

8
2020

월간 중국농업 브리프



농정 이슈
중국의 농업 브랜드 발전 현황과 전망 1

가격 동향
농산물 도매시장가격 16
소비자물가 18

무역 동향
대 세계 농산물 수출입 19
대 세계 식량 수출입 21
대 한국 농산물 수출입 24

농정 이슈

◆ 중국의 농업 브랜드 발전 현황과 전망¹⁾

1. 중국 농업 브랜드 구축 배경과 의의

□ 당 중앙과 국무원, 농업 브랜드 구축 중시

- 과거 40년 동안 중국 경제는 빠르게 발전해 왔는데 이제 경제 발전도 품질 중심 단계에 도달하였음. 이에 최근 몇 년간 중국 농업 분야에서 품질을 계속 강조하고 있고 중국 정부도 농업 브랜드 사업을 대대적으로 지원하고 있음.
- 중국공산당 제18차 전국대표대회(十八大) 이후 당 중앙과 국무원은 농업 브랜드 구축에 주목하기 시작함.
 - 시진핑 총서기는 브랜드를 통해 제품 품질에 대한 국민의 신뢰도를 높이고, 지역 ‘특색’을 반영한 산업 발전에 심혈을 기울일 것을 강조함.
 - 특색 있는 농업 육성을 가속화하고, 고품질의 인정받는 농업의 ‘금자초패(金字招牌: 명성과 신용이 있는 상호)’를 구축하도록 지시함.
- 중앙 1호 문건은 수년 연속 농업 브랜드 구축을 주요 사안으로 삼음.
 - 2019년도 중앙 1호 문건은 “특색 있는 농산물 품질 표준체계를 구축하고, 농산물의 지리적 표시와 상표 보호를 강화, ‘향토 브랜드(土字号)’와 ‘향촌 브랜드(乡字号)’ 특산품 브랜드 구축”을 강조함.

□ 농촌진흥전략 시행, 브랜드 구축의 중요성 부각

- 농촌진흥전략은 제19차 전국대표대회(十九大)에서 내린 중대한 전략적 결정이자 새로운 시대의 ‘3농(三农)’ 사업의 총체적 실천임.

1) 이 자료는 한국농촌경제연구원 중국사무소가 주최한 “제22회 한중농업포럼”(2020.9.16.)의 주제발표 내용을 보완하여 재정리한 것임.

- 브랜드는 농업 경쟁력의 핵심 지표로서 현대 농업의 중요한 엔진이자 농촌 진흥전략의 중요한 버팀목임.
- “품질로 농업을 진흥하고, 브랜드로 농업의 역량을 강화한다.” 이는 농업의 경쟁력 향상과 농촌 진흥의 실현을 위한 전략적 선택이 되었음.

□ 농업 브랜드 구축 발전 가속화, 성과 가시화

- 국무원 및 관련 부처의 견인으로 농업 브랜드 구축은 이미 광범위한 공감대를 형성하여, 농업 브랜드 정책체계가 점차 완비되었고 발전 기반도 나날이 견고해지고 있음.
- 각급 정부, 각종 시장 주체의 능동적인 노력 덕분에 현재 전국적으로 확대 추진, 다양한 혁신, 전면적 성과를 거두는 농업 브랜드 발전 구도가 형성됨.

□ 농업 브랜드 구축 의의

- 국민의 아름다운 삶을 만족시키는 중요한 조치
 - 농업 브랜드 구축 및 발전은 사회가 발전이 일정 수준에 도달한 때의 결과물임.
 - 국민의 고품질 농산물에 대한 수요가 점점 증가하고 있음.
- 농촌진흥전략을 추진하는 중요한 엔진
- 농업의 고품질 발전을 추진하는 주요 포인트
 - 중국 농업 생산의 측면에서 투입을 따지지 않고 생산만을 추구하는 시대는 이미 지났으며 저 투입으로 농산물의 고품질을 중시하는 시기에 진입함.
- 빈곤 퇴치 공약을 지원하는 중요한 원동력
 - 중국 특색 농산물은 대부분 중서부(中西部) 같은 빈곤지역에 집중되고 있어서, 농업 브랜드는 빈곤지역 농민들의 빈곤 탈피를 위한 주요 수단임.
- 중국 농업 경쟁력을 높이는 중요한 경로
 - 태국 방콕에서 일본산 사과를 개당 150위안에 판매하고 있었는데, 중국에서 가장 품질 좋은 사과는 킬로그램 당 15위안에 판매되고 있음.

- 중국 정부는 농산물 수출에서 더 이상 수량을 중시하지 않고 브랜드를 발전을 통해 고급 브랜드를 육성함.

○ 중국의 문화 자신감을 드러내는 중요한 매개체

- 유럽 등 국가의 대농장과 비교하면, 중국 농업은 역사가 더 오래되고 지역이 더 넓어서 농경 문화가 더 특별함.
- 중국 특색을 지닌 농산물이 많으며 이렇게 산재해 있는 자원들을 농업 브랜드를 통해 세계적으로 알림.

2. 중국 농업 브랜드 구축 현황

□ 업무 메커니즘 수립, 지속적인 정책체계 정비

○ 농업농촌부 주도하에 최근 5년간 구축한 중국 농업 브랜드 정책체계 발전 현황은 다음과 같이 수립하였음.

- 2016년 중국 《브랜드의 견인 역할을 통한 수급 구조 업그레이드 추진에 관한 의견》을 제시하였음.
- 2017년 중국의 농업 브랜드 추진의 해이고, 브랜드의 날(5월 10일을 ‘중국브랜드의 날(中國品牌日)’로 지정)도 확정하였음.
- 2018년 《농업농촌부의 브랜드 강농(강농) 추진 강화에 관한 의견》을 내놓았음. 농업 브랜드를 발전에 따라 브랜드 난립과 허위 브랜드 등 현상이 나타났음.
- 2019년 중국 농업 브랜드 목록제도 구축에 대한 지도와 추진 사업을 진행하였음.
- 2020년 제1계 중국 농업 브랜드 발전 정책 세미나를 개최하고, 그리고 《2020 중국 농업 브랜드 발전 보고(中國農業品牌發展報告(2020))》를 발간하였음. 현재 정부는 지역 브랜드 구축을 통한 지역 산업 활성화를 추진하고 있음.

□ 계획의 견인효과 부각, 특색 산업의 발전 촉진

○ 전국 각지에서 ‘브랜드 하나를 구축하여 산업을 활성화하고 농민의 삶을 부유하게 만든다’는 이념으로 지역의 특색 농업을 대대적으로 발전시키고 강점을 강화함.

○ 유명 지역 공공브랜드, 기업 브랜드 및 농산물 브랜드가 대거 등장함.

- 뤼쑤안(洛川)사과, 우창(五常) 쌀, 신샹(新乡) 밀, 염치탄(盐池滩) 양고기, 다롄(大连) 해삼, 쉰강(潜江) 룡샤(龙虾: 닭새우류) 등이 있음.

○ 국제적으로 볼 때 공공브랜드, 기업 브랜드 및 농산물 브랜드는 하나의 지리적 표시로 볼 수 있음.

○ 2020년 9월 15일, 중국과 유럽이 중요한 자유무역 협정을 체결하였는데, 그것은 바로 지리적 표시제에 관한 협정임.

- 현재 상호 간 100가지 지리적 표시를 인증하고, 나중에 175가지를 지리적 표시를 인증할 예정임.
- 모든 국가가 다 지리적인 표시를 인증하지는 않음. 미국과 다른 신대륙국가들이 지리적인 표시를 인증하지 않음.
- 지리적인 표시를 통해 소비자의 브랜드 신뢰도를 높일 수 있고 소비도 촉진할 수 있음.



