농식품 수출시장 분석을 위한
극동러시아 현지조사결과 보고서

2008. 10

보고자: 김 경 필
(식품정책연구센터)

Ⅰ. 출장 개요

1. 출장 필요성 및 목적

○ 최근에 농식품 수출 유망시장으로 대두되고 있는 러시아 수출시장에 대한 한국산 농식품 수입 실태 및 장애요인, 선호도 등을 조사하여 수출확대 방안을 체계적으로 도출할 필요가 있음.

○ 국내산 농식품의 러시아 수출기지 역할을 하고 있는 극동러시아 연해주 블라디보스톡 지역 중심으로 한국산 농식품의 수입실태, 국가간 경쟁력, 인지도 및 선호도, 수출확대방안, 물류여건 등을 조사하여 수출확대방안 도출에 활용함.

2. 출장 국가 및 지역: 러시아 블라디보스톡

3. 주요 조사내용

○ 국내 농식품의 가격 및 품질결쟁력, 인지도, 선호도

○ 수입회사의 수입관심 품목, 수입 경쟁국, 수입 전망

○ 수출농식품의 물류실태 및 개선방안

○ 국내 농식품 수입 애로사항과 수입 확대방안

4. 출장자: 김경필 부연구위원 (식품정책연구센터)

5. 출장기간: 2008. 9. 29(월) ~ 2008. 10. 3(금) (4박 5일)

6. 주요 취득자료

○ 과일류 수입회사 elan, LLC 회사 소개 팜플렛 등

○ kotra: 러시아시장 가격조사자료, 러시아시장 조사보고 자료 등

7. 주요 일정 및 면담자

일시	방문지	주요일정	비고
9.29 (월)	출국 (인천→러시아)	○ 인천공항 출발(10:00) → 블라디보스톡 도착 (14:20) ○ 로즈피아 현지법인 방문	
9.30 (화)	수입회사 물류기지	○ 국제농업개발원 러시아 지사 ○ 과일류 수입회사: 엘렌사 ○ 블라디보스톡 항구 견학	
10.1 (수)	농식품 대형판매점	○ 국내 관련기관 방문 및 면담 - 총영사관, 농촌공사 ○ 농식품 도소매 시장 조사 ○ 화훼류 소매시장 조사 ○ 백화점, 대형마트 시장조사	
10.2 (목)	관련 공기관, 수입회사	○ kotrra 러시아 지사 방문 ○ 수입사 방문: 브리즈 ○ 농식품 대형판매점 조사 및 면담 - 빠루스, 기뻬르마켓 ○ 과일류 품질측정	
10.3 (금)	입국	○ 화훼류 도매업체: 매직플라워 ○ 블라디보스톡 17:30 →인천 18:05	

8. 방문기관별 면담자 및 연락처

방문기관	성명(직급)
로즈피아	Boris 지사장
국제농업개발원	이창준 지사장
	발해농원 신현성 대리
과일류 수입: 엘렌사: elan, llc	Dobrzhanskaya Yelna 대표
영사관	홍윤근 영사
한국농촌공사	정규상 주재대표(팀장)
	korua Geun-bo Lee
수입회사: Breeze	차영식
도매시장 (갈리리나)	김영 사장(식품)
	사장(식품)
	사장(청과물)
kotra 블라디보스톡 무역관	김경율 무역관장
	박기원 차장
대형판매점 기뻬르마켓	사비나 마리나
대형판매점 빠루스마켓	Allga Nicholayevna
화훼류 도매업체 Royal Flowers	이고르 구바레브

Ⅱ. 기관별 주요 조사내용

핵심 질문내용

<수출시장 여건과 진출가능성>

○ 한국산 농산물 수출유망 및 시장진출 가능품목

○ 한국산 농산물 인지도 및 선호도

○ 한국산 농산물 구입계층 및 소득수준

○ 한국산 농산물 수입·판매 애로사항

<경쟁력 분석>

○ 한국산 농산물 수입 경쟁국가

○ 농산물 국가간 품질 및 가격경쟁력

○ 농산물 선호 품목 및 품질속성

<비관세 장벽>

○ 수입 검역, 통관 제도

○ 물류 애로 및 개선사항

<유통조직과 시장진출>

○ 수입 농산물 유통경로

○ 대형유통업체 판로개척 및 연계방안

○ 대금결제

○ 수출입업체 유형별 장단점

<수출확대방안>

○ 한국산 농산물 수출확대 방안

1. 로즈피아 현지법인

■ 면담내용

○ 국내산 농산물 중 수출이 제일 유망한 품목

- 화훼류: 장미
- 과실류 감귤
- 과채: 딸기, 파프리카

○ 수출 경쟁국

- 화훼류(장미): 중국, 남미 콜롬비아, 에콰도르, 네덜란드
- 과실류(감귤): 중국
- 야채, 과채류: 중국

○ 품목별 품질 선호 속성

- 화훼류

<장미>

· 러시아는 소비량의 80%를 수입에 의존함

· 선호속성: 한송이로 커다랗게 피는 스탠드 장미 선호

· 꽃송이가 아주 큰 것을 좋아함

· 꽃대가 아주 긴 것을 선호함(80cm 이상)

· 색깔은 빨강을 가장 좋아함. 다음에 핑크, 노랑 등을 비슷하게 좋아함

· 한국산 스탠드 장미는 봉오리가 작아 선호 스타일에 맞지 않음

* 한국에서 주로 수출하는 한줄기 꽃대에 여러 송이가 피는 스프레이는 별로 선호하지 않음. 한국산 스탠드 장미는 크기가 작아서 경쟁력이 낮음. 한국에서 대형 장미를 생산할만한 시설과 기술이 부족하기 때문임.

- 한국의 장미 생산시설 및 체계(생산기술 시스템과 기반측면에서)는 에코도르의 고품질 생산과 경쟁력여건이 낮음

<백합>

- 한국산은 한 줄기에 3개 봉오리인데 러시아에서는 6-7개 봉오리를 좋아함

- 과실류

<감귤>

· 당도가 높아야 함

· 크기는 7-9번과 선호. 작은 크기는 보관기관이 길어서 선호함. 일반적인 소비자는 대과를 좋아함

○ **국가별 경쟁력**

<중국산 감귤과의 경쟁력>

· 중국산은 3-6번과가 비싸지만 많이 수입됨

· 당도는 중국산이 높음

· 포장은 제주 감귤은 일반 골판지 상자이므로 압상과가 많이 발생함. 박스당 10~20% 정도 발생하며, 보관기간이 짧음. 반면, 중국산은 대나무상자나 플라스틱 상자에 포장되어 수출되므로 눌리는 압상과가 발생하지 않음

<배>

- 선호 품종: 미국배 등 서양배의 달고 부석부석한 맛에 익숙해져 있음

<사과> (매장 판매실태)

- 미국산, 뉴질랜드산 사과 많음
- 일본산 후지 사과(대과, 빨간색)는 가격이 비싸도 잘 팔림

- 과채류

<딸기>

· 한국산 딸기 품질을 아주 높게 평가함. 맛이 매우 좋고 향기와 색깔도 매우 좋음. 한국산 딸기는 선물로도 가장 선호함.

