
국외 출장결과 보고서

-한 · 중 FTA 대비 중국 농어업 생산 · 소비 현장 조사-

2013. 8. 29

KREI 한국농촌경제연구원

자유무역협정 이행에 따른 농업인등

지원센터

I. 출장 개요

1 출장 목적

- ☐ 농업인단체장 및 유관기관 중국시장 현지조사
 - 한농연 등 농업인단체장 22명, 유관기관(농식품부, 농협, aT, KREI, 농어민신문사 등)
- ☐ 중국 진출 우리 농식품 수출 현황, 중국 소비자 반응 및 향후 수출가능성 파악
 - 북경 롯데마트, 한국식품산업협회 부설 청도연구소, aT 청도 수출물류기지 등
- ☐ 중국 농산물 대비 우리 농산물의 시장경쟁력(가격, 품질 등) 비교
 - 북경 신발지도매시장, 연태 JUSCO, 한국식품 수입업체 간담회 등
- ☐ 중국 농식품 생산, 유통, 소비현황 및 향후 대한국 수출동향 조사
 - 북경 세농종묘유한공사, 대상식품유한공사, 애오가식품유한공사, 연태과수연구소 등

2 출장 지역 및 기간

- ☐ 출장 지역: 중국 북경, 청도, 연태
- ☐ 출장 기간: '13. 8. 20(화) ~ 24(토) (4박 5일)
- ☐ 출장 인원: 농식품부 경영인력과장 외 26명
 - 농업인단체장(21명):
 - 농식품부(2명): 김기훈, 황진원
 - aT(1명): 박해열
 - 한국농어민신문사(1명): 서상현 기자
 - 한국농촌경제연구원(2명): 문한필, 남경수

3

주요일정

일 자	시 간	주 요 내 용	비 고
1일차	13:00~14:00	· 출국(OZ333 인천 → 북경)	
	16:00~17:30	· 롯데마트 방문	중국진출 우리 농식품 수출현황, 중국 소비자 반응, 유망 수출품목 파악 등
2일차	08:00~10:00	· 북경 신발지도매시장 견학	북경 최대 도매시장, 중국산 과일·채소류, 축산물 등 소비, 유통현황 파악
	10:00~12:30	· 북경세농종묘유한공사	농우바이오 현지법인, 우리 농산물 종자의 수출 가능성 모색
	15:00~18:00	· 대상(북경)식품유한공사	종가집 김치공장, 우리 농식품에 대한 중국 소비자 동향, 향후 수출방안 모색
3일차	09:50~11:10	· 이동 (SC4652 북경 → 청도)	
	14:00~15:30	· aT 청도사무소 및 물류기지	수출물류비 절감, 중국 내수시장 공략 등 수출경쟁력 강화를 위한 정부지원 홍보
	16:00~17:00	· 청도한중식품공업연구유한공사	· 한국식품산업협회 부설 청도연구소, 한국으로 수입되는 가공식품, 농임산물, 수산물가공품 검사업무 수행
	17:00~18:00	· 한국식품 수입업체 간담회	· 중국산 농산물 현황 파악 · 우리나라 농식품의 중국내 소비현황, 중국소비자 반응, 향후 유망품목, 경쟁력 등을 중국측 바이어와 논의 * aT 및 주중대사관 협조 필요
4일차	09:00~11:30	· 애오가식품유한공사	유기농산물 재배지로, 국내 유기농산물, 친환경 고품질 과일·채소류 수출 가능성 타진
	13:00~17:00	· 이동(청도 → 연태)	
	17:00~18:30	· 연태 과수연구소	사과 주산지 연구소, 사과 품종, 재배법, 생산량, 품질 등 과실통 현황 파악
5일차	09:00~11:00	· 연태 JUSCO	일본계 슈퍼마켓, 우리 농식품 중국진출 현황, 소비자 반응, 유망 수출품목 파악
	15:35~17:45	· 귀국(OZ308 연태 → 인천)	

II. 관찰 및 시사점

1 중국 농업의 경쟁력

- 중국의 경지면적은 전 국토의 12.7%(1억 2,172만ha)에 불과하지만, 13억 인구의 농식품 공급을 원활하게 담당하고 있음
 - 황하, 양자강 중하류의 동부연안, 동북3성, 사천분지 등 비옥한 농업생산 지역의 성장잠재력 풍부
 - 2004년 이후 중국은 농식품 순수입으로 전환되었지만, 아직까지 중국의 농업생산액(41,989억 위안)에 비하면 크지 않은 수준¹⁾
 - 개별 품목의 경우 중국이 전세계 생산에서 차지하는 비중이 매우 높기 때문에 극소량의 고품질 생산품이 수출될 경우, 수입국에 미치는 파급영향은 지대할 것으로 예상됨
- 중국 공산당의 정치적 기반인 농업, 농촌, 농민에 대한 적극적인 지원 정책(삼농정책)으로 농업생산 여건 및 농촌 정주환경, 농민 복지 등이 지속적으로 개선되고 있음
 - 그러나 농민 1인당 평균 순소득은 6,977위안(약 1,256천 원)으로 계속 증가하고 있으나, 도시와 농촌의 소득격차는 더 큰 폭으로 확대되고 있음. ('09) 3.1:1 → ('11) 6:1
 - 경제성장이 가속화되면서 최근 들어 농민의 비중이 50% 이하로 하락하였지만, 농민이 누릴 수 있는 혜택이 광범위하기 때문에 도시근교 지역에서는 비농민(도시거주자)의 농민화 욕구도 강함
 - 토지를 임대하고 도시에서 경제활동을 하고 있는 농민공이 늘어나고 있기 때문에 장기적으로 농업생산이 규모화될 가능성
- 농업생산의 경우 대부분의 품목에서 기술적인 격차가 존재하지만(한국 우위), 생산비 측면에서는 중국이 절대적으로 우위에 있음

1) 농식품 수입액은 939억 달러('11)로 농업생산액(6,718억 달러, 1元=\$0.16) 대비 14% 수준

- 수확후 관리, 유통, 가공 관련 기술 및 시설, 운영능력 등에서는 한국이 앞서고 있기 때문에 부가가치 창출 측면에서는 중국산보다 비교우위 존재
- 따라서 저품질, 대량생산 위주로 거래되는 농축산물은 중국이 유리하며, 고품질, 친환경, 고부가가치가 중요시 되는 품목은 한국이 유리
- 농업임금, 토지임대료 상승 등 중국의 생산비 증가추세가 지속될 전망이기 때문이기 중국 농축산물의 가격경쟁력은 지속적으로 잠식될 것으로 예상되지만,
- 친환경·고품질 농식품시장 확대에 대응해 중국의 농업생산도 고도화되기 시작했으며 양국간 기술격차 또한 점진적으로 축소될 것도 감안해야 함

