

2018년 해외 이슈조사 보고서

중국 아이스크림 시장조사



농림축산식품부

aT 한국농수산물유통공사

1. 요약문	1
2. 개요	3
가. 아이스크림 정의	3
나. 분류	4
3. 발전환경	5
가. 경제환경	5
나. 사회환경	7
4. 시장현황 및 동향분석	9
가. 시장현황	9
나. 수출입현황	10
다. 시장동향	12
5. 경쟁제품 조사 및 경쟁사 분석	22
가. 중국에서 인기있는 아이스크림 브랜드	22
나. 경쟁구조	33
6. 유통구조 및 유통업체 현황	37
가. 유통구조	37
나. 유통업체 현황	37
7. 통관 및 검역정보	39
8. 전략적 중국시장 진출방안	40
가. 중국에 진출한 한국 아이스크림 현황	40
나. 아이스크림 대체품의 위협	46
다. 중국 아이스크림 시장의 잠재력	47
라. 진출방안	49

- 중국 국민생산 총액의 증가와 주민 소득수준의 제고로 전체 국민의 소비 수준이 현저히 높아졌으며 이로인해 아이스크림 시장도 함께 발전하였음. 중국 아이스크림 시장은 10여 년간의 발전을 거쳐 세계에서 가장 큰 아이스크림 시장으로 자리 잡았음
- 중국 아이스크림 시장규모는 지속적으로 확대되고 있으며 2018년 시장규모는 500억 위안에 달할 전망이다. 중국 아이스크림 시장이 확대되면서 중국 현지 아이스크림 기업들이 성장하여 아이스크림 수출액이 증가되고 있으며, 이와 반대로 수입액은 줄어들고 있는 추세임
- 하지만 중국 프리미엄 아이스크림 시장은 프랑스, 미국 등 수입제품들의 비중이 상당히 큼. 한국은 2번째로 큰 중국 아이스크림 수입국으로 한국 아이스크림은 중국 소비자들의 지속적인 사랑을 받고 있음
- 중국 아이스크림 시장에는 중국 브랜드와 수입 브랜드가 뒤섞여 각축전을 펼치고 있음. 지난해 기준, 시장점유율 1위인 이리(伊利)를 비롯해 멩니우(蒙牛), 월스(Walls), 네슬레(Nestle), 키아이뚜어(可愛多), 하겐다즈 등이 중국 소비자들의 뜨거운 사랑을 받았음. 한편 2016년 한국의 롯데 제품은 중국 아이스크림 시장점유율 랭킹에서 9위를 차지하였음
- 중국 아이스크림 시장의 현재 주요 트렌드는 독특하고 다양한 풍미, 천연적인 성분, 건강한 아이스크림, 개성있는 아이스크림, 아이스크림과 다른 제품과의 콜라보 등임
- 이 밖에 본문에서는 중국에서 인기있는 아이스크림 브랜드에 대한 소개와 중국 국산 아이스크림의 시장현황에 대한 분석을 통하여 중국 아이스크림 시장의 트렌드와 소비 트렌드에 대한 서술을 진행하고 중국 아이스크림의

유통구조와 주요 유통업체의 현황에 대하여 소개하였으며, 수입 아이스크림 제품들이 중국으로 수입될 때의 통관 및 검역정보에 대하여 서술하였음

- 또한 중국에 진출한 한국 아이스크림 브랜드 및 업체에 대한 간단한 비교를 통하여 한국 아이스크림의 경쟁가치에 대한 분석을 진행하였음
- 아울러 중국 아이스크림 시장의 대체품이 주는 위협과 이에 상반되는 중국 아이스크림 시장의 발전 가능성에 대한 분석을 진행하여 중국 아이스크림 시장을 정확히 바라볼 수 있도록 각종 정보를 기술하였음
- 마지막으로 중국 아이스크림 시장 발전현황에 비추어 어떤 아이스크림이 중국 아이스크림 시장 트렌드에 부합되는 아이스크림이고 중국 소비자들의 소비수요에 부합되는 제품인지, 중국 아이스크림 시장점유율을 확대할 수 있는 방안이 무엇인지를 제시하였음

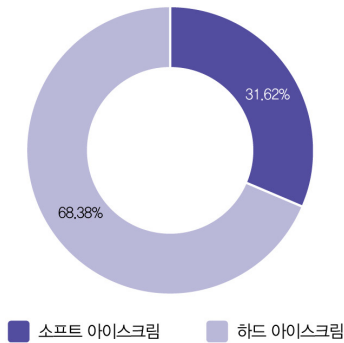
가. 아이스크림 정의

- 우유 또는 유지방·무지유고형분(无脂乳固形粉)에 설탕·계란·향료·색소 등을 넣고 휘저어서 얼린 빙과
- 지금부터 약 800년 전인 상조시대에 중국에는 이미 아이스크림의 최초형태인 얼음과자가 존재하였음. 아이스크림은 원래 서양요리의 디저트로 보편적으로 이용되었으나 오늘날에는 기호품으로 널리 사용되고 있음. 영양가도 높아 고지방의 것은 100g 당 열량이 200 kcal 정도로 간식·디저트·환자식·유아식 등으로 각광을 받고 있음
- 1967년 국제낙농국제규격(IDF)안에 의하면 유지방분이 8% 이상 함유되어 있는 것은 아이스크림이라 칭하고, 유지방분이 3% 이상 함유된 것을 밀크아이스로 부르게 되었음

나. 분류

- 아이스크림의 종류를 나누면 크게 하드 아이스크림과 소프트 아이스크림으로 나눌 수 있음. 충분히 동결시킨 것을 하드 아이스크림이라고 하며, 충분히 동결되지 않고 비교적 부드러운 것을 소프트 아이스크림이라고 함. 제품의 모양과 포장용기·가공원료·가공법에 따라 상품의 종류가 다양해짐

중국 아이스크림 수입현황



- 기본적으로 바닐라 등의 향료를 사용한 단순한 것은 플레인 아이스크림이라고 하고, 계란노른자의 함유량이 많은 것은 프렌치(French) 아이스크림 또는 커스터드(custard) 아이스크림이라 함. 이 밖에도 과일·초콜릿·커피·양주 등을 첨가한 것을 풍미 아이스크림이라고 함

아이스크림 분류



소프트 아이스크림

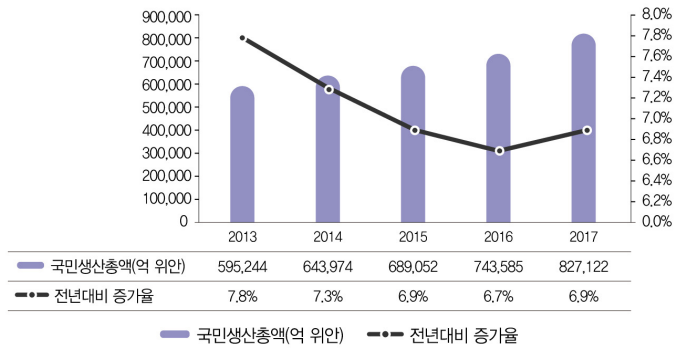


하드 아이스크림

가. 경제환경

■ 중국 국민생산총액 변화

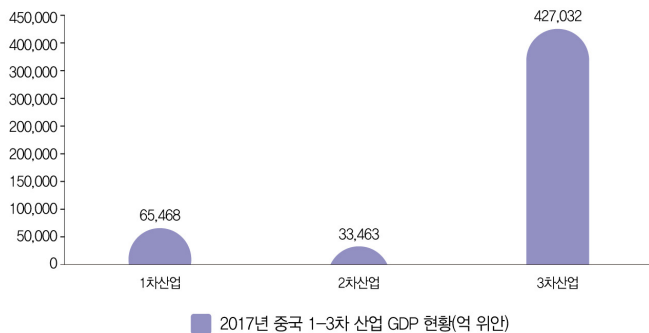
| 2013~2017년 국민생산총액 및 증가속도 |



- 2017년 중국 GDP 총액은 전년대비 6.9% 증가한 82조 7,122억 위안임.

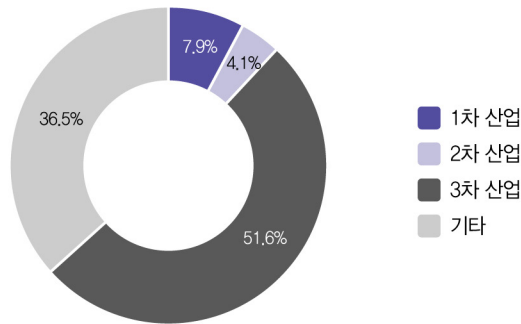
■ 중국 산업별 형태

| 2017년 중국 각 산업 현황분석 |



- 그 중 1차 산업은 전년대비 3.9% 증가한 6조 5,468억 위안이며, 2차 산업은 전년대비 6.1% 증가한 3조 3,463억 위안, 3차 산업은 전년대비 8% 증가한 42조 7,032억 위안을 기록함. 1차 산업의 증가된 수치는 중국 생산총액의 7.9%를 차지하고 2차 산업은 4.1%, 3차 산업은 51.6%를 차지함

2017년 중국 GDP 산업구조분석



- 중국 국민경제가 발전하고 사람들의 삶의 질이 개선됨에 따라 아이스크림은 국민들의 일상 소비품이 되었으며, 더불어 프리미엄 아이스크림 시장이 빠르게 발전하는 추세를 나타내고 있음

