

## 대중국 유망 수출 품목 조사

1. 감 귤
2. 포 도
3. 멜 론
4. 연 초
5. 키 위
6. 파프리카



## 감 귤

### 1. 생산현황

#### 가. 감귤의 주요품종

감귤의 주요품종

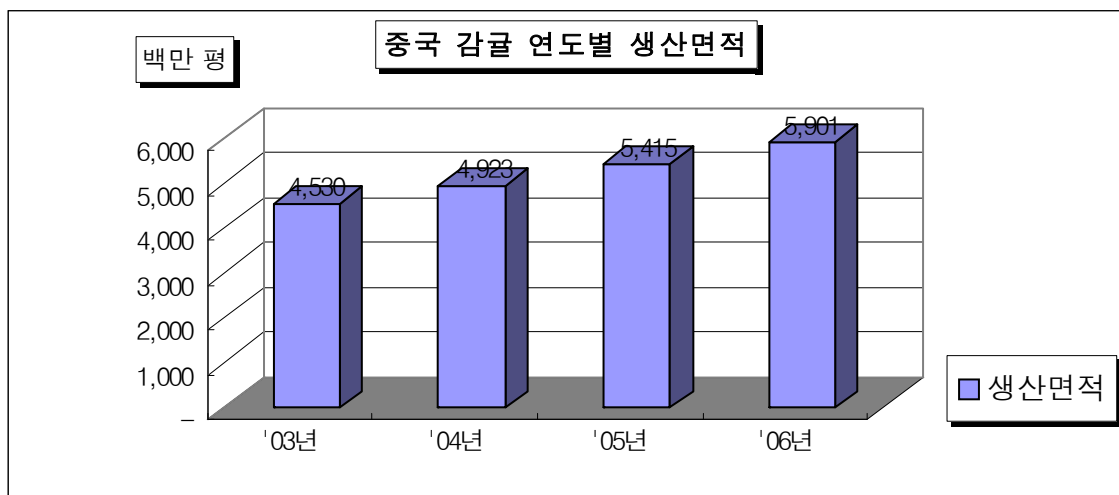
- 흔히 보는 감귤품종은 주로 温州蜜柑, 芦柑, 紅橘, 蕉柑, 雪柑, 金橘 등이 있음

#### 나. 생산면적 및 생산량

생산면적

- 최근 몇 년간 중국 감귤생산의 정황은 비교적 양호하며 재배면적 또한 안정적인 성장추세를 보이고 있음. 2004년 전국 감귤면적은 4,923백만평으로 2003년보다 8% 증가하였고, 2005년 재배면적은 5,415백만평으로 2004년보다 10%정도 증가하였음. 2006년 재배면적은 가일층 증가되어 5,901백만평에 달하여 동기대비 9% 증가하였음
- 재배면적의 선두 9위 안에 드는 성(省)은 후난, 강서, 사천, 광둥, 복건, 광서, 호북, 절강과 충칭임

<중국 감귤 생산면적>



자료원 : 農業部信息中心

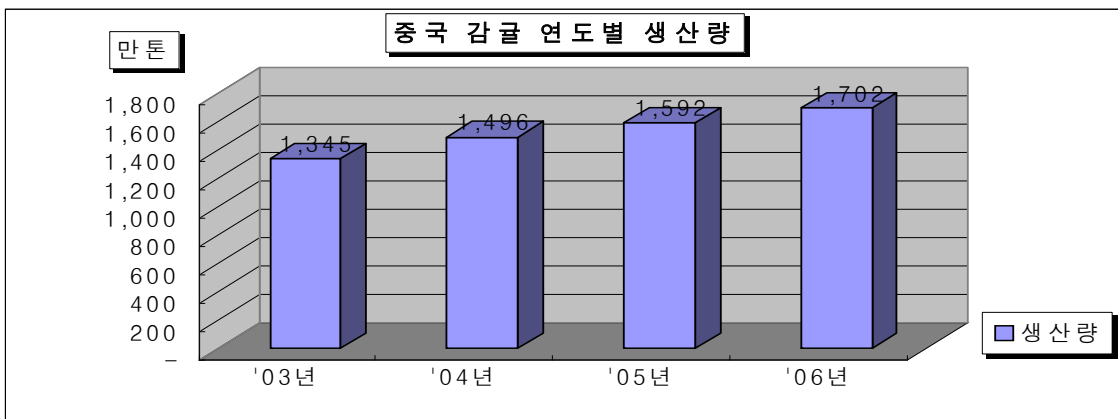
□ 생산량

- 중국 감귤은 50년간의 발전을 거쳐 생산량 측면에서 몇 차례 큰 성과를 가져왔음. 20세기 50년대 초 감귤의 생산량은 아주 적어 1952년 불과 20만톤 수준이었으며 그 후 20년간 생산량은 기본적으로 20~30만톤 수준에 머물렀음
- 개혁개방이후 중국감귤생산은 급속히 발전하여 1982년의 생산량은 100만톤에 근접하였고 80년대 중반 감귤생산은 전국적으로 널리 확산되었음
- 감귤재배는 경제효과가 크고 남방에서의 식량재배와 비교하여 감귤재배는 노동력의 강도가 비교적 약해 중국감귤산업의 발전을 촉진하였음. 1982년 이후 중국감귤의 생산량은 대략 4년마다 2배로 증가하는 속도로 성장하였음. 최근 2, 3년래 중국 감귤생산 역시 안정적인 성장속도를 유지하여 생산량이 점차적으로 증가하는 추세를 나타냈으며 성장속도가 10%정도임

<중국 감귤생산량 현황>


자료원 : 國家統計局

<최근 4년 감귤생산량 현황>



자료원 : 國家統計局

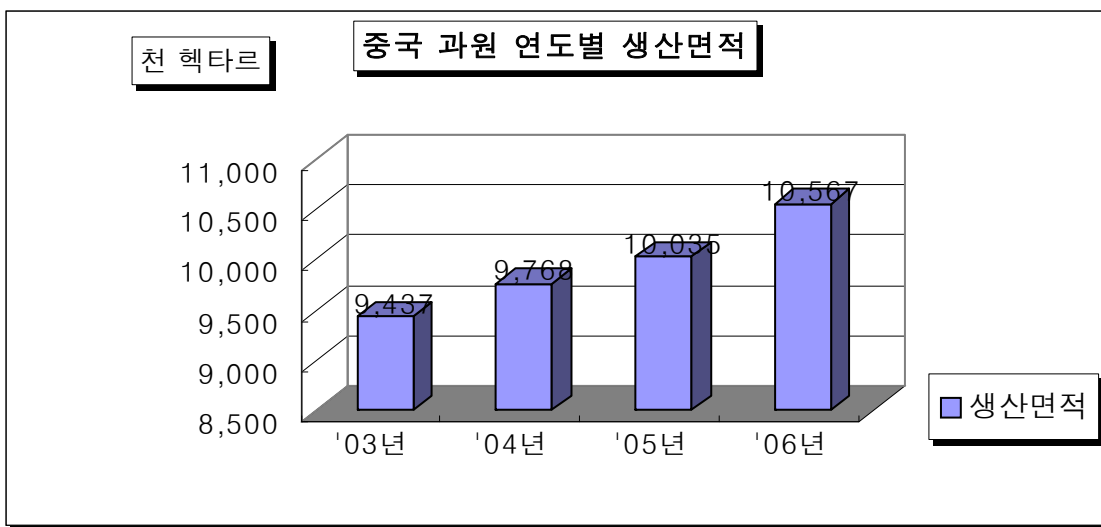


<중국과원 재배면적 현황>

연도	면적(천헥타르)	증감률(%)	연도	면적(천헥타르)	증감률(%)	연도	면적(천헥타르)	증감률(%)	연도	면적(천헥타르)	증감률(%)
'03년	9,437	-	'04년	9,768	3.51	'05년	10,035	2.72	'06년	10,567	5.29
'07년			'08년			'09년			'10년		
'11년			'12년			'13년			'14년		
'15년			'16년			'17년			'18년		

자료원 : 國家統計局

<최근 4년 중국과수원 재배면적>



자료원 : 國家統計局

- 省으로 나누면 과수원 면적이 가장 큰 성은 하북성인데 1,000천ha를 초과하였고 면적이 500천ha 이상인 성은 광둥, 광서, 섬서, 산둥, 복건 등 5개省임
- 과수원면적이 감귤을 재배하는 과수원정황을 완전히 대변 할 수 는 없는데 왜냐하면 과수원에서 기타 과일품종을 재배할 수 있기 때문이다. 하지만 어느 정도에서 감귤재배의 참고로 활용할 수 있음



## □ 주요생산기지

### ○ 충칭중현(重慶忠縣) 감귤기지

- 충칭중현은 현재 연간 감귤묘목 250만그루로 묘목육성능력이 세계 1위로 2009년 중현기지는 아시아지역 최대 감귤기지로 “중국 감귤도시”가 될 전망이다
- 1997년 중현은 세계 500대 기업인 미국 Seagram회사와 합작하여 총 투자액 9.85억위안에 달하는 삼협지역 최대 농업자본유치 프로젝트인 Seagram “삼협감귤산업화”를 실시하기 시작하였음 현재 Seagram측에서 1,100만불을 기부하여 건설한 Seagram 감귤기술센터는 이미 사용하기 시작하였음
- 충분한 자금과 미국회사에서 제공한 우수한 기술은 동 센터가 연간 묘목육성능력을 250만그루에 달하게 하여 세계 제1위의 자리를 차지하게 하였음
- 작년 12월, 동 프로젝트의 다른 한 중요 조성부분인 《감귤건설가공공장 1기》가 투입되어 운영 중이며, 중현은 미국, 브라질 다음으로 세계 제3번째 대형 신선냉장 오렌지주스 가공기지가 되었음 2009년 프로젝트가 완전히 건설된 후 감귤과수원은 3,025만㎡로 확대되고 ㎡당 생산량은 최고 150kg에 달할 것이라 예측하고 있음

### ○ 섬서 성구현(陝西城固縣) 무공해 감귤생산기지

- 섬서 성구현은 원래의 양유(糧油)생산위주에서 감귤 등 과일품목생산 위주로 전환하였으며 우세주도산업을 강화하여 감귤의 생산규모가 신속히 발전하게 되었음. 농업부 등 기관으로부터 “중국 유명, 우수, 특종 상품 감귤의 고향”이라는 칭호를 수여받았음
- 성구현은 감귤산업을 둘러싼 발전계획을 세워 향, 진 생산기지 9개를 건립하였고 친링(秦嶺) 남쪽에 25km에 달하는 감귤산업지역을 조성하였음

### ○ 후베이 이창(湖北宜昌) 감귤생산기지

- 이창시 이링구(夷陵區)는 전국에서 유명한 “밀귤(蜜桔)의 고향”이며 이링구(원 이창현)에만 20여개 감귤공장이 분포되어 있으며 감귤은 이링구의 3대 농업주도산업의 하나가 되었음. 감귤 재배면적은 40백만㎡로 연간 생산량은 약 30만톤에 달하여 전체 삼협지역에서 생산량이 높은 지역 중의 하나임



## 2. 유통현황

### 가. 시장규모 및 특징

#### □ 시장규모

- 중국감귤의 시장규모는 점차적으로 확대되는 추세를 보이고 있으며 특히 21세기에 들어서서 감귤의 소비는 폭발적인 성장을 가져왔는데 사람들의 생활수준과 소비수준 향상으로 감귤은 점차 과일소비 중에서 대중상품이 되었음
- 현재 중국의 연간 감귤소비는 1,500만톤 정도로 그 중에서 대부분 상품이 중·저급품이고 고급상품은 극히 일부분을 차지하고 있다. 수입품의 소비량도 매우 적은 상황이지만 대도시의 중·고 소득 소비자 계층에서 고급과 수입 우수감귤에 대한 수요가 증가되기 시작하였음
- 동시에 과일주스 음료시장이 점차적으로 확대됨에 따라 감귤류제품이 음료가공, 과일통조림과 기타 가공식품에 사용되는 규모도 점차 확대되어 감귤의 2차 소비시장의 확대를 촉진하였으며 감귤의 재배와 생산촉진에 유리하게 작용함

#### □ 시장특징

- 완벽하지 못한 품질구조
  - 감귤의 품질은 2가지 측면으로 나뉘는데 하나는 외관품질이고 다른 하나는 내재적인 품질임. 현재 소비자들이 중국감귤이 수입 감귤보다 못하다고 하는 것도 주로 외관품질을 말하는 것임
  - 중국산감귤의 과실크기, 모양, 색깔 등 지표가 모두 수입 감귤과 비교적 큰 차이를 보이고 있는데 이는 과수원 환경의 차이, 재배관리측면의 원인도 있으며 그 외에 수확 후 상품의 처리도 외관품질의 개선에 영향을 미쳤음
  - 현재 대부분 중국산감귤은 같은 품종의 수입품 수준에 도달하였거나 상회하고 있음
- 불안한 시장
  - 비록 감귤이 중국 4대 재배품종의 하나로서 그 재배면적 및 수준이 일정한 정도로 향상되었지만 중국 감귤생산은 분산되고 시장발육이 완벽하지 못해 생산과 판매의 불균형으로 시장가격파동을 초래하였음
  - 또한 생산과잉은 종종 농민이익의 손실을 초래하고 지방정부에 압력을 가했으며 공급부족은 가격 상승을 야기하여 소비자들에게 경제적 손실을 안겨 주었음

- 브랜드의식의 강화
  - 중국감귤은 생산이 분산되고 시장화 수준이 비교적 낮은 실정임. 재배농가는 자체 브랜드 없이 그저 좋은 가격이면 판매하려고 하였지만 중국과일산업이 발전함에 따라 농민, 재배기지, 도매상, 도매시장 등은 점차 브랜드의식이 강화되었고 실력이 있는 기지와 기업에서는 감귤에 자체의 브랜드를 살렸을 뿐만 아니라 동시에 감귤의 포장, 표준 등을 중시하기 시작하였음. 이로써 시장경쟁이 원래의 산지에서 점차 브랜드 방향으로 전환되는 결과를 낳음
- 저가상품의 치열한 경쟁
  - 중국감귤은 생산량이 팽창하지만 주요품종은 주로 중·저가상품에 집중되었고 동시에 농민들은 자체의 이익을 위하여 저가감귤의 경쟁이 매우 치열해졌으며 일부 지역에서는 감귤의 출하시기에 대량·저가로 감귤을 판매하여 시장공급가격의 혼란을 초래하기도 함
- 고급상품의 인기
  - 사람들의 생활수준이 향상되고 특히 연해지역 혹은 대도시의 중·고소득 소비층에서 고가상품에 대한 수요가 점점 확대되고 있는데 이 시장의 수요는 일반감귤 수요량의 성장속도를 훨씬 뛰어넘고 있음. 동시에 국내 대형 감귤생산기지에서도 품종도입측면에서 우량한 품종에 시선을 돌리기 시작하였음. 또한 수입 감귤이 사람들의 인정을 받기 시작하면서부터 네덜란드, 미국, 브라질 등 지역의 감귤류도 점점 사람들의 환영을 받기 시작함
- 시장공급의 혼란
  - 시장 혼란은 주로 일부 소매상, 개인판매상들에서 품질 나쁜 것이 좋은 것으로 가짜가 진짜로 혹은 국산이 수입 감귤로 둔갑하여 소비자들을 기만하고 있는데 이것은 어느 정도에서 고급감귤과 수입 감귤의 판매와 발전에 영향을 주었으나, 동시에 효과적인 관리체계가 부족한 시장과 정부 및 관련기관에의 감독 소홀 등이 이러한 불법판매상들에게 기회를 주는 결과를 낳았음

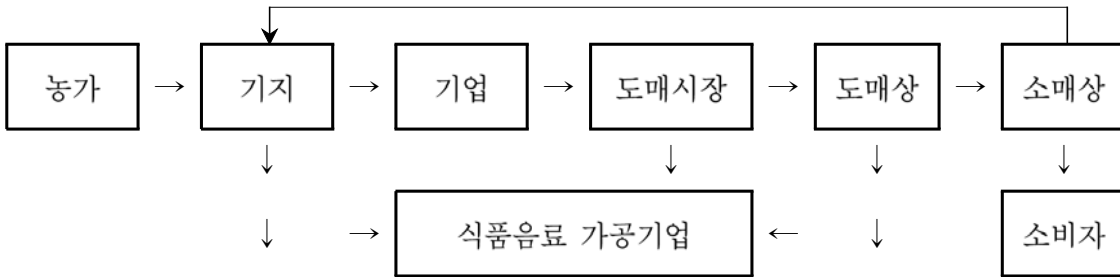
## 나. 유통경로

### □ 경로구성

- 감귤의 유통경로는 일반 과일의 유통경로와 비슷한데 주요 유통경로는 아래 도표와 같음. 일반 농가는 기지 혹은 소재지 농업부문의 조직 하에 재배와 수확을 진

행하고 기지에서 재배, 기술 등을 지원하며 관련판매회사에서 통일적으로 구매하고 포장한 후 시장에 판매함. 유통된 도매시장에서 다시 전국각지의 도매시장 혹은 소매상에게 판매되고 개인판매상, 상인, 과일상점, 슈퍼 등 소매상들이 소비자에게 판매

〈감귤 유통경로 구조〉



- 대형슈퍼매장 등 소매기업에서는 생산기지에서 직접 구매하여 중간의 유통단계를 줄여 원가를 낮추고 상품의 신선도를 향상시킴
- 지적하여야 할 점은 감귤은 음료가공의 중요한 원료로서 일부 감귤은 기지, 판매 회사 및 도매상을 통하여 직접 식품음료가공기업에 판매되고 대형음료 가공기업 가령 匯源, 娃哈哈 등 기업에서는 자체의 생산기지 또는 직접 재배기지와 합작하여 “재배·생산·가공·판매”의 일원화 방식을 추구하고 있다는 점임

○ 재래시장

- 재래시장은 중국에서 가장 오래된 교역시장형식임과 동시에 산지수매시장, 산지와 판매지 도매시장 및 판매지 소매시장의 일부 기능을 발휘하고 있음
- 농촌에서 재배되는 과일과 채소는 주로 재래시장을 통하여 거래되고 있음. 농촌 재래시장은 교역수량이 비교적 적어 일반적으로 현지 주민소비에 제한되고 현지 소비수량의 제한으로 농촌재래시장의 과일가격은 비교적 낮기 때문에 일부 과일 상인들은 산지의 재래시장에서 과일을 구매한 후 다른 곳으로 운송하여 판매하기도 함. 도시와 진(鎭)에서의 재래시장은 시민들에게 채소와 쌀을 공급하는 주요 경로임

○ 수매시장

- 수매시장은 농민이 농산품을 판매하는 초급단계시장으로서 1급 시장이라고도 함. 장기간 동안 국유상업과 농촌협작사는 수매시장의 주요주체였지만 독점지위가 해체된 후 그 시장점유율은 끊임없이 하락하였음. 농산물 가공기업이 수매시장에서의 비중이 점차적으로 상승추세를 보이고 있으며 농민들이 운송을 조직하여 판매하는 것과 농민이 직접 소비자에게 판매하는 비중이 점점 높아지고 있음