2 중국시장 수출확대 가능성

- 중국은 고도성장 결과 노동임금 상승과 중산층 급증으로 세계의 시장으로 변모
 - 중산층 규모는 세계은행 기준 약 2억 명으로 추산(전체 인구의 15~20%). 2020년에는 도시가구의 51%인 약 4억 명으로 급증 전망.
 - 중국은 현재 수출주도형 성장모델로부터 내수확대 중심의 경제성장 모델로의 전환을 모색중이며 소비촉진 정책 가속화
 - 대도시 소비시장 확대와 더불어 도농통합발전 정책을 통해 중소도시와 농촌지역도 새로운 소비시장으로 부상 중
- 구매력을 갖춘 고소득 소비자계층의 삶의 질에 대한 관심이 증가하면서 식품소비에서도 고품질 안전식품(친환경농식품) 수요 증가
 - 중국산 농식품의 안전사고 급증으로 소비자들의 자국산 농식품에 대한 불신 심화(2008년 멜라민 분유 파동으로 수입산 분유 소비 급증)
 - 대도시 고소득계층을 중심으로 고품질 수입산 농식품의 안전성과 품질에 대한 신뢰 및 선호 증가
- 중국은 우리나라와 지리적으로 인접하여 타 수출대상국에 비해 운송비용 및 수출물류비 측면에서 비교우위 존재

- 인천, 청도간 10시간 이내 해상운송 가능, 매일 다수의 컨테이너선 정기 운행
- ※ 인천↔청도: 330 마일, 가고시마↔청도: 639 마일
- ※ 부산↔상해: 493 마일, 요코하마↔상해: 1,038 마일
- 또한, 일본의 원전사고, 중국과의 관계악화로 인해 신선농산물과 가공 농식품의 중국시장 수출에서 잠재적 경쟁국인 일본에 비해 유리한 상황
- 중국은 지역간 농업생산 여건의 차이가 뚜렷하고 이로 인해 주요 농산물의 주산지과 주소비지간 이동거리가 멀어 농산물 유통구조상 고비용구조 형성
- aT 수출 농식품 물류기지(청도)의 긍정적 역할 기대. aT의 수출지원 내실화 및 기능 확대 필요(물류비지원, 시장조사, 바이어 알선 등의 간접 지원업무를 넘어 보다 적극적인 역할 수행)
- 지리적 이점을 활용한 물류비 절감으로 한·중간 수출농식품의 가격경쟁력 격차 완화에 유리한 환경 존재(식량의 北糧南運, 채소의 西菜東運, 南菜北運)
- K-POP, 드라마, 예능프로그램 등 한류문화 콘텐츠를 통해 한국 농식품에 대한 간접 홍보가 이루어져 한류를 활용한 농식품 수출 확대에 유리한 환경 조성
- 최근 5년간('07~'11) 한류문화 콘텐츠의 중국시장 수출액은 7억 7천만 달러에 달하며 218% 증가
- 중국의 한류문화 콘텐츠 수입 증가세는 한국 농식품에 대한 인지도 제고와 실질적인 구매 증가에도 유리한 환경 제공
- 중국은 식문화가 우리와 유사한 동시에 지역별로는 일정한 차이가 있어 실질적으로 다양한 농식품을 수출할 수 있는 차별화된 거대 시장이 존재
- 중국은 넓은 국토면적과 다양한 기후·토양·지형 조건, 사회경제적 조건의 차이로 인해 농식품의 생산과 소비에서 지역 간 차이 존재
- 중국시장은 단일시장이라기보다는 실질적으로 다수의 권역별 시장이 존재하여 중국시장 농식품 수출 확대에 더 많은 기회 제공
- 중국시장을 동일한 특성을 지닌 지역별로 묶어 세분화하고 권역별로 수출 확대 전략을 차별화하는 타깃마케팅을 추진할 경우 단일시장 접근 방

식에 비해 한국산 농식품의 실질적 수출 확대에 유리

○ 중국의 농식품 수출입제도는 WTO 가입 이후 수정 및 조정을 거쳐 전반적으로 WTO 규정에 부합하는 틀을 갖추고 있는 것으로 평가

- 최근 들어 중국산 농식품의 안전성 문제가 빈번하게 발생함에 따라 수출입 식품의 안전관련 법률이나 표준 등을 강화하는 추세
- 그러나 중국내 법률 또는 행정법규의 모호성과 시행규칙의 미비, 제도 운영과정의 불합리성과 투명하지 않은 절차 등은 비관세장벽으로 악용될 수 있는 여지도 존재

※ 중국시장 농식품 수출업체들이 애로사항으로 지적한 중국의 비관세장벽은 위생검사 및 검역제도(51.3%), 수입제한(50.4%), 통관절차(33.6%)가 대표적. 이외에도 상관행 투명성, 무역상 기술장벽(TBT), 불공정 경쟁, 지적재산권 침해, 투자제약, 조세제도 등도 주요 비관세장벽

○ 현재 對중국 주요 수출 품목은 가공농산품류로 우리 농업과의 실질적 연계 미약. 그러나 교역 초기 대비 우리 농업과 직접 연계된 품목들이 주요 수출품목으로 부상

- 수출액 상위 50개 품목 중 관련 품목: 홍삼(4위), 조제분유(6위), 유자(10위), 과즙음료(13위), 난초(15위), 찌거나 삶은 쌀(29위), 채소종자 기타(30위), 팡이버섯(31위), 고추장(37위), 분유 기타(41위), 냉동 조제쇠고기(42위), 조제저장처리 과실·견과·기타(43위) → 對중국 농식품 수출액의 16% 수준
- 그러나 종가집 등 국내 가공식품업체들의 중국 현지생산이 확대되고 있는 추세(중국 내수와 제3국으로의 수출 목적으로 현재 생산설비 투자)이며, 한국식품의 식자재 현지화가 빠르게 진행될 것으로 예상됨

- 신선 및 단순 가공식품 중에서 신규 수출품목 발굴·개발이 시급한 과제

○ 중국산 농식품과의 경쟁보다는 수입가공식품과의 경쟁우위에 초점

- 미국, EU, 호주, 뉴질랜드, 칠레, 대만, 일본 등의 가공식품 및 신선농산물과의 경쟁에서 우위에 설 수 있는 전략 수립이 관건
- 한국산 농산물의 청정이미지를 부각시킨 친환경 고품질 수출마케팅
- 한·중 FTA 체결시 관세인하 효과로 국산 농식품 가격경쟁력 제고 활용

○ 다만, 對중국 수출증대를 위해 검역, 통관절차, 국내식품규제 등의 '비관

세장벽 완화' 조항을 FTA 협정에 포함시키는 것은 중국산 농식품의 수입 급증을 초래할 수 있기 때문에 신중하게 검토해야

- 농자재(종자, 농기계, 동물의약품) 수출확대 방안 모색
 - 중국 종자시장 규모에 비해 육종개발 능력과 종자기업 경쟁력이 취약하여 균일한 고품질 종자생산이 아직은 곤란한 상황이므로 중국시장에 적합한 종자 육종 시 수출이 크게 신장될 것으로 전망

Ⅲ. 중국의 농업 현황 및 교역동향

1 중국 농업 일반 현황 및 동향

- 중국의 지세는 서고동저 3계단(칭장고원 → 동남부 연해) 형태이며, 지형은 산지 33.3%, 고원 26.0%, 분지 18.8%, 평원 12.0%, 구릉 9.9%임.
- 2010년 기준 농촌가구는 2억 1,885만 호이고, 농촌인구는 6억 7,113만 명으로 전인구의 50%임.
- 경지면적은 1억 2,172만ha로 전 국토의 12.7%에 불과하며, 1998년 1억 3,000만ha에서 2008년 1억 2,172만ha까지 매년 67ha(1,000만무)가 감소함. 1인당 경지면적은 1996년 0.11ha(1.59무)에서 2008년 0.09ha(1.38무)로 감소
- 농업소득 현황('12)
 - 식량 총 생산량 5억 8,957톤('04년 이후 7년 연속 증산)
 - 농민 1인당 평균 순소득: 6,977위안(약 1,256천원, 7년 연속 농민소득 증가)
 - 도시와 농촌주민 소득 격차: ('09) 3.1:1 → ('11) 6:1
 - 농민 보조금('09)
 - 분야: 양식 보조, 종자 보조, 농기구 보조, 생산품질 제고
 - 금액: 농민 1인당 142위안(농민 수익의 3% 수준)

< 중국 주요 농산물 생산지역 >



자료: 한국농수산물유통공사 청도사무소.

