



차이나

CHINA Market Report

마켓 리포트



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672/3

이메일 : beijingk@kita.net

중국 주류 시장동향 및 시사점

목차

1. 주류 시장 규모 및 온라인 판매 현황
2. 주류 생산 현황 및 주류 산업 지원정책
3. 주류 수입 동향
4. 시사점

요약

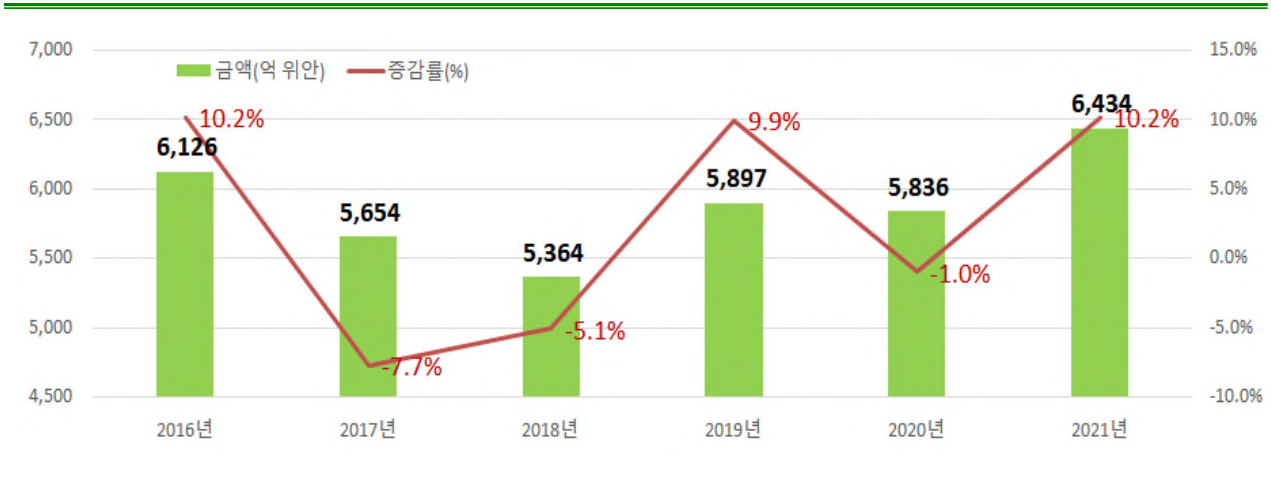
- 중국의 주류 시장규모는 코로나19의 영향으로 2020년 감소세를 보였으나 2021년 다시 성장세로 돌아섬. 2021년 중국의 맥주 시장은 6,434억 위안(약 122조원)으로 전년 대비 10.2% 성장하였고, 이어서 맥주 시장이 1,794억 위안(약 34조원)으로 전년 대비 22.2% 성장
- 2021년 주류 수입량은 59.2% 증가한 194만 킬로리터, 수입액은 32.0% 증가한 55억 달러이며, 증류주 수입량과 수입액이 역대 최고치로 와인을 제치고 최대 수입 주종으로 부상. 코로나19의 영향으로 올해 1~3월 주류 수입량은 전년 동기대비 61% 감소한 21만 킬로리터, 수입액은 24% 감소한 9.2억 달러로 집계됨
- 소비 업그레이드 추세에 따라 주류 소비는 문화, 맛, 건강, 체험 등 요소가 점차 주목 받을 전망. 90허우, 00허우와 같은 젊은층이 새로운 소비군으로 떠오르면서 이를 겨냥하여 수입 양주, 과일 맛을 첨가한 저도주, 무알콜주, 과일주 등이 지속적으로 유망할 것으로 보이며 소비자에게 새로운 주류문화 체험을 제공하는 마케팅으로 중국 시장에 접근하는 전략이 필요

1. 주류 시장 규모 및 온라인 판매 현황

■ 중국의 주류 시장규모는 코로나19로 2020년 감소세를 보였으나 2021년 다시 성장세로 돌아섬

- (백주, 白酒)¹⁾ 2021년 백주 시장규모는 6,434억 위안(약 122조원)으로 전년 대비 10.2% 성장, 2025년 9,500억 위안(약 180조원)으로 성장 전망이며 선도 브랜드²⁾의 시장점유율 편중현상이 심화되는 추세임

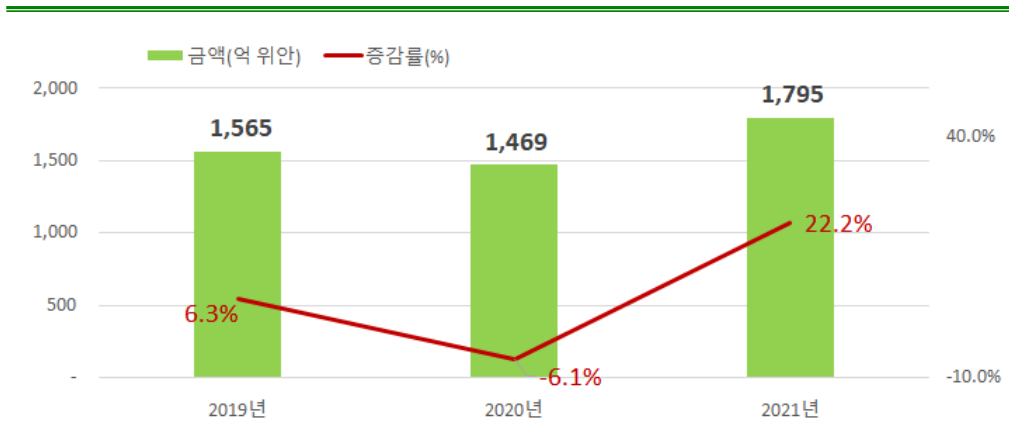
2016~2021년 중국 백주 시장규모 추이



자료 : 아이메이리서치(艾媒咨询)

- (맥주) 2021년 맥주 시장규모는 1,794억 위안(약 34조원)으로 전년 대비 22.2% 성장, 2025년 2,400억 위안(약 45조원)으로 성장 전망

