

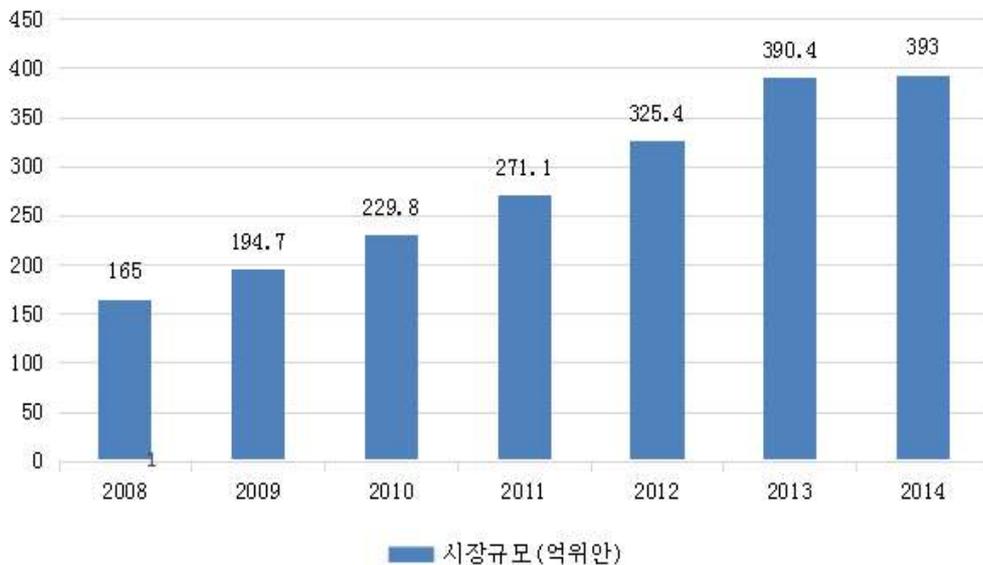
중국 아이스크림 시장 동향

aT청뚜지사

□ 시장 동향

- 2015년 전 세계 아이스크림 시장 규모는 800억 달러를 넘어 섰는데 그중 중국은 전 세계 매출 총량의 4분의 1을 차지함
- 전 세계 아이스크림 소비 지역이 차지하는 비율을 비교하면 유럽이 최고 소비 권역이고 다음으로는 아시아태평양 지역과 북미 지역임
- 중국 아이스크림 시장은 10여 년 간 급속한 성장을 거쳐 총 소비량에서는 이미 미국을 제치고 세계 최대의 아이스크림 소비국이 됨. 그러나 1인당 연간 평균 소비 수준을 따지면 세계 선진국과의 현격한 차이가 있음
- 향후 20년간 중국 아이스크림 1인당 연간 평균 소비량이 1.2리터에서 6리터로 증가하여 세계 최대의 아이스크림 소비국을 부상할 것으로 전망

