

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202307-05
품목 | 짜장라면(Jjajang Ramen)
HS CODE | 1902.30-1010
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	03
-------	----

II. 시장규모

1. 중국 라면 시장규모	06
2. 중국 라면 생산규모	07
3. 중국 라면 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 칭신, 중국 라면 점유율 1위	11
2. 컵라면보다 봉지라면이 강세	12
3. 중국 소비자, '소고기', '해산물', '토마토' 맛 선호	13
4. 라면 제품 선택 시 맛을 가장 중요하게 생각	14
5. 한국 관련 키워드로 주요 라면 기업명 빈출	15

IV. 유통채널

1. 중국 짜장라면 유통채널 점유율	17
2. 중국 짜장라면 주요 유통채널	18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 중국 짜장라면 통관 및 검역 절차	25
2. 중국 짜장라면 품질 인증	27
3. 중국 짜장라면 라벨링	29
4. 중국 짜장라면 성분 및 유해물질	33

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 닝싱요우베이궈지마오이요우시앤공쓰 (宁兴优贝国际贸易有限公司)	37
2. 칭다오성위앤라이샹마오요우시앤공쓰 (青岛盛源来商贸有限公司)	39
3. 상하이쉬앤보진추코우마오이요우시앤공쓰 (上海萱渤进出口贸易有限公司)	41
4. 단둥스네이파총마오요우시앤공쓰 (丹东市内发从贸易有限公司)	43
5. 상하이성잉스핀요우시앤공쓰(上海晟英食品有限公司)	45
	47

VII. 시사점

1. 시사점	47
--------	----

※ 참고문헌	50
--------	----



HS CODE : 1902.30-1010

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

중국 라면 시장

시장 현황

라면 시장규모

단위 : 십억 달러



라면 생산규모

단위 : 백만 톤



수출입 현황

HS CODE 1902.30 수입 규모

단위 : 천 달러



HS CODE 1902.30 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 수닝 라면 제품 273건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 관세율 8.2%
증치세 11% 또는 17%

사전 준비
해관 등록번호 발급,
AQSIQ 사전 등록 **必**

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
중국어 표기 **必**
수입 사전포장식품은
수입업체, 대리업체 또는
중개 판매자의 명칭, 주소
및 연락처 표기 **必**

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



青岛盛源来商贸有限公司

上海菴瀚进出口贸易有限

丹东市内发从贸易有限公

上海晟英 Shanghai Shengying

Point 01.

중국 라면 수요 프리미엄화, 다양화, 건강화 되고 있는 라면 시장. 다만, 배달 음식, 냉동식품, 즉석식품 발전이 라면 판매량 하락의 요인
인기제품 특징 홍유면피, 돈코츠 라면, 소고기 우육면 등 중국이나 수입국 레시피의 특색을 반영한 참신한 제품 인기
한국산 인기제품 특징 국내 선도기업이 중국 라면 시장에서도 인기. 불닭맛, 치즈맛 한국 라면 인기

Point 02.

진출 전략 ① 한국적 레시피의 특색을 뚜렷하게 보여주는 참신한 메인 제품 개발 필요
진출 전략 ② 중저가형 제품과 프리미엄 제품으로 양분되는 시장 특징. 프리미엄화, 건강화를 통해 프리미엄 시장 타깃 필요
진출 전략 ③ 기존의 대형 오프라인 쇼핑몰보다는 티몰, 핀둬둬, 샤오홍수, 더우인 등 SNS 및 온라인 쇼핑몰 공략 필요

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 중국 라면 시장규모
2. 중국 라면 생산규모
3. 중국 라면 수입규모

1. 중국 라면 시장규모

중국 국가 일반 정보¹⁾

면적	960만 km ²
인구	14억 1,175만 명
GDP	18조 321억 달러
GDP (1인당)	1만 2,970달러

▶ 중국 인스턴트 라면 시장규모, 19.3조 원

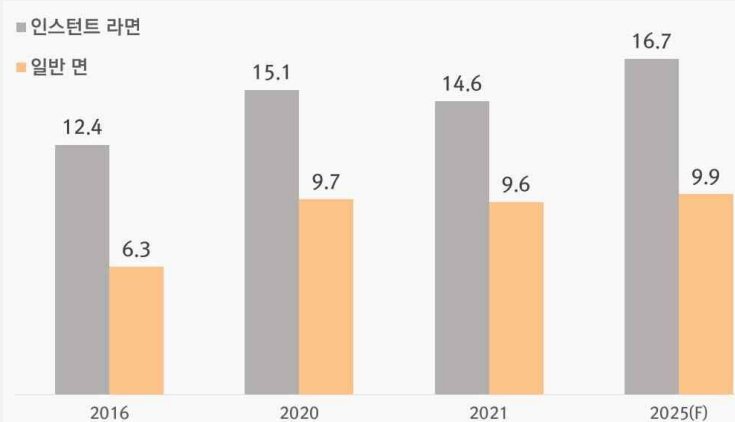
2021년 기준 중국 ‘인스턴트 라면’ 시장규모는 19.3조 원으로 2016년부터 연평균 8.3%씩 상승하였으나, 전년 대비 3.8%의 하락세를 보임. 2020년을 제외하고 중국 인스턴트 라면 시장규모는 꾸준한 성장세를 보임. 중국은 세계 최대 라면 소비국으로 2020년에는 전 세계 소비량의 40%를 소비한 바 있음²⁾

▶ 중국 라면 시장규모 성장 기대

중국의 ‘일반 면’ 시장규모는 2016년 8.5조 원의 규모에서 2021년 12.6조 원으로 성장하였으며, 연평균 4.8%의 성장률을 보임. 2025년은 13.1조 원의 규모를 형성할 것으로 예측되며, ‘인스턴트 라면’과 ‘일반 면’의 시장규모는 더욱 커질 것으로 전망됨

[표 2.1] 중국 라면 시장규모 비교³⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



분류	2016	2020	2021	CAGR(16-21) ⁷⁾	2025(F)
인스턴트 라면 (한화추정액)	12.4 (16.3조 원)	15.1 (20.0조 원)	14.6 (19.3조 원)	8.3%	16.7 (22.1조 원)
분류	2016	2020	2021	CAGR(16-21)	2025(F)
일반 면 (한화추정액)	6.3 (8.3조 원)	9.7 (12.8조 원)	9.6 (12.7조 원)	4.8%	9.9 (13.1조 원)

자료: 스탯티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 자료: 해외시장뉴스, 중국 인스턴트 라면 시장동향, 2021.07
- 3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 4) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 5) 자료 : 스탯티스타(Statista), 「Retail sales value of packaged rice, pasta, and noodle products in China」, 2022.03
- 6) 조사제품 ‘짜장라면’은 짜장맛이 나는 인스턴트 봉지 라면임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 ‘일반 면’의 시장규모와 상위품목인 ‘인스턴트 라면’의 시장규모를 조사함
- 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 라면 생산규모

▶ 중국 라면 생산규모 2021년 기준, 510만 톤

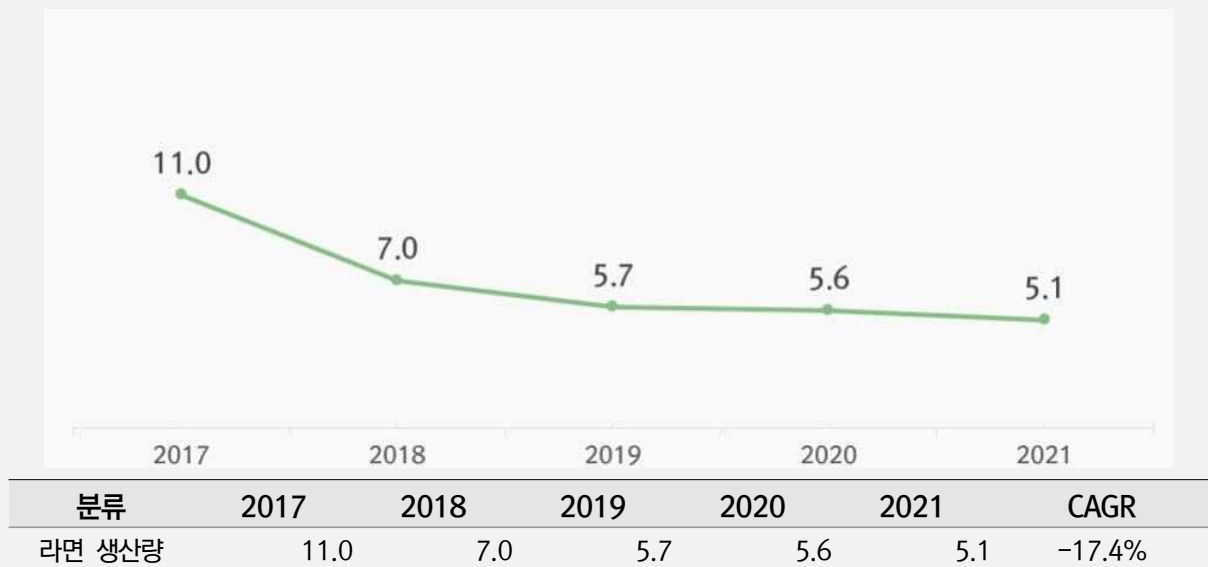
2021년 기준 중국 인스턴트 라면 생산규모는 510만 톤이며, 2017년 품목의 생산규모가 1,100만 톤으로 가장 높았음. 지난 5년(2017-21년)간 중국 라면 생산규모는 연평균 17.4% 감소함. 최근 중국 라면 시장 매출액의 연평균 성장률은 1%에도 미치지 못했는데, 중국 내 배달식품 열풍으로 라면 수요가 감소했던 것으로 확인됨. 그러나 최근 소비자에게 지급하는 배달 보조금 감소의 영향으로 라면 수요는 다시 증가세를 보이고 있음⁸⁾

▶ 중국 프리미엄 라면 수요 증가 기대

2021년 중국 본토와 홍콩은 소비규모 2위인 인도네시아의 소비량보다 3배 이상 많은 양을 소비함. 중국 소비자들은 과거 라면을 저렴한 식사대용품으로 생각했으나, 현재는 건강하고 프리미엄 품질의 라면을 선호하며 품목에 대한 지불의사 금액이 점점 높아지는 추세를 보임. 중국 내 라면의 생산규모는 감소하고 있지만, 수요는 증가할 것으로 기대됨⁹⁾

[표 2.2] 중국 라면 생산규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 백만 톤



자료: 스탯스타(Statista)

8) 자료: 중앙일보, 「"배달음식은 가라" 중국서 라면이 다시 뜬 이유」, 2021.01

9) 자료: 월드인스턴트누들어소시에이션(World instant noodle association)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

11) 자료: 스탯스타(Statista), 「Production volume of instant noodles in China」, 2023.06

3. 중국 라면 수입규모

짜장라면 HS CODE

해당 장에서 짜장라면은 HS CODE 1902.30으로 분류. HS CODE 제1902호의 품명은 파스타와 쿠스쿠스 (couscous), HS CODE 1902.30.1010의 품명은 라면으로 확인