나. 사회환경

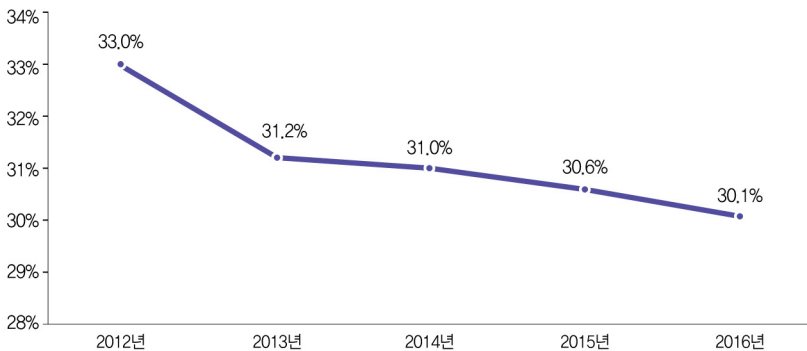
■ 중국의 소득수준

■ 중국 주요 경제지표

구 분	2014	2015	2016	2017
GDP(US\$bn)	10,483	11,063	11,195	12,250
GDP 증가율(%)	7.3	6.9	6.7	6.8
1인당 GDP(US\$)	7,684	8,068	8,120	8,836
실업률	4.09%	4.05%	4.02%	3.90%
수출액(US억불)	23,427	22,766	20,974	22,766
수입액(US억불)	19,603	16,821	15,875	18,412
무역수지(US억불)	3,825	5,945	5,100	4,353
외환보유고(US\$bn)	3,843	3,330	3,011	3,140

- 중국 국민경제 운영상황 : 세계적으로 인구가 1,000만이 넘는 74개 나라들 중에서 일인당 GDP와 평균소비는 상당한 상관관계가 있음. 2015년 중국 일인당 평균 소비는 3,765달러로 GDP의 36% 수준. 이는 중국 소비시장에 아직 큰 발전 공간이 남아있음을 알 수 있음

■ 2012-2016년 중국 앵겔지수



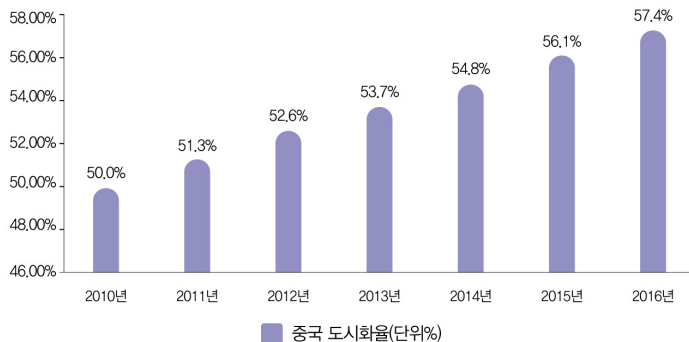
— 2012-2016년 중국 앵겔지수 통계

- 2016년, 중국 주민 엔겔지수는 30.1%로 2012년 대비 2.9% 하락한 수치임. 엔겔지수는 식품지출 총액이 전체 개인소비 총액에서 차지하는 비중을 말하므로 엔겔지수의 하락은 한 국가 주민들의 소비수준이 제고되었음을 나타냄
- 중국 국민들의 소비수준 제고로 인하여 식품소비는 주식을 위주로 하던 데에서 레저식품과 간식소비 비중이 점차 커지고 있음. 레저식품과 간식이 가정소비(도시가정에서 선명하게 나타남)에서 차지하는 비율이 점차 확대되고 있는 추세임. 그러므로 여름철 무더위를 날리기 위해 간식으로 사용되던 아이스크림은 레저식품으로 점차 변화되고 있는 추세임. 중국 아이스크림 산업은 종류가 점차 풍부해지고 산업구조가 점차 다양해지면서 중국 아이스크림 산업과 소비시장은 업그레이드되었음

■ 중국 도시화율

■ 2010~2016년 중국 도시화율

(단위 : %)



※ 출처: 지연 데이터중심(智妍数据中心)

- 2016년 말, 중국의 도시화율은 57.4%에 달함. 이는 2012년 말과 비교하면 4.8% 증가한 수치임. 2013~2016년 중국의 도시인구는 매년 2,000만명씩 증가하는 추세를 나타내고 있으며, 이는 거대한 투자자금과 소비수요를 불러일으킴
- 중국 호구(戶口)제도 개혁과 거주증 제도의 전면추진으로 인하여 농촌호적을 가진 주민들이 도시호적으로 변경하는 현상이 보편적으로 나타났음. 이는 도시화와 공공서비스 수준의 제고를 불러일으킴

4

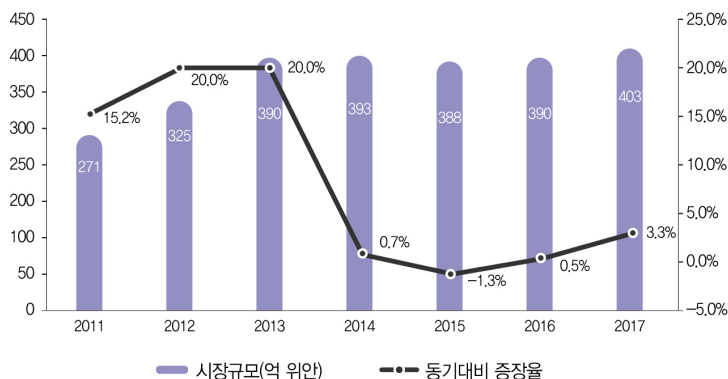
시장현황 및 동향분석

가. 시장현황

■ 총체적 시장규모

- 중국 상업산업연구원의 통계에 따르면 2017년 중국의 아이스크림 시장규모는 403억 위안(약 6조 5,000억)을 돌파함. 2018년에는 아이스크림 시장규모가 500억 위안에 달할 것으로 전망됨

■ 2011-2017년 중국 아이스크림시장 규모 ■



■ 중국 아이스크림 시장특징

- 중국 국민경제가 발전되고 삶의 질이 보편적으로 제고되면서 아이스크림은 국민들의 일상소비품이 되었음
- 또한, 아이스크림은 더 이상 여름철 더위를 날리기 위해 섭취하는 것이 아닌 계절에 국한되지 않는 습관적인 소비가 되었음
- 중국 아이스크림 시장에는 브랜드가 많고 브랜드 간의 경쟁이 몹시 치열한 특징이 있음. 이 밖에 중국 아이스크림 시장에서 프리미엄 제품은 전체 시장의 45%를 차지함

나. 수출입현황

2015~2017년 중국 아이스크림 수출입통계표

(단위: kg, 천불)

연도	수입량		수출량	
	수량	금액	수량	금액
2015년	17,713,145	64,721	7,186,584	15,547
2016년	16,535,907	60,686	17,876,395	32,342
2017년	18,199,360	67,755	31,981,174	47,023

※ 출처: 중국해관(中国海关)

- 2015~2017년 중국의 아이스크림 수입량과 수입액은 큰 변화없이 정체되어 있음을 보여주고 있음
- 반면 2015~2017년 중국의 아이스크림 수출량은 전년대비 2배에 달하는 증가를 나타내고 있음
- 이는 중국의 아이스크림 산업발전으로 인하여 국내 자급능력이 향상되었고, 수출여력은 확대되었음을 나타내고 있음. 따라서 중국시장을 겨냥하는 한국기업에게는 큰 장애물이 될 수 있을 것으로 보임

1) 수출입 평균가격 분석

2015~2017년 중국 아이스크림 수출입 평균가격 분석

(단위: USD/t)

연도	수입 평균가격	수출 평균가격
2015년	3,653.84	2,163.34
2016년	3,669.95	1,809.20
2017년	3,722.93	1,470.33

※ 출처: 중국해관(中国海关), 지연데이터중심(智妍数据中心)

- 2015~2017년 중국산 아이스크림의 수출입 평균가격의 변화를 보면 수입 평균가격은 수출 평균가격의 변동보다 미세하지만 부단히 상승하는 추세를 나타내고 있는 반면 아이스크림의 수출 평균가격은 눈에 띄게 하락하는 추세임

- 중국에서 수입하고 있는 아이스크림은 대체적으로 중국산 아이스크림보다 품질이 좋은 프리미엄 아이스크림임
- 반면, 중국 아이스크림 수출 평균가격의 변동은 수입 평균가격에 비하여 비교적 크지만, 수입제품에 비하여 가격상의 우위가 확연함을 알 수 있음

2) 중국 국가별 아이스크림 수입액 순위(2015년)

순위	국가	비율
1	프랑스	48.3%
2	한국	8.3%
3	뉴질랜드	7.6%
4	일본	6.5%
5	대만	5.8%
6	태국	4.4%
7	미국	4.1%
8	러시아	4.1%
9	말레이시아	2.4%
10	호주	2.1%

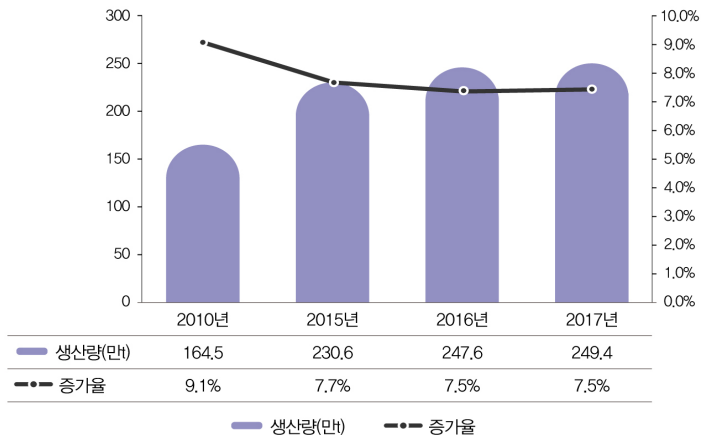
- 중국 아이스크림 시장에서 판매되고 있는 수입산 아이스크림 중 프랑스 제품이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 프랑스제 아이스크림은 이미 중국 아이스크림 시장의 절반 이상을 확보하고 있음
- 한국은 중국 수입산 아이스크림 시장에서 2번째 자리를 차지하는데 주요 경쟁 국가는 프랑스와 미국임. 비록 랭킹 2위지만 프랑스와의 차이가 현저하고 미국이 부지런히 뒤를 쫓아오고 있기 때문에 중국 아이스크림 시장 점유율 확보에 부단한 노력을 기울일 필요가 있음

