

중국의 주류시장 동향

기획조사팀

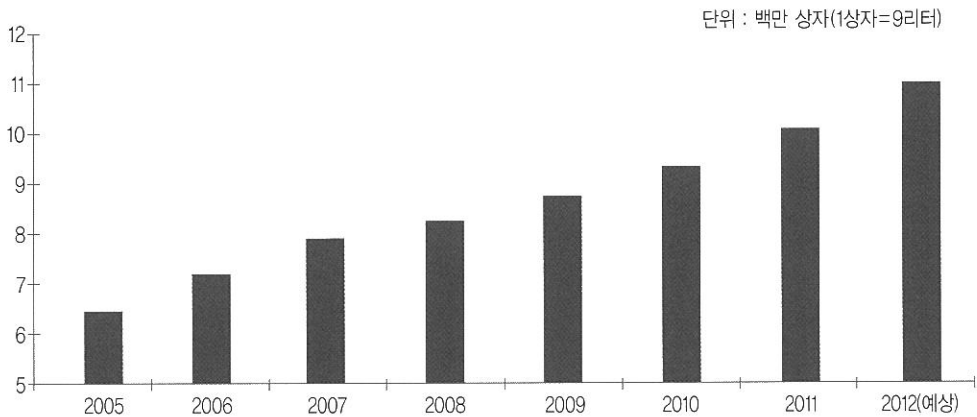


중국에서는 경제성장과 더불어 주류시장도 성장세를 거듭하고 있다. 특히 증류주, 맥주, 와인 등 전 주종에 걸친 소비 증가가 이루어지고 있어 전 세계 주류업체들이 앞다투어 진출하고 있다.

증류주 : 중국 증류주 시장의 경우 백주(바이주)가 소비량의 대부분을 차지하고 있다. 2011년 중국에서는 4억 7,400만 헥토리터가 소비되었으며, 이중 98%인 4억 6,300만 헥토리터가 백주였다. 중국 백주 소비량은 지난 5년간 지속적으로 증가하였으며, 2011년에는 전년대비 3.6% 증가하였다. 이에 세계 주요 증류주업체들은 중국 백주산업에 투자를 하고 있다.

그 예로 글로벌 주류업체인 디아지오(Diageo)는 고급 백주제품인 수정방(Shui Jing Fang)을 Sichuan Chengdu Quanxing 그룹으로부터 인수를 추진해왔으며, 기존 수정방의 지분 49%를 보유해오다 2011년 6월 4%를 추가 인수함으로써 경영권을 확보하게 되었다.

중국 증류주 시장규모 (백주 제외)

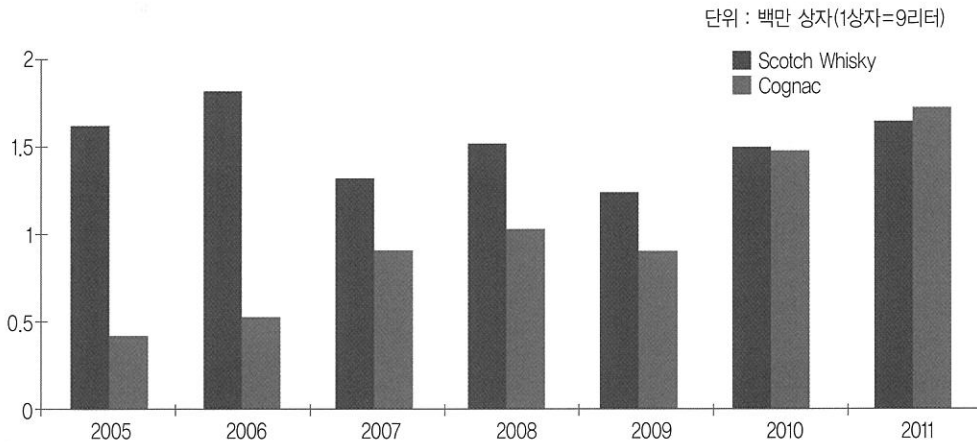


디아지오는 수정방의 해외 진출에도 적극적이다. 디아지오는 2012년 7월 수정방을 영국에 출시하였으며, 일본 출시를 준비중인 것으로 알려졌다. 총 수정방 판매중 수출이 차지하는 비중은 10% 수준이다.

