



2016 검역타결품목 조사

쌀 | 중국

CONTENTS

제1장. 조사 개요

I. 조사 배경 및 목적	3
1. 조사 배경	3
2. 조사 목적	5
3. 조사 설계	6
II. 조사 국가 및 도시 개요	10
1. 국가 개황	10
2. 도시별 개황	19

제2장. 조사 결과

I. 국내 쌀 현황	27
1. 생산현황	27
2. 유통현황	30
3. 소비현황	30
4. 수출현황	31
5. 수입현황	33
6. 주요 수입국 쌀 특징	33
II. 중국 쌀 현황	34
1. 재배면적 및 생산량	34
2. 주요 재배 지역	34
3. 단립종 생산량 및 생산지역	35
4. 단립종 대표 품종 및 특징	36
5. 쌀 산업 정책	37
6. 수입현황	38
7. 주요 수입국 쌀 특징	38
8. 수출현황	40
9. 수급현황	40

Ⅲ. 중국 내 유통 및 판매 현황	41
1. 쌀 유통 프로세스	41
2. 수입쌀 유통 프로세스	42
3. 수입쌀 판매 현황	43
4. 쌀 프로모션 활동	47
5. 일본쌀 홍보 마케팅 사례	48
Ⅳ. 소비자 및 전문가 조사	49
1. 소비자 Online Survey	49
2. 소비자 Gang Survey	77
3. 전문가 조사	89
Ⅴ. 수입 제도	93
1. 수입 프로세스	93
2. HS Code	93
3. 검역	94
4. 통관	94
5. 라벨링 규정	94
Ⅵ. 중국 내 유기농쌀 현황	95
1. 유기농 식품의 정의	95
2. 유기농쌀에 대한 인식	96
3. 유기농쌀 구입 행태 및 향후 구입의향	99
4. 유기농쌀 판매 현황	105

제3장. 수출 확대 방안

I. SWOT 분석	109
II. 진출 방안	111

부록

I. 수출 상위 3개국 (호주, 미국, 일본) 조사	119
II. 설문지	145

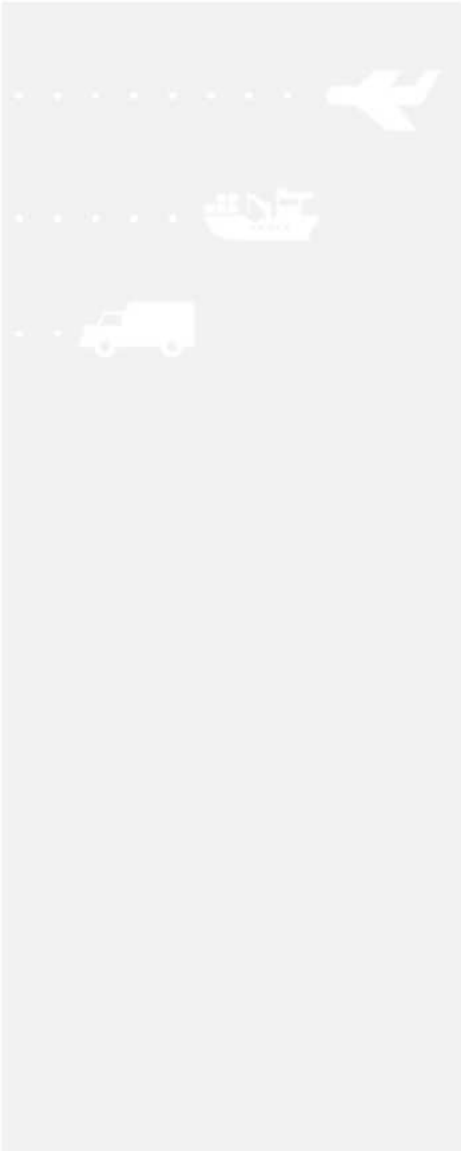
제1장



조사 개요

I. 조사 배경 및 목적

II. 조사 국가 및 도시 개요



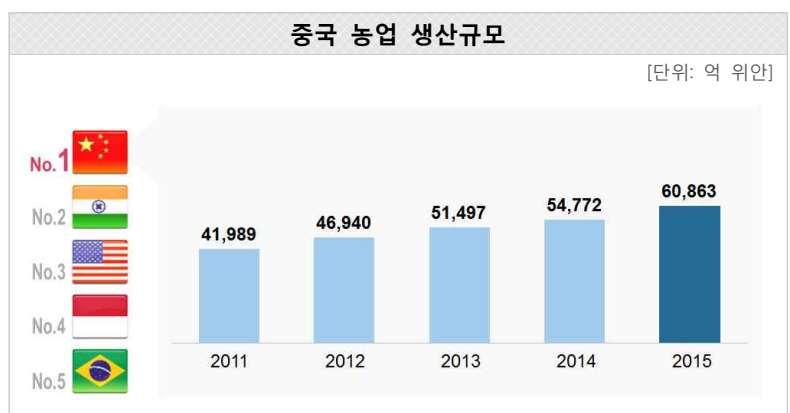


I. 조사 배경 및 목적

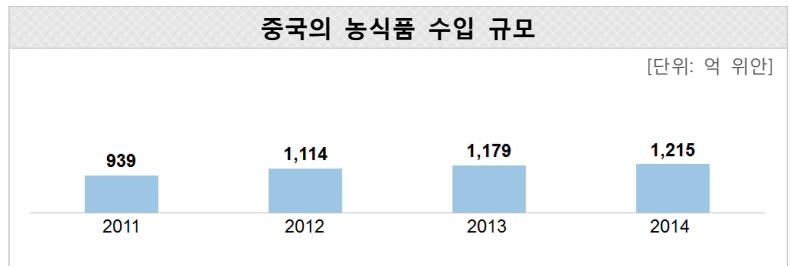
1. 조사 배경

(1) 중국 농업 생산 규모 및 수입 규모

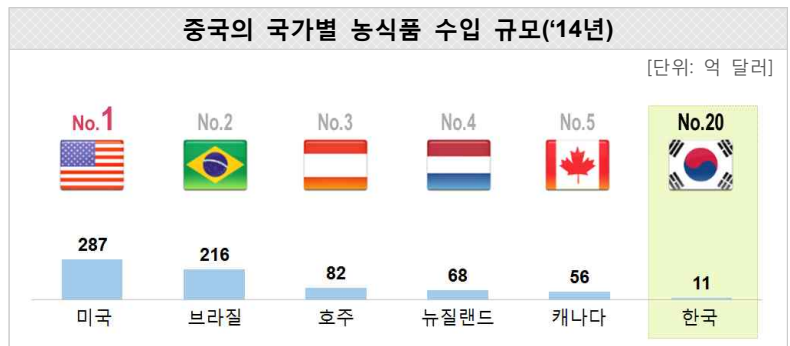
- 중국의 농업생산규모는 전 세계 1위이며, 2014년 농식품 수입량도 1,215억 위안으로 세계 최대 수입국임
- 중국은 미국, 브라질 등 국가로부터의 수입액이 많으며, 한국의 對중국 수출액은 약 11억 달러로 20위를 차지함



출처: FAO(www.fao.org)



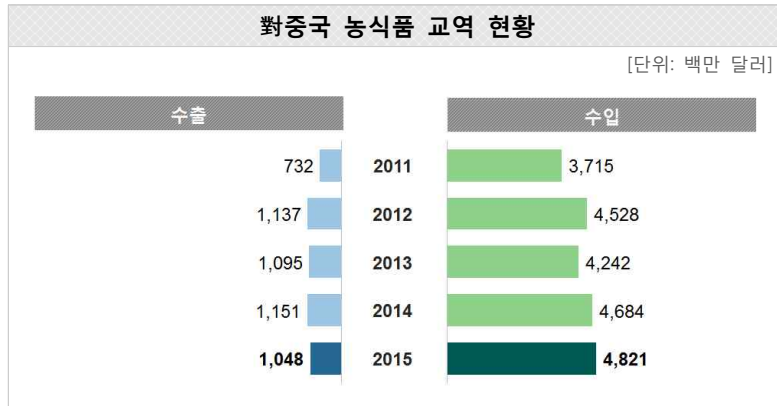
출처: 중국 상무부(www.mofcom.gov.cn)



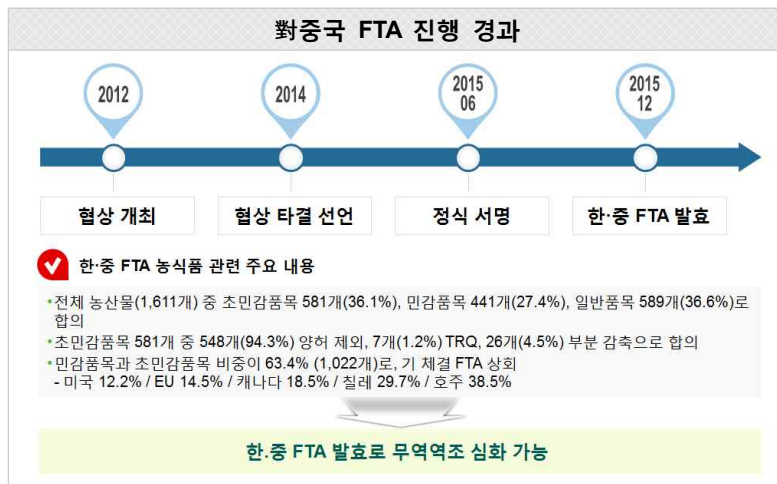
출처: FAO(www.fao.org)

(2) 한·중 교역 현황

- 한·중교역에서 한국의 중국 농식품의 수입액은 증가하는 반면, 수출액은 감소추세를 보이고 있음
- 이러한 무역역조 현상은 한·중 FTA 발효로 인해 더욱 심해질 것으로 예상됨



출처: 농림축산식품부(www.mafra.go.kr)





(3) 對중국 쌀 수출 추진 과정

- 한-중 검역협상은 양국이 수출을 원하는 품목을 주고받는 상호주의원칙에 따라 진행되고 있으며 한국쌀은 수입위험분석 8단계를 거쳐 검역절차가 마무리됨
- 2016년 1월 13일 중국은 한국의 RPC(미국종합처리장) 6곳을 최종 공고했으며, 쌀 수출을 위한 식물 검역 절차가 완료되었다고 발표함

수입위험분석 8단계

- 1단계: 수입위험분석 접수
- 2단계: 수입위험분석 착수
- 3단계: 예비위험평가
- 4단계: 개별병충해 위험평가
- 5단계: 위험관리방안 작성
- 6단계: 수입금지제외 기준 초안 작성
- 7단계: 수입금지제외기준 입안 예고
- 8단계: 수입금지제외 고시 및 발효

출처: 중국 질검총국(www.aqsiq.gov.cn)

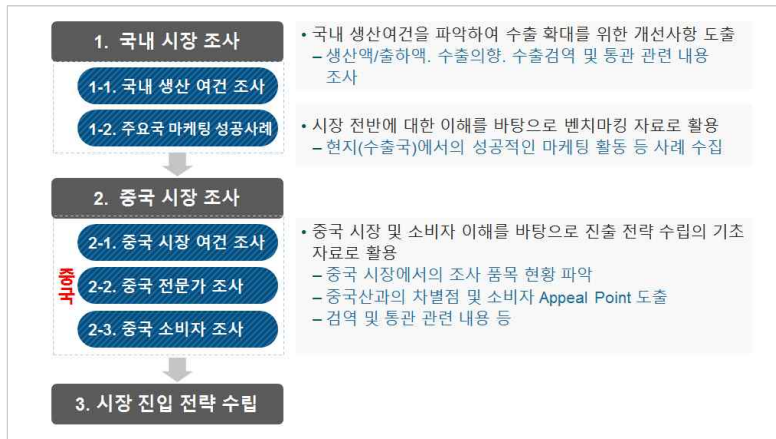
2. 조사 목적

- 對중국 쌀 수출을 위한 시장조사를 통해 한국쌀의 경쟁력을 파악하여 성공적인 중국시장 진입 및 수출확대를 위한 전략방향 수립을 위한 기초자료를 제공하기 위해 기획되었음

3. 조사 설계

(1) 조사 Frame

- 본 조사는 크게 1) 국내 생산여건 및 주요 수출국 성공사례 수집과 2) 중국 현지조사의 두 가지 부분으로 나누어서 진행되었음
- 중국 현지조사는 시장여건조사, 전문가 조사 및 소비자 조사의 세가지 부분으로 나누어 진행되었음



(2) 국내 생산 여건 조사 및 주요국 마케팅 성공사례 수집

- 국내 생산 여건 조사는 Desk Research와 농업 분야 연구기관, 농가, 협동조합, 수출의향이 있거나 준비 중인 기업체 담당자를 인터뷰하는 방식으로 진행되었음
- 구체적인 인터뷰 업체는 쌀 생산 및 수출 인허가를 받은 RPC, 對중국 수출무역회사 등임
- 인터뷰 내용은 현재 對중국 쌀 수출량, 현지에서의 소비자 반응 및 수출 관련 애로사항 등임

구분	소속/업무	업체 개요
○○RPC	중국수출담당	2016년 1월 1차로 중국에 쌀을 수출
○○업체	곡물팀	2016년 2월 말 중국에 쌀 72톤을 수출
○○업체	동반성장팀	6개 RPC의 쌀 약 30톤을 매장에서 판매함
연구기관	중국 수출 기술 지원 총괄	벼 생산성 및 미질 분석

- 주요국 시장 성공사례 수집의 목적은 對중국 수출활성화를 위한 벤치마킹 포인트를 탐색하는 것으로, 한국쌀이 수출되고 있는 국가에 대한 Desk Research 방식으로 간략하게 진행되었음



(3) 중국 현지 조사

□ 중국 시장여건조사

- 중국 시장 여건 조사는 Desk Research와 Shop Visit을 통해 중국 내에서 판매되고 있는 '쌀'의 시장 현황을 파악하는데 그 목적이 있음
- 금번 조사의 Shop Visit 장소는 아래와 같으며, 주요 조사내용은 판매 채널, 판매 브랜드, 판매 가격, 각 매장 내에서의 프로모션/마케팅 활동 등임

[도시 별 Shop Visit 장소]

	프리미엄 마트		대형마트	도매시장
베이징				
	화탕	Ole	까르푸	
	<p>화탕: 일본의 유통업체로 1997년 중국 청두에 진출 후, 현재 청두 6개, 베이징 8개의 매장을 운영 중</p>			
상하이				
	City super	Lotus	Ole	까르푸
	<p>City Super: 1996년에 설립된 홍콩의 프리미엄 유통업체로 현재 홍콩 15개, 상해 7개, 대만 6개의 매장을 운영 중 (15,000종류의 상품 구성, 그 중 80% 이상이 수입품)</p> <p>Lotus: 태국 최대 기업인正大그룹(正大集團)의 계열사로 중국 24개 도시에 78개의 매장을 운영중</p>			
칭다오				
	Ole	까르푸	월마트	
	<p>Ole: 중국 유통업체인 화룬그룹(华润集团)의 최대 프리미엄 마트 체인점으로 중국 전역에 31개의 상점 보유</p>			
선양				
	blt	Ole	까르푸	월마트
	<p>blt: 화룬그룹(华润集团)의 유통점이며 Ole의 하위 브랜드임 베이징, 상하이, 광저우, 항저우 등 지역에 15개의 체인점을 보유</p>			
하얼빈				
	Charter Collection	까르푸	월마트	쌀 전시장
	<p>Charter Collection: 1999년 홍콩 Charter Collection 그룹에서 설립한 프리미엄 마트로 동북지역을 우선으로 점포 확장 중임 (현재 장춘 2개, 선양, 하얼빈 각 1개로 총 4개 매장 운영 중)</p>			

□ 중국 전문가 조사

- 쌀 관련 연구기관, 유통/판매업체와 쌀 수입업체 관련 담당자와 개별 인터뷰를 진행함
- 연구기관 쌀 전문가에게 중국에서 재배되는 쌀의 품종 및 품종별 특징에 대한 내용을 집중적으로 파악함
- 유통/수입업체 담당자에게 소비자들의 쌀 구입 현황 및 구입 시 고려사항 등 소비현황과 매장 내 마케팅활동을 확인하였음

분류	기관/업체	지역	담당 업무
연구 기관	○○농업대학	셴양	곡물류 재배 및 품종 개발
	○○농업연구소	하얼빈	쌀 품종 연구
	○○농업연구소	칭다오	쌀 재배, 생태환경 연구
	○○대학교농업원	상하이	COFCO에서 발주한 쌀 재배 프로젝트 수행
	○○농업과학원	베이징	쌀 유전자 관련 연구
수입 업체	○○전자무역수입회사	상하이	상품팀 매니저
	COFCO	상하이	한국쌀 수입 담당자
	○○그룹	심천	총경리
유통 업체	RT마트	셴양	곡물류 담당자
	Jusco	칭다오	구입 총괄 담당자
	City Super	상하이	곡물류 담당자
	Ole	칭다오	곡물류 담당자



□ 소비자 조사

- 소비자 조사는 Gang Survey와 온라인 조사로 나누어 진행되었음
- Gang Survey는 참석자들을 일정한 장소로 모이게 한 후 직접 시식하고 외관 및 맛을 평가하는 조사방법이고, 온라인 조사는 PC를 이용하여 온라인으로 설문에 응답하는 조사방법임
- Gang Survey와 온라인 조사의 구체적인 조사설계는 다음과 같음

	Gang Survey	온라인 조사																																																															
조사목적	<ul style="list-style-type: none"> • 시식을 통해 한국쌀에 대한 수용도 파악 및 맛 현지화를 위한 방향성 탐색 	<ul style="list-style-type: none"> • U&A(소비자 구입 및 이용행태) 및 컨조인트 분석(속성 별 중요도 파악)을 통한 마케팅 방향성 탐색 																																																															
조사지역	<ul style="list-style-type: none"> • 베이징, 상하이, 칭다오, 셴양, 하얼빈 																																																																
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> • 20대 후반~40대 여성 • 식품 및 식재료 구입 시 의사 결정권자 • 수입 식품에 관심이 높은자 • 월 평균 가구소득 10,000위안 이상 	<ul style="list-style-type: none"> • 20대 후반~30대 여성 • 식품 및 식재료 구입시 의사 결정권자 • 수입 식품에 관심이 높은자 • 월 평균 가구소득 10,000위안 이상 																																																															
표본 수	<ul style="list-style-type: none"> • 164표본 	<ul style="list-style-type: none"> • 500표본 (도시 별 100명 씩) 																																																															
표본설계	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>25 ~29세</th> <th>30 ~39세</th> <th>40 ~49세</th> <th>총합</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>베이징</td> <td>11</td> <td>15</td> <td>7</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>상하이</td> <td>10</td> <td>15</td> <td>7</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>칭다오</td> <td>11</td> <td>15</td> <td>7</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>셴양</td> <td>11</td> <td>15</td> <td>7</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>하얼빈</td> <td>11</td> <td>15</td> <td>7</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>총합</td> <td>54</td> <td>75</td> <td>35</td> <td>164명</td> </tr> </tbody> </table>		25 ~29세	30 ~39세	40 ~49세	총합	베이징	11	15	7	33	상하이	10	15	7	32	칭다오	11	15	7	33	셴양	11	15	7	33	하얼빈	11	15	7	33	총합	54	75	35	164명	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>20대 후반</th> <th>30대</th> <th>총합</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>베이징</td> <td>30</td> <td>70</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>상하이</td> <td>30</td> <td>70</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>칭다오</td> <td>30</td> <td>70</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>셴양</td> <td>30</td> <td>70</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>하얼빈</td> <td>30</td> <td>70</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>총합</td> <td>150</td> <td>350</td> <td>500명</td> </tr> </tbody> </table>		20대 후반	30대	총합	베이징	30	70	100	상하이	30	70	100	칭다오	30	70	100	셴양	30	70	100	하얼빈	30	70	100	총합	150	350	500명
	25 ~29세	30 ~39세	40 ~49세	총합																																																													
베이징	11	15	7	33																																																													
상하이	10	15	7	32																																																													
칭다오	11	15	7	33																																																													
셴양	11	15	7	33																																																													
하얼빈	11	15	7	33																																																													
총합	54	75	35	164명																																																													
	20대 후반	30대	총합																																																														
베이징	30	70	100																																																														
상하이	30	70	100																																																														
칭다오	30	70	100																																																														
셴양	30	70	100																																																														
하얼빈	30	70	100																																																														
총합	150	350	500명																																																														

* Gang Survey는 도시별로 Over Sample을 포함하여 총 164명이 조사에 응답하였음

II. 조사 국가 및 도시 개요

1. 국가 개황

(1) 기본 정보

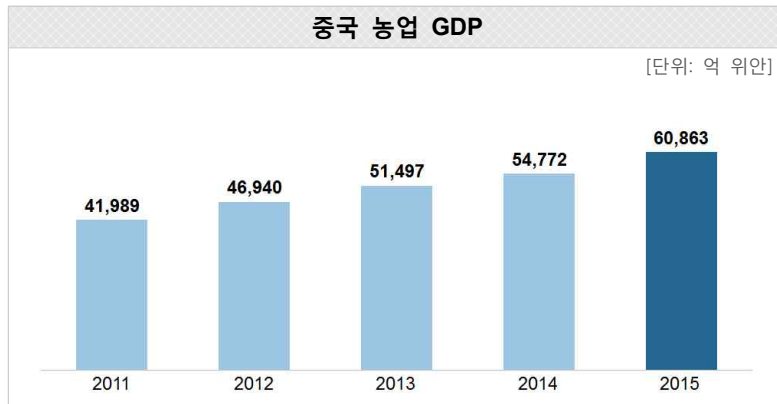
	국명	중화인민공화국(PRC, People's Republic of China, 中華人民共和國)	
	수도	베이징(北京)	
행정단위 성급(省級) 총 32개, 주급(州級) 총 332개, 현급(縣級) 총 2,860개, 향(鄉),진(鎮) 총 4만 4,822개	위치	동경 73°~135°, 북위 23°~53°32'	
	면적	약 960만km ² (한반도의 44배, 세계 4위)	
민족	한족(漢族)과 55개 소수민족 (1억 1,379만 명, 총 인구의 8.5%)으로 구성	종교	불교, 도교, 천주교, 이슬람교, 기독교 등
인구	13억 8,000만 명 ('15년) [*인구수 세계 제1위]	무역 규모	수출액: 2조 2,804억 달러 수입액: 1조 6,015억 달러 ('15년)
		국내총생산 (GDP)	약 11조 3,848억 달러 ('15년)

출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn) 재구성

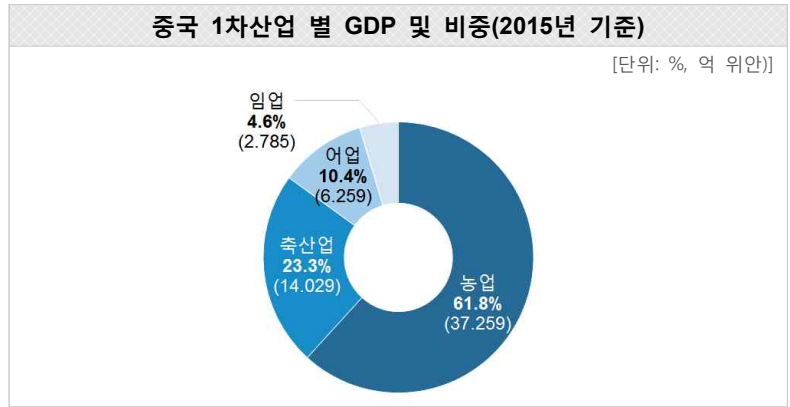
(2) 농업 개황

□ 중국 농업 GDP

- 중국 농업 GDP는 2015년 6조 위안으로 전년 대비 11% 증가함
- 1차 산업 GDP 중 농업의 비중은 61.8%임



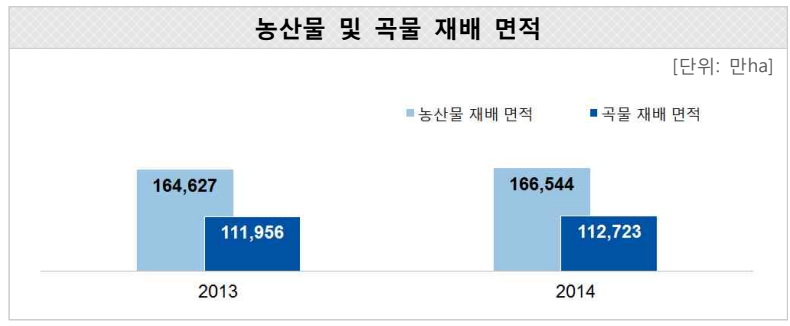
출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)



출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

□ 중국 농산물 재배 면적

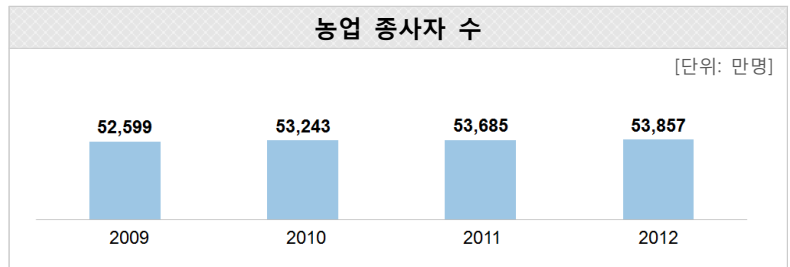
- 중국의 농산물 재배면적은 16억6,544만ha로 재배면적이 해마다 증가하고 있음
- 그 중 곡물 재배면적은 11억2,723만ha로 전체 재배면적의 약 69%를 차지함('14년)



출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

□ 농업 종사자 수

- 중국의 농업 종사자 수는 2012년 5억 3천857만 명임



출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

(3) 농식품 시장 개황

□ 농식품 생산 현황

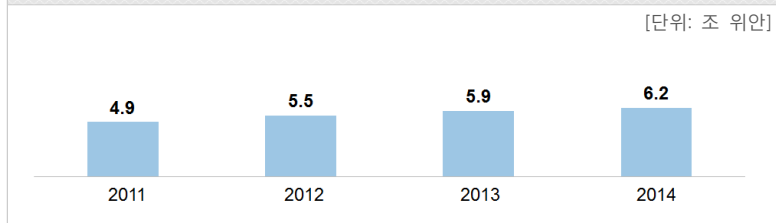
- 중국의 농식품 산업은 크게 식품가공업, 식품제조업, 음료제조업으로 구분됨
- 중국은 세계에서 인구가 가장 많고, 농식품 생산 및 소비도 가장 많음
- 개혁개방 이후 중국의 주요 농식품 생산량이 빠르게 증가하고 있으며, '14년 시장 규모는 6조 위안임

[농식품 산업 분류 기준]

분류기준	포함 항목
식품가공업	곡물가공, 사료가공, 식물성 식용유 가공, 제당, 가축·가금류 도축, 육제품 및 부산물 가공, 수산물 냉동가공, 채소·과일류 가공, 전분 및 전분제품의 제조, 콩제품 제조 등
식품제조업	훈제 식품, 제과 및 제빵, 인스턴트 식품, 냉동 식품, 유제품, 각종 통조림류, 조미료, 발효제품, 영양 및 보건의약품, 빙과류, 식품첨가제 등
음료제조업	주류, 주정제품, 주스, 정제차 가공, 차음료, 음료제조 등

출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

중국 농식품 시장 규모

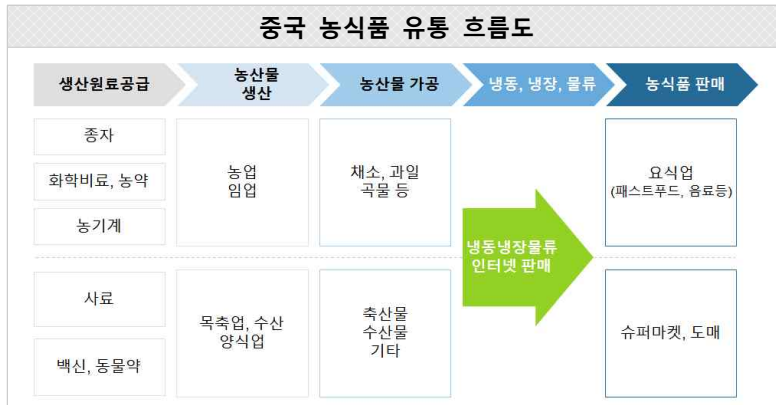


출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

□ 농식품 유통현황

- 농식품은 생산원료공급, 생산, 가공, 물류 및 최종 판매단계로 유통되고 있음

중국 농식품 유통 흐름도



출처: 중국 농업발전과 투자보고



□ 농식품 소비현황

- 중국 농식품 시장은 아래와 같은 소비 트렌드를 형성하고 있음

1) 웰빙 추구

- 지속적인 경제성장으로 소득이 향상된 중국 소비자들은 건강식품에 대한 소비가 증가함에 따라 웰빙 추구형 소비현상이 나타나고 있음
- 웰빙 개념이 확산됨에 따라 농식품 소비의 선택기준은 가격보다 품질과 맛을 우선적으로 고려하는 소비행태로 전환되고 있음

2) 식품안전 중시

- 멜라민분유 파동, 중이쌀 등 일련의 식품안전사고를 겪으면서 중국 소비자들은 '안전성'에 대한 관심이 커짐
- 특히, 자녀를 위한 농식품 구입 시 식품안전성을 중요하게 고려함

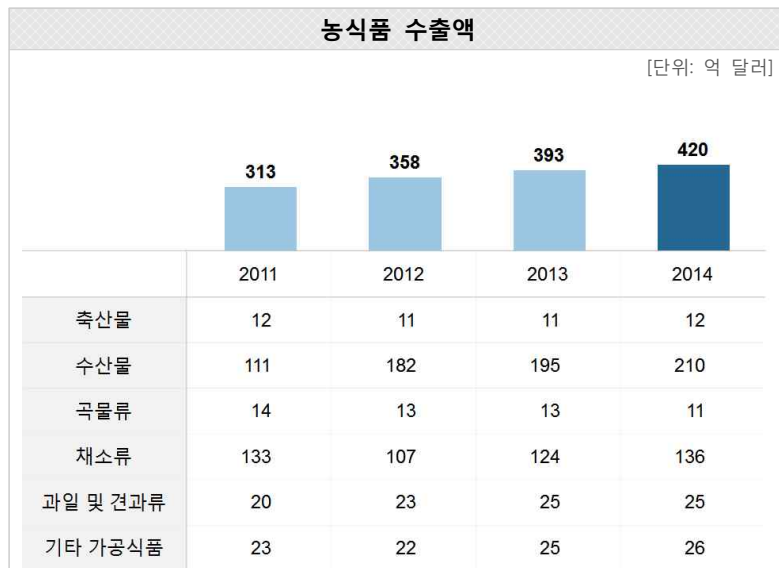
3) 인터넷 쇼핑몰을 통한 농식품 구입 증가

- 최근 젊은 층을 중심으로 온라인 쇼핑이 보편화되면서, 이런 현상은 농식품 구입까지 확대되고 있음
- 다만 신선도 유지가 필요한 신선농산물은 전국 단위 판매가 아닌 특정 지역 내에서의 온라인 판매 및 배송방식으로 판매됨

□ 농식품업 수출현황

- 2014년 중국 농식품 수출액은 420억 달러임

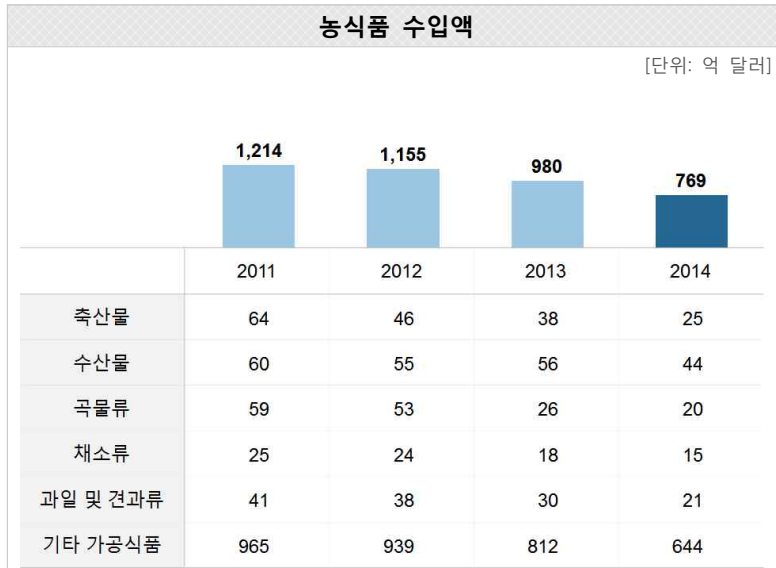
- 해 마다 변동폭이 다소 있으나 전반적으로 농식품 수출액은 증가추세를 보임



출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

□ 농식품업 수입현황

- 2014년 농식품 수입액은 769억 달러로 중국은 2012년 이후, 농식품 수입규모가 전반적으로 감소되는 추세를 보임



출처: 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

(4) 유통시장 개황

□ 유통시장 현황

- 1990년대부터 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점이 등장하기 시작했고 까르푸나 월마트와 같은 외국계 유통업체가 진입하기 시작함
- 대형마트 중심 경영으로 점포수가 급증했으며 각 점포의 매상 또한 지속적으로 증가했으나 최근 온라인 시장의 성장으로 성장세가 감소하고 있음
- 현재 중국의 1, 2선 도시의 대형마트는 포화상태로 고소득 인구 밀집 주요 대도시는 고급형 프리미엄 마트가 성장하고 있음

□ 유통채널 분류

① 대형마트

- 2,500m² 이상의 규모로, 주로 식품, 음료수, 담배 및 기타 식품류를 판매함

② 프리미엄 마트

- 백화점에서 운영하는 매장으로 주로 고급 수입식품을 판매함

③ 편의점

- 프랜차이즈 형식으로 다양한 식품과 기타 편의점 특성에 맞는 상품을 판매함
- 24시간 영업을 하며 점포 면적이 400m²이하이며 주로 주택가 부근에 위치함



- 대형마트

- 중국의 대형마트는 소수의 대형마트가 시장을 과점하는 한국, 미국과 달리 지역별로 시장점유율이 높은 유통매장이 존재함
- 2013년 대형마트 매출액 기준 상위 6개 브랜드의 특징은 아래와 같음

1) RT마트/다룬파(大润发)



회사개요 캉청투자(중국)유한공사
(康成投资(中国)有限公司)

브랜드명칭 RT마트/다룬파(大润发)

매장수 304개('15년)

특징

- 1997년 상하이에서 첫 매장을 열었으며 후발주자에 속했던 기업임
- '초저가'전략으로 가격 경쟁력으로 가르푸에 앞섬
- '2001년 40여년의 소매유통 경험이 있는 프랑스계 오상그룹과 합작하여 가오신소매유한공사(高鑫零售有限公司)를 설립하였고 오상의 노하우로 마트계의 1인자로 등극하게 됨

2) 월마트(沃尔玛)



회사개요 월마트(중국)투자유한공사
(沃尔玛(中国)投资有限公司)

브랜드명칭 월마트(沃尔玛)

매장수 411개('15년)

특징

- 1996년 중국 유통시장에 진출을 시작했으며 2004년부터 성장이 두드러지기 시작해 2014년에 중국 전체 대형마트 5위에 오름
- 월마트의 중국 성공요인은 현지화로 99.9%직원을 모두 현지인으로 뽑고 매장상품의 현지구입 원칙 등의 적극적인 노력을 함
- 2015년 11월 중국 내 400여개 점포에 알리바바 모바일 결제 시스템 '알리페이'를 도입함

3) 화룬완자(华润万家)



회사개요 화룬그룹유한공사
(华润集团有限公司)

브랜드명칭 화룬완자(华润万家)

매장수 529개('15년)

특징

- 1991년 처음 매장을 열고 2001년 타 유통사를 인수합병하여 사업을 확장시킴
- 유행에 민감하게 대응하고 있으며 최근 대형마트 침체 흐름에 따라 소형 슈퍼마켓 및 편의점 시장에 진출
- 현재 미국, 호주, 일본, 한국 등 외국 제품 소싱에 집중하고 있으며, 특히 한국 제품 수입에 공격적인 태도를 취하고 있음

4) 까르푸(家乐福)



회사개요 까르푸(중국)관리자문서서비스
유한공사 (家乐福(中国)
管理咨询服务有限公司)

**브랜드명
칭** 까르푸(家乐福)

매장수 237개('15년)

- 특징**
- 전자상거래 등 유통채널의 다각화로 인해 2015년에는 18개 매장이 폐점함
 - 일반적인 전자상거래와 차별화를 하기 위해 신선식품과 수입상품 분야에 중점을 맞추고, 상하이 매장에서는 식품 배송 전 과정에 콜드체인 시스템을 도입하는 등 다양한 전략을 모색하고 있음
 - 2014년 11월에는 'easy 까르푸'편의점을 론칭하였으며 일반 편의점에 비해 신선농산물 종류가 3배 정도 많음

5) 용후이(永辉)



회사개요 용후이마트유한책임회사
(永辉超市股份有限公司)

**브랜드명
칭** 용후이(永辉)

매장수 337개('14년)

- 특징**
- 최근 가장 크게 확장하고 있는 브랜드로 냉장유통이 강점인 신선농산물 전문 마트임
 - 현재 푸정, 충칭, 베이징을 3대 거점으로 확보 후, 내륙지역을 공략하는 방식으로 사업을 확장하고 있음
 - 2015년 8월부터 신선농산물 O2O 사업을 정식으로 시작함

6) 화룬수과(华润苏果)



회사개요 수과수퍼마켓유한공사
(果超市有限公司)

**브랜드명
칭** 화룬수과(华润苏果)

매장수 227개('13년)

