



라면이 건강 간식이라고?

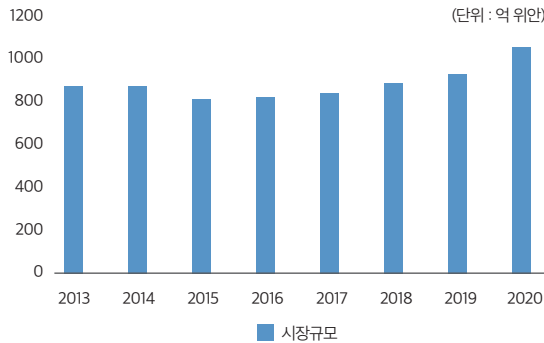
비유탕면이 불러온 새바람

인스턴트 라면은 보통 '지방 덩어리,' '건강에 나쁜' 등 부정적 수식어가 따라오는 식품 중 하나이다. 시장에서 유통되는 튀김면의 경우 기름 함유량은 18~20%로, 장기간 섭취 시 체내 기름 축적 과다로 인한 건강문제를 초래할 수 있다. 이와 같은 문제 해결을 위해 중국시장에서도 튀기지 않은 인스턴트 라면, 즉 비(非)유탕 라면이 출현하며 시장에 새바람을 불러오고 있다. 비(非)유탕 라면의 주요 성분은 밀 전분으로 인체에 충분한 열량과 함께 탄수화물, 단백질도 함유하여 지방 섭취를 줄여 현대인의 건강한 식습관 트렌드에 발맞춘 라면으로 인기를 모으고 있다.

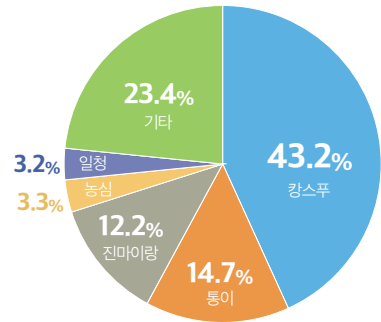
중국 인스턴트 라면시장 규모는 2016년 815.3억 위안(한화 약 14조 4,128억 원)에서 2020년 1,053.6억 위안(한화 약 18조 6,255억 원)까지 성장하며 최근 몇 년간 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 또한 2020년 중국의 인스턴트 라면 소비량은 442.7억 개로, 이 중 강스푸(康师傅), 통이(统一), 진마이랑(今麦郎) 등 대기업들이 시장 점유율의 과반수를 차지하고 있다.



2013-2020년 중국 인스턴트 라면 시장 규모



2020년 인스턴트 라면 시장 브랜드 점유율



순위	브랜드명	브랜드지수
1	三养/SAMYANG	10
2	日清/NISSIN	9.8
3	农心	9.4
4	出前一丁	9.3
5	养养/yumyum	8.9
6	百胜厨/Prima Taste	8.8
7	不倒翁	8.8
8	可口/KOKA	8.8
9	音多/Indomie	8.6
10	公仔面	8.6

三养
好评率: 96.72%

上榜理由: 韩国三养株式会社旗下食品企业, 创立1961年, 主要有三养拉面, 超辣鸡肉拌饭, 泡菜风味拉面, 炸酱拉面, 手打等等方便食品。于1961年成立的三养食品是一家追求“诚实和信用”的企业, 经历50余年发展至今, 其创业精神包含创始人利用食品开启人类百岁寿时代的理念, 是使三养食品成为取得国民信任的企业的基础。

10
브랜드지수

日清
好评率: 95.83%

上榜理由: 日本日清食品集团, 上海日清食品有限公司, 日清, 方便面知名品牌, 日本著名方便面品牌, 日本方便面行业标准制定者, 方便面行业极具竞争力和影响力企业, 以环保, 健康, 营养而闻名于世界的食品企业。

9.8
브랜드지수

农心
好评率: 88.16%

上榜理由: 上海农心食品有限公司, 方便面知名品牌, 创立于1965年, 韩国食品企业, 韩国食品业界的知名企业, 专门生产开胃方便面, 休闲食品等的食品公司。

9.4
브랜드지수

⊙ 중국 시장 수입 인스턴트 라면 종합 순위

⊙ 텐마오(天猫)에서 판매 하는 한국 견면 제품

자료 바이두(百度), 텐마오(天猫)

수입 인스턴트 라면시장에서는 한국제품이 선전하고 있는데 2021년 수입 인스턴트 라면 브랜드 순위 중 삼양 1위(호평률 97.72%), 농심 3위(호평률 88.16%)을 기록하며 해외 인스턴트 라면으로서 강력한 입지를 다지고 있다. 동시에 중국 인스턴트 라면시장의 비(非)유당 라면 제품에 편승하고 있는 제품으로는 신라면 견면, 불닭볶음면 견면 등이 텐마오(天猫) 등 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되고 있다.

