

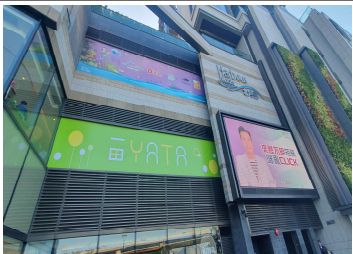
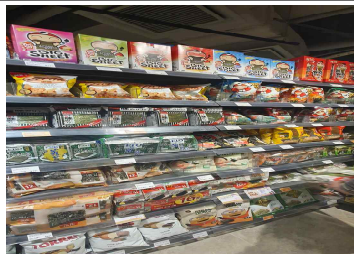
국외출장 결과보고서

구 분	내 역					
출장자	소속	수산정책사업본부	성명	양이석	직급	전문연구원
	소속	수산정책사업본부	성명	김명수	직급	연구원
출장목적 (중복선택 가능)	☒ 현지조사(현장, 전문가 회의) ☐ 국제행사 주최 ☐ 국제행사 참가 ☐ 국제회의(정부대표단) 참석 ☐ 세미나, 교육, 훈련 ☐ 기타 ()					
관련사업 (예산항목)	「해외시장분석사업」(정부대행사업)					
출장기간	2023. 11. 20. ~ 2023. 11. 24.			출장지	홍콩	
출장일정	일자	방문지		주요업무	항공편	
	11.20(월)	부산(07:55) → 인천(10:40) → 홍콩(14:05) 오후 : Wellcome mart, AEON, YATA		항공 이동, 현지 유통채널 조사	KE1410(부산 → 인천) KE173(인천 → 홍콩)	
	11.21(화)	오전 : 성완(上環) 건어물 시장, City super, 3hree sixty, SOGO 오후 : Bright Overseas Food Ltd		현지 유통채널 조사, 수산물 바이어 면담조사	차량 이동	
	11.22(수)	오전 : KENNY SEAFOOD, 레이유문(鯉魚門) 수산시장 오후 : Fish Marketing Organizaion, 사이쿱(西貢) 수산시장		현지 유통채널 조사	차량 이동	
	11.23(목)	오전 : 수협 홍콩 무역지원센터 오후 : 한인홍(韓印紅) 본사, 신세계마트		수협 무역지원센터 면담조사, 주요 한인마트 면담조사	차량 이동	
	11.24(금)	홍콩(12:35) → 인천(19:35) → 부산(20:45)		항공 이동	KE172(홍콩 → 인천) KE1427(인천 → 부산)	
	출장성과	○ 출장목적 달성 정도 - 對홍콩 수산물 소비동향 및 주요 이슈 파악 ○ 주요 성과 - 對홍콩 수산물 시장 동향 및 주요 이슈 파악 - 수입바이어 면담조사를 통한 수출 유망품목 발굴 - 주요 유통매장 조사를 통한 홍콩 수산물 소비 트렌드 분석				
향후계획	○ 출장 성과 공유 계획 - 본부 내 품목 담당자에 면담 내용 서면으로 공유 예정 ○ 정책화 등 활용 계획 - 수출 애로사항 및 유망품목 관련 부처 보고 내용으로 활용					
참고 등 특이사항 (건의사항)						

