

■ 홍콩 육류 및 육류 가공품 시장 트렌드 ■


■ 홍콩 육류 및 육류 가공품 시장 규모

- 홍콩의 육류시장 규모는 2013년 49억 달러(한화 약5.9조 원)에서 2018년 85억 달러(한화 약10.1조 원)로 2013~2018년 동안 높은 성장을 보였으며, 2018~2023년 에도 연 평균 11.9%의 성장률로 꾸준한 성장을 유지할 것으로 예상됨
- 조류 독감의 발발로 일부 국가에서 가금육 및 가금류 알의 수입 중단으로 인해 공급 수준이 낮아지고 결과적으로 가격이 상승함

■ 카테고리 별 홍콩 육류 시장 전망

- 신선도와 안전은 육류 카테고리 성공을 결정하는 가장 중요한 요소임

<육류 카테고리 별 2018년 판매량 및 2023년 예측 판매량>

(단위: 백만 달러(US\$), 천톤, %)		Ambient meat	Chilled raw packaged meat	cooked meats-counter	cooked meats-packaged	Fresh meat-counter	Frozen meat	합계
		상온보관 육류 제품	냉장 신선 포장육	조리된 육류 (판매대)	조리된 육류 (포장)	신선 육류 (판매대)	냉동 육류	
								
2018년	금액	238.7	3,209.7	158.5	294.0	1,884.1	2,706.7	8,491.8
	비율	2.8	37.8	1.9	3.5	22.2	31.9	100.0
	물량	19.6	179.1	5.7	14.3	106.7	133.2	458.6
	비율	4.3	39.1	1.2	3.1	23.3	29.0	100.0
2023년 (예측)	금액	406.5	5,655.4	244.3	460.6	3,367.9	4,782.1	14,916.9
	비율	2.7	37.9	1.6	3.1	22.6	32.1	100.0
	물량	27.9	246.6	7.7	18.3	158.6	195.6	654.6
	비율	4.3	37.6	1.2	2.8	24.2	29.9	100.0

* 출처 : Global Data, 「Top Growth Opportunities: Meat in Hong Kong」

- ‘냉장 신선 포장육’은 육류부문에서 판매금액·판매량 모두 가장 비중 높은 카테고리임
 - ‘냉장 신선 포장육’은 2018년, 32억 달러(한화 약 3.8조), 179.1천 톤 판매되면서 홍콩 육류 부문에서 점유율이 가장 높았음
 - 신선 프리미엄 육류에 대한 선호도가 높아지면서 수입 프리미엄 육류가 주로 판매되는 형태인 냉장 신선 포장 육류의 점유율이 높은 것으로 나타남
- ‘신선 육류 (판매대)’는 육류 부문에서 지속적으로 성장할 것으로 예상
 - 홍콩의 재래시장에서 주로 판매하는 방식으로 이는 오래전부터 지속적으로 판매되어온 방식이며 예측 기간 동안 꾸준히 성장할 것으로 예상됨
- ‘조리된 육류(판매대)’는 안전성 염려의 대상
 - ‘조리된 육류(판매대)’의 매출은 예측기간 동안 연평균 9%의 성장률을 기록할 것으로 예상됨. 판매대에 놓여 판매되는 조리된 육류의 안전성을 염려하는 소비자의 증가와 반복적으로 대두되는 위생 안전문제가 맞물려 가장 낮은 폭의 성장이 예상됨

■ 홍콩 유통 채널별 육류 판매규모

(단위: 백만 달러 (US\$))	하이퍼 마켓 & 슈퍼마켓	식음료 전문점 (재래시장 포함)	편의점	전자상 거래
2018년 판매액	5,409	1,789	1,046	156
2013-2018년 연평균 성장률	+11.31%	+12.98%	+10.92%	+15.58%
점유율	63.7%	21.1%	12.3%	1.8%

