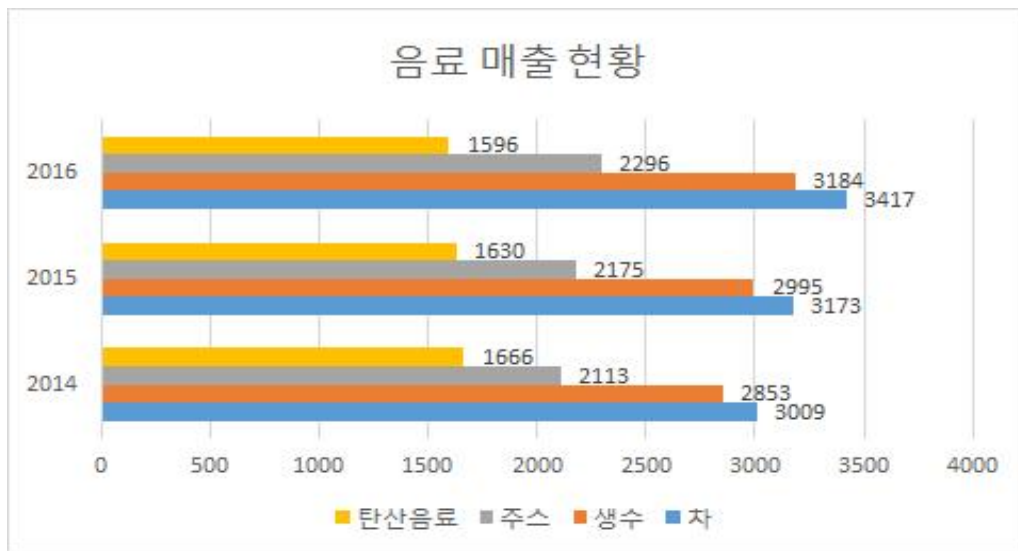


홍콩 음료시장 동향

□ 음료시장규모 및 동향

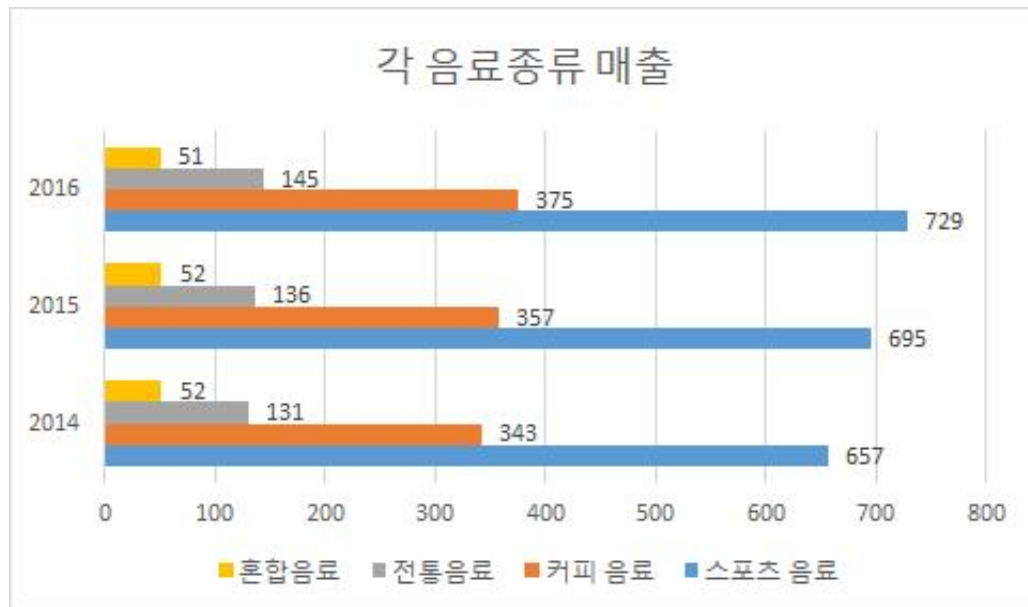
홍콩의 2016년 가정용 음료시장 규모는 HKD 1,179백만불로 전년대비 약 5.2% 상승하였으며, 2011년 보다는 약 22% 증가 하였다. 2021년 홍콩 음료 시장은 16.2% 성장하여 시장규모가 HKD 1,371만불에 이를 것으로 예상된다.



매출이 증가한 음료 중 가장 눈에 띄는 것은 생수이다. 생수는 음료 분야 매출 1위로 홍콩과 중국 음료수 저장소의 중금속 검출로 인해 홍콩인들의 생수 소비 심리가 높아진 것에 기인하여 매출이 증가한 것으로 보인다. 2015년 중국 광둥성 동강이 수원지인 홍콩내 마시는 물 저장소에서 중금속이 과다 검출되었으며, 일부 카우룽 지역 주택단지의 수도물에서는 기준치를 초과하는 납이 검출되기도 하였다. 이러한 일련의 사건 이후 홍콩 소비자들의 생수 구매가 늘어났다. 2016년 홍콩에서 소비된 음료중 약 27%가 생수였다. 2021년 홍콩의 생수 소비량은 31.5%까지 증가할 것으로 보인다.

