

# 2023년 중국에서 인기가 많았던 한국식품 및 트렌드

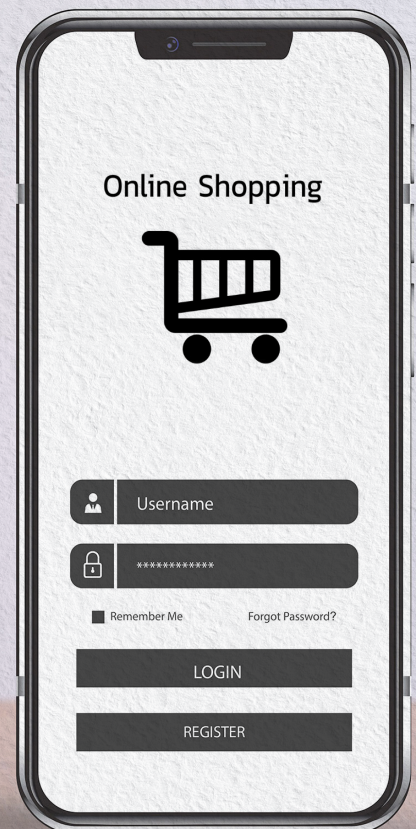
작성자\_ 한서현

## 중국의 온라인 시장을 통해 보는 2023년 인기 식품

중국의 온라인 시장은 빠르게 성장하고 있다.

징동(京东), 타오바오(淘宝) 등 전통적인 온라인 플랫폼뿐만 아니라, SNS와 커머스 기능이 결합된 新유통플랫폼인 도우인(抖音), 콰이쇼우(快手), 크로스보더 플랫폼인 텐마오국제(天猫国际), 징동국제(京东国际) 등 다양한 전자상거래 플랫폼이 발달하고 있다.

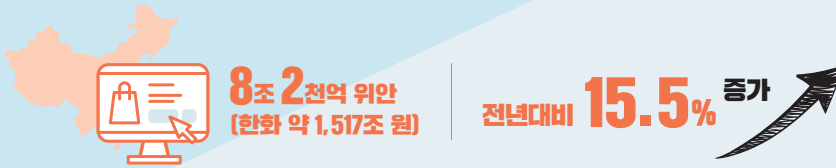
온라인 시장이 발달하면서 소비자들은 쉽게 수입식품을 접할 수 있게 되었고, 크로스보더 거래가 활성화되며 보다 다양한 제품을 경험할 수 있게 되었다.



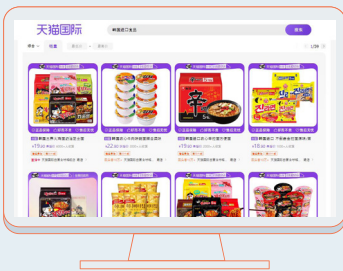
특히 중국 내 과징(跨境)이라 불리는 크로스보더 이커머스 시장이 빠르게 발전하고 있다. 올해 10월 지쿠 전자상거래 연구 센터(智库网经社电子商务研究中心)에서 발표한 “2023년(상반기) 중국 인터넷 소매시장 데이터 보고서”에 따르면 중국의 2023년 상반기까지의 크로스보더 전자상거래 시장 규모는 8조 2천억 위안(한화 약 1,517조 원) 수준으로 전년 동기 대비 15.5% 증가했으며, 금년 전체 시장규모는 17조 위안(한화 3,323조 원)을 초과할 것으로 예측했다.

## 중국 크로스보더 전자상거래 시장 규모

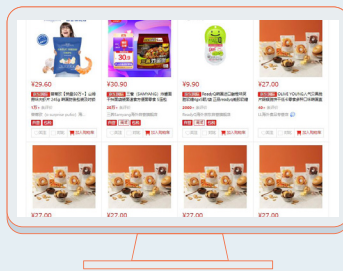
(2023년 상반기까지 기준)



대표적인 크로스보더 전자상거래 플랫폼 중 하나인 텐마오국제에서 ‘한국수입식품’을 매출이 높은 순위로 조회하면 상위 10개 품목 중 8개가 라면 제품이다. 8개 제품 중 절반인 4개가 삼양의 불닭볶음면 시리즈 제품으로, 중국 내에서 큰 사랑을 받고 있음을 알 수 있다. 불닭볶음면 외 농심의 육개장 사발면과 신라면, 안성라면, 그리고 오뚜기 진라면이 포함되어 있다. 상위 10개 품목 중 라면이 아닌 제품은 해태의 허니버터칩과 해표의 도시락김이 포함되어 있다.



텐마오국제 한국수입식품 매출 순위



징동국제 한국수입식품 매출 순위

한편 징동국제에서는 매출이 가장 높은 상위품목의 대부분이 스낵류이다. 상위 10개 품목 중 8개가 스낵 제품이며 그 중 5개가 올리브영의 베이글칩 제품이다. 한국을 오가는 관광객과 유학생들을 통해 유명해진 제품은 크로스보더 플랫폼을 통해 중국시장에 진출하고 있다.





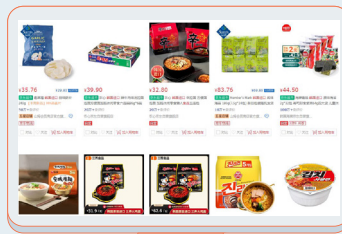
일반 온라인 몰에서 사랑받는 한국식품도 크로스보더 플랫폼과 크게 다르지 않다. aT가 티몰에서 운영하고 있는 '한국식품 공식 플래그십 스토어(韩国食品官方旗舰店)'에서 가장 인기가 많은 제품 역시 삼양의 불닭볶음면이다. 매출 상위 10개 품목 중 6개가 라면 제품이며, 그 중 3개가 불닭볶음면 시리즈이다. 그 외 상위에 포함된 제품은 유자차, 갈라만시 원액 그리고 소주와 막걸리이다.

또 다른 온라인 플랫폼인 징둥에서도 중국 소비자의 한국 라면 사랑을 확인할 수 있다. '한국수입식품'의 상위 10개 품목 중 7개가 라면 제품이며, 그 외 김과 새우칩이 포함되었다.

### 중국에서 사랑받는 상위 한국식품



티몰 공식 플래그십 스토어 매출 순위



징둥 한국식품 매출 순위



## 온·오프라인에서 소비자의 마음을 사로잡는 K-FOOD

올해 4월 중국의 스타벅스에서 새로운 메뉴가 출시되었다. 오프라떼와 아몬드라떼 시리즈이다. 이 메뉴에는 한국 매일유업의 '아몬드브리즈'와 '어메이징요트' 제품이 들어간다. 기존에 B2C 방식으로 시장을 공략했던 것과 달리 B2B 방식으로 소비자들에게 접근한 것이다.

중국 내 빠르게 발전하고 있는 식물성우유 시장을 선점하여 중국 소비자들의 입맛을 사로잡고 있다. SNS에서도 스타벅스의 신메뉴와 매일유업의 제품 인증사진을 어렵지 않게 찾아볼 수 있다.



중국 SNS 사오홍슈(小红书) 내 인증샷

또 다른 방식으로 시장을 확대하고 있는 우리 기업은 정관장이다. 한국의 기술력과 홍삼의 차별성으로 중국 소비자들의 마음을 사로잡은 정관장은 올해 중국 국민 여동생인 양쯔(杨紫)를 모델로 섭외하여 폭넓은 마케팅을 이어갔다. 탄탄한 제품력에 친근한 이미지의 광고모델을 더해 시너지 효과가 기대된다.



정관장 광고모델 양쯔



## Insight

올해에도 중국에서 가장 많은 사랑을 받은 한국식품은 라면이다. 크로스보더, 브랜드 연계 등을 통해 다양한 제품들이 중국 소비자에게 다가가고 있다. 소비자들에게는 가성비뿐만 아니라 가심비(가격 대비 심리적 만족도)를 고려하여 상품을 구매하는 추세가 퍼지고 있다. 한국식품은 중국 제품 대비 상대적으로 가격이 높은 수입식품이지만, 소비자들의 심리적 만족을 채워주는 제품들로 많은 사랑을 받고 있다. 다가오는 2024년에는 더욱 많은 제품들이 중국 소비자의 마음을 사로잡을 수 있길 바란다.





# 2023년 홍콩에 인기 있었던 한국 식품

## 한국 식품의 전반적인 이미지

지난 10여 년 동안의 홍콩내 한류 열풍으로 한국 농식품 역시 엄청난 인기를 얻고 있다. 특히, 한국의 다양하고 우수한 농식품의 홍콩 진입이 활발해 지면서 한국농식품은 안전하고 품질을 보장하는 식품으로서 홍콩 소비자들에 그 이미지를 각인시키고 있다.



## 홍콩 소비자 최대 예비식량, '한국 라면'

외식비중이 매우 높은 홍콩에서 코로나 통제 기간 동안 외출제한으로 인해 간편 조리식품에 대한 수요가 급증한 가운데 한국의 즉석 조리식품과 라면 등이 홍콩 소비자의 이목을 끌었다. 코로나 통제가 종료된 2023년에도 기후변화의 영향으로 홍콩에서 자주 접하기 어려운 T8~T10\* 강도의 태풍과 폭우가 수차례 쏟아지면서 홍콩인들의 예비 식량으로 한국 라면이 인기를 끌고 있다.

\*홍콩 태풍 경보는 T1, T3, T8, T9, T10까지 총 5개로 숫자가 올라갈수록 위력이 세다.

### 20~30대 소비자의 사랑을 받는 한국 라면

2023년 이상기후 영향에 따라 홍콩 20~30대가 주로 사용하는 온라인 커뮤니티 '연등'에서 라면 랭킹에 대한 열띤 토론이 벌어진 적이 있다. 가장 많은 댓글에 따르면 한국 라면은 쫄깃한 면발과 향이 좋으며 특히, 얼큰한 국물이 최대 매력으로써 한번 먹으면 타국산 라면을 못 먹게 된다는 등 높은 평가를 받았다.

