

중화권 지역의 수산물 소비 트렌드 분석

Analysis of Seafood Consumption Trends
in Mainland China and Hong Kong

원은송 · 양이석



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

저자	원은송, 양이석
내부연구진	연구책임자 원은송 한국해양수산개발원 수산정책사업본부 연구원 공동연구원 양이석 한국해양수산개발원 수산정책사업본부 전문연구원

연구기간	2024. 1. 1. ~ 2024. 10. 31.
------	-----------------------------

보고서 집필내역

연구책임자	원은송 연구총괄, 제1장, 제3장 일부, 제4장, 제5장
내부연구진	양이석 제2장, 제3장 일부

산·학·연·정 연구자문위원	김성용 교수 경상국립대학교 식품자원경제학과
-------------------	-------------------------

※ 순서는 산·학·연·정 순임

목차

01	서론_1	
	제1절 연구 배경 및 목적	1
	1. 연구 배경	1
	2. 연구 목적	3
	제2절 연구 내용 및 방법	3
	1. 연구 내용	3
	2. 연구 방법	4
	제3절 선행연구 검토	6
02	중화권 수출 여건 분석_9	
	제1절 시장환경 변화	9
	1. 중국	9
	2. 홍콩	12
	제2절 유통구조 변화	16
	1. 중국	16
	2. 홍콩	19
	제3절 중화권의 수산물 소비 변화	22
	1. 중국	22
	2. 홍콩	25
	제4절 소결	28
03	중화권 수산식품 수입의존도 분석_31	
	제1절 중화권 수산식품 수입구조	31
	1. 수산식품 수입 현황	32
	2. 한국의 수출 구조 분석	35

제2절 수입의존도 분석	39
1. 수산식품 수급구조 분석	39
2. 수입의존도 및 수출 잠재력 분석	48
제3절 소결	52

04 중화권 소비자 수산식품 소비행태 분석_55

제1절 소비행태 조사 개요	55
1. 조사 목적 및 대상	55
2. 분석 방법	57
3. 응답자 특성	58
제2절 소비행태 분석 결과	60
1. 지역별 소비행태 분석	60
2. 선호품목 분석	74
제3절 소비자 행동 분석 결과	77
1. 소비자 행동 분석 모형 설정	77
2. 소비자 특성별 행동 분석 결과	80
제4절 소결	97

05 결론 및 정책적 시사점_101

제1절 결론 및 요약	101
제2절 중화권 시장 수출 확대를 위한 시사점	104
1. 고품질 및 안전성 강화 전략 마련	104
2. 맞춤형 간편 수산식품 개발	105
3. 온라인 플랫폼 내 입지 강화	105
4. 홍보 및 마케팅 차별화 전략 수립	106

참고문헌_107

부록_111

표 목차

〈표 1-1〉 연구 진행 단계	5
〈표 1-2〉 선행연구와의 차별성	7
〈표 2-1〉 중국 국내총생산(GDP)	10
〈표 2-2〉 연령별 중국 인구 전망	11
〈표 2-3〉 중국 수산물 시장규모	11
〈표 2-4〉 중국 1인당 수산물 소비 현황	12
〈표 2-5〉 홍콩 국내총생산(GDP)	13
〈표 2-6〉 연령별 홍콩 인구 전망	14
〈표 2-7〉 홍콩 수산물 시장규모	15
〈표 2-8〉 홍콩 1인당 수산물 소비 현황	15
〈표 2-9〉 중국 오프라인 유통채널 규모	17
〈표 2-10〉 중국 온라인 유통채널 규모	18
〈표 2-11〉 중국 온라인 유통채널 브랜드별 점유율 순위	19
〈표 2-12〉 홍콩 오프라인 유통채널 규모	20
〈표 2-13〉 홍콩 온라인 유통채널 규모	21
〈표 2-14〉 홍콩 온라인 유통채널 브랜드별 점유율 순위	22
〈표 2-15〉 중국의 식품 소비 특징 변화	24
〈표 2-16〉 홍콩의 식품 소비 특징 변화	28
〈표 3-1〉 중국의 수산물 주요 수입국	32
〈표 3-2〉 중국의 수산물 주요 수입품목	33
〈표 3-3〉 홍콩의 수산물 주요 수입국	34
〈표 3-4〉 홍콩의 수산물 주요 수입품목	34
〈표 3-5〉 한국의 대중국 수산식품 수출 현황	36
〈표 3-6〉 가공 유형별 한국의 대중국 수출 현황	36
〈표 3-7〉 제품 유형별 한국의 대중국 수출 현황	37
〈표 3-8〉 한국의 대홍콩 수산식품 수출 현황	38
〈표 3-9〉 가공 유형별 한국의 대홍콩 수출 현황	38
〈표 3-10〉 제품 유형별 한국의 대홍콩 수출 현황	39
〈표 3-11〉 중국의 수산물 생산 현황	40
〈표 3-12〉 중국의 부류별 생산 현황	41

〈표 3-13〉 중국의 수산물 교역 현황	42
〈표 3-14〉 중국의 부류별 수입 비중	42
〈표 3-15〉 중국의 부류별 수출 비중	43
〈표 3-16〉 중국 부류별 수산물 소비량	43
〈표 3-17〉 홍콩의 수산물 생산 현황	44
〈표 3-18〉 홍콩의 부류별 생산 현황	45
〈표 3-19〉 홍콩의 수산물 교역 현황	45
〈표 3-20〉 홍콩의 부류별 수입 비중	46
〈표 3-21〉 홍콩의 부류별 수출 비중	47
〈표 3-22〉 홍콩 부류별 수산물 소비량	47
〈표 3-23〉 중국의 수입의존도 추이	48
〈표 3-24〉 홍콩의 수입의존도 추이	49
〈표 3-25〉 중국의 품목별 수입의존도 비교	50
〈표 3-26〉 홍콩의 품목별 수입의존도 비교	51
〈표 3-27〉 지역별 수출 잠재 품목	51
〈표 4-1〉 수산식품 소비행태 조사 개요	56
〈표 4-2〉 수산식품 소비행태 조사 항목	56
〈표 4-3〉 응답자 기초통계량	58
〈표 4-4〉 수산식품 선호 및 비선호 이유	61
〈표 4-5〉 가정 내 식사(내식) 또는 외식을 선호하는 이유	63
〈표 4-6〉 수산식품 종류별 주요 구매처	64
〈표 4-7〉 외식 시 주로 이용하는 장소	65
〈표 4-8〉 수산식품 유형별 선호하는 조리 방식	66
〈표 4-9〉 수산식품 구매 시 주요 고려 요인	67
〈표 4-10〉 수입산 수산물 구매 시 주요 고려 요인	71
〈표 4-11〉 한국산 수산식품을 구매하지 않은 이유	72
〈표 4-12〉 한국산 수산식품 소비 확대를 위한 개선과제	73
〈표 4-13〉 주로 구매하는 수산물 부류	74
〈표 4-14〉 식품 소비 성향 문항	77
〈표 4-15〉 식품 소비 성향 관련 문항 기초통계량	78

〈표 4-16〉 응답자 기초통계량	79
〈표 4-17〉 수산물 선호도 분석 결과	81
〈표 4-18〉 수입산 구매 빈도 분석 결과	83
〈표 4-19〉 향후 한국산 수산식품 구매 의향 분석 결과	85
〈표 4-20〉 한국산 수산식품 만족도	87
〈표 4-21〉 한국산 수산식품에 대한 가격 만족도 분석 결과	88
〈표 4-22〉 한국산 수산식품에 대한 품질 만족도 분석 결과	89
〈표 4-23〉 한국산 수산식품에 대한 위생 및 안전성 만족도 분석 결과	91
〈표 4-24〉 한국산 수산식품에 대한 제품 다양성 만족도 분석 결과	93
〈표 4-25〉 한국산 수산식품에 대한 홍보 및 프로모션 만족도 분석 결과	95

그림 목차

〈그림 2-1〉 연도별 중국 인구 추이 및 전망	10
〈그림 2-2〉 연도별 홍콩 인구 추이 및 전망	14
〈그림 4-1〉 수산식품 구매 시 가정 내 식사(내식), 외식 비중	62
〈그림 4-2〉 수산물(원물) 구매 시 자국산, 수입산 비중	69
〈그림 4-3〉 수산가공식품 구매 시 자국산, 수입산 비중	69
〈그림 4-4〉 가정 내 식사용으로 주로 구매하는 어종	75
〈그림 4-5〉 외식 시 선호하는 어종	75
〈그림 4-6〉 구매 또는 섭취 경험이 있는 한국산 수산식품	76
〈그림 4-7〉 향후 구매를 늘릴 계획이 있는 어종	76

01

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

세계 경제의 불확실성과 고물가, 소비 둔화 등 어려운 여건에도 불구하고 우리나라 수산식품 수출은 꾸준히 성장세를 보이고 있다. 특히 최근 2년간 수산식품 수출액은 연속으로 30억 달러를 초과 달성하면서 글로벌 시장에서의 경쟁력을 보이고 있다. 이러한 상황에서, 빠르게 성장하고 있는 중국 시장으로의 수출 확대에 주목할 필요가 있다.

한국무역통계진흥원의 통계에 따르면, 우리나라의 대중국 수산식품 수출 규모는 2017년부터 2023년까지 약 10%대의 연평균 성장률을 기록하고 있다. 이는 대세계 평균인 4.5%보다 두 배 이상 높은 수치로, 한국 수산식품에 대한 중국 시장 수요가 빠르게 증가하고 있음을 나타낸다. 이와 같은 수출 성장 배경에는 한국 수산식품에 대한 신뢰도와 중국 소비자들의 건강하고 신선한 식품에 대한 관심 증가가 중요하게 작용하였다.

그뿐만 아니라 중국의 수산식품 소비량은 지속해서 증가하고 있다. FAO

의 통계에 따르면, 2010년부터 2019년까지 중국의 수산식품 소비 증가율은 연평균 3.1%에 달하며, 이는 세계 연평균 증가율인 2.5%를 크게 상회하는 수치이다. 중국 내 수산식품 수요는 세계 평균보다 빠르게 증가하고 있으며 앞으로도 중국 시장이 수산식품 수출에 있어 중요한 시장이 될 수 있음을 의미한다.

이와 더불어 중국의 특별행정구인 마카오와 홍콩도 세계적으로 수산물 소비가 많은 도시로, 2021년 기준 마카오, 홍콩은 각각 1인당 69.2kg, 65.8kg의 수산물을 소비하여 나란히 세계 4, 5위를 차지하였다. 더불어 홍콩, 마카오는 역사적, 지리적으로 중국과 밀접한 관계를 맺고 있으며 많은 문화적 공통점을 공유하고 있어 중국 시장과 함께 수출 확대를 꾀할 수 있을 것이다.

홍콩, 마카오를 포함한 중화권 시장은 우리나라 수산식품 수출 확대에 있어 전략적으로 중요한 위치를 차지하고 있다. 우선, 중화권과 한국은 지리상 인접국이므로 물류비 절감, 신속한 공급이 가능하다는 이점이 있어 이를 활용하여 경쟁력을 강화할 수 있다. 또한, 중화권 소비자들이 소비력이 높아지고, 식품에 대한 품질 기대치가 높아지면서 고품질 수산식품에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있다는 점에서 우리나라 고품질 수산식품의 수출 확대를 기대할 수 있다.

그러나 중국, 홍콩, 마카오를 포함한 중화권 시장으로의 진출 가능성을 극대화하기 위해서는 지역 및 소비자 특성에 따른 차별화된 수출 전략 수립이 요구된다. 따라서 우리나라의 중화권 시장으로의 수출 확대를 위해 수출여건 변화, 소비 특성 변화 등을 파악하여 정책결정자 및 국내 수산수출업계의 의사결정에 필요한 정보를 제공할 필요가 있다. 본 연구에서는 중화권 시장의 수산식품 소비 특성과 주 소비 어종을 분석하여, 시장별 수산물 수출 전략 수립 시 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구 목적

중화권 시장은 지리적 근접성과 빠른 경제 성장으로 인해 우리나라 수산식품 수출에 있어 중요한 시장으로 떠오르고 있다. 최근 중화권 지역에서 일본산 수산물 수입 규제가 강화되면서, 이러한 상황을 우리나라 수산물의 수출 기회로 활용하기 위해서는 중화권 시장에 대한 정보가 다양하게 제공될 필요가 있다.

본 연구는 중화권 지역의 수산식품 소비 트렌드를 분석하고 이를 바탕으로 수출 확대를 위한 정책적 시사점을 도출하는 것을 목표로 한다. 통계 및 문헌 조사, 소비자 설문조사를 통해 중화권 시장의 소비 트렌드를 다각적으로 분석하고, 이를 바탕으로 국내 수산물 수출업체의 중화권 시장 진출과 수출 확대 전략 수립을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

제2절 연구 내용 및 방법

1. 연구 내용

본 연구는 중화권 지역 중에서 중국 본토와 홍콩을 중심으로 수산식품 소비 행태를 분석하고자 하였다. 연구 범위에서 마카오를 배제한 이유는 관광 중심의 도시 특성상 현지 거주민보다는 방문객 및 관광객 소비가 더 큰 비중을 차지하므로, 해당 지역의 고유한 식품 소비 패턴을 파악하기 어렵다고 판단하였기 때문이다. 이에 따라 중국 및 홍콩의 수산식품 소비 행태를 분석하고 수출 전략 품목을 도출하기 위해 다음과 같이 구성하였다.

1장 서론은 연구 배경 및 필요성을 검토하고 연구 범위와 방법을 소개하였다. 그리고 선행연구 검토를 통해 기존 연구와의 차별성을 정리하였다.

2장 중화권 수출 여건 분석에서는 중화권 시장, 유통 현황 등으로 구분하여 중화권 시장의 환경 변화를 살펴보았다. 인구구조, 경제 상황, 수산식품 시장 현황 등 다양한 통계 자료를 활용하여 시장 변화를 분석하고, 기존 연구를 바탕으로 중화권 시장의 수산식품 소비 행동 변화를 살펴보았다.

3장 중화권 수입의존도 분석에서는 중화권 시장의 수급 구조를 분석하여 수입의존도가 높아지고 있는 주요 품목을 선별하였다. 이에 한국 수산물 생산 환경을 고려하여 수출 잠재력이 있는 품목을 제안하였다.

4장에서는 소비자를 대상으로 한 설문조사를 통해 시장별 수산식품 소비 실태를 조사하였다. 설문조사를 활용하여 지역별 소비행태를 비교 분석하고, 소비자 특성에 따른 수산식품 소비 행동 변화를 살펴보았다. 또한, 현지 소비자들의 선호 어종을 분석하여 앞장에서 도출된 수출 잠재력 있는 품목과 종합하여 최종 수출 유망품목을 제시하였다.

5장에서는 앞서 연구된 결과를 종합하여 중화권 시장에서 한국 수산물 수출을 확대하기 위한 시사점을 제시하였다. 특히, 수입의존도가 높은 품목과 소비 특성을 기반으로 한 전략적 접근 방법을 제안하였다.

2. 연구 방법

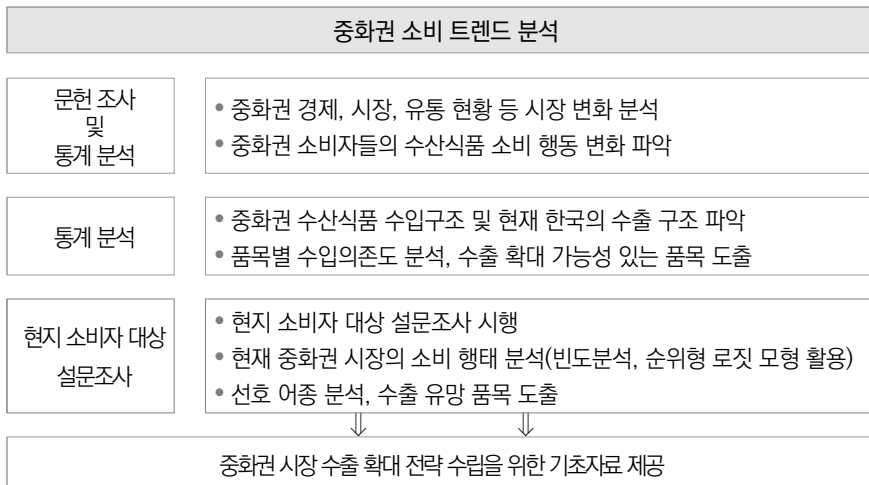
본 연구에서는 문헌 조사, 통계 분석, 소비자 대상 설문조사, 현지 전문가 면담 등이 활용되었다.

연구 설계를 위해 문헌 조사를 통해 선행연구 자료를 수집하였으며, 수출 여건 분석에서 중화권 지역의 수산물 소비 변화는 기존 연구보고서를

활용하여 해당 지역의 수산물 소비 특징 및 차이점을 정리하였다. 그리고 통계 분석의 경우 중화권 시장환경 변화 분석, 수급 구조 분석 등에서 활용되었으며 교역 통계는 GTA(Global Trade Atlas), FAO, 한국무역통계진흥원 자료를 사용하였고, 인구구조, 경제, 시장 규모, 유통 등과 관련해서는 UN, The World Bank, STATISTA, Euro monitor 자료를 활용하여 현지 시장 현황을 분석하였다.

문헌 조사로 파악한 수산물 소비 특성을 현재와 비교하기 위해 현지 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 이를 통해 중화권 소비자들의 수산물 소비 트렌드를 파악하고자 하였다. 먼저, 빈도분석을 사용하여 중국과 홍콩 소비자의 수산식품 소비 행태, 수입 수산식품 소비 행태를 비교하였으며 어종별 선호도를 분석하였다. 다음으로, 소비자 특성에 따른 수산식품 소비 행동을 분석하기 위해 순위형 로짓 모형을 활용하였다. 이러한 분석 결과를 바탕으로 중화권 수출 확대 전략 수립에 필요한 기초 정보를 다양하게 전달하고자 하였다.

〈표 1-1〉 연구 진행 단계



자료: 저자 작성

제3절 선행연구 검토

다음으로 수산물 수출 경쟁력 분석과 관련된 연구는 주로 특정 국가나 특정 품목을 중심으로 이루어졌으며 수출경쟁력 지수를 이용하여 국가 간 경쟁력을 비교하고, 이를 바탕으로 수출경쟁력 향상 방안을 제시하는 연구가 다수 있었다. 수출경쟁력 지수로는 수출경합도, 현시비교우위지수, 무역특화지수, 국별 비교우위지수 등이 사용되었으며 불변 시장점유율 분석이나 변이할당 분석을 활용하여 수출입 구조 변화 요인을 파악하고자 하였다.

김정봉 외(2002)는 한국과 일본 간의 수산물 교역구조 변동 요인 분석을 통해 우리나라의 수산물 교역 정책 방향을 제시하였다. 수산물 교역구조 변동 요인을 분석을 위해 비교우위지수, 수출경합도, 불변 시장점유율 분석 등을 활용하였다.

김창범 외(2017)는 수산물 교역에 있어 우리나라의 비교우위 및 경쟁력을 분석하고자 하였다. 수산물 교역의 비교우위를 확인하기 위해 무역특화지수를 활용하였으며 품질 및 가격 측면에서 경쟁력을 비교 분석하였다.

백은영·이인화(2018)는 김 주요 생산국이자 수출국인 한국, 일본, 중국의 수출경쟁력을 분석하여 국내 김 산업의 발전 방안을 제시하고자 하였다. 국가별로 김 수출 동향과 세부 품목별 수출경로를 살펴보았으며 세계 시장에서의 수출경쟁력을 비교하기 위해 무역특화지수, 수출경합도 지수를 활용하였다.

한기욱 외(2021)는 우리나라 수산물 수출의 경쟁력 향상 방안을 제시하기 위하여 국가별 수산물 수출경쟁력을 분석하고 수출경쟁력에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 수출경쟁력 분석에는 수출경합도, 시장점유율, 현시비교우위지수, 무역특화지수 등이 활용되었으며 M. Poter의 다이아몬드

모델을 이용하여 결정요인 분석을 수행하였다.

본 연구는 기존의 선행연구와 유사하게 주요국 및 특정 시장을 대상으로 분석하고 있으나 여러 측면에서 한 지표를 활용하고 있으나 여러 측면에서 차별성을 가진다. 우선, 중국 본토를 중심으로 다루었던 기존 연구와는 다르게 중국 본토, 홍콩, 마카오를 묶어 중화권 지역을 연구 대상으로 보았으며 지역 간 수산물 소비 특성을 구별하여 차별점을 제시하였다는 점에서 차이가 있다. 또한, 수출경쟁력 분석을 통해 중화권 지역의 일본산 수산물 수입규제에 따라 수출 대체 품목을 도출하였으며, 수출경쟁력 분석을 수입국의 제도 변화에 대응한 수출전략 품목 도출을 위해 활용했다는 점에서 기존 연구와의 차별성이 있다.

〈표 1-2〉 선행연구와의 차별성

구분		연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
소비 특성 분석	김봉태 외 (2012)	우리나라 인구사회 구조 변화에 따른 수산물 소비 정책 방안 제시	- 문헌조사 - 통계자료 분석 - 설문조사 - 전문가 자문	- 우리나라의 인구사회적 구조 변화 분석 및 수산물 공급 동향, 소비 특징 분석 - 수산물 소비영향요인분석 - 일본의 수산물 소비 동향 및 정책 분석 - 수산물 소비 정책 제언
	임경희 외 (2014)	중국의 수산물 소비 구조 분석을 통해 국내 수산 부문 대응 전략 수립	- 문헌조사 - 통계자료 분석 - 설문조사 및 전문가 심층 면담	- 중국 전체 및 상해권역 수급 구조 분석 - 상해권역 수산물 소비 실태 조사 및 시장 세분화 분석 - 상해권역 유통업체 구매 행태 분석 - 수산물 수출 전략 도출
	김지연 외 (2019)	프랑스, 스페인 중심으로 우리나라 수산물 수출 전략 도출	- 문헌조사 - 통계자료 분석 - 설문조사 - 현지 공동연구	- 프랑스, 스페인 시장 진출 여건 분석 - 프랑스, 스페인 수산물 수급 구조 분석 - 수산물 소비트렌드 및 소비자 조사 분석 - 수산물 수출 전략 도출

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
수출 경쟁력 분석	김정봉 외 (2002)	• 한국, 일본 간 수산물 교역구조 변화분석을 통해 우리나라 수산물의 경쟁력 강화를 위한 방안 제시	• 통계자료 분석 • 한국-일본 수산물 교역 현황 분석 • 교역 구조 변동 요인 분석 (현시비교우위지수, 무역특화지수, 상대적 시장집중도 지수, 수출경합도, 불변 시장점유율 분석) • 일본 수입시장에서의 경쟁구조 분석 • 교역 정책방향 및 전략 제시
	김창범 외 (2017)	• 우리나라 수산물 무역의 비교우위 및 경쟁력 분석	• 통계자료 분석 • 한국 수산물 교역구조 분석 • 비교우위 및 경쟁력 분석 (무역특화지수, 산업 내 무역지수, 상대가격, 무역수지 활용)
	백은영·이은화 (2018)	• 김 수출경쟁력 분석을 통한 국내 김 산업 발전방안 제시	• 통계자료 분석 • 한·중·일 김교역동향 분석 • 한·중·일 수출경쟁력 분석 (수출경로, 무역특화지수, 수출경합도)
	한기욱 외 (2021)	• 글로벌 수산물 수출 경쟁력에 영향을 미치는 요인 분석, 우리나라 수산물 수출 경쟁력 향상 방향 제시	• 통계자료 분석 • 설문조사 및 전문가 심층 면담 • 글로벌 수산물 수출동향 및 국가별 수출경쟁력 분석(수출경합도, 시장점유율, 현시비교우위지수, 무역특화지수 등) • 수산물 수출 경쟁력 영향 요인 분석 • 국내 기업 실태 분석 • 우리나라 수출경쟁력 향상 방안 도출
본 연구의 차별성	• 중화권 시장의 소비트렌드 분석을 통해 국내 수산업계의 시장 진출 및 수출확대 전략 수립을 위한 기초자료 제공	• 문헌조사 • 통계자료 분석 • 설문조사 및 현지 조사	• 중화권 지역 수산식품 소비 동향 분석 • 중화권 지역 수산식품 수입 의존도 분석 • 소비자 설문조사를 통한 수산식품 구매 행동 분석 • 중화권 지역 주요 선호 어종 및 수출 유망 품목 도출

자료: 저자 작성

02

중화권 수출 여건 분석

제1절 시장환경 변화

1. 중국

1) 경제 및 인구

중국은 지난 40년간 경제 구조를 중앙 집중형에서 점차 시장 개방형으로 전환하여 급격한 경제 성장을 이루었다. 1980년대 이후 2020년까지 계속해서 성장하여 세계에서 두 번째로 큰 경제 대국의 지위를 달성하였다. 2022년 기준 중국 국내총생산은 17조 9,630억 달러(한화 약 2경 4,348조 8,465억 원)로 2010년 이후 연평균 9.4%의 성장률을 보였다.

그러나 최근 몇 년간 중국 경제는 높은 부채 수준, 지정학적 긴장, 내수 제한 등의 문제로 인해 성장 둔화가 지속되고 있다. 2010년 10.6%였던 GDP 성장률은 2023년 5.2%로 낮아졌으며, 이는 구조적 문제로 인해 중국 경제의 불확실성이 증가하고 있음을 의미한다.

〈표 2-1〉 중국 국내총생산(GDP)

단위: 십억 달러, %

구분	2010년	2015년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
명목 GDP	6,087	11,062	14,280	14,688	17,821	17,963	0.8	9.4

자료: The World Bank(검색일: 2024.5.20.)

2024년 중국 인구는 약 14억 2,500만 명으로 2015년 이후 연평균 0.2% 증가하는 추세를 보였다. 그러나 중국 인구는 2030년을 기점으로 감소세로 전환될 것으로 전망되며, 2040년 이후로는 2015년 인구(약 13억 9,400만 명)보다 줄어든 것으로 예상된다. 다만, 65세 이상의 고령층 인구는 2015년 1억 3,900만 명에서 2030년 2억 5,800만 명, 2040년 3억 6,000만 명, 2050년 3억 9,500만 명으로 지속해서 늘어날 것으로 예상된다. 이에 따라 고령화 현상은 가속화될 것이며 이는 중국의 식품 소비 패턴 변화에 큰 영향을 미칠 것으로 보인다.

〈그림 2-1〉 연도별 중국 인구 추이 및 전망

단위: 백만 명, %



주: 2022년 이후 연도는 추정치임
자료: United Nations(2022)

〈표 2-2〉 연령별 중국 인구 전망

단위: 백만 명, %

구분	인구								증감률 (B/A)
	2015년 (A)	2020년	2025년	2030년	2035년	2040년	2045년	2050년 (B)	
전체	1393.7	1424.9	1424.4	1415.6	1399.6	1377.6	1349.8	1312.7	-5.8
0~14세	255.8	256.8	225.0	185.1	153.8	150.7	151.6	150.3	-41.2
15~64세	998.2	988.6	987.4	972.5	930.6	866.6	822.4	767.4	-23.1
65세 이상	139.7	179.5	212.0	258.0	315.2	360.3	375.8	395.0	182.7

자료: United Nations(2022)

2) 식품 시장 규모 및 소비

중국 식품시장은 2018년 9,662억 달러에서 연평균 9.5% 증가하여 2022년 1조 3,870억 달러를 기록하였다. 수산물 시장은 같은 기간 동안 554억 달러에서 연평균 9.8% 증가하여 807억 달러에 이르렀으며, 이는 전체 식품시장의 5.8%를 차지한다. 2023년 중국의 수산물 시장 매출은 약 1,350억 달러에 이를 것으로 예상된다.

〈표 2-3〉 중국 수산물 시장규모

단위: 십억 달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증감률
식품 시장 (A)	966.2	1028.0	1158.0	1291.0	1387.0	7.4	9.5
수산물 시장 (B)	55.4	59.3	67.4	75.0	80.7	7.5	9.8
비중 (B/A)	5.7	5.8	5.8	5.8	5.8	-	

자료: 한국농수산물유통공사(2023a)

중국의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 673달러에서 연평균 9.1% 증가하여 2022년 약 952달러를 기록하였다. 수산물은 2018년 약 39달러를 소비하였으나 2022년 약 55달러를 소비하는 것으로 나타났으며 연평균 9.4%의 성장률을 보였다. 중국의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 179kg에서 연평균 5.4% 증가하여 2022년 약 221kg을 기록하였다. 이 중 수산물 소비량은 2018년 약 2kg에서 연평균 6.4% 증가하여 2022년 약 2.7kg을 기록하였다.