- 농림축산업 생산액('11): 농업 41,989억 위안(52%), 임업 3,120억 위안(3.8%), 축산업 25,770억 위안(32%), 어업 7,568억 위안(9.3%)
- aT에 따르면, 중국의 자국 내 농산물 공급 변동성이 심화됨에 따라 중국 정부의 대응 역시 변화하고 있음.
 - 농산물 공급 변동성 확대: 각 지역의 난개발로 인한 경지면적 감소, 농산물 소비 증대(경제력 상승의 필연적 결과), 농산물 투기 현상 심화(부동산, 광물 → 농산물), 기후 변화 및 작목별 불균형 현상
 - 중국 농산물 공급 변동 대응책: 농산물 공급 네트워크 확충(정부와 민간 연계 확대), 농산물 수급 예측 시스템 확립, 주요 품목 주산지 수급 정보 수집 강화
- 중국의 2012년 농수산물 수입액은 1,114.4억 달러로 전년 대비 18.7% 증가
 - ('09) 522 → ('10) 719 → ('11) 939 → ('12) 1,114
 - 10년 이후 중국의 농식품 수입이 5배 증가하고 한국산의 비중이 2% 수준까지 확대된다면, 한국의 대중국 농식품 수출규모는 100억 달러에 달하게 됨(이는 국내 농업생산액의 20%에 해당)
- 주요 수입품목은 대두, 면화, 종려류(팜유), 설탕 등 농식품과 양모, 닭

고기, 냉동어류 수입 비중이 높음.

○ 주요 수입국은 미국, 브라질, 호주, 아르헨티나, 러시아, 캐나다 등이며, 한국은 20위 수입대상국임.

- 미국, 브라질, 호주, 아르헨티나 4개국이 전체 수입 54%를 점유
- 한국은 6.2억 달러('12)로 0.7% 점유(일본 3.5억 달러, 0.4%)

< 중국의 농식품 수출입 동향 >



자료: 한국농수산물유통공사 청도사무소.

< 중국 농식품 주요 수출입 대상국 >

단위: 억달러, %

수출		2010년	2011년	2012년	전년 대비
1	일본	91.4	109.9	120.0	8.9
2	미국	57.8	67.0	72.0	7.1
3	홍콩	42.8	56.4	64.2	13.8
4	한국	35.2	41.7	41.6	-0.5
5	독일	17.4	19.8	19.1	-3.7
수입		2010년	2011년	2012년	전년 대비
1	미국	186.1	232.6	287.3	23.5
2	브라질	107.2	156.0	187.0	19.8
3	호주	39.3	64.4	74.0	15.0
4	아르헨티나	57.0	54.4	68.5	9.5
20	한국	4.2	6.3	6.2	-2.9

자료: 중국상무부.

IV. 기관 · 업체별 방문 결과

1 베이징 롯데마트 유한공사(롯데마트 왕징점)

업 체 명	베이징 롯데마트 유한공사			사업내용	유통업
대 표 자	신동빈			담 당 자	
주 소	북경시 종양구 주서교로 12호				
전 화	86-10-64378008	FAX	86-10-64358569	홈페이지	www.lottenmart.cn

■ 업체 개요 및 현황

- 롯데마트 중국법인은 2008년 설립되어 중국 전역 75개 매장운영
- 롯데마트의 수입식품 코너의 80% 이상이 장류, 주류, 유자차, 조미김, 과자, 음료, 등 한국식품으로 구성
- 2009년 aT와 한국식품 유통확대를 위한 MOU 체결

■ 담당자 면담 및 견학

- 중국내 다수 대형마트와 비교하여 규모는 크지 않음. 또한 롯데마트 왕징점의 경우 타국의 마트에 비해 유동인구가 적은 지역에 입점하여 불리한 여건을 가지고 있음.
- 하지만 지속적 마케팅을 통해 점유율 상승 방안 마련
- 마트내 국내에서 판매되는 대부분의 제품이 진열된 한국식품 코너가 마련되어 있음.
 - 오리온, 농심 등은 현지 한국공장을 운영하여 납품하고 있음.
- 전반적으로 중국에서 많은 양이 생산되는 채소류, 과일류 등은 국내 시장보다 낮은 가격에 판매되고 있으나, 소포장된 육류의 경우 국내 시장가격과 큰 차이가 없음.
- 중국내 소득이 높은 지역과 달리 왕징점은 아직까지 품질에 의한 가격 차별화가 보편화되지 않아 일반적으로 품질이 아닌 무게 단위의 가격

측정이 이루어짐.

- 지속적인 품질향상으로 차별화 전략이 필요함.



롯데마트 왕징점

2 중국 농업 현황 브리핑

■ 한·중 농업경제 교류협력: 주중한국대사관 농무관 조일호

- 한국대사관 개황
 - 직원현황: 229명(정국지원: 대사포함 78명, 행정직원: 151명)
 - 공관면적: 대지 약 4,821평
- 중화민족의 위대한 부흥을 위한 '중국의 꿈' 제시
 - 장기적 국가비전, 국가 통합 이데올로기, 국가위상 과시 메시지 등 복합적 목적
- 당·정·군 3군을 장악한 강한 지도력 하에 부패척결 및 권위주의 타파 추진
- 주요 경제정책

- 안정 속의 경제성장 목표로 7.5% 제시, 개혁·개방정책 지속추진 의지, 도시화·공업화 지속추진
- 중국의 농업여건
 - 농업 총 생산액은 크게 증가하였으나('03년 1조 7천 억 위엔 → '12년 5조 2천 억 위엔), 국가 총 생산액에서 농업 총 생산액이 차지하는 비중은 감소('03년 14.8% → '12년 10.1%)
 - 농민 소득은 크게 성장하였으나, 도·농 소득격차는 더욱 악화되어 도시민 소득의 1/3 수준
 - WTO 가입 후 농산물 교역이 크게 증가하였으나, 적자폭이 확대되고 이에 따라 농가인구가 11년 50% 이하로 하락한 후 매년 1% 이상 감소 추세
- 한·중 FTA 대응 방향
 - 양허제외 등 예외적 취급이 적용되는 초민감품목군의 비중을 최대한 확보하도록 노력(초민감품목군에 농산물이 우선 고려될 수 있도록 추진)
 - 농산물세이프가드 도입 등 보완장치도 동시 고려
 - 중국이 기 체결한 FTA에서 도입한 지역화 조항 등은 보수적으로 대응
 - 농수산협력 분야에 식량안보, 식품안전 등 우리측 관심사항을 최대한 반영하도록 노력

