



□ 주요 경제지표

(단위 : 억 위안, %, US\$, %)

구 분	2010	2011	2012	2013(전망)
GDP(억)	335,353	397,983	471,564	519,322
성장률	9.1	10.3	9.2	7.8
1인당 GDP(US\$)	3,678	4,283	5,449	6,100
실업률	4.3	4.1	4.1	4.1

자료: CEIC, 중국 국가통계국, 중국 외환관리국, 중국 상무부, 인민은행, 중국해관 등

□ 경제동향

○ 시진핑 지도부 출범 이후 내수확대 정책 본격화

- 중국 차세대 지도부의 정책목표가 분배에 맞춰져 있는 만큼 수출을 통한 성장 보다는 내수 소비 진작을 통한 경제 발전 추진
- 최저임금이 연 13% 이상 인상됨에 따라 내수시장 확대가 진전될 전망

○ 빠른 도시화를 통한 투자 증가 및 소비 확대 추진

- ‘13년 6대 중점과제 중 하나로 도시화를 명시함으로써 매년 1%씩 도시화율을 높여 중산층 증가로 소비 확대 선순환을 만들어간다는 계획
- 단기적으로 사회간접자본 투자 증가 및 사회안전망 확대를 통해 장기적으로 소비 수요가 확대되는 효과가 나타날 것으로 예상

○ 내륙시장의 고속 성장

- 대외 수요의 불확실성에도 불구하고 중부지역 소비시장 규모는 최근 5년간 18.7%로 빠르게 성장하였으며, 글로벌 금융위기 이후 중부지역 소비성장률이 연해 대도시보다 1~3% 높게 형성됨
- 향후 10년 내 일부 내륙지역 경제가 동부 연해도시 수준으로 발전할 것으로 전망

나. 지역별 시장특성

□ 지역 구분

구 분	지역명
화동·화중지역	상해, 강소성, 절강성, 산둥성, 안휘성, 호남성, 강서성
화남지역	광둥성, 복건성, 광서장족자치구, 해남성
서남지역	귀주성, 운남성, 서장자치구, 사천성, 중경
서북지역	신강위구르자치구, 섬서성, 청해성, 영하회족자치구, 감숙성
화북지역	북경, 천진, 하북성, 하남성, 산서성, 내몽고자치구
동북지역	요녕성, 길림성, 흑룡강성
특별행정구역	홍콩, 마카오

1. 화동·화중 지역

□ 상해, 강소성, 절강성

- 중국 최대의 경제권인 ‘장강삼각주’에 속하며, 중국 내에서 1인당 GDP가 가장 높고, 대형유통매장, 편의점 등 현대적인 유통시스템이 가장 발달된 지역임
- 시장 내 경쟁이 치열하며, 고급, 중급, 저가 매장 뿐만 아니라 온라인, TV홈쇼핑 등 다양한 루트를 통한 식품유통이 가장 활발하고, 수입식품에 대한 충성도가 높음

□ 안휘성, 강서성

- 농업이 발달한 지역으로 소득수준이 중국 전체 평균 대비 낮게 형성되어 있으나 안휘성의 경우 중부 6개성 중 GDP 상승률이 가장 높음
- 고급 식품 전문 취급 유통망이 많지 않고, 수입 식품도 백화점과 대형유통매장 위주로 소비되고 있음
- 외국계 매장은 일부만 진출해있으며, 로컬 대형매장과 로컬 백화점이 식품 유통을 양분하고 있음

□ 호북성, 호남성

- 중부굴기의 중심지역으로, 소득 수준이 중국 전체 평균 수준 이상으로 급속하게 발전 중
- 최근 상류소비자를 타깃으로 하는 전문 매장과 수입식품에 대한 수요가 빠르게 증가 중이나, 여전히 로컬 대형유통매장이 과점하고 있음

2. 화남 지역

□ 광둥성, 복건성

- 가장 먼저 시장이 개방된 지역 중 하나로, 중국 내 가장 산업화된 ‘주강삼각주 경제권역’에 속하여 소득 수준이 높음
- 광둥성의 경우 홍콩과의 특수관계와 인접성에 따라 홍콩을 경유한 비정상 유통이 많고, 복건성은 대만과의 인접성으로 인해 대만식품의 인지도 및 수입액이 많고 인삼 수요가 높음