〈표 2-4〉 중국 1인당 수산물 소비 현황

단위: 달러, kg, %

구분		2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증감률
식품 (A)	금액	673.3	713.2	800.1	889.1	952.9	7.2	9.1
	물량	179.2	188.8	201.5	211.2	221.2	4.7	5.4
수산물 (B)	금액	38.6	41.2	46.6	51.7	55.4	7.2	9.4
	물량	2.1	2.2	2.4	2.6	2.7	5.1	6.4
비중 (B/A)	금액	5.7	5.8	5.8	5.8	5.8	-	-
	물량	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	-	-

자료: 한국농수산식품유통공사(2023a)

2. 홍콩

1) 경제 및 인구

홍콩은 아시아의 주요 경제 허브로, 무역과 금융 중심의 경제 구조를 지니고 있으며, 높은 무역 개방도와 국제 금융 중심지로서의 역할을 수행하고 있다. 2022년 기준 홍콩의 국내총생산(GDP)은 약 3,600억 달러(한화 약 487조 9,800억 원)를 기록하였으며, 2010년 이후 연평균 3.9%의 성장률을 보였다.

그러나 최근 몇 년간 팬데믹의 여파로 인해 경제 성장률 둔화가 지속되고 있으며, 그에 따라 2022년 GDP 규모는 전년 대비 2.5% 감소한 것으로 나타났다.

〈표 2-5〉 홍콩 국내총생산(GDP)

단위: 십억 달러, %

구분	2010년	2015년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증감률
명목 GDP	229	309	363	345	369	360	-2.5	3.9

자료: The World Bank(검색일: 2024.5.20.)

2024년 홍콩 인구는 약 7,500만 명으로 2015년 이후 연평균 0.1% 증가하는 추세를 보였다. 홍콩 인구는 2030년까지 비슷한 인구를 보이다 2035년을 기점으로 감소세로 전환될 것으로 전망되며 2040년 이후로는 2015년 인구(약 7,400만 명)보다 적을 것으로 예상된다.

한편, 2035년을 기점으로 고령화가 빠르게 진행되면서 65세 이상의 고령층 인구는 2015년 1,100만 명에서 2030년 2,100만 명, 2040년 2,600만 명, 2050년 2,800만 명으로 증가세를 유지할 것으로 전망된다. 이와 같은 급격한 고령화 현상은 홍콩의 식품 소비 패턴에 중요한 영향을 미칠 것으로 보이며, 이에 따라 건강 기능성 식품과 고령 친화적 수산물에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다.

〈그림 2-2〉 연도별 홍콩 인구 추이 및 전망



주: 2022년 이후 연도는 추정치임
 자료: United Nations(2022)

〈표 2-6〉 연령별 홍콩 인구 전망

단위: 백만 명, %

구분	인구								증감률 (B/A)
	2015년 (A)	2020년	2025년	2030년	2035년	2040년	2045년	2050년 (B)	
전체	7.4	7.5	7.5	7.5	7.4	7.3	7.2	7.0	-5.7
0~14세	0.9	0.9	0.9	0.8	0.6	0.6	0.5	0.6	-35.6
15~64세	5.4	5.2	4.9	4.6	4.5	4.2	3.9	3.6	-33.4
65세 이상	1.1	1.4	1.7	2.1	2.3	2.6	2.7	2.8	146.8

자료: United Nations(2022)

2) 식품 시장 규모 및 소비

홍콩의 식품 시장은 2018년 261억 달러에서 연평균 3.5% 증가하여 2022년 299억 달러를 기록하였다. 수산물 시장은 같은 기간 동안 약 45억 달러에서 51억 달러로 증가하였으며, 이는 전체 식품 시장의 16.9%를 차지한다.

〈표 2-7〉 홍콩 수산물 시장규모

단위: 십억 달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증감률
식품 시장 (A)	26.1	26.4	27.6	28.9	29.9	3.4	3.5
수산물 시장 (B)	4.5	4.5	4.7	4.9	5.1	2.2	3.0
비중 (B/A)	17.2	17.2	17.1	17.1	16.9	-	

자료: 한국농수산물유통공사(2023b)

홍콩의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 3,534달러에서 연평균 2.7% 증가하여 2022년 약 3,926달러를 기록하였다. 수산물 소비액은 같은 기간 동안 약 610달러에서 연평균 2.1% 증가하여 2022년 약 664달러를 기록하였다. 반면, 홍콩의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 838kg에서 연평균 0.7% 감소하여 2022년 약 815kg을 기록하였다. 수산물 소비량 역시 2018년 약 32kg에서 연평균 1.5% 감소하여 2022년 약 28kg을 기록하였으며, 1인당 식품 소비량의 3.4%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

〈표 2-8〉 홍콩 1인당 수산물 소비 현황

단위: 달러, kg, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증감률
식품 (A)	금액	3,534.0	3,544.0	3,682.0	3,826.0	3,926.0	2.6
	물량	838.3	794.7	800.2	808.5	814.5	0.7
수산물 (B)	금액	609.6	609.4	631.1	654.1	663.5	1.4
	물량	31.6	29.7	29.9	27.7	27.7	-0.6
비중 (B/A)	금액	17.2	17.2	17.1	17.1	16.9	-
	물량	3.8	3.7	3.7	3.4	3.4	-

자료: 한국농수산물유통공사(2023b)

제2절 유통구조 변화

1. 중국

1) 오프라인 유통 현황

중국의 오프라인 식품 유통 채널 규모는 2018년 약 8조 8,038억 위안(한화 약 1,649조 원)에서 연평균 1.0% 성장하여 2022년 약 9조 1,449억 위안(한화 약 1,713조 원)에 도달하였다. 오프라인 유통 채널은 소규모 식료품점이 60.5%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 그 뒤를 슈퍼마켓(28.2%)과 하이퍼마켓(5.5%)이 잇고 있다. 여전히 전통적인 오프라인 유통 채널이 중국의 식품 시장에서 중요한 역할을 하고 있음을 확인하였다.

중국의 오프라인 유통 매장들은 최근 소비자 경험을 개선하기 위해 매장 리모델링과 PB(자사 브랜드) 상품 확대 등을 통해 업그레이드를 진행하고 있다. 특히, 대형 슈퍼마켓 체인들은 프리미엄 상품과 현지 특산물을 중심으로 한 차별화된 상품 구성을 제공하고 있으며 이와 같은 전략은 소비자 만족도를 높이고 매출을 증가시키는 데 기여하고 있다.

또한, 급속한 고령화로 인해 중국의 일부 오프라인 유통망에서는 고령층을 위한 맞춤형 서비스를 강화하고 있으며 배달 서비스 확대, 매장 내 지원 서비스 등이 포함되어 있다. 이러한 서비스 제공은 고령층의 접근성을 개선하고 구매 편의성을 높이는 데 기여하고 있는데, 이를 통해 중국의 인구 구조 변화가 유통 서비스에도 영향을 미치고 있음을 보여준다.

〈표 2-9〉 중국 오프라인 유통채널 규모

단위: 백만 위안, %								
구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	비중 (‘22)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
전체	8,803,897	9,141,958	8,823,449	9,407,857	9,144,950	100.0	-2.8	1.0
소규모식품점	5,480,114	5,699,156	5,414,198	5,844,122	5,528,181	60.5	-5.4	0.2
슈퍼마켓	2,224,418	2,320,338	2,298,563	2,485,054	2,577,001	28.2	3.7	3.7
하이퍼마켓	641,501	634,496	616,936	539,908	499,462	5.5	-7.5	-6.1
전문 판매점	269,607	280,383	266,364	287,515	271,972	3.0	-5.4	0.2
편의점	104,356	115,594	123,470	138,044	144,946	1.6	5.0	8.6
포코트리테일러	68,878	77,212	87,355	89,884	95,550	1.0	6.3	8.5
창고형 매장	11,880	12,836	14,845	21,081	25,243	0.3	19.7	20.7

주: 전문 판매점은 식품, 주류, 담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러는 주유소 내 위치한 소규모 매점을 의미함

자료: EUROMONITOR(검색일: 2024.5.23.)

2) 온라인 유통 현황¹⁾

중국의 온라인 식품 유통 시장은 매우 빠르게 성장하고 있으며, 2018년 약 2,396억 위안에서 연평균 24.6% 성장하여 2022년 약 5,781억 위안(한화 약 108조 원)에 도달하였다. 주요 온라인 유통 플랫폼으로는 Alibaba의 TMall(37.5%)과 JD.com(23.4%)이 있다. JD.com은 특히 빠른 배송과 프리미엄 상품 카테고리 확장을 통해 소비자들의 높은 만족도를 유지하며 점유율을 꾸준히 확대하고 있다.

중국의 온라인 유통업체들은 AI 기반 추천 시스템, 자동화 창고, 드론 배송 등 혁신적인 기술을 적극적으로 도입하고 있다. 이러한 신기술은 소비자 맞춤형 서비스 제공, 물류 효율성 증대, 신속한 배송 등을 가능하게 하여 온라인 유통의 경쟁력을 크게 강화하고 있다. 예를 들어 JD.com은 드

1) 한국농수산물유통공사(2021)의 일부 내용을 발췌함

론 배송을 통해 농촌 지역과 도시 외곽까지도 신속한 배송 서비스를 제공하고 있다. 또한, 라이브 커머스를 통해 실시간으로 소비자와 소통하고 상품을 소개하며, 소비자 신뢰도를 높이고 있다.

온라인 유통 채널의 성장과 더불어 소비자 행동에도 변화가 나타나고 있다. 팬데믹 이후, 소비자들은 편리하고 빠른 온라인 쇼핑을 선호하게 되었으며, 특히 밀키트와 같은 간편식 제품에 대한 수요가 급격히 증가했다. 이는 바쁜 일상 속에서 간편하게 요리할 수 있는 제품에 대한 요구가 반영된 결과이다. 또한, 프리미엄 제품에 대한 관심이 증가하면서 온라인 플랫폼에서 고급 수산물, 유기농 제품 등 고품질 식품의 매출도 증가하고 있다.

〈표 2-10〉 중국 온라인 유통채널 규모

단위: 백만 위안, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
전체	239,612	300,019	408,627	481,667	578,144	20.0	24.6

주: 온라인 유통채널은 식품 온라인 유통채널(Food E-Commerce)을 기준으로 작성함
 자료: EUROMONITOR(검색일: 2024.5.23.)

중국의 온라인 식품 유통채널의 점유율을 살펴보면, Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 TMall Marketplace가 2022년 기준 37.5%의 점유율로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 전년 대비로는 5.5% 감소하였고 2019년 대비 연평균 1.7% 감소한 수치를 보였다. 다음으로는 JD.com Inc에서 운영하는 JD Marketplace가 23.4%의 점유율을 기록하며 두 번째로 높은 비중을 보였다. 전년 대비 2.6% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 5.4% 증가한 수치를 보였다.

〈표 2-11〉 중국 온라인 유통채널 브랜드별 점유율 순위

단위: %

구분		2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
1	Tmall Marketplace	39.5	40.1	39.7	37.5	-5.5	-1.7
2	JD Marketplace	20.0	20.7	22.8	23.4	2.6	5.4
3	JD	10.3	11.0	11.9	11.9	0.0	4.9
4	Pinduoduo Marketplace	4.5	6.4	8.2	9.4	14.6	27.8
5	Tmall	0.6	1.1	1.3	1.3	0.0	29.4
6	Vipshop	1.7	1.6	1.5	1.2	-20.0	-11.0
7	Suning	2.8	2.9	1.5	1.1	-26.7	-26.8
8	Suning Marketplace	1.4	1.9	1.1	1.0	-9.1	-10.6
9	Freshippo	0.2	0.3	0.6	0.7	16.7	51.8
10	Vipshop Marketplace	0.9	0.7	0.7	0.6	-14.3	-12.6

자료: EUROMONITOR(검색일: 2024.5.23.)

2. 홍콩

1) 오프라인 유통 현황²⁾

홍콩의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 980억 2,100만 홍콩달러(한화 약 17조 301억 6,854만 원)에서 연평균 0.3% 성장하여 2022년 992억 2,300만 홍콩달러(한화 약 17조 2,390억 원)를 기록하였다. 2022년 기준 슈퍼마켓이 전체 오프라인 유통채널의 45.2%의 비중으로 가장 많은 비중을 차지하고 있었으며, 그 다음으로 전문 판매점(24.4%), 소규모 식료품점(16.0%) 등의 순으로 나타났다.

홍콩의 슈퍼마켓과 소매 매장들은 소비자 경험을 개선하기 위해 매장 내 신선 식품 코너를 확대하고, 프리미엄 수산물의 취급을 늘리고 있다. 이러

2) 한국농수산물유통공사(2023b)의 일부 내용을 발췌함

한 전략은 소비자들이 오프라인에서 고급 식재료를 직접 보고 구매하는 경험을 제공하기 위함이다. 또한, 매장 내 시식 행사나 요리 시연과 같은 소비자 체험 행사를 통해 충성 고객을 확보하는 데 주력하고 있다. 이는 특히 고소득층과 외국인 소비자들 사이에서 긍정적인 반응을 이끌어내고 있다.

〈표 2-12〉 홍콩 오프라인 유통채널 규모

단위: 백만 홍콩달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	비중 (‘22)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
전체	98,021	97,768	99,716	96,159	99,223	100.0	3.2	0.3
슈퍼마켓	41,065	41,650	47,123	43,237	44,890	45.2	3.8	2.3
전문 판매점	29,447	28,478	24,861	24,196	24,208	24.4	0.0	-4.8
소규모 식료품점	12,144	13,472	14,179	14,980	15,913	16.0	6.2	4.9
편의점	13,852	13,672	13,073	13,250	13,682	13.8	3.3	-0.3
포크트리테일러	493	496	480	496	529	0.5	6.6	1.8

주: 전문 판매점은 식품, 주류, 담배만을 전문적으로 판매하는 매장. 포크트리테일러는 주유소 내 위치한 소규모 매점을 의미함

자료: EUROMONITOR(검색일: 2024.5.23.)

2) 온라인 유통 현황³⁾

홍콩의 온라인 식품 유통채널 규모는 2018년 11억 홍콩달러(한화 약 1,911억 1,400만 원)에서 연평균 26.0% 성장하여 2022년 27억 7,800만 홍콩달러(한화 약 4,826억 4,972만 원)을 기록하였다. 2022년 기준 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 14.7% 증가한 수치를 기록하는 것으로 나타났다. 이는 팬데믹 동안 소비자들이 집에서 편리하게 쇼핑할 수 있는 수단을 찾으면서 온라인 쇼핑에 대한 수요가 급격히 증가했기 때문이다. 주요 온라인 유통 플랫폼으로는 HKTVmall이 있으며, 11.0%의 시장 점유율을 기록하며 주요 온라인 채널로 자리 잡고 있다.

3) 한국농수산식품유통공사(2021)의 일부 내용을 발췌함

〈표 2-13〉 홍콩 온라인 유통채널 규모

단위: 백만 홍콩달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
전체	1,100	1,292	2,175	2,423	2,778	14.7	26.0

주: 온라인 유통채널은 식품 온라인 유통채널(Food E-Commerce)을 기준으로 작성함.

자료: EUROMONITOR(검색일: 2024.5.23.)

홍콩의 온라인 식품 유통채널의 점유율을 살펴보면, Hong Kong Technology Venture Co Ltd에서 운영하는 HKTVmall이 2022년 기준 11.0%의 점유율로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 전년 대비로는 25.0% 증가한 수치를 보였다. 다음으로는 Amazon.com Inc에서 운영하는 Amazon Marketplace가 3.8%의 점유율을 기록하며 두 번째로 높은 비중을 보였다. 한편, 전년 대비 13.6% 감소하였으며 2019년 대비 연평균 14.1% 감소한 수치를 보였다.

HKTVmall은 빠른 배송 서비스와 다양한 할인 프로모션을 통해 소비자들의 신뢰와 선호를 얻고 있다. 특히, 팬데믹 이후에는 신선 식품과 간편식 제품의 온라인 매출이 급격히 증가하였으며, 이는 집에서 직접 요리를 하려는 소비자의 수요와 맞물려 있다. 또한, HKTVmall은 로컬 브랜드와 협력하여 프리미엄 제품을 저렴한 가격에 제공하고 있어, 다양한 소비자층을 타겟팅하고 있다.

〈표 2-14〉 홍콩 온라인 유통채널 브랜드별 점유율 순위

단위: %

	구분	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증가율
1	HKTVMall	-	-	8.8	11.0	25.0	-
2	Amazon Marketplace	6.0	5.2	4.4	3.8	-13.6	-14.1
3	Rakuten Marketplace	-	-	0.9	1.2	33.3	-
4	Sasa	0.7	0.8	0.9	1.1	22.2	16.3
5	Tmall Marketplace	1.0	0.8	0.8	0.8	0.0	-7.2
6	eBay Marketplace	1.2	1.0	0.9	0.6	-33.3	-20.6
7	Watsons	0.2	0.2	0.3	0.4	33.3	26.0
8	ParknShop	0.1	0.1	0.1	0.2	100.0	26.0
9	Gmarket	1.5	1.2	-	-	-	-
10	Yahoo!	1.4	0.4	-	-	-	-

자료: EUROMONITOR(검색일: 2024.5.23.)

제3절 중화권의 수산물 소비 변화⁴⁾

1. 중국

2010년대 중반부터 중국은 도시화와 경제 성장을 바탕으로 식품 소비 패턴에 큰 변화를 겪기 시작하였다. 상하이, 베이징, 광저우 등 주요 대도시에서는 소득 증가와 함께 고급 수산물에 대한 수요가 크게 늘어났으며, 이는 소비자의 생활 수준 향상과 외식에 대한 관심 증가와 맞물려 있었다. 특히, 이 시기 수산물은 고소득층이 선호하는 고급 식재료로 자리 잡았고, 외식업체와 고급 레스토랑에서 연어, 전복 등 고급 수산물이 주목받았다.

4) KATI, KOTRA에서 발간한 중국, 홍콩의 식품 소비 관련 보고서 및 자료를 바탕으로 다시 정리함

외식 산업도 급성장하여, 2015년에는 외식업 매출이 5조 위안을 돌파하며, 외식에서 수산물 비중이 크게 증가하였다. 이는 소비자들이 건강하고 신선한 재료를 찾는 경향과 부합하여, 수산물이 고급 식재료로 자리매김하는 계기가 되었다. 특히, 상하이와 베이징과 같은 도시에서는 고급 호텔과 레스토랑에서 수산물 소비가 증가하였으며 도시 소비자들이 외식 시 고급스러운 해산물 요리를 선호하는 모습을 보였다.

2020년 코로나19 팬데믹은 중국의 식품 소비 트렌드에 중요한 변화를 가져왔다. 팬데믹으로 인해 외식이 줄어들고 가정에서 음식을 준비하는 빈도가 증가하면서 가정 간편식(HMR)과 밀키트에 대한 수요가 폭발적으로 늘어났다. 소비자들은 집에서 쉽게 고급 요리를 즐길 수 있는 방법을 찾게 되었고, 밀키트는 이러한 소비자들의 요구를 충족시키는 제품으로 자리 잡았다. 특히, 대도시를 중심으로 밀키트의 판매가 급증하였으며, 텐마오(TMall)에서 판매된 밀키트 매출이 전년 대비 16배 증가하는 등 높은 성장률을 기록하였다. 이는 중국 소비자들이 집에서 편리하게 고급 요리를 즐기거나 하는 욕구가 반영된 것이라 볼 수 있다. 또한, 팬데믹을 계기로 건강과 면역력에 대한 관심이 크게 증가하였으며, 수산물에 대한 인식도 오메가-3, 단백질 등 영양 성분이 풍부하고, 면역력 강화 및 건강에 도움이 되는 식재료로 자리 잡았다. 이러한 트렌드는 건강한 식재료를 찾는 소비자들의 요구와 맞물려 수산물의 중요성이 더욱 부각되는 계기가 되었다.

2021년에도 코로나19 팬데믹의 영향으로 인해 간편 조리식품의 수요가 계속해서 증가하였다. 특히 밀키트 제품은 팬데믹 초기부터 인기를 끌며 지속적으로 판매율을 높였으며, 텐마오에서의 밀키트 매출이 전년 대비 16배 증가하였다. 팬데믹 이후에도 이러한 소비 패턴이 지속되면서 프리미엄 밀키트와 신선한 수산물 시장이 성장하게 되었다.

2022년에는 중국 경제가 다소 침체하면서 소비자들의 소비 행동에도 변

화가 나타났다. 경기침체로 인해 가성비가 주요 소비 키워드로 떠오르며, 저가형 밀키트와 배달 수산물에 대한 수요가 증가하였다. 소비자들은 가격 대비 품질이 좋은 제품을 선호하였고, 외식보다는 집에서 저렴하게 식사를 준비하는 경향이 강화되었다. 팬데믹 이후에도 지속된 경기적 불확실성과 소비자들의 경제적 부담이 이어지면서 이러한 경향이 나타났다. 이에 따라 저가형 밀키트가 인기를 끌었고, 비용 절감을 위해 외식을 줄이고, 더 저렴하게 가정에서 식사를 해결하려는 경향을 보이게 되었다.

2023년에도 중국 소비자들은 여전히 프리미엄 수산물과 건강식품에 높은 관심을 보였다. 특히, 온라인 플랫폼을 통한 프리미엄 수산물 배달 서비스가 인기를 끌었고, 소비자들은 가정에서도 고급스러운 음식을 즐길 수 있는 프리미엄 밀키트에 대한 수요를 지속적으로 높였다. 팬데믹 이후 건강에 대한 관심이 더욱 커지면서, 건강한 식습관을 유지하기 위해 저칼로리 식품과 기능성 성분이 포함된 제품을 선호하는 경향을 보였는데, 이는 고소득층을 중심으로 여전히 건강과 품질을 중시하는 소비 트렌드가 유지되고 있음을 보여준다.

〈표 2-15〉 중국의 식품 소비 특징 변화

연 도	특 징
2010년대	• 경제 성장 및 도시화로 고소득층을 중심으로 수산물 소비 확대 • 고급 수산물 수요 증가
2020년	• 코로나19 영향으로 외식 감소 • 가정간편식(HMR), 밀키트 수요 급증
2021년	• 고품질 식품 및 음식 선호 증가 • 프리미엄 수산물 수요 증가
2022년	• 경기침체로 가성비 중시 • 저가형 밀키트 및 배달 식품 소비 확대
2023년	• 프리미엄 수산물 및 건강식품 수요 지속 • 프리미엄 밀키트 및 온라인 배달 활성화

자료: 저자 작성

2. 홍콩

2010년대 중반까지 홍콩은 전 세계에서 수산물 소비가 매우 높은 도시 중 하나로 자리 잡았으며, 2017년 기준 1인당 수산물 소비량이 66.5kg에 달해 세계 평균의 약 3배에 이르렀다. 특히, 일본산 수산물이 홍콩 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌었는데, 이는 일본식 레스토랑, 특히 이자카야와 초밥을 제공하는 외식업체들이 홍콩 전역에 확산되면서 이러한 수산물의 수입이 증가하였기 때문이다. 회, 초밥, 사시미 등 일본 요리는 홍콩 외식 업계에서 중요한 메뉴로 자리 잡았으며, 외식 문화와의 결합을 통해 일본산 수산물 소비가 확대되는 주요 요인으로 작용하였다.

2020년 코로나19 팬데믹은 홍콩의 식품 소비 패턴에도 큰 변화를 가져왔는데, 팬데믹 이전에는 외식 중심이었으나 사회적 거리두기 등 조치가 시행되면서 가정 내 식사가 급증하게 되었다. 이에 따라 가정 간편식(HMR)과 소포장 식품에 대한 수요가 크게 증가하였으며, 집에서 요리하는 빈도가 늘면서 유기농 식품과 건강식품에 대한 관심도 커졌다. 특히, 면역력 강화 식품, 기능성 성분을 포함한 식품에 대한 수요가 급격히 증가하였고, 가정 내 식사로 전환되면서 온라인 쇼핑과 배달 서비스가 활성화되었다. 또한, 이러한 트렌드는 소비자들이 지속적으로 가정 내에서 식사를 준비하면서 간편하면서도 건강한 식재료를 찾게 하는 경향을 강화하였다.

2021년 팬데믹이 다소 진정되면서 홍콩에서는 외식업계에서의 일본산 수산물 소비가 다시 회복되기 시작하였다. 초밥과 회 같은 고급 일본 요리가 외식업계에서 다시 주목받았고, 특히 젊은층과 고소득층 소비자들이 일본 요리를 즐기는 경향이 두드러졌다. 이러한 일본 요리의 인기는 일본산 수산물 수요를 증가시키는 중요한 요인이 되었다. 한편, 1인 가구의 증가와 맞물려 소포장 제품과 간편식의 인기가 계속해서 상승하였으며, 건강과 편리함을 중시하는 소비자들을 위한 비건 식품과 건강 간편식의 수요도 꾸준

히 증가하였다. 이는 팬데믹 이후에도 건강과 편리함을 모두 고려한 소비 패턴이 유지되었음을 시사한다. 또한, 일본 요리에 대한 선호는 외식뿐만 아니라 가정에서도 이어져, 소비자들이 집에서 고급스럽고 간편한 일본 요리를 준비하려는 수요가 늘어났다. 이는 일본산 수산물도 단순히 외식의 일부가 아니라, 가정 내 요리 문화로도 자리 잡아가고 있음을 보여준다.

2022년 홍콩은 급격한 고령화 사회로 진입하였으며, 65세 이상 인구가 전체 인구의 약 20%에 달하게 되었다. 이에 따라 고령친화 식품에 대한 수요가 크게 증가하였으며, 고령층은 부드러운 식감의 수산물 기반 식품을 선호하였다. 이러한 식품들은 양로원과 고령층 가정에서 많이 소비되었으며, 영양 강화 식품과 면역력 증진 기능성 제품도 인기를 끌었다. 이러한 변화는 고령층 소비자들이 더 건강하고 섭취가 쉬운 식품을 찾는 경향을 반영하였으며, 홍콩에서 건강식품에 대한 관심이 급격히 증가하는 계기가 되었다. 또한, 고령층을 위한 영양 보충을 위한 프리미엄 수산물의 인기도 높아졌으며, 이는 고령화 사회에서 건강 유지와 관련된 식품의 중요성이 더욱 커졌음을 시사한다. 프리미엄 시장은 고소득층뿐만 아니라, 건강을 고려하는 고령층에서도 수요가 증가하고 있으며, 이는 고령화와 건강 트렌드가 수산물 소비에 미치는 영향력을 보여주고 있다.

2023년 홍콩의 수산물 소비 트렌드에서는 일본산 수산물 소비의 불확실성과 더불어 프리미엄 수산물 및 건강식품에 대한 지속적인 관심이 두드러졌다. 먼저, 일본의 방사능 오염수 방출 문제로 인해 8월 이후 홍콩 정부는 일본 10개 현에서의 수산물 수입을 금지하였고, 이에 따라 일본산 수산물 소비가 급감하였다. 이는 일본산 수산물이 주요한 재료로 사용되던 요식업 계에도 큰 영향을 미쳤으며, 관련 매출이 일시적으로 감소하였다. 그러나 10월 이후 홍콩 정부가 일본산 수산물이 안전기준을 충족한다고 발표하면서 소비가 서서히 회복되고 있는 모습이다. 방사능 오염에 대한 우려가 여전히 존재함에도 불구하고, 일부 소비자들은 일본산 수산물을 선호하고 있

으며, 수입 횟수도 전년 대비 증가세를 보였다. 하지만, 일본산 수산물에 대한 소비자 신뢰 회복은 완전히 이루어지지 않았으며, 안전성에 대한 인식의 차이에 따라 소비 패턴이 달라지고 있다.

한편, 2023년에도 홍콩의 프리미엄 수산물 시장은 강세를 유지하였다. 일본산뿐만 아니라 중국산 고급 수산물 역시 외식업계에서 높은 수요를 기록하였으며, 소비자들은 여전히 고품질 수산물을 선호하는 경향을 보였다. 특히, 젊은 소비자들 사이에서 건강식품, 저칼로리 식품, 그리고 비건 식품에 대한 수요가 증가하였으며, 이러한 트렌드는 건강한 식생활에 대한 지속적인 관심을 반영하였다. 홍콩 소비자들은 집에서 프리미엄 밀키트를 통해 외식 수준의 음식을 경험하고자 하는 수요가 커졌으며, 이는 편리하면서도 품질을 중시하는 소비 트렌드와 맞물려 큰 인기를 끌고 있다.