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

업무유형	☒ 현지조사(현장, 전문가 회의) ☐ 국제행사 주최 ☒ 국제행사 참가 ☐ 국제회의(정부대표단) 참석 ☐ 세미나, 교육, 훈련 ☐ 기타 ()
업무①	(11/20, 오후) 현지 유통채널 조사
수행계획	☐ 현지 유통채널(Wellcome, AEON, YATA) 조사 ☐ 현지에서 유통되는 수산물 파악 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 수출 유망품목 조사
수행결과	☒ 현지 중저가 유통채널(Wellcome, AEON, YATA) 조사 ○ (Wellcome) Wellcome은 1945년 설립된 홍콩에서 가장 오래된 유통채널로 슈퍼마켓의 대명사로 쓰일 정도로 홍콩 내 최다매장을 보유하고 있음 ○ ParknShop과 함께 유통시장의 약 80%를 차지하고 있을 정도로 막강한 시장지배력을 가지고 있으며, 중소형 슈퍼마켓 형태로 홍콩 내 300여 곳이 분포되어 있음 ○ 양념류, 라면, 과자류, 신선과일, 가공식품 등 다양한 카테고리의 식품을 유통하고 있음 ○ 이번에 조사한 유통매장 Wellcome Fresh는 기존의 유통매장에서 신선식품(Fresh Food)의 비중을 높이고 강화하였다는 점에서 가장 큰 차별성을 가짐 ○ 홍콩 전통 시장 판매 형태와 현대식 인테리어를 결합하여 재래시장의 신선함과 정겨움 그리고 현대식 슈퍼마켓의 위생적이고 편리함을 동시에 추구하고 있음 ○ 신선식품 코너는 수산물(Seafood Zone)을 비롯하여 채소 및 과일(Fresh Produce Zone), 정육(The Butcher Shop) 구역으로 나누어 운영되고 있으며, 전 세계에서 수입된 식재료를 저렴한 가격에 판매하고 있음 ○ 수산물 코너에서는 활·신선냉장, 냉동 등 다양한 형태의 수산물을 판매하고 있었으며, 현장에서 소비자가 원하는 대로 손질을 해주거나 원하는 요리법으로 조리해주는 서비스를 제공하고 있음 ○ 아울러 소비자들이 원하는 어종과 부위를 선택할 수 있게끔 손질 후 소포장된 상태로도 판매하고 있음 ○ (AEON) AEON은 일본계 유통채널로 1926년 일본에서 최초 설립되었으며, 해외로 확장하여 동남아시아와 홍콩 등에서도 쇼핑몰과 대형마트를 운영하고 있음 ○ AEON은 주거 밀집지역을 중심으로 위치하고 있으며 현지인, 중산층, 국외 거주자를 주 고객 대상으로 삼고 있음 ○ 다양한 식음료 및 가정용품을 판매하고 있으며, 일본산 신선농산물 및 식품이 주류 제품임 ○ 매년 한국 상품전을 개최하고 있으며, 한국에서 소싱한 식품을 중심으로 판매하고 있음 ○ 수산물의 경우에도 일본산 비중이 높은 특징을 보였으며 신선냉장, 냉동, 가공품 등 다양한 유형의 제품이 판매되고 있음 ○ 수산물 코너에서는 굴, 연어, 해삼, 가리비 등 전 세계 각지에서 수입된 수산물이 판매되고 있었으며, 굴 제품에서 한국산을 확인할 수 있음 ○ 한국산 굴은 1개당 48홍콩 달러(한화 약 8천원)로 중간 가격대를 보임 ○ 프랑스산 굴은 1개당 지역에 따라 42홍콩 달러(한화 약 7천원)에서 58홍콩 달러(한화 약 9천 7백원)의 가격대를 보였으며, 멕시코산은 42홍콩 달러(한화 약 7천원)의 가격대를 보임 ○ (YATA) 종합백화점 형태의 유통매장으로 일본스타일을 녹여내고자 일본산 제품을 대거 수입하여 판매하고 있으며, 다수의 제품은 중국산 저가의 제품군으로 구성되어 있음 ○ 타 유통매장에 비해 한국산 수산물(가공품 중심)이 다양하게 판매되고 있음 ○ 한국산 수산물로 게를 이용한 제품(영덕대게 명란장, 영덕 게살, 영덕 게딱지장 등)이 눈에 띄었으며, 한국식품 코너 장류 매대에 따로 진열되어 있음 ○ 한류의 영향으로 한식에 관심이 많아짐에 따라 간장, 고추장, 된장 등을 이용한 장류의 인기가 높아지고 있으며, 간장게장과 새우장, 전복장 등의 수산제품이 유통되고 있음

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	Wellcome		
			
	AEON		
			
	YATA		
			
	□ 한국산 수산물 수출 확대를 위한 방안 ○ 한국산 제품을 수출하기 위해 독립진출하기란 어려운 실정으로 초기에는 기존의 유통회사를 중심으로 판매채널에 접근해야 할 것으로 판단됨 ○ 유통회사마다 거래하는 판매 채널들이 달라 진출하고자 하는 제품의 가격과 컨셉에 따라 프리미엄 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점, 수입전문점 등을 정한 후 적합한 판매처를 찾아야 할 것으로 판단됨 ○ 홍콩 소비자들은 기본적으로 일본산 제품에 대한 신뢰도가 높으나 최근 발생한 일본산 식품에 관한 안전성 이슈로 인해 한국산 제품에 대한 수요가 늘어나고 있으며, 이는 한국산 제품이 시장점유율을 확대할 수 있는 좋은 기회임		
업무②	(11/21, 오전) 홍콩 현지 유통채널 조사		
수행계획	□ 현지 건조 수산물 시장 동향(성완 건어물 시장) 조사 ○ 홍콩 건조 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출 확대 방안 조사 □ 현지 유통채널(City super, 3hree sixty, Taste) 조사 ○ 현지에서 유통되는 수산물 파악 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 유망품목 조사		
수행결과	□ 홍콩 건조 수산물 시장 동향 ○ 홍콩은 단위면적이 협소하고 기온과 습도가 높아, 수산물 대부분이 건조 상태로 수입·유통되고 있음 ○ 냉동의 경우에는 수입·보관 시 비용이 더 많이 수반되기 때문에 건조 상품이 선호됨 ○ 홍콩에서는 구기자 열매, 말린 조개관자, 대추 등을 끓여서 스프처럼 즐겨 먹으며, 이것을		

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

“리탕”이라고 부름

- 굴의 경우 일본산 건조굴 가격이 제일 높고 그 뒤를 이어 한국산, 중국산 순으로 가격대가 형성되어 있음
- 일본산 굴은 주로 히로시마에서 수입되고 있으며, 양쪽 겉면이 검은색으로 색택이 선명하고 비만도가 대체적으로 좋은 편임. 일본산 굴은 맛이 풍부하고 진해 삶거나 탕을 만들어 먹기에 적합한 것으로 알려져 있음
- 한국산 굴은 생김새가 둥글고 진한 녹색의 색깔을 띠며. 한국산 굴은 일본산 굴보다 작고 비린내가 진하게 나는 편으로 탕을 끓이거나 죽의 재료로 적합하다고 알려져 있음
- 건조 제품은 다른 상품에 비해 가격이 높지 않아 운송비용 절감을 위해 해상 운송을 선호함
- 홍콩은 면적이 작고 인구가 밀집되어 있으며 유통시장도 집중되어 있음.
- 대부분의 건조굴을 판매하는 도매시장들은 성완 건어물 거리 등에 모여 있으며 이 거리를 해미(海味)거리로 부르고 있음
- 성완 건어물 거리에는 100여개가 넘는 인삼과 녹용 취급 전문 매장과 건조 및 가공 수산물 판매장이 있음

