



중국의 포장 경향

Latest Packaging Trends in China

秋間茂 / 미쓰비시상사 패키징(주) 무역사업부

1. 서론

매년 눈에 띄는 경제 성장을 계속하고 있는 중국은 요 10년간에 포장 산업도 큰 성장을 이루고 있다. 필자는, 2003년부터 2009년까지 회사의 용무로 상해에 주재해 종이 포장 관련 업무를 담당하고 있었는데 재임 중의 6년간 양, 질과 함께 두드러지게 변화했다고 실감하고 있다.

1. 중국의 지·판지의 생산 동향

통계가 비교적 정비되어 있는 지제품을 예로 들면 지·판지의 국내 생산량은 2003년에 4,300만이었던 것이 2009년에는 8,640만 으로 갑절로 증가해 생산량에서 세계 제 1위로 약 진했다. 국내 소비량도 2003년에 4,800만이었 던 것이 2009년에는 8,569만 으로 1.8배로 늘 어나고 있다.

포장 산업의 총 생산고는 제 11차 5개년 계획을 앞당겨 달성, 2009년에 600억 미국 달러를 돌파해 현재도 경제 성장을 상회하는 페이스로

성장을 계속하고 있다고 보고되고 있다.

한편 급속하게 근대화가 진행되는 속에서 환경오염이 심각화하고 또한 팽대한 인구를 지탱 하기 위해서 식량과 자원의 확보가 큰 과제가 되었다.

2. 중국의 환경문제

환경오염, 식량문제, 자원문제의 세 가지는 제 11차 5개년 계획 중에서 중점 과제로 여겨져 정부가 주도해서 산업 구조 개혁과 법령의 정비가 급속도로 진행되었다.

먼저 포장 업계 중에서도 환경 영향이 크고 자원 소비와 에너지 소비가 높은 제지 산업에 대해서는 제지 원료 조달 체제의 구축, 수자원 소비량의 삭감, 배기·배수 규제, 오염폐기물 배출 억제, 목재 자원부터 제지까지 일관 생산체제 실현(임지(林紙)일체화)을 제지 산업의 발전 정책의 타겟으로 해서 노후화 설비의 강제 폐기를 실시했다.

에너지 효율이 나쁘고 배기·배수 면에서 기준

(배수는 COD 150mg/l 이하) 을 클리어 하지 못한 펄프 설비나 초지 설비는 정부에 의해 강제적으로 폐기되고 있는데 폐기 대상 설비의 생산 능력은 1,082만이나 된다.

제지 업계는 증설 러시가 계속되고 있는데 근대적인 설비를 도입하는 한편, 도태된 낡은 설비를 신규 교체 진행하고 있다.

또한, 공업용수 취수량에 대해서도 제한을 마련해 제품 생산 1t당, 2005년의 103m³에서 80m³으로 삭감하려고 하고 있다.

제지 원료 면에서는 2010년까지 식림지 면적 500만ha의 달성과 645만t의 펄프 설비 신설 외에 폐지 회수와 폐지 이용을 촉진시키는 것이 목표로 되어 있어 국내 폐지 회수율을 현재의 31%에서 34%로 국내 폐지 이용율을 현재의 32%에서 38%로 각각 끌어 올리려고 하고 있다.

3. 자원절약 · 순환형 사회에의 정책

소비면에 있어서도 정부에 의한 자원 절약, 순환형 사회 유도 정책은 차차 내세워지고 있다.

2008년 6월, 법령에 의해 슈퍼나 쇼핑센터에서 무료로 배포되고 있던 플라스틱제 쇼핑봉투가 유료화 되어 1매당 2~5角(3~8엔에 상당) 과금하게 되었다.

계산대에서 쇼핑봉투가 필요한지 아닌지를 묻게 되었는데 그 효과는 충분하고 식품이나 가정용품을 사러 갈 때에는 쇼핑봉투 지참이 정착하고 있다.

또, 석유화학 제품의 가격 고등에 따라 플라스틱 용기에서 종이 소재에의 전환이 빨라지고 생분해성 소재에의 전환을 촉진하는 정부 지침에 기초해 전분을 원료로 한 플라스틱 제품의 개발

이 진행되어 도시락이나 반찬 용기 등에서의 채용 예가 나오고 있는데 내구성이나 강도의 면에서 어려움이 있어 실용화에 이르지 않는 제품도 여기저기에서 본다.

폴리유산은 보다 플라스틱에 가깝고 성능을 가지면서도 석유화학 원료의 절약과 생분해를 실현할 수 있는 소재로써 특히 주목받고 있는데 코스트가 과제이다.

4. 라이프스타일의 변화

중국은 요 10년간 급속하게 생활 스타일이 서양화 했는데 포장 사정에 큰 영향을 끼치는 식생활에 대해서도 마찬가지로 변화했다.

미국의 패스트푸드 체인이 중국 각지에 출점을 진행해 전국 네트워크를 구축했는데 후라이드 치킨, 햄버거, 피자는 지금은 국민 식품으로 사회적 지위를 굳혔다.

