

IV

와워류 시장동향



가. 시장개황

- 크고 전통적인 화훼류 선호 : 세련된 꽃을 선호하는 일본 소비자와는 달리 극동러시아 소비자들은 꽃이 크고 고유의 색이 강한 전통적인 형태의 꽃을 선호하고 있어 한국산이 경쟁력을 갖춘 스프레이 제품의 소비 증진을 위해서는 제품에 대한 적극적인 홍보 작업이 필요함
- 여성의 날에 소비 급증 : 여성의 날(3월 8일), 발렌타인데이(2월 14일) 등의 기념일을 전후로 1년 화훼류 소비의 10%의 이루어질 정도로 소비가 집중되는 경향을 보임
- 유럽, 남미산 화훼류가 시장 선점 : 현지에서 주로 팔리고 있는 꽃은 장미, 국화 등인데 대부분이 네덜란드, 에콰도르, 콜롬비아, 이스라엘 등지에서 수입되고 있으며, 최근 지리적으로 가까운 저가의 중국산 제품의 수입이 증가하고 있음. 근래에 한국산 장미, 국화, 양란 등이 수출되고 있으나 아직까지는 그 비중이 작음
- 난류에 대한 낮은 인지도 : 극동러시아 소비자 150명을 대상으로 설문조사한 결과 응답자의 45%만이 구입한 경험이 있다고 밝혀 아직까지 난류에 대한 구입경험은 낮은 것으로 조사되고 있으며 한국산 제품에 대한 구매경험 역시 낮은 수치로 조사됨