○ 도매시장

- 중국은 대만, 홍콩, 마카오 지역 외에 2006년 농산물도매시장이 전국에 총 6,000개 정도 있고 그 중에서 과일도매시장이 1,000여 개임. (도시에 612개, 농촌에 400개 정도)
- 이런 시장은 대체적으로 산지 도매시장과 판매지 도매시장으로 나뉘는데 그 외 일부시장은 고정교역장소의 발전으로 인터넷교역시장 등 새로운 시장형식이 나타남
- 산지도매시장 : 현재 산지도매시장의 건설과 발전사는 농산물시장체계건설의 취약한 부분임. 생산기지와 도매시장 사이에는 서로 촉진 작용을 하는 관계가 있기에 과일생산기지에는 모두 도매시장이 설치되어 농민의 거래 진행에 편리를 도모하였음
- 판매지 도매시장 : 판매지 도매시장은 중국 과일교역시장에서 중요한 구성부분으로 판매지 도매시장의 상품은 산지의 도매상에서 많이 오며, 판매지의 도매상과 소매상은 반드시 산지에 가서 상품을 구매하여야 함

○ 소매시장

- 중국과일 소매시장은 매우 크며 도시주민의 일일 소비는 기본적으로 소매시장의 거래 의존도가 높음. 소매시장에서 과일상인은 매우 큰 공헌을 하고 있는데 그들은 일반적으로 새벽 3, 4시에 도매시장에서 물건을 받아 소매시장에 운송 판매함.
- 그 외에 대형 종합매장, 슈퍼, 체인점 등도 일부 소매시장의 비중을 차지하고 있음

□ 유통경로 특징

○ 생산기지의 역할

- 감귤의 유통경로에서 기지는 중요한 작용을 하는데 한 측면으로 현지의 농민을

조직하여 생산을 진행하고 농민들을 지도하여 기술혁신을 추진함과 동시에 현지 정부의지지 하에 “농가+기지+판매회사”의 연합모델을 구축하여 원래의 낙후된 분산 생산방식을 타파하였음

- 다른 한 측면으로 기지는 상품을 효과적으로 조직하여 각지 도매상, 대형 소매상, 음료가공기업들을 대상으로 기업의 구매원가를 낮추는 동시에 기업, 소비자, 농민 모두가 이익을 얻게 하였음
- 실력이 있는 재배기지는 이미 다원화전략을 시작하였고 생산에 종사할 뿐만 아니라 한발 나아가 자체 도매시장 건립을 시작하였으며 더욱 많은 대리점을 개발·유지하여 자기의 상품이 전국 더 나아가서는 세계로 뻗어가게 함

#### ○ 개인판매상과 상인의 역량

- 비록 감귤의 판매가 전통적인 경로에서 현대경로(슈퍼마켓, 매장)로 바뀌기 시작하였지만 개인판매상과 상인의 역량을 무시할 수 없음
- 중국의 이원화 경제구조 특징 때문에 중국의 농촌 및 2, 3급 시장에서 개인판매상과 상인들은 여전히 활약하고 있으며 감귤의 유통에 큰 공헌을 하였음

#### ○ 상품의 동질화와 소비자의 식별능력

- 상해상업정보중심에서 실시한 전국 과일도매시장에 대한 조사에 의하면 현재 감귤의 품종은 아직 다양하지 못하고 동질화경쟁이 비교적 높아 한 개 상품이 시장의 환영을 받으면 전부 몰려들고 자체의 특색이 있는 상품, 정품, 고급상품이 소매상에서 찾아볼 수 없어 소비자의 차별화된 수요를 만족시키기 못하고 있음
- 동시에 중국의 일반소비자들은 감귤의 품종, 산지, 품질 등을 관찰하고 식별하는 능력이 떨어져 종종 소매상의 애기에 의존하여 필요한 식별능력이 부족한 실정임

### 다. 유통가격

- 현재 중국감귤의 평균가격은 비교적 안정적이지만 품종의 영향으로 다른 종류간의 가격엔 다소 차이가 있고 같은 종류의 상이한 품종에도 비교적 큰 차이가 있으며, 동시에 중국감귤의 가격은 공급량, 소비자 기호, 시간 등의 영향으로 한 지역의 공급량이 비교적 적고 수요량이 많으면 가격이 오르는 편임
- 농업부 정보센터에서 전국 주요 과일도매시장을 대상으로 한 가격검측에 의하면 감귤의 주요품종가격은 아래와 같음

<2004~2007년 감귤 도매가격>

연도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2004년	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100
2005년	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100
2006년	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100
2007년	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100	3,100

자료원 : 農業部信息中心

라. 포장형태

- 현재 감귤의 포장형태는 주로 날개판매 형식을 사용하고 있으며 일부 중·고급상품은 플라스틱, 박막형식을 취하며 대량으로 구매 시 일반적으로 종이박스를 사용하고 있음
- 또한 중·고급상품 포장을 할 때 일부 기업에서는 광택제를 사용, 감귤의 외관에 신경을 써 고객의 주의를 끌고 있음

3. 소비현황

가. 주요 소비시기

- 감귤의 소비는 기본적으로 일년 내내 볼 수 있는데 주요 소비 시기는 가을철에 집중되어 있음

나. 소비량

- 현재 중국 1인당 연간 감귤소비량은 약 11kg이고 도시주민의 소비량은 농촌주민의 소비량보다 훨씬 높으며 2006년 전국에서 소비된 감귤이 1,430만톤으로 그 중에서 소비된 품종과 농촌과 도시의 소비량은 다음과 같음

〈2003~2006년 1인당 감귤류제품 소비량〉

연도	호주산 감귤류		국산 감귤류		미국산 감귤류		일본산 감귤류		기타	
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004
2003	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
2004	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
2005	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
2006	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

자료원 : 國家農業部

다. 소비처 및 소비형태

- 감귤류의 소비처는 비교적 보편적인데 일반적으로 감귤소비는 뚜렷한 특징구별이 없음
- 중·고급감귤의 소비는 주로 고소득층에 집중되어 있음



#### 4. 통관제도

##### 가. 관세제도

○ 감귤수입은 과일류 상품에 속하며 HS No는 다음과 같음

HS No	상품명칭	관세(%)	증치세(%)	비고
0805.2020	闊叶감귤	12	13	신선 혹은 건조
0805.2090	기타	12	13	기타 감귤 및 교잡감귤

##### 나. 수입절차

○ 감귤은 과일수입 절차에 속하는데 그 주요 절차는 해관신청 ⇒ 심사 ⇒ 신고 ⇒ 검  
 험검역 ⇒ 검역검험 심사 ⇒ 통관 ⇒ 허가로 이루어지며 이 중에서 비교적 중요한  
 절차는 검험검역인데 일반적인 절차는 검역수리 ⇒ 현장검험검역 ⇒ 실험실검험검  
 역 ⇒ 결과평정과 증서발급 ⇒ 검험검역감독 ⇒ 정보 보고 ⇒ 서류 보관으로 이루  
 어짐

#### 5. 수출입 현황

##### 가. 연도별 수입현황

○ 闊叶감귤(신선 혹은 건조 : 0805.2020)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6)		
	톤	천\$	%	톤	천\$	%	톤	천\$	%
아르헨티나	78	58	56.3	281	141	25.1	0	0	0
뉴질랜드	23	20	19.4	0	0	0	0	0	0
계	158	103	100	1,021	561	100	729	522	100

자료원 : kita. net.



○ 기타 감귤 및 교잡감귤 (0805.2090)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
태국	401	214	12.2	5,221	4,388	88.6	2,939	1,976	56.8
뉴질랜드	1,324	912	51.9	0	0	0	2,645	1,381	39.7
S.Africa	0	0	0	0	0	0	103	119	3.4
미얀마	0	0	0	500	125	2.5	5	5	0.1
대만	42	37	2.1	14	9	0.2	0	0	0
프랑스									

자료원 : kita. net.

나. 연도별 수출현황

○ 闊叶감귤(신선 혹은 건조 : 0805.2020)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
러시아	30	14	9.2	146	62	43.9	-	-	-
인도네시아	0	0	0	97	49	34.8	-	-	-
말레이시아	50	18	11.8	44	24	17.0	-	-	-
브루나이	0	0	0	9	6	4.3	-	-	-
홍콩	23	10	6.6	0	0	0	-	-	-
필리핀	48	22	14.3	0	0	0	-	-	-
싱가포르	149	77	50.3	0	0	0	-	-	-
아랍에미리트									

자료원 : kita. net.

○ 기타 감귤 및 교잡감귤 (0805.2090)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
말레이시아	72,219	24,050	22.4	63,888	25,335	22.0	59,512	29,542	30.2
인도네시아	42,440	13,843	12.9	40,252	18,028	15.7	50,642	28,907	29.5
러시아	40,014	12,688	11.8	35,771	12,434	10.8	31,044	12,106	12.4
필리핀	40,238	13,181	12.3	28,316	13,686	11.9	15,809	8,814	9.0
베트남	113,508	22,787	21.2	100,216	20,554	17.8	36,029	6,982	7.1
홍콩	19,166	3,157	2.9	28,366	8,262	7.3	18,148	4,312	4.4
싱가포르	9,025	3,371	3.1	7,008	2,900	2.5	10,924	3,793	3.9
캐나다	19,079	11,050	10.3	21,317	10,824	9.4	1,917	1,019	1.0
Kirghizia	2,537	742	0.7	2,431	981	0.9	1,296	535	0.5
마카오	1,484	284	0.3	1,639	462	0.4	1,202	351	0.4
기타	5,671	2,256	2.1	3,746	1,546	1.3	4,998	1,589	1.6
계	365,381	107,409	100	332,950	115,012	100	231,521	97,950	100

자료원 : kita. net.

6. 수출확대방안

가. 한국산 경쟁력

- 중국감귤에 비하여 한국의 감귤은 전체적으로 품질이 비교적 좋고 재배기술과 품질에 있어 경쟁력을 확보하고 있음

나. 시장 진출방안(중국시장개방을 전제)

- 수입과일 전문도매시장 활용
  - 상하이의 경우 수입과일만을 전문적으로 취급하는 도매시장인 “룽우(龍吳) 수입과일도매시장”이 있는데 이를 적극 활용할 경우 손쉽게 중국시장에 진입할 수 있음
  - 동 도매시장은 수입, 통관, 도매 등 모든 과정을 동시에 처리할 수 있는 시스템을 갖추고 있으며, 동 도매시장에서 거래되는 수입과일은 백화점 등 고급매장, 호텔 등 요식업으로 유통·소비되고 있음
  - 동 도매시장에서 상주하는 무역업체, 도매시장 관계자들은 항상 새로운 국가의

과일에 관심이 높으며, 한국산 과일의 경우 그동안 수입실적이 없어 더 높은 관심을 지니고 있어 중국시장 진출을 위한 좋은 디딤돌이 될 것으로 보임

<룽우(龍吳) 수입과일도매시장>

- 위치 : 上海市 龍吳路 3188號(86-21-3404-0382)
- 1일 교역량 : 100여 톤
- 국가별 주요 수입과일(교역비율)
  - 미 국(40~50%) : 오렌지, 앵두, 유자, 사과, 포도
  - 태 국(20%) : 龍眼, 야자, 망고스틴, 모과, 듀리언, 바나나, 리치, 유자
  - 뉴질랜드(20%) : 키위
  - 칠레, 필리핀, 호주(10~20%)
    - 칠 레 : 포도, 사과, 키위, 자두
    - 필리핀 : 바나나, 모과, 파인애플, 망고
    - 호 주 : 감귤, 오렌지

- 기타 도매시장 활용
  - 일반 도매시장의 경우에도 일반 무역업체와 연계하여 수입과일을 직접 수입하고 자체 도매시장을 활용하여 유통시키고 있는데 동 방식을 활용하면 대량의 물량을 손쉽게 수출할 수 있는 이점이 있음
  - 이러한 도매시장들은 자체적으로 정부관계자를 초청하여 과일세미나를 개최하는 등 매년 그 세력을 확장해 나가고 있음

다. 수입시 유의사항

- 수입과일에 검역성 유해생물과 유해물질이 반입되는 것을 방지하고 중국의 농업 생태안전과 소비자의 건강을 보호하기 위하여 수입시 반드시 “수입과일검험검역감독 관리방법”의 관련검역에 근거하여 관련부문의 검역을 거친 후에 수입할 수 있음

## 라. 수출확대방안

- 감귤의 고급화 전략
    - 감귤은 중국 4대 재배과일 중의 하나로 많은 사람들이 소비하고 있지만 대부분의 품질 특히, 외관품질이 조악하여 일반 수입산에 비하여 열세에 처해있음
    - 또한 연안 대도시를 시발점으로 점차 수입산에 대한 수요가 늘어나고 있는 점을 감안하여 고품질, 고가전략을 수립하여 백화점, 호텔 요식업 등 고급시장에서 차별화를 통한 중국시장 개척을 해야 함
  - 정확한 목표시장을 확정
    - 구매력이 높은 연안 대도시를 선택하여야 하며, 이런 도시는 국제화 수준이 높아 수입식품 소비에 유리하고 또한 새로운 유행을 추구하는 의식이 높아 독특한 마케팅수단을 이용한다면 좋은 효과를 거둘 수 있을 것임
  - 대형과일도매시장과 협력
    - 과일 또한 식품처럼 판매량의 구속을 많이 받는데 만약 일정한 판매량을 달성하지 못할 경우 수입원가 상승으로 이어져 경쟁력을 갖출 수 없음
    - 중국의 과일도매시장은 일정한 규모와 시장능력이 있고 판매경로가 비교적 안정되어 있으며 경쟁력이 높은 판매망을 갖추고 있음
    - 도매시장에서 직접 수입과일을 취급(수입 및 도매)하는 경우가 늘어나기 때문에 적정 도매시장을 발굴한다면 시장규모와 판매를 효과적으로 높일 수 있음
  - 현재 중국이 감귤류를 수입하는 국가는 주로 미국, 뉴질랜드와 브라질 등이며, 주요 수입품종은 과일 외에 대량의 과일 가공품 등이 있음
- ※ 현재 과실류는 양국간의 개방협정 미체결로 교역이 이루어지지 않고 있어 양국간의 협의가 우선 필요함.
- 한국의 경우 과실류는 미국, 일본, 뉴질랜드 등 일부국가를 제외하고는 수입금지 식물로 분류되어 있음.

## 포도

## 1. 생산현황

## 가. 품종

- 중국 포도의 품종은 여러 가지가 있는데 시장에서 널리 유통·판매되는 품종은 Red Global(紅地球), 거봉포도, 룡안포도, 장미향포도 등임

## &lt;주요 품종별 특징&gt;

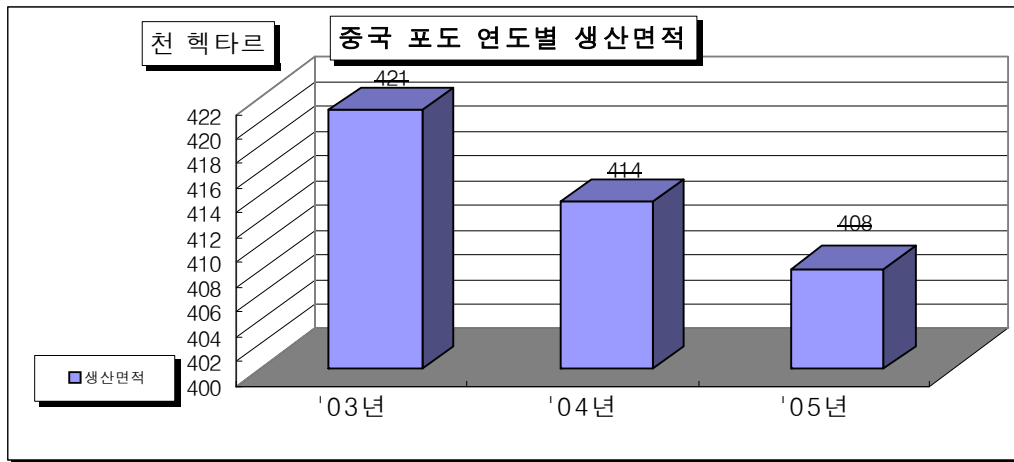
품종	주요 특징
Red Global (紅地球)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '87년 미국에서 들여온 품종으로 '03년경부터 본격적으로 생산</li> <li>• 신장에 수십만 畝를 비롯하여 산둥, 하북에서 주로 생산</li> <li>• 중국에서 생산과 소비가 가장 많이 되는 품종임</li> <li>• 붉은색을 띠며, 알이 굵고 씨가 있음</li> </ul>
거봉포도 (巨峰葡萄)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유럽품종으로 중국 동부지역에서 신선 식용으로 재배</li> <li>• 크기가 크고 칼라와 맛이 좋으며 시장판매가 안정되어 있음</li> <li>• 습기에 강해 장기간 신선한 상태로 보관이 가능</li> </ul>
룡안포도 (龍眼葡萄)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하북성 툴루현 온천툰(涿鹿縣溫泉屯)이 주산지로 동 지역의 연간 생산량이 1만여 톤에 달함</li> <li>• 400여 년의 재배역사를 지니고 있음</li> </ul>
장미향포도 (玫瑰香葡萄)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 천진특산 유명브랜드로 천진시 재배면적이 6만무에 달함</li> <li>• 한구(漢沽)지역만도 4만무에 이르며, 한구구(漢沽區)는 중국 최대 장미향포도 산지임</li> <li>• 칼라가 좋고 껍질이 얇으며 당분함량이 높고 장미향으로 유명</li> </ul>

## 나. 생산면적 및 생산량

### □ 생산면적

- 전국 포도 재배면적은 2003년 이래 감소 추세를 보이고 있음
- 2003년 중국 포도의 재배면적은 421천ha였으며 2005년에는 1.78% 감소된 413.5천ha, 2006년 재배면적은 408.1천ha로서 2005년에 비하여 1.31% 감소

<최근 포도 재배면적>



자료원 : 中國農業年鑒

### □ 생산량

- 중국은 세계 포도의 주요 생산국이지만 중국산 포도의 가장 독특한 특징은 식용포도가 차지하는 비중이 비교적 크다는 것임
- 2005년 중국 일반식용, 건포도제조에 사용되는 포도 재배면적은 총 재배면적의 80%이상을 차지하는데 이는 중국인들의 식품구조 및 소비습관과 밀접한 관계가 있음
- 또한 재배기술과 생산기술의 발전으로 재배면적이 감소되는 반면 중국 포도의 생산량은 오히려 증가되었음
- 2003년 중국 포도 생산량은 5,176천톤, 2004년에는 5,675천톤으로 9.64% 증가되었으며, 2005년에는 5,794천톤에 달하여 2.10% 증가함



