



차이나

CHINA Market Report

마켓 리포트



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672/3

이메일 : beijingk@kita.net

최근 중국 인스턴트 면류 및 냉동만두 시장 및 수출입 동향

목차

1. 간편식 시장 동향
2. 인기 브랜드
3. 수출입 동향
4. 시사점

요약

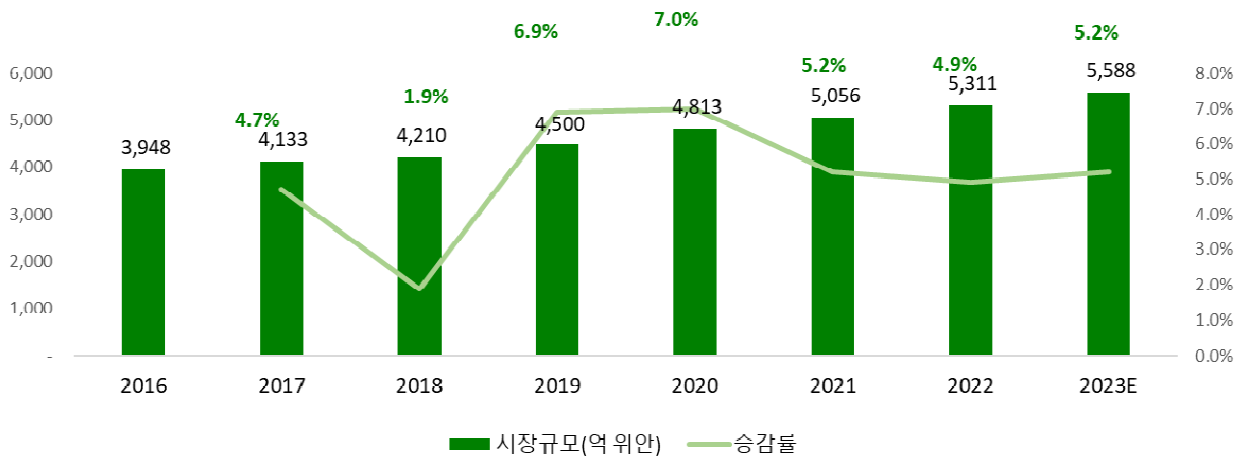
- 중국의 간편식 시장은 매년 꾸준히 증가하여 2022년 현재 약 5,311억 위안(한화 약 101조 원)이며, 2026년에는 1조 위안(약 191조 원)을 돌파할 것으로 전망
- 중국의 주요 간편식 품목에는 라면 및 즉석밥, 인스턴트 식품, 급속 냉동식품, 통조림 식품, 손질된 채소 등이 있으며 그중 인스턴트 면류가 큰 비중을 차지
- 중국 간편식 시장의 수요가 확대되면서 중국 소비자들은 재료, 맛, 안전성, 영양가 등 다방면에서 개선을 희망
- 중국 내 주요 인기 라면 브랜드에는 캉스푸, 통이, 바이쌍 등이 있으며, 2개의 한국 브랜드가 10위 내 진입, 10대 인기 교자만두 브랜드에도 한국 브랜드가 포함
- 중국은 간편식의 수입보다 수출이 많은 순수출국으로 인스턴트 면류는 미국, 한국, 중국홍콩(이하 홍콩으로 표기) 등으로, 냉동만두는 홍콩, 미국, 일본 등의 순으로 수출
- 중국 내 한국 간편식의 수요는 꾸준한 편이며, 한류 확산 시 한국 브랜드의 인기도 더욱 높아질 것으로 기대

1. 간편식 시장 동향

■ 중국 간편식 시장은 매년 꾸준히 증가하여 2022년 현재 약 5,311억 위안(한화 약 101조 원)에 달하며, 2026년에는 1조 위안(약 191조 원)을 돌파할 것으로 전망

【2016년~2023년 연도별 중국의 간편식 시장규모 및 예측치 추이】

(단위: 억 위안)