#### 홍콩 인기 라면 브랜드 및 가격 비교



제품명

금액

일본



데마에잇초出前一丁  
(참기름맛)

\$23 / 5개

\$4.6 / 1개당(100g)

\$0.046g / 1g

한국



신라면  
(한국판)

\$27.9 / 5개

\$5.58 / 1개당(120g)

\$0.0465 / 1g

홍콩



공쯔아이미엔公仔面  
(참기름맛)

\$17.9 / 5개

\$3.58 / 1개당(100g)

\$0.0358 / 1g

\* 출처: <https://www.pns.hk/>

홍콩 최대 유통매장 중 하나인 ParknShop 판매가격 기준으로 비교하면 60년대부터 홍콩 대표적인 라면 '공쯔아이미엔' 가격이 가장 저렴했으나 면발이 쉽게 불어 식감이 별로인 편이라는 평가가 있다.

따라서 소비자들은 조금 비싸더라도 일본 '데마에잇초' 라면이나 거의 동일한 가격대의 식감이 더 훌륭한 한국 라면을 선호하기 마련이다.

향후 매운 음식에 약한 홍콩 소비자 입맛에 맞는 제품을 더욱 다양화 한다면 홍콩 라면 시장 내 한국 라면의 점유율을 한층 더 확대할 수 있을 것으로 보인다.

## 비빔밥과 간식용으로 인기 많은, '조미김'

한국산 조미김은 특유의 참기름 향과 파삭한 식감으로 비빔밥에 넣어 먹기도 하고 간식으로도 맛이 좋아 홍콩 소비자에게 꾸준한 사랑을 받아 2023년 인기 예비식량 및 간식이 되었다. 홍콩 온라인 커뮤니티 '연등'에 따르면 한국 김은 중독성이 있어 먹기 시작하면 멈출 수 없는 정도로 맛있다는 반응이 많았다.

특히, 2023년 홍콩에서는 간식용 조미김이 인기를 얻고 있다. 홍콩 최대 간식업체 중 하나인 Four Seas(四洲)가 출시한 김은 단짠단짠한 맛으로 현지인의 추억을 자극하고 있고 태국의 'Tao Kae Noi 김튀김'은 고소한 맛으로 정평이 나있다.

그러나 한국 조미김은 타 조미김과 비교해 현지식 비빔밥 요리 등에도 활용 가능한 특징이 부각되면서 단연 홍콩 소비자의 사랑을 받고 있어 향후에도 지속적인 수출 확대가 기대되는 인기 식품이다.



## 합리적인 프리미엄 포도, '샤인머스켓'

홍콩 프리미엄 과일 시장에서 일본산이 가격은 높지만 최상급 품질과 다양한 품종으로 유명하며 중국산은 트렌드를 빠르게 파악하면서 저렴한 가격으로 시장을 공략하고 있다.

하지만 중국산의 경우 식품안전관리 미흡으로 2023년 여러차례 이슈가 된 바 있어 홍콩 소비자들의 중국산 과일에 대한 신뢰가 낮다. 또한 경기 둔화로 홍콩인들의 지갑이 얇아져 비싼 가격의 일본산 과일에 대한 구매력이 감소한 가운데 우수한 품질과 합리적인 가격으로 안심하고 즐길 수 있는 한국산 과일은 프리미엄 과일 시장에서 돋보이고 있다.

입맛이 까다로운 홍콩 소비자는 프리미엄 포도를 유독 좋아한다. 특히 2023년에 다시 인기를 끌게된 샤인머스켓은 높은 당도, 싱그럽고 달콤한 향, 특유의 식감으로 소비자의 마음을 사로잡아 선물용으로 재구매율 높다.

당도가 16brix 수준인 한국산 프리미엄 샤인머스켓은 600g에 \$119~150이며 일본산 동일 등급이 600g에 \$153~248인 것을 보았을 때 한국산 샤인머스켓의 접근성이 더 높다.

샤인머스켓의 인기에 더불어 홍콩 소비자들에게 한국산 과실류 전반에 대한 인지도도 함께 높아지고 있다.



## 한국 카페의 유행으로 변진 '커피조제품'의 인기

코로나 기간동안 홍콩에는 스타벅스, 퍼시픽커피, 블루보틀 등 대형 카페체인점 외 한국형 개인 카페가 많이 유행한 바 있다. 대형 체인점과 다르게 한국형 카페는 각자의 독특한 인테리어와 분위기로 홍콩 소비자의 마음을 사로잡아 핫플레이스로 등극했다.

K-컬처에 대한 관심과 최근 한국형 카페의 인기가 높아짐에 따라 한국 커피 브랜드에 대한 호감도도 증가하고 있다. 인스턴트 커피는 홍콩 시장에서 일반적으로 당도가 높은 커피로 알려져 있었으나 한국 커피브랜드의 무설탕 아메리카노 스틱 커피는 정부차원에서 당분 섭취를 제한하고 있는 홍콩 소비자들이 선호하는 커피조제품 중 하나이다. 또한 품질이 좋으면서 보존성, 휴대성, 저렴한 가격 등의 장점을 가진 한국 RTD커피의 매출 성장세가 뚜렷해 바쁜 홍콩 소비자들에게 인기가 있음을 증명하고 있다.



홍콩 내 판매되는  
무설탕 스틱커피 예시



홍콩 내 판매되는 RTD커피 예시

## 면역력 증진 대표 건강식품 '한국 인삼'

습도 조절을 위해 어딜 가나 에어컨이 강하게 가동되는 홍콩이기에 환절기에는 감기 예방의 중요성이 더욱 커진다. 더불어 팬데믹 이후에는 소비자들이 건강관리를 더욱 중요시하면서 면역력 증진이 관심 사항으로 대두되었다. 면역력 증진 효과로 유명한 인삼은 기력 회복 및 강화 효과가 있어, 코로나 방역 해제로 일상회복이 진행되고 있는 홍콩 소비자들의 주목을 받았다.

특히 프리미엄 이미지로 유명한 한국 인삼은 그동안 홍콩에서는 탕, 죽, 차 등으로 섭취하는 경우가 많았으나 최근에는 간편하게 섭취할 수 있는 인삼 스틱 제품의 인기가 높아졌다. 인삼 스틱 제품은 향후에도 합리적인 가격과 한국문화에 대한 홍콩인들의 관심이 더해져 더욱 판매가 늘어날 것으로 전망된다.



### Insight

수입 농식품이 넘쳐나는 홍콩이기에 식품에 대한 소비자들의 수요가 급속하게 변화하는 것이 특징이지만, 한국식품은 우수한 품질로 경쟁이 치열한 홍콩 식품시장에서 자리 잡았다.

2023년 홍콩에서 유행했던 한국 농식품과 그 인기 배경을 이해하고 향후 홍콩 소비자들의 취향에 맞는 제품을 발굴·홍보한다면 한국 식품의 홍콩시장 내 점유율은 계속해서 높아질 것으로 보인다.







# 2023년 베트남에서 인기 있었던 한국 식품 및 트렌드

작성자\_ 박태영

## 2023년 베트남 식품 소비 트렌드

전 세계적으로 소비자들은 나의 시간과 노력을 아낄 수 있는 서비스 및 제품 등의 가치소비를 추구하며 식품 안전, 건강에 관한 관심도 지속적으로 증가하고 있다. 베트남 또한 이러한 변화에 발맞춰 프리미엄, 간편함, 비대면 서비스 등을 선호하는 소비자가 증가하고 있다.

특히, 베트남 전체 인구의 약 46%(4천 6백만 명)를 차지하고 있으며 트렌드에 민감하고 SNS, OTT서비스 등 다양한 채널을 통해 정보를 접하는 현지 MZ세대를 중심으로 소비 트렌드가 변화하고 있다.

베트남은 한류 열풍이 강한 국가 중 하나로 다양한 콘텐츠가 사랑받고 있으며, 글로벌 한류 트렌드 보고서에 따르면 현지 소비자들은 K-POP에 이어 K-Food를 한류로 연상되는 이미지 2위로 꼽을 만큼 K-Food에 관한 관심이 높다.

*k-food*



## 2023년 베트남 소비 트렌드별 인기 한국 식품

### 프리미엄 펫푸드

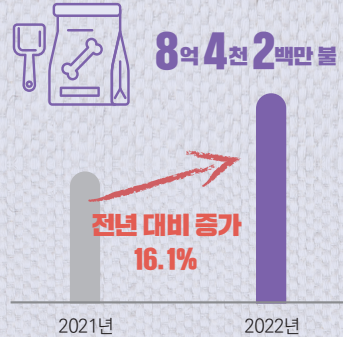
유로모니터(Euromonitor)의 베트남 펫케어(Pet Care) 시장 관련 보고서에 따르면, '22년 베트남 반려동물 산업(식품 및 용품) 규모는 전년 대비 16.1% 증가한 8억 4천 2백만 불이다.

급격한 도시화, 중산층의 증가, 여성의 사회진출 확대로 인한 결혼 시기 지연 등으로 인해 하노이, 호치민, 다낭 등과 같은 대도시 젊은 세대층을 중심으로 반려동물 수가 빠르게 증가 중이며, 사람과 반려동물을 동일시하는 '펫휴머니제이션' 트렌드가 확산됨에 따라 베트남 펫푸드 시장이 빠르게 성장하고 있다.

현지에서 한국, 프랑스, 태국 등 수입 펫푸드 제품을 쉽게 찾아볼 수 있을 만큼 베트남 펫푸드 시장은 수입 제품이 강세이며, 깨끗하고 믿을 수 있는 원료, 효능 등을 강조한 프리미엄 제품에 대한 선호도가 높다.

특히 반려동물의 건강을 위한 헬스케어 제품(유산균, 비타민 등), 비건 제품, 기능성 사료 등 다양한 한국 펫푸드가 현지 소비자들에게 관심받고 있다.

### 베트남 '22년 반려동물 산업 규모



### 베트남 펫푸드시장의 반려견 사료

미국



Pedigree(Mars)  
118,000vnd/1.3kg  
(한화 약 5,900원)

태국



Smart Heart  
115,000vnd/1.5kg  
(한화 약 5,750원)

프랑스



Ganador  
190,000vnd/3kg  
(한화 약 9,500원)

한국



ANF  
459,000vnd/2kg  
(한화 약 22,950원)

한국



건강기능성 간식  
반려견 유산균  
250,000vnd/10포  
(한화 약 12,500원)



### 베트남 펫푸드시장의 반려묘 사료

태국



meO  
139,000vnd/1.2kg  
(한화 약 6,950원)

미국



Royal Canin  
235,000vnd/1kg  
(한화 약 11,750원)

한국



Catsrang  
77,000vnd/1kg  
(한화 약 3,850원)

한국



ANF  
555,000vnd/2kg  
(한화 약 27,750원)

중국



건강기능성 간식  
반려견 비타민, 칼슘  
145,000vnd/200알  
(한화 약 7,250원)

\* 출처: Shopee 등 온라인 쇼핑몰

간편 식품

만두·호떡

베트남은 빵에 다진 고기와 채소 등을 넣어 찐 음식인 바잉 바오(Bánh Bao)와 같은 음식이 있어 만두에 익숙하며, 간식 또는 한끼 식사로 간편하게 섭취할 수 있어, 전 연령층 소비자에게 인기 있는 제품이다. 특히, 편리하고 간편한 것을 선호하는 MZ세대 소비자들을 중심으로 소비되고 있으며, 최근 현지 유제품 업계 3위 기업인 TH 그룹도 떡볶이, 만두와 같은 신제품을 출시하는 등 현지에서 간편 식품 수요가 꾸준히 증가하고 있다.

