

2022년 중일 식품시장 분석 및 2023년 전망

트레이드파트너스

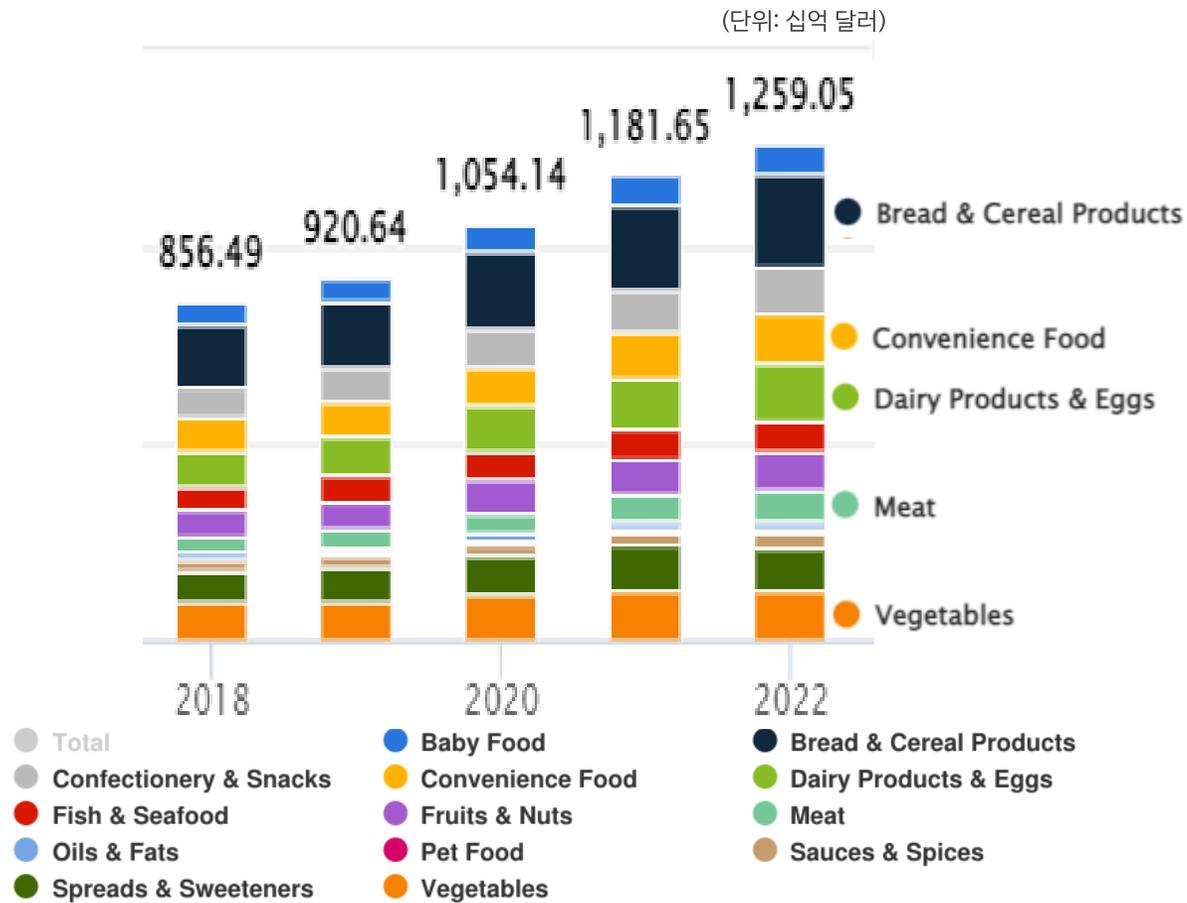
이 범 준

2022 DECEMBER



1. 통계로 본 2022년 중국 식품시장

I 중국 품목별 식품시장



*출처 : 스태티스타(2022.07 업데이트)

품목별 식품시장 규모 TOP3

- Bread & Cereal Products: 2,319억 달러
- YoY(21/22): 7.6%
- Dairy Products & Eggs: 1,411억 달러
- YoY(21/22): 9.0%
- Vegetables: 1,315억 달러
- YoY(21/22): 2.6%

품목별 식품시장 성장률 TOP3

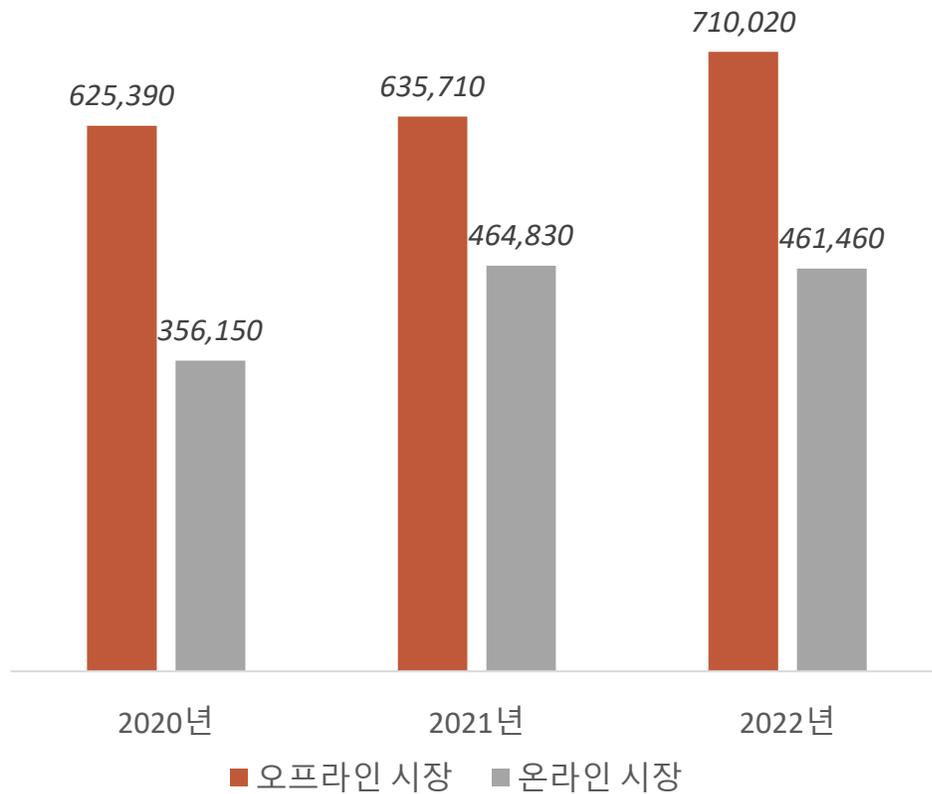
- Meat: YoY(21/22): 17.1%
- 748억 8,000만 달러
- Pet Food: YoY(21/22): 13.2%
- 687억 달러
- Convenience Food: YoY(21/22): 9.5%
- 1,265억 달러

2. 중국 유통채널 분석

I 중국 유통채널 분석

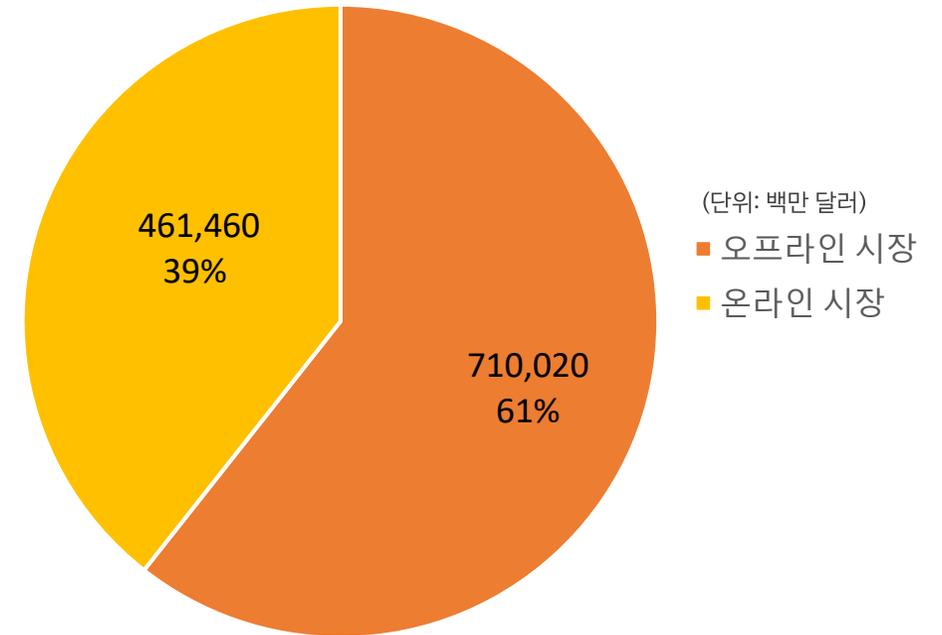
중국 온·오프라인 식품시장(2020~2022)

(단위: 백만 달러)



중국 온·오프라인 식품시장(2022)