· 크기가 큰 딸기를 좋아함.

* 유통 단점: 보관기간이 짧으므로 신선도를 오래 유지할 수 있는 방법과 상한 것이 없게 하는 수송, 저장방법이 중요함

→ 한국에서 보낼 때 계절적으로 겨울에 품질이 좋고 상한 것이 없으나 봄에는 늦은 봄까지는 품질이 좋지 않으며 러시아에서 수령할 때 상한 것이 좀 있음. 상할 가능성이 있을 경우 산지에서 러시아 수입사에게 바로 알려주어야 함.

→ 출하시기의 틈새시장 개척 가능성을 검토할 필요성이 있음

<파프리카>

· 특별한 것은 없으나 모양이 중국산과 비슷함

· 중국산 대비 맛이 조금 좋음, 안전성이 높음

· 좋아하는 색깔은 빨강색>노랑>오렌지색 순으로 좋아함.

- 파프리카, 토마토, 미니토마토의 80%는 중국산이 유통되고, 20%는 일본, 한국, 이스라엘 산이 유통됨. 여름에서부터 가을까지는 블라디보스톡에서 생산이 가능하고 생산된 물량이 유통됨. 여름과 가을에 한국산은 경쟁력이 없음. 한국산은 가격이 조금 내리면 판매량이 늘어날 것임.

- 러시아 시장 점유율을 높이기 위해서는

첫째, 중국산 대비 가격이 낮아져야 할 것

둘째, 품종과 종류가 다양해져야 할 것

셋째, 품질이 향상되어야 할 것이며, 이 세 가지가 갖추어져야 함

<러시아인의 선호색깔>

* 대체로 러시아인들은 빨간색을 좋아하는 것으로 추정됨. 장미 빨간색 선호, 딸기·토마토도 빨간색, 파프리카도 빨간색을 가장 좋아하는 것으로 보임

<조사자 추정>

○ 한국산 농식품 수입에 대한 의견

- 선박 운송의 콘테이너 단위의 물량 수입은 1회 수입물량으로서 너무 많음

중국산보다 가격이 비싸 조속한 기간에 팔기가 어려워 저장, 신선도 유지의 어려움이 발생함. 콘테이너 수입물량의 20% 정도는 파나 80% 정도는 못팔고 버리는 경우가 발생함.

→ 개선방안: 콘테이너에 몇 가지 다양한 품목으로 소량씩 적재하여 소량 다품목으로 품목당 물량을 줄여 수입함

< 수입판매 실패 및 폐기사례 >

- 배 품목에 대해 40feet 콘테이너 2개(40톤)을 수입하였으나 제 가격에 팔지 못하고 수입업자가 손해를 보고 판매함. 1개 콘테이너 물량을 하바로스크로 수송(화물차), 판매하였으나 수입원가도 받지 못함. 미국산 종류의 배를 선호하고 한국산 배를 선호하지 못하거나 잘 알지 못하는 것을 파악하지 못한 결과임.
- 제주산 무를 1개 콘테이너 물량을 수입하였으나 제대로 팔지 못함. 러시아인들이 무에 대한 선호도가 낮음. 저장시설도 부족하기 때문임.
- 교훈

·소량씩 운송할 경우 수송비가 비싼 단점이 있으나 시장진출 초기단계이기 때문에 인지도를 점차 확대시키면서 수입물량을 증대시켜 나가야 함.

·소비자 테스트 및 검증, 인지도 제고, 선호도 증가시킨 후 단계적으로 수입을 확대시켜 나가야 함

< 화훼류 시장진출 성공사례>

- 한국산 장미는 처음에 수입할 때 중도매상 바이어별로 300송이씩 주문을 받아 수입함. 현재는 바이어당 1,000~1,500송이 정도로 확대되어 주문을 받음. 1~2년 뒤에는 콘테이너 단위로 수입이 가능, 확대될 것으로 수요도 증가하고 수입도 늘어날 것으로 전망하고 있음.
- 수입을 서두르다 보면 손해를 보기가 쉽고 가급적 천천히 단계적으로 공급을 확대해 나감
- 소비자 인지도, 선호도의 지속적인 성장과 함께 수입물량을 지속적으로 늘려나감.

○ 선호 품목

- 품목별 선호도는 계절별, 시기별로 달라짐.
  · 겨울에 설명절 전에 감귤 선호도가 높음. 설명절 소비량이 많음
  · 겨울 후반기에(1~2월)에 딸기 선호도가 높음
  · 꽃은 여성의 날(3월 8일) 전후 장미, 백합, 후리지아 순으로 선호도 높음. '07년에 장미, 후리지아가 많이 팔림.

○ 판촉행사 개최 예정

- 하바로스크 백화점에서 promotion 행사 예정임(10월).
- 행사 품목: 화훼, 과일, 과채, 채소류 등
  · 감귤, 딸기, 파프리카, 미니토마토, 호박, 상추, 수박, 멜론, 사과, 배 등임.
  · 한국의 생산기술 전문가와 블라디보스톡 생산기술 전문가가 함께 생산기술 교육, 판매교육을 실시할 예정임. 꽃꽂이 강습 병행 실시
- 대형매장
  · 블라자르, 빠루스: Rosepia 주체 행사
  · 라뜨미르, 레드마켓
- 유통공사, 로즈피아에서도 참석할 예정

○ 과일야채 식품박람회 행사 개최 예정

- 순차적으로 10월에 사할린과 모스크바에서 개최하고 내년에 블라디보스톡과 하바로스크에서 개최할 계획임

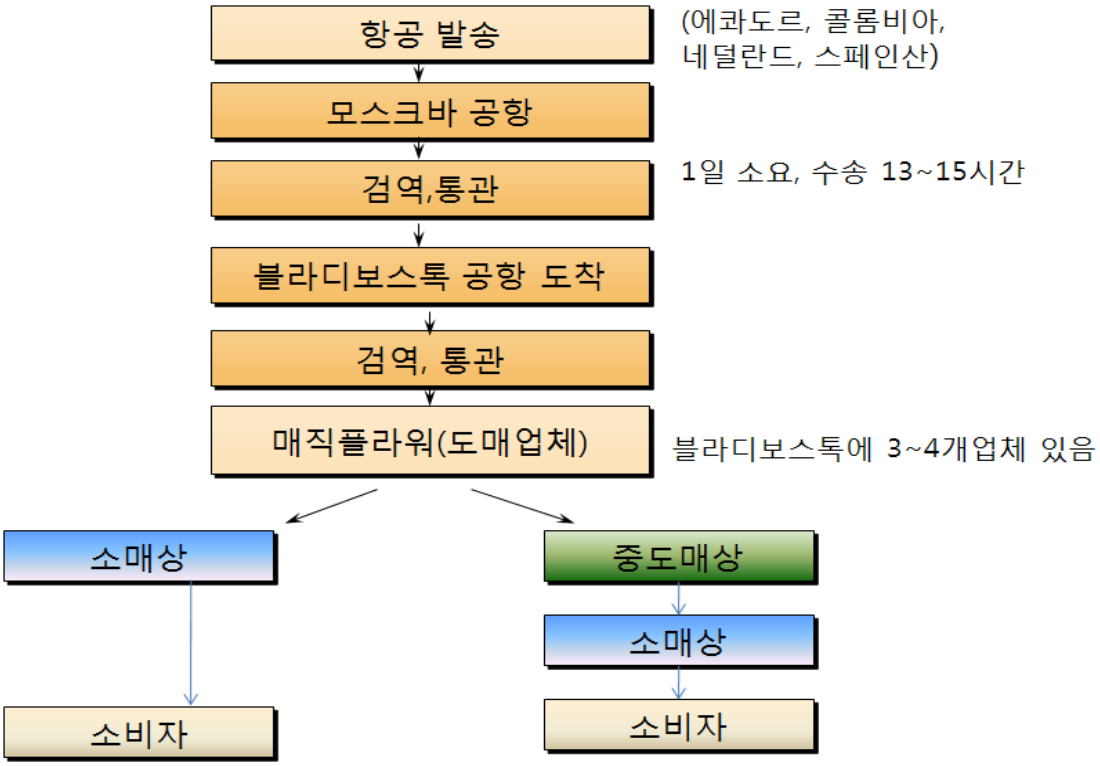
○ 설문조사표 면담조사: (별도 설문지)

