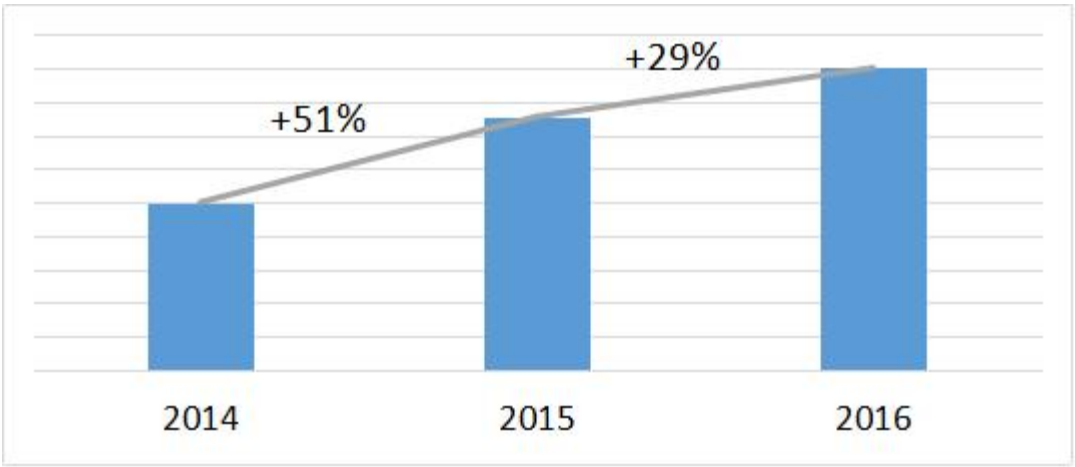
2017 년 중국 온라인 식품소비 현황

aT 청뚜지사

1. 중국 온라인 식품업계 현황

현재 중국 온라인에서 판매되는 주요 식품을 분류하면 과자류, 보건식품, 차&음료, 식용유, 신선식품, 주류 6 가지로 나눌 수 있음. 이 중 과자류 판매액은 전체 온라인 식품 판매액의 30% 수준으로 온라인 식품 전체 매출액 중 1 위를 차지하고 있음. 2016 년 과자류의 성장률은 업계 전체 평균보다 높았으며 매년마다 소폭 증가세를 보임. 온라인 쇼핑몰을 통해 식품을 구매하는 소비자도 꾸준히 늘고 있음.

<온라인 식품판매 증가율>



2. 중국 온라인 식품 업계 트렌드

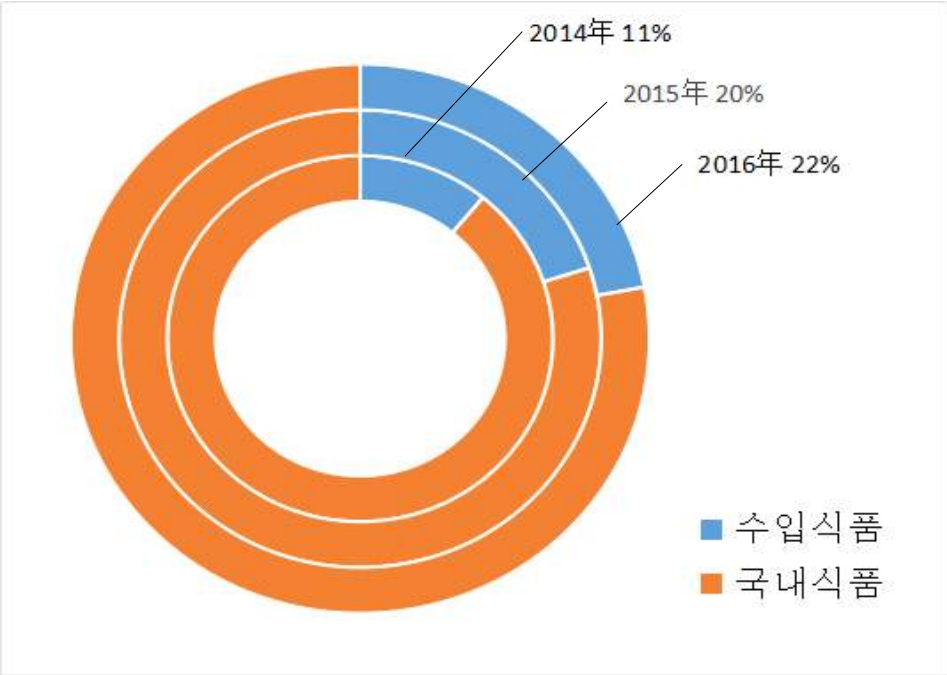
웰빙과 수입식품은 온라인식품의 2 대 트렌드

- 온라인 식품의 웰빙 추구 확대로 고당분 식품 소비의 성장세는 식품 전체 평균보다 낮고 성장세가 둔화되고 있음. 이 중에는 3,4 선 도시 웰빙 식품 소비 증가율이 이미 1,2 선 도시를 넘어선 상태이고, 웰빙 소비는 보편적 일상이 됨

- 국제 전자 상거래에 관련 정책이 완화되면서 전 세계 소매상과 해외 브랜드가 끊임 없이 중국 전자 상거래 플랫폼에 입점하고 있음. 소비자들에게도 더 많은 수입식품을 선택할 기회를 제공함. 현재 중국은 수입식품을 구매하고 있는 소비자 수와 소비 금액이 꾸준히 증가하고 있음. 1,2 선 도시의 소비가 여전히 큰 비중을 차자고 있지만, 3,4 선 도시의 비중도 많이 높아지고 있음.

중국 국제 전자 상거래 플랫폼의 발전으로 갈수록 더 많은 수입식품이 온라인 판매 채널에 입점하고 있음.
온라인 식품 트렌드는 점점 젊은 소비자층이 주도하고 있음. 23-28 세의 소비자들은 식품 소비의 핵심 소비층이고, 19-28 세 소비자들은 과자에 대한 선호도가 가장 높음. 수입식품의 여성 소비자가 차지하는 비율이 다소 높아졌고, 젊은 여성소비자는 온라인 수입 식품의 주요 소비층임.

<온라인 판매 식품중 수입식품 비중>



* 자료원 : 식품상무망(2017.10.13), aT 청뚜지사