

중국 주류시장 동향

기획조사팀

중국을 전 세계에서 주류시장 잠재력이 가장 큰 국가중 하나로 놀라운 경제성장과 더불어 주류시장 역시 비약적인 성장을 하고 있다.

전 세계적인 경제불황에도 불구하고 중국경제는 지속적인 성장을 거듭중이며, 이는 곧 소비자의 구매력이 커지고 있음을 의미한다. 특히 과거 베이징, 상하이와 같은 대도시에 집중되어 있던 부(富)가 점차 외곽 지역으로 확산되어 지방 소비자의 구매력이 커지고 있는 실정이다. 이에 주류업체들은 중국 전역에서의 점유율을 높이기 위해 노력중이다. 글로벌 주류업체들은 중국의 지역 업체와의 공동투자사 설립을 통해 사업을 확장하고 있다. 이는 중국 시장의 유통망 확장과 제품 홍보에 용이하기 때문이다.

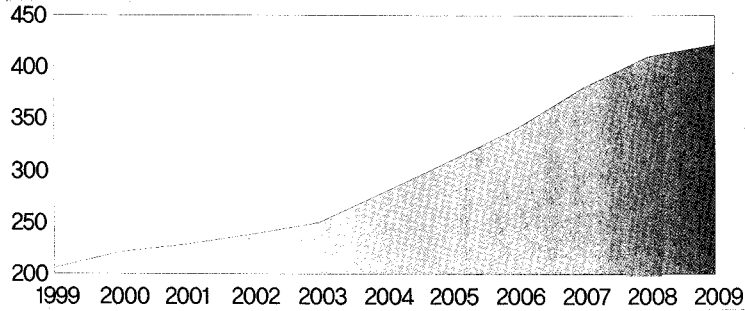
■ 맥주(Beer)

중국에서 가장 많이 소비되는 술은 맥주로 2009년 중국 전역에서 총 422억 리터가 소비되었다. 중국 맥주시장은 지난 10년간 비약적인 성장을 기록했는데, 2000년 220억 리터였던 소비량은 10년간 두 배 가량 증가하였다.

맥주업체별로는 '설화(Snow)'를 생산하는 화룬설화(China Resources)가 중국시장의 19.6%를 차지하며 1위를 기록하고 있으며 그 뒤를 칭타오맥주사, AB인베브, 옌징(Yanjing Beer Group)맥주사가 잇고 있다. 상위 4개 맥주사가 중국맥주시장에서 차지하는 비중은 56.1%에 이르고 있다. 이중 화룬설화는 SAB밀러사와 중국의 화룬기업이 합작투자한 회사로

〈그림 1〉 중국 맥주소비량 변화

단위 : 억 리터



중국 동북지역과 사천성 등 지방에서 큰 인기를 얻고 있으며, 중국의 대표맥주격인 칭타오를 제치고 1위에 올랐다.

옌징맥주는 베이징 맥주시장 점유율 90%가량을 차지할 정도로 베이징에서 큰 인기를 얻고 있다. 옌징은 1980년대에 설립된 후발주자였으나, 뛰어난 마케팅과 사업운영을 통해 기존 베이징 맥주시장의 강자였던 북경맥주, 오성맥주 등을 제치고 베이징의 대표맥주사로 성장하였다.

〈표 1〉 2009 상위 4개 맥주사 (중국)

단위 : 억 리터

순위	제조사	판매량				증감	점유율		
		2006	2007	2008	2009	08-09	2007	2008	2009
1	화룬설화社	53.1	69.4	72.6	83.7	15.3%	18.2%	17.6%	19.6%
2	칭타오맥주社	45.4	50.5	53.8	59.7	11.0%	13.2%	13.0%	14.0%
3	AB인베브社	40.0	48.9	50.1	48.9	-2.4%	12.8%	12.1%	11.5%
4	옌징맥주社	35.3	40.2	42.2	46.7	10.7%	10.5%	10.2%	11.0%
상위4개 제품 소계		173.7	209.0	218.7	239.0	9.3%	54.8%	53.0%	56.1%

중국내 맥주제품별 판매순위를 보면, '설화(Snow)'가 72억 리터가 판매되며 1위, '칭타오'가 29억 리터로 2위, '옌징'이 21억 리터로 3위 그리고 하얼빈 맥주가 15억 리터로 4위를 기록하고 있다.