성완 건어물 거리(上環, Sheung Wan Dried seafood street)



□ 현지 프리미엄 유통채널(City super, 3hree sixty, SOGO) 조사

- **(City super)** 홍콩 City Super는 1996년 설립되었으며 홍콩 뿐만아니라 중국 내륙까지 진출한 고급 체인 유통 마트임
- 판매 제품군이 다양한 것으로 유명한 City Super에서는 매장마다 Seafood Zone이라는 수산물 전문 판매 공간이 있으며, 활수산물부터 냉동 수산물까지 판매하고 있음
- 수산물의 경우 한끼 식사를 위한 연어·초밥 등을 활용한 도시락류와 가정에서 요리하기 쉽게 깔끔하게 손질된 각종 어류 필렛 등 다양한 제품이 판매되고 있음
- 이외에 국가별로 코너가 따로 마련되어 있으며, 특히 한국식품 코너에서는 다양한 종류의 조미김, 김스낵 등이 진열되어 있음
- 고급 마트로써 가격은 일반 유통 마트에 비해 비싼 편이지만, 먹기 간편하고 깔끔한 포장, 좋은 품질 등으로 홍콩 소비자에게 인기가 높은 것으로 조사됨
- **(3hree sixty)** 2006년 오픈한 유기농 및 웰빙 식품 전문 매장임
- 대규모 프리미엄 매장답게 다양한 국가, 다양한 제품들을 판매하고 있으며, 별도의 신선 편의 식품 코너를 운영하고 있음
- 비교적 부피가 크고 손질이 어려운 과일 등의 제품들을 손질하여 1~2인용 분량으로 포장하여 판매하는 등 소비자 친화적인 판매 방식을 활용하고 있음
- 그뿐만 아니라 신선 채소 및 수산물 손질 서비스를 제공하고 있음. 소비자가 고른 생선, 채소 등 신선 재료를 세척 및 요리 용도에 맞게 즉석에서 손질해 주는 서비스로 소비자의 건강과 조리 시간 단축을 책임지고 있음

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

- (SOGO) 종합백화점 형태의 프리미엄 매장으로 유동인구가 많은 시내 중심가에 위치해 소비자들의 방문 횟수가 많은 유통매장임
- 홍콩 내 매장 수는 적지만 전 세계 여러 국가의 다양한 고급 식품들을 수입하여 판매하고 있어 홍콩 현지인들 사이에서는 프리미엄 농수산물 유통채널로 인식되어 있음
- 예전에는 홍콩의 슈퍼마켓 체인에서 주로 한국식품을 접할 수 있었으나 최근 한국 식품에 대한 수요와 인지도가 증가하면서 백화점에서도 다양한 한국 식품들을 접할 수 있음
- 한류 등의 영향으로 백화점에서 주최하는 한국식품전 개최 횟수도 지속적으로 늘고 있음
- 백화점 식품 구매 담당자들은 홍콩 소비자들의 식품 트렌드를 신속하게 파악하고 새로운 농수산물과 해외 인기 제품 등을 발굴함으로써 소비자의 매장 유입을 확대시키려는 노력을 하고 있음

City super



3hree sixty



SOGO



□ 한국산 수산물 수출 확대를 위한 방안

- 홍콩 소비자들은 건강에 대한 관심이 많아 한약재나 건조 제품 등을 탕이나 차 형태로 끓여서 먹는 것에 익숙함
- 홍콩 건조 수산물 시장은 일본산이 주를 이루고 있으나 건조굴, 멸치 등은 한국산 제품 또한 경쟁력이 있는 것으로 조사됨
- 홍콩 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 판단되는 품목들을 설정하고 맞춤형 수출 전략을 마련하는 것이 필요함
- 또한 일본산 대비 낮은 인지도를 제고하기 위해서는 한류에 힘입어 주요 유통매장 연계 행사 추진 및 한류 마케팅 지원의 확대가 필요할 것으로 판단됨