또한, 고급 식재료 또는 간식으로 인식되고 있는 치즈가 들어간 호떡 컨셉의 만두가 인기를 끌면서 SNS 채널인 틱톡(TikTok)에서 리뷰 영상이 열풍을 부는 등 현지 MZ세대 인기 간식으로 급부상하고 있다.



폴무원  
170.000VND / 600g  
(약 8000원)



해태  
70.000VND/415g  
(약 3,500원)



CJ(비비고)  
59.000VND/350g  
(약 3,000원)



TH Food  
63,900VND/300g  
(한화 3,195원)

\* 출처: Shopee, Lotte mart 등 온라인 쇼핑몰



현지화 등을 통한 지속적인 인기 확대

떡볶이

매콤달콤한 맛이 일품인 떡볶이는 한국의 대표 음식으로 한류 열풍이 강한 국가인 베트남에서 많은 사랑을 받고 있다. 특히 월남쌈 등 현지 음식에 대부분 사용되는 라이스페이퍼를 활용해 떡 대신 넣는 현지화 레시피가 유행할 정도로 인기가 높다.

특히 K-FOOD, DRAMA 등 한류 콘텐츠에 관심이 높은 현지 MZ세대를 중심으로 소비되고 있으며 다양한 소비자의 입맛을 공략할 수 있는 짜장맛, 치즈맛, 로제(크림)맛 등 다양한 제품이 유통되고 있다. 현지에서 떡볶이 제품 인기가 증가함에 따라 가격경쟁력을 갖춘 오뚜기, 대상(O'FOOD) 제품들이 생산되고 있으며 최근에는 현지 유제품 업계 3위 기업인 TH 그룹에서도 신제품 출시에 박차를 가하고 있다.

한국산



영풍  
43,000VND / 140g  
(한화 약 2,200원)



에니스트F&B  
48,000VND/120g  
(한화 약 2,400원)



대상(O' FOOD)  
59.000VND/175g  
(한화 약 3,000원)



TH Food  
70,000VND/300g  
(한화 약 3,500원)

\* 출처: Shopee, 제품 브랜드 홈페이지 등



## 현지화 등을 통한 지속적인 인기 확대

### 김

대표 K-Food인 김밥을 통해 현지 소비자들에게 인지도가 높은 김은 식이섬유가 풍부하고 비타민 등 건강에 이로운 영양성분을 다량 함유하고 있어 현지 소비자들에게 건강식품으로 인식되고 있으며, 합리적인 가격 덕분에 현지 소비자들의 반찬으로 자리매김할 만큼 큰 인기를 끌고 있다.

김은 온-오프라인 유통매장에서 쉽게 찾아볼 수 있으며 조미김, 볶음김, 김밥용김 등 다양한 제품이 유통 되고 있다. 또한, 김을 활용해 만든 스낵이 짭짤한 스낵류를 선호하는 소비자를 중심으로 인기를 끌고 있다.



### 베트남 내 유통되고 있는 김

#### 한국산



오뚜기  
38,000VND/4.2g\*3  
(약 2,000원)



동원(양반)  
35,000VND/5g\*3  
(약 1,800원)



대상(O' FOOD)  
30,000VND/5g\*3  
(약 1,500원)



CJ(비비고)  
30,000VND/4g\*3  
(약 1,500원)

#### 타국산



TOHOGENKAI(일본)  
29,600VND/4g\*3  
(약 1,500원)



波力(파력/중국)  
18,000VND/24g  
(약 900원)



CJ(비비고)  
(한국)23,000VND/25g  
(약 1,200원)



Nonglamfood  
(베트남) 55,000VND/95g  
(약 2,800원)

\* 출처: Shopee, Lotte mart 등 온라인 쇼핑몰

**Insight**

베트남 경제 발전에 따른 중산층 인구 증가, 현지 MZ세대가 소비 주도층으로 급부상하는 등 소비시장 트렌드가 빠르게 변화하고 있으며, 빠르게 변화하는 소비 트렌드 속에서도 다양한 한국식품이 MZ세대를 중심으로 꾸준히 사랑받고 있다. 현지 인기 한국식품의 안정적인 수출 및 판로 확대를 위해서는 저렴한 인건비, 물류비 등을 바탕으로 가격 경쟁력을 갖춘 현지산 제품과 경쟁할 수 있는 전략이 필요하다.

한류 콘텐츠 활용 인플루언서 마케팅 등이 효과적이며, 제품 출시 전 충분한 시장조사 및 마켓테스트 등을 통해 개선점, 트렌드를 반영한 신제품 출시가 필요한 것으로 보인다.



**참 고** 베트남 2023년 트렌드별 인기 한국식품 수출실적

구분	2022	2022.9	2023.9	증감률(b/a)
	금액	금액(a)	금액(b)	
김	22,256.3	15,858.9	25,846.9	63.0%
반려동물사료	11,566.6	8,469.6	11,144.1	31.6%
떡볶이(기타조제식료품/쌀가루의 것)	4,578.2	3,558.0	4,023.8	13.1%
만두(기타조제파스타)	1,527.2	1,067.7	1,793.0	67.9%

\* 출처: KATI



# 2023년 말레이시아에서 인기 있었던 한국 식품 및 트렌드

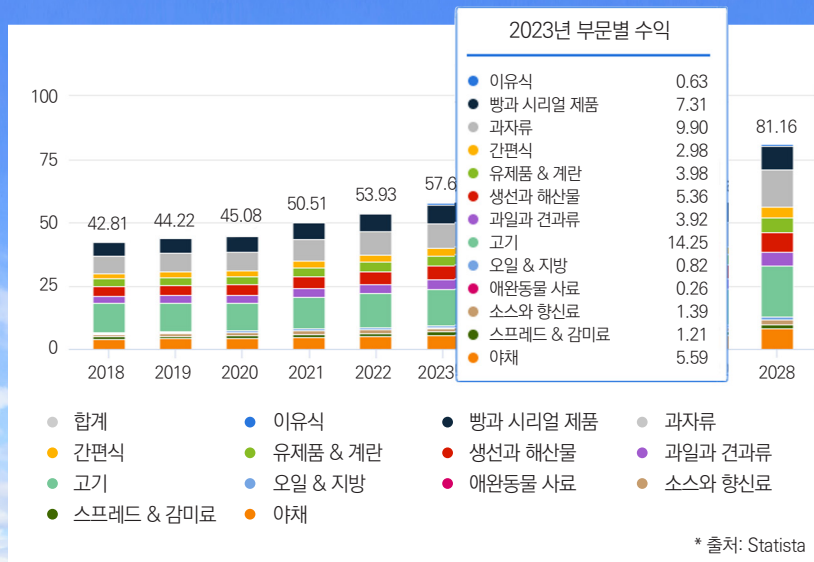
작성자\_ 서재희

## 말레이시아 식품 시장 규모

시장조사 전문기관 스탯티스타(Statista)는 2023년 말레이시아 식품 시장 규모를 576.0억불 규모로 전망했으며 이는 전년도 539.3억불 대비 6.4% 성장한 수치다. 2024년도에는 622.9억불까지 성장할 것으로 예측했으며 2028년까지 연평균 성장률 7.1%로 811.6억불을 넘길 것으로 보고 있다. 가장 큰 비중을 차지하는 부류는 육류로 142억불 규모였으며, 스낵류, 빵 및 시리얼류가 그 뒤를 이었다.

## 말레이시아 식품 시장 부문별 수익

(단위: 10억 불(미국 \$))



## 2023 말레이시아 식품 시장 트렌드

글로벌 식품 포장·가공 기업 테트라팩이 발간한 동남아시아 식품 동향 보고서 '트렌드피디아 2023'에 따르면 말레이시아 2023년 식품시장 트렌드는 크게 3가지로 요약할 수 있다.

### 02 유연한 쇼핑방식(Flexi-shopping)

말레이시아 소비자는 민감도가 높은 편에 속하며, 가성비 좋은 물건을 선호하는 것으로 알려져 있다. 하지만 최근에는 불필요한 지출을 줄이되 건강, 지속가능성 등 중요한 부분에는 추가적인 지출을 선택하는 등 소비 경향이 변화하고 있다.



### 03 이터테인먼트(Eatertainment)

단순히 맛있는 식사나 음료로 만족했던 과거와 달리 체험형 콘텐츠를 공유하는 문화가 유행하고 있다. 최근 젊은 층을 기반으로 온라인 숏폼 플랫폼에서 레시피, 리뷰 등을 공유하는 문화가 이에 속한다.



### 01 식습관 관리(In control)

과거 달고 짠 식사를 선호하던 말레이시아 식문화가 최근 건강한 식습관을 지향하는 방식으로 변화하고 있다. 식물성 대체식품 수요 증가, 건강한 성분이 함유된 식품 선택 등 건강한 삶을 위해 식생활을 통제하는 방식을 선택하고 있다. 앞으로도 식품 구매 시 건강하고 지속 가능한 선택지를 더 선호하게 될 것으로 전망된다.



