

중국 조미료 및 발효식품 시장조사

자료작성 : aT베이징지사

□ 시장여건

- 국가통계국 통계에 의하면 2014년 조미료 및 발효식품 산업 영업수입은 2,649억 위안으로 전년 동기대비 14% 증가하였으며 이윤총액은 225.5억 위안으로 전년 대비 14.6% 증가
- 조미료 및 발효식품 100대 브랜드 생산업체 대상 조사에 의하면 2014년 조미료 업계 평균 생산량은 전년 동기대비 10.5% 증가. 주요 생산품목 중 절임류 제품의 생산량이 소폭 하락한 외에 기타 품목 생산량은 모두 상승추세를 나타내고 있으며, 이중 생산량 증가률이 높은 품목은 굴소스, 삭힌두부, 장류, 식초 등
- 식품안전에 대한 관심 증가와 외식업계 발전에 따라 조미료 업체에서는 상대적으로 가격 높은 프리미엄 제품의 출시 증가 추세

<2014년 조미료 및 발효식품 수익현황>

구분	기업수 (개)	수입 (억 위안)	동기대비 증감율(%)	이윤 (억 위안)	동기대비 증감율(%)
조미료 및 발효제품 합계	1,088	2,649	14	225.5	14.6
MSG 합계	79	440.8	23.6	31.6	38.6
간장 식초 및 유사제품 합계	396	903.5	11	100.6	12.2
기타 조미료 및 발효제품	613	1,304.7	13.1	93.3	10.7

자료원 : 중국국가통계국

<2014년 조미료 업계 주요 품목별 생산량 및 증감율>

구분	업체수(개)	생산량(천톤)	동기대비 증감율(%)
간장	28	3,255	3.46
식초	28	1,273	16.59
장류	29	732	14.21
복합조미료	22	234	11.67
미원류	16	332	10.28
절임류	9	191	-3.01
샤브샤브 조미료	7	115	12.27
향신료 및 향신료 제품	8	129	13.80
조리용 술	12	188	13.83
굴소스	7	400	24.28
발효두부(푸루)	10	111	19.38

자료원 : 2014년 중국 100대 조미료 브랜드 통계

<2015년 중국 10대 조미료 브랜드 기업>

순차	브랜드사진	업체명칭	주요생산품목
1		佛山市海天调味食品股份有限公司 http://www.haitian-food.com/	간장, 굴소스, 조미료 등
2		上海太太乐食品有限公司 http://www.totole.com.cn/	조미료, 미원, 간장 등
3		李锦记(中国)销售有限公司 http://china.lkk.com/	조미료, 간장, 고추장, 케첩 등
4		北京二商集团有限责任公司 http://www.bjfood.com.cn/	발효두부, 조리용 술 등
5		金冠食品(福建)有限公司 http://www.goldencrowngarden.com/	간장, 참기름, 식초 등
6		驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司 http://www.wangshouyi.com/	조미료, 향신료, 카레분말 등
7		广东美味鲜调味食品有限公司 http://www.mwx.cn/	간장, 조미료, 고추장 등
8		江苏恒顺集团有限公司 http://www.hengshun.cn/	조미료, 식초, 절임류 등
9		加加食品集团股份有限公司 http://www.jiajiagroup.com	간장, 조미료, 미원 등
10		联合利华(中国)投资有限公司 http://www.unilever.com.cn/	미원, 케첩, 조미료농축액 등

자료원 : 10대 브랜드망(<http://www.china-10.com>)

□ 향후전망 및 시사점

- 중국은 지역이 넓어 지역별로 요리의 맛에 대한 수요도 다양함. 지역특색을 고려하여 각 지역별 소비자들의 입맛에 맞는 다양한 조미료 제품개발에 주력해야 하며 제품판촉 등 행사를 통해 제품홍보와 브랜드인지도 상승필요
- 식품안전성에 대한 관심이 나날이 높아지고 있고 또한 맛별이 부부증가로 가정에서 요리를 준비할 시간이 많지 않아 소득 중·고급 계층 타깃의 프리미엄 제품(간편하게 조리할 수 있는 제품) 개발 필요
- 중국 현지에서 유통되고 있는 한국산 조미료는 장류(고추장, 간장, 된장, 쌈장), 불고기·돼지고기 양념소스, 떡볶이 소스 등이 있으며, 아직은 현지 수요층이 제한적임 → 한국산 조미료에 대한 세부적인 홍보 및 판촉필요
 - 한류 드라마, 현지 한식당 확산 및 한국여행 경험자 증가 등으로 한국산 조미료에 대한 인지도는 과거보다 높아졌으나, 아직 실 구매를 위한 제품의 이해도(원료, 제조방법, 레시피 등)가 낮은 상황
 - 지속적인 레시피 홍보 및 요리사 활용 판촉행사 등의 마케팅 필요