- 신강포도 가운데서도 특히 吐魯番가 제일 유명한데 주로 무핵백포도(无核白葡萄)이고 그 외 馬奶子, 紅葡萄, 喀什喀爾, 百加干, 瑣瑣 등 13개 품종이 있음. 특히 여기서 생산한 무핵백포도는 껍질이 얇고 즙이 많으며 당분함량이 20~24%에 달하여 미국 California산 포도 보다 당도가 높아 1위를 차지함. 무핵백포도로 제조한 건포도는 그 당분함량이 60%에 달하여 포도 가운데 진품이라는 칭호를 받음

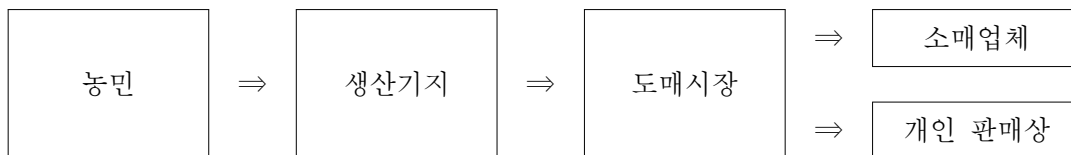
## 2. 유통현황

### 가. 시장규모 및 특징

- 중국의 생산량은 점점 늘어나고 있지만 와인원료는 오히려 부족하여 약 70%를 수입에 의존하고 있음
- 포도는 일반식용, 건포도와 와인제조용 포도로 나뉘는데 중국에서는 외국과 달리 재배면적의 80%가 식용, 건포도 재배를 하고 있음 2001년 중국 식용포도의 생산량은 이미 380만톤으로 세계 1위를 차지함

### 나. 유통경로

- 식용, 건포도의 유통경로



- 식용, 건포도의 유통경로는 기타과일과 같으며 유통경로는 주로 농가, 재배기지, 도매시장, 소매업체 혹은 개인판매상으로 구성되어 있음
- 와인제조용 포도는 와인제조회사에서 직접 재배기지에서 구매하여 와인제조에 사용하며, 규모가 비교적 큰 와인제조회사에는 일반적으로 자체 포도 재배기지를 운영하고 있음



### 다. 유통가격

- 포도가격은 계절, 품종, 산지의 영향으로 일정한 차이가 있는데 아래는 2007년 9월 4일 각 도매시장의 가격임

<2007년 9월 4일 포도가격>

(단위 : 위안/kg)

지역	최고가	최저가	

자료원 : 中國食品產業網

### 라. 포장형태

- 포도의 포장은 기본적으로 외포장이 없이 날개판매를 하며 주로 kg 단위로 판매
- 선물용으로 사용되는 포도는 일반적으로 바구니를 사용하여 포장
- 포도를 대량으로 운송, 저장할 경우 포도를 종이에 싨 다음 다시 박스에 넣어서 운송하거나 저장

### 3. 소비현황

#### 가. 주 소비시기

- 중국은 광활한 대륙으로 소비시기가 각기 다르며 일반적으로 9월~10월에 집중되어 있음

<포도 출하시기>

종류	출하시기
조생종	7월 10일~7월 25일
중생종	7월 25일~8월 31일
만생종	9월 1일 이후

#### 다. 소비처 및 소비형태

- 중국에서 주로 소비되는 포도의 품종은 거봉(巨峰), 룡안(龍眼), 장미향(玫瑰香), 마나이(馬奶)포도 등임
  - 마나이 포도 : 녹색을 띠고 있으며 건포도용으로 많이 사용
- 최근 생산지역과 소비가 크게 늘어난 紅地球(Red Global) 품종이 중국 내 소비가 가장 왕성함
  - 紅地球(Red Global)는 과즙이 많으며, 젊은층이 즐겨 찾는 품종임

일반포도	품종 : 紅提
	
산지 : 상하이 가격 : 23.80위안/kg	산지 : 미국 가격 : 39.80위안/kg

#### 4. 통관제도

##### 가. 관세제도

- 포도는 과일류에 속하며 HS No는 아래와 같음

HS No	상품명칭	관세 (%)	증치세 (%)	비 고
0806.1000	신선	13	13	-
0806.2000	건조	10	13	-

##### 나. 수입절차

- 포도의 수입은 식용과일수입절차에 속하는데 그 주요절차는 해관신청 ⇒ 심사 ⇒ 등록 ⇒ 신고 ⇒ 검험검역 ⇒ 검역검험 심사 ⇒ 통관 ⇒ 허가로 이루어지며 이 중에서 비교적 중요한 절차는 등록제도와 검험검역제도임

#### 5. 수출입현황

##### 가. 연도별 수입현황

- 신선포도(0806.1000)

(단위 : 톤, 천US\$, %)

국가명	2017년			2018년			2019년		
	수량(톤)	액(천US\$)	비율(%)	수량(톤)	액(천US\$)	비율(%)	수량(톤)	액(천US\$)	비율(%)
뉴질랜드									
남아공	32	19	0.03	-	-	-	-	-	-
기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-
계	58,986	67,546	100	57,490.4	82,353	100	46,004	69,384	100

주 : 자료원 : Kita. net.

- 포도 주 수입국은 칠레로 전체 수입의 52.8%를 차지하고 있음
- 수입단가는 칠레산이 톤당 US\$1,486로 미국의 US\$1,548에 비해 낮지만 페루의 US\$1,407보다는 높은 수준임

○ 건포도(0806.2000)

(단위 : 톤, 천US\$, %)

국가명	2004			2005			2006		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
남아공	23	40	0.3	23	40	0.3	80	135	0.9
일본	19	24	0.2	226	371	2.4	69	58	0.4
Kirghizia	-	-	-	-	-	-	21	17	0.1
카자흐스탄	5	4	0.03	12	11	0.07	18	14	0.09
그리스	-	-	-	-	-	-	10	10	0.06
파키스탄									

주 : 자료원 : Kita. net.

- 건포도 주 수입국은 미국으로 전체 수입의 89%를 차지하고 있음
- 수입단가는 미국산이 톤당 US\$1,407로 터키의 US\$1,539과 남아공의 US\$1,688에 비해 낮은 수준임

나. 연도별 수출현황

○ 신선포도(0806.1000)

(단위 : 톤, 천US\$, %)

국가명	2004			2005			2006		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
홍콩	1,617	218	2.9	1,976	316	3.2	6,120	3,449	17.9
말레이시아	1,046	819	11.1	1,590	1,356	13.6	3,214	2,917	15.2
러시아	5,945	1,943	26.4	9,317	3,735	37.5	6,881	2,912	15.1
파키스탄	3,503	708	9.6	3,612	1,341	13.4	7,387	2,581	13.4
인도네시아	1,199	1,054	14.3	354	312	3.1	2,666	2,180	11.3
태국	830	679	9.2	729	805	8.1	1,861	2,165	11.3
베트남	1,738	644	8.7	2,531	1,140	11.4	4,439	1,161	6.1
스리랑카	203	136	1.8	156	85	0.8	296	423	2.2
방글라데시	61	69	0.9	111	120	1.3	302	386	2.0
필리핀									

주 : 자료원 : Kita. net.

○ 건포도(0806.2000)

(단위 : 톤, 천US\$, %)

국가명	2004			2005			2006		
	물량	금액	비율	물량	금액	비율	물량	금액	비율
폴란드	80	49	0.3	0	0	0	1,820	1,613	5.2
캐나다	9	15	0.1	82	143	0.7	1,655	1,481	4.8
영국	316	462	2.5	451	612	2.8	995	1,217	3.9
벨기에	20	13	0.1	0	0	0	984	896	2.9
리투아니아	0	0	0	12	10	0.1	857	761	2.5
사우디 아라비아	161	213	1.2	321	420	1.9	465	651	2.1
파키스탄									

주 : 자료원 : Kita. net.

6. 수출확대방안

가. 한국산 경쟁력

- 한국산 포도는 중국산과 비교하여 품질이 비교적 좋으며 재배기술, 상품품질 및 맛 측면에 수출경쟁력을 갖고 있음

나. 한국산 수입현황

- 연도별 수입현황

국가명	2004		2005		2006	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
한국	20.005	15	18.220	11	-	-

주 : 자료원 : Kita. net.

- 한국산 수출실적은 모두 건포도 실적임

## 다. 시장진출 방안(중국시장개방을 전제)

- 수입과일 전문도매시장 활용
  - 상하이의 경우 수입과일만을 전문적으로 취급하는 도매시장인 “룽우(龍吳) 수입과일도매시장”이 있는데 이를 적극 활용할 경우 손쉽게 중국시장에 진입할 수 있음
  - 동 도매시장은 수입, 통관, 도매 등 모든 과정을 동시에 처리할 수 있는 시스템을 갖추고 있으며, 동 도매시장에서 거래되는 수입과일은 백화점 등 고급매장, 호텔 등 요식업으로 유통·소비되고 있음
  - 동 도매시장에서 상주하는 무역업체, 도매시장 관계자들은 항상 새로운 국가의 과일에 관심이 높으며, 한국산 과일의 경우 그동안 수입실적이 없어 더 높은 관심을 지니고 있어 중국시장 진출을 위한 좋은 디딤돌이 될 것으로 보임

### <룽우(龍吳) 수입과일도매시장>

- 위치 : 上海市 龍吳路 3188號(86-21-3404-0382)
- 1일 교역량 : 100여톤
- 국가별 주요 수입과일(교역비율)
  - 미 국(40~50%) : 오렌지, 앵두, 유자, 사과, 포도
  - 태 국(20%) : 龍眼, 야자, 망고스틴, 모과, 듀리언, 바나나, 리치, 유자
  - 뉴질랜드(20%) : 키위
  - 칠레, 필리핀, 호주(10~20%)
    - 칠 레 : 포도, 사과, 키위, 자두
    - 필리핀 : 바나나, 모과, 파인애플, 망고
    - 호 주 : 감귤, 오렌지

- 기타 도매시장 활용
  - 일반 도매시장의 경우에도 일반 무역업체와 연계하여 수입과일을 직접 수입하고 자체 도매시장을 활용하여 유통시키고 있는데 동 방식을 활용하면 대량의 물량을 손쉽게 수출할 수 있는 이점이 있음
  - 이러한 도매시장들은 자체적으로 정부관계자를 초청하여 과일세미나를 개최하는 등 매년 그 세력을 확장해 나가고 있음

## 라. 수입시 유의사항

- 수입과일에 검역성 유해생물과 유해물질이 반입되는 것을 방지하고 중국의 농업 생태안전과 소비자의 건강을 보호하기 위하여 수입시 반드시 “수입과일검험검역감독 관리방법”의 관련검역에 근거하여 관련부문의 검역을 거친 후에 수입할 수 있음

## 마. 수출확대방안

- 수출 품종의 선택
  - 현재 중국 포도 시장은 80%가 일반식용으로 소비되고 있는 점과 껍질이 얇고 과즙이 많은 품종이 인기가 있는 점을 감안하여 신규 품종개발 등 연구를 통한 품종선택이 우선시 되어야 함
- 정확한 목표시장을 확정
  - 구매력이 높은 연안 대도시를 선택하여야 하며, 이런 도시는 국제화 수준이 높아 수입식품 소비에 유리하고 또한 새로운 유행을 추구하는 의식이 높아 독특한 마케팅수단을 이용한다면 좋은 효과를 거둘 수 있을 것임
- 대형과일도매시장과 협력
  - 과일 또한 식품처럼 판매량의 구속을 많이 받는데 만약 일정한 판매량을 달성하지 못할 경우 수입원가 상승으로 이어져 경쟁력을 갖출 수 없음
  - 중국의 과일도매시장은 일정한 규모와 시장능력이 있고 판매경로가 비교적 안정되어 있으며 경쟁력이 높은 판매망을 갖추고 있음
  - 도매시장에서 직접 수입과일을 취급(수입 및 도매)하는 경우가 늘어나기 때문에 적정 도매시장을 발굴한다면 시장규모와 판매를 효과적으로 높일 수 있을 것으로 전망
- ※ 현재 과실류는 양국간의 개방협정 미체결로 교역이 이루어지지 않고 있어 양국간의 협의가 우선 필요
  - 한국의 경우 과실류는 미국, 일본, 뉴질랜드 등 일부국가를 제외하고는 수입금지 식물로 분류되어 있음

## 멜론

### 1. 생산현황

#### 가. 주요품종

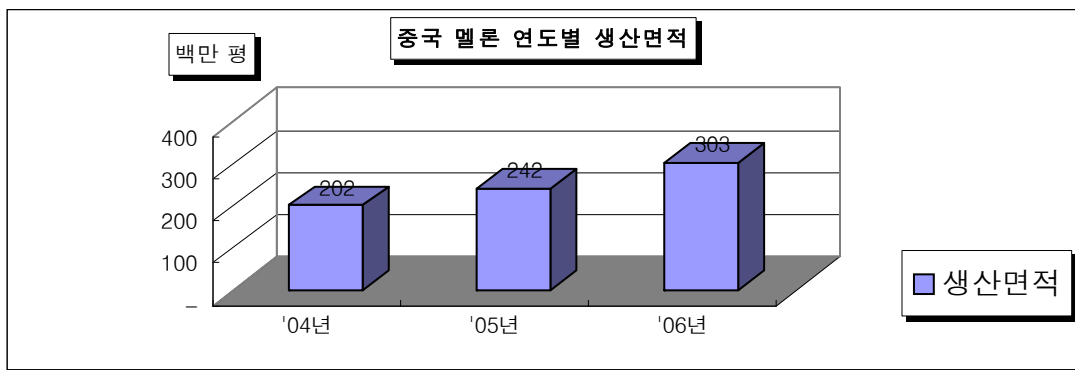
- 멜론은 원산지가 아프리카, 중부아시아 대륙으로 주요품종은 娜依魯, 可麗雅, 翠蜜, 秋華二號, 浙網29, 阿魯斯達琳, 蜜F1系列 등이 있음

#### 나. 생산면적 및 생산량

##### □ 생산면적

- 중국은 세계적인 참외류 생산대국으로 전국 참외류 재배면적이 수년간 지속적으로 세계 수위를 차지하고 있으며, 최근 재배면적은 807백만평(껍질이 두꺼운 것과 얇은 품종의 총합)이상에 달함
- 농업부 정보센터의 통계에 따르면 2004년 멜론 재배면적은 약 202백만평에 달하였으며, '05년 시장수요의 지속적으로 증가세에 힘입어 재배면적이 전년대비 20% 증가한 242백만평으로 증가  
'06년에도 신품종 도입과 시험재배성공 등 기술혁신으로 재배면적이 '05년보다 25% 증가한 303백만평에 달함

<중국 멜론 연도별 생산면적>



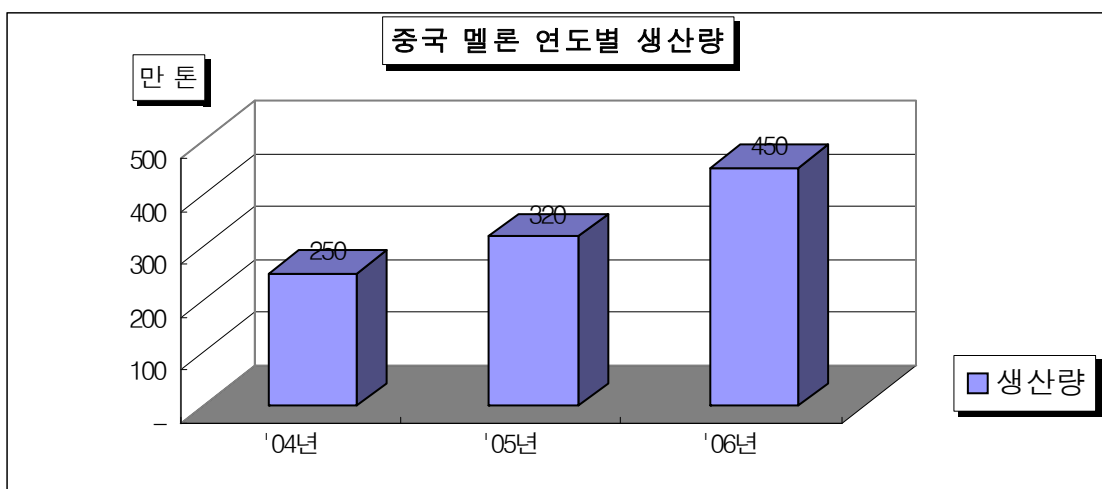
자료원 : 農業部信息中心



□ 생산량

- '80년대부터 중국 참외류 생산량은 세계적으로 수위에 진입하기 시작하였으며 '90년대부터는 줄곧 세계 수위를 차지함
- '04년 멜론 생산량은 약 250만톤이었으나 재배기술의 끊임없는 진보와 혁신에 따라 멜론의 단위 생산량도 점차 높아져 '05년에는 전년대비 20% 증가한 320만톤에 달하였으며, '06년에도 전년대비 33% 상승한 450만톤임

<중국 멜론 생산량>

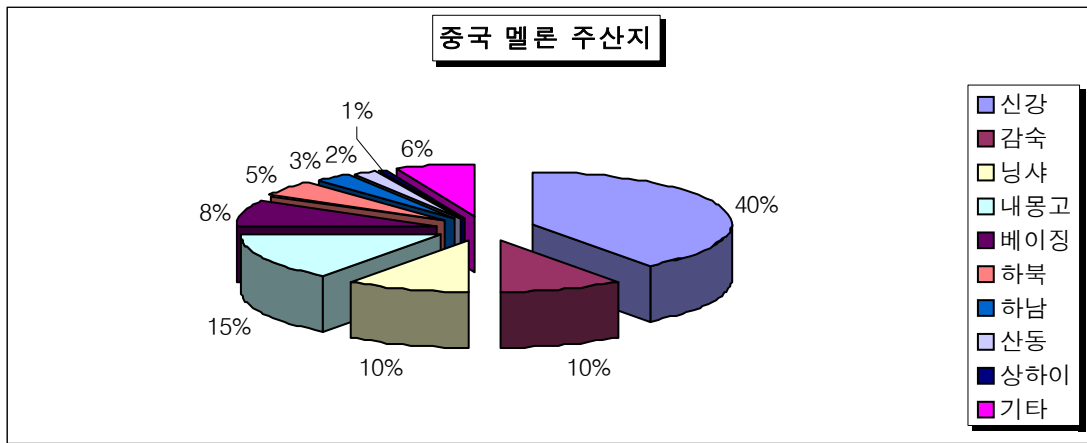


자료원 : 農業部信息中心

다. 주요생산지역

- 중국 멜론은 주로 서북지역에서 집중적으로 생산되고 있는데 그중 신장(新疆), 간수(甘肅), 녀샤(寧夏) 및 내몽고 등 지역은 멜론 주요 재배지역으로 전국 생산량의 80%를 차지하고 있음
- 화북지역(北京, 河北, 河南, 山東 등)의 재배면적과 생산량도 기술향상과 더불어 증가하였으며, 상하이(南匯) 및 그 인근지역(절강, 가흥 등)의 생산량도 증가추세에 있음

