

대만 사과 수입 및 유통 현황

□ 국가별 수입현황

- 2016년 11월 기준 대만 한국 사과 수입 물량은 1,774톤, USD4,335천 불로 2015년 동기 대비 45.6%가 증가되었고, 수입액은 77.6%가 증가
- 대만 금년 기상 악화로 신선 농산물의 전체적인 수입이 증가되었고, 사과류도 전년 동기 대비 11.8%(19.5%) 증가됨
- 미국산 사과가 전년 동기 대비 23.2%(12.4%) 대폭 감소되었으나, 일본산 사과는 전년 동기 대비 0.6%(9.2%)로 소폭 증가함
- 칠레산과 뉴질랜드산의 출하시기인 6~9월 중 대만 태풍의 영향으로 농작물이 큰 타격을 입으면서 신선농산물 수입이 급증하였는데, 당시 수입된 사과의 물량도 동시 급증

<대만 사과 수입 실적 현황>

(단위 : 톤, US\$천불)

구 분	2014		2015		2015(1~11월)		2016(1~11월)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
한국	1,027	2,930	1,764	3,386	1,218	2,441	1,774	4,335
일본	19,604.3	55,757	26,617	72,261	19,550	56,846	19,672	62,085
미국	58,892.4	74,987	60,473	73,903	50,422	61,633	38,735	53,999
칠레	52,493.8	65,296	39,206	46,665	39,206	45,412	49,753	58,891
뉴질랜드	20,146	37,428	22,017	35,361	22,017	35,358	32,070	56,768
남아프리카공화국	5,064.8	5,486	6,003	6,008	5,747	5,767	12,354	11,752
기타	649.7	836	1,017	1,373	834	1,075	1,021	1,413
합계	157,878	242,720	157,097	238,957	138,994	208,532	155,379	249,243

□ 바이어 및 소비자 반응

- 최근 대만 전체 시장이 위축되어 있는 상태이므로 일반 소비자의 구매욕구가 전년대비 낮으나 식품 안전문제 등으로 수입의존도는 높아졌음
- 한국산 사과가 전년부터 차츰 수입물량이 확대되었으나, 업계에서는 여전히 한국산 사과 품질에 대한 불만을 토로하는 경우가 많음. (금년 대만 본토산 농작물 태풍 피해로 농산물의 가격이 전면 상승되었고, 사과의 경쟁국인 미국과 일본산도 수확량이 충족하지 못하여 한국산의 수입이 증가되기는 했으나 그것이 한국산에 대한 선호도 및 인지도가 높아진 것은 아님 것으로 유통업계에서는 분석함)
- 12월 까르프 전국매장 내 경북사과 등으로 사과, 배 행사를 하였으나 저품질로 인해 매장 관계자가 불만을 토로하였음. 대체적으로 당도/수분/색택 부족, 아삭한 맛이 적고, 과피에 거뭇거뭇한 상처가 있었다고 함 (테일리 브랜드 54개/15kg, NT\$49/개 판매 전국 68개점에서 판매)
- 한국산 사과 등 한국 농산물에 대한 매장 및 바이어의 신뢰가 약한 편임. 한국산 농산물 수출업체는 상호 계약 후에도 국내 가격이 높을 경우 약속을 지키지 않는 경우가 자주 있으며, 샘플과 실 물건의 차이가 많다고 함. 특히 사과는 크기가 고르지 않음

〈대만 현지 까르프 매장 내 판매 사과 현황 _ '16 12월〉



□ 향후 개선 방안

- 바이어의 한국사과에 대한 신뢰도를 높이기 위해서는 수출용 사과에 대한 품질 개선 및 별도 관리가 필요하며, 시장 변화에 따라 일시적인 계약 파기 등의 행위 근절, 클레임 해결 등 수출 관련 관리 기관이 마련되어야 함
- 일반 소비자의 일본산 제품에 대해 여전히 선호도는 높으나 현재 대만은 일본산 방사능 지역에 대한 식품 수입제한 완화여부가 큰 이슈가 되고 있어 일본산 제품의 안정성에 대한 우려도 있기 때문에, 대형유통매장 측에서는 일본산 대체품을 찾으려는 경향도 높아지고 있음. 이에 한국산을 비롯한 기타 국가의 식품의 점유율이 높아지고 있는 가운데 한국산 식품의 철저한 이미지 관리를 통해 수출을 확대해 나가야 할 것으로 판단 됨
- 대만 전체 사과시장에 한국산 사과의 점유율은 2% 수준으로 향후 시장 확대 가능성은 상당히 큰 것으로 전망되며, 한국산 사과의 잔류농약 검출 이미지를 극복하고 수출 확대 및 인지도 제고를 위해 수출 사과의 품질 개선 및 관리를 철저히 하여야 할 것으로 보임