

농식품 해외시장 월간동향

1. 관할지역 현장이슈

▶ 중국정부 유명 연예인 활용 불량식품 광고 단속강화

- 앞으로 연예인을 이용한 불량식품 광고에 대해 정부차원의 제재 강화
- 중국 형법에는 검증되지 않은 식품을 광고한 연예인에 대한 구체적 제재규정은 명시돼 있지 않으나, 향후 식품 안전법규에 의거 불량식품 광고에 출연한 연예인에 대한 형법 처벌(2년 이하) 혹은 민법 및 행정 제재조치 강화.

<자료원 : 중국일보, 베이징저널>

▶ 중국 생수 등 5,000여종 식용 농산품 품질기준 연내 정비

- 최근 시중에 판매되는 생수의 품질기준이 수돗물에 못 미친다는 사회적 비판에 따라 주요 농산품에 대해 품질기준 정비 실시
- * 현재 생수의 품질검사 항목은 21개, 수돗물은 106개
- 국가위생계획 및 생육위원회는 이번 사건을 계기로 2013년까지 생수 등 5,000여종의 식용 농산품의 품질안전기준, 식품위생 등을 종합적으로 정비할 계획

<자료원 : 신화망>

▶ 중국 수입식품 국외 생산기업등록 실시목록 발표

- 중국 국가질량감독검험검역 총국은 지난 4월 28일 유제품 등 국외 생산기업 등록실시목록으로 발표
- 그중 금년 5월 1일부터 시행된 유제품은 소독유, 발효유제품, 분유, 크림, 연유 치즈 등 6가지 부류로 구성 되어 있으며, 국외생산기업 등록실시의 과도기간을 공고일(4월 28일)부터 2014년 5월 1일까지로 설정

<자료원 : 중국질검총국>

▶ 중국 정부 영화 등 인기매체를 통해 자국산 식품 안전성 부각 움직임

- 최근 전 세계적인 흥행작 “아이어맨 3(중국판)”의 경우 영화 내부에 중국의 대표적인 국영 유제품 업체 “이리”의 곡물우유 제품 등장
- 해당제품을 마시는 장면 등 노출을 통해 중국산 유제품의 안전성을 대내외적으로 홍보

2. 농식품 수입동향 및 전망

□ 2013년 1~3월 중국 농산물 수출입 현황 (단위: 억불)

- 중국의 1~3월 농산물 수입 누계금액은 260.9억불로 전년 동기 대비 2% 증가를 무역수지는 110.4억불 적자를 기록 중

구 분	3월 당월		1~3월 누계	
	금 액	전년 동기 대비(%)	금 액	전년 동기 대비(%)
◦ 수 출 액	52.2	0.6	150.5	5.2
◦ 수 입 액	94.3	-3.2	260.9	2.0
□ 무역수지	△42.1	-	△110.4	-

자료원 : 중국 상무부

□ 조제분유

- 중국 조제분유 1~3월 수입액은 2.9억불로 전년대비 34.6% 상승했으며, 네덜란드, 뉴질랜드, 프랑스 제품의 수입비중이 높게 나타남
- 자국산 유제품 불신 및 고가임에도 불구하고 자녀를 위해 품질이 좋고 안전한 식품을 구매하려는 경향과 함께 최근 홍콩산 분유 휴대제한 조치(2013.3.1)에 따라 한국산 등 수입산 수요 확대

□ 커피조제품

- 중국의 1~3월 커피조제품 수입액은 18,368천불로 전년 동기 대비 46.8% 증가하였음
- 젊은 층을 중심으로 커피문화가 확산됨에 따라 커피믹스 등 커피 관련 제품의 수요가 늘어나고 있으며, 중국산(원난성)의 경우 품질이 낮아 당분간 수입산에 대한 수요 증가전망
- 주요 수입국은 말레이시아, 한국, 인도네시아 등

□ 기타 가공식품

- 자당은 1~3월까지 전년 대비 23.2% 증가한 38,436천불을 수입. 금년 세계적인 자당 공급과잉과 중국 내 재고물량에 따라 한국산 등을 포함한 수입산 수요가 점차 감소추세
- 주요 수입국은 한국(1위), 태국, 브라질 등이 있음
- 중국 과자 및 베이커리 제품의 1~3월 누계 수입액은 72,146천불로 12년 동기대비 66% 증가함. 일본산 가공식품 대체효과가 큰 품목이자, 시장이 지속적으로 확대되고 있는 품목으로 대도시 대형유통매장과 함께 지방도시 로컬 편의점 등으로 판로가 확대되는 등 현지 소비 증가하고 있어 수출이 증가할 것으로 전망됨. 주요 수입국은 인도네시아, 덴마크, 대만 등이 있음

