

Экспортный гид

# Молочная продукция

---



Республика Корея



Экспортный гид

# Молочная продукция



Республика Корея

Гид создан при участии:

**СОЮЗМОЛОКО**  
Национальный союз  
производителей молока

# Предисловие

---

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта молочной продукции 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 молочной продукции в Республику Корея.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2022.

© 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

 АГРОЭКСПОРТ

# Оглавление

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>6</b>
<b>Введение .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Краткий обзор — Республика Корея .....</b>	<b>11</b>
1.1. Экономические тенденции .....	13
1.2. Политические тенденции .....	18
1.3. Деловая среда .....	20
1.4. Демографические тенденции.....	23
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны .....	24
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>26</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	28
2.1.1. Сыры.....	34
2.1.2. Молочная сыворотка.....	46
2.1.3. Сухое молоко .....	53
2.1.4. Сливочное масло .....	62
2.1.5. Питьеовое молоко и сливки.....	69
2.1.6. Кисломолочная продукция.....	75
2.1.7. Мороженое .....	79
2.2. Потребительские предпочтения .....	88
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	90
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	94
<b>3. Стандарты на продукцию .....</b>	<b>97</b>
3.1. Требования к продукции.....	99
3.2. Требования к сертификации.....	100
3.3. Требования к упаковке и маркировке .....	101
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>104</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	106
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	108
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>115</b>
5.1. Логистика.....	117
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций .....	131
5.3. Формы присутствия на рынке .....	134
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	137

<b>6. Продвижение продукции .....</b>	<b>141</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	143
6.2. Отраслевые выставки .....	144
<b>7. Особенности деловой культуры .....</b>	<b>146</b>
<b>8.Преимущества и риски осуществления поставок .....</b>	<b>151</b>
8.1. Преимущества.....	153
8.2. Риски.....	154
<b>9. Карта действий экспортера .....</b>	<b>155</b>
<b>10. Контактная информация .....</b>	<b>159</b>
<b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>164</b>
<b>Приложение №1. Особые экономические зоны .....</b>	<b>173</b>
<b>Приложение №2. Нормативно-правовая база .....</b>	<b>177</b>

# Резюме

---

- Республика Корея — страна с высоким уровнем дохода. После снижения на 0,7% по итогам 2020 г. экономика Республики Корея в 2021 г. продемонстрировала рост на 4,1%. Восстановлению корейской экономики способствовали эффективная политика по борьбе с пандемией, позволившая минимизировать число заражений, высокий уровень государственной поддержки субъектов МСП, а также значительный рост экспорта во второй половине 2021 г.
- Сельское хозяйство играет незначительную роль в экономике Республики Корея, обеспечивая лишь 1,8% ВВП (32,6 млрд долл. США). В этом секторе заняты всего 5,3% трудоспособного населения. Основными сельскохозяйственными продуктами являются рис, корнеплоды, ячмень, овощи, фрукты, мясо КРС, свинина, мясо птицы, молочные продукты, яйца и рыба.
- Импорт молочной продукции Южной Кореи также имеет тенденцию к росту и в 2021 г. составил 1,28 млрд долл. США, среднегодовые темпы роста 7,9%. В стоимостной структуре импорта преобладают сыры и сыровоточные ингредиенты, далее следуют питьевое молоко, сливочное масло и сухое молоко.
- США — крупнейший экспортер молочной продукции в Южную Корею, на долю страны приходится 28,2% импорта по объему и стоимости. Крупными экспортерами молочной продукции также являются страны ЕС и Новая Зеландия.
- Молочные продукты не входят в традиционный пищевой рацион корейцев, однако их потребление растет. Молоко и йогурт — самые популярные молочные продукты среди местных потребителей и, ожидается, что продажи этой категории продуктов значительно вырастут ввиду их полезности для здоровья.
- Ввозные таможенные пошлины Республики Корея в отношении молочной продукции одни из самых высоких в Азии, сопоставимы только со ставками Японии и существенно выше ставок импортных пошлин Китая. Поэтому наличие соглашения о свободной торговле имеет ключевое значение для успешного выхода на рынок. Так, все основные поставщики молочной продукции в Южную Корею выходят на рынок страны по более низким ставкам ввозных таможенных пошлин, чем Россия. Поскольку у России не подписано соглашение о свободной торговле с Республикой Корея, на данный момент пошлины для российских экспортеров в 2–3 раза выше, чем у конкурентов, и фактически являются заградительными.
- Помимо высоких тарифных барьеров, экспортеры также сталкиваются с рядом запретительных нетарифных мер и защитой интересов местной молочной промышленности со стороны правительства. В Южной Корее также предъявляются строгие требования к качеству и безопасности продуктов питания (предельные значения MRL), пищевым добавкам, вторичной переработке упаковки. Затраты на оформление документов, проверки и маркировку оцениваются в стране как высокие.

# Список сокращений

---

## Англоязычные сокращения

<b>APQA</b>	Animal and Plant Quarantine Agency — Служба карантина животных и растений
<b>GMP</b>	Good Manufacturing Practice — надлежащая производственная практика, правилам которой должна отвечать система организации производства и контроля качества лекарственных средств
<b>НАССР</b>	Hazard Analysis Critical Control Points — принципы анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции
<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>MFDS</b>	Ministry of Food and Drug Safety — Министерство продовольственной и лекарственной безопасности Республики Корея
<b>MRL</b>	Maximum Residue Limit — предельно допустимый уровень содержания пестицидов
<b>ITC Trade Map</b>	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
<b>KOTRA</b>	Korea Trade-Investment Promotion Agency — Корейское агентство содействия торговле и инвестициям
<b>USDA</b>	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

## Русскоязычные сокращения

<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>ГМО</b>	генетически модифицированные организмы
<b>ЕАСТ</b>	Европейская ассоциация свободной торговли
<b>ЗСТ</b>	зона свободной торговли

*Список сокращений*

<b>КРС</b>	крупный рогатый скот
<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>СОМ</b>	сухое обезжиренное молоко
<b>СПК</b>	соглашение о повышении конкурентоспособности
<b>ССТ</b>	соглашение о свободной торговле
<b>СЦМ</b>	сухое цельное молоко
<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 51,8 млн человек Южная Корея является привлекательным рынком для экспортеров продовольствия.

### **Общие сведения (2021 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 1 811 млрд долл. США

**Темпы роста ВВП:** 4,1%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 48 653 долл. США

**Уровень инфляции:** 2,5%

**Приток ПИИ:** 29,5 млрд долл. США

**Население:** 51,8 млн человек

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

**Крупнейшие города по численности населения:** Сеул (10,3 млн), Пусан (3,7 млн), Инчхон (2,6 млн), Тэгу (2,6 млн), Тэджон (1,5 млн)

**Уровень урбанизации:** 81%

**Уровень безработицы:** 3,6%

**Структура ВВП:** сельское хозяйство (1,8%), промышленность (32,5%), сфера услуг (57,3%)

**Структура занятости:** сельское хозяйство (5,3%), промышленность (24,5%), сфера услуг (69,7%)

**Основные товары экспорта:** электрические машины и оборудование, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, реакторы ядерные, средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, пластмассы и изделия из них, нефть и нефтепродукты

**Основные товары импорта:** нефть и нефтепродукты, электрические машины и оборудование, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, реакторы ядерные, руды, шлак и зола, инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические

**Объем экспорта:** 644,4 млрд долл. США

**Объем импорта:** 615,0 млрд долл. США

# Краткий обзор — Республика Корея

---



Содержание



## 1.1.

Экономические тенденции

## 1.2.

Политические тенденции

## 1.3.

Деловая среда

## 1.4.

Демографические тенденции

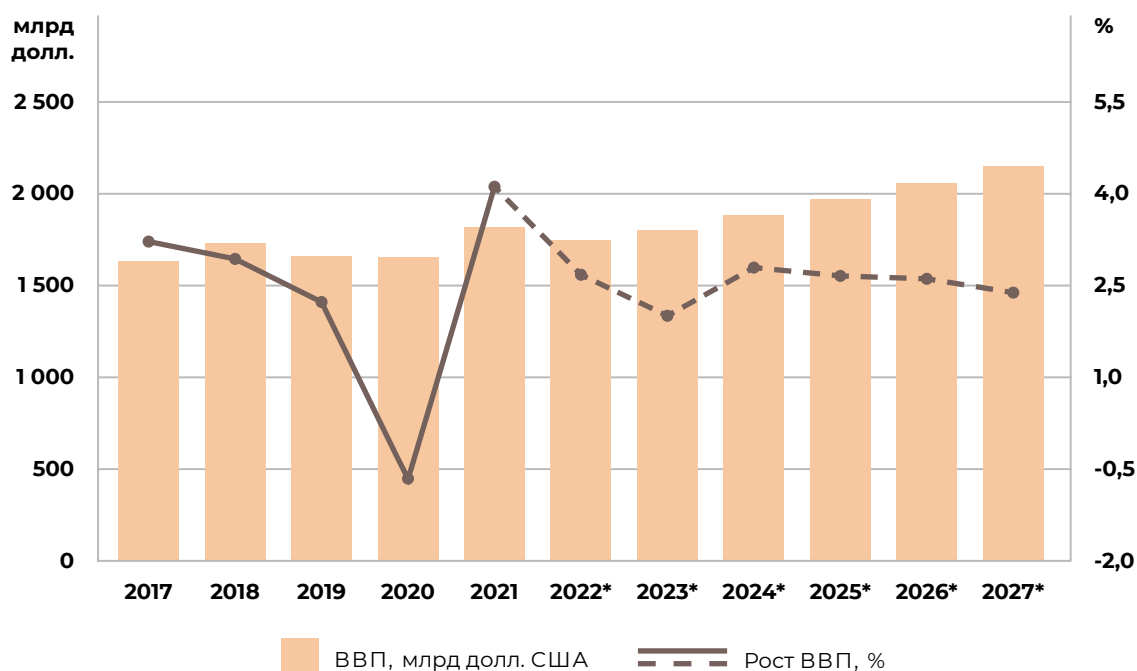
## 1.5.

Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны

## 1.1. Экономические тенденции

После снижения на 0,7% по итогам 2020 г. в 2021 г. экономика Республики Корея продемонстрировала рост на 4,1%. Восстановлению корейской экономики способствовали эффективная политика по борьбе с пандемией, позволившая минимизировать число заражений, высокий уровень государственной поддержки субъектов МСП, а также значительный рост экспорта во второй половине 2021 г. На этом фоне в 2022 г. рост частного потребления и увеличение инвестиций в основной капитал будут способствовать дальнейшему росту ВВП Южной Кореи. Согласно прогнозу МВФ, по итогам года показатель составит 2,6%. Снижение темпов роста вызвано усилением геополитической напряженности между США и Китаем, ростом цен на энергоносители на мировых рынках, а также инфляционными ожиданиями. Прогнозируется, что в 2023 г. темпы роста ВВП составят 1-2%, после чего вырастут до 2,5% в среднесрочной перспективе.

Рис. 1. Динамика ВВП Республики Корея в текущих ценах, 2017–2027 гг.

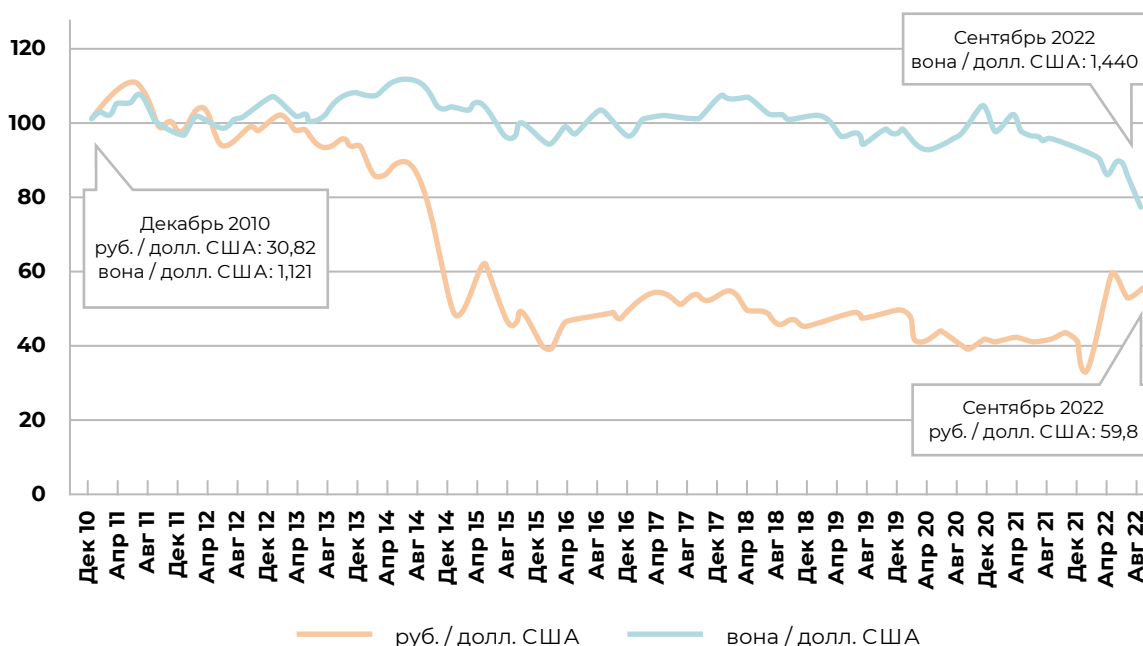


Источник: МВФ

Примечание. \*прогноз.

С начала 2022 г. корейская вона обесценилась более чем на 17% по отношению к доллару США на фоне повышения ставки ФРС и ужесточения денежно-кредитной политики. Ожидается, что до конца 2023 г. национальная валюта потеряет еще 3% и курс таким образом достигнет отметки 1,470 вон за доллар. Согласно прогнозу на 2023 г., курс сохранится на этом уровне, при этом ожидается, что объем валютных резервов и профицит счета текущих операций позволят сохранить стабильность и избежать финансового кризиса.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и южнокорейской воны к доллару США, декабрь 2010 г. – сентябрь 2022 г.



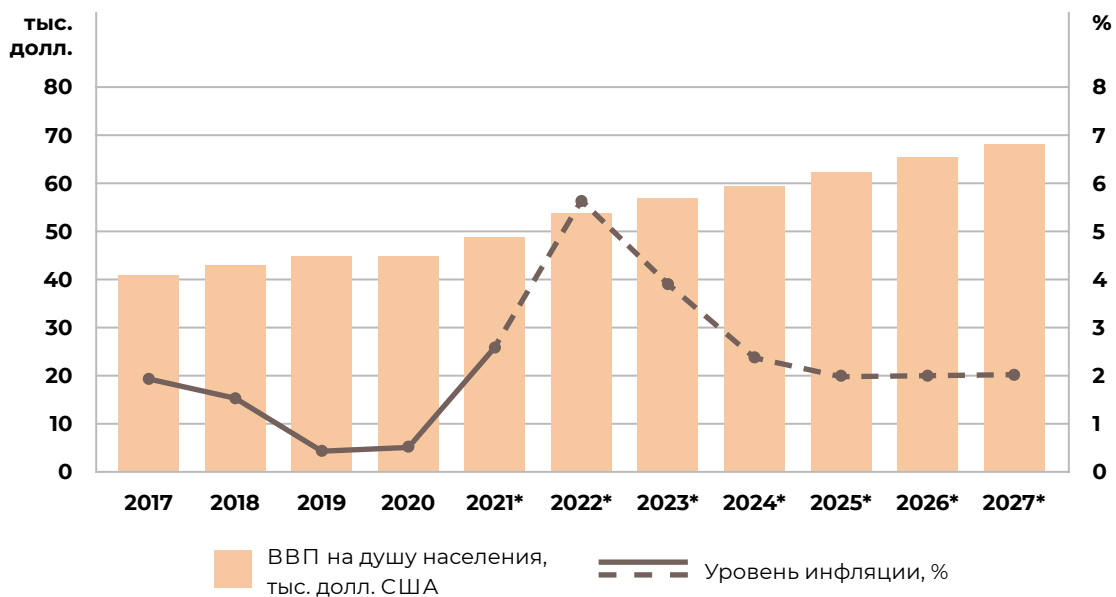
Источник: Банк международных расчетов, Банк России

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. составил 2 млн вон (примерно 1 500 долл. США) в месяц. 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.

