



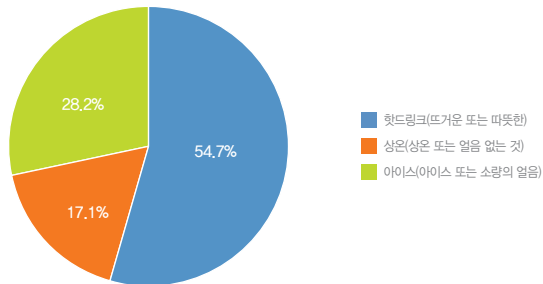
중국, 겨울에는 편의점의 따뜻한 음료가 인기

날씨가 추워지면서 편의점의 따뜻한 음료를 찾는 소비자가 많아졌다. 최근 코카콜라, 산토리(Suntory), 농부산천(农夫山泉), 북빙양(北冰洋) 등의 음료기업들은 모두 따뜻한 음료시장을 공략하려고 연달아 신제품을 출시해왔다. 2020년 여름, 중국의 음료시장이 무설탕 탄산음료와 차(茶)음료의 천하라면 올해겨울은 편의점 온장고 내에서의 경쟁이라고 해도 무방할 것이다.

따뜻한 음료의 소비자 선호도와 시장 규모

업계 관계자에 따르면, 따뜻한 음료는 외부의 가열로 음료의 온도가 상승되고 섭씨 45~65도 내외를 유지하며 이 온도 범위 내에서 음료 자체의 상태와 영양성분이 변하지 않은 음료를 말한다. দু유, 과일주스, 오리지널 차음료, 밀크티, 커피, 아몬드음료(杏仁露), 호두유(核桃乳), 유(乳)음료 등 모두 따뜻한 음료라고 할 수 있다. 이런 제품들은 대개 280ml~350ml 내외의 소포장 제품이고 포장은 페트병, 알루미늄 캔, 테트라팩 등이 대부분이다. 카먼(咖门)의 <2019 음료제품 업계 데이터 보고>에 따르면 계절적인 날씨 변화는 음료 제품의 온도에 대한 수요변화에 결정적인 영향을 미친다. 2018년 소비자 음료제품 온도 선호도 지수 통계에 의하면 여름에 64.6%의 소비자는 아이스 음료제품을 선호하고 겨울에 들어서면 54.7%의 소비자가 따뜻한 음료를 선호하는 것으로 나타났다. 중국의 따뜻한 음료 시장에서 두유가 5,000억 위안(약 83.5조원)으로 시장규모로 1위이고, 약 1,000억 위안(약 16.7조원)의 시장 규모로 커피가 뒤를 잇고 있으며 따뜻한 음료의 시장 규모는 날로 커지고 있다. 밀크티를 예로 들면, 2021년에는 1,400억 위안(약 23.4조원) 이상으로 9.8%의 연평균 성장률(2016-2021년)을 달성할 것으로 예측되고 있다.

[2018년 겨울 음료제품 온도의 소비자 선호도 지수]



출처 : 카먼의 <2019년 음료제품 업계 데이터 보고>

따뜻한 음료의 경쟁은 편의점의 온장고에서

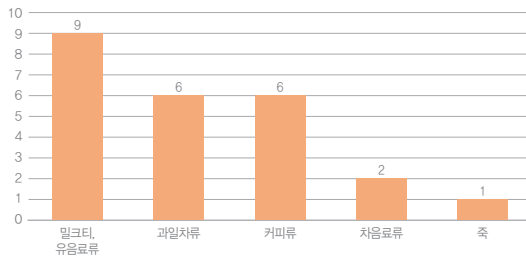
편의점의 온장고는 매년 겨울철 각 음료 브랜드 전쟁터이다. 올해는 경쟁이 더욱 치열해진 것으로 보인다. 항상 온장고에서 한자리를 차지하는 산토리, 농부산천, 통일(統一), 네슬레 등의 브랜드 외에 올해 편의점의 온장고에는 원기삼림(元氣森林), 한구이장(汉口二厂), 수전재(寿全斋), 양미(养味) 등 신제품들이 많이 등장하여 따뜻한 음료시장의 한몫을 차지하려 한다. 금년 겨울 패밀리마트에서 판매 중인 따뜻한 음료 유형 품목 수를 확인해 보면 밀크티, 유음료가 9개, SKU, 과일차류와 커피류가 각각 6개, 차음료류가 2개, 죽 1개로 밀크티, 유음료류의 품목 수가 가장 많은 것으로 나타났다.



▲ 당구(唐久)편의점의 온장고

출처 : Foodaily

[패밀리마트 2020년 겨울 판매중 온장고 음료 품목 분포]



출처 : CBNDATA(제일재경상업수치센터)

2020년 겨울에 출시한 따뜻한 음료 신제품들

최근 코카콜라는 겨울철을 맞이하여 Costa 홍차 라떼, 미닛이드 과일맛 핫드링크(꿀유자맛, 배음료), Costa커피, 코카콜라 생강+ 등을 포함한 따뜻한 음료 시리즈를 출시하였고 산토리는 편의점 온장고와 온라인 판매를 타겟으로 기존 음료 제품들을 겨울철 버전으로 모두 350ml의 소포장으로 업그레이드 하여 선보였다. 추운 날씨에 음료를 따뜻하게 마실 수 있다는 장점 외에 손을 녹이기에 잡기 좋은 사이즈에 비좁은 온장고에서 보다 작은 공간을 차지하기도 한다.

외국계 음료업체와 달리 중국 음료업체는 중국만의 특색이 있는 따뜻한 음료 신제품들이 많았다. 북빙양은 젊은이들의 건강을 고려하여 최근 몇 년전부터 챙겨먹는 구기자, 건조 용안육, 뇌 발달에 좋다는 호두 등을 원료로 만든 음료를 출시하였고 산해관(山海关)은 옥수수 착즙음료, 호두&땅콩 음료를 출시하였다.

중국들인은 예로부터 생강이 추위를 내쫓고 몸을 따뜻하게 하는 속성이 있다고 생각한다. 그래서인지 시중에 생강맛 코카콜라, 이리(伊利)의 생강콜라레몬맛 유음료, 여락(汝乐)의 대추생강차 식물음료 등 겨울맛이 생강을 주제로 한 제품들이 대거 출시되기도 했다.

Key Point

제품 외포장이나 편의점의 온장고에는 눈에 띄는 "暖(따뜻하다)"이라는 글자로 전시된 따뜻한 음료들이 겨울철 편의점에 들어선 소비자들의 눈길을 끈다. 특히 여성 소비자들은 따뜻한 커피, 밀크티나 과일차를 좋아한다. 올해 편의점의 온장고는 유난히 품목이 많아졌다. 소비자의 입장에서 다양한 제품들로 선택의 여지가 많아졌다는 장점이 있지만 음료 제조업체에서는 신제품 출시 전에 동질화 현상을 고려해 보아야 할 것을 고려해 보아야 할 것이다.



코카콜라(좌)와 산토리(우)의 올 겨울 따뜻한 음료 제품



이리(좌)와 여락(우)의 생강맛 음료제품



출처 : Foodaily

출처 : ① <http://www.foodaily.com/market/show.php?itemid=23198> ② <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1684505665542741130&wfr=spider&for=pc>