



新식품원료! 중국 히알루론산나트륨 식품시장 전망

히알루론산나트륨(Sodium Hyaluronate)이란?

보습, 조직적합성(histocompatibility) 등 특징을 가진 물질로 일상생활과 임상에 광범위하게 사용되고 있다. 섭취를 통한 히알루론산나트륨 보충은 피부 보습과 탄력 유지에 도움이 되는 미용효과 외에 관절액 증가, 연골 회복에 도움이 되고 위(胃)에 보호막을 형성하여 알코올 또는 매운 음식으로 인한 자극을 완화해주는 등 기능으로 영양보충제나 일반식품에 사용된다.



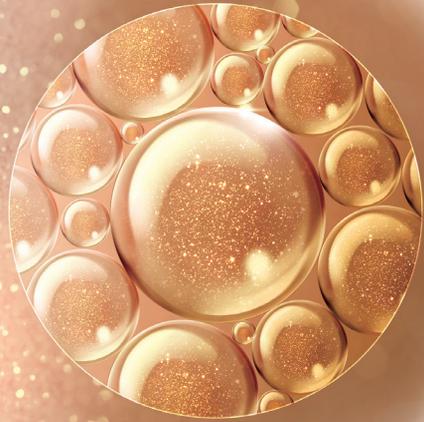
민텔(Mintel)의 통계에 따르면, 2020년 5월 기준, 전 세계 히알루론산나트륨 함유 식품은 총 2,000개 이상의 품목이 있고 이중 일반식품은 554개이다. 많은 나라에서 히알루론산나트륨 함유 식품의 보급률은 매우 높은 편이고, 식품 유형도 다양하다. 반면 중국은 세계 최대 히알루론산나트륨 원료 제조·판매국이지만 올해 초까지만 해도 해당 법규에 따라 히알루론산나트륨은 보건식품에만 제한적으로 사용될 수 있어 히알루론산나트륨 함유 식품을 일반소비자가 접하기는 쉽지 않았다.

하지만 올해 1월 7일 중국 국가위생건강위원회(国家卫生健康委员会)는 음료, 주류를 포함한 5가지 유형의 일반식품에 히알루론산나트륨 사용을 허가함에 따라 히알루론산나트륨 함유 일반식품 시장의 신기원을 열었다.

중국 히알루론산나트륨 함유 식품 시장전망

식품업계에서 히알루론산나트륨은 주로 미용식품의 주성분으로 사용되고 있다. 중상산업연구원(ASKCI)의 수치에 따르면, 2019년 중국 미용영양식품의 시장규모는 149억위안(약 2.59조 원)에 달하였고 2012~2019년 연평균 성장률은 29%에 달하였는데 이것은 기능성식품업계 전체적인 성장속도보다 훨씬 빠른 수치이다. 그리고 2022년에 이르러 미용식품 시장규모는 238억위안(약 4.14조 원)에 달할 것으로 예측하고 있다.

글로벌시장 조사기관 프로스트앤설리번에 따르면, 2024년에 이르러 전 세계 히알루론산나트륨 식품 시장규모는 약 31억달러(약 3.51조원)에 달할 것으로 예측하고 있고, 안신연구원(安信研究院)은 앞으로 중국 히알루론산나트륨 함유 식품 시장규모는 154억위안(약 2.68조원)에 달할 것으로 전망했다.



중국시장의 히알루론산나트륨 제품 현황

히알루론산나트륨의 新식품원료 공고 발표가 있는지 몇 개월밖에 되지 않았지만 히알루론산나트륨을 주요 셀링포인트로 삼은 식품들이 벌써 시중에 널리 유통되고 있다.

헤이링(黑零) 시리즈

중국 유명 히알루론산나트륨 원료 제조기업 화시(华熙)생물은 히알루론산 식품브랜드 헤이링을 론칭하여 히알루론산&항간낭공 천연 태블릿, 히알루론산&GABA(γ-아미노부티르산) 수면캔디, 히알루론산&서양삼 음료, 히알루론산&콜라겐 물광음료 등 다양한 제품을 출시하였다. 히알루론산과 건강에 이롭다고 널리 알려진 기타 원료와 결합하여 건강·다이어트, 수면 개선과 스트레스 해소, 미백과 향산과 등 다양한 기능을 내세운 것들이다.

원더랩(WonderLab) : 히알루론산나트륨젤리

식사대용 식품 브랜드 원더랩은 올해 2월, 중국 최대 온라인 몰인 티몰의 자사 플래그십에 히알루론산나트륨 젤리 제품을 출시하였다. 젤리 한 알에 12mg의 히알루론산나트륨을 첨가하였고 쫄깃쫄깃한 과일맛의 젤리 형태로서 언제 어디서나 손쉽게 피부 수분 보충을 할 수 있다. 또한 근래 유행인 클랭블루 색상의 포장으로 젊은이들의 취향을 저격하고 있다.

