

중국 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

2022.11

[목 차]

I. 중국 식품시장 규모	<u>1</u>
1. 품목별 시장규모	<u>1</u>
2. 오프라인·온라인 시장규모	<u>2</u>
II. 우리나라 농림수산물 수출현황	<u>3</u>
1. 부문별 수출현황	<u>3</u>
2. 품목별 수출현황	<u>4</u>
III. 규제·정책 현황	<u>6</u>
IV. 2022년 중국 식품시장 이슈	<u>9</u>
V. 2023년 중국 식품시장 전망	<u>10</u>
1. 간편식품 성장	<u>10</u>
2. 푸드테크	<u>12</u>
3. 친환경 포장재	<u>13</u>
VI. 요약	<u>14</u>
1. 시장규모 및 수출현황	<u>14</u>
2. 규제·정책 현황	<u>15</u>
3. 2023년 이슈 및 2023년 트렌드 전망	<u>16</u>

중국 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

1. 2022년 중국 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 6.4% 증가한 1조 1,714억 8,000만 달러(한화 약 1,556조 4,283억 2,800만 원)로 추정

- 품목별 시장 점유율은 베이커리 및 시리얼류(19.8%), 낙농품(12.0%), 채소류(11.2%), 편의식품(10.8%) 순

* 온라인 식품시장의 비중은 39.4%, 오프라인 식품시장은 60.6%를 차지

2. 2021년 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 30.7% 증가한 20억 6,598만 3,000달러(한화 약 2조 7,442억 4,521만 원)로 집계

- 주요 수출 식품은 라면(7.3%), 조제품 기타(5.3%), 조미 김(5.3%), 기타 음료(4.5%) 순

* 라면의 수출액은 전년 대비 0.5% 증가한 1억 4,989만 8,000달러(한화 약 1,992억 4,442만 원)로 집계

* 조제품 기타의 수출액은 전년 대비 33.5% 증가한 1억 989만 9,000달러(한화 약 1,460억 9,973만 원)로 집계

* 조미 김의 수출액은 전년 대비 18.6% 증가한 9,370만 3,000달러(한화 약 1,245억 6,876만 원)로 집계

3. 2022년 발표·개정된 중국의 식품 규제·정책은 코로나19의 확산을 막고, 식품 방역을 강화해 안전성을 확보하는 경향을 보임

4. 2022년 중국 식품시장 이슈 및 2023년 전망

① 2022년 이슈 -강력한 방역 정책	- 가정에서 보내는 시간이 증가함에 따라, 오랜 기간 저장할 수 있고 간편하게 섭취할 수 있는 가정간편식이 인기를 끌 - 외식에 제약이 생기며 가정에서도 레스토랑 급의 맛을 즐길 수 있고, 조리과 보관이 용이한 밀키트 제품이 인기를 끌
② 2023년 전망	- 방역 정책 기조가 2023년에도 유지될 것으로 발표되며 저장기간이 길고 간편하게 섭취할 수 있는 간편식품의 성장세가 지속될 것으로 전망 - 인플레이션, 고물가 시대에 대한 대응책으로 서빙·조리용 로봇을 이용한 식품·외식산업의 무인화가 가속화될 전망 - 중국 정부가 식품의 과대포장 규제를 강화하면서, 식품 포장 폐기물이 적은 식품이나 친환경 소재로 포장한 식품의 경쟁력이 강화될 것으로 전망

I. 중국 식품시장 규모

1. 품목별 시장규모

- 2022년 중국의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 6.4% 증가한 1조 1,714억 8,000만 달러(한화 약 1,556조 4,283억 2,800만 원)¹⁾로 추정
 - 동년 품목별 시장 점유율은 베이커리 및 시리얼류(19.8%), 낙농품(12.0%), 채소류(11.2%), 편의식품(10.8%) 순
 - 2022년 기준 농림축산식품시장 점유율 1위를 차지한 베이커리 및 시리얼류 시장의 규모는 전년 대비 7.6% 증가한 2,319억 달러(한화 약 308조 559억 6,000만 원)로 예상
 - 동년 점유율 2위 시장인 낙농품 시장의 규모는 1,411억 달러(한화 약 187조 4,372억 4,000만 원)로, 전년 대비 9.0% 증가함
 - 2024년 중국의 농림축산식품 시장은 2020년 기준 5년간 연평균 9.9%로 성장한 1조 4,338억 6,000만 달러(한화 약 1,904조 7,396억 2,400만 원) 규모에 달할 것으로 추정