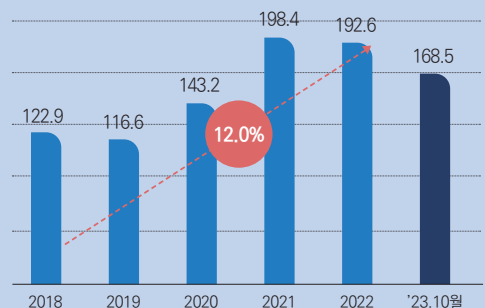
## TRENDS

## 대(對) 말레이시아 한국 식품 수출 규모

대(對) 말레이시아 한국 식품 수출 규모는 지난 2018년부터 5년간 연평균 성장률 12%로 괄목할 만한 성장을 이루었다. 2022년 기준 192.6백만불 규모의 수출 시장인 말레이시아는 넷플릭스, 아이튠즈 등 글로벌 콘텐츠 시청 순위에 한국산 콘텐츠가 상위권에 항상 포진한 국가 중 한 곳으로, 한국산 콘텐츠의 인기로 힘입어 한국 식품에 대한 선호도 또한 꾸준히 증가하고 있는 국가이다.

라면, 스낵 등 가공식품 수출 비중이 높은 편이나 딸기, 샤인머스켓, 단감 등 프리미엄 과실류에 대한 수요 또한 적지 않다.

2018-2023 대(對) 말레이시아 한국 농수산식품 수출 (단위: 백만불)



## 2023 한국식품 TOP 5

2023년 말레이시아에서 가장 인기 있었던 한국 식품을

1) 2023년 10월 기준 수출 규모, 2) 전년동기 대비 증감률 두 가지 기준으로 선정했다.

다양한 K-콘텐츠의 영향으로 한국 식품에 대한 인지도와 호감도가 높아진 가운데,

한국계 편의점의 현지 진출이 유통채널 다각화에 큰 도움이 된 것으로 보고 있다.

### 2023년 10월 기준 말레이시아 수출 인기 품목 TOP 5

순위	품목명	수출규모(천불)	전년동기 증감률(%)
1	라면	39,672	53.6
2	스낵	8,522	14.4
3	커피 조제품	7,430	11.8
4	기타 소스제품	3,455	79.5
5	딸기	3,191	6.2

1

### 라면

현지에서 가장 대중화된 한국 식품은 라면이다. 대(對) 말레이시아 라면 수출 규모는 지난해 같은 기간보다 53.6%가 증가한 39.7백만 불 시장으로 성장하였다. 2017년 19.7백만 불 수준이었던 대 말레이시아 라면 수출 규모는 꾸준한 상승 폭을 보여주고 있다. 이제는 하이퍼마켓이나 한인 마트뿐 아니라 동네 작은 식료품점에서도 한국산 라면을 쉽게 찾아볼 수 있으며 한국산 라면의 별도 매대가 꾸러진 곳도 적지 않다. 한국산 라면을 활용한 다양한 레시피 및 먹방 영상이 틱톡(TikTok) 등 숏폼에서 꾸준한 인기를 끌고 있어 호기심으로 시도해 보고 현지 라면과 다른 맛에 매료되어 꾸준한 재구매로 이어지고 있는 것으로 보인다. 말레이시아는 세계 라면협회(WINA) 추산 2022년 기준 15억 5천만 분의 라면을 소비한 세계 4위 라면 소비 국가로, 평소 라면을 일상적으로 소비하는 식문화와 한국산 제품에 대한 선호도가 맞물려 꾸준한 수요를 만들어 내고 있다.



식료품점에서 현지산과 함께 판매 중인 한국 라면

2

### 스낵

과자 등 스낵류는 유통채널 다각화 및 규모화에 힘입어 수출 실적이 반등한 품목으로 전년 동기 대비 8,522불 규모로 14.4% 성장하였다. 현지에서 꾸준한 인기를 보여주는 스낵류로는 빼빼로, 초코파이 등 할랄 인증을 받은 과자류가 상위권에 있어 할랄 인증의 중요성을 보여주고 있다. 한국계 편의점에서 다양한 한국산 과자를 수입하고 있어 새로운 품목을 시도해 보려는 젊은 소비자층의 인기가 많다. 다만 스낵류의 경우 젤라틴, 주정 등 이슬람 교에서 금기시하는 성분이 포함되기 쉬워 라벨링과 할랄 인증에 특히 민감한 품목으로 성분 관련 부분을 꼼꼼하게 준비해야 현지 시장 정착에 도움이 될 것이다.





## 3

## 커피조제품

커피조제품은 전년 동기 대비 11.8% 증가한 7,430톤 규모로 성장했다. 한국계 편의점 확장세에 수혜를 입은 품목으로 다양한 파우치형 커피, RTD 커피 등이 주요 수출 품목 중 하나이다. 이터테인먼트(Eatertainment) 문화의 일환으로 한국 편의점 먹방 영상을 숏폼으로 올리는 관광객이 많아지고 있어 파우치 음료에 우유나 두유를 섞는 등 편의점 조합 레시피를 따라 하는 것이 하나의 콘텐츠로 자리 잡고 있다. 파우치 개당 5링깃 정도로 얼음과 함께 구매해도 7링깃, 약 2천원 수준에 불과해 가격 부담이 적은 편이다. 디카페인, 헤이즐넛 등 다양한 맛이 있어 소비자의 취향에 따라 선택할 수 있다는 점에서 큰 호응을 얻고 있다.


 현지 편의점에서 유통중인  
한국산 커피와 스낵류

## 4

## 기타 소스 제품

말레이시아는 지난 팬데믹 기간 이동통제명령(MCO)을 시행하며 자국민의 외부 활동을 최소화하였다. 집에서 요리하는 것이 일상 이 된 말레이시아 소비자에게 드라마 등 한국 콘텐츠에서 접한 다양한 한식 메뉴는 새로운 호기심으로 다가왔다. 한식에 대한 현지 수요를 충족하기 위해 로컬 기업들도 다양한 한국식 소스를 개발하였고, 소스 제조용 조제품 수요 증가로 이어졌다. 소스류 수출 규모는 전년 동기 대비 79.5% 증가해 3,455천톤 규모로 일상 회복 이후 증가한 한식당 수요, 소스 제조용 조제품 수요를 포함하고 있다. 현지 식재료에 한국식 소스를 혼합해 일상식에 접목하는 경우도 많이 있다. 떡볶이, 닭갈비 등 고추장 베이스 소스의 경우 삼발소스(현지식 고추장 볶음)와 유사하면서 달콤한 맛을 지니고 있어 현지인의 취향에 맞아 앞으로도 꾸준한 수요가 기대된다. 다만 현지에서도 다양한 제품을 개발하고 있어 한국산 제품만의 특이점을 강조한 마케팅이 필요하다.


 신세계-마미(Mamee) 합작법인 제작  
한국산 소스


## 5

## 딸기

현지에서 한국산 과실류는 프리미엄 등급의 과일이라는 인식이 있다. 특히 딸기의 경우 당도가 타국산 대비 월등히 좋은 편이라는 평가가 있어 가격이 다소 높음에도 수요가 꾸준한 편이다. 전년 동기 대비 6.2퍼센트 상승한 딸기 수출 규모는 3,188불 수준이다. 지난 겨울 수출 주력 품종을 단단하고 선도 유지에 유리한 금실(딸기 품종 중 하나)로 변경해 소비자들로부터 단단한 식감이 좋고 향이 살아있다는 긍정적인 피드백이 있었으며, 앞으로 다양한 딸기 신품종을 소개하고 현지 호레카\* 산업에도 활용할 수 있도록 노력하겠다는 것이 한국산 과일 수입 바이어의 의견이다.



한국산 딸기 판촉

\* 호레카 : 호텔과 레스토랑, 카페를 묶은 신조어

### 현지 MZ세대 대상 한국 식품 인지도 설문조사

지난 8월 HELP 대학교에서 교내 한국문화클럽 주최로 진행되었던

한류 페스티벌 참가자 209명을 대상으로 한국식품 관련 설문조사를 시행했다.

한국 음식을 접해본 경험을 묻는 질문에 94.9%가 이미 한국 식품을 접해본 적이 있다고 답해 젊은 층 사이에서 한국 식품의 인지도가 높은 편임을 알 수 있었다.

주로 한국 식품을 구매하는 구매처로는 한인마트(32.6%), 편의점(27.9%), 대형 매장(20.2%), 온라인 쇼핑(15.5%)의 응답을 보여 한국식 편의점이 한국 식품에 대한 진입장벽을 해소하는 데 큰 도움이 되고 있음을 보여주었다. 한국 식품의 아쉬운 점으로는 높은 가격(45.9%)과 할랄인증 여부(42.9%)를 선택한 응답자가 가장 많아 약한 가격 경쟁력을 상쇄할 수 있을 만한 특색 있는 품목이 필요함을 보여주었다.

#### 말레이시아인들이 한국 식품을 구매하는 주요 구매처

한인마트  
32.6%

편의점  
27.9%

대형 매장  
20.2%

온라인 쇼핑  
15.5%

### Insight

말레이시아 내 한국 콘텐츠에 대한 인기가 높아져 갈수록 한국 식품에 대한 인지도와 선호도 또한 높아지는 추세이다. 특히 과거에는 수도권 위주로 한국 식품 판매처가 한정되어 있었지만 최근 전국으로 확장 중인 한국계 편의점 덕분에 2선 도시 내 한국식품 인지도 또한 올라가고 있다. 한국 식품에 대한 인기는 앞으로도 꾸준히 증가할 전망이며, 그 품목 또한 확대될 것으로 기대한다. 새로운 품목의 말레이시아 시장 진출시 드라마, 예능 등 K-콘텐츠 속에 나온 식품을 시도해 보고 싶어 하는 젊은 층을 공략한 마케팅을 펼친다면 긍정적인 반응을 얻을 수 있을 것이다.



# 2023년 인도네시아에서 인기 있었던 한국식품 및 트렌드

작성자\_ 한태민

## 對 인도네시아 한국식품 수출 상위품목

소비자들이 현지에서 직접 구매가능한 10개 수출 상위품목은 김, 음료, 라면, 과자, 소스, 떡볶이, 딸기, 펫푸드, 배, 소주 순이며 현지 식품 시장 주요 키워드는 K-콘텐츠, 프리미엄, 소포장 저가 제품으로 볼 수 있다.

김은 한국에서 직접 수입되고 있는 조미김 뿐만 아니라 원초 형태로 수입되어 현지에서 재가공 생산된 조미김이 인기가 있으며, 최근 저가의 소포장 제품 개발로 구매 진입장벽을 낮춰 큰 인기를 끌고 있다. 기타 음료로 수출되고 있는 맛 첨가(바나나, 딸기, 멜론 등) UHT 우유\*가 BTS 포장패키지를 활용하여 현지 소비자들에게 인기있다.

