

중국 김/미역 시장 심층 조사

자료작성 : 베이징aT센터

□ 품목개요

- 김은 넓고 끈적끈적한 물질 속에 박혀 있는 엽상체는 암갈색 또는 적색·분홍색에 이르는 다양한 색을 띠고 있으며, 가장자리에서 유성생식이 일어남
- 남반구와 북반구의 조간대 상부에서 자라며 질소가 풍부한 물에서 잘 자람 수확하여 말린 뒤 식용으로 쓰는데 동양에서는 바다에서 주요작물로 양식을 하며 죽의 재료나 음식의 향을 내는 데 쓰이고, 육류의 양념으로도 사용함
- 우리나라에서는 김이 오징어·한천 등과 함께 3대 수산물의 하나로 손꼽히고 있으며, 일반적으로 50일 정도 자란 김이 알맞게 연하고 색깔도 좋고 향기와 맛이 좋음
- 밭에서 떼어 낸 김을 밭장에 넣어 말린 것을 마른 김(乾海苔)이라고 하여 마른 김을 공기 중에 그대로 놓아두면 공기 중의 물기를 흡수하여 김의 독특한 색과 향기가 없어지게 되므로, 습기를 먹지 않도록 보관에도 주의
- 김에는 단백질이 많이 들어있는데, 마른김 5장에 들어 있는 단백질 양이 달걀 1개에 들어 있는 양과 비슷함

□ 품목현황

- 김은 세계적으로는 50여종이 알려져 있으나 한국에는 약 10여종이 분포하며 주요 품종으로는 참김, 큰 참김, 방사무늬김, 큰방사무늬김, 돌김 등이 있음
- 중국에는 주로 요녕성에서 광둥성까지 연해지역에 분포되어 있으며 현재까지 중국 내 김 품종은 약 22종이나 그 중 주요 생산품종은 강소성, 산둥성 지역에서 주로 양식되는 條斑紫菜(Porphyra yezoensis)와 남부지역 복건성, 절강성 연안에서 양식되는 壇紫菜(Porphyra haitanensis) 2가지 종이 있음

□ 양식 및 생산현황

- 중국 김 생산량은 2012년 112,329톤으로 2009년 이후에는 안정적인 성장세를 보이고 있음
- 주요 산지는 복건성, 절강성, 강소성이 이들 3개 지역의 생산비중인 전체의 약 90%이상을 차지하고 있음

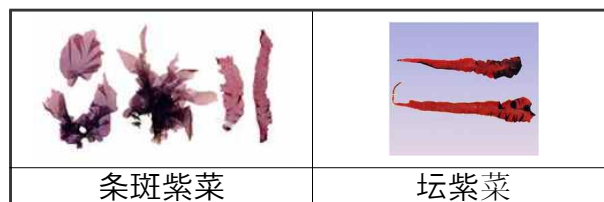
< 2008-2012년 중국 김 해수양식 생산량 >

(단위 : 톤)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
전 국	81,466	107,475	107,235	102,745	112,329
강소성	21,927	26,524	21,910	22,738	21,026
절강성	18,732	20,871	22,845	22,175	24,714
복건성	34,475	49,447	51,313	48,490	55,874
산둥성	4,468	2,365	2,558	-	885
광둥성	1,864	8,268	8,609	9,342	9,830

자료원 : 중국어업연감 및 중국농업통계자료(2008~2012)

- 김 양식은 중국의 전통적 품종인 단김과 일본에서 도입된 조반김(방사무늬 김)으로 구분
- 단김은 원초를 자연건조하여 원형 또는 장방형으로 만들어 식용할 때 작게 뜯어 물에 넣고 탕·스프나 볶음재료로 사용(내수)
- 방사무늬 김은 자동기계에 의해 건조시켜 마른김으로 만들거나 조미김 등 가공제품을 만들어 스시재료나 스낵으로 소비(내수·수출)



