

홍콩

Hong kong

2. 한국 대형유통업체 자체 간편식 브랜드 홍콩진출

홍콩지사

주요내용

▶ “피코크 Peacock”란?

- “피코크”, 피코크의 뜻은 공작이란 뜻으로, 한국 대형유통업체의 자체 간편식 브랜드이다. 피코크 식품 개발팀은 레시피를 연구하는 호텔 출신 셰프 6명, 디자이너 4명, 신매뉴 발굴 바이어 14명, 총 24명으로 이루어져 있다.
- 2013년 처음으로 출시된 피코크 식품은 매출이 340억원이었지만, 작년에는 매출이 1,900억원으로 5배 이상 늘었다. 상품의 종류도 200종에서 1,000종으로 급증해 올해 매출을 2500억원으로 보고 있다. 이처럼 한국에서 이미 성공을 거둔 피코크가 본격적으로 해외진출을 앞두고 있다.

▶ 피코크 해외 진출

- 한식 세계화 바람을 타고 피코크가 한국을 넘어 해외로 나아가고 있다. 홍콩 유통업체인 “웰컴”과 정식 수출 계약을 체결하였다. 웰컴은 Jason’s, Market Place 등 다양한 슈퍼마켓 브랜드를 운영 중이다. 웰컴의 약 57개점에 간편 요리인 순두부찌개, 묵은지 김치찌개, 삼계탕, 빈대떡, 낙지 볶음밥, 즉석밥 등 107개의 한식 메뉴가 판매될 예정이다.
- 피코크의 장점은 냉장식품의 비중이 6대 4정도라는 점이다. 조리 후 급속 냉동을 해야 원재료의 맛을 그대로 살릴 수 있다는 점을 고려해, 다양한 냉동식품을 생산하고 있다. 냉동식품은 1~2인 가구가 많은 홍콩에서 큰 인기를 끌고 있는 식품 중 하나이며, 앞으로도 더욱 성장할 것으로 전망된다.

▶ 피코크를 시작으로 또다른 자체브랜드 진출

- 이마트는 피코크를 시작으로 다음달부터 또다른 자체브랜드를 웰컴의 다양한 유통채널을 통해 판매를 한다고 밝혔다. 홍콩 수출 금액을 올해 6억원, 내년에는 40억원 달성을 목표로 두고 있다. 홍콩을 진출 기반으로 하여 다양한 파트너십을 통해 다른 아시아 시장 진출도 계획 중이라고 밝혔다.

| 피코크 제품 |





* 사진출처 : Market Place 홈페이지(www.marketplacebyjasons.com)

* 참고자료 : Korea Joongang Daily, 「Emart to export Peacock to Hong Kong, U.S.」

시사점

가정간편식 시장은 이미 홍콩시장에서도 크게 인기 있는 분야이다. 또한 한류열풍으로 인해, 한국음식에 대한 관심도와 인기는 홍콩에서 매우 뜨겁다. 피코크는 일반 한국 간편식품과 맛, 패키징 부분의 차별화를 통해 세련된 라이프스타일을 추구하는 소비자에게 어필하고 있다는 점에서 홍콩 소비자에게 긍정적인 반응을 얻을 것으로 기대된다.