

중국 커피시장에 부는 새로운 바람

청두지사

원두커피보다 인스턴트커피 선호

- 현재 전 세계적으로 원두커피가 커피 총 소비량의 87%를 차지하는 것에 비해 중국에서는 인스턴트커피가 84%의 높은 점유율을 보이고 있다. 또한 원두커피의 시장점유율은 16%에 불과한 것으로 나타났다.
- 한때 중국 소비자들 사이에서는 스타벅스와 같은 커피 전문점에서 원두커피를 즐기는 문화가 급속히 확산된 적이 있다. 이 영향으로 인스턴트커피에서 원두커피로 갈아타는 사람들이 발생했고, 그중 일부는 습관처럼 원두커피를 하루 한 잔씩 거르지 않고 마시기 시작했다. 그러나 커피와 같은 기호품에 매일 20~30위안(약 3,500~5,000원)이나 소비하는데 부담을 느끼는 사람도 적지 않은 것으로 나타났다.

1. FamilyMart의 ParCafe
2. Luckin Coffee 매장
3. Luckin Coffee 테이크아웃잔
4. 온라인 주문 및 수령 서비스 페이지



싼 가격과 편리함이 매력인 편의점커피

- 이러한 상황에서 등장한 편의점커피는 저렴한 가격을 내세워 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있다. 편의점에서 판매하는 원두커피의 가격은 8~12위안(약 1,400~2,000원)으로 커피숍보다 절반 이상 저렴하다.
- 편의점으로는 C-store가 2010년에 가장 먼저 원두커피를 출시했으며 LAWSON, Family Mart 등이 그 뒤를 이었다. 중국시장 점유율이 가장 높은 Family Mart는 2016년까지 약 1,000만 잔의 커피를 판매했으며, 상하이 일부 매장에서는 하루에 300잔 이상의 커피를 판매한 것으로 밝혀졌다.
- 편의점에서는 현재 아메리카노, 카페라테 등 기본적인 종류의 커피만 판매되고 있으며, 유명 프랜차이즈보다 맛이 떨어진다는 단점이 있다. 그러나 출근길에 바쁜 직장인들이 커피숍에서 줄서는 시간을 절약할 수 있으며 저렴하고 편리하다는 점에서 충분한 메리트를 지니고 있다.

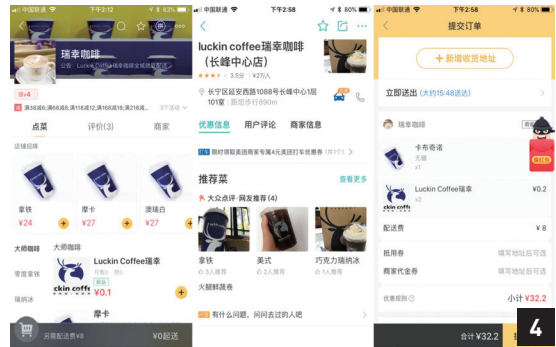
스타벅스를 역습한 중국의 신소매 커피

- 올해 초 중국의 커피 프랜차이즈인 Luckin Coffee(瑞幸咖啡)는 스타벅스와 공개적으로 경쟁을 펼치며 많은 매체의 주목을 받았다. 그렇다면 중국 자체 브랜드인 Luckin Coffee가 세계적인 브랜드인 스타벅스에 도전할 수 있었던 이유는 무엇이었을까?
- 가장 큰 이유는 신소매(new retail) 유통 모델에 따른 서비스 반경의 확대다. Luckin Coffee는 6개월간 13개 도시에 500개의 매장을 오픈했으며, 이에 따라 서비스 반경 범위가 스타벅스를 넘어서게 됐다.

- 이러한 성장에 힘입어 Lukin Coffee는 최근 오프라인 소비자들을 충족시킬 Elite전문점과 Relax전문점을 오픈했고, 빠른 셀프 서비스 및 비즈니스 고객들을 위한 픽업 전문점도 오픈한 것으로 알려졌다.
- 넓은 서비스 반경은 더 많은 소비자를 구축할 수 있을 뿐 아니라, 원두커피 소비장소를 넓히게 된다. 시간과 장소의 구애를 받지 않고 커피브레이크를 즐길 수 있게 해준다는 면에서 신소매 커피의 성장은 앞으로도 지속될 것으로 보인다.

새로운 블루오션으로 떠오른 온라인 커피시장

- 편의점 커피, 신소매 커피가 선풍적인 인기를 끌고 있는 해도 아직은 대도시에서만 볼 수 있는 초기단계에



불과하기 때문에 중소도시와 그 외 지역(3, 4선 도시)의 소비자까지 아우를 수 있는 온라인 커피시장도 새로운 블루오션으로 떠오르고 있다.

- 현재 중국의 온라인 커피시장에는 스타벅스, Illy 등의 브랜드가 입점해있고 중국의 커피브랜드들도 속속 진입하는 추세를 보이고 있다. 심지어 단일 품목 점유율이 글로벌 브랜드를 능가하는 중국브랜드까지 생겨나고 있다. 이에 따라, 3, 4선 도시를 겨냥한 온라인 커피시장 마케팅에 주력한다면 좋은 성과를 거둘 것으로 보인다.

장소의 개념을 초월한 커피의 가능성

- 현재 중국의 신소매 커피, 편의점 커피, 온라인 커피시장은 중국소비자들의 커피에 대한 인식을 변화시키고 있다. 그들에게 커피란 이제 커피숍이라는 장소를 떠나 가정, 직장, 모임 등 언제 어디서나 즐길 수 있는 것이 되었다.
- 장소의 개념을 초월한 중국 커피시장은 대도시부터 각 지방의 도시에 이르기까지 커피 애호가 수를 늘리고 앞으로 중국의 커피 소비량을 더욱 촉진시킬 것으로 보인다.

출처 : www.familymart.com.cn, www.cb.com.cn, technode.com