<표1-1> 중국 농림축산식품 시장규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분		2020	2021	2022 ^f	2023 ^f	2024 ^f	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체(합계)		981,540	1,100,540	1,171,480	1,290,210	1,433,860	100.0	6.4	9.9
1	베이커리 및 시리얼류	193,300	215,500	231,900	252,100	277,500	19.8	7.6	9.5
2	낙농품	116,200	129,500	141,100	154,800	172,800	12.0	9.0	10.
3	채소류	114,700	128,200	131,500	141,300	154,500	11.2	2.6	7.7
4	편의식품	102,500	115,500	126,500	138,200	153,700	10.8	9.5	10.7
5	스낵류	100,900	114,700	121,000	127,300	138,400	10.3	5.5	8.2
6	스프레드 및 당류	101,700	113,800	107,200	129,900	144,200	9.2	△5.8	9.1
7	과일 및 견과류	81,400	90,970	99,300	108,100	119,100	8.5	9.2	10.0
8	영유아용 식품	65,840	73,760	80,370	87,360	96,660	6.9	9.0	10.1
9	육류	55,920	63,970	74,880	87,750	107,100	6.4	17.1	17.6
10	소스 및 향신료	31,680	35,290	38,240	41,340	45,480	3.3	8.4	9.5
11	유지류	17,400	19,350	19,490	22,060	24,420	1.7	0.7	8.8

*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 7월 업데이트 자료

1) 2022년 11월 24일자 환율 적용, (1USD = 1329.40KRW)

2. 오프라인 · 온라인 시장규모

- 2022년 기준 전체 농림축산식품 시장의 39.4%를 차지하는 중국 온라인 농림축산식품 시장은 4,614억 6,000달러(한화 약 612조 7,392억 원) 규모로, 전년 대비 0.7% 감소한 것으로 집계
 - 중국의 온라인 농림축산식품 시장은 2020년 이후로 5년간 연평균 13.3% 증가해, 2024년에는 5,879억 달러(한화 약 780조 7,312억 원) 규모로 성장할 것으로 예상
 - 오프라인 농림축산식품시장의 경우 2020년 이후 5년간 연평균 7.8%로 증가할 것으로 추정되며, 온라인 농림축산식품시장과 마찬가지로 꾸준히 성장할 것으로 예상
 - 2022년 오프라인 농림축산식품시장 규모는 전년 대비 11.7% 성장한 7,100억 2,000만 달러(한화 약 943조 485억 6,400만 원)로, 전체 식품시장의 60.6%를 차지함

〈표 1 -2〉 중국 오프라인 · 온라인 농림축산식품시장 규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2020	2021	2022 ^f	2023 ^f	2024 ^f	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체 시장	981,540	1,100,540	1,171,480	1,290,210	1,433,860	100.0	6.4	9.9
오프라인 시장	625,390	635,710	710,020	758,820	845,960	60.6	11.7	7.8
온라인 시장	356,150	464,830	461,460	531,390	587,900	39.4	△0.7	13.3
배달 식품	230,700	295,400	309,900	354,100	399,900	26.5	4.9	14.7
전자상거래	125,450	169,430	151,560	177,290	188,000	12.9	△10.5	10.6

*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공, (온라인 시장: 2022년 11월 업데이트)

II. 우리나라 농림수산물식품 수출현황

1. 부문별 수출현황

□ 2021년 한국산 농림수산물식품의 對중국 수출액은 전년 대비 30.7% 증가한 20억 6,598만 3,000달러(한화 약 2조 7,442억 원)로 집계

