

4 중국의 김치산업 및 원료생산 현황

홍 상 필
김치연구단

I. 중국의 김치산업 및 원료생산 현황 조사

중국의 김치산업의 기술현황 및 김치제조원료인 배추, 무, 파, 마늘, 고추등의 생산현황을 조사하기 위하여 중국의 주요 채소생산지역인 산둥성 청도지역을 중심으로 현지 생산지역을 방문하여 배추, 무, 마늘, 파, 생강 등의 생산 및 유통과정을 조사하였다. 그리고 이 지역의 한국인이 경영하고 있는 김치공장, 고춧가루 및 고추장 제조업체 등을 방문하여 김치제조설비 및 제품 등의 특성을 조사하고, 고추 원료 저온저장고 및 고추장 제조설비를 조사하였다. 또한 중국내 한국산 라면의 스프원료를 제조하는 청도농심식품회사와 이곳에 고추, 파, 마늘 등의 스프원료를 납품하고 있는 청도금안식품회사를 방문하여 채소류 가공기술 현황을 조사하였다. 중국 동북부의 중심인 심양을 방문하여 김치공장, 재래시장 및 대형 슈퍼마켓을 방문하여 김치제품 및 원료 등을 조사하였다. 그리고 북경에서는 대형 슈퍼마켓과 재래시장을 방문하여 김치제품류를 조사하고 특히 시내에 있는 북한음식점에서 판매되고 있는 북한 김치제품을 조사하였다.

1. 청도농심식품유한공사

대표: 이문희 사장

주소: 교주시 궁해진 공병원(Gong Ye Yuan, Yinghai Zhen, Jiaozhou, China)

전화: 0532-5270166

청도지역에서 생산되는 파, 고추, 마늘 등의 채소류를 건조하고 사골 등의 추출물을 농축하여 라면스프원료를 만들어 심양에 농심라면공장에 납품하고 있다. 현재 중국지역에서 판매되고 있는 신라면, 김치라면은 중국 현지에서 원료를 전부 조달하여 제품을 생산하여 대형 슈퍼마켓을 통하여 중국소비자에게 공급하고 있다. 특히 최근 숙성된 김치제품 건조물을 스프에 첨가하여 만든 김치라면이 중국소비자에게 좋은 반응을 얻고 있다. 공장 전체 면적은 약 3만평되며 전체 종업원은 150명으로 한국에서 파견된 6명과 조선족 10여명을 제외하면 전원 현지 중국인을 채용하고 있다.

2. 청도지역 농산물 집하장

산둥성 청도지역의 주요 농산물인 배추, 무, 파, 양파 등의 채소류를 생산농가에서 소비지인 상해, 심양, 북경 등으로 판매하기위하여 생산지 중심으로 농산물을 집하하여 도매거래를 하는 장소이다. 생산자와 중간도매상 간의 거래가 활발히 이루어지고 있으며 배추, 무, 파 등의 채소류는 포장에서 트럭으로 운반되어 와서 이곳에서 선별포장되어 소비지로 운송되고 있다. 배추포기당 가격이 ¥0.5-1원으로 국내 가격으로 80-150원 사이로 거래되고 있었으며 무, 파, 양파 등도 현지에서 국내 가격의 15-20% 정도로 매우 낮았다.

3. 청도 무순로 채소 및 식품 시장

청도시내에 위치하고 있는 재래시장으로 각종 채소류 및 식품류, 수산물, 축산물 등이 소매로 소비자에게 판매되고 있다. 김치제조 원료와 관련된 배추, 파, 무, 마늘, 고춧가루 등 원료를 쉽게 구할 수 있었으나 김치를 제조하여 직접판매하는 곳은 없었다. 중국요리에 사용되는 절임배추와 중국식 양념절임무 등이 판매되고 있다. 이곳의 김치원료 채소류의 특성은 다음과 같다.