- 특징**
- 매장이 전국에 분포되어 있으나 화동지역, 특히 강소성과 안휘성에 집중됨
 - 지역별 시장에 집중하는 전략 추구
 - 매장의 60%는 현과 현 이하 농촌지역에 설립되어 있으며 매출의 50%가 농촌지역에서 이루어지고 있음



- 프리미엄 마트

- 프리미엄 마트는 백화점에서 운영하며 최근에는 각 성도(省都)에서 매장수가 증가하고 있는 추세임
- 일반매장보다 가격이 30% 높은 고품질의 제품을 판매하기 때문에 주로 대도시 중상류층 화이트컬러와 외국인을 타깃으로 수입식품과 유기농식품을 판매하고 있음
- 2014년 프리미엄 마트 매장수 기준 상위 3개 브랜드의 특징은 아래와 같음

1) 올레(Ole)



회사개요 화룬그룹 산하 유통체인 그룹인 화룬완자(华润万家)의 유통매장 브랜드임

브랜드명칭 올레(Ole)

매장수 31개('14년)

- 특징**
- 2004년 첫 매장을 열었으며 주 타깃은 중산층 소비자임
 - 고급 주류, 유기농 농산물, 수입식품 등으로 구성되며 수입식품이 약 70%를 차지함

2) 비엘티(blt)



회사개요 화룬그룹 산하 유통체인 그룹인 화룬완자(华润万家)의 유통매장이며 Ole의 하위 브랜드임

브랜드명칭 비엘티(blt)

매장수 15개('14년)

- 특징**
- 2009년 첫 매장을 열었으며 화이트칼라를 주 타깃으로 함
 - 약 1만여 종의 상품을 취급하며 그 가운데 50%이상 수입제품임

3) BHG Market Place



회사개요 국유 대형유통기업인 국제백화(IADS)협회의 유일한 소매 기업회원인 베이징화련(北京华联)의 산하 브랜드임

브랜드명칭 BHG Market Place

매장수 12개('14년)

- 특징**
- 중국 최대 유통그룹인 BHG의 유통매장으로 중산층을 타깃으로 한 'Lifestyle Market'과 고소득층을 겨냥한 'Market Place' 두가지 형태가 있음
 - 'BHG Market Place'는 수입식품과 유기농식품 중심으로 현지 고소득층과 외국인이 주로 이용함

- 편의점

- 중국 1인당 GDP가 2013년 6,000달러를 초과하면서 중국 소비자들의 소비의 편리성, 시간의 효율성을 중시하는 경향이 강해지고 있음
- 이러한 추세에 맞춰 편의점도 빠르게 성장함
- 2013년 편의점 매출액 기준 상위 4개 브랜드의 특징은 아래와 같음

1) 메이이자(美宜佳)



회사개요 메이이자 편의점 유한회사 소속으로 광둥성 둥관시 탕쥬그룹(广东省东莞市糖酒集团)이 지주회사인 프랜차이즈 유통기업임

브랜드명칭 메이이자(美宜佳)

점포수 5,668개('13년)

- 특징**
- 1997년 설립되었으며 현재 중국 최대 규모의 편의점 브랜드임
 - 광둥성 14개 도시에 분포되어 있으며 광둥성에서 가장 영향력 있는 편의점 브랜드임

2) 쉰궈호우디(苏果好的)



회사개요 쉰궈슈퍼마켓유한공사(苏果超市有限公司)

브랜드명칭 쉰궈호우디(苏果好的)

점포수 1,274개('13년)

- 특징**
- 1996년에 설립되었으며 2013년 말, 쉰궈와 자국 배송 선도업체 쉰펑택배(顺丰速运)가 합작해 난징 400개 편의점에서 물품배송과 수취업무를 하고 있음
 - '화북지역, 특히 강소성에 집중되어 있음

3) 홍치(红旗)



회사개요 홍치프랜차이즈 유한책임회사(红旗有限公司)

브랜드명칭 홍치(红旗)

점포수 1,460개('13년)

- 특징**
- 2000년에 설립되어 현재 중국 서부지역에서 최대 규모의 프랜차이즈 편의점 업체로, 물류배송과 e-business를 통합하여 운영하고 있음
 - 사천성 편의점 업계 선두업체로 일반 대중적 소비를 목표로 하고 있음



4) 커디(可的)



회사개요 상하이 커디편의점 유통회사, 농공상마트(그룹)이 전액 출자한 자회사임

브랜드명칭 커디(可的)

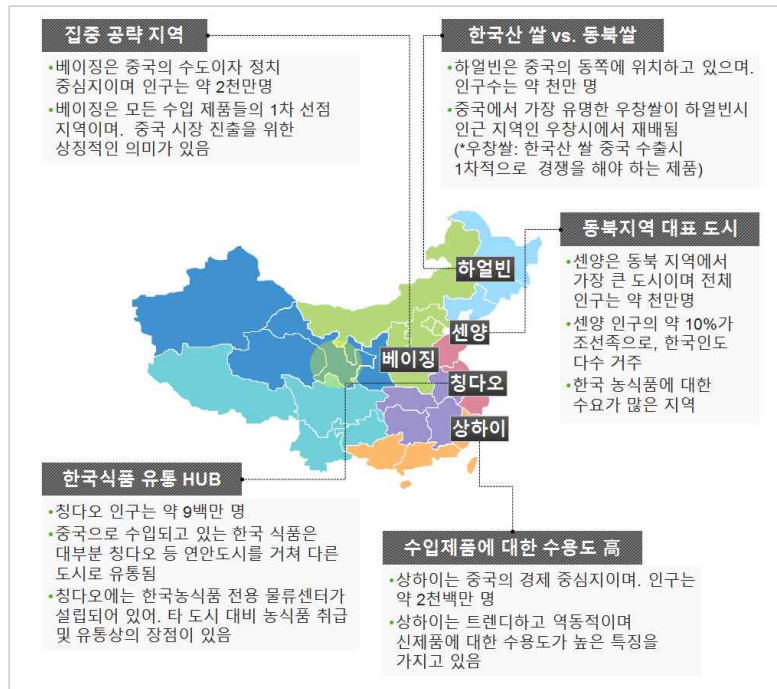
점포수 1,376개('13년)

- 특징**
- 1996년에 설립되었으며 주로 상하이 지역에 점포가 집중되어 있음
 - 최근, 일부 매장에서 수입제품코너를 개설해 소비자들의 수요를 만족시키고 있음

2. 도시별 개황

(1) 조사 도시

- 본 조사에서는 베이징, 상하이, 칭다오, 셴양, 하얼빈 5개 도시를 조사지역으로 선정하였음
- 이 5개 도시는 중국을 대표하며, 조사 품목과 연관성이 높음



(2) 도시별 특징

	베이징	위치 <ul style="list-style-type: none"> • 중국 허베이성 중앙부이며 동쪽으로는 톈진시와 경계를 접함 • 행정구역 면적은 16,412km²로 매우 넓고 인구는 약 2,150만 명임
	GDP <ul style="list-style-type: none"> • 22,969(억 위안)/ '15년 	기후 <ul style="list-style-type: none"> • 여름은 고온건조하고, 겨울은 한랭건조하며 연평균 기온은 12°C임 • 가장 추운 달은 1월로 월 평균 기온 -4°C • 가장 더운 달은 7월로 월 평균 기온 26°C • 베이징의 여름은 전반적으로 무더우며 종종 35°C를 넘는 고온현상도 나타남
	민족 <ul style="list-style-type: none"> • 한족이 95.7%를 차지하며 1,322.9만 명이 살고 있음 • 화족, 만주족, 후이족, 몽골족의 인구는 만여명을 넘음 	특징 <ul style="list-style-type: none"> • 중국의 수도임

출처: 중국 국가통계국 재구성

	상하이	위치 <ul style="list-style-type: none"> • 중국 양쯔강 하구
	GDP <ul style="list-style-type: none"> • 24,965(억 위안)/ '15년 	기후 <ul style="list-style-type: none"> • 온난 습윤기후에 속하며 사계절이 뚜렷하고 일조량과 강우량이 풍부함 • 봄, 가을은 비교적 짧고, 여름은 비교적 길며 봄, 여름, 가을에 3번의 우기가 있음 • 6월~9월에는 습도, 기온이 높아 날씨가 매우 덥고, 겨울은 가끔 추운 날씨가 나타나기도 하나 전반적으로 온화하며, 건조함. 기온이 영하로 내려가는 날이 별로 많지 않음
	민족 <ul style="list-style-type: none"> • 소수민족 인구는 약 27.56만명임 • 소수민족 중 인구가 2만명 이상인 민족은 먀오족, 토가족, 만주족 등임 	특징 <ul style="list-style-type: none"> • 중국의 직할시 • 현대 중국 경제의 중심지 중 하나로 널리 알려져 있으며 중국에서 가장 중요한 문화, 상업, 금융, 산업, 통신의 중심지이기도 함 • 행정적으로는 '성'과 동급인 '성급시'임

출처: 중국 국가통계국 재구성



칭다오



위치

- 중국 산둥성 동부
- 산둥 반도의 남쪽 해안에 면해 있음
- 도시 주변 및 경계 지역이 산지인 데 반해 사람들이 거주하는 지역은 상대적으로 평평함

GDP

• 9,300(억 위안)/ '15년

기후

- 계절풍의 영향을 받고 온난 습윤 기후와 습윤 대륙성 기후의 경계선에 놓여 있음
- 겨울은 춥고 때때로 눈이 오며 바람이 불고 기온은 영점 주변을 맴돌
- 여름은 일반적으로 덥고 습하나 아주 더운 날은 드문 편임
- 해안에 근접해 있고 반도에 있어서 중국 중앙의 대부분 지역과 비교했을 때 봄이 한 달 늦게 찾아옴

민족

- 한족이 약 97.3%를 차지함
- 소수민족 중 후이족이 약 70%를 차지하며, 그 다음으로 만주족, 조선족 등임

특징

- 칭다오는 산둥성의 부성급 도시임
- 중국에서 네 번째로 큰 항구 도시로서 지방 정부와 동등한 경제권을 가지고 있음

출처: 중국 국가통계국 재구성

셴양



위치

- 중국 랴오닝성
- 셴양의 서쪽은 랴오허 강의 충적 평원에 위치해 있으나 동쪽은 창바이 산맥의 일부로 숲으로 덮여있음

GDP

• 7,280(억 위안)/ '15년

기후

- 계절풍의 영향을 받는 습윤 대륙성 기후임
- 여름은 계절풍 때문에 덥고 습하며, 겨울은 시베리아 고기압 때문에 춥고 건조함
- 사계절이 뚜렷하며 연 평균 기온은 8.3°C임

민족

- 36개의 소수 민족이 거주하며 한족이 91.3%를 차지함
- 36개의 소수 민족은 만주족, 조선족, 후이족, 시버족, 몽골족, 좡족, 먀오족 등임

특징

- 셴양 시는 중국 랴오닝 성의 성도이고 동북3성에서 제일 큰 도시로서 경제, 문화, 교통, 군사의 중심지임

출처: 중국 국가통계국 재구성

하얼빈



- 위치**
- 중국 헤이룽장성
 - 동북아 중심에 위치해 있음
 - 유라시아 대륙과 연결하는 지리적 중추 역할을 함

GDP • 5,751(억 위안)/ '15년

- 기후**
- 여름엔 대체로 온화한 편이나 겨울에는 시베리아 대륙에서 불어오는 찬바람의 영향을 받아 대체로 매우 추움
 - 1월 평균최저기온은 -23.9°C 평균최고기온은 -12.3°C, 7월 평균최저기온은 18.3°C 평균최고기온은 28°C, 연평균 강수량 524.3mm임

- 민족**
- 인구의 대부분이 한족
 - 만주족이 하얼빈 소수 민족 인구의 77.1%를 점유하며, 그 다음으로는 조선족이 9.1%, 후이족이 5.8%를 차지함. 이외에도 몽골족, 다우르족, 러시아족, 위구르족도 거주함

- 특징**
- 하얼빈은 부성급 도시이자 중국 헤이룽장성의 성도임
 - 중국에서 10번째로 큰 도시로 동베이 지방의 정치, 경제, 과학, 문화, 통신의 중심지임

출처: 중국 국가통계국 재구성

제2장



조사 결과

- I. 국내 쌀 현황
- II. 중국 쌀 현황
- III. 중국 내 유통 및 판매 현황
- IV. 소비자 및 전문가 조사
- V. 수입 제도
- VI. 중국 내 유기농쌀 현황





I. 국내 쌀 현황

1. 생산현황

(1) 쌀 생산량 및 재배현황

- 한국의 쌀 생산량은 '15년 433만 톤, 재배면적은 79만ha임
- 쌀 재배면적은 매년 감소하고 있으나 단위생산량이 증가하고 있어 전체 생산량은 해마다 상승하는 추세를 보임



출처 : 통계청(kostat.go.kr)

(2) 쌀 도정 및 출하

- 한국에서 생산되는 쌀은 RPC(rice processing complex, 미곡종합처리장)에서 선별, 계량, 품질검사, 건조, 저장 및 도정을 거친 후 제품출하와 판매, 부산물 처리에 이르기까지 전 과정을 담당함
- RPC는 농가의 노동력 부족을 해소하고 관리비용을 절감하며 미곡의 품질향상 및 유통구조를 개선하기 위한 시설임
- 국내에는 다수의 RPC가 존재하며, 그 중 對중국 쌀 수출이 가능한 RPC는 총 6개소임

對중국 쌀 수출 RPC	
(군산)유한회사 제희	(서천)서천군농협쌀조합공동사업법인
(이천)남부농협쌀조합공동사업법인	(해남)옥천농협오케이라이스센터
(청주)광복영농조합법인	(철원) 동송농협

(3) 對중국 수출 품종

- 현재 우리나라에는 100여개 품종의 쌀이 유통되고 있음
- 농촌진흥청에서는 쌀 품종 중 18가지를 고품질 품종으로 선정하였으며, 그 중 추청, 오대, 신동진, 삼광, 히토메보레, 진수미가 중국으로 수출되고 있음

추청	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입은 녹색으로 길이는 보통이나 너비가 약간 좁고 초형은 보통임 • 줄기는 약긴 가늘고 강도와 분얼개도는 보통이며, 포기당 이삭수가 많은 편임 • 이삭추출이 양호하며 착립밀도는 보통이고 벼알은 약간 긴 까락이 드물게 붙어 있어 잘 떨어지지 않고 속색이 좋음
	외관/맛	<ul style="list-style-type: none"> • 입형은 단원형이며 백미의 투명도가 높고 심복백이 없어 외관이 우수하며 호화온도 및 아밀로스함량이 낮아 밥에 윤기 및 찰기가 있으며 밥맛이 좋음
	수출 RPC	<ul style="list-style-type: none"> • (이천)남부농협쌀조합공동사업법인
오대	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 잎은 농녹색으로 잎 길이와 폭이 보통 정도의 반직립 초형임 • 줄기는 단단하고 강건하며 도복에 강함 • 벼 알의 착립밀도는 보통으로 탈립이 잘 안되고 까락이 없으며 영과 부선은 황백색으로 속색이 좋음
	외관/맛	<ul style="list-style-type: none"> • 쌀알은 둥글면서 심복백이 거의 없이 맑음 • 호화온도는 낮으며 밥맛이 좋음
	수출 RPC	<ul style="list-style-type: none"> • (철원)동송농협
신동진	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 잎은 농녹색으로 동진벼보다 진하고 너비는 다소 넓으며 직립성임 • 이삭의 착립밀도가 보통이고 탈립은 잘 안되며 추출은 양호하고 까락은 드물게 있으며 부선과 영색은 황백색으로 속색이 양호함
	외관/맛	<ul style="list-style-type: none"> • 아밀로스함량, 알카리붕괴도, 단백질함량은 동진벼와 비슷하나, Mg/K당량비는 다소 낮음
	수출 RPC	<ul style="list-style-type: none"> • (서천)서천군농협쌀조합공동사업법인 • (군산)유한회사 제희

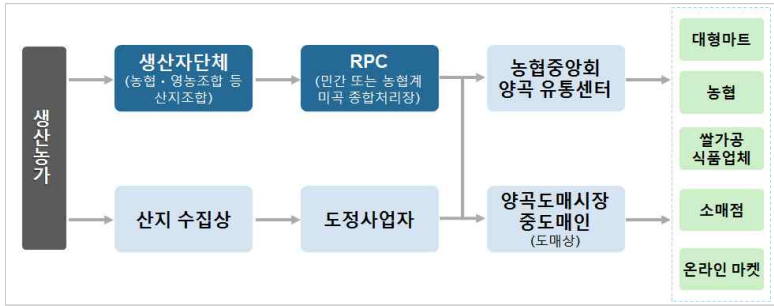


삼광	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 앞은 담녹색으로 일품벼보다 열으며 길이와 너비는 보통이고 반직립성으로 초형이 양호함 • 줄기의 굵기와 강도는 일품벼와 비슷하고 분얼개도는 보통임 • 이삭의 착립밀도는 조밀한 편이며 추출이 양호함 • 벼알은 까락이 없고 탈립이 잘 안되는 편이며 부선 및 영색은 황색으로 속색이 양호함
	외관/맛	<ul style="list-style-type: none"> • 알카리 붕괴도와 아밀로스 함량은 일품벼와 비슷하나 단백질 함량이 낮음 • 추청벼보다 밥맛이 양호함 • 도정율과 백미완전미율은 일품벼보다 높음
	수출 RPC	<ul style="list-style-type: none"> • (서천)서천군농협쌀공동사업법인
히토메 보레	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 표준품종인 화성벼와 비교했을 때 수량은 약간 낮고 내병성 및 내재해성은 비슷하나 품질이 우수한 고품질 품종임
	외관/맛	<ul style="list-style-type: none"> • 심복백이 없어 외관상 우수한 품질임 • 표준품종인 화성벼 대비 단백질함량이 높고 식미가 우수한 특징을 지님
	수출 RPC	<ul style="list-style-type: none"> • (해남)옥천농협오케이라이스센터
진수미	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 앞은 녹색이며 앞의 길이와 남평벼와 비슷함 • 줄기는 남평벼와 비슷한 굵기이며 강도는 중강 정도이고 분얼개도는 보통임 • 이삭의 착립밀도는 약간 조밀한 편이며, 까락은 없으며 탈립이 약간되는 편이고 부선과 영색은 황백색임
	외관/맛	<ul style="list-style-type: none"> • 입형은 현미장폭비가 단원형이며 맑고 투명함
	수출 RPC	<ul style="list-style-type: none"> • (청주)광복영농조합법인

출처 : 농촌진흥청(www.rda.go.kr)

2. 유통현황

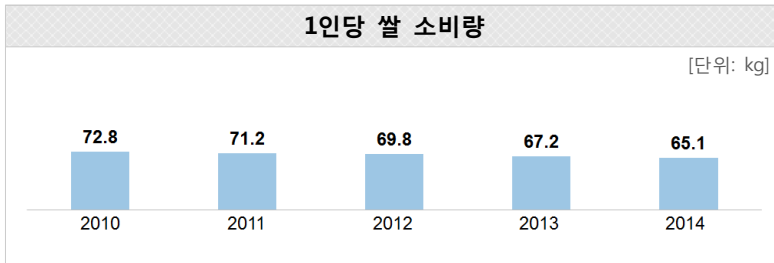
- 1990년대부터 산지농협을 중심으로 RPC(미곡종합처리장)가 설립, 운영되기 시작했고, 농협의 판매조직도 계속 확충됨
- 산지 유통단계에서 농협 RPC가 늘어나면서 생산자단체의 유통 비중이 증가하는 반면 과거 산지 미곡 유통의 주류를 이루었던 산지수집상, 도정공장, 5일 시장을 통한 유통은 쇠퇴하는 추세임



출처 : 대한민국 유통지도

3. 소비현황

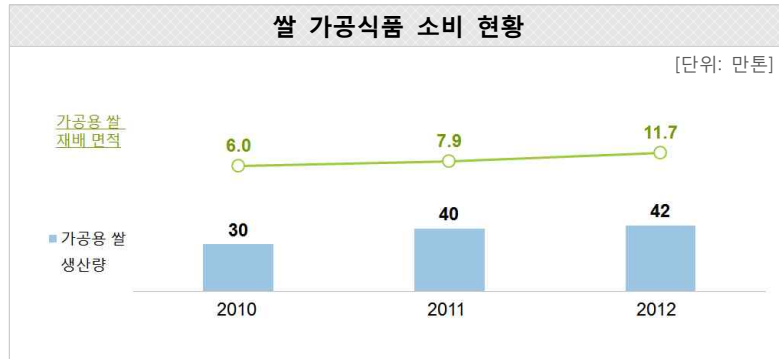
- 1인당 쌀 소비량은 지속적으로 감소하는 추세이며, '14년 1인당 65.1kg을 소비함



출처: 통계청(kostat.go.kr)



- 가공용 쌀 소비량은 2010년 30만 톤에서 2012년 42톤으로 증가함
- 연간 1인당 쌀 가공제품 소비량 역시 증가하는 추세임
- 가공용 쌀의 소비량 증가는 1인 가구증가, 식생활의 편의성을 추구하는 사회적 분위기 등이 영향을 준 것으로 보임

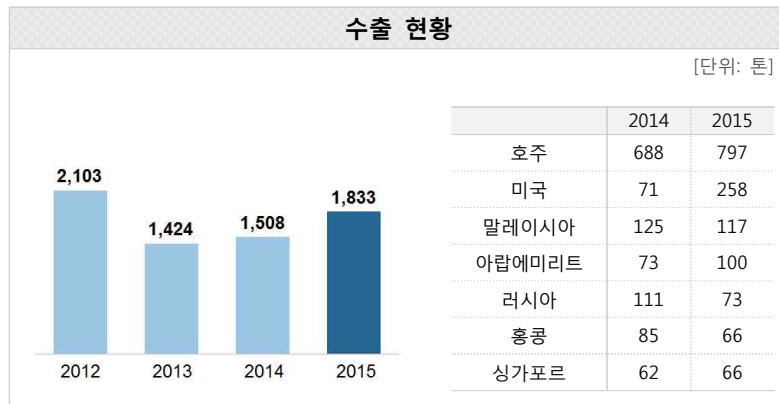


출처 : 쌀가공식품협회(www.krfa.or.kr)

4. 수출현황

(1) 주요국 수출현황

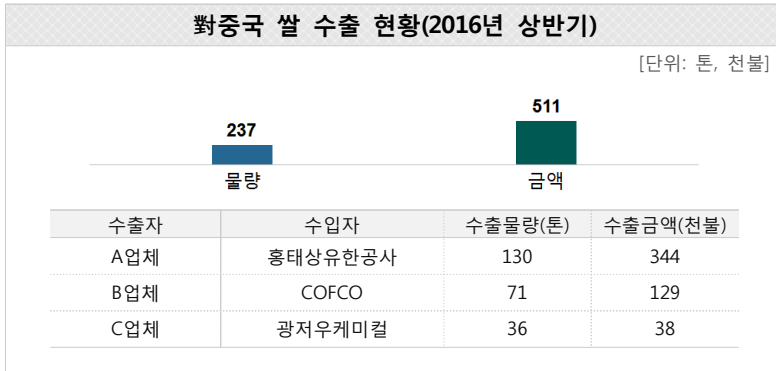
- 2015년 쌀 수출량은 1,833 톤으로, 2013년 급감 후 차츰 회복세를 보이고 있음
- 호주, 미국, 말레이시아 등에 수출하고 있으며, 호주 수출액이 전체의 40%이상을 차지함



출처 : KATI
HS CODE : 100630 정미

(2) 對중국 수출 현황

- 한·중 검역협상타결 후 2016년 1월에 처음으로 선적을 시작하였고, 2016년 상반기까지 수출물량은 약 237톤임
- 한국쌀은 중국 국영기업인 COFCO, 일반 사기업인 심천 흥태상, 광저우 캐미칼 등을 통해 중국으로 수출됨



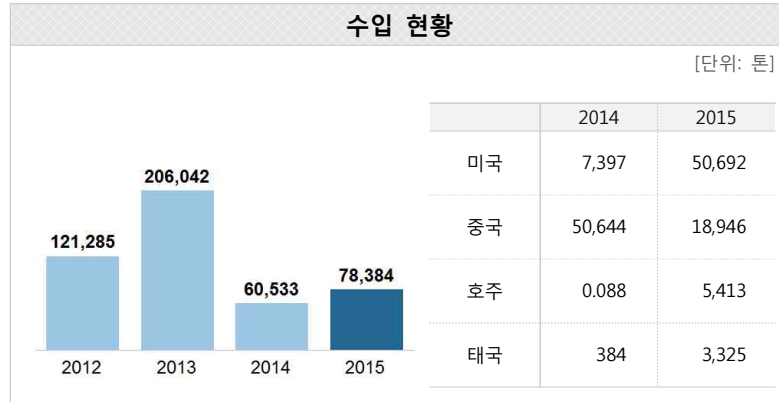
(3) 對중국 수출 애로사항

- 수출업체(RPC)
 - 1) 선적 이후의 판매 관련 정보 부재
 - RPC는 무역회사를 통해 한국쌀을 중국으로 선적한 후, 현지에서의 판매채널, 판매가격, 프로모션 등 모든 활동에 대한 정보를 알 수가 없음
 - 2) 쌀 쿼터 보유 수입업체의 절대적인 파워
 - 수입쌀 쿼터 보유 기업의 수가 한정되어 있고, 쿼터 할당이 비공개로 진행되기 때문에 수입업체 컨택이 어려움
 - 쿼터 보유 업체와 거래 관계를 형성하더라도 판매채널, 판매가격에 대한 의사결정권이 없음
- 중국 현지 유통 및 판매업체
 - 1) 진공포장 풀림 현상
 - 2016년 상반기 진공포장한 쌀을 수출하였으나, 현지에서 판매할 때 진공포장이 풀리는 현상이 다수 발생하였음
 - 고온, 다습한 기후 환경에서 진공포장이 풀리면 곰팡이, 벌레 등이 발생될 수 있으며, 진공포장이 풀렸을 경우 생산업체로 반품 처리를 해야 하는 번거로움이 있음
 - 2) 판매채널과 타깃 불일치
 - 상하이 지역에서는 롯데마트를 통해 한국쌀이 판매되었는데, 마트 주변 거주자들의 소득이 높지 않아서 판매가 어려웠음
- 국내 연구기관
 - 중국 소비자들은 향기가 있는 쌀을 선호하는데 한국쌀은 향이 없음
 - 향미의 개발을 추진하고 있으나, 향후 10년 이상의 긴 시간이 필요할 것으로 예상됨
 - 향미에 익숙한 중국 소비자에게 어필하기 위한 한국쌀의 포인트를 발굴하는 것이 중요함



5. 수입현황

- 2013년 이후 쌀 수입량이 감소하였으며 2015년 7만 8,384톤을 수입함
- 미국에서 60% 이상을 수입함
- 한국은 2014년 이후 쌀 관세화(쌀 수입을 개방하는 대신 관세를 높게 책정하여 자국의 쌀을 보호하는 제도) 유예 조치가 종료되어 미국, 중국, 호주, 태국 4개국에 배분된 국가별쿼터가 사라지고, 가격경쟁력이 높은 국가의 수입 물량이 증가하게 됨



출처 : KATI
HS CODE : 100630 정미

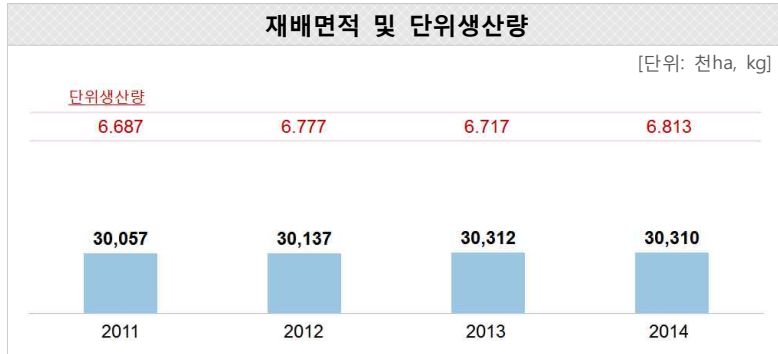
6. 주요 수입국 쌀 특징

국가	품종	특징
 미국	자포니카	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 내 자포니카 쌀의 최대 생산지는 캘리포니아주로 미국 전체 생산량의 25%, 중단립종의 60%를 생산함 • 일본, 한국, 대만 등의 국가들은 세계무역기구의 협정에 따라 주로 캘리포니아쌀을 수입하고 있음 • 캘리포니아산 중단립종은 필라프, 초밥, 공기밥 등 아시아 요리로 활용됨
 중국	자포니카	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 자포니카 쌀은 동북3성 지역에서 주로 재배되며 특히 헤이룽장 성의 자포니카는 판매가격이 높아 수익성이 가장 좋음 • 중국 농촌 인구의 북부 도시지역 이동 증가, 남북간의 이동 증가 등 지역간의 교류가 활발해지면서 자포니카의 수요가 증가함 • 헤이룽장 성 우창 지역(五常市)의 도화향미(稻花香米)가 중단립종 중 가장 인지도가 높음
 호주	자포니카	<ul style="list-style-type: none"> • 호주 내 주요 산지는 뉴사우스웨일주, 빅토리아주, 퀸즐랜드주로 뉴사우스웨일주가 호주 전체 생산량의 72%를 차지함 • 특히 뉴사우스웨일주 지역은 온난하고 일조량이 높아 병충해가 거의 없어 쌀을 생산하는 데에 적합함 • 중단립종이 90%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 장립종은 10% 정도를 차지함
 태국	인디카	<ul style="list-style-type: none"> • 태국 쌀 주요 재배 지역은 아유티아주, 수판부리주, 앙통주, 싱부리주 등임 • 태국의 기온이 겨울에도 최저 15도 이상으로 쌀 재배에 적합한 기온을 유지하여 1년 내내 쌀을 재배할 수 있음 • 대부분 인디카(Indica) 쌀과 소량의 프리미엄 자스민 쌀(Jasmine rice: 香米)을 수출함

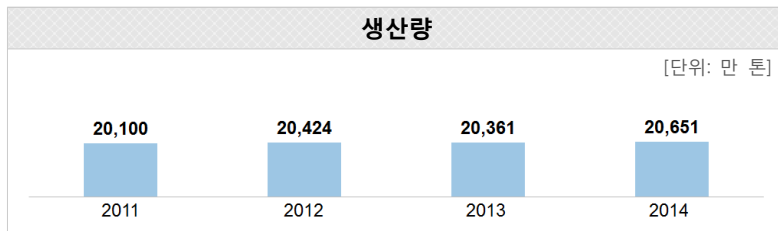
II. 중국 쌀 현황

1. 재배면적 및 생산량

- 2014년 쌀 재배면적은 3,03만ha, 생산량은 2억651만 톤임
- 재배면적에 큰 변화가 없었음에도 단위생산량이 늘어 전체 수확량도 증가하는 추세임



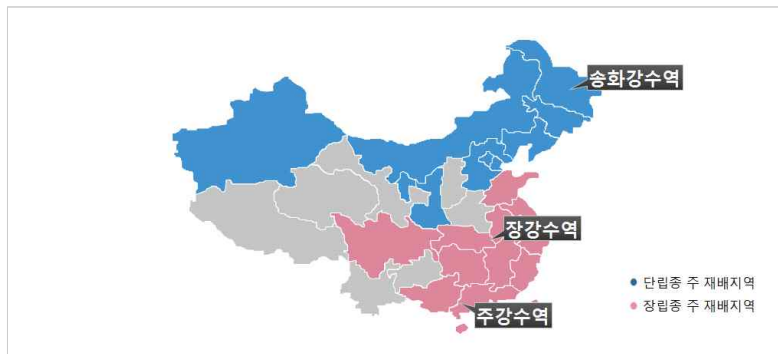
출처 : 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)



출처 : 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

2. 주요 재배 지역

- 중국에서 생산되는 쌀은 크게 장립종과 단립종으로 구분됨
- 장립종은 장강, 주강지역에서 재배되며, 한국쌀과 같은 종류인 단립종은 동북지역 및 일부 서부 지역에서 생산되고 있음





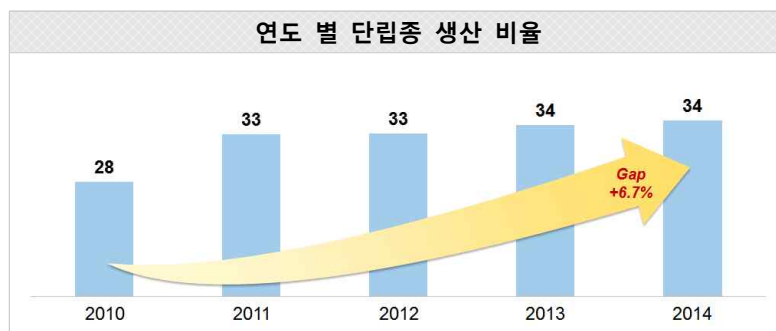
3. 단립종 생산량 및 생산지역

- 단립종 생산량은 '14년 6만9천 톤으로, 전년 대비 천 톤 이상 증가함
- 단립종 생산량의 50% 이상이 헤이룽장성, 지린성, 랴오닝성의 동북지역에서 생산되며 그 중에서도 헤이룽장성의 수확량이 가장 많음



출처 : 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

- 2000년 중국의 단립종 생산비중은 전체의 27.6%였으나, 2014년에는 34.3%로 약 6.7% 상승하였음
- 중국의 단립종 생산량은 해마다 증가하고 있으며, 이런 추세는 향후에도 지속될 것으로 전망됨
- 중국 정부에서의 고품질 쌀 재배에 대한 장려와 소득수준이 높아진 중국 소비자들의 프리미엄 쌀에 대한 수요가 많아지고 있다는 것은 단립종에 대한 시장이 증가하고 있다는 것을 의미함
 - 단립종 주 소비지역이 동북3성에서 타 지역으로 확대되고 있음
 - 전통적으로 장립종 쌀을 소비하던 상하이, 장쑤, 저장 등의 지역에서 단립종 소비량이 늘어나고 있으며, 이런 현상은 향후에도 더 확대될 전망이다



출처 : 중국 식량왕(www.cereal.com.cn), 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

4. 단립종 대표 품종 및 특징

- 중국에서 단립종은 헤이룽장성, 라오닝성, 지린성의 동북3성에서 주로 재배되며 품종에 대한 연구개발도 이 3개성의 농업연구기관에서 집중적으로 이루어지고 있음
- 종자 및 품종은 뽕품종을 중심으로 생산량 증가, 병충해 예방능력 강화 등의 방향으로 진행되고 있음
- 현재 동북 3성 지역에서는 다음과 같은 대표 품종이 재배되고 있음

No.	품종명	개발기관	특징				
			백미 천립중(g)	완전미율	장폭비(%)	단백질 함량(%)	아밀로스 함량(%)
1	동농421호 (东农421)	동북 농업대학교	26.8	69.5	1.6	8.01	17.6
2	동농422호 (东农422)	동북 농업대학교	26~28	69.5	1.76	8.03	16.78
3	동농423호 (东农423)	동북 농업대학교	26~28	73.1	1.9	7.26	15.57
4	룽뉘2호 (龙糯2号)	헤이룽장성 농업과학원	27.5	68.1	1.8	7.93	0
5	컨다오9호 (垦稻9号)	헤이룽장성 NongKen 과학연구소 개발	26~28	71.7	1.7	7.93	18.31
6	컨다오 10호 (垦稻10号)	헤이룽장성 NongKen 과학연구소 개발	26~28	70.5	2	7.61	18.25
6	컨다오 10호 (垦稻10号)	헤이룽장성 NongKen 과학연구소 개발	26~28	70.5	2	7.61	18.25
7	수이성 10호 (绥稷10号)	헤이룽장성 NongKen 과학연구소 개발	25.8	68.1~71.1	1.7	7.61	16.2
8	룽둔 102호 (龙盾 102号)	헤이룽장성 농업과학원	27.3	72.6	1.8	8.16	17.5
9	룽둔 103호 (龙盾 103号)	헤이룽장성 농업과학원	27.3	70.6	1.8	8.74	17.2
10	우유도 4호 (五优稻 4号)	헤이룽장성 농업과학원, cofco	26.8	67.1~67.9	2.7	7.3	17.6

*천립중: 쌀의 무게를 나타내는 방법으로 완숙한 쌀알 1,000립의 무게를 의미함

*완전미율: 모양이 부서지거나 손상되지 않고 전체가 고른 쌀의 비율

*장폭비: 쌀의 가로, 세로 길이의 비율

*단백질 함량: 쌀의 6~8%를 차지하는 성분으로 주로 씨눈, 겨층, 호분층 등 바깥층에 분포

*아밀로스 함량: 쌀의 '찰기'에 영향을 주는 성분



5. 쌀 산업 정책

- 중국은 식량안보 측면에서 쌀을 안정적으로 생산하고 공급할 수 있는 정책을 추진하고 있음
- 과거 중국 정부는 식량난을 해소하기 위해 쌀 생산량만을 중요시하였으나, 생활수준이 향상되고 쌀에 대한 인식이 변화되면서 점차 '생산량'에서 '품질중심'의 정책으로 전환되고 있음
- 이러한 정책의 영향으로, 전체 쌀 시장 내에서 '맛'이 우수한 동북지역 단립종 생산량이 증가하는 추세를 보이고 있음

쌀 관련 정부 정책

① 조생종 장립종 수매보호가격 해제

- 2000년부터 중국 정부는 조생종 장립종의 수매가격보호정책을 철회함
- 이는 저품질의 조생종 장립종의 생산량을 감소시켜서 농가가 점차적으로 고품질 쌀을 생산하도록 독려하기 위한 정책임

② 등급별 수매가격 차등

- 고품질 쌀 재배를 장려하기 위해, 쌀 등급을 책정하여 각 등급 별로 수매가격을 차등하여 적용함
- 평균적으로 등급간의 쌀 수매가격은 5~10% 차이를 보임
- 따라서 농가에서는 생산량 보다는 쌀 품질에 중점을 두고, 적극적으로 고품질 쌀을 재배하기 위해 노력함

