

Экспортный гид

# Мясо птицы



Республика Корея



Экспортный гид

# МЯСО ПТИЦЫ



Республика Корея

Гид создан при участии:



# Предисловие

---

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта мяса птицы в Республику Корея. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт мяса птицы в Республику Корея.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2021.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации



# Оглавление

---

|  |            |
|--|------------|
| <b>Резюме .....</b>  | <b>5</b>   |
| <b>Список сокращений.....</b>                                | <b>7</b>   |
| <b>Введение .....</b>  | <b>9</b>   |
| <b>1. Краткий обзор — Республика Корея .....</b>             | <b>12</b>  |
| 1.1. Экономические тенденции .....                           | 14         |
| 1.2. Политические тенденции .....                            | 20         |
| 1.3. Деловая среда .....                                     | 21         |
| 1.4. Демографические тенденции.....                          | 24         |
| 1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны ..... | 25         |
| <b>2. Обзор рынка.....</b>                                   | <b>28</b>  |
| 2.1. Объем и динамика рынка .....                            | 30         |
| 2.2. Потребительские предпочтения .....                      | 43         |
| 2.3. Торгово-распределительная сеть.....                     | 46         |
| 2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....              | 55         |
| <b>3. Стандарты на продукцию .....</b>                       | <b>57</b>  |
| 3.1. Требования к продукции.....                             | 60         |
| 3.2. Требования к сертификации .....                         | 66         |
| 3.3. Требования к маркировке.....                            | 71         |
| <b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>                        | <b>73</b>  |
| 4.1. Особенности таможенных процедур.....                    | 75         |
| 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....                      | 76         |
| <b>5. Организация экспортных поставок .....</b>              | <b>80</b>  |
| 5.1. Логистика.....  | 82         |
| 5.2. Формы присутствия на рынке .....                        | 89         |
| 5.3. Защита интеллектуальной собственности .....             | 92         |
| <b>6. Продвижение продукции.....</b>                         | <b>97</b>  |
| 6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....                  | 99         |
| 6.2. Отраслевые выставки.....                                | 101        |
| <b>7. Особенности деловой культуры .....</b>                 | <b>102</b> |
| <b>8. Преимущества и риски осуществления поставок.....</b>   | <b>107</b> |
| 8.1. Преимущества.....                                       | 109        |
| 8.2. Риски.....  | 110        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>9. Карта действий экспортера .....</b>                         | <b>112</b> |
| <b>10. Контактная информация .....</b>                            | <b>116</b> |
| <b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b> | <b>120</b> |
| <b>Приложение №1. Особые экономические зоны .....</b>             | <b>128</b> |
| <b>Приложение №2. Нормативно-правовая база .....</b>              | <b>132</b> |

# Резюме

---

- Республика Корея является одной из самых богатых стран Азии. С 1948 г., после разделения с Корейской Народно-Демократической Республикой, экономика страны ориентирована на производство высококачественной электроники, строительство и судостроение. Страна открыта для международного бизнеса: в 2020 г. она заняла пятое место в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка.
- После 2017 г. рост экономики Республики Корея замедлился. Однако благодаря высокоэффективным действиям правительства в борьбе с пандемией COVID-19 в 2020 г. ВВП страны сократился только на 0,9%. Рост экономики в 2021 г. ожидается уровне 4,3%, но к 2026 г. постепенно сократится до 2,4%.
- При населении более 51 млн человек и незначительной доле сельского хозяйства в ВВП страны, Южная Корея является крупным импортером продовольствия. В 2020 г. объем импорта продукции АПК составил 32,5 млрд долл. США. Таким образом, страна привлекательна для экспортеров продуктов питания, в том числе и российских.
- Мясо птицы в Республике Корея используется для приготовления различных блюд национальной кухни. Несмотря на то, что душевое потребление мяса птицы в стране ежегодно увеличивается (за исключением 2020 г.), оно занимает второе место по потреблению после свинины.
- В 2020 г. уровень потребления мяса птицы незначительно снизился по сравнению с 2019 г. (на 0,4%) и составил 1 066 тыс. тонн. Сокращение вызвано, в первую очередь, ограничениями на фоне пандемии COVID-19 и снижением потребления в секторе общественного питания. При этом ожидается, что в 2022 г. потребление мяса птицы в стране увеличится до 1,1 млн тонн.
- Основными каналами продаж мяса птицы в Республике Корея являются розничная торговля (48%) и сектор общественного питания (41,4%). Оставшийся объем (10,6%) приходится на сектор переработки. Снижение продаж в секторе общественного питания в 2020 г. было лишь частично компенсировано ростом рынка доставки еды на дом.
- Республика Корея более чем на 90% самостоятельно обеспечивает внутренний спрос на мясо птицы. В 2020 г. производство составило 971 тыс. тонн, что на 2% больше по сравнению с 2019 г. Куриное мясо составляет большую часть — 93% — производства мяса птицы в стране.
- На рынке мяса птицы Республики Корея в 2020 г. отмечалось избыточное предложение продукции за счет увеличения поголовья в предыдущем году, интенсивной рыночной конкуренции между крупными вертикально интегрированными производителями, а также — относительно стабильного уровня потребления, что снизило цены на мясо птицы. Это привело к сокращению посадки новых цыплят-бройлеров. Кроме того, в 2021 г. поголовье птицы сократилось примерно на 15% из-за вспышек высокопатогенного птичьего гриппа. Вследствие этого (а также сокращения производства) цены на местное мясо птицы выросли на 20%.

- В 2020 г. импорт мяса птицы составил 140,2 тыс. тонн на сумму 264,2 млн долл. США, что на 2,3% ниже по сравнению с 2019 г. в натуральном выражении и на 9,9% — в стоимостном. В структуре импорта доминируют замороженные части тушек домашних кур и субпродукты (ТН ВЭД 020714), на которые в 2020 г. пришлось более 99% всего импорта мяса птицы.
- Основным экспортером мяса птицы в Республику Корея является Бразилия, на поставки которой в 2020 г. пришлось 82% от общего объема импорта в натуральном выражении и 79,8% — в стоимостном. Бразилия экспортирует преимущественно замороженные обваленные целые куриные ножки и крылышки. Кроме того, поставки мяса птицы в Республику Корея осуществляют Таиланд и Дания, на которые в 2020 г. совокупно пришлось более 12% импорта по объему и 15% — по стоимости. Далее следуют США, которые в 2012 г. поставляли в Республику Корея 47,5% всего импортного мяса птицы, а в 2020 г. заняли лишь 2% рынка. В ноябре 2021 г. начались переговоры по доступу на корейский рынок птицеводческой продукции из Украины.
- По состоянию на начало 2022 г. действует запрет на поставки птицеводческой продукции из России в Республику Корея. Однако ветеринарные службы ведут переговоры о признании принципов регионализации по болезням птиц на территории РФ, что позволит открыть корейский рынок для российских производителей.

# Список сокращений

---

## Англоязычные сокращения

|                      |   |
|----------------------|---|
| <b>APQA</b>          | Animal and Plant Quarantine Agency — Служба карантина животных и растений   |
| <b>B2C</b>           | Business-to-consumer — коммерческие взаимоотношения между бизнесом и конечными потребителями товаров и услуг  |
| <b>НАССР</b>         | Hazard Analysis Critical Control Points — система анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции   |
| <b>HMR</b>           | home meal replacement — категория продуктов питания, включающая в себя полностью готовые к употреблению блюда, полуфабрикаты, которые необходимо только разогреть, и наборы ингредиентов, требующие незначительной дополнительной обработки |
| <b>Incoterms</b>     | International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли                       |
| <b>ITC Trade Map</b> | Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)   |
| <b>KFTC</b>          | Korea Fair Trade Commission — Комиссия по честной торговле  |
| <b>KOTRA</b>         | Korea Trade-Investment Promotion Agency — Корейское агентство содействия торговле и инвестициям   |
| <b>KREI</b>          | Korea Rural Economic Institute — Корейский экономический институт сельского хозяйства   |
| <b>NACF</b>          | National Agricultural Cooperative Federation — Национальная федерация сельскохозяйственных кооперативов   |
| <b>MAFRA</b>         | Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs — Министерство сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел Республики Корея  |
| <b>MFDS</b>          | Ministry of Food and Drug Safety — Министерство по контролю качества продуктов питания и лекарств Республики Корея  |
| <b>USDA</b>          | U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США   |
| <b>WGI</b>           | Worldwide Governance Indicators — показатели качества и эффективности государственного управления, рассчитываемые по методике Всемирного банка  |

## **Русскоязычные сокращения**

|                |   |
|----------------|---|
| <b>АИС</b>     | автоматическая идентификационная система                            |
| <b>АПК</b>     | агропромышленный комплекс   |
| <b>АСЕАН</b>   | Ассоциация государств Юго-Восточной Азии                            |
| <b>ВОИС</b>    | Всемирная организация интеллектуальной собственности                |
| <b>ВРЭП</b>    | Всестороннее региональное экономическое партнерство                 |
| <b>ВТО</b>     | Всемирная торговая организация                                      |
| <b>ЕАЭС</b>    | Евразийский экономический союз                                      |
| <b>ЕАСТ</b>    | Европейская ассоциация свободной торговли                           |
| <b>ЗСТ</b>     | зона свободной торговли   |
| <b>МВФ</b>     | Международный валютный фонд   |
| <b>МОТ</b>     | Международная организация труда                                     |
| <b>НИОКР</b>   | научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы            |
| <b>ОЭСР</b>    | Организация экономического сотрудничества и развития                |
| <b>ПИИ</b>     | прямые иностранные инвестиции                                       |
| <b>ППС</b>     | паритет покупательной способности                                   |
| <b>РНБ</b>     | режим наибольшего благоприятствования                               |
| <b>РОУ АПК</b> | региональные органы управления агропромышленным комплексом          |
| <b>СИЗ</b>     | свободная инвестиционная зона                                       |
| <b>СЭЗ</b>     | свободная экономическая зона  |
| <b>ТН ВЭД</b>  | товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности              |
| <b>ТРИПС</b>   | Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности |
| <b>ЮНКТАД</b>  | Конференция ООН по торговле и развитию                              |

# Введение





Южная Корея (официальное название — Республика Корея) является одной из самых богатых стран Азии. В 1948 г. на территории Корейского полуострова было создано два независимых государства: Корейская Народно-Демократическая Республика (КНДР) — на севере и Республика Корея — на юге. Для выхода из бедности Республика Корея ориентировала свое производство на внешний спрос (экспорт). Страна входит в число мировых лидеров в таких сферах, как производство высококачественной электроники, страхование, строительство и судостроение. С населением 51,5 млн человек Южная Корея является привлекательным рынком для экспортеров продовольствия.

### **Общие сведения (2020 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 1 638 млрд долл. США

**Рост ВВП:** -0,9%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 44 750 долл. США

**Уровень инфляции:** 0,5%

**Приток ПИИ:** 10,6 млрд долл. США (2019 г.)

**Население:** 51,5 млн человек

**Площадь страны:** 97,5 тыс. км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Сеул (9,9 млн), Пусан (3,4 млн), Инчхон (2,9 млн), Тэгу (2,5 млн), Тэджон (1,5 млн)

**Уровень урбанизации:** 81,4%

**Уровень безработицы:** 4,1%

**Структура ВВП:** сельское хозяйство (1,8%), промышленность (36,1%), сфера услуг (62,1%)

**Структура занятости:** сельское хозяйство (4,8%), промышленность (25%), сфера услуг (70,2%)

**Основные товары экспорта:** электрические машины и оборудование; реакторы ядерные; средства наземного транспорта; пластмассы и изделия из них; нефть и нефтепродукты

**Основные товары импорта:** электрические машины и оборудование; нефть и нефтепродукты; реакторы ядерные; инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, медицинские; средства наземного транспорта

**Объем экспорта:** 512,8 млрд долл. США

**Объем импорта:** 467,5 млрд долл. США

# Краткий обзор — Республика Корея

---

1



Содержание.



## 1.1.

Экономические тенденции

## 1.2.

Политические тенденции

## 1.3.

Деловая среда

## 1.4.

Демографические тенденции

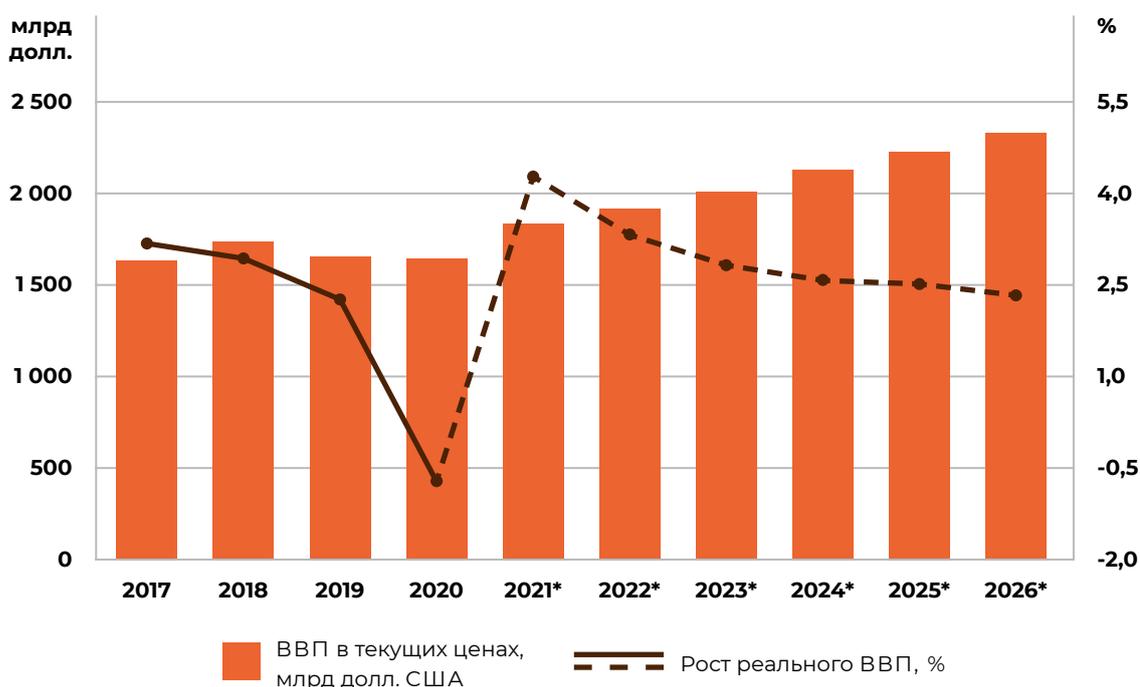
## 1.5.

Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны

## 1.1. Экономические тенденции

Южнокорейская экономика интенсивно развивалась в последнее десятилетие. В 2017 г. наблюдался максимальный рост ВВП (3,2%), в дальнейшем темпы роста замедлились. Благодаря эффективным мерам по борьбе с пандемией COVID-19 правительство смогло поддержать экономику страны. Согласно оценкам МВФ, в 2020 г. рост реального ВВП Южной Кореи снизился всего до -0,9%, в 2021 г. он восстановится до 4,3%, а в 2026 г. рост прогнозируется на уровне 2,4%.

Рис. 1. Динамика ВВП Республики Корея, 2017–2026 гг.

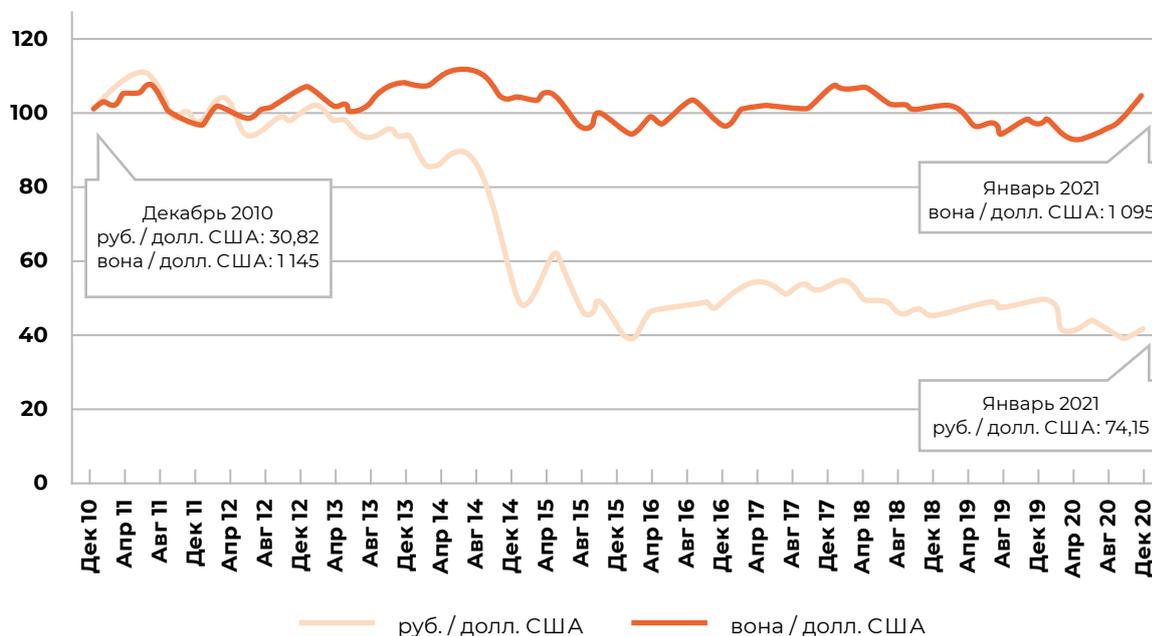


Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. \*прогноз.

Южнокорейская вона заметно ослабла за 2018–2019 гг. в результате замедления экономического роста. Тем не менее, по данным Банка международных расчетов (Bank for International Settlements), вона укрепилась по сравнению с тем курсом, который был зафиксирован десять лет назад. Южнокорейская валюта сильнее российского рубля, но слабее американского доллара.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и южнокорейской воны к доллару США, декабрь 2010 г. – январь 2021 г.



Источник: Банк международных расчетов

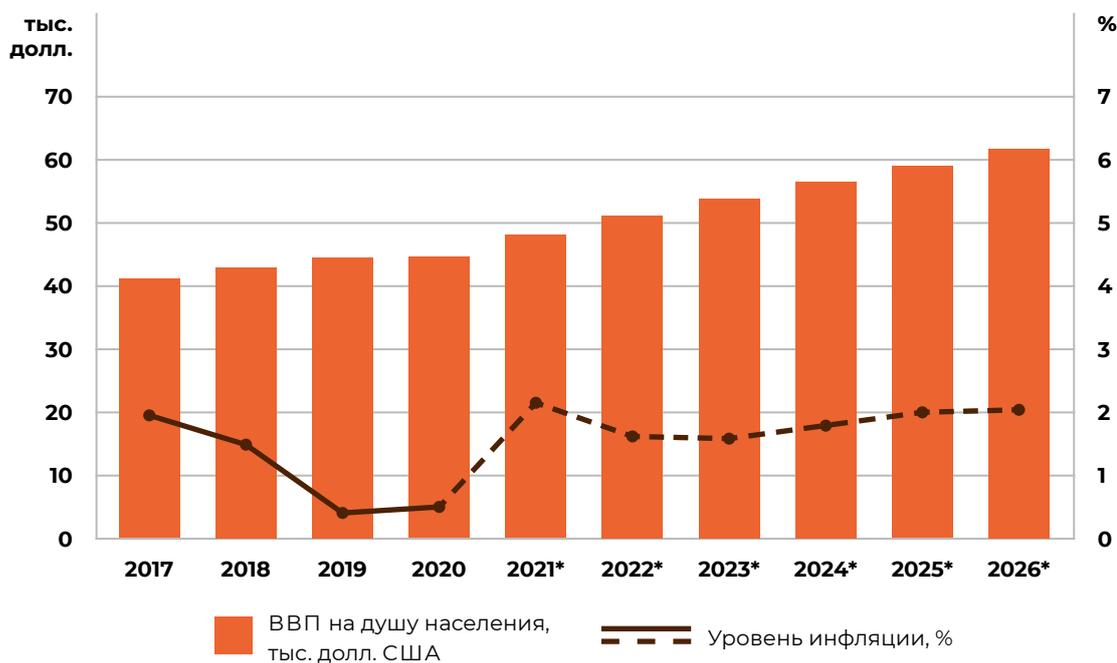
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

Южная Корея — страна с высоким уровнем дохода и успешным опытом повышения общественного благосостояния. Минимальный размер оплаты труда с 2015 г. ежегодно повышается и по состоянию на 2021 г. составляет 1,8 млн вон (примерно 1 600 долл. США) в месяц<sup>1</sup>. Основу роста в разных отраслях — от высоких технологий до тяжелой промышленности — обеспечивают инновации. Южная Корея остается амбициозной страной: в планах по восстановлению экономики после рецессии 2020 г. приоритетными являются «зеленые» и цифровые технологии.



<sup>1</sup> <https://www.moel.go.kr/english/main.jsp>

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2026 гг.



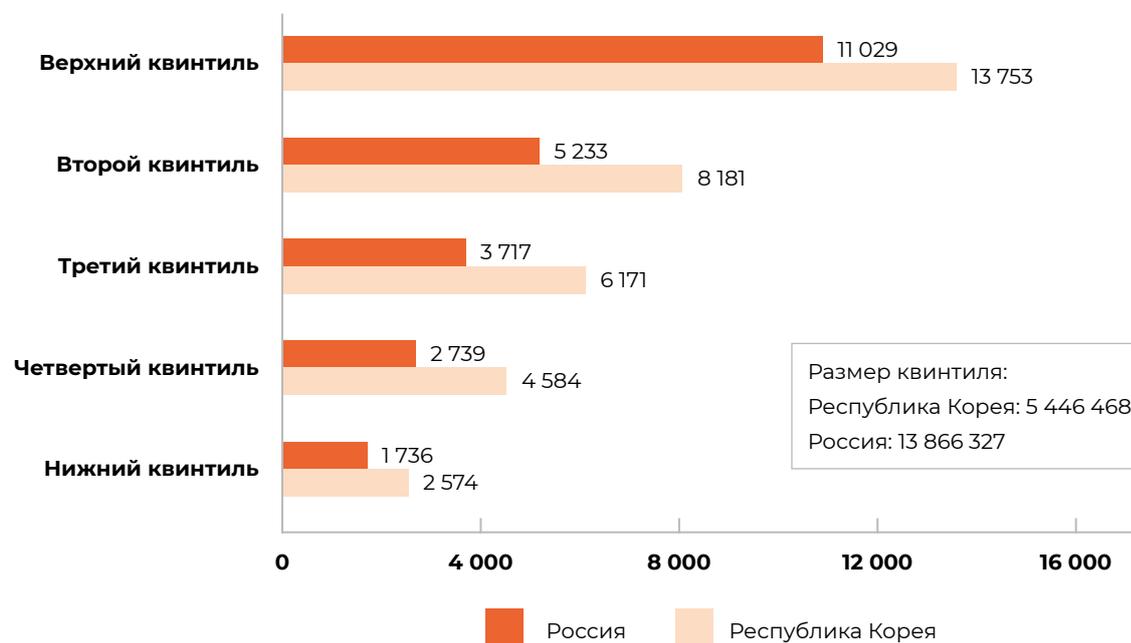
Источник: МВФ

Примечание. \*прогноз.

Экономическое неравенство в южнокорейском обществе в последние годы продолжает увеличиваться. Так, на долю первого квинтиля (20% граждан с наибольшими доходами) приходится 39% общей суммы денежных доходов экономически активного населения страны. Для сравнения: в Японии этот показатель составляет 41%, в Китае — 45%.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2019 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ

Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

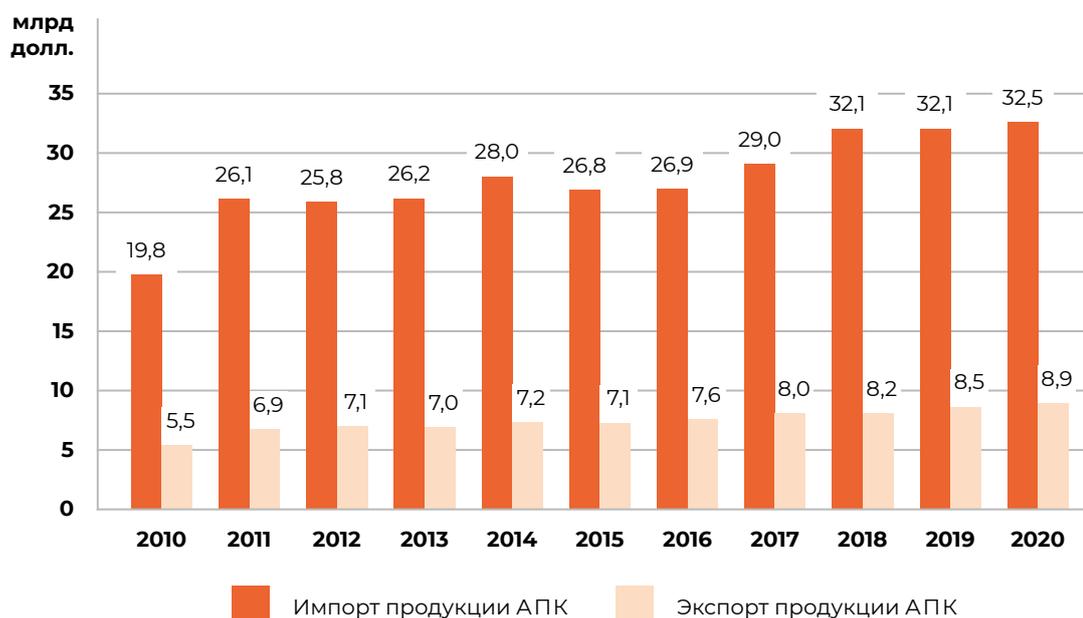
## Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство играет незначительную роль в экономике Республики Корея, обеспечивая лишь 1,8% ВВП (29 млрд долл. США). В этом секторе заняты всего 4,8% трудоспособного населения. Основными сельскохозяйственными продуктами являются рис, ячмень, овощи, фрукты, мясо КРС, свинина, мясо птицы, молочные продукты, яйца и рыба.

