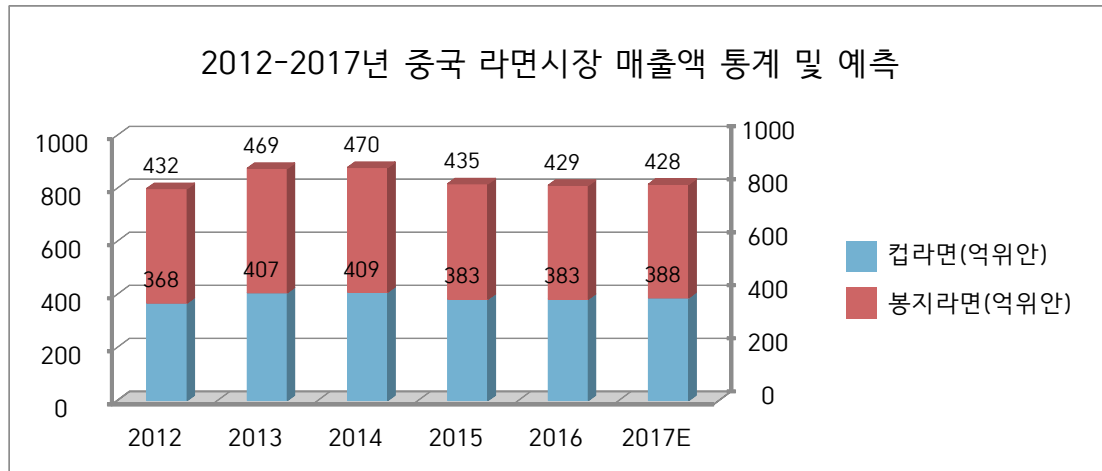


중국 최근 라면소비 트렌드

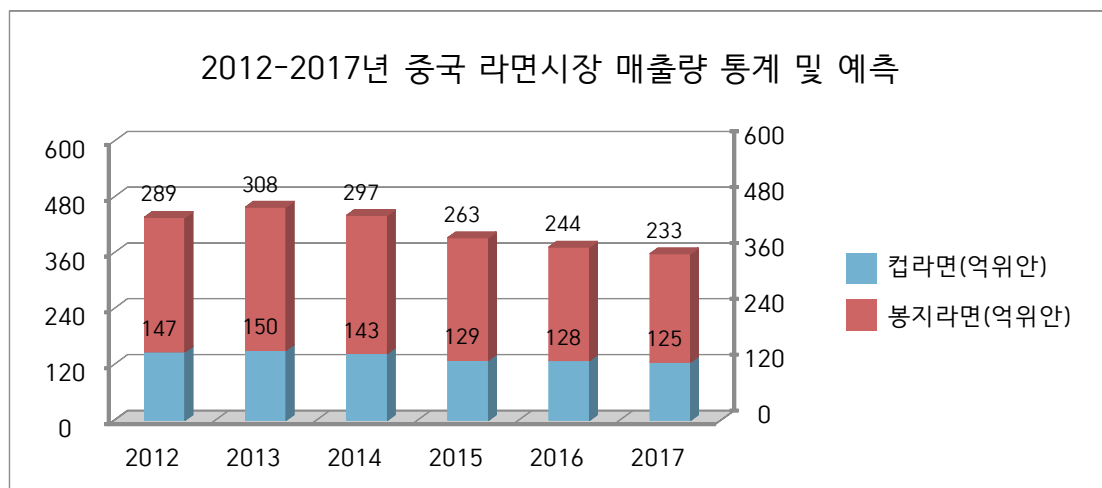
aT청두지사

중국 라면시장은 세계에서 규모가 제일 큼. 2015~2016년 사이 식품안전문제로 조성된 사건들과 음식배달 플랫폼의 증가 및 제품가격 인상으로 중국 라면시장 매출액은 하락세를 보임.

전체적으로 중국라면시장의 매출액은 2012년의 약 800억위안에서 2014년 879억위안으로 증가하였다가 2015년부터 감소하여 2016년 약 812억위안을 기록함. 연복합성장률은 약 0.4%. 그러나 중국라면시장의 판매량은 2012년의 약 436억개에서 2013년 458억개로 증가하였다가 감소하여 2016년의 약 372억개를 기록함 . 연복합성장률은 약 -3.9%로 나타남



* 자료원 : frost & sullivan



* 자료원 : frost & sullivan

순번	브랜드명	주요제품
1	康师傅	
2	统一	
3	白象	
4	今麦郎	
5	NISSIN日清	
6	农心	
7	五谷道场	
8	南街村	
9	华丰	
10	大汉口HANKOW	

* 자료원 : CNPP/买购网

캉쓰푸(康师傅), 통일(统一), 백상(白象), 금맥랑(今麦郎)은 중국에서 대표적인 라면브랜드로써 중국라면시장의 절반이상을 점유함. 일본 브랜드 일청(NISSIN日清)이나 한국 브랜드 농심(农心)도 중국에서 좋은 평가를 받고 있는 것으로 알려짐.

