

홍콩 돼지고기 시장 수출전략

Export Strategies for the Pork Market in Hong Kong

최윤상¹

Youn Sang Choi
대진대학교
미국학과

신용광^{2*}

Yong Kwang Shin
국립한국농수산대학교
농수산융합학부

¹ Department of American Studies, Daejin University, Pochon 11159, Korea

² Department of Agriculture and Fisheries Convergence, Korea National University of Agriculture and Fisheries, Professor, Jeonju 54874, Korea

ABSTRACT

This study suggest strategies to expand pork exports to Hong Kong through understanding characteristics of its pork market based on results from analysis on surveys on consumers and marketers. The survey results indicate that Hong Kong's consumers consider freshness and sanitation/safety of pork as the most important factors in their purchase. The consumers are found to be very satisfied with Korean pork and have intension to purchase it in the future. The importers suggest that Korean pork should improve its price competitiveness and build up its brand images. Based on results of surveys, this study suggests four strategies, which are systematic disease controls, establishment of its brand image, effective quality and sanitation/safety management and government supports. And, as results from deriving economic effects of 2021 Korean pork export to Hongkong, the production inducement effect is 42.5 billion won and the employment inducement effect is 266 persons.

Key Words : Pork, Exports, Hong Kong, Market, Consumers, Buyers, Survey, Brand, Promotion

Received Nov. 17, 2022
Revised Dec. 12, 2022
Accept Dec. 15, 2022

*Correspondence

Yong Kwang Shin
ykshin22@korea.kr

서론

농식품 수출은 새로운 수요를 창출은 물론 농가소득 향상과 국내 농산물가격 안정, 그리고 국산 농산물의 품질향상 등 다양한 긍정적 효과를 얻을 수 있다. 이러한 이유로 우리나라의 농식품 수출은 증가추세를 유지하고 있으나 수입이 더욱 빠른 증가세를 보여 무역수지 적자 폭이 확대되고 있다. 특히 축산물의 경우 무역수지 적자의 폭이 다른 농식품에 비해 상대적으로 큰 것으로 나타나고 있다.

우리나라의 축산물 수출이 저조한 원인은 생산비가 많이 들어 수출 경쟁력이 취약할 뿐만 아니라 빈번한 가축 질병

의 발생으로 교역국과의 수출이 중단되고 있기 때문이다. 이에 정부와 지방자치단체, 농업관련 기관 등의 단체들은 농가와 기업들의 축산물 수출을 지원하기 위해 큰 노력을 하고 있다. 축산물 중 한우와 돼지고기는 구제역 발생으로 사실상 수출길이 막혔으나, 2015년 11월 한국산 축산물의 홍콩 수출을 위한 한국-홍콩 정부 간 검역·위생 협정이 체결 됨에 따라 현재 홍콩으로의 수출이 진행되고 있다. 홍콩과는 일정 기간 구제역이 발생하지 않은 지역의 축산물 수출이 가능하도록 검역조건을 합의하여 국내에서 구제역이 발생 했음에도 구제역이 발생하지 않은 지역의 축산물은 홍콩으로 수출이 가능한 실정이다. 이것은 홍콩이 검역 단위를



국가가 아닌 지역주의 개념을 적용하기 때문이다.

축산물 중 돼지고기의 경우 부위별 수급 불균형이라는 문제가 시장에 상존하고 있으며, 비선호 부위의 지속적인 수출 확대는 시장의 문제를 해결할 수 있는 좋은 방안이라고 할 수 있다. 또한 축산 강국인 미국, EU 등과의 FTA로 인한 국내 축산물 시장의 점진적인 개방 확대로 국내 축산물 생산 기반 축소가 우려되고 있으며, 이 또한 해외 축산물 소비시장의 개척을 통해 효과적으로 대응할 수 있다. 그러나 돼지고기의 수출이 높은 생산비, 가축 질병, 국제정세 등에 따라 정체되거나 감소하고 있어, 수출대상국 소비자 특성 분석 및 전략 구축이 요구되고 있다.

본 연구는 홍콩의 돼지고기 시장 분석, 소비자 및 바이어 조사 등의 결과를 토대로 홍콩 돼지고기 시장의 특성을 파악하여, 보다 구체적이고 실증적인 돼지고기의 홍콩시장 수출 확대 방안을 도출하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 홍콩 돼지고기 시장의 일반현황을 검토하고 홍콩의 소비자와 현지 전문가를 대상으로 조사하여 홍콩 돼지고기 시장의 특성과 한국산 돼지고기에 대한 수요를 파악하였다.

선행연구

돼지 질병의 빈번한 발생으로 인해 검역·위생 협정 체결에 어려움이 존재했기 때문에 돼지고기 수출 관련 연구는 많이 이루어지지 않고 있다. 특히 홍콩과 관련된 연구는 전혀 없는 실정이다.

