

# 덤플링 Bye! 만두 Buy!... 美 만두시장 ‘K-푸드’가 접수

(중국식 만두)

중국·일본식 만두 제치고 한국식 만두로 美시장 재편

만두피 얇고 채소 많아 인기 건강식으로 인식... 수요 급증 공장 증설, 현지화 등 공략 강화

5000억원까지 성장한 국내 냉동만두 시장에서 치열한 경쟁을 펼치고 있는 식품기업들이 세계 최대 시장인 미국으로 전투지를 넓히고 있다.

특히 주요 만두 수출기업들은 한국산 냉동 만두의 최대 수출 시장인 미국 공략에 박차를 가하고 있다. 미국 내 현지 공장 증설, 현지 유통업체와의 협업 확대, 현지인 입맛을 고려한 제품 출시 등을 시행 중이다.

CJ제일제당의 비비고 만두는 단일 식품 품목으로 지난해 연매출 1조원 벽을 넘어서며 글로벌 시장에서 K-푸드의 대표주자로 우뚝 섰다.

CJ제일제당은 전략국가인 미국은 진출 초기부터 코스트코에 진입, 메인스트림 시장을 공략했다. 2015년 현지 소비자 트렌드를 제품에 빠르게 반영하기 위해 별도의 만두 R&D(연구개발) 조직을 신설했고, 2018년부터는 한국 스



한 소비자가 미국 대형마트의 아시안푸드존에서 비비고 비빔밥 제품을 고르고 있다. /CJ제일제당

타일의 만두를 시장에 본격적으로 소개했다.

2018년 인수한 미국 냉동식품 기업 슈완스의 유통망을 타고 미국 대표 유통체인인 월마트·크로거·타깃은 물론 푸드시티·하이비 등 중소형 슈퍼마켓까지 지속적으로 입점 매장을 확대했다.

국내 업체들의 시장 진입 전략도 ‘K-만두’의 맛과 품질 밑바탕이 됐기에 가능했다. 국내 냉동만두 시장은 치열한 경쟁 속에서 CJ제일제당 ‘비비고 왕교자’, 풀무원 ‘얇은피만두’ 등 혁신을 거듭하며 어느새 세계인의 입맛을 사로잡는 경쟁력을 갖추게 됐다는 분석이다.

최은석 CJ제일제당 대표이사는 지난 달 26일 진행된 주주총회에서 “1등 지위를 공고히 하겠다”며 “미국에서 신선식품 채널 확대, 넥스트(Next) 만두 등 카테고리를 넓힐 것”이라고 강조했다.

여기에 ‘얇은피만두(알피만두)’로 메가히트를 치며 업계 2위로 떠오른 풀무원도 본격적으로 미국 진출을 준비하면서 현지 시장을 선점한 비비고의 아성에 도전장을 내밀고 있다.

풀무원도 미국에서 건강한 한국만두 콘셉트의 제품을 내놓을 예정이다. 풀무원 미국 법인 풀무원USA는 식물성 지방 식품 브랜드 ‘플랜트스파이어드’

를 론칭했다. 지난달 ‘식물성 지방 식품 선도 기업’ 선언한 풀무원은 2019년 말 푸드테크 스타트업 ‘지구인컴퍼니’와 손잡고 ‘비건’ 만두 제품을 개발하고 있다. 풀무원의 얇은피만두에 지구인컴퍼니가 만든 100% 식물성 고기인 ‘언리미트’를 채워 넣어 국내보다 대체육 시장이 활발한 미국 시장에 먼저 선보인다는 계획이다.

신세계푸드도 고기 대신 두부, 버섯, 해산물, 야채 등을 넣어 맛, 식감, 건강함을 살린 올반 미트프리 만두를 개발해 해외시장 공략에 나섰다. 신세계푸드는 지난해부터 올반 미트프리 만두 4종을 미국 최대의 아시안 슈퍼마켓 체인인 H마트 등 한인시장을 중심으로 판매하고 있다.

이처럼 만두 제조 업체들이 미국 진출에 힘쓰는 이유는 세계 최대 시장이자 최대 수출국이기 때문이다. 최근 코로나19의 영향으로 미국, 캐나다를 중심으로 냉동식품을 찾는 소비자들이 급격히 늘어난 데다 중국 또는 일본식 만두와 비교해 채소가 풍부한 한국식 만두가 건강식으로 인식돼 꾸준히 수요가 늘고 있다. 미국에서는 만두의 영어 표현인 덤플링(dumpling) 대신 한국식 명칭인 만두(mandu)를 사용하는 사례

도 늘고 있다.