- 2021년 식품 부문별 對중국 수출 비중은 농산물(55.7%), 수산물(35.2%), 축산물(6.1%), 임산물(3.0%) 순
 - 수출액 비중 1위를 차지한 농산물의 수출액은 전년 대비 20.7% 증가한 11억 5,085만 6,000달러(한화 약 1조 5,286억 원)로 집계
 - 동년 수출액 비중 2위를 차지한 수산물 수출액은 7억 2,637만 5,000달러(한화 약 9,648억 원)로, 전년 대비 64.2% 증가함
 - 2021년 기준 전체 수산물 수출액의 19.1%를 차지하는 주요 수출품목인 김²⁾의 수출량이 전년 대비 38.1% 증가함에 따라, 김이 전체 수산물 수출액의 증가를 견인함
 - 동년 김의 수출액은 1억 3,937만 7,000달러(한화 약 1,851억 원) 수준

〈표 II -1〉 한국산 농림수산물식품의 중국 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	1,359,722	1,501,625	1,628,705	1,580,481	2,065,983	100.0	30.7	11.0
농산물	743,951	823,286	878,928	953,329	1,150,856	55.7	20.7	11.5
수산물	373,349	390,736	522,722	442,384	726,375	35.2	64.2	18.1
축산물	132,633	147,440	141,272	114,643	126,087	6.1	10.0	△1.3
임산물	109,789	140,163	85,784	70,125	62,665	3.0	△10.6	△13.1

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

2) 김(2008.99-5010)과 건조 김(1212.21-1010)의 2021년 수출액 합계 기준

2. 품목별 수출현황

- 2021년 對중국 주요 한국산 수출 농림수산물식품은 라면(7.3%), 조제품 기타(5.3%), 김(5.3%), 기타 음료(4.5%), 조제분유(3.6%) 순으로 집계
 - 동년 전체 농림수산물식품 수출액 대비 점유율 1위를 차지한 라면의 수출액은 전년 대비 0.5% 증가한 1억 4,989만 8,000달러(한화 약 1,992억 원)로 집계
 - 2022년 10월 기준 라면은 총 1억 4,961만 3,000달러(한화 약 1,988억 원)를 수출하며, 라면의 수출액은 전년 대비 증가할 것으로 전망
 - 중국의 제로 코로나 정책으로 사회적 거리두기 및 지역 봉쇄가 강화되며 저장 기간이 긴 식품을 비축하기 위해 사재기 현상이 발생하는 등 라면에 대한 수요가 증가했고, 이에 따라 현지 마트에서 대규모 할인행사를 개최한 것에 영향을 받음
 - 동년 수출액 상위 2위 품목인 조제품 기타의 수출액은 1억 989만 9,000달러(한화 약 1,460억 9,973만 원)로, 전년 대비 33.5% 증가함
 - 2022년 10월 기준 조제품 기타 수출액은 총 1억 580만 2,000달러(한화 약 1,406억 원)로, 2021년 대비 수출액이 증가할 것으로 예상
 - 동년 상위 3·6위 수출품목인 김과 건조한 김의 수출액은 총 1억 3,937만 7,000달러(한화 약 1,852억 원)로, 각각 전년 대비 18.6%, 108.7% 증가함
 - 도시락용 김, 조미 김, 초밥용 마른 김, 영유아용 김, 프리미엄 김 제품 등이 현지에서 인기를 끌며 김 수출 강세가 지속
 - 동년 전체 수출액 대비 점유율 4위를 차지한 기타 음료의 수출액은 7,339만 1,000달러(한화 약 975억 원)로, 전년 대비 37.2% 증가

- 동년 수출액 비중 5위를 차지한 유아용·소매용 조제분유의 수출액은 전년 대비 17.5% 증가한 7,288만 9,000달러(한화 약 968억 원) 수준
 - 2021년 5월, 중국 사회의 고령화와 저출산 문제가 심각해짐에 따라 지난 30년간 유지해온 산아제한 기준을 3자녀까지 허용하는 등 추가로 완화함
 - 이러한 산아제한 기준 완화에 따른 수요 증가에 대한 기대감으로 발주량이 늘어나며 수입량이 증가했을 것으로 추정

〈표 II -2〉 대한민국 對중국 농림수산물식품 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (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	김*	0	17,171	78,978	93,703	42,081	5.3	18.6	133.6
4	기타 음료(과일·채소 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	홍삼(기타/본삼)	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 농림수산물식품 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: 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

