

2019 뭄바이식품박람회 해외국가관별 주요트렌드 현황

I 2019 뭄바이식품박람회 개요 및 트렌드

1. 2019 뭄바이식품박람회 개요

- 행사명 : 2019 뭄바이식품박람회(Annapurna Anufood India 2019) / 14회
- 기간 : 2019. 8. 29.(목) ~ 8. 31.(토) * 개장시간 10:00~18:00 (최종일 16:00 종료)
- 장소 : Hall2, Bombay Exhibition Centre, Mumbai
- 주최 : Koelnmesse, 인도상공회의소
- 품목 : 신선, 냉동, 육류, 제과제빵, 음료 및 주류 등 모든 식품분야 전반
- 성격 : 전문 무역바이어 중심의 순수 B2B 박람회
- 규모 : 40,000m²
- 참가규모 : 13개국 194개사 / 7,029명 방문

2. 2019 뭄바이식품박람회 주요 트렌드(종합)

- 전체인구의 약 30-40%가 채식주의자인 세계 최대 베지터리안 시장에 걸맞게 주요 전시 제품들은 베지터리안 마크를 포함한 품목들이 주를 이룸. 다만 아직까지는 품목이 다양화 되지 않아 주로 스낵류, 향신료, 신선과일 등의 제품이 주를 이룸
- 로컬 식문화가 강해 현지에 맞는 향신료를 포함한 다양한 스낵류, 차류 등의 품목들이 주를 이뤘으며 아직까지는 유기농, 건강식품에 대한 품목은 적었으나 평소 당분의 섭취가 많은 인도인들을 공략한 무설탕, 설탕량을 줄인 품목들이 눈에 띄었음.

주요 국가관 트렌드(6개국)

* 폴란드, 브라질, 독일, 중국, 터키, 한국

1. 폴란드

- 참가규모(업체수) : 11개사
- 주요 참가품목 : 음료, 유제품, 육류, 초콜릿, 사과, 캐비아 등
- 국가관 주요트렌드 및 이슈상품
 - 부스장치
 - 오픈형 통합부스 형태로 외부 오픈키친 형태로 종일 시연시식 진행하고 이외 외부공간은 참가업체 제품 전시 및 간단한 시음·시식 공간으로 활용, 내부는 상담장으로 활용함
 - 이슈상품
 - 국가관 중 가장 다양한 품목의 제품을 전시하였으며 이중 다양한 토핑으로 변형을 줄 수 있는 초콜릿 제품 및 무알콜 칵테일 음료 제품 등 현지인들의 식문화를 반영한 제품들이 인기가 높았음
 - 박람회 기간 내내 오픈키친을 운영하여 전시품목(사과, 유제품, 육류 등)을 메인 식재료로 폴란드 음식을 요리하고 시연하여 식재료 홍보



폴란드 국가관 전경



주요 전시품목

2. 터키

□ 참가규모(업체수) : 4개사

□ 주요 참가품목 : 무화과, 자두, 캔/냉동식품 등

□ 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 별도의 장치 없이 박람회 제공 기본 부스 활용하여 참가업체 로고, 제품 설명, 원산지 이미지 프린팅하여 부착

○ 이슈상품

- 무화과, 자두, 사과 등 신선 제품 중심의 참가업체가 주를 이룸. 특히 무화과 및 자두 품목의 경우 대대적인 홍보 및 시식을 목적으로 별도의 홍보물 없이 무화과 박스를 쌓아놓고 지속적으로 시식하고 즉석에서 피드백을 받는 등의 홍보 활동으로 주목을 받음.



터키 국가관 전경



주요 전시품목

3. 브리질

□ 참가규모(업체수) : 7개사

□ 주요 참가품목 : 스낵, 제빵, 캔디·젤리 등

□ 국가관 주요트렌드 및 이슈상품

○ 부스장치

- 박람회 제공 기본 부스 활용하여 통합 이미지 및 하단에 업체명 이미지 프린팅하여 부착하여 설치하였고, 일부 업체는 중국 국기색 및 업체명 활용하여 부스 상단 중앙 대형 배너 이미지 높게 설치함

○ 이슈상품

- 다양한 품목 보다는 인도 시장에 접근이 쉬운 스낵류, 캔디류, 젤리류, 제빵류 등을 주요 전시품목으로 상담하였음



중국 국가관 전경



주요 전시품목