

글로벌 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

2022.11

[목 차]

I. 글로벌 식품시장 규모	1
1. 품목별 시장규모	1
2. 오프라인·온라인 시장규모	2
II. 우리나라 농림수산물 수출현황	3
1. 부류별 수출현황	3
2. 품목별 수출현황	4
III. 규제·정책 현황	6
1. 미국	6
2. 유럽	6
3. 일본	7
4. 중국	8
3. ASEAN(아세안)	8
IV. 2022년 글로벌 식품시장 이슈	10
1. 미국	10
2. 유럽	11
3. 일본	11
4. 중국	12
3. ASEAN(아세안)	13
V. 2023년 글로벌 식품시장 전망	14
1. 2023년 식품시장 트렌드 5대 요인	14
2. 2023년 권역별 식품시장 전망	18
VI. 요약	21
1. 시장규모 및 수출현황	21
2. 2022년 규제·정책 현황 및 식품시장 이슈	22
3. 2023년 트렌드 전망	23

글로벌 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

1. 2022년 글로벌 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 4.9% 증가한 7조 9,800억 달러(한화 약 1경 597조 4,400억 원)로 추정

- 품목별 시장 점유율은 스낵류(19.5%), 육류(15.0%), 베이커리 및 시리얼류(13.5%) 순

* 온라인 식품시장의 비중은 15.4%, 오프라인 식품시장은 84.6%를 차지

2. 2021년 한국산 농림수산물 글로벌 수출액은 전년 대비 15.2% 증가한 113억 7,367만 달러(한화 약 15조 1,269억 8,110만 원)로 집계

- 주요 수출품목은 라면(5.9%), 조제품 기타(4.7%), 김(4.4%), 기타 음료(2.8%) 순으로 집계

3. 2022년 글로벌 주요 국가들의 식품 규제 · 정책 방향

미국	- 식품 안전성 강화
유럽	- 식품 안전성 강화 및 포장재 규제
일본	- 채식에 대한 식품규격 제정 및 식품 안전성 강화
중국	- 코로나19 확산 방지 및 식품 안전성 강화를 위한 검역 강화
ASEAN(아세안)	- 식품 라벨링 규정 보완·제정

4. 2022년 식품시장 이슈 및 2023년 전망

미국	2022년	- 식물성 대체육·유제품, 업사이클 식품, 프로바이오틱스 첨가 식품 인기
	2023년	- 식물기반 식품 다각화, 블록체인 기술을 통한 식품 공급망의 안전·투명성 제고 예상
유럽	2022년	- 식물기반 식품 인기, ESG 경영이 식품기업의 경영 트렌드로 부상
	2023년	- 식물기반 식품 다각화, 지속가능성 인증하는 인증 취득 식품의 경쟁력 제고
일본	2022년	- 외식의 맛을 느낄 수 있는 가정간편식과 기능성 음료로 식초 음료 인기
	2023년	- 무알코올·저알코올 주류시장 성장, 친환경 식품(식물기반 식품)시장 성장 전망
중국	2022년	- 저장 기간이 길고 조리과정이 간단한 냉동식품, 밀키트 제품 인기
	2023년	- 방역 정책이 유지될 것으로 예상, 가정간편식·밀키트 제품 인기 전망
ASEAN (아세안)	2022년	- 프로바이오틱스 등이 함유된 기능성 음료와 저당·저염 식품 인기
	2023년	- 저당·저염 식품의 경쟁력 강화, 한국 식품 수요 증가 전망

I. 글로벌 식품시장 규모

1. 품목별 시장규모

□ 2022년 글로벌 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 4.9% 증가한 7조 9,800억 달러(한화 약 1경 597조 4,400억 원)¹⁾로 추정

- 품목별 시장규모는 스낵류(19.5%), 육류(15.0%), 베이커리 및 시리얼류(13.5%), 낙농품(12.5%) 순
 - 상위 3개 품목인 스낵류, 육류, 베이커리 및 시리얼류 시장은 전체 농림축산식품 시장의 48.0%를 차지
 - 2022년 기준 점유율 1위를 차지한 스낵류의 시장규모는 1조 5,600억 달러(한화 약 2,071조 6,800억 원)로, 전년 대비 6.1%, 2020년 기준 최근 5년간 6.1% 성장할 전망
 - 동년 기준 점유율 2위를 차지한 육류 시장은 전년 대비 7.1% 증가한 1조 2,000억 달러(한화 약 1,593조 6,000억 원) 규모로 예상

<표 I -1> 글로벌 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)	7,100,000	7,610,000	7,980,000	8,650,000	9,400,000	100.0	4.9	7.3
1 스낵류	1,390,000	1,470,000	1,560,000	1,640,000	1,760,000	19.5	6.1	6.1
2 육류	1,050,000	1,120,000	1,200,000	1,300,000	1,420,000	15.0	7.1	7.8
3 베이커리 및 시리얼류	1,040,000	1,120,000	1,080,000	1,250,000	1,360,000	13.5	△3.6	6.9
4 낙농품	860,000	930,000	1,000,000	1,080,000	1,180,000	12.5	7.5	8.2
5 채소류	800,000	860,000	920,000	980,000	1,070,000	11.5	7.0	7.5
6 과일 및 견과류	640,000	690,000	740,000	790,000	860,000	9.3	7.2	7.7
7 편의식품	480,000	520,000	560,000	600,000	650,000	7.0	7.7	7.9
8 영유아용 식품	240,000	260,000	280,000	300,000	330,000	3.5	7.7	8.3
9 소스 및 향신료	200,000	210,000	230,000	240,000	260,000	2.9	9.5	6.8
10 스프레드 및 당류	200,000	220,000	210,000	240,000	260,000	2.6	△4.5	6.8
11 유지류	200,000	210,000	200,000	230,000	250,000	2.5	△4.8	5.7

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

1) 2022년 11월 24일자 환율 적용, (1USD = 1328.90KRW)

2. 오프라인 · 온라인 시장규모

- 2022년 기준 전체 농림축산식품 시장의 15.4%를 차지하는 글로벌 온라인 농식품시장 규모는 전년 대비 6.0% 성장한 1조 2,300억 달러(한화 약 1,634조 550억 원)로 예상
 - 글로벌 온라인 농식품 시장은 2020년 이후 5년간 연평균 20.5% 증가해, 2024년에는 1조 7,700억 달러(한화 약 2,351조 4,450억 원)에 달할 전망
 - 오프라인 농식품 시장은 전체 식품시장의 84.6%를 차지하고 있으며, 전년 대비 4.7%, 2020년 이후 5년간 연평균 5.1% 성장할 것으로 추정
 - 글로벌 온라인 식품시장이 오프라인 식품시장 대비 성장 가능성이 높은 시장임을 시사함

<표 I -2> 글로벌 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	7,100,000	7,610,000	7,980,000	8,650,000	9,400,000	100.0	4.9	7.3
오프라인 시장	6,260,000	6,450,000	6,750,000	7,150,000	7,630,000	84.6	4.7	5.1
온라인 시장	840,000	1,160,000	1,230,000	1,500,000	1,770,000	15.4	6.0	20.5
배달 식품	520,000	720,000	770,000	910,000	1,060,000	9.6	6.9	19.5
전자상거래	320,000	440,000	460,000	590,000	710,000	5.8	4.5	22.0