* 출처 : Global Data, 「Top Growth Opportunities: Meat in Hong Kong」

- 2018년 홍콩에서 하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 육류의 주요 유통 채널로 판매액은 54억 달러로 전체 규모의 63.7%를 차지함. 그 다음에는 식음료 전문점(약 18억 달러, 점유율 21.1%), 편의점(약 10억 달러, 12.3%), 온라인 매장 (약1.6억 달러, 1.8%) 순임.
 - 일반적으로 홍콩 소비자는 신선 식품을 선호하며 슈퍼마켓이 접근성이 용이하므로 식료품 쇼핑의 빈도가 높음. 육류 제품의 부패하기 쉬운 특성으로 현대식 슈퍼마켓이 육류 유통에 가장 중요한 채널임
 - 신선식품의 경우 재래시장 등의 전통 시장에서의 소비가 높으나 생활 습관 및 쇼핑 습관의 변화로 젊은 소비자는 재래시장 보다 슈퍼마켓을 선호함
 - 전자상거래는 현재 판매비중은 상대적으로 낮으나 장소, 시간에 제약이 없는 편의성, 배달서비스 등의 강점으로 빠르게 성장하고 있음. 현재는 비교적 유통기한이 긴 냉동 육류 및 육류 가공 제품의 비중이 높음
 - 전자 상거래는 2018년 59.8%의 보급률로 홍콩에서 450만 명 이상의 소비자가 이용했으며 2022년까지 72.6%로 예측되며 홍콩 육류 유통의 주요 채널로 성장 예상됨

■ 홍콩 육류 시장 트렌드

- 효율적인 요리를 원하는 바쁜 소비자
 - (바쁜 생활) 홍콩의 소비자들은 맛벌이 비율이 높고 근무 시간이 긴 편임. 음식 준비가 간단하고 요리가 간편한 육류제품의 선호도가 높음
 - (웰빙 및 편리함) 영양가 있는 간식을 찾고 집 밖에서 보내는 시간이 비교적 긴 편으로 이동 중 간편하게 휴대할 수 있는 육포와 같은 육류 가공 제품에 대한 수요가 증가함
- 프리미엄에 대한 소비자의 욕구
 - (경제 성장) 홍콩의 지속적인 경제성장과 이로 인한 구매력 향상으로 소비자들의 프리미엄 제품에 대한 수요가 증가함
 - (식습관의 서양화) 해외 생활 및 홍콩 내 서양 음식점의 증가로 서양 음식에 개방적인 인구의 증가로 스테이크용 프리미엄 육류의 수요가 증가할 것으로 예상됨
- 클린 라벨링(Clean labeling)
 - 클린 라벨링은 가능한 적은 성분(인공성분 및 화학물질)을 사용하여 제품을 만들고, 소비자가 가정에서 사용할 수 있는 건강에 좋은 재료로 소비자가 인식하는 식품

- (건강 문제) 정부의 노력과 소비자의 인식 향상으로 식품 선택 시 건강을 염려하는 소비자가 증가함. 이러한 추세는 육류 선택 시 항생 물질이 없는 제품, 지방의 함량이 낮은 살코기 제품 등 건강한 제품의 선택이 더 높아 질 것으로 전망됨
- (품질 문제) 식품 안전에 대한 소비자의 우려로 인해 수입 식품의 선택 시 품질과 안전이 우선 요소가 되었으며, 소비자는 이러한 요구를 충족시키는 제품에 대해 더 많은 비용을 지불하고자 함

■ 홍콩 육류 시장의 새로운 트렌드

트렌드	제품 이미지	제품 특징
틈새시장		<p>뉴질랜드산 목초 먹여 키운 양고기</p> <ul style="list-style-type: none"> ·뉴질랜드에서 목초를 먹여 키운 양을 비스듬히 자른 (French-cut) 냉동 양고기 ·양 갈비(Lamb Rack)를 비스듬히 자른(French-cut) 제품은 홍콩에서 인기 있는 제품 중 하나임 ·성장 촉진 호르몬을 투여하지 않은 점을 강조하여 유기농과 같이 건강한 식품을 선호하는 소비자에게 어필함
할랄 인증		<p>할랄 인증을 받은 닭고기 런천 미트(Luncheon meat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ·세계적으로 통조림 생산 업체 중 하나 인 Tulip Food Company의 제품으로 신뢰할 수 있는 업체에서 생산된 제품은 홍콩 소비자가 가장 중요하게 여기는 식품의 안전성을 보장함 ·통조림 식품은 바쁜 소비자에게 편의를 제공함 ·할랄 인증을 받은 제품은 홍콩에 거주하는 무슬림 소비자에게 큰 호응을 얻음
새로운 개발		<p>레몬 로즈마리 소스로 절인 치킨 간편 식품</p> <ul style="list-style-type: none"> ·한입 크기로 잘라 레몬 로즈마리 소스에 절인 닭고기 제품으로 독특한 맛과 굵기만 하면 되는 간편한 조리법의 제품 ·기존의 닭고기 맛에 질린 새로운 맛을 찾는 소비자를 만족시킴 ·육류제품 제조업체는 전 세계의 요리에 영향을 받아 점점 더 다양한 조리법을 접목한 제품을 출시하고 있음
동물 복지		<p>동물 복지 소고기</p> <ul style="list-style-type: none"> ·인도적으로 사육·도살된 육류 ·동물의 윤리적 측면을 고려하는 플렉시테리언(Flexitarian) 수요를 충족시키는 제품
천연 자연		<p>자연 재료로만 만든 육류가공품</p> <ul style="list-style-type: none"> ·발암 물질로 알려진 아질산나트륨(sodium nitrite) 등 식품 첨가물을 전혀 사용하지 않고 자연 재료로만 만든 베이컨 제품

