



중국, 수제 맥주 시장이 기회다!

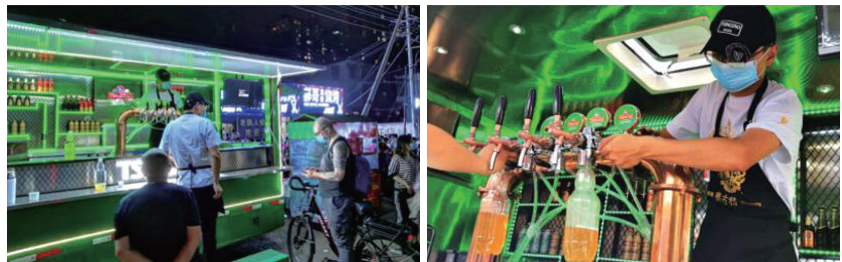


▲ 2019년 칭다오 국제 맥주축제에 참가한 제주 맥주 행사 부스

중국 맥주시장 현황

코로나19의 영향으로 중국 내에서 가장 큰 타격을 입은 업계가 바로 맥주 시장이다. 코로나19로 음식점 영업정지·외식 인구 감소 및 각종 야외 활동이 제한되었고 자연스럽게 맥주에 대한 수요도 감소하였다. 맥주 업계의 2020년도 1분기 재무보고서를 살펴보면 모든 기업들의 실적이 전년 대비 하락한 것을 확인할 수 있다. 버드와이저(Budweiser)의 대중국 수출은 40% 이상 감소하였고 칭다오 맥주의 해외 수출은 전년 대비 20.9% 하락한 것으로 나타났다.

하지만 최근 코로나19의 상황이 안정되고 방역이 강화됨에 따라 맥주 업계도 차츰 회복세를 보이고 있다. 칭다오 맥주 측 관계자에 따르면 2020년 3~4월 이후 전국 60개 공장이 재가동을 시작하면서 4월부터 두 자릿수의 판매율 증가세를 보이고 있다고 밝혔다. 실제로 중국의 전자상거래 플랫폼 쑤닝(苏宁)의 6월 1~4일 맥주 판매액은 5월 같은 기간보다 2배 증가한 것으로 나타났고 징동의 6.18 쇼핑 축제 기간(2020.6.1~18)에 하얼빈맥주(哈尔滨啤酒)의 하루 판매액은 5월의 일일 평균 판매액보다 4배 상승한 것으로 나타났다. 또한 2020년 5월 28일부터 길거리 노점을 잠시 합법화하는 정책이 시행됨에 따라 각 지방정부에서는 제도 개선을 통해 많은 노점상들이 영업을 재개하였고 이에 맥주 시장은 빠르게 회복할 것으로 보인다.

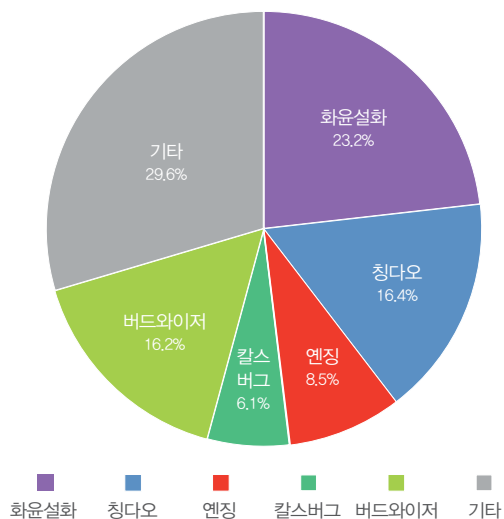


노점 판매를 하는 칭다오 맥주

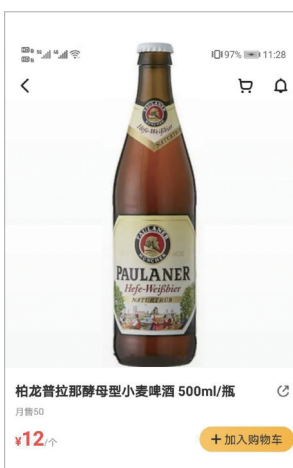
중국인들이 가장 사랑하는 맥주는?

현재 중국에서 가장 사랑받는 맥주 브랜드는 화윤설화(华润雪花), 칭다오 맥주(青岛啤酒), 버드와이저(Budweiser), 연징맥주(燕京啤酒), 칼스버그(Carlsberg)로 이 5대 맥주 브랜드가 중국 시장의 70% 이상을 점유하고 있다. 2018년에는 '화윤설화(华润雪花)'가 23.2%를 차지해 시장 점유율 1위를 차지하였으며 칭다오 맥주와 버드와이저가 16.4%, 5대 브랜드를 제외한 중소 브랜드가 나머지 약 30%의 시장을 점유하였다.

【중국 맥주 시장 점유율】
(2018년)



▲ 프리미엄 칭다오 맥주



▲ 메이투안(美团) 배달앱에서 판매되는 PAULANER 수제 맥주



▲ 2019년 칭다오 국제 맥주축제에 참가한 제주 맥주 행사 부스

수입 맥주 시장 확대와 수제 맥주의 중국 시장 진입

중국 주류협회 사무총장 겸 맥주협회 사무총장 '하용(何勇)'은 앞으로 중국 소비자들의 구매력이 계속해서 상승하면서 기존의 기성화 된 맥주 제품이 아닌 새로운 형태의 맥주가 환영받게 될 것이라고 언급했다.

그 하나의 예로, 중국에서 약 1%의 시장 점유율을 보이던 수제 맥주 시장이 2015년 이후 지속적으로 성장세를 보이고 있다. 실제로 젊은 직장인들이 앱(APP)을 통해 배달 서비스를 이용하거나 전문점에 직접 가서 마시는 등 수제 맥주에 대한 수요가 증가하고 있다. 이에 칭다오 맥주, 연징 맥주, 하얼빈 맥주는 잇따라 프리미엄 맥주, 수제 맥주와 같은 관련 고급 수제 맥주 제품을 출시하였으며 전문 브랜드도 또한 늘어나고 있다.

이러한 중국 소비자의 선호는 관련 행사에서도 나타난다. 매년 200여 개 세계 유명 맥주 브랜드와 약 400만 명의 관람객이 참여하는 세계 4대 맥주 축제 중 하나인 칭다오 국제 맥주 축제에서는 국내 수제 맥주 업체가 참여하였고 올해 7월 1일~3일에는 상하이에서 국제 수제 맥주 박람회가 열릴 예정이다.

한국도 몇 년 전부터 수제 맥주 열풍이 불면서 많은 수제 맥주 가게들이 생겨났다. 최근에는 양조 규모 확대와 대량 생산이 가능해짐에 따라 판매 규모와 범위가 늘어가고 있는 추세이다. 이러한 점들에 착안하여 현재 블루오션인 중국의 수제 맥주 시장을 공략해 나간다면 새로운 시장 개척의 기회가 될 수 있을 것이다.