1 중국&말레이시아

잘 나가던 중국 소비시장도 성장세 '주춤'

글로벌 경기침체가 장기전에 접어들면서 대부분 국가의 소비시장이 위축되고 있는 가운데, 그동안 고속 성장세를 보이던 중국 일용 소비재 시장마저 지난해 3분기 연속 감소세를 나타냈다. 또한 업태별 성장률 면에서도 대부분 업태가 전년대비 감소세를 기록했다.

정리 | 윤은영 기자 · browny@koca.or.kr

자료제공 KANTAR WORLDPANEL

01 | 중국

▶ 소비시장

글로벌 시장조사 전문기업인 칸타월드패널에 따르면 지난해 3사분기 중국 일용 소비재 지출은 전년대비 13.4% 증가했다(도표 1 참조).

일용 소비재 가운데 가장 높은 증가세를 보인 카테고리는 음료로, 전년대비 17.2% 성장했는데 가장 크게 기여한 품목은 주류다. 특히 와인과 수입 위스키가 34%라는 폭발적인 성장세를 보였다.

가공식품 부문은 전년대비 13.7% 시장이 확대되며 음료에 이어 두 번째 높은 성장률을 기록했다. 식품에서 가장 기여도가 높은 품목은 과자류로, 이는 가격 인상과 소비 확대 두 가지 요인에 의한 것으로 분석된다. 그 외 가정용품과 생활용품이 각각 12.4%와 12.3% 성장률을 기록했다.

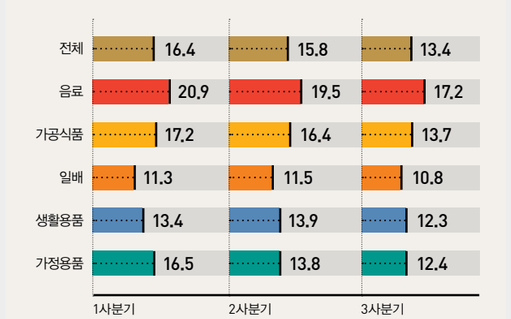
▶ 소매시장 및 경제 전망

중국 소매시장에서 현대식 업태는 갈수록 중요한 채널로 자리잡아 가고 있지만 하이퍼마켓이나 편의점에 비해 슈퍼마켓의 위상은 점점 낮아지고 있다. 지난 3사분기 중국 슈퍼마켓 성장률은 작년대비 10.7%P 하락했다. 하이퍼마켓 경우 15% 증가세를 보였으나 이는 2011년 3사분기 성장률인 24%에 비하면 9%P 낮아진 수치다(도표 2 참조).

중국 상위 소매업체들의 지난해 3사분기 매출 실적을 보면 뱅가드(Vanguard)가 전년대비 16.5% 성장했으며, RT마트(RT-mart)와 까르푸(Carrefour)도 각각 13%, 10.3% 증가하며 두 자릿수 성장세를 지켰다. 특히 뱅가드 경우 빠른 점포 확장에 힘입어 중국 4개 주요도시 성장률이 33.8%에 이르렀다.

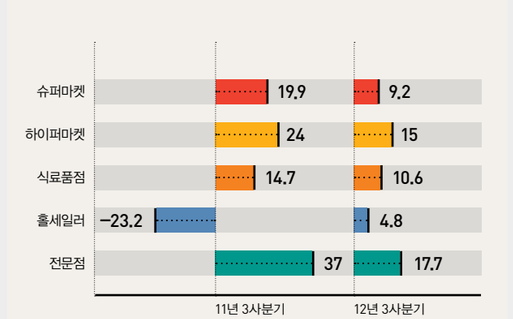
한편, 지난해 3사분기 중국 GDP 성장률은 전년대비 7.4%로 지난 3년 반

〈도표 1〉 2012년 중국 일용 소비재 시장 분기별 성장률 단위 : %



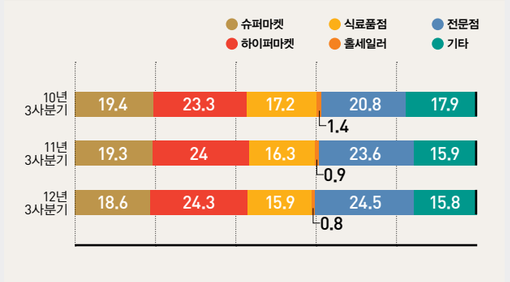
주 | 가공식품_ 음료 및 일배 제외한 나머지 가공식품, 음료_ 두유 제외, 생활용품_ 화장품 제외, 가정용품_ 화장지류 제외

〈도표 2〉 중국 업태별 성장률 추이 단위 : %



자료 | 중국 통계청 **주** | 2012년 3사분기 기준

〈도표 3〉 중국 업태별 점유율 추이 단위 : %



이래 가장 낮은 수치를 기록했다. 반면, 소비자물가는 상반기에 비해 0.5% 하락한 2.8% 상승에 그쳐 중국 내 인플레이션 현상이 다소 진정 기미를 보이고 있음을 반영했다.

