

12월 농식품 해외시장 월간동향

1. 관할지역 현장이슈

▶ 2013년 중국 베이징 불합격식품 총 265건 적발

- 베이징식품약품감독관리국의 발표자료에 의하면 2013년 베이징의 불합격식품은 적발건수는 총 265건. 그중 비중이 가장 높은 제품은 절임식품으로 전체의 14.2%를 차지
- 그 다음으로는 대용량 응용수, 과자류, 육류가공품, 조미료, 식용유 등이 높게 나타남
(자료원: 법제만보)

▶ 베이징 명절기간(춘절 등) 식품 불법첨가물 단속강화 예고

- 베이징식품약품감독관리국에서 명절기간(춘절 등) 식품약품안전방면에 있어 집중적인 단속을 진행한다고 발표. 이 기간에 식품에 불법첨가물이 발견되면 생산공장에 대해 직접 중국 공안부로 직접 고발, 처리조치
- 이번 집중단속에 포함되는 식품은 크게 유제품, 양곡식품, 육류 및 육류가공품, 식용류, 대두제품, 조미료, 아동식품, 보건식품 및 명절기간에 집중 소비되는 만두, 과자, 케익 등 총 13가지가 포함됨
(자료원: 신경보)

▶ 중국 세계 최대 식품수입국으로 성장

- 중국의 식품수입은 지속적으로 증가세를 나타내어 2008년부터 현재까지 수입식품 수입액의 연평균 증가율은 15%에 달함.
- 2012년 식품 수입액은 630억위엔이며, 2013년 1~10월 농식품 수입액은 945억불을 나타냄
(자료원: 신화망)

▶ 중국 11월 소비자 물가지수(CPI) 전년 동기대비 3% 증가

- 식품가격 상승은 평균치를 웃도는 5.9% 상승했으며, 그중 신선채소류의 가격 상승폭은 약 22.3%에 달해 CPI 지수상승의 주요 원인이 되었음

▶ 중국 금년 식량 생산량 사상 첫 6억톤 돌파

- 북경신보는 중국의 쌀, 옥수수, 밀 등 식량 총생산량이 '12년보다 1천236만톤(2.1%)이 늘어난 6억194만톤으로 집계됐다고 발표
- 반면 식량생산은 점차 특정지역으로 편중되고 있으며, 농가 보조금 지급을 비롯한 각종 농업 지원예산을 중앙정부와 지방정부가 분담하는 구조여서 일선 지방정부들이 지역경제를 발전시키고 세수를 확대하는데 기여도가 낮은 농업 진흥을 점차 꺼리는 현상 확대
- 중국에서는 식량 수입 의존도가 최근 10년 사이에 6%에서 13%로 높아지면서 식량 자급 문제가 농촌 개혁과 함께 중요한 과제로 대두되고 있음

2. 농식품 수입동향 및 전망

□ 2013년 1~10월 중국 농산물(부류별) 수입현황 (단위 : 억불)

- 중국의 1~10월 농산물 수입 누계금액은 1,496.4억불로 전년 동기 대비 4.8% 증가했으며, 무역수지는 412억불 적자를 기록하였음.
- 1~10월 곡물류 수입량은 전년 동기 대비 14.8% 감소한 1,069.5만톤 (수입액 38.4억불, △10%)
 - 밀(416.8만톤, 16.6%), 옥수수(164.7만톤, △63.9%), 쌀(187.6만톤, △6.2%), 보리(204.2만톤, △9.8%)
- 유지류 수입량은 전년 동기 대비 3.5% 증가한 5,325.9만톤
 - 그중 대두 수입량은 4,994.2만톤(3.3%), 유채씨 259.7만톤(14.4%)
- 축산품 수입량은 전년 동기 대비 28.8% 증가한 156.6억불을 기록했으며, 수산품은 전년 동기 대비 8.1% 증가한 71.8억불을 나타냄

구 분	10월 당월		1~10월 누계	
	금 액	전년 동기 대비(%)	금 액	전년 동기 대비(%)
◦ 수 출 액	57.1	5.0	542.2	7.2
◦ 수 입 액	89.9	9.4	954.2	3.4
□ 무역수지	△32.8	-	△412.0	-

