



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Министерство на икономиката и енергетиката

БЪЛГАРСКА ТЪРГОВСКО-ПРОМИШЛЕНА ПАЛАТА

Вх. N 995

дата 20.05.2014

Изх. № T-54-00-1049

Дата 20.05.14

**ДО**

**Г-ЖА ГАБРИЕЛА ДИМИТРОВА**

Директор на дирекция  
„Международно сътрудничество  
и международни организации“  
Българска търговско-промишлена палата

**ОТНОСНО:** Анализ на пазара на сирене и млечни продукти в Република Корея.

**УВАЖАЕМА ГОСПОЖО ДИМИТРОВА,**

Приложено изпращам анализ на пазара на сирене и млечни продукти в Република Корея, получен от Служба по търговско-икономическите въпроси – гр. Сеул.

Приложение: съгласно текста – 8 стр.

С уважение,

**ДИЯНА НАЙДЕНОВА**  
Директор на дирекция  
„Външноикономическа политика“



## СЛУЖБА ПО ТЪРГОВСКО-ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ВЪПРОСИ

Сеул, Република Корея,

### Пазарът на сирене в Южна Корея

Сиренето не съществува в корейската традиционна кухня. В началото, когато сиренето се появява на пазара в Южна Корея, корейците не са знаели как да консумират сирене. С нарастващия интерес на потребителите в Южна Корея към западните храни, като пица, хамбургери и сандвичи, консумацията на сирене съответно се увеличава. По обем пазарът е нараснал 15 пъти през последните 20 години. Вносът на сирене покрива нарастващото търсене, тъй като местното производство има слаб напредък. Общо по обем пазарът на сирена през 2012 г. възлиза на 101 хил. тона/в границите на 490-590 млн. Евро/.

През 2013 г. Корея е вторият най-голям пазар на САЩ за сирене и извара. Износът от САЩ възлиза на около 188,40 милиона щатски долара. Основните категории са „Моцарела“, преработени и узрели сирена. Пазарният дял на САЩ в Корея за всички сирена е 47% по стойност и 50% по обем, следвана от Нова Зеландия с 25%, ЕС с 17% и Австралия със 7%. Потреблението в Корея на глава от населението на млечни продукти се очаква да нарасне около 15 процента през следващото десетилетие, като отражение на развиващата се икономика, възприемането от корейците на западната диета, увеличаване на заведенията за бързо хранене, както и все по-големият апетит за пица и спагети. Повечето местни топени сирена в Корея се произвеждат от внос на прясно сирене.

### Внос на сирена и извара в Корея

Страна	2011		2012		2013	
	1000 щ.д.	м.т.	1000 щ.д.	м.т.	1000 щ.д.	м.т.
Останал свят	357,918	<b>76,222</b>	359,718	<b>77,506</b>	403,037	<b>85,069</b>
САЩ	140,233	32,473	140,596	31,877	188,381	42,530
Нова Зеландия	93,833	20,583	100,858	23,908	102,242	23,883
Австралия	33,285	7,466	33,320	7,483	26,817	5,749
Швейцария	7174	1244	0,00	0,00	2830	309
Други	83,393	14,476		14,238	82,767	12,598

Източник: GlobalTradeAtlas, HS 0406, сирене и извара

Според статистически данни на Корейската асоциация за международна търговия, вносът на сирена през 2013 г. възлиза на 403 млн.щ.д. /85 хил. т./

### Местно производство на сирена/ хил.т./

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Местно п-во	21	23	24	24	28	24	25	23	27	25	23

От таблицата горе пазарът в Корея изглежда наситен без растеж в обемите между 2006 г. и 2009 г. Въпреки това, се връща към положителен растеж с увеличаване на потреблението през 2010 г.