\* UHT 우유: 초고온처리한 우유로 우유 성분의 파괴가 적다.



인도네시아에서 판매되는  
한국 조미김



BTS 포장패키지  
멸균 우유



딸기의 경우 현지 고급매장을 중심으로 프리미엄 제품 수요가 증가하고 있어 킹스베리, 아리향, 하얀딸기(설화) 등 프리미엄 딸기 취급이 늘고 있으며, 소주는 과거 한식당 위주로 판매되었으나 최근 한류 영향으로 현지 레스토랑, 바, 클럽, 주류매장에서도 쉽게 접할 수 있는 인기 주류가 되었다. 다만, 저가의 인니 현지 생산 소주 브랜드(위자, 배, 행복, 참좋은, 첫눈, 바람, 세븐데이즈, 대박)가 8개 이상 생겨나면서, 한국 소주 수출은 감소세를 보이고 있다.

EXPORT

## 인도네시아에 수출되는 한국식품 상위품목 순위

구분	2022년 10월 4주		2023년 10월 4주		전년대비
	물량(톤)	금액(천불)	물량(톤)	금액(천불)	
1 김	683.3	13,800.1	1,041.3	21,583.8	56.4
2 기타음료	7,870.4	12,493.6	9,821.1	15,757.3	26.1
3 라면	3,378.3	12,128.9	1,873.8	7,284.0	△39.9
4 과자류	697.1	4,640.1	633.8	4,779.7	3.0
5 소스류	1,216.0	2,899.0	1,336.0	2,964.1	2.2
6 떡볶이	899.9	3,444.4	889.3	2,865.2	△16.8
7 딸기	78.6	1,559.0	119.7	2,264.3	45.2
8 반려동물사료	702.1	1,334.2	539.1	1,182.8	△11.3
9 배	289.8	856.1	326.3	941.6	10.0
10 소주	610.9	1,010.8	457.1	790.1	△21.8

\* 출처: KATI

1



김

2



기타음료

3



라면

4



과자류

5



소스류

6



떡볶이

7



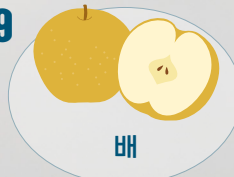
딸기

8



반려동물 사료

9



배

10



소주



## 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 인기 한국 식품

온라인 쇼핑몰 별로 인기 제품, 최고 판매 제품, 가격 등으로 제품을 정렬하여 볼 수 있으며, 가장 인기 있는 식품으로는 라면, 음료, 스낵, 주류, 우유, 소스류 등으로 편하게 먹을 수 있는 식품이 순위가 높았다. 특히, 한국식품 중 가장 인기 있는 식품은 라면, 음료, 주류, 스낵, 소스류 등으로 드라마, 영화, 예능과 같은 K-콘텐츠를 통해 한국 식품들이 잘 알려지고 익숙해지면서 판매도 증가하였다.

인도네시아 온라인 쇼핑몰 브랜드 별 한국식품 인기순위 'Top 10'

	토코페디아(Tokopedia)	쇼피(Shopee)
1위	떡볶이 	맥심 커피 
2위	맥심 커피 	불닭 볶음면 
3위	신라면 	샘표 우동 
4위	꿀 유자차 	소주 
5위	너구리 	불닭 소스 
6위	떡볶이 매운 치즈 	고추장 
7위	빙그레 과일맛 우유 	오뚜기 치즈 라면 
8위	불닭 볶음면 	보로로 음료수 
9위	고추장 	신라면 
10위	치즈 라면 	허니버터아몬드 

## 2023년 인도네시아 인기 한국식품 만두

2024년 10월부터 할랄인증 의무화가 예고되어 있어, 할랄식품에 대한 관심이 증가하고 있으나 한국산 만두의 경우 돼지고기가 들어가 있거나 돼지고기 성분이 들어간 제품과 같은 시설에서 제조된 제품이 수입되고 있어 현지 확산에 어려움이 있다.

2023년 CJ에서 아직 할랄인증을 받지 않았으나 하람성분이 들어가 있지 않은 채식(플랜테이블) 만두를 인도네시아 시장에 출시하면서 현지 무슬림 소비자들을 적극 공략하고 있다.

2023년 10월 4주 기준 對 인도네시아 만두 수출은 전년 동기 대비 52.2% 증가한 54만 9천 불을 기록하였으며, 지방 유통 전문 벤더를 통한 현지 확산 추진 중에 있다. 지방으로 갈수록 강성 무슬림의 비율이 높아 할랄인증 및 하람성분 포함 여부에 민감한 소비자들이 많아 장기적으로는 할랄인증 취득을 추진할 계획이며, 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)과 국내 할랄인증기관 사이에 상호인정(MRA)이 체결되면 더 수월하게 할랄인증 취득 후 수출이 가능할 것으로 판단된다.



인도네시아 (2023년 10월 4주 기준)  
만두수출 전년 동기 대비

**54만 9천 불**

전년  
동기 대비  
52.2%

2022년

2023년



플랜테이블(채식) 만두



만두 판촉

\* 출처: tokopedia.com, shopee.co.id, KATI 수출통계, 자체 조사

## Insight

23년 고물가, 고금리, 고환율 3고 현상으로 인해 현지 소비자들의 가처분 소득이 감소하였으며, 양극화가 심해져 프리미엄 제품과 저가 제품의 수요가 동시에 증가하고 있다.

고급 유통매장을 중심으로 아리향, 킹스베리, 하얀딸기 등 고가의 딸기 품목을 찾는 소비자들이 늘어남과 동시에 한국산 원재료를 수입하여 재가공한 저가 생산제품인 인스턴트커피와 소포장 조미김 제품에 대한 인기가 증가하였다.

최근 들어 인도네시아 소비자들의 SNS 사용률이 높아지면서 제품에 대한 관심도가 빠르게 올라가고 식는 현상을 보이고 있어 현지 트렌드를 빠르게 파악하고 대응할 필요가 있다.





# 2023년 일본에서 인기 있었던 한국 식품 및 트렌드

작성자\_ 권현주

## 일본에서 사랑받는 한국 식품 트렌드

aT 오사카지사에서 2023년도 유통업체와 직접 연계해서 추진한 종합판촉의 실적을 바탕으로 인기 상품을 뽑아봤다.

종합판촉은 일본에서는 한국 페어로 불리우며, 단일 품목에 대한 판촉 실적은 제외하였다.

금년도에 실시한 종합판촉 중 현재 진행 중인 것은 제외하고 실적 집계 가능한 2023년도 1~8월까지 진행된 유통업체 12개사의 판매실적을 대상으로 하였다. 종합판촉을 진행한 유통업체의 매장수 등 규모, 행사기간, 지역이 상이하기 때문에 편의상 각 유통업체별 매출 상위 10개 상품을 뽑아 품목별로 구분하였으며 해당 상품에 대해서 알아보겠다.



## 품목별 인기 현황

12개 유통업체별 한국페어의 매출액 상위 10개 품목을 대상으로 한 순위를 보면, 김치, 식초음료, 파프리카, 라면, 만두, 과자류, 주류, 차류, 즉석식품, 버섯이 차지했으며, 이 밖에 아이스크림, 장류, 음료, 삼계탕 등이 있다.

12개 유통업체별 상위 10위에 들어가 있는 품목 중 상품 수 기준으로 보면, 김치, 라면, 과자류, 즉석식품, 냉동만두, 식초음료, 주류, 파프리카, 아이스크림 등 순이다. 이중 특히 김치, 라면, 과자류, 즉석식품은 관련 상품이 매우 다양하고 인기가 높다는 것을 알 수 있다.

### 12개 유통업체 한국페어 인기 품목

구분	상위 10개 품목 매출액 합계 순위	상위 10개 품목 상품 수 기준 순위
1	김치	김치
2	식초음료	라면
3	파프리카	과자류
4	라면	즉석식품
5	냉동만두	냉동만두
6	과자류	식초음료
7	주류	주류
8	차류	파프리카
9	즉석식품	아이스크림
10	새송이버섯	삼계탕



### ① 김치

김치는 한국을 대표하는 상품으로 오랫동안 꾸준한 사랑을 받고 있다. 오랫동안 대일 수출 대표 품목으로 활약 중이다. 일본의 일상생활 속에 정착되어 있으며 일본에서 제조한 김치 또한 절임류 시장에서 인기를 누리고 있다.

최근에는 다양한 용량의 파우치 제품도 출시되고 있으며, 기존 배추김치 외에 총각김치 등 다양한 종류의 김치도 판매되고 있다. 일본산과의 치열한 경쟁이 계속되고 있지만, 한국 김치 고유의 맛과 우수성에 대한 지속적인 홍보가 이루어진다면 성장은 계속될 것으로 기대한다.

### 일본에서 인기있는 김치 상품



CJ 오이시이 김치



대상 종가 김치



푸드레벨 규각 김치





② 식초음료

식초음료는 건강과 미용에 좋다는 인식이 확산되면서 최근 몇 년간 가장 가파른 성장세를 보이고 있다. 코로나 시대에도 성장을 계속하여 웬만한 슈퍼마켓, 드럭스토어에서 쉽게 볼 수 있는 상품이 되었다. 현미를 발효한 흑초 중심의 일본산에 비해 과일 발효초로 마시기 쉽다는 점 때문에 젊은 여성층을 중심으로 인기가 확산되었다. 다만, 신제품 출시 및 리뉴얼을 통해서 소비자 및 판매 채널의 주목도를 지속적으로 높일 수 있는 노력이 필요해 보인다.



CJ 미초

③ 파프리카

파프리카는 신선농산물의 대일 수출 NO.1 품목이다. 1990년 후반부터 수출된 파프리카는 초기부터 일본 수출용으로 재배되었다. 철저한 안전성 관리와 우수한 품질로 경쟁국인 네덜란드산, 뉴질랜드산을 몰리치고 오랫동안 일본 파프리카 시장에서 No.1 자리를 유지하고 있다. 특히 신선농산물 분야에서 자국산을 선호하는 일본 시장의 특성을 고려할 때 대단한 성과라고 할 수 있다.



파프리카

금년 작황 부진에 따른 가격 상승 등으로 가성비가 높은 2개입 상품이 인기가 있었다. 최근 원자재 가격 상승, 엔저 등으로 다소 수출이 주춤해 있지만 안정적인 공급이 이루어진다면 일본에서의 인기는 지속될 것으로 보인다.

