

# 탄산수의 매력에 빠진 중국

2019.08.30 aT상하이지사 작성

## □ 탄산수란?

### ○ 탄산수 (SPARKLING WATER)

- HS코드 : 2201.10-0000 광천수와 탄산수 or 2202.10-9000 기타음료

### ○ (탄산수의 종류) 탄산수의 종류는 천연기체와 인공기체 두 가지로 나뉨

- 천연 기포가 있는 천연 탄산수의 생산지는 대다수 유럽이고 천연 탄산수 중 물의 점유율은 1% 정도로 화산 흔적이 있는 곳에만 있음. 천연기포는 매우 작고 생명력이 강하여 유지시간이 긴 편

- 인공 기포는 통상적으로 얘기하는 소다수이다. 이는 CO<sup>2</sup>를 물에 투입한 것으로 마시면 천연 탄산수와 같은 툭툭 쏘는 청량한 맛이 있음

### ○ (소비자 특징) 중국 내 탄산수를 애호하는 소비자들은 대다수 20세~40세로 수입이 비교적 높고 강한 소비 능력이 있는 일명 하이퀄리티 (high quality) 생활의 소비자층이 많음

## □ 중국 내 탄산수 시장 전망

○ (고급식품 수요증가) 최근 탄산수가 중국 소비자들의 각광을 받고 있다. 소득 증대와 함께 중국 소비자들의 생활품질에 대한 추구가 갈수록 높아지며 고급식품의 종류가 많아지고 있다.

○ (탄산수의 잠재력) 탄산수는 아직까지는 중국에서 흔하지 않는 품목으로 전체 음료수 시장에서 차지하는 비율은 크지 않지만 음료관련 기업들은 고급 정제수-탄산수의 시장 잠재력은 파격적이라고 생각함

- 2015년 탄산수의 중국 시장 매출은 2500만위안(43억원)으로 동기대비 65% 증가(2010년의 18배 수준) \*출처: 유로 모니터(Euromonitor)

- 2018년 7월, 1호점(온라인샵) 6주년 맞이 수입식품 이벤트에서 수입물(水)의 매출액은 평소의 7배 증가하였고 가장 큰 효자품목은 탄산수

\*시니어 제품 CEO 조가옥(1号店高级产品总监赵家钰) 인터뷰

## □ 탄산수의 유행 이유

- (구매처 확장) 이전에는 중국내에서 탄산수를 고급 레스토랑이나 Bar 같은 B2B 유통이 많았으나 현재는 오프라인 대형 슈퍼, 편의점, 온라인 몰에서 쉽게 구매할 수 있다
- (묶음판매구성) 탄산수의 구성 중 온라인몰 1호점에서 가장 판매율이 높은 상품은 4병 묶음과 6병 묶음 타입이다. 탄산수를 일반 생수 대용으로 마시는 사람이 늘면서 재구매 주기는 일주일마다 한번으로 돌아온다
- (건강수요 증대) 중국 내 구매력 강화와 건강의식의 제고로 더욱더 많은 젊은 소비자들이 탄산음료의 대체품으로 탄산수를 찾고 있다
- (작은 사치품) 수입 탄산수는 “물의 에르메스(Hermes)” 라는 이미지를 가지고 있는 고급 생활방식의 상징으로 중국 드라마에서도 재벌2세나 부유층의 빈 냉장고에는 가득 채워진 탄산수 장면을 볼 수 있다

## □ 중국 시장의 탄산수 제품

- (가격) 2015년 탄산수의 평균 판매가격은 31.25위안(6천원)이고 정제수 평균 판매가격은 3.19위안(600원)으로 이는 탄산수는 정제수의 10배 가격
- (소비층) 더욱 많은 젊은 소비자(20~29세)와 중고층소비자(가정수입이 8000위안<140만원> 이상)가 시장의 탄산수의 주력 소비자
- 온라인 제품 및 가격 (징동 온라인몰 기준)

			
트레비 한국(JD)	원기수림 일본(JD)	페리에(Perrier) 파리(JD)	San Benedetto 이테리(JD)
2만원 (500ml*20)	2만 3천원 (480ml*24)	2만 4천원 (330ml*24)	8천원 (1.5L*6)