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

업무③	(11/21, 오후) 수산물 바이어 면담조사
수행계획	□ 홍콩 수산물 바이어(Bright Overseas Food Ltd) 면담조사 ○ 홍콩 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출 확대 방안 조사
수행결과	□ 홍콩 내 수입 수산물 및 한국산 수산물 인식 ○ Bright Overseas Food는 2002년 설립된 홍콩 수산물 수출입 업체로 주로 건조 수산물을 취급하고 있음 ○ 주요 수입국은 한국, 중국, 일본이며 우리나라 제품으로는 건조 해삼, 건조굴, 어묵, 김 등을 수입하여 판매하고 있음 ○ 건조식품 전문 판매매장(“樓上”)도 운영하고 있으며 홍콩 30개, 마카오 2개, 중국에는 온라인 매장이 있음 ○ 업체에서는 홍콩 시장에서 수출 경쟁력이 있는 한국 제품은 건조굴, 멸치 정도로 판단하고 있음 ○ 현재 홍콩 건조굴 시장은 일본산이 주도하고 있음. 일본산 건조굴은 사이즈가 크고 품질이 좋아 소비자들이 선호하고 있음 ○ 다만 최근 일본산 수산물 오염수 이슈 등의 영향으로 한국산 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 추세임 ○ 특히 한국산 건조굴은 일본산 다음으로 품질경쟁력이 좋아 수출 경쟁력이 있을 것으로 예상됨. 또한 굴은 광동어로 “좋은 일이 많다”, “좋은 기회” 등의 의미를 갖고 있어 홍콩에서는 신년, 구정 명절 음식으로 각광을 받고 있으며 겨울철에 가장 많이 판매됨 ○ 한국산 멸치(특히, 작은 멸치)는 일본산 대비 건조 상태 등 품질면에서 경쟁력이 있어 향후 對홍콩 수출 확대 가능성이 있을 것으로 판단됨 ○ 한국산 해삼은 타국산 해삼 대비 품질이 뛰어나긴 하나 가격이 너무 비싸 수입하는데 한계가 있음 ○ 북해도산 해삼은 한국산과 가격은 비슷하나 모양이 좋음 ○ 한국산 해삼을 수입하고자 하는 시도를 몇 번 했으나 가격이 비싸 현재는 멕시코, 호주산 해삼을 취급하고 있음 ○ 한국산 전복도 수입 시도를 했으나 일본산, 호주산, 남아프리카산 대비 건조 상태가 좋지 않고 가격이 비싼 단점이 있음 ○ 좋은 제품을 합리적인 가격에 구입할 수 있도록 한국 정부 차원에서의 홍콩 바이어-한국 수출업체 연계 지원 사업 확대 필요성을 강조함 □ 홍콩 수산물 시장 동향 ○ 홍콩은 세계 최대 장수국가로 고령화 인구가 많아 건강식에 대한 관심이 많으며, 맛벌이 인구수가 많고 협소한 주택 공간과 더운 기후 등의 요인으로 외식이 일반적인 식문화로 자리 잡고 있음 ○ 홍콩은 기업의 시장진입과 퇴출이 빈번하게 일어나며 최신 식품 트렌드를 쉽게 접할 수 있고 유행에 민감한 편임. 이러한 이유로 홍콩은 전 세계 각국 신제품들의 테스트마켓이기도 함 ○ 홍콩의 맛벌이 가구 증가와 바쁜 라이프스타일로 인해 간편조리식품 수요가 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사됨 ○ 홍콩 소비자들은 음식의 시각적인 화려함을 중요시하는 경향이 있음. 음식 가격이 비쌀수록 맛뿐만 아니라 시각적으로도 크고 화려하기를 원함. 생선 요리의 경우 크기가 큰 생선을 선호하는 편이며, 다채로운 조미료를 통해 풍미를 살리는 것을 중요시 함 ○ 홍콩은 신선한 식품을 선호하여 한번에 대량으로 구매하지 않고 자주 쇼핑을 하는 것이 일반적임 ○ 일반적인 식품 구매 시 재래시장과 슈퍼마켓을 주로 이용하며, 일반적인 소비 제품은 대형

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

슈퍼마켓에서 구매를 선호하는 것으로 조사됨

- 중국 식문화 영향을 받은 홍콩인들은 음식을 한의학적인 측면에서 자연 건강식으로 생각하는 경향이 있음
- 음식뿐만 아니라 마시는 차에도 똑같은 생각을 하는 경향이 있어 특별한 질환이 없음에도 불구하고 각종 약재를 우려낸 탕약을 보약처럼 마시기도 함. 중장년층뿐만 아니라 젊은 층도 많이 마시고 있음

□ 홍콩 수산물 유통 구조 변화

- 홍콩 수산물 유통구조는 재래시장 등 전통적인 유통채널에서 프리미엄 슈퍼마켓, 온라인 쇼핑몰 등 현대적인 유통채널로 변화하고 있는 추세임
- 재래시장에서 주로 판매되고 있는 신선 수산물 유통도 현대적 유통채널로 대체되고 있는 추세이며 냉동 및 가공 수산물에 대한 수요가 증가하고 있음
- 식품의 온라인 판매 비율이 지속적으로 증가세를 보이고 있는 만큼 온라인과 소셜커머스를 활용하는 다양한 유통 채널 전략이 필요할 것으로 판단됨

Bright Overseas Food Ltd

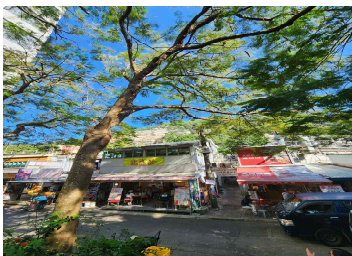
- 설립연도 : 2002년
- 직원수 : 본사 사무직 80명, 유통매장 영업직 800명
- 주요 취급품목 : 건조 수산물(해마, 굴, 멸치, 해삼, 새우, 가리비, 전복 등)
- 주요 사업 : 건강 관련 식자재 수출입 및 유통업체
 - 수산물은 물론 농산물, 임산물 등 다양한 식자재 취급
 - 주로 일본, 중국, 호주, 중남미 지역에서 수입 중
 - 한국과도 거래 중인 것으로 확인(해마, 굴, 멸치, 해삼 등)



