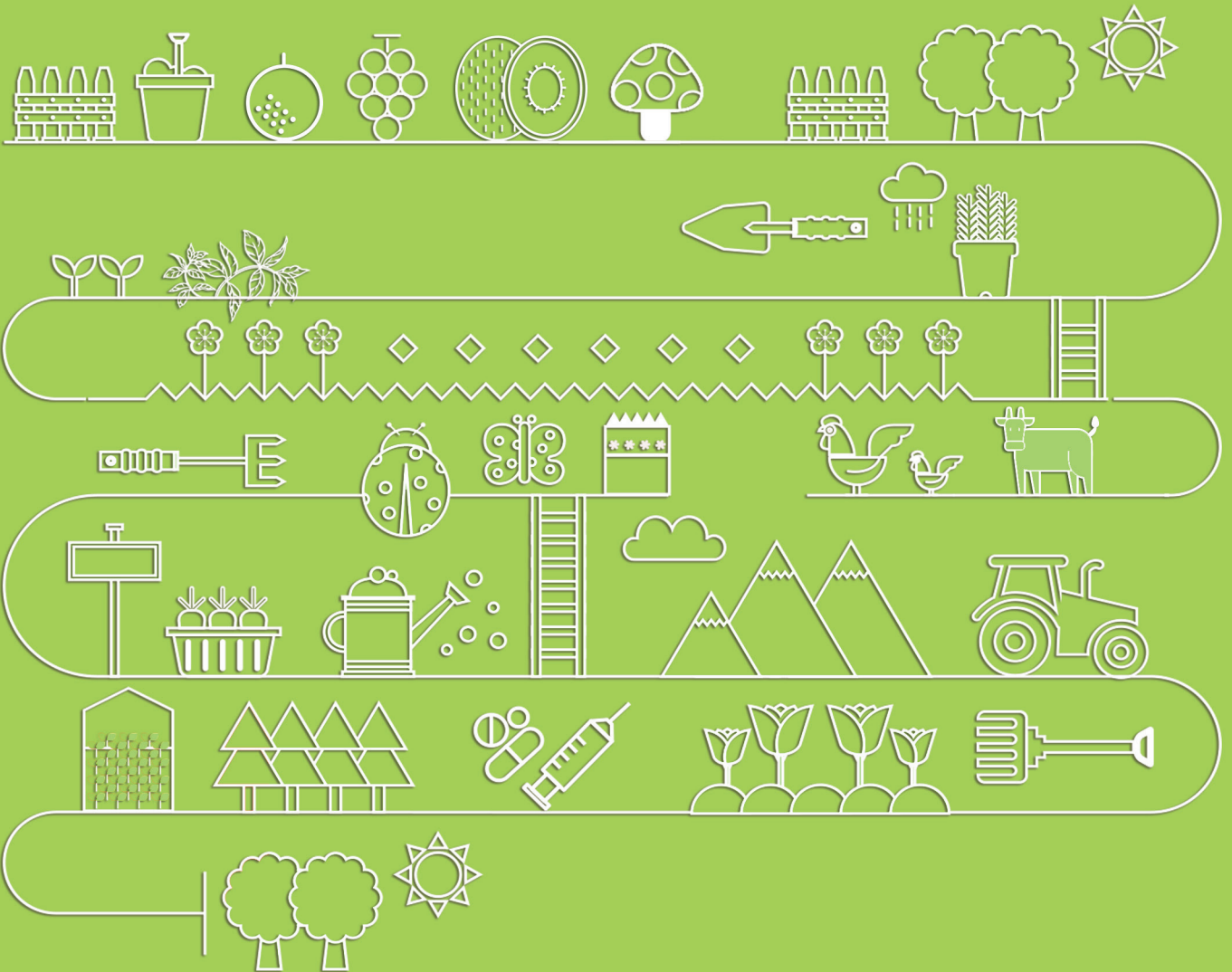


제4차년도
수출전략기술개발사업

포도 수출연구사업단

(중국 동향보고서)



포도 수출연구사업단

✓ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원(수출전략기술 개발사업)의 지원을 받아 연구되었음(No. 617070-5).

✓ This work was supported by Korea Institute of Planning and Evaluation for Technology in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries(IPET) through (Export Promotion Technology Development Program), funded by Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs(MAFRA).

(No. 617070-5)

✓ 내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용 시 대표 저자의 사전 승인을 요청함.

주관기관명 : 포도수출연구사업단

작성기관명 : 한국농촌경제연구원

목 차

1. 개요	1
2. 중국 포도 수급 동향	3
2.1. 생산 동향	3
2.2. 수출입 동향	9
2.3. 유통 및 도매가격 동향	14
2.4. 소비량 및 자급률 동향	26
2.5. 요약 및 시사점	31
3. 중국 수출시장 정보	33
3.1. 중국 수입포도 유통채널	33
3.2. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사	38
3.3. 중국시장 바이어의 샤인머스켓 취급 현황 및 인터뷰	42
4. 중국 소비자의 포도 소비 특성	47
4.1. 조사 및 분석 개요	47
4.2. 신선포도 구입 및 선호 행태	49
4.3. 한국산 농식품 이미지 및 소비행동	83
4.4. 시사점	88
5. 한국산 샤인머스켓 중국시장 수출 확대 방안	91
부록 1. 중국 샤인머스켓 주요 유통업체 현황	97
부록 2. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사 결과	107
부록 3. 중국 바이어의 샤인머스켓 취급 관련 인터뷰 조사 결과	127
참고문헌	154

표 목 차

1			
1-1.		2
2			
2-1.		3
2-2.	7	5
2-3.		5
2-4.		(2018)	5
2-5.		6
2-6.		7
2-7.		7
2-8.		가 가 (2020.5.15.)	10
2-9.		11
2-10.		12
2-11.		13
2-12.	對	(10)	13
2-13.		17
2-14.	(新發地)	20
2-15.		가 (2015~2018) ...	21
2-16.		가 (2019.9.~2020.8.)	24
2-17.		가 (2020.9.)	25
2-18.		26
2-19.		(2017)	28
2-20.	1	30
2-21.		30
3			
3-1.		34
3-2.		35
3-3.		(Top 3)	36
3-4.		가	37
3-5.	가	37
3-6.	,	38

3-7.		39
3-8.	()	40
3-9.	()	41
3-10.		42
3-11.		43
3-12.		45
4			
4-1.		47
4-2.		48
4-3.	51
4-4.	52
4-5.	53
4-6.	54
4-7.		55
4-8.	56
4-9.	.	/	59
4-10.	.	() 가	61
4-11.	65
4-12.	65
4-13.	67
4-14.	67
4-15.	70
4-16.	71
4-17.	.	/	72
4-18.	.	/	73
4-19.	74
4-20.	.	가 가	75
4-21.	.	가 가	76
4-22.	.	가 가	76
4-23.	77
4-24.	80
4-25.	81
4-26.	.	가	82
4-27.	83
4-28.	.	/	84
4-29.	85
4-30.	86

4-31.	.	' 19 ' 가 87
4-32.		 90

5

5-1.		 93
1-1.	(RT Mart)	 97
1-2.	(RT Mart)	 98
1-3.	(Yonghui)	 99
1-4.	(Yonghui)	 100
1-5.	(Walmart)	 101
1-6.	(Walmart)	 102
1-7.	(OLE)	 103
1-8.	(OLE)	 104
1-9.	(Carrefour)	 105
1-10.	(Carrefour)	 106

그림 목 차

2

2-1.		(2018)	3
2-2.	7		4
2-3.		(2019) (2018)	6
2-4.			11
2-5.	對	(10)	14
2-6.			15
2-7.	()		15
2-8.			16
2-9.			16
2-10.			17
2-11.			18
2-12.	(新發地)	가	19
2-13.		가 (2015~2018 가)	22
2-14.		4~6 가	23
2-15.		가 (2019.9.~2020.8.)	24
2-16.	&		27

3

3-1.		33
3-2.		34
3-3.		36
3-4.		41

4

4-1.		49	
4-2.		50	
4-3.	1	50	
4-4.		51	
4-5.		52	
4-6.		53	
4-7.		54	
4-8.		/	55

4-9.	56
4-10.	57
4-11.	58
4-12.	58
4-13.	59
4-14.	가	60
4-15.	가	61
4-16.	..	62
4-17.	/ ...	63
4-18.	64
4-19.	/	66
4-20.	68
4-21.	68
4-22.	69
4-23.	69
4-24.	70
4-25.	71
4-26.	/	72
4-27.	/	73
4-28.	74
4-29.	77
4-30.	78
4-31.	78
4-32.	79
4-33.	79
4-34.	80
4-35.	81
4-36.	가	82
4-37.	83
4-38.	84
4-39.	85
4-40.	86
4-41.	‘ 19 ’ 가	87

5

5-1.	91
5-2.	, 100g 가	92
5-3.	‘ ’	94

5-4.	‘ ’	95
5-5.		96
3-1.	(广州野果进出口贸易)	127
3-2.	(聚享优果旗舰店)	130
3-3.	(莆鲜旗舰店)	133
3-4.	(深圳阳光庄园农业发展)	135
3-5.	(深圳乐拉)	138
3-6.	(广州市集果轩贸易)	141
3-7.	(百果园)	144
3-8.	(陕西润发果蔬实业有限公司)	146
3-9.	(青岛巨晖)	149
3-10.	(深圳市前海中来供应链管理)	151

1. 개요

- 2004년 칠레를 시작으로 하여 미국, EU 등의 국가로 FTA 체결이 확대되어 수입량이 증가하고 여름철 소비에서 연중 소비하는 구조로 변경되었음. FTA 체결국으로부터 수입량이 증가하고 국내 포도 가격이 하락하는 경우 FTA 폐업 지원사업이 시행되어 국내 포도 재배면적은 감소 추세에 있음.
- 국내 포도 산업이 현재의 위기를 극복하고 장기적으로 포도산업의 안정화와 활성화를 위한 방안이 필요함. 한국산 포도의 품질 및 가격경쟁력을 높여 수출을 확대하는 한편, 수출산업 활성화를 통해 포도농가 소득을 증대시킨다면 침체된 포도산업을 회생시킬 수 있을 것으로 보임.
- 한편, 씨 없고 껍질째 먹을 수 있는 청포도 품종인 샤인머스켓은 최근 높은 소비자 선호와 타 품종 대비 높은 가격으로 묘목 품귀현상이 발생하는 등 재배면적이 지속적으로 확대(2016년 278ha→2020년 2,526ha, 농업전망 2020: 549)하는 추세를 보이고 있음. 수입량 증가 및 재배면적 축소로 사양산업으로 여겨진 포도 산업에 샤인머스켓 품종을 중심으로 수출이 점차 확대(2010년 471톤→2015년 813톤→2019년 1,867톤)되고 있음. 최근 이러한 현상은 침체된 포도산업에 활력을 줄 수 있을 것으로 예상됨.
- 본 동향보고서는 포도 수출연구사업단의 「포도 수출 마케팅전략 개발 및 수출조직 운영방안 연구(4차년도)」 과제 수행의 일환으로 작성한 것임. 보고서는 신흥시장으로 떠오르는 중국을 대상국으로 하여 **중국 포도 수급 동향과 중국 수출시장 정보**(유통채널, 경쟁제품 조사, 바이어의 샤인머스켓 취급 현황, 중국 소비자의 포도 소비 특성), 한국산 샤인머스켓 중국시장 수출 확대 방안으로 구성됨.
- 본 동향보고서는 중국 포도 수급 동향의 경우 문헌 및 통계자료를 활용함. 중국 수출시장 정보는 문헌 및 통계자료, Kotra 해외시장조사결과(중국 베이징·상하이·청두 무역관), 현지 바이어 대상 조사 결과를 활용하여 작성하였음. 수출시장 소비특성은 2020년 9월 1일부터 10일까지 베이징 220명, 상하이 238명의 포도 구입 및 취식 경험이 있는 20세 이상 남녀 소비자를 대상으로 한 설문조사 결과를 활용하여 분석함.
- 본 동향보고서 내용은 포도 생산농가, 수출업체, 연구자, 포도산업 정책담당부서에서 기초정보로 활용할 수 있을 것으로 기대됨.

< >

- 중국의 1인당 GDP는 2019년 기준 55,661위안이며, 경제는 2014년 이후 8% 내외의 성장률을 보이고 있음.
- 도시주민 1인당 평균 가처분소득은 2019년 기준 36,154위안임.
- 중국의 수출액은 2019년 기준 563억 달러임. 對한국 수출액은 11.1억 달러로 전체 수출액의 2% 수준임.
- 중국의 수입액은 2019년 기준 416억 달러임. 한국에서의 수입액은 35.51억 달러로 전체 수입액의 8.5% 수준임.

표 1-1. 중국의 주요 경제지표

구분	(단위)	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
GDP	억 위안	28,536	30,053	32,934	36,980	40,678	46,615
1인당 GDP	위안	35,128	36,982	39,835	44,447	48,883	55,661
경제성장률	%	8.5	7.9	7.7	8.1	8.0	7.5
소비자물가지수	%	1.6	1.5	1.9	1.4	1.7	3.2
고정자산투자	억 위안	23,577	25,973	29,126	32,097	28,065	30,927
소비판매총액	억 위안	12,460	13,961	15,601	17,480	18,254	20,144
도시주민 1인당 평균 가처분소득	위안	24,381	26,205	28,335	30,727	33,216	36,154
수출액	억 달러	448	330	279	375	504	563
수입액	억 달러	253	181	213	305	395	416
對한국 수출액	억 달러	9	7	7	8	8.73	11.1
증감률	%	28.0	-20.4	-7.3	14.7	8.9	21.7
對한국 수입액	억 달러	21	13	18	33	47.36	35.51
증감률	%	-9.1	-40.1	39.7	83.5	44.6	-20.7
FDI 규모	억 달러	102.9	104.4	85.5	83.4	107.3	124.8

자료: KOTRA 중국 청두무역관 해외시장조사(2020.10.26.)

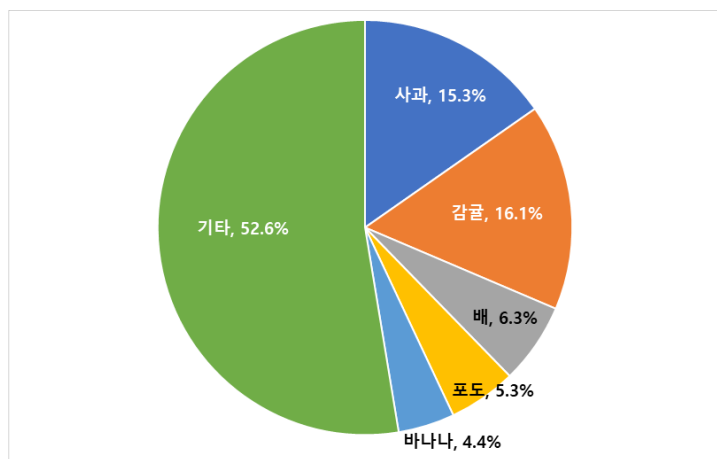
2. 중국 포도 수급 동향

2.1. 생산 동향

○ 과일 생산현황 및 포도 생산 비중

- 중국에서 생산되는 과일 중 포도는 네 번째로 많은 양을 차지함.
- 2018년 기준 중국의 과일 재배면적은 약 1187.5만 ha이고 생산량은 약 2억 5,688만 톤임. 그 중에서 포도 생산량은 5.3%를 차지함.

그림 2-1. 중국 과일 주요 품목의 생산 비중(2018년 기준)



자료: 中國產業信息(<http://www.chyxx.com/industry/201911/806517.html>)

○ 포도 생산 동향

- 중국의 포도 생산량은 지속적인 증가 추세를 보임.
- 2018년 기준 중국의 포도 생산량은 약 1,366.7만 톤이고, 재배면적은 약 72만 5,200ha이며, 재배기술의 발달로 인해 단수도 꾸준히 증가함.

표 2-1. 중국의 신선포도 생산 동향

단위: 천 ha, 만 톤, 톤/ha

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	연평균 성장률(%)
재배면적	550.3	612.8	646.7	689.1	716.4	712.6	703.3	725.2	-	4.0
생산량	857.7	1,000.6	1,088.5	1,173.1	1,316.4	1,262.9	1,308.3	1,366.7	1,419.5	6.9
단수	15.59	16.33	16.83	17.02	18.38	17.72	18.60	18.85	-	2.7

자료: 中國統計年鑑, 中國產業信息(<http://www.chyxx.com/industry/201910/794104.html>), 중화인민공화국 농업농촌부(中華人民共和國農業農村部), 국가통계국 공개데이터 정리, KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

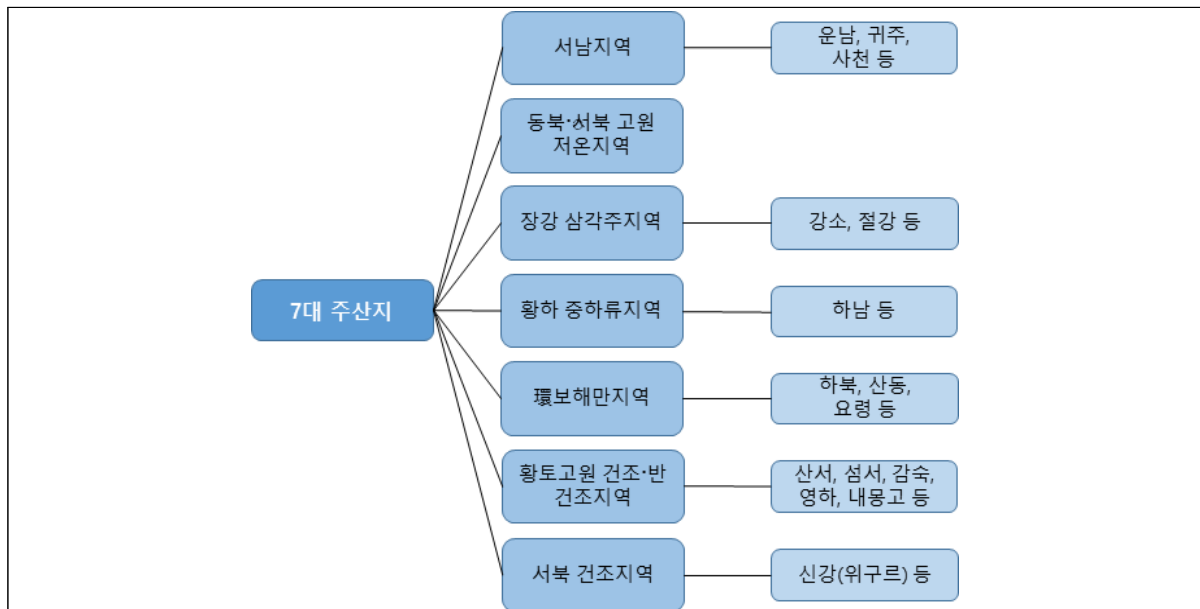
○ 중국의 포도 품종 생산 동향1)

- <중국통계연감 2018년> 데이터에 의하면 중국 생식용 포도 중 거봉(巨峰)과 적포도(紅地球) 재배면적은 각각 44.0%와 17.6%로 절반 이상을 차지함.
- 근래 중국에서 빠르게 성장하고 있는 품종으로는 Summer Black(夏黑), 샤인머스켓(陽光玫瑰), JuMeiGui(巨玫瑰), GoldFinger(金手指), Crimson seedless(克瑞森无核) 등이 있음. 그 중에서도 샤인머스켓(陽光玫瑰) 인기가 가장 높음.
- 시장 유통가격이 높은 샤인머스켓 재배가 중국 각 지역에서 확대되고 있음. <중국과학원 과수연구소(中國科學院果樹研究所)>의 통계에 의하면 중국의 샤인머스켓 재배면적은 2017년부터 지속적으로 증가하여 현재는 80만 무(약 5.3만 ha) 수준으로 예상됨.

○ 중국의 포도 주산지

- 중국의 포도 주산지는 7개로 구분됨.
- 서남지역, 동북·서북 고원의 저온지역, 장강 삼각주지역, 황하 중하류지역, 환(環)보해만지역, 황토고원 건조·반건조지역, 서북 건조지역 등임.

그림 2-2. 중국의 7대 포도 주산지



자료: 中國產業信息(<http://www.chyxx.com/industry/201811/693642.html>)

1) KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

표 2-2. 중국의 7대 포도 주산지의 재배면적과 생산량 점유율

지역	주요 성시	점유율(%)	
		재배면적	생산량
서남 고원지역	윈난, 구이저우, 쓰촨 등	5.0	3.40
동북 중북부지역	지린, 헤이룽장 등	3.0	2.40
남방지역	장저후, 충칭, 후베이, 후난, 장시, 푸젠, 광시, 윈난, 구이저우, 쓰촨 등	11.0	9.50
황하 중하류지역	허난, 산둥 서남, 장쑤 북부, 안후이 북부 등	10.9	12.60
환(環)보해만지역	허베이, 산둥, 라오닝 등	36.2	44.00
황토고원 지역	산서, 섬서 등	6.5	4.00
서북 건조지역	신장, 간쑤, 칭하이, 닝샤, 내몽고 등	27.4	24.19

자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ 중국 주산지별 생산 동향

- 주산지별 생산현황을 살펴보면, 환(環)보해만지역(하북, 산둥, 요령 등)의 생산량 비중이 44.0%, 서북 건조지역(신장 등)의 생산 비중이 24.2%로 상대적으로 큼.
- 환(環)보해만지역은 생산량이 많을 뿐만 아니라 하북, 산둥, 요령의 단수는 다른 성에 비해 월등히 높음.
- 서북 건조지역인 신장은 중국 최대 포도 생산지역으로 전체 생산량의 약 20%를 차지함.

표 2-3. 중국 주요 성별 포도 생산 현황

구분	2015년		2016년		2017년		2018년		2019년	
	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량	면적	생산량
신장(신장)	150.2	275.6	135.1	267.6	133.7	249.3	142.9	293.5	-	313.2
윈난(운남)	38.8	85.2	57.9	96.2	55.5	126.5	41.0	101.3	-	95.1
허베이(하북)	86.5	166.0	43.2	170.7	42.7	111.6	41.8	113.4	-	118.8
산둥(산둥)	43.3	121.2	36.6	114.2	37.8	109.9	36.2	109.4	-	112.5
저장(절강)	31.5	76.1	32.5	78.0	32.5	80.8	32.6	76.9	-	77.0
섬서(섬서)	49.2	63.1	42.0	66.1	44.7	78.6	46.7	72.8	-	76.7
라오닝(요령)	38.4	85.2	40.7	69.5	31.7	70.6	32.7	76.2	-	78.2
허난(하남)	36.3	63.8	38.1	68.3	36.9	70.3	39.0	77.0	-	83.2
장쑤	38.0	63.2	34.9	61.0	35.9	64.9	39.9	67.1	-	65.2
광시	33.0	44.9	34.9	50.9	33.9	55.0	33.5	55.9	-	60.1
기타	254.0	272.1	216.7	220.4	218.0	291.0	238.9	323.3	-	339.5
합계	799.2	1,316.4	712.6	1,262.9	703.3	1,308.3	725.2	1,366.7	-	1,419.6

자료: 中國統計年鑑, 中國產業信息(<http://www.chyxx.com/industry/201811/693642.html>), KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

표 2-4. 중국 주요 성별 포도 단수 현황(2018년)

구분	신장	윈난	허베이	산둥	저장	섬서	라오닝	허난	장쑤	광시
단수(t/ha)	20.5	24.7	27.1	30.2	23.6	15.6	23.3	19.7	16.8	16.7

자료: 中國統計年鑑, 中國產業信息(<http://www.chyxx.com/industry/201811/693642.html>), KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ 중국 주요 성별 생산 현황

- 주요 생산지역은 신장(22.1%), 하북(8.4%), 산둥(7.9%), 운남(6.7%), 하남(5.9%), 요령(5.5%), 절강(5.4%), 섬서(5.4%) 등의 순서임.
- 중국의 포도 산업발전으로 생산규모가 확대되고 있으며, 동시에 성별 생산구조에 변화가 나타남. 특히, 신장, 하남, 섬서, 운남을 중심으로 포도 생산규모가 뚜렷한 증가세를 보임.
- 그 중 **운남성**이 포도 신흥주산지로 부상하고 있음. 겨울철 온난한 기후조건을 갖추고 있어 유통물량 부족으로 가격이 높게 형성되는 4~6월 출하를 목표로 생산이 이루어짐.

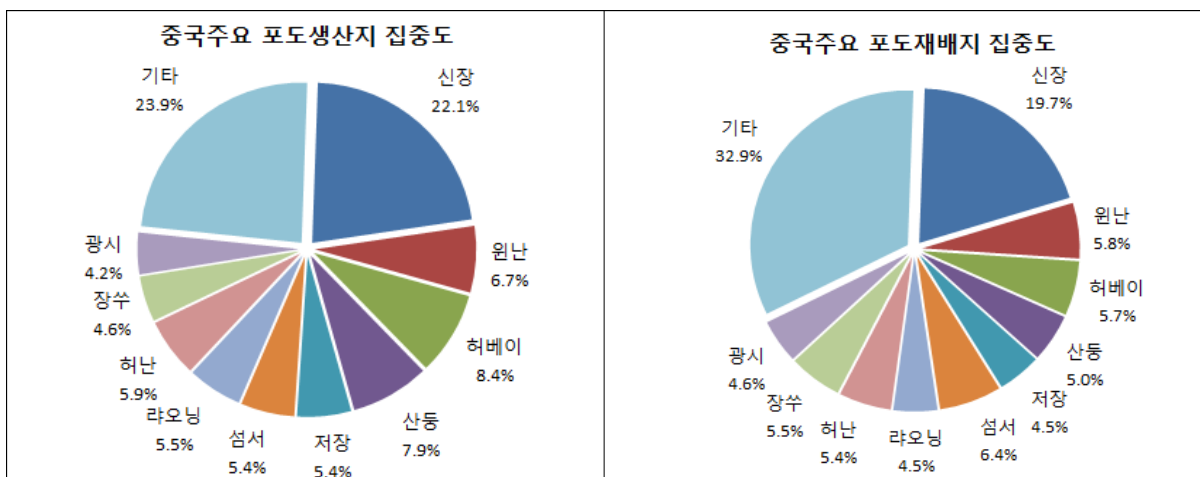
표 2-5. 중국 주요 성별 포도 생산량 비중 추이

: %, %p

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중 차이 (2019-2015)
신장(신장)	20.9	21.2	19.1	21.5	22.1	1.13
윈난(운남)	6.5	7.6	9.7	7.4	6.7	0.23
허베이(하북)	12.6	13.5	8.5	8.3	8.4	-4.24
산둥(산둥)	9.2	9.0	8.4	8.0	7.9	-1.28
저장(절강)	5.8	6.2	6.2	5.6	5.4	-0.36
섬서(섬서)	4.8	5.2	6.0	5.3	5.4	0.61
랴오닝(요령)	6.5	5.5	5.4	5.6	5.5	-0.96
허난(하남)	4.8	5.4	5.4	5.6	5.9	1.02

자료: 中國統計年鑑, 中國產業信息(<http://www.chyxx.com/industry/201811/693642.html>)

그림 2-3. 중국 주요 성별 포도 생산지(2019년)와 재배지(2018년) 비중



자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ 중국의 포도 숙기별 생산품종

- 포도품종은 발아에서 성숙까지 일수에 따라 초조생종, 조생종, 중생종, 만생종으로 구분하며, 중국의 주요 생산품종과 출하기는 다음과 같음.

표 2-6. 중국의 포도 숙기별 생산품종과 출하기

구분	비고		
초조생종	일수 100~115일, active accumulated temperature: 2000~2400℃		
조생종	일수 115~130일, active accumulated temperature: 2400~2800℃		
중생종	일수 130~145일, active accumulated temperature: 2800~3200℃		
만생종	일수 145~160일, active accumulated temperature: 3200~3500℃		
초조생종	조생종	중생종	만생종
早夏无核(6월) 早霞玫瑰(7월 하순) 黑芭拉多(6월말, 7월 상순) 晨香(7월 중, 하순) 紹星1号(6월 하순) 蜜光(8월 상순) 春光(8월 상중순) 午夜美人(7월 중순)	早生内瑪斯(8월초) 香峰(8월 중순) 夏日陽光 (8월초) 夏黑(7월) 无核白鷄心(7월 하순) 維多利亞(8월 상순) 碩峰(8월 중순) 七星女王(8월 상순) 茉莉香(8월말) 巨峰芽變(7월 상순) 紅芭拉多(7월말, 8월초) 黑阿爾法(8월초) 光輝(8월말) 弗雷无核(8월 상순) 36号/常青玫瑰(8월초)	醉金香(9월 상순) 陽光玫瑰(8월초) 雄宝(9월 중순) 新郁(9월 상순) 心愿(9월말, 10월초) 香悅(8월 하순, 9월 상순) 我的道(8월 중순) 天晴藤稔(8월초) 紹星3号(8월 중순) 妮娜公主(8월 하순) 美人指(9월 하순) 巨玫瑰(9월 상순) 金手指(7월말, 8월초) 紅國王(9월 상순) 紅色陽光(9월 중순) 麥当娜紅宝石(9월 상순) 甬优(7월말, 8월초)	克瑞森(9월 상순) 紅提(9월 하순) 紫恬 (A17) (8월 하순) 白羅莎里奧(9월 상순) 摩爾多瓦(8월 하순, 9월 상순)

자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

표 2-7. 중국의 주요 생식용 포도 특성 및 출하시기

제품사진	기본정보
	품종: Kyoho/巨峰; 중생종 특성: 과방중(穗重) 400~600g; 과립 10~14g; 당도 15% 이상, 산도 0.6~0.8% 출하시기: 8월 상순 공급기간: 300일
	품종: サマーブラック/Summer Black/夏黑; 조생종 특성: 과방중 415g; 과립 3~3.5g; 지베렐린 처리 후: 과방중 608~940g; 과립 7.5~12g; 가용성고형물함량 20~22% 출하시기: 윈난 지역 4월; 장강유역(長江流域) 7월초 공급기간: 187일
	품종: Fujiminori/藤稔; 중생종 특성: 과방중 500~1000g, 과립 22~30g; 가용성고형물함량 15~18% 출하시기: 8월초 공급기간: 155일

제품사진	기본정보
	<p>품종: JingYa/京亞, 半島1号, 興農1号, 富民1号, 凱丰; 조생종 특성: 과방중 400~1070g; 과립 10.8~20g, 가용성고형물함량 13.5~18%; 산도 0.65~0.9% 출하시기: 7월 중순 공급기간: 46일</p>
	<p>품종: 적포도/紅地球, 晚紅, 紅提; 만생종 특성: 과방중 800~1200g; 과립 12~14g; 가용성고형물함량 17% 출하시기: 9월 하순 공급시기: 288일</p>
	<p>품종: 샤인머스켓/陽光玫瑰; 중생종 특성: 과방중 600~1800g; 과립: 8~12g; 가용성고형물함량 20~26% 출하시기: 7월 하순 분포: 윈난, 신장, 섬서, 간쑤, 닝샤, 장쑤, 저장, 쓰촨 등 공급기간: 22일</p>
	<p>품종: Jumeigui/巨玫瑰; 중생종 특성: 과방중 675~1250g; 과립 9.5~12g; 가용성고형물함량 19~25%; 당도 19~21%; 산도 0.43% 출하시기: 9월 상순</p>
	<p>품종: GoldFinger/金手指; 중생종 특성: 과방중 750~1500g; 과립 13~20g; 가용성고형물함량 18~23%; 당도 20~22% 출하시기: 7월말 8월초 공급기간: 68일</p>
	<p>품종: Crimson Seedless/克瑞森无核, 緋紅无核, 淑女紅; 만생종 특성: 과방중 500g; 과립 4g; 가용성고형물함량 19%, 산도 0.6%, 출하시기: 윈난 지역 6월 중순; 기타 지역 9월 하순~10월 상순 공급기간: 66일</p>
	<p>품종: 머스켓/玫瑰香, 麝香; 중만생종 특성: 과방중 350~403g; 과립 4~5g; 가용성고형물함량 15~20%; 당도 16.4~17.5%; 산도 0.48~0.55% 출하시기: 9월 중순 공급기간: 212일</p>
	<p>품종: Longan/龍眼; 만생종 특성: 과방중 500~800g; 과립 6~8g; 가용성고형물함량 15.5~19%; 당도 15~18%; 산도 0.9% 출하시기: 9월 하순, 10월 상순 공급기간: 68일</p>

자료: 바이두바이커 등 공개 자료, 공급기간은 베이징 신파디도매시장(新發地批發市場) 2018년 기준, KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

2.2. 수출입 동향

2.2.1. 중국의 수입관세 및 검역

○ 신선포도 기본세율²⁾

HS Code	Description	수입세율		증치세율 (VAT)	소비세	단위	감독조건	검험검역
		최혜국 (MFN세율)	일반국 (기본세율)					
080610	Fresh	13%	80%	9%	-	kg	A,B	P,R,Q,S
감독조건 A: 입국화물통관서(入境货物通关单), B: 출국화물통관서(出境货物通关单) 검험검역 P: 수입동식물, 동식물제품 검역(进境动植物、动植物产品检疫), R: 수입식품 위생감독검험(进口食品卫生监督检验), Q: 수출동식물, 동식물제품 검역(出境动植物、动植物产品检疫), S: 수출식품 위생감독검험(出口食品卫生监督检验)								

자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ FTA체결 후³⁾ 신선포도 수입세율

- 기준세율 13%에서 협정 발효일을 기준으로 10단계에 걸쳐 매년 균등 철폐하는 것으로 하였음. 2020년 신선포도 수입세율은 5.2%임.

HS Code	Base Rate 기준세율	Staging Category 양허유형	2020년 수입세율
080610	13%	10	5.2%
양허유형 : 협정 발효일을 기점으로 10단계에 걸쳐 매년 균등 철폐 (이행 10년차 1월 1일 무관세)			

○ 중국 세관정책⁴⁾

- 중국의 세관정책에 따르면 한국은 현재 신선포도 중 샤인머스켓만 시장 진입 승인을 받았음. 한국의 주요 품종은 캠벨얼리(Campbel Early), 거봉(Kyoho), 샤인머스켓(Shine Muscat, 향인청티(香印青提))이며, 그 중 샤인머스켓이 수출 주력 품종임.
- 칠레, 페루, 호주는 여전히 중국의 3대 포도 공급국으로 중국과 FTA를 맺고, 낮은 관세와 제로 관세를 적용받고 있음.
- 「중국검험검역에 허가된 수입 가능한 신선과일 종류 및 수출국가/지역 목록 (獲得我國檢驗檢疫准入的新鮮水果種類及輸出國家/地區名錄)」 근거, 2020년 5월

2) <http://www.customs.gov.cn/tabid/67735/default.aspx>

3) <https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do>

4) KOTRA 중국 청두무역관 시장조사(2020.10.26.)

15일 기준으로 중국에 신선포도 수출 가능한 국가는 총 14개 국가임.

- 일본은 사과와 배 2종 과일만 중국으로 수출가능한 품목임. 중국 내 일본산 샤인머스켓은 일본 수입품이 아니라 중국 내 도입 후 재배한 것임.

표 2-8. 중국으로 신선포도 수출 가능한 국가 목록(2020.5.15.)

분포	수출국가/지역	과일 종
아세아	한국	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
	인도	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
	대만	포도 (Vitis vinifera, Vitis labrusca 및 그 교합 종, 주로 거봉포도(Vitis vinifera × Vitis labrusca na Bailey cv. Kyoho ; Grape)
아프리카	이집트	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
	남아프리카	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
유럽	포르투갈	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
	스페인	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
북아메리카	미국	포도 (Vitis vinifera ; Grape 캘리포니아 주)
	멕시코	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
남아메리카	아르헨티나	포도(Vitis vinifera L.; Table grapes)
	페루	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
	칠레	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
대양주	오스트레일리아	포도 (Vitis vinifera ; Grape)
	뉴질랜드	포도 (Vitis vinifera ; Grape)

자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.); 獲得我國檢驗檢疫准入的新鮮水果種類及輸出國家/地區名錄92020.5.15.)

2.2.2. 수출입 동향

○ 중국 신선과일 수입 동향

- 2018년 중국 수입 신선과일 품종 상위 5위는 앵두, 두리안, 바나나, 포도, 오렌지임.
- 중국의 포도 소비량은 전 세계 포도 소비량의 약 17%를 차지함.

○ 중국 신선포도 수출입 동향

- 2019년 중국 신선포도 수출량은 2010년 이후 연평균 16.5% 증가한 약 35만 200톤임.
- 중국의 신선포도 수입량은 2010년 이후 꾸준히 증가하여 2016년 약 25만 2,400톤으로 최고점을 이룬 이후 23만 톤 내외로 정체되었으나, 2019년 약 25만 2,300톤임.
- 2016년을 기점으로 수출량이 수입량을 초과하면서 순 수출국이 됨.

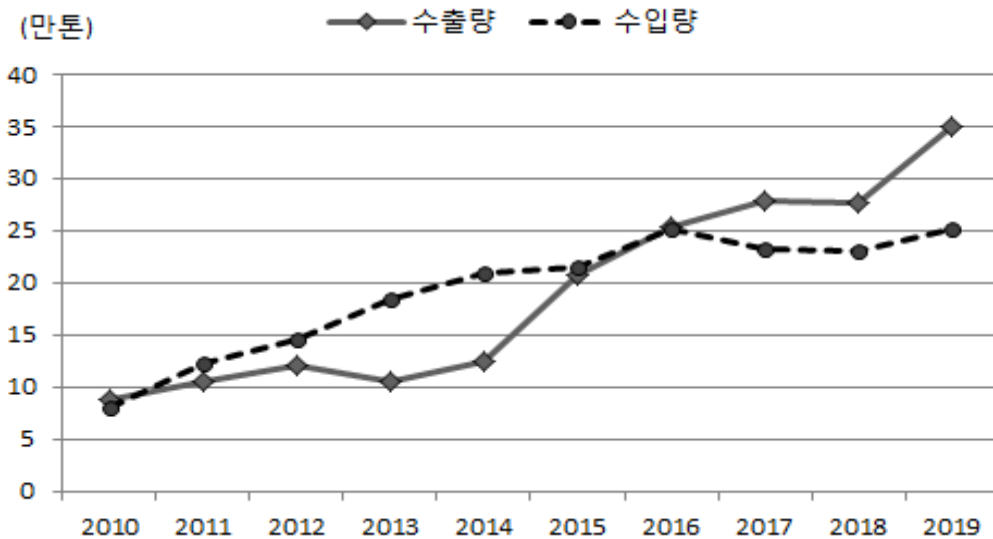
표 2-9. 중국의 신선포도 수출입량 추이

:

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	연평균 증감률(%)
수출량	8.84	10.65	12.17	10.52	12.59	20.80	25.45	28.04	27.72	35.02	16.5
수입량	8.17	12.29	14.61	18.52	21.10	21.58	25.24	23.39	23.17	25.23	13.3

자료: UNCOMTRADE Database

그림 2-4. 중국의 신선포도 수출입량 추이



자료: UNCOMTRADE Database

○ 중국 신선포도 수출대상국

- 중국은 동남아시아와 주변 국가들을 대상으로 신선포도를 수출하고 있으며, 수출국가가 상당히 다변화됨.
- 그 중에서도 태국, 베트남으로의 수출량 비중이 20%를 초과함.
- 2019년 수출량 기준 중국의 신선포도 수출대상국 순위는 태국(30.6%), 베트남(23.5%), 인도네시아(14.9%), 필리핀(7.0%), 방글라데시(6.8%), 말레이시아(5.1%) 순서임.

표 2-10. 중국의 신선포도 수출 대상국

구분	2017년			2018년			2019년			수량 비중 (%)
	금액	수량	단가	금액	수량	단가	금액	수량	단가	
전체	735,160	280,361	2.62	689,676	277,162	2.49	935,578	350,240	2.67	100.0
태국	316,476	119,853	2.64	225,997	92,118	2.45	281,096	107,278	2.62	30.6
베트남	206,201	77,936	2.65	153,716	67,922	2.26	199,031	82,328	2.42	23.5
인도네시아	85,444	28,320	3.02	171,816	56,148	3.06	159,688	52,292	3.05	14.9
필리핀	10,254	3,272	3.13	18,522	6,279	2.95	77,900	24,400	3.19	7.0
방글라데시	10,347	4,946	2.09	25,032	11,671	2.14	75,559	23,907	3.16	6.8
말레이시아	31,527	10,526	3.00	32,320	10,294	3.14	58,270	17,861	3.26	5.1
미얀마	18,860	7,923	2.38	19,008	9,061	2.10	31,676	14,935	2.12	4.3
러시아	16,387	9,225	1.78	12,271	7,274	1.69	13,742	8,659	1.59	2.5
홍콩	29,685	11,001	2.70	10,640	4,682	2.27	13,816	5,684	2.43	1.6
스리랑카	2,059	885	2.33	6,023	2,346	2.57	7,871	2,871	2.74	0.8

자료: UNCOMTRADE Database

○ 중국 신선포도 수입대상국

- 중국 신선포도 수입 대상국은 소수의 국가에 국한되어 있음. 칠레로부터의 수입량 비중이 30.5%로 가장 많고, 페루(18.7%), 호주(16.7%) 등의 순서임.
- 한국에서도 신선포도가 수입되나 그 양은 상대적으로 미미한 수준임. 한국산 포도 수입량은 2015년 46.7톤이고, 2016년 35.3톤, 2017년 7.5톤, 2018년 93.0톤, 2019년 224.0톤임.
- 2017년 고고도 미사일 방위체계(THAAD) 사태 등 정치적 이유로 한국산 신선포도 수입이 크게 위축되었으나, 이후 빠르게 회복됨.
- 한국으로부터 수입되는 포도는 샤인머스켓 중심의 고급 품종이며, 수입단가가 2019년 기준 kg당 16.6달러로 다른 국가에서 수입되는 신선포도 가격(약 2.1~3.2달러/kg) 대비 높은 수준(약 5.2~8.1배)임.

표 2-11. 중국의 신선포도 수입 대상국

: , , /kg

구분	2017년			2018년			2019년			수량 비중 (%)
	금액	수량	단가	금액	수량	단가	금액	수량	단가	
전체	590,149	233,912	2.52	586,294	231,685	2.53	643,410	252,312	2.55	100.0
칠레	221,635	97,676	2.27	267,699	117,672	2.27	248,141	106,835	2.32	30.5
페루	134,126	55,758	2.41	112,569	46,040	2.44	159,337	65,669	2.43	18.7
호주	130,445	42,742	3.05	140,407	44,271	3.17	181,272	58,429	3.10	16.7
남아프리카	45,136	17,901	2.52	25,513	10,137	2.52	27,325	10,981	2.49	3.1
인도	6,662	2,920	2.28	4,999	2,240	2.23	13,260	6,448	2.06	1.8
미국	51,903	16,811	3.09	32,501	10,682	3.04	6,032	1,905	3.17	0.5
이집트	102	77	1.33	1,265	552	2.29	4,071	1,727	2.36	0.5
한국	88	7	11.77	1,342	93	14.43	3,718	224	16.61	0.1
멕시코	44	16	2.70	-	-	-	203	71	2.86	0.0

자료: UNCOMTRADE Database

○ 중국 對 한국 최근 10년 수출입액 동향

- 중국이 한국으로부터 수입한 신선포도 수입금액은 2017년 이후 급격하게 증가하여 2019년 371.7만달러로 최고치를 기록하였음.

표 2-12. 중국의 對한국 신선포도 수출입액 동향(최근 10년)

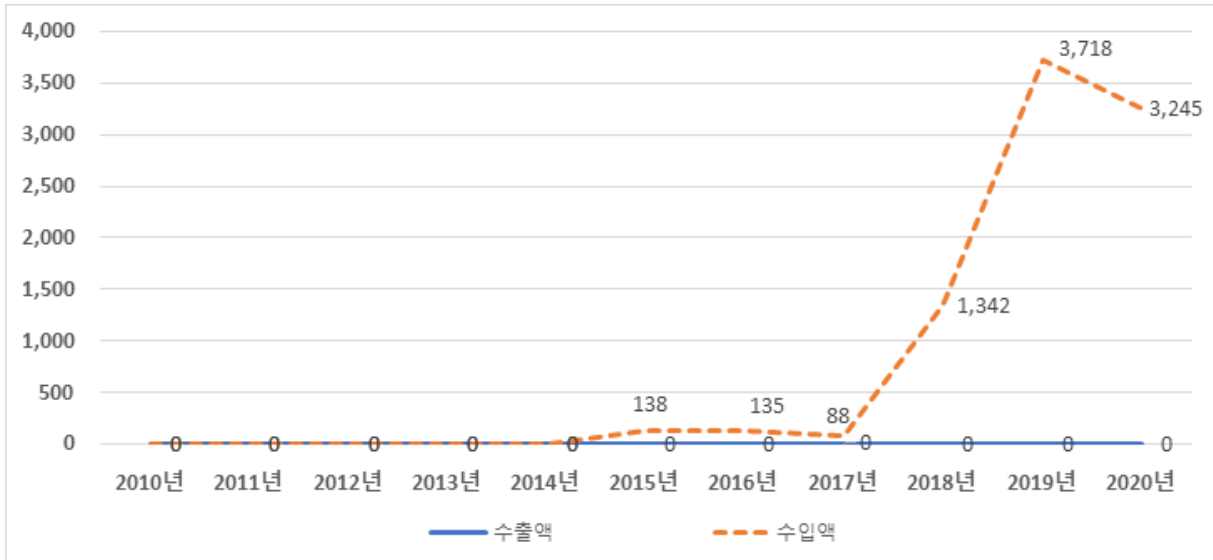
: , %

년도	수출		수입		수지
	금액	증감률	금액	증감률	
2020년	0	0.0	3,245	6,390.3	-3,245
2019년	0	0.0	3,718	177.1	-3,717
2018년	0	0.0	1,342	1,429.3	-1,342
2017년	0	0.0	88	-34.8	-88
2016년	0	0.0	135	-2.8	-135
2015년	0	0.0	138	0.0	-138
2014년	0	0.0	0	0.0	0
2013년	0	0.0	0	0.0	0
2012년	0	0.0	0	0.0	0
2011년	0	0.0	0	0.0	0
2010년	0	0.0	0	0.0	0

주: 2020년은 2020년 1~6월 기준 수출입액임.

자료: 한국무역협회(<https://www.kita.net/>)

그림 2-5. 중국의 對한국 포도 수출입액 동향(최근 10년)



자료: 한국무역협회(<https://www.kita.net/>)

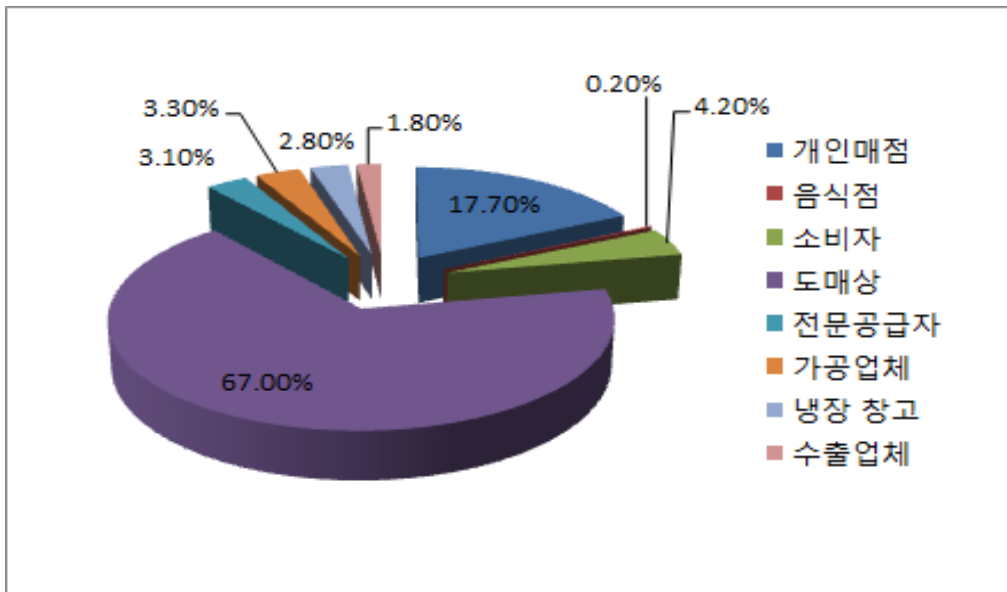
2.3. 유통 및 도매가격 동향

2.3.1. 유통구조

○ 중국 과일 유통구조

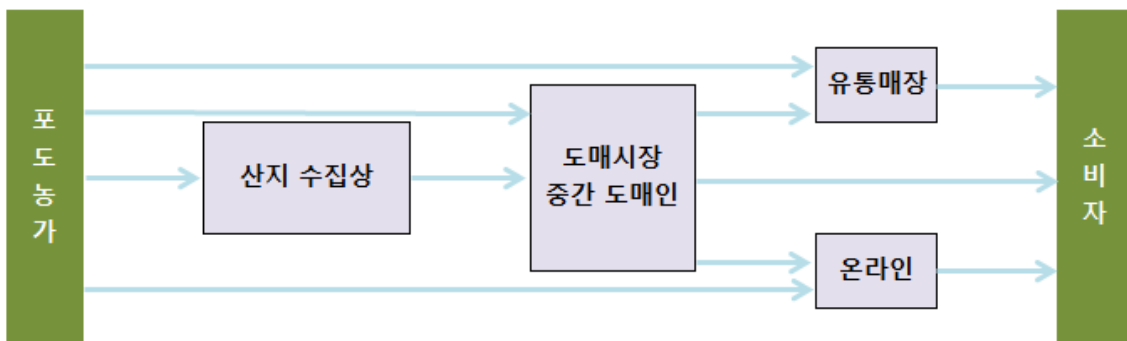
- 생산자가 직접 소비자에게 판매되지 않고 모두 1~2개 중간 도매상을 통해 유통되고 있는 복합적 유통구조를 형성하고 있음.
- 최근에 들어 많은 온라인 유통채널이 나타났지만, 과일 제품 보존 및 운송의 특성상 영향이 크지 않음. 유통채널은 지역, 교통 운수 등 영향을 비교적 크게 받음.
- 수출업체, 가공업체, 전문 공급업체 등 새로운 유통채널이 많아지고 있고 차지하고 있는 비율도 점차 증가되고 있지만, 여전히 전통적인 유통채널인 도매상을 통해 판매되고 있는 방식이 대부분임.
- 마트에서는 거의 직접 포도 생산자와 거래할 수 없게 되어 있음. 기존 전통적인 도매상 사이의 경쟁력이 심하여 마트는 낮은 가격으로 직접 구매할 수 없음.
- 각 유통구조 점유율은 <그림 2-6>과 같음.