□ 확고한 기반 구축, 브랜드 발전의 잠재력 축적

○ 농업단지 설립 강화, 특색 농산물 우위지역 승인 건수 누계 229개, 국가 현대화 농산업단지 114개 설립, 산업 강진(强镇) 552개 구축, 국가 농업 녹색발전 시범지구 81곳 신규 승인

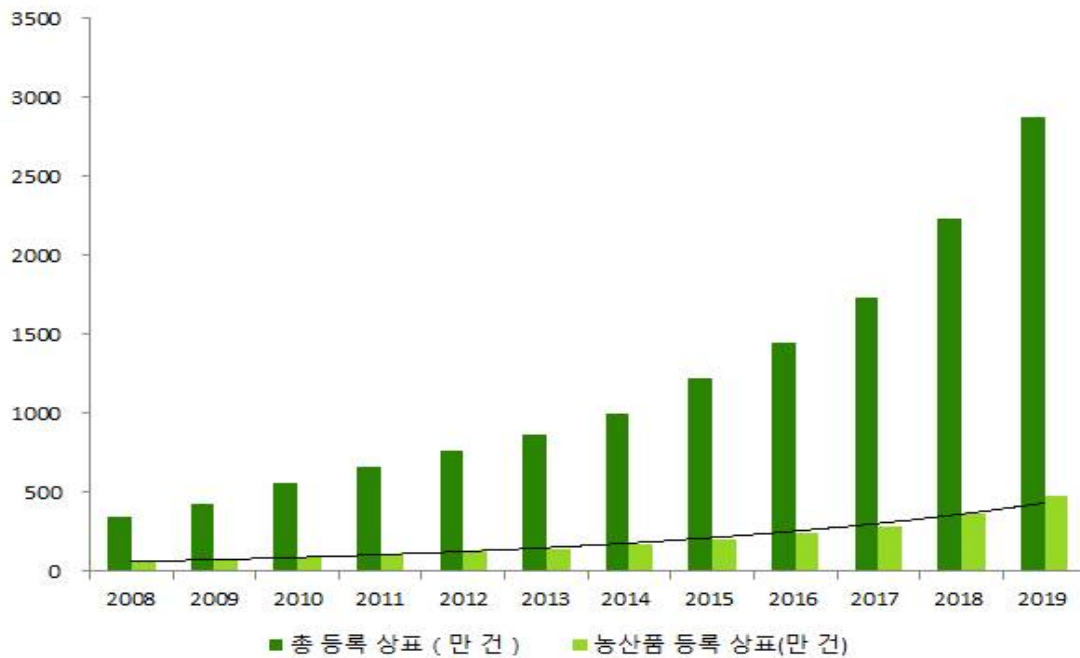
- 아래 그림에서 중국 전체 브랜드 건수와 농산물 브랜드 건수임. 브랜드의 기초는 상표임.

○ 품질인증을 강화하였음.

- 2019년 친환경, 유기농과 지리적 표시 농산물 4.3만 개

○ 품질 관리 감독 강화

- 2019년 농산물 품질 안전 모니터링 합격률 97.4% 달성



□ 마케팅 홍보의 혁신, 브랜드 영향력 현저히 확대

- 농업농촌부는 시장수요를 중심으로 각 주체의 적극적인 참여를 장려 및 지원하고, 마케팅 방식과 수단을 끊임없이 혁신하여 전 사회적으로 ‘브랜드 홍보, 브랜드 지원, 브랜드 발전, 브랜드 보호’라는 양호한 분위기를 조성하였고, 그 결과 농업 브랜드의 영향력이 현저히 확대되었음.
 - 전시판매 플랫폼을 통한 브랜드 홍보
 - 도매시장을 토대로 브랜드 육성
 - 정보기술을 이용한 브랜드 확장
 - 언론을 통한 브랜드 소개
- 최근 몇 년간 중국의 실정이 맞은 농업 브랜드를 육성에 대한 고민을 많이 하고 있음. 예를 들어, 전시회나 도매시장 등을 통해 브랜드에 대한 인식을 제고시키기 위한 많은 노력을 기울이고 있음.
 - 올해의 경우 온라인, 전가 상거래와 중계방송 등 판매 수단을 통해 브랜드 홍보를 위한 새로운 동력을 가져다주었음.

3. 중국 농업 브랜드 발전의 문제점

□ 브랜드 발전상의 문제점

○ 브랜드 구축에 대한 인식 오류

- 일부 지역은 브랜드 구축의 기본 이론과 방법에 관한 연구 부족, 브랜드 구축에 대한 규율 인식의 부족, 실천 경험의 부족 등으로 농업 브랜드 구축 과정에서 어려움을 겪거나 인식 오류에 빠지기도 함.
- 일부 지역은 농업 브랜드 구축 과정에서 ‘평가를 중요시하고 육성을 간과’하거나, ‘형식을 중요시하고 기초를 간과하는’ 잘못된 사고와 경향이 나타났음.
- 장기적 효과를 추구하기 위한 기반과 메커니즘의 부재 등 문제점이 존재함.

○ 브랜드 구축 기반 강화 필요

- 타 농업 브랜드 강국과 비교해 볼 때, 중국은 농업 브랜드 구축 기반이 충분히 다져지지 않았고 농업 생산의 조직화 수준이 높지 않으며, 산업의 발전을 지탱하는 기술 혁신도 취약한 편임.
- 신선 농산물의 등급과 레벨 분류, 보관 및 신선도 유지, 가공 포장, 콜드체인 물류 시설이 아직 많이 마련되지 않았고 농산물의 생산, 가공, 유통과 품질 안전 등 표준이 미비하며, 각 표준 항목 간에 긴밀한 연결성이 부족함.

○ 브랜드 구축 주체의 역량 미약

- 소규모 농가는 중국의 농업 생산경영에 있어 중요한 조직 형태이나 농업 브랜드 구축의 참여도가 낮음.
- 농업의 선도기업과 농민전문협동조합 등 신행 농업 생산경영 주체가 농업 브랜드 구축 과정에서 중요한 역할을 하고 있으나 자체적인 브랜드 구축 능력이 부족하며, 소규모 농가를 농업 브랜드 구축에 참여하도록 독려하는 역할도 충분한 효과를 거두지 못함.

○ 브랜드 보호 의식과 능력 부족

- 현재의 농업 브랜드 구축은 ‘창작만 중요시하고 보호는 경시’하거나, ‘마케팅은 중요시하고 관리하는 간과’하는 문제가 존재함.
- 농업 브랜드 주체는 브랜드 구축과 이미지 형성에 중점을 두다 보니 오히려 브랜드 보호 의식 부족, 보호 능력 미비, 보호 메커니즘의 부재 등 문제가 존재함.

- 과거에는 농업 브랜드를 급속히 구축하였는데, 그 후에 어떻게 보호해야 할지를 몰랐기 때문에 상표 강탈행위, 상표권 침해행위 및 타인 상표 불법 사용 등 문제가 발생함.

○ 브랜드 영향력 제고 필요

- 전반적으로 보면 중국의 농업 브랜드는 여전히 제품은 다양하나 브랜드가 적고, 일반적인 브랜드가 대부분으로 유명 브랜드가 적고, 지역 브랜드는 많으나 글로벌 브랜드는 적은 상상에 처해 있음.
- 중국의 식량, 채소, 과일, 육류, 수산물의 생산량은 모두 세계 1위이나 수많은 특색 농산물이 우수한 품질에도 불구하고 홍보를 제대로 하지 않아 많은 소비자가 잘 모르고 있으며, 글로벌 경쟁에서도 비교열위에 있음.

4. 중국 농업 브랜드 정책 및 시행

□ 농업 브랜드 정책

- 2017년 시 총서기의 요청으로 중국에서 국가 브랜드 날이 제정되었음. 즉, 매년 5월 10일이 중국 브랜드의 날임.
- 2017년, 한창푸(韩长赋) 농업농촌부 부장은 전국 농업 브랜드 추진대회에서 농업 브랜드 구축은 전면적 전략사업으로 브랜드를 통해 농업 전체 산업사슬을 커버하고, 농업 품질과 효율성의 전반적 향상을 촉진해야 한다고 강조함. 이는 농업 브랜드 구축 추진 및 혁신을 위한 방향을 제시한 것임.

□ 단지 조성 정책 추진, 농업 브랜드 기반 구축

- 2017년, 특색 농산물 강점지역 설립 승인제도를 시행하기 시작함.
- ‘하나의 강점 지역을 통해 하나의 지역 공공 브랜드 구축’을 강조하고, 지역별 지역적 특색이 뚜렷하고 시장 경쟁력이 강한 특색 농업 브랜드를 구축하도록 장려함.
- 현대화 농산업단지, 농산업 강진(强镇), 특색산업 클러스터 등 정책에서 모두 브랜드 구축을 중요 과제로 명시했으며 브랜드 육성 강화, 농업의 녹색화·양질화·특색화·브랜드화 추진, ‘향촌 브랜드(乡字号)’와 ‘향토 브랜드(土字号)’ 구축 등 농업 브랜드 기반 구축을 위해 힘쓰고 있음.



