

외국식품정보

중국, 라면 생산량 세계 점유율 절반차지

중국의 라면 연간 생산량이 460억 개로 전 세계 점유율 51%를 달성, 세계 제1위를 차지하였다.

9.8 개최된 “제7차 중국 면제품 산업대회”에서 중국 경공연합회 부회장 판페이레이는 세계 밀 생산과 소비대국인 중국의 즉석라면 산업은 수백만 농민의 양식,

채소, 양념류의 재배가공을 책임지고 있다고 밝혔다. 중국 식품산업의 “신생대”로서 중국 라면산업은 매년 전국 밀의 1/10을 소비하고 양식을 원료로 하는 공업 가공식품의 46%를 차지하는 등 매우 큰 비율을 차지하고 있다.

중국 주요기업의 상품과 안전지표는 이미 국제수준에 도달하였으며 세계의 인정을 받고 있지만 중국의 라면은 14년의 빠른 발전을 겪은 후 성장이 부진한 단계에 들어섰다고 세계라면협회 중국지사

사무국장이 밝혔다.

동 관계자는 이를 타파하기 위해 새로운 돌파구를 찾아야 한다고 밝혔다. 최근 라면산업에서 대기업의 고급양념과 튀기지 않은 라면이 성공적으로 시장에 출시되고 잡곡면과 혼돈면의 시장진출이 두드러지고 있다.

라면산업의 발전을 위하여 중국식품과학기술학회와 세계라면협회 중국지사, 캄스푸, 진마이랑 등 11개 면제품 기업과 조미료기업이 오늘 천진과학기술대학, 중국농업대학, 칭화대학, 북경공상대학 등 9개 유명한 학교와 합작협의를 체결하였다.

세계라면협회 관계자는 과학기술과 기업의 연합으로 중국 라면산업이 더욱 성장하고 건강하게 발전할 것이라고 밝혔다.

중국, 상반기 식품음료산업 성장을 증가

상반기 중국전체 식품음료회사의 영업수입이 506.37억 위안을 달성, 동기대비 16.85% 증가하였으며, 영업이익은 150.56억 위안으로, 동기대비 22.11% 증가하였고 영업 이윤율 29.73%로 1.28% 증가하였다. 아울러 기간비용율은 0.8%하락하여 전체 순 이익이 동기대비 77.47%나 대폭 증가하였다.

식품산업 생산과 판매량이 지속적으로

상승하여 향후 몇 년간 지속적으로 빠른 성장을 유지할 것이라고 전망하였다.

세부산업으로 보면 올해 상반기 맥주, 맥주의 회복이 신속하며 특히, 맥주산업은 생산량 증가와 증가율이 상승하는 추세를 보이고 판매 이윤율도 뚜렷이 상승하였다. 와인은 수입 와인의 충격으로 판매 성장이 늦추어졌지만 중국 와인시장의 전망은 여전히 밝다.

맥주산업의 가격상승이 높고 유제품은 원가압력에 직면하여 고급유 증산을 통하여 이윤을 높이고 있으며, 맥주산업은 여전히 16%내외 성장을 유지하고 있으나 경쟁이 치열하다.

식품산업회사의 06년 상황을 보면 주요 영업업무수입, 주요 영업업무이익, 순 이익 등은 모두 빠르게 성장하고 있으며 그 중 맥주산업의 성장이 특히 빠른 추세를 보이고 있다. 칭다오 맥주와 연징맥주의 수입이 비교적 안정된 추세를 유지하고 있으며 이윤성장이 수입성장보다 빠르다. 유제품, 육제품, 사탕제조 등 산업의 대기업들은 여전히 낙관적인 태도를 취하고 있다.

중국, “라면 영양성분표” 전면시행

중국에서 처음으로 “라면 영양성분표”가 이번 달부터 각 생산기업에서 전면적으

로 추진된다. 올해안으로 시장에서 판매되는 라면에는 상품 중 단백질과 영양소의 구체적 함량이 표시된 영양성분표를 볼 수 있을 전망이다.

영양협회 책임자는 라면의 판매는 더 이상 “대골면”, “홍샤오 소고기면” 등의 표현으로 영양성분을 과장해서는 안되며 라면봉지에 “라면 영양성분표”를 붙여 비타민 B1, B2, 철, 아연 및 칼로리, 단백질, 지방 등의 구체적인 함량을 표시하여야 하고 동시에 매일 섭취량과 개당 함량의 대비표시를 추가하여 소비자가 영양성분 표시에 근거하여 식사량을 조절할 수 있어야 한다고 지적하였다.

이 성분표를 라면생산기업이 응용하도록 국가유관부문에서 요구하였다고 한다. 한마트의 구매책임자의 분석에 의하면 영양표시의 추진에 따라 올해 안으로 십여개 브랜드의 30여종 라면식품에 영양성분표가 부착될 것으로 보인다.

중국, ‘스포츠 영양식품산업’ 급부상

현재 중국의 스포츠 영양식품 시장은 연평균 50% 이상의 증가율을 기록하고 있으며, 오는 2008년쯤 스포츠 영양식품 시장의 매출규모는 50억원을 돌파할 것으로 전망된다

중국의 스포츠 영양식품 산업은 지난 1990년대 말부터 발전하기 시작했다. 당시 스포츠를 즐기러 사람들, 특히 운동선수들의 영양공급 문제를 시급히 해결해야 했기 때문에 스포츠 영양식품의 공급 대상은 주로 스포츠 맨들이었다.

그러나 최근 사람들의 건강에 대한 관심이 크게 높아지면서 스포츠 영양식품은 운동선수들의 ‘전용 식품’에서 벗어나 대중화 됨으로써 시장규모가 급속히 확대됐다.

세계 스포츠 음료시장은 지난해 10%의 증가율을 기록하면서 시장규모가 97억 1,800만달러에 달했다. 그중 북미 지역의 스포츠 음료 소비는 세계 전체의 49%를 차지했다.