□ 한국산 수산물 수출 확대를 위한 방안

- 홍콩 내 수산물에 대한 선호도는 높은 편이지만 한국 수산물은 일본산 대비 제품 경쟁력 등의 측면에서 선호도와 인지도가 낮은 것으로 조사됨. 특히, 건조 제품은 품질(건조 기술) 및 가격경쟁력이 일본산 대비 낮았음
- 다만, 최근 한류 및 오염수 등의 영향으로 한국산 수산물에 대한 선호도가 증가하고 있어 이는 對중화권 수출 확대의 기회요인으로 작용할 수 있음
- 한국 식품에 대한 홍콩 소비자들의 관심이 높아지고 있어 한국 수산물 인지도를 제고하는 방안을 모색하고 한국-홍콩 바이어 연계 지원 사업을 확대할 필요가 있음

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

업무④	(11/22, 오전) 수산물 수출입 업체 면담 및 현지 유통채널 조사	
수행계획	□ 홍콩 수산물 수출입 업체(KENNY SEAFOOD) 면담조사 ○ 홍콩 수산물 수출입 및 현지 소비 동향 조사 □ 현지 유통채널(레이유문 수산시장) 조사 ○ 현지에서 유통되는 수산물 파악 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 유망품목 조사	
수행결과	□ 홍콩 수산물 수출입 및 현지 소비 동향 ○ Kenny Seafood International Company는 수산물 전문 온라인 쇼핑몰 회사로 홍콩 내 수산물 온라인 쇼핑몰 회사가 많이 없는 상황에서 최근 1인 가구 및 온라인 쇼핑 인구 증가 등의 영향으로 성장하고 있음 ○ 온라인 쇼핑몰에서 판매하고 있는 수산물의 70% 이상이 수입산이며 중국, 인도네시아 등 다양한 국가에서 선박, 항공 등을 이용해 수입하고 있음 ○ 게, 새우, 랍스터 등 갑각류를 중심으로 많이 판매되고 있으며 제품 형태는 활, 냉동 중심임 ○ 상품 구성을 소비자들이 선호할 만한 제품들을 중심으로 다양하게 판매하는 등의 매출 확대 전략을 세우고 있음 ○ 전자상거래 특성상 젊은 층의 유입이 많은 관계로 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등의 SNS를 통한 홍보, 판매가 활성화되어 있는 것으로 파악됨 KENNY SEAFOOD ○ 설립연도 : 2017년 ○ 주요 취급품목 : 수산물(게, 새우, 랍스터 등) ○ 주요 사업 : 수산물 수입 및 온라인 전문 유통업체 - 수산물 외에도 다양한 식자재도 취급 - 주로 중국, 동남아시아에서 수입 중	
	□ 홍콩 전통 수산시장(레이유문)의 수산물 공급 및 소비 구조 ○ 레이유문(Lei Yue Mun)은 홍콩섬 동북쪽 해안에 위치한 지역이며, 레이유문 수산시장은 홍콩 현지인들이 수산물을 구매하거나 식사하기 위해 자주 찾는 우리나라의 노량진 수시장과 같은 장소임 ○ 시장에는 식당과 수산물 판매장이 함께 있으며, 소비자는 원하는 수산물을 골라 식당에 요리를 부탁하면 되는 구조임 ○ 수조에는 전복, 킹크랩, 게, 조개류, 새우류 등과 다양한 어류들을 판매하고 있음 ○ 그중 패류와 갑각류는 판매장마다 공통으로 판매하고 있어 홍콩 현지 소비자들의 패류와 갑각류에 대한 선호도가 높다는 것을 확인할 수 있었음 ○ 노르웨이, 호주 등 다양한 국가의 수입 수산물들을 판매하고 있었으나 한국산 수산물은 찾기 어려웠음	
	  	

