



2008.08.08.

홍콩 식품 시장동향

목차

1. 홍콩 식품 시장개요
2. 홍콩 식품 시장동향

내용문의

한국보건산업진흥원 수출통상팀

(02-2194-7453, hahj100@khidi.or.kr)

□ 홍콩의 식품 시장개요

- 홍콩의 식품시장 규모는 총수입 규모는 2006년 가공식품 기준 75억불에 달하며, 총수출 21억불 중 재수출이 19억불로 약 90%에 이르며 이중 상당물량이 중국으로 수출됨
- 2003년 CEPA(홍콩-중국간 긴밀한 무역 협정) 협정 후 중국시장 식품수출은 증가 추세임.
 - CEPA에 의해 홍콩에서 제조된 식품/음료는 중국시장 진출시 100% 무관세의 혜택을 누림.
- 대중국 주요 식품관련 수출품목 중 최대 규모는 월병이며, 다음으로 제비집, 혼합 식용유, 가공오리고리 등을 꼽을 수 있음.
- 가공식품산업은 주로 수출입 무역으로 이루어지며, 주요 무역회사는 Dah Chong Hong, Four Seas, Asia Pacific (HK) Ltd, EDO Trading Co, Kwan Hong Yuen Trading Co Ltd, Yu Kee Trading Co Ltd, Sun Shun Fuk 등임.

홍콩식품관련 업체 및 고용 현황

구분	제조업	수출입 무역업
업체수(개)	772(2006.6)	4,261(2005.12)
고용인구 수(명)	23,949(2006.6)	20,284(2005.12)

자료원: 홍콩무역발전국(HKTDC)

- 가공식음료 수출량의 대부분은 중국 미국으로 재수출이 차지하며, 홍콩의 무역회사들은 해외에 사무실을 배치하여 판매를 촉진하고 있음. 홍콩기업은 중국소비자에게 서양식품을 공급하는 역할을 하고 있음.
- 해외에 진입한 홍콩기업
 - Garden(비스킷, 케익, 사탕)
 - Doll(즉석면)
 - Vitasoy(음료수)
 - Amoy(조리소스)

- Lam Soon(식용유)
- Lee Kum Kee(조리소스)
- Vitasoy의 경우 세계 30여개 지역에 판매망을 펼치고 있음.(미국, 캐나다, 중국, 유럽, 파푸아 뉴기니, 호주, 뉴질랜드, 동남아시아, 트리니다드 섬, 베네수엘라, 이스라엘 등)
- 또한 홍콩식품산업은 홍콩 내 해외투자를 유치하고 있음.
 - 예로 홍콩 즉석면류계의 선두업체인 일본 Nissin사는 홍콩 Tai Po 산업지구에 공장을 두고 있으며, 2006년 일본 Ajinomoto사는 홍콩의 냉동 덩섬 및 소스가공업체인 Amoy를 인수함.

□ 홍콩의 식품 시장동향

○ 수요동향

- 홍콩식품산업은 내수시장의 90% 이상을 수입에 의존하고 있으며, 이중 상당 부분이 중국에서 수입됨. 최근 수년간 중국산 식품 사고가 빈발하고 환경오염에 대한 경각심이 높아지면서, 안전하고 건강한 먹거리에 대한 홍콩인들의 관심은 점증되고 있음.
- 안전한 식품에 대한 소비자의 욕구가 증가하면서 유전자조작(GM) 성분이 없는 식품이 각광을 받고 있음. 식품에 유전자조작성분을 첨가하지 않는 것으로 자사식품의 안전에 대한 인식을 높이고 있는 세계적 유아식품 전문회사인 Gerber나 Heinz사는 홍콩에서도 건강한 식품의 이미지를 가지고 있음.
- 건강에 대한 관심고조는 홍콩 식품전시회 개최 양상 및 내 건강식품 매장수 증가추세 등을 통해 확인할 수 있음.
- 최근 5년간 유기농상품 도매업체는 20개에서 80개로 4배 증가 하였으며, 홍콩 유기농 센터(Hong Kong Organic Resource Center)에 의하면 홍콩 내 ▲식품 안전의식과 ▲웰빙트렌드는 유기농 식품산업을 장기적으로 더욱 발전시킬 것으로 전망됨.
- 홍콩 유명 대형쇼핑몰 내에 위치한 한 슈퍼마켓의 경우 유기농 상품 품목을 200개에서 2000개로 확대하였음.

