

중국 넙치 수출여건 및 수출확대방안

현지 여건

- 수입산은 대부분 냉동제품
 - 중국으로 수입되는 넙치는 대부분 냉동 제품이며, 한국산 넙치도 냉동 넙치만 수입되어 다른 수입산과 마찬가지로 중국 내에서 가공 후 재수출되고 있음
 - 중국산은 양식뿐만 아니라 자연산이 해안도시를 중심으로 수산물도매시장, 대형마트 등에서 유통 중
- 활어 소비 문화는 아직 미정착
 - 활어상태로 구입하는 것을 선호하지만, 수산물을 날 것으로 먹는 것은 아직 익숙하지 않으며, 회나 초밥 형태로 소비하는 것을 일식 문화로 인식하고 있음
 - 최근 1선도시를 중심으로 연어가 고급으로 인식되고 소비가 확대되고 있고, 연어를 중심으로 활어소비에 대한 이미지가 형성되는 단계
- 한국산 넙치는 활어로 소비될 때 경쟁력이 있음
 - 특정 넙치 어종(넙치, 가자미 등)에 대한 선호가 명확하지 않음
 - 중국산 넙치 품종은 활 상태로 먹기에 식감이 적합하지 않으며, 중식은 튀기거나 찌는 요리가 많아 살이 단단한 터봇을 선호하며 터봇에 대한 인지도는 높은 편임
 - 한국산 넙치는 활어 소비로써 경쟁력을 가지므로 중식용이 아닌 일식용으로 마케팅해야 함
- 활어 넙치는 중국산 위주로 가격 형성
 - 대형마트 등에서 판매되는 활어는 중식요리용으로 중국산 넙치의 가격경쟁력이 절대적임
 - 수입산 활어는 주로 항공수송을 해야 하기 때문에 원가가 높음
- 활어 수입 및 유통 장벽 존재
 - 일식 요리를 고급요리로 인식하면서 백화점, 대형쇼핑센터 등에서의 매장이 늘어나고 있음
 - 콜드체인시스템이 아직 미비해 수산물과 같은 신선식품 품질 관리가 어려움
 - 활어의 유통은 고비용이 수반되고 검역절차가 복잡하여 수입상들이 기피하고 있음

상황 진단

제품	→	한국산 넙치는 식감이 좋아 일식당의 초밥용으로 적합	
브랜드		가격	· 회사 초밥용으로 소비되는 한국산 넙치와 증식용 넙치는 소비용도가 달라 다른 가격대 형성
가격		맛	· 초밥을 위한 넙치의 경우 한국산 넙치가 최고임
유통 및 프로모션		사이즈	· 한국산 넙치에 비해 증식용으로 소비되는 넙치(Halibut, Turbot 등)는 사이즈가 다양함

제품	한국산 넙치는 한인들에게는 낯설기로 익숙한 수산물이지만 현지인들에게는 회사 초밥용으로도 낮은 단계임		
브랜드	→	High	· (일본산) 일식에 대한 인식으로 인해 이미지 좋음
가격		선호도	· (한국산) 수산물 수입업체나 일식 셰프들에게 제대로 선보인 경험 적음
유통 및 프로모션		Low	—

제품	중국산 넙치에 비해 높은 가격대를 형성할 것으로 예상되나, 소비시장이 달라 문제가 되지는 않을 것으로 전망		
브랜드	→	High	· (내륙 및 2선도시) 콜드체인시스템이 미비해 물류 및 보관 비용이 부담이 될 것으로 예상
가격		선호도	· (1선도시) 한국에서 근거리에 있거나 물류체계가 갖춰진 1선도시의 경우 적절한 가격대 형성 가능
유통 및 프로모션		Low	—

제품	한국산 활넙치는 현재 검역 및 통관이 어려워 시장진입 자체가 안되고 있는 상황		
브랜드	→	High	· 현지 일식당에서(상하이와 이남 남방도시) 한국산 넙치에 대한 수요 있음
가격		만족도	—
유통 및 프로모션		Low	—