튀김면 No! 건강하게 만든 인스턴트 라면

인스턴트 라면은 바쁜 현대인들에게 대체 불가한 요깃거리로 일찌감치 자리매김했다. 최근 '영양, 건강, 안전'의 세 가지 소비 트렌드에 발맞춰 캄스푸, 통이, 진마이랑 등 인스턴트 라면 기업들은 제품 품질의 업그레이드를 추진하고 있다.

중국의 <2021년 식품업계 소비 뉴 트렌드 조사>에 따르면

소비자들은 '비(非)유당면', '편리상' 등을 인스턴트 라면 제품 구매 시 고려하는 키워드로 꼽았다. 그중 비(非)유당면이 84%의 비중을 차지하며 중국시장에서 주목받고 있음을 증명했다.

진마이랑 대표 판셴궈(范现国)는 “2021년 한 해 흑자 10억 위안(한화 약 1,768억 원), 향후 5년 내 흑자 500억 위안(한화 약 8조 8,440억 원)을 남기는 것이 목표”라고 밝힌 바 있다. 동시에 5년 내로 튀김면시장에서 철수하겠다고 선언하면서 “건강과 맛 두 가지를 모두 만족시켜야 하는 현 시장에서 필요한 것은 첨가물을 잔뜩 넣은 튀김면이 아닌 비(非)유당면이고, 이는 더 나은 삶을 원하는 소비자들을 위한 고품질의 면이다”라고 밝혔다.

실제로 2010년 기준 진마이랑에서 판매하던 인스턴트 라면의 67%가 저가의 제품이었으나 올해 1~8월 그 비중을 30%까지 축소, '고품질 라면'의 비율을 70%까지 늘렸다.

시장에 유통되고 있는 비(非)유당 라면의 경우, 면발이 늘어붙는 현상과 복수(復水) 시간이 길다는 문제가 있는데 면의 감칠맛을 유지하면서도 기름 함유량을 낮추는 것이 어려워 다수의 기업들이 골머리를 앓고 있다. 다만 진마이랑이 출시한 비(非)유당면 제품은 중국 전통의 찜 요리법에서 영감을 받은 독특한 공법을 응용해 기성 튀김면들보다 기름 함유량을 대폭 낮췄고 복수 시간과 면발의 문제 등을 해결함과 동시에 중국 면 특유의 감칠맛을 살려 편리성, 건강, 맛, 영양 등 다방면으로 소비자들을 만족시켰다.



텐마오(天猫)에서 판매 하는 한국 건면 제품

Product Name	Price	Sales Volume	Rating
农心进口辛拉面韩国韩式拉面非油炸方天猫超市	¥29.90	2000+ 笔	8698
农心进口辛拉面韩国韩式拉面非油炸方天猫超市	¥45.90	200+ 笔	56
正宗韩国进口农心辛拉面非油炸桶装网感源主旗舰店	¥29.70	100+ 笔	158
韩国进口三养微辣火鸡面低辣非油炸速航成食品专营店	¥30.90	700+ 笔	1316
韩国进口三养light微辣鸡肉味火鸡面方三养食品旗舰店	¥36.90	400+ 笔	664
农心辛拉面非油炸方便面韩国网红轻食感源主旗舰店	¥26.90	700+ 笔	3539
农心韩国进口辛拉面(非油炸) 95gX5 农心官方旗舰店	¥37.90	100+ 笔	1002
韩国农心生日式乌冬面251g*3海鲜炒快生活食品专营店	¥35.80	7 笔	25

자료: 텐마오(天猫), www.hankyung.com

Key Point

식품의 영양과 건강에 대한 소비자의 주목도와 기준은 날이 갈수록 높아져 가고 있다. 시장의 주요 소비층인 90년대생의 Z세대는 저칼로리, 무설탕 등 건강한 식품관을 지향하며 시장의 변화를 이끌고 있다. 건강과는 거리가 멀었던 인스턴트 라면이 비유당면의 탄생으로 새바람을 불어오고 있는 점에 주목하여 트렌드에 발맞춘 재료와 제조법이 중요시되야 할 것이다. 이는 비단 인스턴트 라면 시장뿐만이 아닌 중국 전체 식품시장의 유행으로도 미루어 짐작해볼 수 있을 것이다.