아태지역의 스포츠 음료 소비는 세계 전체의 38%를 차지하며 그 상당부분은 중국과 일본이 차지하고 있다. 현재 일본은 북미에 이은 세계 2대 스포츠 음료 생산 및 소비 대국이다.

전문가에 따르면 오는 2010년 중국은 일본을 누르고 아태 지역의 최대 스포츠 음료시장으로 떠오를 전망이라고 한다.

실제 지난 10년간 중국은 스포츠 영양식품 산업발전을 위한 높은 수준의 기술력 개발에 노력해 왔으며, 그중 일부 스포츠 영양 식품 업체는 연구와 생산, 품질관리, 기능 평가 및 기술서비스 체계 등을 고루

갖춘 현대와 기업으로 발전했다.
그러나 중국의 스포츠 영양식품이 국제적인 경쟁력을 갖춘 산업으로 발전하는데 필요한 권위 있는 '업종표준'이나 '국가표준'은 아직 완성되지 못했다.

중국, 우유 소비 갈수록 증가

최근 발표된 관련 통계에 따르면 2005년 중국인 1인당 우유 소비량은 21.7kg에 달하는 것으로 집계 됐다. 이 수치는 아직 세계 1인당 평균 우유 소비량의 1/5수준에 그치지만 10년전에 비해 연평균 14.6% 증가한 것이다.

중국인의 우유 소비량 증가에 따라 중국 내 우유 생산규모는 끊임없이 확대되고 있는데 2005년에는 2000년에 비해 211.7% 증가했다. 북경, 상해 광주와 같은 대도시 뿐만 아니라 중국의 대부분 소도시 슈퍼마켓에는 다양한 우유 및 유제품이 판매되고 있다.

중국 내 유제품기업들은 중국국민이 하루에 1인당 500g 소비할 경우 2억에 달하는 초, 중학교 학생들의 연간 우유소비량은 4,000여 톤에 달하며 13억의 중국국민의 전체 소비규모는 세계 우유생산규모의 1/3을 초과하게 될 것으로 낙관적으로 전망하고 있다.

중국 최대 우유제조기업인 명뉴우사의 2005년도 매출 규모는 100억원에 달했다. 중국은 국토면적이 광대해 신선한 우유 제품을 전국 각 지역 소비자에게 공급하기 위해서는 포장기술이 매우 중요하며 중국 우유시장의 발전이 세계적 다국적 기업에도 거대한 시장을 제공하고 있다.

중국 저장성, 수출입 식품포장 용기, 포장재 검역 강화

8월부터 저장에서 수출입되는 식품포장 용기, 포장재는 모두 관련 검역절차를 거친 후 합격되어야 수출입이 가능하다.

최근에 중국은 수출식품의 포장용기와 포장재 품질안전문제로 인해 수차례 외국에서 지적을 당하였다. 수출입 식품안전을 보장하고 국내외 소비자의 건강을 보호하며중국 수출상품의 명예를 보호하기 위하여 저장성에서는 수출입 식품포장에 대한 검사와 감독관리를 강화하기로 결정하였다.

8월부터 실시되는 검역감독은 수출입상품의포장용기와 포장재가 포함되며, 식품과 접촉하였거나 혹은 식품과 접촉할 식품내 포장, 판매포장, 운송포장 및 포장재가 포함된다.

수출식품포장은 주요하게 수입국의 안전,

위생기술규정 요구에 따라 검사하며 수입국 법규에 특별요구가 없으면 중국 기술규범에 따라 검사한다. 수입상품포장에 대해서는 중국의 기술규범 강제성 요구에 따라 검사를 실시한다.

중국, 음용수 '위생표준' 기준 상향 조정

중국에서 음용수에 대한 수질 검사의 표준이 종래보다 훨씬 엄격해 진다.

중국정부는 강제성 표준인 '생활음용수 위생 표준'에 대한 수정작업을 완료하고 최종 심의를 거쳐 발표할 예정이라고 밝혔다.

새로 발표될 '생활 음용수 위생 표준'은 음용수의 수질 검사 항목을 기존의 35개에서 106개로 대폭 늘렸다고 한다.

신규 '표준'은 생활 음용수의 △수원지 수질에 대한 위생요구 △물 집중 공급단 위에 대한 위생 요구 △음용수 위생안전 관련제품의 위생 요구 △수질 검사와 검사방법 등을 상세히 규정하고 있다고 밝혔다.

또 인체건강에 피해를 주거나 잠재 위험을 주는 지표가 전체 검사항목에서 차지하는 비중이 80%에 달하며, 인체건강에 직접적인 피해를 주지 않는 일반 검사지표는 나머지 20%에 불과하다.

종래의 '생활 음용수 위생표준'은 지난 1985년 발표된 것으로, 그동안 한번도 수정을 거치지 않았다.

수질의 혼탁 정도와 수질에 함유된 잔유 염소, 세균, 대장균 등 4개 지표만 포함돼 있고, 구체적으로 제정돼야 할 많은 지표들은 포함돼 있지 않았다.

중국, 수입일본식품 품질문제점 잇달아 제기

중국 국가질검총국에 따르면 올해 6월 심천검역국에서 일본에서 수입된 생선살 소시지 검사결과 소르브산 함량이 기준을 초과한 것을 비롯하여 광둥, 산둥, 요녕, 천진, 상해 등지의 수출입 검역부문도 일본수입식품에서 모두 30여 차례의 품질문제를 발견하였다.

최근, 심천검역국에서는 연속 몇 차례 검사결과 일본 元大회사에서 생산하여 수출한 생선살 소시지에서 소르브산 함량이 기준을 초과한 것을 발견하였는데 그중 소르브산함량이 제일 높은 것은 1.3g/kg에 달해 중국이 규정한 최고표준 대비 17.3배나 높았다.

