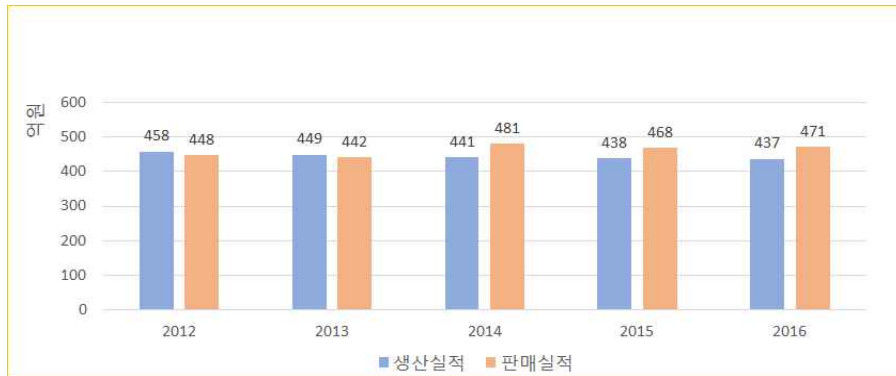


## 2017 대만 음료 시장의 소비 성향 분석

### 1. 대만 음료 시장의 개요

- 대만 경제부 통계처 자료에 따르면 대만 식품, 음료 및 연초제품의 소매업판매실적은 2012년 TWD4,349억원(한화 약 160,913억원)에서 2016년 TWD4,812억원(한화 약 178,044억원)으로 5년간 약 10.6% 상승하였음. 그 중 음료업의 판매실적은 TWD471억원(한화 약 17,427억원)을 차지함
- 대만 음료업 중 비알콜음료 생산실적은 2016년 TWD437억원(약 원화 16,169억원)이며, 판매실적은 TWD471억원(약 원화17,427억원)으로 전년 대비 0.5% 소폭 성장하여 비교적 완만한 성장추세를 나타 냄

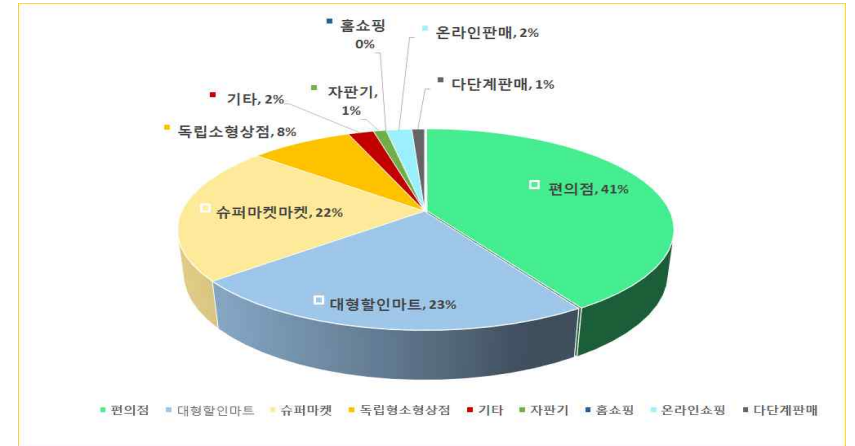
<표 1. 대만 비알콜 음료시장 생산실적 및 판매실적>



※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

- 유로모니터(Euromonitor) 통계에 의하면 2016년 대만 음료의 주요유통망은 편의점 41%, 대형할인마트 23%, 슈퍼마켓 22% 등 오프라인이 86%를 차지하며, 온라인 판매율은 2%로 매우 낮게 나타남

