

III. 시장 정보

1. 식품소비 트렌드

□ 소비 성향

식품소비량 2009-2011		
	2010	2011
식품 소비액 (미화, 10억)	448.12	551.02
식품소비액 (중국화, 10억)	3,033.38	3,562.06
1인당 식품소비액(미화)	334.09	408.90
1인당 식품소비액 (중국화)	2,261.46	2,643.33
총 식품소비액 변화량 (전년대비, 중국화)	11.44	17.43

출처: Ministry of Economy and Planning, Central Department of Statistics, Saudi Arabian Monetary Agency, Company Information, Trade Press

○ 소비자의 식품 수요가 다양해짐

- 레저식품, 기능식품, 곡물식품 등 식품의 분류가 끊임없이 세분화됨에 따라 소비자들의 수요가 다양해짐. 특히 생활수준의 향상으로 자신의 건강에 대한 인식이 높아져 식품의 보건 기능이 갈수록 중요시 되고 있으며, 이에 보건 식품의 수요가 계속해서 증가하고 있음

○ 식품의 포장과 영양을 추구함

- 식품 소비자는 제품의 포장과 형태가 유행과 개성에 따르길 바람. 즉, 제품을 통해 자신만의 다양한 식품 요구를 실현함으로써 자신의 감정을 표현할 수 있는 동시에 영양을 보충할 수 있는 제품을 원함. 그 예로 “彩虹糖(차이홍탕) ○

SKITTLES : 7가지 무지개 색에 각기 다른 과일 맛이 나는 사탕)이 있음

○ 영양 균형을 위해 곡물 식품과 다양한 영양 보충 식품이 등장함

- 곡류 식품의 섭취가 해마다 감소하고 있으며, 주요 식사로서의 지위 또한 점차 떨어지고 있음. 특히 경제 발전과 좋지 않은 음식 습관으로 국민의 식사 구성이 불균형해지고 영양 과잉으로 “사치병”의 발병률이 여러 해 동안 계속 상승함. 곡물은 자연적이고 균형적인 영양 구성으로 높은 식이요법과 보건 가치를 지님. 이에 최근 곡물 음료는 곡물 식품의 대표로서 새로운 붐을 일으키기 시작함. 곡물 식품은 곡물에 함유된 건강에 이로운 영양 성분들을 충분히 남길 뿐 아니라 맛도 좋고, 흡수가 쉬워 바쁜 현대 생활 리듬 속에서 식사 영양의 균형을 잃은 도시 주민들의 문제를 해결함. 이밖에도 유제품과 두류 제품, 영양 보충 식품은 큰 수요를 가짐

○ 유기 식품에 대한 관심이 증가함

- 최근 식품 중의 첨가제, 농약 잔류 등 “식품 사건”이 빈번하게 발생함에 따라 사람들은 식품의 안전성과 신뢰성을 갈수록 중시 여기고 있음. 이에 “녹색 식품”, “안전 식품”이 관심을 받고 있음. “유기 식품”은 바로 녹색, 건강, 환경보호 등의 요구에 부합되는 제품이라 할 수 있음

○ 수산물 소비 비중이 낮음

- 수산물 소비의 주요 지역이 상대적으로 집중되어 있음. 연해

와 동부 지역의 수산물 소비 비중이 비교적 큰 차이를 하는 반면 중부와 서부의 수산물 소비 지출은 적은 편임. 이는 주민들의 소비 습관과 관련이 있으며, 제품의 특징 및 지역 특성과도 밀접한 연관이 있음

○ 체험, 셀프, DIY식 식품 소비 트렌드

- 다양한 체험관이 설립됨에 따라 체험이 식품 시장에 점차 진입해 '체험을 통해 생활을 누린다'는 소비 패턴이 성행하게 됨. 즉, 식품의 기능 뿐 아니라 체험 혹은 감정의 효과와 이익을 추구함. 또한 많은 카페테리아가 소비자들의 큰 관심과 사랑을 받고 있으며, 소비자들은 점차 DIY(Do It Yourself) 소비 행위를 하게 됨. 즉, 현재 슈퍼마켓에는 가정에서 직접 火鍋(회귀)를 만들어 먹도록 회귀용 소고기와 양고기 등을 팔고 있음

○ 여성 위주의 식품 소비 트렌드

- 경제 발전으로 여성의 지위가 높아지고, 이에 여성의 소비 가치가 높아짐에 따라 새로운 시장 기회를 가져왔으며, 이는 식품 소비에도 영향을 줌. 즉, 여성을 겨냥한 석류 음료와 같은 여성 음료와 미용 식품, 다이어트 식품, 산후 영양 식품 등 다양한 계열의 식품이 등장하고 있으며, 이는 여성 소비의 중요한 일부분이 되었음