그림 2-6. 중국 과일 유통구조 및 점유율 분포도



자료: <https://wenku.baidu.com/view/83d88500e87101f69e3195a1.html>

그림 2-7. 중국 과일(신선포도) 유통구조

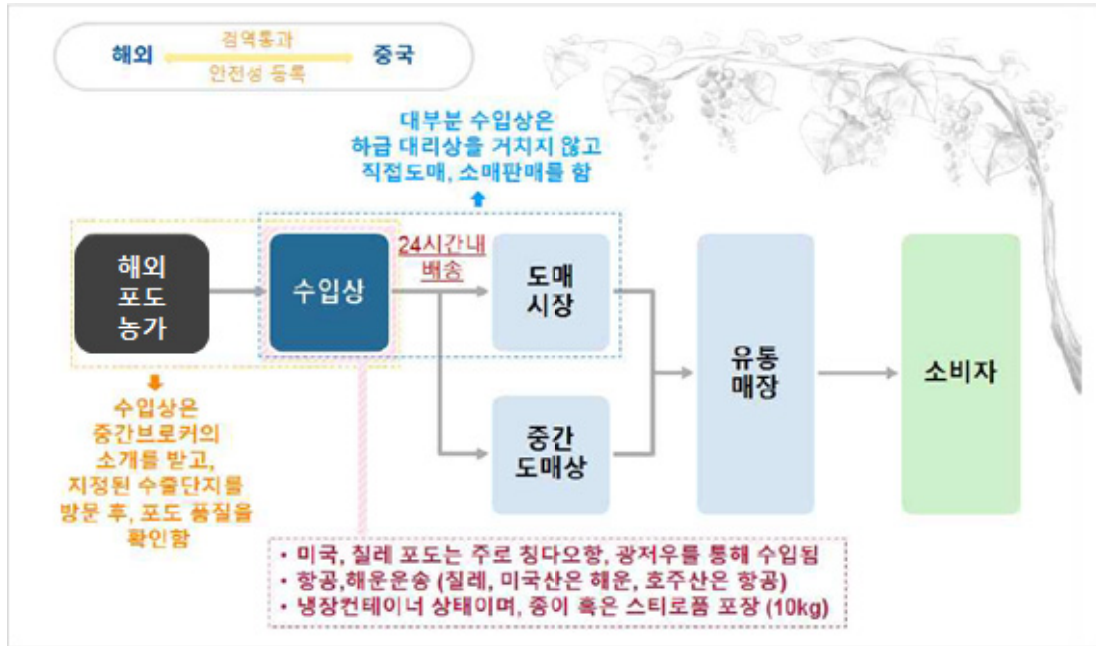


자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ 중국 수입포도 유통체계

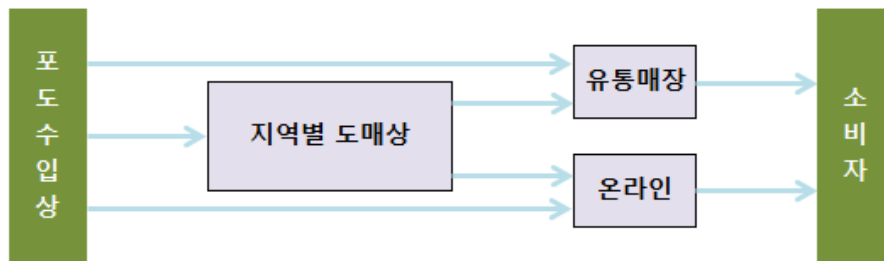
- 중국에서 수입포도는 수입상이 유통매장에 바로 공급하거나 도매시장에 직접 판매하고 있음.
- 수입포도는 프리미엄 마트, 대형마트에서 주로 판매되며, 최근에는 프리미엄 과일전문점에서도 유통하고 있음.

그림 2-8. 중국 내 수입포도 유통 프로세스



자료: aT(2016) 「2016 검역타결품목조사: 포도(중국)」

그림 2-9. 중국 내 수입포도 유통경로



자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ 중국의 신선포도 수입상 리스트

- 신통관망(新通關網)(<http://hs.bianmachaxun.com/>) 신선포도 수입상 리스트를 통해 확인한 결과, 신선포도 수입상은 주로 광둥(60개 업체), 상하이(17개 업체), 저장(4개 업체), 산둥(3개 업체), 베이징(2개 업체), 랴오닝(2개 업체), 장시, 톈진, 후난(각각 1개) 등 지역 소재 업체로, 그 중 광둥성에 제일 많이 집중되어 있음.

○ 중국의 신선식품 전자상거래

- 현재 신선식품 전자상거래(온라인으로 채소나 과일, 생선 등 식자재와 재료를 신선한 상태로 유통 판매하는 것)의 발전으로 온라인 주문이 증가 추세임.

○ 중국의 신선식품 전자상거래 플랫폼 운영방식

- 중국 내 대표적인 신선식품 전자상거래 플랫폼은 허마(盒馬生鮮), 징둥다오자(京東到家), 덩둥(叮咚買菜), 메이르요우셴(每日優鮮) 등이 있으며, 플랫폼 운영 방식에 따라 아래의 4가지 형태로 구분함.

표 2-13. 중국의 신선식품 전자상거래 플랫폼 운영방식

형태	주요 서비스	사례
온·오프라인 결합형 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> - 거주지역 주변에 점포를 개설하고 온·오프라인 동시 서비스 제공 - 주변 1~3km 이내 소비자에게 배달을 제공하고 주문 후 1시간 내 배달완료 가능 - 이는 신선식품의 새로운 판매 방식으로 소비자의 오프라인 체험을 통해 우호적인 평가를 이끌어내고 있으며, 배송효율도 매우 높음. 	허마(盒馬生鮮), 용후이마트(永輝超市) 등
제3자 플랫폼 연계방식	<ul style="list-style-type: none"> - 신선식품을 주문하기 위해 인터넷(APP)을 이용해 인근에 위치한 제3자 플랫폼(신선식품 취급업체) 검색 후 수요에 맞는 제품을 선별 구매하는 방식 - 주문 후 30분~1시간 이내 배송이 가능 - 사용자와 인근의 신선식품 유통업체 및 플랫폼을 직접 연결해 주며, 거리 적용 범위가 넓고 배송이 빠름. 	뚜어디엔(多点), 징둥또우자(京東到家) 등
전치 창고(前置倉庫) 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> - 전치 창고는 '앞에 위치한 창고'란 뜻으로 소비자와의 가까운 곳에 있는 비교적 작은 규모의 창고를 말함. - 주로 거주 단지 주변에 작은 창고를 설치하거나 마트, 편의점 등과 협력해 주변 1~3km 이내의 소비자들을 위해 서비스를 제공하며, APP 주문 후 1시간 이내로 배달이 완료됨. 	메이르요우셴(每日優鮮), 덩둥마이차이(叮咚買菜)
사회구역(社區)형 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> - '사회구역'이란 현대 중국 도시주민들의 거주지역을 가리키며, 사회구역형 플랫폼의 서비스 제공대상은 특정 거주지역 주민임. - 주민은 공동구매로 제품을 구매할 수 있음. 	쑤닝샤오뎨(蘇寧小店), 이핀성셴(誼品生鮮)

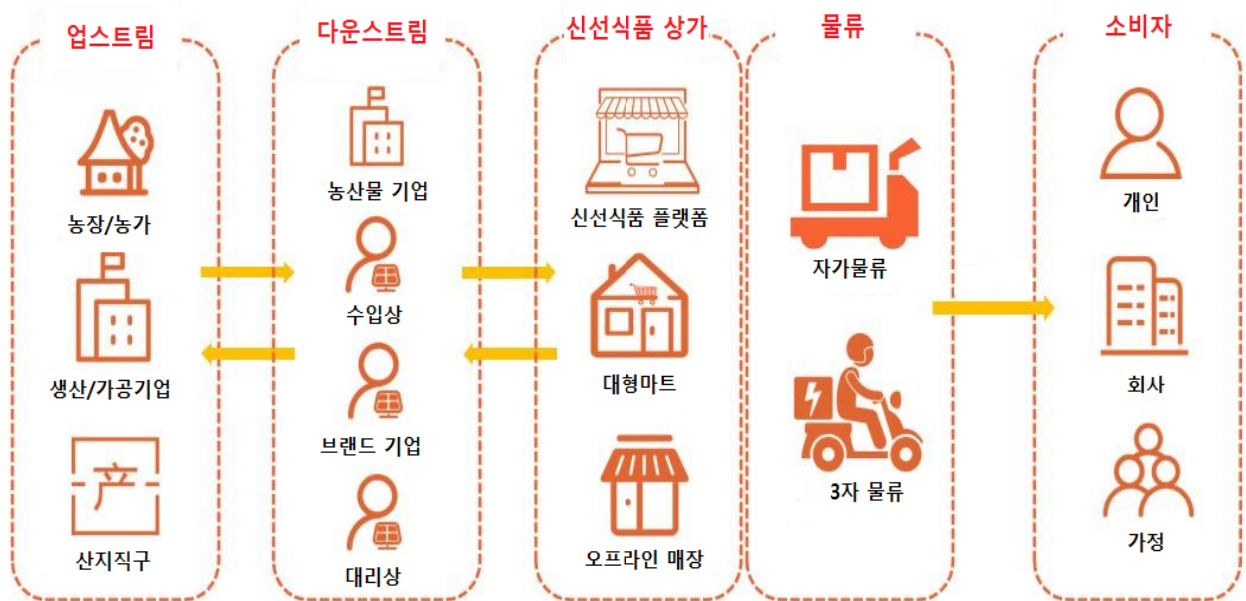
자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

그림 2-10. 중국 신선식품 전자상거래 플랫폼별 주요 기업



자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

그림 2-11. 중국 신선식품 전자상거래 주요 유통구조



자료: iiMedia Research

○ 샤인머스켓 유통 현황⁵⁾

- 샤인머스켓은 과거 백화점, 대형마트, 고급 럭셔리 과일가게에서만 판매되었는데, 2020년에는 전자상거래, 대중마트, 길거리 과일가게 등에서 판매되고 있음.
- 비싼 시장가격을 받기 위해 중국 내 샤인머스켓 재배면적이 빠르게 확대되었으나, 재배기술이 미흡하고 물량 위주의 출하를 하고 있어 가격 편차가 크게 나타나고 있는 실정임.
- 한국산 샤인머스켓 포도는 망고향이 나고, 중국산 샤인머스켓은 장미향과 리치향이 난다고 함. 그러나 중국 내 샤인머스켓 재배면적이 무분별하게 확대되면서 향이 없고 당도가 낮은 포도가 유통되고 있음.
- 4~6월 윈난성(운남성), 6월말~7월 윈난성에 인접한 광시성에서 햇빛장미(황록색이 두드러짐), 8월부터 11월 초순까지 호남성에 이어 쓰촨, 충칭성, 화둥지역인 장쑤, 상하이, 저장성, 허난, 허베이 지역의 출하가 이어짐. 윈난성과 광시성이 샤인머스켓 주 재배지역임.

5) KOTRA 중국 베이징무역관 해외시장조사(2020.10.13.: 2), 자료 출처: <https://m.guojiguoshu.com/article/6094>

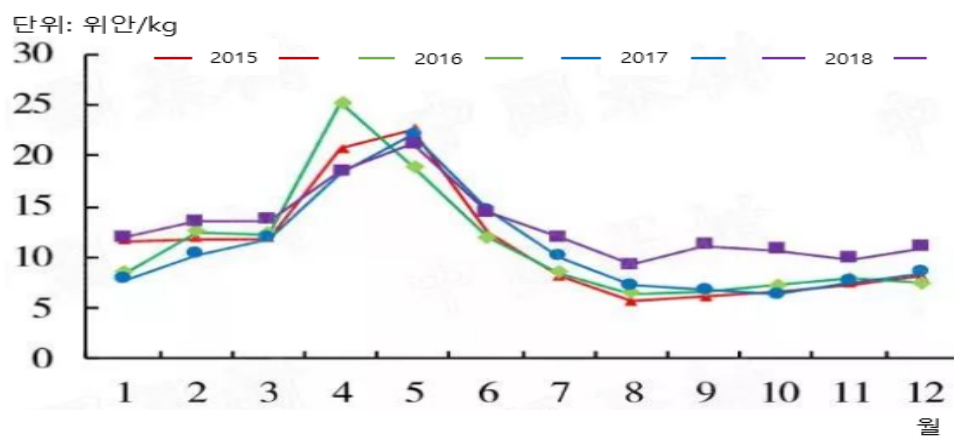
2.3.2. 중국 포도 가격

1) 중국 포도 도매가격

○ 중국 포도 도매가격

- 중국의 포도 도매가격은 5월 최고 수준을 기록함.
- 8월 성출하기에 접어들기 전까지 하락세를 보이고, 연말까지 완만한 상승세를 보임.

그림 2-12. 북경 신발지(新發地) 도매시장 포도 가격의 월별 변동 추이



자료: 搜狐(https://www.sohu.com/a/371553102_726696)

○ 중국 포도 품종별 주출하기 및 유통일수

- 중국에는 다양한 기후대가 분포함으로써 거의 연중 다양한 포도가 생산되어 유통됨.
- 대표적인 포도 품종은 거봉(巨峰), 레드글로브(紅地球), 머스켓 함부르크(玫瑰香), 루비 씨드레스(紅寶石無核), 썸머블랙(夏黑), 신강무자로(新疆無籽露), 후지미노리(藤稔), 빅토리아(維多利亞), 자스민(茉莉香), 샤인머스켓(陽光玫瑰) 등임.
- 이들 품종 대부분이 7~9월에 주로 출하되며, 그 중 거봉(巨峰)은 300일가량 시장에서 유통되고, 그 외에도 200일 이상 유통되는 품목이 상당수 존재함.

○ 중국산 샤인머스켓 유통일수

- 샤인머스켓 품종은 중국 내에서 '陽光玫瑰' 혹은 '香印青提'란 이름으로 유통됨.
- 중국산 샤인머스켓 품종은 7월 하순 출하량이 많고, 유통일수는 22일로 짧은 편임. 이는 중국 내 샤인머스켓 생산량이 적어 유통일수가 나타남.

표 2-14. 중국 북경 신발지(新發地) 도매시장의 포도 품종별 유통 일수

품종		유통 일수	주출하기	
巨峰 (거봉)	Kyoho Grape		300	8월 상순
紅地球 (레드글로브)	Red Globe Grape		288	8월 상순
玫瑰香 (머스켓 함부르크)	Midknight Beauty		212	9월 중순
紅寶石無核 (루비 씨드레스)	Ruby Seedless		204	9월 중순
夏黑 (썸머블랙)	Summer Black (サマーブラック)		187	운남: 4월 장강유역: 7월 상순
新疆無籽露 (신강무자로)	-		155	7월 하순
藤稔 (후지미노리)	Fujiminori		150	8월 상순
維多利亞 (빅토리아)	Victoria		150	7월 상순
茉莉香 (자스민)	Jasmine		94	7월 하순
陽光玫瑰 (샤인머스켓)	Shine Muscat		22	7월 하순

자료: 搜狐(https://www.sohu.com/a/356648244_656894)

○ 중국 포도 품종별 출하시기와 도매가격

- 2018년 중국 샤인머스켓의 평균 도매가격은 kg당 36.4위안(한화 약 6,224원)으로 타 품종에 비해 가장 높게 형성됨.
- 그 다음으로 도매가격이 높은 품목은 자나(乍娜), 자스민(茉莉香), 크림슨 씨드리스(克瑞森無核) 등임.

표 2-15. 중국 북경 신발지도매시장의 포도 품종별 출하시기와
도매가격(2015~2018년)

품종	최초 가격	최종 가격	최고 가격	최저 가격	평균 가격	가격 (원/kg)	비고
陽光玫瑰 (샤인머스켓 /Shine Muscat)	36.0	37.0	44.0	30.0	36.4	6,224	2018년
乍娜 (자나/Zana)	28.0	8.7	28.0	8.4	23.3	3,984	2015년
茉莉香 (자스민/Jasmine)	24.5	21.8	28.5	13.5	22.8	3,899	2016~2018년
克瑞森無核 (크림슨 씨들레스 /Crimson Seedless)	14.0	20.0	24.0	12.0	16.2	2,770	2018년
克瑞森無核 (크림슨 씨들레스 /Crimson Seedless)	21.0	8.0	22.0	7.0	15.4	2,633	2018년
藤稔 (후지미노리/Fujiminori)	27.5	6.4	38.0	4.0	15.0	2,565	2015~2018년
夏黑 (썸머블랙 /Summer Black)	27.0	7.2	29.0	4.6	14.5	2,480	2015~2018년
無核白鷄心 (센텐니얼 씨들레스 /Centennial Seedless)	25.0	8.0	26.0	4.0	14.0	2,394	2018년
紅寶石無核 (루비 씨들레스 /Ruby Seedless)	12.8	11.4	30.0	7.0	13.4	2,291	2015~2018년
紅地球 (레드글로브 /Red Globe Grape)	105	11.0	24.0	4.8	11.3	1,932	2015~2018년
維多利亞 (빅토리아/Victoria)	25.8	6.2	29.1	3.8	11.1	1,898	2015~2018년
木納格 (무나거/Munage)	14.3	9.0	15.0	8.0	9.7	1,659	2015년, 2018년
新疆無籽露 (신강무자로 /Xingang Seedless Dew)	11.9	8.6	13.8	6.5	9.5	1,625	2015~2018년
紫恬 (저침/Purple Sweet)	7.0	7.0	15.0	7.0	9.5	1,625	2018년
巨峰 (거봉/Kyoho Grape)	14.1	8.1	15.5	5.6	9.2	1,573	2015~2018년
玫瑰香 (머스켓 함부르크 /Midknight Beauty)	10.9	7.2	25.0	4.3	8.8	1,505	2015~2018년

품종	최초 가격	최종 가격	최고 가격	최저 가격	평균 가격	가격 (원/kg)	비고
馬奶 (마내/Horse Milk)	8.9	9.4	12.0	4.5	7.1	1,214	2015~2018년
弗蕾無核 (플레임씨들레스 /Flame Seedless)	6.5	5.7	7.0	5.0	6.1	1,043	2015년
戶太8號 (호태8호/Hutai8)	5.0	6.5	7.0	4.0	6.1	1,043	2015년
龍眼 (용안/Longyan)	5.3	4.6	6.3	2.7	4.9	838	2015~2018년
京亞 (경아/Jingya)	4.3	3.9	5.1	3.5	4.1	701	2016~2018년

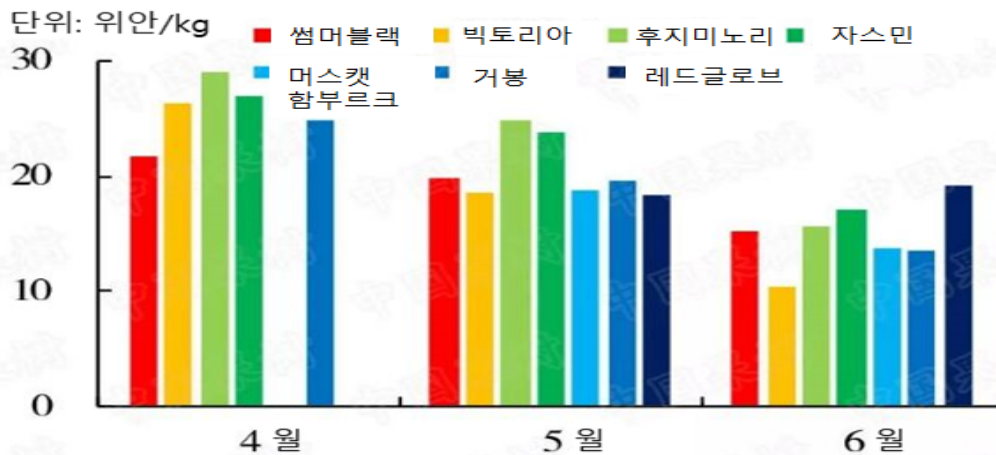
주: 평균 도매가격 기준 내림차순으로 정리함. 1위안=171원(2020.10.8.)으로 환산함.

자료: 張國軍, 王曉月, 任建成, 孫磊, 閻愛玲, 王慧玲, 徐海英. 2019. 從批發市場品種和價格變化看我國鮮食葡萄產業格局之變換. 中國果樹 6: 12-16.

○ 주요 포도 품종의 평균 도매가격 비교

- 4~6월 포도 품종별 평균 도매가격을 비교해보면, 월별로 다소 편차가 존재함.
- 다만, 후지미노리(藤稔), 자스민(茉莉香)이 상대적으로 높은 가격을 형성하고 있음.

그림 2-13. 중국 주요 포도 품종의 평균 도매가격 변화(2015~2018년 평균가격)



주 1) 중국 북경 신발지 도매시장 가격이며, 2015~2018년 평균가격임.

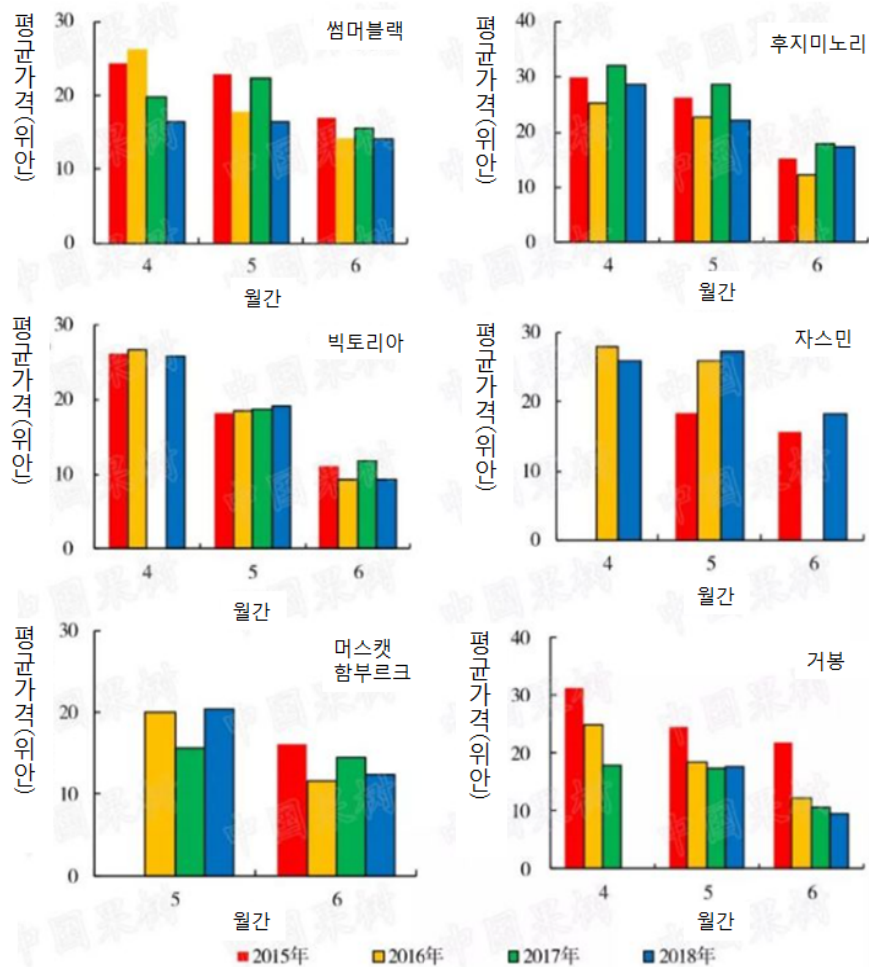
2) 품종별 출하시기를 살펴보면, 썸머블랙은 3월 하순~9월 중순, 빅토리아는 4월상·중순~9월 중순, 후지미노리는 4월 상순~9월 중순, 자스민은 3월 하순~6월 하순, 머스캣함부르크·거봉·레드글로브는 연중이므로 공통된 출하시기인 4~6월을 분석기간으로 함.

자료: 搜狐(https://www.sohu.com/a/356648244_656894)

○ 주요 포도 품종의 연도별 도매가격 비교

- 각 품종의 연도별 가격 편차도 상당히 심한 것으로 나타남.
- 다만, 최근 들어 생산량 증가와 함께 가격이 대체로 하락하는 경향을 보임.

그림 2-14. 주요 포도 품종의 4~6월 도매가격 변화



주: 중국 북경 신발지 도매시장 가격임.

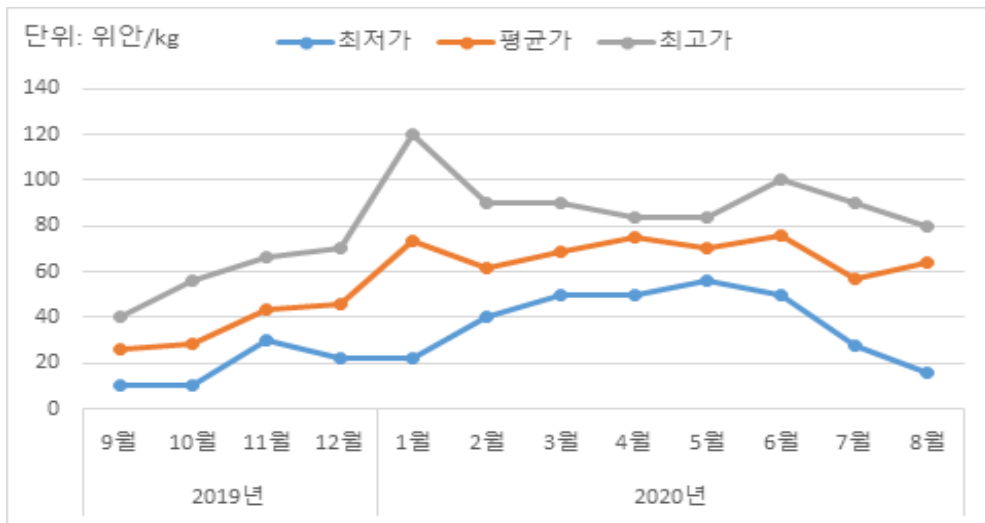
자료: 搜狐(https://www.sohu.com/a/356648244_656894)

2) 중국 샤인머스켓 도매가격

○ 중국 샤인머스켓 도매가격

- 가장 최근 샤인머스켓 도매시장가격을 살펴보면, 연중 상당히 높은 가격을 형성하고 있음.
- 1월부터 6월까지 kg당 60위안 이상의 가격을 형성하고 있고, 9월부터 12월까지는 상대적으로 낮은 가격을 형성함.
- 또한 최저가격이 최고가격의 격차가 심하며, 이는 다양한 등급의 상품이 유통되고 있음을 의미함.

그림 2-15. 중국 샤인머스켓 월별 도매가격 변화(2019.9.~2020.8.)



주: 중국 북경 신발지 도매시장 가격임.

표 2-16. 중국 샤인머스켓 월별 도매가격 변화(2019.9.~2020.8.)

연도	월	최저가 (위안/kg)	최고가 (위안/kg)	평균가 (위안/kg)	평균가 (원/kg)	평균가 (원/kg)
2019년	9월	10	40	26.2	4,480	6,173
	10월	10	56	28.6	4,891	
	11월	30	66	43.6	7,456	
	12월	22	70	46.0	7,866	
2020년	1월	22	120	73.4	12,551	11,662
	2월	40	90	61.4	10,499	
	3월	50	90	68.8	11,765	
	4월	50	84	74.8	12,791	
	5월	56	84	70.4	12,038	
	6월	50	100	75.6	12,928	
	7월	28	90	57.2	9,781	
	8월	16	80	64.0	10,944	

주: 중국 북경 신발지 도매시장 가격임. 1위안=171원(2020.10.8.)으로 환산함.

3) 중국 샤인머스켓 온라인 소매가격

○ 샤인머스켓 온라인 판매 동향

- 최근 샤인머스켓의 온라인 판매도 증가하는 추세를 보임.

- '日本晴王'으로 표현하며 일본의 프리미엄 포도임을 강조함.
- 일본에서 수입되지는 않지만, 소비자들이 일본산으로 오해할 수 있도록 포장지 등에 일본어가 많이 들어가도록 디자인하고 있음.
- 일본어로 고급스럽게 디자인된 포장박스가 온라인에서 공공연하게 거래되고 있음.
- 원산지는 다양하며, 중국의 다양한 지역에서 온라인을 통해 판매하고 있음.

○ 샤인머스켓 온라인 판매가격

- 포장 용량은 대체로 1.5kg이나 2kg이며, 선물용으로 판매되는 경우가 많음.
- 중국산 샤인머스켓 가격은 kg당 33~110위안(한화 약 5,700~18,810원)인 반면, 한국산 샤인머스켓 가격은 kg당 373~428위안(한화 약 56,772~73,188원)임. 한국산 샤인머스켓 판매가격은 중국산 샤인머스켓의 3.9~11.2배 수준임.

표 2-17. 전자상거래로 거래되는 샤인머스켓 가격(2020.9.)

구분	포장	중량	가격(위안)	가격(원/kg)	원산지
1		2kg	220위안	18,810	중국 해남
2		2kg	174위안	14,877	중국 운남
3		1.5kg	50위안	5,700	중국 섬서
4		1.5kg	78위안	8,892	중국 사천
5		2.5kg	150위안	10,260	중국 해남
6		1.5kg	68위안	7,752	중국 호남

구분	포장	중량	가격(위안)	가격(원/kg)	원산지
7		1.5kg	100~129위안	11,400~14,706	중국 강소
8		2kg	745위안	63,698	한국산
9		1.5kg	498위안	56,772	한국산
10		1kg	428위안	73,188	한국산

: (阿里巴巴, 2020 9 9 가), : (京東, 2020 9 23 가)

2.4. 소비량 및 자급률 동향

2.4.1. 중국의 포도 소비구조

○ 중국의 포도 용도 및 용도별 품종

- 포도는 주로 생식용, 와인용, 건포도용으로 구분되며, 중국에서 주로 재배되는 품종으로는 다음과 같음.

표 2-18. 중국의 용도별 포도 품종

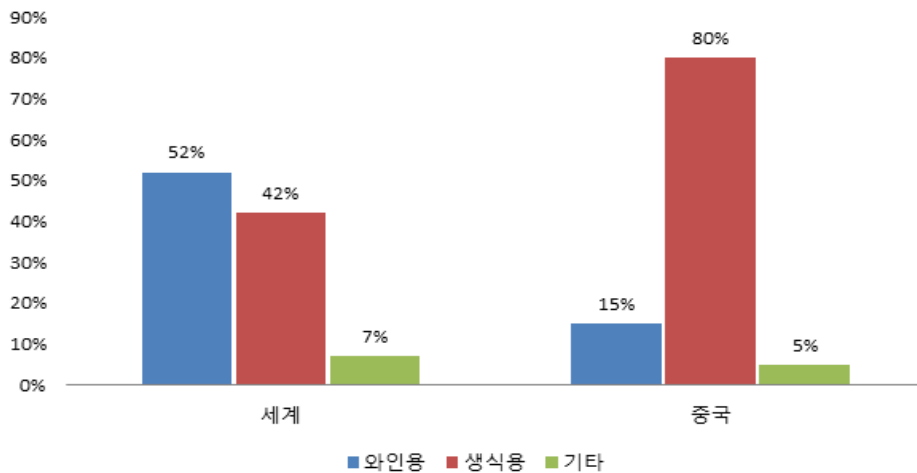
구분	포도품종	주요 생산지
생식용	Franco-american 거봉(巨峰), Summer Black(夏黑), Fujiminori(藤稔), JingYa(京亚) 등	신장, 랴오닝, 산둥, 섬서, 장쑤, 저장, 광시, 윈난
	Vitis Vinifera L Red grapes(红地球), Thompson Seedless(无核白), Muscat(玫瑰香), Victoria(维多利亚), Centennial Seedless(无核白鸡心), Minicure Finger(美人指), Zexiang(泽香), Flame Seedless(火焰无核), Crimson seedless(克瑞森无核) 등	
와인용	Cabernet Sauvignon(赤霞珠), Cabernet gernischt(蛇龙珠), Merlot(梅鹿辄), Chardonnay(霞多丽), Shiraz(西拉) 등	허베이, 산둥, 닝샤, 간쑤, 신장
건포도용	Thompson Seedless(无核白)	신장

자료: KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

○ 중국의 포도 용도별 비중

- 근래 중국의 포도 산업은 빠른 속도로 성장하고 있으며, 중국의 포도 재배면적도 꾸준히 증가하여 생식용 포도 재배면적은 2004년부터 연속 세계 1위, 생산량은 2011년부터 연속 세계 1위를 차지하고 있음.
- 국제포도·와인기구(OIV, International Organisation of Vine and Wine)의 통계에 의하면 2017년 세계 포도 소비구조는 와인용 52%, 생식용과 건포도용은 각각 42%와 7%임.
- 중국은 생식용 80%, 와인용 15%, 건포도용 5%, 주스용은 극히 적은 비중을 차지함.

그림 2-16. 중국&세계 포도소비구조 비교



자료: OIV, 포도재배교류회, KOTRA 중국 상하이무역관 해외시장조사(2020.10.23.)

2.4.2. 중국의 신선포도 소비 선호

○ 소비 구매패턴 변화

- 중국 소비자들은 대형마트보다 집 인근의 재래시장 혹은 과일 판매 전문점의 과일이 더 신선한 것으로 인식하여 과일가게 등에서 구매하는 경향이 높았지만, 전자상거래의 발전과 코로나19 등의 영향으로 구매패턴에 변화가 생기고 있음.
- 주로 배송이 용이한 온라인 몰(JD Mall, Tmall 등)과 신선식품 전자상거래 플랫폼(허마(盒馬生鮮), 징둥다오자(京東到家), 덩둥(叮咚買菜), 메이르요우셴(每日優鮮) 등)을 통한 구매가 늘어나고 있는 추세임.

○ 생식용 포도의 수요 특징과 선호도

- 2017년 국가포도산업기술체계산업경제팀(國家葡萄產業技術體系產業經濟團隊)은 생식용 포도 수요추세를 조사하기 위하여 생식용 포도의 수요특징과 선호도 관련 조사연구 진행함. 4000여명의 소비자 조사 결과이고, 3,579건의 유효 샘플임.

※ 소비자의 성별 및 연령대 분포는 중국 인구통계분포 특성에 부합함. 가구원 수는 3인 가구를 중심으로 왜정규분포(skew normal distribution), 수입은 3,001~5,000위안 정규분포, 학력은 고학력 쪽으로 편향, 직업은 프리랜서, 학생, 과학 및 교육인력, 기업인 등임.

표 2-19. 중국 소비자의 생식용 포도 선호도 조사결과(2017년)

생식용 포도 연평균 소비량(kg)	<ul style="list-style-type: none"> ● [5, 10] 구간 26.9%, [10, 15] 구간 26.4% → 5~15kg이 50% 이상, ● 중국 소비자의 생식용 포도 연평균 소비량은 15kg을 초과하지 않음.
생식용 포도 주요 소비계절	<ul style="list-style-type: none"> ● 7~9월 포도 구매비율이 제일 크고, 8월 최고점에 달함. ● 7~9월은 대부분 포도품종의 성숙과 출하시기로 가격이 상대적으로 저렴한 것이 주요 요인
생식용 포도 선호가격 (위안/kg)	<ul style="list-style-type: none"> ● [10, 16] 구간 62.1%, [6, 10] 구간 48.9%, [16, 20] 구간 49.2% ● 6위안/kg 이하 15.3%, 30위안/kg 이상 23.8%
과방중 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ● 선호 과방중은 0.50~0.75kg(60.5%), 0.75~1.00kg 순서 ● 1kg 이상은 거의 선호하지 않음. 중국의 평균 가구원 수가 적기 때문임.
과립 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ● 중 과립(동전 50각과 1위안 사이, 거봉) 선호비율 78.0%로 높음, 다음 소 과립(동전 1전 크기, Muscat(玫瑰香)), 대 과립(동전 1위안보다 큰 것, Fujiminori(藤稜)) 순서임.
맛 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ● 달콤(거의 지지 않음), 달콤새콤(단맛이 강함), 새콤달콤(신맛이 강함) ● 달콤새콤 선호도(52.6%), 달콤(33.5%), 새콤달콤(11.5%), 상관없다(0.4%) 순서임.
씨 유무 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ● 씨 없는 포도 선호도(61.7%), 씨 있는 포도(10.9%), 유무에 상관없다(27.4%) 순서임.
포장방식 선호도	<ul style="list-style-type: none"> ● 포도의 신선도에 대한 관심이 높아 과방(單穗) 하나씩 포장 하는 것을 선호 하는 소비자가 56.4%, 포장하지 않아도 된다는 26.0%, 과방이 깨져도 된다는 17.5%임.

: 《中国果树》2019年第2期, : 가 -任穆维松, KOTRA (2020.10.23.)

○ 시대별 중국의 생식용 포도 선호 품종

- 중국의 생식용 포도 선호 품종을 시대별로 살펴보면, 1960~1970년대는 머스켓(玫瑰香), Longan(龍眼), 1980년대는 거봉(巨峰), 1990년대 적포도(紅提), 2000년대 Summer Black(夏黑), Crimson seedless(克瑞森无核), 마지막으로 샤인머스켓(陽光玫瑰) 시대를 맞이함.
- <중국통계연감 2018년> 데이터에 의하면 중국 생식용 포도 중 거봉(巨峰)과 적포도(紅地球) 재배면적은 각각 44.0%와 17.6%로 절반 이상을 차지함.

- 근래 중국에서 빠르게 성장하고 있는 품종으로는 Summer Black(夏黑), 샤인머스켓(陽光玫瑰), JuMeiGui(巨玫瑰), GoldFinger(金手指), Crimson seedless(克瑞森无核) 등이 있음. 그 중에서도 샤인머스켓(陽光玫瑰) 인기가 제일 높음.

○ 중국의 샤인머스켓 소비 및 유통 여건

- 샤인머스켓은 2010년부터 중국에 들어오기 시작하였으며, 2015년 전후로 점차적으로 대중들의 인기를 얻게 됨.
- 현재 중국은 연중 내내 샤인머스켓 공급 가능함.
 - 3월부터 4월말, 윈난성 허구지대(云南河谷地帶)에서 출하를 시작으로 5월말부터 6월초 윈난 지역 수확 완료
 - 6월말부터 7월초, 광시성과 광둥성이 출하기를 맞이하여 9월초까지 지속
 - 8월부터 후난성, 쓰촨성, 충칭시에서 출하시작, 다음 더 북쪽으로 가면서 장저후(장쑤, 저장, 상하이)지역, 허난, 허베이 순서로 11월초까지 쪽 이어짐.
 - 겨울기간에는 윈난성, 광시성 등의 “1년 2회 경작(一年兩熟)” 기술로 원단이 후부터 춘절 전까지 두 번째 출하기가 있음.

○ 중국 샤인머스켓 재배 동향 및 전망

- <중국과학원 과수연구소(中國科學院果樹研究所)>의 통계에 의하면 중국의 샤인머스켓 재배면적은 2017년부터 지속적으로 증가하여 현재는 **80만 무(약 5.3만 ha)**로 예상됨. 2016년의 몇 만무에 비교하면 큰 폭의 상승임.
- **2021년** 샤인머스켓 재배면적은 **100만무(약 6.7만 ha)** 이상으로 전망됨.
- <상하이시 과일산업협회(上海市果品行業協會)>에 의하면 2019년도부터 샤인머스켓 가격하락 관련 화제가 끊이지 않고 있지만, 이미 전국적으로 재배가 보급되고 있는 추세임.
- 샤인머스켓은 Crimson Seedless(克瑞森无核), 적포도(紅提)의 20~30년 발전 과정을 짧은 3~5년 사이에 겪고 있으며, 15년 전의 Summer Black(夏黑)보다 더 급격한 속도로 발전하고 있음.

○ 중국의 샤인머스켓 품질 및 소비 전망

- <중국과학원 과수연구소(中國科學院果樹研究所)>의 왕하이버(王海波)전문가는 샤인머스켓이 대량으로 나오게 되면 품질도 당연히 천차만별일 것으로 전망함.

- 예전에는 저가 과일 선호도가 높았지만, 최근 고품질 과일 선호도가 높아지고 있어 고품질 품종은 좋은 가격에 팔릴 것이라고 함.
- 따라서 재배농가들은 생산량 확대보다는 품질을 제고해야 하며, 샤인머스켓은 다수확품종이기에 품질 제고만이 이윤을 낼 수 있는 길이라고 강조함.

2.4.3. 소비량 및 자급률 동향

○ 중국 1인당 포도 소비량

- 중국 포도 생산량이 지속적으로 증가하고 수입량과 수출량에 큰 차이가 없는 가운데 국민 1인당 포도 소비량은 꾸준히 증가하고 있음.
- 중국 인구 1인당 포도 소비량은 2011년 6.4kg에서 2019년 9.9kg으로 증가함.

표 2-20. 중국 인구 1인당 포도 소비량

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
생산량(a)	857.7	1,000.6	1,088.5	1,173.1	1,316.4	1,262.9	1,308.3	1,366.7	1419.5
수출량(b)	10.65	12.17	10.52	12.59	20.80	25.45	28.04	27.72	35.02
수입량(c)	12.29	14.61	18.52	21.10	21.58	25.24	23.39	23.17	25.23
인구(d)	134,735	134,404	136,072	136,782	137,462	138,271	139,008	139,538	142,006
1인당 포도 소비량 (a-b+c)/d	6.4	7.5	8.1	8.6	9.6	9.1	9.4	9.8	9.9

: 中國統計年鑑, UNCOMTRADE Database

○ 중국 포도 공급량 동향 및 시사점

- 중국의 포도 공급량은 2011년 이후 연평균 6.4% 증가하여 2019년 기준 1,409.7만 톤임.

표 2-21. 중국 포도 공급량 및 자급률 동향

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	연평균 증감률
생산량(a)	857.7	1,000.6	1,088.5	1,173.1	1,316.4	1,262.9	1,308.3	1,366.7	1,419.5	6.5
수출량(b)	10.65	12.17	10.52	12.59	20.80	25.45	28.04	27.72	35.02	16.0
수입량(c)	12.29	14.61	18.52	21.10	21.58	25.24	23.39	23.17	25.23	9.4
국내공급량 (a-b+c)	859.3	1,003.0	1,096.5	1,181.6	1,317.2	1,262.7	1,303.7	1,362.2	1,409.7	6.4
자급률(%) (a-b+c)/a	100.2	100.2	100.7	100.7	100.1	100.0	99.6	99.7	99.3	-

: 中國統計年鑑, UNCOMTRADE Database

- 중국의 포도 자급률은 2016년까지 100% 이상인 반면, 2017년 이후 감소하고 있음. 이는 수출량이 수입량을 상회하기 때문임.
- 한국산 포도의 對중국 수출 전략은 고소득층을 타깃으로 한 고급화 전략을 취해야 할 것임. 중국 내 생산되는 샤인머스켓은 재배기술이 확보되지 않은 상태이며, 높은 가격을 받기 위해 조기출하하는 경향이 있어 품질이 낮음.

2.5. 요약 및 시사점

□ 중국 생산 동향

- 중국 포도 생산량은 2018년 기준 약 1,336.7만 톤(재배면적 약 72만 5,200ha)으로 과일 생산량의 5.3%의 비중을 차지함. 이는 사과(15.3%), 감귤(16.1%), 배(6.3%) 다음으로 네 번째로 많음.
- 중국 포도 생산량은 2011~2018년 연평균 6.9% 증가한 가운데, 재배기술의 발달로 단수가 연평균 2.7% 증가함. 주요 생산지역은 신강(22.1%), 하북(8.4%), 산둥(7.9%), 운남(6.7%), 하남(5.9%), 요령(5.5%), 절강(5.4%), 섬서(5.4%) 등의 순서임. 그 중 운남성이 포도 신흥주산지로 부상하고 있음. 겨울철 온난한 기후조건을 갖추고 있어 가격이 높게 형성되는 4~6월 출하를 목표로 생산이 이루어짐.
- 중국 생식용 포도 중 거봉과 적포도(紅地球) 재배면적은 각각 44.0%, 17.6%를 차지함. 최근 시장유통가격이 높은 샤인머스켓 재배가 중국 각 지역에서 확대되고 있음. 중국과학원 과수연구소의 통계에 의하면 중국의 샤인머스켓 재배면적은 2017년부터 지속적으로 증가하여 현재 80만무(약 5.3만ha)로 예상되며, 2021년 100만무(약 6.7만ha)로 전망함.

□ 중국 수출입 동향

- 2020년 5월 15일 기준 중국에 신선포도 수출 가능한 국가는 총 14개 국가임. 한국은 신선포도 중 샤인머스켓만 중국 시장 진입이 가능함. 일본은 사과와 배 2종 과일만 중국으로 수출 가능함.
- 중국은 2016년을 기점으로 포도 수출량이 수입량을 초과하면서 순 수출국이 됨. 중국의 포도 수출량은 2019년 기준 약 35만 톤이며, 태국(30.6%), 베트남(23.5%), 인도네시아(14.9%), 필리핀(7.0%), 방글라데시(6.8%), 말레이시아(5.1%) 순서임.
- 중국 포도 수입량은 2019년 기준 약 25만 톤이며, 칠레(30.5%), 페루(18.78%),

호주(16.7%)가 주요 수입국임. 한국산 포도 수입량은 2015년 46.7톤에서 2019년 224톤으로 증가 추세이며, 수입단가는 2019년 기준 kg당 16.6달러로 다른 국가 수입단가(2.1~3.2달러/kg) 대비 높은 수준(약 5.2~8.1배)임.

□ 중국 유통 및 가격 동향

- 중국 과일 유통구조는 생산자가 직접 소비자에게 판매되지 않고 1~2개 중간 도매상을 통해 유통하는 복합적 유통구조임. 수입포도는 수입상이 유통매장(프리미엄 마트, 대형마트 등)에 바로 공급하거나 도매시장에 직접 판매함. 최근 전자상거래의 발전과 코로나19 등의 영향으로 신선식품 전자상거래 플랫폼(허마, 징둥다오자, 덩둥, 메이르요우셴 등)이 확대되는 추세임.
- 샤인머스켓은 과거 백화점, 고급 과일가게에서만 판매되었는데, 2020년에는 전자상거래, 대중마트, 길거리 과일가게 등에서 판매하고 있음. 중국산 샤인머스켓은 아직 재배기술이 부실하고 물량 위주의 출하를 하고 있어 향이 없고 당도가 낮은 편이며, 품질 편차가 큰 편임.
- 중국산 샤인머스켓 온라인 판매가격은 kg당 33~110위안(한화 약 5,700~18,810원)인 반면, 한국산 샤인머스켓 판매가격은 kg당 373~428위안(한화 약 56,772~73,188원)임. 한국산 샤인머스켓 가격은 중국산 샤인머스켓의 약 3.9~11.2배 수준임.

□ 중국 소비량 및 자급률 동향

- 중국의 포도 소비구조는 생식용 80%, 와인용 15%, 건포도용 5%, 주스용은 극히 적은 비중을 차지함. 세계 포도 소비구조는 와인용 52%, 생식용 42%, 건포도용 7%임.
- 중국의 생식용 포도 선호 품종을 시대별로 살펴보면, 1960~1970년대는 머스켓(玫瑰香), Longan(龍眼), 1980년대는 거봉(巨峰), 1990년대 적포도(紅提), 2000년대 Summer Black(夏黑), Crimson seedless(克瑞森无核), 최근에는 샤인머스켓(陽光玫瑰)임.
- 중국 인구 1인당 포도 소비량은 2011년 6.4kg에서 2019년 9.9kg으로 증가함. 중국의 포도 자급률은 2016년까지 100% 이상인 반면, 2017년 이후 감소하여 2019년 기준 99.3%임.
- 한국산 포도의 對중국 수출 전략은 고소득층을 타겟으로 한 고급화 전략을 취해야 할 것임. 중국 내 생산되는 샤인머스켓은 재배기술이 확보되지 않은 상태이며, 높은 가격을 받기 위해 조기출하하는 경향이 있어 품질이 낮기 때문임.

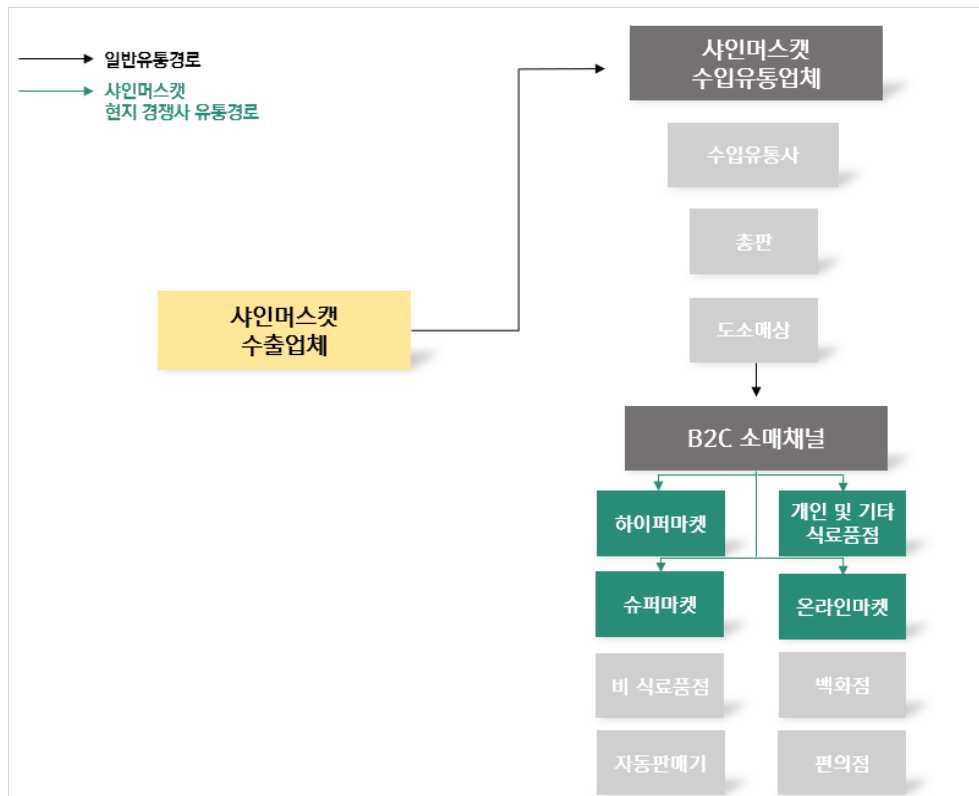
3. 중국 수출시장 정보6)

3.1. 중국 수입포도 유통채널

3.1.1. 중국 수입포도 유통채널 현황 및 운송수단

- 중국 수입포도 유통경로는 수입유통업체, 수입유통사, 총판, 도소매상을 거쳐 B2C 소매채널로 유통되는 것으로 조사됨. 특히 샤인머스켓은 하이퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 슈퍼마켓, 온라인마켓을 위주로 유통되고 있음. 이 밖에 소매 채널로는 비식료품점, 백화점, 편의점 등이 있음.
- 중국 신선식품 유통채널별 점유율을 보면, 개인 식료품 소매점(56.3%), 하이퍼마켓&슈퍼마켓(36.0%), 온라인(6.3%) 등의 순서로 높게 나타남.

