

주춤하던 라면시장에 불어오는 훈풍

베이징지사

침체기 탈출바람 부는 라면시장

- 2013년 전세계 최대의 라면소비국 중국의 라면매출은 462억 2,000만개로 정점을 기록했다. 이를 환산하면 1초에 약 1,400여개의 라면이 판매된 것이다. 그러나 2014년 이후 연간판매량이 20억개씩 감소하면서 하락세에 접어들었고, 2017년에는 연간판매량이 389억개에 그쳤다.
- 라면시장 침체의 가장 큰 원인은 건강에 관심이 많아진 소비자들이 인스턴트식품인 라면구매를 자제했기 때문인 것으로 보인다. 하지만 최근 들어 기름과 칼로리를 줄이고 영양에 신경을 쓴 다양한 제품들이 출시되면서 라면시장이 다시 활기를 띠고 있는 추세다.

캉스푸, 농심 등 매출 상향세

- 중국 라면시장은 최근 수년간의 하락세에도 불구하고 여전히 세계 최대의 라면 소비시장이다.
- 중국 라면업계의 강자인 캉스푸(康师傅)의 2018년 상반기 라면매출액은 약 111억 위안(약 1조 8,000억 원)으로 전년 동기 대비 8.4% 상승하였고, 또 다른 강자인 통일(統一)의 라면매출액 역시 전년 동기대비 8.0% 상승하며 41억 위안(약 6,700억 원)을 기록했다.
- 한국 역시 최근 기름에 튀기지 않은 건면 등 신제품을 중국시장에 출시하면서 판매가 호전되고 있으며, 이에 힘입어 대표적 라면브랜드인 농심의 올해 상반기 중국시장 매출액은 전년 동기대비 9.1% 증가한 것으로 나타났다.



중국 소핑몰에서 판매 중인 국내 라면

중국 라면시장의 폭발적인 성장 가능성

- 세계인스턴트라면협회(WINA)에 따르면 2017년 전 세계에서 소비된 라면은 약 1,101억 개로 그중 중국의 점유율은 35%에 달한다. 이는 미국, 일본, 한국 등 7개국의 총 소비량과 맞먹는 수치이다.
- 주목할 점은 총 라면소비량은 1위이지만 1인당 연간소비량은 한국, 일본 등에 크게 미치지 못한다는 점이다. 2017년 중국의 1인당 라면소비량은 28.1개로, 1위를 기록한 한국의 73.7개에 비하면 현격히 낮은 수치다. 이는 곧 중국 라면시장의 향후 성장가능성이 매우 높다는 것을 의미한다.
- 한국 라면업계는 지난해의 수출감소를 만회할 수 있는 절호의 기회를 눈앞에 두고 있다. 중국 소비자들의 취향을 겨냥해 기름에 튀기지 않은 저칼로리 라면, 각종 야채가 풍부한 채식 라면 등 영양을 강화한 프리미엄 제품을 선보이는 등 공격적인 마케팅이 필요한 때이다.