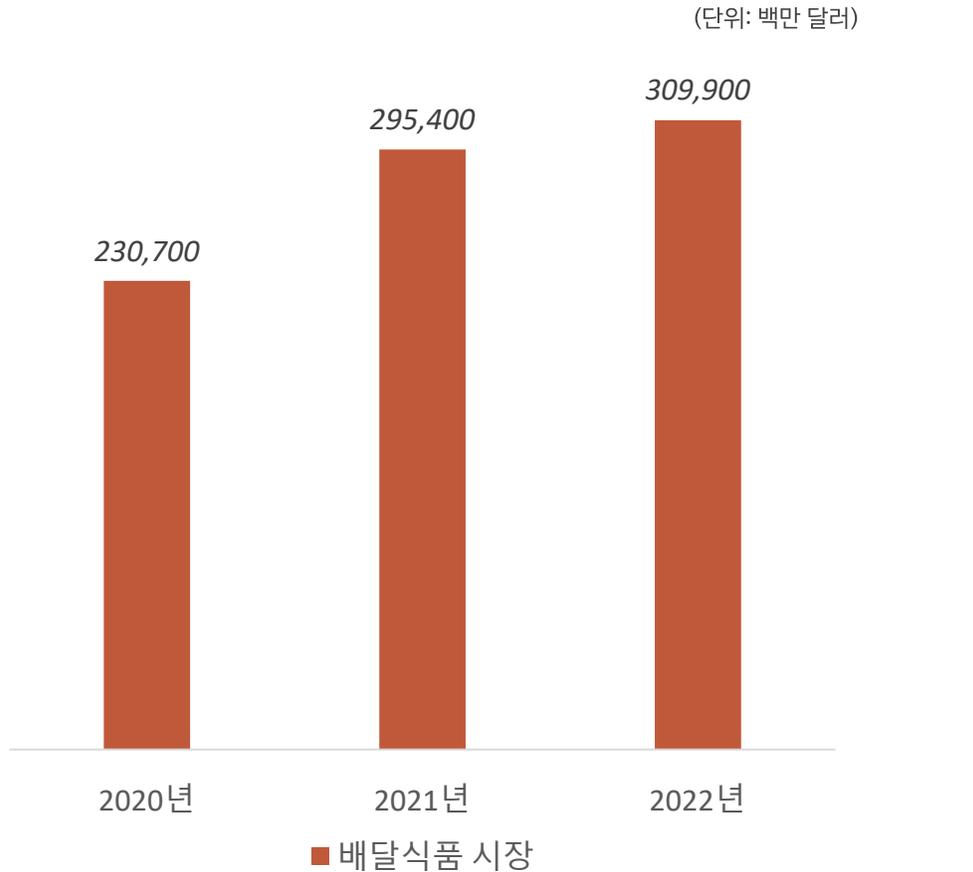
(단위: 백만 달러)



*출처: 스탯ISTA(2022.11 업데이트), *주: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 수산물, 애완동물 식품을 제한 값에 배달 식품시장과 전자상거래 시장의 규모를 제하여 산출함

3. 중국 온라인 시장 분석

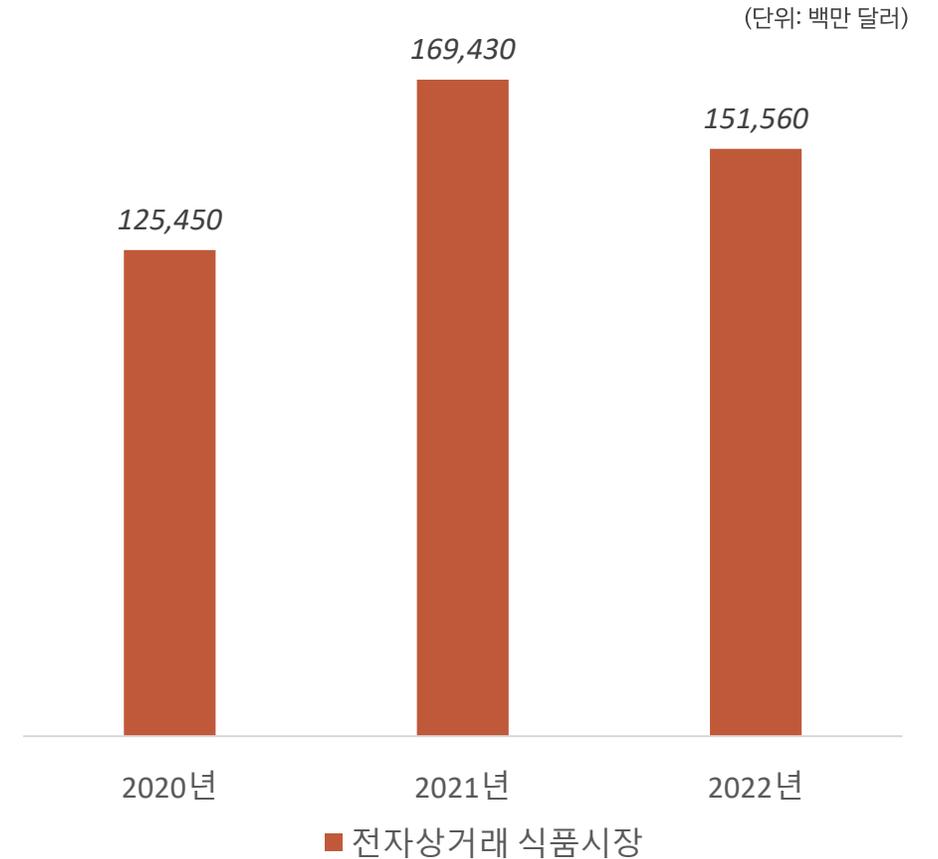
I 중국 배달식품 시장



Online Food Delivery refers to the intersection of ordering groceries and prepared meals online. Orders are typically placed through an app or website and delivery times vary.

*출처 : 스태티스타(2022.11 업데이트)

I 중국 전자상거래 식품 시장



The eCommerce market comprises the sale of physical goods via a digital channel to a private end consumer (B2C). This definition encompasses purchases via desktop computers (including notebooks and laptops) as well as purchases via mobile devices (e.g., smartphones and tablets). The following are not included in the eCommerce market: digitally distributed services (see instead: eServices), digital media downloads or streams, digitally distributed goods in B2B markets, and the digital purchase or resale of used, defective, or repaired goods (reCommerce and C2C). All monetary figures refer to the annual gross revenue and do not factor in shipping costs.)

4. 2022년 중국 식품시장 이슈 제품

- ❖ 엄격한 방역정책이 장기화되며 스트레스 증가:
→ 스트레스 완화에 도움을 주는 기능성 음료 인기
- ❖ MZ세대의 건강관리 트렌드: 간식화된 보건식품
- ❖ 가정에서 보내는 시간 증가: 식사대용 간편식품과 저칼로리 식품

1. 2022 중국 주요 정책 타임라인

I 식품 검역을 강화하는 중국



*이미지 출처 :
<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%A4%91%ED%99%94%EC%9D%B8%EB%AF%BC%EA%B3%B5%ED%99%94%EA%B5%AD>

- 01.17
저장성, 수입 과일 관제 강화에 관한 공고를 발표
- 01.24
해관총서, 수입 콜드체인 식품 발원지의 관리통제 강화 조치 발표
- 06.16
식품용 프로바이오틱스 통용원칙이 정식으로 시행
- 06.30
2022년 12월 30일부터 음료 제품에 변경된 성분 및 라벨링 요건 적용
- 09.05
수산동물, 과일, 식품 원료 등의 최종 검역 승인 기관 변동
- 09.08
식품의 과대 포장 규제를 위한 강화된 관리 지침 발표
- 10.26
식품의 포장 용기, 생산 도구 등 식품 관련 제품의 규정 공고 및 품질 감독 관리 강화

2. 중국 정책 사례

I 식품의 과대포장규제를 위한 강화된 관리 지침(09.08)

国务院办公厅关于进一步 加强商品过度包装治理的通知

国办发〔2022〕29号

一、高度重视商品过度包装治理工作

各地区、各部门要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平生态文明思想，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高

二、强化商品过度包装全链条治理

(一) 加强包装领域技术创新。推动包装企业提供设计合理、用材节约、回收便利、经济适用的包装整体解决方案，自主研发低克重、高强度、功能化包装材料及其生产设备，创新研发商品和快递一体化包装产品。充分发挥包装企业在推广简约包装、倡导理性消费中的