곽영태(2005)는 몽골 현지 조사를 통해 몽골의 돼지고기 시장을 분석하여 한국산 돼지고기의 몽골 수출 가능성을 검토하였다. 몽골의 돼지고기 생산량이 소비에 비해 부족하여 수입에 대한 의존도가 높은 점과 몽골에서 수입 선호도가 높은 부위가 저가 부위인 점에서 한국산 돼지고기 수출의 가능성이 큰 것으로 평가했다. 특히 한국에서 비선호 부위인 돼지 지방(육가공용)과 후지의 수출 가능성이 큰 점에서 한국산 돼지고기의 몽골 수출 이점을 지적하며 몽골 돼지고기 시장의 한국산 돼지고기 수출시장의 역할이 지속될 것으로 판단하였다.

곽영태(2006)는 필리핀 현지 조사 자료의 분석을 통해 한국산 돼지고기 수출시장으로서의 필리핀 돼지고기 시장의 가능성을 평가하였다. 필리핀에서는 육류 중 돼지고기가 가장 소비가 많지만, 생산 여건과 생산기술의 후진성으로 인해 소비 일부분을 수입에 의존할 수밖에 없는 실정이다. 2004년 현재 필리핀 시장에서 한국산 돼지고기는 큰 비중을 차지하지 못하며 이는 필리핀에 비해 높은 한국산 돼지고기의 높은 국내 가격 때문으로 분석하였다. 국내 양돈업의 안정성을 위해 수출시장의 다변화가 필요하나, 높은 국내 가격으로 필리핀 돼지고기 시장의

수출시장으로서의 가능성은 크지 않은 것으로 평가하였다.

임지현(2009)은 일본의 통계자료를 이용하여 돼지고기의 대일 수출 촉진 방안을 모색하였다. 2009년 당시 돼지고기 대일 수출이 재개될 때 수출이 활발해질 것으로 전망하여 더욱더 적극적이고 구체적인 대일 수출 촉진 방안이 모색되어야 한다고 주장하였다. 국내 돼지고기의 국제 경쟁력을 비교해서 국내 돼지고기의 국제 경쟁력이 일본에 비해 높은 것으로 분석하고 일본의 수입육에 비해 저가인 안심, 등심 그리고 후지의 수출 전망이 밝다고 평가하였다.

류연철(2021)은 수출 가능 국가(홍콩, 태국, 베트남)에 대해서 신선육 검역 규정 확인하고 수출 저해요인 파악하였으며, 나라별 선호 부산물 조사하고 수출 저해 요인을 확인하였다. 이를 통해 홍콩, 태국과 베트남 등에 대한 제주 흑돼지의 수출 가능성을 분석하고 수출전략 개발을 제안하였다. 현재 국내에서 사육되고 있는 돼지는 국내 소비자의 선호도에 맞춰져 있어서 수입국 바이어가 특정 규격의 돼지고기를 요청하는 경우가 많으며, 이러한 요구조건을 충족시키기 위해서 수출 과정에서 많은 문제점이 발생하고 있다고 지적하였다.

홍콩 돼지고기 시장의 현황 및 구조

홍콩 돼지고기 시장 현황

80년대 이후 홍콩 정부는 공해 및 질병 방지를 표명하며 돼지 사육 규모를 지속해서 축소해왔으며, 홍콩의 한정된 토지와 높은 인건비를 고려해 볼 때 돼지 사육 규모가 앞으로 많이 증가할 것으로 보기 어려운 현실이다. 이러한 이유로 홍콩의 국내 돼지고기 생산량은 많지 않다. 그러나 중국으로부터 연평균 약 150~160만 두수의 돼지가 수입됨에 따라 연평균 약 160~170만 두수가 홍콩에서 도축되고 있다.

홍콩의 돼지고기 총공급량은 2014년 53.2만 톤, 2015년 54.5만 톤, 2016년 57만 톤으로 증가하고 있고, 공급된 돼지고기는 모두 식용으로 소비되고 있다. 총공급량 중 국내 생산량은 22.8%~25.4%, 수입량은 74.6~77.2%를 차지하고 있다. 국내 생산량은 감소하는 반면에 수입량은 지속해서 증가하고 있다.

홍콩 소비자의 돼지고기 선호도의 변화를 살펴보면, 최근 냉장 및 냉동육의 가격이 저렴해지고 구매가 편리해짐에 따라 전통적으로 신선육(freshly slaughtered pork)을 선호하던 홍콩 소비자의 선호도가 점차 냉동/냉장육으로 이동하고 있다. 냉장 및 냉동육의 비중이 2011년에 72%까지 상승한 후 60%대 후반~70%대 초반을 유지하고 있는 것을 볼 때 홍콩 소비자의 선호도가 냉동/냉장육으로 이동한 것이 명확하다고 할 수 있다.

