



홍콩 식품업계의 ‘지속 가능성’ 움직임

2050년까지 ‘탄소 중립’ 목표

탄소 중립(Carbon Neutral)은 “개인 · 기업 · 단체 등에서 배출한 이산화탄소 만큼의 온실가스를 다시 흡수해 배출량을 제로(0)로 만들겠다”는 것으로, 2016년 발효된 파리 협정 이후 121개 국가가 ‘2050 탄소 중립 목표 기후 동맹’에 가입하는 등 전 세계에서 환경과 관련한 중요 화두가 되었다. 여기에 코로나19와 기후변화로 인한 환경보호 중요성에 대한 인식이 확대됨에 따라, 2020년 11월 홍콩 캐리람 행정장관이 ‘2050년까지 홍콩의 탄소 중립 목표’를 발표했다. 이에 ‘탄소 중립’은 홍콩기업들의 주요 관심사가 되었으며 주요 식품 및 유통업계도 이에 적극적으로 동참하고 있다.

최근 홍콩 정부는 일회용 플라스틱 사용을 줄이기 위한 계획도 발표했다. 2025년부터 단계별로 시행될 예정으로 1단계에는 홍콩 현지에서 폴리스티렌(Polystyrene) 식기 판매금지, 케이터링(Catering) 시설에서는 일회용 플라스틱 빨대 · 수저 · 접시 제공을 금지하며, 2단계에는 이를 테이크아웃 서비스로 확대해 일회용 플라스틱 컵 · 뚜껑과 식품 용기에 접목하는 등 외식업계까지 친환경 정책이 확대 실시될 예정이다. 이에 따라 앞으로 식품업계에서 주목할 분야로는 ‘채식 식품시장’, ‘제로 웨이스트(Zero Waste)’, ‘유기농과 친환경 제품’ 등의 세 가지로 나누어 볼 수 있다.



1 식물성 대체육 및 식물성 유제품

홍콩의 주요 유통체인인 왓슨스 그룹(AS Watson Group)은 최근 “2030년까지 온실가스 배출량을 40% 줄이고 불필요한 포장재를 모두 없애겠다”는 내용의 ‘2030 지속 가능성 비전’을 발표했다. 그 일환으로 홍콩 최대 슈퍼마켓 체인인 파크앤샵(PARKnSHOP)은 소비자에게 지속 가능하고 건강한 제품을 소개하기 위해 “매장에서 판매하는 식물성 대체육 제품과 식물성 유제품을 기존 대비 3배 이상으로 확대하겠다”고 전했다. 2021년 7월 기준, 파크앤샵 온라인 매장에는 24종의 식물성 대체육(Plant Meat) 제품과 70종의 식물성 우유(Plant Milk) 제품이 판매되고 있으며, 일부 매장에서는 식물성 대체육 전용 매대를 운영하고 있다. 4월에는 ‘지구의 날’을 맞이하여 식물성 대체육 소비를 장려하기 위해 식물성 대체육 브랜드 ‘임파서블(Impossible)’과 협업하여 프로모션 행사를 진행했다.

이처럼 식품업계의 지속적인 신제품 출시와 유통업계의 취급 제품 확대가 맞물려 식물성 대체식품 시장은 빠른 속도로 성장해 나갈 전망이다.

2 채식식단 장려를 위한 채식소스와 채식레시피 출시

홍콩에 본사를 둔 식품회사 이금기(Lee Kum Kee)는 기후 변화에 대응하기 위해 재생 가능한 에너지로 제품을 만들고 채식요리 홍보에 주력하고 있다. 채식주의자를 위한 소스(버섯소스, 매실소스, 참기름 등)를 출시하고 대중들의 채식식품 소비를 장려하기 위해 유럽의 유명 셰프와 손잡고 10가지 채식 요리법을 개발·홍보하는 ‘베질리셔스(Vegilicious) 캠페인’도 진행했다. 또한 채식소스 5종과 이를 활용해 만들 수 있는 채식 요리법이 담긴 책자와 함께 구성된 키트(Kit)를 구성하여 판매하고 있다.



파크앤샵 식물성 대체육류 브랜드 ‘임파서블’ 런칭 행사 및 매장 내 전용 매대

이금기 채식 소스 5종과 채식 요리 레시피로 구성된 ‘채식 키트’



3 플라스틱 대신 종이 포장

홍콩 유통매장에서는 불필요한 포장재를 줄이려는 움직임과 함께 종이포장 제품이 눈에 띄게 늘고 있다. 특히 유통과정 중 제품의 손상과 품질 저하를 막기 위해 필수적으로 여겨지던 플라스틱·스티로폼 포장재를 종이로 대체한 제품이 눈에 띈다. 일부 제품은 '플라스틱이 없는(Plastic Free)'이라는 문구를 적어 환경을 고려하는 소비자의 눈길을 사로잡고 있으며 종이 포장재는 더 건강하고 신선한 제품이라는 이미지를 어필하고 있다.

