배 수입 및 유통현황

2014. 09. 24 / 자카르타aT센터

□ 인도네시아 배 수입현황

- O '13년 세계 각국에서 인도네시아로 수입되는 전체 배 수입물량('13년 1억 9백 만불)의 90% 이상은 저렴한 가격의 중국산이 차지
- O 한국산 배는 타 수입국비해 가격이 3배 이상 비싸 하이퍼마트 등 고급마켓에서 만 화교 등 경제력이 있는 고소득층에 한정되어 판매·소비 되고 있음. 13년에 는 전년대비 금액기준 수출은 46% 증가함
 - 대인도네시아 5년간 수출실적
 - * ('09)769천불 → ('10) 661 → ('11) 800 → ('12) 664 → (13) 970

<인도네시아 배 수입 통계>

(단위 : 톤, 천불)

순위	국 가	2012 년		2013 년		증감률(%)	
		물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
	총수입량	131, 134	104,793	127,962	109, 193	-2.42	4.20
1	중국	122,970	95,031	121,406	100,528	-1.27	5.78
2	남아프리카공화국	4,099	4,712	3,966	4,823	-3.24	2.36
3	호 주	2,533	3, 158	1,341	1,937	-47.05	-38.67
4	한 국	184	664	281	970	52.71	46.08

출처 : Global Trade Atlas / kati

☐ 수입산 배 유통현황 (루피아 기준 및 100g당 가격)

15,000 (1,305원) * 한국산 신고배 상표: CPRE *한국산	사 진	가격 및 원산지 (Rp/ 100g)	사 진	가격 및 원산지 (Rp/100g)
	Cp. e	(1,305원) * 한국산 신고배	REAR SINGO KOREA PREMIUM	(1,261원) *한국산

*100Rp = 8.7원

사 진	가격 및 원산지 (Rp/100g)	사 진	가격 및 원산지 (Rp/100g)
	5,690 (495원)		3,990 (347원)
PEAR LIE RP. 5.6905	*중국산	PEAR CHAINGE PRINCE RY 3.990 =	*중국산
	5,890 (512원)		9,890 (860원)
TEAN TO STAND	*호주산 (서양배)	TEAR EX DISPOSE	*대만산
	4,290 (373원)		4,590 (399원)
HANCH OF MARKET TO STATE OF THE STATE OF TH	*중국산	THEO KOREA RY 4 STOS	*중국산 (한국산 신고배 원산지표기 도용)
	3,990 (347원)		24,990 (2,174원)
FENGSHUI PEAR Rp. 3.990,-1000 WOODULL	*중국산		*일본산(원황)

^{*} 한국산 신고배의 경우 개당 무게는 약 600 ~ 800g임(1개당 약 9,000원) * 100Rp = 8.7원

☐ 검토의견

- O 한국산이 고가임에도 일정한 금액의 수출을 유지할 수 있었던 것은 철저한 품질 관리 및 브랜드 인지도 전략을 통해서 이루어져 왔음
 - 맛, 크기, 모양, 당도, 개별포장 고급화 등의 철저한 품질관리와 상표를 부착하여 고급마켓에서 소비자의 신뢰성을 얻어 일정물량 수출할 수 있었던 것임
- 중국은 다양한 배의 종류를 수출하고 있으며, 저렴한 가격으로 대중적인 판로를 구축하고 있으며, 특히 중국산 신고배의 경우에는 외형과 맛 등이 한국산에 근접 하고 있어 식별이 어렵고 일부에서는 한국산으로 원산지를 속여 판매하는 경우도 있음
- 인도네시아는 '13년 기준 1인당 GDP가 3,500불 수준으로 가격에 민감하여 한국산 배 하나에 원화로 일만원 정도의 배를 구매하기 위해서는 대도시의 경제력이 있는 고소득층에 한정할 수 밖에 없음
 - 운송비 절약 등 좀 더 가격 경쟁력을 갖추기 위해서는 현재 "수라바야 항구"에서 "자카르타 항구"로 통관이 될 수 있도록 하는 것이 필요함. * 한국의 "천안배"만 자카르타 항구로 들어올 수 있으며, 나주, 안성 등 다른 지역 생산품은 여전히 수라바야 항구를 통해 수입될 수 밖에 없는 상황임
 - * 한국에서 과실을 수입할 경우 667km(자가용으로 약 14시간 소요) 떨어진 수라바야 시의 Tanjung Perak에서 하적 및 통관을 해야 함
- 따라서, 한국산은 맛(당도), 크기(균일), 모양, 개별포장 고급화 등의 철저한 품질관리와 브랜드 전략을 통해서 정기적인 시식, 판촉 등을 통해 수출을 점진적으로확대해 나가는 전략이 필요하다고 판단됨