

통합검색

	뉴스	상품·산업	국가·지역정보	보고서	영상뉴스	비즈니스
--	----	-------	---------	-----	------	------

> 상품·산업 > 트렌드

상품·산업
전체
트렌드
상품 DB
국별 주요산업
해외인증정보

인기정보

- 1 2021년 베트남 제약 산업 ...
- 2 지금 베트남은 코로나19와...
- 3 북미 최대 배터리소 'The B...
- 4 테슬라 1위! 중국 신에너지...
- 5 케냐 유류세 인상, 코로나 ...
- 6 [기고] 미국 특허상표청의 ...
- 7 [기고] 미얀마 진출기업이 ...
- 8 터키 스타트업 생태계, 지...
- 9 GCC 철강제품 세이프가드...
- 10 美 하원, '주 32시간 근무'...

트렌드

중국 간식시장 동향

2021-09-30 중국 칭다오무역관 이맹맹

- 이색 간식은 중국 간식시장의 가장 중요한 구성 요소이자 성장가능성이 높은 품목 -
- 간편하고 건강한 휴대용 과일간식에 대한 소비자의 선호가 증가 -

중국 간식시장 지속 성장

최근 몇 년 간 중국 경제가 빠르게 성장함에 따라 사람들의 생활 수준이 향상되었고, 간식시장이 빠르게 부상하고 있다. 중국 간식시장 규모는 8224억 위안에서 12984억 위안으로 연간 12.09% 성장했다. 중국 중상산업연구원은 중국 2021년 1조4015억 위안에 이를 것으로 전망했다.

2016-2021년 중국 간식 시장규모
(단위: 억 위안)



자료: 중상(中商)산업연구원

중국 간식시장 규모는 지속적으로 확대되고 있지만 1인당 소비금액과 소비량에서 다른 국가와 큰 차이를 보이고 있다. 중국의 1인당 간식 소비량은 1.89kg이나 일본, 영국, 미국의 1인당 간식 소비량은 각각 5.81kg, 9.33kg, 13.81kg이다. 즉, 중국의 1인당 간식 소비금액은 중국의 약 6.8배, 7.6배, 11.3배에 달할 정도로 차이가 크며, 이는 중국 시장이 크며 지속적으로 확대될 가능성이 있다는 것을 의미한다.

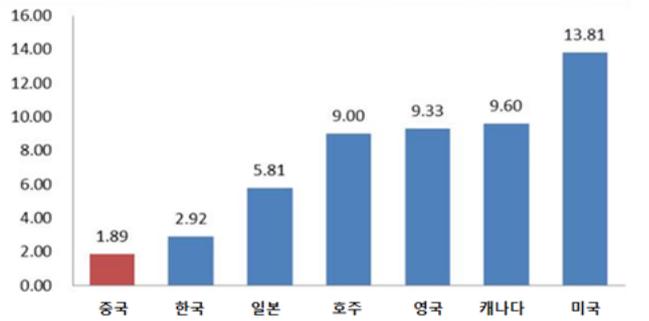
국가별 1인당 간식 소비량
(단위: kg)

해외투자

무역자료실

열린마당

빅데이터



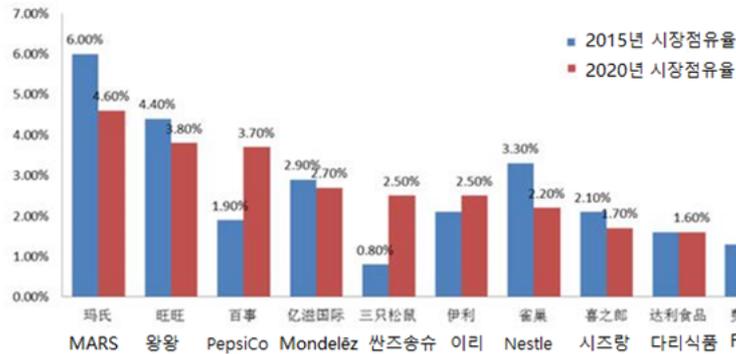
자료: Euromonitor, 뷁하이 증권(渤海证券)

판매집중도 분산

중국은 간식 품목이 비교적 많기 때문에 시장이 집중도가 상대적으로 낮은 편이다. 2020년 시장 점유율 상위 3개사가 2015년에 비해 0.2% 포인트 하락한 12.10%에 그쳤고, 상위 10대 기업 중 펩시코(百事, PepsiCo)와 두 개 브랜드만 시장 점유율이 눈에 띄게 늘었다.

