

출장결과보고서

2009. 11. 30(월).

대만시장 과일시장 조사를 위한 해외출장

- 대만 농산물 도매시장
- Oversea fruits, Kingo fruits 수입업체
- Sogo 백화점, 까르푸, RT마트 시장조사
- 재래(남문) 시장조사

출 장 자 : 농업관측정보센터 천인석

출장기간 : 2009. 11. 23(월) - 11. 26(목)

출장지역 : 대만

1. 출장개요

가. 출장건명 : 대만 과일시장 조사를 위한 해외출장

나. 출장목적 : ○대만 과일시장의 미국·칠레·일본산과 가격·품질 비교를
통해 수출 경쟁력 파악
○현재 수출되고 있지 않은 포도·복숭아 수출에 대한
가능성 파악

다. 출 장 자 : 농업관측정보센터 초청연구원 천인석

라. 출장기간 : 2009. 11. 23(월) ~ 11. 26(목) (3박 4일)

마. 출 장 지 : 대만

일자	주요 일정	비고
11월 23일 (월)	· 인천→대만 · 대만 농산물 도매시장조사	· 현지 관계자 면담 · FFTC 이호겸박사
11월 24일 (화)	· Oversea fruits 수입업체 · Kingo fruits 수입업체	· 통역인 안내 · 현지 관계자(Ms.Julia) 면담 · 연락처: 886-2-2571-3215 · 현지 관계자(Ms.Iris) 면담 · 연락처: 886-2-2598-1308 · FFTC 이호겸박사
11월 25일 (수)	· Sogo 백화점 시장조사 · 대형유통업체 시장조사	· 통역인 안내
11월 26일 (목)	· 재래(남문) 시장조사 · 대만→인천	· 통역인 안내

2. 주요 방문기관 및 면담자

- 대만 농산물 도매시장

- 면담자: 徐 倡 琪 과장
- 연락처: 02-2516-2519#5515

- Oversea fruits 수입업체

- 면담자: Ms.Julia、
- 연락처: 886-2-2571-3215)

- Kingo fruits 수입업체

- 면담자: Ms.Iris
- 연락처: 886-2-2598-1308

- 대형유통업체

- 까르푸, RT마트, Sogo백화점, 재래(남문)시장

3. 주요내용

가. 대만농산물 도매시장

○ 면담자: 徐 倡 琪 課長

- 대만 제 1도매시장 1만 6,666평, 제2 도매시장은 6,360평 규모임. 동남아 시장에서 전자경매제를 가장 먼저 도입함. 수수료는 3%(생산자 1.5%, 중도매인 1.5%).
- 전체 과일 중 수입과일이 20%, 대만과일 80%를 차지하고 있음. 수입과일은 경매를 하지 않고 소매상에 판매함. 1년에 과일·채소 거래량은 64만톤으로 과일과 채소 물량 비율이 1:2 정도이나 금액은 과일이 높음.
- 최근 몇 년 동안 수입(온대)과일의 물량은 비슷한 편이나 한국 과일은 가격이 일본보다 낮아 소비자 선호가 높아지고 있는 추세임.
- 대만의 경매시간은 새벽 3시~6시, 당일 8시에 경매가격 고시함. 등급은 상·중·하 3등급으로 나누어짐.
- 수수료가 낮기 때문에 직영슈퍼, 주차장관리, 농산가공품 판매대행 등 사업다각화를 시도하고 있음

나. Oversea fruits 수입업체

○ 주요 조사내용

- 대만에서 가장 많은 물량을 수입하고 오래된 회사로 최근 2년 전 부터 한국 사과물량이 늘어나고 있고 품질도 좋은 편임. 현재 사과 가격은 일본>한국>미국 순임.
- 사과 수입량은 미국 50%, 일본 35%, 한국 10~15% 수준임. 일본사과는 선택, 모양이 한국보다 우수하기 때문에 가격이 높아도 판매가 잘 이루어지고 있음. 또한 한국사과보다 경도가 좋아 저장기간도 더 긴 것으로 파악하고 있음. 일본사과는 아삭아삭한 맛이 더 있음.
- 이에 반해 한국사과는 아직까지 등급이 분명하지 않음. 한국 사과의 당도 등 맛은 괜찮은 편이나 선택이 일본사과에 비해 떨어짐. 대만인들 특성상 맛도 중시하지만 선택을 상당히 중요하게 생각함. 최근 한국 수출사과를 살펴보면 포장 및 품질이 예전에 비해 좋아지고 있음.
- 미국과 뉴질랜드, 칠레는 봉지 안씩은 사과를 수입함. 뉴질랜드 3~7월, 칠레 4월 중순~10월 미국은 9~5월임. 최근 칠레사과가 당도가 높아 반응이 좋은 편임. 수입시기가 달라 각국 가격비교는 다소 어려움이 있음. 수입량은 미국>칠레>일본>뉴질랜드>한국순임.
- 일본산 사과도 봉지 씌운 사과와 봉지씌우지 않은 사과의 가격차이가 있음. 명절선물로 주로 봉지씌운 일본산 사과를 선호하는 편임.

- 한국사과 수출증대를 위해서는 단가를 낮추거나 아님 품질을 높이거나 해서 일본, 미국산과 경쟁력을 키워야 할 것으로 판단함.
- 배의 경우 일본산보다 가격이 저렴하면서도 품질은 비슷한 것으로 보여 한국산 배는 경쟁력을 가지고 있고 대만 소비자 반응도 좋은 편임.
- 사과, 배 외의 포도, 복숭아 수입은 아직 생각을 하지 않고 있음. 이는 대만포도 품질이 양호하고 미국, 칠레의 레드글로브 포도 수입이 주를 이루고 있어 한국산 포도는 가격 경쟁력에서 떨어진다고 판단하고 있음. 복숭아의 경우도 미국 천도복숭아가 수입되고 있으나 한국산 복숭아는 가격이 높아 미국산에 비해 가격 경쟁력이 없을 것으로 보임.

