

중국 물류 리포트

CHINA LOGISTICS REPORT



한국해양수산개발원 중국연구센터 (Korea Maritime Institute China Research Center)

中國 上海市 長寧區 遵義路 100號 虹橋上海城 A-1803

Tel. +86-21-6090-0395~6, Fax. +86-21-6090-0397

제14-16호

2014년 12월 29일

Contents

▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이

▶ 전문가 킬링
: 상하이 수산물 시장 경쟁력 분석과 전망

■ 중국 내 가격 변동폭이 큰 해산물
(위안/kg, %)

품종	2014년 상반기	2013년 상반기	상승률
김	86.06	45.73	88.2
흰다리 새우	85.24	66.88	27.44
꽃새우	48.04	37.72	27.38
조개	13.06	11.11	17.55
갯가재	63.24	54.62	15.78
일본 대하	268.01	231.83	15.60
전복	132.32	170.52	-22.4
꽃게	123.54	144.26	-14.36
취치	24.03	27.88	-13.82

자료 : 中国水产品, 2014년 第8期

■ 중국 내 가격 변동폭이 큰 담수 수산물
(위안/kg, %)

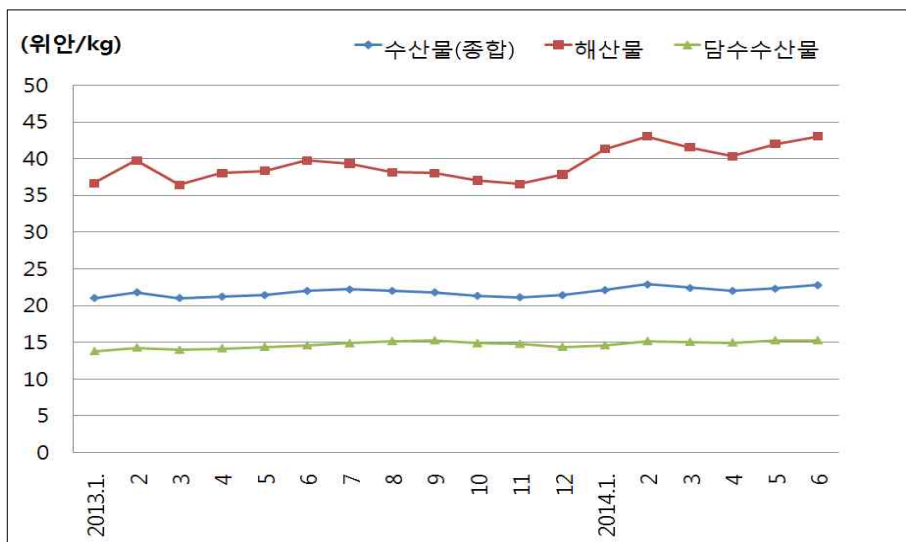
품종	2014년 상반기	2013년 상반기	상승률
민물게	117.95	95.01	24.14
참새우	87.80	74.04	18.59
동자개	26.58	23.45	13.36
개구리	15.11	13.67	10.52
송어	34.53	39.75	-13.13
드렁허리	57.69	62.37	-7.49
방어	13.71	14.52	-5.58

자료 : 상동.

중국물류리포트 내용의 일부 혹은 전체를 인용하실 경우, 자료원을 「KMI 중국물류리포트」로 표기해 주시기 바랍니다.

Copyright©KMI All Rights Reserved.

통계로 보는 중국 물류 : 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이



자료 : 中国水产品, 2014년 第8期, 각년 12월 호 ; KMI 작성.

2014년 상반기 중국 수산물 도매시장 종합 평균가격 22.42위안/kg

중국 전국 80개 수산물 도매시장 거래 가격 통계에 따르면, 2014년 상반기 수산물 도매시장 종합 평균 가격은 22.42위안/kg으로 동기대비 3.71% 상승했다. 이 중에 해산물 종합 평균 가격은 41.52위안/kg으로 동기대비 4.16% 상승했으며, 담수 수산물 종합 평균 가격은 15.09위안/kg으로 동기대비 3.18% 상승했다. 이 중에 중국의 춘절(설날)의 영향으로 1, 2월에 가격이 각각 5.66%와 3.71% 상승해 2월에 정점에 달했다. 3, 4월에는 각각 2.23%와 1.48% 가격이 하락했다가 5, 6월에는 다시 각각 1.50%와 1.55% 상승하는 추세이다. 2014년 상반기에 49개의 품목 중에서 22개 품종 가격이 올랐고 이중에 10개 품종이 10% 이상 올랐다. 12개는 예전 가격을 유지했고, 15개 품목 가격은 하락했는데 이중에 4개 품목이 10% 이상 하락했다. 한편, 해산물 가격의 경우 수산자원의 부족과 조업 시 발생하는 비용 상승으로 전반적으로 가격이 오르는 추세를 알 수 있다. 해산물 중에 김이 전년대비 88.2% 가격 상승을 보였으며, 담수 수산물의 경우 민물게가 전년대비 24.14% 상승하였고, 참새우가 그 뒤를 이었다. 중국은 2014년 11월 2일 중국-동남아 수산물 교역센터를 푸젠성 푸저우(福州)시에 열었다. 향후 수산물 국제전자상거래를 통해 중국 내 수산물 시장 규모가 더 커질 전망이다.



Contents

▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이

▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력 분석과 전망

필자 소개

왕다차이(王德力) 이사



연구 분야

수산업 및 경영 분야

주요 활동

임목아업학회 어업경제전문위원회 이사
상해동방국제수산물센터 총재조리

전문가 칼럼 : 상해 수산물 시장 경쟁력 분석과 전망

중국의 개혁개방이 시작되면서 수산업의 어획, 양식, 가공, 유통이 빠르게 발전하고 있다. 현재 중국 수산업은 8가지 항목, 즉 수산물 생산량, 양식 생산량, 원양어업 어획량, 수출입 교역량, 어민 수, 어업종사자 수, 어선 총 척수 등에서 세계 1위를 차지하고 있다. 중국의 수산물 총생산량은 2013년 6,172만 톤을 기록하여 25년 연속 세계 1위를 차지하였고, 중국 양식 생산량은 전 세계 총생산량의 70%를 차지하고 있다.

