

5. 한국산 포도, 수출 2년만에 10배 증가

하노이지사

주요내용

▶ 베트남 포도시장

- 베트남 포도시장은 2014년 기준으로 국내산이 56%(23,874톤), 수입산이 44%(18,390톤)을 차지하고 있다. 베트남 포도 생산량이 모두 내수용으로 소비되는 것으로 보아 베트남 내 포도 소비량을 국내에서 모두 충족시키지 못하는 것으로 파악된다.
- 베트남은 한국을 포함하여 미국, 중국, 남아프리카공화국, 페루, 칠레, 멕시코, 인도, 싱가포르, 홍콩, 이집트, 스페인, 프랑스, 네덜란드 등 총 14개 국가로부터 포도를 수입하고 있다. 연간 수입액은 지속적으로 증가 추세이며, 2015년에는 전년대비 -4%로 다소 감소했다.

| 국가별 신선 포도의 수입액 |

(단위 : 천달러, 톤)

수입국가명	2011	2012	2013	2014	2015	2015년 수입비중
전체 수입액 (수입량)	27,858 (14,372)	30,470	39,144 (18,323)	41,356 (18,390)	39,830 (18,104)	100.0%
미국	9,447 (4,874)	11,451	17,334 (8,114)	17,926 (7,971)	14,777 (6,717)	37.1%
중국	8,615 (4,444)	6,283	5,411 (2,533)	5,163 (2,296)	9,249 (4,204)	23.2%
남아프리카공화국	960 (495)	1,080	3,118 (1,459)	2,134 (949)	6,480 (2,945)	16.3%
페루	1,973 (1,018)	2,598	1,712 (802)	1,961 (872)	4,388 (1,995)	11.0%
칠레	2,536 (1,308)	2,813	3,655 (1,711)	3,081 (1,370)	403 (183)	10.5%
멕시코	-	44	-	-	403 (183)	1.0%
인도	69 (36)	-	473 (221)	528 (235)	124 (56)	0.3%
한국	18 (9)	12	37 (18)	119 (53)	103 (47)	0.3%
싱가포르	-	-	-	-	57 (26)	0.1%
홍콩	-	-	-	-	46 (21)	0.1%
이집트	-	-	16 (7)	12 (6)	26 (12)	0.1%
스페인	-	-	-	-	11 (5)	0.0%
프랑스	-	5	5 (2)	3 (1)	1 (1)	0.0%
네덜란드	-	-	-	-	1 (0)	0.0%

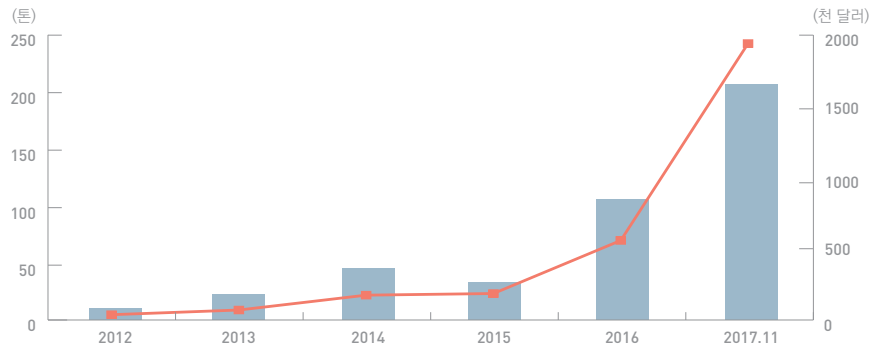
* 2012년 수입량은 알 수 없음

출처 : Trade Map, ITC(International Trade Centre)

- 포도를 포함해 베트남의 과일 수입이 증가하는 것은 자국의 식품위생 안전에 대한 불신과 수입산에 대한 신뢰가 작용한 것으로 보인다. 또한 베트남의 경제성장과 함께 소비자들의 구매력이 높아진 것이 영향을 미친 것으로 분석된다.
- 수입산 포도의 베트남 시장점유율은 미국과 중국이 수입량의 절반을 차지하고 있으며, 그 다음으로 남아프리카공화국, 페루, 칠레 순이다. 한국산 신선포도의 시장점유율은 2015년 기준 0.3%로 아직 그 비중은 미미하다.

▶ 한국산 포도 수출 급격히 성장

- 그러나 한국산 포도의 베트남 수출량은 급격한 성장세를 보이고 있으며, 2016년 60만 달러에서 2017년 11월 기준 195만 달러로 약 3배 이상 증가했다.



(단위 : 톤, 천 달러)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017.11
수출물량	8.6	19.1	46.7	36.1	105.7	204.6
수출금액	32	60.6	151.5	161.1	600.2	1,951.4

* 출처 : 농수산식품수출지원정보(KATI)

▶ 달고 아삭한 샤인머스켓 선호하지만 높은 가격이 걸림돌

- 한국산 포도의 수출품종은 캠벨, 거봉, 샤인머스켓이다. 과거 캠벨 중심으로 베트남 내 한인시장 위주로 소비되었으나, 현재 세 가지 품종 모두 현지소비자를 겨냥하여 판매되고 있다.
- 올해 처음 수출된 샤인머스켓은 거봉이나 캠벨보다 가격이 높음에도 불구하고 소비자의 선호도가 가장 높은 품종이다. 샤인머스켓은 달고 아삭해 신맛을 즐기지 않는 베트남 소비자들에게 좋은 평가를 받고 있다.
- aT 하노이지사에서 샤인머스켓의 소비자 시식행사를 실시한 결과, 샤인머스켓을 처음 맛보는 소비자가 많았음에도 불구하고 맛에 대한 선호도와 구입의향이 상당히 높았다.

- 다만 베트남 내 유통채널에서 판매되는 한국산 샤인머스켓의 판매가격은 다른 외국산 포도와 비교해 상당히 높기 때문에 베트남 소비자들의 선호가 실제 구매로 이어지는데 어려움으로 작용하고 있다.

시사점

- 베트남 내 한국포도의 시장점유율은 미미하나 수출성장세가 높아 앞으로 시장확대 가능성이 높은 것으로 판단된다.
- 한국산 포도품종 중 샤인머스켓은 높은 당도와 아삭거리는 식감으로 베트남 소비자들이 높은 선호도를 보이지만, 가격대가 다른 품종에 비해 높다. 따라서 샤인머스켓의 경우, 프리미엄식품으로 포지셔닝하고 백화점, 프리미엄마켓 등을 중심으로 유통하는 것이 적절할 것으로 판단된다.