시장 점유율 상위 10대 기업 중 여전히 해외브랜드가 높은 비중을 차지하고 있으며 현지 기업의 경우 온라인 판매가 늘면서 추세를 이끈다. 해외기업은 시장 조기진입에 따른 선점우위가 있었으나 지난 몇 년간 대부분의 주력업체 시장 점유율 변동 상황을 보면, 중국 간식 산업은 아직까지 절대적인 1위 독점기업이 나타나지 않은 상태다.

중국 간식 시장 TOP10 시장점유율 변동상황



자료: Euromonitor, 뷁하이 증권(渤海证券)

성장가능성이 높은 품목-이색간식

품목별로 보면 2020년 중국 이색간식의 시장 규모는 1374.5억 위안으로 시장 규모의 약 40.09%를 차지한다.

중국 이색간식 시장은 주로 견과류, 짠맛 식품, 짠맛스낵, 기타 짠맛 간식(김, 육포, 건어물, 건두부 포함)으로 다양하다. 그 중 짠맛간식 2020년 소매금액이 전년 대비 6.3% 증가했다. 코로나19사태로 인해 2020년 중국 이색간식 시장 규모는 전년 동기 대비 3.1%로 둔화됐고, 판매량은 1.4% 감소해 259.83만톤으로 줄었다.

중국 대표 이색간식

구별	브랜드	간식 종류	이미지
1	웨이룽 (卫龙)	라티오(辣条) *중국식 쏘면	
2	조오헤이아 (周黑鸭)	오리 목	
3	량핀푸즈	건두부	

해외투자

무역자료실

열린마당

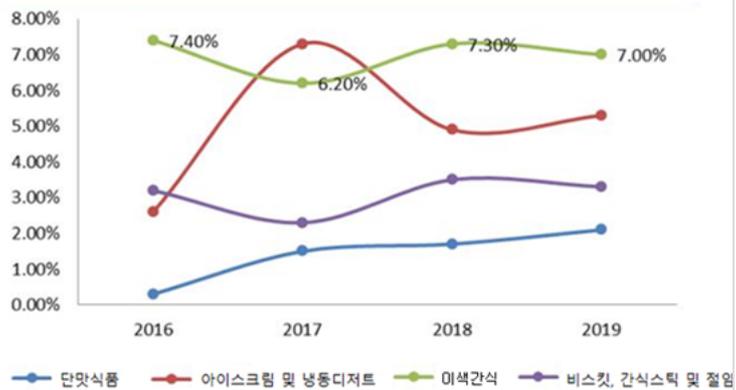
빅데이터

	(良品铺子)			
4	싼즈송슈 (三只松鼠)	돼지고기 육포		해외투자
5	바이차오웨이 (百草味)	건 오징어		무역자료실 열린마당 빅데이터

자료: 각 사 홈페이지 등 칭다오무역관 정리

이색간식은 간식시장의 가장 중요한 구성 요소일 뿐만 아니라 가장 성장가능성이 높은 품목이다. 2015년부터 2019년 소매금액 규모가 35% 증가해 356.71억 위안이 증가했다. 추후 5년간 이색간식은 여전히 간식류 중 가장 빠르게 성장하는 품목이다.

2016-2019년 중국 간식 세부품목 판매 성장 속도



자료: Euromonitor, 뷔하이 증권(渤海证券)

과일간식 시장 확대 중

현재 중국 간식 시장에서 과일간식이 부상하고 있다. 이는 간편하고 건강한 휴대용 간식에 대한 소비자의 선호가 반영된 결과다. 과일에는 필수영양소인 비타민, 칼륨, 마그네슘 및 식물섬유가 함유되며 심혈관 질환, 고혈압, 비만 위험을 낮추는 데 관심이 높아진 데다 바쁜 생활 패턴으로 소비자들이 과일 간식에 대한 관심이 높아지고 있다.

