

양 란

1. 국내의 양란 산업 동향

1. 생산

- 양란의 주요 품종은 심비디움, 호접란, 덴파레, 온디시움 등
 - 품종별로는 심비디움이 약 70%, 호접란 10%, 덴파레 5%, 기타난류 15% 수준
 - 심비디움은 겨울, 호접란은 봄·가을이나 생산시기 조절을 통해 연중 출하 가능
 - 주산지는 경기 고양·화성, 충남 서산·태안, 제주(서귀포, 남제주), 경남 울산·마산, 전남(나주, 담양, 강진, 해남, 순천 등) 등

□ 주 수출품종인 심비디움의 국내 재배면적은 '08년 이후 감소세

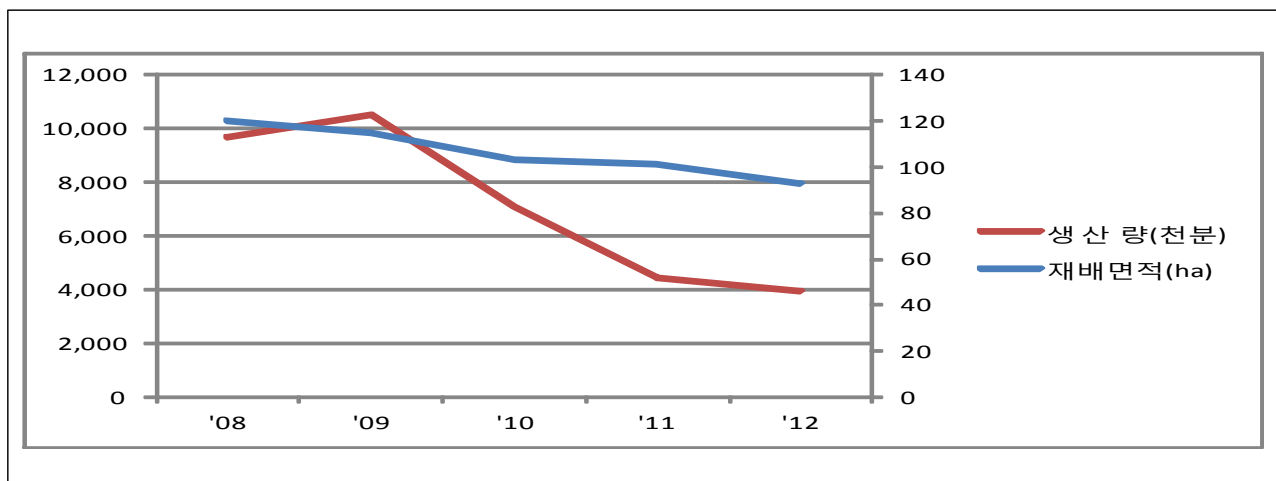
〈 국내의 양란 생산 및 가격 동향 〉

(단위 : ha, 톤, 호, 천\$)

구 분		'08	'09	'10	'11	'12
재배면적(ha)		120	115	103	101	93
생 산 량(천분)		9,684	10,537	7,094	4,463	3,967
수 출	물 량(톤)	4,334	2,540	3,019	2,043	1,471
	금액(천\$)	25,976	16,519	20,264	15,201	11,224
단가/kg	수출단가(\$)	6.0	6.5	6.7	7.44	7.63
	국내가격(원)	6,351	6,607	12,182	10,904	11,715

* 국내 재배면적·생산량은 심비디움 기준

〈 국내의 양란 재배면적 및 생산량 추이 〉



- 재배면적은 지속 감소 추세이나 생산량은 '09년도 소폭 증가
- 그러나 '10년도 이상기후, 태풍 곤파스 피해 등으로 생산량은 감소할 것으로 전망되며 심비디움은 식재 후 3년 후 영향이 나타나기 때문에 향후 이러한 기후조건 지속 시 소폭의 감소세 지속 전망

2. 수출

- '00년 이후 양란의 수출실적은 꾸준한 증가세를 유지하여 '08년 까지 25백만불 규모까지 증가하다가 감소 추세로 전환
 - 주 수출시장인 중국의 경제 성장과 더불어 춘절 선물용으로 인기가 높아 수출실적이 꾸준한 증가세를 유지하였으나
 - 운남성 곤명을 중심으로 한 한국인 현지 투자업체의 지속적인 생산기반 확충 등으로 생산량이 증가함에 따라 중국산으로 주도권이 이전되고 있는 상황
- * 수출실적 : (전체) 11,224천불 / (중국) 9,016(80.3%)
- * 중국 분화 수출실적 : ('10) 18백만불 → ('11) 13 → ('12) 9

