

중국의 커피전문점 수는 이제 10만개, 무궁무진한 발전가능성이 보인다

조사 : aT 청뚜지사

커피문화는 현재 중국에 뿌리를 내리고 있는 중으로 중국의 커피전문점 수는 10만개에 이른 것으로 집계됐다. 상하이 등 해안가 도시들에서 시작된 커피 전문점들은 이미 중소형 도시들까지 빠른 속도로 퍼지고 있는 중이다. 또한 음료와 함께 나오는 빵과 케이크의 중국에서의 반응도 뜨겁다. 이를 통해 중국인들의 수입 증가에 따라 향후 서구화된 식습관으로의 변화까지도 예상해 볼 수 있다.

2017년 말 상하이에서 개최된 커피관련 박람회에 참석자들 중 일부는 대중적으로 커피숍에서 많이 쓰는 커피머신을 알아보기 위해 이 박람회에 참석했다고 밝혔다. 한 커피전문점 운영자는 현재 분점들을 내려고 고려중으로 현재 중국 커피업계도 역시 “맛은 물론이고, 음식의 플레이팅 역시 중요하다”고 밝혔다.

커피·차 시장 조사 통계에 따르면, 중국에서 커피 한 잔의 평균가격은 24위안이며 라떼는 30위안으로 가격이 형성돼있다. 중국 대도시들의 임대료나 직원 월급 등이 모두 상승세지만 커피 가격이 일본과도 별 차이가 없기 때문에 중국 내에서 자연스럽게 받아들여지고 있는 분위기이며 앞으로 중국 내 커피전문점의 발전가능성은 무궁무진할 것으로 전망된다.

공동구매 사이트 조사에 따르면 2016년 이미 중국의 커피전문점 수는 이미 10만개를 넘었고, 상하이의 커피전문점 수는 6,500개로 가장 많은 것으로 집계됐으며 베이징은 4,800개, 광저우는 3,100여개로 집계됐다. 이를 통해서 소득이 높거나 외국인들이 많이 거주하거나 체류하는 비율이 높은 해안가 도시들은 이미 커피를 즐기는 문화가 뿌리를 내렸다고 판단할 수 있다.

최근 중국의 커피전문점 개업 수가 비교적 감소하긴 했지만, 일본의 경우 전체 7만개의 커피전문점이 있는 반면 중국은 10만개를 넘은 것으로 집계됐다. 하지만 인구와 소득증가세를 감안할 때, 중국의 커피전문점 수는 계속해서 증가할 것으로 보인다. 시아먼(廈門)과 푸저우(福州)와 같은 2선 도시들의 커피전문점이 빠른 속도로 증가하고 있는 것도 이를 증명한다.

중국의 커피전문점 증가에 따라 특색 있는 다양한 시도들도 이어지고 있다. 스타벅스의 경우 지난해 12월 상하이에 “스타벅스 리저브 로스터리(Starbucks Reserve Roastery)”를 열었다. 해당 가게는 개업한 지 1개월 반 만에 가게에 들어갈 수 있는 고객 수를 제한해야 할 정도로 인기를 끌고 있다.

< 상하이 스타벅스 리저브 로스터리 >



가게 안에는 대형 베이킹 설비가 갖춰져 있으며 고객들은 제조공정을 모두 볼 수 있다. 또한 해당 가게에서는 커피만 제공되는 것이 아니라 맥주도 마실 수 있어 저녁 무렵에는 고객들에게 더 인기를 끌고 있다. 스타벅스는 올해 12월 일본에 스타벅스 리저브 로스터리 2호점을 연다. 일본은 상하이에 1호점의 위치를 빼앗긴 셈인데 이는 바로 스타벅스가 상하이 시장의 잠재력을 얼마나 크게 보고 있는지를 명확하게 보여주고 있다.

스타벅스보다 인지도가 높지 않은 커피전문점 체인이나 개인 커피숍의 경우, 점점 더 많은 곳들이 메뉴를 다양화하는데 힘을 쏟고 있으며 빵이나 케이크를 메인으로 하고 있어 베이커리 시장에 강한 일본기업들에게 큰 기회가 될 것으로 보인다.

중국인들의 일 년 커피 소비량은 10잔이며 대도시의 경우 20잔으로 선진국들의 연 200~400잔과 비교하면 큰 차이를 보여 커피전문점 시장 발전 가능성은 앞으로도 클 것으로 전망된다. 원가 증가폭이 크긴 하지만 커피전문점의 개업 추세가 이어지고 있어 앞으로 커피와 밀크티(奶茶)가 시장을 양분할 것으로 전망된다.

※ 출처 : 연상왕