

---

제주산 주요 수출품목의 중국 지역별 진출전략 연구  
관련 공무국외여행보고서

---

2019. 10

제주연구원

## I. 출장개요

- 최근 중국 수입식품시장은 규모의 확대와 제품의 다양화 등으로 인해 중국 소비자들의 수입식품 구매 선호도가 매우 높아지고 있음
  - 특히 중국인들은 건강식품, 유기농 식품, 브랜드 식품, 등에 대한 선호도가 지속적으로 증가하고 있으며, 수입식품의 인지도와 선호도는 매우 높게 상승하고 있음
- 제주에서 수출되는 품목 또한 화장품, 음료/주류, 조제식료품, 어류, 채소/과실 조제품 등 또한 지속적으로 중국에서의 수입이 증가하고 있음
- 제주의 대중 수출은 지난 6년 동안 꾸준히 증가해 2013년 469만 달러에서 2018년 2,283만 달러로 연평균 36.2%씩 증가하였음
- 본 출장에서는 제주특별자치도 상해대표처 방문을 통해 제주 대표 상품에 대한 현지 의견을 청취하였음
  - 또한 제주상품을 수입하고 있는 카르마 무역 방문을 통해 향후 제주 기업 및 상품의 경쟁력 강화를 위한 의견을 청취하고 현지 유통채널 활용 및 상해시장 진입방안에 대해 논의 하였음
- 또한 현지 마켓 시장 조사를 통해 한국산 제품의 판매 현황을 조사하였음
- 기 간 : 2019. 10. 8~ 2019. 10 .11 (2박 3일)
- 대상국가 및 방문기관 : 제주특별자치도 상하이 대표처, 상해 카르마 무역
- 여행자 인적사항 : 정지형 (제주연구원 책임연구원)

| 월 일<br>(요일)      | 출발지   | 도착지 | 방문<br>기관          | 업무수행내용<br>(수집할 자료목록, 질의할 내용 등)        | 접촉예정인물<br>(직책포함) |
|------------------|-------|-----|-------------------|---------------------------------------|------------------|
| 10월 8일<br>(화요일)  | 제주    | 상하이 | • 이동              | • 제주출발 → 상해도착                         |                  |
| 10월 9일<br>(수요일)  | 상하이 시 |     | • 카르마 무역          | • 제주상품의 대중국 진출 현황 및 제주 이미지 제고 방안 의견청취 | • 카르마 무역 대표      |
|                  |       |     | • 제주상품 전시 판매장     | • 제주상품 전시장 구축 현황 및 향후 운영 방안 관련 의견청취   |                  |
|                  |       |     | • 현장조사            | • 제주 상품 입점 매장 현장 조사                   |                  |
| 10월 10일<br>(목요일) | 상하이 시 |     | • 제주특별자치도 상하이 대표처 | • 제주 대표상품 선정 및 경쟁력 강화 방안 관련 의견 청취     | • 제주도 상하이 대표처 소장 |
|                  |       |     | • 현장조사            | • 수입식품 전문판매장 현장조사                     |                  |
| 10월 11일<br>(금요일) | 상하이   | 제주  | • 이동              | • 상해출발 → 제주 도착                        |                  |

## II. 출장내용

### 1) 제주특별자치도 상하이대표처

□ 개요: 대표수출 상품 선정 간담회

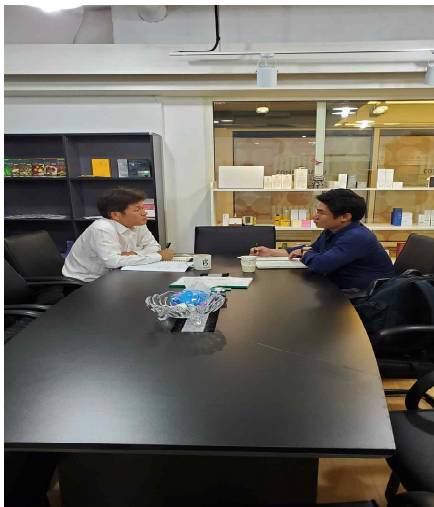
○ 일 시 : 2019. 10. 9.(수)- 10:00~12:00

○ 장 소 : 제주특별자치도 상하이 대표처 회의실(上海市長宁区延安西路上海世貿商城B74号(상하이시 창닝구 옌안서로 상하이 세무성청 B74호-76호))