三、加大监管执法力度

(六) 加强行业管理。进一步细化商品生产、销售、交付等环节限制过度包装配套政策。加强对电商、快递、外卖等行业的监督管理，督促指导相关行业优先采用可重复使用、

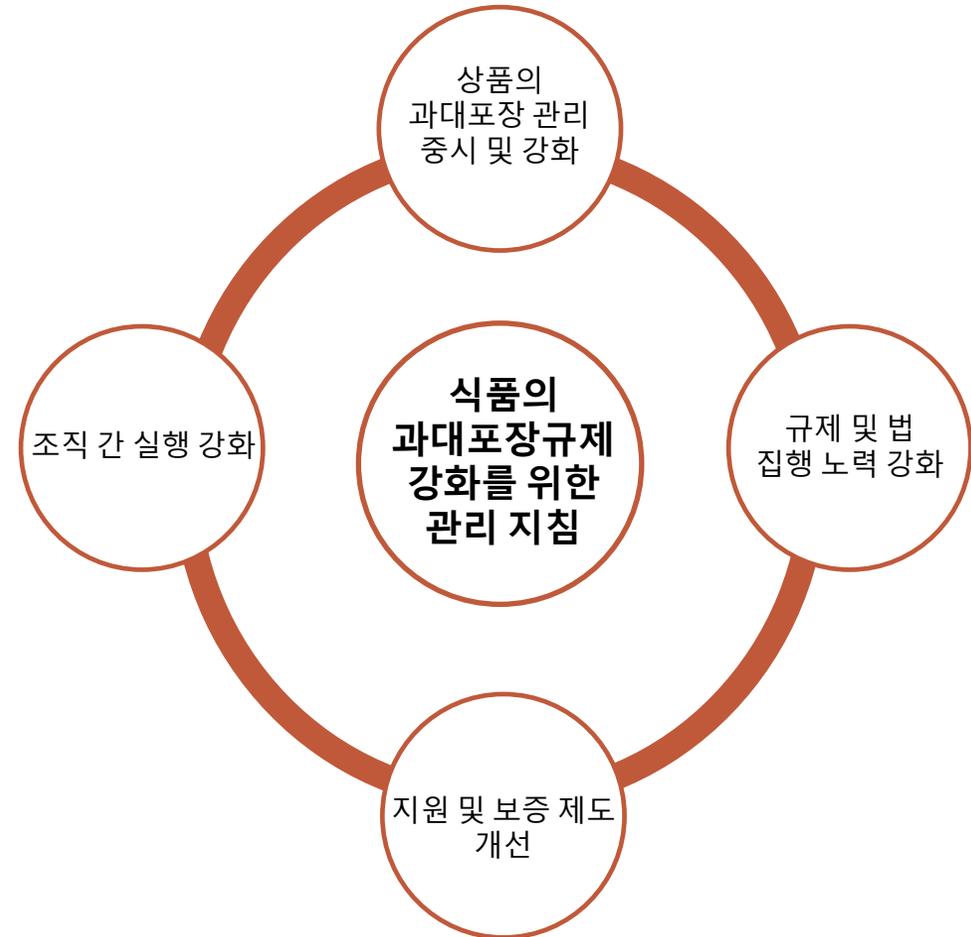
四、完善支撑保障体系

(八) 健全法律法规。研究推动循环经济促进法等法律法规与固体废物污染环境防治法有效衔接，进一步强化市场主体法律责任，提高违法成本。(国家发展改革委、司法部等部

五、强化组织实施

(十二) 加强部门协同。国务院有关部门要各司其职、各负其责，加大指导、支持和督促力度，确保各项任务落实到位。国家发展改革委、市场监管总局、工业和信息化部、农业

I 생산-폐기 전 과정에 걸쳐 과대 포장에 대한 관리를 강화

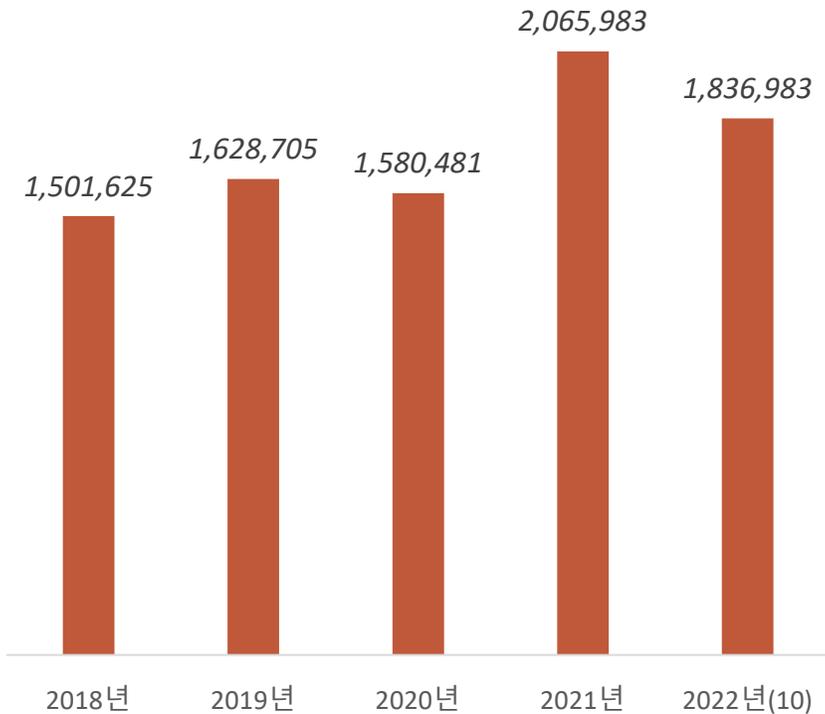


1. 對중국 한국산 식품 수출규모

Ⅰ 對중국 한국산 식품 수출규모 추이

對중국 한국산 식품 수출액(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)



■ 한국산 식품 수출액

*출처: KATI 농식품수출정보원(검색일:2022.11.23)

對중국 한국산 식품 품목별 수출액(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	YoY (20/21)	CAGR (18/21)
전체	1,501,625	1,628,705	1,580,481	2,065,983	1,836,073	100.0	30.7	11.2
1 라면	93,290	124,435	149,096	149,898	149,613	7.3	0.5	17.1
2 조제품 기타	55,074	39,738	82,310	109,899	105,802	5.3	33.5	25.9
3 조미 김*	0	17,171	78,978	93,703	42,081	5.3	18.6	133.6
4 기타음료(과일채소 주스 제외)	37,007	50,203	53,511	73,391	67,530	4.5	37.2	25.6
5 조제분유(유아용/소매용)	78,995	73,774	62,050	72,889	60,529	3.6	17.5	△2.6
6 건조한 김	12,241	38,953	21,886	45,674	43,953	3.5	108.7	55.1
7 홍삼기타/분삼	25,048	34,225	34,483	43,834	28,545	2.2	27.1	20.5
8 과실주스 음료	18,922	21,709	21,652	43,797	33,561	2.1	102.3	32.3
9 소스, 소스 제조용 조제품	18,482	24,080	36,595	34,789	20,241	2.1	△4.9	23.5
10 커피엑스, 에센스와 농축물	17,137	24,948	23,176	31,829	25,053	1.7	37.3	22.9

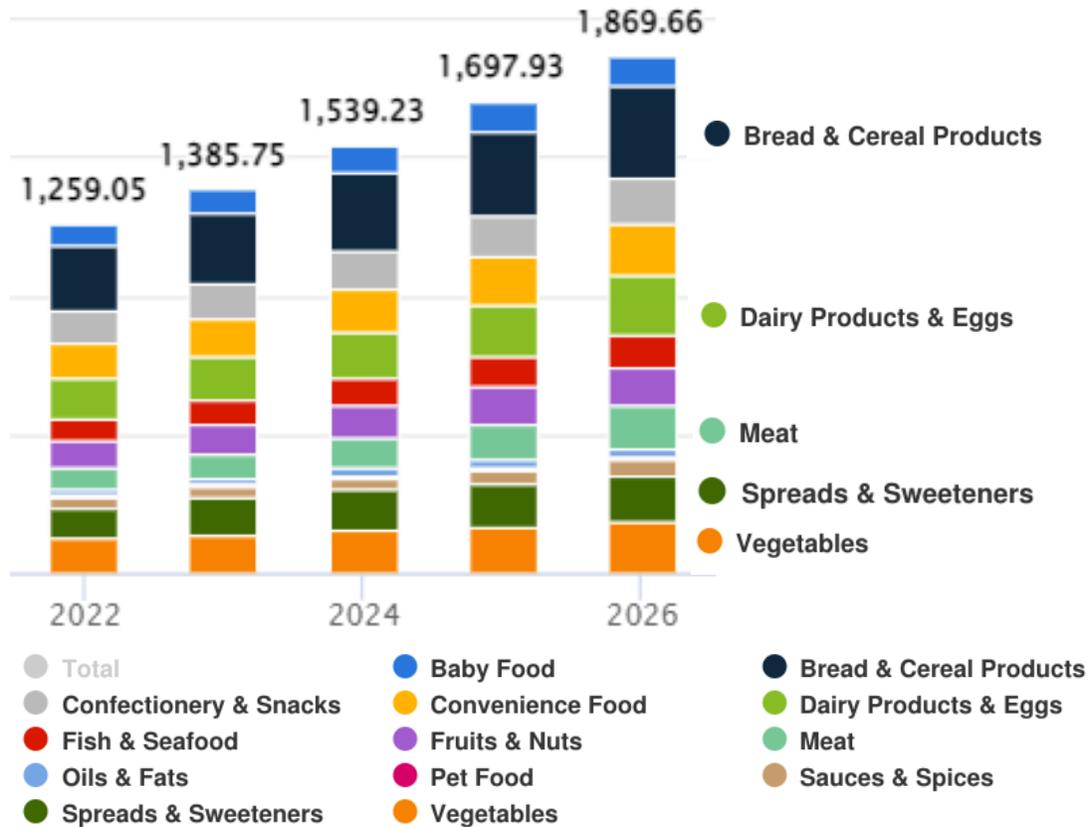
*주1: 주요 수출 농식품 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 1902.30-1010, 2106.90-9099, 2008.99-5010, 2202.99-9000, 1901.10-1010, 1212.21-1010, 1211.20-1391, 2202.99-2000, 2103.90-9090, 2101.11-1000

*주2: 조미 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

*출처: KATI 농식품수출정보

1. 2023년 중국 식품시장 전망

I 중국 품목별 식품시장



*출처 : 스태티스타(2022.07 업데이트)

2023년 품목별 식품시장 규모 TOP3

- Bread & Cereal Products: 2,521억 달러
- YoY(22/23): 8.7%
- Dairy Products & Eggs: 1,548억 달러
- YoY(22/23): 9.7%
- Vegetables: 1,413억 달러
YoY(22/23): 7.5%

