

KMI 동향분석

VOL.226
2026년 8월

발간년월 2026년 8월(통권 제226호) 주 소 49111 부산광역시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동) 발행인 조정희
감 수 마창모 발행처 한국해양수산개발원 자료문의 기획조정본부 성과홍보실 홈페이지 www.kmi.re.kr
※ 이 보고서의 내용은 우리원의 공식적인 견해가 아닌 집필진의 견해입니다.

세계 최대 수산물 소비시장 중국, 한국 수산물 수출의 새로운 기회로 - 신선·냉장 수출 확대와 프리미엄 시장 진출 과제 -

황산산 해외시장분석센터 전문연구원
(shan0202@kmi.re.kr/051-797-4590)
한기욱 해외시장분석센터 센터장
(hankiuk@kmi.re.kr/051-797-4902)
원은송 해외시장분석센터 전문연구원
(etz456@kmi.re.kr/051-797-4585)

중국 수산시장은 생산 증가세가 둔화되는 반면 소비는 지속적으로 확대되면서, 전통적인 생산·가공 중심에서 세계 최대의 수산물 소비·수입시장으로 빠르게 전환되고 있다. 특히 소비시장이 양적 성장에서 질적 성장 국면으로 진입하여 저가 시장과 프리미엄 시장으로의 양극화가 뚜렷해지고, 중국 내 생산만으로는 충족하기 어려운 신선·냉장·활수산물 등 고부가가치 수산물의 수입이 꾸준히 증가하고 있다.

이러한 변화는 우리 수산물 수출에 실질적인 기회로 이어지고 있다. 2026년 1월 체결된 「한·중 수출입 야생 수산물의 검사 및 위생요건에 관한 약정(MOU)」으로 자연산 신선·냉장 수산물의 수출 허용 범위가 전 품목으로 확대되었다. 그 결과 2026년 상반기 對중국 신선·냉장 수산물 수출액은 4,364만 달러로 전년 동기 대비 95.3% 증가하였으며, 그동안 중국의 수입 규제로 수출이 제한되었던 신선·냉장 병어(381만 달러)·삼치(380만 달러)·가오리(86만 달러)·갈치(47만 달러) 등이 신규 수출 품목으로 중국 시장에 진입하기도 했다.

다만 이러한 수출 증가는 아직 중국 내 공급 부족을 보완하는 ‘대체수요’에 기반한 성과이다. 우리나라의 對중국 수출은 여전히 명태·대구·오징어 등 가공용 원물 중심 구조에서 크게 벗어나지 못하고 있으며, 신선·냉장 수산물 역시 대형·고품질 물량임에도 중국산 동종 품목보다 약 10% 낮은 가격에 거래되어 품질에 상응하는 프리미엄을 확보하지 못하고 있다.

따라서 지금은 한·중 MOU로 확보한 수출 기반을 프리미엄 시장 진출로 연결해야 할 시점이다. ‘대체수요’를 ‘한국산 선호 수요’로 전환하는 것이 관건이며, 이를 위해 한국산의 브랜드 경쟁력을 강화하고 인지도를 제고해야 한다. 또한, 수출 증가가 국내 수급 불안정이나 물가 상승으로 이어지지 않도록 수급 안정 대책도 마련되어야 한다.

중국 수산물 시장, 생산 중심에서 소비 중심으로

■ 정체되는 생산·수출, 확대되는 소비·수입 - 벌어지는 수급 격차

- 중국은 세계 최대의 수산물 생산국이자 소비국으로, 세계 수산물시장에서 차지하는 영향력이 매우 큼. 최근에는 1인당 가처분소득 증가와 식생활 변화에 따라 소비시장이 양적 성장에서 질적 성장 단계로 전환되면서, 고품질·고부가가치 수산물에 대한 수요가 빠르게 확대되고 있음
- 수산물 생산은 향후 10년간 7,657만 톤에서 8,530만 톤으로 증가하나, 자원관리 강화와 어업 생산성 둔화로 그 성장세는 연평균 1.1%의 완만한 추세를 보임. 반면 소비는 8,853만 톤까지 확대되면서, 소비 부족분이 2025년 250만 톤에서 2035년 323만 톤으로 커질 전망이다
- 이러한 격차는 교역 구조의 변화로 이어짐. 수입은 연평균 1.3%(708→808만 톤)로 생산 증가율(1.1%)을 웃도는 반면, 수출은 2030년 516만 톤의 정점을 기록한 뒤 감소할 전망이다. 이는 가공소비가 연평균 1.6%로 빠르게 증가하면서, 기존에 수출로 활용된 가공 물량이 확대되는 내수에 우선 공급되기 때문임. 이는 중국이 생산·가공·수출 중심 국가에서 세계 최대의 소비시장이자 주요 수입국으로 전환되는 과정임

〈그림 1〉 중국 수산물 수급(생산, 소비, 수출입) 전망('25~'35년)



