

중국 장사(호남성) 농식품 수출여건 현지조사

1. 현지 대형유통매장 분포현황 조사

매장명칭	국가	중국지역 판매액 (억원)	전국 점포수	호남점포수량(개)
까르푸	프랑스	420	157	장사3 주저우(朱洲)1
월마트	미국	400	189	9
신랜신(心连心)	중국	22.7	120	상탄(湘潭)12 웨이양(岳阳)10 장사3 주저우신(株洲心)3 융저우(永州)4 령수이강(冷水江)4 빈저우(郴州) (준비중)
자룬똬(家润多)	중국	16		장사9
신이자(新一佳)	중국	174		장사12 싱샤(星沙)1
부부가오마트 (步步高 高级超市)	중국	100		162 1
매트로	독일	100		1
푸펑랜화(卜蜂蓮花)	태국	100		1
신이자(新一佳)	중국	174		3

2. 한국산 농식품 유통 및 수입실태

□ 한국식품 인지도(전반적)

- 호남성은 드라마 '대장금'을 최초로 방송한 지역으로 중국 내 한류가 시작된 지역
- 현지 소비자들은 한국에 대한 관심이 많고 한류가 여전히 존재하기 때문에 한국 식품에 대한 고급 이미지를 가지고 있음
- 현재는 한국 식품을 대규모로 취급하는 경소상이 없고, 유자차 등 일부 인기 있는 품목만이 유통되는 상황임

- 하지만, 현지 경소상들도 한국식품이 판매 가능성이 높다는 사실을 인지하고 있어 바이어 및 제품정보 제공, 현지 시음시식 등 마케팅강화를 통한 현지시장개척가능성이 매우 높은 시장으로 판단됨

□ 한국식품 주요 유통경로

- 유통단계별 경로
 - 호남성 지역에는 수입농식품을 직접 수입하는 바이어가 거의 없으며 대부분 항구지역 수입상을 통해 현지 대형매장에 납품하는 경소상
 - 상하이 지역 수입상 - 호남성 경소상 - 매장 - 최종소비자
 - 광둥지역 수입상 - 호남성 경소상 - 매장 - 최종소비자
 - 산둥지역 수입상 - 호남성 경소상 - 매장 - 최종소비자
- 물류경로
 - 대부분 상하이, 광둥지역에서 트러킹을 통하여 물류가 이루어지며 일부 우한을 경유하여 호남성으로 유통됨

□ 소비실태(구매 소득층, 반응, 선호품목, 선호원산지)

- 한국산을 소비하는 구매층은 중산층 이상의 소비자이며 가장 많이 소비되는 품목은 유자차
- 현재 장사지역에서 시장점유율이 가장 높은 수입식품은 유럽산
 - 일본 방사능 누출 이전에는 일본산 농식품의 수입도 많았으나 현재는 상당수 줄어든 상황
 - 현지인들은 유럽산에 대한 고급이미지를 가지고 있음
 - 한국산의 경우에도 고급이미지를 가지고 있는 것으로 보이나 한국산이 호남성 시장에 많이 입점되어 있지 않아 구매를 하고 싶어도 하지 못하는 경우가 많음

3. 한국산 품목별 유통 및 수입실태(수입산 비교 포함)

□ 유자차

- 유자차는 호남지역에서 가장 인기있는 한국 식품 중 하나로 많은 대형유통 매장에 입점되어 있음
 - 다만, 대형매장에서 유자차가 차지하는 비중은 크지 않으며 고급매장에는 3-4개 종류의 유자차, 중급 매장에는 1-2개 정도의 유자차가 입점되어 판매되고 있음
- 입점되어 있는 한국산은 '삼화한양식품', '한국인코타' 등에서 생산하는 유자차이며, 현지산으로는 '국제식품' 및 현지기업 '관생원'에서 생산하는 유자차가 입점되어 있음
- 현지산에 비하여 한국산이 약 90%정도 비싼가격에 판매되고 있으나 한국산 유자차에 대한 현지 소비자들의 인지도가 높아 한국산의 판매가 더 높은 것으로 파악됨
- 제품 유통 판매현황