심천항에서는 또한 일본 규슈에서 수입된 절인 무를 검사결과 소르브산함량이 기준을 초과하였다. 소르브산은 방부제의

일종으로 과량, 장기식용하면 인체의 간장과 신장에 해로운 것으로 알려져 있다. 지난 8. 4일 산동검역국에서는 일본에서 수입한 냉동갈치를 검사결과 리스테리아균이 검출되었는데 이 균은 인체와 동물에 패혈증, 뇌막염과 단세포증가 등을 초래하는 것으로 인체의 안전에 극히 위험한 것이다. 얼마 전 천진검역국에서는 일본에서 수입된 커피에서 세균총수가 기준을 초과한 것을 검사하였고, 8. 28일 요녕검역국에서 검사결과 일본에서 수입된 1,181상자의 냉동장어에서 황색포도상구균이 검출되기도 하였다.

8. 28일 광둥검역국의 검사결과 일본에서 수입된 케익 중 알루미늄함량이 기준을 초과하였고 그전에 광둥항구에서 검사결과 18톤에 달하는 감자분에서 이산화유황함량이 표준을 심각히 초과하여 압수되었다. 아울러 일본에서 수입된 냉동 굴에서 기준을 5배 초과한 카드뮴이 검출되기도 하였다.

국가질검총국은 일본정부 유관부문 및 주중국대사관에 서신을 내어 일본 유관부문에서 중국수출식품관리를 강화하고 중국으로 수출되는 식품이 중국국가표준에 부합될 수 있도록 보장해달라고 요구하였다. 동시에 국가질검총국은 각 지역 검역기구에 일본에서 수입한 식품의 검역업무를 강화하여 수출입식품안전을 확

보할 것을 요구하였다.

중국, 태국에서 설탕수입 추진

베이징발 9. 13일 소식에 의하면 중국은 태국으로부터 약 30만 톤에 달하는 설탕을 수입하여 10월 공급부족분을 보충할 가능성이 높다고 한다.

중국정부에서도 10월에 국고 비축설탕 20만 톤을 방출할 계획에 있는 것으로 알려졌다. 중국최대 주산지인 광시는 11월이 되어서야 새로운 설탕이 시장에 반입될 수 있다.

베이징의 한 수입상은 “정부에서는 설탕가공공장에서 20~30만 톤의 원당을 수입하는 것을 허가할 것이다”고 하였으며, 이는 태국에서 수입될 가능성이 높다고 밝혔다.

올해 초 중국정부는 저율관세로 50만톤의 설탕을 수입하도록 허락하였다.

COFCO(양유공사)에서 이미 태국으로부터 10만톤의 설탕을 구매하였는데 9월 말이면 도착할 것이라고 한 수입상이 밝히기도 하였다.

이 수입상은 중국에 도착한 태국의 설탕가격은 톤당 3,500~3,600위안 수준이며, 10월 설탕 공급이 부족하며, 정부의 재고도 충분하지 않다고 하였다.

9.13 국가 비축창고에서 14.7만톤의 설탕을 방출하였는데 가격이 평균 톤당 3,969 위안이었으며, 동 가격은 올해 10차례 설탕 방출가 중에서 가장 싼 것이었다.

중국, 기능성음료 첫 산업표준 올해 정식 등장에정

지난 주말에 베이징에서 열린 1차 기능성음료 세미나에서 전문가들은 기능성음료의 산업표준이 올해 정식으로 등장할 것이라고 하였다. 중국 음료공업협회는 올해 중국 기능음료시장의 판매액은 총 30억 위안으로 급증할 것이라고 전망하였다.

시작과 성장기를 거친 기능음료는 현재 빠르게 성장하고 있으며 그중에서도 운동음료, 에너지음료와 영양음료 등 3대 제품의 발전이 매우 양호하다. 이번 세미나에서 관련 전문가들은 기능성음료는 국제적으로 일컫는 방법대로 중국 음료 관리에서도 “특수용도음료”라고 칭하였다. 그러나 운동음료, 에너지음료, 영양음료와 기타 특수용도 음료 등 4가지를 포함하여 기능성음료로 통일될 것이며 구체적인 표준은 현재 수정을 거쳐 연내에 보고 될 예정이다.

관계전문가들은 작년 사스의 영향하에 기능음료, 운동음료 브랜드는 점점 증가

하였지만 상품의 특수성, 차별화, 브랜드 문화에 힘을 들이지 않고 그저 모방만 하여 규범화된 산업표준의 제약이 필요하여 산업 표준을 제정하게 되었다고 밝혔다.

중국, 향신료 표준 곧 출범 예정

최근 중국조미료협회 향신료 전문 위원회가 향신료 표준을 곧 출범할 예정인 것으로 알려졌다.

현재 생활의 향상과 함께, 향신료는 갈수록 조미료에서 주요한 자리를 차지하고 있으며 음식업 및 식품 가공업에 널리 이용되고 있다.

그러나 과거 향신료는 부가치가 낮고, 가공제품이 적어 향신료 제품에 대한 표준이 아주 적었다.

또한 생산기업이 분산되고 전문 관리가 없었으며 현재의 국가표준과 검사 방법이 뒤떨어져 향후 국내의 40여개의 생산 및 판매 회사로 구성된 전문위원회가 새로운 사업을 추진해 갈 것이라고 한다.

러시아, 면류 시장규모 증가

러시아 면류 시장규모는 전년대비 2.4%가 증가한 86만톤이었다.

실제적으로 금액으로만 본다면 약 16% 증가했다.

이와같이 면류시장의 규모가 증가한 가장 큰 이유는 2005년부터 면류의 가격이 상승했기 때문이다.

면류의 평균가격은 작년과 비교해 약 11% 증가했고, 2007년말까지 kg당 1달러까지 상승할 것으로 보인다.

면류의 수요는 전년대비 약 2.9% 증가했고, 러시아인 1인당 일년에 약 6kg을 소비하는 것으로 나타났다.

을 경우 대부분 위경련이나 설사로 그치지만 심한 경우 사망에 이를 수 있다.

최근 두달사이 대장균에 감염된 시금치는 19개주에서 발견됐으며 이로 인해 위스콘신에서 77세 여성이 사망하고 100명 이상의 환자가 발생했다.