자료: 农业农村部, 「中国农业展望报告(2026-2035)」, 2026을 바탕으로 저자 재정리

■ 수산물 소비 특징 : 소비 회복과 양극화·고급화

- 중국의 수산물 소비는 코로나19 팬데믹에 따른 외식 위축과 소득 불확실성이 맞물리면서 침체기를 겪었으나, 최근 외식 수요 회복과 건강·고단백 식품 선호 확산에 힘입어 회복세를 보이고 있음¹⁾. 2020년 전년 대비 5.2% 감소한 4,191만 톤을 기록한 수산물 판매량은 이후 꾸준히 증가하여 2024~2025년에는 팬데믹 이전 수준을 상회함
- 다만 이전과 같은 빠른 소비 성장세는 기대하기 어려움. 연간 판매량 증가율은 2024년 4.1%를 기록한 이후 2025년에는 2.0%로 둔화되었으며, 2026~2030년에도 1.1~1.6% 수준의 완만한 성장세를 유지할 것으로 예상됨. 이는 중국 수산물 시장이 양적 성장 중심의 확대 국면에서 성숙 단계로 진입하고 있음을 시사함. 인구 증가세 둔화와 경기 저성장 기조가 이어지면서 시장의 관심도 소비 규모 확대보다 소비의 질과 가치 제고로 이동하고 있음
- 이와 같은 시장의 성숙은 소비 구조의 변화로 이어지고 있음. 소비의 질적 변화는 시장 전반의 균일한 고급화보다는 저가 시장과 프리미엄 시장으로 구분되는 양극화의 형태로 나타나고 있음. 가격에 민감한 소비층은 가성비를 중시하는 저가 제품을 선호하는 반면, 고소득층을 중심으로 건강과 품질을 중시하는 프리미엄 수산물 소비가 확대되고 있음²⁾. 반면 중간 가격대 제품은 그 사이에서 상대적으로 입지가 약화되는 모습을 보이고 있음
- 팬데믹 이후 경기 둔화와 소득 불확실성이 장기화되면서 가성비를 중시하는 소비가 확산되고 있음. 이에 따라 저가 중국산 제품이 시장 점유율을 확대하며 가격 경쟁이 치열해지고, 중간 가격대 제품은 저가 제품과의 경쟁 속에서 입지가 점차 축소되고 있음
- 반면 고소득층을 중심으로 건강과 품질을 중시하는 소비가 확대되면서 프리미엄 수산물에 대한 수요도 증가하고 있으며, 업계에서는 이를 '온바오(温饱·배불리 먹는)형 소비에서 품질형 소비로의 전환'으로 평가하고 있음³⁾

1) 中华人民共和国国务院(2025), 「食物与营养发展纲要(2025—2030)」, https://en.cae.cn/cae/html/en/col2005/2025-10/10/20251010101709595499302_1.html(검색일: 2026.7.8.)

2) Undercurrent News(2025.2.19.), China's seafood trade surplus expands as imports flounder, <https://www.undercurrentnews.com/2025/02/19/chinas-seafood-trade-surplus-expands-as-imports-flounder/>(검색일: 2026.7.8.)

3) 新浪财经(2023.9.24.), “水产消费品质升级”, <https://finance.sina.com.cn/jjxw/2023-09-24/doc-imznucyq5912561.shtml>(검색일: 2026.7.8.)

〈그림 2〉 중국 수산물·수산물식품 판매량 및 성장률



자료: Euromonitor International 원자료(검색일: 2026.7.7.) KMI 재가공

■ 갑각류, 신선·냉장·활수산물 중심의 프리미엄 소비 확대

- 중국은 세계 수산물 소비 성장의 핵심 동력으로 부상하고 있음. Rabobank(2024)는 2030년까지 세계 수산물 소비 증가의 약 40%를 중국이 견인하며, 그 성장의 중심은 연어·랍스타·게·새우 등 중국 내 생산이 적은 프리미엄 품목이 될 것으로 분석함⁴⁾
- 실제로 프리미엄 소비 확대 추세에 갑각류 등 고부가가치 품목에서 두드러짐. 갑각류의 1인당 소비량은 2017년 3.2kg에서 2030년 5.1kg으로 연평균 3.7% 증가할 것으로 전망되는 반면, 같은 기간 어류(0.9%)와 연체동물(1.0%)의 증가율은 상대적으로 낮음

〈표 1〉 중국 부류별 1인당 수산물 소비량 및 연평균 증감률

(단위: kg, %)										연평균 증감률
구분	2017	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2030	
전체	29.8	29.7	29.2	29.4	30.4	31.7	32.4	33.0	34.9	1.2
갑각류	3.2	3.9	3.8	3.9	4.0	4.1	4.3	4.5	5.1	3.7
어류	18.7	17.7	17.5	17.6	18.3	19.2	19.5	19.8	20.9	0.9
연체동물	7.9	8.1	7.8	7.9	8.1	8.4	8.6	8.7	9.0	1.0

자료: Euromonitor International 원자료(2026.7.7. 검색) KMI 재가공

- 또한, 프리미엄화는 제품 형태에서도 나타남. 과거 냉동·가공품 중심이었던 수산물 소비가 신선·냉장·활수산물로 전환되면서, 고급 윗감용 수산물에 대한 수요가 증가하고 있음