프랑스의 글로벌 명품, 패션, 주류 종합기업인 루이비통-모에헤네시(LVMH) 역시 백주시장 진출에 적극적이다. LVMH는 2007년 Sichuan Jiannanchun 그룹으로부터 원준(Wenjun) 백주의 지분 55%를 인수하였다. 이후 LVMH는 중국 전통약기를 본뜬 용기 디자인 변경과 대대적인 마케팅을 통해 고급 백주시장에서의 입지를 다지고 있다.

이와 같은 백주의 강세속에서 수입 코냑과 스카치위스키 역시 판매가 증가하고 있다. 두 주종이 전체 증류주 시장에서 차지하는 비중은 1%에도 미치지 못하고 있지만, 중국의 인구수와 주류산업의 잠재력을 고려했을 때는 큰 의미가 있다.

중국 스카치위스키 및 코냑 수입량 비교



중국은 세계에서 3번째로 큰 코냑 시장으로 최근 들어 높은 소비증가율을 기록하고 있다. 2005년부터 2011년 사이 중국의 코냑소비는 4배 가량 증가했다. 2011년 중국의 코냑 소비량은 176만 상자(1상자=9리터)이며, 이는 전년대비 21% 증가한 양이다. 스카치위스키의 경우 171만 상자로 전년 대비 12% 증가하였다. 기존 중국에서는 스카치위스키 소비가 코냑에 비해 많았으나 2011년에 들어 처음으로 코냑이 스카치위스키를 추월하는데 성공했다.

중국에서 코냑의 인기 증가는 중국내 고급제품 선호 경향에 의한 것으로 향후 코냑과 스카치위스키 모두 수요가 증가할 것으로 전망되고 있으며 특히 그동안 베이징, 상하이, 광저우 지방에만 집중되어 있던 코냑, 스카치위스키 소비가 지방 도시까지 확대될 것으로 기대되고 있다.

보드카의 경우 중국에서 위스키나, 코냑처럼 큰 호응을 얻지 못하고 있다. 그러나 보드카가 중국의 백주와 같은 White Spirits이기 때문에 점차 고급 보드카에 대한 중국인들의 수요가 늘어날 것으로 업계에서는 기대하고 있다.

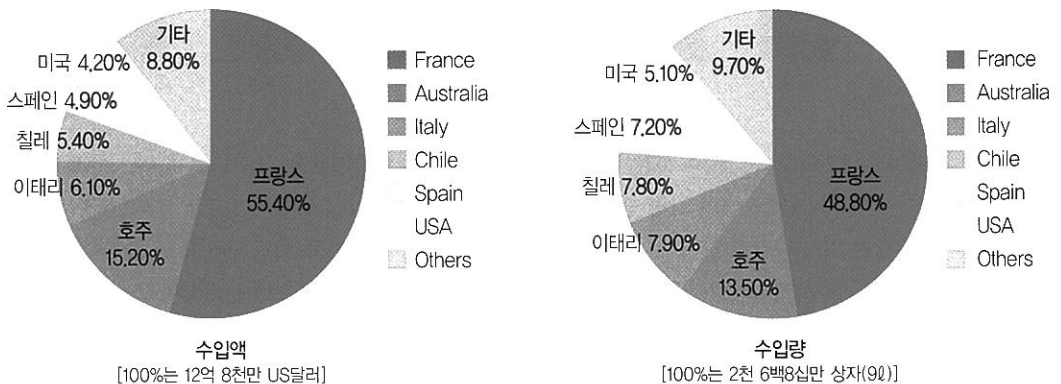
와인 : 중국내 와인시장은 그 어떤 주종보다 더욱 주목을 받고 있으며, 가장 높은 성장 가능성을 가지고 있다. 중국은 세계에서 가장 높은 와인 소비증가율을 보이고 있는 국가로 2011년 1억 8,890만 상자(1상자=9리터)의 와인이 소비되었다. 이는 전년에 비해 7% 증가한 양이다. 이중 수입와인(병제품)은 2,680만 상자이다.

중국에서는 프랑스산 와인이 가장 많이 수입되고 있다. 2011년 수입된 2,680만 상자 중 48.8%가 프랑스산이었으며 호주, 스페인, 이탈리아, 칠레 순으로 많은 와인이 수입되었다. 수입액의 경우, 2011년 와인 수입액은 총 12억 8,000만 US달러며, 이중 55%를 프랑스산이 차지했다. 스페인산 와인의 프랑스 수출 역시 눈에 띄게 늘고 있다. 2011년 820만 상자가 수입되며, 전년 대비 55.9% 증가하였다.

