

외국식품정보

중국 / 식품 포장 많이 하면 못 판다

■ 질검총국, 29일 확정 발표

- 중국국가질량감독검험검역총국과 국가표준관리위원회는 지난 29일 홈페이지를 통해 식품 및 화장품과다포장 제한에 관한 국가표준‘(限制商品過度包裝要求 食品和化粧品. 이하 표준)을

공표하고 2010년 4월 1일부터 시행한다고 밝혔습니다.

- 이는 상품의 과다포장에 따른 자원 낭비와 생활 쓰레기 증가를 막기 위한 조치입니다.

■ 포장 겹수·간격을, 포장 원가별 기준 발표

- 표준은 식품과 화장품에 대해 포장의 겹수와 간격을, 포장 원가 등 3개 지표에 대해 강제성 요구사항을 담고 있습니다.

- 포장접수는 3겹 이하로 제한하고 간격률은 (상품체적의) 60% 이하로 규제하며 1차 포장을 제외한 기타 모든 포장원가의 총합계가 상품판매가격의 20%를 초과하지 못하도록 규정함.
- 음료, 주류, 케이크, 식량, 보건식품, 화장품 등 과다 포장현상이 심한 상품에 대해서는 제한 기준이 적용됨.

■ 2차 걸쳐 의견 수렴

- 중국정부는 이번 최종 표준 발표를 위해 이미 두 번에 걸쳐 각계 의견을 수렴한 바 있습니다.
 - 2007년 6월 18일 당초 안인 '상품 과다포장 제한통칙'에 대한 의견수렴 과정에서 규제 내용이 크게 강화됐고 명칭도 '식품, 화장품 제품을 과도하게 포장하는 것을 제한하는 조건'으로 수정하고 의견 재수렴 준비에 들어감.
 - 2008년 6월 20일 수정안을 발표하고 7월 5일까지 각계 의견을 다시 들은 바 있음.
- 최종 표준은 3월 31일 확정된 것으로 알려지고 있으며 내부 절차를 거쳐 4월 29일 확정, 발표하였습니다.

- 중국은 최근 식품, 화장품 안전은 물론 과대허위 광고 사례가 끊이지 않고 발생하고 있어 향후 관련 규제는 더욱 강화될 것으로 보입니다.
 - 이 같은 규제는 소비자 보호 차원에서 진행되고 있지만 기업에는 부담이 될 수 있어 관계 당국은 의견 수렴에 신중을 기하고 있음.
 - 우리 관련 업계는 의견수렴 과정에 서부터 충분한 사전 대비에 나서야 할 것임.
 - 관련 정보 추후 상보 예정

중국 / 음료시장 '레몬 전쟁'

중국 음료업계 관계자들은 “현재 농부 산취안, 와하하가 레몬을 주원료로 한 과즙음료를 출시한 데다가 판매 전망 또한 상당히 낙관적입니다. 후이위안 신제품의 시장 포지셔닝·가격·기능·기술은 이들과 매우 흡사해 올 여름 음료시장에서는 ‘레몬’ 전쟁이 벌어질 것”이라고 전망했습니다.

후이위안그룹이 본격적으로 진출하는 ‘레몬’ 시장은 현재 가장 빠른 속도로 성장하는 시장입니다. 최신 시장조사 데이터에서 비타민C 보충을 컨셉트로 한 레

몬음료가 거의 포화상태에 도달한 오랜 지주스를 대신해 새로운 총아로 떠오른 것으로 확인되었습니다.

자료에 따르면, 농푸산취안의 '수이롱 C100'이 중국시장 첫 레몬음료인데 출시 반년 만에 1억 위안이 넘는 매출을 올렸습니다. 이 때문에 다른 브랜드도 잇달아 진출했습니다. 이 레몬음료가 출시된 지 1년도 안 돼 와하하의 'HELLO-C'가 대대적인 광고를 통해 등장했습니다. 이리하여 흡사한 이 두 '레몬음료'가 많은 소비자의 머리에 각인되었습니다.

이번에 후이위안이 출시한 '레몬me'는 500L 한 병에 3.9위안이다. 4.5위안 하는 '수이롱 C100'보다 0.6위안, 4위안인 'HELLO-C'보다 0.1위안 저렴합니다.