○ 참여자 : 제주연구원 중국연구센터: 정지형 책임연구원

제주특별자치도 상하이대표처: 전해완 부장

<그림 1> 제주특별자치도 상해대표처 방문



제주특별자치도 중국상하이 대표처

□ 주요내용

- 최근 제주특별자치도 상해 대표처 정승근 소장은 도청소속 공무원이 아닌 민간 전문가로 8월부터 역임하고 있음
- 중국정부는 경제성장을 지속하기 위해 내수부양책을 지속함에 따라 민간소비가 증가되고 있음
  - 베이징 · 상하이 · 광저우 등 1선 도시가 포화되면서 시장경쟁이 심화되고, 2,3선 도시 경제의 급속한 발전 및 소비능력 향상으로 인해 새로운 소비시장으로 부상하고 있음
- 중국의 내수 가공식품 시장은 최근 가공식품 수요의 폭발적 증가로 인해 급속히

증가하고 있음

- 중국의 식품산업은 2005년 이후 두 자리 이상의 가파른 성장을 하고 있으며, 현재 식품 세부 분야 중 매출액 측면에서 가장 큰 비중을 차지하는 부분은 농식품 가공업임
- 제주상품은 현재 중국내에서 낮은 브랜드 인지도 등 그 역할과 존재감이 미미함
  - 이는 타 지자체와도 비슷한 상황이라 할 수 있지만 제주가 가는 브랜드 이미지는 매우 크다고 할 수 있음
  - 특히 중국 바이어와 상담시 타 지자체의 경우 지역 설명에만 오랜시간이 소요되지만 제주의 경우 자체 이미지가 중국 사람들에게 깊이 각인되어 있는 장점이 있음
- 따라서 향후 제주 상품의 중국 진출 시 중국 소비자의 수요를 고려한 전략수립이 필요하며, 제주상품의 현재 시장지위에 대한 객관적인 인식에 기초하여 시장 영역과 제품군에 대한 전략수립이 필요함
- 특히 제주라는 지리적 브랜드 외 상품군에 대한 브랜딩이 필요함

## <그림 2> 중국 판매 제주상품 브랜드



중국상하이 대표처에 전시중인 제주 상품

- 예를 들어 상기 제품의 경우 제주에서 수출되고 있는 상품이지만 정확히 어느 브랜드인지 구분하기가 힘들다고 함
  - 특히 대부분 바이어 혹은 소비자들은 위의 제품을 삼성에서 조제한 제품으로 오인하는 경우가 많음
  - 따라서 '제주'라는 브랜드 외 상품 브랜드에 대한 홍보가 필요



- 홍보로 이어지는 시간이 다소 길겠지만 우선적으로 대대적 홍보가 필요하며, 특히 제주를 각인 시킬 수 있는 효과적인 브랜드 마케팅이 필요함

## 2) 현지 시장조사 - 만상성(上海万象城)

### □ 개요

- 일 시 : 2019. 10. 9.(수), 14:00~16:00
- 장 소 : 虹橋吳中路商圈

### □ 주요내용

- 상해 만상성 (The Mixc)은 총 건축면적 53만평방미터 중 24만 평방미터의 쇼핑물, 14만 평방미터의 IT 센터, 3만 평방미터의 고급 호텔로 구성된 상해 서부지역 최대의 종합 복합공간이라 할 수 있음
- OLE 마켓은 화룬완자 그룹의 고급 마켓으로 2004년 설립되었음
  - 현재 북경, 상해, 광주, 심천, 청두, 시안 등 대도시에 분포되어 있으며, 중국 내 실질적인 고급 마켓 중 하나임
  - 판매제품 대부분이 수입 상품이며, 중국 상품의 경우 유기농 제품 등 고가 제품으로 구성되어 있음
- 특히 내부에 위치하고 있는 OLE 마켓은 최고급 수입마켓으로 상해지역에서 가장 큰 매장이라 할 수 있음
- OLE 마트 내 한국 제품은 라면, 김치, 우유, 젤리 제품 등 소량의 한국상품이 판매되고 있음
  - 일전 4월 상해 다른지점의 OLE(華潤万家OLE超市(港匯店)) 마켓 방문 시와는 제품의 종류가 다소 줄어들었음
  - 이는 만상성의 위치가 한인타운 인근으로 한인타운 내 한국 슈퍼들에서 한국제품을 쉽게 찾을 수 있기 때문이라 예상됨