2008-2014 중국 아이스크림 시장 규모 추이

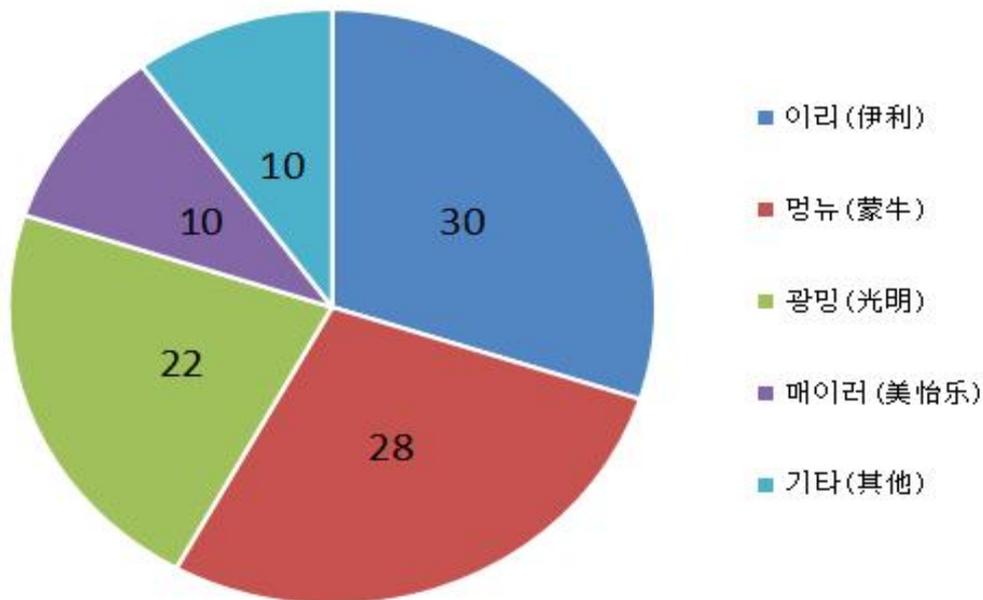


※ 자료원 : 중국시장조사망

□ 생산 현황

- 중국 소비자들의 건강에 대한 관심 제고로 유명 브랜드에 대한 선호도가 증가함. 이에 영세 기업은 감소, 유명 브랜드의 시장 점유는 확대되는 추세임
- 중국 아이스크림 생산 업체는 2000년 130개에서 2010년 35개로 축소됐으며 이리(伊利), 명뉴(蒙牛), 광밍(光明), 매이러(美怡乐) 등 주요 4개가 중국산 브랜드 시장의 90%를 점유하고 있음

중국 브랜드 시장 점유율 현황



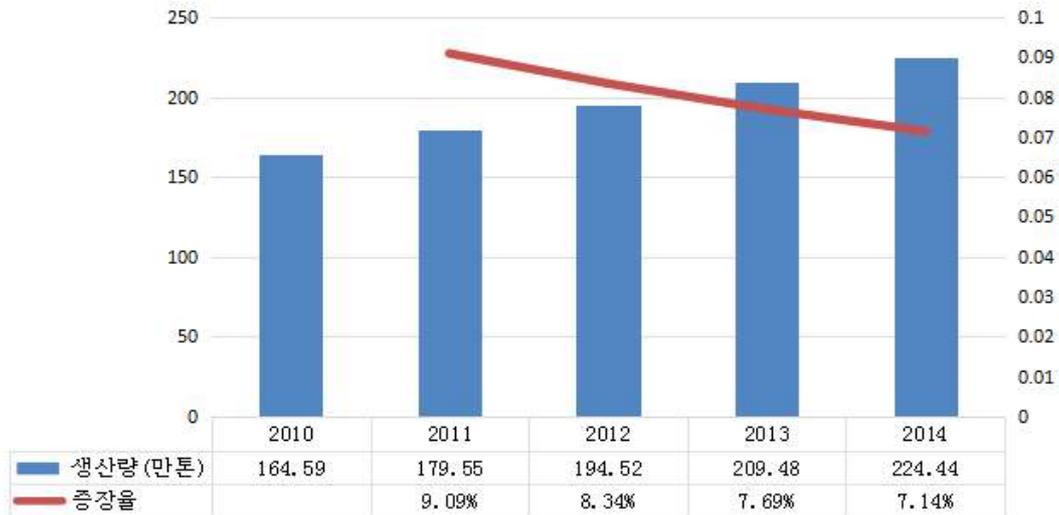
※ 자료원 : 식품과기망

○ 아이스크림 주요 유통 채널

- 도매시장 : 성급, 시급 도매상 등
- 소매시장 : 학교, 관광지, 정류장 등
- 경 소 상 : 제조상이나 도매상부터 유통체인에 납품 등
- 마 트 : 슈퍼마켓, 대형 편의점, 쇼핑몰 등
- 특허판매 : 음식점, KTV, 오락 장소, 기업 등
- 직접판매 : 제조사가 자체 장소를 만들어 제품 판매