<중국 멜론 산지별 생산비율>



자료원 : 農業部信息中心

- 화북지역은 주로 薄皮甜瓜(박피참과) 품종을 시설재배 하고, 서부지역은 厚皮甜瓜(후피참과) 품종을 재배하고 있음
- 신장지방에서 생산되는 멜론이 가장 유명하며, 건조한 모래땅에서 생산되고, 육질이 단단하고 당도가 높아 주로 홍콩으로 수출되고 있음

□ 주요생산지역

- 신장(新疆)
  - 멜론류 중 하미과(哈密瓜)는 전체 멜론 생산량가운데서 매우 높은 비중을 차지하고 있으며, 신장이 주산지이며, 전체 재배면적은 121백만평 내외이며, 생산량은 연간 85만톤 정도임
  - 신장의 하미과 재배는 점차적으로 조, 중, 만생의 규모화 생산 및 공급이 이루어지는 국면을 형성하였으며 투루판(吐魯番)분지는 조생 하미과 산지이고 하미(哈密), 창지(昌吉) 등 지역은 중생하미과, 자스(伽師), 민핑(民丰), 뤼장(若羌), 이우(伊吾), 빠리쿤(巴里坤), 아러타이(阿勒泰) 지역은 만생 하미과 산지임
- 하이난(海南)
  - 하이난은 열대 북쪽에 위치하고 있어 열대성 계절풍기후에 속해 “천연온실”이라고 불리며, 하이난은 봄이 빨리 오고 온도상승이 빠르며 낮과 밤의 기온차가 크고 겨울이 따뜻해 멜론의 반계절(反季節)성 생산기지가 되었음

- 하이난 남부의 산야(三亞), 링동(陵東), 러동(樂東) 등 지역은 중국 하미과의 반계절 재배의 주요기지로, '05년 반계절 연도(10월 중순~이듬해 4월말) 재배면적이 61만평, '06년에는 212만평을 돌파함
- 랴오닝성 타이안현(台安縣)
  - 랴오닝성 타이안현에서 생산되는 멜론은 육질이 두껍고 당도가 높아 맛이 좋으며 저장, 운송에 적합한 특징을 지니고 있음
  - '04년 멜론협회를 설립하여 재배에서부터 수확까지 일관적인 재배, 기술, 포장, 판매를 실시하였으며 선양(沈陽)에 멜론 전문판매점을 설립함
  - 650개 온실하우스를 보유한 멜론 생산기지를 건립하여 40만평이 鞍山市 무공해상품 품질감독검사를 통과하였으며 “녹색, 양질, 저가”로 베이징, 톈진, 선양 등 대도시에서 매년 1,800여톤이 판매되고 있음
  - 타이안현에서는 계속하여 멜론 재배면적을 확대하고 있으며, '08년에는 재배면적이 101만평, 총 생산량이 4,500톤에 달할 것으로 전망

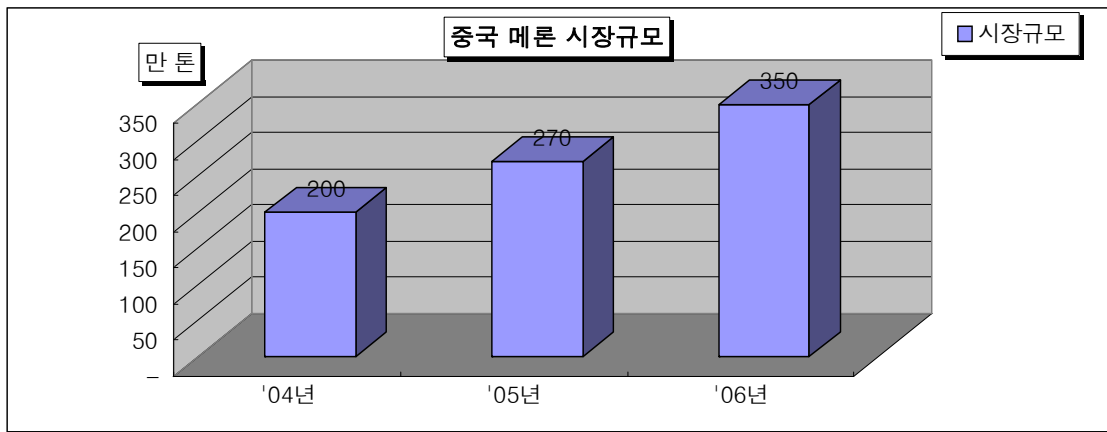
## 2. 유통현황

### 가. 시장규모 및 특징

#### □ 시장규모

- 멜론은 지금 중국시장에서 인기를 끄는 과일류 상품으로 기본적으로 생산량과 소비량이 균형을 이룬며, 그중에서 매년 약 8%~10%가 세계 각지에 수출되는데 주로 하미과(哈密瓜)와 참외류 품종임
- 통계에 의하면 '04년 중국의 멜론시장규모는 약 200만톤이며, '05년에는 270만톤으로 늘어났으며 '06년에는 350만톤임

<중국 멜론 시장규모>



자료원 : 農業部信息中心

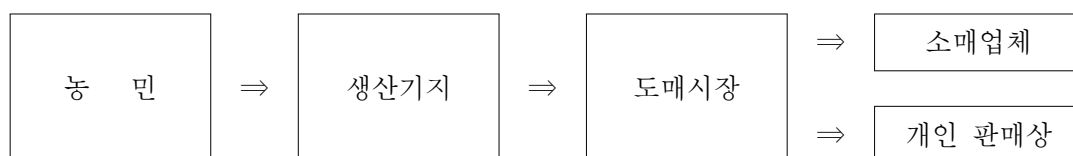
#### □ 시장특징

- 고급시장수요 증가
  - 지금 시장에서는 저급멜론(하미과 등)의 재배면적과 생산량이 계속 증가하여 공급이 수요를 초과하는 현상이 나타나고 있는데, 현재 소비자들의 멜론에 대한 수요는 점점 중·고급상품으로 변화하고 있어 저급멜론의 가격은 최근 몇 년 점점 하락세에 있음

- 다양한 품종 출시
  - 최근 수년간 중국 멜론의 품종이 지속적으로 증가되었는데 이는 주로 수입품종의 도입 및 관련 재배기술 향상과 밀접한 관련이 있음
  - 국내에서도 교잡 등 새로운 기술을 통하여 더욱 많은 신품종을 연구개발하고 육성하는 등 시장의 신품종에 대한 요구 충족
- 고급시장 공급부족
  - 중국멜론의 고급시장은 계속 수입상품에게 점령당하고 있지만 각종 수입품종이 중국에서 성공함에 따라 가격인하에 따른 멜론의 수요를 자극하여 시장에서 수요를 만족시키지 못하는 상황 초래
- 시장브랜드 혼란
  - 과일시장에서 브랜드가 혼란한 현상이 종종 발생하는데 특히 멜론의 경우 브랜드의 종류가 매우 많은 특징이 있으며, 대다수가 재배지역의 지명 혹은 소재지 도 시명칭을 이용하여 브랜드를 명명하고 있음
  - 브랜드 보호의식이 높지 못해 각기 다른 산지의 제품이 동일한 브랜드를 사용하거나 타 지역의 브랜드를 사용하는 경우가 종종 발생함

## 나. 유통경로 및 특징

### □ 유통경로



- 멜론의 유통경로는 일반과일과 동일하며, 주요 유통경로는 생산농가, 생산기지, 도매시장, 소매상 혹은 과일판매상으로 구성되어 있음
- 농가나 생산기지에서 생산된 멜론은 도매시장 관련기업에서 구매하여 각 도시의 소매 유통경로를 통하여 판매함

- 도매시장은 전체 유통과정에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 재배기지와 판매 경로를 연결함
- 현재 전국 각 도시에는 모두 일정한 개수의 과일도매시장이 있지만 대부분 소매경로를 통하여 소비자에게 판매됨
- 소매경로는 크게 2가지로 나뉘는데 하나는 과일가게이고 다른 하나는 개체호인데 도시의 각 지역에 분포되어 각종 과일을 판매

#### □ 유통특징

- 판매가격의 다양성
  - 재배지역이 다르고 품종이 다양하여 시중에서 판매되는 멜론의 가격도 제각각이며, 각 지역 도매시장의 가격변동폭도 매우 커 지역별 가격차이가 몇 배에 달하는 경우도 있음
- 품종이 단일하다.
  - 멜론은 품종이 다양하지만 단일화된 경로로는 1~2개 품종밖에 유통되지 않아 소비자들은 다양한 품종을 선택할 기회가 적음
- 유통지역 확대
  - 현재 멜론의 재배와 생산에 있어 일정수준의 지역제한은 있지만 온실재배 확대 및 품종개량, 물류개선 등으로 멜론의 유통이 지방에서 전국적으로 확대되고 있음

#### 다. 유통가격

- 최근 몇 년 기술향상, 품종도입 등으로 멜론의 재배면적과 생산량은 지속적으로 증가하고 있으며, 이로 인해 멜론가격에 변화를 가져옴
- 유통경로에서 멜론의 가격은 주요하게 산지와 품종의 영향을 받으며 각 지역의 가격은 큰 차이가 나는 경우가 많음. 현재 멜론의 시장 가격은 일반적으로 kg당 2위안~5위안 임

## &lt;중국시장 멜론 유통가격&gt;

(단위 : 위안/kg)

연도	2004	2005	2006
가격	4.85	3.60	2.86

자료원 : 農業部信息中心

## 라. 포장형태

- 멜론은 일반적으로 외포장이 없으며 주로 근(斤)이나 kg 등 무게를 달아 판매가격을 결정
- 선물용으로 과일을 포장할 때 멜론이 주로 사용되고 있으며, 이럴 경우 종이박스나 바구니를 이용하여 포장

## 3. 소비현황

## 가. 주요소비시기

- 멜론의 주 소비는 일반적으로 여름철에 더위를 식히는 과일로 많이 사용되며 고급 선물에 사용하는 고급품종은 일반적으로 봄철에 대량으로 소비됨

## 나. 소비량

- 현재 멜론의 시장판매 상황이 양호하여 소비량이 매년 증가하는 추세를 보이고 있으며, 현재 중국시장 멜론의 소비량은 약 300만톤 수준을 유지하고 있으나 품종이 더욱 다양해지고 가격도 하락함에 따라 시장수요가 점점 증가될 것으로 전망

## 다. 소비처 및 소비형태

- 멜론은 우수한 품질과 우아한 외관으로 중국 소비자들의 환영을 받고 있으며 선물용으로 사용되는 고급과일로 자리매김 됨

- 주요 소비처는 개인으로 소비자들은 대부분 가정 소비용으로 구매하거나 친지방문 등 선물용으로 구매하는 경우가 대부분임
- 요식업, 과일주스 생산기업들의 멜론에 대한 수요도 계속 증가하고 있으며, 요식업 등 서비스 영역에서는 후식으로 멜론사용이 점점 증가하고 있음

〈품목별 가격 비교〉

하미과	멜론	경밀과(京密瓜)
		
산지 : 신장 가격 : 9.00위안/kg	산지 : 미얀마 가격 : 14.40위안/kg	산지 : 산둥 가격 : 11.80위안/kg

4. 통관제도

가. 관세제도

- 멜론은 과일류에 속하며 HS No는 아래와 같음

HS No	상품명칭	관세(%)	증치세(%)	비고
0807.1910	멜론(Hami Melon)	12	13	신선
0807.1920	멜론(Cantaloupes & Galia Melon)	12	13	신선
0807.1990	멜론(Other)	12	13	신선

나. 수입절차

- 멜론 수입은 기타 과일수입절차와 동일하며 통관 시 수출국의 산지증명서와 식물 검역증이 필수서류이며, 병충해 등 식물검역에 주의하여야 함



## 5. 수출입현황

### 가. 연도별 수입현황

○ Hami Melon(0807.1910)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
중국	1,000	100	100.00	1,000	100	100.00	1,000	100	100.00
합계	1,000	100	100.00	1,000	100	100.00	1,000	100	100.00

○ Cantaloupes & Galia Melon(0807.1920) : 없음

○ Other(0807.1990)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
중국	0	0	0.00	0	0	0.00	0	0	0.00
합계	0	0	0.00	0	0	0.00	0	0	0.00

자료원 : kita. net.

### 나. 연도별 수출현황

○ Hami Melon(0807.1910)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
홍콩	15,471	2,792	47.40	16,690	3,150	48.41	1,740	542	39.36
베트남	5,737	2,096	35.59	7,994	2,559	39.33	1,301	332	24.11
아랍 에미리트	-	-	-	-	-	-	302	218	15.83
말레이시아	748	213	3.62	474	280	4.30	281	152	11.04
마카오	962	464	7.88	1,143	388	5.96	237	79	5.74
싱가포르	-	-	-	399	83	1.28	73	23	1.67
일본	-	-	-	43	19	0.29	33	17	1.23
파키스탄	-	-	-	-	-	-	20	12	0.87
태국	86	48	0.81	2	1	0.02	9	2	0.15
인도네시아	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	22,204	5,613	100.00	26,208	6,580	100.00	4,663	1,026	100.00

- Cantaloupes & Galia Melon(0807.1920) : 없음
- Other(0807.1990)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
러시아	5,128	2,353	82.4	7,721	4,154	94.2	1,026	493	75.3
홍콩	705	92	3.2	792	102	2.3	692	133	20.3
베트남	203	42	1.6	881	111	2.5	219	29	4.4
마카오	12	5	0.2	-	-	-	-	-	-
말레이시아	531	298	10.4	31	25	0.6	-	-	-
파키스탄	20	7	0.2	19	3	0.1	-	-	-
아랍에미리트	-	-	-	20	13	0.3	-	-	-
싱가포르	28	16	0.6	-	-	-	-	-	-
태국	56	27	0.9	-	-	-	-	-	-
인도네시아	51	14	0.5	-	-	-	-	-	-
계	6,734	2,854	100	9,464	4,408	100	1,937	655	100

자료원 : kita. net.

## 6. 수출확대방안

### 가. 한국산 경쟁력

- 기본적으로 한국산 멜론의 생산수준은 중국에 비하여 일정수준 우위를 확보하고 있으며 재배기술과 품질에 있어 경쟁력을 확보하고 있음

### 나. 시장 진출방안(중국시장개방을 전제)

- 수입과일 전문도매시장 활용
  - 상하이의 경우 수입과일만을 전문적으로 취급하는 도매시장인 “룽우(龍吳) 수입과일도매시장”이 있는데 이를 적극 활용할 경우 손쉽게 중국시장에 진입할 수 있음
  - 동 도매시장은 수입, 통관, 도매 등 모든 과정을 동시에 처리할 수 있는 시스템을 갖추고 있으며, 동 도매시장에서 거래되는 수입과일은 백화점 등 고급매장, 호텔 등 요식업으로 유통·소비되고 있음

- 동 도매시장에서 상주하는 무역업체, 도매시장 관계자들은 항상 새로운 국가의 과일에 관심이 높으며, 한국산 과일의 경우 그동안 수입실적이 없어 더 높은 관심을 지니고 있어 중국시장 진출을 위한 좋은 디딤돌이 될 것으로 전망

### <룽우(龍吳) 수입과일도매시장>

- 위치 : 上海市 龍吳路 3188號(86-21-3404-0382)
- 1일 교역량 : 100여톤
- 국가별 주요 수입과일(교역비율)
  - 미 국(40~50%) : 오렌지, 앵두, 유자, 사과, 포도
  - 태 국(20%) : 龍眼, 야자, 망고스틴, 모과, 듀리언, 바나나, 리치, 유자
  - 뉴질랜드(20%) : 키위
  - 칠레, 필리핀, 호주(10~20%)
    - 칠 레 : 포도, 사과, 키위, 자두
    - 필리핀 : 바나나, 모과, 파인애플, 망고
    - 호 주 : 감귤, 오렌지

- 기타 도매시장 활용
  - 일반 도매시장의 경우에도 일반 무역업체와 연계하여 수입과일을 직접 수입하고 자체 도매시장을 활용하여 유통시키고 있는데 동 방식을 활용하면 대량의 물량을 손쉽게 수출할 수 있는 이점이 있음
  - 이러한 도매시장들은 자체적으로 정부관계자를 초청하여 과일세미나를 개최하는 등 매년 그 세력을 확장해 나가고 있음

#### 다. 수입시 유의사항

- 수입과일에 검역성 유해생물과 유해물질이 반입되는 것을 방지하고 중국의 농업 생태안전과 소비자의 건강을 보호하기 위하여 수입시 반드시 “수입과일검험검역감독 관리방법”의 관련검역에 근거하여 관련부문의 검역을 거친 후에 수입할 수 있음
- 멜론은 운송과 보관조건이 다소 까다로운 품목으로 일단 운송과정에 손상을 받거나 보관조건이 적합하지 않을 경우 멜론의 외관, 맛, 품질에 영양 주기 때문에 운송에 유의하여야 함

## 라. 수출확대방안

- 시장 세분화 및 목표고객 확정
  - 현재 중국 멜론의 저급시장은 이미 하미과(哈密瓜)에 점령되었고 하미과의 가격도 상대적으로 저렴하여 소비자들의 수요가 상대적으로 많은 편임
  - 한국멜론이 중국시장에 진출하려면 먼저 목표소비자를 확정하고 수입품종으로서 고급시장에서 지명도를 높여야 하며, 고품질, 높은 가격으로 백화점, 호텔 요식업 등 고급시장에서 차별화를 통한 경쟁을 하여야 함
- 정확한 목표시장을 확정
  - 구매력이 높은 연안 대도시를 선택하여야 할 것임. 이런 도시는 국제화 수준이 높아 수입식품 소비에 유리하고 또한 새로운 유행을 추구하는 의식이 높아 독특한 마케팅수단을 이용한다면 좋은 효과를 거둘 수 있을 것임
- 대형과일도매시장과 협력
  - 과일 또한 식품처럼 판매량의 구속을 많이 받는데 만약 일정한 판매량을 달성하지 못할 경우 수입원가 상승으로 이어져 경쟁력을 갖출 수 없음
  - 중국의 과일도매시장은 일정한 규모와 시장능력이 있고 판매경로가 비교적 안정되어 있으며 경쟁력이 높은 판매망을 갖추고 있음.
  - 도매시장에서 직접 수입과일을 취급(수입 및 도매)하는 경우가 늘어나기 때문에 적정 도매시장을 발굴한다면 시장규모와 판매를 효과적으로 높일 수 있을 것으로 전망
- 우세한 1~2개 품종으로 시장개척
  - 지금 중국소비자들은 고급멜론에 대한 인식이 부족하므로 중국시장 진출을 위해서는 중국소비자들에 맞는 한국 특유의 품종 1~2개만을 선택하여 시험적으로 판매한 후 품종을 확대해 나가는 전략이 필요

