

중국 산둥성 지역 성인의 한국 김치류에 대한 인식 조사

장향매 · 남은숙 · 박신인*
경원대학교 식품영양학과

A Survey of the Perception of Korean Kimchi by the Chinese in Shandong Province

Xiang Mei Zhang, Eun Sook Nam, Shin In Park*
Department of Food and Nutrition, Kyungwon University

Abstract

In this study, the preference for Korean Kimchi by Chinese people in Shandong Province was evaluated. Specifically, this study was conducted to aid in the introduction of Kimchi to China by providing information and developing local types designed to meet regional taste preferences. The subjects were comprised of 298 Chinese (male 108, female 190) residents of Weihai, Yantai and Qingdao, in Shandong province, China. The subjects were provided with a self administered questionnaire form designed to evaluate their views on Korean Kimchi. The collected data were then analyzed using the SAS software package. The results revealed that 95.3% of the respondents were aware of Korean Kimchi. In addition, 100% of the respondents who had visited Korea and 98.1% of the respondents who had an interest in Korea were aware of Kimchi. With regard to the origins of their interest in Kimchi, 26.8% of the subjects answered 'through mass media', while 23.9% reported that they learned about Kimchi 'through friends'. Most subjects recognized Kimchi as a 'Korean traditional food' (92.6%), a 'delicious food' (53.2%), and a 'fermented food' (38.0%). Baechu Kimchi was found to be the most well-known Kimchi, followed by Kkakdugi, Oi Kimchi, Yoelmu Kimchi and Nabak Kimchi. Additionally, 69.1% of the subjects knew how it was prepared, most of whom reported that they learned how Kimchi was prepared through 'Korean movie and/or drama'. Moreover, 88.9% of the subjects had eaten Kimchi. Overall, 43.8% of the subjects reported that they ate Kimchi 1~2 times per month, while 32.1% reported that they ate Kimchi 1~2 time per year. The most common places that Kimchi was eaten were a 'Korean restaurant' (67.6%) or with a 'colleague' (32.8%). The primary reasons for not having eaten Kimchi were 'no knowledge or dislike of Kimchi by family' (30.3%), 'difficulty purchasing Kimchi' (21.2%), 'high priced Kimchi' (21.2%), and 'dislike the smell and shape of Kimchi' (12.1%).

Key Words : Kimchi, perception, intake, Chinese, Shandong Province

1. 서 론

김치는 한국 전통 발효 식품으로 한국인의 식생활에 있어서 중요한 위치를 차지하고 있다. 한국의 김치 기원에 대한 명확한 기록은 없지만 삼국시대 초기 또는 그 이전이라고 보고 있으며, 이 시기에 이미 농경생활이 정착되었고 널리 채소를 먹고 있었으며, 한국 중북부 일부 지역에서부터 원시적인 김치무리가 겨울용 채소식품으로 이용되었다(Lee & Ahn 1995). 삼국시대에는 식염을 사용하여 만드는 장류 등이 일반화되었으며, 속리산 범주사 경내의 석옹(石瓮)으로 추정하면 통일신라시대부터 김치류가 상용 식품으로 사용되었던 것 같다(Cheigh 1995a). 김치 담금법이 문헌으로 처음 확인된 것은 고려시대 중엽의 이규보(1168~1241년)가 지은 '동국이상국집'의 '가포육영'에 나오는 순무를 소금에

절여 겨울을 대비한다고 하여 짠지 혹은 동치미의 형태로 만들어졌음을 짐작하게 하였다. 김치의 제조법을 비교적 자세히 설명한 최초의 요리서가 조선시대 중엽(1670년)의 '음식디미방'으로 일곱 가지 침채류가 나오고 제조 방법은 적혀 있었으나 고추에 대한 기록은 나타나지 않았다. 고추가 김치에 사용된 기록은 1766년 유중임이 지은 '증보산림경제'에 처음 나타나고 있으며, 1800년 초기의 '규합총서'에서는 고추와 젓갈을 양념으로 사용하였고, '임원십육지'(1827년)에 열거된 김치류의 상세한 기록은 오늘날의 김치가 거의 이 무렵에 완성된 것으로 보인다(Cheigh 1995a).

김치는 한국의 고유한 침채류로서 배추, 무, 오이, 열무, 파 등과 같은 채소류 등을 식염에 절인 후 여러 가지 부원료를 첨가하여 발효 숙성시킨 산발효식품의 일종으로, 재료나 담그는 방법에 따라 여러 종류가 있으므로 이들을 통틀

*Corresponding author: Shin In Park, Dept. of Food and Nutrition, Kyungwon University, Seongnam, Kyunggido 461-701, Korea
Tel: 82-31-750-5969 Fax: 82-31-750-5974 E-mail: psin@kyungwon.ac.kr

어 김치류라 부른다(이 1986). 김치의 특징은 다양한 재료의 사용에 있으며, 김치 재료 자체는 여러 가지 영양 성분들의 공급원이고 미생물, 효소, 기타 반응에 필요한 생화학적 반응의 기본 물질이 되며, 김치 제조 과정 중 발효 과정을 거치고 또 상호 반응을 하게 된다. 김치는 저열량 식품으로 당과 지방 함량이 적으며, 비타민 C, 카로틴, 비타민 B 복합체 및 칼슘 등 무기질이 풍부하고, 사용되는 것같이거나 어패류는 양질의 단백질과 칼슘의 주요 공급원이다(Cheigh & Park 1994; Cheigh 1995b; Park 1995), 또한 항산화 작용(Lee & Cheigh 1996; Cheigh 2002; Lee 등 2004), 항노화 작용(Park 1995; Cheigh 2002)), 항암 효과(Park 1995; Cho 등 1999; Kim 등 2000; Cheigh 2002; Kim 등 2005), 항돌연변이 작용(Park 1995; Park 등 1995; Rhee & Park 2000; Cheigh 2002), 동맥경화 억제 효과(Park 1995; Kwon 등 1999; Cheigh 2002), 혈전 용해 작용(Noh 등 1999; Cheigh 2002), 항균 작용(Cheigh 2002; Kang 등 2002; Kim 등 2005; Lim & Im 2007), 비만 방지(Park 1995, Cheigh 2002; Kwon 등 2004) 등의 기능성을 가진 건강식품으로 주목을 받고 있으며 한국의 식문화를 전파하는 문화식품으로 역할을 담당하고 있다. 김치는 2001년 Codex 국제 식품규격을 획득하여 세계 각국의 절임류와는 차별화된 자연 발효식품으로 세계적으로 인정받았으며(박 2001), 특히 2006년 미국 건강 전문 월간지 헬스 인터넷판은 김치를 세계 5대 건강식품으로 선정하므로서 김치의 세계화는 더욱 더 가속화되고 있다.

중국에서 발효된 절임채소의 종류로는 사천절임(사천김치), 한국김치, 소금에 절인 양배추, 신 채소, 사천보존절임, 갓절임(갓김치) 등이 있으며, 이들은 모두 절임 과정에서 젖산으로 발효된 제품들이다(Ji 등 2002). Ji 등(2002)은 전통 한국 김치와 중국 절임채소의 차이점은 재료의 차이뿐만 아니라 전통 한국 김치는 숙성 과정을 거치는 완전발효법에 의해 제조되고 중국 절임채소는 중간 발효 방식에 의해서 만들어지므로 맛과 질감 면에서 차이가 있다고 보고하였다. 음식의 맛에 대한 평가 기준은 민족에 따라서 다르고, 각 민족은 식품 소재를 각각의 기호에 가장 부합되도록 조리하여 섭취하여 왔다. 현대에 이르러 각 문화권의 교류가 활발해지면서 음식 문화의 교류 또한 활발하게 일어나서, 맛의 평가에 있어서도 보편성이 형성된 것도 있다. 그러나 세계의 음식은 문화권에 따라서 다르고, 같은 음식에서도 바람직한 상태가 문화권에 따라서 차이가 나고 있다(Oh 1998). 김치의 맛에 대한 인지는 한국인의 경우는 어릴 때부터의 식습관에 의해서 형성되지만, 한국과 다른 식생활 문화 배경을 가진 외국인의 경우는 김치의 맛에 대한 인지와 그 평가가 한국인과는 다를 것이다. 그러므로 한국의 김치를 세계 각지에 더욱 널리 보급하기 위해서는 외국인의 김치 맛에 대한 인지에 관한 체계적인 연구가 절실히 요구되는 바이다.