□ 해남성

- 관광산업이 발전한 지역으로 리조트 케터리용 수입식품의 유통이 활발하고, 서양식품 수입업체들이 많음

□ 광서장족자치구

- 중국 내에서도 가장 소득 수준이 낮은 지역으로, 다양한 현대 유통매장이 있긴 하나 타 지역에 비해 시장점유율이 낮고 수입식품의 유통이 활발하지 않음

3. 서남 지역

- 운남성을 제외하고는 소득 수준이 낮고 내륙 물류비용이 높아 수입식품의 유통이 많지 않음
- 귀주성의 경우 현대적인 대형유통매장보다는 전통 유통채널(시장 등)을 통한 식품 유통이 많은 지역이며 서장자치구의 경우 현지 대형매장 위주로 유통되고 있음

- 서부대개발 등 경제성장에 따라 식품시장 역시 빠른 성장세이며 소득증가에 따라 고품질, 식품안전성이 추가되어 수입식품 소비 확대되고 있음
- 사천성, 중경의 경우 타 지역에 비해 식품에 대한 소비성향이 강하며 외식문화가 발달하고 소득의 상당부분을 식품소비에 지출
 - 중국 내에서 입맛이 가장 자극적인 지역이며, 담백하거나 옅은 맛보다 강한 맛(당도, 매운 맛 등)의 제품인기

4. 서북 지역

- 중국 내에서 가장 낙후한 지역으로 식품시장 규모가 작고 마트, 백화점 등 유통채널 또한 낙후되어 있으며 서북 지역 중심 도시를 제외하고 대부분 지역은 기초 인프라 부족, 빈곤층 밀집 등의 문제가 있음
- 위구르족, 회족(이슬람교) 등 소수민족 거주지가 많아 지역별 식문화, 식품시장 특성에도 차이가 많으며 식문화 발달이 부진하고 종교의 영향으로 양고기 소비 비중이 높음(돈육, 수산물 소비는 적음)
- 소득수준이 낮아 식품 구매 시에 가격 민감도가 높으며, 물류, 경제상황 등의 문제로 자국산 소비가 대부분
 - 수입산 제품이 판매될 수 있는 유통채널 또한 각 성별 중심도시(성도)를 제외하고는 없는 상황

5. 화북 지역

□ 북경, 천진 및 화북 지역 중심도시

- 높은 소득수준, 식생활 변화, 구매 용이성 등으로 수입식품 소비증가가 일상화되어 있으며 외국인 거주 및 해외 식품전문 마트, 외식체인 등이 많아 현지인들도 쉽게 해외 식문화를 접할 수 있고 유통채널이 많아 구매용이
- 상온 포장제품뿐 아니라 냉장·냉동제품 등으로 구매 범위가 다양해지고 가정용 외에 외식업체, 호텔 등을 통한 업소용 소비 빠르게 성장

□ 화북지역 중소도시

- 소득수준, 물류여건 등으로 상대적으로 식품시장 규모가 작고 저가의 자국산 구매 비중이 월등히 높음
- 수입식품 종류가 다양하지 않고 선물용 소비와 젊은 층의 간식용 소비가 대부분이며, 전반적으로 짠맛을 선호하나 식품시장에서 절임류 등 일부 제품을 제외하고 이러한 특성은 잘 나타나지 않음

6. 동북 지역

- 동북 3성(요녕성, 길림성, 흑룡강성) 지역은 중국 정부의 ‘동북 대개발 프로젝트’ 추진 발표 이후 2010년부터 본격 개발에 착수하면서 각 성별 2,3선 신규도시를 중심으로 신흥 중산층이 부상하는 등 성장기 시장특성을 지니고 있음
- 경제 활성화에 따라 고소득층을 겨냥한 프리미엄 마켓이 성장하고 있으며, 식품의 경우 유럽, 미국, 일본, 한국, 동남아 등 세계 각지에서 수입된 식품의 대형유통매장 입점율이 증가하고 있음
- 동 지역의 식품 수출의 주요 관문은 요련성 대련지역으로 주요 항구는 대련, 영구, 단둥 3개 지역에 위치하고 있으며 심양, 장춘, 연길, 하얼빈으로 유통경로가 형성되어 있음
- 지리적 특성상 한국과 가깝고 거주한인들이 많아 한국식품에 대한 인지도는 높은 편이나 비정상 통관이 다발적으로 이루어지는 특징이 있어, 정상통관 제품의 시장 경쟁력에 부정적인 요소로 작용하는 측면이 있음
- 인터넷 보급 확대로 지역별 온라인 쇼핑몰구매가 확대되고 있음