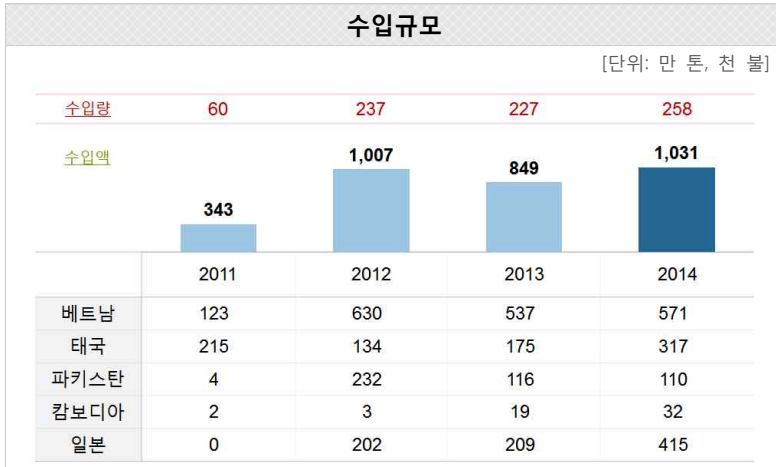
③ 쌀 판매지역 개방, 생산지역 보호

- 저장성, 상하이, 푸젠성, 광둥성, 하이난성, 장쑤성, 베이징, 텐진 8개성/도시에서는 타 지역에서 생산된 쌀을 해당 지역에서 자유롭게 판매할 수 있도록 하였음
- 쌀 생산지역에 대해서는, 각 지방정부 및 기업에서 수거하도록 하며 수거비용에 대한 보조금 지원을 실시함
- 고품질 쌀 주 생산지역에 대해서는 인프라 시설 투자, 농업과학기술 확산 및 생산과 유통환경 개선을 위한 정책들을 지속적으로 발표하고 있음
- 이러한 정책으로 인해, 남쪽 지역의 장립종의 생산량이 감소하는 반면, 동북지역의 단립종은 증가추세를 보임

출처: 중화양망(www.cngrain.com)

6. 수입현황

- 중국의 쌀 수입량은 2014년 258만 톤으로 2011년 이후부터 지속적으로 증가하고 있음
- 중국의 쌀 주요 수입국은 베트남, 태국, 파키스탄 등임
 - 전문가 인터뷰에 따르면 쌀 전체 수입량은 베트남이 가장 많으나, 가공용 쌀을 제외한 일반 소비자 판매용으로는 태국쌀이 베트남쌀보다 더 높은 비중을 차지함



출처 : 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

7. 주요 수입국 쌀 특징

- 한국에서는 충청, 오대, 신동진 등 6개 품종의 쌀이 수출되고 있으며 동북지역 쌀과 유사함

국가/품종	특징
베트남/태국쌀	- 대표적인 장립종이며 중국 장강이남 지역에서 재배되는 장립종과 유사한 품종임 - 중국으로 수입된 기간은 약 10년이며 수입쌀 중 가장 인지도가 높음
파키스탄	- '바스마티' 품종이 가장 유명하며 냄새가 좋을 뿐 아니라 밥을 지으면 길게 부풀어 오르는 특징이 있음
캄보디아	- 캄보디아의 향미는 고급 쌀이라 인식되고 있음 - 2015년 캄보디아의 對중국 쌀 수출 쿼터는 10만 톤으로 캄보디아쌀의 우수한 품질과 양국 간 우호적인 관계로 캄보디아쌀 수입이 증가하는 추세임
일본	- 단립종이며 식감이 좋고 스시용으로 주로 사용됨 - 프리미엄 쌀로 인식됨
대만쌀	- 단립종이며 수입량이 적어 시장 내에서 특별한 이미지를 형성하지 못함
한국쌀	- 동북지역 쌀과 유사한 품종이며 진출 초기로 인지도가 낮음

출처 : Shop visit



중국내 수입쌀 성공 사례(태국)

[태국쌀 수입량]

(단위: 톤)

2014	2015
316,917,315	390,599,440

- ⇒ 2015년 태국쌀 수입액은 3억9천만톤이며 전년대비 23% 증가하였음
- ⇒ 태국쌀은 중국 곡물수입량 중 2위를 차지함

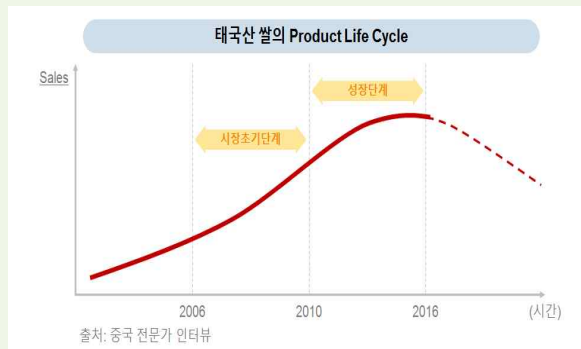
마케팅 전략 방향

① 시장초기 단계

- 태국의 'Tongguralonghai' 지역에서 생산되는 고품질의 Original 품종이라는 점을 집중적으로 홍보함
- 과거 중국쌀은 대부분 비포장 상태인 자율포장형식으로 판매되었으나, 태국쌀은 소용량 진공포장방식으로 중국쌀과 포장면에서 차별화해 소비자 눈길을 끌었음
- 태국쌀은 '자스민 향'이 가미되어 있어, 맛 뿐만 아니라 향기롭다는 점을 강조하였음

② 성장 단계

- 태국쌀은 레스토랑에서만 먹을 수 있는 음식이 아니라 집에서도 간단하게 요리할 수 있는 '쌀'이라는 점을 강조하였음
- 태국쌀의 레시피를 전파하여 가정 내 소비를 확대함



홍보, 프로모션 활동

- 태국쌀은 TV광고를 지속적으로 하고 있으며 과거에는 '원산지'를 알리기 위한 내용이 주를 이루었다면, 최근에는 '진정한', 'Original' 태국쌀을 골라야 한다는 메시지를 강조하고 있음



8. 수출현황

- 2014년 중국의 쌀 수출액은 174백만불이며, 한국 수출이 전체의 30% 이상으로 가장 높음



출처 : 중국 국가통계국(www.data.stats.gov.cn)

9. 수급현황

- 2015년 중국의 조곡 공급량은 200만톤 증가한 반면 수요량은 285만톤 감소한 양상임
- 특히 사료용, 공업용 조곡 수요량이 감소한 것으로 나타남

조곡 수급현황

[단위: 만톤, 조곡기준]

연도	공급			수요						수출량	계	재고
	생산량	수입량	계	소비량				소계				
				식용	사료용	공업용	기타					
2014	20,500	450	20,950	16,200	1,655	1,310	430	19,595	50	19,645	1,305	
2015	20,625	525	21,150	16,375	1,285	1,075	575	19,310	25	19,335	1,815	

출처 : 중화양망(www.cngrain.com)



- 곡종별로는 중만생종 인디카의 공급 및 수요가 1억톤 이상으로 가장 높음
- 그 다음으로 자포니카, 조생종 인디카의 순으로 높게 나타남

곡종별 수급현황(2015년 기준)

[단위: 만톤, 조곡기준]

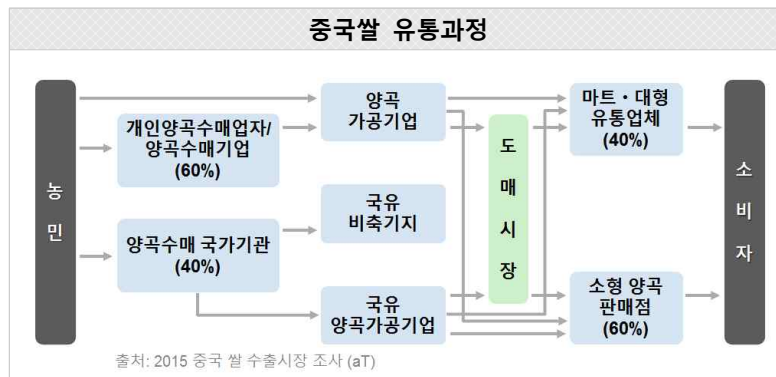
곡종	공급			수요							기말재고
	생산량	수입량	계	소비량				수출량	계		
				식용	사료용	공업용	기타				
조생종 인디카	3,075	425	3,500	1,875	675	500	160	3,210	0	3,210	290
중만생종 인디카	10,600	100	10,700	8,900	590	400	285	10,175	0	10,175	525
자포니카	6,950	-	6,950	5,600	20	175	130	5,925	25	5,950	1,000
합계	20,625	525	21,150	16,375	1,285	1,075	575	19,310	25	19,335	1,815

출처 : 중화양망(www.cngrain.com)

Ⅲ. 중국 내 유통 및 판매 현황

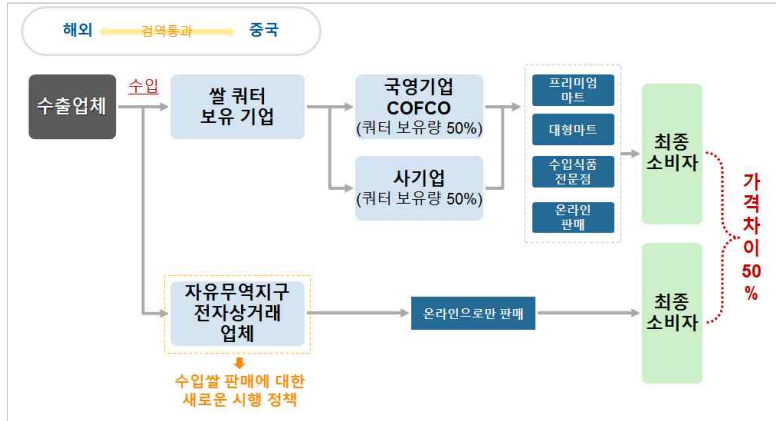
1. 쌀 유통 프로세스

- 생산된 쌀의 60%는 일반 기업에서 수매를 한 후 다시 양곡가공업에 공급함
- 양곡가공업은 도정과 포장을 거친 후, 도매시장 혹은 대형마트 등 각 유통매장에서 판매됨
- 정부는 전체 쌀의 약 40%를 수매하여 비축하거나 국유 양곡가공업에서 도정, 포장을 거쳐 일반 소비자에게 판매함
- 비축용 쌀은 농가보호 및 자국 식량 수급 조절, 단경기 물량 공급 조절 등 목적으로 사용됨



2. 수입쌀 유통 프로세스

- 중국에서 수입쌀을 유통할 수 있는 경로는 크게 2가지임
 - 하나는 쌀 쿼터 보유기업을 통한 방식이며, 다른 하나는 새롭게 실행되는 자유무역지구에서의 전자상거래 방식임

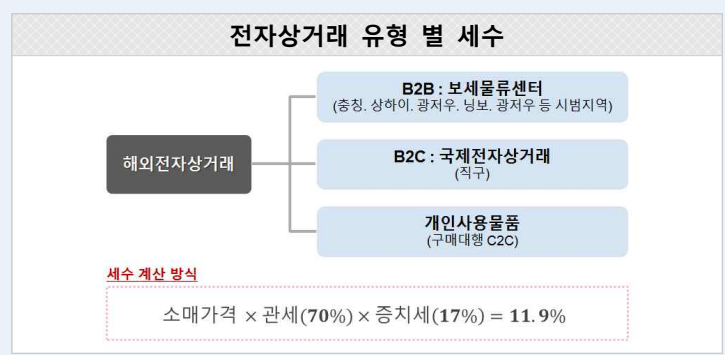


- 쌀 쿼터 보유기업
 - 쌀 시장개방에 대한 협의 후, 검역을 진행하며 양국의 식품안전, 품질관리 등 조건에 부합하는 RPC를 선정하고 해당 RPC에서 출하되는 쌀만 수입할 수 있도록 함
 - 수입쌀 쿼터를 보유한 기업은 안전성 인허가를 받은 RPC에서 생산된 쌀을 수입한 후 제품/원산지, 품질 등에 따라 대형마트, 프리미엄 마트 등에서 판매하며, 이 수입쌀은 주로 오프라인 매장을 중심으로 유통됨
- 자유무역지구 전자상거래
 - 2013년 중국 상무부는 해외전자상거래에 관한 정책을 발표함
 - 이 정책에 따르면 해외 제품은 항공, 해운을 통해 보세무역지구내에 도착한 후, 보세무역지구 내 물류창고에 보관함
 - 이 제품들은 전자상거래를 통해 온라인에서 판매가 가능함
 - 해외전자상거래 정책은 현재까지 수입가능, 불가능 품목을 명확하게 구분하지 않았으며 해마다 관련 정책이 조금씩 수정, 보완되고 있는 상황임
 - 현재 수입쌀 쿼터를 보유하지 않은 일부 전자상거래 업체들이 일본에서 쌀을 직수입하여 온라인으로 판매하고 있음



해외전자상거래 관련 정책

- 중국 재정부는 2016년 4월 해외전자상거래의 행우세(개인 수화물과 우편배송 물품에 대해 중국 해관이 징수하는 관세)를 포함한 세수 정책 조정안을 발효함
- 이 조정안은 행우세를 폐지하고 일정한 비율을 기준으로 관세, 증치세(부가가치세) 및 소비세를 부과한다는 내용임
- 수입쌀에 적용하였을 때, 해외전자상거래로 수입되는 쌀은 11.9%의 세금을 부과하게 됨



출처 : 중국 국가 재정부(www.mof.gov.cn)

3. 수입쌀 판매 현황

□ 판매채널

- 수입쌀은 Ole, City Super 등 프리미엄 마트에서 주로 판매되고 있으며 대형마트 등 대중적인 채널에서의 판매비율은 다소 낮음

[수입쌀 판매 채널]

유형	대표 브랜드	특징	수입쌀 판매 비중*
프리미엄 마트	Ole, City Super, BHG Market Place, Charter Collection 등	<ul style="list-style-type: none"> • 고급백화점 지하에 입점하여 있으며 수입상품 위주로 판매함 • 주 고객층은 소득수준이 상위 5~10%의 30~40대, 자녀가 있는 가족단위 소비자임 	40%
대형마트	까르푸, 월마트, RT마트 등	<ul style="list-style-type: none"> • 가장 대중적인 구입채널이며 중산층 소비자들이 주로 이용함 	20%
연쇄마트	Lianhua마트 등	<ul style="list-style-type: none"> • 아파트 단지 등 주거 밀집지역에 소규모로 운영되고 있는 마트 	10% 미만

*수입쌀 판매비중은 각 매장에서 중국산과 수입쌀 브랜드의 비중으로 산출함

□ 프리미엄 마트

- 판매 제품 현황

- 프리미엄 마트에서 중국쌀의 판매가격이 가장 저렴하며 태국산 쌀의 가격 차이가 크지 않으나, 일본산, 한국산과는 약 2배 이상의 차이를 보임

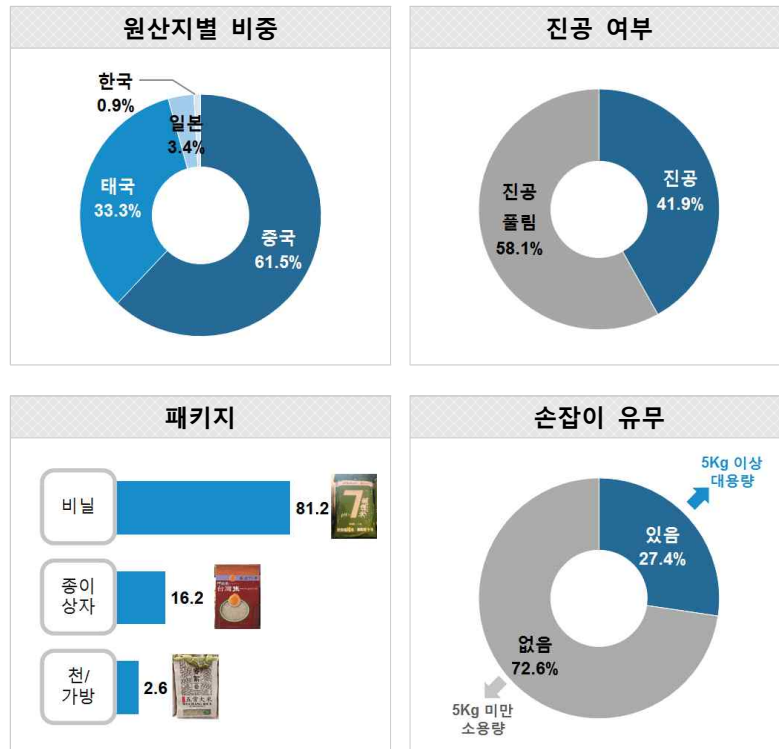
브랜드	원산지	용량	가격	단위가격	
7알카리쌀 (7Alkaline Rice)		중국	1kg	16.8元	16.8元/kg
스지유지 (世华有机)		중국	5kg	99.8元	20.0元/kg
명수_장립종 (梦絮)		중국	5kg	108.8元	22.0元/kg
명수_우창미 (梦絮)		중국	5kg	188.8元	38.0元/kg
고시히까리		일본	2kg	198.0元	99.0元/kg
야마카타		일본	2kg	198.0元	99.0元/kg
푸린먼 (福临门)		한국	2kg	88.0元	44.0元/kg
만타이지 (曼泰吉)		태국	5kg	89.9元	18.0元/kg
푸린먼 (福临门)		태국	5kg	139.8元	28.0元/kg
야호미 (呀好米)		대만	1kg	78.0元	78.0元/kg

출처: Shop Visit (매장: Ole, City Super 등 / 조사 기간: 7~8월)



- 판매 제품 특징

- 프리미엄 마트에서 판매되는 쌀의 원산지는 중국(61.5%), 태국(33.3%), 일본(3.4%), 한국(0.9%)의 순임
- 판매 시 모두 진공상태이나 매장 진열기간이 길어짐에 따라 진공포장이 풀리는 현상이 다수 발생함
- 전체 제품 중 진공포장이 풀린 비율은 58.1%임
- '일반 비닐' 패키지가 81.2%로 가장 큰 비중을 차지함
- 5kg 미만의 소용량은 대부분 손잡이가 없이 판매되나, 5kg 이상은 손잡이가 부착됨



출처: Shop Visit (매장: Ole, City Super 등/ 조사 기간: 7~8월)

□ 대형마트

- 판매제품 현황

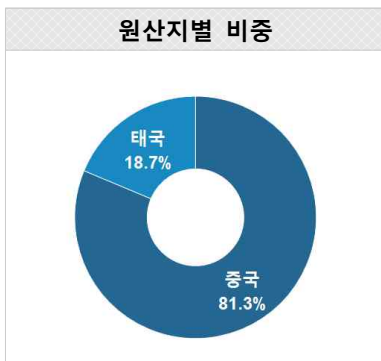
- 대형마트는 주로 중국쌀을 판매하고 있으며 약 8~13위안/kg의 가격대를 형성하고 있음
- 수입산 중에서는 태국쌀만 판매하며 가격은 중국산 보다 비싼 약 18~35위안/Kg로 판매되고 있음
- Tongulalonghai(태국쌀)은 프리미엄 마트에서도 판매되고 있으나, 대형마트 보다 약 4위안 정도 높은 가격으로 책정됨

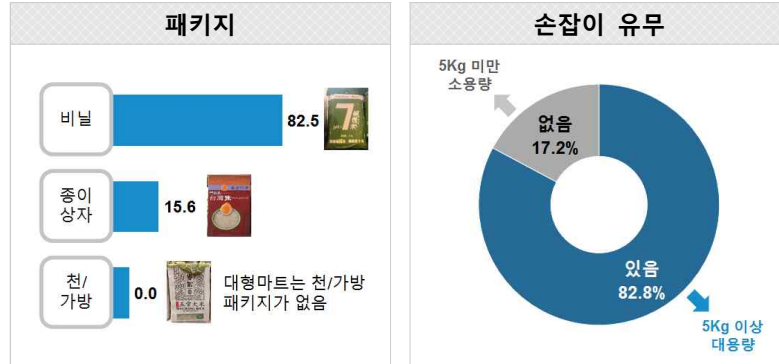
브랜드	원산지	용량	가격	단위가격
푸린먼 (福临门)	중국	5kg	42.9元	8.0元/kg
우평 (五丰)	중국	5kg	61.8元	12.0元/kg
진룡위 (金龙鱼)	중국	5kg	67.4元	13.0元/kg
푸린먼 (福临门)	태국	5kg	88.9元	18.0元/kg
푸린먼 (福临门)	태국	5kg	120.0元	24.0元/kg
메이난허 (湄南河)	태국	2.5kg	88.0元	35.0元/kg

출처: Shop Visit (매장: 까르푸, RT mart 등 / 조사 기간: 7~8월)

- 판매제품 특징

- 대형마트에서 판매되는 쌀 중 중국쌀의 비중이 81.3%로 가장 높으며 그 다음으로 태국쌀은 20%임
- 대형마트도 프리미엄 마트와 마찬가지로 포장판매 쌀은 모두 진공포장을 하나 시간이 지남에 따라 진공포장이 풀리는 현상이 발생함
- 포장패키지 중 진공포장이 풀린 비율은 전체의 75%임
- 프리미엄 마트 대비 5kg 이상 대용량 쌀이 많으며 따라서 이러한 대용량은 대부분 손잡이가 부착되어 있음






출처: Shop Visit (매장: 가르푸, RT mart 등 / 조사 기간: 7~8월)

4. 쌀 프로모션 활동

- 매장 내 쌀 프로모션 활동은 Digital Signage, 시식행사 등이 있음
- Digital Signage에서는 쌀 재배환경, 도정과정 등을 보여줌으로써 '안전한 쌀'이라는 점을 소비자들에게 집중적으로 어필함
- 카레, 비빔밥 등 시식행사를 진행함으로써 쌀을 활용할 수 있는 레시피를 전파함


쌀 프로모션 활동

Digital Signage를 통한 홍보




재배환경, 재배과정 등에 대해 소개함으로써 '안전한 쌀'이라는 점을 부각함

이 카레 시식



시식행사를 통해 쌀의 맛, 품질을 전달할 뿐만 아니라 가정 내에서 활용할 수 있는 레시피 전파

1+1 증정



다른 브랜드, 품종의 소용량 쌀 또는 기타 생필품(식용유)와 함께 증정하는 프로모션

출처: Shop Visit

5. 일본쌀 홍보 마케팅 사례

● 일본

① 진열 방식 차별화

- 유통매장 관계자의 인터뷰에 따르면, 중국 내 일본쌀은 가격이 높은 고급쌀로 인식되며 일본쌀의 주 구입자는 고소득층, 중국 내 거주하는 일본인 등임
- 일본쌀이 프리미엄 이미지로 포지셔닝 되어 제품 진열에도 주의를 기울이는 원산지 중 하나임
- 15℃ 냉장 쇼케이스에 일본쌀을 진열하여 신선도를 최상으로 유지하고 소비자들에게 프리미엄 쌀을 구입한다는 이미지를 심어주기도 함



<수입쌀 냉장 쇼케이스에 진열된 일본쌀>

② 정기적인 시식행사 진행

- 마트에서 분기에 한 번 진행되는 쌀 축제(大米节)에 참여하여 일본쌀로 만든 스시, 주먹밥 등의 시식행사를 진행함

③ 기타 다양한 홍보관측 행사를 추진

- 추가증정, 추첨행사, 전단지 배포, 공관 연계 홍보 및 박람회 개최

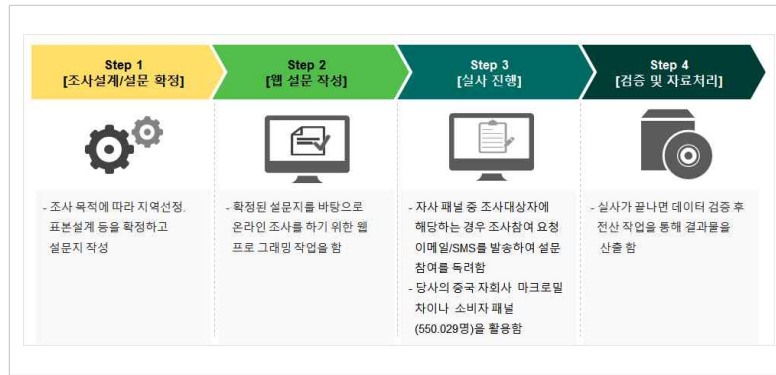


IV. 소비자 및 전문가 조사

1. 소비자 Online Survey

(1) Survey 소개

□ 조사 진행 프로세스



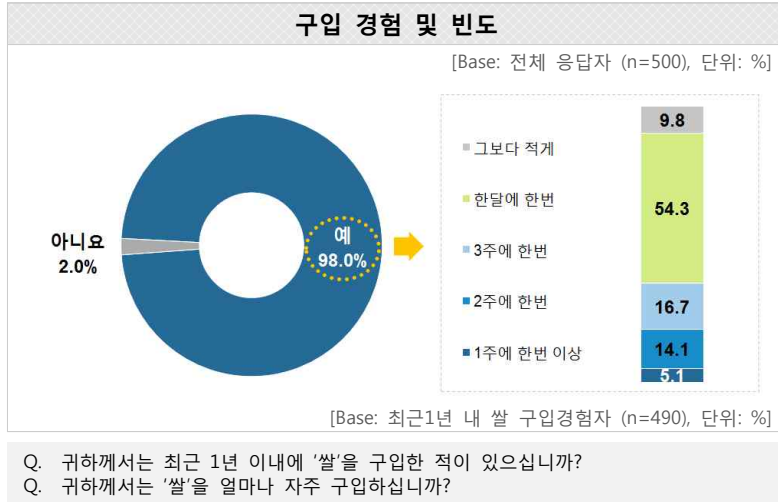
□ 주요조사 내용

쌀 관련 평가	
중국쌀 구입 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 쌀 구입 빈도 • 쌀 구입 장소 • 쌀 구입 용량 • 쌀 구입 브랜드 및 산지 • 쌀 구입 고려사항 • 쌀 패키지의 손잡이 및 지퍼백 필요성
수입쌀 구입 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 수입쌀 구입 경험 • 수입쌀 구입 장소 • 수입쌀 구입 용량 • 수입쌀 구입 원산지
유기농쌀 구입 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농쌀 구입 경험 • 유기농쌀 연상 이미지 • 향후 유기농쌀 구입 의향
한국쌀 컨셉 평가 (한국쌀의 컨셉 제시 후 구입 의향 평가)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국쌀 구입 의향 • 한국쌀 구입 및 비구입 요인
한국쌀 컨조인트 평가 (쌀 속성이 소비자에게 주는 효용 가치 평가)	<ul style="list-style-type: none"> • 선호하는 한국쌀 특징/속성

(2) 소비자 Online Survey 결과

① 쌀 구입 형태

- 거의 모든 사람들이 최근 1년 내 쌀 구입 경험이 있음
- 쌀을 '한달에 한번' 구입한다는 응답률이 54.3%로 가장 높음



[응답자 특성별 구입경험]

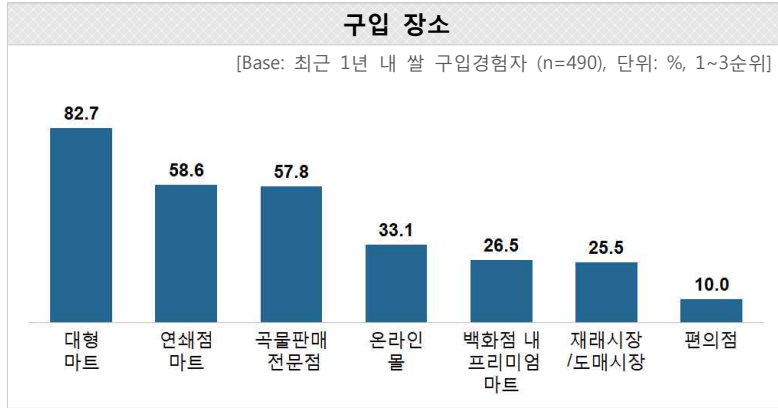
단위: %		(Base)	구입경험 있음
도시	센양	(100)	100.0
	하얼빈	(100)	98.0
	칭다오	(100)	98.0
	상하이	(100)	94.0
	베이징	(100)	100.0
연령	25~29세	(150)	96.0
	30~39세	(350)	98.9
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	99.1
	15,000~19,999위안	(177)	97.2
	20,000위안 이상	(101)	97.0



[응답자 특성별 구입 빈도]

단위: %		(Base)	1주에 한번이상	2주에 한번	3주에 한번	한달에 한번	그보다 적게
도시	선양	(100)	8.0	14.0	14.0	52.0	12.0
	하얼빈	(98)	5.1	16.3	12.2	60.2	6.1
	칭다오	(98)	3.1	7.1	21.4	61.2	7.1
	상하이	(94)	2.1	13.8	14.9	54.3	14.9
	베이징	(100)	7.0	19.0	21.0	44.0	9.0
연령	25~29세	(144)	6.9	19.4	19.4	43.8	10.4
	30~39세	(346)	4.3	11.8	15.6	58.7	9.5
월평균 소득	10,000~ 14,999위안	(220)	7.3	12.3	13.2	55.5	11.8
	15,000~ 19,999위안	(172)	2.9	16.9	16.9	53.5	9.9
	20,000위안 이상	(98)	4.1	13.3	24.5	53.1	5.1

- 대부분 '대형마트'(43.5%)에서 쌀을 구입함
 - 그 밖에 '곡물판매 전문점'(19.2%), '연쇄점마트'(15.7%), 등에서 쌀을 구입하며, 특히 상하이에서는 온라인 몰에서 구입한다는 응답률이(13.8%) 상대적으로 높음



Q. 귀하께서는 평소 쌀을 주로 어디에서 구입하십니까?

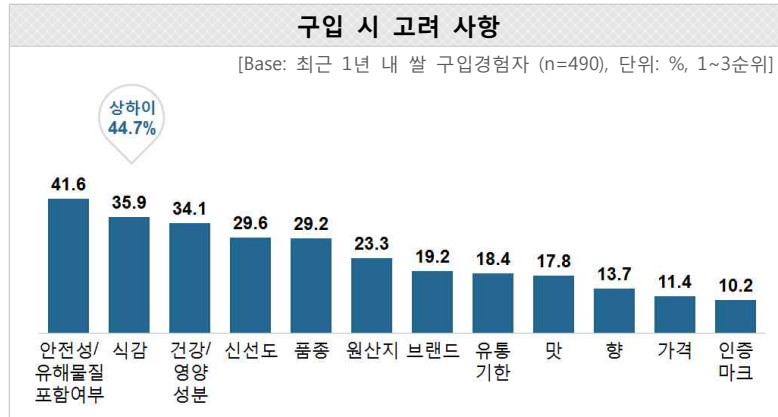
* 연쇄점마트: 아파트 단지 등 주거 밀집지역에 소규모로 운영되고 있는 마트

[응답자 특성별 구입 장소]

1~3순위		(Base)	대형마트	연쇄점마트	곡물판매 전문점	온라인 몰	재래시장 / 도매시장	백화점 내 프리미엄마트	편의점
도시	센양	(100)	80.0	51.0	64.0	33.0	35.0	23.0	10.0
	하얼빈	(98)	78.6	53.1	71.4	23.5	25.5	30.6	14.3
	칭다오	(98)	85.7	58.2	53.1	31.6	31.6	26.5	11.2
	상하이	(94)	83.0	61.7	47.9	48.9	19.1	19.1	5.3
	베이징	(100)	86.0	69.0	52.0	29.0	21.0	28.0	9.0
연령	25~29세	(144)	78.5	52.1	62.5	29.9	27.8	34.0	11.8
	30~39세	(346)	84.4	61.3	55.8	34.4	26.0	22.0	9.2
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	84.1	58.2	59.5	27.3	33.2	20.9	11.8
	15,000~19,999위안	(172)	81.4	58.7	53.5	39.0	23.3	29.1	8.1
	20,000위안 이상	(98)	81.6	59.2	61.2	35.7	17.3	29.6	9.2



- 쌀 구입 시 '안전성/유해물질 포함 여부'(41.6%)를 가장 중요하게 고려함
- 단, 상하이 지역은 '식감'을 가장 중요하게 고려함



Q. 귀하께서는 평소 쌀을 구입할 때 어떤 점들을 중요하게 고려하십니까?

[응답자 특성별 구입 시 고려 사항]

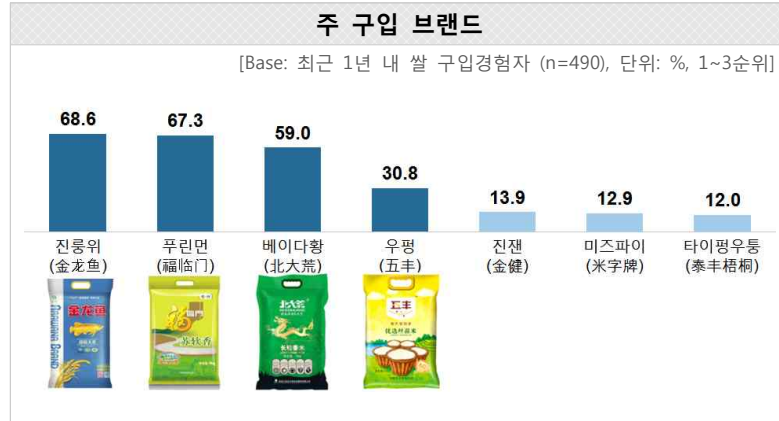
	1~3순위	(Base)	안전성/유해물질 포함 여부	식감	건강/영양성분	신선도	품종
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
도시	선양	(100)	38.0	29.0	37.0	29.0	31.0
	하얼빈	(98)	44.9	28.6	33.7	32.7	32.7
	칭다오	(98)	41.8	35.7	37.8	28.6	31.6
	상하이	(94)	39.4	44.7	28.7	31.9	27.7
	베이징	(100)	44.0	42.0	33.0	26.0	23.0
연령	25~29세	(144)	40.3	34.7	31.9	22.2	25.7
	30~39세	(346)	42.2	36.4	35.0	32.7	30.6
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	40.5	31.4	32.3	26.4	30.0
	15,000~19,999위안	(172)	43.0	37.2	35.5	34.3	26.2
	20,000위안 이상	(98)	41.8	43.9	35.7	28.6	32.7

[응답자 특성별 구입 시 고려 사항 (계속)]

1~3순위		(Base)	원산지	브랜드	유통기한	맛	향	가격	인증마크
도시	센양	(100)	21.0	15.0	17.0	17.0	17.0	13.0	15.0
	하얼빈	(98)	22.4	20.4	18.4	19.4	17.3	10.2	7.1
	칭다오	(98)	23.5	20.4	21.4	16.3	10.2	12.2	8.2
	상하이	(94)	27.7	19.1	11.7	16.0	13.8	10.6	7.4
	베이징	(100)	22.0	21.0	23.0	20.0	10.0	11.0	13.0
연령	25~29세	(144)	20.1	20.1	17.4	20.1	17.4	14.6	12.5
	30~39세	(346)	24.6	18.8	18.8	16.8	12.1	10.1	9.2
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	20.5	17.7	22.7	20.0	17.7	14.5	9.5
	15,000~19,999위안	(172)	22.1	19.2	14.5	18.0	12.8	11.0	10.5
	20,000위안 이상	(98)	31.6	22.4	15.3	12.2	6.1	5.1	11.2



- 주로 구입하는 브랜드는 '진룡위(金龙鱼)'와 '푸린먼(福临门)'으로 구입율이 67% 이상으로 가장 높게 나타남
- 다음은 '베이다황(北大荒)'(59.0%), '우평(华润五丰)'(30.8%) 순으로 구입함

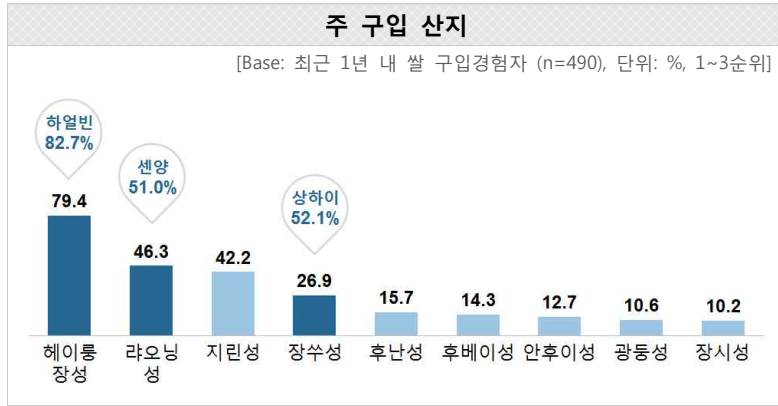


Q. 귀하께서 주로 구입하는 쌀 브랜드는 무엇입니까?

[응답자 특성별 주 구입 브랜드]

	1~3순위	(Base)	진룡위	푸린먼	베이다황	화룬우평	진젠	미즈파이	타이핑우통
			金龙鱼	福临门	北大荒	华润五丰	金健	米字牌	泰丰梧桐
도시	센양	(100)	62.0	60.0	61.0	27.0	13.0	15.0	9.0
	하얼빈	(98)	66.3	62.2	52.0	38.8	12.2	17.3	20.4
	칭다오	(98)	77.6	75.5	67.3	23.5	15.3	6.1	10.2
	상하이	(94)	67.0	67.0	61.7	28.7	10.6	8.5	10.6
	베이징	(100)	70.0	72.0	53.0	36.0	18.0	17.0	10.0
연령	25~29세	(144)	64.6	58.3	55.6	31.3	13.2	18.8	16.7
	30~39세	(346)	70.2	71.1	60.4	30.6	14.2	10.4	10.1
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	69.1	65.5	54.1	32.7	15.0	14.1	10.9
	15,000~19,999위안	(172)	65.7	68.6	66.3	29.7	12.8	12.8	9.3
	20,000위안 이상	(98)	72.4	69.4	57.1	28.6	13.3	10.2	19.4

- 동북 3성(省) ['헤이룽장성'(79.4%), '랴오닝성'(46.3%), '지린 성'(42.2%)]의 쌀을 주로 구입함
 - 중국 소비자들은 지리적으로 인접한 지역의 쌀을 주로 소비하는 경향으로 특히 하얼빈은 '헤이룽장성', 쉐양은 '랴오닝성', 상하이는 '장쑤성' 쌀의 구입률이 상대적으로 높음



Q. 귀하께서 주로 구입하는 쌀의 산지는 어디입니까?

[응답자 특성별 주 구입 산지]

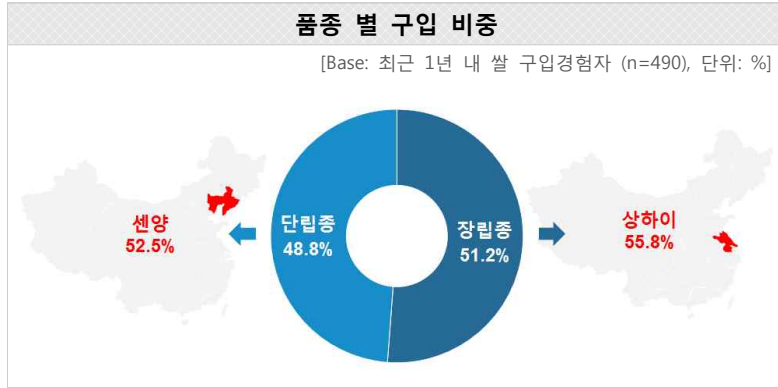
1~3순위		(Base)	헤이룽장성	랴오닝성	지린성	장쑤성
도시	셴양	(100)	75.0	51.0	40.0	19.0
	하얼빈	(98)	82.7	42.9	39.8	28.6
	칭다오	(98)	77.6	50.0	43.9	24.5
	상하이	(94)	78.7	31.9	41.5	52.1
	베이징	(100)	83.0	55.0	46.0	12.0
연령	25~29세	(144)	80.6	40.3	41.0	18.1
	30~39세	(346)	78.9	48.8	42.8	30.6
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	76.8	46.4	39.5	24.5
	15,000~19,999위안	(172)	80.2	46.5	47.7	26.7
	20,000위안 이상	(98)	83.7	45.9	38.8	32.7



[응답자 특성별 주 구입 산지 (계속)]

1~3순위		(Base)	후난성	후베이성	안후이성	광둥성	장시성
도시	센양	(100)	14.0	11.0	17.0	12.0	11.0
	하얼빈	(98)	12.2	19.4	11.2	7.1	10.2
	칭다오	(98)	24.5	13.3	10.2	14.3	15.3
	상하이	(94)	12.8	13.8	13.8	8.5	6.4
	베이징	(100)	15.0	14.0	11.0	11.0	8.0
연령	25~29세	(144)	15.3	16.7	13.9	11.1	10.4
	30~39세	(346)	15.9	13.3	12.1	10.4	10.1
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	17.3	16.8	12.3	11.4	10.0
	15,000~19,999위안	(172)	13.4	12.2	15.1	9.3	12.2
	20,000위안 이상	(98)	16.3	12.2	9.2	11.2	7.1

- 장립종 구입을 51.2%, 단립종 구입을 48.8%로 장립종 구입 비중이 다소 높음
- 지역 별로 남부에 위치한 상하이(55.8%)가 장립종의 구입률(55.8%)이 높은 반면, 동북 3성에 위치한 센양은 단립종의 구입률(52.5%)이 높게 나타남



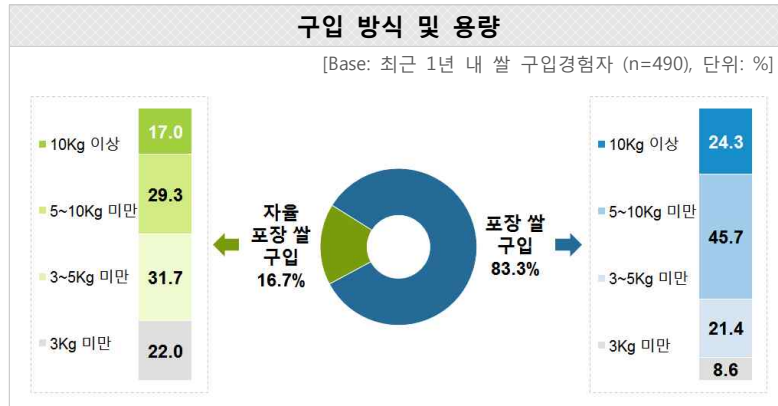
Q. 전체를 100이라 했을 때, 귀하의 품종 별 구입 비중은 어떻게 됩니까?