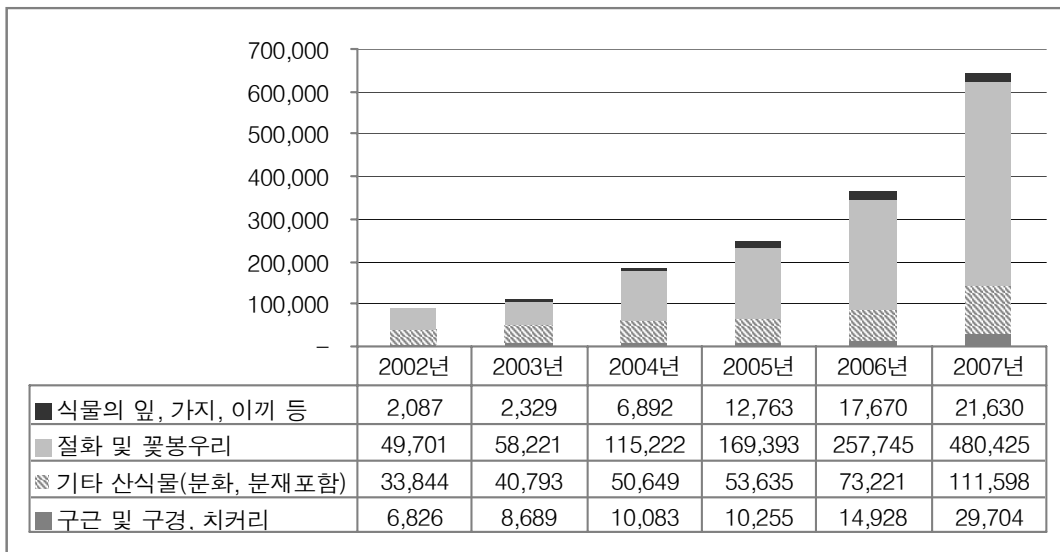


【극동러시아 현지에서 생산된 화훼류】

나. 수입동향

■ 전체 화훼류 수입동향

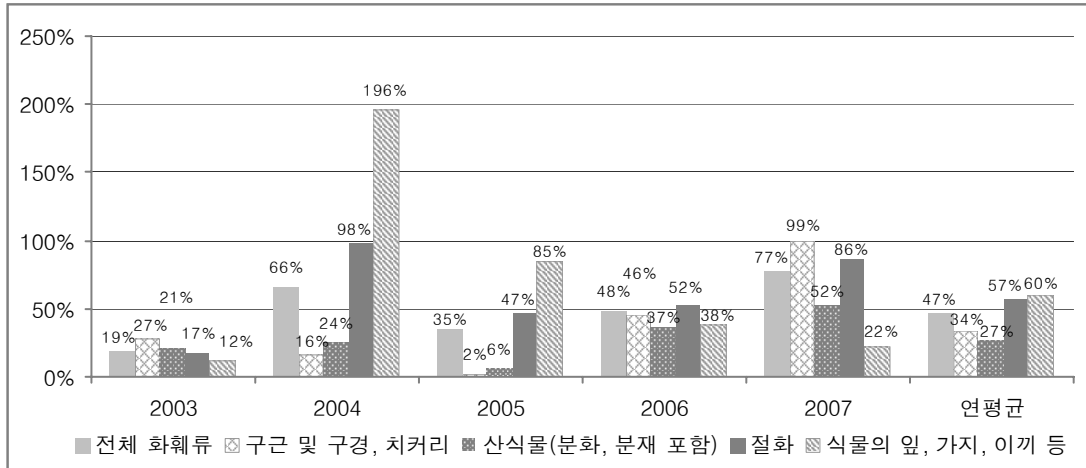
(단위 : 천불)



자료 : Global Trade Atlas

주) HS코드 : 06, Live Trees And Other Plants; Bulbs, Roots And The Like; Cut Flowers And Ornamental Foliage

- 2007년 기준 러시아 전체 화훼류 수입액은 643,357천불로 이 중 5%인 32,168천불이 극동러시아로 수입 유통되었을 것으로 추정됨, 부류별로는 절화가 전체 화훼류 수입액의 74.7%인 480,425천불이 수입되었으며 그 뒤로는 분화류(111,598천불, 17.4%), 구근(29,704천불, 4.6%), 잎, 가지(21,630천불, 3.4%) 순임
- 2002년부터 2007년까지의 수입 증가율을 살펴보면 전체 화훼류는 47%이며, 부류별로 보면 식물의 잎, 가지 등 부재료가 60%로 가장 빠른 수입증가율을 보였으며, 비중이 큰 절화류와 산식물의 경우 각각 57%와 27%의 증가율을 보임



【연도별 수입 증가율】

■ 절화류 수입동향

(단위 : 천불, %)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	증감율
전 체	49,701	58,221	115,222	169,393	257,745	480,425	57.4%
네덜란드	27,406	31,141	44,920	44,865	73,995	200,587	48.9%
에콰도르	8,664	12,441	27,567	40,493	79,988	165,656	80.4%
콜롬비아	4,323	6,341	16,002	33,065	49,133	68,238	73.6%
이스라엘	4,057	3,532	6,907	11,186	32,177	12,819	25.9%
케냐	-	15	9	614	2,822	10,103	409.6%
터키	420	1,004	2,266	4,085	4,015	7,294	77.0%
중국	130	358	368	560	2,113	4,441	102.6%
에티오피아	-	-	-	171	1,554	4,117	390.5%
태국	7.9	20.8	150	375	978	1,691	192.4%
일본	-	-	-	3.8	19.1	102.1	417.7%
인도	0.6	1.2	16.1	7.0	12.4	89.5	176.4%
말레이시아	-	-	0.5	1.4	5.0	3.6	458.8%
탄자니아	-	-	-	1.6	10.5	43.6	414.4%
한국	-	-	4.1	13.7	9.9	42.3	117.8%

자료 : Global Trade Atlas

주) HS코드 : 0603, Cut Flowers & Flower Buds For Bouquets, Fresh, Dried

- 2007년 기준 전체 러시아의 절화류 수입규모는 480,425천불로 이 중 5%인 24,021천불이 극동러시아 지역으로 수입되었을 것으로 추정됨. 주요 수입국가별로 보면 네덜란드에서 전체 수입액의 41.8%인 200,587천불 규모의 절화가 수입되고 있으며 에콰도르(165,656천불), 콜롬비아(68,238천불), 이스라엘(12,819천불) 순으로 나타남
- 한국산 절화류는 2007년 42.3천불이 수출되었으며 주요 수출품목으로는 장미, 국화와 소량의 양란 등으로 아직까지 전체 시장에서 차지하는 비중은 미약한 편임