그림 3-1. 중국 수입포도 유통경로



6) 중국 수출시장 정보는 전문조사업체인 ㈜이씨이십일알엔씨에 위탁하여 수행함. 위탁기간은 2020년 10월 8일부터 2020년 11월 20일까지이며, 조사방법은 유통채널, 경쟁제품 등에 대해서 온라인조사 방법을 활용하고, 중국 수입유통업체(6곳), 유통업체(2곳) 및 통관대행업체(2곳)를 대상으로 샤인머스켓 취급 현황, 수입의향 및 애로사항 등에 대해 인터뷰조사를 진행함.

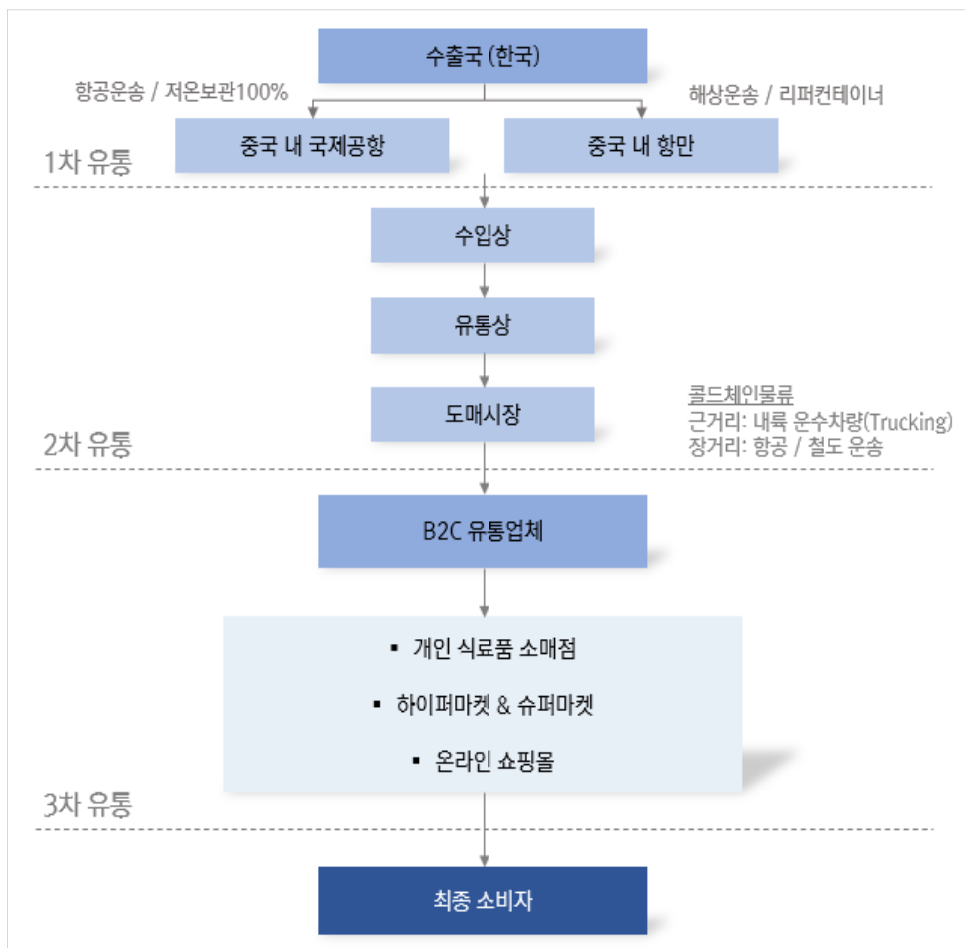
표 3-1. 중국 신선식품 유통채널별 점유율⁷⁾

채널 유형	채널 분류	점유율
B2C 소매 채널	개인 식료품 소매점 ⁸⁾	56.3%
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	36.0%
	온라인	6.3%
	기타	1.4%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 중국의 수입유통업체들은 한국산 샤인머스켓을 수입할 경우 일반적으로 물량에 따라 해상 및 항공 운송수단을 활용하는 것으로 조사됨. 2차 유통 시에는 제품의 신선도 유지 및 안전성을 위해 콜드체인 물류 시스템을 활용하여 운송하는 비율이 점점 증가하고 있음.

그림 3-2. 중국 수입포도 유통채널 현황 및 운송수단



7) '샤인머스켓'에 대한 세부 품목 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '신선식품(Fresh Food)'의 정보를 확인함.

8) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함.

- 최근 중국의 지속적인 콜드체인 장려 정책과 코로나19로 인하여 신선식품에 대한 신선도 유지 및 안전성 제고가 점점 중요해지면서, 향후 콜드체인 물류·운송 시스템을 활용한 운송이 증가될 것으로 사료됨.9)

3.1.2. 중국 샤인머스켓 주요 유통업체 현황

- 중국 샤인머스켓 취급 유통채널은 하이퍼마켓&슈퍼마켓과 개인 및 기타식료품점¹⁰⁾이 대표적임.
- 각 유통채널에 대한 자세한 정보는 <부록 1>을 참고하기 바람.

표 3-2. 중국 샤인머스켓 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	매출 규모 ¹¹⁾¹²⁾¹³⁾	유사제품 취급경험 (O/X)
1	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓&슈퍼마켓	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 4,499억 원)	0
2	용후이 (永輝)	하이퍼마켓&슈퍼마켓	약 102억 4,056만 달러 (약 11조 9,712억 원)	0
3	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓&슈퍼마켓	약 107억 200만 달러 (약 12조 5,106억 원)	0
4	올레 (OLE)	하이퍼마켓&슈퍼마켓	*약 147억 2,657만 달러 (약 17조 2,153억 원) *씨알뱅크(CR Vanguard) 그룹 통합 매출액(*18)	0
5	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓&슈퍼마켓	*약 807억 유로 (약 110조 3,241억 원) *까르푸 그룹 통합 매출액(*18)	0

자료: 각 기업, 유로모니터(Euromonitor)

3.1.3. 중국 샤인머스켓 온라인 채널 현황

- 유로모니터에 따르면, 2019년 기준 중국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 타오바오(淘宝网), 징둥(京東), 티몰(天貓)로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 57.4%임.

9) 유로모니터(Euromonitor), 현지조사 결과, 통관전문업체와의 인터뷰

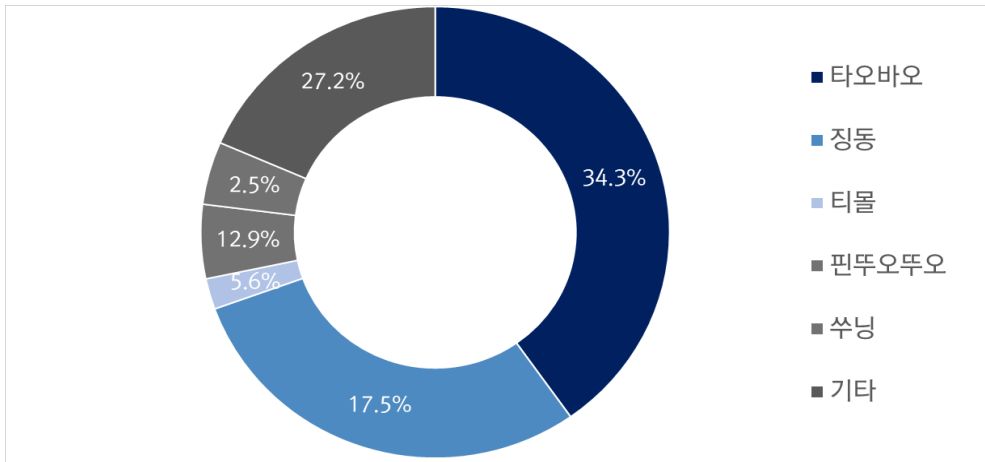
10) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함.

11) 1위안 = 171.30원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 1달러 = 1,169.00원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)




13) 1유로 = 1,367.09원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

그림 3-3. 중국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

표 3-3. 중국 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3)

사이트명	판매 제품 종류
 (타오바오)	식료품, 가공식품, 비타민 등
 (징동)	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
 (티몰)	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등

- 중국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 샤인머스켓을 확인한 결과, 중국 북부지방인 윈난성, 허난성 등지에서 재배되는 중국산 샤인머스켓이 한국산에 비해 높은 검색량을 보임.
- 바이어 인터뷰 결과, 2020년 9월 현재 중국에서는 코로나19로 인한 중국 소비자의 소비력 약화와 수입 신선식품에 대한 검역 강화, 최근 한국의 코로나19 재확산 소식 등이 한국산 샤인머스켓에 대한 수요 저하의 원인으로 파악됨. 중국산 샤인머스켓 판매량이 한국산에 비해 높았으며, 이는 온라인 유통채널 특성상 소비자들의 가격 민감도가 반영된 것으로 나타남.
- 2020년 9월 현재 온라인에서 판매되고 있는 중국산 샤인머스켓은 100g당 6위안(한화 약 1,027원), 한국산은 30위안(한화 약 5,139원)으로 가격 차이를 보이고 있으며, 제품 구매 리뷰 수도 중국산 샤인머스켓이 한국산 제품에 비해 두 배 정도 많은 것으로 확인되었음.¹⁴⁾

표 3-4. 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 샤인머스켓 원산지별 가격

원산지	100g당 평균가격 ¹⁵⁾
중국산	6위안(약 1,027원)
한국산	30위안(약 5,139원)

- 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 중국산 샤인머스켓의 가격대별 소비자 리뷰를 분석한 결과, 100g당 가격이 1,000원 이하인 제품들의 리뷰 수가 상대적으로 많았으며, 샤인머스켓에 대한 구매 민감도를 확인하기 위해 부정적인 리뷰 수와 사유에 대해 조사하였음.
- 그 결과 가격에 상관없이 공통적으로 **신선도**에 대한 부정적인 리뷰가 많이 있었으며, 100g당 가격이 1,000원 이하인 제품에서는 크기에 대한 부정적인 리뷰가 가장 높았음.
- 또한, 100g당 가격이 1,000원 이상인 제품에서는 가격에 대한 부정적인 리뷰가 많은 것으로 조사됨. 이로 인해 **온라인 구매 소비자들은 제품 구매 시 신선도, 크기, 가격에 대한 민감도가 높은 것으로 파악됨.**

표 3-5. 중국산 샤인머스켓의 가격대별 소비자 리뷰 분석결과

브랜드	100g당 가격 ¹⁶⁾	총 리뷰 수	부정적 리뷰 수	사유
	2.72 (466)	3,101	63	
	2.74 (469)	7,419	239	
	2.95 (505)	6,828	24	
	3.47 (594)	2,224	15	
	3.83 (656)	19,000	100	
	7.80 (1,336)	5,700	20	
N.A.	7.16 (1,227)	2,227	8	가
N.A.	9.00 (1,542)	2,198	8	가
	7.95 (1,362)	1,942	41	가
N.A.	9.83 (1,684)	2,185	12	가

자료 : 타오바오(Taobao), 징둥(JD), 티몰(Tmall)

14) 타오바오(Taobao), 징둥(JD), 티몰(Tmall), 현지 바이어 인터뷰

15) 1위안 = 171.30원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 1위안 = 171.30원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3.2. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사

3.2.1. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사 지역 및 매장 선정

- 중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 베이징(北京)¹⁷과 상하이(上海)¹⁸를 방문 지역으로 선정함. 베이징은 중국의 수도이자 최대 도시로서 국가개발은행, 중국농업발전은행 등의 정책성 은행들이 설치되어 있으며, 중국석화, 중국석유 등의 대형 국영 기업의 본부가 위치해 있음.
 - 상하이는 제2의 도시로서 경제, 금융, 무역, 항운, 과학기술혁신 등 5대 중심센터를 구축하고 있으며, 유동인구가 많고, 동방명주(東方明珠), 난징루 보행가(南京路步行街) 등 관광명소가 존재하여 여행객들의 방문이 많은 지역임.
 - 스테티스타에 따르면, 2019년 각 지역의 1인당 국내총생산은 베이징 약 16만 4,000 위안(약 2,816만 원), 상하이 17만 7,300위안(약 3,044만 원)으로 중국 31개 지역 중 소득수준 면에서 최상위에 위치함.
- 중국 신선식품(Fresh Food)¹⁹의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 개인 식료품 소매점이 56.3%로 가장 높았으며, 하이퍼마켓&슈퍼마켓 36.0%, 온라인 6.3%로 확인됨. 샤인머스켓은 프리미엄 제품의 특성을 고려하여 개인 식료품 소매점보다 대형 하이퍼마켓&슈퍼마켓 위주로 조사를 진행하였으며, 지역 내 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함.

표 3-6. 베이징, 상하이 현지 조사 매장

채널 분류	점유율	주요 매장	
개인 식료품 소매점	56.3%	베이징	구오요우씨엔(Guo You Xian)
		상하이	-
하이퍼마켓&슈퍼마켓	36.0%	베이징	비에이치지 마켓플레이스(BHG Market Place), 이온(AEON), 비엘티(BLT), 올레(OLE), 프레쉬포(Freshippo), 월마트(Walmart), 귀슈하오(GuoShuHao)
		상하이	올레(OLE), 시티슈퍼(Citysuper), 월마트(Walmart), 메트로(Metro)
온라인	6.3%	타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 티몰(天猫)	

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

17) 베이징 인구('18): 2,154만 명, 인구밀도('18): 1,281명/km², 면적: 16,808km² (출처: 유로모니터(Euromonitor), 스테티스타(Statista))

18) 상하이 인구('18): 2,424만 명, 인구밀도('18): 3,823명/km², 면적: 6,340km² (출처: 유로모니터(Euromonitor))

19) '샤인머스켓'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 신선식품(Fresh Food)의 정보를 확인함.

3.2.2. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표 선정

- 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표는 ① 가격, ② 중량, ③ 포장 형태, ④ 원산지, ⑤ 기타로 선정하였음.
- 가격은 온·오프라인 채널에서 판매되는 샤인머스켓의 소비자가격과 온·오프라인 채널에서 판매되는 샤인머스켓의 100g당 가격을 조사하였고, 중량은 샤인머스켓의 중량을 측정한 값임.
- 경쟁제품 포장 용기의 형태와 소재는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사하였음. 외부포장 형태는 종이상자(종이 소재의 상자 용기), 플라스틱 상자(플라스틱 소재의 상자 용기), 플라스틱 플레이트(플라스틱 소재의 오픈형 플레이트 용기)이고, 내부포장 형태는 비닐 파우치(비닐 소재의 파우치), 스티로폼 완충재(제품을 보호하기 위해 넣은 스티로폼 완충재)로 구분됨.
- 원산지는 제품의 원산지를 의미하며, 기타 지표로 당도, 수입상/유통업자 정보, 제품 홍보문구, 프로모션 등을 조사함.

표 3-7. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격		제품의 100g당 가격
중량			제품의 중량
포장 형태	외부 포장	종이 상자	종이 소재의 상자 용기
		플라스틱 상자	플라스틱 소재의 상자 용기
		플라스틱 플레이트	스티로폼 소재의 상자 용기
	내부 포장	비닐 파우치	비닐 소재의 파우치
		스티로폼 완충재	내용물을 보호하기 위해 외부포장 안에 넣은 스티로폼 완충재
원산지			제품의 원산지
당도			제품의 당도
홍보문구			제품의 홍보문구
프로모션			제품의 할인행사
제품 수입상/유통업자 정보			제품의 수입상/유통업자 정보

3.2.3. 중국 수출시장 내 샤인머스켓 경쟁제품 조사 결과

- 중국 수출시장 내 샤인머스켓 경쟁제품을 조사지표(① 가격, ② 중량, ③ 포장 형태, ④ 원산지, ⑤ 기타)를 기준으로 베이징과 상하이 지역에 대해 조사한 결과는 다음의 표와 같음.
- 각 유통채널별 샤인머스켓 경쟁제품에 대한 자세한 정보는 <부록 2>를 참고하기 바람.

표 3-8. 중국(베이징) 샤인머스켓 경쟁제품 분석

도시명	제품명 (제조사/유통사) ²⁰⁾	소비자 가격 ²¹⁾	100g당 가격	총 중량	포장 개수	포장 형태		원산지	당도
						외부 포장	내부 포장		
베이징	① 양꾸앙메이웨이편상주앙	998위안 (170,957원)	63.6위안 (10,895원)	2kg	4수	종이상자	비닐 파우치	한국 경상북도	18Brix
	② 양꾸앙메이웨이칭티	16.9위안 (2,895원)	3.38위안 (579원)	500g	1수	-	비닐 파우치	중국 원난	-
	③ 상인칭티 (지아워 꾸어예요우시앤꽁쓰)	49.8위안 (8,531원)	9.96위안 (1,706원)	500g	1수	플라스틱 트레이	-	중국 청두 창더	-
	④ 코리아상인칭티	299위안 (51,219원)	59.8위안 (10,224원)	500g	1수	종이상자	비닐 파우치	한국	-
	⑤ 상인칭티	49.8위안 (8,531원)	9.96위안 (1,706원)	500g	1수	비닐 파우치	-	중국 청두 창더	-
		199위안 (34,089원)	9.96위안 (1,706원)	2.2kg	3수	종이상자	비닐 파우치	중국 청두 창더	-
	⑥ 양꾸앙메이웨이칭티 (화빼이허마왕루어커지우 시앤꽁쓰)	99위안 (16,959원)	4.5위안 (771원)	2.2kg	3수	종이상자	비닐 파우치	중국 원난 위시	-
	⑦ 양꾸앙메이웨이칭티	9.9위안 (1,696원)	1.98위안 (339원)	500g	1수	-	비닐 파우치	중국원난	-
	⑧ 양꾸앙메이웨이칭티 (지아워 꾸어예요우시앤꽁쓰)	17.8위안 (3,049원)	3.96위안 (678원)	450g	1수	플라스틱 상자	-	중국 원난	-
	⑨ 칭왕양꾸앙메이웨이푸타오	44.15위안 (7,563원)	6위안 (1,028원)	736g	1수	-	비닐 파우치	중국 원난	-
171.54위안 (29,121원)		2.86kg		2수	종이상자	비닐 파우치	중국 원난	-	
⑩ 양꾸앙메이웨이	25위안 (4,283원)	5위안 (857원)	500g	1수	비닐 파우치	-	중국 원난	-	

- 주 1) 베이징 현지 판매 샤인머스켓 경쟁제품 10개 분석
- 2) 제품 특성상 제조사 정보가 불명확한 제품이 다수

20) 제조사 정보가 없는 경우 유통사 표기

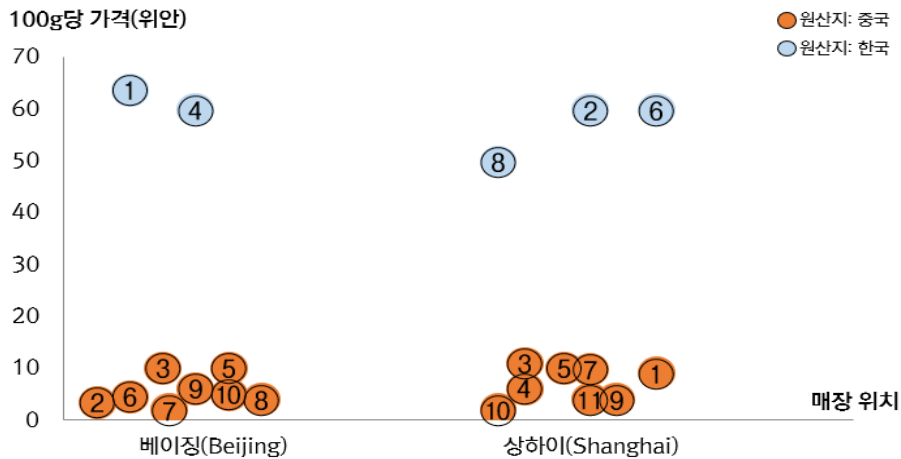
21) 1위안 = 171.30원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

표 3-9. 중국(상하이) 샤인머스켓 경쟁제품 분석

도시명	제품명 (제조사/유통사) ²²⁾	소비자 가격 ²³⁾	100g당 가격	총 중량	포장 개수	포장 형태		원산지	당도
						외부 포장	내부 포장		
상하이	① 상인칭티 (지아위(칭따오)꾸어예요우시앤 공쓰)	199위안 (34,089원)	9.05위안 (1,549원)	2.2kg	3수	종이상자	비닐 파우치	중국 청두 창터	18° Bx
	② 코리아 상인칭티 (드림산업주식회사)	999위안 (171,129원)	59.80위안 (10,244원)	2kg	2-3수	종이상자	비닐 파우치	한국	18~26° Bx
	③ 칭왕양꾸앙메이웨이칭티	99위안 (16,956원)	11위안 (1,884원)	900g	1수	종이상자	비닐 파우치	중국 시창시	-
	④ 샹페이칭티 Pearl Green mentioned	27.44위안 (4,700원)	5.98위안 (1,024원)	459g	1수	플라스틱 상자	-	중국 원난 쟈수이	-
	⑤ 상인칭티	64.83위안 (11,105원)	9.96위안 (1,706원)	654g	1수	플라스틱 트레이	-	중국 청두 창터	-
	⑥ 코리아 상인칭티 (선전스이꾸어농찬핀요우시앤공쓰)	568.69위안 (97,417원)	59.80위안 (10,244원)	951g	1수	플라스틱 트레이	-	한국	-
	⑦ 양꾸앙푸타오 Sunshine Grape	79.77위안 (13,665원)	9.80위안 (1,679원)	814g	1수	플라스틱 트레이	-	중국 장수 난통	-
	⑧ 서샹푸타오 MUSCAT GRAPE	1377.97위안 (236,046원) 249위안 (42,654원)	49.80위안 (8,531원)	2.7kg	3수	종이상자	비닐 파우치	한국 상주	-
						500g	1수		
	⑨ 양꾸앙메이웨이칭티 (지아위(칭따오)꾸어예요우시앤 공쓰)	17.80위안 (3,049원)	3.96위안 (678원)	450g	1수	플라스틱 상자	-	중국 원난 추송	-
	⑩ 양꾸앙메이웨이칭티	9.90위안 (1,696원)	1.98위안 (339원)	500g	1수	-	비닐 파우치	중국	-
⑪ 양꾸앙메이웨이칭티 (상하이꾸어핀페이쑹요우시앤공쓰)	19.80위안 (3,392원)	3.96위안 (678원)	500g	1수	플라스틱 상자	-	중국 원난 위시	-	

- 주 1) 상하이 현지 판매 샤인머스켓 경쟁제품 11개 분석
 2) 제품 특성상 제조사 정보가 불명확한 제품이 다수

그림 3-4. 샤인머스켓 경쟁제품 선정 및 포지셔닝



- 주 1) 경쟁제품 선정 시, 온라인/오프라인 인기제품을 대상으로 선정함.
 2) 경쟁제품 포지셔닝 기준 - X축: 판매도시, Y축: 100g당 가격(위안)

22) 제조사 정보가 없는 경우 유통사 표기

23) 1위안 = 171.30원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

- 한국산 샤인머스켓의 가격의 평균 소비자가격은 100g당 61.7위안(한화 약 10,569원, 베이징), 56.5위안(한화 약 9,678원, 상하이)으로 중국산 경쟁제품 평균가격인 5.98위안(한화 약 1,024원, 베이징), 6.96위안(한화 약 1,192원, 상하이)보다 8~10배 정도 높음.

3.3. 중국 바이어의 샤인머스켓 취급 현황 및 인터뷰

- 중국에서 샤인머스켓을 취급하는 수입유통업체 6곳, 유통업체 2곳, 통관대행업체 2곳을 대상으로 샤인머스켓 판매가격, 제품 용량, 제품 포장, 원산지 등에 대한 취급 현황을 조사하였음<표 3-10>.
- 중국 바이어의 인터뷰 조사결과(10곳)에 대한 자세한 정보는 <부록 3>을 참고 바람.

표 3-10. 중국 샤인머스켓 바이어 인터뷰 대상 업체 선정

업체	수입유통업체				
	①광저우 예귀진추코마오이	②취샹유귀치젠덴	③푸셴치젠덴	④선전 양광주양위안농 예파잔	⑤선전러라
500g당 판매가격 ²⁴⁾	200위안 (34,260원)	166위안 (28,435원)	225위안 (38,542원)	200~300위안 (34,260~51,390원)	200위안 (34,260원)
제품 용량	수 단위 판매 (한 수=500g)	2kg 박스단위 판매 (한 수=1kg) (500g~1kg 선호)	박스 단위 판매 (한 수=1kg)	수 단위 판매 (한 수=500g/1kg/2kg) (작은 규격상품 인기 높음)	수 단위 판매 (한 수=500g/1kg) (600~750g 수준이 적당함)
제품 포장	종이 상자(외부) / 플라스틱 상자 (내부)	종이 상자(외부)	종이 상자 (고급형)	스티로폼 상자 (일반형) / 종이 상자 (고급형)	스티로폼 완충재 (내부)
샤인머스켓 원산지	한국	한국	한국	한국 (경상북도 상주)	한국
업체	수입유통업체	유통업체		통관대행업체	
	⑥광저우 지귀쉬안마오이	⑦바이귀위안	⑧산시룬파귀쑤스예	⑨칭다오쥐후이	⑩선전 스첸하이중타이 라이공잉렌관리
500g당 판매가격	20~100위안 (3,426~17,130원)	20위안 (3,426원)	20~100위안 (3,426~17,130원)	-	-
제품 용량	5kg 박스 단위 판매 (한 수=350g)	수 단위 판매 (한 수=400~700g)	2kg 박스 단위 판매 (한 수=700g)	-	-
제품 포장	종이상자	-	종이 상자(외부)	-	-
샤인머스켓 원산지	중국	중국 윈난, 쓰촨	중국 윈난	-	-

주 1) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 8개社, 통관대행업체 2개社

2) 과일 수입유통업체이면서 포도 취급 경험이 있는 업체를 대상으로 조사를 진행함.

- 중국에서 샤인머스켓을 취급하는 수입유통업체(6곳)와 유통업체(2곳)와의 인터뷰 조사결과를 정리하면, <표 3-11>과 같음.

표 3-11. 중국 바이어의 샤인머스켓 취급 관련 인터뷰 조사결과

질문	인터뷰 조사결과
1. 한국산 샤인머스켓의 수입 및 유통 이유	<ul style="list-style-type: none"> ■ 한국산 샤인머스켓의 우수한 품질 때문 -껍질 깨끗, 색상과 광택감 좋아 고급스러운 느낌 ■ 중국산 샤인머스켓은 당도(13~14브릭스) 낮고, 알 크기 균일하지 않으며, 재배관리가 정밀하고 엄격하지 않음. ■ 중국 해관에서 한국산 샤인머스켓만 정식으로 수입허가 ■ 일본산 샤인머스켓은 유명하지만 중국 법규상 수입 금지 품목 -한국이 일본보다 지리적으로 더 가깝고, 공급가격도 더 낮아 매력적임. ■ 협력 납품처의 고품질 수입과일에 대한 수요 증가 때문 ■ 고소득층 소비자자들은 희소성 있는 고가의 제품 선호
2. 유통 중인 샤인머스켓 특징	<ul style="list-style-type: none"> ■ (한국산) 17브릭스, 알당 20g 크기 ■ (내부) 투명 플라스틱 용기 개별 포장/ (외부) 이중 종이박스
3. 중국 샤인머스켓 산지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 중국의 유명 산지: 윈난성(장미향이 나서 장미포도라는 명칭 사용) -윈난성은 규모 크고 생산량이 많음. -윈난성 샤인머스켓 수확기 4~10월, 한국산은 10월~이듬해 1월 타깃 필요 -온도, 습도, 강수량, 일조량 적합한 아열대기후 지역 -포도 재배의 오랜 역사 및 재배기술(Know-how) 보유 ■ 스촨성 청두시 지역의 운남성 유명
4. 한국산 샤인머스켓 주력 납품지역 및 타깃 소비층	<ul style="list-style-type: none"> ■ 선전시, 상하이시, 베이징시 등 1선도시 위주, 특히 동북지역 라오닝성 ■ 광둥성, 상하이시, 후난성 지역의 호텔, 레스토랑, 슈퍼마켓, 소매시장 - (샤인머스켓) 광저우시 수입과일 매장, 프리미엄 마트 위주로 테스트 실시한 후 판매량이 높은 매장 대상으로 추가 납품 진행 ■ 경제적 여유가 있는 1980~1990년생 부모의 자녀용, 선물용, 구매력이 있는 퇴직 중노년층 ■ 대기업들의 추석 및 연말 고객 선물용 판매 ■ 중국산 샤인머스켓은 편의점, 대형카트 등 4선, 5선 도시에서도 판매되는 반면, 수입산 샤인머스켓은 대부분 1선, 2선 도시 프리미엄 슈퍼마켓 유통 -중국산 샤인머스켓은 대중적인 과일
5. 코로나 19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세	<ul style="list-style-type: none"> ■ 코로나19 사태로 소비활동이 정체 또는 위축되었으나, 정상 복귀 중 9월 이후 판매되는 한국산 샤인머스켓의 경우 판매량에 영향 적으나 코로나 이후 통관 검역절차가 더욱 엄격해짐. ■ 한국에서 8.15 광복절 연휴 이후 재확산됨에 따라 호감도 감소 ■ 향후 오프라인 채널보다 온라인 채널 판매 증가 예상

24) 1위안 = 171.30원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

질문	인터뷰 조사결과
6. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점	<ul style="list-style-type: none"> ■ 한국산 샤인머스켓은 과육이 짙 차 있어 외관 형태가 보기 좋음. ■ 중국산은 수확 후 관리 노하우 부족, 농장의 재배 및 포장기술이 떨어짐. ■ 한국산은 망고향이 나고, 중국산은 장미향과 리치향이 남. ■ 한국산은 씨가 없는 반면, 중국산은 씨가 조금씩 있는 경우가 많음.
7. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향	<ul style="list-style-type: none"> ■ (수입시기) 9월~이듬해 1월 ■ 신선도가 가장 높은 지역의 제품 선택하여 구매 ■ 추석, 설 등의 명절 시기 고가의 선물용 고가 판매 가능 ■ 중국 시장 내에서 샤인머스켓은 아직 희소성있는 과일이므로 소비자의 수요 높은 편임.
8. 한국산 샤인머스켓 수입 시 주의사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과일의 신선도 보존이 가장 중요 ■ 가을철 남방지역 운송 시 스피로폼 상자에 드라이아이스팩 포장 상태로 운송, 콜드체인 방식 필요 ■ 겨울철 북방지역으로 운송 시 보온에 주의하여 얼지않도록 포장 유의 ■ 내륙운송 시 신선도 유지 노력 필요 - (중국 내 운송)내몽골 등 거리가 먼 지역은 항공운송 - (중국 내 운송)화북지역은 철도운송
9. 한국산 샤인머스켓 경쟁력 제고 방법	<ul style="list-style-type: none"> ■ 유통 및 홍보 시기 중요 - 중국 광저우시에서 한국산 샤인머스켓 품평회를 하여 인지도가 높은 것처럼 지역마다 품평회 및 홍보행사 개최 필요 ■ 6/18, 11/11과 같은 중국 대형 온라인 할인 행사기간과 추석 시기 판촉 활동 진행 추천 ■ 상반기 중국산 샤인머스켓 수확 시기로 중국산 점유율이 높음. ■ 하반기 중국산 샤인머스켓 유통량 급감하고, 한국산 판매 적기임. ■ 온라인 쇼핑몰과 라이브 방송을 통해 유통하고, 이후 점차 대상고객 범위를 좁혀가는 것이 바람직함.

주 1) 중국 현지 경쟁품을 취급하는 수입유통업체 및 유통업체 8개社 바이어의 인터뷰 조사결과를 정리한 것임.
 2) 각 업체의 특징 및 인터뷰 조사결과는 <부록 3>을 참고하기 바람.

- 한국산 샤인머스켓의 우수한 품질 때문에 수입유통업체의 수입의향이 있으나, 중국산 샤인머스켓이 원난성과 스완성, 운남성을 중심으로 재배가 확대되고 있고 가격이 저렴하기 때문에 대중적인 과일로 자리를 잡고 있음.
- 따라서 한국산 샤인머스켓은 선전시, 상하이시, 베이징시 등 1선도시를 중심으로 구매력이 있는 고소득층을 타겟으로 하고, 추석, 연말, 설이 있는 10월~이듬해 1월 선물용으로 판매할 필요가 있음. 특히, 신선도 유지가 필요함.
- 코로나 이후 온라인 유통이 활성화되고 있기 때문에 온라인 쇼핑몰과 라이브 방송을 통한 홍보뿐만 아니라 추석시기 등 판촉활동 진행은 샤인머스켓 홍보에 도움이 될 것으로 판단됨.

- 중국에서 샤인머스켓 등 신선포도의 통관대행업무를 추진한 업체(2곳)와의 인터뷰 조사결과를 정리하면, <표 3-12>와 같음.
- 중국 세관 검역 및 통관 시 원산지 증명, 저온처리증명, B/L, 수주계약서, 인보이스, 검역인증서, 패킹리스트 등 서류가 필요함.
- 수출 농장 또는 생산업체, 수출업체와 수입업체는 중국 내 기관 등록을 사전에 해야 하고, 중국 수입업체는 “수입 동식품 검역 허가증”을 구비해야 함.
- 샤인머스켓의 중국 수입 시 5.2% 관세와 9% 증치세(VAT)가 적용됨.
- 농약 잔여물, 병충해 등이 검출될 경우 해당 제품은 전량 폐기처분되므로 엄격한 관리가 필요함.

표 3-12. 중국 통관대행업체의 샤인머스켓 취급 관련 인터뷰 조사결과

질문	인터뷰 조사결과																
1. 수입 포도 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 중국 해관에서 신선과일과 육류의 수입허가 리스트를 발표하고 있으며, 신선포도 중 인도산, 호주산, 한국산 포도를 통관대행하였음. ■ 호주산은 통관대행은 꾸준한 편임. 																
2. 샤인머스켓 수입 시 운송방식 및 주의사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 샤인머스켓은 신선도가 중요하므로 항공운송 진행하고, 중국 도착하여 통관절차 거친 후, 중국 내륙운송(일반적으로 SFBEST 물류 이용)으로 수입업체의 지정 창고로 이동 - SFBEST 물류는 자체 운영 오프라인 매장에서의 임시보관서비스도 제공 - 장거리는 항공, 콜드체인 운수차 이용 ■ 콜드체인 운수차는 실온, 냉장, 냉동 3가지 다른 온도 조건에 따라 과일 신선도 유지 가능함. ■ 신선과일 수입량이 많은 업체는 운송비가 상대적으로 저렴한 냉장 컨테이너의 해상운송방식을 선호하기도 함. 																
3. 중국 세관 검역 및 통관 시 필수 서류	<ul style="list-style-type: none"> ■ 한국농장에서 중국으로 수출하기 전에 우선 업체등록하고 검역인증서(한국 발부)를 구비해야 함. ■ 통관자료(계약서, 패킹리스트 등) 및 중국어로 된 제품 설명자료(과일명칭, 산지, 포장업체 명칭 또는 코드)를 준비해야 함. ■ 농장 또는 생산업체가 제공해야 하는 자료는 다음과 같음. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td>· 원산지증명(Certificate of origin)</td> <td>공식 기관 발부 원본</td> </tr> <tr> <td>· 저온처리증명(COLD TREATMENT)</td> <td>원본</td> </tr> <tr> <td>· B/L(Bill of Lading)</td> <td>항공사 또는 선사 발부 원본 (Surrender B/L의 경우 별도 설명 필요)</td> </tr> <tr> <td>· 수주계약서(Purchase contract)</td> <td>수출, 수입 양측 사인/날인 원본</td> </tr> <tr> <td>· 인보이스(Commercial invoice)</td> <td>생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요</td> </tr> <tr> <td>· 검역인증서(Certificate of sanitary)</td> <td>원산국 공식 기관 발부 원본</td> </tr> <tr> <td>· 패킹리스트 (Weight memo/Packing list)</td> <td>생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요</td> </tr> <tr> <td>· 수출업체 및 수입업체 중국 내 등록</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	· 원산지증명(Certificate of origin)	공식 기관 발부 원본	· 저온처리증명(COLD TREATMENT)	원본	· B/L(Bill of Lading)	항공사 또는 선사 발부 원본 (Surrender B/L의 경우 별도 설명 필요)	· 수주계약서(Purchase contract)	수출, 수입 양측 사인/날인 원본	· 인보이스(Commercial invoice)	생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요	· 검역인증서(Certificate of sanitary)	원산국 공식 기관 발부 원본	· 패킹리스트 (Weight memo/Packing list)	생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요	· 수출업체 및 수입업체 중국 내 등록	
· 원산지증명(Certificate of origin)	공식 기관 발부 원본																
· 저온처리증명(COLD TREATMENT)	원본																
· B/L(Bill of Lading)	항공사 또는 선사 발부 원본 (Surrender B/L의 경우 별도 설명 필요)																
· 수주계약서(Purchase contract)	수출, 수입 양측 사인/날인 원본																
· 인보이스(Commercial invoice)	생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요																
· 검역인증서(Certificate of sanitary)	원산국 공식 기관 발부 원본																
· 패킹리스트 (Weight memo/Packing list)	생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요																
· 수출업체 및 수입업체 중국 내 등록																	

질문	인터뷰 조사결과																		
4. 중국 세관 검역 및 통관 시 주의사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기본적인 위생 안전에 주의해야 하며 농약 잔여물, 세균 등은 반드시 검사하는 대표적인 항목임. - 검역 시 내용물에 흙, 나뭇가지와 중국에서 금지하는 세균, 해충, 잡초 등 위험물질이 없고, 농약잔여물, 중금속 등 유해물질 함량이 중국 기준에 부합하여야 함. ■ 수입할 과일의 품종이 중국 해관에서 발부한 수입 허가 리스트에 포함되어 있는지 확인해야 함. (자료 출처: www.cccfna.org.cn) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;">获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家/地区名录 (2019年4月9日更新)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">分布</th> <th style="width: 30%;">输出国家/地区</th> <th style="width: 60%;">水果种类</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>亚洲</td> <td>巴基斯坦</td> <td>芒果 (<i>Mangifera indica</i>; Mango)、柑橘类[桔(<i>Citrus reticulata</i> : Mandarin)、橙(<i>Citrus sinensis</i> : Orange)]</td> </tr> <tr> <td></td> <td>朝鲜</td> <td>蓝靛果 (<i>Lonicera caerulea</i> L. var. <i>edulis</i> Turcz. ex Herd. : Sweetberry honeysuckle)、越橘 (<i>Vaccinium</i> sp. : Lingonberry) (仅限加工使用)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>菲律宾</td> <td>菠萝 (<i>Ananas comosus</i> : Pineapple)、香蕉 (<i>Musa</i> sp. : Banana)、芒果 (<i>Mangifera indica</i>; Mango)、番木瓜 (<i>Carica papaya</i> : Papaya)</td> </tr> <tr style="border: 2px solid red;"> <td></td> <td>韩国 (한국)</td> <td>(포도) 葡萄 (<i>Vitis vinifera</i> : Grape)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>吉尔吉斯斯坦</td> <td>樱桃 (<i>Prunus avium</i> : Cherry)</td> </tr> </tbody> </table> </div> <ul style="list-style-type: none"> ■ 제조업체 및 수출업체는 중국관련 기관에 사전 등록되어야 하며, 이는 모든 식품 수입에 있어 가장 기본적인 전제조건임. - 신선과일 수입은 해외 공급업체의 자질에 대한 사전 확인이 요구되기 때문임. ■ 중국 수입업체는 “수입 동식품 검역 허가증”을 구비해야 하며, 15일 정도 소요, 비용은 약 2,000위안(한화 약 342,600원)임. - 수입업체가 관련 자격이 없는 경우 통관대행업체를 통해 신청 가능 ■ 샤인머스켓 수입 시 5.2% 관세와 9% 증치세(VAT)가 적용 	分布	输出国家/地区	水果种类	亚洲	巴基斯坦	芒果 (<i>Mangifera indica</i> ; Mango)、柑橘类[桔(<i>Citrus reticulata</i> : Mandarin)、橙(<i>Citrus sinensis</i> : Orange)]		朝鲜	蓝靛果 (<i>Lonicera caerulea</i> L. var. <i>edulis</i> Turcz. ex Herd. : Sweetberry honeysuckle)、越橘 (<i>Vaccinium</i> sp. : Lingonberry) (仅限加工使用)		菲律宾	菠萝 (<i>Ananas comosus</i> : Pineapple)、香蕉 (<i>Musa</i> sp. : Banana)、芒果 (<i>Mangifera indica</i> ; Mango)、番木瓜 (<i>Carica papaya</i> : Papaya)		韩国 (한국)	(포도) 葡萄 (<i>Vitis vinifera</i> : Grape)		吉尔吉斯斯坦	樱桃 (<i>Prunus avium</i> : Cherry)
分布	输出国家/地区	水果种类																	
亚洲	巴基斯坦	芒果 (<i>Mangifera indica</i> ; Mango)、柑橘类[桔(<i>Citrus reticulata</i> : Mandarin)、橙(<i>Citrus sinensis</i> : Orange)]																	
	朝鲜	蓝靛果 (<i>Lonicera caerulea</i> L. var. <i>edulis</i> Turcz. ex Herd. : Sweetberry honeysuckle)、越橘 (<i>Vaccinium</i> sp. : Lingonberry) (仅限加工使用)																	
	菲律宾	菠萝 (<i>Ananas comosus</i> : Pineapple)、香蕉 (<i>Musa</i> sp. : Banana)、芒果 (<i>Mangifera indica</i> ; Mango)、番木瓜 (<i>Carica papaya</i> : Papaya)																	
	韩国 (한국)	(포도) 葡萄 (<i>Vitis vinifera</i> : Grape)																	
	吉尔吉斯斯坦	樱桃 (<i>Prunus avium</i> : Cherry)																	
5. 중국 세관 검역·통관 애로사항 및 해결방안	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농약 잔여물, 병충해 등이 검출될 경우 해당 제품은 전량 폐기처분됨. ■ 수입 과일의 경우 수출업체에서 엄격한 검사를 거치기 때문에 문제 발생 확률이 낮음. 																		
6. 코로나19 이후 한국산 샤인머스켓 수출 시 주의사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 코로나19 사태 이후 해외 바이러스 유입을 방지하기 위하여 검역절차가 더욱 엄격해짐. ■ 외포장에 대해 핵산검사(nucleic acid testing)²⁵⁾를 진행할 수도 있음. 따라서 현재 중국 내 유통업체들의 수입과일 취급은 소극적인 상황임. 																		

주 1) 중국 현지 경쟁품을 취급하는 통관대행업체 2개社의 인터뷰 조사결과를 정리한 것임.
 2) 각 업체의 특징 및 인터뷰 조사결과는 <부록 3>을 참고 바람.

25) 핵산검사(nucleic acid testing): DNA 혹은 RNA를 분석하여 질병의 존재 유무, 건강 상태 등을 알아내는 것, 생명공학정책연구센터

4. 중국 소비자의 포도 소비 특성

4.1. 조사 및 분석 개요

- 포도 수출 확대는 포도산업의 발전 및 안정화를 위하여 중요한 과제임. 수출 주력 품종으로 대두되고 있는 샤인머스켓의 재배면적 및 생산량이 빠르게 증가함에 따라 가격경쟁력이 생겨, 수출물량을 확보할 가능성이 커짐.
 - 중국시장에서는 한류의 영향으로 한국산 과일을 찾는 소비자들이 증가 추세임.
 - 한국산 샤인머스켓의 수출 확대가 효과적으로 이루어질 수 있는 타깃 소비층을 선정하고, 주요 소비계층의 소비 특성을 감안한 맞춤형 상품화를 통해 마케팅 전략을 수립하는 것은 포도 수출 확대를 위해 매우 중요함.
- 본 조사의 목적은 포도 수출확대의 주요 목표시장인 중국을 대상으로 소비자 조사를 실시함으로써 한국산 샤인머스켓 수출 확대를 위한 마케팅 전략 수립의 기초자료를 마련하는 것임.
- 본 조사는 중국 베이징, 상하이에 거주하고 있는 만 20~59세 남녀 중 1년에 2회 이상 포도를 구매/섭취하고, 샤인머스켓 품종을 인지하고 있는 사람을 대상으로 온라인 조사 방식으로 진행하였음. 단, 집에서 식품과 식자재를 전혀 구매하지 않는 소비자는 조사대상에서 제외하였음.
 - 중국 내에서 샤인머스켓을 구입한 경험이 있는 소비자가 전체 응답자의 50% 내외가 되도록 제어하였으며, 이 중에서 한국산 샤인머스켓을 구입한 경험이 있는 소비자가 50% 내외가 되도록 설정하여 조사를 진행함.
- 조사기간은 2020년 9월 1일부터 2020년 9월 10일까지이며, 최종 조사 응답자 수는 458명임. 이들을 대상으로 신선포도 구입 및 선호 행태, 샤인머스켓 구입 및 만족도, 한국산 농식품 경험 및 이미지, 농식품 및 포도 소비 행동 등에 대한 설문 조사를 실시함.

표 4-1. 중국 포도 소비자 조사 개요

조사 대상	만 20~59세 성인 남녀 중 1년에 1회 이상 포도 구매/섭취 경험이 있고, 샤인머스켓 품종을 인지하고 있는 사람
조사 지역	베이징, 상하이
표본 수	458명 (베이징 220명, 상하이 238명)
표본 할당	성별/연령별 인구 비례 할당
조사 방법	on-line survey
조사 기간	2020-09-01 ~ 2020-09-10

- 성별과 연령의 인구 비례 할당을 감안한 소비자 조사의 응답자별 특성은 아래의 <표 4-2>와 같이 나타낼 수 있음. 남성은 51.1%, 여성은 48.9%이고, 연령대별로 20대(27.3%), 30대(31.0%), 40대(22.7%), 50대 이상(19.0%)의 순서로 나타났으며, 가구원 수는 3인 이상 가구가 77.7%, 월 평균 가구소득별로는 15000~20000CNY 미만(28.4%)과 12000~15000CNY 미만(25.1%)이 많았음.

표 4-2. 중국 포도 수출시장 소비자 조사 응답자 특성

단위: 명, %

구분		응답자 수	비중
전체		458	100.0
성별	남성	234	51.1
	여성	224	48.9
연령대	20대	125	27.3
	30대	142	31.0
	40대	104	22.7
	50대 이상	87	19.0
거주지	베이징	220	48.0
	상하이	238	52.0
결혼 여부	미혼	95	20.7
	기혼	361	78.8
	사별/이혼	2	0.4
맛별이 여부	맛별이를 한다	342	94.7
	맛별이를 하지 않는다	19	5.3
가구원 수	1인	21	4.6
	2인	81	17.7
	3인	260	56.8
	4인	68	14.8
	5인 이상	28	6.1
월평균 가구소득	10000CNY	43	9.4
	10000~12000CNY	108	23.6
	12000~15000CNY	115	25.1
	15000~20000CNY	130	28.4
	20000CNY	62	13.5
포도 구입 빈도	1 1	65	14.2
	1 2~3	106	23.1
	2 1	42	9.2
	1 1	96	21.0
	1 2	149	32.5
/		230	50.2
		228	49.8
/		183	40.0
		275	60.0

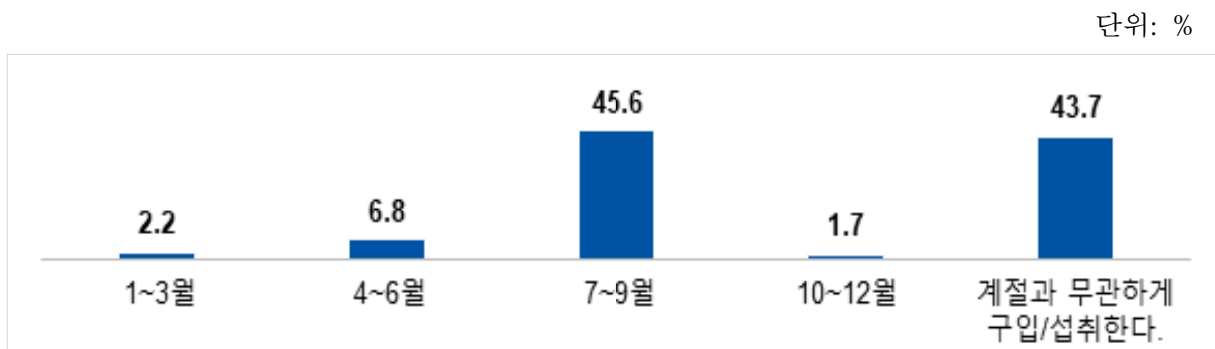
4.2. 신선포도 구입 및 선호 행태

4.2.1. 신선포도 구입 행태

1) 포도 주 구입 시기

- 중국 소비자의 포도 주 구입시기는 7~9월(45.6%), 계절과 무관하게 구입/섭취한다(43.7%), '4~6월(6.8%)', '1~3월(2.2%)', '10~12월(1.7%)' 순서로 조사됨.
- 연중 포도를 소비하는 중국 소비자들도 상당히 많음.
- 연령별로는 50대 이상(54.0%)과 40대(50.0%) 소비자가, 월 평균 가구소득 수준별로는 15000~20000CNY 미만(48.7%)과 20000CNY 이상(45.2%)의 소비자가 계절과 무관하게 구입 및 섭취한다는 응답 비중이 상대적으로 높음.