Страна наращивает объемы закупок продукции АПК. В 2020 г. импорт продовольствия в стоимостном выражении достиг 32,5 млрд долл. США. При этом экспорт также имеет тенденцию к росту и в 2020 г. составил 8,9 млрд долл. США, увеличившись относительно показателя 2010 г. на 62%.



Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Республики Корея, 2010–2020 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Республики Корея, 2020 г.

| Код ТН ВЭД | Наименование   | Млн долл. США | Доля в стоимостном экспорте, % |
|------------|--|---------------|--------------------------------|
| 2402       | Сигары, сигариллы и сигареты   | 838,1         | 9,4                            |
| 1902       | Макаронные изделия   | 792,3         | 8,9                            |
| 0303       | Рыба мороженая   | 615,7         | 6,9                            |
| 2106       | Пищевые продукты   | 598,9         | 6,7                            |
| 2008       | Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные | 563,0         | 6,3                            |
| 2202       | Воды газированные, сладкие   | 498,5         | 5,6                            |
| 2103       | Продукты для приготовления соусов и готовые соусы                                    | 321,9         | 3,6                            |
| 1905       | Мучные кондитерские изделия  | 309,0         | 3,5                            |

Продолжение табл. 1

| Код ТН ВЭД | Наименование  | Млн долл. США  | Доля в стоимостном экспорте, % |
|------------|---|----------------|--------------------------------|
| 0304       | Филе рыбное   | 255,0          | 2,9                            |
| 1212       | Плоды рожкового дерева, морские и прочие водоросли, свекла сахарная и сахарный тростник, охлажденные, мороженые или сушеные | 242,8          | 2,7                            |
|            | Прочие продукты   | 3 876,5        | 43,5                           |
|            | <b>Итого</b>  | <b>8 911,7</b> | <b>100,0</b>                   |

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Республики Корея, 2020 г.

| Код ТН ВЭД | Наименование           | Млн долл. США | Доля в стоимостном импорте, % |
|------------|------------------------|---------------|-------------------------------|
| 1005       | Кукуруза               | 2 370,9       | 7,3                           |
| 2106       | Пищевые продукты       | 1 960,4       | 6,0                           |
| 0202       | Мясо КРС, замороженное | 1 917,1       | 5,9                           |
| 0203       | Свинина                | 1 382,3       | 4,2                           |
| 0303       | Рыба мороженая         | 1 188,7       | 3,7                           |
| 0306       | Ракообразные           | 1 137,2       | 3,5                           |
| 0201       | Мясо КРС, охлажденное  | 978,9         | 3,0                           |
| 1001       | Пшеница                | 970,5         | 3,0                           |
| 0307       | Моллюски               | 964,7         | 3,0                           |

Продолжение табл. 2

| Код ТН ВЭД | Наименование    | Млн долл. США   | Доля в стоимостном импорте, % |
|------------|-----------------|-----------------|-------------------------------|
| 0901       | Кофе            | 737,8           | 2,3                           |
|            | Прочие продукты | 18 934,8        | 58,2                          |
|            | <b>Итого</b>    | <b>32 543,2</b> | <b>100,0</b>                  |

Источник: ITC Trade Map

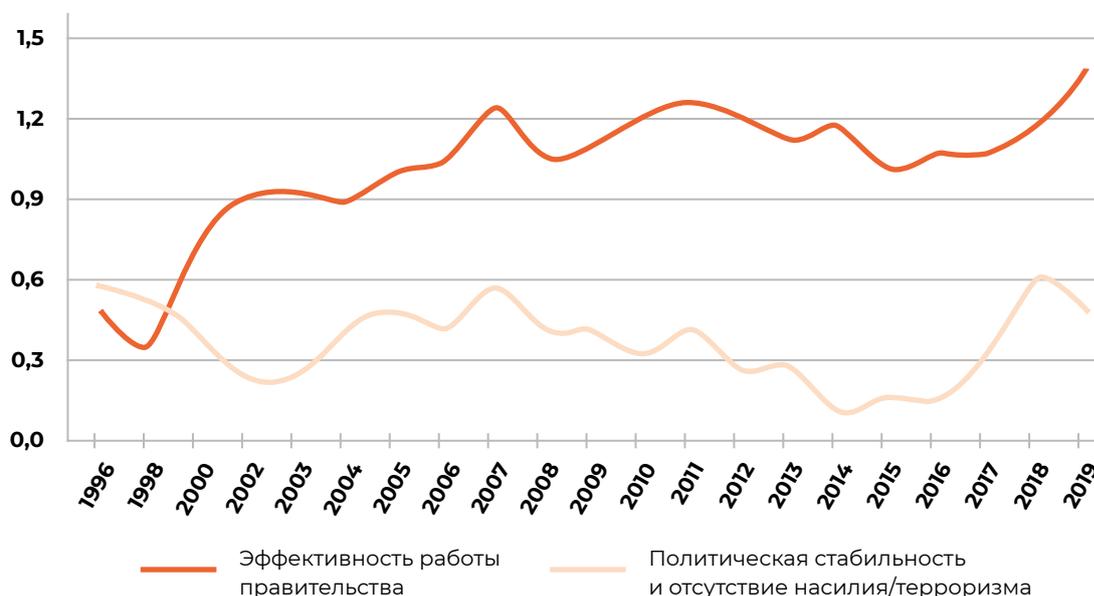
## 1.2. Политические тенденции

Южная Корея — республика с сильной центральной властью. Глава государства — президент, который также является верховным главнокомандующим вооруженными силами. Президент избирается всенародным голосованием сроком на пять лет и осуществляет исполнительные функции через возглавляемый им Государственный совет. Президент назначает премьер-министра и министров. Кандидатуры на высшие государственные должности утверждаются парламентом.

Законодательный орган — однопалатное Национальное собрание — составляют 300 депутатов, которые избираются на четырехлетний срок. В апреле 2020 г. выборы в парламент прошли по новой процедуре — 253 депутата были избраны по мажоритарному принципу, а 47 мест были распределены по системе пропорционального представительства политических партий. На выборах победу одержал блок из Трудовой и Демократической партий Кореи, получив 180 мест. Таким образом, у правящего либерального альянса есть необходимое для принятия законопроектов большинство в три пятых голосов.

Успех Демократической партии многие связывают с активными действиями Мун Чжэ Ина (действующий президент Республики Корея с 2017 г.) во время пандемии. Президент Мун также выступает за мирное решение проблем с КНДР. В июне 2019 г. он встретился в демилитаризованной зоне с верховным лидером КНДР Ким Чен Ыном и президентом США Дональдом Трампом. В результате наметился прогресс в переговорах об отказе КНДР от ядерных и ракетных испытаний.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Республике Корея



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

Согласно показателям качества государственного управления Всемирного банка, эффективность работы южнокорейского правительства заметно улучшилась за последние 20 лет. Так, в 2020 г. Республика Корея заняла 37-ю строчку в рейтинге эффективности работы правительства. Показатель политической стабильности и отсутствия насилия поднялся с исторического минимума 2014 г. до рекордно высокой строчки в 2018 г.

### 1.3. Деловая среда

В 2020 г. Республика Корея заняла пятое место среди 190 стран мира в ежегодном рейтинге Doing Business. Наибольшее количество баллов набрано за возможности подключения к системе энергоснабжения и обеспечение исполнения контрактов — второй результат по обоим показателям. По международной торговле страна заняла 36-е место, а самую низкую позицию (67-е место) — по доступности кредитов.

В рейтинге восприятия коррупции Transparency International Республика Корея улучшает свои позиции. Если в 2016 г. страна набрала 53 из 100 баллов, то в 2020 г. ее показатели выросли до 61 балла. В результате она заняла 33-е место среди 180 стран, разделяя эту строчку рейтинга с Португалией.

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

|                  | <b>Стимулирующие факторы</b>   | <b>Сдерживающие факторы</b>   |
|------------------|--|---|
| <b>Экономика</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отраслевая диверсификация и лидирующие позиции по производству высокотехнологичной электроники.</li> <li>• Крупные государственные и частные инвестиции в НИОКР.</li> <li>• Хорошая система образования.</li> <li>• Диверсифицированный портфель ПИИ в Азии.</li> <li>• Умеренный государственный долг (внутренний госдолг — 85% от ВВП), который является одним из самых низких для стран с высоким уровнем дохода и в среднем для стран ОЭСР.</li> <li>• Внешняя задолженность также остается низкой и составляет 25% от ВВП</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Медленное восстановление поставок для западных стран-партнеров из-за пандемии.</li> <li>• Конкуренция со стороны китайской продукции (изделия/продукция из стали, электроника, продукция для судостроения).</li> <li>• Старение населения.</li> <li>• Высокий уровень безработицы среди молодежи.</li> <li>• Высокая экономическая концентрация с доминирующим положением чеболей (крупнейших промышленных конгломератов)</li> </ul> |
| <b>Политика</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Правительство страны выделяет дополнительные средства в бюджете, чтобы уменьшить неравенство в доходах и смягчить последствия пандемии для низкооплачиваемых сотрудников.</li> <li>• После выборов в США геополитические риски уменьшились. Президент Джо Байден заявил, что Южная Корея остается союзником, США привержены обеспечению ее безопасности и укреплению двусторонних альянсов в регионе</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Постоянная угроза военного конфликта с КНДР.</li> <li>• Вероятные споры с Японией по вопросам выплаты репараций за преступления во время Второй мировой войны. При этом корейские компании зависят от японского импорта технологий</li> </ul>  |



Продолжение табл. 3

|          | Стимулирующие факторы   | Сдерживающие факторы  |
|----------|---|---|
| Право    | Высокий рейтинг Южной Кореи (пятая строчка) в показателях легкости ведения бизнеса свидетельствует о благоприятной для бизнеса правовой среде | Сложность нормативно-правовой системы   |
| Торговля | Крупный рынок для импорта продовольствия с богатеющим населением  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Доминирующее положение и сильные переговорные позиции чеболей. Масштабный выход на рынок страны невозможен без достижения договоренностей с этими крупными конгломератами.</li> <li>• Сильная конкуренция со стороны стран-экспортеров продовольствия, у которых подписаны всеобъемлющие торгово-экономические соглашения и соглашения о свободной торговле с Республикой Корея</li> </ul> |



## 1.4. Демографические тенденции

По данным на 2020 г., численность населения Республики Корея составляет 51,5 млн человек. Как и в соседней Японии, население страны стареет: многочисленное поколение беби-бумеров, родившихся после Корейской войны, приближается к пенсионному возрасту.

Согласно данным переписи населения 2019 г., в стране было зафиксировано сокращение численности в возрастных группах 0–14 и 15–64, в то время как в группе 65+ наблюдался рост (данная группа составляет более 15% численности населения страны). При этом средний возраст жителей Кореи — 43,7 лет (в 2018 г. — 43,1)<sup>2</sup>.

Демографический рост пока продолжается, но составляет только 0,2% в год. Согласно прогнозам, с 2040 г. население страны начнет сокращаться.

Рис. 7. Общая численность населения Республики Корея, прогноз до 2050 г., млн человек



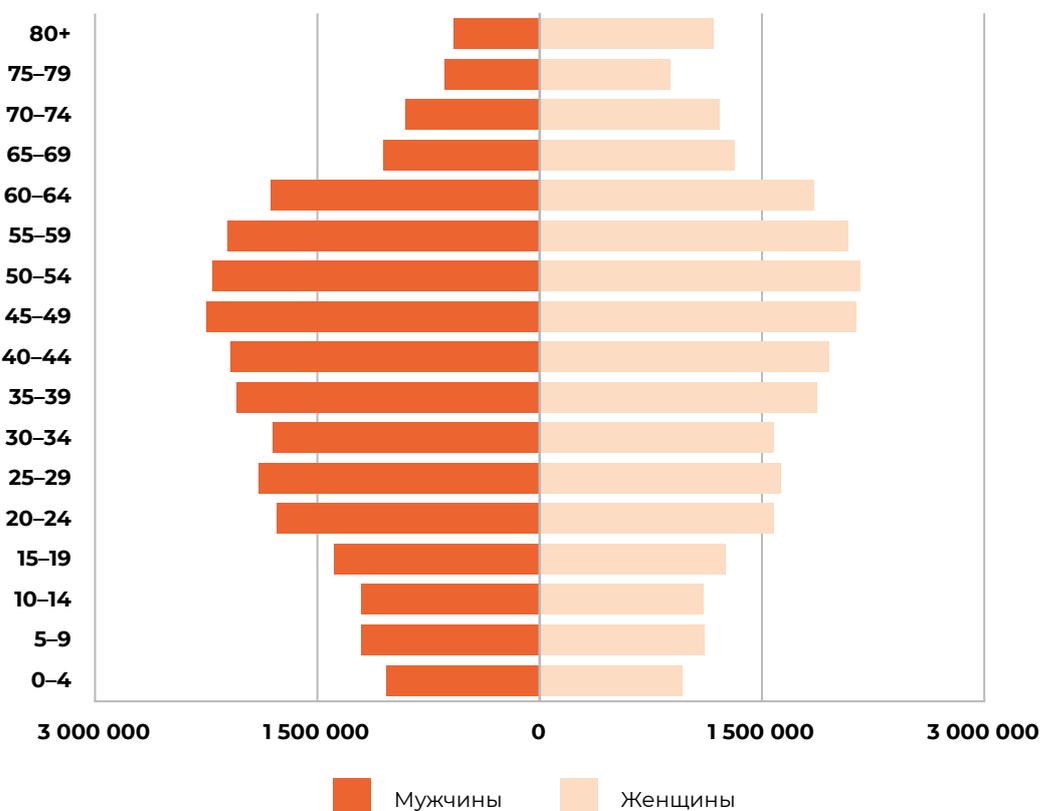
Источник: ООН

Примечание. \*прогноз.

По мере снижения прироста населения расходы на социальное обеспечение граждан по возрасту и сокращение налоговых поступлений будут ограничивать возможности экономического роста и повышения производительности труда.

<sup>2</sup> <https://bit.ly/3y9w5ue>

Рис. 8. Население Республики Корея по полу и возрасту, 2019 г.



Источник: Всемирный банк, МОТ

## 1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Несмотря на старение населения, рост экономики Республики Корея, обусловленный развитием технологий и промышленного производства, скорее всего, продолжится. Страна с населением 51,5 млн человек является крупным импортером продовольствия и, как и Япония, открыта для международного бизнеса. Однако следует учитывать, что более выгодные позиции на рынке Республики Корея имеют экспортеры из стран, присоединившихся к соглашению о Всестороннем региональном экономическом партнерстве (ВРЭП). Кроме того, Республика Корея подписала соглашения о свободной торговле с государствами АСЕАН, Австралией, Канадой, странами Центральной Америки, Чили, Китаем, Колумбией, Индией, Новой Зеландией, Перу, Сингапуром, ЕС, ЕАСТ, США, Турцией и Вьетнамом.

В последние годы темпы роста южнокорейской экономики замедлились из-за сокращения экспорта, от которого страна сильно зависит. В 2020 г. благодаря своевременному введению жестких карантинных ограничений Корея смогла минимизировать спад активности, который наблюдался в других странах ОЭСР. Корея не стала закрывать границы и вводить общенациональный карантин, но применила меры социального дистанцирования. Уменьшилась интенсивность оборота розничной торговли, сократились низкооплачиваемые рабочие места. При этом прогнозировалось, что уровень безработицы снизится до 3,6% в 2021 г. В целом в Республике Корея ожидается такое же быстрое восстановление экономической активности, как и на крупнейших экспортных рынках — в Китае и США.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2019 г., 2018–2024 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. \*прогноз.

В настоящее время розничная торговля и общественное питание активно восстанавливаются. Улучшение показателей Китая в секторе переработки в конце 2020 г. будет способствовать росту спроса на южнокорейскую продукцию.

Имея достаточно бюджетных средств, правительство принимает масштабные меры поддержки предприятий и потребителей с низкими доходами. Помимо этого, реализуются стратегии «Новый курс цифровизации» для создания цифровых рабочих мест и «Новый курс «зеленой» экономики» для достижения к 2050 г. нулевого уровня выбросов углекислого газа и дальнейшего инвестирования в возобновляемые источники энергии.

## **Последствия COVID-19**

### **Рост спроса на свежие продукты и готовые блюда**

В 2020–2024 гг. прогнозируется дальнейший рост продаж свежих и фасованных пищевых продуктов. Для рынка свежих продуктов основным фактором является увеличение потребления фруктов и мяса, для фасованных продуктов — рост спроса на удобные для домашнего потребления готовые блюда и супы.

Тренд на укрепление здоровья, усилившийся на фоне пандемии, привел к увеличению продаж продуктов для здоровья, таких как спортивное питание, пробиотики и рыбий жир.

Росту продаж фасованных продуктов также способствует увеличение потребления хлебобулочных изделий, которые постепенно включаются в рацион жителей страны в качестве перекуса.



# Обзор рынка

---



Содержание

---



## **2.1.**

Объем и динамика рынка

## **2.3.**

Торгово-распределительная сеть

## **2.2.**

Потребительские предпочтения

## **2.4.**

Конкурентная среда  
и участники рынка

## 2.1. Объем и динамика рынка

### Производство

В 2020 г. производство мяса птицы в Республике Корея составило 971 тыс. тонн, что на 2% больше показателя 2019 г. и на 36,8% — показателя 2013 г. При этом куриное мясо составляет свыше 93% производства мяса птицы в стране. Из них более 76% приходится на кур в среднем весе порядка 1,5 кг.

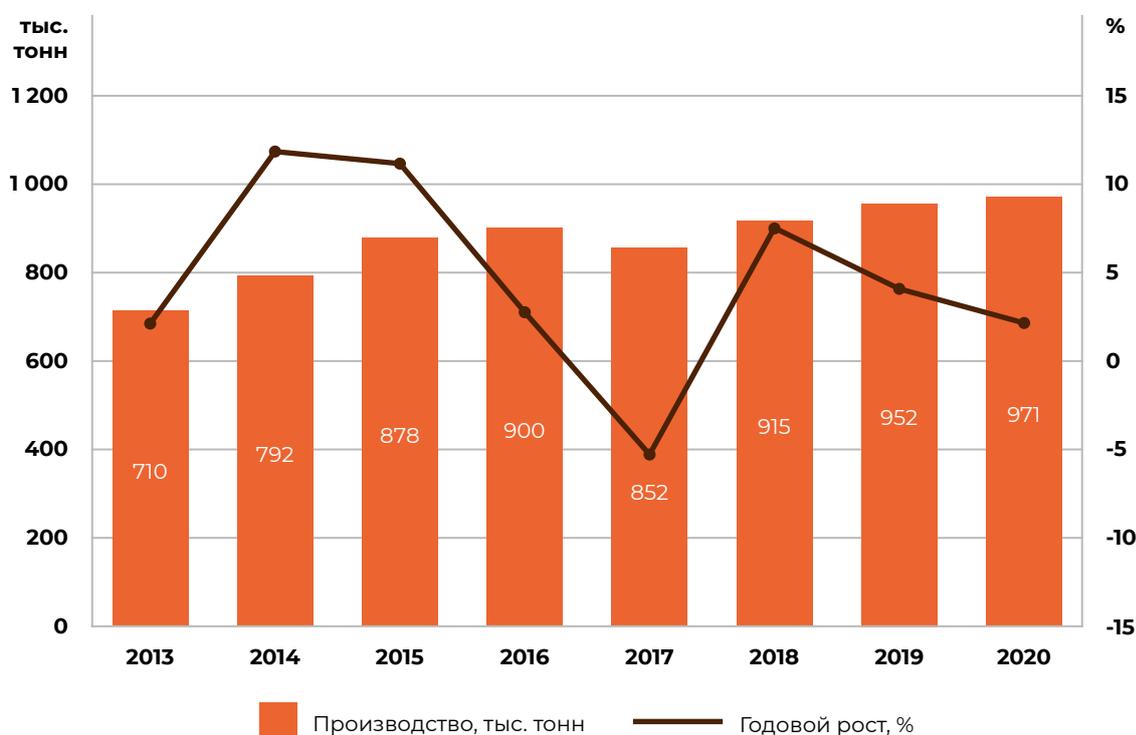
По предварительным оценкам, в 2021 г. производство мяса кур в Республике Корея снизилось по сравнению с 2020 г. на 2,8% до 935 тыс. тонн. Из-за вспышек высокопатогенного гриппа птиц их убой только в течение первой половины 2021 г. сократился на 4,7%. В результате произошла вынужденная депопуляция 23,7 млн бройлеров и несушек, включая 1,3 млн племенных кур — а это почти 15% всего поголовья птицы в стране. Поставки несушек на мясо также сократились на 66% до 7,2 млн голов.

Наиболее распространенным гибридом бройлерных пород кур является Samgye. На протяжении последних лет популярность этой породы среди производителей неуклонно растет, так как излюбленным супом жителей страны стал Самгё-тан, в состав которого входит мясо именно этих кур. В 2019 г. на долю Samgye пришлось 16,9% от общего количества забитых кур. Рост производства кур этой породы объясняется также более высокими экономическими выгодами по сравнению с обычными курами (более короткий период роста, меньшие затраты на откорм).

Эксперты USDA прогнозируют, что увеличение предложения курятины на южнокорейском рынке (включая имеющиеся запасы) может привести к снижению розничных цен. Это в свою очередь негативно отразится на финансовых показателях местных производителей, поскольку темпы роста предложения курятины на рынке Южной Кореи будут опережать потребительский спрос.



Рис. 10. Производство мяса птицы в Республике Корея, 2013–2020 гг.



Источник: USDA, GAIN

Цены на курятину в период 2019 – 2020 гг. были неблагоприятными для производителей из-за следующих факторов:

- 1) Предложение мяса птицы было избыточным из-за увеличения поголовья в течение 2019 г.
- 2) Предложение увеличилось из-за интенсивной рыночной конкуренции между крупными вертикально интегрированными производителями мяса кур.
- 3) Потребление курятины в 2020 г. сократилось или практически осталось на прежнем уровне.

