

Flower Industry



미국의 화훼산업 트렌드

미국 화훼산업의 구조

미국의 화훼산업을 분야별로 나누어 보면 다음과 같이 구성된다.

절화재배 (Cut Flower Cultivation)

장미, 거베라, 국화와 같이 생산 후 수확 및 줄기를 절단하여 판매하는 형태의 화훼산업

루즈 플라워 재배 (Loose Flower Cultivation)

화환, 예비용으로 줄기 없이 봉우리만 수확하여 판매하는 형태의 화훼산업

시설재배 (Protected Cultivation)

인공시설 하에서 인위적으로 환경을 조절하여 재배하는 화훼 산업

고부가가치 관상식물

(High Value Flower Crops)

진저백합, 난초 등과 같이 비교적 작은 면적에서 재배하지만 가치가 높은 작물을 재배하는 산업

에센셜 오일 향수

(Essential Oils Flower Perfumes)

장미, 자스민, 튜베로즈 등의 에센셜 오일 추출을 위한 화훼재배 산업

꽃씨 및 구근 생산

(Flower Seeds and Bulbs Production)

꽃 종자 생산 및 재배를 위한 씨앗과 구근 재배 산업

이외에도 조경 산업, 온실 관련 산업 및 종묘 산업, 플로리스트 등이 화훼산업의 넓은 범주 안에 포함된다. 또한 재배된 꽃을 건조, 착색하거나 색소 추출 등을 통해 생화에 비해 30~100% 이상의 부가가치를 창출하는 응용산업도 존재한다.



화훼시장 전망

미국 농무부 해외농업서비스(USDA, Foreign Agricultural Service)의 통계에 따르면, 2021년 미국은 절단화(Cut Flowers)를 2020년 수입규모 대비 약 34% 증가한 총 11억 1천만 달러를 수입했으며, 2017~2021년 연평균 수입규모 성장률은 8.5%를 기록했다.

미국 화훼시장은 전체 81%를 수입에 의존하고 있으며 주요 수입국으로는 콜롬비아, 에콰도르, 네덜란드, 캐나다 등이 있다. 주요 수입 작물로는 장미, 거베라, 카네이션, 난초, 튤립, 백합 등이 있다. 시장조사 기관인 테크나비오(Technavio)에 따르면, 미국의 재배식물 및 화훼시장 규모는 2021~2025년 동안

연평균 성장률(CAGR) 4%로 시장규모가 3억 달러 이상 증가할 것으로 예상된다. 또 다른 시장조사 기관인 모르도리 인텔리전스(Mordor Intelligence)에 따르면, 미국 화초재배시장은 2022~2027년 동안 연평균 성장률 6%로 성장할 것으로 예측되고 있다.

시장에서 가장 빠르게 성장하고 있는 것은 절화(Cut Flowers) 시장으로 튤립, 거베라, 국화, 장미, 난초, 백합 등이 인기를 얻고 있다. 미국 농무부의 농업통계위원회(USDA National Agricultural Statistics Service)의 2021년 자료에 따르면, 튤립과 백합은 절화시장에서 도매 매출액 기준으로 각각 23%, 18%의 점유율을 차지할 정도로 큰 부분을 차지하고 있다.

2017-2021 미국 절단화 및 관상용 재배식물 수입 규모

(단위: \$1,000)

	2017	2018	2019	2020	2021	'20-'21 성장률	'17-'21 연평균 성장률
절화	737,429	788,382	843,558	830,443	1,108,976	33.54%	8.50%
절화를 제외한 관상용 재배식물 및 구근 등	1,201,596	1,276,484	1,359,694	1,365,993	1,909,682	39.80%	9.71%
합계	1,939,025	2,064,866	2,203,252	2,196,436	3,018,658	37.43%	9.26%

자료 USDA, Foreign Agricultural Service



화훼 소매시장 트렌드

2020년 시작된 코로나19의 영향으로 결혼식, 베이비 샤워와 같이 사람이 직접적으로 모이는 행사가 줄어들며 따라 온라인 화훼산업 트렌드가 새롭게 등장하였다. 소비자들은 코로나19로 인해 특별한 날 가족과 친구들을 직접 만나지 못하는 대신 온라인을 통해 꽃을 보내고 있다.