자료원 : 중국 상무부

2013년 1~10월 주요 부류별 수입실적

구분	물량(만톤)	증감률(%)	금액(억불)	증감률(%)
곡물류	1,069.5	△14.8	38.4	△10.0
면 화	366.3	△19.0	70.0	△31.9
설탕	363.6	8.5	16.8	△17.1
유지류	5,325.9	3.5	329.3	7.8
식용유	743.2	1.4	73.3	△13.6
과실류	-	-	35.9	11.6
축산물	-	-	156.6	28.8
수산물	-	-	71.8	8.8

자료원 : 중국 상무부

<주요 품목별 수입동향>

□ 조제분유

- 중국 조제분유 1~10월 수입액은 11.9억불로 전년대비 43.8% 상승했으며, 뉴질랜드, 네덜란드, 프랑스 제품의 수입비중이 높게 나타남
 - * 1~10월 수입액 누계기준으로 한국산의 수입비중은 약 3.8%를 차지
- 자국산 유제품 안전성 문제로 수입산 수요가 증가하고 있고, 중국 조제분유 시장규모 역시 성장 지속예정
- 2013년 기준으로 중국 영유아 인구는 약 6천만, 매년 태어나는 신생아 수(1,500만)이며, 여전히 높은

- 모유수유 비중 그리고 최근 발표한 1구가 1자녀 산아정책 완화로 시장성장 잠재력이 높음
- 한국산은 최근 빠른 성장세를 보이고 있지만 1선 도시에서는 유럽, 미국, 뉴질랜드 등 타 수입산에 낮은 브랜드 인지도와 시장점유율을 보이고 있음
- 한국산은 대형유통매장 입점비중이 낮고 주로 베이비샵, 온라인을 통해 판매 중
- 조제분유는 제품특성 상 쉽게 타 제품으로 바꾸기 어려워 한국산 진입확대를 위해서는 2~3선 등 내륙 지역 위주로 마케팅 필요
- 또한 최근 자국산(중국) 품질 불신해소를 위해 수입산 검사 강화추세로 대비필요

□ 커피조제품

- 중국의 1~10월 커피조제품 수입액은 64,956천불로 전년 동기 대비 42.1% 증가 추세
- 주요 수입국은 말레이시아, 한국, 인도네시아 등이며, 한국산은 1~10월 수입누계 기준으로 10.4%를 차지
- 전체 인스턴트 커피 시장규모는 커지고 있으나 중국 현지산(네슬레) 및 기타 수입산(동남아 등)과의 경쟁은 점차 심화되고 있는 추세. 기존 제품류에서 보다 차별화된 신상품이 필요함

□ 라면 및 과자류

- 라면제품은 1~10월 수입액은 40,072천불로 전년 동기 대비 58.6% 증가
- 과자류는 1~10월 326,669천불로 전년 동기 대비 35.8% 증가
- 서북, 서남 등 2~3선 도시 로컬매장, 도매시장 등의 신규진입이 증가하고 수입·통관강화로 비정상 통관 감소로 수출 증가세. 유통기한이 길고 소비 선호도가 높아 내륙지역 공급 지속 확대 전망

□ 차류 (액상 유자차 포함)

- 서북(칭하이, 신강, 감숙 등), 서남(구이저우 등) 등 유자차 진출이 적었던 지역에 공급·소비증가와 업소용(커피전문점, 호텔 등) 유통망 공급증가
- 연안지역, 1선 도시 경쟁심화에 따라 바이어들의 내륙 진출 가속화
- 품질저하 및 가격경쟁 심화문제는 여전히 유자 활용 신규제품 개발 필요

□ 우유군 제품

- 우유군 제품은 전년 동기 대비 109% 증가한 187백만불을 기록했으며 주로 독일, 뉴질랜드, 프랑스에서 수입
- 한국산 생우유는 진출 브랜드 및 유통망 확대로 빠른 증가세. 다만 수입·통관에 민감한 제품인 관계로 지속적인 모니터링 필요

□ 기타 뿌리삼 (홍삼 등)

- 중국 뿌리삼 1~10월 수입액은 13.1백만불로 전년 동기 대비 41.8% 감소했으며, 수입산의 약 92.5%를 한국산이 차지하고 있음
- 한국산의 경우 시진핑 정부 이후 고가의 선물용 제품(뿌리삼 등)에 대한 수요감소로 수출이 감소했으나, 최근에는 춘절 연휴를 앞두고 선물용 제품의 공급증가로 수출회복세

□ 주류(소주 등 기타 리큐르)