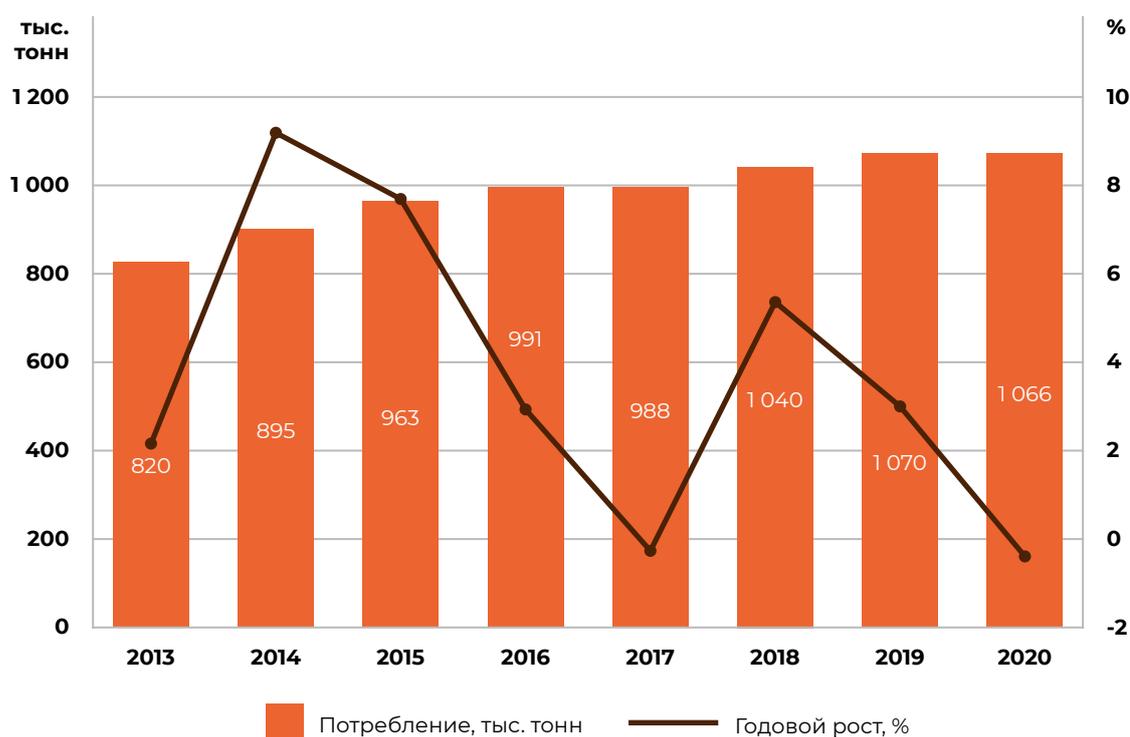
В 2020 г. средняя цена на курятину от фермерских хозяйств из-за избытка предложения составляла 1 121 вон (0,95 долл. США/кг), что примерно на 11,6 % ниже, чем в 2019 г. (1,09 долл. США/кг). В первом полугодии 2021 г. средние цены живой курицы на птицефабриках в течение первых шести месяцев 2021 г. также выросли на 32,3% до 1 360 вон (1,22 долл. США/кг) по сравнению с предыдущим годом (0,85 долл. США/кг). При этом розничные цены на свежее куриное мясо местного производства (ножки, грудка и крылышки) выросли на 20% — в основном, из-за сокращения поставок курятины, вызванного вспышками гриппа птиц. Однако во второй половине 2021 г. они стабилизировались.

## Потребление

По данным Национального статистического управления, объем потребления мяса на душу населения в Республике Корея увеличился с 11,3 кг в 1980 г. до 53,9 кг в 2018 г. Наибольшим спросом в стране пользуется свинина, за которой следует куриное мясо и говядина.

В 2020 г. уровень потребления мяса птицы незначительно снизился по сравнению с 2019 г. (на 0,4%) и составил 1 066 тыс. тонн. Сокращение потребления вызвано, в первую очередь, ограничениями на фоне пандемии COVID-19. В этот период были закрыты заведения общественного питания, полностью или частично отменены массовые мероприятия. Помимо этого, в Южной Корее была сокращена максимально допустимая продолжительность рабочей недели (с 68 до 52 часов), что снизило частоту корпоративных ужинов — очень популярного мероприятия в стране. Снижение спроса на курятину в секторе общественного питания было лишь частично компенсировано ростом рынка доставки еды на дом.

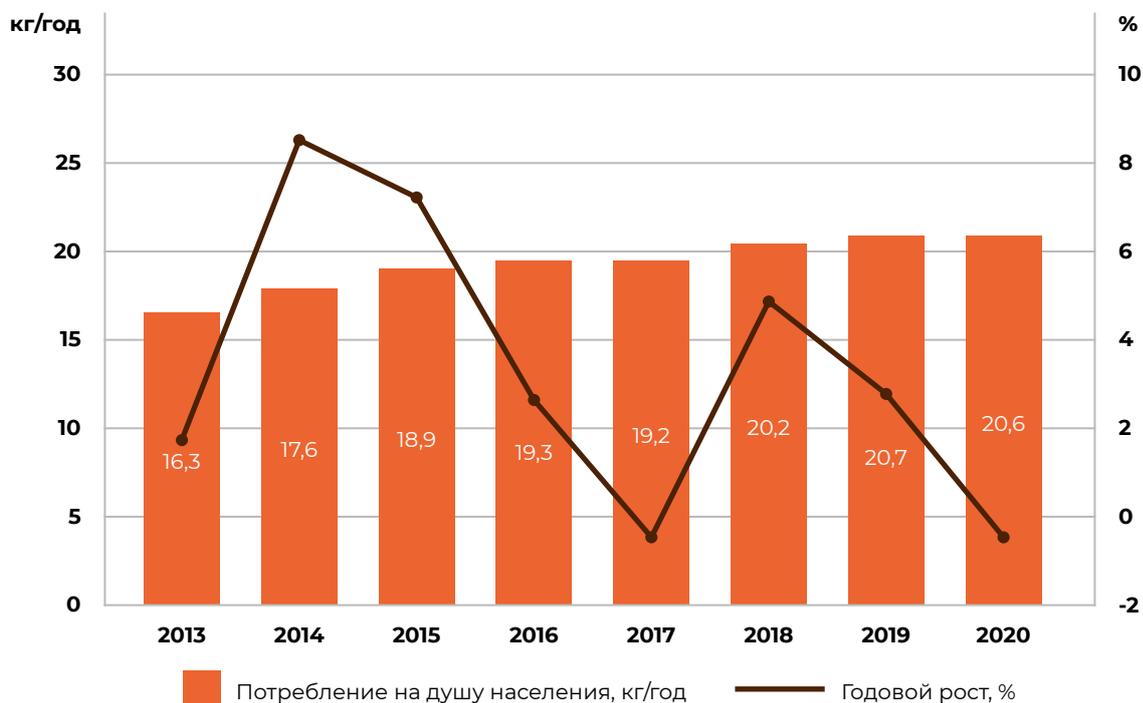
Рис. 11. Потребление мяса птицы в Республике Корея, 2013–2020 гг.



Источник: USDA, GAIN

Потребление мяса птицы на душу населения стабильно растет с 2013 г. (за исключением 2017 и 2020 гг.). В 2020 г. потребление составило 20,6 кг в год на человека, что на 0,5% ниже 2019 г., но при этом на 27% выше уровня 2013 г.

Рис. 12. Потребление мяса птицы на душу населения в Республике Корея, 2013–2020 гг.



Источник: USDA, GAIN

Согласно результатам опроса населения, большая часть корейских потребителей (63%) предпочитает целые тушки кур (свежие или охлажденные) и лишь 37% покупают части тушек. На фоне повышенного спроса молодого поколения на готовую еду и полуфабрикаты в ближайшие годы ожидается рост соответствующих рынков пищевой промышленности.

Продуктовые сети — члены Национальной Федерации Сельскохозяйственных Кооперативов (NACF) — подтвердили, что спрос на мясо, включая мясо птицы, в первом квартале 2021 г. увеличился на 6,7% из-за пандемии COVID-19. Однако затем, в течение 2021 г. его рост замедлился, поскольку заведения общественного питания по-прежнему не разрешалось работать в полном объеме (в соответствии с действующими ограничениями по COVID-19).

Ожидается, что к 2022 г. потребление мяса кур в стране увеличится и составит 1,1 млн тонн. По мере достижения запланированного в стране уровня вакцинации от COVID-19 и восстановления экономической активности увеличится общий спрос на курятину.

Восстановление потребительского спроса прогнозируется по мере того, как ресторанный бизнес начнет работать в полную силу. Этому будет способствовать и более низкая цена на куриное мясо по сравнению с красным.

Кроме того, ожидается, что ряд международных спортивных мероприятий (зимние Олимпийские игры, Азиатские игры в Китае и Чемпионат мира по футболу в Катаре) вызовут дополнительный спрос на блюда из мяса кур в течение 2022 г.

При этом в долгосрочной перспективе увеличение спроса ожидается в категории продуктов быстрого приготовления и готовых блюд, особенно с ростом числа домохозяйств из одного или двух человек, для которых важны комфорт и удобство на кухне.

## Экспорт и импорт

### Экспорт

Республика Корея не занимает значительных позиций среди стран-экспортеров мяса птицы. Согласно данным ITC Trade Map, доля страны в мировом экспорте мяса птицы составляет всего 0,2% (в стоимостном выражении).

Так, в 2020 г. Республика Корея экспортировала 51,8 тыс. тонн мяса птицы на 54,7 млн долл. США, что на 6,9% в натуральном и стоимостном выражении больше 2019 г. Основные поставки мяса птицы приходились на Вьетнам (95% в общем объеме экспорта).

Республика Корея экспортирует преимущественно мясо домашних кур в замороженном виде: 63% экспорта в натуральном выражении приходилось на тушки домашних кур, не разделенные на части (код ТН ВЭД 020712), 37% — на части тушек и субпродукты (код ТН ВЭД 020714). В 2019 г. 3,3% экспорта занимали замороженные части тушек уток (код ТН ВЭД 020745), однако в 2020 г. эта продукция на экспорт не направлялась.

Рис. 13. Экспорт мяса птицы Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ITC Trade Map

## Импорт

Согласно данным USDA, Республика Корея более чем на 90% самостоятельно обеспечивает внутренний спрос на мясо птицы.

По данным ITC Trade Map, с 2012 по 2020 гг. объемы импорта в натуральном выражении варьировались в диапазоне от 100 до 143 тыс. тонн. В 2020 г. импорт мяса птицы составил 140,2 тыс. тонн или 264,2 млн долл. США, что на 2,3% в натуральном выражении и на 9,9% в стоимостном меньше, чем в 2019 г.

Рис. 14. Импорт мяса птицы Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ITC Trade Map

Республика Корея преимущественно импортирует замороженные части тушек домашних кур и субпродукты (код ТН ВЭД 020714), на которые в 2020 г. пришлось более 99% всего импорта мяса птицы.

В 2012 г. структура импорта мяса птицы была схожей, около 99% также приходилось на части тушек домашних кур и субпродукты.

Табл. 4. Структура импорта мяса птицы Республики Корея по ассортименту, 2020 г.

| Код ТН ВЭД | Наименование   | Тыс. тонн    | Доля в натуральном выражении, % | Млн долл. США | Доля в стоимостном выражении, % |
|------------|--|--------------|---------------------------------|---------------|---------------------------------|
| 020714     | Части тушек и субпродукты домашних кур, замороженные | 139,1        | 99,2                            | 260,4         | 98,6                            |
| 020727     | Части тушек и субпродукты индеек, замороженные       | 1,1          | 0,8                             | 3,4           | 1,3                             |
|            | Прочая продукция                                     | 0,1          | 0,05                            | 0,4           | 0,1                             |
|            | <b>Итого</b>   | <b>140,2</b> | <b>100,0</b>                    | <b>264,2</b>  | <b>100,0</b>                    |

Источник: ITC Trade Map

Основным экспортером мяса птицы в Республику Корея в 2020 г. являлась Бразилия, на долю которой пришлось 82% импорта в натуральном выражении и 79,8% — в стоимостном. Бразилия экспортирует в страну преимущественно замороженные обваленные целые куриные ножки, хотя в последние годы увеличились поставки куриных крылышек в связи с повышением спроса на крылья в секторе общественного питания. При этом цены на бразильские замороженные куриные ножки в 2021 г. были примерно на 33% ниже, чем на ножки местного производства.

Чуть более 12% по объему и 15% по стоимости приходились на поставки из Таиланда и Дании. США в 2012 г. экспортировали в Республику Корея 47,5% всего импортного мяса птицы. По данным за 2020 г., они заняли всего 2% рынка. Такое резкое сокращение импорта из США было вызвано запретом из-за обнаружения в американской курятине остаточного количества семикарбазидов, запрещенных в продуктах питания Республики Корея.

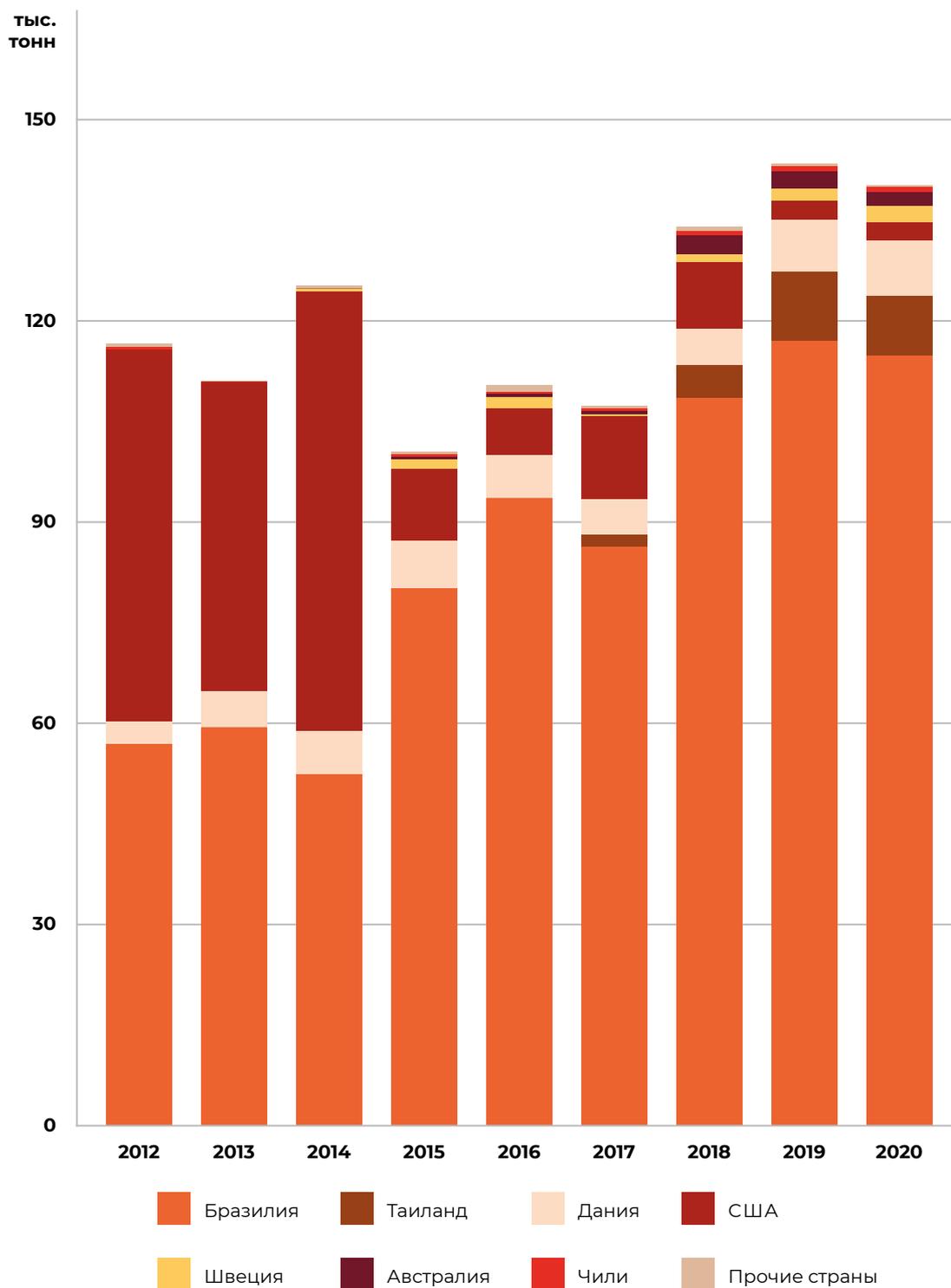
Табл. 5. Структура импорта мяса птицы Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

| № | Экспортер     | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         | Доля, % 2020 |
|---|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1 | Бразилия      | 56,9         | 59,4         | 52,4         | 80,1         | 93,6         | 86,3         | 108,5        | 117,0        | 114,9        | 82,0         |
| 2 | Таиланд       | —            | —            | —            | —            | —            | 1,8          | 4,9          | 10,4         | 8,9          | 6,4          |
| 3 | Дания         | 3,4          | 5,4          | 6,5          | 7,2          | 6,4          | 5,3          | 5,5          | 7,7          | 8,2          | 5,9          |
| 4 | США           | 55,4         | 46,0         | 65,5         | 10,7         | 6,9          | 12,4         | 9,9          | 2,8          | 2,7          | 1,9          |
| 5 | Швеция        | —            | 0,1          | 0,4          | 1,4          | 1,7          | 0,3          | 1,1          | 1,9          | 2,4          | 1,7          |
| 6 | Австралия     | —            | —            | —            | 0,3          | 0,6          | 0,5          | 2,9          | 2,5          | 2,1          | 1,5          |
| 7 | Чили          | 0,4          | 0,02         | —            | 0,5          | 0,2          | 0,4          | 0,6          | 0,8          | 0,8          | 0,5          |
|   | Прочие страны | 0,6          | 0,2          | 0,4          | 0,3          | 1,0          | 0,3          | 0,6          | 0,4          | 0,2          | 0,1          |
|   | <b>Итого</b>  | <b>116,7</b> | <b>111,3</b> | <b>125,2</b> | <b>100,5</b> | <b>110,2</b> | <b>107,3</b> | <b>133,9</b> | <b>143,5</b> | <b>140,2</b> | <b>100,0</b> |

Источник: ITC Trade Map



Рис. 15. Структура импорта мяса птицы Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

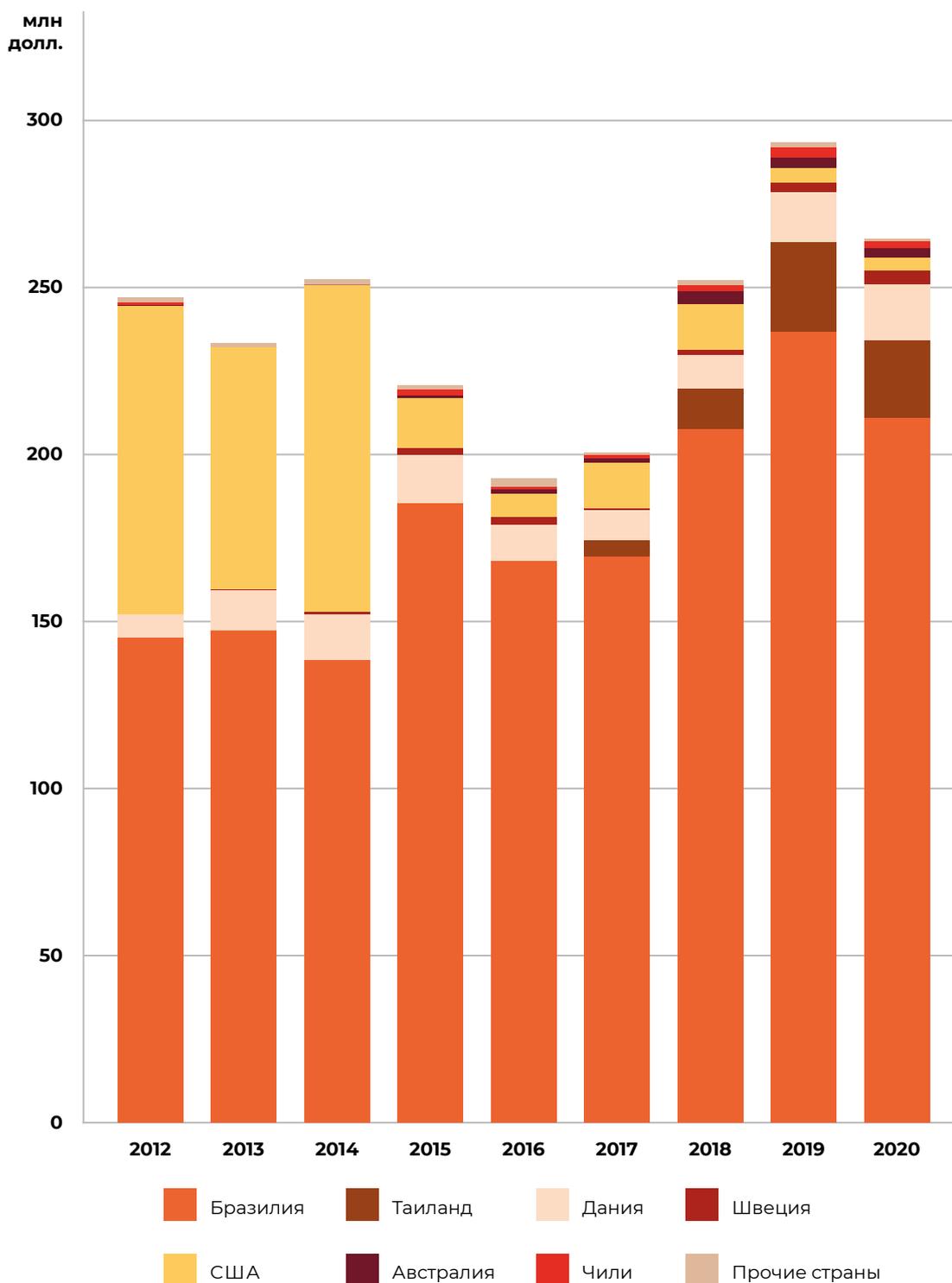
Табл. 6. Структура импорта мяса птицы Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

| № | Экспортер     | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         | Доля, % 2020 |
|---|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1 | Бразилия      | 145,1        | 147,2        | 138,2        | 185,3        | 167,9        | 169,2        | 207,3        | 236,5        | 210,8        | 79,8         |
| 2 | Таиланд       | —            | —            | —            | —            | —            | 5,1          | 12,3         | 27,0         | 23,3         | 8,8          |
| 3 | Дания         | 6,9          | 12,1         | 13,9         | 14,4         | 11,0         | 9,0          | 10,0         | 14,7         | 16,6         | 6,3          |
| 4 | Швеция        | —            | 0,1          | 0,6          | 2,0          | 2,1          | 0,4          | 1,6          | 3,0          | 4,1          | 1,5          |
| 5 | США           | 92,4         | 72,5         | 97,9         | 15,0         | 7,1          | 13,8         | 13,6         | 4,3          | 3,9          | 1,5          |
| 6 | Австралия     | 0,04         | —            | —            | 0,7          | 1,4          | 1,2          | 3,9          | 3,1          | 2,8          | 1,1          |
| 7 | Чили          | 1,0          | 0,1          | —            | 1,9          | 0,6          | 1,1          | 1,9          | 3,3          | 2,2          | 0,8          |
|   | Прочие страны | 1,4          | 1,2          | 1,6          | 1,3          | 2,6          | 0,6          | 1,5          | 1,3          | 0,6          | 0,2          |
|   | <b>Итого</b>  | <b>246,8</b> | <b>233,2</b> | <b>252,2</b> | <b>220,6</b> | <b>192,7</b> | <b>200,4</b> | <b>252,1</b> | <b>293,2</b> | <b>264,2</b> | <b>100,0</b> |

Источник: ITC Trade Map



Рис. 16. Структура импорта мяса птицы Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Средняя импортная цена на мясо птицы в 2020 г. составила 1 884 долл. США за тонну продукции. Наиболее высокая стоимость импортной продукции отмечалась у экспортеров из Чили и Таиланда, самая низкая — из США и Австралии.

Табл. 7. Средняя цена на импортное мясо птицы по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

| Экспортер           | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         | Отклонение от средней цены в 2020 г., % |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---|
| <b>Средняя цена</b> | <b>2 115</b> | <b>2 097</b> | <b>2 015</b> | <b>2 194</b> | <b>1 748</b> | <b>1 868</b> | <b>1 882</b> | <b>2 044</b> | <b>1 884</b> | —                                       |
| Чили                | 2 793        | 2 818        | —            | 3 662        | 3 241        | 2 986        | 3 074        | 4 027        | 2 891        | 53,5                                    |
| Таиланд             | —            | —            | —            | —            | —            | 2 901        | 2 532        | 2 596        | 2 602        | 38,1                                    |
| Дания               | 2 020        | 2 239        | 2 146        | 1 998        | 1 732        | 1 680        | 1 824        | 1 922        | 2 013        | 6,8                                     |
| Бразилия            | 2 550        | 2 478        | 2 638        | 2 312        | 1 795        | 1 961        | 1 911        | 2 021        | 1 835        | -2,6                                    |
| Швеция              | —            | 1 250        | 1 295        | 1 400        | 1 239        | 1 155        | 1 457        | 1 565        | 1 692        | -10,2                                   |
| США                 | 1 668        | 1 575        | 1 495        | 1 400        | 1 034        | 1 113        | 1 377        | 1 554        | 1 436        | -23,8                                   |
| Австралия           | 6 167        | —            | —            | 2 776        | 2 375        | 2 307        | 1 364        | 1 283        | 1 307        | -30,6                                   |

Источник: ITC Trade Map

Табл. 8. Основные страны-экспортеры мяса птицы в Республику Корея в 2020 г.

| № | Страна   | Доля в импорте в натуральном выражении, % | Общая характеристика  |
|---|----------|---|---|
| 1 | Бразилия | 82,0                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Бразилия — крупнейший мировой экспортер мяса птицы с долей 22,4% в мировом объеме экспорта данной продукции.</li> <li>• Бразилия аккредитована Агентством карантинной и инспекции животных и растений Республики Корея (APQA) на поставку всех видов мяса птицы</li> </ul> |

Источник: ITC Trade Map, открытые источники и оценки отраслевых экспертов

Согласно USDA, по итогам 2021 г. ожидается увеличение объема импорта мяса кур в Южную Корею по сравнению с уровнем 2020 г. Этот прирост объясняется следующими факторами:

- 1) Изменение обменного курса национальных валют: цены на импортные замороженные куриные ножки в первой половине 2021 г. снизились на 25% по сравнению с 2020 г.
- 2) Увеличение покупок онлайн с доставкой от ведущих сетей фуд-сервиса.
- 3) Импортёры красного мяса (говядины и свинины) перешли на импорт курицы как более дешевый и экономически выгодный вид бизнеса.
- 4) Повышенный спрос на переработанную курятину (включая блюда, готовые к приготовлению и употреблению).

