

중국

China

1. 스타벅스를 뛰어넘은 프리미엄 차(茶) 음료 프랜차이즈

홍콩지사

주요내용

▶ 중국 프리미엄 차음료 인기

- 최근 중국 광둥성에서는 신선한 생과일과 고품질의 차(茶)를 이용한 프리미엄 음료 전문매장이 붐을 일으키면서 소비자에게 많은 인기몰이를 하고 있다.
- 대표적인 매장으로는 ‘시차(喜茶·HEETEA), 나이쉬에더차(奈雪의茶)’ 등이 있다. 이 음료매장들의 주요 메뉴는 각 차(茶)의 산지에서 고품질의 차잎들을 엄선하여 주재료로 사용하고, 현대인들의 입맛에 맞게 신선한 과일과 솔트치즈 등을 혼합하여 만든 음료이다.
- 이와 같은 차(茶) 전문 매장은 음료시장에 떠오르는 섯별로 기존에 자리매김하고 있는 스타벅스와 같은 대형 커피 프랜차이즈 전문점의 매출을 단기간에 초월하여 엄청난 인기를 얻고 있다. 이 브랜드의 특징을 살펴보면 엄선한 재료뿐만 아니라 한층 업그레이드 된 서비스와 합리적인 가격으로 소비자들의 3박자를 모두 만족시켜주고 있다.
- 나이쉬에더차(奈雪의茶)는 2010년 4월에 심천시식도찬관리유한공사(深圳市品道餐饮管理有限公司)에서 런칭한 음료브랜드다. 7년 동안 최고의 음료품질 및 차별화된 고객서비스로 현대인의 니즈의 맞게 중국시장을 공략했다.
- 이러한 성과로 현재 심천에 총 19개의 매장이 있으며, 주로 스타벅스 주변의 매장을 오픈하여 고급화 브랜드 이미지 정립과 동시에 20~30위안의 합리적인 가격과 무농약차(茶)·생과일 등 우수한 품질의 음료를 선보여 스타벅스를 초월하는 고객이 방문하였으며, 월 매출 또한 4~5배를 뛰어넘었다.

| 시차(喜茶·HEETEA) 매장 외관 |



| 나이쉬에더차(奈雪의茶) 심천 중심성 매장외관 |



* 사진출처 : (좌)시차 공식홈페이지(www.heytea.com)/ (우)자체자료

▶ 간간한 현대 소비자를 위한 똑똑한 브랜딩 공략

- 시차(喜茶·HEETEA), 나이쉬에더차(奈雪의茶)와 같은 매장들은 똑똑하고 간간한 소비자를 만족시키기 위해 상품의 품질 외 브랜딩에도 많은 노력을 했다.
- 고대부터 차를 즐겨먹는 중국인의 성향을 캐치하여 메뉴의 주재료를 선택 및 현대인들의 특성에 맞게

끔 메뉴를 개발을 했을뿐만 아니라, 주문 후 일정 시간 내 음료를 제공 해주는 ‘시간확보 고객만족서비스’, 여성의 작은 손을 고려하여 디자인한 ‘패키지’, 소비자들로 편안함을 느끼게 해주는 ‘예술적인 매장 인테리어’에 투자했다. 차(茶) 음료시장에서 섬세한 브랜딩 전략이 성공의 핵심임을 보여주는 사례이다.

- 특히 나이쉬에더차는 차를 만드는 제조과정을 투명하게 보여주는 마케팅 전략으로 소비자들에게 신뢰도를 주며, 합리적인 가격으로 방문자의 발걸음을 다시 찾게 만들었다.

| 나이쉬에더차(奈雪の茶) 음료제조 과정 |



| 나이쉬에더차(奈雪の茶) 인기메뉴 |



(좌)생홍매실차



(우)솔트치즈생딸기차

시사점

- 홍콩 및 광둥성 등 중화권 시장에서 차(茶)문화는 생활 및 식습관에 중요한 부분을 차지하고 있다. 이와 같이 생활문화에서 요식업과 접목시켜 새로운 상품을 탄생시킬 수 있는 신(新)발상으로 요식업의 틈새시장을 공략할 만한 품목을 모색해야 할 것이다.
- 현재 중국은 인도와 대만으로 부터 차(茶)를 수입하고 있는데, 한국의 우수한 차(茶) 재배 과정 및 청정산지 등을 홍보하여 한국의 차 제품을 수출할 수 있게끔 노력해야 할 것이다.

중국

China

2. 중국, 고품질 유제품에 대한 수요 증가 전망

상하이지사

주요내용

▶ 중국 유제품 소비량 높은 증가세 보여

- 중국 유제품 소비량은 빠르게 증가하는 추세로, 2017년 1-4월 유제품 총 생산량은 9,031천톤으로 작년 동기대비 1.5% 증가되었고 1-3월 매출량은 6,791천톤에 달하며 작년 동기대비 3.7% 증가되었다.
- 2000년 이후, 중국 유제품 가공업의 발전이 신속하게 이루어졌으며, 식품업계 중 발전이 가장 빠른 품목으로 자리매김했다. 생활수준이 향상되면서 소비자들은 품질이 높은 다양한 종류의 유제품에 관심을 가지게 되었고, 제조업체에서도 소비자의 수요에 대응하기 위하여 다양한 맛과 가격대의 신제품을 출시하고 있다.

▶ 고품질의 기능성 유제품 개발에 관심

- 유제품은 일반적으로 3가지로 분류되는데 첫째 우유, 발효우유, 치즈, 아이스크림 등 기초제품, 둘째 저당 또는 무당제품, 고칼슘, 비타민류의 고유성분을 부각시켜 부가가치를 높인 제품, 셋째 건강에 유익한 기능성 유제품(프로바이오틱 등 성분함유 제품)이다.
- 기능성 유제품 개발은 현재 유제품 기능화의 핵심사항이며 중국은 풍부한 자원을 바탕으로 보다 신선도가 높고 영양성분이 강화된 고품질 유제품 개발에 높은 관심을 두고 있다. 앞으로 기능성유제품이 미래 유제품시장의 높은 점유율을 차지할 것으로 예상된다.

! 중국 인기 유제품 브랜드 광명(光明) 우유 및 요거트 !



* 참고자료 : - 食品商务网, 「乳制品功能换代 90后消费升级」
- 中国产业信息, 「2017年中国乳制品行业市场现状及发展前景预测」

시사점

- 중국 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 기능성 유제품에 대한 요구도 다양해지고 있다. 중국 소비자의 경우 멜라닌 분유 파동 이후 자국의 유제품에 대한 신뢰도가 낮아지고 수입산 유제품을 선호하는 경향을 보이고 있기 때문에 국내 유업체는 중국 소비자의 수요에 맞는 고품질의 유제품 수출을 고려해 볼 수 있을 것이다.