- 중국 국내 기업 생산 제품은 주요 저가, 중저가 소비시장을 차지하고 있음.
프리미엄 제품은 거의 수입산 제품임

2010-2014 중국 아이스크림 생산량 추이



※ 자료원 : 중국음료공업협회

□ 수입산 시장 현황

- 중국내 아이스크림 지속적인 성장세로 인해 큰 시장잠재력을 보고 외국 아이스크림 기업의 중국 진출이 계속 이뤄지고 있음
- 외국 아이스크림 브랜드는 기술, 설비 등 면에서의 우위로 중국 시장에서 높은 점유율을 차지. 메이지(Meiji), 네슬레(Nestle), 하겐다즈(Haagen-Dazs), 디큐(DQ), 매그넘(Magnum), 월스(Wall's) 등 다양한 고급 브랜드가 진출 되어 있음.
- 그 중에서 미국 브랜드가 가장 많으며 미국 유니레버사의 월스(Wall's)가 시장 점유율이 제일 높음
- 외국 업체 중 일본 메이지와 미국의 드라이어스 등이 모두 중국 국내 제조공장을 설립하여 현지 생산 및 유통함

○ 중국 내 인기 7대 외국 아이스크림 브랜드

구분	브랜드명	국가	진출연도	가격대	제품사진
1	Haagen-Dazs (哈根达斯)	미국	1996	30~70위안	
2	BAXY (八喜)	미국	1990	30~80위안	
3	Wall's (和路雪)	영국	1993	5~60위안	
4	Nestle (雀巢)	스위스	1996	4~50위안	
5	DQ (冰雪皇后)	미국	1992	5~30위안	
6	meiji (明治)	일본	2000	6~90위안	
7	Baskin Robbins (芭斯罗缤)	미국	2005	20~60위안	

※ 자료원 : 바이두(인터넷) 및 청뚜지사 탐방조사

○ 중국 내 진출한 한국 아이스크림 브랜드

기업명	진출 현황	대표 제품
롯데제과	수입상 및 경소상을 통해 상품 판매 한국 아이스크림을 가장 많이 수출함	설레임, 주물러, 옥동자, 와일드바디 등
(주)빙그레	2014년 상하이 법인 설립	뽕따, 메로나 등
해태제과	수입상 및 경소상을 통해 상품 판매	아이리스, 탱크보이 등

○ 청뚜시 안테나숍에서 판매되는 한국산 아이스크림



○ 한국산 아이스크림 마켓테스트 결과 (2016년 청뚜 안테나숍 내 실시)

① 소비자 반응

- 아이스바 선호도는 비교적 낮은 편으로 48%에 그치나 소비빈도 비교적 높게 나타났으며 과일 맛 선호도가 단연 높음
- 월 소비 지출은 50元 이하에 집중되어 있으며 슈퍼마켓을 통한 구매가 높음
구매에서 맛과 가격 영향을 많이 받음
- 한국산 관측행사시 구매가능성은 76%에 달하여 한국산에 대한 신뢰도가 높음,
시식행사와 할인관측을 선호하며 온라인 홍보와 지인 영향을 많이 받음

② 맛, 품질 등

- 조사품목 인지도는 매우 낮아 19%이며 맛에 대해서도 62% 응답자가 보통이라는 반응
- 중국 및 기타 국가산과의 비교에서도 57% 응답자가 맛, 품질 모두 보통이라는 반응이며 소수 6% 응답자는 타 수입산에 비하여 못하다는 반응

③ 포장(디자인)

- 포장디자인에 대해서는 우수하다가 54%, 중문표기에 대해서는 부족하다가 46%(중문 포장), 포장용량에 대해서는 52% 응답자가 적정하다고 함

