



China

베이징지사

인스턴트면 시장의 '여심 공략' 트렌드

여성 타겟의 인스턴트면 새롭게 출시

집에서 최대한 간편하게 한 끼를 해결하기 원하는 '게으른 소비자'들이 중국의 주요 소비계층으로 부상하면서 효율성과 편리성이 중국 식품 시장의 소비 트렌드로 자리 잡고 있다. 특히 남성 중심 시장이던 인스턴트 라면시장의 경우 최근 젊은 여성 소비자들이 새로운 소비계층으로 떠오르면서 여심을 사로잡기 위한 중국 인스턴트면 업계의 색다른 시도가 주목받고 있다.

적은 용량, 예쁜 디자인의 3세대 인스턴트면

중국의 인스턴트면 업체인 '광시 뽀장위엔 식품'은 인스턴트면 패키지에 파격적으로 핑크색을 사용한 '소녀면'을 출시해 젊은 여성 소비자를 주 타겟으로 새로운 마케팅 전략을 선보였다. 또 다른 인스턴트면 업체 '하이츠지아'도 중국 현지 여성들이 선호하는 신맛과 매운맛으로 유명한 쑤안라편(酸辣粉)을 인스턴트면 제품으로 출시해 대표적인 즉석 식품으로 만들었다.

여성들이 중국 라면 시장의 주요 소비계층이 되면서 '적은 용

량'과 '예쁜 디자인'이 중국 라면 시장의 새로운 트렌드로 각광 받고 있다. 기존 1세대 중국 인스턴트면은 봉지라면이 주를 이루었고, 얼마 지나지 않아 소비자들의 편의성을 고려한 용기 형태의 2세대 제품들이 등장했다. 최근에는 기존 200g 내외 용량에서 130~140g으로 양을 줄이고 여성들이 선호하는 세련된 디자인을 내세운 3세대 인스턴트면 제품들이 출시되고 있다.

특정 면류 고가의 인스턴트면으로 판매

우렁이를 삶은 육수에 쌀국수를 넣어 만든 광시 지역의 면 요리인 뽀쓰펀(螺蛳粉), 식초와 고추기름을 주재료로 사용한 탕에 당면을 넣은 쓰촨 지역 면 요리인 쑤안라편은 중국 여성들이 가장 선호하는 대표적인 면 요리다. 근래에는 뽀쓰펀이나 쑤안라편과 같이 중국 현지 여성들이 선호하는 중국의 특정 면류 음식들이 비교적 고가의 인스턴트 라면으로 출시되는 사례가 증가하고 있다.

뽀쓰펀과 쑤안라편 인스턴트 라면의 경우 기존 5~6위안(약 900원 내외) 보다 고가의 가격으로 판매 중이다. 뽀쓰펀의 경

| 인스턴트면으로 판매중인 쑤안라편 |



우 시뤼회, 리우첸, 동아이 등의 브랜드 제품은 6-7위인약 1,100원의 중고가 가격이고, 뤼바왕, 하오환뤄, 뤼장위엔 등의 제품은 12-15위인약 2,300원으로 고가다. 반면 쑤안라편의 경우 대부분의 제품이 10위인약 1,700원으로 가격이 통일되어 있는데 이는 인스턴트 쑤안라편의 주 소비자가 중고등학교 여학생이기 때문인 것으로 분석된다.

중국은 지금 특색라면 열풍

현지 라면업계에서는 뤼쓰편과 쑤안라편과 같이 중국 각 지역의 대표요리를 인스턴트 라면으로 개발한 제품을 '특색라면'으로 칭하고 있다. 중국 최대 C2C 전자상거래 플랫폼 타

오바오가 올 5월 발표한 <2019 타오바오 식품 빅데이터 리포트>에 따르면 뤼쓰편과 쑤안라편은 중국 현지 여성 소비자를 공략하며 특색라면의 열풍을 견인하고 있다. 2018년 모바일과 PC를 통해 타오바오 플랫폼에서 뤼쓰편과 쑤안라편의 인스턴트면 제품을 구매한 소비자는 각각 1,800만 명, 1,000만 명으로 전년 대비 90%, 113% 증가한 수치다. 전년 대비 소비자가 18% 증가해 작년 한해 800만 명이 구입한 쌀국수를 제치고 두 종의 인스턴트면은 특색라면 중 판매량 1, 2위를 기록했다.

| 뤼쓰편과 그 안의 내용물 |



Key Point

저칼로리·파격 디자인·스토리텔링으로 여성 소비자 공략

- <2019 타오바오식품 빅데이터 리포트>에 따르면 삼양라면의 불닭볶음면은 작년 한해 타오바오 플랫폼에서 약 1,300만 개 판매된 것으로 나타났으며, 이는 뤼쓰편과 카오링미엔(烤冷面, 철판에 맹면을 구워 계란, 소시지를 넣어 만드는 동북지역 특색요리)에 이어 판매량 3위를 차지한 것으로 여전히 현지에서 한국산 라면의 인기는 식지 않고 있는 것으로 보인다. 중국 진출을 희망하는 한국 식품기업의 공통 목표는 '제2의 불닭볶음면'을 만드는 것으로, 여성 소비자 공략으로 기존 남성 중심 인스턴트면 시장의 외연을 확장하고 있는 중국 인스턴트면 업계의 시도들은 우리 기업에게 시사하는 바가 적지 않다. 저칼로리·파격 디자인·고유의 스토리텔링을 통해 중국 인스턴트면 시장의 새로운 소비 계층으로 떠오르는 여성의 마음을 잡기 위한 우리 식품 기업의 도전이 필요한 때이다.