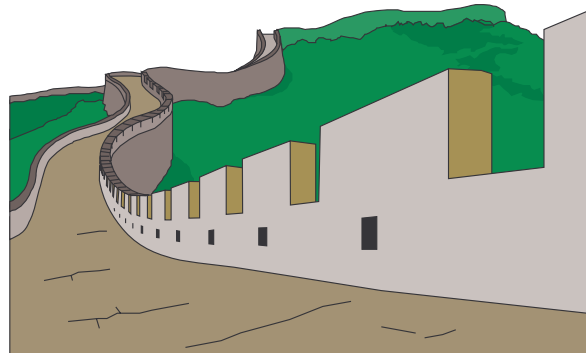


중국의 맥주산업

기획조사팀



경제 글로벌화에 의해 세계 맥주시장에 큰 변화가 일어나면서 각 국가간의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 여러 나라(특히 중국, 러시아와 독일)에서 다국적 맥주업체를 쉽게 찾아볼 수 있고 또한 규모가 큰 맥주 업체들간의 연맹결성이 추세가 되고 있다.

맥주 생산업체들은 외국 맥주시장의 발전상황을 각별히 지켜보고 있으며 특히 러시아, 중국, 아시아·태평양지역과 남아프리카 시장에 대해 큰 관심을 가지고 있다.

특히 중국은 맥주소비자가 매년 큰폭으로 증가하여 세계 최대의 맥주소비국가로 부상되고 있는 상황이다.

중국 맥주산업 현황

1980년대 말부터 90년대 중반까지 중국맥주산업은 비약적 발전을 이루었다. 현재 중국 주류산업에 있어 맥주산업이 가장 큰 규모를 차지하고 있다.

중국 맥주산업은 다양한 브랜드와 등급이 공존하며, 대다수의 맥주업체들이 아직까지도 해당지역 내 시장 점유율을 통해 이익을 창출하고 있는 것으로 나타나고 있으나 향후 경제가 발전할수록 중국 맥주시장은 한층 더 확대될 가능성이 높다.

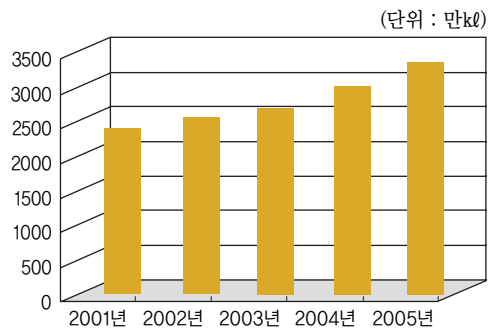
국민의 생활수준이 향상되면서 고급 맥주에 대한 수요가 점차 많아지고 있다. 맛에 있어 특징이 없고 가격이 적당한 중급 맥주는 더 이상 고소득층의 소비 수요를 만족시킬 수 없게 되었으며 맥주에 대한 소비자들의 요구가 높아짐에 따라 맥주가격도 자연스럽게 인상되었다.

최근들어 대다수 규모를 갖춘 중국맥주업체들은 고급 맥주시장 진입을 통해 이익을 창출하려고 하고 있으며 이에따라 맥주가격은 신제품 개발시 주요쟁점이 되었다.

중국주류공업협회 통계에 따르면 현재 중국에는 530여 개 맥주업체가 있으며 맥주 총 생산량이 3,000만 킬로리터에 달한다. 생산과잉으로 인해 많은 맥주들이 버려지고 있다. 중국 맥주시장에서 기술함량이 낮고 저렴한 묽음 맥주(맥주 10병을 한 묽음으로 파는 경우)의 비중이 가장 크다.

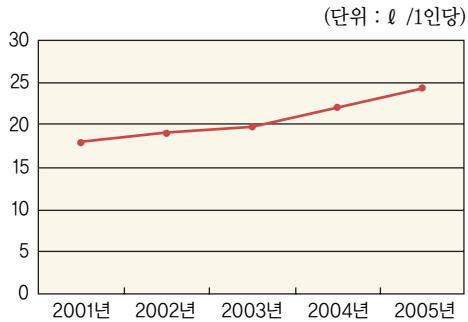
많은 업체들이 질보다 양에만 중점을 두었기 때문에 제품의 기술함량이 매우 낮으며 새로운 제품이 적다. 그리고 생산작업에 필요한 자원을(물, 전기, 가스 등) 많이 소모시킨 결과를 가져왔다.