지금까지 현지 외국인의 김치에 대한 인식에 대한 연구는

일본인(Han 등 1999; Suh 2001), 미국인(Kim 1999; Han 등 2000; Suh 2001), 중국인(Han 등 2001; Suh 2001; Choi 2004; Han 등 2004; Kim 등 2004; Han 등 2005a; Han 등 2005b), 러시아인(Kim 등 1996), 싱가포르인(Han 등 2007) 등을 대상으로 이루어졌다. 특히 중국은 세계 1위의 인구 분포를 가지고 있어서 시장성이 매우 폭 넓고 다양하여 김치 산업의 발전을 기대할 수 있으며, 중국내의 한국인 및 조선족에 의한 김치 생산 증가, 한중 양국의 교류 활성화 및 한류 열풍 등에 의해 한국 김치의 소비 증대가 나타나고 있기 때문에 중국인의 김치에 대한 인식에 대한 연구가 더욱 필요한 것으로 사료되었다. 뿐만 아니라 중국은 광활한 영토를 가지고 있으므로 그 지역에 따라 김치에 대한 인식도 다양할 것으로 생각되며, 현재까지 중국의 지역 별로 이루어진 김치에 대한 연구는 북경 지역(Han 등 2001; Suh 2001; Choi 2004; Han 등 2005a; Han 등 2005b)과 상해 지역(Han 등 2004; Kim 등 2004; Han 등 2005a)에 국한되어 있었기 때문에 중국을 지역별로 나누어 여러 지역에 대한 조사가 실시되어야 할 것으로 판단되었다. 특히 산동성 지역은 한국인 및 중국 조선족 거주자가 많고, 배추, 고추, 마늘 등 김치 제조 원료가 풍부하여 원료 조달이 용이하여 김치 제조 공장이 설치되어 있는 것으로 알려져 있다(고 2000).

따라서 본 연구에서는 산동성 지역에 거주하는 중국인의 김치류에 대한 인식 및 섭취 실태 등을 조사하여, 산동성 지역의 중국인의 기호에 맞는 김치를 개발하여 김치의 현지화 및 차별화를 위하여 참고할 수 있는 기초 자료를 제시하고자 하였다.

II. 연구 방법

1. 조사 대상 및 기간

본 조사는 중국 산동성 지역에 위치한 위해, 연태, 청도 3도시에 거주하고 있는 대학생과 직장인 등 성인 남녀 298명(위해 135명, 연태 100명, 청도 63명)을 대상으로 실시하였다. 조사 설문지는 여러 선행 연구(Han 등 1999; Han 등 2004; Kim 등 2004; Han 등 2005a; Han 등 2005b)를 참고하여 본 조사의 목적에 맞게 작성하여 중국어로 개발하여 사용하였으며, 예비조사를 실시한 다음 문항을 수정, 보완하여 본 조사에 사용하였다. 본 조사는 2008년 1월 2일부터 1월 18일 사이에 실시하였으며, 설문지 총 303부를 배부한 후, 배부 장소에서 조사 대상자가 직접 기록하도록 하여 회수된 응답지 300부 중 응답이 불충분한 설문지 2부를 제외한 298부(유효회수율 98.3%)를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

설문지의 내용은 조사 대상자의 일반적 사항 7문항, 김치

에 대한 인지도 5문항, 김치의 섭취 실태 6문항 등으로 구성하였다.

1) 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 일반적 사항에 관한 내용은 조사 대상자의 성별, 연령, 직업, 거주 형태, 민족, 한국 방문 유무, 한국 관심도 등을 조사하였다.

2) 김치에 대한 인지도

김치에 대한 인지도에 관한 내용은 김치의 인지도, 김치를 알게 된 동기, 김치에 대한 인식, 김치 종류에 대한 인지, 김치 제조 방법에 대한 인지를 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도로 구분하여 조사하였다.

3) 김치의 섭취 실태

김치의 섭취 실태에 관한 내용은 조사 대상자가 김치를 먹어 본 경험 여부를 먼저 선택한 후, 김치를 먹어 본 경험이 있는 사람에게는 김치 섭취 빈도, 김치 섭취 장소, 김치를 함께 섭취하는 사람, 김치와 함께 섭취하는 음식 등의 김치 섭취 실태를 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도에 따라 조사하였다. 그리고 김치를 먹어 본 경험이 없는 사람에게는 김치를 섭취하지 않는 이유를 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도로 구분하여 조사하였다.

3. 자료의 통계 처리

본 연구에서 조사된 모든 자료는 SAS 프로그램(Ver. 9.1)을 이용하여 통계 처리하였다. 조사 대상자의 일반적 사항은 빈도와 백분율로 표시하였으며, 김치에 대한 인지도 및 섭취 실태 등의 분석에서는 빈도와 백분율을 구한 뒤 항목에 따라 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도에 대한 유의성을 검증하기 위하여 χ^2 -test를 실시하였다. 또한 김치에 대한 인식, 김치 종류에 대한 인지는 다중응답 분석을 이용하여 빈도와 백분율로 나타내었다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 성별, 연령, 직업, 거주 형태, 민족, 한국 방문 유무 및 한국 관심도 등을 조사한 결과는 <Table 1>과 같았다.

조사 대상자의 특성을 보면 산동성 지역에 거주하는 중국인 298명으로 성별은 남자 108명(36.2%), 여자 190명(63.8%)이었고, 연령 분포는 20~29세가 220명(73.8%)으로 가장 많았으며 다음은 30~39세 35명(11.7%), 10~19세 32명(10.7%), 40~49세 9명(3.0%), 50~59세 2명(0.7%)의 순이었다. 직업은 학생 152명(51.0%), 직장인 146명(49.0%)으로 비슷한 분포를 보였으며, 거주 형태는 기숙사

<Table 1> General characteristics of subjects

Variables	Frequency (N)	Percentage (%)
Gender		
Male	108	36.2
Female	190	63.8
Age (years)		
10-19	32	10.7
20-29	220	73.8
30-39	35	11.7
40-49	9	3.0
50-59	2	0.7
Occupation		
Student	152	51.0
Worker	146	49.0
Type of living		
Live alone	20	6.7
Live with friend	19	6.4
Live with family/relatives	81	27.2
Live in dormitory	178	59.7
Nationality		
Chinese	289	97.0
Chinese-Korean	7	2.4
Others	2	0.7
Have visited Korea		
Yes	37	12.4
No	261	87.6
Interest in Korea		
High	155	52.0
Average	127	42.6
Low	16	5.4
Total	298	100.0

에서 공동 생활하는 사람은 178명(59.7%)으로 가장 많았으며 가족이나 친척과 함께 사는 사람은 81명(27.2%), 혼자 사는 사람은 20명(6.7%), 친구와 같이 사는 사람은 19명(6.4%)이었다. 민족은 한족이 289명(97.0%), 조선족이 7명(2.4%), 기타 소수민족이 2명(0.7%)으로 조사되었다.

한국 방문 경험에 대해서는 경험이 있는 사람이 37명(12.4%)이었고 방문 경험이 없는 사람이 261명(87.6%)으로 대부분의 사람이 한국을 방문한 경험이 없는 것으로 조사되었다. 그러나 북경 지역 중국인 중 2000년에는 7.5%(Han 등 2001), 2003년에는 5.0%(Choi 2004; Han 등 2005b)가, 그리고 상해 지역 중국인 중 2003년에는 6.8%(Han 등 2004), 2004년에는 3.4%(Kim 등 2004)가 한국을 방문한 것으로 조사되었던 결과와 비교하면 본 조사에서는 한국 방문 경험자가 증가한 것으로 나타났다. 이는 중국의 경제가 발달되고 한중 양국의 교류도 많아졌기 때문인 것으로 생각되었다.