그림 4-1. 중국 소비자의 포도 주 구입 시기



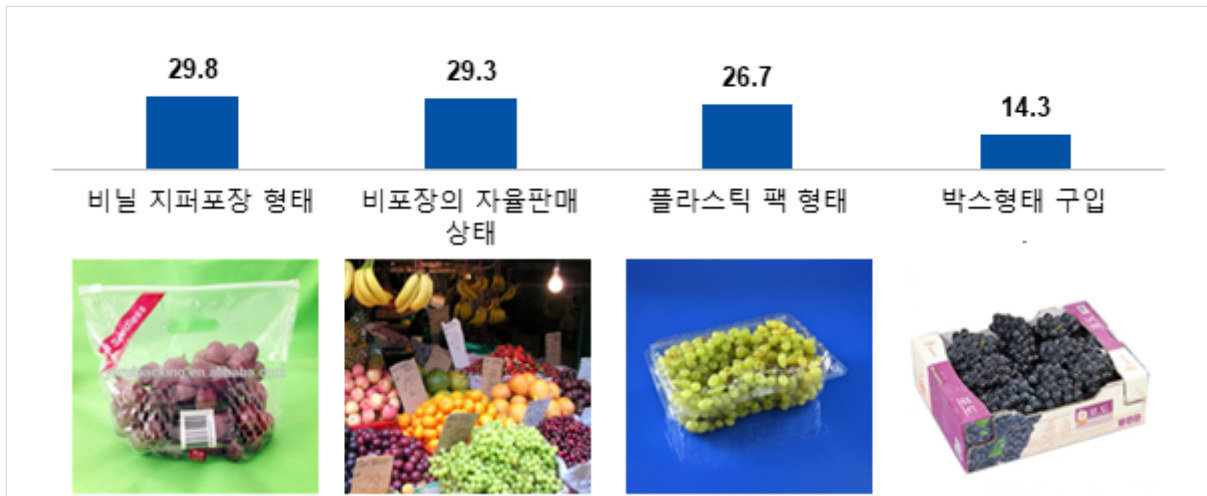
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

2) 포도 주 구입 형태

- 중국 소비자가 선호하는 포도 주 구입 형태는 '비닐 지퍼포장 형태(29.8%)'로 나타남. 그 다음으로는 '비포장의 자유판매 상태(29.3%)', '플라스틱 팩 형태(26.7%)' 등의 순서로 나타남.
- 남성의 경우 '비닐 지퍼포장 형태(31.5%)'를, 여성은 '플라스틱 팩 형태(27.8%)'를 상대적으로 더 선호하는 것으로 나타남.

그림 4-2. 중국 소비자의 포도 주 구입 형태

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

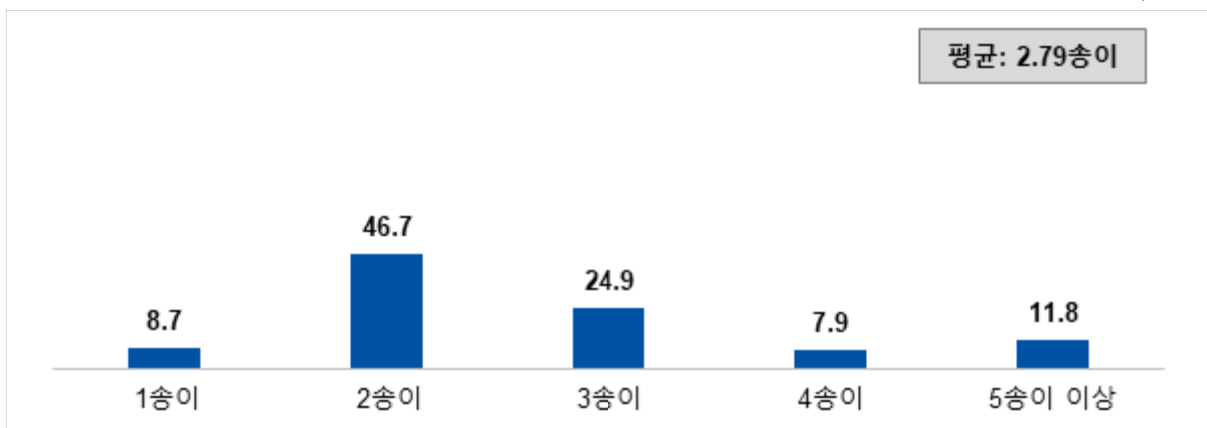
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

3) 포도 1회 구입량

- 중국 소비자가 한 번에 구입하는 포도 구입량은 평균 2.79송이 수준임. 소포장을 더 선호하는 것을 알 수 있음.

그림 4-3. 중국 소비자의 포도 1회 구입량

단위: %

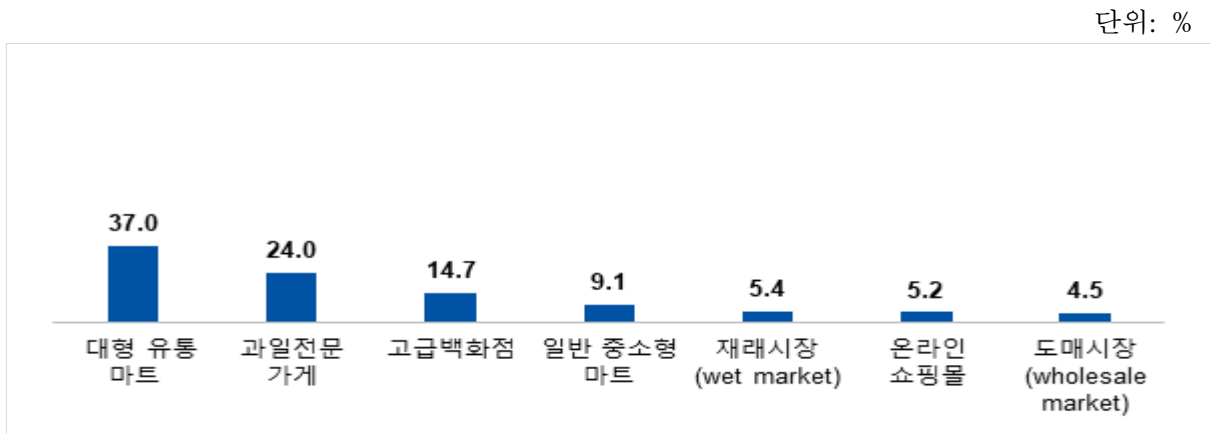


자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

4) 포도 주 구입처

- 중국 소비자들이 포도를 주로 구입하는 장소는 대형유통마트(37.0%)로 나타남. 그 다음으로는 과일전문가게(24.0%), 고급백화점(14.7%), 일반 중소형마트(9.1%), 재래시장(5.4%), 온라인쇼핑몰(5.2%) 등의 순서로 나타남.
- 남성은 고급백화점(16.1%)을, 여성은 과일전문가게(27.4%)를 이용하는 비중이 상대적으로 높음.
- 연령대별로 포도 주 구입처 순위는 크게 변화 없으나, 20대는 타 연령층에 비해 고급백화점 선호(17.1%)가 높음.

그림 4-4. 중국 소비자의 포도 주 구입처



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-3. 중국 소비자의 성별·연령별 포도 주 구입처

단위: 명, %

구분		사례수	대형 유통마트	과일전문 가게	고급 백화점	일반 중소형 마트	재래시장	온라인 쇼핑몰	도매시장
전체		(458)	37.0	24.0	14.7	9.1	5.4	5.2	4.5
성별	남성	(234)	38.0	20.8	16.1	8.8	4.8	5.8	5.6
	여성	(224)	36.0	27.4	13.2	9.4	6.0	4.6	3.4
연령	20대	(125)	37.6	21.3	17.1	8.0	5.6	5.6	4.8
	30대	(142)	37.8	25.1	12.2	7.0	5.9	8.0	4.0
	40대	(104)	35.9	26.3	13.5	13.5	3.5	2.6	4.8
	50대 이상	(87)	36.4	23.4	16.9	8.8	6.5	3.4	4.6

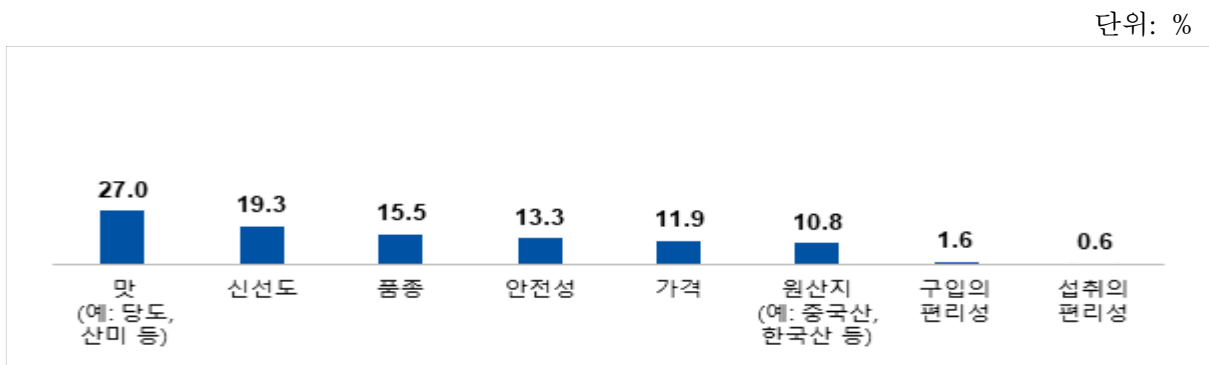
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

5) 포도 구입 시 고려사항

- 중국 소비자들이 포도를 구입 시 고려사항으로는 맛(27.0%), 신선도(19.3%), 품종(15.5%), 안전성(13.3%) 등의 순서로 조사됨.
- 연령대별로 40대는 안전성(18.6%)을, 20대는 신선도(22.4%)를 상대적으로 중요하게 고려함.
- 소득수준별로 10000CNY 미만의 소비자는 가격(20.9%)을 비교적 중요하게 여기는 반면, 20000CNY 이상 소비자는 맛(32.3%)을 고려한다는 응답 비중이 상대적으로 높음.

그림 4-5. 중국 소비자의 포도 구입 시 고려사항



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-4. 중국 소비자의 연령별·소득별 포도 구입 시 고려사항

단위: 명, %

구분		사례수	맛(예: 당도, 산미 등)	신선도	품종	안전성	가격	원산지(예: 중국산, 한국산 등)	구입의 편리성	섭취의 편리성
전체		(458)	27.0	19.3	15.5	13.3	11.9	10.8	1.6	0.6
연령	20대	(125)	29.1	22.4	12.8	9.3	15.5	8.5	1.6	0.8
	30대	(142)	28.2	18.3	18.1	13.6	7.7	12.0	1.6	0.5
	40대	(104)	21.8	18.9	15.4	18.6	10.3	12.5	2.2	0.3
	50대 이상	(87)	28.4	16.9	15.3	12.3	15.7	10.0	0.8	0.8
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(43)	24.8	17.1	11.6	14.0	20.9	8.5	1.6	1.6
	10000~12000CNY 미만	(108)	26.9	15.1	15.4	15.1	13.6	12.0	1.2	0.6
	12000~15000CNY 미만	(115)	30.7	18.6	17.7	10.1	12.5	9.6	0.9	0.0
	15000~20000CNY 미만	(130)	22.1	22.6	15.1	15.1	9.0	12.3	2.8	1.0
	20000CNY 이상	(62)	32.3	22.6	15.1	11.8	8.1	9.1	1.1	0.0

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

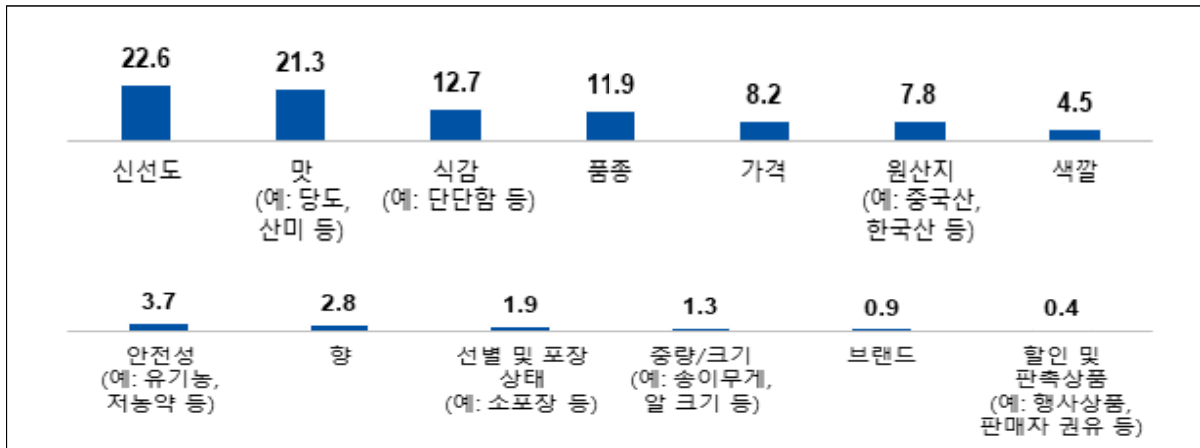
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

6) 포도 구입 시 우선 확인사항

- 중국 소비자들이 포도 구입 시 우선적으로 확인하는 사항은 신선도(22.6%), 맛(21.3%), 식감(12.7%), 품종(11.9%), 가격(8.2%) 등의 순서로 조사됨.
- 연령대별로 20~30대는 신선도를, 40대 이상은 맛을 우선 확인함.
- 소득수준별로 10000CNY 미만의 소비자는 가격(12.4%)을 우선 확인한다는 비중이 상대적으로 높게 나타남.

그림 4-6. 중국 소비자의 포도 구입 시 우선 확인사항

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-5. 중국 소비자의 연령별·소득별 포도 구입 시 우선 확인사항

단위: 명, %

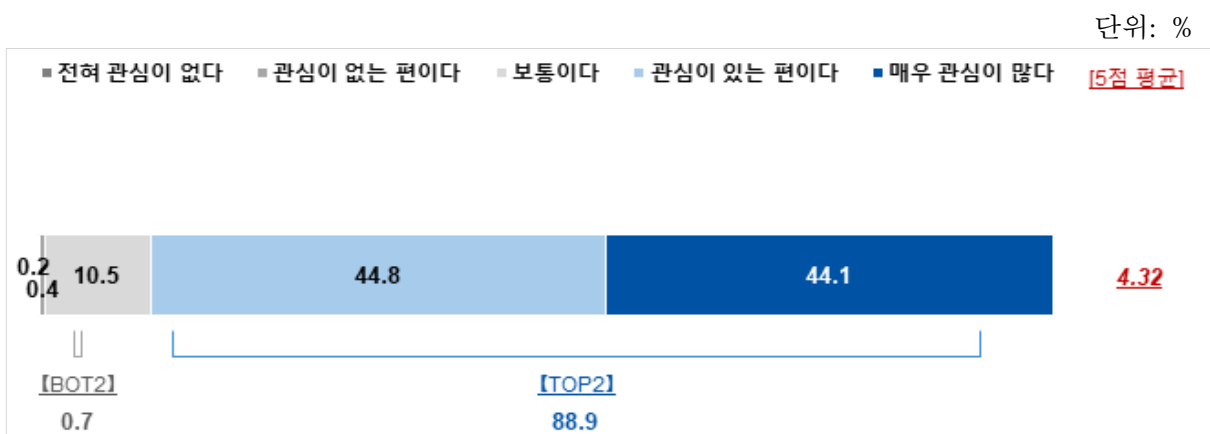
구분	사례수	신선도	맛	식감	품종	가격	원산지	색깔	안전성	기타	
전체	(458)	22.6	21.3	12.7	11.9	8.2	7.8	4.5	3.7	7.3	
연령	20대	(125)	25.6	20.3	11.7	11.2	10.0	6.0	3.6	7.9	
	30대	(142)	23.2	20.1	12.0	12.9	5.5	8.8	4.1	8.5	
	40대	(104)	20.2	23.6	13.6	10.7	5.8	9.8	5.6	7.0	
	50대 이상	(87)	20.1	21.8	14.2	12.6	12.6	6.3	4.8	1.9	5.7
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(43)	26.4	24.0	7.8	10.9	12.4	6.6	1.2	4.7	6.0
	10000~12000CNY 미만	(108)	20.5	23.0	11.9	13.6	7.4	7.7	4.6	4.6	6.7
	12000~15000CNY 미만	(115)	22.0	20.3	13.5	12.5	10.3	7.7	4.8	1.0	7.9
	15000~20000CNY 미만	(130)	22.3	19.2	14.6	9.7	6.3	8.3	6.7	4.7	8.2
20000CNY 이상	(62)	25.3	22.3	12.1	13.2	6.5	7.8	1.3	4.3	7.2	

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

7) 포도 구입 시 안전성 관심도

- 중국 소비자들의 포도 구입 시 안전성 관심도는 5점 척도평균 기준 4.32점으로 높은 수준임.
- 중국 소비자들의 신선포도 구입 시 안전성 문제에 대해 관심이 있다(관심이 있는 편이다+매우 관심이 많다)는 응답 비중이 88.9%로 매우 높게 나타남.
- 관심이 있다(관심이 있는 편이다+매우 관심이 많다)는 응답 비중은 연령대별로 30대(95.1%), 소득수준별로는 20000CNY 이상(100.0%)의 소비계층이 비교적 높음.

그림 4-7. 중국 소비자의 포도 구입 시 안전성 관심도



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-6. 중국 소비자의 연령별·소득별 포도 구입 시 안전성 관심도

단위: 명, %

구분	사례수	전혀 관심이 없다	관심이 없는 편이다	보통이다	관심이 있는 편이다	매우 관심이 많다	척도 평균	
전체	(458)	0.2	0.4	10.5	44.8	44.1	4.32	
연령	20대	(125)	0.0	0.8	15.2	41.6	42.4	4.26
	30대	(142)	0.0	0.0	4.9	50.0	45.1	4.40
	40대	(104)	0.0	0.0	12.5	41.3	46.2	4.34
	50대 이상	(87)	1.1	1.1	10.3	44.8	42.5	4.26
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(43)	2.3	2.3	14.0	51.2	30.2	4.05
	10000~12000CNY 미만	(108)	0.0	0.9	12.0	42.6	44.4	4.31
	12000~15000CNY 미만	(115)	0.0	0.0	13.0	52.2	34.8	4.22
	15000~20000CNY 미만	(130)	0.0	0.0	10.8	42.3	46.9	4.36
20000CNY 이상	(62)	0.0	0.0	0.0	35.5	64.5	4.65	

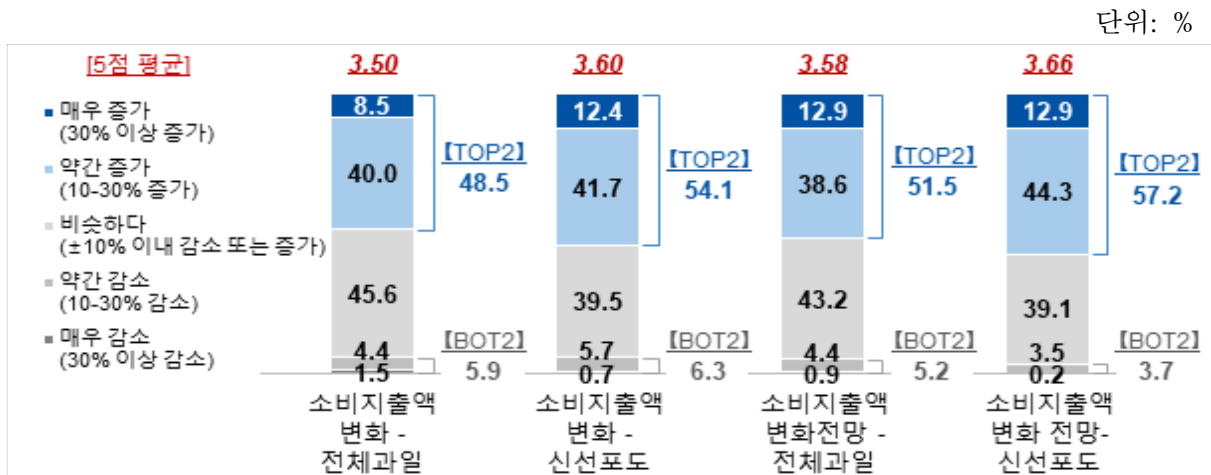
주: 척도평균은 전혀 관심이 없다=1, 관심이 없는 편이다=2, 보통이다=3, 관심이 있는 편이다=4, 매우 관심이 많다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

8) 과일 및 신선포도 소비지출액 변화/전망

- 중국 가구의 신선포도 소비지출액이 과거 3년전에 비해 현재 증가하였다는 응답 비중은 54.1%로 전체 과일(48.5%)보다 5.6%p 높게 조사됨.
- 향후 3년 후 신선포도 소비지출액이 증가할 것이라는 응답 비중은 57.2%로 전체 과일(51.5%)에 비해 5.7%p 높게 나타나, 향후 신선포도 소비지출액이 증가할 것으로 전망됨.
- 특히, 월 평균 가구소득이 20000CNY 이상인 가구는 향후 신선포도 소비지출액 증가 전망 척도가 3.87점으로 평균(3.66점) 및 타 소득층에 비해 높음.

그림 4-8. 중국 소비자의 과일 및 신선포도 소비지출액 변화/전망



주: 소비지출액 변화는 과거 3년 전 대비 현재 기준이며, 전망은 향후 3년을 기준으로 조사함.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-7. 중국 소비자의 소득별 신선포도 소비지출액 전망

단위: 명, %

가	사례수	가					척도 평균	
		(30% 이하)	(10~30%)	(±10% 가)	(10~30% 가)	(30% 가)		
	(458)	0.2	3.5	39.1	44.3	12.9	3.66	
가	10000CNY 미만	(43)	2.3	9.3	30.2	51.2	7.0	3.51
	10000~12000CNY 미만	(108)	0.0	1.9	49.1	38.0	11.1	3.58
	12000~15000CNY 미만	(115)	0.0	0.9	38.3	48.7	12.2	3.72
	15000~20000CNY 미만	(130)	0.0	4.6	40.0	43.8	11.5	3.62
	20000CNY 이상	(62)	0.0	4.8	27.4	43.5	24.2	3.87

주 1) 전체과일 소비지출액 변화는 과거 3년 전 대비 현재 기준으로 조사한 결과임.

2) 척도평균은 매우 감소=1, 약간 감소=2, 비슷=3, 약간 증가=4, 매우 증가=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

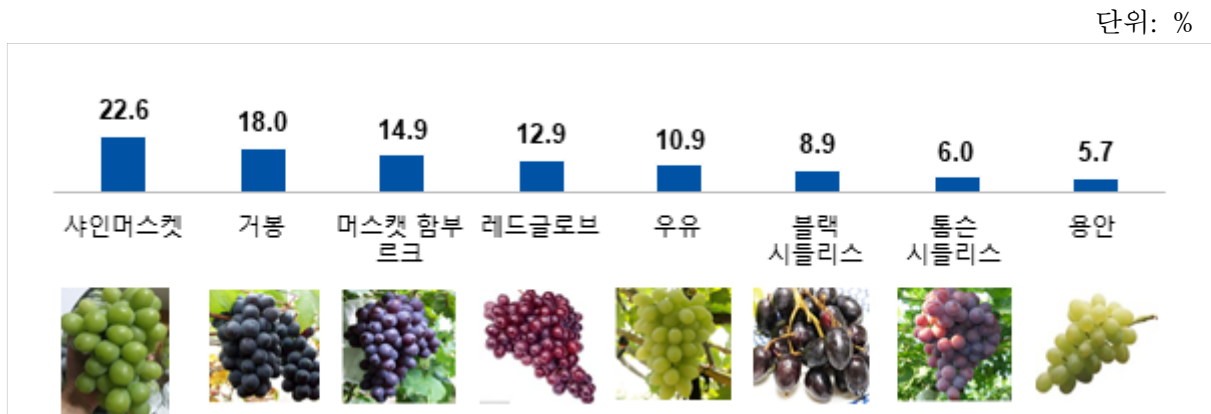
4.2.2. 신선포도 선호 품종 및 특성

1) 포도 선호 품종

○ 중국 소비자들이 가장 선호하는 품종은 샤인머스켓(22.6%)으로 나타났고, 그 다음으로는 거봉(18.0%), 머스켓 함부르크(14.9%), 레드글로브(12.9%), 우유(10.9%) 등의 순서로 조사됨.

- 연령대별로 20대와 30대는 샤인머스켓(각각 26.7%, 25.6%)을 가장 선호하지만, 50대 이상은 거봉(24.1%)에 대한 선호도가 가장 높게 나타남.

그림 4-9. 중국 소비자의 포도 선호 품종



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-8. 중국 소비자의 성별·소득별 포도 선호 품종

단위: 명, %

구분		사례수	샤인머스켓	거봉	머스켓 함부르크	레드글로브	우유	블랙시들리스	톰슨시들리스	용안
전체		(458)	22.6	18.0	14.9	12.9	10.9	8.9	6.0	5.7
성별	남성	(234)	19.8	18.4	16.0	12.7	14.0	8.3	5.1	5.8
	여성	(224)	25.6	17.7	13.8	13.1	7.7	9.5	7.0	5.5
연령	20대	(125)	26.7	13.9	18.7	12.8	7.2	9.1	6.1	5.6
	30대	(142)	25.6	18.3	17.8	8.9	12.7	8.0	4.5	4.2
	40대	(104)	21.2	17.6	7.4	18.9	11.2	7.7	9.9	6.1
	50대 이상	(87)	13.8	24.1	13.8	12.3	13.0	11.5	3.8	7.7

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

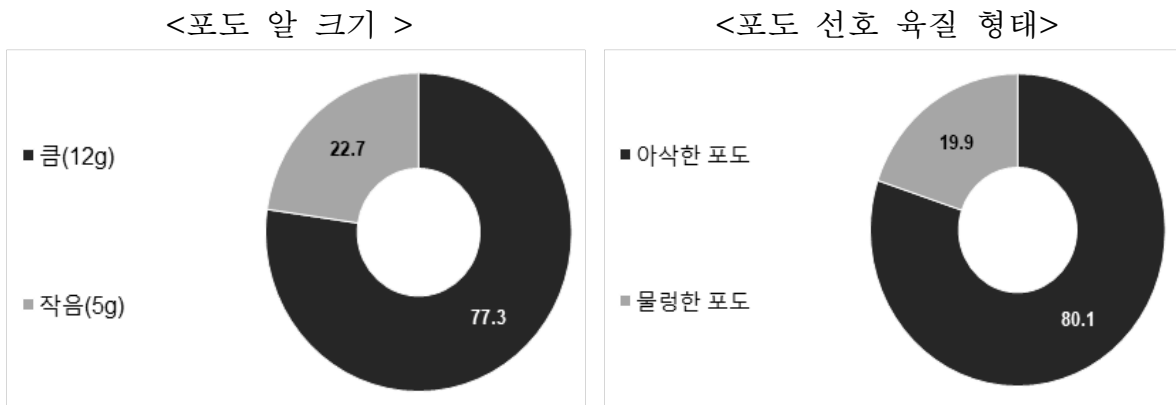
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

2) 포도 선호 특성

- 중국 소비자들은 알 크기가 크고, 육질이 아삭하며, 씨가 없고, 포도 껍질째 섭취하는 포도를 선호하는 것으로 나타남.
 - 중국 소비자들은 알 크기가 12g 수준인 포도를 선호한다는 응답 비중이 77.3%로 나타나, 대체로 알 크기가 큰 포도를 선호하는 경향을 보임.
 - 중국 소비자가 선호하는 포도 육질 형태에 대해서는 전체 응답자의 80.1%가 '아삭한 포도'를 선호한다고 응답함. 40대(83.7%), 50대 이상(80.5%)이거나 월 평균 가구소득이 20000CNY 이상(88.7%)인 소비자들은 다른 계층에 비해 상대적으로 '아삭한 포도'에 대한 선호 비중이 높게 나타남.
 - 중국 소비자의 씨 유무에 따른 선호를 조사한 결과, 전체 응답자의 88.4%가 '씨 없는 포도'를 선호한다고 응답함. '씨 없는 포도'에 대한 선호는 40대(93.3%), 30대(90.8%)와 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(90.3%)의 고소득 계층에서 높게 나타남.
 - 중국 소비자의 69.7%가 '껍질째 섭취하는 포도'를 선호한다고 응답함. 연령대 별로는 30대(75.4%), 월 평균 소득수준별로는 20000CNY 이상의 고소득 계층(77.4%)이 '껍질째 섭취하는 포도'에 대한 선호가 높았음.

그림 4-10. 중국 소비자의 포도 알 크기와 선호 육질 형태

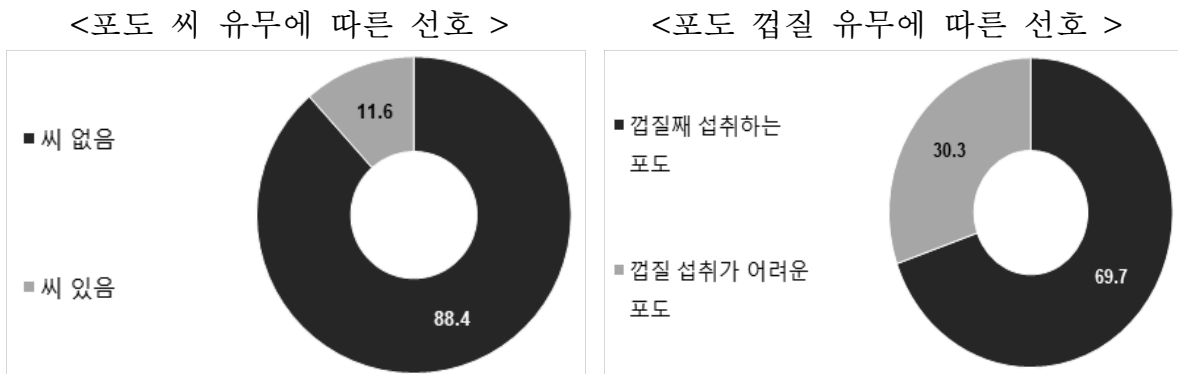
단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

그림 4-11. 중국 소비자의 포도 씨와 껍질 유무에 따른 선호

단위: %

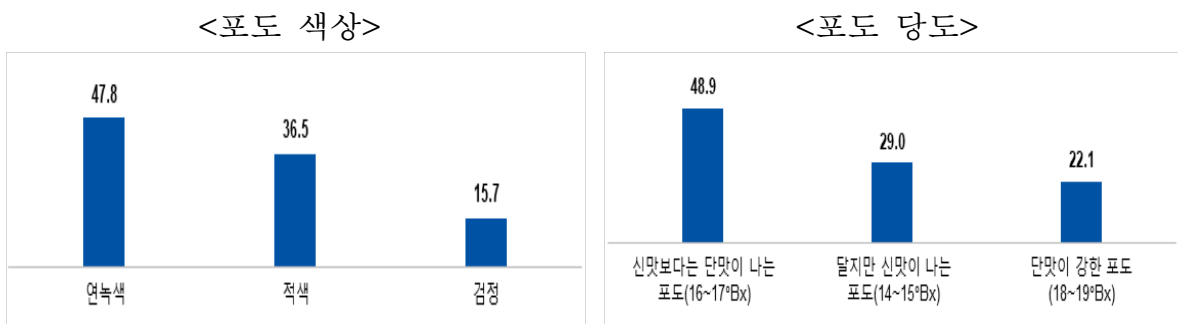


자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- 중국 소비자는 '연녹색 포도(47.8%)'를 선호하는 편이며, '신맛보다는 단맛이 나는 포도(16~17°Bx)(48.9%)'를 대체로 선호하는 것으로 나타남.
 - 50대 이상(19.5%)이거나 월 평균 가구소득이 10000CNY 미만(20.9%)인 소비자 들은 다른 계층에 비해 상대적으로 '검정색' 포도에 대한 선호 비중이 높게 나타남.
 - 중국 소비자들의 48.9%가 '신맛보다는 단맛이 나는 포도(16~17°Bx)'를 선호한 다고 응답한 반면, '단맛이 강한 포도(18~19°Bx)'는 비교적 선호도가 낮은 것으 로 나타남. 30대(55.6%), 20대(55.2%)는 '신맛보다는 단맛이 나는 포도'를 선호 한다고 응답한 비중이 비교적 높게 나타난 반면, 50대 이상은 '달지만 신맛이 나는 포도' 응답 비중이 40.2%로 다른 연령대에 비해 높게 조사됨.

그림 4-12. 중국 소비자의 포도 선호 색상 및 선호 당도

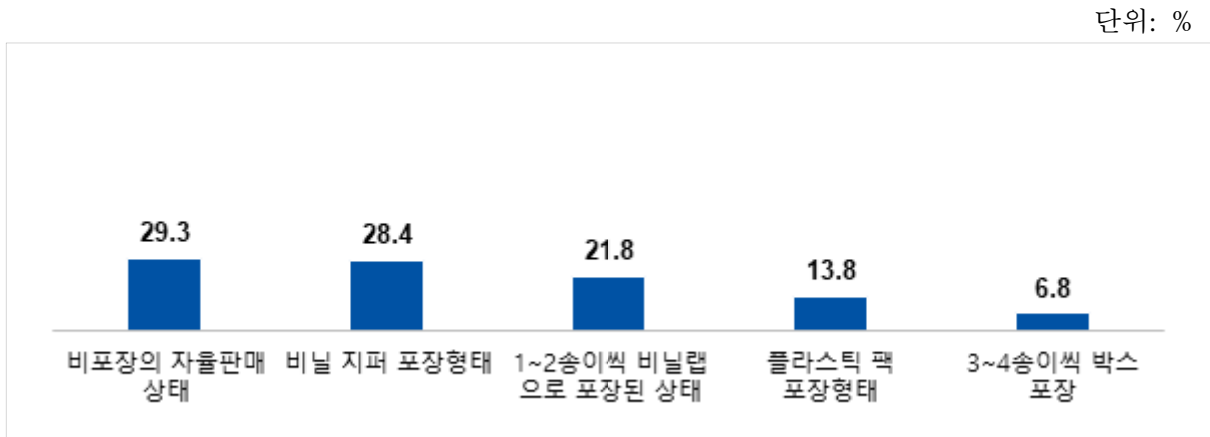
단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- 중국 소비자가 선호하는 포장형태는 '비포장의 자유판매 상태'(29.3%), '비닐 지퍼 포장형태(28.4%)', '1~2송이씩 비닐랩으로 포장된 상태(21.8%)', '플라스틱 팩 포장형태(13.8%)', '3~4송이씩 박스 포장(6.8%)' 순서로 나타남.
- 월 평균 가구소득이 20000CNY 이상의 고소득계층은 '플라스틱 팩 포장형태(16.1%)' 구입 비중이 상대적으로 높게 나타남.

그림 4-13. 중국 소비자의 포도 선호 포장형태



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-9. 중국 소비자의 연령별·소득별 포도 당도/포장형태에 따른 선호

단위: 명, %

구분	사례 수	당도			포장형태					
		신맛보다는 단맛이 나는 포도 (16~17°Bx)	달지만 신맛이 나는 포도 (14~15°Bx)	단맛이 강한 포도 (18~19°Bx)	비포장 자유판매	비닐 지퍼 포장	비닐랩 포장 (1~2 송이)	플라스틱 팩 포장	박스 포장 (3~4 송이)	
전체	(458)	48.9	29.0	22.1	29.3	28.4	21.8	13.8	6.8	
연령	20대	(125)	55.2	28.0	16.8	36.8	23.2	17.6	17.6	4.8
	30대	(142)	55.6	17.6	26.8	26.1	35.9	17.6	11.3	9.2
	40대	(104)	39.4	36.5	24.0	23.1	22.1	30.8	14.4	9.6
	50대 이상	(87)	40.2	40.2	19.5	31.0	31.0	24.1	11.5	2.3
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(43)	55.8	27.9	16.3	44.2	11.6	16.3	14.0	14.0
	10000~12000CNY 미만	(108)	40.7	32.4	26.9	22.2	20.4	38.0	15.7	3.7
	12000~15000CNY 미만	(115)	47.0	31.3	21.7	32.2	28.7	21.7	9.6	7.8
	15000~20000CNY 미만	(130)	52.3	26.2	21.5	26.9	37.7	14.6	14.6	6.2
	20000CNY 이상	(62)	54.8	25.8	19.4	30.6	33.9	12.9	16.1	6.5

주: 선호 포장형태는 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산함.

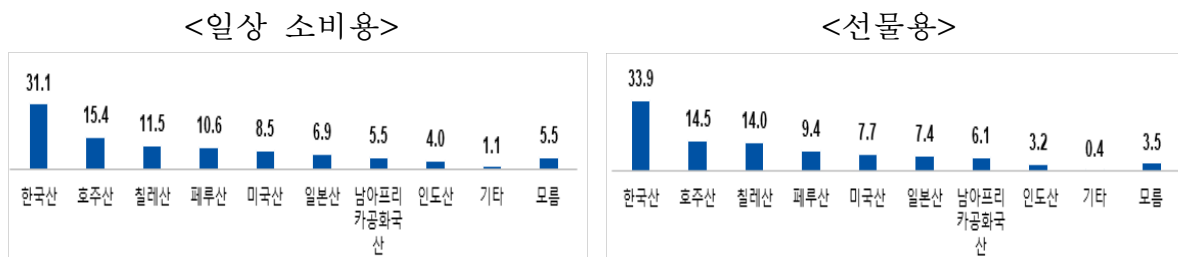
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

3) 용도별 포도 구입 시 선호 국가

- 중국 소비자의 일상소비용과 선물용 포도 구입 시 수입포도 선호 국가 순위는 한국산, 호주산, 칠레산, 페루산, 미국산 등이며, 특히 월 평균 가구소득 20000CNY 이상 소비자는 한국산 포도에 대한 선호도가 가장 높음.
- 중국 소비자들이 앞으로 일상 소비용으로 구입하고 싶은 수입 포도 원산지는 한국산(31.1%), 호주산(15.4%), 칠레산(11.5%), 페루산(10.6%), 미국산(8.5%) 등의 순서로 나타남.
- 한국산 포도를 일상 소비용으로 구입하고 싶다는 응답 비중이 높은 계층은 40대(33.0%), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(40.3%)의 소비자로 나타남.

그림 4-14. 중국 소비자의 향후 용도별 수입포도 선호 국가

단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-10. 중국 소비자의 연령별·소득별 향후 포도(일상 소비용) 구입 시 선호 국가

단위: 명, %

구분		사례 수	한국산	호주산	칠레산	페루산	미국산	일본산	남아프리카공화국산	기타	모름
전체		(458)	31.1	15.4	11.5	10.6	8.5	6.9	5.5	5.0	5.5
연령	20대	(125)	29.3	12.8	14.1	9.9	9.9	8.0	3.7	9.6	2.7
	30대	(142)	31.9	17.4	14.3	9.2	8.5	7.3	7.0	2.1	2.3
	40대	(104)	33.0	14.7	6.7	7.7	7.7	5.1	6.4	12.3	6.4
	50대 이상	(87)	29.9	16.5	8.8	17.2	7.7	6.9	4.6	2.7	5.7
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(43)	33.3	17.1	7.8	7.0	7.8	10.1	4.7	9.9	2.3
	10000~12000CNY 미만	(108)	35.5	15.1	10.8	8.6	9.3	7.7	4.9	2.5	5.6
	12000~15000CNY 미만	(115)	27.2	18.3	10.1	14.8	6.4	6.4	4.1	8.6	4.1
	15000~20000CNY 미만	(130)	25.6	13.1	15.6	11.8	9.2	5.1	7.4	8.1	4.1
	20000CNY 이상	(62)	40.3	14.0	9.1	5.9	10.2	8.1	5.9	4.3	2.2

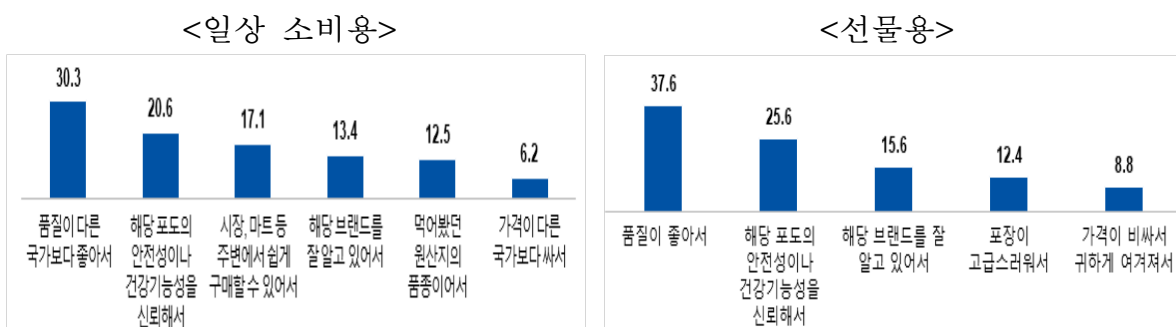
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- 중국 소비자들이 앞으로 선물용으로 구입하고 싶은 수입 포도 원산지는 한국산(33.9%), 호주산(14.5%), 칠레산(14.0%), 페루산(9.4%) 등의 순서로 나타남.
 - 한국산 포도를 선물용으로 구입하고 싶다는 응답 비중이 높은 계층은 50대 이상(37.5%), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(39.2%)의 소비자로 나타남.
- 중국 소비자들이 일상 소비용 포도 구입 시 선호하는 수입 포도 원산지를 선택한 이유는 ‘품질이 다른 국가보다 좋아서(30.3%)’, ‘해당 포도의 안전성이나 건강기능성을 신뢰해서(20.6%)’, ‘시장, 마트 등 주변에서 쉽게 구매할 수 있어서(17.1%)’ 등의 순서로 나타남.
- 소득수준별로 20000CNY 이상인 경우 ‘품질이 다른 국가보다 좋아서’ 응답 비중이 38.3%로 비교적 높은 반면, 10000CNY 미만은 ‘시장, 마트 등 주변에서 쉽게 구매할 수 있어서(25.0%)’ 비중이 상대적으로 높게 나타남.
- 중국 소비자들이 선물용 포도 구입 시 선호하는 수입 포도 원산지를 선택한 이유는 ‘품질이 좋아서(37.6%)’, ‘해당 포도의 안전성이나 건강기능성을 신뢰해서(25.6%)’, ‘해당 브랜드를 잘 알고 있어서(15.6%)’, ‘포장이 고급스러워서(12.4%)’ 등의 순서로 나타남.
- 연령별로는 30대는 ‘품질이 좋아서(48.2%)’, 50대 이상은 ‘해당 포도의 안전성이나 건강기능성을 신뢰해서(37.6%)’ 응답 비중이 상대적으로 높음. 소득수준별로 10000CNY 미만의 경우 ‘해당 포도의 안전성이나 건강기능성을 신뢰해서(38.1%)’ 응답 비중이 비교적 높게 나타남.

그림 4-15. 중국 소비자의 향후 용도별 수입포도 선호 국가 선택 이유

단위: %



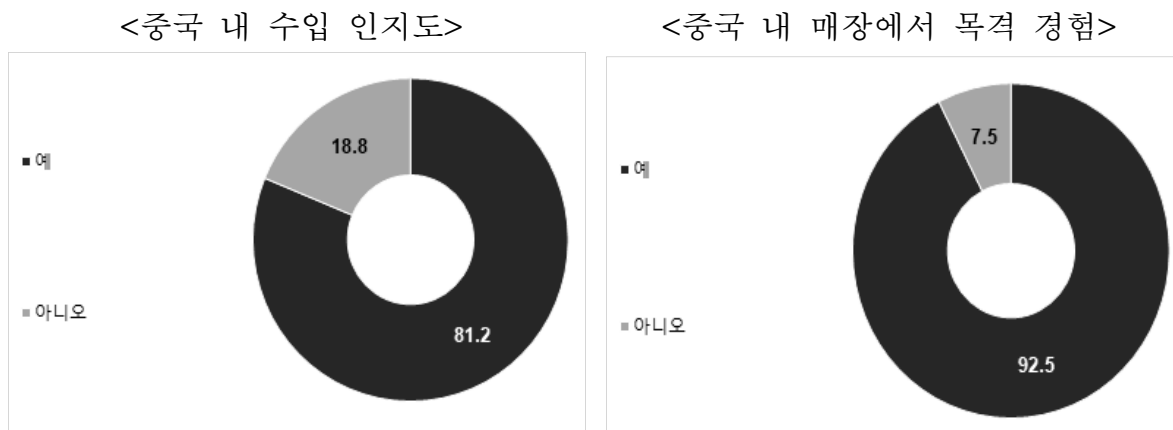
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

4.2.3. 한국산 샤인머스켓 구입 및 만족도

1) 한국산 샤인머스켓 수입 인지도 및 중국 내 매장 목격 경험

- 중국 소비자 조사 결과, 조사 응답자의 81.2%가 한국산 샤인머스켓이 중국으로 수입되고 있다는 사실을 인지하고 있는 것으로 조사됨.
 - 연령별로 20대(84.8%)와 30대(81.7%), 월 평균 가구소득 수준별로 20000CNY 이상 소비자(93.5%)의 한국산 샤인머스켓의 중국 수입에 대한 인지도가 비교적 높게 나타남.
- 한국산 샤인머스켓이 중국으로 수입되고 있다는 것을 인지하고 있는 응답자의 92.5%는 중국 내 매장에서 한국산 샤인머스켓을 본 적이 있다고 응답함.
 - 특히, 남성(91.8%)보다는 여성(93.1%)이, 연령대별로는 20대(95.3%)와 30대(93.1%)가 한국산 샤인머스켓 목격 경험 비중이 높은 반면, 소득수준별로는 월 평균 가구소득 10000CNY 미만 소비자(84.6%)의 한국산 샤인머스켓 목격 경험 비중이 상대적으로 낮게 나타남.

그림 4-16. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓의 수입 인지도 및 중국 내 매장 목격 경험
단위: %

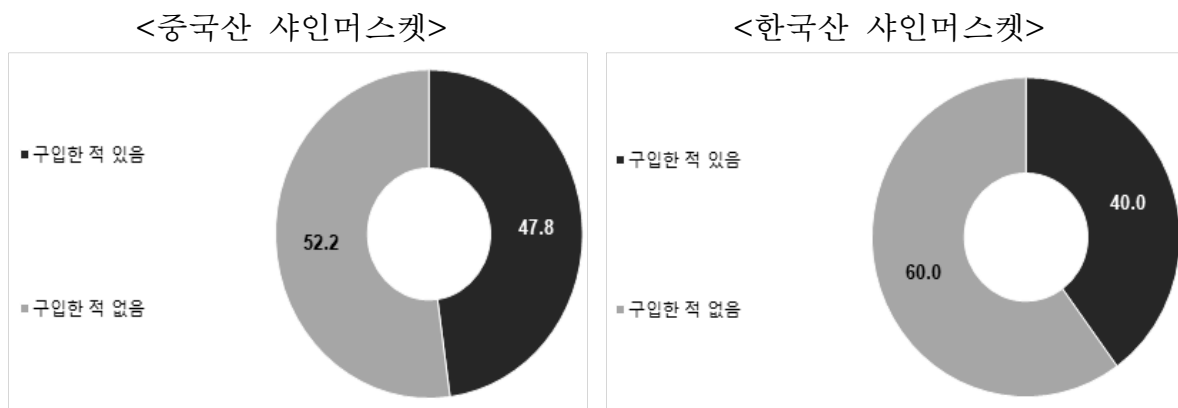


자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

2) 중국 내 샤인머스켓 구입/소비 경험

- 중국 소비자 조사 응답자의 47.8%는 중국 내에서 중국산 샤인머스켓을 구입 및 소비한 경험이 있다고 응답함.²⁶⁾
 - 특히 남성(41.5%)보다는 여성(54.5%)이, 연령대별로는 30대(69.7%)와 20대(64.8%)가 중국산 샤인머스켓 구입 경험 비중이 높음.
 - 소득수준별로는 월 평균 가구소득 10000CNY 미만 소비자(32.6%)의 중국산 샤인머스켓 구입 경험 비중이 상대적으로 낮게 나타남.
- 중국 소비자 조사 응답자의 40.0%는 중국 내에서 한국산 샤인머스켓을 구입 및 소비한 경험이 있다고 응답함. 한국산 샤인머스켓 구입 및 소비경험자 비중은 중국산 샤인머스켓에 비해 7.8%p 적음.
 - 특히 남성(32.1%)보다는 여성(48.2%)이, 연령대별로는 30대(57.7%)와 20대(49.6%)가 한국산 샤인머스켓 구입 경험 비중이 높은 반면, 소득수준별로는 월 평균 가구소득 10000CNY 미만 소비자(27.9%)의 한국산 샤인머스켓 구입 경험 비중이 상대적으로 낮게 나타남.

그림 4-17. 중국 소비자의 중국 내에서 중국산과 한국산 샤인머스켓 구입/소비 경험
단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

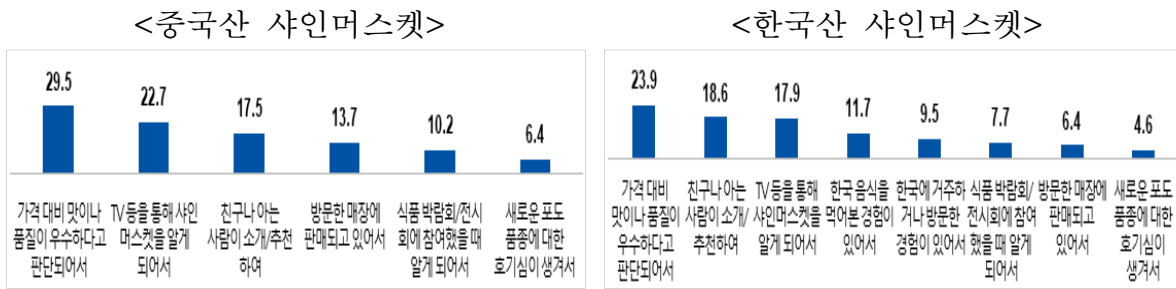
26) 중국 내 샤인머스켓 생산은 전체 포도 생산의 약 10%로 추정되며, 샤인머스켓을 구입 및 소비 경험이 있는 소비자와 그렇지 않은 소비자의 포도 소비 특성을 파악하기 위해 각각 50% 수준에 해당하는 표본 수를 설정하여 조사함.

3) 샤인머스켓 구입 계기

- 중국 소비자들이 샤인머스켓의 구입하는 가장 큰 계기는 ‘가격 대비 맛이나 품질이 우수하다고 판단되어서(중국산 29.5%, 한국산 23.9%)’임. 하지만, 2순위 구입 계기에 나타났듯이 중국산 샤인머스켓은 ‘TV 등을 통한 홍보(22.7%)’, 한국산 샤인머스켓은 ‘지인 소개(18.6%)’ 효과가 더 크게 나타남.
- 이 밖에 중국산 샤인머스켓을 구입하는 계기는 ‘지인 소개(17.5%)’, ‘방문한 매장이 판매(13.7%)’, ‘식품박람회/전시회(10.2%)’ 등의 순서로 나타남.
- 가격이 다소 비싼 한국산 샤인머스켓은 ‘TV 등을 통한 홍보(17.9%)’, ‘한국 음식을 먹어 본 경험(11.7%)’, ‘한국 거주/방문 경험(9.5%)’ 등의 순서로 나타남.