□ 농산물 가공 지원 정책체계 정비, 상품의 부가가치 제고

- 2018년, 농업농촌부 등 15개 부처가 농산물 정밀 가공 및 고품질 발전을 위한 정책 조치를 공동 발표하였음.
- 농산물 가공업의 업그레이드 계획을 시행하고, 브랜드 구축을 중점 과제로 승격시켜 일련의 광범위한 영향력과 장기적인 생명력을 갖춘 국내 유명 농업 가공 브랜드를 만들 계획임.



当前位置: 首页 > 公开

索引号: 078150303201801730

信息所属单位: 农产品加工业

信息名称:

生效日期: 2018年12月25日

农业农村部等15部门关于促进农产品精深加工高质量发展若干政策措施的通知

文 号: 农产发【2018】3号

发布日期: 2018年12月29日

内容概述:

为深入贯彻落实党的十九大精神,实施乡村振兴战略,根据2018年中央1号文件提出的“实施农产品加工业提升行动”要求和国务院领导批示精神,农业农村部等15部门联合制定促进农产品精深加工高质量发展若干政策措施。

农业农村部等15部门关于促进农产品精深加工高质量发展若干政策措施的通知

□ 신형 경영 주체 육성 가속화, 브랜드 주체 실력 향상

- 2019년, 농업농촌부와 재정부가 공동 발표한 <신형 농업 경영 주체 육성 지원에 관한 통지>에서 중앙재정은 농민협동조합 규범화 향상과 가족 농장 육성 계획을 지원한다고 명시함.
- 구체적인 요지는 농민협동조합, 가정농장, 농업 산업화 공동체 등 신형 농업 경영 주체의 비교우위 특색 농업 육성 촉진과 친환경 고품질의 특색 농산물 브랜드 구축 강화 등을 지원하는 것임.
- 농업 브랜드 구축 주체의 역량을 높이고 농업 브랜드 육성의 내재적 원동력을 강화하기 위한 견실한 보장을 제공함.



中华人民共和国中央人民政府

www.gov.cn

☑️ 📱 📺 📞 📧 📠 📡 📢 📣 📤 📥 📦 📧 📨 📩 📪 📫 📬 📭 📮 📯 📰 📱 📲 📳 📴 📵 📶 📷 📸 📹 📺 📻 📼 📽 📾 📿 📠 📡 📢 📣 📤 📥 📦 📧 📨 📩 📪 📫 📬 📭 📮 📯 📰 📱 📲 📳 📴 📵 📶 📷 📸 📹 📺 📻 📼 📽 📾 📿

国务院 总理 新闻 政策 互动 服务 数据 国情 国家政务服务平台

首页 > 新闻 > 政务新闻 > 部门

两部门关于支持做好新型农业经营主体培育的通知

2019-07-10 10:00 来源：财政部网站

【字体：大 中 小】 打印 分享

关于支持做好新型农业经营主体培育的通知

农办计财〔2019〕44号

各省、自治区、直辖市及计划单列市农业农村（农牧）厅（委、局）、财政厅（局），新疆生产建设兵团农业农村局、财政局，黑龙江省农垦总局、广东省农垦总局：

- 农产品 流通支持政策体系 改进，产品的 品质 向上 努力
- 2019年，‘互联网+’를 통한 농촌 농산물의 ‘농촌에서 도시로의 진입 프로젝트(出村进城工程)’을 실시하였음.
- ‘互联网+’의 이점을 활용해 농산물의 생산과 판매의 원활한 연결은 물론 좋은 품질과 합리적 가격을 갖출 것을 강조함.
- 2020년 중국의 재정 상황이 매우 어려움에도 불구하고 농산물 보관 및 신선식품 콜드체인 물류설비 구축사업이 개시되었고, 신형 농업 경영 주체의 농산물 보관 및 신선식품 콜드체인 시설 구축을 지원하여 농산물의 품질을 개선함.
- 신선도를 유지하지 못하면 농가 소득에 손실이 발생할 뿐 아니라 농산물의 품질과 영양에도 영향을 미침.



当前位置：首页 > 公开

索引号：078050403202000304

信息所属单位：市场与信息化司

信息名称：

生效日期：2020年06月09日

农业农村部办公厅关于进一步加强农产品仓储保鲜冷链设施建设工作的通知

文 号：农办市[2020]8号

发布日期：2020年06月12日

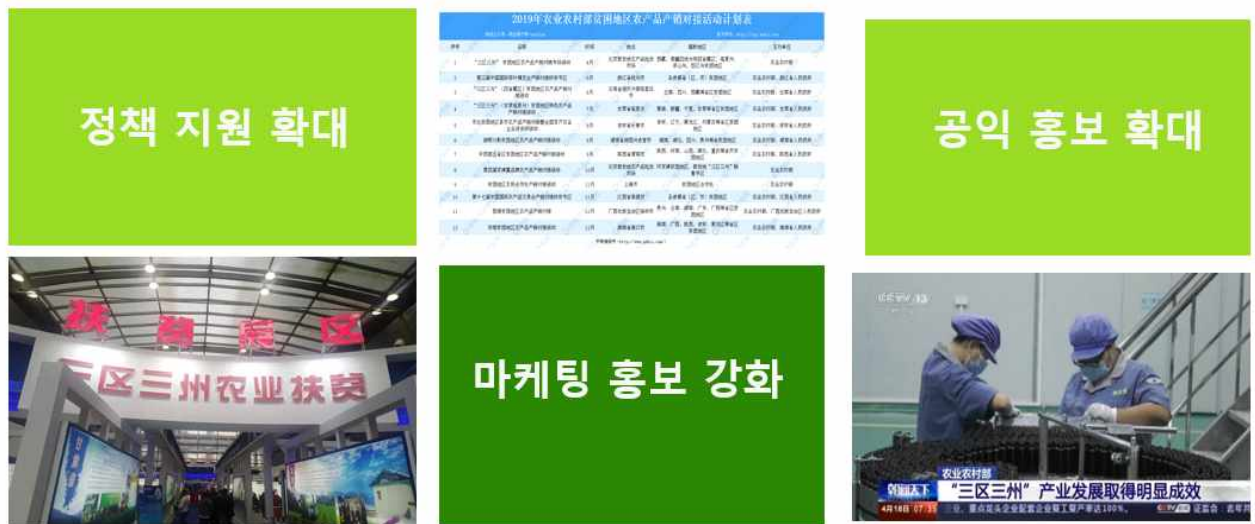
内容概述：农业农村部办公厅关于进一步加强农产品仓储保鲜冷链设施建设工作的通知

农业农村部办公厅关于进一步加强农产品仓储保鲜冷链设施建设工作的通知

□ 브랜드 구축 현황 : 브랜드를 통한 빈곤 지원 적극 시행

- 2017년부터 농업농촌부는 ‘3구3주(三区三州)’²⁾ 등 극빈지역에 초점을 두고 브랜드를 통한 빈곤퇴치 지원을 브랜드 구축의 중요한 내용으로 삼음.
- 빈곤퇴치 지원이 판매 촉진, 생산과 판매의 연결, 마케팅 홍보 등 일련의 캠페인을 펼치면서 빈곤지역이 ‘제품 판매’에서 ‘브랜드 판매’를 실현하도록 지원함.
 - － 빈곤지역에서 인프라가 완벽하지 않고 어떤 산업 사슬도 없는데 어떻게 빈곤을 구제할 수 있을까요? 다행히 중국의 전자상거래가 비교적 발달하여 빈곤 지역의 브랜드 건설 추진에 많은 도움이 됨.

2) 3구(三区)는 티베트(시짱)자치구(西藏自治区)와 칭하이(青海)·쓰촨(四川)·간쑤(甘肃)·윈난(云南) 4성의 장족지구 및 남신장(南疆)의 허티엔(和田)지구·아크쑤(阿克苏)지구·카스(喀什)지구·地区·극자륙소(克孜勒苏)키르기스자치주 등 4지구를 지칭함. 3주(三州)는 쓰촨 량산주(凉山州), 윈난 누장주(怒江州), 간쑤 린샤주(临夏州)를 일컫음. 이들 3구 3주는 절대빈곤지역으로 중국에서 빈곤지역의 대명사로 지칭됨.