〈중국의 맥주 생산량 현황〉

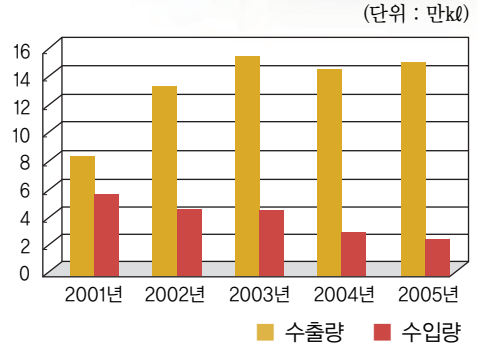




〈중국의 1인당 맥주 소비량〉



〈중국의 맥주 수출입 현황〉



2001~2005년 사이 중국 맥주 산업이 지속적으로 발전을 이루었다. 맥주 생산량, 주요 경제 지표, 각종 에너지 소모 비율 및 기술부분에서 많은 발전을 거두었다.

2005년 중국내 20만 KL 이상의 맥주업체의 총생산량은 2299.02만KL로 전국 총 생산량(3061.56만 KL)의 75.09%에 달하였다. 지역별 주요맥주업체는 다음과 같다

지역	회사명	생산량(kl)	지역	회사명	생산량(kl)
산둥성	칭다오맥주그룹유한회사	4,090,386	하남성	허난위애싼맥주주식유한회사	291,460
베이징	화룬쉬애화맥주유한회사	3,951,236	하남성	허난웨이쉬애맥주유한회사	281,000
베이징	베이징연징맥주그룹회사	3,115,570	산둥성	산둥인마이맥주유한회사	268,268
하남성	허난진싱맥주그룹회사	1,577,521	신강자치구	신장맥주산업회사	260,649
중경시	충칭맥주유한회사	1,435,909	호북성	바이웨이국제맥주유한회사	259,990
흑룡강	하얼빈맥주유한회사	1,411,900	감숙성	란저우황허기업그룹회사	250,528
광둥성	광저우주장맥주그룹회사	1,212,126	절강성	닝보위잉빙맥주양조유한회사	246,526
북건성	푸재쉬애진맥주유한회사	838,471	절강성	저장쓰팡맥주유한회사	244,018
상하이	산더리맥주투자유한회사	562,962	산둥성	앤타이맥주차오르유한회사	239,536
광둥성	선전진웨이맥주유한회사	523,474	길림성	쓰핑진쓰바이맥주유한회사	229,776
절강성	진쓰맥주그룹유한회사	507,901	절강성	향저우시후맥주유한회사	224,980
호북성	후베이진롱첸맥주그룹회사	427,809	하남성	허난아오커맥주유한회사	212,706
강소성	지양수따푸하오맥주그룹회사	325,500			

외자유치가 중국 맥주산업에 미친 영향

■ 선진 기술, 설비와 관리시스템 도입

세계적으로 10위권에 있는 맥주그룹들이 각기 다른 형식으로 중국시장에 진출했다. 이들은 선진적 맥주제조기술을 가지고 있으며 자금을 투입하면서 해외의 일부 선진적 기계, 설비 및 선진 기업의 관리 경험과 시장마케팅 개념을 도입하여 중국 맥주산업의 전체적 수준을 크게 향상시켰다.

■ 중국 맥주의 국제시장진출 가속화

외자와 국제브랜드의 대량 진입에 따라 중국 맥주시장의 경쟁압력이 심화되었다. 발전을 위해서 중국 맥주업체들은 압력을 동력으로 전환하여 현실과 도전에 직면해야 했다. 중국내 맥주업체들은 합자업체와의 경쟁을 통해서 외국기업의 국제경쟁력을 인식하게 됨에 따라 자신의 부족함을 파악하여 학습과 실천을 통해 자신을 향상시켜 점차 국제경쟁력을 갖춰가고 있다. 중국내 많은 우수 맥주업체들이 국내시장경쟁에 적극적으로 참여하면서도 넓은 국제시장의 진출을 준비하고 있다.