[응답자 특성별 품종 별 구입 비중]

단위: %		(Base)	장립종	단립종
도시	센양	(100)	47.5	52.5
	하얼빈	(98)	50.7	49.3
	칭다오	(98)	49.3	50.7
	상하이	(94)	55.8	44.2
	베이징	(100)	53.0	47.1
연령	25~29세	(144)	45.9	54.1
	30~39세	(346)	50.0	50.0
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	49.0	51.0
	15,000~19,999위안	(172)	48.9	51.1
	20,000위안 이상	(98)	48.2	51.8



- 전체 소비자 10명 중 8명은 포장된 쌀을 구입하며, 자율포장 쌀 구입율은 16.7%로 낮음
- 포장 쌀 구입자는 1회 구입 시 '5~10kg 미만'(45.7%), '10kg 이상(24.3%)'을 구입함
- 자율포장 구입자의 경우, 1회 구입 시 '3kg 미만'(22.0%), '3kg~5kg 미만'(31.7%)을 주로 구입하여 포장 쌀 대비 상대적으로 적은 양을 구입하는 경향임

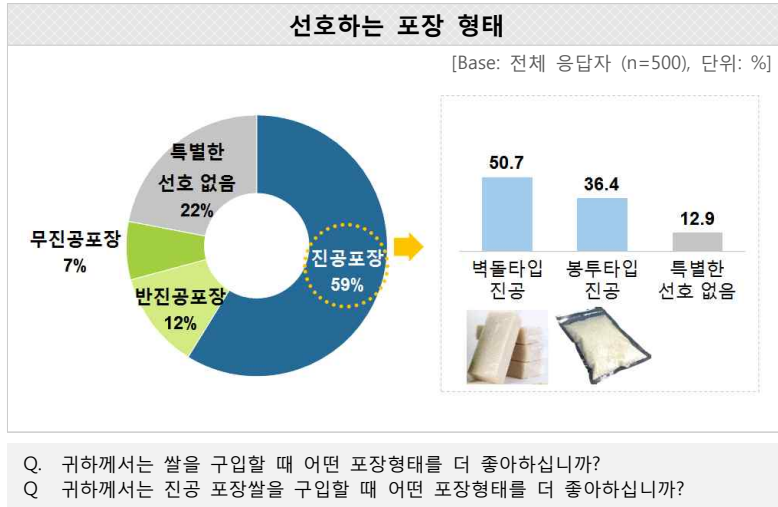


- Q. 귀하께서 쌀을 주로 구입하는 방식은 무엇입니까?
- Q. 귀하께서는 쌀을 한번에 얼마나 구입하십니까?

[응답자 특성별 구입 방식 및 용량]

단위: %		(Base)	포장 쌀 구입	자율포장 쌀 구입
도시	센양	(100)	82.0	18.0
	하얼빈	(98)	80.6	19.4
	칭다오	(98)	83.7	16.3
	상하이	(94)	87.2	12.8
	베이징	(100)	83.0	17.0
연령	25~29세	(144)	79.9	20.1
	30~39세	(346)	84.7	15.3
월평균 소득	10,000~14,999위안	(220)	78.2	21.8
	15,000~19,999위안	(172)	87.8	12.2
	20,000위안 이상	(98)	86.7	13.3

- 쌀의 포장 형태로는 '진공 포장'에 대한 선호율이 59%로 가장 높음
- 진공 포장은 '벽돌타입 진공'에 대한 선호도가 50.7%로 '봉투타입 진공'(36.4%) 대비 높게 나타남

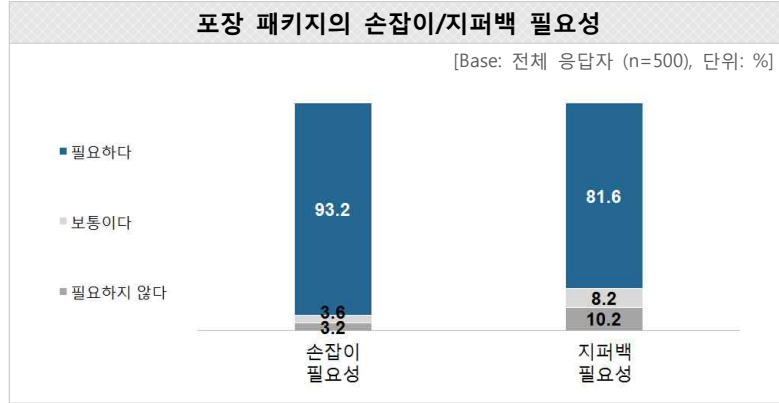


[응답자 특성별 선호하는 포장 형태]

단위: %		(Base)	진공 포장	반진공 포장	무진공 포장	특별한 선호 없음
도시	센양	(100)	55.0	13.0	6.0	26.0
	하얼빈	(100)	60.0	11.0	7.0	22.0
	칭다오	(100)	62.0	9.0	6.0	23.0
	상하이	(100)	60.0	10.0	10.0	20.0
	베이징	(100)	57.0	17.0	7.0	19.0
연령	25~29세	(150)	60.7	8.7	8.7	22.0
	30~39세	(350)	58.0	13.4	6.6	22.0
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	55.9	11.3	9.9	23.0
	15,000~19,999위안	(177)	59.3	11.3	6.8	22.6
	20,000위안 이상	(101)	64.4	14.9	2.0	18.8



- 쌀 포장 패키지에 손잡이가 필요하다는 응답률은 전체의 93.2%로 대다수가 필요성을 느끼고 있음
- 지퍼백 쌀 포장이 필요하다는 응답률도 81.6%로 높은 편임

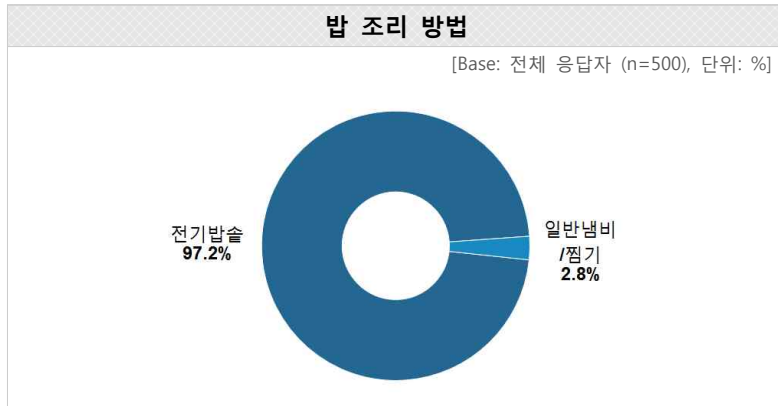


- Q. 귀하께서는 쌀 포장용기에 손잡이가 달려있는 것이 얼마나 필요하다고 생각하십니까?
- Q. 귀하께서는 쌀 포장용기가 지퍼백으로 되어서 쉽게 열고 닫을 수 있도록 만드는 것이 얼마나 필요하다고 생각하십니까?

[응답자 특성별 포장 패키지의 손잡이/지퍼백 필요성]

단위: %		(Base)	손잡이	지퍼백
도시	센양	(100)	95.0	86.0
	하얼빈	(100)	91.0	83.0
	칭다오	(100)	92.0	81.0
	상하이	(100)	91.0	76.0
	베이징	(100)	97.0	82.0
연령	25~29세	(150)	89.3	78.7
	30~39세	(350)	94.9	82.9
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	90.5	78.4
	15,000~19,999위안	(177)	95.5	84.7
	20,000위안 이상	(101)	95.0	83.2

- 전기밥솥을 사용하여 밥을 조리한다는 응답률이 97.4%로 거의 모든 사람이 전기밥솥을 사용하는 것으로 파악됨



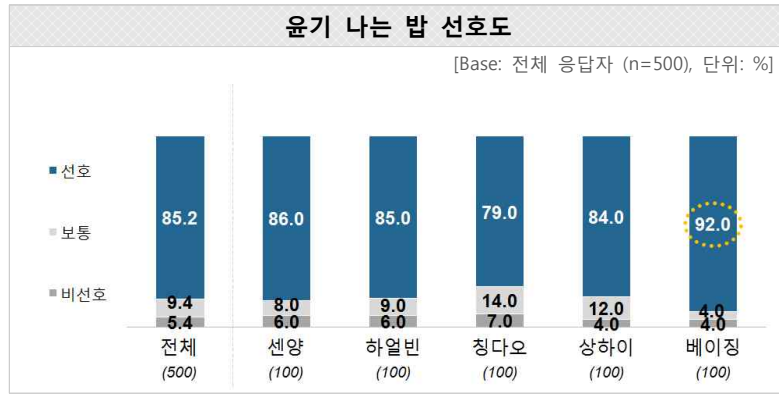
Q. 귀하께서는 평소 밥을 어떻게 하십니까?

[응답자 특성별 밥 조리 방법]

단위: %		(Base)	전기밥솥	일반 냄비/찜기
도시	센양	(100)	98.0	2.0
	하얼빈	(100)	100.0	0.0
	칭다오	(100)	96.0	4.0
	상하이	(100)	97.0	3.0
	베이징	(100)	96.0	4.0
연령	25~29세	(150)	96.7	3.3
	30~39세	(350)	97.7	2.3
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	96.8	3.2
	15,000~19,999위안	(177)	96.6	3.4
	20,000위안 이상	(101)	100.0	0.0



□ 윤기 나는 밥 선호율은 85.2%로 높으며 특히 베이징은 92.0%로 다른 도시 대비 높은 편임

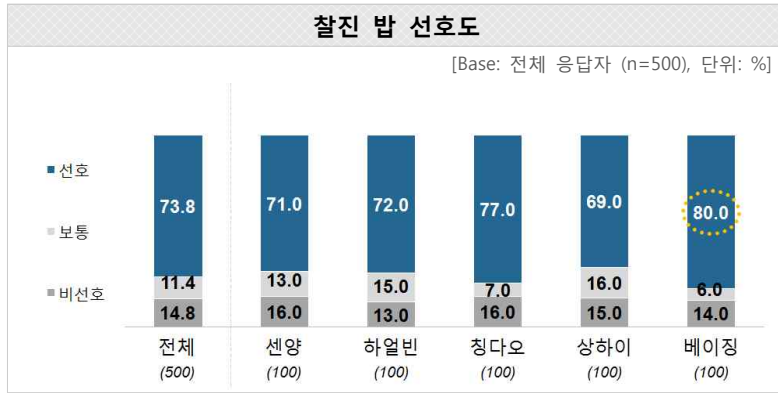


Q. 귀하께서는 밥을 지을 때, '윤기'가 나는 밥을 얼마나 선호하십니까?

[응답자 특성별 윤기 나는 밥 선호도]

단위: %		(Base)	선호	보통	비선호
도시	선양	(100)	86.0	8.0	6.0
	하얼빈	(100)	85.0	9.0	6.0
	칭다오	(100)	79.0	14.0	7.0
	상하이	(100)	84.0	12.0	4.0
	베이징	(100)	92.0	4.0	4.0
연령	25~29세	(150)	84.7	9.3	6.0
	30~39세	(350)	85.4	9.4	5.1
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	82.0	11.3	6.8
	15,000~19,999위안	(177)	86.4	9.0	4.5
	20,000위안 이상	(101)	90.1	5.9	4.0

□ 찰진 밥 선호도는 73.8%로 역시 높은 수준이며 베이징의 선호도가 80.0%로 높은 경향임



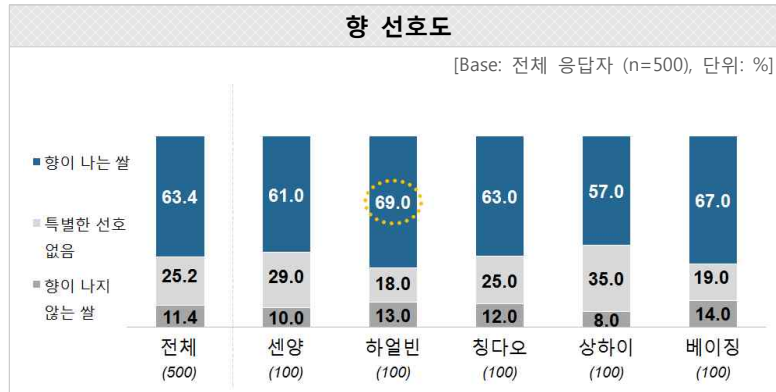
Q. 귀하께서는 밥을 지었을 때, '찰진 밥'을 얼마나 선호하십니까?

[응답자 특성별 찰진 밥 선호도]

단위: %		(Base)	선호	보통	비선호
도시	선양	(100)	71.0	13.0	16.0
	하얼빈	(100)	72.0	15.0	13.0
	칭다오	(100)	77.0	7.0	16.0
	상하이	(100)	69.0	16.0	15.0
	베이징	(100)	80.0	6.0	14.0
연령	25~29세	(150)	74.0	12.0	14.0
	30~39세	(350)	73.7	11.1	15.1
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	71.2	13.1	15.8
	15,000~19,999위안	(177)	76.3	10.2	13.6
	20,000위안 이상	(101)	75.2	9.9	14.9



- '향이 나는 쌀'에 대한 선호율은 63.4%로 나타났으며, 특히 하얼빈에서 '향미'에 대한 선호도가 상대적으로 높음
- '향이 나지 않는 쌀'에 대한 선호율은 11.4%, '특별한 선호 없음'은 25.2%로 평가됨



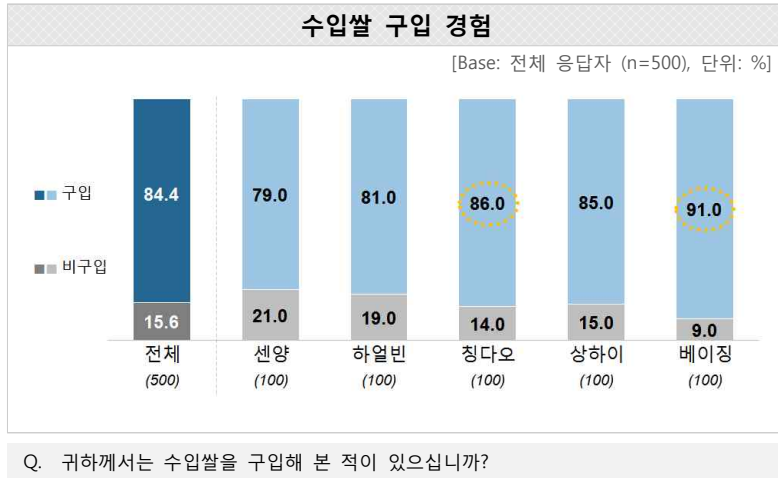
Q. 귀하께서는 밥을 지었을 때, '향'이 나는 쌀과 그렇지 않을 쌀 중 어떤 것을 더 좋아하십니까?

[응답자 특성별 향 선호도]

단위: %		(Base)	향이 나는 쌀	특별한 선호 없음	향이 나지 않는 쌀
도시	선양	(100)	61.0	29.0	10.0
	하얼빈	(100)	69.0	18.0	13.0
	칭다오	(100)	63.0	25.0	12.0
	상하이	(100)	57.0	35.0	8.0
	베이징	(100)	67.0	19.0	14.0
연령	25~29세	(150)	69.3	17.3	13.3
	30~39세	(350)	60.9	28.6	10.6
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	64.4	24.8	10.8
	15,000~19,999위안	(177)	65.0	22.6	12.4
	20,000위안 이상	(101)	58.4	30.7	10.9

② 수입쌀 구입 형태

- 수입쌀 구입 경험률은 84.4%로 10명 중 8명이 구입한 경험이 있음
- 특히 '베이징'(91.0%), '칭다오'(86.0%), '상하이'(85.0%)와 같이 소득수준이 높은 도시의 수입쌀 구입 경험률이 높은 편임

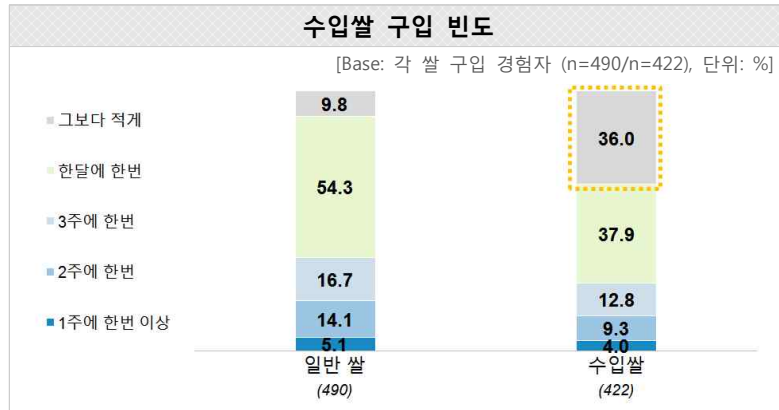


[응답자 특성별 수입쌀 구입 경험]

단위: %		(Base)	구입경험 있음	구입경험 없음
도시	선양	(100)	79.0	21.0
	하얼빈	(100)	81.0	19.0
	칭다오	(100)	86.0	14.0
	상하이	(100)	85.0	15.0
	베이징	(100)	91.0	9.0
연령	25~29세	(150)	80.7	19.3
	30~39세	(350)	86.0	14.0
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	79.7	21.3
	15,000~19,999위안	(177)	86.4	13.6
	20,000위안 이상	(101)	91.1	18.9



□ 수입쌀은 '한달에 한번'(37.9%) 또는 '그보다 적게'(36.0%) 구입하는 비중이 높게 나타남
 - '한달에 한번' 구입율이 높은 일반 쌀 대비 수입쌀은 구입 주기가 긴 것으로 보임

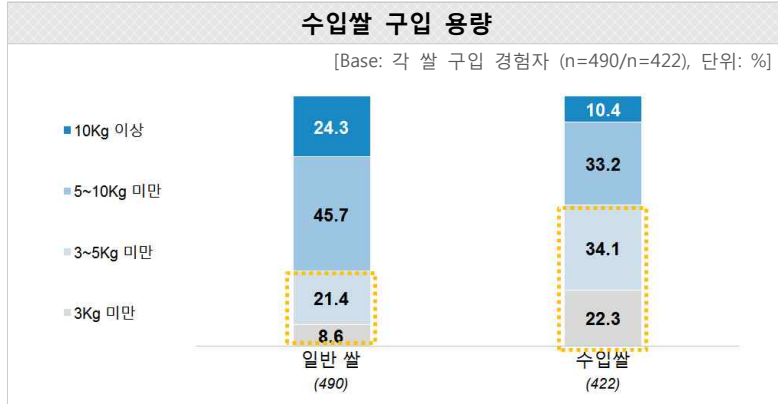


Q. 귀하께서는 수입쌀을 얼마나 자주 구입하십니까?

[응답자 특성별 수입쌀 구입 빈도]

단위: %		(Base)	1주에 한번이상	2주에 한번	3주에 한번	한달에 한번	그보다 적게
도시	선양	(79)	8.9	10.1	11.4	40.5	29.1
	하얼빈	(81)	4.9	12.3	14.8	28.4	39.5
	칭다오	(86)	2.3	4.7	11.6	47.7	33.7
	상하이	(85)	1.2	7.1	14.1	36.5	41.2
	베이징	(91)	3.3	12.1	12.1	36.3	36.3
연령	25~29세	(121)	7.4	9.9	18.2	34.7	29.8
	30~39세	(301)	2.7	9.0	10.6	39.2	38.5
월평균 소득	10,000~14,999위안	(177)	5.1	7.9	10.7	34.5	41.8
	15,000~19,999위안	(153)	3.3	7.8	14.4	37.9	36.6
	20,000위안 이상	(92)	3.3	14.1	14.1	44.6	23.9

- 수입쌀은 '3kg 미만'(22.3%), '3~5kg 미만'(34.1%)용량의 구입율이 일반 포장 쌀 대비 높음
 - 일반 포장 쌀은 주로 5kg 이상의 대용량을 구입하는 반면 수입쌀은 5kg 미만의 소용량을 구입하는 경향임



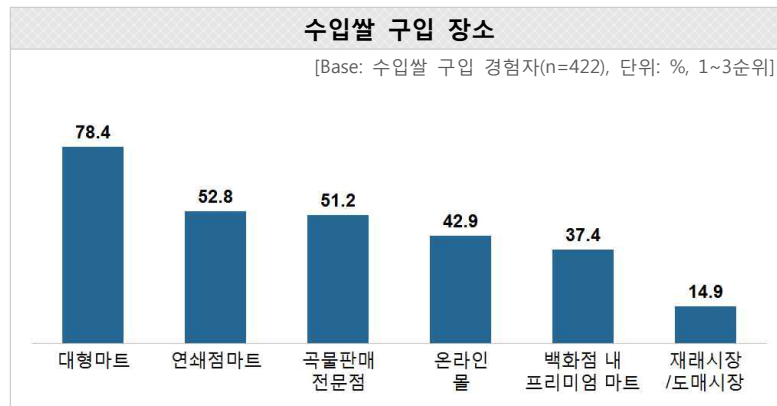
Q. 귀하께서 주로 구입하는 수입쌀의 용량은 어떻게 됩니까?

[응답자 특성별 수입쌀 구입 용량]

단위: %		(Base)	3Kg 미만	3~5Kg 미만	5~10Kg 미만	10Kg 이상
도시	선양	(79)	21.5	32.9	31.6	13.9
	하얼빈	(81)	18.5	35.8	34.6	11.1
	칭다오	(86)	23.3	30.2	36.0	10.5
	상하이	(85)	21.2	36.5	34.1	8.2
	베이징	(91)	26.4	35.2	29.7	8.8
연령	25~29세	(121)	26.4	37.2	27.3	9.1
	30~39세	(301)	20.6	32.9	35.5	11.0
월평균 소득	10,000~14,999위안	(177)	26.0	31.6	30.5	11.9
	15,000~19,999위안	(153)	18.3	39.2	32.0	10.5
	20,000위안 이상	(92)	21.7	30.4	40.2	7.6



- 수입쌀은 '대형마트'(78.4%)에서 주로 구입함
 - 그 밖에 '연쇄점마트'(52.8%), '곡물판매 전문점'(51.2%), '온라인 물'(42.9%)에서 수입쌀을 구입하는 경향임
 - 칭다오, 상하이, 베이징의 소비자들은 프리미엄 마트 및 온라인물 쌀 구입율이 다른 도시에 비해 높음

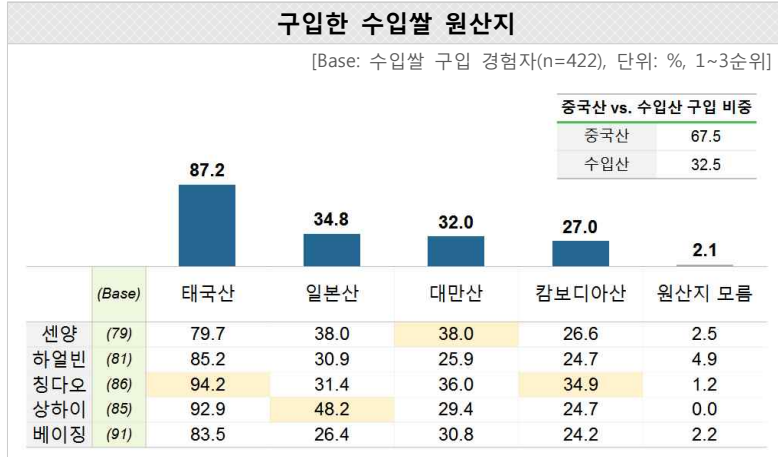


Q. 귀하께서는 평소 수입쌀을 어디에서 구입하십니까?

[응답자 특성별 수입쌀 구입 장소]

1~3순위		(Base)	수입쌀 구입 장소 (%)					
			대형마트	연쇄점마트	곡물판매 전문점	온라인 물	백화점 내 프리미엄 마트	재래시장 / 도매시장
도시	선양	(79)	69.6	58.2	57.0	43.0	31.6	15.2
	하얼빈	(81)	75.3	45.7	59.3	37.0	37.0	22.2
	칭다오	(86)	83.7	51.2	47.7	38.4	45.3	11.6
	상하이	(85)	80.0	54.1	47.1	54.1	29.4	9.4
	베이징	(91)	82.4	54.9	46.2	41.8	42.9	16.5
연령	25~29세	(121)	74.4	46.3	51.2	44.6	44.6	13.2
	30~39세	(301)	80.1	55.5	51.2	42.2	34.6	15.6
월평균 소득	10,000~14,999위안	(177)	78.0	54.8	52.0	36.7	31.1	18.6
	15,000~19,999위안	(153)	75.8	47.7	51.6	49.7	42.5	14.4
	20,000위안 이상	(92)	83.7	57.6	48.9	43.5	41.3	8.7

- 중국산(67.5%)과 수입쌀(32.5%)의 구입 비중은 약 7 : 3으로 중국쌀을 주로 구입함
- 수입쌀 중 '태국산' 구입율이 87.2%로 가장 높음
 - 그 다음으로 '일본산', '대만산', '캄보디아산' 순이며, 상하이는 일본쌀의 구입율이 높게 나타남



Q. 귀하께서 구입한 적이 있는 수입쌀의 원산지는 어디입니까?

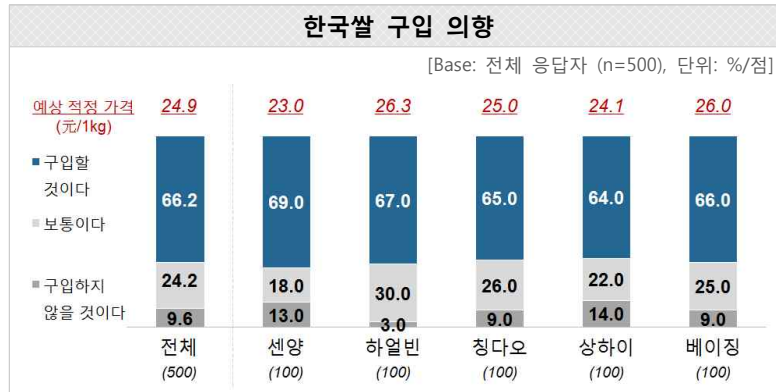
[응답자 특성별 구입한 수입쌀 원산지]

		(Base)	태국산	일본산	대만산	캄보디아산	원산지 모름
도시	1~3순위	(Base)	태국산	일본산	대만산	캄보디아산	원산지 모름
	센양	(79)	79.7	38.0	38.0	26.6	2.5
	하얼빈	(81)	85.2	30.9	25.9	24.7	4.9
	칭다오	(86)	94.2	31.4	36.0	34.9	1.2
	상하이	(85)	92.9	48.2	29.4	24.7	0.0
연령	베이징	(91)	83.5	26.4	30.8	24.2	2.2
	25~29세	(121)	83.5	43.0	28.9	28.1	1.7
	30~39세	(301)	88.7	31.6	33.2	26.6	2.3
월평균 소득	10,000~14,999위안	(177)	87.0	27.7	34.5	26.6	4.5
	15,000~19,999위안	(153)	87.6	38.6	30.7	24.2	0.0
	20,000위안 이상	(92)	87.0	42.4	29.3	32.6	1.1



③ 한국쌀 평가

- 한국쌀 구입 의향은 100점 환산 평균 66.2점으로 긍정적임
- 한국쌀의 예상 가격은 평균 24.9/1kg위안으로 응답됨



Q. 귀하께서는 향후 '한국쌀'을 구입하실 의향이 있으십니까?

[응답자 특성별 한국쌀 구입 의향]

단위: Top2%		(Base)	구매할 것이다	보통이다	구매하지 않을 것이다	예상 적정 가격 (元/1kg)
도시	선양	(100)	69.0	18.0	13.0	23.0
	하얼빈	(100)	67.0	30.0	3.0	26.3
	칭다오	(100)	65.0	26.0	9.0	25.0
	상하이	(100)	64.0	22.0	14.0	24.1
	베이징	(100)	66.0	25.0	9.0	26.0
연령	25~29세	(150)	63.3	28.0	8.7	28.2
	30~39세	(350)	67.4	22.6	10.0	23.5
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	59.9	28.4	11.7	25.1
	15,000~19,999위안	(177)	66.1	24.3	9.6	23.6
	20,000위안 이상	(101)	80.2	14.9	5.0	26.7

- 한국쌀은 '안전 식품일 것 같아서/유해 물질이 없을 것 같아서', '건강에 좋을 것 같아서'라는 점이 가장 큰 강점으로 꼽힘
 - 베이징은 '새로운 제품이라 먹어보고 싶어서' 향후 한국쌀을 구입하고 싶다는 내용도 많이 응답됨



[응답자 특성별 향후 구입하고 싶은 이유]

	1~3순위	(Base)	안전식품 일 것 같아서/ 유해물질이 없을 것 같아서	건강에 좋은 것 같아서	새로운 제품이라 먹어보고 싶어서	맛이 좋은 것 같아서/ 내 입맛에 맞을 것 같아서
도시	센양	(69)	66.7	60.9	43.5	37.7
	하얼빈	(67)	61.2	56.7	55.2	34.3
	칭다오	(65)	75.4	60.0	41.5	40.0
	상하이	(64)	60.9	68.8	40.6	40.6
	베이징	(66)	68.2	65.2	54.5	33.3
연령	25~29세	(95)	69.5	56.8	46.3	35.8
	30~39세	(236)	65.3	64.4	47.5	37.7
월평균 소득	10,000~ 14,999위안	(133)	66.9	53.4	52.6	31.6
	15,000~ 19,999위안	(117)	63.2	69.2	43.6	36.8
	20,000위안 이상	(81)	70.4	66.7	43.2	46.9



[응답자 특성별 향후 구입하고 싶은 이유 (계속)]

<u>1~3순위</u>		(Base)	한국에 대해 좋은 이미지를 가지고 있어서	신선할 것 같아서	가격이 적당해서	제품의 용량이 적당해서	보관하기 편리해서
도시	센양	(69)	29.0	21.7	23.2	10.1	5.8
	하얼빈	(67)	32.8	19.4	17.9	11.9	7.5
	칭다오	(65)	15.4	21.5	21.5	12.3	7.7
	상하이	(64)	21.9	21.9	21.9	12.5	4.7
	베이징	(66)	22.7	22.7	13.6	9.1	3.0
연령	25~29세	(95)	25.3	17.9	23.2	13.7	8.4
	30~39세	(236)	24.2	22.9	18.2	10.2	4.7
월평균 소득	10,000~ 14,999위안	(133)	27.1	20.3	25.6	12.8	6.0
	15,000~ 19,999위안	(117)	23.1	25.6	17.9	11.1	6.0
	20,000위안 이상	(81)	22.2	17.3	12.3	8.6	4.9

- 한국쌀을 구입하지 않는 이유는 '가격이 비싸서', '유사 제품과 특별한 차이를 못 느껴서'임
 - 선양의 경우, '보관하기 어려울 것 같아서', '신선하지 않을 것 같아서' 구입하고 싶지 않다는 응답률이 높은 편임



[응답자 특성별 향후 구입하고 싶지 않은 이유]

	1~3순위	(Base)	가격이 비싸서	유사 제품과 특별한 차이를 못 느껴서	한국에 대한 안 좋은 이미지를 가지고 있어서	안전한 식품인지 믿기 어려워서	맛이 없을 것 같아서/내 입맛에 맞지 않을 것 같아서
도시	선양	(31)	51.6	38.7	41.9	35.5	19.4
	하얼빈	(33)	63.6	42.4	24.2	39.4	24.2
	칭다오	(35)	65.7	71.4	51.4	37.1	25.7
	상하이	(36)	58.3	63.9	47.2	38.9	8.3
	베이징	(34)	55.9	61.8	41.2	50.0	11.8
연령	25~29세	(55)	49.1	56.4	38.2	32.7	20.0
	30~39세	(114)	64.0	56.1	43.0	43.9	16.7
월평균 소득	10,000~14,999위안	(89)	59.6	51.7	42.7	40.4	16.9
	15,000~19,999위안	(60)	60.0	63.3	36.7	36.7	20.0
	20,000위안 이상	(20)	55.0	55.0	50.0	50.0	15.0



[응답자 특성별 향후 구입하고 싶지 않은 이유 (계속)]

1~3순위		(Base)	제품의 용량이 적어서	보관하기 어려울 것 같아서	신선하지 않을 것 같아서	건강에 좋지 않을 것 같아서	제품의 용량이 커서
도시	센양	(31)	16.1	16.1	12.9	9.7	3.2
	하얼빈	(33)	9.1	3.0	15.2	9.1	9.1
	칭다오	(35)	8.6	11.4	2.9	2.9	5.7
	상하이	(36)	13.9	2.8	0.0	8.3	5.6
	베이징	(34)	11.8	11.8	8.8	0.0	2.9
연령	25~29세	(55)	10.9	16.4	9.1	7.3	5.5
	30~39세	(114)	12.3	5.3	7.0	5.3	5.3
월평균 소득	10,000~14,999위안	(89)	12.4	10.1	10.1	6.7	4.5
	15,000~19,999위안	(60)	10.0	8.3	6.7	3.3	6.7
	20,000위안 이상	(20)	15.0	5.0	0.0	10.0	5.0

