

어젠다코드	6 - 20 - 78		구분	완결	
기술분야코드	V2	기술유형코드	M03	작목구분코드	MI-01-MI11
과제종류	기관고유		세세부사업	-	
연구과제 및 세부과제			수행기간	소속	과제책임자
한·중 FTA 대응 강원농업 경쟁력 제고방안			'15 ~ '16	작물연구과	채영길
1) 한·중 주요 농산물 수출입 동향 분석			'16	작물연구과	채영길
2) 중국 농산물 내수시장 분석			'16	작물연구과	채영길
3) 강원 주요 농산물 중국시장 진출방안 연구			'15	작물연구과	안용진
색인용어	FTA, 중국, 관세화, 농산물, 수출입, 오픈마켓, 전자상거래				

ABSTRACT

The purpose of the study is analysis of impact of the FTA on Korea and China. The study could be as follows. First, we analyze the Korea-China FTA Agreement, Second, agricultural prices and China's economic scale were analyzed. Third, based on this, we examined the export possibility of agricultural products in Gangwon, Korea. As a result, Korean agricultural products are more expensive than Chinese agricultural products in price competitiveness. Farmers agricultural products distribute to the Korean market. Because domestic market price is higher than Chinese market. Export of agricultural products is processed goods more appropriate than of that fresh produce. Food culture does not change easily because it reflects the history of the country. For this reason, trade barriers arise. In particular, regulations are strengthened in the field of agricultural products. To enter the Chinese market, we need to know what Chinese people like. And, we need to know Chinese food hygiene law to avoid unnecessary friction. To export agricultural products to China, Processed food is more appropriate than fresh produce. Because avoid trade barriers and customs clearance, Processed foods are superior than that of fresh farm products.

Except Kimchi, Yuja-tea, few export items of fresh farm products. Export fresh farm product of Gangwon to China is Rice. Exported 61M/T to China via Dongsong agricultural cooperative, export agreement with Guangdong Province for 2,000M/T Odae Rice. At present, if perform China's market analysis of fresh farm goods available for export, can extend the range of farm product's export market. Lastly, can export farm products of Gangwon via online Gangwon store(gangwon.world.taobao.com) and Kmall24(kmall24.com.cn).

1. 연구목표

자유무역협정(FTA, Free Trade Agreement)이란 협정을 체결한 국가 간에 상품과 서비스 교역 확대를 위하여 관세 및 무역장벽을 철폐하여 배타적인 무역특혜를 부여하는 협정을 말한다. 그간

FTA는 유럽연합(EU), 북미자유무역협정(NAFTA) 등과 같이 인접국가나 일정지역을 중심으로 이루어졌기 때문에 흔히 지역무역협정(RTA: Regional Trade Agreement)이라고도 한다. 우리나라는 칠레와 FTA 협상을 맺은 이래 2016년 총11지역 51개 국가와 FTA 협정을 맺고 있다. 한-중 FTA는 2015년 12월에 발효되었으며 본 협정에서는 신선농산물에 대한 수입은 제외되었으나 다자간 협정인 WTO 규정에 의한 중국산 신선농산물 수입은 가능하다. 이에 본고에서는 우리나라와 지리적으로 매우 인접한 중국과의 협정에 따른 이해득실을 살펴보고 대중국 농산물 수출을 위한 자료 수집 및 정책자료 개발에 이용할 자료 정리 및 분석을 연구목표로 하였다.

2. 재료 및 방법

〈제1세부과제 : 한·중 주요 농산물 수출입 동향 분석〉

본 과제를 수행하기 위해서 한-중 FTA 농산물협정자료 등을 기초로 하여 현장조사 보다는 문헌자료 위주로 수행하였으며, 한-중 주요 농산물 수출입 동향 분석을 위하여 수출입 통관자료 분석은 관세청 수출입 통계자료를 이용하여 과제 성격에 맞게 재분석하였다.

〈제2세부과제 : 중국 농산물 내수시장 분석〉

과제의 성격상 연구범위는 국제무역 규범에서부터 농산물 특성까지 범위가 매우 넓고 시간의 제약 상 협정문 내용은 선행연구 문헌자료를 인용하는 방법으로, 본 협정 발효 직후 농산물 수출입 동향에 대한 연구 자료는 관세청 통계자료와 한국농수산물유통공사(aT)의 자료를 정리하는 형태로 연구의 범위를 제한시켜 수행하면서 중국 농산물 내수시장에 대한 분석을 실시하였다.

〈제3세부과제 : 강원 주요 농산물 중국시장 진출방안 연구〉

연구자료는 강원 농산물 중국시장 온라인 진출전략 관련 자료가 되겠으며, 연구방법으로는 강원 주요 농산물 중국시장 진출방안에 관한 온·오프라인 조사 분석, 관계 전문기관에 대한 조사, 전문가 방문 청취조사 등을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

〈제1세부과제 : 한·중 주요 농산물 수출입 동향 분석〉

가. 한-중 FTA 협정 내용

(1) 추진 경과 및 주요 내용

중국과의 수년간의 지루한 협상 끝에 2015년 2년 가서명을 시작으로 동년 6월 서울에서 정식 서명하여 2015년 11월 국회 비준 동의안이 통과하여 2015년 12월에 비준 발효되었다. 농업부문 협정 주요내용으로는 본 협정에서는 우리나라 농산물을 보호하기 위하여 고추와 마늘, 양파, 사과, 배 등 총 610여개 품목이 양허에서 제외되었다. 양허 품목의 대부분은 가공식품이며, 우리나라

농수산물 자유화율은 품목 수 기준 70%, 수입액 기준 40%로 합의하였다. 본 협정에서는 자유무역 증진을 위해 48시간 통관원칙, 700달러 이하의 농산물은 원산지 증명서 면제기준을 부여하였다.

표 1. 농업부문 주요합의 내용

구 분	주요 합의내용
농수산물 수입 자유화율	품목 수 기준 70%, 수입액 기준 40%로 감축 합의
초민감 품목	양허 제외 30%, 자율관세 할당 16%, 관세 감축 14% 수준
쌀	협정대상 제외, 그러나 WTO MMA물량(408천톤)으로 수입 가능
양허 제외	고추, 마늘, 양파, 사과, 배 등 총 610여개 품목
통관원칙	48시간 이내
원산지 증명서	700달러 이하 면제, 미구비시 1년 내 특혜관세 신청 가능

(2) 품목별 합의내용

식량작물분야에서는 쌀은 이번협정에서 제외되었으며, 콩, 보리, 팥은 저율할당관세(TRQ)로 의무수입하게 되었으며, 옥수수 종자는 관세율을 10년간 매년 19.8% 균등 감축하여 10년 후에는 무관세로 수출입할 수 있게 하였다. 원예작물에서는 신선당근 관세율 30%, 배추 27%, 복숭아 45%, 감귤류 144%이며, 가공식품에서는 현행관세율 20%인 김치를 기존 관세의 1%를 감축하여 19.8%가 되었다.

표 2. 품목별 세부내용 개요

구 분	주요 합의내용
식량작물	<ul style="list-style-type: none"> ○ 쌀은 양허품목에서 제외, 콩, 보리, 팥은 저율할당관세(TRQ) 의무수입 ○ 옥수수 종자 : 관세율 10년간 매년 19.8% 균등 감축, 10년 후에는 무관세 수출입
원예작물	<ul style="list-style-type: none"> ○ 엽근채류 : 신선당근(30%), 신선 무(30%), 신선 배추(27%) ○ 양념채소 : 신선고추, 건조고추, 고춧가루(270%),신선 및 건조 양파(135%) ○ 과채류 :복숭아(45%), 감귤류(144%)
특용작물	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인삼류 23개 주요품목 수삼(222.8%) 및 홍삼(754.3%), 백삼(222.8%) 등
가공식품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 김치(20%) : 기존 관세의 1% 감축 (20%→19.8%)

나. 한·중 농산물 경쟁력 분석

(1) 농업경제 지표 비교

2011년 현재 중국의 경지면적은 약 12,171만ha로 우리나라 경지면적 170만ha보다 약 71.6배 넓고, 농업생산액은 2013년 기준 1,324조원으로 우리나라 농업생산액 44조원보다 30배 많은 것으로 추정된다. 농작물 재배면적은 식량작물 105배, 채소류 90배, 과일류 82배 넓으며, 축산물 생산량은 68배, 과일류 생산량은 102배, 채소류 생산량은 75배로 국제경쟁력이 높은 국가이다.

표 3. 한·중 농업생산력 비교

구 분	한 국	중 국	중국/한국(배)
농축산업 생산액(조, '13기준)	44	1,324	30.1
경지면적(만ha, '08기준)	169.8	12,171.6	71.6
농작물 재배면적(만ha)	180	16,462	91.4
○ 식량작물	106	11,195	105.6
○ 채 소 류	23	2,089	90.8
○ 과 일 류	15	1,237	82.4
곡물 생산량(만톤)	477.5	60,193.8	126.0
○ 쌀	422.4	20,193.8	48.2
축산물 생산량(만톤)	124.6	8,535.0	68.4
○ 쇠고기	21.6	673.2	31.1
○ 돼지고기	57.4	5,493.0	95.6
○ 가금류	45.6	1,708.8	37.4
과일류 생산량(만톤)	245.9	52,093.0	102
○ 사과	38	3,968	104.4
○ 배	29	1,730	59.6
○ 감귤	68	3,320	48.8
채소류 생산량(만톤)	974.7	73,511.9	75.4

(2) 대중국 농축수산물 교역 현황

우리나라 대중국 농산물 교역수지는 매년 적자상태로, 2009년부터 2014년까지 최근 6년간 무역수지 적자는 29억에서 37억 달러 수준이다. 우리나라 농산물 수출입을 분석해보면 수출이 농산물은 2009년 3.2억 달러에서 2014년 6.4억 달러로 약 2배 증가, 축산물은 0.3억 달러에서 1.5억 달러로 약 5배 증가하였다. 반면 수입은 동 기간에 농산물은 18억 달러에서 26.8억 달러로 1.5배 증가하였다. 축산물 수입은 7.6억 달러에서 26.2억 달러로 3.5배, 임산물은 3.7억 달러에서 7.3억 달러로 약 2배 정도 증가하였다.

표 4. 한·중 연도별 수출입 실적

(백만불 : US\$)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
수출 (A)	합계	509	732	1,137	1,095	1,151	1,116
	농산물	323	438	597	629	645	645
	축산물	33	47	67	86	131	155
	임산물	11	19	12	10	8	10
	수산물	142	228	461	370	367	306
수입 (B)	합계	3,079	3,715	4,528	4,242	4,684	4,821
	농산물	1,808	2,135	2,584	2,409	2,798	2,682
	축산물	76	102	170	174	236	262
	임산물	374	430	584	612	666	737
	수산물	821	1,048	1,190	1,047	984	1,141
무역수지(A-B)	△3,238	△2,983	△3,391	△3,147	△3,533	△3,706	

우리나라 농산물 수출품 중 10대 주력상품은 당류, 낙농품, 음료, 커피, 기타농산가공품 위주이며 신선 농산물은 인삼류와 그 가공품 정도로 매우 제한된 경향을 보이고 있다. 중국에서 한국으로 수입되는 농산물은 채소, 곡물, 채유종실, 두류, 사료 등 신선농산물 위주로, 우리나라는 농식품 가공분야에서 중국은 신선농산물 분야에서 비교우위적 교역을 실시하고 있다고 볼 수 있다.

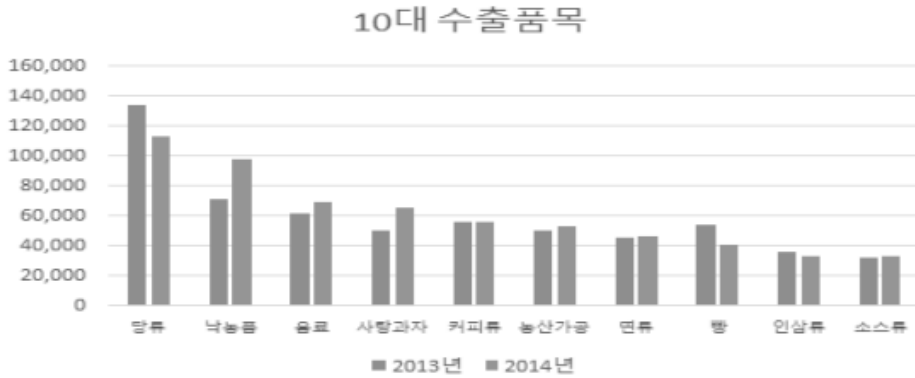


그림 1. 우리나라 농산물 10대 수출품목

우리나라 대중국 농산물 수출은 설탕 등 당류, 낙농품, 음료, 커피가공품, 빵 등으로 신선농산물 수출은 미미한 수준인데 반해 중국에서 들어오는 농산물은 채소류, 박류, 곡류, 채유종실, 두류 등으로 신선농산물이나 가공원료가 집중적으로 들어오고 있다. 이는 우리나라 경제구조가 원료를 들여와 가공·수출하여 부가가치를 창출하는 수출국가 형태를 취하고 있어 농업도 마찬가지로 경향을 보이고 있다고 볼 수 있다. 우리나라 식량자급률이 25% 내외이므로 농산물 수출보다는 수입비중이 당연히 높을 수밖에 없고 생산자인 농업인이 가격이 높은 국내시장에 치중하지 구태여 가격이 낮은 중국시장에 신경 쓸 이유가 없는 것이기 때문이다.