■ 한국 농식품 대중국 시장개척: 베이징 aT센터 지사장 조학형

- aT 연혁
 - 94년 7월: 중국 북경사무소 설립
 - 98년 1월: 해외 aT센터 업무를 농식품 수출지원으로 전환
 - 04년 9월: 상해 aT센터 설치
 - 06년 11월: 청도 사무소 설치(국영무역)
 - 11년 10월: 청도엑스물류유한공사 설립
- 2013년 7월 23일 현재까지 한국 농식품 대중국 수출액 전년 대비 8.4% 증가
- 중국 수출시장 여건
 - 1선 도시 경쟁심화: 한국 가공식품 1선도시 바이어간 경쟁 심화
 - 수입식품 감독 강화: 수입식품 검역 통관 작년 4월 이후 지속적 관리,

감독 강화

- 고소득층 구매 증가: 일본의 원전사고, 중국산 식품안전사고 등으로 중국내 고소득층 수입식품 구매력이 지속적으로 증가할 것으로 보임.

○ 한국 농식품 중국 시장 개척 전략

- 중서부 내륙 2-3선 지역 융합적 시장개척 활동 전개
: 청두(내륙 교통 중심), 서안(실크로드 관문), 중경(직할시) 중심 시장 개척 활동 전개
- 대형유통매장 연계 판촉전으로 시장확대 추진
: MOU 체결 대형유통업체 대규모 종합판촉전, 북경 등 1선도시 냉장 식품 시장진입을 위한 판촉전, 핵심전략 품목은 부류별 판촉전 시행
- 핵심품목의 선택과 집중으로 시너지 극대화
- 신규바이어 발굴과 우수바이어 네트워크 확충
: 우수바이어 초청 상담회, 신규바이어 발굴, 중국지역 한국 식품 대규모 구매 사절단 초청 및 상담회, 경소상 판촉전, 북방지역 한국식품 수입협의회 운영

○ 농어민 소득연계 수출전략품목의 시장개척

1. “유자차”

- 수출액 : (08) 9.8 → (10) 13.9 → (12) 17.8백 만불 ‘08대비 81% ↑
- 유자는 한국 남해안 지역에서만 생산되는 특산품으로 중국 현지에서 생산이 어렵다는 강점을 가지고 있음.
- 중국인이 선호하는 색깔과 맛으로 시장에 진입하고 시음위주의 홍보로 눈 등 스토리텔링 마켓
- 최근 수출업체간의 경쟁과 저품질, 저가의 중국산이 등장하였으나, 유자차 수출협의회 운영과 품질인증 마크 제도 운영으로 대응

2. “생우유”

- 수출액 : (08) 0.3 → (10) 0.5 → (12) 3.8백 만불 ‘08대비 1,166% ↑
- 식품 안전문제, 품질 등으로 중국내 고소득 층은 수입식품 선호
- 한국 목장 집유지에서 중국 대형유통매장 지열까지 4일 이내 가능한 지리적 강점으로 냉장유통 판매

3. “조미김”

- 수출액 : (08) 6.4 → (10) 10.0 → (12) 30.7백 만불 ‘08대비 380% ↑
- 중국에서 조미김은 간식용으로 소비되기 때문에 김밥용보다 우리나라에서

주로 반찬으로 소비되는 날개포장 형태로 주로 판매되고 있음.

- 판촉전, CGV 광고, 시식행사 등을 통한 소비확대 방안 마련

4. “막걸리”

- 수출액 : (08) 0.02 → (10) 0.9 → (12) 1.4백 만불 ‘08대비 6,900% ↑
- 13년 2월 중국위생표준 개정(모든균 일정이상 불허용 → 유산균은 제외된 병원성균만 규제)으로 생막걸리 진입가능
- 한인사회 중심으로 소비되고 있는 막걸리는 유통매장 판매촉진 행사 추진 등으로 현지매장 진입이 필요함.

○ 한식세계화 지원

- 글로벌 체인 호텔(Marriott International Hotel)과의 연계로 한식 프로 모션의 고급화 추진
- 북경, 천진, 상해의 Marriott International Hotel에 한국의 한식 셰프를 파견하여 교육



주중한국대사관 농무관 조일호 브리핑



베이징 aT센터 지사장 조학형 브리핑

3 신발지 농산물 도매시장

업 체 명	신발지 농산물 도매시장			사업내용	농산물 유통(도매)
대 표 자	장옥새			담 당 자	
주 소	북경시 풍대구 경개고속도로 화향 신발지 교서측				
전 화	86-10-84726992	FAX	-	홈페이지	www.xinfadi.com.cn

■ 업체 개요 및 현황

- 1988년 5월 신발지 법인 설립(5ha)하여 25년이 지난 현재 1,820ha(2,000명 근무)로 전국 최대 규모의 농산물 도매시장
- 상설 점포 5,558개소(상설이용 도매상 8,000여명)에서 채소와 과일 중심으로 종자, 양식, 기름, 육류, 수산, 식품, 조미료 등 거래
- 연간 교역액(12년): 440억 위엔(1,300만 톤)
 - 북경 채소 수요량의 약 70% 과실의 경우 약 80%를 공급(수입과실 90%)
 - 40여 개국으로부터 수입과 수출이 이루어지는 중국 농산물 물류의 중심
- 1일 유통량: 채소 1.5만 톤, 과일 1.5만 톤, 돼지 3,000두, 양 3,000두, 소 400두, 수산물 1,800톤

■ 담당자 면담 및 견학

- 현재 도매시장은 유통마진과 저장비용으로 운영
- 산지 농민들이 4개 형태의 주체로 수집 입고되며(농산물 무역회사, 합작회사, 농민들 직판, 지역농민들이 직접 만든 연합 공급상). 주 공급은 도매상, 벤더, 가공공장, 최종적으로 지역 소비자에게 직접 공급됨
 - 품목별로 거래매장이 따로 있으며 차(車)거래가 대부분임. 농공상연합 총공사에서 매일 시장 내의 거래가격을 조사해 홈페이지를 통해 가격 정보를 공개하고 있음.
- 운영비는 판매와 무관하게 시장 진입시 무게를 측정, 품목마다 지도가격으로 정산하여 1.5%수수료 징수하는 관리비용과 냉장창고 보관비용으로 충당.
- 가격결정은 표준화와 규모화가 되지 않아 일정한 규칙이 없고, 거래 당사자 간의 수요 공급에 의해 가격결정.
- 도매시장내에 채소, 과일, 수산물, 육류, 조미료 거래매장이 있으며 거래방식은 상대거래임(아직 경매가 없음) 도매시장내에 소형트럭들이 들어와 거래 하고 있음.
 - 도매시장을 통한 유통구조는 전국 생산지로부터 1급 도매시장에 반입된 후 도심의 2급 도매시장이나 수퍼마켓 등으로 유통됨. 거래현장에서 판매자와

구매자간 현물 교환과 동시에 대금정산이 이루어지고 있으며 도매시장이 관여하지 않음.

