

제공일 : 2011. 5. 17.
제공자 : 농림수산식품부 식품산업진흥과
과 장 : 전 한 영
사무관 : 김 상 진
전 화 : 500-1947
쪽 수 : 2P
별첨자료 : 있음(3P)

이 자료는 2011년 5월 18일 조간 이후에 보도하여 주시기 바랍니다.

농식품 수출업체들 13억 인구 중국 시장 집중 공략 - 한국, 상하이 국제식품박람회 '2011 SIAL China'에 주빈국 참가 -

- 농림수산식품부(장관:유정복)는 '2011 상하이 국제식품박람회(2011 SIAL China)'에 35개 농식품 수출업체가 참가하여 중국인들의 입맛을 사로잡기 위한 열띤 홍보 활동을 전개할 것이라고 밝혔다.
- 올해로 12회를 맞은 2011 SIAL China는 5월 18일부터 20일까지 중국 상하이에서 개최되는 중국 최대 규모의 식품박람회로서, 80여개 국가 1,400여개 업체가 참가할 예정이며,
- 우리나라는 국가관 중 최대 규모인 약 612m²(185평, 70부스) 규모로 참가하여 한국인삼공사·대상·빙그레·동원F&B 등 35개 업체가 제품 홍보 및 바이어상담 등 시장 개척 활동을 펼칠 계획이다.
- 특히, 농식품부는 중국시장 공략을 위해 박람회 주최 측과 양해각서를 체결('10.10월)하여 한국이 동 박람회의 주빈국(Guest Country of Honor)으로 참여하는 전기를 마련한 바 있으며,

- 이를 활용하여 한국음식 시연, 막걸리·인삼 관련 세미나 개최, 환영만찬 후원 및 홍보패키지를 통한 한국 홍보 등 다채로운 현장 홍보활동을 펼쳐 시장개척 효과를 극대화할 계획이다.
- 농식품부는 그 밖에도 박람회장 안팎에서 우리 농식품 홍보를 위한 활발한 활동을 전개할 것이라고 밝혔다.
- 한국관에 설치되는 한국식문화홍보관에서는 오감만족을 테마로 볼거리·먹을거리·마실거리·즐길거리·나눌거리를 제공하고,
- 이벤트관에서는 2011년 한식 홍보대사인 슈퍼주니어 포토존 운영 등 한류를 활용한 이벤트를 통해 관객의 관심과 참여를 유도하는 한편,
- 전라북도 익산에 조성될 연구와 생산기능이 복합적으로 구성된 수출지향형 국가식품클러스터에 대한 홍보와 외국 기업의 투자 유치 활동도 병행할 계획이다.
- 주빈국 대표로 개막식 연설을 통해 한국 식품의 전통과 웰빙 식품으로서의 강점을 부각시킨 농식품부 김재수 제1차관은,
- 작년 연간 식품 수입액이 700억불을 초과한 거대 시장 중국은 우리 농식품 수출 2위('10년 787백만불) 국가로서 최근 연평균 40% 가까이 성장추세를 보이는 중요한 국가임을 강조하면서,
- 이번 박람회를 통해 중국 고소득층에 대한 공략을 강화하고 미개척지역인 서부 내륙시장으로 진출을 확대하는 계기가 마련 되도록 최선의 노력을 다할 것이라고 밝혔다.

참고1 상하이 국제식품박람회(SIAL China) 개요

□ 2000년에 최초 개최된 SIAL China는 Comexposium社가 개최하는 중국 본토 최고 수준의 식품·음료·호텔레스토랑 전시회

□ 기간 : 2011. 5. 18 ~ 5. 20 (3일간)

□ 장소 : Shanghai New International Exhibition Centre

□ 주최 : COMEXPOSIUM Shanghai

□ 전년 참가현황 : 76개국 1,339업체(해외 45%, 국내 55%)

* 국가관은 한국·미국·스페인·이태리·프랑스 등 15개, 지역별로 산둥성·정장성 등 25개관 운영

□ 특징 : 국내업체와 해외업체로 구성 된 중국 내 식품 전문박람회로 국가관 출품이 늘어나는 식품 유통 전문박람회

□ 규모 : 46,000㎡ (13,900평)

□ 관람객 : 84개국 30,518명(해외 14%)

* 유통업, 슈퍼·하이퍼마켓 34%, 수출·입 32%, 서비스업 14%

□ 한국관 참가실적

구분	면적(㎡)	업체수	품목수	상담건수	상담실적(천불)
'10	510(154평)	33	50	207	14,688

- aT 주관 세계김치협회, 한국식품공업협회를 통해 수출업체관 및 김치 홍보관으로 구성하여 공동 운영, 대규모 한국식품 붐 조성 ('10 신규참가)