▶ 2018-22년 중국 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 8.4%

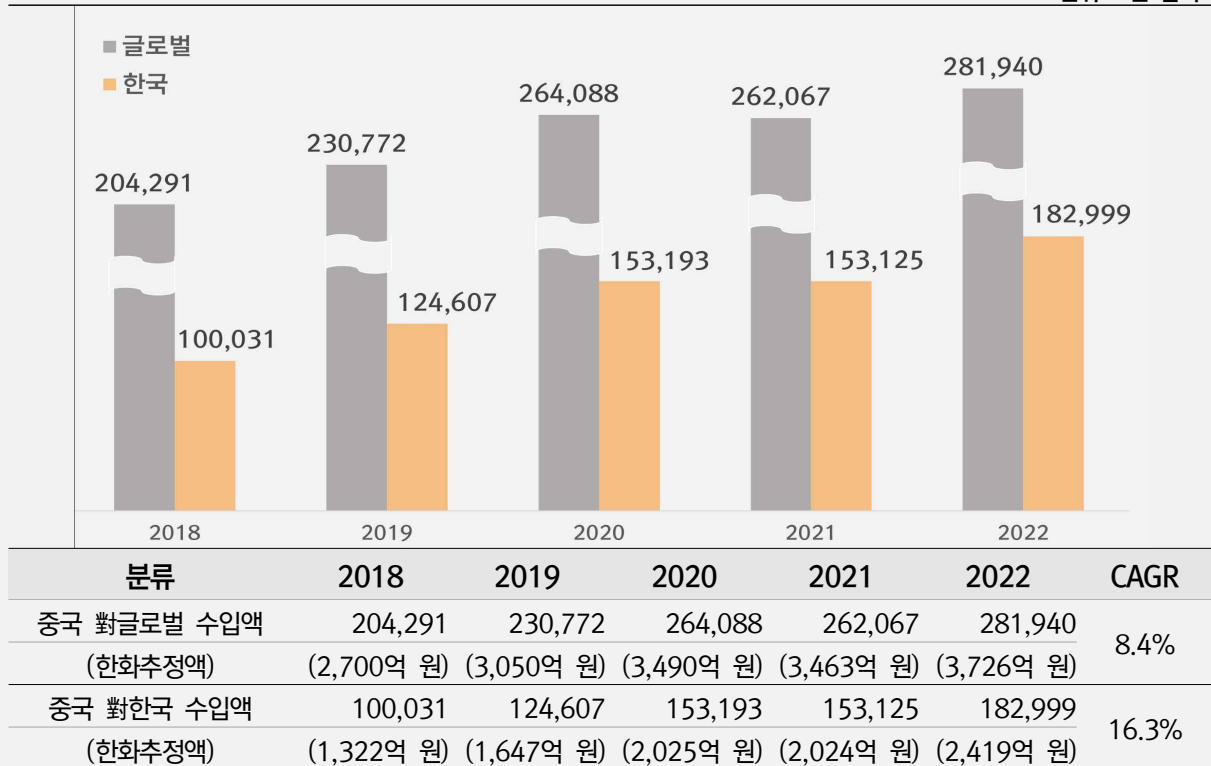
중국 HS CODE 1902.30 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년) 간 연평균 성장률 8.4%로 증가하였고, 2022년 글로벌 수입액 규모는 3,726억 원에 달함

▶ 중국 내 수입 라면 중 한국산 1위이며, 성장률도 높은 편

최근 5년간 對한국 수입액 평균은 약 1,887억 원이며 지난 5년(2018-22년) 간 연평균 성장률 16.3%를 보이면서 2022년에는 2,419억 원의 수입액을 기록함. 수입국 1위답게 중국 對글로벌 수입액의 약 60%를 한국 제품이 차지하고 있음. 2위 인도네시아(371억 원)의 지난 5년간 연평균 성장률은 36.4%로 상위 국가 중 두드러지게 높으며 약 10% 점유율을 차지함. 3위국 홍콩(327억 원)은 각각 약 9%의 점유율을 차지함

[표 2.3] 중국 HS CODE 1902.30 수입규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 칭신, 중국 라면 점유율 1위
2. 컵라면보다 봉지라면이 강세
3. 중국 소비자, '소고기', '해산물', '토마토' 맛 선호
4. 라면 제품 선택 시 맛을 가장 중요하게 생각
5. 한국 관련 키워드로 주요 라면 기업명 빈출

▶ 중국 온라인매장 입점 라면

- 데이터 수집 키워드 : 라면(拉面)
- 데이터 수집량 : 273건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰 수닝(Suning)

▶ 중국 온라인매장 입점 라면 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 및 브랜드 ② 패키징 ③ 성분과 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁제품 및 브랜드	수프 누들	汤面	145	농심	农心	10
	인스턴트 국수	方便面	66	신 맛/매운맛	酸辣味	8
	캉스푸	康师傅	41	중국식 양배추 절임	老坛酸菜	6
	닛신	日清	32	아칸	阿宽	4
	산라탕	酸辣	22	냉면	冷面	2
	바삭한 면	干脆面	13	삼양	三养	2
	해산물	海鲜味	11	라면 국수	拉面	1
	유니 프레지던트	统一	10	(-)	(-)	(-)
패키징	봉지	袋装	147	143g	143g	2
	사발	碗	17	40g	40g	1
	작은	小	4	패밀리 팩	家庭	1
	5pack	5包	3	104g	104g	1
	10pack	10包	2	83g	83g	1
	30pack	30包	2	140g	140g	1
성분과 맛	소고기	牛肉味	23	새우	虾仁	3
	소고기 조림	红烧牛肉	15	표고버섯	香菇	1
	해산물	海鲜	13	똥양공	冬阴功	1
	돼지뼈	猪骨	12	닭고기	鸡肉	1
	토마토	番茄	9	파기름	葱油	1
	메밀	荞麦	5	닭고기	鸡肉味	1
	카레	咖喱	3	(-)	(-)	(-)
홍보문구	중국	中国	264	홍콩	香港	6
	매운	香辣	44	한국	韩国	2
	매콤하고 향긋한	香辣味	36	인터넷 유명인	网红	1
	매콤하고 얼얼한	麻辣	15	베트남	越南	1
	신상품	新	9	태국	泰国	1

1. 칭신, 중국 라면 점유율 1위

▶ 칭신, 중국 라면 점유율 1위...3위 브랜드인 '유니 프레지던트' 진출

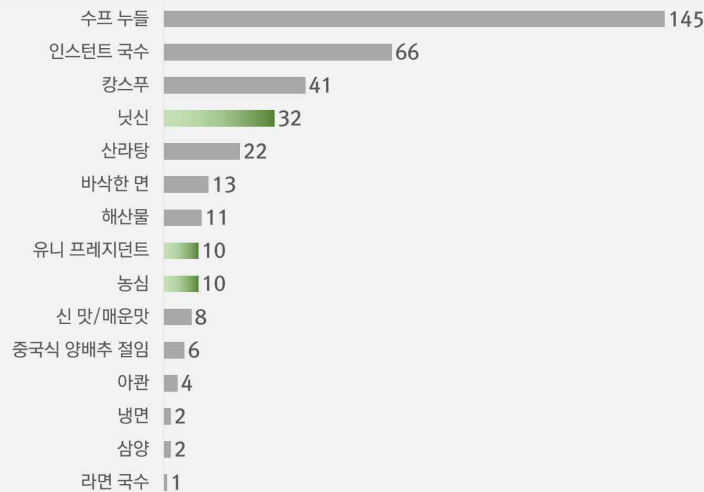
- 스태티스타(Statista)에 따르면, 2021년 중국 라면 브랜드 점유율 1위는 '칭신(Ting Hsin)', 2위는 '진마이링(Jinmailang Foods)'으로 조사¹⁴⁾
- 진출한 '유니 프레지던트(统一)'는 다양한 맛의 제품을 출시하며 점유율 3위 기록

▶ 일본 브랜드 '닛신' 점유율 6위, '농심'과 '삼양'도 도출

- 일본 브랜드인 '닛신' 관련 키워드 32건, 중국 내 점유율 6위 기록
- 돈코츠 라면과 해산물 라면 등 일본식 라면 강세
- 한국 브랜드 중에서는 '농심'과 '삼양' 도출
- '농심' 브랜드 제품은 중국 시장에 맞춰 변형된 패키지와 맛으로 출시

경쟁제품 ①		경쟁제품 ②		경쟁제품 ③	
					
제품명	가황 토마토 우육면 (茄皇 番茄牛肉面)	제품명	큐슈 돈코츠 수프 맛 라면 (方便面 九州猪骨汤味)	제품명	한국 매운 양배추라면 (韩式辣白菜拉面)
브랜드	유니 프레지던트(统一)	브랜드	닛신(日清)	브랜드	농심
가격	126g 10봉지 /41.9위안 (약 7,548원) ¹⁵⁾	가격	100g 10봉지/42.6위안 (약 7,674원)	가격	120g/4.99위안 (약 898.95원)

[표 3.1] 중국 판매 라면 경쟁제품 및 브랜드 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '라면' 관련 게시물 273건 분석

14) 스태티스타(Statista), 「Distribution of instant noodles market in China in 2021, by producer」, 2021

15) 1위안=185.92원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 컵라면보다 봉지라면이 강세

▶ 중국 현지에서는 컵라면보다 봉지 라면이 강세

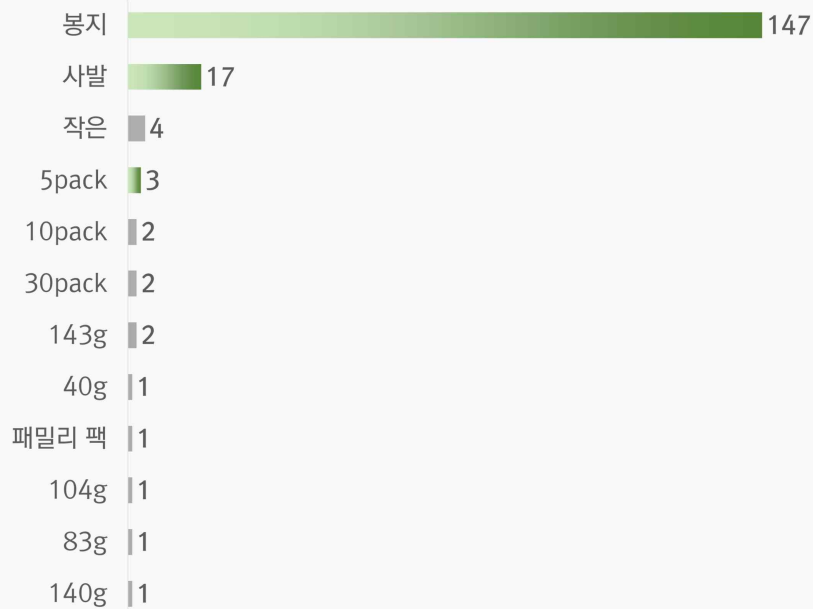
- '봉지' 관련 키워드 147건 검출된 반면, '컵라면' 관련 키워드는 17건도출
- 실제 데이터 확인 결과, '컵라면' 제품 대부분은 일본이나 홍콩 등 타국에서 수입한 제품이 대다수로 확인
- 현지 제품의 경우, 50g 이하 작은 용량이 대부분

▶ 5개들이 패키지 제품 판매 다수

- 중국 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 라면 대부분이 '5팩' 제품
- 10~30개가 들어간 대용량 패키지 판매도 많은 편

봉지		컵		5pack	
					
제품명	빅푸드 라오천추 우육면 (大食袋老陈醋酸辣牛肉面)	제품명	돌누들미니사발면(公仔面迷你碗)	제품명	볶음면 5팩
브랜드	캉스푸(康师傅)	브랜드	공짜이멘(公仔面)	브랜드	커판(刻凡)
가격	100g 24봉지/68.4위안 (약 12,322원)	가격	34g 9개/23.9위안 (약 4,305원)	가격	105g 5봉지/11.6위안 (약 2,157원)

[표 3.2] 중국 판매 라면 패키징 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '라면' 관련 게시물 279건 분석

3. 중국 소비자, ‘소고기’, ‘해산물’, ‘토마토’ 맛 선호

▶ 중국 현지 소비자, ‘소고기’와 ‘토마토’ 등 선호

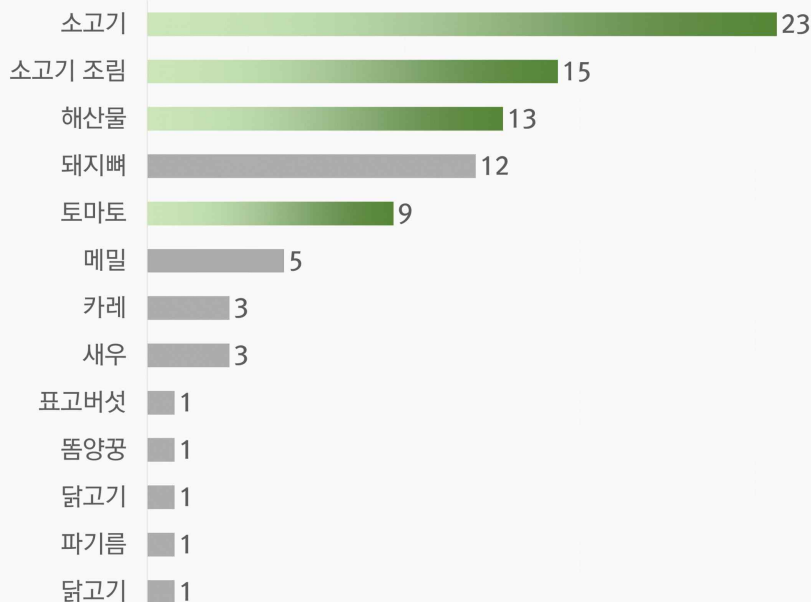
- 현지에서 판매되는 라면 맛 키워드로 ‘소고기’와 ‘소고기 조림’ 각각 23, 15건 도출
- 라면 상품에 ‘우육면’ 등 소고기 포함된 제품 다수 확인
- ‘토마토’ 관련 키워드도 9건 검출되었으며, 대부분이 중국 현지 제품