До 2021 г. Республике Корея удавалось сохранять низкий уровень инфляции. В 2021 г. показатель составил 2,5% по сравнению с 0,5% в 2020 г. Прогнозируется, что в 2022 г. инфляция в стране станет рекордной за последние 24 года и составит 5,5% ввиду роста цен на энергоносители, удорожания импорта и ослабления национальной валюты. Центральный банк Республики Корея в октябре повысил учетную ставку на 50 базисных пунктов до 3% и предупредил о планируемом дальнейшем повышении, в результате чего в 1 квартале 2023 г. прогнозируется достижение показателя в 3,5%. Резкое повышение учетной ставки затрудняет доступ предпринимателей к заимствованиям, что также способствует росту потребительских цен.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2027 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%.



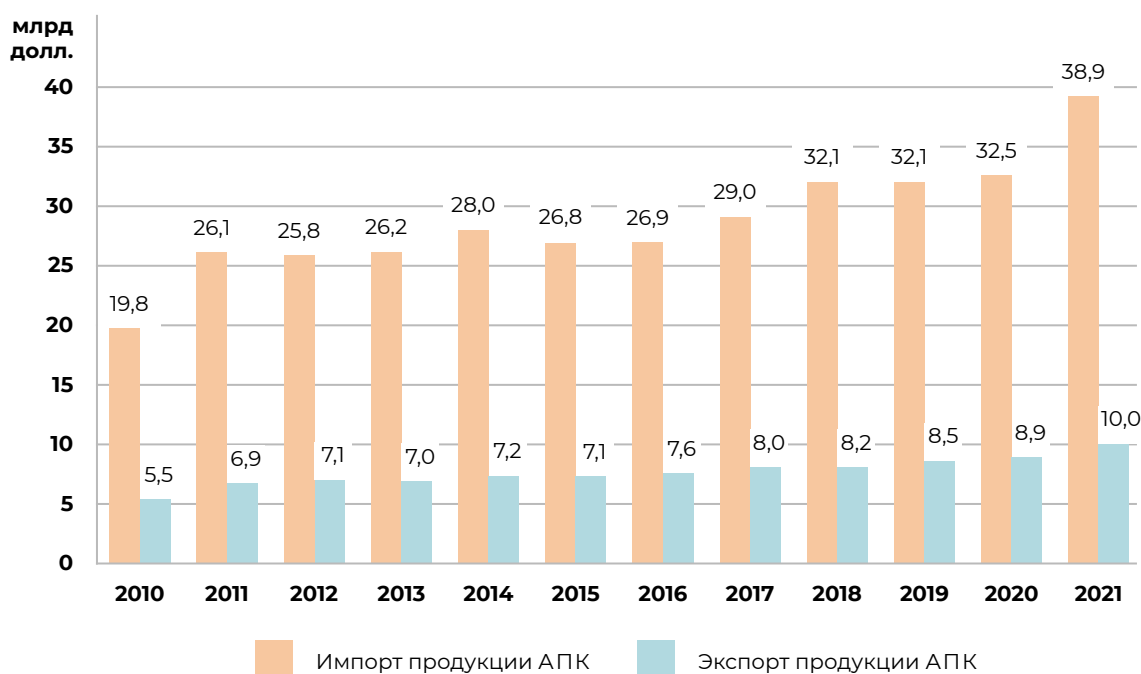


## Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство играет незначительную роль в экономике Южной Кореи, обеспечивая лишь 1,8% ВВП (32,6 млрд долл. США). В этом секторе заняты всего 5,3% трудоспособного населения. Основными сельскохозяйственными продуктами являются рис, корнеплоды, ячмень, овощи, фрукты, мясо КРС, свинина, мясо птицы, молочные продукты, яйца и рыба.

Страна наращивает объемы закупок продукции АПК. В 2021 г. импорт продовольствия в стоимостном выражении достиг 38,9 млрд долл. США. При этом экспорт также имеет тенденцию к росту и в 2021 г. увеличился до 10,0 млрд долл. США (+81,1% к 2010 г.).

Рис. 4. Внешняя торговля продукцией АПК Республики Корея, 2010–2021 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map



Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Республики Корея, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Макаронные изделия	769,8	7,7
Пищевые продукты прочие	722,7	7,2
Сигары и сигареты	679,9	6,8
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	554,0	5,5
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	453,1	4,5
Мучные кондитерские изделия	341,3	3,4
Прочие соусы (в т.ч. майонез), вкусовые добавки (кроме соли)	340,8	3,4
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	273,2	2,7
Водоросли, пригодные в пищу	253,2	2,5
Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	174,3	1,7
Прочие продукты	5 480,0	54,6
<b>Итого</b>	<b>10 042,6</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Республикой Корея, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Говядина и пищевые субпродукты КРС	3 417,3	8,8
Кукуруза	3 218,3	8,3
Пищевые продукты прочие	2 166,9	5,6
Свинина и пищевые субпродукты свиней	1 565,1	4,0
Пшеница	1 345,9	3,5
Жмых и шрот соевые	815,6	2,1
Сахар свекловичный и тростниковый	792,5	2,0
Соевые бобы	744,3	1,9
Масло пальмовое	661,6	1,7
Кофе	543,1	1,4
Прочие продукты	27 067,2	69,5
<b>Итого</b>	<b>38 920,6</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.

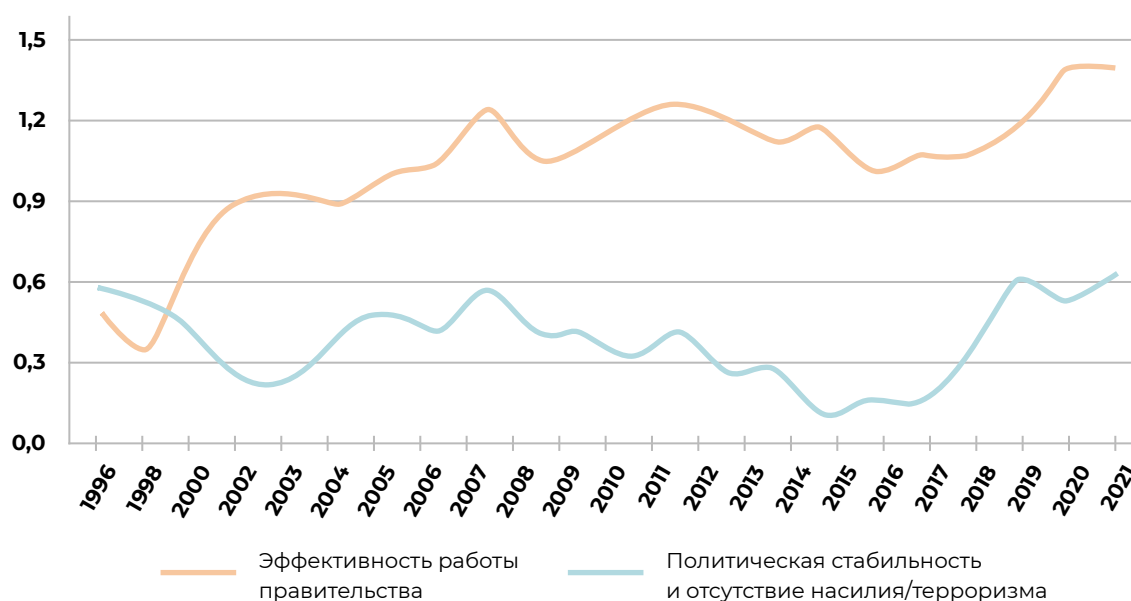
В апреле 2020 г. выборы в парламент прошли по новой процедуре — 253 депутата были избраны по мажоритарному принципу, а 47 мест были распределены по системе пропорционального представительства политических партий. На выборах победу одержала Демократическая партия Кореи, получив 180 мест. Таким образом, у правящего либерального альянса есть необходимое большинство в три пятых голосов для принятия законопроектов. Успех Демократической партии многие связывают с активными действиями Мун Чжэ Ина, президента Южной Кореи с 2017 по 2022 гг., во время пандемии. Президент Мун также выступал 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.

В марте 2022 г. кандидат от правоконсервативной партии «Народная сила» Юн Сок Ёль победил на президентских выборах, набрав 48,56% голосов. Его оппонент от леволиберальной Объединенной демократической партии Ли Чже Мен получил 47,83% голосов, в результате чего разрыв между кандидатами стал рекордно низким за всю историю страны. Избранный президент ранее занимал должности в правоохранительных органах, где занимался противодействием коррупции. С 2019 по 2021 гг. занимал должность Генерального прокурора Республики Корея.

Во внутренней политике действующий президент ставит цели по укреплению экономики за счет повышения активности частного сектора и снижению расходов правительства. Юн Сок Ёль делает акцент на построении народного единства корейцев, однако, учитывая отсутствие у президента политического опыта, прогнозируется, что реализация внутренней политики в большей мере отойдет к компетенции парламентских фракций, в то время как Ёль уделит внимание внешней политике.

Юн Сок Ёль занимает жесткую позицию по отношению к КНДР, выступает за денуклеаризацию страны и допускает превентивное применение вооруженных сил. Кроме того, президент ведет переговоры с США по наращиванию военно-технического сотрудничества. Страна стремится к развитию отношений с Японией и странами АСЕАН. В отношениях с АСЕАН основными областями сотрудничества являются развитие человеческого капитала, обеспечение безопасности, здравоохранение, объединение культур и цифровизация азиатской инфраструктуры. Республика Корея также нацелена на укрепление связей с Китаем, однако развитие военного сотрудничества с США может осложнить отношения двух стран.

Рис. 5. Основные показатели качества государственного управления в Республике Корея



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Согласно показателям качества государственного управления Всемирного банка, эффективность работы южнокорейского правительства заметно улучшилась за последние 20 лет. Показатель политической стабильности и отсутствия насилия поднялся с исторического минимума 2014 г. до рекордно высокой строчки в 2018 г. Высокие показатели качества государственного управления объясняются успешными действиями по борьбе с пандемией и сдерживанием конфликта с КНДР.

### 1.3. Деловая среда

Деловая среда Южной Кореи является одной из наиболее благоприятных для ведения бизнеса. В частности, страна занимает лидирующие позиции по таким показателям как подключение к системе энергоснабжения, исполнение контрактов, получение разрешений на строительство и разрешение неплатежеспособности. При этом, процедуры открытия бизнеса и регистрации недвижимости, а также доступ к кредитованию требуют упрощения.

В рейтинге восприятия коррупции Transparency International Республика Корея улучшает свои позиции. Если в 2016 г. страна набрала 53 из 100 баллов, то в 2021 г. ее показатели выросли до 62 баллов. В результате она заняла 32-е место среди 180 стран, разделяя эту строчку рейтинга с Португалией.

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

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Принятие эффективных мер по борьбе с пандемией позволило минимизировать ее последствия для экономики и достигнуть значительного роста в 2021 г.</li> <li>● Курс правительства на развитие частного предпринимательства, высокий уровень поддержки субъектов МСП.</li> <li>● Высокий уровень валютных резервов и профицит счета текущих операций позволяют смягчить влияние глобального кризиса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Высокий уровень инфляции на фоне энергетического кризиса и удорожания импорта.</li> <li>● Жесткая денежно-кредитная политика и повышение ставки ФРС приводит к ослаблению национальной валюты.</li> <li>● Обострение отношений США и Китая, а также продолжение политики противодействия пандемии в КНР негативно влияют на корейскую экономику ввиду тесных связей двух стран</li> </ul>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Республика Корея демонстрирует высокие показатели качества государственного управления и политической стабильности.</li> <li>● Страна стремится к укреплению регионального партнерства в рамках АСЕАН, а также к развитию двустороннего сотрудничества с Японией и Китаем.</li> <li>● Наличие единого правящего блока в парламенте способствует эффективности законотворчества</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Действующее правительство занимает жесткую позицию по отношению к КНДР, что повышает угрозу эскалации в регионе.</li> <li>● Страна наращивает военное сотрудничество с США, что негативно влияет на развитие отношений с Китаем.</li> <li>● Вероятные споры с Японией по вопросам выплаты репараций за преступления во время Второй мировой войны. При этом корейские компании на 90% зависят от японского импорта технологий</li> </ul>
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Высокий рейтинг Южной Кореи по показателям легкости ведения бизнеса свидетельствует о благоприятной для бизнеса правовой среде.</li> <li>● Отсутствие бюрократических барьеров для ведения бизнеса.</li> <li>● Высокая степень цифровизации государственных услуг</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Высокая стоимость правовых процедур и государственных услуг.</li> <li>● Механизмы правовой защиты кредитора и должника нуждаются в совершенствовании.</li> <li>● Ограничение полномочий прокураторы в отношении расследования преступлений, связанных с коррупцией, может снизить эффективность антикоррупционного регулирования</li> </ul>

Продолжение табл. 3.

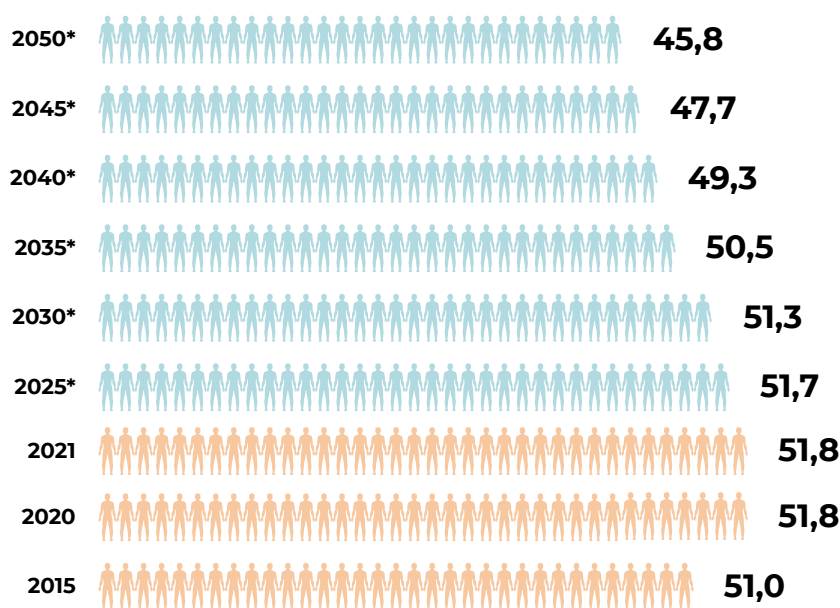
	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Торговля	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Страна стремится к развитию торговых связей как на региональном, так и на глобальном уровне.</li> <li>• В начале 2022 г. Республика Корея стала участником соглашения о Всестороннем региональном экономическом партнерстве.</li> <li>• Крупный рынок для импорта продовольствия с богатеющим населением, которое ценит качественные пищевые продукты и интересуется новыми вкусами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сильная конкуренция со стороны стран-экспортеров продовольствия, у которых подписаны всеобъемлющие торгово-экономические соглашения и соглашения о свободной торговле с Республикой Корея.</li> <li>• Доминирующее положение и сильные переговорные позиции финансово-промышленных групп — чеболей</li> </ul>



## 1.4. Демографические тенденции

Республика Корея переживает демографический кризис. По данным на 2021 г., численность населения Республики Корея составила 51,8 млн человек. Как и в соседней Японии, население страны стареет: многочисленное поколение беби-бумеров, родившихся после Корейской войны, приближается к пенсионному возрасту. Демографический рост в 2021 г. остановился. Согласно прогнозам, уже с 2022 г. население страны начнет сокращаться.