- 최근 마늘, 배, 사과, 배추 등 농산물 한국 수출이 늘었으며 마늘 배추는 추후 수출량이 더 늘어날 것으로 생각함.
- 가락동의 경매제도를 인상깊게 보고 선진적 시스템이라고 생각함. 하지만 아직 신발지 도매시장에서 경매의 필요성을 느끼지 못하고 있어 경매제도가 활성화 되지 못하고 있음.
- 현재 북경에 신발지브랜드로 151개의 판매체인점이 있으며 전국화 계획.
- 전자거래 이용(산지 합작사, 도매상, 소비자 이용): 매매번호, 회사명, 품목, 단가, 물량, 유통기한, 거래단위, 출하지역 등이 개시되고 판매업체 및 거래업체는 등록된 업체에 한하여 이용 가능함.
- 은행이 중간자 역할로 참여하여 거래시 발생할 수 있는 금전적 문제를 최소화 함.



신발지 도매시장



신발지 도매시장 전자거래 현황판



신발지 도매시장 총경리 면담



신발지 도매시장 수박거래 현장

업 체 명	북경세농종묘유한공사			사업내용	채소종자 생산, 판매
대 표 자	박상건			담 당 자	-
주 소	북경시 대홍구 생물의학기지 천영가 9호				
전 화	86-10-61251234	FAX	86-10-60205811	홈페이지	-

■ 업체 개요 및 현황

- 1965년 창업하여 현재 국내 8개 지점 운영(해외: 중국, 미국, 인도네시아, 인도, 미얀마 등 지점 운영)
- 한국 농우바이오 100% 출자기업(1994년 설립)
- 취급품목: 무, 고추, 배추외 채소종자 14개 품목
 - 무 종자의 경우 중국에서 높은 시장점유율 차지

■ 담당자 면담 및 견학

- 종자 저장창고(온도는 18도, 습도는 30% 미만으로 유지), 포장 등 최대 규모, 최고시설임을 자부함.
 - 지속적 경쟁우위를 위해 육종, 생명공학 등과 협력체계를 구축하고 연 매출의 약 15%를 R&D에 재투자하고 있음.
 - 우수한 종자의 개발 보급으로 중국 농가의 생산성을 증대시켜 농사소득 증대에 기여하였음.
- 중국의 볍음 위주의 식생활로 과거 푸른 배추를 선호하여 국내 배추와 다른 종자를 재배하였으나, 최근 북경 등 고소득 도시를 중심으로 맛을 중시하는 식생활로 변화되고 있음. 따라서 배추의 경우 우리나라와 동일한 품종 생산. 하지만 무의 경우 먹는 방식의 차이로 전혀 다른 종류의 종자를 생산 판매하고 있음.
- 중국과 접하고 있는 국가는 약 23개국에 이름. 대부분의 국가가 후진국으로 고품질 농산물이 아닌 생산량이 많은 품종을 재배, 생산하여 수출하고 있음.
 - 일반적으로 중국의 서부지역에서는 강수량 부족으로 농업이 힘들다

고 알고있으나, 여름철 높은 설산의 눈이 녹으면서 수분을 공급하여
농산물 재배가 가능함. 따라서 넓은 국토를 이용한 계절별, 지역별
생산

- 하지만 너무 넓은 국토로 인해 유통구조가 복잡하고 지역간 유통에 비
용이 크게 발생하는 경우도 있으므로 FTA 체결이후 검역 문제가 해결
된다면 지역적 우위를 이용한 고품질 농산물은 수출도 가능
- 단, 중국에서 생산된 제품도 유통문제에 직면하고 있으므로 중국의
유통과정을 정확히 파악하고 진출해야 할 것으로 판단됨.



세농종묘 종자 저장 창고



배추 종자 생산 및 포장 현장



박상건 총경리의 세농종묘 소개



농업인 단체장 세농종묘 방문

5

북경대상식품유한공사(종가집 현지법인)

업 체 명	북경대상식품유한공사			사업내용	식품 생산, 유통
대 표 자	이상철			담 당 자	
주 소	북경시 조양구 왕징 방향국제중심 C좌 1007호				
전 화	86-10-84720420	FAX	86-10-84720410	홈페이지	-

■ 업체 개요 및 현황

- 2003년 대상 중국 북경법인 설립
- 김치 등 한국식품 현지생산·유통
 - 취급품목: 김치, 가공면류, 장류, 홍초 등

■ 담당자 면담 및 견학

- 한국에서 생산된 김치의 경우 중국 현지 대리상을 통해 수입하여 유통되고 있음.
 - 한국에서 생산된 김치는 품질 및 안전성 부분에서 프리미엄을 인정받아 고가에 판매되고 있어 중산층, 젊은층, 여성층에 주로 판매되고 중국현지에서 생산된 제품은 업소용이나 대형 유통을 중심으로 판매됨.
 - 한국에서 생산된 김치의 수출량이 현지 생산 제품의 수출량보다 많고 현지 생산 제품은 중국 내수 시장 및 원가 문제로 한국에서 생산된 제품의 수출이 불가능한 지역에 수출하고 있음(한국, 일본 제외 소포장(100~300g) 위주로 생산하여 판매)
- 한국 식당의 중국김치 점유율이 매우 높으며, 97% 이상이 중국김치를 사용하는 것으로 파악하고 있음.
 - 중국김치의 한국 도착가가 700~800원/kg이면, 한국기업의 생산하는 김치가 아무리 싸도 1,500원/kg 이상이기 때문임. 중국인의 경우 맛김치를 선호하는 경향이 있음. 한국의 포기김치와맛김치 비중이 각각 80%, 20%라면, 중국은 포기김치와 맛김치 비중이 각각 20%, 80% 수준임.
- 한국과 중국의 김치 생산의 원가 차이는 상당함. 절임 배추의 경우 동일한 품종임에도 불구하고 가격이 약 3~4배 차이가 남. 유사한 재료임에도 낮은 원가로 생산된 김치가 국내로 수입되지 않고 있는 이유는

종가집 김치의 마케팅 전략이 100% 국내산 이용에 있음.

- 중국 현지에서 생산된 김치도 100% 중국산 재료를 이용

○ 짬아찌 제품은 이미 중국에서 상당히 발달한 제품으로 현지에 중국입맛에 맞는 저렴한 제품이 많이 생산되어 있음. 또한 최근 현지에서도 저염식에 대한 선호가 증가하고 있는 추세

- 반면 한국전통의 동치미 육수를 이용한 냉면, 울면, 비빔면 등을 생산하여 판매중에 있음. 떡볶이의 인기도 크게 상승하고 있으며 뜨거운 음식을 좋아하는 중국인의 입맛을 반영한 샤브샤브 제품 개발



종가집 현지법인



종가집 생산현황 및 전략 브리핑



현지에서 생산된 종가집 김치



종가집 개발제품 샤브샤브

6 aT 청도 수출물류기지(청도애특물류유한공사)