- 소주를 포함한 기타 리큐르의 1~10월 중국 수입은 전년 동기 대비 2% 감소한 13,572천불을 기록
- 한국산의 경우 소주를 중심으로 수입이 증가하고 있는 추세
- 막걸리의 인지도(수입액 전년 대비 소폭 증가)는 올라갔으나 TPO(언제, 어디서, 어떻게 먹는지)에 대한 현지인들의 이해 부족으로 소비증가에 애로. 막걸리의 소비문화를 만들고 현지에 적합한 제품 개발 필요

<품목 수입통계(누계기준)>

(단위 : 천불, %)

품목 (HS코드)	'12.10	'13.10	증감률 (%)	1위		2위		3위		한국산 금액
				국가	금액	국가	금액	국가	금액	
자 당 (17019910)	177,181	148,342	△16.3	태국	28,368	브라질	3,676	호주	2,066	108,186
커피조제품 (21011100) (21011200)	45,700	64,956	42.1	말레이시아	25,938	인도네시아	5,718	중국	3,842	6,742
기타 뿌리상(홍삼 등) (12112099)	22,483	13,083	△41.8	북한	1,380	-	-	-	-	-
대두유 (15079000) (15071000)	1,796,045	1,014,802	△43.5	아르헨티나	545,178	브라질	350,306	미국	116,331	210
조제분유 (19011000)	825,682	1,187,605	43.8	네덜란드	241,204	뉴질랜드	234,340	싱가폴	182,547	45,443
과자 및 베이커리제품 (1905)	240,506	326,669	35.8	홍콩	67,907	인도네시아	54,972	대만	29,123	16,592
라 면 (19023030)	25,264	40,072	58.6	대만	16,026	홍콩	8,589	태국	1,859	6,338
간 장 (21031000)	11,331	11,722	3.5	싱가폴	3,477	일본	2,527	중국	2,186	822
기타 리큐르 (22089090)	13,851	13,572	△2.0	일본	3,787	호주	571	대만	427	7,605
채소종자 (12099100)	90,246	101,076	12.0	일본	31,409	태국	13,001	미국	8,314	6,187
우유 등 (0401)	88,970	186,708	109.9	독일	50,733	뉴질랜드	44,511	프랑스	40,831	6,688

※ 자료원 : 중국 총수입액과 기타 국별 수입액은 www.kita.net

※ 일부 품목의 경우 중국에서 수입 시 해관에 타 HS코드로 신고하여 한국 수출실적과 차이가 있음

3. 동향분석 (바나나맛 우유)

□ 생산동향

- 바나나맛 우유는 한국에서 수입되어 최근 3년 중국에서 인기가 급상승하고 있는 음료로 특히 젊은 소비자들에게 인기가 높음. 현재 중국에서 판매되는 바나나맛 우유는 주로 한국에서 수입되고 있으며 영국, 호주, 벨기에 등 지역에서도 일부 수입되고 있음.
- 바나나맛 우유의 인기로 인해 중국 유제품 업체들도 최근 바나나맛 우유를 생산출시하는 경우가 증가하고 있으며, 주로 항저우, 안휘성, 쓰촨성 등 남부지역에서 생산되어 중국 남부지역의 유통매장 및 편의점에 입점이 확대되고 있음
 - 중국 유제품 업체들의 바나나맛 우유 생산은 빠르게 확산되고 있는데, 최근에는 신강 우루무치 등 내륙지역까지 생산하는 업체가 나타나고 있음
 - 중국산 제품 중에는 “바나나맛 우유”라는 한글표기를 사용하여 생산, 유통하는 제품이 적지 않음



신강지역 티엔룬 바나나맛 우유

- 최근 바나나맛 우유가 인기를 보이고 있으나, 아직 전체 유제품 시장에 있어서는 매우 낮은 비중으로 현재까지 중국산의 생산과 관련된 통계치는 없는 상황
- 현재는 빙그레, 연세우유 등 한국산 브랜드의 시장점유율이 가장 높은 상황이지만, 중국 유제품 업체도 유사한 포장디자인 및 저가의 제품을 통해 시장점유율을 확대해 가고 있는 추세

