



# 중국은 식사대용식 전성시대!



유로모니터(Euromonitor)의 조사에 따르면 2017년 중국의 식사대용식 시장규모는 517.1억 위안(약 8조 8202억 원)에 달하였고 2020년에는 1,200억 위안(약 20조 4684억 원)에 달할 것으로 예측하고 있다.

<중국영양학회 단체표준 식사대용식 T/CNSS 002-2019>에서 '식사대용식'이란 성인이 체중 조절기 간 중 영양 보충을 위해 한끼 식사를 대체할 수 있도록 전문적으로 가공된 일종의 에너지 조절 식품이다.

흔히 식사대용식은 일상 '식사대용식'과 '기능성 식사대용식'으로 구분하는데 일반적인 식사대용식은 주로 정찬(正餐) 대체용으로 간편하게 배를 채우는 목적의 시리얼, 오트밀, 비스킷, 간식 등이 있고 이 유형의 식사대용식은 시장에서 흔히 볼 수 있으며 수요가 대중화되어 있다. 이 외에 기능성 식사대용식은 다이어트, 체형보정 등 기능성 수요를 목적으로 세부 품목에는 밀크셰이크, 당 끊기 식사(断糖饮食), 단백질 에너지바, 방탄음료 등으로 더욱 다양하다.

\* 당 끊기 식사 : 빵, 쌀밥 등 당 함량이 높은 음식을 끊거나 감소시켜 인체 자체의 지방 소모를 통하여 에너지를 공급하여 다이어트의 목적을 달성하는 것



▲ 일상 식사대용식인 오트밀 제품  
출처 : 타오바오



▲ 기능성 식사대용식인 밀크셰이크 제품

CBNData(第一财经商业数据)의 조사에 따르면 2020년 '당 끊기 식사대용식' 온라인 판매 단품 Top 3는 각각 미스제로(超级零)의 '칼로리 연소 삼일찬(三日燃卡餐)', 영국 Slimfast의 '식사대용 밀크셰이크'와 동츠(咚吃)의 '21일 당 끊기 라이트 푸드(非糖21日轻食断糖餐)'이다.



출처 : 타오바오



2020년 당 끊기 식사대용식 온라인 판매 단품 Top3



## 중국 내 식사대용식의 우려

### 1 국가 / 업계표준 등 표준기준의 부재

아직 중국에는 정부에서 강제적으로 집행하는 식사대용식 식품 자체의 국가표준 또는 업계표준이 없어 브랜드별 같은 유형의 제품들이 함유한 영양 물질이 통일되어 있지 않다. 식사대용식의 매출이 점점 올라가고 있는데 반해 국가표준은 없어 시장관리감독에 어려움이 있는지 국가 시장감독관리총국(国家市场监督管理总局)은 올해 5월 고체음료, 편제 캔디, 고형차 등 식품 집중관리에 관한 통지를 내려 기업명칭에 '생물', '과학기술', '의학', '영양'등의 단어가 포함되어 있고 사업범위가 음료, 캔디, 젤리, 고형차, 차(茶)제품, 기타 주류, 단절된 과일, 과일제품, 수산품과 기타식품인 생산자 및 위탁생산자를 대상으로 제품의 라벨, 설명서가 유관 법률과 규정에 부합하는지를 집중· 관리한다고 한다. 특히 '체형 보장', '다이어트'등의 표현 또는 유사 홍보문구나 적용대상 또는 일일 섭취량을 한정된 식품에 대해 샘플링 검사의 강도를 높인다고도 한다.

### 2 심각한 동질화 현상

현재 시중에 판매되는 식사대용식 제품은 대부분 분말, 영양 밀크셰이크, 에너지바 등이다. 왕바오바오(王饱饱), 하오마이뒤(好麦多), 어우자크(欧扎克) 등 서로 다른 브랜드지만 유형은 같은 제품으로 맛, 포장, 마케팅 등 여러 면에서 매우 유사하다. 차별화된 제품으로 경쟁 우세를 가져야 리스크 대응능력도 높아질 것으로 보인다.

### [ 비슷한 포장디자인의 식사대용식 제품 ]

출처 : 타오바오



▲ 왕바오바오(王饱饱)



▲ 하오마이뒤(好麦多)



▲ 어우자크(欧扎克)

## 식사대용식의 추세

### 1 '당 끊기 식사' 열풍과 저탄주의(低碳主义)

안티에이징과 몸매관리는 뷰티의 핵심적인 두 가지 요구사항이다. 당 끊기 식사는 인체 자체의 지방 소모를 통하여 에너지를 공급하게끔 하여 다이어트의 목적을 달성하고 당을 끊으면 피부의 당화현상과 콜라겐, 엘라스틴이 활력을 잃는 것을 방지하는데 도움이 된다.

당 끊기 식사대용식 제품 후기에서 많이 언급되는 것이 '맛', '몸매관리 효과'와 '포만감'으로 앞으로 이 세 가지 키워드는 해당 제품 유형의 주요한 소비자 수요가 될 것으로 전망된다.

