



China

베이징지사

빅 트렌드가 되어가는 간편건강식

간편건강식 대세로 떠올라

중국 최대 음식배달 애플리케이션 서비스기업 '메이투안 디엔핑(美团点评)'에 따르면 중국 현지에서 샐러드, 브런치 등 간편하고 건강한 식재료를 사용한 식품을 의미하는 간편건강식(轻食)이 식품시장의 주요 트렌드로 자리 잡고 있다. '메이투안 디엔핑' 빅데이터에 따르면, 2018년 '간편건강식' 관련 제품주문량은 전년 대비 75%나 증가했으며, 2018년 간편건강식을 판매하는 매장 수는 전년 대비 419%나 증가해 3,500 곳을 돌파했다. '메이투안 디엔핑'을 통해 간편건강식을 주문한 고객의 70%는 여성으로, 다이어트와 칼로리에 보다 민감한 여성 소비자가 중국의 간편건강식 열풍을 주도하고 있는 것으로 나타났다.

간편건강식 매장은 주로 베이징, 상하이, 광저우, 선전 등 대도시를 중심으로 빠르게 확산되고 있으며, 편리하게 한 끼 식사를 즐기 위해 간편건강식을 주문하는 소비자의 특성을 반영해 오프라인 매장 없이 온라인 주문형태만 수용하는 업체도 증가하는 추세이다. 대만식 차와 간식을 판매하는 위엔치(元气), 곡물을 주재료로 사용한 간편식을 판매하는 우구(无谷), 샐러드를 주로 판매하는 라이카(莱卡) 등 간편건강식 관련 브랜드가 빠르게 성장하고 있으며 KFC, 요시노야, Dicos 등 기존 패스트푸드 프랜차이즈 체인들도 간편건강식

팝업스토어를 잇따라 출시해 새로운 소비트렌드에 대응하고 있다.

간편건강식 시장 성장

2016년 온라인으로 샐러드배달을 주문한 고객은 전체 중 1%에 불과했지만 2017년에는 이 수치가 5%를 기록하며 빠르게 성장하는 추세를 보이고 있어 3년 내에 중국 간편건강식 시장규모는 1천억 위안약 17조원을 돌파하고 5년 내 중국 외식업 매출액의 10%를 차지할 전망이다.

간편건강식은 저염, 저지방, 저당을 강조하고 식재료 본연의 영양소를 중시하기 때문에 조리법이 비교적 간단한 특성이 있다. 이러한 특성 때문에 간편건강식 시장은 진입장벽이 비교적 낮고 모방이 쉬운 것으로 인식되어 인기에 편승하기 위한 유사 브랜드 및 제품이 난립하는 현상을 야기하기도 하였으며, 지커샐러드(极客沙拉), 샐러드일기(沙拉日记) 등 일부 간편건강식 브랜드는 과열된 시장 경쟁을 견디지 못하고 매장을 폐점하거나 온라인 배송만을 서비스하는 방식으로 전환하기도 했다.



Key Point

칼로리 낮추고 품질 올리 중국시장 공략

- 중국은 전통적으로 익혀 먹는 것을 선호하는 식문화를 가지고 있으며 찬 음식을 기피하는 성향이 있다. 때문에 그동안 샐러드와 같은 제품은 식품시장의 주류로 인정받지 못해왔다. 하지만 최근 중국의 20~30대 젊은 세대 및 여성 소비자를 중심으로 칼로리가 낮고 섬유질이 많아 포만감을 주는 식품에 대한 수요가 증가하면서 샐러드를 필두로 간편건강식(轻食)을 주요 메뉴로 내세운 매장이 많은 인기를 얻고 있다. 간편하게 건강한 식품을 섭취하고 싶어 하는 중국 소비자의 요구는 비단 요식업계뿐만 아니라 중국 식품시장 전체에 영향을 미치며 저칼로리저당저염저지방 가공식품의 출시를 촉진하고 있다. 현재 가공식품 위주로 대중 수출을 진행 중인 한국 식품업계 역시 이러한 중국 소비트렌드를 참고해, 새로운 공법과 첨가물 절감을 통해 제품의 칼로리는 낮추고 품질은 올리는 전략으로 중국 소비자들을 공략해야 할 것이다.