한국에 대한 관심도는 관심도가 높은 사람이 155명(52.0%)으로 가장 많았고, 보통 정도인 사람은 127명(42.6%), 적은 사람은 16명(5.4%)으로 나타났다. 이는 한류 열풍의 영향, 그리고 많은 한국 기업들이 중국으로 진출해서 생산된 제품들이 동시에 중국 시장에 판매되기 때문에

중국인들이 한국이나 한국 음식에 대해 관심을 갖게 된 것으로 사료되었다.

2. 김치에 대한 인지도

1) 김치의 인지도

김치에 대한 인지도에 대한 조사 결과를 <Table 2>에 나타내었다. ‘매우 잘 안다’고 응답한 사람이 25명(8.4%), ‘조금 안다’고 응답한 사람은 259명(86.9%)으로 95.3%의 중국인이 김치를 알고 있는 것으로 나타났다. 이것은 상해 지역(Han 등 2004)의 대학생 87.5%와 북경 지역(Han 등 2001; Han 등 2005b)의 대학생 79.9~83.3%가 김치에 대해 알고 있었다고 보고된 결과에 비해 증가하였다. 성별에 따른 김치에 대한 인지도에는 유의적인 차이는 없었으나, 직업(p<0.05), 한국 방문 유무(p<0.01), 한국 관심도(p<0.01)에 따라서는 유의적인 차이를 보였다. 특히 한국 방문 경험이 있는 사람은 100.0%, 한국에 대한 관심이 많은 사람은

98.1%로 많은 중국인들이 김치를 알고 있었다. 이는 김치가 중국에서 현지 공장화가 많이 이루어져 있으며 중국 조선족도 김치를 제조하여 시장에서 판매함으로써 많은 중국인들이 김치에 대해 알고 있는 것으로 생각되었다.

2) 김치를 알게 된 동기

김치를 알게 된 동기는 <Table 3>에 나타난 바와 같이 ‘대중매체를 통해서’가 26.8%로 가장 높았고, 그 다음이 ‘친구에게서’가 23.9%, ‘슈퍼마켓·시장에서 보고서’가 19.7%, ‘학교에서 선생님께 들어서’가 19.0%, ‘가족이나 친척에게 들어서’가 9.5%, ‘김치 판촉 행사를 통해서’가 1.1%의 순이었다. 이와 비슷한 결과가 Choi(2004), Han 등(2004)과 Han 등(2005b)에 의해서도 보고되었는데, 이는 한류 열풍으로 한국의 드라마나 영화가 중국에서 많이 방영되므로 중국인들이 대중매체를 통해서 한국의 김치에 대해 많이 알게 된 것으로 볼 수 있으며, 또한 한국의 김치가 중국에서 현

<Table 2> Awareness of Kimchi

N(%)

Variables	Know well	Know a little	Don't know	Total	χ^2
Gender					
Male	11(10.2)	90(83.3)	7(6.5)	108(36.2)	2.0478 df=2
Female	14(7.4)	169(89.0)	7(3.7)	190(63.8)	
Occupation					
Student	6(4.0)	139(91.5)	7(4.6)	152(51.0)	8.0363* df=2
Worker	19(13.0)	120(82.2)	7(4.8)	146(49.0)	
Have visited Korea					
Yes	8(21.6)	29(78.4)	0(0.0)	37(12.4)	11.1559** df=2
No	17(6.5)	230(88.1)	14(5.4)	261(87.6)	
Interest in Korea					
High	20(12.9)	132(85.2)	3(1.9)	155(52.0)	14.3738** df=4
Average	4(3.2)	114(89.8)	9(7.1)	127(42.6)	
Low	1(6.3)	13(81.3)	2(12.5)	16(5.4)	
Total	25(8.4)	259(86.9)	14(4.7)	298(100.0)	

*p<0.05, **p<0.01

<Table 3> Motives to know Kimchi

N(%)

Variables	Mass media	Friend	Market	School	Family/Relatives	Promotion events	Total	χ^2
Gender								
Male	25(24.8)	35(34.7)	18(17.8)	10(9.9)	13(12.9)	0(0.0)	101(35.6)	18.3986** df=5
Female	51(27.9)	33(18.0)	38(20.8)	44(24.0)	14(7.7)	3(1.6)	183(64.4)	
Occupation								
Student	52(35.9)	17(11.7)	26(17.9)	39(26.9)	9(6.2)	2(1.4)	145(51.1)	41.4933*** df=5
Worker	24(17.3)	51(36.7)	30(21.6)	15(10.8)	18(13.0)	1(0.7)	139(48.9)	
Have visited Korea								
Yes	2(5.4)	13(35.1)	5(13.5)	9(24.3)	8(21.6)	0(0.0)	37(13.0)	17.9537** df=5
No	74(30.0)	55(22.3)	51(20.7)	45(18.2)	19(7.7)	3(1.2)	247(87.0)	
Interest in Korea								
High	44(29.0)	24(15.8)	26(17.1)	47(30.9)	10(6.6)	1(0.7)	152(53.5)	44.3794*** df=10
Average	30(25.4)	40(33.9)	26(22.0)	6(5.1)	15(12.7)	1(0.9)	118(41.6)	
Low	2(14.3)	4(28.6)	4(28.6)	1(7.1)	2(14.3)	1(7.1)	14(4.9)	
Total	76(26.8)	68(23.9)	56(19.7)	54(19.0)	27(9.5)	3(1.1)	284(100.0)	

p<0.01, *p<0.001

지 공장화가 많이 이루어져 김치를 제조하여 판매되고 있어 중국인들에게 홍보가 많이 된 것으로 사료되었다. 그러나 상해 지역 대학생들의 5.3%만이 ‘김치 판촉 행사를 통해서’ 김치를 알게 되었다고 보고된(Han 등 2004) 바와 같이 본 조사에서도 1.1%로 매우 적은 사람들이 김치 판촉 행사를 통해서 김치를 알게 된 것으로 나타났다. 따라서 김치 박람회와 시식회 등의 김치 홍보 행사를 통해서 김치를 알릴 수 있는 시장을 넓혀 나가는 것이 바람직한 것으로 생각되었다. 김치를 알게 된 동기에 대해서는 성별(p<0.01), 직업(p<0.001), 한국 방문 유무(p<0.01) 및 한국 관심도(p<0.001)에 따라 유의적인 차이를 나타내었다.