다. 시장동향

- “2017 중국 아이스크림” 보고에 따르면 중국 아이스크림 판매량은 감소하고 있으나 판매액은 소비고급화로 지속적인 증가세를 보이고 있음. 이는 소비자들이 아이스크림을 사는 횟수는 줄었으나 구매 시 건강하고 고품질의 아이스크림만을 구매하는 비중이 높아졌음을 의미함. 중국 유제품 선두기업인 명뉴우(蒙牛)의 2017년 보고서에 의하면 아이스크림 제품의 연 매출액은 26.3억으로 전년 동기대비 20.6% 증가하였음
- 중국 아이스크림 시장은 10여 년간 급속한 성장을 거쳐 총 소비량에서는 이미 미국을 제치고 세계 최대의 아이스크림 소비국이 됨. 소비시장이 확대됨에 따라 중국 아이스크림 시장의 수요 또한 부단히 상승하고 있음

1) 생산량 분석

■ 중국 아이스크림 생산량분석 ■



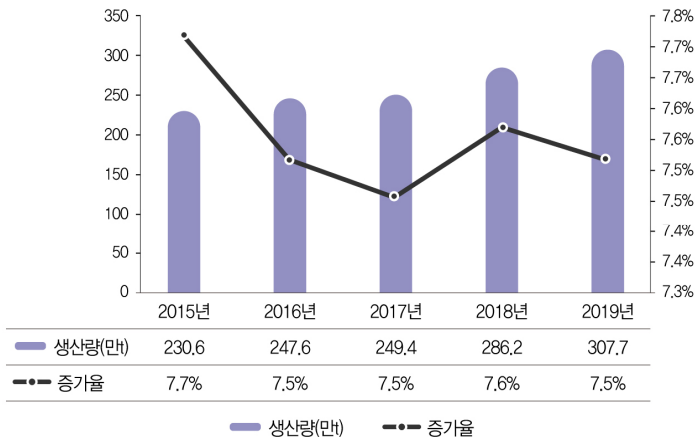
- 중국 아이스크림 생산량은 2010년~2015년까지 5%이상의 안정적인 증가율을 나타냄. 그러나 증가폭은 2010년도의 9.1% 대비 하락한 추세임
- 중국 아이스크림 생산량은 2010년~2017년 사이 부단히 증가하고 있으며

증가율은 7%이상의 안정적인 증가세를 유지하고 있음

- 중국 아이스크림 산업은 제품종류가 풍부해지고 제품구조가 업그레이드되어 소비자들의 소비수요에 대응하고 있음. 이에 아이스크림에 대한 중국 소비자들의 소비수요는 지속적인 증가추세를 유지하고 있으며, 중국 아이스크림 생산량 또한 안정적인 증가율 유지

2) 2015~2019년 시장추세 예측

■ 2015~2019년 중국 아이스크림 시장 추세 예측 ■



- 2015~2017년까지 중국 아이스크림의 생산량은 7% 이상의 안정적인 증가세를 유지하였음. 하지만 증가율은 7.7%에서 7.5%로 소폭 하락하였음
- 중국 아이스크림 시장추세에 근거하면 2018~2019년 중국 아이스크림 생산량은 지속적으로 7% 이상의 안정적인 증가세를 유지할 전망이다
- 일인당 평균소비량을 비교하면 세계 선진국과의 현격한 차이가 있음. 2011년 중국의 일인당 아이스크림 평균 소비량은 아시아태평양 국가들과 비슷하고 최근 몇 년간의 증가속도는 현저하게 빠른 것으로 나타남. 2017년 중국의 일인당 평균 아이스크림 소비량은 2.48L이고 2021년에는 2.9L에 달할 전망이다. 하지만 이는 세계 최대 아이스크림 소비국인 호주의 일인당 평균 아이스크림

소비량인 21.06L에 비하면 아직도 큰 차이가 존재함. 이밖에 미국의 일인당 아이스크림 평균 소비량은 17.55L이고 이태리의 일인당 아이스크림 평균 소비량은 11.7L임

- 이는 중국 아이스크림 산업 시장이 큰 시장발전 공간을 보유하고 있음을 나타냄. 향후 20년간 중국 아이스크림 시장은 쾌속한 발전과정을 거쳐 세계 최대의 아이스크림 소비국으로 부상할 전망
- 중국 아이스크림 시장에는 중국 브랜드와 수입 브랜드가 뒤섞여 각축전을 펼치고 있음. 지난해 기준 시장점유율 1위인 이리(伊利)를 비롯해 멩니우(蒙牛), 월스(Walls), 네슬레(Nestle), 커아이뚜어(可爱多), 하겐다즈 등이 대표적인 아이스크림 제조사임. 이밖에 2016년 한국의 롯데 제품의 점유율이 9위를 차지하였음
- 레저식품 소비문화가 보급되면서 도시 주민들의 생활습관 변화와 아이스크림 제품의 혁신을 통하여 중국의 많은 중·대도시에서는 아이스크림 비수기에도 판매량이 급속도로 증가하는 추세를 나타냄
- 소비자들의 소비습관 변화와 상응되게 중국 아이스크림 제조업체들은 기존의 “3개월 생산, 판매 1년”의 계절성을 띤 생산방식에서 연중 생산방식으로 기조를 바꾸었음
- 또한 아이스크림 시장의 영양화, 건강화, 프리미엄화 추세는 아이스크림 산업의 필연적인 시장발전 트렌드이지만 중국의 아이스크림 시장은 아이스크림 가격이 비교적 낮은 상황이 장기간 지속될 전망이다
- 지난 30년간 중국의 주요 생필품의 가격은 최소 20배 증가하였으나 아이스크림 평균가격의 증가폭은 30년 전의 10배에도 못 미침. 비록 최근 아이스크림 원료가격의 상승으로 인하여 아이스크림의 가격이 올라 기존의 ‘0.5위안 아이스크림’은 시장에서 사라졌지만 중국 아이스크림 시장의 프리미엄 추세는 단기간에는 실행되기 어려울 것으로 보임

3) 아이스크림 트렌드 분석

■ 시장트렌드 분석

- 전통 아이스크림 판매루트 쇠퇴 : 온라인을 통하여 아이스크림을 구매하는 소비자들이 늘어나면서 전통적인 소매유통채널과 도매유통채널의 소비량이 모두 감소하는 추세임. 시장연구 컨설팅업체 Mintel의 '아이스크림 2017-중국'이라는 보고서에 의하면 2014~2016년 전통적인 판매루트인 아이스크림 소매시장 매출은 계속 감소되는 상태이며 연평균 매출액 증가율은 -1.6%임
- 기능성 아이스크림 : 건강을 챙기는 기능성 아이스크림은 현재 큰 관심을 받고 있음. '100% 천연원료/ 무첨가' 등 광고 멘트들이 소비자들의 이목을 끌고 있음. 약 68%의 소비자들이 건강한 아이스크림을 즐겨 찾고 그 중 30~39세 소비자들이 가격이 높아도 '100% 천연원료/ 무 첨가제' 아이스크림을 선택할 것이라고 밝힘
- 저당 아이스크림 : 저당·저열량 아이스크림 열풍은 2018년 여름 시즌을 뜨겁게 달구었음. 아울러 이번 해에는 천연성분만을 사용하여 만든 고단백질 아이스크림이 새롭게 흥행하고 있음. 국화, 사탕수수, 에리스리톨(Erythritol) 등과 같은 천연성분만을 사용하여 단맛을 추출하였으며, 일반 아이스크림 제품에 비해 지방함량과 칼로리를 절반가량 낮춘 아이스크림이 새로운 트렌드로 성장하였음
- 개성이 강한 아이스크림 : 현재 중국 소비의 주력군인 90년대 소비자들이 개성을 추구하는 소비패턴을 보이면서 아이스크림 시장에도 특이하고 재미있는 아이스크림들이 등장하였음
 - * 연분홍 딸기우유 얼굴에 까만 초콜릿 선글라스 : 중국 프랜차이즈 아이스크림 업체 '아이시시리(ICEASON)'에서 출시한 가수 싸이를 본 따서 만든 제품. 2016년부터 이름을 '싼팡(三胖)'으로 바꾸어 '김정은 아이스크림'으로 불리게 되었음
 - * 중국 선전시(深圳市)에 있는 맥도날드에서 판매 중인 오레오 쿠키가 들어있는

콘에 푸딩 아이스크림을 얹고 달콤한 츠러스로 장식한 ‘점보 오레오 와플 아이스크림’은 중국 맥도날드가 중국 브랜드 이름을 ‘마이땅라오(麦当劳)’에서 ‘쥘펀먼(金拱门)’으로 바꾼지 1주년이 된 것을 기념하기 위해 한정 출시된 제품임