시장조사 기관인 이비스(ibis)에 따르면, 2016년에서 2021년 사이 온라인 꽃 판매처가 연평균 5.1% 증가했고 온라인 화훼시장 역시 2022년에는 약 53억 달러 규모에 이를 것으로 전망하고 있다. 이러한 온라인 시장의 성장은 소비자와 유통업자 모두에게 새로운 가치를 전해주고 있는데 유통업자의 경우, 고객 기반을 확장하고 아마존과 같은 거대 기업의 플랫폼을 이용함으로써 비즈니스의 효율화를 꾀할 수 있게 됐다. 이와 함께 고객들은 24시간 서비스를 이용할 수 있게 되었으며 꽃을 구매하기 위해 현장을 방문하는 등의 수고를 덜 수 있는 커다란 변화를 맞이하였다.

또한, 화훼 사업자들은 모바일 앱을 개발하고 구독 서비스, 재구매 혜택 프로그램 및 독특한 광고 등을 통해 MZ세대를 공략하는 마케팅을 실시하고 있다.

예를 들어, 많은 온라인 꽃 소매업체들은 주간 혹은 월간 단위로 꽃 구독 서비스를 제공하고 있으며 시장 조사기관인 블룸버그 세컨드 매저(Bloomberg Second Measure)에 따르면, 2019~2020년도 사이 블룸시박스(BloomsyBox), 어반스텝스(UrbanStems), 벅스 컴퍼니(the Bouqs Company) 등과 같은 꽃 구독 서비스 제공 회사들의 매출이 약 75% 성장하였다. 이는 전체 D2C¹ 업체 성장의 3배에 달하는 수치이며, 2021년 1~5월까지의 매출 역시 전년 동기간 매출과 비교하여 약 34% 높은 수치를 기록하며 가파른 성장세를 이어가고 있다.

새로운 마케팅 방식과 더불어 오랜 세월 동안 자리잡아 온 기념일을 존중하는 비즈니스 전략 역시 중요한 역할을 차지하고 있다. 미국 플로리스트 협회(Society of American Florists)의 2019년 통계에 따르면, 미국 성인의 28%가 발렌타인데이 선물로 꽃, 식물을 구입하고 있는데 이는 전통적인 기념일에 소비가 몰리는 화훼산업의 특징이 여전히 지속되고 있음을 보여준다.



온라인 꽃 배달



1 D2C(Direct to Consumer) 제조업체가 가격 경쟁력을 높이기 위해 유통 단계를 제거하고 온라인몰 등에서 소비자에게 직접 제품을 판매하는 방식

한편, 미국과 더불어 유럽은 세계 화훼시장에서 가장 큰 시장을 구축하고 있다.

영국의 포인트 프랜차이즈(Point Franchise)에서는 화훼 소매시장 트렌드로 다음의 일곱 가지를 꼽는다.