또한, 홍콩의 건강 기능성 간편식에 대한 관심도 꾸준히 증가하고 있다. 소비자들은 건강 유지와 체중 관리를 위한 제품을 선호하며, 특히 오메가-3와 같은 기능성 성분이 포함된 수산물 제품이 인기를 끌고 있다. 이러한 변화는 팬데믹 이후 건강에 대한 관심이 더욱 커지면서, 단순히 맛있는 음식을 넘어서 건강을 유지할 수 있는 옵션을 찾는 소비자가 늘어나고 있음을 보여준다. 프리미엄 밀키트와 비건 간편식은 이러한 건강 추구 경향을 충족시키는 중요한 요소로 자리하고 있다.

〈표 2-16〉 홍콩의 식품 소비 특징 변화

연 도	특 징
2010년대	• 전통적으로 수산물 소비량 높은 편 • 일식 인지도 상승, 일본산 수산물 선호도 증가
2020년	• 코로나19로 인해 외식 감소 • 가정간편식(HMR) 및 소포장 수산물 소비 증가
2021년	• 소포장 제품 및 채식 간편식 인기 • 일본산 수산물 소비 회복 움직임
2022년	• 고령화에 따른 고령친화식품 수요 증가 • 영양 강화 및 면역력 증진 식품 선호
2023년	• 프리미엄 수산물 소비 수요 지속 • 건강식 및 채식 식품 수요 증가

자료: 저자 작성

제4절 소결

중화권 시장의 수출 여건을 분석하기 위해 크게 시장환경 변화, 유통구조 변화, 수산식품 소비 트렌드 변화로 나누어 살펴보았다. 우선 시장환경 변화를 보면, 중국과 홍콩은 최근 코로나19 및 팬데믹 이후 경제 성장률이 둔화되고 있으며, 2040년 이후부터 고령화 현상이 심화될 것으로 전망된다. 이러한 고령화 현상은 중국 및 홍콩의 식품 소비에도 큰 영향을 미쳐 고령친화 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 경기 침체에도 불구하고 중국의 수산식품 시장은 2018년부터 2022년까지 연평균 9.8% 성장하였으며 전체 식품시장의 연평균 성장률보다 빠르게 증가하고 있었다. 한편, 홍콩의 수산식품 시장은 전체 식품시장보다 낮은 연평균 3.5%의 성장률을 보였다.

다음으로 중국과 홍콩의 수산식품 유통구조를 분석한 결과는 다음과 같다. 중국의 오프라인 유통 채널은 여전히 소규모 식료품점이 주요 채널로 자리 잡고 있으며, 대형 슈퍼마켓은 프리미엄 제품과 현지 특산물을 중심으로 차별화를 시도하고 있다. 중국에서 온라인 유통 환경은 매우 빠르게 성장하여 2022년 약 5,781억 위안에 도달하였으며, 라이브 커머스과 드론 배송 등 혁신 기술을 통해 경쟁력을 강화하고 있다. 팬데믹 이후 온라인 쇼핑 선호가 증가하면서 밀키트와 프리미엄 식품의 매출이 크게 늘어나고 있으며, JD.com, TMall과 같은 주요 플랫폼이 시장 점유율을 확대하고 있었다. 반면, 홍콩에서는 오프라인 유통 채널은 슈퍼마켓이 주력 채널이었으며, 팬데믹 이후에는 HKTVmall과 같은 온라인 채널의 성장이 두드러졌다. 이러한 온라인 플랫폼은 빠른 배송과 다양한 프로모션을 통해 소비자들의 신뢰를 얻고 있다. 특히, 신선 식품과 간편식 제품에 대한 온라인 매출이 증가하고 있어 비대면 구매와 편리성에 대한 수요가 반영되고 있다.

마지막으로 중국 및 홍콩의 수산식품 소비 트렌드 변화를 살펴본 결과, 중국은 도시화와 경제 성장을 바탕으로 고소득층을 중심으로 고급 수산물에 대한 수요가 크게 증가하였으며 상하이와 베이징 같은 대도시에서는 연어와 전복 같은 프리미엄 수산물이 외식 메뉴로 자리 잡았다. 그러나 팬데믹 이후 가정 내에서 간편하게 조리할 수 있는 밀키트와 가정 간편식(HMR)에 대한 수요도 폭발적으로 늘어났으며, 이후 경기 침체 영향으로 가성비가 주요 소비 키워드로 부상하며 저가형 밀키트와 배달 수산물의 수요가 증가하였다. 그렇지만 2023년부터 프리미엄 수산물과 건강 기능성 식품에 대한 수요가 다시 회복되고 있는 것으로 나타났다. 홍콩에서는 2010년대 중반부터 일본산 수산물이 높은 품질과 신선도로 주목받았었다. 2023년 원전오염수 해양 방류 문제로 일본산 수산물 소비가 일시적으로 감소하는 듯하였으나 차차 회복되는 양상을 보여주고 있다. 한편, 프리미엄 수산물에 대한 수요는 계속되고 있으며, 특히 젊은 소비자들을 중심으로

건강식품, 저칼로리 식품, 비건 식품에 대한 관심이 증가하고 있다. 고령화가 빠르게 진행되면서 고령친화 수산물과 건강기능성 식품의 수요도 증가하고 있다.

중화권의 수산식품 시장 특징을 종합해 보면, 중국 시장은 빠르게 성장하는 경제와 고소득층의 증가에 따라 프리미엄 수산물과 건강 기능성 제품에 대한 수요가 높으며, 온라인 유통 채널이 빠르게 성장하고 있어 이를 활용할 필요가 있다. 홍콩은 인구 감소와 고령화가 진행되고 있으며, 고령친화적 식품, 건강 기능성 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되며 노령층을 대상으로 하여 제품을 개발하는 등의 전략이 필요할 것으로 보인다.

03

중화권 수산식품 수입의존도 분석

제1절 중화권 수산식품 수입구조

이 장에서는 중화권 시장에서의 수출 확대 방향 및 수출 확대 가능성이 있는 품목을 탐색하기 위해, 중국과 홍콩의 수산식품 수입 의존도를 분석하고 이를 국내 생산 구조와 비교하고자 한다.

먼저, 중국과 홍콩의 수산식품 수입 구조를 파악하고, 우리나라의 대중국 및 홍콩 수출 구조를 평가하여 현재 수출 구조상의 문제점을 도출한 후 중국과 홍콩의 품목별 수입 의존도와 한국의 수산물 생산 현황을 비교하여 수출 경쟁력이 있는 잠재 품목을 도출하였다.

이러한 분석을 통해 한국 수산물이 중화권 시장에 진출하기 위한 전략적 수출 품목을 선정하고, 향후 구체적인 수출 전략 수립에 필요한 기초자료를 제공하는 것이 본 장의 목표이다.

1. 수산식품 수입 현황

중국의 수산물 주요 수입으로는 2022년 기준 러시아가 28.4억 달러로 전체 수입액의 17.0%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 페루(10.4%), 베트남(10.2%), 미국(7.8%) 등의 순으로 나타났다. 한편, 한국의 경우 상위 16위 수입국에 해당하며, 1.6%의 비중을 보였다.

〈표 3-1〉 중국의 수산물 주요 수입국

단위: 백만 달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	비중 (‘22)	증감률 (B/A)
전체	14,976	18,541	15,324	17,531	16,700	100.0	-4.7
1 러시아	2,215	2,288	1,966	2,023	2,844	17.0	40.6
2 페루	1,431	1,470	1,080	1,921	1,742	10.4	-9.3
3 베트남	724	1,132	1,234	932	1,703	10.2	82.7
4 미국	1,433	1,045	962	1,176	1,296	7.8	10.1
5 캐나다	1,011	1,131	834	1,059	1,014	6.1	-4.2
6 인도네시아	730	838	847	900	1,014	6.1	12.7
7 노르웨이	579	690	512	704	910	5.4	29.2
8 인도	604	1,391	947	1,057	708	4.2	-33.0
9 칠레	706	622	465	354	538	3.2	52.1
10 뉴질랜드	445	496	443	481	510	3.1	6.2
16 한국	171	285	244	290	267	1.6	-8.1

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

중국의 품목별 수입 현황은 〈표 3-2〉에 정리되어 있으며, 주요 수입 품목으로는 2022년 기준 어분이 29.9억 달러로 전체 수입액의 17.9%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 게(9.4%), 연어(7.7%), 새우(6.5%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 3-2〉 중국의 수산물 주요 수입품목

단위: 백만 달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	비중('22)	증감률 (B/A)
전체	14,976	18,541	15,324	17,531	16,700	100.0	-4.7
1 어분	2,228	1,975	1,965	2,745	2,990	17.9	8.9
2 게	1,076	991	963	1,417	1,563	9.4	10.3
3 연어	1,352	1,143	607	873	1,285	7.7	47.2
4 새우	2,782	5,478	4,418	4,781	1,084	6.5	-77.3
5 오징어	649	982	745	1,106	992	5.9	-10.2
6 명태	683	964	720	512	879	5.3	71.7
7 대구	804	736	552	548	812	4.9	48.2
8 바닷가재	483	519	480	707	650	3.9	-8.0
9 해조류	304	342	293	390	647	3.9	65.8
10 메기	316	509	394	284	610	3.7	114.9

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

홍콩의 수산물 주요 수입국으로는 2022년 기준 중국이 35.1억 달러를 기록하였으며, 전체 수입액의 33.9%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 일본(13.9%), 베트남(4.7%), 노르웨이(4.6%) 등의 순으로 나타났다. 한편, 한국의 경우 상위 12위 수입국에 해당하며, 차지하는 비중은 0.4%에 그쳤다.

홍콩의 수산물 주요 수입 품목을 살펴보면, 2022년 기준 새우 수입액은 4.6억 달러로 전체 수입액의 13.1%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 해삼(5.5%), 가리비(5.4%), 연어(5.4%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 3-3〉 홍콩의 수산물 주요 수입국

단위: 백만 달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	비중 (‘22)	증감률 (B/A)
전체	3,909	3,494	3,020	3,622	3,506	100.0	-3.2
1 중국	1,124	1,024	1,055	1,286	1,187	33.9	-7.7
2 일본	557	509	473	518	486	13.9	-6.2
3 베트남	182	166	127	141	165	4.7	17.3
4 노르웨이	136	130	112	143	162	4.6	13.8
5 호주	98	93	76	183	147	4.2	-19.7
6 캐나다	96	110	69	82	113	3.2	38.2
7 태국	121	113	83	91	104	3.0	14.2
8 대만	92	77	74	87	97	2.8	11.2
9 인도네시아	111	98	83	97	86	2.5	-11.5
10 미국	177	127	83	92	85	2.4	-7.7
12 한국	61	73	67	57	67	0.4	18.4

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

〈표 3-4〉 홍콩의 수산물 주요 수입품목

단위: 백만 달러, %

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 (A)	2022년 (B)	비중 (‘22)	증감률 (B/A)
전체	3,909	3,494	3,020	3,622	3,506	100.0	-3.2
1 새우	511	445	382	498	458	13.1	-8.0
2 해삼	354	292	221	231	194	5.5	-15.7
3 가리비	243	225	178	189	190	5.4	0.6
4 연어	161	149	132	159	189	5.4	19.3
5 전복	244	214	180	221	175	5.0	-20.9
6 게	177	151	125	152	148	4.2	-3.1
7 뱀장어	61	97	55	93	141	4.0	51.9
8 바닷가재	90	90	60	126	99	2.8	-21.1
9 오징어	165	142	93	111	89	2.5	-19.9
10 상어	131	107	73	97	79	2.2	-18.8

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

2. 한국의 수출 구조 분석

먼저, 우리나라의 대중국 수산식품 수출 현황을 보면, 2023년 기준 전년 대비 28.5% 감소한 6.5억 달러를 기록하였다. 품목별로는 김이 9,700만 달러로 전체 수출액의 15.1%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 참치(8.4%), 삼치(6.9%), 명태(6.3%) 등의 순으로 나타났다. 최근 5년간 연평균 증감률을 분석한 결과, 전체 수출액은 5.4%의 높은 성장률을 보였으며 대표적인 수입재수출 품목인 명태, 연어, 대구를 제외하고 오징어(40.5%), 해삼(30.4%), 이빨고기(21.2%), 갈치(20.2%) 등의 수출이 증가하고 있었다. 반면, 게(-26.2%), 어묵(-19.9%), 김(-3.6%) 등 일부 품목은 감소하는 모습을 보였으며 특히, 어묵은 2019년 기준 수출 6위 품목에서 2023년에는 14위 품목으로 크게 하락하였다. 어묵 수출 감소 사유로는 중국의 모방 제품이 늘어남에 따라 한국산 어묵소시지 수요가 감소한 것으로 보이며, 중국에서는 식품과 같은 소비재에 대한 지적 재산권의 영향력이 약하기 때문에 모방품에 대한 법적 보호가 어려운 실정이다⁵⁾.

중국으로 수출된 수산식품의 가공 유형을 살펴보면, 2023년 기준 원어 수출액은 전년 대비 34.1% 감소한 4.6억 달러를 기록하였으며 원어의 수출 비중은 70.5%로 전년도에 비해 감소한 것으로 나타났다. 그러나 5년 전과 비교해 보면 오히려 원어 수출 비중이 59.1%에서 크게 상승하였으며 원어 중심의 수출 구조가 심화되고 있음을 확인할 수 있다. 한편, 제품 유형을 살펴보면, 냉동 제품이 4.1억 달러로 전체 수출액의 63.5%를 차지하였으며 그 다음으로 기타조제(18.1%), 건조(7.9%) 등의 순으로 나타났다. 냉동 제품으로 수출되는 어종은 어류, 갑각류, 연체동물류 등 다양하게 나타났다으나 기타조제 및 건조 제품의 경우 김이 차지하는 비중이 높았으며 각각 40.3%, 97.8%를 차지하였다.

5) 중국 내 수입 바이어와의 면담 내용 일부를 발췌함

〈표 3-5〉 한국의 대중국 수산식품 수출 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 (A)	2023년 (B)	비중('23)	증감률 (B/A)
전체	523	442	727	902	645	100.0	-28.5
1 김	112	101	139	96	97	15.1	0.8
2 참치	37	40	29	32	54	8.4	71.5
3 삼치	35	21	35	33	44	6.9	34.4
4 명태	9	2	130	239	40	6.3	-83.1
5 대구	46	42	64	99	37	5.7	-62.8
6 오징어	9	8	42	21	36	5.6	74.8
7 해삼	9	14	30	31	25	3.9	-19.3
8 게	56	39	9	11	17	2.6	58.5
9 어란	11	7	10	11	15	2.3	36.5
10 연어	1	3	28	63	14	2.1	-78.1
11 이빨고기	5	4	6	15	11	1.7	-24.6
12 피조개	7	5	7	7	11	1.7	62.0
13 갈치	5	5	6	12	10	1.6	-12.3
14 어묵	22	22	22	15	9	1.4	-38.0

자료: 한국무역통계진흥원 원자료를 바탕으로 KMI 해외시장분석센터 재가공

〈표 3-6〉 가공 유형별 한국의 대중국 수출 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 (A)	2023년 (B)	비중('23)	증감률 (B/A)
전체	523	442	727	902	645	100.0	-28.5
1 원어	309	248	474	690	455	70.5	-34.1
2 가공	213	195	253	212	190	29.5	-10.2

자료: 한국무역통계진흥원 원자료를 바탕으로 KMI 해외시장분석센터 재가공

〈표 3-7〉 제품 유형별 한국의 대중국 수출 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 (A)	2023년 (B)	비중 (‘23)	증감률 (B/A)
전체	523	442	727	902	645	100.0	-28.5
1 냉동	235	195	440	655	409	63.5	-37.5
2 기타조제	130	145	168	126	116	18.1	-7.5
3 건조	47	30	49	52	51	7.9	-1.2
4 신선냉장	74	53	34	35	45	7.0	30.7
5 밀폐용기	7	6	7	6	11	1.7	65.1
6 염장염수장	11	9	22	22	6	0.9	-74.5
7 활어	0	0	0	-	0	0.0	-
8 훈제	0	0	0	-	0	0.0	-
9 이외기타	19	6	6	6	6	1.0	2.9

자료: 한국무역통계진흥원 원자료를 바탕으로 KMI 해외시장분석센터 재가공

우리나라의 對홍콩 수산물 수출은 2023년 기준 전년 대비 20.5% 감소한 5,470만 달러를 기록하였다. 품목별로는 계가 2,580만 달러로 전체 수출액의 47.1%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 굴(16.2%), 김(13.8%), 대게(6.8%) 등의 순으로 나타났다. 홍콩에 수출된 수산식품 가공 유형을 분석한 결과, 2023년 기준 원어 수출액은 전년 대비 30% 감소하여 3,370만 달러를 기록하였으며 원어의 수출 비중은 2019년 64.4%에서 2023년 61.5%로 감소한 것으로 나타났다. 제품 유형별로 보면, 신선냉장 제품이 2,980만 달러로 전체 수출액의 54.5%를 차지하였으며 기타조제(32.2%), 냉동(6.2%) 순으로 차지하는 비중이 높았다. 신선냉장으로 수출되는 어종은 계가 대부분이었으며 신선냉장 제품의 83.6%를 차지하였다. 기타조제 제품의 경우 김(41.6%)과 굴(38.5%)이 차지하는 비중이 높았으며 건조 제품에서도 굴이 43.9%를 차지하였다.

〈표 3-8〉 한국의 대홍콩 수산식품 수출 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 (A)	2023년 (B)	비중('23)	증감률 (B/A)
전체	60.7	59.6	54.7	68.8	54.7	100.0	-20.5
1 계	34.9	34.1	26.1	38.0	25.8	47.1	-32.2
2 굴	8.6	8.7	11.3	7.9	8.8	16.2	12.6
3 김	7.5	7.4	7.1	7.3	7.5	13.8	3.9
4 대게	0.5	2.3	2.9	7.0	3.7	6.8	-46.6
5 어묵	1.1	0.9	0.8	0.8	0.7	1.4	-1.2
6 쥐치	0.1	0.2	0.1	1.0	0.7	1.2	-34.9
7 참치	0.1	0.2	0.2	0.3	0.5	1.0	50.2
8 새우	0.1	0.2	0.2	0.2	0.4	0.7	137.0
9 해삼	1.4	0.3	0.1	1.1	0.4	0.7	-68.5
10 미역	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.6	12.2

자료: 한국무역통계진흥원 원자료를 바탕으로 KMI 해외시장분석센터 재가공

〈표 3-9〉 가공 유형별 한국의 대홍콩 수출 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 (A)	2023년 (B)	비중('23)	증감률 (B/A)
전체	60.7	59.6	54.7	68.8	54.7	100.0	-20.5
1 원어	39.1	39.6	31.6	48.1	33.7	61.5	-30.0
2 가공	21.6	20.0	23.0	20.7	21.1	38.5	1.5

자료: 한국무역통계진흥원 원자료를 바탕으로 KMI 해외시장분석센터 재가공

〈표 3-10〉 제품 유형별 한국의 대홍콩 수출 현황

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 (A)	2023년 (B)	비중 (‘23)	증감률 (B/A)
전체	60.7	59.6	54.7	68.8	54.7	100.0	-20.5
1 신선냉장	36.5	36.8	28.0	44.4	29.8	54.5	-32.8
2 기타조제	18.0	17.2	20.0	17.8	17.6	32.2	-0.9
3 냉동	2.4	2.6	3.4	3.3	3.4	6.2	1.0
4 건조	0.9	0.7	0.9	0.9	1.5	2.8	69.6
5 활어	0.2	0.1	0.3	0.4	0.5	0.9	30.0
6 밀폐용기	1.9	0.9	0.6	0.8	0.5	0.9	-38.4
7 염장염수장	0.0	0.2	0.4	0.1	0.0	0.1	-5.6
8 훈제	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	763.0
9 기타	0.9	1.0	1.1	1.2	1.4	2.5	10.4

자료: 한국무역통계진흥원 원자료를 바탕으로 KMI 해외시장분석센터 재가공

제2절 수입의존도 분석

1. 수산식품 수급구조 분석

1) 중국

(1) 생산

중국의 수산물 생산은 2000년 이후 지속해서 성장세를 보이고 있으며 2022년에는 2000년 대비 2배가량 증가한 8,857만 톤을 기록하였다. 최근 5년간 수산물 생산량 증가율은 2.3%로 나타났다. 어업별 생산 동향을 살펴 보면, 양식업 생산량은 증가하는 반면, 어로어업 생산은 감소하는 추세를

보이고 있다. 중국의 수산물 생산 중 양식업이 차지하는 비중은 2000년 66.7%에서 2022년 85.1%로, 18.4%p 상승하였으며, 이는 해면 양식업에 대한 중국 정부의 투자 확대에 따른 성과로 보인다⁶⁾.

〈표 3-11〉 중국의 수산물 생산 현황

단위: 천 톤, %

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률 (‘18-’22)
전체	44,574	62,844	80,966	82,594	83,930	85,948	88,568	2.3
어로어업	14,824	15,054	14,831	14,170	13,446	13,143	13,179	-2.9
양식업	29,750	47,790	66,135	68,424	70,484	72,805	75,389	3.3
- 내수면양식	13,218	22,721	29,661	30,187	30,945	31,908	32,988	2.7
- 해면양식	16,531	25,069	36,474	38,237	39,538	40,897	42,401	3.8

자료: FAO(검색일: 2024.8.6.)

부류별 생산 동향을 살펴보면, 내수면어류가 차지하는 비중이 가장 높았으나 성장 측면에서 보면 해조류의 성장률이 높게 나타났다. 2000년 기준 전체 생산 대비 내수면 어류 비중은 30.7%에서 2022년 31.1%로 큰 성장세를 보이지 않았으나 해조류의 경우 2000년 18.9%에서 2022년 25.6%로, 6.8%p 상승하였다. 그 외에도 갑각류, 회유성 어류의 성장률은 수산물 전체 성장률보다 높게 나타났다.

6) <https://maritime-executive.com/editorials/china-is-bringing-aquaculture-to-deep-offshore-waters>(검색일자: 2024.5.10.)

〈표 3-12〉 중국의 부류별 생산 현황

단위: 천 톤, %

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률 (‘18~’22)
전체	44,574	62,844	80,966	82,594	83,930	85,948	88,568	2.3
내수면어류	13,693	21,072	26,499	26,452	26,546	26,874	27,520	0.9
해면어류	8,787	9,596	10,459	10,197	10,039	9,952	10,054	-1.0
회유성어류	232	375	469	469	475	495	527	2.9
갑각류	3,396	5,481	7,420	7,882	8,120	8,471	8,916	4.7
연체동물	9,664	12,810	16,331	16,171	16,535	17,135	17,575	1.9
해조류	8,403	12,520	18,759	20,351	21,083	21,789	22,698	4.9
기타수산동물	398	991	1,029	1,071	1,131	1,232	1,278	5.6

자료: FAO(검색일: 2024.8.6.)

(2) 교역

GTA 교역 통계를 활용하여 중국의 수산물 교역 현황을 살펴보았다. 최근 5년간 중국 전체 수산물 수입은 늘어난 반면, 수출은 감소세를 보인다. 전체 교역 규모는 금액 기준으로 보면 2010년 이후부터 성장해 왔으나 2018년 이후로 다소 정체된 양상을 보이고 있다. 2020년은 코로나19로 인해 수출, 수입 모두 전년보다 감소하였으나 이후 경제 회복 노력이 이어짐에 따라 일부 회복하는 모습을 보였다.

2022년 기준 중국의 부류별 수입 현황을 살펴보면, 갑각류, 어류, 수산 부산물, 패류 및 연체동물 등의 순으로 수입 비중이 높게 나타났다. 2000년과 비교하면 어류, 패류 및 연체동물의 수입 비중은 감소 또는 정체되었으나, 갑각류의 수입 비중은 증가하는 모습을 보이는데, 이는 최근 중국 내 갑각류 생산량 소비 성장과 연관있을 것이라 생각된다.

〈표 3-13〉 중국의 수산물 교역 현황

단위: 천 톤, 백만 달러, %

구분		2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률 (‘18~’22)
수입	물량	2,495	6,512	14,668	13,974	11,551	10,819	14,803	0.2
	금액	1,816	6,453	14,976	18,541	15,324	17,531	16,700	2.8
수출	물량	2,098	4,737	5,808	5,492	4,879	5,156	4,901	-4.2
	금액	3,783	13,577	22,072	20,407	18,790	21,289	21,528	-0.6

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

〈표 3-14〉 중국의 부류별 수입 비중

단위: %, %p

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감분 (18대비’22)
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
어류	42.2	50.3	37.9	34.3	31.8	25.9	28.7	-9.2
갑각류	11.8	7.9	28.7	37.4	37.9	38.6	40.1	11.4
패류·연체동물	10.0	7.8	8.2	8.3	7.6	9.8	7.6	-0.6
해조류	0.7	2.5	2.9	2.5	2.6	2.8	3.1	0.2
소금	0.0	2.0	2.4	1.6	1.6	1.6	2.3	-0.1
수생무척추동물	0.0	0.0	0.3	0.8	0.6	0.7	0.4	0.1
수산부산물	34.8	27.9	17.1	13.0	15.8	18.6	16.1	-1.0
조제가공품	0.3	1.4	2.1	1.8	1.9	1.9	1.5	-0.6
기타	0.4	0.3	0.3	0.2	0.1	0.2	0.2	-0.1

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

중국의 2022년 수출 현황을 살펴보면, 조제가공품, 어류, 패류 및 연체 동물 등의 순으로 수출 비중이 높게 나타났다. 2000년의 수출 1위는 조제가공품이었지만 이후 어류 수출 비중이 늘어나면서 1위의 자리를 빼앗겼으나, 2020년 1위 자리를 다시 차지한 것을 확인할 수 있다.

〈표 3-15〉 중국의 부류별 수출 비중

단위: %, %p

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감분 (‘18대비’22)
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
어류	35.5	43.9	37.3	39.6	35.5	30.3	33.3	-4.0
갑각류	10.9	8.4	5.6	4.9	5.0	4.5	3.6	-2.0
패류·연체동물	11.5	11.3	14.6	14.1	14.2	14.1	14.5	-0.1
해조류	2.5	2.2	2.9	2.7	2.8	2.9	2.9	0.0
소금	0.4	0.6	0.5	0.4	0.5	0.7	0.6	0.1
수생무척추동물	0.0	0.0	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	-0.1
수산부산물	2.5	1.3	1.8	1.9	2.0	1.9	2.3	0.5
조제가공품	36.7	32.2	36.8	35.9	39.7	45.3	42.5	5.7
기타	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

(3) 소비

중국의 부류별 수산물 소비량은 2021년 기준 어류가 31,919천 톤으로 전체 소비량의 41.2%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 해조류(26.6%), 패류·연체동물(19.6%), 갑각류(11.0%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 3-16〉 중국 부류별 수산물 소비량

단위: 천 톤, %

구분	2010년	2015년	2019년	2020년	2021년	비중(‘21)	연평균 증가율
전체	56,369	69,629	77,475	77,475	77,475	100.0	2.9
어류	27,019	31,391	31,919	31,919	31,919	41.2	1.5
해조류	12,612	16,084	20,601	20,601	20,601	26.6	4.6
패류·연체동물	11,341	15,106	15,196	15,196	15,196	19.6	2.7
갑각류	4,429	6,106	8,552	8,552	8,552	11.0	6.2
기타수산물	968	942	1,207	1,207	1,207	1.6	2.0

자료: FAO(검색일: 2024.8.6.)

2) 홍콩

(1) 생산

홍콩의 수산물 생산 동향을 보면, 2000년 이후 2010년까지 성장하는 듯 하였으나 이후 감소하는 모습을 보이고 있다. 2022년의 생산량은 2000년 생산량의 절반에 못 미치는 수준으로, 어로어업, 양식업 모두 감소하고 있으나 어로어업의 감소가 큰 영향을 미친 것으로 보인다.

〈표 3-17〉 홍콩의 수산물 생산 현황

단위: 천 톤, %

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률 (‘18~’22)
전체	162.0	172.3	128.4	126.7	123.3	119.2	80.6	-11.0
어로어업	157.0	168.0	124.3	122.9	119.4	115.2	77.2	-11.2
양식업	5.0	4.3	4.1	3.8	3.8	4.0	3.4	-5.0
- 내수면양식	2.8	2.2	2.5	2.3	2.5	3.0	2.2	-3.2
- 해면양식	2.2	2.1	1.6	1.5	1.3	1.0	1.1	-8.1

자료: FAO(검색일: 2024.8.6.)