*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 11월 업데이트 자료

II. 우리나라 농림수산물 수출현황

1. 부류별 수출현황

□ 2021년 한국산 농림수산물 글로벌 수출액은 전년 대비 15.2% 증가한 113억 7,367만 달러(한화 약 15조 1,269억 8,110만 원)로 집계

- 동년 농림수산식품의 수출 비중은 농산물(66.3%), 수산물(24.8%), 축산물(4.8%), 임산물(4.1%) 순
 - 수출액 비중 1위를 차지한 농산물의 수출액은 동년 기준 75억 4,283만 1,000달러(한화 약 10조 281억 9,381만 4,500원)로, 전년 대비 13.0% 증가함
 - 건강식품 및 가정간편식의 인기로 신선 농산물과 가공식품에서 모두 고른 상승세를 기록하면서 농산물의 수출액 증가를 견인함
 - 동년 수출액 비중 2위를 차지한 수산물의 수출액은 28억 1,548만 9,000달러(한화 약 3조 7,431억 9,262만 5,500원)로 전년 대비 22.2% 증가함
 - 수산 식품 수출 1위 품목인 김이 수산물의 수출액 증가를 견인함
 - 한류 확산에 따른 인지도 상승으로 인해 수출되지 않았던 포르투갈, 키프로스, 부탄 등까지 수출시장이 확대되며 수출액이 증가함

〈표 II -1〉 한국산 농림수산식품의 글로벌 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	9,153,446	9,300,263	9,529,161	9,868,753	11,373,670	100.0	15.2	5.6
농산물	6,046,602	5,984,581	6,146,283	6,675,168	7,542,831	66.3	13.0	5.7
수산물	2,326,948	2,374,560	2,503,457	2,304,446	2,815,489	24.8	22.2	4.9
축산물	438,518	417,451	460,704	495,721	550,924	4.8	11.1	5.9
임산물	341,378	523,671	418,718	393,417	464,426	4.1	18.0	8.0

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

2. 품목별 수출현황

□ 2021년 한국의 글로벌 주요 농림수산물식품 수출품목은 라면(5.9%), 조제품 기타(4.7%), 김(4.4%), 기타 음료(2.8%), 소스·소스 제조용 조제품(1.8%) 순으로 집계

○ 동년 전체 품목 중 점유율 1위를 차지한 라면의 수출액은 6억 7,440만 3,000달러(한화 약 8,969억 5,599만 원)로, 전년 대비 11.7% 증가

- 2022년 10월 기준 집계된 수출액은 6억 2,987만 9,000달러(한화 약 8,377억 3,907만 원)로, 2021년 수출액을 초과할 것으로 예상

○ 동년 수출액 2위 품목인 조제품 기타의 수출액은 5억 2,983만 5,000달러(한화 약 7,046억 8,055만 원)로, 전년 대비 23.5% 급증

○ 동년 수출액 3·6위 품목인 김과 건조한 김의 수출액은 4억 9,926만 5,000달러(한화 약 6,640억 2,245만 원), 1억 9,281만 9,000달러(한화 약 2,564억 4,927만 원)로, 전년 대비 각각 17.4%, 10.9% 증가함

- 유럽, 미국, 아세안 등 주요 수출권역에서 김이 건강식품이라는 인식이 확산되고 맛과 풍미가 타국산 제품보다 우수해 수요가 증가함에 따라, 수출이 증가한 것으로 추정

○ 동년 수출액 비중 5위를 차지한 소스·소스 제조용 조제품의 수출액은 전년 대비 20.3%, 최근 4년간 22.5% 증가한 2억 128만 1,000달러(한화 약 2,677억 373만 원) 수준

- 한류 콘텐츠를 소비하는 글로벌 소비자가 증가하며, 한국산 식품에 대한 인지도가 증가함

- 한국 식품에 대한 인지도가 제고됨에 따라, 가정에서 직접 한식을 조리해 섭취하고자 하는 소비자가 증가하며 조리과정에서 필요한 고추장 등 한국식 소스류에 대한 수요가 증가한 것이 소스·소스 제조용 조제품의 수출 증가를 견인한 것으로 추정

〈표 II -2〉 대한민국 글로벌 농림수산물 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체	9,300,263	9,529,161	9,868,753	11,373,670	10,029,917	100.0	15.2	6.9
1 라면	413,094	466,996	603,574	674,403	629,879	5.9	11.7	17.7
2 조제품 기타	339,803	342,361	428,878	529,835	430,388	4.7	23.5	16.0
3 김*	N/A	104,753	425,370	499,265	379,951	4.4	17.4	118.3
4 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	271,855	269,564	264,078	315,188	292,511	2.8	19.4	5.1
5 소스, 소스 제조용 조제품	109,610	125,276	167,322	201,281	165,717	1.8	20.3	22.5
6 건조한 김	189,588	201,062	173,819	192,819	184,926	1.7	10.9	0.6
7 김치(냉동하지 않은 것)	97,456	104,992	144,512	159,915	118,644	1.4	10.7	17.9
8 커피엑스, 에센스와 농축물	107,856	123,273	136,155	148,730	123,800	1.3	9.2	11.3
9 베이커리 기타	80,182	88,254	118,302	141,117	108,054	1.2	19.3	20.7
10 비스킷, 쿠키 및 크레커	106,765	98,803	98,139	111,629	97,464	1.0	13.7	1.5

*주1: 주요 수출 농림수산물 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 1902.30-1010, 2106.90-9099, 2008.99-5010, 2202.99-9000, 0304.87-9000, 2103.90-9090, 1212.21-1010, 2005.99-1000, 2101.11-1000, 1905.90-1090

*주2: 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

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

Ⅲ. 규제 · 정책 현황

1. 미국

- 2022년 미국의 식품 정책은 주로 식품 안전성을 강화하기 위한 방향으로 보완 · 시행이 이루어짐
 - 살충제, 농약, 식품 첨가물 등 화학물질의 최대 잔류한계를 개정 · 규정해 식품 안전성을 확보하고자 함
 - 2022년 2월 7일, ‘니트라피린·티아벤다졸의 최대 잔류한계 기준 수정안 공고’, 동년 11월 16일, ‘용어 및 표준 일부를 업데이트한 2022년 제조 식품 규제 프로그램(the Manufactured Food Regulatory Program Standards) 공고’ 등이 이루어짐
 - 식품 안전성을 강화하기 위해 식품 라벨링 요건의 개정 · 시행 역시 이루어짐
 - 2022년 1월 17일 발표된 ‘GMO 식품에 대한 라벨링 기준의 의무 적용’, 1월 12일 발표한 ‘식품 라벨에서 영양소 함량을 강조하는 표현 “Healthy(건강한)” 표시기준’의 개정 예정 공고 등을 사례로 들 수 있음
 - 수입 농산물의 안전성을 강화하는 등 식품 공급망 전체의 안전성을 도모하고 투명성을 높이기 위한 식품 정책이 발표됨
 - 2022년 9월 27일, 수입 농산물의 안전성을 강화하기 위한 지침(Activities to Enhance the Safety of Imported Produce), 동년 11월 15일 특정 식품에 대한 추가 이력 추적 기록 요건(Requirements for Additional Traceability Records for Certain Foods)이 발표됨