- 현지 언론은 향후 시장성이 높은 상품으로 유기농 곡물 시리얼을 꼽음. 실제로 유기농 곡물 시리얼은 각 유통체인에서 주력상품으로 자리 잡고 있음.
- 홍콩 전시회의 대다수를 주관하는 홍콩무역발전국(HKTDC)은 “Food Expo”(개최연혁 2007년 18회째), “Modernization of Chinese Medicine and Health Products”(개최연혁 2007년 6회째), “HK International Medical & Health Care Fair”(개최연혁 2007년 2회째)를 동일 전시장 내에서 동시에 개최하여, 식품, 중약, 의약품 산업의 효율적 연계를 도모하고 있음. 8월 전시회 참가국, 참가 업체, 바이어 수는 작년보다 더욱 증가하였음.
- 올해로 2회를 맞은 의약품전시회(HK International Medical & Health Care Fair)는 2006년 제1회 개최부터 식품전 및 중약전과 동시 개최되었으며, 2007년 역시 동시 개최함. TDC전시회 관계자에 의하면 이들 3종의 전시회는 향후 지속적으로 동시개최 될 예정으로, 이는 ▲미각추구, 영양공급, 건강식의 개념을 동시에 추구하는 식품산업 추세 ▲전문성을 바탕으로 한 식품시장 성장세를 보여줌.
- 중국 및 홍콩인들이 애호하는 식품 중 차(茶)는 특히 약초 등의 한방재료와 관련이 많아 현지 차업체와 우리나라 한약업체의 크로스오버가 기대됨. 2007년 전시회에 처음으로 직접참가한 우리나라 한약업체 5개의 경우 다수의 현지 및 외국 바이어들과 상담을 진행하는 등 현지 업체들로부터 긍정적 반응을 일으킴.
- 2007년 전시회에는 우리나라의 과일 액기스(배, 복분자 등), 식초음료, 인삼, 한약, 약품 및 음료에 첨가 가능한 기능성 자양강장물질 등 식품, 중약, 의약품에 걸쳐 다양한 상품이 진출함.
- 각종 신상품에 노출되어 있는 홍콩소비자들은 새로운 음식에 대한 시도정신이 높으며, 한국식품에 대한 긍정적 견해를 가지고 있어, 기존의 상품에 경쟁할 수 있는 가격대를 구비한다면 우수한 한국 건강식품의 진출은 긍정적으로 전망됨.

○ 생산동향

- 해산물 농산물 등 식재료의 90%이상을 해외에서 수입하며 국내 재배나 가공률은 매우 낮음.
- 그러나 일부 해산물과 가공식품은 홍콩 내에서 제조되고 있으며 확고한 소비자층을 보유하고 있음.
- 식음료 산업은 CEPA에 의한 혜택이 높은 산업으로(홍콩에서 제조된 식품/음료는 중국시장 진출시 100% 무관세 혜택 누림), 이를 위해 홍콩 내에 가공공장을 설립하는 기업이 증가하고 있음.
- 홍콩 내 주요 제조 식품
 - 면류, 마카로니, 스파게티, 비스킷, 패스트리, 케익 등(주요상품)
 - 해산물 저장 및 가공식품(생선, 새우, 갑각류)
 - 유제품(생우유, 요거트, 빙과류)
 - 양념, 탄산음료
 - 두유, 굴소스
- 홍콩 내 생산품은 주로 내수시장에 위해 소비되나 두유, 굴소스 등에 대한 서양인들의 수요가 증가함에 따라 해당품목의 수출이 증가하고 있으며, Lee Kum Kee, VitaSoy 등의 홍콩제조사는 이미 해외에서 입지를 굳혀가고 있음.
- 홍콩 가공식품 및 음료의 최대수출국은 중국으로, 홍콩의 대표적 식품가공업체 Garden, Hop Hing, Lam Soon등은 모두 중국시장을 타겟으로 하고 있음.
 - 예로 Garden사는 중국의 Hua Jia(Don Guan 소재), Gong Yang(Yang Zhou 소재) 등의 업체와 합자회사를 설립함.
- 홍콩에서 가공된 식품은 중국식품보다 안전성면에서 월등한 경쟁력을 가짐. 비록 포장면에서는 서양식품에 뒤지나 홍콩제조식품은 우수한 영양, 가격, 맛 등의 조건으로 중국 소비자들의 선호를 받고 있음.
- 중국의 생활패턴의 변화, 수입증가, 슈퍼마켓의 확대로 인하여 간편한 포장식품이 인기를 얻고 있음. 이외 고령자, 독신자, 근로여성 인구증가도 원인이 됨.
- 홍콩의 식품제조사는 세계 주요도시에 생산지를 두고 있음.
 - Lee Kum Kee는 중국, 미국, 영국에 VitaSoy는 중국(Shen Zhen, Shanghai), 미국, 호주에 각각 공장 및 지역사무소를 두고 있음.

