중국 어린이 치즈시장 안정적 성장

aT청뚜지사

시장조사기관 카이두(凯度) 자료에 따르면 어린이 치즈가 전체 치즈시장에서 차지하는 비중은 55% 수준으로 어린이 치즈는 “프리미엄 입맛”, “영양보충”, “어린 시절을 연상케 하는 포장”으로 어린이가 있는 젊은 부부를 겨냥 적극적인 마케팅으로 시장을 확대하고 있음.

<중국 어린이 치즈시장 주요 경쟁 브랜드제품 >

밀카나	프레지던트	밀크그라운드

중국의 젊은 소비자들은 과거와 달리 다양한 형태의 치즈를 소비하고 있음. 그 중에서 모짜렐라 치즈의 매출액은 2년 연속 50%이상으로 증가하여 전체 치즈 시장에서의 점유율을 높이고 있음.

2006-2016년, 중국 치즈 소비량 CAGR은 약 18%, 매출액 CAGR은 약 27%임. 2016년 중국 치즈소비량은 6.9만 톤으로 매출액은 40억 위안이상으로 동기대비 약 14% 성장함. 지급시(地级市), 현급시와 현(县级市和县)은 연속 3년 동안 두 자릿수의 복합성장률을 유지하고 있음.

하지만 타 국가와 비교하면 중국의 치즈 소비량은 현저히 낮음. 미국의 연간 치즈 소비량은 371만 톤이며 일본과 한국은 각각 23만 톤과 11만 톤임. 중국은 6.9만 톤의 소비량으로 타 국가와 현저한 차이를 보이고 있음. 1인당 치즈 평균소비량에서는 더욱 많은 차이를 보이고 있음. 일본의 1인당 치즈평균소비량은 2.26킬로그램, 한국의 1인당치즈평균소비량은 2.57킬로그램인데 중국의 1인당치즈평균소비량은 일본과 한국의 1/50로 향후 시장잠재력이 높음

자료원 : 식품정보 (http://news.spzs.com/),
중국보고망(http://www.chinabaogao.com/) ,
aT청뚜지사