2023년 품목별 식품시장 성장률 TOP3

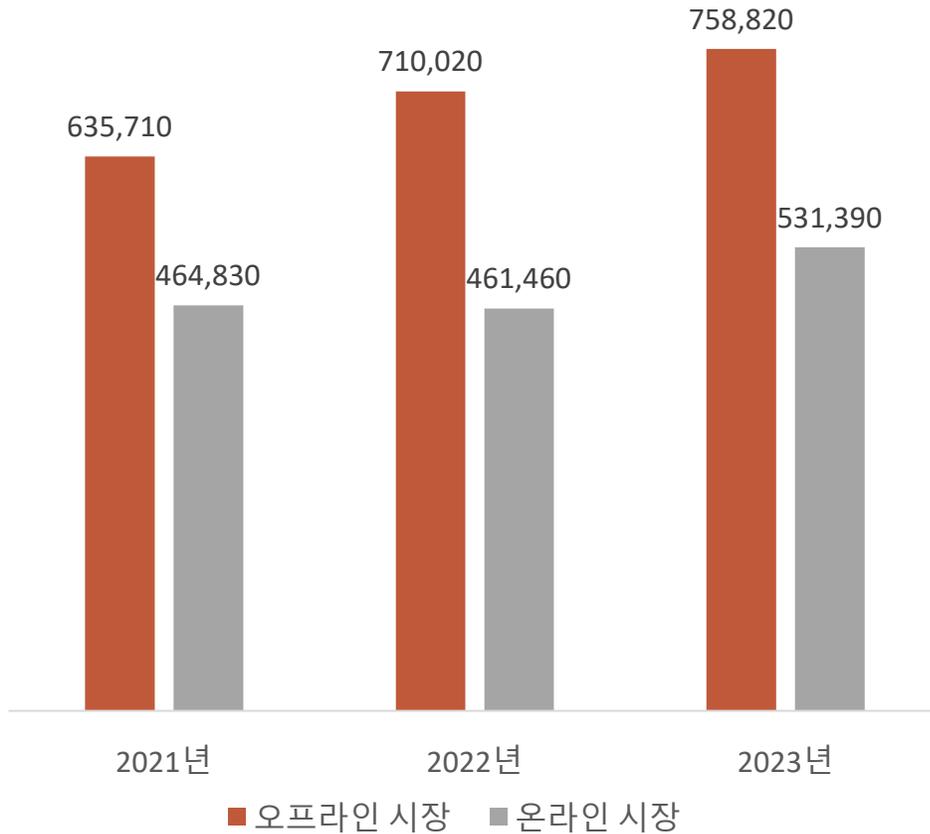
- Spreads & Sweeteners: YoY(22/23): 21.2%
- 1,299억 달러
- Meat: YoY(22/23): 17.2%
- 877억 5,000만 달러
- Oils & Fats: YoY(22/23): 13.2%
- 220억 6,000만 달러

1. 2023년 중국 유통채널 전망

I 중국 유통채널 전망

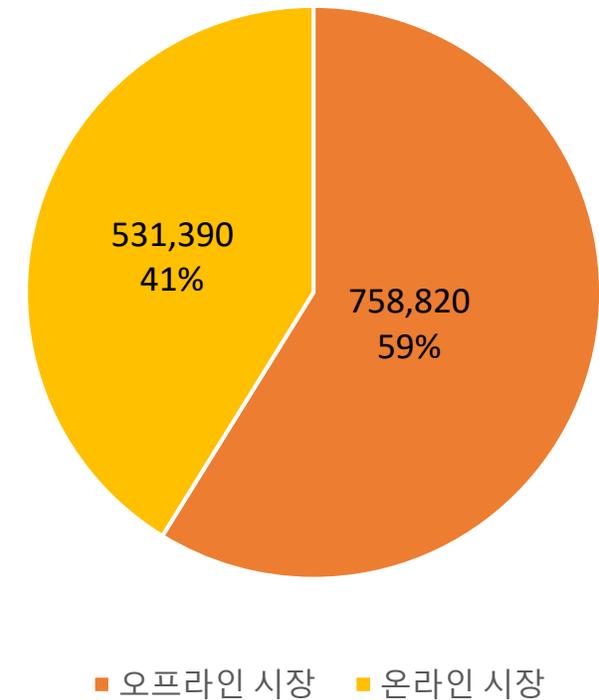
중국 온·오프라인 식품시장(2021~2023)

(단위: 백만 달러)



중국 온·오프라인 식품시장(2023)

(단위: 백만 달러)



*출처 : 스태티스타(2022.07 업데이트) *주: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 수산물, 애완동물 식품을 제한 값에 배달 식품시장과 전자상거래 시장의 규모를 제하여 산출함

2. 2023년 중국 식품산업 Forecast

- ❖ 방역정책의 기조가 유지되며 가정에서 외식의 맛을 낼 수 있는 밀키트 시장이 성장할 것으로 예상
- ❖ 저성장에 따른 무인주방, 무인매장 등 무인화에 대한 가속화 전망
- ❖ 육류소비 증가와 대체육에 대한 관심 증대

2. 2023년 중국 식품산업 Forecast

내식에서 외식을 맛을 느낄 수 있는 밀키트 시장 성장

- (밀키트 식품) 강력한 방역정책 기조가 유지되며 짧고 간편한 조리과정으로 레스토랑 수준의 맛을 추구하는 소비자가 증가함
 - 2020년 10월 제20차 전국대표대회에서 제로 코로나 정책을 유지하겠다고 발표

강력한 봉쇄를 동반한 제로코로나 정책 유지 기조

시진핑 3기 지도부 “제로 코로나’ 확고히 관철”...해외입국자 ...

2022. 11. 11. — 다만 중국 정부는 생산 활동과 기본 생활 보장을 강조하며 해외 입국자와 밀접접촉자에 대한 격리 기준을 완화하는 등 방역 정책을 최적화 하기 위한 조치 ...

'시진핑 3기' 상무위 “제로 코로나, 확고히 관철...단 효율적으로”

2022. 11. 11. — 시진핑 3기 최고지도부인 중국공산당 정치국 상무위원회가 10일 첫 회의를 열어 코로나19 방역에 대해 논의했다. 중국 당국은...

习近平在20大开幕式上的报告：防疫清零政策将严格坚持下去

2022. 10. 16. — 在北京人民大会堂发表的讲话中，他还表示，在抗击疫情、推动香港局势实现由乱到治以及对“台独”势力开展反分裂斗争方面取得重大成就。习近平重申，中国 ...

- 20차 전국대표대회 개막식에서 시진핑의 발표: 제로코로나 정책을 엄격히 준수 할 것

중국 밀키트 제품 예시



*출처: tmall.com

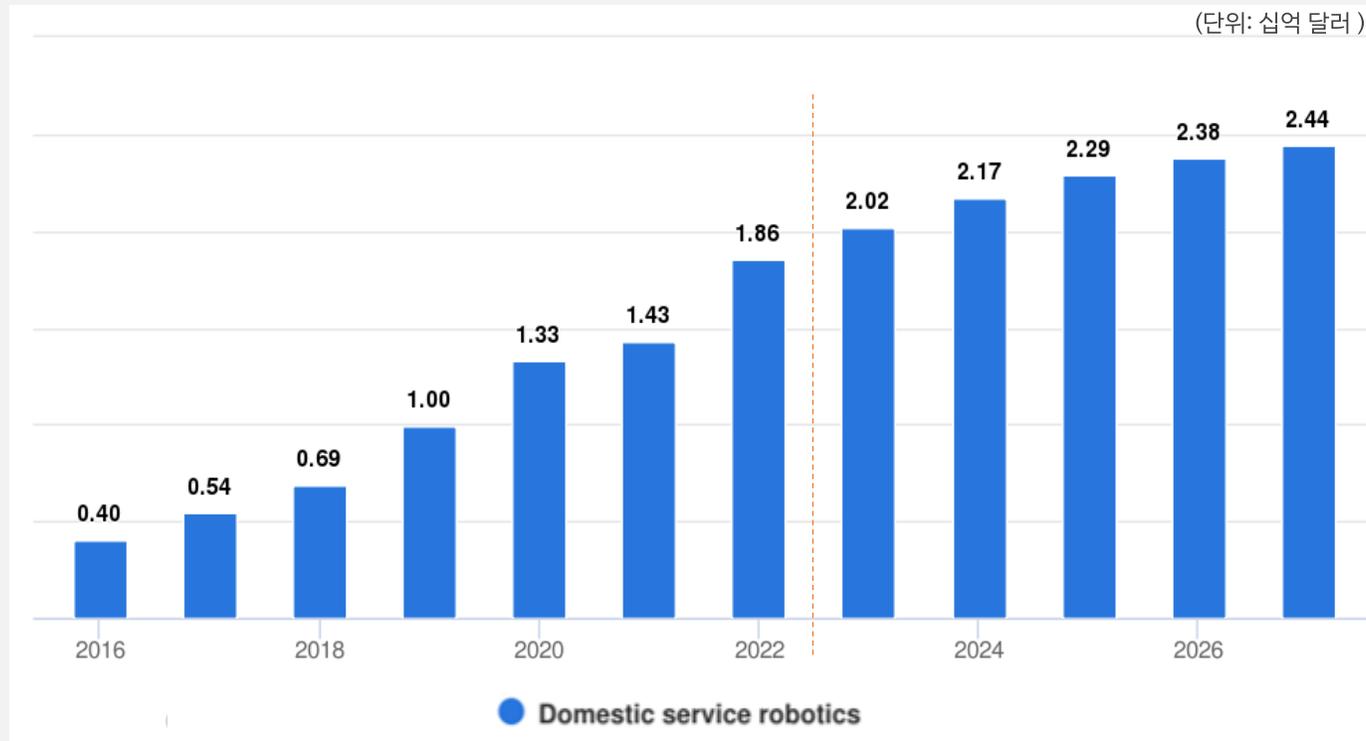
2. 2023년 중국 식품산업 Forecast

인플레이션으로 인한 외식산업의 무인화 가속

- (외식산업의 무인화) 고물가에 대한 대응책으로 서빙 로봇, 조리용 로봇을 적극적으로 도입해 인건비 절감 목표
 - 중국 정부의 전폭적인 로봇산업 지원 정책, 상용 서비스 로봇 도입에 따른 인건비 절감 등의 효과로 증가하는 도입 수요로 인해 가속화될 전망

중국 소비자 서비스 로봇 시장 규모(2016~2027)

(단위: 십억 달러)



*출처 : 스태티스타(2022.08 업데이트)

