



중국 영유아 과일퓨레업계 시장성 분석

상하이지사

떠오르는 영유아 보조식품, 과일퓨레

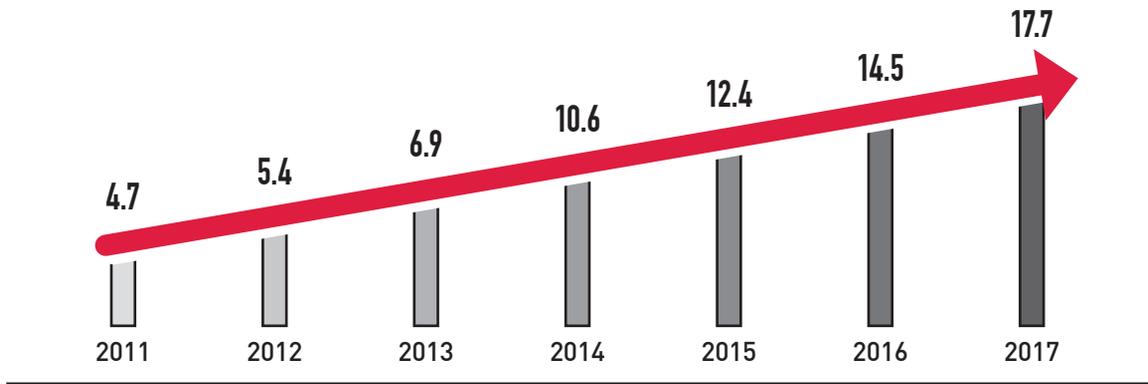
- 모유는 영아에게 가장 이상적인 식품이지만 아이가 성장하는데 있어 모유나 영유아조제분유만으로는 영양이 부족하다. 따라서 4~6개월부터는 쌀가루, 과일퓨레와 같은 보조식품을 함께 섭취해야 한다.
- 그 중에서 과일퓨레는 본래 가정에서 과일을 곱게 갈아 만든 것을 말하며, 반죽식품 및 기타식품으로 구분된다. 집에서 손수 만든 과일퓨레는 품이가 다양하지만 잔류 농약이 검출될 가능성이 높고 만들기 복잡하다는 단점이 있다.

수제 과일퓨레의 단점을 보완한 완제품 과일퓨레

- 가정에서 과일퓨레를 만드는 경우 엄격한 공정없이 요리하기 때문에 식품의 영양이 손실되는 경우가 많다. 특히 믹서를 사용하면 과일이 함유한 비타민 등 각종 영양소가 파괴될 수 있다는 치명적인 단점을 가진다.
- 이와 반대로 완제품 과일퓨레는 전문적인 가공공정을 거쳐 만들어지기 때문에 유해성분을 제거함과 동시에 식품 고유의 영양성분을 유지할 수 있다.

중국 영유아 과일퓨레업계 매출액

(매출액 : 억 위안)



• 완제품 과일퓨레가 수제 과일퓨레의 단점을 보완하면서 영유아 식품시장에서의 점유율이 날이 갈수록 높아지고 있다. 최근에는 보조식품을 생산하는 호주의 벨라미스 오가닉과 독일의 힙 등이 고품질의 유기농 야채와 과일을 사용해 안심하고 아이에게 먹일 수 있는 제품을 생산하는 기업으로 입소문이 커지고 있다.

• 완제품 과일퓨레는 부드럽고 휴대가 간편하다는 장점으로 많은 부모들의 눈길을 끌기 시작했으며, 이에 2017년 중국 영유아 과일퓨레 업계의 매출액은 약 17.7억 위안으로 전년 동기대비 22.1% 증가했다.

힙과 벨라미스 오가닉의 영유아용 과일퓨레 제품



고품질의 제품으로 시장기회 노려야

• 지난 2016년 중국 정부가 본격적으로 시행한 두자녀 정책이 영유아 보조식품 시장확대에 가장 주요한 요인으로 작용하는 것으로 나타났다. 전문가들은 영유아 인구 증가와 함께 현재 영유아 보조식품 시장이 소수 브랜드에 집중되어 있으므로 개척 가능성이 충분하다고 판단하고 있다. 하지만 주요 업체들이 소비자들을 이미 확보했기 때문에 국내 업체는 시장진입 방법을 다각도로 연구할 필요가 있다.

• 중국 신세대 부모들의 육아의식이 제고되고, 식품의 영양 및 안전에 대한 관심이 높아짐에 따라 영유아 보조식품의 소비는 지속적으로 확대될 것으로 보인다. 따라서 경쟁력을 갖춘 고품질의 제품 개발과 연구에 주력해 나가면 좋을 것으로 판단된다.

출처 : 중국산업정보(中国产业信息), www.chyxx.com, www.hipp.cn, www.bellamysorganic.com.au