## <그림 3> 상해 만상성 및 OLE 마켓

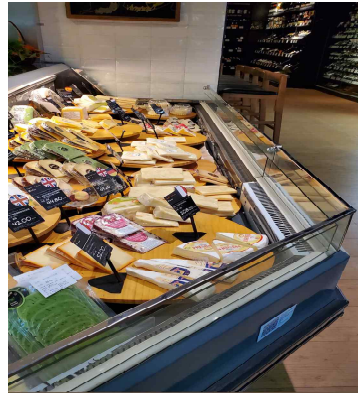
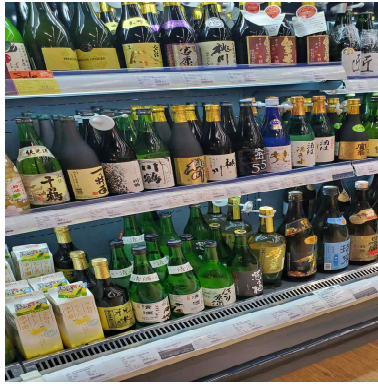


<그림 4> OLE 내 판매중인 한국 상품



- OLE 마켓 관계자에 따르면 한국제품은 유제품류가 지속적으로 판매되고 있으며, 최근 수입 제품과 관련해서는 와인, 사케 등 도수가 낮은 주류가 많이 판매되고 있음

<그림 5> OLE 내 판매중인 외국 주류 상품



### 3) 상해 카르마 무역 및 제주상품 전시판매장

#### ☐ 개요

- 일 시 : 2019. 10. 10.(목)- 10:00~13:00
- 장 소 : 上海市松江區虹橋自貿城3号館602室

#### ☐ 주요내용

- 상해 카르마 무역은 현재 상해 및 중국 지역내 제주상품을 수입하고 있는 업체임
  - 현재 수입하는 주력 제품은 한라산 소주이며, 10월 중순경부터 음료수 및 감귤칩을 정식 통관 및 수입할 예정임
- 최근 온라인, 왕홍마케팅 등으로 전통적인 오프라인 매장이 부진한 듯 하나, 수입상품 판매가 지속적으로 증가하고 있어 전반적으로 안정세를 유지하고 있음
- 왕홍마케팅의 경우 판매와 직결될 수 있는 만큼 중요한 활용전략으로 볼 수 있으나 소요되는 비용또한 많음
  - 제주 상품의 경우 전반적으로 인지도가 낮아 우선 사람들의 눈에 띄어 줄 수 있는 홍보방안이 필요
- 이와 관련해서는 오프라인 마케팅이 적합할 것으로 판단됨
  - 특히 한라산 소주의 경우 상해내에서 지속적인 마케팅으로 주류 시장에 늦게 합



류했지만 큰 성과를 내고 있음

- 또한 한라산 소주의 경우 '한라산 소주배'라는 타이틀로 중국 내 축구경기 후원을 통한 스포츠 마케팅을 펼치고 있음
  - 매년 개최되고 있으며, 참여인원은 600여 명 정도 됨
  - 이를 통해 재중국 고객 대상확대와 이와 연계한 매출 증대, 사회체육 활동을 통한 우호적 이미지를 구축하고 있음
- 향후 대중수출을 위한 대표 상품 선정 시 상해지역 내에서는 제품군에 대한 통합 마케팅을 고려해볼 필요가 있음
- 아울러 제주 대표 상품 선정 시 중국 내 현지 바이어를 심사위원으로 참석시켜 중국 현지인 기준에서 상품선정이 필요함
  - 이를 통해 현재 수출가능한 상품 중 제품 디자인, 색상, 브랜드 명칭 등 전반적인 사항을 점검하고 현지 소비자를 충족시킬 수 있는 방안 마련이 필요
  - 이는 1차 선정(서류심사)을 통해 이루어진 제품군에 대해 각 상품별로 중국 내 현지 유명 바이어 혹은 제주를 방문하지 않은 바이어에게 심사기회를 부여
  - 또한 현재 수출하고 있지 않지만 향후 수출 가능성이 있는 상품에도 수출 기회를 제공할 수 있는 여건을 마련할 필요가 있음
  - 또한 제주 방문 중국인 관광객을 대상으로 하여 블라인드 테스트 및 관심가는 상품 선정 등 철저한 현지인의 관점에서 대표상품이 선정될 수 있는 시스템 도입이 필요함