III. 규제 · 정책 현황

- 2022년 1월, 중국은 2022년부터 수입 콜드체인 식품에 대한 관리 · 통제 강화 조치 발표
 - 2021년 수입 콜드체인 식품의 무작위 추출 검사 결과 550개 식품에서 코로나19 양성반응이 검출됨에 따라 2022년 중국으로 수입되는 식품의 관리 · 통제를 강화하기 위한 조치임
 - 2020년부터 실시한 코로나19 검사 및 유통 모니터링 조치 대비, 2022년에는 스마트화된 메커니즘과 방역 정책 개선을 통해 더욱 엄격히 관리하는 차원의 조치
 - 중국으로 수출 가능한 한국의 콜드체인 식품으로는 곡류, 과실류, 채소류 등의 농산물과 삼계탕, 유제품, 계란 분말 등이 포함됨
 - 곡류에는 옥수수, 콩, 커피, 쌀 등이 포함되고, 과실류에는 포도나 밤, 채소류에는 무, 배추, 양파, 수삼, 버섯류 파프리카 등이 포함됨
- 또한, 2022년 1월 중국 저장성에서 수입산 과일에 대한 코로나19의 검역 조치를 강화하는 등, 지방자치단체에서도 자체적으로 코로나19에 대한 각종 검역 · 방역 절차가 강화됨
 - 수입산 과일의 검역 증명에 대한 조사와 PCR 검사를 시행
 - 저장성 외 지역에서 검역 증명, PCR 검사 증명, 소독 증명서를 발급받은 경우에는 저장성 내에서 다시 전문 PCR 검사를 진행한 후 판매할 수 있음

□ 2022년 6월, 중국은 2022년 12월 30일부터 시행될 변경된 음료 제품의 성분 및 라벨 표시 요건을 발표

- 성분 관련 신규 요건으로는 물리화학지표, 오염물질 및 곰팡이 독소의 제한량, 미생물 제한량, 식품 첨가물 및 영양강화제 요건 등을 추가로 충족해야 함
- 라벨 관련 신규 요건으로는 라벨에 명시해야 할 다음의 사항이 추가됨
 - 유산균 등의 균종이 첨가된 제품의 경우 해당 제품의 라벨에 생균·비살균 유형을 명시해야 함
 - 냉장 또는 냉동 저장 및 운송이 필요한 제품은 라벨에 운송 및 저장 방법을 표시할 것

□ 2022년 6월, 식품용 프로바이오틱스의 균주 기준, 저장 및 운송 방법 등을 표준화한 통용원칙이 시행

- 식품용 프로바이오틱스의 통용원칙에서는 균주 기준, 활균수, 저장 및 운송 조건, 식품 적용 기준, 라벨 기준을 규정함
- 분말 및 과립 식품은 저온, 밀폐, 차광 용기에 저장해야 하고, 액체 식품의 경우 밀폐, 차광 용기에 냉동 및 냉장 상태로 저장해야 함
- 또한, 유통기한 내의 프로바이오틱스의 활균수를 표시해야 하고 유통기한 내의 활균수가 107CFU/g.(mL) 이상일 것을 권장함

