

# Global Packaging News

## China

밀키트 식품 지속적인 성장세  
2022년 약 77조원 돌파할 것으로 전망

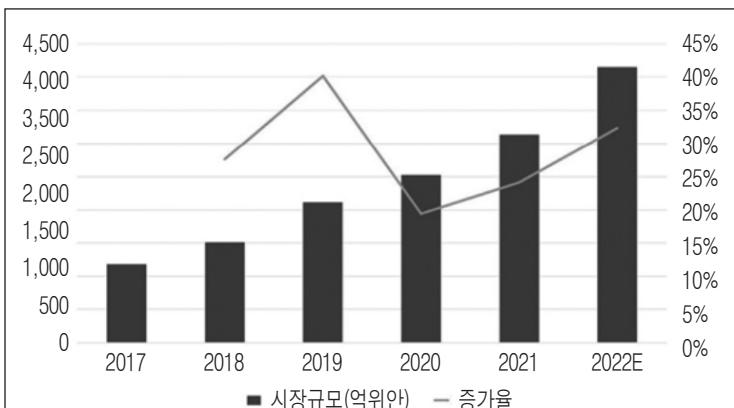
중국 최대 전자상거래 업체인 알리바바에서 최근 「2022년 중국 밀키트 식품 온라인 소비 보고서」를 발표하였다. 보고서에 의하면, 2021년, 중국 밀키트 식품의 시장규모는 3,000억 위안(한화 약 58조

원)을 돌파하였고 2022년에는 4,000억 위안(한화 약 77조원)을 돌파할 것으로 전망하였다. 중국 콜드체인 물류와 온라인 유통채널의 빠른 발전에 힘입어 2019~2022년 중국 밀키트 식품은 지속적인 성장세를 이어가고 있고 코로나19는 소비자의 밀키트 식품 수요를 한층 더 야기시켰다.

2021년 티몰 인기급등 춘절맞이 상품 랭킹에서 설날 상차림 밀키트 식품이 1위를 차지하였다. 춘절은 소비자의 집중적인 소비가 이루어지는 시기로 매년 제1분기는 밀키트 식품 매출이 가장 높은 시기다.

지역적으로 볼 때, 상하이·장쑤·저장지역 소비량이 가장 높고 광둥성, 산둥성과 베이징이 두 번째로 높은 소비를 보이는 지역이다.

성별로 소비자 유형을 구분해 볼 때, 여성소비자의 TGI(Target Group Index, 목표 그룹 지수. 특정 타겟 소비자의 구매, 매체이용, 라이프 스타일 등을 통합



▲ 2017-2022년 중국 밀키트 식품 시장규모  
자료: NCBD(New Catering Big Data)



적으로 조사하는 방법으로 목표 집단의 특정 연구 범위 내에서 강세 또는 약세를 반영)가 130으로 남성보다 여성이 밀키트 식품을 선호하였다.

연령별로는 60세이상 소비자의 TGI 지수가 가장 높았고 이는 중국의 노령화 추세의 큰 영향을 받은 것으로 분석된다.

주목해야 할 점은 60세 이상 소비자만큼 높지 않지만 2021년 기준, 18~24세 소비자의 밀키트 소비량은 전년 대비 약 70% 증가하여 소비 잠재력이 큰 것으로 나타났다.

소비품목을 볼 때, 전 품목이 매출 증가세를 보여주고 있는데 냉동 휘귀 식재료, 인스턴트 식사 대용식의 증가 폭이 가장 컸고 같은 품목 중에서도 육류가 들어간 상품의 인기가 더 높은 것으로 나타났다.

밀키트 식품은 맛있으면서도 조리가 간편하다는 특징으로 많은 소비자의 사랑을 받고 있다. 1인 가구 회사원, 다이어트 중인 젊은 층, 염분 섭취량에 민감한 중장년층 등 소비자를 세분해보면 제품의 영양, 기능성 등 수요가 차별적이고 제각각이다. 이러한 점을 고려하여 특정 소비자층의 니즈를 파악한 제품 개발과 맞춤형 마케팅으로 시장에 진출한다면 한국산 밀키트 혹은 한국식품 활용 밀키트 등 한국기업이 진출할 수 있는 기회와 방법이 존재할 것으로 사료된다.