다. 한국 농식품 유통 현황

1. 화동·화중 지역

□ 상해, 강소성, 절강성

- 중국 내 현지인 대상 한국식품 판매가 가장 많은 곳으로 중국으로 수입되는 거의 모든 상품이 동 지역에 입점·판매되고 있음
- 백화점, 고급매장에는 다종의 한국 상품이, 중저가 대형유통매장에는 유자차, 조미김, 과자류, 음료, 면류 장류제품 등이 골고루 입점 판매되고 있으며, 젊은 층을 중심으로 온라인 및 TV홈쇼핑을 통한 매출도 급속히 증가하는 추세임

□ 안휘성, 강서성

- 현지 로컬 대형유통매장을 중심으로 수입식품 코너에 유자차, 조미김, 음료, 장류, 과자류, 바나나우유 등이 입점 판매되고 있으며, 고급 백화점의 경우 한국산 신선우유도 판매되고 있음
- 타 지역 대비 낮은 소득 수준으로 입점품목, 매출액이 상대적으로 부족한 편이나 최근 꾸준한 한국식품 프로모션과 제품 알선으로 점차 확대 추세에 있음

□ 호북성, 호남성

- 한국 제품의 소비가 소득 수준에 비해 높은 지역으로, 유자차, 조미김 등 주요 수출 제품과 장류, 면류, 스낵, 음료, 바나나우유 등 다양한 한국식품이 입점 판매되고 있음

2. 화남 지역

□ 광둥성, 복건성

- 현지 백화점 및 고급 대형유통매장(저스코 등)을 통해 한국식품이 주로 유통되며, 청도, 대련을 통해 수입된 한국 제품이 육상경로를 통해 가는 경우가 많으나 최근에는 직수출도 급속하게 증가하는 추세임

- 북건성의 경우 용웨이(永輝)가 현지 유통을 장악하고 있으며, 한국 인삼에 대한 인지도가 확립되어 있어 한국인삼공사 중국 법인 설립 이후 한국산 인삼제품의 주 매출 지역으로 꼽힘

□ 광저장족자치구

- 유자차, 조미김, 음료 등의 매출이 많은 반면 기타 식품 진출은 부진한 상황이나 대장금의 영향으로 한국식품을 선호하는 분위기가 뚜렷함
- 유력 로컬 매장인 멍즈다오(夢之島)가 수입식품의 주요 매출창구 역할을 담당함

3. 서남 지역

□ 귀주성, 저장자치구

- 백화점과 대형유통매장을 중심으로 한국제품 매출이 증가하고 있으나 對 중국 수출량에서 차지하는 비중은 아직까지 미미한 지역
 - 유자차, 조미김, 바나나우유 등 주력 한국 식품이 제한적인 매장에서 판매되는 상황이며 타 국가 식품의 경우도 비슷한 상황임

□ 곤명, 운남성

- 수입식품 유통이 활발한 지역으로 월마트, 까르푸, 매트رو 등 외국계 대형유통매장 이외에 진거(金格)백화점, 바이성(百盛)백화점, 왕푸징(王府井)백화점, 진잉(金鷹)백화점, 쿤밍(昆明)백화점 등이 있음

□ 사천성, 중경 지역

- 내륙에 위치하고 물류여건의 제약으로 식품의 직접 수입비중이 낮고 상해 등 연안지역에서 주로 공급받는 형태로 주로 과자, 음료 등 간식용 상온식품 위주이며 한국식품 역시 주류(소주 등), 음료 등 일부 제품만 소량 판매되고 있음
- 한국식품은 외식업체, 호텔 등 업소용 유통망보다는 대형유통매장, 외국계 편의점 등의 가정용으로 주로 공급·판매되고 있으며 외국계 유통매장과 지역의 주요 로컬매장에 주로 입점