3) 김치에 대한 인식

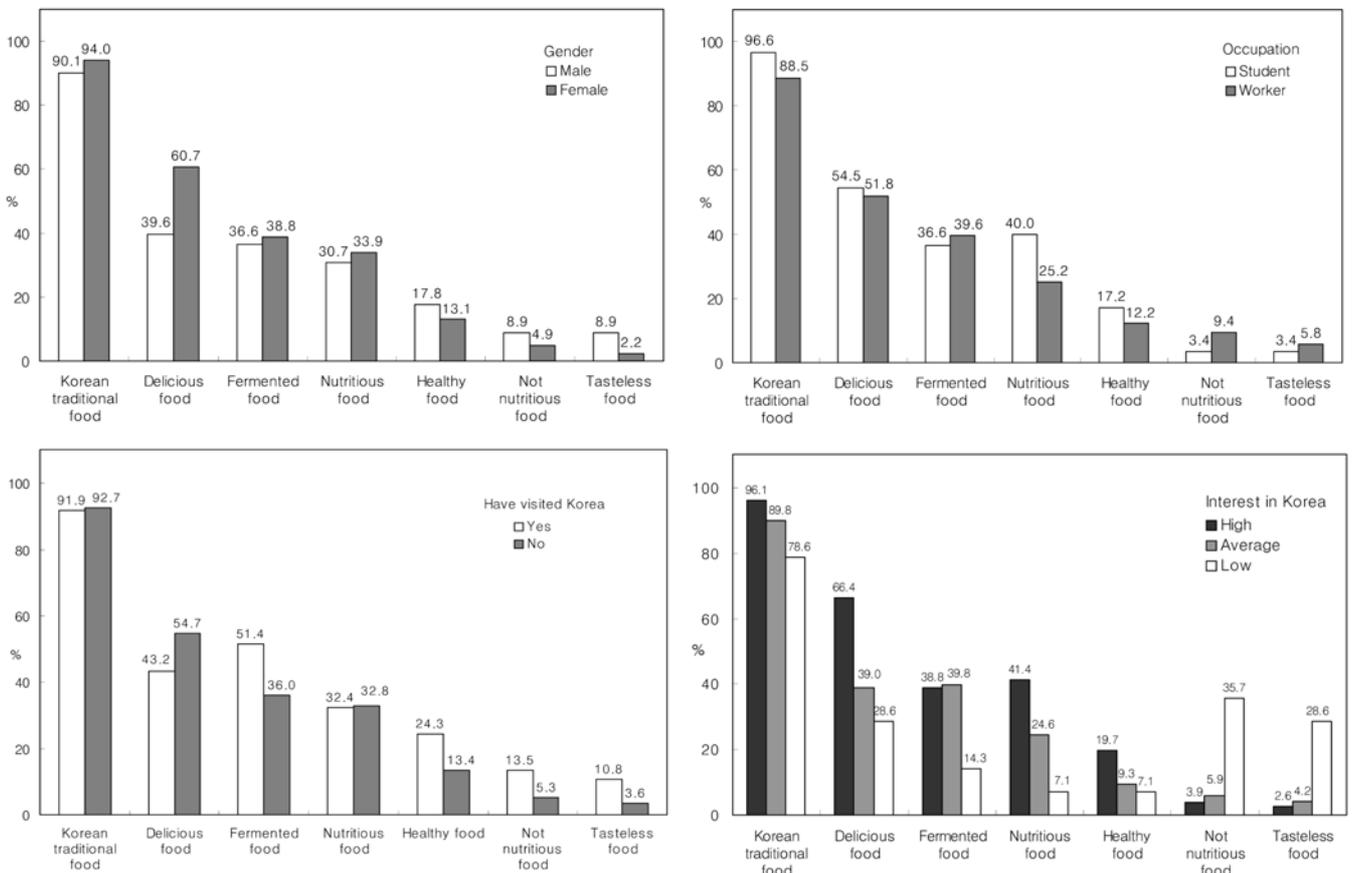
김치의 식품학적 특성에 대해 알고 있는 정도를 모두 선택하도록 하여 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도에 따라 조사한 다중응답 분석 결과는 <Figure 1>과 같았다. 김치를 안다고 응답한 사람(284명) 중에서 92.6%는 김치를 ‘한국의 전통식품’으로 잘 알고 있었으나, 53.2%가 ‘맛있는 식품’, 38.0%가 ‘발효식품’, 32.7%가 ‘영양식품’, 14.8%가 ‘건강식품’이라고 응답하여 김치의 식품학적 가치에 대해 잘 인식하지 못하고 있는 것으로 조사되었다. 특히 김치가 2006년에 미국 건강 전문 월간지에 의해 세계 5대 건강식품 중

의 하나로 선정되었지만 14.8%만 김치를 건강식품이라고 응답하여 중국에서는 아직 이에 대한 홍보가 잘 되지 않은 것으로 생각되었으므로 김치 판촉 행사를 늘리면서 세계의 건강식품으로 많은 홍보를 해야 할 것으로 사료되었다.

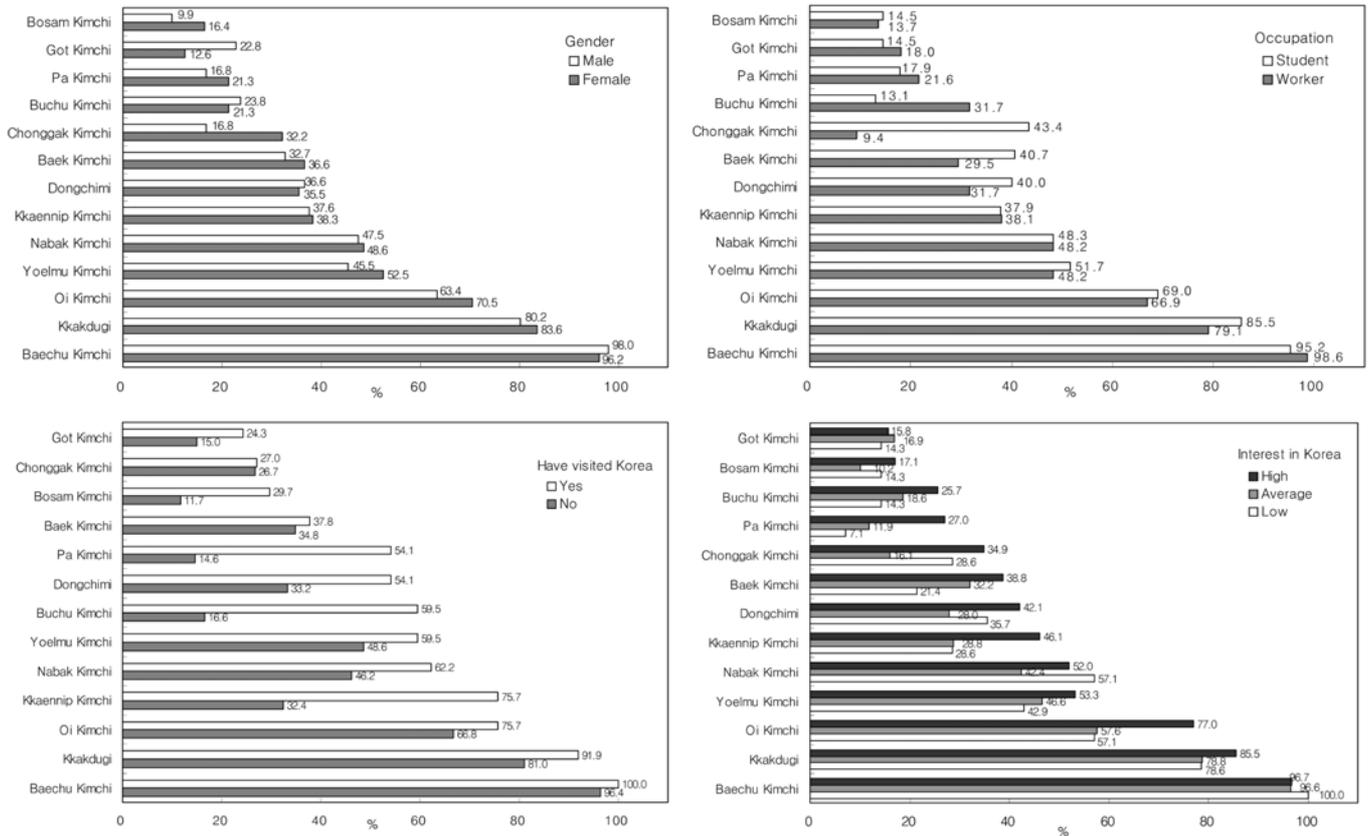
여자가 남자보다, 학생이 직장인보다, 한국 방문 경험이 있는 사람이 없는 사람보다, 그리고 한국에 대한 관심도가 많은 사람이 적은 사람보다 김치에 대해 좀 더 정확히 알고 있었다. 그러나 한국에 대한 관심도가 적은 사람은 김치를 ‘영양가 없는 식품’(35.7%), ‘맛없는 식품’(28.6%)이라고 많은 사람들이 응답하여 김치의 식품 영양학적 가치에 대해 중국인들이 정확히 인식할 수 있도록 적극적인 홍보 방법을 모색하여야 할 것으로 생각되었다.

4) 김치 종류에 대한 인지

김치를 알고 있는 사람(284명)의 김치 종류에 대한 인지 정도를 모두 선택하도록 하여 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도에 따라 조사한 다중응답 분석 결과를 <Figure 2>에 나타내었다. 배추김치가 96.8%로 가장 인지도가 높았고, 그 다음이 깍두기(82.4%), 오이김치(68.0%), 열무김치(50.0%), 나박김치(48.2%), 깻잎김치(38.0%), 동치미(35.9%), 백김치(35.2%), 총각김치(26.8%), 부추김치(22.2%), 파김치(19.7%), 갯김치(16.2%), 보쌈김치(14.1%)



<Figure 1> Knowledge about Kimchi (multiple response).