▶ ‘해산물’ 맛은 해외에서 수입된 제품이 대부분

- ‘해산물’ 관련 키워드 13건 도출
- 실제 데이터 확인 결과, ‘해산물’ 관련 제품은 대부분 일본이나 한국 등 수입된 제품으로 확인

소고기 조림		해산물		토마토	
					
제품명	홍샤오유육맛 라면(红烧牛肉味)	제품명	허웨이 라면 해산물맛 (合味道方便面 海鲜风味)	제품명	라오천추 토마토 우육면 (老陈醋番茄牛肉面)
브랜드	유니 프레지던트(统一)	브랜드	닛신(日清)	브랜드	강스푸(康师傅)
가격	103g 5봉지/29.5위안 (약 5,314원)	가격	76g 6개/35.0위안 (약 6,305원)	가격	111g 24봉지/67.9위안 (약 12,232원)

[표 3.3] 중국 판매 라면 성분 및 맛 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘라면’ 관련 게시물 279건 분석

4. 라면 제품 선택 시 맛을 가장 중요하게 생각

▶ 맛, 중국 소비자가 제품 선택 시 가장 고려하는 요인

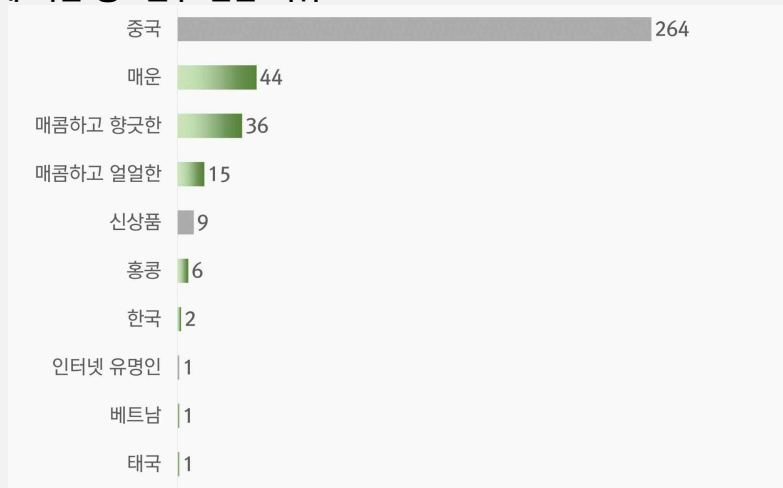
- 스태티스타에 따르면, 2022년 중국 소비자가 라면 제품 선택 시 가장 고려하는 요인 맛, 가격, 성분, 사이즈, 브랜드 순으로 나타남¹⁶⁾
- ‘매운’, ‘매콤하고 향긋한’, ‘매콤하고 얼얼한’ 등 매운맛과 관련된 키워드 95건 도출
- 중국 소비자들이 매운맛을 선호하는 것을 알 수 있으며, 맛을 전면에 내세운 홍보 방법이 주효할 것으로 분석

▶ ‘한국’과 ‘일본’, ‘태국’ 등 국가명을 전면에 내세워 홍보하기도

- 중국 내에도 한국과 일본, 태국 등 해외 수입 라면 다수 유통
- 국가명을 전면에 내세워 홍보하는 경우가 다수이며, ‘한국’ 제품임을 강조한 홍보 문구 사용도 필요할 것으로 보임

매운		맵고 얼얼한		한국	
					
제품명	매운맛 우육면(香辣牛肉面)	제품명	샤오롱샤 비빔면(小龙虾拌面)	제품명	불닭볶음면
브랜드	마스터콩(康师傅)	브랜드	치아오도우마(俏逗妈)	브랜드	삼양
가격	100g 24봉지/68.4위안 (약 12,322원)	가격	116g 2봉지/9.9위안 (약 1,783원)	가격	140g 5봉지/30.9위안 (약 5,566원)

[표 3.4] 중국 판매 라면 홍보문구 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘라면’ 관련 게시물 279건 분석

16) 스태티스타(Statista), 「Leading decision-making factors in buying instant noodles in China as of August 2022」, 2022.10

5. 한국 관련 키워드로 주요 라면 기업명 빈출

▶ 한국 관련 키워드로 한국산 라면 기업명 상관성 높아

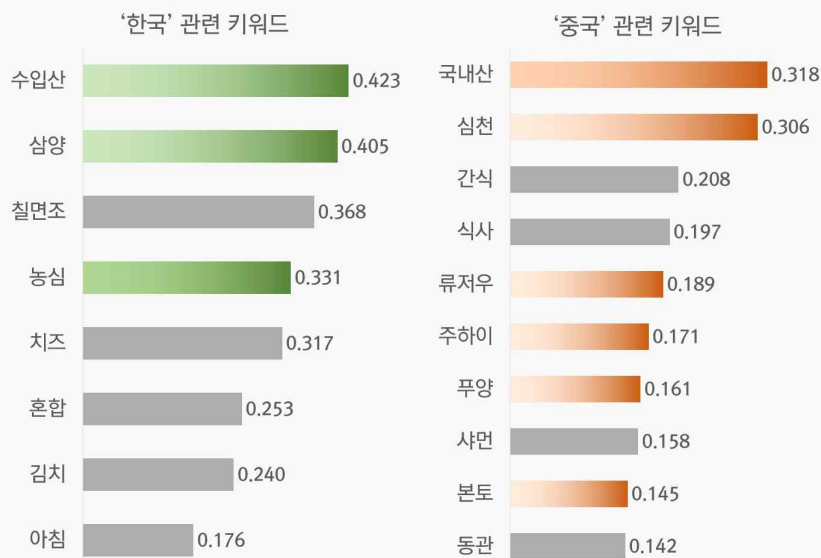
- 중국 온라인 쇼핑몰에 판매되는 라면 제품 데이터 내 ‘한국’과 ‘중국’ 키워드로 상관성 분석을 진행한 결과, ‘한국’ 키워드와 ‘삼양’, ‘농심’ 등의 주요 기업명 키워드가 상관성이 높게 나타나, 해당 기업들의 인지도가 높음을 확인함
- 이 외 ‘칠면조’ 키워드를 확인한 결과, 현지 브랜드인 ‘커파(刻凡)’이 불닭볶음면과 유사한 제품을 ‘칠면조 라면’이라는 홍보문구를 내세워 판매 중

▶ 중국 관련 키워드로 본토 원산지 빈출

- 중국 관련 키워드로는 ‘심천’, ‘류저우’, ‘주하이’, ‘본토’ 등 국내산임을 내세우는 키워드가 다수 확인됨

수입산		칠면조		본토	
					
제품명	짜짜로니	제품명	칠면조 라면(刻凡火鸡面)	제품명	홍사오뉴러우면(红烧牛肉面)
브랜드	삼양	브랜드	커파(刻凡)	브랜드	강스푸(康师傅)
가격	140g 5봉지/ 27.9위안(약 5,187원)	가격	104g 5봉지/ 11.6위안(약 2,157원)	가격	104g 24봉지/ 68.4위안(약 12,717원)

[표 3.4] 중국 판매 라면 ‘한국’, ‘중국’ 관련 키워드¹⁷⁾



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘라면’ 관련 게시물 279건 분석

17) 상관계수가 0.9 이상일 경우 매우 높은 상관관계, 0.7-0.9 미만일 경우 높은 상관관계, 0.4-0.7 미만일 경우 비교적 높은 상관관계, 0.2-0.4 미만일 경우 낮은 상관관계, 0.2 미만일 경우 거의 무시할 만한 상관관계가 있다고 해석됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



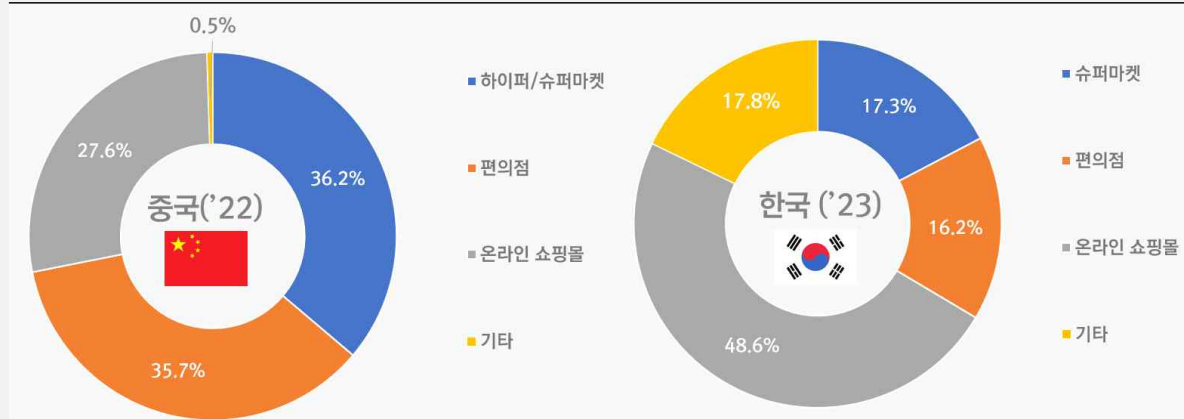
1. 중국 짜장라면 유통채널 점유율
2. 중국 짜장라면 주요 유통채널

1. 중국 짜장라면 유통채널 점유율

▶ 중국 내 ‘하이퍼/슈퍼마켓’과 ‘편의점’이 높은 점유율 보여

2021년 중국의 짜장라면 유통채널에서 가장 높은 점유율을 차지한 채널은 ‘하이퍼/슈퍼마켓’으로, 약 36.2%의 비중을 차지하는 것으로 조사됨. 이어서 ‘편의점’이 35.7%로 점유율 1위 유통채널인 ‘하이퍼/슈퍼마켓’과 약 1%p의 근소한 차이만을 보여, 오프라인 유통채널 위주로 유통이 이루어짐을 확인함. 한국의 유통채널 중 ‘하이퍼/슈퍼마켓’과 ‘편의점’은 각각 17.3%, 16.2%의 비중을 가짐. 중국의 유통채널 중 ‘온라인 쇼핑몰’은 전체 식품 소매매출액 기준 27.6%를 차지하여 세 번째로 높은 식품 소매매출액 순위를 나타냄. 반면, 한국은 ‘온라인 쇼핑몰’이 48.6%로 유통채널 점유율 중 상당한 비율을 차지한다는 점에서 중국과 차이를 보임. 백화점 등을 포함하는 ‘기타’ 채널을 통한 유통은 중국 대비 한국이 월등히 높은 것으로 확인됨

[표 4.1] 중국 및 한국 유통채널 점유율 비교¹⁸⁾



중국 및 한국 소매 유통채널 점유율¹⁹⁾²⁰⁾²¹⁾ 비교²²⁾

중국	유형	한국
36.2%	하이퍼/슈퍼마켓	17.3%
35.7%	편의점	16.2%
27.6%	온라인 쇼핑몰	48.6%
0.5%	기타	17.8%

자료: 스탯시타(Satista)

18) 중국과 한국의 짜장라면 품목에 대한 점유율 확인이 불가하여, 중국은 인스턴트 면류, 한국은 FMCG 유통채널 점유율을 비교함

19) 자료 : 스탯시타(Statista), 「Leading channels for buying instant noodles in China as of August 2022」, 2022.10

20) ‘짜장라면’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 ‘면류 소매 유통채널’의 정보를 확인함

21) 자료 : 스탯시타(Statista), 「FMCG in South Korea - statistics & facts」, 2023.03

22) 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

2. 중국 짜장라면 유통채널 ① 알티 마트



기업 기본 정보	기업명	알티 마트(RT Mart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn		
	위치	상해(上海)		
	규모	매출액('22) • 약 1,900억 위안(약 35조 3,248억 원) ²³⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 약 490개 • 직원 수('22): 약 6,600 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈 • 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 • 중국 내 29개의 성에 매장 보유 			
방문매장 정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등		
	선호제품	• 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국의 구매 담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 제품은 알티 마트부터 상품코드 수취 - 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 - 신상품 입점 및 판매 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-800-010-020 - LINE 아이디: @bvq0787C 		

자료: 알티마트(RT Mart)