В 2022 г. прогнозируется увеличение импорта мяса кур до 185 тыс. тонн из-за активизации потребительского спроса, хотя он по-прежнему будет ограничен увеличением переходящих запасов замороженной курятины.

Аналитики отрасли отмечают, что максимум для местных переработчиков кур — это использование от 8 тыс. до 9 тыс. тонн в месяц в пиковые сезоны — весной (с марта по май) и осенью (сентябрь и октябрь). Однако ежемесячный импорт мяса кур в последние годы часто превышал 10 тыс. тонн. Создался запас замороженной курятины, который будет сдерживать реализацию продукции и цены в течение всего 2022 г.

В ноябре 2021 г. начались переговоры по доступу на корейский рынок птицеводческой продукции из Украины, с которой российские производители конкурируют на рынках СНГ, Ближнего Востока и Африки. Завершение переговоров намечено на вторую половину 2022 г. В случае положительного решения для украинских компаний будет открыта возможность экспорта мяса бройлеров и яиц в Республику Корея.



## 2.2. Потребительские предпочтения

### Мясо птицы — основной ингредиент многих национальных блюд

В Южной Корее множество популярных блюд на основе мяса птицы, но первое место у жителей страны занимает жареная курица.

- **Жареная курица по-корейски:** жареная курица, которую также называют «корейской курицей». Ее готовят с различными приправами, а также с соевым соусом, луком, чесноком, сыром, медом, маслом и т.д. В качестве гарнира обычно подается маринованный редис (или «куриная редька»).
- **Тушеная курица по-корейски:** корейское блюдо, которое готовится из жареной рубленой курицы с приправами (паста с красным перцем, молотый красный перец, соевый соус, лук и чеснок) или тушится в небольшом количестве бульона. Обычно его подают с картофелем, луком, морковью и другими крупно нарезанными овощами.
- **Курица кальби в маринаде:** для блюд, готовящихся способом стир-фрай (быстрое обжаривание при постоянном помешивании), курица нарезается ломтиками, маринуется с пастой из красного перца, соевого соуса, чеснока и имбиря, а затем обжаривается в глубокой сковороде с такими ингредиентами, как батат, морковь, капуста, лук и рисовые хлебцы.
- **Куриный суп с женьшенем Самгё-тан:** корейский традиционный суп из цыпленка со сладким рисом, женьшенем, можжевельником, каштанами и астрагалом. Суп очень питательный, поэтому его едят в жару. В заведениях общественного питания цена на это блюдо варьируется от 4,9 до 6,5 долл. США на человека, но может достигать и до 14,6 долл. США (при добавлении дорогих ингредиентов).
- **Острая тушеная курица с овощами андон-чимдак:** блюдо фьюжн, в котором курица нарезается и смешивается с вермишелью, картофелем, морковью, луком, чесноком и красным перцем. Его приправляют соевым соусом и крахмальной патокой, а затем тушат до слегка загустевшей консистенции.

Потребление жареной курицы (например, крылышек и ножек), как правило, увеличивается во время международных спортивных мероприятий, а также в летний сезон, когда становится популярным барбекю на улице. В этот период жареную курицу часто едят с пивом (chi-maek combination означает «курица и пиво»). В стране есть заведения общественного питания, которые специализируются именно на жареной курице и разливном пиве, такие как Man-Man Han Chicken and Beer и Fusion Sul-Sang. Целая курица, нарезанная и обжаренная, стоит в этих заведениях от 10 до 15 долл. США.

## **Происхождение, свежесть и стоимость — основные критерии при выборе мяса птицы**

Корейские потребители делают выбор в пользу мяса птицы местного производства в основном из-за опасений по поводу безопасности импортной продукции. Свежесть — второй по значимости критерий покупки, который воспринимается как показатель качества. Замороженное мясо птицы (благодаря цене и удобству) пользуется спросом в основном у потребителей с низким уровнем дохода и домохозяйств, состоящих из одного человека. Далее следуют такие критерии как цена и бренд.

## **Потребительские предпочтения в отношении мяса птицы меняются**

Потребители предпочитают охлажденное (незамороженное) мясо птицы, особенно курятину, для приготовления дома. В период 2016 – 2020 гг. жители страны покупали в основном целые куриные тушки. Однако в последние годы эта тенденция изменилась, теперь выбирают определенные части тушек, а не курицу целиком. Несмотря на то, что ранее предпочтение отдавалось мясу куриных бедер и крыльев, потребители начали проявлять большой интерес к куриной грудке. Это изменение произошло на фоне повышения внимания к здоровому образу жизни и правильному питанию. При этом куриная грудка воспринимается как оптимальный источник белка без лишнего жира.

## **Конкуренцию мясу птицы составляет свинина**

Свинина является самым популярным видом мяса в Южной Корее (потребление свинины на душу населения почти в два раза превышает потребление мяса птицы) и важным ингредиентом традиционных блюд корейской кухни. Спрос на свинину растет в осенне-зимний период в связи с частым приготовлением данного вида мяса в домашних условиях. Ожидается, что потребление свинины в стране будет расти.

У южнокорейцев существуют традиции потребления как свинины, так и мяса птицы. Они ценят и охотно покупают оба вида мяса. Но надо понимать, что если рынок мяса птицы изменится (например, из-за болезней птиц и сокращения производства в стране), потребители, вероятно, заменят мясо птицы свининой, даже несмотря на то, что последняя не является заменой мясу птицы.

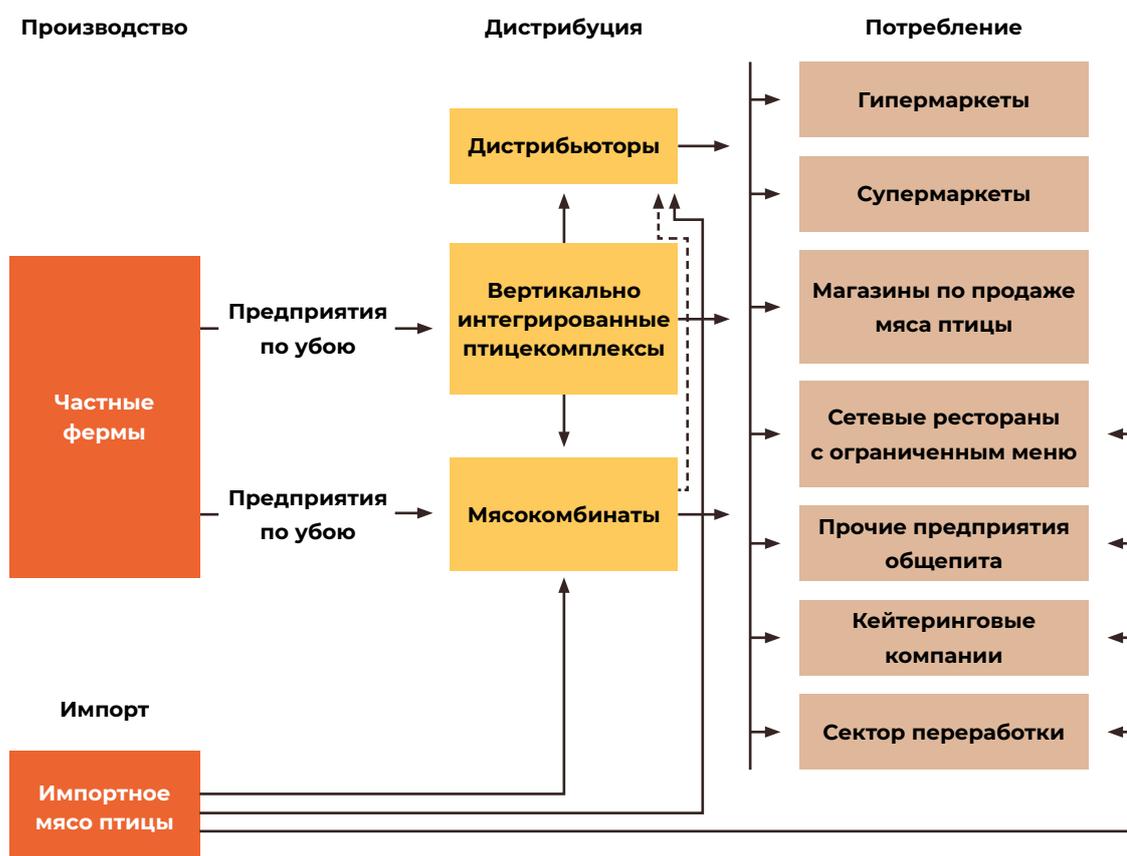
## **Ожидается устойчивый рост в сегменте заменителей мяса**

Производство заменителей мяса (соевого белка) в Республике Корея пока невелико. Однако оно набирает обороты. Веганство и вегетарианство появились в стране относительно недавно, и продажа замороженных заменителей мяса на растительной основе на данный момент ограничивается каналами электронной торговли. Более того, высокая цена такой продукции является самым большим препятствием для расширения потребительской базы. Но поскольку интерес крупных игроков к заменителям мяса растет, в среднесрочной перспективе ожидается устойчивый рост в данном сегменте. Местные игроки выходят на рынок с продукцией в корейском стиле. Так, южнокорейская фирма The PlantEat разработала куриное мясо на растительной основе. Ожидается, что тема снижения веса станет важным фактором, который будет способствовать росту продаж заменителей мяса, особенно среди молодого поколения.



## 2.3. Торгово-распределительная сеть

Рис. 17. Цепочка поставок мяса птицы местного и импортного производства в Республике Корея, 2020 г.



Источник: Euromonitor International на основе данных MAFRA и KREI

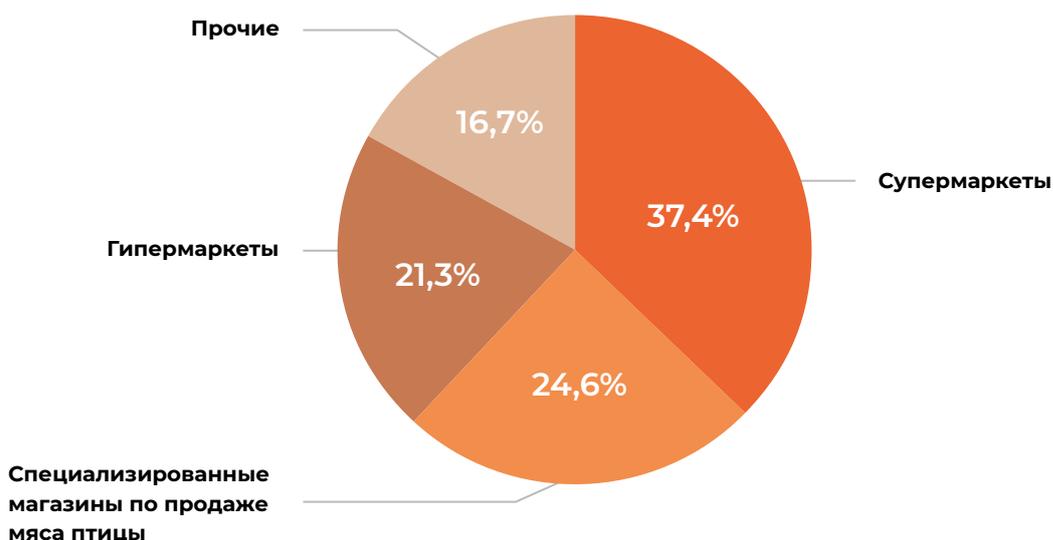
### Розничная торговля

По состоянию на 2020 г. сектор розничной торговли с долей 48% опережает сектор общественного питания по общему объему потребления мяса птицы в Республике Корея. Розничные продажи в среднем прирастали на 1,8% в 2016–2020 гг. Темпы роста ускорились в начале пандемии COVID-19, когда строгие меры социального дистанцирования способствовали переходу от питания в ресторанах к домашнему приготовлению пищи.

Согласно прогнозам Euromonitor International, в 2021–2026 гг. рост розничного оборота замедлится, поскольку с ослаблением ограничений из-за пандемии потребители начинают проводить больше времени вне дома, в том числе по-

сущая заведения общественного питания. В результате к 2026 г. доля сектора розничной торговли сократится до 44,4% в общем объеме потребления мяса птицы.

Рис. 18. Розничные продажи мяса птицы в Республике Корея по каналам, 2020 г., %



Источник: Euromonitor International

Примечание. К прочим ритейлерам относятся мясные лавки, независимые онлайн-магазины и т.д.

В розничных каналах представлена преимущественно продукция отечественного производства. По оценкам Министерства сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел (MAFRA), в 2020 г. наценка на мясо птицы в специализированных мясных магазинах составляла 52%, а в гипермаркетах и супермаркетах — 58% и 57% соответственно.

По оценкам Корейского института экономики и сельского хозяйства (KREI), в 2020 г. в структуре розничного потребления мяса кур лидируют куриные тушки (42,7%), далее следуют бедра (35,6%) и крылья (13,9%). Доля куриной грудки составила 7,1%.

## Супермаркеты

Супермаркеты популярны среди потребителей благодаря удобному расположению и широкому ассортименту охлажденной продукции (включая мясо птицы). Но особенно востребованным этот канал стал во время пандемии, когда жители страны предпочитали покупать продукты рядом с домом.

## Ассортимент и цены

Стоимость мяса птицы в супермаркетах обычно ниже, чем в гипермаркетах, но несколько выше, чем в специализированных магазинах по продаже мяса птицы и мясных лавках.

Средняя цена куриной тушки местного производства составляет около 3,9 долл. США (вес 1,15 кг), утиной тушки — 8,6 долл. США (вес 2,4 кг).

## Маркетинг

Супермаркеты используют рекламную печатную продукцию и push-сообщения в мобильных приложениях во время снижения цен. Небольшие супермаркеты предпочитают рекламные SMS-сообщения.

Рекламные акции на мясо птицы (особенно куриное) часто проводятся в супермаркетах в летние месяцы.

## Ведущие игроки

- **Lotte Super** — ведущая сеть супермаркетов в Южной Корее, которая принадлежит компании Lotte Shopping. Сеть насчитывает 342 торговые точки (по состоянию на 2020 г.).
- **GS Supermarket**, GS Retail управляет 324 супермаркетами и сотрудничает с крупнейшей южнокорейской интернет-компанией Naver Corp — оператором маркетплейса по продаже продуктов питания.
- **Homeplus Express** — сеть насчитывает 325 супермаркетов (по состоянию на 2020 г.), также реализует продукцию с помощью онлайн-площадки Naver Corp. Кроме того, несколько точек Homeplus Express запустили приложение Yogiyo от Delivery Hero Korea для доставки продуктов питания в течение часа с 11:00 до 22:00 в радиусе 1,5 км.
- **Nonghyup Hanaro Mart** управляет супермаркетами и дискаунтерами в Южной Корее. В торговых точках реализуется продукция сельскохозяйственных и животноводческих кооперативов, а также товары повседневного спроса. Hanaro Supermarket представлен более чем 2 200 торговыми точками по всей стране.
- **Top Mart** — южнокорейская сеть из 77 супермаркетов (по состоянию на 2020 г.), которыми владеет компания Seowon Distribution. В торговых точках представлен широкий ассортимент продуктов, включая фрукты, овощи, бакалейные товары, рыбу и мясо.

## Специализированные магазины по продаже мяса птицы

Специализированные магазины по продаже мяса птицы, как правило, закупают продукцию напрямую у корейских вертикально интегрированных птицеводческих предприятий, тем самым обеспечивая поставки качественного мяса. Потребителей также привлекают конкурентные цены.

Такие магазины как правило располагаются на традиционных продуктовых рынках. Их особенность заключается в предложении не только охлажденного разделанного куриного мяса, но и жареной курицы.

### Ассортимент и цены

В магазинах по продаже мяса птицы на традиционных рынках реализуется исключительно продукция местного производства.

Охлажденная тушка (вес 1,15 кг) стоит до 3,6 долл. США. Между тем, средняя розничная цена целой утки сравнительно ниже, чем в гипермаркетах и супермаркетах, и составляет 8,2 долл. США за штуку (средний вес 2,4 кг).

### Маркетинг

Специализированные магазины полагаются на прочную репутацию и, как правило, не проводят регулярных промоакций. Некоторые из них появляются в телевизионных программах и рекламируются блогерами на каналах сети YouTube.

### Ведущие игроки

- **Deliqueen** (аффилирована с Cherrybro) — сеть специализированных на мясе птицы магазинов премиум-класса, реализующих охлажденную, замороженную и готовую продукцию как офлайн, так и онлайн. Компания имеет более 60 торговых точек по всей стране.
- **Maniker** — фирменный магазин производителя мяса птицы Maniker Co. Ltd. Магазин расположен рядом со скотобойней Maniker и предлагает охлажденные куриные тушки и разделку, переработанную продукцию из мяса кур и готовые к употреблению полуфабрикаты.
- **Mukbo Fresh Duck** — специализирующийся на мясе птицы магазин, расположенный на традиционном продуктовом рынке рядом с вокзалом Сунчун. Здесь предлагается продукция из мяса птицы производства компании Harim. Магазин также работает как ресторан, предлагающий блюда из мяса птицы по фиксированной цене около 11,8 долл. США на человека.



## Гипермаркеты

В гипермаркетах продается в основном мясо птицы отечественного производства. Доля импортного мяса птицы сократилась после скандала в 2017 г. из-за некачественного мяса кур из Бразилии. В некоторых гипермаркетах, например, Lotte Mart, на упаковках мяса птицы стоят отметки сертификации защиты животных.

## Ассортимент и цены

Гипермаркеты устанавливают более высокие цены по сравнению с другими каналами розничной торговли. Цена куриной тушки местного производства здесь составляет около 4,1 долл. США (вес 1,15 кг). Самый популярный бренд мяса кур в данном канале — Harim. Средняя розничная цена утиной тушки местного производства — около 9,7 долл. США (вес 2,4 кг).

## Маркетинг

В гипермаркетах регулярно проводятся промоакции на мясо птицы в виде скидок на определенные виды продукции.

## Ведущие игроки

- **E-Mart** в 2020 г. оставался игроком номер один и владел 159 магазинами по всей стране. Компания также осуществляет деятельность во Вьетнаме и Монголии. В июле 2020 г., в разгар пандемии COVID-19, E-Mart открыл новый магазин в студенческом районе Сеула, Синчхон, где численность населения в возрасте 20–30 лет примерно на 10% выше, чем в среднем по городу. Этот магазин уникален тем, что его общая торговая площадь составляет всего около 60% от площади других магазинов E-Mart. Он предлагает широкий ассортимент продуктов, включая наборы продуктов

питания и нарезанные овощи, ориентируясь на семьи, состоящие из одного человека, и «поколение MZ» (миллениалы и поколение Z).

- **Homeplus Express** принадлежит корпорации Homeplus Co. Ltd. и владеет 138 гипермаркетами по всей Южной Корее. В последнее время продажи компании снизились, и она продала несколько торговых точек. А в период с 2016 по 2020 гг. Homeplus Co Ltd. продала два самых прибыльных гипермаркета в стране, в городах Тэджон и Ансан.
- **Lotte Mart** — крупная сеть гипермаркетов, по состоянию на 2020 г. насчитывающая 20 магазинов. Lotte Mart уделяет особое внимание свежести продукции, например, продавая охлажденное мясо и свежие яйца (снесенные в тот же день) в своих торговых точках в столичном регионе Сеула. В связи со снижением продаж из-за пандемии COVID-19 компания объявила о планах реструктуризации своих магазинов. Lotte Shopping Co. Ltd. планирует запустить 12 «умных» магазинов Lotte Mart, выполняющих функции пунктов приема онлайн-заказов.
- **GS Holding Corp** управляет сетями супермаркетов и магазинов шаговой доступности в Южной Корее под брендами GS Supermarket и GS25. В настоящее время компании принадлежит 259 магазинов по всей стране.

## Сектор общественного питания

В 2020 г. на сектор общественного питания пришлось 41,4% от общего объема потребления мяса птицы — это второе место после розницы.

В предыдущие годы основной объем продаж мяса птицы в Южной Корее приходился на сектор общественного питания. Однако в 2020 г. на фоне пандемии COVID-19 в этом секторе было зафиксировано снижение объема потребления. Тем не менее, спад был не таким сильным, как в других странах, благодаря своевременной организации услуг по доставке еды на дом крупными сетевыми ресторанами.

С 2021 г. ожидается рост спроса на мясо птицы в секторе общественного питания и, согласно прогнозам Euromonitor International, до 2026 г. ежегодный прирост составит 1,4% по мере возвращения населения к активной жизни после пандемии.

Жителям страны важно удобство в потреблении пищи. Эта тенденция станет главным фактором роста. Расширение и диверсификация меню также повлияют на динамику спроса. Прогнозируется, что к 2026 г. доля сектора общественного питания в общем объеме потребления мяса птицы в стране составит 44,7%.

По состоянию на 2020 г., в секторе общественного питания доминировали ре-

стораны с ограниченным меню (специализирующиеся на нескольких блюдах, к примеру, на блюдах из курицы, супах, салатах и т.д.). По оценкам Euromonitor International, в стране насчитывалось более 29 тыс. ресторанов с ограниченным меню, специализирующихся на блюдах из курицы, на которые пришлось около 60% от общего объема потребления мяса птицы в секторе общественного питания.

## **Сетевые рестораны, специализирующиеся на блюдах из курицы**

Самыми востребованными частями тушки в таких ресторанах являются куриные крылышки и ножки. В сетевых ресторанах часто используется импортное замороженное мясо, в частности, из Бразилии из-за его дешевизны.

Средняя закупочная цена тушки курицы весом 1,15 кг местного производства в 2020 г. составляла менее 3,1 долл. США за штуку. Куриные крылышки закупались по цене 5,3 долл. США/кг, куриные ножки — 4,5 долл. США/кг. Дистрибьюторы обычно делают наценку около 20% к цене производителей.

### **Ведущие игроки**

- **Kyochon F&B Co. Ltd.** — один из ведущих игроков среди ресторанов в Южной Корее, специализирующихся на блюдах из мяса кур. У компании более 1 000 ресторанов по всей стране. Успех продаж строится на предложении жареной курицы в соевом соусе.
- **BHC Co. Ltd.** — одна из крупнейших ресторанных сетей в Южной Корее, специализирующаяся на жареной курице. В стране насчитывается более 1 550 ресторанов BHC, также работает служба доставки.
- **Genesis Co. Ltd.** — владеет брендом сети ресторанов BBQ Chicken, предлагающих преимущественно курицу в американском стиле (то есть в стиле KFC) с корейским вкусом. У компании около 1 800 филиалов по всей стране.
- **GN Food Co. Ltd.** — владеет сетью ресторанов Goore Chicken, специализирующихся на запеченной курице. Однако в конце 2019 г. рестораны расширили меню и начали предлагать пиццу. По состоянию на 2020 г., в Южной Корее насчитывается более 1 100 ресторанов Goore Chicken, а также более 30 за рубежом.

### **Кейтеринговые компании**

Кейтеринговые компании предлагают широкий ассортимент блюд из мяса птицы. Предпочтительные виды разделки включают куриные ножки, крылышки и грудку, но не целую тушку. Эти компании также часто закупают готовую продукцию, включая куриные наггетсы и курицу, маринованную со специями.

Как и в ресторанах с ограниченным меню, закупки мяса птицы осуществляются централизованно как через импортеров, так и через вертикально интегрированные птицеводческие предприятия внутри страны. Некоторые компании осуществляют прямой импорт из-за рубежа. Однако небольшие кейтеринговые компании полагаются на мясокомбинаты и/или дистрибьюторов.

### Ведущие игроки

- **Samsung Welstory Inc.** — кейтеринговая компания, которая поставляет продукты питания в кафетерии и столовые корпоративных клиентов, больниц, школ и университетов. В меню корейские, китайские, японские блюда, а также кухня Юго-Восточной Азии. Samsung Welstory также предлагает услуги по дистрибуции продуктов питания.
- **Shinsegae Food Inc.** — специализируется на услугах доставки и дистрибуции (для больниц, школ, вузов, компаний, научных учреждений и предприятий), а также на производстве продуктов питания (шесть предприятий по переработке мяса и фруктов). Кроме того, Shinsegae Food управляет ресторанами Olbaan, Devil's Door, o'slo, Gramercy Hall и Johnny Rockets.
- **Ourhome** — кейтеринговое подразделение LG Group, обслуживает рестораны, корпоративных клиентов, образовательные учреждения, а также различные мероприятия.

