

농식품 해외시장 월간동향

1. 관할지역 현장이슈

▶ 중국 신종 조류독감(H7N9) 발생

- 지난 3월 31일 중국 내 신종 조류독감(H7N9) 첫 발생 후 4.21일까지 총 102명 감염
 - 발생지역 : 상해, 안휘성, 강소성, 절강성, 하남, 북경 (주로 남방지역이며, 일부 북방지역에도 발생)
 - 발생자수 : 총 감염자 102명 중 20명 사망, 12명 회복, 70명은 치료 중
 - 4월 3일 중국국가위생 및 계획생육위원회에서는 각 성, 자치구, 직할시의 위생청(국), 중국질병예방 통제중심에 조류독감예방처치방안을 통보한 상황이며, 현재 각 지역에서는 조류독감예방공제방안 시행 중
 - 계육 및 계란이 전염원이라는 근거는 없지만 예방차원에서 감염 발생지역의 도매시장이나 양계장 등에 대해 살처분 처리
 - 조류독감 영향으로 닭고기, 계란은 수요가 감소해 소매가격 하락세 지속
 - 13년 4.8~4.14일 기준(농업부) : 생닭(14.21元/kg, △2.9%), 계란(8.05元/kg, △2.0%)
- <자료원 : 중국국가위생 및 계획생육위원회, 중화망>

▶ 네슬레, 중국 운남성 커피공급물류센터 설립 예정

- 25년간 중국 운남성에서 커피 관련 투자를 해온 네슬레는 최근 운남성 푸얼시에 “네슬레 커피센터”라는 대형 프로젝트(투자규모 1억 위엔)을 진행기로 결정
 - 운남지역의 연간 커피생산량은 약 7만톤, 그중 15~20%를 네슬레에 공급
 - “네슬레 커피센터”는 커피재배센터, 종합물류시설, 소비자 체험센터의 3개 부분으로 구성
 - 커피재배센터 : 연간 5천명의 커피재배농, 농업기술자 및 커피 전문인재 양성을 위한 교육 실시
 - 종합물류시설 : 현지에 커피관련 전문기반시설 제공, 국제표준에 맞는 커피구매 및 검증 가능
 - 소비자 체험센터 : 일반 소비자 대상 시음 등 실시, 원산 푸얼산 커피 지명도 제고
- <자료원 : 코참차이나>

▶ 쓰촨성 루산 진도 7.0의 강진 발생

- 4월 20일 중국 쓰촨성 루산 지역의 7급 지진으로 현재까지 193명 사망, 25인 실종, 12,211명이 부상을 입은 것으로 보도됨. 비록 전국 각지에서 식품 등 구조물품을 재해지역으로 보내고 있지만 현재 식품, 생수, 약품, 텐트 등 생활필수품이 부족한 상황
- 중국위생 및 계획생육위원회에서는 구조물품 중 식품의 경우 여러 지역에서 반입되고 품목 또한 다양해 안전성에 대한 위험이 상승할 것으로 판단. 현재 재해지역에 반입되는 쌀, 식용유, 육류, 유제품, 채소, 과일 등의 구조식품에 대한 관리를 엄격히 진행. 불합격 식품이 재해지역에 반입되는 상황을 방지하고 이를 위해 재해지역의 식품가공, 저장, 운송 등의 과정을 철저히 관리하고 있음

2. 농식품 수입동향 및 전망

□ 유제품

- 생우유의 1~3월 수출액은 1,516천불로 12년 동기대비 450.8% 증가함. 최근 자국산 유제품에 대한 불신과 고가임에도 불구하고 자녀를 위해 품질이 좋고 안전한 식품을 구매하려는 경향으로 한국산에 대한 인기확대. 최근 2년간 베이징 등 1선 도시 중·고급 유통매장, 한인마트 등의 입점이 크게 증가
· 다만 13년 5월 1일부터 신규 시행되는 "수출입유제품검험검역관리방법"에 대한 대비 필요
· 상기 관리방법은 국외 식품생산기업 등록, 검측보고서 제공가능 검역기구 명확화 등을 포함
- 조제분유의 1~3월 수출액은 18,122천불로 12년 동기 대비 103.8% 증가함. 멜라민 분유파동에서부터 시작된 영유아 식품안전에 대한 우려로 고가의 수입산 분유에 대한 수요 지속증가
· 중국은 아직 모유수유 비중(신생아의 약 80%, 20%인 340만명 분유수유)이 높고, 최근 직장여성의 증가에 따라 분유시장은 더욱 성장할 전망
· 한국산은 높은 수출증가율에도 불구하고, 여전히 시장점유율이 낮으며, 유럽산, 미국산 등과 경쟁을 위한 "동양아기에 적합한 분유"의 마케팅 전략으로 Market Share 확대 중
* 에보트, 듀맥스 등 5대 수입 메이저 시장점유 : 33%, 한국산 1% 내외로 추정