외식산업의 무인화 사례

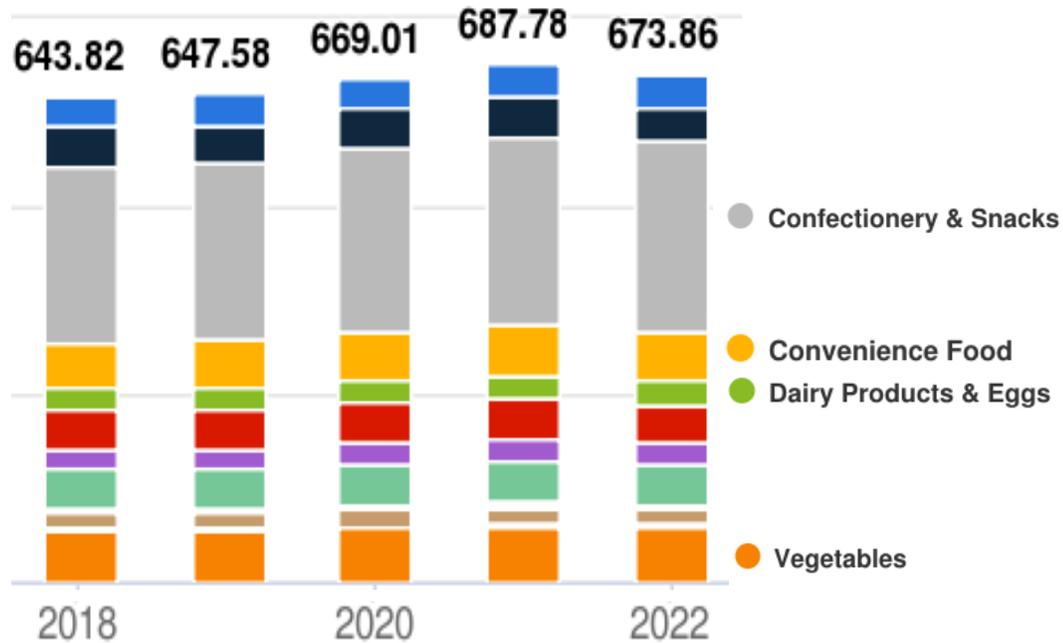


*이미지 출처: <https://www.163.com/dy/article/G81JT9H50538NJ0E.html>

1. 통계로 본 2022년 일본 식품시장

I 일본 품목별 식품시장

(단위: 십억 달러)



품목별 식품시장 규모 TOP3

- Confectionery & Snacks: 2,525억 달러
- YoY(21/22): 0.6%
- Vegetables : 731억 3,000만 달러
- YoY(21/22): 0.5%
- Convenience Food : 664억 7,000만 달러
- YoY(21/22): 0.6%

품목별 식품시장 성장률 TOP3

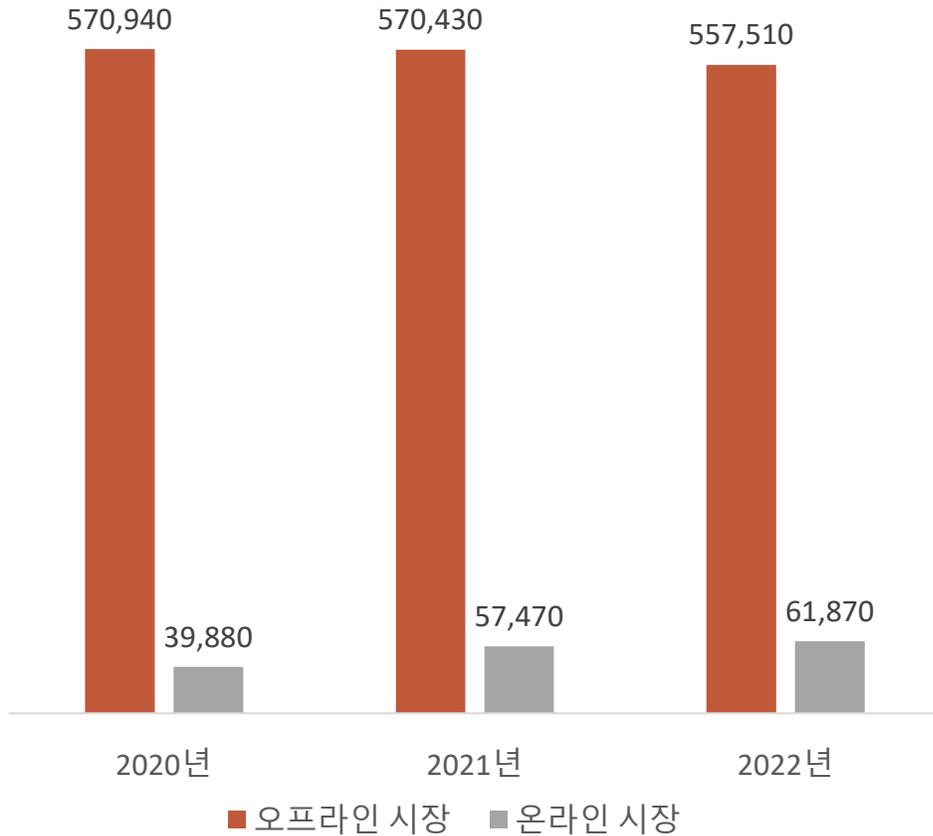
- Pet Food: YoY(21/22): 5.5%
- 45억 8,000만 달러
- Dairy Products & Eggs: YoY(21/22): 1.3%
- 312억 3,000만 달러
- Confectionery & Snacks : YoY(21/22): 0.6%
- 2,525억 달러

*출처 : 스탯시타(2022.07 업데이트)

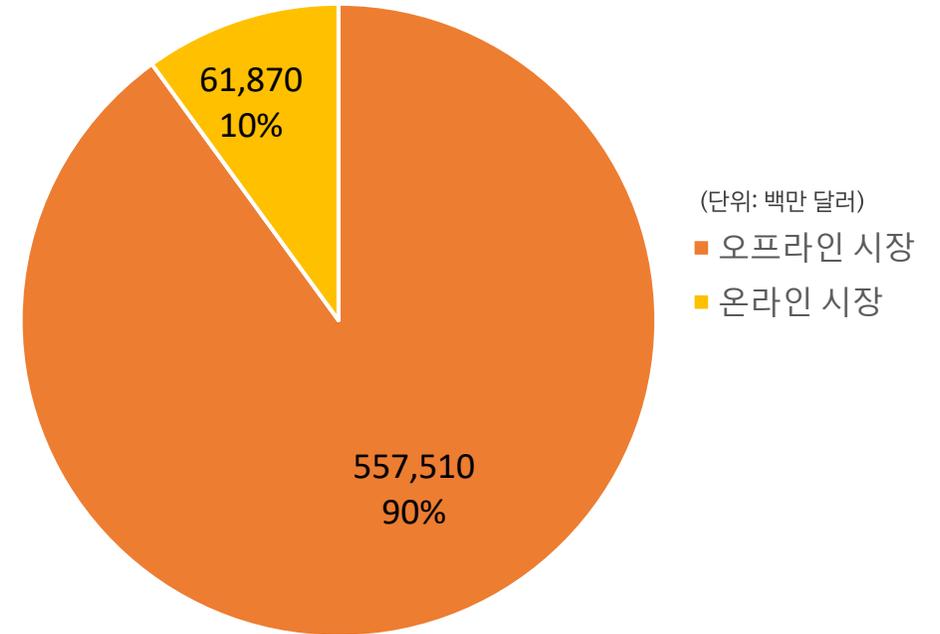
2. 일본 유통채널 분석

I 일본 유통채널 분석

일본 온·오프라인 식품시장(2020~2022)



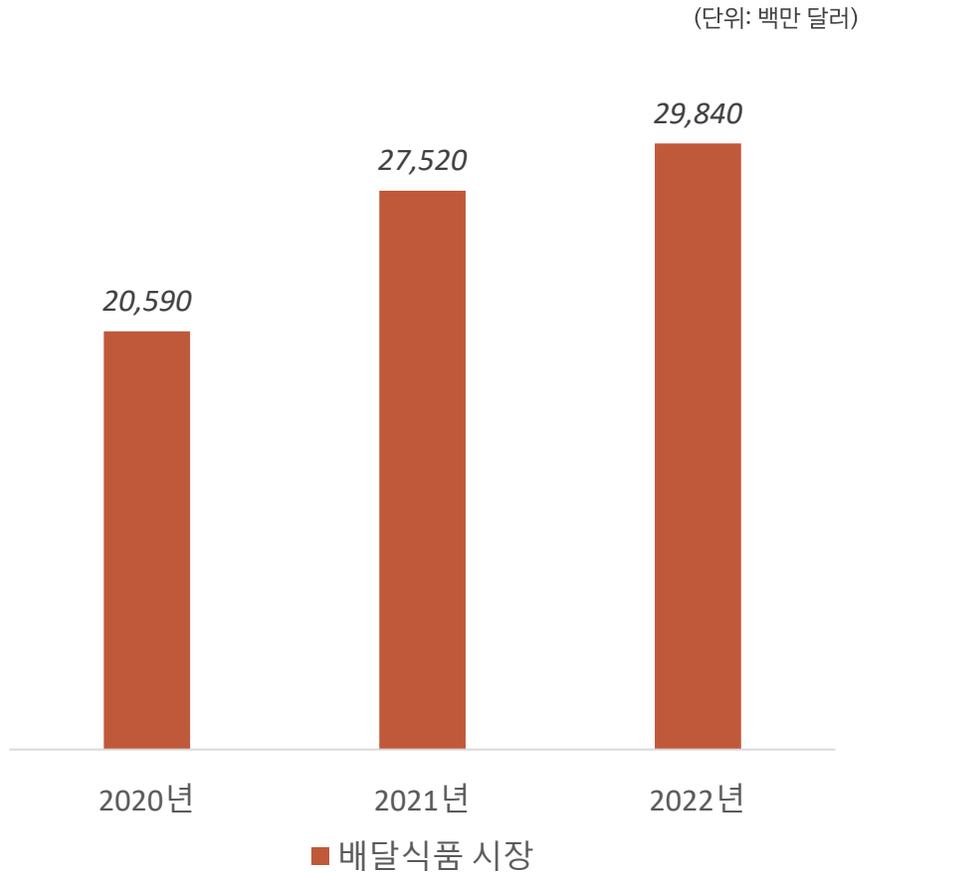
일본 온·오프라인 식품시장(2022)