<표 2. 대만 음료의 유통별 판매 점유율>



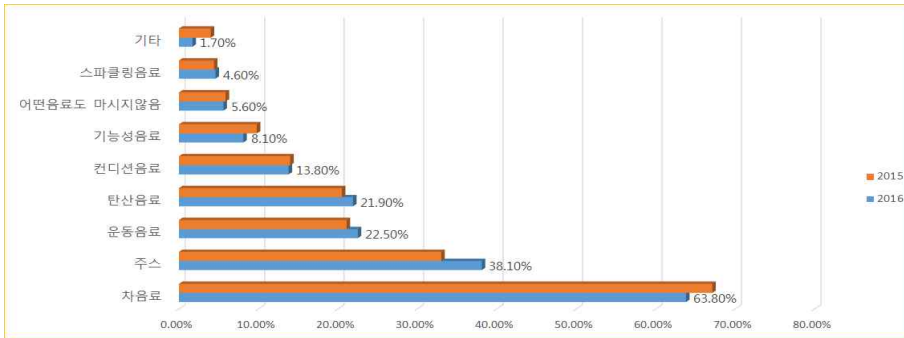
※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

### 2. 대만 음료 시장의 소비 성향 분석

#### □ 음료 품목에 대한 구매 선호도

- 대만 소비자가 가장 선호하는 음료 품목은 차음료이나 2016년 기준 전년 대비 5.2%가 하락한 63.8%의 구매 선호도를 보임. 그 다음으로 주스, 운동음료 및 탄산음료 등으로 나타났으며 전년 대비 상승추세를 보임
- 음료를 구매하는 대만 소비자 중 음료 구매 빈도수가 높은 편이 70%를 차지하였으나 전년 대비 5.7% 하락 됨. 한편 2개월에 1회 정도로 음료 구매 빈도수가 낮은 소비자들은 20%를 차지하였으며 이는 전년 대비 21.5% 증가한 수치임
- 또한 현대인들의 운동과 건강을 중시하는 생활 방식으로 인해 채소과일 주스, 건강음료 등 고품질 음료에 대한 수요가 높아져 고가 음료를 구매하는 성향도 높아짐
- 음료에 대해 지출하는 월평균 소비액이 TWD51~100원(원화 1,887 ~ 3,700원)인 대만 소비자는 전체의 30%를 차지하며 이는 전년 대비 29% 증가함 수치임

〈표 3. 대만 소비자 대상 음료품목 선호도 조사 결과〉

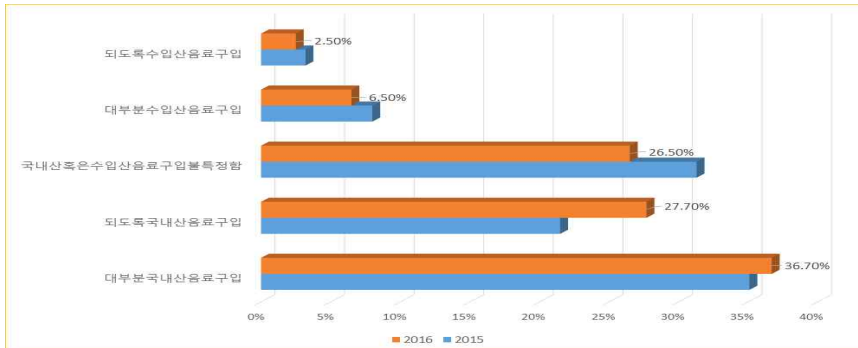


※ 자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

#### □ 음료 대만산/수입산에 대한 구매 선호도

- 대만 소비자들은 음료 원산지에 대해 60%가 대만산 자체 생산 음료를 선호한다고 하였으며 이는 전년 대비 12.9% 성장하나 수치임. 반면 수입산 음료 구매율은 9%로 전년 대비 20% 감소함
- 대만산/수입산 음료 구분 없이 구매하는 불특정 구매자의 비율이 2016년 기준 26.5%로 전년 대비 약 7~8%가 감소하였으며, 그 불특정 구매자가 “되도록 대만 국산 음료 구매”로 전향되어 국산 구매 의향이 약 5% 이상 증가함. 음료에 있어서는 대만 국산 음료에 대한 신뢰성이 높아지고 있음