■ 중국 맥주 시장의 경쟁 심화

최근 몇 년 사이 중국 맥주공업의 발전 속도가 소비량 증가속도를 훨씬 넘어 맥주생산량 과잉, 맥주 가격 하락, 적자 기업 증가 등 문제를 초래했다. 전체 업종의 적자규모가 거의 40%에 달한 것으로 나타났다. 그러나 합자기업과 외국브랜드는 풍부한 자금, 좋은 브랜드 이미지, 거액의 광고비 투자, 융통성이 있는 판매방법, 완벽한 마케팅 네트워크 등으로 중국 고가맥주시장을 거의 독차지하고 있다. 게다가 지금은 중저가 맥주시장으로의 진출까지도 준비하고 있으며 이로 인해 많은 중소형 맥주업체들도 생존의 위기에 처하고 있다.

■ 기업의 이익 감소

중국내 많은 기업들이 합자로 인해 이익이 크게 감소되었다. 그 원인은 다음과 같다. 합자 후 자금이 계약대로 공급되지 않거나 낮은 기업관리수준 등 일련의 원인들이 있다. 맹목적 투자는 중국 맥주시장에 혼란한 국면을 가져왔다.

■ 일부 중국 고유브랜드들이 사라졌다

유명한 국제맥주기업들이 풍부한 자금과 브랜드 이미지로 중국 고가맥주시장 독차지하고 있다. 이들이 중국시장에 진출하면서 50-100년 역사를 가지고 있는 현지의 유명한 맥주업체들을 인수했다.

중국의 맥아, 맥주보리, 홉 생산 현황

1) 맥아

중국의 맥아생산에 필요한 원료의 공급원을 살펴 보면 수입 보리로 원료를 만든 맥아는 약 70%로 큰 비중을 차지하고 있으며 중국산 보리를 원료로 생산된 맥아는 약 30%인 것으로 나타났다.

중국의 맥아생산방식의 경우에는 맥주업체 소속 맥아공장과 맥아작업장에서 생산된 맥아는 전체 맥아의 35%로 90만 톤에 가깝고, 구입한 완제품 맥아는 65%로 약 160만 톤이며 그중에 수입산 맥아는 약 120만 톤이다.

맥아 품질을 보면 중국산 보리의 낮은 품질로 인해 중국산 맥아는 중, 저등급에 속하고 품질이 좋은 맥아는 주로 수입 원료로 만들어진 것으로 나타난다.

중국맥아공업의 생산능력은 이미 과잉 상태이다. 그러나 중국맥아 업종간 생산수준에 차이가 있고 생산설비와 원료품질 등 여건이 제한되기 때문에 대부분 중소규모의 맥아공장에서는 우수한 맥아를 생산하기 힘든 상황이다.

1980년대 말부터 90년대 초까지는 3~8만 톤 생산규모의 맥아공장들이 당시의 중국맥주업종의 발전에 큰 공헌을 했지만 대부분 공장들이 맥주공업의 발전과 함께 혁신을 이루지 못했다.

21세기에 들어 중국의 맥주소비형태가 다양화되면서 소맥맥주, 흑맥주, 홍맥주 등 특색이 있는 제품들이 소비자들의 사랑을 받기 시작했지만 차지하는 비중은 매우 작다. 그러나 맥아공급에 있어 아직도 많은 투기성을 갖고 있기 때문에 특종맥아

공급에 있어 아직까지 안전한 생산과 공급경로를 확보하지 못한 상태이다.

2) 맥주보리

중국에서 필요한 맥주보리의 양은 약 270~300만 톤인데 실제 중국내에서 생산할 수 있는 양은 약 120만 톤이다. 생산지역은 감숙성, 신강 위구르 자치구, 흑룡강성, 간소성 등 지역에 분포되어 있다.

감숙성의 보리 재배면적은 147만 묘^{주1)}로 생산량이 약 50만 톤이다. 감숙성 내의 15개 경작기업들에 의해 재배된 면적이 16.3만 묘이며 영창, 민약, 고량, 산단, 옥문, 민근 등 지역에서 재배된 면적이 15만 묘이다.