■ 일반사항

○ 한국농수산물유통공사 100% 출자법인

○ 11. 10. 12 법인설립

- 등록자본금 17,459,779US\$

- 기능: 한국 농식품 수출업체 및 수입바이어 수출마케팅, 물류서비스 지원

■ 물류센터 운영 개요

○ 추진방향

- 보관 기능에 한정된 물류센터의 기능을 보완할 수 있는 종합물류 업체를 선정하여 물류사업 완전 위탁
- * 13. 5.24 입찰결과 현대 로지스틱스 현지법인인 현대아륜이 물류업체로 선정

○ 위탁운영 내용

- 보관 기능 및 유지보수운전 등 시설관리 전반
- * 통관, 하역, 수배송 등 물류서비스는 위탁사와 화주간 계약

○ 물류센터 유치품목

- 냉동: 냉동만두, 젓갈류, 아이스크림, 떡류, 전류, 건어물류 등
- 냉장: 신선버섯, 음료, 유음료, 과즙음료, 생막걸리, 젓갈류 등
- 정온: 장류, 유자차, 멸균우유, 건어물 등 온도에 따라 변질 가능한 제품
- * 정온: 여름철 20도 유지
- 상온: 온도에 민감하지 않은 가공식품류(장류, 유자차 등)

○ 물류센터 기대효과

- 물류비 절감, 수출 증대 기여, 물류서비스 향상

○ 물류센터 건설로 대규모 입고 개별 출고가 가능할 것이며 지속적으로 상승하는 저장창고 임대료 문제를 해결할 수 있음.

○ 에티에의 중국어 발음을 따서 '애틀'이라 이름붙임. 한국농식품수출업체의 수출 및 마케팅 통관 지원까지 할 예정. 중국 물류의 특성상 발생하는 유통과정중 손실율(25~30%.미국 15%))을 방지하기위해 콜드체인 물류센터가 필요함.

- 북경, 상해, 광저우까지 배송 하고 수송과 배송의 토탈 물류서비스까지 진행하여 한국상품이 소매점까지 배송될 수 있도록 할 예정.

○ 현재 물류센터의 건설 목적은 수출기지로서의 역할에 있으나, 수출 품목이 가동률에 미치지 못해 수입기지로 전환되는 것에 우려의 목소리가 있음. 하지만 국내 수입기지로 역할을 위해서는 물류센터가 생산지에 위치하는 것이 유지하며 시설 구조가 수출품목에 적합하게 설계되어 수입기지로 변용될 확률은 없음.

- 만약, 1순위인 한국의 수출제품으로 가동률 100%에 미치지 못할 경우 2순위는 현지에서 한국기업이 생산한 농식품물류에 있음.



청도애특물류유통공사 공사 계획



청도애특물류유통공사 운영계획 브리핑

7 한국식품산업협회 부설 청도 식품연구소

업 체 명	청도 한중 식품유통공사			사업내용	식품 검사업무
대 표 자	박인구			담 당 자	
주 소	산동 청도시 성양 류팅 쌍원로 서단 공항공업원 칭다오애특물류센터				
전 화	86-532-6800-4171	FAX	86-532-6800-4173	홈페이지	www.kafriqingdao.com

■ 연구소 개요 및 현황

- 2005년 5월 한국식품산업협회에서 독자 투자 설립한 협회 부설 연구소
- 주요업무: 국외공인검사기관으로 중국에서 한국으로 수입되는 가공식품, 농임산물, 수산물가공품 등 검사업무 수행
 - 대 한국 수출식품 수입정밀검사(잔류농약, 규격 검사 등)
 - 자가품질검사, 안전검사
 - 현지 유통식품 모니터링, 한국식품공전 식품위생법 등 기준 규격 정보자문
 - 해외식품업체 위생점검 및 교육

■ 담당자 면담 및 견학

- 최초 수입품에 대해 정밀 검사, 사전 안전검사, 자가 품질검사 등을 실시

함으로써 수출입 및 유통과정에서 발생하는 사고를 사전에 예방하여 유통 비용 손실을 최소화 할 수 있음.

<주요검사 항목>

주요 품목	분석 항목
농산물	잔류농약59종, 중금속, 이산화황.
고추가루등 향신료	위화물, 색소, 곰팡이수, 아플라톡신, 오클라톡신
고주/냉동/건조	잔류농약96종, 중금속
과채가공품	대장균, 세균수, 타르색소.
곡류가공품	색상, 이물, 색소, 보존료
두류가공품	산화방지제, 아플라톡신,
유지류	벤조피렌, 산가, 요오드가, 산화방지제,
만두, 빵, 떡류	보존료, 타르색소, 세균수,
절임식품, 장류	보존료, 타르색소, 아플라톡신,
젓갈류	보존료, 타르색소, 대장균,
땅콩등 견과류	중아플라톡신, 살모넬라
초코릿류	타르색소, 살모넬라, 세균수

<검사 실적>

년도	구분	수입	일반	검사명령	소 계	모니터링	수입불합격
2011년	건수	61	65	0	126	926	
	부적합	0	11	0	11	47	(3)
2012년	건수	219	137	79	435	1,077	
	부적합	0	13	0	13	28	(5)
2013.7.현재	건수	28	108	23	159	125	
	부적합	0	14	0	9	14	(3)

- 현재 96종의 필수 농약에 대한 잔류 검사를 실시하고 있음. 이 96종의 농약은 필수 검사 품목으로 이외의 다수 농약에 대한 검사에 취약
 - 하지만 모든 종류의 농약에 대한 사전 검사를 실시하기에는 비용적 시간적 제약이 있어 최소한의 조건인 필수 96종에 대해 검사 실시
- 현지 유통식품을 모니터링 하면서 수출 가능한 국내 농식품에 식품위생법 등에 대한 정보를 제공
 - 이와 같은 정보를 활용하지 못하면 아무리 뛰어난 제품도 중국시장에 진출되지 못하게 반송되는 경우를 겪을 수 있음.



청도식품연구소



청도식품연구소 시약보관실 및 안전검사실

8 농식품 수입업체 간담회

■ 한국 농식품 대중국 수출현황 및 향후 전망(발표: 해지춘 광동민 사장)

- 중국의 냉동 식품 및 수산물 수입, 유통업체인 해지춘은 한국의 간편조리 제품을 위주로 수입하고 있음.
- 최근 중국인들의 한국 여행이 증가하면서 한국의 음식을 접하고 입맛에 맞는 음식을 중국에서도 찾게됨. 하지만 맛의 차이로 인해 한국식품을 선호하는 추세
 - 우선 접근성이 용이하거나 고소득층이 소비할 수 있는 지역을 선정하여 그 지역민의 식습관, 풍습 등을 파악하여 전략을 수립해야 함.
 - 또한, 현재 중국인이 선호하고 있는 제품의 품질을 지속적으로 유지하여 선호를 유지하여 판매량을 증가시켜야 함. 만약 단가 문제로 제품의 함량을 낮추는 등 품질을 저하시킨다면 중국인의 선호도가 낮아지게 되어 향후 아무리 좋은 제품을 생산하더라도 한번 변한 인식을 돌리기는 힘들 것임.
- 한국의 지리적 이점도 최대한 활용할 수 있어야 함. 청도에서 광둥으로의 제품 운송비보다 부산에서 광둥으로의 운송비가 1/5수준으로 저렴함. 하지만 한국시장을 열어주지 않으면 한국도 중국으로 수출할 가능성도 없음.
 - 만약 시장을 개방하게 된다면 시선 제품의 원활한 수출입을 위해 통관 및 검역절차를 간소화할 필요 있음.
- 한국에서 수입되고 있는 특정 소시지의 중국 현지 가격은 한국 판매가격의 약 2배인 30위엔. 중국산 소시지가 약 12위엔임을 감안하면 중국소비자

도 품질에 따라 높은 가격을 지불할 의사가 충분함.

