

□ 중국 소비동향

○ 중국 식품 소비동향

- 레저식품, 기능식품, 곡물식품 등 식품의 분류가 끊임없이 세분화됨에 따라 소비자들의 수요가 다양해짐. 특히 생활수준의 향상으로 자신의 건강에 대한 인식이 높아져 식품의 보건 기능이 갈수록 중요시 되고 있으며, 이에 보건 식품의 수요가 계속해서 증가하고 있음

- 식품 소비자는 제품의 포장과 형태가 유행과 개성에 따르길 바람. 즉, 제품을 통해 자신만의 다양한 식품 요구를 실현함으로써 자신의 감정을 표현할 수 있는 동시에 영양을 보충할 수 있는 제품을 원함. 그 예로 “彩虹糖 (차이홍탕 ○ SKITTLES: 7가지 무지개 색에 각기 다른 과일 맛이 나는 사탕)이 있음

- 곡류 식품의 섭취가 해마다 감소하고 있으며, 주요 식사로서의 지위 또한 점차 떨어지고 있음. 특히 경제 발전과 좋지 않은 음식 습관으로 국민의 식사 구성이 불균형해지고 영양 과잉으로 “사치병”의 발병률이 여러 해 동안 계속 상승함. 곡물은 자연적이고 균형적인 영양 구성으로 높은 식이요법과 보건 가치를 지님. 이에 최근 곡물 음료는 곡물 식품의 대표로서 새로운 붐을 일으키기 시작함. 곡물 식품은 곡물에 함유된 건강에 이로운 영양 성분들을 충분히 남길 뿐 아니라 맛도 좋고, 흡수가 쉬워 바쁜 현대 생활 리듬 속에서 식사 영양의 균형을 잃은 도시 주민들의 문제를 해결함. 이 밖에도 유제품과 두류 제품, 영양 보충 식품은 큰 수요를 가짐

- 최근 식품 중의 첨가제, 농약 잔류 등 “식품 사건”이 빈번하게 발생함에 따라 사람들은 식품의 안전성과 신뢰성을 갈수록 중시 여기고 있음. 이에 “녹색 식품”, “안전 식품”이 관심을 받고 있음. “유기 식품”은 바로 녹색, 건강, 환경보호 등의 요구에 부합되는 제품이라 할 수 있음

- 경제 발전으로 여성의 지위가 높아지고, 이에 여성의 소비 가치가 높아짐에 따라 새로운 시장 기회를 가져왔으며, 이는 식품 소비에도 영향을 줌. 즉, 여성을 겨냥한 석류 음료와 같은 여성 음료와 미용 식품, 다이어트 식품, 산후 영양 식품 등 다양한 계열의 식품이 등장하고 있으며, 이는 여성 소비의 중요한 일부분이 되었음

○ 중국 면류 소비동향

- 소면(Plain noddles) 분야는 양적·금액적으로 2012년 가장 큰 성장을 보임. 식품 카테고리에서 전반적으로 나타나는 웰빙 컨셉과 마찬가지로, 면류 분야에서 역시 중국 소비자들은 건강한 생활방식을 위해 인스턴트 면류보다 소면류에 더욱 관심을 나타냄

- 반면 2011년 대만에서 환경호르몬인 가소제 검출사건이 있었고, 이것이 플라스틱 등의 포장에서 검출된 것이라는 의혹이 제기된 후, 중국 본토의 고객들은 더욱 인스턴트 면류보다 소면류를 선호하는 경향. 2011·2012년 소면류의 활발한 성장세를 이끈 요인 중 하나

○ 중국 라면 소비동향

- 중국 패스트푸드 시장의 급격한 발전으로 라면생산과 소비 최대 국으로 성장하였으며 지속적인 상승 추세를 나타냄. 라면 소비자층을 분석해보면 주로 젊은 층이 위주이며 그 중에서도 남성소비자가 여성에 비해 훨씬 많은 것으로 나타남.

< 소비자 내륙브랜드 라면 선호도 조사 >

브랜드	康师傅	统一	白象	今麦郎	好劲道	其他
비율	47%	31%	10%	5.6%	4.4%	2%

출처: 이덕사보조사연구원 (2013.2.3)

- 康师傅(캉스푸)라면은 비자들의 다양한 입맛에 적극적으로 대응하여 다양한 제품으로 각 소비계층의 요구를 만족시키고 있어서 라면시장에서 절반에 가까운 소비자들의 환영을 받고 있음
- 统一(통이)라면은 중고급소비층을 상대로 마케팅을 실시하고 라면의 맛에 중점을 두고 있으며 2008년 올림픽협찬사로 중국인들이 선호하는 브랜드이며 선호도 또한 2위를 차지함
- 白象(바이쌍), 今麦郎(찐마이랑), 好劲道(호우진도우)와 같은 품도 10년이상 유통된 제품으로 각 지역의 소비자들에게 잘 알려진 브랜드로서 일정한 소비자층을 보유하고 있음
- 시장에 주로 유통되는 수입라면은 일본, 한국, 홍콩, 대만에서 수입한 제품이 위주임