	
싼팡(三胖) 아이스크림	쥘펀먼 아이스크림

※ 출처: 아이시시리, 중국 맥도날드

- 특이한 맛 아이스크림 유행 : 최근 중국 아이스크림 시장에서는 매운맛 아이스크림이 이슈가 되고 있음. 매운맛의 아이스크림이라고는 하나 워낙 식도가 자극받을 만한 정도가 아니라 매콤한 여운이 더 긴 편. 편의점 직원의 말에 따르면 매운맛의 아이스크림은 하루에 열 개 정도 팔리는 수준으로 구매하는 사람들도 대부분 호기심에 구매하고 있음. 매운맛 아이스크림을 제외하고도 특이한 맛의 아이스크림이 속속 등장하고 있음
- 전문가의 말에 따르면 새롭고 특이한 맛의 아이스크림은 매년 등장할 것이라고 함. 그러나 이러한 제품들은 소비자들의 호기심을 자극하기에는 충분하나 소비자들의 입맛을 사로잡기에는 한계가 있음. 소비자들은 지금 건강을 가장 중요시하기 때문에 ‘건강한’ 제품을 출시한다면 곧 아이스크림계의 다크호스로 떠오를 것이라고 조언함

■ 젤리와 아이스크림

- 젤리는 반드시 냉동차나 냉동창고 등에 넣어야 한다는 제약이 없음. 또한 냉동 후 식감 역시 훌륭해 냉동상태의 아이스크림이나 냉장이 필요한 케이크 등에 들어가는 재료로 많이 선호됨. 그러므로 젤리 스트로우, 젤리 아이스크림과

같은 콜라보 제품은 이미 많은 소비자들의 사랑을 받고 있음. 이밖에 성인용 젤리 아이스크림은 특수한 보건기능을 가진 식품과 꿀, 구기자, 대추, 알로에, 미네랄 원소, 비타민, 식이섬유, 단백질 등 풍부한 영양소 첨가가 가능함

- 중국의 젤리 아이스크림 ‘녹색혀(绿舌头)’는 1998년에 출시된 이래 지금까지 소비자들의 지속적인 사랑을 받고 있는 중국의 대표적인 젤리 아이스크림임. 냉동상태일 때에는 소비자들에게 아삭아삭한 식감을 제공하고 온도가 높아지면 아이스크림형태에서 젤리의 부드러운 식감을 제공함. 아이스크림이 녹았을 때의 모양이 혀를 닮았다 하여 ‘녹색혀’로 불림



중국젤리 아이스크림(녹색혀绿舌头)



한국젤리 아이스크림(쥬스바)

■ 소비 트렌드 분석

- 통계에 의하면 중국 일인당 연간 아이스크림 평균 섭취량은 2.48L(2017년 기준)이며 현재 아이스크림의 소비량은 계속 증가하고 있는 추세라고 함
- 현재 유럽 국가들의 더딘 아이스크림 소비증가 속도에 비해 아시아 국가들의 아이스크림 시장은 지속적으로 발전해가고 있음
- 과거의 중국인들이 아이스크림을 구매하는 주요 목적은 맛과 더위를 날리는 것이었지만 현재 중국소비자들은 맛을 추구하는 것 외에도 당분과 칼로리, 함량 등을 고려하고 프리미엄 아이스크림 구매를 더욱 선호하고 있음
- 2017년 중국 도시의 49%의 소비자들이 아이스크림을 집에 구비하는 간식 중 필수품으로 간주하며 약 39% 사람들이 아이스크림을 후식으로 선택함

- 건강 : 아이스크림이 소비자들의 거부반응을 불러일으킨 이유는 칼로리가 높은 식품이었기 때문이었으나 앞으로는 더욱 많은 무(無)글루텐, 저(低)유당인 천연 아이스크림 제품을 출시할 예정임

* 무(無)글루텐 음식은 초기에는 병을 치료하는 목적으로 만들어졌으나 무(無)글루텐 식품이 유럽에서 열풍을 일으키기 시작하면서 연예인들의 다이어트 비법으로까지 인정받고 있음. 유명 아이스크림 브랜드인 하겐다즈와 유니레버에서는 이미 순수한 아이스크림을 출시하여 판매하고 있음. 이런 아이스크림은 더 이상 우유를 사용하지 않고 두유, 아몬드, 야자 등 식물성 단백질로 제조되는 것이 특징임. 모두 천연성분들로 설탕을 싫어하는 소비자들도 또한 안심하고 먹을 수 있으므로 순수한 천연건강식품으로 간주되고 있음

- 소형 사이즈 : 소비자들이 건강을 중요시하고 소형 아이스크림이 휴대가 편리해 작고 간편한 아이스크림을 더욱 선호하게 되었음. 비록 아이스크림의 사이즈는 작아졌으나 품질이 제고되었기 때문에 소비자들을 만족시킬 수 있음
- 다양한 맛 : 최근에는 짭맛, 매운맛, 두리안 맛 등 다양한 맛의 아이스크림들이 큰 인기를 끌고 있음. 예전에 아이스크림에 다른 원료를 배합하여 판매하는 경우가 비교적 적었으나 최근 포장기술의 발달로 체리, 초콜릿 등을 추가하는 것이 새로운 추세가 되었음. 또한 여러가지 과일과 견과류 등을 추가한 아이스크림 또한 소비자들에게 색다른 체험을 선사하고 있음



매운맛 아이스크림



두리안맛 아이스크림

- 소비 즐거움 추구 : 업그레이드된 아이스크림 마케팅은 소비자들에게 즐거움을 안겨줌. 특히, 1선 도시 소비자들은 포장이 예쁜 아이스크림을 즐겨찾고 있음. 예를들어 약 54%의 상하이 소비자들이 디저트로 아이스크림을 선택하여 식사 후 아이스크림 가게, 디저트 가게 등으로 장소를 옮김
- 포장 : 20~40세의 소비자들은 아이스크림 자체뿐만 아니라 외적인 포장도 매우 중요시함. 아이스크림을 담은 용기, 아이스크림의 형태, 포장 디자인 등의 요소들이 그들의 선택을 좌우할 수 있음
 - * 아이스크림 자체의 맛도 중요하지만 기타 소비자들이 즐길 수 있는 모든 요소를 놓쳐서는 안 됨. 최근 많은 아이스크림 생산판매 업체에서는 아이스크림 포장의 혁신과 업그레이드를 진행하여 소비자들의 주목을 끌고 경쟁률을 높이는데 힘쓰고 있음. 예를들어 아이스크림 제품에 만화캐릭터를 삽입하고 쿠키, 초콜릿, 캔디 등을 첨가하여 어린 소비자들의 니즈를 확대시킴

■ 아이스크림 포장용기에 유명 영화캐릭터 사용 ■

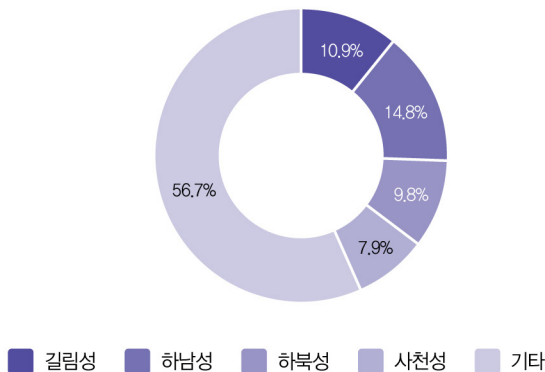


※ 출처: Superman Homepage

4) 지역별 아이스크림 동향분석

- 소비장소, 환경의 변화로 아이스크림은 더 이상 차가운 음료의 대체품이 아닌 사람들에게 즐거움과 행복감을 줄 수 있는 신규 식품으로 발전하였음. 특히 1선 도시에서는 건강을 인식한 아이스크림의 원료, 맛뿐만 아니라 포장, 디자인 등 외적인 것도 고려하며 마케팅 전략을 수립하여야 함
- 통계에 따르면, 중국 아이스크림 생산량과 소비는 중국에서 경제가 발달하고 교통이 편리하며 인구가 상대적으로 밀집된 지역에 집중되어 확대되고 있음
 - * 중국의 3대도시인 상해, 북경, 광주의 냉동 음료제품의 판매량은 전체 중국 냉동 음료시장 판매량의 25%를 차지하고, 중국 동북부시장의 판매량은 중국 시장총액의 13%를 차지함
- 상해, 북경, 광둥은 아이스크림 판매량이 가장 많이 집중된 도시임. 이 3개 도시에서는 중·고급 아이스크림 제품을 위주로 하고 제품 종류가 풍부하며, 아이스크림 판매량은 전체 중국시장의 25%를 차지함
- 천진, 항주, 남경 또한 중국에서 냉동식품 시장이 비교적 발달하고 중·고급 제품들 위주로 판매되는 대표적인 도시임

■ 2017년 중국 각 성(省) 아이스크림 생산량 비율 ■



- 통계에 따르면 2017년 중국의 아이스크림 생산량은 길림성, 하남성, 하북성 순으로 집중되어 있으며, 이 3개 성의 총생산량은 전체 아이스크림 시장의 35.4%를 차지함
- 중국 동북지역의 냉동음료 산업은 판매시즌 기간이 길고 소비량이 큰 특색을 보임
- 중국 서북부지역의 냉동음료 산업의 발전은 비교적 뒤처져 있고, 저가의 제품들이 비교적 많아 동북지역과 상반되는 산업특색을 보임. 하지만 중국 서북지역의 개발정책으로 인하여 개발이 가속화 되면서 중국 서북과 서남지역 중·소도시의 발전이 추진되고 있음
- 이 밖에 농업경제의 발전으로 인하여 농촌의 아이스크림 수요 또한 증가하고 있음. 특히, 중국의 절강성과 강소성 일대의 농촌 아이스크림 소비량이 대폭 증가하였음. 그러므로 중국 농촌지역 또한 아이스크림 시장발전 잠재력이 비교적 큰 시장으로 볼 수 있음