- 2011년 기준으로 중국의 김 양식면적은 60,408헥타르이며, 그중 강소성의 전체의 62.3%인 37,674헥타르를 나타내고 있음
- 중국의 김 양식은 강소성, 절강성, 복건성 지역에 집중되어 있음
- 그중 강소성 연운항은 중국 주요 김 양식 및 가공 지역으로 가공 생산 라인 총 130개, 연간 김 생산량 9억 장, 총 생산액은 2억 위안으로 중국 총 판매량 1/4 차지함

<2011년 중국 김 해수양식 면적>

지역	양식면적(헥타르)
전국	60,408
강소성	37,674
절강성	8,538
복건성	13,597
광둥성	599

자료원 : 중국어업연감 2012년

○ 중국의 김 묘종의 경우 2012년 171억 마리로 급격하게 증가하였음

<중국 김 묘종 증감현황>

(단위 : 억마리)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
전국	28	14	26	26	171

자료원 : 중국어업연감 및 중국농업통계자료(2008~2012)

○ 중국의 김 양식업은 아래와 같이 크게 4개 기간으로 구분되고 있음

- 1980년 초반에서 1990년 초반

- 중국 김 생산량은 1.2만톤, 양식장 면적은 6.2천 헥타르 정도이며, 주요 생산지로는 복건성과 강소성이 있으며, 이 두 곳이 전국의 82% 차지. 주요 양식품종은 壇紫菜

○ 1991년도에서 2006년

- 이 시기는 條斑紫菜 품종의 양식에 성공해 김의 생산량이 급격히 증가한 시기임. 1991년도 1.15만톤의 생산량이 2006년에는 9.21만톤으로 약 8배 증가했으며, 아울러 양식면적 또한 크게 증가

○ 2007년도에서 2008년

- 김 양식산업의 급격한 성장으로 양식장 운영상의 문제, 생태계 파괴 등의 문제가 발생하여, 김의 품질저하 문제가 야기됨

○ 2009년 이후

- 양식 기술 및 제도개선 등을 통해 김 품질을 제고하고 다시 생산량이 안정적으로 증가하기 시작. 또한 條斑紫菜 품종양식에 지속적으로 성공

- 중국은 기후가 김 양식에 적합하고 또한 최근 많은 자본이 김 양식산업에 투입됨에 따라 김 산업 발전. 일본, 대만, 홍콩 등으로부터 기술, 설비 등이 유입되고 김 협회가 설립되어 기존에 낙후된 거래방식과 양식 관련 제도가 개선되고 있음

- 중국의 미역 생산량은 2012년 175,121톤으로 그중 요녕성, 산둥성 지역에서 전체의 95% 이상을 생산하고 있음

< 2008-2012년 중국 미역 해수양식 생산량 >

(단위 : 톤)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
전 국	132,021	132,417	109,133	134,175	175,121
요녕성	104,234	103,062	82,059	109,605	129,858
산둥성	27,760	28,195	25,770	23,570	44,771
광둥성	25	409	350	385	397

자료원 : 중국어업연감 및 중국농업통계자료(2008~2012)

□ 유통구조 및 현황

- 김의 판매채널은 생산지에서 도매시장과 도매상을 거쳐 매장으로 가는 방법이 가장 보편적이나 최근에는 판매채널이 매우 다양해져 생산지와 대형유통매장이 직거래하거나 도매시장에서 도매상을 거치지 않고 바로 매장으로 가는 경우도 늘고 있음

- 김은 주로 가공되어 시장에 판매되는데 壇紫菜는 주로 뭉쳐서 전병형식으로 판매되며 條斑紫菜는 한국과 비슷한 낱장으로 잘라놓아서 판매



소비동향

- 김은 중국 전역에서 고루 소비되고 있으며, 대부분 조미 가공된 제품들로 간식, 술안주, 탕 등으로 소비되며 식재료 사용비중은 낮은 편임
 - 다만 최근 한국, 일본 등 외국요리가 많이 소개되면서 요리 활용도가 높아졌음
- 최근에는 즉석 김탕, 간식용 소포장 김 등 다양한 제품이 개발되어 판매