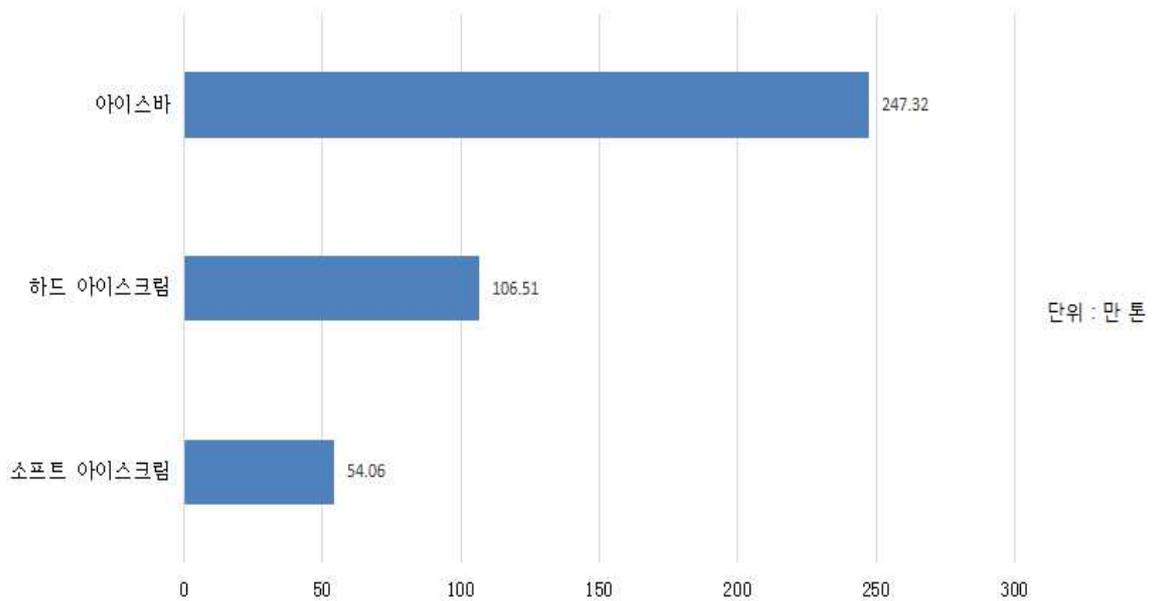
○ 중국 아이스크림 수입액 가장 많은 국가 및 지역(2015년)

순위	국가	비율
1	프랑스	56.26%
2	한국	11.68%
3	미국	6.86%
4	뉴질랜드	6.16%
5	태국	4.81%
6	일본	3.75%
7	말레이시아	3.54%
8	대만	3.11%
9	독일	0.75%
10	러시아	0.67%