이번 대장균 파동으로 시금치 재배농가들이 큰 타격을 입을 것으로 보인다. 시금치 유통량의 70%이상을 담당하고 있는 가주의 경우 피해액이 1억달러에 달할 것으로 관련업계는 예상하고 있다.

미국, 대장균 감염 시금치 섭취 경고

연방식품의약국(FDA)은 지난 17일 대장균(이콜라이 바이러스) 감염이 우려된다고 모든 형태의 시금치를 먹지말 것을 경고하고 나섰다. 또 포장된 모든 야채 셀러드도 시금치가 섞여 있을 수 있다며 가급적 소비를 삼가할 것을 당부했다.

당초에는 포장된 시금치만 대장균에 감염된 것으로 알려졌다.

FDA는 시금치를 익혀서 섭취할 경우 바이러스가 죽기 때문에 안전하지만 그래도 원인이 명확히 규명될 때까지는 어떤 형태로도 섭취를 하지 않는 것이 바람직하다고 권고했다.

대장균 바이러스에 감염된 시금치를 먹

미국 뉴잉글랜드, 슈퍼마켓 건강식 표시등급제 실시

소비자의 건강식 선택을 돕기 위해 슈퍼마켓에서 식품에 등급을 매기거나 건강식에 태그를 붙이는 움직임 늘고 있다. 뉴잉글랜드의 해나포드 슈퍼마켓 체인에서는 식품의 유익한 정도에 따라 별을 하나에서 셋까지 붙이는 '가이딩 스타' 프로그램을 시행하고 있다. 영양가가 없는 제품은 별을 전혀 받지 못한다.

이 랭킹은 미 농무국의 영양권장 기준에 바탕을 두어 식이섬유같은 영양 기준에 부합하는 제품에는 포인트를 추가하고 포화지방이나 설탕같은 해로운 음식에는 포인트를 삭감하는 방식으로 계산된다.

해나포드에서 평가를 받은 2만7,000여 가지 식품 가운데 최소한 별 하나를 받은 제품은 겨우 ¼에 불과했다. 식용유 커피 물 같은 품목은 평가에서 제외되었다.

한때 고급 상점이나 전문식품점에서만 이용되던 이같은 소비자 지침 시스템이 일반 식품점에도 점차 일반화되고 있다. 푸드 마케팅 인스티튜트의 올해 조사에 따르면 전국 슈퍼마켓의 72%가 어떤 유형이든 영양에 관한 지침을 제공하는 것으로 알려져 2004년의 67%보다 늘었다.

예를 들어 텍사스의 유나이티드 슈퍼마켓에서는 심장에 좋은 식품에는 빨간 태그를 당뇨에도 안심할 수 있는 제품에는 보라색 태그를 붙인다. 뉴욕의 웨그마 푸드 마켓 체인에서는 고섬유질 저지방 저칼로리 무설탕 등을 표시하는 부호를 자체브랜드 제품에 부착한다.

호주, 음료제품에 새로운 에너지양 라벨 부착

코카콜라 호주는 새로운 마케팅 캠페인의 일부로서 음료 제품의 앞면에 에너지양(Kilojoule)을 표시하는 라벨을 부착하여 대중들이 습관적으로 섭취하는 에너지양이 얼마인지 쉽게 인식할 수 있도록 도울 것이라고 한다. 소비자와 정부집단

은 호주 식품과 음료 업계가 급속도로 성장하고 있는 아동 비만을 증가 원인에 한 몫을 했다는 등 상당한 압력을 가하고 있으며, 어린이들이 시청하는 TV프로그램에서 설탕음료 광고를 전면 금지하도록 요청하고 있다. 소비자는 올 연말경 제품에 함유된 에너지양이 표기된 라벨과 에너지 일일 권장량이 표시된 제품을 시장에서 만날 수 있을 것이다.

호주, '암코' 사 PET 용기에 산소방어 기술 사용 허가 취득

호주의 패키징 그룹 암코는 미국에 소재하는 콘스타(Constar)라는 과학기술 개발업자와의 새로운 계약하에 제품을 산소로부터 이중 보호하기 위해 PET병을 공급할 것이다. 콘스타사는 월요일 호주 회사 '암코'가 특허를 얻은 옥스바(Oxbar)기술을 사용하여 제조된 PET 병을 국내와 뉴질랜드 소비자들에게 제공할 것이라는 라이선스 동의를 하는데 이르렀다. 이 기술은 와인포장에 처음으로 적용하게 될 것이다. PET와 플라스틱은 제품의 산소 침투를 막는데 뛰어나지 않아 와인, 맥주, 주스 및 차 등과 같은 제품의 맛이나 수명을 떨어뜨리지만 콘스타는 분자를 화학적으로 묶어 용기를 통

한 산소투입을 최소화하는 기술을 개발하여 했다.

Flora Omega 3 Plus (a spread with Omega3) 등이 있다.

영국, 오메가3 함유 식품사업 성장

필수지방산 오메가3은 이미 심장병, 근육, 신경조직, 미숙아의 뇌, 시각 발달 등등에 효과가 있다고 널리 알려져 있다. 하지만 영양학자들에 따르면 일반인들은 오메가3을 함유한 식품을 충분히 섭취하지 못하고 있는 실정이다. 이에 따라 질병예방 차원의 기능성 건강식품을 갈망하고 있는 영국식품업계에 최근 오메가3 함유식품이 그 대안으로 각광을 받고 있다.

영국 Institute of Grassland and Environment Research의 조사에 따르면, 오메가3을 보강한 기능성 식품 Eye-Q, St.Ivel's "elver" milk 등은 임상시험에서 집중력 장애극복에 큰 효과가 있는 것으로 드러났고, 유기농 우유 및 유기농 치즈가 일반 우유나 치즈보다 64% 이상 오메가3을 함유한 것으로 밝혀졌다.