### 2 과학적인 영양공급

CBNData의 <기능성 영양 식사대용식 시장소비 추세보고(功能营养代餐市场消费趋势)>에 따르면 오트밀류의 '식이섬유', 이눌린 등 장 개선에 이로운 '천연 프리바이오틱스', 뷰티에 도움이 되는 '콜라겐'의 세 가지 원료의 최근 일년 간 주문 수량은 눈에 띄게 늘었고 식재료 소비 랭킹의 각각 1, 2, 3위를 차지하였다. 이 외에 전분 흡수를 막는 콩류, 열량이 낮고 탄수화물 함량이 0인 육류, 대사가 빠른 고탄성 당류 등 식품원료도 증가를 보여주고 있다. 소비자는 식품원료의 선택과 영양성분의 과학적인 배합에 관심이 많아지고 있고 이들의 식사대용식 품목의 시도에는 다차원적인 세분 추세를 보이고 있다. 예를 들면 단백질 에너지바 및 식사대용식은 1-2선 도시 젊은 소비자층의 사랑을 받고 95후(95后, 1995년 이후 출생자)는 닭가슴살에 높은 선호도를 보인 것으로 나타났다.

### 3 배고픔을 물리치는 간편하고 '맛있는' 방법

소비자의 수요에 맞춰 식사대용식은 맛뿐만 아니라 식감에서도 새로운 점이 보이고 있다. 식사대용식 밀크셰이크를 예로 들면 버블티 맛, 초콜릿 맛의 열기가 식지 않고 있는데 특히 95후(95后, 1995년 이후 출생자)의 많은 사랑을 받고 있다. 보통 열량이 높을 것으로 생각되는 달콤한 풍미가 식사대용식에 나타나고 있는 것은 기능성 식사대용식 시장이 젊은 층의 관심을 받기 위해 노력하고 있다는 반증이기도 하다. 전체적으로 기능성 식사대용식 맛 혁신 트렌드는 주로 일상 식사 속에서 소비자들이 추구하는 맛 수요에 입각한 것으로 보인다. 밀크셰이크 외의 식사대용식 패키지 메뉴에는 죽엽초(藤椒)닭다리살, 쓴차이(酸枣)육수면, 매운 단백질스틱과 풍미 식사대용식 세트 등 일상적이지만 새로운 맛들이 다양하게 쏟아지듯 출시되고 있다. 포장과 섭취방법 측면에서는 세련된 미니 포장과 경량화가 트렌드로 자리잡고 있다. 또한, '하루에 하나씩 챙겨가기'가 유행이 되어 소비자가 간편하게 휴대하고 먹을 수 있는 포장방식이 환영을 받고 있다.

### 4 단기적 소비에서 장기적인 소비로

과학적인 체형 보정효과를 위하여 점점 많은 생산·공급업체는 일정 기간의 식사대용식 패키지 메뉴 방안을 연구, 개발하고 있다. 최근 일년간 식사대용식 패키지 메뉴의 일인 평균 주문 횟수가 현저히 증가하였고 3일 패키지 메뉴의 주문이 차지하는 비율도 급격히 증가하였다. 소비자의 수요는 한 번의 시도적인 소비에서 과학적이고 효과를 볼 수 있는 장기적인 소비로 변화하고 있다. 또한 많은 브랜드에서는 '슈퍼 애프터서비스 정책'을 출시하여 기존 판매 전후의 온라인 고객센터 서비스 외에 온라인 영양사 상담 서비스까지 제공하고 있어 소비자의 몸매관리와 일상 식습관에 대해 전문적인 조언을 주고 있다. 온라인 상영양사를 언급한 제품 후기는 긍정적인 평가가 대다수이고 이 중에서도 85후(85后, 1985년 이후 출생자), 90후(90后, 1990년 이후 출생자)들이 영양사의 조언에 관심이 많은 것으로 나타났다.



현대 중국인들의 바쁜 일상생활 속에서는 건강과 몸매관리에 대한 관심의 증가로 식사대용식이 뜨겁게 떠오르고 있다. 식사대용식을 찾는 소비자는 '건강과 뷰티 두 가지 모두'를 추구해 단기적인 소비에 그치지 않고 장기적인 소비로 발전되는 경향을 보인다. 식사대용식 수요자를 놓치지 않기 위해선 제품의 기능성에 대해 연구·개발뿐 아니라 맛에서도 현대 소비자의 취향을 반영해야 할 것이다. 일반 식사대용식이 아닌 기능성 식사대용식 수출에서 주의할 점은 기능성을 홍보할 수 있는 보건식품으로 대(對) 중국 수출하려면 중국 해당 법규에 맞게 기능성 홍보문구를 바깥 포장에 표기해야 한다는 것이다. 일반 식품으로 기능성을 홍보해서는 안 된다. 수출 전 <a>현지화지원사업</a> 등을 활용하여 현지의 전문가를 통해 제품 수출 사전검토를 의뢰해보는 것을 추천한다.