

홍콩 유기농 식품시장 현황



홍콩지사

작성자_ 양가풍



홍콩 유기농 식품 소비 현황

2022년 8월 홍콩유기농자원센터에서 발표한 '유기농제품 소비자 연구결과보고서'에 따르면 유기농 식품 시장규모는 약 77억 홍콩달러 수준이며 매주 시장이나 슈퍼에 방문하는 소비자 중 74.5%가 유기농 식품을 구매한 적이 있는 것으로 조사되었다. 이는 전년 대비 11.2% 증가한 것으로 코로나19 팬데믹 기간에도 홍콩 유기농 식품 시장은 지속 성장했음을 알 수 있다.



HEALTHY

bio 100%
organic

NATURAL

01.

홍콩 유기농 식품 주요 소비층 및 구매력



Organic Food

유기농 식품 주요 소비자군은 뷰티와 다이어트에 관심이 많은 여성으로 조사되었다. 주요 소비자 중 62.5%가 매달 유기농 식품에 200홍콩달러 이상을 소비하며 그중 약 5.1%는 1,000홍콩달러 이상을 소비한다고 밝혔다. 그 외에 연령대별로 소득수준이 높은 31~40세 소비자의 41.4%는 매달 유기농 식품에 200홍콩달러 이상을 지출하며 20%는 500홍콩달러 이상을 소비하는 것으로 나타났다. 이로써 높은 구매력과 건강에 관심이 높은 고소득층 소비자들이 유기농 식품을 더 선호하며 구매 시 유기농 제품의 장점을 인식하고 가족과 어린이의 건강을 우선시한다는 것을 추정할 수 있다.



02.

홍콩 소비자들이 구매하는 유기농 식품 종류와 비중

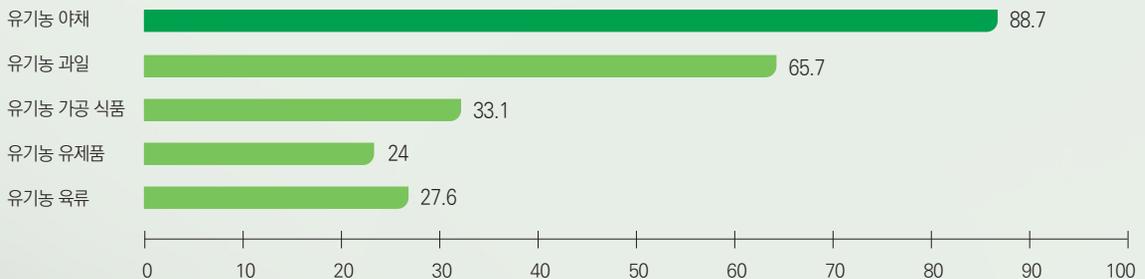


Organic Vegetables

금번 조사에 홍콩 소비자들이 가장 많이 구매하는 유기농 품목은 야채로써 전체의 88.7%를 차지하고 있다. 다음으로 과일(65.7%) 및 가공식품(33.1%) 순으로 나타났다. 야채와 과일 비중이 높은 것으로 보아 날것으로 섭취하는 경우가 많은 식품의 경우 잔류농약 등으로 인한 식품 안전에 우려가 많기 때문에 홍콩 시민들은 안전하고 천연의 이미지를 가진 유기농 식품을 우선 선택하는 것으로 보인다.

홍콩시민 유기농 식품 구매 비율

(단위: %)



출처: 香港有機資源中心 <https://hkorc-cert.org/zh/>

홍콩 유기농 식품 유통채널

01.

유기농 제품 전문판매점



Organic Store

유기농 식품이 유행함에 따라 웰빙을 추구하는 소비층을 겨냥하기 위한 유기농 제품 전문판매점(SpiceBox Organics, Green Common, Green dotdot 등)은 웰빙과 환경에 이로운 제품만을 제공하는 컨셉을 집중적으로 홍보하여 일정한 소비자군을 사로잡아 보유하고 있다. 특히 자녀의 성장환경 및 식생활을 중요시하는 엄마들이 주요 고객군이다.