신강 위구르 자치구의 보리 재배면적은 147만 묘로 생산량이 약 25만 톤이다. 주요 재배지역은 창길주이다. (재배면적 43만 묘) 그 외에 합밀파리곤, 이리, 탐성, 우루무치 교외, 정현, 농2, 농4, 농9 등 지역에서도 재배되고 있다.

흑룡강의 보리 재배면적은 140만 묘로 생산량이 약 35만 톤이다. 주요 재배지역은 흥흥룡, 건삼강, 북안, 구삼, 복천령, 모단강 등 지역이다. 주요 재배품종은 비맥, 간비맥, 간감비이다.

간소성의 보리 재배면적은 260만 묘(사료용 보리를 재배하는 면적도 포함됨)로 생산량이 약 25만 톤이다.

감숙성과 신강 위구르 자치구 지역의 기후특징은 강우량이 적고 일조시간이 길고 일교차가 크다. 이러한 여건 때문에 이 두 지역에서 재배된 보리의 품질이 매우 우수하다.

주1) 면적 단위 1묘 = 99.174 m²

중국은 맥주생산 대국이지만 수입산 맥주용 보리에 대한 의존도가 매우 높다. 2/3정도의 보리가 수입산이다. 연간 수입량은 약 236.8만 톤으로 세계 총 수출량의 70% 차지하고 있다.

현재 중국 산둥성에 95%의 맥주생산기업들이, 복건지역에 70%의 기업들이, 안휘, 호북, 강소지역에 약 60% 이상의 기업들이, 하남, 강서지역의 약 50%의 기업들이, 광둥, 베이징, 하북지역의 80%의 기업들이 수입산 보리를 사용하고 있다. 서북지역과 서남지역에서만 중국산 맥주용 보리를 사용하고 있다.

3) 홉

홉은 맥주제조에서 절대 빠질 수 없는 원료중 하나이며 매우 중요한 역할을 하고 있다.

중국은 세계 3위 홉 생산대국으로서 오랜 시간 발전을 통해 감숙성과 신장 위구르 자치구를 위주로 한 2대 홉 재배지역을 형성시켰다.

2004년 중국 홉 재배면적은 6.28만 묘이며 그중에 감숙성의 홉 재배면적은 3.4만 묘로 생산량이 6,500만 톤이다. 중국내 전체 시장 점유율의 54%로 1위이다. 현재 감숙성 경작그룹에서 재배되고 있는 홉은 1.27만 묘로 감숙성에서 37.35%이상 차지하고 있다. 홉에 선진 기업들의 고수준의 가공을 통해 홉의 가치가 톤당 3,000위안까지 증가되고 재배된 홉은 만 묘 이상이며 묘당 수입이 1919위안에 이르렀다.

2005년 중국 홉 시장은 여전히 수요에 비해 공급이 부족한 상태이며 가격은 계속 올라가 톤당 1.9만 위안 이상으로 인상 되었고 톤당 순 재배 이익이 1만 위안에 이르렀다. 생산량을 6500톤으로 계산할 경우 농업 생산액이 1억 위안을 넘어 재배 순

이익이 약 6500만 위안이고 묘당 순 수입이 1919 위안이다.

감숙성의 홉은 재배면적, 생산량과 품질에 있어 전국 1위이다. 감숙성 하서 회랑지대는 중국 2대 홉 재배지역중에 하나이며 홉 재배와 가공에 관한 경험을 가지고 있으며 많은 기술인재를 양성했고 홉 품종의 도입, 기계화 구입 패턴, 지능화 건조기술 등 부분에서 많은 발전을 거두었다. 신장 위구르 자치구와 가까워 재배지역을 연결시킬 수 있다. 신장 위구르 자치구에 비해 항구에 가깝고 중국 맥주 주 소비지역과도 가까워서 운송 원가가 낮다.

2010년에 중국 홉 생산량은 3,200만 톤에 달할 것으로 전망된다. 100리터당 맥주에 α 산 5그램이 함유되어 있다고 계산할 경우 100리터의 맥주를 생산하는데 필요한 홉은 83그램이다. 그렇다면 중국 연간 필요한 홉의 양은 2만 6560톤이다. 그래서 중국 홉 산업의 시장공간이 매우 크다.