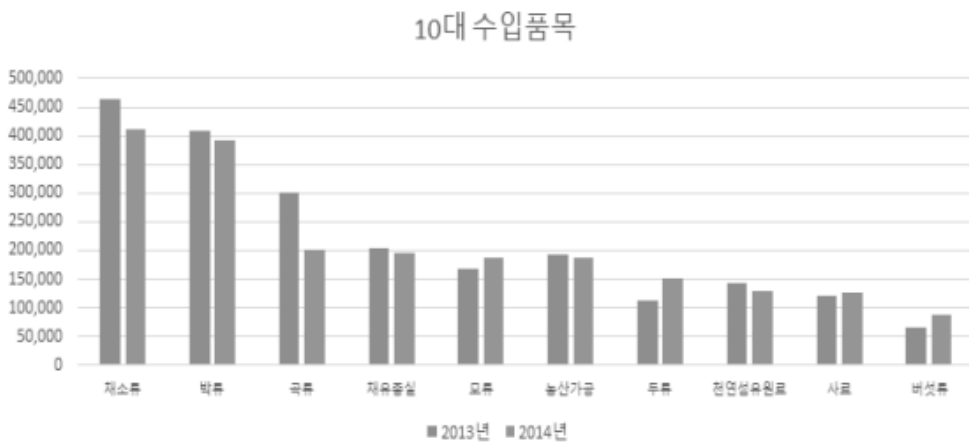


그림 2. 우리나라 농산물 10대 수입품목

다. 한-중 FTA 발효 이후 농산물 시장 변화

(1) 최근 5년간 주요 작목 수입동향

쌀은 양허 제외 되었으나 WTO 협정에 따라 MMA 물량인 408천톤을 매년 의무적으로 수입해 오고 있다. 이 중 중국산 물량이 2011년부터 2016년까지 최소 31%에서 72%까지 높은 비중을 보이고 있다. 최근 쌀 소비량 감소와 MMA 물량이 맞물려 쌀값 하락에 많은 영향을 주고 있다. 한-중 FTA 발효 이후 쌀 시장은 WTO에서 약속한 MMA 물량 도입분 이외 시장 개방으로 인한 쌀 수입량 증가는 일부 특수미를 제외하고는 아직 일반관세로 들어와 시장 가격에 영향을 미치지 못하고 있다.

표 5. 쌀 수입물량 (단위 : 톤)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	양허세율	
							한국	중국
세계	572,929	249,315	621,267	410,205	404,155	158,453		
중국	263,806	76,606	329,041	204,277	184,611	114,610	MMA 513%	-
비율(%)	46	31	53	50	46	72		

- 2016 : 1~9월 물량누계, MMA 물량추정, MMA물량(408천톤)

우리나라 냉동감자 수입물량은 2011년 1,808톤에서 2015년 4,484톤으로 매년 증가하고 있다. 관세율은 종자용 304%, 냉동감자는 27% 세율이며, 수입물량 중 중국산이 차지하는 비율은 30% 수준으로 높고 냉동감자의 주수입국은 미국산이 차지하고 있다. 국내적으로는 감자 자체의 소득이 낮아 재배면적은 정체 내지 감소추세로 전망되며, 우리나라에서 감자소비는 주식보다는 간식이나 조리용으로 널리 사용되고 가공용 감자 상당량은 미국산 비중이 높다.

표 6. 냉동감자 수입물량 (단위 : 톤)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	양허세율	
							한국	중국
세계	1,808	3,293	3,577	3,742	4,484	3,182		
중국	690	1,026	1,002	935	1,668	967	27%	
비율(%)	38	31	28	25	37	30		

- 감자 관세율 : 종자용(0701, 304%), 냉동감자(27%),
- 중국산 냉동감자 수입비율 : 약30% 수준

우리나라 양파와 쪽파 수입물량은 2011년 15,614톤, 2014년 2,841톤, 2015년 146,759톤으로 수입물량의 변동성이 매우 크게 나타나고 있다. 양파와 쪽파의 관세율은 각각 135%, 27% 이며 수입물량 중 중국산 비율이 2014년 이후 70~97%로 매우 높은 비중을 차지하고 있다.

표 7. 양파와 쪽파 수입물량

(단위 : 톤)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	양허세율	
							한국	중국
세계	15,614	42,479	58,885	2,841	146,759	42,231		
중국	13,756	37,155	697	1,995	142,706	33,793	양파 135%	양파 13%
비율(%)	88	87	1	70	97	80	쪽파 27%	쪽파 13%

- '15년 수입 물량 급증, 수입물량의 97% 중국수입, '16년(1~9월 누계물량)

마늘은 대표적인 노동집약적 작목으로서 최근 우리나라 마늘재배 면적은 감소하고 있는 가운데 수입물량은 2011년 37,050톤에서 점차 감소하다가 2015년 26,660톤으로 다시 증가 하였다. 이는 국내산 마늘가격이 상승 추세에 국내외 가격차가 커져 수입물량이 증가하는 것으로 추정된다. 2015년 우리나라 전체 수입량 가운데 중국산 물량이 91%의 높은 비중을 차지하고 있다.

표 8. 마늘 수입물량

(단위 : 톤)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	양허세율	
							한국	중국
세계	37,050	19,699	3,574	3,927	26,660	15,886		
중국	35,341	18,998	2,393	1,214	24,263	15,885	증가 (량)세	13%
비율(%)	95	96	67	31	91	100		

- 증가세 360%, 종량세 1,800원/kg 중 고가액 부과

<제2세부과제 : 중국 농산물 내수시장 분석>

가. 한-중 경제규모 및 농업생산 비교

2014년 중국의 인구는 약 14억 명으로 우리나라보다 인구는 27배, 국토면적은 96배, GDP 7.1배, 상품교역량은 4.8배의 차이를 보이고 있다.

표 9. 인구 및 국토면적 비교

구분	한국	중국	대비(배)	비교년도
인 구(만명)	5,042	139,378	27.6	2014
면 적(만km ²)	10	960	96.0	2014
GDP(10억불)	1,450	10,355	7.1	2014
상품교역(억\$)	10,752	51,600	4.8	2013
수출	5,596	22,096	3.9	2013
수입	5,156	19,504	3.8	2013
수지	440	2,592	5.9	2013

농업분야에 있어서는 우리나라 농업생산액은 2013년 44조원, 중국은 1,324조원으로 우리나라보다 30배 높다. 중국의 경지면적은 우리나라 대비 약 72배, 이 중 2008년 식량작물은 105배, 채소작물 91배, 과일류는 83배 넓은 재배면적을 갖고 있다.

중국의 1인당 쌀 소비량은 2000년 84kg에서 2013년 65kg으로 약22.6% 감소추세에 있다. 우리나라 쌀과 비슷한 자포니카 계열은 주로 흑룡강성, 요녕성, 길림성 등 동북 3성에서 주로 재배되고, 장립종은 강소성, 안휘성, 운남성에서 재배되고 있다. 2013년 재배면적은 30,312천ha, 생산량은 203,612천톤이며, 10a당 생산단수는 672kg으로 우리나라보다 높은 생산단수를 보여주고 있다.

표 10. 한-중 농업생산액 및 경지면적

구 분	한국	중국	대비(배)	비교년도
농업생산액(조원)	44	1,324	30.1	2013
경지면적(만ha)	170	12,172	71.7	2008
식량작물	106	11,195	105.6	2008
채 소 류	23	2,089	90.8	2008
과 일 류	15	1,237	82.5	2008

나. 중국 내 권역별 특징 및 내수시장 분석

중국은 화북, 화동, 화남, 중서부 등 4개 권역 구분이 보편적이나, 농식품 식품시장에 대해서는 세분화된 조사를 위해 화북권역, 화동권역, 동북권역, 화중권역, 화남권역, 서남권역, 서북권역의 7대 권역으로 구분하고 있다.



그림 3. 중국 권역구분도

표 11. 중국 권역구분 및 권역별 주요 특징

권역	지역		주요 특징
화북 권역	베이징, 텐진, 허베이, 허난, 산시, 네이멍구	소비 수입 음식 기타	권역 내 큰 폭의 소득격차로 인해 지역 간 농식품 소비특성 상이 농식품 수입시장 규모는 7대 권역 중 3위, 농식품 수입규모 증가추세 (베이징요리) 강한 불로 빠르게 볶아내는 요리가 주를 이루며 짠맛 선호 한국의 농식품 수출은 베이징을 중심으로 이루어지나, 전체적으로 높지 않음
화동 권역	상하이, 장쑤, 저장, 산둥	소비 수입 음식 기타	농업생산, 식품가공, 수출입, 유통 모두 발달, 녹색유기식품의 메카 농식품 수입시장 규모는 7대 권역 중 가장 크나 지역 간 차이 큼 (상하이요리) 수산물에 활용한 다양한 찜요리가 발달, 달고 기름기가 많음 한국의 농식품 수출이 집중되어 있으며, 향후 시장확대 가능성 큼
동북 권역	랴오닝, 지린, 헤이룽장	소비 수입 음식 기타	신흥 중산층 부상으로 프리미엄 마켓 및 세계 각지의 수입식품점 입점 증가 농식품 수입시장 규모는 7대 권역 중 4위이며, 총수입에서 농식품 비중 증가 (동북요리) 맛이 진하고 설탕과 간장, 소금을 많이 쓰는 것이 특징 지리적으로 가까워 한국식품 인지도가 높고 유통도 활발함
화중 권역	안후이, 장시, 후베이, 후난	소비 수입 음식 기타	최근 한류의 영향으로 한국식품에 대한 관심과 소비 증가 추세 농식품 수입시장 규모는 7대 권역 중 6위, 총수입에서 농식품 수입 비중 낮음 (후난요리) 기름과 고추로 매운 맛 (안후이요리) 소박한 식재료 본래 맛 중시 지역에 비해 가계 소비지출에서 식품이 차지하는 비중이 높은 편임
화남 권역	푸젠, 광둥, 광시, 하이난	소비 수입 음식 기타	'食在廣州'란 말이 있을 정도로 다양한 음식문화가 발달, 식품 소비지출 비중이 높음 농식품 수입시장 규모는 7대 권역 중 2위 차지, 총수입에서 농식품 비중은 낮은 편 (광둥요리) 식재료가 풍부한 것으로 유명하며, 맛이 부드럽고 시원하며 담백함을 특징으로 함. 전통 요리에 서양 요리법 결합 홍콩과 대만, 동남아로부터 중국으로 수입되는 식품 이동의 중요길목임
서남 권역	쓰촨, 충칭, 구이저우, 시짱, 윈난	소비 수입 음식 기타	1인당 GDP는 낮지만 소득수준 대비 식품 소비지출이 매우 높은 편임 농식품 수입시장규모는 7대 권역 중 5위, 총수입에서 농식품 수입비중 지속 감소 중국에서 입맛이 가장 자극적인 지역, 담백하거나 얇은 맛보다 강한 맛(당도, 매운 맛) 선호. (쓰촨요리) 야생 동식물이나 채소류, 민물고기가 주재료 외식문화의 발달, 소득의 상당부분을 식품소비에 지출, 한국의 농식품 수출은 거의 전무한 수준
서북 권역	산시, 칭하이, 간쑤, 닝샤, 신장	소비 수입 음식 기타	중국내에서 가장 낙후된 지역으로 농식품 유통채널 발달 부진, 가격민감도 높고 자국산 소비가 대부분임 7대 권역 중 농식품시장규모 최하위이나, 농식품 수입액 비중은 증가세, 한국의 농식품 수출은 거의 전무한 수준 전반적으로 낙후된 환경, 열악한 기후 등으로 식문화 발달이 부진하고, 종교의 영향으로 양고기 소비비중이 높고, 돈육, 수산물 소비는 적음 소득수준이 낮아 식품 구매 시에 가격에 대한 민감도가 높으며, 물류, 경제상황 등의 문제로 자국산 소비가 대부분

출처 : 한국농수산물유통공사 중국시장 수출확대 전략보고서 I

중국은 권역별로 다른 음식문화를 보여주고 있는데, 전통적으로 남쪽은 달고 북쪽은 짜고 동쪽은 맵고 서쪽은 신 맛을 특징으로 한다. 화북권역은 강한 불로 빠르게 볶아내는 요리와 짠 맛을 선

호하고 궁중요리와 같은 고급요리가 발달하였다. 화동권역은 연해지역이자 경제가 가장 발달한 지역으로 개방적인 식문화를 가지고 있으며, 풍부한 해산물을 많이 사용하고 대체로 달고 기름기가 많다. 동북권역은 한국과 가깝고 거주 한인 및 교포가 많아 한국식품의 인지도가 높고, 맛이 진하고 설탕과 간장을 많이 사용한다. 화중권역은 내륙지역으로 현지 재료를 많이 쓰며 맵고 짠 맛에 익숙하다. 화남권역은 부드럽고 시원하며 담백한 맛이 특징인데 전통 요리에 서양 요리법을 결합하고 사용하는 식재료가 가장 풍부하다. 서남권역은 모든 요리에 고추, 후추, 마늘, 파 등이 빠지지 않고 들어가 매운 맛이 특징이고 야생 동식물이나 채소류, 민물고기가 주재료이다. 서북권역은 낙후된 환경과 열악한 기후 등으로 식문화의 발달이 부진하고 종교의 영향으로 양고기의 소비가 많고 돈육과 수산물의 소비가 적다.