	판매처	왕푸징마트		판매처	왕푸징마트
	상품명	삼화유자차		상품명	봉밀유자차
	제조상	오뚜기(삼화한양)		제조상	한국인코타
	수입상	津丰食品		수입상	深圳威爾登科技
	규격	1KG		규격	1KG
	판매가	79元		판매가	79元
	포장	유리병		포장	유리병
	유통기한	2년		유통기한	2년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	三和蜂蜜柚子果 肉飲料		중문표기	韓福10.2蜂蜜 柚子茶
	원산지	한국		원산지	한국
	판매처	평화당마트		판매처	왕푸징마트
	상품명	KJ유자차		상품명	冠生園
	제조상	국제식품		제조상	冠生園
	규격	1KG		규격	1KG
	판매가	42元		판매가	39.8元
	포장	유리병		포장	유리병
	유통기한	18개월		유통기한	18개월
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	蜂蜜柚子果醬		중문표기	蜂蜜柚子茶
	원산지	중국		원산지	중국

- 호남성 지역은 한류가 시작된 지역으로 소득대비 소비율이 높고, 경제성장률이 높아 향후 한국 유자차 소비확대 가능성이 매우 높은 지역임
- 지속적인 대형매장 시음활동, 각종 광고매체를 통하여 유자차를 알리는 마케팅 활동을 통하여 한국 유자차의 저변을 확대시키는 것이 수출확대에 직결될 것으로 보임

□ 김

- 호남지역에서 김 제품은 인기가 있는 상품이나 한국산 보다는 현지에서 생산된 상품이 주로 유통되고 있으면 태국산 스낵김이 일부 입점되어 있음
- 한국산 김은 만전식품 김이 주로 유통되고 있으나 호남성 한국식품 유통 경소상이 많지 않고 현지산과의 가격차이로 인하여 판매가 활성화 되어 있어 있지는 않음
- 제품 유통 판매현황

	판매처	평화당마트		판매처	평화당마트
	상품명	들기름향 파래구이김		상품명	你扣你口海苔
	제조상	만전식품		제조상	連云港神仙
	수입상	烟台万田商務			
	규격	4g(10sheet)*3		규격	3g*8sheet
	판매가	19元		판매가	1.9元
	포장	폴리에틸렌		포장	폴리에틸렌
	유통기한	1년		유통기한	1년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	万田蘇子油香 海藻海苔		중문표기	你口你口海苔
	원산지	한국		원산지	중국
	판매처	평화당마트		판매처	평화당마트
	상품명	波力海苔		상품명	四洲紫菜
	제조상	波力食品		제조상	你口四洲 (汕頭)
	규격	30g(12개(4매) *30개)		규격	4.5g(6sheet)
	판매가	18元		판매가	5.2元
	포장	폴리에틸렌		포장	폴리에틸렌
	유통기한	1년		유통기한	12개월
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	波力海苔		중문표기	四洲紫菜
	원산지	중국		원산지	중국

- 현지 마트에 중국산 김 제품이 판매가 좋은 상황으로 한국산 김 수출확대를 위해서는 현지 경소상 발굴을 통한 수입바이어 매칭, 대형유통업체 판촉 등을 통한 입점 확대 등이 필요함

□ 분유

- 호남성 대형유통매장에서 분유는 고급매장에는 다양한 국가(스위스, 프랑스, 싱가포르 등)의 제품이 입점되어 있고, 중급 매장에서는 현지산의 비율이 상대적으로 높음
- 다른 지역과 마찬가지로 호남성 소비자들도 외국산 분유에 대한 선호가 강한 특성을 보이고 있어 스위스, 프랑스 등 낙농 선진국 분유의 판매율이 높은 것으로 조사됨
- 한국산은 대형유통매장에 입점되어 있지 않으며 이는 높은 입점비 등에 비하여 판매가 많지 않기 때문임
- 제품 유통 판매현황

	판매처	RTmart		판매처	RTmart
	상품명	歐世蒙牛		상품명	雀巢能恩
	제조상	蒙牛		제조상	네슬레
	수입상				
	규격	900g		규격	900g
	판매가	249위엔		판매가	221위엔
	포장	캔포장		포장	캔포장
	유통기한	2년		유통기한	2년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	歐世蒙牛		중문표기	雀巢能恩
	원산지	중국		원산지	중국
	판매처	평화당		판매처	RTmart
	상품명	喜康宝		상품명	施恩
	제조상	애보트		제조상	scient international
	규격	900g		규격	900g
	판매가	261위엔		판매가	222위엔
	포장	캔포장		포장	캔포장
	유통기한	2년		유통기한	2년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	喜康宝		중문표기	施恩
	원산지	싱가포르		원산지	중국