2019~2021년 중국 맥주 시장규모 추이

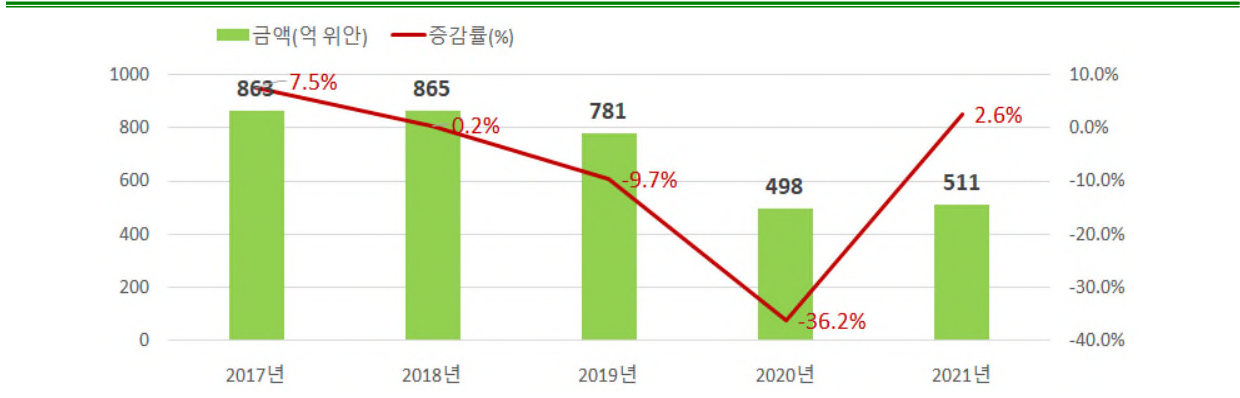


자료 : 즈옌컨설팅(智研咨询)

1) 백주란 곡식을 주요 원료로 대곡(大曲), 소곡(小曲), 누룩, 효소제, 효모 등을 당화발효제로 하며 증자(蒸煮), 당화, 발효, 증류, 숙성, 구조(勾调)를 거쳐 만든 증류주임
 2) 백주 분야 상위 5대 상장기업은 구이저우마오타이(贵州茅台), 우량예(五粮液), 양허주식(洋河股份), 루저우라오자오(泸州老窖), 산시편주(山西汾酒)로 2021년 매출은 각각 1,061억 위안, 662억 위안, 253억 위안, 206억 위안, 200억 위안임

- (와인) 2021년 와인 시장규모는 511억 위안(약 9.7조원)으로 전년 대비 2.6% 성장

2017~2021년 중국 와인 시장규모 추이



자료 : 중상정보망(中商情报网)

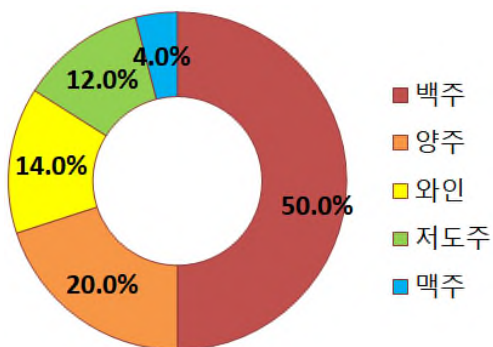
- (노주, 露酒)³⁾ 전체 주류 소비의 3% 미만으로 선도기업이 전체의 1/3 시장을 차지하며 1,000~2,000위안 (약 19~38만원)에 달하는 고가 제품도 출시됨

백주	맥주	과일주	노주
곡식을 주요 원료로 당화-발효-증류-숙성 등 과정을 거쳐 만든 증류주	보리를 가공한 맥아를 발효시키고 이를 주재료로 향신료인 홉을 첨가하여 맛을 낸 주류	과일을 재료로 한 술로, 과일이나 과즙을 발효하여 만든 술	발효주, 증류주 혹은 식용 주정에 식용 동식물 또는 식품첨가제를 추가하여 가공한 음료주

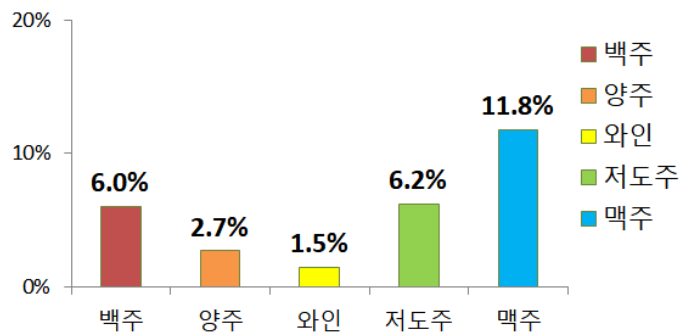
- 2021년 2분기 ~ 2022년 1분기 중 티몰, 타오바오, 징둥, 쉰링, JIUXIAN(酒仙网) 등 주요 온라인 플랫폼 주류 판매 비중은 백주가 50%, 양주가 20%, 와인이 14% 등을 차지

- 온라인 판매액 평균 증가율은 맥주가 11.8%로 가장 높았고 저도주가 6.2%로 2위를 차지

<주류 온라인 판매액 비중>



<주류 온라인 판매액 평균 증가율>

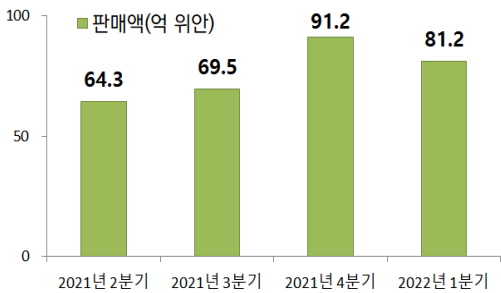


자료 : 뷔샤오통(博晓通)빅데이터플랫폼, www.bxttdta.com

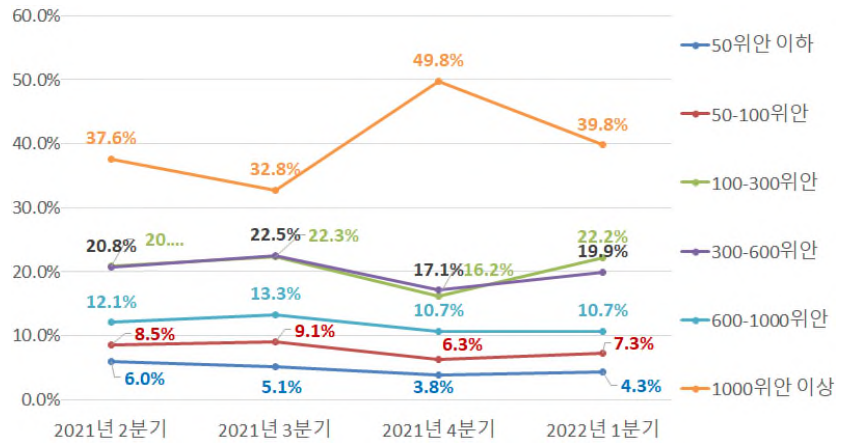
3) 노주는 발효주, 증류주 혹은 식용 주정에 식용 동식물, 식품첨가제를 추가하여 가공한 음료주임. 오골계술, 삼편주(三鞭酒), 아교주, 개미주, 구기자주, 매실주 등 포함, 중예청주(竹叶青酒), 원린청주(园林青酒), 진주(劲酒), 닝샤홍(宁夏红) 등이 유명함