그동안 미국인은 오랫동안 만두피가 쫄쫄하고 두꺼운 중국식 만두 ‘덤플링’을 소비해왔고, ‘링링’이라는 중국식 브랜드가 25년간 미국 시장 1위 자리를 지켜왔다.

그러나 2019년부터 비비고 만두가 링링을 꺾고 점유율 1위에 오르며 한국식 만두 중심으로 시장이 재편됐다. 건강식 트렌드, K푸드의 인기가 맞물리면서 건강식으로 차별화하고 쫄깃하면서도 얇은 만두피를 이용한 비비고 제품이 인기를 끌기 시작했다. 한국무역협회 ‘유망품목 인공지능(AI)리포트-냉동만두’에 따르면 미국에서 지난해 전년 대비 50% 증가한 1174만 달러(약 130억원) 어치가 팔려나갔다.

무역협회의 심혜정 수석연구원은 “한국식 만두는 피가 얇아 스팀, 스프, 튀김 등으로 다양하게 조리할 수 있고 탄수화물 함량이 적은 데다 만두 소(filling)에 단백질과 채소가 많아 ‘웰빙 식품’으로 해외 소비자들에게 인기”라면서 “특히 유망시장인 미국에서 한국산 만두는 간식이 아닌 식사로 자리잡고 있어 우리 냉동만두의 지속적인 수출증가가 기대된다”고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

# “봄 맛이 화장품 쇼핑하자”... 뷰티대전 ‘활짝’ LF 헤지스, 이커머스 영토 글로벌로 확장

에이블씨엔씨 ‘농크 페스타’ 미샤·어퓨 등 자사 브랜드에 설화수·맥 등 브랜드 총집합 제품 5000개 최대 90% 할인

완연한 봄을 맞아 미샤, 어퓨, 티르티르, 아이소이 등 주요 뷰티 브랜드들이 온·오프라인서 관련 상품 할인 행사를 진행한다.

에이블씨엔씨는 자사 종합 온라인몰 마이농크에서 오는 7일까지 3일간 ‘농크 페스타’를 실시하고 미샤, 어퓨 등 브랜드 제품을 할인 판매한다.

미샤나 어퓨와 같이 에이블씨엔씨가 운영하는 브랜드는 물론, 설화수, 맥, AHC, 닥터자르트, 스틸라 등 300개 이상 브랜드 5000여 가지 제품이 최대 90%까지 할인한다.

설화수 ‘탄력 에센셜 3종 세트’는 40% 할인된 9만6500원에, 맥 ‘러브미립스틱 403 데디스컬’은 36% 할인된 1만9900원에 구입 가능하다. 메디힐 ‘콜라겐 임팩트 에센셜 마스크 EX 10매’는 66% 저렴한 6900원에 가격이 책정됐다. 리얼베리어 ‘세라미이드 모이스처 수딩크림’은 무려 90% 할인이 적용된 1만200원이다.

김선민 에이블씨엔씨 온라인 부문장은 “농크페스타에서는 명품 브랜드부터 더마 브랜드, 로드샵 브랜드, 미용 기기, 이너뷰티까지 뷰티와 관련한 모든 제품들을 만나볼 수 있다”며 “농크페스타 기간에만 사용할 수 있는 최대 7000원 중복 할인 쿠폰도 있어 어느 때보다 실속 있는 쇼핑이 가능할 것”이라고 말했다.

이번 행사는 전국 농크 매장 및 온라

인 마이농크에서 동시에 진행한다. 일부 품목은 온라인과 오프라인 할인이 상이하며, 마이리지 사용은 가능하나 적립은 불가하다.

또한, 아이소이는 잡티세럼을 리뉴얼 출시하고, 4월 올리브영 세일을 맞아 잡티세럼 한정 기획세트를 출시했다.

올리브영 매장과 온라인몰에서 단독으로 풀리는 이번 한정판은 리뉴얼된 잡티세럼 40ml 대용량에 자체 최대 할인율인 30%를 적용, 동품 15ml를 최초로 증정하는 이벤트다. 함께 사용하면 시너지를 낼 수 있는 동일라인의 잡티패드와 아이크림 등 다양한 신제품들이 준비됐다.

아이소이 잡티세럼은 8년간 올리브영 세럼부문 1위 제품이자 브랜드 스테디셀러 제품이다.

