■ 홍콩, 식용유 시장■

■ 홍콩 식용유 시장 규모

<홍콩 식용유 시장 규모(소매가격기준, Retail Value RSP)>

(단위: 백만 홍콩달러)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
식용유	1,083.2	1,076.3	1,069.6	1,060.3	1,081.2
- 올리브유	107.8	108.5	108.6	106.0	107.9
- 옥수수유	200.0	197.0	194.7	191.1	193.1
- 카놀라유	91.1	87.5	84.0	80.7	80.0
- 해바라기유	42.8	42.0	41.0	39.9	40.0
- 기타 식용유	641.7	641.1	641.3	642.6	660.3

* 자료원 : 유로모니터,「Edible Oils in Hong Kong, China」, 2020.11.20.

코로나19로 외식을 자제하면서 외식업계에서 식용유의 소비는 감소하였으나. 가정에서의 수요 증가로 2020년 홍콩의 식용유 시장 규모는 전년 대비 2% 증가한 약 10.8억 홍콩달러를 기록했다. 일반적인 식용유(올리브유, 옥수수유, 카놀라유 등) 이외의 기타 식용유 시장은 빠르게 성장하면서 전년 대비 3% 증가한 6.6억 홍콩달러 규모의 시장을 형성했다.

■ 집에 머무르는 소비자로 인해 외식업체의 식용유 사용 급감

코로나19로 인해 소비자가 집에 머물면서 2020년 홍콩 외식업계의 일반적인 식용유 수요는 감소한 것으로 나타났다. 대두유는 비용이 저렴하고 발열점이 높아 외식업계에서 가장 널리 사용되는 식용유이다. 차찬텡(간단한 식음료를 파는 식당) 및 패스트 푸드점과 같은 저가 식당에서는 사회적 거리 두기 조치로 인해 소비자의 음식 포장 수요가 증가하여 대두유의 수요가 증가한 반면 중식당에서 튀김 요리에 사용되는 대두유의 사용은 급격히 줄었다. 결혼식, 가족모임, 기업 행사 등 연회는 중식당에서 많이 진행되었으나 코로나19로 행사가 취소되거나 연기되었기 때문이다. 마찬가지로 서양식 식당에서 일반적으로 사용되는 카놀라유, 옥수수유, 땅콩유의 수요 역시 2020년에는 감소한 것으로 나타났다.

■ 건강에 대한 의식이 높아진 소비자, 식용유 섭취 줄여

건강에 대한 의식이 높아진 소비자들은 식용유, 염분, 지방의 섭취를 줄이고 있다. 특히 코로나19 확산 기간 홍콩 소비자들은 코로나19의 일반적인 증상인 인후염의 가능성을 줄이기 위해 몸에 뜨거운 기운(熱氣)을 주는 튀긴 음식의 섭취를 줄이고 있다. 또한 최근 홍콩 정부는 식용유와 관련된 건강 보고서를 발표했다. 2018년에는 다수의 식용유 제품에서 발견되는 발암 물질에 대한 보고서가 발표되어 언론의 주목을 받았으며, 2019년에는 건강한 식용유 선택의 중요성과 트랜스 지방의 과잉 섭취의 위험성에 대한 연구를 발표하고 튀김용 식용유의 가이드라인을 제시하기도 했다.

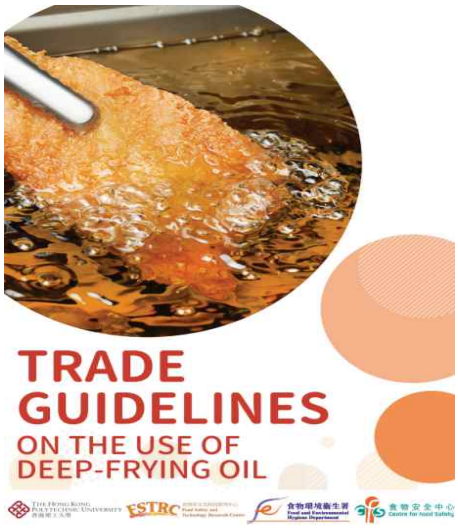
46 samples of cooking oil on sale in Hong Kong contained cancer-causing substance in tests