2. 유럽

- 2022년 유럽의 식품 정책은 주로 식품안전을 확보하기 위한 방향으로 개정 · 시행되고 있으며, 포장재에 대한 규제도 발표되었음

- 살충제, 농약, 식품첨가물 등 화학물질의 최대 잔류한계를 개정·규정해 식품 안전성을 확보하고자 함
 - 에틸렌옥사이드, 세탁신, 다이옥신 등의 식품 내 최대 잔류한계 기준을 강화함
 - 2022년 6월 28일, 에틸렌옥사이드 검역 제품 중 즉석면류에 대한 기준 수정, 동년 9월 13일, 다이옥신 성분 관련 식품 내 최대허용기준 수정 등이 이루어짐
 - 동년 7월, 역내로 수입되는 동물 및 동물 유래 제품의 항생제 관리 기준을 강화하는 규정안 초안이 제정됨
- 유럽 각국은 포장 폐기물을 줄이고 지속가능한 자원 순환 체계를 구축하기 위한 정책을 시행·발표함
 - 2022년 2월, 영국은 플라스틱 포장재에 세금을 부과하는 플라스틱 포장재 규제안을 시행하겠다고 발표함
 - 동년 7월, 독일은 포장재 시행령 개정안의 단계적인 시행을 발표함

3. 일본

- 2022년 일본은 채식에 대한 식품규격을 규정하고, 식품 안전성을 높이는 방향으로 정책을 규정·개정함
 - 2022년 10월, 일본 농림수산성은 채식주의자와 비건 대상 가공식품의 생산 및 표기 기준인 ‘채식주의자 및 비건에 적합한 가공식품’의 시행을 발표
 - 채식주의자와 비건의 유형을 4가지로 구분하고, 유형별로 규정된 별도의 사용 가능한 원료를 제외하고 동물 유래의 1차·2차 원료의 사용을 금지함
 - 식품안전을 강화하기 위해 유럽·미국과 유사하게 살충제·농약·식품첨가물의 규격, 최대 잔류한계의 규정 및 개정이 이루어짐
 - 2022년 10월, 일본 후생노동성이 ‘식품첨가물 및 농약 성분의 규격 기준 개정사항의 종합 공고’를 발표했고, 페로시안화칼륨·아피드필로펜 등의 식품 첨가물, 농약 성분의 최대 잔류기준치 규격을 개정함

4. 중국

- 2022년 중국의 식품 정책은 주로 코로나19 바이러스의 확산을 방지하고 식품안전을 확보하기 위해 식품검역을 강화·보완하는 방향으로 시행·개정되었음
 - 코로나19 바이러스의 확산 방지를 위해 저장성의 수입 과일 관제 강화에 관한 공고, 해관총서의 수입 콜드체인 식품 발원지의 관리통제 강화 조치 발표, 수입 물품에 대한 코로나19의 방역 조치 최적화를 위한 개정 통지 발표 등이 이루어짐
 - 또한, 2022년 새롭게 확산하고 있는 원숭이 두창의 확산을 방지하기 위해 동년 8월 원숭이 두창 유입 방지를 위한 방역 강화 조치를 시행하기도 함

5. ASEAN(아세안)

- 2022년 아세안 국가들은 주로 식품의 라벨링 규정을 보완·개정하는 방향으로 정책을 시행·제정함
 - 2022년 1월, 싱가포르는 영양 등급 음료 규정을 추가한 식품 규정 개정안을 발표함
 - 해당 개정안은 음료의 지방과 설탕 함량에 따른 영양 등급을 개정함
 - 2022년 1월, 베트남은 수입품에 대한 라벨링 규정 강화 및 개정안을 발표함
 - 의무적으로 기재해야 하는 필수정보의 내용, 작성 방법 등이 수정되고, 적용 대상이 확대됨

- 이외에도, 태국·말레이시아·인도네시아 등 아세안 국가들에서 식품 라벨링 규정이 개정·제정됨
 - 태국은 2022년, 유전자 조작 식품의 라벨링 개정안의 시행(2022년 7월), 사전 포장 식품의 표기 언어, 성분 목록 등 라벨 규정 초안 공지(2022년 11월), 식품 라벨의 건강 강조 표시규정 초안(2022년 11월)을 발표함
 - 동년 1월, 인도네시아 식약청은 알코올 함량에 관한 라벨링 표기 사항을 개정함
 - 동년 8월, 말레이시아는 무알코올 음료 및 특정 성분 함량에 관한 라벨링 개정안 시행을 예고함

IV. 2022년 글로벌 식품시장 이슈

1. 미국

□ 기후위기가 심화됨에 따라 지속가능한 식생활을 추구하고 코로나19의 면역력 강화에 관심이 집중되며 면역력에 좋은 건강식품이 유행

- 친환경 식품이라는 인식을 보유한 식물기반 단백질 식품 · 유제품과 식품 폐기물 문제 해결에 기여할 수 있는 업사이클 식품에 소비자가 주목함
 - 미국 식물기반 식품협회(Plant Based Food Association)에 따르면, 2021년 식물성 대체식품 시장에서 비중이 가장 높은 식물성 우유의 매출액은 증가했지만, 동물성 우유의 매출액은 감소함
 - 업사이클 식품이란 소비되지 않고 폐기되었을 재료로 검증 가능한 공급망에서 생산·조달되어 제조된 식품을 일컬음²⁾
 - 업사이클 식품에 소비자가 주목하며, 식품기업 델몬트(Del Monte)는 미국 위스콘신·일리노이 주(州)에서 업사이클된 재료로 제조한 채소 통조림, 과일 주스 등의 제품을 출시하기도 함
- 발효 식품 · 프로바이오틱스를 함유한 식품이 면역력 강화에 좋다는 인식이 확산하며 면역력 강화에 좋은 건강식품에 대한 수요가 증가함에 따라, 식품기업이 프로바이오틱스를 첨가한 식품을 출시하기도 함
 - 2022년 북미의 프로바이오틱스 보충제 시장규모는 10억 2,920만 달러(한화 약 1조 3,555억 원)로 추정되며 2027년까지 5년간 연평균 7.9% 성장할 것으로 예상
 - 2022년 Whole Food Market이 식품 트렌드로 선정한 항산화 효능이 있는 강황을 첨가한 프로바이오틱스 음료, 보충제 등의 제품이 출시됨

