



# China

베이징지사

## 음료업계의 신 성장 동력, 광천수 신드롬

### 무알코올 음료 중 제일 잘 나가는 생수

최근 몇 년간 중국 음료업계의 중요한 성장 동력이 되어온 생수는, 중국 무알코올 음료시장에서 가장 큰 이익을 올리는 품목 중 하나로 자리 잡았다. 중국 음료업계에서 20년 연속 두 자릿수 성장률을 유지하는 유일한 품목이기도 하다. 세계적인 시장조사기업인 유로모니터(euromonitor) 인터내셔널에 따르면 2018년 중국 생수시장의 규모는 전년 대비 9.5% 증가한 1,831억 위안(약 31조 4,603억 원)에 육박했고 최근 5년간 연평균 성장률도 11.5%를 기록하고 있다. 유로모니터 인터내셔널은 향후 5년간 중국 생수업계 매출이 약 7~9%의 증가율을 유지해 2020년 시장 규모가 2,000억 위안(약 34조 3,580억 원)을 돌파할 것으로 예측했다.

특히 '천연, 건강' 등의 키워드를 내세운 생수에 대한 수요는 현재 중국 생수시장을 성장시키는 핵심 동력이 되고 있다. 중국소비자의 구매력이 증가하고 건강에 대한 관심이 높아지면서 좋은 물을 마시고자 하는 사람들의 욕구가 더욱 높아지고 있기 때문이다. 중국의 경제 성장, 깨끗한 수원지 확보, 소비자 수요 고급화라는 세 박자가 맞아 떨어지면서, 고급 생수제품으로 분류되는 광천수(미네랄워터)의 최근 3년간의 한해 성장률은 20%를 넘긴 것으로 나타났다.

### 환경오염 심각해지자 광천수에 집중하는 소비자

2018년 6월 21일, 국가위생건강위원회와 국가시장감독관리총국은 <식품안전 국가표준 음용 천연광천수(이하 '국가표준')>를 공동으로 발표하여 정식 시행했다. '국가표준'은 중국 내 음용수의 정의를 '천연 광천수(天然矿泉水) · 정화수(纯净水) · 천연수(天然水) · 기타 음용수(其他饮用水)'의 4가지로 세분화하였고, 생수 제품의 생산은 반드시 수원지 근처에서 이루어져야 한다는 등 관련 규정을 명확히 했다.

'국가표준'에 따르면, 천연 광천수는 지하 깊은 곳에서 자연적으로 솟거나 땅을 파서 채취한 것으로 일정량의 미네랄 · 미량원소 또는 기타 성분을 반드시 함유하고 있어야 한다.

또한 수원지로부터 일정한 거리의 지역은 오염이 없어야 하고 오염방지를 위한 예방 조치도 필요하며 수원지의 화학성분이나 수량 및 수온과 같은 수치도 오차가 크지 않고 안정적이어야 한다.

지난 30여 년간 급속한 경제성장이 이루어진 중국에서는 환경오염의 속도도 그만큼 빨리 진행되었는데, 현재 중국 일부 도시의 물은 심각한 오염으로 식수사용이 불가능할 지경이다. 천연 광천수는 대량의 물이 고여 있는 저수층이 땅속 깊은 곳에 있고 지상으로부터 격리된 비교적 두꺼운 보호층이 있기 때문에 쉽게 오염되지 않는 장점이 있다. 더불어 천연 광천수는 미네랄과 미량원소 함유량이 매우 풍부하다. 칼륨 · 나트륨 · 칼슘 · 마그네슘과 같은 천연 미네랄, 규산 · 스트론튬 · 아연 · 셀레늄 등 인체 건강에 중요한 천연 미량원소들이 함유되어 있어 깨끗하고 건강한 물을 원하는 중국 소비자들의 주목을 받고 있다.

### | 농부산취엔(农夫山泉)의 프리미엄 생수제품 |



## 세계시장에서도 광천수는 대세

세계시장에서는 프리미엄 광천수가 이미 대중적인 인기를 얻고 있으며 그 가운데에서도 유럽은 광천수의 기원으로 알려질 만큼 가장 성숙한 시장을 가지고 있다. 유럽 생수협회(EFBW)에 따르면, 2011년 유럽의 생수 매출은 비알코올 음료 전체 매출에서 44%를 차지했으며 이 중 광천수와 일반 생수가 전체 소비량의 97%를 차지했다. 일본 생수협회에 따르면 일본 전체 생수 생산량 중 천연 광천수의 생산량이 차지하는 비중은 2004년부터 2015년까지 줄곧 약 80% 전후를 차지할 정도로 압도적이다.

최근 몇 년 간 중국산 광천수 제품이 연이어 출시되고 있는 중국과 이미 광천수 시장이 성숙한 유럽 및 일본의 사례를 비교해보면 중국 생수업계는 향후 광천수를 중심으로 생수 시장이 재편될 가능성이 매우 높다. 프랑스의 에비앙(依云)과 같은 세계적인 프리미엄 광천수는 일찍부터 중국시장을 공

략해 왔으나 높은 가격 때문에 대중화에는 그리 성공하지 못했다. 그러나 최근 중국의 대형 식음료기업인 농푸산취엔(农夫山泉), 와하하(娃哈哈), 이리(伊利), 중량(中糧) 등의 행보를 보면, 천연 광천수 제품 생산을 잇달아 늘리고 있어 중국 생수시장의 무게가 점차 광천수 쪽으로 기울고 있는 것을 잘 알 수 있다.



### Key Point

#### 중국 소비자, 프리미엄 생수를 원한다

중국에서 수돗물을 끓여 마신다는 것은 상상하기 어려운 일이다. 석회질 성분이 많은 중국의 물은 종종 설거지 후에도 그릇에 하얀 가루를 남길 만큼 음용수로 적합하지 않기 때문이다. 먹고 살기 어렵던 시절, 중국 사람들은 마시는 물의 품질에 크게 신경 쓰지 않았지만 소득 수준이 높아지고 있는 지금, 건강에 대한 관심이 고조되면서 깨끗한 물에 대한 관심이 급격히 증가하기 시작했다. 중국 국토자원부 조사에 따르면 2017년 기준 중국 소비자의 약 70%가 시판되는 생수를 일상적인 식수로 사용하고 있는 것으로 나타났다. 생수는 이미 중국인의 생활필수품으로 자리 잡고 있으며, 소비자들은 이제 생수의 종류에도 눈을 뜨기 시작했다. 단순히 깨끗한 물을 찾는 것을 넘어 미네랄 함량, 수원지, 브랜드, 맛 등을 고려해 생수를 소비하기 시작한 것이다. 중국시장에 진출하고자 하는 한국 기업들은 장기적 안목으로 생수의 고급화와 마케팅에 공을 들여야 할 것이다.

출처 : news.21food.cn, item.jd.com, weibo.com