2. 화훼류 도매업체

○ 면담업체: 화훼 도매업체 Royal Flowers

○ 화훼류 유통경로

그림. 러시아 수입화훼류 유통경로(모스크바 공항 경유)



자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008.9)

주) 소매업체 주문 및 배분과정: 소매업체가 미리 도매업체(매직플라워 등)로 구입량을 주문함. 소매업체별 주문내용에 따라 품종별, 색깔별로 상자 작업(대형도매업체 물류창고 선별장). 주문 물건은 소매업체가 직접 매직플라워(도매업체)에 가서 인수함

○ 수입국가별 화훼류 산지 구분

- 리본 색깔, 포장재 색깔 및 종류로 수입국가를 구분함
- 한국 로즈피아 수출장미 소매가격(항공운송분) 40~45루블/송이 (≒2,000원)
  중국산 30루블 (≒1,500원)

항공운송 장미의 경우 한국산이 중국산보다 50% 정도 비쌈

- 항공 1회 수입량

  40상자/1주, 300송이/1상자, 10송이/1bundle(신문지포장) (총 12,000송이)

- 배 선적 수송분은 콘테이너 단위로 수출하여 수송비용 절감과 가격을 다운시켜 가격경쟁력을 높일 수 있지만 블라디보스톡 소비가능 물량을 초과하는 수준임. 1/2 수준의 적정물량을 수입하거나 타 지역으로 안정적으로 배분시킬 수 있어야 함.

○ 블라디보스톡에서 유통되는 화훼류의 국가별 품질 평가 순위

품목	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
장미	에콰도르	콜롬비아	네덜란드	한국	중국
백합	네덜란드	중국	러시아	한국	
국화	네덜란드	중국			

○ 블라디보스톡 유통 국가별 화훼류 가격수준

- 품종, 품질, 유통수준에 따라 가격이 변동됨

< 수입 화훼 저장 및 배분 센터>

< 저온저장고에 있는 중국산 장미>

3. 화훼류 소매시장 조사

○ 화훼 소매시장 이름: **빠사지 꽃시장**

○ 장미 판매가격

- 10~20루블≒ 500~1,00원/1송이 (스탠드, 꽃송이 小, 연해주산)
- 120~130루블≒6,500원/1송이 (스탠드, 꽃송이 大, 콜롬비아, 에콰도르, 네덜란드산)
- 130루블≒6,500원 /1송이 (스탠드, 꽃송이 大, 에콰도르)

* 외국산 유입 경로: 네덜란드→모스크바→블라디보스톡으로 항공 운송함.

○ 국화 판매가격

- 70루블≒3,500원/1송이 (스프레이)
- 70루블/1송이 (연해주산, 노란색, 大)
- 국화는 네덜란드산 국화가 좋은 평가를 받음. 한국산 스프레이 국화 꽃은 봉오리 크기가 작아서 러시아 소비자 선호 속성이 아님. 스탠드 품질은 좋은 편이지만 꽃 봉오리를 조금 피우고 출하해야 함.

○ 백합 판매가격

- 100루블≒5,000원/1송이 (줄기당 5~6개 꽃송이, 중국산)
- 200루블≒10,000원/1송이 (하얀색, 블라디보스톡에서 재배됨, 선호도 높음)
- 250루블≒12,500원/1송이 (줄기당 6~7개 꽃송이, 연해주산, 선호도 높음)

* 국가별 백합 선호국가: ①연해주·네덜란드산 〉 ② 중국산 〉
③ 한국산(꽃봉오리가 3~4개밖에 되지 않음(

○ 화훼류 생산 및 판매

- 화훼류는 블라디보스톡에서 여름에 많이 생산됨
- 한국산 품질이 좋지 않고 한국산 수출량 적음
- 네덜란드산 화훼류가 연해주산보다 비쌈. 국화 70루블에 판매.

< 130루블≒6,500원 /1송이 > (스탠드, 꽃송이 大, 에콰도르산) >	< 250루블≒12,500원/1송이 > (줄기당 6~7개 꽃송이, 연해주산)

4. "나타시아" 화훼 전문소매점

○ 장미 소매판매 가격

- 한국산 80~100루블 ≒5,000원/송이
- 중국산 80~100루블 ≒5,000원/송이
- 네덜란드 120~130루블 ≒ 6,500원/송이
- 에콰도르산 130루블/1송이≒ 6,500원/송이
- 선호색깔: 빨강, 연노랑

* 한국산이 중국산보다 품종이 많고 색깔종류가 다양함.

- 중국산 대비 한국산 장미가 다양하나 현재 시장에 한국산 장미가 없음. 수입할 예정임.
- 한국산 스프레이 생산기술이 향상되었으나 한송이 장미(스탠드) 재배여건은 안되어 있음.

○ 장미 구입시 우선적 고려사항

- 첫째 품질(이쁜 것), 둘째 가격

○ 지역별 화훼 선호 속성

- 모스크바 지역에서는(러시아서쪽) 아시아, 한국하고 선호속성이 비슷함. 봉오리, 작은 것 선호함.
- 극동지역(하바로스크, 블라디보스톡) 등에서는 긴 것, 큰 송이를 선호함.

5. 화훼류 꽃 판매 소매가격

○ 소규모 꽃가게 소매가격

- 네덜란드산

  장미 150.0루블 (스탠드/1송이/꽃송이 大) ≒ 7,500원

  백합 300.0루블/1송이/핑크/5~6봉오리 ≒ 15,000원

  국화 80루블/1송이 ≒4,000원

  카네이션 30루블/1송이 ≒1,500원

6. 과일수입업체 elan, llc

■ 면담내용

○ 기관: elan, llc

· 회사규모: 러시아극동의 최대과일류 수입업체

· 주수입국: 미국, 일본, 한국, 남아프리카, 칠레, 아르헨티나, 호주, 뉴질랜드

· 판매지역: 하바로스크, 우수리스크, 나호드카, 마가단, 사할린, 캄차카 등

· 수입 매출규모: 연간 300만달러

○ 수입량 규모에 대한 의견

- 블라디보스톡 시장규모로는 소비량의 한계가 있기 때문에 수입량 및 소비량을 한꺼번에 크게 늘리기는 어려운 여건임. 모스크바 시장 진출에 대한 전초기지의 대비 역할을 해야 할 것임. 1회 수입물량이 40feet 콘테이너(20톤 내외)정도의 규모로 적정규모로 수입해야 함.