□ 주류

- 소주의 1~3월 수출액은 1,801천불로 12년 동기대비 10% 증가함. 저도주 선호, 소주 인지도 확대 및 한식당을 찾는 중국인 증가로 수출확대
· 다만 한식당 위주 입점, 외식업체, 주점, 유흥업소(KTV 등) 로컬시장 진입애로 등으로 장기적으로 완만한 성장세를 보일 전망
- 맥주의 1~3월 수출액은 1,070천불로 12년 동기대비 33.4% 하락함. 금년 추운날씨가 예년보다 오래 지속되어 맥주 소비에 영향을 미침
- 막걸리 1~3월 수출액은 333천불로 12년 동기대비 3.6% 하락함. 한국에서의 막걸리 인기가 다소 줄어들면서 현지 한식당, 한인마트에서의 소비도 영향을 받고 있음
· 막걸리 인지도 확대, 칵테일, 과일 등 다양한 제품 출시, 온라인 등 신규 유통채널 개척으로 현지인 소비는 점차 늘고 있으나, 기존 주 소비층인 한인사회의 수요 감소

□ 소스류

- 된장의 1~3월 수출액은 73천불로 12년 동기대비 72.1% 감소함. 된장의 경우 교민수요 및 한식당 수요가 많은 편이나 점차 산동성을 중심으로 생산되고 있는 저가의 중국산으로 대체되고 있음
· 현지요리에 활용할 수 있는 레시피 부족, 라벨링, 영양성분 검사 등의 통관검사가 강화로 수출 감소
- 고추장의 1~3월 수출액은 418천불로 12년 동기대비 53.9% 감소함
· 최근 비빔밥, 떡볶이 등 인기 한식메뉴 확산에 따라 한식당 외 현지 업무용(식당, 패스트푸드점 등) 수요증가 추세
- 간장의 1~3월 수출액은 310천불로 12년 동기대비 4.1% 감소함
· 다양한 가격, 품질의 자국산 브랜드가 많고 중국산과 수입산의 맛, 요리 활용방법 차이로 인해 수입 제품 진출 애로

- * 중국 간장 수입규모는 14.2백만불(12년)로 현재까지 자국산(海天, 李锦记, 加加 등) 비중이 매우 높은 편
- * 12년 수입비중 : 일본(32%), 싱가포르(24), 한국(6) / 자료 : GTA

- 마요네즈의 1~3월 수출액은 1,189천불로 12년 동기대비 52.8% 증가함. 현지인의 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 채식 수요 증가로 마요네즈 수요가 증가하고 있음. 또한 한국산 마요네즈의 소매가는 일본과 중국의 중간 수준이나 품질은 일본산과 비슷하여 시장경쟁력이 높은 편임

□ 기타 가공식품

- 커피의 1~3월 수출액은 13,334천불로 12년 동기대비 18.5% 감소함
 - 서구 커피문화 확산으로 커피시장의 확대가 두드러지고 있으며, 한국산 커피는 가격경쟁력이 취약한 편이나 커피 향의 보존이 우수하여 중국소비자들이 선호하고 있음
 - 최근 수출하락의 경우 주요 수입지역인 대련지역의 수입통관 검사 강화의 영향이 큼
- 유아차의 1~3월 수출액은 5,148천불로 12년 동기대비 12.3% 증가함. 유통매장 등 가정용 수요 외 커피 전문점 등 업소용 수요 성장이 전망되어 수출이 지속적으로 증가할 것으로 전망됨
- 자당의 1~3월 수출액은 30,886천불로 12년 동기대비 11.6% 증가함. 중국은 원당 정제기술 부족으로 설탕품질이 낮아(알갱이가 큼) 고급 가공식품의 원료로 수입산(한국산 등)이 많이 이용되고 있음
- 라면의 1~3월 수출액은 8,800천불로 12년 동기대비 6.2% 증가함. 라면 역시 현지인 수요가 증가하고 있으나 주요 수입지역인 대련의 수입통관 검사 강화로 수출이 감소되었다고 다시 회복추세
- 비스킷의 1~3월 수출액은 7,230천불로 12년 동기대비 41.8% 증가함. 일본산 가공식품 대체효과가 큰 품목이자, 시장이 지속적으로 확대되고 있는 품목으로 대도시 대형유통매장과 함께 지방도시 로컬 편의점 등으로 판로가 확대되는 등 현지 소비 증가하고 있어 수출이 증가할 것으로 전망됨.