<Figure 2> Knowledge about variety of Kimchi (multiple response).

의 순으로 나타났다.

성별에 따른 차이를 보면 남자는 배추김치, 동치미, 부추김치, 갓김치를 여자보다 더 잘 알고 있었으며, 그 외의 김치 종류는 여자가 더 잘 인지하고 있는 것으로 나타났다. 직업에 따라서는 직장인은 배추김치, 부추김치, 파김치, 갓김치를 학생보다 더 잘 알고 있었으나 이 외의 다른 김치 종류는 학생이 더 잘 알고 있었다. 한국 방문 경험이 있는 사람이 한국 방문 경험이 없는 사람보다 모든 김치 종류에 대해 월등하게 높은 인지도를 보였으며, 한국에 대한 관심이 많을수록 배추김치와 나박김치를 제외한 모든 김치에서 인지도가 높게 나타났다.

5) 김치 제조 방법에 대한 인지

김치 제조 방법에 대해 알고 있는 정도를 조사한 결과는 <Table 4>와 같았다. 9명(3.0%)이 '매우 잘 안다'고, 197명(66.1%)이 '조금 안다'고 응답하여 69.1%가 김치 제조 방법을 알고 있는 것으로 나타났다. 이는 북경 지역(Choi 2004; Han 등 2005a)과 상해 지역(Han 등 2005a)의 대학생 중 김치 만드는 방법에 대해 각각 39.7%와 45.4%가 알고 있다고 보고된 결과에 비해 크게 증가한 것으로 나타났다. 여자(73.2%)가 남자(62.0%)보다 유의적인 차이는 없었으나 더 많이 알고 있었고, 특히 한국 방문 경험이 있는 사람(83.8%)은 유의적으로(p<0.001) 높게 나타났으며 방문 경험이 없는

사람(67.1%)보다, 그리고 한국 관심도가 높은 사람(83.2%)도 유의적으로(p<0.001) 높게 나타나 관심이 적은 사람(50.1%)보다 김치 만드는 방법에 대해 잘 알고 있었다.

<Table 5>에 나타난 바와 같이 김치 제조 방법을 알게 된 경위는 76명(36.9%)이 '한국 영화나 드라마를 보고서'로 응답하여 가장 많았는데, 특히 여자(43.2%), 학생(50.9%), 한국 방문 무경험자(40.0%), 한국 관심도가 높은 사람(41.1%)과 한국 관심도가 낮은 사람(62.5%)도 한국 영화나 드라마를 통하여 김치 제조 방법을 알게 되었다고 하였다. 그 다음이 '조선족 친척이나 친구로부터'가 48명(23.3%), 'TV나 인터넷의 요리교실을 보고서'가 38명(18.5%), '중국 거주 한국인으로 부터'가 27명(13.1%), '김치를 판매하는 음식점이나 시장에서 보고서'가 15명(7.3%), '김치 판촉 행사에서 보고서'가 2명(1.0%)의 순이었다. 특히 직업과 한국 방문 유무에 따라 유의적인 차이(p<0.001)를 보이며 50.9%의 학생과 40.0%의 한국 방문 무경험자는 '한국 영화나 드라마를 보고서', 33.0%의 직장인과 32.3%의 한국 방문 유경험자는 '조선족 친척이나 친구로부터' 알게 되었다고 가장 많이 응답하였다. 북경 지역 대학생은 'TV·요리교실에서'(27.5%)(Choi 2004; Han 등 2005a), 상해 지역 대학생은 '한국인으로부터'(24.6%)(Han 등 2005a) 김치 만드는 방법을 가장 많이 알게 되었다는 보고와 본 조사 결과와는 다소 차이를 보였으나, '김치 판촉 행사로' 알게 된 경우가 북

<Table 4> Awareness of Kimchi preparation methods

N(%)

Variables	Know well	Know a little	Don't know	Total	χ^2
Gender					
Male	1(0.9)	66(61.1)	41(38.0)	108(36.2)	5.8579
Female	8(4.2)	131(69.0)	51(26.8)	190(63.8)	df=2
Occupation					
Student	1(0.7)	105(69.1)	46(30.3)	152(51.0)	6.1840*
Worker	8(5.5)	92(63.0)	46(31.5)	146(49.0)	df=2
Have visited Korea					
Yes	7(18.9)	24(64.9)	6(16.2)	37(12.4)	38.3065***
No	2(0.8)	173(66.3)	86(39.0)	261(87.6)	df=2
Interest in Korea					
High	7(4.5)	122(78.7)	26(16.8)	155(52.0)	32.6457***
Average	1(0.8)	68(53.5)	58(45.7)	127(42.6)	
Low	1(6.3)	7(43.8)	8(50.0)	16(5.4)	
Total	9(3.0)	197(66.1)	92(30.9)	298(100.0)	

*p<0.05, ***p<0.001

<Table 5> Motive route to learn Kimchi preparation methods

N(%)

Variables	Korean movie/ drama	Chinese- Korean relatives/ friends	Cooking class from TV/ internet	Korean friend	Restaurant/ market	Promotion events	Total	χ^2
Gender								
Male	16(23.9)	19(28.4)	14(20.9)	11(16.4)	7(10.5)	0(0.0)	67(32.5)	9.1317
Female	60(43.2)	29(20.9)	24(17.3)	16(11.5)	8(5.8)	2(1.4)	139(67.5)	df=5
Occupation								
Student	54(50.9)	15(14.2)	19(17.9)	12(11.3)	6(5.7)	0(0.0)	106(51.5)	23.0018***
Worker	22(22.0)	33(33.0)	19(19.0)	15(15.0)	9(9.0)	2(2.0)	100(48.5)	df=5
Have visited Korea								
Yes	6(19.4)	10(32.3)	2(6.5)	9(29.0)	2(6.5)	2(6.5)	31(15.1)	25.5312***
No	70(40.0)	38(21.7)	36(20.6)	18(10.3)	13(7.4)	0(0.0)	175(85.0)	df=5
Interest in Korea								
High	53(41.1)	25(19.4)	22(17.1)	18(14.0)	10(7.8)	1(0.8)	129(62.6)	9.3152
Average	18(26.1)	21(30.4)	15(21.7)	9(13.0)	5(7.3)	1(1.5)	69(33.5)	
Low	5(62.5)	2(25.0)	1(12.5)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	8(3.9)	
Total	76(36.9)	48(23.3)	38(18.5)	27(13.1)	15(7.3)	2(1.0)	206(100.0)	

***p<0.001

경 지역 대학생은 4.3%, 상해 지역 대학생은 9.2%로 가장 적었다고 보고된 결과와는 일치하는 경향이였다. 이로써 김치 박람회나 시식회 등과 같은 행사 및 체계적인 홍보 방법과 방송 매체를 통하여 김치 만드는 방법을 소개하는 기회를 늘리고, 김치 공장 견학, 김치 만들기 체험 등의 프로그램을 통해 실생활에서 쉽게 가까워질 수 있는 계기를 마련함이 좋을 것으로 생각되었다.

3. 김치의 섭취 실태

1) 김치의 섭취 경험

김치의 섭취 경험 여부에 관하여 조사한 결과는 <Table 6>과 같았다. 김치 섭취 경험이 있는 사람은 265명(88.9%), 섭취 경험이 없는 사람이 33명(11.1%)으로 대부분의 사람이 김치를 접해본 것으로 조사되었으며, 2004년 상해 거주 성인 남녀의 89.9%가 김치를 시식해 본 경험이 있었다는 보

고(Kim 등 2004)와 유사한 결과이었으나 2003년 상해 지역 대학생(Han 등 2004)의 60.9%, 북경 지역 대학생(Han 등 2001; Choi 2004; Han 등 2005b)이 김치를 먹어본 경험이 있었던 것(59.0~63.4%)보다는 증가된 결과이었다. 이는 <Table 2>에 나타난 바와 같이 중국인의 김치에 대한 인지도가 높아졌고, 중국에서 쉽게 한국 김치를 접할 수 있기 때문에 나타난 결과로 사료되었다. 그러나 1998년 대부분(97.2%)의 일본인이 김치의 섭취 경험이 있었다는 결과(Han 등 1999)에 비해 낮게 나타났다.