2) 업사이클 식품 협회(upcycledfood.org)의 정의 인용

2. 유럽

- 환경·사회적 가치와 과제 해결에 기여할 수 있는 식품을 소비하고자 하는 경향이 확산함에 따라 ESG 경영이 트렌드로 부상하고, 식물성 대체육·유제품이 소비자의 인기를 끌
 - 사회적 책임을 다하고 윤리적인 경영을 하는 식품기업의 제품을 소비하는 것이 새로운 소비기준으로 떠오르며 ESG 경영이 식품기업의 경영 트렌드가 됨
 - 소비자 선호에 더불어 유럽연합에서 ‘기업의 지속가능성 실사 지침’을 채택하는 등 각종 환경 관련 규제가 강화되며, ESG 경영의 필요성이 증가함
 - ‘기업의 지속가능성 실사 지침’은 2022년 2월 발표된 계획으로, 기업 공급망 내의 근로자 인권 및 환경 보호를 위해 환경·인권·지배구조에 대한 실사계획에 관한 내용으로 구성됨
 - 기후위기에 대한 해결방안으로 환경을 고려해 식품을 소비하는 식생활 환경주의(Climatarianism)가 부상하며 식물성 대체육·유제품이 소비자의 인기를 끌
 - 식생활 환경주의는 환경 발자국이 적은 식품을 소비하고자 하는 경향으로, 동물성 유제품·육류 대비 탄소를 적게 배출하는 식물성 유제품·대체육 시장이 성장함

3. 일본

- 가정에서도 쉽게 레스토랑 급의 맛을 낼 수 있는 고품질의 가정간편식과 미용·건강상의 이점을 동시에 취할 수 있는 기능성 음료가 인기를 끌
 - 2022년 4월, 코로나19의 확산으로 수축한 외식 시장이 다시 회복함에 따라 가정에서도 외식과 동일한 맛을 낼 수 있지만 외식보다 저렴한 고품질 가정간편식이 더욱 인기를 끌

- 가정간편식 시장은 코로나19가 확산한 이후 급속도로 성장했지만, 외식 산업이 회복한 이후로는 특히 고품질 가정간편식에 대한 인기가 증가함
- 일본 현지 매체에서 식초를 음용 할 때 얻을 수 있는 미용·건강상의 이점을 소개하며 미용·건강상의 이점을 기대하고 식초를 물에 희석해 섭취하는 소비자가 증가함
 - 식초는 섭취 시 혈압을 낮추고, 피로회복에 탁월하며 체중 감량에 도움이 되어, 2022년 기준 일본의 가정용 식초 시장에서 음용 식초 시장이 조리용 식초 시장을 역전함
 - 2021년 대한민국의 對일본 식초 수출액은 최근 4년간 연평균 87.0%, 전년 대비 41.9% 증가한 5,475만 3,000달러(한화 약 727억 4,483만 5,800원)로 집계
 - 2022년 10월 기준 對일본 한국산 식초 수출액은 5,418만 7,000달러(한화 약 720억 3,619만 원)로, 2021년 대비 소폭 증가하거나 보합세를 유지할 것으로 전망

4. 중국

- 2022년 코로나19의 확산 방지를 위해 강력한 지역 봉쇄를 동반한 방역 정책(제로코로나 정책)이 시행되며 저장성이 뛰어난 식품이 중국 소비자에게 주목을 받음
 - 간편하게 섭취할 수 있고, 오랜 기간 저장할 수 있는 가정간편식이 인기를 끌
 - 스태티스타가 2022년 11월에 발표한, 중국 소비자를 대상으로 진행한 설문조사 결과에 따르면, 응답자의 22%가 온라인으로 냉동식품을 구매했다고 응답함
 - 또한, 외식에 제약이 생기며 일반 신선식품 대비 저장 기간이 길고 비교적 간단한 조리과정으로 외식의 맛을 낼 수 있는 밀키트 제품에 대한 선호도가 증가함
 - 2022년 5월, 스태티스타가 중국 소비자를 대상으로 진행한 설문조사 결과에 따르면, 응답자의 62%가 지난 3개월간 간편식품과 밀키트 제품을 구매했다고 응답함

5. ASEAN(아세안)

□ 코로나19의 확산으로 인해 증가한 면역력 강화에 대한 관심이 기능성 음료로 확대되고, Z세대를 중심으로 음식 성분을 고려하는 새로운 소비기준이 부상함

○ 면역력을 강화하기 위해 발효 식품을 찾는 아세안 소비자가 증가함에 따라, 간편하게 섭취할 수 있는 프로바이오틱스 등이 함유된 발효음료가 인기를 끌

- 또한, 태국의 허브 음료인 꼬라차이³⁾가 면역력을 강화해주고, 항바이러스·항산화 성분을 함유했다고 현지 매체에서 소개됨에 따라 아세안 소비자의 관심을 받음

○ 음식 성분을 고려하는 경향이 확산하며 설탕, 소금에 대한 경각심이 커져 저당·저염·저탄수화물 식품이 아세안 소비자의 주목을 받음

- 베트남 현지 매체에 따르면, Z세대 소비자의 67%가 식품을 섭취하기 전 영양 성분을 확인함

- 영양 성분을 고려하는 소비자가 증가함에 따라, 저당·저탄수화물 식품이 인기를 끌

3) 후생강으로 만든 태국의 음료

V. 2023년 글로벌 식품시장 전망

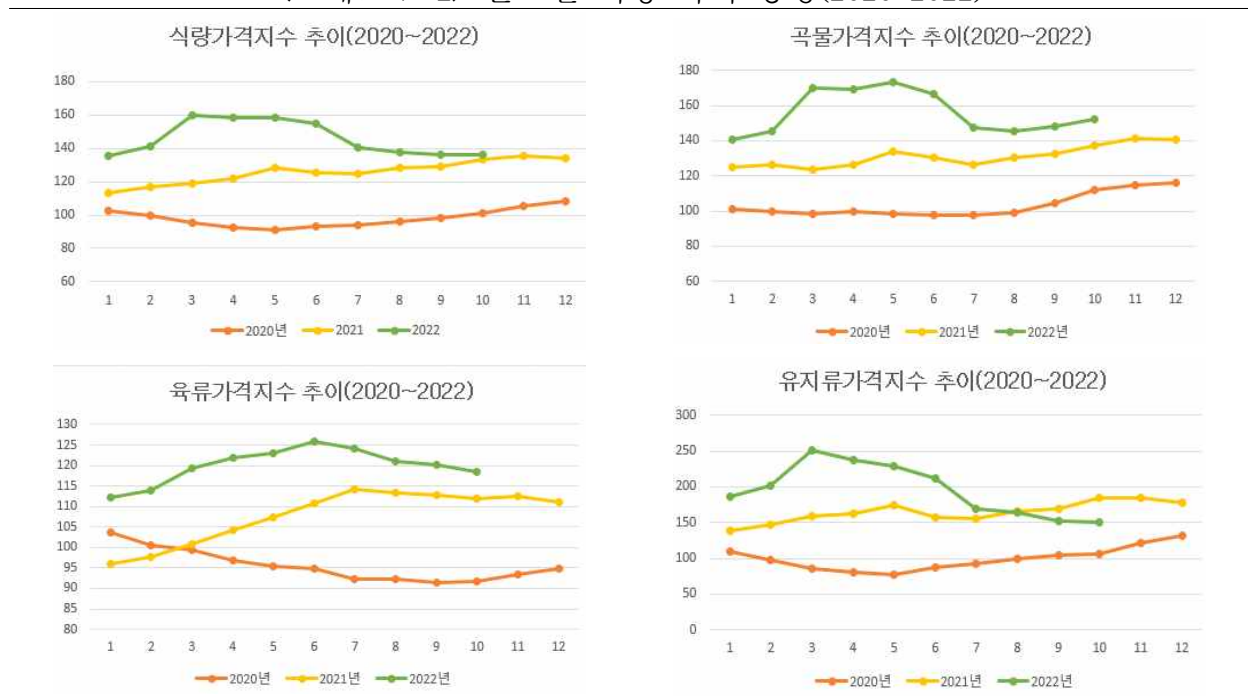
1. 2023년 식품시장 트렌드 5대 요인

- 높아진 식량 가격
- 기후위기에 본격적으로 대응을 시작하며 친환경 식품시장 성장
- 일상으로 들어온 푸드테크
- 제품을 변화시킨 공급망 위기
- 코로나19로 인해 더욱 성장한 기능성 식품시장

