

# 중국내 쌀 가공 제품 시장 동향조사

## Rice processed products in China

구경형 | 안전유통연구단

Kyung-Hyung Ku | Safety, Distribution and Marketing Research Group

본 내용은 쌀 소비 촉진가공기술 산업화 연구단 과제의 원활한 수행을 위하여 중국 상해에서 개최하는 중국 최대 식품 박람회(SIAL CHINA)에 참석하여 쌀 가공 제품의 현지 소비자 반응 및 중국내 쌀 가공 제품 시장 조사를 통하여 국내 쌀 소비 촉진을 위한 활성화 방안을 마련하고자 한다.

### 중국 식품 박람회

#### SIAL 상해 식품박람회

SIAL 상해 식품박람회는 전세계 주요 시장에서 전문 식품전시회를 주관하는 프랑스 'SIAL' (세계 식품박람회)이 주관한 중국 최고 수준의 식품 박람회 중 하나이며 N1~N5관, E7관을 합하여 총 면

적 73,200m<sup>2</sup>, 방문객이 약 4만명, 세계 37개국 약 1,907업체가 참가하였다. 2012년 5월 9일~5월 12일까지 개최되었고, 5월 10일~5월 12일까지 중국 국제 제빵제과 전시회가 동시에 W1~W5관에서 개최되었다(Fig. 1, 2).

2012년 SIAL China 국가관 참가업체는 프랑스(74개), 미국(70개), 스페인(63개), 대만(50개), 한국(50개), 브라질(30개), 폴란드(27개), 일본(24

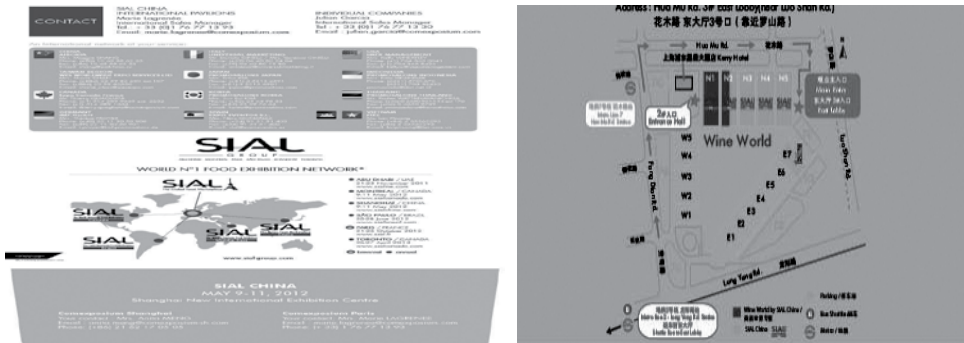


Fig. 1. SIAL China, Shanghai New International Center



Fig. 2. Shanghai New International Expo Center

개), 인도(20개), 그리스(19개)의 순이었다. 특히 Wine & Gourmet World Shanghai에는 약 350여 개의 기업이 참가하였고, 제4회 와인혁신포럼, 와인바이어 라운지, 제5회 La Cuisine by SIAL 등 다채로운 행사가 있었다.

SIAL 상해 식품박람회와 한국관은 여러 업체가 인삼, 음료, 차류, 스낵류, 냉동 식품류, 면류, 소스류 등의 상품을 전시하였으며, 특히 경상북도 유기농유자차 수출전문 업체인 (주)초록원 등 13개 업체의 25개 품목을 참가해 경북 농·식품을 전시하였다. 특히 한국전시관에서 한국 전통 음식(부

침, 떡볶기 등)을 시간별로 시식할 수 있는 행사를 하여 많은 외국인의 호평을 얻었다(Fig. 3).

이외의 전시 품목으로는 식품첨가제, 유제품 및 달걀류, 육제품, 어류, 과채류, 통조림 식품, 유기농식품, 주류, 알코올음료 등 세계 유명 식품 박람회 규모로 개최가 되었다. 특히 전시 기간 내내 프랑스 주체로 와인 페스티벌과 호텔 업계의 La Cuisine by SIAL 대회 등 여러 행사가 동시에 이루어졌다. 이번 전시회에는 국내에서 잘 알려져 있는 타바스코 소스가 매운맛 종류별로 전시되어 수출 상담을 하고 있었다.