중국 내 수산물 생산량이 늘어남에 따라 소비도 늘어나고 있으며, 소비자의 인식도 변화하여 식품안전, 맛, 건강식품에 대한 요구도 높아지고 있다. 최근 소비자의 수산물 소비가 늘어나면서 전통적으로 수산물 소비가 적었던 북방 지역의 수산물 소비가 남방지역을 점차 앞지르고 있다. 시장수요의 증가는 자연스럽게 수산물 유통업 발전으로 이어지고 있다. 또한 대형 종합농산물 도매 시장에서 수산물 도매가 차지하는 비중 또한 늘어나고 있다. 그러나 이러한 발전추세와 더불어 전통적 수산도매시장은 새로운 도전에 직면하고 있다. 유통절차 간소화, 유통효율성 향상, 유통비용 절감을 모토로 소비자를 직접 공략하는 전자상거래 등 새로운 유통방식이 등장하고 있기 때문이다. 이러한 중국 수산물 시장 변화를 전제로 아래에서는 상해시 수산물 시장의 개요, 문제점과 전망, 향후 과제 등에 대해서 살펴보도록 한다.

1. 상해시 수산물 시장 개요

상해 수산업은 오랜 역사를 갖고 있다. 예를 들어 상해를 나타내는 약어인 “沪”는 상해시의 약칭으로, 초기어업에 사용되었던 대나무 재질의 어구를 뜻한다. 1934년 국민정부는 상해시 복흥도에 상해시 수산시장을 건설했는데, 당시 중국에서 시설이 제일 좋고 교역량이 제일 많은 수산시장으로 이름을 날렸다.

현재 상해 수산물 시장 교역량은 전국 상위권을 차지하고 있으며 상해시 수산협회 통계 자료에 의하면 2013년 상해시 수산물 교역량은 140만 톤이었고, 소비량은 100만 톤이었다. 중국의 수산물은 주로 타이완(台灣), 하이난다오(海南島), 광둥성(广东省), 광시성(广西省), 푸젠성(福建省), 저장성(浙江省), 장수성(江苏省), 산둥성(山东省), 랴오닝성(辽宁省), 지린성(吉林省) 등 10개 연해지역 성 도시에서 생산된다. 내수면 어류는 장수성(江苏省), 안휘성(安徽省)을 중심으로 후베이성(湖北省), 장시성(江西省), 광둥성(广东省), 푸젠성(福建省), 타이완(台灣), 쓰촨성(四川省), 신장(新疆), 헤이룽장성(黑龙江省) 등 지역에서 생산되고 있다. 전 세계의 수입 수산물 가운데 주요 수입물은 해수면 수산물이다. 내수면 수산물의 경우 소량으로 수입되고 있으며, 주로 동남아 국가에서 수입된다.



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망

지수 동향

CHINA CONTAINERIZED FREIGHT INDEX

	01-03	12-26
종합지수	1,098.37	1,044.99
일본 향로	794.36	642.94
구주 향로	1,507.15	1,273.61
미서부 향로	976.03	1,000.28
미동부 향로	1,181.88	1,381.80
한국 향로	628.69	674.85

주 : '01-03'은 2014년 1월 3일 지수.
자료 : 상하이 항운교역소.

CHINA COASTAL BULK FREIGHT INDEX

	01-03	12-19
종합지수	1,238.94	904.62
석탄	1,302.33	933.09
곡물	1,215.94	742.31
금속광석	1,240.79	771.15
정유	1,229.50	1,215.40
원유	1,597.14	1,597.14

자료 : 상하이 항운교역소.

상해시 수산물 시장은 중국 수산물 유통의 중요한 축을 담당하고 있다. 상해시 수산물 생산량 80% 정도가 상해시 도매시장에서 교역되고 있으며, 20% 정도가 생산지와 마트, 온라인 마켓, 야채시장에서 직접 교역된다. 그러나 수산물 도매시장이 유통 경로에서 차지하는 비중이 점차 감소하고 있으며, 유통방식도 점차 다양화되고 있다. 상해시 수산물 시장을 통해서 주로 재래시장, 마트, 전문점, 온라인 마켓, 호텔에 수산물이 공급되지만, 또한 소비자에게 “도매점 소매”의 1대1 방식으로도 공급 된다. 규모가 다른 도매시장은 도매 및 소매의 비율이 각기 다르게 나타나며 규모가 클수록 소매 비율이 낮게 나타나고 있다. 수산물 전자상거래의 경우, 도매를 중심으로 한 B2B 방식, 소비자 직접 구매를 위한 B2C형식으로 판매되고 있다. 상해시의 수산물업체는 약 3,000여 개로 20%는 업체형 경영방식, 80%는 개인 가정형 경영방식이다. 98-99%는 도매시장에서, 1-2%는 도매시장 이외에서 운영되고 있고 대부분 조건이 잘 갖춰진 사무실에서 수산물 수출입 업무를 보고 있다.