① 높아진 식량 가격

- 우크라이나 사태, 인플레이션으로 원자재 가격이 상승하며 식품 가격이 상승할 것으로 전망
 - 우크라이나 사태로 인해 밀, 옥수수 등 곡물의 주요 수출국인 러시아·우크라이나의 수출에 제약이 생기며 곡물가가 높아지며 축산업 사료 가격이 높아져 육류가격이 상승함
 - 2022년 11월 기준, 우크라이나 사태가 지속되고 있으며, 인플레이션으로 인해 2023년에도 식품의 고물가 현상이 유지될 것으로 전망

<그래프 V-1> 글로벌 식량 가격 동향(2020~2022)



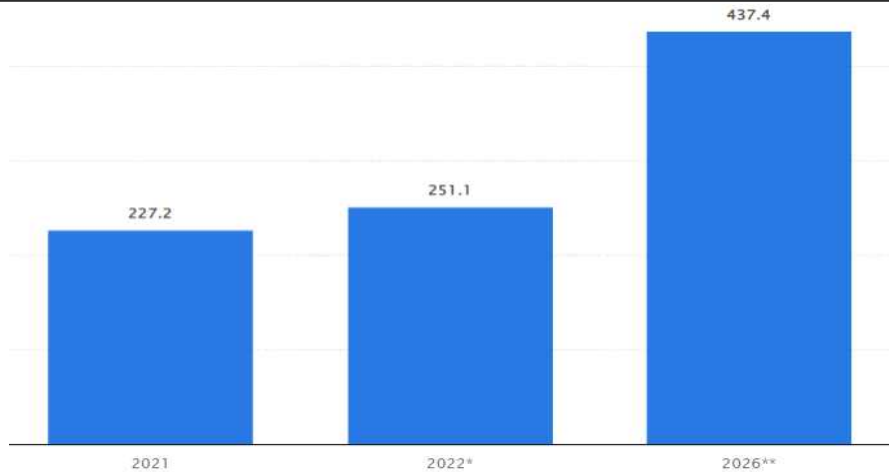
*출처: 유엔식량농업기구(FAO)

② 본격적인 기후위기 대비: 친환경 식품시장의 성장

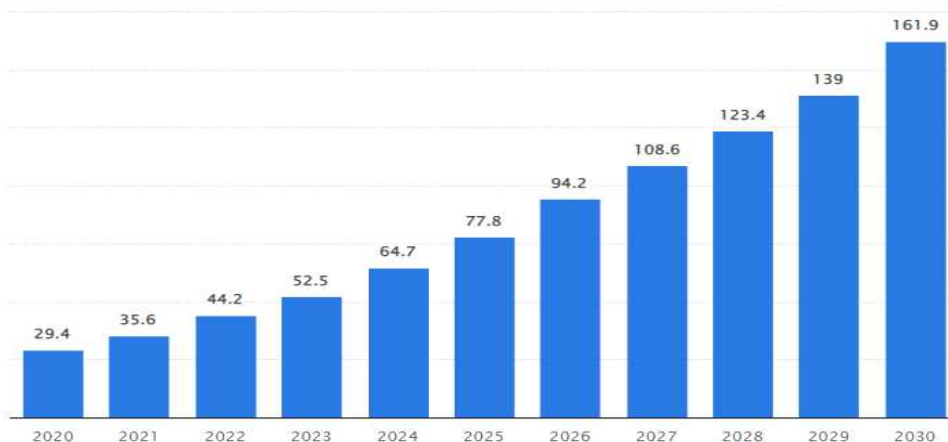
- 유럽·미국·일본 등 세계 주요국들이 2050년 탄소 중립 달성 로드맵을 발표하는 등 기후위기에 적극적으로 대응하며, 친환경 식품인 유기농, 재생농업, 식물기반 식품시장이 성장할 것으로 전망
 - 스태티스타에 따르면, 2026년 전 세계 유기농 식품시장 규모는 4,374억 달러(한화 약 581조 4,785억 6,000만 원)로, 2020년 기준 6년간 연평균 14.0%로 성장할 것으로 전망
 - 스태티스타에 따르면, 2023년 전 세계 식물기반 식품시장의 규모는 전년 대비 18.8% 증가한 525억 달러(한화 약 69조 7,935억 원)로, 2020년부터 11년간 연평균 18.6% 성장해 2030년에는 1,619억 달러(한화 약 215조 2,298억 6,000만 원) 규모에 달할 것으로 전망

<그래프 V-2> 친환경 식품시장의 성장

(단위: 십억 달러)



전 세계 유기농 식품 시장규모 추이(2021~2026)



식물기반 식품 시장규모 추이(2020~2030)

*출처: 스태티스타(statista.com)

③ 제품을 변화시킨 식량 공급망 위기

- 우크라이나 사태가 촉발하고 기후위기로 심화된 식량 공급망 위기에 대응하기 위해 전 세계적으로 식량 보호무역주의가 확산함
 - 2022년 시행된 식량·비료 수출제한조치 57건 중 45건이 우크라이나 사태 발발(2022.02.04.) 이후에 부과되었음

〈표 V -1〉 식량·비료 관련 수출제한조치(2022년 부과)

상태	수출금지		수출허가제		수출세		소계	
	조치	국가	조치	국가	조치	국가	조치	국가
전체	42건	21	10건	9	5건	4	57건	34
곡물	19건	9	4건	4	1건	1	24건	13
소맥	14건	5	3건	3	1건	1	18건	9
옥수수	5건	4	1건	1	-	-	6건	5
유지류	12건	8	3건	3	2건	2	17건	13
팜유	4건	4	2건	2	1건	1	7건	7
대두유	8건	4	1건	1	1건	1	10건	6
비료	5건	5	2건	2	1건	1	8건	8

*주: 소계의 국가 수는 중복 포함

*출처: 국제식량정책연구소(ifpri.org, 2022.05.31. 기준)

- 식량 공급망 위기에 영향을 받은 식품 트렌드는 다음과 같을 것으로 예상
 - 특정 재료의 수급이 불안정해지며, 조리에 소요되는 재료가 간소화됨에 따라 레시피가 간단한 음식이 유행할 것으로 예상
 - 식품 수급에 보다 많은 비용이 소요되며 식품 고물가 현상에 영향을 미칠 것으로 예상