Рис. 6. Общая численность населения Республики Корея, прогноз до 2050 г., млн человек



Источник: ООН

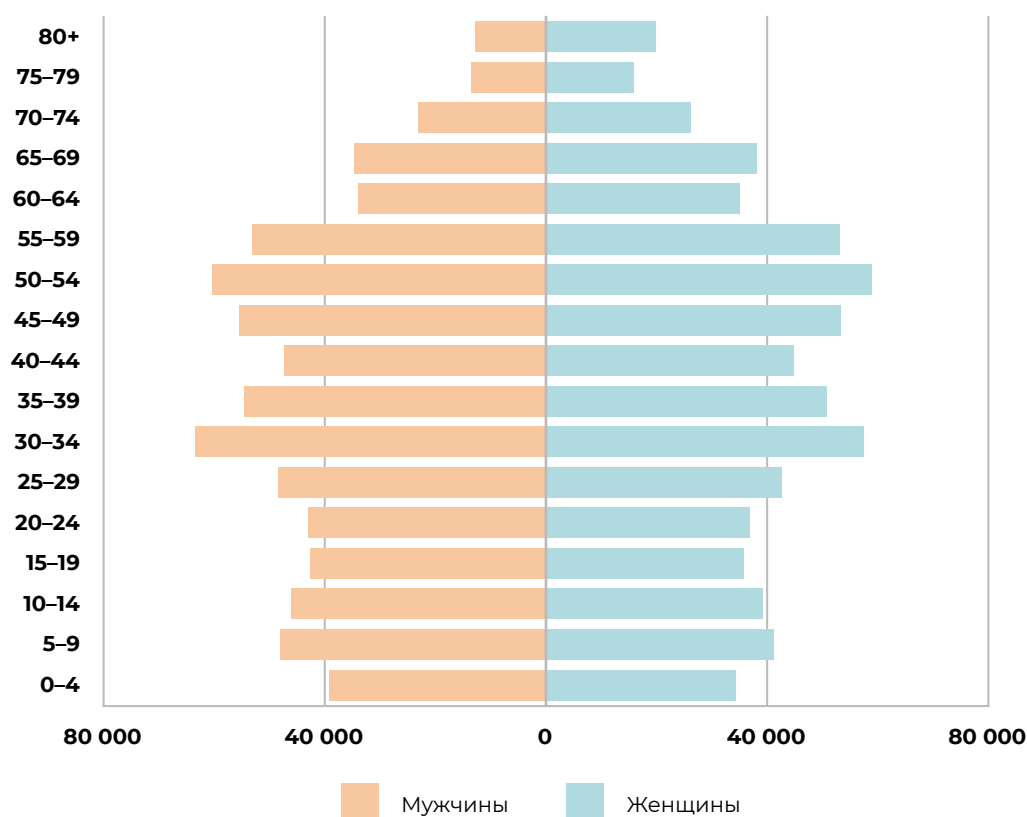
Примечание. \*прогноз.

Республика Корея сталкивается со старением населения. Медианный возраст продолжает расти: в 2021 г. данный показатель составил 43,4 года, а к 2033 г. планируется его достижение в 50 лет. 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.





Рис. 7. Население Республики Корея по полу и возрасту, 2021 г.



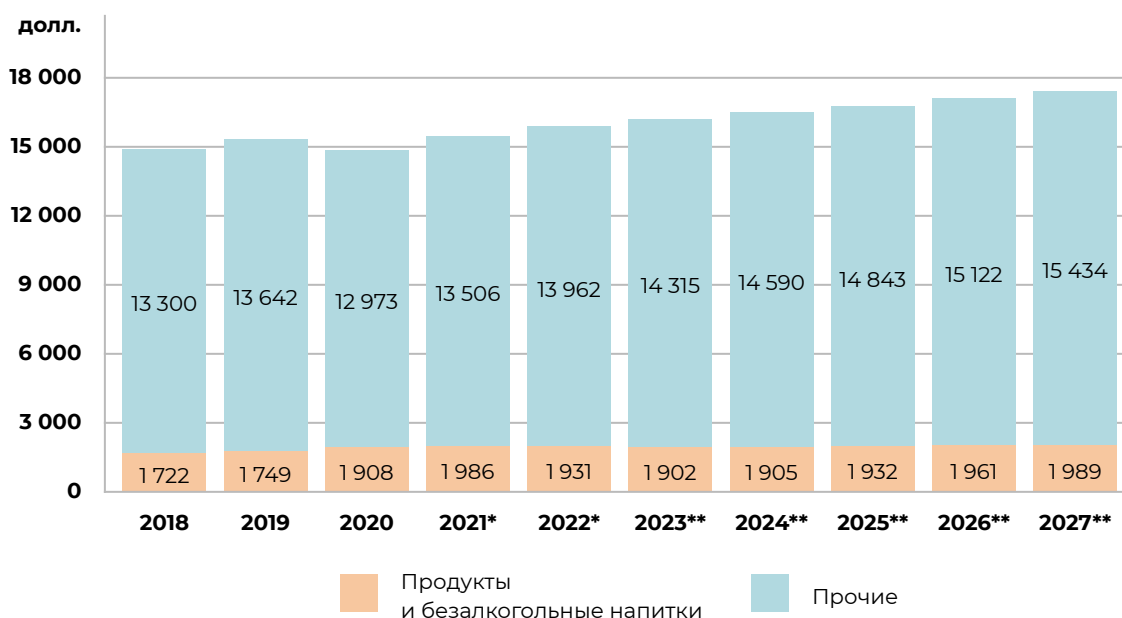
Источник: ООН

## 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 почти 52 млн человек является крупным импортером продовольствия и, как и Япония, открыта для международного бизнеса. Однако следует учитывать, что более выгодные позиции на рынке Южной Кореи 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 ослабления внешнего спроса и сокращения экспорта, от которого она сильно зависит. В 2020 г. благодаря своевременному введению жестких карантинных ограничений Республика Корея смогла минимизировать спад активности, который наблюдался в других странах. Республика 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 прогнозируется, что уровень безработицы снизится до 3,1% в 2022 г. В целом, в Республике Корея ожидается такое же быстрое восстановление экономической активности, как и на крупнейших экспортных рынках — в Китае и США.

Рис. 8. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2021 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport), EMIS

Примечание. \*оценка, \*\*прогноз.

Ожидается, что потребление в частном секторе будет стимулироваться укреплением рынка труда и возобновлением благоприятных факторов роста. Однако инфляция и ужесточение денежной политики в ближайшей перспективе останутся сдерживающими факторами

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

Обзор рынка

---

2



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

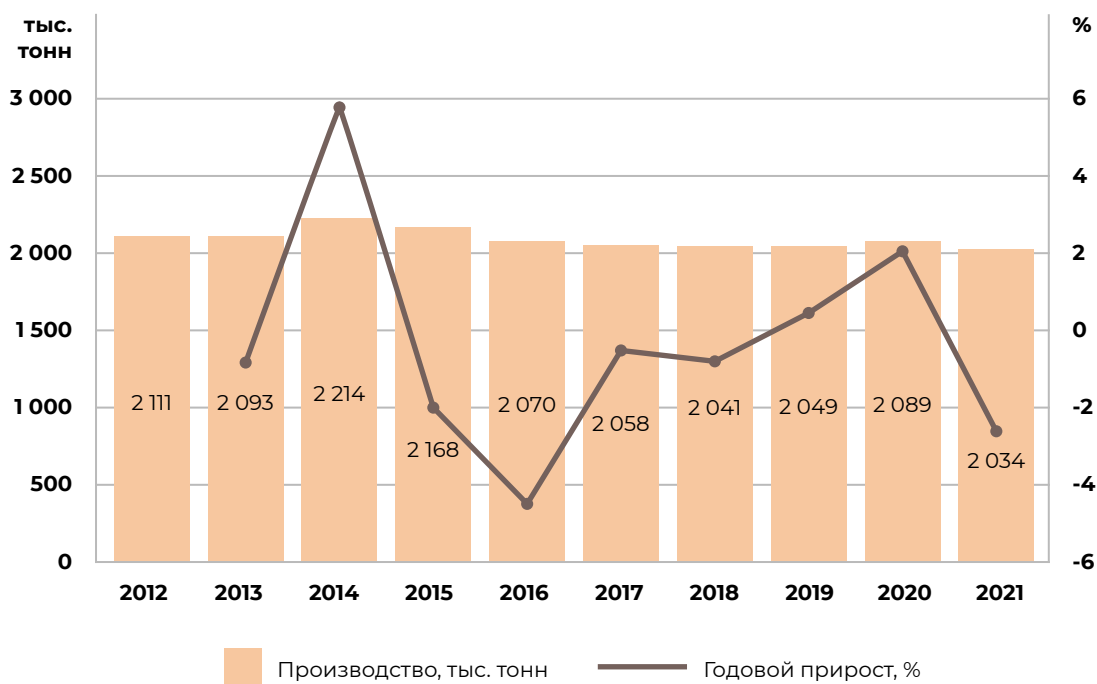
Рынок Южной Кореи представляет особый интерес для экспортеров молочной продукции ввиду высокой стоимости сырого молока в стране (стоит в два раза дороже, чем в среднем по миру). Однако для импорта молочной продукции (молока и йогурта) существует ряд барьеров — высокие таможенные пошлины (вне квоты) и политическая поддержка местных фермеров. С другой стороны, такие продукты, как сухое молоко, импортируются в качестве ингредиента для производства молочных, кондитерских и хлебобулочных изделий без специфических барьеров.

В августе 2013 г. правительство страны ввело новую систему ценообразования на базе себестоимости сырого молока (Milk Price Linkage System). Если ранее цена фиксировалась каждые 2–3 года после сложных переговоров с молочными фермерами, то теперь она устанавливается ежегодно исходя из уровня инфляции и производственных затрат. Такой подход подвергается критике, поскольку не отражает реальное соотношение спроса и предложения, когда в условиях перепроизводства и роста запасов стоимость молока остается высокой. Гарантированная цена не способствует повышению эффективности и внедрению инноваций, что ослабляет конкурентоспособность сырого молока местного производства.

По данным Статистической службы Республики Корея, в 2021 г. было произведено 2 034 тыс. тонн сырого молока. В 2012–2021 гг. производство сырого молока в стране держалось на уровне 2,0–2,1 млн тонн, исключение составили 2014 г. и 2015 г., когда производство увеличилось до 2,2 млн тонн.



Рис. 9. Производство сырого молока в Республике Корея, 2012–2021 гг.

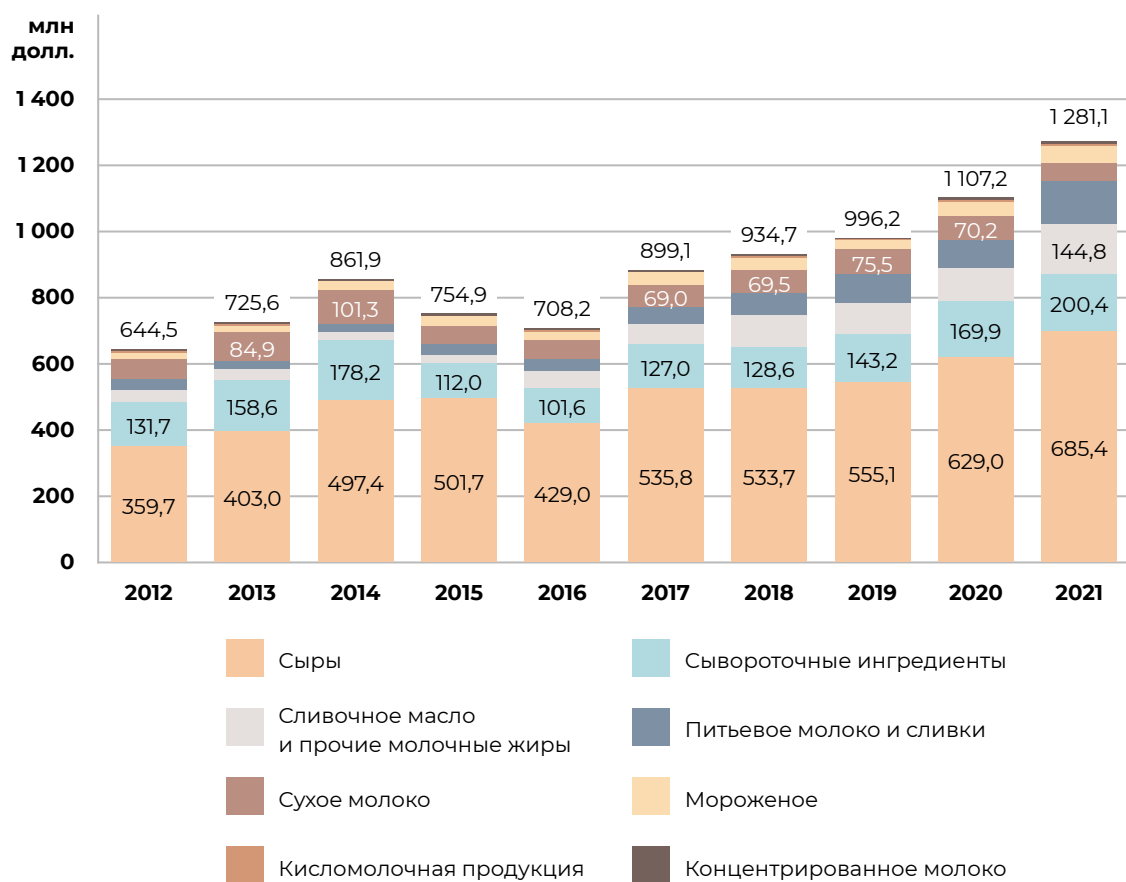


Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

Южная Корея обеспечивает собственное потребление молока и молочных продуктов на 45%, поэтому импортирует значительный объем молочных продуктов. Так, в стоимостном выражении импорт молочной продукции в 2021 г. составил 1 281,1 млн долл. США с наибольшей долей сыров и сывороточных ингредиентов, за которыми следуют питьевое молоко, сливочное масло и сухое молоко.



Рис. 10. Структура импорта молочных продуктов Республики Корея в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Основными поставщиками молочных продуктов в Южную Корею в 2021 г. были США (28,2%), Нидерланды (14,3%), Новая Зеландия (13,8%) и Франция (13%). Значительный объем поставок из США, Новой Зеландии и стран ЕС обусловлен, в том числе, наличием преференциальных торговых соглашений.