[그림 1] 상해 내 수산물 시장 분포도



자료 : 바이두 지도, KMI 중국연구센터 정리

현재 상해시 수산물 시장은 “7+2+2” 구조로 형성되어 있는데, 이는 7개 수산물 전문도매시장, 2개의 종합 농수산물도매시장(수산물 포함), 2개의 신규 수산물도매시장을 가리킨다. 7개 수산물 전문도매시장은 양푸구(杨浦区) 동방국제수산센터(东方国际水产中心), 푸톈구(普陀区) 통관시장(铜川市场), 바이촨시(百川市场), 리민시장(利民市场), 푸둥신구(浦东新区)의 형타시장(恒大市场), 바오산구(宝山区)의 장양시장(江杨市场), 자베이구(闸北区)의 후타이 시장(沪太市场)이다. 농수산물 도매시장은 푸둥신구(浦东新区)의 상농피(上农批) 농산물 종합도매시장, 송장(松江)의 푸난(浦南)시장이고 푸둥신구(浦东新区)의 신싸링(新淞), 충밍현(崇明)의 형싸위강(横沙渔港)이 신규 수산물도매시장이다. 이 가운데 아직 정식운영을 하지 않는 신규 도매시장 2곳을 제외한 9개의 상해시 수산물도매시장의 경영방식을 살펴보면 각기 다른 특징을 갖고 있다. 동방국제수산센터는 종합수산물전문시장으로 수산물 품종이 다양하고, 냉동품, 패류, 신선냉장 수산물을 주로 판매한다. 통관시장과 바이촨시장도 수산물 전



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망

문도매시장으로 활어와 건어물을 주로 판매하고 있으며, 리민시장은 비교적 작은 규모로 2차 도매상이 냉동수산물을 판매하고 있다. 상농피 농산물 종합 도매시장은 신선·냉장·냉동 수산물을 위주로 판매하고 후타이 시장은 주로 8~9가지 품종의 내수면 활어수산물을 판매하고 있다. 형따시장, 장양시장, 푸난 농수산물 도매시장은 2차 도매상으로 주로 내수면 어류 위주로 판매하고 있다.

2. 상해시 수산물시장의 문제점 및 전망

(1) 불합리한 수산시장 분포

현재 운영 중인 상해시 9개 수산도매시장은 상호간 경쟁심화로 이윤은 매우 적다. 2000년 초기부터 운영하기 시작한 통완, 바이완, 형따, 후타이 시장은 상대적으로 작은 규모의 시장으로 건설되어 투자가 적은 반면, 수익은 높았다. 그러나 2007년 이후 운영하기 시작한 동방국제수산센터, 장양시장, 리민시장은 상대적으로 투자 규모가 컸음에도 불구하고 시장을 대상으로 하는 소비층이 제대로 형성되지 않아 이윤은 예상에 크게 못 미쳤다.

수산시장간 심각한 경쟁은 시장의 투자뿐만 아니라 소방, 식품안전, 보안 등의 안전문제로 이어졌다. 또한 상해시 수산시장의 분포도 균형을 잃었다. 동부 푸둥신구 2개와 서부 송장지역의 1개를 빼면 6개의 수산시장 모두 북쪽에 집중되어 있으며 남쪽에는 현재 수산시장이 없다. 이로 인해 상해시 북부 수산시장의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다.

(2) 비합리적인 시장 내부구조

상해시 7개 수산물 전문시장의 내부상가들은 대부분 병렬식으로 나열되어 있어 효율적인 공간 활용이 어렵고, 상가위치에 따른 가격 차별화가 나타나고 있다. 이러한 내부구조는 관리의 어려움과 함께 관리비용의 상승으로 이어질 수 있다. 또한 사무실, 창고, 숙소가 모두 상가 한 건물에 모여 있어서 건축법 위반의 문제와 더불어 심각한 소방안전, 보안 등의 문제로 이어지고 있다. 이 밖에 대형 냉동창고는 동방국제 수산센터와 장양시장 두 곳에만 있으며, 시장 내부의 교통 혼잡과 주차장 부족 문제로 교통마비가 발생해 효율적인 시장운영에 장애로 대두되고 있다.

(3) 미숙한 경영관리

대부분 수산물시장은 설립초기에 기업의 투자유치를 중시하지만 실제로 기업 투자유치에 대한 전면적인 시장조사와 분석에 대한 연구가 매우 적으며, 단순하게 임대료 할인 등과 같은 기초 방안으로 투자 유치를 진행하고 있다. 수산시장의 주 수입원은 상가, 사무실, 창고, 숙소의 임대료와 주차비용이다. 하역, 청소비용은 보통 외주업체에서 담당하여 수입원에 포함되지 않는다. 수산시장의 또 한가지 문제점은 시장상가 업주의 경영에 대한 이해 부족이다. 시장 경영관리자들은 업주들의 화물 원산지, 판매품종, 판매가격, 판매수량, 물류, 용자, 홍보 등에 이해가 부족하다. 총체적으로 수산시장 관리자들의 관



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망

리수준과 조직수준은 매우 낮다. 수산시장은 전통산업이지만, 최근의 정보화와 더불어 발전할 필요가 있다. 그러나 상해시 수산시장의 중·고위층 관리자들은 평균연령이 높으며 외부와 실질적인 경영관리 및 학습교류가 적으며 국제 교류는 더욱 적어 지식에 대한 이해도가 부족하다. 이들은 수산시장이 위기에 직면하게 되면 정보화 관리 및 새로운 경영방식, 교역방식의 도입을 거절하고 이미 시대에 뒤떨어진 경영방식을 고집하고 있다.

(4) 식품안전 제도마련 필요성

최근 몇 년간 중국에서 식품안전 사고가 빈번히 발생해왔고 수산물도 예외는 아니다. 수산물양식, 가공, 운송, 유통과정에서 말라카이트그린, 포름알데히드, 과산화수소수, 클로람페니콜, 색소 등이 불법적으로 사용되어 왔다. 수산물 유통경로에서 수산시장 감독은 중요하며 수산물 안전관리가 수산물 유통의 핵심이다. 그러나 상해시장은 현재 관리가 느슨하여 수산물의 실질적 작업과정에서 식품안전 문제가 초래되고 있다.

(5) 수산물 유통경로 다원화

중국 수산물 유통방식은 현재까지 비교적 전통적이며, 상대적으로 낙후되어 있다. 최근 몇 년간 유통절차 감소, 유통효율 제고, 유통비용 절감 등을 목적으로 수산물 유통 방식은 다양화 되고 있다. 이는 현대 수산물 유통의 중요한 발전방향으로, 주로 생산지 직영과 온라인판매 2가지 방면에서 진행된다.