계 최근 홍콩에서는 Welcome, Park n Shop, Panda Mart 및 Deliveroo 등의 유명 플랫폼 외에도 신선하고 우수한 수입 식료품을 집까지 편리하게 배달해주는 온라인 플랫폼이 많이 생겨나고 있다.

The Grocery Club은 홍콩의 유명 파인 다이닝 레스토랑인 Ecriture, Amber, Estro, Cultivate 등을 포함 200여개의 식당에 채소, 고기, 해산물 등을 공급하고 있는 Bravo Fine Foods의 신선 식료품을 구매할 수 있는 곳으로, 요리 전문가들에게 인정받고 유명 셰프들의 신뢰를 받고 있는 식품 전문 브랜드로서 주로 유럽에서 수입하며 홍콩으로 도착한 재료는 Ap Lei Chau 창고에서 다시 한 번 품질 검사를 실시하여 식료품을 판매하고 있다.

What's In은 친환경 포장과 유기농 농산물로 유명한 곳으로 화학물질 사용을 최소한으로 하는 전용 농장에서 재배한 농산물을 판매하며, 쓰레기를 최소화하는 친환경 포장을 사용하여 소비자 판매 가격을 30-40%까지 줄임으로써 합리적인 가격으로 판매하고 있다. What's In은 페닌슐라, 만다린 오리엔탈, 포시즌스 등의 레스토랑들과 협력을 하고 있어 판매되는 식자재의 품질 또한 5성급 수준이다.

Eat Fresh에서는 홍콩 유기농 자원센터(HKORC), USDA 및 IFOAM이 승인하여 신뢰 가능한 현지 농

## Hong Kong

온라인 수입 식료품 배달 플랫폼 인기  
한국 고품질 농산물의 홍보 및 수출 기회

홍콩은 어느 지역이든 슈퍼마켓이 가까이 있어 편리하게 장을 볼 수 있지만, 하루하루가 바쁜 현대인들에게는 장을 보러 가기도 귀찮고 피곤한 날이 있는데, 이러한 이들의 편리와 건강 트렌드에 맞



▲ 홍콩에서는 신선하고 우수한 수입 식료품을 집까지 편리하게 배달해주는 온라인 플랫폼이 인기다.

장 디렉토리를 기반으로 구축된 홍콩 신계지역의 유기농 농장에서 직접 재배하고 엄선한 채소들을 판매하고 있다. 가격 또한 대형유통매장 제품에 비해 저렴하고 품질 또한 우수하기 때문에 안심하고 구매 가능하다.

Grower Choices는 뉴질랜드의 골드 키위, 네덜란드의 로메인 상추 등을 비롯해 전 세계의 제철 과일과 채소를 공급할 뿐만 아니라 또한 홍콩 현지 토마토 농장 및 유기농 농장에서 재배되는 토마토와 채소들도 판매하고 있으며, 주문 다음날 바로 배송이 가능하고 무료 배송 최소 가격 또한 저렴한 편이다.

Freshie HK은 페루, 대만, 미국 및 일본을 포함한 전 세계의 농장들과 협력하여 배달 날짜 전날 직전 홍콩에 도착한 신선한 농산물을 집까지 바로 배송하는 시스템으로 세계 각지의 당일 재배 농산물을 다음날 배송 받아 볼 수 있다.

Lyfegreen은 100여 곳의 유기농 농장에서 재배되는 200여 가지의 과일과 채소를 일주일에 한 번씩 배달해주는 정기 구독 형식으로 운영되는 온라인 플랫폼으로 매주 배송되는 품목이 바뀌기 때문에 1년 단위로 구독 시 전 세계 각지의 과일과 채소를 다양하게 받아볼 수 있다.

홍콩에서 이미 널리 알려진 Feather & Bone은 홍콩 도시 내 정육점-식당-식료품점의 혼합 매장 형식으로 도시 내 11개 지점 및 온라인 사이트를 운영하고 있으며, 다양한 신선 농산물부터 국제적인 전문 브랜드 제품까지 취급하며, 품질 보장을 위해 전 세계의 농부들과 직접 협력하여 제품 선택 테스트까지의 정밀한 과정을 거쳐 엄선된 제품만을 판매하고 있다.