Табл. 4. Импорт молочных продуктов Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

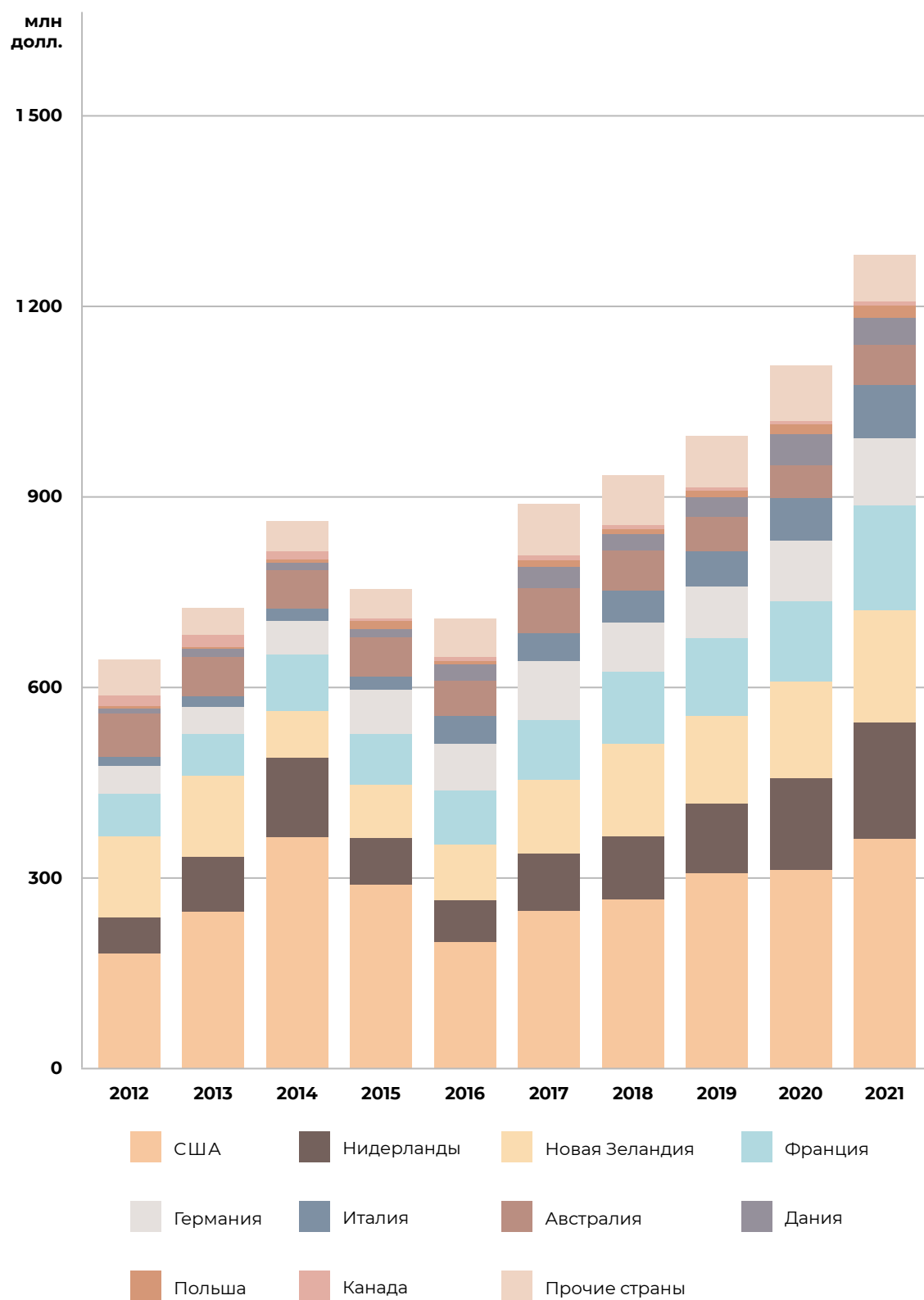
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	180,5	246,5	364,6	289,7	199,1	248,5	266,3	307,1	312,1	361,6	28,2
2	Нидерланды	57,3	86,8	124,3	72,8	66,3	89,1	98,9	109,9	144,8	183,3	14,3
3	Новая Зеландия	128,2	128,2	73,7	84,8	87,4	116,9	145,8	137,5	152,8	176,3	13,8
4	Франция	67,0	65,2	88,9	78,7	85,3	93,5	113,4	123,0	125,3	165,9	13,0
5	Германия	42,7	43,1	52,9	70,7	72,7	93,8	77,9	81,5	96,4	105,0	8,2
6	Италия	14,5	16,1	19,1	19,7	44,3	43,7	49,6	54,8	66,1	83,9	6,5
7	Австралия	68,7	62,6	61,5	62,4	55,6	70,4	64,4	54,8	52,6	63,1	4,9
8	Дания	7,8	12,7	11,7	13,2	25,8	34,0	25,8	31,1	48,8	42,6	3,3
9	Польша	3,1	2,5	5,0	12,3	4,5	9,4	6,6	10,2	14,2	19,0	1,5
10	Канада	17,4	18,5	12,3	4,9	6,8	8,1	6,4	4,5	5,7	7,4	0,6
	Прочие страны	57,3	43,5	47,7	45,7	60,4	81,7	79,8	82,1	88,5	73,0	5,7
	<b>Итого</b>	<b>644,4</b>	<b>725,7</b>	<b>861,9</b>	<b>755,0</b>	<b>708,2</b>	<b>889,1</b>	<b>934,8</b>	<b>996,2</b>	<b>1 107,2</b>	<b>1 281,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map





Рис. 11. Импорт молочных продуктов Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 5. Основные страны-экспортеры молочной продукции на рынок Республики Корея в 2021 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	США	28,2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Совет по экспорту молочной продукции США (US Dairy Export Council) содействует налаживанию торговых отношений с Южной Кореей и продвижению продуктов США на рынке страны.</li> <li>США в основном поставляют в Южную Корею сыры, преимущественно молодые</li> </ul>
2	Нидерланды	14,3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Нидерланды специализируются на поставках молочной сыворотки в Республику Корея. Данная категория составляет 80% от общего объема импорта молочных продуктов из Нидерландов. Вторая по величине категория — прочие сыры</li> </ul>
3	Новая Зеландия	13,8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Новая Зеландия продвигает молочные продукты, используя свои прочные позиции на южнокорейском рынке, в частности, в категории детские смеси.</li> <li>В Республику Корея в основном поставляются сыры (молодые и прочие) и сливочное масло</li> </ul>
4	Франция	13,0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Франция имеет хорошую репутацию в органической категории, что способствует положительному восприятию французской молочной продукции на южнокорейском рынке.</li> <li>Экспорт молочной продукции из Франции диверсифицирован. Среди ключевых категорий — сливочное масло, сыры (молодые и плавленые), цельно-молочная продукция, мороженое</li> </ul>

Продолжение табл. 5.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
5	Германия	8,2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Существенную часть экспорта молочных продуктов в Республику Корея составляют сыры (молодые и прочие), молочная сыворотка и цельномолочная продукция.</li> <li>• Продукты из Германии позиционируются как премиальная продукция высокого качества</li> </ul>

*Источник: ITC Trade Map, консультации с отраслевыми экспертами*

## 2.1.1. Сыры

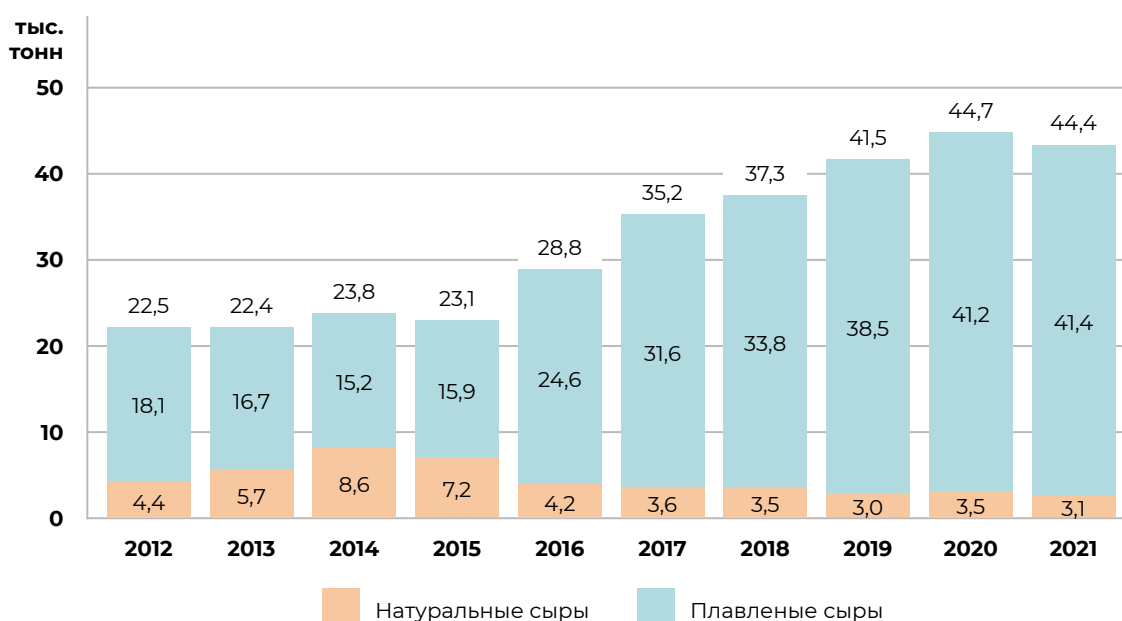
### Производство и потребление

Из-за высокой стоимости молока внутреннее производство сыров ограничено. Основные сыроварни расположены в провинциях Южный Кенсан и Северная Чолла. Местные производители сыра выпускают новые продукты, чтобы под-  
нять продажи и поддержать интерес потребителей.

Наибольший объем внутреннего производства приходится на плавленые сыры — свыше 93% в 2021 г. Причем, начиная с 2016 г. общий объем производ-  
ства имеет тенденцию к росту за счет увеличения выпуска плавленых сыров. Южная Корея производит 75% потребляемых плавленых сыров и только 2,5% натуральных. Основная часть натуральных сыров импортируется.



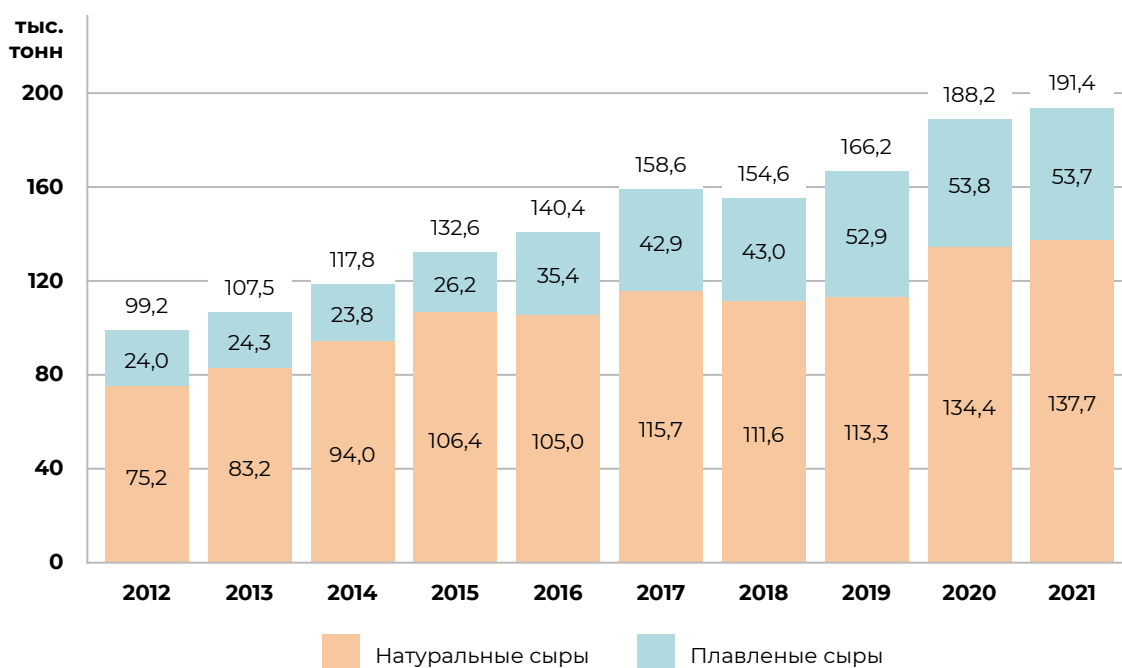
Рис. 12. Производство сыров в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

По состоянию на 2021 г. объем потребления сыров в стране составляет 191,4 тыс. тонн и имеет тенденцию к росту. Среднегодовые темпы роста потребления сыров с 2012 г. составляют 7,5%.

Рис. 13. Потребление сыров в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

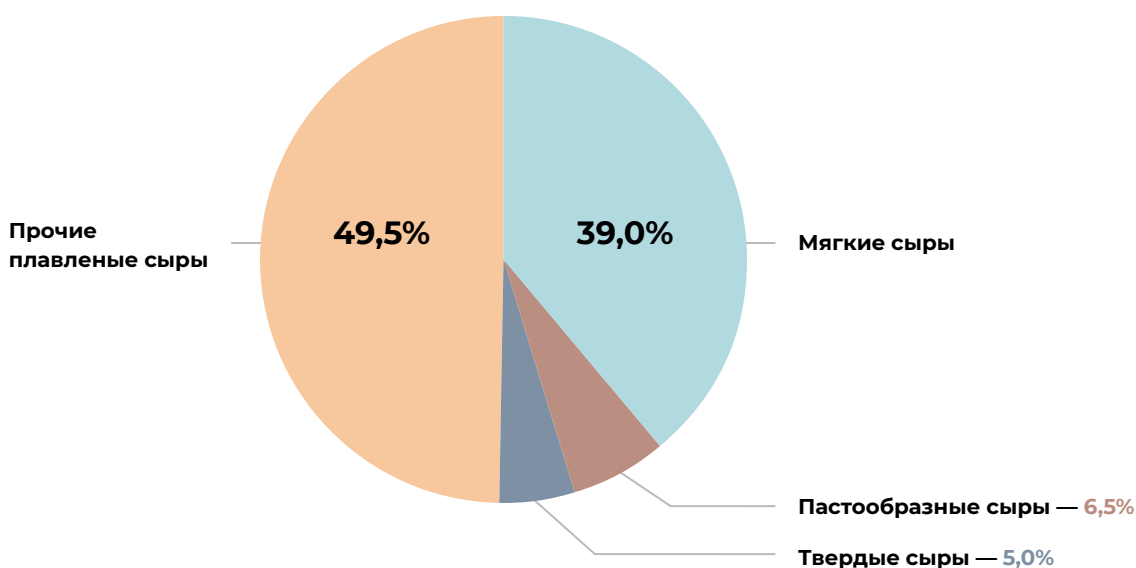
Потребление сыров в стране поддерживается запуском новых продуктов. Потребители предпочитают мягкие свежие и сливочные сыры, такие как фета и буррата. Мягкие сыры все чаще используются в качестве ингредиента.

Около 85% от общего объема продаж сыров в 2021 г. приходилось на предприятия общественного питания. Самым востребованным видом сыра является моцарелла, которую используют в качестве ингредиента для блюд, в частности, в пиццериях. В магазинах шаговой доступности и пекарнях продается упакованная готовая еда, в составе которой нередко содержится большое количество сыра.

Становится популярным добавлять мягкие свежие и сливочные сыры, например, моцареллу и камамбер, в блюда корейской кухни для получения маслянистого вкуса. Плавленные и плотные волокнистые вытяжные сыры обычно продаются в нарезке — в виде слайсов или брусочков. Сыр в кубиках и порционной упаковке предназначен для детей. Подобный формат также пользуется спросом как легкая закуска к алкогольным напиткам. Этот тренд поддерживается ростом потребления вина.

В структуре розничного оборота в 2021 г. преобладали плавленные сыры. Продажи натуральных сыров составили 39,1%, причем наибольшая доля продаж приходилась на мягкие сыры. Согласно оценкам Euromonitor International, за последние 5 лет потребительский спрос сместился в сторону натуральных сыров. Так, в 2015 г. доля плавленных сыров составляла примерно 67% продаж, а натуральных сыров — около 33%. Вместе с тем, согласно прогнозам Euromonitor International, в среднесрочной перспективе серьезных изменений в структуре розничных продаж не ожидается.

