



가격 인상에도 불구하고 여전한 블루오션, 커피시장



왕왕 칭루(轻乳) 시리즈 커피 제품

자료 바이두(百度)



네스카페 헤이카(黑卡) 인스턴트 커피 제품

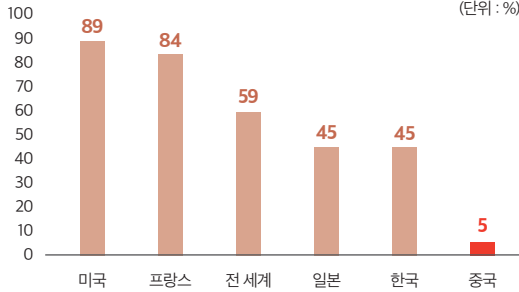
01 중국 커피가격 인상 현황

최근 중국에서 스타벅스를 시작으로 러킨커피(瑞幸咖啡, Luckin coffee, 중국판 스타벅스), Tims 커피 등 여러 대형 커피체인점들이 커피가격 인상 대열에 차례로 합류하였다. 해당 브랜드들의 아메리카노, 카페라떼와 같은 메인 커피 제품의 가격은 최소 1위안(한화 약 190원)에서 최대 3위안(한화 약 570원)까지 인상됐다. 업계 전문가들은 코로나19 장기화로 인한 공급망 마비와 자연재해로 인한 커피산지의 작황 부진에 따른 국제적인 원두 가격 폭등을 이번 커피 가격 인상의 주요 원인 중 하나로 꼽았다. 하지만 보다 근본적인 원인으로는 중국 커피시장의 경쟁 심화와 그에 따른 커피 브랜드들의 운영비용 상승을 들 수 있다. 중국의 유명 바리스타인 장인즈어(张寅喆)는 “상대적으로 발전한 도시일수록 커피 수요가 늘어나고 이는 곧 커피 전문점의 운영비용 상승과 직결된다. 그리고 커피 한 잔의 원가에서 임대료와 인건비가 차지하는 비중이 원두가 차지하는 비중보다 훨씬 높다”고 설명했다.

02 변하지 않는 블루오션, ‘커피’

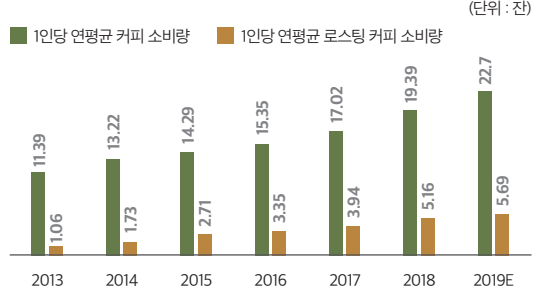
커피가격이 인상되었음에도 불구하고 중국의 커피시장은 여전히 호황을 맞이하고 있다. 아이미디어 리서치(艾媒咨询·iiMedia Research)에 따르면 2020년 중국 커피시장의 규모는 3,000억 위안(한화 약 57조 2,730억 원)을 기록했고 2025년에는 약 1조 위안(한화 약 190조 910억 원)에 달할 것으로 예상된다. 과거에 밀크티와 차 음료가 주류를 이루었던 중국의 음료시장은 최근 급속한 도시화와 밀크티시장의 포화 상태로 ‘커피’라는 새로운 돌파구를 맞이했다. 비록 전 세계적으로 보았을 때 중국의 로스팅 커피 소비량은 미국과 한국 등 커피가 이미 보편화된 나라들에 비해 현저히 낮은 편이지만 중국내에서는 최근 일선 도시와 이선 도시를 중심으로 많은 사람들이 커피를 즐기며 마시기 시작하며 로스팅 커피의 소비량이 점차 늘어나고 있는 추세다.

2020년 국가별 로스팅 커피 소비 비중



자료 아이미디어 리서치(艾媒咨询 · iiMedia Research)

2013-2019 중국 1인당 연평균 커피 소비량



업계 전문가는 “1, 2선 도시의 소비자들은 이미 커피를 마시는 습관을 기르기 시작했다. 특히나 생활 리듬이 빠른 일선 도시에서는 커피 수요가 급증하고 있다”라고 밝혔다. 이에 따라 최근 중국에서 스타벅스와 러킨커피와 같은 대형 커피체인점 외에도 Manner 커피, Seesaw 커피와 같은 신형 커피 브랜드가 우후죽순 등장하고 있다. 또한 우체국 기업인 차이나포스트(中国邮政·China Post)와 석유천연가스 그룹인 중구어스요우(中国石油·CNPC)도 커피시장에 뛰어들며 시장에 열기를 더했다. 중국의 데이터 분석 사이트인 텐엔차수주(天眼查数据)에

따르면 2021년 한 해 동안 새롭게 등장한 커피 관련 기업은 약 2.55만 개에 달하는 것으로 나타났다.

커피 가공품 또한 다양해지고 있다. 중국의 식품기업인 왕왕(旺旺)은 최근 2세대를 공략하여 가볍고 부드러우며 지방 함량이 낮은 특징이 있는 ‘칭루(轻乳, 가벼운 우유 맛)’시리즈 커피 음료를 페트병과 캔 그리고 종이팩 등의 다양한 형태로 선보였다. 네스카페(雀巢咖啡) 또한 중국의 건강화 열풍에 맞추어 맛이 진하고 풍미가 깊은 헤이카(黑卡, 우유가 들어가지 않은 커피) 인스턴트 커피 제품 등을 시장에 선보이며 소비자들의 인기를 끌었다.

차이나포스트(中国邮政·China Post) 카페



중구어스요우(中国石油·CNPC) 카페



자료 바이두(百度)

작성자 베이징지사 이승연

Key Point

커피가격이 인상되었음에도 불구하고 중국의 커피시장은 여전히 고성장하는 추세를 보이고 있다. 중국의 커피시장은 크게 로스팅 커피와 인스턴트 커피로 나눌 수 있다. 최근 1선과 2선 도시를 중심으로 커피 수요가 빠르게 증가함에 따라 다양한 카페가 등장했고 로스팅 커피 역시 눈에 띄게 증가하고 있다. 이렇듯 중국에서 카페 문화가 성숙해지며 미래시장에서는 원두 및 생두 소비량이 증가할 것으로 전망되며 이에 따라 다양한 디저트 제품 또한 시장에 쉽게 진입할 수 있을 것이라 사료된다. 한편, 성장률 면에서는 인스턴트 커피보다는 로스팅 커피가 우세하지만 인스턴트 커피 시장 역시 꾸준한 수요를 기반으로 견고한 위치를 차지하고 있다. 파시엔빠오까오(发现报告)의 2019년 중국 커피 소비시장 규모 구조 분포에 따르면 전체 조사 대상자 중 72%의 소비자는 인스턴트 커피를 즐겨 마시는 것으로 나타났다. 또한 중국에서 2020년 이후 우유를 넣지 않은 블랙커피가 하나의 트렌드로 자리 잡으며 중국의 여러 커피 관련 기업들이 아메리카노, 콜드브루와 같은 종류의 인스턴트 커피를 잇달아 선보이고 있다. 이러한 중국 커피시장의 새로운 수요를 명확히 파악하여 관련 제품들을 선보인다면 성장하는 중국의 커피시장에서 커다란 인기를 끌 수 있을 것이라 판단된다.