□ 농업 브랜드 구축 현황: 목록제도 승인 시행

- 농업농촌부는 국무원의 유관 문건 요구사항에 충실히 임하여 각 지역의 농업 브랜드 목록제도 수립 경험을 토대로 브랜드 구축의 기본 규율에 따라 정부 지도, 시장 주도, 협업 추진 원칙에 입각하여 중국 농산물시장협회가 중국 농촌잡지사, 중국농업대학 등 기관과 함께 중국 농업 브랜드 목록제도 구축사업을 공동 추진하도록 지도함.
- 일부 우수한 지역공급브랜드, 기업브랜드, 제품브랜드를 포함시켜 동태적인 관리를 시행하고, 중대한 문제가 발생하거나 잘못 건설되면 퇴출하게 시킴.





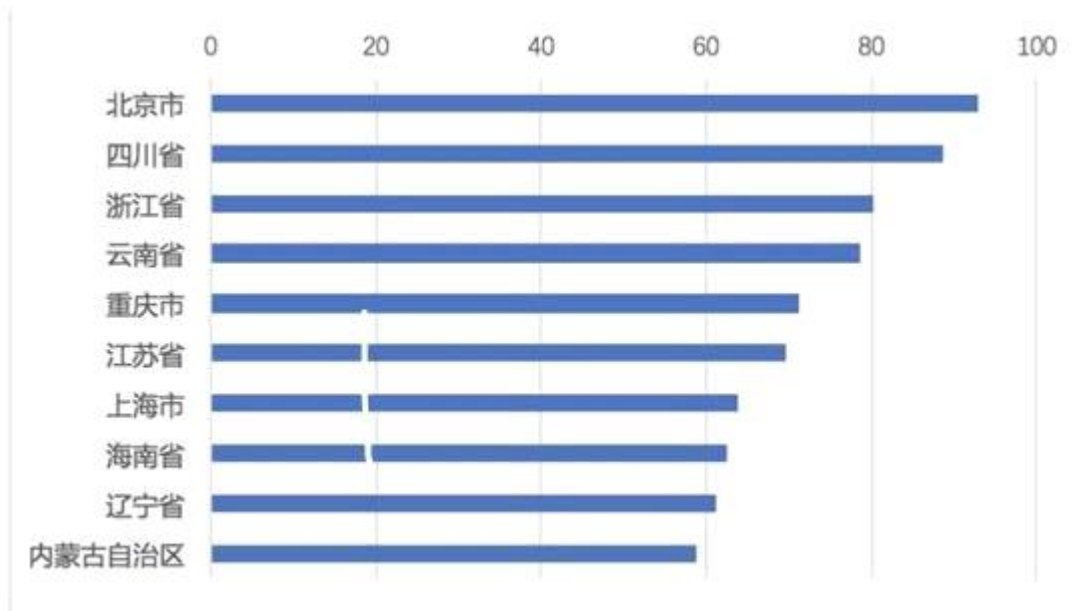
5. 중국 농업 브랜드 발전 전망

□ 갈수록 부각되는 농업 브랜드의 견인 역할

- 중국 특색 사회주의가 새로운 시대에 진입하면서 사회의 주요 갈등은 ‘나날이 향상되는 국민의 삶의 질에 대한 요구와 불균형, 불충분한 발전 간의 갈등’으로 전환되었고, 중국 경제는 고속 성장단계에서 고품질 발전 단계로 전환됨.
- 브랜드 강농(强农) 전략 시행의 가속화는 농업의 고품질 발전 추진과 농업 경쟁력을 제고시키기 위한 필연적 선택이 되었고, 많은 농민의 행복 추구 및 중국 농업의 번영·발전을 모색하기 위해 반드시 거쳐야 하는 길이 되면서 거대한 전략적 의미를 갖게 됨.

□ 디지털 기술이 농업 브랜드 발전을 가속화

- 인터넷과 디지털 시대에 진입하면서 농업 브랜드의 성장에 영향을 주는 환경과 요소에 커다란 변화가 발생함.
- 디지털 기술의 발전은 농업 브랜드 성장을 위해 새로운 길을 제공, 인터넷 채널이 브랜드 구축의 핵심 매체로 부상함.



全国省级文旅新媒体综合国际传播力指数 TOP10



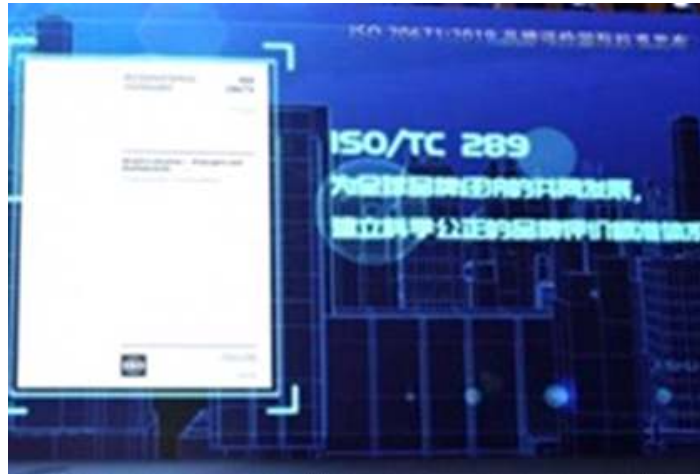
□ 농업 브랜드 구축 관리의 제도화와 표준화 추이

○ 지역 공공 브랜드 구축 강화는 중국의 농업 브랜드 발전을 추진하는 최우선 업무로서, 포

준 수립을 한층 더 강화하고 브랜드 평가체계를 단계적으로 정비함.

－ 중국의 브랜드 건설의 관리 제도는 점점 표준화되어 가고 엄격해지고 있음.

- 브랜드 공공서비스와 관리감독 및 보호를 강화하고 기술 혁신, 상품 혁신, 관리 혁신 및 업태 혁신을 추진하여 농업 브랜드의 건전한 발전을 유도해 나감.



□ 농업 브랜드가 국제 협력의 중요한 역량으로 부상

○ 기존의 원가 우위는 점차 약화되면서 농산물 수출은 더욱 큰 도전에 직면함.

－ 브랜드 감시가 점점 심화되고, 국제간 브랜드 협력은 중국에 매우 중요함.

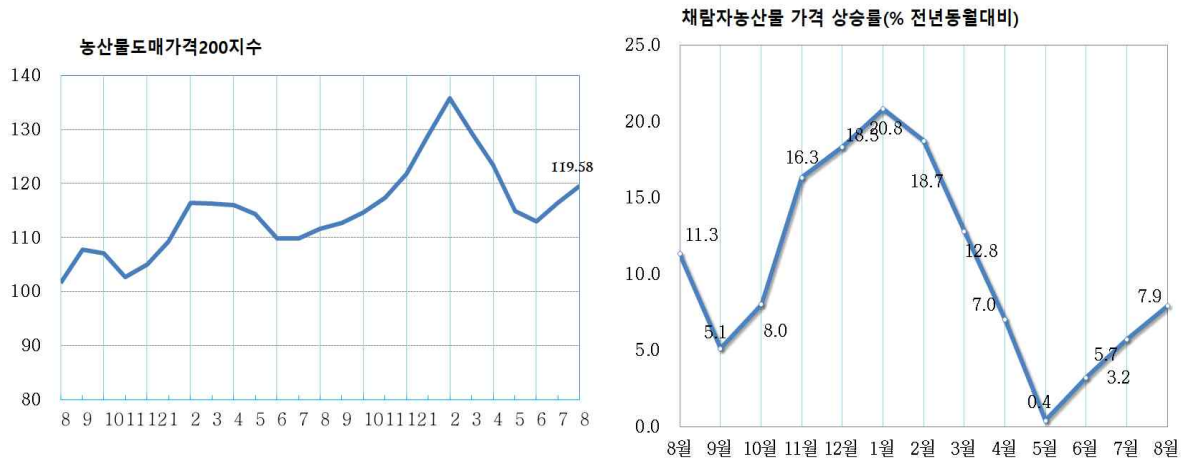
○ 농업 브랜드가 국제 협력에서 더욱 중요한 역할과 임무를 수행할 전망이다.