- 배추 : 겨울 : 흰살부분이 두텁고 수분이 많으며 층이 적으나 맛은 좋다.
 층이 적고 키도 작으며 잎은 노랗고 희다.
 여름 : 가늘고 직경이 7-8cm 동북, 흑룡, 길립
- 대파 : 흰부분이 짧고 길다, 덜 맵고 향이 적다.
 중국인들은 흰살부분을 식용
- 무 : 한국산과 비슷, 수분량 비슷, 사각사각하고 단맛도 좋다.
- 생강 : 대강과 소강이 있으며 향과 맛이 약함
- 고추 : 益島산이 최고, 다원식품의 다대기 제조용 고추분은 덕주산 73%, 몽고산이 13%를 차지하고 있음. 색상과 매운 맛이 좋다.

4. 청도다원식품유한공사

대표: 오문선 사장
주소: 산둥성 평도시 난저진(Landi Town, Pingdu City, Shandong, China)
전화: 0532-2341143

산둥성 평도시에 위치하고 있는 청도다원식품은 국내 식품업체로서 10년전에 처음으로 청도지역에 설립되어 산둥성 지역에서 생산되는 고추를 원료로 하여 고추다대기, 고추장 등을 생산판매하고 있다. 연간 고추원료 2만톤을 처리하는 대규모 고추가공장으로 성장하였다. 수확시기에 주산지 고추원료를 수집하여 2000여명의 일용직 작업인원을 고용하여 고추꼭지 제거 및 선별작업을 하여 고추원료를 저온

창고에 보관하면서 연중 제품을 생산하고 있다. 고춧가루 분쇄설비는 중국산 제분설비를 개조한 것으로 일일 25톤을 처리할 수 있다고 한다. 지하에 대규모 고추장 발효탱크를 설치하여 고추장을 숙성시킨다. 최근 연구실험실을 별도로 운영하여 제품개발 및 품질향상에 노력하고 있다. 특히 이곳에서 생산되는 고추다대기는 색상과 맛이 우수하여 국내 최대 고추장 제조업체인 삼원식품에 납품되고 있으며 고추장 제품은 대부분 중국시장에서 판매되고 있으며 최근 개발된 된장제품과 함께 판매량이 급신장하고 있다고 한다. 산둥성 지역의 고추재배 연작피해로 인하여 고추원료의 품질이 저하되고 수량이 급속히 감소되어 수확시기에 고추원료수집대상 지역을 중국 전역으로 확대하고 있다고 한다.

5. 청도금안식품유한공사

대표: 김철웅 사장
주소: 산둥성 평도시 반구 금사강로1호(No Jin-shajiang Rd.Open-up Areas Pindu City Qindao China)
전화: 0532-8383236

청도지역에서 생산되는 고추, 파, 마늘 등의 원료를 건조하여 식품재료를 제조하는 회사로서 사장이 조선족이며 젊고 매우 의욕적이다. 대파를 세척, 절단, 건조하여 스프용 건조파을 대량으로 생산하여 청도농심공장에 납품하고 있으며 건조마늘절편도 생산하고 있다. 건조고추 원료를 저온보관하면서 스프용 굵은 고춧가루제품 및 양념용 고춧가루를 생산하고 있다.



그림 1. 파 원료선별 작업



그림 2. 건고추 원료 저온저장고



그림 4. 김치제품

6. 청도경북궁김치유한공사

대표: 공장장, 문명순 사장
주소: 청도 향만서로 43호
전화: 0532-3862449

청도지역에 있는 한국 김치공장으로 김치제품류를 생산판매하고 있다. 공장 규모는 200여평규모로 소규모이며 김치제조공정이 거의 수작업으로 이루어지고 있다. 종업원은 25명 규모이며 일일 생산량은 1톤이하 이다. 김치공장과 한식식당이 함께 연결되어 있어 생산된 김치는 식당에 공급되고 인근지역 슈퍼마켓에서 판매되고 있다. 중국소비자용 김치는 제조한 후 숙성없이 곧바로 소비지로 공급되며 청도지역 거주 한국민들을 위해서는 10일이상 저온창고에서 숙성한 후 공급한다고 한다.