4. 서북 지역

- 한국식품의 직접 수입은 없으며, 각 성별 중심도시(성도) 주요 유통매장, 고급 백화점에서만 일부 유통이 되고 있으며 한국식품이 입점 되어 판매될 수 있는 지역, 유통매장이 제한적임
- 한국산 입점 품목은 유자차, 음료, 과자류, 면류 등 상온포장제품 위주이며, 연안 대도시와 비교해 매출규모는 매우 작은 편임

5. 화북 지역

- 북경, 천진 등에는 유통매장, 외식업체, 주점 등 다양한 유통채널에서 한국식품이 유통되고 있으며, 다양한 제품, 브랜드가 소비되고 있음
 - 한인 거주인구가 많아 한인마트 뿐 아니라 현지 유통매장의 한국식품 입점비중이 높고 상온제품 외에 생우유, 면류, 만두 등 냉장·냉동식품의 입점 및 소비 확대되고 있음
- 중소도시에는 유자차, 과자류, 음료류, 면류, 조미김 등 상온제품 위주로 유통되고 있으며 지역 대형매장, 고급 백화점 일부에 진출되어 있으며 한국식품 구매 시에도 가격이 가장 중요한 요소로 작용함

6. 동북 지역

- 최근 한국산 조제분유의 시장점유율이 확대되고 있으며, 2선 도시에 대한 집중 마케팅, 산후조리원, 병원 등에 대한 신규 입점 확대를 통해 한국산 인지도가 증가하고 있음
- 바나나우유는 중국 대도시 및 동북지역, 중서부 지역까지 인기가 높아지고 있는 추세로, 한국의 다양한 브랜드의 바나나 우유가 출시되고 있어 수출물량 확대 전망
- 유자차도 대도시에서 성공한 대표 품목으로 동북지역의 경우 대련, 하얼빈 등 주요 도시에서 정착하였으며 2,3선 주변도시로 제품 인지도가 높아지고 있어 수요 증가 추세임

라. 한국 농식품 수출 동향 및 향후 전망

1. 2012년 수출 실적

(단위 : 톤, 천불, %)

구 분	2011년(A)		2012년(B)		증감률(B/A)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전 체	694,698	1,380,049	857,840	1,278,517	23.5	△7.4
<신 선>	63,356	152,653	66,091	149,766	4.3	△1.9
- 채소류	1,025	7,470	1,489	11,302	45.2	51.3
- 김치	61	235	4	15	△94.2	△93.4
- 인삼	640	45,607	1,052	32,209	64.2	△29.4
- 화훼류	1,859	12,924	1,239	9,036	△33.3	△30.1
- 과실류	24,047	36,941	25,651	42,002	6.7	13.7
- 버섯류	3,223	5,000	413	620	△87.2	△87.6
- 돼지고기	39	84	42	551	5.8	13.9
- 가금육류	557	548	729	433	30.9	△20.9
- 산림부산물	31,905	43,444	35,472	53,598	11.2	23.4
<가 공>	476,338	762,754	665,535	756,620	39.7	△0.8
- 면 류	5,300	41,703	4,931	37,607	△7.0	△9.8
- 소스류	6,505	32,183	6,754	32,642	3.8	1.4
- 주 류	15,363	15,861	18,028	18,468	17.3	16.4
- 과자류	36,701	76,243	10,575	86,791	△71.2	13.8
- 연초류	596	13,585	707	22,563	18.7	66.1
- 유제품	2,791	25,800	6,716	46,104	140.6	78.7
- 목재류	23,564	18,936	320,922	68,167	1,261.9	260.0
<수 산>	155,004	464,642	126,214	372,131	△18.6	△19.9
- 어류	93,283	226,269	80,182	189,245	△14.1	△16.4
- 연체동물	39,797	123,586	21,169	46,821	△46.8	△62.1
- 해조류	10,446	25,041	10,863	36,388	4.0	45.3
- 갑각류	3,085	35,991	3,658	32,348	18.6	△10.1
- 기타	8,393	53,755	10,342	67,329	23.2	25.3