- **(백주)** 지난 1년간 백주의 온라인 판매액이 300억 위안(한화 약 5.6조 원)을 돌파하였으며, '술은 적게 마시고, 좋은 술을 마시자!(少喝酒, 喝好酒!)'는 마케팅이 인기를 끌면서 고가 제품이 인기임
- 1,000위안(약 19만원) 이상 가격대의 제품 판매 비중이 2021년 2분기 37.6%에서 2022년 1분기 39.8%로, 100~300위안(약 2~6만원) 가격대의 제품 판매 비중은 2021년 2분기 20.9%에서 2022년 1분기 22.2%로 상승함

〈백주 온라인 판매액 추이〉



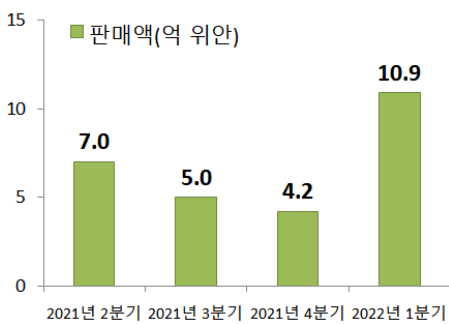
〈백주 온라인 판매 비중 추이〉



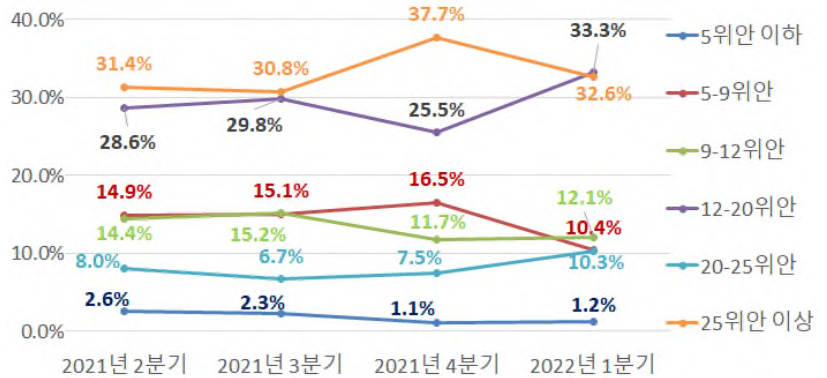
자료 : 뷔샤오통(博晓通)빅데이터플랫폼, www.bxttdta.com

- **(맥주)** 소비 수준 향상과 생산원가 상승 등의 요인으로 증가 및 고가 맥주 비중이 높아지면서 12~20위안(약 2천~3천 원), 25위안(약 4,700원) 이상 가격대 제품 판매 비중이 각각 30% 이상을 차지

〈맥주 온라인 판매액 추이〉



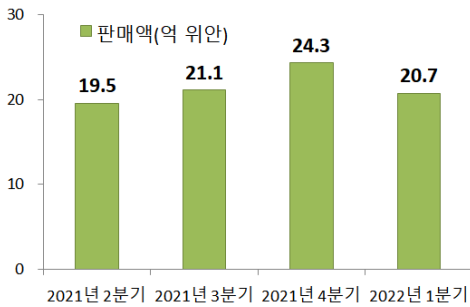
〈맥주 온라인 판매 비중 추이〉



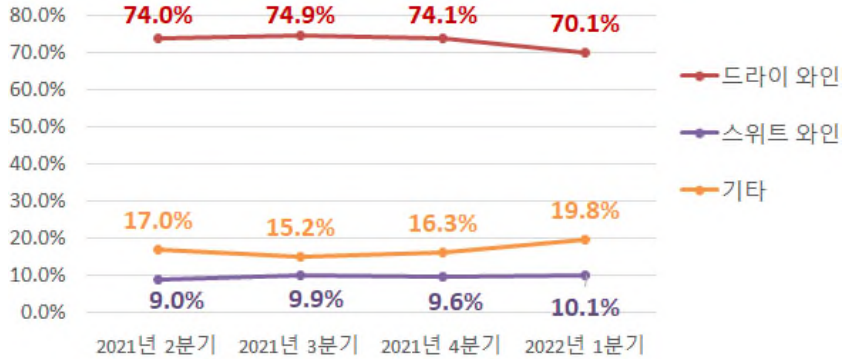
자료 : 뷔샤오통(博晓通)빅데이터플랫폼, www.bxttdta.com

- (와인) 드라이 와인 판매 비중은 2021년 2분기 74.0%에서 2022년 1분기 70.1%로 감소, 스위트 와인 판매 비중은 2021년 2분기 9.0%에서 2022년 1분기 10.1%로 상승

〈와인 온라인 판매액 추이〉



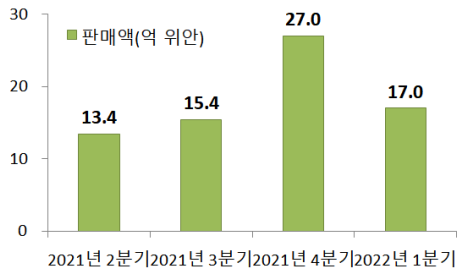
〈와인 온라인 판매 비중 추이〉



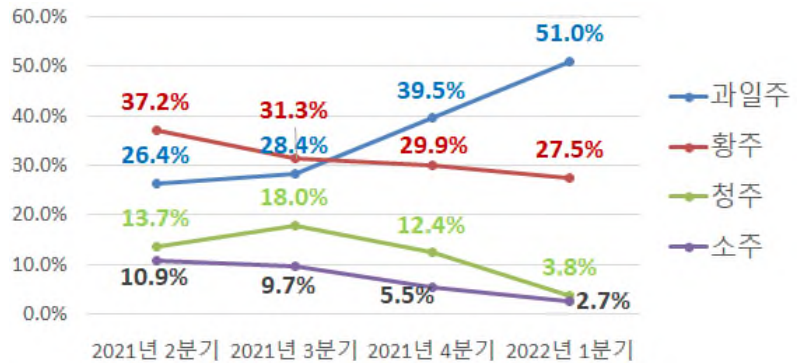
자료 : 뷁샤오통(博晓通)빅데이터플랫폼, www.bxttdta.com

- (저도주, 低度酒⁴) 과일주 판매 비중이 2021년 2분기 26.4%에서 2022년 1분기 51.0%로 상승하였고, 황주, 청주, 소주 모두 하락세를 보이고 있음