- 수입국가 및 비중

·중국: 60~65%

·미국, 뉴질랜드, 아르헨티나, 칠레, 남아프리카 등: 25%

·아시아국: 10% 미만

* 한국산 수입량은 아주 미미함, 한국산 농산물은 가격 및 품질경쟁력이 낮은 편임.

○ 국가별 수입가격, 가격경쟁력

- 국가별 도매가격

·중국산(후지) 32~36루블/kg (1,485원)

·한국산(후지) 85루블/kg (3,825원)

·미국산(후지) 45루블/kg (2,025원)

* 1루블≒50원

- 중국산 과일 가격이 낮아 60% 정도로 판매비중이 높음.

- 수입 품종 종류

·중국산: 20개 품종 (종류가 많은 장점이 있음)

·미국산: 7개 품종

·한국산: 1개 품종 (품종이 후지 1개밖에 없음)

○ 품질평가

- 한국산 농산물 품질수준 평가

·대체로 중국을 제외한 다른 수입국가의 품질과 비슷함

·사과는 미국산보다 품질이 낮은 편임

·한국산 감귤 품질은 다른 국가의 감귤과 품종 및 맛이 다름. 한국산 감귤이 러시아 소비자 입맛(식미감)에 맞음. 가장 경쟁적인 중국산 대비 가격과 맛이 비슷한 수준임.

·딸기: 러시아 블라디보스톡에서 일본과 중국보다 앞서는 최고의 평가를 받음.

일본산은 당도가 너무 높아 빨리 상하는 경향, 중국산은 단맛을 높이기 위해 인위적으로 설탕 등의 첨가물을 주입하는 경우도 있음

○ **수입 의향**

- 한국산 농산물 수입 의향

·한국산 농산물의 품질은 좋지만 가격이 비쌈

·파프리카, (방울)토마토, 호박

: 품질이 좋아서 수입할 의향이 있지만 가격이 비싸서 수입을 하기가 어려움. 가격이 유럽산과 비슷한 수준이면 수입할 의향이 있음.

·감귤(만다린), 배, 사과, 단감

: 수입에 관심이 있으며 맛이 있고 가격이 맞으면 수입을 하거나 수입물량을 늘릴 수 있음.

○ **인지도**

- 한국산 농산물에 대한 인지도. 감귤은 잘 알려져 있음.

·미국산은 1980년대부터 계속 수입되어 왔음

·한국산 농산물에 대한 특별한 이미지는 없는 편임

·한국산은 지속적인 공급시스템이 되어있지 않음. 가격이 높은 편이기 때문에 거래체계 구축이 쉽지 않음.

○ **주 구입계층**

- 소득계층 구분: 4~8%의 최상류층, 22% 중간계층, 70% 하류층
- 한국산 농산물의 구입계층: 4~8%의 최상류층이 백화점, 대형판매점 등에서 한국산 농산물을 구입함,

○ **홍보 및 판촉**

- 홍보 및 판촉행사

·판촉행사는 계절적 출하시기와 판매일정에 맞추어 매년 2회는 실시되어야 함.

·예) 봄에 딸기 페스티벌을 개최; 소비자와 바이어 초청, 1주일 정도, TV 및 신문에도 방송

·시식행사가 가장 필요한 품목: (계절적으로) 지금시점에는(10월초) 감귤 홍보가 가장 필요함.

○ 유통 채널

- 유통채널 및 판매이윤 체계

·엘레나 등의 수입회사에서 수입하여 도매상이나 백화점으로 분배

·백화점 판매가격에서 40~50%는 마케팅비용 및 이윤이고, 50% 정도는 수입가격임

○ 수입 유망품목

·현재 인지도가 높은 품목: 감귤, 딸기

·지속적 관심, 홍보시 성장이 예상되는 품목: 파프리카, 양파, (방울)토마토

* 양파: 한국산 가격이 일본산보다 낮고 중국보다 비쌈. 지속적인 마켓 테스트, 수출 시도가 필요함

○ 품목별 선호 속성

·감귤: 중간 사이즈 선호(6~8번과)

·배: 미국산 서양배 선호

·사과: 20kg에 80~88개 의 중간크기 선호함 (51~60개/15kg)

○ 포장 개선

- 포장 개선요구사항

·선적했을 때 일반 골판지 종이상자는 눌리고 압상되기 쉬우므로 좋지 않음

·백화점 출하용으로 예쁘게 소포장해 주기를 원함

< 배 소포장 스티커 부착 견본 >	< 감귤 소포장 스티커 부착 견본>

·러시아에서 재포장하는 작업과정은 없음

·한국에서 수출된 상품이라는 것을 소비자들이 알수 있도록 표시해주기 바람

·소포장하고 스티커를 부착해 주기 바람 (made in korea)

일본에서 수입하는 것도 포장재에 made in japan 을 표시함.

○ 물류 및 보관창고

- 물류 및 보관창고 관련 의견

· 현재는 소량단위로 수입해오고 바로 파는 구조이며, 보관이 힘들기 때문임. 저온창고가 있으면 수입물량을 다소 증가시킬 수 있음.

· 현재 엘란사에서 창고를 보유하고 있는 데 저온저장 설비가 안되어 있음. 한국에서 설비를 투자하면 한국산 수입물량을 증가시킬 수 있을 것임.

- 통관이 오래 걸리는 것을 해결하는 방안에 대한 의견

· 빠르게 운송되어야 하는 품목은 항공운송 실시. 월요일 도착할 경우 화요일에 풀고 절차에 들어갈 수 있음. 러시아 자체적으로 세관 근무시간을 연장하였기 때문에(6시에서 7시로) 당일 통관도 가능함

· 선박 운송의 경우 검역 및 통관기일은 일본산 제품일 경우 빠른 것은 3일, 늦은 것은 1~2주도 소요됨.

· 통관에 필요한 서류를 잘 만들면 3일이면 되기도 하고, 서류가 잘 안맞을 경우 3일 이상도 걸림. (예: 총무게 기재가 잘못됨 등)

○ 엘렌사 물류 창고 견학

- 현재 일본산 농식품 물량이 80% 차지
- 현재 상온저장 시설임. 한국에서 냉장시설 및 설비에 투자할 경우 한국산 농식품 취급물량을 50%까지 증대시킬 의향이 있음.

< 엘렌사 상온물류 창고 >

< 감귤 소포장 스티커 부착 견본>

7. 한국농산물 수입업체 면담

○ 면담업체: 브리즈

○ 한국산 농산물을 수입하여 판매하는데 가장 큰 어려움

- 가격이 비싼 편임
- 현지 소비자들의 한국산 농산물에 대한 인지도가 낮은 편

· 네트 메론: 초록색이어서 덜 익은 것으로 생각함. 반면, 브라질 등에서 수입된 노란 메론을 완숙도가 높은 것으로 생각함.