다. Kingo fruits 수입업체

○ 주요 조사내용

- 귀사는 한국사과 수입물량은 적은편이고, 한국산 배를 주로 수입하는 업체임. 현재 배 수입물량 중 한국산 80%, 일본산 15%, 칠레 5% 미만 수준임.
- 일본산 배가 한국산 보다 1.5~2배 정도 가격이 높으나 품질은 크게 차이가 나지 않아 한국산을 선호하는 편임. 사과의 경우는 일본산은 품질이 균일한 편이나 한국산은 품질 차이가 많아 수입을 꺼려하고 있음. 현재 회사 마케팅 전략상 고품질 혹은 저가로 공략을 하고 있어 사과는 일본산과 미국산이 주를 이루고 있음.

- 한국산 사과 수출 증대를 위해서는 일본처럼 섹터, 모양, 크기별로 등급을 확실히 하여 수출할 필요성이 있음. 예를 들어 섹터, 모양, 크기 3가지 모두 충족되면 1등급, 2가지만 충족되면 2등급, 1가지만 충족되면 3등급으로 분류함. 한국은 등급이 명확하지 않고, 포장도 일본산에 비해 떨어지는 편임.
- 올해 도매업자 요청물량(한국산 사과, 배)은 작년보다 많은 편임. 최근 한국 수출사과도 경북 봉화, 안동에서 데일리(브랜드)와 일반사과로 분류하여 등급화를 하는 것으로 보임.

라. Sogo 백화점 시장조사

○ 주요 조사내용

- Sogo백화점은 주로 일본산 사과, 배, 감귤이 있음. 한국산 사과, 배도 판매를 하나 현재는 없음.
- 일본산 고당도 사과 가격은 2개 NT499원(1만 7천원), 일반 사과는 NT 299원(1만원), 배는 2개 NT 225원(8천원) 수준임. NT(현재 환율 대만 100달러=한국 3천 5백원 수준임)
- 고당도 사과 중량은 346g, 380g 당도는 12.9~14.2°Bx로 나타남. 일반 사과 중량은 421g, 440g 당도는 12.0~12.2°Bx임. 고당도 사과는 아삭 아삭하고 당도도 높은 편이나 일반사과는 당도도 높지 않고 조금 푸석푸석한 편임. 하지만 섹터, 모양은 좋음.

- 배의 중량은 382g, 349g 당도는 12.1~12.6°Bx임. 맛은 한국배와 크게 차이를 느끼지 못할 정도로 비슷한 편임.
- 감귤은 6개짜리 2팩에 NT109원(4천원)이고 무게는 평균 63g, 당도는 11.7~12.6°Bx로 한국 노지감귤보다 신맛은 적고 단맛이 강한 편임.
- 미국산 사과도 대형마트보다 품질이 좋은 것이 구비되어 있음. 2개 NT 99원(3천 5백원), 무게는 평균 300g, 당도는 11.7~13.4°Bx임. 아삭아삭한 맛은 없음. 일본산 사과 가격에 4.5~5배 낮은 편임.

마. 까루푸, RT마트 시장조사

○ 주요 조사내용

- 까루푸 사과 가격은 미국산 개당(NT28원), 일본산(NT29~99원), 한국산(NT 33원)임.
- 일본은 당도, 크기, 선택 등 등급에 따라 가격 차이를 보이고 있으나 한국산과 미국산은 등급차이가 없음.
- 한국산 배는 개당(NT 75원), 대만산은 (NT66원)으로 한국산 배 단가가 높았으나 소비자 반응은 한국산이 더 좋은 편임. 일본산 배는 매장에 없음.
- RT마트도 까루푸와 마찬가지로 일본산 사과는 개당 NT69~89원으로 등급간 가격차이를 보이고 있으나 한국은 NT 29원, 미국은 NT 15원으로 등급이 동일한 편임. 다만 미국산 홍옥은 선택이 좋아 NT

29원에 팔리고 있음.

- 한국산 배는 개당 69원 수준임. RT마트도 일본산 배는 없음.

바. 수출확대 방안

- 현재 한국산 배는 일본산보다 가격 경쟁력이 있고 품질이 양호하여 대만 소비자 반응도 좋음. 따라서 지속적인 수출 및 확대를 위해서는 앞으로도 품질 유지를 통해 대만시장에서 신뢰를 더욱 쌓아야 할 것으로 판단됨.
- 사과의 경우 고급은 일본산, 저가는 미국산이라는 인식이 너무 강해 일본처럼 등급별 가격차별화가 필요할 것으로 보임. 또한 당도 등 맛은 좋으나 색택, 모양이 아직 미흡하므로 좀 더 외관에 신경을 써야 할 것으로 보임. 현재 포장보다는 좀 더 고급스러운 포장이 필요함.
- 대형유통업체에서도 일본산과 미국산에 비해 한국산 과일 매장 배치가 구석에 있음. 대형유통업체와 긴밀한 관계를 유지하여 매장 안 좋은 자리를 차지 할 수 있도록 할 필요가 있음.
- 또한 사과의 경우 일본산보다 경도가 좋지 않아 저장력이 떨어지는 것에 대해 경도(저장성)를 높이는 방법을 고안할 필요가 있음.
- 포도, 복숭아의 경우 대만시장(대형마트, 재래시장)에서 가격 경쟁력이 떨어지므로 백화점 등 고급시장 중심으로 수출을 고려하는 것이 필요할 것으로 보임.