④ 일상으로 들어온 푸드테크

- 고물가, 기후위기, 식량 공급망 위기에 대한 대응책으로 푸드테크가 부상함에 따라 푸드테크에 대한 투자와 개발이 확대될 것으로 전망
- 푸드테크를 기반으로 한 다양한 식품 서비스가 출시될 것으로 전망

〈표 V -2〉 푸드테크 분야별 기술 예시

<p>[ICT 기술과의 융복합]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품 공급사슬에 블록체인 기술 적용, 투명성 확대 - AI를 활용, 소비자 맞춤 식단 제공 서비스, 질환 맞춤 식단 서비스 및 구독 서비스 	<p>[유통]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 디지털 마케팅: 판매 데이터, 스마트폰 검색 데이터 등을 수집, 이를 활용함 - 챗봇: 24시간 고객 응대로 고객의 만족도·디지털 경험 향상, 소비자 선호도 파악 및 운영 비용 절감
<p>[스마트농업]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 농지환경의 항상성 유지, 빅데이터를 접목한 농법과 관리 - 신경망·딥러닝 이론을 바탕으로 한 AI 생산시스템, 소비자 맞춤형 신제품 개발 	<p>[대체식품]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 대체육, 대체 우유 등 - 영유아·노약자·병약자·임산부 등 특별 영양관리가 필요한 특정 대상을 위한 ‘케어푸드’

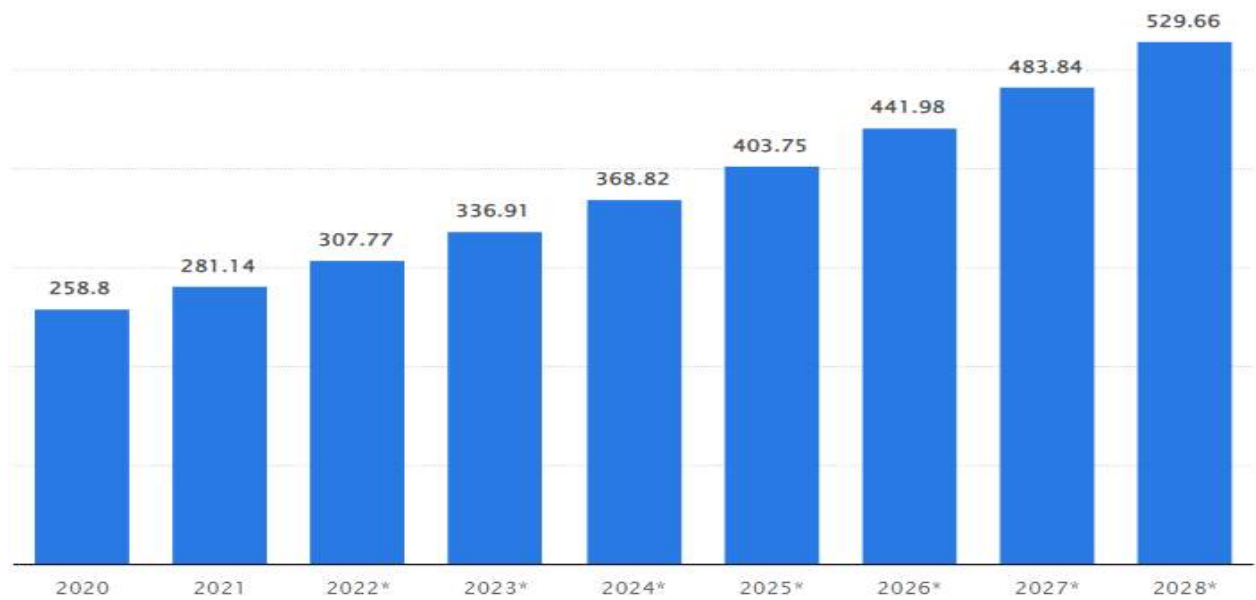
*출처: IRS Global

⑤ 코로나19로 인해 더욱 성장할 가능성 식품시장

- 스태티스타에 따르면, 2023년 가능성 식품시장 규모는 전년 대비 9.4% 증가한 3,369억 1,000만 달러(한화 약 44조 7,888억 1,540만 원)에 달할 것으로 전망

〈그래프 V -3〉 전 세계 가능성 식품 및 음료 시장규모(2020~2028)

(단위: 십억 달러)



*출처: 스태티스타(statista.com)

2. 2023년 권역별 식품시장 전망

① 미국

- 지속가능한 식생활에 대한 소비자 요구가 증대되며 식물기반 식품의 다각화가 이루어질 것으로 예상
 - 기존의 식물성 대체육·유제품 중심이었던 식물기반 식품시장에 소비자의 요구가 다양해지며 물성 수산물·달걀 제품 등 다양한 식물성 식품이 등장할 것으로 전망
- 식품 공급망 전체에 안전성과 투명성을 확보할 필요성이 증대됨에 따라, 식품 공급망 내의 블록체인 기술 도입이 가속화되며, 식품 이력 추적 서비스 시장이 확대될 것으로 전망
 - 2022년 11월, 미국 식품의약품청은 ‘특정 식품에 대한 추가 이력 추적 요건’을 발표
 - 블록체인 기술을 활용해 수확, 생산, 유통 등 식품 공급망의 특정 지점에서 식품의 데이터를 기록함
 - 블록체인 기술을 도입함으로써 식품의 품목 정보, 재배·가공·생산·운송 경로 및 시간 등의 정보를 자세히 기록, 식품의 생산·유통과정 전반에 걸쳐 투명성을 높일 수 있음

② 유럽

- 지속가능성이 새로운 소비기준으로 정착하며 친환경 식품이라는 인식을 보유한 식물성 식품시장의 다각화가 이루어질 전망
 - 감자 우유 등 다양한 식물기반 식품의 개발 시도가 이루어지며 식물성 수산물·달걀 제품 시장이 성장하며, 이를 소비하고자 하는 유럽 소비자가 증가할 것으로 전망
- 또한, 환경·사회적으로 지속가능한 제품임을 인증받은 인증취득 식품의 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 전망
 - 유럽 소비자의 소비기준에 ‘지속가능성’이 자리잡으며 친환경적이고, 윤리적으로 올바르게 생산·유통된 식품임을 증명하는 인증을 취득한 식품의 경쟁력이 증가할 것으로 예상

③ 일본

- 음주를 지양하는 문화가 확산하며 저알코올·무알코올 주류 시장이 성장할 것으로 예상
 - 스태티스타에 따르면, 일본의 무알코올 맥주 시장은 11억 4,000만 달러(한화 약 1조 5,155억 1,600만 원)로, 2023년에는 전년 대비 16.6% 증가한 13억 4,000만 달러(한화 약 1조 7,813억 9,600만 원)로 증가할 것으로 전망
- 윤리적으로 올바른 방법으로 제조되고 사회적 문제 해결에 기여할 수 있는 제품을 소비하는 윤리적 소비 경향이 확대되며 식물성 식품시장이 성장할 것으로 전망
 - 식물성 식품은 탄소 배출량이 적은 친환경 식품이라는 인식이 제고되며 식물성 대체육·유제품 등 식물성 식품을 소비하고자 하는 일본 소비자가 증가할 것으로 전망