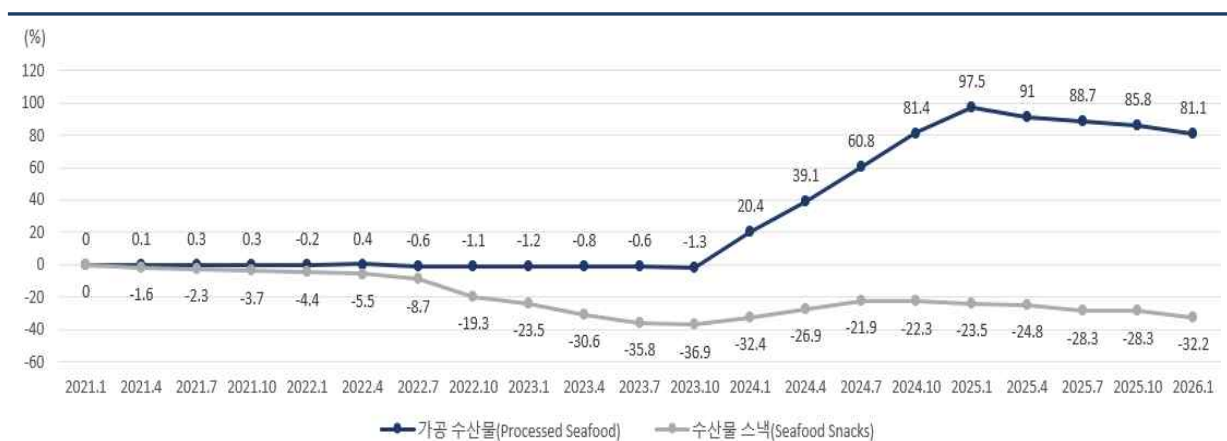
4) Rabobank(2024), "Rabobank projects China will drive global seafood growth, become USD 29 billion market by 2030", <https://www.seafoodsource.com/news/supply-trade/rabobank-projects-china-will-drive-seafood-growth-become-usd-29-billion-market-by-2030>(검색일: 2026.7.8.)

- 그 대표적인 사례를 연어로 들 수 있음. 2023년 중국의 연어 총 소비량은 10.8만 톤으로 전년 대비 43%가 증가하여 세계에서 가장 높은 성장률을 기록함. 중국의 1인당 연어 소비량(0.08kg)은 한국(0.73kg)에 비해 낮은 수준이나, 성장 잠재력이 매우 큰 시장으로 평가됨. 특히 과거 고급 일식 중심이었던 소비가 휘핑크림 등 대중 외식과 가정간편식 시장으로 확대되면서 프리미엄 수산물의 대중화가 빠르게 진행되고 있음⁵⁾

■ 소비 양극화에 대응한 중국 수산업계의 이원화 전략

- 소비 양극화가 심화되면서 중국 수산업계의 대응 전략도 저가 시장과 프리미엄 시장으로 이원화되고 있음. Euromonitor에 따르면 저가 시장에서는 다수 업체의 진입으로 가격 경쟁이 심화되는 반면, 프리미엄 시장에서는 품질과 편의성을 높인 고부가가치 제품 개발이 확대되고 있음
- 이러한 변화는 수산물 가공 형태별 평균 단가에서 확인이 가능함. 가공 수산물의 평균 단가는 2021년 대비 2026년 초 약 81%가 상승한 반면, 수산물 간식형 건어물·스낵은 경쟁 심화로 중국 내 평균 단가가 약 32%가 하락함
- 특히 가공 수산물의 가격 상승은 단순한 원가 상승이 아니라 제품의 고부가가치화 전략을 반영한 결과로 평가됨. 과거 전분 위주의 저가 제품에서 벗어나 어육 함량을 높이고, 밀키트·즉석식 등 편의식 시장과 결합한 프리미엄 제품으로 재편되면서 소비자의 지불의사도 함께 높아지고 있음. 이는 중국 수산업계가 가격 경쟁보다 품질과 부가가치를 중심으로 경쟁 전략을 전환하고 있음을 보여줌

〈그림 3〉 중국 형태별 수산물 가격 변동 추이



주1) 2021년 1월 가격을 기준(0%)으로 한 수산물 제품 형태별 가격의 누적 변화율(%)임

주2) 가공 수산물(Processed Seafood) : 상온 저장(통조림·레토르트)·냉장·냉동 형태로 원물을 가공한 포장 제품군으로, 어묵·맛살(수리미), 생선가스·밀키트·즉석 조리식, 훈제·양념 제품 등 포함