중국 7대 권역 중에서 화동권역이 전체 농식품시장에서 23.3%의 비중을 차지하여 가장 큰 규모를 보이고 있으며, 수입액 및 대한민국 수입액도 전체에서 42.6%와 57.6%로 수위를 차지하고 있다. 농식품시장 규모나 수입액에서는 화남권역과 화북권역이 그 뒤를 잇고 있으나, 대한민국 수입액은 교민 수와 문화적 유사성 등의 영향으로 화북권역과 동북권역이 그 다음을 차지하고 있다. 화중, 서남, 서북 3개 권역의 농식품 수입 비중은 3.3%에 불과하며 대한민국 수입액 비중은 화중권역만 1.0%이고 서남, 서북권역은 거의 없으므로 이들 지역을 대상으로 하는 별도의 진출전략 수립이 필요하다.

표 12. 중국 권역별 농식품 시장, 농식품 수입액 규모

구분	농식품시장 규모('12)		농식품 수입액 규모('13)*			
	농식품시장 (억 위안)	비중(%)	수입액 (백만 달러)	비중(%)	대한민국 수입액 (백만 달러)	비중(%)
중국전체	57,924	100.0	84,464	100.0	633	100.0
화북권역	9,360	16.2	13,945	16.5	98	15.4
화동권역	13,512	23.3	35,988	42.6	367	57.6
동북권역	4,374	7.6	7,599	9.0	93	14.8
화중권역	8,912	15.4	1,043	1.2	6	1.0
화남권역	11,397	19.7	24,168	28.6	70	11.2
서남권역	7,401	12.8	1,310	1.6	0	0.0
서북권역	3,198	5.5	411	0.5	0	0.0

자료 : 중국 국가통계국 중국통계연감(2013), 한국무역협회 중국무역통계

* 2013년 1~11월 통계

(1) 화북권역

화북권역은 베이징, 톈진, 허베이, 허난, 산시, 네이멍구 6개 지역으로 소득수준이 높은 베이징 등 중심도시의 경우 높은 소득수준, 식생활 변화, 구매 용이성 등으로 수입식품 소비 증가 및 일상이 진척되고 있고, 베이징 이외의 화북권역의 1인당 소비 수준은 중국 평균수준 정도이다. 화북권역 소비자들이 새로운 상품을 받아들이는 속도가 늦기 때문에 신상품 보급에 시간이 걸린다.

그렇지만, 안전식품과 건강식품에 대한 소비가 많이 증가하고 있으며, 맛과 건강을 모두 만족시키는 식품이 인기를 끌고 있다.

소득이 증가하고 식습관이 서구화되면서 고급 간식류, 차와 커피 등의 외국산 농식품이 인기를 끌고 있고, 한국산 중에는 김, 라면, 유자차 등이 주목을 끌며 소비가 증가하고 있다. 수출 유망 품목으로는 프리미엄 냉장·냉동식품, 생우유, 조제분유, 시리얼 등 식사 대용제품, 홍초 등 과일 초음료 제품, 커피 관련 제품, 기능성 음료, 유아·어린이용 식품 등이 있다.

(2) 화동권역

화동권역은 상하이, 장쑤, 저장, 산둥 4개 지역으로 중국 내에서 경제가 가장 발전된 지역이며 식품 소비 지출 중에서 외식비가 차지하는 비중이 20%를 상회하고 있다. 환경오염이 상대적으로 적고 농업하기에 기후조건이 적합하며 자원이 풍부하고 교통이 편리해 전국 최대의 농업생산지로 자리 잡고 있으며, 식품안전에 민감하여 유제품 등 수입식품에 대한 충성도가 높다고 알려져 있다. 생활패턴의 변화로 냉동식품과 인스턴트식품에 대한 소비가 증가했고, 안전식품, 건강식품, 유기농식품에 대한 관심이 높고, 미용 및 다이어트식품, 지역 특산물 등이 각광을 받고 있다.

외국산 농식품에서는 고급 간식류(초콜릿, 쿠키), 안전식품(올리브유), 생활화 변화에 따른 커피와 냉차음료, 수입과일에 대한 수요가 증가하고 있으며, 한국산 제품으로는 바나나우유를 포함한 우유와 비스킷, 유자차, 김에 대한 관심이 높아지고 있다.

(3) 동북권역

동북권역은 랴오닝, 지린, 헤이룽장 3개 지역으로 중국 정부의 동북 대개발 프로젝트 추진 발표 이후 2010년부터 본격 개발에 착수하면서 시장이 빠르게 성장하고 있다. 경제 활성화에 따라 각성의 성도를 중심으로 고소득층을 겨냥한 프리미엄 마켓이 산업분야 전반에 걸쳐 성장하고 있으며 식품의 경우 한국, 유럽, 미국, 일본, 동남아 등 세계각지에서 수입된 제품의 대형매장 입점률이 증가하고 있다. 지리적 특성상 한국과 가깝고 거주 한인들이 많아 한국식품에 대한 인지도는 상대적으로 높은 편이나 단둥, 웨이하이 등지의 비정상적인 통관이 많아, 정상 통관제품의 시장경쟁에 부정적인 요소로 작용하는 측면이 있다.

외국산 농식품에서는 소득수준 향상에 따라 와인과 초콜릿 등에 대한 소비와 안전식품에 대한 구매가 증가하였고, 한국식품은 비스킷, 김, 통조림, 유자차, 커피, 장류, 인스턴트식품 등 다양한 품목이 인기를 얻고 있다.

(4) 화중권역

화중권역은 안후이, 장시, 후베이, 후난 4개 지역으로 2010년 이후 중부지역 개발전략이 본격적으로 실시되면서 경제성장이 빠르게 이루어지고 있는 지역이다. 중국 내에서 발전수준이 중간 정도 되는 권역이며, 역대 발전수준이나 인구규모, 소비수준 등에서 큰 격차가 나타나지 않는다. 로컬 대형유통매장이 시장을 과점하고 있고 외국계 매장은 일부만 진출해 있으며 점유율이 낮은 상황이다. 지역 특산물에 대한 전통적 수요 외에 최근 건강식품이나 유기농식품, 안전식품에 대한

수요가 증가하고 있으며, 식생활 변화를 반영한 인스턴트식품에 대한 수요도 꾸준히 증가하고 있다.

외국산 농식품 중에서는 안전식품에 대한 수요가 증가하고 있고 식생활 서구화에 따른 관련 농식품의 수요가 증가하고 있고, 한국산 농식품에서는 유자차, 바나나우유, 소시지, 라면, 조미김 등이 최근 각광을 받고 있다.

(5) 화남권역

화남권역은 푸젠, 광둥, 하이난, 광시 4개 지역으로 경제력이 광둥성에 집중된 특징이 뚜렷하게 나타나는 권역이다. 광둥성, 푸젠성은 중국내에서 산업화가 가장 먼저 진행된 주강삼각주 경제권역에 속하며 소득수준이 높고 대외교류가 활발하다. 광둥성의 경우 홍콩의 중국 귀속 이전부터 장기간에 걸친 특수 관계와 인접성으로 인해 홍콩을 경유한 비정상 유통이 특히 많은 시장이다. 푸젠성은 대만과의 지리적, 문화적인 인접성으로 인하여 대만식품의 인지도 및 수입액이 많다. 하이난성은 리조트 등 관광산업이 발전한 지역으로 리조트 케터링용 수입식품(치즈, 과자류, 와인 등)의 유통이 활발하다. 광시자치구는 중국 내에서도 가장 소득수준이 낮은 지역으로 1차산업의 비중이 높고 수입식품의 유통 또한 활발하지 않다.

건강식품이나 유기농식품에 대한 수요가 최근 증가하고 있으며, 외국산 농식품 중에서는 안전식품(우유, 식용유), 인스턴트식품(라면), 간식류(푸딩, 초콜릿)에 대한 소비가 증가하고 있고, 한국산 농식품 중에서는 바나나우유, 김 등이 수요 증가세를 보이고 있다.

(6) 서남권역

서남권역은 쓰촨, 충칭, 구이저우, 시짱, 윈난 5개 지역으로 모든 지역의 도시주민 1인당 소비지출액이 중국 평균 수준보다 낮으며, 1인당 소비 지출액이 가장 높은 충칭도 중국 평균에 미치지 못한다. 충칭, 윈난성을 제외하고는 소득수준이 낮고 내륙 물류비용이 높은 지역으로 수입식품의 유통이 많지 않다.

구이저우성과 시짱자치구에서는 백화점과 대형유통매장을 중심으로 한국제품 매출이 증가하고 있으나 대 중국 수출량에서 차지하는 비중은 미미하며 유자차, 조미김, 바나나우유 등 주력 한국식품이 제한적인 매장에서 판매되는 상황이다. 윈난성은 수입식품 유통이 활발한 지역으로 쿤밍에서 수입식품에 대한 영향력이 높은 대형매장은 월마트, 매트로 등 외자유통업체인 반면 백화점은 로컬매장인 금격백화점의 영향력이 가장 크다. 쓰촨성, 충칭지역은 한국식품이 주류(소주 등), 음료 등 일부 제품만 소량 수입되고 있는데 대형유통매장, 외국계 편의점 등 가정용으로 주로 공급 판매되고 있다.

(7) 서북권역

서북권역은 산시, 칭하이, 간쑤, 닝샤, 신장 5개 지역으로 7대 권역 중에서 인구, 도시인구, GDP 등 규모면은 물론 도시지역 1인당 소비지출액, 도시지역 1인당 식품소비지출액 등도 최하위 수준으로 가장 낙후된 지역이나 권역 내 지역 간의 격차는 크게 나타나지 않는다. 서북지역 중심 도시를 제외하고 대부분의 지역은 기초 인프라 부족, 빈곤층 밀집 등의 문제가 있다. 위구르족,

회족 등 소수민족 거주지가 많아 지역별 식문화, 식품 소비시장 특성에도 차이가 많으며, 전반적으로 낙후된 환경, 열악한 기후 등으로 식문화 발달이 부진하고 종교의 영향으로 양고기 소비 비중이 높다. 소득수준이 낮아 식품 구매 시에 가격에 대한 민감도가 높으며 수입산 제품이 판매될 수 있는 유통채널 또한 각 성별 중심도시인 성도를 제외하고는 없는 상황이고 식품 브랜드가 구매에 미치는 영향이 제한적이다.

한국식품의 직접 수입은 없으며, 각 성별 중심도시(성도) 주요 유통매장, 고급백화점 일부에서만 판매되고 있으며, 한국산 입점품목은 유자차, 음료, 과자류, 면류 등 상온포장제품 위주이며, 연안 대도시와 비교해서 매출규모는 매우 낮은 편이다. 그러나 서부지역 개발이 본격화되고 이 지역의 소득이 증가하여 수입 농식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되기 때문에 기본적인 물류와 유통체계를 구축할 수 있도록 준비해야 할 것이다.

다. 한국 농식품의 중국 수출 전망과 강원도

연간 10억 달러 규모의 한국산 농식품이 수출되는 중국은 이유식 쌀가루, 샤인머스켓 포도 등의 품목이 2017년 새롭게 기대되는 수출 품목으로 꼽힌다. 코트라에 따르면 중국 내 이유식 쌀가루 시장은 약 1조585억원(2015년 기준)으로 전년대비 18% 성장하는 등 이유식 쌀가루 시장의 성장세가 가파르다. 코트라는 향후 시장규모가 13조원을 초과할 것으로 전망하고 있다. 샤인머스켓 포도도 육질이 아삭하고 껍질째 먹는 이점이 있어 중국 내 고소득층을 겨냥한 유망품목으로 부상하고 있다. 또 중국 내 1인가구가 증가하면서 편의식품의 수출 가능성도 제기되고 있다. 이외에도 수출전략품목으로 삼계탕, 쌀, 김치, 유자차, 인삼, 조제분유, 장류, 홍삼가공품 등도 꾸준히 수출될 전망이다. 다만, 경제 외적인 불확실성에 따라 수출규모가 줄어들 수 있는 현실적인 어려움이 존재한다.