			
계란,김 탕	김밥	김 야채 볶음밥	김 계란말이
			
탕 재료용 김	즉석식품 김탕	즉석식품 김탕	간식용 김

- 또한 일식문화가 확산되면서 과거에 비해 스시용 김제품이 판매량이 증가하고 있으나 아직은 간식용이나 탕 재료용 제품에 비하면 판매가 미미
- 조미김의 경우 대부분이 한국산이며 초기 도시락김 위주에서 최근에는 돌자반, 전장 김, 김밥용 김 등으로 수입제품이 다양화되고 있음
- 조미김 제품은 일본의 소스바른 김제품으로 수출을 위해 생산되었으나 국내 유통에서 어린이의 영양간식으로 판매가 되면서 소비가 증가
 - 취식방법 : 스낵용으로 섭취, 잘게 부순 김을 밥과 섞어 섭취(후리가케), 탕·면 요리 및 냉채·샐러드·만두소에 첨가, 스시·김밥재료로 사용

	
스시용 김(중국산)	스시용 김(중국산)

		
한국산 도시락 김	한국산 돌김자반	한국산 김밥용 김

- 최근에는 중국인의 선호를 반영하여 스낵용 김 제품에 대한 매출이 증가하고 있으며, 김 스낵은 보통 일반 식품코너보다는 스낵제품 코너에서 판매
- 한국에서 판매하는 김형태와 같은 중국의 김은 주로 스낵용으로 어린이 및 젊은 층이 소비하고 있으며, 기름양이 적고 염분이 적어 반찬용으로 나오는 한국산 김과는 맛에 차이가 있음
 - 주요 브랜드로는 뽀리, 시즈랑, 쓰저우 3개 브랜드가 대표적이며 가격은 1팩당 4~5元 내외

< 주요 김스낵 제품현황 >

			
뽀리 김(원래 맛)	시즈랑 김(토마토맛)	시즈랑 김(매운맛)	쓰저우 김(원래맛)

가격 및 판매현황

- 김 판매에는 품질별로 등급이 매겨지며 강소성, 복건성, 절강성 지역에서 A급 소비가 많고 서부 내륙으로 갈수록 B급 혹은 C급이 많이 유통
 - 품질등급을 세분화할 경우 특, A, B, C, D 5개 등급으로 나눌 수 있는데, 그 중 특급 품질은 주로 수출 및 고급식당 식재로 사용하고 있음. 국내 초밥 재료로 사용하는 김은 주로 C, D 등급임. 국내시장에서 판매하고 있는 김은 보통 포장을 통하여 등급을 판단하는데, 금색, 은색, 파란색, 녹색은 각각 A, B, C, D 등급