*출처 : 스탯티스타(2022.11 업데이트) *주: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 수산물, 애완동물 식품을 제한 값에 배달 식품시장과 전자상거래 시장의 규모를 제하여 산출함

3. 일본 온라인 시장 분석

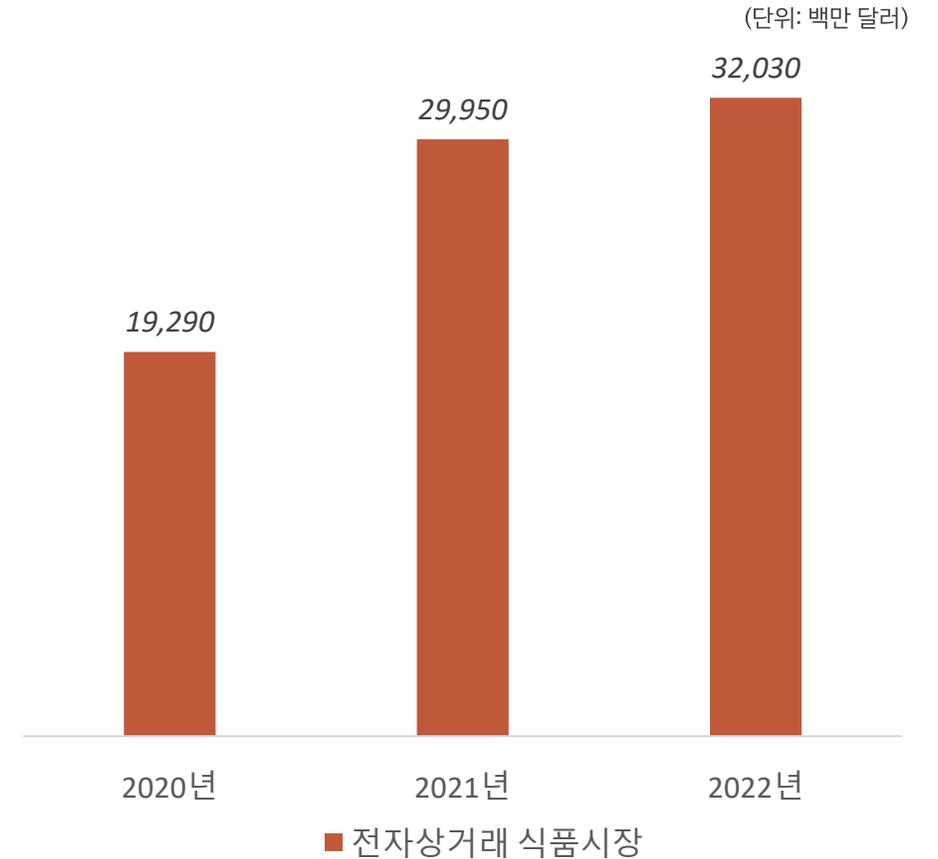
I. 일본 배달식품 시장



Online Food Delivery refers to the intersection of ordering groceries and prepared meals online. Orders are typically placed through an app or website and delivery times vary.

*출처 : 스태티스타(2022.11 업데이트)

I. 일본 전자상거래 식품 시장



The eCommerce market comprises the sale of physical goods via a digital channel to a private end consumer (B2C). This definition encompasses purchases via desktop computers (including notebooks and laptops) as well as purchases via mobile devices (e.g., smartphones and tablets). The following are not included in the eCommerce market: digitally distributed services (see instead: eServices), digital media downloads or streams, digitally distributed goods in B2B markets, and the digital purchase or resale of used, defective, or repaired goods (reCommerce and C2C). All monetary figures refer to the annual gross revenue and do not factor in shipping costs.)

4. 2022년 일본 식품시장 이슈 제품

- ❖ 다이어트·피부 미용 등 미용 목적의 기능성 음료 인기: 마시는 식초
- ❖ 내식-외식의 경계 모호: 외식의 맛을 느낄 수 있는 가정 간편식
- ❖ 치즈케이크 맛 음료, 마시는 푸딩 제품: 마시는 디저트 인기

1. 2022 일본 주요 정책 타임라인

I 채식에 대한 기준을 발표한 일본



*이미지 출처 :
<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9D%BC%EB%B3%B8>

- 01.27
주류의 원료로 취급하지 않는 물품에 대한 내용의 일부 개정
- 01.31
가공식품의 원료원산지 표시제도 완전 실시
인공 및 합성 등 단어 사용 불가 식품표시기준 일부 변경
- 02.10
식품위생법에 따른 식품, 식품첨가물 등에 대한 기준 및 규격
- 06.08
유기농 알코올 음료에 관한 새로운 표준을 도입하기 위해 유기농 가공식품에 관한 일본농림규격을 개정
- 09.21
베지테리언과 비건 대상 가공식품의 생산 및 표기 기준 제정
- 10.05
유기가공식품의 일본 농업 기준 발표
- 11.09
식품첨가물 및 농약 성분의 규격 기준 개정사항 종합 공고

2. 일본 정책 사례

I 유기가공식품의 일본 농업 기준 발표(09.08)

第5条 食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の規定に従うほか、有機加工食品の名称及び原材料名の表示は、次に規定する方法により行うものとする。

区 分	基 準
名 称 の 表 示	<p>1 次の例のいずれかにより記載すること。</p> <p>(1) 「有機〇〇」又は「〇〇(有機)」</p> <p>(2) 「オーガニック〇〇」又は「〇〇(オーガニック)」</p> <p>(注) 「〇〇」には、当該加工食品の一般的な名称を記載すること。</p> <p>2 1の基準にかかわらず、転換期間中有機農産物又はこれを製造若しくは加工したものを原材料として使用したものにあっては、1の例のいずれかにより記載する名称の前又は後に「転換期間中」と記載すること。ただし、商品名の表示されている箇所に近接した箇所に、背景の色と対照的な色で、日本産業規格Z8305(1962)に規定する14ポイントの活字以上の大きさの統一のとれた活字で、「転換期間中」と記載する場合は、この限りでない。</p>
原 材 料 名 の 表 示	<p>1 使用した原材料のうち、有機農産物(転換期間中有機農産物を除く。)、有機加工食品(転換期間中有機農産物を原材料としたものを除く。)又は有機畜産物にあっては、その一般的な名称に「有機」等の文字を記載すること。</p> <p>2 転換期間中有機農産物又はこれを製造若しくは加工したものを原材料として使用したものにあっては、1の基準により記載する原材料名の前又は後に「転換期間中」と記載すること。ただし、商品名の表示されている箇所に近接した箇所に、背景の色と対照的な色で、日本産業規格Z8305(1962)に規定する14ポイントの活字以上の大きさの統一のとれた活字で、「転換期間中」と記載する場合は、この限りでない。</p>

• 유기가공식품의 일본 농업 기준은 10월 1일부터 시행

- 유기가공식품의 용어, 정의 및 분류, 생산관리 요건, 라벨링, 허용 첨가물 목록 등의 내용으로 구성

• 유기가공 식품이란?

- 식염 및 물을 제외한 원재료와 첨가물의 중량에서 비(非) 유기 농산물, 축산물, 수산물 및 기타 식품 첨가물 등의 첨가 비율이 중량의 5% 이하인 것

• 유기가공식품의 표시 방법

- 유기농 식품명칭, 식품명칭(유기농)
- 오가닉 식품명칭, 식품명칭(오가닉)

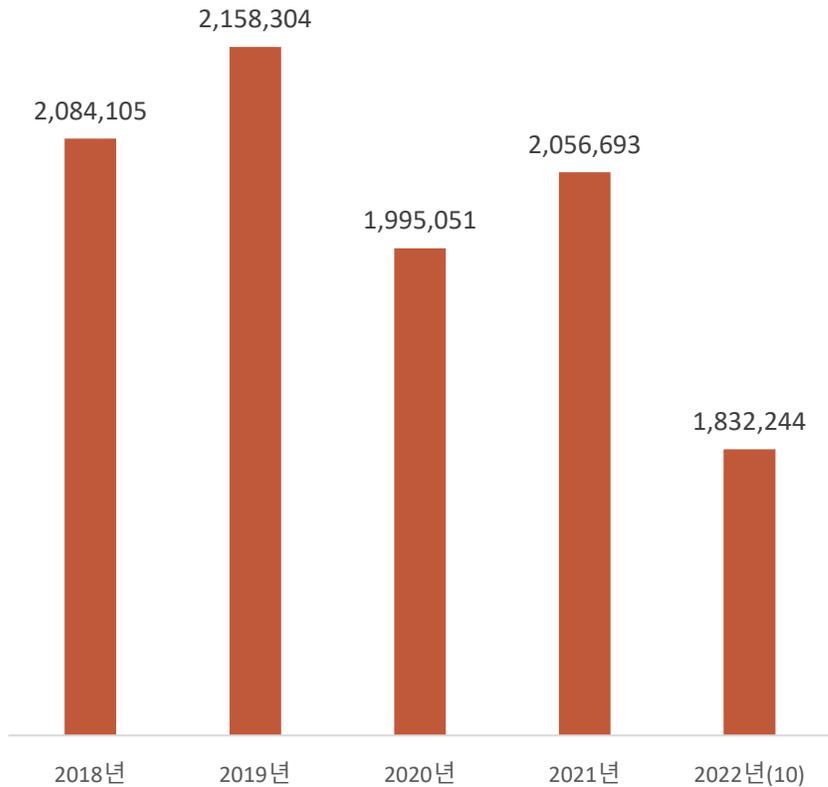


3. 對일본 한국산 식품 수출규모

Ⅰ 對일본 한국산 식품 수출규모 추이

對일본 한국산 식품 수출액(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)