가격 동향

◆ 농산물 도매시장가격³⁾

- 2020년 8월 농산물 도매시장가격지수는 119.58로 지난 7월 대비 3.2% 상승하였으며, 지난해 같은 달에 비해서는 8.0% 지속 상승.
- 2020년 8월 채람자(菜篮子)농산물 가격 상승률은 7.9%로 지난 7월 대비 2.2% 상승하였으며, 지난해 동월대비 3.4%하락.

그림 1 중국의 농산물 도매시장가격 지수 추이



주: '농산물 도매시장가격200지수'는 2015년=100

자료: 中国农业信息网(<http://www.agri.gov.cn>)

3) 중국은 2017년 1월부터 2000년도 기준의 농산물 도매가격지수 발표를 중단하고 2015년도 기준의 '농산물도매가격200지수'를 새롭게 발표함. '농산물도매가격200지수'는 총 111개 품목(채소 32개, 과일 11개, 축산물 7개, 수산물 49개, 식량 7개, 유지작물 5개)을 대상으로 전국의 대표적인 농산물 도매시장 200개의 가격에 기초하여 작성함.

- 2020년 8월 도매시장가격을 보면 지난 7월에 비해 엽근채소, 양념채소, 축산물 가격의 전반적으로 상승. 지난해 같은 달에 비해서는 엽근채소와 축산물 가격도 상승.

표 1 주요 품목별 도매시장가격 추이(2020년 4월~8월)

단위: 원, %

품목		2020년					8월 증감률	
		4월	5월	6월	7월	8월	전월 대비	전년동월 대비
식량	중단립종쌀(20kg)	17,361	17,079	16,945	16,720	16,898	0.68	-2.26
	콩(1kg)	1,046	1,061	1,073	1,056	1,075	1.40	12.45
엽근채소	배추(10kg)	3,960	2,726	3,002	3,473	3,668	5.18	50.28
	무(18kg)	5,571	5,217	5,621	6,834	7,558	10.16	35.73
	양배추(8kg)	2,642	1,739	2,139	2,738	3,140	14.24	51.23
	당근(20kg)	8,957	9,040	9,213	9,841	10,728	8.60	29.51
	감자(20kg)	11,482	10,144	8,695	8,172	7,952	-3.07	-1.13
양념채소	건고추(600g)	3,221	3,126	3,233	3,467	3,273	-5.96	4.79
	양파(kg)	382	319	267	260	281	7.48	-22.12
	마늘(kg)	1,517	1,230	975	933	1,023	9.23	-29.80
	대파(kg)	367	388	457	521	543	3.87	-6.20
	쪽파(kg)	747	694	719	860	1,105	28.07	17.16
과일	사과(부사, 15kg)	17,378	17,649	17,985	17,724	17,609	-1.03	-42.93
	배(풍수, 15kg)	10,868	10,817	10,558	10,292	10,488	1.51	-29.73
	복숭아(kg)	2,580	1,875	1,178	814	751	-8.12	4.99
	포도(거봉, 5kg)	8,611	10,955	10,067	8,700	7,601	-12.98	15.62
	감귤(만다린, kg)	942	1,085	1,152	1,122	1,068	-5.21	3.03
	감(10kg)	11,880	13,112	10,731	8,258	7,661	-7.59	-2.67
과채	딸기(2kg)	5,156	4,272	4,989	5,012	5,117	1.70	-22.74
	토마토(10kg)	10,081	6,884	5,521	6,180	5,964	-3.87	33.47
	오이(kg)	631	492	464	512	706	37.25	26.03
	수박(kg)	830	719	495	359	363	0.74	1.15
축산물	쇠고기(kg)	12,357	12,244	12,268	12,274	12,610	2.34	16.10
	돼지고기(kg)	7,762	7,023	7,284	8,167	8,295	1.17	70.43
	닭고기(kg)	2,955	2,872	2,840	2,741	2,793	1.51	-6.37
버섯	느타리버섯(2kg)	2,490	2,598	2,367	2,499	2,869	14.34	4.07
	새송이버섯(2kg)	2,203	1,956	1,867	1,978	2,081	4.76	-0.93
	팽이버섯(2kg)	2,345	2,157	2,043	2,040	2,105	2.78	1.37
	표고버섯(2kg)	3,929	3,806	3,771	3,790	3,959	4.05	-1.14
임산물	밤(kg)	1,383	1,529	1,268	1,236	1,707	37.56	24.78
	대추(kg)	2,428	2,541	2,438	2,859	3,171	10.48	10.07

주: 전국 도매시장 평균가격

자료: 中国农业信息网 (<http://www.agri.gov.cn>)

◆ 소비자물가

- 2020년 8월 소비자물가지수는 7월 대비 0.4% 상승, 전년 동월 대비 2.4% 상승.
 - 이 중 식품가격지수는 전월 대비 1.4%로 상승, 전년 동월의 11.2% 상승.
- 8월 식품가격 상승(y-y)은 육류와 신선채소 주도 (각 42.0%, 11.7% 상승). 신선과일과 조란 가격은 하락.

그림 2 중국의 소비자물가지수(CPI) 변화 추이

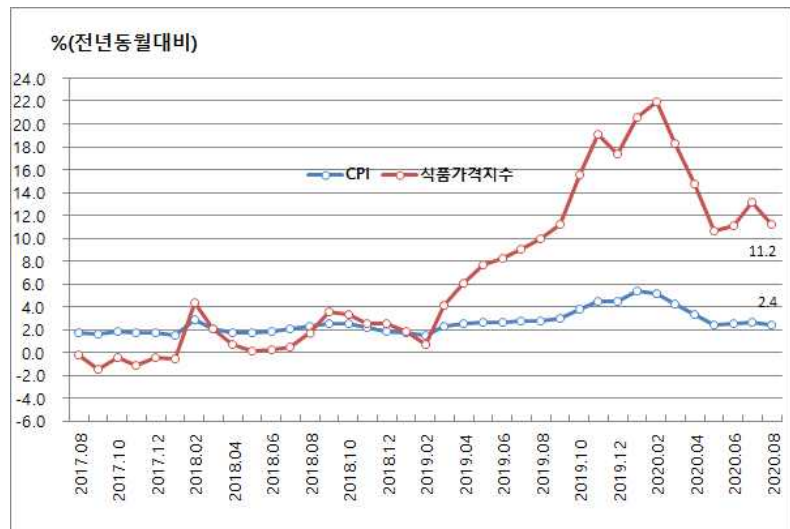


표 2 중국의 소비자물가지수(CPI) 증감률

구분	전월대비(%)				전년동월대비(%)			
	'20.5	'20.6	'20.7	'20.8	'20.5	'20.6	'20.7	'20.8
소비자물가지수(CPI)	-0.8	-0.1	0.6	0.4	2.4	2.5	2.7	2.4
○ 식품·담배 및 주류	-2.4	0.1	2.0	1.0	8.5	8.8	10.2	8.8
식품	-3.5	0.2	2.8	1.4	10.6	11.1	13.2	11.2
- 식량	0.3	0.1	0.0	0.0	1.5	1.6	1.6	1.5
- 육류	-5.7	2.2	7.4	1.4	57.4	57.4	61.1	42.0
- 조란(鸡蛋)	-4.1	-3.7	3.1	9.4	-12.3	-13.6	-14.5	-11.0
- 수산물	1.3	0.1	0.4	-0.4	3.7	4.8	4.8	3.4
- 신선채소	-12.5	2.8	6.3	6.4	-8.5	4.2	7.9	11.7
- 신선과일	-0.8	-7.6	-4.4	-0.4	-19.3	-29	-27.7	-19.8
○ 의류 및 복장	0.2	-0.2	-0.5	-0.2	-0.4	-0.4	-0.5	-0.5
○ 생활용품 및 관련 서비스	0.0	-0.1	0.0	0.0	0.1	0	-0.1	-0.1
○ 의료보건	0.0	0.0	0.0	0.1	2.1	1.9	1.6	1.5
○ 교통 및 통신	-0.2	-0.3	0.3	0.3	-5.1	-4.6	-4.4	-3.9
○ 교육·문화 및 오락	0.0	-0.3	-0.2	-0.3	2.2	1.9	0.3	0.0
○ 주택(거주)	-0.2	-0.2	0.0	0.1	-0.5	-0.6	-0.7	-0.7
○ 기타용품 및 관련 서비스	0.5	0.4	0.8	2.4	5.3	5.1	5.1	6.1

주: 육류는 가금육을 포함하지 않음(2016년 1월부터 CPI 구성 항목 조정).