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	□ 한국산 수산물 수출 확대를 위한 방안 ○ 홍콩 소비자들은 외식 비중이 높은 편으로 수산물의 경우에도 외식의 비중이 높은 것을 알 수 있음 ○ 현대화되어 있는 유통매장 및 호텔뿐만 아니라 소비가 많이 일어나는 전통시장에도 유통시킬 수 있다면 한국산 수산물 수출 확대가 기대되는 부분임 ○ 수산시장에서 쉽게 찾아볼 수 있는 수산물은 전복, 랍스터, 썬 등의 패류 및 갑각류로 우리나라 수산물을 수출하기 위해서는 가격경쟁력과 더불어 경쟁이 될 수 있는 크기를 만드는 것이 중요할 것으로 판단됨 ○ 특히, 전복의 경우 호주산, 남아공산이 유통되고 있어 큰 크기의 전복을 선호하는 소비자 특성상 한국산 전복은 경쟁력이 떨어지는 것으로 판단됨		
업무⑤	(11/22, 오후) 홍콩 어류통영처 면담 및 현지 유통채널 조사		
수행계획	□ 홍콩 어류통영처(Fish Marketing Organization) 면담조사 ○ 홍콩 수산물 유통 시장 동향 조사 □ 현지 유통채널(사이쿱 수산시장) 조사 ○ 현지에서 유통되는 수산물 파악 및 한국산 수산물 수출 확대를 위한 유망품목 조사		
수행결과	□ 홍콩 수산물 유통 시장 동향 ○ 어류통영처(Fish Marketing Organization)는 1945년 전후 어민 및 어업 활성화와 보호를 위해 설립된 비영리조직으로, 부서 이관을 거쳐 현재는 농림수산보호부 산하기관 중 하나임 ○ 홍콩법률 제291조 조례에 의거하여 홍콩으로 들어오는 모든 신선 및 냉장 수산물은 어류통영처 산하 7개의 도매시장을 통해서만 유통 및 판매 가능함 ○ 수산물 거래와 관련된 여러 규정을 홈페이지를 통해 확인 가능함(예를 들어, 60kg 이상의 신선 바닷물고기를 들여오고자 하는 경우 허가증 필요) ○ 어류통영처는 도매시장의 거래 및 시설관리를 담당하고 있으며, 수산물 거래 중 7%를 수수료 및 시설관리비용 명목으로 처리하고 있음 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center; vertical-align: middle;">Fish Marketing Organization</td><td style="padding: 10px;"> ○ 설립연도 : 1945년 ○ 주요 취급품목 : 모든 신선 및 냉장 수산물 유통 ○ 주요 사업 : 어민 및 어업 활성화와 보호 - 주로 도매시장의 거래 및 시설관리를 담당 </td></tr> </table> □ 홍콩 전통 수산시장(사이쿱)의 수산물 공급 및 소비 구조 ○ 홍콩에서 씨푸드 음식점 혹은 수산물을 구입할 수 있는 시장으로 가장 유명한 곳은 홍콩의 작은 어촌 마을 사이쿱임 ○ 사이쿱은 피싱 빌리지(Fishing Village)로도 불리며 어부들이 직접 잡은 수산물을 보트에서 판매하는 어시장으로 유명함 ○ 소비자들이 원하는 수산물이 있다면 어부와 흥정을 통해 가격을 설정하고 거래가 성사되면 기다란 네트 막대기를 통해 수산물과 돈을 서로 교환하는 방식으로 구매가 이루어짐 ○ 레이유문 수산시장과 동일하게 시장에는 식당과 수산물 판매장이 함께 있으며, 원하는 수산물을 골라 식당에 요리를 부탁하면 되는 구조임 ○ 전복, 킹크랩, 게, 조개류, 새우류, 어류 등 전 세계에서 수입된 다양한 수산물을 수조에 보관하여 판매하고 있음	Fish Marketing Organization	○ 설립연도 : 1945년 ○ 주요 취급품목 : 모든 신선 및 냉장 수산물 유통 ○ 주요 사업 : 어민 및 어업 활성화와 보호 - 주로 도매시장의 거래 및 시설관리를 담당
Fish Marketing Organization	○ 설립연도 : 1945년 ○ 주요 취급품목 : 모든 신선 및 냉장 수산물 유통 ○ 주요 사업 : 어민 및 어업 활성화와 보호 - 주로 도매시장의 거래 및 시설관리를 담당		

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	
	□ 한국산 수산물 수출 확대를 위한 방안 ○ 홍콩 소비자들은 수입수산물에 대한 브랜드, 인증마크 등의 식품안전성에 대한 인식보다는 신선도를 더 중요시 여기는 경향이 높은 것으로 평가됨 ○ 다만, 최근 일본산 수산물 안전성 이슈 등으로 식품안전성에도 관심이 높아지고 있는 추세임. 이에 따라 한국산 수산물 홍보에 있어 안전성을 내세운다면 수출 확대에 도움이 될 수 있을 것으로 판단됨 ○ 현대화되어 있는 유통매장 및 호텔뿐만 아니라 수산물 소비가 많이 일어나는 전통시장에도 한국산 수산물을 유통시키는 방안을 모색할 필요가 있음 ○ 전통 수산시장에서 한국산 수산물이 유통되기 위해서는 소비자들이 원하는 크기, 가격대 등이 맞아야할 것으로 판단됨
업무⑥	(11/23, 오전) 수협 홍콩 무역지원센터 면담 조사
수행계획	□ 홍콩 수산물 수출입 동향 및 수출 확대 방안 조사 ○ 홍콩 수산물 시장 동향 및 한국산 수산물 수출 확대 방안 조사
수행결과	□ 홍콩 식품 소비 트렌드 ○ 코로나19 확산으로 홍콩 소비자들의 건강에 대한 관심과 가정 내 식사 비중이 증가함에 따라 식품 안전성과 건강 관련 요소를 더욱 중시하는 것으로 조사됨 ○ 건강에 대한 관심 증가로 건강기능식품 판매가 증가하고 있으며, 육류 대신 채식 위주로 식사하고 필요에 따라 육류나 수산물을 섭취하는 플렉시테리언(Flexitarian) 식단에 대한 관심도 증가하고 있는 추세임 ○ 홍콩은 가정 내 주방 면적이 매우 좁고 집에 식품을 보관할 수 있는 공간이 부족함에 따라 직접 조리하기보다는 외식을 하거나 필요한 식료품을 필요할 때마다 소량으로 자주 구입함 ○ 홍콩 소비자의 외식, 포장음식, 간편 조리식품, 배달 음식에 대한 선호도는 전 세계 평균 이상으로 가정 요리뿐만 아니라 고품질 테이크 아웃 음식 및 프리미엄 간편 조리식품에 대한 수요가 증가하고 있음 ○ 아울러, 코로나19의 여파로 온라인 구매 선호, 디지털 지갑 이용 증가, 유통업계의 온라인 시장 투자 증가 등에 따라 홍콩 내 온라인 거래와 비대면 소비가 빠르게 증가하고 있음 ○ 2020년 기준 식품을 포함한 온라인 플랫폼별 전체 매출 규모는 홍콩티비몰(HKTVmall)이 56.4억 홍콩달러(한화 약 8천3백억 원)로 1위, 아마존(Amazon), 지마켓(GMarket), 티몰(Tmall) 등이 그 뒤를 이음 ○ 다만, 홍콩 내 식품 유통은 주로 오프라인 유통을 통해 이루어지며, 온라인 유통 채널 비중은 매우 낮은 실정임