드라이 플라워

환경친화적이고 오래 지속되며 향기를 더해주는 드라이플라워가 시장 트렌드로 자리잡을 것임

꽃 구독

구독 서비스가 시장에 일반화되면서 고객에게 1년 내내 아름답고 신선한 꽃을 제공하는 주간 및 월간 서비스가 인기

미니멀한 디자인

소비자들이 미니멀리즘에 관심을 두기 시작함으로써 단순함, 세련됨, 우아함을 충족하는 제품이 유행

지속가능성

다른 식품 분야와 마찬가지로 환경을 더욱 고려하는 소비자들의 소비 트렌드에 따라 지속가능성이 화훼산업에 있어서도 중요

부드러운 중성 색과 파스텔톤

어떤 환경에서도 잘 어울리는 중성 색과 파스텔톤의 제품이 유행, 차분한 핑크, 크림 화이트, 세이지 그린 등의 색상 수요 증가

강한 향

천연 향수의 역할을 하는 강한 향

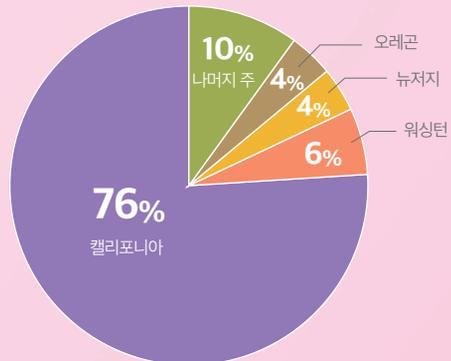
개인화 서비스

다른 여타 산업 분야와 마찬가지로 개인화된 맞춤 서비스

미국 및 세계 화훼시장 관련 통계

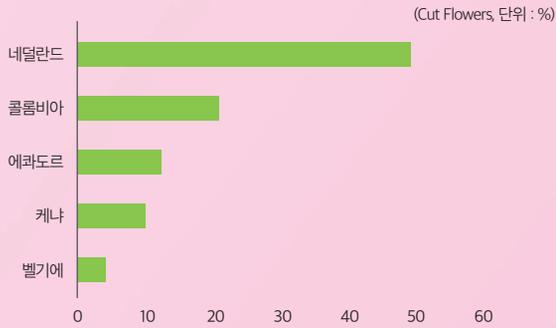
주별 미국 화훼 생산 통계

(단위 : %)



자료 petalrepublic.com

2018년 세계 절단화 생산량 점유율



주별 미국 화훼 생산 통계



자료 petalrepublic.com

국가별 주요 생산 품종

국가	품종
에콰도르	세계 최대 장미 생산국
네덜란드	세계 튜립의 80%를 재배
콜롬비아	카네이션
태국	난초의 세계 최대 생산국
네덜란드	모란의 세계 최대 생산국

자료 petalrepublic.com

작성자 뉴욕지사 윤슬기

Key Point

코로나19 이후 경제적 어려움 등에도 불구하고 미국 화훼산업 시장은 규모가 커지고 있으며, 전통적인 비즈니스 전략(기념일 등에 화훼류 선물)의 지속과 더불어 온라인 판매·마케팅이라는 새로운 비즈니스 모델의 등장에 힘입어 앞으로 시장의 확대 가능성이 높다고 판단된다. 이에 한국 화훼수출 농가들도 호접란 이외 미국시장에서 인기가 많은 절화류의 수출 확대를 위한 노력이 필요하고 이를 위한 정부 차원의 지원 역시 필요해 보인다.



지속적으로 성장하고 있는 중국 화훼산업

중국 화훼산업은 맹목적인 수입, 간단한 모방, 질보다는 양 추구 등 무질서한 경쟁 상태였던 초기 발전단계를 거쳐 산업 기반이 구축된 상태이다. 화훼산업 발전의 중요한 문제 중 하나인 화훼육종 산업과 함께 꽃 문화 확산 등의 여건이 선진국 수준에는 미치지 못하지만 이 두 가지 모두 지속적인 성장세를 보임에 따라 중국 화훼산업은 발전 잠재력이 있을 것으로 전망된다.

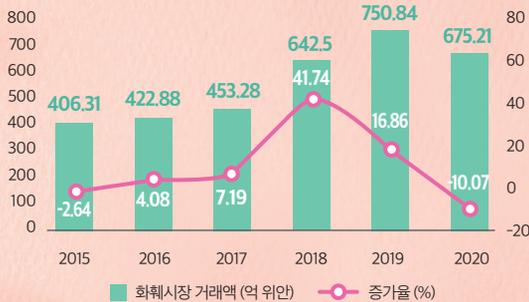


종자용 화훼 수요 증가

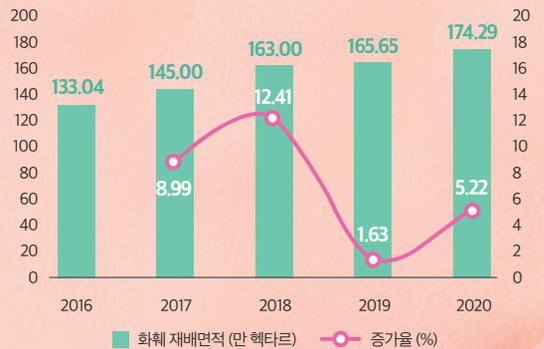
중국 화훼시장 거래액은 2015년의 406억 3100만 위안(한화 약 7조 8,544억 원)에서 2019년 750억 8,400만 위안(한화 약 14조 5,144억 원)으로 크게 증가했으나 코로나19의 영향으로 2020년에는 675억 2,100만 위안(약 13조 514억 원)을 기록하며, 2019년 대비 소폭 감소했다.