④ 중국

- 2023년에도 유지될 것으로 예상되는 강력한 방역 정책으로 인해, 밀키트와 간편식품 시장이 성장할 것으로 예상
 - 2022년 10월, 중국의 시진핑 주석이 지역 봉쇄를 동반한 제로 코로나 정책 기조를 유지하겠다고 발표하면서, 저장성이 높은 간편식품 시장이 성장할 것으로 전망
 - 또한, 가정 내에서 간편한 조리과정을 거쳐 레스토랑 급의 맛을 낼 수 있는 식품인 밀키트 제품에 대한 선호도가 증가하며, 밀키트 시장이 성장할 것으로 전망
 - 또한, 중국바람상업연구원에 따르면, 2021년 중국의 밀키트 시장규모는 3,459억 위안(한화 약 63조 6,525억 1,800만 원)⁴⁾으로, 2023년에는 2년간 연평균 약 20% 성장한 5,165억 위안(한화 약 95조 463억 3,000만 원)에 달할 것으로 전망

4) 2022년 11월 30일자 환율 적용 (1CNY = 184.02KRW)

⑤ ASEAN(아세안)

- 싱가포르·태국 등 일부 아세안 국가들이 설탕·소금에 세금을 부과하는 정책을 시행하며 저당·저염 식품의 아세안 시장에서의 경쟁력이 제고될 것으로 전망
 - 싱가포르는 2022년 소비자가 설탕·포화지방 함량이 높은 음료를 쉽게 식별할 수 있게 음료에 대한 영양표시 규제 개정안을 발표, 음료의 영양 등급을 제품 전면에 표시함
 - 태국은 2017년부터 설탕세를 시행 중이며, 소금세 도입에 대해서는 2022년 시행예정에 있었으나, 코로나19의 확산으로 인한 경제 악화와 생활비 상승으로 등의 요인으로 국민들의 부담이 증가해 시행을 연기함
- 아세안 시장에서 한류 콘텐츠의 인기가 지속됨에 따라, 한류 콘텐츠에 등장하는 다양한 한국 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망
 - 한류 콘텐츠와 자국 인플루언서가 소셜 미디어에 게시한 후기 영상·게시글, 온·오프라인 유통채널 등 다양한 경로로 한국산 식품을 접하며 한국산 식품의 인지도가 증가함
 - 한국산 식품의 인지도가 높아지며 한국산 식품을 찾는 아세안 소비자가 증가할 것으로 예상

VI. 요약

1. 시장규모 및 수출현황

- 글로벌 농림축산식품시장은 2020년 이후 5년간 연평균 7.3%로 성장하는 추세
 - 2022년 글로벌 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 4.9% 증가한 7조 9,800억 달러(한화 약 1경 597조 4,400억 원)
 - 2022년 온라인 농림축산식품시장 규모는 전년 대비 6.0% 성장한 1조 2,300억 달러(한화 약 1,634조 550억 원) 규모로, 전체 농림축산식품시장의 15.4%를 차지
 - 오프라인 농림축산식품시장의 경우 전년 대비 4.7% 증가한 6조 7,500억 달러(한화 약 8,973조 4,500억 원)로, 전체 농림축산식품시장의 84.6%를 차지

- 2021년 한국의 글로벌 농림수산물 수출액은 전년 대비 15.2% 증가한 113억 7,367만 달러(한화 약 15조 1,269억 8,110만 원)로 집계
 - 2021년 주요 한국산 수출 농림수산물품은 조제품 기타(5.4%), 파프리카(4.1%), 김치(4.0%), 조미 김(3.7%) 순으로 집계

2. 2022년 규제·정책 현황 및 식품시장 이슈

〈표Ⅵ-1〉 권역별 규제·정책 및 2022년 식품시장 이슈

미국	정책	[식품 안전성 강화] - 살충제, 농약, 식품첨가물 등의 최대잔류한계 규정 - 식품 공급망 전체의 안전성과 투명성 제고를 위한 정책
	식품시장 이슈	- 기후위기 극복의 필요성과 대응에 대한 공감대가 형성되며 친환경 식품인 식물성 대체육·유제품과 업사이클 식품 - 코로나19로 인해 식품으로 면역력을 강화하고자 하는 소비자가 증가하며 프로바이오틱스가 첨가된 식품이 인기
유럽	정책	[식품 안전성 강화 및 포장재 규제] - 살충제, 농약, 식품첨가물 등의 최대잔류한계 규정 - 지속가능한 자원순환경제 체계 구축을 위한 포장 폐기물 저감 정책
	식품시장 이슈	- 기후위기의 해결방안으로 탄소발자국이 낮은 식품을 소비하는 경향이 확산하며 식물기반 식품이 인기 - 소비자의 소비기준이 지속가능성을 고려하는 것으로 변화하며 ESG 경영이 식품기업의 경영 트렌드로 부상
일본	정책	[채식에 대한 식품규격 규정 및 식품 안전성 강화 정책] - 살충제, 농약, 식품첨가물의 규격 및 최대잔류한계 규정 - 채식주의자와 비건 대상 가공식품의 생산·표기 기준인 ‘채식주의자 및 비건에 적합한 가공식품’의 시행
	식품시장 이슈	- 외식과 내식의 경계가 모호해지며 외식의 맛을 가정에서 느낄 수 있는 간편식품이 인기 - 식초의 효능에 대한 인식이 제고되며 건강·미용 식품 시장에서 물에 희석해 섭취하는 식초 음료가 인기
중국	정책	[코로나19 확산 방지와 식품 안전을 위한 검역 강화 정책] - 수입 물품에 취해지는 코로나19의 방역 조치를 위한 규정 - ‘수입 콜드체인 식품 발원지의 관리통제 강화 조치 발표’, ‘수입 과일 관제 강화에 관한 공고’ 등
	식품시장 이슈	- 강력한 방역 정책으로 인해 외출에 제약이 생기며 저장 기간이 긴 식품이 인기 - 신선식품 대비 저장성이 높고 간단한 조리과정으로 외식의 맛을 낼 수 있는 밀키트 제품이 인기
아세안	정책	[라벨링 규정의 보완·개정] - 싱가포르: 음료에 표기해야 하는 영양 등급 음료 규정 개정 - 베트남: 의무적으로 기재해야 하는 정보의 내용, 기재 방법 등 수정 - 태국: 사전포장식품의 표기 언어, 성분목록 라벨 규정 초안 공지
	식품시장 이슈	- 코로나19의 확산으로 면역력 강화 식품에 대한 관심이 높아지며 프로바이오틱스 등이 함유된 기능성 음료가 인기를 끌 - 설탕·소금에 대한 경각심이 높아지며 저당·저염 식품의 인기가 증가