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

- **홍콩 내 굴 제품 생산 및 소비 구조**
 - 굴은 홍콩 내 일부 지역에서 생산하기는 하지만 타국산 제품 대비 품질경쟁력이 낮고 생산량이 적어 대부분 한국, 일본, 중국, 프랑스 등에서 수입하고 있음
 - 냉동굴, 생굴의 유통 비중이 높는데, 이들 대부분이 껍질이 붙어 있는 각굴 또는 하프셸 형태로 유통되고 있음
 - 건굴은 건버섯, 해삼, 전복 등과 함께 해물찜을 할 때 사용되는 데 중화권에서는 크기가 큰 것이 선호되며, 통조림은 통조림 내에 있는 기름이 홍콩 사람들의 기호에 잘 맞지 않는다고 함
 - 한국에서는 주로 건굴 형태로 수입하고 있으며, 한국산 생굴 수입을 잘 하지 않는 이유는 한국산 굴에 대한 인지도(마케팅) 부족이 가장 큰 요인이며, 샤브샤브용으로 활용할 때 크기가 너무 줄어들기 때문으로 조사됨
 - 중화요리나 볶음요리 등 요리에 쉽게 활용할 수 있는 굴 소스 또한 보편적으로 소비하고 있음
- **홍콩 내 전복 제품 생산 및 소비 구조**
 - 홍콩은 일본, 싱가포르와 함께 전 세계 3대 전복 수입국 중 하나로 수산물 요리는 고급으로 인식되고 있어 중요한 식사 자리에 전복 등을 이용한 요리가 주요한 메뉴로 자리 잡고 있음
 - 홍콩에서 유통되는 전복은 전량 수입에 의존하고 있으며 활전복, 건조전복, 냉동전복, 가공전복(캔전복) 등이 유통되고 있음
 - 일반적으로 활전복은 수족관 등의 문제로 전통시장이나 고급레스토랑을 통해 유통되고 있으며 일부 신선수산물 전문 유통업체는 온라인몰을 통해 항공으로 배송된 활전복을 직접 판매하고 있는 것으로 조사됨
 - 홍콩 내 수산물 대부분을 차지하는 수입수산물의 경우 호텔, 레스토랑 등으로 유통되는 비율이 높으며, 중국산 전복은 전통시장을 통해 주로 유통되는 것으로 조사됨
 - 한국산 제품은 전통시장이나 대형유통업체보다는 일부 온라인마트와 고급 슈퍼마켓, 한국식품전문점 등에서 판매되고 있는 것으로 파악됨
- **홍콩을 통한 한국 수산물의 중국 및 아세안 시장 진출 방안**
 - 홍콩은 자유무역항으로 수입 수산물의 관세 절차가 매우 편리하고 수입 관세가 없음. 홍콩은 수입 식품에 대한 관세가 없기 때문에 중국 수입 수산물의 배송센터 역할 수행이 가능함
 - 중국의 경우 콜드체인 물류가 국제표준에 미달하는 수준으로 농수산 감모율이 20~25%에 달함. 도시화로 인해 콜드체인 물류에 대한 수요가 증가하고 있으며 급동, 냉장 수산물에 대한 수요도 크게 증가하고 있음
 - 동아시아 사람들이 가장 좋아하는 여행지로 홍콩이 손꼽히는 등 홍콩의 식문화에 아세안 국가들이 많은 영향을 받고 있음
 - 중국 정부가 발표한 일대일로 정책을 살펴보면 광둥-홍콩-마카오 베이 에어리어 건설 계획이 포함되어 있음. 베이 에어리어는 홍콩의 가운데에 위치하며 광둥, 마카오 간 협력을 더욱 굳건히 하는 역할을 수행할 것으로 판단됨
 - 홍콩은 지리적으로 세계 다른 국가와 연결하는 중요한 역할을 수행하고 있음. 그러나 홍콩 공항은 물류비가 비싸고 저장 공간이 부족하기 때문에 공항과 협력하여 저장 공간을 확보하는 등의 전략이 필요할 것으로 보임
 - 육로 인프라 건설을 통한 물류 시스템 개선 또한 필요하며 홍콩-주해-마카오 대교를 이용하면 거리와 이동 시간을 단축할 수 있음. 주해 보세구는 홍콩공항의 보관시설 부족 문제를 어느 정도 해소를 시켜줄 수 있을 것으로 예상되며 주해 보세구가 홍콩공항과 직접적으로 연결이 되면 홍콩공항의 물동량과 물류·유통 시스템 개선이 가능할 것으로 보임