기능성 건강식품에 사용되는 오메가3은 고등어, 청어, 멸치 등과 같은 기름을 많이 함유한 생선에서 추출되며, 최근 출하된 오메가3 함유 기능성 식품은 Spanky Orange Juice(fresh pressed juice), Columbus eggs(free range fed fish oil),

유럽 와인업계 중국시장 주시

현재 칠레, 호주, 뉴질랜드 등 유럽 국가들의 중국시장 와인수출 확대로 날로 늘어나는 중국소비자들의 와인수요를 만족시키고 있다. 일부국가에서의 와인소비량 감소로 전 세계적으로 와인이 생산과잉 상태이지만 중국은 이와 반대로 신흥 부유층들이 기존의 맥주와 전통적인 배갈에서 분위기 있고 맛이 고급스런 와인으로 눈길을 돌리고 있다.

“런던와인과 독한 술 보고서”에 따르면 2009년 이전 2010년 사이에 중국의 와인 소비량은 78% 증가할 것이라고 예측하였다. 이는 중국와인 소비량 증가속도가 전 세계 평균 증가속도보다 7배나 높다는 것을 설명한다. 2004년 중국 와인소비량은 5억병에 달하는데 2009년이 되면 7.66억병에 도달할 것으로 전망하고 있다.

보고서에 의하면 중국 와인소비량의 대부분은 장위, 창청, 왕차오 등 중국국내의 선두기업이 생산한 것으로 날로 증가하는 국내의 소비를 만족시키기 위하여 중국 와인생산량도 급속히 증가하고 있다고 한다. 중국시장의 빠른 성장은 생산이

제한되어 위기에 직면한 유럽와인업계에 기쁜 소식이 아닐 수 없다.

지난해 11월분의 “와인전문가”에 의하면 전형적인 중국와인은 맛이 너무 달고 알코올농도가 높지만 중국의 일부 생산업체들은 외국상인과 외래기술의 지지로 이를 변화시키려고 시도하고 있다. 그들의 목표는 중국소비자들의 다양한 입맛에 맞게 하여 중국을 거대한 잠재시장으로 보고 있는 생산국들과 경쟁하는 것이다.

이탈리아 다류 시장 동향

□ 이탈리아 차 시장동향

○ 2005 현재 이탈리아 차시장 규모는 2억2000만유로 수준으로 전년대비 1.6% 성장했음.

- 과일허브차가 9억2000만유로, 일반홍차가 7억2000만유로를 차지해 가장 높은 매출을 기록했으며 녹차의 경우 매출액은 1억6000만유로였으나 전년 대비 성장률 14.6%를 기록해 전체 차시장의 성장세를 이끌어감.

□ 이탈리아 차 구입 관련 소비자 특성

○ 이탈리아의 경우 차보다는 커피를 마시는 문화가 발달돼 전통적인 홍차에 대해서는 선호가 크지 않음.

- 이탈리아 소비자들은 차는 주로 추운

계절에 마시는 것으로 인식하고 있으며 젊은 세층의 경우는 홍차를 즐겨찾지 않음.

- 또한 일반적으로 마시기 간편한 tea-bag형태의 제품을 선호하며 홍차잎을 직접 우려 마시는 제품에 대한 선호는 매우 낮음.

○ 하지만 최근 웰빙에 대한 관심의 증가로 과일,허브차와 특히 녹차에 대한 수요는 크게 증가하고 있음.

- 과일,허브차의 경우 2005년도 판매량 기준 전년대비 4% 성장하는 등 최근 5년간 건실한 성장세를 유지해오고 있는데, 이는 소비자들의 건강에 대한 관심과 과일,허브차의 다양한 효능에 대한 지식이 증가했기 때문으로 분석됨.

- 특히 녹차의 경우 항산화작용(antioxidant)이 알려지면서 이탈리아 소비자들로부터 큰 인기를 얻고 있는데 2005년도 판매량 기준 전년대비 15%성장을 기록했음.

- 이 같은 성장에 힘입어 무카페인 녹차 등 다양한 녹차제품이 시장에 나오고 있으며 녹차 생산업체들도 적극적인 마케팅을 전개해나가고 있음.

- 2005년 기준 pompadour사의 sir Winston 브랜드가 시장점유율 46%로 가장 높은 시장점유율을 기록하고 있으며 다음이 D & C사의 Twinings로 32%를 기록하고 있음.

풀무원, '유기농콩 김치 생나또'



풀무원이 '풀무원 유기농콩 김치 생나또'를 출시했다.

'풀무원 유기농콩 김치 생나또'는 100% 유기농콩을 저온에서 서서히 발효시키는 빙온숙성법을 통해 냄새를 최소화했으며 아삭하고 매콤한 김치를 소스로 사용해 한국인의 입맛에 잘 맞고 평소 나또를 꺼리던 사람들에게도 부담이 없다.

제품의 신선도를 위해 냉장유통을 하는 이 제품은 포장을 뜯어 바로 먹을 수 있으며, 소스와 함께 김, 깻잎과 같이 먹으면 더욱 맛있게 즐길 수 있다.

특히 콩의 발효 과정에서 생성되는 '나또 키나제'라는 성분이 혈전 용해와 장 운동을 도와 심혈관계 질환 및 다이어트, 피부 미용에도 효과적이다.

소비자 가격은 110g/2,800원

대상 청정원, '대장금 오곡 군만두'



대상 청정원이 '대장금 오곡 군만두'를 출시했다.

'대장금 오곡 군만두'는 현미, 흑미, 율무, 수수, 조 등 다섯 가지 곡물로 만두피를 빚어 빛깔이 노랑고, 씹는 맛이 쫄깃하고 바삭하다.

특히 얼리지 않은 국내산 생 돼지고기와 신선한 생야채를 듬뿍 넣어 맛이 한 층 더 풍부하다.

또한 모양이 납작해 기름이 덜 튀고 한 입 크기여서 어린이들도 간편하게 먹을 수 있다.