## 연 초

### 1. 생산현황

#### 가. 연초의 품종

- 중국에서 일반적인 연초의 품종은 고연(烤烟), 쉐연(晒烟), 량연(晾烟), 백륙연(白肋烟), 향료연(香料烟), 황화연(黄花烟) 등 유형으로 구분
- 고연(烤烟)
  - 고연은 중국과 세계에서 재배면적이 가장 큰 연초유형으로서 관련산업의 주요 원료임. 세계에서 고연을 생산하는 국가는 주로 중국, 미국, 브라질, 짐바브웨, 인도, 태국, 캐나다, 아르헨티나 등이며, 중국의 고연재배면적과 총 생산량은 세계 1위로 주요 산지는 운남, 귀주, 허난, 복건, 후난, 산둥, 후베이, 사천, 섬서, 흑룡강, 광둥 등임
- 쉐연(晒烟) - 쉐연은 태양광선으로 말린 담배를 말하는데 晒紅烟과 晒黃烟이 있음. 세계에서 쉐연을 생산하는 주요 국가는 중국과 인도로, 현재 중국 각 지역에서 쉐연을 재배하고 있는데 사천, 광서, 길림, 광둥, 호남, 호북, 귀주, 절강 등임
- 량연(晾烟)
  - 량연은 옅은 색과 짙은 색으로 나뉘는데 서늘하고 통풍이 잘 되는 곳에서 제조됨. 그 중에서 白肋烟, 馬里蘭烟과 雪茄包叶烟는 각 특징이 있어 다른 유형에 속하지만 중국에서는 백륙연을 단일 연초유형으로 구분하고 그 나머지는 모두 량연에 속하며 雪茄包叶烟, 馬里蘭烟와 기타 전통량연은 모두 량연유형에 속함
  - 마리란연(馬里蘭烟)은 원산지가 미국 Maryland라 그렇게 부르는데 옅은 색 晾烟에 속함. 타르와 니코틴함량이 고연, 백륙연보다 낮아서 저 타르 혼합형 관련원료의 하나가 되었음. 중국 후베이에서 장기적으로 일정 규모 면적의 재배가 이루어지고 있음
  - 설가포엽연(雪茄包叶烟)은 재배조건에 대한 요구가 비교적 특수하여 구름과 안개가 많고 일조가 약한 조건에서 성장한 담뱃잎의 품질이 가장 좋음. 중국에서 주요산지는 사천과 절강인데 수량은 사천이 많고 품질은 절강 통상(桐鄉)이 가장 뛰어남. 최근 하이난에서도 시험적으로 재배하고 있음
  - 전통晾烟은 재배면적이 비교적 작고 주요산지는 광서 우밍(武鳴), 운남 용성(永

胜)과 귀주 동남지역임

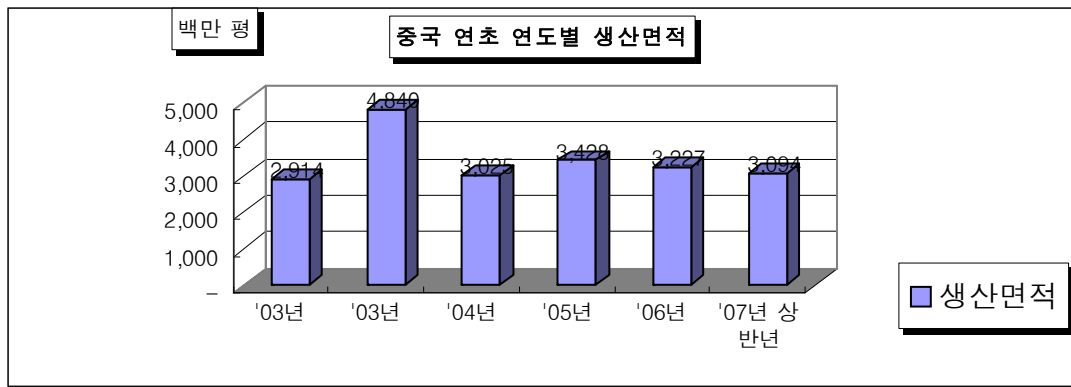
- 백肋연(白肋烟)
  - 白肋烟의 주요특징은 줄기와 잎이 유백색을 띠는데 白肋烟은 혼합형권련의 주요 원료로서 재배면적이 비교적 큰 지역은 후베이, 충칭, 사천과 운남 등임
- 향료연(香料烟)
  - 향료연은 토이기연(土耳其烟) 혹은 동방형연(東方型烟)으로도 불리며, 향료연의 주요산지는 운남 보산(保山), 후베이 스앤(十堰), 신강 이리(伊利) 등지임. 담뱃 잎의 향기와 맛이 좋고 잘 연소되며 혼합형권련의 주요 향미조절원료임
- 황화연(黃花烟)
  - 황화연은 상술한 몇 가지 유형과 근본적으로 구별되는 것은 식물분류학에서 완전히 다른 종류에 속하며 생물학상 차이가 매우 크다는 특징이 있음. 중국에서 황화연을 재배하는 지역은 분포가 매우 넓은데 주요산지는 신강, 감숙과 흑룡강임

나. 생산면적 및 생산량

□ 생산면적

- 최근 중국연초의 생산면적은 비교적 안정적이며 2002년 전국 연초 재배면적은 2,914백만평, 2003년에는 4,840백만평, 2004년에는 다소 감소하여 3,025백만평으로 되었고 2005년에는 3,428백만평, 2006년에는 3,227백만평, 2007년 상반기에는 3,094백만평임

<중국연초 재배면적>

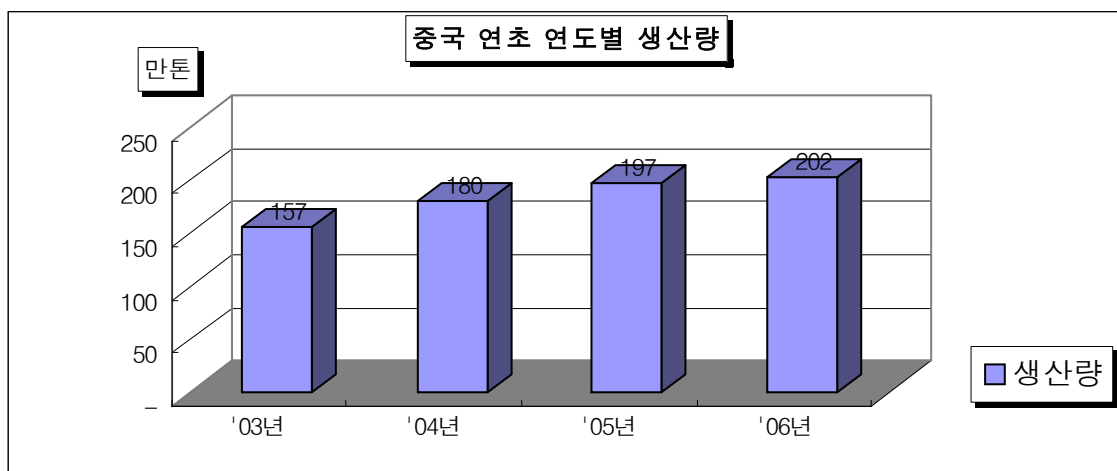


자료원 : 中國烟草專賣局

□ 생산량

- 2003년 중국 연초 생산량은 156.6만톤, 2004년의 생산량은 약 180만톤으로서 2003년보다 15%정도 증가하였고 2005년 연초 생산량은 약 196만톤으로서 2004년보다 9% 증가하였으며 2006년 생산량은 202만톤 정도임

<중국 연초 생산량>



자료원 : 中國烟草專賣局

다. 주요 생산지역 및 기업

- 중국연초의 주요 생산지역은 하남, 운남, 귀주, 호남 등 省에 집중되어 있으며 산지가 점차 적합한 지역으로 바뀌어갔으며 생산 집약도 역시 점차적으로 향상되었음
- 고연재배를 주업으로 하고 白肋烟, 香料烟, 地方名优晾晒烟 재배를 부업으로 하는 양상이 형성되었고 연초재배면적은 남방지역이 80%, 황화이지역(黃淮地區)이 14%, 북방지역이 6%를 차지하는 국면이 형성되었음
- 시장여건에 따라 고연생산은 서남지역(운남, 귀주, 사천, 충칭 포함), 황화이지역(하남, 산둥, 안휘, 섬서 포함), 중남지역(호북, 호남, 강서, 광둥, 광서, 복건 포함), 동북지역(흑룡강, 길림, 요녕 포함) 등 4대 생산지역으로 구분됨
- 서남지역은 자연환경이 적합하여 연초품질이 비교적 좋고 생산량이 전국의 50%정도를 차지하고 있는데 그 중에서 운남, 귀주가 선두를 차지하고 있음

<중국연초 주요 省 생산량>

산 지	하북	산서	내몽고	요녕	길림	흑룡강	강소
생산량							
생산량							
생산량							
생산량(만톤)	1.90	13.26	0.29	6.58	26.94		
비율(%)	0.97	6.77	0.15	3.36	13.75		

자료원 : 中國烟草專賣局

□ 주요 생산지역

○ 운남(云南)

- 운남연초는 주로 “兩烟”을 가리키는데 즉 고연과 권련을 말함. 운남고연은 그 품질이 우수하고 색채와 맛이 좋아서 국내외 권련기업에서 고급권련의 생산 원료로 사용
- 운남 권련은 맛과 향기로 국내외에서 인기를 끌고 있으며 여행 기념품 혹은 지인들에게 선물하는 좋은 상품임
- 운남고연 생산은 1912년부터 시작되었는데 50년대부터 운남고연은 동부유럽, 중동, 아프리카, 서부유럽 및 동남아와 홍콩, 마카오지역에 판매되었고 최근에는 영국, 미국, 일본 등 지역에도 판매되고 있음
- 광활한 시장은 운남고연 생산의 신속한 발전을 촉진하였고 玉溪, 曲靖, 楚雄, 大理, 昭通, 紅河, 昆明 등 7개 고연생산지가 형성됨
- 전 성의 담배잎 연간 수매량은 전국 고연 총 구매량의 1/4을 차지하고 있으며 성급 우수제품 생산량은 전 성 권련 총생산량의 절반 이상을 차지하며, 운남연초 산업은 운남경제의 제1 기간산업이 되었음

○ 귀주(貴州)

- 귀주는 자연환경이 담배잎재배에 적합한 곳으로 1978년 일용 소비품을 중심으로 권련과 우량주를 중심으로 경공업 발전을 하기 시작함



- 2001년 귀주에서는 담배잎기업 25개, 권련기업 10개, 총 자산이 106.3억 위안에 달하였다. 담배잎 생산능력은 47.65만톤, 권련종합생산능력은 380.4만박스임
- 2001년 전 성 고연 수매량 16.81만톤, 권련생산량 180.8만 박스, 판매수입 58.3억위안, 세금이 30.5억위안에 달하였으며 1, 2류 권련생산량은 33.4만박스로 18.5%를 차지함. 고연과 권련 산업 총생산액은 84.4억위안으로 각항 세금이 36억위안이며 세금비중은 국민경제 각 산업가운데서 제1위를 차지

○ 허난(河南)

- 허난연초는 역사가 유구하고 담배잎은 360여년, 권련은 100여년의 역사를 자랑하고 있음
- 담배산업은 1983년에 조직한 이래 전체 세금 576억위안을 납부하여 허난경제의 기간산업이 됨
- 최근 들어 전 성 재배면적은 303백만평, 수매량은 17.5만톤 정도이고 권련 연간 생산량은 300만 박스정도임

□ 주요 생산기업

○ 紅塔烟草(集團)有限責任公司

- 홍타그룹은 1956년에 창립하여 규모가 작은 담배잎기업으로부터 중국 제1, 세계 선두를 차지하는 현대화 연초그룹임
- 2004년까지 홍타는 위시(玉溪), 따리(大理), 추승(楚雄), 창춘(長春), 하이난(海南), 홍타요녕(紅塔遼寧)등 6개 회원기업과 산하의 홍타투자, 홍타물자, 홍타국제, 홍타부동 등 4개 기능회사가 있었으며 홍타그룹은 이미 여러 지역, 산업을 뛰어넘는 국제화그룹이 됨
- 현재 홍타그룹의 연간 권련생산능력은 300여만박스에 달하고, 생산한 주요 권련 브랜드 “紅塔山”, “玉溪”, “阿詩瑪”, “恭賀新禧”, “紅梅”는 모두 국가우수제품칭호를 받았으며 “國賓”, “蝴蝶泉”, “美登”, “人民大會堂”, “人參” 등은 강력한 경쟁력으로 국가연초전매국에서 공포한 100개 보존 브랜드에 포함됨
- 상품은 주로 국내, 동남아 및 미국, 유럽시장에 판매되고 있음
- 주 소 : 云南玉溪市紅塔大道上段
- 전화번호 : 0086-877-2968165 / 팩스번호 : 0086-877-2968662

○ 상해연초(그룹)회사

- 상해연초(그룹)회사는 1993년 상해시 연초회사산하의 회사가 재건하여 창립한 것인데 일류수준의 현대화권련공업 및 그 연초 운송, 인쇄, 기계, 재료 등 관련 산업을 소유하고 상업, 식품가공업, 부동산, 금융보험업, 호텔등 영역에까지 발을 들여놓았으며 권련산업을 위주로 하는 다원화, 집약화, 현대화된 대형기업임
- 2005년 동 회사는 수입 211억위안, 그 중 이윤이 81억위안, 순 자산이 384.22억위안임
- 회사에서 내놓은 “熊貓”, “紅双喜”, “牡丹” 등 우수한 권련은 국내외에 널리 판매되고 있으며 소비자들의 환영을 받고 있음
- 회사에서는 여러 지역과 합작하여 22개 담뱃잎기지를 건립하고 50개 담뱃잎 공급상을 개발하여 기본적으로 하나의 안정된 담뱃잎공급경로를 구축함. 또한 적극적으로 “전자상무, 체인경영, 현대물류, 우량서비스”를 주요특징으로 하는 새 방식을 모색하였고 30,000여개 권련판매망으로 조성된 상해에서 규모가 가장 크고 완벽한 시장체계를 형성함
- 주 소 : 上海市楊浦區長陽路717号
- 전화번호 : 0086-21-61666868 / 팩스번호 : 0086-21-65125838

2. 유통현황

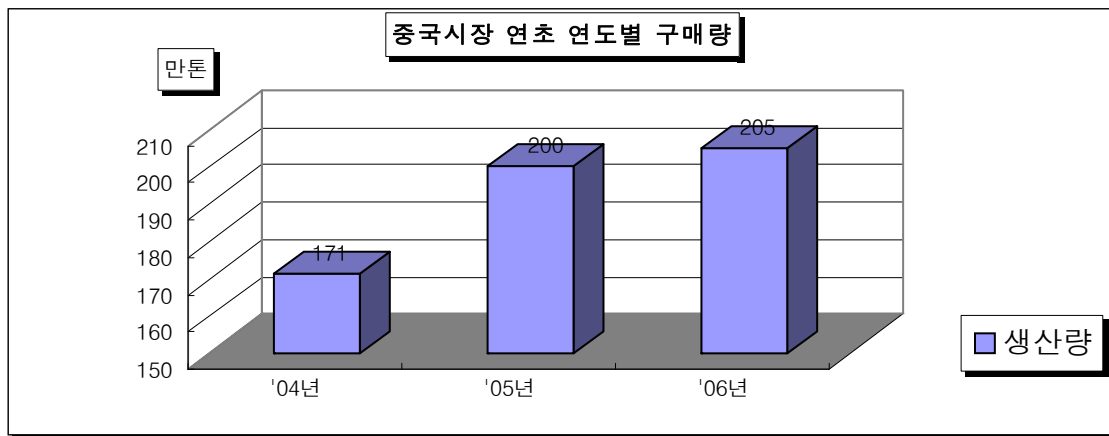
가. 시장규모 및 특징

□ 시장규모

- 세계연초의 수요는 점차적으로 감소하고 있으며, 1997년 세계 연초생산량은 360만톤의 수준에 도달하였지만 1999년에는 210만톤으로 감소되었고 2002년에는 570만톤으로 증가되었다. 2003년 연초생산량은 580만톤임
- 하지만 중국에서의 연초수요량은 오히려 상승하고 있어, 중국 국내 2003년 시장규모는 약 156.6만톤, 2004년 시장규모는 180만톤, 2005년에는 196.5만톤이고 2006년에는 202만톤 수준임
- 2005년 농업연도 누계 수매 연초량은 199.9만톤으로, 2004년 동기보다 28.5만톤 증가하여 연도 목표의 106.7%를 완성하였음. 그 중 고연 196.3만톤, 2004년 동기보다

28.1만톤 증가하여 연도목표의 107.6% 완성; 晾晒烟 3.6만톤, 2004년보다 0.3만톤 증가하여 연도목표의 71.4% 달성하였으며, 2006년 담뱃잎 수매량은 205만톤 정도임

<중국시장 연초 구매량>



자료원 : 中國烟草專賣局

## 나. 시장특징

- 담뱃잎은 일종의 중간제품으로서 시장의 최종 제품이 아닌 관련산업의 생산원료이며 고객의 수요는 소비를 위해서가 아니라 재생산을 위한 것으로 담뱃잎은 소비자를 직접 대상으로 하지 않으며 담뱃잎시장은 생산가공기업과 관련산업기업으로 구성되어 있음
- 일반 소비품의 수요와는 달리 담뱃잎의 수요는 그 자체의 특징을 가지고 있음
  - (1) 큰 시장과 적은 고객
    - 관련시장은 큰 유통과 관련 브랜드 정책의 실시로 관련기업은 브랜드관리와 브랜드 경영을 주체로 하는 생산경영방식이 형성되었고 관련기업은 브랜드를 중심으로 자본운영을 수단으로 하는 풍조가 일기 시작하여 단일 고객의 담뱃잎 수요량이 한층 증가되고 고객 수는 점차 감소되었음
  - (2) 고정고객의 비탄력적 수요
    - 담뱃잎의 수요는 고객의 생산규모와 브랜드와 관련되며, 한 기업 또는 인지도 높은

권련브랜드를 놓고 볼 때 그 생산규모는 안정되고 권련에 사용되는 각종 권련의 비율도 안정되기에 고정고객의 수요도 상대적으로 안정적임

(3) 공급 수요 쌍방의 긴밀한 관계

- 일정한 수요는 필연적으로 안정된 고객관계를 형성함. 담뱃잎상품의 특성은 고객이 담뱃잎브랜드에 대한 일정한 수요를 결정하기에 담뱃잎 마케팅고객의 관계는 안정되고 밀접하고 장기적임

(4) 국가의 시장제어 및 정책보호

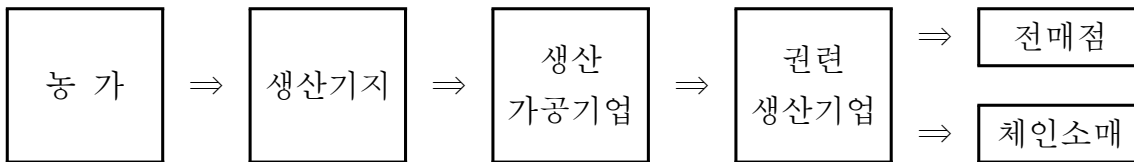
- 장기적인 발전과정에서 담뱃잎시장은 국가에서 통일적으로 조절 제어하고 전매점에서 판매하는 독특한 방식을 취하며 연초산업은 여전히 국가정책의 보호 하에 있어 담뱃잎 브랜드 발전이 더디고 품질신뢰가 비교적 약함

