

## ■ 홍콩, 코로나19 확산 이후 채식음식 인기 증가 ■

### ■ 코로나19로 건강에 대한 관심 고조

홍콩의 최대의 음식 배달 업체 중 하나인 딜리버루(Deliveroo)는 최근 홍콩에서의 채식 음식(plant based food)의 주문 수가 놀라울 정도로 증가했다고 발표했다. 딜리버루 관계자에 따르면 지난 1년간 채식 음식의 인기는 꾸준히 증가 추세였으며 코로나19 확산 이후로 건강과 식품안전에 대한 소비자의 관심이 고조되면서 채식의 인기는 급증했다. 채식 식당 및 채식 음식 메뉴도 날이 갈수록 증가하고 있다.

### ■ 채식 음식 주문 급증

2019년 채식 음식의 주문 건수는 전년 대비 100% 증가하였으며, 2020년 1월 이후 채식 음식 주문 건수는 20% 이상 증가했다. 채식 음식에 대한 폭발적인 수요로 인해 딜리버루에서는 더 다양한 채식 음식을 제공하기 위해 다양한 채식 식당과 파트너십을 맺는 등 적극적으로 노력하고 있다. 딜리버루와 파트너십을 맺고 채식 음식을 제공하는 식당 수는 2018년 80곳에서 2019년에는 266곳으로 증가했다. 협력 식당(6,000개 이상)의 약 4%가 채식 메뉴를 제공하고 있는 셈이다. 홍콩 전역에 위치한 식당에서 채식 메뉴를 판매하고 있으며 홍콩의 주요 상업지구인 센트럴(central), 완차이(Wan Chai), 침사추이(Tsim Sha Tsui)에서 특히 집중도가 높다. 3개 지역에 위치한 식당에서는 총 10,000개 이상의 채식 음식 메뉴를 판매하고 있다.

### ■ 채식 열풍에 승승장구하는 채식 전문점

딜리버루의 파트너인 채식 음식 전문 식당 트리 하우스(Tree house)는 채식 음식 전문점으로 샐러드 볼(sald bowl), 그레인 볼(grain bowl), 랩 샌드위치, 채식 햄버거, 채식 베이커리 류 등을 판매한다. 판매하는 음식의 메뉴는 여행 중에 영감을 받을 것들이 많다. 예를 들어 반얀 플랫폼브레드(Banyan flatbread), 사바나 버거(Savanna Burger)는 이스라엘 여행 후 탄생 했으며, 코코넛 워터, 태국 바질 및 치아 씨앗으로 만든 신선한 착즙주스는 태국에서, 채식 라면은 일본에서 영감을 얻었다. 한식(韓式)에서 영감을 얻은 메뉴도 판매되고 있다. 그레인 볼 메뉴 중에는 4가지 잡곡(현미, 홍미, 퀴노아, 수수) 밥에 두부 튀김, 당근, 오이, 부추, 고추장을 넣은 비빔밥도 판매되고 있다. 또한 샐러드용 채소 또는 곡류를 기본으로 김치, 올리브, 오이, 콩류, 호박, 토마토, 고구마, 두부 등 토핑을 선택하여 올릴 수 있는 형태의 메뉴를 판매하여 다양한 선택권을 제공하고 있다.

트리하우스의 관계자는 2019년 10월부터 2020년 3월까지 매출이 1,226% 증가했으며 온라인 주문은 125%, 신규 고객은 113% 증가했다고 전했다. 채식 인기로 힘입어 2개의 새로운 식당 브랜드를 추가로 런칭했다. 새로운 브랜드 중 하나는 “오리진 바이 트리하우스(Origin by Tree house)”로 중동음식에 포커스를 맞춘 채식 식당이며 또 다른 하나는 채식 햄버거 전문점인 “버거 바이 트리하우스(Burgers by Tree house)”이다.

**<트리하우스에서 판매 중인 채식 음식 메뉴>**



**| 한국식 비빔밥 |**  
HK\$ 148



**| 4가지 토핑을 선택할 수 있는 샐러드 볼과 그레인 볼 |**  
HK\$ 138

홍콩에는 트리 하우스 이외에도 빵 대신 두부를 활용한 두부 샌드위치, 인도식 채식 커리, 병아리콩과 아보카도로 만든 베이글 샌드위치 등 다양한 채식 메뉴를 파는 식당들이 있다.

**<홍콩 음식점에서 판매되는 다양한 채식 메뉴>**



**| 두부 샌드위치 |**  
HK\$91



**| 인도식 채식 커리 |**  
HK\$128



**| 후무스 아보카도 베이글 샌드위치 |**  
HK\$80

코로나19 확산 이후, 홍콩 소비자들은 건강한 생활 습관에 관심이 높아졌으며, 이는 건강한 음식 선택으로 이어지고, 건강한 식습관으로 자리 잡을 전망이다.

## ■ 시사점

코로나19 확산 이후로 전 세계적으로 건강에 대한 관심이 높아지고 있다. 농식품 홍보 시 다양한 효능과 기능 및 채식 식품의 경우 채식(vegan)을 강조한 마케팅이 필요하겠다. 또한 한식에는 비빔밥, 버섯 잡채, 야채 비빔국수, 김치전, 감자전 등 채소를 활용한 다양한 채식 메뉴가 있다. 한국인들에게는 너무 익숙한 메뉴가 외국인들에게는 참신하고 트렌디한 채식 음식일 수 있다. 메뉴에 “채식(vegan)”이란 이름표를 붙여 “한국 채식 음식”이라는 프리미엄 포지셔닝과 브랜딩으로 한국 농산물과 가공식품의 해외시장 공략도 고려해 볼 수 있다.

## ■ 자료 출처

1. Inside Retail, 「Vegan food orders surge in Hong Kong in Covid-19's wake」, 2020.05.20  
[insideretail.asia/2020/05/20/vegan-food-orders-surge-in-hong-kong-in-covid-19s-wake](https://insideretail.asia/2020/05/20/vegan-food-orders-surge-in-hong-kong-in-covid-19s-wake)
2. Green queen, 「Visual Explainer: Plant -Based Food Delivery Grows 100% Year On Year As Consumers Demand Healthy Options」, 2020.05.23  
[www.greenqueen.com.hk/plant-based-is-taking-over-food-delivery-infographic](http://www.greenqueen.com.hk/plant-based-is-taking-over-food-delivery-infographic)
3. 딜리버루 홍콩 홈페이지 ([www.deliveroo.hk](http://www.deliveroo.hk))