중국 싰즈송슈(三只松鼠), 량핀푸즈(良品铺子), 바이차오웨이(百草味) 등 간식계 대기업들이 과일간식 영역에 진출하며 다양한 과일간식을 출시하고 있다. 그 중 량핀푸즈(良品铺子)가 2020년 새롭게 선보인 '콜라겐 펩타이드·과일간식'은 사과, 파인애플, 망고, 블루베리 등 6가지 동결건조 과일에 프랑스산 콜라겐 펩타이드를 첨가해 맛과 영양을 모두 갖춘 과일간식이다.

신규 브랜드인 귀위안라오농(果園老农), 메이산취(每鲜说)도 과일간식 분야를 개척하고 있다. 그 중 귀위안라오농이 2020년 출시한 프룬 간식은 일반 프룬 크기의 2.5배이며 7시간의 급속가공을 통해 프룬 과육 섬유와 높은 식이섬유 함량을 자랑한다. 이 제품은 2020년 2월에 50만 봉지의 매출을 기록하여 중국 티몰 플랫폼 프룬류 제품 판매 1위를 차지했다.

중국 대표 과일간식

구별	브랜드	간식 종류	이미지
1	싼즈송슈 (三只松鼠)	딸기간식	

				
2	량핀푸즈 (良品铺子)	콜라겐 펩타이드 혼합과일간식		5
3	바이차오웨이 (百草味)	망고간식		8
4	귀위안라오농(果园老农)	프룬간식		1
5	메이산쉬 (每鲜说)	3가지 혼합 과일간식 (딸기,바나나, 블루베리)		59.9

자료: 각 사 홈페이지 등 칭다오무역관 정리

주식을 대체하는 간식류 대거 출시

식단 관리와 영양에 대한 인식이 높아지면서 간식으로 식사를 대신하는 소비자가 늘고 있다. 중국산 간식 브랜드를 감지하여 저칼로리형 간식을 개발하기 시작했다. 간식의 풍부한 영양과 맛, 그리고 열량을 부각시켜 한 끼 식사를 강조하는 대체식 간식류도 대거 출시되고 있다.

2020년 8월 량핀푸즈(良品铺子)에서는 자브랜드인 량핀페이양(良品飞扬)을 발표했으며 18-35세 헬스 및 체중 리미엄 식사 대응 간식을 선보였다. 제품라인에는 저GI쿠키, 견과곡물스틱 등 27개 제품이 포함됐다. 출시 3개월이 256.73%에 달했으며 2020년 기준 1.08억 위안의 매출을 달성했다.

2021년 6월, 량핀푸즈(良品铺子) 또한 "000공기케이크"를 출시했다."000"은 "밀가루 무첨가, 유지 무첨가, 자당 가루 대신 메밀가루, 귀리가루 등 잡곡가루를 사용해 식용유지를 첨가하지 않고 저당 대신 푸코오스, 에리스리톨 케이크 열량의 50%를 줄였다. 또한 계란 흰자 등 고단백 원료를 50% 더 첨가하고, 이눌린 등 프리바이오틱스가 6g/100g에 달한다.

이 뿐만 아니다. 중국의 신규 건강 간식 브랜드인 스엔쓰(食验室)가 "오일프리 프라이밍 기술"을 개발하여 참치어묵을 개발했다. 어육간식은 고단백질, 저열량을 강점으로 식사를 대신할 수 있는 제품을 원하는 소비자에게 선호를 받

신규 간식 브랜드인 샤오링유(小伶鼬) 역시 2020년 11월에 닭고기 칩을 출시했다. 저지방·저칼로리·고단백질의 내 중국 온라인 동류 제품 TOP1 자리를 잡았고, 월매출량이 2.5만개를 넘었다.