중국 맥주시장이 세계 최대 규모로 커지면서 글로벌 맥주사들의 중국사업 확장 및 진출이

〈표 2〉 2009 상위 4개 맥주사 (중국)

단위 : 억 리터

순위	제품명	제조사	판매량			증 감	점유율	
			2007	2008	2009	08-09	2008	2009
1	설화	화룬설화社	51.2	61.0	72.4	18.8%	14.8%	17.0%
2	칭타오	칭타오맥주社	19.3	24.2	29.6	22.3%	5.9%	6.9%
3	연징	연징맥주社	17.2	18.7	21.4	14.3%	4.5%	5.0%
4	하얼빈	하얼빈맥주社	13.1	13.7	15.0	9.3%	3.3%	3.5%
상위4개 제품 소계			100.8	117.7	138.5	17.7%	28.5%	32.5%

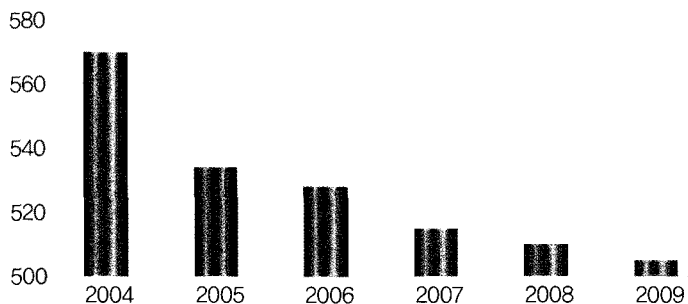
이어지고 있다. SAB밀러는 이미 화룬설화의 지분 절반가량을 가지고 있으며, AB인베브는 칭타오와 하얼빈 맥주의 지분 상당수를 보유하고 있다.

미국맥주사인 몰슨 쿼어스(Molson Coors)는 과거 SAB밀러가 설화맥주를 통해 거둔 성공 재현을 위해 2010년 5월 지방맥주사인 허베이 시하이맥주사(Hebei Si' hai Beer Co)를 약 4천만 US달러에 인수하였다. 또한 덴마크의 칼스버그(Carlsberg)는 2010년 6월 3억 5,300만 달러를 투자하여 충칭맥주사(Chongqing)의 지분을 기존 17.5%에서 30%로 늘렸다. 충칭맥주사는 '산성(Shancheng)', '1958' 등을 생산하는 중국내 6위 맥주사로 연 1억 리터 규모의 생산이 가능하며, 15개의 제조시설을 갖추고 있다.

한편 중국내 맥주시장은 치열한 경쟁과 저렴한 가격으로 인해 판매량에 비해 마진은 낮은 편으로 알려져 있다. 이에 맥주사들은 장기적인 전망하에 프리미엄제품의 판매증진을 위해 노력하고 있다

〈그림 2〉 중국 증류주 시장규모

단위 : 백만상자(1상자=9리터)

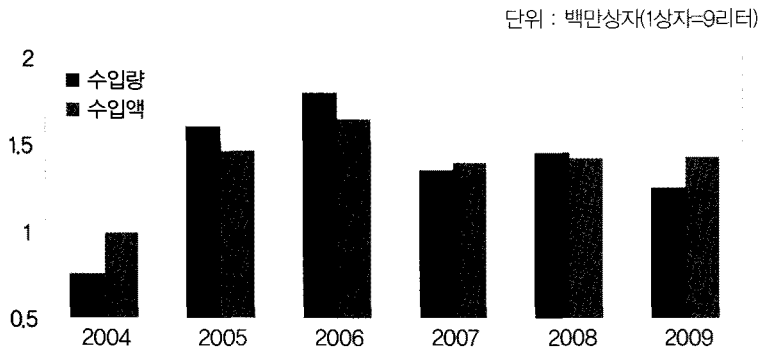


■ 증류주(Spirits)

중국내 증류주 시장규모는 연 50억 리터 수준으로 대부분 자국산 백주 등이 차지하고 있으며, 수입 증류주가 차지하는 비중은 1% 정도 밖에 되지 않는다. 한편 중국내 증류주 소비량은 감소추세에 있는데, 이는 소비자들이 양보다는 질을 추구하기 때문으로 프리미엄 제품의 판매는 늘고 있다.

글로벌 주류업체들은 중국의 증류주 시장의 잠재력을 높게 보고 있으며, 실제로 글로벌 업체들은 중국 백주업체의 지분 인수를 통해 중국시장에 진출하고 있다. 디아지오는 중국의 고급 백주업체인 수이징팡(수정방)의 지분 상당량을 보유하고 있으며, 페르노리카 역시 지엔난춘(검난춘) 합작사를 운영중이다. 중국 증류주시장은 주류종류중 소비량에 비해 매출액비중이 가장 큰 분야로 중국의 연간 주류매출액 규모인 약 400억 달러의 절반가량을 차지하고 있는 것으로 알려져 있다.