중국 수출과 관련이 있는 강원도를 대표하는 가공농식품을 살펴보면 먼저 일동후디스(주)는 분유로 중국시장을 공략할 예정이다. 춘천 공장에 연간 500t 규모 분유 생산 라인을 설립 중이며 2017년 상반기부터 생산이 가능하다. 기존의 OEM 제품 수입과는 달리, 국내 분유 생산은 처음인데 조제분유와 함께 아기밀 순 유기농, 아기밀 홈쿡을 중국시장을 겨냥해서 수출을 추진할 수 있다. 특히 아기밀 순 유기농의 쌀가루와 아기밀 홈쿡의 사과, 배, 당근 등은 원료가 국산이므로 우리 농산물의 수요처로서의 역할도 기대된다.

롯데푸드(주) 파스퇴르는 2007년부터 중국으로 수출한 주력 브랜드인 그랑노블이 중국에서 분유 판매가 주로 이뤄지는 영유아 전문점 입점을 완료했고, 백화점, 마트 등에게까지 판매를 확대할 예정이다. 또 애플리케이션 개발을 통해 온라인과 모바일 시장 대응도 강화할 계획이다. 이 밖에도 한국에서 진행하고 있는 육아행사를 중국에서도 월별로 진행해 고객 접점을 넓혀가고 있다. 국내 최초로 중국의 시험인증기관인 중국품질인증센터(CQC)로부터 HACCP(식품안전관리인증)과 GMP(우수약품제조관리기준)를 동시에 인증 받았다. 횡성군 안흥면 봉화로 790에 위치한 파스퇴르 공장에서 제품이 생산되고 있어 강원지역경제에 도움이 되고 있다.

(주)국순당의 경우 중국 현지에 생막걸리, 캔막걸리 등을 수출하고 있다. 캔막걸리는 '아이스 유자막걸리 (氷柚 瑪克麗)'라는 브랜드명을 달고 수출하였는데, 애정이란 발음과 비슷해 젊은 층에서 애정주(愛精酒)라는 애칭으로 인기를 끌었다. 또한 수많은 현지 소비자들을 대상으로 시음 등을 진행한 뒤 개발을 시작하여 2016년 4월 과일 막걸리를 출시하였다. 특히 (주)국순당은 본사가 황성군 둔내면에 위치하고 있을 뿐만 아니라, 막걸리 주원료인 쌀의 일부를 국내산으로 사용하고 있어 강원 지역경제와 우리 농업에 도움이 되고 있다.

삼양식품(주) 원주공장에서 생산하는 불닭볶음면은 볶음면 형태의 인스턴트 라면이다. 2012년 라면 업계 최초로 매운맛 측정수치인 스킵빌지수(SHU·Scoville Heat Unit)를 도입하고 불닭의 매운 맛에 참깨 후레이크와 김가루의 고소함을 더해 인기를 끌었는데, 해외에서도 유튜브, 인스타그램 등 소셜네트워크서비스(SNS) 등을 통해 입소문이 퍼지며 불닭볶음면의 매운 맛에 도전하는 콘셉트가 하나의 유행처럼 번지며 흥행을 이끌었다. K-POP 등 한류 효과 역시 인기 요인 중 하나로 꼽히는데, 매운 맛의 후난요리로 유명한 화중권역과 입맛이 가장 자극적인 지역으로 매운 맛을 선호하는 쓰촨요리로 유명한 서남권역 등을 대상으로 새로운 시장 발굴과 지속적인 마케팅 노력이 필요하다.

(주)대일(원주), 하늘농산영농조합법인(인제), (주)평창후레쉬푸드(평창), 신동식품(주)(양구)으로 구성된 강원 김치 수출업체 4개사는 '청정강원김치'라는 공동브랜드를 달고 중국 수출을 하고 있다. '청정강원김치'수출은 가공업체의 적극적인 노력으로 이루어진 결과물이어서 그 의의가 더욱 크다. 2015년 12월 중국 수출이 재개된 이후 중국산 김치와 비교해 가격대가 높고 채산성이 낮아 일부 대기업을 제외하고는 어려운 상황에서도 지역 업체들과 힘을 합쳐 중국의 고급김치시장 개척에 성공하였다. 현재 (주)대일을 비롯한 강원지역 김치가 판매되고 있는 중국의 유명백화점은 중국의 대표 부동산그룹 '완다'가 운영하는 완다백화점, 동북3성에서 최고급백화점으로 알려진 주어완백화점, 세계 최대규모의 백화점으로 유명세를 타고 있는 어우야백화점 등 세 곳이다. 특히 중소 김치업체 간의 컨소시엄 구성으로 생산·물류비 절감에 따른 가격경쟁력 향상, 안정적인 물량 확보, 품질관리 표준화 등 개별 업체가 중국 수출 시 애로로 작용되는 부분을 어느 정도 보완할 수 있다는 점에서 모범사례를 남긴 것으로 평가받고 있다. 중국으로 수출하는 김치는 배추김치, 맛김치, 고들빼기, 섞박지 등 10종류 인데 모두 국내산 원료를 사용하여 배추 등 재배농가들에게도 도움이 되고 있다.

대중국 수출에서 가장 큰 어려움을 겪고 있는 분야가 신선농산물이다. 수출코드 상 신선농산물로 분류 돼 있는 김치와 유자차를 제외하면 수출할 수 있는 품목이 극히 제한적이다. 강원도 신선농산물의 수출은 표 13. 중국 수출가능 품목 및 협상진행 품목 현황에서 수출가능 품목으로 분류된 품목만 가능하다. 파프리카, 토마토 등은 중국에 수출 허용을 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중인 품목으로 현재로는 불가능하지만 협상이 타결되면 수출 가능하므로 추이를 잘 지켜보며 협상 타결 이후 수출시장을 선점하기 위한 준비를 해야 한다.

쌀의 경우 동송농협을 통해 중국으로 수출하고 있다. 중국 수출용 쌀 가공공장 6곳 중 한 곳으로 동송농협 RPC가 선정된 이후, 중국쌀보다 품질·안전성에 우위가 있고 가격 면에서 일본·대만보다 앞서 있는 점을 활용하여 중국인의 입맛을 공략할 품종 개발을 위한 별도의 생산단지(35ha)

조성도 준비하고 있다. 철원 오대쌀을 중국에 수출할 수 있었던 것은 동송농협이 고품질의 위생적인 쌀 생산에 노력해왔기 때문이다. 실제 RPC가 GAP(우수농산물) 인증을 받은 것은 물론 1300농가(4000ha) 모두 GAP와 지리적 표시 인증을 받았다. 이를 바탕으로 2016년에 중국으로 61톤을 수출했고, 2017년까지 중국 광둥성 지역에 2,000톤 물량에 대한 수출협약을 체결하여 안정적인 대중 수출의 기반을 마련하였다.

포도의 경우 강원을 제외한 서상주, 고산(상주), 영천, 화성, 천안 5개 단지 135호 84.4ha가 2016년 현재 중국 신선농산물 수출단지로 지정되어 있다. 포도는 2015년 처음으로 중국수출이 허용되었는데 '15년 중국 포도 수입금액은 586,320천 달러였고, 수출 첫해에 우리 포도는 138천 달러로 전체 수입액의 0.02%에 불과하므로 앞으로 시장 확대의 여지는 충분히 있어 보인다. 수입 포도는 중국으로 선적 후 수입상이 유통매장에 24시간 이내에 바로 공급하거나 도매시장에 직접 판매한다. 한국농수산물유통공사(aT)가 베이징, 상하이, 칭다오, 셴양, 하얼빈 중국 5개 도시에 거주하는 20~40대 여성 598명(온라인 500, 오프라인 98)을 대상으로 우리 포도에 대한 소비자 조사를 실시한 결과, 맛 속성별 만족도에서 우리 거봉과 중국 거봉은 큰 차이가 없었으나, 샤인머스켓은 중국산 유사품종인 우유포도보다 월등히 높게 평가됐다. 강원도가 개발한 청향, 레드드림 등의 품종도 위와 같이 현지 소비자 조사를 실시하여 수출 가능성을 타진하고, 영월, 인제 등의 포도단지를 중심으로 중국 신선농산물 수출단지로 지정 받는다면 우리 강원도도 포도를 충분히 수출할 수 있을 것으로 예상된다.

그 밖에 옥수수, 녹두, 콩, 커피, 참깨와 같은 곡류와 무, 당근, 배추, 양배추, 양파, 생강, 당근, 브로콜리와 같은 채소류는 수출 가능하지만 낮은 가격경쟁력 등의 문제로 현실적으로 수출이 어렵고, 팽이, 새송이(큰느타리), 수삼은 수출이 시도되었지만 중국시장에 안착하기 어려운 실정이다. 과실류인 밤과 절화류로는 심비디움, 장미, 백합, 국화, 거베라, 글라디올러스, 금어초, 튜립, 칼라, 카네이션, 해바라기꽃, 스타치스, 아이리스, 안개초, 덴드로비움 등이 수출 가능하고, 화훼묘로는 덴드로비움, 심비디움, 호접란(묘·분화), 선인장(점목선인장), 칼란코예묘·삼수, 미모사묘, 맨드라미묘, 백합구근이 수출 가능하다.

강원도가 개발한 '백합·칼라' 중국 수출을 위하여 2017년 3월 17일 우리 원과 3G바이오그룹 간에 강원도 화훼 수출시장 개척 및 수출 활성화를 위한 업무협약을 체결하였다. 백합은 오륜, 레드션 등 8품종, 칼라는 립글로, 각시 등 7품종을 개발하였는데, 협약을 통해 강원도는 중국 곤명을 중심으로 아시아권 수출시장 개척을 위해 안정적인 현지 적응 시험, 전시포(시범농장) 운영, 품종 판매를 위한 판촉 활동을 할 수 있게 되었다. 절화류로 북경, 상해 등 대도시 고소득층을 겨냥해 고급백합과 칼라를 중국에 수출하는 것은 시도해 볼만한 가치가 있고, 연간 8억 개 정도의 백합종구가 사용되고 있는 점을 생각한다면 자체개발한 우수한 백합종구를 충분히 수출할 수 있을 것으로 전망된다.

끝으로 현재 중국으로 수출 가능한 모든 신선농산물 품목에 대하여 개별 품목별로 심층적인 중국시장 분석을 한다면 수출 가능성을 재평가 할 수 있을 뿐만 아니라 적극적인 테스트 수출 등을 시도하여 우리 농산물의 공급 시장을 넓혀 나갈 수 있다.