수산물 스낵(Seafood Snacks) : 조미김, 오징어채, 어포, 쥐포 등 간식형 건어물·스낵 제품군

자료: Euromonitor International 원자료(검색일: 2026.7.7.) KMI 재가공

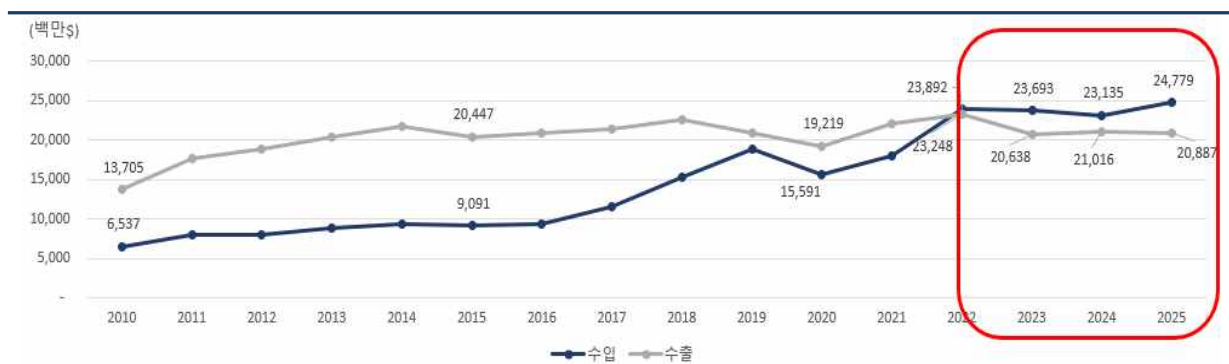
5) 中国日报网(2024.8.28.), 2023年中国三文鱼消费全球增量第一 进口量创新高, 激发市场潜能, <https://cn.chinadaily.com.cn/a/202408/28/WS56ced46a310b35299d38f2b.html>(검색일: 2026.7.8.)

재편되는 중국 수입시장 : 부족한 공급, 고급화된 수요

■ 내수 중심 정책과 소비 확대로 중국이 수산물 순수입국으로 전환

- 중국은 풍부한 생산 기반을 바탕으로 오랫동안 수출 중심의 성장 전략을 추진해 왔음. 그러나 2018년 마중 무역분쟁과 미국의 고율 관세 부과를 계기로 수출 의존형 성장 전략의 한계에 부딪치면서, 정부는 '쌍순환⁶⁾' 국가 발전 전략을 채택하고 내수 중심의 성장 기조를 강화하기 시작함⁷⁾
- 수산물은 이러한 정책 변화가 가장 뚜렷하게 나타나는 품목 중 하나임. 생산 둔화로 국내 공급 여력이 제한적인 반면, 소득 증가와 소비 고급화로 고부가가치 수산물에 대한 수요가 확대되면서 수입이 빠르게 증가하고 있음. 그 결과 2022년에는 수산물 수입 규모가 처음으로 수출을 넘어섰으며, 중국은 수산물 순수입국으로 전환됨
- 이러한 추세는 단기적인 현상이 아니라 구조적 변화로 볼 수 있음. 중국 내 공급만으로 증가하는 소비 수요를 충족하기 어려운 상황에서 내수 확대 정책이 지속되면서 향후에도 수산물 수입 의존도는 점차 높아질 것으로 전망됨

〈그림 4〉 중국 수산물 수출 및 수입 추이



자료: Global Trade Atlas 원자료(검색일: 2026.6.1.) KMI 재가공

■ 소비 고급화가 이끄는 수입 구조 변화

- 수입 품목도 과거 명태·대구 등 가공·재수출용 원료 중심에서 내수 소비를 위한 고부가가치 수산물 중심으로 빠르게 재편되고 있음. 특히 연어, 게, 바닷가재, 이빨고기 등 프리미엄 품목의 수입이 크게 확대되고 있음
- 연어는 이러한 변화를 대표하는 품목임. 수입액은 2017년 9.3억 달러에서 2025년 18.8억 달러로 약 두 배 증가하였으며, 이 가운데 노르웨이산 신선·냉장 연어는 같은 기간 2,500만 달러에서 8.3억 달러로 급증하여 2025년 중국 전체 연어 수입의 약 45%를 차지함

6) 쌍순환(双循环) : 2020년 중국이 제시한 국가 발전 전략으로, 국내 대순환(내수)을 주축으로 하고 국제 순환(대외 개방)이 이를 보완하도록 하는 내수 중심 성장 구상

7) 대외경제정책연구원(2020), "중국 쌍순환(双循环) 전략의 주요 내용 및 평가", 「KIEP 북경사무소 브리핑」, Vol.22 No.2

- 계 역시 대표적인 수입 확대 품목임. 수입액은 2017년 4.9억 달러에서 2025년 18.7억 달러로 증가하였으며, 러시아와 캐나다산 활 킹크랩과 대게가 대부분을 차지하고 있음. 물류 인프라 개선과 러시아산 수산물의 수출시장 재편도 수입 확대의 주요 요인으로 작용함
- 이빨고기의 수입 규모는 크지 않지만 소비 고도화를 가장 잘 보여주는 품목임. 수입액은 2017년 2,100만 달러에서 2025년 1억 4천만 달러로 6배 이상 증가하여 주요 품목 가운데 가장 높은 증가율을 기록함. 중국에서는 ‘은대구(银鳕鱼)’로 불리며 고급 레스토랑, 영유아 이유식, 선물용 식재료 등 프리미엄 시장을 중심으로 소비가 확대되고 있음⁸⁾
- 반면 명태와 대구 등 가공·재수출용 원료 수입은 정체되는 모습을 보이고 있음. 2017년 이후 연평균 증가율은 각각 3.0%, 1.4%에 그쳐 프리미엄 소비 품목과 뚜렷한 차이를 보임. 이는 중국 수산물 수입의 중심축이 가공용 원료에서 내수 소비를 위한 고부가가치 수산물로 이동하고 있음을 보여주는 대표적인 변화임