· 밤: 깔로 조각내어 먹는 방법을 모름

- 한국 농산물에 대한 이미지는 좋은 편임. 수입할 경우 대형판매점 등에서 시

식, 판촉행사를 함. (방울토마토, 배, 밀감, 메론)

- 러시아 소비자들은 과일을 좋아하는 데 비싸서 잘 못사먹는 형편임. 감귤, 배, 사과, 포도 다 좋아함

< 메론 수입 후 판매 저조 사례 >

- 수입시기: 2008년 초
- 메론 6톤(20feet 콘테이너) 수입하여 처음 시식행사를 하면서 800kg을 판매함. 소비자들이 익지 않은 과일로 의심하여 판매가 저조함. 저온보관시설이 없어서 1주일 지나서 썩기 시작하여 영사관, 고아원, 관련기관 등에 배포함

○ 설문조사표 면담조사: (별도 설문지 작성)

8. 대형유통업체 조사

○ 대형판매점 명: 빠루스

○ 한국산 과일 판매

· 한국딸기는 러시아인이 아주 좋아하여 신선도 유지를 위해 따로 마련된 냉장실에 전시, 판매할 정도임.

· 방울토마토도 아주 맛있고 잘 팔림. 딸기와 방울토마토가 지속적으로 공급되기를 원함.

· 한국산 과일과 채소를 얼마든지 팔아줄 의향이 있음

· 한국산 파프리카 판매가격은 200루블(≒10,000원)로 이스라엘산, 일본산 200루블과 비슷한 가격임. 네덜란드산이 432루블(≒21,600원)로 가장 비싸게 팔림. 반면, 중국산 67루블(≒3,350원), 연해주산 47루블(2,350원)로 낮은 가격에 팔림

- 일본산 과일 판매

· 일본 과일도 비싸지만 잘 팔림. 사과도(410루불≒20,000원/개) 없어서 못 팔 정도임.

· 메론, 수박도 가끔 들어옴

· 일본산 온주밀감도 잘 팔림 (553루블≒27,650원/1kg/중간크기 5개)

* 하우스재배 온주감귤로 추정됨.

- 유럽산 과일은 모스크바를 경유하여 연해주로 공급됨

○ “빠루스” market 진입 방법

- 도매회사 통할 것, 브리즈 등의 회사 경유
- 별도의 도매회사 납품 대형 도매업체을 경유하여 판매 가능함

○ 김치 등 절임류 식품

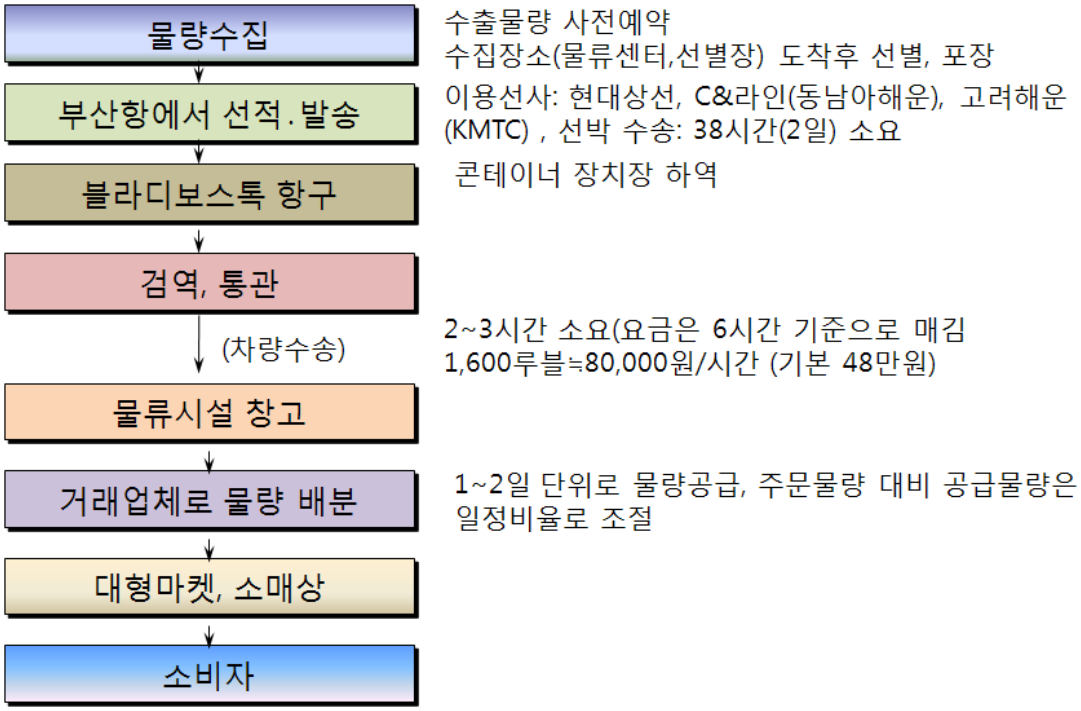
- 통김치 한국으로부터 들여올 예정임. “나호뜨까”항구 경유함.
- 마늘장아찌 절임류 식품 판매경험 있음
- 러시아인들은 밤을 잘 모름, 구워먹는 행사를 하려고 해도 연기 때문에 어려움 있음
- 단무지 판매: 브랜드 “wang"

< 대형판매업체 기뻬르마켓 입구 >	<한국산 판매 식품류 >

< 시장 진출전략 (조사자) >

- 한국산은 백화점이나 대형판매점의 고급 시장 진출전략이 유효함. 가격이 높지만 품질이 좋아 수요가 있음
- 일반 도매시장이나 재래시장에는 대부분 중국산의 낮은 가격, 상대적 저품질 상품이 거래되고 있음

그림. 러시아 수입농산물 유통경로(청과물, 블라디보스톡항)



자료: 한국농촌경제연구원 현지조사(2008.9)

○ 대형판매점 "빠루스" 농식품 판매가격

<과실류>

일본 사과 419루블/kg ≒ 20,000원

미국산 갈라사과 121루블/kg ≒ 6,000원

미국산 골든딜리셔스사과 108루블/kg ≒ 5,000원

뉴질랜드 로얄갈라 사과(enza) 100루블/kg

뉴질랜드 레드딜리셔스 사과 94루블/kg

미국 배 108루블/kg ≒ 5,400원

아프리카산 감귤 88루블/kg ≒ 4,400원

* 한국사과는 일본산과 미국산 중간 가격 사이에서 가격을 협의하여 팔 수 있을 것으로 추정됨.