〈표 4. 대만 국산/수입산 음료에 대한 소비자 구매 선호도〉

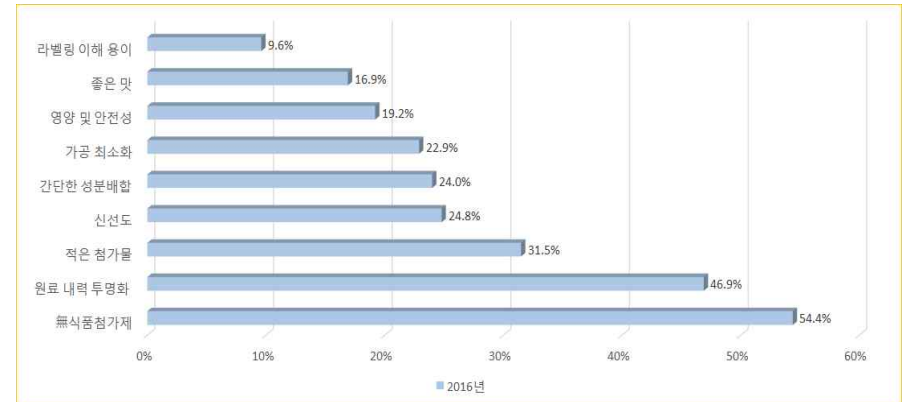


※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

#### □ 대만 소비자가 중시하는 청정식품의 주요 요건

- 음료를 포함한 식품 구매 시 제품 라벨링 표기를 상세히 보는 소비자가 70% 정도 되는 등 청정 식품 구매 욕구가 상당히 높아지고 있음. 특히 식품첨가제 무첨가, 원산지 및 원료원 투명화를 중시하는 경향이 46~55%이고 적은 첨가물, 신선도, 간단한 성분배합, 가공최소화 등 비교적 천연적인 제품에 대한 선호도가 큰 것으로 나타남

〈표 5. 대만소비자가 중시하는 청정식품의 주요 요건〉

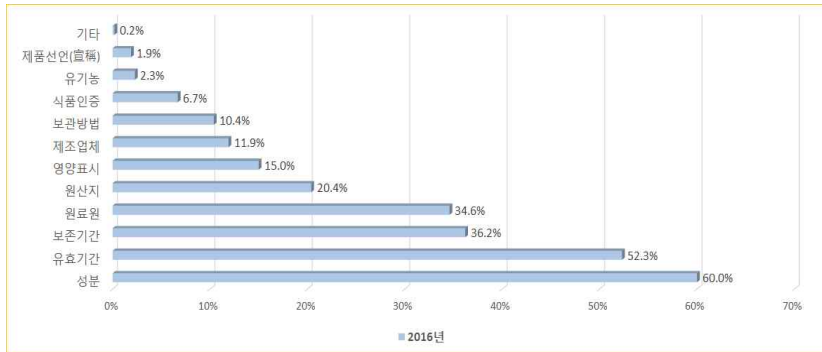


※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

#### □ 대만 소비자가 중시하는 식품 라벨링 표기 사항

- 대만 소비자들 사이에서 음료 구입 시 라벨링 표기 중 “성분”에 특히 관심을 두는 비율이 60%로 가장 높게 나타났고 유효기간이 52.3%, 보존기간과 원료원 34~37%로 나타남. 그 외 지난 몇 년간 빈번히 발생한 식품안전문제로 인해 음료 제조사, 유통업체 모두 원료 생산지와 제조 정보 등에 대한 산지 투명화 할 수 있도록 법적 규정을 강화하고 정책적 관리를 하고 있어 원료원 및 원산지에 대한 관심도 높음