④ 한국쌀 컨조인트 평가

- '패키지'(37.6%)를 가장 중요하게 고려하는 것으로 파악됨
 - 그 밖에 가격(23.9%), 포장 형태(15.5%), 용량(14.4%)의 순으로 중요하게 고려함
- 중요도가 가장 높은 '패키지'는 손잡이가 있는 것에 대한 부분가치가 가장 높음
 - '포장 형태'의 경우, 진공 포장에 대한 부분가치가 높아 반진공, 무진공 대비 진공 포장을 선호하는 것으로 파악됨
 - '용량'은 1kg에 대한 선호가 가장 높으며 그 다음으로 500g이 응답되어 한국쌀은 맛보기를 위한 소용량을 선호하는 것으로 보임
- 한국쌀에 대한 컨조인트 결과, 손잡이가 있는 패키지의 진공 포장에 선호되며 용량은 500g, 1~2kg 정도의 소용량이 효용 가치가 높은 것으로 파악됨
 - 표시언어를 중요하게 고려하지 않기 때문에 포장에 한국어 표시 여부가 실제 쌀 구입에 미치는 영향은 미미한 것으로 보여짐



1) 용량 별 저가, 중가, 고가 가격은 다음과 같음
 500g(13元, 19元, 26元), 1kg(26元, 38元, 52元), 2kg(52元, 76元, 104元),
 5kg(130元, 190元, 260元)

- 컨조인트 분석 소개
 - 여러 가지 속성을 가진 제품 또는 서비스에 대한 소비자들의 전체적인 선호를 조사하여 구성요소의 상대적인 기여도를 분석함으로써 개별 속성들이 소비자에게 주는 효용 및 상대적인 중요도를 파악하는 분석 기법

쌀 제품 조합 (예시)	가격: 52元 용량: 2kg 패키지: 손잡이有 포장: 진공	가격: 38元 용량: 1kg 패키지: 손잡이無 포장: 무진공	가격: 260元 용량: 5kg 패키지: 지퍼 포장: 무진공
--------------------	---	--	---

Q. 다음 중 가장 구입하고 싶은 한국쌀은 무엇입니까?



2. 소비자 Gang Survey

(1) 테스트 제품

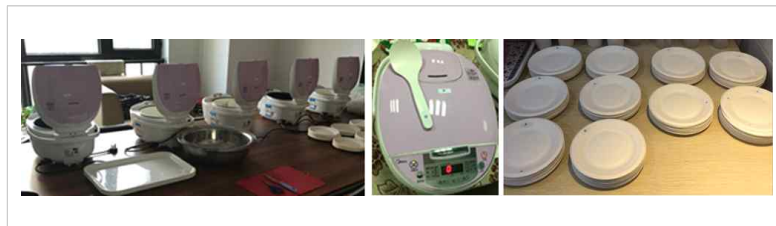
- 현지 소비자 조사에 사용한 제품은 추청(한국), 신동진(한국) 히토메보레(한국), 고시히까리(일본), 도화향미(중국-우창쌀) 총 5가지임
 - 한국산 제품은 현재 중국으로 수출되고 있는 RPC의 제품군에서 선정함
 - 경쟁 제품으로 일본의 대표적인 단립종 '고시히까리', 중국 동북지역의 대표 단립종 '우창쌀'을 선정함

평가 제품					
품종	추청	신동진	히토메보레	고시히까리	도화향 (稻花香)
원산지	한국			일본	중국 (五常市)

*신동진쌀은 칭다오, 상하이, 베이징, 히토메보레는 선양, 하얼빈에서 진행하여 지역 별 차이가 존재함으로 본문에서는 추청과, 고시히까리, 우창쌀 결과를 중심으로 분석함

(2) 준비 과정

- 총 5개의 전기밥솥과 주걱을 준비하여 동일한 조건에서 조리를 진행함
- 소비자 조사 참석자에게는 개인 접시에 제품별 라벨지를 부착하여 제공함



(3) 조리 과정

□ 전기밥솥 조리

- (1) 쌀 2컵에 생수 한 병을 넣어 30분간 쌀을 불림
- (2) 불린 쌀에 물 150ml를 계량하여 넣고 취사를 시작함 (30분 소요)

□ 찜기 조리

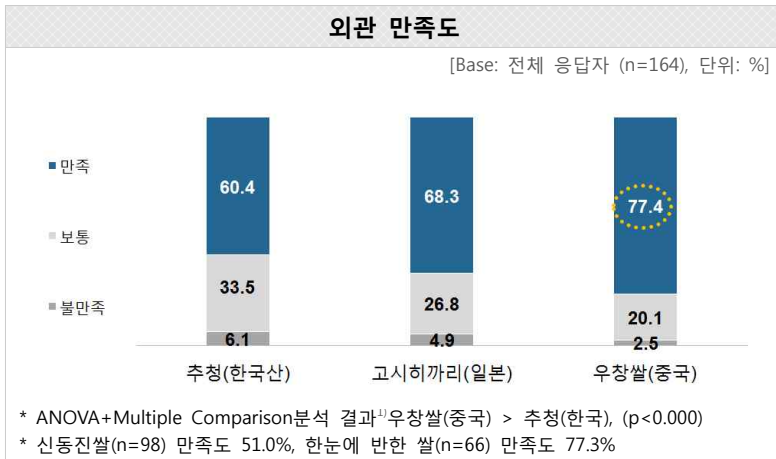
- (1) 쌀 2컵에 생수 한 병을 넣어 30분간 쌀을 불림
- (2) 찜기 아래 냄비에 절반 정도 물을 채움
- (3) 찜기에 면포를 깔고 불린 쌀을 놓을 뒤, 다시 한 번 면포를 덮어줌
- (4) 40분간 조리함



(4) 소비자 Gang Survey 결과

① 외관 평가

- 우창쌀(중국)의 외관 만족도가 77.4%로 가장 높게 응답되었으며 추청(한국) 대비 통계적 우위에 있음
 - 고시히까리(일본) 68.3%, 추청(한국) 60.4%의 만족도를 보임



Q. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '외관' 만을 놓고 볼 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

- 1) ANOVA분석 : 3개 이상의 집단으로 구성된 하나의 독립 변수에 따라 종속 변수의 평균이 유의미한 차이가 있는지 검증하는 분석으로 P값이 0.05보다 작으면 통계적으로 유의미한 차이를 보인다고 해석할 수 있음
- 2) Multiple Comparison분석 : 통계 유의성을 검증하는 기법 중 하나임

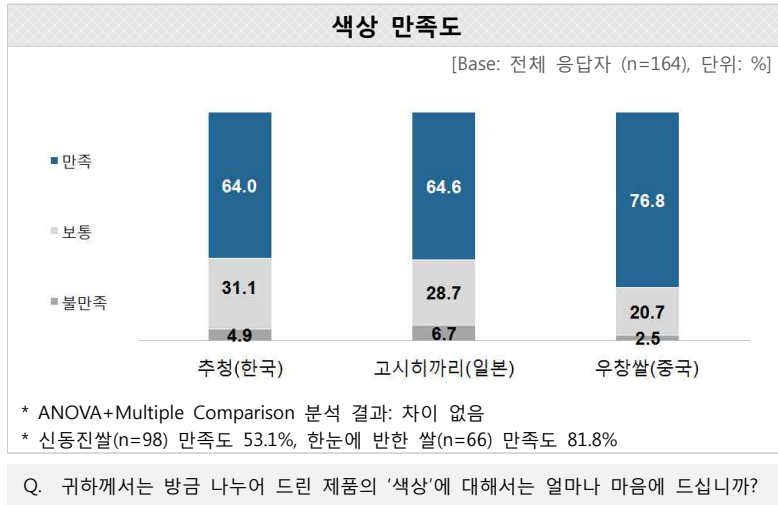


[응답자 특성별 외관 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히카리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	60.6	48.5	63.6
	하얼빈	(33)	69.7	90.9	81.8
	칭다오	(33)	75.8	78.8	84.8
	상하이	(32)	59.4	62.5	84.4
	베이징	(33)	36.4	60.6	72.7
연령	25~29세	(54)	63.0	72.2	70.4
	30~39세	(75)	57.3	68.0	78.7
	40~49세	(35)	62.9	62.9	85.7
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	60.0	68.0	68.0
	11,000~13,999위안	(56)	57.1	71.4	78.6
	14,000위안 이상	(58)	63.8	65.5	84.5

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함

□ 색상 만족도는 우창쌀(중국)이 76.8%로 가장 높으며 추청(한국), 고시히까리(일본)는 64%로 유사한 수준으로 평가됨



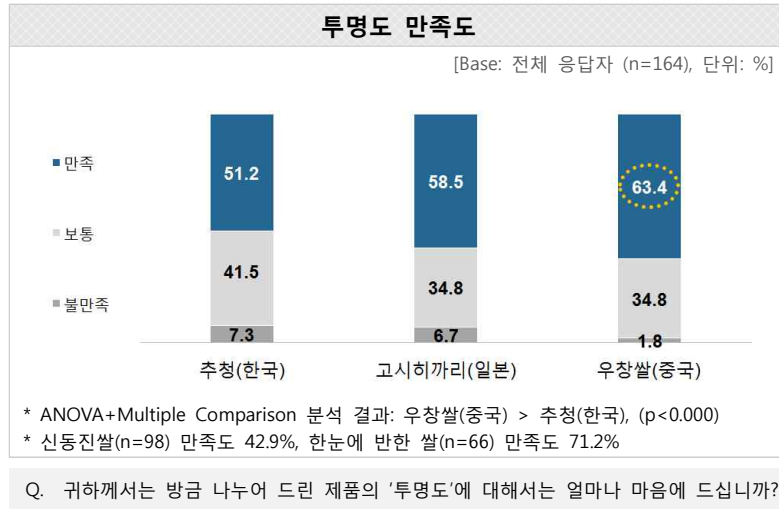
[응답자 특성별 색상 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	60.6	36.4	63.6
	하얼빈	(33)	69.7	87.9	87.9
	칭다오	(33)	75.8	81.8	84.8
	상하이	(32)	68.8	59.4	78.1
	베이징	(33)	45.5	57.6	69.7
연령	25~29세	(54)	70.4	66.7	77.8
	30~39세	(75)	61.3	65.3	74.7
	40~49세	(35)	60.0	60.0	80.0
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	62.0	64.0	70.0
	11,000~13,999위안	(56)	60.7	69.6	82.1
	14,000위안 이상	(58)	69.0	60.3	77.6

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함



□ 투명도 만족도 역시 우창쌀(중국)이 63.4%로 높은 가운데 고시히까리(일본) 58.5%, 추청(한국) 51.2%로 평가됨

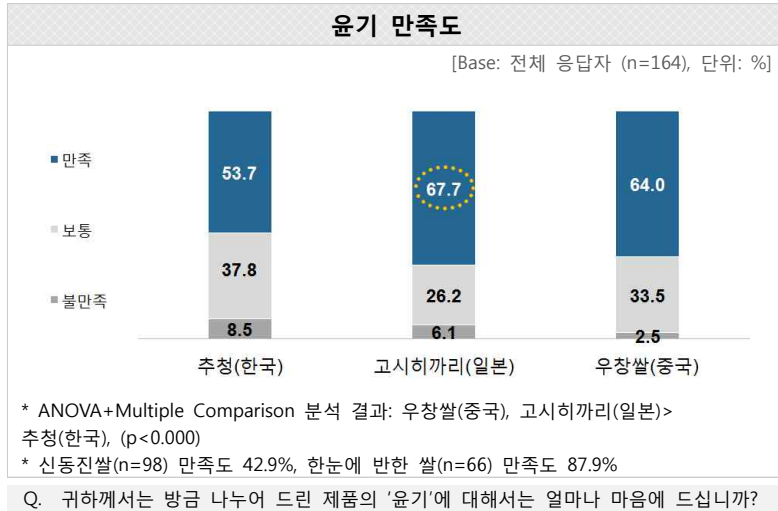


[응답자 특성별 투명도 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	60.6	33.3	36.4
	하얼빈	(33)	60.6	72.7	81.8
	칭다오	(33)	60.6	69.7	75.8
	상하이	(32)	43.8	65.6	56.3
	베이징	(33)	30.3	51.5	66.7
연령	25~29세	(54)	48.1	57.4	57.4
	30~39세	(75)	52.0	56.0	62.7
	40~49세	(35)	54.3	65.7	74.3
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	44.0	56.0	66.0
	11,000~13,999위안	(56)	55.4	62.5	62.5
	14,000위안 이상	(58)	53.4	56.9	62.1

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함

- 고시히까리(일본)의 윤기 만족도가 67.7%, 우창쌀(중국)이 64.0%로 추청(한국)과 유의미한 차이를 보이며 우위를 차지함
- 추청(한국)의 윤기 만족도는 53.7%임



[응답자 특성별 윤기 만족도]

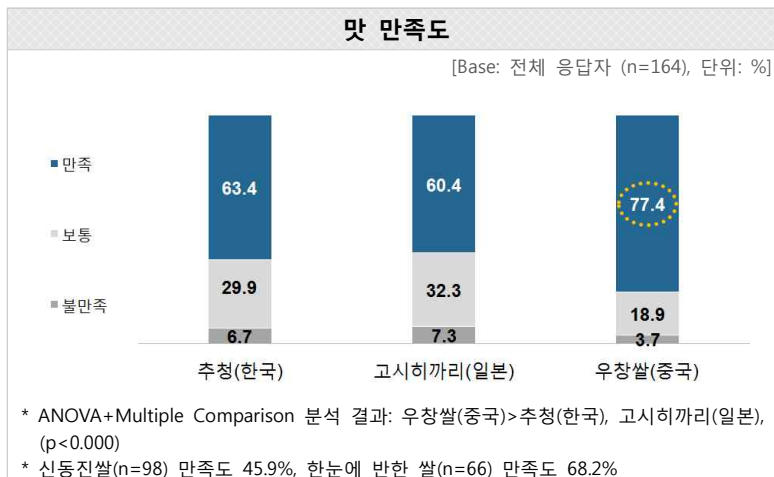
단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	66.7	45.5	48.5
	하얼빈	(33)	57.6	100.0	72.7
	칭다오	(33)	66.7	72.7	72.7
	상하이	(32)	56.3	62.5	59.4
	베이징	(33)	21.2	57.6	66.7
연령	25~29세	(54)	57.4	63.0	51.9
	30~39세	(75)	50.7	66.7	72.0
	40~49세	(35)	54.3	77.1	65.7
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	54.0	68.0	62.0
	11,000~13,999위안	(56)	53.6	71.4	64.3
	14,000위안 이상	(58)	53.4	63.8	65.5

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함



② 맛 평가

- 우창쌀(중국)의 맛 만족도가 77.4%로 가장 높으며 추청(한국), 고시히까리(일본) 대비 통계적 우위에 있음
- 특히 추청(한국)은 상하이, 우창쌀(중국)은 센양 지역 소비자의 맛 평가가 높은 경향임



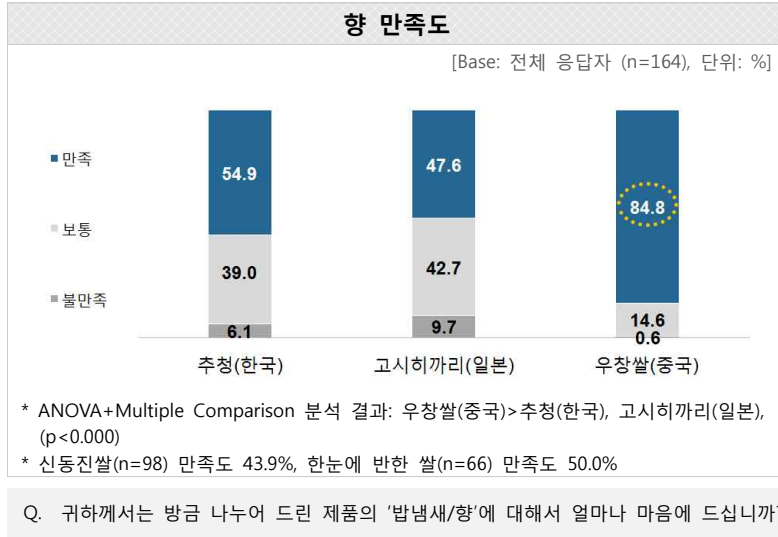
Q. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품이 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

[응답자 특성별 맛 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	69.7	51.5	81.8
	하얼빈	(33)	63.6	75.8	75.8
	칭다오	(33)	60.6	60.6	78.8
	상하이	(32)	78.1	59.4	75.0
	베이징	(33)	45.5	54.5	75.8
연령	25~29세	(54)	63.0	64.8	79.6
	30~39세	(75)	60.0	58.7	76.0
	40~49세	(35)	71.4	57.1	77.1
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	62.0	60.0	84.0
	11,000~13,999위안	(56)	64.3	66.1	75.0
	14,000위안 이상	(58)	63.8	55.2	74.1

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함

- 우창쌀(중국)의 향 만족도가 84.8%로 다른 제품 대비 30% 이상 높은 만족도를 보여 향이 강점으로 보임
- 반면, 추청(한국)은 54.9%, 고시히까리(일본)는 47.6%의 향 만족도를 보임



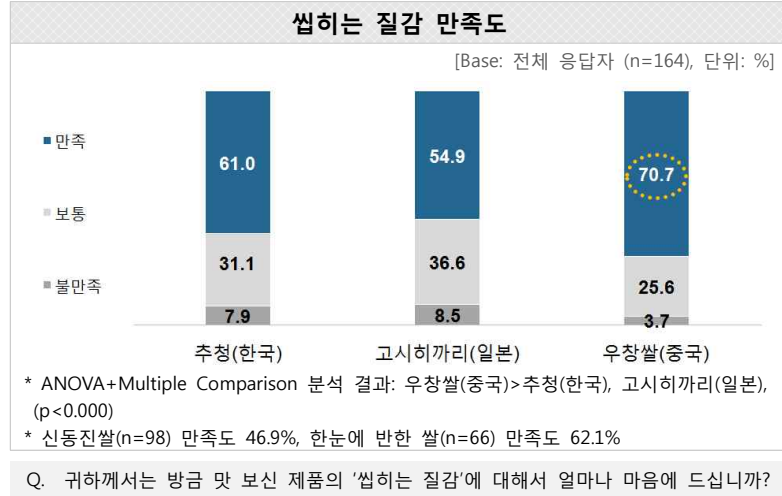
[응답자 특성별 향 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	60.6	51.5	69.7
	하얼빈	(33)	51.5	54.5	81.8
	칭다오	(33)	63.6	48.5	97.0
	상하이	(32)	68.8	56.3	93.8
	베이징	(33)	30.3	27.3	81.8
연령	25~29세	(54)	53.7	51.9	81.5
	30~39세	(75)	53.3	37.3	84.0
	40~49세	(35)	60.0	62.9	91.4
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	54.0	40.0	82.0
	11,000~13,999위안	(56)	55.4	55.4	82.1
	14,000위안 이상	(58)	55.2	46.6	89.7

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함



□ 씹히는 질감에 대한 만족도는 우창쌀(중국)이 70.7%로 추청(한국), 고시히까리(일본)와 유의미한 차이를 보이며 우위에 있음

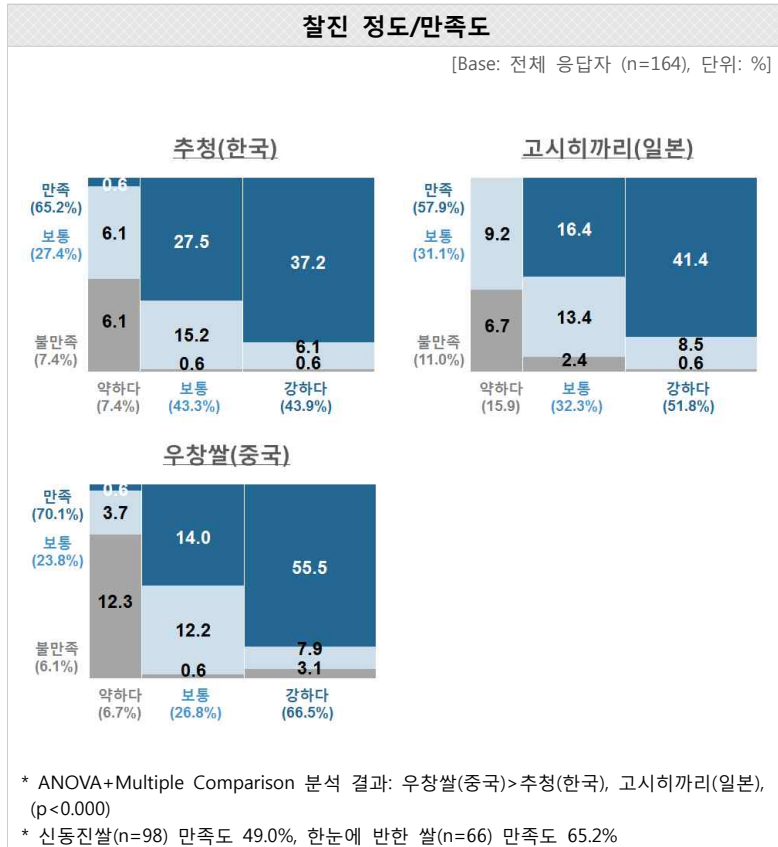


[응답자 특성별 씹는 질감 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	69.7	42.4	66.7
	하얼빈	(33)	66.7	69.7	72.7
	칭다오	(33)	60.6	51.5	75.8
	상하이	(32)	68.8	62.5	68.8
	베이징	(33)	39.4	48.5	69.7
연령	25~29세	(54)	61.1	53.7	74.1
	30~39세	(75)	60.0	52.0	66.7
	40~49세	(35)	62.9	62.9	74.3
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	52.0	62.0	76.0
	11,000~13,999위안	(56)	67.9	51.8	71.4
	14,000위안 이상	(58)	62.1	51.7	65.5

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함

- 중국 소비자들은 쌀의 찰진 정도가 높을수록 선호하는 경향을 보임
- 특히 우창쌀(중국)의 찰진 정도 및 만족도가 추청(한국), 고시히까리(일본) 대비 높음



Q. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'가 얼마나 마음에 드십니까?

* 라자나 그래프는 면적 비중이 큰 응답 내용이 일반적인 소비 성향을 의미함



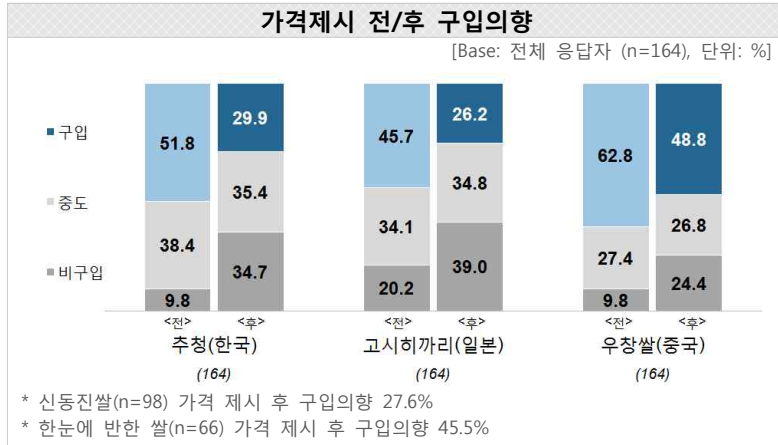
[응답자 특성별 চাল진 정도 만족도]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	60.6	42.4	75.8
	하얼빈	(33)	66.7	78.8	63.6
	칭다오	(33)	72.7	63.6	72.7
	상하이	(32)	75.0	53.1	62.5
	베이징	(33)	51.5	51.5	75.8
연령	25~29세	(54)	63.0	46.3	74.1
	30~39세	(75)	64.0	65.3	65.3
	40~49세	(35)	71.4	60.0	74.3
월평균 소득	10,000~ 10,999위안	(50)	62.0	56.0	80.0
	11,000~ 13,999위안	(56)	62.5	62.5	69.6
	14,000위안 이상	(58)	70.7	55.2	62.1

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함

③ 구입 의향

- 가격 제시 전, 우창쌀(중국)의 구입 의향이 62.8% 가장 높으며 가격 제시 후에도 48.8%의 구입 의향률을 보이며 추청(한국), 고시히까리(일본) 대비 우위에 있음
- 가격 제시 후 추청(한국)의 구입 의향률은 29.9%로 고시히까리(일본) 대비 다소 높게 평가됨



Q. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 대형마트, 백화점 등에서 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

1) ANOVA+Multiple Comparison 분석 결과: 우창쌀(중국)>추청(한국), 고시히까리(일본), (p<0.000)

[응답자 특성별 가격제시 후 구입의향]

단위: Top2%		(Base)	추청(한국)	고시히까리(일본)	우창쌀(중국)
도시	센양	(33)	30.3	12.1	24.2
	하얼빈	(33)	33.3	48.5	57.6
	칭다오	(33)	36.4	30.3	63.6
	상하이	(32)	34.4	25.0	43.8
	베이징	(33)	15.2	15.2	54.5
연령	25~29세	(54)	25.9	33.3	53.7
	30~39세	(75)	25.3	16.0	42.7
	40~49세	(35)	45.7	37.1	54.3
월평균 소득	10,000~10,999위안	(50)	30.0	24.0	56.0
	11,000~13,999위안	(56)	25.0	26.8	42.9
	14,000위안 이상	(58)	34.5	27.6	48.3

* Top2%: 5점 척도의 4점, 5점 응답값을 의미함



3. 전문가 조사

(1) 연구 전문가

□ 일본쌀에 대한 인식

- 중국 내 일본쌀은 인지도가 높고 품질이 좋은 쌀로 인식되며 자체 생산량이 적어 희소성이 있음
- 중국 동북지역은 일본 고시히까리 재배지역과 기후, 토양 환경이 유사하여 과거에 쌀 관련 전문가들은 고시히까리를 주로 연구, 벤치마킹하였고 전문가와 유통업자의 입소문을 타면서 전국적으로 높은 인지도를 형성함

□ 한국쌀에 대한 인식

- 반면, 한국쌀은 맛있지만 일본쌀보다는 품질이 떨어진다는 인식이 있으며 아직까지 수입량이 적어 인지도가 낮음
- 한국쌀은 '일본=고시히까리'처럼 대표 품종 지역이 없어 일반 소비자들의 인지도를 향상시키기 어려울 것으로 예상함

일본쌀	한국쌀
<ul style="list-style-type: none"> - 인지도가 높고 품질이 좋은 쌀로 인식 - '일본=고시히까리'와 같이 원산지와 대표 품종에 대한 인지도가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> - 인지도가 낮고 일본쌀 대비 품질이 떨어진다는 인식 - 한국쌀은 특징적인 품종이 없어 차별성이 부족함

□ 한국쌀 판매 및 홍보 전략

- 한국쌀이 품질이 좋고 다른 쌀 대비 차별점이 뚜렷하다면 소비자들은 가격에 크게 연연하지 않고 구입할 것임
- 판매지역으로는 동북지역 보다 남쪽지역이 적합할 것으로 예상함
- 한국쌀의 판매 가격대가 비싸 소득 수준이 높은 남쪽지역이 적합함
- 남쪽 지역의 소득 수준이 높은 사람들을 중심으로 단립종에 대한 수요가 증가하는 추세임
- 동북지역은 헤이룽장성 등 지역 내에서 재배되는 쌀 품질이 우수하고 단립종으로 한국쌀과 유사하여 지역 내 소비자에게 어필하기 어려울 것임
- 상하이, 광둥성 등 남쪽지역은 수입쌀에 대한 수용도가 동북지역 대비 높은 편임
- 한국쌀 산지의 토양, 수질, 재배 방법 등을 구체적으로 홍보해야 함
- 품종, 원산지 등 한국 대표쌀 마케팅 포인트를 정하고 집중적으로 홍보해야 함
 - '우창쌀'은 향, '고시히까리'는 고품질, 역사가 오래된 쌀 등의 특징을 집중적으로 홍보를 하고 있음
- 동북지역의 단립종과 유사하여 차별화 포인트를 발굴해야 함

(2) 수입업체

- 한국쌀에 대한 인식 및 이미지
 - 일본쌀은 중국에 거주하는 일본인, 일본 여행 경험이 있어 일본쌀을 접해본 적이 있는 고소득층이 주로 구입함
 - 중국 소비자들은 일본쌀에 대해 고급, 프리미엄 이미지를 형성하고 있는 반면 한국쌀은 아직 뚜렷한 이미지가 없고, 일본쌀 보다는 대중적이라고 생각함

- 한국쌀 수입의향 및 판매/홍보 전략
 - 한국쌀 수입 의향은 긍정적임
 - 일본쌀을 먹으려는 소비자들은 한국쌀에 대해서도 높은 수용도를 보일 것이며 일본쌀과 한국쌀을 번갈아가며 먹을 것임
 - 일본쌀은 방사능의 영향으로 수입량 적어져 향후 한국쌀이 일본쌀을 대체할 수 있다고 예상함
 - 판매 가격은 40위안/1kg 정도가 적정하다고 보며 이는 중국산 최고급 우창쌀 대비 높지만 일본쌀 대비 낮은 수준임 (최고급 우창쌀: 30위안/1kg, 일본쌀: 99위안/1kg)
 - 판매 용량은 2Kg을 가장 선호함 (5kg 이상은 운송 시 진공이 잘 풀림)
 - 수입쌀 시장 확대를 위해서는 장기간에 걸친 '원산지', '레시피'에 대한 홍보활동으로 인지도를 형성해야 함
 - 중국에서는 한국 문화에 대한 수용도가 높기 때문에 초기 시장에서는 스타 마케팅이 효과적임
 - 원산지 홍보를 하기 위해서는 'K-Rice' 등 단일 브랜드를 사용하는 것보다는 원산지 특징을 나타낼 수 있는 개별 브랜드로 소비자들에게 어필하는 것이 더 효과적임
 - 1차적으로는 중국인들에게 영향력이 있는 홍보모델을 기용하여 홍보하고, 2차적으로 현재 중국에서 유행하고 있는 실시간 온라인 방송(网上直播) 등 온/오프라인을 통합한 홍보 방식을 활용할 수 있음

- COFCO의 향후 한국쌀 판매/홍보 전략
 - 기존 1차 수입된 한국쌀은 70만톤으로 현재 50만톤 정도 판매됨
 - 1차 수입 시 프리미엄 마트 Ole에서 한 달 동안 시식행사, 롤렛 돌리기 등 프로모션 활동을 진행하였으며 구입자들의 반응도 긍정적임
 - 향후 공급 매장을 늘릴 예정이며 한국쌀의 첫구입을 확대하고 재구입이 이루어질 수 있는 홍보 전략을 추진 중임

- COFCO의 수입쌀 판매 2step 마케팅 전략

- 1step: '원산지' 차별화
 - 소비자들에게 쌀의 기능, 효능 등 장점보다는 그 원산지/지역만의 차별화 포인트를 어필함
 - 신동진 쌀은 '자연친화적인, 깨끗한 환경에서 재배된 쌀'로 원산지 차별화를 이룸
- 2step: 제품 자체의 장점 전달
 - 원산지에 대한 인지도가 형성된 후, 쌀 자체의 기능 등 특/장점을 소개함
 - 신동진 쌀은 '순수 한국품종', '건강에 좋은 쌀'로 제품의 특징을 어필함



(3) 판매/유통업체

□ 한국쌀 판매 의향

- 전체 수입쌀 종류의 다양성 측면에서 한국쌀 판매를 시도해 볼 의향이 있음
- 판매 가격은 한국쌀의 인지도가 낮아 일본쌀 대비 저렴해야한다고 생각함
 - 중국 소비자들은 일본쌀에 대한 이해도가 높고, 품질이 좋다는 인식으로 높은 가격도 수용가능 함



□ 현재 한국쌀 패키지에 대한 반응

- 같은 비닐소재 포장이라도 좀 더 고급스러운 재질, 표현 방식으로 개선될 필요가 있음
- 포장이 소비자의 시선을 끌 만큼 예쁘지 않고 전체적으로 한국적인 느낌이 부족함
- 앞면에 한국어로 한국산임을 강조하는 것이 필요함
 - 현재 패키지는 중국에서 재배한 쌀로 잘못 인식할 우려가 있음
- 일본쌀은 패키지에 일본어로 일본산임을 명시함
- 손잡이가 있다면 소비자들이 구입 후 이동에 편리할 것임

□ 한국쌀 판매 및 홍보 전략

- 한국인들이 직접 매장에서 한복을 입고 비빔밥 등을 만들어 시식행사를 진행하여 더 효과적임
 - A마트는 韩国节(한국축제)를 해마다 진행하는데 한국인이 직접 한복을 입고 진행하니 눈길을 끌고 소비자들의 반응이 좋음
- 중국인들의 인터넷, 모바일 사용률이 높아 TV 홍보 보다는 인터넷, SNS에서의 홍보가 효과적임
 - Tudou, Youku 등 동영상 사이트에서 영상 재생 전 광고 삽입 등을 통해 노출빈도를 높이는 것이 중요함

중국 소비자들의 '쌀'에 대한 선호 및 취향

□ '윤기 나는 밥' 선호

- 소비자 조사 결과, 윤기 나는 밥에 대한 선호도가 85.2%로 높은 수준임
- 전문가 인터뷰 결과, 기존에는 남쪽 지역(장립종 주로 재배)보다 북쪽 지역(단립종 주로 재배)에서 윤기 나는 찰진 밥에 대한 선호도가 높았음
- 그러나 경제 발전 및 소득 수준 향상으로 남쪽 지역 고소득층의 단립종 구입이 증가하며 현재는 전반적으로 윤기 있고 쫄득한 식감의 단립종에 대해 긍정적임

□ '향이 있는 쌀' 선호

- 중국 소비자의 '향이 있는 쌀'에 대한 선호도는 63.4%임
- Gang Survey 결과, 향이 있는 우창쌀(稻花香)의 향 만족도는 84.8%로 향이 없는 한국, 일본쌀 보다 높게 나타남
- 특히, 우창쌀이 전국적으로 인지도가 가장 높은 것으로 전문가 인터뷰 결과 확인됨



V. 수입 제도

1. 수입 프로세스

□ 전반적인 수입프로세스는 다음과 같음



□ 농산물은 진경과일감독 검험검역기구(과일 검역처)와 국가품질감독검험검역총국(수입식품검사)의 최종 인허가를 거친 후 통관완료 됨



2. HS Code

- HS Code: 100630 [정미(연미, 광택여부에 상관없음)]
- 수입쿼터 내 관세율 1%
- 수입쿼터 외 관세율 65%

3. 검역

- CIQ 위생검사요구 사항
 - 근거: 중화인민공화국 국가표준 쌀 GB1354-2009, 중화인민공화국 국가 표준 곡물위생표준 GB2715-2005
 - 수출 통관 및 라벨 설계 등록 필수 서류

[국가질량감독 검험검역기구 제출 서류]

- B/L(선적 후 교부받음)
- 상업송장
- 포장명세서
- 무역계약서
- 원산지증명서
- 위생증명서
- 중문 라벨링
- 진경동식품 검험검역 허가증

4. 통관

- 통관 시 다음과 같은 서류 및 절차가 필요함

- 신청인 사전입력 신고
- 세관 서류심사진행
- 신청인 세관 현장 통관관련 서류 제출
- 세관 세금납부서 발행
- 신청인 세금 납부
- 세관 화물검사
- 세관 화물통과
- 신청인 화물수령
- 세관 증명서 발급

5. 라벨링 규정

- <식품안전법>에 근거하여 수입하는 설폠포장식품은 반드시 중문 라벨이 있어야 하고 라벨은 반드시 <식품안전법>, <설폠포장식품영양라벨통칙> 및 중국의 기타 관련 법률, 행정법규의 규정 그리고 식품안전국가표준의 요구에 부합해야 하며, 식품의 원산지 및 중국 내 대리업체명, 주소, 연락방식 표기 필수 및 설폠포장식품에 중문 라벨이 없거나 또는 라벨이 본 조항의 규정에 부합하지 않으면 수출 불가능
- 중국으로 수출하는 설폠포장 쌀 제품의 경우, 포장에 중·영문으로 '輸往中华人民共和国(운송중화인민공화국)' 기입 필수 기입하고, 품종, RPC 정보, 수출업체 정보, 등록 코드 등 명시 필요
- 포장 및 라벨 사전검토 후 중문 라벨 초안을 CIQ 시스템에 업로드하면 CIQ는 10개 근무일 내에 설폠포장식품라벨통칙 및 양국정부 쌀 관련 의정서에 따라 양식 및 적합성 심사 진행



VI. 중국 내 유기농쌀 현황

1. 유기농 식품의 정의

- 식품 안전성에 따른 분류
 - 식품은 '안전성'에 따라 일반식품, 무공해 식품, 녹색식품, 유기농 식품 4가지로 분류할 수 있음

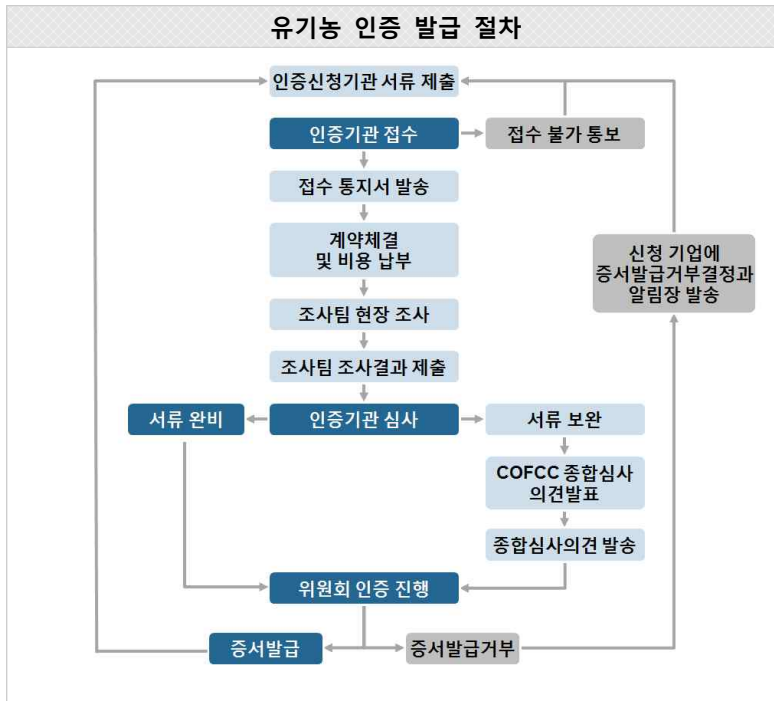
식품 안전성 분류	
안전성	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">유기농 식품</div> 농약, 화학비료, 성장촉진제 사용 금지
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; background-color: #0072bc; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">녹색 식품</div> 농약, 화학비료 사용제한
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; background-color: #0099cc; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">무공해 식품</div> 농약, 화학비료 사용제한, 성장촉진제 제한 없음
	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; background-color: #a6c9e0; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">일반식품</div> 제한 없음

