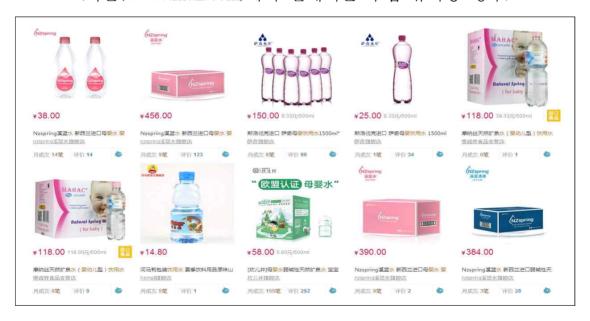
중국 저 연령층 전용 생수 인기 급증

aT청뚜지사

중국은 여름의 시작과 함께 음료수 판매가 성수기에 접어들었음. 하지만 전반적인 음료수 시장 성장 속도가 둔화되고 있음. 최근 음료수 업계는 저 연령층 소비자 대상으로 한 "영유아용 생수", "아동수"등의 생수 제품을 개발하여 출시하고 있음.

〈티몰(www.tmall.com)에서 판매되는 수입 유아용 생수〉



저 연령층 전용 생수는 2015년부터 빠른 속도로 발전하고 있음. 어린이용 생수는 청정지역 수원지, 풍부한 미네랄 함량 등으로 젊은 부모들의 마음을 사로잡았음. 분유·이유식과 함께 사용할 수 있으며 끓이지 않고 바로 사용할 수 있는 것이 특징임.

〈징동(www.jd.com)에서 판매되는 수입 유아용 생수〉



식품 컨설팅 회사인 zenith international의 조사 보고서에 따라 2021년까지 저 연령층 전용 생수 시장은 매년 7%씩 증가하며 특히 아태 지역은 전 세계시장을 선도할 것으로 전망. 중국 시장은 이제 걸음마 단계지만 산아제한 정책의 폐지와 부모들의 어린이용 안전한 물에 대한 관심이 집중되면서 저 연령층 전용 생수 시장 수요가 급격히 증가할 것으로 전망

<이하오디엔(www.yhd.com)에서 판매되는 수입 유아용 생수>



현재 중국의 프리미엄 생수 시장은 프랑스, 오스트레일리아 등 수입 생수가 주도하고 있음. 각 프리미엄 브랜드에서 아이들이 좋아하는 애니메이션 및 캐릭터를 이용하여 저 연령층 전용 생수 사장을 저극적으로 공략하고 있음.

〈시사점〉

어린이용 생수는 일반 생수에 비해 높은 가격에도 불구하고 건강, 청정 등의 이미지로 부모들에게 좋은 반응을 얻고 있음. 자녀에게 투자를 아끼지 않는 중국 부모들로 인해 향후에도 지속적으로 큰 성장세를 유지할 것으로 전망

현재 중국시장에서 한국생수는 일부 판매되고 있으나 유아동용 전용생수는 찾아보기 어려움. 중국인에게 청정지역으로 인식된 제주도, 강원도 이미지를 활용한 유아동용 전용 생수 생산으로 대중국 시장개척을 적극 고려해 볼 필요가 있음

자료원: 신화망(2017.6.5), www.tmall.com, www.jd.com, www.yhd.com, aT청뚜지사