## Сектор переработки

Доля сектора переработки в общем объеме потребления мяса птицы увеличилась с 9,3% в 2016 г. до 10,6% в 2020 г. По прогнозам, к 2026 г. доля сектора увеличится незначительно и составит 10,9%. Спрос на мясо птицы будет повышаться в том числе благодаря растущей популярности HMR-продукции.

По оценкам отраслевых специалистов, сектор переработки закупает в основном мясо птицы местного производства (около 94% от общего объема потребления в данном секторе). Мелкие и средние переработчики, как правило, закупают мясо птицы в основном через посредников-оптовиков или непосредственно у производителей. Крупные переработчики чаще всего полагаются на собственные вертикально интегрированные предприятия, чтобы закрыть свою потребность в мясе для переработки.

В последние годы спрос на куриную грудку со стороны производителей сильно вырос. Ее используют для производства менее традиционных продуктов, таких как мясные шарики с начинкой из сыра или пюре из сладкого картофеля с куриной грудкой под соусом. Такая продукция обычно продается замороженной.

Стандартная закупочная цена в секторе переработки составляла около 2,6 долл. США за куриную тушку весом 1,15 кг. Цена снижается на 25% в случае закупок напрямую у корейских вертикально интегрированных птицеводческих предприятий.

### Производители HMR

- **CJ Cheiljedang Corp.** производит готовые блюда и HMR. В 2019 г. компания запустила бренд Cookit, представленный наборами для приготовления блюд корейской, японской и итальянской кухни. Такие наборы содержат все ингредиенты, необходимые для блюда и пошаговую инструкцию от профессиональных поваров. В ассортименте в том числе представлены стейки из куриной грудки, ризотто со сливками, брускетта с курицей.
- **Fresh Easy** — основанная в 2016 г. компания предоставляет HMR-наборы крупным игрокам розничной торговли, таким как E-Mart, Coupang и GS Retail. За 2019–2020 гг. этот стартап удвоил продажи. Fresh Easy предлагает широкий ассортимент блюд, в том числе куриный суп с женьшенем Самгё-тан.
- **Cookat Inc.** начала свою деятельность в социальных сетях, публикуя традиционные рецепты с простыми ингредиентами, затем компания запустила собственный бренд HMR-наборов. За год с 2019 г. продажи выросли на 111%. Кроме того, компания открыла магазин Grocerent (составное название из слов «бакалея» и «ресторан») на юге Сеула, где можно купить HMR-наборы, приготовить их и съесть на месте.

### Производители переработанного мяса птицы

- **Harim Co. Ltd.** — часть холдинга Harim Group, производящая мясо птицы и переработанную мясную продукцию в Южной Корее. В ассортименте представлены, к примеру, наггетсы и фасованное мясо.
- **Dongwoo Farm to Table Co. Ltd.** — вертикально интегрированный производитель кур и уток, который также занимается переработкой. В ассортименте представлены тушки, разделка, курица с женьшенем и т.д. Компания реализует продукцию предприятиям быстрого питания, ресторанам, розничным магазинам.
- **CJ Cheiljedang Corp.** представляет широкий ассортимент брендов замороженных и охлажденных мясных полуфабрикатов, а также консервов — Spam, CJ, Max Bong, Gourmet. Под брендом Gourmet, например, продаются замороженные хотдоги и куриные наггетсы.
- **Maniker Co. Ltd.** — крупная вертикально интегрированная птицеводческая компания, которая производит переработанную продукцию. Продуктовая линейка включает тушки и разделку, экокурицу под брендом Matian, а также готовую продукцию из мяса кур.

## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка

На рынке мяса птицы Южной Кореи доминируют крупные производители, многие из которых входят в вертикально интегрированные холдинговые компании и производят корма, готовую мясную продукцию, а также занимаются дистрибуцией.

К значимым производителям мяса птицы относятся:



**Harim — производитель**

Сайт: [www.harim.com/main/index.jsp](http://www.harim.com/main/index.jsp)

Ведущий производитель бройлеров в Республике Корея. Компания также занимается производством кормов для животных и готовой мясной продукции. На 800 фермах ежегодно выращивается 100 млн бройлеров для забоя. В 2011 г. Harim приобрела обанкротившуюся американскую компанию Allen Family Foods, на тот момент входившую в десятку крупнейших производителей мяса бройлеров в США, что позволило значительно усилить технологические и производственные ресурсы холдинга. В 2019 г. компания запустила пищевой комбинат с тремя перерабатывающими предприятиями и логистическим центром в Иксане (провинция Северная Чолла). Под премиальным брендом Natural Record продается продукция без антибиотиков: куриные ножки, куриные грудки, куриное филе, куриные стиксы и куриные крылышки.

Основные бренды — Natural Record (охлажденное мясо кур), Harim IFF (замороженное мясо кур), Slim & Light (куриные грудки).



**Cherrybro — производитель, дистрибьютор**

Сайт: [www.cherrybro.com/v2/index.asp](http://www.cherrybro.com/v2/index.asp)

Вертикально интегрированная компания, занимается производством и дистрибуцией мяса птицы под брендами Kokkhen, Vakyunbakgye, Deliqueen.



**Dongwoo Farm-to-table — производитель, дистрибьютор**

Сайт: <http://dongwoofarmtotable.com>

Вертикально интегрированная компания, которая занимается производством и дистрибуцией мяса птицы. Обеспечивает всю цепочку поставок по принципу «с фермы на стол». Владеет инкубаторами в Эумсоне и Чхонане, а также инвестирует 127 млн долл. США в строительство нового перерабатывающего предприятия в промышленном комплексе Кочан-гун в 2021–2026 гг.

Основной бренд — Varun Chicken (или «правильная курица»).



**Sajowon — производитель, поставщик**

Сайт: [www.sajowon.kr](http://www.sajowon.kr)

Подразделение вертикально интегрированной группы SAJO Group, поставляет на рынок охлажденное мясо кур породы Samgye и уток, а также готовую мясную продукцию собственного производства. Кроме того, компания занимается производством комбикормов.

Основной бренд — Jinpumyuk.

Импорт мяса птицы в Южной Корее обеспечивают:



**SASE — производитель, дистрибьютор, импортер**

Сайт: <https://sase.co.kr>

Производитель готовой мясной продукции, в том числе из мяса птицы. Для производства использует в том числе импортное сырье из Бразилии и США. Компания также осуществляет дистрибуцию мяса птицы и работает с такими брендами как Chic's, Homsul Mania, Perdigao, Sadia, Aurora, Seara, Lar, Big Frango (Бразилия) и Tyson, Amick Farms, Koch Foods, GLB (США).



**Haimarrow Food Service — импортер, дистрибьютор**

Сайт: <http://haimarrow.co.kr/en/>

Импортер и дистрибьютор продуктов питания из США, Канады, Бразилии, Вьетнама, Таиланда и Франции, в частности, продукции бренда Tyson Chicken. Помимо дистрибуции импортного замороженного мяса птицы и переработанной продукции в Южной Корее, компания управляет франшизами Mom's Touch и Vombata, которые специализируются на блюдах из курицы и бургерах. По состоянию на март 2021 г. в стране насчитывалось 1 333 франчайзинговых ресторана Mom's Touch.



**Highland Foods — импортер, переработчик, дистрибьютор**

Сайт: <http://www.highlandfoods.co.kr>

Компания специализируется на мясной продукции, занимается импортом, переработкой и дистрибуцией говядины, свинины, мяса кур и баранины. Мясо кур поставляется из Бразилии, Европы и Таиланда (под брендом Centaco).

Стандарты на продукцию

---





Содержание

---

### **3.1.**

Требования к продукции

### **3.3.**

Требования к маркировке

### **3.2.**

Требования к сертификации

Продукция животноводства и пищевые продукты, подлежащие специальному санитарному контролю, могут импортироваться в Республику Корея, если система санитарного контроля страны-экспортера будет признана эквивалентной системе санитарного контроля Республики Корея.

Для проверки эквивалентности данных систем установлены шесть этапов оценки безопасности импорта:

- 1) Отправка вопросника по санитарии импорта в страну-экспортера.
- 2) Рассмотрение ответов на вопросник.
- 3) Выездная инспекция предприятия-экспортера.
- 4) Принятие решения о разрешении импорта продукции.
- 5) Согласование со страной-экспортером требований к санитарии импорта и экспортного ветеринарного сертификата.
- 6) Регистрация иностранных продовольственных предприятий и учреждений.

К ввозу на корейский рынок допускаются только продукты животного происхождения и продукты питания, подлежащие специальному санитарному контролю, произведенные предприятиями, которые зарегистрированы компетентными органами страны-экспортера.

Зарегистрированные производители страны-экспортера подлежат выездному обследованию специалистами компетентного органа Республики Корея с целью проверки государственной системы ветеринарного и санитарного контроля страны-экспортера и отдельных производителей.



Работа по открытию рынка Республики Корея для российских производителей мяса птицы была начата в 2016 г. По состоянию на начало 2022 г. Россельхознадзор продолжает ее совместно с Министерством по контролю качества продуктов питания и лекарств Республики Корея (MFDS) и Агентством карантина и инспекции животных и растений Республики Корея (APQA) Министерства сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел Республики Корея (MAFRA).

По состоянию на январь 2022 г. действует запрет на поставки птицеводческой продукции из России в Республику Корея.

Согласно ветеринарным требованиям Республики Корея, страна-экспортер должна быть свободна от высокопатогенного птичьего гриппа в течение одного года до экспорта мяса птицы. Кроме того, в радиусе 10 км от производственного цеха не должно быть зафиксировано низкопатогенного птичьего гриппа и болезни Ньюкасла в течение трех месяцев до убоя.

В производственном цехе в течение года не должно быть выявлено таких заболеваний, как пастереллез, пуллороз, инфекционная бурсальная болезнь и болезнь Марека. Птицы, используемые для производства, в обязательном порядке выводятся и выращиваются на внутреннем рынке.

Ссылаясь на ситуацию с высокопатогенным птичьим гриппом и болезнью Ньюкасла, корейская сторона не согласилась продолжить процедуру ветеринарного допуска мяса птицы из России. Ветеринарные службы ведут переговоры о признании принципов регионализации на территории РФ. Таким образом, пройдены только первые 2 этапа процедуры оценки рисков импорта российского мяса птицы в Республику Корея.

## **3.1. Требования к продукции**

### **Компетентные органы**

В систему государственной ветеринарной службы Российской Федерации входят Россельхознадзор (федеральный уровень), осуществляющий деятельность на всей территории страны через свои структурные подразделения, и органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации (региональный уровень).

Россельхознадзор является компетентным органом в области ветеринарии и ответственен за выполнение ветеринарно-санитарных требований, предъявляемых странами-импортерами. Он обеспечивает странам-импортерам соблюдение предъявляемых ими требований к эпизоотической обстановке, безопасности продукции, системе контроля за производством экспортируемой продукции, качеству проведения лабораторных исследований.

Россельхознадзор оформляет международный ветеринарный сертификат на каждую партию продукции, подтверждающий выполнение всех требований страны-импортера.

Органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации выполняют все противоэпизоотические и профилактические мероприятия в своем регионе ответственности и осуществляют рутинный контроль на предприятиях-производителях продукции животного происхождения. Они оформляют ветеринарную сопроводительную документацию (ветеринарное свидетельство) на каждую партию экспортируемой продукции, подтверждающую выполнение предприятием требований конкретной страны-импортера.

Ветеринарные специалисты Россельхознадзора и органов управления ветеринарией субъектов Российской Федерации должны знать требования законодательства Республики Корея к производству, хранению, транспортировке и реализации мяса птицы, а также осуществлять контроль за их выполнением предприятиями-экспортерами.

## **Требования к предприятию**

Производственные предприятия должны осуществлять свою деятельность под постоянным контролем государственной ветеринарной службы Российской Федерации. Все этапы и условия производства продукции, предназначенной для экспорта в Республику Корея, должны соответствовать действующим ветеринарным и санитарным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, ЕАЭС и Республики Корея, а также взаимным договоренностям компетентных органов, которые будут достигнуты в ходе открытия рынка страны. На предприятии должны быть разработаны, внедрены и поддерживаться процессы, основанные на принципах HACCP.

В течение всего периода производства экспортной продукции и предприятие, и продукция должны отвечать стандартам Республики Корея. В иное время они могут отвечать российским и другим стандартам, но производимые в этот период партии товаров должны храниться отдельно от тех, которые предназначены для экспорта в Республику Корея. На предприятии должна быть внедрена эффективная система определения происхождения продукции (система прослеживаемости).

Сотрудники предприятия, ответственные за экспорт продукции в Республику Корея, должны знать требования законодательства страны-импортера, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке и реализации продукции, и выполнять их на практике.

Только официально зарегистрированные в ИС «Цербер» российские предприятия будут иметь право экспорта в Республику Корея. Регистрационный номер предприятия является эксклюзивным и не может быть использован третьими лицами.

Предприятие должно быть зарегистрировано в реестре аттестованных поставщиков [MFDS](#).

## Требования к продукции

Мясо птицы, предназначенное для экспорта в Республику Корея, должно быть:

- Безопасным и пригодным для потребления человеком.
- Полученным от птиц, которые были подвергнуты предубойному осмотру и послеубойной ветеринарно-санитарной экспертизе, проводимой ветеринарами, назначенными компетентным органом Российской Федерации.
- Полученным от птиц, которые были подвергнуты убою на утвержденной бойне, которая находится под надзором компетентного органа Российской Федерации.
- Упаковано в чистый и гигиеничный материал.

Экспортируемое мясо птицы не должно превышать пределов, установленных правительством Республики Корея для патогенных микроорганизмов и остатков (радиоактивность, синтетические антимикробные агенты, антибиотики, тяжелые металлы, пестициды и гормоны):

- летучие азотистые основания (максимум 20 мг/100 гр. мяса);
- консерванты (г/кг): не должны определяться;
- энтерогеморрагическая кишечная палочка *Escherichia coli*: n=5, c=0, m=0/25 г (применимо только к мясному фаршу);
- радионуклиды: не более 600 Бк/кг;
- свинец: не более 0,1 мг/кг.

С января 2024 г. Республика Корея вводит новую [систему максимально допустимых уровней](#) содержания в мясе птицы остатков тяжелых металлов, пестицидов, антимикробных препаратов и ряда других химических веществ на уровне 0,01 миллиграмма на 1 кг.

Упаковка для мяса птицы должна иметь отметку о соблюдении всех санитарных норм; информация о знаке соответствия требованиям должна быть заранее направлена в компетентный орган Республики Корея.

Производство, хранение и транспортировка должны осуществляться таким образом, чтобы предотвратить возможные бактериальные заражения.

Продукция должна быть указана в списке стран [АРQA](#), импорт из которых разрешен в Республику Корея.

Продукция не должна быть указана в [списке стран](#), в которых зафиксированы вспышки заразных заболеваний птицы.

Компетентный орган страны-экспортера должен выдать экспортный ветеринарный сертификат до отправки продукции и представить его корейскому карантинному органу.

## **Процедура включения предприятий в список разрешенных**

Перед началом экспорта продукции в Республику Корея администрация предприятия должна быть уверена, что все производственные процессы соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации, ЕАЭС и Республики Корея. В случае соблюдения всех требований администрация подает заявку на проведение комиссионного обследования предприятия специалистами территориального управления Россельхознадзора и органа управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, в зоне деятельности которых расположено предприятие.

Заявка подается в электронной форме через публичный интерфейс ИС «Цербер». Форма для подачи заявки и инструкция по ее заполнению размещены на официальном сайте Россельхознадзора на главной странице [ИС «Цербер»](#).

Сотрудники территориального управления Россельхознадзора рассматривают заявку и принимают одно из следующих решений: «Назначить обследование», «Принять», «Отклонить».

При принятии решения «Назначить обследование» дата его проведения назначается не ранее 10 рабочих дней от даты принятия решения. Далее определяются члены комиссии, которые будут принимать участие в обследовании. В нем также могут принять участие сотрудники центрального аппарата Россельхознадзора. Комиссионное обследование предприятия должно быть проведено в срок не более 30 календарных дней с момента поступления заявки.

Комиссия предварительно может запросить документы, необходимые для проведения обследования (например, план НАССР; результаты лабораторных исследований проб, отобранных от живой птицы или продукции на безопасность за последние три года, проведенные в рамках программ производственного контроля и государственного мониторинга; информацию по применяемым схемам вакцинации и лечения птицы; рецептуру кормов, и т.д.).

Комиссия обследует все этапы производства экспортной продукции. На момент проведения обследования на предприятии должна осуществляться производственная деятельность.

При обследовании комиссия устанавливает возможность выполнения предприятием основополагающих требований Республики Корея.

На основании проведенного обследования комиссия принимает одно из следующих решений:

- в случае несоответствия предприятия основополагающим требованиям Республики Корея ему даются рекомендации по устранению выявленных нарушений, на основании которых предприятие должно составить план корректирующих мероприятий с указанием конкретных сроков их выполнения;
- в случае соответствия предприятия требованиям Республики Корея предлагается включить его в список экспортеров в страну.

По результатам обследования составляется акт, который согласовывается главным государственным ветеринарным инспектором субъекта Российской Федерации и утверждается руководителем территориального управления Россельхознадзора. Срок согласования и подписания акта о проведенном обследовании не должен превышать 10 рабочих дней со дня его проведения. После этого территориальный орган Россельхознадзора в течение трех рабочих дней размещает информацию о результатах проведенного обследования в ИС «Цербер».

Акт составляется в трех экземплярах: один хранится в территориальном управлении Россельхознадзора, второй — в органе управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, третий — на обследованном предприятии.

Если по результатам обследования предприятие не будет признано соответствующим требованиям Республики Корея, то после выполнения плана корректирующих мероприятий комиссия проведет его повторное обследование.

Если по результатам обследования предприятие будет признано соответствующим установленным требованиям, Россельхознадзор направляет официальный запрос в MFDS на его включение в [список импортеров](#) с приложением:

- анкеты;
- государственной программы ветеринарного контроля и мониторинга пищевой безопасности;
- регистрационных документов на предприятие (выданных государственным компетентным органом);
- плана HACCP и собственных мониторинговых и контрольных программ предприятия;
- копии технологической схемы с указанными критическими контрольными точками.

После этого Россельхознадзор вносит предприятие в реестр экспортеров и размещает в ИС «Цербер» с присвоением статуса: «Направлен официальный запрос в компетентное ведомство страны-импортера» (гарантии о соответствии предприятия установленным требованиям).

Дальнейшие этапы возможны только после снятия ограничений на импорт птицеводческой продукции из РФ в связи с птичьим гриппом, а также успешного завершения процедуры ветеринарного допуска (завершение этапов 3–6 оценки рисков).

MFDS рассматривает запрос и в случае положительного ответа планирует и проводит выездную проверку предприятия.

Организация и обследование предприятия проводится совместно специалистами MFDS и Россельхознадзора. Обследование обычно проводится за счет предприятия, но большую часть этих затрат в настоящее время берет на себя Россельхознадзор (транспортные расходы, проживание, питание). После обследования MFDS принимает решение о возможности включения российского предприятия в список экспортеров в Республику Корея.

В случае положительных результатов проведенной проверки MFDS утверждает предприятие как имеющее право импорта в Южную Корею и вносит его в [список аттестованных предприятий](#), а также уведомляет об этом Россельхознадзор. После этого предприятие может начать производить продукцию для ее последующего экспорта в Республику Корея.

Россельхознадзор в течение 5 рабочих дней после получения уведомления от MFDS меняет статус предприятия в ИС «Цербер» на: «Согласовано с компетентным ведомством страны-импортера на основании обследования компетентным ведомством страны-импортера». После этого предприятие может начать экспорт продукции в Южную Корею.

**Важно!** Предприятие на регулярной основе должно подтверждать соответствие требованиям страны-импортера. Если по истечении трех лет оно не подает заявку на проведение комиссионного обследования, такое предприятие может быть автоматически исключено из реестра экспортеров.

Складские помещения и холодильники, осуществляющие хранение экспортной продукции, также должны быть включены в реестры ИС «Цербер» и MFDS.

Минимальный срок прохождения процедуры включения предприятия в список разрешенных для экспорта составляет пять месяцев.

## 3.2. Требования к сертификации

Каждая партия экспортируемого груза должна сопровождаться оригиналом ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Республики Корея.

Экспортный ветеринарный сертификат должен содержать следующую информацию:

- Подтверждение того, что страна-экспортер свободна от высокопатогенного птичьего гриппа в течение 1 года до экспорта мяса птицы. В стране отсутствуют вспышки низкопатогенного птичьего гриппа и болезни Ньюкасла в радиусе 10 км вокруг производственного цеха в течение трех месяцев до убоя. В производственном цехе в течение одного года не должно быть выявлено таких заболеваний, как пастереллез, пуллороз, инфекционная бурсальная болезнь и болезнь Марека. Птицы, используемые для производства, в обязательном порядке выводятся и выращиваются на внутреннем рынке.
- Наименование продукта (включая виды), количество упаковок, вес готового продукта.
- Название, адрес и номер регистрации (разрешения) корейской стороной.
- Дата убоя и / или дата переработки.
- Номер контейнера и номер пломбы.
- Название судна, дата отгрузки, место отправления и пункт назначения.
- Адрес и имя экспортера и импортера.
- Дата выдачи ветеринарного сертификата, наименование и подпись выдавшего органа.

**По состоянию на январь 2022 г. форма ветеринарного сертификата на поставки мяса птицы и продукции из него из РФ в Республику Корея не согласована компетентными службами стран.**

Право на выдачу экспортного ветеринарного сертификата имеет только государственный ветеринарный инспектор Россельхознадзора.

## Процедура ветеринарной сертификации продукции

Ветеринарная сертификация экспортируемой в Республику Корея продукции осуществляется с учетом всех этапов ее производства.

На экспорт в Республику Корея может быть сертифицирована только продукция, соответствующая требованиям «Специального закона о контроле за безопасностью импортируемых пищевых продуктов».

Отгружаемая с предприятия экспортная продукция должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы №2, которое оформляется уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации.

В ветеринарном свидетельстве в обязательном порядке должна содержаться следующая информация:

- заключение о выполнении ветеринарных требований Республики Корея,
- результаты проведенных лабораторных исследований,
- номер и дата разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции.

К ветеринарному свидетельству формы №2 прикладываются документы, необходимые для оформления международного ветеринарного сертификата.

Продукция с предприятия может быть направлена сразу в место таможенного оформления или на холодильный склад для промежуточного хранения и формирования консолидированных экспортных партий.

Холодильный склад для экспортируемой продукции должен пройти обследование на поставки в Республику Корея и быть внесен в ИС «Цербер», а также в список иностранных предприятий, одобренных MFDS.

Консолидированная партия продукции, направляемая с холодильного склада в место таможенного оформления, должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы №2. В него вносится вся информация из ветеринарных свидетельств, с которыми партия товара поступила на холодильный склад.

В месте таможенного оформления в отношении вывозимой продукции проводится процедура государственного ветеринарного надзора, которая состоит из следующих административных действий:

- 1) документальный контроль;
- 2) физический контроль;
- 3) принятие решения.

Документарный контроль заключается в проверке:

- ветеринарного сопроводительного документа (ветеринарного свидетельства формы №2);

- разрешения на вывоз продукции;
- соответствия содержания сопроводительных документов (выданных уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, из которого вывозится/происходит товар) ветеринарно-санитарным требованиям Республики Корея;
- наличия ограничений на вывоз продукции;
- наличия предприятия-производителя продукции и холодильника в перечне предприятий в ИС «Цербер», аттестованных на экспорт в Республику Корея.

На стадии документарного контроля также проводится проверка прослеживаемости продукции по ИС «Меркурий» и могут быть запрошены дополнительные документы, гарантирующие выполнение требований законодательства Республики Корея.



Физический контроль осуществляется по завершении документарного и заключается в проведении ветеринарного досмотра продукции. При этом сверяется соответствие продукции, указанной в ветеринарных сопроводительных документах (ветеринарных свидетельствах), с фактически находящейся в транспортном средстве (контейнере); проверяются условия перевозки, температура в транспортном средстве и температура продукции, ветеринарно-санитарное состояние транспортных средств (контейнеров), соответствие упаковки и маркировки.

Третье действие — принятие решения — осуществляется по результатам документального и физического контроля посредством проставления на перевозочных документах (товарно-транспортной накладной, авианакладной, коносаменте, железнодорожной накладной) штампа «Выпуск разрешен».