■ 절화류 품목별 수입동향

(단위 : 천불, 천송이)

장 미				국 화			
국가	금액	물량	단가	국가	금액	물량	단가
전 체	240,494.47	378,676.26	0.64	전 체	99,567.49	168,662.17	0.59
에콰도르	142,437.66	220,385.76	0.65	네덜란드	94,529.05	154,545.37	0.61
콜롬비아	41,740.96	70,307.53	0.59	에콰도르	2,298.37	6,639.96	0.35
네덜란드	39,509.63	49,326.27	0.80	이스라엘	1,460.29	4,302.30	0.34
케냐	9,312.45	19,665.95	0.47	콜롬비아	747.07	2,047.12	0.36
에티오피아	3,267.92	9,445.34	0.35	중 국	285.58	558.45	0.51
중 국	1,946.99	3,216.51	0.61	베트남	154.17	379.50	0.41
이스라엘	1,054.27	3,316.67	0.32	말레이시아	71.81	150.56	0.48
우크라이나	516.42	986.40	0.52	폴란드	5.31	5.35	0.99
잠바브웨이	214.93	1,079.96	0.20	이집트	5.00	12.66	0.39
폴란드	181.02	252.08	0.72	터 키	2.77	2.68	1.03
브라질	162.36	403.51	0.40	태 국	2.36	4.78	0.49
한 국	36.72	62.23	0.59	케냐	1.73	4.21	0.41
베트남	21.98	38.77	0.57	탄자니아	1.40	2.88	0.48
일 본	0.69	0.50	1.38	한 국	0.85	2.40	0.35

주: HS코드 060311, Cut Roses, & Rose Buds, For Bouquets Or Ornamental Purposes, Fresh (2007년 기준)

주: HS코드 060314, Cut Chrysanthemums & Buds, For Bouquets Or Ornamental Purposes, Fresh (2007년 기준)

- 2007년 기준 러시아의 장미 수입규모는 240,494천불, 378,676천송이로 전체 절화류 수입액의 50.1%를 차지하며, 국가별로는 에콰도르, 콜롬비아, 네덜란드, 케냐 순임. 한국산 장미는 36.72천불, 62.23천송이 규모로 수입되었음
- 국화의 경우에는 99,567천불, 166,662천 송이가 수입되었으며, 국가별로는 네덜란드, 에콰도르, 이스라엘, 콜롬비아, 중국 순임. 한국산은 0.85천불, 2.40천 송이가 수입되었음

양란(절화)			
국가	금액	물량	단가
전체	7,056.46	3,526.95	2.00
네덜란드	5,214.89	1,076.98	4.84
태국	1,535.89	2,292.94	0.67
중국	229.53	136.72	1.68
에콰도르	32.72	5.04	6.49
남아공	14.11	2.44	5.79
뉴질랜드	6.57	2.66	2.47
말레이시아	6.33	3.54	1.79
베트남	4.48	1.41	3.17
이스라엘	3.28	1.53	2.14
케냐	2.75	0.44	6.22
벨기에	1.63	0.84	1.94
스페인	1.27	0.17	7.58
폴란드	1.16	0.23	5.12
한국	0.04	0.01	4.00

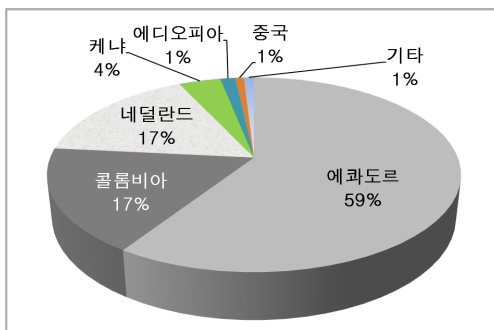
주 : HS코드 060313, Cut Orchids And Buds, For Bouquets Or Ornamental Purposes, Fresh (2007년 기준)