□ 채소종자

- 중국의 채소 생산량 및 수요 확대에 따라 수입산 채소종자에 대한 수요가 증가 추세. 수입산은 품종이 다양하고 병충해에 강해 인기가 있으며, 채소종자의 약 2/3가 수입산으로 추정
- 최대 수출국은 일본이며, 주로 배추, 무, 시금치, 브로콜리 등을 수출함
- 한국산은 배추, 무, 고추, 상추, 오이, 수박 등의 종자 수출비중이 높음

□ 간장

- 1~3월 중국의 간장 수입액은 전년 동기 대비 11.9% 감소한 3,390천불을 기록
- 중국의 간장 수입규모는 연간 10~15백만불 내외로 크지 않고 현재까지 자국산(海天, 李锦记, 加加 등)의 구입비중이 높은 편임
- 한국산은 한인마트, 한식당 등 한인 관련 가정용, 업무용 채널로 주로 유통되며, 현지인 채널의 유통 비중은 낮음 (중국 내 다양한 가격, 품질의 자국산 브랜드가 많고 중국산과 수입산의 맛, 요리 활용 방법 차이로 인해 수입제품 진출 애로)

□ 주류(소주 등 기타 리큐르)

- 소주를 포함한 기타 리큐르의 1~3월 중국 수입은 전년 동기 대비 30% 감소한 2,942천불을 기록
- 중국 내에는 백주 등 다양한 주종 및 브랜드의 제품이 있어 와인, 맥주를 제외한 기타 주류의 시장 진입이 어려운 상황
- 한국 소주는 한국 드라마, 한식당 등을 통한 인지도 제고로 현지 소비가 늘고 있으나 아직 현지인 외식업체, 주점 등 메인시장 진입은 적은 편임

<품목 수입통계(누계기준)>

(단위 : 천불, %)

품목 (HS코드)	'12.03	'13.03	증감률 (%)	1위		2위		3위		한국산 금액
				국가	금액	국가	금액	국가	금액	
자 당 (17019910)	31,199	38,436	23.2	태국	2,182	브라질	2,150	말레이시아	104	33,724
커피조제품 (21011100) (21011200)	12,514	18,368	46.8	말레이시아	6,922	중국	2,296	인도네시아	1,684	2,223
홍 삼 (12112099)	4,180	2,216	△47.0	북한	950	-	-	-	-	1,266
대두유 (15079000) (15071000)	386,997	225,377	△41.8	아르헨티나	155,662	브라질	50,544	미국	16,699	80
조제분유 (19011000)	215,616	294,013	36.4	네덜란드	69,084	뉴질랜드	60,299	프랑스	43,390	12,404
과자 및 베이커리제품 (0905)	43,348	72,146	66.4	인도네시아	13,080	덴마크	12,830	대만	7,978	3,687
라 면 (19023030)	6,177	9,198	46.9	대만	3,764	홍콩	2,273	이태리	426	1,332
간 장 (21031000)	3,849	3,390	△11.9	싱가폴	958	중국	760	일본	684	222
기타 리큐르 (22089090)	4,200	2,942	△30.0	일본	841	호주	107	북한	48	1,772
채소종자 (12099100)	21,553	16,316	△24.3	일본	5,757	미국	1,954	이태리	1,289	576

※ 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(유제품)

