

2019 태국식품박람회 해외국가관별 주요트렌드 현황

I 2019 태국식품박람회 (THAIFEX 2019) 개요 및 트렌드

1. 2019 태국식품박람회(THAIFEX 2019) 개요

- 행사명 : 2019 태국식품박람회(THAIFEX 2019) / 16회
- 기간 : 2019. 5. 28.(화) ~ 6. 1(토) * 개장시간 : 10:00~18:00(최종일 20:00 종료)
- 장소 : IMPACT Exhibition and Convention Center, Bangkok
- 주최 : Koelnmesse, 태국 국제무역진흥부, 태국 상공회의소
- 품목
 - 일반식품 : 낙농제품, 유제품, 신선농산물, 일반제품, 제과제빵, 곡식, 육류, 수산식품, 완제품, 냉동식품, 건강식품, 호텔식품, 할랄식품 등
 - 주류 및 음료 : 각종 주류 및 음료 등
 - 식품원료 : 식재료, 조미료, 감미료 등
 - 식품기계 : 가공기술/기기, 위생안전용품, 포장기기, 자동화, 냉장용품
 - 식품기술 : 식품 가공 기술, 케이터링 등
 - 간편 조리 식품류 : 캔, 냉동식품 등
- 성격 : 세계 최대 식품박람회인 독일 쾰른박람회(ANUGA) 주최사가 태국정부와 공동 주최하는 박람회로, 동남아시아 최대식품박람회
- 규모 : 107,000㎡ / 참가기업수 2,745개 / 총참관객 67,136명

2. 2019 태국식품박람회 주요 트렌드(종합)

- 기능성 식품(Functional)
 - 최근 아세안 지역에 건강식품의 소비가 꾸준히 증가하고 있다. 소비자들은 글루텐과 유당이 없는 건강한 식품으로 인식되는 ‘나에게 더 좋은 제품(better for me)’ 을 찾고 있다.

○ 비유전자 식품(Non-GMO)

- 유전자변형식품(GMO, Genetically Modified Organism)과 관련하여 입증된 건강 문제는 없지만, GMO가 시행된 시기가 그리 길지 않고 아직 안정성이 입증되지 않아 GMO 섭취를 반대하는 의견도 있다. 또한, 자연 질서를 간섭하는 환경적 영향에 대한 의구심도 있다. 소비자들은 자연식이나 다이어트를 건강과 연관시키는 경향이 있어, 비유전자 제품은 이미 자연적(natural)이거나 건강을 강조하는 식품에서 많이 볼 수 있다.

○ 즉석편의식품(Ready To Eat)

- 생활환경 및 습관이 변화하면서 빠르고 편리한 식사를 찾는 소비자들이 많이 있었는데, 최근에는 빠르고 편리하지만, 건강도 챙기려는 소비자들이 점점 늘어나고 있다. 건강 뿐 아니라 맛과 영양 모두를 만족시키고 몸에 기운을 주는 스낵도 있다. 이는 스낵이 단순히 간식으로서 허기를 채우는 것이 아닌 하루에 필요 영양분을 제공해주는 등 더 의미 있는 식품이 되고 있다.

○ 슈퍼푸드(Super foods)

- 슈퍼푸드는 영양이 풍부한 음식으로 소비자들의 건강과 행복에 도움이 되는 식품이다. 비타민, 미네랄, 단백질 등을 풍부하게 가지고 있어 건강을 중요시하는 소비자들에게 슈퍼푸드로 구성된 식단을 추천한다.

○ 프라이빗라벨(Private Labels)

- 프라이빗 라벨(PL) 역시 박람회에서도 2018년에 이어 올해도 추천하는 트렌드이다. 제조업체가 아닌 유통업체의 상표를 붙여 판매하는 상품으로 국내에서는 PB(Private Brand) 상품이라고 알려져 있다. Innova Market Insights가 지역별로 조사한 신제품 출시 데이터에 따르면 유럽에서 11.7%로 가장 높았으며 아시아 지역에서는 2.4%로 가장 낮은 것으로 조사되었다. 유럽만큼 보급률이 높지는 않으나 아시아에서도 PL 상품이 증가하고 있다.