〈저도주 온라인 판매액 추이〉



〈저도주 온라인 판매 비중 추이〉



자료 : 뷁샤오통(博晓通)빅데이터플랫폼, www.bxttdta.com

- '2021년 주류 소비 동향 보고서'에 따르면 맥주, 백주, 와인의 시장침투율은 각각 89%, 36%, 28%로 1~3위를 차지했고, 젊은층일수록, 가계 소득 수준이 높을수록 양주, RTD⁵, 위스키에 대한 선호도 증가

〈중국 시장에서 성별, 연령, 소득수준에 따른 주류 선호도〉

성별		연령대		소득수준	
남성	백주, 양주, 보건·양생주	18~29세 젊은층	양주, RTD·위스키	중산층 소비자 (가계 월수입 1.2만 위안 이상)	다양한 주종 선호 (양주, RTD·위스키, 매실주를 마시는 비율이 높았음)
여성	와인	40세 이상 중장년층	백주, 황주, 보건·양생주		

자료 : 2021년 주류 소비 동향 보고서(2021酒饮消费洞察报告)

- 주류 소비 가격대를 보면 설문 응답자 중 75%는 300위안(약 5.6만원) 이하, 13%는 400~599위안(약 7.5~11.3만원), 13%는 600위안(약 11.3만원) 이상의 주류를 최근 구입한 것으로 나타남

4) 저도주(低度酒)는 보건주, 청주, 소주, 소다주, 다주(茶酒), 스파클링주, 황주, 과일주 등 포함

5) RTD(Ready-to-drink) : 칵테일 등 섞어 마시는 술을 바로 마실 수 있도록 상품화된 주류 (럼, 보드카, 데킬라 등의 증류주를 베이스로 각종 향과 탄산을 첨가하고 도수를 맞춰 간편하게 마실 수 있는 주류)

- 징둥슈퍼 광군절 양주 소비추세 보고서에 따르면 양주 소비자 중 18~35세가 전체 소비자의 62%에 달했고 지역별로는 청두 소비자가 19%, 베이징 16%, 광저우 9%, 상하이 6%, 선전 5%를 점하는 것으로 나타남
- 90허우⁶⁾, 00허우⁷⁾의 증류주(Spirit)⁸⁾ 소비자층이 커지면서, 향후 양주 시장이 더욱 확대될 것으로 전망
- 맥주 소비는 용량과 가격보다 맛과 포장을 더 중시하는 것으로 나타났으며 화이트비어, 흑맥주, 과일맥주 등의 인기가 점차 상승세임

〈중국 젊은 층 사이에서 최근 인기가 상승하고 있는 주류〉

화이트비어(밀맥주)	흑맥주	과일맥주	수입산 증류주(Spirit)
			
<p>맥주 제조에 흔히 쓰는 재료인 보리의 엿기름을 밀의 엿기름으로 바꾸어 만든 것</p>	<p>맥주의 주재료인 맥아를 볶아 만들어서 검은색 또는 갈색 등 짙은 색을 한 맥주</p>	<p>발효 전후 과정에서 과즙을 넣어 양조하거나 과일 추출물/시럽을 첨가한 맥주</p>	<p>알코올 농도 20% 이상의 설탕을 첨가하지 않은 증류주</p>

6) 90허우(90后) : 1990~1999년 사이 출생자

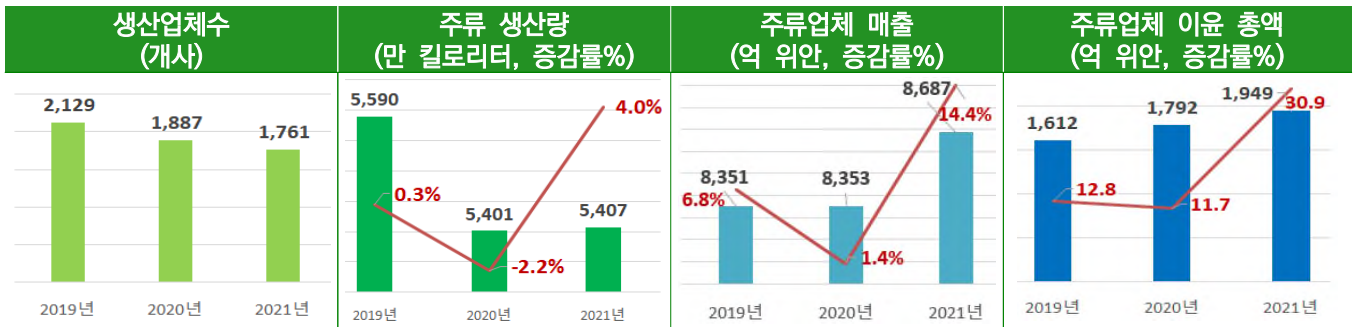
7) 00허우(00后) : 2000~2009년 사이 출생자

8) 증류주(烈酒, Spirits) : 알코올 함량 20% 이상으로 도수가 높고 설탕을 첨가하지 않은 술. 효모가 전분 또는 당 성분과 만나 발효된 액을 증류하여 제조하며, 대표적인 예로 진(Gin), 보드카(Vodka), 럼(Rum), 데킬라(Tequila) 등 짧은 증류과정을 거친 화이트 증류주와, 나무통에서 일정기간 숙성 후 증류하여 색깔이 진한 브랜디(Brandy), 위스키(Whisky) 등이 있음

2. 주류 생산 현황 및 주류 산업 지원정책

- 2021년 주류 생산량은 코로나19 이전인 2019년보다 감소하였지만 주류 생산업체의 매출과 순이익은 모두 역대 최고치를 달성
- 2021년 규모이상(*연매출 2,000만 위안 이상) 주류 생산업체 1,761개사(백주 생산업체 965개사)의 주류 생산량은 전년 대비 4.0% 증가한 5,407만 킬로리터이며, 매출 총액은 14.4% 증가한 8,687억 위안(약 162조원)임