〈 국내 양란의 국가별 수출량 및 수출금액 〉

(단위 : 톤, 천\$)

수출국	'08		'09		'10		'11		'12	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
중국	4,184	23,365	2,376	14,422	2,930	18,569	1,858	12,879	1,239	9,016
미국	67	1,984	98	1,348	13	661	43	1,046	40	750
일본	14	235	35	562	60	888	125	1,019	163	1,132
기타	69	393	30	188	15	147	17	257	29	326
전체	4,334	25,976	2,540	16,519	3,019	20,264	2,043	15,201	1,471	11,224

* 기타국('12) : 러시아, 대만, 일본, 태국, 호주 등

□ 5년간('08 ~ '12) 수출추이

- '08년 이후 양란 수출실적의 큰 비중을 차지하던 중국 춘절 소비용 심비디움이 중국산과 경쟁 심화에 따라 수출량 감소 추세이며, 일본 심비디움 절화는 적극적인 마케팅을 통해 물량·금액이 일부 증가하고 있음

□ '12년 수출동향

- ' 12년 춘절이 금년 보다 10일 가량 빠른 1.23일로 ' 11년 말 수출 물량이 급증하였고
 - 대중국 심비디움 수출실적은 춘절 선물 수요에 대비하여 춘절 2주전까지 수출이 완료됨에 따라 ' 11년 말까지 대부분 수출이 완료
- 지난 해 11월 출범한 중국 새 지도부가 부패 척결을 강조하며 난 화환 진열 자제 등을 요청해 선물용 수요가 크게 위축됨에 따라 수출물량이 42.8% 하락

* 국내가격 동향	('11.12)	10,904원/kg	→	('12.12)	11,715원/kg (7.44% ↑)
* 수출단가	('11.12)	US\$7.44/kg	→	('12.12)	US\$7.63/kg (2.55% ↑)

□ '13년 수출전망

- ' 13년도 춘절시기에 따라 작년 말보다 연 초에 수출량 대폭 증가에 따라 7월 현재까지 전년 대비 43% 증가 실적이며
 - 양란 분화 : (' 12. 7) 4,545천불 → (' 13. 7) 6,503 (43.1% ↑)
- 농가 생산비 증가, 화훼재배 농가 및 재배면적 감소 등에 따른 출하량 감소에도 불구하고 현지 소비 저변이 확대에 따라 수출량 증가 기대
 - 심비디움 수출업체에 대한 신규 선도조직 선정 및 양란수출협의회 공동마케팅사업을 통해 해외 마케팅 강화

II. 중국 내 양란 생산현황 및 소비·유통 현황

□ 소비동향

- 심비디움 소비는 춘절(음력설) 전 30일 간 집중되기 때문에 한국산의 생산 및 수출도 이 시기에 맞춰 개화시기 조절 및 선적이 이뤄짐
 - 최근 중국산 심비디움의 출하물량의 증가 및 지역별 기후 차로 인한 조기개화 등으로 연중 출하가 가능해지면서 시즌(춘절 전 1개월) 외에 9월부터 익년 2월까지 판매시기가 확대되고 있음

- 또한, 기존 수요가 종래의 관공서 및 기업 선물용으로부터 최근에 와서 일반 소비자로 확대되고 있으며 이에 따라 중저가품의 판매량도 증가 추세

〈 심비디움의 춘절 소비동향 〉

구 분	소 비 동 향
춘절 30일 전	연말연시로서 수요는 있지만 소량
춘절 20일 전	도소매상의 집중 매입 시기로 수요가 집중되며, 이 때 거래되는 꽃의 개화율은 20~30%정도가 가장 좋으나 개화 직전도 무방
춘절 10일 전	최종 소비자들이 소매상에 집중되는 시기