표 13. 중국 수출가능 품목 및 협상진행 품목 현황

수출가능 품목	협상진행 품목 (수출 불가)	수출불가 품목
<ul style="list-style-type: none"> ○ 곡류 : 옥수수, 녹두, 콩, 커피, 참깨, 쌀 <ul style="list-style-type: none"> ※ 쌀의 경우, 「한국산 쌀의 중국 수출검역요령」(고시 제2016-1호)에 따라 가공공장 등록, 훈증소독 등 중국 측과 합의된 요건에 따라서만 수출 가능 ○ 과실류 : 밤, 포도 <ul style="list-style-type: none"> ※ 포도의 경우, 「한국산 포도의 중국 수출검역요령」(고시 제 2015-14호)에 따라 과수원 및 선과장 등록, 예찰 및 재배 지검사 등 중국 측과 합의된 요건에 따라서만 수출 가능 ○ 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 양파, 생강, 당근, 브로콜리, 수삼 ○ 종자류 : 콩, 잠두콩, 가지, 갓, 고추, 근대, 꽃양배추, 당근, 들깨, 멜론, 무, 박, 배추, 백경채, 부추, 브로콜리, 삼엽채, 상추, 수박, 썩갓, 시금치, 아욱, 양배추, 양파, 오이, 참외, 청경채, 치커리, 콜라비, 토마토, 파, 호박, 겨자, 담배 <ul style="list-style-type: none"> ※ 종자류의 경우 사전에 중국 검역기관으로부터 수입허가서 (Import permit) 발급 필요 ○ 버섯류 : 팽이, 새송이(큰느타리) ○ 절화류 : 심비디움, 장미, 백합, 국화, 거베라, 글라디올러스, 금어초, 튜립, 칼라, 카네이션, 해바라기꽃, 스타치스, 아이리스, 안개초, 덴드로비움 ○ 화훼묘 : 덴드로비움 · 심비디움 · 호접란(묘 · 분화), 선인장(접목선인장), 칼란코예묘 · 삼수, 미모사묘, 맨드라미묘, 백합구근 <ul style="list-style-type: none"> ※ 심비디움묘의 경우 「한국산 심비디움의 중국 수출검역요령」(고시 제2015-3호)에 따라 재배포장 등록, 중국 측의 우려 병해충 무감염 증명 부기 등 ○ 묘목류 : 동백나무, 단풍나무, 모과나무, 목백일홍, 소사나무, 석류나무, 산수유나무, 애기사과나무, 주목나무, 철쭉나무, 피라칸사나무, 향나무(진백) 등 12품목 <ul style="list-style-type: none"> ※ 재식용 묘목의 경우 사전에 중국 입업국과 검역기관으로부터 수입허가서(Import permit) 발급 필요 	<p>단감, 감귤, 파프리카, 참외, 딸기, 토마토 6품목</p> <ul style="list-style-type: none"> ※ 중국에 수출 허용 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중임 	<p>수출가능 품목 외 대부분의 과실류, 과채류, 소나무묘(접수 포함) 수출이 불가능하며, 사전에 수출 가능 여부를 상대국에 확인하여야 함</p> <p>★ 중국은 '03. 2월부터 시행된 수입위험분석 관리제도에 따라 국산 생과실, 과채류, 재식용 식물 등을 수입 금지품으로 지정(다만 제도시행 전 상업적 수출 실적이 있는 품목에 한해 수출 허용하고 있어, 국산 농산물의 중국수출을 위해서는 중국에 수입허용 요청 필요</p>

자료 : 농림축산검역본부 수출지원과(2016.12), 신선 농산물 수출검역 요건

라. 한계 및 시사점

국가 간의 무역은 경제적인 요인 이외에도 국제정치 등의 경제외적인 요인에도 좌우되는 위험성이 상존한다. 2016년 하반기부터 시작된 한반도 사드(THAAD, 고고도미사일방어체계) 배치에 따른 중국의 한국제품 수입에 대한 유무형의 제재는 대중수출에 영향을 미치고 있고 당분간은 지속될 전망이다. 이와 같이 경제외적인 갈등으로 인한 중국의 제재에 타격을 입은 한국 기업은 소비재를 생산하거나 유통하는 기업들이다. 한국이 중국으로 수출하는 제품의 90%이상은 기계·

설비 등 자본재와 디스플레이·반도체 등 중간재로, 소비재는 2016년 기준으로 5.6%밖에 되지 않는다. 자본재와 중간재는 기술력이 필요해 대체가 어려운 반면 소비재는 대체품이 많고 소비자의 선택이 중요하기 때문에 영향이 클 것이라는 전망이다. 가공농식품과 신선농산물도 소비재에 해당되기 때문에 비교적 크게 영향을 받을 수 있다.

일련의 중국정부 조치에서 알 수 있듯이 소수 국가에 지나치게 농식품 수출을 의존하는 것은 위험성이 크다. 우리 농식품 수출 시장은 일본과 중국, 두 국가에 대한 의존도가 높아 엔저와 국제정치 상황 등 대외 변수에 많은 영향을 받았다. 이에 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사(aT)는 이 같은 구조적 문제를 해결하기 위해 시장다변화T/F를 구성하여 미개척 유망 5개 권역 20개 국가의 시장개척을 집중 지원하고 있다. 최우선국가는 인도·브라질·카자흐스탄·이탈리아·남아공 5개국이고, 미얀마·캄보디아·라오스·멕시코·아르헨티나·칠레·터키·사우디아라비아·이란·폴란드·스웨덴·체코·슬로바키아·나이지리아·이집트를 차순위 국가로 선정하였다.

우리 강원도도 기존의 일본, 중국 시장에서의 시장 점유율을 지키고 확대하기 위해 노력하는 한편, 많은 농식품 수출업체들이 수출시장다변화 사업 등에 적극 참여하여 중국, 일본, 구미주 중심에서 한 걸음 더 나아가 인도, 동남아시아, 중앙아시아, 중동, 중남미, 아프리카 권역 등 전 세계를 대상으로 하는 진정한 글로벌 통상을 추진하여야 한다. 지리적으로 원거리인 불리함을 극복하고 수출 할 수 있게 그 나라에 맞는 품목을 발굴하고 방법을 강구하여 우리 농업생산 및 수출의 안정성을 확보할 수 있도록 시장다변화의 노력이 필요하다.

〈제3세부과제 : 강원 주요 농산물 중국시장 진출방안 연구〉

가. 중국 인터넷 이용자 수 현황

중국 인터넷 이용자 수 현황은 2009년 38,400만 명에서 2013년 61,758만 명으로 꾸준히 증가하고 있는 추세이다.

(단위 : 만 명)

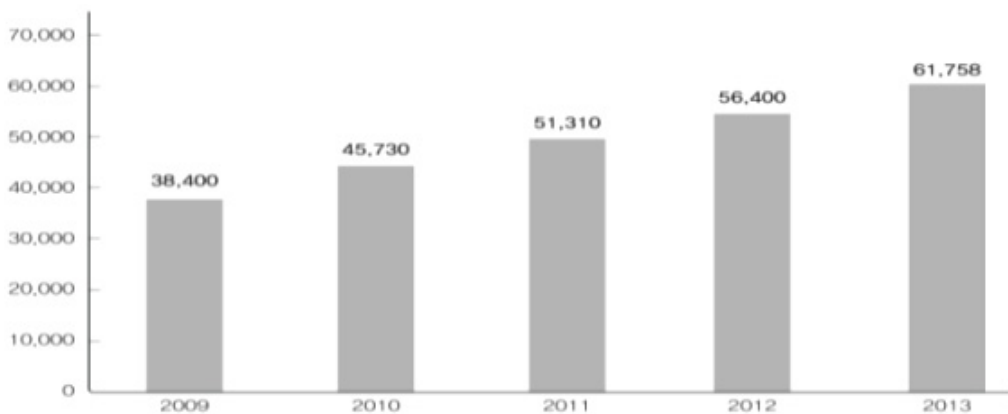


그림 4. 중국 인터넷 사용자 규모

* 출처: 중국인터넷정보센터(CNNIC, 中国互联网络信息中心), 2013

중국 휴대폰인터넷 이용자 수 현황도 2009년 23,344만 명에서 2013년 50,006만 명으로 계속해서 증가하고 있는 추세이다.

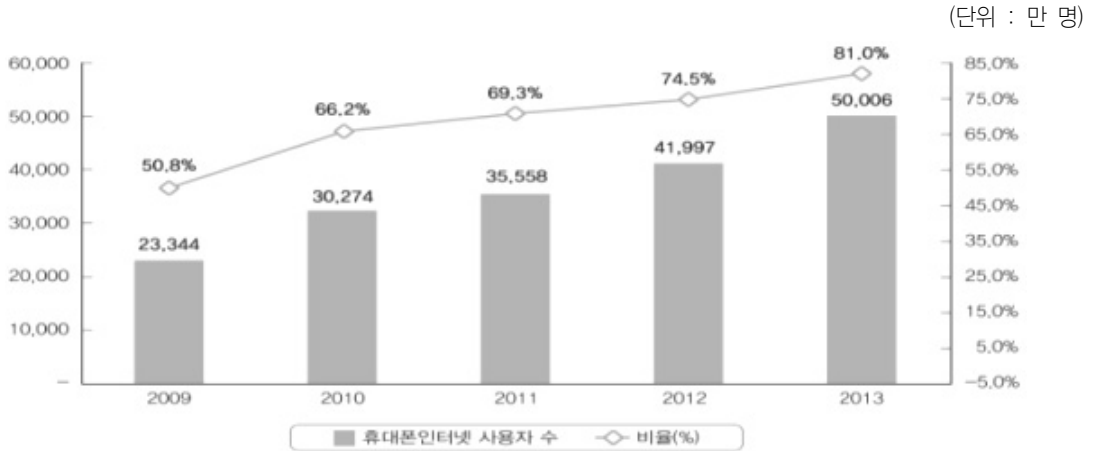


그림 5. 중국 휴대폰인터넷 사용자 규모

* 출처: 중국인터넷정보센터(CNNIC, 中国互联网络信息中心), 2013

나. 중국 온라인 시장 현황

중국 온라인 시장 현황을 살펴보면 2013년 1조 8,500억 위안 규모로 한화 약 329조원, 전년대비 42% 성장을 하였고, 2017년에는 4조 위안으로 한화 기준 약 700조원 이상의 시장으로 발전할 것으로 예측되고 있다.

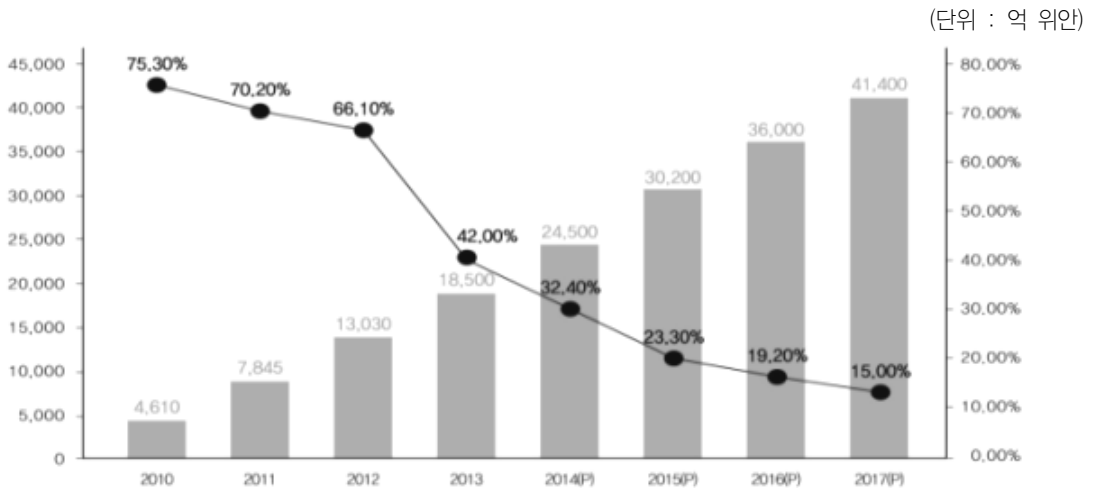


그림 6. 중국 온라인 시장 규모 및 성장률

* 출처: 중국인터넷정보센터(CNNIC, 中国互联网络信息中心), 2013

2013년 중국인터넷정보센터가 조사한 중국 온라인 쇼핑 구매 선호 상품에서 식품 및 보건품이 22.4%를 차지하고 있다.

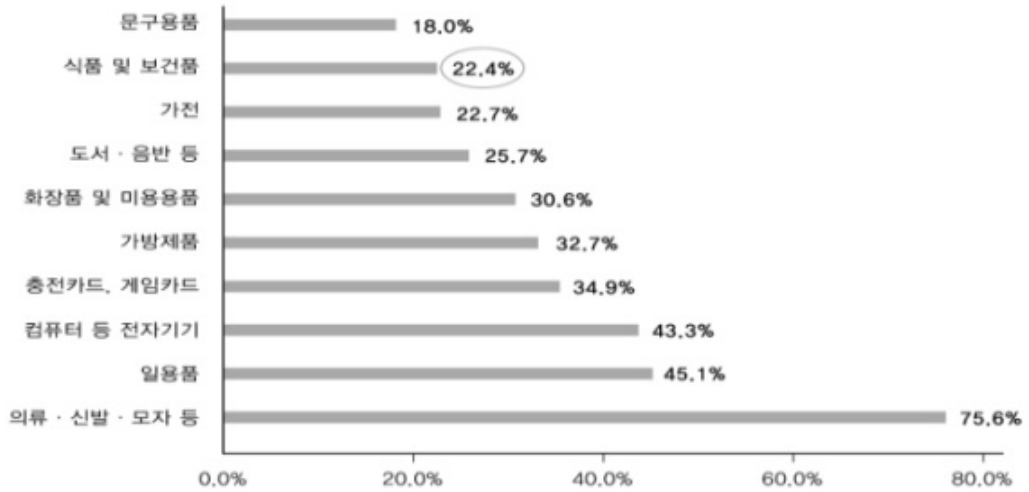


그림 7. 2013 중국 온라인 쇼핑 구매 선호 상품

* 출처: 중국인터넷정보센터(CNNIC, 中国互联网络信息中心), 2013

다. 중국 온라인 시장 점유율

2013년 Iresearch china가 조사한 중국 온라인 소매시장 유형별(B2C, C2C) 점유율을 보면, C2C는 점점 줄어들고 B2C(온라인 소매)와 B2C(마켓플레이스)가 점점 확대됨을 알 수 있다.