□ 채소종자

- 채소종자의 1~3월 수출액은 1,205천불로 12년 동기대비 110.7% 증가함. 한국산 채소종자는 당근, 고추, 무, 배추종자 등 여름 재배 품목 위주의 수요가 증가하고 있으며 금년 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망

□ 인삼류

- 인삼류의 1~3월 수출액은 5,164천불로 12년 동기대비 28.6% 감소함. 이는 중국 내 한국산 제품의 재고과다 등 수급불균형에 의한 것으로 상반기까지 인삼 수출에 영향을 미칠 전망. 다만 하반기에는 수급 정상화로 인해 수출증가 전망

<품목 수입통계(누계기준)>

(단위 : 천불, %)

| 품목 | '12.02 | '13.02 | 증감률 (%) | 1위 | | 2위 | | 3위 | | 한국산 금액 |
|-------|---------|---------|---------|-------|---------|------|--------|-------|--------|--------|
| | | | | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 | |
| 자당 | 17,106 | 30,779 | 79.9 | 브라질 | 2,116 | 태국 | 1,171 | 말레이시아 | 104 | 27,148 |
| 커피조제품 | 8,150 | 12,931 | 58.7 | 말레이시아 | 4,220 | 중국 | 2,084 | 인도네시아 | 1,330 | 1,296 |
| 홍삼 | 1,924 | 1,142 | △40.6 | 북한 | 950 | - | - | - | - | 192 |
| 대두유 | 332,149 | 188,120 | △43.4 | 아르헨티나 | 130,497 | 브라질 | 45,246 | 미국 | 10,606 | - |
| 조제분유 | 144,493 | 177,751 | 23.0 | 네델란드 | 38,992 | 뉴질랜드 | 34,561 | 프랑스 | 29,352 | 6,127 |
| 라면 | 3,657 | 5,194 | 42.0 | 대만 | 2,066 | 홍콩 | 1,576 | 이태리 | 197 | 653 |
| 간장 | 1,787 | 1,851 | 3.6 | 싱가폴 | 439 | 중국 | 439 | 일본 | 393 | 168 |
| 소주 | 2,124 | 1,886 | △11.2 | 일본 | 587 | 호주 | 53 | 북한 | 48 | 1,084 |
| 채소종자 | 15,176 | 9,275 | △38.9 | 일본 | 3,341 | 미국 | 1,562 | 이태리 | 1,022 | 476 |

※ 자료원 : 중국 총수입액과 기타 국별 수입액은 www.kita.net

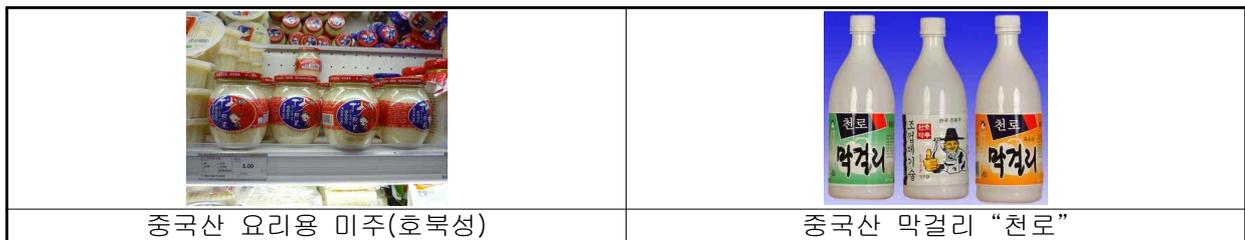
※ 일부 품목의 경우 중국에서 수입 시 해관에 타 HS코드로 신고하여 한국 수출실적보다 적음

3. 동향분석(주류)