주요 국가관 트렌드(15개국)

* 일본, 독일, 대만, 폴란드, 말레이시아, 스페인, 브라질, 미국, 중국, 터키, 이태리, 베트남, 호주, 스리랑카, 한국

1. 일 본

□ 참가규모(업체수) : 82개

□ 주요 참가품목 : 녹차, 육우, 소스류, 음료, 제과류 및 수산(신선)

□ 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 목재 및 천을 사용해서 가볍고 자연친화적인 이미지로 구성
- 공동홍보 공간을 넓게 사용하여 휴식공간, 참가품목 진열 및 쿠킹 스테이션 목적으로 활용

○ 이슈 상품

- 식용스티커 : 음식물에 부착하여 먹을 수 있고 예쁘고 다양한 모양을 낼 수 있어 재미면에서 어린이들에게 인기
- 다이어트 차 : 수면 직전에 음용하는 콜라겐 성분 등이 함유되어 미용에 좋은 차



국가관 전경



국가관 전경



이슈상품 : 식용스티커



이슈상품 : 다이어트 차

2. 독 일

- 참가규모(업체수) : 17개
- 주요 참가품목 : 음료, 주류, 시리얼류 등
- 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 업체 간 벽체를 낮추거나 없앴으로써 공간사용의 효율성을 높임
- 수년째 동일한 부스 디자인을 사용함으로써 국가관의 아이덴티티를 확보

○ 이슈 상품

- 식용빨대 : 탄수화물로 만들어져 환경보호 측면에서도 크게 어필
- 곡류스낵 : 현미, 깨, 호두 등 곡류 및 견과류로 만든 스낵은 허기 해소 뿐 아니라 건강한 스낵으로 평가



국가관 전경



국가관 전경



이슈상품 : 식용빨대



이슈상품 : 곡류스낵

3. 대 만

□ 참가규모(업체수) : 86개

□ 주요 참가품목 : 스낵류, 음료류, 면류 등 주류, 스낵류, 수산가공식품 등

□ 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 부스 컨셉트와 슬로건 등을 내세워 대만 식품의 정체성을 체계적으로 정리함으로써 향후 세계 식품박람회에서 주요 국가관의 위치를 확보할 것으로 예상

○ 이슈 상품

- 무설탕 젤리 : 설탕을 빼고 순수과즙을 첨가하여 몸에 좋은 유산균과 비타민C 등 영양적 측면 강조
- 고추스낵 : 고추에서 매운 성분을 빼 후(고추기름 제조) 건조하여 만든 스낵



국가관 전경



국가관 전경



이슈상품 : 무설탕 젤리



이슈상품 : 고추과자

4. 폴란드

□ 참가규모(업체수) : 26개

□ 주요 참가품목 : 주류, 스낵류, 수산가공식품 등

□ 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 목공 타워에 조각으로 무늬를 새기고 조명을 잘 활용함으로써 디자인 측면에서 가장 아름다운 국가관 부스로 손꼽힘
- 업체 공간은 최소화하였으며 공동공간을 넓게 공유하여 미팅 및 휴게 공간의 목적으로 활용

○ 이슈 상품

- 과일초코렛 : 체리, 복숭아 등 건조과일을 코팅한 초코렛 제품이 인기
- 캔 훈제연어 : 간편하게 섭취할 수 있음



국가관 전경



국가관 전경



이슈상품 : 과일초코렛



이슈상품 : 캔 훈제연어

5. 말레이시아

❑ 참가규모(업체수) : 96개

❑ 주요 참가품목 : 면류, 스낵류 등

❑ 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 기본 시스템부스 활용하며 타워부분을 높임으로써 무게감 강조

○ 이슈 상품

- 자색감자 : 루테인 같은 항산화제를 포함하고 있어 백내장 예방 등 시력보호에 좋음



국가관 전경



이슈상품 : 자색감자

5. 스페인

❑ 참가규모(업체수) : 17개

❑ 주요 참가품목 : 와인, 가공육 등

❑ 국가관 주요트렌드

○ 부스장치

- 강렬한 빨강색 활용한 목공부스로 스페인 아이덴티티 확립(금년 첫 참가)

- 공동홍보공간을 클래스룸 형식으로 조성하여 시연 및 세미나 장소로 활용



국가관 전경



국가관 전경