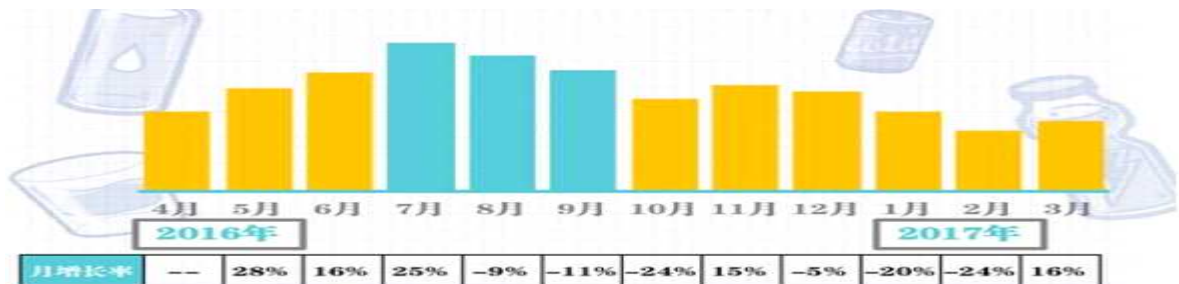


2017 중국 전자상거래 음료시장 소비동향 분석

자료조사 : aT 베이징지사

□ 여름, 전자상거래 음료시장의 성수기

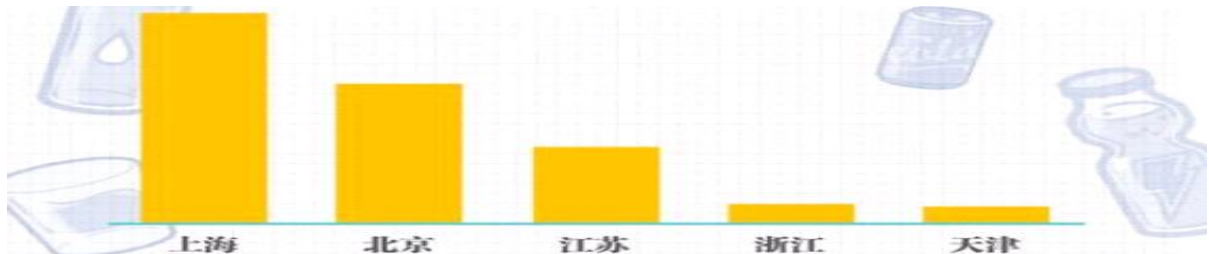
- 중국 전자상거래 음료시장 성수기는 7~9월로, 중국 전자상거래 최대 매출이 발생하는 광군절(11.11)이 있는 11월보다 높은 판매량을 보임



※ 출처 : 《2017线上饮料相关消费系列研究》, CBNDData

□ 상하이와 베이징, 전자상거래 음료구입 선호

- 전자상거래를 통한 음료구입을 가장 선호하는 지역은 상하이이며, 그 뒤를 이어 베이징, 장쑤성, 저장성, 톈진 순으로 선호도가 높은 것으로 나타남



※ 출처 : 《2017线上饮料相关消费系列研究》, CBNDData

※ 선호도 : (지역별 음료소비 비중 - 지역별 총 소비 비중) x 100

□ 생수, 전자상거래 음료시장을 선도

- 고급화와 디자인 개선 및 저칼로리 음료 수요 증가로 인해 최근 1년('16.4~'17.3) 생수 소비량이 전년 대비 174% 증가하여, 생수가 과일맛 음료를 제치고 가장 많이 판매됨



※ 출처 : 《2017线上饮料相关消费系列研究》, CBNDData

□ 시사점 : 지난해 중국 전자상거래 규모는 26조 1,000억 위안으로 전년보다 20% 증가, 전 세계 전자상거래시장의 약 40%를 차지. 중국의 대표적 전자상거래 업체 알리바바의 최근 1년('16.4~'17.3) 전자상거래 음료시장 소비증가율은 약 20%로, 전자상거래 플랫폼 활용을 통한 한국산 음료의 중국 진출 확대전략이 필요할 것으로 보임. 특히 최근 중국 전자상거래 음료시장은 건강을 중시하는 수요증가에 따라 '저당', '0칼로리', 유기농, '무방제' 등을 강조하는 제품(생수, 차음료, 유제품 함유 음료 등)들이 빠르게 성장하고 있으므로, 이러한 중국 소비자들의 트렌드에 부합하는 한국 음료들의 중국 진출을 적극적으로 검토할 필요가 있음

※ 출처 : <http://money.163.com/17/0725/13/CQ6OK646002580S6.html>