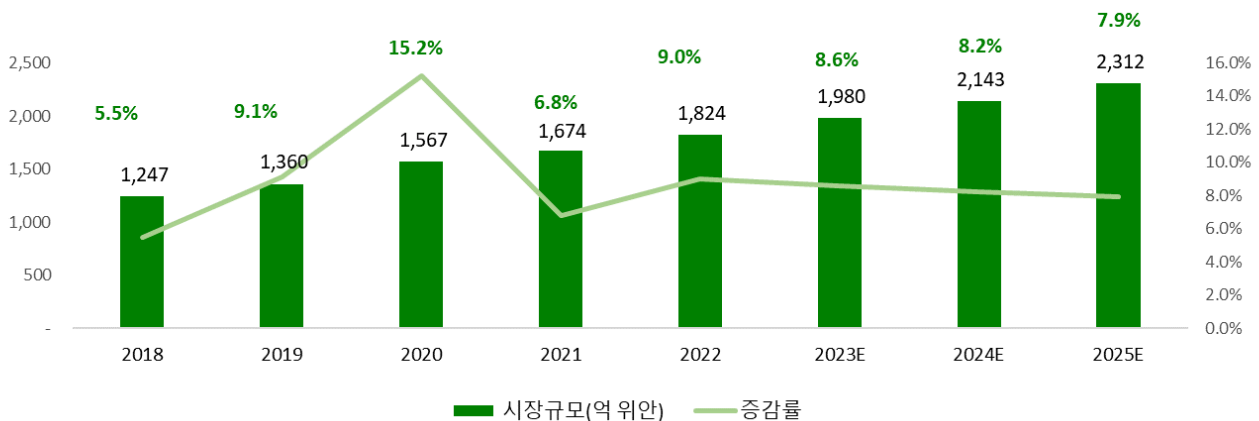


자료: iiMedia Research

■ 중국 인스턴트 면류(라면 등) 시장은 매년 7~9%씩 성장하여 2022년 시장규모는 약 1,824억 위안(약 35조 원)으로 간편식 내 큰 비중 차지

【2018년~2025년 연도별 중국의 인스턴트 면류 시장규모 및 예측치 추이】

(단위: 억 위안)

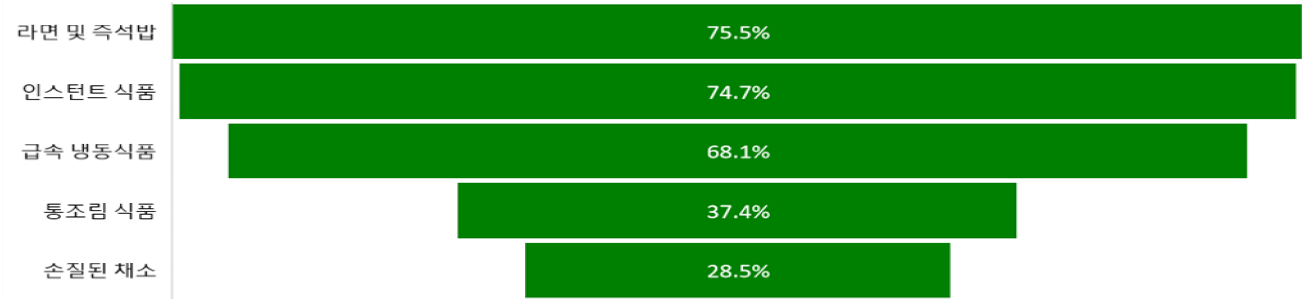


자료: iiMedia Research

■ 중국 소비자가 인식하는 주요 간편식으로는 라면 및 즉석밥, 인스턴트 식품, 급속 냉동식품, 통조림 식품, 손질된 채소 등이 있음

【2023년 중국 소비자의 주요 간편식 소비 품목】

(단위: 비중 %)

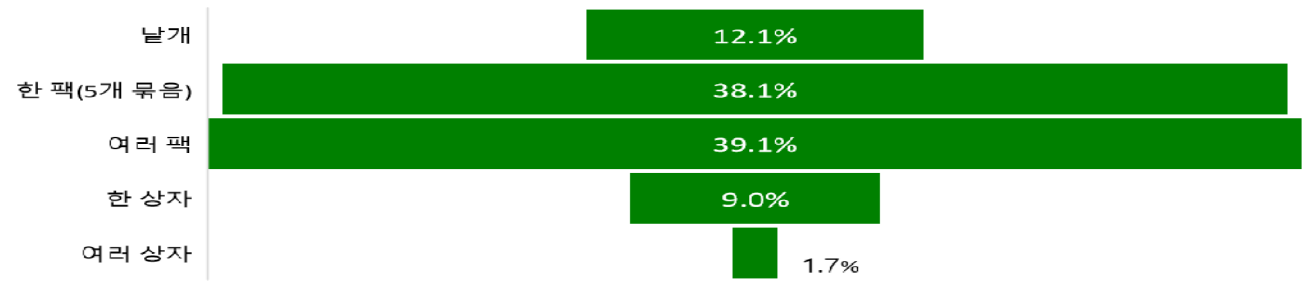


자료: iiMedia Research, 응답 수: 2,586개, 2023년 8월 기준 (중복응답 가능)