2019년 중국 화훼 재배면적은 165만 6500헥타르로 2018년 대비 1.63% 증가했고, 2020년에는 174만 2900헥타르로 전년 대비 5.22% 증가해 화훼 재배면적이 증가하고 있음을 알 수 있다. 화훼 재배면적이 빠르게 증가하면서 종자용 화훼 수요 역시 함께 증가했다. 2016~2020년 동안 종자용 화훼 시장규모는 4억 5,800만 위안(한화 885억 원)에서 5억 5,200만 위안(한화 1,068억 원)까지 확대되어 4년간 약 20%가 성장했다.

2015-2020 중국 화훼시장 거래액 및 증가율



2016-2020 중국 화훼시장 재배면적 및 증가율



2016-2020 중국 종자용화훼 시장규모 및 증가율



장기간 해외 수입에 의존해온 종자용 화훼

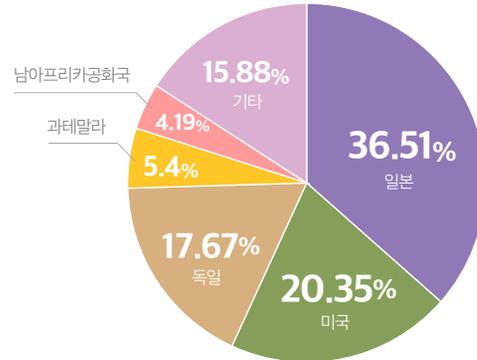
『해관총서』에 따르면, 2018년 중국 화훼품종의 90% 이상은 해외 수입 모종이다. 이 중 초분류 종자의 주요 수입국으로는 일본, 미국, 독일이며 2021년 기준, 수입 점유율은 각각 36.51%, 20.35%, 17.67%이다. 화훼 품종은 화훼 재배의 핵심이지만 현재 중국의 화훼 종자 재배는 대부분 전통 방식인 교배육종 기술을 사용하고 있어 시간과 인력이 많이 투입될 뿐만 아니라 더러 성장 및 특징이 안정적이지 못하다는 단점이 있다.

최근 일부 업체에서는 조직배양, 클론, 유전자변형 기술 등 선진기술로 종자 재배를 진행하고 있으나 특징이 뚜렷하며 시장 수요에 적합한 대중적인 품종으로 성장한 종은 여전히 극소수에 그치고 있다. 기술적인 면에서의 경험 부족으로 중국 화훼 재배에 필요한 종묘용 화훼, 종구용 화훼는 해외 수입에 의존하고 있다.

현재 중국 화훼 종자산업은 해외 품종을 기반으로 하여 성장해왔으며 그 원인을 분석하면 다음과 같이 네 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 발전과정 중 국가에서 적시에 신품종 개발 체계를 구축하지 못했다. **둘째**, 정부에서 화훼 종자 재배에 대한 격려와 보호체제를 구축하지 못했다. **셋째**, 중국 화훼업계 종사자들은 해외 우량 화훼 품종을 대량으로 접하여 신품종 재배에 대해 보편적으로 열정과 자신감이 부족하다. **넷째**, 중국 화훼 종자 산업 기업은 신품종 재배보다는 판매에 집중해왔다.

2021 초분류 화훼 식물 종자 주요 수입국



화훼업계 규범화, 전문화

중국의 화훼 기업 수는 감소하는 추세이나 보다 체계화되어 각 기업의 종자 재배 전문성은 높아지고 있다. 화훼 재배, 유통에서 연간 매출액이 1억 위안(한화 194억 원)이 넘는 대표적인 화훼기업으로는 선허(森禾)화훼, 진원(锦苑)화훼, 잉마오(英茂)화훼, 홍위(虹越)화훼, 리두(丽都)화훼 등이 있는데 이들 기업은 품종의 다양화, 100여 개 신품종의 지적재산권 취득, 분재식물류, 장미, 난화초 재배 기술력이 우수함 등의 각각 장점을 보유하고 있다.

