

식품업계 블루오션, '수입 설맞이식품'

상하이지사

수입 설맞이식품으로 관심 모은 라이이펀(来伊份)

- 중국인들이 연중 가장 큰 이벤트로 여기는 명절이 바로 설이다. 설 시즌이 되면 빌딩마다 화려한 장식을 하며 마켓들은 저마다 설 특수제품을 준비하며 치열한 경쟁구도를 펼치곤 한다. 대개는 중국식품이 주를 이루지만 소비자 수요에 따라 수입식품도 점차 이 시장에 진입량이 늘어나는 추세다.
- 2018년 제1회 중국국제박람회에서 중국의 유명한 간식 브랜드 라이이펀이 소비자에게 수입브랜드 Youngme를 선보이며 관심의 대상이 된 바 있는데 빅 데이터를 분석해, 인기 품목을 선별해 구색을 갖춘 선물세트로 터키의 견과, 벨기에의 초콜릿, 인도네시아의 옥수수 스틱, 한국의 어육소시지 및 태국의 바나나 칩 등으로 다채롭게 제품 구성을 한 뒤, 중국 설 분위기에 어울리는 빨간색으로 포장한 것이 주효했던 것으로 보인다.

하루가 다르게 성장하는 수입식품 시장

- 구지 명절 시즌이 아니더라도, 중국 수입식품 시장은 빠른 속도로 발전하고 있다. 2019~2021년 사이에 수입식품 시장의 연간 성장률은 약 3.2%로 예측되며, 2021년 중국 수입식품 거래액은 510억 달러(약 57조 3,495억 원)에 달할 것으로 전망된다. 현재 수입식품의 주요 채널은 수입식품 전문매장에 국한되어 있고, 전체 유통망을 이용한 수입식품 판매기업은 아직 미미한 수준이라 중국 수입식품 시장은 성장 잠재력이 무궁무진한 블루오션이라 할 수 있다.
- 국민간식 브랜드 라이이펀(来伊份)이 출시한 수입브랜드의 성공사례에서 엿볼 수 있듯이 수입식품도 현지화(本土

化)를 접목할 때 중국시장에서 성공 가능성이 더 높은 것으로 예상된다. 맛과 품질은 물론이고 패키지 역시 중국 문화에 걸맞은 디자인으로 개선해야 경쟁력을 갖추게 된다. 수입식품의 판매루트 역시 매우 중요하데, 온라인 채널(JD, TMALL 등)과 오프라인 채널을 결합하는 옴니채널(Omni-Channel, 전체 유통채널)을 이용하는 판매방식의 전환도 고려해 볼 시점이다. 다만 유통채널이 확대될 때 가격관리에 유념해야 앞으로 남고 뒤로 손해보는 상황을 피할 수 있을 것으로 보인다.



Youngme 쿠키 선물세트



Youngme 설선물 패키지