① 생산 판매는 현재 생산(어획, 양식, 가공)으로부터 소비자에 이르기까지 3-5 단계 절차를 거쳐야 하지만 생산지에서 1대 1로 판매 할 경우 유통절차 중 최소 1-2단계를 줄일 수 있다.

② 온라인 판매는 수산업 생산업체, 수입업체, 도매업체 또는 개인 스스로가 사이트를 개설하여 타오바오, 1호점 등 전자상거래 교역을 통해 수산물을 판매하는 것을 말한다. 특히 냉동수산물과 생존율이 높은 활어를 판매하는데 대게, 전복, 굴 등이 이에 해당된다. 통계에 의하면 현재 수산물 온라인 판매업체는 4,000여 개가 된다.

이처럼 생산지 직영판매와 온라인판매 등 새로운 유통 방식이 점차 점유율을 높이면서, 전통 수산물 도매시장 중심의 수산 유통구조에 새로운 변화가 일고 있다.

3. 상해시 수산물시장 발전 전망

(1) 높은 수산물 소비량

상해는 높은 수산물 소비량을 자랑한다. 이는 인구 규모, 수입 수준, 소비 습관과 연관되어 있다. 상해시 통계국에 의하면 2013년 말, 상해시 밀집인구가 2,416만 명이며, 인구 규모와 인구 밀도가 전국에서 1위를 기록하고 있다. 또한 상해시 2013년 1인당 평균 수입은 43,885위안으로 전국 평균수준 26,955위안 보다 약 62.8% 높다. 상해시 서민들의 음식습관 또한 수산물 소비를 선호하고



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망

있어, 수산물 소비량이 전국 순위에서 항상 앞 순위를 차지하고 있다. 상해시 수산업협회 통계에 의하면 2013년 상해시 수산물의 소비량은 100만 톤으로 1인당 수산물 소비량은 약 4.14kg이다.

(2) 우수한 지리적 위치

상해시는 중국 동부연안에 위치하여 있으며, 남북을 기준으로 중심에 위치하여 있다. 중국 수산물 생산지는 주로 남방연해지역에 분포하고 있으며, 상해를 통해 북부지역, 중서부 지역으로 유통되고 있다. 상해가 수산물 유통을 위한 최적의 지리적 위치에 놓여있는 셈이다. 또한 정기적 절차로 통관되는 수입 수산물은 비교적 규모가 큰 상해 해관의 통관을 거쳐 북방지역, 중서부 등 지역으로 운송되고 있다.

(3) 제3차 서비스 산업의 발달

최근 몇 년간 상해시는 산업고도화 전략을 추진해 제3차 서비스 산업을 크게 발전시켰다. 2013년 상해시의 제3차 산업의 부가가치는 13,446억 위안으로 전년동기대비 8.8%가 증가하였다. 정보화 산업, 금융업, 물류저장창고 보관업, 전자상거래, 음식 및 레저 등 산업이 점차 발전되면서 수산산업도 서비스산업화로 고도화되고 있다.

(3) 우수한 인재

상해시는 국제적인 대도시로 상업무역이 발달되었고 과학기술 또한 선진화되었다. 상해시 4대 중심 건설로 인하여 국내와 홍콩, 마카오, 대만 등에서의 업계별 인재들이 상해로 몰려들고 있다. 상해시 시장 통계국의 제6차 전국 인구조사 분석자료에 따르면 2001년 상해시 인구 10만 명당 대학 학력을 지닌 사람은 21,892명으로 전국 도시 기준으로 최상위권을 기록하고 있다. 수산물 시장도 경영, 관리, IT, 금융, 전자상거래, 물류업계 등 각종 업계에서의 전문 인재들이 필요하며, 이들 인재들을 통해 상해시 수산물시장의 발전이 가속화될 것이다.

4. 상해시 수산물시장의 경쟁력 제고방안

(1) 수산도매시장 구조조정 필요

생산지 직영판매와 온라인 판매 유통으로 수산물 시장 유통이 점차 줄어들 것으로 전망되고 있으며, 최근 몇 년간 냉동체인 물류 발전이 가속화되고 있어 냉동창고의 중요성이 높아지고 있다. 이에 비해 상해시에서 운영되고 있는 9곳의 수산도매시장 가운데 규모가 있는 시장은 통환시장(바이완시장, 이민시장이 포함)과 동방국제수산센터이며, 다른 시장들은 규모가 비교적 작고 품종도 적으며 집산 능력이 제한되어 있다. 따라서 변화하는 수산환경에 대응하기 위해서는 수산시장의 집산범위가 넓고, 상대적으로 우수한 조건을 가진 2개 수산시장이 향후 상해시 수산유통 수요를 만족 시킬 수 있을 것이다. 2013년



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망

■ 상해시 식용농산물 도매와 소매시장 발전계획 (2013년-2020년)

- 이 계획은 상해 내에 동방국제 (东方国际) 수산센터와 장양 (江阳) 수산시장 두 개 수산전문도매시장을 건설한다는 내용을 담고 있다. 동방국제수산센터는 우수한 지리적 위치뿐만 아니라 관련 시설도 잘 갖춰져 있어 수산물 매매에 유리하다. 장양 (江阳) 수산시장은 완벽한 구조와 다양한 품종 공급으로 서민들의 수산물 수요를 만족시킬 수 있다. 또한 관련 계획은 푸둥신구의 신싸링 (新淞凌, 충밍다오의 형싸위강 (横沙渔港) 수산자원을 이용하여 수산물 무역을 발전시킨다는 내용을 담고 있다.

자료: 农业部 홈페이지, KMI 정리

8월 상해시 정부에서 발표한 『상해시 식용농산물 도매와 소매시장 발전계획 (2013년-2020년)』에서도 수산물 전문시장에 대한 명확한 규정을 두고 있다. 이러한 규정은 상해시 정부가 도시화 건설을 위해 수산시장 수량을 점차적으로 축소시켜 상해시 수산시장의 운영 및 합리화 경쟁을 규범적으로 발전시키도록 하고 있다.

