

홍콩 고구마 및 감자 수입 유통 현황

1

일반 현황

- 2016년 기준으로 일본, 한국, 중국이 홍콩 고구마 총수입량의 80% 이상을 차지하며 시장에서 경쟁하고 있음
- 파킨샵, 웰컴매장 등에서 한국산 고구마가 유통 중이고, 특히 올해 10월부터 수입되고 있는 안동 밤고구마의 경우 수입업체와 함께 활발히 현장 판촉을 진행 중임
- 2016년 하반기에 논산, 완주 고구마의 수출길이 열려, 홍콩 내 한국 고구마 유통물량이 증가할 것으로 예상됨
- 원산지별 포장에는 큰 차이가 없으나 맛과 당도 면에서 일본산 고구마가 좋은 반응을 얻고 있으며, 한국산 고구마는 인지도가 조금씩 늘어나고 있는 추세임
- 같은 구황작물인 감자의 경우, 당도로 구분이 되지 않으며 중국산의 저렴한 가격대 제품의 시장점유율이 높아 한국산 감자의 경우 시장경쟁력이 많이 떨어짐



파킨샵에서 판촉 중인 한국 농산물



한국산 고구마와 감자

2

고구마 및 감자 수입현황

○ 고구마

(단위 : US천불, 톤)

국가	2014년			2015년			2016년 1~9월		
	수입액	수입물량	단가 (US/kg)	수입액	수입물량	단가 (US/kg)	수입액	수입물량	단가 (US/kg)
일본	2,649	745	3.56	3,870	1,201	3.22	4,300	1,260	3.41
한국	405	203	2.00	371	167	2.22	348	132	2.64
중국	14	38	0.37	178	298	0.60	156	343	0.45
미국	189	43	4.40	194	40	4.85	150	29	5.17
인도네시아	98	87	1.13	239	215	1.11	133	124	1.07
대만	135	58	2.33	181	92	1.97	107	50	2.14
베트남	288	322	0.89	164	187	0.88	99	101	0.98
호주	101	56	1.80	43	19	2.26	53	20	2.65
기타	46	66	0.70	57	41	1.39	29	17	1.71
계	3,925	1,618	2.43	5,297	2,260	2.34	5,375	2,076	2.59

* 자료 출처 : Hong Kong Trade Development Council (홍콩무역발전협회)

○ 감자

(단위 : US천불, 톤)

국가	2014년			2015년			2016년 1~9월		
	수입액	수입물량	단가 (US/kg)	수입액	수입물량	단가 (US/kg)	수입액	수입물량	단가 (US/kg)
미국	5,445	6,262	0.87	4,491	5,804	0.77	1,877	2,698	0.70
호주	1,480	979	1.51	1,365	971	1.41	1,592	1,347	1.18
인도	432	928	0.47	596	1,267	0.47	437	1,078	0.41
중국	486	1,130	0.43	424	929	0.46	411	480	0.86
일본	684	224	3.05	206	90	2.29	216	54	4.00
독일	503	978	0.51	353	937	0.38	210	568	0.37
이집트	148	276	0.54	165	358	0.46	75	164	0.46
한국	36	45	0.80	75	99	0.76	37	15	2.47
기타	793	1,151	0.69	792	1,115	0.71	804	1,130	0.71
계	10,007	11,973	0.84	8,467	11,570	0.73	5,659	7,534	0.75

* 자료 출처 : Hong Kong Trade Development Council (홍콩무역발전협회)

3

유통매장 고구마 판매가격

원산지	판매가격 (중량)	단가	판매처	기타(사진)
일본	HKD 32.9 (500G)	HKD 0.06/G	웰컴	
한국	HKD 19.9 (500G)	HKD 0.04/G	파킨샵	
대만	HKD 12.9 (500G)	HKD 0.03/G	파킨샵	
중국	HKD 10 (500G)	HKD 0.02/G	파킨샵	

시사점

- ◇ 유통매장 내 한국농산물 판촉행사 등을 토대로 소비자들이 한국산 제품에 보이는 관심이 곧 제품 구매로 이어지는 것을 확인할 수 있었음. 한국산 고구마 및 감자의 인지도 제고를 위해 유통매장별 한국 식품 관련 행사 및 판촉홍보가 활발하게 이루어져야 하겠음
- ◇ 일본의 경우, 꾸준한 품종 개량과 연구를 통해 단맛을 선호하는 현지인들의 취향에 맞춘 당도 높은 품종의 고구마(베니하루까 등)를 유통하며 경쟁력을 확보하고 있음. 한국도 현지 소비자 선호도 조사, 엄격한 품질 관리 등으로 소비자들에게 신뢰감을 주는 제품 브랜딩 전략이 필요함
- ◇ 고구마 및 감자 경우 여러 산지의 다양한 제품들이 시중에 유통되고 있어 일반 소비자를 타겟으로 하는 시장에서는 경쟁하기는 어려울 것으로 보임. 고소득층을 타겟으로 한 유기농 제품 수출 확대 또는 품질 및 포장의 프리미엄화, 차별화로 틈새시장을 노리는 것이 보다 효율적일 것으로 보임