- 한국 분유 수출확대를 위해서는 각종 광고, 산부인과 마케팅 등을 통한 인지도 확대가 우선되어야 할 것으로 보이며 대형유통업체 입점의 경우 초기 손실이 있더라도 제품 홍보 측면에서 접근하여 입점 매장을 확대할 필요가 있음

□ 장류(고추장, 간장 등)

- 한국산 간장의 경우 샘표간장이 유일하게 일부 고급매장에 입점되어 있으나 현지산에 비해 높은 가격 및 현지 소비자 인지도 부족으로 시장점유율은 미미한 것으로 조사됨
 - 한국산 제품은 현지산에 비하여 크기는 약 10배 정도 고가
- 쌈장, 고추장의 경우 '신송' 제품이 일부 입점되어 있으며, 현지생산 장류(고추장, 쌈장, 된장 등)가 입점되어 있어 한국 장류의 인지도가 어느정도 정착되어 있는 것으로 보임
- 제품 유통 판매현황

	판매처	RT-mart		판매처	평화당
	상품명	신송쌈장		상품명	샘표간장
	제조상	신송식품		제조상	샘표식품
	수입상	청도삼풍화		판매처	
	규 격	170g		규 격	150ml
	판매가	8.8위엔		판매가	25.2위엔
	포 장	폴리에틸렌		포 장	병포장
	유통기한	18개월		유통기한	2년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	辣味大獎		중문표기	膳府釀造醬油
	원산지	한국		원산지	한국
	판매처	평화당		판매처	평화당
	상품명	長康醬油		상품명	龜甲万魚生壽 司醬油
	제조상	湖南長康實業		제조상	키코만
	판매처			판매처	
	규 격	200ml		규 격	150ml
	판매가	3.1위엔		판매가	26.8위엔
	포 장	병포장		포 장	병포장
	유통기한	2년		유통기한	3년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	長康醬油		중문표기	龜甲万魚生壽 司醬油
	원산지	중국		원산지	싱가포르

- 호남성 요리는 매운맛으로 유명하여 현지인들이 매운맛에 익숙하고 한국 드라 마 등 한류가 시작된 곳으로 한국음식에 대한 수용도가 높은 시장임
- 따라서 고추장, 초고추장 등 현지 입맛에 맞는 장류를 중심으로 현지 대형의 식체인에 테이블 소스화를 통한 인지도 확대, 대형유통매장 시식(떡볶이 등 현지 입맛에 맞는 요리 활용) 행사를 통하여 장류 소비 방법 교육이 함께 이루어진다면 수출확대가 유망한 시장임

□ 소스류(케첩, 불고기소스, 마요네즈 등)

- 호남성 시장에서 케첩, 마요네즈 등 소스 시장점유율은 하인즈, Kewpie 등 미국, 일본 등 해외식품 대기업의 현지 공장 생산품이 가장 높은 것으로 조사됨
- 한국산 소스는 CJ의 불고기소스, 닭볶음소스 등이 일부 고급 매장에서 판매되고 있음
- 현지 소득수준 향상과 서구화된 식단이 점점 보편화되어 서양식 소스의 시장 규모 확대에 따라 홍콩브랜드 Lee Keum Kee 등에서도 토마토소스를 출시하는 등 전체적인 규모가 커지는 상황
- 제품 유통 판매현황

	판매처	평화당		판매처	RT-mart
	상품명	백설 매콤한 닭볶음탕 양념		상품명	擠擠裝番茄沙司
	제조상	CJ		제조상	李錦記
	규격	240g		규격	220g
	판매가	27.5元		판매가	6.47위엔
	포장	유리병		포장	폴리에틸렌
	유통기한	18개월		유통기한	15개월
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	希杰辣味炒雞湯將		중문표기	擠擠裝番茄沙司
	원산지	한국		원산지	중국
	판매처	평화당		판매처	
	상품명	kewpie mayonnaise		상품명	
	제조상	杭州丘比食品		제조상	
	판매처			판매처	
	규격	200g		규격	
	판매가	9.9위엔		판매가	
	포장	병포장		포장	
	유통기한	1년		유통기한	
	보관방식	상온		보관방식	
	중문표기	丘比沙拉醬		중문표기	
	원산지	중국		원산지	기타국2