□ 소비동향

○ 소비형태

- 바나나맛 우유는 2008년부터 중국시장에 본격 진출하여 현재는 대형마트, 백화점, 인터넷쇼핑몰 등 다양한 유통망을 통해 구매할 수 있음
- 바나나맛 우유의 인기가 최근 젊은 층 및 유아·아동을 중심으로 늘고 있지만 아직 60%이상의 소비자들은 바나나맛 우유에 대한 인지도가 거의 없는 상황으로 향후 성장잠재력은 여전히 높은 상황
- 바나나맛 우유는 주로 젊은 소비자층을 타겟으로 판매되고 있으며 그동안 중국에는 없었던 독특한 맛으로 판매가 증가되고 있음
- 한국산 외에 중국산 바나나맛 우유의 출시가 시작되면서 유통방식도 재래시장, 외식업체, 호텔 등 점점 다양해지고 있음

○ 가격현황

- 중국산 바나나맛 우유의 가격은 현재 한국산의 절반수준으로 주로 중국 국내기업 생산이 주를 이루고 있으며, 합작기업은 旺旺(대만투자) 1개 기업이 있음

<중국 내 바나나맛 우유 가격비교>

제품사진					
제품명	빙그레	연세	신시왕 (新希望)	왕왕 (旺旺)	멍니우 (蒙牛)
가격	8 위안/개	7.6위안/개	5위안/개	4위안/개	4.7위안/개
규격 및 유통기한	200ml 상온 5개월	200ml 상온 8개월	200ml 상온 6개월	190ml 상온 8개월	243ml 상온 5개월
생산회사	빙그레	연세유업	杭州新希望双峰乳业有限公司	湖南大旺食品有限公司	内蒙古蒙牛乳业股份有限公司
제품사진					
제품명	마이취얼 (麦趣尔)	웨이강 (卫岗)	위펑인디엔 (玉峰银点)	판허위엔 (盆和源)	바오리징 (宝丽精)
가격	4.5위안/개	4.3위안/개	3.5위안/개	5위안/개	5위안/개
규격 및 유통기한	243ml 상온 5개월	200ml 냉장 2개월	250ml 상온 6개월	240ml 상온 12개월	250ml 상온 6개월
생산회사	新疆麦趣尔集团股份有限公司	南京卫岗乳业有限公司	河北石家庄市玉峰冷饮食品有限公司	河南济源市益和源饮料有限公司	深圳诺诚食品有限公司

* 자료원 : 인터넷 쇼핑몰(1号店, 京东商城 등)

□ 수출입현황

- 중국 내에 바나나맛 우유 단일품목에 대한 HS코드는 없으며 현재는 HS코드 04049000(열거하지 않은 천연 유제품)으로 수입 및 수출되고 있음
- 최근 3년간 주로 네덜란드와 뉴질랜드에서 주로 04049000(열거하지 않은 천연 유제품)을 수입하고 있으며 이 2개 국가의 수입비중은 전체의 약 98% 이상을 차지
 - 다만 상기 HS코드 중에서 실제 바나나맛 우유가 차지하는 비중은 매우 낮은 것으로 추정됨
- 수입산 중에 유통되는 제품으로는 미국 Borden "A급 저지방 바나나 우유"(236ml, 9.5元), 네덜란드 Dutch lady 바나나 우유(200ml, 4.5元) 등이 있음
 - Dutch lady의 경우 중국 티엔진(天津)에서 생산되는 현지산 제품으로 가격경쟁력이 높고 최근 판촉행사 등 공격적인 마케팅 실시



- 현재 한국산은 04049000 외에 기타 다양한 코드를 사용하여 중국에 수입되고 있으며, 또한 바나나 맛 우유의 HS코드가 없어 한국에서 중국으로 수출되는 통계로 대중국 수출금액을 추정해야 하는 상황

<‘10~’12년 및 ‘13년 1~10월 04049000(열거하지 않은 천연 유제품) 수출입현황>

년도	수입량 (톤)	수입액 (천불)	수입단가 (불/kg)	전년대비 증감율(%)	수출량 (톤)	수출액 (천불)	수출단가 (불/kg)	전년대비 증감율(%)
2010	1,568	6,189	3.95	--	222	391	1.76	--
2011	2,426	11,412	4.70	84.4	889	1,225	1.38	213.1
2012	2,399	12,021	5.01	5.3	702	1,431	2.04	16.9
2013.10월	2,687	12,364	4.60	--	186	622	3.34	--

