



China

청두지사

간편하고 건강하게 대륙의 아침을 여는 조식시장



사이즈 커지는 아침식사 시장

종류도 다양하고 맛도 다채로운 중국의 판매용 아침식사는 대체로 원가가 낮아 큰 이익을 볼 수 있다는 매력이 작용해 많은 이들이 창업에 도전하고 있다. 중국소비자들의 아침식사 총 소비액은 2015년 1조 334억 위안(약 177조 3,624억 원)에서 2021년에는 1조 9,480억 위안(약 334조 3,352억 원)으로 증가할 것으로 전망됐다. 또한 2021년까지 아침식사 외식 시장의 매출액은 8,400억 위안(약 144조 원)을 돌파할 것으로 예상된다.

인기 급상승, 아보카도 · 라면 · 유타오

아보카도는 다이어트에 도움이 되는 것으로 소문이 나면서 최근 몇 년간 젊은 층과 중산층 소비자들로부터 사랑받고 있다. 계란 아보카도 샌드위치와 으깬 아보카도를 얹은 토스트

는 운동으로 몸매관리를 하거나 다이어트를 하는 젊은이들이 주로 먹는 아침메뉴다. 연관 데이터에 따르면 2010년 중국 아보카도 수입규모는 2톤에서 2017년 3.2만 톤으로 증가한 것으로 나타났다.

라면과 유타오(油條)도 최근 인기 급상승 중인 아침식사이다. 란저우(兰州) 사람들이 아침식사로 즐겨 먹는 란저우 라면(兰州拉面)은 중국 어디서나 쉽게 눈에 띄는 만큼 보편적인 아침식사 메뉴가 되어가고 있다. 밀가루 반죽을 발효시켜 기름에 튀긴 중국식 빵 유타오는 이 빵을 탄생시킨 덩청진 출신의 사람들이 전국 곳곳에 점포를 오픈하고 있으며 덩청진 6만 인구 중 2만 명이 각자 다른 솜씨로 유타오를 만들어 각자의 점포를 운영하며 점포 한 곳당 1년에 약 20만 ~ 30만 위안(약 3,400만 ~ 5,147만 원)까지 매출을 올리는 것으로 알려졌다.

| 으깬 아보카도를 얹은 토스트 |



| 아침식사로 인기있는 유타오(맨원쪽) |



Key Point

건강함이 살아있는
간편식 개발 필요

- 인구가 증가하고 있고 건강을 담보하지만 편리성도 갖춘 식사에 대한 관심이 높아지고 있는 중국에서는 꽤 많은 젊은 소비자들이 아침식사를 거르지 않고 간단하게라도 요기를 하는 추세이다. 데일리 도시락 세트나 레토르트 영양스프, 통곡물과 과일 등을 함유한 파우더제품 등 건강과 편리함의 밸런스를 맞춘 아침식사 대용제품을 다채롭게 개발해, 중국인의 아침식단에 한국 수출업체 제품을 더 많이 올릴 수 있기를 기대해본다.



아침식사 시장 선점을 위한 다양한 시도

중국에서 신선식품이라는 개념은 알리바바의 마윈 회장이 주창한 '신유통'에서 비롯되었다. 온오프라인이라는 두 마리 토끼를 모두 잡기 위해 알리바바의 유통매장 허마셴생(盒马鲜生)은 건강을 추구하는 도시 소비자들을 주요 타겟으로 아침식사에 신선식품을 등장시키고 있다. 메이뎀(美团)이 대부분의 배달음식 시장을 차지하고 있는 상황에서 허마셴생은 아침식사부터 야식까지 제공하며, 여기에 신선식품을 포함시키는 서비스로 소비자 공략에 성공하고 있다.

KFC에 이어 맥도날드도 아침식사 시장에 뛰어들었지만 아직은 한참 뒤쳐져 있는 형편이다. 젊은이들 사이에서 KFC는 이미 질 좋은 아침식사를 제공하는 패스트푸드점으로 인식되고 있어 맥도날드의 새로운 전략이 필요해 보인다.

신속하고 빠른 제공 원하는 소비자들

알리바바에서 발표한 소비보고서에 따르면 1980년~1990년대에 출생한 세대가 중국 요식업 시장 소비의 70%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 학생과 직장인이 대다수인 이 세대가 바쁜 아침시간에 식사주문 후 서빙 받기까지 수용하는 시간은 대체로 2분~5분밖에 되지 않아 신속하고 효율적인 아침 식사 제공에 대한 소비자들의 또 다른 니즈를 알 수 있다.

소비자 수요에 맞추어 더 많은 아침식사 대용식품들로 요거트, 참깨가루 등 파우더 제품 및 각종 과일 등 간편하게 먹을 수 있고 포만감을 줄 수 있는 제품들이 출시되어 인기를 얻고 있다.