(5) 고연형 위주에서 혼합형으로 발전

- 최근 몇 년 국제연초 대기업이 진출함에 따라 중국시장의 수요는 변화가 발생하였으며 국제적으로 타르함량을 낮추는 환경 하에 점점 많은 기업이 혼합형 연초를 연구개발하고 생산하기 시작함

나. 유통경로

□ 경로구성



- 연초의 유통경로는 비교적 간단한데 주로 주산지에서 재배, 수확해서 굵고 말린 후 권련생산기업에서 구매하여 권련을 제조해 연초전문점 및 체인점을 통하여 판매
- 각 연초회사는 기본적으로 자체의 연초재배기지가 있음

□ 유통경로특징

- 전문점에서 지정 판매
  - 가짜권련이 브랜드에 큰 영향을 초래하기 때문에 권련은 주로 전문점 형태를 통해 판매하며, 전문판매모델은 과두시장에 속함

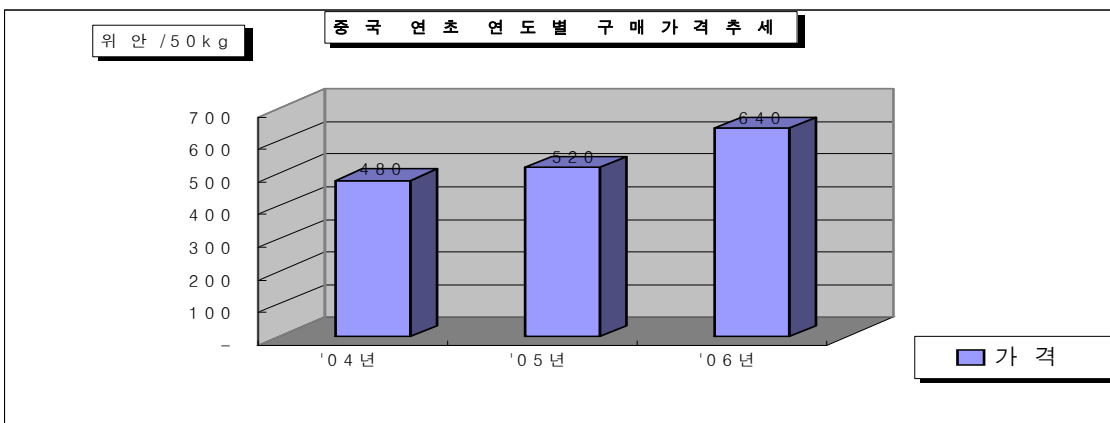
○ 주문 공급

- 연초산업은 국가에서 조절하고 제어하는 산업으로 국가에서 생산과 공급을 지정하여 진행하며, 최근 몇 년간 점차적으로 정부와 기업이 분리되기 시작하였고 결정권도 기업에 넘겨 시장체제 운영을 시작하여 교역센터를 설립하고 주문공급을 진행하여 주문서에 따라 생산을 진행하였음. 하지만 여전히 국가에서 제어하는 모습을 간혹 볼 수 있음

다. 유통가격

- 담뱃잎의 가격은 유형, 산지, 등급이 상이하기에 그 차이가 매우 크며 그 중에서 白肋烟 가격이 제일 낮고 香料烟의 가격이 제일 높으며 烤烟, 晾烟, 晒烟 등 가격이 중간을 차지하고 있음
  - 50kg의 가격이 주로 80위안~900위안 선에서 거래되고 있음
- 담뱃잎의 평균가격은 연도별로 50kg이 2004년에 약 480위안, 2005년에 약 520위안 정도, 2006년에는 640위안 정도로 상승하였으며, 그 중에서 2006년 주산지 고연 평균판매가격은 50kg에 501.92위안임
- 그 외의 연초도 모두 일정한 가격으로 상승하고 있으며 2007년 고연 구매가격은 다소 높아질 것이고 각 등급 고연 구매가격은 50kg에 20위안 상승할 전망이다. 白肋烟 구매가격이 일정하게 오르고 향료연 구매가격은 기본적으로 안정세를 유지할 것으로 예측됨

<중국 연초 구매가격>



자료원 : 中國烟草專賣局

## 라. 포장형태

### □ 담뱃잎 포장

- 매 포(包)의 고연은 반드시 동일한 산지, 동일한 등급이어야 함. 담배포장에 그 어떤 이물, 담배부스러기, 수분 제한초과 또는 변질된 담뱃잎이 없어야 하며 매 포의 자연 담배부스러기 비율은 3%를 초과하지 못함
- 담배 포장 재료는 반드시 견고하고 건조, 청결하고 다른 냄새가 없어야 하며 매 포의 무게는 60kg과 50kg 이 두 가지가 있으며 통(桶) 포장의 경우 매 통에 200kg임

### □ 담배포장 표지

- 표지는 반드시 글이 명확하고 포장 내에 표지카드를 넣어야 함
- 담배포장의 정면 혹은 담배통에 담뱃잎 산지, 등급, 품질, 제조연월, 수확기관 혹은 제조공장 명칭을 표기하여야 함
- 담배포장의 들레 혹은 담배통의 아래위 부분에 등급과 부호를 표기하여야 함
- 특수상황의 담뱃잎은 담배포장의 등급, 부호 뒤에 전문기호를 부착하여야 하며 사 포함량이 제한기준을 초과할 경우 밑 부분에 “D”부호를 부착하여야 함

### □ 담뱃잎 운송

- 운송시 반드시 포장을 잘 하여 고온과 습기를 피하고 다른 냄새 및 유독물질과 혼합되어 운송되지 않도록 하고, 이상한 냄새와 유독물질을 적재했던 차량으로 담뱃잎을 운송하지 못하며, 그 외 물건을 싣고 부릴 때 조심하여야 함

### □ 담뱃잎 보관

- 저장창고는 통풍, 저온, 방습, 방충, 곰팡이를 방지할 수 있는 곳이어야 하며 옥외에 쌓아놓을 경우 덮을 수 있는 물건이 있어야 하고 담배 밑에 받침나무가 있고 지면, 창고주위와 30cm의 거리를 두어야 함
- 담뱃잎의 품질을 위하여 담배는 너무 높게 쌓지 말아야 함
- 창고는 청결해야 하고 유독물질, 이상한 냄새가 나는 물품의 오염 및 병충해를 방지해야 하며 담뱃잎상품의 안전을 보장하여야 함

### 3. 소비현황

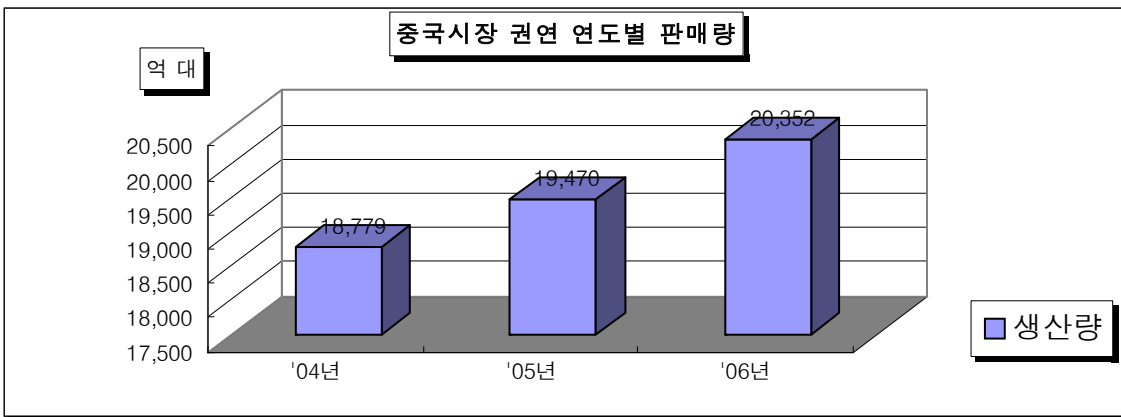
#### □ 주요 소비시기

- 권련의 소비는 일년 모두가 비교적 평균적이며 특히 춘절 전후가 중국연초의 소비 최고점임

#### □ 소비량

- 2004년 중국 권련소비량은 18,778.6억개비, 2005년 권련소비량은 19,470억개비에 달하여 권련공급이 약간 부족한 균형상태이며 2006년 권련소비량은 20,352억개비 (4070.4만박스)임

<중국시장 권련 판매량>



자료원 : 中國烟草專賣局

#### □ 소비처 및 소비형태

- 연초의 소비군은 남성 위주이고, 남성소비자의 연령은 주로 25~40세 사이에 집중되어 있으며 일반적으로 사교접대와 주의력 집중 등 작용에 사용되고 있음. 국산연초가 위주인데 가격 폭이 비교적 크며 중, 저급이 많음. 최근 몇 년 고급담배시장이 점차적으로 확대됨에 따라 소비도 점차 확대되고 있음

- 그 외에 국외 유명한 브랜드도 연초시장에 진출하여 가일층 연초시장을 세분화하였음
- 여성소비자 숫자도 최근 몇 년 부단히 증가되어 기업에서는 여성에 적합한 품종도 출시
- 남성소비자는 스트레스를 풀고 남성의 매력 등을 표현하기 위하여 구매하고 여성은 시대적인 유행을 따라가고 우아한 여성미를 자아내기 위해 구매
- 주의를 끄는 것은 농촌소비인구가 총 소비인구의 2/3을 차지하지만 소득수준 등 원인으로 저급담배소비 위주임

#### 4. 통관제도

##### 가. 관세제도

- 연초수입은 연초류 상품에 속하며 그 HS No는 2401. 2402, 2403이 있음

HS No	상품명칭	관세(%)	증치세(%)
2401.1010	고 연 (줄기를 없애지 않은 연초)	10	17
2401.2010	고 연 (부분 혹은 전부 줄기를 없앤 연초)	10	17

자료원 : 中華人民共和國 海關輸出入稅則

##### 나. 수입절차

###### 연초류 화물 수출입절차

- 연초류 화물 수출입요구(권련, 시가 포함하지 않음)는 기층기업에서 생산, 경영 수요에 근거하여 매년 10월 중순에 소재지 성급 연초전매국에 차년도 수출입수요를 보고함
  - 각 성급 연초전매국에서는 심사 취합 후 매년 10월 말 이전에 국가 연초전매국 계획관리부문에 보고함과 동시에 중국연초수출입(그룹)회사, 중국연초물자회사, 중국담뱃잎생산구매판매회사, 중국연초기계그룹유한책임회사에 발송함. 권련, 시가의 수입은 성급 연초전매국에서 심사한 후 매년 5월 중순, 10월 말 전에 두 번으로 나누어 국가연초전매국 계획관리부문에 다음 반년의 수입수요를 보고하고



동시에 중국연초수출입(그룹)회사, 중국권련판매회사에 제출함. 권련, 시가 수출은 성급 연초전매국에서 심사한 후 한달반 전에 4번으로 나누어 국가연초전매국 계획관리부문에 다음 분기의 수출량을 보고하고, 중국연초수출입(그룹)회사에 제출함

- 국가 연초전매국 계획관리부문에서는 중국연초수출입(그룹)회사, 중국연초물자회사, 중국담뱃잎생산구매판매회사, 중국권련판매회사, 중국연초그룹유한책임회사와 합작하여 시장수요와 생산수요에 근거한 수출입 총수요를 편성하고 하달함
- 중국연초수출입(그룹)회사에서는 국가연초전매국에서 결정한 총수요에 근거하여 통일적으로 연초류 화물의 수출입무역을 조직하고 각 전문회사에서는 적극적으로 협조하여야 하며, 수입한 연초류 화물은 국내의 각 전문회사에서 통일적으로 경영함. 소위 수입식물검역심사는 국가수출입검역국과 농, 임 행정부문에서 “중화인민공화국수출입동식물검역법”의 규정에 근거하여 수입된 식물, 식물제품에 대하여 심사하고 최종적으로 수입을 허락할 것인가를 결정하는 과정임

□ 수입식물 심사절차

- 검역심사 조건
  - 검역심사를 처리하는 조건은 “동식물검역법 실시조례”의 관련규정에 근거하여 아래 조건에 부합하여야 만이 수입검역심사수속을 진행할 수 있음
  - 수출국 또는 지역에 중대한 식물전염병이 없을 경우
  - 중국의 관련 동식물검역법률, 법규, 규칙의 규정에 부합.
  - 중국에서 수출국 및 지역과 체결한 쌍방검역조례에 부합되어야 함(검역협정, 검역협정서, 검역회의비망록 등 포함)
- 검역심사 진행 시 준수할 원칙
  - 검역심사를 진행하는 기관 또는 개인은 반드시 경영권을 구비한 법인 혹은 대외 계약자여야 하며 위탁을 받아 대리 검역심사수속을 하는 경우 대리인은 심사 진행 시 위탁서를 제출하고 관련된 의무와 법률책임을 져야 함
  - 검역심사수속은 무역계약 혹은 협정 체결 전에 진행하여야 함
- 검역심사절차(일반심사)
  - 일반 검역심사는 농업부와 국가임업국의 관련규정에 따라 외국으로부터 도입한 농, 임 종자, 묘목과 기타 번식재료를 농업부, 국가임업부와 각 성, 자치구, 직할시의 농, 임업국이 2급 심사를 실시하며 그 집행기관은 각 농업부 전국농업기술

추진센터와 각 성, 자치구, 직할시 농업청(국) 식물검역처, 국가임업국 삼림보호사와 성, 자치구, 직할시 임업(농임)청(국)의 삼림보호부문임

- 일반 검역심사절차는 다음과 같음
- 신청서 제출 후 종자, 묘목과 기타 번식재료를 도입하는 기관(개인) 또는 그 대리수입자는 반드시 대외 무역계약 혹은 협정 체결 30일 전에 국외 종자도입 검역심사수속을 신청하고 진행하여야 함
- 심사기관에서는 신청기관에서 제공한 증빙서와 관련신청서가 완벽한지 심사를 진행한 후 국가의 검역법규와 수출국 또는 지역의 식물전염병 및 양국에서 체결한 검역위생조건에 근거하여 심사의견에 서명하고 수입을 비준한 것에 대해 구체적인 검역요구 및 비준한 수량을 제출하고 동시에 수입을 승인한 항구를 지정함
- 심사증서의 발급과 폐지 : 심사검역기관을 통한 심사동의 후 심사기관에서 “종자, 묘목의 도입 검역심사증서”를 발급함. 심사증서의 유효기간은 6개월로 특수상황에서는 연장할 수 있지만 최대 1년을 초과하지 못하며 유효기간 내에 만약 수출국에서 중대한 전염병이 발생할 경우 검역기관에서는 이미 심사한 심사증서를 폐지하거나 연장집행 할 권리가 있음
- 심사증서의 변경과 재 수속 : 심사증서의 수속 후 신청기관에서 수입국가 혹은 지역, 시간, 식물종자, 종묘 및 기타 번식자료의 종류, 수량을 변경할 경우 재 심사수속을 거쳐야 함. 유효기간을 초과할 경우도 반드시 재 수속 처리하여야 함

○ 특허심사

- 특허심사의 진행은 국외에서 “동식물검역법” 제5조 제1항에서 규정한 식물검역과 관련된 수입금지물을 도입할 경우 도입기관 또는 개인은 반드시 도입하기 전에 국가검험검역국에 신청하여 특허심사 검역수속을 진행하여야 함. 심사증서의 유효기간은 일반적으로 6개월인데 특허심사증서를 발급한 후 만약 변경되거나 기한이 지나면 반드시 재신청하여야 함

○ 식물종자, 종묘 및 기타 번식재료의 휴대, 우편 수입 검역심사

- 식물종자, 종묘 및 기타 번식재료를 휴대하거나 우편으로 우송할 경우 수입 검역심사는 일반심사와 특허심사 절차와 같으며 특수한 상황으로 사전에 수속하지 못할 경우 휴대인 혹은 우편인은 출입국관할지역에 도착한 후 심사기관에서 검역심사수속을 보완하여야 함

## 다. 통관 관련문제 및 법률

- 중외합자한 연초회사 외에 중국연초수출입총회사가 유일한 합법적인 연초 및 그 제품의 수출입기관임. 합자기업에서 수출입하는 연초세금은 중국연초수출입회사보다 약간 높은 수준임
- 수입담배포장에 “중국연초총회사 전매”와 증문으로 “흡연은 건강에 해롭다”라는 글을 인쇄해야 함. 그렇지 않으면 일률적으로 도·소매를 금지하며 국가연초전매국에서 발급한 전매허가증을 구비한 기관이어야만이 수입담배를 지정된 경로에서 경영할 수 있음. 또한 중국에 권련을 수출하는 제조상이 어디든 우선 중국연초의 구매한다는데 동의하여야 함
- 중국국가동식물검역국에서 1989년 11월에 새 정책을 실시하였는데 페니실린병균을 가진 모든 국가수입연초 기관은 반드시 중국동식물검역국에 신청하여야 한다고 요구하였음. 현재 중국 동식물검역국은 이미 식물 페니실린병균을 가진 국가에서의 연초 수입을 금지시킴

## 5. 수출입현황

### 가. 연도별 수입현황

○ 고연(줄기를 없애지 않은 연초)(2401.1010)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
짐바브웨	372	1,849	74.7	247	1,267	100	178	970	100
브라질	198	626	25.3	-	-	-	-	-	-
계	570	2,475	100	247	1,267	100	178	970	100

자료원 : kita. net.

○ 고연(부분 혹은 전부 줄기를 없앤 연초)(2401.2010)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
짐바브웨	22,550	126,403	39.5	16,195	93,780	23.3	15,081	91,483	50.3
미 국	0	0	0	8,147	52,891	13.1	8,177	58,485	32.2
잠비아	0	0	0	3,048	16,217	4.0	4,415	25,938	14.2
캐나다	3,148	16,522	5.2	1,049	5,766	1.4	891	4,895	2.7
S.Africa	198	1,126	0.3	0	0	0	198	1,019	0.6
브라질	42,579	175,935	54.9	52,094	231,302	57.3	0	0	0
말레이시아	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

자료원 : kita. net.

나. 연도별 수출현황

○ 고연(줄기를 없애지 않은 연초)(2401.1010)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
인도네시아	2,600	4,148	68.3	4,155	8,382	47.0	3,299	7,016	47.2
미 국	0	0	0	941	3,670	20.6	981	4,072	27.4
프랑스	0	0	0	195	630	3.5	396	1,112	7.5
벨기에	0	0	0	955	2,021	11.4	289	1,027	6.9
모로코	0	0	0	0	0	0	201	561	3.8
베트남	0	0	0	169	105	0.5	1,239	524	3.5
폴란드	0	0	0	188	357	2.0	237	480	3.2
루마니아	0	0	0	0	0	0	10	53	0.4
라오스									

자료원 : kita. net.