그림 4-18. 중국 소비자의 중국산과 한국산 샤인머스켓 구입 계기

단위: %



- 주 1) 중국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자(219명)를 대상으로 조사함.
- 2) 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자(183명)를 대상으로 조사함.
- 3) 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- 월 평균 가구소득 10000CNY 미만인 소득층은 TV 등을 통한 홍보 효과가 큰 반면, 20000CNY 이상 소비자는 가격 대비 우수한 맛이나 품질, 지인 소개 효과가 큼.
- 20000CNY 이상 중국 소비자들이 한국산 샤인머스켓을 구입하게 된 계기는 ‘친구나 지인이 소개·추천하여(27.4%)’ 응답 비중이 가장 높고, 10000CNY 미만인 경우 ‘TV 등을 통해 샤인머스켓을 알게 되어서(36.1%)’ 비중이 가장 높게 나타남.

표 4-11. 중국 소비자의 연령별·소득별 중국산 샤인머스켓 구입 계기

단위: 명, %

구분	사례수	가격 대비 맛이나 품질이 우수해서	TV 등을 통해 샤인머스켓을 알게 되어서	친구나 지인이 소개/추천 하여	방문한 매장에 판매되고 있어서	식품박람회/전시회 에서 알게 되어서	신품중에 대한 호기심이 생겨서	
전체	(219)	29.5	22.7	17.5	13.7	10.2	6.4	
연령	20대	(81)	33.3	20.6	21.4	13.2	4.9	6.6
	30대	(99)	30.0	23.2	16.5	13.5	10.1	6.7
	40대	(31)	24.7	24.7	10.8	12.9	22.6	4.3
	50대 이상	(8)	4.2	29.2	16.7	25.0	16.7	8.3
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(14)	16.7	35.7	9.5	19.0	16.7	2.4
	10000~12000CNY 미만	(54)	27.8	25.9	11.7	16.7	13.0	4.9
	12000~15000CNY 미만	(56)	31.5	23.2	20.2	11.9	8.9	4.2
	15000~20000CNY 미만	(55)	29.7	23.0	19.4	9.7	7.9	10.3
	20000CNY 이상	(40)	33.3	12.5	21.7	15.8	9.2	7.5

주 1) 중국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자(219명)를 대상으로 조사함.

2) 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-12. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 샤인머스켓 구입 계기

단위: 명, %

구분	사례수	가격 대비 맛이나 품질이 우수해서	친구나 지인이 소개/ 추천하여	TV 등을 통해 알게 되어서	한국 음식 취식 경험이 있어서	한국에 거주 /방문 경험이 있어서	식품박람회/전시회 를 통해 알게 되어서	기타	
전체	(183)	23.9	18.6	17.9	11.7	9.5	7.7	10.7	
연령	20대	(62)	24.7	21.0	14.0	12.4	7.0	4.3	16.6
	30대	(82)	24.0	18.7	17.1	13.4	8.9	9.8	8.1
	40대	(29)	24.1	14.9	24.1	8.0	14.9	8.0	6.0
	50대 이상	(10)	16.7	13.3	30.0	3.3	13.3	10.0	13.4
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(12)	16.7	8.3	36.1	11.1	13.9	5.6	8.3
	10000~12000CNY 미만	(43)	26.4	14.0	20.2	10.1	11.6	7.0	10.7
	12000~15000CNY 미만	(41)	21.1	15.4	24.4	13.0	8.1	10.6	7.4
	15000~20000CNY 미만	(48)	27.8	20.8	13.2	11.1	6.3	6.3	14.5
	20000CNY 이상	(39)	21.4	27.4	8.5	12.8	11.1	7.7	11.1

주 1) 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자(183명)를 대상으로 조사함.

2) 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

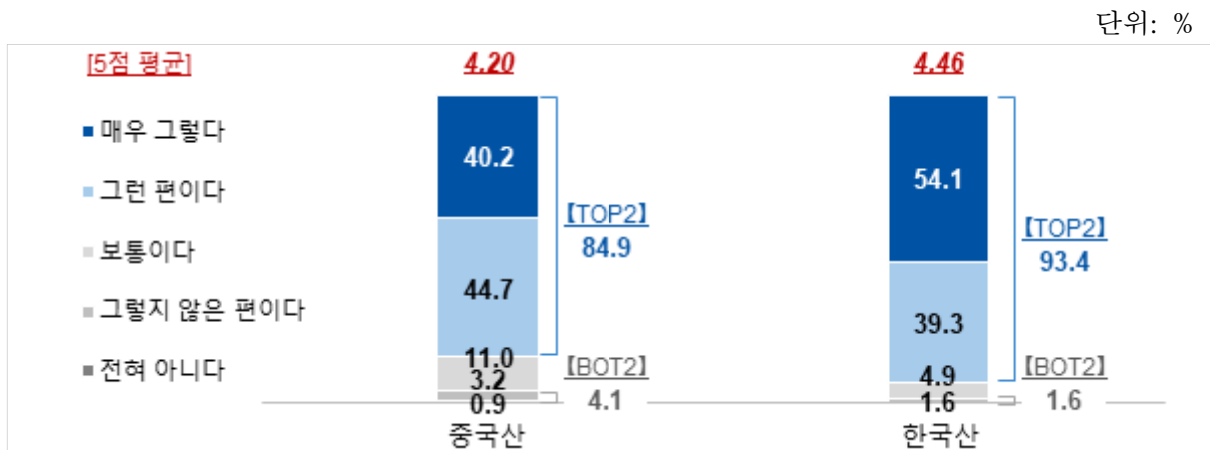
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

4) 샤인머스켓 재구입 의향

- 중국 소비자들의 한국산 샤인머스켓에 대한 재구입 의향은 93.4%로 중국산 샤인머스켓에 대한 재구입 의향(84.9%)보다 8.5%p 높게 나타남.
 - 중국 소비자들의 중국산 샤인머스켓에 대한 재구입 의향을 조사한 결과, '매우 그렇다'라는 응답이 40.2%, '그런 편이다'라는 응답이 44.7%로 조사됨.
 - 중국 소비자들의 한국산 샤인머스켓에 대한 재구입 의향을 조사한 결과, '매우 그렇다'라는 응답이 절반 이상(54.1%)이며, '그런 편이다'라는 응답이 39.3%로 조사됨.

- 연령별·소득별 샤인머스켓 재구입 의향 특징을 살펴보면, 월 평균 가구소득 10000~12000CNY 미만(4.43점)의 소비자들은 중국산 샤인머스켓 재구입 의향이 높은 반면, 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(4.62점)의 소비자들은 한국산 샤인머스켓 재구입 의향이 높게 나타남.

그림 4-19. 중국 소비자의 중국산/한국산 샤인머스켓 재구입 의향



주: 중국산 샤인머스켓 구입 경험자(219명), 한국산 샤인머스켓 구입 경험자(183명)를 대상으로 조사함.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-13. 중국 소비자의 연령별·소득별 중국산 샤인머스켓 재구입 의향

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 아니다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	척도 평균
전체		(219)	0.9	3.2	11.0	44.7	40.2	4.20
연령	20대	(81)	0.0	1.2	12.3	39.5	46.9	4.32
	30대	(99)	1.0	3.0	11.1	52.5	32.3	4.12
	40대	(31)	3.2	3.2	9.7	29.0	54.8	4.29
	50대 이상	(8)	0.0	25.0	0.0	62.5	12.5	3.63
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(14)	0.0	14.3	14.3	50.0	21.4	3.79
	10000~12000CNY 미만	(54)	0.0	1.9	7.4	37.0	53.7	4.43
	12000~15000CNY 미만	(56)	1.8	3.6	8.9	55.4	30.4	4.09
	15000~20000CNY 미만	(55)	0.0	1.8	12.7	49.1	36.4	4.20
	20000CNY 이상	(40)	2.5	2.5	15.0	32.5	47.5	4.20

주 1) 중국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자(219명)를 대상으로 조사함.

2) 척도평균은 전혀 아니다=1, 그렇지 않은 편이다=2, 보통이다=3, 그런 편이다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-14. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 샤인머스켓 재구입 의향

단위: 명, %

구분		사례수	전혀 아니다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	척도 평균
전체		(183)	0.0	1.6	4.9	39.3	54.1	4.46
연령	20대	(62)	0.0	1.6	4.8	46.8	46.8	4.39
	30대	(82)	0.0	1.2	4.9	37.8	56.1	4.49
	40대	(29)	0.0	3.4	0.0	31.0	65.5	4.59
	50대 이상	(10)	0.0	0.0	20.0	30.0	50.0	4.30
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(12)	0.0	8.3	25.0	33.3	33.3	3.92
	10000~12000CNY 미만	(43)	0.0	0.0	7.0	30.2	62.8	4.56
	12000~15000CNY 미만	(41)	0.0	2.4	2.4	51.2	43.9	4.37
	15000~20000CNY 미만	(48)	0.0	2.1	0.0	47.9	50.0	4.46
	20000CNY 이상	(39)	0.0	0.0	5.1	28.2	66.7	4.62

주 1) 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자(183명)를 대상으로 조사함.

2) 척도평균은 전혀 아니다=1, 그렇지 않은 편이다=2, 보통이다=3, 그런 편이다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.

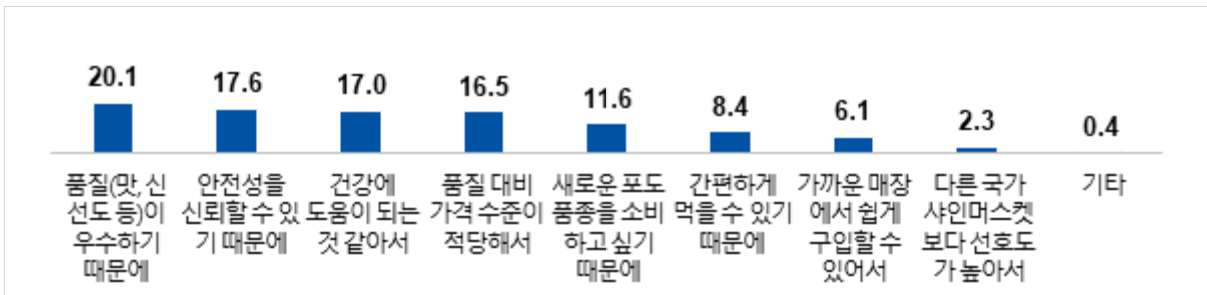
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

5) 샤인머스켓 재구입 의향 이유

- 중국 소비자들이 중국산 샤인머스켓을 다시 구입할 의향이 있는 이유로는 ‘품질이 우수하기 때문에(20.1%)’, ‘안전성을 신뢰할 수 있기 때문에(17.6%)’, ‘건강에 도움이 되는 것 같아서(17.0%)’ 등의 순서로 나타남.
- 중국 소비자들이 한국산 샤인머스켓을 다시 구입할 의향이 있는 이유로는 ‘품질이 우수하기 때문에(23.4%)’, ‘품질 대비 가격 수준이 적당해서(17.9%)’, ‘안전성을 신뢰할 수 있기 때문에(16.2%)’, ‘새로운 포도 품종을 소비하고 싶기 때문에(13.6%)’ 등의 순서로 나타남.
- 중국 소비자들은 자국산 포도가 안전성이 높은 반면, 한국산 포드는 품질이 상대적으로 더 우수하여 품질 대비 가격 수준이 적당하다고 생각하여 재구입 의향이 있는 것으로 보임.

그림 4-20. 중국 소비자의 중국산 샤인머스켓 재구입 의향 이유

단위: %

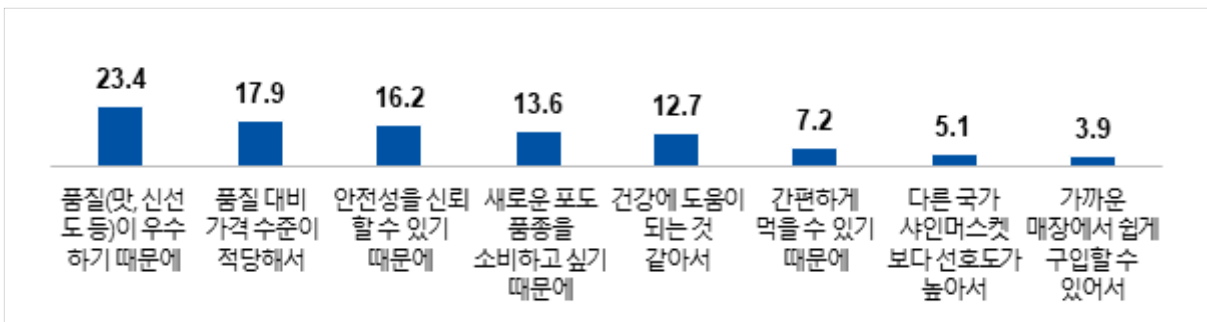


주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

그림 4-21. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 재구입 의향 이유

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

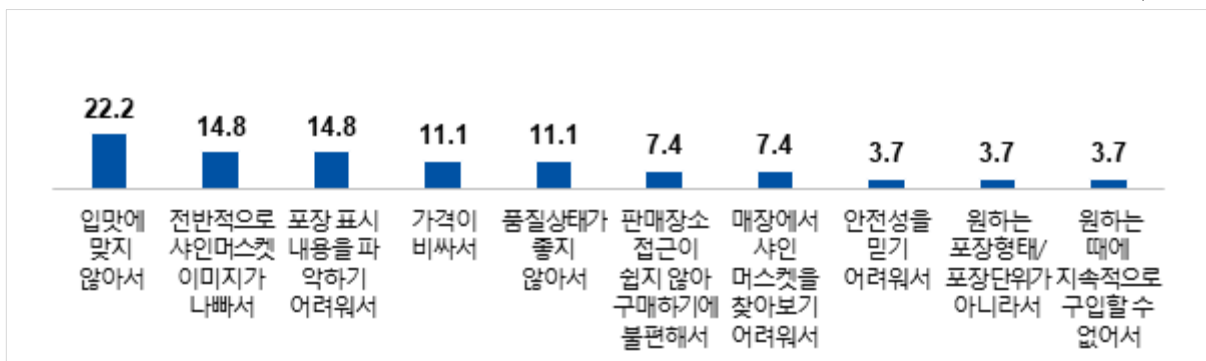
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

6) 샤인머스켓 재구입 의향이 없는 이유

- 중국 소비자들이 중국산 샤인머스켓을 다시 구입할 의향이 없는 이유로는 ‘입맛에 맞지 않아서(22.2%)’, ‘전반적으로 샤인머스켓 이미지가 나빠서(14.8%)’, ‘포장 표시 내용을 파악하기 어려워(14.8%)’, ‘가격이 비싸서(11.1%)’, ‘품질상태가 좋지 않아서(11.1%)’ 등의 순서로 나타남.

그림 4-22. 중국 소비자의 중국산 샤인머스켓 재구입 의향이 없는 이유

단위: %



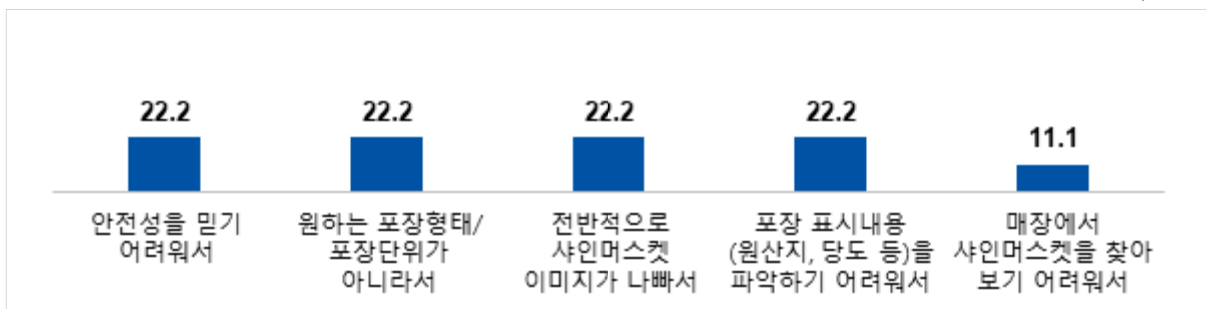
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- 중국 소비자들이 한국산 샤인머스켓을 다시 구입할 의향이 없는 이유로는 ‘안전성을 믿기 어려워(22.2%)’, ‘원하는 포장형태/포장단위가 아니라서(22.2%)’, ‘전반적으로 샤인머스켓 이미지가 나빠서(22.2%)’, ‘포장 표시내용을 파악하기 어려워(22.2%)’ 등으로 나타남.

그림 4-23. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 재구입 의향이 없는 이유

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

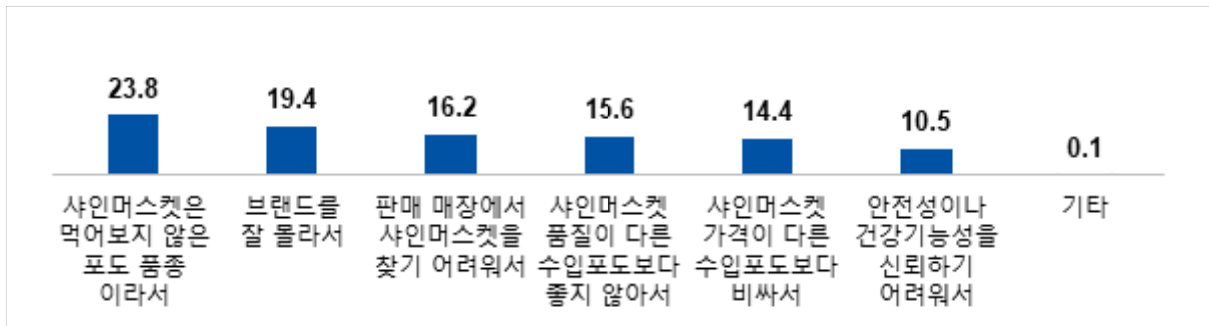
7) 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유

가. 중국산 샤인머스켓

- 중국 소비자들이 중국산 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유로는 '샤인머스켓은 먹어보지 않은 포도 품종이라서(23.8%)', '브랜드를 잘 몰라서(19.4%)', '판매 매장에서 샤인머스켓을 찾기 어려워서(16.2%)' 등의 순서로 나타남.
- 월 평균 가구소득이 20000CNY 이상인 소비자는 '판매 매장에서 샤인머스켓을 찾기 어려워서(28.8%)' 응답 비중이 가장 높게 나타남.

그림 4-24. 중국 소비자의 중국산 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-15. 중국 소비자의 연령별·소득별 중국산 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유

단위: 명, %

구분	사례 수	샤인머스켓은 먹어보지 않은 포도 품종이라서	브랜드를 잘 몰라서	판매 매장에서 샤인머스켓을 찾기 어려워서	샤인머스켓 품질이 다른 수입포도보다 나빠서	샤인머스켓 가격이 다른 수입포도보다 비싸서	안전성/건강기능성을 신뢰하기 어려워서	기타	
전체	(239)	23.8	19.4	16.2	15.6	14.4	10.5	0.1	
연령	20대	(44)	14.4	25.0	19.7	15.9	14.4	10.6	0.0
	30대	(43)	20.2	12.4	20.2	23.3	17.1	7.0	0.0
	40대	(73)	27.4	16.4	15.5	15.1	12.8	12.8	0.0
	50대 이상	(79)	27.8	22.8	12.7	11.8	14.3	10.1	0.4
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(29)	18.4	23.0	9.2	17.2	12.6	19.5	0.0
	10000~12000CNY 미만	(54)	30.2	19.1	13.0	12.3	9.9	15.4	0.0
	12000~15000CNY 미만	(59)	19.8	27.1	14.7	13.6	20.9	4.0	0.0
	15000~20000CNY 미만	(75)	24.0	15.1	18.7	19.1	12.9	10.2	0.0
	20000CNY 이상	(22)	25.8	9.1	28.8	15.2	15.2	4.5	1.5

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

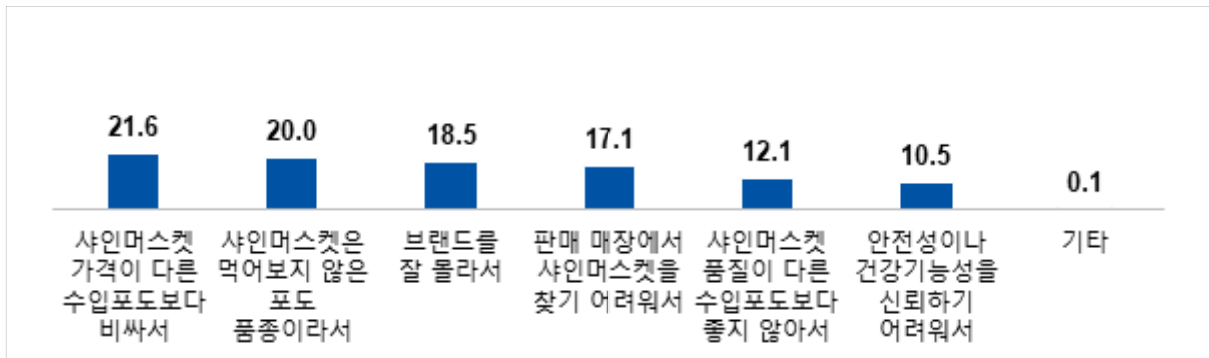
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

나. 한국산 샤인머스켓

- 중국 소비자들이 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유로는 '샤인머스켓 가격이 다른 수입포도보다 비싸서(21.6%)', '샤인머스켓은 먹어보지 않은 포도 품종이라서(20.0%)', '브랜드를 잘 몰라서(18.5%)' 등의 순서로 나타남.
- 월 평균 가구소득이 20000CNY 이상인 소비자는 '판매 매장에서 샤인머스켓을 찾기 어려워서(26.1%)' 응답 비중이 상대적으로 높게 나타남.

그림 4-25. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-16. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 없는 이유

단위: 명, %

구분	사례 수	샤인머스켓 가격이 다른 수입 포도보다 비싸서	샤인머스켓은 먹어보지 않은 포도 품종이라서	브랜드를 잘 몰라서	판매 매장에서 샤인머스켓을 찾기 어려워서	샤인머스켓 품질이 다른 수입 포도보다 나빠서	안전성/건강기능성을 신뢰하기 어려워서	기타	
전체	(275)	21.6	20.0	18.5	17.1	12.1	10.5	0.1	
연령	20대	(63)	22.2	12.7	23.8	14.8	11.1	15.3	0.0
	30대	(60)	26.1	12.2	16.1	20.6	18.3	6.7	0.0
	40대	(75)	17.8	24.0	15.1	20.4	12.4	10.2	0.0
	50대 이상	(77)	21.2	28.1	19.5	13.0	7.8	10.0	0.4
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(31)	18.3	11.8	24.7	17.2	8.6	19.4	0.0
	10000~12000CNY 미만	(65)	11.8	26.7	20.0	17.4	10.8	13.3	0.0
	12000~15000CNY 미만	(74)	25.2	23.0	22.5	14.4	7.7	7.2	0.0
	15000~20000CNY 미만	(82)	26.0	15.9	13.8	16.7	19.9	7.7	0.0
	20000CNY 이상	(23)	26.1	17.4	10.1	26.1	7.2	11.6	1.4

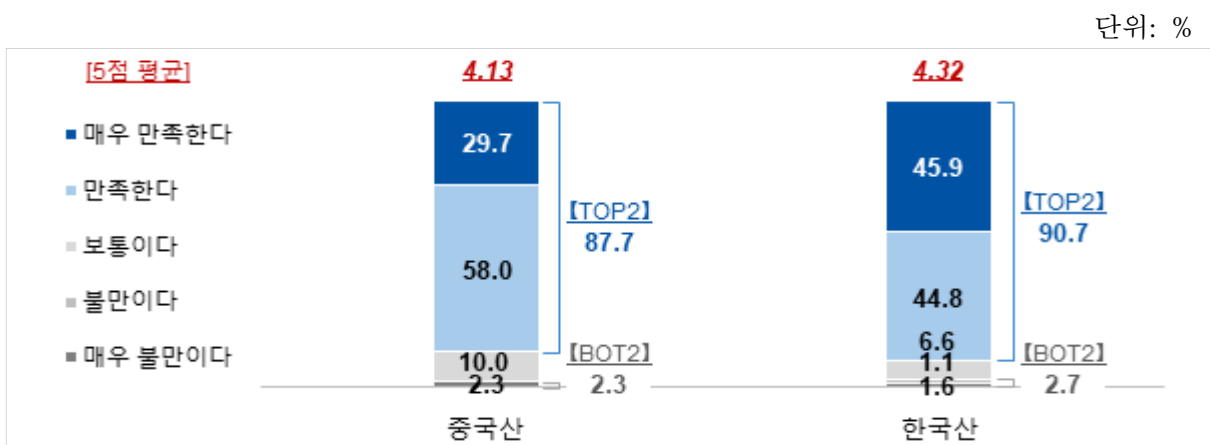
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

8) 중국산/한국산 샤인머스켓 품질 만족도

- 중국 소비자들의 중국산 샤인머스켓과 한국산 샤인머스켓에 대한 품질 측면에서의 만족도 조사결과, 중국산 샤인머스켓에 대한 품질 만족도는 5점 기준 평균 4.13점, 한국산 샤인머스켓에 대한 품질 만족도는 4.32점으로 중국산보다 높게 나타남.
- 응답자 특성별로 살펴보면, 40대와 월 평균 가구소득 20000CNY 이상 소비자의 품질 만족도가 상대적으로 높게 나타남.

그림 4-26. 중국 소비자의 중국산/한국산 샤인머스켓 품질 만족도



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-17. 중국 소비자의 연령별·소득별 중국산/한국산 샤인머스켓 품질 만족도

단위: 명, 점

구분		사례수	중국산 샤인머스켓	한국산 샤인머스켓
전체		(219)	4.13	4.32
연령	20대	(81)	4.11	4.27
	30대	(99)	4.14	4.35
	40대	(31)	4.35	4.55
	50대 이상	(8)	3.25	3.70
월 평균 가구소득	10000CNY 미만	(14)	3.64	3.83
	10000~12000CNY 미만	(54)	4.22	4.33
	12000~15000CNY 미만	(56)	4.07	4.32
	15000~20000CNY 미만	(55)	4.15	4.27
	20000CNY 이상	(40)	4.23	4.54

주 1) 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

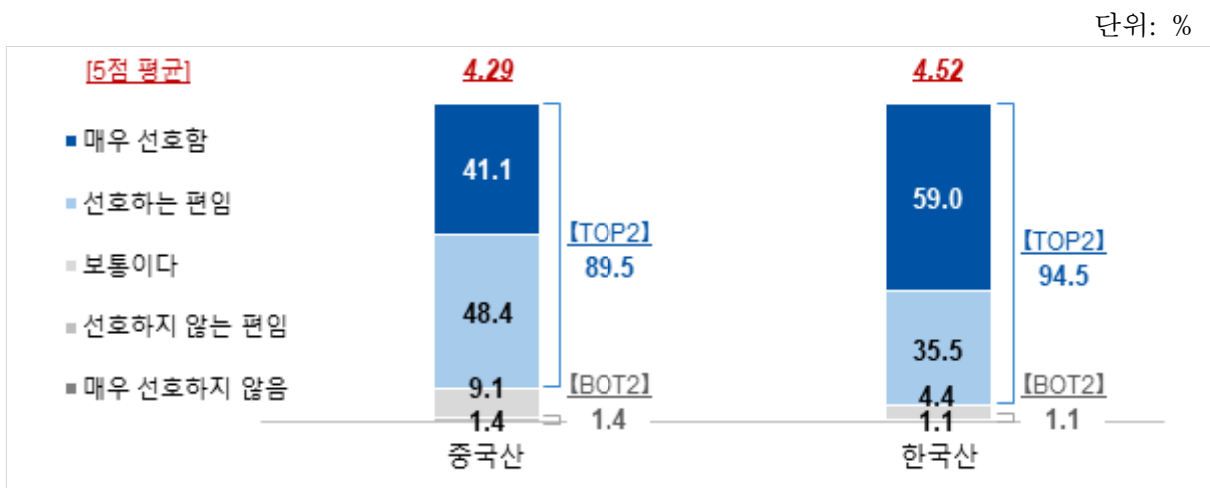
2) 척도평균은 매우 불만이다=1, 불만이다=2, 보통이다=3, 만족한다=4, 매우 만족한다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

9) 중국산/한국산 샤인머스켓 선호도

- 중국 소비자들의 중국산 샤인머스켓과 한국산 샤인머스켓에 대한 선호도를 조사한 결과, 중국산 샤인머스켓에 대한 선호도는 5점 척도 평균 기준으로 4.29점이고, 한국산 샤인머스켓에 대한 선호도는 4.52점으로 중국산보다 높게 나타남.
- 여성의 중국산 샤인머스켓과 한국산 샤인머스켓 선호도가 각각 4.39점, 4.56점으로 남성(각각 4.18점, 4.48점)보다 높은 편임. 연령대별로 중국산 샤인머스켓 선호도는 40대(4.42점)가 비교적 높았으며, 한국산 샤인머스켓 선호도는 20대(4.55점)와 30대(4.55점)가 상대적으로 높게 조사됨.

그림 4-27. 중국 소비자의 중국산/한국산 샤인머스켓 선호도



주: 중국산 샤인머스켓 구입 경험자(219명), 한국산 샤인머스켓 구입 경험자(183명)를 대상으로 조사함.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-18. 중국 소비자의 성별·소득별 중국산/한국산 샤인머스켓 선호도

		사례수	중국산 샤인머스켓	사례수	한국산 샤인머스켓
		(219)	4.29	(183)	4.52
	남성	(97)	4.18	(75)	4.48
	여성	(122)	4.39	(108)	4.56
	20대	(81)	4.36	(62)	4.55
	30대	(99)	4.27	(82)	4.55
	40대	(31)	4.42	(29)	4.52
	50대 이상	(8)	3.38	(10)	4.20

주 1) 중국산 샤인머스켓 구입 경험자(219명), 한국산 샤인머스켓 구입 경험자(183명)를 대상으로 조사함.
 2) 척도평균은 전혀 선호하지 않음=1, 선호하지 않는 편임=2, 보통이다=3, 선호하는 편임=4, 매우 선호함=5로 환산하여 평균한 값임.

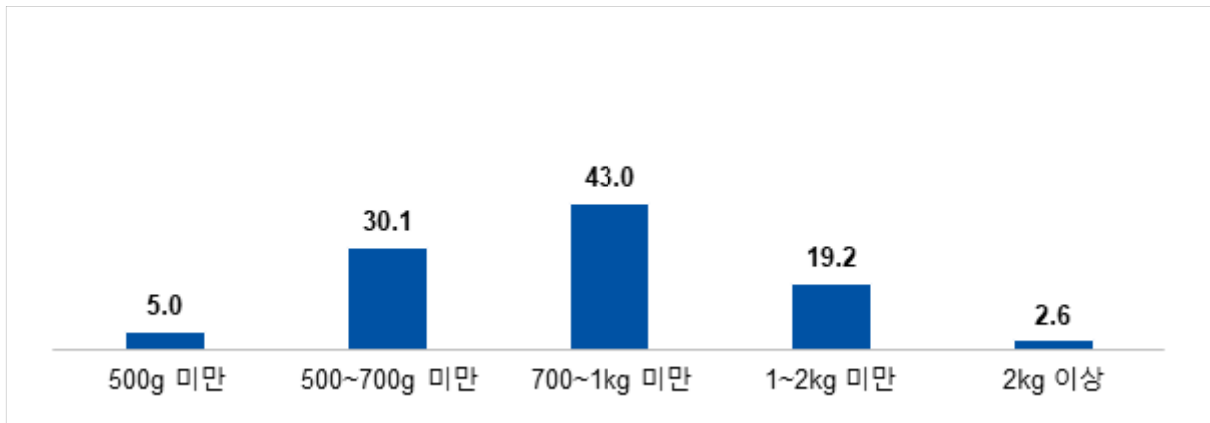
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

10) 샤인머스켓 구입 시 선호 중량

- 중국 소비자가 샤인머스켓 구입 시 선호하는 중량 조사 결과, 700g~1kg 미만 (43.0%), 500~700g 미만(30.1%), 1~2kg 미만(19.2%) 등의 순서로 나타남.
- 연령대별로 30대는 '700g~1kg 미만' 응답 비중이 절반 이상(56.3%)으로 높게 조사됨. 월 평균 가구소득이 10000CNY 미만인 소비자들은 '500~700g 미만(46.5%)'에 대한 선호도가 상대적으로 높았고, 20000CNY 이상의 소비자들은 '1~2kg 미만 (32.3%)'에 대한 선호도가 비교적 높게 나타남.

그림 4-28. 중국 소비자의 샤인머스켓 구입 시 선호 중량

단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-19. 중국 소비자의 연령별·소득별 샤인머스켓 구입 시 선호 중량

: , %

		사례수	500g	500~700g	700~1kg	1~2kg	2kg
		(458)	5.0	30.1	43.0	19.2	2.6
	20대	(125)	4.8	32.0	41.6	21.6	0.0
	30대	(142)	2.1	18.3	56.3	17.6	5.6
	40대	(104)	5.8	38.5	34.6	20.2	1.0
	50대 이상	(87)	9.2	36.8	33.3	17.2	3.4
가	10000CNY 미만	(43)	9.3	46.5	32.6	11.6	0.0
	10000~12000CNY 미만	(108)	1.9	37.0	49.1	9.3	2.8
	12000~15000CNY 미만	(115)	5.2	33.0	38.3	21.7	1.7
	15000~20000CNY 미만	(130)	5.4	22.3	47.7	21.5	3.1
	20000CNY 이상	(62)	6.5	17.7	38.7	32.3	4.8

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

11) 국가별 샤인머스켓 예측 평가

- 현재 중국 내에서 판매 가능한 샤인머스켓은 중국산과 한국산임. 하지만 샤인머스켓 중주국인 일본산 샤인머스켓의 중국 시장 진출을 가정하고서 중국산, 한국산, 일본산 샤인머스켓에 소비자 평가를 위해 조사한 것임.

가. 맛

- 중국 소비자들이 각 국가별 샤인머스켓의 맛을 예측 평가한 결과, 한국산 샤인머스켓이 4.14점으로 가장 높았고, 중국산(3.95점), 일본산(3.74점) 등의 순서로 나타남.
- 한국산 샤인머스켓의 맛에 대해 높게 평가한 응답자 특성은 30대(4.35점), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(4.47점)으로 조사됨.

표 4-20. 중국 소비자의 연령별·소득별 국가별 샤인머스켓 맛 예측 평가

		사례수	중국산	한국산	일본산
		(458)	3.95	4.14	3.74
	20대	(125)	3.99	4.10	3.85
	30대	(142)	4.04	4.35	3.92
	40대	(104)	3.96	4.13	3.62
	50대 이상	(87)	3.72	3.86	3.47
가	10000CNY 미만	(43)	3.63	3.86	3.58
	10000~12000CNY 미만	(108)	3.94	4.09	3.63
	12000~15000CNY 미만	(115)	3.99	4.10	3.85
	15000~20000CNY 미만	(130)	4.01	4.14	3.78
	20000CNY 이상	(62)	3.98	4.47	3.79

주: 척도평균은 매우 나쁘다=1, 나쁜 편이다=2, 보통이다=3, 우수한 편이다=4, 매우 우수하다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

나. 품질

- 중국 소비자들이 각 국가별 샤인머스켓의 품질을 예측 평가한 결과, 한국산 샤인머스켓이 4.16점으로 가장 높았고, 중국산(4.06점), 일본산(3.79점) 등의 순서로 나타남. 한국산 샤인머스켓의 품질에 대해 높게 평가한 응답자 특성은 30대(4.30점), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(4.45점)으로 조사됨.

표 4-21. 중국 소비자의 연령별·소득별 국가별 샤인머스켓 품질 예측 평가

		사례수	중국산	한국산	일본산
		(458)	4.06	4.16	3.79
	20대	(125)	4.16	4.18	3.93
	30대	(142)	4.09	4.30	4.01
	40대	(104)	4.00	4.13	3.62
	50대 이상	(87)	3.92	3.95	3.46
가	10000CNY 미만	(43)	3.79	3.91	3.58
	10000~12000CNY 미만	(108)	4.05	4.17	3.77
	12000~15000CNY 미만	(115)	4.10	4.20	3.90
	15000~20000CNY 미만	(130)	4.09	4.08	3.76
	20000CNY 이상	(62)	4.11	4.45	3.87

주: 척도평균은 매우 나쁘다=1, 나쁜 편이다=2, 보통이다=3, 우수한 편이다=4, 매우 우수하다=5로 환산하여 평균한 값임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

다. 안전성

- 중국 소비자들이 각 국가별 샤인머스켓의 안전성을 예측 평가한 결과, 한국산 샤인머스켓이 4.15점으로 가장 높았고, 중국산(4.13점), 일본산(3.89점) 등의 순서로 나타남.²⁷⁾ 한국산 샤인머스켓의 안전성에 대해 높게 평가한 응답자 특성은 20대(4.18점)와 30대(4.18점), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(4.37점)으로 조사됨.

표 4-22. 중국 소비자의 연령별·소득별 국가별 샤인머스켓 안전성 예측 평가

		사례수	중국산	한국산	일본산
		(458)	4.13	4.15	3.89
	20대	(125)	4.21	4.18	4.00
	30대	(142)	4.28	4.18	4.11
	40대	(104)	4.03	4.16	3.71
	50대 이상	(87)	3.89	4.02	3.60
가	10000CNY 미만	(43)	3.86	3.93	3.67
	10000~12000CNY 미만	(108)	4.08	4.19	3.80
	12000~15000CNY 미만	(115)	4.12	4.16	4.01
	15000~20000CNY 미만	(130)	4.21	4.07	3.89
	20000CNY 이상	(62)	4.24	4.37	3.98

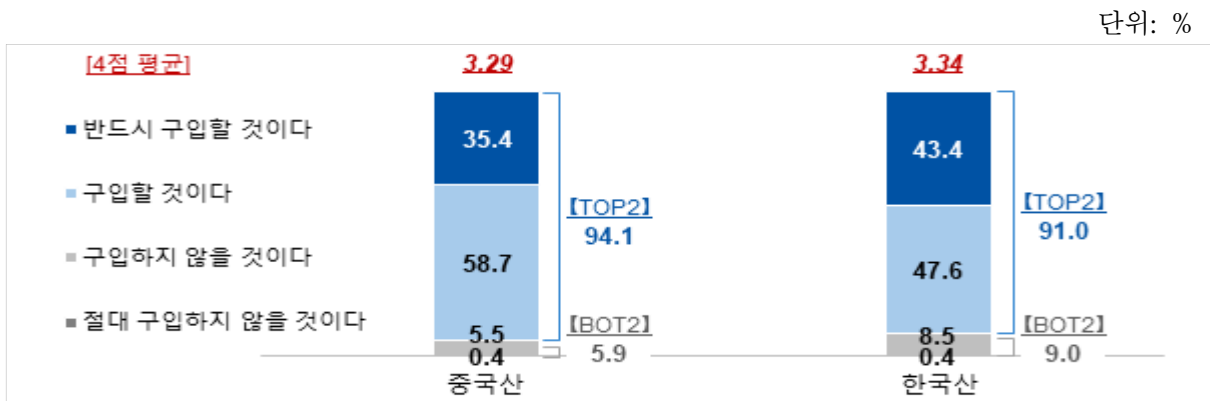
주: 척도평균은 매우 나쁘다=1, 나쁜 편이다=2, 보통이다=3, 우수한 편이다=4, 매우 우수하다=5로 환산하여 평균한 값임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

27) 2020 식품소비행태 발표대회(2020.12.18.) 자료에 따르면, 한국 소비자의 일본산 수산물에 대한 안전성 평가는 5점 기준 1.9점으로 가장 낮음. 2011년 일본 후쿠시마 원전사고로 방사능 물질 누출 이후 한국인의 소비자 평가는 낮은 수준을 유지하고 있듯이 중국 소비자도 낮게 평가하고 있음.

12) 향후 샤인머스켓 구입 의향

- 중국 소비자들의 중국산 샤인머스켓과 한국산 샤인머스켓에 대한 향후 구입 의향을 조사한 결과, 중국산의 경우 반드시 구입할 것이라는 응답이 35.4%, 구입할 것이라는 응답이 절반 이상(58.7%)이고, 한국산의 경우 반드시 구입할 것이라는 응답 비중이 43.4%, 구입할 것이라는 응답이 47.6%로 나타남.
- 응답자 특성별로 중국산 샤인머스켓 구입 의향은 30대(3.39점), 월 평균 가구 소득 15000~20000CNY 미만(3.35점)과 20000CNY 이상(3.32점) 소비자들의 응답 비중이 상대적으로 높음. 한국산의 경우 30대(3.42점), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상(3.52점) 소비자들의 응답이 비교적 높게 나타남.

그림 4-29. 중국 소비자의 향후 샤인머스켓 구입 의향



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-23. 중국 소비자의 연령별·소득별 향후 샤인머스켓 구입 의향

		사례수	중국산	한국산
		(458)	3.29	3.34
가	20대	(125)	3.29	3.23
	30대	(142)	3.39	3.42
	40대	(104)	3.21	3.38
	50대 이상	(87)	3.23	3.32
	10000CNY 미만	(43)	3.14	3.19
	10000~12000CNY 미만	(108)	3.30	3.43
	12000~15000CNY 미만	(115)	3.25	3.32
	15000~20000CNY 미만	(130)	3.35	3.25
	20000CNY 이상	(62)	3.32	3.52

주: 척도평균은 절대 구입하지 않을 것이다=1, 구입하지 않을 것이다=2, 구입할 것이다=3, 반드시 구입할 것이다=4로 환산하여 평균한 값임.

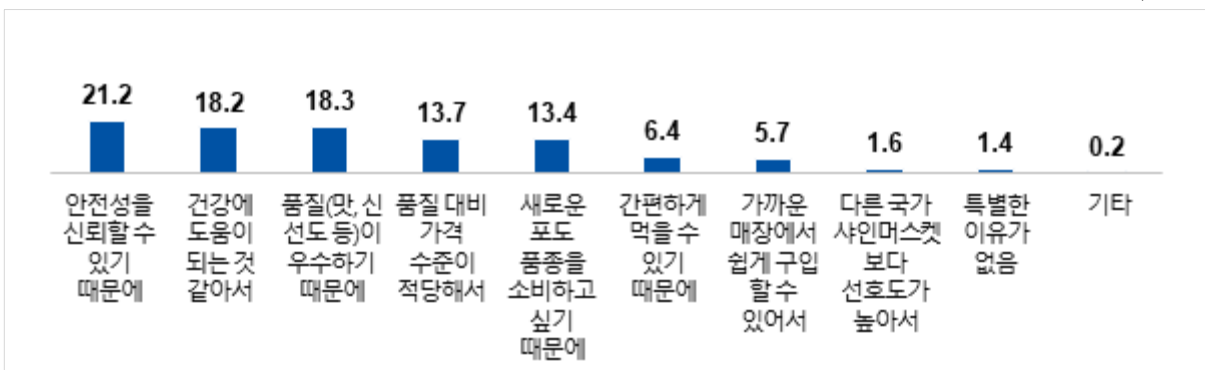
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

13) 향후 샤인머스켓 구입 의향 이유

- (중국산 샤인머스켓) 중국 소비자들이 중국산 샤인머스켓을 구입할 의향이 있는 이유는 '안전성을 신뢰할 수 있기 때문에(21.2%)', '품질이 우수하기 때문에(18.3%)', '건강에 도움이 되는 것 같아서(18.2%)', '품질 대비 가격 수준이 적당해서(13.7%)', '새로운 포도 품종을 소비하고 싶기 때문에(13.4%)' 등의 순서로 나타남.

그림 4-30. 중국 소비자의 중국산 샤인머스켓 구입 의향 이유

단위: %



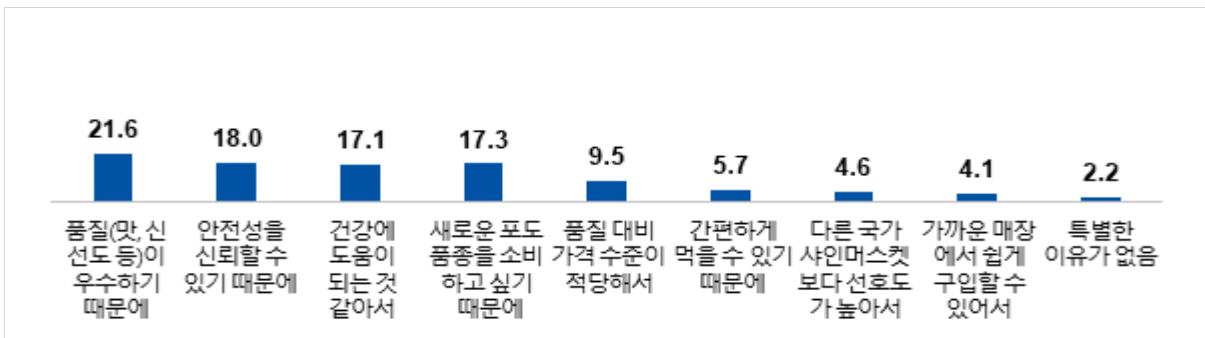
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- (한국산 샤인머스켓) 중국 소비자들이 한국산 샤인머스켓을 구입할 의향이 있는 이유는 '품질이 우수하기 때문에(21.6%)', '안전성을 신뢰할 수 있기 때문에(18.0%)', '새로운 포도 품종을 소비하고 싶기 때문에(17.3%)', '건강에 도움이 되는 것 같아서(17.1%)' 등의 순서로 나타남.

그림 4-31. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 구입 의향 이유

단위: %



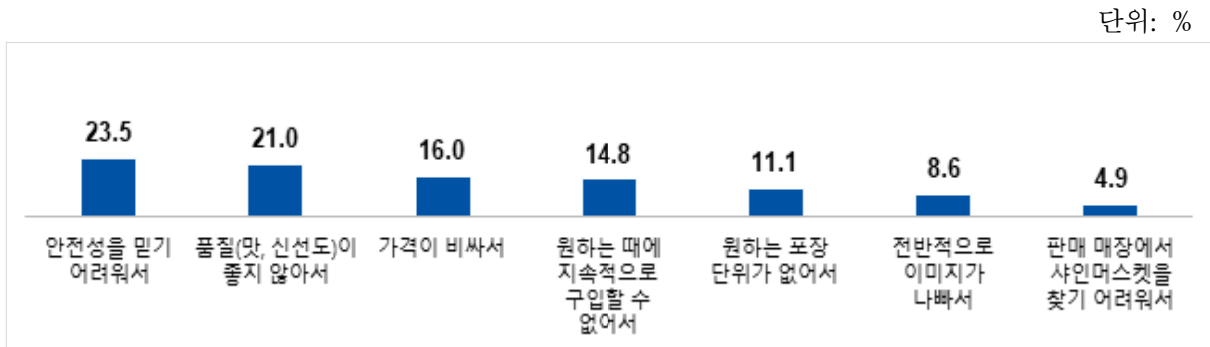
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

14) 향후 샤인머스켓 구입 의향 없는 이유

- (중국산 샤인머스켓) 중국 소비자들이 중국산 샤인머스켓을 구입할 의향이 없는 이유로는 ‘안전성을 믿기 어려워서(23.5%)’, ‘품질이 좋지 않아서(21.0%)’, ‘가격이 비싸서(16.0%)’, ‘원하는 때에 지속적으로 구입할 수 없어서(14.8%)’, ‘원하는 포장 단위가 없어서(11.1%)’ 등의 순서로 나타남.

그림 4-32. 중국 소비자의 중국산 샤인머스켓 구입 의향 없는 이유

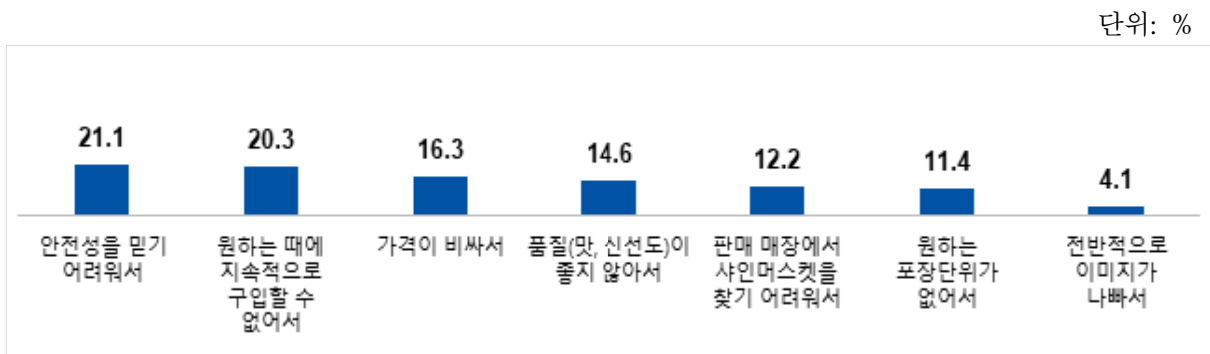


주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

- (한국산 샤인머스켓) 중국 소비자들이 한국산 샤인머스켓을 구입할 의향이 없는 이유로는 ‘안전성을 믿기 어려워서(21.1%)’, ‘원하는 때에 지속적으로 구입할 수 없어서(20.3%)’, ‘가격이 비싸서(16.3%)’, ‘품질이 좋지 않아서(14.6%)’, ‘판매 매장에서 샤인머스켓을 찾기 어려워서(12.2%)’, ‘원하는 포장 단위가 없어서(11.4%)’ 등의 순서로 나타남.

그림 4-33. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 구입 의향 없는 이유



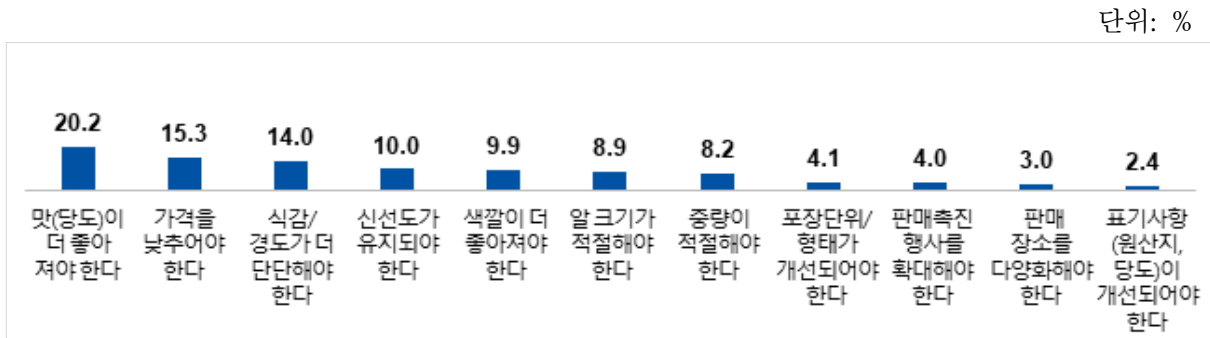
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

15) 한국산 샤인머스켓 개선사항 의견

- 중국 소비자들의 한국산 샤인머스켓에 대한 개선사항 의견으로는 ‘맛(당도)이 더 좋아져야 한다(20.2%)’는 응답 비중이 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘가격을 낮추어야 한다(15.3%)’, ‘식감/경도가 더 단단해야 한다(14.0%)’, ‘신선도가 유지되어야 한다(10.0%)’ 등의 순서로 나타남.
- 월 평균 가구소득 수준별로 10000CNY 미만은 ‘가격을 낮추어야 한다(28.7%)’는 응답 비중이 높았고, 20000CNY 이상은 ‘신선도가 유지되어야 한다(12.4%)’ 응답 비중이 다른 소득계층에 비해 비교적 높게 나타남.