자료: 中国国家统计局 (<http://www.stats.gov.cn/>)



◆ 대 세계 농산물 수출입

- 2020년 7월 농산물 수출액은 54억 달러로 지난해 같은 달에 비해서 6.4%증가. 전년동기 대비 0.4% 감소

표 3 중국의 농산물 수출 추이(2020년 5월~7월)

단위: 백만 달러, %

HS 코드	품목명	2020년				7월 증감률		
		5월	6월	7월	합계 (1~7월)	전월 대비	전년동월 대비	전년동기 대비
01류	산동물	45.5	54.6	52.2	291.0	-4.4	86.4	18.3
02류	육과 식용설육	57.9	56.3	61.4	377.5	9.1	-15.9	-17.4
04류	낙농품·조란·천연꿀	49.1	47.3	52.1	328.2	10.1	10.9	1.9
05류	기타동물성 생산품	177.5	159.9	161.8	1,106.9	1.2	-28.1	-24.9
06류	산수목·꽃	30.1	37.8	37.7	252.4	-0.3	25.7	3.9
07류	채소	877.6	752.9	765.2	5,257.5	1.6	-17.2	-6.8
08류	과실·견과류	286.1	373.7	543.5	2,830.1	45.4	19.5	23.4
09류	커피·차·향신료	410.6	385.4	376.8	2,412.5	-2.2	15.2	15.5
10류	곡물	125.6	85.9	94.2	642.2	9.7	-25.2	-10.3
11류	제분공업제품	61.4	62.7	54.2	443.3	-13.6	-19.1	-3.4
12류	채유용종자, 공업용·약용식물, 사료	248.9	201.4	160.8	1,596.5	-20.2	0.5	-0.2
13류	식물성엑스	162.1	125.5	123.5	989.4	-1.6	-0.4	5.1
14류	기타식물성 생산품	13.3	11.5	13.2	87.6	14.8	46.7	18.4
15류	동식물성유지	123.8	128.6	147.0	832.7	14.3	45.5	31.5
16류	육·어류조제품	739.4	777.9	811.5	4,827.6	4.3	3.9	-9.5
17류	당류 및 설탕 과자	128.6	124	153.9	945.8	24.1	-7.3	-7.8
18류	코코아 및 그 제품	20.2	17.3	23.4	150.8	35.3	-22.0	-21.9
19류	곡물, 곡분의 주제품과 빵류	169.1	164.2	180.5	1,119.1	9.9	-7.4	-8.4
20류	채소·과실 조제품	717.9	587.3	594.3	4,468.5	1.2	-6.0	2.0
21류	기타 조제식품	368.5	358.0	437.4	2,545.3	22.2	33.8	16.3
22류	음료, 주류 및 식초	212.2	229.8	200.8	1,210.3	-12.6	18.8	4.7
23류	조제사료	284	250.7	276.9	1,740.4	10.5	12.6	5.0
24류	담배	60.0	91.3	85.9	453.5	-5.9	-27.2	-35.1
합 계		5,369.4	5,084.0	5,408.2	34,909.1	6.4	0.9	-0.4

자료: 중국해관총서(<http://www.customs.gov.cn/>)

- 2020년 7월 농산물 수입액은 95.4억 달러로 지난해 같은 달에 비해 11.7% 감소. 전년 동기대비 20.0% 증가

표 4 중국의 농산물 수입 추이(2020년 5월~7월)

단위: 백만 달러, %

HS 코드	품목명	2020년				7월 증감률		
		5월	6월	7월	합계 (1~7월)	전월 대비	전년동월 대비	전년동기 대비
01류	산동물	87.7	33.5	55.2	340.0	64.8	49.2	22.7
02류	육과 식용설육	2,391.9	2,638.8	2,860.8	18,254.4	8.4	70.4	97.2
04류	낙농품·조란·천연꿀	500.5	543.2	635.6	4,332.9	17.0	26.1	15.4
05류	기타동물성 생산품	75.5	64.8	66.8	446.9	3.1	-8.5	-14.9
06류	산수목·꽃	20.9	23.3	18.8	133.8	-19.3	-27.7	-14.2
07류	채소	149.9	195.9	174.6	1,138.4	-10.9	74.6	10.8
08류	과실·견과류	1,314.9	785.9	775.0	7,579.5	-1.4	-15.8	6.8
09류	커피·차·향신료	106.9	111.4	103.1	636.9	-7.5	22.7	20.9
10류	곡물	691.9	866.6	734.0	4,129.8	-15.3	113.4	35.1
11류	제분공업제품	153.0	113.1	77.1	826.7	-31.8	2.8	4.1
12류	채유용종자, 공업용·약용식물, 사료	4,158.7	4,683.1	4,254.5	24,724.0	-9.2	17.7	12.5
13류	식물성엑스	26.2	34.6	42.3	208.5	22.3	36.5	-13.8
14류	기타식물성 생산품	9.2	11.2	12.0	72.6	7.1	20.0	-19.3
15류	동식물성유지	819.6	1,026.5	1,032.9	5,654.8	0.6	19.7	7.2
16류	육·어류조제품	24.1	23.9	21.3	167.2	-10.9	-33.4	-15.1
17류	당류 및 설탕 과자	198.6	207	170.3	997.4	-17.7	-4.9	28.9
18류	코코아 및 그 제품	48.0	53.4	50.6	324.3	-5.2	-18.4	-17.7
19류	곡물, 곡분의 주제품과 빵류	622.3	592.0	626.1	4,029.1	5.8	-11.8	-1.3
20류	채소·과실 조제품	98.5	116.9	112.2	694.7	-4.0	-13.7	-12.3
21류	기타 조제식료품	441.6	374.8	372.5	2,509.4	-0.6	32.6	26.6
22류	음료, 주류 및 식초	332.8	439.7	492.6	2,618.7	12.0	-17.5	-22.9
23류	조제사료	341.5	442.2	412.4	2,459.5	-6.7	14.2	2.6
24류	담배	80.1	108.6	60.0	909.6	-44.8	-36.8	-28.9
합 계		12,694.3	13,456.9	9,542.3	83,189.1	-29.1	-11.7	20.0

자료: 중국해관총서(<http://www.customs.gov.cn/>)

◆ 대 세계 식량 수출입

- 2020년 7월 3대 곡물(쌀, 밀, 옥수수) 수출량은 211.5천 톤으로 전월에 비해 20.7% 감소했으며, 지난해 같은 달에 비해서 40.0% 감소
 - － 품목별로 보면 쌀 수출량이 209.8천 톤으로 3대 곡물 수출량의 99.2%를 차지. 쌀 수출량 전월에 비해 20.5% 감소했으며, 전년 동월 대비 38.8% 감소. 밀은 1.6천 톤을 수출.
 - － 7월 한국으로 쌀 35.6천 톤을 수출하여 전체 쌀 수출량의 16.9% 차지

표 5 중국의 식량 수출 추이(2020년 5월~7월)

단위: 천 톤, %

품목	국가	2019년	2020년				7월 증감률		
			5월	6월	7월	1~7월	전월 대비	전년동월 대비	전년동기 대비
쌀	한국	148.2	22.0	0.0	35.6	145.6	-	611.1	116.8
	북한	161.6	0.0	0.0	0.0	1.3	-	-100.0	-97.9
	일본	25.6	0.0	0.3	24.0	61.7	9130.8	13,233.3	145.8
	홍콩	22.1	1.9	1.2	1.8	11.9	48.4	1.6	-6.2
	몽골	39.9	6.3	12.0	1.4	26.2	-88.0	-67.8	22.1
	기타	2,350.3	301.8	250.6	147.0	1,324.4	-41.3	-50.1	-18.5
	합 계	2,747.6	332.1	264.0	209.8	1,571.1	-20.5	-38.8	-13.3
이 중 － 중단립종쌀 (백미)	북한	161.6	0.0	0.0	0.0	1.3	-	-100.0	-97.9
	일본	24.8	0.0	0.0	24.0	60.9	-	13,233.3	149.1
	몽골	39.9	6.3	12.0	1.4	26.2	-88.0	-67.8	22.1
	한국	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	-99.3
	홍콩	22.0	1.9	1.2	1.8	11.9	49.4	1.6	-6.2
	기타	2,297.1	267.6	249.3	144.8	1,260.3	-41.9	-49.9	-20.9
	합 계	2,548.4	275.8	262.5	172.0	1,360.7	-34.5	-48.2	-20.7
밀	합 계	50.6	3.3	2.8	1.6	19.4	-40.6	-48.7	-30.4
옥수수	북한	22.9	0.1	0.0	0.0	1.2	-100.0	-100.0	-90.7
	미국	-	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	-
	캐나다	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-100.0	-100.0
	기타	1.7	0.1	0.0	0.0	0.6	0.0	-25.0	-34.1
	합 계	25.7	0.1	0.0	0.0	1.8	-6.3	-99.3	-88.3
대두	한국	44.7	3.6	1.2	1.1	24.7	-13.7	189.6	4.7
	일본	24.7	2.8	1.6	1.0	16.3	-37.6	-29.0	-10.6
	미국	0.6	0.1	0.1	0.0	1.4	-20.0	-31.0	453.1
	기타	44.5	1.1	1.0	1.5	10.8	58.9	-37.8	-62.1
	합	114.5	7.6	3.9	3.6	53.3	-5.7	-15.5	-24.5