* 출처 : Global Data, 「Top Growth Opportunities: Meat in Hong Kong」

- 홍콩 육류시장의 새로운 트렌드는 틈새시장을 공략하는 제품, 할랄 인증 육류, 이국적인 새로운 맛의 간편 식품, 인도적으로 사육·도살된 육류, 합성 첨가물을 넣지 않은 육류 가공품등이 있음

■ 육류 제품의 포장 트렌드

- (냉동 육류제품 포장) 냉동보관 중에도 위생적이고 안전하게 보관이 가능하며, 해동 후에도 육류의 맛, 색 및 질감을 유지 할 수 있는 포장이 요구됨
- (프리미엄화) 소량 포장 및 짙은 색의 두꺼운 포장재는 제품의 고급화에 도움을 줌
- (편리화·간편화) 전자레인지 또는 오븐 용기 포장은 구매 후 바로 조리가 가능하며 설거지 등의 번거로움을 줄여 효율성과 간편함을 추구하는 소비자에게 적합함
- (제품특징 강조) 건강 및 식품의 안전성에 대한 관심을 가지는 소비자가 증가함에 따라 식품 첨가물의 무첨가를 강조하는 등 제품의 장점을 강조하는 포장이 중요함

특징	제품 이미지	제품 특징
프리미엄화		<p>제품의 프리미엄 측면을 강조하는 포장</p> <ul style="list-style-type: none"> •제품의 품질은 제품의 포장 형태에 영향을 받음 •고급스러운 포장은 제품을 보다 위생적이고 안전한 상태로 유지하는데 도움을 줄뿐만 아니라 제품의 고급화 포지셔닝에 도움을 줌 •제품 예 :Tyson premium whole Cornish Hen <p>냉동 된 형태의 프리미엄 콘월 암탉(Cornish Hen)은 1.4kg 팩에 700g 닭이 2마리 들어 있음 포장 팩은 신선도를 보장하며 서리발생 및 동결소 (Freezer burn, 식품의 잘못된 냉동에 의하여 색과 맛이 변화가 생기는 것)를 방지함 고급 포장재에 음각 처리된 로고는 소비자의 시선을 사로잡으며 무(無)항생제, 무(無)호르몬을 강조함</p>
효율성 및 간편성		<p>조리하기 쉬운 요리 포장</p> <ul style="list-style-type: none"> • 편리성이 구매를 결정하는 중요 요인이 되면서 구매한 식품을 쉽게 섭취 할 수 있는 효과적인 포장에 대한 수요가 증가하고 있음 •제품 예 : MyMeatMan 제품 <p>홍콩에 소재한 온라인 육류 유통업체인 MyMeatMan은 냉장 소고기 패티를 오븐·전자레인지 사용가능한 일회용 용기에 담아 판매하여 소비자가 구매 후 바로 전자레인지/ 오븐에서 간편하게 조리해 먹을 수 있음 이 제품은 효율적이고 간단한 식사 요리를 원하는 제품을 찾는 바쁜 소비자를 대상으로 함</p>
제품의 특징 강조		<p>무(無)첨가를 강조한 패키징</p> <ul style="list-style-type: none"> • 소비자가 가공 육류 제품의 인공/합성성분·방부제를 꺼려함에 따라 제조업체는 무(無)첨가를 강조함 •제품 예 : Fleury Michon사의 슬라이스 햄 <p>Fleury Michon의 최근 출시 된 햄 슬라이스는 육류 제품에서 식품 첨가물을 피하려는 소비자를 겨냥하여 “Sans Conservateur Ajoute(무(無)합성첨가물)”을 강조함</p>

