

지구촌 리포트

19
2016. 7

- (중국) 급증하는 중국의 커피 시장
- (홍콩) 홍콩식 밀크티(奶茶) 전격 해부
- (일본) 일본 건강 소비 트렌드, “로카보(a low-carbohydrate) 식품”
- (인도네시아) 인도네시아 플라스틱세 도입 예정
- (베트남) 베트남 북중부의 물고기 폐사 원인, 결론 발표
- (미국) 캐나다 소비자, 세대별 식습관 트렌드
- (유럽) 프랑스, 식품포장용기 없이 내용물만 판매
- (아랍에미리트) 카타르의 식품소매업 동향



지구촌 리포트

19

Cont

1

중국

1-1 급증하는 중국의 커피 시장 | 04page

2

홍콩

2-1 홍콩식 밀크티(奶茶) 전격 해부 | 06page

3

일본

3-1 일본 건강 소비 트렌드, “로카보(a low-carbohydrate) 식품” | 08page

3-2 일본 기능성 표시 식품제도 관련 소비자 동향 | 09page

4

인도네시아

4-1 인도네시아 플라스틱세 도입 예정 | 12page

이 자료는 aT KAT | 홈페이지(www.kati.net)에서도 보실수 있습니다.

ents

5

베트남

5-1 베트남 북중부의 물고기 폐사 원인, 결론 발표 | 13page

6

미국

6-1 캐나다 소비자, 세대별 식습관 트렌드 | 14page

6-2 파나마 새 운하 확장 | 15page

7

유럽

7-1 프랑스, 식품포장용기 없이 내용물만 판매 | 16page

8

아랍에미리트

8-1 카타르의 식품소매업 동향 | 17page

1 중국

1-1 급증하는 중국의 커피 시장

■ 2014년 중국의 커피 생산량 12.8만톤, 세계 총 생산량의 1.44% 차지

- 2014년 12.8만톤, 1.44% 차지, 2003년 0.31% 차지
- 2015년 13.9만톤, 2010년 4.9만톤, 2.8% 차지, 2014년 11.8만톤
- 2013년 3만톤, 2017년 30.55만톤

| 연도별 수요량 및 공급량 |

단위 : 만톤

년도	수요량	공급량
2013년	10,23	11,43
2014년	13,42	14,94
2015년	17,64	19,58
2016년	23,23	25,71
2017년	30,55	33,83

* 자료원: <http://www.51report.com> (중국산업동찰망)



* 출처 : 중국 인기 온라인몰 경동(京東) 커피판매 인기순위

■ 중국 커피시장 발전추세

- , 가 35
- 가 가 가
- 가 가 , 가

가 가

- , 80 ,

시사점 및 수출방안

- , ,
- , ,
- 20 2, 3 가
가 2, 3

 작성 : 북경 지사

2 홍콩

2-1 홍콩식 밀크티(奶茶) 전격 해부

■ 주요내용

- ?
 - TEA 가 奶茶() 가



영국식 밀크티



대만식 버블 밀크티



홍콩식 밀크티

- - () 70% 20%, 10% 가 .
가 () black&white milk



밀크티 전용잔



아이스 밀크티



알루미늄 컵 밀크티

- 가

티백 포장	캔 포장	팩 포장

시사점

- 가 가

작성 : 홍콩 지사

3 일본

3-1 일본 건강 소비 트렌드, “로카보(a low-carbohydrate 저탄수화물) 식품”

■ 주요내용

• ‘ 로카보 ’ ?