〈표 2〉 중국 품목별 수산물 수입 추이

(단위: 백만 \$, %)

구분	2017	2020	2021	2022	2023	2024	2025	비중 (최근 5년)	연평균 증감률
전체	11,503	15,591	18,057	23,892	23,693	23,135	24,779	100.0	10.1
1 새우	1,334	4,362	4,678	7,188	6,647	5,939	6,823	27.5	22.6
2 연어	929	607	903	1,404	1,574	1,445	1,879	6.3	9.2
3 계	485	803	1,232	1,300	1,633	1,846	1,870	6.9	18.4
4 오징어	598	745	1,106	992	1,350	1,236	1,843	5.7	15.1
5 명태	671	720	512	879	771	655	851	3.2	3.0
6 대구	749	552	548	812	591	676	834	3.0	1.4
7 넙치	375	549	494	558	643	566	660	2.6	7.3
8 바닷가재	300	453	681	614	791	772	551	3.0	7.9
9 메기	115	394	284	610	331	286	233	1.5	9.2
10 가리비	200	140	266	344	180	5	13	0.7	-28.7
11 고등어	172	134	147	183	105	161	244	0.7	4.5
12 다랑어	170	101	76	65	128	260	148	0.6	-1.8
13 해덕	124	133	143	169	101	130	198	0.7	6.0
14 김	140	120	127	131	133	110	147	0.6	0.5
15 이빨고기	21	123	78	108	154	131	138	0.5	26.4
16 기타	5,119	5,652	6,782	8,536	8,561	8,917	8,348	36.2	6.3

주 1) 2017년에 수산물 HS 코드가 크게 개정되었으므로, 2017년 이후의 수입 추이를 살펴봄

2) 비중은 2021~2025년 5년 기준으로 각 품목이 전체 수입에 차지하는 비중이며, 연평균 증감률은 2017년~2025년 연평균 복합증가율(CAGR)임

자료: Global Trade Atlas 원자료(검색일: 2026.6.1.) KMI 재가공

8) 浙江在线(2018.3.16.), 都叫“鳕鱼”, 价格为何相差十多倍? (https://china.zjol.com.cn/201803/t20180316_6810473.shtml, 2026.7.9. 검색)

개방되는 프리미엄 시장 : 對중국 수출의 새로운 기회

■ 한·중 MOU 체결에 따른 신선·냉장 수산물 수출 기반 확대

- 중국은 활·신선·냉장·냉동 수산물에 대해 수입 전 검사·검역 허가제도를 운영하고 있으며, 수출 이력이 없는 품목은 한·중 정부 간 협의를 거쳐 별도의 수입 허가를 받아야 함
- 그동안 중국은 수입 허용 품목을 공개해 왔으나, 허용 대상이 대부분 냉동 수산물에 집중되어 있어 우리나라의 신선·냉장 수산물 수출은 사실상 제한되어 왔음
- 그러나 2026년 1월 한·중 정상회담을 계기로 「한·중 수출입 야생 수산물의 검사 및 위생요건에 관한 약정(MOU)」이 체결되면서 수출 여건이 크게 개선됨. 이에 따라 기존 일부 품목에 한정되었던 신선·냉장 수산물의 수출 허용 범위가 자연산 수산물 전 품목으로 확대되었으며, 중국 프리미엄 시장 진출을 위한 제도적 기반이 마련됨

〈그림 5〉 MOU 체결 전후 對중국 수출 가능 품목 비교

(2026년 1월 이전) MOU 체결 전	⇒	(2026년 1월 이후) MOU 체결 후
냉동 수산물 중심의 對중 수출 구조 * 냉동 142개, 신선·냉장 40개		다양한 신선·냉장 수산물 수출 가능 환경 조성 * 자연산 신선·냉장·냉동 수산물 전 품목

자료: 저자 작성

■ 자연산 신선·냉장 어류의 對중 수출 본격화

- 2026년 1월 MOU 체결 이후 2월부터 자연산 신선·냉장 수산물의 對중국 수출이 본격화되면서 가시적인 성과가 나타나고 있음. 2026년 6월 누적 기준 신선·냉장 수산물의 對중국 수출액은 4,364만 달러로 전년 동기(2,235만 달러) 대비 95.3% 증가함
- 수출 품목도 빠르게 다변화되고 있음. 병어, 삼치, 갈치, 가오리 등 중국 내 수요가 존재했음에도 수입 규제로 수출이 제한되었던 품목이었으나, MOU 체결 이후 수출이 가능해지면서 올해 상반기 병어 381만 달러, 삼치 380만 달러 등 의미 있는 수출 실적을 기록함. 이는 MOU 체결이 단순한 수출 물량 확대를 넘어 신규 품목의 시장 진입으로 이어지고 있음을 보여줌
- 한편, 현재 수출되는 신선·냉장 어류는 대부분 자연산 대형 어종으로 국내에서도 일반 소비가 많지 않은 프리미엄급 물량임. 중국에서는 이러한 대형 자연산 어종이 고급 음식점과 선물용 시장에서 높은 가격에 거래되고 있음
- 병어, 삼치, 갈치 등은 한국과 중국이 공유하는 해역에서 생산되는 대표적인 선호 어종으로 중국 소비자에게 친숙하고, 중국의 연근해 자원감소 등으로 중국 내 공급이 제한되는 만큼 향후 성장 여력이 클 것으로 전망됨

