양한 영양소를 포함하고, 저당, 저지방 아이스크림 산업이 점점 대세를 이룰 것이라 예상됨
- 중국 시장은 1선, 2선, 3선 도시의 규모에 따라 유통채널, 가격 수용도에 큰 차이가 있으며 각 지역 사정에 맞는 가격과 제품으로 시장에 진출할 필요성이 있음