소비자 가격은 350g/3000원, 700g/5800원

해태음료, '외유내강 복분자'



해태음료는 복분자 음료 '외유내강 복분자'를 출시했다.

'외유내강 복분자'는 전북 고창의 선운산 복분자를 원료로 사용했고 복분자 과즙이 많이 함유돼 있어 고급 복분자 본연의 진한 맛을 느낄 수 있는 것이 특징이다.

소비자 가격 180ml/900원

한국야쿠르트, '장라면 고추장 맛'



한국야쿠르트는 칼칼한 국물맛이 살아있는 '장라면 고추장 맛'을 출시했다.

이 제품은 고추장 특유의 향미와 함께 사

골액기스와 표고버섯, 김치콩나물액기스, 된장양념 분말이 들어있어 진한 국물맛이 일품이다.

고추장은 된장, 간장과 함께 우리나라의 대표적인 전통 발효식품으로, 전분 분해효소인 아밀라제 등의 소화 효소와 젖산균이 들어 있어 우리 몸에서 소화와 정장작용에 도움을 준다. 매운 맛을 내는 캡사이신은 땀을 통해 노폐물을 배출시켜 각종 질병의 예방과 치료에 도움을 준다.

소비자 가격은 110g/600원.

광동제약 '광동큐디액'



광동제약이 고기능성 드링크 '광동큐디액'을 출시했다.

'광동큐디액'은 30~40대 이후 부족한 '코엔자임큐텐'을 보충할 수 있는 드링크로 '코엔자임큐텐'과 '비타민' 등의 항산화제 복합처방으로 체력 보충을 위한 '비타민 B' 군에 '로알젤리'를 첨가했다.

또 수용성 액제로 복용이 편리할 뿐만 아

나라, '로얄젤리' 및 '코엔자임큐텐' 외에도 하루에 한 병만으로 체내에 필요한 '비타민 B2, B3, B6와 비타민 E'의 일일권장량 섭취가 가능하다. 무엇보다도 기존의 '코엔자임큐텐' 함유 드링크의 느끼한 맛을 제거해 누구나 쉽게 복용할 수 있다.

해태제과, '홈런볼' '리뉴얼'



해태제과가 '홈런볼'의 기존의 초코맛과 더불어 치즈맛, 생크림맛 등 세 가지 맛을 출시했다.

이번에 출시되는 치즈 홈런볼, 생크림 홈런볼은 부드러운 슈와 어우러지는 고급 치즈와 생크림의 조화로 고급스럽고 풍부한 맛을 살렸다. 리뉴얼 제품에는 영양 성분인 BCAA(필수아미노산)와 다이어트 기능을 지닌 L-카르니틴(L-Carnitine) 성분을 추가해 웰빙 코드를 가미했다.

매일유업 '다크 초콜릿 라떼'



매일유업은 신선한 저지방우유에 고급 초콜릿이 함유된 정통 초콜릿 드링크 '다크 초콜릿라떼'를 4일 출시한다고 밝혔다.

다크 초콜릿라떼는 코코아분말 대신 카카오가 3분의 1 이상 함유된 영국 로잔사의 고급 초콜릿을 약한 불에서 우유에 천천히 녹여 만드는 홈메이드방식을 통해 생산되기 때문에 초콜릿의 깊고 진한 맛과 영양을 그대로 담았다.

소비자 가격은 200ml / 1,000원

광동제약 '광동비타씨큐정'

광동제약은 최근 '비타민C(1000mg)'에 '코엔자임큐텐(10mg)'이 들어있는 '광동비타씨큐정'을 출시했다.

'비타씨큐정'은 비타민C와 '코엔자임큐텐'의 상호작용으로 '코엔자임큐텐'의 함량이 저하되는 것을 방지하기 위해 국내



최초로 ‘코엔자임큐텐’ 원료 입자마다 코팅막을 입혀 안정성을 확보한 제품이다. ‘코엔자임큐텐’은 세포의 에너지 생산, 항산화 작용, 노화방지, 면역시스템 활성화 등의 기능을 하는 것으로 알려져 있다. 20대를 정점으로 점점 줄어들기 시작해 40대에는 20대의 절반까지 감소하기 때문에 외부로부터 꾸준한 섭취가 요구되는 성분이다.

이번 출시된 ‘광동비타씨큐정’은 기존의 비타민C 1000mg 단일제와는 달리, 강력한 항산화제인 ‘코엔자임큐텐’과 ‘비타민C’가 함유된 국내 최초의 항산화처방 복합성분 정제이다.

샘표식품 ‘샘표 향신간장’

샘표식품은 천연 재료를 달여서 만든 신개념 간장인 “샘표 향신간장”을 새롭게 출시했다.

샘표 향신간장은 최고급 품질을 자랑하



는 샘표 양조간장을 베이스로 배, 사과, 쇠고기, 양파, 생강, 마늘 등 각종 천연 향신재료를 달여 넣은 고급 간장이다.

간장의 감칠맛에 천연재료의 깊은 맛이 더해져 요리의 풍미를 한층 살려 주며 조리 시, 별도의 양념을 추가할 필요 없이 간편히 사용할 수 있는 것이 특징이며, 간장이 사용되는 모든 요리에 사용할 수 있고 특히 조림, 볶음, 구이, 찜 등 열이가해지는 요리에 사용하면 더욱 좋다.

또 MSG와 합성보존료, 합성색소, 설탕 등 화학물질을 일체 사용하지 않았으며, 염도도 일반 간장보다 낮췄다.