City's consumer watchdog tested 60 types of oil and found 46 with toxic carcinogen glycidol, for whic there are no safe levels

Harminder Singh
Published: 11:8pm, 17 Jul, 2017

Why you can trust

| 식용유에서 발견되는 발암물질 관련 2018년 언론 자료 |



| 홍콩 정부가 발간한 식용유 가이드라인 |

■ 주식인 식용유 "가격"이 여전히 핵심 요소

홍콩 현지 브랜드는 효과적인 마케팅으로 슈퍼마켓 진열대에서 우위를 선점하고 있으며, 홍콩 소비자는 사용하던 특정 브랜드를 선호하는 현상이 높아 충성 고객을 확보하고 있다. 특히 가격 경쟁력과 할인 행사는 소비자의 충성도를 유지하는 가장 효과적인 도구이다. 예를 들어 홍콩의 식용유 선두업체인 "Hop Hing Oils&Fats" 과 "Lam Soon Oils&Fats"는 선두를 유지하기 위해 정기적으로 할인 행사를 진행한다. 홍콩에서는 대용량의 식용유를 흔히 볼 수 있는데 이는 가격 경쟁력이 높아 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있다.

<홍콩에서 유통 중인 대용량 식용유 제품>

| 옥수수유 | Lion & Globe /홍콩산 HK$109/5L	| 땅콩유 | Lion & Globe /홍콩산 HK$108.9/900ml x 4	| 옥수수유 | KNIFE/ 중국산 HK$69/900ml x3	| 올리브유 | Filippo Berio/이탈리아산 HK$179/3L

* 자료원 : HKTVmall (2020년 12월 기준)

■ **주요 셀링 포인트로 홍보될 "높은 발연점"**

옥수수유와 땅콩기름과 같은 특정 식용유는 높은 발연점이 주요 셀링 포인트로 홍보 판매될 전망이다. 식용유의 발연점은 소비자에게 잘 알려진 정보로 간주되어 이전에는 주요 셀링 포인트가 아니었으나 식용유의 발연점에 대한 배경지식이 없는 밀레니얼 세대와 Z세대가 식품 구매의 주요 소비층이 됨에 따라 식용유 업체는 발연점과 같은 정보를 제공 및 홍보하는 광고를 진행할 것으로 예상된다. 동시에 소비자위원회의 보고서, 언론 보도 및 영양사 권장 사항과 같은 다수의 매체에서도 높은 발연점의 식용유를 사용하는 것에 대한 건강상의 이점을 지속적으로 소비자에게 알리고 있다. 최근 미강유(Rice Bran Oil)는 높은 발연점으로 쉽게 타지 않는다는 장점으로 큰 인기를 얻고 있으며, 많은 브랜드가 제품 마케팅 및 제품 포장 용기에 높은 발연점을 강조하고 있다.

<홍콩에서 판매 중인 "높은 발연점"을 강조한 제품>

높은 발연점 강조 "High Smoke Point"	높은 발연점 강조 "High Smoke Point"
| 미강유/RIZI/태국산 | HK$ 45.9 /1L	| 미강유/ be/ 태국산 | HK$45.9 /1L

* 자료원 : HKTVmall (2020년 12월 기준)

■ **건강과 편리함으로 지속될 "스프레이 포장" 트렌드**

스프레이(spray) 포장은 광범위한 요리 적용될 수 있으며 기름 사용량을 줄일 수 있어 인기가 더욱 높아질 전망이다. 스프레이로 분사되는 기름은 소량으로도 후라이팬 등 조리 기구에 도포될 수 있으며, 샐러드 등에도 쉽게 뿌려 먹을 수 있다. 또한 에어 프라이어 전용 제품에도 최적화되어 있다. 2020년 홍콩의 올리브유 선두 업체인 필리포 베리오(Filippo Berio)는 스프레이 용기에 담은 제품을 출시하여 편리하며, 에어 프라이어를 활용한 요리에 적합한 제품으로 출시하여 건강한 요리에 대한 소비자의 수요를 충족시키고 있다. 또한 아보카도 오일, 호두 오일은 샐러드 등 완성된 요리에 직접 뿌려 먹을 수 있는 장점을 앞세워 스프레이 용기 제품이 판매되고 있다. 다양한 장점으로 스프레이 포장 용기의 제품은 활발하게 출시될 것으로 예상된다.