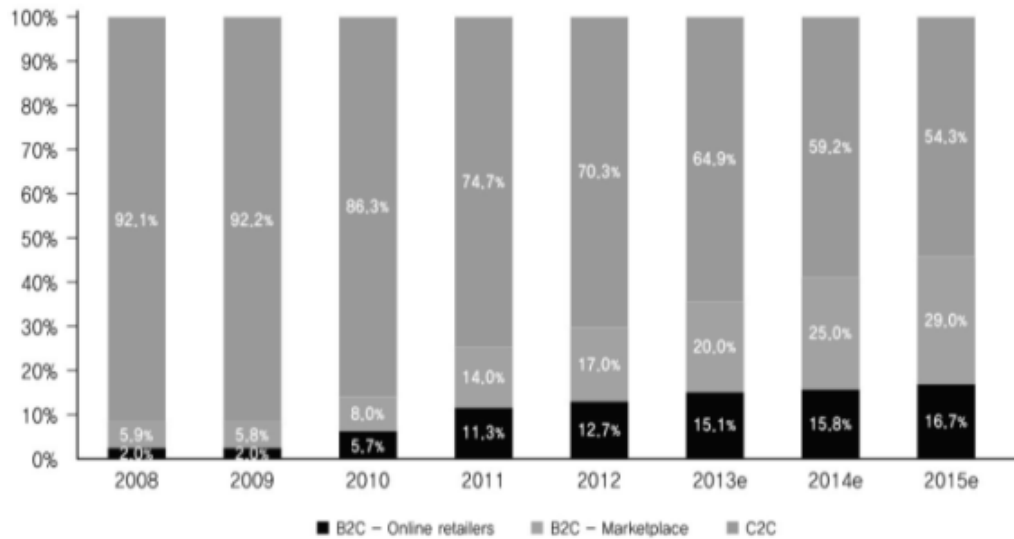


그림 8. 중국 온라인 소매시장 유형별(B2C, C2C) 점유율

* 출처: Iresearch china, 2013

중국 주요 온라인 소매 사이트 소비자 이용비율을 살펴보면 알리바바그룹 운영 온라인 쇼핑몰인 티엔마오왕이 50.7%, 타오바오왕이 88.1%로 많은 구매고객을 확보하고 있다.

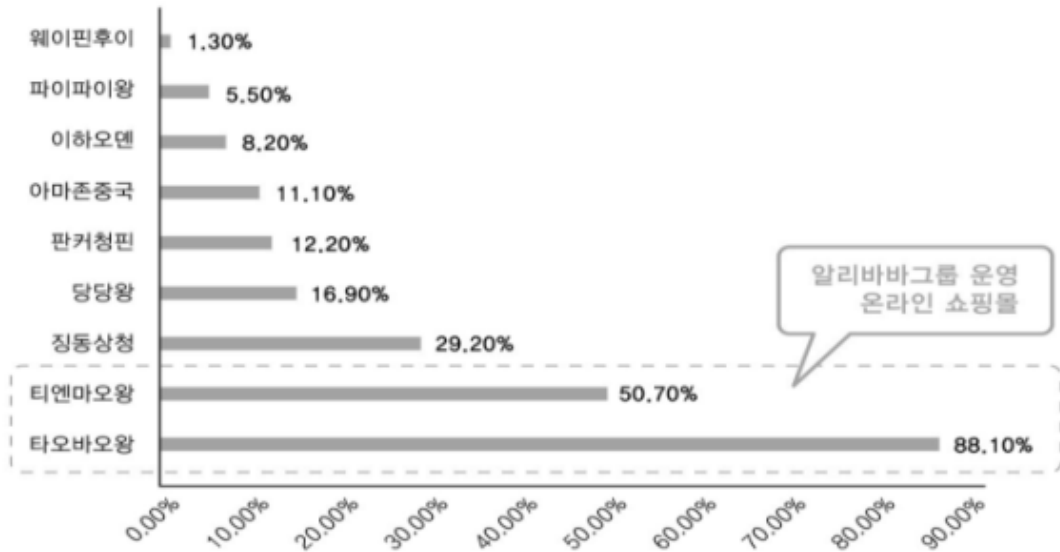


그림 9. 중국 주요 온라인 소매 사이트 소비자 이용비율

라. 중국 식품 온라인 시장 규모

중국내 식품에 대한 전자상거래 금액은 2009년 43억 위안에서 2013년 324억 위안으로 급격하게 증가하고 있는 추세이다.

(단위 : 억 위안)

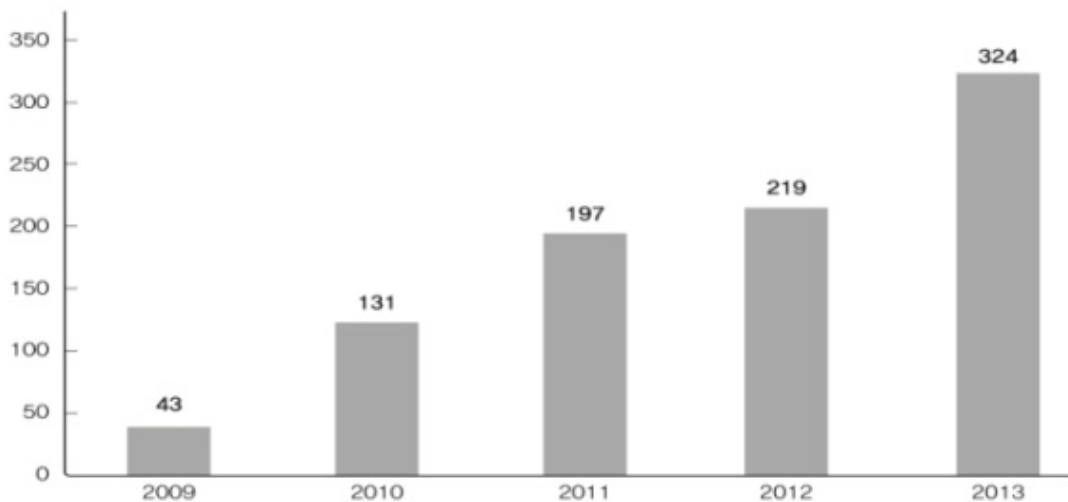


그림 10. 2009년~2013년 중국 식품 인터넷 거래 금액

중국내 식품 전자상거래 사용자 규모는 2009년 1,252만명에서 2013년 4,495만명으로 2.8배 정도 증가하였다.

(단위 : 만 명)

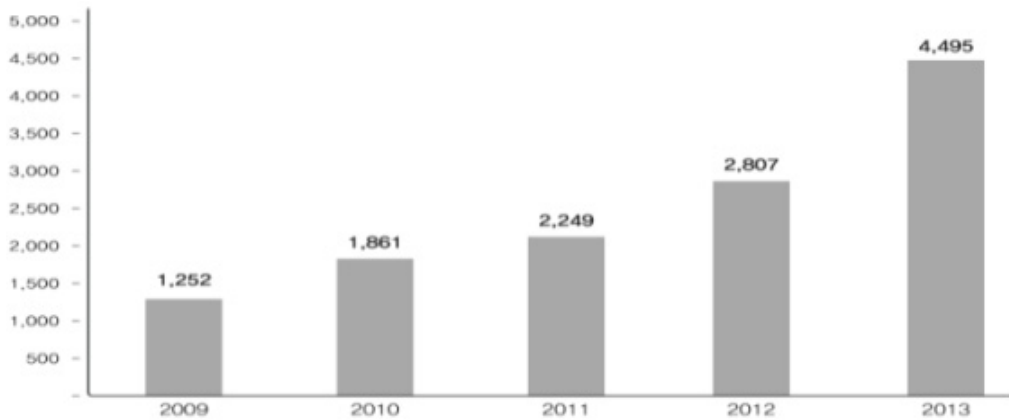


그림 11. 2009년~2013년 중국 식품 전자상거래 사용자 규모

마. 국경 간 전자상거래 현황(Cross-Border e-Commerce)

국경 간 전자상거래는 인터넷 이용의 보편화와 운송시스템의 발달, 세계 경기 침체로 가격에 민감해진 소비자들의 합리적인 소비패턴 확산, 해외여행의 확산으로 인하여 해외제품에 대한 이용 경험과 정보공유의 확대로 계속 증가추세에 있다. 전세계 국경 간 전자상거래 현황으로 알리바바 알리리서치와 액센츄어의 공동조사 결과에 의하면 2015년 금액 기준으로 1,050억 달러(전체 전자상거래 금액의 16%)에서 2018년에는 3,070억 달러로 200% 증가할 것으로 전망하였다.

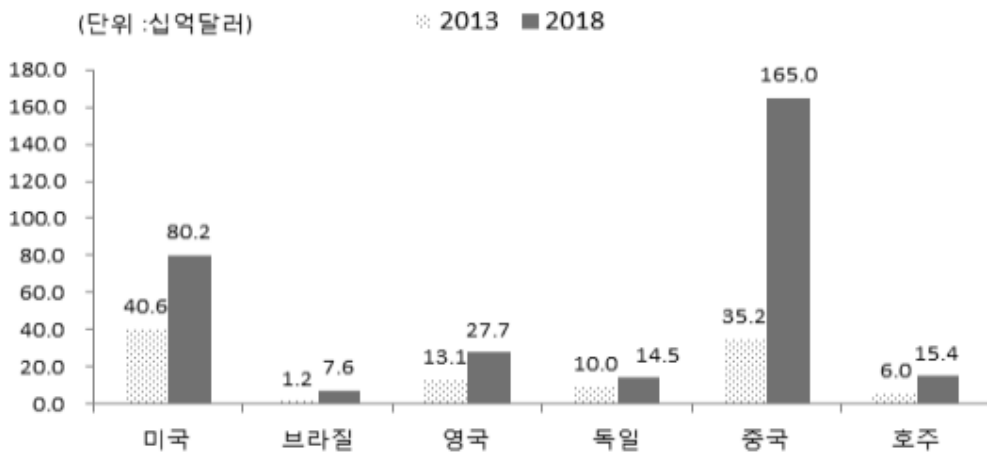


그림 12. 주요국 해외 직구 규모 및 전망

* 자료:페이팔(2013년)

2013년 페이팔이 전망한 주요국 해외 직구 규모를 보면 2013년에는 미국이 406억달러로 1위였지만, 2018년이 되면 중국이 1,650억달러로 1위가 될 것으로 전망하고 있다.

우리나라의 국경 간 전자상거래 현황을 알아보기 위해 2015년 1월19일 발표한 관세청 전자상거래 수출입 동향을 살펴보면 해외직구 금액이 2010년 2.7억달러에서 2014년 15.5억달러로 463% 증가하였다. 해외직구 건수로는 2010년 약 360만건에서 2014년 약 1,553만건으로 330% 증가하였다. 해외직관 규모는 2014년 약 11만건, 2,809만달러 정도였는데 민간 전자상거래 업체 의견으로는 2014년 해외직관 금액이 약 4,900억원으로 추정하였다.

기업의 인식전환 및 정부의 지원에 따라 진출업체의 숫자와 판매액이 점차 증가하는 추이를 보이고 있다.

바. 강원 농산물 중국 온라인 시장 진출방안

(1) 수출 농식품 중국 통관 지원사업

수출 농식품 중국 통관 지원사업의 추진주체는 한국농수산물유통공사로 중국의 인증·검사전문기관인 CCIC Korea에 위탁하여 추진하고 있다. 지원품목은 농수산물식품으로 지원대상은 대중국 농수산물식품 수출업체로 지자체, 중소기업체 등 유관기관으로부터 지원받은 건에 대해서는 지원이 되지 않는다. 신청불가 품목은 돈육, 쇠고기, 가금육 및 축산물가공품, 쌀(미강 포함)이 있고, 5년근 이하 인삼 제품 중 환, 정제 알약, 농축액, 파우치 등과 6년근 이상 모든 인삼제품은 보건식품 등록 후 진행하여야한다. 지원내용은 수출자등록(중국질검총국)과 중문라벨제작 및 라벨등록(중국출입경검험검역국)에 소요되는 비용의 90%(부가세 제외)를 지원받을 수 있는데 업체당 4,500천원까지 지원 가능하다. 샘플, 서류발송 등 부수적으로 발생하는 비용은 업체 자부담으로 한다.