<2012년 對중국 한국 농식품 수출 상위 30품목>

(단위 : 톤, 천불)

순위	2010년			2011년			2012년		
	품목	물량	금액	품목	물량	금액	품목	물량	금액
	전체	474.3	787.4	전체	694.7	1,380.0	전체	955.0	1,278.5
1	설탕	156.9	96.6	설탕	186.6	142.8	설탕	210.7	146.8
2	펄프	67.0	47.9	오징어	36.5	100.0	커피조제품	5.0	54.2
3	커피조제품	4.1	43.2	커피조제품	4.8	50.7	어란	3.9	45.9
4	오징어	21.7	40.4	대구	13.8	46.6	오징어	20.0	39.5
5	라면	3.2	28.3	인삼	0.6	45.6	조제분유	3.7	39.1
6	명태	18.8	21.1	어란	3.7	40.4	명태	29.0	33.9
7	음료	11.9	20.6	대두유	20.6	32.9	인삼	1.1	32.2
8	양란	2.9	18.6	삼치	9.2	32.5	대두유	21.1	32.2
9	삼치	6.0	18.2	명태	24.9	30.6	음료	16.0	31.4
10	대구	6.2	18.1	라면	3.2	26.5	김	1.6	30.7
11	밤	10.2	16.6	조제분유	2.4	23.8	대구	10.0	28.7
12	대두유	13.2	16.2	음료	11.2	21.6	라면	3.1	28.6
13	인삼	0.4	16.1	김	0.9	20.1	밤	9.7	25.6
14	유자차	5.8	13.9	곡류조제품	29.3	18.2	비스킷	3.2	23.9
15	참치	4.3	13.3	유자차	5.9	16.8	참치	4.5	23.4
16	단일과실조제품	16.7	12.1	밤	8.6	16.5	귤련	0.7	22.6
17	혼합조미료	1.5	10.2	참치	4.5	16.4	넙치	4.6	20.0
18	김	0.6	10.0	비스킷	2.3	15.1	삼치	5.3	19.9
19	넙치	1.1	9.7	단일과실조제품	16.7	15.0	유자차	6.1	17.8
20	어란	1.0	9.7	양란	1.9	12.9	단일과실조제품	17.6	17.3
21	인스턴트면	0.5	8.6	귤련	0.5	11.6	돔	2.9	13.4
22	조제분유	0.5	7.9	혼합조미료	1.8	10.7	혼합조미료	1.8	10.2
23	캔디	1.3	7.6	펄프	15.4	10.6	초코렛	1.0	9.7
24	탈지분유	1.0	7.6	인스턴트면	0.7	8.5	식용어류분	1.0	9.5
25	귤련	0.5	7.3	캔디	1.0	7.5	난초	1.2	8.8
26	비스킷	1.1	7.0	넙치	0.8	6.9	채소종자	0.1	7.9
27	곡류조제품	2.5	6.5	고등어	5.2	6.8	소주	5.5	6.9
28	팽이버섯	5.1	6.5	연어	2.6	6.4	왕게	0.4	6.8
29	새꼬리민태	3.0	5.2	초코렛	0.6	6.2	붕장어	0.7	6.7
30	소주	4.0	5.0	왕게	0.3	6.2	마요네즈	1.2	6.4

○ (채소) 전년대비 51.3% 증가한 11.3백만불

- 양배추 종자('11년 실적 없음), 무종자(1,149%) 등의 수출증가에 힘입어 전년대비 51.3% 증가
- 한국 채소종자는 우수한 품질로 현지에서 경쟁력이 있으며, 특히 당근, 고추, 무, 배추 종자의 수요가 많은 편이며 과거에 북방시장이 주를 이루었으나 현재는 연 3~4회 농사가 가능한 남방지역 공급도 증가추세에 있음

○ (김치) 전년대비 93.4% 감소한 0.01백만불

- 산동성 지역을 중심으로 현지 김치 생산량이 증가하고 있으며 한국산 김치는 냉장유통에 따른 원가상승, 한국진출기업 현지생산 제품 대비 경쟁력이 높지 않아 한인마트 및 일부고급 현지마트 위주로 제한적으로 유통됨