5

경쟁제품 조사 및 경쟁사 분석

가. 중국에서 인기있는 아이스크림 브랜드

- 중국 소비자들의 건강에 대한 관심 제고로 유명 브랜드에 대한 선호도가 증가함. 이에 영세기업의 시장점유율은 감소, 유명 브랜드는 확대되는 추세임

■ 하겐다즈 (Haagen-Dazs, 哈根达斯)



- 1921년 루벤 매터는 세계 최초로 안정제, 방부제, 인공향료, 첨가제 등을 사용하지 않는 슈퍼 프리미엄 아이스크림 하겐다즈를 개발하여 1961년 처음으로 미국에서 출시함. 이후 세계 10대 아이스크림 브랜드로 성장
- 1996년에는 중국 아이스크림 시장에 본격적으로 진출함
- 미국 제네럴밀스가 보유하고 있는 브랜드인 하겐다즈는 세계적으로도 유명한 아이스크림 브랜드이며 아이스크림계의 롤스로이스라 불림
- 현재 하겐다즈 제품은 아이스크림, 아이스크림 바, 냉동치즈 등이 있으며 전 세계적으로 고급 아이스크림으로 자리매김하고 있음
- 하겐다즈는 자체매장을 운영함과 동시에 다수의 편의점에 입점되어 타 아이스크림 대비 비싼 가격임에도 불구하고 소비자들에게 친숙하게 접근하고 있음

- 맛이 우월하여 고급제품이라는 이미지로 현재까지 많은 소비자들의 환영을 받고 있으며, 중국시장에서 30~70위안의 가격대에 판매되고 있음

■ BAXY (八喜)



- BAXY 아이스크림은 1932년 미국 샌프란시스코에서 탄생하였으며, 세계 10대 아이스크림 브랜드 중의 하나로 손꼽힘
- 미국 타임지에서 선정한 세계 최고 아이스크림 중 하나이며, 1990년도에 중국 아이스크림 시장에 첫 진출
- 중국에서 첫번째로 신선한 유제품 아이스크림을 전문적으로 생산하는 브랜드로 홍보
- 미국 오리지널 아이스크림 문화를 도입하여 중국 소비자에게 유지방 함량이 8% 이상인 신개념 아이스크림을 제공하였고, 특유의 부드러운 식감과 신선한 원료, 풍부한 영양으로 호평을 받음
- 중국시장에서 판매되고 있는 가격대는 30~80위안으로 프리미엄 아이스크림에 속함

■ 명뉴 (蒙牛)



명뉴 콘형 아이스크림



명뉴 컵형 아이스크림



명뉴 바형 하드아이스크림



명뉴 샌드형 아이스크림

- 명뉴 아이스크림은 중국 내몽고 명뉴유업 주식유한회사에서 런칭한 브랜드로 세계적인 아이스크림 브랜드로 성장
- 명뉴의 우유, 요구르트, 아이스크림, 치즈, 유제품 등 5개 시리즈의 200여개 제품은 중국시장은 물론 미국, 캐나다, 동남아와 홍콩, 마카오 등의 국기와 지역에도 수출되고 있음
- 명뉴 바형 아이스크림의 가격대는 개당 1.1~3위안으로 비교적 저렴함. 컵형 아이스크림은 일반적으로 3.5~6위안으로 중고가 아이스크림임

■ 이리 (伊利)



이리 콘형 스무디 아이스크림



이리 컵형 아이스크림



이리 바형 아이스크림



이리 바형 아이스크림

- 이리 아이스크림은 내몽고 일리실업그룹 주식유한회사의 제품이며, 본 회사는 중국 유제품 업종에서 선두기업 중 하나임
- 이리그룹은 중국 주요 공업기업 520위 내에 포함되어 있으며, 중국 국무원 산하의 8개부와 위원회에서 확정한 151개 농업산업화 선두기업 중 하나로 녹색상품이라는 특징으로 중국에서 인기를 끌고 있음
- 이리 아이스크림은 10년 연속 중국 판매량 1위를 차지하였으며 중국 기네스 기록협회에서 선정한 중국 아이스크림 최고판매량을 기록한 업체
- 이리 아이스크림 제품의 가격대는 100~130위안으로 다양한 등급의 제품을 모두 취급함

■ Wall's (和路雪)



Wall's 콘형 아이스크림



Wall's 컵형 아이스크림



Wall's 바형 아이스크림



Wall's 컵형 아이스크림

- Wall's는 영국 유명 아이스크림 브랜드임. 세계 아이스크림 시장에서 가장 큰 생산업체로서 아이스크림 생산 역사가 오래됨
- Wall's는 유니레버그룹에 속하며 1993년 허루쉐(중국) 회사를 설립
- Wall's 제품 시리즈로는 커아이두오(可爱多), 멀롱(梦龙), 바이리보(百乐宝) 등이 있음. Wall's는 '끊임없는 혁신과 발전으로 점차 세계에서 유명한 브랜드로 성장'하는 회사 전통을 계승하고 있음
- Wall's 아이스크림 제품의 가격대는 5~60위안으로 중, 고급 제품에 속함

■ 네슬레 (Nestle, 雀巢)



네슬레 콘형 아이스크림



네슬레 컵형 아이스크림



네슬레 바형 아이스크림



네슬레 바형 아이스크림

- 네슬레는 1866년 스위스에서 창립하여 세계에서 가장 큰 아이스크림 회사로 성장
- 1998년에는 중국 아이스크림 시장에 진출
- 네슬레는 매년 새로운 맛의 아이스크림을 계속하여 출시하고 있음. 특히 다양한 견과류나 초콜릿을 추가하여 소비자들의 많은 사랑을 받고있음. 네슬레는 트렌디하면서 현지 특색을 띠는 아이스크림 제품을 만들어 중국 소비자들의 마음을 공략하고 있음
- 네슬레 아이스크림은 중국시장에서 개당 4~50위안대 가격으로 구성되어 일반 소비자들도 쉽게 구매할 수 있음

■ 데어리퀸 (DQ, 冰雪皇后)



DQ 아이스크림 매장



DQ 콘형 아이스크림



DQ 컵형 아이스크림



DQ 아이스크림 케익

- 데어리퀸은 1938년 존 프리몬트 매컬로가 창립한 소프트 아이스크림 및 패스트푸드 체인점
- 매컬로는 새로운 아이스크림 제조를 시도하였고 1940년 일리노이주 졸리엣에서 데어리퀸 아이스크림 첫 매장을 오픈함
- 1992년 중국시장 진출
- 현재 데어리퀸은 세계 판매량 1위를 달리는 전문적인 소프트아이스크림 판매업체이고 대표적인 세계 패스트푸드 체인점 중 하나임
- 중국 소비자가격은 개당 5~30위안으로 중급 제품에 속함

■ 밍쯔 (明治)



밍쯔 바형 아이스크림



밍쯔 바형 초콜릿 아이스크림



밍쯔 바형 팔아이스크림



밍쯔 컵형 아이스크림

- 밍쯔는 일본 아이스크림 생산업체로 현재까지 80여 년의 긴 발전 역사를 지님. 현재는 세계적인 아이스크림 브랜드로 성장
- 2000년도에 중국시장으로 진출 성공
- '건강하고 좋은 맛'의 고품질 우유와 유제품을 생산한다는 취지로 수년간의 끊임없는 연구와 발전 시도
- '유제품'을 중심으로 우유, 유산균 음료, 요구르트, 아이스크림, 치즈, 냉동식품 등을 포함한 다양한 제품을 출시하였고 소비자의 건강과 행복을 위해 기여함
- 밍쯔는 6~90위안의 다양한 가격대로 저, 중, 고급 제품들을 모두 취급하여 중국의 다양한 소비자층을 확보하였음

■ Bango



bango 아이스크림 매장



bango 컵형 아이스크림



bango 컵형 아이스크림



bango 콘형 아이스크림

- Bango국제요식업관리 유한회사는 중국 아이스크림업계에서 첫번째로 프랜차이즈를 운영모델로 한 대형요식업 관리기업임
- Bango의 아이스크림 중 요구르트 아이스크림이 인기가 많은데 그 이유는 주원료를 호주에서 생산 및 포장하여 중국으로 수입하기 때문임
- Bango는 요구르트 아이스크림 시리즈뿐만 아니라 셰이크 시리즈, 선데이(sundae) 시리즈, 스무디 시리즈, 티(tea) 시리즈, 샌드위치 시리즈, 레저식품 시리즈 등 다양한 품목을 병행하여 판매함
- Bango는 중국의 과학 발전관에 따라 사람을 근본으로 하고 제품 퀄리티를 부단히 제고시켜 창조적인 체계를 구성하는 경영이념을 추구하고 있음

■ POON MA NEE 아이스크림

POON MA NEE 아이스크림



- 태국에서 가장 인기있는 아이스크림. POON MA NEE(폰마니)는 ‘프리미엄 두리안’이란 뜻을 나타내는 태국어의 음을 따서 작명함
- POON MA NEE 아이스크림 브랜드에는 두리안맛 아이스크림을 대표로 태국의 코코넛, 오렌지, 레몬, 딸기맛 아이스크림도 있으며 바닐라와 요거트 맛 아이스크림도 판매함
- 세계적으로 매운맛을 즐기는 소비자들이 늘어나면서 새롭게 출시한 고추맛 아이스크림도 소비자들의 호기심을 끌었음

■ Bassetts 아이스크림

Bassetts 아이스크림



- Bassettes는 미국에서 가장 오랜 역사를 가진 아이스크림 브랜드이며 세계를 대표하는 프리미엄 아이스크림 중의 하나임
- 깔끔하고 부드러우며 프리미엄 재료들만 엄선하여 미국 정부, 국회 등 여러 고급 장소에서 사용됨. 미국의 여러 매체에서 '세계에서 가장 맛있는 아이스크림'으로 선정되었음