부류별 생산 현황을 보면, 전체 생산 중 해면어류가 차지하는 비중이 압도적으로 높으며 2010년 이후 감소세를 보이고 있다. 해면어류가 다른 부류보다도 홍콩의 수산물 생산량 감소에 많은 영향을 준 것으로 판단된다.

〈표 3-18〉 홍콩의 부류별 생산 현황

단위: 천 톤, %

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률 ('18~'22)
전체	162.0	172.3	128.4	126.7	123.3	119.2	80.6	-11.0
내수면어류	2.2	1.4	1.6	1.3	1.4	1.6	1.2	-6.5
해면어류	145.5	155.3	115.0	113.8	110.6	106.6	71.9	-11.1
회유성어류	0.0	-	-	-	-	-	-	-
갑각류	5.6	6.0	4.5	4.4	4.3	4.1	2.8	-11.3
연체동물	8.8	9.6	7.4	7.2	7.0	6.8	4.7	-10.8

자료: FAO(검색일: 2024.8.6.)

(2) 교역

홍콩의 수산물 교역 규모는 2010년대 후반까지 성장하였으나 이후 수입 부문 성장이 정체되면서 증감을 반복하고 있다. 최근 5년간 수입, 수출 모두 감소세를 보이고 있으나 감소 폭은 수입보다 수출이 더욱 크게 나타났다. 이는 홍콩 내 수산물 생산 감소로 인해 수입 감소세가 상대적으로 완만하게 나타난 것으로 보인다.

〈표 3-19〉 홍콩의 수산물 교역 현황

단위: 천 톤, 백만 달러, %

구분		2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균 증감률 ('18~'22)
수입	물량	389	446	431	408	379	421	392	-2.3
	금액	1,975	3,095	3,909	3,494	3,020	3,622	3,506	-2.7
수출	물량	112	130	84	74	43	53	42	-15.7
	금액	485	470	684	639	385	442	528	-6.3

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

2022년 기준 홍콩은 어류, 갑각류, 패류 및 연체동물 등의 순으로 수입 비중이 높게 나타났다. 2000년에 비해 어류, 갑각류, 패류 및 연체동물의 수입 비중은 감소한 반면, 수산부산물, 조제가공품의 수입 비중은 증가하였으며 특히, 중국과는 다르게 2022년의 조제가공품 수입 비중은 11%로 높은 편이었다.

〈표 3-20〉 홍콩의 부류별 수입 비중

단위: %, %p

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감분 ('18대비'22)
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
어류	44.2	36.6	28.6	30.5	33.0	34.6	37.4	8.8
갑각류	21.9	18.0	17.7	17.8	17.0	19.5	17.5	-0.2
패류·연체동물	22.3	31.4	17.6	16.9	15.4	15.3	14.0	-3.6
해조류	2.0	1.1	1.6	1.9	1.8	1.5	1.4	-0.2
소금	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.1
수생무척추동물	0.0	0.0	8.4	7.6	6.8	6.5	5.9	-2.5
수산부산물	1.6	2.4	13.1	12.3	12.9	10.8	11.3	-1.8
조제가공품	7.5	9.7	12.3	12.4	11.9	10.8	11.3	-1.0
기타	0.3	0.7	0.4	0.5	0.9	0.8	0.8	0.4

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

수출은 2022년 기준 어류, 수산부산물, 수생무척추동물, 패류 및 연체동물 등의 순으로 높게 나타났다. 어류, 갑각류는 2000년부터 감소하는 모습을 보이고 있으며, 수생무척추동물과 조제가공품은 증가하는 모습을 보이고 있다.

〈표 3-21〉 홍콩의 부류별 수출 비중

단위: %, %p

구분	2000년	2010년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감분 (‘18대비’22)
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
어류	51.3	47.1	30.7	33.7	38.4	36.1	36.1	5.4
갑각류	21.2	14.6	10.9	9.7	10.0	16.6	7.1	-3.8
패류·연체동물	14.9	21.1	12.3	10.6	10.9	12.5	9.6	-2.7
해조류	4.9	2.3	3.0	4.4	4.5	3.8	2.8	-0.2
소금	0.2	0.2	0.3	0.3	0.6	0.4	0.2	-0.1
수생무척추동물	0.0	0.0	11.7	10.8	6.4	6.9	10.2	-1.5
수산부산물	1.8	4.9	18.5	20.0	21.1	15.0	25.6	7.1
조제가공품	5.0	9.5	12.1	10.1	7.7	8.1	7.7	-4.4
기타	0.7	0.3	0.5	0.6	0.5	0.6	0.5	0.0

자료: GTA(검색일: 2024.8.6.)

(3) 소비

홍콩의 부류별 수산물 소비량은 2021년 기준 어류가 263천 톤으로 전체 소비량의 53.4%의 비중으로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 패류·연체동물(26.5%), 갑각류(19.2%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 3-22〉 홍콩 부류별 수산물 소비량

단위: 천 톤, %

구분	2010년	2015년	2019년	2020년	2021년	비중(‘21)	연평균 증가율
전체	502	507	493	493	493	100.0	-0.2
어류	245	271	263	263	263	53.4	0.6
패류·연체동물	172	133	131	131	131	26.5	-2.5
갑각류	84	100	95	95	95	19.2	1.1
기타수산물	1	3	5	5	5	1.0	13.5

자료: FAO(검색일: 2024.8.6.)

2. 수입의존도 및 수출 잠재력 분석

FAO, GTA 통계를 활용하여 중국과 홍콩의 수산물 수입의존도 추이를 살펴보았다. 수입의존도는 소비량에서 수입량이 차지하는 비중을 의미하며, 100%에 가까울수록 수입에 대한 의존도가 높음을 뜻한다.

중국의 연도별 추이를 보았을 때, 수입의존도는 2010년대 후반까지 계속해서 늘어났으나 이후 감소, 정체된 모습을 보이고 있다. 2000년부터 2022년까지의 연평균 성장률을 분석한 결과, 수입 성장률이 8.4%로 가장 높게 나타났으며, 생산 및 수출 증가율은 3%대에 그쳤다.

〈표 3-23〉 중국의 수입의존도 추이

단위: 천 톤, %

연도	생산량 (A)	수입량 (B)	수출량 (C)	소비량 (D=A+B-C)	수입의존도 (B÷D)
2000년	44,574	2,495	2,098	44,970	5.5
2010년	62,844	6,512	4,737	64,620	10.1
2018년	80,966	14,668	5,808	89,826	16.3
2019년	82,594	13,974	5,492	91,076	15.3
2020년	83,930	11,551	4,879	90,601	12.7
2021년	85,948	10,819	5,156	91,612	11.8
2022년	88,568	14,803	4,901	98,469	15.0

자료: FAO, GTA 자료를 활용하여 작성

홍콩의 연도별 수입의존도를 살펴보면, 수입의존도는 꾸준히 80~90%대를 유지해왔으며 중국에 비해 수입의존도가 상당히 높게 나타난 것을 확인할 수 있었다. 부문별 추이를 보면, 수입 부문은 2000년과 2022년을 비교했을 때 큰 차이가 없었으나 생산과 수출 부문은 크게 감소한 것을 확인할 수 있었다.

〈표 3-24〉 홍콩의 수입의존도 추이

단위: 천 톤, %

연도	생산량 (A)	수입량 (B)	수출량 (C)	소비량 (D=A+B-C)	수입의존도 (B÷D)
2000년	162	389	112	439	88.6
2010년	172	446	130	488	91.3
2018년	128	431	84	475	90.7
2019년	127	408	74	460	88.6
2020년	123	379	43	459	82.6
2021년	119	421	53	487	86.4
2022년	81	392	42	430	91.1

자료: FAO, GTA 자료를 활용하여 작성

다음으로 중국과 홍콩의 수산식품 시장에서 수출 확대 가능성이 있는 품목을 도출하기 위해 수입의존도를 활용하여 전략 수출 품목 후보군으로 선정하였다. 앞서 추려진 수입의존도 상위 20개 품목을 기준으로 우리나라의 수산물 생산 현황을 비교하였으며, 이를 통해 우리나라에서 생산되는 어종이 아닐 경우 우선 순위에서 제외하고자 하였다. 국내 어종별 생산 여부는 중국, 홍콩과 동일하게 FAO FishstatJ의 수산물 생산 통계를 사용하였으며, 추가로 통계청의 어업생산 통계를 사용하여 재확인하였다.

중국과 홍콩 시장을 대상으로 수출 잠재력이 있는 품목을 분석한 결과를 〈표 3-25〉, 〈표 3-26〉에 정리하였다. 수입의존도가 높은 20개 품목 중 국내 생산 여부를 확인한 뒤 국내 생산량이 높은 편인 어종을 확인하였으며, 그 결과 중국 시장에서는 명태, 넙치, 오징어, 홍콩 시장에서는 넙치, 홍합, 오징어, 문어가 선정되었다. 다만, 명태, 오징어, 문어는 해역에서 어획되는 품목이므로 수출 잠재력 품목으로 적합한지에 대한 고민이 필요할 것으로 보인다. 올해 1월, 해양수산부는 「양식수산물 핵심 품목 전주기 육성방안」을 발표하면서 김, 굴, 전복, 넙치를 4대 양식수산물로 지정하였는데, 이를 추가하여 총 8개의 품목으로 선정하였다(표 3-27).

〈표 3-25〉 중국의 품목별 수입의존도 비교

단위: %

순위	품목	수입의존도						국내 생산 여부
		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균	
1	대구	575.7	644.7	550.4	415.4	558.9	549.0	O
2	검정대구	268.2	303.1	584.9	520.2	223.5	380.0	X
3	해덕	240.2	262.9	212.3	207.7	262.3	237.1	X
4	연어	146.6	160.3	388.8	179.2	163.7	207.7	O
5	명태	197.9	178.7	152.4	191.1	157.6	175.5	O
6	청어	183.1	144.0	164.6	103.5	94.6	138.0	O
7	소금	119.8	120.3	124.0	142.1	117.0	124.6	X
8	넙치	129.8	121.5	117.5	117.0	123.9	122.0	O
9	달팽이	-502.1	191.5	216.9	149.5	549.5	121.1	X
10	게	108.9	111.8	116.6	110.4	109.5	111.4	O
11	가오리·홍어	141.1	134.8	-159.2	220.7	212.6	110.0	O
12	바다가재	113.1	112.1	107.3	101.4	101.5	107.1	X
13	닭새우	104.7	103.7	104.2	103.4	102.7	103.7	O
14	꼬시래기	101.5	100.5	100.2	101.1	100.7	100.8	X
15	이빨고기	100.2	100.8	100.5	100.4	101.2	100.6	O
16	블루화이팅스	100.2	100.1	100.0	100.1	100.0	100.1	X
17	어란	100.0	100.3	100.0	100.1	100.0	100.1	X
18	고둥	100.0	100.0	100.3	100.0	100.0	100.1	O
19	오징어	76.3	104.1	76.2	75.8	69.3	80.3	O
20	고등어	62.5	54.8	47.4	26.0	68.4	51.8	O

주: 기타류는 제외함

자료: 저자 작성

〈표 3-26〉 홍콩의 품목별 수입의존도 비교

단위: %

순위	품목	수입의존도						국내생산 여부
		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	연평균	
1	한천	6463.8	-126.7	-65.3	408.5	154.6	1367.0	X
2	조기	429.1	609.2	440.7	432.2	618.1	505.9	O
3	해삼	678.4	527.5	246.6	205.7	226.6	377.0	O
4	넙치	381.9	328.7	178.8	605.8	113.4	321.7	O
5	캐비아	362.1	122.9	103.4	118.6	128.5	167.1	X
6	뱀장어	131.3	219.1	129.4	106.4	103.0	137.9	O
7	이빨고기	162.0	141.3	130.6	146.5	107.4	137.6	O
8	상어	153.8	153.9	105.1	102.6	144.5	132.0	O
9	해파리	159.9	135.8	111.0	114.0	116.7	127.5	X
10	조개	125.8	154.1	144.1	105.2	102.3	126.3	X
11	홍합	121.1	123.1	133.3	124.8	116.2	123.7	O
12	바다가재	134.5	124.8	114.9	110.4	119.4	120.8	X
13	농어	159.2	112.5	125.9	101.4	102.0	120.2	O
14	전복	131.0	136.5	111.9	110.6	110.5	120.1	O
15	오징어	126.6	134.2	111.9	107.5	117.6	119.6	O
16	새치	100.9	101.1	101.4	193.5	100.3	119.4	O
17	문어	136.0	124.8	110.2	107.0	106.7	116.9	O
18	가리비	127.7	116.9	110.9	116.0	106.9	115.7	O
19	게	101.7	102.1	104.3	160.1	108.3	115.3	O
20	연어	122.5	109.3	106.7	127.6	105.0	114.2	O

주: 기타류는 제외함
자료: 저자 작성

〈표 3-27〉 지역별 수출 잠재 품목

구분	품목
중국	• 6개 품목 - 김, 굴, 넙치, 명태, 오징어, 전복
홍콩	• 7개 품목 - 김, 굴, 넙치, 문어, 오징어, 전복, 홍합

자료: 저자 작성

제3절 소결

본 장에서는 중화권 수산식품 시장에서의 수출 확대 가능성을 평가하기 위해 중국과 홍콩의 수산식품 수입구조를 분석하고 이를 국내 수산물 생산 구조와 비교하고자 하였다. 중국과 홍콩의 수산식품 수입구조를 파악한 결과, 중국의 주요 수산물 수입국은 러시아, 페루, 베트남이었으며 한국의 수산물 수입 비중은 상대적으로 낮은 1.6%를 차지하였다. 홍콩의 경우, 중국에서 수산물의 33.9%가량을 수입하고 있으며, 한국은 0.4%에 불과하였다. 공통적으로 중화권 시장 내에서 한국 수산물의 존재감이 낮음을 시사한다.

한국의 대중국 수산식품 수출은 2023년 전년 대비 28.5% 감소한 645백만 달러를 기록하였다. 김, 참치, 삼치 등의 수출 비중이 높았으나 냉동 제품의 수출 비중이 약 65%에 달하였다. 홍콩으로의 수산물 수출 또한 감소하였으며 게, 굴, 김이 주요 품목으로 수출되고 있었다. 중국에 비해 원어 수출 비중은 감소하고 있었으나 특정 품목에 편중된 수출 구조를 가지고 있었다. 중화권 시장으로의 수출은 원어 수출 비중이 높은 편이었으며 앞으로 가공품으로의 전환이 필요함을 보여준다.

중국과 홍콩의 수산식품 수급구조를 분석한 결과, 중국은 양식업 생산량이 증가하는 반면 어로어업은 감소하고 있으며, 주요 소비 품목은 어류와 해조류로 나타났다. 중국의 수산물 수입의존도는 꾸준히 증가하였으나 최근 다소 정체된 모습을 보였고, 주요 수입 품목은 어류, 패류 및 연체동물 등이었다. 반면 홍콩은 생산량이 지속적으로 감소하고 있으며, 수입에 크게 의존하고 있다. 홍콩의 수산물 소비는 어류가 가장 높은 비중을 차지하고 있었다.

중화권 시장의 수급구조와 수입의존도를 중화권 시장의 수입 의존도 분석을 통해 수출 잠재력이 있는 품목으로 명태, 넙치, 오징어, 홍합, 문어를

선정하였다. 그러나 대표적인 양식 어종인 넙치, 홍합을 제외한 나머지 품목은 현재 현실적으로 양식이 불가능한 어종이므로 수출 유망 품목으로는 생산 측면에서 변동성을 예측할 수 있는 양식수산물을 중심으로 제안할 필요가 있다. 올해 1월, 해양수산부는 「양식수산물 핵심 품목 전주기 육성방안」을 발표하면서 김, 굴, 전복, 넙치를 4대 양식수산물로 지정하였는데, 이를 추가한 총 8개 품목을 수출 잠재력이 있는 품목으로 선정하였다.

04

중화권 소비자 수산식품 소비행태 분석

제1절 소비행태 조사 개요

1. 조사 목적 및 대상

본 연구에서는 중화권 시장에 대해 수산식품 소비행태를 조사하여 중화권 시장의 소비 특성 변화를 파악하고, 선호하는 수산물 및 수산식품을 분석하여 앞 장의 중화권 수출 유망품목과 비교하여 수출 전략 품목을 선정하는 데에 활용하고자 하였다.

설문조사는 중국 본토 내 거주자 800명, 홍콩 내 거주자 200명, 총 1,000명에 대해 이루어졌으며 지역별, 성별, 연령에 대해 할당 추출방식을 적용하였다. 또한, 조사대상자는 가구 내 식품 구매 결정권자 또는 주구입자를 대상으로 한정하였으며 이에 따라 조사대상자의 연령을 20세 이상으로 제한하였다.

소비행태 조사항목은 크게 5개 항목으로 나누어 수산식품에 대한 인식, 가정 내 식사 및 외식에서의 수산식품 소비행태 조사, 수입 수산식품에 대한 소비행태와 일반 식품에 대한 소비행태 조사를 실시하였다.

〈표 4-1〉 수산식품 소비행태 조사 개요

구분	내용
조사 대상	• 중화권(중국 본토, 홍콩) 가구 내 식품 구매 결정자
조사 목적	• 중화권 시장 소비행태 조사를 통한 소비 특성 변화 파악
조사방법	• 온라인 설문조사
표본 규모	• 총 1,000명(중국 본토 800명, 홍콩 200명)

자료: 저자 작성

〈표 4-2〉 수산식품 소비행태 조사 항목

구분	문항
일반 식품	• 식료품 구매 빈도 • 월평균 식료품 지출액 • 식료품 구입 경로 • 식품 소비성향
수산 식품	인식 및 소비 조사 • 수산식품에 대한 이미지 • 수산식품에 대한 선호도 및 그에 따른 이유 • 선호하는 수산식품의 종류 • 수산식품 섭취 시 내식/외식 비율 및 그에 따른 이유 • 향후 수산식품 구매 횟수(소비 계획)에 변화 예상 • 향후 구입 예정 수산식품 종류
	가정 내 식사 (내식) 소비 조사 • 가정 내 수산식품 섭취 빈도 • 주로 구입하는 수산식품의 종류 • 수산물 및 수산가공식품 구입 빈도 • 수산식품 구입 시 이용하는 구매처 및 선택 이유 • 수산식품 구입 시 구매하는 형태 • 수산식품 구입 시 수산물 및 수산가공식품의 비중 • 선호하는 수산물의 요리 방법 • 선호하는 수산가공식품의 조리 방식 및 형태 • 수산식품 구입 시 중요하게 고려하는 기준
	외식 소비 조사 • 수산식품 외식 빈도 • 외식 시 주로 섭취하는 수산식품 • 수산물 종류별 외식 빈도 • 외식 시 선호하는 수산물 • 외식 시 주로 이용하는 음식점 및 선택 이유 • 수산식품 외식 시 중요하게 고려하는 기준

구분	문항
수입산 소비 조사	• 원산지(제조국) 확인 여부 • 최근 1년간 수산식품 섭취 경험 • 수산식품 구입 시 국내산 및 수입산 구매 비중 • 수입산 수산물 구매처 • 수입산 수산식품 구입 시 중요하게 고려하는 기준 • 한국산 수산물 구매 경험 및 구매처 • 먹어본 한국산 수산식품 • 한국산 수산식품을 먹어보지 않은 이유 • 향후 한국산 수산식품 구매 의향 및 소비 확산을 위한 개선점 • 자국산 수산물 대비 수입산 수산물 만족도

자료: 저자 작성

2. 분석 방법

중화권 소비자의 소비행태 및 소비 특성을 분석하기 위해 본 연구에서는 빈도분석과 순위형 로짓 모형을 사용하여 분석하였다. 우선, 중국 소비자와 홍콩 소비자 간의 수산식품 소비행태를 비교하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 수산식품 선호도, 수산식품 소비 관련 문항, 수입산 수산식품 소비 관련 문항에 대해 분석하였다. 또한, 내식 및 외식에서 선호하는 수산물, 향후 소비를 늘릴 계획이 있는 수산물 등 선호 어종을 파악하기 위해 빈도 분석 결과를 활용하였으며, 그 결과를 워드클라우드로 표현하였다.

다음으로 지역 외 소비자 특성에 따른 수산식품 소비 행동을 분석하기 위해 순위형 로짓 모형을 사용하였다. 순위형 로짓 모형은 서열화된 다항형 응답변수에 대한 분석 방법으로, 수산물 선호도, 수입산 수산물 구매 빈도, 한국산 수산물에 대한 만족도, 향후 한국산 수산식품 구매 의향에 대해 분석하였다.

3. 응답자 특성

조사 대상자 1,000명에 대한 일반사항은 <표 4-3>과 같다. 성별을 기준으로 보면, 여성과 남성의 비율은 근소한 차이가 있었으나 비슷한 수준이었다. 연령별 분포를 살펴보면, 20대는 26.5%, 30대는 34.0%, 40대는 28.2%, 50대 이상은 11.3%로, 40대의 비중이 가장 높았고, 20~40대가 전체 응답자의 약 90%를 차지하였다. 가구원 수의 경우 2인, 3인 가구가 차지하는 비중이 높았으며 6인 이상의 가구가 차지하는 비중은 낮았다. 월평균 식료품 지출액은 1,000위안 이상, 5,000위안 미만인 경우가 70% 이상이었으며, 월평균 가구소득은 10,000위안 이상, 50,000위안 미만인 경우가 70%로 나타났다. 한편, 홍콩 응답자의 월평균 식료품 지출액과 가구소득은 중국 응답자에 비해 높은 편이었다.

<표 4-3> 응답자 기초통계량

구분		전체	중국(본토)	홍콩
응답자수		1,000명	80명	200명
성별	여성	50.7%	50.6%	51.0%
	남성	49.3%	49.4%	49.0%
연령	20대	26.5%	26.6%	26.0%
	30대	34.0%	35.4%	28.5%
	40대	28.2%	28.4%	27.5%
	50대	8.5%	8.0%	10.5%
	60대 이상	2.8%	1.6%	7.5%
가구원 수	1인	7.5%	6.6%	11.0%
	2인	26.0%	24.5%	32.0%
	3인	29.9%	30.4%	28.0%
	4인	18.9%	18.8%	19.5%
	5인	15.9%	17.9%	8.0%
	6인 이상	1.8%	1.9%	1.5%

	구분	전체	중국(본토)	홍콩
월평균 식료품 지출액	¥500 미만	4.6%	3.5%	9.0%
	¥500~999	5.3%	4.8%	7.5%
	¥1,000~1,999	20.2%	21.8%	14.0%
	¥2,000~2,999	18.5%	20.5%	10.5%
	¥3,000~3,999	20.8%	21.1%	19.5%
	¥4,000~4,999	12.4%	12.3%	13.0%
	¥5,000~9,999	11.6%	10.6%	15.5%
	¥10,000~19,999	3.5%	2.3%	8.5%
	¥20,000~29,999	1.7%	1.6%	2.0%
월평균 가구소득	¥30,000 이상	1.4%	1.6%	0.5%
	¥1,000 미만	0.4%	0.3%	1.0%
	¥1,000~9,999	7.8%	9.1%	2.5%
	¥10,000~19,999	25.7%	29.9%	9.0%
	¥20,000~29,999	20.0%	21.8%	13.0%
	¥30,000~39,999	14.6%	14.1%	16.5%
	¥40,000~49,999	10.3%	9.0%	15.5%
	¥50,000~59,999	8.1%	7.1%	12.0%
	¥60,000~69,999	4.4%	3.1%	9.5%
학력	¥70,000~79,999	3.9%	2.5%	9.5%
	¥80,000 이상	4.8%	3.1%	11.5%
	중졸 이하	0.2%	0.3%	0.0%
	고졸	7.5%	3.0%	25.5%
결혼 여부	대졸	81.2%	85.3%	65.0%
	대학원 이상	11.1%	11.5%	9.5%
	미혼	28.9%	23.1%	52.0%
해외여행 경험	기혼	71.1%	76.9%	48.0%
	없음	29.5%	33.0%	15.5%
한류 경험	있음	70.5%	67.0%	84.5%
	없음	13.6%	11.9%	20.5%
한국 이미지	있음	86.4%	88.1%	79.5%
	매우 부정적	4.3%	5.1%	1.0%
	약간 부정적	12.3%	13.5%	7.5%
	보통	38.2%	38.5%	37.0%
	약간 긍정적	37.2%	35.4%	44.5%
	매우 긍정적	8.0%	7.5%	10.0%

자료: 저자 작성

제2절 소비행태 분석 결과

1. 지역별 소비행태 분석

1) 수산식품 소비

(1) 수산식품 선호도

수산식품에 대한 선호도를 조사한 결과, 중화권 소비자는 수산식품에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 수산식품을 선호한다고 응답한 비율은 77.1%였으며, 선호하지 않는다고 응답한 경우는 1.3%에 불과하였다.

중국 소비자들은 수산식품을 선호하는 이유로 건강상의 이점(45.8%)과 맛(38.0%)을 가장 많이 선택하였다. 특히 건강에 대한 높은 관심이 높았는데, 이는 중국 내에서 건강을 위한 식단 선택이 중요한 요소임을 의미한다. 이외에도 다양한 요리 가능성(12.3%)도 중요한 이유로 언급되었으며, 다양한 형태로 수산식품을 요리할 수 있다는 점이 긍정적인 요소로 작용하고 있다. 중국 소비자들이 수산물의 다양성과 조리법의 풍부함에 매력을 느끼고, 건강하고 맛있는 식사를 준비하려는 경향이 있음을 나타낸다.

반면 냄새와 식감은 중국 소비자들 사이에서 수산식품을 비선호하는 가장 큰 이유로 나타났다. 이는 수산물의 특유의 냄새와 식감이 구매 및 소비를 주저하게 만드는 주요 요인임을 시사하며, 조리 과정에서의 어려움(25.0%)도 비선호 요인으로 언급되었다. 또한, 안전성에 대한 우려(12.5%)도 일부 언급되었는데, 이는 식품의 안전성에 대한 신뢰도가 충분하지 않을 경우 소비로 이어지지 않을 수 있음을 의미한다.

홍콩 소비자의 경우 맛(57.3%)이 수산식품을 선호하는 주요 이유로 언급

되었으나, 건강상의 이점(26.7%)에 대해서는 중국에 비해 관심이 적었다. 한편, 비싼 가격(20.0%)과 냄새와 식감(40.0%)이 비선호 요인으로 꼽혀, 가격 민감성이 홍콩 소비자들에게 중요한 요소임을 알 수 있었다.

〈표 4-4〉 수산식품 선호 및 비선호 이유

단위: %

구분		중국	홍콩
수산식품을 선호하는 이유	합계	100.0 (640)	100.0 (131)
	맛이 좋아서	38.0	57.3
	가격이 저렴해서	1.9	8.4
	건강에 좋은 식품이라서	45.8	26.7
	다양한 요리가 있어서	12.3	6.1
	간편하게 먹을 수 있어서	2.0	1.5
수산식품을 선호하지 않는 이유	합계	100.0 (8)	100.0 (5)
	냄새나 식감이 별로라서	37.5	40.0
	가격이 비싸서	-	20.0
	조리하기가 어려워서	25.0	-
	보관하기 힘들어서	-	-
	안전성이 우려돼서	12.5	-
	맛이 없어서	25.0	40.0

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미하며, 수산식품을 선호한다고 한 응답자는 771명, 수산식품을 선호하지 않는다고 한 응답자는 13명임

자료: 저자 작성

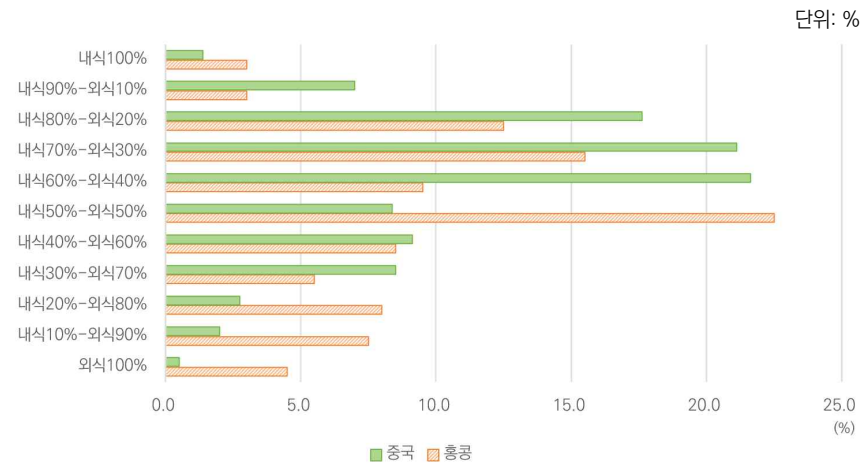
(2) 내식 및 외식 소비 비중

중국 소비자는 내식 비중이 높았는데, 내식 60%-외식 40%, 내식 70%-외식 30%를 선택하는 경우가 많았다. 중국 소비자들이 가정에서 직접 음식을 조리하고 건강한 식사를 유지하려는 성향이 강함을 확인할 수 있었으며, 내식을 선호하는 이유로는 건강한 식사를 위해서(29.5%), 자신 또는 가족이 원하는 음식을 만들려고(28.5%), 가족끼리 식사하기 위해서(23.3%)

가 주요 요인으로 작용하고 있다. 이러한 경향은 가족 중심의 식생활과 건강한 생활을 중시하는 중국 소비자들의 생활 문화를 반영하고 있다.