* 라면 소비 트렌드

▶ 사골국물 라면

최근 중국 라면시장은 사골국물 라면이 트렌드임. 라면을 불량식품으로 인지하고 있는 소비자들을 위해 개발 출시한 맞춤형 제품.

 ₩39.90 3172인付款 康师傅泡面新美味鲜骨方便面试吃个够 券后价 ¥36.9 领券立减3元 康师傅官方旗舰店 上海	 ₩21.90 64인付款 包邮 统一方便面试吃个够鲜骨方便面试吃个够 康师傅官方旗舰店 安徽 合肥	 ₩60.00 3990인付款 大骨面方便面试吃个够鲜骨方便面试吃个够 康师傅官方旗舰店 河南 郑州	 ₩60.90 29인付款 今麦郎骨汤面浓汤味更鲜 康师傅官方旗舰店 北京
캉쓰푸(康师傅)	통일(统一)	백상(白象)	금맥랑(今麦郎)
온라인에서 유통되고 있는 각 브랜드 대표 사골국물 경쟁 제품			

* 자료원 : 타바오

▶ 절인 배추 우육 라면

절인 배추 우육 라면은 통일에서 먼저 연구 개발 출시한 제품. 절인 배추 등 파오차이(절임류채소)를 즐겨먹는 서남지역에서 대폭적인 인기를 얻음. 후에 라이벌회사에서도 유사제품을 출시하면서 경쟁을 이어감. 보라색 포장과 안에 따로 소포장된 절인 배추가 특징.

 ₩32.80 525인付款 康师傅劲爽拉面24袋装老坛酸菜牛肉面 康师傅官方旗舰店 上海	 ₩13.80 279인付款 统一方便面试吃个够老坛酸菜牛肉面 康师傅官方旗舰店 浙江 杭州	 ₩37.80 411인付款 白象方便面试吃个够老坛酸菜牛肉面 康师傅官方旗舰店 江苏 南京	 ₩33.00 1인付款 今麦郎方便面试吃个够老坛酸菜牛肉面 康师傅官方旗舰店 山西 长治
캉쓰푸(康师傅)	통일(统一)	백상(白象)	금맥랑(今麦郎)
온라인에서 유통되고 있는 각 브랜드 절인 배추 우육면경쟁 제품			

* 자료원 : 타바오

▶ 매운맛 라면 매출 안정적

중국 사람들은 예로부터 매운맛을 즐겨 먹음. 중국에서 유통되고 있는 매운맛의 한국 라면제품에는 삼양브랜드의 불닭볶음면과 농심 브랜드의 신라면이 인기인데 한국 특유의 강한 매운맛으로 중국 사람들을 입맛을 사로잡음. 중국 라면제품은 마라맛으로 매운면서도 입이 얼얼한 맛이 강함.

 ¥25.50 包邮 397人付款 韩国进口方便面三养超辣火鸡面辣鸡面速食泡面拉面干拌面5袋食品 苏宁易购食品专营店 北京 广市	 ¥24.90 包邮 4156人付款 韩国进口方便面农心辛拉面泡面半辣味香菇牛肉面食品速食食品5袋装 德源食品专营店 山东 青岛 20.75元/500g	 ¥18.80 2209人付款 【天猫超市】方便面 白象食品 阿宽 重庆小面麻辣牛油果525g/袋 天猫超市 上海 17.90元/500g	 ¥18.50 包邮 1人付款 白象陈记综合装541g 速食方便面酸辣粉酸辣粉 酸辣粉 酸辣粉 酸辣粉 酸辣粉 德源食品专营店 四川 成都 17.10元/500g
한국 제품		중국 제품	

* 자료원 : 타바오

시사점 : 생활수준이 상승됨에 따라 소비자들이 건강한 식품에 대한 수요와 기존과 차별화된 제품에 대한 수요가 높아지고 있음. 소비추세를 감안 젊은 소비자에게 어필할 수 있는 제품 출시와 타깃별 차별화된 마케팅 전략이 필요함

자료원 : 食品商, 百度 aT청뚜지사