■ 중국 소비자는 라면 구매 시 한 팩(5개 묶음) 혹은 여러 팩 등 한 번에 다량 구매를 선호

【중국 소비자가 선호하는 라면 구매 수량 (1회 구매 시)】

(단위: 비중 %)



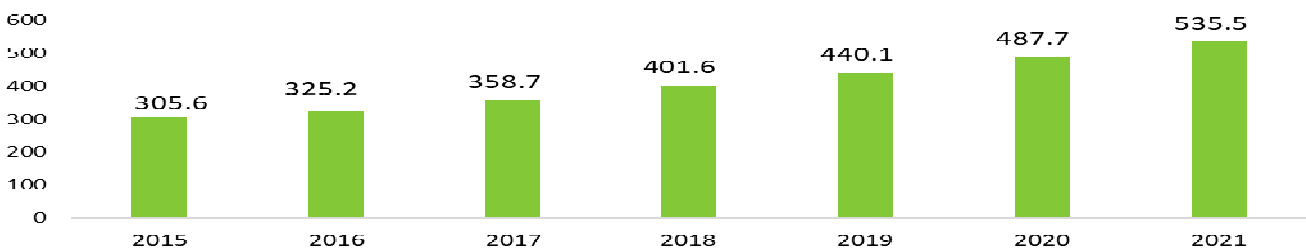
자료: iiMedia Research, 응답 수: 1,953개, 2023년 8월 기준

■ 중국 간편식 중 냉동만두 시장규모는 2015년 약 306억 위안에서 2021년 약 536억으로 확대

- 중국 냉동만두 생산량, 수요량은 2015년 각각 98만 톤, 168만 톤으로 수요량이 많았으나, 2020년부터 생산량이 수요량 규모를 넘어섰고, 2022년에는 생산량이 200만 톤 초과

【2015년~2021년 중국 냉동만두 시장규모 추이】

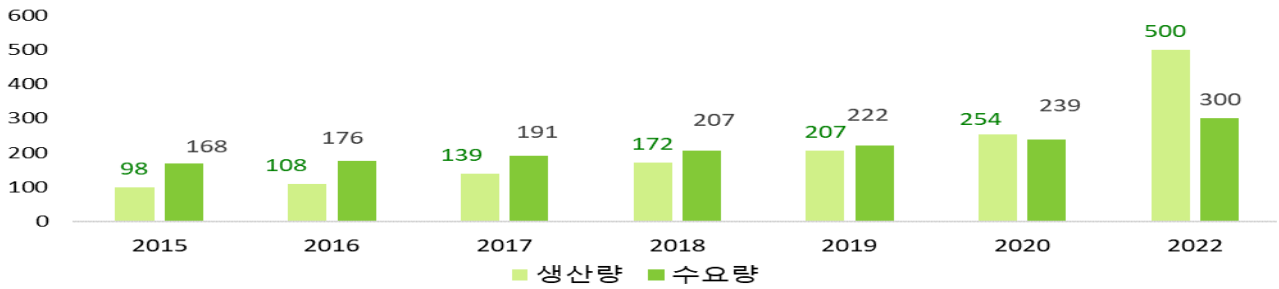
(단위: 억 위안)



자료: 智研咨询

【2015년~2022년 중국 냉동만두 생산량 및 수요량 추이】

(단위: 만 톤)