〈표 3〉 對중국 신선·냉장 수산물 상위 품목 수출 동향(6월 누적)

(단위: 톤, 천 \$, %)

구분	2025년 1~6월		2026년 1~6월		증감률	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	8,108	22,351	16,032	43,643	97.7	95.3
기타 어류	1,130	5,863	3,304	9,614	192.3	64.0
피조개	1,089	1,972	4,064	5,596	273.1	183.8
꽃게	330	2,899	595	4,595	80.4	58.5
병어	-	-	753	3,814	순증	순증
삼치	-	-	1,729	3,802	순증	순증
넙치	2,545	4,175	1,304	2,294	-48.7	-45.1
가오리	-	-	541	860	순증	순증
돔	461	833	300	551	-34.9	-33.9
갈치	-	-	121	467	순증	순증
농어	6	8	148	463	2,371.8	5,993.1

자료: 한국무역통계진흥원 원자료, <https://www.bandtrass.or.kr/index.do>(검색일: 2026.7.1.)를 KMI 재가공

對중국 수출 구조의 한계와 과제

: 원물 중심에서 프리미엄 시장으로

■ 가공용 원물 중심의 對중국 수출과 소비재 수출 위축

- 중국은 우리나라의 제2위 수산물 수출시장으로, 2025년 수출액은 6.2억 달러를 기록하는 등 2017년 이후 전반적인 증가세를 유지하고 있음. 반면 수출 구조는 오징어(최근 5년 비중 5.6%), 대구(7.5%), 명태(13.4%) 등 중국에서 가공 후 다른 국가로 재수출되는 냉동 원물 중심이라는 특징을 보이고 있음
- 가공용 원물 수출은 세계 최대 수산물 가공기지인 중국에 원료를 안정적으로 공급하며 수출 기반을 확보했다는 점에서 의미가 있음. 다만 부가가치가 낮고 중국의 가공산업 여건이나 최종 소비국 수요 변화에 따라 수출 실적이 크게 좌우된다는 한계가 있음

〈표 4〉 한국의 對중국 품목별 수산물 수출 추이

(단위: 백만 \$, %)

구분	2017	2020	2021	2022	2023	2024	2025	비중 (최근 5년)	연평균 증감률
전체	373	442	727	902	645	527	619	100.0	6.5
1 김	89	101	139	96	97	87	114	15.6	3.2
2 오징어	22	8	42	21	36	28	66	5.6	14.6
3 참치	27	40	29	32	54	86	47	7.2	7.2
4 삼치	32	21	35	33	44	41	37	5.6	1.9
5 대구	41	42	64	99	37	19	37	7.5	-1.4
6 고등어	2	8	3	2	3	5	30	1.2	36.8
7 명태	3	2	130	239	40	23	26	13.4	33.9
8 이빨고기	0.01	4	6	15	11	9	15	1.6	64.6
9 해삼	2	14	30	31	25	13	14	3.3	29.4
10 민대구	2	4	4	4	4	7	12	0.9	23.9
기타	153	200	245	331	293	209	222	38.0	4.7

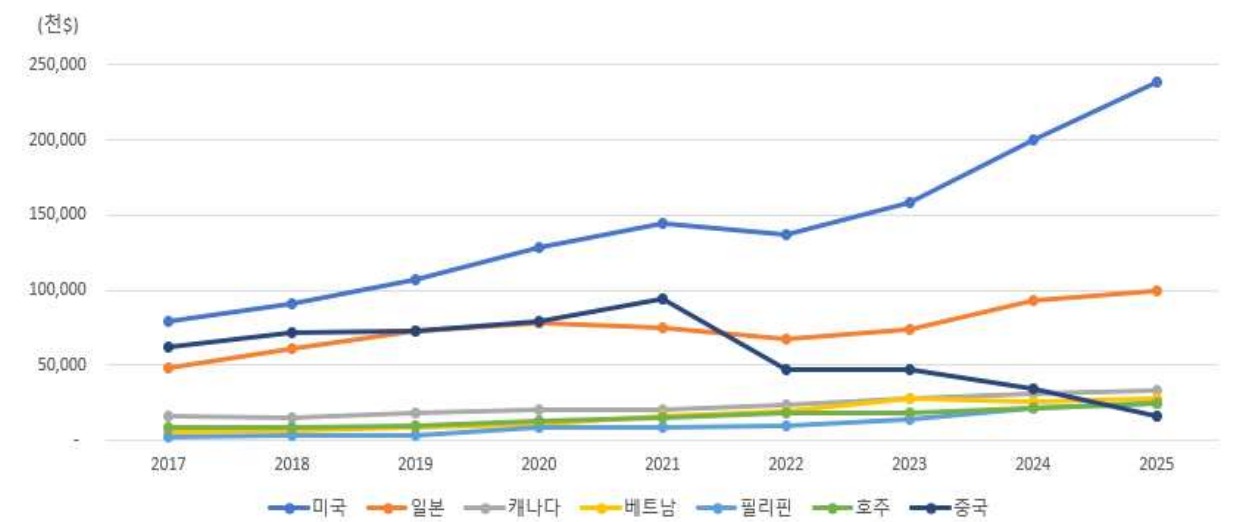
주: 비중은 2021~2025년 5년 기준으로 각 품목이 전체 수출에 차지하는 비중이며, 연평균 증감률은 2017년~2025년 연평균 복합증가율(CAGR)임