□ 생산동향

- 2008년 분유 멜라닌 사건 이후 많은 중소기업이 유제품 업계에서 퇴출되고, 현재는 이리(伊利), 멥니우(蒙牛), 삼위엔(三元) 등 이 3대 유제품 제조기업 중심으로 재편
 - 중국 유제품 업체들은 원료생산에서 유통까지 식품 안전성 확보 및 홍보를 위해 많은 노력을 하고 있지만, 여전히 대다수 중국 소비자들은 자국산에 대한 불신이 남아 있음
 - 다만 최근 수입 유제품의 가격인상과 수입·통관 및 유통 시 제기되고 있는 품질문제는 중국 자국산 유제품에게는 기회로 작용
- 자국산 유제품 품질문제가 지속적으로 제기되고 있지만 소득증가 및 식문화의 서구화에 따라 자국 내 생산량은 지속적으로 증가추세, '12년 2,551만톤으로 최근 5년 동안 연평균 약 8.9%씩 성장.
- 최근에는 중국 유제품 대기업에서는 품질 및 안전성 제고와 자국 소비자의 신뢰를 얻기 위해 해외 유제품 기업을 인수·합병을 통한 성장전략을 꾀하고 있음

<중국 유제품(乳制品) 연도별 생산량>

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
생산량(만톤)	1,811	1,935	2,159	2,387	2,551

* 자료원 : 08~11년은 농산품가공업연감(农产品加工业年鉴), 12년은 중국 유제품 협회(中国奶业协会) / www.dac.com.cn

- 생우유는 08년 멜라닌 분유 사건 이후 생산량이 소폭 하락했으나, 그 이후 완만한 상승세를 보임
 - 젊은 층, 영유아 층을 중심으로 유통기한(3개월~1년 내외) 긴 멸균우유가 아닌 생우유에 대한 수요가 늘고 있어 향후 중국 내 생우유 생산량은 지속적으로 증가될 전망
 - 생우유는 '11년 2,061만톤으로 최근 4개년 연평균 12.5%씩 생산량 증가

<중국 생우유(液态乳) 연도별 생산량>

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년
생산량(만톤)	1,446	1,642	1,846	2,061

* 자료원 : 농산품가공업연감(农产品加工业年鉴)

- 영유아 조제분유는 전체 분말 조제분유의 약 50~52%를 차지하고 있으며, 2008년 멜라민 분유사건 이후 다음해(2009년)에 생산량이 다소 하락했지만 그 이후는 70만 톤 규모를 유지
 - '11년 전체 분말 조제분유의 생산량은 140.3만톤

<중국 영유아 조제분유 연도별 생산량>

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년
생산량(만톤)	60.0	58.2	71.6	70.6

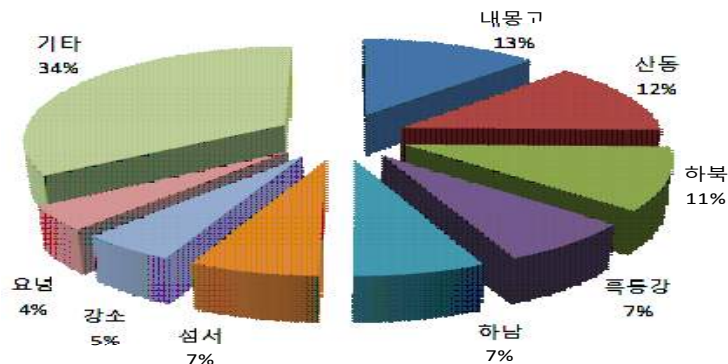
* 자료원 : 농산품가공업연감(农产品加工业年鉴)

- 유제품 주요 생산지는 산둥, 내몽고, 흑룡강, 하북, 하남 등이며, 2012년 5개 지역의 생산량은 전국 생산량의 50% 이상을 차지

<2012년 12월 기준 유제품(乳制品) 지역별 생산량 / 단위 : 만톤>

지역	생산량	지역	생산량	지역	생산량	지역	생산량
북경	57	상해	58	호북	61	운남	47
천진	44	강소	129	호남	38	티벳	1
하북	273	절강	42	광둥	57	섬서	172
산서	65	안휘	75	광서	16	감숙	24
내몽고	326	복건	23	해남	1	청해	16
요녕	106	강서	29	중경	11	녕하	57
길림	17	산둥	321	사천	77	신강	41
흑룡강	186	하남	175	귀주	6		
전체	2,551 만톤						

* 자료원 : 중국 유제품 협회(中国奶业协会 / www.dac.com.cn)