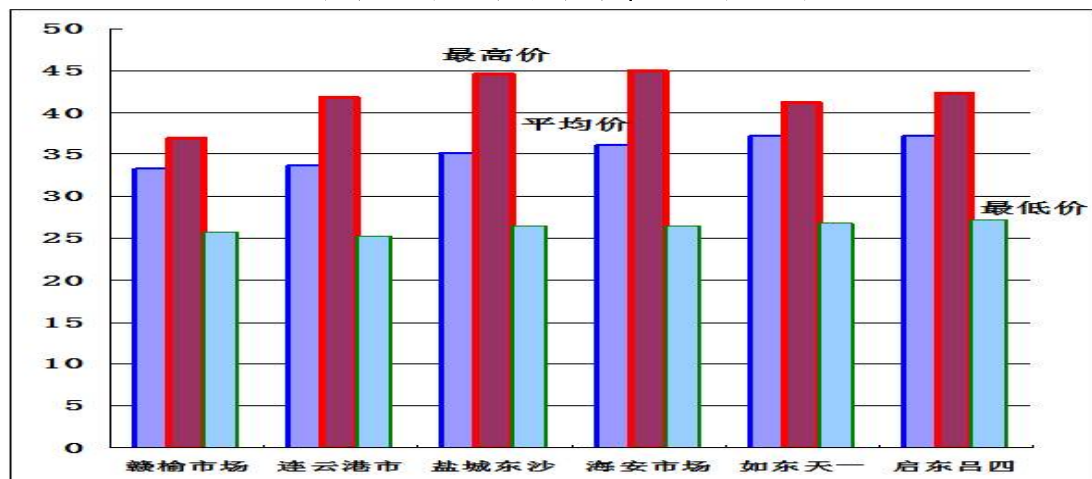
< 각 등급별 김 가격 / 단위 : 위엔/100장 >

등급	가격	등급	가격	등급	가격
A1	46	B1	38	C	28
A2	43	B2	36	-	-
A3	40	B3	32	-	-

자료원 : 紫菜信息

- 중국 주요 지역별 김 거래가격 현황을 보면, 중국의 김 평균 가격은 35위엔 내외에서 형성되고 있음
- 중국 김 도매시장 가격은 연중 일정한 가격을 유지하는 편이며, 통상 상반기가 하반기 대비 약간 낮은 가격으로 거래되는 특징을 보임

< 지역별 김 거래가격 / 단위 : 위엔 >



주1) 남색 : 평균가, 붉은색 :최고가, 푸른색 : 최저가

주2) 지역 : 왼쪽부터 감유(赣榆), 연운강(连云港), 염성대풍(盐城大丰), 해안(海安), 여동천일(如東天一), 시동여사(啓東呂四)

자료원 : 紫菜信息

< 지역별 김 거래가격 / 단위 : 위엔 >

구분	美好时光海苔	波力海苔
	Sweet Hour 조미김	Po-Li 조미김
사진		
주요 산지	중국산	중국산
가격	4.8위안/6g	14.5위안/24.7g
구분	四洲紫菜	小老板脆烤紫菜
	사주 조미김	Tao kae noi
사진		
주요 산지	중국산	태국산
가격	19.9위안/40g	49.5위안/112g
구분	BIG C 紫菜	杏仁海苔烧
	BIG C 조미김	아몬드 조미김
사진		
주요 산지	태국산	대만산
가격	19위안/60g	29.8위안/100g

□ 조미김 생산업체(중국)

波力食品工業(昆山)有限公司



- ▷ 브랜 드 : 波力
- ▷ 주요상품 : 조미김, 스낵, 생선포
- ▷ 내수 90%, 수출 10%
- ▷ 소 재 지 : 곤산(昆山) ▷ 설립년도 : 1993
- ▷ 기업성격 : 해외투자자본(대만) ▷ 사업지역 : 전국
- ▷ 홈페이지 : www.po-li.com

广东喜之郎集團有限公司



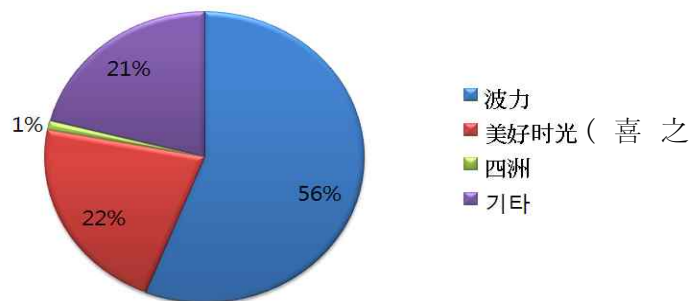
- ▷ 브랜 드 : 美好時光
- ▷ 주요상품 : 젤리·푸딩, 조미김, 밀크티
- ▷ 내수 90%, 수출 10%
 - '05년부터 조미김 생산 시작
- ▷ 소 재 지 : 심천(深圳) ▷ 설립년도 : 1993
- ▷ 기업성격 : 국내민영투자자본 ▷ 사업지역 : 전국
- ▷ 홈페이지 : www.strongfood.com.cn