■ 간담회(질의 응답)

- 신속한 검역절차는 중국산 신선 농산물 수입에 더 유리하지 않나?, 삼계탕에 대한 중국 현지의 선호는? (한국계육협회 정병학 회장)
 - 우선 일본은 자국에서 중국에 진출한 업체에서 생산된 제품을 수입하고 있으나, 한국은 중국산 제품의 수입을 전면적으로 차단하고자 함. 하지만 현지 생산 제품을 현지 내수시장에도 공급하고 타국 및 한국으로도 수출하는 개방적 마인드가 필요
 - 물론, 값싼 중국농산물이 대량으로 한국에 수입되면 국내 농가가 영향을 받을 수 있겠으나 수입하지 않으면 수출도 할 수 없음.
 - 삼계탕에 대한 중국 소비자의 반응은 좋은편임. 하지만 중국내에서 생산된 삼계탕은 한국의 제품과는 다소 다름. 결과적으로 한국에서 판매되는 수준의 삼계탕을 중국으로 수출하거나 중국내에서 생산할 수 있다면 충분히 경쟁력 있음.
- 높은 가격에 판매되는 소시지의 가격을 낮추어 판매량을 늘리고 이를 통한 한국제품에 대한 홍보효과를 기대할 수 있지 않나?(한국화훼협회 임영호 회장)
 - 소시지의 경우 수입업체가 높은 마진율을 취하고 있는 것이 아니라 실제 물류비용이 크기 때문에 가격을 낮출 방법이 없음. 즉 FTA로 관세가 하락하고 점차 물량이 증가하여 유통마진 및 매장입점 비용이 줄어든다면 충분한 효과가 발생할 것임.
- FTA 체결 이후 농산물 품질이나 가격 문제 이외에도 물류에서도 어려움이 있을 것으로 예상되는데 실제로 농산물 수출이 가능한가?(한국농식품법인연합회 강용 회장)
 - 제품에 대한 인식 문제로 한국 제품의 품질 및 안전성이 지속적으로 유지된다고 하며 충분히 경쟁력 있다고 봄. 하지만 고소득층을 겨냥한 고품질 농산물이 아닌 일반 농산물 수출은 불가능할 것으로 생각됨.
- 인삼 제품의 수입현황 및 고려인삼에 대한 인식은?(한국인삼6년근경작협회

김길 수석 부회장)

- 6년근 인삼은 식품이 아닌 약품으로 현재 수입이 되지 않으며 6년근 미만의 4년근을 식품으로 수입할 계획은 있음. 그리고 중국내에서 고려인삼이 품질이 우수하다는 인식이 널리 퍼져있진 않음. 이는 양자가 이남지역과 이북지역으로 나뉘어 설명될 수 있는데 양자강 이북지역에 거주하는 사람은 선천적으로 몸에 열이 많은 민족으로 인삼을 고품질의 고려인삼을 선호하지 않음. 하지만 양자강 이남지역의 사람들은 고려인삼을 선호하여 한국으로 여행을 다녀오면서 고려인삼을 많이 구매하는 경향을 보임.



농식품 수출업체 간담회

9 청도 애호가 식품유한공사 유기농 생산 농장(올가 푸드)

업 체 명	청도 애호가 식품유한공사			사업내용	
대 표 자	원환희			담 당 자	원환희
주 소	산동성 청도시 성양구 정양로 196				
전 화	86-532-6679-6556	FAX	86-532-6679-6559	홈페이지	www.orgafood.cn

■ 업체 개요 및 현황

- 유기농채소, 곡물, 두부 등 중국내수판매
- 중국내 교민시장, 로컬시장 다수 입점
- 1,500여개 거래처 확보
- 경작면적: 383무

■ 담당자 면담 및 전학

- 애오가식품유한공사는 2008년에 설립되었으며, 중국회사와 합작한 한국 투자기업. 올가푸드라는 브랜드 상품을 개발하여 유기농을 출시하고 있음. 제품 카테고리는 풀무원과 유사함
 - 청도 인근의 유기농 인증 농장과 계약을 통해 아웃소싱으로 유기원료를 확보하여 고유 브랜드의 유기농산물 출시(OEM 방식)
- 중국 농산물의 안전성에 대한 소비자의 불신이 매우 강한 반면, 경제 성장과 고소득층의 증가에 따라 친환경, 유기 농산물에 대한 수요가 높아지고 있음. 중국 소비자의 구매력이 매우 커지고 있기 때문에 유기농산물의 판매나 한국 가공식품의 중국시장 수출가능성이 높아진 상황임.
- 당초 국내 유기농생산자들(충남 유기농협회 회원)이 중국 시장을 개척할 목적으로 본 회사를 설립. 직접 생산하기에는 여러 제약 조건이 있어서 현지 농가와의 계약을 통한 OEM 방식(유기농법 기술지원 포함)으로 운영하기로 결정
 - 중국정부로부터 녹색식품이나 유기식품 인정을 받은 농가의 농산물을 계약구매(전량 인수)해서 올가푸드 브랜드로 유통시키고 있음. 중국에서 현재 100% 완전한 유기농 생산은 불가능함. 인증을 받은 농가도 관행적인 영농방식으로 철저한 관리를 하지 않고 있기 때문에 애오가식품유한공사는 계약한 농가가 유기농법을 준수하도록 지속적으로 감독, 관리함으로써 유기농산물의 품질 유지와 농가신뢰를 구축하고 있음.
- 청도, 북경, 천진 등에서 생산된 유기농 채소를 올가푸드와 계약한 소비자에게 직접 배달하는 회원제 운영방식을 추진하고 있음. 생산농민에서부터 고소득층 소비자나 백화점까지 연계시킴으로써 소비자 신뢰를 구축하고자 하는 전략. 비용이 많이 들더라도 유기농산물 공급업체로서의 홍보효과가 높을 것으로 기대
- 한중 FTA가 체결되고 양국간 검역문제가 해결되면 국내 유기농산물이나 친환경 고품질 과일, 과채의 중국시장 진출 가능성이 매우 높음. FTA 및 검역해제에 따른 전반적인 국내 농업의 피해가 커질 것으로 전망되지만, 중국시장으로의 수출 또한 잠재력이 매우 높기 때문에 이에 대한 준비와 전략을 강구할 필요 있음.