홍콩 유통매장에서 판매되는 종이 포장재에 포장된 과일 제품

- 1 종이 상자 수박 포장
- 2 종이 상자 딸기 포장
- 3 종이 상자 복숭아 포장
- 4 종이 활용한 오렌지 포장



2



3



4



4 100% 재활용 생수병 활용 및 친환경 알루미늄 생수병 도입

홍콩 생수 브랜드의 양대 산맥인 왓슨스 워터(Watsons Water)와 본아쿠아(Bonaqua) 역시 플라스틱 줄이기에 적극적으로 동참하고 있다. 왓슨스 워터는 플라스틱 폐기물을 줄이기 위해 홍콩 전역에서 플라스틱병 수거 자판기를 운영하고 재활용 플라스틱으로 만든 병을 제품에 활용하고 있다. 나아가 재활용 가치가 더욱 높은 '알루미늄 리필 가능 병(Aluminum Refillable Bottle)'에 담은 생수를 출시했다.

2030년까지 알루미늄 병을 활용한 제품 비중을 전체 제품 생산량의 30%까지 높여 순환경제에 기여하며 플라스틱 사용을 줄이는 것을 목표로 한다고 소개했다. 본아쿠아는 6월 말, 재활용 플라스틱으로 라벨을 없앤 생수제품을 만들어 사용 후에도 재활용이 가능한 용기를 출시해 플라스틱 줄이기 대열에 합류했다.

포장재의 재활용에 앞장 서는 생수 업체

- 1 100% 재활용 생수병 및 재활용 플라스틱 병 수거기
- 2 친환경 리필용 알루미늄 병 생수 제품
- 3 라벨 없는 생수 제품



1



2

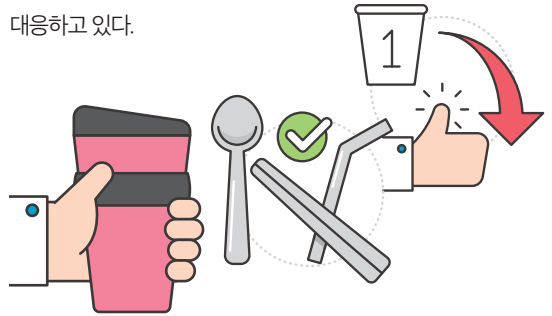
3



소비자는 '지속 가능한 소비'

2020년 소비자위원회(Consumer Council)의 설문조사에 따르면 홍콩 응답자의 77%가 재활용, 유기농 식품 구매, 일회용 제품 구매 자제 등 "지속 가능한 소비에 더 많은 노력을 기울일 의향이 있다"고 밝혔다. 특히 코로나19 이후 식품의 안전성과 환경문제에 대한 관심이 높아지면서 유기농·친환경 농산물 소비하는 트렌드가 확산되자, 주요 고객이 중산층 이상인 고급 유통매장을 중심으로 유기농 및 친환경 신선 농산물 진열대를 확장하고 취급을 확대하고 있다. 오프라인 매장뿐 아니라 온라인 매장에서도 마찬가지이다.

온라인 쇼핑몰 HKTV몰(HKTVmall)은 '홍콩 로컬제품', '채식 제품'과 함께 '유기농제품'을 별도로 분류하고 소비자가 편리하게 찾을 수 있도록 온라인 쇼핑몰 메인 페이지에 전용 배너를 운영하는 등 높아진 수요와 관심에 대응하고 있다.



HKTV몰 메인 페이지의 친환경(로컬·채식·유기농) 제품 링크 배너 및 전용 페이지



홍콩 로컬 제품



채식 식품



설탕&소금 감소 식품



유기농 식품



채식 식품 전용 페이지



유기농 식품 전용 페이지

Key Point

지속 가능한 발전과 친환경에 대한 관심과 노력이 홍콩을 포함한 전 세계적으로 고조되고 있다. 홍콩 식품업계는 채식 및 식물성 대체식품을 활발하게 출시해 채식 식단을 장려하고 친환경 제품 포장 용기로 전환하고 있다. 주요 유통매장에서도 탄소 배출을 줄이기 위해 식물성 대체육 및 식물성 유제품, 유기농 등 친환경 관련 식품의 비중을 늘리고 있으며 불필요한 포장재는 줄이고, 친환경 에너지를 활용할 수 있는 방안을 모색하는 등 다각도로 노력하고 있다. 특히 대형 유통매장이 앞장서서 움직임에 따라 '친환경적 요소'는 제품의 경쟁력을 강화하는 주요 요인으로 작용할 전망이다. 따라서 홍콩시장 진출 시 제품의 친환경 포장, 친환경 저탄소 인증 등을 적극 활용한다면 이를 입점 및 셀링포인트로 강력 어필할 수 있을 것이다.