④ 라면

라면은 일본에서 꾸준한 인기를 얻고 있다. 일본의 대형 라면 제조사에서 한국 상품을 카피할 정도이다. 그동안 일본에서 한국 라면을 개척한 N사 외에도 다양한 라면 상품들이 소개되면서 소비자의 니즈를 충족해 나가고 있다. 한국산 라면 간에도 경쟁이 생기면서 신제품 개발, 패키지 디자인 개선 등 적극적인 제품개발 노력이 이어지고 있다. 한국 라면의 매운맛이 시장을 견인하고 있지만, 최근에는 부대찌개 등 각종 요리에 사용되는 맛이 첨가되지 않은 라면도 주목받고 있다.

일본에서 인기있는 라면 상품



농심 신라면



오뚜기 리얼치즈 라면



삼양 불닭 라면



## ⑤ 만두

만두는 경쟁이 치열한 일본 교자시장에서 존재감을 점차 늘려가고 있다. 10년 전만 해도 일본 소비자에게 한국의 만두(교자)에 대해 물어 보면, 한국에 교자가 있는 줄 몰랐다는 대답이 많았지만, 지금은 많은 사람들에게 알려져 있는 상황이다. 일본산 교자는 군만두 형태로 주로 먹는데, 한국 만두는 만둣국 등 다양한 형태로 먹을 수 있다 등 먹는 방법에 대한 소개와 화제성을 유발할 수 있는 홍보를 강화해 나간다면 성장 가능성이 높을 것이라고 기대한다.



비비고 만두



## ⑥ 과자

과자류는 실로 많은 종류의 상품들이 일본에 들어와 있다. 스낵류, 추러스, 파이 등 한국 사람도 잘 모르는 과자가 많을 정도이다. 코로나 시대에 인기가 특히 높아졌다. 유행에 매우 민감하여 한국이나 일본에서 SNS 등에 화제가 되면 바로 수입될 정도이다. 단맛을 좋아하는 일본 시장에서 과자류에 대한 인기는 당분간 지속될 전망이다. 한국 과자를 수입하는 주요 업체들은 일본 내 유통망 확보도 잘 돼 있다. 다만, 수요의 지속성 확보를 위해서는 꾸준한 제품개발과 홍보가 뒷받침되어야 할 것이다.

## 일본에서 인기있는 과자 상품



해태 허니버터칩



오리온 꼬북칩



해태 신당동 떡볶이

## ⑦ 차류

차류는 오랜 베스트셀러 상품인 유자차, 그리고 옥수수차의 인기가 높았다. 유자차는 건강에 좋다는 인식이 정착되어서 고정 소비층을 확보하고 있기 때문에 수요는 꾸준할 것으로 보인다.

옥수수차는 구수한 향과 맛이 좋은 평가를 받고 있다. 일본 소비자는 차를 즐겨 먹기 때문에 상품개발에 따라서는 수요 확장성은 충분하다고 보여진다.



웅가네 유자차



웅가네 콘차





⑧ 주류



주류는 종류가 매우 다양하다. 특정 상품군이 인기를 얻었다기 보다는 제3맥주\*, 소주 등 기존 주류 상품들의 수요가 꾸준했기 때문으로 분석된다. 주류 유통과정에서 벤더의 역할은 매우 중요하다. 제품개발도 중요하지만, 공급력 있는 벤더 확보 또한 중요성을 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

\*원료인 맥아 비율을 낮춘 술로 보통 맥주의 1/3 가격정도이다.

일본에서 인기있는 인기 주류



프라임 드래프트 맥주



참이슬 머스켓



국순당 생막걸리

⑨ 즉석식품

즉석식품은 최근에 수요가 급증하고 있는 상품군이다. 떡볶이, 라볶이, 핫도그, 치즈볼 등이 다양한 형태의 패키지로 판매되고 있다. 드라마, 한국 관련 SNS 매체 등을 중심으로 인지도가 높아지면서 인기 또한 올라갔다. 최근 일본에서는 코로나 등으로 인해 냉동제품에 대한 수요가 높다. 한국산 냉동식품도 종류가 다양화 되면서 일본 소비자의 니즈를 충족시키고 있어서 앞으로도 귀추가 주목된다.

일본에서 인기있는 인기 즉석식품



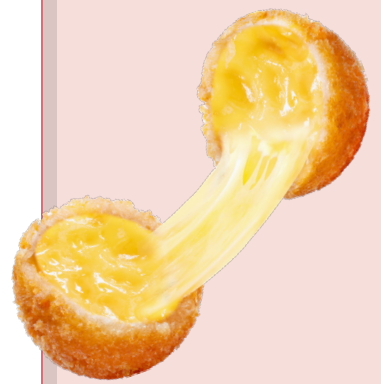
아씨 치즈 도그



동원 라볶이



플무원 치즈볼



## ⑩ 아이스크림

아이스크림은 최근에 수요가 생긴 상품군이다. 아이스크림은 유제품 원료가 많이 사용되어 통관 등에서 제약사항이 많아 취급하기 매우 까다롭다. 그래서 한국산 아이스크림을 취급하는 수입회사 또한 극소수이다. 일본에서 한국산 아이스크림은 그동안 판매되지 않았기 때문에 주목도가 높다. 수입 통관에 잘 대응한다면 일본 내 보급 확장성은 아주 매우 높을 것으로 보인다.



## 일본의 인기 아이스크림



메론바



왕포도알



찰옥수수바

기타로는 새송이버섯, 음료, 소스류, 삼계탕이 많이 판매된 것으로 분석되었다. 새송이버섯은 품질과 가격 면에서 좋은 평가를 받고 있으며, 음료는 일본산과 중첩되지 않은 상품들이 인기를 얻었다. 고추장, 허니머스타드 등의 소스는 한국문화, 한국요리에 관심이 높은 소비층 중심으로 꾸준히 소비되고 있다. 삼계탕은 몸에 좋다는 이미지가 강하며, 여름철 보양식보다는 겨울철 음식으로 인식되고 있다. 건강에 관심이 많거나 간단 조리 음식을 선호하는 소비자층에게 인기가 많다.



## Insight

금년도에 코로나 감염병 단계 완화 조치 이후 재택근무에서 회사근무로 근무가 전환되는 등 많은 변화가 일어나고 있으며 식품시장 또한 그 흐름이 반영되고 있다. 일본에서 한국 식품은 타 국가에 비해 인지도 및 소비 저변 확대가 되어있다. 김치 등 일부 상품은 일본 업체도 생산할 정도로 일상생활에 정착되어 있다. 그만큼 수입산으로서의 거부감이 덜하다고 말할 수 있다. 한국 식품을 판매하는 유통업체와 면담을 해 보면, 지금까지 잘 알려지지 않은 새로운 상품들을 희망한다는 목소리가 대부분이다. 한국의 편의점, 슈퍼에서 인기가 높거나 SNS에서 화제인 상품들에 대한 소개가 적극적으로 이루어진다면 수출 가능성이 높다고 본다. 그리고, 한국의 식문화, 역사, 일상생활과 밀접한 관련이 있는 스토리텔링이 가능한 상품, 그리고 일본의 최근 트렌드를 반영한 상품이라고 하면 그 가능성은 더욱 높아질 것이다.



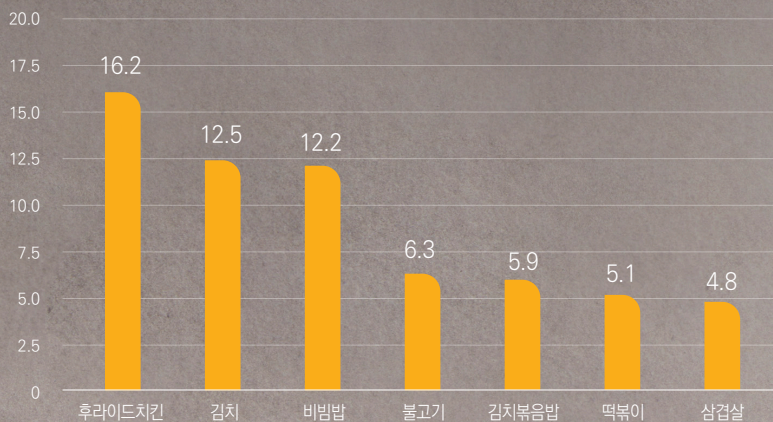
# 2023년 미국에서 인기 있었던 K-FOOD

작성자\_ 박주성

2023년은 K-Food(K-푸드)의 해라고 하여도 과언이 아닐 만큼 미국에서 다양한 한국 식품이 많은 사랑을 받았던 해이다.  
그중에서도 인기가 높았던 것은 한국식 치킨으로 프라이드치킨과 양념치킨이 모두 큰 인기를 끌었다.  
특히 한국식 프라이드치킨은 세계에서 가장 인기 있는 한식으로 선정되기도 하였는데 관련 통계 자료에 따르면, 응답자의 16.2%가 김치나 비빔밥, 불고기와 같은 전통적인 K-FOOD를 제치고 프라이드 치킨을 선택하였다.

세계에서 가장 인기있는 한식 (2022년 10월 기준)

(단위: %)



\* 출처: 스탯티스타(Statista, 2022.10)



## 미국에서 사랑받는 한국 음식

### 1 한국 끼리

CNN에서는 지난 2023년 6월 “존재하지 않는다면 우리가 살아갈 수 없는 39가지 한국 음식”이라는 칼럼에서 ‘치맥 (Chimaek)’을 추천하며 치킨과 맥주는 매우 멋진 조합이라는 평을 내놓기도 했다. 2006년 미국 시장에 진출한 본촌 치킨은 미국 122개 매장에서 한국 프라이드치킨을 판매하고 있고 2023년에 미국 내 19개의 매장을 추가로 더 오픈하기로 계약하였다. BBQ 치킨은 2006년 미국 맨하탄에 첫 매장을 오픈하였고, 외식업계를 다루는 미국 잡지인 네이션스 레스토랑 뉴스 (Nation's Restaurant News)에 따르면 2023년에 3년 연속 미국에서 가장 빠르게 성장하고 있는 레스토랑 체인 중 하나로 선정되었다. 프라이드치킨의 아성에 가려져 있기는 하지만, 2023년 음식 트렌드 중 하나인 매콤하고 달콤한 (Sweet + Spicy = Swicy Food) 음식에 부합하는 양념 치킨 역시 그 인기를 더해가는 중이다.