수출확대 방안

➤ 활어 소비 문화가 초기 형성 단계인 점을 활용

- 일식의 저변 확대를 활용하여 한국산 넙치의 마케팅 활동을 강화하여 고급수산물 브랜드 이미지 구축 필요
- 활어 포함 수산물 소비시장이 성장하고 있는 해안 및 1선도시 위주

➤ 활어의 원활한 유통 확보가 선결 과제

- 중국 내 활어 수입이 매우 까다로워 검역 등에 대한 지원이 필요한 상황이며, 수입 활어가 갖는 구조적인 비용의 한계를 극복할 수 있는 방안이 필요

➤ 검역 및 통관활동의 지원

- 현재 중국 남방지역(상하이 이남) 해안도시를 중심으로 한국산 넙치에 대한 수요 있으나 검역절차가 까다로워 수입이 안 되고 있음
- 각 지역세관(해관)에 따라 검사검역 체계가 다르고 담당자에 따라 판단기준이 달라지는 등 일관성이 없어 대응이 어려움
- 냉동·가공·선어에 대해서는 국내 검역서를 인정해주고 있으나, 활어에 대해서는 동식물검역법에 따라 정밀검사 요구
- 활넙치를 수출한 다른 국가 사례(일본 등)를 활용하여 대응 필요

➤ 한국산 넙치가 가진 좋은 품질을 활용한 고급수산물 이미지 구축

- 증가추세인 중국인 관광객들을 대상으로 한국산 활넙치의 고품질, 식용방안 등을 알려 고급수산물로서의 이미지 홍보
- 중국인 관광객수는 지난 432만명에서 올해 600만명을 넘을 것으로 추정되므로, 현재 효과가 높은 한류 문화를 활용하여 우리 활넙치 소비문화 전파 필요

➤ 냉동 넙치 수출의 경제화

- 냉동 넙치 수출은 생산단가, 물류비용, 관세 등을 고려하면 활어 대비 수익률 낮으나, 중국의 냉동 넙치 수입량을 고려하면 무시할 수 없는 시장임
- 수출 포장시설, 물류비 지원 등을 통해 비용을 낮춰 수익률 향상 지원 가능
- 중국의 내국세인 증치세의 경우 비관세장벽으로 작용하므로 다른 국가 사례 검토하여 대응 필요

한국산 넙치 시장개척

검역 및 통관활동의 지원

- 현재 중국 남방지역(상하이 이남) 해안도시를 중심으로 한국산 넙치에 대한 수요 있으나 검역절차가 까다로워 수입이 안되고 있음
 - 각 지역세관(해관)에 따라 검사검역 체계가 다르고 담당자에 따라 판단기준이 달라지는 등 일관성이 없어 대응이 어려움
 - 냉동/가공/선어에 대해서는 국내 검역서를 인정해주고 있으나, 활어에 대해서는 동식물검역법에 따라 정밀검사 요구
- 활넙치를 수출한 다른 국가 사례(일본 등)를 활용하여 대응 필요

한국산 넙치가 가진 좋은 품질을 활용한 급수산물 이미지 구축

- 증가추세인 중국인 관광객들을 대상으로 우리 활넙치의 고품질, 식용방안 등을 알려 고급수산물로서의 이미지 홍보
 - 중국인 관광객수는 지난 432만 명에서 올해 600만 명을 넘을 것으로 추정
 - 한류 문화를 활용하여 우리 활넙치 소비문화 전파

냉동 넙치 수출 경제화

- 냉동 넙치 수출은 생산단가, 물류비용, 관세 등을 고려하면 활어 대비 수익률 낮으나, 중국의 냉동 넙치 수입량을 고려하면 무시할 수 없는 시장임
 - 수출 포장시설, 물류비 지원 등을 통해 비용을 낮춰 수익률 향상 지원
 - 중국의 내국세인 증치세의 경우 비관세장벽으로 작용하므로 다른 국가 사례 검토하여 대응 필요