Fig. 3. Shanghai New International Expo Center

중국의 주식은 쌀인데, 본 전시장에는 쌀 관련 제품으로 쌀국수와 미국산 쌀이 전시되었을 뿐 쌀 가공 제품은 많지 않았다(Fig. 4).

### 국제 상해 제과·제빵 박람회

5월 10일부터 개최된 제과·제빵 국제 박람회(Bakery China, 2012)는 SIAL 박람회 이상의 규모로 열렸으며, 중국의 월병 원료, 케이크 원료, 치즈 등 다양한 제과 제빵 재료와 포장재, 데코레이션 소재 부분으로 전시가 되었다. 1998년 처음 개최된 BAKERY CHINA는 중국 제과 제빵 산업협회가 주관하는 아시아 최대 제빵 관련 무역 박람회로 알려져 있다. 전시 면적은 약 100,000m<sup>2</sup> 이고, 1,200여개 업체가 출품, 9만명 이상이 참관하여 SIAL 상해 식품 박람회보다 더 큰 규모였다. 제과·제빵 설비, 제과·제빵 소재로 특수 밀가루, 혼합분말, 오일, 버터, 냉동 반죽, 향신료, 감미료 등의 다양한 제품이 전시되었고, 각종 포장재, 포장 기계, 충전재와 이와 관련된 제품이 전시되었다(Fig. 5).

### 상해 쌀 관련 가공 제품 관련 시장 조사

중국의 쌀 생산량은 2008년 191,896천톤, 2009년 195,103천톤, 2010년 198,728천톤으로 계속 증가 추세에 있으며, 중국의 주요 쌀 생산지역은 호남성과 강서성이 전체 생산량의 10%이상을 점유하고 있다(중국농촌통계 연감, 2008. 09, 중화양식망 2010년 예측수치).

중국의 쌀 총 소비량은 1995년 1억 3천 7백만톤까지 증가하다가 2004년 1억 2천 5백만톤으로 점차 감소하였다. 중국 1인당 쌀 소비량은 소비 증가와 생산량 증가에 따라 1980년대까지 급격하게 증가하였으나, 중반 이후 곡물 소비는 감소하고 반면 육류와 과채류의 소비가 증가하고 있다.

중국의 1인당 쌀 소비량은 1980년 118.5 kg, 1990년대 111.6 kg, 2000년대에 들어서 106 kg, 2003년 102 kg, 2006년 97 kg, 2007년 98 kg으로 점차 감소하고 있는 추세라고 보고되었다(김경민 외 2010. 12).

북경 도매시장의 쌀 가격은 2011년 9월 kg당 4.52~4.5위안으로 2009년 대비 평균 30% 이상



Fig. 4. Wine tasting venue and red pepper sauce

가격이 계속 증가하고 있다. 중국 쌀은 한국, 북한, 일본 등 주변 국가에 가장 많이 수출을 하고 있으며, 특히 한국 수출이 늘어 2011년 7월까지 중국 전체 수출의 60%를 점유하였다. 중국이 수입하는 쌀은 대부분 태국과 베트남에서 수입하고 있다(중국농촌통계 연감, 2008. 09, 중화양식망 2010년 예측수치).

최근 중국의 쌀이 대도시로의 유통량이 점차 증가하고, 일인당 소비량은 점차 줄어들고 있는 추세라고 한다(중국농촌통계 연감, 2008. 09, 중화양식망 2010년 예측수치). 쌀 가격의 경우 상해 내 일반 식품 매장에서 포장되지 않은 상태로 판매되고 있는 쌀은 소매 가격이 2.19 위안/500g, 포장 쌀의 경우는 약 3~9.25 위안/500g으로 회사

별로 가격차이가 많았다(Fig. 6).