○ (인삼) 전년대비 29.4% 감소한 32.2백만불

- '11년 수입 재고분 미소진, 중국 경기 하락에 따른 선물용 수요 둔화 및 대형 중약방 중심 공급 시스템에 따른 공급망 확대의 한계로 인한 수출액 감소

○ (화훼류) 전년대비 30.1% 감소한 9.0백만불

- 대중국 화훼류 수출의 대부분을 차지하는 심비디움의 수출 감소
- 춘절 선물용 수요가 많은 심비디움 특성상 '13년 춘절(2.10일)이 '12년(1.23일)에 비해 늦어 많은 물량이 2013년 수출될 것으로 전망됨

○ (과실) 전년대비 13.7% 증가한 42.0백만불

- 유자차 원가 인상에도 불구하고 중국 신규 바이어들의 유자차 취급 확대 등으로 유자차 수출 확대(6.5%)
- 중국 음료시장이 탄산음료 시장점유율 감소, 건강 음료 시장 확대 추세에 따라 과즙음료 수출확대(15.3%)

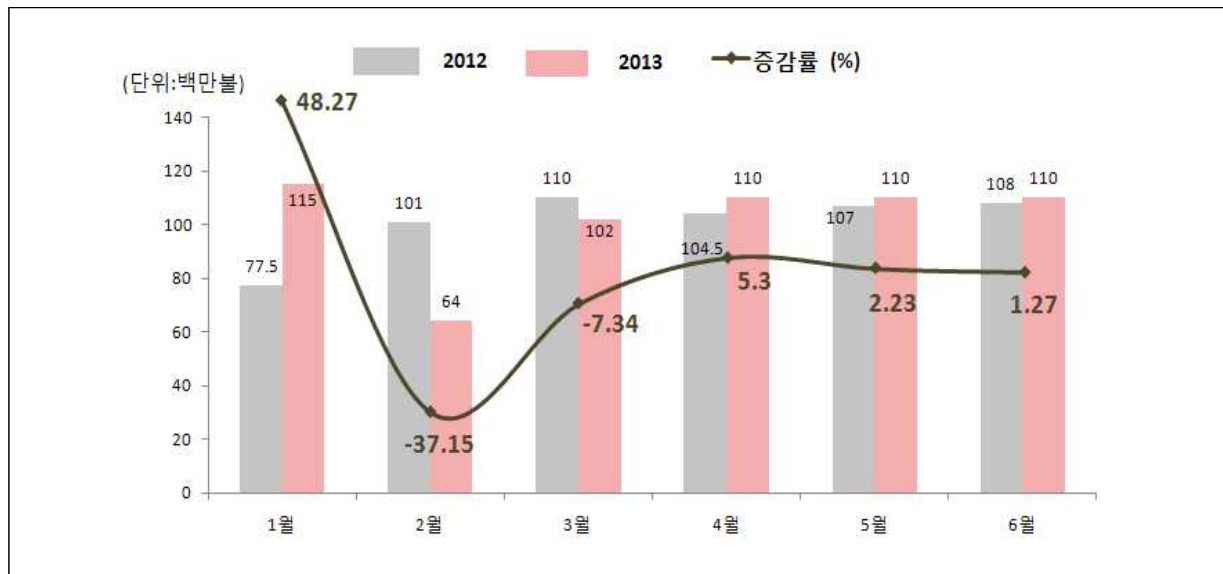
- (버섯) 전년대비 87.6% 감소한 0.6백만불
 - 중국 내 공장형 팽이버섯 생산업체 증가로 인하여 대 중국 주요 수출 품목인 팽이버섯 수출 감소(△88.3%)
 - 중국 팽이버섯은 여름철 노지버섯 출하불가로 하절기 가격이 일반적으로 상승하였으나 최근 공장형 버섯공장 증설로 출하물량 증가에 따른 가격회복 지연으로 인한 가격경쟁력 약화
- (가공식품) 전년 대비 0.8% 감소한 756.6백만불
 - 중국 경기 침체에도 불구하고 주요 수출 품목인 커피조제품(6.9%), 당류(2.7%)는 소폭증가 초콜릿(55.0%), 음료(45.2%)는 대폭 증가하였으나 면류 발암물질 파동으로 인하여 면류(△9.8%) 등의 수요감소로 수출 소폭 감소
- (유제품) 전년 대비 78.7% 증가한 46.1백만불
 - 수출이 재개된 생우유(818.6%) 및 발효유(267.4%) 수출증가 및 잦은 유제품관련 사고 발생으로 인하여 수입 제품 선호가 높은 조제분유(63.9%) 수출 증가
- (수산식품) 전년 대비 19.9% 감소한 372.1백만불
 - 對중국 수출 한국산 수산물은 주로 원료성으로 중국에서 재가공되어 일본, 유럽 등으로 재수출되고 있음
 - 2012년 유럽 경제 위기로 인하여 국제 수산물 수요가 감소하여 한국산 원료성 수산물의 對중국 수출 감소
 - 주 감소 품목은 넙치(△34.9%), 갑각류(△10.1%), 오징어(△60.5%) 등