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	수협중앙회 홍콩 무역지원센터 ○ 설립연도 : 2019년 ○ 주요 사업 : 한국 수산식품 수출업체 지원 - 수출기업의 해외진출 조기 정착 지원 및 해외시장 판로 확대 중점 지원  
업무⑦	(11/24, 오후) 수산물 유통업체 면담 및 현지 한인 유통매장 방문 조사
수행계획	□ 홍콩 내 한국 수산물 유통업체 면담(한인홍) 및 방문(신세계마트) 조사 ○ 홍콩 내 한국산 수산물 소비 동향 및 수출 확대 방안 조사
수행결과	□ 한국산 수산물 소비 동향 ○ (한인홍) 한인홍(韓印紅)은 2009년 1호점이 설립되었으며, 올해 2023년에는 홍콩전역에 한국제품을 판매하는 슈퍼마켓 38곳 직영점을 운영하고 있음 ○ 현지에서 브랜딩 작업에 성공한 업체로 홍콩에서 가장 유명한 한국 브랜드로 손꼽힐 정도로 유명세를 타고 있음 ○ 편의점 형태의 작은 매장에서부터 슈퍼마켓 형태의 대형 매장까지 다양한 형태로 운영하고 있음 ○ 한인홍에서 직접 운영하고 있는 물류창고(상온/냉장&냉동)는 약 680평에 달하며 외부창고까지 포함한다면 약 2,000평에 달하는 물류창고를 운영 중임 ○ 중국과 홍콩 소비자들이 건강에 대한 관심이 높다는 것에 착안하여 한국의 인삼을 주력 제품으로 홍콩시장에 진출하였음 ○ 이후 인삼 이외에도 제품을 확대해야 시장에서 살아남을 수 있다는 판단하에 신선농산물, 수산물 등 다양한 한국산 제품을 취급하고 있음 ○ 수산식품의 경우 간장게장, 조미김, 멸치, 아귀, 오징어, 전복 등 다양한 제품을 취급하고 있음 ○ 최근에는 한국 수산물 수출 확대를 위한 한인홍과 우리나라 지자체 9개 기업과의 수출 확대 협약식이 진행되었음 한인홍 ○ 설립연도 : 2009년 ○ 주요 취급품목 : 수산물(김, 멸치, 아귀, 오징어, 전복, 게 등) ○ 주요 사업 : 수산물 수출입 및 유통업체 - 다양한 형태(크기)의 유통채널 보유 - 홍콩 내 자체 물류창고(상온/냉장&냉동) 보유

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))



- (신세계마트) 홍콩에서 가장 오래된 한인마트로, 1995년 설립됨
- 식료품 전문 매장인 신세계마트 외에 한국 반찬을 전문적으로 판매하는 반찬(BANCHAN) 등의 브랜드를 함께 운영하고 있으며 식당, 항공사, 호텔 등에 제품을 공급하고 있음
- 온라인 쇼핑몰에서는 신세계마트 협업사에서 한국에서 홍콩까지 직배송하는 고코(GOKO), 한국식 고기 요리를 판매하는 쉐프&테이스트 등의 카테고리 운영
- 매장 내에는 다양한 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 육류, 소스류, 음료류, 주류, 면류, 생활용품 등을 판매하고 있음
- 수산식품의 경우 일반 한국의 유통마트처럼 김, 참치캔, 미역, 다시마 등 한국산 제품을 손쉽게 찾아볼 수 있음
- 판매하고 있는 반찬류에서 찾아볼 수 있는 수산식품의 경우 간장게장, 새우장, 멸치볶음, 새우볶음, 파래무침 등이 있었음



□ 한국산 수산물 수출 확대를 위한 방안

- 홍콩 소비자는 팬데믹 이후 건강에 대한 관심 증가와 가정 요리가 증가함에 따라 식품의 안전성과 건강관련 요소를 더욱 중시하는 것으로 조사됨
- 아울러 외식, 포장음식, 간편 조리식품, 배달 음식에 대한 선호도가 높게 나타나고 있어 향후에도 간편 조리식품에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 전망됨
- 이에 한국산 수산물 수출 확대를 위해서는 안전성을 통한 신뢰도 확보와 다양한 가공품 개발을 통한 수요 창출이 필요할 것으로 판단됨

* 주요 업무 내용을 10개 내외로 작성

* 업무별 수행 결과는 각 700자 이내로 작성(관련 사진, 도표 필요시 추가)

* 보고서 총 분량은 10페이지 내외로 작성(필요시 조정)