불가리아 카잔라 계곡에서 증류됨으로 1차 추출된 불가리안로즈오일 ‘오또’만을 사용하고, 미백기능성분 알부틴과의 조합으로 빠른 화이트닝 효과를 준다. 비건인증을 완료했으며 여성초병풀 등 피부진정에 도움이 되는 성분을 함유하고 있다. 리뉴얼을 거쳐 베어베리추출물과 바오밥나무추출물을 추가해 진정, 잡티케어 효과를 높였다.

특히 이번 세일에서는 잡티세럼의 기술력을 그대로 담은 남성 울인원 ‘팩트맨 잡티울인원세럼’도 포함돼 민감피부의 남성 고객도 이벤트를 누릴 수 있다.

아이소이 담당자는 “나들이를 다니며 얼굴, 눈가의 잡티가 짙어지기 쉬운 봄날, 4월 올리브영 세일에서 아이소이와 함께 잡티케어 루틴을 시작해 보길 바란다”고 전했다.

한편, 티르티르(TIRTIR)는 5일부터 9일까지 5일간 올해 첫 정기 세일을 기획했다.

해당 세일은 일부 품목을 제외한 티르티르 전 제품을 50% 할인이라는 파격가에 제공한다. 도자기 코어 크림, 마스크 핏 쿠션, 빠르빠르 등 티르티르의 베스트셀러를 반값에 만나볼 기회다.

5일 오전 10시부터 티르티르 공식몰을 통해 열리며 준비된 제품은 재고 소진 시 조기 품절될 수 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@



/유투이미지

동남아 최대 쇼핑몰 ‘쇼피’에 론칭 글로벌 패션 토털브랜드 각인 목표

LF의 헤지스(HAZZYS)가 글로벌 시장을 본격 공략하기 위해 동남아시아 최대 전자상거래 플랫폼 쇼피(Shopee) 싱가포르에 공식 브랜드몰을 론칭했다고 5일 밝혔다.

쇼피 싱가포르에 오픈한 헤지스 브랜드몰은 국내 패션 브랜드로는 최초로 남성 및 여성 캐주얼부터 액세서리, 골프웨어까지 한곳에 모아 선보이는 토털 패션 스토어다.

/원은미 기자

# ‘카톡 지갑’ 3개월 여 만에 1000만명 돌파

카카오는 5일 카카오톡 지갑 이용자가 1000만 명을 돌파했다고 밝혔다.

카카오톡 지갑에서 카카오 인증서를 발급한 이용자는 지난 4일 1000만 이용자를 넘어섰다. 민간 인증 서비스 중 가장 빠른 가입자 증가 속도를 보이며 출시 3개월 반 만에 1000만 이용자를 확보했다.

카카오톡 지갑은 인증서, 신분증, 자격증 등을 카카오톡에 보관, 관리할 수 있는 공간이다. 현재 ▲카카오 인증서 ▲QR기반 전자출입명부의 QR 체크인 서비스 ▲한국산업인력공단의 국가기술자격증 495종 ▲멜론VIP 등급카드 등을 카카오톡 지갑에서 확인할 수 있다.

지갑 내 카카오 인증서로 회원 가입이나 별도 앱 설치 과정 없이 국세청 홈택스와 행정안전부 정부 24 서비스로 로그인, 국가권위위원회 국민신문고 등을

쉽고 빠르게 이용할 수 있다. 카카오 인증서로 2021년 1월부터 현재까지 국세청 홈택스와 정부24, 국민신문고 간편인증 로그인 한 횟수는 총 1600만 건에 달한다. 카카오 인증서로 주민등록 등초본 제·증명 발급 등 정부24의 모든 서비스를 이용할 수 있고, 하반기 중 모바일 정부 24도 카카오 인증서로 로그인할 수 있게 될 예정이다.

카카오는 4월 중 카카오톡 더보기 탭에 ‘지갑 홈’을 추가한다. 지갑 홈에서 인증서, 지갑 QR, 자격증, 사원증, QR체크인 등 내가 보유한 디지털 ID를 한눈에 볼 수 있다. 카카오 인증서 사용처와 사용 이력, 지갑 관련 프로모션 등도 쉽게 확인할 수 있다. 카카오 인증서의 지갑 QR을 활용해 무인점포 출입 시 출입 인증을 할 수 있는 서비스도 4월 중 선보인다.

/채윤정 AI 전문기자 echo@