○ 오프라인 제품 및 가격 (상하이지사 자체조사 : LAWSON편의점, 허마센성 오프라인 매장)

제품명	회사명	원산지	원화환산가격 (현지화)	제품사진
트레비 자몽	롯데칠성음료(주)	한국	1,300원 (7.50위안)	
원기수림	일본 주식회사 원기수림	중국	1,300원 (7.80위안)	
Sanbenedetto	이테리	이테리	1,000원 (5.90위안)	
Sanbenedetto	이테리	이테리	1,500원 (8.50위안)	
Sanbenedetto	이테리	이테리	1,500원 (8.90위안)	
Perrier	Shanghai 첸 초 음용수유한회사	프랑스	2,000원 (8.90위안)	
Quarius	헤이룽장하이허 음품주식유한회 사	중국	1,500원 (8.50위안)	
이첸 소다수	코카콜라	중국	1,300원 (4.20위안)	
로산수	산동 청도	중국	900원 (5.00위안)	

## □ 중국인들의 인기를 끄는 탄산수 기능과 응용법

### [탄산수의 맛과 기능]

- (독특한 맛) 탄산수는 정제수처럼 연하지 않고 과일처럼 달지 않으며 소량 알콜류처럼 짙하지고도 앓는 독특한 맛을 지님
- (정신을 맑게 하고 청량감을 줌) 탄산수의 자극적이고 톡 쏘는 맛은 각성시키는 효과가 있고 청량감으로 여름철 더위를 피할 수 있음
- (다이어트와 변비 개선) 탄산수는 충분한 수분을 보충하는 동시에 포만감을 가지므로 자주 마시면 지방을 소모하고 장 운동을 촉진하여 변비를 완화하고 다이어트에 도움이 됨

### [중국 내 유행하는 탄산수 응용방법]

<p>과일와의 조합</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 탄산수와 과일을 배합. 주로 레몬, 금귤을 추가</li> <li>- 딸기, 체리 혹은 포도의 농축착즙으로 개인의 취향에 맞게 탄산수를 추가한 후 과일을 썰어 넣고 로즈꽃잎, 박하로 장식</li> </ul>
<p>TEA와의 조합</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 고급레스토랑에서 선보이는 tea paring(餐配茶).</li> <li>- 가장 맘에 드는 제일 좋은 차를 선택하고 탄산수를 넣고 조합하면 샴페인 맛을 낼 수 있음</li> </ul>
<p>술과의 조합</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sangria는 포도주와 탄산수의 기초에 과일을 담구고 브랜디를 제조</li> <li>- mojito는 탄산수를 베이스로 소녀들은 박하나 청레몬을 배합</li> </ul>
<p>커피와의 조합</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정신을 맑게 하는 커피와 진분인심(振奮人心)한 탄산수와의 만남은 두배의 surprise.</li> <li>- KFC 와 L淨利率uckin Coffee에서는 탄산커피를 출시</li> </ul>

## □ 시사점

- 탄산수의 유행은 중국에 처음 스타벅스가 진출하였을 때와 비슷한 패턴으로 유행을 하고 있다. 인터넷이나 위챗 친구 모멘트를 통해 스타벅스 로고의 커피잔 사진을 공유했듯이 지금은 녹색 유리병에 담긴 수입 탄산수 브랜드를 많이 SNS의 사진 속에서 찾아 볼 수 있다.
- 탄산수도 진출 20년이 되었고 중국 소비자들의 소비력 증가와 외국 콘텐츠에 자주 노출되면서 탄산수도 중국소비자들의 생활 깊숙이 침투하여 더 큰 성장 가능성을 지닌 시장으로 떠오르고 있다.
- 1)건강 2)SNS에 과시할 수 있는 은근한 작은 사치품 3)다양한 음용법이라는 탄산수의 유행원인을 분석하며 한국의 어떠한 제품이 제 2의 탄산수와 같이 중국인들의 열광을 받을 수 있을지 발굴해보는 노력이 필요할 것이다.