

특집 / 중국의 WTO 가입과 농업전망

중국 화훼산업의 실태와 전망

이 두 순* 박기환** 박현태***

Abstract

The Chinese floricultural industry has been growing by an annual average increase of 16.3% during the past 20 years. Now the floricultural industry is brought up as export items.

Also China's floricultural industry is growing rapidly as the Chinese government is actively fostering the industry through the introduction of foreign capital and technology. Although the level of Chinese cultivation technology is under than Korea, China is expected to rise as a competitor in the export market.

Therefore, the Korean government needs to establish policy measures to overcome with Chinese competition in the export markets so as to allow for the continuous development of the Korean floricultural industry.

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| 1. 서론 | 4. 중국의 화훼 수출입과 한·중 교역 실태 |
| 2. 중국의 화훼 생산구조 | 5. 중국 화훼산업의 경쟁력 검토와 향후 대책 |
| 3. 중국의 화훼소비·유통 현황 | 6. 결론 |

1. 서론

중국에서 화훼는 전통적인 농업의 한 부

문이나 농업에서 차지하는 비중은 낮았다. 1990년대 들어 경제성장에 따른 소비 수준 향상과 생산·유통시스템의 근대화로 생산, 유통, 시장 등 화훼산업의 제 요소가 확충되면서 한 산업으로서의 기본 요소를 갖추어 나가고 있고 농업 부문에서의 비중도 커지고 있다.

최근 중국 정부의 적극적인 투자에 의해

* 선임연구위원

** 전문연구위원

*** 부연구위원

화훼 면적이 연평균 16.3%의 성장을 보이고 있으며, 화훼산업이 무역 자유화 시대의 유망 수출산업으로 등장하고 있다. 특히 중국은 WTO 가입을 앞두고 농업구조 조정을 추진하고 있으며, 채소, 과수, 화훼를 경쟁력 있는 성장부문으로 보고 투자를 강화하고 있다.

중국 화훼는 정부의 적극적인 육성정책과 함께 넓은 재배 면적, 값싼 노동력 등을 바탕으로 가격 면에서 상당한 경쟁력을 갖추고 있다. 그런데도 화훼업 종사자의 화훼산업에 대한 인식 부족, 전후방 산업 미비로 인한 화훼 산업구조의 불균형, 기술수준 저위 등 아직까지 품질 면에서는 경쟁력이 뒤쳐져 있다.

그러나 중국은 네덜란드, 일본, 미국 등 화훼 선진국의 자본과 기술을 적극 도입하고 있을 뿐만 아니라 향후 투자의사를 보이고 있는 국가도 계속 늘어나고 있다. 선진 화훼기술이 중국에 도입되면 조만간 중국화훼는 가격 경쟁력뿐만 아니라 품질 경쟁력도 갖출 것으로 보여진다. 이미 중국의 카네이션, 국화화 같은 절화품목은 싼 가격을 무기로 우리 시장에 진출하고 있고, 품질경쟁력까지 갖추게 될 경우 국제시장에서 우리의 경쟁국으로 부상할 가능성이 높다.

반면, 최근 중국도 국민소득이 증가함에 따라 화훼소비가 증가하고 있으나 현 단계에서 고품질의 화훼생산이 곤란해 일부 품목은 수입에 의존하고 있다. 이러한 중국의 소비시장을 우리의 틈새시장으로 겨냥할 경우 중국이 거대한 수출시장이 될 수도

있다.

따라서 이 연구의 목적은 수출시장에서 우리나라의 경쟁국으로 부상될 가능성이 큰 중국의 화훼산업 동향을 파악하고, 한·중간 화훼 경쟁력의 비교·분석과 발전가능성 검토를 통해 우리 화훼산업이 중국에 비해 우위에 설 수 있는 대안을 강구하는데 있다. 한·중간 경쟁력 검토를 통해 앞으로 동아시아 화훼시장에서의 우리 화훼산업의 위치를 파악하고 화훼산업 육성방향을 가늠할 수 있는 지표를 설정할 수 있을 것이다.

2. 중국의 화훼 생산구조

2.1. 화훼산업 구성 요소의 변화

중국의 화훼 면적은 중국 정부의 적극적인 투자에 의해 1979년 4,000ha에서 1999년 122,581ha로 연평균 16.3%의 성장을 보였다¹. 화훼 생산액도 같은 기간 1.5억 원에서 541.9억 원으로 약 360배가 증가해 연평균 28%의 성장을 보이고 있다. 화훼산업의 성장에 따라 화훼 시장, 화훼 판매상, 화훼전문기업이 증가하고 있으며, 화훼 농가는 1999년 404천호, 종사자는 1,197천명에 달

¹ 1997년 이전에는 중국 농업통계연감에도 화훼에 대한 통계가 없었으나 1998년부터 정부가 중국농업대학 관상원예부에 위탁해 통계제도를 확립한 후 공식 발표하고 있다. 현재 화훼통계는 農業部 種植司에서 주관하여 공포하고 있다 (高俊平·趙梁軍, “中國花卉科技二十年回顧與展望”, 『中國花卉科技二十年』, 科學出版社, 2000. p31).

표 1 중국 화훼산업 구성요소의 추이

	면적(ha)	생산액(억원)	화훼판매상(개소)	화훼시장(개소)	종사자수(천명)	농가수(천호)	화훼기업(개소)
1995	68,034	40.0	3,000	670	NA	NA	NA
1996	69,400	52.0	7,271	774	NA	NA	NA
1997	85,979	94.5	14,779	777	1,162	NA	3,000
1998	85,927	107.4	16,000	1,583	1,021	320.1	15,000
1999	122,581	541.9	NA	2,066	1,197	403.9	21,273

자료: 中國農業部 資料 및 中國農業出版社, 「中國農業統計資料」, 1996~99.

하고 있다(표 1). 그러나 호당 화훼 면적은 0.3ha에 불과하며, 호당 종사자 수가 3인으로 영세, 노동집약적 구조를 나타내고 있다.

화훼농가 중 기업형태로 발전한 생산조직은 1999년 현재 21,273개소로 전체 농가의 5.3%에 해당된다. 이중 생산규모가 3ha 혹은 연간 생산액이 500만 원 이상의 대중형기업은 1,470개소로 전체 기업농의 7%이다(표 2). 화훼기업은 유리온실, 양액재배 등 첨단기술을 도입하고 있으나 전문 인력이 부족한 실정이다².

표 2 중국의 화훼기업 현황

	기업(개)	대중형기업(개)	기술자(인)
1996	7,271	NA	NA
1997	NA	NA	NA
1998	6,759	1,272	30,547
1999	21,273	1,470	35,499

주: 자료에는 1998년 화훼기업이 67,918개로 발표되고 있어 통계상 문제가 있는 것으로 보임.

자료: 中國農業出版社, 「中國農業統計資料」, 1996~99.

2.2. 품목별 화훼 생산현황

1999년 중국의 화훼면적 중에서 종묘류가 차지하는 비중이 51%로 가장 높다. 이는 종묘류 중 관상묘목이 전체의 41.7%를 차지하고 있기 때문이다. 수출이 가능하고, 성장성이 있는 절화류는 전체 면적의 6.8%, 분화류는 12.8%에 불과하다(표 3).

화훼 재배면적 증가율이 가장 높은 품목은 식용·약용 화훼류(97.5% 증가)이고, 다음이 종묘류(68.4%)이다. 1999년 현재 1畝(200평)당 화훼 생산액은 29,440원이며, 대량 생산·소비되는 절화는 17,400원, 분화는 15,300원으로 종자·종묘 등 기타 화훼류보다 생산액이 낮다.