작성자 | 심하이지사 김설연

Key Point

화훼산업의 시작은 늦은 편이지만 육종산업 기반 구축, 생산체계와 유통체계 정립이 점차 완비되면서 중국 화훼산업은 꾸준히 성장하고 있는 중이다. 천혜의 기후, 다양한 생태계 보유 등 화훼 재배에 있어 유리한 지리적 조건 외에 선진국 대비 값싼 인건비, 국민 소득의 제고에 따른 생활품질 향상 등을 고려한다면 향후 중국 화훼산업은 지속적으로 성장하고 발전 잠재력 역시 클 것으로 전망된다. B2C 측면에서 소비자는 선물용, 행사용으로 화훼상품을 소비하고 있다. 불면증에 좋다고 알려진 라벤더, 심신 안정에 도움이 되는 다육식물 등 화훼상품의 다양한 기능적 특징을 발굴하여 소비자에게 접근하고 마케팅하는 것이 보다 효과적으로 시장에 정착하고 소비를 유도할 수 있는 방법이 될 것으로 사료된다.



베트남 화훼시장 트렌드 Top 5

화훼시장 현황

베트남은 남북으로 긴 국토의 지리적 특성으로 인해 열대·아열대 및 온대 기후를 두루 지니고 있어 사시사철 화훼 재배가 가능한 우수한 기후조건을 가지고 있다. 베트남의 주요 재배 품종으로는 장미, 국화, 백합 등으로 장미의 경우, 현지에서 가장 소비량이 높은 품종으로 재배면적과 생산량이 지속적으로 증가하고 있다. 베트남 내에서는 시설원예가 증가하고 있으나 현재까지는 생산량의 대부분이 소규모 농가를 통해 재배되고 있는 실정이다. 때문에 생산량 및 품질 향상을 위한 첨단기술 도입의 높은 투자 비용으로 인해 재배면적 대비 생산량 및 생산 가치는 낮은 편이다. 베트남 정부는 지속가능한 농업 발전과 첨단 농업분야 육성정책에 따라 첨단기술 개발 및 도입을 장려하고 있어 베트남 화훼산업은 지속적으로 성장 가능성은 시장이라고 할 수 있다.

* 베트남 과수채소연구소(FAVR)에 따르면, 2020년 베트남 화훼 재배면적은 약 45천ha, 생산액은 US\$2,258.66/ha이다. 이는 2000년 대비 재배면적의 6.6배, 생산량의 27.5배가 증가한 수치이다.

베트남의 주요 화훼 수입국은 태국(14.1백만 달러), 중국(2.6백만 달러), 에콰도르(1.4백만 달러) 순이며, 특히 태국 및 중국이 주요 수입국으로 부상했는데 이는 베트남과의 국경 인접성으로 인한 낮은 운송비와 가격 때문이다. 베트남 내 한국산 화훼시장은 형성되어 있지 않은 상황이며, 최근 5년간 對베트남 수출실적은 미미한 수준('20년 2,468 달러/'21년 217 달러)이다. 한국산 화훼류가 선호되지 않는 이유로는 다양성 부족, 낮은 가격경쟁력과 짧은 절화수명 등이며 특히 한국의 고유품종은 베트남의 주요 생산품종과 크게 차이가 없어 인지도가 낮은 편이다.



베트남 화훼 주요 재배지역

구분	지역	세부지역	기후
1	홍강삼각주	하노이(Ha Noi), 남딘(Nam Dinh), 빈푹(Vinh Phuc), 하이즈엉(Hai Duong) 등	아열대
2	중부고원	럼동(Lam Dong), 달랏(Dal Lat)	온대
3	메콩삼각주	동탑(Dong Thap)	열대몬순



베트남 화훼시장 주요 트렌드

① 종교 · 재래용 화훼류 수요 높아

베트남은 불교, 가톨릭교, 토속신앙 등 다양한 종교문화가 존재하고 있는데 모든 종교행사 시에 꽃을 사용하고 있어 종교적으로 화훼류 수요가 높다는 특징이 있다. 특히 가정이나 사무실, 상점 등에 부(富)의 신을 모셔 복을 기원하는 문화가 대중화되어 있다. 꽃, 과일, 스낵류를 함께 제단에 배치하거나 꽃으로 제단을 장식하고 있다.