- ‘ 로카보 ’ ‘ (a low-carbohydrate) ’ ,

•

-

- 2012 ‘ 로카보 ’

20% 3

-



로손, 블랑 빵



패밀리마트 로카보 도시락

- ‘ 로카보 ’

- ‘ 로카보 ’

- ‘ 로카보 ’ 2016 3 30% ‘ 로카보 ’

off ’ 2 10

- ‘ 로카보 ’ ‘ 로카보 ’ 2013 가 , 2016 4~9

2 가 ‘ 로카보 ’

- ‘ 로카보 ’ 2014 70%

20~30

2015. 6 20~60 1,000

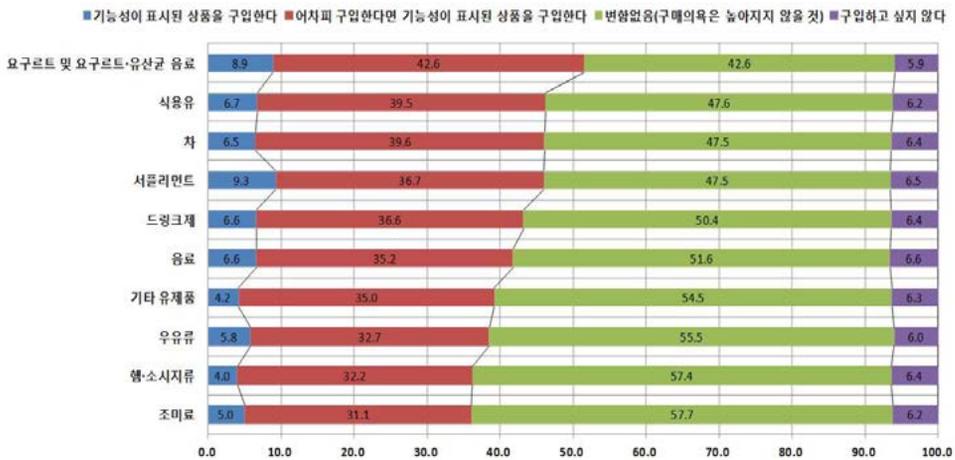
〈기능성표시식품의 인지도〉

- '15.6 77.6%, 9 79.1%, '16.4
80.4% 20%가

〈건강기능 표시로 인한 구매의욕 상승 식품〉

- , 2 , 3 1

1 건강기능 표시에 의한 구매 의욕 정도(상위 10위) 1



〈대표적인 기능성 식품인 '슈퍼푸드' 명칭에 대한 인지도〉

- ' , 50% , 60%, 50% 20
가 . 3 ,



4 인도네시아

4-1 인도네시아 플라스틱세 도입 예정

■ 주요내용

- (18) , 200
- 가 , ,
- , 2010
48 ~129 10.1% . (132 ~353 ,
27.7%)
- 가 가 , 가
- 가 30% ,
1 () , () , () , () , () , ()



* 출처 : 자카르타경제일보 2016/06/20

시사점

- 가 , 가 가
- 가 . 가

5 베트남

5-1 베트남 북중부의 물고기 폐사 원인, 결론 발표

■ 주요내용

- () Ha Tinh() , Quang Binh() , Quang Tri() , Thua Thien Hue()) 2016 4 가 6 30
- () Formosa Ha Tinh Steel Corporation - FHS) Ky Anh
- 6 28 11 5,000 VND(5 USD) 가
- 30 100 , 가



지난 4월에 후에 연안 물고기 대량 폐사

베트남 환경자원부 장관의 기자회견 모습

프로모사임원들의 사죄 모습

* 출처 : vnexpress.net

🌐 작성 : 하노이 지사

6 미국

6-1 캐나다 소비자, 세대별 식습관 트렌드

■ 주요내용

•

5
(: 267 , 83 , 48 , 27 , 26)
가

| 세대별 식습관 트렌드 |

WE / Z

시장조사 전문업체인 제노그룹(Zeno Group)에 따르면, 그동안 밀레니얼 세대가 가장 큰 소비력을 가진 소비자로 많은 주목을 받았지만, 밀레니얼 세대 이후에 태어난 WE세대와 Z세대가 새로운 소비층으로 급부상하고 있음. 현재 해당 두 세대는 미국의 외식문화와 트렌드를 이끌고 있는 밀레니얼 세대보다도 식품에 더 해박할 뿐만 아니라, 타 세대보다 영양성분표를 유심히 확인하는 것으로 나타남. 또한 캐나다 청소년들의 78%는 영양성분표를 확인하며 47%는 유기농 성분, 43%는 알레르기 성분의 유무 등을 확인하는 것으로 조사됨