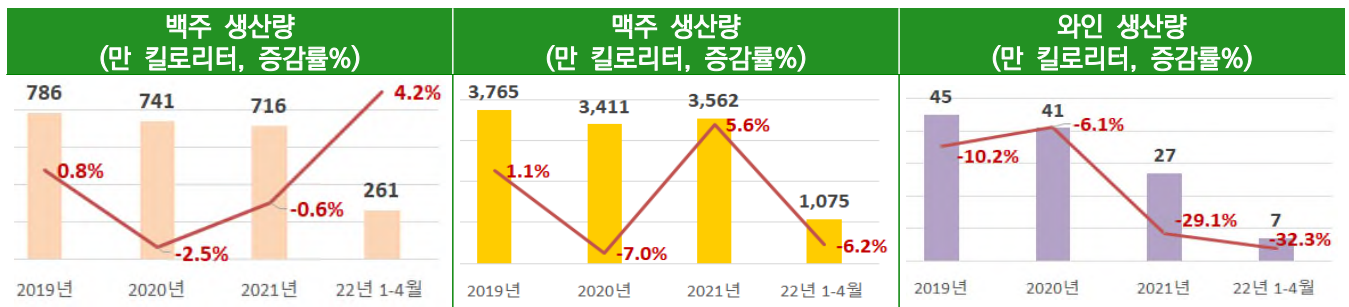
〈2019~2021년 중국 주류 생산 동향〉



자료 : 중국 국가통계국

- 백주, 맥주, 와인 생산량이 전체 주류 생산량의 80% 가까이 차지하고 있고, 최근에는 와인 생산량이 감소세임

〈2019년~2022년 1-4월 중국 백주·맥주·와인 생산량 추이〉



자료 : 중국 국가통계국

- 중국 국내 유명 주류 브랜드로는 백주 브랜드 '마오타이(茅台)', '우량예(五糧液)', 맥주 브랜드 '칭다오(青島啤酒)', '옌징(燕京啤酒)', 와인 브랜드 '창청(长城)', '장위(张裕)' 등이 있음
- 이 중 1951년에 설립된 구이저우 마오타이가 가장 유명하고 현재 36개 자회사를 운영하며 백주, 보건주, 와인 생산 외에 증권, 보험, 은행, 문화관광, 교육, 부동산, 생태농업 등 여러 분야에 종사하고 있으며 임직원은 총 4.3만 명임

〈중국 유명 주류 브랜드〉

NO.	주종	브랜드명	지역	NO.	주종	브랜드명	지역
1	백주	마오타이(茅台)	구이저우	10	맥주	하얼빈맥주 (哈尔滨啤酒)	헤이룽장
2		우량예(五粮液)	쓰촨	11		란다이맥주(蓝带啤酒)	광둥
3		루저우라오자오 (泸州老窖)	쓰촨	12		창청(长城)	허베이
4		양허(洋河)	장쑤	13	와인	장위(张裕)	산둥
5		젠난춘(剑南春)	쓰촨	14		왕차오(王朝)	텐진
6		구징공주(古井贡酒)	안후이	15		상그릴라(香格里拉)	윈난
7		랑주(郎酒)	쓰촨	16		통화(通化)	지린
8	칭다오맥주(青岛啤酒)	산둥	17	웨이룽(威龙)		산둥	
9	엔징맥주(燕京啤酒)	베이징					

자료 : 항저우선처(杭州先略) 주류시장 현황분석 및 업종 전망 예측보고서(酒类市场现状分析及行业前景预测报告)

■ 중국 상무부 및 지방 정부는 주류 생산 및 유통 분야 지원 정책을 발표하며 주류 산업을 육성중임

- 상무부는 2021년 9월 '14차 5개년 계획 주류 유통업 발전 촉진 지도의견(의견수렴고)'에서 판매액 1,000억 위안 규모 업체 1개사, 1,00억 위안 규모 업체 5개사, 50억 위안 규모 10개사 육성 계획을 발표
- 닝샤후이족자치구, 산둥성은 와인산업, 푸젠성, 헤이룽장성은 맥주산업을 집중 육성 추진

〈최근 중국 지역별 주류 산업 발전 정책〉

지역	발표시기	정책명	주요내용
닝샤	2022년 5월	'2022년 닝샤 중점 산업 투자유치 프로젝트 목록\	- 2022년 와인산업에 54억 위안(약 1조원) 투자, 향후 5~20년간 와인 생산기지 규모 100만 무(亩, 1무=667m ²) 건설, 연간 생산량 3억 병, 생산액 1,000억 위안 달성. 2035년까지 와인 생산기지 규모 150만 무(亩, 1무=667m ²)로 확장, 연간 생산량 6억 병, 생산액 2,000억 위안 달성
산둥	2021년 4월	엔타이시 와인산업 발전기금 조성 세칙	- 와인 산업 발전을 위하여 매년 4,000만 위안(약 75억원) 규모의 펀드 조성
광시	2021년 4월	광시 국민경제 및 사회 발전 14차 5개년 계획 및 2035년 전망목표	- 주류, 음료 산업 중점 육성
하이난	2021년 3월	하이난성 국민경제 및 사회 발전 14차 5개년 계획 및 2035년 전망목표	- 야자즙, 주류, 차 등 제조업의 첨단화 추진
푸젠	2020년 2월	2020년 중점 건설 프로젝트 명단	- 2020년 중점 건설 프로젝트에 쉘진(雪津)맥주유한회사의 맥주 생산라인(25만 킬로리터 규모) 확장 사업 포함
헤이룽장	2019년 6월	헤이룽장성 공업 강성 건설 계획 (2019~2025년)	- 과일 맥주, 저알콜 맥주, 무알콜 맥주, 개성 강한 차별화 맥주 개발 추진

출처 : 첸잔산업연구원(前瞻产业研究院)

- 중국 소비자의 해외 위스키에 대한 수요가 증가하면서 해외 증류주 생산업체 및 중국 내 대형 주류업체가 위스키 생산에 본격적으로 뛰어들기 시작
 - 2021년 11월 2일, 세계 최대 프리미엄 주류회사 디아지오(DIAGEO, 帝亚吉欧)는 윈난성 얼위안현(洱源县)에 5억 위안(약 940억원)을 투자한 중국내 첫 번째 '싱글몰트 위스키' 공장 건설을 착공했으며 2023년 완공될 예정임