소비자 가격 450g/ 5,800원

중국장춘·동북아투자무역박람회 참가

협회는 중국과 동북아시아지역의 국가간의 교류와 협력을 강화하기 위한 발전의 장인 제2회 중국길림·동북아투자무역 박람회에 한국관으로 참가하여 88건(1,036,000\$)의 수출상담으로 큰 성황을 이루었으며, 실제 수출계약에 있어서도 55건(358,000\$)을 성사시켰습니다. 한국관은 전통식품인 장류, 다류를 비롯하여 제과, 라면류, 캔류, 건강관련제품과 과실음료 등이 전시되어 참가업체 모두가 중국 및 해외바이어들로부터 많은 관심을 모았습니다. (주)농심은 현지 입맛에 맞게 개발된 제품인 상해라면, 돌솥라면을 대형 포스터 및 샘플링으로 적극 홍보하여 인지도 제고에 노력하였고, 대상(주)은 장류 및 조미류, 커피 등 많은 품목을 전시하여 대규모 전시 홍보하였으며, 그중 장류와 햇김류등이 호평을 받았습니다. 샘표식품(주)은 새로 개발한 스프인 폰타나에 대한 현지인들의 호응이 매우 컸으며, 국제식품은 최근 중국 심양지사 등 현지 생산으로 중국 진출에 박차를 가하고 있는 “꿀유자차”등 전통 다류를 시음행사를 통해 적극 홍보하였습니다. 해태음료(주)는 현지에 개설한 대리점을 중심으로 과실음료 등 17종의 음료를 전시하여 품질면에서 좋은 반응을 보였습니다.

가. 일 시 : 2006. 9. 1(금) ~ 9. 7(목) 7일간

나. 장 소 : 중국 장춘 국제컨벤션 센터

다. 한국관규모 : 5개사 10부스(180㎡)

라. 참가업체 : 농심, 대상, 샘표식품, 국제식품, 해태음료

AMCHAM 농업식품분과위원회 참석, 주한외국식품기업에 협회 홍보

협회는 9월 6일 서울 롯데호텔에서 개최된 주한미국상공회의소(AMCHAM) 농업·식품분과위원회(Agriculture & Food committee Meeting) 월례회의에 초청되어, 협회 및 부설 한국식품연구소의 역할과 한·미 FTA 현황에 대한 우리 정부의 입장을 주한 외국 식품기업에 적극 홍보하였습니다. 초청연사로 참석한 홍연탁 상근부회장은 1969년 식품공업협회 설립 이래 식품관련정책 및 개선방안 제시, 식품영업자위생교육 실시, 원료공동구매 등 식품산업 발전을 선도하고 있는 협회의 다양한 활동을 참석한 주한 미국대사관을 비롯

한 주한 외국 식품기업에 소개하여 협회의 위치를 새롭게 각인시켰습니다. 특히, 수입식품 및 수입식품원자재 검사와 관련된 절차를 자세히 안내하면서 국가 공인 분석기관인 부설 한국식품연구소의 검사업무에 대한 청중의 많은 관심을 집중시켰습니다.

또한 협회는 이번 주 9월 6일부터 7일까지 미국 시애틀에서 시작하는 제3차 한·미 FTA와 관련하여, 농업협상분야 관세양허에 대한 정부의 협상방향을 설명하고 업계의 대미 수출시 애로사항인 사전정보 제공 및 생산공장 가공공정 신고의무를 비관세 장벽으로 지적하였습니다. 주한 미국대사관 농무관을 비롯하여, 주한 네덜란드대사관 농무관, 주한 남아프리카공화국대사관 농무관 등 각국의 농무관과 농축산물유통분야, 법률자문분야, 투자컨설팅분야, 은행 등 다양한 분야의 전문가로 구성된 동 분과위원회 참석을 계기로 협회는 향후 우리 식품기업의 대외홍보와 주한외국기업과 협력 및 교류에도 적극 참여할 뜻을 밝혔습니다.

2006년도 파리식품박람회(SIAL 2006) 참관안내

협회는 유럽내 최대 규모의 식품박람회인 제26회 파리식품박람회(SIAL 2006)가 프랑스 파리 노드 빌팽뜨(Nord Villepinte)광장에서 개최됩니다. 이에 본 협회에서는 동 전시회에 참관하고자 하는 회원사들의 편의를 도모하기 위하여 참관단을 모집하오니, 많은 참여 부탁드립니다.

1. 일 시 : 2006. 10. 22(일) ~ 26(목) 5일간
2. 장 소 : 파리 노드 전시장
3. 참가업체 : 5,200개 업체 참가(93개국)/ 135,000명 참관예상
4. 신청기한 : 2006. 9. 29(금)
5. 문 의 : 협회 업무부(02-3470-8137)

인도국제세계식품전(WFI 2006) , 오사카식품소재및첨가물박람회 (IFIA OSAKA 2006) 한국관 참가안내

협회는 한국식품기업의 수출 활로 개척 및 확대를 위하여 주요 수출 지역 및 향후 성장

잠재력이 높은 세계 시장의 유망 박람회의 한국관 참가를 적극 지원하고 있습니다. 이와 관련하여 동 식품전에 참가할 식품기업을 모집하고, 한국관으로 참가하는 회원사의 경우 직접경비를 100% 지원할 예정이오니 많은 참가를 부탁드립니다.

가. 인도국제세계식품전(WFI 2006)

1. 일 시 : 2006. 11. 1(수) ~ 11. 3(금) 3일간
2. 장 소 : 인도 뭄바이 전시센터(Bombay Exhibition Center)
3. 주 최 : Koelnmesse GmbH(ANUGA 주관사), CIDEX Tradefairs Ltd.
4. 전시규모 : 150개사 200부스(약 5,000㎡)
5. 신청기한 : 2006. 9. 1(금) ~ 2006. 9. 22(금)
6. 문 의 : 협회 업무부(02-3470-8137)

나. 오사카 식품소재 및 첨가물 박람회(IFIA Osaka 2006)

1. 일 시 : 2006. 11. 8 ~ 11. 10(3일간)
2. 장 소 : 일본 오사카, INTEX 전시장
3. 주 최 : E.J.Krause & Associates, Inc., Food Chemicals Newspaper, Inc.
4. 전시규모 : 약 100개사(3,000㎡)
5. 신청기한 : 2006. 9. 1(금) ~ 2006. 9. 22(금)
6. 문 의 : 협회 업무부(Tel : 02-3470-8137)

「KOTRA 해외 지적재산권 보호비용지원」안내

대한무역투자진흥공사(KOTRA)에서는 해외에서의 우리 기업의 지재권 침해사례가 최근 지속적으로 증가함에 따라 「IP-China Desk 운영(중국 지재권보호 지원기구, 산업자원부 공동)», 「해외 산업재산권 보호심판·소송비용 지원(특허청 공동)」의 지원책을 전개하고 있습니다. 우리 회원사에서는 현지의 지재권 제도를 정확히 이해하여 침해를 근원적으로 예방하는 한편, 침해가 발생했을 때 비용부담에서 벗어나 보다 신속하게 침해에 대응할 수 있도록 당부 드립니다.