사진 자료: 알티마트(RT Mart) 현지매장 방문조사

23) 1위안=185.92원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 중국 짜장라면 유통채널 ② 씨알뱅크

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅크(CR Vanguard)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.crv.com.cn	
	위치	선전(深圳)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> • 약 781억 위안(약 14조 5,203억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 약 3,240개 • 직원 수('22): 약 17만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유 • 올레(Ole), 비엘티(BLT), 바이플러스(V+), 브이엔고(VnGO) 등 프리미엄 오프라인 매장 보유 • 온라인 음식 배달 플랫폼 어러머(饿了么)에 2,000개의 매장 등록하여 약 100개의 도시로 배송 서비스 개시 예정 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에 상품 모집 공고 확인 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer) - 공급자 지원 자격 체크(품목별 상이) - 일부 품목의 경우 중국 현지에 등록된 업체만 신청 가능 - 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자 자료 등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일 발송 - 추가 서류 제출 요구 시 제출 - 소요시간: 약 30일(최소) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: crv_zbspjj@crv.com.cn 	

자료: 씨알뱅크(CRVanguard)

사진 자료: 샴파트너스(Sampartners)

2. 중국 짜장라면 유통채널 ③ 패밀리마트

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(FamilyMart)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.familymart.com.cn	
	위치	상해(上海)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> • 약 907억 4000만 위안(약 16조 8,703억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('21): 중국 내 2,967개 이상 • 직원 수('21): 약 5,350명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2004년 중국지사 설립 • 상해를 시작으로 베이징, 광저우, 항저우 등 주요 도시 진출 • 2,500개 이상의 제품과 매년 70% 이상의 제품 업데이트 • 일본에 본사 위치 	
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 음료류, 스낵류, 즉석식품, 면류, 소스류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 뛰어난 상품 및 신제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (familymart.com.cn/contact) 홈페이지를 통해 공급자 자료가 수취되면, 본사에서 검토 후 구매담당자를 통하여 공급자와 연락 예정(약 1-2주 소요) ① 공급자 정보 등록 ② 입점 상품 정보 등록 ③ 상품 유통 및 판매 • 로컬 에이전트를 통한 등록 	

자료: 패밀리마트(FamilyMart)

사진 자료: 패밀리마트(FamilyMart)

2. 중국 짜장라면 유통채널 ④ 메이이저아

기업 기본 정보	기업명	메이이저아(Meiyijia)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.meiyijia.com.cn		
	위치	둥관(东莞)		
	규모	매출액('21)	<ul style="list-style-type: none"> • 약 340억 7,500만 위안(약 6조 3,352억 원) 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20) : 약 1만 8,000개 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 약 17개국에서 운영 • 중국 내 대규모 프랜차이즈 편의점 • 매달 약 300-400개의 신규 매장 오픈 • 일평균 약 500만 명 이상의 고객이 이용 		
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 즉석식품, 면류, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품, 주방용품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 뛰어난 상품, 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 (www.meiyijia.com.cn/contact/index.htm) 온라인 고객센터에서 공급자 자료가 수취되면, 본사에서 검토 후 구매담당자를 통하여 공급자와 연락 예정(약 1-2주 소요) ① 공급자 정보 등록 ② 입점 상품 정보 등록 ③ 상품 유통 및 판매 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 간편식품, 건강식품에 대한 수요가 높음 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 		

자료: 메이이저아(Meiyijia)

사진 자료: 메이이저아(Meiyijia), 평라이휘마오푸드(PengLai Huimao Food)

2. 중국 짜장라면 유통채널 ⑤ 샤오뿌띠앤스짜띠앤

기업 기본 정보	기업명	샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)	
	기업구분	한인마트	
	위치	랴오닝(辽宁)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 5월 23일 오픈 • 한국산 식품 다수 판매 • 한국산 샴푸, 구강청결용품 등 다수 판매 • 한국산 주류 제품 다양하게 입점 	
방문매장 정보	입점가능품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등	
	선호제품	• 한국 제품, 인지도가 높은 브랜드의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 등록 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-415-212-0021 / +86-415-213-3300 	

자료: 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)

사진 자료: 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店) 샤오홍슈 페이지

2. 중국 짜장라면 유통채널 ⑥ 진향식품

기업 기본 정보	기업명	진향식품(金晟康食品店)	
	기업구분	한인마트	
	위치	톈진(天津)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 2개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 베이징의 한국인 유학생들이 밀집해있는 우다오커우(五道口)에 위치 • 다양한 한국 식품 및 식자재 판매 • 직접 만든 밀반찬, 각종 고기와 어묵 등 다양하게 판매 	
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 수입 상품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-22-8838-3353 	

자료: 웨이보(微博)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



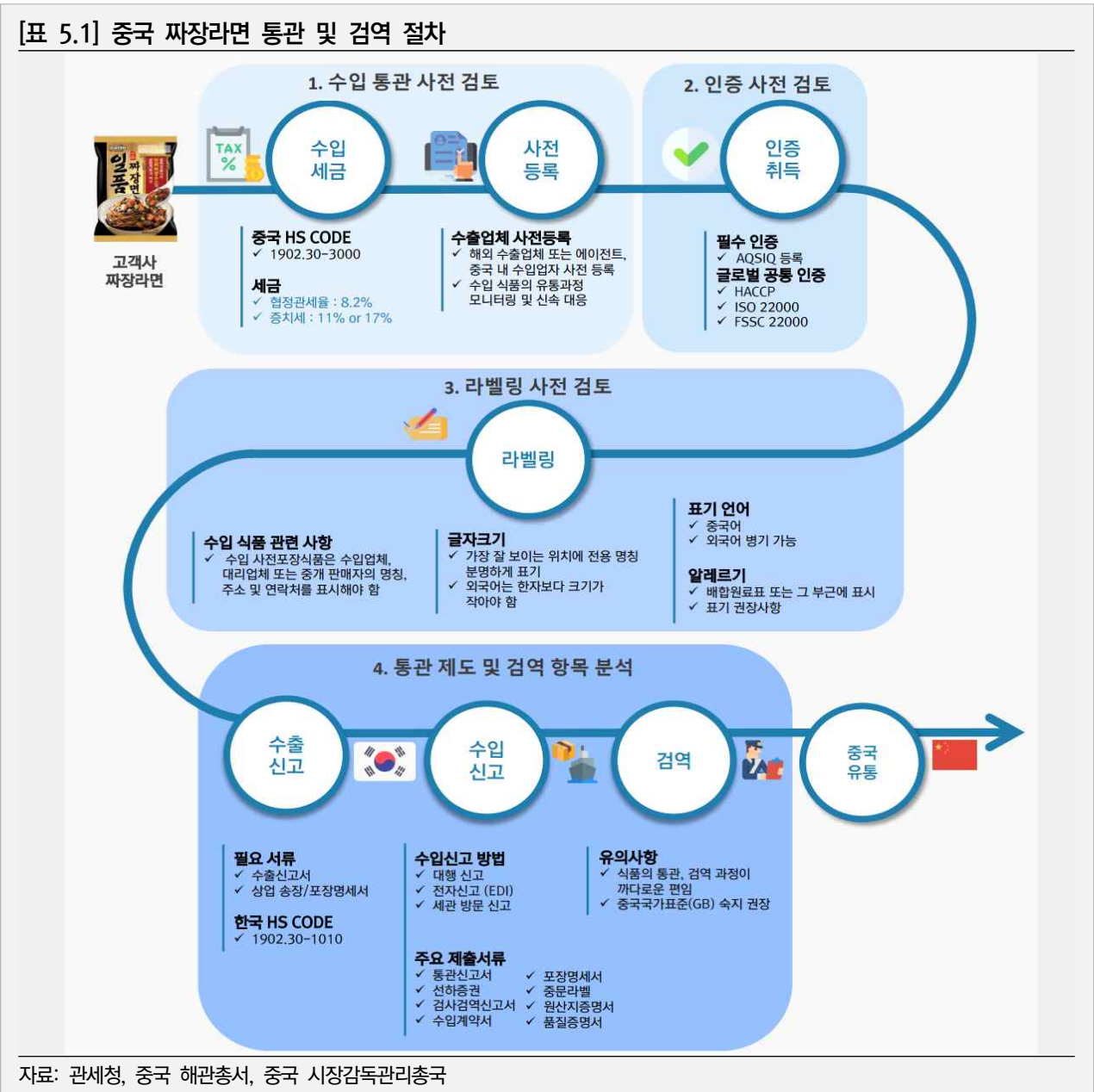
1. 중국 짜장라면 통관 및 검역 절차
2. 중국 짜장라면 품질 인증
3. 중국 짜장라면 라벨링
4. 중국 짜장라면 성분 및 유해물질

1. 중국 짜장라면 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 중국 짜장라면 수출 시, 통관 및 검역 주요사항

중국으로 짜장라면 수출 시 HS CODE는 1902.30-3000으로 FTA 협정세율인 8.2%가 적용됨. 또한, 증치세²⁵⁾가 별도로 존재함. 중국은 식품의 통관 및 검역 과정이 까다로운 편에 속하기 때문에 중화인민공화국 국가표준(GB: Guoji Biozhn)을 꼼꼼하게 숙지하는 것을 권장함

[표 5.1] 중국 짜장라면 통관 및 검역 절차



24) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

25) 상품(과세용역 포함)의 유통 과정에서 발생하는 부가가치세를 과세 근거로 삼아 과세하는 중국의 주요 간접세. 수입물품에는 보통 11%(2017년 7월 1일 이전 13%) 또는 17%의 증치세가 부과되며, 증치세가 표시되지 않은 물품은 증치세가 면세

▶ 중국 짜장라면 수출 시, 해관 등록번호 발급 정책 시행

〈중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정〉이 2022년 1월 1일부터 정식으로 시행됨. 중국에 수입되는 모든 식품의 생산, 가공, 보관 기업은 중국 해관 시스템 등록을 통해 고유번호를 발급 받아야 하며, 5년간 제품 포장지 등에 의무적으로 표시해야 함

[표 5.2] 중국 짜장라면 해관 등록번호 발급 준비

주요 준비 사항	취득 정보
신청 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 신청 대상: 중국에 수출하고자 하는 모든 해외 식품 생산, 가공 및 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 외 국가에서 식품 생산, 가공 행위를 하는 모든 기업을 식품기업 범위에 포함 - 식품 보관 안전위생 요구에 따라 식품을 보관하는 기업 또한 발급 대상에 포함 • 비신청 대상: 식품 첨가물 제조기업, 식품 관련 자재, 도구, 설비 등 생산, 가공, 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 첨가물(영양 강화제 포함) 제조기업은 발급 대상에 불포함 - 식품 포장재료와 용기, 식품 생산도구, 설비 및 식품에 사용하는 세제, 소독제 등 관련 기업 역시 발급 대상에 불포함
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 소재국 정부 주무 부처 추천 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처의 추천장, 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업이 소재국 규정에 부합하다는 소재국 정부 주무 부처가 발급한 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 되는 지는 미기재), 기타 중국 해관에서 요청하는 자료 • 기업 자체 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업 제품이 중국 규정에 부합하다는 자체 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 되는 지는 미기재), 대리인을 통해 해관에 등록 신청을 할 때는, 반드시 제품에 대한 수권서와 함께 제출 필요
아이디 발급 및 로그인 경로	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디 발급 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처 추천 등록: 중국 해관에서는 식품 기업 소재국 정부 주무 부처에 기업용 아이디를 제공 예정이며, 기업은 소재국 정부로부터 아이디를 발급받고 시스템에 접속 - 기업 자체 신청(혹은 대리신청): 해외기업 자체 아이디 신청은 18종 식품기업 외 서류 구비가 완료된 기타 식품기업만 시스템 접속을 통해 신청 가능 • 로그인 경로 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 국제무역 단일창구() 홈페이지에 접속하여 ‘수입식품 해외생산기업 등록’에서 번호 발급 신청 페이지로 접속

출처: 중국해관총서, 중국출입국검사검역협회(CIQA)

2. 중국 짜장라면 품질 인증

▶ 중국 짜장라면, 'AQSIQ' 등록 필수

중국으로 짜장라면 수출 시 중화인민공화국 품질감독검사검역총국(AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 등록을 필수적으로 해야 함. 중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 AQSIQ 및 해관총서(GACC: General Administration of Customs China) 온라인시스템에 회사 정보를 전산 등록 후 중문 라벨을 인쇄해야 함. 또한 AQSIQ에서 적용하는 품목은 대부분의 식품이 적용됨²⁶⁾