Premiumization - "премизиране" от гледна точка на удобни единични пакети, натурални и биологични продукти, както и продукти, които предлагат функционални ползи за здравето. Натуралните сирена са двигател на пазара, с ръст в обема от 41% през

последните 5 години, докато топеното сирене не може да възвърне обемите си, който паднаха през 2008 година. Това се дължи на тенденцията на „премизиране“ - местните производители увеличават единичните цени на продукта чрез разработване на натурални биологични сирена и такива с подсилени хранителни качества за деца. Увеличаването на потреблението на натурални сирена съответно води до повишение на цените на дребно в Корея:

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Цени на нарязано сирене за 200грв Корейски вон	1.153	1,166	1,250	1,379	1,385	1,441	1,786	3,434	3,321	3,239	3,260
Натурални сирена Производство + Внос /тон/	30	33	41	41	43	44	53	52	64	74	76
Топени сирена /тон/ Производство + Внос	23	25	25	27	29	30	19	20	24	27	24
Общо сирена /тон/ Производство + Внос	53	58	66	68	72	74	72	72	88	101	100

/1 Евро= 1.440 вонасепт 2013 г./

Пазарът на „премизирани“ сирена се управлява местните производители, които внасят неразфасовани /Bulk/натурални сирена и от тях произвеждат свои собствени марки сирена. Те са съсредоточени основно върху производство нанарязани сиренаивисококачествени хапки сиренеснасоченосткъм децата, като здравословна закуска, също и за заведения за хранителни услуги- западен тип ресторанти и пицарии и др.

Някои „премирани“ сирена се внасят директно за пазара на дребно. Обемът е по-малък, отколкото местното производство, но бързо нараства, като тенденцията на „premiumization“ продължава. Предвижданията са все повече различни разфасовки на сирена, като кашкавал на пити и на блокове, да бъдат внасяни и предлагани на пазара в Южна Корея. Целта е разширяване на потребителския сегмент от деца до възрастни, както и благодарение на нарастващия пазар на вино и увеличаващата се консумация на различни видове западна храна, пица, хамбургери и др.

Моцарелата е най-популярният вид сирене в Южна Корея с дял от 60% от пазара през 2012 г., последвано от Cheddar с дял от 23%. На сирене тип Gouda се пада 1/3 пазарен дял и става все по-популярно. Вносът на Gouda е нараснал с 300% по обем за период от 5 години между 2008 и 2012 г., докато други видове сирена нарастват само с 100%; Моцарела 106%; Чедар 106%; Камамбер 83%; Ементалсърс 119%. В съответствие с тази тенденция, местните производители на сирене също обръщат внимание на Gouda като новопоявяващосена пазара и развиват продукти със сирене Гауда.

Данните за вноса на сирене тип Гауда включват внос от Холандия, Чили и Нова Зеландия.

### **Висок потенциал в търговията със сирена**

САЩ, които изнасят Моцарела, сметана и топени сирена за Южна Корея, са най-големият износител на сирене за корейския пазар, следвани от Нова Зеландия и

Австралия. Холандия е шести по големина износител за корейския пазар с 2,6% от общия обем на внос в Корея през 2012 г./ 2 хил. т. на стойност 7,4 млн. Евро/. Холандското сирене печели популярност в Корея и делът на Холандия се очаква да нарасне.

Тип сирена		Внос /т	Дял на страните по обем на внос в Корея
Натурални сирена	Моцарела	38.272	САЩ 41%, Нова Зеландия 36%
	Крема	65.76	САЩ 53%, Австралия 36%
	Чедар	16.075	Нова Зеландия 54%, САЩ, Австралия
	Гауда	3.265	Холандия 51%, Чили, Нова Зеландия
	Камамбер	152	Франция 48%, САЩ, Германия
	Ементал	143	Франция 76%
Синьо сирене		65	Италия 43%, Франция
Обработено сирене /топени сирена		4.769	САЩ 50%, Франция, Австралия, Нова Зеландия, Холандия
Сирене на прах		1.252	САЩ 59%, Дания 28%

Споразумението за свободна търговия (FTA) между ЕС и Южна Корея влезе в сила на 1 юли 2011 година. Корейските потребители имат повече шансове да опитат различни видове сирена от европейските държави на по-ниски цени. Съгласно Споразумението митото ще се намалява с 2,25% годишно от 2011 г. Паралелно с намаляването на митата, ЕС и Южна Корея подписаха споразумение за създаване TRQ /Тарифни квоти/ за внос на Европейски сирена в Корея без митни сборове Съгласно това споразумение, тарифните квоти ще се увеличават, докато митото ще стане нула през 2026.

Корейската асоциация за млечни продукти /Korea Dairy Industry Association/ управлява и разпределя количествата за внос в рамките на Квотата, както за редовнитетата и за новите нови вносители, посредством система за лицензиране.