<채소>

마늘쫑 25.12루블/0.3kg ≒4,200원/kg

단호박 77.52루블/1.14kg ≒3,400원/kg

애호박(긴것) 12.28루블/0.55kg ≒1,100원/kg

무(긴것) 26.1루블/1.004kg ≒ 1,300원/kg

양배추(작은것) 10.48루블/0.99kg ≒530원/kg

홍당무(작은것) 49.74루블/0.418kg ≒6,000원/kg

가지(굵은것) 15.28루블/0.382kg ≒2,000원/kg

브로콜리(연노란색) 45.30루블/0.604kg ≒3,750원/kg

배추(반쪽) 21.62루블/0.772kg ≒ 1,400원/kg

<가공식품 판매종류> ⇒ 농식품 수출시장 진출가능품목으로 고려

오이지+방울토마토 (절임) (국내산 젓갈류 판매방식의 병포장)

김치

콩나물(절임)

단무지

고사리(절임)

버섯(절임)

마늘쫑(절임)

유자차(한국산 삼화제품)

○ **대형판매점 "Clover House" 농산물 판매가격**

<뉴질랜드산>

사과 120-167루블/kg ≒6,000원/kg

청사과 125루블/kg ≒6,250원/kg

로얄갈라 135루블/kg ≒6,750원/kg

서양배 125루블/kg ≒6,250원/kg

<산지미확인>

바나나 48루블/kg ≒ 2,400원/kg

미니사과 76루블/kg ≒ 3,800원/kg

귤 109.0루블/kg ≒ 5,450원/kg

복숭아 100.0루블/kg ≒ 5,000원/kg

자두 203.0루블/kg ≒ 10,000원/kg

일본사과 480.0루블/kg ≒ 24,000원/kg

오렌지 24.42루블/kg ≒1,200원/kg

자몽 47.96루블/kg ≒2,400원/kg

레몬 137.0루블/kg ≒6,800원/kg

귤(큰것) 109.0루블/kg ≒5,450원/kg

<과채류>

파프리카 67.0-81.0루블/kg ≒ 3,500원/kg

토마토 45.0루블/kg ≒2,250원/kg

오이 35.0루블/kg ≒1,750원/kg

<채소류>

감자 38.18루블/kg ≒1,900원/kg

당근 8.76루블/kg ≒440원/kg

브루콜리 연노란색 81.0루블/kg ≒4,000원/kg

초록색 106.0루블/kg ≒5,300원/kg

마늘 6.76루블/kg ≒340원/kg

마늘쫑 12.41루블/kg ≒6,200원/kg

양파 160루블/kg, 208.0루블/kg ≒ 8,000~10,000원/kg

<그외 판매식품 종류>

오이지

오징어포

병 통조림: 감귤, 배, 복숭아, 딸기 등

9. 농산물 도매시장 조사

○ 도매시장 명: 갈리리나 도매시장

○ 도매시장 중도매 소매상 면담 내용

- 면담자: 고려인(판매직원)
- 판매품목: 과일과채채소

<감귤>

- 제주산 감귤보다 중국산이 잘 팔림
- 이유: 한국산이 빨리 상하기 때문에 상인들이 선호하지 않음. 24~28루블에 판매
- 품질: 모양은 이쁘나 당도가 중국산보다 낮음
- 판매가격: 중국산 가격의 80% 수준에서 한국산 감귤이 팔림
- 한국산 귤이 재작년에는 물량이 없어서 비싸게 팔림. 당도가 좋은 해였음.

- 설 명절(1월1일)이 지나면 감귤이 팔리지 않음.

· 24루블 → 17루블 → 15루블로 가격이 내려감

<배>

- 한국산 배는 별로 팔리지 않음. 중국산, 미국산 등의 서양배를 선호함.
- 이유: 한국산이 별로 달지 안하고 중국산이 당도가 더 높음

○ 도매시장 식품류 도소매 판매점 조사

- 김치가격

· 현지산 도매시장 가격): 35루블/kg, ~ 50루블/kg ~ 120루블/kg
(≒1,750원) ~ (2,500원/kg) ~ (6,000원/kg)

· 백화점 판매가격 200루블(10,000원)/kg

주) 1루블≒50원으로 산정함.

- 한국산 식품의 가격은 대체로 중국산의 1.5~2.0배 수준임.
품질은 좋음, 소비자 인지도, 선호도가 높음

○ 한국산 농산물 선호도 및 경쟁력

<선호 농산물>

- 한국산 농산물은 대체로 중국산 가격대비 2배 정도로 비쌈
- 한국산 무 먹지만, 가격이 비쌈, 모양 좋으나 가격이 비쌈.
- 버섯 좋아함.
- 딸기도 품질이 좋지만 가격이 비쌈
- 연해주는 날씨가 춥기 때문에 자체 생산 및 공급기간은 주로 6월~11월까지임. 12~5월까지는 가격이 비싸도 수입 농산물을 구입하여 소비함

<감귤>

- 중국산에 비해 썩은 것이 많이 나옴, 유통기간이 짧아서(3-4일) 오래 팔기 어려움. 반면, 중국산은 15일 내외 기간에 걸쳐 팔 수 있어서 상인들이 선호함. 중국산은 포장재가 플라스틱으로 되어 있음.
- 중국산과 가격, 당도가 비슷함

< 틈새시장 진출전략 시사점 >

- 도매시장의 조선족, 고려인을 통한 시장개척방안 강구
- 사진 촬영 품목들은 한국 시장내에서 판매되는 품목들과 비슷함. 수출품목으로 개척, 성공할 가능성이 높아 보임.
- 연해주 비생산시기의 틈새시장 및 기간에 수출을 공략하는 전략 가능
  연해주에는 시설재배 하지 않기 때문임.

10. 농식품 대형판매점 BA·MAPT (기뻬르마켓)

○ 판매상품 유통경로

- 대형도매회사로부터 납품받은 물건을 판매함. 한국산 농식품을 팔려면 러시아 도매회사(개인소유)를 경유해야 함.
- 러시아 도매업체 소개: 3개업체, 냉장창고 가지고 있음, 고려인 없음
- 한국산 멜론과 딸기를 판매한 경험이 있음.

○ 한국산 품질평가

- 일본산 대비 가격이 다소 싸고 품질수준은 비슷하여 경쟁력이 있음.
- 문제는 지속적으로 공급이 이루어지지 않는 것임. 밤도 중국산을 판매했었는데 잘 팔렸으나 요즘에는 물량을 확보하지 못하여 판매하지 못하고 있음.
- 가장 팔고 싶은 품목: 오뚜기 마요네즈, 간장, 된장

○ 한국산 과일과채 평가

- 품질 좋음. 중국산, 미국산보다 품질 좋음

- 어떻게 보관하느냐에 따라 품질 수준 변동됨
- 한국산 가격이 100.0일 때 일본산 가격은 150.0, 중국산은 50.0, 미국산은 70~75 수준임

○ 한국산 상품 판매의 애로요인
- 상품이 지속적으로 공급되지 않음

○ 기빼르 마켓 농식품 판매가격
- 파프리카 한국산 490루블/kg (≒ 24,500원)
  이스라엘산 441.0루블/kg (≒22,000원)
- 브로콜리 89.5루블/kg (≒4,500원)
  방울토마토 83.5루블/kg (≒4,200원)
  토마토 48.5루블/kg (≒2,400원)
  오이 51.0 루블/kg (≒2,500원)
  왕김치 201.5루블/410g (≒25,000원)
  단무지 193루블/350g (≒ 27,600원)
  치킨, 돼지고기(훈제) 500.0루블 (≒25,000원)/kg