참고2 SIAL CHINA 한국관 참가 계획

□ 한국관 참가 개요

○ 참가규모 : 612㎡(185평) / 70부스

* 수출업체관 40, 식문화홍보관 16, 수출상담실 8, 식품클러스터관 6

* 한국관 : 출입구 맨 앞 정면 위치(Hall E7, 관람객 동선 최우선 노출)

○ 수출업체관 : 대상·인삼공사·롯데주류·동원F&B·일화·빙그레·한성 식품·무학·NH무역 등 주요 수출업체(35개업체)

○ 상담목표 : 30백만불

□ 홍보마케팅 전략

○ 주변국 혜택을 최대한 활용하여 마케팅 효과 극대화

<주변국 혜택 활용 프로그램>

구분	행사계획	비고
개막식 VIP 참석	· 박람회 개막식 참석, 주변국 대표 연설	제1차관
한국음식 시연	· 한국 전통음식 시연, 시식회 · 한국 식문화 홍보관 연계 식문화홍보	전시장내 지정공간
세미나 개최	· 막걸리(무학), 인삼(인삼공사) 세미나 개최	
환영만찬 (후원)	· 환영 만찬 시 주변국 대표 연설 · 막걸리 바, 유자차 등 한국식품 코너 설치 · 한국 퍼포먼스 공연	제1차관
한국홍보 패키지 활용	· 주최측 제안 홍보계획 활용(유료) · 배지, 옥외 및 홈페이지 배너광고 등	

○ 한식세계화와 연계 위한 한국식문화홍보관 및 이벤트관 운영

- 오감 만족을 테마로 볼거리, 먹을거리, 마실거리, 즐길거리, 나눌거리를 제공하여 한식의 우수성 홍보

* '11년 한식 홍보 대사인 슈퍼주니어 포토존 운영 등을 통해 한류 활용

○ iPad, DID 패널, QR코드 등 첨단 IT를 활용한 홍보 활동 강화

○ 지자체(경북도), 국가식품클러스터관 통합으로 시너지 효과 유도

참고3 대 중국 농식품 수출 실적(11.4월말)

□ 총괄

(단위 : 톤, 천불, %)

구분	2010년	2010년 1~4월		2011년 1~4월		증감율(B/A)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
총괄	787,361	151,533	231,339	169,083	322,126	11.6	39.2
농식품	556,137	116,847	171,471	121,050	211,312	3.6	23.2
- 신선	109,084	13,444	27,769	15,086	43,052	12.2	55.0
- 가공	447,053	103,403	143,702	105,964	168,260	2.5	17.1
수산물	231,223	34,686	59,868	48,033	110,814	38.5	85.1

□ 상위 20품목

(단위 : 톤, 천불, %)

No	품명	2010년 1~4월		2011년 1~4월		증감율(B/A)	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
1	자당	42,076	27,894	44,528	36,018	5.8	29.1
2	대구	701	1,814	5,345	15,584	662.8	759.1
3	커피조제품	1,478	14,345	1,501	15,456	1.6	7.7
4	홍삼	7	1,636	44	15,187	569.6	828.5
5	오징어	12,742	21,260	5,021	12,892	-60.6	-39.4
6	어란			1,015	10,706	-	-
7	대두유	2,143	2,423	6,136	9,972	186.3	311.6
8	참치	135	1,451	4,025	9,668	2,884.1	566.2
9	조제분유	113	1,438	1,392	9,654	1,134.6	571.3
10	펄프	36,172	25,979	13,681	9,234	-62.2	-64.5
11	삼치	2,570	7,269	2,541	9,144	-1.2	25.8
12	명태	2,290	2,813	7,171	7,854	213.1	179.2
13	기타베이커리제품	527	5,719	663	7,462	25.9	30.5
14	혼합조제식료품	1,090	6,023	1,071	7,132	-1.8	18.4
15	라면	1,217	11,125	919	7,113	-24.5	-36.1
16	곡류조제품	162	1,338	9,226	6,577	5,592.3	391.8
17	유자	1,775	4,070	2,072	5,601	16.8	37.6
18	기타어류	3,635	5,545	2,839	5,334	-21.9	-3.8
19	김	128	2,381	283	5,232	120.4	119.8
20	단일과실조제품	6,764	4,919	6,340	5,226	-6.3	6.3