□ 생산동향

- 중국에서는 쌀로 빚은 주를 미주(米酒)라고 함. 미주의 역사는 백주보다 더 길지만 지역적 제한 등 원인으로 발전이 매우 낙후함. 현재 중국의 미주는 주로 남방에서 생산되고 있는데 제품품질, 포장, 마케팅 등이 낙후하고 주요 브랜드와 생산량 통계가 없는 상황
- 미주에 속하는 막걸리는 산둥성, 동북 3성, 천진에서 생산되고 있으며, 무작정(청도), 천로(천진) 등의 브랜드가 주로 유통 (이전에는 조선족 밀집지역인 동북 3성에서 가내수공업 형태로 제조되었으나 최근에는 공장형 생산시설로 발전, 살균에서 생막걸리까지 다양하게 제조·유통)

<중국산 미주 및 막걸리 사진>



- 맥주의 경우 중국은 세계 최대의 생산국이자 소비국임. 2012년 중국의 맥주 총생산량은 4,902만천ℓ로 10대 생산지(산둥, 하남, 광둥, 절강 등)의 생산량은 전체의 66%를 차지하며, 그중 산둥, 하남, 광둥의 생산량은 전국의 34%를 차지하였음
- 중국 맥주 브랜드(자국산) 12년 시장 점유율은 설화 20%, 칭다오 14%, 엔징 11%로 나타남
- * 설화, 엔징맥주는 베이징이 본사이며, 중국 전역에서 생산
- 중국 맥주 생산량은 매년 증가하고 있으며, 수입산 맥주, 와인 등의 영향으로 성장 폭은 둔화세

<중국 맥주 연도별 생산량>

| 구분 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 생산량(백만ℓ) | 41,031 | 42,364 | 44,830 | 48,988 | 49,020 |

* 자료원 : 국가통계국(国家统计局, www.stats.gov.cn)



- 2012년 중국 맥주 생산량은 11,532백만 hl이며, 2008년부터 연평균 19.3%씩 생산량이 증가되고 있음
 - 중국 전역에 수천 개의 브랜드가 있으며, 일부 유명 브랜드를 제외하고는 브랜드의 지역성이 강함
 - 주요 생산지는 사천, 산둥, 내몽고, 귀주, 길림 등이 있으며, 그중 사천과 산둥 2개 지역의 생산량이 전국의 37%를 차지하고 있음
 - 중국 내 유명 브랜드로는 마오타이(茅台), 우량액(五糧液), 루저우라오지아오(泸州老窖), 찰엔난춘(劍南春), 수정방(水井坊) 등이 있음

<중국 맥주 연도별 생산량>

| 구분 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|-----------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 생산량(백만hl) | 5,693 | 7,069 | 8,908 | 10,256 | 11,532 |

* 자료원 : 국가통계국(国家统计局, www.stats.gov.cn)

□ 소비동향

- 미주의 경우 매장에서 판매되는 경우가 드물며, 유통매장에서 판매되는 미주는 주로 조미료 용도로 판매. 주류용도의 미주는 각 지역별 특색을 가지고 있으며, 지역 관광지에서 주로 판매
 - 수입산 미주로는 한국의 막걸리, 일본의 청주(sake)가 주로 유통
 - 막걸리는 대형유통업체, 마트 등 가정용(10%), 한식당, 주점 등 업소용(90%)으로 업무용 중심으로 유통되며, 소비는 현지교민(70%), 현지인(30%) 정도로 교민중심이지만, 현지 외식업체, 마트, 온라인을 중심으로 현지인 소비비중 증가세 (유통비중 자료 : 국순당 베이징 지사 유선조사)
- 12년 중국의 맥주 소비량은 48,904 백만hl이며, 2008년부터 연평균 4.6%씩 증가하고 있음
 - 중국 맥주 브랜드는 약 1,500개이며, 청도(靑島), 연경(燕京), 주강(珠江), 하얼빈(哈尔滨), 웨에화(雪花)와 같은 유명 브랜드 외에는 거의 내수형태로 소비
 - 수입산은 주로 독일, 네덜란드, 벨기에, 멕시코 등의 브랜드의 소비가 많은 편임

<중국 맥주 연도별 소비량>

| 구분 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 생산량(백만hl) | 40,817 | 42,194 | 44,683 | 48,831 | 48,904 |

* 자료원 : 국가통계국(国家统计局, www.stats.gov.cn)