과일 아이스크림



- 과일 아이스크림은 중국의 소셜 플랫폼에서 뜨거운 열풍을 일으킨 아이스크림으로 과일의 과육을 파낸 후, 그 과육을 이용하여 아이스크림을 만들고 파낸 부분에 아이스크림을 채워서 완성
- 과일 아이스크림 종류에는 파인애플, 야자, 수박 등 다양한 과일들이 있음

나. 경쟁구조

1) 수입산 아이스크림 시장현황

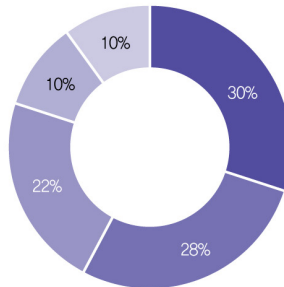
- 중국 내 아이스크림 시장의 지속적인 성장세로 인한 큰 시장잠재력을 보고 외국 아이스크림 기업의 중국진출이 계속 이뤄지고 있음
- 외국 아이스크림 브랜드는 기술, 설비 등의 우위로 중국시장에서 높은 점유율을 차지. 메이지(Meiji), 네슬레(Nestle), 하겐다즈(Haagen-Dazs), 디큐(DQ), 매그넘(Magnum), 월스(Wall's) 등 다양한 고급 브랜드가 진출되어 있음
- 그 중에서 미국 브랜드가 가장 많으며 미국 유니레버사의 월스(Wall's)가 시장 점유율이 제일 높음
- 외국업체 중 일본 메이지와 미국의 드라이어스 등이 모두 중국 국내 제조공장을 설립하여 현지 생산 및 유통함

2) 중국산 아이스크림 시장현황

- 최근 중국 아이스크림 업계는 가격전쟁에서 품질전쟁으로 전환하고 있음. 중국 소비자들의 소득이 오르면서 단순히 저렴한 가격만을 내세우지 않고, 엄선한 원재료를 넣은 믿을 수 있는 제품을 선보이는데 주력하고 있음
- 현재 중국의 식품기업들은 식품성분의 엄격한 선별과 관리를 통하여 '건강한' 고급제품을 생산하고 있으며, 다양한 맛, 패키지 제품 그리고 독특한 디자인의 제품을 연구·개발하여 소비자들에게 '행복한 소비', '건강한 소비'의 체험을 제공하고자 노력하고 있음
- 중국 아이스크림 생산업체는 2000년 130개에서 2010년 35개로 축소되었으며, 이리(伊利), 명뉴(蒙牛), 광밍(光明), 메이러(美怡乐) 등 주요 4개 업체가 중국산 브랜드 시장의 90%를 점유하고 있음
- 루쉐(路雪), 빠시(八喜), 메이지(明治)와 같은 브랜드들은 온라인 판로에 집중함과 동시에 대대적인 프로모션을 진행하여 소비자들을 유인하였음
- 기존의 아이스크림 업체들은 오프라인 유통경로를 위주로 하였으나 지금은 온라인이 주요 유통채널로 자리매김하였음

- 이리와 명뉴는 중국 아이스크림 시장의 선두기업으로 두 업체의 유제품 생산량은 전체 중국 유제품 생산량의 55%를 차지함

■ 중국 브랜드 시장점유율 현황 ■



■ 이리(伊利) ■ 명뉴(蒙牛) ■ 광밍(光明) ■ 메이러(美怡乐) ■ 기타(其他)

※ 출처: 식품과기망(食品科技网)

■ 중국을 대표하는 아이스크림

① 쩐핀나이파(臻品奶葩)



- 중국의 대표 아이스크림 중 하나
- 녹차, 쿠앤크, 벨기에초콜릿, 바닐라, 두리안, 티라미수 등 다양한 맛 보유. 이 중 벨기에초콜릿 맛의 판매실적이 가장 좋음

② 홍도우쉐미 팡까오(红豆糯米·方糕)



- 아이스 샌드 아이스크림
- 녹차 아이스크림 아래에 찹쌀떡과 단팥이 들어간 외플 모양으로 된 아이스크림임

③ 아오치마(奥琪玛)



- 오레오 아이스크림의 중국판으로 불림
- 촉촉한 초코빵 안에 부드러운 크림으로 구성되어 있음

④ 쯡지에누오미즈(中街糯米糍)



- 한국 찹쌀떡 아이스크림과 비슷함
- 겉은 찹쌀떡이고 속에는 바닐라 아이스크림이 함유됨
- 개당 가격은 0.5~1위안으로 매우 저렴함

⑤ 휘써신칭(绿色心情)



- 한국 바밤바 또는 비비빅과 유사하게 생김
- 녹두로 만들어 담백하고 시원한 하드아이스크림
- 설탕 대신에 녹색콩을 사용하였고, 당분 및 칼로리 함량이 낮은 웰빙 아이스크림

6

유통구조 및 유통업체 현황

가. 유통구조

■ 아이스크림 주요 유통채널

1. 도매시장 : 성급, 시급 도매상
2. 소매시장 : 학교, 관광지, 정류장
3. 경소상 : 제조상이나 도매상으로부터 유통체인에 납품
4. 마트 : 슈퍼마켓, 대형 편의점, 쇼핑몰
5. 특허판매 : 음식점, KTV, 오락장소, 기업
6. 직접 판매 : 제조사가 자체 장소를 만들어 제품판매

나. 유통업체 현황

- 대형유통매장 및 대형 편의점이 중심이었던 아이스크림 유통채널이 빠르게 온라인과 편의점 등으로 확장하고 있음
- 대형유통매장에서 아이스크림을 구매한 소비자는 2012년의 85%에서 2017년의 52%로 감소하고, 대형 편의점에서 구매하는 소비자는 2012년의 42%에서 2017년의 12%로 감소하였음
- 통계에 따르면 온라인상에서 판매되는 브랜드 아이스크림은 2012년의 3%에서 2017년에는 16%로 급상승함. 최근 마감된 “6.18 징동 (京东) 세일” 기간에도 총 1,000만개의 아이스크림이 판매되는 등 온라인을 통한 아이스크림 판매가 활황을 보이고 있음
- 온라인에서 판매되는 제품은 냉동운송 비용 때문에 가격이 더 높으나 온라인에서 아이스크림을 구매하는 소비자들은 일반적으로 가격에 대해 민감하지 않음. 따라서 현재 많은 브랜드 아이스크림이 온라인 판매에 참여하고 있음

- 현재, 온라인플랫폼 텐마오(天貓)에서 판매되고 있는 쑹지에(中街) 1946은 세트가격이 147위안으로 개당 10.5위안에 판매되고 있음. 왕홍 브랜드인 쑹쉐에꼬(钟薛高)는 개당 20위안에 판매되고 있으며, 냉동배송 택배비용까지 포함하면 제품의 가격은 이보다 더 높아짐
- 온라인 플랫폼 외에 주된 아이스크림 판매장소는 바로 편의점임. 현재 편의점에서 판매되고 있는 많은 아이스크림은 왕홍 아이스크림으로 각 계층의 소비자들에게 사랑을 받고 있음. 특히 편의점에서 판매되는 사이즈는 대부분 소형패키지로, 비싸지만 편의점에서 구입한다는 이유로 고가의 가격도 쉽게 받아들이는 경향이 있음

- 수입 아이스크림의 통관절차는 전표교환 후, 검사 → 통관 → 세관 신고 → 모의 세금계산서 발급 → 세금 납부 → 상표심사 → 수정 → 상품검사(창고에서 샘플검사 진행) → 상표등록 검사 순으로 진행됨
- 최종 상표등록 검사 합격통지를 받은 이후, 상업검증 위생증을 발급하면 아이스크림은 중국시장에서 정상적으로 판매될 수 있음
- 중국해관에서는 아이스크림, 냉동해산물 등 냉동상품의 빠른 통관수입을 촉진시키기 위하여 여러가지 조치를 취하였음. 우선, 수입상품의 종류는 미리 관련 검사부문에 알리고 조정을 진행하여 상품이 정확히 분류되는 것을 보장함. 이는 업체의 신고문제로 인해 아이스크림이 장시간 체류되는 것을 방지하기 위함임
- 이 밖에 아이스크림 등 쉽게 파손되는 물품에 대하여 중국 해관에서는 검사, 감독 등 여러 가지 조치를 취하여 통관속도를 제고하였음. 특히 2017년 7월 1일부터 세관에서 실시한 전 중국세관 일체화 개혁을 통하여 성실하게 법을 준수하는 기업들은 "자주신고(自主申报), 자주납세(自行缴税)"를 통하여 아이스크림 수입통관시간을 대폭 단축시켰음
- 수입 아이스크림은 수입식품 중에서 비교적 특수한 식품으로 취급되고 있음. 수입의 전체 과정이 냉동상태에서 진행되고 수입 통관업체들에 대한 요구도 비교적 까다로워 수입 냉동제품 통관자격을 구비하고 통관경험이 풍부한 통관사를 선정하는 것을 추천함. 이는 통관의 신속성과 효율적인 진행을 담보하고 돌발상황에 빠르게 대처할 수 있어 성공적으로 통관을 시킬 수 있음

8

전략적 중국시장 진출방안

가. 중국에 진출한 한국 아이스크림 현황

■ 한국 아이스크림 수출동향

(단위 : 톤, 천불, %)