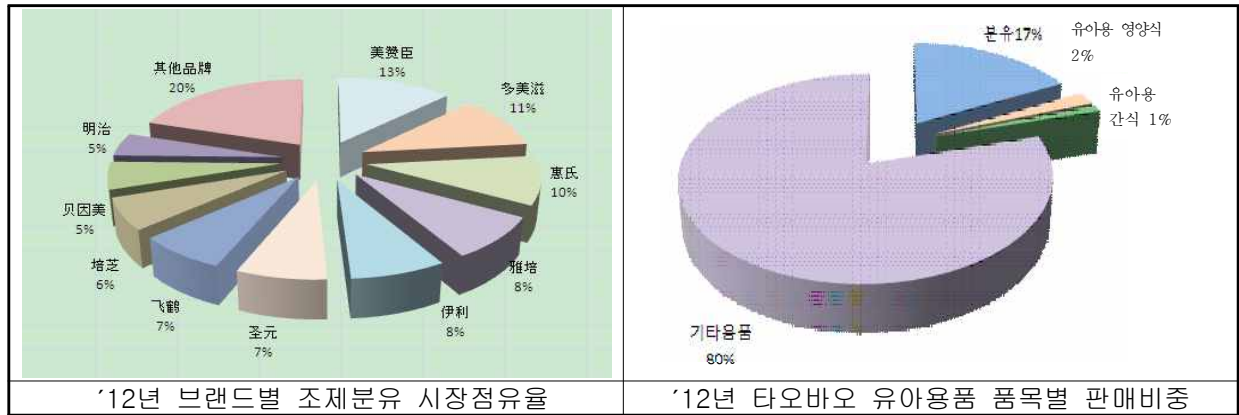
□ 소비동향

- 자국산 불신, 자녀에 대한 과감한 지출성향으로 수입산 수요증가, 또한 중국의 경우 분유시장 규모 자체가 매년 빠르게 성장하고 있음
 - 멜라닌 분유 사건 이후 자국산 유제품에 대한 소비자들의 신뢰가 낮아짐. 실제 2012년 중국 소비자 대상 자국제품에 대한 이미지 조사에서 약 47.1%가 자국 유제품을 불신한다고 응답
 - * 수입산 유제품 선호현상이 있으나 가격이 높아 중산층 이상 위주 구매
 - 중국의 6개월 ~ 3세 영유아 인구가 4천만 명, 매년 태어나는 신생아가 1,500만 명, 또한 여전히 높은 모유수유 비중, 워킹맘 증가로 분유수요 급증
- 닐슨조사에 의하면 2012년 중국의 조제분유 판매총액은 약 450억 위안에 달하며, 매년 증가폭은 약 10~20%를 기록하고 있음
- 중국 조제분유 시장은 수입제품의 시장점유율이 50% 이상이며, 특히 고급 분유제품은 수입제품이 시장의 약 90% 이상을 차지하고 있음
 - 유통되는 분유 중 최고급 분유는 0.9kg당 300위안 이상이며 중고급 분유는 200~300위안, 일반분유는 150~200위안의 가격대를 형성하며, 수입산 분유는 1선 및 연안도시에서 소비가 많은 편
 - 닐슨조사에 의하면 2012년 조제분유 판매량은 전년 대비 중고급이 20.7%, 최고급이 129.8% 상승 하였으며 판매액은 중고급이 23.3%, 최고급이 134.2% 상승 → 고품질 분유에 대한 수요증가
- 주요 브랜드로는 중국산의 경우 이리(伊利), BeingMate(贝因美), Synutra(圣元) 등이 있으며, 수입산은 Dumex, Meadjohnson, Nestle, Abbott, Wyeth 등의 인기가 높음
 - 상위 3개 브랜드의 시장점유율은 약 34% → 주요 브랜드의 시장점유율이 선진국에 비해 분산
 - 중국산도 외국 브랜드와 비슷한 네이밍을 하거나 외국에서 생산하는 등의 수단으로 판매가격을 높이려 노력하고 있지만 "가짜 외국브랜드" 인식이 높은 편임

<2012년 조제분유 자국산 및 수입산 10대 브랜드>

국내산		수입산	
순위	브랜드	순위	브랜드
1	伊利(yili)	1	美赞臣(Mead Johnson)
2	蒙牛(mengniu)	2	多美滋(Dumex)
3	贝因美(bei Yin mei)	3	雀巢(Nestlé)
4	飞鹤(Feihe)	4	惠氏(Wyeth)
5	爱美乐(aimeile)	5	雅培(Abbott)
6	圣元(shengyuan)	6	明治(Meiji)
7	雅士利(yashili)	7	安满(Anmum)
8	光明(guangming)	8	澳优(Ausnutria)
9	完达山(wandashan)	9	美素(Friso)
10	南山(nanshan)	10	培芝(Healtheries)