[표 5.3] 중국 AQSIQ 등록 정보

인증명	취득 정보	
중국 AQSIQ 등록	등록 관할기관	<ul style="list-style-type: none"> • AQSIQ
	유형	<ul style="list-style-type: none"> • 수출 시 필수
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> • AQSIQ는 중국의 WTO 가입을 위해 2001년 4월 10일 국가품질기술감독총국과 국가출입국검사검역총국의 합병으로 설립됨 • 중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 국가질량감독검험검역총국 온라인시스템에 회사 정보를 등록해야 함 • AQSIQ에서 적용하는 품목은 대부분의 식품이 적용됨²⁷⁾ <ul style="list-style-type: none"> - 수입식품(주류, 설탕 및 감미료 포함), 유제품, 육류, 해산물 등 • 2021년 10월 기준 65개국 약 27,800개 이상 식품 생산 및 수출업체가 등록함 • AQSIQ는 제조업체 및 수출업체가 신청인으로 직접 등록할 것을 권고하고 있으며, 중국 수입업체 및 유통업체가 대신 진행할 경우 통관 및 유통 시 문제가 발생할 수 있음을 안내하고 있음 • 식품 유형에 따라 등록 요구사항 및 등록 신청비에 차이가 있으나 등록 절차는 동일함
	근거규정	<ul style="list-style-type: none"> • 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 식품안전법(2021) (中華人民共和國食品安全法(2021)) - GACC/AQSIQ Notic No. 248/249

출처: 중화인민공화국 품질감독검사검역총국(AQSIQ)

26) 자료: 중국 AQSIQ 인증 신청 페이지 (www.aqsiq.net/application)

27) 자료: 중국 AQSIQ 수입 식품 목록 (www.aqsiq.net/imported-food-list)

▶ 중국 수입 짜장라면, 글로벌 공통 인증 적용 권장

중국으로 짜장라면 수출 시, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 중국 시장관리감독총국(SAMR: The State Administration for Market Regulation)은 중국 식품위생법의 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따라 중국 내 수입업자, 해외 수출 업체 또는 에이전트에게 관련 정보의 사전 온라인 등록을 요구하고 있음

[표 5.4] 중국 짜장라면 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 여부	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방 식품의약품안전처	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	

자료: 각 인증기관

3. 중국 짜장라면 라벨링

[표 5.5] 중국 짜장라면 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준 (필수)	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭 분명하게 표기할 것 규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명화간 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함
	2. 배합원료표	<ul style="list-style-type: none"> 중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가제 통용 명칭으로 표시해야 함 첨가량 많은 순으로 나열할 것(첨가량 2% 미만은 순서 무방)
	3. 용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> 법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함
	4. 날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> 일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표시할 것 알콜 함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 표기 면제가 가능함
	5. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함

자료: 중국 시장감독관리총국, GB 7718-2011 선포장식품 라벨 통칙, 식품안전정보원

[표 5.5] 중국 짜장라면 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준 (필수)	6. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 표준 중국어(병음 표기 기능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함
	7. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 1.8mm이상(60cm²이상 면적 기준)으로 표기해야 함 오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기할 것 상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 크기가 작아야 함
	8. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 ‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음
	9. 식품 생산허가증 일련번호	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장 식품 라벨은 식품 생산허가증 일련번호를 표시해야 함
	10. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것
	11. 영양라벨	<ul style="list-style-type: none"> 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨의 함량 및 그 영양소기준치(NRV)에 차지한 백분비 포함 필수 표기해야 함 트랜스지방(산) 함량 필수 표기사항임 소비자에게 제공하는 최소한 포장단위에 표기해야 함 각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 마그네슘, 칼슘, 철분, 망간, 불소 등 기타 성분은 선택 표기사항임
라벨 표시 사항 및 기준 (권장)	12. 알레르겐 유발물질	<ul style="list-style-type: none"> 알레르겐 유발물질은 배합원료를 사용할 때 배합원료표에 이해하기 쉬운 명칭을 쓰거나 배합원료표 부근에 추가 설명을 덧붙일 것
	13. 로트 번호	<ul style="list-style-type: none"> 필요에 따라 제품 로트 번호를 표시할 것
	14. 섭취방법	<ul style="list-style-type: none"> 필요에 따라 용기 개봉 방법, 섭취방법, 조리방법, 물 붓고 제조하는 방법 등 도움말을 표시할 것

자료: 중국 시장감독관리총국, GB 7718-2011 선포장식품 라벨 통칙, 식품안전정보원

▶ 중국 짜장라면 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[뒷면 - 중문]

[뒷면 - 국문]

- ① 品名: 农心炸酱面多连包
- ② 净含量: 700克 (140克x5袋)
- ③ 原产国: 韩国
- ④ 食品类型: 油炸方便面
- ⑤ 在华注册编号:
CKOR20012112130020
- ⑥ 配料: 面饼(小麦粉, 土豆淀粉, 棕榈油, 醋酸酯淀粉, 植物油, 碳酸钙, 食用盐, 碳酸钾, 碳酸钠, 六偏磷酸钠, 三聚磷酸钠, 磷酸二氢钠, 核黄素, 焦磷酸钠, 茶多酚), 调味包 (炸酱调味料) 豆酱, 玉米粉, 麦芽糊精, 洋葱, 菜籽油, 酸水解植物蛋白调味液, 植物油, 食用盐, 酵母抽提物, 大蒜, 低聚果糖, 辣椒, 大豆, 焦糖色(普通法),

- ① 제품명: 농심 짜파게티
- ② 중량: 700g (140gx5입)
- ③ 원산지: 한국
- ④ 식품유형: 유탕면
- ⑤ 중국등록번호:
CKOR20012112130020
- ⑥ 원재료명: 면(소맥분, 감자전분, 팜유, 변성전분, 식물성풍미유, 난각칼슘, 정제염, 탄산칼륨, 탄산나트륨, 핵사메타인산나트륨, 삼인산나트륨, 아인산이숫나트륨, 비타민 B2, 피로인산나트륨, 차 폴리페놀), 스프류(짜장베이스 된장, 옥수수분말, 말토덱스트린, 양파, 유채씨기름, 산 가수분해 식물성 단백질 조미료, 식물성풍미유, 정제염, 효모추출물, 마늘, 프락토올리고당, 고추, 대두, 카라멜색소(보통법),

白砂糖, 春酱(黑豆, 酱油, 白砂糖, 黑芝麻), 2号焦糖色调味糖浆粉(葡萄糖浆, 焦糖色(普通法)), 炸酱粉(黄豆酱粉, 洋葱, 菜籽油, 麦芽糊精), 3号焦糖色调味糖浆粉(葡萄糖浆, 焦糖色(普通法), 甜菊糖苷), 炒调味土豆粉(土豆粉, 植物油, 食用香精), 葵花籽油, 玉米调味料(食用盐, 玉米粉, 洋葱, 小麦粉, 植物油, 白砂糖, 胡椒粉), 洋葱粉, 发酵苹果粉(苹果, 酵母粉), 食用盐, 炸酱味调味粉(黄豆酱粉, 洋葱, 菜籽油, 麦芽糊精), 5-呈味核苷酸二钠, 大豆蛋白, 脱水卷心菜, 脱水土豆粒, 脱水洋葱, 脱水胡萝卜, 洋葱风味油(植物油, 洋葱), 炸酱风味油(植物油, 豆酱), 橄榄油)

⑦ 生产日期: 2023年04月05日

⑧ 保质期: 6个月

⑨ 贮藏方法:
宜放置于凉爽阴凉处避免高温阳光直射。

⑩ 制造商: 韩国农心株式会社

⑪ 进口商: 沈阳农心食品有限公司

⑫ 地址:
沈阳市经济技术开发区四号街三甲一号

⑬ 电话: 024-25367480

⑭

营养成分表

项目	每100克(g)	营养素参考值%
能量	823千焦(kj)	22%
蛋白质	7.9克(g)	13%
脂肪	14.3克(g)	24%
碳水化合物	68.6克(g)	23%
钠	786毫克(g)	39%

정백당, 춘장(검정콩, 간장, 정백당, 검은깨), 분말카라멜2호(글루코스 시럽, 카라멜색소(보통법)), 짜장분말(된장분말, 양파, 유채씨기름, 말토덱스트린), 분말카라멜3호(글루코스시럽, 카라멜색소(보통법), 슬비올배당체), 볶음조미감자분(감자분, 식물성풍미유, 식용향료), 해바라기씨유, 옥수수조미베이스(정제염, 옥수수분, 양파, 밀가루, 식물성풍미유, 정백당, 후추가루), 양파분말, 발효 사과분말(사과, 효모분), 정제염, 짜장베이스(된장가루, 양파, 유채씨기름, 말토덱스트린), 5'-리보뉴클레오티드이나트륨, 대두단백, 건양배추, 건감자, 건양파, 건당근, 양파풍미유(식물성풍미유, 양파), 짜장풍미유(식물성풍미유, 된장), 올리브유)

⑦ 생산일자: 2023년 4월 5일

⑧ 유통기한: 6개월

⑨ 보관방법: 직사광선을 피하고 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오.

⑩ 제조업체: 한국 농심주식회사

⑪ 수입업체: 심양 농심식품유한회사

⑫ 주소: 심양시 경제기술개발구 4번길 3갑 1호

⑬ 전화: 024-25367480

⑭

영양성분표

항목	100g당	영양성분기준치%
열량	823kj	22%
단백질	7.9g	13%
지방	14.3g	24%
탄수화물	68.6g	23%
나트륨	786g	39%

4. 중국 짜장라면 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 및 식품 영양강화제

중국에 수출할 식품의 첨가물은 중화인민공화국 국가표준 식품첨가물 사용 표준(GB 2760-2014)과 식품 영양강화제 사용 표준 (GB 14880-2012)에 따라 중화인민공화국 보건부가 허가한 첨가물만을 사용할 수 있음. 하기 표는 고객사 짜장라면에 적용될 수 있는 식품첨가물 목록과 기준의 일부임. 더욱 자세한 식품첨가물 규정 및 기준은 중화인민공화국 국가표준(GB)의 식품첨가물 사용 표준과 식품 영양강화제 사용 표준, 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.6] 고객사 짜장라면에 적용 가능한 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준
1	변성전분	Distarch phosphate (Food starch modified)	GMP ²⁸⁾
2	탄산 나트륨	Sodium carbonate	GMP
3	탄산 칼륨	Potassium carbonate	GMP
4	구아검	Guar gum	GMP
5	비타민 B2	Riboflavin	0.05g/kg
6	구연산	Citric acid	GMP

자료: GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준, GB 14880-2012 식품 영양강화제 사용표준, KATI 농식품수출정보

28) 우수제조관리기준(GMP, Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 GMP에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 유해물질

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 보건부(National Health Commission of the People's Republic of China)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 식품 중 오염물 제한량 규정(GB 2762-2017), 식품 중 병원균 제한량 규정(GB 29921-2013), 식품 중 진균 독소 제한량 규정(GB 2761-2017) 등이 있음. 추가로, 생산업체는 제한량 제정 여부와 상관없이 원칙적으로 식품 중 유해물질의 함량이 최저 수준에 이르도록 하여야 함. 하기 표는 고객사 짜장라면에 적용될 수 있는 유해물질 목록과 기준의 일부임. 더욱 자세한 중국 유해물질 규정 및 기준은 중화인민공화국 국가표준(GB), 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.7] 고객사 짜장라면에 적용 가능한 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	잔류허용기준	식품 유형
1	납	Lead (Pb)	0.5mg/kg	기타 전분제품
2	카드뮴	Cadmium (Cd)	0.1mg/kg	곡물 제분 가공품(현미 쌀 제외)
3	크롬	Chromium (Cr)	1.0mg/kg	곡물 제분 가공품
4	살모넬라	Salmonella spp.	n=5, c=0, m=0	곡류제품: 밀가루 제품
5	황색포도상구균	Staphylococcus aureus	n=5, c=1, m=100CFU/g, M=1000CFU/g	곡류제품: 밀가루 제품
6	주석 ²⁹⁾	Tin (Sn)	250.0mg/kg	모든 식품 (음료류, 영유아 조제식품, 영유아 보조식품 제외)

자료: GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량, GB 2761-2017 식품 중 진균 독소 제한량, KATI 농식품수출정보