표 14. 수출 농식품 중국 통관 지원사업 개요

추진주체	한국농수산물유통공사
추진방법	중국의 인증·검사전문기관인 CCIC Korea에 위탁
지원품목	농수산물
지원대상	대중국 농수산물식품 수출업체 * 지자체, 중소기업체 등 유관기관으로부터 지원받은 건에 대해서는 지원불가 * 신청불가 품목 : 돈육, 쇠고기, 가금육 및 축산물가공품, 쌀(미강 포함) * 5년근 이하 인삼 제품(제품 타입 : 환, 정제 알약, 농축액, 파우치 등), 6년근 이상 인삼 제품(모든 제품)은 보건식품 등록 후 진행
지원내용	아래에 명시된 지원업무에 소요되는 비용의 90%(부가세 제외) • 지원업무 : 수출자등록(중국질검총국), 중문라벨제작 및 라벨등록(중국출입경검험검역국) • 지원한도 : 업체당 4,500천원 * 샘플, 서류발송 등 부수적으로 발생하는 비용은 업체 자부담 • 총 소요비용(부가세 포함) : (일반품목) 약 100만원/품목, (특수품목) 약 150만원/품목 * aT 지원액 : (일반품목) 81만원/품목, (특수품목) 1,224,000원/품목 * 특수품목 : 영유아 식품, 환자식 등 특수군
신청방법	온라인 신청 : aT수출업체종합지원시스템→지원사업신청→중국통관지원사업→신청하기

수출 농식품 중국 통관 지원사업의 절차는 수출업체가 aT “수출업체종합지원시스템”을 통하여 지원신청서를 제출하면 aT 지사에서 지원요건 확인 후 지원승인을 하고 수출업체에서 중국 통관 지원사업 대행업체(CCIC Korea) 서비스를 신청하면 대행업체에서 수출자 등록 및 중문라벨 완성분을 수출업체에게 제출한다. 수출업체는 aT 관할지사로 관련증빙을 제출하고 aT 지사가 제증빙을 검토한 후 지원하는 흐름이 된다.

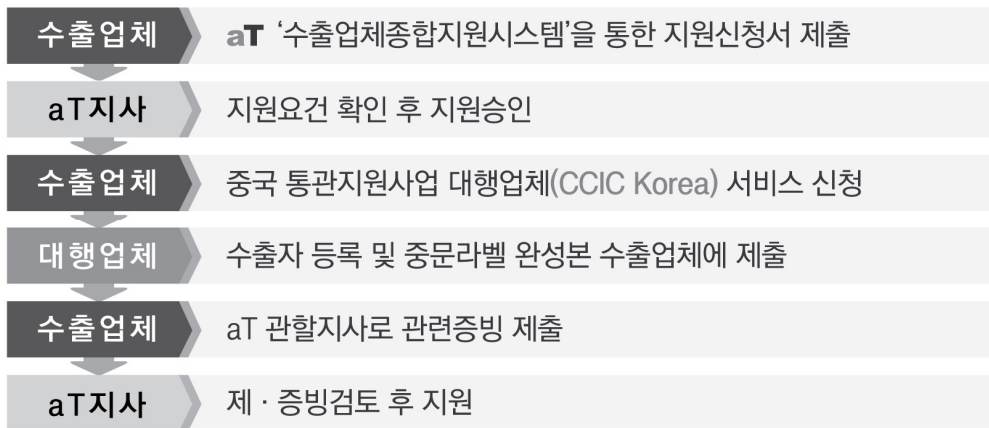


그림 13. 수출 농식품 중국 통관 지원사업 흐름도

수출업체에서 aT 관할지사로 신청하는 서류로는 온라인에서 수출 농식품 중국 통관 지원사업 신청서를 작성하고, 사업자 등록 및 통장사본을 제출하는데 수출물류비 지원업체는 생략 가능하다.

표 15. 신청서류(수출업체 → aT 관할지사)

구분	신 청 서 류
1	• 수출 농식품 중국 통관 지원사업 신청(온라인)
2	• 사업자 등록 및 통장사본 (수출물류비 지원업체는 생략가능)

※ 문의 : aT 본사 061-931-0892, 0894, 강원지역본부 033-920-1548

수출업체에서 위탁업체인 CCIC Korea로 제출하는 서류로는 aT 중국 통관 지원사업 승인서 사본(온라인 신청 승인서), 중국 통관 지원사업 신청서(CCIC양식), 한중 라벨 견본, 제품원료 배합표, 신청기업 영문 사업자등록증 사본, 수입상/대리상 또는 판매상의 사업자등록증 사본, 원산지 증명서(요청 시 제출), 라벨 중 강조하고 싶은 문구에 대한 관련 증빙자료, 기타 심사에 도움 되는 문서(상표등록증, 영양성분 시험성적서, 건강식품 위생허가증, 유기농인증서 등)가 있다.

표 16. 제출서류(수출업체 → 위탁업체(CCIC Korea))

구분	제 출 서 류
1	• aT 중국통관지원사업 승인서 사본(온라인 신청 승인서)
2	• 중국통관지원사업 신청서(CCIC양식)
3	• 한중 라벨 견본
4	• 제품원료 배합표
5	• 신청기업 영문 사업자등록증 사본
6	• 수입상/대리상 또는 판매상의 사업자등록증 사본
7	• 원산지 증명서(요청 시 제출)
8	• 라벨 중 강조하고 싶은 문구에 대한 관련 증빙자료 제출
9	• 기타 심사에 도움 되는 문서 (ex: 상표등록증, 영양성분 시험성적서, 건강식품 위생허가증, 유기농인증서 등)

※ 위탁업체문의 : CCIC Korea 02-6393-5860, 02-6393-5851,

(2) 강원 농산물 입점 가능 중국직판 온라인 쇼핑몰

강원도 주요 농산물이 입점 가능한 중국직판 온라인 쇼핑몰로는 강원무역에서 운영하는 강원 스토어(gangwon.world.taobao.com)와 한국무역협회의 Kmall24(kmall24.com.cn)가 있다.

표 17. 강원 농산물 입점 가능 중국직판 온라인 쇼핑몰

서비스명	강원스토어	Kmall24
개설일자	2015년 5월	2014년 6월
URL	https://gangwon.world.taobao.com/	http://www.kmall24.com.cn/
입점규모	20개 기업, 73개 품목	1,500개사, 12,000개 상품
운영주체	강원무역(강원도위탁)	한국무역협회
특징	강원도 지원사업(글로벌투자통상국)	정부 지원사업(산업통상자원부)
서버	타오바오 서버 사용	해외 현지 서버
운영플랫폼	중국 C2C사이트 타오바오 입점	해외 쇼핑몰 전문솔루션 이용 (해외오픈마켓 티몰글로벌 연계등록 가능)
판매수수료	없음	없음
상품정산가격	공급가격(원가+마진)	공급가격(원가+마진, 수출신고가격) →기은정산수수료 0.5%차감 후 정산
해외배송비	무게에 따라 배송료 부과 (해외 소비자 전액 부담)	정액 또는 무료배송 (99달러이하 9달러, 100달러이상 무료)
반송처리방법	-	해외 반품센터 운영
정산통화	원화, 위안화, 달러화	달러(USD)
정산업체	PG사, 운영대행사	IBK기업은행

(2) 강원스토어 온라인 쇼핑몰



그림 14. 타오바오 강원스토어 홈페이지 서비스 화면



그림 15. 강원스토어 주요상품(식품)



그림 16. 강원스토어 주요상품(건강기능식품)

(3) Kmall24 온라인 쇼핑몰



그림 17. Kmall24 홈페이지 중국어 서비스 화면

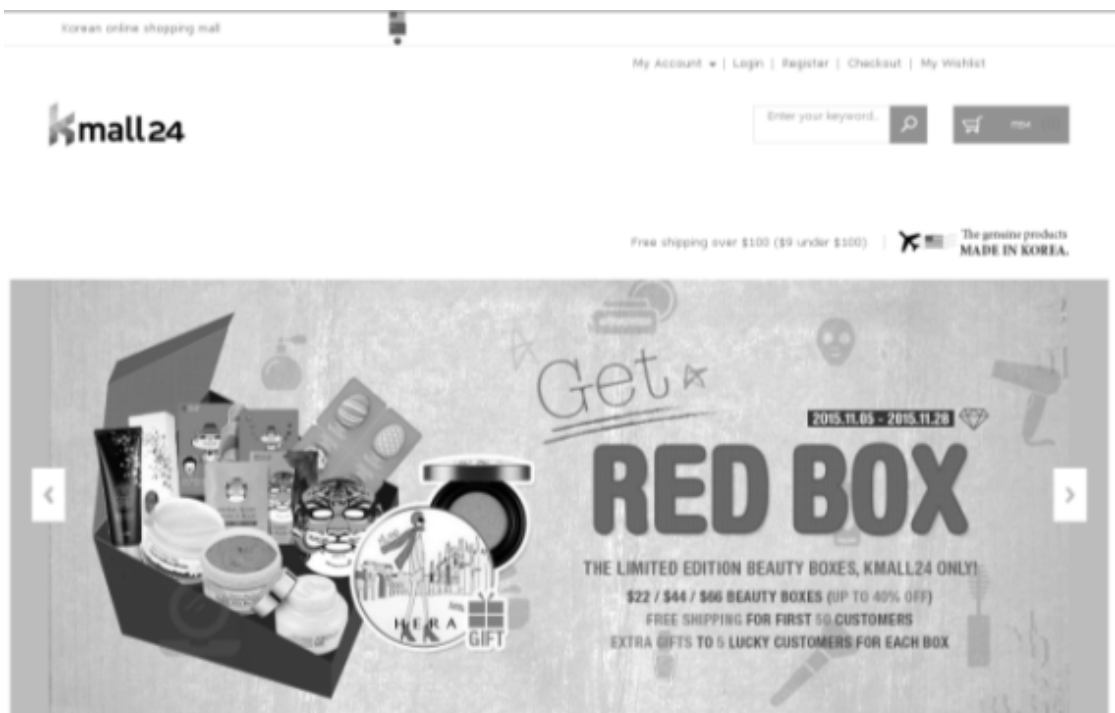


그림 18. Kmall24 홈페이지 영어 서비스 화면

Kmall24의 주요 특징은 B2C 해외직판을 위한 마케팅, 물류, CS 및 정산서비스 등을 운영하고 있고 글로벌 결제 서비스(신용카드, 페이팔, 알리페이) 탑재하여 B2C 판매 통합지원을 하고 있다. 무역협회 매칭담당자와 연계해 B2C거래의 B2B 매칭 전환 지원도 하고 있으며 티몰글로벌, 아마존, 라쿠텐 등 해외유명 오픈마켓에 제품등록을 지원하고 있다. KBS 아트비전 등과 연계하여 한류 인기 드라마에 Kmall24 제품 중 일부를 PPL광고를 하고 있으며, 실시간 고객 상담 및 해외배송 대행과 중국내 해외 반품창고를 활용한 해외구매자의 무료 반품서비스를 제공하고 있다. 전문가 정기교육 컨설팅 지원으로 초보 입점 업체를 위한 정기교육(월2회) 및 세미나 등을 시행하고 있다.

표 18. Kmall24 주요 특징

주요 특징	세부내용
B2C 판매 통합지원	- B2C 해외직판을 위한 마케팅, 물류, CS 및 정산서비스 등 운영 - 글로벌 결제 서비스(신용카드, 페이팔, 알리페이) 탑재
B2B 대량거래 매칭서비스 지원	- 무역협회 매칭담당자와 연계해 B2C거래의 B2B 매칭 전환 지원
해외오픈마켓 연계 등록지원	- 티몰글로벌, 아마존, 라쿠텐 등 해외유명 오픈마켓 제품등록지원
한류 콘텐츠 결합 마케팅	- KBS 아트비전 등과 연계하여 한류 인기 드라마에 Kmall24 제품 중 일부를 PPL광고 시행
구매자 안심 구매지원 서비스	- 실시간 고객 상담 및 해외배송 대행 - 중국내 해외 반품창고를 활용한 해외구매자의 무료 반품서비스
전문가 정기교육 컨설팅 지원	- 초보 입점 업체를 위한 정기교육(월2회) 및 세미나 등을 정기 시행

Kmall24 입점 신청절차로는 먼저 인근 IBK기업은행 영업점을 내방하여 해외전자상거래 수출채권 추심서비스(P@yGOS, 페이고스)를 신청한 후 Kmall24 홈페이지에서 판매약정을 체결하고 입점 신청을 한 후 담당자의 심사 및 입점 승인 절차를 거치면 되는데 최대 3영업일이 소요된다.