02 | 말레이시아

▶ 소비시장

말레이시아 일용 소비재 시장 규모는 1사분기 7%, 2사분기 5.6%, 3사분기 5.1%로 지속적인 하락세를 보이고 있다(도표 4 참조).

특히 가공식품 경우 지난해 3사분기 매출이 전년대비 3.2% 성장에 그쳐 2011년 9%에 비해 큰 폭 하락했다. 이는 쌀이나 설탕, 달걀, 밀가루와 같은 공산품 성장률이 크게 둔화됐기 때문으로 분석된다.

음료 카테고리에서는 뜨거운 음료가 전년대비 12% 성장을 기록한 반면, 차가운 음료 시장은 단 1% 성장에 그쳐 희비가 엇갈렸다.

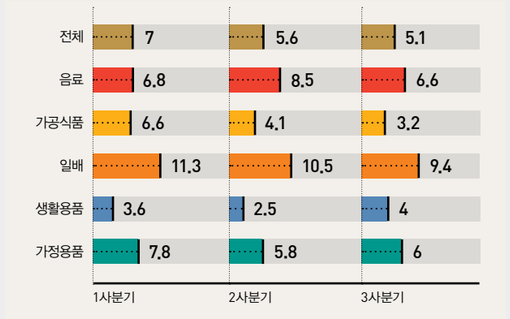
반면, 비식품군은 5% 성장률을 기록해 기존 추이를 유지했다. 특히 가정용품 경우 6% 성장했는데 그 중에서도 욕실 세제, 표백제, 다용도 세제 등의 기여도가 높았다.

▶ 소매시장 및 경제 전망

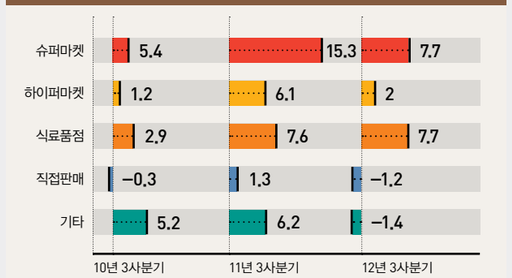
소매업계에서는 토종 슈퍼마켓 업체들의 선전이 눈에 띈다. 특히 '케다이라키야트 1 말레이시아(Kedai Rakyat 1 Malaysia)'가 개점하면서 소매시장 경쟁은 더욱 치열해졌다. 이 매장은 말레이시아 정부가 저소득층을 돕기 위해 새롭게 선보인 포맷으로 PL과 지역 브랜드 위주로 저가격 제품을 제공하는 것이 특징이다.

지난해 3사분기 기준, 말레이시아 일용 소비재 시장에서 상위 5개 소매업체가 차지하는 비중은 30% 정도다. 테스코(Tesco), 자이언트(Giant)가 선두를 달리고 있으며, 토종 소매업체인 이콘세이브(Econsave)가 그 뒤

〈도표 4〉 2012년 말레이시아 일용 소비재 시장 분기별 성장률 단위 : %

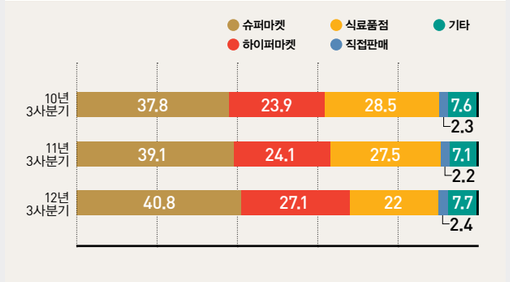


〈도표 5〉 말레이시아 업태별 성장률 추이 단위 : %



주 | 식료품점은 편의점 포함

〈도표 6〉 말레이시아 업태별 점유율 추이 단위 : %



를 따르고 있다.

또 다른 토종 소매업체인 마이딘(Mydin) 역시 전년대비 19% 성장률을 기록하며 성장을 지속해 4위 까르푸와의 격차를 줄였다.

한편, 식품과 비알콜 음료 소비자가의 높은 인상률로 지난해 9월 말레이시아 소비자 물가지수는 전년대비 1.3% 상승했다. 그러나 '2012~2013 말레이시아 경제 리포트'에 의하면 내수경제는 전반적으로 견고한 성장세를 유지하고 있는 것으로 나타났다. R