중국의 경우도 유기농 식품에 대한 관심이 높아 대형 백화점 채소 매장의 유기농 제품이 고가로 판매되고 있었다(Fig. 7).

최근 중국의 식품 소비 패턴이 경제 성장에 따라 변화하는 중국 난징시 소비자들의 식품 소비 패턴을 조사한 결과 소득이 높고 연령이 낮을수록 편의 식품과 조리 간편 식품의 구매 빈도가 높으며, 외식이 잦고, 구매 횟수는 감소하는 경향이 있다고 보고되었다(Veeck *et al.*, 2000). 쌀 가공식품(Table 1) 중 쌀과자와 쌀국수를 구입한 경험이 있거나 앞으로 이들 제품을 구입할 의사가 있는 소비자들을 대상으로 2010년 8월에 국내에서 한국 설문 조사를 수행한 결과, 중국은 가공 형태를 가장 중시하면서 쿠키 형



Fig. 5. 15th Bakery China 2012

태를 가장 선호하고 스낵 형태를 좋아한다고 하였고 반면에 일본 소비자는 쌀 함량을 중요하다고 하였으며, 용량과 쌀 함량은 중요시하지만 원산지는 중요하지 않다고 하였다. 또 쌀국수의 경우 한국 소비자는 포장 형태와 쌀 함량을 중요시하고, 중국 소비자는 포장 형태를 가장 중요시 하는 반면, 일본 소비자는 쌀함량을 가장 중요하다고 소비자 인식에 차이가 있다고 보고되었다(김경민 외, 식품유통 연구, 2010. 9).

상해 현지 쌀 가공 제품을 조사한 결과, 다양한 쌀 가공 제품은 대부분 일본에서 수입산 쌀과자류와 국내에서 수입한 쌀국수, 쌀이 첨가된 스프, 쌀 떡 믹스 등이 그대로 수입되어 판매되고 있었다(Fig. 8).

중국산 제품으로는 쌀과자가 대부분으로 개별 포장 후 대형 포장한 제품은 17.50~19.89 위안/한봉지, 원으로 환산하면 3,500~4,000원 가량으로 판매되고 있으며, 쌀국수의 경우 12.80~19.80 위안/kg 가격으로 판매되고 있었다. 이외에 우리의 동등주 형태의 술이 플라스틱 용기, 병 포장 등으로 대형 매장에서 판매되고 있었다(Fig. 9).

본 시장 조사 결과 중국은 농산물의 대부분(과일, 대두, 육류, 난류, 양곡 등)의 생산량이 세계적으로 1위를 차지하고 있으나, 가공 수준은 전체적으로 선진국 70% 대비 평균 약 20% 내외 수준으로 가공식품 시장의 발전 가능성이 대단히 높은 것으로 평가되고 있다.



Fig. 6. Rice products in supermarket food store

## 국내 쌀 소비촉진 방안 및 후속 조치

지속적인 우리 국민의 쌀 소비량 감소와 최근 국제 곡물 가격 인상과 함께 밀가루 가공식품 원료로 밀가루 대신 쌀이 주목받고 있다. 정부에서는 쌀 가공식품 활성화를 위해 쌀 가공 식품 연구에 투자를 하여 쌀 가공제품의 원료로의 한계점을 극복하고 있다. 즉 정부는 쌀 가공 식품 증장기 발전 안으로 안정적인 쌀 가공 원료 공급 방안, 국산 재고미의 가공 업체 공급 계획, 가공 업체와 농가간이 계약 재배 유도, 소비자에 대한 쌀 홍보 강화, 쌀 가공 업체 시설 개선 지원 등이 시도되었다(식품저널 2008).

이에 최근 국내 소비자가 좋아하는 가공 식품 피자, 부침, 면류, 스프, 고추장 등에 밀가루 원료 대체로 가공용 쌀가루를 사용한 제품 출시가 많이 이루어지고 있으며 소비자에게도 호응도가 높아지고 있다.