(2) 수산시장 구조 개선

현재 수산시장 내부구조가 대부분 기준에 미달하고, 환경도 열악하다. <<상해시 식용농산물 도매와 소매시장 발전계획>>에 비춰 볼 때, 향후 수산시장 내부구조를 주차장, 숙소, 저장창고지역, 가공지역, 사무지역, 레저지역, 교역지역으로 기능별로 재조정해야 한다. 특히 수산물을 건어물, 신선냉장, 활어 등 품종별로 분리하고, 이들 품종을 다시 지역별로 분류시킬 수 있어야 한다.

(3) 수산물 시장 비즈니스 모델 조정

현재 수산시장의 비즈니스 모델은 매우 간단하다. 시장건설, 기업유치, 임대료 수납으로 이어지는 비즈니스 모델은 지극히 평범하고, 수입구조도 단순화되어 있어 수산시장 운영으로 인한 이윤은 매우 저조하다. 상해시 전통 수산시장 시장은 이윤이 발생하지 않고 있으며, 신규시장은 대부분 대규모 투자와 저수익으로 인해 손실을 보고 있다. 만약 수산시장의 경영방식을 변화시키고, 아웃소싱을 통해 전문적 시장광고 홍보 및 물류배송, 금융조달에 나선다면 이윤창출 경로가 다양화되고, 수익증가에 의한 경영효율화를 달성할 수 있을 것이다.

(4) 전면적인 정보화 관리 실시

대부분 수산시장은 외부 타 업계와의 교류가 적으며 관리도 허술한 편이다. 타 업계의 선진적인 관리이념과 방법을 도입하지 않는다면 경쟁력을 확보하지 못하여 도태될 가능성이 높다.

(5) 대외협력과 경영체인 추진

상해시는 국제적인 시장으로 지리적 위치가 좋고 제3차 서비스 산업이 발달되었다. 업계별 전문인재들이 다양하고, 수산물의 소비능력과 집산능력이 높다. 이와 같은 조건을 충분히 이용해 타 지역의 수산시장과의 대외협력을 강화하고, 자산구매, 도급, 임대 등 체인 경영방식을 도입해 타 지역으로 진출함으로써 상해시 수산시장의 경쟁력을 강화하여야 한다.

(6) 수산물 전자상거래 플랫폼 건설

중국의 전자상거래 시장은 비약적으로 발전하고 있다. 예를 들어 중국의 전자상거래 업체인 “알리바바”는 2009년부터 매년 11월 11일의 “빼빼로 데이” 할인판매를 진행하여 왔는데, 2014년 행사의 경우 하루 매출액이 571억 위안



을 기록했다. 중국전자상거래연구센터 통계에 의하면 2013년 중국의 전자상거래 규모는 미국시장을 추월하여 현재 전 세계 1위를 차지하고 있다. 중국은 수산물 총 생산량, 양식량, 원양어업 어획량, 수입, 수출 등의 기준으로 세계 1위를 기록하고 있어, 향후 수산물 국제 전자상거래 시장에서의 교역 전망이 매우 밝다. 2014년 11월 2일, 중국-동남아국 수산물 교역센터가 복건성 복주시에 설립되었다. 이는 중국이 건설한 최초의 국제 전자상거래플랫폼으로 농업부, 외교부, 복건성 정부가 참여하였는데, 정부가 수산물 국제전자상거래를 얼마나 중요하게 생각하는지를 잘 보여주고 있다. 현재 중국 정부는 현재 한국, 호주, 뉴질랜드, 아세안국가, 칠레, 페루 등 주요 수산물 국가와 무역을 진행하고 있으며, 앞으로 몇 년 내에, 이들 국가와의 수산물 교역에 제로관세를 도입하여 수산물 수출입 교역량이 급격히 증가할 전망이다. 앞서 설명하였듯이, 상해시는 제3차 서비스 산업이 발달되었으며, 수산물 소비능력과 집산능력이 높다. 또한 우수한 인재, 수산물 운영업체가 많고, 자유무역시험구를 운영 중에 있다. 이러한 장점과 함께 수산물 전자상거래 플랫폼을 건설을 통해 상해시 수산시장의 경쟁력 제고를 모색해야 한다.



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망
- ▶ 중국 물류 동향

칼럼 원문

上海水产市场如何提高竞争力

改革开放以来,我国水产业在捕捞、养殖、加工、流通诸方面发展迅速,水产品总量、养殖量、远洋捕捞量、进口、出口、渔民总数、渔业从业人员总数、渔船总数等八项指标,位列世界第一,其中,我国水产品总产量2013年达到6172万吨,连续25年居世界第一,我国的水产养殖数量更占世界养殖总产量的70%。

水产品产量的提高,加上消费观念特别是对健康、美味、安全需求的增加以及消费能力的提升,消费者对水产品的消费量持续提高,原先水产品消费较少的广大北方地区,水产品的人均消费量近几年增幅超过了习惯吃鱼的南方地区。

巨大的市场需求,推动了水产流通业的发展。作为连接水产品生产和消费主渠道的水产批发市场,近年来各地的建设方兴未艾,一些大型综合农产品批发市场,也加大了水产品批发的比重。

在传统水产批发市场发展的同时,以减少流通环节、提高流通效率、降低流通成本、强化消费者主体地位的新兴水产品流通渠道和方式不断出现,发展势头远远超过传统流通渠道和方式,传统水产批发市场面临较大的现实挑战。

面对水产品流通出现的新情况、新变化、新挑战,上海水产市场如何利用我国以及上海的相关优势,以变应变、以快变应慢变,提升上海水产市场的竞争力,是摆在上海水产流通业一个重要而紧迫的问题,本文试图就此作些探索。

一、上海水产品流通概况

上海水产业历史悠久。“沪”是上海的简称,而据史料记载,“沪”为上海古时用于捕鱼的竹制渔具,后演变为江名,演变为地名,最后演变为现在上海的简称,可见上海是以水产捕捞“立市”,其历史之悠久和对上海的意义可见一斑。而从水产品流通角度看,上海的历史同样可圈可点。距今80年前的1934年,国民政府在上海复兴岛兴建了上海鱼市场,这是中国当时设施最完善、交易量最大的水产市场。