* 자료원 : www.qbaobei.com



* 자료원 : 중국 투자자문망(中国投资资讯网, www.xx007.com)

- 최근에는 온라인을 통한 조제분유 구입이 증가하고 있으며 매년 빠른 증가폭을 보이고 있으며, 12년은 전년 대비 95% 증가한 93.3억원을 기록
 - 2012년 중국 최대 인터넷 쇼핑몰 타오바오(淘宝)의 조제분유 판매액은 전체 유아용품 판매액의 약 17%
 - 온라인에서도 수입산 제품에 대한 선호가 지속되고 있고 최근 홍콩 등 해외의 관광객 대상 분류구매 제한 조치 이후 온라인 구매비중이 더욱 높아짐
 - 다만 온라인을 통한 무분별한 판매를 제한하기 위해 베이징의 경우 오프라인 상점이 없는 식품 소매업자는 온라인, 자판기, 우편, 전화, TV홈쇼핑 등으로 유제품 등 식품을 판매할 수 없도록 하는 새 규정을 '13년 4월 1일부터 실시 중

<중국 인터넷 조제분유 판매액>

구 분	2009년	2010년	2011년	2012년
판매액(억 원)	12.7	24.2	47.8	93.3

* 자료원 : 천하망상망 (天下网商, i.wshang.com)

- 한국산 생우유의 경우 한인마트, 고급 유통매장 등에 유통·판매되고 있으며, 높은 가격에도 불구하고 현지에서 좋은 반응을 보이고 있음

□ 수입동향

- 매년 조제분유 수입액은 빠르게 증가하고 있으며, 2012년 수입액은 전년 대비 21.7% 증가한 10.5억불을 기록하였으며, 대 중국 분유 수출(완제품) 1위 국가는 네덜란드(Friso), 2위는 싱가포르(Abbott) 등의 순이며 한국은 대 중국 수출 8위(12년 기준 1,240만불)를 기록
 - 완제품 수입 이외에도 수입 분유를 수입하여 현지에서 재포장 판매하는 업체가 많아 실제 수입액은 통계 수치보다 많은 것으로 추정
- 지난 13년 3월 1일부터 홍콩이 수출입 조례(개정안) 발표를 통해 홍콩에서 출국하는 개인이 반출 가능한 분유를 2통까지로 제한함에 따라 수입산 수요는 더욱 증가될 전망
 - 그동안 상당한 양의 분유가 홍콩에서 중국으로 유입되었던 것을 감안하면 중국내 분유 판매량 증가 예상

2009~2013년 중국 조제분유 수입동향 (HS코드 : 19011000)

단위 : 천불, %

순위	수입국	2009년	2010년		2011년		2012년		'13.1~3월	
		수입액	수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율
1	네덜란드	21,289	34,514	62.1	124,238	260.0	242,415	95.1	69,084	63.1
2	싱가포르	322,719	355,652	10.2	301,856	△15.1	221,411	△26.7	38,428	△33.7
3	뉴질랜드	153,802	145,449	△5.4	160,247	10.2	190,288	18.8	60,299	30.8
4	프랑스	14,347	33,554	133.9	96,738	188.3	136,843	41.5	43,390	58.0
5	아일랜드	24,559	9,728	△60.4	30,283	211.3	81,081	167.8	22,915	182.9
8	한 국	6,734	9,401	39.6	21,046	123.9	31,273	48.6	12,404	272.3
합계		604,596	687,706	13.8	860,977	25.2	1,048,086	21.7	294,013	36.4

자료원 : 중국해관총서 (中国海关总署, /www.customs.gov.cn)

- 중국의 생우유 주요 수입국으로는 뉴질랜드, 독일, 호주, 프랑스 등 지역이 있으며 그중 뉴질랜드로부터의 수입액이 가장 많음
- 한국산 생우유 수입은 2011년 구제역으로 크게 감소(10년 대비 96.5% 감소)하였으나 수입이 재개되면서 높은 상승세를 나타내고 있음

2009~2013년 중국 생우유 수입동향 (HS코드 : 0401)