3. 2023년 트렌드 전망

〈표 VI-2〉 2023년 식품시장 전망

요인	<ul style="list-style-type: none"> ① 높아진 식량 가격 ② 기후위기에 본격적으로 대응하며 친환경 식품시장 성장 ③ 일상으로 들어온 푸드테크 ④ 제품을 변화시킨 공급망 위기 ⑤ 코로나19로 인해 더욱 성장한 기능성 식품시장
미국	<ul style="list-style-type: none"> - 지속가능한 식생활을 영위하고자 하는 소비자가 증가하며, 다양한 식물기반 식품이 시장에 등장함에 따라 식물성 수산물·달걀 제품과 같이, 식물성 식품의 다각화가 이루어질 것으로 전망 - 식품 공급망 내의 안전성·투명성 제고 필요성이 증가하며 식품기업이 공급망 관리에 블록체인 기술을 도입하는 것이 가속화될 것으로 전망
유럽	<ul style="list-style-type: none"> - 식품의 지속가능성 여부가 새로운 소비기준으로 자리 잡으며 친환경 식품인 식물기반 식품시장이 성장하고, 이에 따라 식물기반 식품의 다각화가 이루어질 것으로 예상 - 환경·사회적으로 지속가능한 제품임을 인증하는 인증을 취득한 식품의 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 예상
일본	<ul style="list-style-type: none"> - 음주 지양 문화가 확산하며, 저알코올·무알코올 주류 시장이 성장할 것으로 예상 - 탄소 배출, 공정무역 등 사회적 문제 해결에 기여할 수 있는 식품을 소비하려는 경향인 ‘윤리적 소비’가 확대되며 친환경 식품인 식물기반 식품시장이 성장할 것으로 전망
중국	<ul style="list-style-type: none"> - 2023년에도 강력한 방역정책 기조가 유지될 것으로 예상됨에 따라, 저장성이 높고, 조리가 용이한 가정간편식과 밀키트 제품이 성장할 것으로 예상
ASEAN (아세안)	<ul style="list-style-type: none"> - 일부 아세안 국가들이 설탕·소금세를 시행함에 따라, 설탕과 소금이 건강에 미치는 악영향에 대한 아세안 소비자의 인식이 높아지며, 저당·저염 식품의 경쟁력이 강화될 것으로 예상 - 한류 콘텐츠의 인기가 지속됨에 따라, 한류 콘텐츠에서 접할 수 있는 한국 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	스태티스타(statista.com)
2	KATI 농식품 수출정보(kati.com)
3	WTO SPS·TBT 사이트(eping.wto.org)
4	‘바다의 반도체’ 김, 식품업계 수출 효자로(종합무역뉴스, 2022.07.14.)
5	“BTS가 즐기는 K소스 맛있어요” …한류 타고 고추장 수출도 ‘날개’ (한겨레, 2022.01.25)
6	미국 식품의약국 FDA 사이트(fda.gov)
7	「COMMISSION IMPLEMENTING REGULATION (EU) 2021/2246」, 유럽연합
8	영국, 플라스틱 포장 세금(Plastic Packaging Tax, PPT) 시행(bsi, 2022.05.25.)
9	영국 정부 홈페이지(gov.uk)
10	「ベジタリアン又はヴィーガンに適した加工食品」の日本農林規格が制定されました(「채식 또는 비건에 적합한 가공식품」의 일본 농림 규격이 제정), (label-bank, 2022.10.12.)
11	일본 법령 번역조회 홈페이지(japaneselawtranslation.go.jp)
12	일본 후생노동성 홈페이지(mhlw.go.jp)
13	중국 정부 홈페이지(gov.cn)
14	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.)
15	싱가포르 법령 조회사이트(sso.agc.gov.sg)
16	베트남 법령 조회사이트(thuvietphapluat.vn)
17	싱가포르, 특정 음료에 대한 “영양표시” 규제, (designdb, 2022.10.12.)
18	식물기반 식품협회 홈페이지(plantbasedfoods.org)
19	업사이클 식품협회 홈페이지(upcycledfood.org)
20	Del Monte Foods Launches Two New Upcycled-Certified Products (Nosh, 2022.04.21.)
21	Whole Foods Market Forecasts Top 10 Food Trends for 2023(wholefoodmarket, 2022.10.19.)
22	Food Upcycling: Latest Trends and Global Markets Review(CHEMLINKED, 2022.01.01.)
23	식품 매체 Good Food Institute(gfi.org)
24	「Europe Plant-based Seafood Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027」, IMARC
25	Food trends: what we’ ll be eating in 2022(The week, 2022.01.21.)
26	미초에 빠진 日…“곧 품절된다, 보이면 사라“, (한경, 2021.10.26.)
27	成長する中食惣菜市場 環境変化に柔軟対応 第7波で変わる各市場の行方(성장하는 가정간편식 시장은 환경 변화에 유연하게 대응함, 제7차 유행으로 변화하는 각 시장의 향방), (食品新聞, 2022.12.07.)
28	COVID-19 thay đ ổi thể hệ Gen Z như thế nào?(코로나19는 z세대를 어떻게 변화시켰습니까?), (Brands VIETNAM, 2021.03.16.)
29	Functional drinks with low calorie count trending in Thailand - QminC, (Nutra Ingredients-Aisa, 2022.04.19.)
30	Xu hướng ăn uống thay đ ổi ra sao sau đ ại dịch?(대 유행 이후 식습관은 어떻게 변화했나요?) (PHAPLUAT, 2022.08.01.)
31	유엔식량농업기구 FAO(fao.org)
32	국제식량정책연구소 홈페이지(ifpri.org)

33	「식품·외식산업과 ICT기술의 융복합체인, 푸드테크 사업화 동향과 기술개발 전략」, IRS Global(2021.05.31.)
34	미국 식품업계에 부는 ‘블록체인’ 바람(한경, 2022.02.16.)
35	아마존 웹 서비스(Amazon Web Services) 홈페이지(aws.amazon.com)
36	「Europe Plant-Based Egg Market - Industry Trends and Forecast to 2028」, DATA Bridge
37	영국 식품 매체 홈페이지 Specialityfood (specialityfoodmagazine.com)
38	식품라벨 정보 사이트(ecolabelindex.com)
39	低アル・ノンアルが世界のトレンドに! なぜ人気なの? 押さえておきたい関連ワードも解説(저알코올, 무알코올이 세계적으로 트렌드! 인기의 이유와 관련 키워드 해설), (canaeru, 2022.06.20.)
40	あえて飲まない「ソーバークュリアス」って何? ノンアル時代突入の狼煙が上がっている件について (굳이 마시지 않는 ‘소버큐리어스’ 란? 무알코올 시대가 도입하는 것에 대해서) (canaeru, 2021.07.30.)
41	From Plant Based Kalbi To Tofu Cheese: A Deep Dive On Japan’s Booming Alt Protein Sec (green queen, 2022.08.26.)
42	Egg But “Not Egg“? The Egg Substitutes Trend in Japan!(Food diversity, 2022.01.05.)
43	밀키트에 빠진 중국...5년만에 시장규모 4배 상승, (한국농어민신문, 2022.08.17.)
44	중국 코로나 감염 사례 급증... ‘제로 코로나’ 고수(글로벌나우, 2022.11.24.)
45	중국 시장의 떠오르는 섀별 ‘밀키트’ 열풍, 언제까지? (차이나랩, 2022.02.10.)
46	「Meal Kit Delivery Services: Global Strategic Business Report」, (Research and markets, 2022)
47	Exploring Singapore’s New Sugar Regulations and What it Means for Foreign Investors(ASEAN Briefing, 2022.08.29.)