Взамен ветеринарного свидетельства должностным лицом пограничного контрольного ветеринарного пункта в установленном порядке будет оформляться санитарно-гигиенический сертификат для экспорта мяса птицы и продукции из него в Республику Корея (после согласования формы сертификата компетентными службами стран и завершения процедуры ветеринарного допуска).

По итогам административной процедуры сведения о продукции заносятся в журнал учета подконтрольных товаров, вывозимых из Российской Федерации, и вносятся в АИС и единую информационную систему ЕАЭС.

## **Лабораторные исследования: процедура и аккредитованные лаборатории**

Предприятия, которые будут иметь право экспорта мяса птицы в Республику Корея, должны разработать и внедрить программу производственного контроля с установленной периодичностью лабораторных проверок за содержанием микробиологических и химических загрязнений. Эта программа должна соответствовать рекомендациям «Инструкции по порядку и периодичности контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений в мясе, птице, яйцах и продуктах их переработки» от 27.06.2000 г.

В обязательном порядке необходимо проверять продукцию на наличие антибиотиков и других средств, применяемых в лечебных и профилактических целях в хозяйствах, откуда живая птица поступает на убой. Исследования на препараты, которые не применяются на производстве, проводить необязательно.

Лабораторные исследования продукции должны проводиться в лабораториях, имеющих соответствующую аккредитацию.

Лабораторные исследования должны подтвердить, что мясо птицы отвечает требованиям, изложенным в [Стандартах и спецификациях на пищевые продукты](#).

## **Список документов на сопровождение груза по ветеринарии**

От места производства/хранения до места прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться следующими документами:

- ветеринарным свидетельством формы №2;
- копиями протоколов проведенных лабораторных исследований (при необходимости).

После прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться следующими сопровождающими документами:

- оригиналом санитарно-гигиенического сертификата для экспорта мяса птицы и продукции из него в Республику Корея;
- другими документами, которые будут согласованы при открытии корейского рынка для ввоза мяса птицы, произведенного на российских предприятиях.

## **Основные риски, ошибки и последствия**

Основным риском для экспорта мяса птицы после открытия рынка Республики Корея является ухудшение эпизоотической ситуации в Российской Федерации по болезням птиц. В худшем случае это может привести к полной остановке экспорта в страну.

Отгрузка на экспорт в Республику Корея продукции, не соответствующей требованиям законодательства страны, приведет как минимум к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению такой продукции. Кроме того, это может привести к лишению регистрации предприятия-изготовителя. Неоднократное повторение подобных случаев грозит потерей рынка Республики Корея для всех российских производителей продукции животного происхождения.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, отсутствие прослеживаемости экспортной продукции в ИС «Меркурий», а также ошибки в маркировке товара и другие незначительные несоответствия приведут к приостановке или запрету отгрузки продукции на экспорт.

При планировании отгрузок продукции на экспорт в Республику Корея необходимо учитывать ее остаточный срок годности и время, которое будет затрачено на логистику.

С января 2024 г. особое внимание следует уделить контролю содержания в экспортируемой продукции веществ, заявленных в системе максимально допустимых уровней. Возможно, поставщикам придется изменить уже используемые рецептуры кормов, схемы применения ветеринарных препаратов и антимикробной обработки птицеводческой продукции.

### 3.3. Требования к маркировке

Чтобы предоставить потребителям более точную информацию о пищевых продуктах, MFDS внедряет соответствующие правила и стандарты, которые требуют маркировки наименования продукта, ингредиентов, сроков изготовления и истечения годности (даты сохранения качества), чистого содержимого, информации о производителе и продукте, а также санитарных инструкций для безопасного хранения и предупреждений на упаковке и контейнере:

- Статьи 4 и 5 Закона о маркировке и рекламе пищевых продуктов.
- Статьи 5(3) и 6(4) правила об исполнении того же закона.
- Стандарты маркировки пищевых продуктов.

Упаковка должна включать маркировку, стикер с напечатанной маркировкой или вкладыш, отражающий маркировку, на корейском языке.

Маркировка пищевых продуктов содержит следующую информацию:

- название продукта;
- тип пищевого продукта;
- данные о производителе;
- дата изготовления, срок годности или срок хранения качества;
- наименование и количество пищевых ингредиентов;
- страна происхождения (рекомендуется обратиться к официальным сайтам MAFRA, MOTIE и Корейской таможенной службы для получения подробной информации о методе маркировки);
- содержание нетто (вес, объем и т.д.);
- инструкции по хранению и применению;
- предупреждения для безопасности потребителей;
- информация о питательной ценности (калории, углеводы, сахар, жиры, натрий и т.д.);

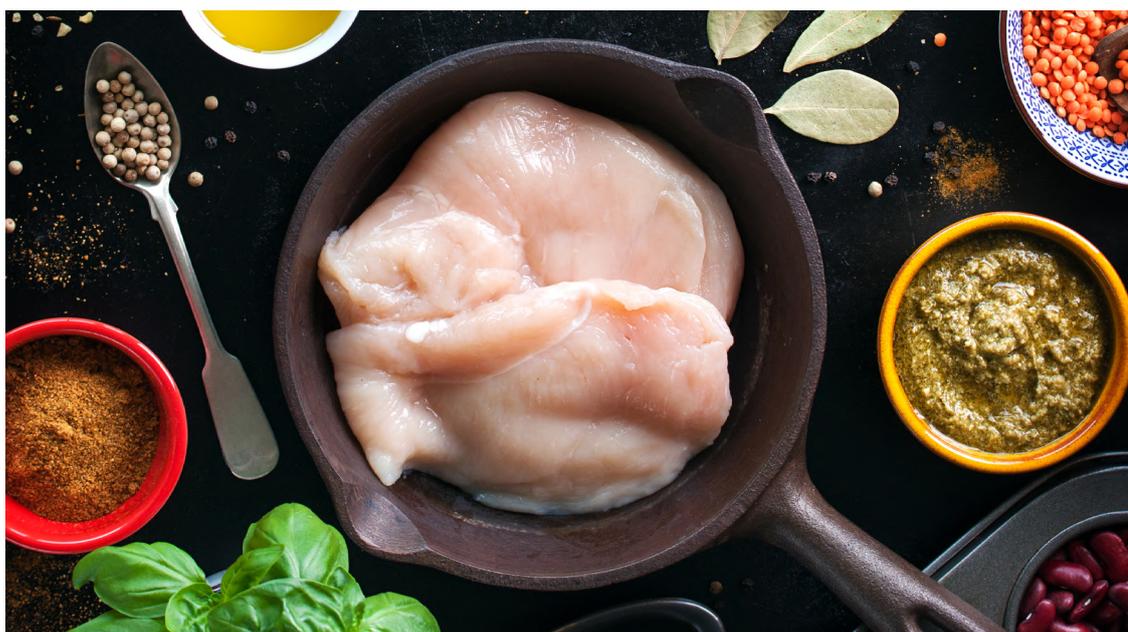
### Стандарты на продукцию

- для специальных диетических продуктов необходима маркировка, которая указывает об этом;
- подтверждение особых свойств продукта (с низким содержанием жира, низким уровнем холестерина, и т.д.).

### Запрещено:

- нанесение недостоверной или вводящей в заблуждение информации о стране происхождения;
- нарушение целостности или изменение маркировки в целях введения в заблуждение в отношении страны происхождения;
- продажа сельскохозяйственной продукции со скрытой маркировкой с указанием страны происхождения, страны экспорта, а также хранение или демонстрация такой продукции в целях продажи.

С более подробной информацией о маркировке можно ознакомиться [на сайте](#).



# Барьеры входа на рынок

---

4



Содержание

---

## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры

## 4.1. Особенности таможенных процедур

При импорте сельскохозяйственной продукции в Республику Корея, как правило, требуются разрешения нескольких ведомств, поэтому оформление может занять больше времени, чем при ввозе других товаров. Процессом оформления занимаются следующие ведомства:

- MFDS или Национальная карантинная станция (в портах, где нет региональных подразделений MFDS);
- Агентство карантина и инспекции животных и растений Республики Корея (APQA);
- Таможенная служба Республики Корея.

MFDS контролирует безопасность импортируемой сельскохозяйственной продукции, включая продукцию животноводства, переработанную пищевую продукцию, функциональные продукты питания, пищевые добавки, пищевую упаковку, а также контейнеры и оборудование, поддерживающее температурный режим. В процессе таможенного оформления MFDS может проводить проверку ввозимой продукции, включая проверку документов, визуальный осмотр, лабораторное исследование, выборочную проверку. При первой поставке мясная продукция подвергается тщательной проверке в обязательном порядке. Для процедур контроля мясной продукции установлены следующие сроки:

- проверка документов — 3 дня;
- визуальный осмотр — 5 дней;
- лабораторное исследование — 18 дней;
- выборочная проверка — 18 дней.

С подробной информацией можно ознакомиться [по ссылке](#).

**Карантинный контроль APQA:** помимо проверки на соответствие требованиям MFDS, мясная продукция подлежит карантинному контролю APQA. Для прохождения таможенной очистки обязательно подтверждение отсутствия заражений. С подробной информацией о прохождении процедур импорта можно ознакомиться [по ссылке](#).

Для продукции животноводства срок документальной и визуальной проверки APQA составляет 3 дня.

**Таможенная служба Республики Корея** проверяет наличие документов, необходимых для ввоза товаров. Таможенное оформление начинается после прохождения продукцией санитарно-карантинного контроля. Электронное

оформление таможенных документов проводится в системе [UNIPASS](#). Обычно декларация подается в электронном виде и загружается в систему заранее, но возможно и предоставление документов в бумажном виде. После успешного прохождения проверки импортеру выдается импортный сертификат, подтверждающий, что ввозимые товары были задекларированы в установленном законом порядке. С подробной информацией о процедурах таможенного оформления можно ознакомиться на сайте [Таможенной службы](#).

## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

### Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Республикой Корея, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО.

Ставки ввозных пошлин для российских экспортеров мяса птицы такие же, как и для экспортеров из Бразилии (доля которых составила около 80% импорта мяса птицы в Республику Корея за 2020 г.).

Табл. 9. Ставки ввозных таможенных пошлин Республики Корея в отношении мяса и пищевых субпродуктов домашней птицы

| Код ТН ВЭД | Наименование позиции  | РНБ, % |
|------------|---|--------|
| 020711     | Тушки домашних кур, не разделенные на части, свежие или охлажденные | 18,00  |
| 020712     | Тушки домашних кур, не разделенные на части, мороженые              | 20,00  |
| 020713     | Части тушек и субпродукты домашних кур, свежие или охлажденные      | 20,25  |
| 020714     | Части тушек и субпродукты домашних кур, мороженые                   | 21,58  |
| 020724     | Тушки индеек, не разделенные на части, свежие или охлажденные       | 18,00  |
| 020725     | Тушки индеек, не разделенные на части, мороженые                    | 18,00  |
| 020726     | Части тушек индеек и субпродукты, свежие или охлажденные            | 22,50  |

Продолжение табл. 9.

| Код ТН ВЭД | Наименование позиции   | РНБ, % |
|------------|--|--------|
| 020727     | Части тушек индеек и субпродукты, мороженые                                | 22,50  |
| 020741     | Тушки уток, не разделенные на части, свежие или охлажденные                | 18,00  |
| 020742     | Тушки уток, не разделенные на части, мороженые                             | 18,00  |
| 020743     | Жирная печень уток, свежая или охлажденная                                 | 22,50  |
| 020744     | Части тушек и субпродукты уток, прочие, свежие или охлажденные             | 22,50  |
| 020745     | Части тушек и субпродукты уток, прочие, мороженые                          | 22,50  |
| 020751     | Тушки гусей, не разделенные на части, свежие или охлажденные               | 18,00  |
| 020752     | Тушки гусей, не разделенные на части, мороженые                            | 18,00  |
| 020753     | Жирная печень гусей, свежая или охлажденная                                | 22,50  |
| 020754     | Части тушек и субпродукты гусей, свежие или охлажденные                    | 22,50  |
| 020755     | Части тушек и субпродукты гусей прочие, мороженые                          | 22,50  |
| 020760     | Тушки цесарок, не разделенные на части, свежие, охлажденные, или мороженые | 21,38  |

Источник: [ITC Market Access Map](#) и [Таможенная служба Южной Кореи](#)

## Нетарифные барьеры

Экспортеры в Республику Корея сталкиваются с рядом заградительных нетарифных барьеров. В основном они связаны со строгими требованиями к продуктам питания. В результате высокие затраты на подготовку документации, прохождение проверок и согласование маркировки часто существенно снижают ценовую конкурентоспособность импортируемой продукции.

Тем не менее, стоимость и длительность процедур трансграничной торговли в Республике Корея в целом оцениваются как невысокие, о чем свидетельствует 36-е место из 190 стран в соответствующем разделе рейтинга Doing Business Всемирного банка.

Табл. 10. Оформление импорта в Республику Корея: время и стоимость

| Процедура                         | Время, ч | Стоимость, долл. США |
|-----------------------------------|----------|----------------------|
| Пограничный и таможенный контроль | 6        | 315                  |
| Оформление документов             | 1        | 27                   |

Источник: Всемирный банк ([Doing Business 2020](#))

## Запреты на импорт

Из-за опасения вспышек гриппа птиц Республика Корея осуществляет регулярный мониторинг ситуации и часто вводит запреты на импорт из определенных стран. На сайте [APQA](#) размещена информация о временных запретах на импорт мяса птицы.

## Технические требования

В Республике Корея действуют очень строгие стандарты и правила в отношении пищевых и сельскохозяйственных продуктов (см. раздел 3 «Стандарты на продукцию»).

Положения международного Codex Alimentarius, касающиеся пищевых добавок, в Республике Корея не работают. К использованию разрешены только добавки, зарегистрированные в национальном Кодексе пищевых добавок, причем для каждой из них определены перечни продуктов питания.

В Продовольственном кодексе Республики Корея установлены строгие правила по предельным уровням остатков пестицидов и микробиологического загрязнения продуктов. Их значения для местной и импортной продукции различаются. Существуют и временные нормы предельных уровней, но их планируется постепенно отменить или перевести в категорию постоянных.

## Внимание потребителей к качеству

Корейские потребители очень серьезно относятся к вопросам безопасности и контроля происхождения пищевой продукции. Таким образом, вопросы прослеживаемости, качества и безопасности продуктов питания являются

важными при выходе на рынок страны. При этом выполнение требований обязательных стандартов может быть недостаточно. На южнокорейском рынке существует высокий спрос на продукцию с добровольной сертификацией, например, по стандарту органического происхождения. Получение таких сертификатов, как правило, обходится экспортерам дорого.

## **Требования к упаковке и маркировке**

В Республике Корея предъявляются очень строгие требования к маркировке и упаковке (см. раздел 3.3. «Требования к маркировке»). В частности, существуют нормы об указании типа материала, из которого состоит упаковка, и нормы специальной маркировки упаковки, которая подлежит вторичной переработке.

В конце 2020 г. в силу вступил новый закон, запрещающий использование пластиковой упаковки, которую трудно перерабатывать. Сюда относится упаковка из цветного ПЭТ<sup>3</sup> и этикетки, которые трудно снять перед переработкой упаковки.

Все импортируемые продукты питания должны иметь маркировку на корейском языке. Выполнение стандартов маркировки может проверяться властями как при прибытии товара в страну, так и при его реализации через каналы продаж.

## **Законодательная защита агентов и дистрибьюторов**

Сотрудничество с местными компаниями может значительно упростить процедуры регистрации и импорта продукции. К выбору дистрибьютора следует подходить очень тщательно. Многие корейские компании, занимающиеся исключительно дистрибуцией, не располагают онлайн-ресурсами, англоязычным персоналом и опытом решения вопросов регистрации и сертификации продукции. Следует помнить, что в Республике Корея действуют строгие законы, которые защищают дистрибьюторов и агентов и дают им право требовать компенсацию при прекращении или даже непродлении контракта.

---

<sup>3</sup> ПЭТ-упаковка — одна из разновидностей тары, для производства которой в качестве основного сырья используют полиэтилентерефталат или термопластик.

# Организация экспортных поставок

---



5



Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Формы присутствия на рынке

## **5.3.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

Наиболее эффективный путь прямой доставки партии груза из России в Республику Корея — это море. Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь мелких партий груза, да и поддержание температурного режима в этом случае вызовет большие трудности. Основной порт Южной Кореи — Пусан (Port of Busan (Pusan)).

Рис. 19. Доставка мясной продукции из России в Республику Корея



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Всемирного банка, Национального союза птицеводов ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

## Доставка товара в порт отправления

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- доставка товара через склад накопления и далее в порт отправления;
- доставка контейнера напрямую от производителя в порт отправления (доставка товара с перевалкой в порту отправления).

## Автомобильная перевозка товара через склад накопления и далее в порт отправления

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем.

Груз перевозится на паллетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет порядка 19 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы при дальнейшей отгрузке товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковый по нагрузке на склады сезон (с октября по март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества, копией ветеринарного сопроводительного документа.

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад для накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20% за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Склад для накопления экспортируемого мяса птицы должен быть аттестован и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно [по ссылке](#). Склады накопления, как правило, расположены около портов или мест производства товара.

Основные статьи расходов: погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается, как правило, за паллет), хранение (ставка может быть установлена за паллет или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса паллета с грузом), погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом консолидации возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера.

При работе напрямую компания-экспортер обязана заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Кроме того, на складе должен присутствовать представитель экспортера для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера все эти процедуры выполняет он.

При выборе склада консолидации необходимо учитывать:

- наличие аттестации для экспорта мясной продукции в Республику Корея;
- наличие государственного ветеринарного врача;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада и ветеринаров на складе;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

### **Автомобильная и железнодорожная перевозка товара напрямую от производителя в порт отправления**

Указанная перевозка может осуществляться в контейнерах авто- или железнодорожным транспортом.

Перевалка из рефрижераторных автомобилей в контейнер на территории портов на сегодняшний день невозможна в связи с отсутствием аккредитованных для отправки в Южную Корею пунктов перевалки, способных поддерживать температурный режим. Вместимость одного 40-футового рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн нетто. Отгрузки в 20-футовых контейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории РФ доставку тяжелого контейнера можно осуществить либо на автомобиле с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо на автомобиле с 6–7-ю осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Также возможна доставка железнодорожным транспортом. Коробки размещаются в контейнере без паллет.

В теплое время года, при температуре воздуха выше +10 °С, необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильно низкой температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °С и ниже использование дизель-

генератора желательно, но необязательно, т.к. рефрижераторный контейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение порядка 24 часов, чего в большинстве случаев достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения его к постоянному источнику электропитания.

Температура продукта при транспортировке не должна превышать -18 °С. В настоящее время все большее распространение получают технические средства контроля температуры в процессе перевозки от склада производителя до склада покупателя. Для контроля за температурой используют электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима) термолоттеры. При нарушении температурного режима транспортировки получатель может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания на всем маршруте следования.

Перевозка осуществляется на основании СМR-накладной (международной товарно-транспортной накладной) и облагается НДС по ставке 0%.

## Морская перевозка

Морские линии, осуществляющие перевозку грузов через порты РФ и Республики Корея:

Из порта Санкт-Петербурга:

- [Maersk](#);
- [MSC](#);
- [CMA-CGM](#);
- [OOCL](#);
- [Hapag Lloyd](#);
- [HMM](#);
- [Evergreen](#);
- [Cosco](#);
- [Yang Ming](#).

Из порта Новороссийска:

- [Maersk](#);
- [MSC](#);

- [ZIM](#);
- [Harap Lloyd](#).

Из порта Владивостока:

- [CMA-CGM](#);
- [HMM](#);
- [Maersk](#);
- [FESCO](#).

Транзитное время морской доставки зависит от выбранного маршрута, линии, порта погрузки и порта назначения, а также от погодных условий. Необходимо учитывать требования получателя к используемым морским линиям, т.к. часто встречаются ограничения.

В последние годы количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты России, существенно сократилось. Поэтому возможен недостаток порожних контейнеров для экспорта в периоды пиковой активности рынка, что в свою очередь влияет на уровень ставок фрахта.

## **Стоимость доставки**

Ориентировочная стоимость морской доставки одного рефрижераторного 40-футового контейнера с грузом мяса птицы весом 27 тонн из Центральной России (г. Белгород) до порта Пусан через порт Санкт-Петербург в январе 2022 г. составляла 8 300 долл. США.

В ставку включены: наземная доставка контейнера с грузом весом 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера. Ставки рассчитаны по курсу ЦБ РФ на 26/01/2022 с учетом действующих тарифов. Общее транзитное время составляет около 50-55 дней.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании постановления правительства №1104 от 15 сентября 2017 г. №1104 с изменениями и дополнениями, экспортеры имеют право на возмещение 25% затрат, понесенных при транспортировке продукции АПК на зарубежные рынки, посредством подачи соответствующей заявки в Российский Экспортный Центр (более детальная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

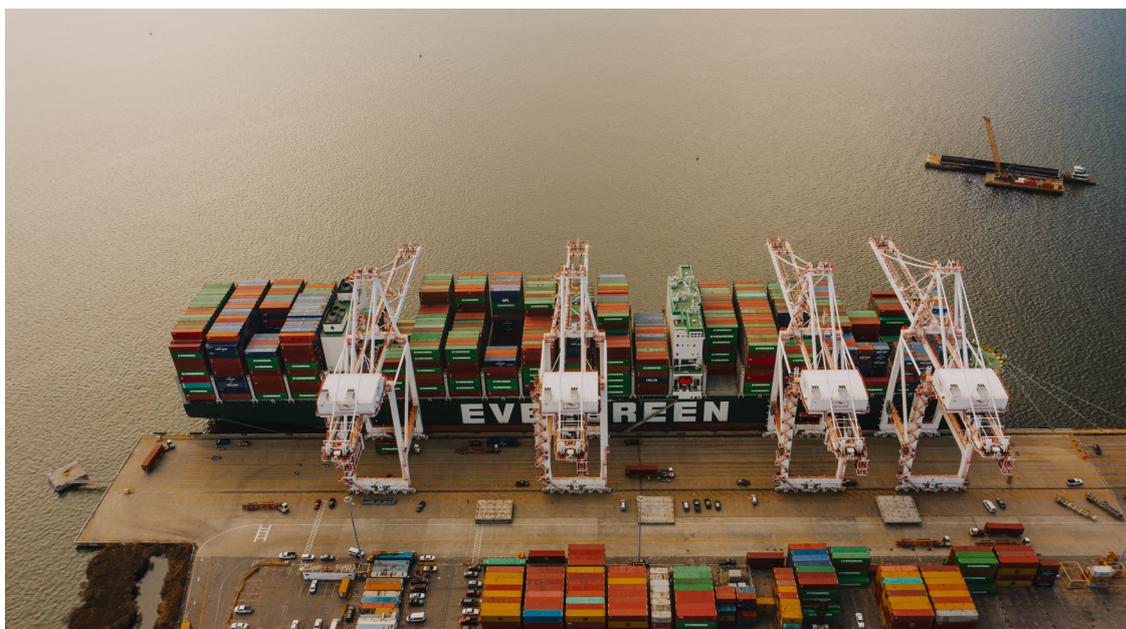
## Сопровождение груза при пересечении границы

### Таможня

Таможенное оформление мяса птицы на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт (внешнеторговый контракт);
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- экспортный ветеринарный сертификат;
- подтверждение платежа, согласно условиям контракта.

Оформление экспортной декларации таможни возможно на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы РФ.



## **Ветеринария**

С подробным перечнем ветеринарных сопроводительных документов можно ознакомиться в разделе 3 «Стандарты на продукцию».

## **Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки**

При экспорте мяса птицы поставщик имеет право на возмещение уплаченного НДС. Для осуществления этой процедуры обязательным является подтверждение факта экспорта. Необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки), в случае его оформления;
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа, согласно условиям контракта;
- СМР-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент;
- декларация таможни с печатью о вывозе товара с территории РФ.

## **Логистические риски**

При продаже товара на условиях Incoterms риски экспортера/отправителя по хранению и доставке продукции отнюдь не исключаются. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента она имеет право взыскать соответствующие суммы с отправителя груза.

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к риску простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует

трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Нередко возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В этой ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто позволяет обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

Основные сюрвейерские компании, работающие с мясной продукцией:

- [SGS](#);
- [TOP FRAME](#);
- [IPC HORMANN](#).

## 5.2. Формы присутствия на рынке

Республика Корея привлекательна для иностранных инвестиций. Страна характеризуется политической стабильностью и безопасностью, инфраструктурой мирового класса, квалифицированной рабочей силой и быстрорастущим внутренним рынком. Стоит также отметить особые экономические зоны, предлагающие преференциальные условия ведения бизнеса для иностранных инвесторов. Более подробная информация об ОЭЗ представлена в Приложении №1.