이러한 현상은 아직 중국의 화훼가 조정 중심이며, 대량 생산, 대량 소비가 가능한 절화, 분화로는 발전하지 못하고 있음을 나타낸다. 그러나 중국의 화훼 소비 패턴의 변화와 중국이 절화·분화를 수출산업으로 육성하려는 의지로 보아 절화류와 분화류의 성장 가능성은 높다.

주요 절화류의 생산 현황을 살펴보면(표 4), 1999년 재배면적 비중 면에서는 국화가 전체 절화류의 24%로 가장 높고, 장미 22.4%,

² 1999년 화훼 전문인력은 화훼 기업 당 1.7인에 불과하며, 전체 화훼업 종사자의 3%에 불과해 생산, 경영기술 기반이 미흡하다.

표 3 중국의 화훼생산·판매실적, 1998~99

		1998년				1999년			
		재배면적		판매액 (만원)	수출액 (만달러)	재배면적		판매액 (만원)	수출액 (만달러)
		ha	%			ha	%		
총 계		85,927.5	100.0	1,073,522.8	3,304.5	122,581.0	100.0	5,413,160.4	2,865.9
절화류	신선절화	6,312.3	7.4	147,844.3	1,416.2	6,917.8	5.7	138,907.7	68.0
	신선절엽	786.0	0.9	13,123.5	112.0	1,259.7	1.0	57,309.0	11.0
	건조화	73.3	0.1	1,957.0	-	130.7	0.1	3,892.7	-
	기타	12.6	0.0	2,693.7	7.97	13.6	0.0	16,939.7	259.5
	소계	7,184.3	8.4	165,618.6	1,536.2	8,321.8	6.8	217,049.1	338.5
분재식물	분화	5,039.6	5.9	96,100.2	140.2	8,083.1	6.6	185,776.5	38.5
	관엽식물	5,360.0	6.2	95,997.9	219.2	4,623.0	3.8	155,340.6	165.0
	분경	3,721.6	4.3	55,844.9	801.8	2,730.1	2.2	57,086.3	112.8
	기타	230.8	0.3	26,704.1	-	203.2	0.2	44,555.1	1,363.2
	소계	14,352.0	16.6	274,647.1	1,161.2	15,639.4	12.8	442,758.5	1,862.0
종묘류	관상용 묘목	36,017.4	41.3	469,875.3	269.4	51,104.1	41.7	4,234,477.8	508.8
	종묘용 화훼	1,636.8	1.9	14,271.1	-	9,554.0	7.8	90,717.8	-
	종구	869.6	1.0	15,677.3	100.0	920.0	0.7	15,686.9	100.0
	종자용 화훼	589.7	0.6	8,961.1	101.5	938.8	0.8	5,214.6	33.0
	소계	37,113.5	44.8	508,784.8	470.9	62,516.9	51.0	4,346,097.0	641.8
식용·약용 화훼		7,810.6	9.0	57,547.8	1.2	15,431.7	12.6	53,349.8	23.6
공업용 화훼		8,809.4	10.0	25,986.5	5.0	8,760.9	7.1	18,098.1	-
잔디		9,210.5	10.7	40,937.9	-	11,909.8	9.7	335,807.9	-
기타		505.6	0.6	-	130.0	0.5	0.0	-	-

자료: 中國農業部 資料 및 中國農業出版社, 「中國農業統計資料」, 1999, 2000.

표 4 중국의 주요 절화류 생산 및 판매 상황, 1998~99

		재배면적		판매량		판매액	
		ha	%	만송이	%	만원	%
1998	菊花(국화)	1,825.7	28.9	51,402.5	25.3	35,362.4	23.9
	月桂花(장미)	1,244.5	19.7	31,154.9	15.4	24,049.0	16.3
	香石竹(카네이션)	1,061.1	16.8	70,225.3	34.6	29,549.1	20.0
	唐菖蒲(글라디올라스)	685.9	10.9	17,777.4	8.8	8,750.9	5.9
	기타	1,495.1	23.7	32,377.0	15.9	50,132.9	33.9
	계	6,312.3	100.0	202,937.1	100.0	147,844.3	100.0
1999	菊花(국화)	1,664.7	24.0	39,216.3	14.5	20,106.2	14.5
	月桂花(장미)	1,547.4	22.4	55,709.7	20.5	33,972.8	24.5
	香石竹(카네이션)	1,270.3	18.4	108,670.5	40.0	21,961.9	15.8
	唐菖蒲(글라디올라스)	739.8	10.7	16,201.9	6.0	21,271.0	15.3
	기타	1,695.6	24.5	51,602.6	19.0	41,596.1	29.9
	계	6,917.8	100.0	271,401.0	100.0	138,908.0	100.0

자료: 中國農業部 資料 및 中國農業出版社, 「中國農業統計資料」, 1999, 2000.

표 5 중국의 화종별 시설재배 현황, 1998~99

		온실면적		절화면적		분화면적		기타	
		면적(ha)	%	면적(ha)	%	면적(ha)	%	면적(ha)	%
1998	가온온실	920.7 (87.5)	13.2 (1.3)	288.2 (48.6)	13.7 (2.3)	461.8 (21.8)	10.7 (0.5)	170.7 (17.0)	46.7 (4.7)
	일광온실	681.2	9.8	131.1	6.3	463.3	10.7	86.8	23.7
	비닐온실	2,440.7	35.1	1,526.3	73.0	858.8	19.8	55.6	15.2
	차광온실	2,746.7	39.5	146.5	7.0	2,547.6	58.8	52.7	14.4
	기타	168.9	2.4	-	-	-	-	-	-
	계	6,958.3	100.0	2,092.1	100.0	4,331.6	100.0	365.7	100.0
1999	가온온실	963.0 (72.7)	10.9 (0.8)	235.6 (41.0)	9.5 (1.6)	691.6 (29.4)	9.4 (0.5)	35.8 (2.3)	1.7 (0.0)
	일광온실	1,231.3	13.9	352.2	14.2	847.6	11.5	31.5	1.5
	비닐온실	3,265.1	36.9	1,320.3	53.1	1,767.1	23.9	177.7	8.4
	차광온실	2,700.8	30.5	342.4	13.8	2,291.0	31.0	67.4	3.2
	기타	691.9	7.8	237.6	9.5	1,797.4	24.3	1,797.4	85.2
	계	8,852.1	100.0	2,488.1	100.0	7,394.7	100.0	2,109.8	100.0

주: 1) ()내는 가열식 온실 중 수입온실이며, 기타 온실의 유형 및 용도는 확실치 않음.

2) 1999년 품목 면적은 실 재배면적으로 시설 면적 대비 토지이용률은 135.5%임.

자료: 「中國農業統計資料」, 中國農業出版社, 1999, 2000.

카네이션이 18.4%를 차지하고 있다. 특히 장미는 재배면적에서 차지하는 비중이 국화에 비해 낮음에도 불구하고 판매액 비중은 24.5%로 가장 높아 장미가 타 절화품목에 비해 상당히 고부가가치 작목임을 알 수 있다.

2.3. 화훼 시설화 현황

중국의 화훼 시설면적은 1998년 6,958ha에서 1999년에는 8,852ha로 27.2% 증가하였다. 1999년 가온 온실면적은 963ha로 전체 시설재배 면적의 10.9%이며, 가온 면적은 앞으로 증가할 전망이다. 그러나 시설재배율은 1999년 현재 7% 정도에 불과하며, 대부분 무가온 재배를 하고 있다.