급변하는 라이프 스타일과 코로나로 인해 홍콩 소비자들은 점점 높은 삶의 질을 추구하게 되면서 일

반 대형유통매장의 제품만으로는 홍콩 소비자들의 수요를 충족시키기에 부족하게 되었다. 이에 따라 신선한 야채와 고품질 과일에 대한 수요가 증가하며, 쇼핑 방식에도 큰 변화가 생기고 있다. 이러한 트렌드에 맞게 한국 농산물도 다양한 유형의 온라인 신선 야채 및 과일 플랫폼과 협력 및 마케팅을 진행하여 한국의 고품질 농산물의 홍보 및 수출에 힘써야 할 것이다.

## Thailand

### 친환경 제품에 주목하고 있는 소비자들

생분해성 상품 패키지 등 친환경 제품으로 점차 전환

태국 전문 조사 기관인 Kasikorn Research Center(K-research)에 따르면 환경 문제가 소비자의 삶에 직접적으로 영향을 미치면서 태국 소비자들의 친환경 제품과 서비스에 대한 관심이 점차 증가하고 있다고 밝혔다. 이로 인해 기존 제품에서 환경문제를 완화하는 생분해성 상품 패키지, 에너지 절약 장치 등의 친환경 제품으로 점차 전환되어 가고 있는 추세다.

K-research에 따르면 태국 소비자들은 제조업체가 친환경 제품과 서비스를 제공하는 것에 대해 기



▲ 태국 소비자들은 친환경 제품과 서비스에 대한 관심이 점차 증가하고 있다.  
자료: The Nation Thailand



대하고 있으며 기업들의 그런 노력이 제품에 대한 신뢰를 더 강화할 수 있을 것이라는 응답 결과가 나왔다.

또한, 태국 소비자의 약 66.3%가 일반 제품보다 20% 이상 비싸지 않은 가격 내에서 친환경 제품을 구매할 의향이 있다는 결과가 나타났다. 그리고 태국 소비자의 약 71.4%가 친환경 식음료 구매에 대한 관심이 있다고 언급했다.

또한, 투자자의 95.8%가 기업들이 소비자의 신뢰를 얻기 위해 기업은 ESG(환경, 사회, 지배구조) 경영을 실천해야 한다고 지적했다. 또한 투자자의 72.8%가 재생 에너지와 관련된 사업에 투자하는데 관심이 있으며 생명공학(50.1%), 식품 및 음료(46.7%)가 그 뒤를 이었다.

K-research는 환경 문제를 해결하기 위해 정부와 민간분야는 협력해야하며 소비자들이 친환경 제품을 합리적인 가격에 구매할 수 있는 여건을 조성하도록 노력해야 한다고 밝혔다.

현재 태국 소비자들은 식품 구매 시 맛도 중요한 구매요인이지만 환경문제를 완화할 수 있는 친환경 기반의 제품에 대한 관심이 높아지고 있다. 일반적으로 친환경 제품은 일반 제품의 가격보다 높은 편이므로 소비자가 구매 결정을 할 때 도움을 주는 정보 즉, 제품이 환경에 어떻게 완화된 영향을 미치는지에 대한 정확한 정보를 소비자에게 전달할 수 있는지 관련 기업들의 고민이 필요한 시기이다.

리서치 결과에서 볼 수 있듯이 소비자들은 기존 가격에서 큰 차이가 나지 않는다면 친환경 제품 구매를 선호한다. 이러한 이유로 친환경 제품의 합리적인 가격설정과 소비자들이 정확한 정보를 취득하고 공감할 수 있는 친환경 제품개발 및 정보제공방식이 향후 기업차원에서 중요한 과제가 될 것이다.

## Thailand

### 식품이력추적시스템, 식품업계의 기회이자 도전 시장내변화에 대응한 새로운 경영 전략 수립 필요

최근 식품시장 내 식품관련 제조업체간 치열한 경쟁뿐 아니라 코로나19로 인한 태국 소비자들의 소비패턴의 변화는 현지 식품기업들에게 큰 도전이 되고 있다.