반면, 홍콩 소비자는 중국 소비자와는 달리 외식 100%와 같이 외식의 비중이 더욱 높게 나타났다. 외식을 선호하는 이유로는 식사 준비가 귀찮아서(27.9%), 맛있는 음식을 즐기기 위해(25.0%), 직접 조리할 시간이 부족해서(17.6%)가 언급되었으며, 이는 바쁜 생활 속에서의 편리함과 외식의 다양성을 즐기는 경향을 반영하는 것으로, 외식의 편리성과 접근성에 대한 중요도가 높은 것을 의미한다.

〈그림 4-1〉 수산식품 구매 시 가정 내 식사(내식), 외식 비중



주: 중국 소비자 800명, 홍콩 소비자 200명 각각 100%임
자료: 저자 작성

〈표 4-5〉 가정 내 식사(내식) 또는 외식을 선호하는 이유

단위: %

구분		중국	홍콩
가정 내 식사를 더 선호하는 이유	합계	100.0 (550)	100.0 (87)
	건강한 식사를 위해서	29.5	12.6
	집에서 간편하게 식사하기 위해서	8.5	16.1
	가족끼리 식사하기 위해서	23.3	25.3
	외식 비용이 비싸서	10.2	25.3
	자신(또는 가족)이 원하는 음식을 만드려고	28.5	20.7
외식을 더 선호하는 이유	합계	100.0 (183)	100.0 (68)
	근로, 학업 등으로 직접 조리할 시간이 부족해서	14.2	17.6
	조리도구 미비 등 조리 여건이 마땅치 않아서	16.9	7.4
	식사 준비가 귀찮아서	20.8	27.9
	특별한 날(축하, 사교모임, 여행 등)이어서	13.7	10.3
	식재료 값이 외식하는 것보다 비싸서	3.8	10.3
	맛있는 음식을 즐기기 위해	30.6	25.0

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미하며, 가정 내 식사와 외식 비율이 동일한 응답자 122명을 제외함
자료: 저자 작성

(3) 수산식품 구매처 및 외식 장소

중국 소비자는 내식용 수산물 구매 시 전통시장(34.3%)과 대형 유통마트(32.3%)를 주요 구매처로 선호하는데 이는 신선한 제품에 대한 접근성과 가격 효율성을 중시하는 경향을 보여주며, 전통시장에서 신선한 수산물을 직접 보고 구매하려는 소비자가 많음을 의미한다. 또한, 가공식품 구매처로는 대형 유통마트(27.5%)와 온라인(26.9%)이 주요 채널로 선택되어, 다양한 구매 경로와 편리한 접근성을 동시에 중요시하는 소비 경향을 나타냈다.

홍콩 소비자는 전통시장(41.9%)과 슈퍼마켓(31.9%)을 내식용 수산물 구매처로 선호하며, 슈퍼마켓은 가공식품 구매 시에도 주요한 구매처로 언급

되었다. 온라인 구매 비중이 낮은 것은 직접 보고 구매하는 소비 패턴이 상대적으로 강한 소비자가 많기 때문인 것으로 보인다.

〈표 4-6〉 수산물 종류별 주요 구매처

단위: %

구분		중국		홍콩	
		수산물 (원물)	수산물 가공식품	수산물 (원물)	수산물 가공식품
수산물 주요 구매처	합계	100.0 (796)	100.0 (796)	100.0 (191)	100.0 (191)
	소규모식료품점	0.5	2.3	4.7	4.2
	슈퍼마켓	20.7	22.2	31.9	58.6
	대형유통마트	32.3	27.5	7.3	6.3
	전통시장	34.3	14.2	41.9	15.2
	백화점	2.3	6.4	7.3	8.4
	온라인	9.8	26.9	6.8	7.3
	기타	0.1	0.5	0.0	0.0

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미하며, 가정 내 식사를 하지 않는 응답자 13명을 제외함
자료: 저자 작성

중국 소비자는 외식 시 일반 대중식당(34.6%)과 수산물 전문 레스토랑(32.2%)을 선호하며, 다양한 메뉴와 전문성 있는 요리를 제공받기 위해 이러한 장소를 선택하는 것으로 나타났다. 또한 일식당(10.8%)이 높은 비율로 선택되었는데, 중국에서 일본식 요리에 대한 인기가 높다는 것을 확인할 수 있다.

홍콩 소비자는 외식 시 일식당(35.1%)을 주로 이용하는 것으로 나타났는데 중국보다 일본에 대한 인식이 좋은 편이며, 다른 식문화에 개방적인 편임을 확인할 수 있다. 그 다음으로 일반 대중식당(32.0%)을 선호하는 것으로 나타났는데, 접근성과 경제적 효율성이 주요한 고려 요소임을 시사한다. 수산물 전문 레스토랑은 비교적 낮은 편이었는데, 이는 특별한 날보다는

일상적인 외식에 중점을 두고 있다는 점을 나타낸다. 이러한 결과를 통해 홍콩 소비자들이 편리하고 경제적인 외식 장소를 더 자주 찾는 경향이 있음을 확인하였다.

〈표 4-7〉 외식 시 주로 이용하는 장소

단위: %

구분		중국	홍콩
주요 외식 장소	합계	100.0 (789)	100.0 (194)
	수산물 전문 레스토랑	32.2	10.8
	일반 대중식당	34.6	32.0
	백화점	2.9	5.2
	대형유통마트	6.7	3.1
	전통시장	2.8	3.6
	한식당	3.9	4.1
	일식당	10.8	35.1
	외국음식점	6.0	4.6
	기타	0.1	1.5

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미하며, 외식을 하지 않는 응답자 17명을 제외함
자료: 저자 작성

(4) 조리 방식

중국 소비자는 수산물 원물을 조리할 때, 찜(47.7%), 볶음(16.6%), 조림(13.3%)을 선호하며, 건강하고 맛을 유지할 수 있는 전통적인 조리법을 선호하는 것으로 나타났다. 수산 가공식품 조리 시에도 찜(38.6%)과 볶음(21.2%)을 주로 선택하였으며 건강한 식단 유지에 큰 관심이 있음을 확인하였다. 홍콩 소비자는 찜, 구이, 회, 초밥을 주로 선호하였으며 이는 빠르고 간단한 조리 방법과 신선한 생식 형태를 중요시하는 걸 확인하였다. 또한, 회, 초밥 선호가 높게 나타났는데, 일본 식문화가 익숙하게 자리 잡았기 때문인 것으로 보인다.

〈표 4-8〉 수산식품 유형별 선호하는 조리 방식

단위: %

구분		중국		홍콩	
		수산물 (원물)	수산물 가공식품	수산물 (원물)	수산물 가공식품
가정 내 식사 시 선호 조리 방식	합계	100.0 (796)	100.0 (796)	100.0 (191)	100.0 (191)
	찜	47.7	38.6	60.2	35.1
	탕/스프	8.8	11.8	4.7	4.7
	튀김	4.6	5.4	2.6	5.8
	볶음	16.6	21.2	8.4	18.3
	구이	5.9	8.3	10.5	13.6
	조림	13.3	9.3	0.0	3.7
	회, 초밥	2.3	3.4	9.9	15.2
	샐러드	0.6	1.4	3.7	3.7
	기타	0.1	0.6	0.0	0.0

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미하며, 가정 내 식사를 하지 않는 응답자 13명을 제외함
자료: 저자 작성

(5) 구매 고려 요인

다음으로 중국 및 홍콩 소비자가 가정 내 식사로 수산식품을 구매하거나 수산식품을 외식으로 소비할 때 고려하는 주요 요인에 대한 응답 결과를 살펴보았다. 가정 내 식사용 수산식품을 구매할 때, 중국 및 홍콩 소비자 모두 신선도, 식품 위생 및 안전성을 중요시하는 것으로 나타났다. 그 다음으로 중국 소비자가 중요하게 고려하는 요인은 건강이었으나, 홍콩 소비자는 가격을 더 중요하게 생각하였다. 외식 소비 시 중국 소비자는 신선도, 식품 위생 및 안전성을 우선시하였으나, 홍콩 소비자는 가격과 맛을 중요하게 여기는 것으로 나타났다.

〈표 4-9〉 수산식품 구매 시 주요 고려 요인

단위: %

구분		중국	홍콩
가정 내 식사용 수산식품 구매 시 고려하는 기준	합계	100.0 (796)	100.0 (191)
	가격	3.5	13.1
	맛	8.3	12.6
	신선도	35.2	30.4
	식품 위생 및 안전성	15.1	14.7
	포장 형태	1.0	0.5
	외관(크기, 모양, 색 등)	2.0	3.1
	건강(저염, 저지방, 저첨가물)	8.7	4.2
	손질, 조리, 섭취 편리성	6.3	4.2
	구입 편의성	2.6	4.7
	브랜드 및 식품인증	5.4	2.1
	원산지	3.5	7.3
	영양성분	7.2	1.0
	할인, 판촉행사 여부	1.3	2.1
외식 시 고려하는 기준	합계	100.0 (789)	100.0 (194)
	가격	7.1	23.2
	맛	17.7	22.2
	어종	5.1	4.6
	신선도	24.2	14.4
	식품 위생 및 안전성	22.8	14.9
	식당 분위기	3.9	5.7
	포장 가능 여부	1.0	0.5
	섭취 편리성	3.8	2.1
	구입 편의성	2.5	4.6
	원산지	2.5	4.6
	영양성분	6.2	2.6
	할인, 판촉행사 여부	3.0	0.5

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미하며, 가정 내 식사를 하지 않거나 외식을 하지 않는 응답자는 제외함
 자료: 저자 작성

2) 수입산 수산식품

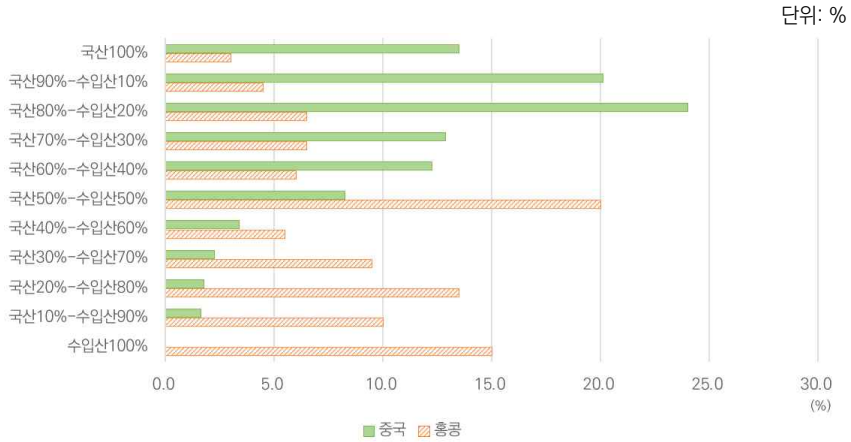
(1) 자국산 및 수입산 구매 비중

중화권 소비자들이 수산물 원물을 구입할 때, 자국산과 수입산 간의 선호도 차이를 파악하기 위해 구매 비율을 물어보았다. 그 결과, 중국 소비자들은 수산물 및 수산식품 구매에서 국산을 선호하며, 국산 80%-수입산 20%의 비율을 선택한 응답이 가장 높게 나타났으며 국산 100%를 선호하는 비율도 높게 나타났다. 이를 통해 중국 소비자들이 국산 수산물의 품질과 신뢰성을 높게 평가하고 있음을 확인할 수 있다.

반면, 홍콩 소비자는 수입산 수산물의 비중이 높게 나타났으며 수입산 100%를 선택한 비율은 중국보다 훨씬 높았다. 이는 홍콩 소비자들이 수입산 수산물의 접근성과 신뢰도를 더 높게 평가하고 있다는 점을 의미한다.

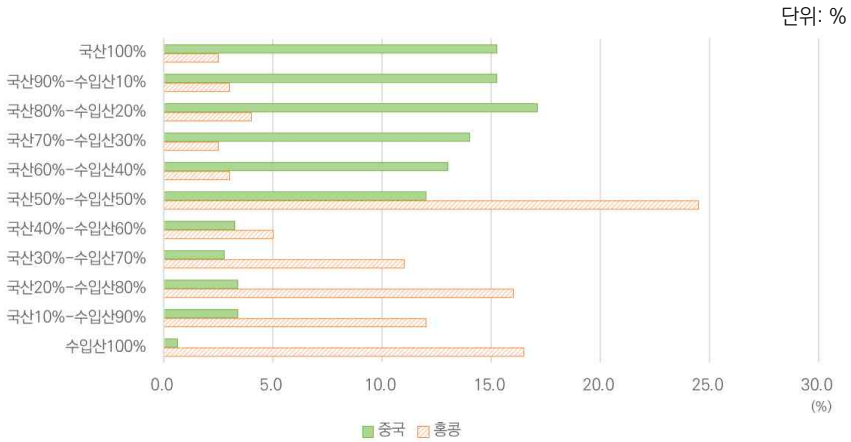
수산가공식품의 경우도 비슷한 경향을 보였는데, 중국 소비자들은 국산 80%-수입산 20%를 가장 선택하였으며, 수입산이 일부 포함되더라도 국산 비중이 높은 제품을 선호하였다. 홍콩 소비자는 수입산 100%와 국산 20%-수입산 80%와 같이 수입산이 더 높은 비율을 차지하는 경우가 많았다. 이러한 결과는 중국 소비자는 국산의 품질과 안전성에 대해 높은 신뢰를 가지고 있으며, 홍콩 소비자는 다양한 수입산 수산식품에 대해 긍정적으로 인식하고, 소비하는 경향이 있음을 나타낸다.

〈그림 4-2〉 수산물(원물) 구매 시 자국산, 수입산 비중



주: 중국 소비자 800명, 홍콩 소비자 200명 각각 100%임
자료: 저자 작성

〈그림 4-3〉 수산가공식품 구매 시 자국산, 수입산 비중



주: 중국 소비자 800명, 홍콩 소비자 200명 각각 100%임
자료: 저자 작성

(2) 수입산 수산물 구매 시 고려 요인

중국 소비자들은 수입산 수산물을 구매할 때 식품 위생 및 안전성(21.1%)과 신선도(17.0%)를 가장 중요한 고려 요소로 평가하였으며 그 다음으로 원산지(10.5%), 맛(10.3%)도 중요한 요인으로 꼽았다. 이는 중국 소비자들이 수입산 수산물의 품질과 안전성을 매우 중시하며, 맛과 원산지 신뢰성을 동시에 고려하는 경향이 강하다는 것을 의미한다.

홍콩 소비자는 중국 소비자와 달리 가격(21.0%)을 가장 중요한 고려 요인으로 보고 있으며, 다음으로 신선도(19.5%)와 식품 위생 및 안전성(13.0%)을 중요하게 생각하였다. 원산지(12.0%)와 맛(10.0%)도 주요한 고려 사항이었으나, 홍콩 소비자들에게는 가격 접근성과 기본적인 품질을 중요함을 시사한다. 이는 홍콩 시장에서 가격 경쟁력을 확보하고 경제적 효율성을 강조하는 마케팅 전략이 중요하다는 점을 보여준다.

〈표 4-10〉 수입산 수산물 구매 시 주요 고려 요인

단위: %

구분		중국	홍콩
수입산 수산물 구매 시 고려 요인	합계	100.0 (800)	100.0 (200)
	가격	6.3	21.0
	맛	10.3	10.0
	선호 어종	6.8	4.5
	신선도	17.0	19.5
	식품 위생 및 안전성	21.1	13.0
	포장 가능 여부	1.1	2.0
	외관	1.4	2.0
	가공방식(저염, 저첨가물 등)	2.3	2.0
	손질, 조리, 섭취 편리성	4.1	2.0
	구입 편의성	2.1	1.5
	브랜드 및 식품인증	8.1	2.0
	원산지	10.5	12.0
	영양성분	5.5	3.0
	할인, 프로모션, 홍보행사	3.3	5.5
	기타	0.3	0.0

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미함
자료: 저자 작성

(3) 한국산 수산식품 구매 경험

중국 소비자의 경우, 한국산 수산물을 구매해 본 경험이 있는 경우가 전체의 35.0%를 차지하였으며, 구매하지 않았지만 먹어본 경험이 있다고 응답한 경우도 21.1%를 차지하였다. 중국에서 한국산 수산물에 대한 인지도와 경험이 점차 확대되고 있지만, 여전히 품질에 대한 불안(20.9%)과 인지도 부족(31.8%)이 구매를 제한하는 주요 요인으로 작용하고 있었다.

홍콩 소비자는 중국에 비해 한국산 수산물을 구매해 본 경험이 있거나

먹어본 경험이 있다고 응답한 비중이 상당히 낮았다. 이는 홍콩에서 한국산 수산물에 대한 경험이 제한적이며 인지도가 낮음을 의미한다. 실제 조사결과에서도 선호 어종 및 판매하는 매장이나 식당의 부재가 구매 접근성을 저해하는 요소로 응답하였다. 그 다음으로 가격 부담(21.4%), 품질에 대한 불안(21.4%)이 구매의 주요 저해 요인으로 나타났다. 특히 홍콩에서는 한국산 수산물에 대한 접근성 확대와 가격 경쟁력 강화가 필요할 것으로 보인다.

〈표 4-11〉 한국산 수산식품을 구매하지 않은 이유

단위: %

구분		중국	홍콩
한국산 수산식품 비구매 사유	합계	100.0 (239)	100.0 (42)
	인지도가 낮아서	31.8	4.8
	가격이 비싸서	23.4	21.4
	품질이 걱정돼서	20.9	21.4
	선호 어종이 없어서	11.7	28.6
	한국산 수산식품을 판매하는 매장 또는 식당이 없어서	9.6	23.8
	기타	2.5	0.0

주: 한국산 수산식품을 구매 또는 경험한 적이 없다고 응답한 경우만 조사하였으며, 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미함

자료: 저자 작성

(4) 한국산 수산식품 소비 확대를 위한 개선과제

중국 소비자들은 한국산 수산물에 대해 우수한 품질의 수산물 제공(38.0%)과 수산물 안전성 확보(24.1%)를 주요 개선 과제로 꼽았다. 또한, 조리의 편리성(12.0%)과 다양한 가공식품의 개발(10.3%)을 요구하고 있어, 중국 시장에서는 고품질과 안전성을 보장하는 동시에 다양한 형태의 제품을 제공하는 것이 필요함을 확인할 수 있다.

홍콩 소비자의 경우, 우수한 품질의 수산물 제공(34.0%)과 안전성 확보(20.5%), 가격 개선(15.0%)가 주요 개선 사항으로 언급되었는데, 이는 홍콩에서 한국산 수산물이 품질과 가격의 경쟁력을 모두 갖추어야 한다는 것을 말한다. 또한, 홍보 및 판촉 지원(15.0%)에 대한 개선 요구도 있어, 한국산 수산물에 대한 홍보와 판촉이 활발히 이루어질 필요가 있다.

〈표 4-12〉 한국산 수산식품 소비 확대를 위한 개선과제

단위: %

구분		중국	홍콩
한국산 수산식품 소비 확대 개선과제	합계	100.0 (800)	100.0 (200)
	우수한 품질의 수산물 제공 필요	38.0	34.0
	조리하기 용이한 수산식품 필요	12.0	11.0
	타 국가 수산물보다 높은 가격 개선	9.4	15.0
	다양한 종류 및 형태의 수산가공식품 개발 필요	10.3	4.0
	수산물 안전성 확보 필요	24.1	20.5
	한국 수산물에 대한 홍보 및 판촉 지원	5.6	15.0
	기타	0.6	0.5

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미함

자료: 저자 작성

2. 선호품목 분석

중국과 홍콩의 가정 내 식사(내식) 및 외식 시 주로 소비하는 부류를 분석한 결과, 두 지역은 내식과 외식에서 어류와 갑각류를 주요하게 소비한다는 공통점이 있었다. 특히, 두 지역 모두 갑각류가 외식 메뉴로 더 선호된다는 것을 확인할 수 있었다.

중국에서는 어류와 갑각류의 소비 비율이 내식과 외식 모두에서 높았으며, 이외에도 패류, 연체동물류, 해조류 등 다양한 수산물 품목이 고르게 소비되는 편이었다. 홍콩에서는 내식과 외식 모두 어류의 소비 비율이 가장 높지만, 갑각류 및 다른 수산물에 대한 소비 비율은 낮게 나타나, 전반적으로 특정 수산물에 집중된 소비 경향을 보이고 있었다.

〈표 4-13〉 주로 구매하는 수산물 부류

단위: %

구분	중국		홍콩	
	내식	외식	내식	외식
합계	100.0 (796)	100.0 (191)	100.0 (191)	100.0 (194)
어류	34.7	25.0	55.0	47.4
갑각류	31.8	40.3	16.2	32.5
패류	12.1	14.6	13.6	10.3
연체동물류	10.7	12.4	8.4	5.2
해조류	9.4	6.1	6.3	4.6
기타수산동물류	1.4	1.6	0.5	0.0

주: 괄호 안의 숫자는 응답자를 의미함
자료: 저자 작성

〈그림 4-4〉 가정 내 식사용으로 주로 구매하는 어종

가리비
꽃게
뱅장어 전복
김 대구 명태
고등어 넙치
오징어
갈치
대게
다시마
연어
해삼
참치
새우
굴

자료: 저자 작성

단위: %(n=983)



자료: 저자 작성

한편, 한국산 수산식품을 구매 또는 섭취해 본 적이 있는 소비자를 대상으로 어떤 수산물을 활용한 요리 및 가공식품이었는지 물어보았는데, 그 결과 오징어, 연어, 문어, 게류, 새우류, 굴 등 다양한 품목이 언급되었다. 그러나 1위 수출품목인 김에 대한 언급은 다른 품목에 비해 적었다.

〈그림 4-6〉 구매 또는 섭취 경험이 있는 한국산 수산식품

단위: %(n=719)



주: 한국산 수산식품을 구매한 적이 없고, 먹어본 적도 없다고 응답한 경우는 제외함
자료: 저자 작성

향후 수산식품 소비를 늘릴 계획이 있는 소비자를 대상으로 어떤 수산물을 구매할 것인지에 대해 물어보았다. 주로 새우, 연어, 꽃게, 대게, 갈치 등의 품목 구매를 늘릴 것이라고 응답하였으며 이를 통해 현재 내식 및 외식 소비 어종의 선호도가 향후 소비에도 영향을 주는 것을 확인하였다.

〈그림 4-7〉 향후 구매를 늘릴 계획이 있는 어종

단위: %



주: 향후에 가정 내 식사, 외식을 포함한 수산식품 구매 횟수가 증가할 것이라고 응답한 경우만 포함함
자료: 저자 작성

제3절 소비자 행동 분석 결과

1. 소비자 행동 분석 모형 설정

중화권 소비자 대상 설문조사를 진행할 때, 소비자의 일반적인 식품 소비 성향을 파악하기 위해 총 15개의 문항을 구성하여 조사하였다. 식품 소비 성향은 5가지 유형으로 구분하였으며 건강 및 안전성 중시 성향, 가격 중시 성향, 가치 추구 성향, 편리성 추구 성향, 다양성 추구 성향으로 나누었다. 조사 문항은 5점 척도로 구성하였으며 점수가 높을수록 해당 성향이 강해짐을 의미한다. 식품 소비 성향에 대한 응답 결과를 성향별로 점수화시켰으며 이를 순위형 로짓 분석 시 설명변수로 사용하였다.

〈표 4-14〉 식품 소비 성향 문항

번호	문항	식품 소비 성향
1	나는 식품을 구입할 때 안전성을 중요시한다.	건강 및 안전성 중시 (15점)
2	나는 식품을 구입할 때 원재료나 영양소 성분을 중시한다.	
3	나는 식품을 구입할 때 안전 관련 인증 표시가 있는 제품을 우선적으로 구입한다.	
4	나는 식품을 구입할 때 가장 먼저 가격을 확인한다.	가격 중시 (15점)
5	나는 식품을 구입할 때 가격을 비교하여 비교적 저렴하고 할인하는 식품을 구입한다.	
6	나는 식품 가격이 오르고 내리는 것에 민감하다.	
7	나는 약간 비싸더라도 환경보호 등 사회적으로 유익한 식품을 구매하려고 노력한다.	가치 추구 (10점)
8	나는 윤리적으로 생산된 식품을 선호한다. (MSC, ASC 인증, 동물복지 인증 등)	
9	나는 직접 요리하는 것보다는 조리 또는 반조리 형태의 식품을 구매하여 섭취한다.	편리성 추구 (15점)
10	나는 마트나 시장에서 장보는 것보다 온라인으로 식품 구매하는 것을 선호한다.	
11	나는 가정간편식 제품이 다양해지면 소비를 더 늘릴 의향이 있다.	

번호	문항	식품 소비 성향
12	나는 먹어보지 않은 음식이나 다른 국가의 음식을 먹어보는 걸 좋아한다.	다양성 추구 (20점)
13	나는 식품에 관한 새로운 유행 정보를 빨리 받아들인다.	
14	나는 음식과 요리에 관한 TV프로그램이나 미디어 매체(먹방, 쿡방 등)를 자주 보는 편이다.	
15	나는 새로운 조리방법을 알게 되면 이를 시도해볼 의향이 있다.	

자료: 저자 작성

〈표 4-15〉 식품 소비 성향 관련 문항 기초통계량

구분	사분위	빈도	구간값	평균값	중위값
건강 및 안전성 중시	1분위	46.5	5~12	12.6	13
	2분위	18.0	12~13		
	3분위	19.3	13~14		
	4분위	16.2	14~15		
가격 중시	1분위	28.5	3~9	10.7	11
	2분위	34.1	9~11		
	3분위	17.6	11~12		
	4분위	19.8	12~15		
가치 추구	1분위	35.6	2~6	7.1	7
	2분위	22.5	6~7		
	3분위	23.8	7~8		
	4분위	18.1	8~10		
편리성 추구	1분위	30.8	3~8	9.6	10
	2분위	37.1	8~10		
	3분위	13.1	10~11		
	4분위	19.0	11~15		
다양성 추구	1분위	28.6	6~13	14.9	15
	2분위	25.3	13~15		
	3분위	29.8	15~17		
	4분위	16.3	17~20		

자료: 저자 작성

순위형 로짓 분석에 사용된 변수는 <표 4-16>에 정리하였으며 기저변수는 굵은 글씨로 표시하였다. 기저변수에 대해 간략히 설명하자면, 연령은 40대, 가구 형태는 4인 가구, 지역은 화동 지역, 월평균 식료품 지출액은 3,000위안(한화 기준 약 60만 원), 월평균 가구소득은 30,000위안(한화 기준 약 600만 원), 그리고 학력은 대학 및 대학교 졸업을 기준으로 설정하였다. 이러한 기저변수들은 각각의 설명 변수에 대해 기준점이 되어 설명 변수 내 다른 범주와의 차이를 상대적으로 비교할 수 있게 된다.