1999년 중국의 화훼시설은 대형 비닐하우스 및 수입온실과 같은 현대화된 시설은

전체 시설면적의 10.9%에 불과하며, 무가온 일광온실³이 13.9%, 소형 비닐온실 36.9%, 비가림 정도의 차광온실이 30.5%를 차지하고 있다.

2.4. 화훼 주산지 동향

1999년 중국의 화훼 주산지 현황을 보면, 절화류의 경우 전체 재배면적에서 차지하는 비중이 광둥성과 운남성이 50% 이상으로 이 두 지역이 중국 절화의 최대 주산지

³ 일광하우스는 중국에서 가장 일반적인 온실로 북쪽 벽을 토담이나, 블럭으로 쌓고, 비닐을 덮은 무가온 온실이다. 길이는 20m가 일반형이며, 큰 것의 길이는 80m인 것도 있다. 국가에서 임대하며, 개인에게는 소형 4동까지 연간 600원에 임대하고 있다. 현재로서는 한국 시설에 비해 여건이 나쁘나 일광온실에서 수익을 얻은 농가는 보다 첨단적인 시설로 이행할 가능성이 높다.

표 6 중국 성시별 화훼 우점 순위, 1999

단위: %

	재 배 면 적	판 매 액
화훼전체	①산둥(15.8), ②절강(11.9), ③강소(11.4), ④광둥(10.7), ⑤광서(8.0)	①북건(57.7), ②상해(16.6), ③산둥(8.1), ④광둥(3.9), ⑤하북(2.0)
절 화	①광둥(29.2), ②운남(20.9), ③사천(10.4), ④북건(5.6), ⑤ 절강(3.7)	①절강(23.4), ②광둥(13.5), ③호북(13.8), ④운남(9.7), ⑤사천(6.5)
분 화	①광둥(30.6), ②키주(13.6) ③절강(10.3), ④강소(9.3), ⑤산둥(5.8)	①광둥(23.4), ②하북(14.4), ③키주(10.2), ④산둥(8.7), ⑤절강(5.7)
관상식물	①산둥(21.5), ②강소(16.7), ③절강(15.3), ④하남(9.8), ⑤사천(8.0)	①북건(71.2), ②상해(20.4), ③강소(1.4), ③광둥(1.4), ③하남(1.4)
종 자 류	①산둥(27.2), ②강소(14.1), ③광둥(8.0), ④사천(6.4), ⑤북건(6.3)	①산둥(84.0), ②광둥(4.2), ③북건(2.1), ④강소(1.5), ⑤절강(1.3)
식용·약용	①광서(35.9), ②사천(15.2), ③절강(11.7), ④북건(11.5), ⑤산둥(6.1)	①하북(26.3), ②강소(14.9), ③북건(11.6), ④사천(11.4), ⑤흑룡강(9.9)

주: ()안은 전국 대비 점유비율.
 자료: 「1999年 中國農業統計資料」, 中國農業出版社에서 작성.

표 7 중국의 전국 10대 화훼 성시(1998년 기준)

	생화	생엽	건화	분화	관엽 분재	조경 분재	관상 묘목	종묘	종구	종자	잔디	식·약·공업	종합 실력
부 문 점유비	13.77	1.22	0.18	8.95	9.84	5.20	43.76	1.30	1.46	0.83	0.81	7.78	100.0
광 동	0.228	0.153	-	0.293	0.411	0.511	0.078	0.020	-	-	0.115	-	16.16
상 해	0.037	0.040	-	0.086	0.012	0.043	0.184	0.341	0.078	-	0.020	-	10.35
절 강	0.080	0.341	0.044	0.042	0.032	0.110	0.123	0.209	0.128	0.060	0.072	0.108	9.73
사 천	0.113	0.013	0.021	0.079	0.195	0.042	0.073	0.032	0.024	0.272	0.030	0.200	9.39
북 건	0.072	0.092	0.069	0.071	0.029	0.078	0.107	0.039	0.439	0.036	0.065	0.137	9.15
강 소	0.018	0.012	-	0.104	0.069	0.029	0.101	0.020	0.016	0.093	0.108	0.070	7.46
하 남	0.002	0.002	-	0.019	0.011	0.016	0.099	0.027	0.020	0.078	0.234	0.117	6.64
운 남	0.287	0.009	0.068	0.018	0.185	0.010	0.001	0.206	0.075	0.024	0.010	-	6.32
산 동	0.012	-	-	0.039	0.047	0.017	0.076	0.001	0.001	0.005	0.240	0.104	6.07
하 남	0.018	0.031	0.035	0.076	0.044	0.013	0.039	0.001	0.003	0.010	-	0.080	3.77

주: 1) 비율란은 각종화훼 품목이 전체 화훼산업에서 차지하는 비중
 2) 종합실력은 각 성시가 전체 화훼업에서 차지하는 비중
 자료: 中國農業部 1999年, 中國花卉協會, 「中國花卉20年」, 科學出版社, 2000, p370.

이다. 분화류는 광둥성으로 재배면적의 30.6%를 차지하고 있다. 관상식물과 종자류의 주산지는 산둥성과 강소성으로 전체의 38~41%를 차지하고 있다(표 6).

중국 농업부에서 성시별 화훼 생산을 종합하여 발표한 1998년 화훼산업 종합능력

분석(1999년 농업부 내부 자료)결과, 절화(生花)와 분화(분화+관엽분재) 부문이 성장하고 있는 추세이기는 하나 아직은 관상묘목의 비중이 가장 크다. 성시별 종합능력 평가는 광둥성, 상해시, 절강성 등의 순이며, 절화 부문에서는 운남성, 광둥성의 비

중이 크다. 화훼생산 및 종합능력 분석 중 1~6위 합계가 62.2%, 1~10위의 합계가 85.0%를 차지하고 있어 화훼 주산지가 특정 성시에 집중되어 있음을 보여 주고 있다(표 7).

3. 중국의 화훼소비 · 유통 현황

3.1. 화훼 소비현황

중국의 화훼 소비 용도는 선물용, 식용, 약용, 가공용으로 구분되며 장식용 외에도 약용, 공업용 소비의 비중이 크다. 전통적으로 선호되는 절화가 있으나, 현재는 관상수류, 분화 · 분재류의 소비 비중이 크다⁴.

표 8 중국 화훼류 용도별 화종

	화 훼 명
1. 선물용	동백꽃(茶花), 자스민, 매화, 장미, 물푸레나무꽃(桂花), 야래향(夜來香), 진달래꽃(杜鵑花), 연꽃, 국화, 영춘화, 봉선화
2. 식 용	식용 방법 : 국화, 장미(두뇌 발육), 혜나무꽃, 국화랍, 황화채, 오화차 재배 우점 : 월계화, 혜나무꽃, 연꽃, 만향옥(晚香玉)
3. 약 용	월계화(부기), 국화(눈을 밝게), 연꽃(더위), 금은화(해열), 복숭아꽃(이뇨작용), 혜나무꽃(건위)
4. 향 료	정향화, 자스민, 백합, 인동초

자료: 중국농업무역관, 「농수산물유통정보」, 농산물유통공사, 2000. 9.

⁴ 중국의 전통적인 선호 화훼는 초본성 절화보다 목본류의 비중이 크다. 중국에서는 杜鵑(花中西施), 月季(花中皇后), 牡丹(花中之王), 梅花(花中君子), 荷花(花中仙子), 菊花(花中四君子之一), 養花(天下第一香), 桂花(九里飄香), 山茶(花中珍品), 水仙(凌波仙子)을 10대 명화로 지칭하고 있다.