카네이션			
국가	금액	물량	단가
전체	41,152.81	252,651.15	0.16
콜롬비아	21,517.25	126,018.15	0.17
에콰도르	12,202.97	67,415.84	0.18
터키	4,924.12	46,636.40	0.11
중국	933.46	4,450.21	0.21
네덜란드	583.65	1,763.89	0.33
아제르바이잔	528.48	4,065.26	0.13
이스라엘	145.57	822.57	0.18
우즈베키스탄	82.59	597.98	0.14
에티오피아	51.10	284.33	0.18
이탈리아	49.09	169.26	0.29
스페인	45.07	114.41	0.39
포르투갈	27.95	43.14	0.65
이집트	16.56	74.17	0.22
베트남	16.02	79.84	0.20

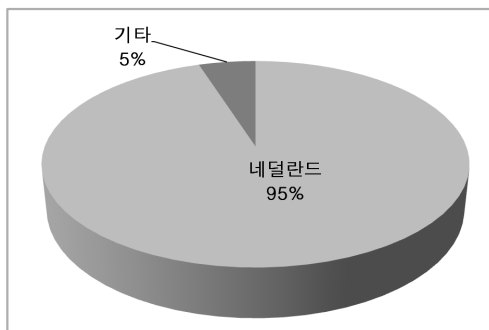
주 : HS코드 060312, Cut Carnations And Buds, For Bouquets Or Ornamental Purposes, Fresh (2007년 기준)

- 최근 한국에서 관심을 갖고 있는 러시아의 양란 수입규모는 7,056천불, 3,527천 송이로, 이중 고가제품의 경우 전체 수입액의 95% 차지하는 네덜란드에서 수입되고 있으며, 저가제품은 주로 태국에서 수입되고 있음. 양란 수입에 있어 특히 주목해야 할 점은 한국 제품의 잠재적 경쟁상대인 중국산 양란의 수입 비중이 증가하고 있다는 것임

- 양란 수입국별 금액 기준 점유율을 보면 네덜란드가 5,215천불, 태국 1,536천불, 중국 230천불, 에콰도르 32.7천불, 남아공 14.11천불 순이며, 한국산은 0.04천불로 아직까지는 미미한 실정임
- 카네이션은 주로 콜롬비아, 에콰도르 등 남미국가에서 수입되고 있으며, 중국산 역시 점차 시장 점유율을 확대하고 있는 실정임



【장미(절화) 국가별 수입비중】



【난류(절화) 국가별 수입비중】

다. 경쟁동향

■ 수요동향

- 전통적으로 러시아인들은 꽃을 좋아하여 선물로 큰 인기가 있으며, 특히 생화의 가격이 상당함에도 불구하고 경제력이 없는 가난한 사람들도 특별한 날에는 꽃을 반드시 선물하거나 받고 있음. 특히 3월 8일 여성의 날 등에는 전체 매상의 10% 이상이 이날 하루를 위해 판매된다고 함. 특히 선호하는 꽃의 형태는 꽃송이가 크고 고유의 색깔이 강한 것임
- 극동 지역의 생화 시장은 점차 세분화되고 있어, 부케를 선호하는 부유층과 값비싼 부케보다는 일산 생화를 선호하는 중산층 및 서민층의 차이는 점차 커지고 있음. 그리고 이러한 중산층과 서민층을 타겟으로 지리적으로 가까워 적기 운송이 가능한 중국산 생화의 비중이 점차 커지고 있음
- 극동지역은 열악한 기후여건으로 인하여 화훼류 생산이 제한적이며 현지 생산제품은 전체시장의 10%를 넘지 못하는 실정이나, 여름에는 그 비율이 25%에 달하기도 함. 현지에서 생산되는 꽃으로는 튜립, 국화, 장미, 글라디올러스, 라일락 등임

■ 가격동향

(단위 : 루블/송이)

	장미	국화	백합	심비디움
도매시장	40-80	70-100	100-200	600-800
소매점	150	80-100	-	-

자료 : 농수산물유통공사 자체조사 (2008. 7)

