

4가지 키워드로 알아보는 2021년 중국 베이킹산업 트렌드

중국에서 최근 새롭게 떠오르는 분야 중 하나가 바로 '베이킹'이다. 중국의 베이킹 시장은 다른 식품산업과 마찬가지로 끊임없이 변화하고 발전해왔다. 그리고 소비자들의 취향과 시장트렌드에 발맞춰 제품에 대한 혁신 수요도 갈수록 높아지고 있다. 최근 중국의 베이킹 업계의 현황과 분석을 4가지 키워드로 알아보자.

1 핑커양성(朋克养生)

최근 중국에서는 건강에 대한 관심이 높아지면서 2018년부터 '핑커양성(朋克养生)'이라는 말이 유행하고 있다. 삶을 제멋대로 산다는 뜻의 '핑커(朋克)'와 몸 건강을 챙긴다는 '양성(养生)'의 합성어로 맥주물에 구기자를 넣어 마시거나, 콜라에 인삼을 넣어 마시는 등 젊은 세대들의 건강에 대한 가치관을 잘 드러내는 신조어이다. 이런 핑커양성의 트렌드는 베이킹 부문에도 접목되어 있는데, 1차적으로 식품자극을 통해 생리적 욕구를 충족시킨 후 다이어트와 관련된 양생제품으로 심리적 욕구를 충족시키는 것이다. 대표적인 상품으로는 저온 베이킹 오트밀 '왕바오바오', 저 칼로리 베이킹 제품 '웨이라이커7'으로 건강과 베이킹을 결합시킨 제품이다. 건강과 식품을 결합시킨 제품들이 시장 새로운 트렌드가 되어가면서 단순식품이 아닌 건강양생 영역으로의 발전이 이어질 것으로 보인다.

2 냉장·냉동

2021년에는 베이킹 반제품과 냉동베이킹 제품이 빠르게 발전할 것으로 예상된다. 지난 2020년 갑작스러운 코로나19 바이러스 확산으로 대부분의 사람들은 자주 외출하지 않는 것에 적응하기 시작했다. 자택 내 활동시간이 증가함에 따라 자연스럽게 집에서 케이크, 빵을 만드는 사람도 많아졌다. 특히 반제품, 냉동류 식품은 유통기한이 길고 제조과정이 간편하다는 장점이 있어 소비자들의 대량 구매 선호도가 높았다. 최근에는 수입산 프리미엄 재료를 가공하여 만든 냉장·냉동베이킹 제품도 수요가 점차 증가하고 있다.

소비자의 수요에 부응하기 위해 중국 내 많은 베이킹 관련 업체들은 냉장·냉동제품 생산에 박차를 가하고 있다. 기업에서 콜드체인을 활용하여 제품을 생산하는 경우, 수제로 제품을 제작하는 것보다 훨씬 효율적으로 대량의 제품을 만들어낼 수 있다. 콜드체인 시스템을 활용한 제품 생산이 정착되면 생산비와 인건비를 절감할 수 있고, 기업의 이익창출과 경영효율화를 높일 수 있다는 장점도 있다.





자료 바이두이미지

- 1 왕바오바오 오트밀
- 2 웨이라이커7 제품
- 3 EUROFOO 냉동베이킹 반제품
- 4 중국 편의점 베이킹제품 구역

3 우승열매

중국의 베이킹업계는 최근 떠오르는 시장답게 기업 간 경쟁이 치열하다. 기술, 제품, 브랜드 모두 탄탄한 기업만이 이러한 환경에서 생존할 수 있으며, 반대로 핵심경쟁력이 부족하거나 시대의 흐름을 파악하지 못하는 기업은 부도 당하거나 경쟁에서 살아남지 못하고 있다. 2021년에는 베이킹업계를 선도할 기업이 더욱 뚜렷하게 두각을 나타낼 것이다. 선도기업은 브랜드 영향력, 시장공신력을 모두 갖춰야 하고 생산, 기술, 관리시스템 모두 경쟁력이 있어야 한다. 이러한 기업만이 2021년 중국 베이킹 시장을 점유할 것이고 새로운 시장의 트렌드를 이끌어갈 수 있을 것이다.

4 편의점

베이킹제품의 생산 공업화는 베이킹 시장의 핵심이다. 2019년 중국 제과·제빵업계의 전체 시장규모는 약 700억 위안(약 6조8000억원)으로 이 중에서 유통기한이 긴 제품은 35%, 유통기한이 짧은 제품은 65%를 차지했다. 유통기한이 비교적 짧은 제품의 시장규모는 약 260억 위안(약 4조4200억원)에 달하며 유통기한이 긴 제품에 비해 훨씬 더 수요가 높은 것을 알 수 있다. 중국에서는 대부분 아침식사로 밀가루 반죽을 튀긴 요우타오(油条)와 중국식 만두인 빠오즈(包子)를 주로 선호한다. 하지만 편의점 보편화에 따라 공장과 편의점을 바로 연결시켜 베이킹 제품을 편의점에 바로 납품, 신선한 빵을 소비자에게 제공하는 유통모델이 대중화되기 시작했다. 제품 생산의 공업화, 공장과 편의점의 유통체인을 통한 신선제품의 공급이 새로운 트렌드로 자리잡으며 편의점 베이킹시장의 경쟁을 불러 일으키고 있다.

Key Point

2021년 중국 베이킹 산업트렌드를 분석해 보면, 반제품, 냉장·냉동 제품, 건강결합 제품, 편의점 베이킹 제품의 키워드가 대표적이다. 코로나의 영향으로 중국인들의 식문화가 변화하면서 소비자들의 제품에 대한 수요도 구체적으로 변화하고 있다. 집에서 소비하는 제품은 유통기한이 긴 냉장·냉동 제품을 선호하고, 집 밖에서는 갓 구운 신선한 빵을 편의점에서 손쉽게 구매하여 먹고 싶어 한다. 중국 소비자들의 식품에 대한 수요가 점차 구체적이고 세분화되고 있다는 점은 우리가 앞으로 주목해서 눈여겨 볼 부분이라고 할 수 있다.