■ 홍콩, 외식업계와 식품업계의 협업 ■

타깃 수요층이 겹치는 브랜드 끼리 함께 진행하는 협업 마케팅은 소비자의 초기 이목을 집중시킬 수 있을 뿐만 아니라 비용 대비 효과를 극대화할 수 있다는 장점이 있다. 코로나19로 외식업계의 불황이 지속되면서 홍콩에서는 식품업계와 외식업계의 협업 마케팅이 활발하게 진행되고 있다. 협업은 소비자 접점을 높일 뿐만 아니라 소비자의 흥미도 유발할 수 있어 브랜드를 알리고 신규 고객 창출이 가능해 활발하게 진행되고 있다.

■ 옴니포크 X 맥도날드

| 옴니포크 X 맥도날드 협업 홍보 배너 |

| 옴니포크 X 맥도날드 협업 신제품 |

홍콩의 식물성 대체 육류 브랜드인 옴니포크(OmniPork)는 맥도날드와 손잡고 홍콩·마카오에 위치한 400개 이상의 맥도날드(McDonald's) 및 맥카페(McCafes) 매장에서 식물성 대체 육류 런천 미트제품인 “옴니포크 런천미트(OmniPork Luncheon)”를 특징으로 하는 6가지 메뉴를 10월 13일 출시했다. 주요 메뉴는 홍콩의 대표 아침 메뉴인 “런천미트 & 에그 스크램블 버거”, “런천 미트& 계란 마카로니 수프” 등이며 런천미트 대신 식물성 대체 육류로 만든 “옴니포크 런천미트”를 사용하여 콜레스테롤 섭취 걱정 없이 건강하게 즐길 수 있다는 큰 장점을 내세웠다. 가격은 일반적으로 단품기준 20~28.5홍콩달러(한화 약 3,000~4,200원)이다.

최근 여론 조사 기관인 입소스(Ipsos)가 실시한 연구에 따르면, 홍콩 소비자들은 최근 식물 기반의 메뉴를 선택하려는 경향이 급증한 것으로 나타났다. 홍콩 젊은 소비자의 25%가 건강· 환경의 지속 가능성·동물 복지 그리고 코로나19로 인해 육류의 섭취를 줄이고자 한다고 답했으며, 홍콩 소비자의 34%가 주로 채식을 하지만 가끔 고기나 생선도 먹는 플렉시테리언(flexitarian)이라고 답했다. 옴니포크는 가장 대중화된 패스트푸드점 맥도날드를 활용하여 식물성 대체 육류 제품을 소개할 수 있으며, 맥도날드는 홍콩과 마카오 전역 매장에서 완전히 새로운 채식 메뉴를 제공함으로써 채식주의자 수요를 만족시킬 수 있어 고객층을 확대할 수 있다는 장점으로 해당 제품은 홍콩과 마카오 전역의 매장에서 일시적 판매가 아닌 장기적으로 판매될 계획이다.

■ 키캣(Kit Kat) X KFC

| KFC와 키캣 협업 마케팅 |

| 초콜릿 포르투갈 타르트 |

| 초콜릿 머핀 |

KFC는 네슬레(Nestle)와 협력하여 KFC의 인기 메뉴인 타르트와 비스켓에 키캣 초콜릿을 접목한 “초콜릿 포르투갈 타르트(HK$12)”와 “초콜릿 머핀(HK$10)”을 출시해 9월29일부터 11월4일까지 판매했다. 단품뿐만 아니라 세트 메뉴의 구성 상품으로도 판매하고 있으며 세트 메뉴 구매 시 키캣 초콜릿 무료 증정하며 지정 유통 매장(슈퍼마켓 및 편의점)에서 키캣 제품 구매 시 HK$10 할인 쿠폰을 증정하여 키캣 초콜릿의 구매를 유도하기도 한다.

■ 허웨이다오(合味道) X Beans Cafe

<허웨이다오에서 출시한 동남아 해산물 맛 컵라면 제품>

| 똠양꿍 맛 라면 |

| 태국 푸팟퐁 커리 맛 라면 |

| 블랙 페퍼 크랩 맛 라면 |

| 락사 맛 라면 |

닛신 컵라면 브랜드인 허웨이다오(合味道)는 동남아의 해산물 맛 컵라면을 출시하면서 홍콩 전역에 7개의 매장을 운영 하는 식당 체인점 “빈스 카페(Beans Cafe)”와 협업하여 새로운 마케팅을 진행하고 있다. 빈스카페 셰프들이 허웨이다오 컵라면을 활용하여 새롭게 출시된 맛의 원래 식재료를 첨가한 고급 버전의 한정판 메뉴를 출시했다. 음료를 포함한 특별 메뉴는 88~98홍콩달러로 판매되며, 주문 고객에게 컵라면을 증정해준다.

| 신제품을 활용한 한정판 메뉴 |

| 허웨이다오 X 빈스카페 협업 홍보 자료 |

■ 시사점

식품 업체는 식당의 기존 고객을 활용하여 신제품 또는 기존의 제품을 홍보할 수 있으며, 외식업체 역시 새로운 메뉴 출시로 고객의 흥미를 유발 할 수 있다는 점에서 외식업계와 식품업계의 협업은 좋은 윈윈 전략이 될 수 있다. 한국 식재료를 현지화 된 메뉴로 새롭게 접근해 볼 수 있으며, 소비자 체험 효과, 화제성 등의 장점을 활용해 한국의 식품 업체도 외식 업계와의 협업을 통한 해외 시장 진출 및 마케팅을 고려해볼 수 있겠다.

■ 자료 출처

1. SCMP, 「McDonald's, McCafes add OmniPork plant-based luncheon meat to menus in 'groundbreaking' move」, 2020.10.13
   www.scmp.com/lifestyle/health-wellness/article/3105281/mcdonalds-mccafes-add-omnipork-plant-based-luncheon-meat
2. Green queen, 「McDonald's Milestone: Hong Kong Franchise Launches First Vegetarian Menu With Green Monday's OmniPork Luncheon」, 2020.6.12.
   www.greenqueen.com.hk/mcdonalds-milestone-hong-kong-launches-first-vegetarian-menu-with-green-mondays-omnipork-luncheon
3. HK01, 「合味道 X Beans Cafe限定美食　杯麵炒底有蟹肉　Fans必試4大原因」, 2020.10.19
   www.hk01.com/食玩買/537463/合味道-x-beans-cafe限定美食-杯麵炒底有蟹肉-fans必試4大原因
4. Time Out, 「KFC and KitKat join forces to launch two limited-edition chocolate desserts」, 2020.09.29
   www.timeout.com/hong-kong/news/kfc-and-kitkat-join-forces-to-launch-two-limited-edition-chocolate-desserts-092920
5. 네이버 트렌드 지식사전2, 협업 마케팅