#### <그림 6> 카르마 무역 방문



- 이와 함께 제주특별자치도 통상진흥원의 경우 2019년 대중 수출 및 제주도내 기

업의 수출 활성화를 위해 제주상품 전시 판매장 구축사업을 진행하고 있음

- 절강성 항주시에는 이미 구축되어 있으며, 11월 경 상해시와 강소성 난징시 등에 제주상품 판매전시장이 설치될 계획임
- 제주상품 판매장 구축을 통해 상품의 홍보 및 인지도 제고가 분명 필요하지만, 제주의 대중 수출 상품에 대한 혁신방안 마련이 필요함
- 상해 전시 판매장의 경우 상해지역 보세구 내에 위치하고 있으며, 수입상품 판매점 내 위치하고 있음
- 향후 화장품, 감귤칩, 캔디, 우도 땅콩차 등 제주상품 43개 아이템을 수입하여 전시 판매할 예정임
- 도내 많은 기업들이 중국 진출 시 온라인 및 왕홍 마케팅을 선호하며 필수라고 생각하지만 무엇보다 중요한건 중국 내에서 판매 가능성이 제품 선정이 중요함

<그림 7> 제주상품 판매장



#### 4) 현지 시장조사 - 상해 지역 한인타운 내 마트(虹泉路)

##### □ 개요

- 일 시 : 2019. 10. 10.(목), 14:00~16:00
- 장 소 : 虹泉路, 吳中路 일대

<그림 8> 상해 한인 타운 내 한국마트



- 상해지역 홍첸루(虹泉路)는 한인타운으로 한국마트가 입점되어 있음
- 필요시 한국에서 생산되는 모든 제품을 구입할 수 있음
- 현재 제주상품의 경우 한라산 소주만 판매되고 있으며, 10월 중순부터 주스류와 스낵류가 입점될 예정임
  - 한라산 기업의 경우 제주도내에서는 중소기업이라 할 수 있지만 전체적으로 볼 때 대표 제품으로써 지원을 통한 중국 시장 진입이 필요함
- 최근에는 한인들이 다른 지역으로 이동하고 있으며, 대신 현지 중국인들의 방문율이 높아지고 있음
  - 특히 아이들의 간식류와 우유 제품등에 대한 판매가 높아지고 있음



### Ⅲ. 시사점

- 본 출장을 통해 향후 제주 대표 상품 선정에 있어 엄격한 기준 마련이 필요함
- 제주 기업 대부분이 영세중소 기업임을 감안할지라도 무조건적인 금전적 지원 보다는 향후 중국 시장 진입가능성을 보고 중장기적 관점에서의 지원과 체계를 구축해 나가야함
- 이와 관련하여 수출 상품 선정시 중국 바이어 초청 등을 통해 중국 내 현지인 관점에서 중국 내 판매 가능 상품을 위한 심사도입이 필요함
  - 또한 제주 방문 중국인 관광객을 대상으로 하여 블라인드 테스트 및 관심가는 상품 선정 등 철저한 현지인의 관점에서 대표상품이 선정될 수 있는 시스템 도입이 필요함
  - 이를 통해 철저한 현지인 관점에서 제품선정이 필요함
- 특히 왕홍 마케팅도 중요하지만 상품성이 없는 단기성 및 일회성 마케팅으로 끝날 수도 있어 지속적인 노출을 위한 마케팅이 필요
- 또한 제주특별자치도 상해대표처를 활용하여 중국 바이어 관리를 통해 제주-중국을 연결하는 통합시스템 구축이 필요
  - 현재 중국 바이어와의 구축은 모든 기업 개개인이 관리하고 있는 실정이므로, 향후 수출업자 선정, 바이어 연결, 수출 업무 처리 등 일괄적으로 처리할 수 있는 시스템 구축이 필요
  - 이는 중국 내 수입업체 혹은 전문가와 통상진흥원이 협약하여, 상해대표처에서 관리하는 체계를 고민해 볼 필요가 있음
- 최근 중국 시장은 경제력 성장과 소비수준 제고로 삶의 수준이 높아지고 있으며, 이와 함께 수입제품에 대한 소비력도 충분히 갖추고 있다고 판단됨
- 따라서 향후 우리의 관점이 아닌 '중국인 소비자'의 관점에서 수요를 맞출 수 있는 전략마련이 필요함
- 이와 관련하여 향후 제주 대표 상품 선정, 마케팅 조사, 중국 내 유통채널 분석 등 지속적인 연계 연구가 이어질 필요가 있음