중국의 와인소비량은 2015년까지 15% 대의 증가가 예상되고 있으며, 수입산 와인의 강세가 전망되고 있다. 중국내 와인소비중 수입산 와인의 비중은 현재 14%에서 2015년 29%까지 늘어날 것으로 예상되며, 프랑스산과 호주산 와인이 주도할 것으로 보인다.

이와 같은 중국내 수입와인 열풍에는 중국 정부정책 변화가 영향을 미쳤다. 중국 정부는 와인수입 규제를 완화하였고, 와인수입 면허를 손쉽게 발급받을 수 있게 되었다. 그 결과 중국내 와인수입업체는 몇 년 사이에 1,000개에서 20,000개 까지 늘어났다.

중국 국가별 와인수입 비중 (병와인)



한편 중국내 자국산 와인 역시 고급화를 추구하고 있다. 중국산 와인과 수입와인의 가격 차이는 평균적으로 5달러 수준이었으나 최근에는 그 격차가 줄어들고 있다.

맥주 : 중국은 세계 최대 맥주 소비국이며, 맥주는 중국에서 가장 많이 소비되는 술이다. 2011년 중국에서는 4억 8,990만 헥토리터의 맥주가 소비되었다(전년 대비 9% 증가).

중국 맥주시장의 성장과 더불어 글로벌 맥주사들은 중국 현지업체들과의 합작을 통해 중국에 진출하고 있다. 중국내 판매량 1위 맥주이자 세계에서 가장 많이 팔리는 맥주중 하나인 '설화(Snow)'는 중국의 화륜기업과 글로벌 맥주업체인 SAB밀러가 1994년 합작투자한 화륜설화(China Resources)에서 생산하고 있다. 화륜설화는 2011년 1억 240만 헥토리터의 맥주를 판매했다.

화륜설화는 중국내에서 스노우 맥주 이외에 SAB밀러의 대표 제품들도 판매하고 있으며, 중국 동북지역과 사천성 등 지방에서 큰 인기를 얻고 있다.

중국내 맥주업체 2위는 칭타오맥주사로 2011년 7,150만 헥토리터의 맥주를 판매했다. 칭타오는 올해 6월 일본의 산토리사와 상하이와 장쑤 지방의 맥주 생산 및 유통에 대한 공동투자 계약 2건을 체결한바 있다.

3위는 '버드와이지'로 유명한 AB인베브(Anheuser-Busch Inbev)로 5,600만 헥토리터가 판매되었다. AB인베브는 버드와이지가 프리미엄 수입맥주로 인식되며 좋은 성과를 거두고 있으며, 또 다른 대표 제품인 '스텔라 아르투아(Stella Artois)'의 마케팅에도 집중하고 있다. 한편 AB인베브는 칭타오맥주의 일정 지분을 보유하고 있기도 하다.

4위는 옌징맥주로 5,410만 헥토리터가 판매되었다. 옌징맥주는 주로 베이징에서 많이 소비되고 있다. 옌징 맥주는 베이징 맥주시장 점유율 90%가량을 차지하고 있다. 옌징은 사업확장을 위해 올해 초 중국의 Kingway맥주사 인수를 타진했으나 무산된바 있다.

그 외 글로벌 부류업체인 덴마크의 칼스버그맥주사 역시 중국내 사업강화를 모색중으로 최근 'Carlsberg Chill' 과 'Carlsberg Light' 를 출시한바 있다.

한편 중국내 상위 4개 맥주사가 중국맥주시장에서 차지하는 비중은 58%에 이르고 있다. 이는 지난 2005년의 45%에 비해 13% 증가한 수치이다.

중국 상위 4개 맥주사

단위 : 백만 헥토리터

순위	제조사	판매량			증감(%)	시장점유율		
		2005	2010	2011	10-11	2005	2010	2011
1	화륜설화社	39.5	92.8	102.4	18.6%	12.8%	20.6%	20.9%
2	칭타오맥주社	40.8	63.5	71.5	9.3%	13.2%	14.1%	14.6%
3	AB인베브社	27.6	51.8	56.0	13.4%	8.9%	11.5%	11.4%
4	옌징맥주社	31.2	50.3	54.1	10.0%	10.1%	11.2%	11.0%
상위 4개 제품 소개		139.1	258.4	283.9	13.2%	45.0%	57.5%	58.0%

〈출처〉 'Impact' 지 2012년 8월호