○ 고연(부분 혹은 전부 줄기를 없앤 연초)(2401.2010)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
벨기에	16,454	35,601	16.9	20,767	47,707	20.5	11,625	28,815	24.4
인도네시아									
프랑스	950	1,945	0.9	1,991	4,166	1.8	2,257	5,177	4.4
영 국	3,671	7,815	3.7	4,491	9,330	4.0	2,279	5,074	4.3
싱가포르	5,191	11,037	5.2	4,470	11,128	4.8	1,861	4,916	4.2
호 주	1,041	2,251	1.1	1,357	3,485	1.5	990	2,684	2.3
필리핀	11,734	24,252	11.5	11,061	25,039	10.8	1,186	2,585	2.2
기 타	38,573	67,752	32.1	23,522	45,554	19.6	8,058	15,683	13.3
계	104,768	211,154	100	100,602	232,522	100	46,005	117,890	100

자료원 : kita. net.

## 6. 수출확대방안

### 가. 한국산 경쟁력

- 한국연초의 경쟁력은 주로 상품디자인 설계능력과 시장추진능력에 있으며 한국연초의 상품디자인 가령 “ESSE”는 담배가 가늘고 외관이 독특하여 소비자들 특히 젊은 소비자들 가운데서 비교적 높은 인지도가 있음

#### ※ 한국산 수입현황

- 쿼터제 운영에 따라 상·하반기, 지역별 물량을 사전 확정하여 수입하고 있으며 연간 3만 박스를 수입하고 있음  
(15백만 갑=3만box500갑/1box)
- 또한 중국면세품 공사(CDFG, 전국관리), 일상그룹(상해, 북경공항) 등을 통한 면세품 수입방식이 있음

### 나. 수입 가능성

- 현재 외국으로부터 수입되고 있는 연초 관련제품은 중국연초그룹총회사를 통하고 그 다음 국가의 관련부서에 보고하여 비준을 얻은 후 수입할 수 있음

#### ※ 중국의 수출입 제도

- 중국은 2001년 WTO 가입 당시 담배, 소금 품목에 대해서 개방 불허한 상태로 國家烟草專賣局에서 수입담배를 독점관리하고 있음
- 중국 로컬 시장에 대한 쿼터제 운영과 면세품으로 수입되는 2가지 방식이 있음

### 다. 수입시 유의사항

- 검역방면의 문제로 현재 외국으로부터 수입하는 연초제품은 모두 높은 위생과 지역적 요구사항이 있음

### 라. 시장진출 방안(종합)

- 신선하고 독특한 제품디자인
  - 담배는 크게 고연형(烤烟型 ; Flue-cured Tobacco)과 혼합형(混合型)으로 구분되는데 중국에서는 대부분 고연형 권련의 소비가 대다수임

- 따라서 국내소비자들은 외국 담배의 맛과 디자인에 비교적 높은 수요가 있기에 포장과 맛에 그 독특성을 강화하여야 함
- 중국 전 지역에 널리 퍼져있는 고연형으로 시장경쟁을 시도하는 것 보다 젊은층과 여성을 대상으로 하는 신상품 소개 및 접근이 용이하다고 판단됨
- 가격인하
  - 가격은 연초제품판매의 중요한 요소이며 특히 외국연초는 중국의 치열한 경쟁에서 독특한 디자인 개발을 하지 않는다면 가격측면에서 방법을 모색해야 함
- 중국연초기업과의 합작
  - 중국연초기업은 시장 독점의 특징을 가지고 있으므로 외국연초기업은 자체 공장 설립 등 중국시장 진출이 어렵지만 중국의 연초기업과 합작하여 그들의 완벽하고 강대한 판매경로를 이용할 수 있음
- 면세품의 경우 쿼터제한이 없으므로 면세품 취급수입상(홍콩, 마카오 등)의 지속적 관리를 통한 수입물량 확대와 세계 관련업체와 협력 대 중국정부에 시장개방 요구 관철 등이 있음
  - \* 고연형(Flue-cured Tobacco) : 동일 산지의 담배 잎을 이용 특수설비를 한 건조실에서 건조시켜 만드는 담배를 가리킴(니코틴과 타르의 함량이 많음)
  - \* 일반적으로 혼합형인 말보로(Marlboro), 던힐(dunhill), KT&G 등은 여러 산지의 담배 잎을 혼합하여 제조해 니코틴과 타르 함량이 낮음

# 키 위

## 1. 생산현황

### 가. 키위품종

- 외국에서 재배하는 키위의 원시종자는 중국에서 전파되어 나간 것으로 네덜란드에서 제일 처음으로 연구하기 시작하여 대규모로 재배하였으며 뒤에 칠레, 이탈리아, 일본으로 발전되어 재배면적이 약 6,050만평에 달함
- 세계적으로 키위품종은 107여종이 있는데 중국만 하여도 105종이 있음. 하지만 경제적 재배가치가 높은 품종은 4종에 불과함
  - 재배면적 규모와 경제적 효과에 따라 열거하면 美味키위, 中華키위, 毛花키위, 葛棗키위가 있음

### 나. 주산지 및 생산량

#### □ 주산지

- 중국 키위의 주요생산지역은 북방의 산시(陝西), 간수(甘肅), 허난(河南)과 남방의 광둥(廣東), 광시(廣西), 푸젠(福建), 서남의 궈이저우(貴州), 윈난(雲南), 스촨(四川) 및 장강 중하류 지역 특히 장강지역에 분포되어 있음
  - 산시(陝西)성의 생산량은 전국 생산량의 60%를 차지하는데 그 중에서 시안(西安)의 저우즈(周至)현은 ‘키위마을’이란 칭호를 받을 만큼 생산량이 가장 많음
- 키위 중 경제적 가치가 가장 높은 품종은 중화키위와 미미키위임

품종명	주산지
중화키위	귀주, 광서, 광둥, 복건, 절강, 호남, 호북, 강서, 안휘, 하남성 남부
미미키위	호남, 호북, 사수, 안휘, 하남, 섬서, 감숙, 광서, 귀주



- 중국 키위는 '57년부터 실험재배하기 시작하여 '97년에는 재배면적이 12,504만평으로 세계 제1위를 차지함
- 현재 중국의 키위 재배면적은 17,545만평에 달하며, “키위의 고향”으로 불리는 서안의 저우즈(周至)현의 경우 재배면적이 2,622만평으로 전국 재배면적의 15%를 차지하고 있으며, 생산량은 8만톤으로 전국 총생산량 33만톤의 24%를 차지하고 있음

□ 생산량

- 중국의 키위생산량은 '75년에 2천~4천톤에 불과하였으나 현재는 연간 생산량이 30~40만톤으로 증가하여 세계 제4위를 차지하고 있음
- 세계적으로 키위생산량이 가장 많은 국가는 뉴질랜드와 이탈리아이며, 키위 주 수입국은 주로 일본, 미국, 영국, 독일, 캐나다, 프랑스 등 선진국들로 일본은 매년 6~8만톤 수입하고 있으며, 홍콩도 매년 1500톤 이상 수입하고 있음
- 중국에서 생산되는 키위만으로는 국내수요를 충족시키지 못해 베이징, 톈진, 상하이 등 대도시들은 매년 뉴질랜드로부터 키위를 수입하고 있음

라. 주요생산기업

<周至名优猕猴桃出口加工有限公司(저우즈명요키위수출가공유한공사)>

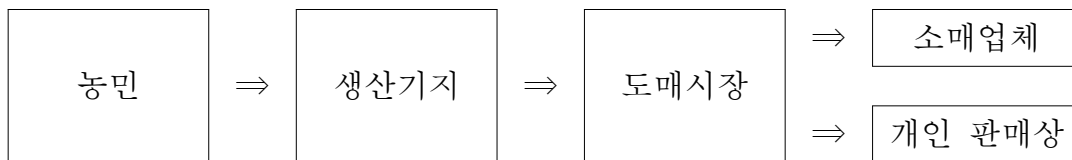
- “키위의 고향”인 서안 저우즈(周至)현에 위치하고 있으며, 연간 수출량이 1만톤 이상임
- 키위 재배기지 중심에 위치하고 있으며 러시아, 스페인, 일본, 캐나다, 한국, 중동 등 국가에 신선키위 및 관련제품을 수출하고 있음
- 연락처 : 성서성 저우즈현(86-29-8511-6303)

## 2. 유통현황

### 가. 시장규모 및 특징

- 세계적으로 키위 재배면적은 약 12만ha, 생산량은 137만톤이며, 주요 생산국은 뉴질랜드, 이탈리아, 칠레, 프랑스, 그리스, 일본, 미국 및 중국임
- 현재 전 세계 과일 총 생산량은 약 4.3억톤이며, 키위 총 생산량은 세계 과일 총 생산량의 0.3%에 불과하며, 중국의 키위 생산량도 33만여톤으로 중국 과일 총 생산량(약 6300만톤)의 0.5%에 불과함
- 키위의 풍부한 영양가로 인해 많은 소비자들의 구매가 증가하는 등 나날이 인기가 높아지고 있으며 향후 중국에서 키위의 수요증가로 1인당 소비량이 연간 1kg에만 근접해도 시장발전 가능성이 매우 큰 품목이라고 할 수 있음
- 중국산 키위는 대표적으로 中華키위(A.chinensis Planch.)와 美味키위(A.deliciosa Liang et Ferguson.)로 구분되는데 중화키위가 시장점유율의 대부분을 차지하고 있음

### 나. 유통경로



- 키위의 유통경로는 일반과일과 같이 주로 농민, 재배기지, 도매시장, 소매상 또는 과일판매상으로 형성되어 있음

### 다. 유통가격

- 키위의 시중 판매가격은 계절, 품종, 산지의 영향으로 지역별로차이를 나타내고 있음

<주요지역 키위 도매가격 현황('07.9.5)>

(단위 : 위안/kg)

지역	최고가	최저가	평균가
북경	3.20	2.80	3.00
천진	3.60	2.40	3.00
산둥	4.40	3.60	4.00
강소	5.60	5.40	5.50
상해	5.00	3.00	4.00
절강	4.00	3.00	3.50

자료원 : 中國食品産業网 / 1위안=125원

○ 산지별 소매가격 현황

구 분	뉴질랜드산 (제스프리)	뉴질랜드산 (제스프리 골드)	중국산
가격(위안)	4.8/개	6.8/개	1.85/500g

자료원 : 까르푸 고북점 실사 / 1위안=125원

\* 뉴질랜드 수입산은 개수로 판매하고 중국산은 무게로 판매

라. 포장형태

- 키위는 일반적으로 박스포장을 하는데 키위크기에 따라서 한 박스에 들어가는 개수가 다르며, 키위를 박스에 넣을 때 우선 비닐이나 종이를 깔 다음 키위를 넣음
- 외국산(뉴질랜드産)의 포장은 국산과 비슷하나 국산에 비하여 키위의 크기가 균일하며 포장박스도 재질과 디자인도 중국산에 비해 정교함

<중국산과 뉴질랜드산 포장비교>



### 3. 소비현황

#### 가. 소비량

- 유럽시장에서는 매년 수십만톤의 키위를 소비하는데 영국만 하여도 1년에 6만톤을 소비하며 대만에서도 1년에 키위를 3만톤 이상 소비하고 있음
- 지금 전 세계 키위생산량은 130여만톤 정도이며 네덜란드, 이탈리아, 중국 3개 국가의 생산량은 비슷한 수준이나 시장점유율은 차이가 매우 큼
- 현재 네덜란드 키위 수출량은 세계 1위를 차지하고 있는데, 네덜란드 키위는 대부분 자연생장이고 과일크기가 크지 않으며 과일의 보관시기가 중국산보다 보편적으로 긴 편임

#### 다. 소비형태

- 영양가가 풍부한 키위는 “과일의 왕”, “진귀한 과일”이라는 별칭이 있으며, 매우 높은 비타민C를 함유하고 있는데 이는 감귤의 10배, 사과와 30배 이상이며 키위에는 또한 비타민A, 비타민P, 비타민D와 인체에 필요한 칼슘, 인, 칼륨, 마그네슘, 철이 들어있어 건강을 중시하는 도심 소비자들의 관심을 끌고 있음
- 키위는 직접 과일형태로 식용하는 것 외에 호텔과 요식업 등에서 샐러드용으로도 광범위하게 사용되고 있으며, 최근 음료나 잼 형태로도 가공되어 소비되고 있음

### 4. 통관제도

#### 가. 관세제도

- 키위는 과일류에 속하며 HS No는 아래와 같음

HS No	상품명칭	관세(%)	증치세(%)	비고
0810.5000	키위	20	13	신선

#### 나. 수입절차

- 키위수입은 기타 과일수입절차와 동일하며 통관 시 수출국의 산지증명서와 식물검역증이 필수서류이며, 병충해 등 식물검역에 주의하여야 함

5. 수출입현황

가. 연도별 수입현황

○ 키위(0810.5000)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
뉴질랜드									

자료원 : kita. net.

- 세계적인 키위 생산국인 뉴질랜드와 칠레산이 주종을 이루고 있음

나. 연도별 수출현황

○ 키위(0810.5000)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
대만	1,175	885	24.68	1,703	1,128	36.36	696	510	54.37
러시아	1,071	450	12.55	503	243	7.83	363	160	17.06
캐나다	741	707	19.71	757	741	23.89	108	93	9.91
일본	302	749	20.89	57	104	3.35	52	91	9.70
그리스	0	0	0	0	0	0	38	41	4.37
한국	0	0	0	42	13	0.42	61	19	2.04
Kirghizia	4	2	0.06	1	1	0.03	10	9	0.96
카자흐스탄	13	5	0.14	18	8	0.26	10	5	0.53
홍콩	259	81	2.26	183	48	1.55	38	5	0.53
마카오									

자료원 : kita. net.

- 중국은 주로 대만, 러시아, 일본, 캐나다 등지로 수출하고 있는데 자국 소비증가로 인해 수출이 매년 감소추세를 보이고 있음

## 6. 수출확대방안

### 가. 시장 진출방안(중국시장개방을 전제)

- 수입과일 전문도매시장 활용
  - 상하이의 경우 수입과일만을 전문적으로 취급하는 도매시장인 “룽우(龍吳) 수입 과일도매시장”이 있는데 이를 적극 활용할 경우 손쉽게 중국시장에 진입할 수 있음
  - 동 도매시장은 수입, 통관, 도매 등 모든 과정을 동시에 처리할 수 있는 시스템을 갖추고 있으며, 동 도매시장에서 거래되는 수입과일은 백화점 등 고급매장, 호텔 등 요식업으로 유통·소비되고 있음

#### <룽우(龍吳) 수입과일도매시장>

- 위치 : 上海市 龍吳路 3188號(86-21-3404-0382)
- 1일 교역량 : 100여톤
- 국가별 주요 수입과일(교역비율)
  - 미 국(40~50%) : 오렌지, 앵두, 유자, 사과, 포도
  - 태 국(20%) : 龍眼, 야자, 망고스틴, 모과, 듀리언, 바나나, 리치, 유자
  - 뉴질랜드(20%) : 키위
  - 칠레, 필리핀, 호주(10~20%)
    - 칠 레 : 포도, 사과, 키위, 자두
    - 필리핀 : 바나나, 모과, 파인애플, 망고
    - 호 주 : 감귤, 오렌지
- 기타 도매시장 활용
  - 일반 도매시장의 경우에도 일반 무역업체와 연계하여 수입과일을 직접 수입하고 자체 도매시장을 활용하여 유통시키고 있는데 동 방식을 활용하면 대량의 물량을 손쉽게 수출할 수 있는 이점이 있음
  - 이러한 도매시장들은 자체적으로 정부관계자를 초청하여 과일세미나를 개최하는 등 매년 그 세력을 확장해 나가고 있음

## 나. 수입시 유의사항

- 수입과일에 검역성 유해생물과 유해물질이 반입되는 것을 방지하고 중국의 농업 생태안전과 소비자의 건강을 보호하기 위하여 수입시 반드시 “수입과일검험검역감독 관리방법”의 관련검역에 근거하여 관련부문의 검역을 거친 후에 수입할 수 있음

## 다. 수출확대방안

- 시장 세분화 및 목표고객 확정
  - 현재 중국 내 수입산 키위는 뉴질랜드의 제스프리(Zespri)와 칠레산 키위가 대부분이며 이들 중 특히 제스프리는 높은 인지도를 배경으로 매년 시장점유율을 확대해 나가고 있음
  - 한국산 키위가 중국시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 목표소비자를 확정하고 판촉홍보를 통한 인지도를 높여 기 진출해 있는 수입산과 차별화를 부각시킬 전략 필요
- 정확한 목표시장을 확정
  - 구매력이 높은 연안 대도시를 선택하여야 함. 이런 도시는 국제화 수준이 높아 수입식품 소비에 유리하고 또한 새로운 유행을 추구하는 의식이 높아 독특한 마케팅수단을 이용한다면 좋은 효과를 거둘 수 있을 것임
- 대형과일도매시장과 협력
  - 과일 또한 식품처럼 판매량의 구속을 많이 받는데 만약 일정한 판매량을 달성하지 못할 경우 수입원가 상승으로 이어져 경쟁력을 갖출 수 없음
  - 중국의 과일도매시장은 일정한 규모와 시장능력이 있고 판매경로가 비교적 안정되어 있으며 경쟁력이 높은 판매망을 갖추고 있음
  - 도매시장에서 직접 수입과일을 취급(수입 및 도매)하는 경우가 늘어나기 때문에 적정 도매시장을 발굴한다면 시장규모와 판매를 효과적으로 높일 수 있을 것으로 전망

## 파프리카

### 1. 생산현황

#### 가. 주요유형 및 품종

##### □ 주요유형

- 중국북방에서 재배되는 파프리카는 주로 등롱(燈籠)형태로 품종은 다양하며 생산 및 소비상황에 따라 적합한 품종을 선택
- 예를 들면 파프리카를 장거리로 운송하여 판매할 경우 이스라엘의 麥卡比와 미국에서 도입한 大西洋, 黃力士 등 저장과 운송에 적합한 품종을 선택하는데 등 품종은 등롱형태로 각이 뚜렷하고 과실이 두터워 저장과 운송에 적합함
- 만약 겨울에 재배하여야 할 경우 저온과 약한 광선에 적합한 품종인 紅色瑪祖卡, 薩維塔, 橙色話椒阿瑞娜, 紫色話椒佐羅 등을 주로 사용함
  - 저온에 적합한 품종 : 美尼亞
  - 고온에 적합한 품종 : 玉右椒

