

11년 국제박람회 트렌드 및 12년 전망



1

2011 국제박람회 3대 트렌드

즉석 편이식품 비중확대

- Ready-to-Eat, Catering 식자재, 소포장(경기침체, 1인 가정), Bio 패스트 푸드

Organic, 건강식품 강세

- 웰빙, 건강 Life Style, 유기농 제품, Free제품(Gluten-free, Sugar-free)

식품 안전성 부각

- 자국산 불신(일본,중국), 수입식품 선호, Baby & Kids 시장, 이력추적시스템

1-1

일본(동경식품박람회)

간편식, 즉석식품 비중확대

- 바쁜 일상, 간단히 먹을 수 있는 제품 (즉석밥, 젤리소스)



소포장, Ethnic Foods 강조

- 나홀로 가정 증가, 경기 침체로 소포장 발달
- 국가관별 전통문화 연계 식문화 홍보활발



한국시장 마케팅 시도

- 일본시장 이외 한국시장 진출 추진



1-2

중국(SIAL CHINA, 상해식품박람회)

Wine 출품 확대

- 아시아 최대시장으로 급부상, 경쟁국 출품 확대



안전성 부각, 수입상품 선호

- 자국산 불신, 수입상품 시장 급 성장
- 한국산, 대만산 등 대체상품으로 인식



BABY, KIDS FOODS 시장 부상

- 유기 분유 등 기능성 소재 활용 품목 다양화



1-3

동남아(홍콩, 대만, 방콕, 베트남식품박람회)

한류 확산에 따른 한글 포장 인기

- 한국드라마, K-POP 영향, 한국상품 선호도 증가



일본 원전사태로 대체상품 부각

- 고소득층 유입, 웰빙 확산으로 고품질 수요증가
- 일본 원전사태 이후 대체상품 증가(원재료 등)



HALAL 인증식품 급 부상

- 이슬람 식품시장이 하나의 주류로 등장



1-4

중동(두바이식품박람회)

음료시장의 급격한 성장

- 탄산수, 생수 및 과일주스의 인기
- 알콜음료의 판매 제약으로 비알콜 희석음료 각광



쌀, 채소 등 1차 농산물 거래 활발

- 생산기반이 없는 중동시장 겨냥 기초식량 거래



할랄(Halal) 인증 제품 강세

- 다국적 신선육 생산자들의 할랄제품 유통



1-5

미국(애너하임, 워싱턴, PMA박람회)

Free 제품 강세

- Gluten-Free, Sugar-Free 등 무첨가 제품



유기농, 즉석 편이식품 부각

- Ready-to-Eat 자연, 유기농 편이식품 증가세
- 천연 식재료 활용 제품 전시활발(스프, 파스타 등)



식품안전성, 이력추적제(Traceability) 대두

- 식품안전성 중요성 부각, 이력추적제 적용방안



1-6

유럽(필른식품박람회)

Catering 식자재 시장확대

- 식재료 Food Service, 대량 공급 완제품



Organic, Bio Foods 부각

- 유기농 출품 확대, 유기재료 이용증가 예) 유기농 차, 치즈
- Bio 패스트푸드 등 웰빙, 건강 Life Style 반영



공정무역(Fair Trade) 제품 거래

- 아프리카 등 제3세계 원재료 사용제품 유통 시작



* 공정무역(Fair Trade) : 아프리카 등 제3세계의 농민 등 생산자의 수익을 보장해 주는 거래(상품) 예) 공정무역커피

소포장, 대체상품 부각

- 경기침체 지속으로 소용량, 중저가 선호, 방사능 등 안전성 강조/일본,중국

Organic, Ethnic Foods 강세 지속

- 웰빙, 건강관심 지속 확대, 타민족식품 소비 증가 예상 / 미국, 유럽

한류확산, 한글상품 부상

- 한류영향, 한글포장 상품 각광 (가짜 수입상품과 차별화) / 동남아, 중동