② 현지 화훼류 판매점의 다양화, 소비 접근성 향상

현지 화훼류의 주요 구입처는 길거리 노점상이나 재래시장이 가장 대중적이었으나 최근에는 전문매장이나 대형마트 내 화훼코너 등 현지 화훼류 판매점의 전문화가 이뤄져 프리미엄 화훼류에 대한 현지 소비자들의 인지도와 접근성이 높아진 편이다. 또한, 온라인을 통한 꽃 구입이 증가하고 있는 편이나 품질을 직접 확인할 수 있고 판매원과 가격 협상이 가능하다는 장점 때문에 재래시장이거나 전문 판매점 등의 오프라인 매장 선호도가 여전히 높다.

③ 프리미엄 화훼류(수입산) 수요 증가

프리미엄 화훼류의 경우, 현지 생산품종 대비 상대적으로 고가이나 현지 고소득층 소비자의 경우, 수입 장미와 난을 비롯한 수입산 프리미엄 화훼를 선물용으로 구매하는 경향이 높다. 주로 인접성이 좋고 육상 운송이 가능하여 운송비가 타 국산 대비 저렴한 중국산 화훼류가 현지 수입 화훼류의 대부분을 점유하고 있는 편이다. 그 외 일본, 네덜란드, 호주 등에서 수입되는 화훼의 경우, 고품질 선물용 및 결혼식과 같은 중요 행사에 주로 소비되고 있다.

④ 이벤트 산업의 성장, 플로리스트 · 원데이 클래스 증가

현지 이벤트 산업의 성장과 더불어 다양한 이벤트 비즈니스가 창출되고 있는데 생일파티, 집들이 등 다양한 소규모 이벤트가 대중화되며 이벤트 용품으로 화훼 수요가 증가하고 있다. 이에 따라, 대형 화훼재배업체 · 유통업체에서 주관하는 전문 플로리스트 양성 프로그램 등이 실시되고 있으며 직업훈련 학교에서도 플로리스트 양성과정을 운영하고 있다. 이외에도 여가활동 및 인테리어 목적의 화훼류 소비가 증가하면서 시간적 · 경제적 부담이 적은 원데이 플라워 클래스의 인기가 빠르게 증가하고 있다.



⑥ 플라워 카페, 화훼 정기 구독서비스 등 다양한 서비스 산업 등장

화훼산업이 성장하면서 관련 서비스 산업도 덩달아 성장하고 있는데 플라워 카페가 대표적인 사례이다. 음료와 수입산 화훼류를 함께 판매하고 있어 현지 소비자들의 큰 호응을 얻고 있다. 또한, 화훼 정기 구독서비스 산업도 빠르게 성장하고 있는데 특히 코로나19 이후 언택트 활동이 증가함에 따라 온라인 정기 구독 서비스를 제공하는 화훼 판매점이 증가하고 있는 모습이다.

- 1 결혼식 장식용
 - 2 재래 장식용
 - 3 꽃 카페
 - 4 플로리스트 양성 프로그램
- 자료 현지언론



작성자 하노이지사 최성국

Key Point

베트남의 화훼시장은 내수시장 및 수출시장 모두 잠재력이 있는 시장으로 평가받고 있다. 현지 소비자들의 가계소득 증가, 다양한 이벤트 사업의 성황 등이 주요 장식용품인 화훼에 대한 수요를 증가시키고 있어 향후 화훼시장은 성장이 기대되는 시장 중 하나이다. 한국산 화훼류의 경우, 경쟁 국가 대비 인지도 및 경쟁력이 낮은 실정으로 국내 화훼 농가들을 중심으로 수출조합을 구성하여 자체 브랜드 개발, 다양한 종류의 화훼 품종 개발 등을 통해 통합적으로 구매할 수 있는 화훼 전문 브랜드화가 필요할 것으로 보인다. 또한, 한국산 화훼류의 인지도 제고를 위해서는 현지에서 화훼류 소비량이 큰 폭으로 늘어나는 여성의 날(3월/10월), 결혼 시즌(11~12월), 크리스마스(12월) 등의 주요 기념일과 연계하여 집중 홍보하는 방안이 효과적일 것이다.