

1. 스낵강자 ‘감자칩’, 중국에서도 인기 여전해

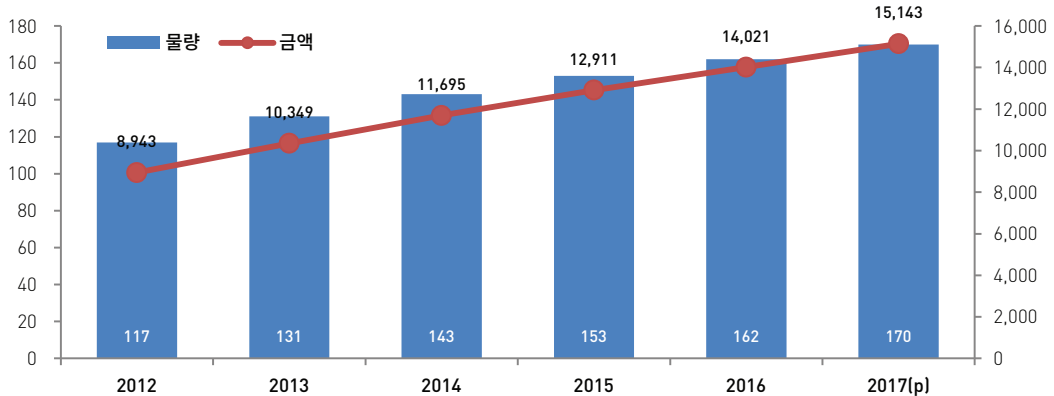
상하이지사

주요내용

▶ 스낵의 강자 ‘감자칩’, 중국에서도 성장세 계속

- 중국에서 감자스낵의 인기가 지속되고 있다. 특히 2017년 중국 감자칩 매출액은 150억위안(한화 약 2조 5천억)이 넘을 것으로 전망된다.

| 중국 감자칩 판매실적 |



(단위 : 천톤, 백만 위안)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017(p)
수량	117	131	143	153	162	170
금액	8,943	10,349	11,695	12,911	14,021	15,143

* 출처 : Euromonitor International 「Savoury Snacks in China」

▶ 중국 단맛의 간식보다는 짭잘한 맛의 간식을 선호

- 감자칩은 이미 중국 소비자들의 일상생활에 없어서는 안 되는 간식으로 부상하였다. 중국의 소비자들은 단맛보다는 짭맛의 간식을 선호하는 경향이 있기 때문에 다양한 스낵 중에서도 감자칩에 대한 선호도가 높다.
- 중국 인기 감자칩 브랜드는 ‘上好佳(쌍하오자)’, ‘可比克(커비커)’로, 중국 전체 감자칩 구매율의 76%에 달하며 베이징, 상하이, 광저우 세 도시에서 구매율은 81%에 달한다.
- 기존 중국 감자칩 브랜드 외에도 Lay's와 같은 해외브랜드 감자칩 수입 증가에 따라 소비자들의 선택범위는 보다 넓어지고 있다.

↑ 상하오자 감자칩 ↓



↑ 커비커 감자칩 ↓



▶ 소비자 수요에 맞춰 패키징도 차별화

- 또한 최근 스낵 제조업체에서는 소비자의 수요에 따라서 내용물뿐만 아니라 패키징 형태 또한 다양화 하고 있다. 같은 제품이라도 1인 가구를 위한 소포장과 패밀리 사이즈의 대형포장, 환경을 중시하는 소비자를 위한 친환경 포장, 선물용 포장 등 차별화된 패키징을 통해 소비자를 만족시키고 있다.

* 참고자료

- Euromonitor International 「Savoury Snacks in China」
- 食品商务网, 「马铃薯休闲食品稳坐产业头把交椅 配料产业创新给力」

시사점

- 감자칩 대부분이 기름에 튀긴 제품이 많은데 현대인들의 비만, 고혈압, 고혈당 등 건강요소를 고려한다면 튀김제품보다는 칼로리가 낮고 건강에 해를 적게 끼치는 구운 제품이 향후 소비가 더 많이 될 것으로 전망된다.
- 소비자들의 맛에 대한 수요가 갈수록 다양해지면서 한입에 다양한 맛을 느낄 수 있는 제품을 생산하는 것도 하나의 마케팅 방안이 될 수 있다. 허니버터 맛의 감자칩처럼 기존에 없었던 새로운 맛을 선보여 경쟁상품과 차별화하는 것이 필요하다.