



# ‘80허우’와 ‘90허우’, 수입식품 시장 트렌드 바꾸다

베이징지사

## 빠르게 증가하는 수입식품 시장

- 중국 수입식품 시장 규모가 빠르게 증가하고 있다. 특히 수입식품의 주요 유통경로로 자리잡은 중국 전자상거래 시장의 폭발적인 성장세가 두드러진다. 이는 중국인들의 구매력 증가와 최근 중국 정부의 수입확대 정책의 영향인 것으로 보인다.
- 중국 시장조사 기관 「아이리서치(艾瑞)」에 따르면 2017년 중국 소비자의 58% 이상이 온라인을 통해 수입식품을 구매하고 있으며, 최근 5년간 중국의 전자상거래 수입 시장은 연평균 30% 넘게 성장하였고 중국의 수입액 규모는 1조 7,600억 위안(약 287조원)에 도달해 전년 대비 무려 46.7%가 증가한 것으로 나타났다.

## 트렌드의 중심에 선 80·90허우세대

- 수입식품의 주요 구매층은 현재 중국 내 소비 트렌드를 주도하고 있는 80허우(80년대 출생자)·90허우(90년대 출생자)세대이다. 이들 세대는 특히 모바일을 통한 결제와 구매를 선도하고 있어, 수입식품의 주요 유통채널은 자연스럽게 활발한 전자상거래로 연결되고 있다.

- 80·90허우세대가 본격적으로 사회에 진출해 결혼을 하고 육아에 나서면서 수입식품에 대한 소비트렌드가 품질을 중시하는 고급화 경향을 띠고 있다.

## 고급제품 소비확대 추세

- 2018년 1월~8월 동안 중국 전자상거래 시장을 분석한 시장조사 기관 「O&O(欧特欧)」에 따르면, 수입식품 구매에서 가장 눈에 띄는 트렌드는 고급제품 소비추세 확대이다. 이는 곧 중국 소비자들이 중점을 두는 항목이 기존에는 ‘보다 합리적인 가격’이었다면 이제는 제품의 품질과 브랜드를 고려한 ‘가치’로의 전환이 되고 있다는 것을 의미한다.
- 위 기간 동안 중국 전자상거래 시장에서 가장 인기 있는 식품은 주로 글로벌 브랜드 제품으로, 수입식품 중 초콜릿류는 페레로로쉐, 커피류는 네슬레, 우유류는 앵커(Anchor), 생수류는 에미양이 중국 소비자들의 선호도가 가장 높았다.

## 중국 전자상거래 시장에서 인기있는 식품



페레로로쉐 초콜릿



앵커우유



에비앙 생수

출처 : 징둥([www.jd.com](http://www.jd.com))

### 결혼과 육아 관련 수입제품의 점유율을 높여

- 올해 1~8월 전자상거래를 통해 판매된 수입식품 중 점유율이 높은 4개 품목은 유제품(37.8%), 곡물·기름 및 조미료(21.9%), 음료(16.8%), 간식류(15.1%) 순이었으며 전년 동기 대비 판매 증가율은 식용유(10.6%)·쌀(5.6%)·우유(4.4%) 순으로 높은 것으로 나타났다. 특히 수입식품 주요 소비계층인 80·90허우세대가 결혼과 육아에 본격적으로 나서면서, 유제품과 곡물·기름 및 조미료는 향후에도 중국에서 소비되는 수입식품 중 가장 높은 점유율을 유지할 전망이다.

### 가치를 중시하는 젊은 소비자 공략해야

- 대중 수출 한국 식품업체에 있어 텐마오(天貓), 징둥(京東)과 같이 중국 전역을 포괄하는 대형 전자상거래 업체와의 협력은 중국 시장 진출을 가속화할 수 있는 좋은

기회이다. 특히 중국 수입식품의 주요 소비계층으로 온라인 쇼핑을 선호하는 20~30대 소비자들을 공략하기 위해서는 한국 식품업체의 중국 전자상거래 진출 확대와 다양한 온라인 마케팅 전략이 필요할 것으로 보인다.

- 최근 중국 정부가 수입시장 확대를 위해 식품을 포함한 수입품에 대한 관세를 낮추고, 해외직구 수입 가능 지역을 확대하는 등 일련의 정책을 시행하고 있는 만큼, 가격보다 제품의 가치를 중시하는 중국 온라인 시장의 20~30대 소비자들을 적극 공략하여 한국 식품의 대중 수출 확대 기점으로 만들기 위한 노력이 필요한 때이다.

출처 : [www.foodmate.net](http://www.foodmate.net)