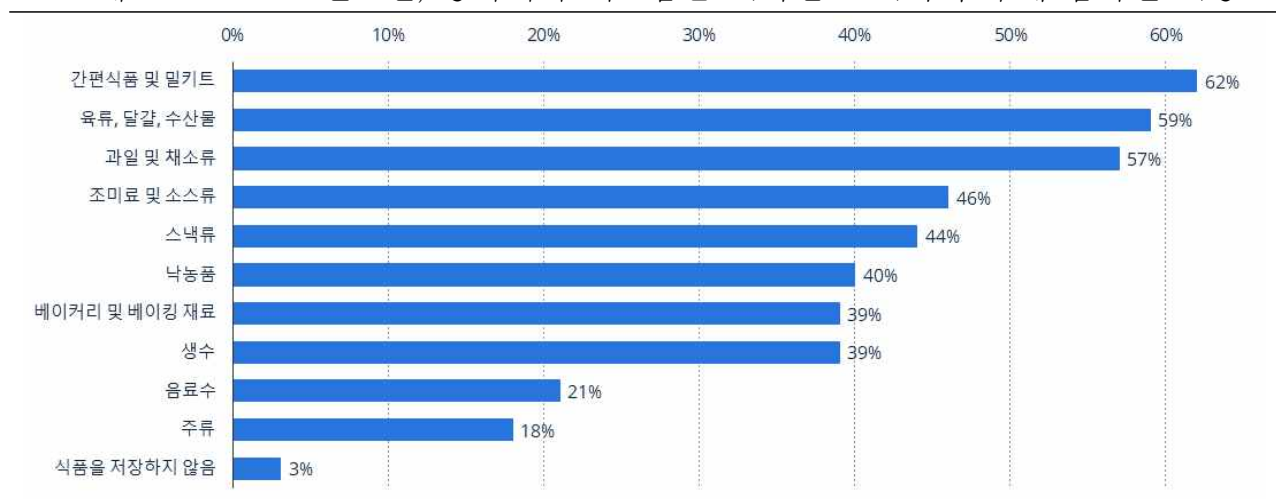
□ 2022년 9월, 식품의 과대 포장 규제를 위한 강화된 관리
지침 발표

- 위 지침에서는 식품의 생산 제조부터 유통, 폐기의 모든 단계에 걸쳐 과대 포장 관리를 강화하고, 이를 위한 지원 시스템을 개선하고자 함
- 상품의 생산 설계 단계에서부터 과대 포장을 방지·최소화하기 위해 상품의 과대 포장 관리 요건을 세분화, 단순 포장 확대 및 상품 포장의 디자인 개선, 전자상거래 기업에 대한 감독을 강화함
- 또한, 상품 유통 시 포장을 감량하기 위해 택배사의 포장 작업 규범을 규정하고 택배의 과대 포장 요건을 개선·제한함

IV. 2022년 중국 식품시장 이슈

- 2022년 중국 식품 소비시장의 트렌드는 코로나19의 확산 억제에 의해 사회 전반적으로 시행된 방역 정책에 영향을 받음
 - 엄격한 방역 정책으로 인한 장기간 봉쇄로 가정에서 보내는 시간이 증가하면서 간편하게 섭취할 수 있는 가정간편식에 대한 선호도가 증가함
 - 스태티스타가 2022년 11월에 발표한 2022년 중국 온라인 식품 카테고리별 구매 설문조사(Groceries & beverages purchased online by category in China in 2022)에 따르면, 응답자의 22%가 냉동식품을 구매했다고 응답함
 - 또한, 외식에 제약이 생기며 가정에서도 레스토랑 급의 맛을 낼 수 있고, 조리와 보관이 간단한 밀키트 제품에 대한 선호도 역시 증가함
 - 2022년 5월 스태티스타가 1,200명의 중국 소비자를 대상으로 진행한 설문조사에 따르면, 응답자의 62%가 지난 3개월 동안 간편 식품·밀키트를 구매했다고 응답함

<그래프 IV-1> 2022년 5월, 중국에서 식료품을 비축한 소비자의 구매 품목별 비중



*출처: 스태티스타(statista.com)

V. 2023년 중국 식품시장 전망

1. 간편식품 성장

가. 방역 정책 유지에 따른 성장세

□ 중국의 코로나19 방역 정책이 유지되며 저장 기간이 길고 간편하게 가정에서 섭취할 수 있는 간편식에 대한 수요가 증가할 것으로 전망됨

- 2022년 10월 열린 중국의 제20차 전국대표대회에서 시진핑 주석은 강력한 방역·지역 봉쇄를 동반한 제로 코로나 정책을 유지하겠다고 발표함
- 중국의 슈퍼마켓에서도 늘어난 수요에 대응하고자 라면 등의 식품 대형 할인행사를 진행하는 등, 엄격한 사회적 거리두기 정책으로 인해 간편 식품에 대한 수요가 폭발적으로 증가함
- 제로 코로나 정책이 유지되며 간편식품에 대한 중국 소비자의 수요 역시 증가할 것으로 예상
 - 중국의 인스턴트 면 제품의 매출액은 2021년 145억 5,000만 달러(한화 약 19조 3,427억 7,000만 원)에서 2025년 166억 6,000만 달러(한화 약 22조 1,478억 400만 원)로 5년간 연평균 3.4% 증가할 것으로 전망