텐즈위쥬(天姿玉琢) 히알루론산나트륨음료

중국의 또 다른 히알루론산나트륨 원료 제조기업인 텐즈위

① 히알루론산나트륨 젤리



② 히알루론산나트륨 음료

자료: 티몰(T Mall)

쥬는 자체 연구·개발한 첫 히알루론산나트륨음료제품을 출시하여 미용식품시장에 진입하였다. 기타 같은 유형의 제품과 비교했을 때 이 제품은 다중분자량(多重分子量)과 고농도 히알루론산나트륨을 함유하고 있어 이너뷰티를 추구하는 소비자의 수요에 부합하고 있다.



더욱 다양해지는 제품 유형

히알루론산나트륨 함유 초콜릿

초콜릿은 전 세계에서 가장 인기있는 식품 중 하나이다. 그러나 오늘날 소비자들은 입으로는 단 음식을 먹으면서도 한편으로는 건강을 추구하고 있기에 초콜릿도 조금 더 건강하게, 조금 더 영양가있게, 조금 더 다양한 방향으로 개발되고 있다. 이 같은 추세에 히알루론산나트륨과 같은 신규 기능성 성분을 첨가한 초콜릿 제품은 먹을수록 아름다워지는 미용식품과 같은 컨셉으로 소비자의 구매욕을 불러일으킬 수 있다.

히알루론산나트륨 함유 요거트

큐와이리서치(QYResearch)에서 발표한 <2020년 요거트 시장 연구보고서>에 따르면 요거트는 유제품 중에서 성장속도가 가장 빠른 품목 중 하나이다. 2019년 전 세계 요거트 시장규모는 700억달러(약 79.17조원)에 달하였고, 2026년에는 825억달러(약 93.31조원)에 이르러 2.4%의 평균성장율을 보일 것이라고 예측하였다. 요거트 자체도 건강을 추구하는 소비자의 수요에 부합하는 식품으로 여기에 기능성 식품원료인 히알루론산나트륨을 첨가한다면 1+1 > 2의 효과를 기대해볼 수 있을 것이다.

히알루론산나트륨 함유 저알코올 주류

과실주, RTD(ready to drink, 바로 마실 수 있는) 칵테일, 알코팝(alcipop, 술이 든 청량음료)을 포함한 저알코올 주류는 주

류시장에서 주목받는 섹별이다. 제일재경상업수치센타(CBNDData)에서 발표한 <2020년 젊은 층 주류 소비 동향 보고서>에 따르면 소비자 수량이나 일당 평균 소비수준이든 주령허우(90后, 1990년대 출생자) 세대, 주우허우(1990년대 후반 출생자) 세대 소비자는 모두 지속적인 주류 소비 증가율을 보여주고 있다. 저알코올 주류의 소비 주력세대는 젊은 여성이며, 동시에 미용식품의 주요 소비자이기도 하기에 히알루론산나트륨과 저알코올 주류와의 콜라보는 이들의 구매의욕을 북돋울 수 있을 것이다.

히알루론산나트륨 유관 법규의 제한으로 중국의 히알루론산나트륨 함유 식품은 주로 해외 직구나 타이교우(代购, 해외와 중국을 오가며 원하는 물건을 대리구매해 주는 것)에 의지하였으나, 올해 초 규정의 풀림에 따라 중국의 많은 우수업체가 히알루론산나트륨 함유 식품 시장에 진입할 것이라고 업계 관계자는 밝히고 있다. 또한 여러 식품분야에 응용될 히알루론산나트륨은 관련 원료업계의 연구·개발과 기술혁신을 가속화할 것이며, 업계 전반의 발전으로 이어질 것으로 기대를 모으고 있다.

Key Point

히알루론산나트륨의 기능에 대한 중국 소비자의 인식이 높아짐에 따라 히알루론산나트륨 함유 식품의 수요도 많아질 것이다. 지금은 히알루론산나트륨의 미용기능이 중국에 널리 알려져 있으므로 여성 소비자를 타겟으로 하는 제품이 많은 사랑을 받을 것으로 전망된다. 특히 보건식품보다 손쉽게 구입할 수 있고 부담없이 먹을 수 있는 간식 유형 제품이 중국 히알루론산나트륨 식품 시장에 대거 진입할 것으로 판단된다. 따라서 한국 식품업체들도 관련 기술과 제품개발을 통해 하루빨리 중국시장 진출을 서두를 필요가 있다. 이번 공고 내용을 자세히 살펴보면, 5가지 유형(유(乳) 및 유제품, 음료, 주류, 코코아제품, 초콜릿과 초콜릿제품(코코아버터대용물 및 제품 포함) 및 캔디, 냉동음식품)의 일반식품에 히알루론산나트륨 사용을 허용하였고, 각 유형 식품에서의 최대 첨가량을 제한하기도 하였다. 또한 영유아와 임신부, 수유기 여성은 섭취 부적합대상이라는 문구와 하루 추천 섭취량을 라벨 또는 설명서에 명시해야한다는 요구도 있다. 우리 기업의 히알루론산나트륨 함유 제품이 중국에 수출되고 유통될 수 있게끔 공고문의 상세 내용도 유의할 필요가 있다. 수출 전 aT의 현지화지원사업을 통해 위의 내용에 대한 현지 자문기관의 컨설팅을 받은 후 본격적으로 수출에 나선다면 애로해소에 많은 도움이 될 것이다.