국가	2016.1~12월말		2017.1~12월말		연간 전년대비	
	중량	금액	중량	금액	중량(%)	금액(%)
미국	2,131.0	6,815.9	1,993.9	5,187.9	△6.4	△23.9
베트남	1,081.9	3,321.9	1,277.8	4,039.6	18.1	21.6
중국	2,806.2	10,739.6	2,330.9	9,274.1	△16.9	△13.6
캐나다	872.9	2,219.7	1,203.7	3,290.6	37.9	48.2
필리핀	948.6	3,133.1	1,290.1	3,991.0	36.0	27.4
홍콩	838.8	2,621.8	743.9	2,484.1	△11.3	△5.3
전체	10,995.1	38,759.8	11,815.5	40,201.6	7.5	3.7

* 자료 : 농수산물무역정보

- 2017년 한국 아이스크림 전체 수출실적은 2016년 대비 증가추세를 나타내고 있음. 2017년의 수출물량은 11,815.5톤으로 이는 2016년 아이스크림 수출물량 10,995.1톤 대비 820.4톤 증가하여 7.5% 증가하였음
- 2017년 전체 수출액은 40,201.6불로 2016년의 38,759.8불 대비 3.7% 증가하였음
- 중국은 한국 아이스크림의 가장 큰 수입국이며 중국의 한국 아이스크림 수입량은 한국 아이스크림의 두 번째 수출국인 미국과도 현저한 차이가 존재함
- 하지만 중국 아이스크림 시장의 치열한 경쟁구조로 인하여 한국 아이스크림의 대 중국 수출물량과 수출액은 현저하게 감소되었음

■ 한국 아이스크림 대 중국 수출현황

구분		2014	2015	2016	2017
대 중국 수출	물량(톤)	2,210	2,896	2,798	2,330
	금액(천불)	7,127	9,918	9,410	9,274

* 자료 : 농수산물무역정보(www.kati.net)

- 한국은 2016년까지 아이스크림의 전체 수출실적은 증가했으나 수출물량은 소폭 감소하였음
- 한국 아이스크림은 주로 막대형인 중국산과 차별화된 튜브형 포장으로 중국 소비자들에게 인기를 끌어 2015년까지 수출이 증가추세였으나 2016년부터 여러 요인으로 인하여 감소세로 전환
- 2017년에는 중국시장에 9,274천불 수출되어 전년대비 1.4% 감소하였으며, 2015년 9,918천불 대비 6.5% 감소하였음
- 한국 아이스크림은 중국 내 주요도시 세븐일레븐, 패밀리마트 등 편의점과 Ole 등 고급유통매장에 입점이 확대되고 있음. 한국산 아이스크림 중 설레임, 쭈쭈바 등 튜브형 제품은 중국에 없던 신선한 제품으로 소비자의 큰 관심을 끌고 있음. 중국에는 유럽산 등 다양한 아이스크림이 유통되고 있어 일반적인 제품보다는 독창성이 있는 제품으로 시장개척을 추진할 필요가 있음

■ 중국에 진출한 한국 아이스크림 브랜드

① 롯데제과

- 1967년에 설립된 롯데그룹의 모기업으로 껌, 캔디, 비스킷, 초콜릿 등을 생산하는 제과업체임
- 주요사업은 껌·비스킷·캔디·초콜릿 등 과자류와 빙과류, 건강기능식품 등의 생산과 판매임
- 중국 진출현황 : 수입상 및 경소상을 통해 상품이 판매되고 있으며, 한국에서 아이스크림을 가장 많이 수출하는 업체
- 대표제품 : 설레임, 월드콘, 죠크박(쵸스바, 스크류바, 수박바), 더블비앙코,

바삐코, 옥동자 등

 10개 ¥125.00 乐天雪莱姆冰淇淋曲奇味125g*10袋 韩国原装进口 全程冷链 冷冻雪糕 冰淇淋零下	 12개 ¥135.00 乐天乳酸菌棒冰133g*12袋 冰淇淋 韩国原装进口全程冷链 冰糖 雪糕冷饮配送到	 10개 ¥118.00 Lotte 乐天瓦夫咖啡雪糕80g*10支 韩国原装进口全程冷链冷冻冰淇淋冰棍冷冻甜点	 10개 ¥115.00 Lotte 乐天马达加斯加蛋糕冰淇淋(香草味)91g*10支 韩国原装进口全程冷链冷
제품명 : 설레임 판매가 : 12.5위안/개 (정동JD)	제품명 : 요구르트 판매가 : 11.2위안/개 (정동JD)	제품명 : 와플카페 판매가 : 11.8위안/개 (정동JD)	제품명 : 월드콘 판매가 : 11.5위안/개 (정동JD)

② (주)빙그레

- 한국의 유제품 및 빙과류 전문 제조회사로 1967년 모태인 대일양행을 시작으로 설립되어 1982년 ‘빙그레’로 상호명을 변경
- 주요사업은 우유, 아이스크림 및 과자류의 제조, 판매, 유가공 처리임
- 중국 진출현황 : 2014년 상하이 법인 설립
- 대표제품 : 뽕파, 메로나 등

 11월 全球好时节 领券满299减100 (10.28-10.31) ¥8.50 ¥4.99 PLUS 京东精选 宾格瑞 韩国进口冰棒 香蕉牛奶冰淇淋122g/支 (3支起售) 一杯鲜果	 ¥55.08 ¥45.90 Sams 京东超市 宾格瑞 BINGGRAE 韩国进口香蕉味雪糕72gX8 水果口味 粉丝专享好货
제품명 : 뽕파 판매가 : 8.5위안/개(정동JD)	제품명 : 메로나 판매가 : 6.9/개위안(정동JD)

③ 해태제과

- 1945년 해태제과합명회사로 설립되고 1960년 해태제과공업(주)로 상호를 바꾼 제과업체임
- 주요사업은 비스킷, 스낵, 껌, 초콜릿, 사탕, 유제품 등의 제조·판매업
- 중국 진출현황 : 수입상 및 경소상을 통해 상품이 판매되고 있음. 북경에 해태제과의 계열회사인 북경가래운식품유한공사가 있음
- 대표제품 : 아이리스, 탱크보이 등

 ¥4.80 韩国进口零食海太青提味棒冰可吸冰激 星韩亚食品专营店	 ¥4.80 韩国进口零食海太雪梨味棒冰可吸冰激 星韩亚食品专营店
제품명 : 젤루조아 판매가 : 4.8위안/개(정동JD)	제품명 : 탱크보이 판매가 : 4.8/개위안(정동JD)

④ 롯데푸드

- 롯데그룹 계열의 식품업체. 1958년 일동산업(주)로 설립하였고, 2013년 지금의 상호로 변경
- 주요사업은 식용유지, 빙과, 가공식품 등의 제조 및 판매임
- 대표제품: 빠삐코

 ¥4.90 韩国进口棒冰乐天巴比克巧克力味冰棒	 ¥9.80 韩国进口乐天冰激凌香草味吸吸冰冰淇
제품명 : 바비코(튜브형) 판매가 : 4.9위안/개(평균JD)	제품명 : 바비코(파우치형) 판매가 : 9.8/개위안(평균JD)

■ 한국 아이스크림의 중국 아이스크림 시장점유율

- 중국 소비자들의 사랑을 받고 있는 아이스크림은 대체적으로 중국 아이스크림과 다른 형태나 맛을 가진 한국 특유의 개성을 지닌 제품들임
- 중국산 아이스크림은 대체적으로 막대형, 콘형으로 제조·판매되지만 한국산 아이스크림은 막대형, 콘형 뿐만 아니라 튜브형, 파우치형과 같은 소비자들이 더욱 편리하고 색다르게 섭취할 수 있게 제조되었음
- 또한 한국산 아이스크림은 원재료의 맛을 최대한 살리고 부드럽고 ‘건강한’ 맛을 내므로 건강을 추구하는 중국 소비자들의 소비수요를 만족시킴
- 이밖에 중국에서 사랑을 받고있는 한국산 아이스크림들은 가격이 기타 수입제품들에 비하여 비교적 ‘서민화’된 저렴한 가격으로 중국 소비자들이 부담 없이 즐길 수 있다는 장점이 있음

■ 한국 아이스크림 주요 수출시장 규모 및 수출 점유율(2016년) ■

구 분	국가명	시장규모(천톤)	한국산 수출(천톤)		
		수입량	수출물량	점유율(%)	경쟁국
주요수출국	필리핀	3,371	923	27.4	미국, 인도네시아
	캐나다	5,035	998	19.8	미국, 필리핀
	중 국	16,535	3,249	19.6	프랑스, 태국
	홍 콩	6,683	985	14.7	프랑스, 중국
	미 국	27,022	2,905	10.8	멕시코, 캐나다

※ 자료: Global Trade Atlas (www.gtis.com/gta) HS 210500 (2016년기준)

- Mintel의 보고서에 의하면 중국은 현재 세계적으로 가장 큰 아이스크림 시장으로 2016년 매출량은 33억 리터로 세계 1위를 차지함. 미국은 27억 리터, 일본은 7.5억 리터로 각각 2, 3위를 차지함

■ 한국 아이스크림에 대한 중국 소비자 반응

〈한국산 아이스크림 마켓테스트 결과〉

① 소비자 반응

- 아이스바 선호도는 비교적 낮은 편으로 48%에 그치나 소비빈도는 비교적 높게 나타났으며 과일맛 선호도가 단연 높음
- 월 소비 지출은 50위안 이하에 집중되어 있으며 슈퍼마켓을 통한 구매가 높음
- 한국산 판촉행사시 구매가능성은 76%에 달하여 한국산에 대한 신뢰도가 높음. 시식행사와 할인판촉을 선호하며 온라인 홍보와 지인 영향을 많이 받음

② 맛, 품질 등

- 조사품목 인지도는 매우 낮아 19%이며 맛에 대해서도 62%의 응답자가 보통이라는 반응
- 중국 및 기타국가 제품과의 비교에서도 57%의 응답자가 맛, 품질 모두 보통이라는 반응이며, 6%의 응답자는 타 수입산에 비하여 못하다는 반응

