

홍콩

Hong Kong

### 3. 독특한 디자인, 홍콩 제과시장의 트렌드가 되다

홍콩지사

#### 주요내용

▶ 홍콩의 상징성을 활용한 제과류 포장디자인

- 중국으로 반환된지 20년이 넘는 홍콩은 여전히 전 세계에서 가장 가볼만한 도시로 손꼽히는 매력적인 관광 도시이다. 홍콩 자체가 하나의 관광 상품이다 보니 이 홍콩을 상징화해서 마케팅 전략을 구사하는 제품들이 점차 늘어나고 있다.

奇華餅家  
KEE WAH BAKERY



홍콩 2층버스를 상징화한  
기화병가 쿠키



스타페리 및 전통 범선 이미지를  
활용한 쿠키 제품



홍콩의 상징인 제니베이커리

\* 출처 : Kee Wah Bakery 및 Jenny Bakery

▶ 홍콩 제과시장 경쟁력 확보를 위해서는 포장 디자인이 중요

- 최근 홍콩에서 출시되는 제과류의 핵심적인 세일즈 포인트는 '세련된 포장 디자인'에 두고 있다. 홍콩 소비자들의 대부분은 신제품에 많은 관심을 보인다. 제과류 역시 독특한 맛을 가진 경우 처음 출시될 때 소비자들의 이목을 집중시키면서 초기 시장에 성공적으로 진출하게 되지만 유사상품, 신제품 등이 등장함에 따라서 소비자들의 머릿속에서 잊혀지는 경우가 많다.
- 따라서 새로운 포장컨셉으로 변화를 선보임으로써 고정 소비자들의 충성도를 유지하고 신규 수요를 찾는 소비자들을 공략할 수 있다. 따라서 제품의 맛은 기본으로 하되 소비자들의 흥미와 수요를 유발시킬 수 있는 매력적인 포장이 동반되어야 한다.

## 시사점

- 홍콩은 수입규제가 거의 없어 소비자의 니즈를 충족시킬 수만 있다면 쉽게 진입이 가능한 시장이지만, 높은 매장 임대료에 반해 소비자 판매가격은 낮게 형성되어 있어 치열하게 경쟁하고 있는 고비용 저마진의 유통구조를 가진 시장이다.
- 이러한 유통구조에 성공적으로 진입하기 위해서는 상품으로서 당연히 갖춰야 할 우수한 맛과 품질 외 소비자들의 이목을 끌 수 있는 독특하고 고급스런 포장이 동반되어야 한다. 한국 제과류 역시 홍콩시장에서 일본, 유럽산 제과류와의 경쟁에서 생존하고 입지를 높여가기 위해서는 차별화된 포장디자인에 대한 고민이 필요하다.
- 아울러, 판매가격대가 낮은 대중적인 Panknshop, Wellcome 등 슈퍼마켓형 유통매장 외에 새롭게 부상하고 있는 759 Store(수입식품전문 매장), Best Mart 360°(견과류 등 전문매장)등을 활용해서 신규 수요를 개척하는 것도 좋은 방안이 될 것으로 보인다.



759 Store



Best mart 360°