이 외에도 세 제품 모두 최신 액체충전기 기술 채용, 세련된 디자인, 현대적인 감각을 살려 중·영문을 결합한 제품명, 비타민C를 보충하는 기능성 음료, 유행에 민감한 화이트칼라층과 학생을 겨냥한 것까지 같은 점이 많아 경쟁초점도 매우 비슷할 것으로 예상됩니다.

하지만 다른 저농도 과즙음료의 과즙함량은 높아야 12% 정도인데 과즙음료로 유명한 후이위안은 제품의 과즙함량을 15%까지 높이고 레몬의 산성을 중

화시키기 위해 꿀을 첨가해 타제품과의 차별성을 부각시켰습니다.

따라서 레몬주스시장에서 '수이롱 C100', 'HELLO-C', '레몬me' 간 치열한 경쟁은 불가피해졌습니다. 그런데 이것이 기업의 경쟁전략이라는 의견도 있습니다. 현재 오렌지주스시장이 포화상태에 이르자 시장 개척을 위해서 반드시 비동질화 경쟁전략을 채택해 제품의 매력력을 높여야 했습니다. 기업들이 하나 둘 레몬주스시장에 눈을 돌린 것도 이 시장의 전망을 높이 평가했기 때문입니다.

■ 저농도 과즙음료시장 전망

업계인사는 “올해 음료 메이저 기업들이 한결같이 저농도 과즙음료시장을 목표로 설정해 이들 기업이 올 한 해 레몬주스에 투입하는 자금이 10억위안을 넘을 것으로 추산된다”고 밝혔습니다.

업계 애널리스트는 “소비심리적 측면에서 살펴보면, 과일주스는 소비심리, 소비습관, 소비목적 등에서 다른 음료와 뚜렷한 차이가 있습니다. 분석에 의하면, 최근 몇 년간 차음료, 복합형 과즙음료가 매우 빠른 속도로 소비자의 사랑을 받았는데 이런 음료는 건강을 중시하는 도시인에 초점을 맞춘 것입니다. 특

히 비타민C를 보충하는 레몬음료의 전망은 매우 밝습니다. 건강을 중시하는 많은 소비자에게 적당량의 비타민C를 보충하는 것은 젊은 활력 유지, 미용, 면역력 향상의 중요한 수단입니다. 물마시는 식으로 비타민C를 보충하는 간편한 방식은 소비자에게 쉽게 수용된다”고 분석했습니다.

저농도 과즙음료시장의 전망은 고농도보다 더 나은 것으로 평가되고 있습니다. 통계에 따르면, 현재 고농도 과즙음료의 시장 커버율은 20% 정도에 불과한 반면 저농도는 무려 80%에 이릅니다.

미국 / 매사추세츠도 칼로리 표기법 시행

미국 매사추세츠주(州)는 지난 13일 주 전역의 대형 레스토랑 체인점과 패스트푸드점에 판매음식의 열량을 공개토록 하는 법안을 통과시켰습니다.

이에 따라 20개 이상의 매장을 운영하는 레스토랑 체인점은 물론 자동차에 탄 채 음식을, 주문해 받아가는 ‘드라이브 스루’ 코너를 운영하는 패스트푸드점은 내년 11월부터 메뉴 또는 메뉴보드에 칼로리 함유량을 표기해야 합니다.

캘리포니아주가 지난해 9월 미국에서 처음으로 패스트푸드점에 음식 칼로리를 공개토록 했는데, 이날 통과된 법안은 캘리포니아와 그후 비슷한 법안을 도입한 뉴욕 등지와 비교했을 때 가장 강력한 것으로 평가받고 있습니다.

매사추세츠에서 법안적용을 받게 될 레스토랑 체인점 매장 수는 무려 5,800여개에 이릅니다.

매사추세츠 보건당국자는 “이번 법안의 시행은 주정부가 벌이는 ‘비만과의 싸움’을 옳은 방향으로 이끌어가기 위한 중요한 발걸음”이라고 말했습니다.

지난해 발표된 주 보고서에 따르면 매사추세츠주 성인의 절반 이상은 비만 또는 과체중이며, 성인 비만이 20년 만에 두배 이상 늘어난 것으로 나타났습니다. 미국 전체로 따지면 미국인의 34% 이상은 비만, 33% 가량은 과체중 인 것으로 밝혀졌습니다.

현재 최소 12개주 정부가 비슷한 법안 도입을 고려중입니다.