上海水产品交易量大。上海水产品交易量在全国处于领先地位,据上海水产行业协会资料,2013年上海水产品交易量140万吨,其中,上海本地消费量100万吨,集散量40万吨。

上海水产品来源丰富。国内货源,海产品,遍及中国所有沿海十个省份:台湾、海南、广东、广西、福建、浙江、江苏、山东、辽宁、吉林。淡水产品,以江苏、安徽为主,湖北、江西、广东、福建、台湾、四川、新疆、黑龙江等地做些品种上的补充。进口货源,遍及全球,其中,以海产品为主,淡水产品为辅。淡水产品主要从东南亚国家进口。

上海水产市场是水产品流通的主渠道。目前80%左右由产地通过上海的批发市场交易,20%左右通过产地直接和菜场、超市、专卖店、网店交易。总体上,批发市场还是水产品流通的主要渠道,但所占比重的下降呈趋势性、加速度变化态势。

上海水产品流通形式。上海水产市场,通常面向菜场、超市、专卖店、网店、大单位伙食团、大饭店宾馆,但也面向终端消费者,实行“批零兼营”,不同等级的批发市场,批发与零售的比重各不相同,等级越高,零售比重越低,但总体而言,随着水产品价格的节节攀升,零售的比重呈现不断提高的趋势。而菜场、超市、专卖店属零售环节,主要面向小单位伙食团、小饭店、终端消费者。水产网店,有B2B面向单位做批发的,但主要是B2C面向终端消费者做零售。

上海水产市场数量多。目前,上海的水产市场数量,是7+2+2,即七个专业水产批发市场、二个水产批发有一定规模的综合农产品批发市场,二个新建专业水产批发市场。七个专业水产批发市场为:杨浦区的东方国际水产中心,普陀区的铜川市场、百川市场、利民市场,浦东新区的恒大市场,宝山区的江阳市场,闸北区的沪太市场。二个水产批发有一定规模的综合农产品批发市场为:浦东新区的上农批,松江区的浦南市场。二个新建专业水产批发市场为:浦东新区的新鲨凌,崇明县的横沙渔港。

上海各水产市场的经营特点。除没有正式运行的二个新建专业水产批发市场外,上海九家水产市场经营各有特色:东方国际水产中心是综合性水产专业市场,水产品类型齐全,其中,冻品、贝类、冰鲜有优势;铜川市场和百川市场也是综合性水产专业市场,水产品类型



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망
- ▶ 중국 물류 동향

齐全, 其中, 活鲜、干货有优势; 利民市场规模较小, 以二手冻品为主; 上衣批则是农产品市场, 其冰鲜有一定优势; 沪太市场主要经营八、九个淡水活鲜产品, 所经营的品种有优势; 恒大市场和江阳市场也是综合性水产专业市场, 基本属于二级水产批发市场; 浦南市场以农产品批发为主, 所经营水产品也基本属于二级批发。

上海的水产经销商数量多, 大多是夫妻老婆店。上海的水产经销商规模在三千家左右, 从经营方式看, 20%为公司制经营, 80%为个体家庭方式经营; 从经营场所看, 98-99%在批发市场经营, 1-2%在批发市场外经营, 他们中的大多数在条件较好的办公楼经营, 且主要从事直接的进出口业务。

二、上海水产市场面临的问题和挑战

上海水产市场面临的问题和挑战, 总体而言, 是内忧外患。何谓内忧? 自身素质不高。何谓外患? 外部要求提高, 新的流通渠道和方法渗透挤占。具体而言, 表现在以下六个方面。

1、市场数量过多分布不合理。上海现有九家水产批发市场, 数量明显过多, 造成相互间的低端无序竞争, 市场的盈利能力不强, 事实上, 上海七家专业水产市场中, 在2000年前投入运行的铜川、百川、恒大、沪太市场, 由于土地均属农村集体资产未计投资成本或投资成本很小, 同时, 市场硬件设施较为简陋, 总体建设成本较低, 故盈利能力较强, 而在2007年及其之后开始运行的东方国际水产中心、江阳市场、利民市场, 或投资较大或未能成市或二者兼而有之, 均没有给投资方带来预期盈利。市场数量过多造成无序低层次的激烈竞争, 进而影响市场的相应投入, 留下许多消防、食品、治安等方面的安全隐患。同时, 上海水产市场的分布又及其不合理, 南北严重失衡。如果以上海的延安路高架为上海的南北分界线, 上海现有九个水产市场, 北部有六家, 南部只有三家, 如果将东部浦东新区的二家和西部松江区的一家剔除, 六家水产市场都集中在北部, 而上海居中的南部一家都没有, 这样严重不合理的布局, 加剧了上海北部水产市场间的无序竞争。

2、市场内部格局不合理。上海七家专业水产市场中, 内部多呈兵营式摊大饼布局, 导致土地利用率低、商铺位置好坏明显、管理难度大成本高等问题。而办公经营、仓库、住宿“三合一”的标准商铺, 加上经营过程中产生的许多违章搭建, 遗留了严重的消防、治安等安全隐患。另外, 市场主要功能缺失, 如大型冷库, 只有东方国际水产中心、江阳市场二家有; 如广告位、展览展示区、加工区、餐饮、娱乐和面向市场内部商家和打工者的小超市、食堂、沐浴理发等服务性小店, 许多水产市场都没有专门的考虑。等等市场主要功能的缺失, 导致水产市场经营模式的简单, 除租金和停车费外, 没其它像样的收入来源。而内部交通环流设计不当或缺乏停车场, 更造成内部交通拥堵, 影响市场形象和交易效率、交易秩序。