29) 주석 도금으로 된 용기에 포장된 식품에 한함

▶ 알레르겐

중국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 중화인민공화국 보건부의 사전포장 식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)에 의하여 규정됨. 알레르기 유발물질이 포함된 배합원료를 사용할 때 배합원료표에 이해하기 쉬운 명칭을 쓰거나, 배합원료표 부근에 추가 설명을 덧붙여야 함. 다만, 해당 규정에 따르면 라벨에 알레르기 유발물질을 표기하는 것이 필수 사항은 아닌 것으로 확인됨. 하기 표는 중국에 식품 유통 시 라벨에 표시하도록 권장하는 알레르겐 성분 목록임

[표 5.8] 중국 알레르겐 표기 성분

순번	표시 의무 여부	대상
1	권장	글루텐 함유 곡물 및 관련 제품
2	권장	갑각류 동물 및 관련 제품 (새우, 닭새우, 게 등)
3	권장	어류 및 관련 제품
4	권장	알류 및 관련 제품
5	권장	땅콩 및 관련 제품
6	권장	대두 및 관련 제품
7	권장	유 및 유제품(유당 포함)
8	권장	견과 및 관련 견과류 제품

자료: GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙, 식품의약품안전처

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 닝싱요우베이귀지마오이요우시앤꽁쓰
(宁兴优贝国际贸易有限公司)
2. 칭다오성위앤라이샹마오요우시앤꽁쓰
(青岛盛源来商贸有限公司)
3. 상하이쉬앤보진추코우마오이요우시앤꽁쓰
(上海萱渤进出口贸易有限公司)
4. 단둥스네이파총마오요우시앤꽁쓰
(丹东市内发从贸易有限公司)
5. 상하이성잉스핀요우시앤꽁쓰
(上海晟英食品有限公司)

Interview ①

30)



**닝싱요우베이궈지
마오이요우시안궈쓰
(宁兴优贝国际贸易有限公司)**

- 유형: **한국산 라면 수입유통업체**
- 업체 특징:
 - 닝보, 저장성에 설립된 수입 유통업체
 - 2014년 설립
 - 주요 수입 국가는 한국, 일본, 호주, 뉴질랜드
 - Tmall, Taobao를 통해 온라인 유통, 고급슈퍼, 편의점, 백화점 등을 통해 오프라인 유통
 - 불닭볶음면, 아이스크림, 오징어과자, 영유아 간식 취급

담당자 정보

CEO

닝싱요우베이궈지마오이요우시안궈쓰 (宁兴优贝国际贸易有限公司) CEO

Q. 회사와 현재 취급하고 있는 제품에 대한 간단한 소개를 해주세요.

저희 회사는 2014년에 설립된 중국의 수입·유통업체로, 한국, 일본, 호주, 뉴질랜드 등에서 다양한 해외 제품을 수입하며 20여 개 이상의 브랜드를 취급하고 있습니다. 또한, 닝싱요우베이는 현재 중국 내 30여 개의 성(省)과 티몰(Tmall), 징둥닷컴(JD.com) 등의 온라인 매체에도 제품을 공급하고 있습니다.

Q. 고객사 라면 제품을 취급한 경험이 있나요?

고객사 라면 제품을 취급한 경험은 없습니다. 고객사 제품 외 한국 기업의 매운 볶음라면 및 짜장 맛 라면 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 중국 라면 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요?

중국 시장에서는 매운 볶음라면과 같은 차별화된 제품을 선호합니다. 중국 현지 라면 기업들은 자체적으로 불닭볶음면을 개발하여 판매 중인데, 삼양 제품과 비교하면 차이가 큼니다. 바깥 포장 부분에 중문을 추가한 뒤 삼양 식품의 인지도가 계속 늘고 있습니다.

Q. 최근 중국 내 라면 수요는 어떠한가요?

중국 라면 시장은 고급화 되고 있으며 맛도 다양해지고 있습니다. 다만, 배달 음식, 냉동식품, 즉석식품 역시 발전하면서 젊은 세대의 라면에 대한 수요가 줄었습니다.

Q. 인기 있는 라면 제품의 맛은 어떤 것이 있나요?

중국 시장에서 가장 인기 있는 라면은 소고기 우육면 및 배추절임 소고기 면이 있습니다. 한국 라면 중에서 인기가 있는 라면은 매운 볶음라면입니다. 중국 시장에서는 한국 짜장라면에 대한 인지도가 높지 않아 소비량이 많지 않습니다.

Q. 고객사 라면에 대한 수요는 어떠한가요?

고객사 라면 제품은 중국 시장에 오랫동안 진출해온 제품으로 알려져 있습니다. 제품은 좋지만, 아직까지 중국 시장에서 특별히 유명한 제품은 없는 것 같습니다.

30) 사진자료: 닝싱요우베이궈지마오이요우시안궈쓰(宁兴优贝国际贸易有限公司)

Q. 중국 시장 내 한국 라면 경쟁사의 판매 현황은 어떠한가요?

중국 라면 시장에서 농심 라면 판매량이 많이 줄었습니다. 대만에 수출된 한국 라면 일부 제품에서 유해물질이 검출된 것이 큰 이유인 것 같습니다. 중국 소비자들이 한국 라면을 선택할 때 S사 라면을 많이 선택해서 S사 라면의 판매량이 많이 늘었습니다.

Q. 고객사 라면 제품의 경쟁사 대비 강점 및 약점은 어떤 게 있나요?

고객사 짜장라면은 다른 한국 짜장라면과 비교해 브랜드 인지도가 비교적 낮은 편입니다. 하지만 분말 스프 양이 더 많다는 장점이 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백 부탁드립니다.

고객사의 짜장라면은 달콤한 맛을 갖고 있으나, 면을 끓인 후 물을 버리는 과정이 다소 복잡해 보일 수 있습니다.

Q. 고객사에서 중국 시장을 타겟으로 신제품을 출시한다면 어떤 형태를 추천하시나요?

매운 볶음라면이나 치즈 맛 볶음면과 같이 특별한 맛을 추천합니다. 중국 시장에서 특별한 맛을 가진 라면은 소비자들의 호응을 얻을 수 있습니다.

Q. 추후 중국 라면 시장이 어떻게 변화될 것으로 예상하시나요?

최근 몇 년 동안 동남아시아의 라면 브랜드가 중국에 많이 진출했습니다. 인도네시아와 태국에서 수입한 제품은 상대적으로 저렴한 가격 때문에 소비자들의 선호도가 높은 편입니다.

Q. 고객사 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요? 최근 부상하고 있는 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널인 티몰을 추천합니다. 티몰로 진출 시 기업계정을 만들 필요가 있습니다.

Q. 라면 구매 시, 중국 소비자들의 주요한 구매 요인은 무엇인가요?

인지도와 맛은 중국 소비자에게 가장 주요한 요인입니다.

Q. 통관 검역 과정에서 주의할 사항을 알려주세요.

제품 통관 검역 과정에서 필요한 서류는 식품 포장전개도, 식품제조공정도, 식품 영양성분표, 식품영양성분 검측 보고, 식품배합비, 인증 문서 등이 있습니다.

Interview ②

青岛盛源来商贸有限公司

칭다오승위안래
(青岛盛源来商贸有限公司)

- 유형: 한국산 라면 수입 유통업체
- 업체 특징:
 - 칭다오, 산둥성에 설립된 수입 유통업체
 - 2005년 설립
 - 주요 수입 국가는 한국
 - Tmall, Taobao, JD.com, Douyin을 통해 온라인 유통, 산둥성 마트를 통해 오프라인 유통
 - 김치, 한국 소스, 신라면, 농심 짜파게티, 고추장 취급

담당자 정보

Sales Manager

31)

칭다오승위안래(青岛盛源来商贸有限公司)
Sales Manager

Q. 회사와 현재 취급하고 있는 제품에 대한 간단한 소개를 해주세요.

2012년에 설립된 한국 식료품 전문 유통업체로, 한국 김, 라면, 스낵, 음료, 조미료 등의 다양한 제품을 취급하고 있습니다. 제품은 징동닷컴, 타오바오(Taobao), 티몰 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되며, 슈퍼마켓, 유통업체 등 다양한 유통채널로도 납품하고 있습니다.

Q. 고객사 라면 제품을 취급한 경험이 있나요?

2019년 이전에 고객사의 라면 제품을 타오바오에서 판매한 경험이 있었습니다.

Q. 고객사 라면 제품 외에 어떠한 한국산 라면 제품을 취급하고 있나요?

S사, O사, N사 등의 라면 제품을 취급하고 있습니다. 현재 판매하고 있는 삼양라면의 경우 몇 년 전보다 맛이 많이 개발되었습니다. 티몰 내의 상품 페이지도 잘 만들어 홍보에 도움이 되었습니다. 새로운 맛을 빨리 개발하고, 소비자의 피드백을 더 빨리 반영하고 있습니다. N사 라면 등 해외 라면 브랜드들이 직접 중국에서 라면을 생산하는 사례가 늘고 있습니다.

Q. 중국 라면 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요?

최근 중국 라면 시장은 제품 카테고리가 더욱 다양해지고 있습니다. 코로나19로 인해 3년간 수입 라면 유통이 많이 감소해 중국 현지의 라면도 많이 출시되었습니다. 예를 들어, 튀기지 않은 제품은 소비자들에게 큰 사랑을 받고 있습니다.

Q. 최근 중국 내 짜장라면에 대한 수요는 어떠한가요?

중국 시장에서 한국산 짜장라면은 주로 N사, S사 제품이 지배하고 있습니다.

Q. 이 외 인기 있는 맛은 어떤 게 있나요?

매운 볶음라면 및 치즈 맛 볶음면은 중국 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있습니다. 일본식 돈코츠라면도 인기가 있습니다.

Q. 고객사 라면 제품에 대한 수요는 어떠한가요?

한국의 N사, S사와 비교하면 상대적으로 인지도가 낮은 편입니다.

Q. 중국 시장 내 한국 라면 경쟁사의 판매 현황은 어떠한가요?

코로나19 기간에 삼양의 라면이 중국 수입사와 함께 중국 식품 전시회에 많이 참가하였습니다. 이로 인해 시장 홍보 효과도 누리고, 판매량도 많이 늘었습니다.

Q. 고객사 라면 제품의 경쟁사 대비 강점 및 약점은 어떤 게 있나요?

고객사 짜장라면은 다른 한국산 짜장라면 제품과 비교했을 때 브랜드 인지도가 낮은 편입니다. 한편 제품 포장에 소비자가 쉽게 식별할 수 있도록 한자가 표기되어 있는 것이 강점입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백 부탁드립니다.

달콤한 맛을 갖고 있으며, 포장지에 중문이 기재되어 있는 것이 긍정적입니다. 다만, 면을 끓인 후 물을 버리는 과정이 다소 복잡해 보일 수 있습니다.

Q. 추후 중국 라면 시장이 어떻게 변화될 것으로 예상하시나요?

중국은 항상 라면 시장에서 글로벌 기준 상대적으로 큰 시장이었습니다. 앞으로도 중국 라면 시장은 계속 커질 것으로 예상합니다.

Q. 고객사 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요? 최근 부상하고 있는 유통채널은 무엇인가요?

더우인(Douyin)이라는 어플리케이션을 추천합니다. 현재 중국의 젊은 세대에서 많이 사용하는 어플리케이션입니다. 해당 채널을 통해서 제품의 직접 판매도 가능하다는 장점이 있습니다.

Q. 중국 소비자들이 라면 구매 시 주요한 구매 요인은 무엇인가요?

중국 소비자에게 결국 가장 중요한 것은 맛입니다.

Q. 통관 검역 과정에서 주의할 사항을 알려주세요.

중문 라벨과 해외 생산 기업 등록 번호가 필요하니 반드시 유의하시기 바랍니다.

Q. 고객사 제품에 대한 기타 제안사항을 알려주세요.

SIAL CHINA와 같은 중국 전시회에 많이 참가하는 것은 큰 도움이 될 것입니다.

Interview ③

32)

上海蒼勃进出口贸易有限

상하이쉬앤보진추코우마오이
요우시앤공쓰
(上海蒼勃进出口贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 상하이에 설립된 수입 유통업체
 - 2017년 설립
 - 주요 수입 국가는 한국
 - 1688.com을 통해 온라인 유통, 고급슈퍼, 한인 마트, 편의점을 통해 오프라인 유통
 - 진라면, 불닭볶음면, 간장 취급

담당자 정보

Sales Manager

상하이쉬앤보진추코우마오이요우시앤공쓰 (上海蒼勃进出口贸易有限公司) Sales Manager

Q. 회사와 현재 취급하고 있는 제품에 대한 간단한 소개를 해주세요.

2016년에 설립된 수입유통업체로, 각종 조미료, 라면, 커피 등을 취급하며 한국의 다양한 식품 브랜드 제품을 유통하고 있습니다. 제품은 주로 편의점, 마트, 도매시장 등에 납품되며, 유명 온라인 매장을 통해서도 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 라면 제품을 취급한 경험이 있나요?