В Южной Корее действует правительственная программа привлечения иностранных инвестиций, в рамках которой предоставляется право на проживание и ведение коммерческой деятельности на территории страны, а также предлагаются налоговые и социальные льготы. Для поддержки создания и выхода иностранных компаний на южнокорейский рынок Государственная организация по содействию торговле и инвестициям ([KOTRA](#)) открыла инвестиционное агентство [Invest Korea](#).

### Организационно-правовые формы ведения бизнеса

Для ведения бизнеса в Республике Корея иностранные инвесторы могут выбрать одну из трех организационно-правовых форм:

- создание местной компании;

- открытие филиала;
- открытие подразделения по связям (представительства).

Все местные компании с иностранным капиталом попадают под режим ПИИ, и для их регистрации требуется минимальный уставной капитал в размере 100 млн вон (82 тыс. долл. США).

Филиал и представительство считаются местным подразделением иностранной компании, поэтому для регистрации не требуется внесения уставного капитала.

Табл. 11. Основные организационно-правовые формы регистрации бизнеса в Республике Корея

| Организационно-правовая форма                                   | Краткая характеристика  |
|---|---|
| Компания с ограниченной ответственностью (Yuhan Hoesa)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Регистрируется как отдельное юридическое лицо. До 50 учредителей. Ответственность каждого участника ограничена долей в уставном капитале.</li> <li>• Самая популярная форма регистрации бизнеса</li> </ul> |
| Акционерная компания (Chusik Hoesa)                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ответственность каждого акционера ограничена долей в уставном капитале. Обязательно проведение годовых собраний акционеров.</li> <li>• Свободное обращение акций</li> </ul>                                |
| Товарищество с ограниченной ответственностью (Hapcha Hoesa)     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Участники могут выбирать между неограниченной и ограниченной размером доли ответственностью.</li> <li>• Все решения принимаются участниками с неограниченной ответственностью</li> </ul>                   |
| Товарищество с неограниченной ответственностью (Hapmyung Hoesa) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Регистрируется двумя и более партнерами.</li> <li>• Неограниченная ответственность по обязательствам юридического лица</li> </ul>  |

*Примечание. Ставка налога на прибыль зависит от величины дохода компании и варьируется от 10 до 25%. Ставка НДС — 10%.*

Филиал (Branch Office) имеет отдельный баланс и расчетный счет, но сфера его деятельности определяется головной организацией. В Республике Корея филиалы могут заключать контракты, выставлять счета потребителям и получать от них платежи. При этом необходимо в обязательном порядке соблюдать требования к валютным операциям.

Представительство (Liaison Office) — полностью финансируемое и контролируемое иностранной компанией подразделение, которому не разрешается осуществлять прямые продажи на внутреннем рынке. Представительство может заниматься маркетингом, проводить рекламные кампании и исследования рынка.

Компания регистрируется в судебной и налоговой службах с получением сертификатов Business Tax Registration Certificate и Company Court Registration Certificate. Срок регистрации в среднем составляет две недели. Справочная информация представлена на [бизнес-портале](#). С нормативно-правовой базой для внешнеторговой деятельности на рынке страны можно ознакомиться в Приложении №2.

Для филиала или дочерней компании также требуется уведомление об иностранных инвестициях банка, занимающегося валютным обменом. Создание филиала, как правило, занимает от двух до трех недель (после получения всех необходимых документов из головного офиса). На создание дочерней компании уходит от четырех до шести недель, так как регистрация требует дополнительной отчетности об иностранной валюте и репатриации оплаченного капитала до регистрации в суде.

При создании дочерней компании регистрационный сбор составляет 0,4% (1,2% в случае регистрации в столичном регионе) от общей суммы оплаченного уставного капитала. Кроме того, на регистрационный сбор начисляется 20%-й местный налог. При регистрации филиала налоги и сборы не взимаются.

## Выход на рынок через посредника

**Агент по импорту** — привлечение агента по продажам или продвижению товаров на эксклюзивной или неэксклюзивной основе. Любое лицо, как физическое, так и юридическое, официально зарегистрированное и занимающееся коммерческой деятельностью, может импортировать товары от своего имени. Как правило, агент работает на комиссионной основе и является юридическим представителем экспортера, если иное не указано в договоре. Соответственно экспортер как принципал (даже если не участвовал в переговорах) может нести ответственность за сделки, совершаемые агентом. Роль агента варьируется от поиска новых клиентов до отстаивания позиций на целевом рынке. Без разрешения принципала коммерческий агент не вправе проводить за свой счет или за счет третьего лица ни одной сделки, которая относится к бизнесу принципала, а также не может стать участником с неограниченной ответственностью или руководителем компании, целью которой является ведение такого же бизнеса, как и у принципала.

Согласно статье 92–2 Коммерческого кодекса Республики Корея при прекращении агентского договора агент вправе требовать выплаты разумной компенсации в следующих случаях:

- агент привлек новый бизнес или внес положительный вклад в развитие бизнеса принципала;
- принципал сможет пользоваться результатами вклада агента после прекращения договора;
- прекращение договора не связано с причинами, вытекающими из деятельности агента.

**Дистрибьютор** — к подбору дистрибьютора следует подходить очень тщательно. Наиболее важным моментом является возможность установления тесных рабочих отношений, высокого уровня доверия и регулярного общения. Прежде чем принять окончательное решение, обязательно встретитесь с потенциальным дистрибьютором, чтобы понять, насколько хорошо он представлен на локальном рынке и какими ресурсами обладает. Рекомендуется воспользоваться услугами профессионального агентства по проверке кредитоспособности для подтверждения финансовой состоятельности местного партнера.

Договорные отношения между поставщиком и его дистрибьютором или агентом регулируются положениями [Коммерческого кодекса Республики Корея](#), а также нормами [Закона «О честной торговле и регулировании монополии»](#). Кроме того, в целях усиления регулирования недобросовестных практик в сделках между поставщиками и дистрибьюторами с 2016 г. вступил в силу Закон «О справедливых сделках между дистрибьюторами» ([FDTA](#)). Это специальный закон, который устанавливает запрещенные виды злоупотреблений доминирующим положением в отношениях между поставщиком и дистрибьютором. Главным регулятором конкуренции на рынках в Республике Корея является Комиссия по честной торговле ([KFTC](#)).

## 5.3. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами регистрации и охраны интеллектуальной собственности в Южной Корее занимаются следующие ведомства:

- [Корейское ведомство по интеллектуальной собственности](#);
- [Корейская информационная служба по правам интеллектуальной собственности](#);

- [Корейская комиссия по авторским правам;](#)
- [Корейская ассоциация патентных поверенных.](#)

Республика Корея является членом региональной организации — [Экспертной группы по правам интеллектуальной собственности](#), [Всемирной организации интеллектуальной собственности](#), а также Всемирной торговой организации (Соглашение ТРИПС).

Табл. 12. Охрана прав интеллектуальной собственности в Республике Корея

| Объект ИС и национальный закон                       | Срок охраны                              | Международный договор  |
|--|--|--|
| <b>Патент</b><br>Закон «О патентах»                  | 20 лет                                   | Договор о патентной кооперации   |
| <b>Товарный знак</b><br>Закон «О товарном знаке»     | 10 лет (возможно многократное продление) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Договор о законах по товарным знакам.</li> <li>• Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков</li> </ul>  |
| <b>Авторское право</b><br>Закон «Об авторском праве» | 50 лет после смерти автора               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений.</li> <li>• Женевская конвенция о фонограммах.</li> <li>• Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей и вещательных организаций.</li> <li>• Договор ВОИС по авторскому праву.</li> <li>• Договор ВОИС по исполнению и фонограммам</li> </ul> |
| <b>Полезная модель</b><br>Закон «О полезной модели»  | 10 лет                                   | Парижская конвенция по охране промышленной собственности   |

Для обеспечения защиты товарного знака информация о нем должна быть занесена в реестр Корейского ведомства по интеллектуальной собственности. При этом незарегистрированные, но хорошо известные в стране товарные знаки получают ограниченную охрану в соответствии с законодательством о предотвращении недобросовестной конкуренции и защите коммерческой тайны.

## Регистрация товарного знака

В Республике Корея товарный знак можно зарегистрировать по национальной или международной процедурам. Условиями охраноспособности является различительный характер и отличие от уже зарегистрированных знаков. Право на товарный знак признается за тем, кто первым подал заявку.

По **национальной процедуре** заявку на регистрацию может подать любое физическое или юридическое лицо, планирующее использовать товарный знак (правовая охрана может быть прекращена досрочно вследствие неиспользования товарного знака непрерывно в течение трех лет).

Для регистрации товарного знака необходима следующая информация<sup>4</sup>:

- образец дизайна товарного знака;
- обозначение товаров и/или услуг;
- спецификация товаров и/или услуг;
- документы о праве приоритета (если применимо);
- сведения о заявителе, включая наименование и адрес;
- доверенность (если применимо).

Заявки на регистрацию рассматриваются в порядке поступления. Разрешение выдается в ходе экспертизы по существу в отношении оснований для отказа, включая абсолютные основания (различительная способность знака) и относительные (предшествующие права других лиц).

Получение результатов первой экспертизы занимает от восьми до десяти месяцев с даты подачи заявки. Если оснований для отказа нет, заявка публикуется для подачи возражений в течение двух месяцев. В случае отсутствия возражений знак будет зарегистрирован после уплаты пошлин.

Вместо обычной процедуры можно запросить упрощенный порядок экспертизы (fast track), когда заявитель получает результаты в течение одного-двух месяцев, а экспертиза происходит на несколько месяцев раньше. Такой порядок применяется по ряду оснований, включая то, что заявитель уже сейчас использует товарный знак или собирается его использовать в ближайшее время в Южной Корее.

---

<sup>4</sup> Подробнее о порядке регистрации см. <https://bit.ly/3BMwgO9>

Свидетельство на товарный знак выдается после уплаты госпошлины. Стоимость регистрации для каждого класса при подаче заявки составляет 62 тыс. вон (60 долл. США), при установлении права — 211 тыс. вон (205 долл. США).

По **международной процедуре** регистрация осуществляется в соответствии с Мадридским протоколом. При этом следует учитывать два аспекта:

- Желательно провести поиск в глобальной базе данных по брендам [Global Brand Database](#), чтобы убедиться в доступности для регистрации выбранного знака.
- Допустимые притязания на товары/услуги различаются в разных странах мира. Рекомендуется воспользоваться приложением [Madrid Goods and Services Manager](#) с указанием товаров и услуг, приемлемых для целей процедур Мадридской системы.

Приоритет может испрашиваться любым заявителем, который является представителем государства-участника Парижской конвенции или международного договора, либо на основе взаимности. Заявитель должен доказать, что заявка в Республике Корея была подана в течение шести месяцев с даты подачи приоритетной заявки. Документ о приоритете должен быть представлен в Корейское ведомство по интеллектуальной собственности в течение трех месяцев с даты подачи заявки.

## Лицензирование товарных знаков

Действующая система предусматривает два вида лицензий на товарный знак:

- исключительная лицензия означает право лицензиата на использование товарного знака и передачу неисключительных прав третьим лицам;
- неисключительная лицензия означает право использования лицензиатом товарного знака с сохранением за лицензиаром права выдачи лицензий другим лицам.

## Средства защиты интеллектуальной собственности

В случае нарушения прав на товарные знаки правообладатели могут обратиться к судебной системе разрешения споров, поскольку внесудебная процедура урегулирования в Республике Корея не предусмотрена.

Владелец товарного знака или эксклюзивный лицензиат могут подать в районный суд иск о нарушении прав с требованием возмещения ущерба и/или вынесения судебного приказа о предварительном или постоянном запрете. Решение суда первой инстанции может быть обжаловано в Патентном суде, а затем в Верховном суде. При возбуждении уголовного дела заявление подается в полицию или районную прокуратуру.

Ходатайствовать о применении обеспечительных мер или вынесении судебного запрета возможно, пока нарушение продолжается. Срок исковой давности для иска о взыскании ущерба составляет три года с момента нарушения.

По факту нарушения суды могут вынести приказ о запрете использования товарного знака, возмещении ущерба, восстановлении деловой репутации или конфискации материалов и оборудования, связанных с нарушением. Нарушитель также может понести уголовное наказание в виде штрафа в размере до 100 млн вон и лишения свободы на срок до 7 лет.

## **Доменные имена**

Приобрести доменное имя «.com» может каждый желающий. Доменные имена «.co.kr» и «.kr» доступны только резидентам. Домены «.com» регистрируются в Корейском агентстве по интернету и безопасности (Korea Internet & Security Agency).

Запрещается регистрировать и/или использовать доменное имя, идентичное или сходное до степени смешения с чужой торговой маркой, товарным знаком или любым другим отличительным признаком с целью получения противозаконной прибыли или нанесения ущерба другому лицу. Споры по доменам верхнего уровня рассматриваются [Комитетом по разрешению споров в отношении адресов в сети Интернет](#).

Продвижение продукции

---



Содержание

## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки



## **6.1. Ключевые факторы успеха на рынке**

### **Ассортимент продукции**

Жители Республики Корея предпочитают охлажденное мясо птицы, особенно курятину, для приготовления дома. В период 2016–2020 гг. потребители покупали, в основном, целые куриные тушки весом в среднем около 1,5 кг. В последние годы растет спрос на определенные части тушек. Причем если ранее предпочтение отдавалось мясу куриных бедер и крыльев, то в настоящее время становится популярной куриная грудка. Это изменение произошло на фоне повышения внимания к здоровому образу жизни и правильному питанию.

Со стороны сектора общественного питания, основного канала сбыта мяса птицы в Республике Корея, отмечается высокий спрос на части куриной тушки, а именно куриные крылышки и ножки. Производители готовой мясной продукции отдают предпочтение куриной грудке, которую используют для производства наггетсов, мясных шариков, сосисок и т.д. Это подтверждается структурой импорта, в которой доминируют замороженные части тушек домашних кур и субпродукты (код ТН ВЭД 020714).

### **Высокое качество**

Корейские потребители очень серьезно относятся к вопросам безопасности и контроля происхождения пищевой продукции. Поэтому при выходе на рынок страны для производителей-экспортеров продукции важно соблюдать все требования к качеству и безопасности продуктов питания, предъявляемые компетентными органами Республики Корея, указывать информацию о происхождении продукции и т.д. Кроме того, необходимо строгое выполнение жестких спецификаций и требований к поставляемой продукции: категория, размер, вес, внешний вид, выкладка в упаковке (и без упаковки) должны быть единообразны.

Если экспортер поставляет продукцию в Южную Корею — это само по себе является гарантом высокого качества его продукции. Поэтому российским компаниям целесообразно рассматривать рынок этой страны не только с точки зрения увеличения физических объемов экспорта, но и с точки зрения имиджевого фактора.

### **Сертификация**

На южнокорейском рынке существует высокий спрос на продукцию с добровольной сертификацией, например, по стандарту органического происхождения. Получение таких сертификатов, как правило, обходится экспортерам дорого, но может повысить заинтересованность потребителей.

## **Онлайн-торговля**

Южная Корея является ведущей страной в мире по объему рынка электронной коммерции. Продажи продуктов питания в интернет-магазинах растут, некоторые онлайн-ритейлеры сообщают о значительном увеличении продаж во время пандемии COVID-19. Ожидается, что электронная коммерция в Южной Корее останется важным каналом дистрибуции продуктов питания, в том числе и мясной продукции.

## **Сотрудничество с местными агентами и дистрибьюторами**

Для упрощения процедуры регистрации и импорта продукции важно партнерство с местными компаниями. Роль агента может варьироваться от поиска новых клиентов до отстаивания позиций на целевом рынке. Следует помнить, что в Республике Корея действуют строгие законы, которые защищают дистрибьюторов и агентов и дают им право требовать компенсацию при прекращении или даже в случае непродления контракта.

## **Продвижение продукции**

Продвижение и реклама должны быть ориентированы на местных производителей, дистрибьюторов и других B2B-игроков. Эффективные инструменты — участие в международных выставках, специализированных конференциях, проведение выездных презентаций предприятий и т.д.

Онлайн-площадки и социальные сети в Республике Корея открывают возможности для продвижения брендов на рынке. Для успеха рекламной кампании рекомендуется изучать различные площадки и целевую аудиторию.

## **Особенности бизнес-среды**

Особенностью деловой культуры Республики Корея является концепция «кибун» (честь и личное достоинство). Жители страны ориентированы на результат, ценят образование и инновации, а также приверженность компании. Личные отношения являются важным фактором для успешного ведения бизнеса. Для укрепления доверия и построения долгосрочных отношений компаниям, планирующим экспорт в эту страну, рекомендуется лично встречаться с корейскими партнерами. Наладить контакт с южнокорейской фирмой в дистанционном режиме достаточно сложно.

## 6.2. Отраслевые выставки

| Название выставки  | Место проведения  | Даты проведения  |
|--|---|--|
| <p><b>Seoul Food &amp; Hotel</b></p> <p>Международная выставка продуктов питания и гостиничного бизнеса.</p> <p><a href="https://bit.ly/3ptOzDE">https://bit.ly/3ptOzDE</a></p>                                      | <p><b>Сеул</b></p> <p>KINTEX — Korea International Exhibition Center</p>    | <p>07 – 10.06.2022</p>   |
| <p><b>COEX Food Week</b></p> <p>Международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p><a href="http://coexfoodweek.com/">http://coexfoodweek.com/</a></p>  | <p><b>Сеул</b></p> <p>Coex Convention Center</p>                            | <p>02 – 05.11.2022</p>   |
| <p><b>VOFOOD Busan International Food Expo</b></p> <p>Международная продовольственная выставка-ярмарка.</p> <p><a href="https://clck.ru/ZL5qP">https://clck.ru/ZL5qP</a></p>   | <p><b>Пусан</b></p> <p>BEXCO — Busan Exhibition &amp; Convention Center</p> | <p>Даты проведения необходимо уточнять у организатора выставки</p> |
| <p><b>Food Industry Technology Show</b></p> <p>Международная выставка пищевой промышленности и автоматизации.</p> <p><a href="http://kfoodtech.co.kr/en/?ckattempt=1">http://kfoodtech.co.kr/en/?ckattempt=1</a></p> | <p><b>Сеул</b></p> <p>COEX Exhibition Center</p>                            | <p>Даты проведения необходимо уточнять у организатора выставки</p> |

# Особенности деловой культуры

---





Корейская культура сформировалась под влиянием конфуцианства. Принципы конфуцианской философии предполагают всеобщую гармонию, почитание старших, приоритет семьи и дружбы, сохранение национальных традиций. Концепция «кибун» (честь и личное достоинство) — обязательная составляющая деловой культуры страны. Южнокорейцы ориентированы на результат, ценят образование и инновации, а также приверженность компании.

В Корее возраст и общественное положение — важные факторы, на которые следует обратить особое внимание. Считается, что младшие по возрасту либо стоящие ниже по общественному положению должны беспрекословно исполнять волю старших. Поэтому вопросы о возрасте и семейном положении задаются не из простого любопытства, а чтобы определить свой статус относительно интересующего человека.

Существует понятие «традиционной морали», которая учит уважению и почтению к людям более высокого социального статуса и возраста, а также важности личного общения и личного контакта. Без учета этих принципов в Южной Корее невозможно решить ни одной серьезной проблемы. Поэтому достаточно сложно наладить контакт с южнокорейской фирмой в дистанционном режиме.

## **Планирование встречи**

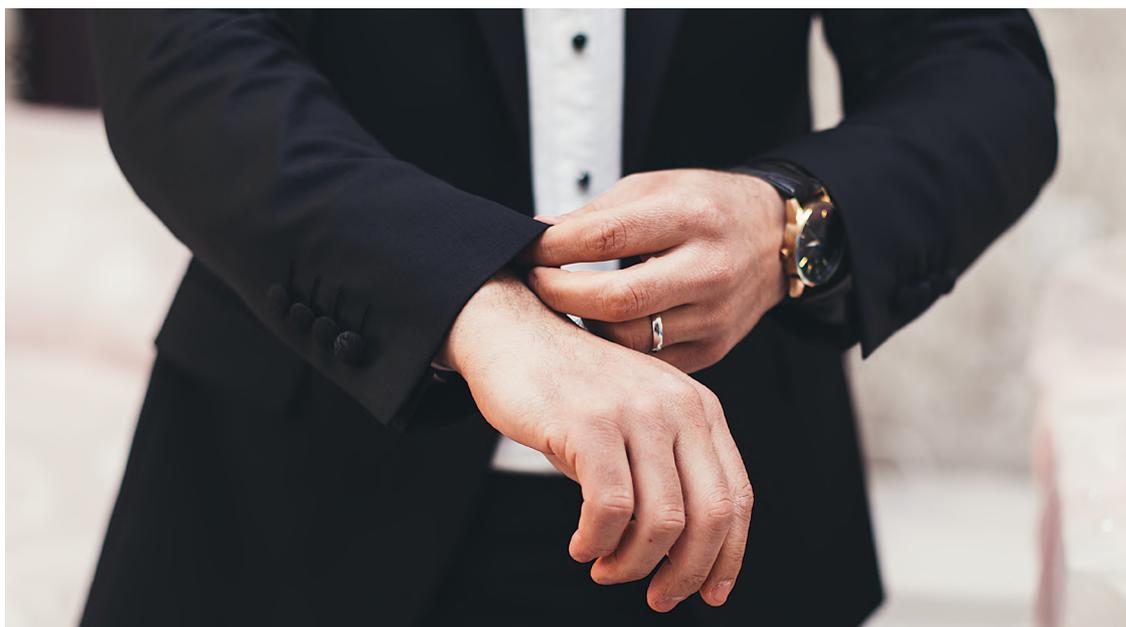
Деловые встречи планируются заранее — как правило, за несколько недель. Договориться о встрече лучше через посредника. Желательно, чтобы посредник был хорошо знаком с корейскими партнерами, рассказал им о личном статусе представителей иностранной компании, изложил предложения и возможности.

Для встречи лучше выбрать время в промежутке с 10:00 до 12:00 или с 14:00 до 16:00. Корейцы придают большое значение пунктуальности и соблюдению протокола встречи — перенос даты или опоздания недопустимы.

## **Этикет приветствия**

Приветствовать корейца нужно неглубоким поклоном: собеседника с равным статусом поклоном примерно на 15 градусов, пожилого человека или человека с более высоким статусом — на 30–45 градусов. При этом принято легкое рукопожатие со словами приветствия «Здравствуйте!» (안녕하세요! — an-nieong-ha-se-yo!) или «Приятно познакомиться!» (반갑습니다! — ban-gab-seub-ni-da!).

Корейские имена отличаются сложностью. Первый слог — это фамилия, следующие два — имя. К коллегам обычно обращаются по фамилии, за которой следует профессиональный титул.



### **Стиль одежды**

Мужчинам стоит выбрать строгий классический костюм темных тонов с белой рубашкой и нейтральным галстуком. Женщинам — деловое платье или жакет с юбкой, брюки не рекомендуются.

### **Подарки**

Во время первой встречи уместны небольшие сувениры. Они могут расположить деловых партнеров и повысить шансы на успех переговоров. Подарки принято вручать обеими руками.

### **Визитные карточки**

Желательно подготовить англоязычные визитные карточки, где должно быть указано, какую позицию в компании занимает переговорщик. Как и в других странах Азии, визитные карточки принято давать и принимать обеими руками.

### **Деловое общение**

К устным договоренностям корейцы относятся серьезно и выполняют их с высокой точностью без напоминания. Они проявляют себя как очень надежные бизнес-партнеры и ждут такого же отношения к себе.

Об успешной встрече свидетельствует низкий глубокий поклон корейских партнеров. Короткий быстрый поклон, напротив, может означать недовольство. В разговоре следует быть вежливым и тактичным, держаться скромно. Резких

отказов и конфликтных ситуаций лучше избегать. В качестве проявления вежливости корейские партнеры могут перейти на личные темы, поинтересоваться здоровьем, семьей, детьми.

Недопустимо подзывать человека рукой с обращенной вверх ладонью. Такими жестами в Корее обычно подзывают собак. Если необходимо подзвать человека, делайте это ладонью, обращенной вниз.

По традиции корейцы сидят, едят и спят на полу. Поэтому при входе в корейский дом необходимо снимать обувь. Раньше в Корее считалось невежливым разговаривать во время еды, но сегодня это допустимо. Всегда приятны слова благодарности за вкусную еду и хорошее обслуживание.

При планировании деловых поездок в Республику Корея рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни.