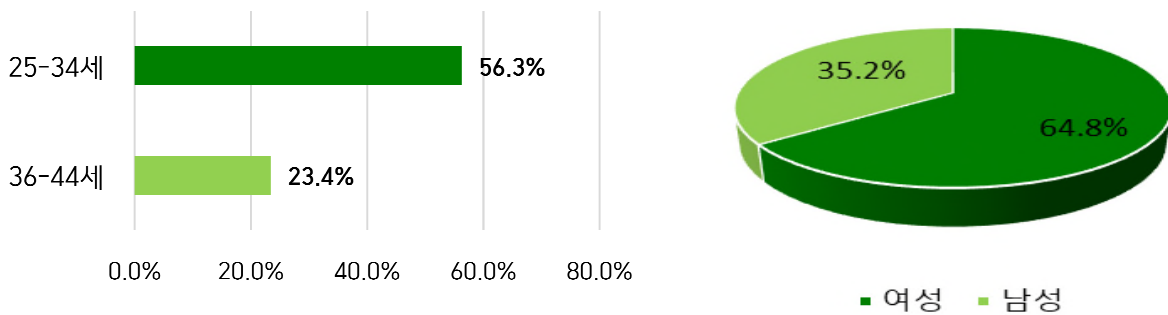
자료: 恒州诚思, 人人文库 *2021년 자료 미비

■ 중국 간편식 소비자 중 여성 비중이 64.8%, 남성 비중이 35.2%로 조사 (iiMedia Research)

- 연령별로는, 25~34세 비중이 56.3%, 36~44세 비중이 23.4%였으며, 월수입이 5,000~10,000위안 (한화 약 95만 원~190만 원)인 응답자 비중이 40.4%인 것으로 나타남

【중국 주요 간편식 소비자 연령 및 성별 현황】

(단위: 비중 %)

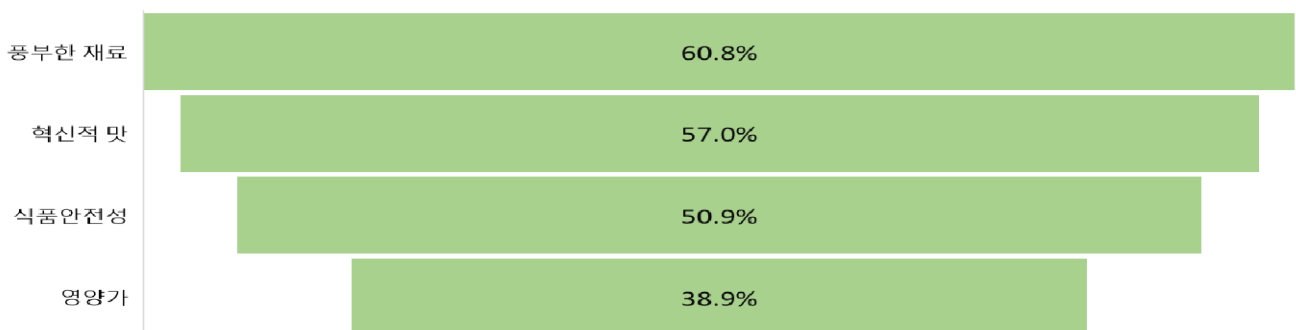


자료: iiMedia Research, 응답 수: 2,586개, 2023년 8월 기준

■ 중국 소비자는 간편식의 재료와 맛에 대한 개선 요구가 가장 크며, 안전성과 영양가에 대한 개선 희망도 높은 비중을 차지

【중국 소비자가 바라는 간편식 개선사항】

(단위: 비중 %)



자료: iiMedia Research, 응답 수: 1,953개, 2023년 8월 기준 (중복응답 가능)

2. 인기 브랜드

1 인스턴트 면류

■ 중국 주요 인스턴트 면 종류에는 라면, 러간미엔, 류쓰펀, 미시엔, 반미엔 등이 있음

- 중국 내수시장 주요 인기 라면 브랜드는 캉스푸, 통이, 바이쌍 등이 있으며, 2개의 한국 브랜드가 10대 상위 랭킹에 진입
- 주요 인기 러간미엔 브랜드는 차이린지, 따한커우, 바이쌍 등이 있으며, 주요 인기 류쓰펀 브랜드는 하오환뤄, 류바왕, 시뤄회 등이 있음
- 미시엔 브랜드 중에는 천춘, 바이자, 아이관 등이 큰 인기를 얻고 있으며, 주요 반미엔(비빔면) 브랜드에는 캉스푸, 바이쌍, 닛신 등이 있음

【중국 주요 면요리 특징】

러간미엔 (热干面)	류쓰펀 (螺蛳粉)	미시엔 (米线)	반미엔 (拌面)
			