예전에는 거리 여기저기에 노점 판매대가 나와 있어 만두나 구운 교자, 두유와 구운 빵이라고 하는 샤오츠를 팔고 있었는데 테이크아웃 할 때의 포장용 얇은 폴리봉투 1장이었다.(샤오츠란 작은 가게나 노점 판매대에서 먹는 중국의 일품요리로써 일본어로 직역하면 「경식(輕食)」, 「스낵」이 되는데 중화 문화권의 뉘앙스는 꽤 달라서 면류나 교자, 정미, 볶음밥이나 고기 요리 등 덮밥과 단 것도 포함된다)

중국의 식당이나 노점 판매대에서는 식재의 보존이 나쁘거나 식용유를 계속해서 반복하여 쓰는 일이 아주 많아서 위생 관리 면에서는 꽤 문제가 있었다.

2003년에 SARS가 유행했을 때, 식품 위생 면에서의 관리가 강화되어 노점 판매대의 출점



은 도시부에서는 금지되는 등 현저하게 제한되었다.

또, 소비자의 위생 관념과 식(食)의 안전에 대한 의식이 높아짐에 따라, 노점상에서 외식했던 것이, 후라이드 치킨이나 햄버거라고 하는 시스템화 된 패스트푸드와 편의점으로 이동했다.

편의점의 보급에 따라 일본의 편의점발 상품인 어묵, 도시락, 삼각 김밥이나 샌드위치 등의 조리 빵이 소비자에게 침투해 도시부의 오피스 워커는 편의점 도시락으로 점심을 끝내는 스타일이 정착했다(사진 1).

또한, 이전에는 「생야채를 먹는 습관이 없는 중국인은 샐러드를 사지 않는다」라고 알려져 있었지만 식습관의 변화에 의해 편의점이나 슈퍼에서 커트 샐러드나 커트 야채가 팔리게 되었다(사진 2).

5. 중국의 음료와 용기

음료의 종류도 몹시 풍부해졌다. 2000년대 초 두까지 탄산음료밖에 없었는데 홍차와 우롱차가 일본계 기업에서 판매되어 히트한 것이 계기가 되어 차 종류 음료시장이 형성되어 그 후 거기에 더해 스포츠음료, 과즙음료 그리고 커피음료가 추가되었다.

현재 눈에 잘 띄는 것은 기름의 흡수를 막아 다이어트 효과가 있는 등 건강 면의 기능을 전면에 내세운 음료이다. 건강 지향이 강한 중국인의 소비성향을 잘 파악하고 있는 것이다.

음료 용기는 PET병이 거의 대부분을 점하고 있다.

우유·유음료는 예전에는 폴리봉투에 들어 있

[사진 1] 상해 시내 일본계 CVS에서 판매되고 있는 조리빵, 도시락, 삼각김밥



[사진 2] 커트 야채



거나 상온 유통제품이 많이 나와 있었는데 현재는 테트라팩 등 국제적인 시스템 메카의 무균 충전 포장이 일반적이다.

필로 형태와 벽돌 형태의 양방이 보급되고 있는데 가격 면에서 유리한 필로 형태의 시장 점유율이 높다고 보인다.

저온냉장 유통망이 정비되지 않은 상태에서 내몽고나 동북삼성 등 북방에 편재하는 우유의 산

[사진 3] 저온냉장계 식료용기



지에서 광대한 국토를 횡단해서 운남성이나 광둥성에까지 상품을 유통 시키는 데에는 상온 유통 가능한 무균 충전 포장이 적절했던 것이다.

최근, 북경이나 상해 등 소비 수준이 높은 도시 부에서 고부가 가치 상품에의 수요가 높아져 저

온냉장 우유가 판매되게 되었다. 커피 음료, 요구르트 드링크 등 싱글샷 상품에서는 변형 카톤이나 종이컵 용기라고 하는 개성이 풍부한 용기가 도입되고 있다[사진 3].

6. 마치며

지금까지 급속도로 공업화를 진행해「세계의 공장」이 된 중국이지만 환경문제, 자원문제, 에너지 문제 등 발전의 과정에서 발생한 미해결 문제는 결코 작지는 않다.

세계 제일의 인구를 안고 있는 중국이 미치는 영향은 여러 가지 면에서 지구 규모가 된다.

세계가 주목하는 속에서 국민의 생활을 보다 풍성하게 하면서 환경문제나 자원문제에 얼마나 노력하고 그 성과를 올려 가는가가 이후 중국의 과제라고 생각된다. [K]

사단법인 한국포장협회 회원가입 안내

물의 흐름이 자연스러운 것은 물길이 나아있기 때문입니다.

포장산업이 강건하려면 미래를 내다보는 안목이 필요합니다.

포장업계의 발전이 기업을 성장시킵니다.

더 나은 앞날을 위해 본 협회에 가입하여 친목도모는 물론 애로사항을 협의하여

새로운 기술과 정보를 제공받아야 합니다.

포장업계에서 성장하기 원하시면 (사)한국포장협회로 오십시오.

(사)한국포장협회

TEL. (02)2026-8655~9

E-mail : kopac@chollian.net