○ 유통구조

- 홍콩의 주요 식품은 대형유통체인을 중심으로 유통되고 있으며 대표적으로 WELLCOME MART, PARK N SHOP, CITY SUPER, JUSCO 등이 있음. 가장 많은 체인점을 보유하는 WELLCOME MART와 PARK N SHOP은 저렴한 가격의 경제적인 상품위주이며, CITY SUPER, JUSCO 등은 비교적 고가, 고급의 수입식품 위주임.

현지 유통 채널들의 구매관행

유통채널명	WELLCOME MART
구매조건	상품정보발송 - 구매부서에서 상품 이점, 시장성, 브랜드가치, 판매이윤 평가 - 입점 결정
본사 소재지 (홍콩)	Address : 9 Chun Kwong Street , Tseung Kwan O Industrial Estate Junk Bay, Kowloon, Hong Kong Tel : (852) 22993838 Fax : (852) 26239622 Website: www.dairyfarmgroup.com
본사 구매 담당자	Contact:Miss Wing Lau, Group Category Manager Tel : (852) 2299 3838(Ext.3919) Fax : (852) 26239622 E-mail : wilau@dairy-farm.com.hk
1. 국내 / 2. 해외 접포수(개)	1. 홍콩 240 2. 대만 183

유통채널명	PARK n SHOP
구매조건	제품안내발송 - 목표시장의 규모, 이윤, 광고, 물량에 따라 입점여부 결정 - 상품 첫진열시 등록비용 필요 (각 점포당 500-1,000홍콩달러, 한화 58,500-117,000원, 1HKD=117Won)
본사 소재지 (홍콩)	Address : 10/F Watson House 1-5 Wo Liu Hang Road, Fotan, Sha Tin, New Territories, Hong Kong Tel : (852) 2606 8833 Fax : (852) 2602 2914 E-mail : csg@parknshop.com Website: www.parknshop.com
본사 구매 담당자	Contact: Candice Cheung Tel : (852) 26068867 Fax : (852) 2690 2836 E-mail : candiceche@asw.com.hk
1. 국내 / 2. 해외 점포수(개)	1. 홍콩 50 2. 중국180

유통채널명	JUSCO
구매조건	제품소개발송 - 바이어단 고려 - 입점여부 결정
본사 소재지 (1.일본 2.홍콩)	<p>1. Head Office Address: 1-5-1 Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba 261-8515, Japan Tel: 81-(43)-212-6042 Fax: 81-(43)-212-6849</p> <p>2. HK office Address: 3rd Floor, Stanhope House, 738 King's Road Quarry Bay, Hong Kong Tel : (852)2565 3600 Fax : (852)2563 8654 Email : pr@jusco.com.hk Website : http://www.jusco.com.hk</p>
본사 구매 담당자	<p>Contact: Daniel Poon Tel : (852)2565 3600 Fax : (852)2563 8654 Email : danielpoon@jusco.com.hk</p>
1.국내/2.해외 점포수(개)	<p>1. 홍콩 9 2. 대만 1, 태국 1, 중국 13, 말레이시아 18, 일본 295</p>

유통채널명	CITY SUPER
구매조건	1. 위탁매매 / 2. 슈퍼마켓에서 직접수입 1과 2 두가지 방법이 있음. 그러나 이는 전적으로 상품특성에 따라 결정되며, 각 납품사는 프로모터를 직접 고용하여야 함.
본사 소재지 (1.일본 2.홍콩)	1. Head Office(일본) Address : 153-0062東京都黒 區三田1-11-29 T-2000 2F Tel : (03)-5768-2380 Fax : (03)-5768-2382 2. HK Office Address : 8/F Wharf T&T Centre 7 Canton Road Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong Tel : (852) 2956 2668 Fax : (852) 2956 0336 Website : www.citysuper.com.hk
본사 구매 담당자	Contact : Alvin Chan Tel : (852) 23063825 Fax : (852) 29560336 E-mail : Alvin.chant@citysuper.com.hk
1.국내/2.해외 점포수(개)	1. 홍콩 4 2. 대만 1, 일본 1

- 홍콩무역발전국에 의하면 고소득층의 젊은 소비자를 중심으로 온라인 구매가 증가세를 보이고 있으며 이는 홍콩인의 바쁜 생활패턴에 기인함. 대형 유통매장은 이미 홈페이지를 통한 마케팅이 정착되어 있음.