Рис. 14. Объем розничных продаж сыров на рынке Республики Корея по видам в натуральном выражении, 2021 г., %



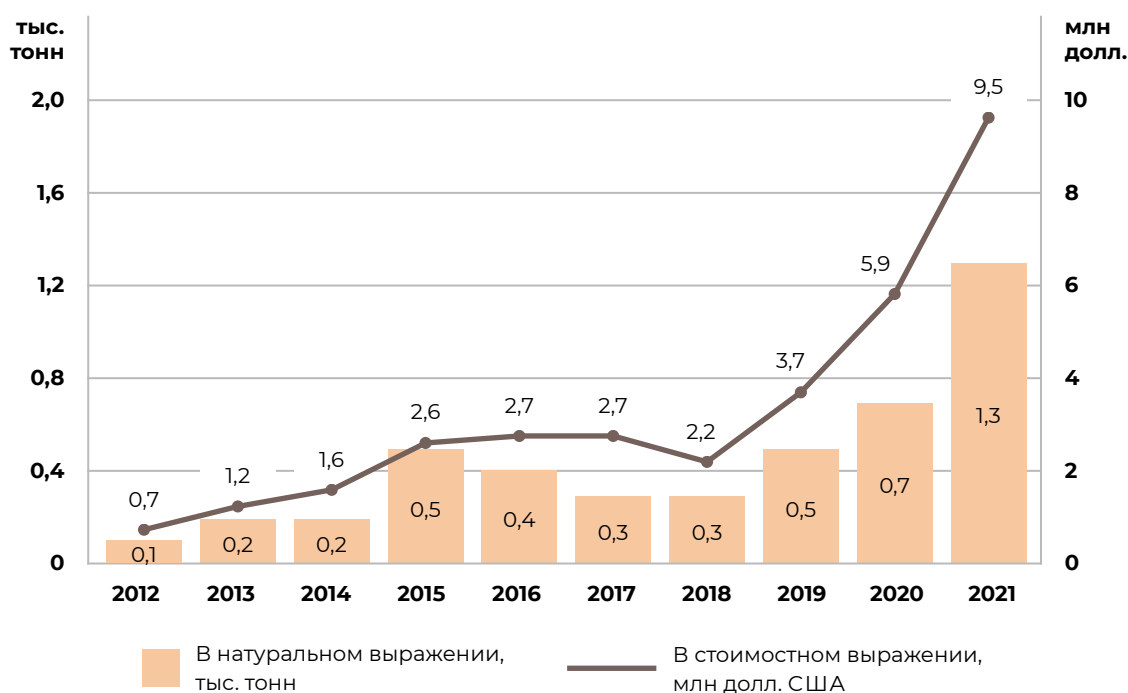
Источник: Euromonitor International

## Экспорт и импорт

### Экспорт

Экспорт сыров Южной Кореи в 2021 г. составил 1,3 тыс. тонн на 9,5 млн долл. США, что на 85,7% в натуральном и на 61,0% в стоимостном выражении больше 2020 г. Большая часть сыров местного производства потребляется внутри страны, поэтому на экспорт идет крайне мало продукции.

Рис. 15. Экспорт сыров Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

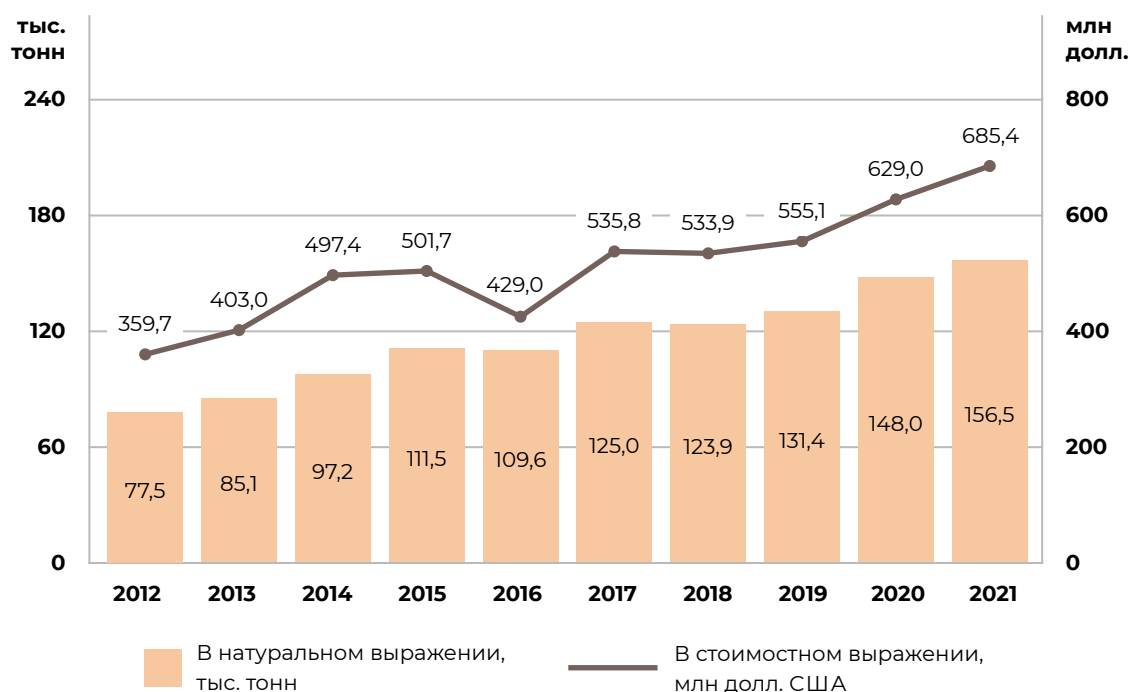
Примечание. Код ТН ВЭД 0406.



## Импорт

Для удовлетворения внутреннего спроса импортируются значительные объемы сыров. В 2021 г. импорт Южной Кореи составил 156,5 тыс. тонн (685,4 млн долл. США). По сравнению с предыдущим годом произошел рост импорта на 6% в натуральном и на 9% в стоимостном выражении.

Рис. 16. Импорт сыров Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



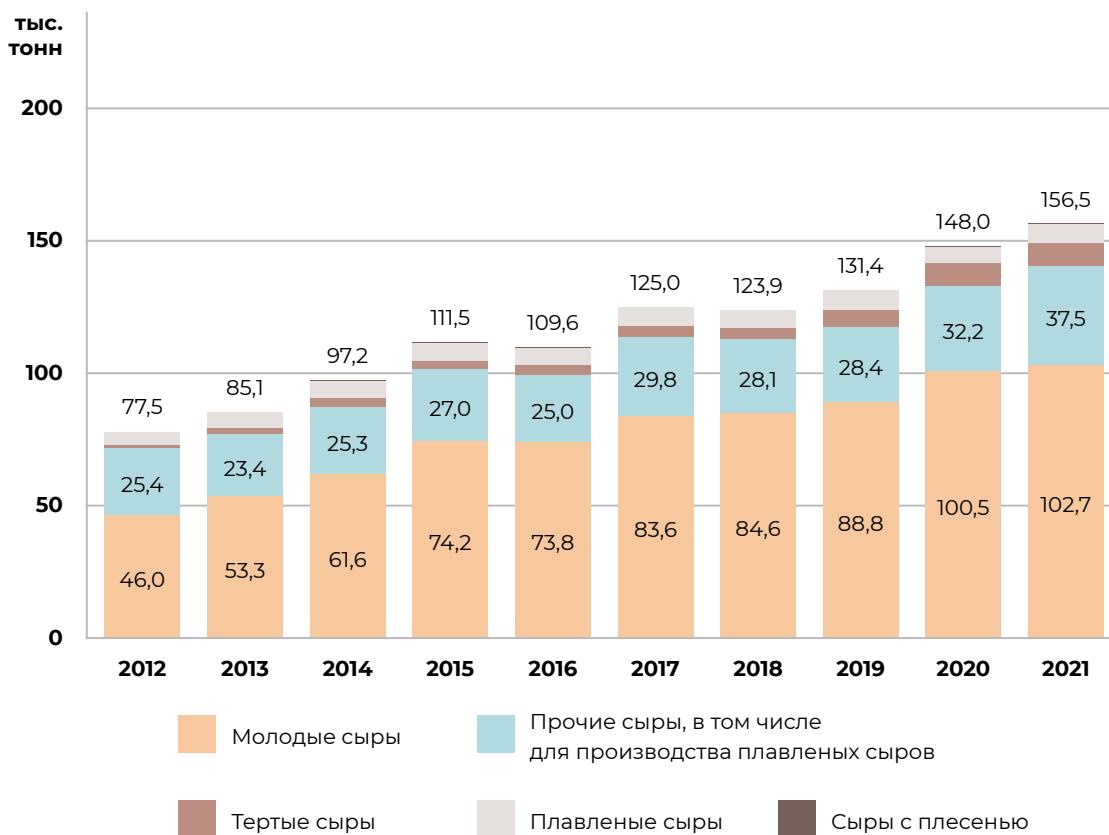
Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Южная Корея завозит преимущественно молодые сыры (код ТН ВЭД 040610), на которые в 2021 г. пришлось 65% объема импорта в натуральном и 60% в стоимостном выражении. С 2020 г. поставки этих сыров увеличились на 2% по объему и на 4% по стоимости. Далее следовали прочие сыры (код ТН ВЭД 040690) с долей 24% и 25,8% в натуральном и стоимостном выражении соответственно. Остальная часть практически поровну распределена между тертыми (код ТН ВЭД 040620) и плавлеными сырами (код ТН ВЭД 040630).



Рис. 17. Импорт сыров Республики Корея в натуральном выражении, 2012-2021 гг., тыс. тонн



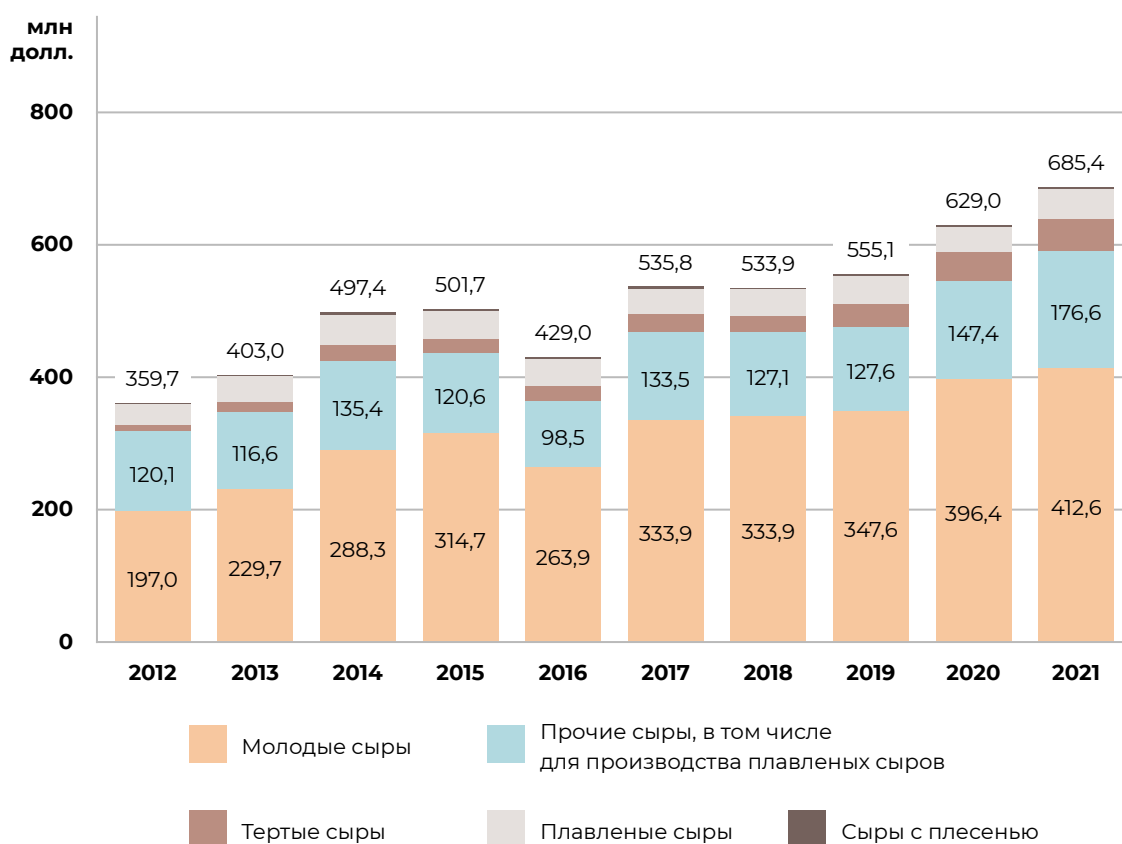
Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.





Рис. 18. Импорт сыров Республики Корея в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Более 43% в натуральном выражении и 42,3% в стоимостном импортируемых сыров в Южную Корею поступает из США, что обусловлено высоким качеством американских молодых сыров, а также разнообразием плавленых сыров. Второе место занимают поставки из Новой Зеландии, на которые приходится около 17-18% импорта сыров в натуральном и стоимостном выражении. Новая Зеландия специализируется в большей степени на поставках прочих сыров (код ТН ВЭД 040690).