- 12년 중국 백주 소비량은 11,521 백만ℓ이며, 2008년부터 연평균 19.3% 증가
 - 백주의 경우 중저가 제품은 일반 서민층이 주로 소비하고 있으며, 고급제품은 주로 접대용이나 선물용으로 소비. 특히 "마오타이" 등과 같은 고급제품은 접대용으로 수요가 매년 급증했으나, 12년 백주 안전성 문제(가소제 사건), 중국의 새로운 지도체제 등장에 따른 정부의 가격제한, 접대비율 절감 등의 사회 분위기에 따른 수요가 감소할 것으로 전망됨
 - 30~50 내외의 고도주인 관계로 소비는 주로 화북 등 북방지역에서 많이 되고 있음

<중국 백주 연도별 소비량>

| 구분 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|----------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 생산량(백만ℓ) | 5,690 | 7,066 | 8,904 | 10,249 | 11,521 |

* 자료원 : 국가통계국(国家统计局, www.stats.gov.cn)

□ 수입동향

2009~2013년 중국 미주 수입동향 (HS코드 : 22060010)

단위 : 천불, %

| 순위 | 수입국 | 2009년 | | | 2010년 | | 2011년 | | 2012년 | | '13.1~2월 | |
|----|-----|-------|-----|--------|-------|--------|-------|--------|-------|-------|----------|-----|
| | | 수입액 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 |
| 1 | 한국 | 224 | 600 | 168.0 | 766 | 27.6 | 771 | 0.6 | 179 | 120.5 | | |
| 2 | 대만 | 3 | 2 | △29.8 | 153 | 7141.3 | 281 | 84.0 | 36 | - | | |
| 3 | 일본 | 13 | 20 | 50.6 | 11 | △44.1 | 15 | 40.3 | 0 | 0 | | |
| 4 | 중국 | 10 | 0 | △100.0 | 21 | - | 0 | △100.0 | 0 | 0 | | |
| 합계 | | 249 | 622 | 149.8 | 950 | 52.8 | 1,066 | 12.2 | 215 | 165.0 | | |

자료원 : 중국해관총서 (中国海关总署, /www.customs.gov.cn)

- 중국의 미주 주요 수입국으로는 한국, 대만, 일본 등이 있으나 전체 수입액은 12년 기준 1066천불로 수입시장 규모가 매우 작은 편임. 그중 한국 막걸리가 미주 전체수입의 72.3%를 차지

2009~2013년 중국 맥주 수입동향 (HS코드 : 22030000)

단위 : 천불, %

| 순위 | 수입국 | 2009년 | | | 2010년 | | 2011년 | | 2012년 | | '13.1~2월 | |
|----|------|--------|--------|---------|--------|-------|---------|------|--------|-------|----------|-----|
| | | 수입액 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 |
| 1 | 독일 | 391 | 24,596 | 6,190.6 | 49,178 | 99.9 | 85,910 | 74.7 | 8,836 | 62.2 | | |
| 2 | 네덜란드 | 809 | 2,559 | 216.4 | 7,121 | 178.3 | 11,722 | 64.6 | 821 | -49.0 | | |
| 3 | 벨기에 | 440 | 4,336 | 885.5 | 6,575 | 51.6 | 8,833 | 34.3 | 1,186 | 33.1 | | |
| 4 | 멕시코 | 71 | 6,765 | 9,427.8 | 4,573 | -32.4 | 6,487 | 41.9 | 1,101 | -35.6 | | |
| 5 | 한국 | 2,394 | 3,120 | 30.3 | 5,910 | 89.4 | 6,459 | 9.3 | 877 | 98.8 | | |
| 합계 | | 49,118 | 58,380 | 18.9 | 90,611 | 55.2 | 144,173 | 59.1 | 16,569 | 17.0 | | |

자료원 : 중국해관총서 (中国海关总署, /www.customs.gov.cn)

- 2009~2012년 중국의 맥주의 수입량은 매년 빠르게 증가하고 있음. 이는 서구식 바(bar), 외식업체, 주점이 늘어나고 유통매장에서도 수입산 맥주를 선호하는 젊은 층이 증가하고 있기 때문. 주요 수입국으로는 독일, 네덜란드, 벨기에, 멕시코, 한국 등이 있는데 그 중 독일의 수입액이 가장 큼
 - 한국산 수입액 또한 매년 증가하고 있으며 증가율은 각각 30.3%, 89.4%, 9.3%임

2009-2013년 중국 백주 수입동향 (HS코드 : 22089020)