■ 한국산 식품 수출액

*출처: KATI 농식품수출정보원(검색일:2022.11.23)

對일본 한국산 식품 품목별 수출액(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	YoY (20/21)	CAGR (18/21)
전체	2,085,245	2,084,105	2,158,304	1,995,051	1,832,244	100.0	△7.6	△1.5
1 조제품 기타	108,664	94,909	97,918	107,356	73,524	5.4	9.6	△0.4
2 파프리카	91,821	91,244	86,211	81,795	62,545	4.1	△5.1	△3.8
3 김치(냉동하지 않은 것)	56,104	55,184	71,099	80,124	51,497	4.0	12.7	12.6
4 조미 김*	0	21,060	78,073	74,508	64,142	3.7	△4.6	88.1
5 라면	31,676	33,745	54,545	65,277	50,473	3.3	19.7	27.3
6 설탕과자류	69,031	69,852	67,146	62,669	61,390	3.1	△6.7	△3.2
7 양조식초	8,378	26,794	38,592	54,753	54,187	2.7	41.9	87.0
8 건조한 김	55,671	59,006	54,697	39,615	38,691	2.0	△27.6	△10.7
9 소주	49,095	44,557	40,643	35,848	27,848	1.8	△11.8	△10.0
10 코코아 가루(설탕감미료 첨가)	29,564	30,429	32,196	30,982	31,277	1.6	△3.8	1.6

*주1: 주요 수출 농식품 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 2106.90-9099, 0709.60-1000, 2005.99-1000, 2008.99-5010, 1902.30-1010, 1704.90-9000, 2209.00-1000, 1212.21-1010, 2208.90-4000, 1806.10-0000

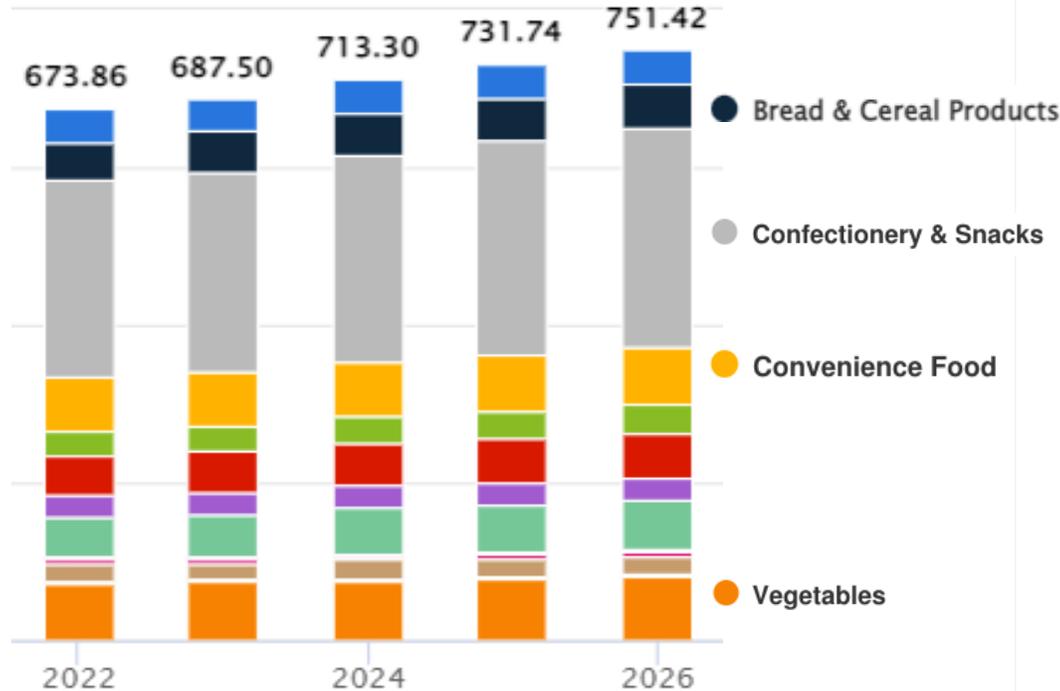
*주2: 조미 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

*출처: KATI 농식품수출정보

1. 2023년 일본 식품시장 전망

I 일본 품목별 식품시장

(단위: 십억 달러)



- Total
- Baby Food
- Bread & Cereal Products
- Confectionery & Snacks
- Convenience Food
- Dairy Products & Eggs
- Fish & Seafood
- Fruits & Nuts
- Meat
- Oils & Fats
- Pet Food
- Sauces & Spices
- Spreads & Sweeteners
- Vegetables

*출처: 스태티스타(2022.07 업데이트)

2023년 품목별 식품시장 규모 TOP3

- Confectionery & Snack: 2,540억 달러
- YoY(22/23): 0.6%
- Vegetables: 735억 5,000 달러
- YoY(22/23): 0.6%
- Convenience Food: 669억 2,000만달러
- YoY(22/23): 0.7%

2023년 품목별 식품시장 성장률 TOP3

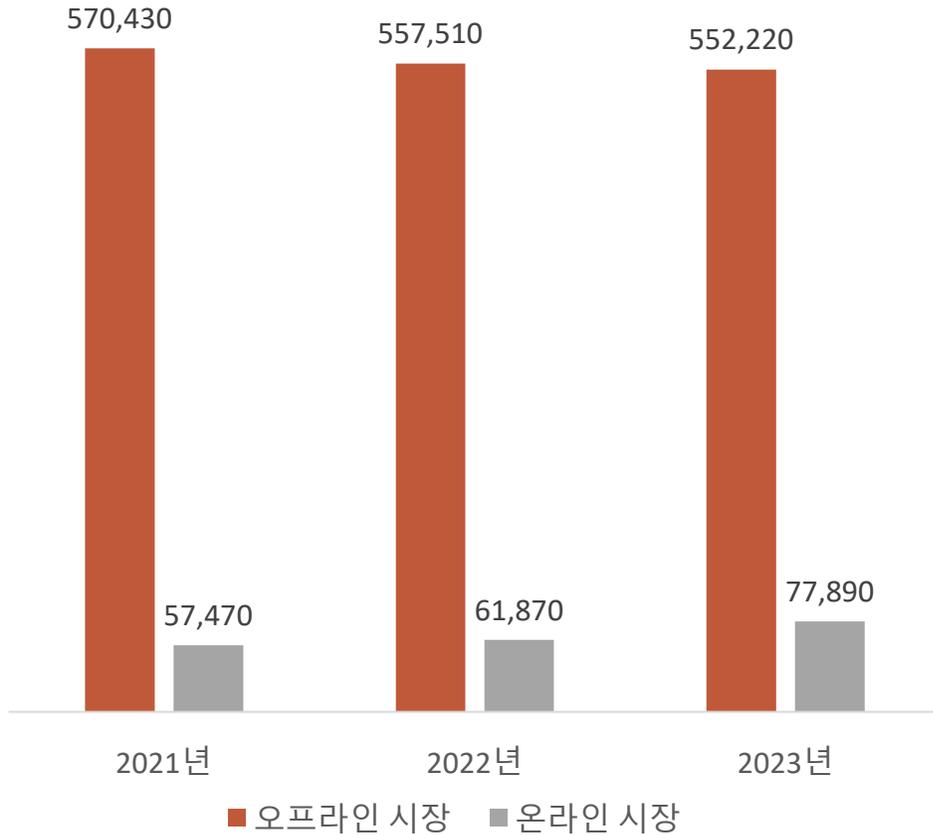
- Bread & Cereal Products: YoY(22/23): 11.9%
- 511억 6,000만 달러
- Oils & Fats: YoY(22/23): 11.7%
- 30억 6,000만 달러
- Spreads & Sweeteners: YoY(22/23): 8.2%
- 30억 5,000만 달러

1. 2023년 일본 유통채널 전망

I 일본 온·오프라인 식품 시장

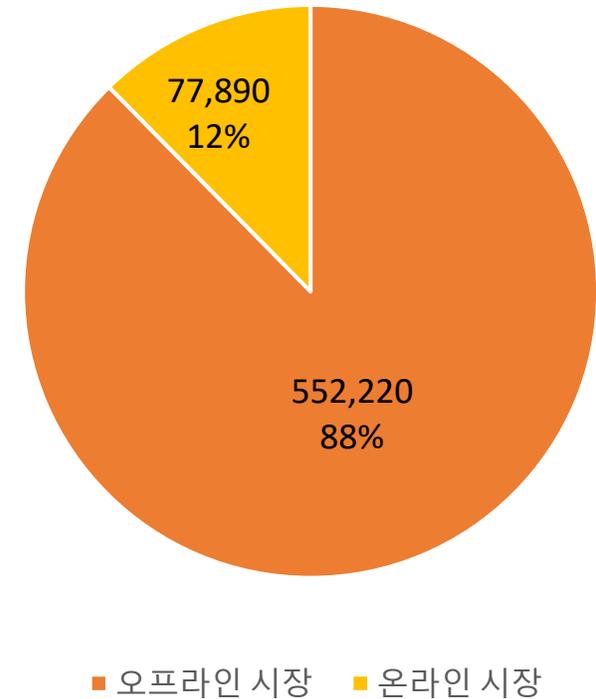
일본 온·오프라인 식품시장(2021~2023)