Table 1. Status of the pork market in Hong Kong (1000 MT CWE)

| | | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------|------------|------|------|------|
| Supply | Production | 135 | 125 | 130 |
| | Imports | 397 | 420 | 440 |
| | Total | 532 | 545 | 570 |
| Demand | | 532 | 545 | 570 |

Source: "Hong Kong Livestock and Products Annual", USDA, 2016

홍콩 돼지고기 시장의 구조

2015년 홍콩의 돼지고기 수입액은 11.2억 달러이고, 2016년 7월까지의 수입은 중국으로의 재수출 증가로 인해 2015년 같은 기간에 비해 수입량과 수입액이 각각 28%, 12% 증가하였다. 홍콩의 국별 돼지고기 수입비율을 살펴보면, 브라질산이 2016년 현재 2015년 대비 19%가 증가한 31%로 가장 크고, 다음으로 중국산이 2억 1,200만 달러로 30%의 비중을 차지하고 있다. 홍콩의 돼지고기 수입시장에서 냉장 및 냉동육 비중을 살펴보면, 냉장육이 약 4%, 냉동육이 약 96%를 차지하고 있다. 냉동육에서는 브라질산이, 냉장육에서는 중국산의 비중이 가장 크다. 냉장육 시장에서 중국산의 비중이 높은 이유는 중국이 지리적으로 가장 가깝기 때문이다.

수입 돼지고기의 유통 경로를 살펴보면, 수입업체 → 도매상(육류전문 업체는 소매를 겸하기도 함) → 소매업체(재래시장, 슈퍼마켓) → 소비자의 구조로 되어 있다. 돼지고기는 재래시장과 현대적 유통체인(슈퍼마켓)에서 거래되는데, 재래시장의 정육 센터는 냉동시설 등이 매우 열악하다. 홍콩의 슈퍼마켓은 Dairy Farm, AS Watson 등 소수의 유력 기업들이 체인의 형태로 독점하고 있으며, 홍콩에서는 육류의 경우 어류, 청과물 분야와는 달리 정부 지원의 대형 도매시장이 없다.

홍콩에서는 소비자 유형에 따라 육류 구매처가 현저히 차이난다. 먼저 고연령층 및 저소득층은 여전히 재래시장 육류 판매대를 활용하지만, 전체적으로는 재래시장보다 전문화된 유통

체인(슈퍼마켓)에서의 판매량이 점차 증가하고 재래시장의 이용률은 점점 낮아지고 있다. 주로 저소득층이나 고연령대 소비자는 재래시장에서 실온에 진열된 고기를 사고, 현지 출신의 중하층수준 소득의 일반 소비자는 일반형 슈퍼마켓(Wellcome, Park n Shop 등)에서 냉장육을 구매하고 있다.

다음으로 고소득층과 외국인 소비자(주로 유럽 및 미국인 등)들은 고급형 슈퍼마켓(Market Place, Three Sixty, Taste 등)에서 최고급의 육류를 구매하고 있다. 중 저급형 매장에서는 저가의 냉동육이나 중국산 냉장육을 판매하는 반면, 고급형 슈퍼마켓에서는 일반 슈퍼마켓에서 취급하지 않는 고급 냉장육을 판매하고 있다.

홍콩 돼지고기 시장 실태조사

홍콩 소비자조사

2021년에 홍콩 소비자 100명을 대상으로 일반현황, 돼지고기 소비성향(구입 회수·장소·수량·금액, 원산지 등), 한국산 돼지고기 소비성향(구입 여부, 만족도, 구매 의향 등), 한국산 육가공품에 대한 구매 의향 및 만족도 등에 대해 설문조사를 실시하였다¹⁾. 응답자의 가족 수를 조사한 결과, 응답자의 65.5%가 3인 또는 4인 가족인 것으로 나타나 홍콩이 소가족 중심인 것으로 보인다.

Table 2. Characteristics of respondents

| | | | | | |
|-------------------|---------|-------|---------|----------|--------|
| Gender (%) | Female | Male | | | |
| | 78 | 22 | | | |
| No. of Family (%) | One | Two | Three | Four | > Four |
| | 3.4 | 10.3 | 24.1 | 41.4 | 20.7 |
| | Max. | Min. | Average | Sd. Dev. | |
| | Age | 74 | 24 | 47.3 | 11.4 |
| Income | 100,000 | 6,000 | 20,450 | 19,461 | |

1) 표본오차는 95% 신뢰수준에서 ±6.0% 임

돼지고기 소비성향

평균 돼지고기 구매회수를 조사한 결과, 63.5%의 응답자가 주 2~3회 이상 돼지고기를 구매하는 것으로 나타나 홍콩 소비자를 돼지고기 소비를 많이 한다는 것을 알 수 있다. 이러한 점은 돼지고기를 활용한 요리가 많고 전통적으로 돼지고기 선호도가 높기 때문으로 보인다. 돼지고기 구매장소의 경우, 재래시장이 61.5%로 가장 많고 슈퍼마켓 34.6%, 고기 전문 판매매장 3.8%의 순으로 나타났다. 재래시장의 비중이 높은 것은 응답자 중 62.5%가 홍콩 저소득층의 월평균 수입인 16,000달러 이하²⁾의 범주에 들어가기 때문으로 판단된다. 또한 응답자의 냉장 및 냉동 돼지고기 구매 비중은 50:50으로 조사되었다.