소비 용도는 주로 선물용과 개인 가정용으로 많이 쓰이고 있는데, 그중 선물용이 80~90% 정도를 차지하고 개인 가정구입이 10~20%를 차지하고 있다⁵. 중국인들의 화훼류 주 소비시기는 10월에서 이듬해 2월까지로 이 시기의 판매액은 평소보다 2~3배가 높다. 주요 성수기는 구정, 봄축제, 노동절, 국경일, 발렌타인, 크리스마스 등이다.

화훼 선호색상은 전통적인 소비자와 보수적인 사람들은 행운을 상징하는 불꽃같은 적색과 청동금색, 밝은 노란색 및 옅은 지색을 선호하나, 일반 소비자들은 주로 환한 색과 빨간색, 자주색, 노란색 등 밝은 계통을 부귀색으로 인식하여 선호하고 있다. 최근에는 옅은 푸른색, 녹색, 핑크색과 같은 차가운 색상과 파스텔색, 회색 등 부드러운 색, 백색계통이 선호되고 있다.

중국은 1990년대 들어 경제성장에 따른 소비 수준 향상으로 화훼 구입 능력이 증가되고, 생산 · 유통시스템의 근대화로 공급이 수요확대에 대응하면서 대도시를 중심으로 화훼 소비는 급속히 증가하고 있다⁶. 특히 절화류 중 장미, 국화, 카네이션 등의 소비가 증가하고 있으며, 호텔, 정부조직 등 대형기관에서는 고품질 절화류 외에 고가의 실내 장식용 분화인 양란에 대

⁵ 고정희, 농수산물유통공사 2000년 5월22일~5월30일 중국 현지 조사 결과보고서.

⁶ 중국의 화훼소비는 산업화 · 자본주의화에 따른 고소득자 절대 수의 증가로 1997년 200백만본에서 1998년 1,200백만본으로 6배가 증가하였으며, 2000년까지 40억본의 소비확대를 목표로 하는 등 매년 30~40%씩 증가되고 있다.

한 수요가 점차 확대되고 있다⁷.

이와 같은 추세에 따라 장미, 백합 등 절화류 소비 비중은 앞으로 더욱 증가될 것이며, 심비디움, 팔레늄시스 등 고급 양란 소비 또한 증가될 전망이다. 양란과 선인장 등 분화류는 한국이 질적 경쟁력 우위에 있으므로 중국 화훼 소비에서 한국산 양란류 비중이 증가하고 있는 상황에서 전략적으로 육성해야 할 품목이다.

3.2. 화훼 유통현황

3.2.1. 화훼 시장

중국에서 화훼소비가 증가함에 따라 화훼 관련 기업이 증가하고 화훼 판매상은 1998년 현재 전국적으로 16,000개소인 것으로 발표되고 있다. 그러나 재래 시장의 화훼 판매상을 포함하고, 도매시장에서의 소매를 감안하면 중국인의 실제 화훼 구입처는 더 광범위할 것이다.

절화 소매점포는 대부분 북경, 상해 등 대도시에 집중되어 있는데 상해지역의 경우 화훼 판매상은 1,100여 개소에 달하며, 5,000개소에 달하는 가판점이 있다. 중국의 화훼도매시장 수는 1999년 현재 2,066개소로 지속적으로 확충되고 있다(표 1 참조). 유통 방법도 과거 직거래시장, 길거리 시장에서 전문 화훼유통시장의 건설이 증가하고 있으며, 유통기구의 정비가 진행되어 대도시에서 화훼전시·판매, 경매장 등을 구비한 현대적 대형 도매시장이 등장하고 있다.

표 9 중국의 주요 대형 화훼시장 현황(1998년 현재)

	시장수	대표적인 시장
운남성	3	斗南市場(생화), 尙義街市場(생화), 子君街市場(생화)
광둥성	2	順德陳村市場(관엽식물), 嶺南花卉市場(관엽·생화)
상해시	4	精文花卉市場(생화), 曹安市場, 永佳路市場(생화), 緣凱市場
사천성	2	省都三聖驛市場(생화), 省都新聞街市場
천진시	3	寶鶴道市場(생화), 農懇市場(생화), 北方市場(생화)
길림성	18	吉林天源市場
흑룡강성	2	哈爾濱陽光市場
요녕성	30	大連市 鮮切花總匯市場, 瀋陽北方花城市場, 茂順 勝春園
산서성	9	山西 大同北方花卉公司
광서성	1	南寧市 園林花卉公司
복건성	6	福州市 事臺江口市場
호북성	5	武漢花卉市場
하남성	3	鄭州市 花卉都賣市場
섬서성	2	西安紅葉花卉市場(분재)
귀주성	1	陽陰花鳥市場
강서성	15	남창 東湖區 花卉市場
강소성	69	江蘇 花木城
북경시	6	北京 萊太花卉市場(생화·분재), 北京 花卉貿易公司(생화), 北京 玉泉營花卉市場(생화·분재), 北京 西城花卉市場(생화·분재) 등

자료: 중국 농업부 발표.

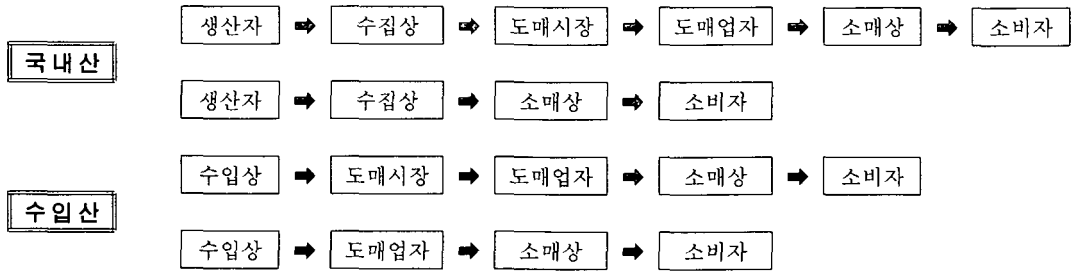
화훼시장 중 전국적으로 유명한 대형시장은 <표 9>와 같다.

3.2.2. 화훼류 유통경로와 최근 동향

화훼 유통경로는 일반 농산물과 거의 같으며, <그림 1>과 같은 경로가 일반적이다. 일부 화훼는 생산자나 수집상이 직접 소매상에게 유통시키는 경우도 있으며, 수입 화훼류의 경우 많은 수입상들이 도매업

⁷ 노태학, 「중국 화훼산업 현황과 수출확대방안」, 농산물유통공사, 1999. 3.

그림 1 중국의 화훼 유통경로



을 검하고 있다.

최근 북경, 상해 등 대도시 지역에 화훼의 고품위성에 적합한 현대화된 도매시장이 건립되는 동시에 규격화 등 전반적인 화훼류의 유통구조 개선이 활발히 이루어지고 있다⁸. 또한 화훼경매제도 도입 및 신선 절화류(장미, 국화, 백합, 카네이션, 물망초 등)와 분화류(진달래 등)에 대한 품질등급, 검사규칙, 포장, 표지, 운송과 저장 등 생산 판매과정에서의 품질책임 기준과 제품거래기준 설정 등이 진전되고 있다.

중국은 화훼유통의 원활화와 품질 개선을 위해 화훼 표준규격(花卉製品質量標準)을 제정하여 운용하고 있다⁹. 절화 품질규격은 화종별로 화형, 화색, 꽃의 가지수, 잎, 병충해, 손상 등 9개 항목의 기준에 따라 4개 등급으로 나누고, 절화의 품질검사 방법, 포장, 표지, 운송과 저장에 대해 명시

하고 있다. 이와 같이 품질규격을 제정한 것은 중국 화훼가 넓은 재배면적에 비해 제품의 질이 낮아 국제시장에 진입하지 못하고 있기 때문이다¹⁰.

