

## □ 중국 소비동향

- 한국산 과즙음료는 100%과즙음료보다 30%이하 과즙음료가 많음
- 제품이 다양하고 포장 디자인이 우수하여 젊은 층이 선호
- 그러나 대부분 수입 원료로 가격이 높고 과즙함량이 높거나, 열대 과일음료는 타 수입산에 비해 인지도가 낮은 단점
- 소비자가 구매하는 첫 번째 요소는 영양임
  - 선호하는 브랜드는 匯源(Huiyuan) 36.9%, 統一(Uni-President) 26.9%, 美汁源(MinuteMaid)16.2% 순으로 집계
  - 중국 최대 음료시장은 광둥(廣東), 하이난(海南), 푸젠(福建), 쑤저(浙江) 등 연해지역이라고 할 수 있으며 안후이(安徽), 후난(湖南), 꾸이저우(貴州) 등 지역은 소비량이 적은 편
  - 주택인근에 위치한 대형 할인매장, 슈퍼마켓, 편의점 등은 과일즙의 주요 판매장소이며, 과일즙 구매 시 55.2%의 소비자들은 슈퍼마켓을 가장 많이 이용하고 다음으로 편의점, 백화점, 부식 가게에서 구매
  - 중국의 과일즙 시장은 저급 저가, 중급 중가, 고급 고가 등 3개 등급으로 확연히 구분되어 있는데, 저급 저가 제품의 주요 소비층은 보통 소득의 일반 가정 주부가 위주이며 고급 고가의 제품은 주로 수입산 제품이 차지하고 있는데 판매량은 많지 않음

- 고가 제품은 대부분 100% 천연과즙으로 주요 소비자는 외국인, 베이징(北京), 상하이(上海), 광저우(廣州) 지역의 고소득자들

- 대부분의 소비자는 소량구매, 수시 구매 방식이 위주이며 습관에 따라 구매하여 바로 마시는 경우도 많으며, 목이 말라 과일즙을 마시는 소비자는 75%이상을 차지하는 등 일상적으로 구매하거나 대량 구매하는 경우는 적음

○ 최근 5년 간, 중국 도시와 농촌 주민들의 수입수준이 향상됨에 따라, 주민의 음료 소비지출 또한 지속적으로 증가.

- 2007~2011년 기간 도시주민의 일인당 평균 연간음료소비 지출액은 각각 74.92위안, 81.51위안, 94.03위안, 97.21위안, 105.44위안. 이와 비교해 농촌주민의 일인당 평균 연간음료소비지출액은 각각 17.5위안, 19.9위안, 22.9위안, 26.6위안, 35.9위안.

- 지역 간의 경제발전수준, 소비수준 및 소비습관 등의 차이로 인해, 음료시장 발전 또한 불균형을 이루었으며, 중국 동부지역 음료소비가 중서부지역 보다 한참 높음.

#### □ 중국 향후 소비, 발전추세

○ 과즙함량이 높고, 복합 과즙 및 과일채소음료, 우유혼합 과즙음료를 선호

○ 중국 구매동향

- 원재료 선호도는 오렌지 36.5%, 딸기 29.3%, 복숭아 19.8%, 사과 14.4%, 포도 13.8%, 파인애플 12.0%, 키위 9.0% 순으로 나타남

## ○ 음료산업 발전 추세

- 과거 10년간의 중국 음료산업 평균 증가속도, 2012년 1~9월 발전상황 및 중국 음료공업협회의 «중국음료산업“12.5”발전계획에 대한 건의»향후 5년에 대한 예측 등 여러 요소들을 종합적으로 고려하여 알 수 있듯이, “12.5”기간 중국 음료산업 생산량은 10~15%의 속도로 증가할 가능성이 매우 높음.
- 매년 10%의 증가율로 추산해 보면, 중국 음료생산량은 2015년 1.7억 톤, 매년 15%의 증가율로 추산해 보면, 2015년 2.1억 톤을 넘을 것으로 전망.
- 음료시장을 세분해 보면, 현재 과일, 야채주스 및 과일·야채음료, 탄산음료, 광천수 제품이 음료세분시장에서 상위 3위를 차지하는 제품. 최근 몇 년간 탄산음료의 시장점유율이 점차 하락세를 보이고 있고, 유산균 음료 및 단백질음료의 시장점유율은 성장잠재력이 양호하며, 기능성음료와 건강음료는 비교적 빠른 성장세를 보임.