11. 대형판매점과 도매시장 판매과실류 품질 측정

○ 구입 및 측정 시기: 2008년 10월

○ 구입 장소: 대형판매점 “빠루스”, 도매시장 “갈리리나”

○ 품질측정 결과

번호	품목	생산국	품종	맛	식미감	당도	구입처	가격
1	사과	뉴질랜드	-	보통	보통	12.3	대형판매점	
2		뉴질랜드	로얄갈라	보통	약간 푸석	12.8	〃	
3		뉴질랜드	레드 딜리셔스	중하	약간 푸석	11.0	〃	
4		미국	갈라	시큼세콤	사각 거림	13.0	〃	
5		미국 와싱톤	골든딜리셔스/초록	과즙많음	약간 푸석	13.0	〃	
6	배		서양배 (레드)	달고약간 시큼	물컹 거림	-	〃	22.68루블/0.21kg
7			서양배 (레드)	달고푸석	조금 단단		〃	22.46루블/0.208kg
8	귤	만다린		입맛에 맞지않음	싱거운 단맛	10.2		15.84루블/0.180kg
9	사과			맛없음	사각 거림	12.1	도매시장(갈릴리나)	
10	배	황금색, 소		쓴단맛	물컹	13.4		
11	포도	레드글러브		좋음		17.9		
12				좋음		18.7		
13	자두			맛없음		-		

<뉴질랜드사과 당도, 12.3°Bx>

<한국사과 당도, 13.5°Bx>

<대형판매점 사과 가격: 1,000원>	<대형판매점 사과 가격: 1,100원>

12. 블라디보스톡 항구

◦ 일반항구 옆이 무역항구임

- 오른쪽에 다고르 항구가 무역항임
- 왼쪽에 위치하는 르비레 항구가 수산물 항구임.

① 마르스꼬이항

· 일본 자동차를 주로 수입함

· 새로운 선박항으로 건립함

② 다르꼬브이항(무역항)

· 주로 한국산 농산물, 농식품을 수입함

◦ 블라디보스톡 역

- 블라디보스톡항 옆에 블라디보스톡 역이 위치함. 모스크바까지는 7일 소요, 시베리아까지는 2일 소요

- 대형여객선: Diamond Princess 출발함

< 블라디보스톡 항구 하역장 >	< 블라디보스톡 역 >

13. 국제농업개발원

■ 면담내용

○ 한국산 농식품 상품의 시장성은 있음. 하지만 꾸준히 수출한 사례는 없음

- 대체로 1회성 단발성으로 수출한 경우가 많음.
- 한국 수출농산물 보조금 지급으로 수입가격을 30~40% 낮추는 것을 가능하게 하기 때문에 수출 가격을 낮추어도 이익을 볼 수 있는 구조임
- 무 수입 후 제대로 팔지 못하고도 이익을 본 사례가 있음
- 도매시장의 중도매인들은 한국산 상품 대신 중국산과 네덜란드산을 판매하고 있음. 한국산 물량을 안정적으로 확보하지 못하고 물량이 없기 때문임.

· 사례: 한국산 딸기를 선호하나 물량을 확보하지 못하여 네덜란드산 딸기로 전환하여 판매함.

- 중국산 대비 한국산 농산물의 가격, 품질이 뒤처지기 시작하였음.

· 감귤이 7-9번과를 수입하여 판매하여 품질이 낮아지고 저가격 상품으로 이미지가 저하되고 있는 중임.

- 수입창구가 단일화되지 않는 문제점이 있음. A라는 거래업체가 수입 및 거래기반을 마련해 놓으면 B업체가 더 낮은 가격으로 수입·판매하여 거래기반 및 질서를 흔들어 버림
- 중국산 배는 예전에 한국산보다 품질이 떨어졌으나 최근에 품질이 좋아지고

있으며 가격도 낮은 편임.

- 블라디보스톡에 고급시장이 존재하여 한국산 농산물이 진출할 수 있으나 한국산 농산물의 품질이 하락하고 가격이 낮아지고 있으며, 한국산 농산물의 고품질 이미지가 하락하고 있음. 반면, 일본산 농산물은 소량씩 꾸준히 공급하여 이미지를 관리하고 있음.
- 한국산 농산물은 고품질, 고가시장에 진출하는 전략이 필요함

·사과는 미국산과 뉴질랜드산 점유율이 높음.

·대형판매점인 "빠루스"는 고소득자와 외국인들이 주로 이용하는 market임. 이곳에서 고가물건이 꾸준히 판매되고 있으며 일반상품보다 3~4배 비싸도 팔리고 있음. 한국산 농산물은 중간 수준의 가격에 팔릴 수 있음.

- 러시아 시장에 소량씩 꾸준히 공급하는 전략이 필요함. 지자체와 일부 수출업자들의 수출실적을 보이기 위한 1회성 단발성 수출방법으로는 시장개척 및 정착이 어려울 것임.
- 한국산 농산물은 가격 변동폭이 큰 문제점이 있음. 조합 및 수출조직 차원에서 수출물량을 안정적으로 확보하고 안정적인 가격으로 수출할 수 있는 기반 구축이 필요함

○ 국제농업개발원 식품전시회 계획

- 품목: 쌀, 콩, 분말 등
- 기간: 10. 1 ~ 10. 3

<비관세 장벽 존재 사례>

- 병해충 검역은 2회 이루어지며 3일 정도 소요됨.
- 수출 조직 연계성의 중요성

·여러 종류, 수단으로 시장 진입자를 차단시키는 경우가 많음

·일본에서 장미를 콘테이너 단위로 수입하였는 데 발견된 충해를 박멸하기 위해 전부 태워버린 적이 있음. 합법적인 조치임.

- 상권의 개척과 진입에는 고통과 인내가 요구될 것임

< 한국산 고급쌀 수출거래 실패사례 >

- 러시아에서 고급쌀 수요가 있음을 판단하고 국내업체에 정보를 줌.
  고급호텔과 고급식당 개척후 하부시장에 전파할 계획이었음.(러시아)

→ 국내업체에서 고급쌀 수출의향을 보임 (한국)

→ 견본(샘플) 발송을 요구 (러시아)

→ 수출할 때 고품질 쌀을 보내지 않음. 1개월 지나서 쌀벌레 생김. 쌀 품위가 떨어져 수입을 포기함. (러시아)

→ 거래의 신뢰성, 정확성, 투명성이 부족함 (러시아)

- 모스크바 인구는 전체의 20~30%를 차지하며 고급수요가 많음.
- 고급시장 및 market에 접근하는 다양한 방법이 필요함.
- 러시아 시장 진출의 궁극적 목표는 모스크바 시장을 지향해야 하며, 블라디보스톡은 관문 역할을 할 것임.

14. 한국농촌공사 정규상 러시아주재대표

○ 러시아 관심도

- 러시아에 대한 지출관심이 증가하고 있음.

○ 러시아 화훼류 판매

- 장미 등 화훼류 주 판매시기는 여성의 날(3월 8일), 전승기념일(5월 9일) 시즌에 잘 팔림. 비쌀때는 한 송이에 1만원 이상, 최근에도 5천원 수준에서 팔림.
- 시장 개척 및 진출의 어려움 있음. 일본에서 장미수출을 시도했으나 판로를 확보하지 못하여 실패함. 큰 폭의 마진을 가지는 유통선점 조직과 연계되어야 함.