우한 지역의 대표적 면요리, 진한 땅콩 소스를 가미한 국수	광시 지역의 대표적 면요리, 우렁이 육수에 죽순, 고추기름을 가미한 쌀국수	윈난성 지역의 대표 면요리, 쌀 면발은 굵은 편. 채소, 고기 등을 가미	다양한 비빔면을 일컬으며, 계란토마토소스, 파기름 반미엔 등이 유명함

자료: 바이두

【중국 내수시장의 인스턴트 면류 10대 인기 브랜드】

분류	브랜드명				
라면 (方便面)	 캉스푸	 통이	 바이쌍	 탕다런	 찐마이랑
	 닛신	 농심	 우구따오창	 추취엔이딩	 삼양
러간미엔 (热干面)	 차이린지	 따한커우	 바이쌍	 우구따오창	 상니엔
	 난지에춘	 위다오	 쯔하이귀	 아이관	 스위틴
류쓰펀 (螺蛳粉)	 하오환뤄	 류바왕	 시뤄회	 류장런자	 리즈치

	 뤼장위엔	 자웨이뤄	 자류	 리취엔	 뤼만띠
미시엔 (米线)	 천춘	 바이자	 아이관	 다오화상	 마라오샤오
	 딩따	 만샤오바오	 완허	 스주런	 동동
반미엔 (拌面)	 강스푸	 바이쌍	 닛신	 통이	 찐마이랑
	 삼양	 요니이미엔	 공즈미엔	 난지에춘	 농심

자료: Maigoo (2024년 3월 기준)

* 본 랭킹은 CNPP(국가시장감독관리총국 산하 브랜드연구 플랫폼) 빅데이터 및 온라인 네티즌 투표, 브랜드 인지도, 매출, 시장점유율 등의 종합적 자료를 기반으로 생성

2 냉동만두

■ 중국 냉동 만두에는 교자만두, 군만두, 새우만두 등이 있음

- 중국 내수시장 교자만두 10대 인기 브랜드에는 완즈마토, 스니엔, 비비고, 반거위, 산취엔, 씨피푸드, 따량, 라다우, 리커우푸, 롱퉁 등이 있음
- 10대 인기 새우만두 브랜드에는 리커우푸, 타오타오쥐, 귀리엔, 다오상청즈, 비평탕, 엠엑스 라이프, 신야, 아르노, 야저우위강, 찐청 등이 있음

【중국 내수시장의 냉동만두 10대 인기 브랜드】

분류	브랜드명				
교자만두 (饺子)	 완즈마토	 스니엔	 비비고	 반거위	 산취엔
	 씨피푸드	 따량	 라다우	 리커우푸	 롱퉁
새우만두 (虾饺)	 리커우푸	 타오타오쥐	 귀리엔	 다오상청즈	 비평탕
	 엠엑스 라이프	 신야	 아르노	 야저우위강	 찐청

자료: Maigoo (2024년 3월 기준)

* 본 랭킹은 CNPP(국가시장감독관리총국 산하 브랜드연구 플랫폼) 빅데이터 및 온라인 네티즌 투표, 브랜드 인지도, 매출, 시장점유율 등의 종합적 자료를 기반으로 생성

