

2. 프리미엄 라면으로 다시 끓는 대만 라면시장

홍콩지사

주요내용

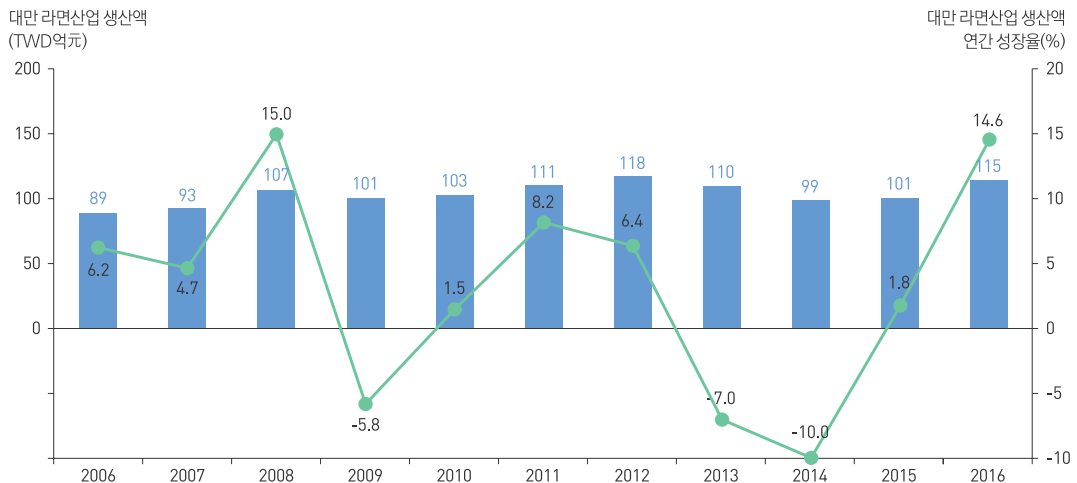
▶ 대만산 라면 성장 기조 회복

- 라면은 대만에서 가장 각광받는 식품의 하나로 2008년 처음으로 생산액 100억TWD를 돌파하였고, '12년도에는 118억TWD까지 생산액이 증가하였다. 그러나 2013년 가짜식용유 혼합사용, 2014년 쓰레기기를 사용사건 등의 식품안전문제가 발생하여 2014년도 99억TWD로 급감했다. 그 이후 대만 라면 제조업체들은 신제품 개발 등으로 경쟁력 강화하여 2016년 생산액을 115억TWD(약 4,300억 원)으로 다시 반등시켰다.

▶ 대만 라면 중국시장 진출 러시. 한국라면 8년째 대만 수입라면시장 1위 석권

- 과거에는 대만산 라면이 국내 내수시장 위주로 판매되었으나 최근 5~6년간 중국시장에서 인기를 끌면서 수출액이 점차 늘어나고 있다. 2016년 수출액은 2015년 대비 2.4% 성장한 US\$49백만불(약 563억원)이며, 주 수출국은 중국(60%), 홍콩(9.8%), 미국(9.2%) 순이다.
- 대만산 라면의 활발한 수출과는 별개로 대만 소비자들의 수입산 라면 선호도도 점차 확대되고 있다. 2016년 대만의 라면 수입액은 US\$30백만불(약 345억원)로, 그 중 한국산이 US\$14백만불(약 161억원)로 전체 수입액의 46.1%, 일본산이 19.2%, 인도네시아산이 11.5%를 차지하였다.
- 한국산 라면은 한류영향으로 소비자들의 한국식품과 식문화에 대한 호응도가 높아지면서 2008년부터 일본산을 제치고 대만 수입라면시장에서 1위 자리를 지키고 있다.

| 대만산 라면 생산 통계 |



* 자료 : 대만 경제부 통계처(2017. 2. 24)

▶ 최근 대만의 라면시장 특성

- 대만 라면시장은 統一, 維力, 味丹 등 대만 3대 라면 브랜드가 내수시장의 약 90%를 점유하고 있고, 나머지 10%를 한국, 일본, 동남아 등의 수입산이 차지하고 있을 정도로 대만 브랜드의 영향력이 압도적이다.
- 그러나 수입라면의 종류가 다양해지고 대만산 라면과는 차별화된 맛 등으로 수입라면을 찾는 소비자들이 점차 늘어나고 있다. 이에 따라, 대만 라면 제조업체들도 전통적인 인기라면 외에도 건강 및 안전성을 고려한 다양한 맛의 프리미엄 라면을 출시하는 등 라면의 고급화를 추구하고 있으며, 아울러 전체적인 라면 판매 단가도 상승하고 있다.

시사점

- 대만 라면 제조업체들은 치열한 경쟁속에서도 라면시장의 성장 가능성을 높게 평가하고 식품안전문제 재발방지를 위한 철저한 품질관리, 유통채널 다변화, 지속적인 신제품 개발 등에 집중적인 투자를 기울이고 있다.
- 한국도 대만 내수시장 점유율 확대를 위해서는 대만의 라면시장 동향에 대한 지속적인 관심과 아울러 대만산과 차별화된 맛과 품질을 갖춘 프리미엄 상품을 지속적으로 출시하는 것이 필요하다.