

# 달콤하고 건강한 천연 꿀음료 열풍

대만사무소

## 천연의 맛을 선호하는 대만소비자들

- 동방온라인(東方線上)의 조사결과에 따르면 대만에서는 최근 식품첨가물없이 식품 본연의 맛을 내는 제품의 수요가 점점 높아지는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 제품을 고를 때 뿐만 아니라 식재료, 식당 등을 선택할 때도 중요하게 작용하고 있다.
- 업계관계자는 젊은 세대들이 건강에 대해 높은 관심을 나타내고 있으며, 제품을 선택할 시에 건강뿐만 아니라 맛까지 중요하게 생각하고 있다고 밝히면서 식품 본연의 맛이 대만의 젊은 세대들을 사로잡고 있다고 말한다.

## 소비자 트렌드에 맞춘 꿀음료의 인기

- 이러한 트렌드에 맞추어 대만 Family Mart에서는 천연 꿀이 함유된 음료제품을 선보였는데 제품은 자체 브랜드인 Family Mart Collection과 대만의 꿀브랜드업체 BeeTouched의 협력을 통해 출시됐다.

- Family Mart에서는 제품 출시를 앞두고 소비자를 대상으로 꿀음료에 대한 설문조사를 진행하였는데 그 결과 대만소비자들은 꿀음료에 대해 ‘어렸을 때 즐겨 마셨던 추억의 음료’, ‘여름철 더위 해소’, ‘숙취, 변비 등에 좋은 건강 음료’ 등의 인식을 지니고 있는 것으로 나타났다.



Family Mart에서 출시한 레몬맛·오리지널 꿀음료



BeeTouched와의 협력을 통해 꿀음료를 출시한 대만 Family Mart

## 꿀음료의 인기, 업체 간 경쟁으로 이어져

- Family Mart가 출시한 꿀음료가 지난해 연간 판매량이 300만병을 돌파했으며, 매출액이 1억 대만달러(약 36억 5천만 원)를 초과한 것으로 나타나 최근 대만에서 꿀음료의 인기를 실감케 하고 있다.
- 이에 경쟁업체들은 앞다투어 꿀음료 관련제품을 출시하며 경쟁에 가세하고 있다. Seven-eleven에서는 대만 꿀브랜드업체 Honey Museum과 협력하여 신규 꿀음료를 출시했고, 까르푸에서도 대만 난타우현(南投縣)에서 생산하는 꿀음료의 독점판매를 추진 중이다.



1. Seven-eleven에서 출시한 꿀음료
2. 대만 까르푸에서 판매하는 꿀음료

正官庄

NO. 1  
全球第一人蔘品牌

元氣即刻復活  
夏日活力  
時尚新喝法

活力巨星代言人 李棟旭

獨家優惠組

高麗蔘精EVERYTIME (隨身包)  
+ FamilyMart Collection 蜂蜜水 台購價 **75元**  
原價85元

活動期間：107/5/23-6/19數量有限售完為止 / 本活動不與其他優惠方式併用。商品以實物為準，圖片僅供參考

정관장 에브리타임과 Family Mart 꿀음료의 합작

## 건강과 관련된 아이디어식품 개발 필요

- 대만소비자들 사이에서는 건강, 천연식품, 식품첨가물이 없는 제품 등에 대한 선호도가 점차 높아지고 있으며, 이에 맞춰 건강과 관련된 아이디어식품을 개발하고 대만의 유통매장들 또한 건강, 웰빙 등을 고려한 자체브랜드 개발에 힘을 기울이고 있다.
- 우리나라에서도 W식품이 ‘꿀을먹어 더 건강한 겨울음료’를 내세워 국산 벌꿀에 건강소재를 더한 꿀음료를 출시하여 크게 인기를 얻은 바 있다. 따라서 대만시장 진출을 고려하는 한국업체의 경우, 현지 유통매장과의 협업 상품을 개발하거나 OEM 방식의 공급 루트를 고려하는 것도 좋은 방법일 것이다.