

# 기능성음료시장의 가파른 성장세

베이징지사

## 음료시장의 블루칩으로 떠오른 기능성음료

- 최근 중국 음료시장에 건강트렌드가 떠오르면서, 자극적인 탄산음료 대신 카페인, 타우린, 비타민 등이 함유된 기능성음료가 중국 음료시장의 블루칩으로 떠오르고 있다.
- 2017년 중국 기능성음료 판매액은 400억 위안(한화 약 6조 5천억 원)을 돌파, 운동과 건강에 관심을 쏟는 중국인들이 늘어나면서 새로운 음료소비문화를 만들어가고 있다.

## 주춤하는 탄산음료시장

- 가파른 성장세를 보이는 기능성음료 소비량은 기존 중국 국민음료로 사랑받던 탄산음료 매출액을 바짝 추격

하고 있다. 탄산음료에 첨가된 고칼로리의 당분이 비만을 야기한다는 인식이 확산되면서, 기능성음료가 중국 음료시장의 왕좌를 차지하는 것은 시간문제라고 여겨지고 있다.

- 「2017-2022년 중국 기능성 음료업계 시장전망 및 투자기회 보고서(2017-2022年中国功能饮料行业市场前景及投资机会研究报告)」에 따르면, 코카콜라와 펩시콜라의 중국 판매량은 2014년부터 2017년까지 지속적으로 하락하고 있다. 2017년 영업수입은 펩시콜라가 636억 위안(한화 약 10조원), 코카콜라가 354억 위안(한화 약 7조원)으로 여전히 중국 음료시장 1,2위를 유지하고 있으나 영업이익은 전년 대비 각기 23%, 81%나 하락하였다.

## 중국의 기능성음료



출처 : 징동(JD.COM)

## 소득 증가에 따른 중국 음료시장의 재편

- 2000년대 이후, 소득증가에 따른 소비패턴의 변화로 중국 내 건강과 운동에 대한 관심이 고조되면서, 기능성 음료시장이 급속도로 성장하기 시작했다. 2011~2017년 중국 기능성음료 판매액은 연평균 약 17%의 가파른 성장률을 보였으며, 판매량 역시 연평균 12.3%씩 증가하며 중국 음료시장의 주요 품목으로 부상했다.
- 2017년 중국 기능성음료 판매액은 400억 위안을 최초로 돌파해 약 415억 위안(한화 약 6조 7천억 원)을 기록했으며, 2018년 중국 기능성음료 판매액은 약 450억 위안(한화 약 7조 3천억 원)으로 전망되어 코카콜라의 중국시장 판매액을 추월할 것으로 예상된다.

## 기능성음료시장의 성장잠재력

- 중국 음료시장을 주도하던 탄산음료 대신 무첨가, 저지방 등 건강음료와 피로회복을 돕는 기능성음료 판매가 약진을 거듭하는 가운데, 중국뿐 아니라 전 세계 글로벌 기능성음료시장의 매출 규모는 매년 10% 이상의 성장률을 보이며 빠르게 증가하고 있다.



콜라에 이어 높은 판매율을 보이고 있는 중국 기능성 음료

- 중국의 기능성음료시장은 세계 평균을 크게 웃도는 약 17%의 성장률을 보이는데 반해, 1인당 기능성음료 소비량은 선진국 평균 1인 기능성음료 소비량인 0.5kg에 불과한 수준이다. 하지만 성장률이 그만큼 높기 때문에 중국 기능성음료시장은 향후 더욱 확대될 것으로 기대된다.

## 건강기능성을 중심으로 차별화 전략 필요

- 현재 3,200억 위안(한화 약 52조 원)에 달하는 중국음료시장은 우리나라 식품업계가 반드시 개척해야 할 거대 시장이지만 기능성음료시장은 이미 '레드불', '포카리스웨트' 등 글로벌 기업제품이 선점하고 있다.
- 우리나라의 경우 박카스, 핫식스 등 국산화가 성공적으로 진행된 품목 등에서 당과 칼로리가 낮은 제품을 개발하고 마케팅 대상을 기존의 남성에서 여성으로 확대하는 등 여러 측면에서 차별화 전략이 필요할 것으로 보인다.
- 또한 중국의 기능성음료시장에서 주력으로 판매되는 제품은 고카페인이나 스포츠드링크 등에 한정되어 있으므로 비타민워터나 저카페인음료의 개발로 시장을 선점하는 것도 필요하다.