### 2 한국식 콘도그

두 번째로 주목할 음식은 한국식 콘도그 (Korean corn dogs)이다. NBC 뉴스의 지난 7월 칼럼에 “한국식 콘도그는 뉴욕부터 캔자스주까지 히트를 쳤다”라고 언급한바 있다. 사실 한국식 콘도그는 이미 2021년에 SNS를 타고 큰 반향을 일으켰다. 두꺼운 반죽에 튀긴 후 설탕과 토마토 케첩 등 소스를 뿌린 한국식 핫도그는 소시지, 모짜렐라 치즈, 떡, 어묵 등을 포함할 수도 있다. 틱톡과 인스타그램의 유행에 따라 트렌드에 민감한 뉴요커 사이에서 한 번 인기를 끌었던 콘도그는 일시적인 유행에 그치지 않고 그 팬층을 늘리고 있다. 아간소, 캔자스, 미주리 등 아시아 음식에 큰 관심이 없는 지역에도 수백 개의 콘도그 매장이 문을 열 예정이며, 콘도그라는 메뉴에 익숙한 서양 고객들의 특성으로 보아 앞으로도 지속적으로 성장할 수 있을 것으로 보인다.



### 3 냉동 김밥

올해 가장 사랑받은 한국 음식에서 냉동 김밥을 제외할 수는 없을 것이다. 지난 8월 한국계 음식 블로거이자 디지털 크리에이터 사라 안이 냉동 김밥을 주제로 한 틱톡 영상을 올린 이후, 냉동 김밥의 판매처인 '트레이더 조'에서는 냉동 김밥이 품절되는 기현상이 벌어졌다. 그리고 물량이 재입고된 이후에도 1인 1개 구매 제한을 두는 등 그 인기가 계속되고 있어 앞으로 김밥이 미국 시장에서 어떻게 자리를 잡아갈지 그 행보가 주목된다. 트레이더 조의 냉동 김밥 인기와 같은 현상은 미국 내 한국식품을 취급하는 유통업체에도 큰 의미가 있다. 마케팅 회사 MGH의 소셜 미디어 마케팅 이사인 라이언 고프(Ryan Goff)는 트레이더 조의 물량이 매진되었을 때 모두 김밥을 구하러 어디로 가야 할지를 추천하고 있다며 진짜 구매를 원한다면 한국계 식료품점인 H마트로 가길 추천한다고 전했다. 그는 트레이더 조에서 일어난 인기로 인해서 H마트와 같은 한국 식료품점을 통해 더 진정성 있는 한국 문화에 대해 경험할 수 있으며 더 나아가 소비자 구매로 이어지는 것은 한국 식품을 취급하는 유통업체에는 더욱 의미있는 현상이라고 설명하였다.

### 매력적인 한국 음식

한국 문화의 폭발적인 인기가 디지털 문화의 빠른 흡수력 및 전파력과 맞물려 미국 시장에서 훨씬 빠른 속도로 주목받고 있으며 이와 함께 K-푸드의 인기와 영향이 날로 성장하고 있다. 미국에서 한국 음식의 인기는 2021년 이후 시작된 K-Pop 스타들의 인기와 K-드라마의 영향과 더불어 인플루언서들의 영향력을 빼놓고 말할 수 없다. K-Pop 스타들의 먹방이나 K-드라마 속에 등장하는 한국 음식을 보고 한국 음식에 매력을 느껴 먹어보기 시작했다는 미국 소비자들 많이 때문이다.

### Insight

K-Food가 단발성 인기에도 그치지 않고 장기적으로 미국 소비자들에게 사랑받을 수 있도록 사업적으로나 정책적으로 전략을 수립하고 실행하는 것이 필요해 보인다.

### 4 떡볶이

2023 미국 푸드 트리의 인기 식품으로 떡볶이를 빼놓을 수 없다. 전 세계적으로도 꾸준히 사랑받고 있는 떡볶이는 미국에서도 많은 사랑을 받고 있으며, 한식을 소개하는 유명 음식 블로그 Gastro Tour Seoul이 선정한 미국에서 가장 인기 있는 한식 11종 중 하나에 포함되어 있기도 하다. 최근에는 라면의 인기와 더불어 라볶이의 인기도 높아지는 추세이다.

#### Gastro Tour Seoul 선정 미국에서 가장 인기있는 한국 음식 리스트

- 1 Korean Barbecue (K-BBQ) 한국식 바비큐
- 2 Korean Corn Dogs 한국식 콘도그
- 3 Korean Fried Chicken 프라이드 치킨
- 4 Dakgalbi 닭갈비
- 5 Tteokbokki 떡볶이
- 6 Ramyeon 라면
- 7 Kimchi Jjigae 김치찌개
- 8 Soondubu 순두부
- 9 Andong Jjimdak 안동찜닭
- 10 Kimchi Mackerel Jjim 김치고등어찜
- 11 Soju 소주



# UAE, 2023년 인기 있었던 한국 식품과 트렌드

작성자\_ 권혁우

## 한국 문화 따라... 식품 트렌드도 변화

기존 UAE 한국 식품 소비 트렌드는 K-콘텐츠 인기의 영향을 받아 매체에 노출이 많은 식품들 위주로 인기가 올라가는 추세였다. 이러한 한류 영향에 따른 인기 증가와는 별개로 최근 UAE 내에서 한국 문화를 직접 체험하면서 한식을 즐기는 사람들이 점점 많아지고 있다. 대표적인 예로, 한국 여름철 보양식인 삼계탕은 더운 여름철 원기 회복을 위해 매년 초복, 중복, 말복으로 나뉘어 한국 사람들만 즐겨 먹는 음식으로 여겨졌다. 그러나 한국 드라마나 영상 매체를 통해 복날을 접한 현지인들은 한국인의 식문화를 따라 하기 시작하였고, 한국 복날에 맞춰 삼계탕을 먹고 개인 SNS 계정에 업로드하는 사람들이 늘어났다.

또한, UAE 대사관 주최로 한국문화원과 aT 센터에서 주관한 삼계탕 쿠킹 클래스에서는 현지인들이 다수 참여하여 삼계탕 재료를 가지고 직접 음식을 만드는 등 한국 식문화 체험에 대한 높은 관심을 보였다. 이러한 한국 식문화의 영향은 유명 가수들이 복날에 삼계탕을 먹는 영상을 올리거나 현지 다양한 문화 체험 행사를 통해 한국의 식문화가 점점 전파되어 문화로 자리 잡아가는 중이다.



UAE 한국식당 삼계탕 판매

\* 출처: Ashwani Kumar, Khaleej Times



BTS 멤버의 삼계탕 식당 방문 영상

\* 출처: Ashwani Kumar, Khaleej Times



삼계탕 쿠킹 클래스

\* 출처: Khaleej Times



삼계탕 홍보 책자

\* 출처: aT 두바이지사 인스타그램



## 한국의 대표 음식인 김치, K-Food 대표 음식으로 자립매김하다

김치는 최근 UAE 내에서 가장 급성장하는 품목으로서 현지인들뿐만 아니라 현지에 거주하고 있는 외국인들에게도 인지도가 높아지면서 수요가 꾸준히 증가하고 있는 품목이다. 2023년 10월 기준, 김치 수출실적은 전년 대비 232.2% 증가한 약 7만 달러를 기록하며 수출액이 급증하였다.

김치는 팬데믹 이후, 면역에 대한 관심이 늘어나고 건강식품 소비가 꾸준히 증가하면서 현지인들에게 건강식품으로 인식되어 소비가 증가하고 있는 중이다. 이러한 김치의 인기는 정기적으로 운영되는 김치 쿠킹클래스 및 김치 만들기 경연 대회 등 UAE 내 한류 클럽과 일반 소비자가 밀접한 관계를 맺고 홍보와 관련 행사들을 통해 인지도를 높이게 되었다.

지난 5월, 한국관광공사와 aT 센터 두바이지사와 연계하여 개최된 한국 김치 만들기 행사와 한식 체험 행사에서 약 500여명의 현지인들이 참석하면서 한식에 대한 높은 관심을 확인할 수 있었다. 또한, 한국 문화원과 aT 두바이지사가 주관한 김치 쿠킹클래스 행사에서는 현지인들이 직접 김치와 관련된 음식 만들기에 도전하며 김치를 활용한 김치볶음밥, 김치전 등 다양한 요리를 선보였다. 이렇듯 다양한 지역 행사를 통해 현지인들의 김치 소비 저변 확대를 높이고 김치의 영양성과 맛을 알리는 등 현지인들에게도 김치는 K-푸드의 대표 음식으로 자리 잡아 가고 있다.



김치 쿠킹 클래스 행사  
\* 출처: aT 두바이지사



K-Travel Week 연계 김치만들기 행사  
\* 출처: aT 두바이지사



## 한국 프리미엄 과일의 중동 시장 잠재력

지난 1월, 1980년 양국 수교 이후 최초로 대한민국 정상이 국민 자격으로 UAE를 방문하면서 경제사절단과 현지 기업들과의 비즈니스 포럼을 통해 경제협력 및 수출 협약 등 큰 성과를 거두었다. 또한 지난 10월, 대한민국과 UAE의 포괄적경제동반자협정(CEPA) 타결을 통해 양국은 전체 품목의 약 90%에 적용되는 관세를 10년 내 철폐하기로 하면서 농식품 또한 실질적 수출 증가를 기대할 수 있게 되었다. 이러한 양국의 우호적인 분위기에 따라 현지의 한국 식품에 관한 관심도 증가하고 있다.



한-UAE 비즈니스포럼 한국과일 시식행사  
\* 출처: 우듬지팜



대사관 국경절 행사 한국과일 시식행사  
\* 출처: aT 두바이지사

기존 인기 품목인 라면, 스낵류 등 일부 품목에 한정된 관심에서 한국 프리미엄 과일, 인삼류 등 다양한 품목이 현지 시장에 노출되면서 소비도 증가하는 추세이다. 특히, UAE에서 한국산 과일은 현지 시장에서의 긍정적인 반응을 통해 대형유통매장에 입점되어 프리미엄 상품으로 판매되고 있다.

특히, 한국 배와 샤인머스캣은 현지 마켓테스트와 시식 행사에서도 소비자들의 반응이 가장 좋았고, 타 품종의 과일과 비교해 당도가 뛰어나고 크기와 식감에서 좋은 반응을 보였다.

