

중국 최대 배달서비스 업체 메이탄에서 발표한 <2019 중국 요식업계 보고서>에 따르면 2018년 중국 요식업계 시장규모는 처음으로 4조 위안(약 673조 원)을 돌파해 4조 2,000억 위안(약 707조 원)에 육박한 것으로 나타났다. 점점 커지고 있는 중국 요식업계 시장의 2019년 5대 변화를 짚아보았다.

### 새로운 동력, 빅데이터

보고서는 처음으로 '스마트 요식업'의 개념을 제시해 고객의 수요를 중심으로, 빅데이터 기반의 요식업계를 분석했다. 새로운 단계로 들어선 중국 요식업계에서 빅데이터는 요식업계가 발전하는 새로운 동력으로 부상하고 있다. 또한 전자상거래를 통해 경제적으로 낙후한 도시의 시장을 개척하는 등 새로운 소비자들을 탄생시킬 것으로 보이며, 그 규모는 점점 더 커질 것이고 소비량의 증가와 함께 소비 고급화의 기회가 될 것으로 전망된다.

### 남성소비자들 증가

메이탄 온라인 데이터에 따르면 중국 요식업계 소비자들 중 20~30대가 51.4%로 절반 이상을 차지했으며 여성이 여전히 요식업 소비의 주요 소비층으로 59.7%를 차지한 것으로 나타났다. 아울러 남성 소비자들 또한 52.1%를 차지해 갈수록 많아지는 것으로 나타났다.

### 부동의 1위, 패스트푸드

보고서에 따르면 패스트푸드점의 수는 중국 전체 음식점의 44.3%를 차지해 부동의 1위를 지키고 있는 것으로 나타났으며, 패스트푸드점 중에서 중국 길거리 음식의 1인당 소비금액이 증가한 것으로 나타났다. 과거에 중국식 햄버거 러우자뭉(肉夹馍)이 3~4위안(약 500~670원)이었다면, 제품의 질과 포장 등의 업그레이드를 통해 현재는 10~20위안(약 1,680~3,360원)으로 상승했다.

### 배달 및 온라인 소비의 인기

2018년 메이탄의 총 배달 거래액은 2,828억 위안(약 47조 6,170억 원)으로 동기 대비 65.3% 증가했으며, 하루 평균 1,750만 건의 거래량으로 동기 대비 56.3% 증가하면서 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 데이터에 따르면 맥주, 샤오롱새민물가재, 바비큐 등은 월드컵 맞춤 야식으로 인기가 높아 2018년 러시아 월드컵 기간 동안 메이탄 배달로 주문한 맥주만 해도 640만 병 이상이었고 샤오롱새도 야식으로 6,450만 마리가 판매됐다. 또한 중국 소비자들은 온라인 소비를 통해 얻을 수 있는 혜택에 대해 많은 관심을 보였으며 그중에서도 가성비 높은 세트 메뉴에 호응을 보이고 있다.

### 2019년 요식업계 전망

최근 2년 동안 요식업계의 프랜차이즈화가 가속화되면서 2018년에는 23%에 달해 요식업계 증권의 증가속도보다 훨씬 높은 것으로 나타났다. 이로 인해 요식업계 대기업들의 발전 속도는 점차 빨라지는 반면 소규모 요식업체들은 매년 80%의 속도로 사라지고 있다. 앞으로 요식업계는 고성장장에서 고품질성장으로, 외부확장형에서 내부수렴식 집약으로, 규모적 속도형에서 품질 효율형으로 전향할 것으로 예상된다.

#### Key Point

#### 온라인 시장 진입할 제품 개발 필요

- 중국 온라인 시장의 진입은 오프라인 시장 진입에 비해 절차가 간단하며 비용이 적게 든다. 하지만 성공하기 위해서는 오프라인을 통한 홍보가 수반되어야 한다. 국내 업체들은 중국의 20~30대가 선호하는 온라인 상으로 유통이 가능한 제품 개발이 필요하며 특히 한국의 우수한 HMR 제품처럼 한식당에서 활용할 수 있는 메뉴 개발을 통해 온라인 시장 진입이 필요하다.