출처 : 중국국가인증인가 감독관리위원회(www.cnca.gov.cn)

- 유기농 식품의 정의
 - 중국 국가환경보호총국 유기농식품발전센터에서 발표한 '유기농제품인증표준' 및 관련 인증기관에서는 다음과 같이 유기농 식품을 정의함

유형	정의	세부규칙	특징	인증마크
유기농 식품	유기농업, 유기식품생산, 가공표준으로 생산 가공된 제품으로 전문적인 유기농 식품인증기관에서 인증서를 받은 식량, 채소, 과일,유제품등 임	유기농 원료사용, 유기농 프로세스 준수, 유기농 추적 가능, 독립적 유기인증기관의 인증이 필요	최상위 안전인증임	
녹색 식품	특정 생산방식으로 생산하며, 국가전문기관에서 인증을 받고 녹색식품라벨을 부착할 수 있는 무오염, 무공해인 안전하고 품질 좋은 식품	제품과 제품원료는 반드시 녹색식품 생태환경품질 표준에 부합해야 함 녹색식품 생산규정에 부합해야 함 생산된 제품은 반드시 녹색식품 표준에 부합해야 함 포장, 저장운수는 녹색식품포장, 저장, 운수표준을 만족시켜야 함	중국에서 오염이 안된 안전하고 품질 좋은 영양식품의 총칭임	
무공해 식품	공해오염이 없는 환경에서 안전한 생산기술로 관련 표준에 따라 생산한 식품으로 관련기관 인증을 받은 제품	제한된 양과 품종 및 특정기간 동안 인공합성화학 농약, 동물약품, 비료, 음료첨가제 등을 사용할 수 있음	식품안전 보장에 대한 최초인증 표준임	

- 중국은 2015년 8월 25일에 '유기농제품인증관리방법'(7장 63조)을 개정함
- 개정된 내용에 의하면 중국으로 수출하고 있는 제품의 해당국가/지역의 유기농인증신청기관은 중국의 유기제품인증기관(CNCA, 국가인증인가감독관리위원회)에 '유기제품인증효율성 평가신청서'를 제출하고 국가에서 위탁하는 기관에서 검사, 평가를 거친 후 유기농인증을 취득할 수 있음
- 다만, 해당국가와 중국은 사전에 '상호동등성 인정 협정'이 체결되어야 함
- 동등성 인정을 위해 중국에서 요구하는 수입증명서(NOP import certificate)를 첨부하여야하며, 수입증명서는 수출국의 인증기관에서 발급함
- 해당 협정이 체결되지 않는 국가는 중국에서의 '유기농 인증' 취득이 어려움
- 유기농 인증 발급 절차는 다음과 같음

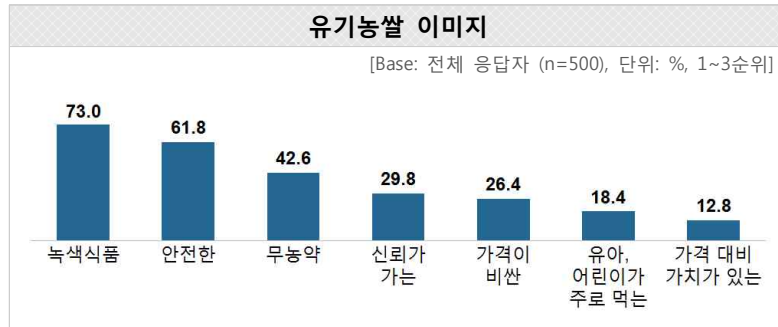


2. 유기농쌀에 대한 인식

- 현재 중국 소비자들은 '식품 안전성'을 중요하게 고려하고 있으며 따라서 국가에서 발급하는 '인증마크'에 대한 관심도 높아지고 있음
- 식품 구입 시, 안전성을 객관적으로 검증할 수 있는 '인증마크'가 구입에 직접적인 영향을 미치며 '인증마크'가 있는 제품이 더 '안전한' 제품이라고 인식함
- 하지만, 최상위 안전성 인증마크인 '유기농 식품'에 대한 기준은 국제표준과 다소 상이하며, 관련 정책 또한 미흡함
- 유기농쌀은 대중적으로 평소에 취식하는 제품이 아닌 노인층 취식용 혹은 선물용으로 구입하는 제품이라고 생각함
- 유기농쌀은 '맛'적인 면에서 일반 쌀과 큰 차이를 느끼지 못하나 가격은 약 3배 정도 비쌈
- 유기농쌀은 가격 대비 즉각적인 장점을 체감하지 못하며 따라서 재구입보다는 1회성 구입 제품으로 인식됨



□ 온라인 조사 결과, '유기농쌀'하면 '녹색식품'의 이미지를 가장 많이 연상하며
 녹색식품과 유기농식품을 명확하게 구분하지 못하는 것으로 보여짐



Q. 귀하께서는 '유기농쌀' 하면 어떤 이미지가 떠오르십니까?

[응답자 특성별 유기농쌀 이미지]

	1~3순위	(Base)	녹색식품	안전한	무농약	신뢰가 가는
도시	센양	(100)	74.0	64.0	34.0	27.0
	하얼빈	(100)	75.0	53.0	47.0	30.0
	칭다오	(100)	72.0	68.0	34.0	31.0
	상하이	(100)	68.0	61.0	41.0	30.0
	베이징	(100)	76.0	63.0	57.0	31.0
연령	25~29세	(150)	66.7	56.0	42.7	28.0
	30~39세	(350)	75.7	64.3	42.6	30.6
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	73.4	60.4	41.4	27.5
	15,000~19,999위안	(177)	72.9	59.3	45.8	29.9
	20,000위안 이상	(101)	72.3	69.3	39.6	34.7

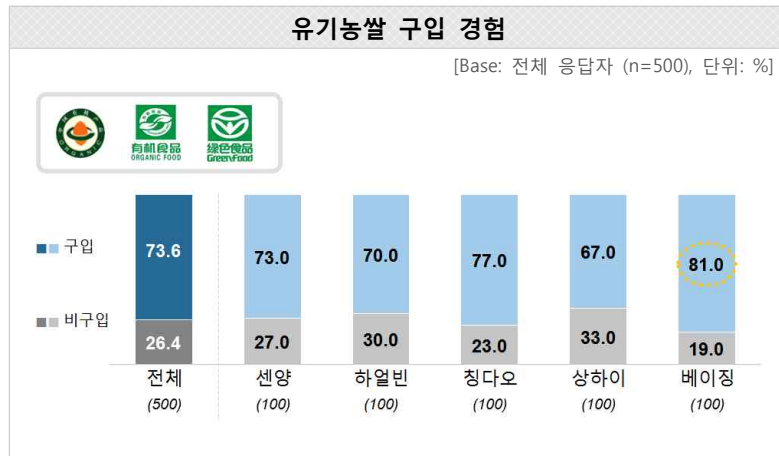
[응답자 특성별 유기농쌀 이미지 (계속)]

1~3순위		(Base)	가격이 비싼	유아, 어린이가 주로 먹는	가격 대비 가치가 있는
도시	센양	(100)	26.0	21.0	15.0
	하얼빈	(100)	26.0	23.0	15.0
	칭다오	(100)	32.0	18.0	11.0
	상하이	(100)	28.0	13.0	9.0
	베이징	(100)	20.0	17.0	14.0
연령	25~29세	(150)	22.0	22.7	12.0
	30~39세	(350)	28.3	16.6	13.1
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	29.3	19.8	12.6
	15,000~19,999위안	(177)	27.7	17.5	13.0
	20,000위안 이상	(101)	17.8	16.8	12.9



3. 유기농쌀 구입 행태 및 향후 구입의향

□ 유기농쌀 구입 경험률은 73.6%이며 특히 베이징의 구입 경험률이 높게 나타남



Q. 귀하께서는 '유기농쌀'을 구입해 본 적이 있으십니까?

[응답자 특성별 유기농쌀 구입 경험]

단위: %		(Base)	구입	비구입
도시	선양	(100)	73.0	27.0
	하얼빈	(100)	70.0	30.0
	칭다오	(100)	77.0	23.0
	상하이	(100)	67.0	33.0
	베이징	(100)	81.0	19.0
연령	25~29세	(150)	72.7	27.3
	30~39세	(350)	74.0	26.0
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	68.9	31.1
	15,000~19,999위안	(177)	74.0	26.0
	20,000위안 이상	(101)	83.2	16.8

- 유기농쌀 설명서 제시 후, 유기농쌀의 구입 의향에 대해 '주로 일반 쌀을 구입하고, 가끔 유기농쌀도 구입하겠다'는 응답률이 51.0%로 가장 높음
 - '항상 유기농쌀을 구입하겠다'는 27.2%, '항상 일반 쌀을 구입하겠다'는 13.8%로 응답됨



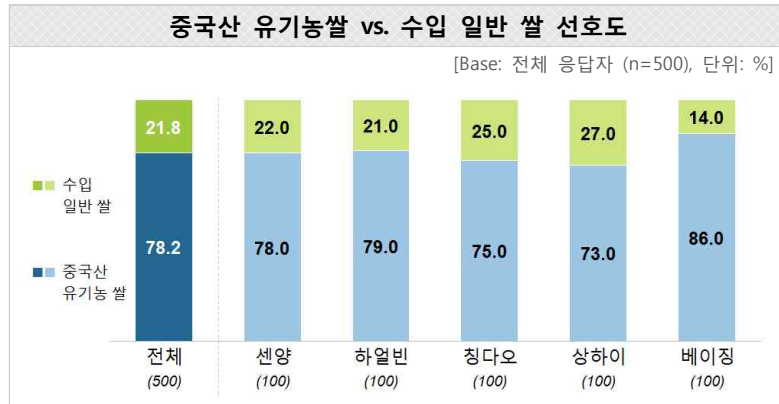
Q. 귀하께서는 향후 유기농쌀을 구입할 의향이 얼마나 있으십니까?

[응답자 특성별 유기농쌀 구입 의향]

	단위: %	(Base)	항상	항상	주로	주로
			일반 쌀을 구입	유기농쌀을 구입	일반 쌀 구입하고, 가끔 유기농 쌀도 구입	유기농쌀 구입하고, 가끔 일반 쌀도 구입
도시	센양	(100)	16.0	23.0	53.0	8.0
	하얼빈	(100)	7.0	28.0	58.0	7.0
	칭다오	(100)	13.0	31.0	51.0	5.0
	상하이	(100)	23.0	23.0	42.0	12.0
	베이징	(100)	10.0	31.0	51.0	8.0
연령	25~29세	(150)	16.7	25.3	45.3	12.7
	30~39세	(350)	12.6	28.0	53.4	6.0
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	15.3	21.6	58.1	5.0
	15,000~19,999위안	(177)	13.0	26.6	50.8	9.6
	20,000위안 이상	(101)	11.9	40.6	35.6	11.9



□ 중국산 유기농쌀과 수입산 일반쌀이 같은 가격일 때, 중국산 유기농쌀을 구입한다는 응답률이 78.2%로 수입산 일반쌀(21.8%) 보다 높음

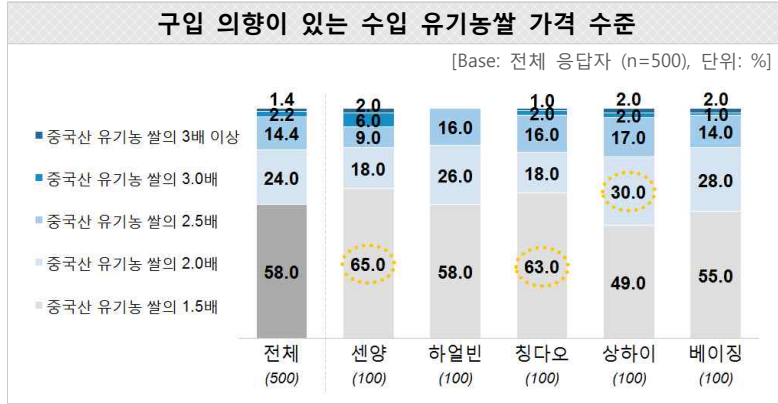


Q. 귀하께서는 중국산 유기농쌀과 수입산 일반 쌀이 같은 가격에 판매 되고 있다면 어떤 것을 구입하실 것 같습니까?

[응답자 특성별 중국산 유기농쌀 vs. 수입 일반 쌀 선호도]

단위: %		(Base)	중국산 유기농 쌀	수입 일반 쌀
도시	선양	(100)	78.0	22.0
	하얼빈	(100)	79.0	21.0
	칭다오	(100)	75.0	25.0
	상하이	(100)	73.0	27.0
	베이징	(100)	86.0	14.0
연령	25~29세	(150)	75.3	24.7
	30~39세	(350)	79.4	20.6
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	77.9	22.1
	15,000~19,999위안	(177)	79.7	20.3
	20,000위안 이상	(101)	76.2	23.8

- 수입산 유기농쌀이 중국산 유기농쌀의 1.5배 일 때 구입할 것이라는 응답이 전체의 58.0%로 가장 높으며, 특히 센양(65.0%), 칭다오(63.0%)에서 높게 나타남
 - 상하이에는 중국산 유기농쌀의 2.0배일 때 수입 유기농쌀을 구입한다는 응답률이 30.0%로 다른 지역 대비 높은 편임



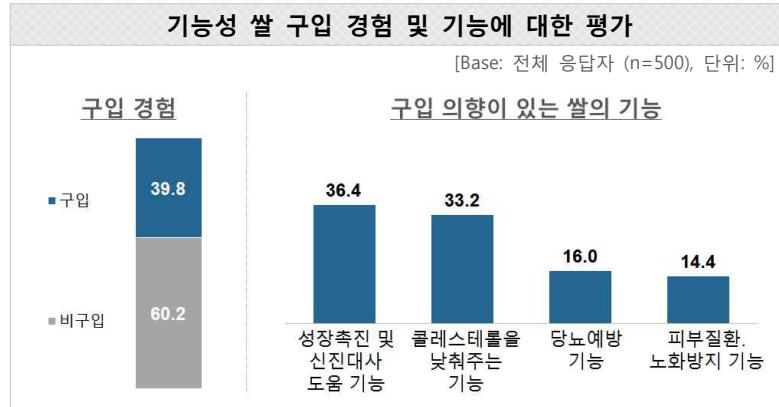
Q. 중국산 유기농쌀이 1Kg에 30위안으로 판매가 된다면, 수입산 유기농쌀의 구입가격이 중국산 유기농쌀 대비 어느 수준일 때 구입할 의향이 있으십니까?

[응답자 특성별 구입 의향이 있는 수입 유기농쌀 가격 수준]

	단위: %	(Base)	중국산 유기농 쌀의 1.5배	중국산 유기농 쌀의 2.0배	중국산 유기농 쌀의 2.5배	중국산 유기농 쌀의 3.0배	중국산 유기농 쌀의 3배이상
도시	센양	(100)	65.0	18.0	9.0	6.0	2.0
	하얼빈	(100)	58.0	26.0	16.0	0.0	0.0
	칭다오	(100)	63.0	18.0	16.0	2.0	1.0
	상하이	(100)	49.0	30.0	17.0	2.0	2.0
	베이징	(100)	55.0	28.0	14.0	1.0	2.0
연령	25~29세	(150)	56.7	20.7	19.3	2.0	1.3
	30~39세	(350)	58.6	25.4	12.3	2.3	1.4
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	57.2	23.9	14.4	2.7	1.8
	15,000~19,999위안	(177)	58.2	23.7	16.4	0.6	1.1
	20,000위안 이상	(101)	59.4	24.8	10.9	4.0	1.0



- 기능성 쌀의 구입 경험률은 39.8%로 수입쌀(84.4%), 유기농쌀(73.6%) 대비 낮은 수준임
- 향후 구입 의향이 있는 쌀의 기능으로 '성장촉진 및 신진 대사 도움 기능'(36.4%), '콜레스테롤을 낮춰주는 기능'(33.2%)이 상대적으로 높게 응답됨



- Q. 귀하께서는 '기능성 쌀'을 구입한 적이 있으십니까?
- Q. 귀하께서는 향후 '기능성 쌀'을 구입한다고 할 때, 어떤 기능이 첨가된 쌀을 구입할 것 같으십니까?

[응답자 특성별 기능성 쌀 구입 경험]

단위: %		(Base)	구입	비구입
도시	센양	(100)	43.0	57.0
	하얼빈	(100)	43.0	57.0
	칭다오	(100)	32.0	68.0
	상하이	(100)	34.0	66.0
	베이징	(100)	47.0	53.0
연령	25~29세	(150)	46.7	53.3
	30~39세	(350)	36.9	63.1
월평균 소득	10,000~14,999위안	(222)	34.2	65.8
	15,000~19,999위안	(177)	38.4	61.6
	20,000위안 이상	(101)	54.5	45.5

[응답자 특성별 구입 의향이 있는 쌀의 기능]

단위: %		(Base)	성장촉진 및 신진대사 도움 기능	콜레 스테롤을 낮춰주는 기능	당뇨예방 기능	피부질환, 노화방지 기능
도시	센양	(100)	36.0	32.0	14.0	18.0
	하얼빈	(100)	34.0	36.0	16.0	14.0
	칭다오	(100)	35.0	33.0	16.0	16.0
	상하이	(100)	38.0	34.0	20.0	8.0
	베이징	(100)	39.0	31.0	14.0	16.0
연령	25~29세	(150)	36.7	37.3	13.3	12.7
	30~39세	(350)	36.3	31.4	17.1	15.1
월평균 소득	10,000~ 14,999위안	(222)	38.3	30.6	14.9	16.2
	15,000~ 19,999위안	(177)	33.3	35.0	17.5	14.1
	20,000위안 이상	(101)	37.6	35.6	15.8	10.9



4. 유기농쌀 판매 현황

- 유기농쌀은 유기농 식품전문 기업체에서 생산하여 판매하고 있으며 COFCO의 브랜드(福临门)로 판매되는 유기농쌀은 현재까지 없음
- 유기농쌀 판매가격은 1Kg 당 24위안~69위안으로 가격 Range가 큼
- 프리미엄 마트에서 판매되는 중국쌀의 평균가격(약 20위안)과 비교하였을 때 약 3배 정도의 차이를 보임

브랜드	용량	가격	1Kg 가격	
헤이투 다오창 (黑土稻场)		2.5kg	63위안	25.2위안
성타이웬 다오 (生态原稻)		2.5kg	109위안	43.6위안
시구웬지 (溪谷源记)		1Kg	69위안	69위안
형다싱안 (恒大兴安)		5Kg	120위안	24위안

*프리미엄 마트(Ole, blt, BHG Market Place 등) 내 유기농쌀 제품,
2016. 7~8월 Shop visit

제3장



수출 확대 방안

I. SWOT 분석

II. 세부 확대 방안





I. SWOT 분석

1. Strength

Strength	Weakness
Opportunity	Threatening

'한국산'이라는 원산지 효과

- 중국 내에서 Made In Korea는 '안전한', '믿을 수 있는' 제품으로 인식되고 있음
- '별에서 온 그대', '태양의 후예' 등 드라마를 통해 한류붐이 형성됨에 따라 한국제품에 대한 관심도 증가하고 있음

제품력

- 일본산 고시히카리 대비 맛, 외관 면에서 차이가 없으며 전반적으로 긍정적인 평가를 받음

2. Weakness

Strength	Weakness
Opportunity	Threatening

낮은 인지도

- 한국쌀은 중국시장 초기진입 단계로 인지도가 아직 낮음
- 한국쌀에 대한 인지도가 낮아 가정에서 만들어 먹을 수 있는 레시피 전파에 한계 존재
- 고시히카리는 일본쌀의 대표품종, 한국쌀은 대표 품종이 없음

높은 가격

- 한국쌀의 판매가격은 일반 중국쌀 대비 약 2배 높아, 일반 소비자들이 구입하기에는 가격저항이 높음

'향'에 대한 Barrier

- 중국산 우창쌀과 태국쌀은 '향'이 나는 특징이 있음. 따라서 우창쌀과 태국쌀에 적응된 중국소비자들은 '무향'인 한국쌀을 다소 생소하게 느낄 있음
- 조사 결과에서도 중국 소비자들은 '향이 있는 쌀'을 더 선호하는 것으로 나타남

3. Opportunity



일본쌀 시장 잠식

- 현재 중국에서 판매되는 수입쌀 단립종은 3개국(일본, 대만, 한국)뿐이므로 경쟁국이 상대적으로 적은 편임
- 일본쌀은 원전사고 이후 더 이상 '안전한 쌀'로 인식되고 있지 않으며 판매량도 감소하고 있음
- 따라서 전체 수입쌀 시장 중 일본쌀이 차지하는 시장을 한국쌀이 대체할 수 있는 가능성이 보임

자유무역지구 온라인 판매

- 수입 쿼터를 보유한 수입업체를 거치지 않고, 자유무역지구로 선적한 후 온라인으로 판매가 가능함

소득수준 향상에 따른 잠재수요층 증가

- 중국 소비자들의 소득수준이 높아짐에 따라 한국쌀 구입능력이 있는 소비층도 늘어남

품목 다양화

- 유통 판매자는 제품 다양성 측면에서, 신제품으로 한국쌀을 취급할 의향이 높음

4. Threatening



불안정한 정치적 이슈

- 중국은 사회주의 국가로 쌀 수입량 등 판매정책은 중국과의 외교, 정책적인 영향을 많이 받음
- 한·중간 정치적인 이슈가 중국 내에서 한국쌀 판매에 위협요인으로 작용할 수 있음

특정 수입업체에 대한 의존도

- 중국 내 쌀 수입은 대부분 수입쌀 쿼터 보유 업체를 통해 이루어짐
- 수입 후, 중국 내에서의 판매가격, 유통매장은 모두 수입업체의 결정에 따라 진행되며 수입업체에 대한 의존도가 높음



II. 진출 방안

1. 침투시장으로 중고가 단립종 시장에 집중해야 함(일본쌀 대체)

- 중국 쌀 시장은 품종(단립종, 중장립종, 장립종)과 가격(저가, 중가, 고가)에 따라 구분할 수 있음
- 일본산 단립종은 고가시장, 중국산 우창쌀(중장립종)은 중고가 시장, 태국쌀(장립종)은 중가 시장을 형성하고 있음
- 중국 동북3성 지역에서 재배되는 단립종과 장강이남에서 재배되는 장립종은 저가시장으로 분류할 수 있음
- 전반적으로 중, 고가 시장은 수입쌀이 점유하고 있으며 그 중, 판매 단가면에서는 일본쌀이 우위를 차지하지만 전체적인 시장 규모로 볼 때 태국쌀의 시장 점유율이 더 높음
- 이러한 시장구조에서 한국쌀이 진입할 수 있는 시장은 '단립종 고가' 시장이며 해당 시장 내에서는 '일본쌀'과 1차적으로 경쟁을 하여야 함



2. 고품질의 안전한 쌀이라는 점으로 승부

- 유통채널 전문가 의견에 의하면, 일본쌀 주 구입자는 재중 일본인, 일본 문화에 관심이 많은 소비자 혹은 '건강', '과시적인' 성향이 강한 소비층임.
이런 사람들은 공통적으로, 소득수준이 높은 30~40대의 여성들이며 일본쌀에 대해 높은 충성도를 형성함
- 그러나 최근 들어 일본 방사능 등 안정성의 이슈로 인해 일본쌀의 판매량은 감소하고 있음
- 일본쌀 대신 다른 국가의 '안전한 쌀'을 구입하려는 행태를 보이고 있음

일본쌀 구입자:

- 1) 재중 일본인
- 2) 일본 문화에 관심이 많은 소비자
- 3) '건강', '안전'을 중요시하는 상위 5% 고소득자

현재 시장에서의 일본쌀 반응

- 1) 가격은 비싸지만 맛이 좋은 쌀
- 2) 원전 발생 이후, 일본쌀은 방사능에 노출되어 구매하기를 꺼려함



3. 1선도시 위주의 젊은 고소득층 여성을 타겟으로

- 중국은 도시 등급 별로 소득수준 및 수입제품에 대한 수용도가 상이함
- 수입쌀 구입경험율은 셴양, 하얼빈 보다 상하이, 베이징, 칭다오에서 높게 나타남
 - 따라서 한국쌀의 1차 타겟은 소득수준이 높은 1선 도시로 설정함



- 치링(70년생/七零), 빠링허우(80후/八零後)로 가구소득 상위 10% 이내의 고소득층 여성 타겟
 - 이 연령대의 소비자들은 수입산 제품에 대한 수용도가 높으며, 자녀와 본인 중심의 소비행태를 보임

연령 및 특징	가족 구성	쇼핑행태
치링 (70년생/七零) • 1970년대에 태어난 세대 • 경제적·사회적으로 안정적인 상태이며 자녀를 위해 최상의 환경을 제공하고자 하며 모든 지원을 아끼지 않음 • 자녀·가족을 위한 소비	초·중·등 자녀	가족구성인 쇼핑
빠링허우 (80후/八零後) • 1980년대에 태어난 세대 • 개인주의적·소비자항적 성향과 개방적·합리적 사고방식을 지니고 있으며, 외국 문화를 거부감 없이 수용하고 개성을 추구함 • 특히 한류 문화를 접착한 첫 세대임	영유아 자녀 가족	가격보다는 안전성을 중요시함

4. 중국 소비자 취향에 맞춘 품종 개발 필요

- 한국쌀은 중국쌀(우창쌀)과 비교했을 때 투명도, 향, 찰진 정도 및 전반적인 맛 측면에서는 다소 열위임
 - 특히, 향 속성에서 가장 큰 차이를 보임
- 한국쌀은 일본쌀(고시히까리) 대비 윤기, 찰진 정도는 다소 낮게 평가되고 있으나 씹히는 식감 및 전반적인 맛은 높게 평가됨
 - 전반적으로 한국쌀과 일본쌀(고시히까리)의 품질 면에서는 유사한 수준임
- 한·중·일 3종 쌀 중에서 중국 우창쌀이 긍정적으로 평가되고 있음
 - 이는 중국 현지에서 습관적으로 취식해 왔던 '익숙함'에 의한 결과인 것으로 유추할 수 있음



- 중국쌀(우창쌀) 대비 한국쌀의 가장 차이점은 '향'임
 - 중국 소비자들은 쌀 평가 시, '향'을 중요하게 고려하며 향기가 있는 쌀을 더 선호함
 - 따라서 한국쌀의 '향'이 없다는 점은 부정적인 요소로 평가되고 있음
 - 장기적인 측면으로 볼 때, 중국 시장 내 한국산 쌀의 판매확대를 위해서는 중국 소비자들의 Needs에 부합되도록 '향'이 가미된 쌀에 대한 연구 개발이 이루어져야 함

5. 프리미엄 마트 중심의 판매

- 중국 내에서 유통되고 있는 수입쌀은 프리미엄 마트를 중심으로 유통되고 있음
 - 특히 고가의 프리미엄 이미지인 일본쌀은 Ole, city super, blt 등 프리미엄 마트에서만 판매되고 있음
 - 유통매장은 제품을 판매하는 장소일 뿐만 아니라 제품 이미지를 형성할 수 있는 하나의 매개체 역할을 함
 - 따라서 한국쌀의 프리미엄 이미지 형성을 위해서는 프리미엄 마트를 중심으로 판매해야 함
- 중국에서 새롭게 발표된 자유무역구를 통한 온라인전자상거래도 한국쌀의 판매채널로 활용할 수 있음
 - 다만, 해당 정책에 대한 명확한 가이드라인이 제시되지 않고 있어 불안정한 요소들이 내재되어 있으나 수입업체의 쿼터보유량에 의존하지 않고 온라인으로 판매할 수 있다는 점은 한국쌀 판매확대에 긍정적인 요소로 작용될 수 있음

6. 고급스러운 디자인으로 시용을 확대해야

(2Kg + 손잡이 + 벽돌모양 진공)

- 용량
 - 고가인 한국쌀의 시용 확대를 위해서는 부담이 적은 2kg 이하 소용량이 적합 (컨조인트 분석에서도 대용량의 선호도가 낮았으며, 진공 풀림의 문제도 발생 가능)
 - 프리미엄 마트 방문자들은 주로 1주일에 1회 정도 마트에 방문하기에, 너무 작은 용량의 제품은 바람직하지 않음
- 패키지
 - 시용 확대를 위해서는 다양한 광고, 홍보 활동도 중요하지만, 매장 내에서 손질이 가는 패키지 디자인이 더욱 중요
 - 한국쌀의 패키지로는 한국적 특색을 나타낼 수 있는 동시에 고급스러워야 함
 - 현재의 비닐 재질 포장 패키지보다는 종이상자, 부직포 등 다양한 소재를 사용하는 것이 바람직함

포장 패키지 예시



7. 진공포장 기술 개선

- 현재 중국으로 수출되고 있는 한국쌀은 100% 진공포장이며 중국 내에서 유통되고 있는 기타 국가의 수입쌀도 진공상태로 판매됨
 - 그러나 운송, 판매 시 진공이 풀리는 현상이 다수 발생함
- 중국 수출 시 진공포장 여부는 검역, 통관 과정의 필수조건이 아니며 수입업체의 요구사항임
 - 수입업체는 수입쌀 판매 시 유통기한 및 신선도 유지를 위해 진공포장 상태를 선호함
 - 다만, 현재 한국은 진공포장 기술이 미흡하여 유통 시 진공이 풀리는 현상이 다수 발생함
 - 진공포장 기술이 보완되면 현재의 봉투타입 형태 뿐만 아니라 벽돌타입 등 다양한 패키지 제품으로 판매할 수 있음

8. COFCO와의 좋은 관계를 유지하면서, 대체 채널 확대를 위한 노력 필요

- COFCO는 중국 국영기업으로써 쌀 수입쿼터의 50%를 보유하고 있는, 수입쌀시장에서의 절대적인 영향력을 행사할 수 있는 기업임
- 따라서, 수출 초기에는 COFCO와의 밀접한 관계형성이 절대적으로 필요함
- 하지만, 국영기업이기 때문에 정치적 이슈에 민감하게 반응할 수 밖에 없는 위협요인 또한 존재하여, 위험을 줄이기 위해서는 수출채널 다변화를 위한 노력이 필요함
- 이를 위해, 쿼터보유 사기업이나 자유무역지구에서의 온라인 판매 확대를 고려할 필요가 있음

9. 프리미엄 마트와 온라인몰을 중심으로한 소비자 접점 확대

- 수입쌀은 중국쌀에 비해 온라인몰이나 프리미엄 마트에서 구입하는 비중이 상대적으로 더 높았음
- 고가의 프리미엄 이미지로 포지셔닝 되어있는 쌀은 주로 Ole, city super, blt 등 프리미엄 마트에서 판매되고 있으며, 이러한 유통매장은 판매 장소일 뿐만 아니라 제품 이미지를 형성할 수 있는 매개체 역할도 수행하고 있음
- 일본쌀과 경쟁해야 하는 한국쌀의 프리미엄 이미지 형성과 판매 확대를 위해서는 프리미엄 마트를 중심으로 소비자 접점을 넓혀가는 것이 바람직함
- 또한, 한국쌀 저변 확대를 위해서는 온라인몰을 통한 판매도 고려해볼 수 있음

10. 단일 브랜드(K-RICE) 사용은 바람직하지 않음

- 브랜드 단일화가 효과를 발휘하려면 산지 별 품질 차이가 없어야 하는데, 현실은 그렇지 않음(품종도 차이 남)
- 중국시장에서는 초기 시장 진입 시 '원산지'를 홍보하는 것이 더 효과적이라고 알려져 있음(예 : 태국에서 가장 깨끗한 자연-'Tongulalonghai'에서 재배되는 쌀)
- COFCO의 마케팅 전략방향도 원산지 특징을 나타낼 수 있는 개별 브랜드로 소비자들에게 어필하는 것임



11. 유기농쌀 시장 진출은 시기상조

- 중국 소비자들의 소득수준이 향상되고 식품 안전에 대한 중요도가 높아짐에 따라, 유기농쌀 시장이 성장하고는 있으나 아직 규모가 크지는 않음 (선물용 > 자가소비)
- 가격이 매우 비쌌에도 불구하고 일반 쌀과의 차별점을 즉각적으로 인지하지 못하기 때문에 1회성 구입에 머물러 있는 단계임
- 한국산 유기농쌀 판매를 위해서는 중국 내에서의 관련 인증을 받아야 하나, 현실성이 떨어짐(아직 정책적으로 '유기농'에 대한 명확한 기준 및 규제가 부재한 상황)

12. 장기적으로 향미의 개발이 필요함

- 중국 소비자들은 '향'이 있는 쌀을 선호함
 - 예전에 중국 내 향미 생산량이 적어서 황제에게 진상했다는 설이 있음
- 한국쌀의 주요 경쟁 제품인 중국산 우창쌀은 향미이며, 우창쌀은 이를 차별화 포인트로 활용해서 시장에서 큰 성공을 이루어 냈음
- 향미의 개발에는 많은 시간이 소요되겠지만, 장기적인 관점에서는 이를 위한 준비가 필요할 것으로 판단됨
 - 세계적으로 유명한 다수의 쌀이 향미(예: 인도의 바스마티)

13. 홍보채널로는 드라마 PPL이나 동영상광고가 효율적

- 드라마 PPL
 - '별에서 온 그대', '태양의 후예' 등 드라마를 통해 한류붐이 형성됨에 따라 스타마케팅이 효율적임
 - 한국 드라마에서 PPL 광고를 진행함으로써, 한국쌀 레시피, 이용 TPO 등을 자연스럽게 전파할 수 있음
 - 다만, 비싼 모델료 대비 제품 노출 시간이 짧고, 시청자가 정확하게 인지하지 못할 수 있는 단점이 존재
- 동영상 광고
 - 한류의 영향으로 인기가 있는 한국 드라마, 연예프로 등의 영상물 중간에 삽입할 수 있는 동영상 광고를 통해 한국쌀을 홍보할 수 있음
 - 이는, 한국 문화에 대한 수용도가 높은 타깃에 효과적으로 접근할 수 있는 방식으로, 비용 대비 효과적임





수출 상위 3개국 조사

I. 호주

II. 미국

III. 일본






I. 호주

1. 국가 개요

(1) 국가 개황

□ 기본정보

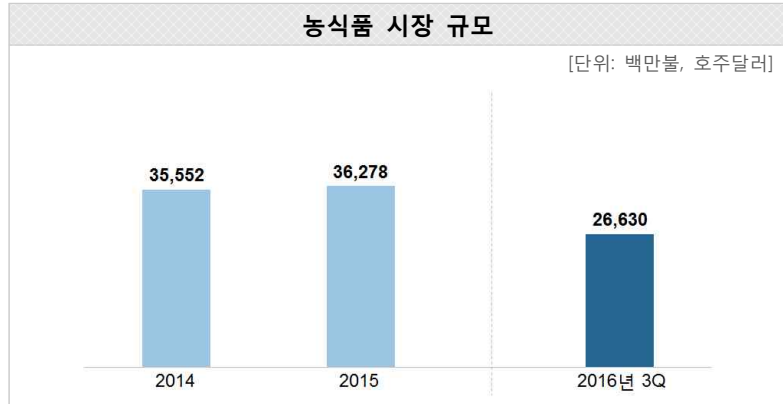
	국명	호주 (Commonwealth of Australia)
	수도	캔버라(Canberra)
	위치	남위 35° 18' 29" 동경 149° 07' 28"(수도기준)
	면적	약 7,741,220km ²
	종교	기독교, 카톨릭 등
	인구	약 8,569,633명 ('15년)

국내총생산 (GDP) 약 12,408명 ('15년)

출처 : 한국무역협회

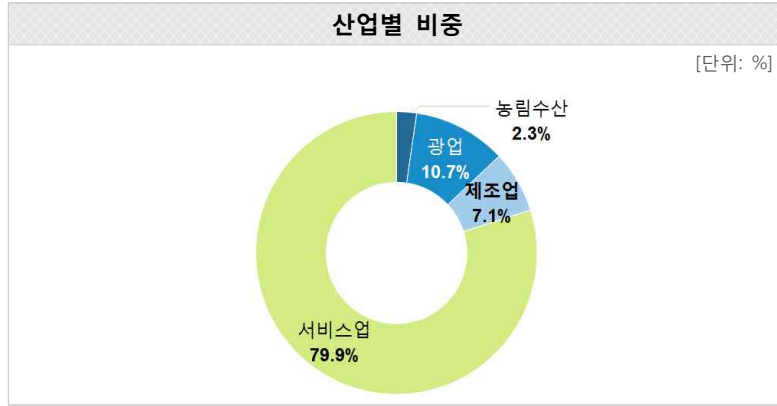
(2) 농식품 시장 현황

- 호주 농식품 시장규모는 '15년 3백62억 호주달러이며, 작년 대비 2% 정도 상승함
- 전체 호주 국내생산량 중 농림수산의 비중은 약 2.3%를 차지함