4. 중국의 화훼 수출입과 한·중 교역 실태

4.1. 화훼류 수출입 현황

1984년 200만달러에 불과하던 화훼 수출액은 1990년대 이후 증가하는 추세를 보이고 있다. 1995년 2,700만달러에서 1996년 7,385만달러, 1997년에는 8,895만달러로 수출이 급신장하였으나, 1998년 이후 수출은 3,000만달러 수준에 머물고 있다. 중국은 분화류 등 전통화훼를 비롯한 국화, 장미 등 절화를 수출해 왔으며, 1999년 수출액 비중은 분화류 65%, 종묘류 22.4%로 1998년에 비해 절화류 비중이 감소하였다(표 10).

⁸ 楊春起, “影響花卉市場建設的主要因子分析”, 「中國花卉科技二十年」, 科學出版社, 2000.

⁹ 중국의 화훼 표준 규격은 화훼의 품질 등급, 검사 규칙, 포장 재료 규격, 표지 내용, 운송 도구와 환경, 저장기술 등의 내용을 규정하고 있으며 화훼 생산·도매·판매 등 각 부분에 의한 기준과 상품교역기준으로 나뉘어져 있다 (高俊平 외 2人, “中國花卉產品質量 and 產品質量標準的現狀分析”, 「中國花卉科技二十年」, 科學出版社, 2000. p344~347).

¹⁰ 중국 자체 평가에 의하면 재배면적으로는 네덜란드의 10배지만 생산액은 1/6, 수출액은 1/10에 불과하다. 화훼의 후발주자인 멕시코, 에콰도르는 재배면적이 중국의 1/10이지만 질이 높아 중국보다 수출액이 많다고 지적하고 있다(中國花卉科技二十年).

표 10 중국의 화훼류 수출 실적

단위: 만달러

		절화류	분화류	종묘류	식·약용	공업용	기 타	계
1998	금액	1,536.2	1,161.2	470.9	1.2	5.0	130.0	3,304.5
	비율	46.5	35.1	14.3	0.0	0.2	3.9	100.0
1999	금액	338.5	1,862.0	641.8	23.6	-	-	2,865.9
	비율	11.8	65.0	22.4	0.8	-	-	100.0

자료: 中華人民共和國農業部編, 「中國農業統計資料」, 1999·2000年, 中國農業出版社.

표 11 중국 주요 절화류의 수출 실적과 가격

	장미			국화			백합			난(생화, 분화)		
	수출액 (만\$)	단가(\$/송이)		수출액 (만\$)	단가(\$/송이)		수출액 (만\$)	단가(\$/송이)		수출액 (만\$)	단가(\$/송이)	
		국내	수출		국내	수출		국내	수출		국내	수출
1995	-	0.14	-	31.6	0.12	0.15	0	-	-	591.5	7.67	8.17
1996	18.2	0.11	0.14	144.6	0.10	0.14	0	-	-	657.8	7.43	8.62
1997	114.3	0.10	0.17	262.9	0.08	0.15	34.2	0.38	0.43	670.6	7.21	8.44
1998	184.4	0.10	0.17	533.2	0.09	0.15	76.8	0.35	0.43	701.3	7.17	8.53

자료: 중국 농업부 1999년, 농수산물유통공사 인터넷, 2000.

품목별 수출 실적은 절화류, 난분화는 1995년 이후에도 600만달러 수준 이상을 유지하고 있고 국화도 1998년 533만달러를 수출하고 있다. 절화 중 장미, 백합은 최근 수출이 시작된 품목으로 주로 해외에서 선진기술과 시설을 도입한 후에 수출이 가능해졌다. 수출 단가는 국내단가에 비해 장미·국화의 경우 60~70%, 백합은 20~30%, 동양란은 20% 정도 높다(표 11).

최근 들어 화훼무역 수지 적자가 확대되고 있는데, 이는 종자, 종묘, 종구 등의 수입과 소득 증가에 따른 고급 화훼류 수입이 증가했기 때문이다. 당분간 무역 적자는 계속될 것이나, 화훼산업이 본격적으로 수출산업 궤도에 진입하게 되면 화훼 무역은 흑자로 전환될 것으로 전망된다.

중국의 주요 수출품목은 절화류, 절지절엽, 실내장식용 분화 등이며, 주 수출 대상국은 일본, 미국 및 EU국가이다. 반면, 주 수입품목은 장식용 분화, 종구, 괴경 등으로 수입 대상국은 홍콩, 화란, 벨기에 및 룩셈부르크 등이다. 종구 및 괴경은 화란(97%)과 벨기에 및 룩셈부르크에서 수입되고 있다¹¹.

중국의 화훼수출은 전망이 밝음에도 불구하고 아직까지 여러 가지 문제점이 나타나고 있다. 첫째, 중국은 화훼를 신선 농산품으로 분류하지 않고 있어 유통과 수출에 지장을 초래하고 있다. 둘째, 화훼 수출시 여러차례 심사를 받아야 하며, 수속이 복잡

¹¹ 노태학, 「최근 중국의 화훼산업 현황과 수출 증대 방안」, 농수산물유통공사, 1999. 3.

표 12 대 중국 화훼 수출실적 추이

단위: 톤, 1,000달러

	1996		1997		1998		1999		2000	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
난 초	-	-	-	-	120	116	262	319	679	1,233
양 란	-	-	-	-	2	7	1,290	566	927	431
선 인 장	2	151	2	6	23	80	186	385	223	466
장 미	-	-	-	-	2	3	16	122	-	-
국 화	0	11	-	-	0	1	-	-	-	-
백 합	-	-	1	3	1	7	1	2	1	0
기 타	1	14	-	-	23	56	467	897	235	304
중국수출	3	176	3	9	171	270	2,222	2,291	2,083	2,434
전체수출	381	4,473	667	5,252	2,423	12,220	6,729	19,751	7,735	30,407

자료: www.kati.net.

하고 종묘 수입관리가 혼란스럽다. 셋째, 항공료가 비싸 수출 경쟁력이 뒤질 뿐만 아니라 생산업자들의 과당경쟁과 품질에 대한 감독, 통제 부족 등이 수출확대에 저해 요소가 되고 있다¹².

그러나 중국은 기후적으로 시설원예에 적합한 농지가 많으며 양질의 값싼 노동력, 정부의 지원 등을 바탕으로 지도체제가 불충분한 상태임에도 불구하고 단기간에 성장했으므로 이 수준까지 올라온 중국의 저력을 과소평가해서는 안될 것이다.

4.2. 우리나라의 대 중국 화훼 수출입

우리나라의 대 중국 화훼 수출은 1999년 이후 2백만 달러를 상회하고 있으며, 전체 화훼 수출액의 약 10%를 점하고 있다. 주 수출품목은 선인장과 난류로서 2000년에는 양란의 비중이 접목선인장보다 더 많았고, 앞으로 주력 수출품목이 될 전망이다(표 12).

장미, 백합, 국화 등 절화가 소량 수출된 적이 있으나, 가격 경쟁력이 낮아 수출이 지속되지 못했다. 그러나 중국의 소비시장이 크고, 운송거리가 가까운 수송비의 유리성, 한국 화훼에 대한 선호도 등 여러 가지 유리한 조건으로 인해 향후 확대될 가능성이 높다.

