



Kazakhstan

두바이지사

식품박람회를 통해 알아본 중앙아시아 식품 트렌드

제 22회 카자흐스탄 식품박람회

중앙아시아 최대 식품산업 박람회인 '카자흐스탄 식품박람회 (Food Expo Qazaqstan 2019)'가 지난 11월 6일부터 8일까지 총 3일간 카자흐스탄의 경제수도인 알마티 내 '아타켄트 국제전시장(Atakent International Exhibition Center)'에서 성황리에 진행됐다. 이번 박람회에는 한국을 포함한 총 17개국으로부터 약 500여 업체가 참가했으며, 행사 기간 중 총 내방객은 약 6,000여 명으로 집계됐다. 주요 전시 품목은 신선 과일 및 채소, 유제품, 육류, 차류, 가공식품 등이었으며, 식품류 외에도 식품가공 기계 및 주방집기, 그리고 식품 가공, 포장, 운송 등 식품산업 전반에 관련된 기술을 홍보하는 업체들이 다수 참가했다.

유제품, 가공육류 수요 가장 많아

500여 개의 전체 참가업체로부터 가장 많이 취급된 품목은 유제품과 가공육류였다. 방목형 축산업이 발달한 중앙아시아 국가들에서는 가축으로부터 생산되는 유제품과 육류를 주식으로 삼아왔다. 현재도 카자흐스탄의 주력 산업으로서 높은 자급률을 보이고 있으나, 농촌인구 감소와 토지 부족 심화로 인해 수입 물량에 대한 의존도가 높아지고 있는 추세이다. 이에 따라 러시아, 벨라루스, 키르기스스탄 등 인근 국가들의 유제품 및 가공육류 업체들이 이번 박람회에 대거 참여하여 카자흐스탄 바이어 및 내방객들로부터 많은 관심을 받았다. 대부분의 중앙아시아 국가들은 같은 식문화와 식품 기호를 공유하기 때문에 신규 시장 진입에 따른 소비자들의 거부감이 거의 없다는 점이 큰 이점이다.

한편, 육류 단일 품목으로 박람회에 참가한 미국 업체들에 대한 바이어들의 관심도 뜨거웠다. 참가 규모가 다른 국가들에 비해 상대적으로 소규모임에도 불구하고 많은 수의 바이어와 내방객들이 물렸는데, 인근 지역의 수입육류에 비해 품질이 우수하다는 인식과 함께 가공육류의 가격 경쟁력이 높다는 점에서 좋은 평을 받았다. 현재 카자흐스탄에서는 가공육류

| 2019 카자흐스탄 식품박람회 한국관 전경 |



| 2019 카자흐스탄 식품박람회 배너 |



의 생산량 증진을 위한 장려정책을 펼치고 있으나 소비량을 충족하기에는 여전히 공급량이 부족해 수입 의존도가 크다.

인도, 스리랑카 등 다양한 차(tea) 종류 선보여

중앙아시아 국가들은 높은 1인당 육류 소비량만큼이나 차 소비량도 상당하다. 인도와 스리랑카는 전통적인 차 수출 강국이다. 이번 박람회에서 인도는 7개 업체, 스리랑카는 3개 업체가 참가했는데, 대부분이 차 수출업체였다. 스리랑카의 실론티는 독특한 향미와 세련된 패키징으로 많은 인기를 얻었다. 차의 종류는 다양하지 않았으나 높은 품질을 내세운 고급화 전략이 효과적이었다. 인도는 인도식 전통차와 밀크티를 내세웠다. 카자흐스탄 현지에서는 찾아보기 어려운 새로운 조제법의 인도식 차는 생소하지만 깊은 풍미를 가졌다는 평이다. 한편, 인도네시아는 전통적인 차류보다는 각종 꽃잎, 과일향 등이 첨가된 차 종류를 선보여 호응을 얻었다. 규모에 비



해 다양한 제품을 전시하여 다수의 바이어와 내방객들의 관심을 끌며 성공적인 홍보 효과를 거뒀다.

14개 한국업체 참가, 신선 배·딸기 등 인기

한국농식품 중 참관객들의 가장 큰 관심을 끈 품목은 단연 신선 배였다. 중앙아시아에서 흔히 접해보지 못한 생소한 외형과 크기에 놀라워한 참관객들은 아삭한 식감과 달면서 과즙이 풍부한 한국 배 특유의 맛에 호평을 쏟아냈다. 현지 바이어들 또한 한국 배에 큰 관심을 보이며 수입을 위한 가격 문의가 이어졌다. 배를 제외한 신선 품목 중에서는 딸기가 많은 주목을 받았다. 현재 카자흐스탄 수입딸기 시장에서 가장 높은 점유율을 보이는 네덜란드산 딸기와 비교해 품질은 비슷하면서도 가격이 상대적으로 저렴해 경쟁력이 있다는 평가다.

그 외에도 인삼, 홍삼을 비롯한 건강식품과 알로에, 유자차 등 음료 제품도 현지인들에게 많은 관심을 받았다. 특히 건강에 유익한 성분이 함유된 음료 제품에 대한 선호도가 높았던 반면, 설탕과 보존제 등이 첨가된 제품에는 거부감을 보이는 등 카자흐스탄에도 웰빙트렌드가 자리 잡아가고 있음이 느껴졌다. 같은 맥락으로 건강에 유익함과 동시에 중앙아시아인들이 좋아하는 맵고 알싸한 맛이 어우러진 김치와 젓갈류에 대한 호응도 이어졌으며, 김치에 대한 6,000달러 규모의 현장 협약(MOU)을 체결하는 쾌거를 이루었다. 한국업체들의 이번 박람회 총 수출상담실적은 2,560만 달러다.

식품산업관련 기기 및 기술에도 큰 관심

이번 박람회에서는 식품 가공 및 수출업체뿐만 아니라 식품 산업관련 기기와 기술 등 비식품 부문 참가 업체의 비중이 늘어난 점이 주목할만하다. 총 14개 업체가 참가한 독일은 식품 전시보다는 식품 관련 기기와 기술의 전시가 주로 이루어졌다. 제과·제빵용 오븐, 커팅기, 온도 측정계 등 다양한 식품 생산 기기뿐만 아니라 현대 식품 트렌드를 보여주는 다양한 기술을 소개함으로써 농업 및 식품 강국의 면모를 보여줬다. 네덜란드 또한 식품 가공 기계류와 주방 집기 등 비식품류의 전시가 주를 이루었다. 일반 내방객들보다는 현지 가공업체 바이어들의 관심이 집중됐다.

Key Point

중앙아시아 수출의 교두보 카자흐스탄 시장 공략에 적극 나서야

카자흐스탄은 아시아와 유럽을 잇는 중앙아시아의 수출전략 거점일 뿐만 아니라, 10만 고려인들이 거주하고 있어 한국 농식품의 수요 증가가 기대되는 곳이다. 인근 CIS 국가들로 국한되었던 대 카자흐스탄 식품 수출망이 이번 박람회를 통해 유럽과 동아시아 등으로 확대되는 것을 확인할 수 있었던 만큼, 적극적인 수출 지원 활동을 펼쳐 카자흐스탄 시장을 교두보 삼고, 우즈베키스탄·키르기스스탄 등 주변국으로의 시장 확대를 목표로 삼을 필요가 있다.