올해 한-UAE 비즈니스 포럼, 국경절 행사 등 국제 행사들과 연계한 시식 행사에서도 킹스베리, 스테비아 토마토, 샤인머스캣, 배 등 한국 품종에 대한 긍정적 반응을 보였고, 나주배, 샤인머스캣 등 일부 과일들은 실수출로 연결되어 현지에 빠르게 전파되고 있다.

이러한 노력에 따라 23년 10월 기준, 한국 신선과일류 수출액은 총 약 30만 불을 기록하며 전년 대비 23.7% 성장세를 보였다.

## Insight

최근 중동에서는 K-pop과 드라마에 관한 관심이 K-Food로 옮겨지며 한국 식문화가 각광 받고 있다. 단순히 한국 식품을 선호하고 소비하는 게 아닌 한국 식문화를 이해하면서 한국 음식을 만들고 체험하는 등 하나의 문화로 자리 잡아가고 있다. 특히 최근 중동에서의 K-Food 트렌드는 라면과 과자 등 대중화된 품목에서 건강식품인 김치와 과일, 인삼 등 건강하고 품질이 좋은 품목으로 확대되고 있다. 다만, 일부 현지인들은 한국 식품을 한국의 브랜드로 제대로 인식하지 못하고 프리미엄 상품으로써만 소비를 하는 사람이 있다는 것은 아직 아쉬운 부분이다. 온라인 콘텐츠나 소셜미디어 플랫폼 등을 활용한 온라인 홍보와 한식 관련 행사를 통해 한국의 브랜드로서의 제품 이미지를 확고히 한다면 한국이라는 프리미엄 브랜드로서의 질 좋은 상품으로 가치를 인정받을 수 있을 것이다.





# 2023년 러시아의 한국식품 트렌드

작성자\_ 김유정

## 러시아에서 볼 수 있는 한국식품 트렌드

2023년 러시아는 우크라이나 전쟁 지속에 따른 제재 확대, 서방 식품 기업의 철수로 큰 변화를 겪고 있다. 또한, 넷플릭스를 비롯한 서방 OTT 기업의 철수로 러시아에서 서방 콘텐츠들이 줄어들면서 한국 드라마와 영화의 방영이 증가하고 이를 통해 러시아인들에게 한국식품을 더욱 알리는 계기가 되고 있다.

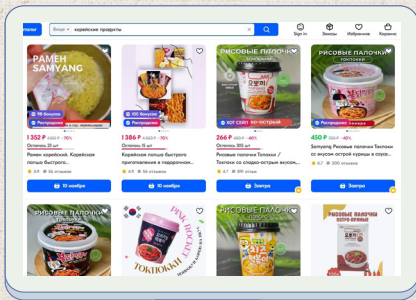
이러한 서방 국가들의 식품 감소 및 한류 영향 확대는 러시아 식품시장에서 한국산 제품에 영향을 미치고 있는데, 김, 라면, 과자 등의 인기가 꾸준히 지속될 뿐만 아니라, 한국적 특색이 있는 매운맛 라면, 떡볶이, 소스 등의 인기도 상승하고 있다. 특히, 최근 러시아인들의 건강식 열풍은 한국산 관련 제품의 수출 증가에 영향을 미치고 있으며, 새로운 한국산 제품에 대한 관심도 증가하는 추세이다.



K-FOOD  
TREND

## 한국의 매운맛에 더욱 빠져드는 러시아

러시아에서는 한국식 매운맛을 선호하는 사람들이 증가하는 추세이다. 2023년 6월 러시아 현지 해외판촉사업 중에도 매운맛 매니아층의 핫&스파이스 제품의 인기가 상당했으며, 증정으로 제공된 김치맛 김을 매우 좋아했다. 기존의 라면과 더불어 불닭볶음면 등 매운맛으로 유명한 제품도 인기를 끌고 있다. 특히 떡볶이는 한국을 가거나 한국에 관심이 많은 소비자들에게 매우 인기가 있으며, 러시아 유튜브들이 떡볶이 요리와 같은 영상을 찍어서 올리기도 한다. 이에 떡볶이의 주요 재료인 떡볶이 떡과 고추장의 수출도 전년대비 각각 300%, 61%로 크게 증가했고, 떡볶이 제품과 관련 재료들을 러시아 주요 마켓플레이스에서 쉽게 구매할 수 있다.



Ozon에서 판매하는 V떡볶이, 불닭볶음면



떡볶이와 라면을 요리해서 먹는 러시아 유튜버 Irina Budet

\* 떡볶이 떡은 조제식품품 기타(쌀가루의 것)(HS Code 1901909091, AG Code 169090001)에 해당하며, 이 품목의 러시아 수출은 2022년 32만 달러에서 2023년 127만 달러로 약 4배 증가했음.

\* 출처: <https://www.ozon.ru/>



떡볶이 떡

전년대비

300% 증가



고추장

전년대비

61% 증가



## 김, 과자류 등 여전히 인기몰이 중인 러시아

러시아에서는 이미 오래전부터 김과 과자류 등이 인기있는 주요 한국 식품이며, 이 품목에 대한 인기는 여전히 지속되고 있다. 특히 한국산 김 제품은 스시문화가 퍼진 이래로 꾸준히 수출이 증가하고 있는 품목인데, 이는 요오드 섭취를 위한 '건강식'이라는 인식과 저렴한 해산물 식품이자 다이어트식이라는 젊은 층의 인식이 더해진 것에 따른다.

특히 러시아는 소련 시기에 요오드 부족으로 인한 질병이 많은 편이었고, 이에 따라 요오드화 소금을 판매하기도 했던 만큼 김을 통해 요오드를 섭취하고자 하는 인식이 큰 편이다. 한편, 초콜릿과 초콜릿과자의 수출이 전년대비 161%로 상당히 증가했는데, 이 중에서 특히 속을 채운 초콜릿과 초콜릿과자 수출은 2022년보다 11배 이상 증가했다.

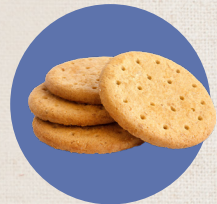
한편 라면 수출은 2023년 전년대비 15.8% 증가한 1,073만 달러 이상 수출했지만, 다른 주요 제품에 비해서는 소폭 증가한 편이다.



김

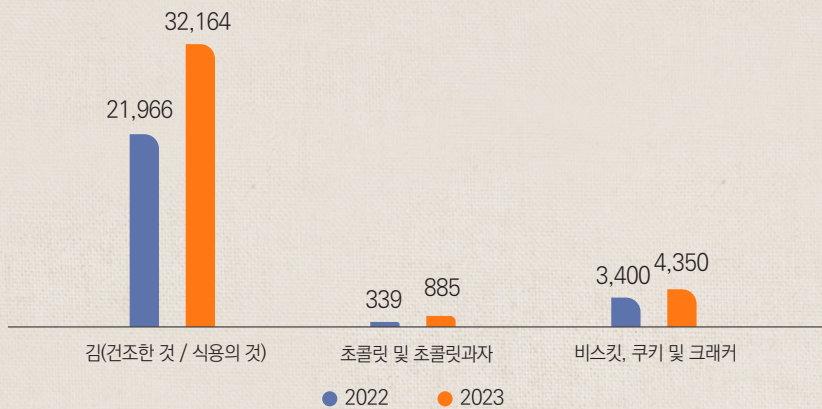


초콜릿과 초콜릿과자



비스킷 쿠키 및 크래커

2023년 김, 라면, 초콜릿 및 초콜릿과자, 비스킷류의 대러시아 수출현황 (단위: 천 달러)



\* 출처: Kati 통계자료를 바탕으로 작성

## 건강식품에 대한 관심이 높은 러시아

최근 러시아에서 건강식 및 건강식품에 관한 관심이 높아지면서 이러한 트렌드가 한국의 대러시아 식품 수출 품목에도 영향을 미쳤다. 스피루리나(Spirulina)와 효소 기타 제품은 2023년 전년대비 각각 2.4배, 16.6배 증가했다. 특히 한국산 K-Food가 '건강식'이라는 인식이 자리잡으면서 한국산 건강보조식품에 대한 관심도 높아지고 있는 것으로 보인다.



## 새로운 제품에 관심을 가지는 러시아

한류 및 한국 식품에 대한 관심 증가와 더불어 최근에는 기존에 인기 있는 제품들 이외에도 다양한 제품들을 러시아 시장에서 볼 수 있다. 이는 새로운 식품에 대한 호기심이 많은 젊은 러시아인들과 한국식품에 관심이 많은 러시아인들의 관심을 끌고 있다.

일례로, 2023년 러시아로 아이스크림 수출이 전년대비 3배 증가했는데, 최근 러시아 마트에서는 한국산 아이스크림을 자주 볼 수 있으며, 쉽게 구매할 수 있다.



러시아 마트에서 판매되는 한국 아이스크림

## 한국 스트리트푸드의 인기

한류 영향과 더불어 떡볶이, 라면 등의 한국 스트리트푸드의 인기가 러시아에서 나날이 높아지고 있다. 러시아인이 설립한 한국의 스트리트푸드점인 'CHICKO(구 Chick O'Rico)'는 현재 모스크바 전역에 9개 지점이 있으며, 최근에는 'Korean Chick', 'Korean Street Food', 'Kook' 등 모스크바에서 한국 스트리트푸드 카페가 증가하는 추세이다.



시내 중심가에 있는 'CHICKO' 매장

'CHICKO'에서 판매하는 음식

## Insight

2023년 전반적으로 대러시아 수출이 어려운 상황에서 식품 분야에서만 성장세를 보이고 있다. 특히 최근 러시아에서는 기존의 인기 제품 이외에도 떡볶이, 불닭볶음면 등 한국의 매운맛 제품과 건강보조식품 등이 크게 인기를 끌고 있다. 따라서 기존 인기 제품을 기반으로 다양한 제품과 기존에 진출하지 않은 매콤한 맛의 식품들, 건강 관련 제품들의 진출을 고려해 볼 수 있다. 특히 러시아에서 한국 식품이 건강식으로 인식되고 있으며, 러시아인들의 건강식에 대한 관심이 높다는 점에서 건강 관련 제품의 수출 전망이 밝아 보인다. 한편, 러시아에 식품 수출시에는 해당 제품과 관련된 표준, 인증 및 라벨링 제도를 사전에 숙지할 필요가 있다.