돼지고기 구매 시 중요하게 생각하는 요소를 살펴본 결과,

신선도가 36.4%로 가장 중요하고 다음으로 위생/안전성 27.3%, 가격 18.2%, 품질 15.5%, 원산지 2.7%의 순으로 나타났다. 구매하는 돼지고기 부위를 조사한 결과, 목살과 갈비가 각각 28.6%로 가장 많고 다음으로 등심 16.2%, 안심 14.3%의 순으로 나타났다. 한국 시장의 비선호 부위에 대해 홍콩 소비자의 선호도가 높은 점은 홍콩 수출에서 매우 긍정적이라고 할 수 있다. 또한 식생활에서 돼지고기의 중요도를 조사한 결과, 보통 이상이 92%이고 5점 만점으로 환산하여 산출한 중요도 값은 3.68이었다. 따라서 돼지고기가 홍콩 소비자의 식생활에서 중요한 식재료라는 것을 알 수 있다.

돼지고기 원산지의 중요도를 조사한 결과, 보통 이상이 83.3%이고 5점 만점으로 환산하여 산출한 중요도 값은 3.67이었다. 따라서 홍콩 소비자는 구매하는 돼지고기의 원산지를 중요하게 생각하는 것으로 판단된다.

Table 3. Purchase factors, cuts to buy and importance of pork

| Factors | % | Cuts | % | Importance | % |
|-------------------|------|-----------------|------|------------------|------|
| Price | 18.2 | Tenderloin | 14.3 | Very important | 26.0 |
| Quality | 15.5 | Loin | 16.2 | Important | 24.0 |
| Freshness | 36.4 | Pork Belly | 3.8 | Neutral | 42.0 |
| Origin | 2.7 | Shoulder Butt | 28.6 | Unimportant | 8.0 |
| Sanitation/safety | 27.3 | Spare Rib Roast | 2.9 | Very unimportant | 0.0 |
| | | Leg | 1.9 | | |
| | | Rib | 28.6 | | |
| | | Others | 3.8 | | |

Table 4. Importance of origin

| | Very Important | Important | Neutral | Unimportant | Very Unimportant |
|---|----------------|-----------|---------|-------------|------------------|
| % | 37.5 | 8.3 | 37.5 | 16.7 | 0 |

한국산 돼지고기 및 육가공품 소비성향

한국산 돼지고기에 대해 얼마만큼 만족하는가를 조사해본 결과, 보통 이상이 100%이고 5점 만점으로 환산하여 산출한 만족도 값은 3.79이었다. 따라서 홍콩에서 한국산 돼지고기에 대한 만족도는 매우 높은 것을 알 수 있다. 한국산 돼지고기에 대해 만족하는 이유로는 위생/안전성이 31.9%로

가장 많고, 다음으로 가격 23.1%, 품질과 신선도 각각 22.0%의 순으로 조사되었다. 홍콩 소비자가 돼지고기 구매 시 중요하게 여기는 위생/안전성, 신선도 그리고 가격에서 높게 평가 받고 있는 점은 매우 긍정적이라고 할 수 있다. 또한 한국산 돼지고기에 대한 구매 의향 질문에는 구매하겠다는 답변이 70%로 매우 높게 나타났다.

2) “홍콩 시민 부채, 10년 만에 두 배로”, 홍콩수요저널, 2016.11.30.

Table 5. Satisfaction for Korean pork and its reasons, and willingness to purchase Korean pork (WTP)

| Satisfaction | % | Reasons | % | WTP | % |
|------------------|------|-------------------|------|----------|------|
| Very important | 30.2 | Price | 23.1 | Yes | 26.0 |
| Important | 18.6 | Quality | 22.0 | No | 24.0 |
| Neutral | 51.2 | Freshness | 22.0 | Not Sure | 42.0 |
| Unimportant | 0.0 | Sanitation/safety | 31.9 | | 8.0 |
| Very unimportant | 0.0 | Others | 1.1 | | 0.0 |

Note : Satisfaction ($\chi^2=15$)

다음으로 한국산 육가공품에 대한 만족도를 조사한 결과, 보통 이상이 86.6%이고 5점 만점으로 환산하여 산출한 만족도 값은 3.6이었다. 따라서 홍콩에서 한국산 육가공품에 대한 만족도도 높게 나타났다. 그러나 돼지고기와는 달리 만족하지

않는 답변도 나와 향후 불만족의 원인을 개선할 필요가 있어 보인다. 한국산 육가공품에 대해 만족하는 이유로는 위생/안전성이 31.0%로 가장 많고, 다음으로 품질 27.4%, 신선도 21.4%, 가격 16.7%의 순으로 조사되었다.