그림 4-34. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 개선사항 의견



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-24. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 샤인머스켓 개선사항 의견

: , %

		사례 수	맛이 더 좋아져야 한다	가격을 낮추어야 한다	식감/경도가 더 단단해야 한다	신선도가 유지되어야 한다	색깔이 더 좋아져야 한다	알 크기가 적절해야 한다	중량이 적절해야 한다	기타
		(458)	20.2	15.3	14.0	10.0	9.9	8.9	8.2	13.5
가	20대	(125)	21.3	18.7	11.2	11.7	9.3	6.9	5.3	15.6
	30대	(142)	22.1	12.7	14.3	11.5	7.7	7.7	8.2	15.8
	40대	(104)	18.3	15.1	16.3	7.1	13.1	9.9	11.5	8.7
	50대 이상	(87)	17.6	14.9	14.6	8.8	10.3	12.3	8.4	13.1
	10000CNY 미만	(43)	18.6	28.7	15.5	8.5	9.3	7.0	2.3	10.1
	10000~12000CNY 미만	(108)	20.4	9.6	17.3	6.8	15.1	8.6	10.8	11.4
	12000~15000CNY 미만	(115)	22.9	18.0	12.5	10.1	7.8	8.1	8.7	11.9
	15000~20000CNY 미만	(130)	21.0	14.1	15.4	12.1	9.0	9.7	6.9	11.8
	20000CNY 이상	(62)	14.0	13.4	7.0	12.4	7.0	10.2	9.7	26.3

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

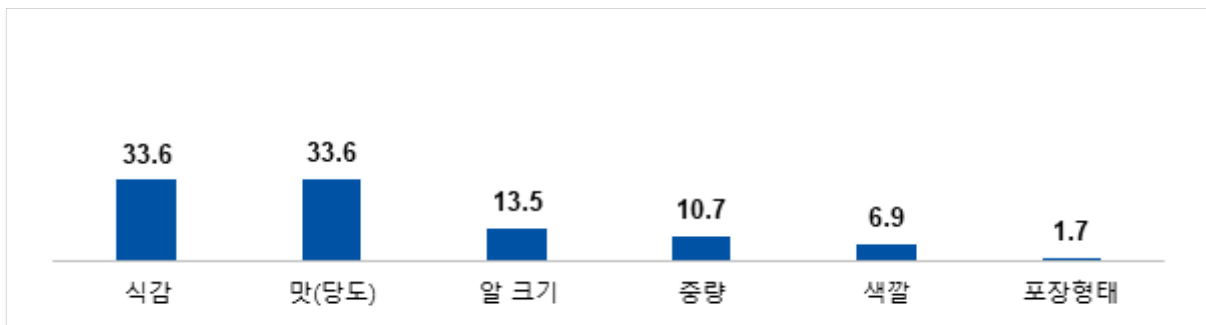
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

16) 한국산 샤인머스켓 구매 시 선호속성

- 중국 소비자들의 한국산 샤인머스켓 구매 시 선호속성을 조사한 결과, 식감과 맛(당도)를 고려한다는 응답 비중이 각각 33.6%로 가장 높았고, 그 다음으로는 알 크기(13.5%), 중량(10.7%), 색깔(6.9%) 등의 순서로 나타남.
- 연령대별로 20대는 '식감(36.0%)'과 '맛(당도)(36.3%)', 50대 이상은 '알 크기(16.1%)' 응답 비중이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높음.
- 월 평균 가구소득 20000CNY 이상 소비자는 '식감(37.6%)', '맛(당도)(36.0%)' 비중이 높게 나타남.

그림 4-35. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 구매 시 선호속성

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-25. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 샤인머스켓 구매 시 선호속성

: , %

		사례수	식감	맛(당도)	알 크기	중량	색깔	포장형태
		(458)	33.6	33.6	13.5	10.7	6.9	1.7
가	20대	(125)	36.0	36.3	9.3	8.5	8.3	1.6
	30대	(142)	33.6	33.1	14.1	11.5	5.9	1.9
	40대	(104)	33.7	29.2	15.4	12.5	8.0	1.3
	50대 이상	(87)	29.9	36.0	16.1	10.3	5.4	2.3
	10000CNY 미만	(43)	37.2	45.0	7.8	3.9	5.4	0.8
	10000~12000CNY 미만	(108)	35.2	29.0	17.0	7.4	9.6	1.9
	12000~15000CNY 미만	(115)	34.5	32.2	10.7	14.2	6.7	1.7
	15000~20000CNY 미만	(130)	28.2	33.8	15.1	13.6	6.9	2.3
	20000CNY 이상	(62)	37.6	36.0	12.9	8.6	3.8	1.1

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

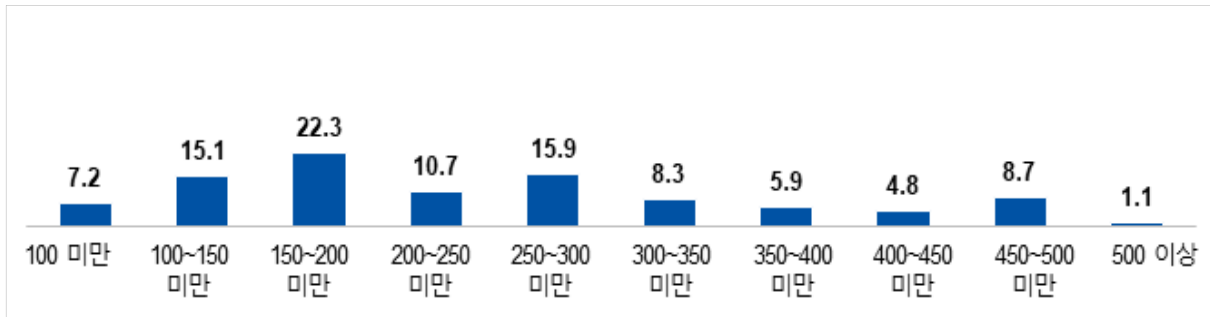
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

17) 한국산 샤인머스켓 구입 희망가격

- 중국산 샤인머스켓 한 송이 가격을 100이라고 가정할 때, 중국 소비자들의 한국산 샤인머스켓 구입 희망 가격은 '150~200 미만(22.3%)' 비중이 가장 높았고, 그 다음으로는 '250~300 미만(15.9%)', '100~150 미만(15.1%)' 등의 순서로 나타남.
- 연령대별로 20대는 '250~300 미만(20.8%)', 30대는 '200~250 미만(18.3%)', 40대는 '150~200 미만(32.7%)' 응답 비중이 비교적 높게 나타남.
- 월 평균 가구소득 20000CNY 이상 소비자들은 '250~300 미만(17.7%)' 비중이 다른 소득계층에 비해 비교적 높게 나타남.

그림 4-36. 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 구입 희망가격

단위: %



주: 한국농수산식품유통공사 지구촌리포트 91호(2019.11.)에 따르면 중국 내 샤인머스켓 판매가격 (1kg 기준)은 한국산 샤인머스켓이 약 500위안, 중국산 샤인머스켓이 약 100~200위안임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-26. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 샤인머스켓 구입 희망가격

: , %

		사례수	100 미만	100~150 미만	150~200 미만	200~250 미만	250~300 미만	300~400 미만	400~500 미만	500 이상
		(458)	7.2	15.1	22.3	10.7	15.9	8.3	5.9	4.8
	20대	(125)	7.2	14.4	24.0	11.2	20.8	8.0	3.2	2.4
	30대	(142)	6.3	14.8	15.5	18.3	18.3	8.5	7.0	7.0
	40대	(104)	4.8	18.3	32.7	4.8	8.7	4.8	8.7	3.8
	50대 이상	(87)	11.5	12.6	18.4	4.6	13.8	12.6	4.6	5.7
가	10000CNY 미만	(43)	14.0	9.3	30.2	14.0	16.3	7.0	4.7	2.3
	10000~12000CNY 미만	(108)	4.6	11.1	24.1	12.0	16.7	4.6	8.3	1.9
	12000~15000CNY 미만	(115)	7.0	18.3	18.3	9.6	16.5	9.6	5.2	7.8
	15000~20000CNY 미만	(130)	7.7	16.9	25.4	11.5	13.8	10.0	4.6	4.6
	20000CNY 이상	(62)	6.5	16.1	14.5	6.5	17.7	9.7	6.5	6.5

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

4.3. 한국산 농식품 이미지 및 소비행동

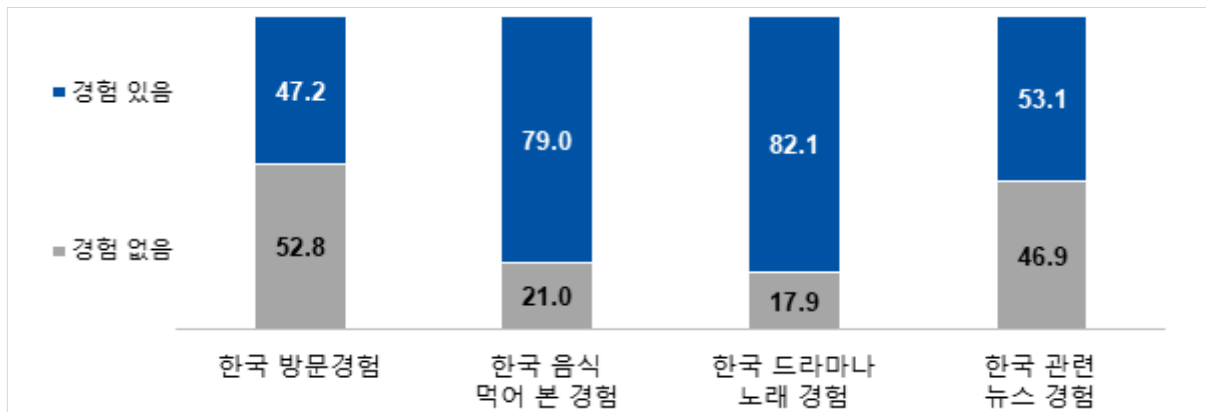
4.3.1. 한국산 농식품 경험 및 이미지

1) 한국 관련 경험 유무

- 중국 소비자들이 ‘한국을 방문한 경험이 있다’는 응답이 47.2%이고, ‘한국 음식을 먹어 본 경험이 있다(79.0%)’, ‘한국 드라마나 노래를 경험하고 즐기는 편이다(82.1%)’, ‘한국 관련 뉴스를 관심있게 보는 편이다(53.1%)’로 나타남.
- 월 평균 가구소득 수준별로는 20000CNY 이상의 소비자들이 한국과 관련된 모든 경험에 대한 응답 비중이 다른 소득계층에 비해 높게 조사됨.

그림 4-37. 중국 소비자의 한국 관련 경험 유무

단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-27. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국 관련 경험 유무

: , %

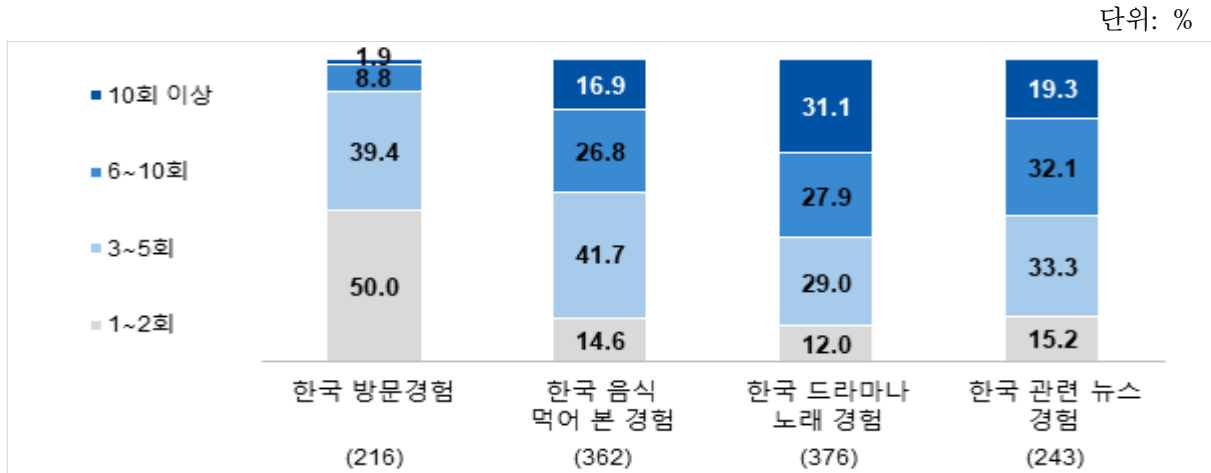
	사례수	한국 방문 경험		한국 음식 먹어 본 경험		한국 드라마나 노래 경험		한국 관련 뉴스 경험		
		있음	없음	있음	없음	있음	없음	있음	없음	
	(458)	47.2	52.8	79.0	21.0	82.1	17.9	53.1	46.9	
연령	20대	(125)	52.0	48.0	86.4	13.6	84.0	16.0	49.6	50.4
	30대	(142)	54.2	45.8	78.2	21.8	81.0	19.0	60.6	39.4
	40대	(104)	44.2	55.8	73.1	26.9	93.3	6.7	61.5	38.5
	50대 이상	(87)	32.2	67.8	77.0	23.0	67.8	32.2	35.6	64.4
가	10000CNY 미만	(43)	41.9	58.1	65.1	34.9	67.4	32.6	48.8	51.2
	10000~12000CNY 미만	(108)	45.4	54.6	82.4	17.6	85.2	14.8	64.8	35.2
	12000~15000CNY 미만	(115)	41.7	58.3	80.9	19.1	85.2	14.8	41.7	58.3
	15000~20000CNY 미만	(130)	44.6	55.4	73.8	26.2	77.7	22.3	46.9	53.1
	20000CNY 이상	(62)	69.4	30.6	90.3	9.7	90.3	9.7	69.4	30.6

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

2) 한국 관련 경험 횟수

- 중국 소비자들의 한국 방문 경험 횟수는 1~2회가 절반 수준(50.0%)이고, 한국 음식을 먹어 본 경험 횟수는 3~5회(41.7%), 한국 드라마나 노래 경험 횟수는 10회 이상(31.1%), 한국 관련 뉴스 경험 횟수는 3~5회(33.3%)가 높은 비중을 차지함.

그림 4-38. 중국 소비자의 한국 관련 경험 횟수



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

3) 한국산 농식품 구입/소비 경험 유무

- 중국 소비자의 75.8%는 한국산 농식품을 구입 및 소비한 경험이 있다고 응답함.
 - 연령대별로는 30대(83.8%), 소득수준별로는 월 평균 가구소득 20000CNY 이상 소비자(90.3%)의 한국산 농식품 구입 및 소비 경험 비중이 높았음.

표 4-28. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 농식품 구입/소비 경험 유무

: , %

		사례수	경험 있다	경험 없다
		(458)	75.8	24.2
	20대	(125)	76.8	23.2
	30대	(142)	83.8	16.2
	40대	(104)	76.9	23.1
	50대 이상	(87)	59.8	40.2
가	10000CNY 미만	(43)	72.1	27.9
	10000~12000CNY 미만	(108)	77.8	22.2
	12000~15000CNY 미만	(115)	76.5	23.5
	15000~20000CNY 미만	(130)	67.7	32.3
	20000CNY 이상	(62)	90.3	9.7

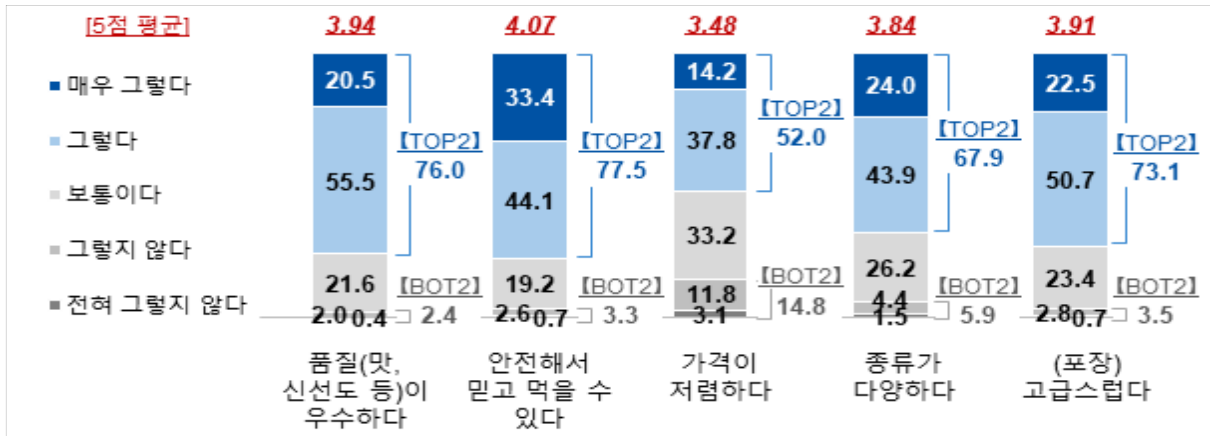
자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

4) 한국산 농식품에 대한 이미지

- 중국 소비자들이 생각하는 한국산 농식품에 대한 이미지는 안전해서 믿고 먹을 수 있다는 평가가 5점 척도 평균 기준 4.07점으로 가장 높았고, 그 다음으로는 '품질(맛, 신선도 등)이 우수하다(3.94점)', '(포장)고급스럽다(3.91점)', '종류가 다양하다(3.84점)' 등의 순서로 나타남.
- 소득수준별로 월 평균 가구소득 20000CNY 이상의 소비자들이 '품질이 우수하다(4.19점)', '안전해서 믿고 먹을 수 있다(4.34점)', '가격이 저렴하다(3.61점)', '종류가 다양하다(4.08점)' 응답 비중이 다른 소득계층에 비해 상대적으로 높음.

그림 4-39. 중국 소비자의 한국산 농식품에 대한 이미지

단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-29. 중국 소비자의 연령별·소득별 한국산 농식품에 대한 이미지

		사례수	품질이 우수하다	안전해서 믿고 먹을 수 있다	가격이 저렴하다	종류가 다양하다	(포장) 고급스럽다
		(458)	3.94	4.07	3.48	3.84	3.91
	20대	(125)	3.86	4.00	3.27	3.70	3.82
	30대	(142)	4.03	4.23	3.72	3.90	3.99
	40대	(104)	3.99	4.06	3.55	3.90	3.95
	50대 이상	(87)	3.84	3.92	3.32	3.90	3.90
가	10000CNY 미만	(43)	3.63	3.84	3.37	3.79	3.79
	10000~12000CNY 미만	(108)	3.95	4.02	3.54	3.84	3.85
	12000~15000CNY 미만	(115)	3.91	4.13	3.48	3.77	3.82
	15000~20000CNY 미만	(130)	3.92	4.01	3.42	3.82	3.96
	20000CNY 이상	(62)	4.19	4.34	3.61	4.08	4.19

주: 척도평균은 전혀 그렇지 않다=1, 그렇지 않다=2, 보통이다=3, 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

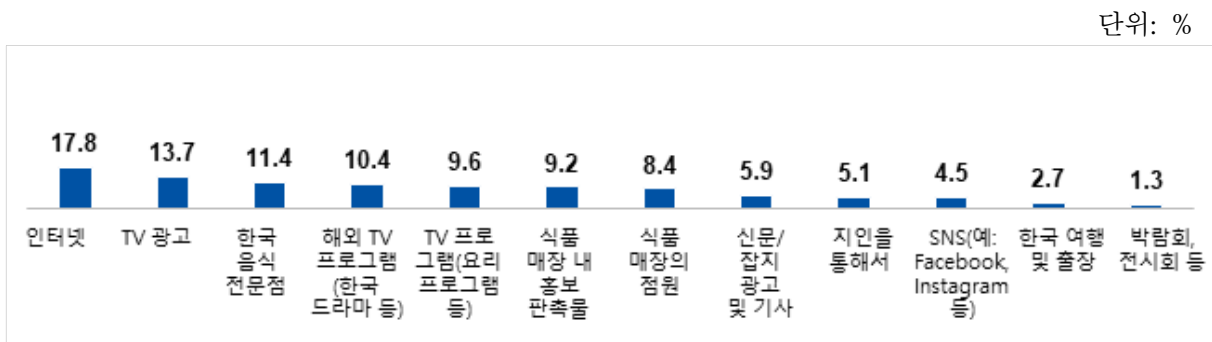
4.3.2. 농식품에 대한 소비행동

1) 농식품에 대한 정보 획득 방법

○ 중국 소비자들이 농식품에 대한 정보를 획득하는 방법은 ‘인터넷(17.8%)’ 비중이 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘TV 광고(13.7%)’, ‘한국 음식 전문점(11.4%)’, ‘해외 TV프로그램(한국 드라마 등)(10.4%)’ 등의 순서로 나타남.

- 월 평균 가구소득 20000CNY 이상의 소비자들이 인터넷(21.5%) 비중이 비교적 높게 나타남.

그림 4-40. 중국 소비자의 농식품에 대한 정보 획득 방법



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-30. 중국 소비자의 연령별·소득별 농식품에 대한 정보 획득 방법

: , %

	사례수	인터넷	TV 광고	한국 음식 전문점	해외 TV 프로그램(한국 드라마 등)	TV 프로그램(요리 프로그램 등)	식품 매장 내 홍보 판촉물	식품 매장의 점원	신문/잡지 광고 및 기사	기타	
	(458)	17.8	13.7	11.4	10.4	9.6	9.2	8.4	5.9	13.6	
연령	20대	(125)	19.6	12.5	10.9	11.5	8.7	8.3	6.7	6.5	15.3
	30대	(142)	17.0	14.1	11.7	11.6	10.3	9.7	8.5	4.2	12.9
	40대	(104)	16.7	14.4	12.0	11.1	10.7	7.7	7.9	6.4	13.1
	50대 이상	(87)	17.8	14.0	10.5	6.3	8.6	11.3	11.5	7.1	12.9
가	10000CNY 미만	(43)	16.7	17.1	7.4	10.5	15.1	5.8	9.3	7.8	10.3
	10000~12000CNY 미만	(108)	16.5	11.9	14.2	13.3	7.7	9.7	6.6	6.6	13.5
	12000~15000CNY 미만	(115)	16.5	15.8	12.5	11.9	8.3	9.7	7.8	4.3	13.2
	15000~20000CNY 미만	(130)	18.6	14.1	9.1	7.9	10.5	9.5	9.2	7.1	14.0
	20000CNY 이상	(62)	21.5	9.9	11.8	8.1	9.9	8.9	10.2	3.8	15.9

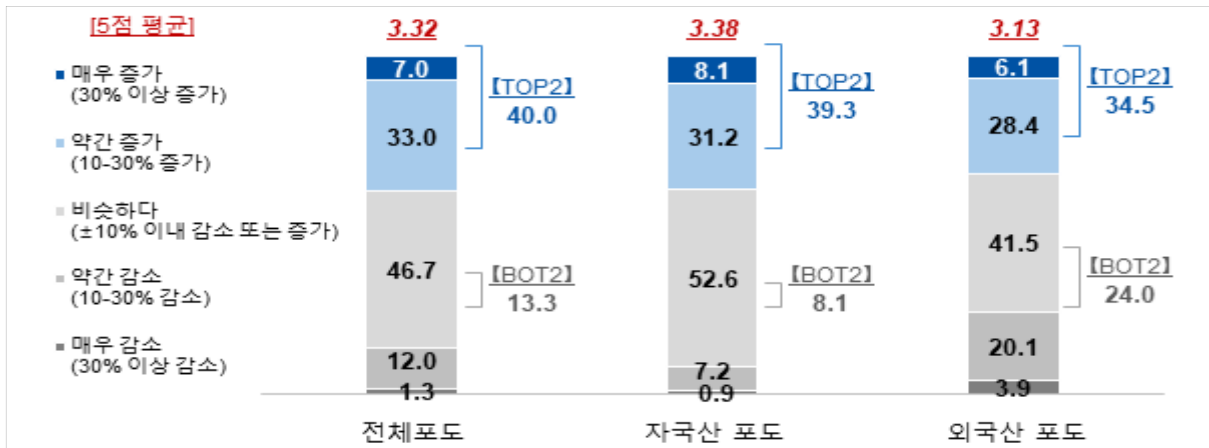
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×3+2순위×2+3순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.
 자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

2) '코로나19' 이후 포도 지출액 변화

- 중국 소비자들은 '코로나19' 이후 포도 지출액이 코로나19 이전에 비해 약간 증가하여 5점 척도 기준 3.32점으로 나타남. 그 중 외국산 포도에 대한 지출액 변화(3.13점)보다는 자국산 포도에 대한 지출액 변화(3.38점)으로 더 크게 나타남.
 - 중국 소비자들의 '코로나19' 이후 가구의 포도 지출액 변화를 조사한 결과, 포도 지출액이 증가하였다(약간 증가+매우 증가)는 응답 비중이 전체 포도 40.0%, 자국산 포도 39.3%, 외국산 포도 34.5%로 나타남.
 - 30대와 월 평균 가구소득 20000CNY 이상의 소비자들이 가구의 포도 지출액 변화가 다른 계층에 비해 상대적으로 높게 나타났음.

그림 4-41. 중국 소비자의 '코로나19' 이후 가구의 포도 지출액 변화

단위: %



자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

표 4-31. 중국 소비자의 연령별·소득별 '코로나19' 이후 가구의 포도 지출액 변화

		사례수	전체 포도	자국산 포도	외국산 포도
		(458)	3.32	3.38	3.13
	20대	(125)	3.20	3.34	2.94
	30대	(142)	3.44	3.56	3.20
	40대	(104)	3.23	3.27	3.19
	50대 이상	(87)	3.43	3.31	3.21
가	10000CNY 미만	(43)	3.00	3.16	3.07
	10000~12000CNY 미만	(108)	3.28	3.34	3.19
	12000~15000CNY 미만	(115)	3.31	3.39	3.12
	15000~20000CNY 미만	(130)	3.36	3.36	3.05
	20000CNY 이상	(62)	3.56	3.65	3.24

주: 척도평균은 매우 감소=1, 약간 감소=2, 비슷=3, 약간 증가=4, 매우 증가=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 중국 포도 소비자 458명 대상 설문조사 결과(한국농촌경제연구원, 2020. 9)

4.4. 시사점

□ 포도 구매 행태

- 중국 소비자의 포도 주 구입 시기는 7~9월이 45.6%로 가장 높지만, 계절과 무관하게 포도를 구입하는 소비자 비중도 43.7%로 높은 편임.
 - 중국 샤인머스켓 주 재배지역은 운남성과 광시성으로 주출하기가 4월~7월말임. 포도가 연중 소비되는 비중이 높고 추석과 설 명절 선물용 수요가 높기 때문에 고품질 포도 생산품으로 중국 수출시장을 공략할 필요가 있음.
- 소비자가 포도 구입 시 가장 중요하게 고려하는 기준은 맛(27.0%), 신선도(19.3%)로 나타남. 한국산 포도의 중국 시장 진출 시 가장 중점적으로 갖춰야 할 요건은 맛(당도)과 신선도 유지로 해석됨.
 - 한국산 샤인머스켓 수출 시 콜드체인을 통한 신선도 등 품질 유지에 각별히 신경을 써야 할 필요가 있음. 또한 한국산 포도가 수출시장에서 고품질 상품으로 평가받기 위해서는 샤인머스켓의 재배 및 수확후관리기술을 정립하고 수출농가에 보급시키기 위한 교육이 필요할 것으로 보임.

□ 소비자 선호 특성

- 중국 소비자들은 알 크기가 크고(12g, 77.3%), 육질이 아삭하며(80.1%), 씨가 없는 포도(88.4%), 껍질째 섭취하는 포도(69.7%), 신맛보다는 단맛이 나는 포도(48.9%)를 선호하는 편임. 선호 색상은 연녹색이 47.8%로 높은 편이어서 샤인마켓 품종이 중국 수출 주력 품종으로 적합한 것으로 판단됨.
- 중국 소비자들이 샤인머스켓을 선호함에 따라 가격이 높은 편이어서 중국 내 샤인머스켓 재배면적이 급속히 확대되고 있음. 중국 내 샤인머스켓과 차별화하기 위해서는 국내 재배기술을 기반으로 고품질의 샤인머스켓을 생산하여 수출해야 할 것임.
- 중국 소비자의 한국산 샤인머스켓 선호 속성은 식감(33.6%), 맛(33.6%), 알 크기(13.5%), 중량(10.7%), 색깔(6.9%) 순서로 나타남. 한편, 한국산 샤인머스켓의 개선사항으로는 맛(당도)(20.2%), 가격(15.3%), 식감/경도(14.0%), 신선도(10.0%)로 나타남.
 - 특히 저소득층은 가격을, 고소득층은 신선도 유지를 개선사항으로 꼽음. 따라서 고소득층을 샤인머스켓의 우선 타깃계층으로 삼기 위해서는 신선도 유지 측면을 중점적으로 관리할 필요가 있음.

□ 수출시장 경쟁력

- 중국 시장에서 한국산 샤인머스켓의 경쟁제품은 중국산 샤인머스켓임.
- 중국 소비자들은 선물용 포도 선호 국가는 한국산(33.9%), 호주산(14.5%), 칠레산(14.0%), 페루산(9.4%) 순서이며, 특히 월 평균 가구소득 20000CNY 이상 고소득 소비자는 선물용 뿐만아니라 일상소비용으로 한국산 샤인머스켓을 가장 선호하는 것(39.2%, 40.3%)으로 조사됨.
- 따라서 월 평균 가구소득 **20000CNY 이상인 고소득층을 주요 타겟**으로 하여 한국산 샤인머스켓을 공략해야 할 것임.

□ 한국산 샤인머스켓 인지도 및 만족도

- 한국산 샤인머스켓이 중국으로 수입되고 있음을 알고 있는 중국 소비자 비중은 81.2%로 나타나 대체로 한국산 샤인머스켓에 대한 인식 비중이 높은 것으로 조사됨. 한국산 샤인머스켓을 구입해본 경험이 있는 소비자 비중은 40.0%로 나타남.
- 한국산 샤인머스켓을 구입한 경험이 있는 중국 소비자의 재구입의향 비중이 93.4%로 매우 높기 때문에 첫 구매율을 높힐 필요가 있음. 따라서 선물용 수요가 높은 명절시기 등에 구매 유도를 위한 마케팅 홍보가 필요함.
- 한국산 샤인머스켓 구입 경험이 있는 소비자들 대상으로 한국산 샤인머스켓의 품질(맛)에 대한 만족도를 평가한 결과, 품질(맛)에 대한 만족도는 5점 만점을 기준으로 4.32점으로 나타남. 반면에 중국산 샤인머스켓 구입 경험 소비자의 품질(맛)에 대한 만족도는 4.13점임. 중국산 샤인머스켓 물량이 늘어나고 있고, 중국산 샤인머스켓을 한국산으로 둔갑시켜 판매할 수 있기 때문에 원산지 증명원을 동봉하고 브랜드를 철저히 관리할 필요가 있음.
- 중국 시장에서의 한국산 포도 판매 확대를 위해서는 품질 및 이미지 관리를 지속적으로 해야할 것으로 판단됨.

표 4-32. 중국 수출시장 포도 소비 특성 요약

구분		중국
포도 구입 시 고려사항		· 맛(27.0%), 신선도(19.3%), 품종(15.5%), 안전성(13.3%), 가격(11.9%)
선호 특성		· 알 크기 큼(12g, 77.3%), 육질이 아삭(80.1%), 씨가 없는 포도(88.4%), 껍질째 섭취하는 포도(69.7%), 신맛보다는 단맛이 나는 포도(48.9%)
선호 색상		· 연녹색(47.8%)
선물용 포도 선호 국가		· 선물용: 한국산(33.9%), 호주산(14.5%), 칠레산(14.0%), 페루산(9.4%) · 월 평균 가구소득 20000CNY 이상인 소비계층은 한국산 샤인머스켓에 대한 선호도가 높음.
한국산 샤인머스켓	수입 인지도	· 한국산 샤인머스켓 수입 인지 81.2% · 인지자 중 92.5% 중국 내 매장 목격 경험
	소비경험 및 구입의향	· 구입 및 소비경험 40.0%(한국산), 47.8%(중국산) · 재구입의향: 구입/소비 경험자 중 93.4%(한국산), 84.9%(중국산) · (구입/소비 비경험자 포함) 향후 구입의향: 91.0%(한국산), 94.1%(중국산)
	품질(맛) 만족도	· (중국산) 긍정적 평가 87.7%, 5점 척도평균 기준 4.13점 · (한국산) 긍정적 평가 90.7%, 5점 척도평균 기준 4.32점
	선호도	· (중국산) 긍정적 평가 89.5%, 5점 척도평균 기준 4.29점 · (한국산) 긍정적 평가 94.5%, 5점 척도평균 기준 4.52점
	선호 중량	· 700g~1kg 미만(43.0%), 500~700g 미만(30.1%), 1~2kg 미만(19.2%) · 월 평균 가구소득 10000CNY 미만: 500~700g 미만(46.5%), 월 평균 가구소득 20000CNY 이상: 1~2kg 미만(32.3%)
	선호 속성	· 식감(33.6%), 맛(33.6%), 알 크기(13.5%), 중량(10.7%), 색깔(6.9%)
	개선사항	· 맛(당도)(20.2%), 가격 하락(15.3%), 식감/경도(14.0%), 신선도(10.0%) - 특히 저소득층은 가격 하락을, 고소득층은 신선도 유지가 높은 편임.
농식품 정보 획득		· ‘ (17.8%) ’ TV (13.7%); ‘ (11.4%); ‘ TV () (10.4%) ’

5. 한국산 샤인머스켓 중국시장 수출 확대 방안

그림 5-1. 한국산 샤인머스켓 중국시장 수출 확대 방안

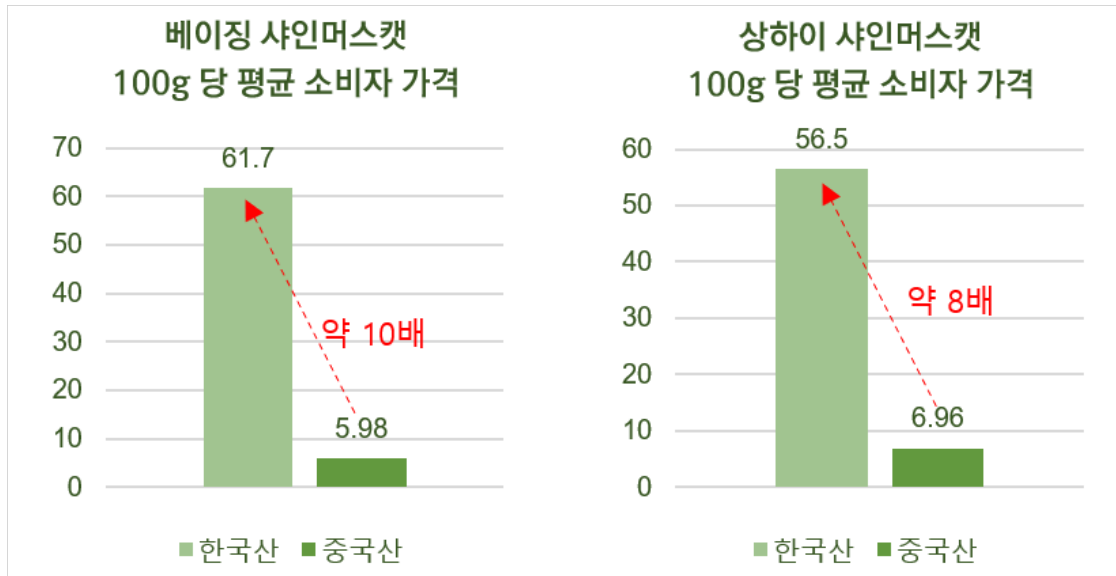


1) 한국산 샤인머스켓 프리미엄 전략 강화

- 중국 현지 시장 조사 결과, 한국산 샤인머스켓의 평균 소비자가격은 100g당 61.7위안(한화 약 10,569원, 베이징), 56.5위안(한화 약 9,678원, 상하이)으로 중국산 경쟁제품 평균가격인 5.98위안(한화 약 1,024원, 베이징), 6.96위안(한화 약 1,192원, 상하이)보다 8~10배 정도 높은 고가의 수입과일로 여겨짐. 따라서,

구매력이 있는 1980, 1990년대생의 젊은 부모 또는 중장년층을 타깃으로 중국산 샤인머스켓에 비해 한국산 샤인머스켓의 높은 품질을 강조하고, 원산지 및 콜드체인 유통을 통한 신선함을 강조한 홍보를 통해 타깃 수요층을 끌어내야 함. 다양한 선물용 패키징을 개발하여 중산층이 특별한 날에 선물용으로 소비할 수 있도록 프리미엄 전략을 강화하는 것이 좋을 것으로 판단됨.

그림 5-2. 중국 지역별, 산지별 샤인머스켓 100g당 평균 소비자가격



자료: 중국 베이징과 상하이의 중국산과 한국산 샤인머스켓 경쟁제품 총 21개 조사결과임.

2) 중국 소비자 선호 품질 기준에 맞춘 샤인머스켓 수출 필요

- 현지 바이어 인터뷰에 따르면, 샤인머스켓은 당도 17~20브릭스, 수당 500g~1kg인 제품이 개인소비용과 선물용 모두에 적합함. 일반적으로 고품질의 종이상자로 된 외부포장이 선물용으로 인기 있으며, 스티로폼 완충재로 내부 개별포장하여 샤인머스켓 알의 형태가 손상되지 않게 보호하도록 패키징을 해야 함. 2kg 규격의 종이상자에 포장된 과일 용량은 평균 1.5kg으로, 수당 500g~1kg인 반면, 1수 개별 판매되는 경우 수당 1~2kg인 것으로 조사됨. 한국포도회에 따르면 수당 1kg이 넘는 과다 결실은 당도를 저하시키는 요인으로 작용하므로, 중국 수출용 적정 품질 기준에 따르는 것이 중요함. 이는 여타 주요 수출국인 베트남, 홍콩, 일본과 차별화된 기준으로, 중국 소비자의 선호도에 맞춘 중국 수출용 1등급 샤인머스켓 기준임.
- 결과적으로 중국 소비자들은 무조건 크고 당도가 높은 샤인머스켓보다는 적당한 사이즈로 가격 부담이 없고, 간편하게 먹기 좋고, 너무 달지 않은 맛의 고

급스러운 제품을 선호하는 것으로 판단됨. 이에 따라 수출용 규격에 맞는 제품 수출이 필요할 것으로 판단됨.

표 5-1. 중국 수출용 샤인머스켓 적정 품질 기준

구분	한국 포도회 ²⁸⁾ 제시	현지 바이어 인터뷰 제시
수당 중량	700g	500g, 700g
당도	18브릭스	17~20브릭스
알 수	40~50알	40~60알
알 크기	15~20g	12~20g
기타 키워드	머스켓 향, 아삭아삭한 식감	프리미엄 종이박스 포장, 향기로운, 알이 고른, 껍질에 광택이 나는

자료: 「초반 시세 좋은데…웃지 못하는 샤인머스켓 주산지 왜?」, 한국농어민신문, 2020.07. / 「황의창 회장 샤인머스켓 고품질화 인터뷰」, 한국포도회, 2020.06.29. / 현지 유통업체 인터뷰

3) 중국산 샤인머스켓 공백기인 하반기(8월~이듬해 1월) 명절과 연말 연시 수요 타겟²⁹⁾

- 중국의 생식용 포도 선호 품종은 시대를 거쳐 현재는 샤인머스켓임. 샤인머스켓은 2010년부터 중국에 들어오기 시작하였으며, 2015년 전후로 점차적으로 대중들의 인기를 얻게 되었음. 중국의 샤인머스켓 재배면적은 2017년부터 지속적으로 확대되는 추세를 보이고 있음.
- 중국 내 유명 포도산지인 윈난성(운남성)의 샤인머스켓 재배시기는 4~7월 말인 반면, 한국 내 수확기는 8~10월 중순으로, 중국산 제품의 공백기인 8월에서 이듬해 1월 사이의 시장 수요를 한국산이 대체할 수 있음. 또한, 이 시기는 중국의 중추절(추석), 연말연시, 음력설과 같은 명절에 걸쳐 있어, 고가의 선물제품 수요가 높음. 따라서 초과수요로 인한 가격 상승으로 높은 마진율을 누릴 수 있으며, 성수기 수입유통업자의 물량 확보 경쟁에 대비하여 미리 충분한 물량을 비축해두는 것이 중요함.
- 명절과 연말연시 고가의 선물제품 수요를 충족하기 위해서는 신선도를 유지하기 위한 품질관리 뿐만 아니라 포장 디자인에도 신경을 써야 하며, 브랜드 네이밍을 통해 소비자에게 홍보할 필요가 있음.

28) 「황의창회장 샤인머스켓 고품질화 인터뷰」, 한국포도회, 2020.06.29. 기반 작성

29) 현지 유통업체 인터뷰

4) 해상운송으로 물류비 절감, 내륙운송은 콜드체인 물류로 신선도 유지³⁰⁾

- 국내 산지에서 중국까지의 운송에 있어 항공 운송의 경우 운송시간이 절감되나 물류비용이 상승하므로, 물량이 충분히 확보된 경우에는 항온 또는 리퍼(reefer) 컨테이너를 이용한 해상운송으로 전환하여 물류비를 절감할 수 있음. 중국 내 도착 이후 통관 및 검역에서 최근 코로나19 사태로 인해 위생 안전, 농약 잔여물, 세균 등의 기본적인 검사방식이 더욱 엄격해졌으며, 외포장에 대한 핵산검사를 진행할 가능성도 있음. 그러나 신선과일 특성상 통관 효율에 대한 요구가 높으므로 절차가 복잡해질 우려는 없음이 현지 수출입통관 대행업체를 통해 확인됨.
- 또한 한국의 제조업체/수출업체는 수출에 앞서 반드시 중국 내 업체등록을 마쳐야 하며, 한국 정부가 발부한 검역인증서를 구비해야 함. 통관 이후의 내륙운송은 항공, 철도, 트럭으로 진행되며 목적지까지의 거리에 따라 장거리의 경우 항공 또는 철도운송, 단거리의 경우 트럭이 적합함. 모든 내륙운송에는 콜드체인을 활용하여 제품의 신선도를 최대한 유지하는 것이 중요함.

5) 한국산 정품에 대한 어필을 통한 소비자 인지도 제고 필요

- 최근 중국 내에서 판매되는 샤인머스켓 제품 중 일부 제품은 패키징을 한글로 하여 한국산처럼 판매하고 있지만, 실제 원산지는 중국산인 경우가 보고 되었음. 따라서 원산지에 대한 증명을 통해 한국에서 정식 통관된 제품이라는 부분을 강조하고, 프리미엄 패키징을 통해 한국산 샤인머스켓이 높은 품질을 보유하고 있다는 것을 지속적으로 소비자들에게 인지시킬 필요가 있음.

그림 5-3. 경상북도 상주산 샤인머스켓 ‘유니바인’ 브랜딩 예시



자료: SG프라자 페이스북 페이지, 러라(lurra), 현지조사자료

30) 현지 유통업체 인터뷰

그림 5-4. 경상북도 상주산 샤인머스켓 유통업체 '러라' 브랜딩 예시



자료: SG프라자 페이스북 페이지, 러라(lurra), 현지조사자료

- 실례로 원주의 무역회사 'SG인터내셔널'을 통해 수출되는 경상북도 상주시의 샤인머스켓은 '유니바인(UNI-VINE)'으로 브랜딩 되어있지만, 패키징에 한글과 홍보 시 한국에 대한 원산지를 강조하면서 상해 후이장 도매시장에서 진행하는 행사에서 성공적인 마케팅활동을 펼쳤음. 또한, 상주시 샤인머스켓을 유통하는 중국 수입업체 '러라'도 자체 브랜딩을 하면서도 한국산 제품에 대한 강조를 통해 프리미엄 제품에 대한 인식을 부여하고 있음.

6) 코로나19로 인한 비대면 브랜드 홍보 방식 병행 필요

- 신선과일 중 고가에 해당하는 샤인머스켓은 일반적으로 베이징시, 상하이시, 선전시, 광저우시 등 중국 1선 도시 내 프리미엄 슈퍼마켓(예: 시티슈퍼, 올레, 등) 또는 과일전문점 등을 통해 유통되고 있는 것으로 조사되었으며, 최근 신선식품 전자상거래(온라인으로 채소나 과일, 생선 등 식자재와 재료를 신선한 상태로 유통 판매하는 것)의 발전과 코로나19 사태로 인해 온라인 채널 판매량이 급증하고 있음.
- 앞으로도 이러한 추세가 지속될 것으로 예상됨에 따라, 온·오프라인 유통채널을 모두 활용하여 제품을 판매하면서, 왕홍(網紅) 또는 KOC, KOL을 활용한 라이브 방송, 사진 포스팅 등 SNS 홍보를 강화하여, 비대면을 활용한 제품 수요를 끌어올리는 것이 중요하다고 사료됨.

- 중국 내 대표적인 신선식품 전자상거래 플랫폼과 각 플랫폼 운영방식의 특징을 충분히 인지한 후 브랜드 홍보 방식을 활용할 필요가 있음.
- 중국 내 대표적인 신선식품 전자상거래 플랫폼: 허마(盒馬生鮮), 징둥다오자(京東到家), 딩둥(叮咚買菜), 메이르요우셴(每日優鮮) 등
- 중국의 신선식품 전자상거래 플랫폼 운영방식(4가지 형태): 온·오프라인 결합형 플랫폼, 제3자 플랫폼 연계방식, 전치 창고 플랫폼, 사회구역형 플랫폼

그림 5-5. 경북 상주 샤인머스켓 산지에서 생중계 홍보



주: 왕홍 스카이(좌), 왕홍 샤오청즈텐텐텐, 상주무역 정기목 대표(우)
 자료: 「중국 SNS 스타, 샤인머스켓 농장에 떴다」, 한국영농신문, 2019.09.