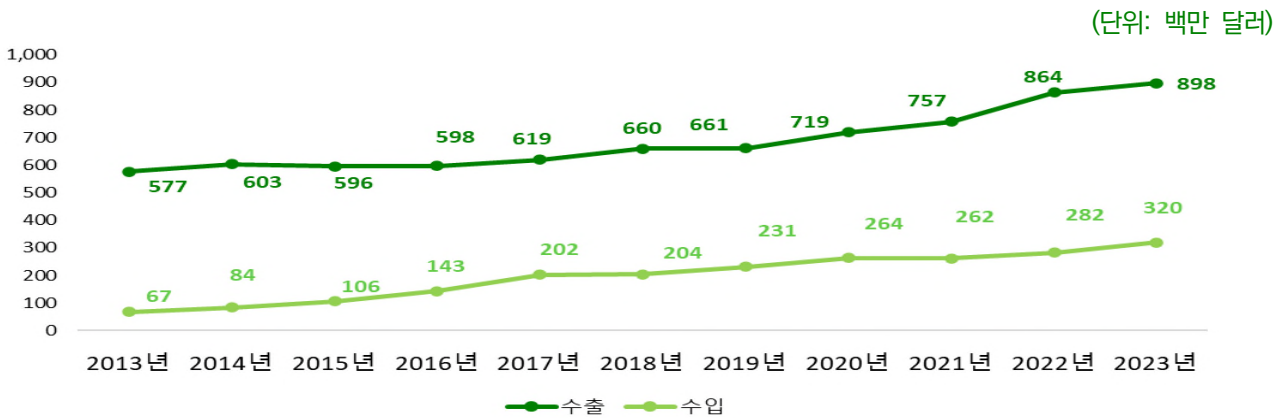
3. 수출입 동향

① 인스턴트 면류

■ 중국 인스턴트 면류 수출입은 매년 꾸준히 증가하고 있으며, 지난 10년 동안 수출은 연평균 4.5% 증가, 수입은 연평균 16.9% 증가

- 중국 연간 인스턴트 면류 수출액은 2022년부터 8억 달러(약 1조 원)를 돌파, 수입액은 2023년 3억 달러(약 4,151억 원) 돌파

【2013년~2023년 연도별 중국의 인스턴트 면류 수출입 금액 추이】



자료: KITA 통계, HS코드: 190230

■ 2023년 중국의 인스턴트 면류의 주요 수출상대국은 미국, 한국, 홍콩 등이며, 수입상대국은 한국, 인도네시아, 홍콩 등의 순

- 미국, 한국, 홍콩으로의 수출이 각각 1.4억 달러, 1.2억 달러, 1.1억 달러로 전체 수출의 15.0%, 13.0%, 12.5% 차지
- 최대 수입국인 한국으로부터의 수입액은 2.2억 달러로 전체 수입액의 67.5% 점유, 인도네시아, 홍콩으로부터의 수입은 각각 14.1%, 6.9% 차지

【2023년 중국의 인스턴트 면류 수출입 상위 10대 대상국】

순위	수 출			수 입		
	국 가	금액(백만 달러)	증감률(%)	국 가	금액(백만 달러)	증감률(%)
1	미국	135	△6.2	한국	216	17.9
2	한국	117	4.9	인도네시아	45	61.7
3	중국 홍콩	112	△2.8	중국 홍콩	22	△11.9
4	일본	55	6.7	중국 대만	12	△16.9
5	캐나다	55	△7.2	베트남	8	△6.9
6	영국	34	16.9	태국	7	△9.8
7	네덜란드	30	13.3	일본	4	△27.9
8	필리핀	28	1.7	말레이시아	1	△35.5
9	독일	24	28.3	싱가포르	1	△55.7
10	호주	24	△7.9	튀르키예	1	7.5

자료: KITA 통계, HS코드: 190230

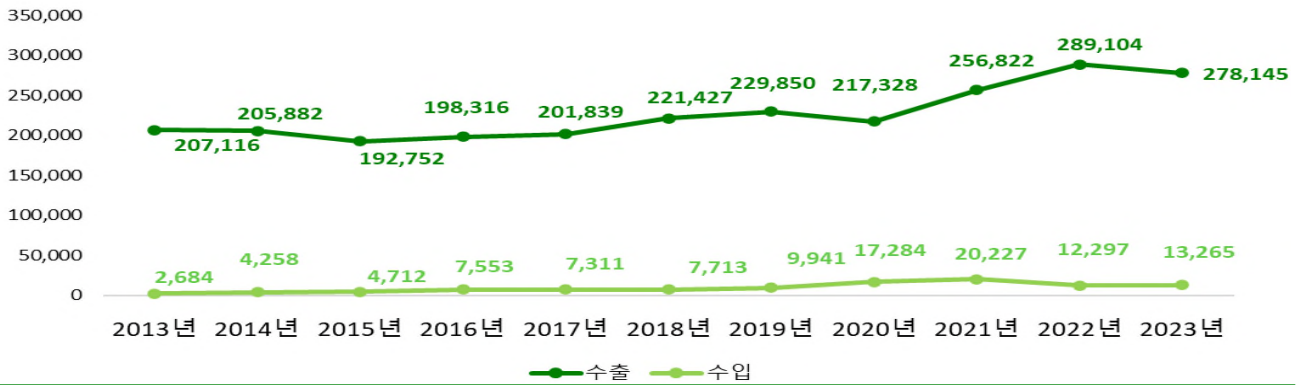
2 냉동만두

■ 중국 냉동 만두 수출, 수입은 지난 10년 동안 각각 연평균 3.0% 증가, 17.3% 증가

- 2023년 중국 연간 냉동 만두 수출액은 약 2억 8천만 달러(약 3,875억 원), 수입액은 1,300만 달러(약 180억 원) 임

【2013년~2023년 연도별 중국의 냉동만두 수출입 금액 추이】

(단위: 천 달러)