Table 6. Satisfaction for Korean meat products and its reasons

| Satisfaction | % | Reasons | % |
|------------------|------|-------------------|------|
| Very important | 26.9 | Price | 16.7 |
| Important | 23.1 | Quality | 27.4 |
| Neutral | 36.5 | Freshness | 21.4 |
| Unimportant | 9.6 | Sanitation/safety | 31.0 |
| Very unimportant | 3.8 | Others | 2.4 |

Note : Satisfaction ($\chi^2=26$)

홍콩 현지 전문가조사

홍콩 현지 전문가(유통업자, 수입업자 및 현지 관련 전문가) 6명을 대상으로 일반현황, 한국산 돼지고기 수입 여부/의향/부위/물량, 한국산 돼지고기의 장단점, 한국산 돼지고기의 성공 요인 및 개선사항, 한국산 육가공품에 대한 수입 의향 등에 대해 면접조사를 실시하였다. 홍콩의 수입업체는 홍콩 뿐만 아니라 재수출을 통해 마카오를 포함한 동남아시아의 축산물 교역에서도 중심 역할을 담당하고 있다. 이로 인해 베트남 등과 같이 한국산 축산물을 수입하지 않고 있는 국가에서도 홍콩 수입업자를 통해 한국산 축산물이 유입되고 있는 실정이다. 홍콩의 수입업체가 한국산 돼지고기를 수입하는 이유는 한국산 돼지고기의 맛과 향이 좋을 뿐만 아니라 프리미엄 돼지고기 소비자군의 요구가 있기 때문으로 조사되었다. 수입하는 부위는 대부분 삼겹살, 등심과 목전지이다.

홍콩의 수입업체는 한국산 돼지고기의 수입량을 늘릴 의향이 있으나 제약요건이 있어서 수입량을 늘리지 못하고

있는 것으로 조사되었다. 제약요건은 다음과 같다. 첫 번째 홍콩 소비자의 한국산 돼지고기의 인지도가 낮은 점이다. 한국산 돼지고기의 경우 홍보가 절대적으로 부족하며, 심지어 한국산 돼지고기에 대한 영어 브로슈어조차 없는 상태이다. 이러한 홍보 부족으로 인해 한국산 돼지고기에 대한 인지도가 낮은 상태이다. 인지도를 높이기 위해 우선적으로 필요한 것으로 한국산 돼지고기에 대한 브랜드 스토리텔링의 구축이 지적되었다. 두 번째는 한국산 돼지고기의 낮은 인지도에 비해 가격이 높고 가격변동이 너무 심하다는 점이다. 한국산 돼지고기는 홍콩의 수입 돼지고기 중 가장 비싼 제품³⁾인 것으로 조사되었다. 현재 수입하고 있지 않은 수입업체 대부분이 가격 경쟁력만 확보하게 되면 한국산 돼지고기를 수입할 의향이 있다고 답변할 정도로 한국산 돼지고기의 가격 경쟁력은 해결 방안의 모색이 시급한 실정이다. 또한 가격의 변동이 심하다는 단점은 홍콩의 수입업자가 한국산 한우에서도 가장 큰 단점으로 지적하고 있으므로 향후 한국산 육류제품의 안정적인 수출을 보장하기 위해서는 가격의 안정도 반드시 전제되어야 한다.

3) 경쟁제품인 일본산 냉동육의 경우 평균 100g당 40HKD 초중반이지만 한국산 돼지고기는 평균 100g당 50HKD 내외에서 판매되고 있음.

소비자 조사 결과에서는 한국산 돼지고기의 가격에 대해 만족한다고 응답했지만, 수입업체들은 가격 경쟁력이 취약하다고 응답하여 조사 결과가 서로 상충하는 것으로 보인다. 그러나 한국산 돼지고기의 구매 경험이 있는 소비자조사 응답자의 경우 고가의 프리미엄 제품을 구매하는 구매자로 한국산 돼지고기를 포함한 프리미엄 제품 간에는 품질과 가격에 큰 차이가 존재하지 않아 인지도 또는 선호도에 따라 구매가 이루어지고 있으므로 한국산 돼지고기의 가격에 대해 만족할 수 있다. 반면에 수입업자의 경우 수입된 한국산 돼지고기 중 일부만 판매가 이루어지고 나머지는 인지도에 비해 비싼 가격으로 판매가 원활하지 못한 문제가 발생하고 있다. 따라서 홍콩시장에서 한국산 돼지고기는 인지도에 비해 가격 경쟁력이 없는 것이 현실이다.

그러나 홍콩 수입업자들은 한류의 영향 그리고 맛과 향이 좋은 점으로 인해 한국산 돼지고기의 홍콩시장 진입이 쉬울 것으로 평가하고 있다. 그러나 한국산 돼지고기가 홍콩시장에서 지속적으로 수요를 확보하기 위해서는 앞에서 언급한 가격 경쟁력 확보와 인지도 향상을 위한 홍보가 필수적이라고 점은 수입업자 모두 공감대를 형성하고 있다. 또한 가격 경쟁력 확보와 홍보를 통한 인지도 확대가 이루어질 때 한국산 돼지고기가 홍콩시장에서 성공할 가능성이 크다는 점에서도 홍콩 수입업자 간에 공감대를 보였다. 즉, 홍콩 수입업자가 제시한 한국산 돼지고기의 홍콩시장에서의 성공에 필요한 전제조건은 가격 하락과 가격안정화를 통한 가격 경쟁력 향상, 브랜드 스토리텔링 그리고 홍보 및 재정지원이다.