중국 맥주시장 상황

2005년 전체 맥주산업발전상황은 맥주생산량이 지속적으로 증가하고 제품판매수입, 세금과 이익률도 생산량의 증가됨에 따라 대폭 증가했다. 현재로서 산업발전을 방해하는 요소들이 많이 존재하고 있지만 미래의 발전 전망이 매우 밝다.

중국통계청이 발표한 2005년 중국맥주생산량은 3061.56만 킬로리터로 (국유기업과 판매수입이 500만 위안 이상에 달한 비국유 기업을 대상으로 조사한 결과) 전년 대비 10.94%증가 했다.

맥주생산량 10위권에 있는 지역은 2004년과 비슷

하고 광둥성이 절강성을 초월해 2위에 올라섰다. 산둥성의 생산량은 328.45만 킬로리터로 1위를 유지하고 있다. 생산량이 200만 킬로리터에 달한 지역은 광둥성, 절강성, 하남성이고 100만 킬로리터에 달한 지역은 13개 성이 있다. 증가폭이 큰 지역은 티베트, 해남, 감숙성, 산서, 운남, 중경, 서천 등 지역들이다. 안휘성, 길림성, 녕하성은 마이너스 성장을 했다. 전체 지역을 비교한 결과 서남쪽, 남쪽 중부지역의 성장 폭은 각각 20.4%와 16.1%이며 서북과 화북지역에서도 10%씩의 성장을 이루었다. 그러나 화동과 동북지역에서의 증가 폭은 전체 증가율보다 낮다.

기업간의 합병으로 인해 맥주기업수가 점차 줄어들어 2005년에 307군데로 감소되었다. 그러나 맥주생산공장에는 거의 변화가 없는 530여 개다. 이 중에 생산량이 5만 킬로리터에 달한 맥주공장은 증가하고 있는 반면 생산량이 1만 킬로리터 미만의 공장들은 해마다 줄고 있다. 맥주생산량이 증가하면서 기업의 규모도 대체로 커지고 있다. 2005년 맥주업종의 주체도 5만 킬로리터 이상의 기업에서 10만 킬로리터 이상의 기업으로 바뀌었다. 2000년에 전국적으로 5만 킬로리터 이상의 맥주업체는 106군데이며 이 업체들의 생산량은 총 생산량의 78.1%에 달했다. 그러나 2005년 10만 킬로리터 이상의 기업은 44군데이며 이 업체들의 생산량은 전체 생산량의 80%이상을 차지하고 있다.

2005년 청도맥주그룹의 생산량이(409.04만 킬로리터) 가장 많았고 2위는 화루언(華潤) 3위는 옌징(燕京)이다. 생산량이 100만 킬로리터에 달한 기업은 위에서 언급한 기업 이외에 4군데(진싱, 충

칭, 하얼빈, 주장) 더 있다. 생산량에 있어 칭도, 화루언, 옌징은 세계 20위권에 들어섰지만 외국의 대형 맥주기업에 비해 소속 생산공장이 많으며 5만 킬로리터 이하의 작은 공장들도 보유하고 있다. 이 부분에 있어 외국기업과 차이가 많이 나고 있다.

맥주 포장 형태에 변화가 발생했다. 비록 전체 병맥주 비율은 변하지 않았지만, 500ml 이상(즉, 640ml) 병맥주 비율은 매년 하락하여 2005년은 전년도 대비 2.7% 포인트 떨어졌다. 500ml 이하 병맥주는 2002년 이후부터 점점 상승하고 있으며 2005년은 전년도 대비 2.0% 포인트 증가했고, 브랜드 전용 병맥주 비율은 매년 상승하고 있다. 캔맥주 역시 어느 정도 증가하였으나, 통맥주는 변하지 않으며, 기타 포장 형태는 조금씩 감소하고 있다.

산업 통계에 따르면, 2005년 맥주 제품 판매 수입은 647.89만 위안으로 전년도 대비 12.64% 증가했으며, 평균 kl당 맥주 판매 수입은 2,031위안으로 전년도 대비 1.5% 증가한 것으로 나타났다.

2005년 맥주 이윤과 세금은 평균 생산량이 증가하면서 모두 증가하여, 이윤 32.44억 위안, 세금 126.35만 위안을 기록했다. kl당 맥주의 세금은 지난해보다 1.27위안 감소하였고, 이윤은 지난해보다 kl당 0.69위안 증가하였다.