3、经营管理简单粗放。绝大部分水产市场, 在市场初期, 主要的工作就是招商, 而招商, 往往很少做全面深入的市场调研和分析, 很少做详细的招商方案, 不以多赢的服务赢得客户, 而仅仅以老套的租金优惠挖其它市场的客户, 一些水产市场的成市, 带有很大的偶然性。水产市场如果成市后, 日常工作就是收取租金、续订合同、场地清扫、维护交通及交易秩序、物业维修, 也就是说成市后水产市场的基本工作与物业管理公司的工作没有多大的差别。而水产市场的收入来源也相当单一, 主要就是租金, 包括商铺、办公、仓库、住宿的租金, 还有就是停车费; 装卸、保洁一般都是外包, 故也形不成收入源; 许多市场, 将物业维修业务外包, 故这部分也形不成收入源。水产市场的另一个问题就是对市场商家的经营情况不了解: 商家货哪里来到哪里去、销售品种、销售价格、销售数量、物流如何解决、融资如何解决、广告宣传推广如何做……, 总而言之, 水产市场既不知, 也不问, 更不管, 组织化程度很低。殊不知, 许多增值服务业务, 就蕴含在上述信息中, 你掌握了信息就掌握了商机。

4、管理团队难以适应变化。水产市场, 虽然是一个传统的行业, 但在知识经济时代、信息化时代, 水产市场不能置身事外而“倚老卖老”, 应该和其它所有行业一样, 与时俱进、开拓进取、以变应变。但这一切, 都取决于“人”, 所谓“人不变量亦不变”。然而, 上海水产市场的中高层管理团队, 总体而言, 存在年龄普遍偏大, 与外界有实质意义的经营管理学习交流不多, 跨界交流更少, 知识层次和知识结构也不尽合理, 由此带来观念比较保守落后, 视野较窄, 因此, 对水产市场面临的危机, 要么无法洞悉, 要么无能为力, 往往拒绝信息化管理, 拒绝新的商业模式, 拒绝新的交易方式, 拒绝开展市场、客户、第三方多赢的各种增值服务, 一味固守粗放落后的“脚踢毛估估”经营管理方式。

5、食品安全的要求提高。多年来, 我国食品安全事件频出, 水产品也不例外, 孔雀石



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망
- ▶ 중국 물류 동향

绿、甲醛、双氧水、氯霉素、黄粉、红粉等在水产品养殖、加工、运输、流通过程中违法使用情况时有发生。作为水产品流通主渠道的水产市场，自然也是食药监等相关部门的监管重点。根据要求，水产品追溯将作为水产品安全管理的重要内容予以推进。但是，上海水产市场目前粗放的管理方式，势必严重阻碍水产品追溯工作的实质推进。

6、水产品流通渠道多元化。我国水产品流通方式至今比较传统落后，近年来，以减少流通环节、提高流通效率、减低流通成本为目的的水产品流通变革向广度和深度展开，这也是现代水产品流通发展的方向。水产品流通变革主要体现在两个方面：一是产销直挂。目前生产(捕捞、养殖、加工)到终端消费者，中间的流通环节有3-5个，而实现产销直接对接，流通环节减少到1-2个。二是网上销售。一些水产生产商、进口商、批发商，有的自建网站，有的通过淘宝、天猫、京东、一号店等大型电商平台销售水产品，特别是冻品和存活能力强的活鲜如大闸蟹等水产品。据不完全统计，目前，开展网上销售水产品的商家有四千多家。产销直挂和网上销售等新兴流通渠道逐渐挤占水产批发市场流通比重，给水产市场带来较大挑战。

三、上海水产市场发展的优势

上海水产市场虽然在发展过程中存在一些问题和困难、面临一些挑战，但上海具有许多优势，支持上海水产市场的升级转型。

1、水产品消费量大。水产品消费量大，与上海的人口规模、收入水平、消费习惯有关。据上海统计局的数据，2013年底，上海的常住人口达到2415.15万，每平方公里人口数量达到3809人，人口规模和人口密度位列全国各城市之首。而上海2013年的人均可支配收入为43885元，比全国平均数26955元整整高出62.8%。加上上海人饮食习惯上对水产品比较偏爱，上海的水产品消费量在全国名列前茅，据上海水产行业协会统计，2013年上海水产品的消费量达到100万吨，按上海常住人口统计，人均水产品消费量为41.4公斤。

2、地理位置优越。上海位于我国东部沿海，从南北向而言，上海又居于中部。由于水产品主要产地以沿海为主、以南方为主，上海这样的地理位置，有利于水产品通过上海向北方、向中西部辐射，上海的水产品集散优势，全国没有其它城市能够超越。另外，通过正规报关进口的水产品，上海口岸占比较大，即使通过边贸大量进入中国的水产品，一部分也通过上海向北方、向中西部分流。

3、第三产业发达。近年来，上海推进产业升级转型，大力发展第三产业，上海的结构发生重大变化，据上海统计局资料，2012年上海第三产业增加值占GDP比重首次突破60%的重要水平线，2013年，上海第三产业持续发展，第三产业增加值达到13445.07亿元，同比增长8.8%，占上海当年GDP21602.12亿元的比重提高到62.2%。上海日益发达的第三产业，如信息产业、金融业、物流仓储业、内外贸、电子商务、餐饮娱乐等业态，为水产市场的发展升级转型，或提供第三方服务支持，或提供配套服务，或共生共荣相互推动。

4、人才优势。上海是国际性大都市，商贸发达，科技先进。上海的四个中心建设，吸引了国内及其港澳台乃至国外的各路英才，他们都在上海的快速实现自己的价值、实现自己的梦想。据上海市场统计局公布的上海市第六次全国人口普查系列分析资料显示，截止2011年，上海每十万人中具有大学文化程度的为21892人，在全国主要城市中名列前茅，也就是说，上海是一个名副其实的人才高地，是一个巨大的人才储存库，水产市场要实现转型升级所必需的经营人才、管理人才、IT人才、金融人才、电商人才、物流人才等各种专业各种层次的人才，应有尽有，他们将有力地推进上海水产市场的快速发展。