육가공품의 경우 주로 수입하는 한국산 육가공품은 햄, 소시지 등으로 조사되었다. 홍콩 수입업자들은 홍콩시장에서 한국산 육가공품의 성공 여부에 대해서도 돼지고기와 마찬가지로 한류의 영향과 맛이 좋은 점으로 인해 매우 긍정적으로 평가했다.

홍콩시장 접근 전략

국내 돼지고기 시장에는 부위별 수급 불균형이라는 문제가 존재하며, 이 문제는 비선호 부위의 수출을 통해 해결할 수 있다. 수출 확대는 국내 돼지고기 수급 안정의 효과 이외에도 농가 소득 향상, 가격 안정, 품질향상 등 다양한 긍정적 효과도 얻을 수 있다. 이러한 효과를 얻기 위해서는 돼지고기 수출을 확대하고 지속해서 유지하기 위한 방안을 마련할 필요가 있다. 홍콩 시장 현황 및 구조와 소비자 및 유통업자 조사의 결과에 기초하여 다음의 4가지 홍콩시장 접근 전략 방안을 제안하고자 한다.

첫 번째는 체계적인 질병 관리이다. 현재 축산물 수출에 있어서 가장 큰 장애요인은 WTO/SPS(위생 및 검역) 협정상 타 시도 구제역 및 조류인플루엔자 등 악성 가축전염병 발생 시 수출이 전면 중단되는 데 있다. 현재 한국은 세계동물보건기구(OIE)가 구제역 발생국으로 분류하고 있어 기본적으로 쇠고기와 돼지고기 수출이 불가능하다. 이로 인해 국내 육류 수출은 2015년 11월 우리나라와 검역·위생 협정을 체결한 홍콩지역에만 진행되고 있다. 지속적이고 안정적인 국내 돼지고기 수출이 보장되기 위해서는 우선적으로 질병 청정화가 전제되어야 한다.

또한 홍콩 소비자가 돼지고기의 구매 결정에서 위생/안전성을 매우 중요하게 생각하기 때문에 국내에서 질병 관리가 제대로 이루어지지 않을 때 홍콩 소비자에게 한국산 돼지고기에 대해 불안감을 가지게 하여 부정적인 인식을 줄 수 있다. 따라서 수출로 인한 경제적 혜택을 고려해 볼 때, 정부뿐만 아니라 농가 단위에서도 철저하게 질병을 관리하기 위한 노력과 시스템의 구축이 이루어져야 할 것이다.

그리고 소비자 조사 결과의 한국산 육가공품에 대한 만족도가 높은 점을 고려해 볼 때, 홍콩 소비자의 선호도에 맞는 가공제품의 개발이 돼지고기 대홍콩 수출의 가장 큰 장애요인인 질병 청정화 문제를 우회할 수 있는 좋은 방안의 하나가 될 수 있다. 그러나 현지 전문가의 의견에 따르면, 질병이 발생한 국가의 수입 육가공품에 대해서도 소비가 급감하는 사례가 존재한다. 따라서 질병 관리의 전제가 없이는 육가공품의 안정적인 수출도 보장할 수 없다.

두 번째는 한국산 돼지고기 브랜드 이미지의 구축이다. 대부분의 수입 육류제품의 경우, 소비자는 제품 브랜드가 아닌 원산지(국가 브랜드)에 따라 구매를 결정한다. 현재 홍콩시장에서 한국산 돼지고기의 인지도는 매우 낮을 뿐만 아니라 이를 개선하기 위한 노력도 매우 소극적으로 이루어지고 있다. 홍콩시장에서 미미한 수준의 점유율을 보이는 한국산 돼지고기의 수출 확대를 위해 가장 우선적으로 추진되어야 할 것은 한국산 돼지고기에 대한 브랜드 이미지를 구축하는 것이다.

이를 위해서 영어 및 중국어 홍보자료 배포, 한류 연예인 등을 활용한 행사 개최, 푸드 엑스포 참여, 홍콩 바이어 한국 초청행사 개최, 한국산 돼지고기만의 차별화된 스토리텔링도 개발 등과 같은 다양하고 효과적인 홍보마케팅이 추진되어야 한다. 한우의 사례⁴⁾에서 보듯이, 홍보마케팅은 개별 업체 단위가 아닌 협회, 자조금관리위원회 같은 수출업체들을 묶을 수 있는 민간 협의체 차원에서 추진되었을 때 보다 빠른 시간 안에 큰 효과를 볼 수 있다. 그러나 민간 협의체만으로는 효과적으로 홍보마케팅을 추진하기 어렵고 정부의 재정적·

4) 홍콩 푸드 엑스포(HK Food Expo)에서 한우자조금관리위원회와 전국한우협회를 중심으로 국내 업체가 참가해 공동으로 홍보관을 운영하고 현지 수출지원 마케팅활동을 펼침.