2. 2013년 상반기 수출 동향

(단위 : 톤, 천불, %)

구 분	2012.1.1~6.30		2013.1.1~6.30		증감률	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
전 체	442,584	609,275	462,303	609,520	4.5	0.0
<신 선>	30,143	64,036	26,493	71,621	-12.1	11.8
- 채소류	744	6,204	912	6,163	22.7	-0.7
- 김 치	3	14	22	82	-99.3	-99.4
- 인삼류	590	22,181	634	13,158	7.5	-40.7
- 화훼류	619	3,970	978	6,120	58.0	54.2
- 과실류	13,683	20,815	15,274	24,699	11.6	18.7
- 버섯류	169	306	11	28	-93.3	-90.9
- 돼지고기	14	127	57	412	315.5	223.0
- 가금육류	682	385	45	29	-93.3	-92.6
- 산림부산물	13,639	10,033	8,581	21,012	-37.1	109.4
<가 공>	347,168	362,290	377,795	394,715	8.8	9.0
- 면 류	2,669	20,044	3,335	23,189	25.0	15.7
- 소스류	2,715	14,076	3,055	15,708	12.5	11.6
- 주 류	9,322	9,204	11,253	10,760	20.7	16.9
- 과자류	4,698	36,305	4,264	49,026	-9.2	35.0
- 연초류	322	9,555	380	13,218	18.0	38.4
- 유제품	2,781	21,477	5,389	35,835	93.8	66.9
- 목재류	192,797	39,389	197,853	39,642	2.6	0.6
<수 산>	65,273	182,948	58,014	143,184	-11.1	-21.7
- 어 류	38,007	86,093	31,317	71,696	-17.6	-16.7
- 연체동물	11,416	25,396	8,458	19,586	-25.9	-22.9
- 해조류	9,049	17,906	11,442	19,572	26.5	9.3
- 갑각류	1,568	13,785	1,296	8,544	-17.3	-38.0
- 기 타	5,233	39,768	5,501	23,787	5.1	-40.2

□ 2013년 6월까지 전년 동기 대비 0.11% 증가한 6.1억불 기록



□ 주요 품목 수출동향

(단위 : 백만불, %)

품 목	내 용	'12.6월	'13.6월	증감률
조제 분유	○ 자국산 분유 불신에 따른 수입산 선호사상 뚜렷 ○ 유럽산에 비해 인지도는 낮으나 수입분유라는 포지션과 2, 3선 도시 영유아층 중심 시장확대 * 중국분유시장은 연간 500억 위안(9조원)으로 추산되고 수입산이 70% 이상 점유 ▶ 하반기에도 지속적인 수출 증가세 예상	19.2	29.5	54.11
음료	○ 기존 탄산수에서 망고 및 알로에 음료 등 천연 과즙 음료 수요증가 ○ 바나나 우유 소비 증가도 음료 수출증가에 한몫 ▶ 중국 내 바나나우유 열풍 및 과즙음료 소비증가로 하반기에도 음료 수출이 큰 폭 증가예상	15.8	22.8	44.2
생우유	○ 중국산 유제품의 불신 및 낮은 품질수준 * 우유제조 대기업 제품에서 아플라톡신과 수은검출 ○ 멸균유 소비에서 신선우유 건강관념, 냉장물류 시스템 구축확대로 생우유 소비증가 추세 * 생우유 소비비율 : 20%내외 ▶ 생우유 소비확대, 동방항공 협력 내륙시장개척 강화로 하반기에도 빠르게 증가 전망			