○ 문의처

1) KOTRA 해외투자종합지원센터[전화: (02)3460-7351/전송: (02)3460-7950]

2) 특허청 국제협력팀 [전화: (080)567-0001/전송: (042)472-3459]

3) 협회 업무부 기획팀 [전화: (02)3470-8138/전송: (02)3471-3616]

※ 동 지원과 관련한 사항은 KOTRA홈페이지(www.kotra.or.kr) 또는 한국식품공업협회(www.kfia.or.kr)를 참조하시기 바랍니다.

2006년도 식품관련 개정법령설명회 개최

협회는 지난 9월 1일 전국경제인연합회회관에서 회원사, 자율식품위생관리회원 및 식품영업자 등 310명이 참여한 가운데 2006년도 식품관련 개정법령설명회를 개최하였습니다. 이날 보건복지부, 식품의약품안전청 관계관 등이 연사로 참여하여 2006년 9월 8일부터 시행되는 달라지는 식품등의 표시기준 등 관련 법령에 대하여 강연을 하였습니다.

○ 주제 및 연사

1. 식품위생정책방향 및 위생법 해설(보건복지부 식품정책팀 최기호 사무관)
2. 건강기능식품 정책 및 법령(보건복지부 식품정책팀 김정현 사무관)
3. 식품공전 개선방안(식품의약품안전청 위해기준팀 문춘선 연구사)
4. 식품등의 표시기준 해설(식품의약품안전청 식품안전정책팀 김수창 사무관)
5. 식품첨가물공전 개정해설(식품의약품안전청 식품첨가물팀 홍기형 연구관)

2006년도 식품산업 최고경영자 세미나 개최 안내

협회는 2006 식품산업 최고경영자 세미나를 일본 오사카에서 개최합니다. 회원사의 해외시장동향 및 실태 파악과 경영전략 구상을 위해 개최하오니 많은 관심 바랍니다.

1. 일 시 : 2006. 11. 8(수) ~ 11. 10(금) (2박 3일)
2. 장 소 : 일본 오사카
3. 참가대상 : 회원사 대표이사 및 임원·자문위원
4. 주요내용 : 세미나 개최 및 IFIA OSAKA 2006 참관

2006년 10월중 식품위생교육(신규) 일정표(안)

월	일	교육시간	교육장소	대상지역	대상업종
10월	10일	09:00-16:00	대구시민회관 (2층 소강당)	대구광역시 경상북도	집단, 위탁급식
	11일	09:00-18:00	대구시민회관 (2층 소강당)	대구광역시 경상북도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업
	12일	09:00-18:00	대구시민회관 (2층 소강당)	대구광역시 경상북도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업
	13일	09:00-13:00	대구시민회관 (2층 소강당)	대구광역시 경상북도	소분·판매업등 식품등수입판매업
	16일	09:00-18:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업
	17일	09:00-16:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	집단, 위탁급식
	18일	09:00-18:00	충북중소기업지원 센터(2층 대회의실)	충청북도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업
	18일	09:00-13:00	충북중소기업지원 센터(2층 대회의실)	충청북도	소분·판매업등 식품등수입판매업
	19일	09:00-18:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업
	20일	09:00-16:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	집단, 위탁급식
	24일	09:00-13:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	소분·판매업등
	24일	14:00-18:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	식품등수입판매업
	25일	09:00-18:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업
	27일	09:00-18:00	여의도사학연금회관 (2층)	서울특별시 인천광역시 경기도	식품제조·가공업 즉석판매제조·가공업 식품첨가물제조업

※ 상기 일정은 현지 사정으로 변경될 수 있습니다.

※ 기타 기존식품위생교육일정은 본 협회 위생교육부(TEL : 02-3470-8150~7)으로 문의하시기 바랍니다.

2006년도 하반기 식품관련 박람회 일정

전 시 회 명	국 가	개 최 일 자
엘살바도르 2006년 식품 박람회	엘살바도르	2006/09/03~2006/09/07
중국상하이국제식품가공및포장기계전시회	중 국	2006/09/04~2006/09/06
아틀란타 음식 박람회	미 국	2006/09/09~2006/09/11
쿠웨이트 국제식품전시회	쿠웨이트	2006/09/13~2006/09/22
재팬 후드 2006	일 본	2006/09/13~2006/09/16
콜롬보 식품 박람회	스리랑카	2006/09/15~2006/09/18
제15차 모스크바 식품 박람회	러시아연방	2006/09/26~2006/09/29
2006 모스크바 식품 박람회	러시아연방	2006/09/26~2006/09/29
제17회 동경 식품개발전 2006	일 본	2006/10/04~2006/10/06
제13회 서일본 국제 식품 전시회	일 본	2006/10/05~2006/10/09
리마 식음료산업 박람회	페 루	2006/10/12~2006/10/15
파리식품박람회	프랑스	2006/10/22~2006/10/26
하바로프스크 식품 박람회	러시아연방	2006/10/26~2006/10/29
2006 카자흐스탄 국제 식품 박람회	카자흐스탄	2006/11/01~2006/11/04
싱가포르식품박람회	싱가포르	2006/11/04~2006/11/08
미국식품음료박람회	미 국	2006/11/08~2006/11/10
제8회 중국 국제 조미료,양념 박람회	중 국	2006/11/21~2006/11/24