

여가공간으로 진화하는 슈퍼마켓 트렌드

홍콩지사

홍콩 슈퍼마켓의 꾸준한 성장

- 홍콩 최초의 슈퍼마켓이 1945년 '사이 잉 푼' 지역에 들어선 이후 홍콩시장에 성공적으로 정착해온 슈퍼마켓은 소비자층에 맞는 새로운 브랜드를 론칭하고 체인점을 늘려가면서 현재 수백 개의 리테일 매장으로 거듭나고 있다.
- 「유로모니터」에 따르면 2017년 홍콩 슈퍼마켓의 매출규모는 521억 달러(약 7조 3,768억 원)를 기록했으며, 현재 2% 대의 성장률을 지속하며 2022년에는 576억 달러(약 8조 1,579억 원)에 달할 것으로 예상된다. AS Watson Group이 현재 36%의 점유율로 소매업 유통 채널의 1위 자리를 지키고 있으며, Dairy Farm International Holdings가 33.6%의 점유율로 그 뒤를 잇고 있다.

소비자 체험행사 통해 매출 확대

- 시티슈퍼(Citysuper), 퓨전(Fusion), 마켓플레이스(Marketplace) 등의 프리미엄 마켓은 현재 매장 내 시식코너 비중을 늘려가고 있다. 브랜드 인지도가 비교적 약한 수입식품을 소비자들이 마음껏 시식할 수 있는 기회를 제공함으로써 소비욕구를 자극하고 있으며, 매장 내 Shop in shop 형태의 카페테리아 수를 늘려 매출 증대를 도모하고 있다.
- 바쁜 라이프스타일을 가진 홍콩인들은 슈퍼마켓에서의 쇼핑을 일종의 여가활동으로 생각하고 있으며, 시음 및 요리 등의 다양한 체험 행사를 원하고 있다.



1. 시티슈퍼(City' super) 내 시음부스
2. 매장 내 카페테리아에서 음식을 주문하는 소비자들



신선식품 유통량 증가

- 홍콩의 젊은 소비층 및 구매력이 높은 여성 소비자들은 전통 재래시장이 아닌 슈퍼마켓에서 신선식품을 구매하는 것을 더욱 선호하고 있다.
- 슈퍼마켓 업체는 과일 및 채소와 같은 신선식품의 유통 비중을 늘려가고 있으며, 일본 온실과일, 한국 특산품, 반조리 식품 및 유기 농산물 등의 판매를 통해 웰빙트렌드와 함께 건강을 중시하는 홍콩 소비자의 수요에 빠르게 대응하고 있다. 슈퍼마켓 업체는 현재 신선 식품 및 음료 판매에 대한 지속적인 투자로 매출 증가를 도모하고 있다.



3



4

3. 퓨전(fusion) 유기농 과일 판매 매대

4. 시티슈퍼(City'super) 유기농 신선식품 매대

슈퍼마켓 PB 상품, 가성비를 넘어 '프리미엄화'

- 홍콩 슈퍼마켓에서는 PB제품의 프리미엄화가 이루어지고 있다. AS Watson Group과 함께 홍콩의 유통시장을 양분하고 있는 Dairy Farm社は Red Peak, SnapMax 및 Sun Harvest 등의 다양한 PB 브랜드를 출시하여 소비자들로부터 인기를 얻고 있다.



Dairy Farm 社가 유통 중인 인기 PB브랜드

- 건강에 좋은 유기농 재료를 활용하고 꾸준한 품질관리를 통해 브랜드 평판을 높이고 있으며, 기타 유통업체들도 PB상품을 적극적으로 개발하고 출시를 지원하고 있다. 단순히 제품을 공급하는 유통업의 위치에서 나아가 고객의 신뢰도를 높이고 가치창출을 위해 업체는 다분히 노력 중이다.
- 홍콩 유통업체의 트렌드를 파악하고, 적극적인 판촉활동 및 신유통플랫폼으로의 진출을 통해 한국 농식품의 수출 확대가 필요한 시기이다.