* 출처 : Global Data, 「Top Growth Opportunities: Meat in Hong Kong」

■ 홍콩 소비자 특징을 고려한 진출 전략

고려요소	특징	포지셔닝	제품 포장
바쁜 생활 습관	바쁜 생활 습관으로 바쁜 소비자들은 간편하고 조리 시간을 단축시켜줄 제품을 선호함	간편하면서도 맛있고 건강한 식품의 소비 증가	간편하게 굽거나 끓이거나 전자레인지에 바로 사용 가능한 용기에 담긴 제품
신뢰도	믿을 만한 사육장에서 엄격한 기준아래 제품 품질이 관리된 육류로 보존제, 항생제 또는 기타 첨가물로부터 안전한 제품	클린 라벨링 국제 식품 기준에 적합한 제품	식품의 교차 오염의 기회를 차단하고 신선함을 유지할 수 있는 최신 기술의 포장
웰빙	가공 과정에서 본연의 영양학적 가치의 손실 최소화. 지방 함량을 줄이고 양념 시 지방, 나트륨, 당의 함량을 줄인 제품	지방, 나트륨, 당의 함량을 줄인 제품	소비자의 눈길을 사로잡는 건강적 특징을 분명히 명시한 포장
프리미엄화	기존의 육류제품에서 이국적인 맛을 더하거나, 신뢰할 수 있는 원산지의 고품질 육류를 사용하여 프리미엄을 원하는 소비자를 만족시킬 수 있음	프리미엄 육류는 제품의 품질과 맛을 강조하고 프리미엄 원료에 소스 및 향신료를 활용하여 양념한 제품	작은 용량과 짙은 색의 두꺼운 포장재 제품은 소비자에게 고급적인 이미지를 제공함
인구 통계학적 변화	홍콩의 고령화 추세로 고령 인구 및 일반적인 질병을 고려한 제품	생산자는 소금, 콜레스테롤, 지방 등을 고려하는 노령 인구의 욕구를 충족시키는 제품 개발에 노력해야함	간단명료한 포장으로 쉽게 이해할 수 있는 제품 포장. 고령 인구가 염려하는 부분에 대한 정보 명시 필요
문화적, 종교적, 윤리적 특징	육류제품은 다양한 건강 문제 뿐 아니라, 문화적, 윤리적, 종교적 이해관계가 필요함. 생산 공정의 투명화는 신뢰 구축의 핵심요소임	제품은 주 고객층을 타겟으로 출시해야하지만, 틈새시장의 트렌드가 주류가 될 가능성이 있으므로 간과해서는 안 됨	제품 포장에는 원산지, 생산 방법 등에 대해 명확히 표시해야함. 이는 종교적 요구사항의 경우 특히 중요하며 소비자와 제조업체간의 신뢰 구축에 도움이 됨

* 출처 : Global Data, 「Top Growth Opportunities: Meat in Hong Kong」

■ 시사점

① 꾸준히 요구되는 간편성과 편리성 만족을 위해 포장의 혁신 필요

소비자의 편의성 및 간편성에 대한 요구는 꾸준히 증가할 전망이다. 이에 따라 개별 포장, 재 밀봉 가능, 제품의 유통 기한 연장, 냉동 시 품질 유지 등 포장개발 연구에 대한 꾸준한 연구개발 및 접목이 필요하다.

② 과학적 근거를 바탕으로 한 프리미엄화

건강 문제에 대한 우려가 커지면서 홍콩 소비자들은 점점 더 건강하고 맛있는 고품질 육류를 선호한다. 한우에 대한 마케팅도 원산지(횡성한우) 또는 육류 등급(1++)에 관한 정보는 기본이며, 외국인의 관점에서 고가를 납득할 수 있는 과학적 근거가 뒷받침되는 셀링 포인트(예/ 목초 급여, 무 항생제, 유기농)와 함께 프리미엄화가 필요하다.

③ 틈새시장 공략

육류제품은 건강 및 안전문제 뿐만 아니라 문화적, 윤리적, 종교적 이해관계가 필요한 카테고리이다. 할랄 인증, 동물 복지 등 틈새시장이 트렌드의 주류가 될 가능성이 있으므로 간과해서는 안 될 것이다.

■ 자료 출처

1. Global Data, 「Top Growth Opportunities: Meat in Hong Kong」, 2019.03.15.
<https://consumer.globaldata.com/Analysis/details/top-growth-opportunities-for-meat-in-hong-kong>