- 2021년 11월 16일, 프랑스 주류 업체 페르노리카(Pernod Ricard, 保乐力加)가 쓰촨성 어메이산(峨眉山)에 건설한 위스키 공장이 생산을 개시하였으며, 향후 10년간 공장 건설에 10억 위안(약 1,881억원)을 투자할 예정
- 2021년 10월 19일, 유명 칵테일 브랜드 RIO(锐澳)를 출시한 바이룬그룹(百润股份)에서 5억 위안(약 940원)을 투자하여 건설한 쓰촨 청두 라이저우(岷州) 증류주 공장이 생산을 개시
- 2020년 1월 재정부 등 11개 부처는 '국경간 전자상거래 B2C 수입 상품 리스트'에 소비자의 수요가 높은 진, 보드카 등 품목을 포함하면서 중국 소비자의 편리한 구매를 지원

〈국경간 전자상거래 B2C 수입 주류 품목 리스트〉

No.	HS코드	상품명	No.	HS코드	상품명
1	22029100	무알콜 맥주	10	22083000	위스키
2	22030000	맥주	11	22084000	럼과 발효된 사탕수수 제품을 증류하여 얻은 증류주
3	22041000	스파클링 와인	12	22085000	진
4	22042100	소포장 와인	13	22086000	보드카
5	22042900	기타 포장 와인	14	22087000	리큐르류와 코디얼
6	22051000	베르무트와 그 밖에 이와 유사한 와인 (2리터 이하 용기 포장)	15	22089010	기타 데킬라
7	22059000	베르무트와 그 밖에 이와 유사한 와인(기타)	16	22089020	백주
8	22060010	황주	17	22089090	기타 주류
9	22082000	와인으로 얻은 증류주			

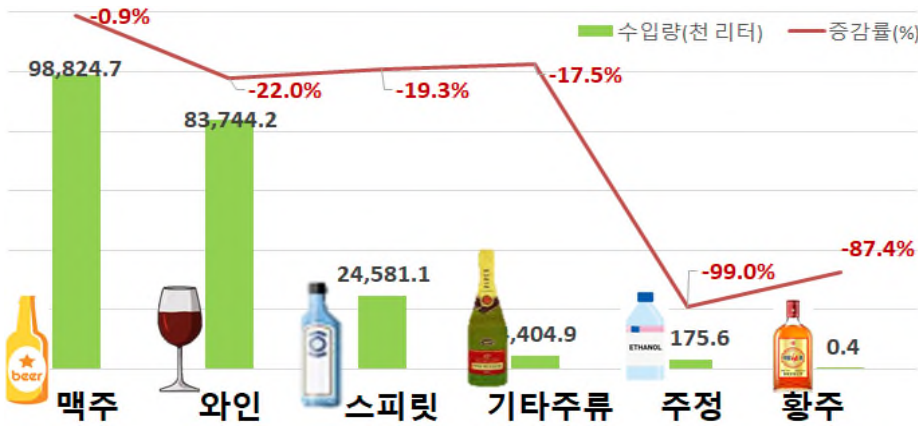
자료 : 국경간 전자상거래 B2C 수입 상품 리스트

3. 주류 수입 동향

■ 중국와인증류주수출입협회(CAWS)에 따르면 코로나19의 영향으로 올해 1~3월 주류 수입량은 전년 동기대 비 61% 감소한 21만 킬로리터, 수입액은 24% 감소한 9.2억 달러임

- 와인 수입량은 2019년 이래 최저치로 2020년 1분기 수입액의 72%, 수입량이 67%에 불과함

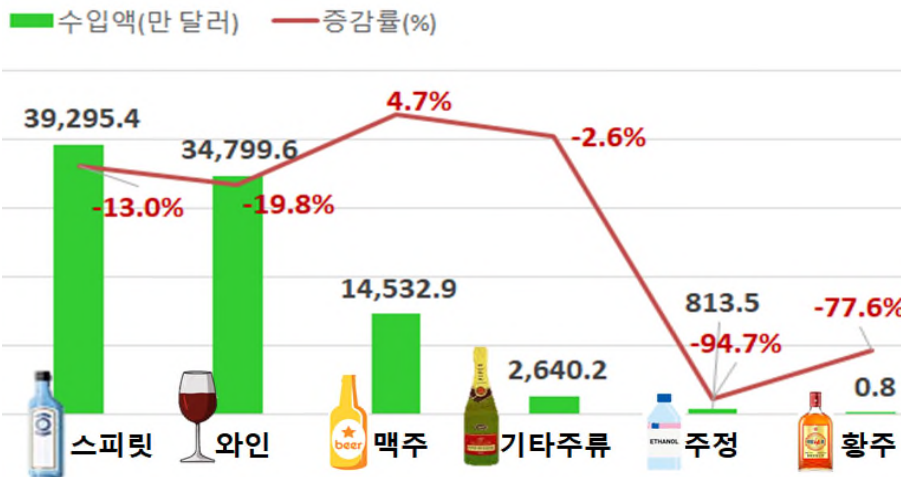
〈2022년 1~3월 중국 주류 수입량〉



품목	수입량(천 리터)	증감률(%)
맥주	98,824.7	△0.9
와인	83,744.2	△22.0
증류주	24,581.1	△19.3
기타주류	4,404.9	△17.5
주정(乙醇)	3,175.6	△99.0
황주	0.4	△87.4
계	214,730.9	△61.3

자료 : 중국와인증류주수출입협회(CAWS)

〈2022년 1~3월 중국 주류 수입액〉



품목	수입액(만 달러)	증감률(%)
증류주	39,295.4	△13.0
와인	34,799.6	△19.8
맥주	14,532.9	△4.7
기타주류	2,640.2	△2.6
주정(乙醇)	813.5	△94.7
황주	0.8	△77.6
계	92,082.4	△23.7

자료 : 중국와인증류주수출입협회(CAWS)

- 10대 수입 대상국은 프랑스, 영국, 칠레, 일본, 스페인, 독일, 이탈리아, 한국, 미국, 네덜란드이며 전체 수입액의 82.4%를 차지. 1위인 프랑스로부터 수입액은 18.3% 감소한 4억 달러로 집계됨