현재 가장 큰 소비력을 발휘하는 소비자들로 캐나다 전체 인구의 약 23%를 차지하고 있음. 시장조사 전문업체인 민텔(Mintel)에 따르면, WE, Z세대는 건강에 큰 중점을 두고 있으며 새로운 맛을 시도하는데 적극적인 것이 특징이며, 그로인해 약 29%의 밀레니얼 세대들은 건강을 위해 주저 없이 프리미엄을 지불하고 있는 것으로 조사됨. 또한 대중적이고 기본적인 맛뿐만 아니라 다양한 맛을 선호하는 경향으로 인해 에스닉 푸드에 대한 관심이 상당하며, 점심시간이 충분하지 않아 타 세대보다 시간과 휴대성을 중요시하는 것이 특징임

X

시장조사 전문업체인 민텔(Mintel)에 따르면, X세대는 약 8%의 적은 인구 구성으로 이루어져 있지만 75% 이상의 정규직 비율과 높은 평균연봉으로 가장 강력한 잠재소비력을 갖고 있으며, 65% 이상이 자녀들과 같이 거주하고 있는 것이 가장 큰 특징임. 또한 타 세대와 비교해 자녀들의 건강에 대한 우려가 크기 때문에 Free-From(무첨가)이 표기된 식품을 선호하며, 식품을 선택하는데 있어 맛과 포장보다는 고른 영양소 함유 유무를 가장 중요시하는 것으로 나타남

/

2011년 Census (인구조사) 통계자료에 따르면, 최소 50세 이상의 소비자들로 구성되어 있는 베이비붐 세대와 사일런트 세대는 각각 캐나다 전체 인구의 27%, 11%로, 식품을 선택하는데 있어 건강한 노화와 삶이 가장 큰 트렌드로 자리 잡고 있어 소금, 설탕, 콜레스테롤, 탄수화물, 섬유질 등 특정 영양소 함유 유무를 주의 깊게 확인하는 것으로 나타남. 매년 20,000명 이상의 캐나다 소비자들을 대상으로 여론조사를 진행하는 캐나다 시장조사 전문업체인 Ipsos Reid에 따르면, 50세 이상의 소비자들은 다량의 와인, 커피, 차를 주로 마시는 반면에 우유 섭취량은 미비한 것으로 나타났으며, 젊은 소비자들보다 더 많은 양의 와인을 섭취하는 것으로 조사됨. 그 밖에도 타 세대들과 비교해 단 맛의 디저트 소비가 높으며, 식사 후 단 것으로 마무리해야 만족감을 느끼는 소비자들도 많은 것으로 나타남

🔗 시사점

•

가
가 ,

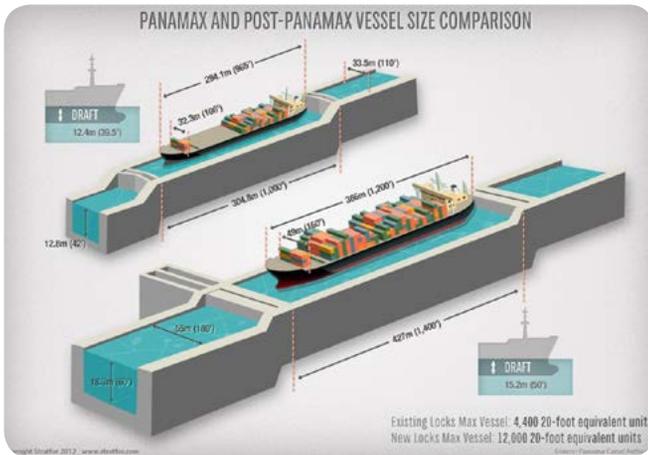
* 출처 : Food In Canada 2016 June Edition

🌐 작성 : 뉴욕 지사

6-2 파나마 새 운하 확장

■ 주요내용

- 2016년 6월 26일, 파나마 운하 확장 공사가 시작되었다.