부록 1. 중국 샤인머스켓 주요 유통업체 현황

1) 알티마트(RT Mart)

부표 1-1. 알티마트(RT Mart) 기업정보 및 이슈

기업 기본 정보	기업로고			
	기업명	알티마트(RT Mart)		
	홈페이지 주소	www.rt-mart.com.cn		
	본사위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('19)	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 4,499억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('19): 486개 • 직원 수('20): 약 10만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈 • 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 • 중국 내 29개의 성에 매장 보유 • 2017년 알리바바(Alibaba) 기업의 선아트리테일 지분 인수를 통해 온·오프라인 융합 강화 			
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 3월, 모기업 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 시장 점유율 8.3%로 업계 1위 달성 • 2020년 차이나니아오(菜鸟) 로지스틱스와 파트너십 강화, 중소형매장을 집중적으로 키울 것이라고 발표 			

자료: 알티마트(RT Mart), 신랑신원(新浪新聞), 유로모니터(Euromonitor), 샤인(Shine), 이컨설팅사(Econsultancy) 수나리테일(Sunaretail), 프로듀스리포트(Produce Report)




부표 1-2. 알티마트(RT Mart) 입점 제품 특징 및 등록 절차

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 신선식품, 즉석식품, 음료류, 주류, 간편식품, 냉동식품 등 - 일반: 영유아용품, 의류, 잡화류, 주방용품, 가정용품, 청소용품, 위생용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높은 제품 - 간편하게 즐길 수 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 상하이에 있는 총괄 구매담당자가 주로 인지도가 높은 벤더를 통해 제품 소싱 - 입점 제품에 대해서는 지역 내 구매 담당자가 관리 - 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국의 구매담당자에게 심사를 거침 - 심사 통과한 제품은 알티마트부터 상품코드 수취 - 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 - 신상품 입점 및 판매 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 약 5주 • 총괄 구매 담당자가 선정한 제품이 입점 될 가능성이 높음 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-(0)800-010-020 - LINE 아이디: @bvq0787C
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: seoagencychina.com - 전화번호: +86-(0)21-623-105-20 - 이 메 일: seo@marketingtochina.com - 기업소개: 알티마트를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 알티마트(RT Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 용후이(Yonghui)

부표 1-3. 용후이(Yonghui) 기업정보 및 이슈

기업 기본 정보	기업로고			
	기업명	용후이(Yonghui)		
	홈페이지 주소	www.yonghui.com.cn		
	본사위치	푸저우(阜州)		
	규모	매출액('19)	약 102억 4,056만 달러 (약 11조 9,712억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 835개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년 설립 • 중국 500위 이내의 기업(상장 기업 기준) • 일반 슈퍼마켓(용후이 수퍼스토어, 브라보 용후이), 프리미엄 매장(용후이 수퍼 스피시스), 24시간 편의점(용후이라이프) 형태로 매장 운영 • 중국 내 총 24개의 성과 자치구에 약 835개의 매장 보유 			
기업 최근 이슈				
	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 중바이(Zhongbai) 리테일 그룹이 지분 인수 • 2019년 와인프로젝트를 통하여 와인사업부문 확장 및 공급방식 개혁 발표 • 2018년 말 중국 IT기업 텐센트, 홍콩 리테일 기업 파크앤샵(ParknShop)과 1억 7,000만 달러(약 2,061억 원) 규모의 조인트벤처 설립 • 2018년 포브스(Forbes)가 선정한 2018년 아시아 50대 기업 중 한 곳 			

자료: 트리부나디지털차이나, 뉴리테일인액션 이슈10





부표 1-4. 용후이(Yonghui) 입점 제품 특징 및 등록 절차

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 신선식품, 즉석식품, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 욕실용품, 주방용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매장별 신선 농산품의 비율이 약 40%를 차지 - 주로 벤더를 통해 구매하는 방식을 선호 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 이메일을 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매위원회는 매주 수요일, 토요일 공지사항에 관심 상품 리스트 공개 - 관심 품목에 속하면, 신상품 접수처에 입점 예정 상품의 정보 (샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘견본등록서’를 제출 - 이때, 보다 상세한 카탈로그를 제시하고 거래조건 협의를 거쳐 ‘거래계약서’를 체결 - 입주 상품 등록 - 상품 유통 및 판매
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 30일 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 문의사항 연락처 전 화: +86-(0)591-8396 1855 이메일: yhcs@yonghui.cn

자료: 용후이(Yonghui), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 월마트(Walmart)

부표 1-5. 월마트(Walmart) 기업정보 및 이슈

기업 기본 정보	기업로고		
	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지 주소	www.wal-martchina.com	
	본사위치	심천(深圳)	
	규모	매출액('19)	약 107억 200만 달러 (약 12조 5,106억 원)
기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 436개 • 직원 수('20): 약 96,000명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립 • 중국 내 약 180개 도시에서 매장 운영 • 샘스클럽(Sam's Club)과 일반 마트 형태로 매장 운영 		
			
기업 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 신선식품 유통 기업 바코드(Varcode)와 파트너십 계약 • 2020년 4월 우한 지역에 4,250만 달러 기부 • 2020년 AI 기반의 스마트 전자저울 시스템 도입 검토중 		
유사제품 정보		제품명	양구양메이웨이칭티 (阳光玫瑰青提)
		종류	샤인머스켓
		용량	450g
		가격	17.8위안 (3,049원)
		원산지	중국 윈난

자료: 월마트차이나(Walmart-china), 프로듀스리포트(Produce Report), 후르츠넷(Fruitsnet), 후레쉬플라자(Freshplaza), 애드위크(Adweek), 스태티스타(Statista), 유로모니터(Euromonitor)





부표 1-6. 월마트(Walmart) 입점 제품 특징 및 등록 절차

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과채류, 음료류, 유제품, 스낵류, 냉동식품, 가공식품, 면류, 곡류, 건강식품 등 - 일반: 유아용품, 애견용품, 문구류, 생활용품, 뷰티용품, 건강용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농, 글루텐프리 제품 다양하게 보유함 - Organics, Non-HalaLSelection 카테고리 따로 제공됨 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 유선 연락 및 이메일 통한 입점문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) <p>2. 벤더를 통한 등록</p>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • East Asian Traders (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: www.eastasiantraders.com - 이 메 일: enquire@eastasiantraders.com - 전 화: +60-3-7842-5400 - 팩 스: +60-3-7842-5401 - 기업소개: 자야 그로서 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 월마트(Walmart), 이스트 아시안 트레이더스(East Asian Traders), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 올레(OLE)

부표 1-7. 올레(OLE) 기업정보 및 이슈

기업 기본 정보	기업로고			
	기업명	올레(OLE)		
	홈페이지 주소	www.crvole.com.cn		
	본사위치	상하이(上海)		
	규모	매출액	*약 147억 2,657만 달러 (약 17조 2,153억 원) *씨알뱅가드(CR Vanguard) 그룹 통합 매출액('18)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 50개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 고품질의 수입제품을 위주로 판매하는 프리미엄 슈퍼마켓 - 씨알뱅가드(CR Vanguard) China Resources Vanguard 의 약자로 홍콩에서 세 번째로 큰 규모의 소매유통기업의 매장 브랜드 중 한 곳 - 구매력이 높은 외국인, 현지인들을 타겟층으로 선정 - 대량묶음보다 소규모묶음으로 제품을 판매하며 가격이 다소 비싼 편 - 수입신선제품과 유기농제품을 판매 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 프랑스 유기농 스낵 브랜드인 굿구흐(Good Gout) 제품이 매장 내 입점 - 2018년 캄포살(Camposal) [페루에 위치한 농업 생산 기업으로 미국 내 페루산 아보카도를 수출하는 기업]사의 프리미엄 망고 입점 			
유사제품 정보		제품명	상인칭티 (香印青提)	
		종류	샤인머스켓	
		용량	500g	
		가격	49.8위안 (8,530원)	
		원산지	중국 청두 창더	

자료: 올레(Ole), 옥트베이, 유통채널 담당자와의 인터뷰, 현지조사

부표 1-8. 올레(OLE) 입점 제품 특징 및 등록 절차

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 스낵류, 와인류, 어류, 유제품, 육류, 라면류, 음료류, 냉동식품, 빵류, 주류 등 - 일반: 식기류, 주방용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농식품, 수입와인, 프리미엄 제품, 유아제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매되는 제품의 80%가 수입제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록 (http://vss.crv.com.cn/scm/logon/logon.jsp)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 '공급자자료등록표'를 송부 - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 및 서비스 계약서를 체결 - 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ole 매장의 본사는 씨알벡가드(CR Vanguard)임 - Ole 입주 시 품목별 구매 담당자와 검토 필요 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 <p>전화: +86-(0)755-2568-4090</p>

자료: 올레(Ole), 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 까르푸(Carrefour)

부표 1-9. 까르푸(Carrefour) 기업정보 및 이슈

기업 기본 정보	기업로고			
	기업명	까르푸(Carrefour)		
	홈페이지 주소	www.carrefour.cn		
	본사위치	프랑스		
	규모	매출액	*약 807억 유로 (약 110조 3,241억 원) *까르푸 그룹 통합 매출액('18)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 234개 • 직원 수('18): 약 6만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스 기업으로 1995년 중국 진출 • 중국 내 210개의 대형마트 및 24개의 편의점 운영 • 중국 내 22개 성과 51개 도시에 매장 보유 • 납품 업체로부터 상품을 대량 매입 후 고객에게 판매하는 저가 전략으로 시장 선점 • 2013년 온라인 상점과 택배 서비스를 시작하였으나 가격, 서비스의 질, 배송시간의 문제로 점점 인기 감소 • 중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인하여 인기 및 수익 하락 추세 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 중국 금융기업 선잉홀딩스(苏宁控股集团有限公司)와 파트너십 계약, 매출액 전년 대비 106.7% 집계 • 2020년 매장에서 섭취 가능한 간편식 및 즉석식품 제품군을 늘릴 계획 			
유사제품 정보		제품명	양꾸양메이웨이상잉칭티 (阳光玫瑰香印青提)	
		종류	샤인머스켓	
		용량	2kg	
		가격	149위안 (25,523원)	
		원산지	중국	

자료: 까르푸(Carrefour), 유로모니터(Euromonitor), 아이에스앤머거진(ISN Magazine), 샤인(Shine), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 스태티스타(Statista), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 글로벌코스메틱스뉴스(Global Cosmetics News)

부표 1-10. 까르푸(Carrefour) 입점 제품 특징 및 등록 절차

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 소스류, 건조식품, 냉동식품 등 - 일반: 욕실용품, 영유아용품, 주방용품, 청소용품, 위생용품, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가격 경쟁력이 있는 상품 - 공급이 안정적인 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이어야 함 (타 유통채널 대비 가격이 높을 경우 반려) - 계약서에 있는 견적은 고정가격이어야 하며 부득이하게 견적 변동이 있을 경우 까르푸의 허가를 받은 뒤 1개월 후 변동 가능 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>등록 조건</p> <p>특이사항</p>	<p style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 주소: supplierportal.carrefour.com.cn - 회원가입 후 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자 자료등록표’를 송부 - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 작성 및 서비스 계약 체결 - 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① 까르푸 공급업체 행동강령 준수 • 평가 기준 ② 제품 안전성 기준 충족 • 평가 기준 ③ ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시 • 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 • 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함(체결 날짜와 상관없이 유효기한은 차년도 1월 1일까지) • 입점 비용이 높은 편 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-(0)21-387-845-00 - 메일: vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: seoagencychina.com - 전화번호: +86-(0)21-623-105-20 - 이 메 일: seo@marketingtochina.com - 기업소개: 까르푸를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 까르푸(Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰

부록 2. 중국 샤인머스켓 경쟁제품 조사 결과

1) 베이징 샤인머스켓 경쟁제품 조사 결과

① 비에이치지 마켓 플레이스(BHG Market Place)³¹⁾

브랜드 기본 정보		비에이치지 마켓 플레이스는 1998년 설립된 베이징 화리엔 그룹이 운영하는 베이징 중심의 하이퍼마켓 체인으로 중국 35개 도시, 23 지역에 80개 이상의 점포를 소유함. 프리미엄 하이엔드 슈퍼마켓으로 각종 수입제품, 고급 야채와 과일을 취급함. 고급 쇼핑몰 지하에 위치해 있어 중산층 이상의 높은 구매력을 가진 소비자들이 많이 찾는 브랜드임.				
매장 정보						
	위치	도시(지역) 상세주소	중국 베이징 Beijing SKP, Xidawang Road, Chaoyang District, Beijing, China			
매장 내부 모습						
샤인머스켓 판매 제품 정보	제품 ① 양꾸앙메이궈이편상주앙(阳光玫瑰分享装)					
						
	원산지	한국		중량	2kg	
	가격	총 가격	998위안 (170,957원)		포장 구성	묶음 포장 (4ea/box)
		100g당 가격	63.60위안 (10,895원)			
기타	· 당도: 18브릭스		포장 형태	외부	종이 상자	
				내부	비닐 파우치	
완충재		스티로폼				

자료: 중국 현지 조사원 자료, 베이징화리엔그룹(BHG)

31) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 의류, 소형가전, 식료품, 가공식품, 농산물, 고급 수입 제품 취급 / 주요 소비층: 외국인, 지역주민

② 이온(AEON)³²⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>아시아 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나로, 홍콩 및 중국 남부를 기반으로 2011년 중국 본사를 설립함. 중국 전역에 953개의 매장을 운영함. 큰 매장 규모와 다양한 제품군, 합리적인 가격이 매력적이며 각종 할인행사를 통해 고객을 유치함. 유동인구가 많은 대형 쇼핑몰 지하, 또는 이온 쇼핑몰 안에 입점해 있음.</p>																														
<p>매장 정보</p>																																
<p>위치</p>	<p>도시(지역) 상세주소</p>	<p>중국 베이징 Dayucheng No.101 North Chaoyang Road, Chaoyang District, Beijing, China</p>																														
<p>매장 내부 모습</p>																																
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="4" data-bbox="406 1238 1369 1279"> <p>제품 ② 양꾸앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1279 550 1518">  </td> <td colspan="2" data-bbox="550 1279 901 1518">  </td> <td data-bbox="901 1279 1369 1518"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1518 550 1552"> <p>원산지</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="550 1518 901 1552"> <p>중국 윈난</p> </td> <td data-bbox="901 1518 1369 1552"> <p>중량</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1552 550 1697" rowspan="2"> <p>가격</p> </td> <td data-bbox="550 1552 726 1608"> <p>총 가격</p> </td> <td data-bbox="726 1552 901 1608"> <p>16.90위안 (2,895원)</p> </td> <td data-bbox="901 1552 1369 1697" rowspan="2"> <p>포장 구성</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="550 1608 726 1697"> <p>100g당 가격</p> </td> <td data-bbox="726 1608 901 1697"> <p>3.38위안 (579원)</p> </td> <td data-bbox="901 1608 1369 1697"> <p>개별 포장</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1697 550 1807" rowspan="3"> <p>기타</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="550 1697 901 1807" rowspan="3"> <p>· 홍보문구 : 전국지역 무료배송</p> </td> <td data-bbox="901 1697 1061 1807" rowspan="3"> <p>포장 형태</p> </td> <td data-bbox="1061 1697 1189 1731"> <p>외부</p> </td> <td data-bbox="1189 1697 1369 1731"> <p>-</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1061 1731 1189 1765"> <p>내부</p> </td> <td data-bbox="1189 1731 1369 1765"> <p>비닐 파우치</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1061 1765 1189 1807"> <p>완충재</p> </td> <td data-bbox="1189 1765 1369 1807"> <p>-</p> </td> </tr> </table>			<p>제품 ② 양꾸앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提)</p>								<p>원산지</p>	<p>중국 윈난</p>		<p>중량</p>	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>16.90위안 (2,895원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>3.38위안 (579원)</p>	<p>개별 포장</p>	<p>기타</p>	<p>· 홍보문구 : 전국지역 무료배송</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>-</p>	<p>내부</p>	<p>비닐 파우치</p>	<p>완충재</p>	<p>-</p>
<p>제품 ② 양꾸앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提)</p>																																
																																
<p>원산지</p>	<p>중국 윈난</p>		<p>중량</p>																													
<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>16.90위안 (2,895원)</p>	<p>포장 구성</p>																													
	<p>100g당 가격</p>	<p>3.38위안 (579원)</p>		<p>개별 포장</p>																												
<p>기타</p>	<p>· 홍보문구 : 전국지역 무료배송</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>-</p>																											
				<p>내부</p>	<p>비닐 파우치</p>																											
				<p>완충재</p>	<p>-</p>																											

자료: 중국 현지 조사원 자료, 구글맵(Google map), 이온(AEON)












32) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 의류, 소형가전, 식료품, 가공식품, 농산물 위주 취급 / 주요 소비자: 지역주민

③ 비엘티 익스프레스(BLT Express)

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>비엘티(BLT)는 씨알뱅가드(CRVanguard)의 프리미엄 대형 슈퍼마켓 브랜드로 better life together의 약자임. 2009년 설립하였으며 위치에 따라 소형 매장 또한 운영함. 방문 매장은 규모가 작지만 다양한 수입제품을 취급하며, 대형 쇼핑몰과 귀마오호텔 지하에 위치해 소비 규모가 큼.</p>																																
<p>매장 정보</p>																																		
<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>중국 베이징</p>																																
<p>상세주소</p>	<p>China World Shopping Mall, No. 1 Jianguomenwai Avenue, Beijing, China</p>																																	
<p>매장 내부 모습</p>																																		
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="4" data-bbox="427 1173 1386 1211"> <p>제품 ③ 상인칭티(番印青提)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="443 1218 895 1532">  </td> <td colspan="2" data-bbox="932 1218 1358 1532">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1532 596 1570"> <p>원산지</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="596 1532 895 1570"> <p>중국 청두 창더</p> </td> <td data-bbox="932 1532 1066 1570"> <p>중량</p> </td> <td data-bbox="1066 1532 1386 1570"> <p>500g</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1570 596 1711" rowspan="2"> <p>가격</p> </td> <td data-bbox="596 1570 751 1630"> <p>총 가격</p> </td> <td data-bbox="751 1570 895 1630"> <p>49.80위안 (8,531원)</p> </td> <td data-bbox="932 1570 1066 1711" rowspan="2"> <p>포장 구성</p> </td> <td data-bbox="1066 1570 1386 1711" rowspan="2"> <p>개별 포장</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="596 1630 751 1711"> <p>100g당 가격</p> </td> <td data-bbox="751 1630 895 1711"> <p>9.96위안 (1,706원)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1711 596 1861" rowspan="3"> <p>기타</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="596 1711 895 1861" rowspan="3"> <p>· 유통사: 지아워꾸어에 요우시앤공쓰 (佳沃果业有限公司)</p> </td> <td data-bbox="932 1711 1066 1861" rowspan="3"> <p>포장 형태</p> </td> <td data-bbox="1066 1711 1198 1771"> <p>외부</p> </td> <td data-bbox="1198 1711 1386 1771"> <p>플라스틱 트레이</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1066 1771 1198 1832"> <p>내부</p> </td> <td data-bbox="1198 1771 1386 1832"> <p>-</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1066 1832 1198 1861"> <p>완충재</p> </td> <td data-bbox="1198 1832 1386 1861"> <p>스티로폼</p> </td> </tr> </table>				<p>제품 ③ 상인칭티(番印青提)</p>								<p>원산지</p>	<p>중국 청두 창더</p>		<p>중량</p>	<p>500g</p>	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>49.80위안 (8,531원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>9.96위안 (1,706원)</p>	<p>기타</p>	<p>· 유통사: 지아워꾸어에 요우시앤공쓰 (佳沃果业有限公司)</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>플라스틱 트레이</p>	<p>내부</p>	<p>-</p>	<p>완충재</p>	<p>스티로폼</p>
<p>제품 ③ 상인칭티(番印青提)</p>																																		
																																		
<p>원산지</p>	<p>중국 청두 창더</p>		<p>중량</p>	<p>500g</p>																														
<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>49.80위안 (8,531원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>																														
	<p>100g당 가격</p>	<p>9.96위안 (1,706원)</p>																																
<p>기타</p>	<p>· 유통사: 지아워꾸어에 요우시앤공쓰 (佳沃果业有限公司)</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>플라스틱 트레이</p>																													
				<p>내부</p>	<p>-</p>																													
				<p>완충재</p>	<p>스티로폼</p>																													

자료: 중국 현지 조사원 자료, 차이나월드몰(cwtc), 씨알뱅가드(CR Vanguard)

④ 올레 (OLE)³³⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>올레(OLE)는 씨알뱅크(CR Vanguard)의 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드로 수입제품이 많고 높은 가격대의 신선식품을 취급함. 대형 쇼핑몰과 귀마오호텔 지하에 위치해 소비 규모가 큼.</p>																																					
<p>매장 정보</p>																																							
	<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>중국 베이징</p>																																				
		<p>상세주소</p>	<p>China World Shopping Mall, No. 1 Jianguomenwai Avenue, Beijing, China</p>																																				
<p>매장 내부 모습</p>																																							
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="5" data-bbox="427 1160 1372 1198"> <p>제품 ④ 코리아 상인칭티 (Korea 香印青提)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="427 1205 900 1496">  </td> <td colspan="3" data-bbox="904 1205 1372 1496">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1503 568 1541"> <p>원산지</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="572 1503 900 1541"> <p>한국</p> </td> <td data-bbox="904 1503 1054 1541"> <p>중량</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="1059 1503 1372 1541"> <p>2kg</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1547 568 1675" rowspan="2"> <p>가격</p> </td> <td data-bbox="572 1547 713 1585"> <p>총 가격</p> </td> <td data-bbox="718 1547 900 1585"> <p>299위안</p> </td> <td data-bbox="904 1547 1054 1675" rowspan="2"> <p>포장 구성</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="1059 1547 1372 1675" rowspan="2"> <p>개별 포장</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="572 1592 713 1675"> <p>100g당 가격</p> </td> <td data-bbox="718 1592 900 1675"> <p>(51,219원) 59.80위안 (10,224원)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1682 568 1899" rowspan="3"> <p>기타</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="572 1682 900 1899" rowspan="3"> <p>· 홍보문구 [특징] 과육 풍부함, 밝은 연두빛 껍질, 껍질이 얇고 씨가 없음 [식감] 아삭한 식감, 달면서 싱그러운 향</p> </td> <td data-bbox="904 1682 1054 1899" rowspan="3"> <p>포장 형태</p> </td> <td data-bbox="1059 1682 1184 1720"> <p>외부</p> </td> <td data-bbox="1189 1682 1372 1720"> <p>종이 상자</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1059 1727 1184 1765"> <p>내부</p> </td> <td data-bbox="1189 1727 1372 1765"> <p>비닐 파우치</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1059 1816 1184 1854"> <p>완충재</p> </td> <td data-bbox="1189 1816 1372 1854"> <p>스티로폼</p> </td> </tr> </table>					<p>제품 ④ 코리아 상인칭티 (Korea 香印青提)</p>										<p>원산지</p>	<p>한국</p>		<p>중량</p>	<p>2kg</p>		<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>299위안</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>		<p>100g당 가격</p>	<p>(51,219원) 59.80위안 (10,224원)</p>	<p>기타</p>	<p>· 홍보문구 [특징] 과육 풍부함, 밝은 연두빛 껍질, 껍질이 얇고 씨가 없음 [식감] 아삭한 식감, 달면서 싱그러운 향</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>종이 상자</p>	<p>내부</p>	<p>비닐 파우치</p>	<p>완충재</p>	<p>스티로폼</p>
<p>제품 ④ 코리아 상인칭티 (Korea 香印青提)</p>																																							
																																							
<p>원산지</p>	<p>한국</p>		<p>중량</p>	<p>2kg</p>																																			
<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>299위안</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>																																			
	<p>100g당 가격</p>	<p>(51,219원) 59.80위안 (10,224원)</p>																																					
<p>기타</p>	<p>· 홍보문구 [특징] 과육 풍부함, 밝은 연두빛 껍질, 껍질이 얇고 씨가 없음 [식감] 아삭한 식감, 달면서 싱그러운 향</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>종이 상자</p>																																		
				<p>내부</p>	<p>비닐 파우치</p>																																		
				<p>완충재</p>	<p>스티로폼</p>																																		

33) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 의류, 소형가전, 식료품, 가공식품, 농산물, 고급 수입 제품 취급 / 주요 소비층: 외국인, 지역주민

샤인머스켓 판매 제품 정보	제품 ⑤ 상인칭티 (香印青提)					
						
	원산지	중국 청두 창더		중량	묶음 포장 2.2kg 개별 포장 500g	
	가격	묶음 포장	199위안 (34,089원)	포장 구성	묶음 포장(3ea/box)& 개별 포장	
		개별 포장	49.80위안 (8,531원)			
		100g당 가격	9.96위안 (1,706원)			
기타	원가 500g당 59.80위안 / 할인가 500g당 49.80위안		포장 형태	외부 종이 상자 내부 비닐 파우치 완충재 스티로폼		

자료: 중국 현지 조사원 자료, 구글맵(Google map), 차이나월드볼(cwtc), 씨알벡가드(CR Vanguard)

⑤ 프레시포 (Freshippo)³⁴⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>프레시포(Freshippo)는 알리바바가 2017년 설립한 신선식품 마트로 알리페이, 전용 배달어플과의 연동 서비스를 통해 젊은 소비자의 인기를 얻음. 중국에서는 허마(hema)로 불리며 베이징, 상하이, 베이징, 닝보 등의 1선도시 중심으로 197개의 점포를 운영함. 고른 식재료를 즉석에서 조리해주는 서비스 또한 제공함.</p>				
<p>매장 정보</p>						
	<p>위치</p>	<p>도시(지역) 상세주소</p>	<p>중국 베이징 Century Wealth Center, Brilliance Rd 5, Chaoyang District, Beijing, China</p>			
<p>매장 내부 모습</p>						
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<p>제품 ⑥ 양꾸앙메이궈이칭티 (阳光玫瑰青提)</p>					
						
	<p>원산지</p>	<p>중국 윈난</p>		<p>중량(g)</p>	<p>2.2kg</p>	
	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>99위안 (16,959원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>묶음 포장 (3ea/box)</p>	
		<p>100g당 가격</p>	<p>4.50위안 (771원)</p>			
<p>기타</p>	<p>· 홍보문구: 과육 풍부, 싱그럽고 달콤한 향</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부 내부 완충재</p>	<p>종이 상자 비닐 파우치 -</p>	

자료: 중국 현지 조사원 자료, 허마(hema)

34) 매장 유형 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징 해산물, 신선 식품, 가공식품, 농산물, 등 취급 / 주요 소비자층 지역주민, 젊은 소비자층

⑥ 월마트(Walmart)³⁵⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>미국 소재의 글로벌 대형마트 체인으로, 1996년 중국으로 진출하여 20여년간 전국적으로 400개 이상의 점포를 운영함. 아파트 단지 주변과 같은 거주지 근처에 주로 위치하여 생필품, 식료품을 구입하는 고객이 많으며, 다양한 할인행사를 상시로 진행함.</p>			
<p>매장 정보</p>					
	<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>중국 베이징</p>		
	<p>상세주소</p>	<p>Wanda Plaza No.93 Jianguo Road, Chaoyang District, Beijing, China</p>			
<p>매장 내부 모습</p>					
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<p>제품 ⑦ 양구양메이웨이칭티 (阳光玫瑰青提)</p>				
					
	<p>원산지</p>	<p>중국 윈난</p>		<p>중량</p>	<p>500g</p>
	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>9.90위안 (1,696원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>
		<p>100g당 가격</p>	<p>1.98위안 (339원)</p>		
<p>기타</p>	<p>· 홍보문구: 껍질이 얇고 달면서 싱그러운 향</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>-</p>
<p>내부</p>	<p>비닐 파우치</p>				
<p>완충재</p>	<p>-</p>				

35) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 의류, 소형가전, 식료품, 가공식품, 농산물, 등의 제품 취급 / 주요 소비층: 지역주민

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ③ 양구양메이웨이칭티 (阳光玫瑰青提)



원산지	중국 윈난		중량	450g	
가격	총 가격	17.80위안 (3,049원)	포장 구성	개별 포장	
	100g당 가격	3.96위안 (678원)			
기타	· 유통업자: 지아워(칭따오) 꾸어예요 우시엔공쓰 佳沃(青岛)果业有限公司		포장 형태	외부	플라스틱 상자
				내부	-
				완충재	-

자료: 중국 현지 조사원 자료, 월마트(Walmart)

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ⑨ 칭왕양꾸앙메이꺀이꺀이꺀타오 (晴王阳光玫瑰葡萄)



원산지	중국 윈난		중량	개별 포장	736g
				묶음 포장	2.8kg
가격	묶음 포장	171.54위안 (29,385원)	포장 구성	묶음 포장(2ea/box) & 개별 포장	
	개별 포장	44.15위안 (7,563원)			
	100g당 가격	6위안 (1,028원)			
기타	· 할인행사 : 88.88위안/1박스		포장 형태	외부	종이 상자
				내부	비닐 파우치
				완충재	스티로폼

자료: 중국 현지 조사원 자료, 귀슈하오(guoshuhao)

⑧ 구오 요우 씨안 (果优鲜)³⁷⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>	<p>2015년 설립한 개인 청과 소매점으로 다양한 가격대의 과일이 있으며 고객의 수요에 맞는 포장 서비스와 배달서비스를 제공함. 인근 알리바바, 그린랜드, 포스코, 등 기업체의 단체주문이 많으며, 프리미엄 아파트 단지 주민의 포장 과일에 대한 수요가 많음.</p>																											
<p>매장 정보</p>																												
	<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>중국 베이징</p>																									
		<p>상세주소</p>	<p>District 7, Wangjing Dongyuan, Chaoyang District, Beijing, China</p>																									
<p>매장 내부 모습</p>																												
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<p>제품 ⑩ 양꾸양메이궈이 (阳光玫瑰)</p>  <table border="1" data-bbox="419 1592 1386 1874"> <tr> <td>원산지</td> <td colspan="2">중국 윈난</td> <td>중량</td> <td colspan="2">500g</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">가격</td> <td>총 가격</td> <td>25위안 (4,283원)</td> <td rowspan="2">포장 구성</td> <td colspan="2" rowspan="2">개별 포장</td> </tr> <tr> <td>100g당 가격</td> <td>5위안 (857원)</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">기타</td> <td colspan="2" rowspan="3">· 홍보문구 : 달면서 씨가 없음</td> <td rowspan="3">포장 형태</td> <td>외부</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>내부</td> <td>비닐 파우치</td> </tr> <tr> <td>완충재</td> <td>-</td> </tr> </table>				원산지	중국 윈난		중량	500g		가격	총 가격	25위안 (4,283원)	포장 구성	개별 포장		100g당 가격	5위안 (857원)	기타	· 홍보문구 : 달면서 씨가 없음		포장 형태	외부	-	내부	비닐 파우치	완충재	-
원산지	중국 윈난		중량	500g																								
가격	총 가격	25위안 (4,283원)	포장 구성	개별 포장																								
	100g당 가격	5위안 (857원)																										
기타	· 홍보문구 : 달면서 씨가 없음		포장 형태	외부	-																							
				내부	비닐 파우치																							
				완충재	-																							

자료: 중국 현지 조사원 자료

37) 매장 유형: 개인 식료품 소매점 / 판매 제품 특징: 프리미엄 과일 취급 / 주요 소비층: 지역주민, 기업체

2) 상하이 샤인머스켓 경쟁제품 조사 결과



① 올레(OLE)³⁸⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>올레(OLE)는 씨알뱅크(CR Vanguard)의 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드로 수입제품이 많고 높은 가격대의 신선식품을 취급함. 상하이 시내 중심지인 쉬자후이(徐家匯)역 백화점 지하에 위치하여 현지인 뿐 아니라 외국인의 방문 또한 많음.</p>				
<p>매장 정보</p>						
	<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>중국 상하이</p>			
		<p>상세주소</p>	<p>No. 1 Hongqiao Road, Xuhui District, Shanghai, China</p>			
<p>매장 내부 모습</p>						
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<p>제품 ① 상인칭티 (香印青提)</p>					
						
	<p>원산지</p>	<p>중국 청두 창더</p>		<p>중량</p>	<p>2.2kg</p>	
	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>199위안 (34,089원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>묶음 포장 (3ea/box)</p>	
		<p>100g당 가격</p>	<p>9.05위안 (1,549원)</p>			
<p>기타</p>	<p>· 홍보문구 : 짙은향, 고당도, 과즙 풍부</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>종이 상자</p>	
				<p>내부</p>	<p>비닐 파우치</p>	
				<p>완충재</p>	<p>스티로폼</p>	

38) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 의류, 소형가전, 식료품, 가공식품, 농산물, 고급 수입 제품 취급 / 주요 소비층: 외국인, 지역주민

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ② 코리아 상인칭티 (KOREA香印青提)

					
원산지	한국		중량	2kg	
가격	총 가격	999위안 (171,129원)	포장 구성	묶음 포장 (3ea/box)	
	100g당 가격	59.80위안 (10,244원)			
기타	<ul style="list-style-type: none"> · 당도: 18~26브릭스 · 홍보문구: 36시간 내 산지 직송, 100% 한국산 		포장 형태	외부	종이 상자
				내부	비닐 파우치
				완충재	스티로폼

제품 ③ 칭왕양꾸양메이꺀칭티(晴王阳光玫瑰青提)

					
원산지	중국 시창시		중량	900g	
가격	총 가격	99위안 (16,959원)	포장 구성	개별 포장	
	100g당 가격	11위안 (1,884원)			
기타	<ul style="list-style-type: none"> · 할인행사: 9/10-9/16 		포장 형태	외부	종이 상자
				내부	비닐 파우치
				완충재	스티로폼

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ④ 상페이칭티 펄그린멘션드 (香妃青提 Pearl Green mentioned)



원산지	중국 윈난 쟈수이		중량	459g	
가격	총 가격	27.44위안 (4,700원)	포장 구성	개별 포장	
	100g당 가격	5.98위안 (1,024원)			
기타	· 할인행사: 회원가 2%할인		포장 형태	외부	플라스틱 상자
				내부	-
				완충재	-

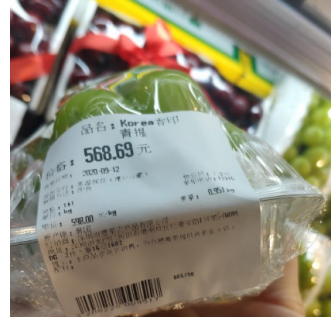
제품 ⑤ 상인칭티 (香印青提)



원산지	중국 청두 창더		중량	654g	
가격	총 가격	64.83위안 (11,105원)	포장 구성	개별 포장	
	100g당 가격	9.96위안 (1,706원)			
기타	-		포장 형태	외부	플라스틱 트레이
				내부	-
				완충재	스티로폼

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ⑥ 코리아 상인칭티 (KOREA香印青提)



원산지	한국		중량	951g	
가격	총 가격	568.69위안 (97,417원)	포장 구성	개별 포장	
	100g당 가격	59.80위안 (10,244원)			
기타	· 유통사: 션전스이구어농찬핀 요 우시앤공쓰 (深圳市壹果 农产品有限公司)		포장 형태	외부	플라스틱 트레이
				내부	-
				완충재	스티로폼

자료: 중국 현지 조사원 자료, 올레(OLE)

② 시티슈퍼(Citysuper)³⁹⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>홍콩, 대만, 중국에서 운영 중인 프리미엄 수입식품 전문 슈퍼마켓으로 해산물과 육류 구매 후 즉석요리 서비스를 제공함. 상하이의 중심지인 쑤난루(淮海中路) 지하철역의 iapm쇼핑몰 지하 1층에 위치하고 규모가 큼.</p>																															
<p>매장 정보</p>																																	
	<p>위치</p>	<p>도시(지역) 상세주소</p>	<p>중국 상하이 999 Huaihai Middle Road, Xuhui District, Shanghai, China</p>																														
<p>매장 내부 모습</p>																																	
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="4" data-bbox="416 1227 1380 1265"> <p>제품 ⑦ 양꾸양푸타오sunshine grape (阳光葡萄sunshine grape)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="416 1265 735 1568">  </td> <td colspan="2" data-bbox="1061 1265 1380 1568"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1568 555 1601"> <p>원산지</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="555 1568 901 1601"> <p>중국 장쑤성 난통시</p> </td> <td data-bbox="901 1568 1077 1601"> <p>중량</p> </td> <td data-bbox="1077 1568 1380 1601"> <p>814g</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1601 555 1742" rowspan="2"> <p>가격</p> </td> <td data-bbox="555 1601 715 1668"> <p>총 가격</p> </td> <td data-bbox="715 1601 901 1668"> <p>79.77위안 (13,665원)</p> </td> <td data-bbox="901 1601 1077 1742" rowspan="2"> <p>포장 구성</p> </td> <td data-bbox="1077 1601 1380 1742" rowspan="2"> <p>개별 포장</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="555 1668 715 1742"> <p>100g당 가격</p> </td> <td data-bbox="715 1668 901 1742"> <p>9.80위안 (1,679원)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1742 555 1901" rowspan="3"> <p>기타</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="555 1742 901 1901" rowspan="3"> <p>· 유통업자: 지아위(칭따오) 꾸어예오 우시엔 궤쓰 (佳沃(青岛) 果业有限公司)</p> </td> <td data-bbox="901 1742 1077 1901" rowspan="3"> <p>포장 형태</p> </td> <td data-bbox="1077 1742 1230 1809"> <p>외부</p> </td> <td data-bbox="1230 1742 1380 1809"> <p>플라스틱 트레이</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1077 1809 1230 1854"> <p>내부</p> </td> <td data-bbox="1230 1809 1380 1854"> <p>-</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1077 1854 1230 1901"> <p>완충재</p> </td> <td data-bbox="1230 1854 1380 1901"> <p>-</p> </td> </tr> </table>			<p>제품 ⑦ 양꾸양푸타오sunshine grape (阳光葡萄sunshine grape)</p>								<p>원산지</p>	<p>중국 장쑤성 난통시</p>		<p>중량</p>	<p>814g</p>	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>79.77위안 (13,665원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>9.80위안 (1,679원)</p>	<p>기타</p>	<p>· 유통업자: 지아위(칭따오) 꾸어예오 우시엔 궤쓰 (佳沃(青岛) 果业有限公司)</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>플라스틱 트레이</p>	<p>내부</p>	<p>-</p>	<p>완충재</p>	<p>-</p>
<p>제품 ⑦ 양꾸양푸타오sunshine grape (阳光葡萄sunshine grape)</p>																																	
																																	
<p>원산지</p>	<p>중국 장쑤성 난통시</p>		<p>중량</p>	<p>814g</p>																													
<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>79.77위안 (13,665원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>																													
	<p>100g당 가격</p>	<p>9.80위안 (1,679원)</p>																															
<p>기타</p>	<p>· 유통업자: 지아위(칭따오) 꾸어예오 우시엔 궤쓰 (佳沃(青岛) 果业有限公司)</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>플라스틱 트레이</p>																												
				<p>내부</p>	<p>-</p>																												
				<p>완충재</p>	<p>-</p>																												

39) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 프리미엄 수입 식품, 생활용품 취급 / 주요 소비자: 외국인, 지역주민

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ⑧ 서상푸타오 머스켓그레이프(麝香葡萄 MUSCAT GRAPE)



원산지	한국 상주		중량	묶음 포장	2.7kg
				개별 포장	500g
가격	묶음포장	1,377.97위안 (236,046원)	포장 구성	묶음 포장(3ea/box) & 개별 포장	
	개별포장	249위안 (42,654원)			
	100g당 가격	49.80위안 (8,531원)			
기타	· 홍보문구: [원산지]한국 상주, '아기 츠21호'와 '하쿠난'을 교배 시켜 육종 [특징] 과육 풍부, 번들거 리는 밝은 연두 빛 껍질, 얇은 껍질, 물컹하지 않은 단단한 형태 [식감] 아삭한 식감, 달지만 싱그러운 향		포장 형태	외부	종이 상자
				내부	비닐 파우치
				완충재	스티로폼



자료: 중국 현지 조사원 자료, 시티슈퍼(Citysuper)

③ 월마트(Walmart)40)

브랜드 기본 정보		미국소재의 글로벌 대형마트 체인으로, 1996년 중국으로 진출하여 20여년간 전국적으로 400개 이상의 점포를 운영함. 대학교 근처에 위치하여 학생 고객층이 많고, 지역주민의 방문이 많음.																																																
매장 정보																																																		
위치	도시(지역)	중국 상하이																																																
	상세주소	809 Lao Humin Road, Xuhui District, Shanghai, China																																																
매장 내부 모습																																																		
샤인머스켓 판매 제품 정보	<table border="1"> <tr> <td colspan="5" data-bbox="406 1227 1369 1265"> 제품 ⑨ 양구앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1265 885 1563">  </td> <td colspan="2" data-bbox="885 1265 1050 1563">  </td> <td colspan="2" data-bbox="1050 1265 1369 1563"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1563 539 1601"> 원산지 </td> <td colspan="2" data-bbox="539 1563 885 1601"> 중국 윈난성 추송시 </td> <td data-bbox="885 1563 1050 1601"> 종량 </td> <td colspan="2" data-bbox="1050 1563 1369 1601"> 450g </td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1601 539 1742" rowspan="2"> 가격 </td> <td data-bbox="539 1601 703 1659"> 총 가격 </td> <td colspan="2" data-bbox="703 1601 885 1659"> 17.80위안 (3,049원) </td> <td data-bbox="885 1601 1050 1742" rowspan="2"> 포장 구성 </td> <td colspan="2" data-bbox="1050 1601 1369 1742" rowspan="2"> 개별 포장 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="539 1659 703 1742"> 100g당 가격 </td> <td colspan="2" data-bbox="703 1659 885 1742"> 3.96위안 (678원) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="406 1742 539 1883"> 기타 </td> <td colspan="2" data-bbox="539 1742 885 1883"> · 홍보문구: 햇별에 자연 숙성 에메랄드색 머스켓 장인의 품질 </td> <td data-bbox="885 1742 1050 1883" rowspan="3"> 포장 형태 </td> <td data-bbox="1050 1742 1161 1780"> 외부 </td> <td colspan="2" data-bbox="1161 1742 1369 1780"> 플라스틱 상자 </td> </tr> <tr> <td colspan="3" data-bbox="539 1780 1161 1818"></td> <td data-bbox="1050 1780 1161 1818"> 내부 </td> <td colspan="2" data-bbox="1161 1780 1369 1818"> - </td> </tr> <tr> <td colspan="3" data-bbox="539 1818 1161 1883"></td> <td data-bbox="1050 1818 1161 1883"> 완충재 </td> <td colspan="2" data-bbox="1161 1818 1369 1883"> - </td> </tr> </table>					제품 ⑨ 양구앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提)										원산지	중국 윈난성 추송시		종량	450g		가격	총 가격	17.80위안 (3,049원)		포장 구성	개별 포장		100g당 가격	3.96위안 (678원)		기타	· 홍보문구: 햇별에 자연 숙성 에메랄드색 머스켓 장인의 품질		포장 형태	외부	플라스틱 상자					내부	-					완충재	-	
제품 ⑨ 양구앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提)																																																		
																																																		
원산지	중국 윈난성 추송시		종량	450g																																														
가격	총 가격	17.80위안 (3,049원)		포장 구성	개별 포장																																													
	100g당 가격	3.96위안 (678원)																																																
기타	· 홍보문구: 햇별에 자연 숙성 에메랄드색 머스켓 장인의 품질		포장 형태	외부	플라스틱 상자																																													
				내부	-																																													
				완충재	-																																													

40) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 의류, 소형가전, 식료품, 가공식품, 농산물, 등의 제품 취급 / 주요 소비층: 지역주민

샤인머스켓
판매 제품
정보

제품 ⑩ 양구앙메이웨이칭티(阳光玫瑰青提)					
					
원산지	중국		중량	500g	
가격	총 가격	9.90위안 (1,696원)	포장 구성	개별 포장	
	100g당 가격	1.98위안 (339원)			
기타	-		포장 형태	외부	-
				내부	비닐 파우치
				완충재	-

자료: 중국 현지 조사원 자료, 월마트차이나(Walmart China)

④ 메트로(Metro)⁴¹⁾

<p>브랜드 기본 정보</p>		<p>창고식 대형마트로 제품군과 제품종류가 다양하고, 대용량 포장규격 품목을 취급하여 가격경쟁력이 있음. 한 가지 제품 대량 구입 시 특별 혜택이 있으며, 수입제품의 비중이 30%를 차지함.</p>																															
<p>매장 정보</p>																																	
	<p>위치</p>	<p>도시(지역) 상세주소</p>	<p>중국 윈난성 위시시 80 Gudai Road, Minhang District, Shanghai, China</p>																														
<p>매장 내부 모습</p>																																	
<p>샤인머스켓 판매 제품 정보</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="4" data-bbox="416 1205 1377 1238"> <p>제품 ㉞ 양꾸앙메이궤칭티 (阳光玫瑰青提)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1238 868 1518">  </td> <td data-bbox="868 1238 1377 1518">  </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1518 560 1552"> <p>원산지</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="560 1518 868 1552"> <p>중국 윈난 위시</p> </td> <td data-bbox="868 1518 1027 1552"> <p>중량</p> </td> <td data-bbox="1027 1518 1377 1552"> <p>500g</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1552 560 1697" rowspan="2"> <p>가격</p> </td> <td data-bbox="560 1552 715 1619"> <p>총 가격</p> </td> <td data-bbox="715 1552 868 1619"> <p>19.80위안 (3,392원)</p> </td> <td data-bbox="868 1552 1027 1697" rowspan="2"> <p>포장 구성</p> </td> <td data-bbox="1027 1552 1377 1697" rowspan="2"> <p>개별 포장</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="560 1619 715 1697"> <p>100g당 가격</p> </td> <td data-bbox="715 1619 868 1697"> <p>3.96위안 (678원)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="416 1697 560 1843" rowspan="3"> <p>기타</p> </td> <td colspan="2" data-bbox="560 1697 868 1843" rowspan="3"> <p>· 유통업자: 상하이 꾸어핀페이쑹 요우시엔공쓰 (上海果 品配送有限公司)</p> </td> <td data-bbox="868 1697 1027 1843" rowspan="3"> <p>포장 형태</p> </td> <td data-bbox="1027 1697 1174 1742"> <p>외부</p> </td> <td data-bbox="1174 1697 1377 1742"> <p>플라스틱 상자</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1027 1742 1174 1787"> <p>내부</p> </td> <td data-bbox="1174 1742 1377 1787"> <p>-</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1027 1787 1174 1843"> <p>완충재</p> </td> <td data-bbox="1174 1787 1377 1843"> <p>-</p> </td> </tr> </table>			<p>제품 ㉞ 양꾸앙메이궤칭티 (阳光玫瑰青提)</p>								<p>원산지</p>	<p>중국 윈난 위시</p>		<p>중량</p>	<p>500g</p>	<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>19.80위안 (3,392원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>3.96위안 (678원)</p>	<p>기타</p>	<p>· 유통업자: 상하이 꾸어핀페이쑹 요우시엔공쓰 (上海果 品配送有限公司)</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>플라스틱 상자</p>	<p>내부</p>	<p>-</p>	<p>완충재</p>	<p>-</p>
<p>제품 ㉞ 양꾸앙메이궤칭티 (阳光玫瑰青提)</p>																																	
																																	
<p>원산지</p>	<p>중국 윈난 위시</p>		<p>중량</p>	<p>500g</p>																													
<p>가격</p>	<p>총 가격</p>	<p>19.80위안 (3,392원)</p>	<p>포장 구성</p>	<p>개별 포장</p>																													
	<p>100g당 가격</p>	<p>3.96위안 (678원)</p>																															
<p>기타</p>	<p>· 유통업자: 상하이 꾸어핀페이쑹 요우시엔공쓰 (上海果 品配送有限公司)</p>		<p>포장 형태</p>	<p>외부</p>	<p>플라스틱 상자</p>																												
				<p>내부</p>	<p>-</p>																												
				<p>완충재</p>	<p>-</p>																												

자료: 중국 현지 조사원 자료, 메트로(Metro)

41) 매장 유형: 슈퍼마켓 / 판매 제품 특징: 생활용품, 식료품, 가공식품, 농산물, 수입 제품 취급 / 주요 소비자: 외국인, 지역주민

부록 3. 중국 바이어의 샤인머스켓 취급 관련 인터뷰 조사 결과

1) 광저우 예귀진추코마오이 유한공사(广州野果进出口贸易有限公司)

- 광저우 예귀진추코마오이 유한공사는 2012년 설립되어 중국 현지산, 수입 과일을 수입·유통하는 회사로 본사는 광저우에 위치함. 취급품목은 동남아의 망고스틴, 두리안, 코코넛, 리치와 한국, 미국, 호주, 베트남, 칠레, 뉴질랜드, 멕시코 등의 산지에서 재배되는 포도, 샤인머스켓, 블루베리, 대추, 오렌지, 사과, 아보카도, 등을 수입함. 현재 포도류로는 칠레산 청포도와 한국산 샤인머스켓을 유통하고 있음.

부도 3-1. 광저우예귀진추코마오이(广州野果进出口贸易) 취급 품목



자료: 알리바바(Alibaba)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 한국산 샤인머스켓을 수입 및 유통하는 이유는 무엇인가요?

현지에서 한국산 샤인머스켓을 수입·유통하고 있는 이유는 한국산 샤인머스켓의 우수한 품질 때문이며, 중국 해관에서 한국산 샤인머스켓만을 정식으로 수입을 허가해주었기 때문입니다. 또한, 광둥성 지역 위주로 자사의 협력 납품처의 규모도 크고, 품질 좋은 수입과일에 대한 수요가 점점 높아지는 점도 한국산 샤인머스켓을 취급하는 요인 중 하나입니다.

Q2. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

현지에서 수입 유통중인 샤인머스켓은 당도는 17° Bx(브릭스)이며, 알당 20g 정도의 크기를 가진 제품이며, 포장은 투명 플라스틱 용기로 개별 포장되어 있고, 외부포장에는 이중 종이박스를 사용하는 제품입니다.

Q3. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

한국산 샤인머스켓의 소매가는 500g에 200위안(한화 약 34,260원), 중국산은 50~100위안(한화 약 8,565~17,130원)으로 한국산 제품이 2~4배 정도 소매가격이 높은 편입니다. 중국산 과일은 아무래도 인건비나 운송비에서 절약할 수 있으므로 수입 과일보다 가격이 저렴할 수밖에 없습니다. 그러나 대부분의 당사 고객은 수입 과일을 즐겨 먹는 소비자로서, 상대적으로 가격이 비싸더라도 품질이 좋은 한국산 샤인머스켓을 선호하는 경향을 보이고 있습니다.

Q4. 중국 시장 내 유명 샤인머스켓 산지는 어디인가요?

중국에서 가장 유명한 샤인머스켓 산지는 윈난성입니다. 온도, 습도, 강수량, 일조량 등이 모두 적합하며 포도류 재배에 있어 오랜 역사와 Know-how를 보유하고 있기 때문입니다.

Q5. 중국 시장 내 주력납품지역은 어디이며, 타겟 소비층은 누구인가요?

당사는 2010년부터 과일 유통을 시작하여 장기간 협력관계를 구축한 납품처들이 많으며, 대부분 광둥성, 상하이시, 후난성(湖南省) 지역에 있는 호텔, 레스토랑, 슈퍼마켓, 소매시장으로 유통하고 있습니다. 샤인머스켓의 경우 광저우시 수입 과일 매장이나 프리미엄 마트 위주로 시장 테스트를 실시한 후 판매량이 높은 매장을 대상으로 추가 납품을 진행하고 있습니다.

Q6. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

코로나19 사태로 국민들의 소비활동이 정체 또는 위축되는 상황이 발생하였으나, 사태가 안정되면서 지금은 정상적인 일상으로 복귀하고 있으며, 개발 중인 백신의 임상 결과를 앞두고 소비가 다시 활발해지기 시작하였습니다. 현재 과일 시장의 판매량은 안정적인 상황을 유지하고 있으며, 향후 오프라인 채널보다 온라인 채널로의 판매가 증가할 것으로 예상합니다.

Q7. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

한국산 제품은 과육이 짙 차 있어 외관 형태가 보기 좋으며, 수에서 떨어져 나오는 알이 적습니다. 중국산은 수확 이후의 관리 노하우가 부족하고, 농장의 재배 및 포장기술이 외국산 만큼 정교하지 못하기 때문에 외관 형태나 품질이 외국산에 비해 다소 떨어집니다.

Q8. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향이 있으신가요?

당사는 9월부터 이듬해 1월까지 꾸준히 한국으로부터 샤인머스켓을 수입하며, 시기에 따라 신선도가 가장 좋은 산지의 제품을 선택하여 구매합니다.

Q9. 한국산 샤인머스켓 수입 시 주의사항은 무엇인가요?

신선과일은 신선도를 보존하는 것이 가장 중요합니다. 스티로폼 상자에 드라이아이스 팩을 넣어 포장한 상태로 운송해야 하며, 최선의 운송방식은 콜드체인을 사용하는 것입니다. 또한 내몽골 등 거리가 먼 지역은 항구에서 하역 이후 항공운송을 진행해야 하고, 화북지역의 경우 거리가 가까우므로 철도운송도 가능합니다.

Q10. 한국산 샤인머스켓의 경쟁력을 제고하는 방법은 무엇이라고 생각하시나요?

유통 및 홍보 시기를 잘 선택해야 합니다. 상반기는 중국산 샤인머스켓 수확 시기로 시장 대부분을 중국산이 점유하는 반면, 하반기에는 중국산이 대폭 줄어들고 한국산의 판매량이 점차 증가세를 보입니다.

2) 취상유귀치젠덴 (聚享优果旗舰店)

- 2013년 설립한 과일 유통업체로 본사는 상하이에 위치하고 있으며, 주로 중국 현지산 과일, 수입 과일, 선물용 과일세트 3가지의 분류로 제품을 유통 중에 있음. 취급품목은 샤인머스켓(한국산), 기타 포도, 블루베리, 대추, 오렌지, 사과, 아보카도, 키위, 레몬 등이 있음.