□ 소비자들이 선호하는 음료

휴대성과 편리함으로 소비자들사이에서 인지도를 넓혀가고 있는 커피 음료는 2016년 HKD 37백만불의 매출액을 기록하였으며, 이는 지난해 보다 4.9% 증가한 수치이다. 홍콩의 편의점과 마트에는 다양한 수입 커피 음료가 판매되고 있으며, 2021년까지 커피 음료시장의 규모는 약 HKD 40백만불에 이를 것이며 보여 일반 카페에서 판매되는 커피를 위협할 것으로 전망되고 있다.



* 단위: 천 홍콩달러

설탕 함유량이 높은 혼합음료의 소비는 2011년 6.5%정도 감소하였다. 반면 향산화기능 등 다양한 이점을 가지고 있는 차는 홍콩 2016 음료 시장 매출에서 가장 큰 비중인 29%를 차지한다. 또한 익숙한 재료와 건강 개선 기능으로 소비자들에게 환영받고 있는 아시아 전통음료가 2016년 HKD 14만불의 매출을 기록하며 점점 성장하고 있다.

□ 음료 수입 현황

< 음료 수입 규모 >

순위	수입국	2014년	2015년	2016년
총계	-	945,067	1,042,381	1,167,138
1	중국	632,500	711,467	829,242
2	미국	67,436	98,154	91,302
3	일본	27,601	28,178	35,121
4	대만	39,797	36,741	34,368
5	독일	11,778	13,300	16,679
6	스리랑카	19,857	17,881	17,265
7	호주	10,829	10,081	10,669
8	태국	9,350	12,022	14,760
9	한국	18,049	18,836	15,586
10	프랑스	17,075	14,567	14,796

* 단위: 천 US달러

홍콩무역발전국에 따르면 2016년 홍콩의 음료 수입규모는 2015년 USD 10.4억불에서 2016년 USD 11.7억불로 약 12%의 높은 성장률을 나타냈다. 홍콩의 최대 음료 수입국은 중국으로 2015년과 2016년 각각 68.3%, 71%의 점유율을 보이며 홍콩 음료시장을 주도 하고 있다. 미국산 음료의 점유율은 2016

년 7.8%로 2위를 기록하고 있으나 매년 그 비중이 감소하고 있다. 반면, 일본산 음료는 소비자들의 일본식품에 대한 높은 신뢰도르르 바탕으로 꾸준한 상승추세를 보이면서 2016년 대만을 제치고 3위를 기록하였다.

□ 주요 인기 음료제품 및 수입산에 대한 소비자 반응

홍콩 음료 시장내 점유율 상위 5개 기업 중 3개가 홍콩 현지 브랜드이다. Vitasoy International Holdings, Telford International Co, AS watson Group 이 2016년 기준 각각 14.8%, 12.8%, 3.2%의 시장점유를 기록하고 있다. 이중 Vitasoy사는 레몬홍차 제품과 자사제품 홍보 강화로 차음료 부분에서 40%의 점유율을 차지하고 있으며 Telford사는 무설탕음료의 인기를 바탕으로 2016년 전년 대비 약 15%의 매출신장률을 기록하였다.

소비자들은 유기농음료, 기능성음료 및 주스의 경우 해외브랜드 제품을 신뢰하는 경향이 많은 것으로 보인다. 한국산 음료의 경우 2015년 하반기 롯데칠성 음료가 “초가을 우영차”를 선보였고, 풍부한 식이 섬유와 샤프넌으로 피부 건강 개선을 도와 홍콩 소비자들의 주목을 받았었다.

<홍콩내 주요 인기 품목>

브랜드	제품명	가격(HKD)	제품설명	사진
Watsons Water	Distilled Water	5.7	홍콩내 현지브랜드중 점유율 5.8%	
Vitasoy	Lemon Tea	9.3	현지 브랜드중 14.1%의 점유율로, 홍콩에서 제일 대표적인 제품	
Lotte	옥수수 수염차	16.9	낮은 칼로리와 노폐물 배출 기능으로 여성들에게 인기가 많음	
Bifido	Chun Cui He	12.9	화장품을 닮은 독특한 외관으로 젊은 소비자들에게 인기 있는 밀크티 제품	
일동후디스	엔업카페 300	16.9	저렴한 가격과 휴대성이 장점인 커피 음료	

< 시사점 >

홍콩인들은 전통적으로 커피 보다는 차를 선호한다. 한국에서 신선우유 컵커피가 큰 인기를 누린 것과는 대조적으로 홍콩에서는 NesCafe 캔커피, 페트병에 담긴 밀크커피가 제일 보편적인 커피음료로 인기를 끌었다. 하지만, 한국의 컵커피와 Bifido의 화장품 용기 모양커피 등 새로운 제품이 등장하면서 소비자들의 이목을 끌고 있다. 따라서, 홍콩인들이 선호하는 차 맛 또는 신선우유 맛을 강조한 제품 개발과 제품디자인 개선이 병행된다면 편의점을 통해 캔 커피나 밀크티를 자주 구매하는 소비자들의 구매욕을 자극할 수 있을 것이다.

또한, 음료시장의 최대 트렌드가 건강 및 웰빙으로 자리잡은 만큼 숙면 유도, 지방분해 등 다양한 기능성 음료를 출시하고 홍보한다면 이역시 좋은 성과를 거둘 수 있을 것으로 보인다..

출처:

<http://www.docin.com/p-1510580168.html>

<http://finance.qq.com/a/20161202/019093.htm>

<https://www.statista.com/outlook/253/118/food-beverages/hong-kong>