
2022년

홍콩 수출정보 심층 조사(요약)

2022. 7

 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

홍콩지사

I. 농업 및 농식품 수출입 현황 (요약)

- (농업현황) 2021년 기준 홍콩 농업 면적은 전체 면적의 4.4%이며 홍콩 산업 인구 중 농업 종사자의 비율은 0.1%에 불과함. 홍콩에서 주로 생산하는 농작물은 홍콩 내수 시장의 소비량을 감당할 수 없어 농식품 수요의 약 95%이 수입에 의존하는 형태임
- (농식품 수출입 현황) 자유무역항구인 홍콩은 재 수출입 하는 물동량이 많으며 2021년 기준 홍콩 전체 품목의 수출 규모는 9,456,367천 달러, 수입 규모는 23,418,207천 달러를 기록하였으며 홍콩의 주요 수입국 중 한국은 10위(369백만 달러)를 차지하고 있음
- (농식품 시장 개요 및 소비 트렌드) 코로나19 영향으로 홍콩 현지 소비자들의 식습관은 팬데믹 이전과 다른 양상을 보임. 신선식품 중 채소의 경우에는 수입산보다 현지에서 재배하는 것을 더 선호하는 경향이 나타났으며 건강을 생각하는 식습관으로 유기농 제품에 대한 수요가 높아지고 있음

II. 품목 심층조사 (요약)

- (수출 주력 품목) 2022년 기준 홍콩에서 수입한 한국산의 주요 식품은 맥주, 인삼류, 딸기, 라면, 돼지고기, 포도, 기타음료, 김치, 기타 소스 제품, 닭고기임. 품목별로 살펴보면 최근 5년간(2017~2021년) 돼지고기와 포도의 연평균 성장률이 40% 이상 상승하였으며 기타음료의 연평균 성장률은 22.9%임. 닭고기의 경우 연평균 성장률은 19.5%, 김치는 15.0%이며 기타 소스 제품과 라면의 연평균 성장률이 비슷하게 각각 8.6%, 8.4%를 달성하였음. 딸기의 5년간 연평균 성장률은 5.8%, 인삼류는 2.6% 상승하였지만 맥주의 5년간 연평균 성장률은 -5.5%로 성장하였음
- (소비트렌드 및 이슈 품목) 홍콩 소비자들의 온라인 구매가 확대되면서 전자상거래 시장도 성장하였으며 외식과 도시락 등의 간편 음식 또는 1인용 음식과 소포장으로 된 제품들이 급성장 중임. 또한 홍콩 소비자들이 건강식품에 대한 선호도가 높아짐에 따라 다이어트 식품, 건강 간편 조리 식품, BFY(Better For You)식품의 수요가 높음. 자택에서 요리하는 식습관도 늘어나면서 간편 가정식 조리식품, 프라잉 스낵이나 간편 포장 식품의 수요가 높음
- (신규 유망품목) 신선식품으로는 버섯, 복숭아, 멜론이며 가공식품은 국물 없는 라면과 밀키트, 비건 건강기능식품, 프리미엄 영유아식, 식물성 유제품, 단백질 음료, 만능 시즈닝 및 소스, 아웃도어 식품, 닭가슴살을 활용한 식품, 건강 스낵, 할랄 식품, 건강 차 음료가 추후 유망할 전망이다

Ⅲ. 진출전략 (요약)

- (이슈 및 소비트렌드 활용 전략) PPL 광고 관련 규정을 완화시킨 뒤, PPL 광고를 통해 한국 제품도 홍콩 시트콤, 드라마에 노출하는 PPL 성공사례가 있으며, 이외에도 빠르게 성장하고 있는 전자상거래, 친환경에 대한 관심을 소비로 표출하는 그린슈머 등의 소비 트렌드로 자리 잡고 있음. 홍콩으로 진출하기 위해서는 이러한 트렌드를 참고하여 마케팅을 진행해야 함
- (품목별 수출 확대 방안) 주요 한국산 유망품목은 운송 방안 확보, 소셜 미디어 마케팅, 포장 패키지 변경 등 제품의 특성에 맞춰 진출 방안을 수립하여 수출 확대해야 함
- (프리미엄 시장 진출전략) 프리미엄 시장의 특징을 반영하였을 때 중저가 시장에 비해 가격대가 높아 중산층을 겨냥해야 하며 20~40대 연령층은 패키지 고급화 전략, 40대 이상은 성능을 고려하는 특성을 반영한 진출 전략을 모색해야 함
- (홍콩 SWOT 및 5P 분석)
 - (SWOT 분석) 홍콩 시민들의 높은 가처분소득, 식료품 가격의 변동성, 위생 문제에 대한 높아지는 소비자 의식, 홍콩 내 정치적 위기 등을 고려하여 환경에 맞게 진입해야 함
 - (5P 분석) 고품질의 제품, 온/오프라인을 고려한 유통경로, 온라인 판매 시 배송 시간 절약 방법 모색, 다양한 SNS 플랫폼을 활용한 판매촉진 방법 등을 통한 홍콩 시장 진출 방안이 있으며, 한국 제품은 홍콩 현지 제품 대비 가격이 높아 프리미엄 이미지 메이킹을 추진해야 함. 또한 소비자의 요구와 소비 심리를 파악해 신상품 개발 및 선정에 앞장서 홍콩 시장에 진입한 경쟁 제품들과 차별화를 두어야 함

Ⅳ. 수출 프로세스 및 유통현황 (요약)

- 수출 프로세스
 - 홍콩은 자유무역항구로 수출입절차가 간단하며 수출 프로세스는 수입 전 준비, 수입신고, 통관 및 검역, 관세납부, 반출입
 - 신선식품의 경우 수출 전 반드시 사전 허가를 받아야 하며 특히 잔류농약 허용량을 확인해야 하며 가공식품은 홍콩 수입제도 관련 법률에 따라 식품 성분과 라벨링에 필수로 기재해야 함. 육류는 통관 시, 반드시 위생 현장 검역을 실시하며 육류 판매 라이선스를 취득하여야 함
- 유통현황
 - (오프라인) 홍콩의 식품 유통은 95% 이상 오프라인으로 진행되고 있는 실정이며 전통적인 재래시장과 현대적인 슈퍼마켓이 대표적인 오프라인 유통매장에 해당됨
 - (온라인) 코로나19 이후 홍콩 소비자들은 급성장한 전자상거래와 E-커머스 쇼핑 수단을 애용하고 있으며 각각의 온라인 쇼핑 플랫폼, 인플루언서들의 생방송이 이에 해당됨