※ 자료원 : 중국 세관총국

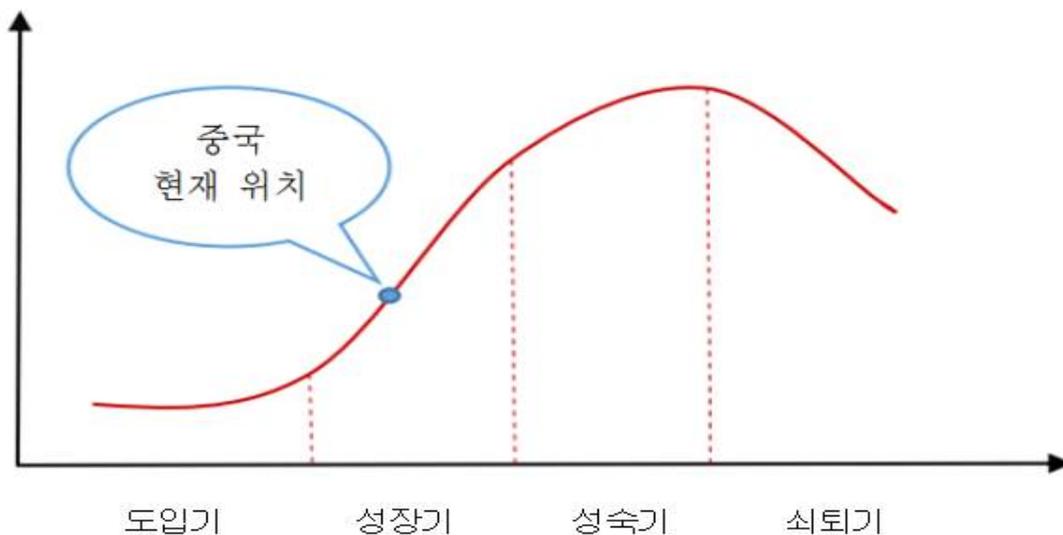
□ 소비 시장 현황

○ 중국내 아이스크림 분류 및 판매량(2014년 기준)



※ 자료원 : 용품석식장연구센터

○ 현재 중국의 1인당 소비량은 비교적 적지만 13억의 소비 인구, 소득 증가로 향후 높은 성장세를 유지할 것으로 예상



- 현재 중국에서는 소비계층별 가격 선호도 달라 맛 선호도 다르기 때문에 브랜드에 대한 신뢰도 강함

브랜드명	시장 종합 점유율	시장 판매 점유율	시장 범위
이리 (伊利)	13.67	19.44	9.82
Wall's (和路雪)	12.14	15.96	9.6
BAXY (八喜)	11.39	13.42	10.04
멍뉴 (蒙牛)	10.89	16.18	7.37
Nestle (雀巢)	9.5	8.67	10.04
Haagen-Dazs (哈根达斯)	8.98	9.39	8.71
meiji (明治)	2.91	0.92	4.24
광밍 (光明)	2.91	0.92	4.24
롯데	1.73	0.32	2.68
Magnum (梦龙)	1.4	0.14	2.23

* 시장종합점유율 = 기업의 제품수/ 시장 전체 제품수

* 시장판매점유율 = 기업의 총판매액/ 시장 전체 판매액

* 시장범위 : 기업의 제품판매 지역/ 시장 전체 판매지역

※ 자료원 : 중상산업연구원

□ 최근 소비 트렌드

○ 건강한 아이스크림 수요 증가

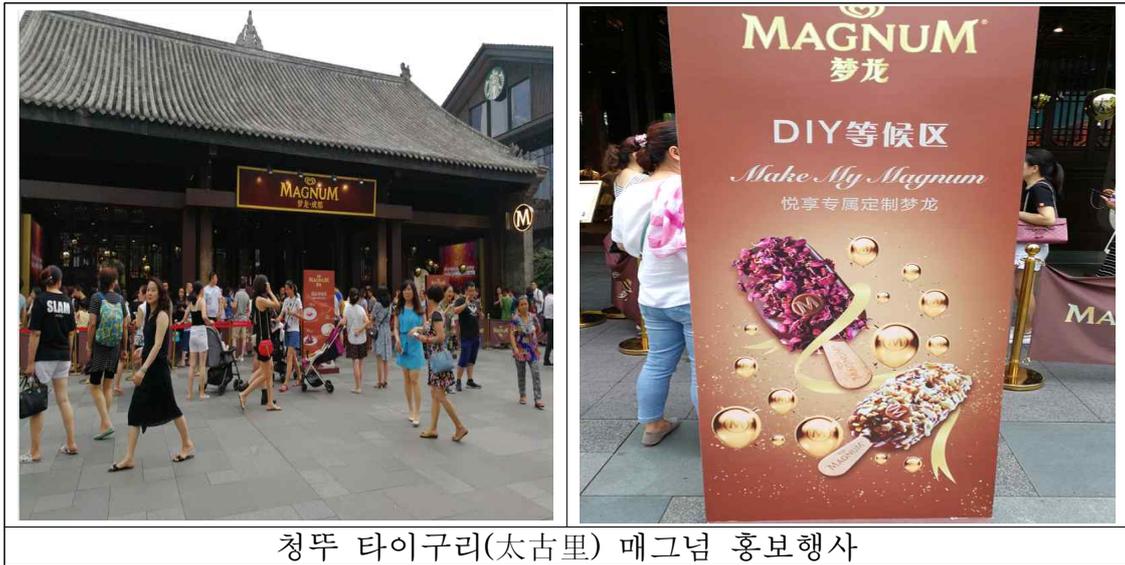
- 식품 안전을 중요시 하는 오늘 중국 소비자들은 첨가제 및 방부제를 넣지 않은 천연원료를 사용한 월빙 아이스크림을 선호
- 저지방원유를 사용한 열량이 높지 않는 아이스크림을 선호

