

## 중국, 건강식품용 젤리로 성인용 간식시장에 도전하다

조사 : aT청투지사

지금까지 식품 표면에 도금하듯 얇은 막을 입히는 코팅기술은 아이들이 먹는 젤리와 캔디에 주로 사용되어 왔다. 하지만 건강식품 시장에 젤리형태의 건강식품들이 출시되면서 젤리가 성인용 간식시장에 본격 진입하기 시작했다.



### 각종 영양성분의 전달

건강기능성 젤리시장은 최근 몇 년간 빠른 속도로 성장하는 추세로 많은 젤리회사들이 코팅 기술의 선도업체인 Baker Perkins사의 3D 코팅기술을 선택했다. 복잡한 젤리 코팅 방법을 단순화시키고 생산원가를 절감시킬 수 있는 이 기술로 인해 젤리 생산업체들은 퀄리티가 높은 건강식품용 젤리를 생산하는 동시에 가격을 비교적 높게 유지해 많은 이윤을 창출할 수 있었다.

건강식품으로써의 젤리는 비타민, 단백질이나 몸에 유익한 영양소가 반드시 함유되어 있어야 하는데 이러한 특징을 가진 젤리는 일반적으로 운동 영양 보충식품으로도 쓰인다. 보통 휴대가 간편하고 에너지를 보충시켜주며 체력 회복제가 되기도 해서 때문에 운동선수들이 애용하는데 예를 들어 카페인이 함유된 젤리는 바로 에너지를 공급받아야 하는 종목의 운동선수들이나 자전거 종목의 선수들에게 인기가. 한 마디로 건강식품으로써의 젤리는 운동 시 포도당 등 필요한 영양소를 쉽고 간편하게 체내에 전달해 주는 역할을 한다.

또한 건강식품으로써의 젤리는 처방이 필요 없는 약으로서의 역할도 담당한다. 예를 들어 향균제나 박하향, 유칼리기름이 함유된 캔디류는 기침이나 감기, 인후통, 코막힘 등의 증상을 완화해준다.

약제나 연고 등에 비해 젤리는 맛이 있으며 “약”의 형태가 아니기 때문에 약을 복용한다는 부담감을 줄여줄 수 있다. 소비자들이 건강식품을 찾는 목적은 치료 목적이 아니라 평소에 부족한 영양분을 보충해 주고, 건강상태를 양호하게 유지하기 위한 것이기 때문이다.

많은 아시아 국가에서 과육이 함유된 젤리가 건강식품으로 인기를 끌고 있다. 보통 젤리에 함유된 과육은 사과로 5%이하의 비율로 함유돼 있으며 비타민이나 식사로는 부족한 영양소 등이 함유된 제품들도 있다. 과일이 많이 함유된 젤리의 경우 당분과 젤라틴이 많이 들어있다. 젤리 제품 중에는 천연 과일즙을 넣은 제품들도 있다.



젤리나 사탕제품의 경우 앞서 언급한 것처럼 제품 공정 중 코팅하는 작업이 가장 중요하다. 식품 공정과정에서 건강 성분을 살리고 제품에 잘 녹여 내야하기 때문이다. 특히 활성성분을 담은 젤리의 경우 활성성분 비율을 정확하게 담아야 하는 동시에 식품의 두께, 무게 등을 맞춰야하기 때문에 코팅기술의 정확도는 핵심 기술이다.

건강식품용 젤리는 인도나 아시아 기타 국가들의 성인 간식시장에 나온 지 이미 오래다. 젤리는 보통 아이들의 간식으로 치부돼 왔으나 요즘은 고급 코팅기술로 만들어진 고급 젤리들이 성인용 간식시장에서 인기다. 이런 제품들은 일반적으로 개별 포장으로 가격이 비교적 높고 아이들용 젤리와는 시장이 확연히 구분된다.

젤리는 1990년대 이래 세계 각지에서 출시됐다. 젤리는 비단 모양이 보기 좋은 것뿐만 아니라 맛에서도 간식으로 많은 소비자들, 그중에서도 청소년들에게 특히 사랑을 받아왔다.

중대형 도시들에서 젤리 대기업들은 60%이상의 시장점유율을 보이고 있다. 이러한 젤리 대기업들은 시장에서의 이런 압도적인 위치를 기반으로 신제품 개발 등을 통해 경쟁력을 키워왔기 때문에 건강식품 및 고품질 젤리로서의 발전도 가능했다. 시즈랑(喜之郎)과 같은 젤리 대표 브랜드들은 시장에서 판매량이 높으며 TV 등 다방면으로의 지속적인 광고를 통해 젤리 시장에서의 위치는 절대적이라고 할 수 있다.