출처 : Trading Economics

- 산업별 비중
 - 호주의 산업별 GDP중 서비스업이 가장 높은 비중을 차지하며 농림수산업은 약 2%를 차지함



출처: Australia Benchmark Report (호주무역투자진흥처, 2014)

- 경지면적
 - 2014년 호주의 농업경지면적은 7.6만 ha로 전년의 9만 ha 대비 증가함

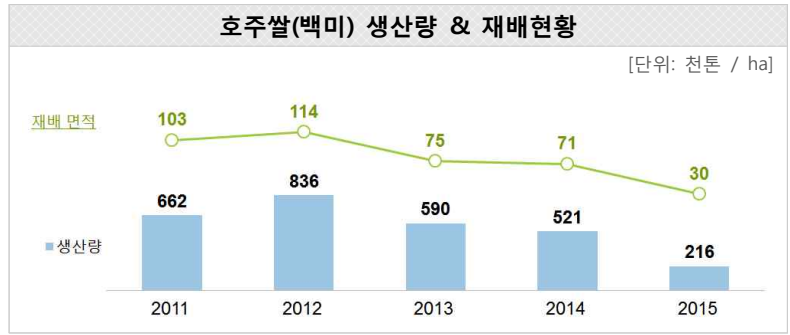
(3) 소비 현황

- 건강에 대한 관심이 대두되면서 슈퍼 푸드와 건강식 관련 농식품 매출이 증가하고 있고, 2014년 유기농 식품 구입이 2012년 대비 30% 이상 증가한 것으로 나타남
- 건강에 대한 관심과 경제 불황이 겹치면서 가정식 조리가 확대되고 있으며, 이에 따라 신선식품류의 매출이 증가하고 있는 추세임

2. 품목 개요

(1) 쌀 생산 현황

- 호주쌀의 98%는 약 1,500여 쌀 농가가 있는 뉴사우스웨일즈에서 생산되며, 농장 평균 규모는 400ha이나 3~4년에 한번 경작함
- 매년 약 1/3의 토지에서 쌀을 생산하고 다음 해에는 밀, 보리, 콩, 목초지 등으로 활용됨
- 호주는 매년 최대 13만ha에서 1백만 톤까지 쌀 생산이 가능하며, 생산되는 대부분의 쌀은 중동과 태평양 연안, 북미 및 아시아를 포함한 60여개 국가로 수출하고 있음



출처 : World Rice Statistics

- 생산품종은 자포니카 타입의 중립종이 78%를 차지하고, 장립종 15%, 단립종이 7% 가량임
 - 중립종 생산이 많은 이유는 일조량이 높고 병충해가 거의 없어 중립종을 생산하는데 적합하기 때문임

(2) 쌀 수출입 현황

- 쌀 수입현황
 - 2010년 가뭄으로 호주 국내 생산량이 감소하였을 때 수입량이 높았으며, 이후 수입량이 감소하는 추세이다가 2013년에 다시 증가함
 - 태국쌀 수입 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 인도, 파키스탄, 미국산 등임
 - 2013년 쌀 수입량은 약 133백만 톤으로 호주 총 소비량의 62%를 차지하였음

쌀 수입 현황

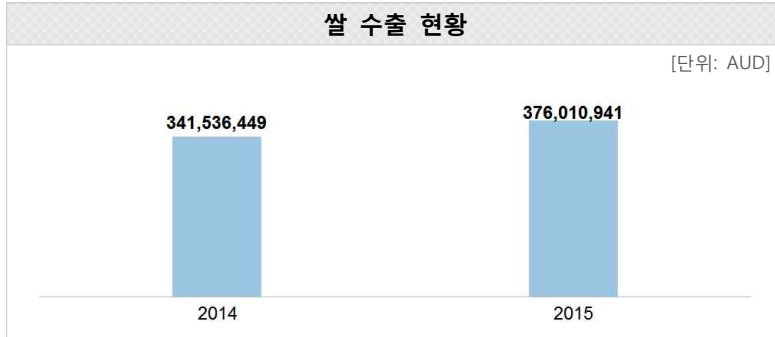
[단위: 톤]

	2010	2011	2012	2013	2014
태국	121,306	95,491	67,802	689,778	80,543
인도	12,971	16,431	22,757	26,624	30,223
파키스탄	21,527	20,845	17,967	19,193	18,357
미국	21,193	11,381	11,711	12,759	11,365
베트남	6,681	7,976	5,955	6,583	7,540
이탈리아	1,849	1,808	2,265	2,730	2,577
대한민국	2,001	1,520	1,137	743	668
스페인	1,210	1,379	850	942	797
일본	128	252	303	336	553
캄보디아	975	1,281	1,247	640	952

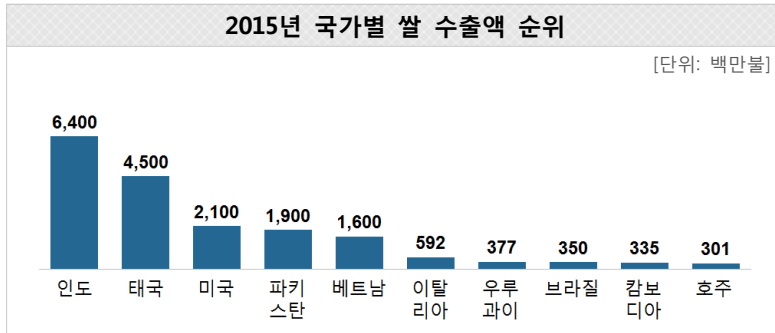
출처: Australian Bureau of Statistics

□ 쌀 수출현황

- 호주는 쌀 생산량의 약 80%를 수출하는 수출국임
- 호주쌀을 수출하는 주요 국가는 인도, 태국, 미국, 파키스탄, 베트남 등임



출처: Australian Bureau of Statistics



출처: World Rice Statistics



(3) 쌀 유통 및 판매 현황

□ 쌀 유통 현황

- 호주의 쌀 시장은 정부의 지원이나 간섭 없이 자유롭게 경합하는 구조임
- 쌀의 98%가 생산되는 뉴사우스웨일즈에서의 호주 내 쌀 유통은 Rice Marketing Board(RMB)가 위임하는 9개 업체를 통해서만 가능하며 실질적인 유통은 유일한 도정시설 보유업체인 SunRice社를 통해 이루어지고 있음
- 호주 국내 유통 가능업체(9개소) : Ricegrowers Limited(Trading as SunRice), Graincorp Limited, Slater Farms, GJ & BJ Woolley, Frank Boyle, Organic Grains Pty Ltd, Carmac Trading Pty Ltd, PS & JM Randall, Australian Food and Agriculture Company Limited

□ 현지 대형마트

- 호주에서 유통되는 쌀은 주로 대형매장(Coles, Woleworths, IGA 등)에서 소포장(1kg, 2kg) 또는 5kg, 10kg 포장으로 판매되고 있으며 주 브랜드는 Sunrice Medium&Long Grain(호주산)임
- 장립종이라도 호주산이 수입산(태국산)에 비해 약 19~30%에 비싸며 중립종(호주산)>자스민쌀(태국산)>장립종(호주산)>장립종(태국산) 순으로 가격대가 형성되어 있음

□ 한인마트

- 한인마트에서는 주로 10kg 이상 제품 위주로 판매되며 Yellow Gold 25kg(미국산)가 가장 많이 판매되고 있음
- 한국쌀은 서래야쌀(서천군농협, 대원미곡종합처리장), 뚝부기쌀(대산농협), 뚝시메쌀(합천유통)등이 판매되고 있으며 가격대는 20kg에 AU\$58로 호주산, 미국쌀 가격대비 2배 이상임
- 한국쌀은 품질이 일정하지 않고 묵은쌀이 유통되는 경우도 있어 소비자들의 신뢰도가 하락하여 이를 개선하기 위해 노력하고 있음
- 소비자들이 쌀밥보다는 혼식을 선호함에 따라 발아현미, 흑미, 찰쌀 등 1kg 단위 잡곡 판매가 증가하는 추세임
- 젊은 층에서 주차시설이 갖추어져 있고 다양한 품목, 제품 진열이 잘 되어있는 한인마트를 선호함에 따라 주차시설이 있는 한인마트의 방문객 및 매출이 일반 한인마트보다 높은 편임

□ 중국인 마켓

- 중국 마트에서 판매하는 주품목은 태국산 Jasmine, Long Grain(Sunrice) 이며 중립종은 Medium Grain(미국산)이 판매되고 있음
- 중국인들이 호주 상권에서 영향력을 형성하여 재래시장, 중국 및 아시아마켓 등에서 식재료를 판매하고 있음

□ 쌀 판매 현황

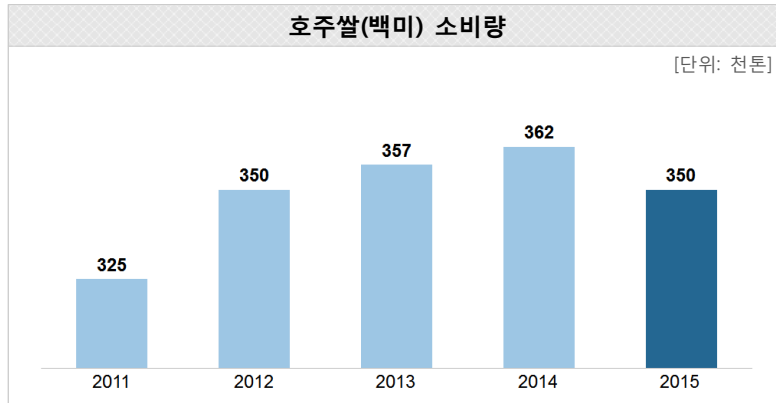
- 호주에서 유통되는 쌀은 주로 대형매장에서 소포장(1kg,2kg)으로 판매
- 주요 브랜드는 sunrice Medium & Long grain(호주), 바스마티(인도,파키스탄), 자스민쌀(태국) 등

						
원산지	미국	호주	인도	한국	인도	호주
제조사	Lundberg	-	IndiaGate	서래야	Dynasty	Sunrise
용량	907g	1kg	20kg	10kg	907g	1kg
종류	장립종	중립종	바스마티	단립종	장립종	중립종
가격	38.95AUD	2.99UD	47.95AUD	34.99AUD	46.95AUD	3.39AUD
판매처	IGA	IGA	IGA	IGA	IGA	IGA
특징	무GMO, 무BPA, 무글루텐의 자스민쌀	호주산으로 가장 싼 중립종쌀	프리미엄 제품	서천군 공동 브랜드로 HACCP 인증	최상품질로 코셔제품	호주 현지에서 가장 인기있는 제품

출처 : 쌀 수출핸드북(aT, 2014)

□ 쌀 소비 현황

- 호주 내 쌀 소비량은 2012년 이후 꾸준히 증가하다가 2015년 35만톤으로 2012년과 동일한 수준으로 감소함
- 호주에서 쌀은 카레와 먹는 부식 또는 디저트 식품으로 여겨졌으나, 아시아계 이민자의 증가와 함께 쌀을 주재료로 하는 요리가 늘어나고 관심이 커져 쌀 시장이 확대되고 있음
- 식용(table rice) 뿐만 아니라 쌀가루, 쌀 스낵 및 사료용 제품 등 다양한 형태로 가공되어 유통되고 있으며, 조리가 간편한 레토르트 (retort) 형태의 가공품 등이 인기를 끌고 있음



출처: World Rice Statistics

(4) 쌀 수입 관련 제도

- HS Code : 100630 [정미(연미, 광택여부에 상관없음)]
- 관세율 : 0%
- 검역 및 통관
 - 검역관련부처(Australian Quarantine and Inspection Service)에서는 수입허가 신청 품목에 대한 위험분석관리(Risk Analysis Management)를 실시하며 결과가 성공적으로 검토되지 않은 경우 수입 불가
 - 검역 및 통관 절차는 다음과 같음
 - ① 물품 반입시 호주 검역청에 제반 선적서류 제시
 - ② 검역청이 요구하는 소정의 양식 작성
 - ③ 검역관의 검역실시
 - ④ 검역결과 이상이 없는 경우에는 수하인에게 인도
 - ⑤ 검역의 결과 문제가 발생하였을 경우 문제의 성질에 따라 소독, 폐기, 또는 기타방법에 의해 처리됨
 - ⑥ 검역이 완료된 경우 검역기관은 확인서류 발급
 - ⑦ 검역 완료후 수하인이 7일 이내에 물품을 반출하지 않는 경우 검역기관은 해당 물품을 매각하거나, 폐기처분 할 수 있음

3. 쌀 홍보 및 마케팅 사례

호주 마케팅 전략 Point

- 호주 국민들은 식품의 영양성분을 중요시하기 때문에 민감한 성분을 제시하거나 좋은 성분을 강조하는 문구를 넣어 정보를 제공할 수 있음

호주쌀 홍보 마케팅 전략

- ① 해당 쌀의 용도를 명시해주는 패키지 사진
 - 쌀의 품종에 따라 그에 적합한 용도(볶음밥용, 리조또용 등)를 패키지 사진에 명시하여 홍보함

- 특히, 호주 대표 브랜드 Sunrise는 다양한 이민자들로 구성된 호주 사회에 국가별 식문화에 맞춘 제품을 출시함
- 또한, 품종에 맞는 레시피를 전면에 보여주어 제품에 대한 간략한 설명과 함께 영양성분을 표시하고 있음
- 소비자들이 한 눈에 쌀의 용도를 파악할 수 있어 좀 더 쉽게 선택이 가능함



한국쌀 홍보 마케팅 전략

① 가격할인 행사

- 현지 대형마트는 프로모션을 진행하며 품목에 따라 반값 세일을 함
- 한인마트에서 쌀 판촉행사로 1+1 등 추가증정 활동을 진행함



② 햅쌀스티커 부착

- 매년 햅쌀이 출하되는 9-10월에는 햅쌀을 별도 표기하는 한국산 햅쌀 스티커를 부착하여 전년도 제품과 차별화함



③ 전단지 및 브로셔

- 한국쌀을 소개하는 영문 브로셔 및 포스터 제작 및 배포함



④ 판촉행사

- 한국지자체별로 호주 내 판매매장 순회 홍보활동과 시식 이벤트 등 쌀 홍보를 위한 판촉전 개최함



⑤ 한국의 날 페스티벌 부스 설치

- Korean rice festival 홍보행사로 한국쌀과 쌀 가공식품의 우수성을 알리기 위해 한과, 라이스칩 등 쌀 가공식품 시식행사, 홍보용 쌀 무료 배포, 한국쌀 소비자 선호도 조사 등을 실시함
- 떡메치기 행사를 통해 방문객들이 전통적인 방식으로 직접 떡을 만들어 볼 수 있는 기회를 제공하고 즉석에서 만든 인절미를 나누어주면서 교민들뿐만 아니라 행사에 참여한 현지인들의 관심을 이끌어 냄

II. 미국

1. 국가 개요

(1) 국가 개황

□ 기본정보

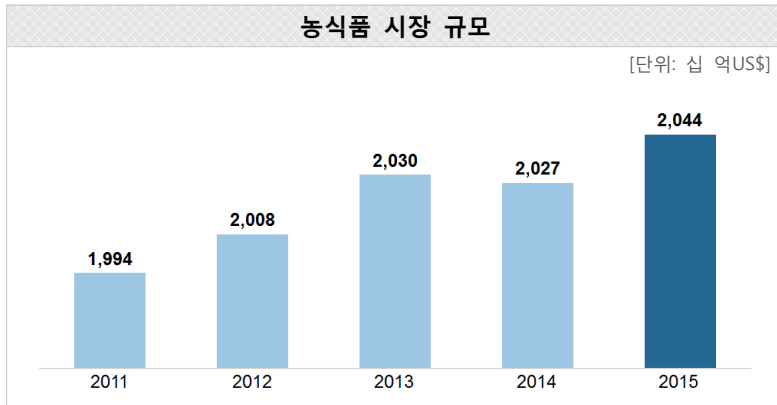
	국명	미합중국(The 단위의 States of America)	
	수도	워싱턴 D.C.	
	위치	미주대륙 중부 (서경 66°57'~124°44', 북위 25°7'~49°23')	
	면적	약 982만 6675km ²	
	종교	개신교, 로마카톨릭교, 모르몬교 등	
국내총생산 (GDP)	약 17조 9,682억 달러('15년)	인구	약 324,693,918명 ('15년)

출처 : 한국무역협회

(2) 농식품 시장 현황

□ 미국 농식품 시장 규모

- 2015년 미국 농식품 시장 규모는 2조 달러이며 해마다 증가하고 있음
- 미국의 농식품 시장 규모가 커지고 다양해지면서 다국적 기업들이 농업관련 산업에 점점 더 관여하고 있으며 글로벌 기업들은 인수합병을 통해 수익성을 향상시키고 있음
- 전통적으로 미국은 가족 단위의 농장이 차지하는 비중이 매우 큰데, 점점 기업형 농장으로 규모가 확장되고 있음



출처 : IBIS World



□ 산업별 비중

- 2015년 산업별 비중을 살펴보면, 건설, 금융·보험·부동산 대여, 전문 서비스가 증가한 반면 광업이 가장 큰 감소를 보였고 농업·어업·수렵도 미미한 감소를 보이고 있음

(3) 농식품 소비동향

□ 미국 농식품 시장에서는 가격과 건강을 모두 충족시키는 식품을 구입하는 트렌드가 형성되고 있음

- 농식품 업체들은 기존 제품을 재구성하여 염분, 설탕, 트랜스지방, 포화지방을 줄여 비타민, 미네랄, 섬유질 등 건강한 식재료의 사용을 늘리는 추세임
- 최근 들어 소매업체에서는 매장 내에 영양사를 배치해 소비자들에게 차별화된 서비스를 제공하고 있음

□ 또한, 식품 안전에 대한 불안심리가 반영되어 유기농 제품 소비가 급증하고 있음

- 유기농 제품은 1차 농축산물 뿐만 아니라, 소스, 비스킷, 국수, 스프, 시럽 등 가공식품으로까지 확대되고 있음
- 또한, 식품구입에 있어 제품 생산의 투명성이 점차 중요해지면서 이를 전문으로 하는 새로운 식료품업체들이 생겨나기 시작함

□ 미국에는 채식주의자가 많은데 엄격한 채식주의자인 Vegan외에, 육류 위주의 식습관에 변화를 주려는 일반 소비층이 증가하고 있음

2. 품목 개요

(1) 쌀 생산 현황

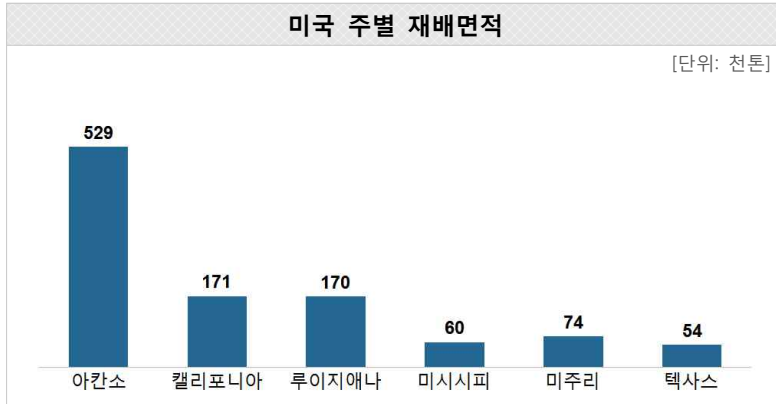
□ 미국은 2015년 약 977만톤의 쌀을 생산함

- 미국은 쌀을 생산하기에 좋은 기후조건을 갖추고 있으며 방대한 면적에 경비행기와 헬리콥터 등을 활용하여 대규모로 집중 생산해 수확률이 높음



출처 : Statista

- 미국은 6개의 주 - 아칸소(Arkansas), 캘리포니아(California), 루이지애나(Louisiana), 미시시피(Mississippi), 미주리(Missouri), 텍사스(Texas)에서 고품질 쌀을 생산하고 있음
 - 미국 남부의 아칸소주는 미국 제 1의 쌀 생산지역으로 인디카 계통의 장립종을 재배하고 있음
 - 캘리포니아는 한국에서 주로 생산하고 소비하는 중립종 쌀을 대부분 생산하고 있을 만큼 최대 생산지이며 생산량 또한 증가하고 있는 추세임



출처: USDA, Economic Research Service



- 미국은 단립종, 중립종, 장립종의 쌀 뿐만 아니라, 아로마향이 추가된 쌀 등 모든 종류의 쌀을 생산해내는 유일한 국가임



일반 품종

		
LONG GRAIN (장립종)	MEDIUM GRAIN (중립종)	SHORT GRAIN (단립종)
장립종의 낱알은 길이가 폭의 4~5배에 이르며 길고 날씬한 형태를 띠고 있음	중립종의 낱알은 장립종에 비해 길이가 짧고 폭이 넓은 것이 특징임	단립종의 낱알은 짧고 통통하며 거의 원형을 나타냄
익히게 되면 낱알이 흩어지고 가벼우며, 보풀보풀한 느낌을 줌	익히게 되면 수분이 많이 흡수되고 부드러워지고 장립종에 비해 밥알이 잘 들러붙음	익히게 되면 부드러워지고 밥알이 서로 달라붙음

일반 품종

		
SWEET OR WAXY (찰쌀)	AROMATIC (아로마틱)	US ABORIO (미국산 아보리오)
길이가 짧고 통통한 형태로 알곡이 순백색이며 불투명함	향의 품종은 볶은 견과류와 팝콘과 비슷한 향기를 냄	낱알이 크고 굵으며 중앙에 아보리오 품종 특유의 흰색 점이 있음
익히게 되면 원래의 형태를 잃고 매우 끈적거리는 특성을 나타내기 때문에 주로 가공식품의 원료로 사용됨	향미의 종류로는 요리하면 수분이 적고 잘 흩어지며 보풀보풀한 특성을 보이는 'Della'와 수분함량이 높고 잘 들러붙는 'Jasmine'과 비슷한 성질을 가지고 있음	길이/폭 비율과 전분특성에 의해 중립종으로 분류되며 주로 리조토 요리에 이용됨

특수 품종

				
US AROMATICRED (미국산 아로마티크레드)	US DELLA (미국산 델라)	US DELROSE (미국산 델로즈)	US DELMONT (미국산 델몬트)	US JASMINE (미국산 재스민)
품종은 장립종임	품종은 일반적인 장립종과 바스마티종을 혼합한 특징을 지니며 바스마티와 유사한 향을 냄			품종은 장립종임

(2) 쌀 수출입 현황

□ 쌀 수입현황

- 미국에서는 태국, 인도로부터 장립종을 주로 수입하며, 장립종 수입량의 70%는 태국으로부터 수입됨
- 태국, 베트남 등으로부터 자스민쌀(Jasmine Rice)을 주로 수입하며, 인도로부터 바스마티쌀(Basmati rice)을 수입함

쌀 수입 현황			
[단위: 천불]			
	2013	2014	2015
	647,127	649,732	638,102
태국	437,364	418,901	402,198
인도	118,185	130,508	135,407
베트남	25,280	23,561	22,739
파키스탄	24,350	18,739	15,770
이탈리아	10,558	13,967	14,338
브라질	4,181	8,771	11,762
중국	2,929	3,684	4,690
한국	106	199	864
기타	24,174	31,402	30,334

출처 : Global Trade Atlas

□ 쌀 수출현황

- 캘리포니아 쌀은 한국이나 일본, 대만 등 주요 아시아국가와 태평양 연안, 중동과 지중해 연안까지 수출되고 있으며 미국 내 한인이나 일본 사회에도 널리 보급되고 있음

쌀 수출 현황			
[단위: 천불]			
	2013	2014	2015
	1,330,494	1,342,026	1,354,682
일본	195,644	268,867	277,316
아이티	194,549	204,068	189,268
캐나다	120,134	131,796	118,780
콜롬비아	69,919	59,981	118,142
요르단	63,974	71,352	88,939
사우디아라비아	112,468	91,133	87,835
멕시코	86,004	85,733	82,488
한국	51,120	17,117	58,594
기타	436,682	411,979	333,320

출처 : Global Trade Atlas



(3) 쌀 유통 및 판매 현황

□ 쌀 유통현황

- 생산농가와 도정회사가 전년도 재배량과 가격을 바탕으로 판매 물량, 가격을 정한 뒤 계약재배함
- 벤더는 도정회사로부터 원하는 품종에 대해 주문을 하면 도정회사에서 벤더에 맞게 쌀을 도정 및 포장하여 납품함
- 각 벤더별 자체 브랜드로 포장해주며, 한국 및 중국 벤더의 경우 자사 브랜드 포장지를 제작하여 도정회사로 보내기도 함



□ 쌀 판매 현황

- 쌀 수요가 적은 현지인 마켓에서는 2~15LB 단위가, 아시안계 마켓에서는 10~50LB 단위로 판매함
- 소량 포장된 경우 비닐 포장된 경우가 있으나 10LB 이상의 경우 공기가 통하는 종이 포장지를 써서 유통하는 경우가 많음
- 중국, 아시안, 현지마켓은 장립종 판매 비중이 높으며 한인, 일본인 마켓은 중·단립종 위주로 판매하기 때문에 한인, 일본인 마켓에서 장립종은 찾기 어려움
- 2LB~50LB까지 다양한 단위(2LB, 5LB, 10LB, 15LB, 40LB, 50LB)로 포장 판매하고 있으며, 마켓별, 벤더별 요구에 따라 도정회사에서 포장하여 납품하기 때문에 다양한 브랜드와 제품이 존재함
- 한국, 중국, 현지마켓에서는 다양한 브랜드의 제품이 판매되고 있는 반면, 일본 마켓에서는 일본 브랜드 제품만 판매하고 있음

[매장에서 유통되고 있는 장립종 수입쌀]

	태국 자스민쌀	태국 자스민쌀	베트남 자스민쌀	인도 바스마티 쌀
용량	50LB	2LB	40LB	20LB
가격	\$40.99	\$2.99	\$18.99	\$23.99
단위가격	\$1.82/kg	\$3.32/kg	\$1.05/kg	\$2.67/kg

출처 : 쌀 수출핸드북(aT, 2014)

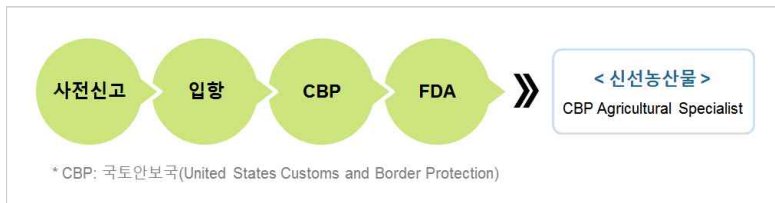
* 1LB=0.453592kg

□ 쌀 소비 현황

- 미국 내 중·단립종의 주요 소비처는 아시안계(한국계, 일본계 등)가정과 외식업체임
- 중국계, 태국계, 베트남계 아시아 인종은 주로 장립종을 소비하고, 일본계 레스토랑(초밥집)의 경우 단립종을 주로 소비 함
- 장립종 소비량 중 가장 많은 부분이 쌀 가공식품을 만드는데 쓰이며 중립종은 아침식사용 시리얼이나 디저트, 볶음 요리 등에 쓰임
- 단립종은 푸딩과 같은 디저트 만드는데 적합하고 중·단립종은 초밥을 포함한 일본 및 한국음식의 주 재료임

(4) 쌀 수입 관련 제도

- HS Code : 100630 [정미(연미, 광택여부에 상관없음)]
- 관세율 : 11.2%
- 수입통관절차



- 수입회사가 수입신고서(Entry Notice)를 접수시키고 관세청 통과를 위한 보증금(Customs bond)을 준비해야 함
- 국토안보국(CBP) 내 관세국경보호청에서 FDA에 수입신고서를 접수하고 수입허가 결정을 요청해야 함
- FDA는 수입서류를 검토해 수입품에 대해 검사할 필요가 없다고 판단하면 즉시 수입이 허가됨
- 신선 농산물은 국토안보국(CBP)에서 병충해 검사를 실시하고 이상이 없을 시 수입을 허가하며, 병충해 발견 시 선적품의 수입을 금지시키고 국토안보국(CBP)의 감독 하에 폐기 또는 반환조치 함



3. 쌀 홍보 및 마케팅 사례

미국 마케팅 전략 Point

- 미국 소비자들은 쌀 구입시, 가격과 맛을 가장 중요시함
- 기능성 쌀과 유기농쌀에 대한 니즈는 아직 낮은 편이지만 최근 확대하고 있는 추세이며 고가의 제품을 꾸준히 구입하는 일부 미국 소비자들이 존재함
- 신규 브랜드나 신상품 개발시에는 미디어 홍보보다 매장 내 가격인하 및 계산대 앞 제품 배치가 가장 효과적임

한국쌀 홍보 마케팅 전략

① 마켓광고

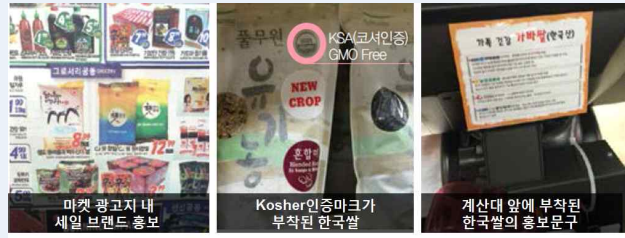
- 주간 마켓 광고지에 세일하는 브랜드를 홍보하며 한인마켓에서는 매주 브랜드별 세일광고를 함

② 인증마크

- USDA의 유기농인증을 받아 건강에 좋은 제품임을 홍보함
 - : 유기농 인증은 일반 백미보다 건강에 좋다고 인식되는 현미, 혼밥미에 받는 경우가 많음
- Kosher, GMO Free 등
- 햅쌀(New Crop)표기
 - : 매년 햅쌀이 출하되는 9-10월에는 햅쌀을 별도 표기하여 전년도 제품과 차별화

③ 쌀 팜플렛 제작 및 쌀 매대 별도 설치

- 계산대 앞에 쌀 정보를 부착하여 계산하는 동안 소비자들이 해당 팜플렛을 읽도록 함



마켓 광고지 내 세일 브랜드 홍보

Kosher인증마크가 부착된 한국쌀

계산대 앞에 부착된 한국쌀의 홍보문구

일본쌀의 홍보 마케팅 전략

① 고품질을 통한 고급화 전략

- 일본의 고급 쌀 브랜드는 생산부터 포장 판매까지 전 생산과정에서 철저한 관리로 고품질 마케팅을 구사함
- 일본식 기술 및 기계를 도입하고 품질유지에 힘쓰며 전 생산과정을 철저히 검사함
- 일본쌀 고급 브랜드 Tamaki는 쌀 품질 유지를 위해 공기가 통하지 않는 재질에 산소유입을 막고 질소를 채워 넣어 품질이 오래갈 수 있는 포장지를 사용함
- 레스토랑과 호텔 내 유명 셰프가 직접 일본쌀을 사용하고 있음을 보여주는 음식관련 기사 및 인터뷰를 언론에 노출시킴
- 미국 내 고급음식으로 확고히 자리잡은 '스시'와 관련된 워크샵을 열어 일본쌀을 소개하고 홍보함



스시 워크샵에서 일본쌀 홍보



Ⅲ. 일본

1. 국가 개요

(1) 국가 개황

□ 기본정보

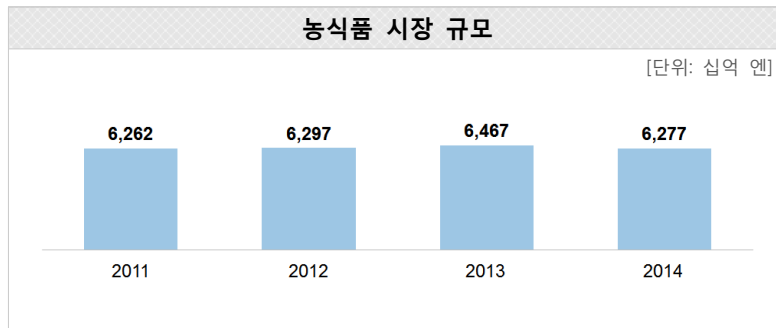
	국명	일본(日本、JAPAN)
	수도	도쿄(東京)
	위치	동북아시아
	면적	약 378천km ²
	종교	신도 및 불교, 기독교
	인구	약 127,368,088명('15년)
국내총생산 약 5,981십억 달러('15년) (GDP)		

출처 : 한국무역협회

(2) 농식품 시장 현황

□ 일본 농식품 시장 규모

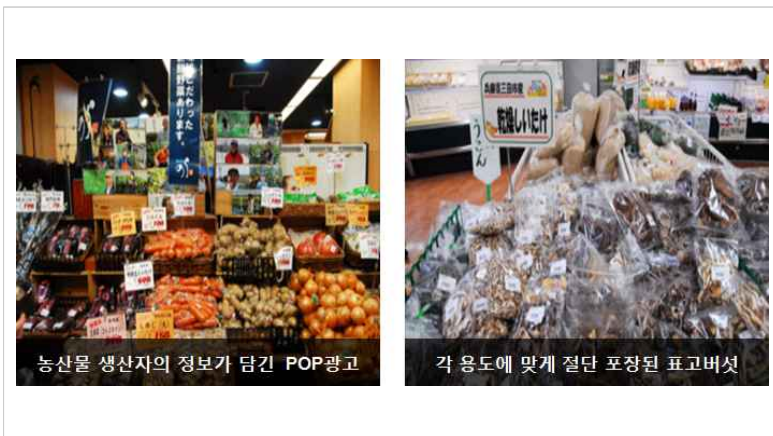
- 2014년 일본 농식품 시장 규모는 약 6조 엔임
- 최근 4년간 일본 농식품 시장 규모는 큰 변동폭을 보이지 않음



출처 : Trading Economics

(3) 농식품 소비 현황

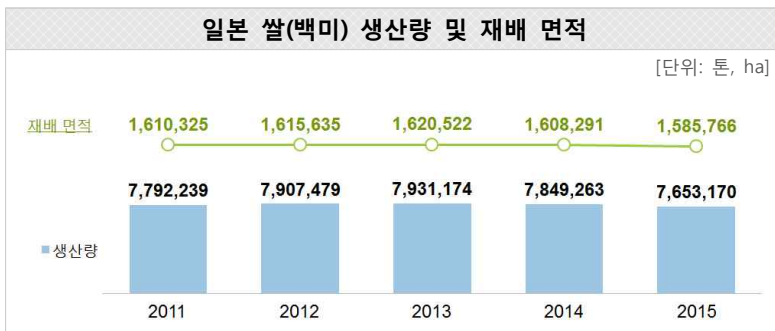
- '안전성'을 중요하게 고려
 - 원전사고 직후 신선농산물을 중심으로 농식품 소비가 위축되었으나 최근에는 회복세를 보임
 - 농산물 제품 하나하나에 생산지와 생산자 이름, 사진 등을 POP(point of purchase)광고로 활용하거나 축수산 가공식품은 전 제조과정을 동영상으로 촬영하여 홍보하고 있음
 - 미국 점포에서는 소비자가 찾아오면 현미를 즉석에서 도정한 후, 판매하며 직접 한 밥을 소비자가 맛볼 수 있도록 제공함
- 소포장을 넘어 날개, 절단 포장 판매
 - 검소한 일본인의 성향과 1인 가구 수 증가를 반영한 날개단위 포장판매 증가
 - 채소는 볶음용, 볶음밥 용 등 각 용도에 맞춰 절단 처리돼 포장 판매되고 있음



2. 품목 개요

(1) 쌀 생산 현황

- 2015년 쌀 생산량은 765만 톤의 규모이며 재배 면적은 약 159만ha임



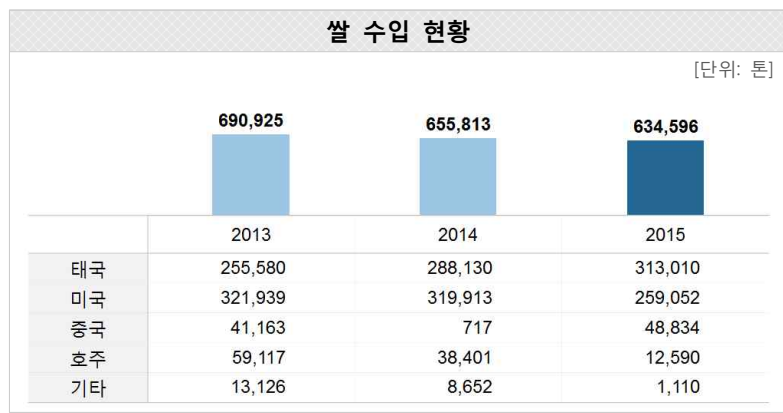
출처: USDA Foreign Agricultural Service - Japan Grain and Feed Annual



- 생산품종
 - 2012년 주요 재배품종의 재배면적은 소비자들의 양질 쌀 선호도에 따라 고시히카리, 히토메보레, 히노히카리, 아키타코마치, 키누히카리, 나나쓰보시, 하에누키, 맛시구라, 키타라397, 아사히노유메 순으로 나타남
 - 고시히카리는 최근 5개년 평균 37.5%의 높은 점유율을 보이고 있으며, 2012년 10대 주요 재배품종이 전체 벼 면적의 77.6%를 차지함
 - 한편, 최근 5개년 동안 상위 10개 품종의 재배비율은 매년 감소하고 있는 반면, 상위 20위 외의 품종은 매년 재배비율이 증가하는 추세임