○ 경쟁품목

- 최근 ‘건강’이 식품계의 주요코드가 되면서 대형유통매장의 전속공급브랜드 및 매장 자체브랜드들은 건강식품 위주로 시장을 확보해가고 있음. (저지방우유, 아침식사용 씨리얼, 두유, 올리브 오일 등)
- 이들은 홍콩소비자가 추구하는 ▲편리성 ▲영양 ▲가격 의 세가지 조건을 내세워 경쟁을 벌이고 있음.

- 경제적 소비자를 겨냥하는 대형 유통업체 PARK N SHOP, WELLCOME MART에 다양한 제품을 공급하는 브랜드 “First Choice”, “No Frills”는 건강제품인 저지방우유, 오트밀, 두유, 올리브오일버터 시장을 장악하고 있음.
- 외국 브랜드인 Quaker’s의 오트밀제품은 저렴한 가격과 부드러운 맛으로 PARK N SHOP, WELLCOME MART등에서도 입지를 굳혔으며 “First Choice”, “No Frills”의 오트밀과 경쟁하고 있음.
- 건강식 전문매장
 - 건강에 필요한 ‘기능’을 중심으로 상품을 판매하고 있으며, 알레르기 체질을 고려하여 일정 성분에 대해서는 첨가유무를 기록함. (밀가루 및 글루텐, 효모 등의 알레르기 유발가능 성분)
 - 주요 강조 기능 : 저염, 저당, 중성지방 무함유
 - 주요 브랜드는 미국, 홍콩임.
- 건강식품 경쟁구도
 - 미국산이 주류를 이루고 있으나, 퀵 오트밀(대체로 가미,가향이 적고 물만 부어 간단하게 먹음)의 경우 각 매장 자체브랜드로 입지를 확보하는 형태임. 예로 City Super의 경우 자체브랜드로 십여종의 오트밀을 판매하고 있음.
 - 청과물은 호주, 미국, 멕시코 등지의 상품이 주를 이룸.
 - 올리브 오일은 십 여종의 제품이 판매되고 있을 만큼 인기이며, 이탈리아산이 가장 많고, 스페인, 프랑스, 호주, 캐나다, 미국, 영국 등지의 제품이 있음.
 - 브랜드나 이미지를 내세운 고급화 차별 전략보다는, 성분표시가 분명하고 적절한 가격의 실용적인 상품이 주를 이룸.
 - 초기 단계인 홍콩 유기농 및 건강식품시장은 다수의 회사가 동일 상품 시장을 공략하는 경쟁상황은 아니나, 오트밀 및 올리브 오일은 이미 다수의 회사가 진출한 상태임.
- 저/탈지방 우유로는 First Choice 외에 홍콩 유명 유제품회사인 Kowloon Dairy사가 큰 비중을 차지하고 있으며, Pauls사의 Skim Milk, Trappist Dairy사가 진출해있음.

- �트밀은 매우 인기 있는 식품으로 특히 가미, 가향이 적은 Quick Oatmeal이 인기임. First Choice, No Frills의 오토밀이 많이 팔리고 있으며, 따뜻한 물을 부어먹는 Quakers'사의 연한 코코아맛 오토밀차도 큰 비중을 차지함.
- 두유시장의 대부분은 Vitasoy사 제품이 차지하고 있으며, First Choice와 WeiTa 사의 비중 역시 높고, 이외에 Nutri Soy, PakFook사가 있음.
- First Choice는 해바라기/카놀라/올리브유로 만든 無콜레스테롤 버터를 저렴하게 공급하고 있음.
- 건강식품 마케팅 경쟁
 - 특정성분에 대한 유무여부 표기를 하여 성분에 대한 신뢰구축
(예: 빵제품에 효모 알레르기 체질을 위하여 효모의 유무여부를 기재하고, 빵반죽의 경우 無글루텐 상품표시를 하여 효모와 알레르기 섭취를 원하지 않는 소비자가 안심하고 구매하게 함.)
 - 국가별 혹은 지역별 특산물이나 해당지역의 유명제품으로 전문성을 구축
(예: 전세계 천연 및 유기농식품 산업의 40% 이상을 차지하는 미국의 경우 곡물가공제품 역시 잘 발달하여, Health Valley사의 경우 유기농 곡물빵튀기를 다양한 양념으로 가미하여 ThreeSixty와 CitySuper에서 유기농 간식으로 판매하고 있음. 그 외 PLUM-M-GOOD(캐나다), KALLO, SUNRISE(호주)의 쌀, 쌀+옥수수, 잡곡 빵튀기가 진출해 있음)
 - 매장내 진열 차별화
(예: City Super에서는 Health Valley와 Whole Earth의 (유기농)오토밀이 별도표기된 유기농 선반에 진열되어 판매되고 있음)