<2015-2020년 중국 젤리업시장 수요공급 예측보고서>에 따르면, 젤리는 앞으로 천연재료가 많이 사용되고, 기능성 역할이 강화될 것으로 보인다. 매끄럽고 부드러운 젤리는 천연과육과 독특한 식감으로 과일의 영양성분을 담고 있기도 한데 시장에서 주로 판매되고 있는 파인애플, 귤, 복숭아, 배 등의 과육이 들어있는 젤리는 이미 많은 소비자들의 사랑을 받고 있다. 그 외에도 소비자들의 건강식품으로써의 젤리에 바라는 것은 고 칼슘 젤리, 알로에가 들어있는 젤리 등이다.

모든 종류의 젤리는 가용성 고체 함유량이 15%이상이며 사탕 등에 비해 저열량 식품이다. 또한 유제품으로써의 젤리의 경우 단백질 함유량이 1%이상이기 때문에 이러한 젤리는 단백질 보충의 기능까지도 담당하고 있다. 앞으로 이러한 건강을 생각한 젤리 제품들이 소비자들 선호하는 제품이 될 가능성이 높다.

## 젤리의 향후 5가지 발전 트렌드

### 1. 젤리 트렌드1-천연재료 사용, 건강을 생각한 제품

끊임없는 연구개발에 따라 탄생된 고품질, 천연의 건강을 생각한 젤리제품의 점유율이 점점 증가하고 있으며 이런 제품들이 바로 “프리미엄 젤리제품”이라 할 수 있다. 이런 제품들은 다량의 식이섬유를 함유해 장 속의 불필요한 지방과 노폐물을 제거해 줌으로써 건강에 좋다. 또한 과즙과 과일, 우유, 초콜릿 등 참신한 형태의 신제품을 통해 소비자들의 다양한 요구를 만족시켜 주기도 한다.

### 2. 젤리 트렌드2-포장은 정교하고 심플하게, 선물용 포장으로

젤리는 포장이 정교해 대규모 인원의 수작업이 필요하다. 비록 생산량은 많지 않지만 일부 소비자들의 요구와 건의사항을 만족시키고 있다. 젤리 포장은 앞으로도 더 정교하고 심플해질 전망이다. 중국의 선물을 주고받는 문화의 특성 상 젤리 포장은 손에 들고 다닐 수 있는 선물에 적합한 형태로도 발전할 것으로 보인다.

### 3. 젤리 트렌드3-소비 장소의 다양화

레저식품으로써 젤리는 보통 간식으로만 소비되었으나 당분 함유로 인해 스포츠 활동 중의 열량 보충식품으로 또는 식사 후 디저트로도 소비되고 있다.

### 4. 젤리 트렌드4-젤리와 아이스크림의 콜라보 유행

젤리는 보통 냉장차나 냉동창고, 냉동고 등에 꼭 넣어야 하는 등에 냉장물류 시스템에 대한 제약이 없다. 또한 냉동 후 식감 역시 훌륭해 냉동상태의 아이스크림이나 냉장이 필요한 케이크 등에 들어가는 재료로 많이 선호되고 있다.

### 5. 젤리 트렌드5-아이스크림 유통채널이 향후 새로운 형태의 젤리의 유통채널이 될 것

젤리의 주 소비 시즌은 아이스크림의 주 소비 시즌인 3월~9월과 일치한다. 많은 냉동식품 경소상들은 젤리와 껌이린까오(龟苓膏:자라 등껍질이 들어간 시중에서 파는 것은 실제로 자라 등껍질이 들어있지 않으며 진한 색의 젤리형태를 갖추고 있으며 중국의 간식거리) 등의 상품을 같이 취급하는 것이 관례이다. 이런 이유에서인지 젤리와 냉동·냉장식품 소비자들이 일반적으로 일치한다는 특성을 보인다.

최근 젤리시장 분석에 따르면 규모가 큰 식품기업들이 계속해서 젤리시장으로 눈을 돌리고 있는 것으로 나타나고 있다. 점유율로 볼 때 젤리시장에서 시즈랑(喜之郎)은 여전히 점유율 1위, 22.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났으며 친친(亲亲)이 7.2%로 2위, 라비샤오친(蜡笔小新)이 6.3%로 3위, 왕왕(旺旺)이 5.5%로 4위, 쉬푸지(徐福记)가 2.8%로 5위를 차지하고 있다.

현재 중국은 약 2천 개의 젤리 생산기업이 있으며 이중 300개 이상의 기업이 어느 정도 규모가 되는 기업들이다. 젤리는 특히 농수산품이 원료에 많이 들어가 설탕은 16~25%, 서부지역 특산인 곤약은 5%, 젤리에 따라 과일과 해조류 등이 포함되어 있기도 하다.

출처 : 중외식품공업 공중하오