중국 화훼의 국내 수입은 1996년, 1997년에 2백만달러를 상회하던 것이 최근에는 90만달러 수준으로 낮아졌다. 주로 수입되는 품목은 난초로서 동양란 묘목과 성주였다. 1997년말 외환위기 이후 동양란 수입이 감소하면서 중국에서의 화훼수입은 감소추세로 전체 화훼 수입에서 중국수입의 비중은 1996년 8.3%에서 최근에는 5% 수준으로 낮아지고 있다(표 13).

동양란 이외 수입 품목은 장미, 국화, 카네이션 절화가 소량 수입되어 왔고, 최근 카네이션 수입이 증가하고 있다. 수입 장미와 카네이션은 중국 운남성에서 생산된 것으로 품질은 낮으나, 가격이 싸서 성수기에 수입되어 국내산에 피해를 주고 있다.

¹² 중국 화훼협회의 수출에 대한 검토 의견, 1999년 북경 농업무역관.

표 13 대 중국 화훼 수입실적 추이

단위: 톤, 1,000달러

	1996		1997		1998		1999		2000	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
난 초	107	2,366	78	1,839	23	272	91	886	70	650
양 란	-	-	1	12	-	-	-	-	-	-
장 미	-	-	7	13	6	2	5	6	0	1
국 화	2	34	9	29	-	-	0	1	7	11
카네이션	-	-	16	66	-	-	15	28	104	223
기 타	12	109	15	48	260	441	3	46	17	109
중국수입	121	2,509	126	2,007	289	715	114	967	198	994
전체수입	2,724	30,123	3,625	30,308	3,313	13,204	2,278	17,275	3,020	19,472

자료: www.kati.net.

중국은 외국자본과 외국산 화훼에 대한 소비자의 거부감도 적어 한국산 화훼 수출의 확대 가능성은 크다. 또한 중국 내의 화훼산업에 대한 적극적인 투자로 재배면적 및 생산량 확대와 소비자들의 관심이 높아져 화훼수요는 대폭적인 증가추세를 나타내고 있다. 그러나 가격 및 품질 등 전반적인 소비수준을 고려할 경우 우리나라 화훼가 중국 내에서 본격적으로 유통되기까지는 다소 시일이 걸릴 것으로 전망된다.

중국으로 수출이 확대될 수 있는 품목은 접목선인장, 양란류 중 심비디움이며, 절화류는 가격 경쟁력이 열위¹³여서 오히려 수입해야 할 상황이 다가올 수 있다. 그러나 절화류도 고급 재배기술이 필요한 품종을 선택해 고가 틈새시장을 공략한다면 수출이 확대될 가능성도 있다.

¹³ 한국 백합 수출단가(1999년)는 4\$/kg, 장미 7.6\$/kg로 가격경쟁력이 낮아 수출에 장애가 되고 있다. 1999년 국내에 수입된 중국산 장미의 평균가격은 1.2\$/kg로 한국 수출가의 1/6 수준이었다.

5. 중국 화훼산업의 경쟁력 검토와 향후 대책

5.1. 한·중간 화훼산업 비교

중국의 화훼면적은 122,581ha로 한국의 21배, 농가 수는 31배, 총 생산액은 13배로서 산업 자체의 규모는 중국이 월등히 크다. 그러나 시설화 비율은 한국이 더 높고, 호당 경영 규모도 한국이 크다(표 14).

화훼 총 생산액은 중국이 더 높으나 단위 면적당 생산성을 직접 비교하면 중국은 한국의 60% 수준이다. 중국의 주 생산 품목은 관상수, 분재 등 정원용 화훼 품목의 비중이 크고 대량 생산, 대량 소비되는 절화류의 비중은 낮다. 이 점에서도 한국 화훼산업에 비해 후진적인 요소를 가지고 있다. 상대국 수출 품목도 한국이 양란, 선인장 등 품종·종묘 관련 기술과 집약적인

표 14 한국과 중국의 화훼산업 구조 비교, 1999

	한 국 (A)	중 국 (B)	B/A(배)
화훼재배면적(ha)	5,824	122,581	21.0
시설재배면적(ha)	3,292	8,853	2.7
시설화 비율(%)	56.5	7.2	0.1
농가수(호)	12,994	403,931	31.1
호당 면적(ha)	0.45	0.30	0.7
총생산액(백만US\$)	497	6,540	13.2
ha당 생산액(천US\$)	85.4	53.4	0.6
주 생산 품목(면적%)	철화(41.0), 관상수(25.6) 분화(18.5)	관상수(41.7),분화류(12.8), 식·약용(12.6), 분화류(6.7)	-
총 수출액(천US\$)	19,751	28,659	1.4
수출액/생산액(%)	23.1	0.4	0.02
상대국수출액(천US\$)	대 중국 2,291	대 한국 994	0.4
상대국 수출 품목	양란, 선인장, 일부 철화	동양란,카네이션,장미,국화	-
주 생산 구조	시설재배, 가온재배	노지재배, 무가온재배	-
주 소비 성향(%)	선물용(59.6), 가정용(28.3)	선물용(90), 가정용(10)	-
유통 구조	일부 수의매매, 경매, 위탁	대부분 수의매매	-
금후 수출목표 시장	일본	일본, 한국	-

주: 1) 총생산액 및 ha당 생산액은 한국환율은 1\$=1,200원, 중국 환율은 1\$=8.2772元 적용.

2) 주 소비동향 중 한국은 1999년 한국농촌경제연구원 철화류 소비행태 조사결과임.

3) 유통구조에서 위탁판매는 철화류가 해당됨.

자료: 농림부, 「'99화훼재배현황」, 2000, 中國農業部, 「中國農業統計資料」, 2000.

시설이 필요한 자본·기술 집약품목인 반면, 중국은 현지 기후와 풍토를 이용한 토지 의존적인 품목이 주류이다.

화훼 소비 구조도 한국에 비해 가정용 소비 비중이 낮아 소비의 생활화가 미진한 상태이며, 유통 방법도 한국에 비해 수의매매가 많은 후진적 유통채널을 가지고 있다. 중국 화훼산업 장단점을 정리하면 <표 15>와 같다.

5.2. 한·중간 화훼 경쟁력 비교

중국 화훼산업은 빠른 속도로 발전하고 있을 뿐만 아니라 선진기술 수용속도도 빠르다. 특히 1990년대 들어 중국은 화훼산업을

수출산업으로 육성하고 있으며 일부 품목은 일본과 한국 시장으로 수출되었다. 2000년 5월 카네이션 성수기에 중국산이 123톤 수입되어 속당 2,000원이 넘는 도매가격이 500원까지 하락하여 시장을 교란한 바 있다¹⁴. 또한 장미도 2000년 12월에 수입되어 장미 가격이 하락되었다. 물론 중국 카네이션 품질은 한국산에 미치지 못하지만 가격 경쟁력은 월등히 높은 것으로 나타났다.

¹⁴ 중국 카네이션은 수입업체인 K농산이 1997년 4월 24일 6,500속을 수입해서 480속을 한국농가 이름으로 양재동 공판장에서 경매하려다 폐기된 바 있다. 현행 규정상 원산지를 표시하고 경매장에서 경매할 수 있으나 국산으로 둔갑하여 경매되기는 최초이다(연합신문 1997. 4.28).