그림 3. 김치 절임조

7. 청도대학 천연산물연구소

대표: 서공세 소장
주소: 청도고과공업원북촌(Beicun, High-Tech Industrial Park, Qingdao, China)
전화: 0532-8603346

청도대학내에 있는 연구소로서 산동성 지역에서 재배되는 색상이 우수한 고추원료를 이용하여 고추의 붉은색소와 신미성분을 추출할 수 있는 pilot plant을 설치운영하고 있으며 자체적으로 제조된 색소추출물과 신미성분을 국내외로 판매하고 있다. 특히 익도산 고추의 색소가 가장 뛰어나 원료로 많이 이용하고 있으며 지역고추육종연구소와 색소함량이 높은 품종개발도 추진하고 있다고 한다. 최근 청도농심공장에서 라면스프원료로 이용하고 있으며 품질과 가격 등이 경제력이 있는 것으로 평가되고 있다. 본 연구소 소장은 천연색소활용에 관하여 본 연구원과 기술교류도 희망하였다.

8. 심양 경성김치공장

대표: 김성해 사장 024/23469499, 23820889

김치일일 생산량은 2톤이며 가격은 10원/kg이며, 2001년도 매출액은 ¥ 1억 5천만원이다. 중국인들을 위주로 판매하며, 시내 백화점 8개소에 현재 유통되고 있다. 중국인들은 김치가 익지 않은 상태로 만두 혹은 빵과 함께 먹으며 판매형태는

100-200g 단위로 직접 포장 판매하고 있다. 배추와 고추는 농우종묘(한국)를 통해 3만여평에 직접 재배하여 사용한다.

김치 제조방법 특징은 염도를 낮게 하고 젓갈을 끓여서 사용한다.

(“수완차이”) : 배추를 수일 간 물에 담가두면 발효가 일어나는데 이를 물로 씻어 만두와 함께 먹음)

9. 심양 농산물 및 식품 시장

심양시내에 위치하고 있으며 청도지역의 농산물 시장과 규모와 상품들의 종류가 유사하였다. 청도지역과 비교하여 배추, 무, 파 등의 김치원료 채소류 판매규모가 적었으며 특히 시장내소규모 상점에서 김치제품류를 볼 수 없었으며 중국소비자를 위한 절임배추가 일부 판매되고 있었다. 심양 시내의 대형 유통센터에서 판매되고 있는 김치원료의 채소류 특징은 다음과 같다.

- 배추 : 잎 15개 질기며 강한 심지가 있음 키가 작고 탄력이 없음.
- 무 : 색상이 희고 모양이 좋다. 매운 맛이 나는데 단맛은 없고 부드럽다.
- 파 : 단위층이 두껍고 속이 없으며 맵고 쓰다. 단맛이 적고 백색부가 적다. 흰부분이 짧다.
- 중파 : 단맛, 매운맛, 흰부분이 짧다.
- 양파 : 단맛이 없고 매운 맛이 적다.
- 마늘 : 매운 맛이 퍼지며 통마늘 같이 한 개 짜리도 있음.
- 소금 : 암염으로서 맛이 깔끔하지 않고 쓴 맛이 남.

10. 심양농심식품유한공사

대표: 홍두화 사장

주소: 심양경제기술개발구4호가 3갑 1호

전화: 024-253-67433

중국에서 판매되고 있는 신라면과 김치라면, 새우깡 등을 생산하고 있다. 청도농심공장에서 생산되는 라면 스프 및 새우깡 반대기와 중국산 제분원료를

사용하여 제품을 생산하여 현재 중국내에서 판매하고 있다. 연간 판매량은 ¥120억원 규모로서 북경, 상해, 심양 등의 주요 도시 대형 슈퍼마켓에서 주로 판매되고 있다. 최근 숙성된 김치를 건조하여 스프재료로 이용하여 개발한 김치라면이 중국 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있으며 특히 중국 소비자들의 기호에 맞는 김치스프개발에 큰 관심을 보이고 있다. 전체 종업원은 250여명이며 관리자 6명을 제외하고 전부가 현지 중국인을 채용하고 있다. 앞으로 중국 전체 지역의 라면제품 판매량을 증가시키고 이를 기반으로 해외수출을 계획하고 있다. 현재 중국에서 라면제품에서 가장 성공한 기업으로 인정받고 있다.