四、上海水产市场如何提高竞争力

1、压缩水产批发市场数量。上海水产市场，目前在运行的九个，新建未运行的二个。在运行的九个中规模大的也就是广义的铜川市场(含百川市场、利民市场)和东方国际水产中心，其余的或规模较小，或品种较少，辐射半径有限。随着产销直挂和网上销售等流通方式的崛起，水产市场流通比重下降将是必然趋势。根据上海目前水产品交易的实际情况，以及冷链物流这几年的快速发展为水产市场扩大辐射范围提高交易量创造良好条件的背景下，二个水产市场就可以满足上海的水产品流通需求。2013年8月，上海市人民政府公布了《上海市食用农产品批发和零售市场发展规划(2013年—2020年)》，其中对专业水产市场，明确规定：上海只建设东方国际水产中心和江阳水产市场两个专业水产品批发市场。如果政府严格按照规划，结合城市建设改造，逐渐压缩水产市场数量，确保上海水产市场的运行既合理竞争又规范有序发展。



Contents

- ▶ 통계로 보는 중국 물류
: 중국 수산물 도매시장 가격 변화 추이
- ▶ 전문가 칼럼
: 상해 수산물 시장 경쟁력
분석과 전망
- ▶ 중국 물류 동향

2、改造水产市场格局。现有水产市场内部格局，大都不尽合理，功能也不齐，环境更是不如人意。如果配合《上海市食用农产品批发和零售市场发展规划》实施，对水产市场内部格局按照“功能齐全、布局合理、人车分流、环境整洁”的要求，合理建设停车区、住宿区、仓储区、加工区、办公服务区、休闲区、交易区(冻品干品、鲜活、冰鲜贝类分类设区)等各功能区，同时，合理设计内部交通环流，为水产市场的升级发展转型创造条件。

3、调整水产市场商业模式。目前，水产市场的商业模式很简单：建市场、招商、收租金。由于经营方式简单，收入项目很少，水产市场的盈利能力不强，经营风险较大。上海的水产市场中，老市场尚能盈利，而新市场大多亏损。如果水产市场调整经营思路，与第三方合作，为市场客户和外来需求者提供水产品专业推广和广告宣传，为市场客户提供统一的物流配送和融资中介担保等增值业务，在原有租金、交易费、停车费、物业管理费等收入项目的基础上，增加宣传推广收入、广告收入、物流中介收入、融资中介担保收入等收入来源，形成多方面的增量的收入来源，提高水产市场的经营效益。

4、全面实施信息化管理。水产市场，大多与外界特别是跨界跨行业交流较少，管理比较粗放，在“脚踢踢毛估估”的落后思维指导下，很少采用社会上基本普及的相对较为先进的管理理念、管理方法，在规范管理和细节管理等方面着力不够，以致形成较多管理真空。如果水产市场全面实施信息化管理，特别是在财务管理、经营资源管理(商铺、摊位、冷库、仓库、码头、场地、停车位、办公房、住宿房、展示厅、广告位、LED等)、客户管理、合同管理、存货管理、水电管理、收费管理等方面实施信息化管理，并通过计算机系统对各种管理内容实行交叉自动比对，可以大大提高管理效率、降低管理成本、消除管理盲区，有效堵塞管理漏洞，最大限度防止“跑冒滴漏”，从而提高管理的有效性和执行力，达到提高市场竞争力的终极目的。

5、开展对外合作和连锁经营。上海是一个国际性超大城市，地理位置好，第三产业发达，各种层次的各种专业的人才荟萃，因此，水产品的消费能力和集散能力强，水产品的货源优势强，上海水产市场的转型升级具有较好的基础和较强的优势。如果我们充分利用这些有利条件，通过管理输出和市场对接等方式，与外地的水产市场开展合作；通过资产并购、承包、租赁等多种方式，到外地发展连锁经营，就可以大大增强竞争上海水产市场的竞争力。

6、建设水产品电子商务交易平台。中国的电子商务发展速度，超过了人们的预期，以阿里巴巴为例，它从2009年开始，在每年11月11日的光棍节当天，开展网上促销，当年实现销售0.5亿元，用了短短五年时间，到了2014年，狂飙到571亿元。而中国的电商规模，据中国电子商务研究中心数据，2009年为3.7万亿，2014年预计可达到13.4万亿，2013年，中国的电商规模就已经超过美国，位居世界第一。

中国的跨境电商，由于得到政府的大力支持，进入发展快车道。据商务部统计数据，中国跨境电子商务交易额，2011年约为1.6万亿元，2012年约为2万亿元，2013年突破3.1万亿元，2016年预计将增至6.5万亿元。

我国由于在水产品总量、养殖量、远洋捕捞量、进口、出口等指标上均位列世界第一，因此，发展水产品跨境电子交易，前景很好。2014年11月2日，中国-东盟海产品交易所在福州开业，这是我国首家跨境电商平台，农业部、外交部、福建省相关部门领导和中国—东盟中心秘书长均参加开业仪式本身，表明政府对水产品跨境电子交易的支持。

如前所述，上海具有第三产业发达、水产品消费能力和集散能力强，上海的城市基础设施比较完善，上海具有人才优势，上海的水产经销商数量多且集中，他们覆盖了全国主要的水产产地，上海拥有自贸区先行先试的政策，同时，我国至今已对外签署自贸协定12个，涉及20个国家和地区，其中的韩国、澳大利亚、新西兰、东盟、巴基斯坦、智利、秘鲁等国家和地区，都和我国有频密的水产品贸易，若干年内，我国与这些国家的水产品进出口将实现零关税，水产品进出口交易量将急遽增加。因此，上海建设水产品电子交易平台和水产品跨境电子交易平台，可以获得更多更好的配套支撑和人才支撑，可谓天时、地理、人和，样样具备，而上海建设水产品电子交易平台和水产品跨境电子交易平台，从微观的角度，是为了提高上海水产市场的竞争力，从宏观的角度，就是实现买全球，卖全球，增强配置全球渔业资源的能力。