○ 아이스크림 소비 형태 변화

- 아이스크림은 더 이상 더위 해소 식품이 아닌 기호식품으로 전환
- 식사 후 디저트 형식으로 자리 잡음

○ 고급 아이스크림 판매 증가

- 소득이 높아지면서 고급 브랜드에 대한 선호가 많음
- 해외 프리미엄 브랜드의 대량 수입으로 고급 품질, 다양한 맛, 새로운 형태로 소비자의 요구를 만족을 시킴
- 수제 아이스크림 등 특색 있는 제품에 초점이 맞춰짐



○ 유통, 판매 방식의 변화

- 기존에 있는 도매점 및 소매점에서 벗어나 전문 매장 판매 방식으로 마케팅 추진
- 해외 유명 브랜드는 소비력이 강한 도시 위주로 고소비층 타겟으로 자체 아이스크림 전용 매장 개설



○ 아이스크림 구입 장소 다양화

<p>대형매장</p>		
<p>매장 자체 브랜드</p>		
<p>소매점</p>		

□ 한국산 진출 시 지원 사항

○ 공동물류

- 지원목적 : 한국산 냉동, 냉장 식품 시장 개척 지원을 위해 중국 국내에서 클드체인 사업 구축
- 지원대상 : 수입바이어, 수출업체, 현지벤더 등
- 지원내용 : 칭다오 물류센터에서 중국 각 지역 물류거점 간 냉동, 냉장 식품 운송 지원
- 담당부서 : 칭다오aT물류유한공사

○ 현지화 지원 사업

- 지원목적 : 한국 수출업체 및 현지 바이어의 통관 등 애로사항 해소
- 지원대상 : 수입바이어, 수출업체, 현지벤더 등
- 지원내용 : 비관세 장벽해소, 라벨링 제작·등록지원, 포장패키지 현지화, 바이어 특화지원, 상품 및 시장분석 등
- 담당부서 : aT 중국내 각 지사

<시사점>

○ 중국 1인당 아이스크림 소비량이 낮아 향후 시장 잠재력 큼

- 소득수준이 향상에 따라 구매력이 상승하면서 아이스크림 소비 시장 빠르게 확대되고 있어 향후 발전 가능성이 큰 것으로 전망

○ 변화하고 있는 아이스크림 소비 패턴에 맞춰 세분화된 마케팅 추진

- 여러 가지 식품 안전사고 발생으로 식품안전을 중시하는 경향이 심화되어 수입 아이스크림에 대한 관심이 증가하는 추세
- 천연원재료 및 유기원재료를 사용한 월빙 아이스크림에 대한 수요가 증가에 기대

○ 온라인 판매 등 유통 채널을 다양화 해야 함

- 전자상거래가 중국 소비자들의 수입 식품 소비의 주요 채널이 되고 있음
- 향후 중국 전역 콜드체인 시스템이 구축되고 물류 효율성이 높아지면서 아이스크림 거래는 더욱 확대될 것으로 전망

※ 자료원 : 중국시장조사망, 식품과기망, 중국음료공업협회, 바이두, 중국 세관총국, 용품석식장연구센터, 중상산업연구원, aT청두지사 자체 조사