○ 주요 국가별 수출입통계

- 가공식품 수출입 현황
 - 홍콩은 식재료의 95%이상을 수입하며 내수시장 소비율이 높음.
 - 전체 수출 중 자체수출은 비중이 적으며, 재수출이 대부분임.
 - 재수출의 50%는 중국으로의 수출임.

홍콩의 가공식품 수출입 현황(2004-2007.7)

(단위: 천 US\$, %)

구 분	2004년		2005년		2006년		2007년(1-7)	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
총수출	1,744,000	-14.1	1,751,000	0.4	2,128,000	21.5	1,519,000	33.2
자체수출	199,000	0.2	208,000	4.8	220,000	5.6	127,000	5.1
재수출	1,545,000	-15.7	1,543,000	-0.2	1,908,000	23.7	1,392,000	36.6
수입	6,714,000	4.2	6,990,000	4.1	7,519,000	7.6	4,974,000	17.9
무역흑자	-4,970,000	-	-5,239,000	-	-5,391,000	-	-3,455	-

자료원 : 홍콩무역 발전국

- 주요 수입 품목

- 홍콩 식단의 특성상 닭, 오리 등 가금류 소비량이 높으며 가금류제품 수입은 2007년 1-7월 기간 중 33.6%의 높은 증가율을 보임.

홍콩의 주요 수입 가공식품 (2004-2007.7)

(단위: 천 US\$, %)

구 분 (SITC)	2004년		2005년		2006년		2007년(1-7)	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	6,714,000	4.2	6,990,000	4.1	7,519,000	7.6	4,974,000	17.9
01235	438,000	-2.1	461,000	5.2	522,000	13.2	394,000	33.6
03639	376,000	15	409,000	8.9	448,000	9.5	319,000	33.9
11101	338,000	9	340,000	0.6	261,000	-23.1	177,000	0.8
01254	157,000	0.6	152,000	-3.3	200,000	31.7	177,000	70.4
01222	282,000	27.2	261,000	-7.6	259,000	-0.6	175,000	14.5
03513	351,000	8.8	329,000	-6.3	282,000	-14.4	175,000	6.1
01252	125,000	-10.5	140,000	11.6	182,000	30.1	158,000	60.9
03620	198,000	0.5	168,000	-15.2	227,000	35.1	152,000	19.8
09892	173,000	14.7	204,000	18	205,000	0.5	136,000	12.2
09899	207,000	11.6	189,000	-8.6	198,000	4.9	122,000	5.4

자료원 : 홍콩무역 발전국

주: SITC Code 설명

01235	가금류 자른것/ 내장/ 냉동	03513	생선/건조(훈제제외)
03639	연체동물, 해양무척추동물	01252	소내장/냉동
11101	물(무가미, 무가향)	03620	갑각류/비냉동
01254	돼지내장/냉동	09892	식용동물가공식품
01222	돼지고기/냉동	09899	기타 요리상품

- 홍콩의 (재)수출 현황

- 돼지 내장의 수출은 2005년 이후 대폭 증가세를 보이고 있으며 이는 대중 수출 증가에 기인함.