○ 한국에 대한 이미지

- 한국인이 러시아인보다 잘산다, 부자다
- 한국인이 중국인보다 깔끔하고 깨끗하다
- 고려인과 한국인은 다르게 본다
- 한국 전자제품에 대한 이미지 및 선호도가 높다(특히 LG 에어콘, 삼성 휴대폰, KT 안데까 현지법인)

○ 연해주지역 진출 관심 및 정도

- MB 정부에서 연해주농업개발에 관심이 많음
- 최근에 연해주 지역에 과도하게 진입하는 경향이므로 체계적인 진입 관리가 필요함
- 이에 따라 최근에 농지가격이 큰 폭으로 상승하고 있으나 생산성 향상은 미약함
- 토지공개념인 지역에서 지대가격 급상승의 폐해를 막기 위해서는 정부의 개입이 필요함
- 자재 가격

· 연해주지역 농업을 위해서는 농기계 450마력 기계 필요(7억 5천만원), 한국에서는 150마력이 최대임

· 건조장, 종자보관소 등의 시설 필요

· 농촌진흥청 박금용 과장(대두권위자)에 의하면 조방농여건(연해주)과 집약농(한국)현실 사이에 큰 갭이 발생함. 학습과 지원 등 정부지원이 필요함.

· 전문적 사용기반시설, 시설 개보수, 우수리스크 점질토의 배수개선방법 등에 대해 전문적 조사와 장애 극복 위한 정부 지원이 필요함

- Agresangseng 등 해외농업개발 지원도 필요함. 해외농업은 어떤 전략, 전술로 개척, 지원해나갈 것인가에 대한 현실적인 접근이 필요함.

  * 특정 종교, 국가적인 색채를 보일 경우 배척당하는 사례가 있음.

15. 주블라디보스톡 주재영사관

○ 면담자: 홍윤근 영사

○ 러시아시장 진출 한국 농식품 품목

- 농산물: 과일, 채소, 캔 가공식품
- 해태, 롯데 음료, 오뚜기 마요네즈, 도시락라면 선호도 높음.

○ 기뻬르 market 담당 메니저 contact함

- 농식품 구매 담당자 사비나 마리나 (니꼴라 예브나)

  전화 4232-498-538, 팩스 4232-498-531

- 유통구조 파악하고 시장 진출 및 개척방안을 파악해야 수출을 효과적으로 증진시킬 것임

16. kotra 블라디보스톡 무역관

○ 면담 내용

- kotra에서 매년 현지 상품 가격조사를 실시함
- 러시아에는 자체 가격자료 통계가 없어서 시장규모, 취급 담당자를 파악하기

가 어려우며, 조사에도 잘 응해주지 않음

· 러시아 통계청에 자료를 요구할 경우 비용과 공문을 요구함. 반면, 응답자료 결과 및 내용도 너무 간단하여 유용하게 사용하기 어려움

○ 러시아 시장 가능성

- 농산물, 농식품 모두 수출전략시장으로서 가능성이 크다고 판단됨
- 지리적으로 근접해 있어서 한국을 접할 기회가 많음. 대학에 한국학과, 한국어 인력도 많은 편임.
- 한국과의 지리적 근접성이 좋아 농산물 시장 개척유망시장 중에 하나로 볼 수 있음.
- 한국에 대한 이미지 좋고 한국 음식 좋아하는 사람들도 많음

○ 시장 규모

- 인구가 많지 않아 시장 규모는 크지 않음. 인구는 극동지역 800만, 연해주 200만, 블라디보스톡 60만명임. 블라디보스톡 인구는 매년 감소하고 있음
- 수출물량에 있어서 화훼류의 콘테이너 단위의 수입물량은 제때 소비시키기 어려움. 콘테이너의 절반정도 물량만 수입하면 수급이 적절할 것임.
- 위생검역이 까다로움
- 통관기간이 길어서 저장시설 여건이 열악하여 상품의 신선도가 낮아지는 경우가 많아 어려움 있음

○ 선호 품목

- 딸기와 감귤을 좋아함
- 중국 감귤 가격이 많아 낮지만 잘 썩지 않음. 방부제를 사용했을 것이라는 인식이 있어서 한국 감귤을 더 선호함
- 무가 들어온 적이 있으나 판매가 저조, 물량처리가 원활하지 못함
- 유망한데 수입이 안되고 있는 품목은 선인장임.

· 한국기술이 발달하여 품질이 우수함.

· 러시아 가구의 실내가 건조하여 대부분 가습기를 사용함. 습도가 낮아 정상적인 생활을 하기가 어려울 정도임. 겨울에 30~35%로 낮아짐.

· 선인장을 수입하기 어려운 장애요인(흙 등의 식물검역사항 확인)을 확인하고 개선될 경우 시장성이 클 것임

- 파프리카: 러시아인들이 즐겨먹으므로 시장성 있음
- 바나나: 좋아함. 동남아에서 조달하는 중계무역도 가능할 것임
- 한국산 농산물 인지도

· 김치 잘 알고 있음. 감귤, 딸기는 한국산을 잘 모름

- 교민: 연해주 전체적으로 250명 정도 되며, 많지는 않음. 하바로스크, 사할린보다는 많음.
- 한국산 농산물의 품질경쟁력은 있는 편임. 배 같은 것은 품질은 좋으나 입맛이나 선호품종은 미국산과 중국산 같은 서양배임.
- 한국산 농산물 소비계층은 꼭 최상류층만은 아님. 품목별로 가격이 높은 부류는 상류층에서 구입하고 가격이 낮은 품목 부류는 중하류층에서 구입함.

* 취득자료: 블라디보스톡 상품가격 조사자료

○ 해외조사업무에서 kotra 협조연계 방안

- 조사사례: 설문조사 150부, 질문은 2-3페이지로 짧게 만듦. 용역1명 고용하여 조사함
- 일반적 방법: 조사 의뢰측에서 예산사업에 포함하여 별도로 수행함. 한국에서 농산물 조사의뢰는 본사고객지원센터(kotra homepage)에 의뢰할 수 있음.
- 바이어 List, 유통업체 List 는 조사하기 쉬움
- 시장동향, 시장규모 자료는 조사하기 어려움
- 일반적으로 별개조사파트를 두는 업무: 유망시장품목 조사, 검역문제, 자원관련 조사업무 등
- 한국기업의 지사역할: 지사 개설 및 유지 역할 수행, 계약까지도 성사시킴(1년 220만원)

- 국내외 홍보 및 시장개척 연계

· 국내 전시회: 년간 수십건 수행, 바이어 유치, 한국으로 초청 등

· 국내 시장개척단 지원: 품목별 바이어 물색 및 상담, 면담 주선, 마케팅 중재 등

- 시베리아 개발 협력업체

· 항만, 도로 SOC 건설 등 프로젝트 발굴

· 향후 비중 커질 것으로 전망함

- 2012년 블라디보스톡에서 APEC 개최 예정, 러연방에서 120억달러 예산 지원하여 국제회의장, 프레스센터, 호텔 건립 등 지원