표 15 중국 화훼산업의 장단점 종합

	강 점	취 약 점
생산경영조건	<ul style="list-style-type: none"> ○ 화훼적지가 많음 ○ 저지가·저노임으로 가격경쟁력 ○ 대규모 생산단지 조성 ○ 무가온 연중재배 가능 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대량생산 소비 품목 비중 낮음 ○ 재배시설의 후진성 ○ 품질경쟁력 저위, 국내수요 위주 생산체계 ○ 첨단 생산단지의 운용기술 부족 ○ 전문인력 부족
재배기술	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전통적 고유기술 보유 ○ 유전자원 풍부 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 첨단기술의 수용 미흡 ○ 화훼기술 및 농가기술 저위, 기술인력 부족 ○ 자원보호제도 미흡, 품종개발 미진 ○ 수출시장 적응 품종 부족
소 비	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고유 소비문화 보유 ○ 소득증가에 따른 소비증가 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비의 현대화 부족 ○ 가정용, 생활소비의 저위 ○ 저급품 소비 체제
유 통	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시장에 대한 투자 강화 ○ 화훼 규격화 시도 ○ 수출체제 정비 추진 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현대화 대규모 유통조직 부족 ○ 역내 신선 유통체계 미진 ○ 거래체제의 근대화 미진 ○ 표준화 미흡 ○ 규격 기준이 일부 품목 국한 ○ 관세체제의 복잡성, 미정비 ○ 수출물류 후진성, 수출 전문화 미진
화훼산업정책	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부차원의 수출산업 육성 정책 ○ 화훼산업 투자 지원 ○ 산학연 연대 기술투자 확대 ○ 외국인 투자 조장 ○ 지역별 특화단지 지정 및 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 장기 수출산업화 정책 미진 ○ 고유 수출품목·품종 부족 ○ 투자에 대한 타당성 검증 부족 ○ 사업자의 사업 운영능력 부족 ○ 화훼산업에 대한 맹목적 투자 ○ 전반적 연구개발 수준 저위 ○ 인력의 부족과 개발동기 미약 ○ 선진기술수용 미흡, 기술수용 취약 ○ 지역별 고유전략 및 투자검증 미흡

이처럼 중국 화훼는 가격 경쟁력은 있으나 아직 전반적인 품질 경쟁력이 낮은 것으로 자체 평가하고 있다. 그러나 품질 향상을 위한 기술향상, 화훼산업 기반시설 등이 구축되고 있어 중국의 성장 잠재력은 매우 크며, 조만간 우리나라의 경쟁국으로 부상될 가능성이 매우 클 것으로 전망된다.

5.2.1. 가격·품질 비교

중국의 화훼산업은 우리나라와 비교할 때 기술구조 및 생산여건에서 큰 차이가

있다. 현재 우리나라는 접목선인장, 호접란, 심비디움 등 고급 분화를 중국에 수출하고 있고, 절화류 중 카네이션과 장미가 소량 수입되고 있다.

양국에서 수출입이 이루어지는 대표적인 5품목의 경쟁력 비교 결과 가격 경쟁력에서 절화류는 이미 없고, 분화류는 비슷한 수준인 것으로 평가되었다. 반면, 품질 경쟁력은 일반 선인장과 호접란은 비슷한 수준이나 나머지 품목은 우위를 견지하고 있다(표 16).

표 16 우리나라 주요 화종의 대중국 경쟁력 평가

	대 중국 화훼 경쟁력		대 중국 수출입	비 고
	가 격	품 질		
카 네 이 션	*	***	수 입	성수기인 5월에 일부 수입
장 미	*	***	수 입	성수기인 졸업시점에 일부 수입
일 반 선 인 장	*	*	수 출	소량 수출
접 목 선 인 장	**	***	수 출	수출 확대 중
호 접 란	*	**	수 출	소량 수출
심 비 디 움	**	***	수 출	수출 확대 중

주: * 경쟁력 열위, ** 경쟁력 비수, *** 경쟁력 우위.

자료: 화훼 전문가 및 중국 수출 화훼기업 종사자 30인 평가결과.

5.2.2. 중국의 화훼 기술수준 발전 가능성

우리나라는 중국에 비해 화훼 관련 기술 수준이 높아 품질 경쟁력은 당분간 우위를 유지할 전망이나 중국이 화훼산업에 투자를 강화하고 있어 품질 경쟁력의 우위를 지킬 수 있는 기간이 어느 정도인지 알 필요가 있다.

중국의 화훼 품질 경쟁력에 대한 전문가 조사결과를 토대로 중국 화훼가 한국산 화훼와의 질적 경쟁력을 갖추는데 필요한 연수를 평가하였다. 중국의 화훼기술 수준은 카네이션의 경우 3년 이내에, 장미는 3~5년 이내에 우리 기술 수준에 달할 것으로 평가되었다. 분화류 중 접목 선인장은 5년 이내에, 심비디움은 7년 정도가 걸릴 것으로 평가되었다(표 17).

그러나 화란 등 화훼 선진국에서 중국에 집중 투자할 경우 연도는 당겨질 수 있고, 투자가 왕성한 곧명 등 조건이 유리한 지

역부터 경쟁력은 발생할 것이다. 중국 전체의 평균적인 기술 발전 속도는 조사자 중 가장 시기를 길게 본 전문가 의견이 타당할 것이다.

화훼의 경쟁력은 기술 수준, 적지 여부, 노동력의 질·가격으로 나타나는데 우선 중국은 천연적 조건이 양호하다. 노동력의 양·질도 양호해서 생산비가 낮아 기술은 오히려 후차적 문제로 보는 전문가도 있다. 기술은 도입이 가능하기 때문이다. 그러나 현재 중국이 우리 기술을 따라 오려면 품종, 종묘, 재배기술, 시설에 대한 집약적 투자가 이루어져야 하나 현재로서는 어렵다.

중국에 비해 가격 경쟁력이 불리한 여건에서 품질 경쟁력을 유지하기 위해서 품종, 종묘 생산 등 우리 자체 기술을 지켜야 한다. 선인장의 경우 품종 보유가 강력한 경쟁력이나, 일부 농가와 기업이 종묘를 중국에 무분별하게 유출하고 있어 경쟁력을 약

표 17 중국 화훼 기술 수준의 발전 가능성

	중국의 품질경쟁력이 한국과 동등해 지는 시기										
	~1	2	3	4	5	6	7	8	9	10년	계
카내이션(노지)	48.3	31.0	13.8	3.4	3.4	-	-	-	-	-	100.0
장미(시설)	3.1	28.1	21.9	18.8	21.9	3.1	3.1	-	-	-	100.0
접목선인장	2.4	17.1	29.3	12.2	22.0	7.3	4.9	2.4	-	2.4	100.0
양란(심비디움)	4.2	4.2	12.5	14.6	22.9	20.8	10.4	2.1	4.2	4.2	100.0

주: 1) 화훼 전문가의 30인의 조사 결과로 복수 연도 응답.

2) 양란의 경우 조직배양을 포함한 연수이며, 접목선인장은 양질 품종 보유까지 감안한 기간임.

3) 중국 전체의 품질향상과 기술발전이 아니라 일부 지역의 생산물이 시장에서(한국, 일본 등 수출시장) 한국산과 대등한 경쟁력을 갖추게 될 시기.

자료: 화훼 전문가 및 중국 수출 화훼기업 종사자 30인 평가결과.

화시키는 요인이 되고 있다.

5.3. 화훼산업의 대 중국 경쟁력 강화 방향

향후 중국화훼가 일본시장에서 우리의 경쟁자로 등장하게 될 가능성이 크므로 국내 화훼산업을 보호하고 수출산업으로 육성하기 위해서는 다각적인 대책이 마련되어야 한다.

