■ **유통동향**

○ 중국은 아시아 태평양 지역에서 가장 가파른 성장세를 보이는 국가이며, 빠르게 진행되어가는 도시화와 세계 각국의 대규모 식품 유통 (MGR: Mass Grocery Retail) 기업들의 지속적인 투자 유치 추세를 볼 때, 지금보다 더 높은 성장을 보일 것으로 전망.

○ 지난 5년 동안 디스카운트 스토어 업태에 대한 소비자의 관심이 증가함에 따라 고속 성장함.

○ 중국에서 빠르게 진행되는 도시화는 유통업의 현대화 바람에 동력을 제공하는 주된 요소로 꼽힘.

- 중국의 농촌지역은 이와 같은 경제성장 추세와 정부의 농촌 살리기 정책 등에 힘입어 소득 수준이 상당한 수준으로 향상되었으며, 더불어 현대식 유통의 소비층으로 변모함.

- 게다가 중국은 이미 자국시장을 외국에 개방(그 예로, 외국계 기업이 자국 기업 주식을 100% 보유할 수 있음) 하였기에, 막대한 외국자본을 수혜 받기에 좋은 조건을 갖춤.

- 덕분에 대규모의 다국적 유통업체들은 중국시장에 막대한 투자를 진행할 수 있었음. 까르푸의 경우에는 25개의 하이퍼마켓을 개점했으며, 테스코는 현재 보유한 점포에 배가 되는 200개의 점포를 개점할 예정.

○ 최근 들어 MGR 기업들의 색다른 확장 방식에 이목이 집중되고 있음.

- 기업들은 더욱 세분화된 유통업태로 관심을 기울이고 있으며, 주요지역 이외의 지역으로

점차 확장하고 있는 추세.

- 주요 도시지역에서는 급격한 인구증가를 방지하고 재래식 유통업체를 보호하기 위한 방법으로 까다로운 법적 제제를 가하고 있으며, 이 때문에 신규 진출이 어려운 실정.

○ 중국의 식품 유통업체 매출

구 분	2009	2010	2011
(화폐단위: 위안화, 백만)			
슈퍼마켓	257.0	276.9	318.7
하이퍼마켓	244.4	291.9	316.5
디스카운트 스토어	3.7	3.6	4.0
편의점	27.0	24.7	30.6
합계	532.0	597.1	669.9
(화폐단위: 미화, 백만)			
슈퍼마켓	37.6	40.9	49.3
하이퍼마켓	35.8	43.1	49.0
디스카운트 스토어	0.5	0.5	0.6
편의점	3.9	3.6	4.7
합계	77.9	88.2	103.6

출처: Business Monitor Information(2013. 1. 14)

- 유통업체들의 매출은 다소 큰 폭으로 증가하고 있음. 위안화 기준으로 전년(2010년)대비 약 12% 증가했으며, 미화 기준으로는 전년(2010년)대비 약 17% 증가함.