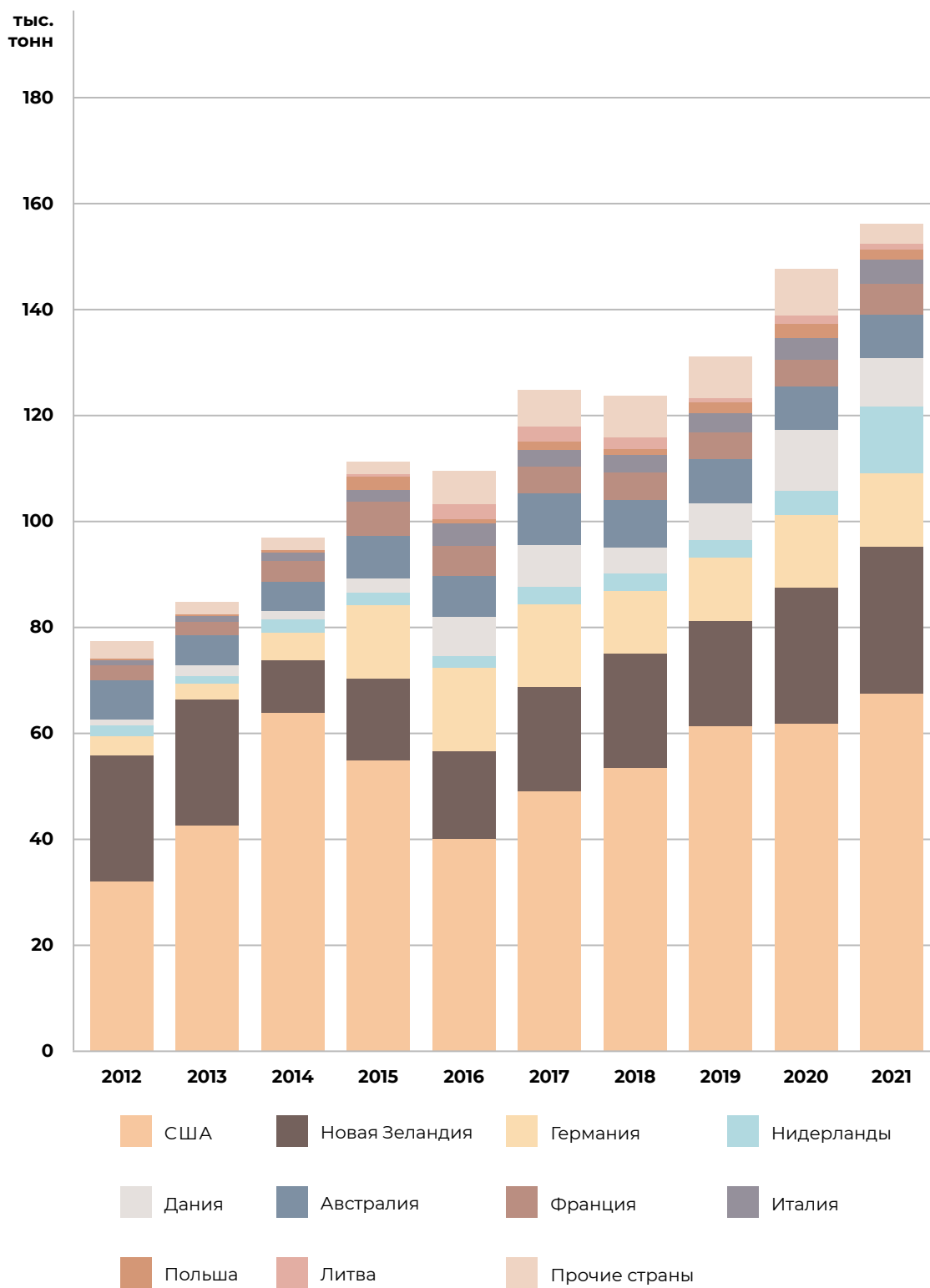
Табл. 6. Импорт сыров Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	31,9	42,5	63,8	54,8	40,0	49,0	53,4	61,4	61,8	67,5	43,2
2	Новая Зеландия	23,9	23,9	10,1	15,6	16,6	19,8	21,7	19,9	25,8	27,9	17,8
3	Германия	3,7	3,0	5,2	13,8	15,8	15,7	11,9	12,0	13,7	13,8	8,8
4	Нидерланды	2,0	1,4	2,5	2,4	2,3	3,3	3,2	3,3	4,6	12,6	8,0
5	Дания	1,1	2,1	1,6	2,8	7,4	7,8	5,0	6,9	11,6	9,2	5,9
6	Австралия	7,5	5,7	5,4	8,0	7,6	9,9	8,9	8,4	8,2	8,3	5,3
7	Франция	2,8	2,5	4,1	6,5	5,8	5,0	5,3	5,1	5,0	5,7	3,6
8	Италия	1,0	1,2	1,5	2,2	4,2	3,1	3,3	3,5	4,1	4,7	3,0
9	Польша	0,3	0,2	0,5	2,5	0,8	1,7	1,1	2,1	2,7	1,8	1,2
10	Литва	0,0	0,0	0,0	0,4	2,9	2,8	2,2	0,9	1,5	1,1	0,7
	Прочие страны	3,3	2,5	2,4	2,5	6,3	6,9	7,9	7,8	9,0	3,9	2,5
	<b>Итого</b>	<b>77,5</b>	<b>85,1</b>	<b>97,2</b>	<b>111,5</b>	<b>109,6</b>	<b>125,0</b>	<b>123,9</b>	<b>131,4</b>	<b>148,0</b>	<b>156,5</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Рис. 19. Импорт сыров Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

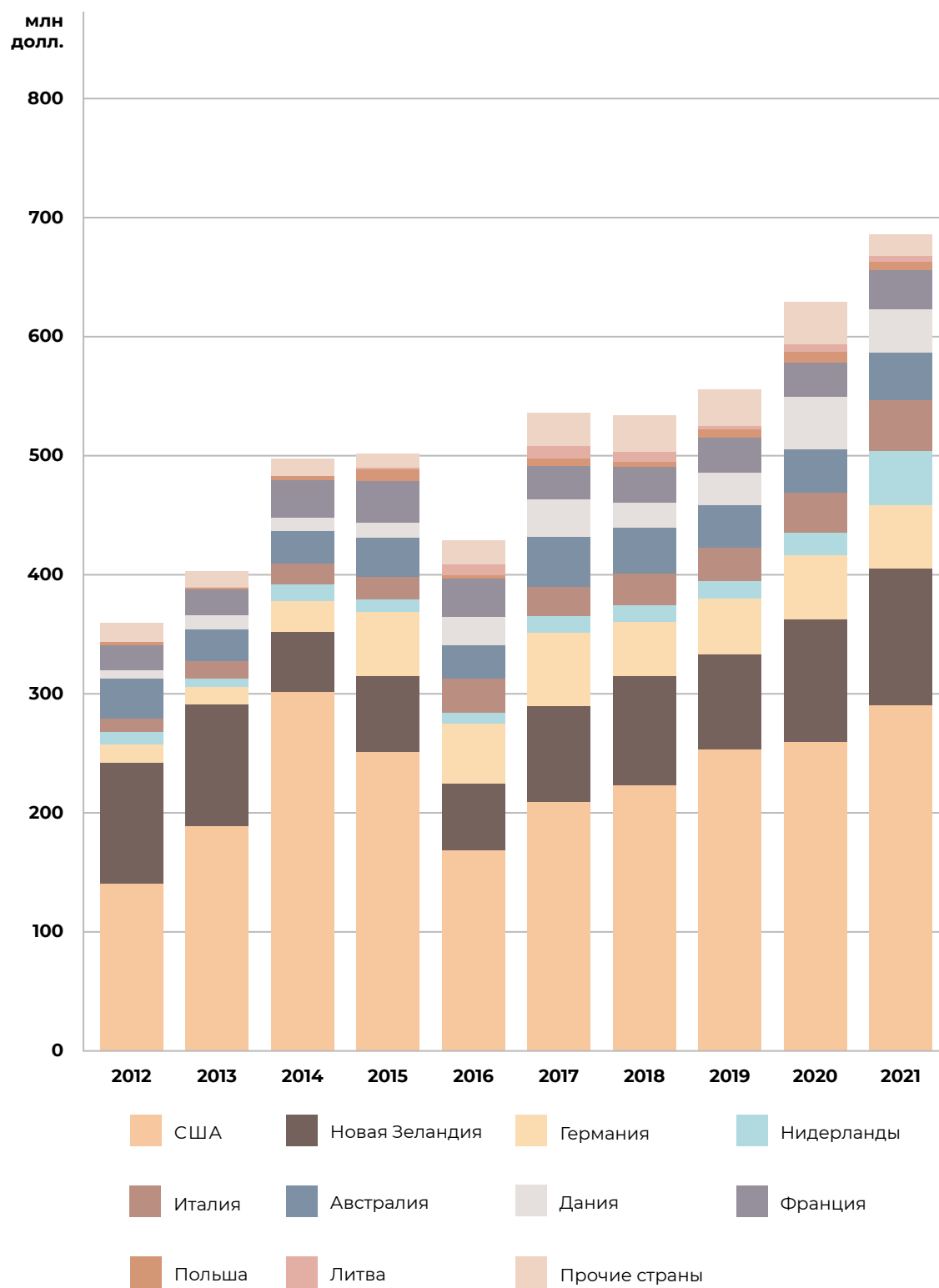
Табл. 7. Импорт сыров Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	140,6	188,4	301,3	250,7	168,6	209,1	222,8	252,8	259,3	290,0	42,3
2	Новая Зеландия	100,9	102,2	50,5	63,6	55,5	79,9	91,5	79,8	102,7	115,1	16,8
3	Германия	16,0	14,7	25,4	54,6	50,7	62,1	46,2	47,2	54,4	52,8	7,7
4	Нидерланды	9,9	7,4	14,7	10,3	8,6	14,0	13,7	14,2	18,6	45,7	6,7
5	Италия	11,7	14,4	17,6	18,6	29,2	24,5	27,0	28,3	34,2	42,6	6,2
6	Австралия	33,3	26,8	27,0	32,7	27,9	41,4	38,6	35,3	35,9	39,8	5,8
7	Дания	6,7	11,8	10,9	12,5	23,8	31,0	20,5	26,7	43,8	36,3	5,3
8	Франция	21,5	21,4	31,4	34,4	32,0	28,3	29,8	30,1	28,6	33,6	4,9
9	Польша	2,4	2,0	3,7	10,6	3,2	6,7	4,6	7,1	9,7	6,9	1,0
10	Литва	0,0	0,0	0,0	1,5	8,6	11,1	8,2	3,1	5,8	4,3	0,6
	Прочие страны	16,8	13,9	14,9	12,2	21,0	27,6	30,9	30,6	36,0	18,4	2,7
	<b>Итого</b>	<b>359,7</b>	<b>403,0</b>	<b>497,4</b>	<b>501,7</b>	<b>429,0</b>	<b>535,8</b>	<b>533,9</b>	<b>555,1</b>	<b>629,0</b>	<b>685,4</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Рис. 20. Импорт сыров Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Средняя импортная цена за тонну импортируемых сыров в Южной Корее в 2021 г. составила 4 379 долл. США. Наиболее конкурентными по стоимости являются поставки из большинства стран ЕС и Новой Зеландии. Самая дорогая продукция поступала из Италии, где стоимость продукции в 2 раза превышает среднюю цену.

Табл. 8. Средняя импортная цена сыров по странам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>4 641</b>	<b>4 738</b>	<b>5 117</b>	<b>4 499</b>	<b>3 914</b>	<b>4 286</b>	<b>4 311</b>	<b>4 226</b>	<b>4 250</b>	<b>4 379</b>	—
Италия	12 043	12 320	12 074	8 614	7 004	7 784	8 137	8 117	8 360	9 149	в 2,1 раза
Франция	7 528	8 521	7 627	5 327	5 485	5 696	5 681	5 888	5 721	5 897	34,7
Австралия	4 453	4 665	5 032	4 064	3 674	4 175	4 340	4 194	4 388	4 773	9,0
США	4 411	4 429	4 719	4 574	4 219	4 267	4 176	4 116	4 194	4 294	-1,9
Новая Зеландия	4 219	4 281	4 983	4 067	3 332	4 036	4 207	4 015	3 987	4 124	-5,8
Дания	6 123	5 592	6 867	4 494	3 231	3 985	4 132	3 859	3 782	3 944	-9,9
Германия	4 352	4 868	4 856	3 963	3 211	3 955	3 896	3 934	3 968	3 821	-12,7
Польша	7 545	9 923	7 322	4 262	3 837	4 026	3 968	3 368	3 607	3 772	-13,9
Нидерланды	4 869	5 270	5 798	4 352	3 781	4 277	4 242	4 245	4 037	3 632	-17,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

## 2.1.2. Молочная сыворотка

Внутреннее производство сухой сыворотки незначительно ввиду малых объемов производства натуральных сыров.

В Южной Корее сухую молочную сыворотку добавляют к сухому молоку (обезжиренному или цельному) для получения порошка, который в дальнейшем используется при производстве детских смесей, йогурта, ароматизированного молока и мороженого. По данным Статистической службы Республики Корея, производство Modified Milk Powder оценивается в 12,5 тыс. тонн.

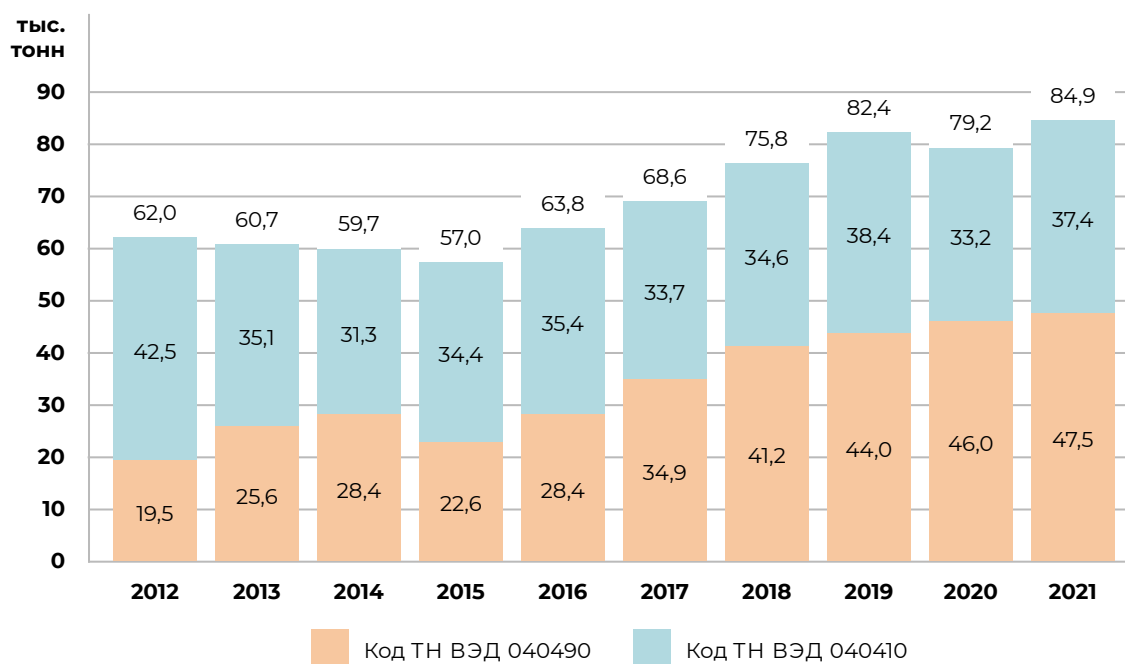
Ожидаемое на фоне снижения рождаемости падение спроса на детские смеси отрицательно скажется на объемах импорта сывороточных ингредиентов. Эта тенденция обусловлена снижением рождаемости и высокой стоимостью детских смесей местного производства. Так, импортные детские смеси из стран ЕС, Австралии и Новой Зеландии стоят в 2–3 раза дешевле.

Экспорт сывороточных ингредиентов (код ТН ВЭД 0404) Республики Корея незначительный и в 2021 г. составил 3,4 тыс. тонн на 12,2 млн долл. США. Основное направление поставок — Япония.

Импорт сывороточных ингредиентов Республики Корея существенно вырос с 2012 г. и значительно превышает экспорт. В 2021 г. импорт молочной сыворотки по коду ТН ВЭД 0404 составил 84,9 тыс. тонн на сумму 200,5 млн долл. США, что на 7,1% в натуральном и на 18,0% в стоимостном выражении выше показателей 2020 г.



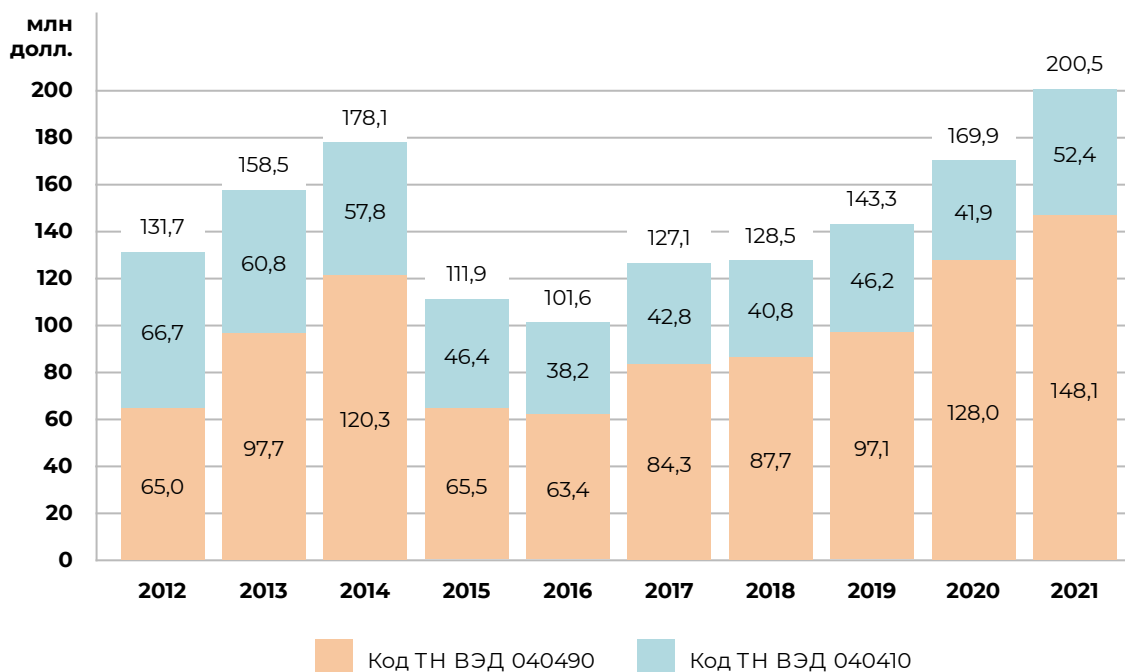
Рис. 21. Импорт сыровоточных ингредиентов Республики Корея в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Рис. 22. Импорт сыровоточных ингредиентов Республики Корея в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.