홍콩 유기농 제품 전문판매점



SpiceBox Organics



Green Common



Green DotDot



02.

재래시장



Traditional Market

재래시장은 홍콩 유기농 식품 주요 판매 경로 중 하나로 중국 및 홍콩 현지 농장에서 당일 배송하는 신선한 유기농 농산물이 주로 판매되고 있다. 그러나 홍콩정부에서 유기농 채소 판매 관리 부족으로 인해 재래시장 상인들의 유기농 허위표시를 통한 제품가격 올려 받기 사례가 잦아지면서 재래시장에서 판매하는 유기농 채소에 대한 홍콩 소비자들의 신뢰도가 낮아지고 있다.

03.

슈퍼마켓



Supermarket

코로나의 영향으로 온라인 유통채널이 급성장했지만 배송 시스템이 미비한 홍콩에서는 Wellcome, PARKnSHOP, Aeon, Yata 등 대형 유통매장이나 고급 슈퍼마켓인 Market Place by Jasons, City'Super 등이 여전히 유기농 식품의 주요 판매 채널이 되고 있다. 그중에 구매력이 높은 소비군 대상으로 수입 유기농 야채를 판매하는 고급 슈퍼마켓은 고급스러운 프리미엄 유기농 식품 판매 이미지를 성공적으로 홍보하여 홍콩 내 가장 인기가 많은 유기농 식품 판매 채널이 되었다.

홍콩 유기농 식품 시장경쟁력

01.

해외 수입 농식품 의존도의 증가



Overseas Import

근래 홍콩 정부는 지속 가능한 발전 정책에 맞춰 환경보호에 대한 캠페인을 적극적으로 추진하고 있으며 소비자들의 환경보호 인식이 제고됨에 따라 유기농 식품 수요가 증가하고 있다. 이에 발맞춰 aT 홍콩지사에서도 City'Super와 연계한 유기농식품 판촉행사를 실시해 홍콩 소비자에게 한국산 유기농식품을 소개하고 인식 제고에 기여한 바 있다. 반면에 홍콩 내 유기농업 발전이 더뎠다. 유기농 농산물이 전체 농업 생산량의 약 16%에 불과하며 현재는 농지 공급과 농업 자원의 부족 등으로 하락세를 보이고 있어 유기농 농산물의 경우 향후 여전히 해외 수입 농식품에 의존할 가능성이 높다.

02.

한국 유기농 식품의 홍콩 시장 확대 기회



Korean Organic

홍콩은 2010년부터 식품 시장에서 해외 수입식품이 90% 이상 차지하며 그중에 홍콩 최대 농산물 수입국인 중국에서 식품안전 문제가 빈번함에 따라 식품안전을 중요시하는 홍콩 시민들은 해외에서 수입한 유기농 식품을 더 선호하는 추세이다. 유기농 식품의 주요 수입국은 유럽, 호주, 미국 등이며 미국의 경우 최근 유가 인상으로 인한 세금 및 운송비용이 높아지고 있어 가격 경쟁력이나 물량, 신선도가 떨어지고 있다. 또한 일본의 경우 오염수 방류 예고에 따라 홍콩에서는 일부 수산물 및 농식품을 수입 금지할 예정이다. 따라서 가격 경쟁력뿐만 아니라 품질과 신선도 면에서 우수한 한국 유기농 식품이 홍콩에서 시장을 확대할 수 있는 시기라고 보여진다.

Insight

홍콩 소비자들의 유기농 식품 수요가 지속적으로 증가할 것으로 전망되고 있기에 중장기적으로 한국산의 수출 확대 가능성도 매우 높은 분야로 판단된다.

한국 유기농식품의 이미지를 제고하기 위해서는 신뢰도 및 인지도가 높은 유통 채널을 선택하는 것이 중요하다. 고급 슈퍼마켓이 가장 바람직한 판매 채널이지만 접근성을 높이기 위해서는 대형 유통매장도 공략할 필요가 있으며 안정적인 품질 관리와 차별화 전략으로 고품질의 제품을 합리적인 가격에 제공하여 소비자층을 확대할 필요가 있다.