나. 밀키트의 부상

□ 중국의 강력한 방역 정책이 유지되며 밀키트 시장의 성장이 가속화될 것으로 예상

- 사회적 거리두기로 가정에서 지내는 시간이 늘어나고, 짧고 간편한 조리과정으로 레스토랑 수준의 맛을 추구하는 소비자가 증가하며 밀키트 제품을 선호하는 소비자가 증가함

- 중국의 밀키트 배달 시장은 2020년 166억 달러(한화 약 22조 680억 4,000만 원) 수준이었으나, 2027년에는 499억 달러(한화 약 66조 3,370억 6,000만 원)로 성장할 것으로 예상
- 또한, 중국바람상업연구원에 따르면, 2021년 중국의 밀키트 시장규모는 3,459억 위안(한화 약 63조 6,525억 1,800만 원)³⁾으로, 2023년에는 2년간 연평균 약 20% 성장한 5,165억 위안(한화 약 95조 463억 3,000만 원)에 달할 것으로 전망
- 식사용 밀키트뿐만 아니라, 설날·제사 음식 밀키트, 에그타르트 등 베이킹 밀키트, 피자 밀키트와 같은 밀키트 제품이 출시된 바 있으며, 2023년에도 소비자의 필요에 부합하는 다양한 밀키트 제품이 출시될 것으로 전망

〈그림 V-1〉 중국 밀키트 제품 예시

		
설날 음식 밀키트	에그타르트 밀키트	피자 밀키트

*출처: tmall.com

3) 2022년 11월 30일자 환율 적용 (1CNY = 184.02KRW)

2. 푸드테크

□ 서빙 로봇·조리용 로봇 등을 이용한 식음료·외식 산업의 무인화가 가속화될 것으로 전망

- 중국 식음료업계는 무인로봇 기술을 적극적으로 도입해 상용 서비스 로봇으로 노동 인력을 대체하고 있음
 - 스태티스타에 따르면, 2022년 기준 중국은 전 세계의 소비자 서비스 로봇 시장의 31.4%를 차지하고 있음
 - 또한, 중국의 소비자 서비스 로봇 시장은 2023년 32억 2,000만 달러(한화 약 4,280억 6,680만 원) 수준으로 성장할 전망
- 2021년 12월, 중국 공업정보화부는 ‘제14차 5개년 로봇산업 발전계획’을 발표함
 - 해당 계획에는 로봇산업의 연평균 성장률이 2025년까지 20%를 초과하기 위한 지원계획이 포함됨
- 중국의 휘거 외식 브랜드인 하이드라오는 2020년 12월 기준 900개의 매장에 음식 서빙 로봇, 50개 매장에 조리 로봇을 배치함
 - 서빙 로봇을 도입함으로써 최소 3명에서 최대 12명의 인력을 고용한 효과를 볼 수 있었으며, 효율적이고 신속하며 정확한 서빙, 음식에 이물질 혼입을 방지하는 등의 효과를 얻음
- 중국 정부의 로봇산업 발전 지원 정책, 인건비 절감 등의 장점으로 상용 서비스 로봇 도입의 수요 증가와 같은 요인으로 인해 외식 산업의 무인화가 더욱 가속화될 전망

〈그림〉 중국 식음료 산업의 무인로봇 활용 예시



*출처: 중국 매체 qdaily.com

3. 친환경 포장재

- 식품 포장 폐기물 저감에 대한 사회적인 요구가 높아지며 친환경 포장 식품에 대한 소비자의 수요가 증가할 것으로 예상
 - 2022년 8월, 식품·화장품 과대 포장 규제 국가표준 (GB23350-2021)이 시행됨
 - 제품 판매가격이 100위안(한화 약 1만 8,527원) 이상인 제품은 포장 원가가 판매가격의 25%를 초과할 수 없으며, 판매가격이 100위안(한화 약 1만 8,527원) 이하인 제품은 포장 원가가 제품가격의 20%를 초과하는 것이 금지됨
 - 2022년 9월, 중국 국무원은 식품의 과대 포장 규제를 위해 강화된 관리 지침을 발표함
 - 상품의 생산·유통·소비·폐기에 이르기까지 전 과정에 걸쳐서 과대 포장을 방지·최소화·감량하기 위한 관리를 강화
 - 중국 정부의 포장 폐기물 감량을 위한 과대 포장 규제가 시행·강화되고 포장 폐기물 문제에 대한 사회적 인식이 제고됨에 따라 친환경 포장 식품이 더욱 인기를 끌 것으로 전망
 - 정부의 규제와 친환경 포장 식품에 대한 소비자의 인식이 높아지며 친환경 포장에 대한 사회적인 요구가 증가해 식품기업은 무(無) 라벨 식품·저탄소 포장 식품 등의 친환경 포장 식품을 출시