표 19. Kmall24 입점 신청절차

순서	절차
1. 해외전자상거래 수출채권 추심서비스 (P@yGOS, 페이고스) 신청	→ 인근 IBK기업은행 영업점 내방 신청
2. Kmall24 판매약정 체결	→ www.kmall24.co.kr > 입점안내 > 서류준비
3. Kmall24 입점 신청방법	→ www.kmall24.co.kr > 입점신청 바로가기
4. 담당자 심사 및 입점 승인	→ 최대 3영업일 소요

Kmall24을 통해서 판매 가능한 해외오픈마켓으로는 중국어 티몰글로벌, 영어 아마존, 일본어 아마존재팬이 있다. 상품등록요건은 Kmall24 언어권별 쇼핑몰에 상품 등록 및 판매중인 상품, 해외오픈마켓별 카테고리/브랜드/상품 심사를 통과한 상품이어야 한다. 입점신청방법으로는 Kmall24 홈페이지 메뉴의 해외오픈마켓 입점 신청하기에서 신청하고, 티몰제출서류로 상표등록증(특허청), 브랜드 로고를 kmall24atr@kita.net 으로 송부하면 된다.

표 20. Kmall24 운영 해외오픈마켓 입점 신청방법

구 분	내 용
판매가능 해외오픈마켓	- 중국어 티몰글로벌, 일본어 아마존재팬, 영어 아마존
상품등록요건	- Kmall24 언어권별 쇼핑몰에 상품 등록 및 판매중인 상품 - 해외오픈마켓별 카테고리/브랜드/상품 심사를 통과한 상품
입점신청방법	- www.kmall24.co.kr>운영안내>해외오픈마켓>해외오픈마켓 입점 신청하기
티몰제출서류	- 상표등록증(특허청), 브랜드 로고를 kmall24atr@kita.net 으로 송부

사. 강원 농산물 중국오픈마켓 활용 마케팅 프로세스

신선농산물의 국가 간 거래는 SPS 협정(위생 및 검역조치에 관한 협정) 및 각종 위생관련 법규의 준수 등 현실적인 장벽과 어려움이 많으므로 강원 농산물 중국시장 진출방안으로 대중국 수출가능 가공농산물을 선발하여 한국농수산물유통공사 중국 통관 지원사업으로 중문 라벨링 작업과 수출자 등록을 마친다. 그 후 강원스토어를 통해 타오바오에 입점하거나 Kmall24 입점 후 티몰글로벌 전용관에 등록을 하면 된다. 이로써 강원무역과 한국무역협회를 통한 안정적인 대중국 수출창구를 확보할 수 있다.

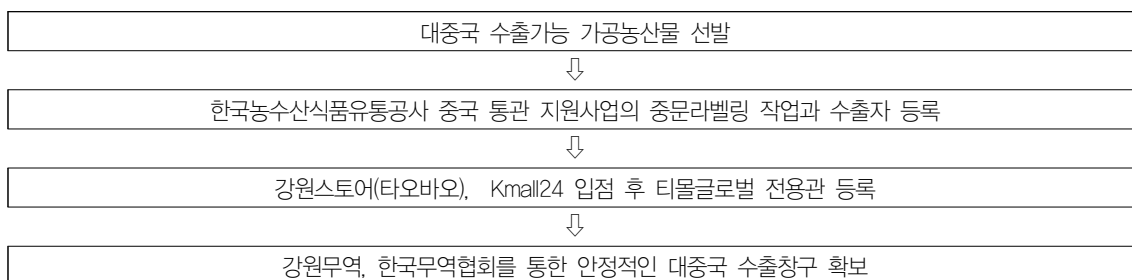


그림 19. 강원 농산물 중국오픈마켓 활용 마케팅 프로세스

4. 적 요

<제1세부과제 : 한·중 주요 농산물 수출입 동향 분석>

- 가. 한-중 FTA는 2015년 2년 가서명을 시작으로 동년 6월 서울에서 정식 서명하여 동년 11월 국회 비준 동의안이 통과하여 동년 12월에 비준 발효되었음
- 나. 우리 농산물을 보호하기 위하여 고추와 마늘, 양파, 사과, 배 등 총 610여개 품목이 양허에서 제외되었고, 양허품목의 대부분은 가공식품이며 우리 농수산물 자유화율은 품목 수 기준 70%, 수입액 기준 40%로 합의함
- 다. 우리나라 대중국 농산물 교역수지는 매년 적자상태로, 2009년부터 2014년까지 최근 6년간 무역수지 적자는 29억에서 37억 달러 수준임
- 라. 우리나라 농산물 수출품 중 10대 주력상품은 당류, 낙농품, 음료, 사탕과자, 커피, 농산가공품, 면류, 빵, 인삼류, 소스류 순이었고, 신선 농산물은 매우 제한적임

〈제2세부과제 : 중국 농산물 내수시장 분석〉

- 가. 중국 농식품 식품시장의 세분화된 조사를 위해 화북권역, 화동권역, 동북권역, 화중권역, 화남권역, 서남권역, 서북권역의 7대 권역으로 구분하고 있음
- 나. 화북권역은 한국의 농식품 수출은 베이징을 중심으로 이루어지나 전체적으로 높지 않고, 화동권역은 한국의 농식품 수출이 집중되어 있으며 향후 시장 확대 가능성이 크고, 동북권역은 지리적으로 가까워 한국식품 인지도가 높고 유통도 활발하고, 화중권역은 최근 한류의 영향으로 한국식품에 대한 관심과 소비 증가 추세에 있고, 화남권역의 한국식품 중에서는 바나나우유, 김 등이 수요증가세를 보이고 있고, 서남권역은 외식문화의 발달, 소득의 상당 부분을 식품소비에 지출하고 있으나 한국의 농식품 수출은 거의 전무한 수준이고, 서북권역은 7대 권역 중 농식품 시장규모가 최하위이고 농식품 수입액 비중은 증가세에 있으나 한국 농식품 수출은 거의 전무한 수준임
- 다. 강원도의 중국 수출 가공농식품으로는 일동후디스(주) 분유와 이유식, 롯데푸드(주) 파스퇴르의 분유, (주)국순당의 막걸리, 삼양식품(주) 원주공장의 불닭볶음면, (주)대일(원주), 하늘농산영농조합법인(인제), (주)평창후레쉬푸드(평창), 신동식품(주)(양구) 4개사의 청정강원김치 등이 있음
- 라. 수출코드 상 신선농산물로 분류 돼 있는 김치와 유자차를 제외하면 수출할 수 있는 품목이 제한적인데 강원도의 중국 수출품목으로는 쌀이 동송농협을 통해 2016년에 61톤을 수출했고, 2017년까지 광동성 지역에 2,000톤 물량에 대한 수출협약을 체결하여 안정적인 대중 수출 기반을 마련하였음
- 마. 포도의 경우 한국농수산물유통공사(aT) 현지 소비자 조사 결과, 샤인머스켓이 수출유망 품목으로 뽑혔으나 강원도가 개발한 청향, 레드드림 등의 품종도 현지 소비자 조사를 실시하고, 영월, 인제 등의 포도단지를 중심으로 중국 신선농산물 수출단지로 지정 받는다면 충분히 수출할 수 있을 것으로 예상됨
- 바. 옥수수, 녹두, 콩, 커피, 참깨와 무, 당근, 배추, 양배추, 양파, 생강, 당근, 브로콜리는 제도적으로는 수출이 가능하지만 낮은 가격경쟁력 등의 문제로 현실적으로 어렵고, 과실류인 밤과 절화류로는 심비디움, 장미, 백합, 국화, 거베라, 글라디올러스, 금어초, 튜립, 칼라, 카네이션, 해바라기꽃, 스타치스, 아이리스, 안개초, 텐드로비움(수출 가능하고, 화훼모로는 텐드로비움, 심비디움, 호접란(묘·분화), 선인장(접목선인장), 칼란코예묘·삽수, 미모사묘, 맨드라미묘, 백합구근이 수출 가능함
- 사. 강원도가 백합은 오륜, 레드션 등 8품종, 칼라는 립글로, 각시 등 7품종을 개발하였는데, 절화류로 북경, 상해 등 대도시 고소득층을 겨냥해 고급백합과 칼라를 수출해 불만한 가치가 있고, 연간 8억 개 정도의 백합종구가 사용되고 있으므로 자체개발한 우수한 백합종구를 수출할 수 있을 것으로 전망됨
- 마. 현재 중국으로 수출 가능한 모든 신선농산물 품목에 대하여 개별 품목별로 심층적인 중국 시장 분석을 한다면 수출 가능성을 재평가 할 수 있고, 적극적인 테스트 수출 등을 시도한다면 우리 농산물의 공급 시장을 넓혀 나갈 수 있음

바. 가공농식품과 신선농산물은 소비재에 해당되기 때문에 경제외적인 요인에 의해 수출이 크게 영향을 받을 수 있는데, 우리는 일본과 중국, 두 국가에 대한 의존도가 높아 엔저와 국제 정치 상황 등 대외 변수에 쉽게 영향을 받고 있으므로 인도, 동남아시아, 중앙아시아, 중동, 중남미, 아프리카 권역 등 전 세계를 대상으로 하는 글로벌 통상정책을 추진하여 농식품 수출의 안정성을 확보할 수 있는 시장다변화 노력이 필요함

〈제3세부과제 : 강원 주요 농산물 중국시장 진출방안 연구〉

- 가. 중국내 식품에 대한 전자상거래 금액은 2009년 43억 위안에서 2013년 324억 위안으로 급격하게 증가하고 있는 추세이고, 사용자 규모는 2009년 1,252만 명에서 2013년 4,495만 명으로 2.8배 정도 증가하였음
- 나. 2013년 페이지팔이 전망한 주요국 해외직구 규모를 보면 2013년에는 미국이 406억달러로 1위였지만, 2018년이 되면 중국이 1,650억달러로 1위가 될 것으로 전망하고 있음
- 다. 수출 농식품 중국 통관지원사업은 한국농수산물유통공사가 중국의 인증·검사전문기관인 CCIC Korea에 위탁하여 추진하고 있는데, 지원내용은 수출자등록(중국질검총국)과 중문라벨제작 및 라벨등록(중국출입경검험검역국)에 소요되는 비용의 90%(부가세 제외)를 지원받을 수 있는데 업체당 4,500천원까지 지원 가능함
- 라. 강원 농산물이 입점 가능한 중국직판 온라인쇼핑몰로는 강원무역에서 운영하는 강원스토어(gangwon.world.taobao.com)와 한국무역협회의 Kmall24(kmall24.com.cn)이 있음
- 마. 전자상거래를 통한 강원 농산물 중국시장 진출방안으로는 대중국 수출가능 농산물을 선발하여 한국농수산물유통공사 중국 통관지원사업으로 중문 라벨링 작업과 수출자 등록을 마친 후 강원스토어를 통해 타오바오에 입점하거나 Kmall24 입점 후 티몰글로벌 전용관에 등록을 하면 강원무역과 한국무역협회를 통한 안정적 대중국 수출창구를 확보할 수 있음

5. 인용문헌

- 수출입 무역통계(<https://unipass.customs.go.kr:38030/ets/index.do>). 관세청.
- 중소기업진흥공단. 2015. 한-중 FTA 협정문 및 관세 양허표. 중소기업청
- 중국사업단. 2014. 중국 농식품시장 권역별 진출전략. KOTRA
- 농수산물유통기업지원센터 식품수출정보팀. 2015. 중국시장 수출확대 전략보고서 I. pp195-319. 한국농수산물유통공사.
- 농수산물유통기업지원센터 식품수출정보팀. 2015. 중국 인터넷 및 TV 홈쇼핑 업계 현황. pp9-42. 한국농수산물유통공사.
- e-Biz지원본부. 2015. 온라인 해외수출 첫걸음 Kmall24. 한국무역협회
- 정보통계정책담당관실. 2016. 농림축산식품 주요통계. 농림축산식품부

6. 연구결과 활용

연도(연차)	활용방안	제 목
2015(1년)	영농활용	강원농산물 중국온라인 쇼핑몰 합리적 진출방안(자체)

7. 연구원 편성

구분	소속	직급	성명	수행업무	참여년도	
					'15	'16
과제책임자	작물연구과	농업연구사	채영길	과제 총괄	○	○
1세부책임자	작물연구과	농업연구사	채영길	세부주관 수행	-	○
공동연구자	작물연구과	농업연구사	김기성	조사분석 지원	-	○
	"	"	안용진	"	-	○
	"	"	박천규	"	-	○
	"	농업연구관	김종환	"	-	○
	강원대학교	교수	이병훈	연구 자문	-	○
2세부책임자	작물연구과	농업연구사	채영길	세부주관 수행	-	○
공동연구자	작물연구과	농업연구사	안용진	시험 수행	-	○
	"	농업연구관	김종환	조사분석 지원	-	○
	"	농업연구사	박천규	"	-	○
	"	"	김기성	"	-	○
	강원대학교	교수	고종태	연구 자문	-	○
3세부책임자	작물연구과	농업연구사	안용진	세부주관 수행	○	-
공동연구자	작물연구과	농업연구사	김기성	조사분석 지원	○	-
	"	"	채영길	"	○	-
	"	농업연구관	원재희	"	○	-
	"	"	장진선	"	○	-
	산업경제진흥원	차장	김영기	연구 자문	○	-