〈그림 3〉 중국 수입 증류주 시장규모



수입증류주 중에는 스카치위스키와 코냑이 큰 인기를 얻고 있다. 중국의 연간 스카치위스키 수입량은 연간 130만 상자(1상자=9리터) 규모이며, 수입액은 140만 파운드 수준이다. 코냑의 경우 연 80만 상자 가량이 수입되고 있다. 중국내 스카치위스키 시장에서는 페르노리카(Pernod Ricard)의 시바스리갈이 절반가량을 차지하며 가장 큰 사랑을 받고 있다. 시바스리갈은 1990년대 초부터 중국에서 판매되었으며, 현재는 젊은 계층 사이에서 성공의 상징으로 받아들여지고 있다.

코냑 브랜드중에서는 '까뮤(Camus)'가 판매 1위를 기록중이다. 까뮤는 세계에서 6번째로 많이 팔리는 코냑 제품으로 중국이 제1의 소비국이다.

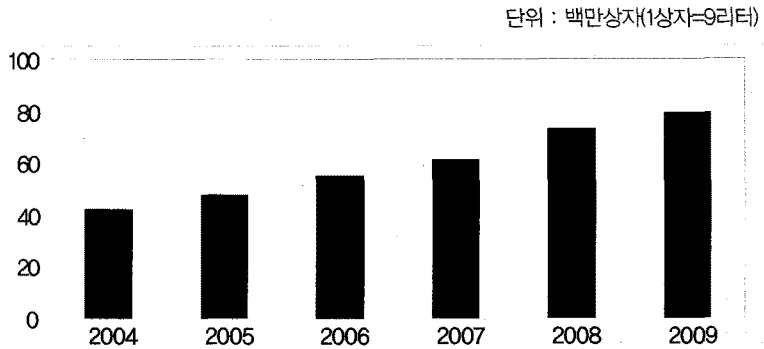
■ 와인(Wine)

중국 와인시장은 지속적인 성장세를 기록 중이다. 중국내 중산층의 수입증가는 곧 와인수요 증대로 이어지고 있으며, 와인 역시 위스키와 마찬가지로 성공을 상징이 되고 있으며, 젊은 계층에서는 서양 문화에 대한 친밀함이 와인소비로 이어지고 있다.

중국의 와인시장은 '장유(Changyu)', '그레이트월(Great Wall)', '통화(Tonghua)', '다이너스티(Dynasty)' 등의 자국산 와인이 주로 소비되고 있으며, 수입와인 역시 소비량이 증가 중이다. 2005년 600만 상자(1상자=9리터) 수준이었던 수입산 와인소비량은 2009년 1,900만 상자까지 증가하였다.

수입와인중에서는 프랑스산 와인이 많이 수입되고 있다. 중국에서 수입한 유럽산 와인은 2009년 800만 상자였으며 이중 530만 상자가 프랑스산이었다.

〈그림 4〉 중국 와인 소비량 변화



호주와인 역시 중국에서 많은 인기를 얻고 있다. 2009년 호주산 와인수입량은 400만 상자로 2008년에 비해 3배 가까이 증가하였다. 중국은 영국, 미국, 캐나다에 이은 네 번째로 많이 호주 와인을 수입하고 있다. 유럽과 호주 이외에 미국 및 칠레와인의 수입량도 늘고 있다. 2009년 미국산 와인은 약 100만 상자, 칠레와인은 약 600만 상자가 수입되었다.

■ 종합

중국 주류시장은 전망은 매우 밝은 편으로 향후 맥주, 증류주, 와인 전 주종에 걸쳐 소비가 지속적으로 증가할 것으로 전망된다. 또한 성장세 역시 여타 국가에 비해 높을 것으로 예상되

고 있다.

특히 중국 경제가 성장하고 소비자들의 구매력이 더 높아질수록 프리미엄 제품 및 새로운 주류에 대한 수요 역시 증가할 것으로 보여, 중국 주류시장은 양뿐만 아니라 질적으로도 풍부한 성장 잠재력을 가지고 있다 할 것이다. 향후 중국 주류시장이 어디까지 성장할지 귀추가 주목되고 있다.

〈출처〉 'Impact' 지 2010년 8월호