□ 유통현황

- 중국산과 한국산이 경쟁구도 양상을 보이는 것이 특징이며, 일본산의 경우 극소량 유통에 그침
 - 종묘 선택은 일본, 재배기술은 한국, 판매시장은 중국이라는 인식
- 전체 유통량의 50%를 차지하는 광둥성의 경우 중국산 50%, 한국산 50% 정도 유통
 - 기후가 심비디움 재배에 적합한 운남성 곤명이 전체 생산량의 90%를 점유하고, 기타 지역은 곤명에서 개화주를 구입해 각자 농장에서 9개월 정도 재배한 후 판매하는 형태

Ⅲ. 대중국 수출 장애요인

1. 생산

- 양란 농가의 생산비 증가로 화훼재배 농가 수와 재배면적 감소에 따른 수출물량 감소
 - 중국산의 품질 개선과 가격 경쟁력 약화로 현지시장 점유율 하락

2. 유통

- 중국 전체 유통량의 50% 이상을 광둥성이 차지하고 있어 북부지역 대도시 화훼도매상이나 소매상과 직접 거래하는 수출경로 개척 미흡
 - 고급화훼 주소비지인 북경, 상해, 청도 등 대도시 백화점 또는 대형 매장 공략을 위한 안정적 판매망 구축 필요

3. 통관 · 검역

- 수입 허가제 운영에 따라 최소 3개월 전부터 사전 준비가 필요하고 수출 가능업체가 제한적이며, 검역 관련문제도 발생
 - 심비디움은 국제적으로 희귀식물로 분류되고 있으므로 수출을 위해 반드시 CITES 확보 필요
 - CITES 대상물품은 수출입허가절차에 따라 수입국으로부터 발급받은 CITES 수입허가서가 있어야 수출허가서가 발급됨
 - * 바크(Bark) 검사 : 중국으로의 수출용 심비디움 바크(나무껍질을 잘게 갈아 뿌리내부의 통기성을 좋게하기 위해 쓰이는 것) 2Kg을 샘플로 채취하여 중국검험검역과학연구원 동식물검험검역연구소로 보내어 중국 내 재배 적합여부 및 병해충 여부 등의 검사를 받아야 하며, 검사결과 적합판정이 되면 성급 검역국이 바크검역증(검역허가증) 발급
 - * CITES(멸종위기에 처한 야생동식물종의 국제거래에 관한 협약) : 한국에서 CITES 원본을 중국 수입업체에 전달하면 수입업체는 그 원본을 근거로 중국에서 CITES 수입허가서 신청업무에 착수
- 광저우로 수출물량이 가장 많으나 검역 관련문제도 다수 발생하며, 수입불가 판정시 홍콩으로 수입 후 광저우로 운송함에 따라 물류비 과다 발생

IV. 중국 수출확대 방안

1. 수출 확대 추진전략

- 한국산 심비디움의 명품이미지 제고를 통한 중국산과의 차별화 강화
 - 양란 수출협의회와 선도조직 중심으로 수출가이드라인 준수 및 제품 고급화 지속 노력
 - 한국산이 중저가 중국산 대비 고품질의 프리미엄 심비디움이라는 이미지 구축으로 판매 단가 및 농가 수취가격 제고
- 남·북방 대도시 및 연안 등 기존 시장 확대를 위한 2선 시장 공략
 - 신흥개발도시 팡창으로 인해 소비력이 확대되어 신시장으로 부각되고 있어 내륙지방 타깃시장 선별 공략

2. 수출확대 방안

□ 한국산 심비디움의 중국산과 차별화 방안 추진

- 수출협의회 회원사의 자율수출가이드 라인에 대한 철저 준수 및 위반 사례에 대한 효과적 제재 수단 강구
- 선도조직 중심으로 프리미엄급 품위기준 마련 및 수출 확대
- 수출협의회를 통해 개선된 수출 포장지 · 항공수출용 포장박스 활용 활성화 및 수출용 재배화분 · 브랜드 개발

□ 소비시장 확대 및 차별화를 위한 홍보 마케팅 강화

- 주요 수입바이어 연계 인쇄매체 광고, 전시 · 홍보행사, 프레스 컨퍼런스 등 화훼류 수입 유통업자 대상으로 한 정기 홍보행사 개최
- 선물용 수요 확대를 위해 현지 공관과 연계하여 현지 오피니언 리더에게 한국산 양란 선물을 통한 구전 마케팅 추진
- 현지 각종 축제 주관사와 연계하여 주요 축제 시 한국산 화훼 공급 및 행사장 장식 등 홍보방안 필요