四洲食品投資控股有限公司



- ▷ 브랜 드 : 四洲
- ▷ 주요상품 : 과자·사탕, 조미김, 햄·소시지
- ▷ 내수 60%, 수출 40%
 - 四洲 조미김은 홍콩 조미김 판매 1위
- ▷ 소 재 지 : 산두(汕頭) ▷ 설립년도 : 1971
- ▷ 기업성격 : 해외투자자본(일본) ▷ 사업지역 : 전국(광동 중심)
- ▷ 홈페이지 : www.fourseasinvestment.com.hk

< 조미김 브랜드 시장 점유율 >



수출입동향

○ HS코드 및 관세율

HS코드	HS명	관세율(%)
12122141	건조 김	15%
12122142	신선 김	15%
12122149	김(기타가공)	15%
20089931	조미김	15%

* 2010~2011 HS코드는 건조김 12122041, 신선김 12122042, 김(기타가공) 12122049임

○ 중국의 2012년 건조김 수입액은 5.8백만불이며, 대부분의 물량을 한국으로부터 수입하고 있음

< 중국 건조김 수입실적 >

(단위 : 천불, kg)

국 가	2010년		2011년		2012년	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
합 계	362	54,361	238	28,047	5,813	577,913
한 국	339	51,399	236	28,002	5,750	570,927
일 본	13	188	1	15	-	-
태 국	4	200	1	20	-	-
말레이시아	0	104	0	10	-	-
대 만	6	2,470	-	-	63	6,271

자료원 : 중국해관총서

○ 조미김의 경우 매년 수입이 빠르게 증가하고 있으며, 2012년 수입액은 14.4 백만불로 그중 80%를 한국으로 수입하였음

- 태국산의 경우 주로 김 스낵 형태의 제품이 들어오고 있음

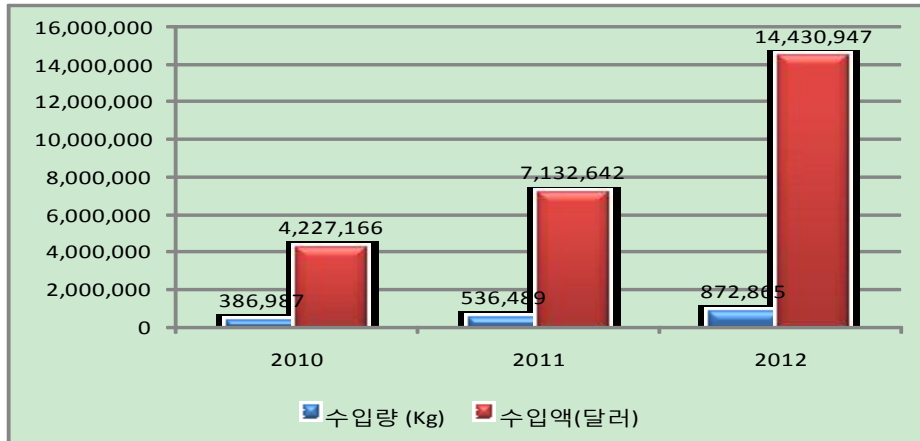
< 중국 조미김 수입실적 >

(단위 : 천불, 톤)

국 가	2010년		2011년		2012년	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
합 계	4,226	387	7,128	540	14,431	873
한 국	2,964	321	5,575	462	11,404	727
태 국	1,191	63	1,495	75	2,894	128
대 만	13	1	39	2	111	17
일 본	58	3	19	1	22	1

자료원 : 중국해관총서

<2010~2012년 중국 조미김 수입현황>



○ 중국의 건조김 수입액은 41.1백만불로 현재까지 김 제품의 경우 수입보다는 수출이 많은 편임

- 건조김은 주로 대만, 태국 등으로 수출되고 있으며, 주로 원료용으로 공급

< 중국 건조김 수출실적 >

(단위 : 천불, 톤)