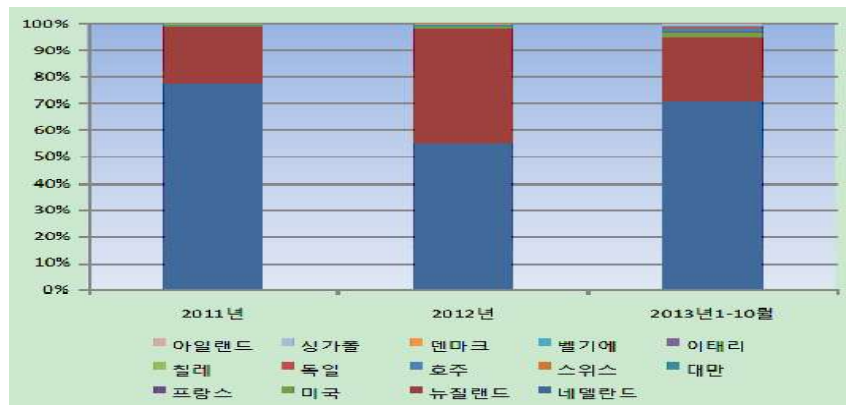
자료원 : 중국해관총서



<11~'12년 및 '13년 1~10월 04049000(열거하지 않은 천연 유제품) 국가별 수입현황>

국가	2011년		2012년		2013년 1~10월	
	수입량(개)	수입액(불)	수입량(개)	수입액(불)	수입량(개)	수입액(불)
네덜란드	2,117	8,823	1,628	6,572	2,036	8,731
뉴질랜드	290	2,442	676	5,178	385	2,977
미 국	3	47	10	95	30	282
프랑스	3	40	--	--	--	--
대 만	10	27	61	104	21	61
스위스	1	21	--	--	--	--
호 주	2	9	8	21	11	30
독 일	0.2	4	--	--	174	211

자료원 : 중국해관총서



- 한국산 바나나맛 우유는 주로 한국 HS코드 15999000(기타음료)로 중국에 수출되고 있으며, 최근 바나나맛 우유의 수출증가로 수출금액이 지속 증가 추세
- 전체 실적 중 중국 지역 바나나맛 우유 수출금액은 약 1천만불 내외로 추정되고 있으며, 그중 빙그레 제품이 약 70% 내외

<'10~'12년 및 '13년 1~10월 기타음료(15999000) 대 중국 수출입현황>

년도	수출량 (톤)	수출액 (천불)	수출단가 (kg/불)	전년대비 증감율(%)	수입량 (톤)	수입액 (천불)	수입단가 (kg/불)	전년대비 증감율(%)
2010	9,951	17,440	1.75	7	360	253	0.70	14
2011	7,071	16,475	2.33	△6	1,084	724	0.67	186
2012	11,892	25,440	2.14	54	2,684	1,899	0.71	162
2013.10월	13,307	28,401	2.13	-	3,375	2,418	0.72	-

자료원 : 농수산물무역정보(www.kati.net)



□ 시사점

- 바나나맛 우유는 그동안 중국에 없는 독특한 맛으로 젊은층, 유아·아동계층 중심의 인기를 바탕으로 수요량이 지속적으로 확대되었음
- 최근 중국 현지산 바나나맛 우유의 개발과 생산증가로 향후 한국 수입산 제품에 대한 수요량은 다소 영향을 받을 것으로 전망됨. 아직 현지제품의 품질이 한국산에 비해 낮지만 가격경쟁력이 높아 바나나맛 우유시장의 경쟁은 점차 심화될 것으로 예상
 - 중국산 제품의 상당수는 또한 “바나나맛 우유”라는 한글표기를 넣고 있어 소비자들이 한국산으로 오해하고 구매하는 경우도 적지 않음
- 한국산의 경우 수입산 유제품의 안전성, 품질 우수성을 홍보하고 제품의 브랜드에 대한 인지도를 높일 필요성이 있음
 - 바나나맛 우유의 경우 제품 간의 품질격차가 크지 않아 가격이 높은 수입산의 경우 브랜드 인지도 및 충성도를 높여 시장점유율을 높여야 함
 - 바나나맛 우유의 원조가 한국인만큼 진정한 “바나나맛 우유 = 한국산”이라는 이미지를 인식시킬 수 있는 전략수립 필요
- 또한 시각적인 포장을 중시하는 중국 소비자에 맞춰 한국산만의 포장 이미지를 구축하고, 직장 여성층, 유아, 어린이 등 타깃층을 대상으로 하는 마케팅 확대 필요

※ 자료원 : 베이징aT센터

< 저작권자 © aT 한국농수산물유통공사 & Kati.net 무단전재 및 재배포 금지>