단위 : 천불, %

순위	수입국	2009년	2010년		2011년		2012년		'13.1~3월	
		수입액	수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율
1	뉴질랜드	10,491	15,810	50.7	33,208	110.0	45,423	36.8	14,927	18.4
2	독 일	1,520	3,097	103.8	1,1342	266.2	30,226	166.5	16,736	198.8
3	호 주	1,466	6,700	357.0	9,145	36.5	17,243	88.5	5,355	137.3
4	프랑스	3,648	1,381	△62.1	4,965	259.5	14,583	193.8	9,665	212.8
5	미 국	81	48	△40.7	372	675.0	3,582	863.0	1,639	201.0
6	한 국	184	1,451	688.6	51	△96.5	156	206.4	1,378	684.5
합계		19,702	28,189	43.1	60,490	114.6	118,709	96.3	53,163	114.6

자료원 : 중국해관총서 (中国海关总署, /www.customs.gov.cn)

□ 한국산 유통 및 수입현황

- 한국산 유제품(생우유, 조제분유)의 수입은 중국 내 수요시장 확대와 함께 최근 빠르게 증가하고 있음
- 한국산 유제품은 한인마트 뿐 아니라 현지 유통매장에도 진입이 확대되고 있음
 - 조제분유는 1선 도시 외 2~3선 지역과 유아용품 전문점 등 다양한 유통채널 개척 중
 - 생우유는 짧은 유통기한으로 인해 지리적으로 인접한 한국이 경쟁력을 가진 품목으로 한인마트, 현지 고급 유통매장, 외국인 거주지 소재 수입식품 마트 등으로 유통망 증가추세
- 한국산 조제분유는 현재 롯데푸드(파스퇴르), 남양, 매일유업 제품이 입점 되어 있으며, 300위안 내외(800g 기준)로 판매되고 있으며, 생우유는 35위안(1,000ml 기준) 내외로 판매 중
 - 생우유의 경우 일본사 아사히(현지 생산)은 23위안 내외, 중국산은 15~20위안 내외로 판매 중

<한국산 조제분유 및 생우유>

				
매일유업 제품		남양유업 제품		연세우유

□ 시사점

- 유제품에 대한 자국산 불신, 생활패턴 및 식문화 변화 및 소득수준 증가에 따라 고품질 및 안전성이 확보된 제품구매 등의 영향으로 수입산 유제품에 대한 소비시장이 매년 확대 중
 - 유제품 시장성장에 따라 한국산 수출에 기회가 많은 것으로 예상됨
- 다만 중국정부에서 자국산 유제품의 불신을 해소하고 유제품의 품질 및 안전성 확보를 위해 최근 다양한 노력을 전개하고 있어, 한국산 역시 수출 시 품질 및 안전성 문제가 야기되지 않도록 주의 필요
 - 자국산과 수입산 유제품의 품질을 비교하여 발표하거나 유통기한 초과, 위해균 검출 등의 수입 유제품에 대한 검사를 강화하고 있음
 - 또한 지난 5월 1일부터 "수출입유제품검험검역관리방법"을 실시하여 수입 유제품에 대한 검사 강화
- 조제분유의 경우 한국산은 유럽, 미국 등 타 수입산에 비해 후발주자인 관계로 1선 도시보다는 2~3선 도시와 유아용품 전문점, 온라인 등 다양한 유통채널 진입이 필요함
 - 1선 도시 소비자들에게 유럽 등 이미 기존의 인지도 및 구매에서 차지하는 비중이 높고 또한 분유는 아기가 한번 먹기 시작하면 다른 브랜드로 바꾸기 쉽지 않음
 - 2~3선 중심도시와 유아용품 전문점, 온라인 쇼핑몰, SNS마케팅 등 차별화된 유통채널 발굴 필요
- 조제분유의 품질, 안전성 등은 모든 수입제품이 강조하는 부분으로 한국산만의 마케팅 전략 포인트 발굴 필요 (동양아기에 적합하다 등 한국산만의 특징을 부각)
- 생우유의 경우 유통기한이 짧은 관계로 유통기한 초과 등 품질문제에 각별히 신경을 써야하며, 판매 회전율을 높이기 고급 아파트 단지 배달 서비스 등 새로운 판매처 확보 필요

※ 자료원 : 베이징aT센터

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