

레저식품(중국의 간식 류 총칭) 포장의 3가지 발전방향

조사 : aT베이징지사

1. 브랜드 전략의 관점에서 제품 포장을 할 것

신제품들의 포장은 이미 독특함 등 개성을 충분히 반영하고 있으며 운송 시에도 문제 없는 포장기술을 갖추고 있다. 포장은 단순히 상품을 감싸는 것이 아니라, 기업의 해당 브랜드 전략의 관점에서 접근해야 하며 소비자들이 기업에 갖는 신뢰감 등의 요소를 세세히 고려해보고 도출해야 한다.

2. 포장에 소비자의 관점도 반영할 것

소포장, 안전한 유리병, 가지고 다니기 편한 테트라팩 등 레저식품의 포장은 소비자들의 평소 생활습관에 따라 다양하게 발전되어 왔다. 소비자들의 고려하지 않는 포장은 소비자들의 외면을 받기 마련이다.



3. 건강과 환경보호 등의 관점에서 새로운 포장을 할 것

2008년 6월 1일부터 중국은 더 이상 비닐봉투를 무료로 제공하지 않는 정책을 시행했다. 일전에는 문제시 되지 않던 환경에 대한 문제를 중시하기 시작했으며 낭비를 줄이는 것뿐만 아니라 환경보호의 관점에서 포장과 일체의 공정에 친환경 포장에 대해 고민하기 시작했다.

사실상, 과대 포장의 방식을 개선하는 것만으로도 종이 사용량의 평균 1/4을 절약할 수 있으며 포장방식에서 하나의 작은 포장재 하나를 줄이는 것만으로도 목재 사용을 효과적으로 줄일 수 있다. 중국의 제품 디자이너들은 이런 환경보호의 관점도 고려한 포장을 내놓기 시작해 이런 “착한포장”의 추세는 점점 확산될 것으로 보인다.

* 출처 : 중국식품보

→ 시사점

간식류의 경우 생활에 꼭 필요한 식품이 아니기 때문에 소비자들은 포장의 선호도에 따라, 즉흥적으로 취향에 맞게 선택하는 경향이 크다고 조사된 바 있다. 스낵, 음료 등 중국 현지에서 출시되는 상품들은 과거와 달리 세계 유수 기업 못지않은 디자인들로 출시되고 있으며 이러한 제품들은 특히 증가세인 편의점 시장에서 더욱 쉽게 볼 수 있다.

한국이 과대포장 문제를 제기하고 있는 것처럼 중국 역시 과대포장의 문제를 인지하고 있으며 공기의 질뿐만 아니라 전반적인 환경보호 문제에 대해 개선의 의지를 표명하고 있는 중이다. 이에 따라 앞으로 단순히 제품의 포장은 디자인뿐만 아니라 친환경 포장 등 소재 면에 있어서도 향후를 전망할 필요가 있을 것으로 보인다.