행정적 지원이 동반되어야 한다.

세 번째는 철저한 품질 및 위생 안전성 관리이다. 소비자와 유통업자 조사의 결과에서 보듯이, 돼지고기의 수출을 위해서는 중장기적으로 수입국 시장이 요구하는 육질, 가격, 위생 및 안전성 등의 다양한 요구조건을 충족시킬 필요가 있다. 홍콩시장에서 브라질산, 중국산 등이 위생 안전성 문제로 일시적인 브랜드 이미지 타격을 받은 적이 있으나 높은 시장점유율, 가격 경쟁력, 지리적 이점, 타깃 시장의 특성 등으로 인해 수입에 큰 영향을 받지 않았다. 반면에 시장점유율이 미미하고 프리미엄 시장을 타깃으로 하는 한국산 돼지고기는 품질이나 위생 안전성 문제가 발생할 때 프리미엄 시장의 특성상 회복할 수 없는 타격을 받아 수출이 중단될 가능성이 크다. 이를 위해 농가 사육 단계 및 도축·가공단계에서의 철저한 관리·감독을 통한 안전하고 안정적인 수출용 돼지고기 공급체계를 구축하여야 한다.

네 번째는 정부의 수출정책지원이다. 소비자조사에 따르면, 홍콩 소비자의 돼지고기 구매 결정에서 중요한 요소 중 하나가 가격이며, 홍콩 수입업자는 한국산 돼지고기의 높은 가격과 가격 불안정이 수출의 가장 큰 장애요인이라고 지적했다. 그러나 한국산 돼지고기의 수입을 결정하는 바이어가 원하는 가격하락 요구는 민간차원만의 노력으로는 해결하기 어려운 문제라고 할 수 있다. 또한 가격하락과 더불어 홍콩 바이어가 보는 한국산 축산물 수입의 가장 큰 장애요인인 가격 불안정도 정부의 정책적 지원 및 유통구조 개선 없이는 해결하기 어렵다. 즉, 농가나 유통업계의 자구적인 노력과 함께 정부의 정책적인 수출지원이 동반될 때 돼지고기 수출에서의 가격

문제가 해결될 가능성이 크다. 이미 다른 농산물(예 딸기 등)에서 정부 지원을 통해 성공적으로 수출이 이루어진 예는 많다.

한국산 돼지고기 대홍콩 수출의 경제효과

2021년에 2,853톤(1,006만 달러)의 한국산 돼지고기가 홍콩에 수출되었다. 전년 대비 물량은 789톤(38.2%), 수출액은 52만 9천 달러(5.6%) 증가하여 증가세를 유지하고 있다. 따라서 홍콩 소비자와 수입업자의 한국산 돼지고기에 대한 높은 만족도를 고려해 볼 때, 제약요건을 해결할 수 있는 보다 적극적이고 효과적인 시장 접근 전략이 적용될 경우 한국산 돼지고기의 수출 전망은 매우 긍정적이라고 할 수 있다.

가장 최근에 한국은행에서 발행한 2019년도 산업연관표를 이용하여 2021년도 대홍콩 한국산 돼지고기 수출로 인해 발생한 경제 유발효과를 산출하였다. 산출 결과에 따르면, 총 생산 유발효과는 425억 원이고 취업 유발효과는 266명인 것으로 나타났다. 산업별로 생산유발효과를 살펴보면, 양돈산업이 돼지고기 산업을 제외한 총 효과의 22.4%로 가장 크고, 다음으로 1차산업 21.9%, 사료산업 20.5%, 제조업 10.8%, 유통(도소매) 6.7%, 운송 및 보관 4.5%, 경영 및 사업서비스 4.4%의 순으로 나타났다. 산업별로 취업 유발효과를 살펴보면, 1차산업이 돼지고기 산업을 제외한 총 효과의 53.3%로 가장 크고, 다음으로 양돈산업 14.9%, 유통(도소매) 9.5%, 운송 및 보관과 경영 및 사업서비스 각각 5.0%의 순으로 나타났다.