중국 대표 주식 대체 간식

구별	브랜드	간식 종류	이미지	
1	량핀푸즈 (良品铺子)	저GI과자		3

				
2	량핀푸즈 (良品铺子)	견과곡물스틱		
3	량핀푸즈 (良品铺子)	000공기케이크		
4	스엔쓰 (食验室)	어육간식		99
5	샤오링유 (小伶鼬)	닭고기간식		39.8

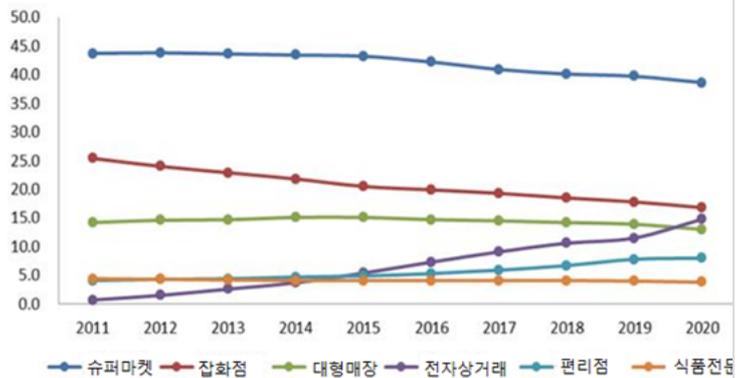
해외투자
무역자료실
열린마당
빅데이터

자료: KOTRA 청다오무역관 정리

온라인 유통판매 활발

중국 인터넷 산업이 빠르게 발전함에 따라 중국 전자상거래 시장 및 소비자 구매패턴도 나날이 성숙해지고 있다. 업종이 전자상거래 영역에 진출하면서 시장규모를 견인하고 있다. 2011년 0.7%에 불과했던 간식의 온라인 매출이 14.8%로 높아진 데 비해 슈퍼마켓, 잡화점 등은 판매가 하락했다.

중국 간식시장 TOP10 시장점유율 변동상황



자료: Euromonitor, 뷔하이 증권(渤海证券)

시사점

① 신선도 유지가 관건

이즈(亿滋)회사 조사에 따르면 중국 소비자의 83%는 간식을 구매할 시 건강, 영양소 등을 고려한다고 답했다. 가장 중요하게 여기는 요소 중 하나가 바로 간식의 신선함이기 때문에 새로운 기술을 도입시켜 간식의 신선도를

주요 포인트가 될 것이다.

② 타겟에 맞는 맞춤형 마케팅 추진

다이어트, 항설당 등 여성들의 구체적인 수요에 따라 건강한 식사대용 간식이 급성장할 것이다. 특정인의 독특한 취, 온오프라인 마케팅 진행할 필요가 있다.

③ 신규 영양소 첨가, 기능을 부각한 마케팅 추진

산동성 간식업체 판매 담당자에 따르면, 2세대 부상과 소비자들이 건강관리에 대한 관심이 높아지면서 간식의 기아지고 있다. 맛과 더불어 기능도 추가해야 한다. 예를 들어 프리바이오틱스, 프로바이오틱, 식이섬유 혹은 단백질 장점을 부각시키는 마케팅을 펼쳐야 한다. 신세대들은 맛뿐만 아니라 영양소에 민감하기 때문에 타겟팅한 소비자 등을 키워드로 하여 그에 맞는 효능, 영양소를 부각시키는 마케팅을 진행하고 그에 맞는 제품을 개발해야 시장이 것이다.

자료: Sina, Euromonitor, 뷔하이 증권(渤海証券), 중상(中商)산업연구원 및 KOTRA 칭다오무역관 자료 종합

해외투자

무역자료실

열린마당

빅데이터

< 저작권자 © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 >



KOTRA의 저작물인 (중국 간식시장 동향)의 경우 '공공누리 제4 유형: 이용금지+변경금지' 조건에 따라 이용할 수 있습니다. 다만, 사진, 이미지는 원저작자 또는 권리자에게 저작권이 있으므로 사용할 수 없습니다.

추천(0)

스크랩

이전글 안면인식기술 논란에도 미국 연방기관은 도입 확대한다

다음글 중국 스마트양로산업 환경분석 및 동향

이 뉴스를 본 사람들이 많이 본 다른 뉴스

번호	제목	국가
1	'란런경제(懶人经济: 게으름뱅이 경제)' 3.0 시대에 접어든 중국	중국
2	중국 스마트양로산업 환경분석 및 동향	중국
3	비건 열풍 캐나다, 건강 스낵바 시장 성장세	캐나다
4	인도네시아는 지금 한국 웹툰 전성시대	인도네시아
5	2021년 영국 농식품 산업	영국

댓글 (0) 로그인 후 의견을 남겨주세요.

Empty comment input box

해외투자

무역자료실

열린마당

빅데이터