Ако български фирми биха искали да изнасят сирене в Южна Корея през схемата от търговски квоти без мита, най-важно е да се намери добър местен партньор, който може да заяви и вземе количества от квотата.

### Мита и схема на Търговските квоти /TRQ/ съгласно Споразумението за свободна търговия между Корея и ЕС

Квотите за:

- мляко на прах, сметана и масло, се предоставят чрез търг;
- сирене и приготвени сухи млека, се предоставят с издаване на лиценз

Дата	Преди 1.07.2011г	1	2	3	4	5	6	7
Мита %	36 %	33,75	31,5	29,25	27,00	24,75	22,5	20,25
Търговски квоти /тон/		<b>4560</b>	<b>4560</b>	<b>4696</b>	<b>4837</b>	<b>4982</b>	<b>5132</b>	<b>5286</b>
8	9	10	11	12	13	14	15	16
Юли 2018	Юли 2019	Юли 2020	Юли 2021	Юли 2022	Юли 2023	Юли 2024	Юли 2025	Юли 2026
18,00 %	15,75 %	13,5 %	11,25 %	9,00 %	6,25 %	4,5 %	2,25 %	0,00
<b>5444 т</b>	<b>5608 т</b>	<b>5776 т</b>	<b>5949 т</b>	<b>6128 т</b>	<b>6312 т</b>	<b>6501 т</b>	<b>6696 т</b>	

## **Потенциални партньори**

През 2012 г. Seoul Ceул DairyCooperative е най-големият производител на сирене в Южна Корея заемайки дял от 41% от пазара в стойност, следвани от MaeilDairies Co Ltd(22%), NamyangDairy Products Co Ltd (19%) и DongwonDairy Food Co Ltd (7%). Тъй като тези четири дружества имат свои собствени производствени съоръжения за сирене, те се фокусират повече върху внос на сирена в големи опаковки и не на готови продукти за продажби в мрежата да дребно.

Търсенето на вносни натурални сирена /неразфасовани/продължава да нараства, докато местното производство на натуралнисирена спада.

При стартиране на бизнес, по принцип за препоръчване е доставчиците на сирена на големи „bulk“опаковки, първоначално да контактуват с гореспоменатите големи корейски компании.

Друга възможност за започване на бизнес със сирене в Южна Корея е да се работи с големи млечни компании, които имат развита дистрибуторска мрежа на млечни продукти, но самите те не са производители на сирене, като:YakultKorea (трета по големина фирма за млечни продукти); BinggraeCo, Ltd (5-ти по големина) и Purmil Co Ltd (шеста по големина). Тези компании произвеждат пресни и тип кисели млека, но не разполагат с линии за производство на сирена.

Съществуват три начина за проникване на корейския пазар с вносни готови за консумация разфасовки сирена:

- Чрез откриване на собствен местен клон на фирмата -на английската Kraft Foodsсе падат 3,3% от пазара в Корея през 2012г.

- Да се работи с местни търговци на дребно като:„E-Mart“ (най-големият хипермаркет);„Лоте“ (най-големият универсален магазин);„Homeplus“(2-ри най-голям хипермаркет);„Costco“ (единственият чужд хипермаркет).

„Homeplus“ разполагат със собствена марка сиренаPrivateLabel, заемащ 0,7% пазарен дял в стойност. „E-Mart“ също наскоро са заявили, че планират да работят върху вноса на сирена.

- Третият начин завнос на сирене в Корея е чрез малки и средни търговци. Техният дял е относително малък, но могат да се справят с разнообразието от европейски първокласни сирена. Те продават директно на потребителите или са посредник в доставките на вносни сиреназа търговците на дребно.

## **Важни контакти и международни изложения**

KoreaDairyIndustryAssociation: <http://en.koreadia.or.kr/>

Освен „SeoulDairyCooperative“, повечето млечни фирми в Южна Корея са членове на сдружението. От сайта на английски, има подробна контактна информация (включително имена и контакти с млечни компании. Информацията може бъде полезна за износители, които търсят подходящия човек за контакт в търговските отдели на корейските компании за млечни продукти.

Seoul Food ShowSeoul: <http://www.seoulfood.or.kr>, 13 ~ 16 Май, 2014, изложбен център KINTEX - това е най-голямото изложение на храни в Южна Корея. То дава на чуждестранните изложители да имат възможности за срещи с потенциални партньори. Европейските сирена се считат за едни от най-популярните стоки на изложението.