자료: 한국무역통계진흥원 원자료, <https://www.bandtrass.or.kr/index.do>(검색일: 2026.7.1.)를 KMI 재가공

- 반면 조미김처럼 중국에서 최종 소비하는 완제품(소비재) 수출은 오히려 감소하고 있는 모습임. 세계적인 조미김 수요 증가에 따라 미국과 동남아시아 등으로 수출시장을 다변화하면서 전체 수출은 2018년 3.3억 달러에서 2025년 6.4억 달러로 증가하였으나, 對중국 수출은 같은 기간 7,172만 달러에서 1,620만 달러로 감소함
- 이는 한국산 제품만의 문제가 아니라 앞서 언급한 중국 소비시장의 변화가 반영된 결과임. 저가 중국산과 유사 제품이 시장을 빠르게 대체하면서 중국의 조미김 수입 수요 자체가 2018년 1.1억 달러에서 2025년 4,838만 달러로 감소하였기 때문임. 중국 소비시장 공략을 위해서는 원물 중심 수출에서 벗어나 차별화된 소비재와 프리미엄 제품 중심의 전략 전환이 필요함⁹⁾

9) Global Trade Atlas 원자료(2026.6.1. 검색) KMI 재가공

〈그림 6〉 한국의 조미김 국가별 수출 추이



자료: 한국무역통계진흥원 원자료, <https://www.bandtrass.or.kr/index.do>(검색일: 2026.7.1.)를 KMI 재가공

■ 대체수요 중심 수출 구조의 한계

- 한국산 수산물의 對중국 수출은 한국산 자체의 브랜드 경쟁력보다 중국 내 공급 부족을 보완하는 대체수요에 기반하는 경우가 많음. 최근 확대되고 있는 자연산 신선·냉장 수산물 수출도 이러한 시장 구조의 영향을 받고 있음
- 중국 현지 수입업체 조사에 따르면 병어, 삼치, 갈치 등은 한국과 중국이 동일 해역에서 생산되는 대표적인 공유 어종으로, 중국산 공급 부족분을 한국산이 대체하는 형태로 수입되고 있음. 우리가 수출하는 자연산 신선·냉장 수산물은 대부분 대형·고품질 물량임에도 불구하고, 중국산 동종 수산물보다 약 10% 낮은 가격에 거래되는 것으로 조사됨. 이는 한국산 수산물이 품질 경쟁력보다 공급 공백과 가격 경쟁력을 기반으로 시장을 확대하고 있음을 의미함

■ 양식산·활수산물은 후속 협의 단계

- 2026년 1월에 체결한 MOU는 자연산 수산물이 대상이며, 양식산 수산물과 식용 활수산물은 후속 협의를 통해 단계적으로 다루어질 예정임. 현재 對중국 수출이 가능한 식용 활수산물은 21종으로 갑각류와 연체동물을 중심으로 구성되어 있으며, 어류는 넙치속이 등록되어 있음
- 양식산·활수산물은 검역·위생 요건 협의와 품종 등록 절차가 함께 수반되는 분야로, 정부는 이를 포함한 추가 위생약정 협상을 진행하고 있음. 협의 진전에 따라 수출 가능 품종은 단계적으로 늘어날 것으로 전망됨

〈표 5〉 對중국 수출이 가능한 식용 활수산물

구분	품종
갑각류	대게속(Chionoecetes), 숨은돌게속(Cryptolithodes), 참게속(Eriocheir), 왕게속(Paralithodes), 꽃게속(Portunus), 민꽃게속(Charybdis), 거북손속(Capitulum)
연체동물	꼬막속(Arca), 재첩속(Corbicula), 참굴속(Magallana or Crassostrea), 물레고둥속(Neptunea), 굴속(Ostrea), 가리바속(Pecten), 피불고둥속(Rapana), 털꼬막속(Scapharca), 갯민달팽이속(Bullacta), 조개속(Mactra), 전복속(Haliotis), 소라속(Turbo)
어류	넙치속(Paralichthys)
극피류	해삼속(Holothuria)

주: 국문 학명은 영어 학명을 바탕으로 번역한 것으로, 정확한 학명 정보는 영어 학명 참고 필요

자료: 중국 해관총서, '진입이 허용한 수생동물 국가 및 품종 리스트(已准入水生动物国家和地区及品种名单)', http://dzs.customs.gov.cn/dzs/2020-05/19/article_2025123119301257348.html(검색일: 2026.6.22.)

