



승승장구 펫 시장, 향후 전망도 밝다

상하이지사

장기적으로 전망 밝은 중국 펫 시장

- 중국의 펫 시장은 1990년대 애완동물 사육 관련 법안이 마련되면서 꿈틀대기 시작했다. 이를 계기로 '로열 캐닌'이나 '마스' 등 외국브랜드가 중국시장에 진입하자, 덩달아 서양 애완동물이 인기를 끌게 되면서 펫 산업의 대중화를 예고하게 되었다.
- 지난 2000년부터 꾸준히 성장해온 중국 펫 시장은 2010년 이후로 중흥기를 맞이했다. 또한 과학적인 사육 방법과 펫 보호자들의 소비의식이 바뀌면서 전문적인 펫 상품과 서비스가 보급되는 등 시장이 활성화되기 시작했다. 특히 인구구조의 변화와 가계소득의 증가로 2010~2016년 펫 시장의 연평균 매출성장률은 43%에 달하는 것으로 나타났다.

1인 가구 증가로 애완동물 선호 인구 늘어

- 2017년 집계된 중국 애묘 및 애견 수는 8,746만 마리, 미국은 1억 8만 3,900 마리인 것으로 드러났다. 인구 100명당 평균 애견 사육수 역시 미국이 중국보다 9.3배 높은 수준이다. 하지만 도시의 총 가구수가 안정적으로 증가하는 것으로 볼 때 애완동물 사육수 역시 점차 증가할 것으로 전망된다. 1인 가구와 노령인구의 증가로 반려동물을 원하는 가구가 늘고 있기 때문이다.
- 2016년 베이징, 상하이, 광저우, 선전 및 청두의 1인 가구수는 1,300만 호에 이르며, 전국 65세 이상 인구는 전체 인구의 10.8%를 차지하는 것으로 나타나고 있다. 이와같이, 1인 가구 및 독거노인 인구의 증가로 인해 정신적으로 의지할 수 있는 애완동물의 수요 역시 증가하고 있다.

로열 캐닌
펫 푸드 제품

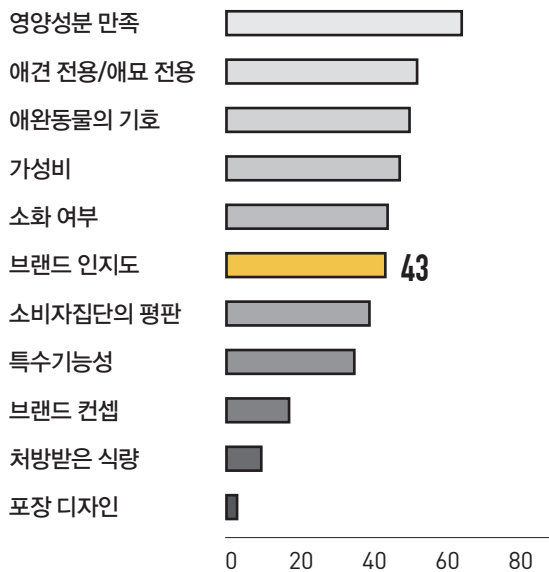


펫 푸드 구입 시 고려사항

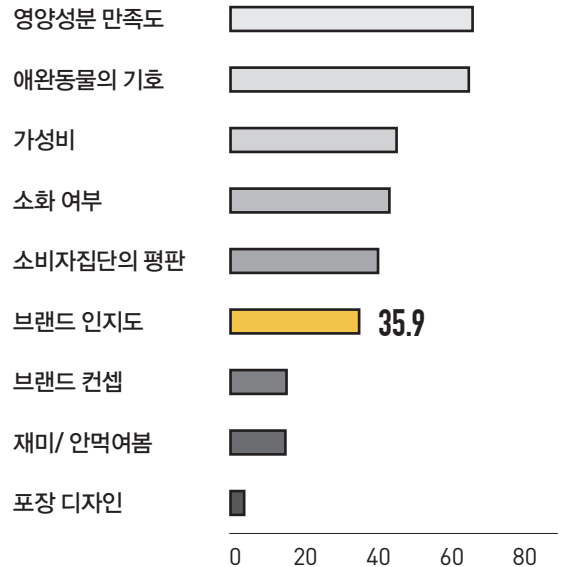
- 펫 시장 확대에 따라, 펫푸드에 대한 사람들의 관심 역시 높아지고 있다. 2017년 애완동물 보호자들의 연령대

를 조사한 결과, 1980년~90년 이후 출생한 사람들이 전년대비 10.7% 증가한 것으로 집계돼 애완동물을 키우는 사람들의 연령대가 점차 낮아지고 있는 것을 알 수 있다. 또한 애완동물을 처음 키워보는 사람들의 증가폭 역시 높은 것으로 나타났다. 보호자가 젊거나 초보일 경우, 유명 외국 브랜드에 대한 충성도가 낮고 좀 더 합리적인 소비를 하려는 경향이 짙다. 펫 푸드(주식 및 간식)구매에 관한 설문조사 결과에서 브랜드 인지도를 고려하는 사람이 50% 미만으로 집계된 것이 이를 방증하고 있다.

보호자들이 펫 간식 구입 시 고려사항 (단위 : %)



보호자들이 펫 간식 구입 시 고려사항 (단위 : %)



주목받는 중국 펫 시장, 온라인 겨냥한 마케팅 필요

- 소득이 높은 젊은 층을 중심으로 애완동물을 키우는 인구는 앞으로 더욱 증가할 것으로 예상되며, 애완동물에 대한 이들의 소비 역시 확대될 것으로 전망된다. 아직은 유럽이나 미국의 펫 시장만큼 충분히 성장하지는 않았으나 가파른 성장곡선을 보여주고 있는 중국 펫 시장을 주목할 필요가 있다.
- 현재 중국 펫 시장의 트렌드는 첨가물없는 천연원료를 사용하는 제품의 수요가 증가하고 있으며, 현지유통경로에 따른 판매전략도 달라질 수 있기 때문에 철저한 시장분석과 소비자분석을 필요로 하고 있다.
- 따라서 기존제품과 차별화 되는 새로운 제품을 통해 시장점유율을 넓혀나가는 한편, 외국기업이 진출하기에는 비교적 문턱이 낮은 온라인마켓 진출도 하나의 방법이 될 수 있다.