<홍콩에서 판매 중인 스프레이 포장 형태의 식용유 제품>

| 아보카도 오일 |	| 호두 오일 |	| 올리브 오일 |	| 올리브 오일 |
Chosen Foods/맥시코산	La Tourangelle/프랑스산	Filippo berio/이탈리아산	Sau Tao/이탈리아산
HK$69 / 134g	HK$60 / 250ml	HK$46.9 / 200ml	HK$58 / 250ml

* 자료원 : HKTVmall (2020년 12월 기준)

■ 다양한 제품을 모색하는 소비자로 식용유 시장의 경쟁은 더욱 치열해질 전망

많은 홍콩 소비자들은 식용유 카테고리에서 새롭고 다양한 제품을 모색함에 따라 식용유 시장의 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다. 예를 들어 코코넛 밀크와 마카다미아 우유에 대한 관심이 증가하자 식용유 업계에서도 코코넛 오일의 매출이 빠르게 증가하고 있다. 또한 땅콩기름, 해바리기유, 옥수수유는 건강한 성분과 저렴한 가격으로 차별화해 나가고 있다. 제한된 식용유 진열대에서 다양한 브랜드와 다양한 원료에서 추출한 제품 간 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다. 홍콩에서 현재 참기름, 카놀라유, 대두유, 해바라기씨유 등 다양한 한국산 식용유가 판매되고 있다. 다양한 제품을 모색하는 소비자와 건강 중시 경향으로 한국산 참기름과 들기름은 11월까지 각각 전년 동기대비 115%, 246% 증가한 231.7천 달러, 17천 달러가 수출되었다. 치열한 식용유 시장에서 진하고 고소한 맛과 건강에 유익한 기능성으로 당분간 호조세가 예상된다.

<대 홍콩 식물성 유지 수출 실적>

(단위: 톤, 천 달러(US$))

	2019년 11월 (연누계)		2020년 11월 (연누계)		연 누계 대비(%)	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액
옥수수유	1,675.4	1,656.4	2,044.4	2,034.1	22.0	22.8
참기름	5.3	81.1	17.6	175.0	231.7	115.8
미강유	6.8	25.5	8.9	20.0	30.8	△21.7
들기름	0.4	4.9	1.1	17.0	197.2	246.8
유채유 (카놀라유)	5.4	11.5	6.8	14.6	24.3	27.5
대두유	1.8	5.4	3.3	11.2	85.6	108.5
해바라기씨유	0.0	0.0	0.2	0.3	14,534.1	8,550.0

* 자료원 : Kati농식품수출정보 통계

<홍콩에서 판매중인 한국산 식용유>

| 대두유 |	**| 미강유 |**	**| 카놀라유 |**	**| 참기름 |**	**| 해바라기씨유 |**
HK$98/500ml*2	HK$60/1500ml	HK$100/ 500ml*2	HK$48/ 110ml	HK$49/ 500ml

* 자료원 : HKTVmall (2020년 12월 기준)

■ 시사점

소비자의 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 식용유 섭취를 줄이고 건강한 식용유를 구매·섭취하고자 하는 소비자가 늘고 있다. 따라서 건강에 유익한 성분 함유 및 높은 발연점 등 건강과 직결되는 사실을 강조한 포장 및 마케팅을 활용해 볼 수 있겠다. 또한 에어 프라이어 조리, 샐러드에 곁들여 먹는 등 식용유가 볶음용·튀김용 이외에 다양하게 활용되는 점과 소량으로 프라이팬에 넓게 도포할 수 있다는 장점에 주목하여 분사 형태의 “스프레이 포장”의 활용도 고려해볼 수 있겠다.

■ 자료 출처

1. Euromonitor, 「Edible Oils in Hong Kong, China」, 2020.11.20.
2. HKTVmall (www.hktvmall.com)