- ▶ 파나마운하 확장 전 서부-동부 경로
- ▶ 파나마운하 확장 후 서부-동부 경로

- 기존 운하의 최대 선박 길이 295m (Panamax) 가, 폭 32m, 수심 12.4m, 통행량 4,400 TEU
- 새 운하의 최대 선박 길이 366m () (Post Panamax) 가, 폭 36m, 수심 15.2m, 통행량 12,000 TEU
- 기존 운하의 통행량 500척/일, 새 운하의 통행량 3,500척/일
- 기존 운하의 통행량 35척/일, 새 운하의 통행량 34~38척/일

* 출처 : www.forbes.com / www.miamiherald.com / www.micanaldepanama.com / www.stratfor.com

📌 시사점

-

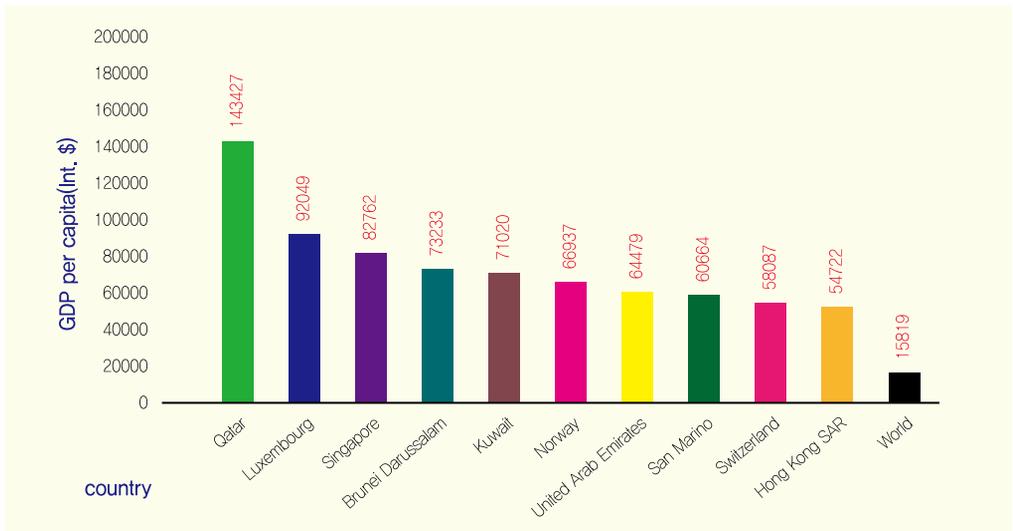
8 아랍에미리트

8-1 카타르의 식품소매업 동향

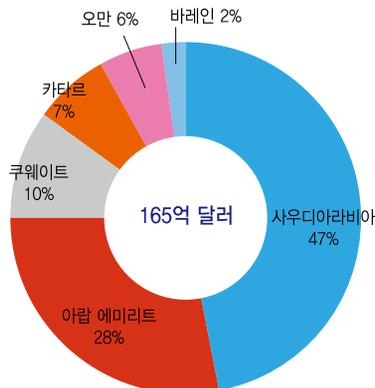
■ 주요내용

- AI Masrah Capital (1,2738) 가 (11%) 가 (2014년 기준)
- 2014년 기준, AI Masrah Capital (1,2738) 가 (11%) 가 (2014년 기준)
- 2014년 기준, AI Masrah Capital (1,2738) 가 (11%) 가 (2014년 기준)
- 2014년 기준, AI Masrah Capital (1,2738) 가 (11%) 가 (2014년 기준)

구매력 기준 1인당 국민소득 상위 10개국(2014) |



음식과 관련된 서비스 마켓(국가별) |



- GDP 가
- ,
- (,)
- 2015 954,000(sq/m)
- 가. "Shem Krey"
- , 2016 256,999(sq/m) , 70%
- (Doha Festival City, Place Vendome, and GLA)
- , 11 가 . 가
- 97.2(100) 가 .
- , 가 가 18 30

시사점

- , 가
- 2020 가가
- ,
- , 가 가

 작성 : 아부다비 지사



지구촌 리포트

19
호
2016. 7