

# 미식가의 천국에서 배달음식의 천국으로

홍콩지사

## 성장을 거듭하고 있는 홍콩의 음식 배달시장

- 홍콩 사람들은 집밥보다는 외식을 선호하는 편이다. 쉽고 습한 날씨, 협소한 거주공간, 여성의 높은 경제참여율로 인해 외식업이 발달했으며 '미식가의 천국'이라는 별칭이 생길 정도로 레스토랑의 스펙트럼 또한 매우 넓다.
- 협소한 지리적 여건에도 불구하고 홍콩에서는 최근 합리적인 가격의 음식 배달서비스가 주목받고 있다. 특히 높은 인터넷 접근성과 스마트폰 보급률, 젊은 세대들의 소득 증가와 맛별이 부부 증가 등이 온라인 배달시장의 성장을 더욱 촉진시킨 것으로 나타났다.
- 홍콩의 배달시장은 아직 성장 단계에 불과하지만, 향후 발전 가능성은 매우 높다고 평가받고 있다.

## 배달업체들의 치열한 주도권 경쟁

- 2016년, 홍콩의 현지 브랜드인 딜리버리퍼블릭(Deliver Republic)을 시작으로 영국계 딜리버루(Deliveroo), 독일계 푸드판다(Foodpanda), 우버이츠(UberEats) 등의 글로벌 온라인 배달 플랫폼이 잇따라 시장에 진출하고 있다.

## 홍콩 Top4 배달플랫폼



**deliveroo**

고급 레스토랑 음식을 주로 배달하는 딜리버루



**foodpanda**

위챗과 제휴를 통해 음식배달서비스를 제공하는 푸드판다



**UBER eats**

직장인을 대상으로 한 배달서비스를 제공하는 우버이츠. 독점 파트너 식당을 보유하고 있다.



로컬업체와 홍콩 85%의 지역에 배달이 가능한 딜리버리퍼블릭



1. '간편하고 건강한 한 끼'를 콘셉트로 한 NOSH
2. 다이어트 식단, 칼로리 및 영양소 정보를 제공하는 Eatology
3. 유기농 과일주스, 티 등을 배달하는 Bless

• 각 업체들은 시장점유율을 늘리기 위하여 현재 치열한 각축전을 벌이고 있다. 유기농, 웰빙에 높은 관심을 가진 홍콩 소비자를 공략하기 위해 건강식을 제공하는 NOSH, Eatology, Eat Right, Mealthy 등의 업체들이 등장했으며, 유기농 음료를 배달하는 Bless, Punch, Hong Kong Juice Co, Genie Juicery 등의 스타트업도 등장했다.

• 이러한 업체들은 모두 대형 글로벌업체에 비해 작은 규모이지만, 차별화된 타겟팅과 공격적인 마케팅으로 홍콩 배달시장 진출에 성공했다.

## 가파른 성장이 전망되는 음식 배달앱시장

- 글로벌 조사기관 Statista에 따르면 2018년 홍콩 배달플랫폼시장의 매출액은 2억 2천만 달러(약 2,486억 4,400만 원)로 예측된다. 또한, 연간성장률(CAGR 2018-2022)이 15.8%로 예상되어 2022년까지 시장규모는 3억 3백만 달러(약 3,424억 5,060만 원)까지 확대될 것으로 전망된다.
- 2018년 홍콩 음식 배달앱의 보급률은 25.3%이며, 2022년에는 40.6%까지 증가할 것으로 보인다. 가입자당 평균 수익(ARPU)은 118.69달러(약 13만 4천원), 배달앱 사용자 수는 2022년에 3.1백만 명까지 증가할 것으로 예측된다.

## 배달플랫폼과 함께 성장하는 테이크아웃 전문점

- 음식배달플랫폼과 글로벌브랜드들이 진출하기 전까지 홍콩에서 배달서비스를 제공하는 메뉴는 피자 종류가 대부분이었다.
- 하지만 2017년부터 일본식 스시, 한식 도시락, 중국 덤섬, 서양식 빵과 다이어트용 샐러드 등 다양한 메뉴의 음식 전문점들이 배달플랫폼과 연계하여 서비스를 제공하면서 배달메뉴가 점점 다양해지고 있다.
- 배달시장 외에도 시간절약과 편리성을 추구하는 소비자들을 겨냥한 테이크아웃 전문점이 증가하고 있다. 테이크아웃 전문점은 주로 주거밀집지역 부근, 지하철 및 쇼핑센터 인근에 분포하고 있어 소비자가 집과 직장을 오가며 음식을 쉽게 포장해갈 수 있다는 점에서 인기를 끌고 있다.
- 또한, 테이크아웃 전문점들은 음식배달플랫폼과의 다양한 콜라보레이션, 파트너십을 통해 매출을 늘리고 있어 향후 지속적으로 성장할 것으로 기대된다.

### 웰빙으로 무장한 스타트업의 틈새시장 공략

- 배달플랫폼 스타트업들은 글로벌 배달플랫폼들과 경쟁하기 위하여 건강식에 주목하고 있다. 바쁜 생활 속에서도 건강을 챙기려는 소비자들의 니즈를 파악하여 틈새시장을 공략하고 있는 것이다.
- 이러한 업체들은 신선한 재료를 자체적으로 공수하여 다이어트식단을 배달해주거나, 고급 레스토랑과의 제휴를 통해 동반성장을 도모하고 있다. 대표적인 업체로는 영양사가 인증한 식단을 전문적으로 제공하는 Cadobox, 다양한 유기농 재료와 신선한 제철 농산물을 사용한 음식을 제공하는 Foodieetcetera가 있다.



### 홍콩소비자들의 니즈를 파악하라

- 최근 홍콩의 회사밀집지역에서는 점심메뉴로 비빔밥이나 김밥 등 한식을 찾는 직장인들이 늘어나는 추세다. 간편하면서도 건강까지 챙길 수 있는 웰빙 한식에 대한 관심이 커지고 있으며, 한국식 디저트를 찾는 사람 또한 늘어나고 있다.
- 이러한 추세에 발 맞추어 홍콩소비자들을 타겟으로 한 한식메뉴 개발 및 현지 요식업체와 연계한 마케팅을 추진, 온라인상 한국 농산물 홍보 등 신규 수출루트를 개척하는 방법을 고려해야 할 것이다.
- 홍콩의 온라인 배달시장은 현재 지속적으로 성장 중이며, 향후 배달의 범위와 품목 역시 더욱 확대될 것으로 예상된다. 따라서 홍콩소비자들의 배달서비스 니즈를 세분화하여 간편식이나 외식업체를 위한 상품을 지속적으로 개발해 나간다면 홍콩 배달시장에서 좋은 성과를 거둘 수 있을 것이다.

4. 페이스북, 왓츠앱 등의 메신저를 통해 주문이 가능한 Cadobox
5. 프리미엄 런치박스를 제공하는 Foodieetcetera