팬데믹 이후 태국 소비자들은 건강에 대한 인식이 변화되었고 안전한 식품에 대한 관심이 높아졌다. 이에 따라 현지 식품업체들에게는 이러한 시장 내 변화에 대응한 새로운 경영 전략을 수립할 필요성이 대두되고 있다.

태국의 조사기관 Krungthai Compass의 발표자료에 따르면 최근 시장 내 업체들이 당면한 중요한 과제 중 하나로 식품이력추적시스템(Food Traceability)을 꼽았다. 식품이력추적시스템은 식품 생산에 사용되는 원재료, 제조정보, 유통정보 등을 통합 관리 및 추적이 가능하게 하는 시스템이다. 이러한 시스템이 현재 식품시장에 필요한 이유는 아래와 같이 4가지로 압축된다.

첫째, 식품안전성이다. 팬데믹 이후로 태국 소비자들은 식품위생에 대한 인식이 계속해서 높아지고 있다. 태국 소비자 식품안전 설문조사에 따르면 응답자 68%가 위생에 대해 중요하게 생각한다고 답했으며, 응답자 중 70%는 식품의 출처에 대해 알고 싶다고 답변했다.

둘째는 환경적 지속가능성이다. 현대 소비자들은 자신이 섭취하고 있는 식품이 환경에 어떻게 영향을 미치는지 알고 싶어 한다. 설문 조사에 따르면 태국 소비자 4분의 3이 환경적 지속가능성을 중요하게 생각하고 있다고 답했다. 동시에 응답자의 약 53%는 식품생산이 친환경 제품일 것으로 기대하



▲ 식품이력추적시스템은 식품업체들이 당면한 중요한 과제 중 하나가 되었다.  
자료: Brand Buffet

식품이력추적시스템에 대한 시장의 수요가 커지면서 식품업체들 역시 이러한 변화에 적극적으로 대응할 필요성을 체감하고 있다. 식품이력추적시스템은 생산, 제조과정 전반에 대한 추적이 가능하며, 이는 시장 내 판매되는 제품의 영양정보, 제품출처, 환경에 미

며, 나머지 응답자 중 약 35%는 생산 과정에서 이산화탄소 배출량 감소에 대해 염려하고 있는 것으로 밝혀졌다.

셋째는 발전된 식품이력추적 기술이다. 최근에 개발된 IT 및 관련 기술이 고도화되면서 식품이력추적시스템을 더욱 발전시키는 역할을 하고 있다. 2025년에는 세계 식품 이력추적 기술의 규모가 평균 연간 성장률 약 9.3%로, 이는 약 2,227만 4,000 달러 수준으로 추산되고 있다.

넷째는 오염물질에 대한 인식변화이다. 관련 설문조사에 따르면 소비자의 22%가 코로나19 오염으로 인한 식품 안전을 걱정하고 있다고 응답했으며 박테리아에 오염된 식품에 대해 우려를 표하는 소비자가 20%, 식품 내 발암물질 포함여부를 걱정하는 소비자가 12%라는 결과가 나왔다.

치는 영향 등의 관련 정보가 소비자에게 공개되는 것이다. 특히 축산물, 수산물, 동물사료, 과일 및 채소류는 향후 제품 안전 표준에 적용될 가능성이 커지므로 관련 업체들은 이러한 변화에 맞게 미래 대응전략을 수립해야 할 것으로 보인다.

현대 소비자들은 기존 제품별 라벨링 정보 외에 식품 생산에 사용된 상세 원재료, 제조과정 등과 같은 보다 상세한 식품 안전 정보에 대한 니즈가 커지고 있다. 특히, 팬데믹 이후 소비자의 건강한 식재료, 식품 안전에 대한 인식이 높아지게 되면서 관련 업체들이 식품이력정보를 소비자에게 공개하는 것이 브랜드에 대한 소비자 신뢰도 향상과 동시에 이를 통해 판매를 확대할 수 있는 경쟁력이 되는 시대가 되었다.

## (사)한국포장협회 회원가입 안내



(사)한국포장협회

TEL. (02)2026-8655

E-mail : kopac@chollian.net