유의적인 차이를 보이지 않았으나 남자가 여자보다, 한국 방문 경험자가 무경험자보다 김치를 먹어본 경험이 많은 것으로 나타났으며, 직업에 따라서는 직장인의 95.9%가 김치를 섭취한 경험이 있어 학생(82.2%)과 유의적인 차이(p<0.001)를 보였다.

<Table 6> Eating experience on Kimchi

N(%)

Variables	Have	Not have	Total	χ^2
Gender				
Male	98(90.7)	10(9.3)	108(36.2)	0.5664 df=1
Female	167(87.9)	23(12.1)	190(63.8)	
Occupation				
Student	125(82.2)	27(17.8)	152(51.0)	14.0976*** df=1
Worker	140(95.9)	6(4.1)	146(49.0)	
Have visited Korea				
Yes	36(97.3)	1(2.7)	37(12.4)	3.0062 df=1
No	229(87.7)	32(12.3)	261(87.6)	
Interest in Korea				
High	136(87.7)	19(12.3)	155(52.0)	0.6893 df=2
Average	114(89.8)	13(10.2)	127(42.6)	
Low	15(93.8)	1(6.3)	16(5.4)	
Total	265(88.9)	33(11.1)	298(100.0)	

***p<0.001

2) 김치 섭취 경험자의 섭취 실태

김치를 섭취해 본 경험이 있는 사람들에게 김치 섭취 실태를 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도에 따라 조사한 결과는 <Table 7>과 같았다.

김치 섭취 빈도는 '한달에 1~2번'이 116명(43.8%), '일년에 1~2번'이 85명(32.1%), '일주일에 1~2번'이 48명(18.1%), '매일 1~2번'이 16명(6.0%)의 순으로 나타났다. 이는 Han 등(1999)이 일본인의 김치 이용 실태 조사에서 김치 섭취가 1개월에 1~2회 정도가 가장 많았다고 보고한 결과와 일치하는 경향을 보였다. 남자가 여자보다(p<0.05), 직장인이 학생보다(p<0.001), 한국 방문 경험이 있는 사람이 없는 사람보다(p<0.001) 유의적으로 섭취 빈도가 높게 나타났으며, 유의적인 차이는 없었으나 한국에 대한 관심도가 높을수록 김치를 자주 섭취하는 것으로 나타났다.

김치 섭취 장소는 179명(67.6%)이 '한국 음식점'으로 응답하였고 '학교나 직장 급식소'가 37명(14.0%), '집'이 33명(12.5%), '친구나 친척 집'이 16명(6.0%) 순으로 나타났다. 중국 산동성에 위치한 위해, 연태, 청도 3도시는 연해 도시로 한국과 지리적인 위치가 가장 가깝기 때문에 사업상 거주하는 한국 사람들이 많아지면서 한국 음식점도 크게 증가하여 현지 중국 사람들도 한국 음식점의 이용이 많아져 김치를 가장 많이 섭취하는 장소가 된 것으로 생각되었다. 성별, 직업, 한국 방문 유무나 한국 관심도에 따른 김치 섭취 장소에 대한 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

김치를 함께 섭취하는 사람은 87명(32.8%)이 '학교나 직장 동료와 함께' 김치를 먹는다고 응답하였으며, 80명(30.2%)이 '중국인 친구와 함께', 55명(20.8%)이 '가족이나 친척과 함께', 39명(14.7%)이 '한국인 친구와 함께', 4명(1.5%)만 '혼자서' 먹는다고 응답하였다. 유의적인 차이는 없었으나 남자는 '중국인 친구와 함께'(30.6%), 여자의 경우는 '학교나 직장 동료와 함께'(37.7%) 가장 많이 김치를 먹는다고 하였고, 한국 관심도가 높을수록 '중국인 친구와

함께'(31.6%), 관심도가 적을수록 '학교나 직장 동료와 함께'(40.0%)로 답하였다. 그러나 직업에 따라서는 학생은 38.4%가 '중국인 친구와 함께', 직장인은 30.0%가 '가족이나 친척과 함께' 김치를 먹는다고 하여 유의적인 차이(p<0.001)를 보였다.

김치와 함께 섭취하는 음식은 '한국 음식'(60.0%)을 가장 많이 먹는 것으로 나타났으며, 그 다음이 '한국 음식이나 중국 음식 모두'(26.4%), '중국 음식'(13.6%) 순으로 조사되었고, 성별, 직업, 한국 방문 유무 및 한국 관심도에 따른 유의적인 차이는 없었다. 북경 지역에서는 김치와 함께 먹는 요리로는 중국요리(30.5%)가 한국요리(16.5%)보다 많았고(Choi 2004; Han 등 2005a), 상해 지역에서는 한국요리(38.4%)가 중국요리(19.9%)보다 많았다(Han 등 2005a). 본 조사에서 김치를 한국 음식과 먹는다는 응답이 높은 것은 <Table 1>에서 보는 바와 같이 한국 방문의 기회가 많아지고 한국에 대한 관심이 높아짐에 따라 한국 음식을 먹는 기회가 많아졌기 때문인 것으로 생각되었다.

3) 김치 섭취 무경험자의 비섭취 이유

김치를 섭취해 본 경험이 없는 사람들에게 김치를 먹지 않는 이유를 조사한 결과는 <Table 8>에 나타내었다. '집에서 가족들이 김치를 모르거나 싫어해서'가 10명(30.3%), '김치를 구입하기가 어려워져'가 7명(21.2%), '김치가 너무 비싸서'가 7명(21.2%), '김치의 냄새, 모양 등이 싫어서'가 4명(12.1%), '김치가 맛이 없을 것 같아서'가 3명(9.1%), '김치를 몰라서'가 2명(6.1%)의 순이었다. 성별, 직업, 한국 방문 유무 및 한국 관심도에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았으나 한국에 대한 관심도가 높은 경우 김치의 가격이 비싸서 섭취하지 않는다고 응답한 사람이 31.6%로 높은 편이었다. 따라서 김치 판매 장소를 늘려서 편리한 구입의 가능 및 가격을 인하하여 중국 시장에서 경쟁력을 가질 수 있는 방법 등에 대한 노력도 필요할 것으로 사료되었다.

<Table 7> Intake experience for Kimchi

N(%)

