

■ 홍콩, 전통 중의학의 현대화 - 건강 상태와 기분에 따라 마시는 허브티 ■

□ 전통 중의학의 변신

중국의 전통 중의학(Traditional Chinese medicine)이 젊은 세대를 위해 재포장되고 이미지를 새롭게 하고 있다. 과거 젊은 층의 소비자들은 “전통 중의학”을 심오한 이름의 약재와 복잡하고 난해한 효능 설명으로 여기고 그저 고리타분한 것이라고 치부했었다. 그러나 작년(2018년)의 주요 건강 트렌드였던 “강장제(adaptogen, 영양을 돕거나 체력을 증진해 몸을 튼튼하게 하는 약제)”의 효과에 대한 관심 증가로 인해 중의학의 약재로 사용되어 온 인삼, 홀리 바질(holy basil), 동충하초, 황기 등과 같은 다양한 약재가 주목받고 있다.

“CheckCheckCin”은 광둥어로 “검사 먼저(to check first)”라는 뜻으로 중 의학을 전공한 젊은 중의사가 만든 브랜드로 중의학의 이론에 초점을 두고 다양한 종류의 중국 전통 음료를 판매하는 허브티 전문점이다. 전통 중의학에 젊음을 불어 넣어 현대화에 앞장서고 있다.

□ 전통 중의약방의 현대화 - 카페+바(bar) 형식의 매장



<홍콩의 일반적인 중의약점>



<CheckCheckCin 매장과 대표>

중의학 클리닉을 운영하던 대표(Cinci Leung)는 젊은 세대에서 구식이라고 여겨지는 중 의학을 현대화하는 것에 관심이 많았다. 그는 칵테일 바에서 힌트를 얻어 소비자의 건강 및 기분 상태를 반영한 건강하고 맛있는 허브티를 판매하는 세련된 카페 형태의 매장을 구상했다. 2016년 말에 바(bar)와 카페 형식의 “CheckCheckCin” 첫번째 매장을 열었으며 현재 홍콩 전역에 7개의 매장이 있다.

Leung 대표에 따르면 젊은 연령층에서도 건강에 대한 관심의 증가와 함께 최근 슈퍼 푸드가 주목받으면서 다양한 슈퍼 푸드가 유행하고 있는데 유행을 따르기보다는 자신의 체질과 증상을 확인하고 자신에게 맞는 건강식품을 확인해야 한다고 하였다. “CheckCheckCin” 매장에서는 자신의 체질 및 건강 상태, 기분에 맞는 허브티를 추천받을 수 있다.

□ 전문정보의 단순화 및 소비자 맞춤화



<건강 상태, 증상 및 기분을 쉽게 표현할 수 있도록 한 모형>

매장에 방문한 고객은 자신의 건강 및 기분 상태를 간편한 그림 모형을 통해 쉽게 표현 할 수 있다. 화, 부종, 불면증, 민감성 위장, 여드름·뽀루지, 피부 건조 및 간지러움, 다크 서클, 짜증, 만성 피로, 스트레스, 한기, 건조함, 살찐, 원기회복 등 건강 및 기분 상태를 크게 14개의 범주로 나누고 간단한 그림을 통해 자신의 상태를 표현하고 그 중상에 도움 되는 적합한 허브티를 마실 수 있다. 14개의 범주에는 신체 및 정신 건강뿐 아니라 피부 건강(미용)도 포함되어 있어 특히 젊은 층의 관심이 높다. “스트레스 해소(destress)”의 경우 바쁜 생활, 잦은 한숨, 긴장감, 월경 불편감을 느끼는 경우 선택할 수 있으며 그들에게는 장미, 월계화, 은계목, 불수굴나무로 만든 차를 제공하고 있다. “여드름·뽀루지(Pimples)”는 뽀루지 및 여드름이 자주 발생하는 경우 선택할 수 있으며 비파 나뭇잎 차, 야생 국화, 작약 뿌리, 상백피 성분의 차로 혈액과 폐의 열기를 제거하여 체내의 열을 내려주는데 도움이 되는 차를 제공한다. “불면증(Difficulty falling asleep)”의 경우 볏대추 씨, 백자인, 메밀이 함유된 허브티를 제공하여 정신과 마음의 안정에 도움을 주어 숙면을 도와준다. 전문 지식을 바탕으로 한 처방을 단순화하여 일반 소비자가 쉽고 간단하게 접근할 수 있도록 하고 고객의 증상 및 상태를 바탕으로 선택할 수 있도록 세분화하고 맞춤화하였다.

□ 전통 중의학의 제품화 및 간편화



<성분, 효능을 제품명으로 함축적으로 표현>



<다양한 유통경로를 통한 판매>

“CheckCheckCin”은 카페 운영뿐만 아니라 중약재를 활용한 차 및 수프를 제품화하여 대형 유통매장, 온라인 몰, 편의점 등에서 판매하여 소비자의 접근을 더욱 용이하게 하고 있다. 제품의 형태 또한 음료 형태와 물에 타 먹을 수 있는 가루 형태 및 간편식 수프 등으로 다양화하고, 효능 및 성분의 특징을 잘 표현한 제품명으로 소비자에게 친숙하게 접근한다. 예를 들어 울무를 함유하여 붓기에 효능이 있는 차의 경우 “아침(朝)”이라는 제품명을, 검은콩을 함유하여 숙면에 도움 되는 차의 경우 “밤(夕)”이라는 간단한 제품명으로 소비자에게 쉽게 다가간다.

□ 전통 중의학과 스마트 폰의 만남



<모바일 앱 및 소셜 미디어의 활용을 통해 젊은 소비자와 소통>

또한 “CheckCheckCin”은 전통 중의학에 젊은 감각을 더 하여 스마트 폰을 통해 자신의 체질을 스스로 확인할 수 있는 모바일 앱을 만들고 소셜 미디어(페이스북, 인스타그램)를 통해 건강 조언 사이트를 운영하며 중의학 관련 정보와 건강 팁이 포함된 게시물을 작성하고 공유한다. 즉 젊은 소비자와 소통할 수 있는 창구를 다양화하고 활발하게 이용하고 있다. 또한 배달 서비스 업체 딜리버루(deliveroo)와 연계하여 배달 서비스를 제공하기도 한다.

■ 시사점

□ 건강을 추구하는 젊은 층을 겨냥하라

건강에 대한 관심이 증가하고 바쁜 생활 속에서 식품을 통해 건강을 챙기려는 젊은 층이 증가하면서, 건강식품은 부모님을 위한 효도 선물이라고 생각하던 젊은 층이 자신을 위해 건강식품을 소비하는 경우가 증가하고 있다. 젊은 층이 관심을 가지는 건강기능에 집중하고 젊은 층을 겨냥한 건강식품의 개발 및 마케팅에 관심을 가져야 할 것이다.

■ 자료출처

1. Hong Kong Tatler, 「7Beauty & Wellness Trends for Hongkongers in 2018」, 2019.01.02
2. Hong Kong Tatler, 「Why Traditional Chinese Medicine Is The Way To Combat Summer Teat」, 2019.06.24
<https://hk.asiatatler.com/life/why-traditional-chinese-medicine-is-the-way-to-combat-summer-heat>
3. South China Morning Post, 「Herbal teas: how to Hong Kong experts tweaked TCM to cater for modern lifestyles and the quest for balance」, 2017.12.21
www.scmp.com/lifestyle/health-beauty/article/2125074/herbal-teas-how-two-hong-kong-experts-tweaked-tcm-cater
4. CheckCheckCin 홈페이지, (<https://www.checkcheckcin.com>)