



Key Point

현재 중국의 소비자들은 건강에 대한 관심과 더불어 기능성 간식에 대한 관심이 증가하고 있지만 각 소비자의 수요를 충족할 수 있는 상품들은 아직 부족한 현실이다. 특히 영양바 시장은 건강한 이미지를 갖고 있어 시장성이 큰 블루오션이라고 볼 수 있다. 중국내 영양바의 시장은 아직 초기 시장 형성 단계이며 대부분 영양바는 식대용 식품으로 소개되고 있다. 중국 소비자들이 기능성 식품에 대한 수요가 증가하면서 각 기업들은 소비자의 요구에 따라 영양바에도 다양한 기능을 부여하고 있다. 하지만 아직 중국 내에서 영양바 업계를 선도할 수 있는 자국산 상품이 부족하여 위와 같은 수입 상품들이 중국시장에 빠른 속도로 진출하고 있다. 한국도 건강·유기농과 관련된 다양한 제품군의 영양바 제품을 갖고 있는 만큼 중국에 기 진출한 해외 기업들의 장단점을 분석하여 벤치마킹한다면 더욱 좋은 결과가 있을 것으로 보인다.

# 식용 대체품을 벗어난 다양한 기능의 소유자 ‘영양바’

## 영양바의 시장 배경



현대인들의 바쁜 생활 속, 빠르고 간편하게 섭취할 수 있는 식품에 대한 요구가 점차 높아지고 있다. 이는 하루에 세끼를 먹는 ‘삼시세끼’가 아닌 간편식을 여러 번 챙겨 먹는 ‘사시네끼’의 개념을 탄생시켰다. 기존에는 단순 구매와 체험을 위해 소비했던 간식들이 일반식을 대체하는 기능으로 점차 변모하고 있다. 이러한 트렌드에 부응하여 영양바 등 식사 대용식의 종류가 점차 다양해지고 있다.

최근 중국 간식시장의 트렌드를 살펴보면, 단순 맛있는 간식의 개념이 아닌 건강 기능성에 대한 부분도 중요시 되고 있다. 소비자들의 건강 및 영양에 대한 수요가 높아지는 요즘 트렌드 속에서 보건식품의 소비 구조도 변화하고 있으며, 영양바와 같은 간편식품과 기능성식품을 결합한 상품은 더욱 소비자의 주목을 받으며 특히 젊은 소비자층의 사랑을 받고 있다.

글로벌 시장조사기관 ‘모던인텔리전스(Mordor Intelligence)’의 데이터에 따르면 2024년까지 전 세계 영양바(단백질바, 에너지바 등) 시장은 204억 달러에 도달할 것이며 2019~2024년의 복합 연간 성장률은 5.4%를 기록할 것으로 예측하였다. 최근 2년간 중국에서도 영양바 열풍이 불고 있으며 다양한 건강기능을 지향하는 영양바 제품이 속속 출시되고 있다. 이와 같이 거대한 시장 잠재력 속에서 영양바 기업들은 어떠한 차별화된 전략을 보이고 있을까?

## 소비자가 원하는 영양바

영양바는 초기 우주 비행사의 에너지 보충 식품으로 제조되고 탄생했다. 그 이후 영양식품 시장에 진출하면서 운동선수의 체력 훈련이나 헬스하는 사람들의 체중관리에 도움을 줄 수 있는 식품으로 발전하였다. 간식의 건강화 개념이 확장되면서 영양바는 운동 영양제품 뿐만 아닌 다양한 건강 수요를 충족할 수 있는 기능성 식품으로 인정받기 시작하였다.

호주 시장조사 전문기관인 IRI의 데이터에 따르면 현재 전세계 시장의 50% 영양바 제품이 “영양 기능을 갖추고 있다”고 밝혔다. 대다수의 간식 영양바 제품은 주로 단백질 보충 기능을 상품의 주요 기능으로 하고 곡물 식이섬유 첨가를 통한 장도 소화기능, 에리트리톨 혹은 스테비오사이드 등 설탕 대체품을 사용한 열량 감소 기능, 에너지 보충 및 정식 대체품을 통한 다이어트 기능 등 단일한 추가 기능을 부여하고 있다.

Packaged Facts의 설문조사에 의하면 소비자들은 보건 간식에 대해 많은 관심을 보이고 있다. 전세계 31%의 소비자는 면역 건강에 도움이 되는 간식을 구매할 의향이 있는 것으로 나타났다. 영양바를 통해 소비자 개성화는 물론 건강 수요를 충족하는 것은 영양바 시장의 미래 발전 트렌드가 될 것이다.