Табл. 13. Государственные праздники Республики Корея в 2022 г.

| Праздник                           | Дата                |
|------------------------------------|---------------------|
| Новый год                          | 1 января            |
| Корейский Новый год (Соллаль)      | 31 января–2 февраля |
| День движения за независимость     | 1 марта             |
| День детей                         | 5 мая               |
| День рождения Будды                | 8 мая               |
| День памяти                        | 6 июня              |
| День освобождения                  | 15 августа          |
| Чхусок (Праздник урожая)           | 9–11 сентября       |
| День основания государства         | 3 октября           |
| День хангыля (корейского алфавита) | 9 октября           |
| Рождество                          | 25 декабря          |

# Преимущества и риски осуществления поставок

---



8





Содержание \_\_\_\_\_

**8.1.**

Преимущества

**8.2.**

Риски

## 8.1. Преимущества

### Стабильно высокий уровень потребления

Несмотря на ограничительные меры в условиях пандемии, в 2020 г. уровень потребления мяса птицы в стране незначительно снизился по сравнению с 2019 г. (на 0,4%) и составил 1 066 тыс. тонн. Согласно прогнозам, что в 2022 г. потребление увеличится до 1,1 млн тонн, чему будет способствовать снятие ограничений по мере роста числа вакцинированных от COVID-19. Кроме того, ожидается, что ряд международных спортивных мероприятий вызовет дополнительный спрос на продукты питания (в том числе на мясо кур) в краткосрочной перспективе.

### Потребительские предпочтения

Мясо птицы в Республике Корея является основным ингредиентом различных блюд, наиболее излюбленные из которых — жареная курица, куриный суп Самгё-тан, курица в соусе кальби и курица на пару. Потребление жареной курицы (например, крылышек и ножек) обычно увеличивается во время международных спортивных мероприятий, а также в летний сезон, когда становится популярным барбекю на улице. В стране распространены заведения общественного питания, специализирующиеся на жареной курице и разливном пиве (например, Man-Man Han Chicken and Beer и Fusion Sul-Sang).

Как правило, потребители предпочитают покупать охлажденное мясо птицы для приготовления дома. Они выбирают как целые куриные тушки весом в среднем около 1,5 кг, так и отдельные части тушек, особенно куриные бедра и крылья. В связи с повышением внимания к здоровому образу жизни в последние годы растет спрос на куриную грудку как оптимальный источник белка без лишнего жира.

### Благоприятные условия для ведения бизнеса

В 2020 г. Республика Корея заняла пятое место среди 190 стран мира в ежегодном рейтинге Doing Business. В рейтинге восприятия коррупции Transparency International Республика Корея также улучшает свои позиции. Таким образом, страна привлекательна для иностранных инвестиций, здесь действуют налоговые и социальные льготы для иностранных компаний. Кроме того, Южная Корея характеризуется политической стабильностью и безопасностью, инфраструктурой мирового класса, квалифицированной рабочей силой и быстрорастущим внутренним рынком.

## 8.2. Риски

### **Местное производство и высокий уровень самообеспечения**

В последние годы в Республике Корея отмечается рост местного производства мяса птицы. В 2020 г. оно составило 971 тыс. тонн, что на 2,0% больше, чем в 2019 г. Большая часть местного производства приходится на куриное мясо. В 2021 г. производство мяса птицы снизилось до 935 тыс. тонн в связи с сокращением поголовья из-за вспышек высокопатогенного гриппа птиц и конкуренции местных производителей. Несмотря на это, согласно данным USDA, Республика Корея более чем на 90% самостоятельно обеспечивает внутренний спрос на мясо птицы.

### **Высокая конкуренция**

Республика Корея является привлекательным рынком для крупных экспортеров продовольствия, в том числе мяса птицы. Лидирующий экспортер мяса птицы в страну — Бразилия, — на поставки из которой в 2020 г. пришлось 82% от общего объема импорта в натуральном выражении и 79,8% — в стоимостном. Бразилия аккредитована Агентство карантина и инспекции животных и растений Республики Корея (APQA) на поставку всех видов мяса птицы.

Наиболее выгодные условия на рынке Южной Кореи — у экспортеров из стран, присоединившихся к соглашению о Всестороннем региональном экономическом партнерстве (ВРЭП). Кроме того, в рамках соглашений о свободной торговле отдельные экспортеры мяса птицы в Республику Корея — страны АСЕАН, США, страны ЕС, Австралия, Чили — получают доступ на рынок страны по льготным ставкам таможенных тарифов.

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Республикой Корея, поэтому к российскому экспорту применяется ставка РНБ на условиях ВТО (по основным позициям — 18–22,5%). На таких же условиях работают экспортеры из Бразилии, однако по сравнению с другими поставщиками мяса птицы российские производители находятся в неравных условиях.

В ноябре 2021 г. начались переговоры по доступу на корейский рынок птицеводческой продукции из Украины, с которой российские производители конкурируют на рынках СНГ, Ближнего Востока и Африки. Завершение переговоров намечено на вторую половину 2022 г. И, если оно будет удачным, это откроет для украинских компаний возможность экспорта мяса бройлеров и яиц в Республику Корея.

## **Высокие требования к импортной продукции**

В Республике Корея действуют очень строгие стандарты и правила в отношении пищевых и сельскохозяйственных продуктов. Из-за опасения вспышек гриппа птиц Республика Корея внимательно следит за ситуацией и часто вводит запреты на импорт мяса птицы из определенных стран.

В Республике Корея предъявляются строгие требования к маркировке и упаковке: существуют нормы об указании типа материала, из которого состоит упаковка, и нормы специальной маркировки упаковки, которая подлежит вторичной переработке. В конце 2020 г. в силу вступил закон, запрещающий использование пластиковой упаковки, которую трудно перерабатывать. Все импортируемые продукты питания должны иметь маркировку на корейском языке. Выполнение стандартов маркировки может проверяться властями как при прибытии товара в страну, так и при его реализации через каналы продаж.

При импорте требуются разрешения нескольких ведомств, поэтому оформление может занять большое количество времени.



# Карта действий экспортера



9



### Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе, насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами).
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 7) Определите стратегию выхода на рынок.
- 8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке.
- 9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок.
- 10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию.

### Этап II — Действия на территории РФ, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Республику Корея

- 1) Регистрация предприятия в [ИС «Цербер»](#) в качестве экспортера мяса птицы в Республику Корея.
- 2) Проведение процедуры оценки рисков и ветеринарного допуска мяса птицы и продукции из него из РФ в Республику Корея, снятие ограничений на экспорт.
- 3) Проведение инспекции предприятия специалистами MFDS.
- 4) Регистрация предприятия в списках MFDS как имеющего право импорта мяса птицы из РФ в Республику Корея.
- 5) Получение [разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации](#) на вывоз продукции с территории РФ.

- 6) Оформление ветеринарно-сопроводительной документации на экспорт (ветеринарного свидетельства формы №2).
- 7) Оформление Россельхознадзором международного ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Республики Корея.
- 8) Оформление декларации на импорт.
- 9) Таможенное оформление экспорта.

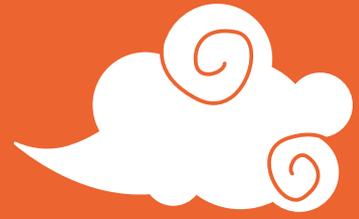
**По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории РФ.**

# Контактная информация

---



10



## Потенциальные партнеры

| Компания                      | Профиль                 | Контактная информация   |
|-------------------------------|-------------------------|---|
| <b>Sejung</b>                 | Импортер                | Адрес: 13, Jinto-gil, Gwangju-si, Gyeonggi-do<br>Тел.: +82 031797 6200<br>Сайт: <a href="http://se-joong.kr/default/">http://se-joong.kr/default/</a>   |
| <b>Sewon Food System</b>      | Импортер и переработчик | Адрес: 69, Gambuk-ro 27beon-gil, Hanam-si, Gyeonggi-do (Gambuk-dong)<br>Тел.: +82 2 1544 9958<br>Сайт: <a href="http://sewonfs.co.kr/28">http://sewonfs.co.kr/28</a>  |
| <b>SASE</b>                   | Импортер                | Адрес: 2~4F, 1366-8, Gwanyang-dong, Dongan-gu, Anyang-si, Gyeonggi-do<br>Тел.: +82 1522 4891<br>Сайт: <a href="https://sase.co.kr">https://sase.co.kr</a>   |
| <b>Haimarrow Food Service</b> | Импортер                | Адрес: 24, 25 Floor, 1077, Cheonho-daero, Gangdong-gu, Seoul<br>Тел.: +82 2418 8884<br>Сайт: <a href="http://haimarrow.co.kr/en/">http://haimarrow.co.kr/en/</a>  |
| <b>Namsang Food</b>           | Импортер                | Адрес: 561, Sasang-ro Sasang-gu Busan<br>Тел.: +82 5 1714 5300  |
| <b>Taesung Green Food</b>     | Импортер                | Адрес: Hanam City, Samjae-ro 74-7, Kyunggi-do<br>Тел.: +82 2471 8999<br>Сайт: <a href="https://www.tyfoodsvc.co.kr/index.html">https://www.tyfoodsvc.co.kr/index.html</a>                                   |
| <b>Highland Foods</b>         | Импортер и переработчик | Адрес: Gangdong-gu Pungseong-ro 235, Highland Building, Seoul<br>Тел.: +82 2 6423 3700<br>E-mail: hlsales@hlfood.co.kr<br>Сайт: <a href="http://www.highlandfoods.co.kr">http://www.highlandfoods.co.kr</a> |
| <b>Suwolhan</b>               | Импортер                | Адрес: Moonkyung City, Shingisandan 2gil 21, Kyungbuk<br>Тел.: +82 1899 8166<br>Сайт: <a href="https://clck.ru/arTRJ">https://clck.ru/arTRJ</a>   |
| <b>Swfood</b>                 | Импортер и дистрибьютор | Адрес: Sasang-gu, Hakgangdae-ro 252-77, Busan<br>Тел.: +82 5 1246 7978<br>Сайт: <a href="http://www.swfood.net">www.swfood.net</a>  |

## Полезные организации

| Организация   | Контактная информация  |
|---|--|
| Министерство иностранных дел Республики Корея                         | Адрес: 60, Sajik-ro 8-gil Jongno-gu, Seoul 110-787<br>Тел.: +82 2 2100 2114<br>Сайт: <a href="http://www.mofa.go.kr/eng/index.do">http://www.mofa.go.kr/eng/index.do</a>   |
| Министерство малых и средних предприятий и стартапов Республики Корея | Адрес: SEJONG FINANCE CENTER, 180, Gareum-ro, Sejong-si<br>E-mail: <a href="mailto:msskorea@korea.kr">msskorea@korea.kr</a><br>Сайт: <a href="https://www.mss.go.kr/site/eng/main.do">https://www.mss.go.kr/site/eng/main.do</a>   |
| Министерство сельского хозяйства, пищевых продуктов и сельских дел    | Адрес: 94 Dasom 2-ro, Government Complex-Sejong, Sejong-si 30110<br>Тел.: +82 2 1577 1020<br>Сайт: <a href="https://www.mafra.go.kr/english/index.do">https://www.mafra.go.kr/english/index.do</a>   |
| Национальная федерация сельскохозяйственных кооперативов              | Адрес: NACF Headquarters bldg., Saemunan-ro 16, Chung-gu, Seoul<br>E-mail: <a href="mailto:nacfico@nonghyup.com">nacfico@nonghyup.com</a><br>Сайт: <a href="https://www.nonghyup.com">https://www.nonghyup.com</a>   |
| Федерация промышленности Республики Корея                             | Адрес: FKI Tower, 24, Yeoui-daero, Yeongdeungpo-gu, Seoul<br>Тел.: +82 2 3771 0114<br>E-mail: <a href="mailto:contact@fki.or.kr">contact@fki.or.kr</a><br>Сайт: <a href="http://www.fki.or.kr/en/">http://www.fki.or.kr/en/</a>  |
| Центральная служба поддержки бизнеса Республики Корея                 | Адрес: 2406, Chungang Heightsville 23 Ansancheon-Seo Road Danweon-Gu, Ansan-Si, Gyeonggi-Do 15361<br>E-mail: <a href="mailto:sbammel@koreanconsulting.com">sbammel@koreanconsulting.com</a><br>Сайт: <a href="https://koreabusinesscentral.com">https://koreabusinesscentral.com</a> |
| Официальный сайт Республики Корея «Korea.net»                         | Сайт: <a href="https://www.korea.net/">https://www.korea.net/</a>  |

**Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК**

---

A photograph of two raw chicken fillets resting on a piece of parchment paper inside a wooden bowl. The bowl is placed on a rustic wooden surface. Beside the fillets are several small, fresh thyme sprigs and a small pile of mixed black, white, and red peppercorns. A large, white, stylized number '11' is overlaid on the bottom center of the image.

**11**



## Действующие меры господдержки

### Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и инвестиционных кредитов по ставке от 1 до 5%.

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512](#)

### Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на объекты, создание или модернизация которых начаты не ранее чем за 3 года до подачи заявки на получение господдержки в размере до 20 или 25% от фактической стоимости объекта.

- Отрасли:**
-  масложировая отрасль  
(переработка масличных культур)
  -  зерновые  
(глубокая переработка зерна)
  -  рыба и морепродукты  
(переработка и консервирование рыбы)
  -  молочная отрасль  
(производство сухих молочных продуктов)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137](#)

## Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг, направленный на приобретение оборудования, необходимого для омоложения продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25 или 45% от стоимости предмета лизинга.

**Отрасли:** все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313](#)

## Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация части затрат в размере 25% на доставку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Правительством.

- Отрасли:**
-  живые животные
  -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
  -  рыба и морепродукты
  -  живые растения, луковицы, корни
  -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
  -  жиры и масла животного и растительного происхождения
  -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
  -  продукты переработки овощей и фруктов
  -  алкогольные и безалкогольные продукты
  -  остатки и отходы пищевой промышленности
  -  органические химические вещества, белковые вещества
  -  необработанные шкуры

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#)

## Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50 или 90% объема затрат, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  продукция масложировой отрасли
  -  рыба и морепродукты
  -  мясная продукция
  -  молочная продукция
  -  продукция пищевой и перерабатывающей промышленности

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816](#)

## Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

В рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» национального проекта «Международная кооперация и экспорт» АО «РЭЦ» реализует программу по созданию (управлению и содержанию) постоянно действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах.

Программа создает условия для эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255](#)

## Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316](#)

## **Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях**

Софинансирование от 50 до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных видов продукции и услуг на внешние рынки.

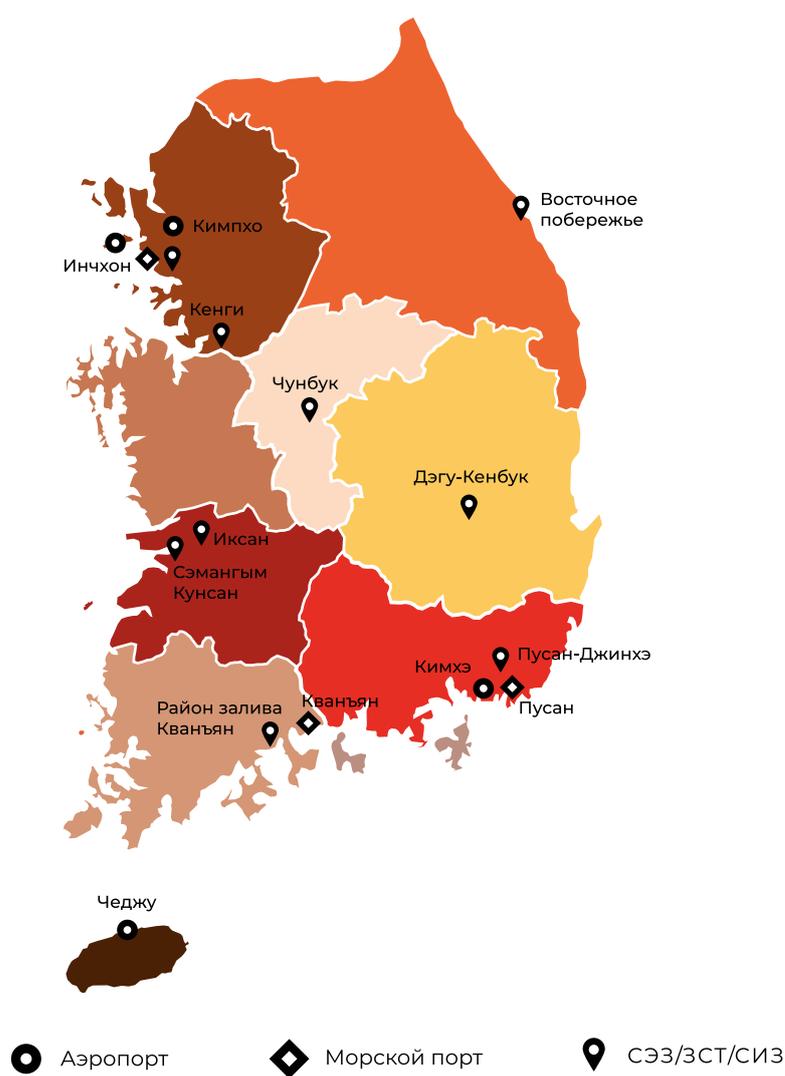
**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342](#)

# Приложение №1. Особые экономические зоны

С целью привлечения иностранных инвестиций и развития страны как важнейшего экономического, финансового и логистического центра Северо-Восточной Азии правительство Республики Корея использует три формы особых экономических зон: свободные экономические зоны (СЭЗ), зоны свободной торговли (ЗСТ) и свободные инвестиционные зоны (СИЗ).



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Всемирного банка, Национального союза птицеводов ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

## ЗСТ

В 1970 г. была создана первая ЗСТ в городе Масан, затем такие зоны были открыты в Иксане, Кунсане и других городах и регионах. ЗСТ ориентированы на электронную, машиностроительную, текстильную и другие отрасли<sup>5</sup>.

## СЭЗ

По состоянию на январь 2021 г. в стране действует восемь СЭЗ: Инчхон (Incheon Free Economic Zone); Пусан-Джинхэ (Busan-Jinhae Free Economic Zone); район залива Кванъян (Gwangyang Bay Free Economic Zone); Кенги (Gyeonggi Free Economic Zone), она же СЭЗ Желтого моря (Yellow Sea Free Economic Zone); Дэгу-Кенбук (Daegu-Gyeongbuk Free Economic Zone); район Восточного побережья (East Coast Free Economic Zone); Чунбук (Chungbuk Free Economic Zone); Сэмангым Кунсан (Saemangeum-Gunsan Free Economic Zone)<sup>6</sup>.

К агропромышленному сектору и логистическим процессам имеют отношение следующие СЭЗ:

- **Инчхон**, расположенная недалеко от одноименного международного узлового аэропорта. Также здесь находится современный порт, способный принимать суда вместимостью до 12 тыс. TEU<sup>7</sup>. Зона создавалась как международный логистический центр. Благодаря близости к крупным городам Китая, включая Пекин и Шанхай, по праву считается одной из лучших площадок для выхода на рынок Восточной Азии.
- **Пусан-Джинхэ** в провинции Южный Кенсан является одним из важнейших центров железнодорожной и портовой логистики в Северо-Восточной Азии. Расположенный на территории СЭЗ порт Пусан связан с основными пунктами морской перевозки, включая 63 порта в Японии, 40 портов в Китае, 6 портов в России, и является крупнейшим логистическим центром портового типа в Республике Корея. Пусан-Джинхэ обрабатывает 75% общего объема грузов Республики Корея и занимает шестое место в мире по грузообороту контейнеров и второе место по перевалке.
- **Кванъян** в провинции Южный Кенсан расположена вдоль главного морского тихоокеанского торгового пути и ориентирована на логистические услуги, обрабатывающую промышленность и туризм. На территории СЭЗ расположен промышленный комплекс Сепунг, где сосредоточено производство продуктов питания, функциональных химикатов и биоупаковочных материалов.

---

<sup>5</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>

<sup>6</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>;  
<https://www.forbes.com/custom/2017/03/10/koreas-free-economic-zones/>;  
<http://www.fez.go.kr/global/en/intro/greeting.do>

<sup>7</sup> TEU — единица объема, используемая в статистике морских и железнодорожных перевозок, эквивалент 20-футового контейнера.

- **Кенги** — СЭЗ с доступом к основным автомагистралям и железной дороге, а также международным аэропортам Инчхон и Чхонджу. Специализируется в том числе на логистических услугах, производстве, исследованиях и разработках. На территории зоны расположен логистический комплекс Anseong Wongok.
- **СЭЗ Восточного побережья** является кластером цветных металлов, а также логистическим узлом, связывающим Республику Корея с Японией, Россией и Китаем<sup>8</sup>.

В СЭЗ для компаний с иностранными инвестициями предусмотрены следующие льготы:

- полное освобождение от уплаты государственных налогов в течение пяти лет и освобождение от уплаты местного налога на приобретение недвижимости;
- различные формы поддержки бизнеса, включая денежные субсидии, инфраструктурное обеспечение, аренду помещений и образовательных/исследовательских объектов.



---

<sup>8</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>

## СИЗ

СИЗ ориентированы на привлечение иностранного капитала и развитие технологий. В рамках поставленных задач действуют административные, налоговые и социальные преференции. Налоговые льготы изложены в [Законе «Об особом налогообложении»](#).

Для развития экономики страны большую роль играют промышленные комплексы, ориентированные на обрабатывающую промышленность. В 2018 г. в западной части Южной Кореи, в [Иксане](#), был создан корейский национальный продовольственный кластер [Foodpolis](#). Он имеет хороший доступ к транспортной инфраструктуре, включая высокоскоростную железную дорогу Хонам и основные автомагистрали. На территории промышленного комплекса сосредоточены предприятия по производству продуктов питания, переработке сельскохозяйственного сырья и морепродуктов, научно-исследовательские институты и общественные организации. Foodpolis обеспечивает удобный доступ на продовольственный рынок стран Северо-Восточной Азии.

### **Корейский продовольственный кластер Иксан**

Foodpolis — комплекс пищевой промышленности в Иксане (провинция Северная Чолла), созданный Министерством сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел Кореи (Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs) для привлечения инвестиций отечественных и международных продовольственных компаний. Пищевой кластер ориентирован на развитие глобального агропродовольственного экспорта и НИОКР. В комплексе расположены предприятия, научно-исследовательские институты и общественные организации.

### **Льготы**

При объеме инвестиций не менее 100 млн долл. США предоставляются следующие льготы:

- полное освобождение от государственных налогов и налога на прибыль в первые три года и снижение на 50% в последующие два года;
- полное освобождение от местных налогов и сборов, а также имущественного налога и платежей при приобретении/регистрации имущества в первые 15 лет;
- таможенные льготы при приобретении новых средств производства в первые пять лет.

# Приложение №2.

## Нормативно-правовая база

При выходе на рынок Республики Корея следует учитывать положения законодательства страны. Для работы экспортеров наиболее важны следующие нормативные правовые акты:

- [Гражданский кодекс — Закон № 471 от 22 февраля 1958 г.;](#)
- [Закон «О содействии иностранным инвестициям» № 5559 от 16 сентября 1998 г.;](#)
- [Закон «О коммерции» № 10696 от 23 мая 2011 г.;](#)
- [Закон «Об операциях с иностранной валютой» № 09374 от 30 января 2009 г.;](#)
- [Закон «О таможене» № 10424 от 30 января 2010 г.;](#)
- [Закон «О честной торговле и регулировании монополии» № 4198 от 13 января 1990 г.;](#)
- [Закон «О предотвращении недобросовестной конкуренции и защите коммерческой тайны» № 911 от 30 декабря 1961 г.;](#)
- [Закон «О свободных экономических зонах» № 9401 от 30 января 2009 г.;](#)
- [Закон «О патентах» № 4207 от 13 января 1990 г.;](#)
- [Закон «О товарном знаке» № 4210 от 13 января 1990 г.;](#)
- [Закон «О честной маркировке и рекламе» № 5814 от 5 февраля 1999 г.;](#)
- [Закон «О трудовых стандартах» № 8372 от 11 апреля 2007 г.;](#)
- [Закон «О регулировании торговли после заключения соглашения о свободной торговле» № 09631 от 22 апреля 2009 г.](#)

Законодательство Южной Кореи на английском языке размещено на [сайте Национального института исследований законодательства](#). Ряд законодательных и подзаконных актов в отношении иностранцев представлен на английском языке на [сайте Национальной ассамблеи](#).

# Полезная информация на сайте **Агроэкспорта**

[Аналитика](#) — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



[Продвижение](#) — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.



## **Мы в социальных сетях:**

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: [www.t.me/mcxae](http://www.t.me/mcxae)

Яндекс Дзен: [www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c](http://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c)

## **Связаться с нами:**

---

Сайт: [www.aemcx.ru](http://www.aemcx.ru)

Телефон: [+7 495 280-74-49](tel:+74952807449)

Почта: [info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