С писмо до посолството на Република България в Република Корея от 28 август 2013 г., Министерството на земеделието, храните и селските райони на Корея уведомява, че

няма карантинни ограничения за внос на млечни продукти в Корея, които са били третирани чрез стерилизация, пастьоризация или ферментация. Млечните продукти

трябва да бъдат поставяни под карантина в зависимост от техния вид. Поради тази причина потвърждение е необходимо предварително потвърждение от съответните министерства. В тази връзка, Агенцията за ветеринарен и растителен контрол към Министерство на земеделието, храните и въпросите на селските райони е отговорен за контрола на Експортния ветеринарен сертификат и др., докато Министерството за безопасност на храните и лекарствата е отговорно за контрола на стандартите на продуктите от животински произход и остатъчни субстанции. За повече подробности е необходимо да се изиска информация от съответните министерства в Корея.

За сведение, всъответствие с реорганизацията на правителството на Република Корея от 23 март, 2013 г., въпросите касаещи здравето и безопасността на продукти от животински произход бяха прехвърлени към Министерството на храните и безопасността на лекарствата. Така, че Министерство на земеделието, храните и въпросите на селските райони и конкретно Агенцията за ветеринарен и растителен контрол са отговорни за карантинните дейности свързани с внесените продукти от животински произход, а Министерството на храните и безопасността на лекарствата отговаря на контролните работи /лабораторни изследвания/. Преди да се започне износ е необходимо да се съгласува текста на ветеринарния сертификат между съответните компетентни институции в двете страни.

С известие от 26 февруари 2014г. Министерството на храните и безопасността на лекарствата съобщава за „Ревизия“ на стандарта за нивата на съдържание на *Staphylococcus aureus* и създаване на стандарт за количествен анализ на *Staphylococcus aureus* в натурални и топени сиренаот: "n=5, c=0, m=0/25g"

на: "n=5, c=2, m =10; M=100" в съответствие с характеристиките на всеки продукт.

**Табл. Внос на сирена в Република Корея 1977-2014 / код HSK 0406/**

**Данни на Корейската асоциация за международна търговия KITA**

Стойност: 1000 щ.д./кг

Година	Стойност	Тегло кг	Месец	2013		2014(03)	
				Стойност	тегло	Стойност	тегло
1977	111	-	01	33,107	7,020,701	37,232	7,473,221
1978	143	-	02	31,753	6,955,238	36,166	7,328,476
1979	209	-					
1980	211	-					

1981	220	-	04	30,013	6,452,460	-	-
1982	312	-	05	37,119	7,826,031	-	-
1983	296	-	06	32,151	6,960,049	-	-
1984	317	-	07	31,092	6,594,600	-	-
1985	437	-	08	32,204	6,719,490	-	-
1986	491	-	09	38,247	8,056,081	-	-
1987	601	-	10	33,759	7,022,503	-	-
1988	785	124,150	11	29,457	5,995,586	-	-
1989	605	130,852	12	37,589	7,740,599	-	-
1990	787	122,820					
1991	710	120,941					
1992	957	200,108					
1993	1,281	265,796					
1994	8,562	3,121,610					
1995	33,943	11,073,290					
1996	50,471	15,022,910					
1997	59,545	19,198,248					
1998	35,905	13,262,897					
1999	55,157	21,284,569					
2000	70,638	30,534,782					
2001	88,057	34,452,829					
2002	85,129	31,984,095					
2003	93,829	35,782,291					
2004	120,197	41,350,524					
2005	143,572	44,032,322					
2006	146,262	44,032,347					
2007	178,992	49,470,818					
2008	238,876	47,384,734					
2009	189,918	49,024,113					
2010	258,749	60,970,757					
2011	357,928	76,220,998					
2012	359,718	77,506,107					
2013	403,041	85,068,939					
2014 /1трим/	113,058	22,490,789					

## Производството на мляко в Корея

През 2012 г. корейското производство на сурово мляко е 2,11 милиона метрични тона и бележи ръст от 11.7% в сравнение с предходната година, също така, броят на дойните крави за същият период се увеличава с 12%. От ноември 2010 обаче бизнесът с млечни продукти в Корея, включително течни млечни продукти, е пострадал в резултат на шап по говедата. Мляко, произведено във ферми в границите на три километра от където са се появили доказателства за болестта е било изхвърляно. През 2012г., въпреки че производството на мляко бележи ръст, производителите на млечни продукти е трябвало да увеличат цените поради нарастващите производствени разходи по време на бавно развиваща се икономика, едновременно с повишаване на разходите за труд и фуражи и ограничените суровини. В резултат, стойността на млечните продукти се увеличава с 8% през 2011 година, като тази тенденция на увеличение на

цените се запази и през 2012г. Консумацията на течни млека е 75% от общото производство на прясно мляко, а останалите 25% се търгуват за преработка.