현재 국내 쌀 가공업체는 밀가루는 톤당 340달러 대비 쌀은 800~990 달러/톤으로 약 2배 이상 높아, 밀가루 대체 원료로 쌀 원료를 사용하는데 어려움이 있고 중국산 쌀이 국내산 쌀보다 가격이 낮아 쌀 가공업체는 저가의 쌀을 사용하기를 원한다.

그러므로 밀가루 제품 대체 가공용 쌀 원료 개발은 단가가 낮은 수입산을 사용하고, 국내산 쌀의 경우는 고부가가치 쌀 품종 개발, 기능성 쌀 원료개발과 이를 이용하여 차별화된 쌀가공 제품 개발로 고



Fig. 7. Organic produce in Shanghai department store (Lotus)

가 제품으로 판매할 수 있도록 해야 한다. 즉 저가의 수입산 쌀과 국내 쌀 원료 자체의 차별화가 우선되어야 한다고 여겨진다. 예를 들면 고시히끼리는 쌀 품종이 다른 품종과는 달리 고가로 판매되는 것과 같이 국내 쌀이 수입쌀과 다른 점이 있어야 한다고 여겨진다. 가공용 쌀 원료도 단순 가공이 아닌 기능성이 부여된 쌀 원료를 만드는 원천 기술 개발과 식품 용도에 따른 쌀 원료 개발 등 원료에 대한 연구가 필요하다(예를 들면, 난소화성 탄수화물이 높은 쌀 원료- 다이어트 식품을 만드는데 사용, 쌀 고유

의 기능성 성분 함량을 높인 쌀 품종 개발-청소년용 주식 또는 가공 제품 원료 등).

이와 함께 각 나라별 소비자의 구매 패턴을 조사하여 수출국에 가장 적합한 쌀 가공 제품의 개발도 병행되어야 한다고 여겨진다(예: 일본은 쌀 함량 중요시, 중국은 포장을 중요시).

특히 중국 시장 조사 결과, 쌀가공 제품 자체가 선진국 제품을 모방하여 만들어 판매하고 있거나, 수입을 하여 판매되고 있는 것이 대부분이고, 그 품목은 쌀국수, 쌀 과자가 주류를 이루고 있었다. 중

**Table 1.** Classification of rice processed products (한국쌀가공식품협회, 2008)

생산 품목		분류 기준
대분류	소분류	
떡면류	즉석 떡면류 떡면류 전통떡류	떡국떡, 떡볶이, 떡, 국수, 라면 등 즉석식품 떡류, 국수, 생면 등 일절미, 절편 등 전통떡
쌀과자	쌀과자 한과류 쌀튀밥 누룽지	쌀과자 비스킷, 건빵, 스낵 등 쌀과자 쌀강지, 유과 등 전통 한과류 제품 단순 퍼핑 쌀과자 누룽지 및 누룽지 형태의 과자
쌀가루	생미분 알파미분 습식미분	단순 분쇄한 쌀가루 제품 쌀의 성분이 호화된 쌀가루 습식으로 분쇄한 쌀가루 제품
주류	탁약주 소주 맥주 청주	탁주와 약주 제품 소주제품 맥주 제품 청주 제품
조미식품	엿류 장류 식초	엿 및 조청류 제품 고추장, 된장, 간장류 식초 제품
기타	죽류 식혜 스낵부원료 꼬치류 선식류 쌀음료 쌀빵 가공쌀밥 쌀라면	죽류제품 식혜류 제품 스낵류 과자 부원료 꼬치에 끼운 쌀 제품 선식 제품 쌀음료 빵류 제품 무균화 포장쌀밥, 레트르트 포장쌀밥, 냉동쌀밥, 컵라이스 라면류 등



Fig. 8. Rice processed products in Shanghai department store (Super Brand Mall)

국은 국내보다 쌀 가공품이 다양화되어 있지 않고, 제빵 소비도 급증하고 있으므로 이 추세에 맞추어 중국인에게 맞는 쌀가공 제품 출시와 쌀빵 등을 한

류와 함께 수출 확대를 모색해도 가능성이 있을 것으로 사료된다.



Fig. 9. Rice processed products in hypermarket