<표 4-16> 응답자 기초통계량

단위: %(n=1,000)

구분	설명
성별(male)	• 여성(0), 남성(1)
연령	• 20대(age20), 30대(age30), 40대(age40) , 50대 이상(age560)
가구원 수	• 1인(hd1), 2인(hd2), 3인(hd3), 4인(hd4) , 5인 이상(hd4_over)
지역	• 중국: 동북(area_EN), 화북(area_CN), 화중(area_CC), 화동(area_CE) , 화남(area_CS), 서북(area_WN), 서남(area_WS) • 홍콩(area_HK)
월평균 식료품 지출액	• ¥999 이하(expn_less1000), ¥1,000~1,999(expn_1000), ¥2,000~2,999(expn_2000), ¥3,000~3,999(expn_3000) , ¥4,000~4,999(expn_4000), ¥5,000~9,999(expn_5000), ¥10,000 이상(expn_over10000)
월평균 가구소득	• ¥19,999 이하(incm_less20000), ¥20,000~29,999(incm_20000), ¥30,000~39,999(incm_30000) , ¥40,000~59,999(incm_40000), ¥60,000 이상(incm_over60000)
학력	• 중졸 이하(middle), 고졸(high), 대졸(college) , 대학원 이상(graduate)
결혼 여부(marry)	• 기혼(0) 미혼(1)
해외여행 경험(oversee)	• 없음(0), 있음(1)
한류 경험(k_culture)	• 없음(0), 있음(1)
한국 이미지(k_image)	• 매우 부정적(1), 약간 부정적(2), 보통(3), 약간 긍정적(4), 매우 긍정적(5)
식품 소비 성향	• 건강 및 안전성 중시(health), 가격 중시(price), 가치 추구(worthy), 편리성 추구(convenience), 다양성 추구(variety)

주: 굵은 글씨는 기저변수를 의미함

자료: 저자 작성

2. 소비자 특성별 행동 분석 결과

1) 수산물 선호도

먼저 종속변수인 수산물 선호도별 빈도를 살펴보면, 전혀 좋아하지 않는 다라고 응답한 경우가 1명, 좋아하지 않는 편이라고 한 경우는 12명, 그저 그렇다는 216명, 좋아하는 편이라는 541명, 매우 좋아한다는 230명이었다. 설문 문항은 5점 척도로 구성되어 있으나 4점 척도로 측정하여 수산물 선호도에 대한 순위형 로짓 분석을 실시하였다.

분석한 결과는 <표 4-17>과 같다. 연령대별 선호도 차이를 보았을 때, 20대의 수산물 선호도는 낮았으나, 50대 이상의 소비자 선호도는 높게 나타났다으며, 가구원 수에 따른 선호도 차이는 없었다. 중국 화동 지역과 중국 내 다른 지역 간의 선호 차이는 나타나지 않았지만, 홍콩 지역 소비자들은 화동 지역에 비해 수산물 선호도가 낮은 것으로 나타났다. 월평균 식료품 지출액이 1,000위안 미만인 경우 수산물 선호도가 낮은 반면, 10,000위안 이상인 경우에는 선호도가 높았으며, 월평균 가구소득이 40,000~60,000 위안인 소비자들의 수산물 선호도가 더 높았다. 이와 더불어 한국에 대한 긍정적인 이미지가 있는 소비자의 수산물 선호도가 높게 나타났다. 또한, 건강을 중시하고 다양성을 추구하는 성향이 강한 소비자일수록 수산물에 대한 선호가 더 높았다. 이러한 결과를 통해 중화권 소비자들의 수산물 선호도에는 연령대, 거주지역, 식료품 지출액 및 가구소득 수준, 한국에 대한 인식, 그리고 건강과 다양성에 대한 관심도가 중요한 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있다.

〈표 4-17〉 수산물 선호도 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		0.424	0.135	0.002 **
연령	20대	-0.589	0.211	0.005 **
	30대	-0.076	0.170	0.654
	50대 이상	0.693	0.247	0.005 **
가구원 수	1인 가구	0.072	0.313	0.819
	2인 가구	-0.086	0.205	0.675
	3인 가구	-0.170	0.192	0.376
	5인 이상 가구	-0.136	0.217	0.531
거주지역	동북 지역	-0.227	0.276	0.411
	화북 지역	0.272	0.279	0.330
	화중 지역	-0.234	0.272	0.391
	화남 지역	0.055	0.277	0.843
	서북 지역	-0.270	0.274	0.325
	서남 지역	-0.255	0.274	0.351
	홍콩	-0.656	0.283	0.021 *
월평균 식료품 지출액	¥999 이하	-0.211	0.272	0.437
	¥1,000~1,999	-0.665	0.211	0.002 **
	¥2,000~2,999	-0.267	0.210	0.203
	¥4,000~4,999	0.231	0.234	0.323
	¥5,000~9,999	-0.306	0.245	0.211
	¥10,000 이상	0.876	0.313	0.005 **
월평균 가구소득	¥19,999 이하	-0.253	0.222	0.254
	¥20,000~29,999	-0.006	0.228	0.979
	¥40,000~59,999	0.510	0.231	0.027 *
	¥60,000 이상	-0.034	0.267	0.898
학력	중졸 이하	-1.183	1.376	0.390
	고졸	-0.497	0.278	0.074 .
	대학원 이상	-0.342	0.224	0.127
미혼		0.209	0.202	0.303
해외경험		0.235	0.160	0.140

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
한류 경험		0.146	0.201	0.468
한국 이미지		0.240	0.079	0.002 **
식품 소비 성향	건강 및 안전성 중시	0.172	0.043	0.000 ***
	다양성 추구	0.332	0.034	0.000 ***
임계치	Threshold (1→2)	2.531	0.748	0.001 ***
	Threshold (2→3)	6.171	0.725	<0.001 ***
	Threshold (3→4)	9.515	0.769	<0.001 ***
모형적합도	McFadden's R2	0.19		
	Log-Likelihood	-855.196		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

2) 수입 수산식품 구매 빈도

수입 수산식품 구매 빈도는 7점 척도로 하여 분석하였다. 최근 1년간 수입 수산식품 구매 빈도를 조사한 결과, 수입 수산식품을 거의 먹지 않는다고 한 응답자는 178명이었으며, 2~3달에 한 번은 232명, 한 달에 한 번은 159명, 한 달에 2~3번은 228명, 주에 한 번은 105명, 주에 2~3번은 85명이었으며, 거의 매일 구매한 경우는 13명에 불과하였다.

분석 결과를 살펴보면, 남성 구매자가 여성 구매자보다 수입 수산식품을 자주 구매하였으며, 연령대가 낮아질수록 수입 수산식품의 구매 빈도가 늘었다. 한편, 수입 수산식품 구매 빈도에 있어 가구원 수는 차이가 없었으며 중국의 경우 지역마다 차이가 나타나진 않았으나 홍콩 지역 소비자들은 화동 지역에 비해 수입 수산물을 더 자주 구매하는 것으로 나타났다. 월평균 식료품 지출액이 4,000위안 이상인 계층에서 수입 수산물 구매 빈도가 높아지는 반면, 월평균 소득이 20,000위안 미만인 저소득 가구의 경우 수입 수산물 구매 빈도가 줄었다. 그 외에도 해외여행 경험이 있는 소비자들은 더 자주 수입 수산물을 구매하는 경향이 있었으며 한국에 대한 긍정적으로

생각하는 소비자, 제품의 다양성을 중시하는 소비자일수록 수입 수산물 구매 빈도가 증가하였다. 이러한 분석 결과를 통해 수입 수산물 구매 빈도는 생활 수준, 해외 경험, 그리고 제품에 대한 인식에 따라 달라질 수 있으며, 식료품 지출액이 높을수록 수입 수산물 구매가 늘어나는 것을 확인하였다.

〈표 4-18〉 수입산 구매 빈도 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		0.550	0.119	0.000 ***
연령	20대	0.682	0.185	0.000 ***
	30대	0.449	0.150	0.003 **
	50대 이상	0.107	0.211	0.611
가구원 수	1인 가구	0.142	0.273	0.603
	2인 가구	0.050	0.181	0.782
	3인 가구	-0.100	0.169	0.554
	5인 이상 가구	-0.111	0.192	0.565
거주지역	동북 지역	-0.233	0.243	0.339
	화북 지역	-0.235	0.245	0.337
	화중 지역	-0.113	0.245	0.646
	화남 지역	0.043	0.239	0.858
	서북 지역	0.190	0.249	0.444
	서남 지역	-0.286	0.242	0.238
	홍콩	0.748	0.243	0.002 **
월평균 식료품 지출액	¥999 이하	-0.193	0.246	0.432
	¥1,000~1,999	-0.102	0.185	0.580
	¥2,000~2,999	-0.118	0.184	0.523
	¥4,000~4,999	0.460	0.203	0.023 *
	¥5,000~9,999	0.553	0.210	0.009 **
	¥10,000 이상	1.186	0.278	0.000 ***
월평균 가구소득	¥19,999 이하	-0.586	0.197	0.003 **
	¥20,000~29,999	-0.265	0.202	0.188
	¥40,000~59,999	0.078	0.199	0.694
	¥60,000 이상	0.175	0.234	0.455

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
학력	중졸 이하	2.702	2.074	0.193
	고졸	0.158	0.244	0.516
	대학원 이상	0.099	0.192	0.608
미혼		-0.241	0.180	0.179
해외경험		0.496	0.145	0.001 ***
한류 경험		-0.183	0.184	0.319
한국 이미지		0.187	0.068	0.006 **
식품 소비 성향	다양성 추구	0.168	0.026	0.000 ***
임계치	Threshold (1-)>2)	2.026	0.525	0.000 ***
	Threshold (2-)>3)	3.453	0.530	0.000 ***
	Threshold (3-)>4)	4.260	0.535	0.000 ***
	Threshold (4-)>5)	5.576	0.547	<0.001 ***
	Threshold (5-)>6)	6.514	0.556	<0.001 ***
	Threshold (6-)>7)	8.708	0.618	<0.001 ***
모형 적합도	McFadden's R2	0.09		
	Log-Likelihood	-1624.126		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

3) 향후 한국산 수산식품 구매 의향

향후 한국산 수산식품 구매 의향은 3점 척도로 분석하였는데, 한국산 수산식품 구매 의향별 비중은 더 자주 구매할 계획이라고 한 경우가 10.5%, 지금과 비슷한 수준을 유지할 것이라 응답한 경우가 63.8%, 구매의향이 없다고 한 경우가 25.7%를 차지하였다.

소비자의 성별, 연령에 따른 향후 한국산 구매 의향 차이는 없었으나, 가구원 수가 2명인 소비자 계층에서 향후 한국산 수산식품 구매 의향이 낮게 나타났다. 월평균 식료품 지출액이 1,000위안 미만으로 낮은 경우 구매 의

향이 낮았지만, 10,000위안 이상으로 높은 소비자들은 구매 의향이 높게 나타났다. 또한, 한국 문화 경험이 있는 소비자들은 그렇지 않은 소비자들에 비해 구매 의향이 높았다. 식품 소비 성향과 관련해서는 가치 추구 및 다양성 추구 성향이 높은 소비자일수록 향후 한국산 수산식품 구매 의향도 높아지는 것으로 나타났다. 이는 향후 한국산 수산물 구매 의향이 가구 구성, 식료품 지출 수준, 한국 문화에 대한 경험, 가치 및 다양성 추구 성향에 따라 달라질 수 있음을 보여주며, 식료품 지출 수준이 높고, 한국에 대한 이미지가 좋을수록 한국산 구매 의향에 더욱 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었다.

〈표 4-19〉 향후 한국산 수산식품 구매 의향 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		0.281	0.144	0.050 .
연령	20대	0.105	0.226	0.642
	30대	0.178	0.182	0.328
	50대 이상	0.317	0.255	0.213
가구원 수	1인 가구	0.247	0.327	0.450
	2인 가구	-0.483	0.219	0.028 *
	3인 가구	-0.015	0.205	0.943
	5인 이상 가구	-0.014	0.232	0.951
거주지역	동북 지역	-0.140	0.297	0.637
	화북 지역	-0.138	0.301	0.647
	화중 지역	-0.478	0.296	0.106
	화남 지역	-0.189	0.295	0.521
	서북 지역	0.018	0.297	0.952
	서남 지역	-0.145	0.293	0.620
	홍콩	0.532	0.299	0.075 .
월평균 식료품 지출액	¥999 이하	-0.584	0.289	0.043 *
	¥1,000~1,999	-0.110	0.222	0.622
	¥2,000~2,999	-0.219	0.225	0.332
	¥4,000~4,999	0.326	0.254	0.200

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
월평균 가구소득	¥5,000~9,999	0.215	0.259	0.406
	¥10,000 이상	0.785	0.336	0.019 *
	¥19,999 이하	-0.468	0.240	0.051 .
	¥20,000~29,999	-0.212	0.248	0.393
	¥40,000~59,999	0.026	0.248	0.915
	¥60,000 이상	-0.165	0.287	0.567
학력	중졸 이하	0.596	1.450	0.681
	고졸	-0.595	0.295	0.044 *
	대학원 이상	-0.326	0.232	0.159
미혼		-0.248	0.218	0.255
해외경험		0.083	0.170	0.628
한류 경험		0.530	0.215	0.014 *
한국 이미지		0.759	0.087	<0.001 ***
식품 소비 성향	가치 추구	0.105	0.053	0.048 *
	다양성 추구	0.147	0.034	0.000 ***
임계치	Threshold (1-→2)	4.333	0.672	0.000 ***
	Threshold (2-→3)	8.480	0.730	<0.001 ***
모형 적합도	McFadden's R2	0.18		
	Log-Likelihood	-717.154		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

4) 한국산 수산식품에 대한 만족도

한국산 수산식품에 대한 만족도를 가격, 품질, 위생, 제품 다양성, 홍보, 5가지로 구분하여 설문조사를 실시하였으며 각 문항에 대한 만족도는 아래 표와 같다. 분석 시 문항에 따라 4점 척도 또는 5점 척도로 사용하였다.

〈표 4-20〉 한국산 수산식품 만족도

단위: %(n=1,000)

구분	가격	품질	위생·안전성	제품 다양성	홍보·판촉
매우 불만족(1점)	4.5	2.7	3.8	3.0	4.2
불만족(2점)	15.2	8.4	12.5	11.8	21.9
보통(3점)	48.8	42.5	38.5	42.3	48.5
만족(4점)	26.9	39.2	37.0	35.1	20.7
매우 만족(5점)	4.6	7.2	8.2	7.8	4.7

자료: 저자 작성

(1) 가격

한국 수산식품 가격에 대한 만족도를 분석하였으며, 불만족, 보통을 묶어 4점 척도로 구성하여 분석하였다. 분석 결과, 20대 소비자들은 한국산 수산식품의 가격에 대해 만족도가 높았으며 월평균 식료품 지출이 10,000위안 이상인 소비자 계층에서도 가격에 대해 긍정적인 평가를 내렸다. 그러나 가구원 수가 3명 혹은 5명 이상인 경우 가격에 대한 만족도가 낮았으며, 홍콩 지역 소비자들도 화동 지역 소비자들에 비해 가격에 대해 부정적으로 평가하였다. 또한, 월평균 가구소득이 20,000위안 미만인 경우 만족도가 낮았으며 미혼 소비자들은 기혼자에 비해 가격 만족도가 낮은 것으로 나타났다. 그러나 한국에 대해 긍정적으로 생각할수록 가격에 대한 평가가 긍정적이었다. 이는 소비자가 한국 수산식품 가격에 대한 평가를 할 때, 연령, 소득 수준, 지역, 가족 구성, 결혼 여부, 한국에 대한 인식이 영향을 준다는 것을 의미한다.

〈표 4-21〉 한국산 수산식품에 대한 가격 만족도 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		0.009	0.141	0.950
연령	20대	0.717	0.219	0.001 **
	30대	0.282	0.177	0.112
	50대 이상	0.004	0.252	0.989
가구원 수	1인 가구	0.115	0.326	0.725
	2인 가구	-0.386	0.214	0.071 .
	3인 가구	-0.449	0.197	0.023 *
	5인 이상 가구	-0.459	0.224	0.041 *
거주지역	동북 지역	-0.126	0.293	0.667
	화북 지역	-0.152	0.296	0.607
	화중 지역	-0.280	0.291	0.337
	화남 지역	-0.307	0.292	0.294
	서북 지역	-0.082	0.297	0.782
	서남 지역	0.543	0.285	0.056 .
	홍콩	-0.654	0.293	0.025 *
월평균 식품 지출액	¥999 이하	-0.414	0.295	0.161
	¥1,000~1,999	-0.361	0.222	0.104
	¥2,000~2,999	-0.155	0.219	0.480
	¥4,000~4,999	0.204	0.242	0.398
	¥5,000~9,999	0.364	0.243	0.134
	¥10,000 이상	0.993	0.315	0.002 **
월평균 가구소득	¥19,999 이하	-0.764	0.235	0.001 **
	¥20,000~29,999	0.190	0.231	0.411
	¥40,000~59,999	0.054	0.233	0.815
	¥60,000 이상	-0.163	0.270	0.547
학력	중졸 이하	0.799	1.717	0.642
	고졸	0.246	0.302	0.416
	대학원 이상	-0.391	0.231	0.091 .
미혼		-0.481	0.217	0.027 *
해외경험		0.141	0.172	0.411

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
한류 경험		-0.159	0.218	0.467
한국 이미지		0.674	0.084	0.000 ***
임계치	Threshold (1→2)	-1.908	0.495	0.000 ***
	Threshold (2→3)	2.534	0.493	0.000 ***
	Threshold (3→4)	5.077	0.520	<0.001 ***
모형 적합도	McFadden's R2	0.11		
	Log-Likelihood	-816.960		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

(2) 품질

월평균 식료품 지출이 4,000위안인 소비 계층은 한국산 수산식품 품질에 대해 더 높은 만족도를 보였으나 월평균 가구소득이 20,000위안 미만인 계층은 품질에 대한 만족도가 낮았다. 한국산 수산식품 품질에 대한 만족도는 학력에서도 차이가 있었는데, 대학원 이상의 학력을 가진 소비 계층에서는 낮은 평가를 내렸다. 반면, 가치 추구 성향과 다양성 추구 성향이 강할수록 품질에 대해 만족하는 것으로 나타났다. 한국산 수산물의 품질 평가에 생활 수준, 학력, 식품 소비 성향이 영향을 미치지만, 무엇보다도 한국에 대한 이미지가 가장 큰 영향을 주는 것을 확인할 수 있다.

〈표 4-22〉 한국산 수산식품에 대한 품질 만족도 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		0.203	0.128	0.113
연령	20대	0.068	0.198	0.731
	30대	0.139	0.162	0.392
	50대 이상	0.271	0.224	0.227
가구원 수	1인 가구	0.514	0.293	0.080 .
	2인 가구	0.216	0.198	0.275
	3인 가구	0.325	0.186	0.080 .

	구분	계수값	표준오차	Pr(> t)
	5인 이상 가구	0.051	0.208	0.807
거주지역	동북 지역	-0.352	0.264	0.183
	화북 지역	-0.083	0.266	0.754
	화중 지역	-0.134	0.260	0.606
	화남 지역	0.060	0.265	0.821
	서북 지역	-0.231	0.266	0.384
	서남 지역	-0.016	0.262	0.950
	홍콩	-0.457	0.263	0.082
월평균 식료품 지출액	¥999 이하	0.004	0.260	0.987
	¥1,000~1,999	-0.244	0.199	0.220
	¥2,000~2,999	-0.118	0.199	0.554
	¥4,000~4,999	0.508	0.224	0.023 *
	¥5,000~9,999	0.053	0.229	0.816
	¥10,000 이상	0.080	0.307	0.794
월평균 가구소득	¥19,999 이하	-0.574	0.213	0.007 **
	¥20,000~29,999	0.079	0.218	0.717
	¥40,000~59,999	0.094	0.219	0.667
	¥60,000 이상	-0.022	0.251	0.931
학력	중졸 이하	-1.105	1.263	0.382
	고졸	0.312	0.264	0.237
	대학원 이상	-0.499	0.208	0.016 *
	미혼	-0.350	0.191	0.066
	해외경험	0.180	0.154	0.244
	한류 경험	0.193	0.195	0.322
	한국 이미지	0.724	0.078	<0.001 ***
식품 소비 성향	가치 추구	0.127	0.047	0.007 **
	다양성 추구	0.104	0.030	0.001 ***
임계치	Threshold (1→2)	0.894	0.605	0.140
	Threshold (2→3)	2.561	0.589	0.000 ***
	Threshold (3→4)	5.248	0.604	<0.001 ***
	Threshold (4→5)	8.132	0.639	<0.001 ***

	구분	계수값	표준오차	Pr(> t)
모형 적합도	McFadden's R2		0.11	
	Log-Likelihood		-816.960	

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

(3) 위생 및 안전성

월평균 식료품 지출이 4,000위안인 경우, 위생 및 안전성에 대한 만족도가 기저변수인 3,000위안보다 높게 나타났다. 반면, 미혼 소비자들은 기혼 자들에 비해 위생 및 안전성에 대해 만족도가 낮은 경향이 있었다. 그러나 가치 추구 성향, 다양성 추구 성향을 가진 소비자일수록 위생 및 안전성에 대한 만족도가 더 높게 나타났다. 이러한 결과는 소비자들이 제품의 안전성을 평가할 때 생활 수준과 결혼 여부뿐만 아니라 가치와 다양성을 중시하는 성향이 중요한 요인으로 작용한다는 것을 보여준다.

〈표 4-23〉 한국산 수산식품에 대한 위생 및 안전성 만족도 분석 결과

	구분	계수값	표준오차	Pr(> t)
	남성 구매자	0.199	0.125	0.112
연령	20대	0.178	0.196	0.363
	30대	0.117	0.157	0.455
	50대 이상	0.039	0.222	0.862
가구원 수	1인 가구	0.409	0.288	0.156
	2인 가구	0.030	0.192	0.875
	3인 가구	0.070	0.181	0.700
	5인 이상 가구	0.111	0.203	0.585
거주지역	동북 지역	-0.190	0.263	0.471
	화북 지역	-0.230	0.261	0.379
	화중 지역	-0.185	0.261	0.479
	화남 지역	-0.019	0.261	0.942
	서북 지역	-0.326	0.263	0.215

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
	서남 지역	-0.178	0.261	0.494
	홍콩	0.054	0.260	0.837
월평균 식료품 지출액	¥999 이하	0.290	0.254	0.253
	¥1,000~1,999	-0.317	0.194	0.102
	¥2,000~2,999	0.163	0.198	0.408
	¥4,000~4,999	0.493	0.216	0.023 *
	¥5,000~9,999	0.167	0.226	0.460
	¥10,000 이상	0.201	0.300	0.502
월평균 가구소득	¥19,999 이하	-0.268	0.208	0.196
	¥20,000~29,999	0.124	0.215	0.566
	¥40,000~59,999	0.390	0.214	0.068 .
	¥60,000 이상	0.171	0.242	0.481
학력	중졸 이하	-0.616	1.208	0.610
	고졸	0.380	0.256	0.138
	대학원 이상	-0.325	0.203	0.109
미혼		-0.388	0.188	0.039 *
해외경험		0.238	0.152	0.117
한류 경험		0.269	0.189	0.154
한국 이미지		0.814	0.078	<0.001 ***
식품 소비 성향	가치 추구	0.119	0.047	0.011 *
	다양성 추구	0.104	0.030	0.001 ***
임계치	Threshold (1-→2)	1.816	0.593	0.002 **
	Threshold (2-→3)	3.623	0.586	0.000 ***
	Threshold (3-→4)	5.882	0.602	<0.001 ***
	Threshold (4-→5)	8.578	0.637	<0.001 ***
모형 적합도	McFadden's R2	0.18		
	Log-Likelihood	-717.154		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

(4) 제품 다양성

한국 수산식품의 제품 다양성 만족도를 분석할 때, 매우 불만족, 불만족을 묶어 4점 척도로 구성하여 분석하였으며 그 결과, 20대 소비자가 한국 제품의 다양성에 대해 긍정적인 평가를 하였다. 그러나 가구원 수가 2~3명인 경우 제품 다양성 만족도가 낮게 나타났으며, 화중 및 홍콩 지역 소비자들도 제품 다양성에 대한 만족도가 낮은 편이었다. 월평균 가구소득이 20,000위안 미만인 계층에서도 제품 다양성에 대해 부정적으로 평가하였다. 반면, 해외여행 경험이 있는 소비자들은 제품 다양성에 대해 높은 만족도를 보였으며, 한국에 대한 긍정적인 이미지가 강할수록, 가치 추구 및 편리성 추구 성향이 강할수록 만족도가 높아졌다. 이는 소비자들이 한국산 수산물의 다양성을 평가할 때 한국에 대한 경험과 이미지가 중요한 영향을 미치며, 가치 추구 및 편리성 추구 성향의 소비자들이 한국산 수산식품의 제품 다양성에 대해 긍정적으로 평가할 가능성이 높음을 의미한다.

〈표 4-24〉 한국산 수산식품에 대한 제품 다양성 만족도 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		-0.201	0.125	0.107
연령	20대	0.399	0.195	0.041 *
	30대	0.169	0.159	0.289
	50대 이상	0.367	0.217	0.091 .
가구원 수	1인 가구	-0.091	0.291	0.753
	2인 가구	-0.416	0.191	0.029 *
	3인 가구	-0.369	0.180	0.040 *
	5인 이상 가구	-0.220	0.205	0.283
거주지역	동북 지역	-0.325	0.264	0.219
	화북 지역	-0.205	0.258	0.428
	화중 지역	-0.574	0.258	0.026 *
	화남 지역	0.009	0.265	0.974
	서북 지역	-0.123	0.261	0.639

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
	서남 지역	0.171	0.257	0.507
	홍콩	-0.728	0.259	0.005 **
월평균 식료품 지출액	¥999 이하	-0.342	0.244	0.161
	¥1,000~1,999	-0.368	0.193	0.057 .
	¥2,000~2,999	-0.329	0.197	0.095 .
	¥4,000~4,999	0.170	0.219	0.437
	¥5,000~9,999	0.039	0.222	0.862
	¥10,000 이상	-0.130	0.294	0.657
월평균 가구소득	¥19,999 이하	-0.452	0.207	0.029 *
	¥20,000~29,999	-0.020	0.215	0.925
	¥40,000~59,999	0.008	0.215	0.969
	¥60,000 이상	-0.070	0.245	0.775
학력	중졸 이하	1.404	1.276	0.271
	고졸	0.172	0.251	0.493
	대학원 이상	-0.148	0.200	0.458
미혼		-0.181	0.185	0.328
해외경험		0.340	0.148	0.022 *
한류 경험		0.114	0.189	0.546
한국 이미지		0.432	0.073	0.000 ***
식품 소비 성향	가치 추구	0.121	0.044	0.006 **
	편리성 추구	0.130	0.032	0.000 ***
임계치	Threshold (1-→2)	1.060	0.546	0.052 .
	Threshold (2-→3)	3.403	0.556	0.000 ***
	Threshold (3-→4)	5.884	0.577	<0.001 ***
모형 적합도	McFadden's R2	0.09		
	Log-Likelihood	-1108.790		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

(5) 홍보 및 프로모션

20대 소비자들은 한국산 수산식품의 홍보 및 프로모션에 대해 더 높은 만족도를 보였다. 2인 가구인 계층, 홍콩 지역 소비 계층에서는 만족도가 낮게 나타났다. 또한 월평균 식료품 지출이 10,000위안 이상인 소비 계층에서는 홍보 및 프로모션 만족도가 높은 반면, 월평균 가구소득이 20,000위안 미만인 가구의 경우 만족도가 낮게 나타났다. 한편, 한국에 대해 긍정적인 이미지를 가지고 있을수록 한국산 수산식품의 홍보 및 프로모션에 대한 만족도가 높았으며, 식품 구매 시 가격을 중시하는 성향이 강한 소비자일수록 홍보 및 프로모션에 대해 긍정적인 평가를 내렸다. 이는 연령, 가구 형태, 소득 수준, 소비 성향, 한국에 대한 이미지가 한국산 수산식품의 홍보 및 프로모션 효과에 큰 영향을 미친다는 것을 의미한다.