對중국 수산물 수출, 대체수요에서 선호수요로

■ 한국 수산물, 프리미엄 시장 중심의 수출 전략 전환 필요

- 중국 수산시장은 생산 둔화와 소비 확대가 동시에 진행되면서 세계 최대의 수산물 소비·수입시장으로 재편되고 있음. 소비시장은 양적 성장에서 질적 성장 단계로 전환되며 저가 시장과 프리미엄 시장으로 양극화되고 있고, 특히 신선·냉장·활수산물 등 고부가가치 품목에 대한 수입 수요가 빠르게 확대되고 있음
- 이러한 변화는 우리나라 수산물 수출에도 새로운 기회를 제공하고 있음. 2026년 1월 한·중 MOU 체결로 병어·삼치·갈치 등 자연산 신선·냉장 수산물의 수출 기반이 마련되었으며, 지리적 인접성을 활용한 신선도와 품질 경쟁력을 바탕으로 중국 프리미엄 시장 진출 가능성도 확대되고 있음
- 하지만 우리나라의 對중국 수출은 여전히 명태·대구·오징어 등 가공용 원물 중심의 구조를 유지하고 있으며, 조미김 등 소비재는 중국 내 저가 경쟁 심화로 수출이 감소하는 모습을 보이고 있음. 중국 시장의 구조 변화에 대응하기 위해서는 가격 경쟁 중심의 수출에서 벗어나 프리미엄 시장을 겨냥한 고부가가치 전략으로의 전환이 요구됨

■ 한국산 선호 수요 확보가 지속가능한 성장의 핵심

- 현재 신선·냉장 수산물의 對중국 수출은 중국 내 공급 부족을 보완하는 대체수요에 크게 의존하고 있으며, 품질에 비해 가격이 충분히 평가받지 못하는 한계가 있음. 따라서 한·중 MOU 체결에 따른 수출 확대가 일시적인 성과에 그치지 않고 지속 가능한 성장으로 이어지기 위해서는 한국산 수산물의 브랜드 가치를 높이고 소비자 인지도를 제고하여 '한국산을 선호하는 수요'를 확보하는 것이 중요함

- 중국 소비시장의 고급화와 프리미엄 수산물에 대한 높은 지불의향은 이러한 전환 가능성을 뒷받침하고 있음. 이에 향후에는 한국산 수산물을 프리미엄 브랜드로 육성하여, 품질 경쟁력을 가격 프리미엄으로 연결하는 고부가가치 전략을 추진할 필요가 있음
- 한편, 신선·냉장 수산물 수출 확대는 국내 수급과의 균형도 함께 고려해야 함. 병어·삼치·갈치 등 최근 對중국 수출이 증가하고 있는 품목은 국내 소비 비중도 높은 만큼, 수출 확대가 국내 공급 감소와 가격 상승으로 이어질 수 있기 때문임

■ 인지도 향상과 제도 개선 등을 통한 수출 기반 강화 필요

- (인지도 제고) 한·중 MOU 체결로 신선·냉장 수산물의 중국 시장이 새롭게 개방된 만큼, 개별 품목 홍보를 넘어 ‘한국산 수산물’ 전반에 대한 현지 인지도를 높일 필요가 있음. 품질·안전성에 기반한 브랜드 이미지를 구축하고, 현지 박람회·판촉전·온라인 플랫폼 등을 활용해 한국산의 프리미엄 인식을 확산시켜야 함. 특히 병어·삼치·갈치 등 이미 수출 성과가 확인된 품목을 우선 부각해 브랜드 인지도의 진입점으로 활용할 필요가 있음
- (유통 기반 구축·시장 다변화) 활·신선·냉장 수산물의 품질 경쟁력을 유지할 수 있도록 콜드체인 물류를 확충하고, 고급 외식시장과 프리미엄 유통채널을 중심으로 판로를 확보할 필요가 있음. 다만 현재 한국산 가격이 저평가되고 있는 만큼, 규격화·선도 관리·원산지 표시 등 품질을 확인할 수 있는 수단을 함께 갖춰 가격 협상력을 높여야 함. 또한 對중국 의존도를 완화하기 위해 미국, 동남아 등 성장시장으로의 수출 다변화도 추진해야 함
- (제도 기반 확대) 자연산 수산물에 이어 양식산·활수산물까지 수출 품목을 넓힐 수 있도록 현재 추진 중인 위생·검역 협의를 지속할 필요가 있음. 특히 활수산물은 현재 수출 허용 품목이 21종에 그치고 국내 주요 양식 활어가 제외되어 있는 만큼, 시장 접근성을 확대하기 위한 제도적 기반 강화가 요구됨
- (국내 수급 안정 병행) 수출 증가가 국내 공급 부족과 가격 상승으로 이어지지 않도록 수출용과 내수용 물량 간의 균형을 유지하고, 양식 생산 확대와 수입선 다변화 등을 통해 국내 공급 기반을 함께 강화할 필요가 있음