Практически 50% в натуральном выражении и 64% в стоимостном импортируемых сывороточных ингредиентов поступает в Южную Корею из Нидерландов, что обусловлено высоким качеством голландской сыворотки и готовностью корейцев платить больше за качественный продукт. Далее следуют США, где доля страны в структуре импорта сывороточных ингредиентов в 2021 г. составила 16,8% и 8,3% в натуральном и стоимостном выражении соответственно.

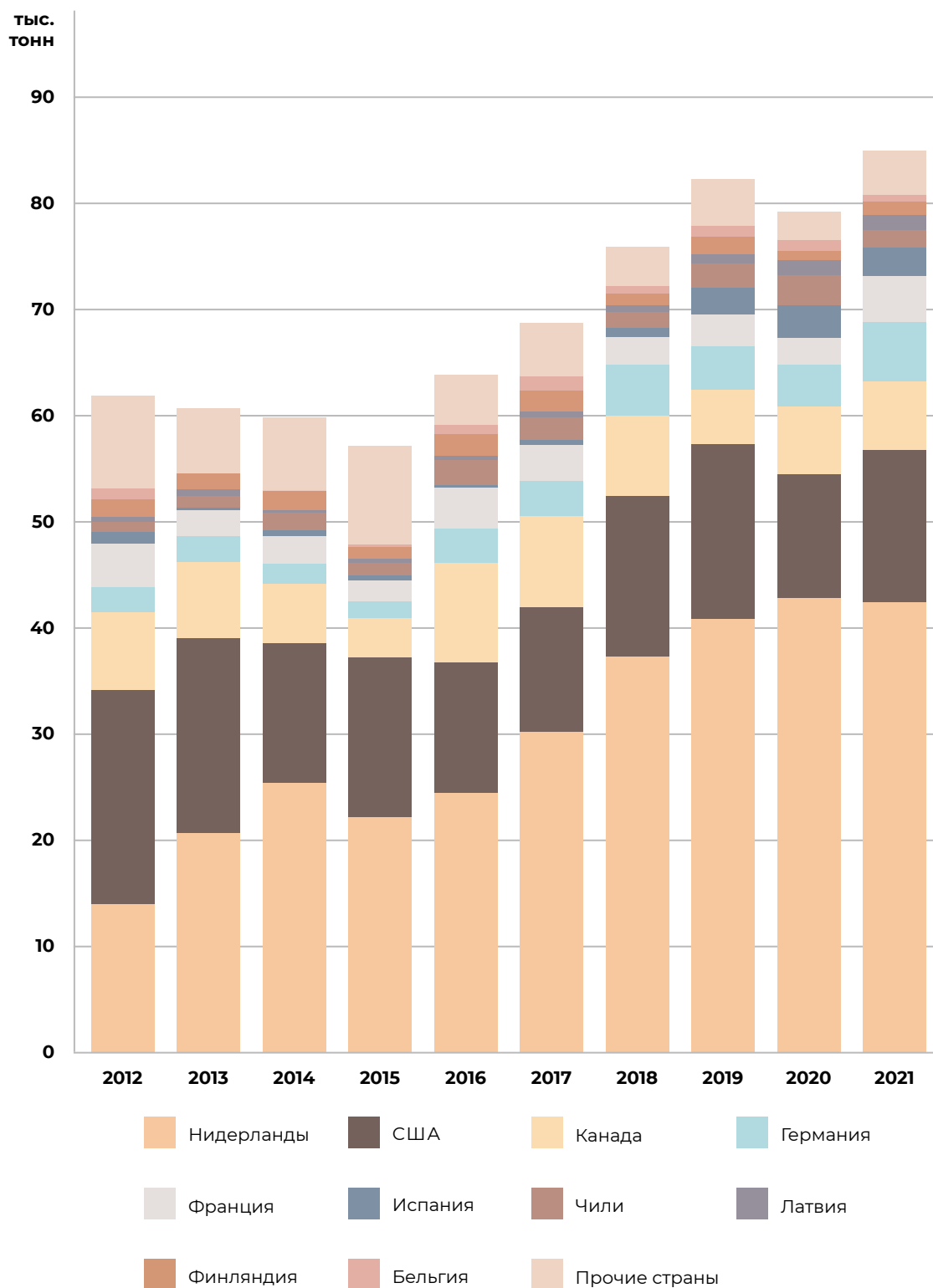
Табл. 9. Импорт сывороточных ингредиентов Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Нидерланды	13,9	20,6	25,4	22,1	24,4	30,2	37,3	40,8	42,8	42,4	49,9
2	США	20,2	18,4	13,1	15,1	12,3	11,7	15,1	16,5	11,6	14,3	16,8
3	Канада	7,4	7,2	5,6	3,7	9,4	8,6	7,6	5,1	6,4	6,5	7,7
4	Германия	2,3	2,4	1,9	1,6	3,2	3,3	4,8	4,1	4,0	5,6	6,6
5	Франция	4,1	2,5	2,6	1,9	3,9	3,4	2,6	3,0	2,5	4,3	5,0
6	Испания	1,1	0,2	0,6	0,5	0,2	0,5	0,8	2,5	3,1	2,7	3,2
7	Чили	1,0	1,1	1,6	1,2	2,4	2,1	1,5	2,3	2,8	1,7	2,0
8	Латвия	0,4	0,6	0,3	0,4	0,4	0,6	0,7	0,9	1,4	1,4	1,7
9	Финляндия	1,7	1,5	1,8	1,1	2,0	1,9	1,1	1,6	0,9	1,2	1,4
10	Бельгия	1,0	—	0,0	0,2	0,9	1,4	0,7	1,1	1,0	0,7	0,9
	Прочие страны	8,8	6,2	6,9	9,3	4,7	5,0	3,7	4,4	2,7	4,1	4,8
	<b>Итого</b>	<b>62,0</b>	<b>60,7</b>	<b>59,7</b>	<b>57,0</b>	<b>63,9</b>	<b>68,6</b>	<b>75,8</b>	<b>82,4</b>	<b>79,2</b>	<b>84,9</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Рис. 23. Импорт сывороточных ингредиентов Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

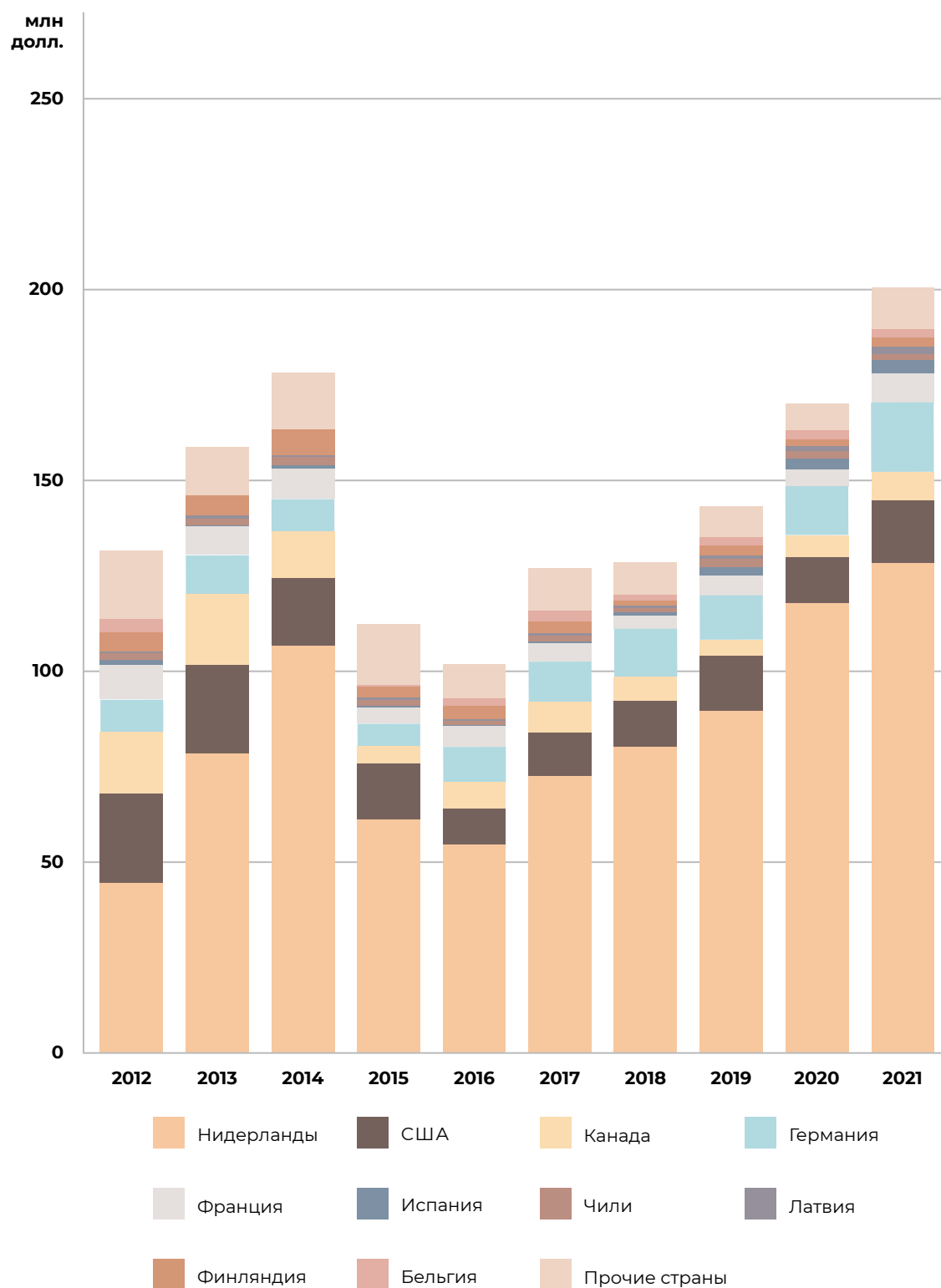
Табл. 10. Импорт сывороточных ингредиентов Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Нидерланды	44,4	78,3	106,5	60,9	54,4	72,4	80,1	89,5	117,7	128,1	63,9
2	США	23,3	23,3	17,9	14,7	9,6	11,4	12,0	14,3	12,1	16,6	8,3
3	Канада	16,4	18,5	12,2	4,7	6,8	8,0	6,3	4,3	5,7	7,3	3,7
4	Германия	8,5	10,3	8,5	5,9	9,3	10,6	12,6	11,6	12,8	18,2	9,1
5	Франция	8,8	7,4	7,8	4,1	5,4	4,7	3,5	5,2	4,4	7,7	3,8
6	Испания	1,5	0,3	0,9	0,6	0,2	0,5	0,7	2,3	2,9	3,4	1,7
7	Чили	1,6	1,6	2,3	1,5	1,3	1,6	1,1	2,0	1,9	1,7	0,8
8	Латвия	0,5	0,9	0,4	0,6	0,4	0,7	0,7	1,0	1,5	1,8	0,9
9	Финляндия	5,1	5,4	6,7	2,8	3,5	3,0	1,5	2,7	1,7	2,6	1,3
10	Бельгия	3,4	—	0,1	0,5	1,9	2,8	1,5	2,1	2,3	2,1	1,1
	Прочие страны	18,0	12,6	14,7	15,8	8,8	11,2	8,5	8,0	7,0	10,9	5,4
	<b>Итого</b>	<b>131,7</b>	<b>158,5</b>	<b>178,1</b>	<b>111,9</b>	<b>101,6</b>	<b>127,1</b>	<b>128,5</b>	<b>143,3</b>	<b>169,9</b>	<b>200,5</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Рис. 24. Импорт сывороточных ингредиентов Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

Средняя импортная цена Южной Кореи за тонну сывороточных ингредиентов в 2021 г. составила 2 361 долл. США. Самая дорогая продукция поступает из Германии, где стоимость продукции практически на 38% больше средней цены. Наиболее конкурентные цены на сывороточные ингредиенты предлагают США, Канада и Чили, где цены в 2 раза ниже средней цены.

Табл. 11. Средняя импортная цена сывороточных ингредиентов по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>2 125</b>	<b>2 613</b>	<b>2 984</b>	<b>1 962</b>	<b>1 590</b>	<b>1 850</b>	<b>1 696</b>	<b>1 740</b>	<b>2 146</b>	<b>2 361</b>	—
Германия	3 739	4 346	4 508	3 792	2 960	3 203	2 637	2 845	3 202	3 256	37,9
Нидерланды	3 195	3 797	4 200	2 755	2 227	2 396	2 148	2 195	2 750	3 023	28,0
Бельгия	3 284	—	2 822	2 402	1 989	2 025	2 244	1 960	2 357	2 944	24,7
Финляндия	2 976	3 593	3 805	2 492	1 756	1 577	1 391	1 668	1 868	2 147	-9,1
Франция	2 146	2 909	2 980	2 199	1 386	1 368	1 339	1 721	1 736	1 799	-23,8
Латвия	1 346	1 461	1 641	1 295	889	1 239	949	1 069	1 085	1 305	-44,7
Испания	1 340	1 418	1 439	1 135	1 194	1 016	869	940	930	1 228	-48,0
США	1 158	1 265	1 371	975	778	978	796	865	1 039	1 161	в 2,0 раза
Канада	2 218	2 560	2 174	1 268	722	936	838	860	894	1 129	в 2,1 раза
Чили	1 632	1 535	1 485	1 232	549	790	741	891	668	995	в 2,4 раза

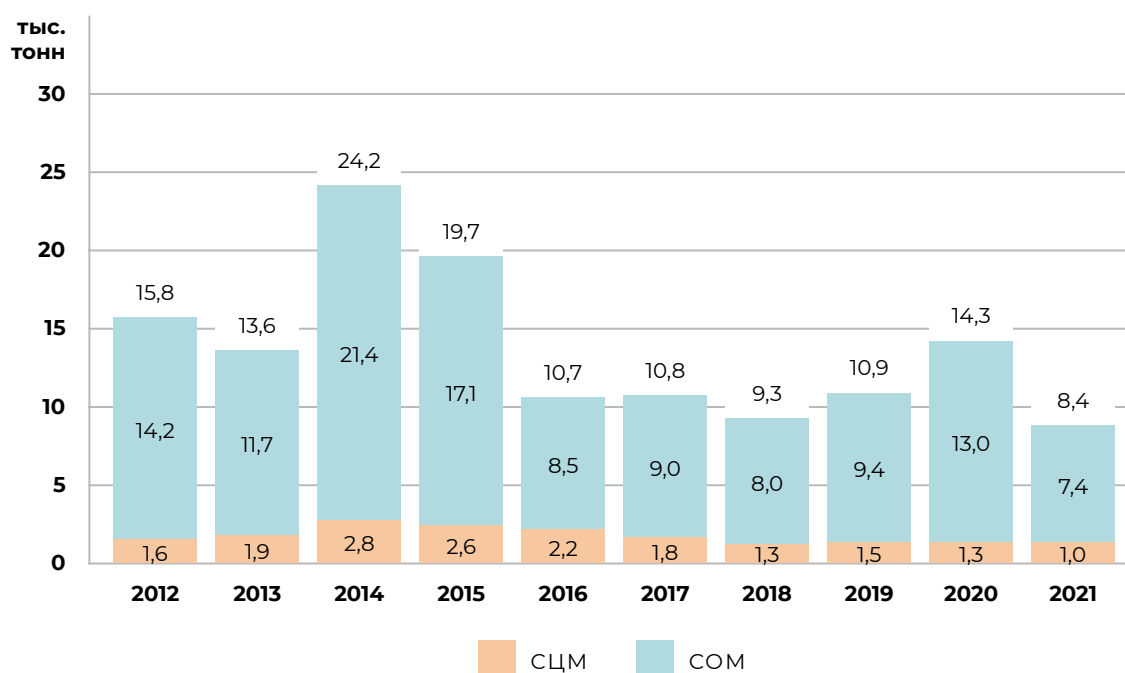
Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0404.