10. 북경 동교 농산물 시장

북경시내 동쪽에 위치하고 있는 재래 농산물 시장으로 각종 채소류, 과일류, 육류 등이 판매되고 있다. 이곳에서 김치원료인 배추, 무, 마늘, 파 등은 많이 보였으나 고춧가루를 판매하는 상점은 한 곳 뿐이었으며 김치제품은 볼 수 없었다.

11. 북경 대형 유통업체

북경시내에 위치하고 있는 대형 유통업체인 르까프점에서는 김치제품을 배추김치, 무김치, 깍두기, 오이김치, 맛김치 등의 종류별로 진열하여 소비자가 직접 무게단위로 구매할 수 있게 되어 있으며 김치 공장에서 직접제조되어 포장김치로 판매되는 제품도 4-5종류가 있어 실제로 김치에 대한 중국소비자의 관심도가 높아지고 있는 것을 볼 수 있었다.

12. 북한 평양해당화냉면 음식점

주소: 북경시 조양구 동대교 8호

북경시내 북한대사관 근처에 위치하고 있는 북한 식당으로 냉면, 온면, 불고기 등의 북한식 음식과 북한김치를 판매하고 있다. 이곳의 북한김치는 젓갈을 사용하지 않고 김치양념재료인 고추, 마늘 등은

북한에서 가져오고 배추, 무 등은 북한산 종자로 중국에서 재배된 것을 사용하여 맛이 매우 담백하고 배추의 조직감이 우수하다. 이곳에서 북한김치시료를 2kg 구입하여 현재 성분을 분석하고 있다. 앞으로 북한김치의 제조방법 및 원료에 관한 조사가 더 필요할 것으로 보이며 국내 김치제조에 활용할 수 있는 분야가 많을 것을 생각된다.

II. 현지 김치의 품질 평가

중국내 김치 제조업체들을 대상으로 조사한 결과 품질 좋은 김치제조를 위해서는 한국산 품종의 배추와 고추가 가장 중요시 되었으며 무, 생강, 파, 마늘 등에 대해서는 크게 고려하지 않는 경향이었으나 북한 측에서 제조 판매 중인 김치의 경우에는 배추와 무를 제외하고 모두 북한산을 사용하는 것으로 파악되었다. 중국의 음식점들을 포함하여 김치류에 대한 시식을 실시한 바 한국인이나 중국인이 제조한 김치류는 모두 물이 많고 싱거우며 무른 조직감을 나타내었고 숙성도는 대체로 초기수준이었고 색상은 비교적 붉은 편으로 전체적인 기호도가 낮았으며 우리의 김치 맛으로 인정할 수 없을 정도여서 김치의 기호도 향상을 위한 개선 대책이 시급히 요구된다. 북한 김치의 경우에는 적숙상태로서 신맛과 단맛, 짠 맛 등이 조화를 이루어 기호도가 우수하여 북한 김치에 대한 분석과 함께 발전 방향에 대한 검토가 필요한 것으로 본다.

III. 중국 패스트푸드 시장 현황

1987년 4월 미국 KFC의 중국 진출을 시작으로 외국기업의 중국 패스트푸드 시장 진출이 본격화되기 시작했다. 10여년의 짧은 기간동안 중국 패스트푸드시장은 전통과 현대가, 중식과 서양식이 경쟁하는 국면으로 접어들고 있고, 연해지역과 내륙 주요 도시, 관광도시 등지에서 해당지역 유동인구와 근로자 학생 및 주민들의 외식 활동에 빠질 수 없는 메뉴로 등장했다.

중국 패스트푸드 산업은 1990년대 중국경제의 비

약적인 발전속도에 걸맞게 매년 20% 가량의 속도로 확대됐고, 이윤율도 10~20%의 양호한 성적을 기록해 2000년 매출액이 2,000억위엔(US\$1 = 8.26위엔)에 달했다. 현재는 패스트푸드업 매출이 전체 요식업 전체 매출의 40% 가량을 차지하고 있다. 최근 실시되고 있는 중국의 휴일수 늘리기 정책(주 5일 근무 및 설·노동절·국경절 1주일 연휴)도 패스트푸드 산업 발전에 긍정적으로 작용하고 있다.