자료: www.gtis.com/gta/

표 6 중국의 식량 수입 추이(2020년 5월~7월)

단위: 천 톤, %

품목	국가	2019년	2020년				7월 증감률		
			5월	6월	7월	1~7월	전월 대비	전년동월 대비	전년동기 대비
쌀	태국	526.7	30.5	18.4	6.9	151.3	-62.3	-71.2	-95.4
	베트남	479.1	138.9	122.7	29.6	484.3	-75.9	-48.5	618.1
	파키스탄	603.6	14.4	21.0	15.7	173.9	-25.3	-32.0	-123.2
	기타	894.3	40.1	90.8	92.8	555.7	2.2	108.8	215.1
	합 계	2,503.7	223.9	252.9	145.0	1,365.3	-42.7	-2.7	-5.6
이 중 - 장립종쌀 (백미)	태국	319.9	25.5	10.9	4.3	110.9	-60.9	-58.7	-67.9
	베트남	353.6	86.3	78.1	13.7	280.8	-82.4	-68.2	229.5
	파키스탄	445.7	2.1	2.0	3.5	89.3	74.5	-75.2	-157.2
	기타	861.6	28.4	62.7	48.1	422.3	-23.4	11.7	114.2
	합 계	1,980.7	142.3	153.8	69.6	903.4	-54.8	-37.1	-38.4
밀	러시아	36.5	0.0	0.0	0.0	2.7	-	-100.0	-318.8
	호주	0.2	0.1	0.1	0.0	0.3	-100.0	-	50.6
	캐나다	2.4	0.2	0.8	0.8	2.2	-4.4	289.3	318.4
	기타	3.7	0.1	0.2	0.2	1.1	24.8	-23.9	7.0
	합 계	42.8	0.4	1.1	1.0	6.3	-12.5	-47.0	-274.1
보리	호주	2,315.7	380.8	313.3	64.5	1,390.5	-79.4	130.5	-41.0
	캐나다	1,459.5	56.8	119.3	78.2	873.1	-34.5	-34.7	-42.5
	우크라이나	873.9	0.0	0.0	-	-	-	-	-
	프랑스	1,183.0	71.3	53.1	204.3	448.6	284.9	98.6	3473.1
	기타	96.6	6.0	13.4	15.4	94.3	19.6	-71.2	3,892,200.0
	합 계	5,928.8	514.8	499.1	410.9	2,855.5	-17.7	35.1	-27.6
옥수수	미국	317.7	0.0	63.4	134.4	199.1	111.9	95.2	3313.3
	라오스	141.7	0.0	0.0	-	-	-	-	-
	불가리아	4.4	0.0	0.0	0.0	112.2	-	-100.0	-
	우크라이나	4,137.7	629.8	815.5	773.8	4,191.7	-5.1	151.5	85.3
	미얀마	116.4	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	-147.9
	기타	73.2	7.2	2.7	0.7	62.2	-76.0	-90.2	121.6
	합 계	4,791.1	637.0	881.6	913.1	4,569.4	3.6	136.6	109.3
대두	미국	17,014.6	491.7	267.6	38.3	9,276.8	-85.7	-95.8	96.4
	캐나다	2,265.4	9.3	17.7	30.3	75.6	71.0	1090.7	-100.1
	브라질	57,676.5	8,862.1	10,512.0	8,177.8	40,729.5	-22.2	27.4	72.2
	아르헨티나	8,791.6	0.0	305.8	1,532.4	4,033.2	401.1	42.8	25.8
	기타	2,837.7	14.0	57.1	312.5	1,020.0	447.1	34.9	114.2
	합 계	88,585.9	9,377.1	11,160.2	10,091.4	55,135.1	-9.6	16.8	49.1

자료: www.gtis.com/gta/

- 2020년 7월 대두 수출량은 3.6천 톤으로 전월에 비해 5.7% 감소했으며, 지난해 같은 달에 비해서는 15.5% 감소
- 2020년 7월 4대 곡물(쌀, 밀, 보리, 옥수수)의 수입량은 1469.9천 톤으로 전월에 비해 10.1% 감소했으며, 전년 동월에 비해서도 74.8% 증가
 - － 품목별 수입량을 보면 옥수수 913.1천 톤(62.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 보리가 410.9천 톤(28.0%), 쌀이 145.0천 톤(9.9%) 순
- 2020년 7월 최대 수입 곡물인 옥수수 수입량은 전월에 비해 3.6% 증가했으며, 지난해 같은 달에 비해서는 136.6% 증가
- 2020년 7월 보리 전월에 비해 17.7% 감소했으며, 지난해 같은 달에 비해서는 35.1% 증가
- 쌀은 2008년 이후 수입이 지속적으로 증가해오다 특히 2012년 이후 매년 200만 톤 이상 수입.⁴⁾ 2020년 7월 수입량은 전월 대비 42.7% 감소, 전년 동월 대비 2.7% 감소
 - － 7월 쌀 수입량 중 백미(精米)가 69.6천 톤으로 48.0%를 차지
 - － 수입대상국별 비중을 보면 베트남 20.4%, 태국 10.8%, 파키스탄 4.8% 순
- 2020년 7월 밀 수입량은 전월에 비해 12.5% 감소했으며, 지난해 같은 달에 비해서 47.0% 감소
 - － 수입대상국별 비중을 보면 캐나다가 80.1%로 비중 차지
- 2020년 7월 대두 수입량은 10,091.4천 톤으로 전월에 비해 9.6% 감소, 지난해 같은 달에 비해서는 16.8% 증가
 - － 수입대상국별 비중을 보면 브라질 81.0%, 아르헨티나 15.2%, 미국 0.4%, 캐나다 0.3% → CR₃ 96.9%

4) 쌀은 국가발전개혁위원회가 관리하는 수입관세할당 품목으로 국영무역(지정된 국영무역기업이 수입) 쿼터가 50%, 비국영무역(대외무역권을 가진 기업이나 개인이 수입) 쿼터가 50%를 차지. 2017년도 수입쿼터 총량은 532만 톤이며 장립종과 중단립종이 각각 50%(266만 톤), 50%(266만 톤) 차지

◆ 대 한국 농산물 수출입

○ 2020년 8월 대 한국 농산물 수출액은 약 2.0억 달러로 전월 대비 21.5% 감소했으며, 지난해 같은 달에 비해서도 8.2% 감소

- 주요 수출품목류는 농산가공품(51.8%), 채소(26.9%), 특용잠사(8.5%), 식량(5.3%), 축산물(3.0%)
- 상위 10개 수출품목: 전분박(5.9%), 김치(5.3%), 양모로만드것(4.7%), 캐시미어산양의 털로 만든 것(4.4%), 캠프시킴속(3.9%), 개사료(3.0%), 소스, 소스 조제용품(2.8%), 당면(2.7%), 광천수와 탄산수(2.3%), 채소류조제품(2.2%) → CR₁₀ 37.2%

표 7 대 한국 농산물 수출 추이(2020년 7~8월)