##### □ 파프리카 주요품종별 특징

품종	중량 (g/개)	가로 직경 (cm)	세로 직경 (cm)	최종 성숙기 (과실 색깔)	과실 두께 (cm)
白玉	233.0	9.9	9.3	황색	0.57
橙水晶	155.9	8.4	7.4	등황색	0.63
紫晶	161.8	8.2	10.2	심홍색	0.45
黃瑪瑙	159.2	8.5	7.1	황색	0.68
紅水晶	157.5	6.4	7.9	적색	0.74
綠水晶	158.9	7.2	8.3	적색	0.56
常規綠色 話椒	151.8	6.2	7.3	적색	0.49

자료원 : 中國蔬菜經濟研究所

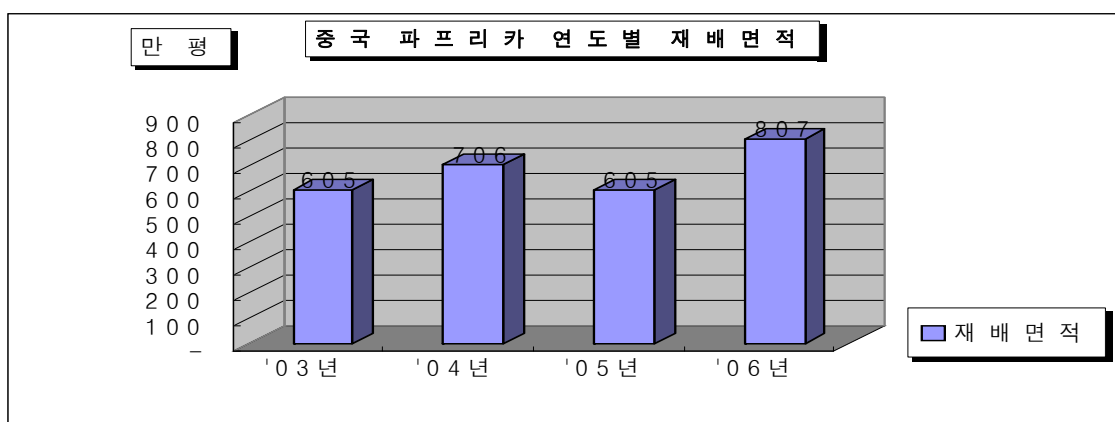


## 나. 재배면적 및 생산량

### □ 재배면적

- 중국의 파프리카 재배면적은 매우 적어 고추의 기타 품종에 비하면 재배면적은 매우 낮은 수준임
- '03년 파프리카 재배면적은 약 605만㎡, '04년 706만㎡ 정도에 달하였으나 '05년에는 날씨와 가격영향으로 재배면적이 다소 감소하여 '03년의 수준으로 감소하였으며, '06년에 다시 상승하여 807만㎡ 수준임

<연도별 파프리카 재배면적>

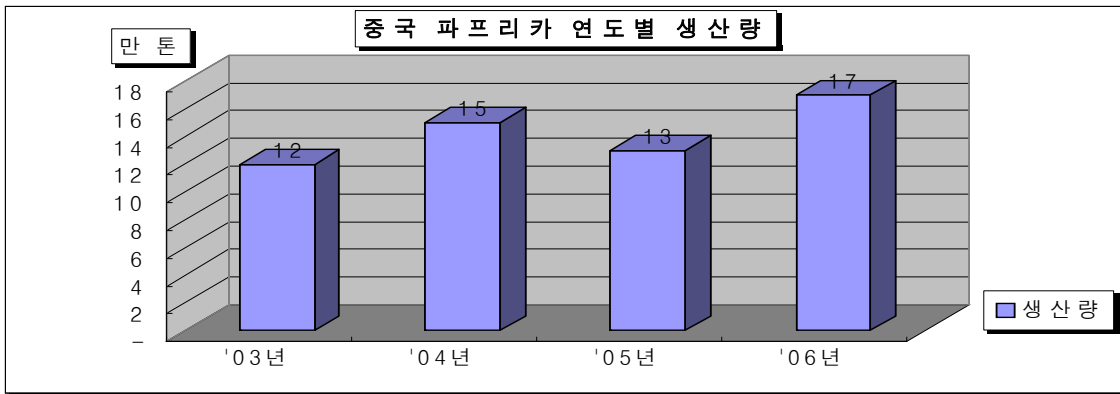


자료원 : 农业部信息中心

### □ 생산량

- '00년부터 중국의 일부지역에서 규모화 재배를 실시하기 시작하였지만 관리수준, 날씨, 병충해 등의 영향과 재배기술이 낙후되어 수확이 가능한 면적은 재배면적의 절반정도밖에 되지 않아 생산효율성이 높지 않음
- 연도별 파프리카의 생산현황을 살펴보면 '03년에는 12만톤, '04년은 동기대비 25% 증가한 15만톤임
- '05년에는 재배면적의 감소로 생산량이 동기대비 13.3% 감소한 약 13만톤에 불과하였으나 '06년에 재배면적의 상승 및 재배기술 향상으로 생산량이 동기대비 30.8% 증가한 17만톤임

<연도별 파프리카 생산량>



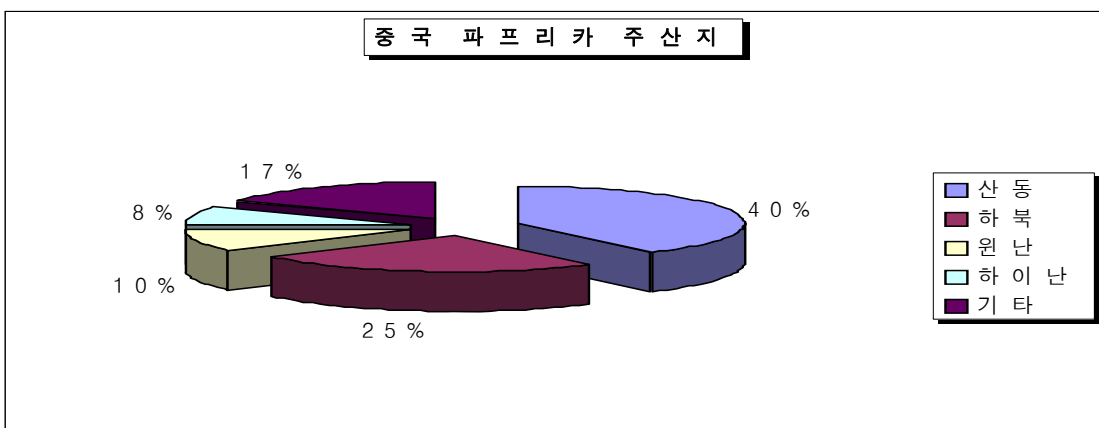
자료원 : 农业部信息中心

### 다. 주 생산지역 및 기업

#### □ 주요 생산지역

- 파프리카는 중국 각 지역에서 재배되고 있으며, 주요 생산지는 산둥, 하북, 운남, 해남 등지임
- 그중에서 산둥성과 하북성은 파프리카 주 생산지역으로 전체 재배면적의 60%이상을 차지하고 있으며, 그 다음으로는 운남, 하남 등 지역에 비교적 많이 분포되어 있고 절강, 강소, 하남, 북경 등지에서도 재배되지만 규모는 크지 않음

<파프리카 주산지>



자료원 : 农业部信息中心

□ 주요 생산기업

- 현재 중국의 파프리카 재배기지과 생산기업은 200여개 정도이며 그중에서 재배면적이 20만㎡이상이고 연간 생산량이 4000톤 이상인 기업은 10여개 안팎임
- 그중에서 재배규모가 가장 큰 기지는 산둥성 상허현(商河县)으로 전체 현 재배면적 규모는 총 400만㎡, 연간 생산량은 5만여톤임

<商河县 商南农贸有限公司(상난농무유한공사)>

- 설립연도 : '03. 4월
- 생산면적 : 48만㎡(전체)
- 주요상품 : “商晶”브랜드 파프리카
- 특 징
  - 동 회사 산하의 채소시장에서 교역되는 “商晶”브랜드 파프리카는 진황도, 목단강, 석가장, 북경, 천진, 닝보, 상해, 항주 등 대·중 도시에 널리 판매됨
  - 연간 교역량이 3만여 톤으로 산둥 최대 파프리카 전문시장임
- 주 소 : 山东省 商河县 杨庄铺 乡政府驻地
- 전화번호 : 0532)8477-1136 / 2066

<崇园农业开发有限公司(충원농업개발유한공사)>

- 생산면적 : 34만㎡
- 주요상품 : 이스라엘 품종의 적색, 황색, 백색, 자색 파프리카
- 특 징
  - 종자연구, 재배, 양식, 판매를 실시하는 종합성 농업회사이자 베이징 이북의 유일한 대형농작물 종합교역시장임
- 주 소 : 山东省 商河县 杨庄铺 乡政府驻地
- 전화번호 : 0313)859-9397

## 2. 유통현황

### 가. 시장규모 및 특징

#### □ 시장규모

- 파프리카는 최근 국제시장에서 인기를 끄는 특색채소품종의 하나로 경제적 가치와 영양이 일반 고추에 비해 높으며, 최근 건강식 채소류 소비증가에 따라 일반 가정에서의 샐러드용 파프리카 소비가 증가하고 있으나 주요 소비처는 호텔, 고급식당 등 요식업 위주로 소비되고 있음
- 최근 경제성장에 따른 건강식에 대한 관심증가로 대도시 거주자의 경우 파프리카에 대한 인지도가 다소 높은 편이나 일반 중소도시의 경우 인지도는 여전히 낮은 편임
- 중국의 파프리카 연간수요량은 30만톤 정도로 추정되고 있으나 공급량은 수요량의 절반에도 미치지 못하고 있는 실정으로 향후 발전가능성이 높은 품목임
- '06년 중국산 파프리카의 생산은 17만여톤으로 추산되나 중국이 WTO에 가입하면서부터 파프리카 수출량이 빠르게 증가하여 현재 러시아, 싱가포르, 말레이시아 등 국가로 연간 5만여톤이 수출되고 있으며, 중국에서 수입하는 파프리카도 거의 없어 시장수요를 만족시키지 못하고 있음

#### □ 시장특징

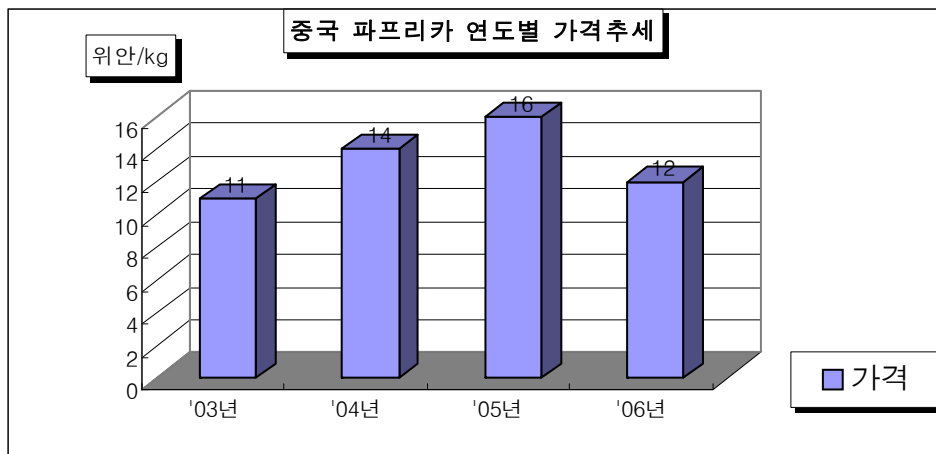
- 재배면적 부족
  - 최근 수년간 파프리카의 수요량은 점점 증가하고 있지만 파프리카 재배면적 및 생산량이 시장수요에 비해 뒤떨어져 국내시장 수요를 만족시키지 못하고 있음
- 재배기술 낙후
  - 파프리카의 수요를 만족시키지 못하는 주요한 원인 중 하나는 중국의 파프리카 재배수준이 여전히 낙후되어 있다는 것으로 일부 생산지에서는 파프리카 병충해 방지와 토지에 대한 관리수준이 낙후되어 있어 단위면적당 수확량이 적정 생산량의 절반에 머무르고 있어 생산량 감소와 품질하락이라는 이중고를 겪고 있음
- 품질수준 저하
  - 현재 생산되고 있는 파프리카의 품질은 이전에 비해 많이 향상되었지만 대체적인 품질수준은 여전히 낮은 실정임



### 다. 유통가격

- 파프리카의 소매가격은 지역과 시장공급량에 따른 영향이 비교적 뚜렷하고 가격과 동도 커 소매가격의 불안정을 초래하고 있음
- 동일시기 공급량에 따라 지역별로 가격차는 2배 이상 심지어는 더 높을 수 있고 동일시기 동일지역에서 품종에 따른 가격차도 높은 편으로 일부 우량품종은 일반품종에 비해 3~5배 높은 경우도 있음
- 아래 도표는 농업부 정보중심에서 전국 30개 대표적인 농산품 도매시장의 12월 평균가격을 집계한 것으로 '06년의 경우 생산량 증가에 따른 가격하락 추세를 보이고 있음

<파프리카 도매가격 추세>



자료원 : 农业部信息中心

### 라. 포장형태 및 소매가격

- 일반 도매시장의 경우 80%이상이 스티로폼으로 된 상자에 10kg 내외포장으로 판매
- 일반 채소시장에서는 날개로 판매하며, 백화점과 할인매장의 경우 색깔별(황색, 붉은색) 또는 동일 색깔로 2~3개씩 포장하여 판매하거나 날개 무게를 달아 개수별로 판매

<유통형태별 판매현황>

구분	도매시장	까르푸		Lotus
		일반	유기농	
제품사진				
중량(kg)	-	0.402	0.450	0.348
가격(元/kg)	8.0	36.0	52.0	23.1

주 : 1元 / ₩125

- 파프리카의 판매가격은 매장별로 23~36위안으로 다소 차이가 있었으나 이는 파프리카의 품질에 따른 판매가격 차이로 보임
  - 까르푸의 경우 유기농 파프리카가 일반 파프리카 대비 kg당 16위안(44%) 높은 가격에 유통
  - 일반매장이 도매시장에 비해 14~27위안(156~300%) 높은 가격에 유통

### 3. 소비현황

#### 가. 주 소비시기

- 파프리카는 일년에 1회~2회 재배되는데 봄철과 가을철이다. 봄에는 시장에 공급되는 기간이 비교적 짧고 출하량도 가을철에 비해 적음 주 출하 시기는 가을인데 출하기간이 8~10월로 비교적 길며 생산량이 많고 가격도 안정적임
- 소비시기도 출하시기와 대응하여 주로 봄 및 가을에 집중되어 있으며, 그중 9~11월은 파프리카 소비의 성수기로 요식업소의 소비가 많은 편임
- 중국인들이 선호하는 크기는 무게가 180~250g 내외인 L사이즈로 5kg 포장에 20~28개 정도 들어 있는 크기임

#### 나. 주 소비처 및 소비형태

- 파프리카의 소비처는 크게 요식업에서의 소비와 일반가정에서의 소비로 나눌 수 있음

- 요식업 소비는 주로 요리제조와 샐러드 등에 사용되고 있으며, 최근 요식업을 통한 수요가 빠르게 성장하고 있음
  - 요식업에서 소비되고 있는 파프리카의 품종, 용도, 색깔 등은 모두 일반 가정소비에 비해 다양하며 파프리카의 고급제품은 주로 요식업에서 소비되며, 레스토랑, 식당, 호텔에서 파프리카 혹은 파프리카로 만든 요리를 식용하는 경우가 점점 많아지고 있음
- 가정소비는 보통 현지의 채소시장과 할인매장(슈퍼)에서 구매하며 샐러드 등 각종 요리제조에 사용됨. 중국소비자의 생활수준이 높아지고 식습관이 서구화됨에 따라 가정에서의 파프리카 소비도 꾸준히 증가될 것으로 전망

#### 4. 통관제도

##### 가. 관세제도

- 파프리카는 채소류에 속하며 관세는 다음과 같음

HS No	상품명칭	관세(%)	증치세(%)	비고
0709.6000	신선 혹은 냉장 고추	13	13	파프리카 포함

##### 나. 수입절차

- 파프리카의 수입은 채소수입절차와 동일하며 통관 시 수출국의 산지증명서와 식물검역증이 필수서류이며, 병충해 등 식물검역에 주의하여야 함



5. 수출입현황

□ 연도별 수출현황

○ 고추, 파프리카 포함(0709.6000)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율
러시아	6,542	2,099	20.3	8,217	2,993	33.7	7,219	3,175	53.6
말레이시아									
캐나다	177	129	1.3	274	298	3.3	119	159	2.7
아랍에미리트	-	-	-	62	43	0.5	108	107	1.8
마카오	15	8	0.1	429	99	1.1	431	97	1.6
카자흐스탄									

자료원 : kita. net.

- 상기실적은 고추가 포함된 실적으로 파프리카만의 수출통계자료는 없음

□ 연도별 수입현황

○ 고추, 파프리카 포함(0709.6000)

(단위 : 톤, 천\$, %)

국가명	2005			2006			2007(1~6월)		
	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율	물량	금액	점유율

자료원 : kita. net.

- 고추를 포함한 파프리카의 수입실적은 연간 1톤 내외로 미미한 수준임

## 6. 수출확대방안

### 가. 한국산 경쟁력

- 한국은 파프리카의 재배기술, 관리수준 등 생산기술이 앞서 품질수준이 중국 파프리카보다 우수하고 외관 및 상품의 가치 방면에서 중국산 품종보다 우수한 것으로 판단됨
- 중국산 파프리카는 지속적인 품질개선을 통해 초창기 품질이 보다 향상되었지만 과피변색 및 상처, 변형, 꼭지절단 등에 있어서 한국산에 비해 다소 떨어지는 것으로 알려져 있음

### 나. 검역상 문제점

- 현재 한국산 파프리카는 중국과의 검역협정이 체결되지 않아 수출제한품목으로 설정되어 있어 현재로서는 수출이 불가능

### 다. 시장진출방안(시장개방시)

- 시장개척 중점도시 선정
  - 현재 파프리카가 소비되는 지역은 대부분 소득이 높은 연안지역 대도시 위주로 형성되어 있으며, 초창기 시장개척을 위해서는 상하이, 광저우 등 고소득 대도시 공략이 필요
- 고급시장 목표설정
  - 한국산 파프리카의 경우 품질의 우위는 있지만 가격은 여전히 중국산의 2배 정도 수준이므로 호텔, 고급 레스토랑 등 요식업과 백화점, 고소득층이 밀집된 할인매장 등을 주요 목표시장으로 삼아야 할 것임
- 파프리카 취급 전문도매상 발굴
  - 일정 규모의 물량을 꾸준히 소화하기 위해서는 도매기능을 지닌 파프리카 취급 전문도매상을 발굴하여야 함. 이들은 보통 뛰어난 판매능력과 판매망을 갖추고 있어 효과적으로 고급시장을 공략할 수 있음
- 시기선택도 중요
  - 중국 파프리카의 생산·공급 공백기인 5월과 10월말~11월초에는 시장출하물량 감소로 시장가격이 다소 높게 형성되어 상대적으로 고가인 한국산 파프리카의 시장진출이 다소 용이할 것으로 보임