Кисело мляко Консумацията на кисело мляко възлиза на 70% от общата стойност на продажбите намляко, предимно поради традиционната вяра в Корея за влиянието му върху здравето и дълголетието. През 2012 г. продажбите на кисело мляко и продукти с кисело мляко нараства с 9 % до 2.30 милиарда вана. Със своите популярни марки Yakult, киселото мляко си запази водещи дял от 49% през 2012 г.

Фирма Red MangoFoodservice/верига за продажба на кисело мляко в Корея от 2002 г./ впоследствие придоби все по-голямо присъствие в страната, увеличи броя на своите обекти, също и лансира няколко нови концепции за кисело мляко, като откриването на първия YoCafé бар през 2008 година. YoCafé предлага голямо разнообразие от храни и напитки , направени от кисело мляко, включително и сладолед, торти, шейкове.

### **Консумация**

Течните млечни продукти отбелязват увеличение в продажбите от 5 %, достигайки над 3,80 млрд. корейски вана през 2012 г., въпреки опасенията от шапа през 2011 година. В ситуация, когато доставките на мляко са в недостатъчно количество, производителите са склонни да произвеждат ароматизирани млечни напитки, които имат по-ниски изисквания спрямо качество на прясното мляко и са необходими по-малки количества от суровината. При сравняване на продажбите на ароматизирани млечни напитки и прясно мляко, в първия случай се забелязва по-висок ръст/6% през 2012 година/.

Соевите млечни продукти постигат висок ръст през 2012 г., като една от алтернативите на млечните продукти. Въпреки че доставките на краве мляко се връщат към нормалните нива, търсенето на соеви млечни продукти бележи ръст от 10% през 2012 година, като основната причина е пренасочване на потреблението от кравето мляко, поради шапа по животните в края на 2010 година.

long-life/UHT/млека подложени на свръх висока температурна обработка/най-вече се консумират в сектора на хранителните услуги и относително по-малко са потребителите в търговията на дребно. Въпреки че играчите на пазара се опитаха да докажат дълготрайната полза от консумацията на такива продукти, местните потребители все още предпочитат прясно/пастеризирано/ мляко. Консумацията на мляко long-life/UHT е намаляло с 3% през 2012 година.

### **Маркетинг**

През следващите години, течните млечни продукти общо се очаква да покажат положителен растеж, до голяма степен воден от първокласни продукти. Стойността на продажбите се очаква да се увеличи. Въпреки това, тенденцията в търсенето на продукта „long-life“ UHT мляко има тенденция към намаляване поради ограничено търсене на този вид в Корея. Това се дължи на факта, че корейският потребител счита, че този продукт за ежедневна употреба няма качествата на естественото мляко.

Ароматизираните млека Banana Milk Binggrae/вид ароматизирано мляко/ се радват на популярност, поради уникалния си вкус и опаковка. При ароматизираните млечни напитки, Binggrae все още показва най-голям пазарен дял с 29% през 2012 г.



Биологичнимлека–корейските производители се фокусират върху премиите млечни продукти, особено биологичното мляко. Цената на опаковка биологично мляко от MaeilDairies варира от 5,50 щ.д. до 7,20 щ.д./лит( в корейски вона от 5,867 до 7,467/литър. Въпреки че продажбите на „премиум“ марки се увеличават, стандартните марки все още имат най-голям дял на пазара. Единичната цена на пазара за краве мляко е около 3.00 щ.д. литър(Won3,000).

#### Референции

- KITA (Korea International Trade Association), <http://global.kita.net/>
- KDA (Korean Dairy Association), <http://en.koreadia.or.kr/>
- KCS (Korea Customs Service), <http://www.customs.go.kr/>
- Euromonitor

**СТИВ Сеул, 30.04.2014г.**