<표 6. 대만 소비자가 중시하는 식품 라벨링 표기 사항 >

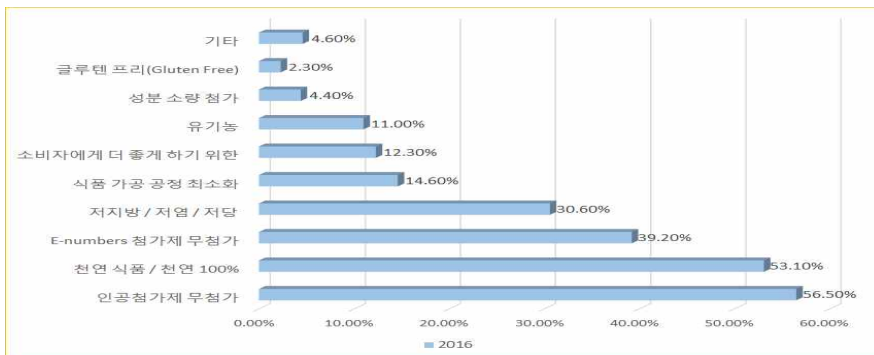


※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

#### □ 대만 소비자의 구매심리 전환을 유도하는 라벨링 문구 및 제품 정보

- 라벨링 표기 및 제품 정보 중 “인공식품첨가제 무첨가” “천연식품 / 100% 천연” 등의 문구가 구매 심리 전환을 유도하는 데 큰 효과가 있는 것으로 나타났고, 그 외 “저지방, 저당, 저염” 등의 표기 문구 “최소화된 가공법” “소비자에게 더 좋게 하기 위한” 등의 문구가 구매 결정에 영향을 크게 미치는 것으로 나타났음
- 라벨링 주요 표기 사항 외에도 아래와 같은 현재 소비자가 원하는 트렌드를 염두에 둔 상품개발 및 표기를 통해 소비자 구매 심리 전환을 유도할 수 있다고 함 (단 비명확한 선전적 문구나 의료적 치유 등의 문구 기재 제한)

<표 6.대만 소비자의 구매 심리 전환을 유도하는 라벨링 문구>



※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세 이상 500명

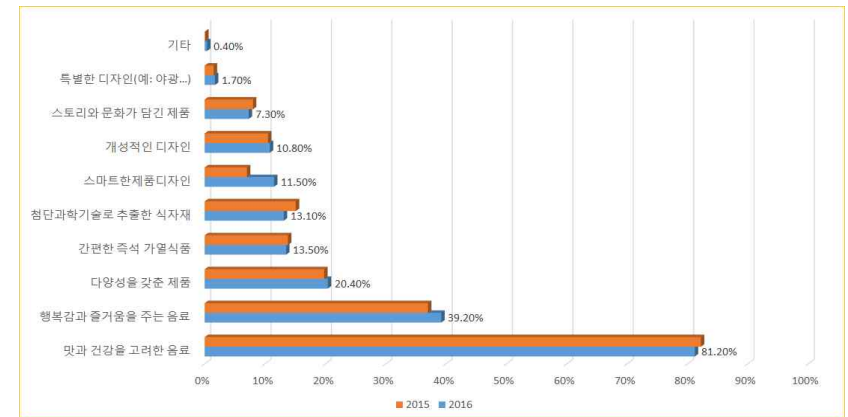
#### □ 향후 맛과 건강이 갖추어진 음료 출시 기대

- 국제 시장조사 기관인 글로벌 신제품 데이터베이스 (GNPD: Global New Products Database)에 따르면 무첨가물 및 천연 식품 컨셉의 음료 신제품 출시가 연평균 12.4% 성장률을 보이고 있고 소비자가 추구하는 맛과 천연, 건강에 초점을 맞춘 상품들이 대거 출시되고 있음

(예 : 黑松 천연 스테비아 첨가, 35% 저설탕 탄산음료, 統一 HPP 기술제작 중합과일초음료 등)

- 향후 대만 소비자들의 음료 제품에 기대하는 사항이 맛과 건강을 고려한 음료가 81.2%인 것으로 보아 단순한 음료 개념이 아닌 기능성 음료에 대한 기대치가 높은 것으로 나타남

<표 7. 향후 대만소비자들이 기대하는 음료제품의 조건>



※자료원 : 대만 식품소 ITIS 연구단 정리. 설문조사 샘플 대상: 20세이상 500명

<자료원> 대만 식품소 ITIS 연구단 “2016 台灣飲品消費行為分析” <http://www2.itis.org.tw/>  
대만소비자 500인 / 20대 대상의 설문조사 근거 조사 내용

#### < 시사점 >

- 건강, 천연, 소비자의 라벨링 중시 사항 등 음료를 비롯한 식품에 대한 대만 소비자가 추구하는 현재 소비 트렌드를 사전에 면밀히 파악함으로써 향후 對대만 음료 시장 수출 확대를 꾀하여야 함