〈표 4-25〉 한국산 수산식품에 대한 홍보 및 프로모션 만족도 분석 결과

구분		계수값	표준오차	Pr(> t)
남성 구매자		0.058	0.124	0.643
연령	20대	0.535	0.194	0.006 **
	30대	0.262	0.158	0.097 .
	50대 이상	0.122	0.222	0.583
가구원 수	1인 가구	0.007	0.289	0.980
	2인 가구	-0.383	0.191	0.045 *
	3인 가구	-0.234	0.180	0.195
	5인 이상 가구	-0.210	0.202	0.299
거주지역	동북 지역	-0.351	0.255	0.169
	화북 지역	0.062	0.255	0.806
	화중 지역	-0.033	0.252	0.897
	화남 지역	-0.047	0.254	0.852
	서북 지역	0.005	0.261	0.984
	서남 지역	0.072	0.252	0.774
	홍콩	-0.515	0.256	0.044 *
월평균 식료품	¥999 이하	0.255	0.247	0.301

	구분	계수값	표준오차	Pr(> t)
지출액	¥ 1,000~1,999	0.007	0.193	0.971
	¥ 2,000~2,999	-0.058	0.195	0.768
	¥ 4,000~4,999	0.278	0.214	0.194
	¥ 5,000~9,999	0.354	0.225	0.116
	¥ 10,000 이상	0.682	0.289	0.018 *
월평균 가구소득	¥ 19,999 이하	-0.744	0.209	0.000 ***
	¥ 20,000~29,999	-0.259	0.214	0.226
	¥ 40,000~59,999	-0.322	0.215	0.134
	¥ 60,000 이상	-0.189	0.243	0.435
학력	중졸 이하	2.375	1.252	0.058 .
	고졸	0.081	0.256	0.752
	대학원 이상	0.031	0.195	0.873
미혼		-0.243	0.187	0.195
해외경험		0.148	0.148	0.316
한류 경험		-0.295	0.186	0.113
한국 이미지		0.569	0.073	0.000 ***
식품 소비 성향	가치 추구	0.073	0.029	0.013 *
임계치	Threshold (1->2)	-1.223	0.527	0.020 *
	Threshold (2->3)	0.980	0.514	0.057 .
	Threshold (3->4)	3.324	0.525	0.000 ***
	Threshold (4->5)	5.387	0.547	<0.001 ***
모형 적합도	McFadden's R2	0.06		
	Log-Likelihood	-1215.1018		

주: P값 기준 '***'은 0 또는 0.001 이하, '**'는 0.001 이상 0.01 이하, '*'는 0.01 이상 0.05 이하, '.'은 0.05 이상 0.1 이하에 표기함

자료: 저자 작성

제4절 소결

본 장에서는 중국과 홍콩 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하여 중화권 시장의 소비 특성 변화를 파악하고, 선호하는 수산물 및 수산식품을 분석하고자 하였다. 빈도분석을 통해 지역별 수산식품 소비 행태를 비교하고 선호 품목을 분석하였으며, 순위형 로짓 모형을 활용하여 지역 요인 외에도 소비자 특성 및 성향에 따른 차이를 살펴보았다.

우선, 중국, 홍콩 소비자 간의 수산식품 소비 행태 특징을 살펴보면 다음과 같다. 중국 소비자는 수산물을 건강에 좋고 맛이 좋은 식품으로 인식하며, 건강과 다양한 조리법을 통한 가족의 입맛에 맞춘 식단 준비를 중요시하는 편이었다. 그에 따라 수산식품을 외식보다는 내식으로 소비하는 비율이 홍콩에 비해 높았다. 한편, 홍콩 소비자도 미식을 위해 수산식품을 소비하지만, 건강에 대한 관심은 중국보다 낮게 나타났다. 홍콩 소비자들은 내식과 외식을 균형 있게 유지하는 편이었으며, 경제적인 요인과 편리함 때문에 내식으로 수산식품을 구매하는 경우가 많았다.

수입산 수산식품 소비 행태를 비교하면, 중국 소비자들은 수산물(원물)과 수산식품 모두 국산의 비중을 높게 유지하려는 경향이 강하며, 국산 수산물에 대한 높은 신뢰를 가지고 있었다. 반면 홍콩 소비자들은 수입산 수산물을 더 선호하며, 중국과 달리 수입산 100%를 선택하는 경우가 많았다. 수입산 수산물 구매 시 중국 소비자들은 식품 위생 및 안전성을 최우선으로 고려하며, 신선도와 원산지도 중요한 요인으로 작용하였다. 그러나 홍콩 소비자들은 경제적 효율성을 가장 중요한 요인으로 보고 있으며, 신선도와 안전성도 중요하게 생각하지만, 가격을 더욱 중시하는 것으로 나타났다.

한국산 수산식품에 대한 소비 행동에서도 두 지역 간의 차이가 분명하게

있음을 확인할 수 있었다. 중국 소비자들은 한국산 수산식품에 대해 이미 구매 경험이 있는 경우가 많지만, 품질에 대한 불안과 낮은 인지도로 인해 구매를 주저하는 경향이 있었다. 이와 달리 홍콩 소비자들은 한국산 수산식품을 경험한 비율이 낮으며, 선호 어종 부족과 가격 부담을 주요 이유로 꼽았다. 한국산 수산물의 개선 과제에 대해서 중국 소비자들은 품질 개선과 안전성 확보를 가장 중요하게 생각하며, 조리의 편리성과 다양한 형태의 제품 개발도 필요하다고 보고 있다. 반면 홍콩 소비자들은 품질 개선 외에도 가격 경쟁력 강화와 접근성 개선, 그리고 보다 활발한 홍보와 판촉 지원을 요구하고 있는 것으로 나타났다.

중화권에서 선호하는 어종을 분석한 결과, 가정 내 식사 및 외식으로 소비하는 주요 어종은 연어 및 갑각류였으며, 향후 소비가 늘어날 어종도 새우, 연어, 꽃게, 대게, 갈치 등으로 유사한 어종들이 많이 언급되었다. 이를 통해 현재 주요 소비 어종에 대한 수요는 향후에도 증가할 것이라고 볼 수 있다. 한편, 중화권 소비자가 구매 또는 섭취해 본 적이 있는 한국산 수산식품으로는 오징어, 연어, 문어, 게류, 새우류, 굴 등 다양한 품목이 있었다. 선호 어종과 3장의 수출 잠재 품목을 비교해 보면, 문어, 오징어가 공통적으로 나타났으며 이 외에도 한국산 굴을 구매한 소비자들도 다수 있어 한국산 굴 인지도 확산을 위한 노력이 필요할 것으로 보인다.

다음으로 순위형 로짓 분석은 수산물 선호도, 수입 수산식품 구매 빈도, 향후 한국산 수산식품 구매의향, 한국산 수산식품에 대한 만족도에 대해 분석하였으며, 식품 소비 성향 점수를 추가하여 소비자의 식품 소비 성향에 따른 차이를 파악하고자 하였다. 분석 결과를 살펴보면, 수산물 선호도는 연령이 높고, 식료품 지출액이 많으며, 한국에 대한 이미지가 긍정적인일수록 선호도가 높았고, 건강과 다양성 중시 성향도 수산물 선호도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 수입 수산식품 구매 빈도는 남성 구매자, 젊은 연령대, 식료품 지출이 높은 계층일수록 자주 구매하는 것으로 나타났으며, 해

외여행 경험이 있거나 한국에 대한 이미지가 좋을수록 구매 빈도가 높았다. 향후 한국산 수산식품 구매 의향은 식료품 지출액이 높고, 한국문화를 경험한 적이 있는 소비자, 가치 및 다양성 추구 성향이 강한 소비자에게서 높게 나타났다.

한국산 수산식품에 대한 만족도는 가격, 품질, 위생 및 안전성, 제품 다양성, 홍보 및 판촉으로 구분하여 분석하였다. 가격 만족도는 20대와 식료품 지출이 높은 계층에서 높게 나타났으며, 3인 이상의 가구와 홍콩 지역 소비자에게는 만족도가 낮았다. 품질 만족도는 가치 및 다양성 추구 성향이 강한 소비자들이 품질에 대해 높은 만족도를 보였으며, 위생 및 안전성도 다양성 및 가치 추구 성향이 강할수록 만족도가 높게 나타났다. 제품 다양성의 경우 20대와 해외여행 경험이 있는 소비자, 한국에 대한 긍정적 이미지가 강한 소비자가 한국산 수산식품의 다양성에 대해 만족하였다. 마지막으로 홍보 및 프로모션에 대해서는 20대와 식료품 지출이 높은 계층에서 높은 만족도를 보였으며, 홍콩 소비자나 2인 가구에서는 만족도가 낮았다. 한국산 수산식품에 대한 가격, 홍보 및 프로모션 만족도는 홍콩 소비자가 중국 소비자보다 낮게 나타났으며, 한국산 수산식품에 대한 만족도는 다양성 추구, 가치 추구 성향의 소비자에게 높게 나타나는 것을 확인하였다.

이 장에서 중화권 소비자의 수산식품 소비행태를 분석한 결과를 종합하면, 중국에서는 한국 수산물의 품질을 강조한 마케팅이 필요하며, 홍콩에서는 한국산 수산물에 대한 인지도를 높이고, 가격 경쟁력을 강화할 필요가 있음을 시사한다.

05

결론 및 정책 제언

제1절 결론 및 요약

이번 연구에서는 중화권, 특히 중국과 홍콩 시장의 수산식품 소비 트렌드를 분석하기 위해 먼저, 시장환경, 유통구조, 수산식품 소비 트렌드를 살펴보고 현지 소비자 대상 설문조사를 통해 실제 소비 행동을 분석하였다. 또한, 수입의존도 분석 및 설문조사 결과를 바탕으로 중화권 시장에 적합한 수출 품목을 도출하였다.

우선, 시장환경 측면에서는 코로나19 팬데믹 이후 중국과 홍콩 모두 경제 성장률이 둔화되고 있으며, 고령화 현상은 심화되고 있다. 이에 따라 고령친화 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되며, 수산식품 시장에도 큰 영향을 미칠 것으로 보인다. 중국의 수산식품 시장은 연평균 9.8%의 성장을 보이며 전체 식품 시장보다 빠르게 성장하고 있는 반면, 홍콩 시장은 연평균 3.5% 성장에 그치며 상대적으로 정체되어 있는 모습을 보였다.

유통구조 변화에서는 중국의 전통적인 소규모 식료품점이 주요 채널을 유지하는 한편, 대형 슈퍼마켓에서는 프리미엄 제품을 중심으로 차별화를

시도하고 있다. 온라인 유통도 빠르게 성장하고 있으며, JD.com, TMall 등의 주요 전자상거래 플랫폼이 라이브 커머스와 드론 배송을 통해 경쟁력을 강화하고 있다. 홍콩에서는 슈퍼마켓이 주요 오프라인 채널로 자리 잡고 있으며, HKTVmall과 같은 온라인 플랫폼이 팬데믹 이후 빠르게 성장하며 신선식품과 간편식 제품의 판매를 주도하고 있다.

과거의 수산식품 소비 행태를 살펴보면, 중국에서는 도시화와 경제 성장으로 고소득층을 중심으로 고급 수산물의 수요가 증가하였다. 또한, 팬데믹 이후 밀키트와 가정 간편식(HMR)에 대한 수요가 크게 늘어나며 가성비를 중시하는 소비자들이 증가하였다. 최근에는 프리미엄 수산물과 건강 기능성 식품에 대한 수요가 회복되고 있다. 홍콩에서는 일본산 수산물이 주요 수산물로 자리 잡았으나, 원전 오염수 방류 문제로 일시적인 소비 감소가 있었고, 다시 회복되고 있다. 건강식품과 저칼로리 식품에 대한 젊은 층의 관심이 증가하며, 고령화에 따른 고령친화 수산물 수요도 늘어나고 있다.

다음으로, 수입 구조 및 수입 의존도 분석에서는 중국과 홍콩의 주요 수산물 수입국과 수입 비중을 분석하여 수출 잠재력이 높은 품목을 도출하였다. 중국의 주요 수산물 수입국은 러시아, 페루, 베트남이며, 한국의 수산물 수입 비중은 1.6%로 낮은 수준을 보였다. 홍콩의 수산물 수입에서는 중국에서 33.9%를 수입해오며, 한국산은 0.4%에 불과하였다. 이러한 분석을 통해 한국산 수산물의 존재감이 중화권에서 낮다는 점이 드러났다.

중화권 소비자 설문조사 결과는 중화권 수산식품 시장의 소비 특성을 명확히 파악하는 데 중요한 정보를 제공하였다. 중국 소비자는 수산식품을 건강에 좋고 맛있는 식품으로 인식하며, 가족의 건강과 다양한 조리법을 통한 요리 준비를 중요하게 생각하였다. 반면, 냄새와 식감, 조리의 어려움이 비선호 요인으로 작용하였다. 홍콩 소비자는 맛을 중시하지만, 건강에 대한 관심은 중국보다 낮았으며, 가격에 대한 민감도가 상대적으로 높았다.

내식과 외식에 대한 선호에서 중국은 내식 비중이 높아 건강과 가족 중심의 식단을 유지하려는 경향이 강했으며, 홍콩은 내식과 외식을 균형 있게 유지하며 편리성과 경제적 이유로 내식을 선택하는 경우가 많았다. 수산물(원물)과 수산식품의 구매처로 중국은 전통시장과 대형 유통마트를, 홍콩은 슈퍼마켓과 중간 규모 매장을 주로 이용했다. 외식 장소로는 중국에서 일반 대중식당과 수산물 전문 레스토랑, 홍콩에서는 일반 대중식당과 일식당이 선호되었다.

수입산 수산물 소비 행태에서는 중국이 국산 수산물에 대한 신뢰가 매우 높아 수입산을 보조적으로 사용하는 반면, 홍콩은 수입산 수산물의 신뢰와 접근성을 중시하며 수입산을 더 선호했다. 한국산 수산물의 경우 중국 소비자들은 품질에 대한 불안과 낮은 인지도로 인해 구매를 주저하는 경향이 있었고, 홍콩에서는 선호 어종 부족과 가격 부담이 주요 저해 요인이었다.

중국 시장에서는 고소득층과 건강 지향 소비자를 타겟으로 한 프리미엄 수산물과 건강 기능성 식품을 강조하는 전략이 필요할 것으로 보인다. 또한, 온라인 유통 채널을 활용하여 전자상거래 플랫폼에서의 마케팅을 강화하고, 품질 보장과 안전성을 강화하는 것이 중요하게 작용할 것이다. 다양한 조리법을 통해 손쉽게 조리할 수 있는 제품을 개발하여 중국 소비자의 조리 편리성 요구를 충족시킬 필요가 있다고 판단된다.

홍콩 시장에서는 고령친화 식품과 건강 기능성 수산물에 대한 수요 증가에 대응해 이러한 트렌드를 반영한 제품을 개발하고, 가격 경쟁력을 강화하는 것이 우선시될 필요가 있다. 오프라인 슈퍼마켓과 온라인 플랫폼을 동시에 활용한 멀티채널 접근 전략을 통해 다양한 소비자층에 접근할 수 있어야 하며, 특히 홍보와 판촉 활동을 통해 한국산 수산물의 인지도를 높이고, 저칼로리 및 건강식품을 통해 젊은 층을 공략하는 마케팅이 효과적일 것이라고 판단된다.

따라서, 한국산 수산물의 수출 전략은 가공식품 비중을 높이고, 부가가치를 창출하는 방향으로 전환할 필요가 있다. 중국 시장에서는 고급화를, 홍콩 시장에서는 경제적 접근성과 다양한 형태의 제품을 제공하는 접근이 필요할 것이다. 이를 통해 한국산 수산물의 인지도와 경쟁력을 강화하고, 중화권 시장에서의 입지를 넓힐 필요가 있다.

제2절 정책 제언

중국, 홍콩 수산식품 소비 행태 분석을 통해 한국산 수산식품 수출 확대를 위한 전략을 도출하였다. 주요 전략으로 고품질 및 안전성 강화 전략 마련, 맞춤형 간편 수산식품 개발, 온라인 플랫폼 내 입지 강화, 홍보 및 마케팅 차별화 전략 수립을 중심으로 정리하였다.

1. 고품질 및 안전성 강화 전략 마련

소비자를 대상으로 실시한 설문조사 결과를 바탕으로 중국과 홍콩 소비자들은 공통적으로 수산식품의 품질과 안전성을 중요시하는 편이었으며 특히 중국은 자국산 수산식품에 대한 신뢰도가 상당히 높은 편이었다. 이를 고려하여 한국산 수산식품 품질에 대한 현지 소비자의 신뢰도를 높이기 위한 전략이 필요하다. 이에 따라 한국산 수산식품 품질 인증 시스템 강화 및 홍보가 요구된다.

먼저, 국제 표준에 부합하는 품질 인증 절차와 위생 관리 체계를 갖추고

식품 제조 및 생산 과정에서의 투명성을 알릴 필요가 있다. 실제 생산 과정의 영상이나 이미지를 홈페이지나 SNS에 게시한다면 소비자의 신뢰를 높이는 데에 가장 효과적인 홍보가 될 수 있다. 이와 더불어 현지 시장에서 인정받는 품질 인증까지 취득한다면, 고품질 및 위생 안전성에 대한 이미지를 확보할 수 있을 것이다.

2. 맞춤형 간편 수산식품 개발

현재 중화권 식품 시장에서 간편식과 건강 기능성 식품에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있다. 또한, 설문조사에서도 소비자들이 건강을 챙길 수 있고, 편리하게 먹을 수 있는 수산식품을 원하는 것을 확인할 수 있다. 따라서, 간편 조리 식품 및 건강 기능성 밀키트를 개발하여 소비자의 요구를 충족시킬 필요가 있다. 특히, 고령화가 진행되고 있는 상황에서 부드러운 식감과 영양을 강조한 고령친화 식품 개발이 우선시 될 필요가 있다. 또한, 에어프라이어 등 조리도구에 따라 간편하게 조리할 수 있는 수산식품임을 강조한다면 이는 소비자들의 구매에도 중요하게 작용할 것으로 예상된다.

3. 온라인 플랫폼 내 입지 강화

팬데믹 이후 중국에서 온라인 시장은 급속도로 성장해오고 있으며, 그 비중은 대형 유통마트와 비슷한 수준이었다. 온라인 유통 채널의 성장세를 활용하기 위해서는 전자상거래 플랫폼 내 입점, 제품 인지도 강화를 위한 전략이 필수적이다. 중국의 주요 전자상거래 플랫폼은 기술 혁신을 통해 경쟁력을 강화하고 있으며 Hema 등 대형 마트에서는 온라인 주문 및 배달 시스템을 통해 온라인 사업 영역까지 확대해가고 있다.

우리 수산식품도 이러한 플랫폼과 협력하여 중국 소비자들의 접근성을 높이고, 라이브커머스 등 온라인 마케팅을 활용하여 소비자 참여를 유도할 필요가 있다. 이러한 온라인 마케팅을 통해 한국산 수산식품에 대한 신뢰를 쌓은 뒤 오프라인 채널로 확대하는 것이 소비자가 한국산 수산식품을 긍정적으로 인식하고 구매 선택하는 데에 더욱 효과적일 것으로 예상된다.

4. 홍보 및 마케팅 차별화 전략 수립

소비행태 조사 결과를 종합하면, 중국 시장에서는 품질, 안전성, 건강을 강조하는 프리미엄 이미지를, 홍콩 시장에서는 가격, 편리성, 접근성을 중시하는 실용적인 이미지를 구축하는 것이 중요할 것으로 보인다. 시장별 특성을 반영하여 중국 소비자에게는 고급화된 제품과 다양한 건강 조리법을 홍보하고, 홍콩 소비자에게는 경제적이고 간편하게 섭취할 수 있는 수산식품을 홍보하는 등 차별화 전략을 수립할 필요가 있다.

또한, 한국산 수산식품에 대한 만족도가 높은 계층은 주로 한류를 경험했거나 한국을 긍정적으로 평가하는 소비자들이었다. 이 점을 활용하여 한류 문화와 연계한 K-푸드 캠페인, 콜라보 제품을 출시하거나 온·오프라인에서 한국 수산식품 및 문화를 체험할 수 있는 공간을 마련할 필요가 있다. SNS에서 소비자들이 직접 한국산 수산식품을 활용해 요리하고 공유하는 챌린지 등을 기획하는 것도 효과적일 것이다. 향후에는 가치 소비, 환경 보호에 대한 인식이 확대될 것임을 고려하여 지속 가능성을 강조한 홍보 전략도 필요할 것이라고 생각된다.

참고문헌

국내 문헌

- 김봉태·박상우·정명생(2012), 인구·사회구조 변화에 따른 수산식품 소비 트렌드와 과제, 한국해양수산개발원.
- 김정봉 외(2002), 한·일 수산물 무역구조 변화요인 분석에 관한 연구, 한국해양수산개발원.
- 김지연 외(2019), EU의 수산물 소비 특성 및 수출 전략(프랑스, 스페인을 중심으로), 한국해양수산개발원.
- 김창범·이민희(2017), 한국 수산물 무역의 비교우위와 경쟁력 분석, 해운물류연구, 33(0), pp. 433-455.
- 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사(2022), 주요 수출국 유망품목 심층조사 및 진출전략-중국·홍콩·일본, 한국농수산식품유통공사.
- 박윤선·김완배·권오상(2017), 중국 성(省)별 도시가구의 식품소비 분석, 농촌경제, 40(4), pp. 47-73.
- 백은영·이은화(2018), 한·중·일 김 수출경쟁력 분석에 관한 연구, 한국도서연구, 30(3), pp. 139-159.
- 임경희·정명화·장춘봉(2014), 중국 상해권역의 수산물 소비와 수출 전략에 관한 연구, 한국해양수산개발원.
- 한국농수산식품유통공사(2021), 글로벌 식품유통 온라인 플랫폼 현황, 한국농수산식품유통공사.

한국농수산식품유통공사(2022a), 2022년 주력국가 심층조사 보고서(중국), 한국농수산식품유통공사.

한국농수산식품유통공사(2022b), 2022년 홍콩 수출정보 심층조사 보고서, 한국농수산식품유통공사.

한국농수산식품유통공사(2023a), 2023 농식품 수출국가 정보조사(중국), 한국농수산식품유통공사.

한국농수산식품유통공사(2023b), 2023 농식품 수출국가 정보조사(홍콩), 한국농수산식품유통공사.

한국농수산식품유통공사(2023c), 2023년 중국 식품 시장 트렌드, 한국농수산식품유통공사.

한기욱 외(2021), 글로벌 수산물 수출 경쟁우위 결정요인 분석, 한국해양수산개발원.

국외 문헌

United Nations(2022), World Population Prospects 2022, United Nations.

인터넷 자료

농식품수출정보, 경기침체로 인한 중국 식품소비 동향 및 발전 방향 진단, https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=99949&menu_dept=35&menu_dept3=71&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%EA%B2%BD%EA%B8%B0%EC%B9%A8%EC%B2%B4%EB%A1%9C%20%EC%9D%B8%ED%95%9C%20%EC%A4%91%EA%B5%AD%20%EC%8B%9D%ED%92%88%EC%86%8C%EB%B9%84%20%EB%8F%99%ED%96%A5&page=1&srchGubun=(검색일: 2024.9.3.)

농식품수출정보, 고령친화식품 소비현황 및 한국산 시장확대 방안, https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100141&menu_dept2=35&menu_dept3=71(검색일: 2024.9.3.)

농식품수출정보, 밀키트 시장의 발전과 도전, https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100049&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=all&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%EB%B0%80%ED%82%A4%ED%8A%B8%20%EC%8B%9C%EC%9E%A5%EC%9D%98%20%EB%B0%9C%EC%A0%84&page=1&srchGubun=(검색일: 2024.9.3.)

농식품수출정보, 수산물 간편식 시장, 1,500억 위안 돌파 전망, https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100544&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%EC%88%98%EC%82%B0%EB%AC%BC%20%EA%B0%84%ED%8E%B8%EC%8B%9D%20%EC%8B%9C%EC%9E%A5&page=1&srchGubun=(검색일: 2024.9.3.)

농식품수출정보, 외식 및 배달 경제 속 소비자 니즈, https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=99234&menu_dept2=35&menu_dept3=71(검색일: 2024.9.3.)

농식품수출정보, 일본 수산물 소비현황, https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=99136&menu_dept2=35&menu_dept3=71(검색일: 2024.9.3.)

농식품수출정보, 최근 중국의 식품 소비 동향 분석, [https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100050&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=\[%EC%A4%91%EA%B5%AD\]%20%EC%B5%9C%EA%B7%BC%20%EC%A4%91%EA%B5%AD%EC%9D%98%20%EC%8B%9D%ED%92%88%20%EC%86%8C%EB%B9%84%20%EB%8F%99%ED%96%A5%20%EB%B6%84%EC%84%9D&page=1&srchGubun=](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100050&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=[%EC%A4%91%EA%B5%AD]%20%EC%B5%9C%EA%B7%BC%20%EC%A4%91%EA%B5%AD%EC%9D%98%20%EC%8B%9D%ED%92%88%20%EC%86%8C%EB%B9%84%20%EB%8F%99%ED%96%A5%20%EB%B6%84%EC%84%9D&page=1&srchGubun=)(검색일: 2024.9.3.)

대외경제정책연구원 중국전문가포럼, 2023년 중국 식품시장 결산, https://csf.kiep.go.kr/consultingInfoView.es?article_id=53308&mid=a20400000000(검색일: 2024.9.4.)

대외경제정책연구원 중국전문가포럼, 커지는 중국 간편식품 시장 속 인기상품 및 수

-
- 요 트렌드, https://csf.kiep.go.kr/studyReportView.es?article_id=51706&mid=a20300000000(검색일: 2024.9.4.)
- 한국무역통계진흥원, 수출입실적, <https://www.bandtrass.or.kr/index.do>(검색일: 2024.5.10.)
- EUROMONITOR, Retail in China/Hong Kong, <https://www.portal.euromonitor.com/statisticsevolution/index>(검색일: 2024.5.23.)
- FAO, FishStatJ, <https://www.fao.org/fishery/en/statistics/software/fishstatj>(검색일: 2024.8.6.)
- GTA, Global Trade Atlas, <https://connect.ihsmarkit.com/gta/data-extracts/>(검색일: 2024.8.6.)
- KOTRA 해외경제정보드림, [기고] 홍콩 수산식품 시장동향, https://dream.kotra.or.kr/dream/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=2&MENU_ID=2580&bbsSn=246&pNttSn=192843&CONTENTS_NO=1(검색일: 2024.9.2.)
- KOTRA 해외시장뉴스, 2024년 1분기 경기침체 영향 중국 식품시장 전망, https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=80&bbsSn=242&pNttSn=217497&CONTENTS_NO=2(검색일: 2024.9.2.)
- The Maritime Executive, China is Bringing Aquaculture to Deep Offshore Waters, <https://maritime-executive.com/editorials/china-is-bringing-aquaculture-to-deep-offshore-waters>(검색일자: 2024.5.10.)
- The World Bank, World Development Indicators, <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.MKTP.CD&country=>(검색일: 2024.5.20.)

부 록

1. 선호 어종 빈도분석 결과표

〈가정 내 식사로 주로 구입하는 수산물(1순위 응답만)〉

품목	빈도수	비율
고등어	19	1.93
넙치	14	1.42
연어	142	14.18
대구,명태	38	3.75
참치	21	2.13
뱀장어	19	1.93
갈치	88	8.82
새우	305	30.49
꽃게	73	7.3
대게	23	2.33
굴	39	3.85
전복	30	3.04
가리비	32	3.24
홍합	5	0.5
오징어	51	5.07
해삼	14	1.42
멍게	3	0.3
김	29	2.93
다시마	44	4.35
기타	10	1.01

〈외식할 때 즐겨먹는 수산물(1순위 응답만)〉

품목	빈도수	비율
가리비	15	1.78
가물치	3	0.36
가자미	17	2.01
갈치	19	2.25
강준치	2	0.24
게류	63	7.46
고등어	14	1.66
굴	11	1.3
김	4	0.47
농어	2	0.24
다시마	4	0.47
대구	3	0.36
도미	5	0.59
맛조개	1	0.12
메기	15	1.78
멸치	1	0.12
문어	13	1.54
미역	1	0.12
바닷가재/랍스터	9	1.07
방어	1	0.12
뱀장어	1	0.12
뱅어	1	0.12
병어	2	0.24
부세	1	0.12
붕어	3	0.36
산천어	5	0.59
새우류	185	21.89
서대기	2	0.24
쏘가리	4	0.47
연어	245	28.99
오징어	38	4.5
우럭	49	5.8
잉어	2	0.24
장어	22	2.6
전복	30	3.55
조개	16	1.89
조개류(바지락, 동죽)	1	0.12
조기	4	0.47

품목	빈도수	비율
참치	21	2.49
청강어	3	0.36
터봇	1	0.12
해마	2	0.24
해삼	2	0.24
홍합	2	0.24

〈구매 또는 먹어본 적 있는 한국산 수산물(1순위 응답만)〉

품목	빈도수	비율
가리비	14	2.5
가자미	10	1.78
갈치	10	1.78
게류	53	9.45
고등어	6	1.07
굴	28	4.99
김	10	1.78
꽁치	2	0.36
낙지	2	0.36
다시마	21	3.74
대구	10	1.78
도미	1	0.18
멍게	1	0.18
명태	23	4.1
문어	61	10.87
미꾸라지	1	0.18
미역	2	0.36
바닷가재/랍스터	9	1.6
병어	2	0.36
보리멸	1	0.18
삼치	1	0.18
새우류	53	9.45
서대기	1	0.18
아귀	1	0.18
어묵	5	0.89
어육소시지	2	0.36
연어	64	11.41
오징어	71	12.66
우럭	11	1.96
자라	1	0.18
장어	14	2.5
전갱이	1	0.18
전복	21	3.74
조개	6	1.07
조기	1	0.18
주꾸미	2	0.36
참치	27	4.81
해마	1	0.18

품목	빈도수	비율
해삼	10	1.78
홍합	1	0.18

2. 설문조사지

수산물 관련 소비자 조사

안녕하십니까?