첫째, 품종보호와 품종개발을 촉진해야 한다. 즉 우리 품종의 유출 통제와 지적재산권에 대한 보장이 있어야 한다. 선인장의 경우 농가가 직접 품종을 개발하고 있지만 사후관리와 지원이 부족하다. 품종개발에 대한 품종육성권리를 취득하는데 2년¹⁵ 이상이 걸리고 절차가 복잡한 반면, 선인장의 품종 수명 주기가 3년으로 개발의 순편익이 적다.

¹⁵ 특정 품종이 보호를 받기 위해서는 육종권자가 해당 품종에 대해 품종보호 출원을 한 후 서류심사와 2년 정도의 재배시험을 거치는 품종보호권 등록 절차를 거쳐야 한다. 우리나라에서는 품종보호 대상 작물을 지정하고 있으나, 작물 지정이 품종보호권 부여는 아니다.

둘째, 수입화훼의 유통을 파악하고, 소비자 보호를 위해 수입 화훼류의 원산지 표시제가 강화되어야 한다. 또한 밀수입화훼에¹⁶ 대한 규제 강화, 탄력관세의 효율적 적용 및 국내 농가를 보호하는 관세제도를 활용하여야 한다.

셋째, 중국에 진출한 세계적 화훼기업의 아시아 공략 전략기지 설정에 대비하여 중국 현지에 재배농장 설치를 강화해야 한다. 해외 화훼농장 진출로 기술이 유출되는 면은 있으나 시장 배분, 경쟁과 상호보완이라는 면에서 현지 진출은 바람직하며, 기술전수시 시설, 종묘 수출 등 파급효과가 크다.

넷째, 고급기술 수용 생산체제로 화훼의 품질 경쟁력을 유지해야 한다. 중국화훼와는 품질로 경쟁해야 하며 신기술, 신품종을

¹⁶ 2001년 3월 현재 전국에서 유통되는 국화의 상당 부분이 중국산 밀수품인 것으로 밝혀졌다. 국립 식물검역소검사 확인에 의하면 2001년 국화 수입량은 일본산 국화 53kg 뿐이며, 전량 소독되어 통관되었다. 밀수입 국화는 국산보다 속당 도매가격이 5,000원 이상 저렴할 뿐만 아니라 총채벌레까지 발견되어 농가의 피해가 우려되고 있다(농수축산신문 2001.3.26).

신속히 생산 현장에 수용해 대 중국 품질 우위를 견지해야 한다. 화훼의 품질 경쟁력은 재배기술, 우량 품종 뿐 아니라, 생산 후 유통기술에서 나오므로 선별·포장 기술을 국제 수준으로 향상시켜야 한다.

다섯째, 화훼수출 확대를 위해서는 중국의 주요 생산 및 소비지역에 대한 정기적인 시장조사를 실시하고, 수출경로 및 검역절차, 지역별 수출 유망품목 탐색 등의 노력을 기울일 필요가 있다. 이를 바탕으로 중국 대륙으로의 직접 수출과 홍콩 경유 등 수출선의 다각화를 추진해야 할 것이다.

여섯째, 계획적인 생산·출하를 위한 판매장을 설치해야 한다. 즉 중국에 재배시설과 판매장을 설치하고, 중간묘를 수출하여 현지재배 후 완제품을 출하함으로써 부가가치를 제고시켜야 한다. 뿐만 아니라 저장이 가능토록 하며, 판매 잔량을 현지 시설에서 보관·재배하여 재고 부담을 감소시켜야 할 것이다.

마지막으로 내수 기반의 강화가 선행되어야 한다. 이를 위해 화훼 소비에 대한 규제를 지양하고 소비의 생활화를 위한 홍보가 필요하다. 또한 화훼 수출에서 중국과 경쟁하기 위해서는 원가 절감으로 국내가격을 인하하고 농가의 경영 안정을 위한 대책이 있어야 한다.

6. 결 론

중국의 화훼산업은 수출산업으로 육성하

려는 정부의 정책의지와 값싼 노동력, 광활한 재배면적을 바탕으로 지속적으로 성장하고 있다. 또한 최근 소득증가에 따른 화훼소비 확대로 내수가 증가하여 생산증가에 대응한 소비기반도 구축되고 있으며, 선진 해외자본의 유입이 활발해지는 등 중국 화훼산업의 성장 잠재력이 커지고 있다.

이러한 요인을 바탕으로 중국 화훼의 가격 경쟁력은 상당히 높아 향후 국제시장에서 우리의 경쟁국으로 부상될 전망이다. 그러나 아직까지 재배기술 낙후로 중국 화훼의 품질 경쟁력은 가격에 비해 열위에 있으며, 늘어나고 있는 고품위 화훼에 대한 요구에 부응하지 못하고 있는 실정이다.

품질 경쟁력은 일시에 이루어지는 것이 아니라 기술·자본을 기반으로 하기 때문에 중국이 고품질 화훼 생산체제를 갖추기까지 어느 정도 시간이 소요될 것으로 판단된다. 따라서 이 기간 동안 우리나라 화훼 경쟁력을 제고시킬 시간은 충분하므로 앞서 제시한 경쟁력 강화방안을 토대로 화훼산업을 육성한다면, 수출시장에서 중국과의 경쟁에 우위를 점할 수 있을 것이다. 더욱이 중국의 화훼소비가 급증하면서 심비디움을 비롯한 양란류 등과 같은 우리나라의 고품위 화훼를 중국에 지속적으로 수출할 가능성도 크다.

화훼는 국제적으로도 고부가가치 산업으로 인식되어 국가마다 성장산업으로 육성 중에 있다. 특히 우리나라 화훼는 경제위기 이후 수출이 급속도로 증가하는 등 원예작물 중 수출효자 품목으로 자리잡고 있다. 화훼수출을 지속적으로 확대하고 농가경영

을 안정시키기 위해서는 다양한 정책적 지원이 필요하며, 아울러 수출시장에서 우리의 경쟁국으로 부상될 가능성이 큰 중국 화훼에 대한 정확한 진단이 어느 때보다 중요하다.

참 고 문 헌

- KATI정보 182호. 「중국 화훼산업의 현황과 대책」. 농수산물유통공사.
- KATI정보 197호. 「대중국 농산물 수출여건 조사결과-양란」. 농수산물유통공사.
- KATI정보 198호. 「대중국 농산물 수출여건 조사결과-선인장」. 농수산물유통공사.
- 고정희. 2000. 8. “중국시장정보-양란.” 「농산물 무역정보」. 농수산물유통공사.
- _____. 농수산물유통공사 2000년 5월22일~5월30일 중국 현지 조사 결과보고서.
- 高俊平, 姜偉賢. 2000. 「中國花卉科技二十年」. 科學出版社.
- 과학원예. 1999. 10. 「중국의 화훼산업 현황」. 과학원예사.
- 今西英雄. 1999. “中國の花き事情.” 「花き情報」. 2號, 日本花卉普及センター.
- 노태학. 1999. 「최근 중국 화훼산업 현황과 수출증대 방안」. 농수산물유통공사.
- 농림부. 2000. 6. 「1999 화훼재배현황」.
- 일본 농림성. <http://maff.go.jp/soshiki/990205>, 「中國の花卉産業の現状」.
- _____. <http://maff.go.jp/soshiki/9970620>, 「中國における花卉生産の擴大」.
- 일본 농림성 인터넷, <http://maff.go.jp/soshiki/9991125>, 「成長する中國花卉産業」.
- 중국농업무역관. 2000. 9. 「농수산물유통정보」. 농수산물유통공사.
- 中國農業出版社. 1999. 「1998年 中國農業統計資料」.
- 中國農業出版社. 2000. 「1999年 中國農業統計資料」.