자료: KITA 통계, HS코드: 190220 (*속을 채운 파스타, '만두'에 해당)

■ 2023년 중국의 냉동 만두 주요 수출상대국은 홍콩, 미국, 일본 등이며, 수입상대국은 베트남, 태국, 말레이시아 등의 순

- 홍콩, 미국, 일본으로의 수출액은 각각 7,343만 달러, 4,112만 달러, 3,129만 달러로 전체 수출의 26.4%, 14.8%, 11.3% 차지
- 베트남, 태국, 말레이시아로부터의 수입액은 각각 728만 달러, 309만 달러, 191만 달러로 전체 수입의 54.9%, 23.3%, 14.4% 차지
- 한국은 중국의 냉동 만두 수출대상국 11위(연간 對한국 수출액은 623만 달러), 수입대상국 4위(연간 對한국 수입액은 63만 달러) 기록

【2023년 중국의 냉동만두 수출입 상위 10대 대상국】

순위	수출			수입		
	국 가	금액(천 달러)	증감률(%)	국 가	금액(천 달러)	증감률(%)
1	중국 홍콩	73,428	△9.7	베트남	7,281	6.1
2	미국	41,118	△1.6	태국	3,086	5.6
3	일본	31,292	2.5	말레이시아	1,910	120.9
4	호주	24,117	1.0	한국	626	38.1
5	네덜란드	17,244	△11.7	이탈리아	138	△72.4
6	영국	13,837	△14.9	중국 홍콩	114	△65.9
7	캐나다	11,854	△15.1	싱가포르	80	△52.2
8	스페인	8,169	45.6	중국 대만	25	17.8
9	독일	6,920	△17	일본	3	△95.6
10	벨기에	6,546	36.9	아랍에미리트	1	△43.3

자료: KITA 통계, HS코드: 190220 (*속을 채운 파스타, '만두'에 해당)

4. 시사점

- 인스턴트 면류, 냉동 만두 등은 중국의 대표적인 간편식으로 시장수요가 꾸준히 확대
 - 코로나 팬데믹 이후 홈쿡문화 확산 등으로 가정 간편식 수요가 계속 증가하고 있으며, 중국 소비자는 재료, 맛, 안전성, 영양가 등 다방면에서 개선된 간편식 기대
- 간편식 분야에서 중국은 수입보다 수출을 많이 하는 순수출국
 - 2023년 기준 인스턴트 면류는 미국, 한국 등으로 수출하며 5.8억 달러의 흑자를, 냉동만두는 홍콩, 미국 등으로 수출하며 2.6억 달러의 흑자를 기록
 - 인스턴트 면류 기업인 중국의 바이쌍은 2019년부터 수출을 시작하여 해외 약 30개 국가에서 약 35개 제품의 간편식을 판매
 - 냉동만두 생산기업인 산취엔 브랜드는 북미, 유럽, 호주 및 아시아 10여 개 국가에 간편식 및 HACCP(식품안전관리) 인증을 받은 제품을 수출하며 해외시장에서의 점유율 확대 노력 지속
- 중국에서 한국 간편식에 대한 수요가 꾸준한 편이며, 한류 확산시 한국 브랜드의 인기도 더욱 높아질 것으로 기대
 - 한류(드라마, K-POP 등) 등의 영향으로 중국 내 K-푸드를 선호하는 간편식 소비자는 꾸준히 있을 것으로 예상되며 한국 브랜드 제품에 대한 수요가 타브랜드 제품으로 대체될 가능성은 적을 것으로 전망 (자료: 信阳日报)

참 고 자 료

1. maigoo (https://www.maigoo.com/maigoo/061fbm_index.htm)
2. iiimedia (<https://www.iiimedia.cn/c400/95740.html>)
3. vzkoo (<https://www.vzkoo.com/read/202308176d3bb586802f4f34996d0666.html>)
4. baixiangfood (<http://www.baixiangfood.com/international/>)
5. 三全 (<https://www.sanquan.com/aboutsq>)
6. 智研科信咨询 (<https://www.chyxx.com/industry/202201/992141.html>)