현재 중국에서 영업중인 패스트푸드점을 경영형태별로 살펴보면 중외합자기업이 1/3을 차지하고 있고, 민영기업과 독자기업이 그 다음이며 국유기업은 16%에 불과해 합자 방식이 패스트푸드 경영의 주요 형태로 나타나고 있다. 경영방식으로는 프랜차이즈가 늘고 있는데 이는 일정 규모 이상의 영업망을 갖춘 기업에 두드러지게 나타나고 있다.

패스트푸드점을 유형별로 보면 맥도날드, KFC 등 서양식 패스트푸드점이 확장되고는 있으나 아직까지는 80% 이상의 중소규모 패스트푸드점이 중식을 취급하고 있고 서양식은 20%에 불과하다. 그러나 서양식 패스트푸드점의 대표주자인 맥도날드의 평균 판매액은 중식 패스트푸드점의 160배나 돼 경영 효율면에서는 비교가 되지 않는다. 특히 전체 패스트푸드점중 일일 매출액이 평균 1만위엔 이상인 곳은 30% 가량으로 대부분의 서양식 패스트푸드기업이 차지하고 있고, 중식 패스트푸드점은 3,000~4,000위엔 수준으로 전체의 25%를 차지하고 있어 서양식 패스트푸드기업의 경영 수익률이 훨씬 높은 것으로 나타났다.

중식 패스트푸드점과 서양식 패스트푸드의 최대 차이점은 표준화에 있다. 서양식 패스트푸드점의 조리법 및 가공과정은 엄격한 관리를 거친다. 햄버거 패티의 경우 육우의 일정부위 선택에서 가공, 배송까지 일괄관리를 통해 제품의 품질을 유지하고 있고, 프랜차이즈점 경영에도 유리한 요인으로 작용하고 있는데 이는 규모가 들쭉날쭉한 중식 패스트푸드점에서는 엄두도 낼 수 없는 일이다.

서양식 패스트푸드 기업은 주요 소비대상을 청소년층, 그중에서도 16세 이하의 아동층으로 규정하

표 1. 중국내 유통중인 김치 제품류의 특성

상 품 명	제 조 회 사	제품형태	단 위	재 료	비 고
치녀김치	北京길엽식품	포기김치	500g, 160g	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 조미료	상품유통
평양김치	북경수정봉식품	포기김치	500g, 160g	배추, 김, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 배	주 문, 상품유통
치녀총각김치	北京길엽식품	포기김치	480g	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 조미료	상품유통
배추김치	북경 영생식품	포기김치	400g	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 당, 멸치액젓, 새우젓	상품유통
배추김치	청도진선미식품	포기김치	400g	배추, 무, 고추, 마늘, 파, 생강,	상품유통
포기김치	청도강원식품	포기김치	400g	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 맛내기	상품유통
깍두기	길엽식품	깍두기	300g	무, 마늘, 생강, 고추분, 파, 소금, 설탕, 조미료	상품유통
깍두기	진선미식품	깍두기	150g	무, 마늘, 생강, 고추분, 파	상품유통
배추김치	까르푸(백화점)	맛김치	벌크	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 조미료	주문
배추김치	Jisco(백화점)	맛김치	벌크	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 조미료	주문
배추김치	심양 경성김치	맛김치	벌크	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 멸치젓	주문
배추김치	청도 경북궁	맛김치	벌크	배추, 무, 마늘, 생강, 고추분, 소금, 설탕, 파, 액젓, 새우젓	주문

고 있으며 이들의 요구에 따른 가정별 소비가 많은 것으로 알려졌다. 반면 중국식 패스트푸드 기업의 소비대상은 25-44세의 청장년층으로 연령대가 높아 질수록 중식에 대한 선호가 증가하고 있다.

최근에는 기존 단일 브랜드의 영업매장에서 벗어나 여러 매장을 한데 모은 패스트푸드스토어가 각광을 받고 있고, 중식과 서양식을 한데 모은 종합 패스트푸드점도 서서히 인기를 얻고 있다.