본 설문조사는 「수산물 관련 소비자 조사」 연구와 관련하여 중국 소비자의 수산물 소비 행태에 대한 태도와 의견을 조사하고 있습니다.

생각하고 계신 바를 있는 그대로 말씀해 주시고, 평가해 주신다면 수산식품 소비 활성화를 위한 방안을 마련하는데 중요한 자료가 될 것입니다.

본 조사를 통해 알람에 주신 내용은 아래의 통계법 제33조 및 제34조에 의하여 통계적인 목적으로만 사용됩니다. 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주시어 설문에 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2024년 8월

통계법 제33조(비밀의 보호)

- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 중의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

통계법 제34조(통계종사자 등의 의무)

통계조사자, 통계조사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁 받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

SQ. 선정 질문

501. 다음 중 귀하가 식품을 구매할 때 모습을 가장 잘 설명하는 것은 무엇입니까?

- ④ 식품을 구매할 때 주로 내가 결정하지만, 가족의 의견을 고려해 내가 구매한다

5Q2. 귀하의 성별을 선택해 주십시오. (원터 체크)

① 남성 ② 여성

SQ3. 귀하의 출생연도는 언제입니까? ()년 [만 1955~2004년만 조사 진행]

www.e-연세대학교: www.yonsei.ac.kr | 연세대학교 서울 캠퍼스: www.yonsei.ac.kr/seoul

① 10대 → 조사 중단 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

SQ4. 귀하가 거주하고 있는 지역을 선택해 주십시오. [\(권터 체크\)](#)

① 중국 본토(홍콩, 마카오 제외) → SQ4-1로 이동 ② 홍콩

[SQ4=① 중국 응답자 질문]

SQ4-1. 국어가 주어진다고 있는 작품을 선택해 주십시오. (힌트 제공)
 ① 동학(東學) : 고대농성, 직전설, 해미불장성
 ② 화북(華北) : 배미장사, 탄신사, 허배미성, 허남성, 산신성, 태임명구자자구
 ③ 화동(華東) : 성암아사, 장수성, 자장성, 산동성
 ④ 화중(華中) : 한무아성, 장성성, 화배미성, 후남성
 ⑤ 화남(華南) : 무전성, 광동성, 해남남성, 광시광동자자구
 ⑥ 서북(西北) : 산신성, 장미아성, 간수성, 남사후미족자자구, 산청왕후무얼자자구
 ⑦ 서남(西南) : 종정사, 쓰촨성, 구미자자구, 시창자자구

59. 귀하를 포함해 함께 사는 가구원 수는 몇 명입니까?

혈연관계가 아니더라도 함께 사는 가구원 수를 선택해 주세요. **[필터 체크]**

② 1인(1명 가구) ③ 2인 ④

PART A 일반 식품 소비와 태도

A01. 귀하는 평소에 식료품을 한 달에 몇 회 정도 구입하십니까? (온라인, 오프라인 포함)

- ① 거의 매일 ② 1주에 3~6회 ③ 1주에 1~2회
④ 1달에 2~3회 ⑤ 2~3일에 1회 ⑥ 그보다 드물게

A02. 귀하의 월평균 식료품 지출액은 얼마입니까?

(가정 내 식사를 위해 구입하는 농·축·수산물, 가공식품을 포함하며, 외식은 제외)

- ㉔ ¥500 미만 ㉕ ¥500 ~ 999 ㉖ ¥1,000 ~ 1,999
 ㉗ ¥2,000 ~ 2,999 ㉘ ¥3,000 ~ 3,999 ㉙ ¥4,000 ~ 4,999
 ㉚ ¥5,000 ~ 9,999 ㉛ ¥10,000 ~ 19,999 ㉜ ¥20,000 ~ 29,999
 ㉝ ¥30,000 이상

A03. 귀하는 식료품을 구입할 때 주로 어디서 구입하십니까?

구입경로	1순위	2순위	3순위
소규모 식료품점	①	①	
슈퍼마켓	②	②	②
대형 유통마트	③	③	③
전통시장	④	④	④
백화점	⑤	⑤	⑤
온라인(온라인 쇼핑몰, 모바일, 홈쇼핑, 라이브커머스 등)	⑥	⑥	⑥
기타 (작성:)	⑦	⑦	⑦

A04. 다음은 식품 소비성향에 관한 질문입니다. 각 문항별로 귀하가 동의하는 정도를 선택해 주십시오.

	문장 [Sentence]	원형 [Original]	그렇지 않다	분류 이다	그렇다	매우 그렇다
(1)	나는 신물을 구입할 때 양심성 을 중요시 한다.	①	②	③	④	⑤
(2)	나는 신물을 구입할 때 합리성 보다 양심성 을 중시한다.	①	②	③	④	⑤
(3)	나는 신물을 구입할 때 양심 이 없는 표 식 이 있는 제품을 구입하기로 구입한다.	①	②	③	④	⑤
(4)	나는 신물을 구입할 때 가격 먼저 가치 를 확인한다.	①	②	③	④	⑤
(5)	나는 신물을 구입할 때 가격을 비교하고는 비 합리 적합 하고 합리 하는 신물을 구입한다.	①	②	③	④	⑤
(6)	나는 신물 가치 가 오르고 내리 것에 민감 하다.	①	②	③	④	⑤
(7)	나는 매년 버려대다도 환경보호를 사실 으로 중요 한 신물 을 구매하기로 노력한다.	①	②	③	④	⑤

	문항 (Rotation)	전혀 그렇지 않다	거의 없음	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(H)	나는 우리집으로 돌아 올것을 선택할 수 있다. (MSJ, ASJ, 안경, 통목욕기 등 사용)	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 집을 요리하는 것보다는 커피 또는 밥 같은 간단한 요리를 구워먹어 즐긴다.	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 반드시 누군가와 정보와 관련된 온라인 정보를 공유하고 싶어한다.	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 가정에서 제품 이 다양해서 소비할 때 놀랄 정도로 많다.	①	②	③	④	⑤
(H)	"가정에서" 온라인과 관련하여 이미 그로 부터 "가정에서" 다른 온라인을 거쳐 설명 수준은 매우 높고 복잡하다.	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 컴퓨터와 웹 을 포함한 다른 각종 기술적 혁신 에 매우 흥미있다.	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 식품에 관한 새로운 정보 를 빨리 받아들이고 싶다.	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 음식과 요리에 관한 TV를 보면 정말 마치 마치 매혹적인 경험 을 자주 느낀다.	①	②	③	④	⑤
(H)	나는 새로운 프로그래밍 을 알게 되면 이를 사 도해볼 기회가 있다.	①	②	③	④	⑤

PART B. 수산식품 인식

※ 여기서는 국어의 수산식품에 대한 의미와 상호에 대해 역설문입니다.
※ 수산식품은 원물 형태와 가공·포장된 가공식품 전체를 포함합니다.

801. 귀하는 다음의 수산식품 의미에 대해 '알아나' 동의하시나요?

수산식품 의미지 [Rotation]	동의하지 않는다	동의하지 않는다	동의하지 않는다	동의하지 않는다	동의하지 않는다
전반에 물고 영양성분이 풍부하다.	①	②	③	④	⑤
가량이 적절하다.	①	②	③	④	⑤
맛이 좋다.	①	②	③	④	⑤
다양한 종류의 수산식품을 접할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
조리하여 먹기 편하다.	①	②	③	④	⑤
각종 영양소와 아미노산이 풍부하다.	①	②	③	④	⑤
특유의 냄새(비린내) 풍기가 불쾌하다.	①	②	③	④	⑤
조리방법이 다양하지 않다.	①	②	③	④	⑤
식품안전성, 식품육 용으로 건강에 불리하다.	①	②	③	④	⑤

802. 귀하는 평소 수산식품을 얼마나 좋아하십니까?

전혀 좋아하지 않는다	좋아하지 않는다	그저 그렇다	좋아하는 편이다	매우 좋아한다
①	②	③	④	⑤

803-① 또는 ② 응답자에게 질문

803-1. 수산식품을 좋아하지 않는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 냄새나 색깔이 별로라서 ② 가격이 비싸서 ③ 조리하기가 어려워서
④ 보관하기 힘들어서 ⑤ 안전상의 우려에서 ⑥ 맛이 없어서 ⑦ 기타()

803-③ 또는 ④ 응답자에게 질문

803-2. 수산식품을 좋아하시는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 맛이 좋아서 ② 가격이 저렴해서 ③ 건강에 좋은 식품이라서
④ 다양한 요리가 있어서 ⑤ 간편하게 먹을 수 있어서 ⑥ 기타()

803. 다음 중 귀하는 어떤 종류의 수산식품을 선호하십니까? 선호하는 순서대로 선택해 주십시오.

구분 [Rotation]	예시	1순위	2순위	3순위
어류	고등어, 연어, 굴이 등	①	②	③
갑각류	대게, 새우, 꽃게 등	④	⑤	⑥
패류	전복, 바지락, 굴 등	⑦	⑧	⑨
연체동물류	오징어, 문어, 낙지 등	⑩	⑪	⑫
해조류	김, 미역, 다시마 등	⑬	⑭	⑮
기타수산물류	해마, 양귀, 해삼 등	⑯	⑰	⑱

Part CA 수산식품 가장 내 식사(내식) 소비

※ 이제부터 귀하의 수산식품의 가장 내 소비에 대해 역설문입니다.

※ 가장 내 식사(내식)는 시장, 마트 등에서 식재료를 구매해 가장 내에서 섭취하는 행태를 의미합니다.

801. 귀하는 평소에 가장에서 수산식품을 얼마나 자주 먹으십니까?

- ① 거의 매일 ② 1주에 2-3회 ③ 1주에 1회
④ 1달에 2-3회 ⑤ 1달에 1회 ⑥ 2-3달에 1회 ⑦ 거의 먹지 않음

802. 귀하는 평소에 먹을 수산식품을 구입할 때, 어떤 종류의 수산식품을 주로 구입하십니까?

구분 [Rotation]	예시	1순위	2순위	3순위
어류	고등어, 연어, 굴이 등	①	②	③
갑각류	대게, 새우, 꽃게 등	④	⑤	⑥
패류	전복, 바지락, 굴 등	⑦	⑧	⑨
연체동물류	오징어, 문어, 낙지 등	⑩	⑪	⑫
해조류	김, 미역, 다시마 등	⑬	⑭	⑮
기타수산물류	해마, 양귀, 해삼 등	⑯	⑰	⑱

802-1. 그림 세부적으로 어떤 종류의 수산식품을 주로 구입하십니까? 자주 구입하는 순서대로 선택해 주십시오. [보기 Rotation]

1순위 ()				2순위 ()				3순위 ()				
① 고등어	② 넙치(망이)	③ 연어	④ 대구, 갈대	⑤ 전복	⑥ 새우	⑦ 대게	⑧ 전복	⑨ 해삼	⑩ 오징어	⑪ 해삼	⑫ 다시마	⑬ 기타()
⑭ 다랑어(참치)	⑮ 뽕장어	⑯ 갈치										
⑰ 꽃게	⑱ 대게	⑲ 굴										
⑳ 가리비	㉑ 오징어	㉒ 오징어										
㉓ 명게	㉔ 칼	㉕ 다시마										

803. 귀하는 평소에 먹을 수산식품을 구입할 때, 다음의 수산식품을 평소에 얼마나 자주 구입하십니까? 선호하십니까?

PART C. 수산식품 소비

※ 이제부터 귀하의 수산식품 소비에 대해 역설문입니다.

801. 귀하가 평소 수산식품을 먹을 때, 가장에서 식사(내식)하는 횟수와 횟수로 먹는 횟수 기준, 각각의 빈도를 작성해 주십시오. 10, 20, 30 등 10 단위로 작성해 주십시오.

1) 가장 내 식사(내식) 시장, 마트 등에서 식재료 등을 구매해 가장에서 섭취	2) 가장 외 식사(외식) 음식당이나 포장, 배달 등 외부에서 먹는 음식 섭취	합계
[NUMBER : MIN 0, 10, 20 ~ MAX 100]	[NUMBER : MIN 0, 10, 20 ~ MAX 100]	100%

[801, 1]의 C01-2를 조가한 응답자 질문

C01-1. 수산식품을 가장, 내에서 더 자주 먹는 이유가 무엇입니까? [보기 Rotation]

- ① 건강한 식사를 위해서 ② 집에서 간편하게 식사하기 위해서
③ 가족들과 식사를 하기 위해서 ④ 외식 비용이 비싸서
⑤ 자신들의 가족이 원하는 음식을 만들려고 ⑥ 기타()

[801, 2]의 C01-1을 조가한 응답자 질문

C01-2. 수산식품을 가장, 내에서 외식으로 더 자주 먹는 이유가 무엇입니까? [보기 Rotation]

- ① 간편하게 먹을 수 있어서 ② 조리시간이 짧아서 ③ 조리도구 미비 등 조리 공간의 제약이 없어서
④ 식사 준비가 귀찮아서 ⑤ 특별한 날(축하, 생일, 모임 등)이어서
⑥ 식재료 값이 비싸서 ⑦ 맛있는 음식을 즐기려 ⑧ 기타()

802. 귀하는 향후 수산식품 구매, 횟수는 어떻게 변화 것으로 예상하십니까?

※ 내식(가정 내 식사)과 외식(외식)을 포함한 전체 수산식품 소비 계획을 의미함

매우 감소	감소	보통	증가	매우 증가
①	②	③	④	⑤

[802-①, ②, ③ 응답자 질문]

802-1. 그렇다면 어떤 종류의 수산식품을 구입할 계획이십니까? [보기 Rotation]

1순위 ()				2순위 ()				3순위 ()			
① 고등어	② 넙치(망이)	③ 연어	④ 대구, 명태								
⑤ 다랑어(참치)	⑥ 병창이	⑦ 갈치	⑧ 새우								
⑨ 꽃게	⑩ 대게	⑪ 굴	⑫ 전복								
⑬ 가리비	⑭ 홍합	⑮ 오징어	⑯ 해삼								
⑰ 멍게	⑱ 김	⑳ 다시마	㉑ 기타 ()								

	장의	예시
수산식품(생물)	원래의 수산식품을 생체 원물, 먹이 등 단순 가공 과정을 거친 수산식품	  
수산가공식품	생선, 새우, 전복 등 수산식품을 가공, 조리, 포장한 수산식품	   

구분	가위 구입 시점	19대에 1회(1대 드림)	19대에 1회	19대에 2~3회	19대에 1회	19대에 2~3회	가위 해탈
수산물 (원종)	1) 어류(고등어, 연어, 광어 등)	①	②	③	④	⑤	가
	2) 갑각류(대게, 새우, 꽃게 등)	①	②	③	④	⑤	가
	3) 채류(전복, 바지락, 굴 등)	①	②	③	④	⑤	가
	4) 연체동물(홍합, 굴, 낙지 등)	①	②	③	④	⑤	가
	5) 해조류(김, 미역, 다시마 등)	①	②	③	④	⑤	가
수산 가공 식품	6) 기타수산물(생선류) 양식 제품	①	②	③	④	⑤	가
	1) 어류(고등어, 연어, 광어 등)	①	②	③	④	⑤	가
	2) 갑각류(대게, 새우, 꽃게 등)	①	②	③	④	⑤	가
	3) 채류(전복, 바지락, 굴 등)	①	②	③	④	⑤	가
	4) 연체동물(홍합, 굴, 낙지 등)	①	②	③	④	⑤	가
	5) 해조류(김, 미역, 다시마 등)	①	②	③	④	⑤	가
	6) 기타수산물(생선류) 양식 제품	①	②	③	④	⑤	가

D04. 귀하가 해당서 책을 수산식품을 구입할 때, 주로 어디서 구입하십니까?

	[보기 Rotation]	1) 수산물(원종)	2) 수산가공식품
소규모 식료품점		①	②
슈퍼마켓		②	②
대형 유통업체		③	③
전문시장		④	④
백화점		⑤	⑤
온라인(온라인 쇼핑몰, 모바일, 라이브커머스 등)		⑥	⑥
기타 (해설:)		⑦	⑦

3) 채류	전복, 바지락, 굴 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
4) 연체동물류	오징어, 문어, 낙지 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
5) 해조류	김, 미역, 다시마 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
6) 기타수산물류	해마, 명게, 해삼 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨

D09. 귀하가 가공처리한 수산가공식품을 구매할 때, 어떤 조리의 방법을 선호하십니까?

	[보기 Rotation]	1순위 ()	2순위 ()	3순위 ()
① 찜	② 찜/스프	③ 튀김	④ 볶음	⑤ 구이
⑥ 조림	⑦ 생식(회, 조림)	⑧ 찐다	⑨ 기타 ()	

D09-1. 그렇다면 가장 조리한 수산가공식품을 구매할 때, 수산물 종류별로 선호하는 조리 방법은 무엇일
니까?

구분[Rotation]	예시	선호하는 조리 방법							
		찜	찜/스프	튀김	볶음	구이	조림	생식 (회, 조림)	기타 ()
1) 어류	고등어, 연어, 광어 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2) 갑각류	대게, 새우, 꽃게 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
3) 채류	전복, 바지락, 굴 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
4) 연체동물류	오징어, 문어, 낙지 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
5) 해조류	김, 미역, 다시마 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
6) 기타수산물류	해마, 명게, 해삼 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

D10. 귀하가 수산식품을 구입할 때, 가장 중요하게 고려하는 기준은 무엇일까요?

	1순위 ()	2순위 ()	3순위 ()
① 가격	② 맛	③ 신선도	④ 품질/안전/건강
⑤ 포장 형태	⑥ 외관/크기/오겟 석류	⑦ 안전/직접/지정/처분가능	
⑧ 순장/조리방법 편의성	⑨ 구입 편의성	⑩ 브랜드 및 식재료/산지	
⑪ 영양성분	⑫ 알인/편육형식 여부	⑬ 기타 ()	

D05. 수산식품을 구입할 때, 귀하가 선택한 구매처를 주로 이용하시는 이유는 무엇일까요?

[보기 Rotation]	1) 수산물(원종) (D03-1 동일 개시)	2) 수산가공식품 (D03-2 동일 개시)
맛, 신선도 등 품질이 좋아서	①	②
가격이 저렴해서	③	④
거리가 가까워서	⑤	⑥
종류가 다양해서	⑦	⑧
식용 위생 및 안전 관리 잘해서	⑨	⑩
주주 등 편의시설이 잘 갖춰져 있어서	⑪	⑫
[D04-⑥ 선택 시 이점]	⑬	⑭
알인/편육형식이 좋아서	⑮	⑯
배송이 편리해서 [D04-⑥ 선택 시 개시]	⑰	⑱
기타 ()	⑲	⑳

D06. 귀하에서 책을 수산식품을 구입할 때, 주로 어떤 형태로 구매하십니까?

- ① 수산물(원종) 그대로 사서 집에서 손질한다
 ② 수산물을 구입하는 시점에 손질하여 구입한다
 ③ 수산물이 미리 손질되어 포장된 형태로 구입한다
 ④ 반조리된 형태(생선조림, 튀김 등)로 구입한다
 ⑤ 즉시 섭취 가능한 알인 조리 형태나 간편식 형태(생선통조림, 편육형 등)로 구입한다
 ⑥ 기타 ()

D07. 귀하에서 평소에 책을 수산식품을 구입할 때, 수산물(원종)과 수산가공식품을 비교할 때 어떤 차이가 있다고
생각하십니까? 수 기준으로 작성해주세요. 10, 20, 30 등 10 단위로 작성해주세요.

구분[Rotation]	수산물 원종	수산물 가공식품	합계
원종은 가격에 수산물과 생식, 튀김, 찜 요리와정을 거쳐 먹기 편하고 저장하기 용이해, 제조/가공/포장된 수산식품			
[NUMBER: MIN 0, 10, 20, MAX 100]	[NUMBER: MIN 0, 10, 20, MAX 100]		100%

D08. 귀하가 수산물(원종)을 직접 요리할 때, 선호하는 요리 방법은 무엇일까요? [보기 Rotation]

	1순위 ()	2순위 ()	3순위 ()
① 찜	② 찜/스프	③ 튀김	④ 볶음
⑤ 조림	⑥ 생식(회, 조림)	⑦ 찐다	⑧ 기타 ()

D08-1. 그럼 수산물(원종)을 직접 요리할 때, 수산물 종류별로 귀하가 선호하는 요리 방법을 한 가지만 선
택해 주십시오.

구분[Rotation]	예시	선호하는 요리 방법							
		찜	찜/스프	튀김	볶음	구이	조림	생식 (회, 조림)	기타 ()
1) 어류	고등어, 연어, 광어 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2) 갑각류	대게, 새우, 꽃게 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

Part C2 수산식품 가정 랍 소비(외식)

※ 외식은 가정 밖에서 직접 조리하지 않은 음식을 먹는 것을 말하며, 식당에서 식사하거나 식당에서 포장 (데리크아웃), 배달하는 것도 포함됩니다.

E01. 귀하는 평소엔 외식으로 수산식품을 얼마나 자주 소비하십니까?

- ① 거의 매일 ② 1주에 2~3회 ③ 1주에 1회
 ④ 1달에 2~3회 ⑤ 1달에 1회 ⑥ 2~3달에 1회 ⑦ 거의 먹지 않음

E02. 귀하는 평소엔 외식할 때, 어떤 종류의 수산식품을 주로 먹습니까?

구분[Rotation]	예시	1순위	2순위	3순위
어류	고등어, 연어, 광어 등	①	②	③
갑각류	대게, 새우, 꽃게 등	④	⑤	⑥
채류	전복, 바지락, 굴 등	⑦	⑧	⑨
연체동물류	오징어, 문어, 낙지 등	⑩	⑪	⑫
해조류	김, 미역, 다시마 등	⑬	⑭	⑮
기타수산물류	해마, 명게, 해삼 등	⑯	⑰	⑱

E03. 귀하는 평소엔 외식을 할 때, 다음의 수산식품을 얼마나 자주 드시는 편일까요?

구분	예시	19대에 1회	19대에 2회	19대에 3회	가위 해탈
1) 어류	고등어, 연어, 광어 등	①	②	③	④
2) 갑각류	대게, 새우, 꽃게 등	⑤	⑥	⑦	⑧
3) 채류	전복, 바지락, 굴 등	⑨	⑩	⑪	⑫
4) 연체동물류	오징어, 문어, 낙지 등	⑬	⑭	⑮	⑯
5) 해조류	김, 미역, 다시마 등	⑰	⑱	⑲	⑳
6) 기타수산물류	해마, 명게, 해삼 등	㉑	㉒	㉓	㉔

E04. 귀하가 외식할 때 주로 즐겨먹는 수산식품은 무엇일까요?

구분		어종명/예시
1) 어류		연어, 광어, 참치, 대구, 대구, 우럭, 아랑고, 광어 등
2) 갑각류		대게, 새우, 꽃게, 바닷가재(참새) 등
3) 채류		전복, 굴, 가리비, 바지락, 홍합, 조개 등
4) 연체동물류		오징어, 문어, 주꾸미, 낙지 등
5) 해조류		김, 미역, 다시마, 파래 등
6) 기타수산물류		해마, 명게, 해삼 등

119

국가		요인	핵심 불안측	불안측	보통	안측	핵심 안측
1) 중국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
2) 일본 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
3) 한국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤

F10-3. 김

국가		요인	핵심 불안측	불안측	보통	안측	핵심 안측
1) 중국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
2) 일본 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
3) 한국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤

F10-4. 굴

국가		요인	핵심 불안측	불안측	보통	안측	핵심 안측
1) 중국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
2) 일본 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
3) 한국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤

F10-5. 전복

국가		요인	핵심 불안측	불안측	보통	안측	핵심 안측
----	--	----	-----------	-----	----	----	----------

국가		요인	핵심 불안측	불안측	보통	안측	핵심 안측
1) 중국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
2) 일본 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
3) 한국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤

F10-6. 해삼

국가		요인	핵심 불안측	불안측	보통	안측	핵심 안측
1) 중국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
2) 일본 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤
3) 한국 수산물	(1)	가격	①	②	③	④	⑤
	(2)	품질	①	②	③	④	⑤
	(3)	위생, 안전성	①	②	③	④	⑤

F11. 귀족는 최근 일본의 원전오염수, 해양, 보류, 이후 수산물 구매를 망설이나요?

- ① 수입산, 국내산 수산물 모두 소비를 줄였다.
- ② 일본을 포함한 모든 수입 수산물만 소비를 줄였다.
- ③ 일본산 수산물을 구매하지 않고, 다른 국가의 수입 수산물을 대신 구매하였다.
- ④ 변하지 않았다.
- ⑤ 오히려 수산물 소비를 늘렸다.

F12. 향후 일본산 수산물에 대한 수입, 규제, 원형회복, 귀족의 일본산 수산물 구매, 판매는 어떻게 변할 것이라고 예상하십니까?

	일본의 원전 오염수 정류 이후 수산물 수입규제 완화			
중국	일본 원전지 수산물 전면 수입금지 (일본 전역)			
중국	10개 현 수산물 수입금지 (도쿄, 후쿠시마, 이바라키, 군마, 도치기, 지바, 미에가, 니가타, 나가노, 사이타마)			
아래 구매하지 않을 것이다	규제 이전과 마찬가지로 구매할 것이다	규제 이전과 비슷한 수준으로 구매할 것이다	규제 이전보다 더 자주 구매할 것이다	잘 모르겠다
①	②	③	④	⑤

DQ. 인구통계 문항

DQ1. 귀하는 중국 외에 다른 국가를 방문, 여행한 경험이 있습니까? (출장, 관광 등 목적 모두 포함)
 ① 있다 ② 없다

[DQ1=① 응답자 질문]

DQ1-1. 그럼 연평균 해외 방문 또는 여행 횟수를 선택해 주십시오.

① 1회보다 드물게 ② 1회 ③ 2회 ④ 3회 ⑤ 4회 ⑥ 5회 이상

DQ2. 귀하는 지금까지 한국의 드라마나 영화, 음악(K-Pop)등 한국 문화(한류)를 접한 적이 있습니까?

① 있다 ② 없다

DQ3. 한국 문화 및 한류에 대해 원소 어떻게 생각하십니까?

매우 부정적	약간 부정적	보통이다	약간 긍정적	매우 긍정적
①	②	③	④	⑤

DQ4. 귀하의 결혼 여부를 선택해 주십시오.

① 미혼 ② 기혼(미혼, 사별 포함)

DQ5. 귀하의 직업을 선택해 주십시오.

① 자영업 ② 사무직 ③ 전문직 ④ 생산직
 ⑤ 판매/서비스직 ⑥ 주부 ⑦ 학생 ⑧ 은퇴/무직
 ⑨ 기타()

DQ6. 귀하의 최종 학력을 선택해 주십시오.

① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대학(교) 졸업 ④ 대학원 재학/졸업 이상

DQ7. 귀하의 월평균 가구소득은 얼마나 되나요?

본인을 포함해 함께 사는 모든 가구원의 소득을 합산해서 선택해 주세요.

※ 가구 소득 : 근로소득, 사업소득, 이자소득, 연금, 자녀/가족에게 받은 용돈 등을 모두 포함

① ¥ 1,000 미만 ② ¥ 1,000 ~ 9,999 ③ ¥ 10,000 ~ 19,999 ④ ¥ 20,000 ~ 29,999
 ⑤ ¥ 30,000 ~ 39,999 ⑥ ¥ 40,000 ~ 49,999 ⑦ ¥ 50,000 ~ 59,999 ⑧ ¥ 60,000 ~ 69,999
 ⑨ ¥ 70,000 ~ 79,999 ⑩ ¥ 80,000 이상

일반사업 2024-12-03

중화권 지역의 수산식품 소비 트렌드 분석

인쇄 2024년 10월 29일

발행 2024년 10월 31일

발행인 김 종 덕

발행처 한국해양수산개발원

주소 49111 부산시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동)

연락처 051-797-4800 (FAX 051-797-4810)

등록 1984년 8월 6일 제313-1984-1호

조판·인쇄 캡스앤디 컴퍼니 (051-911-9890)

비매품