Variables	Content	Gender		Occupation			Have visited Korea			Interest in Korea				Total	
		Male	Female	χ^2	Student	Worker	χ^2	Yes	No	χ^2	High	Average	Low		χ^2
Consumption frequency of Kimchi	1~2 times/day	6(6.1)	10(6.0)		2(1.6)	14(10.0)		10(27.8)	6(2.6)		8(5.9)	7(6.1)	1(6.7)	16(6.0)	
	1~2 times/week	25(25.5)	23(13.8)	9.3556*	12(9.6)	36(25.7)	32.4228***	10(27.8)	38(16.6)	40.7175***	28(20.6)	19(16.7)	1(6.7)	10.5459	48(18.1)
	1~2 times/month	45(45.9)	71(42.5)	df=3	53(42.4)	63(45.0)	df=3	11(30.6)	105(45.9)	df=3	53(39.0)	59(51.8)	4(26.7)	df=6	116(43.8)
	1~2 times/year	22(22.5)	63(37.7)		58(46.4)	27(19.3)		5(13.9)	80(34.9)		47(34.6)	29(25.4)	9(60.0)		85(32.1)
Place of eating Kimchi	Korean restaurant	67(68.4)	112(67.1)		89(71.2)	90(64.3)		25(69.4)	154(67.3)		101(74.3)	67(58.8)	11(73.3)		179(67.6)
	Foodservice	11(11.2)	26(15.6)	1.2717	18(14.4)	19(13.6)	3.1102	4(11.1)	33(14.4)	0.3498	13(9.6)	23(20.2)	1(6.7)	9.2580	37(14.0)
	Home	14(14.3)	19(11.4)	df=3	11(8.8)	22(15.7)	df=3	5(13.9)	28(12.2)	df=3	16(11.8)	15(13.2)	2(13.3)	df=6	33(12.5)
	Friend's house	6(6.1)	10(6.0)		7(5.6)	9(6.4)		2(5.6)	14(6.1)		6(4.4)	9(7.9)	1(6.7)		16(6.0)
Person who eat Kimchi together	Colleague	24(24.5)	63(37.7)		47(37.6)	40(28.6)		11(30.6)	76(33.2)		42(30.9)	39(34.2)	6(40.0)		87(32.8)
	Chinese friend	30(30.6)	50(29.9)	9.8433	48(38.4)	32(22.9)	22.3793***	7(19.4)	73(31.9)	5.6424	43(31.6)	33(29.0)	4(26.7)	3.4507	80(30.2)
	Family	27(27.6)	28(16.8)	df=4	13(10.4)	42(30.0)	df=4	9(25.0)	46(20.1)	df=4	25(18.4)	27(23.7)	3(20.0)	df=8	55(20.8)
	Korean friend	17(17.4)	22(13.2)		14(11.2)	25(17.9)		9(25.0)	30(13.1)		24(17.7)	13(11.4)	2(13.3)		39(14.7)
	Alone	0(0.0)	4(2.4)		3(2.4)	1(0.7)		0(0.0)	4(1.8)		2(1.5)	2(1.8)	0(0.0)		4(1.5)
Food of eating with Kimchi	Korean food	54(55.1)	105(62.9)	1.5550	74(59.2)	85(60.7)	0.1410	28(77.8)	131(57.2)	5.6702	84(61.8)	65(57.0)	10(66.7)	2.3748	159(60.0)
	Chinese food	15(15.3)	21(12.6)	df=2	18(14.4)	18(12.9)	df=2	2(5.6)	34(14.9)	df=2	16(11.8)	17(14.9)	3(20.0)	df=4	36(13.6)
	Korean/Chinese food	29(29.6)	41(24.6)		33(26.4)	37(26.4)		6(16.7)	64(28.0)		36(26.5)	32(28.1)	2(13.3)		70(26.4)
Total		98(37.0)	167(63.0)		125(47.2)	140(52.8)		36(13.6)	229(86.4)		136(51.3)	114(43.0)	15(5.7)		265(100.0)

*p<0.05, ***p<0.001

IV. 요약 및 결론

본 조사는 2008년 1월 2일부터 1월 18일 사이에 중국 산동성 지역의 대학생과 직장인 등 성인 남녀 298명(위해 135명, 연태 100명, 청도 63명)을 대상으로 중국인의 김치류에 대한 인지도 및 섭취 실태를 성별, 직업, 한국 방문 유무, 한국 관심도에 따라 조사하였다.

조사 대상자의 일반적인 사항은 전체 298명 중 남자 36.2%, 여자 63.8%로 나타났으며, 연령 분포는 20~29세가 73.8%로 가장 많았고, 직업은 학생 51.0%, 직장인 49.0%로 비슷한 분포를 보였다. 거주 형태는 기숙사에서 공동 생활하는 사람이 59.7%로 가장 많았으며, 대부분(97.0%)의 민족은 한족이었다. 한국 방문 경험이 있는 사람은 12.4%로 적은 편이었으며, 한국에 대한 관심도가 높은 사람이 52.0%, 보통 정도인 사람은 42.6%, 적은 사람은 5.4%로 조사되었다. 95.3%의 중국인이 김치를 알고 있었고, 특히 한국 방문 경험이 있는 사람은 100.0%, 한국에 대한 관심이 많은 사람은 98.1%로 많은 중국인들이 김치를 알고 있는 것으로 나타났다. 김치를 알게 된 동기는 '대중매체를 통해서'가 26.8%, '친구에게서'가 23.9%, '슈퍼마켓·시장에서 보고서'가 19.7%, '학교에서 선생님께 들어서'가 19.0% 순이었다. 김치의 식품학적 특성에 대해서는 '한국의 전통식품'(92.6%), '맛있는 식품'(53.2%), '발효식품'(38.0%), '영양식품'(32.7%), '건강식품'(14.8%)의 순으로 인식하고 있었으며, 김치의 종류 중 배추김치가 96.8%로 인지도가 가장 높았고, 그 다음 깍두기(82.4%), 오이김치(68.0%), 열무김치(50.0%), 나박김치(48.2%) 순으로 알고 있었다. 김치의 제조 방법에 대해서는 69.1%가 알고 있었으며, '한국 영화나 드라마를 보고서'로 알게 되었다는 사람이 36.9%로 가장 많았다.

대부분(88.9%)의 사람이 김치를 섭취해 본 경험이 있었

으며, 김치 섭취 빈도는 '한달에 1~2번'이 116명(43.8%), '일년에 1~2번'이 85명(32.1%)로 김치를 자주 먹는 편은 아니었다. 김치 섭취 장소로는 '한국 음식점'이 67.6%, 김치를 함께 섭취하는 사람은 '학교나 직장 동료와 함께'가 32.8%, 김치와 함께 섭취하는 음식은 '한국 음식'이 60.0%로 가장 높게 나타났다. 김치를 섭취해 본 경험이 없는 사람(11.1%)들이 김치를 먹지 않는 이유는 '집에서 가족들이 김치를 모르거나 싫어해서'가 30.3%, '김치를 구입하기가 어려워서'가 21.2%, '김치가 너무 비싸서'가 21.2%, '김치의 냄새, 모양 등이 싫어서'가 12.1%, '김치가 맛이 없을 것 같아서'가 9.1%, '김치를 몰라서'가 6.1%의 순이었다.

이상의 조사 결과에 의하면 1992년 중국과 한국 양국간의 수교 이래 중국에서 김치의 현지 공장화가 많이 이루어져 있으며, 중국 조선족이 제조한 김치의 판매가 시장에서 활발해지고, 또한 한류 열풍으로 한국의 드라마나 영화가 중국에서 많이 방영되면서 대중매체를 통해서 산동성 지역 많은(95.3%) 중국인들이 한국의 김치에 대해 많이 알게 된 것으로 생각되었다. 그러나 본 조사에서는 1.1%로 매우 적은 사람들이 김치 판촉 행사를 통해서 김치를 알게 되었고, 14.8%만 김치를 건강식품으로 인식하고 있었으므로 앞으로 김치 박람회와 시식회 등의 김치 홍보 행사를 늘리면서 세계의 건강식품으로 김치를 알릴 수 있는 시장을 넓혀 나가는 것이 바람직한 것으로 사료되었다. 그리고 배추김치뿐만 아니라 다양한 김치의 종류와 제조 방법에 대해서도 체계적인 홍보와 방송 매체를 통하여 소개하는 기회를 늘리고, 김치 공장 견학, 김치 만들기 체험 등의 프로그램을 통해 실생활에서 쉽게 가까워질 수 있는 계기를 마련함이 좋을 것으로 생각되었다. 또한 본 조사에서 나타난 11.1%의 김치 섭취 무경험자들이 김치를 섭취하지 않는 이유가 김치를 구입하기가 어렵고, 가격이 너무 비싸기 때문인 것으로 나타났으므로 김치 판매 장소를 늘려서 편리한 구입이 가능하도록 하고 가

<Table 8> Reasons for refuse the consumption of Kimchi

N(%)

Variables	Don't like Kimchi by family	Difficulty with purchase of Kimchi	High priced Kimchi	Don't like smell/shape of Kimchi	Not tasty	Don't know	Total	χ^2
Gender								
Male	4(40.0)	1(10.0)	2(20.0)	1(10.0)	1(10.0)	1(0.0)	10(30.3)	1.7392
Female	6(26.1)	6(26.1)	5(21.7)	3(13.0)	2(8.7)	1(4.4)	23(69.7)	df=5
Occupation								
Student	7(25.9)	6(22.2)	6(22.2)	3(11.1)	3(11.1)	2(7.4)	27(81.8)	2.3179
Worker	3(50.0)	1(16.7)	1(16.7)	1(16.7)	0(0.0)	0(0.0)	6(18.2)	df=5
Have visited Korea								
Yes	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(3.0)	3.8304
No	10(31.3)	6(18.8)	7(21.9)	4(12.5)	3(9.4)	2(6.3)	32(97.0)	df=5
Interest in Korea								
High	3(15.8)	4(21.1)	6(31.6)	1(5.3)	3(15.8)	2(10.5)	19(57.6)	17.4371
Average	7(53.9)	3(23.1)	1(7.7)	2(15.4)	0(0.0)	0(0.0)	13(39.4)	df=10
Low	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(3.0)	
Total	10(30.3)	7(21.2)	7(21.2)	4(12.1)	3(9.1)	2(6.1)	33(100.0)	

격을 인하여 중국 시장에서 경쟁력을 가질 수 있는 방법 등에 대한 노력도 필요할 것으로 사료되었다.

