



백도 복숭아와 코코넛을 이을 다음 주인공은?

중국의 음료시장 핫 키워드

최근 중국 음료업계에서 백도 복숭아와 코코넛이 큰 인기를 얻고 있다. 백도 복숭아 에이드, 치즈 백도 복숭아 우롱차, 코코넛 라떼 그리고 코코넛 셰이크 등 어느 순간부터 중국의 모든 음료 브랜드와 프랜차이즈 카페들이 앞다투어 백도 복숭아, 코코넛과 관련된 음료들을 선보이기 시작하며 백도 복숭아와 코코넛이 중국 음료시장의 핫 트렌드로 떠올랐다.

중국의 백도 복숭아 맛 음료

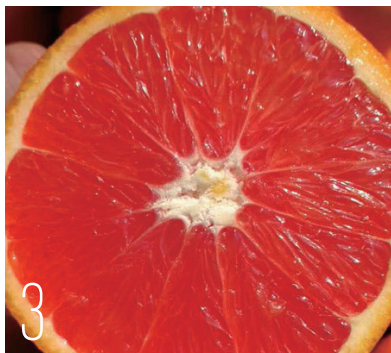
중국에서 백도 복숭아 맛 음료가 출시된 것은 이번이 처음이 아니다. 2009년 일본의 산토리의 투자로 설립된 중국의 음료기업 썬더리(三得利)가 처음으로 백도 복숭아 맛 술을 출시하였고 이후 5년뒤 한번 더 백도 복숭아 맛 음료를 선보였지만 당시 중국 소비자들에게서 큰 인기를 끌지 못했다. 하지만 2018년 중국의 위안치선린(元气森林)에서 출시한 백도 복숭아 에이드가 소비자들의 많은 사랑을 받기 시작하면서 이후 중국 국내외 식품·음료기업들이 백도 복숭아 열풍에 뛰어들었다.



1 썬더리(三得利)에서 출시한 백도 복숭아 맛 스파클링 술



2 위안치선린(元气森林)에서 출시한 백도 복숭아 맛 에이드



3 블러드 오렌지
4 계화 나무 꽃



러킨커피(瑞幸)에서 출시한 코코넛 라떼

자료 바이두(百度)



헤이티(喜茶)의 코코넛 샤베트

펩시의 백도 복숭아 우롱 맛 탄산수, 코카콜라의 백도 복숭아 우롱 맛 탄산수 그리고 농푸산취안(农夫山泉)의 백도 복숭아 맛 탄산수 등 여러가지 관련 음료들이 시장에 등장하였다.

중국의 코코넛 맛 음료

코코넛 맛 음료의 성장은 중국의 건강한 소비 트렌드에 따른 식물성음료 열풍과 연결된다. 「2020년 식물성 단백질 음료 혁신 트렌드」에 따르면 식물성 단백질 음료 중 코코넛 맛 음료가 가장 인기있는 음료였으며, 전년 대비 109%의 커다란 성장세를 기록한 것으로 나타났다. 중국판 스타벅스인 러킨커피(瑞幸)의 코코넛 라떼는 매번 품절 대란을 일으켰고 그의 코코넛 시리즈 음료들은 월간 1000만 잔 이상이 판매되었다. 또한 헤이티(喜茶)의 코코넛 셰이크는 지난해 베스트 신제품 Top5에 랭크되며 다시 한번 코코넛맛 음료의 입지를 다졌다.

계화, 밤, 블러드 오렌지... 다음 주인공은?

중국의 한 바이오 회사에서 발표한 「2021년 음료 업계 맛 트렌드」에 따르면 최근 중국 음료업계에서 감귤류 맛의 인기가 높아지고 있는 것으로 나타났다. 그중 '블러드 오렌지'는 과즙이 상큼하여 사람들의 눈길을 끌고 있다. 다른 과일향과 조합해 쉽게 혼합되어 탄산수, 차 또는 주스 등으로 응용할 수 있다는 점도 인기요인으로 꼽을 수 있다.

관련조사에 따르면 중국 15개의 음료 체인 브랜드에서 올해 9월에 출시한 신제품 중 약 25%에 달하는 음료가 '계화류' 음료인 것으로 조사되었다. 점점 추워지는 날씨 덕에 밤 맛 또한 강점을 내보이고 있다. 얼마 전 중국 차음료 시장을 선도하는 나이쉘더차(奈雪의茶)가 새로 출시한 코코넛 카라멜 밤차는 밤과 코코넛을 융합시켜 만든 차로 중국 소비자들로부터 큰 사랑을 받고 있다.

작성자 베이징지사 김판소

Key Point

중국의 음료시장은 발전 가능성이 무궁무진한 블루 오션이다. 커다란 잠재력을 가지고 있는 만큼 중국 음료시장의 경쟁 또한 치열한데 백도 복숭아와 코코넛은 트렌드로 자리잡으며 엄청난 성공을 거두고 있다. "어떤 맛으로, 어떻게 소비자들을 사로잡느냐?"라는 물음은 음료업계가 풀어나가야 할 가장 핵심적인 과제가 되었다. 그렇다면 먼저 중국의 음료업계에서 백도 복숭아와 코코넛이 이렇게 큰 인기를 끌어들 수 있었던 이유는 무엇인지 고민해봐야 한다. 제일 먼저 신선하고 새로운 소비 경험을 이유로 들 수 있을 것이다. 백도 복숭아와 코코넛은 소비자들이 평소에 자주 접해보지 못한 맛으로 소비자들에게 새로운 경험을 제공하며 구매 욕구를 자극했다. 또한 두 과일의 쫄쫄하고 달콤해 보이는 외관과 독특한 향기는 음료의 색깔과 포장에 그대로 드러나 소비자들에게 입과 눈의 즐거움을 동시에 느낄 수 있게 해주었다. 다음으로 소비자들의 수요에 잘 부합한다는 점이다. 최근 중국의 식품 트렌드는 0칼로리·0설탕·0지방으로 건강을 추구하는 소비자들이 늘어나고 있다. 그중 코코넛 우유는 두유, 오트밀 우유, 호두 우유 등과 함께 대표적인 식물성 단백질음료 중 하나로 풍부한 영양소와 깔끔한 맛을 가지고 있어 소비자들에게 '건강한 음료'라는 인상을 주었다. 비단 코코넛 우유 뿐만 아니라 코코넛 관련 음료들이 건강한 음료라는 인상을 전달하며 소비자들의 수요를 만족시키고 있다. 블러드 오렌지, 계화 그리고 밤 등 현재 중국의 음료업계에서 백도 복숭아와 코코넛의 뒤를 잇고자 하는 맛이 연이어 등장하고 있다. 이러한 상황 속에서 만족스러운 맛과 신선한 소비 경험을 선사할 수 있으며, 현재 트렌드에 부합하는 맛이 다음 시장을 이끌어 갈 이슈로 떠오를 것으로 예상된다. 따라서 우리 농식품 수출업체는 이러한 중국 음료시장의 추세를 이해하고 자사 제품의 소구점을 전략적으로 설정할 필요가 있다. 기존에 수출되고 있는 음료 상품군에 한정하지 않고 새로운 상품으로 중국 소비자에게 접근하여 우리 맛 음료의 새로운 기회도 발굴해보면 좋을 것이다.