(단위: 백만 달러)



일본 온·오프라인 식품시장(2023)

(단위: 백만 달러)



*출처: 스탯티스타(2022.11 업데이트) *주: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 수산물, 애완동물 식품을 제한 값에 배달 식품시장과 전자상거래 시장의 규모를 제하여 산출함

2. 2023년 일본 식품산업 Forecast

- ❖ 윤리적인 소비를 추구하는 소비자가 증가하며, 식물성 대체식품·업사이클링 식품이 부상할 것으로 예상
- ❖ 음주를 지양하는 문화가 확산하며 무알코올·저알코올 주류 시장이 성장할 것으로 전망

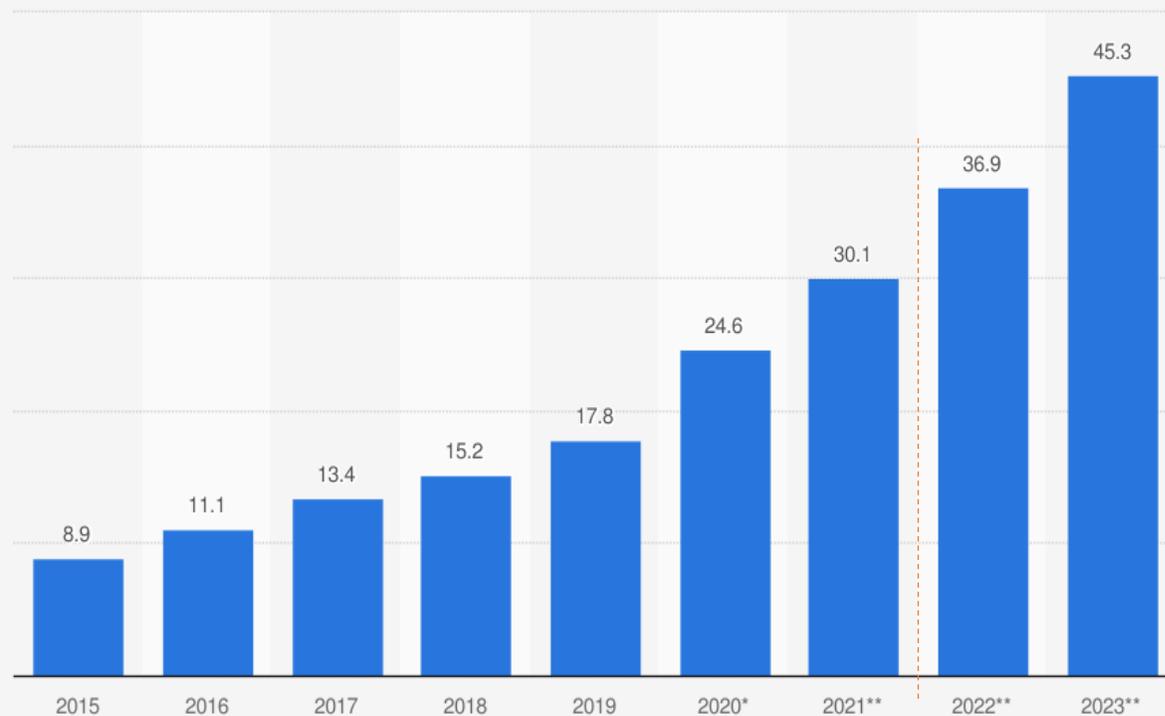
2. 2023년 일본 식품산업 Forecast

Ⅰ 식품의 윤리적 소비 경향 확산

- (윤리적 소비) 도덕적, 윤리적으로 올바른 방법으로 제조된 제품을 선택함으로써 탄소배출, 공정 무역 등 사회적 과제 해결에 기여하고자 하는 소비행태
 - 지속가능한 식생활에 대한 소비자 수요가 증가하며 업사이클링 식품, 식물성 대체식품 등 친환경 식품 시장이 확대될 것으로 예상

일본 식물성 식품 시장 규모(2015~2023)

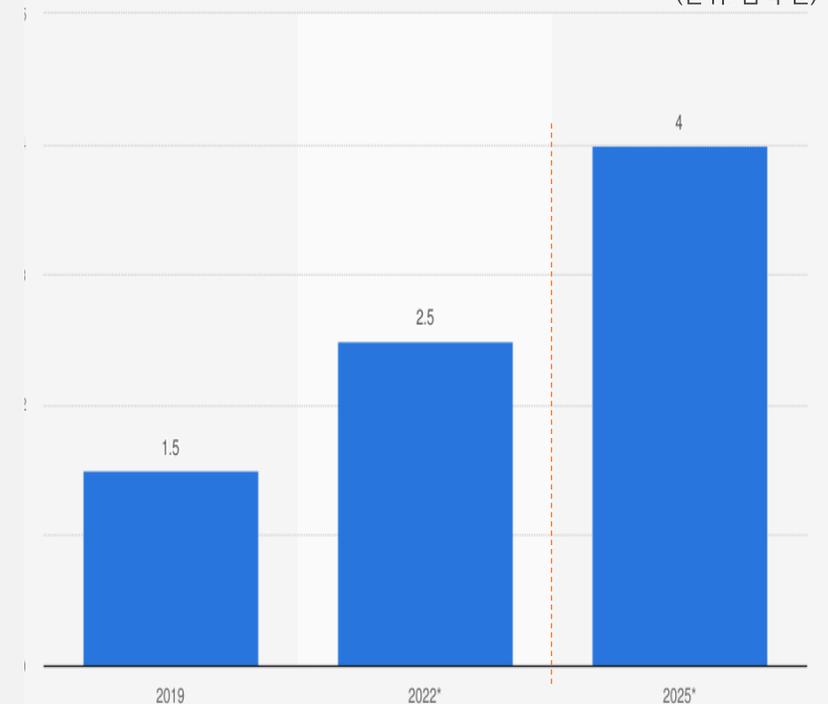
(단위: 십억 엔)



*출처: 스태티스타

일본 콩고기 시장 규모 전망(2022,2025)

(단위: 십억 엔)



*출처: 스태티스타

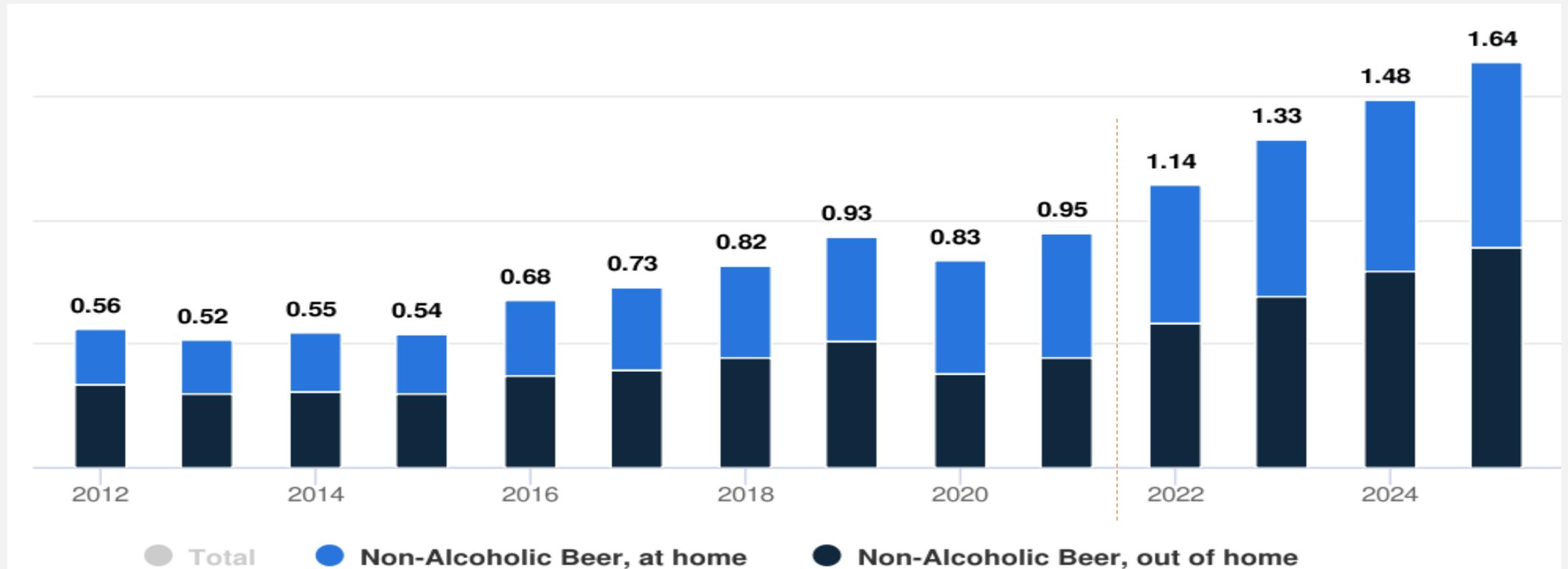
2. 2023년 일본 식품산업 Forecast

■ 음주 지양 문화가 확산하며 무알코올 주류 시장이 성장

- (무알코올 맥주) 일본의 주류회사 아사히 맥주에 따르면, 음주를 자제하는 문화가 확대되며 약 4,000만 명의 소비자가 일상적으로 음주를 하지 않음

일본 무알코올 맥주 매출액 전망(2012~2025)

(단위: 십억 달러)



*출처 : 스태티스타(2022.07 업데이트)

감사합니다.