고객사 라면 제품을 취급한 경험은 없습니다. 대신 한국 라면 브랜드 중 O사 및 S사 라면을 취급하고 있습니다.

Q. 중국 라면 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요?

최근 중국 라면의 가격이 상당히 상승하였습니다. 중국 본토에서 생산된 캉스푸(康師傅) 라면은 한 봉지 기본 가격이 일반적으로 3위안 수준을 유지하고 있습니다. 한편, 중국산 농심 라면은 한 봉지 기본 가격이 일반적으로 5위안 수준을 유지하고 있습니다. 특별한 맛 측면에서는 큰 차이가 없는 것으로 알려져 있습니다.

Q. 최근 중국 내 라면 수요는 어떠한가요?

중국 라면 시장은 비교적 꾸준히 발전하고 있지만, 배달 음식에 대한 수요가 증가하면서 라면 판매량에는 부정적 영향을 끼치고 있습니다. 중국 라면 제조업체는 폭발적인 인기를 끌 수 있는 신제품을 개발하기 위해 노력하고 있습니다.

Q. 최근 중국 내 짜장라면에 대한 수요는 어떠한가요?

짜장라면은 중국에서는 인기가 높지 않습니다. 그러나 매운 볶음면과 짜장 맛 라면을 함께 섞어 먹는 레시피는 매우 인기가 있습니다.

Q. 이 외 인기 있는 맛은 어떤 게 있나요?

매운 볶음라면 또는 치즈 맛 볶음면은 중국 시장에서 매우 인기 있는 제품으로 알려져 있습니다.

Q. 고객사 라면 제품에 대한 수요는 어떠한가요?

한국의 S사, O사 제품과 비교했을 때, 인지도가 상대적으로 낮습니다.

Q. 중국 시장 내 한국 라면 경쟁사의 판매 현황은 어떠한가요?

코로나19 기간 중국의 강력한 봉쇄정책으로 중국의 라면 수입량이 감소했습니다. 2022년 한국에서 중국으로 수출되는 라면 중 S사 비중은 80% 정도로 대부분을 차지하고 있습니다. 현재 중국 시장에서 소비자들의 삼양라면에 대한 수요가 늘고 있습니다.

Q. 고객사 라면 제품의 경쟁사 대비 강점 및 약점은 어떤 게 있나요?

고객사 짜장라면은 다른 한국 짜장라면보다 브랜드의 인지도는 상대적으로 낮습니다. 팔도 제품의 포장이 세로로 인쇄되는 것을 통한 경쟁제품과의 차별화는 분명한 강점입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백 부탁드립니다.

달콤한 맛을 갖고 있으며, 포장은 세로로 인쇄되는 것으로 알려져 있습니다. 다만 면을 끓인 후 물을 버리는 과정이 다소 복잡해 보일 수 있습니다.

Q. 고객사에서 중국 시장을 타겟으로 신제품을 출시한다면 어떤 형태를 추천하시나요?

매운 볶음라면과 치즈 맛 볶음면 같이 특별한 맛을 추천합니다. 중국 시장에서 특별한 맛을 가진 라면은 소비자들의 호응을 얻을 수 있습니다.

Q. 추후 중국 라면 시장이 어떻게 변화될 것으로 예상하시나요?

중국 시장에서는 중화요리나 한식을 기반으로 한 더 많은 라면 레시피를 개발하는 것을 추천합니다. 소비자들이 더 다양한 선택과 맛의 경험을 할 수 있도록 다양한 라면 옵션을 제공하는 것이 중요합니다.

Q. 고객사 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요? 최근 부상하고 있는 유통채널은 무엇인가요?

‘샤오홍수(Xiaohongshu)’, ‘더우인’, ‘핀뉘뉘(Pinduoduo)’ 등의 어플리케이션을 통한 유통을 추천합니다.

Q. 중국 소비자들의 주요 라면 구매 요인은 무엇인가요?

인지도와 맛은 중국 소비자에게 가장 중요한 요소입니다.

Q. 통관 검역 과정에서 주의할 사항을 알려주세요.

중문으로 된 라벨과 해외 생산 기업 등록 번호가 필요합니다.

Q. 고객사 제품에 대한 기타 제안사항을 알려주세요.

온라인 플랫폼으로 제품을 입점하기 전에 반드시 제품의 중문 상표증을 신청하시길 바랍니다.

Interview ④

丹东市内发从贸易有限公司

단동스네이파총마오요우시안공쓰
(丹东市内发从贸易有限公司)

- 유형: **한국산 라면 수입 유통업체**
- 업체 특징:
 - 랴오닝성, 단둥시에 설립된 수입 유통업체
 - 2015년 설립된 수입유통사
 - 주요 수입 국가는 한국
 - 1688.com을 통해 온라인 유통, 한인 마트를 통해 오프라인 유통

담당자 정보

Sales Manager

33)

단동스네이파총마오요우시안공쓰(丹东市内发从贸易有限公司) Sales Manager

Q. 회사와 현재 취급하고 있는 제품에 대한 간단한 소개를 해주세요.

2015년에 설립된 식품 유통업체로, 중국 등베이 단둥시에 본사가 있습니다. 온라인 B2B 플랫폼으로 한국 식품을 도매하고 있으며, 주요 취급 품목은 라면, 김치, 떡, 양념 소스, 고추장 등이 있습니다. 현재 고객사의 도시락 라면 제품을 포함해 S사, O사, N사의 라면 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 중국 라면 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요?

중국 라면 시장은 지난 3년간 꾸준히 성장했습니다. 과거에 판매량이 높았던 매운 볶음라면과 짜장 볶음라면은 여전히 높은 판매량을 보이고 있습니다. 전통 중국 라면 브랜드들이 새로운 맛을 개발해왔지만, 판매량이 높지는 않았습니다. 코로나19 기간 동안 중국 일부 지역 생산 라면이 특히 인기를 끌었습니다. 예를 들어, 우한에서 코로나19가 시작되었기 때문에 전국의 소비자들이 우한을 돕기 위하여 마트에 가서 우한 열간면³⁴⁾(热干面)을 많이 구매했습니다. 그래서 일부 중국 라면 브랜드에서 열간면 제품을 빠르게 개발하고 많이 판매했습니다.

Q. 최근 중국 내 라면 수요는 어떠한가요?

라면 시장은 천천히 성장하고 있습니다. 코로나19 3년 간 중국 식자재 공동구매 시스템이 많이 발전하였습니다. 이로 인해 소비자들의 식자재 구매가 쉬워졌습니다. 전통 라면 브랜드 시장을 공략하기 위해 새로운 맛의 라면 제품을 계속 개발하고 있습니다.

Q. 최근 중국 내 짜장라면에 대한 수요는 어떠한가요?

주로 N사와 S사가 경쟁해왔습니다. 최근에는 S사의 매출이 N사보다 높은 것을 알 수 있습니다.

Q. 이 외 인기 있는 맛은 어떤 게 있나요?

중국식 매운 라면 제품 중에서 홍유면피(红油面皮) 제품이 매우 유명합니다. 중국 음식 '량피'³⁵⁾와 비슷한 느낌으로 만든 라면입니다. 그리고 이 홍유면피 라면은 중국의 왕홍 리자치(李佳琦)가 추천한 제품으로 유명합니다. 뜨거운 물과 그릇만 있으면 먹을 수 있는 라면입니다. 홍유면피 라면도 마장 맛, 마라 맛, 칠리 맛으로 3종 중 선택할 수 있습니다.

33) 사진자료: 단동스네이파총마오요우시안공쓰(丹东市内发从贸易有限公司)

34) 우한 지역에서 유명한 간식 중 하나. 뜨겁고 물이 없는 면

35) 중국 서북부의 서안 지역의 전통 비빔국수

Q. 고객사 라면에 대한 수요는 어떠한가요?

고객사 라면의 대리 판매를 시작하고 소비자들에게 적극적으로 홍보하고 있습니다. 앞으로 고객사 라면의 매출 증가를 바랍니다.

Q. 고객사 라면 제품의 경쟁사 대비 강점 및 약점은 어떤 게 있나요?

고객사 라면은 아직 초기 단계입니다. 초기 단계에서는 경쟁사를 능가하는 데 수년이 소요될 것입니다. 고객사 라면 제품은 포장에 매력적이라고 생각합니다. 하지만, 약점으로는 현재 고객사 라면 제품의 종류가 많지 않습니다. 앞으로 많은 제품을 온라인에서 판매 및 홍보하면 좋을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백 부탁드립니다.

달콤한 맛을 갖고 있으나, 포장에 조금 더 세련되면 좋을 것 같습니다. 섭취 방법은 경쟁제품들과 동일합니다.

Q. 고객사에서 중국 시장을 타겟으로 신제품을 출시한다면 어떤 형태를 추천하시나요?

매년 4~5개의 신상품이 필요하며, 중국에서는 온라인 및 오프라인에서 빠르게 홍보하고 단기간에 소비자의 피드백을 얻는 것이 중요합니다.

Q. 추후 중국 라면 시장이 어떻게 변화될 것으로 예상하시나요?

매년 다양한 맛의 신제품이 출시될 예정입니다. 중국은 인구가 많기에 새로운 라면 브랜드도 늘어날 예정입니다.

Q. 고객사의 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요? 최근 부상하고 있는 유통채널은 무엇인가요?

중국의 젊은 층에서 폭발적인 인기를 끌고 있는 샤오홍수 앱을 통한 유통을 추천합니다.

Q. 중국 소비자들이 라면 구매 시 주요한 구매 요인은 무엇인가요?

맛은 중국 소비자에게 가장 중요한 요소입니다.

Q. 통관 검역 과정에서 주의할 사항을 알려주세요.

수입 통관 과정에서는 중문으로 된 라벨과 영양라벨이 필요합니다.

Q. 고객사 제품에 대한 기타 제안사항을 알려주세요.

앞으로 중국 식품업체들과의 콜라보 및 협력을 한다면 좋을 것 같습니다. 추가로, 중국에 생산 공장이 있으면 좋을 것 같습니다.

Interview ⑤

36)

上海晟英
Shanghai Shengying

상하이성잉스핀요우시앤공쓰(上海晟英食品有限公司)
Manager

상하이성잉스핀요우시앤공쓰
(上海晟英食品有限公司)

· 유형: 한국산 라면 수입 유통업체

· 업체 특징:

- 상하이에 설립된 수입 유통업체
- 주요 수입 국가는 한국
- Tmall, Taobao, JD.com을 통해 온라인 유통, 편의점, 마트, 한인 마트, 식당을 통해 오프라인 유통
- 라면, 참치, 삼계탕, 떡볶이, 국수, 오징어 간식 취급

담당자 정보

Manager

Q. 회사와 현재 취급하고 있는 제품에 대한 간단한 소개를 해주세요.

2010년에 설립된 식품 유통업체로, 초기(2010~2013년)에는 미국, 호주, 일본, 한국 등 여러 국가에서 다양한 식품을 수입해왔습니다. 2013년부터는 한국 수입식품만 집중하고 한국으로 직접 수입을 시작했습니다. 현재 한일식품, O사, S사, Y사 등과 중요한 파트너가 되었습니다.

Q. 중국 라면 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요? 튀김 면, 탈수 채소 등을 사용하지 않은 프리미엄 인스턴트면, 일본식 라멘, 쿼스편, 홍유면피 등 다양한 제품이 출시되는 것으로 알고 있습니다.

중국 소비자들의 건강에 대한 요구가 점점 더 높아지고 있습니다. 라면에도 튀기지 않은 라면의 수요가 점점 많아지고 있습니다. 새로운 맛 역시 계속 나타나고 있습니다. 예를 들어 인기가 있는 중국식 계란 라면 및 우유 치즈 두리안 라면도 나왔습니다.

Q. 최근 중국 내 라면 수요는 어떠한가요?

중국 시장에서 라면에 대한 수요는 천천히 증가하고 있습니다. 배달 음식 및 편의점 즉석식품이 많이 발전하였고, 이는 라면 판매량이 감소하는 요인입니다. 중국 시장 내 신제품 라면들은 더욱 맛있고, 영양가 있고, 건강하며 다양해지는 방향으로 개발되고 있습니다. 짜장라면에 대한 수요는 높지 않은 편입니다.