- 한국산 마요네즈는 가격경쟁력과 맛, 한국산 프리미엄 등 여러 강점을 가지고 있어 현지 경소상 발굴을 통한 대형유통업체 입점, 충분한 현지 마케팅 활동 등이 이루어 진다면 시장 확대 가능성이 충분해 보임
- 불고기소스, 떡볶이 소스 등은 현지에 직접적으로 경쟁하는 상품이 없어 고가에 판매가 쉬운 측면이 있어 한식의 세계화와 함께 요리방법을 소비자들에게 교육하면서 판매하는 전략이 필요할 것으로 보임

□ 혼합조미료(다시다 등)

- 한국산 혼합조미료는 CJ의 다시다 제품이 판매되고 있으나 극히 일부 고급매장에만 입점되어 있음
- 현지에서 주로 유통되는 혼합조미료는 현지산 혹은 아지노모토, Knorr 등 다국적 식품회사들이 현지에서 생산하는 품목임
- 제품 유통 판매현황

	판매처	평화당		판매처	평화당
	상품명	멸치다시다		상품명	味之素
	제조상	CJ		제조상	味之素
	수입상	武漢口力爾		판매처	
	규격	300g		규격	100g
	판매가	29.6위엔		판매가	3.2元
	포장	폴리에틸렌		포장	폴리에틸렌
	유통기한	18개월		유통기한	3년
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	大喜大		중문표기	味之素
	원산지	한국		원산지	중국
	판매처	평화당		판매처	평화당
	상품명	安琪雞精		상품명	康濃雞精
	제조상	安琪酵母股份		제조상	康濃
	판매처			판매처	
	규격	100g		규격	454g
	판매가	4.2위엔		판매가	13.5위엔
	포장	폴리에틸렌		포장	폴리에틸렌
	유통기한	18개월		유통기한	20개월
	보관방식	상온		보관방식	상온
	중문표기	安琪雞精		중문표기	康濃雞精
	원산지	중국		원산지	중국

- 현지인들은 소포장 혼합조미료를 선호(약 100g)하는 경향이 있는 반면 한국산은 300g대로 상대적으로 규격이 큰 단점이 있음
- 현지 시장 개척을 위해서는 현지인들이 선호하는 소포장을 다양하게 개발하여 판매하는 전략이 필요

4. 상관습

☐ 지역 문화적 특성에 의한 상거래 관행, 수입 관행

- 중국 중부 내륙지역으로 현지에서 직접 수입하는 농식품 수입업체는 거의 없는 실정이며, 주로 상하이나 광둥지역 수입상에게 구매 호남성지역을 커버하는 경소상이 약 8개 업체

☐ 거래 시 유의사항

- 호남성 시장은 아직까지 한국식품을 컨테이너 단위로 소비할 수 있는 여건이 조성되어 있지 않은 상황으로 단위품목 수출보다는 다품목 수출이 더 효과적임
- 또한 현지 수입상과 호남성 경소상을 연결한 수출이 필요

5. 한국농식품 수출확대 방안(종합)

☐ 한국 농식품 경쟁력 비교

- 유럽, 일본 등 경쟁 국가에 비하여 가격대가 높지 않고 현지 소비자들이 고급이미지를 가지고 있어 시장확대 가능성이 높음
- 또한 직접적인 경쟁제품이 없는 독특한 한국산(조미김, 불고기 및 떡볶이 소스류 등) 품목의 경우 한류를 통한 수출확대 가능성이 매우 큰 것으로 보임
- 다만, 동부 연안 고소득 도시에 비하여 상대적으로 소득수준이 낮고 물류비용이 높아 그동안 한국식품의 시장개척 노력이 부족하여 경쟁국들에 비하여 시장점유율이 낮은 상황

☐ 수입확대방안

- 현지 대형 경소상 발굴 및 수입상 매칭
 - 현지 경소상들은 한국산을 취급하고 싶어하나 수입상 및 한국 식품에 대한

정보가 부족한 상황

- 아직까지 단일품목 컨테이너를 소화할 수 있을 만큼 한국 식품 시장규모가 성장하지 않은 상황으로 현지 대형경소상을 적극 발국하여 한국 식품 신규 취급을 유도하는 활동 필요
- 또한, 호남성 시장에 맞는 품목(소스류, 김 등)을 중심으로 지속적인 시식활동을 통한 한국농식품소비기반 마련 마케팅이 필요