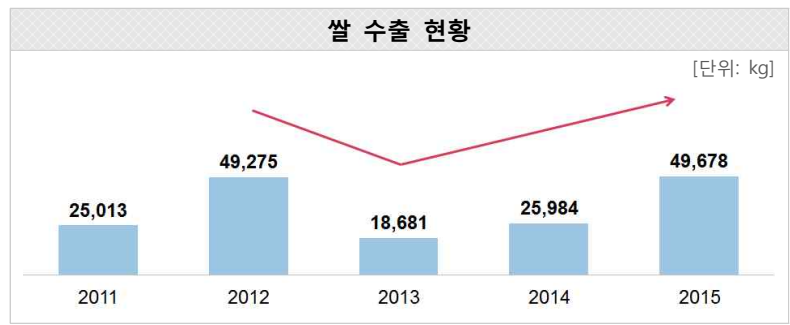
(2) 쌀 수출입 현황

- 쌀 수입현황
 - 일본은 쌀 자급률이 100%를 초과하고 있고 품질경쟁력 보유로 주식용 쌀의 해외 수입수요는 거의 없기 때문에, 의무수입물량(77만톤)은 주로 가공용, 사료용으로 사용되고 있음
 - 의무수입물량은 미국과 태국쌀 수입의 비중이 가장 높음



출처 : USDA Foreign Agricultural Service - Japan Grain and Feed Annual

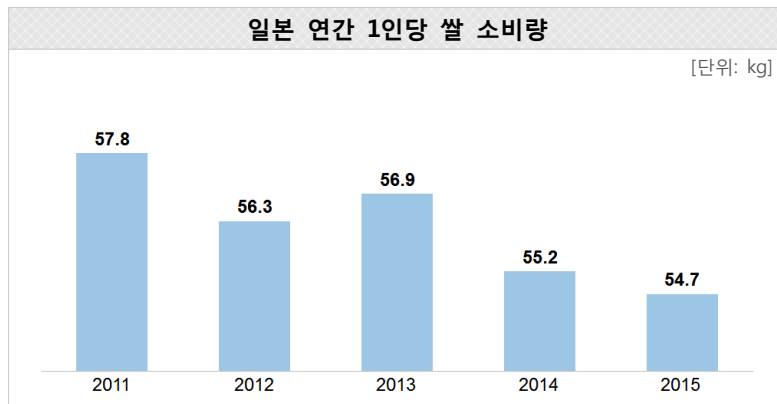
- 쌀 수출현황
 - 일본의 쌀 수출량은 2013년 약 19톤에서 2015년 약 50톤으로 증가하는 모습임
 - 수출 증가 배경은 엔화약세로 일본쌀의 가격 경쟁력이 확보되었으며 수출 상대국들의 일본 농수산물에 대한 수입규제가 완화되었기 때문임



출처: KATI

(3) 쌀 유통 및 판매 현황

- 쌀 유통현황
 - 일본쌀의 유통구조는 민간 유통이 주를 이루고 정부는 비축용 매입 등으로 한정적임
 - 민간유통미를 계획 외 유통미로 인정하고 유통 규제를 완화시킴으로써 다양한 쌀 유통 경로 형태 취함
- 쌀 판매 현황
 - 일본 총무성 조사에 의하면 쌀 소매가격은 2012년을 제외하고 계속 하락하고 있음
 - 고시히카리 외 5kg 정미 가격은 2011년까지 감소하다가 이후 증가를 나타내고 있음
 - 2014년 3월 기준 소비자용 쌀은 주로 2kg, 5kg, 10kg 포장단위로 판매되고 있으며 가격은 kg당 467~616엔에 판매되고 있음
- 쌀 소비 현황
 - 인구 감소와 1인당 밥쌀용 쌀의 수요 저하로 1인당 연간 쌀 소비량은 2012년 58.3kg으로 전년 대비 감소함
 - 이후 2013년에 일시 증가하였다가 2014년 이후 지속적으로 감소하는 추세임
 - 일본인 1인의 1개월 정미소비량 현황을 보면, 가정 내에서의 소비 비중이 전체 소비량의 69.7%(3.1kg)로 가장 높으며, 그 외에 반조리식품, 외식 비율이 반반임
 - 일본 소비자의 주요 정미 구입처는 '슈퍼마켓'(37.8%)으로 전체 세대평균 구입량은 8.2kg/월임



출처: USDA Foreign Agricultural Service - Japan Grain and Feed Annual

(4) 쌀 수입 관련 제도

- HS Code : 1006 [쌀류]
- 관세율 : 341엔/kg
- 검역 및 통관
 - 수입쌀은 소비자에게 판매할 때에는 JAS법 등의 규정에 따른 현미 및 정미품질표시기준과 계량법에 따른 표시가 의무화되어 있음
 - 현미로 수입하여 일본에서 가공 후 도매상 등이 최종소비자에게 판매할 때에 산지, 품종, 생산년도를 표시하기 위해서는 상대국 공적기관의 증명서가 필요함
 - 현미 및 정미 품질표시 방법
 - 현미 : 겨, 왕겨를 없애 조제한 것
 - 정미 : 현미의 쌀겨 층의 전부 또는 일부를 없애 정백한 것
 - 떡 정미 : 정미 가운데 전분에 아밀로스 성분을 포함하지 않는 정미
 - 멥쌀정미 : 찰쌀 이외의 정미
 - 원료현미 : 제품의 원료로서 사용되는 현미
 - 필요 표시사항 : 명칭, 원료현미, 내용량, 정미연월일, 판매업자 등의 성명 또는 명칭



설문지

I. 온라인 조사

II. Gang Survey





[조사 대상자]

- 25~39세 여성
- 식품 및 식재료 구입 시 의사결정권자
- 수입 식품에 관심이 높은 자
- 월 평균 가구소득 10,000위안 이상

[샘플 수] N=500 샘플

[쿼터]

	25~29세	30대	총 합
베이징	30	70	100
상하이	30	70	100
칭다오	30	70	100
셴양	30	70	100
하얼빈	30	70	100
총합	150	350	500명

SQ. 기본 질문

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까? [1개 선택]

- 1) 남자 → 조사중단
- 2) 여자

SQ2. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까? [1개 선택]

- 1) 20세 미만 → 조사중단
- 2) 20~24세 → 조사중단
- 3) 25~29세
- 4) 30~34세
- 5) 35~39세
- 6) 40세 이상 → 조사중단

SQ2-1. 귀하의 거주지역은 어떻게 되십니까? [1개 선택]

- 1) 베이징
- 2) 상하이
- 3) 셴양
- 4) 칭다오
- 5) 하얼빈
- 6) 장춘 → 조사중단
- 7) 광저우 → 조사중단
- 8) 기타지역 → 조사중단

[PROG: 8]을 제외하고 Rotation]

SQ3. 귀하께서는 결혼 하셨습니까? [1개 선택]

- 1) 미혼→조사중단
- 2) 기혼
- 3) 기타→조사중단

SQ4. 귀하와 함께 살고 있는 가족의 수는 귀하를 포함해서 모두 몇 명입니까?

[1개 선택]

- 1) 1명→조사중단
- 2) 2명
- 3) 3명
- 4) 4명
- 5) 기타 (명)

SQ5. 귀댁의 가족 구성을 좀 더 구체적으로 알려주십시오. [해당되는 사람 수 입력]

	사람 수
1) 본인	1
2) 배우자	
3) 부모/시부모/삼촌 등	
4) 형제/자매	
5) 자녀/조카 등	
6) 기타	
합계	___명 [자동합계]

[PROG: SQ4와 Cross Check, SQ4의 응답과 동일해야 합니다.]

SQ6. 가정 내 식재료 구입에 있어서 귀하의 역할은 다음중 어디에 해당됩니까? [1개 선택]

- 1) 제품이나 브랜드를 주로 내가 결정한다
- 2) 제품이나 브랜드를 다른 사람과 같이 상의해서 결정한다→조사중단
- 3) 제품이나 브랜드를 주로 다른 사람이 결정한다→조사중단

SQ7. 귀하께서는 평소 수입식품에 대해 얼마나 관심이 많으십니까? [1개 선택]

※수입식품이란 원산지가 '중국'이 아닌 모든 식품을 의미함※

전혀 관심이 없다	관심이 없는 편이다	보통이다	관심이 많은 편이다	매우 관심이 많다
1	2	3	4	5

[PROG: 1,2,3응답자는 조사 중단]

SQ8. 귀댁의 월 평균 가구소득은 다음 중 어디에 해당됩니까? [1개 선택]

- 1) 4,000위안 미만→ 조사중단
- 2) 4,000위안~6,000위안 미만→ 조사중단
- 3) 6,000위안~8,000위안 미만→ 조사중단
- 4) 8,000위안~10,000위안 미만→ 조사중단
- 5) 10,000위안~15,000위안 미만
- 6) 15,000위안~20,000위안 미만
- 7) 20,000 위안 이상



A. 농산물 구입 행태

[야채 관련]

A1. 귀하께서는 평소 야채를 얼마나 자주 구입하십니까? [1개 선택]

- 1) 일주일에 3회 이상
- 2) 일주일에 1~2회
- 3) 2주일에 1회
- 4) 3주에 1회
- 5) 한달에 1회
- 6) 그보다 적게

A2. 귀하께서는 평소 야채를 주로 어디에서 구입하십니까?

[자주 구입하는 순서대로 최대 3개 선택]

- 1) 백화점 내 프리미엄 마트
- 2) 대형마트(까르푸 등)
- 3) 연쇄점마트(연화마트, 농공상 등)
- 4) 야채, 과일 등 신선식품 전문마트(生鮮超市)
- 5) 온라인 몰
- 6) 재래시장/도매시장
- 7) 편의점
- 8) 길거리 야시장
- 9) 아침시장
- 10) 프리미엄/유기농 과일판매 전문점
- 11) 곡물판매 전문점(粮店)
- 12) 일일배달
- 98) 기타

[PROG: 기타 제외 Rotation, 회색 글자 숨기기]

A3. 귀하께서는 평소 야채를 구입할 때, 어떤 점들을 중요하게 고려하십니까? [중요한 순서대로 최대 3개 선택]

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- 1) 맛
- 2) 식감
- 3) 향
- 4) 신선도
- 5) 유통기한
- 6) 출하일자
- 7) 도정날짜
- 8) 생산일자
- 9) 품종
- 10) 품종(단립종, 장립종 등)
- 11) 품종(적색, 주황색, 노란색)
- 12) 우유타입(신선유, 멸균유)
- 13) 품종(적포도/红提 청포도/青提 거봉/巨峰)
- 14) 건강/영양 성분
- 15) 크기/용량
- 16) 제철야채
- 17) 제철과일
- 18) 포장/패키지
- 19) 안전성/유해물질 포함 여부
- 20) 인증마크
- 21) 원산지
- 22) 브랜드
- 23) 가격
- 24) 프로모션(1+1, 시식행사 등)
- 98) 기타

[PROG: 기타 제외 Rotation, 회색 글자 숨기기]

A4. 귀하께서 **최근 1년 이내에 구입한 적이 있는 야채**는 무엇입니까? [모두 선택]

- | | |
|---------|---------|
| 1) 오이 | 2) 감자 |
| 3) 당근 | 4) 양배추 |
| 5) 시금치 | 6) 호박 |
| 7) 피망 | 8) 파프리카 |
| 9) 고추 | 10) 茼蒿 |
| 11) 토마토 | 12) 空心菜 |
| 13) 가지 | 14) 花菜 |
| 15) 藕豆 | 98) 기타 |
| 99) 없음 | |

[PROG: 기타, 없음 제외 Rotation/ 없음 선택 시 타 항목 선택 불가]

[과일 관련]

A5. 귀하께서 **평소 과일을 얼마나 자주** 구입하십니까? [1개 선택]

- | | |
|---------------|--------------|
| 1) 일주일에 3번 이상 | 2) 일주일에 1~2회 |
| 3) 2주일에 1회 | 4) 3주에 1회 |
| 5) 한달에 1회 | 6) 그보다 적게 |

A6. 귀하께서는 **평소 과일을 주로 어디에서** 구입하십니까?

[자주 구입하는 순서대로 최대 3개 선택]

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| 1) 백화점 내 프리미엄 마트 | 2) 대형마트(까르푸 등) |
| 3) 연쇄점마트(연화마트, 농공상 등) | |
| 4) 야채, 과일 등 신선식품 전문마트(生鮮超市) | |
| 5) 온라인 몰 | 6) 재래시장/도매시장 |
| 7) 편의점 | 8) 길거리 야시장 |
| 9) 아침시장 | 10) 프리미엄/유기농 과일판매 전문점 |
| 11) 곡물판매 전문점(粮店) | 12) 일일배달 |
| 98) 기타 | |

[PROG: 기타 제외 Rotation, 회색 글자 숨기기]



A7. 귀하께서는 평소 과일을 구입할 때, 어떤 점들을 중요하게 고려하십니까? [중요한 순서대로 최대 3개 선택]

1순위	2순위	3순위
1) 맛	2) 식감	
3) 향	4) 신선도	
5) 유통기한	6) 출하일자	
7) 도정날짜	8) 생산일자	
9) 품종	10) 품종(단립종, 장립종 등)	
11) 품종(적색, 주황색, 노란색)	12) 우유타입(신선유, 멸균유)	
13) 품종(적포도/红提, 청포도/青提, 거봉/巨峰)	14) 건강/영양 성분	
15) 크기/용량	16) 제철야채	
17) 제철과일	18) 포장/패키지	
19) 안전성/유해물질 포함 여부	20) 인증마크	
21) 원산지	22) 브랜드	
23) 가격	24) 프로모션(1+1, 시식행사 등)	
98) 기타		

[PROG: 기타 제외 Rotation, 회색 글자 숨기기]

A8. 귀하께서 최근 1년 이내에 구입한 적이 있는 과일은 무엇입니까? [모두 선택]

- | | |
|----------|----------|
| 1) 수박 | 2) 포도 |
| 3) 참외 | 4) 복숭아 |
| 5) 자두 | 6) 메론 |
| 7) 두리안 | 8) 체리 |
| 9) 배 | 10) 바나나 |
| 11) 파인애플 | 12) 아보카도 |
| 13) 키위 | 14) 용과 |
| 98) 기타 | 99) 없음 |

[PROG: 기타,없음 제외 Rotation/ 없음 선택 시 타 항목 선택 불가]



A12. [A11.(1)응답자만] 귀하께서 **최근 1년 이내에 구입한 적이 있는 수입산 과일**은 무엇입니까? [모두 선택]

- 1) 수박
- 2) 포도
- 3) 참외
- 4) 복숭아
- 5) 자두
- 6) 메론
- 7) 두리안
- 8) 체리
- 9) 배
- 10) 바나나
- 11) 파인애플
- 12) 아보카도
- 13) 키위
- 14) 용과
- 15) 감귤
- 17) 사과
- 18) 복숭아
- 19) 자두
- 23) 오렌지
- 98) 기타
- 99) 없음

[PROG: 기타 제외 Rotation, 회색톤 글자는 숨기기하기]

A12-1. [A11.(1)응답자만] 귀하께서는 **수입산 과일**을 주로 어디에서 구입하십니까? [주로 구입하는 순서대로 최대 3개 선택]

- 1) 백화점 내 프리미엄 마트
- 2) 대형마트(까르푸 등)
- 3) 연쇄점마트(연화마트, 농공상 등)
- 4) 야채, 과일 등 신선식품 전문마트(生鮮超市)
- 5) 온라인 물
- 6) 재래시장/도매시장
- 7) 편의점
- 8) 길거리 야시장
- 9) 아침시장
- 10) 프리미엄/유기농 과일판매 전문점
- 11) 곡물판매 전문점(粮店)
- 12) 일일배달
- 98) 기타

[PROG: 기타 제외 Rotation, 회색톤 글자는 숨기기하기]

A12-2. [A11.(1)응답자만] 귀하께서는 **수입산 과일**을 주로 어떤 용도로 구입하십니까? [1개 선택]

- 1) 본인 및 가정내에서 먹으려고
- 2) 선물하기 위해
- 3) 기타



[PROG: 용량 이미지 제시]

B6. [B1.(1)응답자만] 전체를 100이라 했을 때, 귀하의 품종 별 구입 비중은 어떻게 됩니까? [비중 입력]

	구입 비중
1) 장립종: 쌀알의 길이가 긴 형태	_____ %
2) 단립종: 쌀알의 길이가 짧고 동그란 형태	_____ %
합계	100%

[PROG: 이미지 제시]

B6-1. [B1.(1)응답자만] 귀하께서 주로 구입하는 쌀 브랜드는 무엇입니까? 자주 구입하는 순으로 3개 선택해 주세요. [3개 선택]

1순위	2순위	3순위
1) 北大荒	2) 金龙鱼	
3) 福临门	4) 华润五丰	
5) 国宝	6) 菜花阳光	
7) 苏垦	8) 金健	
9) 泰丰梧桐	10) 米字牌	
11)기타		

B6-2. [B1.(1)응답자만] 귀하께서 주로 구입하는 쌀의 산지는 어디입니까? 자주 구입하는 순으로 3개 선택해 주세요. [3개 선택]

1순위	2순위	3순위
1) 후난성	2) 장시성	
3) 헤이룽장성	4) 장쑤성	
5) 안후이성	6) 후베이성	
7) 광시성	8) 쓰촨성	
9) 광둥성	10)윈난성	
11)지린성	12)라오닝성	

B7. [B1.(1)응답자만] 귀하께서는 평소 쌀을 구입할 때 어떤 점들을 중요하게 고려하십니까? [중요한 순서에 따라 최대 3개 선택]

1순위	2순위	3순위
1) 맛	2) 식감	
3) 향	4) 신선도	
5) 유통기한	6) 출하일자	
7) 도정날짜	8) 생산일자	
9) 품종	10) 품종(단립종, 장립종 등)	
11) 품종(적색, 주황색, 노란색)	12) 우유타입(신선유, 멸균유)	
13) 품종(적포도/红提 청포도/青提 거봉/巨峰)	14) 건강/영양 성분	

- 15) 크기/용량
17) 제철과일
19) 안전성/유해물질 포함 여부
21) 원산지
23) 가격
98) 기타
- 16) 제철야채
18) 포장/패키지
20) 인증마크
22) 브랜드
24) 프로모션(1+1, 시식행사 등)

[PROG: 기타 제외 Rdtation, 회색글자 숨기기]

B8. 귀하께서는 밥을 지었을 때 '향'이 나는 쌀과 그렇지 않은 쌀 중 어떤 것을 더 좋아하십니까? [1개 선택]

- 1) 향이 나지 않는 쌀 2) 향이 나는 쌀
3) 특별한 선호 없음

[PROG: 3번 제외 Rotation]

B8-1. 귀하께서는 쌀을 구입할 때 어떤 포장형태를 더 좋아하십니까? [1개 선택]

- 1) 진공포장 2) 무진공 포장
3) 반진공 포장 4) 특별한 선호 없음

[PROG: 이미지 제시, 4번 제외 Rotation]

B8-1-1. [B8-1응답자만] 귀하께서는 진공 포장쌀을 구입할 때 어떤 포장형태를 더 좋아하십니까? [1개 선택]

- 1) 벽돌모양 2) 평타입(일반 우리나라 쌀포장형태)



- 3) 특별한 선호 없음

[PROG: 이미지 제시, 3번 제외 Rotation]

B8-2. 귀하께서는 쌀 포장용기에 손잡이가 달려있는 것이 얼마나 필요하다고 생각하십니까? [1개 선택]

전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	잘 모르겠다	필요하다	반드시 필요하다
1	2	3	4	5

B8-3. 귀하께서는 쌀 포장용기가 지퍼백으로 되어서 쉽게 열고 닫을 수 있도록 만드는 것이 얼마나 필요하다고 생각하십니까? 평소 댁에서 쌀을 보관하는 방법을



고려해서 응답해 주십시오. [1개 선택]

전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	잘 모르겠다	필요하다	반드시 필요하다
1	2	3	4	5

B9. 귀하께서는 평소 밥을 어떻게 하십니까? [1개 선택]

- 1) 전기밥솥을 이용하여 밥을 함
- 2) 일반 냄비에 찜 형태로 밥을 함
- 3) 기타

B9-1. 귀하께서는 밥을 지었을 때, '윤기'가 나는 밥을 얼마나 선호하십니까? [1개 선택]

전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	잘 모르겠다	선호하는 편이다	매우 선호한다
1	2	3	4	5

B9-2. 귀하께서는 밥을 지었을 때, '찰진 쌀'을 얼마나 선호하십니까? [1개 선택]

전혀 선호하지 않는다	선호하지 않는다	잘 모르겠다	선호하는 편이다	매우 선호한다
1	2	3	4	5

B10. 귀하께서는 '수입산 쌀'하면 어떤 국가가 떠오르십니까? [국가명 최대 3개 입력]

국가명 1		국가명 2		국가명 3	
-------	--	-------	--	-------	--

B11. 귀하께서는 수입산 쌀을 구입해 본 적이 있으십니까? [1개 선택]

- 1) 예
- 2) 아니오

B12. [B11.(1)응답자만] 귀하께서 구입한 적이 있는 수입산 쌀의 원산지 국가는 어디입니까? [자주 구입하는 순서대로 최대 3개]

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- 1) 일본산
- 2) 태국산
- 3) 한국산
- 4) 대만산
- 5) 미국산
- 6) 캄보디아산
- 7) 기타
- 8) 원산지 국가 모름

[PROG: Rotation, 8)과 1~7과 동시선택 불가]

B13. [B11.(1)응답자만] 귀하께서 가장 자주 구입하는 _____(B12.1순위 응답) 쌀은 주로 어떤 목적으로 구입하십니까? [1개 선택]

- 1) 본인 및 가정내에서 먹으려고 구입
- 2) 주변인에게 선물하려고 구입
- 3) 기타



B18. 귀하께서는 '유기농 쌀' 하면 어떤 이미지가 떠오르십니까?
[떠오르는 순서대로 최대 3개 선택]

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1) 안전한 | 2) 신뢰가 가는 |
| 3) 가격이 비싼 | 4) 녹색식품 |
| 5) 유아, 어린이가 주로 먹는 | 6) 노인들이 주로 먹는 |
| 7) 무농약 | 8) 가격 대비 가치가 있는 |
| 9) 일상생활 필수품 | 10) 수입산 |
| 11) 과장 광고로 생각되는 | |

[PROG: Rotation]

B19. 귀하께서는 향후 유기농 쌀을 구입할 의향이 얼마나 있으십니까?
아래 보여드리는 설명문을 잘 읽어보신 후 응답해 주십시오. [1개 선택]

- 1) 항상 일반쌀을 구입할 것이다
- 2) 항상 유기농 쌀을 구입할 것이다
- 3) 주로 일반쌀을 구입하고, 가끔씩 유기농 쌀도 구입할 것이다
- 4) 주로 유기농 쌀을 구입하고, 가끔씩 일반쌀도 구입할 것이다

[PROG: 유기농 쌀 컨셉 제시]

B20. 귀하께서는 중국산 유기농 쌀과 수입산 일반 쌀이 같은 가격에 판매 되고 있다면 어떤 것을 구입하실 것 같습니까? [1개 선택]

- 1) 중국산 유기농 쌀
- 2) 수입산 일반 쌀

B21. 귀하께서는 향후 시장에서 수입산 유기농 쌀이 판매가 된다면, 중국산 유기농 쌀과 수입산 유기농 쌀 중 어떤 것을 구입하실 것 같습니까? [1개 선택]

- 1) 국산 유기농 쌀
- 2) 수입산 유기농 쌀

B21-1. 중국산 유기농 쌀이 1Kg에 30위안으로 판매가 된다면, 수입산 유기농 쌀의 구매가격이 중국산 유기농 쌀 대비 어느 수준일 때 구입할 의향이 있으십니까? [1개 선택]

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1) 중국산 유기농 쌀의 1.5배 | 2) 중국산 유기농 쌀의 2.0배 |
| 3) 중국산 유기농 쌀의 2.5배 | 4) 중국산 유기농 쌀의 3.0배 |
| 5) 중국산 유기농 쌀의 3배 이상 | |

B21-2. 귀하께서는 '기능성 쌀'을 구입한 적이 있으십니까? [1개 선택]

- 1) 예
- 2) 아니요

B21-3. 귀하께서는 향후 시장에서 '수입산 기능성 쌀'이 판매가 된다면, 구입할 의향이 있으십니까?[1개 선택]

- 1) 중국산 기능성 쌀
- 2) 수입산 기능성 쌀



BK2-2. [BK2.(1)~(3)응답자만]귀하께서 향후 '한국산 쌀'을 구입하지 않으려는 이유는 무엇입니까? [중요한 순서대로 최대 3개 선택]

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- 1) 안전한 식품인지 믿기 어려워서
- 2) 한국산에 대한 안 좋은 이미지를 가지고 있어서
- 3) 건강에 좋지 않을 것 같아서
- 4) 제품의 용량이 커서
- 5) 제품의 용량이 적어서
- 6) 가격이 비싸서
- 7) 유사 제품과 특별한 차이를 못 느껴서
- 8) 보관하기 어려울 것 같아서
- 9) 맛이 없을 것 같아서/내 입맛에 맞지 않을 것 같아서
- 10) 신선하지 않을 것 같아서
- 98) 기타 ()

[PROG: 기타 제외 Rotation/한국산 쌀 컨셉 제시]

BK3. 귀하께서는 이 컨셉에서의 한국산 쌀을 보신 후, 이 한국산 쌀의 적정가격은 얼마라고 생각하십니까?

_____ 위안	Kg
----------	----

[PROG: 한국산 쌀 컨셉 제시]

컨조인트 : 쌀

[컨조인트/안내 페이지 분리]

지금부터는 한 번에 4가지 한국산 쌀을 보여드리겠습니다.
 각 상품의 특징을 잘 읽어보신 후, 가장 마음에 드는 것을 하나만 선택해 주십시오.

BK3. 다음 중 가장 마음에 드는 '한국산 쌀'은 무엇입니까? [1개 선택]

- | | |
|-------|-------|
| 1) 쌀1 | 2) 쌀2 |
| 3) 쌀3 | 4) 쌀4 |

배경 질문

DQ1. 다음 중 귀하의 직업은 어디에 해당하십니까? [1개 선택]

- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1) 자영업자 | 2) 유통, 서비스업 종사자 |
| 3) 제조, 생산업 종사자 | 4) 사무직(일반 사무직, 공무원 포함) |
| 5) 경영관리직 | 6) 전문직 |
| 7) 농업, 임업, 목축업 종사자 | 8) 대학생 |
| 9) 기타 | |



응답자 ID

--	--	--	--

EMBRAIN
a Macromill Group company



식품 관련 소비자 조사 설문지

조사에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

오늘 여러분들께서는 여러 가지 식품을 직접 맛 보고 설문지를 통해 제품에 대해 평가해 주시면 됩니다.

저희가 드리는 질문에는 맞고 틀리는 정답이 없으니, 귀하께서 느끼신 대로 솔직히 답변해 주시면 됩니다.

원활한 조사 진행을 위해 다음 몇 가지 주의사항을 알려드리겠습니다.

1. 각 문항마다 진행자의 설명을 듣고 지시에 따라서 응답해 주시기 바랍니다.
2. 설문 진행 중 의문이 생기면 바로 손을 들어 진행자에게 문의하시기 바랍니다.
3. 각 페이지의 응답을 모두 마쳤더라도 뒷장을 넘겨 보지 마시고, 별도의 지시가 있을 때까지 기다려 주십시오.
4. 조사를 진행하는 동안 휴대폰 전원을 꺼 주시기 바랍니다.

※ 그럼, 귀하의 성명, 연락처, 주소를 기입해 주십시오.

응답자 성명	
연락처	
주소	

제품 평가 [A]

▶ **Moderator** : 지금부터는 쌀밥을 나눠 드리겠습니다. 바로 드시지 마시고 외관을 충분히 관찰해 주십시오.

(1) 외관 평가

A1. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '외관' 만을 놓고 볼 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

A2. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '색상'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

A3. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '윤기'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

A4. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '투명도'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

A5. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '밥냄새/향'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

▶ **Moderator** : 지금부터는 쌀밥을 충분한 시간을 갖고 맛 보신 후 질문에 응답해 주십시오. (맛 보기 전에 설문지를 천천히 읽어 보게 하여, 어떤 속성을 평가할지 생각하게 할 것)

(2) 전반적인 맛 평가

A6. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품이 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5



A7. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'에 대해서 어떻게 생각하십니까?

전혀 찰지지 않다	찰지지 않다	적당하다	찰지다	매우 찰지다
1	2	3	4	5

A7-1. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'가 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

A8. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '씹히는 질감'에 대해서 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

(3) 구입 의향 평가 및 취식

▶ **Moderator** : 지금부터는 쌀밥의 외관과 맛을 종합적으로 고려하셔서 구입의향을 평가해 주시기 바랍니다.

A9. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 **구입하실 의향**이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

A10. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 ___원 / ___g에 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 **구입하실 의향**이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

A11. 귀하께서 향후, 이 쌀을 구입하신다면 **어떤 방식으로 취식**할 것 같습니까?

- 1) 밥솥에 지어서 맨 밥으로 반찬과 함께 취식
- 2) 죽으로 만들어서 취식
- 3) 볶음밥으로 만들어서 취식
- 4) 밥을 찌서 취식
- 5) 떡, 등 기타 요리를 만들어서 취식

제품 평가 [B]

▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥을 나눠 드리겠습니다. 바로 드시지 마시고 외관을 충분히 관찰해 주십시오.

(1) 외관 평가

B1. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '외관' 만을 놓고 볼 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

B2. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '색상'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

B3. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '윤기'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

B4. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '투명도'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

B5. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '밥냄새/향'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥을 충분한 시간을 갖고 맛 보신 후 질문에 응답해 주십시오. (맛 보기 전에 설문지를 천천히 읽어 보게 하여, 어떤 속성을 평가할지 생각하게 할 것)

(2) 전반적인 맛 평가

B6. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품이 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5



B7. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'에 대해서 어떻게 생각하십니까?

전혀 찰지지 않다	찰지지 않다	적당하다	찰지다	매우 찰지다
1	2	3	4	5

B7-1. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'가 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

B8. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '씹히는 질감'에 대해서 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

(3) 구입 의향 평가 및 취식

▶ Moderator : 지금부터는 쌀밥의 외관과 맛을 종합적으로 고려하셔서 구입의향을 평가해 주시기 바랍니다.

B9. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 **구입하실 의향**이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

B10. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 ___원 / ___g에 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 **구입하실 의향**이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

B11. 귀하께서 향후, 이 쌀을 구입하신다면 **어떤 방식으로 취식**할 것 같습니까?

- 1) 밥솥에 지어서 맨 밥으로 반찬과 함께 취식
- 2) 죽으로 만들어서 취식
- 3) 볶음밥으로 만들어서 취식
- 4) 밥을 찌서 취식
- 5) 떡, 등 기타 요리를 만들어서 취식



▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥을 충분한 시간을 갖고 맛 보신 후 질문에 응답해 주십시오. (맛 보기 전에 설문지를 천천히 읽어 보게 하여, 어떤 속성을 평가할지 생각하게 할 것)

(2) 전반적인 맛 평가

C6. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품이 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

C7. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'에 대해서 어떻게 생각하십니까?

전혀 찰지지 않다	찰지지 않다	적당하다	찰지다	매우 찰지다
1	2	3	4	5

C7-1. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'가 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

C8. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '씹히는 질감'에 대해서 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

(3) 구입 의향 평가 및 취식

▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥의 외관과 맛을 종합적으로 고려하셔서 구입의향을 평가해 주시기 바랍니다.

C9. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

C10. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 ___원 / ___g에 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

C11. 귀하께서 향후, 이 쌀을 구입하신다면 어떤 방식으로 취식할 것 같습니다?

- 1) 밥솥에 지어서 맨 밥으로 반찬과 함께 취식
- 2) 죽으로 만들어서 취식
- 3) 볶음밥으로 만들어서 취식
- 4) 밥을 찌서 취식
- 5) 떡, 등 기타 요리를 만들어서 취식

제품 평가 [D]

▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥을 나눠 드리겠습니다. 바로 드시지 마시고 외관을 충분히 관찰해 주십시오.

(1) 외관 평가

D1. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '외관' 만을 놓고 볼 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

D2. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '색상'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

D3. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '윤기'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

D4. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '투명도'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

D5. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '밥냄새/향'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5



▶ Moderator : 지금부터는 쌀밥을 충분한 시간을 갖고 맛 보신 후 질문에 응답해 주십시오. (맛 보기 전에 설문지를 천천히 읽어 보게 하여, 어떤 속성을 평가할지 생각하게 할 것)

(2) 전반적인 맛 평가

D6. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품이 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

D7. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'에 대해서 어떻게 생각하십니까?

전혀 찰지지 않다	찰지지 않다	적당하다	찰지다	매우 찰지다
1	2	3	4	5

D7-1. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'가 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

D8. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '씹히는 질감'에 대해서 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

(3) 구입 의향 평가 및 취식

▶ Moderator : 지금부터는 쌀밥의 외관과 맛을 종합적으로 고려하셔서 구입의향을 평가해 주시기 바랍니다.

D9. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

D10. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 ___원 / ___g에 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

D11. 귀하께서 향후, 이 쌀을 구입하신다면 어떤 방식으로 취식할 것 같습니다?

- 1) 밥솥에 지어서 맨 밥으로 반찬과 함께 취식
- 2) 죽으로 만들어서 취식
- 3) 볶음밥으로 만들어서 취식
- 4) 밥을 찌서 취식
- 5) 떡, 등 기타 요리를 만들어서 취식

제품 평가 [E]

▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥을 나눠 드리겠습니다. 바로 드시지 마시고 외관을 충분히 관찰해 주십시오.

(1) 외관 평가

E1. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '외관' 만을 놓고 볼 때, 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

E2. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '색상'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

E3. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '윤기'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

E4. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '투명도'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

E5. 귀하께서는 방금 나누어 드린 제품의 '밥냄새/향'에 대해서는 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5



▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥을 충분한 시간을 갖고 맛 보신 후 질문에 응답해 주십시오. (맛 보기 전에 설문지를 천천히 읽어 보게 하여, 어떤 속성을 평가할지 생각하게 할 것)

(2) 전반적인 맛 평가

E6. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품이 전반적으로 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

E7. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'에 대해서 어떻게 생각하십니까?

전혀 찰지지 않다	찰지지 않다	적당하다	찰지다	매우 찰지다
1	2	3	4	5

E7-1. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '찰진 정도'가 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

E8. 귀하께서는 방금 맛 보신 제품의 '씹히는 질감'에 대해서 얼마나 마음에 드십니까?

전혀 마음에 들지 않는다	마음에 들지 않는다	보통이다	마음에 든다	매우 마음에 든다
1	2	3	4	5

(3) 구입 의향 평가 및 취식

▶ **Moderater** : 지금부터는 쌀밥의 외관과 맛을 종합적으로 고려하셔서 구입의향을 평가해 주시기 바랍니다.

E9. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

E10. 귀하께서 방금 맛 보신 제품이 자주 가시는 슈퍼마켓, 편의점, 할인점, 백화점 등에서 ___원 / ___g에 판매되고 있다면, 귀하 본인 또는 가족을 위해 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

절대 구입하지 않을 것이다	구입하지 않을 것이다	보통이다	구입할 것이다	확실히 구입할 것이다
1	2	3	4	5

E11. 귀하께서 향후, 이 쌀을 구입하신다면 어떤 방식으로 취식할 것 같습니다?

- 1) 밥솥에 지어서 맨 밥으로 반찬과 함께 취식
- 2) 죽으로 만들어서 취식
- 3) 볶음밥으로 만들어서 취식
- 4) 밥을 찌서 취식
- 5) 떡, 등 기타 요리를 만들어서 취식

상대 평가 (1)

▶ Moderator : 지금부터는 4종의 쌀밥을 맛 보신 후 질문에 응답해 주십시오.

(4종의 쌀밥을 한 접시에 놓는다.)

E12. 4가지 쌀밥 중 '외관', '맛'을 종합적으로 고려했을 때 어떤 제품이 가장 마음에 드십니까? 순서대로 3개까지 선택해 주시기 바랍니다.

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- 1) A 2) C 3) D 4) E

상대 평가 (2)

▶ Moderator : 지금부터는 맛 보신 쌀밥 4종의 원산지와 가격을 말씀 드리겠습니다.

(이미지 제시)

E13. 4가지 쌀밥 중 '원산지', '가격', '맛'을 종합적으로 고려했을 때 어떤 제품이 가장 마음에 드십니까? 순서대로 3개까지 선택해 주시기 바랍니다.

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- 1) A 2) C 3) D 4) E



기타 질문

▶ **Moderater** : 마지막으로 몇 가지만 더 질문 드리겠습니다.

DQ1. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까? _____세

- (1) 25세~29세
- (2) 30세~34세
- (3) 35세~39세
- (4) 40세~44세
- (5) 45세~49세

DQ2. 다음 중 귀하의 월 평균 소득은 어디에 해당됩니까?

보너스, 이자소득, 가족구성원 소득 모두 포함하여 응답해 주세요.

- (1) 10,000위안~10,999위안
- (2) 11,000위안~11,999위안
- (3) 12,000위안~13,999위안
- (4) 14,000위안~15,999위안
- (5) 16,000위안~17,999위안
- (6) 18,000위안 이상

DQ3. 다음 중 귀하의 직업은 어디에 해당하십니까?

- (1) 자영업자
- (2) 유통, 서비스업 종사자
- (3) 제조, 생산업 종사자
- (4) 사무직(일반 사무직, 공무원 포함)
- (5) 경영관리직
- (6) 전문직
- (7) 농업, 임업, 목축업 종사자
- (8) 대학생
- (9) 기타 (_____)

2016 검역타결품목조사

쌀 / 중국

보고서 기획 및 작성 한국농수산물유통공사 수출정보부
(주)마크로밀엠브레인

발행일 2016.9

발행처 한국농수산물유통공사
[58326] 전라남도 나주시 문화로 227
061-931-1114 <http://www.at.or.kr>

자료문의 aT 수출전략처 수출정보부
061-931-0873

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 www.kati.net에서도 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.