

5. 홍콩 & 광동성

(작성부서 : aT해외마케팅팀)

A. 박람회 5대 트렌드

① 유기농 식품의 시장 확대

- ▶ 유기농에 대한 소비자 지식의 확대와 건강에 대한 관심이 높아지면서 유기농 식품에 대한 관심 증가
- ▶ 현재 유기농과 일반 농산물의 가격차는 약 20%에서 30%로 많이 줄었음



「홍콩 유기농 인증마크」

② 가격이 핵심

- ▶ 홍콩 소비자들은 가격에 민감함
- ▶ 세계 각국의 다양한 품목과의 시장 내 경쟁력 확보를 위한 가격전략(Pricing)이 필요



「일본한국 농산물 가격비교 마케팅」

③ 안전한 식품의 신뢰성 확보 중요

- ▶ 최근 주변국의 안전성 이슈발생 등으로 현지 소비자의 식품 안전성 관심도가 높아져 해당 트렌드에 높은 관심 보유
- ▶ 한국 식품은 안전한 식품이라는 신뢰성 증진 중요



「불법 가터유 경찰 수색」

④ 유아 및 어린이용 식품 시장 확대

- ▶ 중국인의 원정출산과 중국 본토인 관광객의 지속적인 증가로 중국인의 홍콩에서의 식품구매량이 증가하고 있으며 특히 중국 본토 식품의 안전성 문제로 분유 등 유아동용 식품 수요 증가
- ▶ 건강과 용이한 포장에 초점을 맞춘 다양한 유아동용 식품 증가 추세



「유아용 요거트 스낵」

⑤ 간편 가정식 제품 인기

- ▶ 일인 가족이 많고 부엌이 좁아 인스턴트 제품이나 데우기만 하면 먹을 수 있는 레토르트 식품 인기
- ▶ 또한 손질된 재료를 간편하게 요리해서 먹을 수 있는 RTC(Ready to Cook)의 제품도 인기



「인스턴트 식품」

B. 5대 수출 유망 품목(부류)

① 신선과일/계절과일

- ▶ 주요 경쟁국과 비교하여 가격대비 고품질로 인정
- ▶ 딸기의 경우 주요 소비시즌인 12~2월간의 판매는 현지 1위로 한국산 딸기 및 신선과실류의 인기가 높음



「딸기」

② 건조 및 신선 굴

- ▶ 홍콩에서 유통되고 있는 건조 굴은 한국산과 일본산인데 방사능 문제로 현지소비자들이 일본산을 외면하면서 한국 건조 굴이 각광받고 있음
- ▶ 홍콩 바이어를 사이에서 한국 신선 굴이 육질과 크기 면에서 좋은 평가를 받으며 인지도 상승 추세



「한국산 신선굴」

③ 표고버섯, 반건시등의 임산물

- ▶ 2013년 다양한 한국 임산물 홍보와 함께 한국 임산물에 대한 현지 바이어 및 소비자 관심 증대
- ▶ 임산물에 대한 중국산 대비 품질이 탁월하고 일본산 대비 가격이 저렴해 가능성이 높음



「표고버섯」

④ 유아 및 어린이용 식품

- ▶ 중국인의 원정출산과 중국 본토인 관광객의 지속적인 증가로 중국인의 홍콩에서의 식품구매량이 증가하고 있으며 특히 중국 본토 식품의 안전성 문제로 분유등유아동용 식품 수요 증가
- ▶ 건강과 섭취하기 편리한 포장에 초점을 맞춘 프리미엄 유아동용 식품 유망



「유아동용 식품」

⑤ (유기농) 채소

- ▶ 건강에 대한 관심이 높아지면서, 채소 소비 증가 추세
- ▶ 특히 유기농 채소의 판매가 증가하고 있으며 일반 채소와의 가격차도 좁혀지고 있어 소비 증가 추세



「수입 채소」

C. 5대 수출 애로 품목(부류)

① 가금류 식품

- ▶ 한국 조류독감 사태로 한국 가금류 및 계란 수출 금지. 조류독감 사태 종결 시점 불확실한 상황
- ▶ 소비자들은 조류독감으로 가급적 가금류 식품의 소비를 기피하고 있으며 대체로 돼지고기나 쇠고기 소비 선호



「계란」

② 소스류

- ▶ 고추장·된장등 전통장류는 현지 음식 레시피에 적용하기 어려움
- ▶ 홍콩인들이 한국 음식을 가정에서 조리하는 경우는 거의 없음. 대부분 홍콩의 한인 및 한국식당이 주고객



「된장」

③ 전통식품 및 중국 등 인지도가 낮은 식품

- ▶ 현지 시장에 다소 생소한 한국건강식품류 및 전통식품은 인지도가 매우 낮고 현지 식생활에 적합하지 않음 (한과, 식혜 등)
- ▶ 중국의 경우 침전물이 생기고 두유보다 걸쭉해, 비교적 묽은 두유의 맛을 선호하는 일인당 두유 소비량 1위국 홍콩소비자들의 기호에 맞지 않음



「중국」

④ 전통주 및 높은 도수의 주류(소주 등)

- ▶ 현지 기후(덥고 습한 날씨)와 관련하여 선호도가 낮음
- ▶ 주로 서서 술을 마시는 문화로 편리하고 안주 없이 마시는 맥주나 와인 종류의 주류가 여전히 인기



「전통주」

⑤ 허브티 등 “한국 “인 이미지가 적은 상품

- ▶ 한류 열풍으로 한국적인 이미지가 물씬 풍기는 상품이 인기. 라벨 및 패키징도 외국어 외 한국어가 들어가도록 디자인
- ▶ 허브티와 같이 서양 음식이라는 이미지가 강한 상품들은 Made in Korea라 하더라도 어필 미미



「허브워터」