중국맥주산업의 전망과 문제점

중국의 맥주생산량과 판매량은 지속적으로 증가할 것이며 농촌지역에서의 수요증가는 산업발전

의 주요 원동력 중에 하나가 될 것으로 예상된다.

2005년 중국맥주 1인당 소비량은 세계평균수준에 가까워졌지만 맥주소비증가율은 GDP 성장률보다 낮다. 국민의 소비수준이 향상됨에 따라 맥주생산량 증가로 이어져 생산량은 매년 5%씩 증가할 것으로 보인다.

넓은 중국 지역에서 해당성과 도시를 넘어 맥주를 판매하는 경우가 많기 때문에 맥주생산량과 성(省)과 시(市) 인구의 비율을 1인당 평균 소비량이 아닌 1인당 점유율이라고 정의한다. 성(省)과 시(市)간의 1인당 점유율을 비교한 결과 연해지역과 중형 도시의 소비량이 가장 많고, 내지 특히 서부 지역의 소비량이 적으며 각 성과 시내일 경우 중소도시보다 농촌의 맥주소비수준은 낮은 것으로 나타났다. 이런 이유 때문에 앞으로 농촌과 서부 지역의 맥주소비시장이 맥주산업발전의 주요 원동력 중에 하나가 될 것이다. 소비수준의 보편적인 향상, 삼농(농촌, 농민, 농업)정책에 대한 국가적 지원 실천, 젊은 소비층의 음주습관의 변화 등의 요소로 인해 맥주생산량과 소비량은 지속적으로 증가할 것이다.

유리병포장은 중국 맥주제품의 주요 포장형식이며 용량이 630~640mL의 녹색병은 병포장중에 절대적인 비중을 차지하고 있다. 그러나 이런 병은 국제시장에서 이미 도태되었고 중국정부에서도 중국내 맥주산업이 국제시장에서 사용되고 있는 병을 사용하는 것을 유도하고 있다. 병맥주의 용량을 500mL이하로 하고 병의 높이를 낮추는 것은 중국 정부측에서 권장하는 규격으로써 결국 640mL의

병포장은 점차 도태될 것으로 예상된다.

2001년도는 10년 동안 맥주가격이 가장 낮은 한해였다. 2002년후부터 맥주가격이 완만하게 증가하고 있으며 이런 상승세는 계속될 것이다. 맥주생산량이 주류의 80%를 차지하고 있지만 포도주와 백주보다 맥주업종의 경제이익이 훨씬 적은 것은 맥주가격이 너무 낮기 때문이다. 업종의 “이익과 세금의 비율”관계를 분석한 결과 맥주업종은 국가를 위해 많은 공헌을 한 동시에 순이익은 매우 낮았다. 그 주요 원인은 역시 낮은 맥주값이다. 맥주업종의 납세기준은 판매수입이 아닌 판매량이다. 따라서 가격인상의 직접 수혜자는 기업자신이 될 수 있다. 맥주가격인상을 통해 기업의 이익을 높일 수 있고 제품의 가치이미지도 드러낼 수 있다. 맥주판매가격을 인상할 수 있는 돌파구는 부가가치가 높은 제품의 비율을 증가시키는 동시에 일반 제품의 가격하락을 방지하는 것으로 보고있다.

중국은 맥주생산량과 판매량에서 세계1위를 차지하고 있고 맥주시장의 전체적 발전추세도 안정적이지만 시장질서는 그리 낙관적이지만은 않다. 각종 형태의 지역보호주의가 계속 등장하여 맥주의 정상적인 유통을 방해했고(부적절한 관리와 소홀한 심사 등의 문제들로 인한 가짜 불량제품들이 계속 생겨 소비자와 생산기업의 이익이 손상됐고) 일부 기업들은 시장을 차지하기 위해 거액의 커미션과 저가 덤핑을 하는 방법을 택하여 시장 질서를 혼란시키고 맥주업종의 발전을 방해했다. 이런 원인들로 인해서 제품, 가격, 유통과정, 광고 마케팅, 판매정책, 시장관리 등에서 여러 문제들이 나타나고 있다.