국 가	2010년		2011년		2012년	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
합 계	37,009	3,399	46,744	3,881	41,712	2,650
대 만	15,966	1,383	21,039	1,678	17,850	1,180
태 국	11,116	1,232	14,242	1,432	10,943	784
베트남	2,041	139	3,520	189	1,540	78
일 본	1,359	97	2,766	176	7,117	302
미 국	1,055	72	1,312	103	2,074	122
말레이시아	2,319	204	1,141	92	329	38
캄보디아	0	-	846	44	517	26
싱가폴	652	52	615	55	-	-

자료원 : 중국해관총서

○ 조미김 수출액은 2012년 1.05억불로 수출규모가 매년 빠르게 증가하고 있으며, 미국, 태국, 홍콩, 러시아 등 다양한 국가로 수출 중임

< 중국 조미김 수출실적 >

(단위 : 천불, 톤)

국 가	2010년		2011년		2012년	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
합 계	61,223	3,701	76,348	4,427	105,094	4,829
미 국	17,469	897	20,822	1,001	24,242	920
태 국	7,053	491	9,405	659	10,998	587
홍 콩	6,711	562	7,643	640	9,278	700
러시아	5,097	347	6,412	437	11,368	531
브라질	3,480	227	4,564	279	5,259	246
일 본	2,898	125	4,553	187	8,340	287
호 주	2,439	138	3,490	181	4,798	198
캐나다	2,935	179	3,083	183	4,125	192

자료원 : 중국해관총서

□ 경쟁현황(브랜드, 가격 등)

- 중국 내 대표적인 김 브랜드는 주로 복건성, 강소성, 절강성에 집중되어 있으며, 美好時光, 波力, 阿一波, 陸龍兄弟, 漁禾島, 美味强, 神仙, 明珠, 通光, 海多愛 등의 브랜드가 유명함
- 중국산, 일본산, 한국산 등 주요 수입제품 비교
 - 현재 중국에서 유통되는 수입 김은 김밥용 김(스시김)과 조미김으로 조미김은 대부분 한국산으로 품질과 맛에서 경쟁상대가 없으며 김밥용김은 스시김과 용도가 틀려 실질적으로 경쟁상황이 아님
 - 중국산 조미김은 간식용이기는 하나 한국산에 비해 질기고 바삭한 맛이 덜해 한국산과 품질 면에서는 비교가 어려우며 값이 저렴함

□ 수출확대방안

- 한국산 김은 조미김을 중심으로 점차 수입이 확대되고 있으며 간식용으로 소비 및 확대를 위해서는 먹기 편한 스낵 형태의 다양한 제품개발이 필요
 - 김 스낵 등 형태 뿐 아니라 매운 맛, 유아용 김 등 맛과 소비자 층을 세분화 하여 이전보다 특화된 제품 개발 및 마케팅 필요
 - 중국 내 조미김 브랜드 경쟁이 날로 치열해지고 있는 상황으로 차별화 모색

		
김 스낵	유아용 김	매운맛 김

- 유통채널을 기존 대형유통매장 외에 유아용품 전문점, 온라인 판매사이트 등으로 확대할 필요성이 있으며, 내륙 2~3선 도시로 진출확대 필요
 - 청두, 충칭, 시안 등 내륙시장에 대한 마케팅 강화 필요
 - 유아용 식품에 대한 수요확대에 맞춘 전문 유통매장 진입노력
- 간식용 김, 반찬용 김으로 용도에 따른 제품 출시가 필요할 것임. 향후 수출 확대를 위해서는 중국의 식생활 간소화 경향에 맞춰 적극적인 시식 판촉을 통해 반찬용 소비수요 창출도 필요함
- 중국에서 스시가 유명해지며 스시용 김 소비가 확대되었듯이, 일식 재료로서 스시용 김제품 마케팅을 일식자재 유통업체를 대상으로 강화 필요