부도 3-2. 취상유귀치젠덴 (聚享优果旗舰店) 취급 품목



聚享优果旗舰店

 <p>海外无货</p> <p>顺丰配送 Driscoll's怡颗莓 超大进口蓝莓王新鲜水果 超大蓝莓6盒装</p> <p>¥ 168.00</p> <p>已有3110人评价</p> <p>购买 对比</p>	 <p>海外无货</p> <p>【顺丰速运】中秋组合进口/国产新鲜水果礼盒 D款合: 橙子, 苹果, 火龙果, 芒</p> <p>¥ 228.00</p> <p>已有298人评价</p> <p>购买 对比</p>	 <p>海外无货</p> <p>陕西大荔冬枣甜脆枣子新鲜当季时令水果 3斤装</p> <p>¥ 49.00</p> <p>已有520人评价</p> <p>购买 对比</p>	 <p>海外无货</p> <p>美国进口新奇士3107黑标脐橙Sunkist进口橙子甜橙单果200克以上 10个大果</p> <p>¥ 78.00</p> <p>已有854人评价</p> <p>购买 对比</p>
 <p>海外无货</p> <p>现货台湾老树麻豆文旦柚子新鲜水果中秋礼盒 原箱礼盒8-14个净重12斤</p> <p>¥ 178.00</p> <p>已有1784人评价</p> <p>购买 对比</p>	<p>晴王ブドウ</p>  <p>海外无货</p> <p>礼盒款 送人更佳</p> <p>顺丰空运 日本品种晴王葡萄青印青提阳光玫瑰葡萄新鲜水果中秋礼盒 2.5斤高档</p> <p>¥ 258.00</p> <p>已有1574人评价</p> <p>购买 对比</p>	 <p>海外无货</p> <p>【顺丰速运】中秋组合进口/国产新鲜水果礼盒 A款合: 进口橙子, 苹果, 石榴,</p> <p>¥ 288.00</p> <p>已有297人评价</p> <p>购买 对比</p>	 <p>海外无货</p> <p>墨西哥牛油果6个装单果160-180克进口新鲜水果</p> <p>¥ 68.00</p> <p>已有731人评价</p> <p>购买 对比</p>
			

자료: 징둥(JD)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 한국산 샤인머스켓을 수입 및 유통하는 이유는 무엇인가요?

샤인머스켓은 일본산이 가장 유명하지만, 중국 법규상 수입금지 품목이므로 중국과 가장 가깝고 합법적으로 수입 가능한 한국산 샤인머스켓을 선택하게 되었습니다. 한국산은 중국산보다 껍질이 깨끗하고 색상과 광택감이 좋아 고급스러운 느낌을 주고 있습니다.

Q2. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

주로 현지에서 유통하고 있는 제품은 2kg 규격의 박스로 포장하여 공급하고 있습니다. 보통 한 수당 1kg 정도이고, 소비자들은 수당 500g~1kg인 제품을 선호합니다. 선물용으로나 본인 또는 가족의 식용으로 모두 적합하기 때문입니다.

Q3. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

중국 시장 내 한국산 샤인머스켓의 평균 소매가격은 500g에 150~200위안(한화 약 25,695~34,260원)으로, 당사는 166위안(한화 약 28,435원)에 판매하고 있습니다. 한국산이 중국산에 비해 비싸다는 인식이 일반적이어서, 수입 과일을 즐겨먹는 소비자들은 한국산 샤인머스켓이 비싸더라도 제품을 구매할 의향이 있지만, 대부분의 소비자들은 가성비 높은 과일을 선호합니다.

Q4. 중국 시장 내 유명 샤인머스켓 산지는 어디인가요?

윈난성은 중국 내 주요 포도 산지로 규모가 크고 생산량이 많기로 유명하며, 상당히 많은 포도 농장과 전문 재배기지를 보유하고 있습니다.

Q5. 중국 시장 내 타깃 소비층은 누구인가요?

초기에는 경제적 여유가 있는 1980~1990년생 부모가 아이에게 먹이려고 구매하였다가 맛이 좋아 선물용으로 대량 구매하기 시작하였습니다. 이외에도 구매력이 있는 퇴직한 중노년층도 한국산 샤인머스켓의 주 소비층입니다.

Q6. 중국 시장 내 주력 납품지역은 어디인가요?

샤인머스켓은 일반적으로 선전시, 광저우시, 베이징시, 상하이시 등 1선 도시의 프리미엄 마트에서 많이 판매되며, 시장 수요에 비해 공급이 부족할

정도입니다. 해당 지역은 전반적인 과일 수요가 높고 구매력도 높아 샤인머스켓을 선호하는 소비자들이 많기 때문입니다.

Q7. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

중국은 이미 코로나19 사태로부터 거의 회복된 상황이고, 소비자들의 일상 생활에 미치는 영향도 많이 줄어들었습니다. 샤인머스켓은 보통 9월부터 출시되기 때문에 코로나19가 잠잠해진 현재로서는 판매량에 대한 영향이 적은 편이라고 생각합니다.

Q8. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향이 있으신가요?

당사는 앞으로도 꾸준히 한국산 샤인머스켓을 수입할 의향이 있습니다. 하반기가 수확시기인 한국산 샤인머스켓은 공급가격이 저렴하고, 명절기간 동안 고가의 선물용 제품을 구매하고자 하는 소비자에게 높은 가격에 판매가 가능합니다. 또한, 9월부터는 날씨가 선선해지므로 과일이 쉽게 상하지 않는다는 장점도 있습니다. 중국 시장 내에서 샤인머스켓은 아직 희소성이 있어서 여전히 소비자의 수요를 자극하고 있기도 합니다.

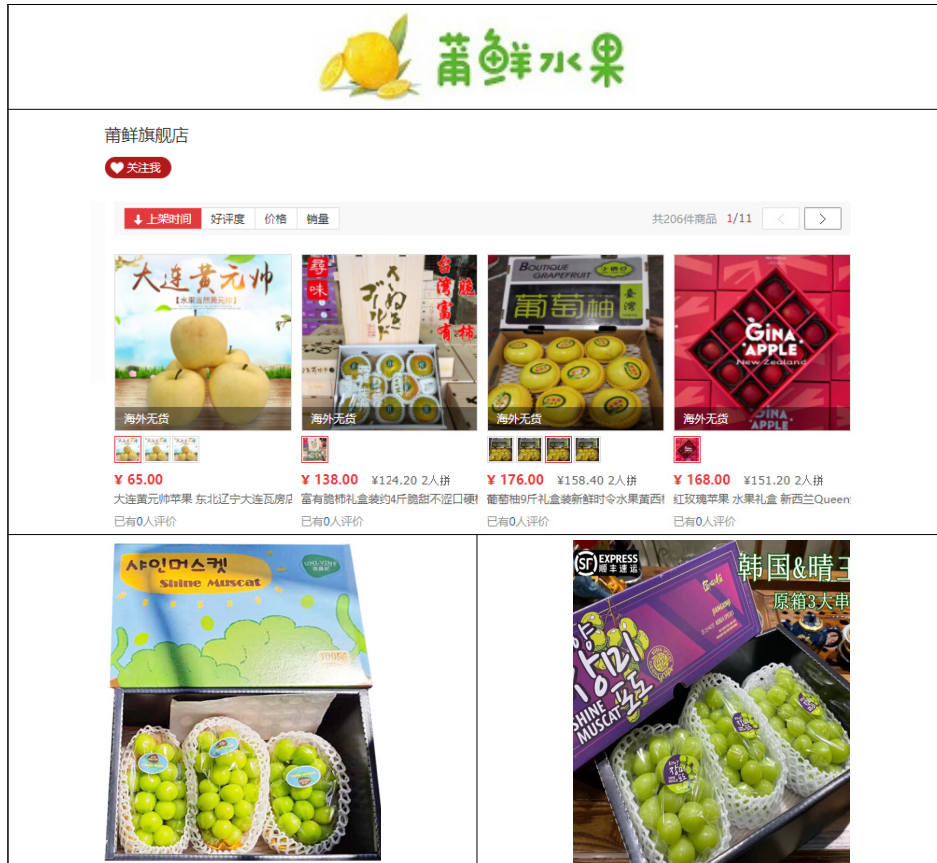
Q9. 한국산 샤인머스켓의 경쟁력을 제고하는 방법은 무엇이라고 생각하시나요?

한국산 샤인머스켓은 중국시장에 진출한지 얼마되지 않았으므로 빠르고 효율적인 홍보채널을 이용하면 좋습니다. 예를 들면 온라인 쇼핑몰 라이브 방송, 프리미엄 아파트 및 오피스텔 엘리베이터 광고 등에 홍보하는 것이 효과적일 것 같습니다.

3) 푸셴치젠덴 (莆鮮旗艦店)

- 푸셴치젠덴은 수입과일 유통업체로 본사는 푸젠(福建)에 위치함. 샤인머스켓, 사과, 복숭아, 오렌지, 망고, 유자, 감, 키위 등의 제품을 한국, 뉴질랜드 등에서 수입하여 중국 국내시장에 유통함.

부도 3-3. 푸셴치젠덴 (莆鮮旗艦店) 취급 품목



자료: 징둥(JD)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 한국산 샤인머스켓을 수입 및 유통하는 이유는 무엇인가요?

당사의 주요 고객군인 고소득층 소비자들은 희소성 있는 고가의 제품을 선호합니다. 샤인머스켓은 프리미엄 포도 품종으로 중국에서 흔한 품목이 아니기에 수입을 결정하게 되었으며, 샤인머스켓 산지 중 한국이 가장 가깝고 정식 수입허가 품목이기 때문입니다. 특히 한국산 샤인머스켓은 주로 선물용으로 판매되므로 시장성이 있습니다.

Q2. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

당사는 한국산 샤인머스켓을 수입하여 자체 브랜드 ‘푸셴(莆鲜)’으로 유통하고 있습니다. 한 수당 무게는 1kg 정도 되고, 한 알의 무게는 18~20g 정도 됩니다. 선물용 상품은 특별하게 오렌지와 블루 2가지 색상의 테마로 별도 포장하여 공급합니다.

Q3. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

당사의 한국산 샤인머스켓 소매가격은 1kg에 449위안(한화 약 76,913원)정도 입니다. 당사의 주요 고객은 고소득층 소비자들로 수입 프리미엄 제품에 익숙하고, 품질이 보장된다면 가격에 구애받지 않고 구매할 의향이 충분합니다.

Q4. 중국 시장 내 주력납품지역은 어디이며, 타겟 소비층은 누구인가요?

당사와 협력관계를 구축한 대기업들이 추석 및 연말에 고객 선물용으로 많이 구매하며, 선전시, 상하이시, 베이징시 등 1선 도시 위주로 판매됩니다. 사실 한국산 샤인머스켓은 중국 전 지역으로 유통되나, 특히 동북지역 연해에 위치한 랴오닝성(辽宁省)의 소비량이 아주 큽니다. 해당 지역의 소비자들은 상당한 구매력을 갖추었고, 한국산 과일에 대한 높은 인지도와 신뢰도를 가지고 있기 때문입니다.

Q5. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

중국 정부에서 꾸준히 소비를 자극 및 촉진하고 있으며, 국민들의 소비활동도 코로나19 사태 이전 수준으로 거의 회복되었습니다. 다만 해관 검역이 더욱 엄격해짐에 따라 시판되고 있는 수입 과일이 예전보다 많이 줄어든 상황입니다.

Q6. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

한국산 샤인머스켓은 한 수당 1kg 정도이며, 알마다 과육이 팍 차 있고 과즙이 풍부합니다. 외관 형태가 균일하고 광택이 있으며, 껍질이 깨끗하기에 간단히 물에 씻어서 바로 먹을 수 있습니다.

Q7. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향이 있으신가요?

당사는 장기간 한국산 샤인머스켓을 수입할 의향이 있으며, 주로 8월부터 이듬해 1월까지 한국산 수입을 진행합니다. 해당 시기는 샤인머스켓 판매

성수기로, 특히 추석 전이 골든타임인데, 이때 프리미엄 선물로서 샤인머스켓의 마진율은 아주 좋은 편입니다.

Q8. 한국산 샤인머스켓 수입 시 주의사항은 무엇인가요?

가을철 남방지역으로 운송할 때 냉장보관에 주의해야 하며, 콜드체인 방식으로 운송하면 신선도 유지에 가장 좋습니다. 반대로 겨울철 북방지역으로 운송할 때에는 보온에 주의해야 하며, 얼지 않도록 포장에 특별히 신경써야 합니다.

Q9. 기타 주의사항 및 애로사항이 있으신가요?

하반기에 명절이 많고 소비자들이 선물용으로 많이 구매하므로 이 기회를 잘 잡아야 합니다. 추석 기간동안 판매량이 급증하여 공급량이 수요를 만족시키지 못하면 가격이 상승했다가 추석이 지나는 시점에 점차 다시 정상가로 떨어집니다.

4) 선전 양광주앙위안농예파잔 유한공사(深圳陽光莊園農業發展有限公司)

- 선전양광주앙위안농예파잔 유한공사는 2013년 선전에 설립된 프리미엄 과일 유통업체로 연간 매출이 1억 위안(한화 약 171억원)에 달함. 주로 한국산 샤인머스켓, 두리안, 귤, 멜론 등의 수입 과일을 올레, 시티슈퍼 등의 프리미엄 매장에 유통하며, 현재 한국산 샤인머스켓 'Uni-Vine'을 취급 중임.

부도 3-4. 선전양광주앙위안농예파잔(深圳陽光莊園農業發展) 취급 품목



자료: 아이프레시페어(ifreshfair)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 한국산 샤인머스켓을 수입 및 유통하는 이유는 무엇인가요?

당사에서 취급하는 제품은 유명한 샤인머스켓 산지인 한국 경상북도 상주시에서 재배된 것으로 품질이 아주 좋습니다. 상주시 샤인머스켓의 껍 찬 과육과 달달하고 싱그러운 향 등은 중국 소비자들에게 환영받는 요인으로 꼽히고 있습니다. 또한 당사의 협력사인 한국 포도농가들은 20년 이상의 포도 재배기술과 포장재 생산경험이 있으며, 전 포도 재배과정에 사람이 직접 참여하여 높은 품질의 제품만을 출하합니다. 저희는 매년 8월에서 이듬해 1월까지 한국산 샤인머스켓을 수입하고 있으며, 특히 설 연휴 동안에는 비싼 가격에도 불구하고 시장 수요가 충분한 편입니다.

Q2. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

당사가 유통하는 샤인머스켓은 수 단위로 판매되며, 스티로폼 상자 혹은 프리미엄 제품의 경우 종이 상자에 포장되어있습니다. 한 수당 500g, 1kg, 2kg 등으로 다양하게 취급하지만, 샤인머스켓 자체가 단가가 높은 상품이다 보니 규격이 작은 상품들의 판매량이 더 높습니다. 중국시장 내 샤인머스켓의 적정 품질기준은 다음과 같습니다.

· 수의 크기	600~750g
· 알의 크기	한 알당 12~15g
· 당도	17브릭스
· 색상	청록색
· 포장	수 또는 상자 단위로 판매 내부: 스티로폼과 랩으로 개별포장 외부: 플라스틱 용기 또는 종이상자
· 기타	외형에 오점이나 결함이 없는 것

Q3. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

중국산 샤인머스켓의 평균 소매가는 500g에 50~100위안(한화 약 8,565~17,130원) 정도이며, 특급 품질은 약 100위안(한화 약 17,130원) 정도입니다. 한국산 샤인머스켓은 200~300위안(한화 약 34,260~51,390원) 수준의 높은 가격으로 책정되어 있음에도 불구하고, 수입 과일을 좋아하고 구매력이 높은 소비자들은 추가 비용을 지불하여 한국산 샤인머스켓을 구매할 의향이 있습니다.

Q4. 중국 시장 내 유명 샤인머스켓 산지는 어디인가요?

중국에서는 윈난성(云南省)과 스촨성 청두시(四川省成都市) 지역의 샤인머스켓이 유명한 편이며, 그중 윈남성(云南省)의 샤인머스켓이 가장 유명합니다. 한국산은 상주시, 천안시의 샤인머스켓이 유명합니다.

Q5. 중국 시장 내 타겟 소비층은 누구인가요?

샤인머스켓은 프리미엄 과일로 브랜딩되어 있습니다. 따라서 홍보 타겟층은 프리미엄 라이프스타일에 관심이 있는 소비자들과 화이트칼라 직장인들입니다. 샤인머스켓은 희소한 품종이며 맛도 상당히 좋기 때문에 일정 수준의 경제적 여유와 소비능력을 가진 개인과 가정에서는 선물용보다는 본인 또는 가족들 식용 목적으로 샤인머스켓을 많이 구매합니다.

Q6. 중국 시장 내 주력 납품지역은 어디인가요?

주로 광둥성 선전시(广东省深圳市), 상하이시(上海市) 일대에서 많이 판매됩니다. 대부분 올레(Ole), 시티슈퍼(Citysuper) 등의 프리미엄 마켓에서 판매되며, 기타 지역은 제한적인 소비수준으로 인해 판매채널이 적습니다. 이 밖에도 한국산 샤인머스켓은 중국 광저우시(广州市)에서 품평회를 가졌던 만큼 해당 지역에서 나름 인지도가 높은 편입니다.

Q7. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

코로나19 발생 지역에서 재배된 과일을 수입하지 못하게 되어, 최근 수입과일 공급량이 대폭 줄어든 상황임. 광복절 연휴 기간동안 한국에서 코로나19가 재확산됨에 따라 소비자들의 한국산 제품에 대한 호감도가 많이 감소하였습니다.

Q8. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

한국산 샤인머스켓은 순수 포도맛이 진한 반면에 중국 윈남성에서 나는 샤인머스켓은 장미향이 나서 중국 내에서는 장미포도라고 불리기도 합니다.

Q9. 한국산 샤인머스켓의 수입시기는 언제인가요?

윈남성의 샤인머스켓 수확기는 대개 4월에서 10월 말까지입니다. 이에 비해 한국산 샤인머스켓은 7월 말에서 이듬해 1월까지 공급되므로, 10월에서 이듬해 1월까지의 시장 수요를 한국산이 대체할 수 있습니다. 당사는 보통 8월

부터 샤인머스켓 수입에 대해 알아보기 시작하며, 한국산 샤인머스켓 가격이 합리적이라면 협력할 의향이 있습니다.

Q10. 기타 주의사항 및 애로사항이 있으신가요?

샤인머스켓이 중국에 들어오기 시작한 초창기에는 희소성 있는 과일 품종으로 여겨져, 바이어 간 가격경쟁이 아주 치열하였으며, 5kg에 300위안(한화 약 51,390원)이었던 공급가가 최고 650위안(한화 약 111,345원)까지 치솟기도 했습니다.

5) 선전러라 (深圳樂拉)

- 러라는 2017년 선전에 설립된 프리미엄 과일 유통업체임. 샤인머스켓, 거봉, 복숭아, 감 등의 수입과일을 취급하며, 한국과 일본에서 수입하여 티몰, 타오바오 등의 온라인 쇼핑몰과 올레, 시티슈퍼 등의 오프라인 프리미엄 매장으로 유통함. 현재 한국산 샤인머스켓 'Uni-Vine'을 취급 중임.

부도 3-5. 선전러라 (深圳樂拉) 취급 품목

	
	<ul style="list-style-type: none"> 01 Lurra's shine-muscat 02 Lurra's grape 03 Lurra's kyoho 04 Lurra's strawberry 05 Lurra's loquat 06 Lurra's persimmon 07 Korean shine-muscat
	

자료: 러라(Lurra)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 한국산 샤인머스켓을 수입 및 유통하는 이유는 무엇인가요?

현재의 중국해관 정책에 따르면 한국산 과일 중 신선포도류만이 수입 가능한 상황입니다. 샤인머스켓, 거봉, 캠벨얼리 등의 다양한 품종이 수입되고 있지만, 최근 가장 각광받는 품종은 샤인머스켓입니다. 중국산 샤인머스켓은 품질이 좋은 상품이 제한적이고 10월이면 시즌이 끝나서, 한국산 샤인머스켓이 공백기를 채워 시장 수요를 충족시킬 수 있기 때문입니다. 한국산 샤인머스켓은 공급시기가 7월 말에서 이듬해 1월까지로 상당히 긴 편이며, 이때는 샤인머스켓 시장이 한창 활발해지는 시기이기도 합니다. **일본과 비교하여도 한국은 지리적으로 더 가깝고, 공급가격도 더 낮다는 점에서 매력적입니다.**

Q2. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

당사는 수당 500g~1kg 중량의 샤인머스켓을 개별 스티로폼 포장하여 판매합니다. 중국시장 내 샤인머스켓 적정 품질기준은 다음과 같습니다.

· 수의 크기	600~750g, 800g 초과하면 안 됨
· 알의 크기	- 한 알당 12~14g, 15g을 초과하면 속이 비기 쉬움 - 알 사이의 간격에 빈틈이 없는 것
· 당도	18~20° Bx(브릭스)를 초과하지 않는 것
· 색상	녹황색(노란색은 안됨)을 띄고 광택이 있는 것
· 모양	원기둥 형태, 길이 20cm 미만, 너비 12cm
· 기타	씨 없음

즉, 너무 무겁지 않아야 하고, 너무 크면 안 되고, 껍질은 너무 누렇게 되면 안 되고, 당도가 너무 높아서도 안 됩니다.

Q3. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

중국 내 산지로는 윈난성에서 샤인머스켓 품종을 도입하여 재배한지 3년 정도 됩니다. 재배기간은 대략 4년 정도이며, 품질 등급에 따라 가격이 상이합니다. 최고 등급은 500g에 100위안(한화 약 17,130원), 차순위 등급은 50위안(한화 약 8,565원) 정도에 판매됩니다. 한국산 샤인머스켓은 품질이 우수하여 200위안(한화 약 34,260원)으로 중국산과 가격 차이가 있습니다. 현재 온라인과 오프라인 채널로 모두 유통되고 있으며, 한국산이 보편화되어 판매량도 높습니다.

Q4. 중국 시장 내 주력납품지역은 어디이며, 타겟 소비층은 누구인가요?

주로 수입제품에 익숙하고 구매 습관이 형성된 고객을 대상으로 한국산 샤인머스켓의 품질에 대해 강조하는 홍보전략을 취하고 있습니다. 최근에는 추석 선물용으로 많이 판매되고 있습니다. 납품지역으로는 주로 연해지역 및 베이징시, 상하이시, 광저우시, 선전시 등 1선 도시를 중심으로 많이 판매됩니다.

Q5. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

코로나19 발생 이후부터 한국산 샤인머스켓에 대한 중국 소비자들의 수요가 전체적으로 감소하는 추세입니다. 중국산 샤인머스켓도 점차 품질이 향상되고 있고, 판매가격이 한국산보다 훨씬 저렴하기 때문입니다. 불안정한 시기에 소비자들은 가성비 높은 제품을 선호하는 성향을 보입니다.

Q6. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

한국산 샤인머스켓은 향이 좋고 과육이 짙 차 있으며, 식감이 좋고 품질이 우수합니다. 그러나 중국산 대비 가격 면에서 경쟁력이 떨어지고 수당 길이가 길지 않습니다.

Q7. 한국산 샤인머스켓의 경쟁력을 제고하는 방법은 무엇이라고 생각하시나요?

명절때 오프라인 마트에서 품평회와 시식행사 등의 이벤트를 진행하거나(6/18, 11/11⁴²)과 같은 쇼핑 페스티벌 및 추석과 같은 명절에 판촉활동을 진행하면 좋을 것 같습니다.

Q8. 기타 주의사항 및 애로사항이 있으신가요?

중국은 아직 지식재산권에 대한 인식이 부족하여 중개업체와 판매업체들의 허위광고가 심한 편입니다. 예를 들어 시중에서 '일본산 샤인머스켓'으로 홍보하는 상품은 가품입니다. 중국 해관에 따르면 현재 일본으로부터 수입 가능한 신선과일에는 사과와 배 두 가지 뿐이고, 중국에서 공식적으로 샤인머스켓을 수입할 수 있는 국가는 한국이 유일하기 때문입니다. 2015년 초창기 샤인머스켓의 공급가는 500g에 5~6위안(한화 약 856~1,027원)에 불과하였으나, 수요가 급증하면서 2016~2017년에는 20위안(한화 약 3,426원), 2018년에는 40위안(한화 약 6,852원)까지 올랐고, 2019년에는 1등급일 경우 150위안(한화 약 25,695원)으로 치솟았습니다. 이는 바이어들이 더 많은 양을 차지하려고 무분별한 가격경쟁을 일으킨 탓입니다.

6) 광저우지귀쉬안마오이 유한공사(广州市集果軒貿易有限公司)

- 광저우 스지귀쉬안마오이 유한공사는 2014년 설립된 수입과일 유통업체로 본사는 광저우에 위치함. 남아프리카, 칠레, 인도, 베트남, 필리핀 호주, 페루 등지에서 샤인머스켓(주요 품목), 오렌지(주요 품목), 사과, 키위 등의 제품을 호텔, 식당, 도·소매시장, 슈퍼마켓 등에 유통함.

부도 3-6. 광저우지귀쉬안마오이(广州市集果軒貿易) 취급 품목



자료: 알리바바(Alibaba)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

당사는 원래 가성비가 높은 페루산과 남아프리카산 청포도를 유통하였으나, 최근에는 중국산도 품질이 점차 좋아지고 안정되어서 외국산보다 판매량이

42) 매년 중국에서 열리는 대형 온라인 할인 행사기간

더 높아졌습니다. 현재 중국산 샤인머스켓 품종을 취급하는데, 20브릭스의 당도에 한 수당 길이는 20~22cm, 한 알의 크기는 20g, 한 수당 350g 정도 중량의 제품을 5kg 규격 박스에 포장하여 판매합니다.

Q2. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

중국산 샤인머스켓은 500g에 20~100위안(한화 약 3,426~17,130원) 정도에 판매되며 종종 할인가로 20위안(한화 약 3,426원) 이하에 판매되기도 합니다. 한국산 정품 샤인머스켓은 200위안(한화 약 34,260원) 정도이며, 시중에 한글이나 일본어로 된 라벨이 붙어 있는 샤인머스켓이 100위안(한화 약 17,130원)에 판매되는 경우도 볼 수 있습니다. 이는 대부분 중국 내에서 재배한 가품입니다.

Q3. 중국 시장 내 유명 샤인머스켓 산지는 어디인가요?

중국에서 가장 유명한 샤인머스켓 산지는 윈난성입니다. 중국산 샤인머스켓 공백기(8~11월)에는 호주산과 남미(페루 등)산의 청포도를 수입하여 시장 수요를 만족시키고자 합니다. 호주산과 남미산 청포도는 가격대가 500g에 20~30위안(한화 약 3,426~5,139원)으로 낮게 형성되어 있어서 소비자들의 수용도가 높습니다.

Q4. 중국 시장 내 타겟 소비층은 누구인가요?

한국산 샤인머스켓은 프리미엄 제품이므로 고소득층 소비군을 고객 대상으로 선정하는 것이 좋습니다. 예를 들어 기업 고위층 인사, 정부기관 인사 등이 타겟 소비층이 될 수 있습니다. 고소득층 소비자들을 타겟으로 하는 유통채널에서 홍보를 진행하면 시장 내 포지션을 더욱 명확하게 찾을 수 있습니다.

Q5. 중국 시장 내 주력납품지역은 어디인가요?

코로나19 사태 발생 초반에는 경기 침체 현상이 심하여 소비자들이 저가 제품을 많이 찾았지만, 최근 일상생활이 거의 회복되면서 소비활동도 활발해졌습니다. 특히 온라인 채널에서 소비를 자극하는 할인 이벤트를 꾸준히 진행하면서, 프리미엄 과일 판매량이 다시 증가하고 있습니다. 다만, 통관 시 검역절차가 더욱 엄격해짐에 따라 수입 과일을 유통하는 업체 수가 줄어들었습니다.

Q6. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

코로나19 사태로 국민들의 소비활동이 정체 또는 위축되는 상황이 발생하였으나, 사태가 안정되어 지금은 정상적인 일상의 복귀와 함께 소비심리도 회복되고 있습니다. 특히 온라인 채널에서 소비를 자극하는 할인 이벤트를 꾸준히 진행하면서, 프리미엄 과일 판매량이 다시 증가하고 있습니다. 그러나 통관 시 검역절차가 더욱 엄격해짐에 따라 수입 과일을 유통하는 업체들이 줄어든 상황입니다.

Q7. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

한국산 샤인머스켓의 품질이 더욱 우수하고 씨가 없습니다. 중국산 샤인머스켓도 씨가 없다고 많이들 홍보하지만 조금씩 있는 경우가 많습니다. 그러나 한국산은 가격이 비싸고 수요가 일반적이지 않으므로, 시중에 공급되는 양도 상대적으로 적고 시장점유율도 낮습니다.

Q8. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향이 있으신가요?

한국산 샤인머스켓의 가격이 중국산의 10배라는 점에서 앞으로도 수입하지 않을 생각입니다. 일반적인 과일 유통시장에서 샤인머스켓의 점유율은 아주 낮으며, 특히 일반 소비자의 수요는 적습니다. 명절 또는 연말에 고급선물용으로 구매하는 등의 일부 특정 상황과 구매 능력이 있는 소비자들만이 한국산 샤인머스켓을 구매하기 때문입니다.

Q9. 한국산 샤인머스켓의 경쟁력을 제고하는 방법은 무엇이라고 생각하시나요?

온라인 쇼핑몰과 라이브 방송을 통해 유통하면 각 계층의 소비자들을 모두 접할 수 있고, 이후 점차적으로 대상 고객의 범위를 좁혀가는 것이 바람직합니다.

7) 바이귀위안 (百果園)

- 바이귀위안은 2001년 선전(Shenzhen)에 설립된 대규모 체인 기업으로 과일 조달, 식재 지원, 수확 후 보존, 물류 보관, 표준 분류, 마케팅 개발, 브랜드 운영, 매장 소매, 정보기술, 금융 자본, 사이언톨로지 등이 통합된 기업임. 샤인머스켓, 두리안, 사과, 리치 등의 수입과일을 태국, 남아프리카, 칠레 등에서 수입하며, 전국 범위의 자체 프랜차이즈 과일가게를 통해 유통함.

부도 3-7. 바이귀위안(百果園) 취급 품목



자료: 파고다(pagoda)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

당사에서 판매중인 중국산 샤인머스켓은 희소, 시그니처, A,B,C,D 등 6가지 등급으로 나뉘지만, 가격 차이가 크지 않습니다. 보통 한 수당 중량이 400~700g이며, 당도는 13~14° Bx(브릭스)입니다. 알의 크기는 균일하지 않은데, 재배과정에 대한 관리가 한국산 만큼 정밀하고 엄격하지 못하기 때문이라고 생각합니다.

Q2. 샤인머스켓의 중국 소매가 및 중국 소비자들의 소비 패턴은 어떤지?

중국산 샤인머스켓 소매가는 500g에 20위안(한화 약 3,426원) 정도이며, 등급으로 분류하면 중급 과일에 속합니다. 비싼 가격에 수입포도를 구매하는 소비자들이 있긴 하지만 소수에 불과합니다. 최근 중국산 과일의 품질이 점차 향상되고 가성비가 높은 수입과일들도 많이 보급되면서, 소비자들은 굳이 가격이 훨씬 비싼 수입 과일을 구매할 이유가 없어졌습니다. 한국산 샤인머스켓이 중국산보다 많이 비싼 경우에는 소비자들이 받아들이기 어려울 수도 있습니다.

Q3. 중국 시장 내 유명 샤인머스켓 산지는 어디인가요?

중국 내 샤인머스켓 산지로는 윈난성과 스촨성이 유명하며, 지리적 환경과 기후조건이 샤인머스켓 재배에 적합합니다. 중국 시장에서는 중국산 샤인머스켓 점유율이 가장 높는데, 이는 일본에서 도입한 품종을 중국에서 재배한 것입니다. 샤인머스켓은 일본산이 가장 유명하지만, 중국 해관에서 발표한 검역 승인 수입품 리스트에 일본산 신선포도가 포함되어 있지 않습니다. 이에 따라 중국 전문가들은 일본 품종을 자체 연구하여 중국 내에서 재배하기 시작하였습니다.

Q4. 중국 시장 내 타겟 소비층은 누구인가요?

중국산 샤인머스켓은 대중적인 과일에 속하며 일반 소비자들을 대상으로 판매하고 있지만, 수입 프리미엄 샤인머스켓은 중고소득층 소비자들을 대상으로 홍보하고 있습니다. 대부분 직접 소비하기 위해 샤인머스켓을 구매합니다.

Q5. 중국 시장 내 주력납품지역은 어디인가요?

중국산 샤인머스켓 유통채널 분포는 아주 광범위하며 편의점, 대형마트 등에서 모두 판매되고 있고, 경제발전이 다소 더딘 4선, 5선 도시에서도 판매되고 있습니다. 수입 과일은 대부분 1선, 2선 도시 프리미엄 슈퍼마켓(Ole, BHG, Aeon, BLT, Freshippo, Walmart, GSH Market)에서 주로 유통됩니다.

Q6. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

당사는 중국산 샤인머스켓 위주로 유통하고 있으며, 이는 대중적인 과일이기 때문에 소비자 수요가 안정적인 편으로 코로나19 사태의 영향을 크게 받지 않았습니다. 다만 코로나19가 확산되었던 지역의 상품은 소비자들이 구매하지 않습니다.

Q7. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

보통 13~14브릭스의 중국산보다 한국산이 당도가 높고 알의 크기가 균일하여 시중 가격에서 10배 정도 차이가 납니다. 중국산 샤인머스켓의 판매 시기는 8월에서 11월까지인 반면, 한국산 샤인머스켓은 이듬해 1월까지도 유통됩니다.

Q8. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향이 있으신가요?

당사는 중국 내 샤인머스켓 산지 농장과 협력관계를 유지하고 있고, 중국산 제품을 더욱 선호하므로 당분간 한국산 샤인머스켓을 유통할 의향은 없습니다.

다. 추후에 한국산 샤인머스켓을 수입한다면, 수입 희망기간은 8월에서 1월 까지입니다. 8월부터 샤인머스켓이 시중에 많이 유통되면서 소비지들도 즐겨 먹고 가격이 비교적 저렴하기 때문이며, 무엇보다도 수요가 가장 많은 명절 기간과 겹쳐서 판매량이 보장됩니다.

Q9. 기타 주의사항 및 애로사항이 있으신가요?

공급주기와 유통기한에 주의해야 하며, 특히 판매 시기를 잘 정해야 합니다. 내륙 운송에 있어서 지역별로 여러 창고에 상품을 보관해 두고, 목적지와 가장 가까운 창고에서 배송하는 방법을 사용하는 것이 좋습니다.

8) 산시룬파귀쑤스예 유한공사 (陝西潤發果蔬實業有限公司)

- 룬파귀쑤스예는 2007년 설립된 프리미엄 농산품(과일, 야채) 유통업체로 본사는 셴양시(咸陽市)에 위치함. 주 납품지역은 허베이(河北), 후베이(湖北), 상하이(上海), 저장(浙江), 텐진(天津), 칭하이(青海), 간쑤(甘肅), 닝샤(宁夏), 산시(陝西), 산시(山西), 스촨(四川)이며, 과일가게, 대·중·소형 슈퍼마켓으로 샤인머스켓, 사과, 배, 등을 유통함.

부도 3-8. 산시룬파귀쑤스예(陝西潤發果蔬實業有限公司) 취급 품목



자료: 알리바바(Alibaba)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 어떤 샤인머스켓을 유통중인가요?

당사는 ‘량산홍(梁山紅)’ 브랜드의 샤인머스켓을 유통합니다. 1등급에 해당하는 량산홍은 20브릭스의 당도이며, 알 사이즈는 8~13g 정도로 알마다 간격이 일정하고 눌림으로 인한 변형이 없습니다. 한 수당 중량은 700g에 달하며, 2kg 규격 박스에 포장되는 과일 용량은 약 1.5kg(2수)입니다.

Q2. 중국 시장에서의 샤인머스켓 소매가격은 어떻게 형성되어있나요?

중국산 샤인머스켓의 가격은 500g에 20~100위안(한화 약 3,426~17,130원)으로 등급에 따라 가격이 다릅니다. 특등급, 1등급, 2등급으로 나뉘며 품질이 가장 좋은 특등급은 수당 55~65알이 달려 있고, 500g에 100위안(한화 약 17,130원) 이상에서 거래되기도 합니다.

Q3. 중국 시장 내 유명 샤인머스켓 산지는 어디인가요?

포도는 기후 적응능력이 강한 과일로 중국 내 샤인머스켓 산지는 아주 많습니다. 섬서성(陝西省), 산서성(山西省), 산둥성(山東省) 등의 지역에서 샤인머스켓을 재배하며, 가장 유명한 산지는 윈난성(雲南省)입니다. 윈난성은 아열대기후 지역으로 샤인머스켓 재배에 가장 적합한 기후조건을 갖추고 있습니다.

Q4. 중국 시장 내 주력납품지역은 어디이며, 타겟 소비층은 누구인가요?

500g에 100위안(한화 약 17,130원) 이상인 샤인머스켓도 어느 정도 시장성이 있습니다. 일반 소비자들도 구매하긴 하지만 주요 대상은 여전히 프리미엄을 선호하는 고소득층 소비자들이며, 주로 선물용으로 많이 구매합니다. 베이징시, 상하이시, 광저우시, 선전시 등 1선 도시의 바링허우(80後)세대 부모 및 중장년층이 주요 고객입니다.

Q5. 코로나19 이후 중국 소비자들의 과일 소비 추세는 어떤가요?

코로나19 사태로 인한 샤인머스켓 판매량의 변화는 크지 않습니다. 상반기에 판매량이 다소 하락하였으나, 하반기에 다시 상승하고 있고 비대면 소비가 유행하면서 온라인 채널 판매량이 급증하였습니다.

Q6. 중국산과 한국산 샤인머스켓의 차이점은 무엇인가요?

한국산 샤인머스켓은 망고향이 나고 중국산은 장미향과 리치(荔枝)향이 나는 것이 가장 큰 차이점입니다. 중국 내에도 샤인머스켓을 재배하는 농장은 많지만 1등급 품질을 낼 수 있는 곳은 제한적입니다. 특등급은 매우 진귀하며 10묘(畝)당 겨우 1묘(畝)가 나올까 말까 하는 수준인데, 한 수당 55~65알 정도로 알이 촘촘히 달려있으면서 알마다 충분한 일조와 영양분을 골고루 흡수한 상품이어야 하기 때문입니다.

Q7. 향후 한국산 샤인머스켓 수입 의향이 있으신가요?

당사는 중국산 샤인머스켓만을 취급할 계획이고 한국산의 수입 의향은 없습니다. 중국 내에도 샤인머스켓 산지가 많고 품질도 우수하여 일반 시장과 프리미엄 시장에 모두 유통될 수 있기 때문입니다. 반면에 한국산은 가격이 비싸서 중국산에 비해 판매 효과가 좋지 못합니다. 당사에서 중국산 샤인머스켓을 판매하는 시기는 8월에서 11월까지로 수확 시기에 맞추어 가장 신선한 제품만을 공급합니다. 이 시기를 놓쳐 신선도가 좋지 않을 경우에는 유통하지 않습니다.

Q8. 한국산 샤인머스켓의 경쟁력을 제고하는 방법은 무엇이라고 생각하시나요?

수입 과일 전문유통업자에게는 한국산 샤인머스켓이 유일한 수입허가 품목이므로 독점력을 가집니다. 가격경쟁력을 확보하고 왕홍을 제외하여 온라인 홍보 등을 진행한다면 아주 효과적일 것 같습니다.

9) 칭다오취후이(青島巨暉)

- 칭다오취후이 국제물류 유한회사는 칭다오에 위치한 수출입통관 대행 및 국제물류 서비스 제공업체로, 설립 10년차를 맞음. 통관대행 품목에는 수산물, 농산물 및 와인, 올리브오일, 꿀, 파스타면 등 가공식품이 있음.

부도 3-9. 칭다오취후이(青島巨暉) 홈페이지 사진



자료: 칭다오취후이(qdimport)

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 어느 국가의 포도를 수입하고 있으신가요?

농산물 관련하여 신선과일과 육류에 대해서 중국 해관에서 수입 허가 리스트를 발표한 바 있습니다. 수입 신선포도 중에서 인도산과 호주산에 대해 통관을 진행한 경험이 있고 한국산은 그리 많지 않습니다.

Q2. 주요 수입국 포도별 수입 이유 및 만족도는 어떠한가요?

인도산은 현재 진행하지 않고 있으며, 호주산은 구매 빈도가 안정적이므로 꾸준히 진행하고 있습니다.

Q3. 샤인머스켓 수입 시 운송방식 및 주의사항은?

신선과일은 유통기한이 아주 중요하므로 대개 항공운송으로 진행합니다. 중국에 도착 후 정상적인 통관절차를 거치면 수입업체가 지정한 창고로 발송되며, 중국 내륙운송은 일반적으로 SFBEST(顺丰优选) 물류를 이용합니다. SFBEST(顺丰优选) 물류의 주요 운송수단은 항공운송과 내륙운송이며, 장거리는 항공으로 진행하고 비행기에서 하역 후 다시 콜드체인 운수차를 배치하여 창고까지 배송합니다. 해당 콜드체인 운수차는 완벽한 시스템을 구비하고 있으며, 실온, 냉장 및 냉동 3가지 다른 온도조건에 따라 과일의 신선도를 유지할 수 있습니다. 이 밖에 SFBEST(顺丰优选) 물류는 자체 운영 오프라인 매장인 헤이커(嘿客)에서 임시보관 서비스를 제공하므로 과일이 도착한 후 일시적으로 배송할 곳이 없는 경우에도 대처할 수 있습니다.

Q4. 중국 세관 검역 및 통관 시 필수 서류는 무엇인가요?

한국 농장에서 중국으로 수출하기 전에 우선 업체등록을 마쳐야 하며, 검역인증서(한국 발부)를 구비해야 합니다. 다음으로 통관자료(계약서, 패키징리스트 등) 및 증문으로 된 제품 설명자료(과일명칭, 산지, 포장업체 명칭 또는 코드)를 준비해야 합니다.

Q5. 중국 세관 검역 및 통관 시 주의사항은 무엇인가요?

샤인머스켓 수입 시 5.2%의 관세와 9%의 증치세(增值稅, VAT)가 적용됩니다. 검역에 있어서는 내용물에 흙, 나뭇가지와 중국에서 금지하는 세균, 해충, 잡초 등 위험물질이 들어있으면 안 되고, 농약 잔여물, 중금속 등 유해물질 함량이 중국 기준에 부합하여야 합니다. 또한 중국 수입업체는 '수입 동식물 검역 허가증'을 구비해야 하며, 약 15일 정도 소요되고 비용은 약 2,000위안(한화 약 342,600원) 정도입니다. 수입업체가 관련 자격이 없는 경우, 통관대행업체를 통해 신청할 수도 있습니다. 그 외에 샤인머스켓의 경우 냉장 또는 항온 컨테이너를 사용할 것을 추천합니다.

Q6. 중국 세관 검역·통관 시 애로사항 및 해결방안은?

농약 잔여물, 병충해 등이 검출될 경우 해당 제품은 전량 폐기처분 되지만, 수입 과일의 경우 수출업체에서 엄격한 검사를 거치기에 문제가 발생할 확률은 낮습니다.

Q7. 코로나19 사태 이후 한국산 샤인머스켓 수출 시 주의사항은?

코로나19 사태 이후 해외 바이러스의 유입을 방지하기 위하여 검역절차가 더욱 엄격해진 상황이며, 외포장에 대해 핵산검사(nucleic acid testing)⁴³⁾를 진행할 수도 있습니다. 따라서 현재 중국 내 유통업체들의 수입과일 취급은 소극적인 상황입니다.

**10) 선전 스첸하이중타이라이공잉렌관리 유한공사
(深圳市前海中泰來供應鏈管理有限公司)**

- 선전 스첸하이중타이라이공잉렌관리 유한공사는 2015년 설립 수출입통관 대행 및 국제물류 서비스 제공 업체로, 본사 및 창고는 선전에 위치함. 통관품목으로는 식품, 전기제품, 생활용품, 기계설비, 의류, 플라스틱제품 등이 있음.

부도 3-10. 선전 스첸하이중타이라이공잉렌 관리(深圳市前海中來供應鏈管理) 소개

The screenshot displays the website for 深圳市前海中泰來供應鏈管理有限公司. The header features the company name in large orange characters. Below the header, there are sections for '公司介绍' (Company Introduction) and '产品橱窗' (Product Showcase). The '公司介绍' section provides details about the company's registration capital of 10 million RMB and its services, including international supply chain management, customs clearance, and logistics. The '产品橱窗' section shows a grid of products for sale, each with an image, a price per kilogram (¥1000.00), and a brief description of the product and its trade status.

자료: HC360

43) 핵산검사(nucleic acid testing): DNA 혹은 RNA를 분석하여 질병의 존재 유무, 건강 상태 등을 알아내는 것, 생명공학정책연구센터

○ 인터뷰 조사 결과

Q1. 어느 국가의 포도를 수입하고 있으신가요?

구체적으로 통계를 낸 적은 없으나, 수입허가 리스트에 있는 국가와 농산품에 대해서는 모두 통관대행이 가능합니다. 신선한 과일 중 호주산 복숭아 통관을 진행한 경험이 있으며, 과일 품목은 종류별로 통관절차와 주의사항이 비슷합니다.

Q2. 주요 수입국 포도별 수입 이유 및 만족도는 어떠한가요?

지난해에 한국산 샤인머스켓 통관을 진행한 적이 있었지만, 올해는 아직 없습니다. 한국산 샤인머스켓에 대한 만족도는 보통인 것 같습니다.

Q3. 샤인머스켓 수입 시 운송방식 및 주의사항은?

신선과일 수입은 주로 항공운송으로 진행하며 운송시간이 짧은 것이 가장 큰 장점입니다. 대부분 항공으로 산지에서 중국까지 운송하고 하역 후에는 콜드체인 운수차로 목적지까지 내륙운송 진행하는데, 이는 신선도를 최대한 유지하기 위함입니다. 수입량이 많은 업체는 운송비가 상대적으로 저렴한 냉장 컨테이너로의 해상운송 방식을 선호합니다.

Q4. 중국 세관 검역 및 통관 시 필수 서류는 무엇인가요?

농장 또는 생산업체가 제공해야 하는 자료는 다음과 같습니다.

· 원산지증명(Certificate of origin)	공식 기관 발부 원본
· 저온처리증명(COLD TREATMENT)	원본
· B/L(Bill of Lading)	항공사 또는 선사 발부 원본 (Surrender B/L의 경우 별도 설명 필요)
· 수주계약서(Purchase contract)	수출, 수입 양측 사인/날인 원본
· 인보이스(Commercial invoice)	생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요
· 검역인증서(Certificate of sanitary)	원산국 공식 기관 발부 원본
· 패킹리스트 (Weight memo/Packing list)	생산업체 발부 원본 및 발송업체 사인/날인 필요
· 수출업체 및 수입업체 중국 내 등록	

Q5. 중국 세관 검역 및 통관 시 주의사항은 무엇인가요?

기본적인 위생 안전에 주의해야 하며, 농약 잔여물, 세균 등은 반드시 검사하는 대표적인 항목입니다. 이외에도 아래와 같은 사항에 유의하시기 바랍니다.

첫째, 수입할 과일의 품종이 중국 해관에서 발부한 수입 허가 리스트에 포함 되어 있는지 확인해야 합니다. (www.cccfna.org.cn)

获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家/地区名录
(2019年4月9日更新)

分布	输出国家/地区	水果种类
亚洲	巴基斯坦	芒果 (<i>Mangifera indica</i> ; Mango)、柑橘类[桔(<i>Citrus reticulata</i> ; Mandarin)、橙(<i>Citrus sinensis</i> ; Orange)]
	朝鲜	蓝靛果 (<i>Lonicera caerulea</i> L. var. <i>edulis</i> Turcz. ex Herd. : Sweetberry honeysuckle)、越橘 (<i>Vaccinium</i> sp. : Lingonberry) (仅限加工使用)
	菲律宾	菠萝 (<i>Ananas comosus</i> : Pineapple)、香蕉 (<i>Musa</i> sp. : Banana)、芒果 (<i>Mangifera indica</i> ; Mango)、番木瓜 (<i>Carica papaya</i> : Papaya)
	韩国 (한국)	(포도) 葡萄 (<i>Vitis vinifera</i> : Grape)
	吉尔吉斯斯坦	樱桃 (<i>Prunus avium</i> : Cherry)

둘째, 제조업체 또는 수출업체가 반드시 중국 관련 기관에 사전등록되어야 하며, 이는 모든 식품 수입에 있어 가장 기본적인 전제조건으로, 미 등록시 수입이 불가합니다. 신선과일 수입은 해외 공급업체의 자질에 대한 사전 확인이 요구되기 때문입니다.

Q6. 코로나19 사태 이후 한국산 샤인머스켓 수출 시 주의사항은?

코로나19 사태로 통관 검역절차에 새로운 검사항목이 추가되지는 않았지만, 기존 검사방식이 더욱 엄격해졌습니다. 신선과일은 유통기한이 짧아 통관 효율에 대한 요구가 높으므로 절차가 복잡해질 우려는 없습니다.

참 고 문 헌

- 「 」, KITA Market Report, 2019.09.
- 「 ... 」, , 2020.07.
- 「 」, , 2020.06.29
- 「 」, ,
2019.12.
- 「 SNS 」, , 2019.09.
- aT . 2016. “2016 : ()”.
- KOTRA (2020.10.13.)
- KOTRA (2020.10.23.)
- KOTRA (2020.10.26.)

(www.euromonitor.com)

(www.statista.com)

(www.rt-mart.com.tw)

(www.walmart.com)

(www.eastasiantraders.com)

(www.crvole.com.cn)

(www.carrefour.com)

(insideretail.asia)

(www.taobao.com)

(www.jd.com)

(www.tmall.com)

가 (www.crv.com.cn)

(www.cwtc.com)

(www.citysuper.com.cn)

(www.metro.cn)

(www.ifreshfair.com)

(www.lurra.com.cn)

(www.1688.com)

(京東, 2020 9 23 가)

(www.qdimport.com)

HC360 (www.hc360.com)

UNCOMTRADE Database

(https://www.kita.net/)

中國產業信息 (http://www.chyxx.com/industry/201911/806517.html)

中國統計年鑑, 中國產業信息 (http://www.chyxx.com/industry/201910/794104.html)

中國產業信息 (http://www.chyxx.com/industry/201811/693642.html)

中國統計年鑑, 中國產業信息 (http://www.chyxx.com/industry/201811/693642.html)

https://wenku.baidu.com/view/83d88500e87101f69e3195a1.html#

搜狐 (https://www.sohu.com/a/371553102_726696)

搜狐 (https://www.sohu.com/a/356648244_656894)

張國軍, 王曉月, 任建成, 孫磊, 閻愛玲, 王慧玲, 徐海英. 2019.

從批發市場品種和價格變化看我國鮮食葡萄產業格局之變換. 中國果樹 6: 12-16.

(中华人民共和国农业农村部), 가

2018

(中国科学院果树研究所)

(上海市果品行业协会)

(http://www.customs.gov.cn/tabid/67735/default.aspx)

(https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家/地区名录9 2020.5.15.

(https://wenku.baidu.com/view/83d88500e87101f69e3195a1.html#)

(https://m.guojiguoshu.com/article/6094)

《中国果树》2019年第2期, : 가

-任穆维松

OIV,

iiMedia Research



제4차년도
수출전략기술개발사업

포도 수출연구사업단