③ 포장(디자인)

- 포장디자인에 대해서는 '우수하다'가 54%, 중문표기에 대해서는 '부족하다'가 46%(중문 포장), 포장용량에 대해서는 52% 응답자가 적정하다고 답함
- 현재 중국에서는 소비계층별 가격과 맛에 대한 선호도가 다르기 때문에 브랜드에 대한 신뢰도가 비교적 강함

※ 출처: 한국농수산식품유통공사 aT 청두 안테나숍 내에서 실시한 결과

나. 아이스크림 대체품의 위협

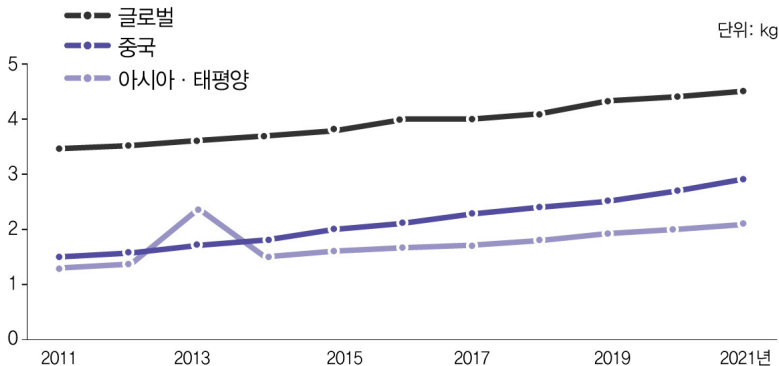
- 건강을 추구하는 소비 트렌드가 퍼지면서 고열량, 고당도의 아이스크림을 기피하는 소비자가 늘어나고 있음. 따라서 중국의 아이스크림 판매실적은 떨어지는 반면, 차(茶) 음료들의 판매실적이 오르고 있음
- 차·음료를 전문적으로 판매하는 매장은 빠르게 중국 소비자들의 휴식공간으로 자리매김하였고 베이징, 상하이, 광저우, 선전과 같은 대도시 변화가에는 밀크티를 비롯해 중국식 차·음료를 파는 매장들이 밀집되어 있음. 따라서, 아이스크림보다 차를 마시는 소비자들이 늘면서 올해 중국 아이스크림 소비량은 작년보다 15% 가량 줄어들 전망임
- '중국 요식업 보고서 2018'에 따르면 작년 온라인 브랜드 검색어 순위 5위 가운데서 3개가 음료 브랜드임. 이에 하겐다즈와 같은 아이스크림 프랜차이즈들에서도 카페와 같은 매장을 도입시켰음
- 한국 아이스크림 생산업체들에서도 자체의 브랜드 인지도를 제고하고 가치성을 강화하여 쇼핑몰 내부에 아이스크림 브랜드 매장을 설립하거나 아이스크림을 카페에 도입시키는 등 중국 소비자들에게 더욱 친숙하게 다가갈 수 있는 방안을 모색해 보아야 함

다. 중국 아이스크림 시장의 잠재력

- 아이스크림의 대체품인 밀크티 시장의 발전으로 중국 내 아이스크림 판매량이 감소하고 있는 추세를 보이고 있으나 전체적인 판매액은 증가하고 있음
- 중국 아이스크림 판매량의 감소에도 매출액의 감소가 나타나지 않은 주요 원인은 소비자들의 인식 변화로 인한 건강추구 그 외 소득수준의 제고로 프리미엄 아이스크림 제품 시장이 성장하였기 때문임
- 글로벌 시장조사 기관인 Mintel은 중국 아이스크림 시장이 최근 몇 년간 고성장세를 유지하고 있기 때문에 전 세계의 주목을 받고 있다고 밝힘. 또한, 중국 내 다이어트 열풍으로 유제품 수요가 감소세를 보이고 있지만 아이스크림 시장은 예외적으로 수요가 증가하고 있다고 밝힘

주요국·지역 1인당 아이스크림 소비 비교

(단위: kg)



※ 출처: Global Data

- 중국 유력매체 소비자보호에서 발표한 통계에 따르면 중국인들의 아이스크림 평균 소비량은 2.48L로 아시아·태평양 지역의 평균치보다는 많은 수치이지만 글로벌 평균 수준에는 한참 못 미치는 수치임. 그러므로 앞으로 몇 년간 중국 아이스크림 시장은 고성장의 추세를 유지할 전망이다

- 중국 아이스크림은 기타 업종과의 이색 콜라보레이션을 통하여 소비자들에게 더욱 친근하게 다가가며 단순 식품시장 이상의 가치를 창출하였음. 2014년 중국 베이징대학 물리학과 박사생이 액체질소 아이스크림 전문점 '묘우부과이(喵不乖)'를 오픈해 호평을 얻었고, 2017년에는 스타벅스가 중국 4개 도시 19개 매장에서 첫 커피아이스크림 제품을 선보임. 한편 2017년 베이커리 브랜드 중제 1946(中街1946)에서는 항주 샤오펑(晓风)서점과 연합하여 중국 첫 아이스크림 서점을 열어 소비자들의 뜨거운 반응을 얻음
- 소비 트렌드의 변화로 인하여 남녀노소 모두 아이스크림 소비가 확대됨. 기존에 아이스크림은 어린이들의 대표 간식이었으나 현재 국민 소득수준 향상과 아이스크림 산업의 대폭적인 성장으로 인하여 아이스크림은 주민들의 일상생활에 깊이 침투되었음. 그러므로 현재 아이스크림은 어른들도 즐겨 찾는 식품이 되었고 기능성과 영양가 등을 고려한 아이스크림의 출현은 아이스크림이 더 이상 여름철에만 소비되는 식품이 아닌 사계절 내내 즐기는 식품으로 자리매김
- 향후 중국 도시화 수준의 지속적인 제고를 통하여 중국 일인당 평균 아이스크림 소비량은 지속적으로 증가할 전망이다. 이와 동시에 중국의 냉동운송·저장 시스템 등 기초시설 조건이 개선되면서 중국 아이스크림 산업의 범위 또한 확대될 전망이다

라. 진출방안

- 중국시장에서 아이스크림 브랜드들은 고급화 전략과 판매채널 다각화를 통하여 빠르게 변화하고 있는 중국의 소비시장에 대응하고 있음
- 현재 중국에서는 냉동배달 기술의 발달로 과거에는 상상도 못했던 ‘아이스크림 온라인판매’가 가능하게 됨에 따라 한국의 아이스크림 제조기업들 또한 가능하다면 온라인 채널을 통한 판매루트도 개척할 필요가 있을 것으로 보임
- 전통적인 아이스크림에서 지방과 당류는 소비자들의 사랑을 받는 부드러운 식감과 풍미를 내는 주요 원천임.
- 하지만 시대의 발전과 더불어 불고있는 건강열풍으로 인하여 칼로리와 열량이 많은 아이스크림은 소비자들에게 배척을 받고 있음. 그러므로 설탕과 지방을 대체할 수 있는 대체품을 찾는 것이 가장 시급한 문제임
- 유럽국가의 방안을 참고하자면 유럽 국가들에서는 35% 단백질 농축액으로 기존의 탈지분유(脱脂乳粉)를 대체하였음
- 이밖에 중국에서는 당류 성분을 낮추고 보건기능을 강화하기 위하여 단백질 가루와 텍스트린 성분으로 부분적인 유제품을 대체하였음
- 중국 소득수준이 향상됨에 따라 구매력이 상승하여 중국 아이스크림 소비시장도 빠르게 확대되고 있음. 특히 건강과 결합된 천연원재료 및 유기원재료를 사용한 웰빙 아이스크림에 대한 수요가 매우 높은 상황으로 한국에서도 대추 등과 같은 천연원료를 활용한 건강 아이스크림을 적극 개발하여 국내 내수시장 공략뿐만 아니라 아이스크림 최대 소비국 중국으로의 수출 또한 고려해 볼만함
- 빠르게 변화되고 있는 소비자들의 소비수요에 대응하기 위하여 아이스크림 생산업체들에서는 여러가지 과육, 견과류 등을 추가하는 형식으로 새로운 맛 제품을 출시하고 있음
- 이 밖에 신맛, 단맛, 커피맛, 매운맛 등 다양하고 독특한 시리즈의 제품들을 출시하는 것을 통하여 개성을 추구하는 소비자들의 소비수요를 충족시킬 수 있음

- 또한 아이스크림의 영양기능 외에 다른 원료를 조합하여 영양가가 있는 아이스크림, 보건기능을 가진 아이스크림, 운동을 즐기는 소비자들에게 유익한 아이스크림, 당뇨병이 있는 소비자들이 섭취할 수 있는 아이스크림 등 틈새 아이스크림 시장도 노려볼 필요가 있음
- 아이스크림의 품질뿐만 아니라 포장 및 디자인도 우수한 제품을 개발·생산해야 함. 현재 중국 내 제품 판매실적에서 포장디자인이 중요한 비중을 차지하고 있음. 아름다운 디자인은 제품의 전체적인 이미지를 제고시키고 소비자들에게 좋은 인상을 남겨주므로 개성을 추구하는 중국 소비자들의 소비수요에 부합하려면 포장에도 심혈을 기울일 필요가 있음

[2018년 하반기 해외 이슈조사] 중국 아이스크림 시장조사

보고서 기획 : 한국농수산물유통공사 상하이지사

발 행 일 : 2018년 12월

발 행 처 : 한국농수산물유통공사 수출정보부

주 소 : 전라남도 나주시 문화로 227

* 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지(www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.

* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

* 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