홍콩의 주요 (재)수출 가공식품 (2004-2007.7)

(단위: 천 US\$, %)

구분 (SITC)	2004년		2005년		2006년		2007년(1-7)	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
합계	1,545,000	-15.7	1,543,000	-0.2	1,908,000	23.7	1,392,000	36.6
01235	116,000	-71.3	163,000	40.9	269,000	64.6	237,000	65.6
01254	139,000	-7	40,000	-71.1	85,000	112.8	113,000	320.6
11242	115,000	7.3	127,000	10.4	172,000	35.2	108,000	9.1
01252	64,000	-42.1	38,000	-39.9	84,000	119.2	71,000	59.2
11249	48,000	18	68,000	41.3	94,000	38.4	54,000	4.5
06229	85,000	16.8	83,000	-2	87,000	4.9	49,000	5.7
05778	18,000	4.9	38,000	108.3	67,000	76.2	48,000	79.5
03513	113,000	4.3	99,000	-12.5	85,000	-13.8	46,000	-5.5
11241	40,000	22	44,000	10.5	46,000	6.1	38,000	53.9
03529	63,000	14.2	71,000	11.7	60,000	-14.8	35,000	-6.3

자료원 : 홍콩무역 발전국

주 : SITC Code 설명

01235	가금류 자른것/ 내장/ 냉동	06229	사탕 과자류(코코아 무함유)
01254	돼지내장/냉동	05778	피스타치오(신선,건조)
11242	포도 와인 증류가공 탄산음료	03513	생선/건조(훈제제외)
01252	소내장/냉동	11241	위스키
11249	탄산음료, 증류알콜음료	03529	기타 생선/염장(비건조, 비훈제)

- 홍콩의 수입현황

- 홍콩의 주요 수입국은 중국, 브라질, 미국, 일본, 호주 등이며 대브라질 수입량은 대미국 수입량을 앞서고 있음.
- 대한민국 수입은 감소세이며, 2007.1-7 기간 중 전년도 대비 -5.2% 감소함.

홍콩의 주요 가공식품 주요수입국(2004-2007.7)

(단위: 천 US\$)

구 분 (SITC)	2004년		2005년		2006년		2007년(1-7)	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	6,714,000	4.2	6,990,000	4.1	7,519,000	7.6	4,974,000	17.9
중국(1)	1,791,000	6.7	1,852,000	3.4	1,901,000	2.6	1,179,000	8.2
브라질(3)	430,000	20.5	473,000	10.2	641,000	35.4	517,000	44.4
미국(2)	708,000	-22.3	663,000	-6.3	699,000	5.4	425,000	7
일본(4)	275,000	8.2	452,000	15.7	500,000	10.7	345,000	31.5
호주(5)	210,000	9.2	396,000	-3.2	435,000	9.9	290,000	15.3
인도네시아(6)	178,000	12.9	297,000	8.1	292,000	-1.5	201,000	17.2
태국(7)	210,000	-11.1	215,000	2.1	222,000	3.6	159,000	22
프랑스(9)	178,000	12.4	177,000	-0.4	196,000	11	158,000	49.2
네덜란드(9)	167,000	3.9	193,000	15.7	213,000	10.5	143,000	14.2
뉴질랜드(10)	157,000	12.6	151,000	-3.9	174,000	15.7	117,000	17.7
...
20위 한국(16)	105,000	6.6	108,000	3.2	121,000	12.4	66,000	-5.2

자료원 : 홍콩무역 발전국

주: 국가괄호안은 전년순위

- 홍콩의 주요 수출국

- 홍콩의 주요 식품수출국은 중국으로 전체의 절반가량을 차지함.
- 2007.1-7 기간중 대 베트남 수입은 42% 높은 증가율을 보임.

홍콩의 주요 가공식품 주요(재)수출국(2004-2007.7)

(단위: 천 US\$)

구 분 (SITC)	2004년		2005년		2006년		2007년(1-7)	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	1,545,000	-15.7	1,543,000	-0.2	1,908,000	23.7	1,392,000	36.6
중국(1)	859,000	-32	623,000	-27.4	761,000	22.2	642,000	42.2
베트남(4)	81,000	97.7	141,000	73.5	233,000	65.4	231,000	115.5
마카오(3)	205,000	27.7	234,000	13.9	256,000	9.3	172,000	21.3
대만(2)	35,000	6.7	171,000	387.9	293,000	71.5	138,000	11.3
미국(5)	131,000	-6.5	146,000	11.4	114,000	-22.1	57,000	-3.3
캐나다(6)	38,000	3.6	41,000	8.5	43,000	3.8	21,000	-0.6
싱가포르(7)	23,000	5.3	27,000	20	28,000	1	20,000	44
일본(8)	26,000	-2	27,000	4.7	30,000	11.9	16,000	-6.5
네덜란드(12)	9,000	1.1	10,000	17.4	12,000	16.4	11,000	53.6
한국(13)	7,000	5.5	9,000	23.1	11,000	21.4	8,000	21.6

자료원 : 홍콩무역 발전국

주 : 국가괄호안은 전년순위