〈그림〉 중국 친환경 포장 식품 예시

		
탄소배출량을 41.8% 줄인 친환경 포장 음료	무(無) 라벨 음료	사탕수수로 제조한 뚜껑을 사용한 음료

*출처: bsiblog.co.kr

VI. 요약

1. 시장규모 및 수출현황

□ 중국의 농림축산식품 시장은 2020년 이후 5년간 연평균 9.9%로 성장하는 추세

- 2022년 중국의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 6.4% 증가한 1조 1,714억 8,000만 달러(한화 약 1,556조 4,283억 2,800만 원)
- 2022년 온라인 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 0.7% 감소한 4,614억 6,000달러(한화 약 612조 7,392억 796만 8,000원) 규모로, 전체 식품시장의 39.4%를 차지
- 오프라인 농림축산식품시장의 경우 전년 대비 11.7% 증가한 7,100억 2,000만 달러(한화 약 943조 485억 6,400만 원)로, 전체 식품시장의 60.6%를 차지

□ 2021년 한국의 對중국 농림수산물 수출액은 전년 대비 30.7% 증가한 20억 6,598만 3,000달러(한화 약 2조 7,442억 원)로 집계

- 2021년 對중국 주요 한국산 수출 농림수산물품은 라면(7.3%), 조제품 기타(5.3%), 김(5.3%), 기타 음료(4.5%), 조제분유(3.6%) 순으로 집계

2. 규제 · 정책 현황

□ 2022년 중국은 코로나19의 확산 방지 및 식품 안전성을 강화하기 위해 식품검역 정책을 강화·보완하는 방향으로 식품 정책을 발표함

○ 다음의 표는 2022년 발표·시행된 중국의 주요 식품 정책 및 규제 현황임

〈표 VI-1〉 중국 식품 관련 주요 규제 · 정책 현황

구분	날짜	내용
1	2022.02.23	저장성, 수입 과일 관제 강화에 관한 공고 발표
2	2022.02.07	해관총서, 수입 콜드체인 식품 발원지의 관리통제 강화 조치 발표
3	2022.02.09	고체음료 품질 안전 감독관리 강화에 관한 시장감독관리총국
4	2022.02.15	금은박 가루가 함유된 식품에 대한 감독 강화
5	2022.03.14	관리방법을 통해 식품 라벨 및 설명서 결함 감독 강화
6	2022.05.24	식품 및 화장품의 과대 포장 요건 제한
7	2022.06.16	‘식품용 프로바이오틱스 통용원칙’ 시행
8	2022.06.28	2020년부터 시행되고 있는 어린이 간식 통용 요구의 수정안 발표
9	2022.07.18	수입 물품에 대한 코로나-19의 방역 조치 최적화를 개정 통지 발표
10	2022.08.16	원숭이 두창 유입 방지를 위해 방역 강화 조치 시행
11	2022.09.05	2022년 12월 30일부터 음료 제품에 변경된 성분 및 라벨링 요건 적용 발표
12	2022.09.21	수산물 · 과일 · 식품 원료 등의 최종 검역 승인 기관 변동 발표
13	2022.09.26	식품의 과대 포장 규제를 위한 강화된 관리 지침 발표
14	2022.09.29	식품첨가제 기준 개정
15	2022.10.26	식품의 포장 용기, 생산 도구 등 식품 관련 제품의 규정 공고 및 품질 감독관리 강화

*출처: WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)