단위 : 천불, %

| 순위 | 수입국 | 2009년 | | 2010년 | | 2011년 | | 2012년 | | '13.1~2월 | |
|----|-----|-------|--------|--------|--------|-------|--------|---------|-------|----------|--|
| | | 수입액 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | 수입액 | 증감율 | |
| 1 | 대만 | 558 | 14,190 | 2443.0 | 19,981 | 40.8 | 32,370 | 62.0 | 1,878 | 34.1 | |
| 2 | 중국 | 424 | 142 | -66.4 | 1,493 | 947.8 | 15,558 | 942.4 | 4,521 | -- | |
| 3 | 독일 | 2 | 0 | -100.0 | 6 | -- | 828 | 13713.4 | 0 | 0 | |
| 4 | 일본 | 4940 | 0.3 | -100.0 | 0.2 | -15.7 | 5.1 | 1893.4 | 7 | -- | |
| 5 | 한국 | 6 | 37 | 524.4 | 17 | -55.2 | 0.4 | -97.6 | 0 | 0 | |
| 합계 | | 4499 | 14,376 | 219.5 | 21,536 | 49.8 | 48,766 | 126.5 | 6,407 | 357.3 | |

자료원 : 중국해관총서 (中国海关总署, /www.customs.gov.cn)

- 중국의 백주 수입액은 매년 높은 증감을 보이고 있는데, 이는 대만과의 경제교역이 증가함에 따라 대만산 백주(금문高粱주 등)의 수입이 크게 증가했기 때문임
- 대만 외에 주요 수입국은 독일, 일본 등이 있으나 수입금액 자체가 매우 적음



09~12년 미주(米酒) 수입현황



09~12년 맥주 수입현황



09~12년 白酒 수입현황

□ 한국산 유통 및 수입현황

- 한국산 주류는 주로 한식당, 한인마트, 현지 유통매장 등에서 주로 유통되고 있으며, 최근에는 현지 외식업체(양꼬치, 휘귀 등), 주점, KTV 등으로 진입 채널을 확대 중
- 오프라인 채널 외 타오바오(淘宝) 등 온라인 사이트에서도 판매가 되고 있음
- 다만 주류의 경우 가정용 소비보다는 외식업체, 주점, KTV 등 업소용 수요비중이 높는데, 이들 시장은 높은 입점비, 프로모션 물량, 마케팅 비용 등의 요구로 진입에 애로
- 맥주 등 한국산 주류의 대중국 수출규모는 현재까지 크지 않은 편임. 이는 중국 내에는 백주, 맥주 등의 자국산 브랜드가 많고 품질도 높기 때문이며, 수입주류의 경우 상대적으로 중국산 품질이 낮은 와인이 대부분을 차지
- 한국산은 최근 소주의 수출이 증가하고 막걸리, 맥주는 소폭 감소(13.3월 기준)

□ 시사점

- 중국 주류시장은 많은 브랜드 간의 경쟁, 고도주 위주의 시장, 업소용 유통망의 높은 진입장벽으로 인해 수입산 주류의 진입이 어려운 시장
- 하지만 최근 젊은 층을 중심으로 저도주를 선호하고 맥주, 와인 등 수입산 주류에 대한 관심 및 수요확대
- 이러한 사회적 분위기를 활용한 마케팅 전략 수립이 필요

- 기존 오프라인 마케팅 (판촉행사 등)은 효과는 있으나 비용이 많이 소요되는 관계로 한국산 주류의 경우 온라인 마케팅을 확대할 필요성 있음
- 온라인 마케팅(웨이보 등 SNS, 마이크로사이트 운영, Youku 등 동영상 사이트 등)은 비용 대비 효과가 크고 새로운 식문화에 수용도가 높은 젊은 층을 공략할 수 있다는 장점이 있음
- 온라인 마케팅을 통한 인지도, 시장점유율 확대를 통해 중장기적으로 현지 업소용 유통망 공략필요
 - 현재 중국 외식업체, 주점 등에서는 자국산에 비해 한국산 주류의 인지도, 수요량이 낮아 취급을 꺼려함
- 또한 중국시장 소비자 취향, 트렌드에 맞는 제품개발 혹은 개선이 필요함

※ 자료원 : 베이징aT센터

< 저작권자 © aT 한국농수산식품유통공사 & Kati.net 무단전재 및 재배포 금지 >