품 목	내 용	‘12.6월	‘13.6월	증감률
인삼	○ 중국은 인삼 중 뿌리삼의 비중이 80% 내외 차지 ○ 중국의 뿌리삼 연간수요는 10만근 내외이나 '11. 7월 인삼공사 판매가격 인상 전 중약상의 사재기 만연으로 25만근(2년 6개월치) 판매 * 가격인상률 : 天參 2배, 地參 50%, 良參 30% ○ 중약상 재고는 감소하고 있으나 인삼공사 자체 재고보유물량 과다로 ' 13년 상반기까지 영향 ▶ 하반기 재고 물량 감소로 수출회복 전망	22.1	13.2	△40.6
대두유	○ 한국에서 수출되는 대두유 중 조유(Crude Oil)가 감소한 것으로 중국을 통하여 북한으로 유입되는 것으로 추정(윤활유 또는 정제후 식용으로 활용) * 식용 대두유 수출은 증가 : 2.7백만불 수출(49.5%) ○ 최근 북한의 핵실험 등으로 인하여 중국의 대북 수출품목에 대한 중국의 통관 검역 강화로 감소 ▶ 북중 간 관계 냉각으로 하반기 대두유 수출도 약세를 보일 것으로 전망	17.3	7.3	△57.4
오징어	○ 포클랜드 어장의 소형오징어 어획이 전년대비 60% 내외 감소로 인한 수출 감소 - 중국으로 수출되는 오징어는 대부분 100 ~ 200g 크기의 소형사이즈로 오징어링, 튀김용으로 가공되어 일본, 유럽으로 재수출 - 포클랜드의 오징어 조업시작기(12 ~ 2월)에 어획된 소형오징어가 중국으로 주 수출됨 ▶ 주 수출되는 소형오징어의 어획량 감소로 '13년 대중국 수출은 30~40% 감소전망	22.4	14.9	△33.1

3. 2013년 하반기 수출 전망 분석

○ 중국의 수입산 조제분유 시장 확대에 따른 수출 증가 예상

- 주요 경쟁국인 홍콩의 분유 반출 제한 조치, 상하이 K-Food Fair 참가 경소상의 분유 취급 확대, 각 분유 메이커의 하반기 공격적인 시장 개척 계획 등으로 수출확대 전망

○ 주요 커피조제품 바이어 수입중단 충격 해소에 따른 수출 증가 예상

- 상반기 주요 커피조제품 수입 바이어에 대한 해관 단속으로 커피조제품 수입이 일시 줄어들었으나, 경쟁 바이어의 수입 증가로 향후 지속적으로 증가할 것으로 전망됨
- 단, 최근 한국식품 수입 바이어에 대한 언더밸류 단속이 심해지고 있어 해관의 단속 강화 추이에 따른 수출 감소 위험이 있음

○ 온라인 매장 및 내륙지역 판매확대에 따른 음료 수출 증가 예상

- 바나나우유 등 한국산 음료제품의 온라인 매장 및 내륙 대형유통업체 입점 확대 및 브랜드 인지도 상승에 따라 하반기 수출확대 전망
- 단, 한국산 제품의 인기로 현지 업체에서 유사제품이 출시되고 있어 현지산과의 차별화 전략이 필요

○ 인삼의 수출 재고 미소진에 따른 수출 정체

- 인삼 최대 수출업체 인삼공사의 중화권 현지법인의 보유 재고가 여전히 높은 수준에 있는데다 경기침체가 겹치며 소비가 부진함에 따라 하반기 수출전망 또한 불투명
- 단, 5년근 이하 인삼에 대한 신자원 식품 지정으로 인하여 다수의 인삼업체들이 보건식품 등록 없이 중국 시장에 진출할 예정으로 소비부진에 따른 감소요인 상쇄 가능할 것으로 보임