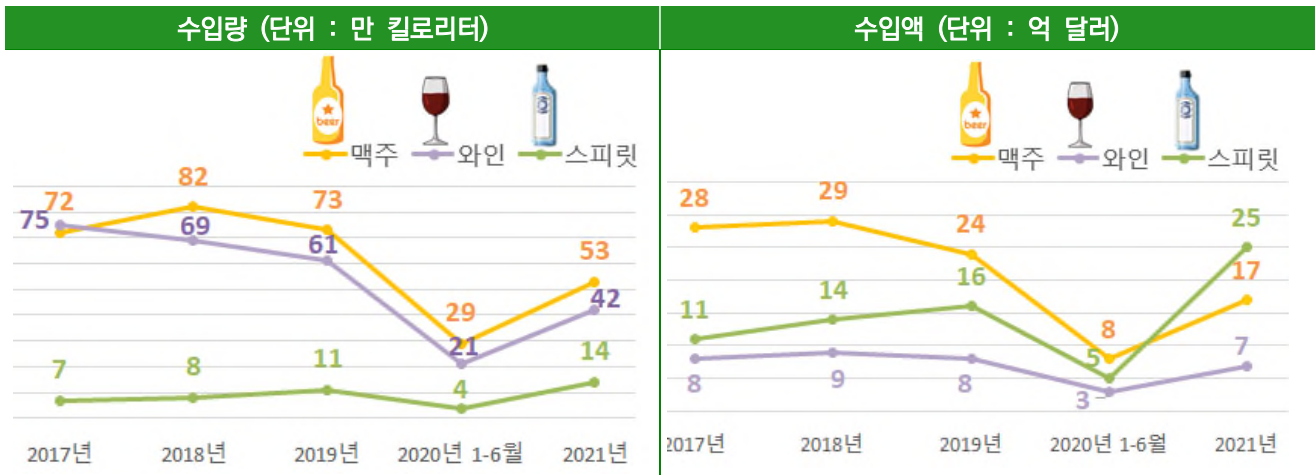
■ 2021년 주류 수입량은 59.2% 증가한 194만 킬로리터, 수입액은 32.0% 증가한 55억 달러임

- 증류주(烈酒, spirits) 수입량과 수입액이 역대 최고치로 와인을 제치고 최대 수입 주종으로 부상. 2021년 수입량은 30.9% 증가한 14만 킬로리터, 수입액은 66.9% 증가한 25억 달러로 수입량과 수입액 비중이 2017년의 4.6%, 24.0%에서 2021년 7.0%, 45.6%로 상승

- 이 중 브랜드 수입량은 0.5만 킬로리터, 수입액은 17억 달러에 달했고, 위스키 수입량은 3만 킬로리터, 수입액은 4.6억 달러로 각각 43.9%, 91.7% 증가함
- 와인 수입량은 1.4% 감소한 42만 킬로리터, 수입액은 7.4% 감소한 17억 달러로 수입량과 수입액 비중이 2017년의 47.4%, 58.9%에서 2021년 21.9%, 30.8%로 절반 축소됨(*호주산 와인은 212% 반덤핑 관세 부과로 수입시장 점유율이 과거 40%에서 4% 이하로 하락)
- 맥주 수입량은 전년 10.1% 감소한 53만 킬로리터, 수입액은 2.3% 증가한 7억 달러로 수입량과 수입액 비중은 각각 27.2%, 13.0%로 나타남

- 2017~2021년 중국의 와인 수입은 저조하고 증류주 수입은 증가세, 맥주 수입은 점차 회복세를 보임
- 2017~2021년 증류주의 수입량과 수입액의 연평균 증가율은 각각 18.5%, 20.7%로 증류주의 수입량은 전체 주류 수입량의 10분의 1에 불과하지만 수입액은 절반에 달함. 최근 5년 간 위스키의 수입량과 수입액은 연평균 12.9%, 31.9%의 증가세를 보임

〈2017~2021년 맥주·와인·증류주 수입 추이〉



자료 : 윈주터우타오(云酒头条), 해관총서, 중국식품도산품수출입상회
 *주 : 코로나19의 영향으로 중국식품도산품수출입상회에서 2020년은 1~6월 통계치만 대외발표함

- 중국산 주류는 주로 도수가 40도 이상으로 센 백주와 도수가 5도 이하로 낮은 맥주 및 저도주로 양분되는 가운데, 10~20도 내외 중간 도수를 지닌 한국산 주류가 니치 마켓으로 자리잡고 있음
- '진로', '좋은데이', '처음처럼' 등 소주와 'CASS' 등 맥주, '국순당' 등 막걸리 등이 인기리로 판매중임

〈중국 시장에서 널리 유통되고 있는 한국산 주류〉

소주	맥주	막걸리	과일주(복분자술)
 <p>JINRO 真露烧酒 韩国进口</p>	 <p>CASS 产品全新升级 新旧包装随机发货 暂时无法指定 望亲周知</p>	 <p>韩国玛克丽米酒</p>	 <p>宝液 韩国进口覆盆子果酒 果汁含量 14.4% 酒精度14%vol 6瓶装</p>
- 브랜드 : JINRO - 알콜도수 : 13%vol	- 브랜드 : CASS - 알콜도수 : 4.5%vol	- 브랜드 : 국순당 - 알콜도수 : 6%vol	- 브랜드 : 보해 - 알콜도수 : 14%vol

■ 금년 1~5월 한국산 주류의 대중 수출 동향을 보면 리큐르주와 소주가 증가하고 발효주와 맥주는 감소세임

- 2020년과 2021년 맥주 수출은 각각 74.5%, 86.7% 급감한 반면 리큐르주 수출은 각각 90.0%, 60.3% 급증

〈2020~2022년 1~5월 한국산 주류 대중 수출 동향〉

HS코드	품목	2020년		2021년		2022년 1~5월	
		금액(천 달러)	증감률(%)	금액(천 달러)	증감률(%)	금액(천 달러)	증감률(%)
220870	리큐르주 ⁹⁾	13,797	90.0	22,110	60.3	11,024	10.8
2208904000	소주	9,335	3.5	9,683	3.7	4,764	7.7
220600	발효주 (막걸리·청주·약주 등)	2,853	5.5	3,212	12.6	1,529	-10.6
220300	맥주	21,160	-74.5	2,812	-86.7	1,149	-10.9

자료 : KITA 한국무역통계

9) 리큐르(liqueur) : 여러 양조주나 증류주 또는 순알코올액 당액, 향료, 색소를 가하거나 과일, 종피, 초목의 뿌리, 껍질 등을 가하여 제조한 술로서 특유한 향기가 있고 알코올이 강하며 단맛이 있음