3. 2022년 이슈 및 2023년 트렌드 전망

- 2022년 중국의 식품 소비시장의 특징은 엄격한 사회적 거리두기 정책에 따른 영향으로 생성됨
 - 지역 봉쇄를 동반한 강력한 방역 정책으로 인해 장기간 보관할 수 있고, 간편하게 섭취할 수 있는 식품에 대한 중국 소비자의 선호도가 증가함
 - 또한, 외식에 제약이 따르면서 간편한 조리과정으로 외식의 맛을 낼 수 있는 밀키트 식품에 대한 중국 소비자의 선호도 역시 증가함
- 2023년 중국 식품시장은 ①간편식·밀키트 시장의 지속적인 성장, ②식음료 산업의 무인화 가속, ③친환경 포장재 식품 선호로 요약할 수 있음
 - 2022년 10월, 중국의 시진핑 주석이 지역 봉쇄를 동반한 제로코로나 정책 기조를 2023년에도 유지하겠다고 발표함에 따라, 저장성이 높은 간편식품과 외식의 맛을 낼 수 있는 밀키트 식품의 인기가 지속·증가할 것으로 전망
 - 인플레이션으로 인한 고물가 현상에 대처하기 위한 방안으로, 서빙 로봇, 조리용 로봇 등을 사용한 식음료 산업의 무인화가 탄력을 받을 것으로 전망
 - 2022년, 중국 정부가 식품 포장 폐기물 감량을 위해 식품의 과대 포장 규제 강화를 발표하며 친환경 포장재를 사용하거나, 포장 폐기물이 적게 생산되는 식품에 대한 소비자 수요가 증가할 것으로 전망

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	스태티스타(statista.com)
2	KATI 농식품 수출정보(kati.com)
3	WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)
4	중국 일부 도시 '사재기'...中 정부 “식량 비축량 역대 최대“(YTN, 2021.11.04.)
5	“한국 라면 최고” 韓 라면 수출국 1위는 중국(중앙, 2021.02.19.)
6	중국 조미김 시장 동향(한국수산물경제, 2021.09.06.)
7	중국 산아제한 추가 완화, “3자녀까지 허용“(경향신문, 2021.05.31.)
8	5월 수출, 분유 웃고 담배·라면 울고...중국 산아제한 완화에 '방긋'(미디어펜, 2021.06.02.)
9	중국 정부 홈페이지(gov.cn)
10	每批都要核酸检测 浙江加强进口水果管控(저장성은 수입과일에 대한 통제를 강화함), (zhejiang News, 2022.01.05.)
11	2022版《食品安全国家标准 饮料》正式发布, 将于2022年12月30日正式实施(2022의 “식품안전 국가표준 음료“가 공식 출시되었으며 2022년 12월 30일에 공식적으로 시행될 예정), (FoodTalks, 2022.07.29.)
12	《食品用益生菌通则》团体标准实施(식용 프로바이오틱스 일반 원칙 표준 실행), (2022.06.28.)
13	China Frozen Food Market Analysis & Forecast 2022-2027: Frozen Fish/Seafood Holds Lion's Share, (businesswire, 2022.04.15.)
14	중국 시장의 떠오르는 섀벨 ‘밀키트’ 열풍, 언제까지? (차이나랩, 2022.02.10.)
15	「Meal Kit Delivery Services: Global Strategic Business Report」, (Research and markets, 2022)
16	밀키트에 빠진 중국...5년만에 시장규모 4배 상승, (한국농어민신문, 2022.08.17.)
17	중국 온라인 유통채널(tmall.com)
18	中 정부, 14차 5개년 '로봇산업 발전계획' 발표, (로봇신문, 2021.12.29.)
19	海底捞新技术餐厅曝光: “无人”后厨 `机器人传菜(하이드라오의 신기술 레스토랑 오픈: 무인 주방, 로봇 서빙), (NetEase, 2021.04.20.)
20	海底捞在北京开了家智慧门店, 用机器人送餐(하이드라오, 서빙로봇을 사용하는 스마트 레스토랑 베이징에 오픈), (Qdaily, 2018.10.31.)
21	중국, '식품, 화장품 과대포장 규제' 8월 15일부터 시행, (COS' IN, 2022.06.03.)