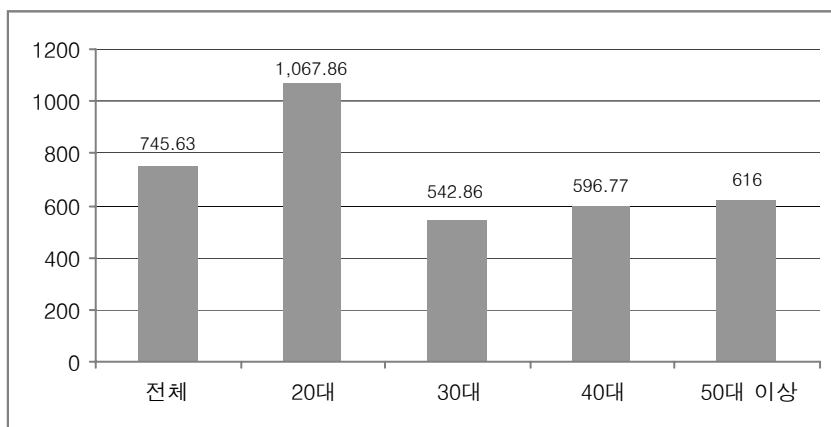
- 극동러시아 현지에서 유통되는 꽃은 Standard 형태의 제품으로 대부분의 꽃이 100 루블 이상의 가격에 주로 판매되고 있음, 심비디움의 경우에는 한 송이에 600에서 800루블 정도의 고가에 판매되고 있으나 현지 판매상들의 의견에 따르면 판매는 그리 많지 않은 것으로 나타나고 있음
- 현지에서 가장 선호되는 꽃은 장미로 주로 70-80cm 제품들이 주로 수입되어 유통되고 있으며, 최근 수입이 증가하고 있는 중국산 제품의 경우 수입시 그 길이가 짧아 일부 바이어들의 불만을 사고 있음
- 양란 분화제품의 경우 소수에 매장에서만 취급할 정도로 일반화되지 않은 품목의 하나로 보통 1,800루블 정도의 고가에 판매되고 있으며, 소매상 점원의 의견에 따르면 한 달에 3-4개 정도 판매된다고 함



【현지에서 유통되는 장미와 국화】

■ 소비자 선호도²⁵⁾

- 극동러시아 소비자들의 1회 화훼류 구입금액은 평균 745.63루블이며 연령별로 고려해 보면 20대가 1회 구입시 1,067.86루블로 가장 큰 비용을 지불하고 있음. 그 뒤로는 경제적으로 여유가 있는 50대 이상(616루블), 40대(596.77루블), 30대(542.86루블) 순임



【연령별 화훼류 평균 구입액】

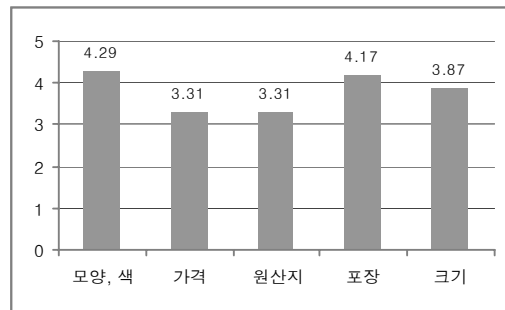
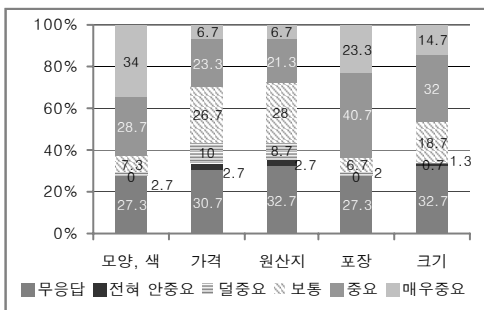
- 연령별 화훼류 구입성향을 분석해 보면, 1,500루블의 고가제품 구매는 화훼류 주 구입고객인 20대와 50대에서 큰 소비 성향을 보이고 있으며, 30대의 경우 500에서 1,000 루블의 중간 가격의 제품을 주로 선호하고 있음