애호가에서 재배중인 유기농 쌈 채소



애호가에서 재배한 유기농 이박사 호박

10 연태 과수연구소

업 체 명	연태시 농업과학원 과수연구소			사업내용	과수 개량, 연구, 개발
대 표 자				담 당 자	-
주 소	연 태 시 복 산 구				
전 화	86-535-635-2051	FAX		홈페이지	

■ 업체 개요 및 현황

- 1996년 건립 이후 주로 과일재배, 과일새품종 연구 개발
- 과수, 채소, 화훼, 옥수수, 식물보호, 밀 등의 여누부서가 있으며 과수 부분이 가장 큰 규모
- 연태 지역은 평균 해발이 100m 이하이며 연평균 기온이 11.8도, 강우량은 600~700ml로 과수작물 재배에 좋은 기후로 중국내 북방과일의 주산지
 - 주로 잎이 떨어지는 과일인 사과, 배, 체리, 포도 재배

■ 담당자 면담 및 견학

- 연태지역에서 생산되는 사과의 주요 품목은 후지사과를 개량한 연대1, 연대2가 생산됨. 생산 지역에 따라 나무의 종류와 식재면적에 차이가 있음. 구룡지역은 큰나무 위주로 재배되고 있으며 평야지역은 키가 작은 나무가 재배됨.
 - 식재면적: 구룡지역 약 40주/1무, 평야지역 약 110주/1무
- 연태지역에서 생산되는 사과는 중국전체 사과 생산량의 약 25%를 차지하고 대부분이 내수시장에서 소비되고 일부만 수출됨.
 - 수입사과의 경쟁력은 낮은 수준. 현지 소비자들은 저장 및 시선도 등의 이유로 자국산을 선호함. 일부 고소득 계층에서는 수입산 고품질 과일을 소비하고 있음.
- 연태지역에 동일한 지역에 사과와 옥수수가 동시에 재배되고있는데, 소득은 사과쪽이 더 높음. 하지만 노동력 투입이 상대적으로 적은 옥수수를 재배하는 농가도 증가하는 추세
- 연태에서 생산되는 체리는 수입 품종이 아닌 대련쪽 품종으로 미국산 체리와 맛과 품질이 비슷함.



연태 과수연구원



연태과수 연구원 시범재배 중인 배나무

11 연태 JUSCO

업 체 명	연태 JUSCO 쇼핑센터	사업내용	종합쇼핑센터
대 표 자		담 당 자	
주 소	산동성 래산구 관해로 2777호		
전 화	86-535-735-6650	FAX	홈페이지

■ 업체 개요 및 현황

- 1996년 설립된 일본계 슈퍼마켓으로, 일본 유통업체인 이온(AEON)이 운영하고, 산동성 내에 총 8개의 점포를 운영
- 청도 내 가장 인기있는 슈퍼마켓 체인으로 이 마켓에서 판매되는 농산물의 안전성은 소비자에게 인정받고 있음

■ 견학

- JUSCO에서 판매되는 고품질 농산물은 우리나라에 비해 크게 싼 것은 아니지만 지속적으로 판매가 증가하고 있음.
 - 단, 중국에서 많이 생산되는 채소, 과일 등 신선 농산물과 수산물은 상대적으로 가격이 국내 마트보다 낮은 수준
 - 특히 돼지고기의 경우(동일 부위 비교) 국내 마트보다 낮은 가격에 판매되고 있으나, 부위별 가격차이는 크지 않음. 국내에서는 돼지고기 중에 삼겹살 부위를 선호하여 삼겹살부위가 전지방부위보다 2배 이상 가격이 높은 것으로 조사되었으나 JUSCO에서는 전지방부위 가격이 삼겹살 가격의 2/3수준으로 그 차이가 크지 않음.
- 최근 한류 바람과 함께 한국 가공 농식품(유제품, 김치, 된장 등) 판매량이 급증하고 있음.
 - 한국산 가공식품을 취급하는 수입바이어(중국 교민)의 재량으로 판로를 개척한 사례임.
 - 국내 시장점유율이 1%도 안되는 신송식품의 유자차(45 위안), 대추차 김치 등이 고가로 판매되고 있음.
 - 중국 유통업체의 라벨링 및 디자인 요구, 통관시 검역검사 사안 등에 한국의 수출업체(중소기업)가 적극적으로 대응하기에는 한계가 있으며, 대부분 수입바이어의 역량에 의존하고 있음. 중국으로의 농식품 수출확대를 위해서는 보다 세밀한 수출지원 방안을 마련할 필요

- 최근 한국산 신선우유의 경우, 일본산보다 더 높은 가격에도 불구하고 품질이 우수하다는 소비자의 선호로 인해 하루에 120만원(한화)의 매출을 올리고 있음.
- 국산 신선우유 가격: 31~32 위안, 일본산 신선우유 가격: 22 위안



JUSCO 국산 우유



JUSCO 일본산 우유

IV. 시사점

■ 농산물 수출가능성

- 중국의 광대한 영토와 많은 인구로 농산물을 생산하고 있어 실질적으로 신선 농산물에 대한 수출가능성은 낮은 것으로 판단됨. 하지만 고품질, 안전 농산물과 가공 식품의 경우 수출가능성이 있음.
 - 현재 중국으로 수출되는 우유와 소시지(간식용, 유아용) 등은 중국 현지에서 생산된 제품뿐만 아니라 타국 수입산(일본 등) 제품보다 높은 품질을 인정받아 지속적 수출확대 가능성이 있음.
 - 또한, 중국에서 생산하기 힘든 유자차의 경우에도 중국인의 식생활에 부합하여 지속적으로 수출이 확대될 것으로 예상됨.
- 중국의 경제성장에 따른 소득 수준향상으로 웰빙에 대한 needs가 형성되면서 친환경 농산물 선호
 - 단기적 수익을 위한 일회성 수출이 아닌 장기적 수출확대를 위해 품질유지에 초점을 맞추고 지리적 이점이 있는 해안지방의 고소득층을 대상으로 전략 수립

- 한·중간의 지리적 이점은 우리나라의 기회이자 동시에 위기로 작용
 - 중국은 넓은 영토로 인해 자국내 지역간 농산물 유통 높아 한국과 근접한 해안 지역의 경우, 한국에서의 물류비가 더 저렴함.
 - 이는 한국의 수출 농산물 또한 중국의 해안지역 이외의 내륙 지역으로 수출이 제한적일 수 있음.

■ 중국의 위협

- FTA 체결로 국내 농산물의 수출 가능성이 커진 만큼 중국의 위협 또한 커지고 있음.
 - 노동집약형 작물인 채소류는 중국의 대표적인 비교우위 농산물로서 최대의 수출품목임.
 - 신선 농산물의 경우, 중국의 내수 시장에 초점을 맞추고 생산하고 있다가지만 우리나라로 수출하는 것이 더 큰 이윤을 남긴다면 아무리 내수 시장에 공급량이 부족하더라도 국내로 수입될 가능성이 큼.
 - 장기적으로 중국산 농산물의 가격이 낮아 지속적으로 수입된다면 국내 자급률 하락으로 농산업이 어려움에 직면할 수 있음.
- 중국의 축산물의 경우, 검역문제뿐만 아니라 위생 및 안전성 측면에서 국내 소비자에게서 외면당하고 있으나 최근 계열화, 규모화에 노력 중이며 수출가능성을 염두에 두고 있음.
 - 축산물 이력추적제, 품질 등급제 등이 초기 단계에 있으나, 이러한 제도들이 정착되면 중국산 축산물의 경쟁력도 상당히 높아질 가능성이 있음.
 - 거리상으로 언제든 위협이 될 수 있는 요소가 크므로 지속적이 모니터링 필요