4. 시사점

- 중국의 주류 시장의 주요 주종은 백주, 맥주, 와인이며 상기 3종 주류의 생산량이 전체의 80% 가까이 차지
 - 맥주는 소비자들이 중고가 제품을 선호하면서 주요 온라인 플랫폼에서 12위안(약 2,256원) 이상 가격대 제품 판매액 비중이 75%에 달했고, 향후 점진적으로 고급화 추세를 보일 전망
 - 와인 산업은 중앙 및 지방 정부의 지원 정책에 힘입어 중국 본토 와인 기업이 빠르게 성장하고 있으며, 드라이 와인의 온라인 판매 비중이 현재 70% 이상이고 스위트 와인 비중이 상승세를 보이고 있음
- Z세대¹⁰⁾가 소비 주력으로 부상함에 따라 향후 양주, 무알콜주, 저도주, 과일주 시장도 더욱 성장할 것임
 - 2021년 증류주 수입량과 수입액이 역대 최고치로 와인을 제치고 최대 수입 주종으로 부상했고, 90허우, 00허우의 수입산 증류주 소비자층이 커지면서 수입산 증류주 시장이 유망할 전망
 - 젊은 여성 소비자는 무알콜주(无醇酒, 알코올 도수 1% 이하의 맥주, 와인, RTD)와 저도주(低度酒, 알코올 도수 20% 이하 과일주, 칵테일, 스파클링주) 위주의 가벼운 음주(轻酒饮)가 인기를 끌고 있으며, 특히 과일주의 판매량이 증가하는 추세임

매실주	칵테일	무알콜 화이트비어	무알콜 스파클링주
 <p>中/华/美/食 配/好/酒/梅/见</p>	 <p>清新奶甜 一口初恋滋味</p> <p>草莓乳酸菌伏特加风味</p>		 <p>始于品质 忠于口感</p> <p>艾加无醇起泡酒</p> <p>Spain Imports</p>
<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 : Meijian - 알콜도수 : 12%vol - 생산지 : 중국(충청) 	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 : RIO - 알콜도수 : 3%vol - 생산지 : 중국 	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 : 옌징(燕京) - 알콜도수 : 0.5%vol - 생산지 : 중국 	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 : JW - 알콜도수 : 0%vol - 생산지 : 스페인

- 코로나19의 영향으로 올해 1~3월 주류 수입량과 수입액 모두 대폭 감소하였으며, 한국은 올해 1~3월 기준 중국의 주류 수입대상국 8위 자리를 지키며 소주·막걸리·과일주 등 다양한 한국 주류제품이 현재 중국 시장에 판매중임
 - 중국 젊은층을 중심으로 증류주 또는 한국산 과일맛 소주에 다른 음료나 과일을 섞어 마시는 트렌드가 SNS 등에서 인기를 끌고 있으며, 중국산 주류사들은 젊은 세대를 겨냥하여 과일 맛을 첨가하고 알록달록한 파스텔톤 색감의 패키지로 포장한 제품들을 많이 출시되고 있음

10) Z세대(Z时代) : 1995~2010년 사이 출생자

〈SNS를 통해 확산되고 있는 중국 젊은 층 주류소비 트렌드〉

10~20도 사이 백주·증류주·한국소주 등을 다른 음료와 섞어마시는 레시피	과일맛 한국소주에 다른 음료나 과일을 섞은 '쩐루통(眞露桶)'	화려한 색감을 가진 패키지의 주류제품군
		 <p>▲RIO(도수3%)</p>  <p>▲장샤오바이(江小白)(도수15-23%)</p>

자료 : 샤오홍슈(小红书)

- 소비 고도화 및 젊은 세대의 심리적 만족도를 최우선으로 고려하는 소비 트렌드에 따라 주류 소비는 문화, 맛, 건강, 체험 등의 요소가 점차 주목받고 있음
- 이에 따라 우리 기업들은 관련 품목의 중국 시장 진출을 위해 현지 소비자의 선호도를 고려하여 시장진출 주력 품목을 선정하고, 소비자에게 새로운 주류문화 체험을 제공하는 마케팅으로 중국 시장에 접근하는 전략 필요

참 고 자 료

1. 艾瑞咨询：2022年酒精饮料用户洞察报告—白酒，啤酒 (<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=4000&isfree=0>)
2. 艾瑞咨询：2022年酒精饮料用户洞察报告—低度酒，葡萄酒 (<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3996&isfree=0>)
3. 2021酒饮消费洞察报告(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1721090576123133800&wfr=spider&for=pc>)
4. 天猫酒水双11全周期战报(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1716505915528676211&wfr=spider&for=pc>)
5. 京东超市11.11洋酒消费趋势报告(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1717126629497473351&wfr=spider&for=pc>)
6. 酒类市场现状分析及行业前景预测报告(https://www.sohu.com/a/545961107_121153986)
7. 2021酿酒行业规模以上企业产量不及2019年
营收利润均创新高(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1723472743591763813&wfr=spider&for=pc>)
8. 白酒行业年度经营计划完成率统计(<https://xueqiu.com/4969972806/219101101>)
9. 重磅！一文深度了解2021年全国及各省市酒类流通行业政策汇总、解读及发展目标(<https://bg.qianzhan.com/trends/detail/506/220507-51083af4.html>)
10. 2022第一季度，中国葡萄酒进口量下降21.96%！（<https://www.163.com/dy/article/H7LVLFPF0522KE2O.html>）
11. 五年进口酒数据对比：葡萄酒、啤酒、烈酒孰进孰退？(https://cj.sina.com.cn/articles/view/5617041192/14ecd3f28020019chf?finpagefr=p_104)
12. 艾媒咨询|2021年中国白酒行业发展研究报告 (<https://xueqiu.com/9582690951/204809779>)
13. 2021年中国啤酒行业现状分析：销售收入为1794.9亿元，同比增长22.2%
(<https://caifuhao.eastmoney.com/news/20220309094416190559230>)
14. 年度总结：2021年中国葡萄酒市场回顾及2022年发展趋势预测分析
(https://www.askci.com/news/chanye/20220221/1526081745287_3.shtml)
15. 中国白酒发展现状及市场呈现趋势特征分析
(<https://page.om.qq.com/page/OIFyMluUPLC7ZWxLDzkbezzA0>)
16. 2021年中国啤酒行业现状分析：销售收入为1794.9亿元，同比增长22.2%
(<https://caifuhao.eastmoney.com/news/20220309094416190559230>)
17. 2021年中国酒业经济运行报告 (<http://lwzb.stats.gov.cn/pub/lwzb/tzgg/202205/W020220511401131351003.pdf>)
18. 조선일보 (<https://www.chosun.com/economy/industry-company/2021/09/07/Q3MYMSSGJJDGNB5I6UEHLLKA4Y/>)