〈연령별 구입동향〉

	전체	20대	30대	40대	50대 이상
500루블 이하	32.7%	28.8%	28.6%	37.2%	37.2%
500-1000	33.9%	35.5%	45.7%	31.4%	22.9%
1000-1500	8.7%	11.1%	5.7%	14.3%	2.9%
1500-2000	6%	8.9%	0%	5.8%	8.6%
2000 루블 이상	2.8%	8.8%	0%	0%	0%
무응답	15.9%	6.9%	20%	11.3%	28.4%

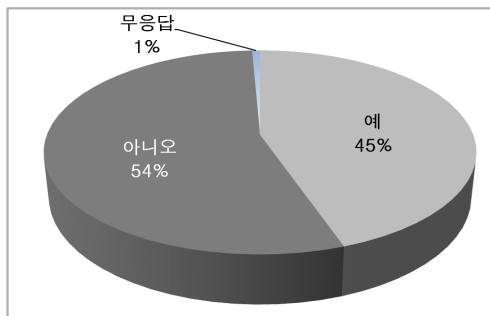
25) 블라디보스토크 현지 남녀 소비자 150명을 대상으로 한 소비자 설문조사한 결과를 바탕으로 제작

- 화훼류 구매시 극동러시아 소비자들의 고려사항을 살펴보면 모양, 색이 5점 척도 기준 4.29점으로 가장 크며, 포장(4.17), 꽃의 크기(3.87), 가격(3.31), 원산지(3.31) 순으로 나타남
- 특히 러시아 소비자들의 경우 타 소비자와 달리 꽃의 크기를 중시하므로 현지 소비자들이 선호하는 제품을 수출하거나, 현지 소비자들에게 친숙하지 않은 제품의 경우 홍보 작업이 필요함

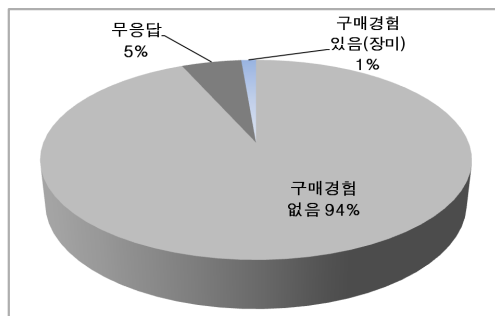


【화훼류 구매시 고려사항】

- 현재 우리 수출업체들이 관심을 갖고 있는 난류의 경우, 현지 소비자 중 45%만이 구입해 본 적이 있다고 대답해 장미, 국화 등 일반적인 화훼류와는 달리 아직까지는 보편적인 제품은 아닌 것으로 나타남
- 한국산 화훼류를 구입해 본 적이 있느냐는 질문에 대해 응답한 극동러시아 소비자 중 96%가 구입해 본 적이 없다고 대답했는데 이는 현지 소비자들이 구입 화훼류의 원산지에 큰 관심이 없는 것과 아직까지는 한국산 화훼류의 이미지가 네덜란드, 에콰도르, 중국 등에 비해 미약하기 때문인 것으로 분석됨