## 기능성 영양바의 시장 응용

중국 영양바 시장에서 각 기능별 영양바 중 인기 수입상품을 살펴보면 아래와 같다.

### 1 이너뷰티



▲ ORBIS KIREI CHARGE BAR  
출처 : jananesbeauty

**주요 원료** 콜라겐, 비타민E, 크랜베리

POLA의 미용 간식바 'ORBIS KIREI CHARGE BAR'는 치아씨드, 호박씨, 퀴노아, 귀리, 현미, 좁쌀, 울무쌀, 흑미, 소맥, 대두, 행인, 호두, 크랜베리, 건포도, 파

파야, 파인애플 총 16 종류의 슈퍼 식품을 종합한 미용식품이다. 미용 간식바는 인체 건강과 미용에 수요 되는 단백질, 항산화물질, 광물질, 비타민, 식이섬유와 오메가3(omega-3)가 포함된 상품이고 제품당 96 칼로리 밖에 되지 않는다.

### 2 면역력 강화



▲ Breakfast Probiotic  
출처 : KIND

**주요 원료** 프로바이오틱  
간식바 중 보편적으로 사용되는 Bacilluscoagulans는 내산, 내열 내염, 쉽게 배양하고 저장할 수 있는 특징이 있다. 가공과정 및 소화시스템에서 쉽게 소멸되기 힘들고 섭취 후 소장까지 도달하여 번식을 하여 장내 미생태 밸런스를 맞추고 면역력을 강화한다. KIND의 프로바이오틱 조식바인 'Breakfast Probiotics'는 개당 5억개의 CFUs 프로바이오틱이 함유되어 있고 상품 원료는 100% 전 곡물 귀리, 현미, 메밀, 비릿이고 소화 건강 및 면역력 강화에 좋은 효과를 준다.



▲ GoodBe 출처 : Nestle

네슬레(Nestle)의 GoodBe생동 영양바는 귀리, 요구르트, 과일 건과 및 프로바이오틱으로 제조되었다. 제품당 10억CFUs의 프로바이오틱과 4g의 단백질을 함유하였다.

### 3 골관절 건강

**주요 원료** 콜라겐

모든 인체 기관은 영양물질에 공급이 필요하다. 골관절도 역시



▲ Collagen Bar  
출처 : Vital Proteins

필요한 영양물질을 공급해줘야 한다. 연구에 따르면 콜라겐은 연골에 필요한 영양을 제공할 수 있고 연골대사를 촉진하고 관절 노화방지 및 관절 스트레스 감소 등 기능이 있다.

이에 대표적인 영양바 제품은 Vital Proteins기업의 콜라겐바(Collagen Bar)다. 사이코스를 설탕 대체품으로 사용하고 제품당 20g의 단백질과 15g의 콜라겐이 함유되어 콜라겐 보충제품 뿐만 아니라 케톤체 생성성 식사에도 도움을 줄 수 있는 상품이다.

### 4 장 건강



▲ COOKIE BAR  
출처 : Flapjacked

**주요 원료** 프리바이오틱스, 프로바이오틱

Flapjacked '장도건강지원' 쿠키바는 프리바이오틱스, 10억 CFUs프로바이오틱 및 10g의 단백질이 함유되었고 초콜릿 과자, 초콜릿 땅콩 잼 및 초콜릿 브라우니 3가지 맛이 있다. 프리바이오틱스+프로바이오틱의 조합은 장내 건강을 더욱 강화할 수 있다.

### 5 혈당 관리



▲ ZENOBAR 출처 : ZENOBAR

ZENOBAR는 2명의 당뇨병환자가 창립한 브랜드로서 당뇨병 환자의 혈당조절을 돕기위해 제조된 제품이다. 주요 성분은 행인, 사이코스, 유기농 가용성 카사바 섬유, 아마씨, 딸기 등 성분이 함유하였다. 아마씨는 풍부한 오메가3(omega-3)와 식이 섬유가 함유되어 혈당지수가 낮다. 행인이 주요성분으로서 저GI를 유지하는 동시에 향기로운 맛까지 제공한다. 사이코스는 혈당 조절에 도움을 주고 정상적인 인슐린 수준을 유지하는 면에도 도움을 준다.

### 6 속취해소



▲ SOBAR 출처 : SOBAR

SOBAR는 세계 처음으로 전문 디자인 및 임상평가를 받은 알코올 흡수 감소기능이 있는 영양바다. 상품의 핵심 기술은 Alcohol로 알코올이 위에서 장시간 머무를 수 있으며 활성화를 방지한다.