Q. 이 외 인기 있는 라면 제품의 맛은 어떤 게 있나요?

중국 사천식 매운 라면, 마라 라면과 우유 치즈 두리안 같은 참신한 맛의 라면이 인기가 있습니다.

Q. 고객사 라면에 대한 수요는 어떠한가요?

고객사 라면 제품은 중국 시장에서 인지도가 아직 높지 않은 편입니다.

Q. 중국 시장 내 한국 라면 경쟁사의 판매 현황은 어떠한가요?

중국 시장에서 한국 라면은 주로 O사, S사, N사 3개 사가 경쟁하고 있습니다. 그중 S사 라면이 가장 유명합니다. N사는 중국 현지에 공장을 두고 직접 생산하고 있습니다. 그로 인해 제품의 맛이 뛰어나진 않습니다.

Q. 고객사 라면 제품의 경쟁사 대비 강점 및 약점은 어떤 게 있나요?

강점은 한국에서 직접 수입한 제품이라 품질 부분에 대해서는 소비자들이 걱정하지 않는다는 것입니다. 가장 큰 약점은 대표적인 인기 상품이 없다는 것입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

달콤한 맛을 갖고 있으며, 패키징이 고급스러워 보입니다. 섭취 방법은 타 경쟁제품과 동일합니다.

Q. 고객사에서 중국 시장을 타겟으로 신제품을 출시한다면 어떤 형태를 추천하시나요?

신제품 출시와 홍보를 위해서는 광고가 많이 필요합니다. 오프라인으로는 기차역에서 광고하는 것이 좋습니다. 온라인에서는 중국 샤오홍수에서 공식 계정을 만들어 프로모션 및 제품의 후기 작성 등의 마케팅을 진행하면 좋을 것 같습니다.

Q. 추후 중국 라면 시장이 어떻게 변화될 것으로 예상하시나요?

최근에는 동남아시아 국가의 라면도 중국에 진출하기 시작했습니다. 저렴한 가격과 신기한 맛으로 소비자들에게 인기가 많습니다. 향후 중국의 라면 시장은 중저가, 고가 시장으로 양분될 것입니다. 한국 라면은 이 중에서 중고급 시장에 포지셔닝 될것으로 예상합니다.

Q. 고객사 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요? 최근 부상하고 있는 유통채널은 무엇인가요?

중국 앱 중 샤오홍수, 더우인 등의 플랫폼을 통한 유통을 추천합니다.

Q. 중국 소비자들의 라면 구매 시 주요한 구매 요인은 무엇인가요?

맛 및 가격은 중국 소비자에게 가장 중요한 구매 요인입니다.

Q. 통관 검역 과정에서 주의할 사항을 알려주세요.

통관 검역 과정에서는 제조공정도, 성분배합비율, 중문 라벨 등의 자료가 필요합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요

중국 라면 시장,
글로벌 수입액 연평균 8.4%



중국 라면 시장규모는 2021년 기준 19.3조 원으로 확인되며, 중국은 세계 최대 라면 소비국으로 2020년에는 전 세계 소비량의 40%를 소비한 바 있음. 중국 내 라면 수요는 배달 음식이나 편의점 간편식과 같은 대체재의 수요가 증가할 때 하락하는 경향을 보임. 이렇게 라면 제품 뿐만 아니라 기타 제품과의 경쟁도 심화되면서, 중국 현지 라면 생산기업은 더욱 맛있고, 영양가 있으며, 건강한 제품을 비롯해 다양한 신제품을 개발하며 시장 점유를 꺾고 있음

스타티스타에 의하면 중국 현지의 라면 생산규모는 2021년 기준 510만 톤이나, 2017-2021년간 연평균 17.4%의 감소세를 보임. 중국 현지 라면 생산량이 감소하는 것과 다르게, 중국 글로벌 라면 수입액은 2018-2022년간 연평균 8.4%의 성장률을 보임. 한국은 2022년 기준 중국 수입산 라면 시장의 60%를 차지하여 1위를 차지하였으며, 다음으로 인도네시아와 홍콩이 각각 10%, 9%를 점유하는 것으로 확인됨. 전문가 인터뷰에 의하면, 최근 동남아시아 라면이 저렴한 가격을 내세워 중국 라면 시장에 활발하게 진출하고 있음

소비 특징 ①



경쟁 현황



중국 온라인 쇼핑물 라면 경쟁제품

온라인 쇼핑물 분석 결과, 중국 라면 시장의 글로벌·수입산 경쟁기업 및 브랜드로 캥스푸, 칭신, 진마이랑, 유니 프레지던트, 닛신 등이 확인됨. 일본 브랜드들은 돈코츠 라면과 해산물 라면 등 일본식 라면을 내세웠으며, 중국 로컬 브랜드들은 현지 레시피를 반영한 소고기 우육면, 중국식 레시피인 량피와 유사한 홍유면피 라면, 마라 라면 등 국가별 레시피의 특징을 따온 제품들이 인기를 끌고 있음

한국 선도 기업 3사가 중국 시장에서도 우위를 점하고 있으며 고객사 제품의 인지도는 상대적으로 낮은 편으로 확인됨. 특히 매운 볶음라면, 치즈 맛 볶음면이 다수 언급됨. 한국 경쟁기업의 경우 빠르고 다양한 신제품 개발, 중국 현지 생산 공장 설립, 온라인 채널을 통한 다양한 프로모션 및 마케팅, 메인 인기 제품 개발 등을 전략을 활용하고 있음

소비 특징 ②



주요 성분



중국 온라인 쇼핑물 라면 홍보문구

주요 성분으로는 소고기, 해산물, 돼지뼈, 토마토, 카레 등 매우 다양한 성분이 도출되었으며 인기있는 라면 제품의 특징과 연결되는 양상을 보임. 중국 소비자들의 입맛을 반영해 매운맛, 매콤하고 향긋한 맛, 매콤하고 얼얼한 맛을 내세우며, 중국, 한국, 홍콩, 베트남 등 국가 키워드도 홍보문구로 활용되고 있음

고객사 제품의 맛인 '짜장 맛'에 대한 수요는 비교적 낮은 것으로 확인됨. 온라인 쇼핑물 분석 결과에서는 확인되지 않았으나, 최근 튀기지 않은 라면 등 건강을 겨냥한 프리미엄 라면 제품이 인기를 끌고 있는 것으로 확인됨



유통채널



중국의 인스턴트 면류 유통채널 점유율 확인 결과, 하이퍼/슈퍼마켓이 36.2%, 편의점이 35.7%, 온라인 쇼핑몰이 27.6%로 확인됨

전문가 인터뷰 결과 5명의 바이어가 모두 온라인 쇼핑몰이나 SNS 통한 홍보 및 판매를 추천하였음. 예로 티몰, 샤오홍수, 더우인, 핀뉘뉘 등, 왕홍이나 인플루언서를 활용한 마케팅과 판매가 동시에 가능하다는 특징이 있으며, 상세한 온라인 쇼핑몰 판매 페이지도 중요할 것으로 보임

수출 확대 전략 ①

현지 식습관 반영,
또는 한국식
레시피 반영한
참신한 제품 개발과
맛 현지화 필요



Point 01 현지 소비 트렌드 반영 신제품 개발 중국 라면 시장 트렌드 확인 결과 고객사에서 신청한 짜장 맛에 대한 수요는 낮은 것으로 예상되며, 대신 중국 현지 식습관이나 기존 레시피를 차용한 마라맛 라면, 홍유면피 라면 등이 인기인 것으로 확인됨. 또는 일본의 돈코츠 라면 등과 같이, 수입산 제품의 경우 국가별 특색을 띤 라면이 트렌드인 것을 확인함. 따라서, 한국적 레시피의 특징을 뚜렷하게 보여주는, 또는 중국 소비자의 식습관을 반영한 메인 제품 개발이 필요할 것으로 보임

한국산 제품 중 특히 인기 있는 제품인 매운 볶음라면 및 치즈 맛 볶음면의 경우 특이한 맛을 앞세웠다는 특징이 있음. 최근 두리안 맛, 사천식 매운 라면 등 참신한 맛의 제품이 개발되고 있으므로 소비자의 이목을 끌 수 있는 제품의 개발이 필수적일 것임

수출 확대 전략 ②

프리미엄 라면으로의
포지셔닝



Point 02 프리미엄 라면으로 포지셔닝 중국 라면 시장은 동남아시아산 라면 및 현지 라면으로 이루어진 중저가 시장, 일본산 및 한국산 라면 등 위주로 이루어진 프리미엄 라면으로 양분화되는 경향을 보임. 특히 최근 튀기지 않은 면 등 영양가와 건강을 강조한 프리미엄 제품들이 다수 출시되고 있음

현지 생산 공장이 없는 한 중저가 라면과의 경쟁은 어려우므로, 앞서 말한 현지화된 제품의 퀄리티를 높여 프리미엄 시장을 타깃 하는 것을 추천함. 또한, 티몰, 더우인, 샤오홍수 등의 온라인 쇼핑몰 및 SNS 등을 통한 유통, 주기적인 다양한 맛의 제품 개발, 인플루언서 및 후기 이벤트 등을 활용한 마케팅 전략이 수반되어야 할 것임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Retail sales value of packaged rice, pasta, and noodle products in China」, 2022.03
2. 해외시장뉴스, 「중국 인스턴트 라면 시장동향」, 2021.07
3. 중국전문가포럼, 「중국 라면시장, 젊은 소비자 입맛에 맞는 특색 있는 제품으로 승부해야」, 2020.05
4. 중앙일보, 「"배달음식은 가라" 중국서 라면이 다시 뜬 이유」, 2021.01
5. 스태티스타(Statista), 「Production volume of instant noodles in China」, 2023.06
6. 스태티스타(Statista), 「Distribution of instant noodles market in China in 2021, by producer」, 2021
7. 스태티스타(Statista), 「Leading decision-making factors in buying instant noodles in China as of August 2022」, 2022.10
8. 스태티스타(Statista), 「Leading channels for buying instant noodles in China as of August 2022」, 2022.10
9. 스태티스타(Statista), 「FMCG in South Korea - statistics & facts」, 2023.03
10. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2760-2014 식품첨가물 사용 표준」, 2014
11. 중화인민공화국 국가표준 「GB 14880-2012 식품 영양강화제 사용 표준」, 2012
12. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2762-2017 식품 중 오염물 제한량」, 2017
13. 중화인민공화국 국가표준 「GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량」, 2013
14. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2761-2017 식품 중 진균 독소 제한량」, 2017
15. 중화인민공화국 국가표준 「GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙」, 2011
16. 중화인민공화국 국가표준 「GB 28050-2011 사전포장 식품 영양라벨 통칙」, 2011
17. 농림축산식품부 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. International Trade Centre (www.intracen.org)
3. (World instant noodle association) (instantnoodles.org)
4. 수닝(Suning), (www.suning.com)
5. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.cn)
6. 씨알뱅가드(CRVanguard) (www.crv.com.cn)
7. 샘파트너스(Sampartners) (sampartners.co.kr/en)
8. 패밀리마트(FamilyMart) (www.familymart.com.cn)
9. 메이이저(Meiyijia) (www.meiyijia.com.cn)
10. 평라이훤마오푸드(Penglai Huimao Food) 홈페이지 (www.plhmsp.com)
11. 웨이보(微博) (www.weibo.com)
12. 농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
13. 국가 관세종합정보망 서비스 (<https://unipass.customs.go.kr/csp/index.do>)
14. 중국 해관총서 (GACC) (www.customs.gov.cn)
15. 중국 시장감독관리총국 (SAMR) (www.samr.gov.cn)
16. 중화인민공화국 보건부 (www.nhc.gov.cn)
17. 식품안전정보원 글로벌 식품법령 기준규격정보시스템 (www.foodlaw.foodinfo.or.kr)
18. 통합무역 정보서비스 (tradenavi.or.kr)
19. 관세청 (www.customs.go.kr)
20. 닝싱요우페이귀지마오이요우시엔푹쓰 (www.nxubay.com)
21. 칭다오승위안라이샹마오이요우시엔푹쓰 (www.sylsp.tmall.com)
22. 상하이쉬엔보진추코우마오이요우시엔푹쓰 (www.shop4335521o8g34.1688.com)
23. 단둥스네이파총마오이요우시엔푹쓰 (www.shop34783j42d6390.1688.com)
24. 상하이성잉스핀요우시엔푹쓰 (www.shshengying.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.07.28

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea