

4. 우리 농식품 경쟁력

□ 한국 가공업체 진출 현황

- 2009년 하이트는 몽고 맥주시장의 17%를 점유하여 수입 브랜드 중 점유율 1위를 기록하고 다양한 판촉행사를 벌여 울란바토르에서는 하이트 로고가 박힌 점포를 많이 볼 수 있음
- 오비맥주의 '카스'는 경쟁 제품보다 20% 비싸게 팔리는 등 몽고 프리미엄급 맥주 시장에서 선두를 차지하고 있음
- 고흥 녹동농협은 2009년 11월부터 몽고에 유자차를 수출해 오고 있으며 2010년 8월에는 몽고 최대 유통업체인 몽항가이그룹과 연간 5,000톤의 쌀을 수출하기로 계약을 체결
- 2010년 한 해 몽항가이그룹은 전남 고흥의 유자차, 쌀, 김 등 70만 달러 상당을 수입하여 자사 유통매장 3개와 미니수퍼 20개에서 판매함
- 웅진식품의 '자연은 790일 알로에'는 알로에가 건강식품으로 각광받자 2008년에만 약 38만병(50만 달러)이 판매됨
- 2010년 서귀포 농협은 10kg당 1만 3,000원의 가격으로 감귤 40톤을 몽고로 수출함
- 그 외 팔도 도시락 컵라면, 롯데 초코파이, 한국산 담배 등 한국 식품을 쉽게 접할 수 있음

□ 한국 유통업체 진출 현황

- 우리나라 도소매업 진출은 1994년부터 꾸준히 이루어졌으며 초기에는 무점포 소매업 중심으로 진출하였다 곡물 도매업, 산업용 농산물 판매 등으로 확장됨
- 도소매업 특징은 대기업은 거의 진출하지 않았고 주로 중소기업과 개인별 투자의 단독투자가 이루어졌다는 것임

□ 한국산 주요 수입품목

- 한국에 대한 높은 관심과 판촉행사에 힘입어 한국산 쌀, 맥주, 김, 과일, 유자차, 친환경과자 및 요구르트 등이 인기를 끌며 수입되고 있음