■ 참고문헌

- 고정희. 2000. 중국시장정보 김치. 농수산물무역정보, 144(10):28-35
- 박완수. 2001. 김치 국제 규격 제정의 의의와 향후 대책. 식품과 학과 산업, 34(3):96-103
- 이서래. 1986. 한국의 발효식품. 이화여자대학교 출판부. pp 141-193
- Cheigh HS. 1995a. History and characteristics of Kimchi. Abstract of 1st Symposium of Kimchi. Busan. pp 119-120
- Cheigh HS. 1995b. Critical review on biochemical characteristics of Kimchi(Korean fermented vegetable products). J. East Asian Society Dietary Life, 5(2):89-101
- Cheigh HS. 2002. Kimchi: nutrition, physiological characteristics and health function. 2002 Seoul International Symposium Korean Kimchi. pp 6-14
- Cheigh HS, Park KY. 1994. Biochemical, microbiological, and nutritional aspects of Kimchi(Korean fermented vegetable products). Crit. Rev. Food Sci. Nutr., 34(2):175-203
- Cho EJ, Rhee SH, Kang KS, Park KY. 1999. In vitro anticancer effect of Chinese cabbage Kimchi fractoins. J. Korean Soc. Food Sci. Nutr., 28(6):1326-1331
- Choi JM. 2004. Kimchi awareness and preference survey for college students in China. Masters degree thesis. Yeungnam University.
- Han JS, Choi YH, Kim YJ, Kim TS, Han JP, Minamide T, Oka S, Kotsukue E. 1999. A survey of Japanese perception and preference for Kimchi. Korean J. Soc. Food Sci., 15(1):42-49
- Han JS, Han GP, Han GJ, Kim YJ. 2005a. A survey on Chinese in Beijing and Shanghai perception and preference for Korean Kimchi. Korean J. Food Culture, 20(6):744-753
- Han JS, Han GP, Han GJ, Kim YJ. 2007. A survey on Singapore University students' perception and preference for Korean Kimchi. J. East Asian Soc. Dietary Life, 17(6):780-788
- Han JS, Han GP, Lee JS, Kim YJ. 2005b. A survey on Chinese University students' in Beijing perception for Korean Kimchi. Korean J. Food Culture, 20(6):754-760
- Han JS, Han GP, Takahisa M, Lee SE, Kim YJ. 2004. A survey on Chinese University students' in Shanghai perception for Korean Kimchi. Korean J. Food Culture, 19(6):701-709
- Han JS, Hong JH, Suh BS, Byun JO. 2001. Chinese college students perception and preference of Korean Kimchi. J. East Asian Soc. Dietary Life, 11(1):44-59
- Han JS, Kim SY, Suh BS, Kim YJ. 2000. A study on American University students' perception and preference for Korean Kimchi. Korean Home Economics Association, 38(5):167-177
- Ji BP, Li B, Ji FD. 2002. The flavor of fermented vegetable and the industry in China. 2002 Seoul International Symposium Korean Kimchi. pp 109-121
- Kang CH, Chung KO, Ha DM. 2002. Inhibitory effect on the growth of intestinal pathogenic bacteria by Kimchi fermentation. Korean J. Food Sci. Technol., 34(3):480-486
- Kim EM, Kim YJ, Jeong MK. 2004 Preference and eating activities of Chinese for traditional Korean Kimchi. J. Korean Soc. Food Sci. Nutr., 33(10):1641-1645
- Kim HJ, Hwang Bo MH, Lee HJ, Yu TS, Lee IS. 2005. Antibacterial and anticancer effects of Kimchi extracts prepared with *Monascus purpureus* koji paste. Korean J. Food Sci. Technol., 37(4):618-623
- Kim SY. 1999. A study on American University students' perception and preference for Korean Kimchi. Masters degree thesis. Yeungnam University.
- Kim YH, Kim YS, Lee KI, Shin AS, Park H. 1996. A research on Kimchi culture for the Koreans in CIS. 1. Dining habits in relation to Kimchi. J. Korean Soc. Food Sci. Nutr., 25(4):593-600
- Kim YJ, Pak WS, Koo KH, Kim MR, Jang JJ. 2000. Inhibitory effect of Baechu Kimchi (Chinese cabbage Kimchi) and Kakduki (radish Kimchi) on diethylnitrosamine and D-galactosamine induced hepatocarcinogenesis. Food Sci. Biotechnol., 9(2):89-94
- Kwon MJ, Chun JH, Song YS, Song YO. 1999. Daily Kimchi consumption and its hypolipidemic effect in middle-aged men. J. Korean Soc. Food Sci. Nutr., 28(5):1144-1150
- Kwon JY, Cheigh HS, Song YO. 2004. Weight reduction and lipid lowering effects of Kimchi lactic acid powder in rats fed high fat diets. Korean J. Food Sci. Technol., 36(6):1014-1019
- Lee CH, Ahn BS. 1995. Literature review on Kimchi, Korean fermented vegetable foods. I. History of Kimchi making. Korean J. Dietary Culture, 10(4):311-319
- Lee YM, Kwon MJ, Kim JK, Suh HS, Choi JS, Song YO. 2004. Isolation and identificatoin of active principle in Chinese cabbage Kimchi responsible for antioxidant effect. Korean J. Food Sci. Technol., 36(1):129-133
- Lee YO, Cheigh HS. 1996. Antioxidant activity of various solvent extracts from freeze dried Kimchi. Korean J. Life Sci., 6(1):66-71
- Lim SM, Im DS. 2007. Bactericidal effect of bacteriocin of *Lactobacillus plantarum* K11 isolated from Dongchimi on *Escherichia coli* 0157. J. Food Hyg. Safety, 22(3):151-158
- Noh KA, Kim DH, Choi NS, Kim SH. 1999. Isolation of fibrinolytic enzyme producing strains from Kimchi. Korean J. Food Sci. Technol., 31(1):219-223
- Oh MS. 1998. Comparative criteria for the quality characteristics of Kimchi between Korean focus group and American focus group. Korean J. Soc. Food Sci., 14(4):388-393
- Park KY. 1995. The nutritional evaluation, and antimutagenic and anticancer effects of Kimchi. J. Korean Soc. Food Nutr., 24(1):169-182

- Park KY, Baek KA, Rhee SH, Cheigh HS. 1995. Antimutagenic effect of Kimchi. *Foods Biotechnol.*, 4(3):141-145
- Rhee CH, Park HD. 2000. Culture conditions on the antimutagenic effects of *Lactobacillus plantarum* KLAB 21 isolated from Kimchi against N-methyl-N'-nitro-N-nitrosoguanidine and 4-nitroquinoline-1-oxide. *Korean J. Food Sci. Technol.*, 32(2):417-423

- Suh BS. 2001. A study on Korean, Japanese, Chinese, and American University student's perception and preference for Korean Kimchi. PhD. thesis. Yeungnam University.

(2008년 10월 29일 신규논문접수, 11월 13일 수정논문접수, 11월 13일 채택)