단위: 천 달러, %

품목명			2020년			8월 증감률		
			2020년 7월	2020년 8월	1~8월	전월 대비	전년동월 대비	전년동기 대비
농산물	식량	곡류	28,661	199	133,857	-99.3	-98.4	32.0
		서류	717	560	5,017	-21.9	-10.2	-6.9
		두류	4,522	6,966	61,148	54.0	80.6	4.8
		전분	2,414	2,796	18,602	15.8	26.1	-7.2
		계	36314	10,521	218,615	-71.0	-45.8	18.0
	채소		56,200	52,877	428,,597	-5.9	-7.9	2.6
	과실		5,790	5,278	45,743	-8.8	-13.7	-12.9
	화훼		1,703	1,042	17,575	-38.8	-10.9	-12.2
	버섯		2,095	2,491	18,546	18.9	-25.8	-7.5
	특용·잠사	채유종실	12,404	11,000	104,176	-11.3	8.6	-5.3
		차류	625	1,046	4,115	67.4	140.6	20.9
		연초류	421	695	3,632	65.1	160.6	-13.9
		인삼류	996	12	1,719	-98.8	-91.5	3.8
		한약재	5,927	3,885	49,553	-34.5	-38.0	-6.6
		잠사류	481	175	5,667	-63.6	-88.1	-37.8
		계	8,451	16,813	168,862	98.9	-10.1	-6.9
농산가공품		134,271	101,939	956,111	-24.1	-1.3	7.7	
소 계		244,824	190,961	1,854,049	-22.0	-8.8	5.1	
축산물	산동물		611	574	4,906	-6.1	66.7	9.8
	육류		2,919	3,166	26,981	8.5	-22.2	-20.4
	난류		292	238	2,011	-18.5	30.3	-14.2
	낙농품		46	0	100	-100.0	-100.0	154.5
	기타 축산물		2,152	1,979	18,982	-8.0	290.3	178.8
	소 계		6,020	5,957	52,980	-1.0	16.0	11.4
합 계			250,844	196,918	1,907,029	-21.5	-8.2	5.2

자료: aTkati 농수산물수출지원정보 (<http://www.kati.net>)

○ 2020년 8월 대 한국 농산물 수입액은 약 8.5천만 달러로 전월 대비 2.8% 감소했으며, 지난해 같은 달에 비해서도 4.5% 감소

- 주요 수입품목류는 농산가공품(74.5%), 과일(9.3%), 특용잠사(7.9%), 축산물(6.6%)
- 상위 10개 수입 품목: 라면(16.6%), 자당(12.4%), 조제품기타(11.1%), 알코올을 함유하지 않은 음료(6.7%), 소스, 소스 제조용 조제품(4.3%), 조제분유(4.0%), 기타과실주스 주기제것(3.5%), 과실주스 음료(2.6%), 홍삼조제품(2.5%), 커피엑스, 에센스와 농축물(2.5%), → CR₁₀ 66.2%

표 8 대 한국 농산물 수입 추이(2020년 7~8월)

단위: 천 달러, %

품목명			2020년			8월 증감률		
			2020년 7월	2020년 8월	1~8월	전월 대비	전년동월 대비	전년동기 대비
농 산 물	식 량	곡류	186	183	1,613	-1.6	-61.3	-20.3
		서류	24	18	283	-25.0	-81.0	-40.7
		두류	0	14	177	-	-44.9	221.8
		전분	1	4	44	300.0	-	144.4
		계	211	219	2,117	3.8	-63.1	-17.8
	채소		3,541	1,211	10,400	-65.8	-14.1	-4.1
	과실		6,460	7,907	54,954	22.4	-12.1	-12.6
	화훼		25	8	244	-68.0	-89.4	-68.5
	버섯		12	0	34	-100.0	-100.0	-31.2
	특 용 · 잠 사	채유종실	1	20	54	1900.0	156.4	-11.3
		차류	17	25	114	47.1	-71.7	-77.4
		연초류	388	687	11,175	77.1	-27.3	38.4
		인삼류	5,406	5,978	47,280	10.6	-31.2	0.0
		한약재	45	5	453	-88.0	-96.0	-34.4
		잠사류	0	0	98	-	-100.0	5.2
		계	5857	6715	59,174	14.7	-32.0	4.4
	농산가공품		63167	63331	469,281	0.3	15.2	10.3
	소 계		79,273	79,391	596,204	0.1	4.6	6.6
축 산 물	산동물		1	13	14	1200.0	293.9	-79.4
	육류		61	215	912	252.5	781.1	16.4
	난류		-	-	-	-	-	-
	낙농품		8,071	5,281	53,987	-34.6	-45.0	-14.8
	기타 축산물		10	86	12,254	760.0	-97.5	-58.6
	소 계		8,143	5,595	67,167	-31.3	-57.2	-28.4
	합 계		87,416	84,986	663,371	-2.8	-4.5	1.6

자료: aTkati 농수산물식품수출지원정보 (<http://www.kati.net>)

표 9 2020년 8월 품목별 대 한국 수출입액 순위

단위: 천 달러, %

순위	대 한국 수출			대 한국 수입		
	품목명	금액	비중	품목명	금액	비중
1	전분박과이와유사한박류	13,035.8	5.9	라면	12480.1	16.6
2	김치(냉동하지않은것)	11,817.9	5.3	자당	9314.6	12.4
3	양모로만든것	10,325.8	4.7	조제품 기타	8324.7	11.1
4	캐시미어산양의털로만든것	9,747.5	4.4	알코올을 함유하지 않은 음료	5024.6	6.7
5	캐프시컴속또는피멘타속의열매	8,549.6	3.9	소스, 소스 제조용 조제품	3210.0	4.3
6	개사료	6,571.0	3.0	조제분유	3015.6	4.0
7	소스,소스제조용조제품	6,213.6	2.8	기타과실주스 주기제것(혼합)	2637.6	3.5
8	당면	5,965.1	2.7	과실주스 음료	1966.9	2.6
9	광천수와탄산수	5,084.2	2.3	홍삼조제품(홍삼차 이외 기타)	1909.7	2.5
10	채소류조제품	4,954.6	2.2	커피엑스, 에센스와 농축물	1901.8	2.5
11	참깨	4,075.7	1.8	인삼음료	1789.4	2.4
12	맥주	3,883.9	1.8	아미노산(기타)	1766.5	2.4
13	타(신선·냉장·건조)	3,178.0	1.4	프로필렌글리콜	1754.5	2.3
14	팥	2,946.2	1.3	유자(기타방법 조제)	1610.7	2.1
15	전화당,당시럽혼합물	2,923.3	1.3	맥주	1505.9	2.0
16	땅콩	2,911.4	1.3	홍삼(기타/본삼)	1399.0	1.9
17	냉동채소	2,660.6	1.2	밀크, 크림	1350.2	1.8
18	아미노산(기타)	2,588.4	1.2	곡류 조제품	1156.9	1.5
19	결구상치(신선,냉장)	2,576.3	1.2	베이커리 제품	974.6	1.3
20	당근(신선,냉장)	2,308.7	1.0	비스킷, 쿠키 및 크레커	972.1	1.3
21	포도당	2,283.5	1.0	캔디류	957.3	1.3
22	캔디류	2,184.9	1.0	견과류 조제품	834.0	1.1
23	아조디카본아미드	2,126.0	1.0	소주	770.3	1.0
24	고구마(전분)	2,102.7	0.9	홍삼액즙,홍삼엑스	767.8	1.0
25	과실견과기타	2,096.4	0.9	스위트 비스킷	742.7	1.0
26	변성에틸알코올과변성주정	2,036.3	0.9	과실견과기타	713.4	0.9
27	식물성액즙과엑스	2,026.2	0.9	필터담배	686.9	0.9
28	동식물성유지와그분획물	1,850.9	0.8	조제식료품(기타)	661.5	0.9
29	들깨	1,710.9	0.8	락트산의 에스테르	649.5	0.9
30	라신의염과리신에스테르의염	1,688.1	0.8	인스턴트커피	571.8	0.8
31	스테비오사이드	1,633.9	0.7	면양, 어린 양의 원피	556.1	0.7
32	버섯의종균	1,583.1	0.7	양모로 만든 것	483.8	0.6
33	젤라틴	1,578.5	0.7	아이스크림	467.8	0.6
34	닭고기(기타조제저장)	1,467.4	0.7	그레인 스플릿	437.1	0.6
35	파(건조)	1,408.0	0.6	고추장	426.0	0.6
합 계		140,094.4	63.1	합 계	73,791.4	98.1

자료: aTkati 농수산물수출지원정보 (<http://www.kati.net>)