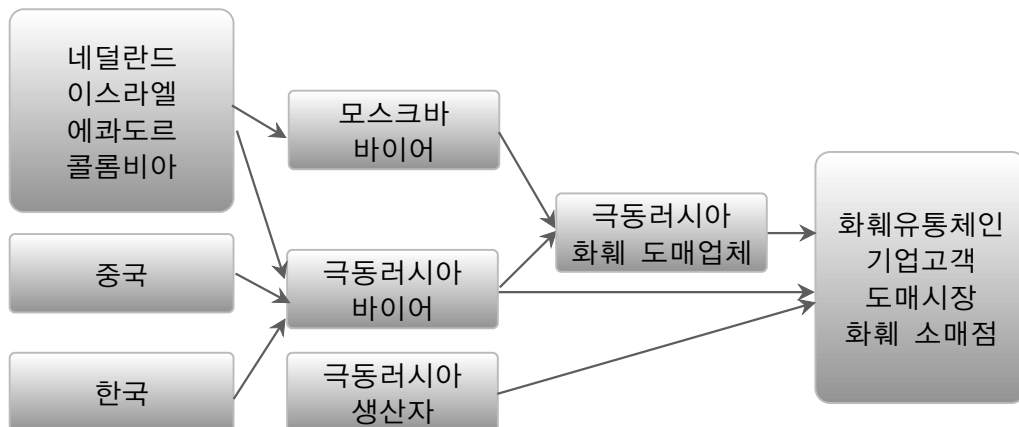
【난류 구매 경험률】



【한국산 화훼류 구매경험】

라. 유통동향

- 극동러시아로 공급되는 화훼류는 대부분 모스크바를 통해 유입되고 있으며, 현지에서 좋은 품질을 바탕으로 높은 가격에 거래되고 있는 네덜란드, 에콰도르, 이스라엘 등의 제품이 이 경로로 수입되고 있음.
- 최근 중국에서의 화훼류 수입이 증가하고 있는데 이는 낮은 가격과 지리적 이점을 이용한 적기운송을 주력 경쟁력으로 하고 있으나, 품질 면에서는 대부분의 소비자들이 만족하지 못하고 있는 실정임
- 여름철에는 현지에 생산된 장미 및 라일락이 대량으로 시장에 나오고 있어 이 시기에는 수입 생화의 수요는 급격히 떨어지는 성향을 보임
- 극동 러시아의 생화 도매상들은 거의 영세한 수준을 벗어나지 못하고 있는 실정이며 모스크바나 상트페테르부르크의 도매상에 의존하는 경우가 많음. 따라서 통관 및 전체 수입은 모스크바 등의 대도시에서 담당하여 이곳 극동까지 운송되어 오는 구조를 보이고 있음
- 물론 한국 및 중국 등 인근 지역으로부터 직수입하는 사례도 증가하고 있으나 중국 산을 제외하고는 그 수량이 미미함



【극동러시아 화훼류 유통구조】

■ 생화 수입인증 절차

- 항구에 물품도착
- 테스트 요청 → 샘플채취 및 테스트
- 검역서비스에 검역 인증 발급 요청 (원산지 증명 필요)
- 테스트 종료 후 수입자는 인보이스, 검역증명, 테스트증명, 및 기타 수입관련 서류 등을 다시 인증센터에 제출
- 모든 서류 검토가 끝나면 수입 인증서 발급
- 수입인증서 등의 관련 서류를 연해주 세관에 제출하면 통관 절차 종료

마. 한국산 진출여건 및 확대방안

- 제품소개가 우선 선행 : 러시아 현지의 소비자들은 꽃이 크고 고유의 색이 강한 전통적인 품종의 생화를 선호하고 있어 한국의 주수출국인 일본과는 다른 소비 트렌드를 보이고 있음. 그러므로 한국이 경쟁력을 갖고 있는 스프레이 장미 및 국화의 소비 증진을 위해서는 이러한 제품에 대한 적극적인 홍보노력이 필요한데, 그 일환으로 바이어들을 대상으로 판촉전 실시 및 한국산 화훼류의 장식방법 소개 등의 노력이 필요함
- 화훼 소비가 급증하는 기념일에 맞춘 홍보행사 필요 : 여성의 날(3월 8일), 발렌타인데이(2월 14일) 등 화훼류의 소비가 급증하는 시기 전에 한국산 제품에 대한 홍보 행사를 진행하는 것이 보다 효과적일 것으로 생각되며, 화훼류의 가장 큰 소비자인 20대를 겨냥한 포장 개발 노력 역시 필요함
- 한국산 제품의 포장 및 장식방법 소개 필요 : 현지 바이어들이 느끼는 애로사항 중 하나가 한국제품에 대한 포장 및 장식방법을 몰라 구매 증대가 어렵다는 의견이 있으므로 이를 소개하려는 노력 필요
- 수입바이어의 역할 중요 : 검역 및 통관 그리고 유통채널 확대시 현지 수입상의 역할이 다른 지역과 비교해 매우 중요하므로 초기 바이어 섭외시 현지에서 영향력 있는 바이어를 발굴하는 것이 성공적인 시장 진출의 초석임