Table 7. Economic effects of pork exports to Hong Kong

| | Production Inducement Effect | | Employment Inducement Effect | |
|------------------------|------------------------------|-------|------------------------------|-------|
| | 100 mil. won | % | Persons | % |
| Primary Industry | 64 | 21.9 | 129 | 53.3 |
| Pig | 65 | 22.4 | 36 | 14.9 |
| Pork | 134 | - | 24 | - |
| Feed | 60 | 20.5 | 6 | 2.5 |
| Medicine | 1 | 0.3 | 0 | 0.0 |
| Manufacturing | 32 | 10.8 | 9 | 3.7 |
| Utilities | 6 | 2.0 | 1 | 0.4 |
| Construction | 1 | 0.2 | 0 | 0.0 |
| Wholesale&Retail | 20 | 6.7 | 23 | 9.5 |
| Transportation&Storage | 13 | 4.5 | 12 | 5.0 |
| Restaurant Business | 4 | 1.2 | 4 | 1.6 |
| Finance | 4 | 1.5 | 2 | 0.8 |
| Real Estate | 3 | 0.9 | 1 | 0.4 |
| Business Service | 13 | 4.4 | 12 | 5.0 |
| Other Services | 8 | 2.7 | 7 | 2.9 |
| Total | 425 | - | 266 | - |
| - Excluding Pork | 292 | 100.0 | 242 | 100.0 |

결론

본 연구는 홍콩의 돼지고기 시장 분석, 소비자 및 현지 유통업자 조사 등의 결과를 토대로 홍콩 돼지고기 시장의 특성을 파악하여, 한국산 돼지고기의 홍콩시장 수출 확대 방안을 제시하였다. 구제역 발생으로 사실상 수출길이 막혔던 돼지고기는 2015년 11월 한국-홍콩 정부 간 검역·위생 협정이 체결됨에 따라 홍콩으로의 수출이 가능해졌으나 현재는 소량만이 수출되고 있는 실정이다.

소비자 조사 결과에 따르면, 홍콩 소비자는 돼지고기 구매 시 신선도와 위생·안전성을 가장 중요하게 생각하며, 돼지고기의 원산지도 중요하다고 생각한다. 한국산 돼지고기에 대한 만족도는 매우 높고 응답자의 70%가 한국산 돼지고기에 대해 구매 의향이 있다고 답변하여, 홍콩시장에서 한국산 돼지고기의 가능성이 매우 큰 것으로 나타났다.

다음으로 홍콩 현지 전문가를 조사한 결과, 한국산 돼지고기는 맛이 좋을 뿐만 아니라 프리미엄 돼지고기 소비자군의 요구가 있기 때문에 수입하는 것으로 조사되었다. 홍콩의 수입업자들은 한국산 돼지고기의 수입량을 늘릴 의향이 있으나 낮은 인지도와 가격 경쟁력 부족으로 늘리지 못하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 홍콩 수입업자가 제시한 한국산 돼지고기의 홍콩시장에서의 성공에 필요한 전제조건은 가격하락과 가격 안정화를 통한 가격 경쟁력 향상, 브랜드 스토리텔링 그리고 홍보 및 재정지원이다.

홍콩시장 현황 및 구조와 소비자 및 현지 전문가 조사 결과에 기초하여 한국산 돼지고기의 홍콩시장 점유율을 확대할 수 있는 4가지 전략 방안을 제안하였다. 첫 번째는 정부뿐만 아니라 농가 단위에서 질병을 관리하기 위한 노력과 시스템의 구축이 이루어져야 한다. 두 번째는 다양한 홍보마케팅 활동을 통한 한국산 돼지고기 브랜드 이미지의 구축이다. 세 번째는 홍콩시장이 요구하는 육질, 위생, 안전성 등을 만족시키기 위한 체계적인 품질관리·감독이다. 네 번째는 가격 문제 해결, 홍보마케팅 등에 대한 정부의 행정적·재정적 지원이다.

참고문헌

1. 광영태. 2005. 몽골 돼지고기 시장 분석 및 수출 지속 가능성. 한국식품저장유통학회지. v.12 no.5.
2. 광영태. 2006. 필리핀 돼지고기 시장 분석 및 수출 전망. 한국축산식품학회지. v.26 no.4.1.
3. 김진만. 2014. FTA 대응 축산물 수출종합 전략 구축 및 신시장 개척 방안. 농림축산식품부.

4. 류연철. 2021. 제주산흑돼지 신선육, 육제품, 부산물의 주요국 수출전략 수립. 농촌진흥청.
5. 식품의약품안전처. 2013. 품목별·국가별 축산물 수출요건.
6. 우병준, 김현중. 2010. 축산물 수출시장 확대 방안. 한국농촌경제연구원.
7. 임정빈, 안동환. 2010. 농식품 수출 활성화 방향과 정책 과제. 식품유통연구. 27권 4호.
8. 전상수. 2002. 돼지고기의 대일 수출 촉진 방안에 대한 연구 : 논산 돼지고기 수출단지를 중심으로. 석사논문.
9. 조석진 외 2인. 2010. 한우고기 수출 가능성에 대한 연구. 한우자조금관리위원회.
10. 한국농수산식품유통공사. 2015. 홍콩 소고기 시장조사.
11. 홍콩수요저널. 2016. 홍콩 시민 부채, 10년 만에 두 배로.
12. 홍콩aT센터. 2014. 홍콩aT 자체 기획조사.
13. Austrade. 2016. Food Retail Stores in Hong Kong and Macau. Australian Government.
14. USDA. 2016. Hong Kong Livestock and Products Annual.