### 2.1.3. Сухое молоко

Производство сухого молока в Южной Корее за последние 6 лет держалось на уровне 9–11 тыс. тонн. Рост объемов в 2020 г. не был продолжен в 2021 г. Рекордный уровень производства сухого молока был зафиксирован в 2014–2015 гг., когда в стране был произведен максимальный за последние 10 лет объем сырого молока. В Республике Корея производится преимущественно сухое обезжиренное молоко (СОМ).

Рис. 25. Производство сухого молока в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн

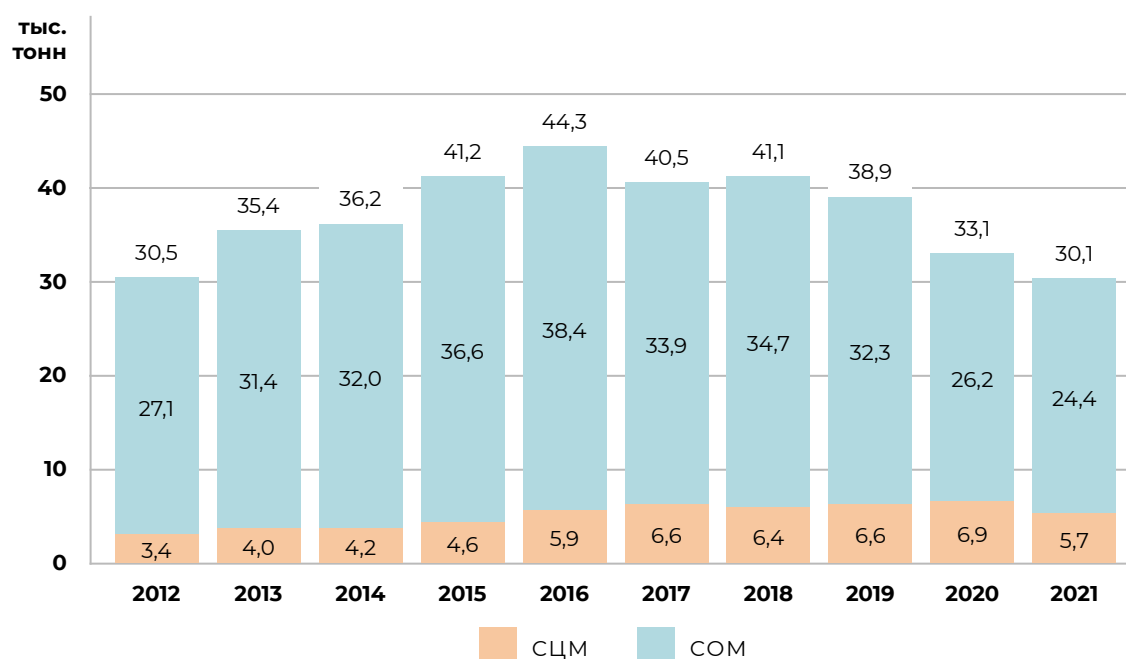


Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

Потребление сухого молока в Республике Корея снизилось с 44,3 тыс. тонн в 2016 г. до 30,1 тыс. тонн в 2021 г. В структуре потребления, как производства и импорта, преобладает СОМ.



Рис. 26. Потребление сухого молока в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн

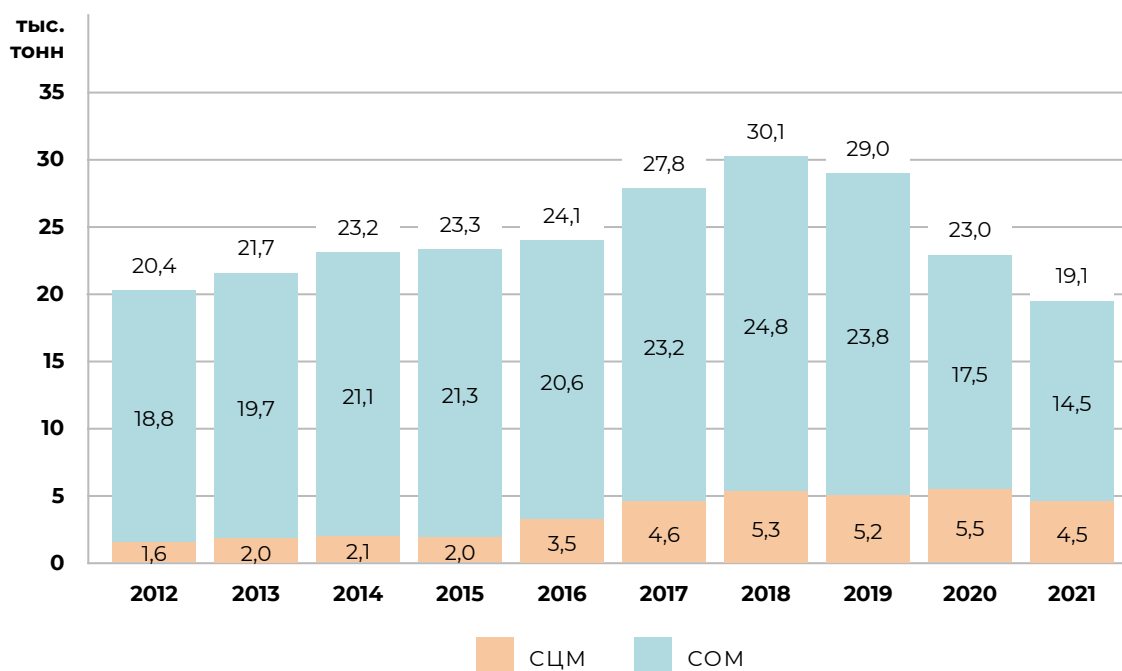


Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

Экспорт сухого молока Республики Корея практически отсутствует, в то время как импорт в пиковых 2018–2019 гг. составлял 29–30 тыс. тонн. Снижение потребления, пандемия и всплеск внутреннего производства привело к снижению импорта в 2021 г. до 19,1 тыс. тонн на сумму 61,2 млн долл. США, прежде всего за счет СОМ (код ТН ВЭД 040210). Большая часть импорта сухого молока Южной Кореи приходится на СОМ, доля которого в 2021 г. составила 76% от общего объема импорта в натуральном выражении и 70% — в стоимостном. Остальное пришлось на сухое цельное молоко (код ТН ВЭД 040221, 040229).



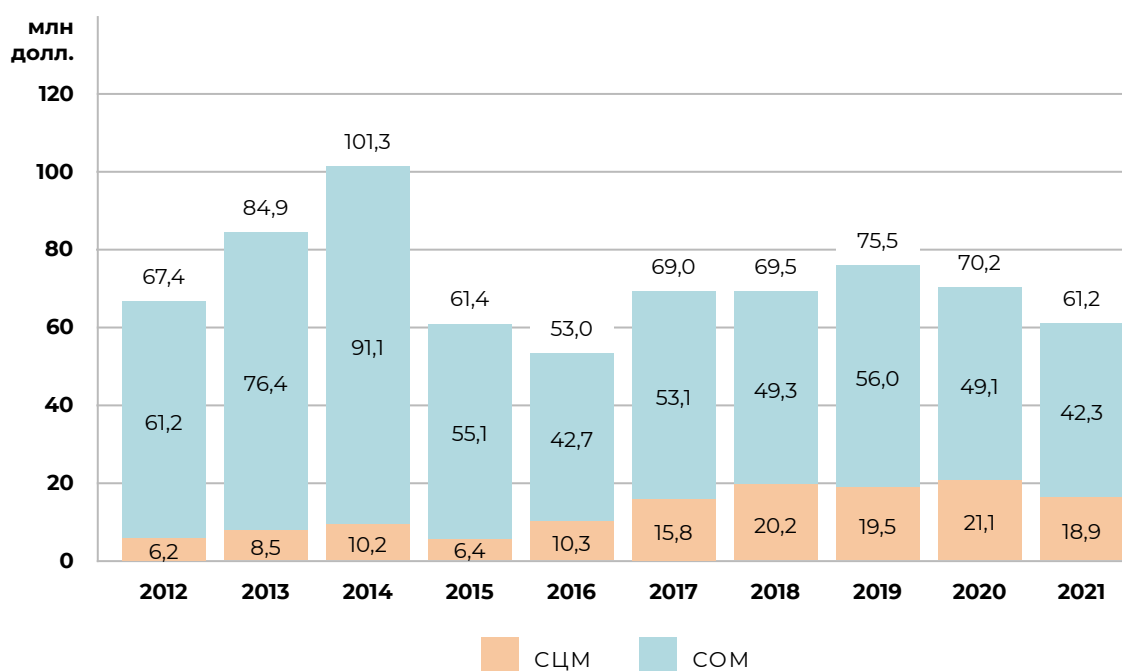
Рис. 27. Импорт сухого молока Республики Корея в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 28. Импорт сухого молока Республики Корея в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.



Крупнейшими поставщиками сухого молока в Южную Корею являются Франция, США и Новая Зеландия, на которые в 2021 г. пришлось более 65% от общего объема импорта как в натуральном, так и стоимостном выражении. При том, что Франция и США в основном экспортируют СОМ, Новая Зеландия лидирует по поставкам СЦМ.

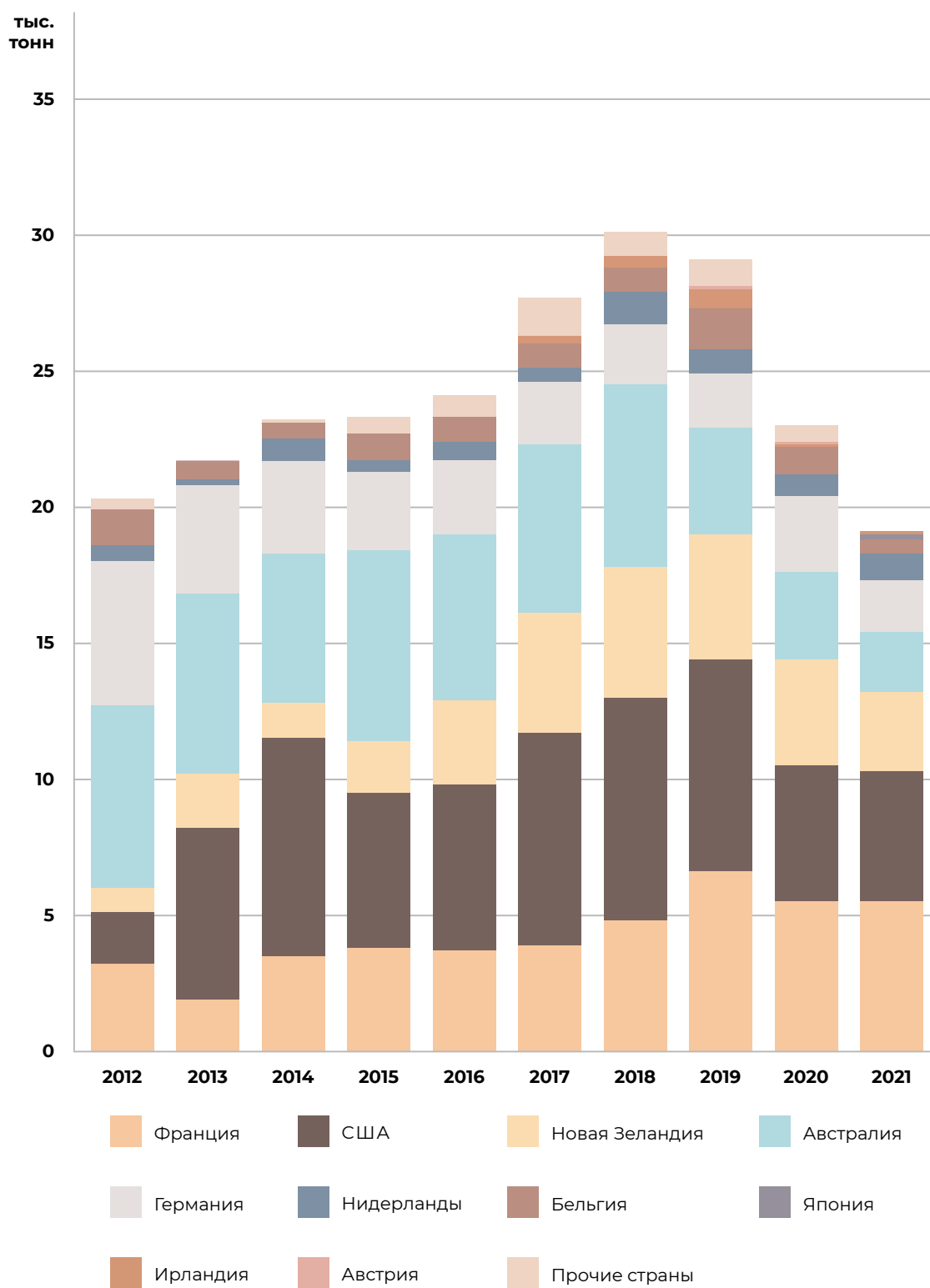
Табл. 12. Импорт сухого молока Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Франция	3,2	1,9	3,5	3,8	3,7	3,9	4,8	6,6	5,5	5,5	28,7
2	США	1,9	6,3	8,0	5,7	6,1	7,8	8,2	7,8	5,0	4,8	24,9
3	Новая Зеландия	0,9	2,0	1,3	1,9	3,1	4,4	4,8	4,6	3,9	2,9	15,0
4	Австралия	6,7	6,6	5,5	7,0	6,1	6,2	6,7	3,9	3,2	2,2	11,7
5	Германия	5,3	4,0	3,4	2,9	2,7	2,3	2,2	2,0	2,8	1,9	9,9
6	Нидерланды	0,6	0,2	0,8	0,4	0,7	0,5	1,2	0,9	0,8	1,0	5,3
7	Бельгия	1,3	0,7	0,6	1,0	0,9	0,9	0,9	1,5	1,0	0,5	2,6
8	Япония	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	1,1
9	Ирландия	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,7	0,1	0,1	0,3
10	Австрия	0,0	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2
	Прочие страны	0,4	0,0	0,1	0,6	0,8	1,4	0,9	1,0	0,6	0,0	0,2
	<b>Итого</b>	<b>20,4</b>	<b>21,7</b>	<b>23,2</b>	<b>23,3</b>	<b>24,1</b>	<b>27,8</b>	<b>30,1</b>	<b>29,0</b>	<b>23,0</b>	<b>19,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 29. Импорт сухого молока Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

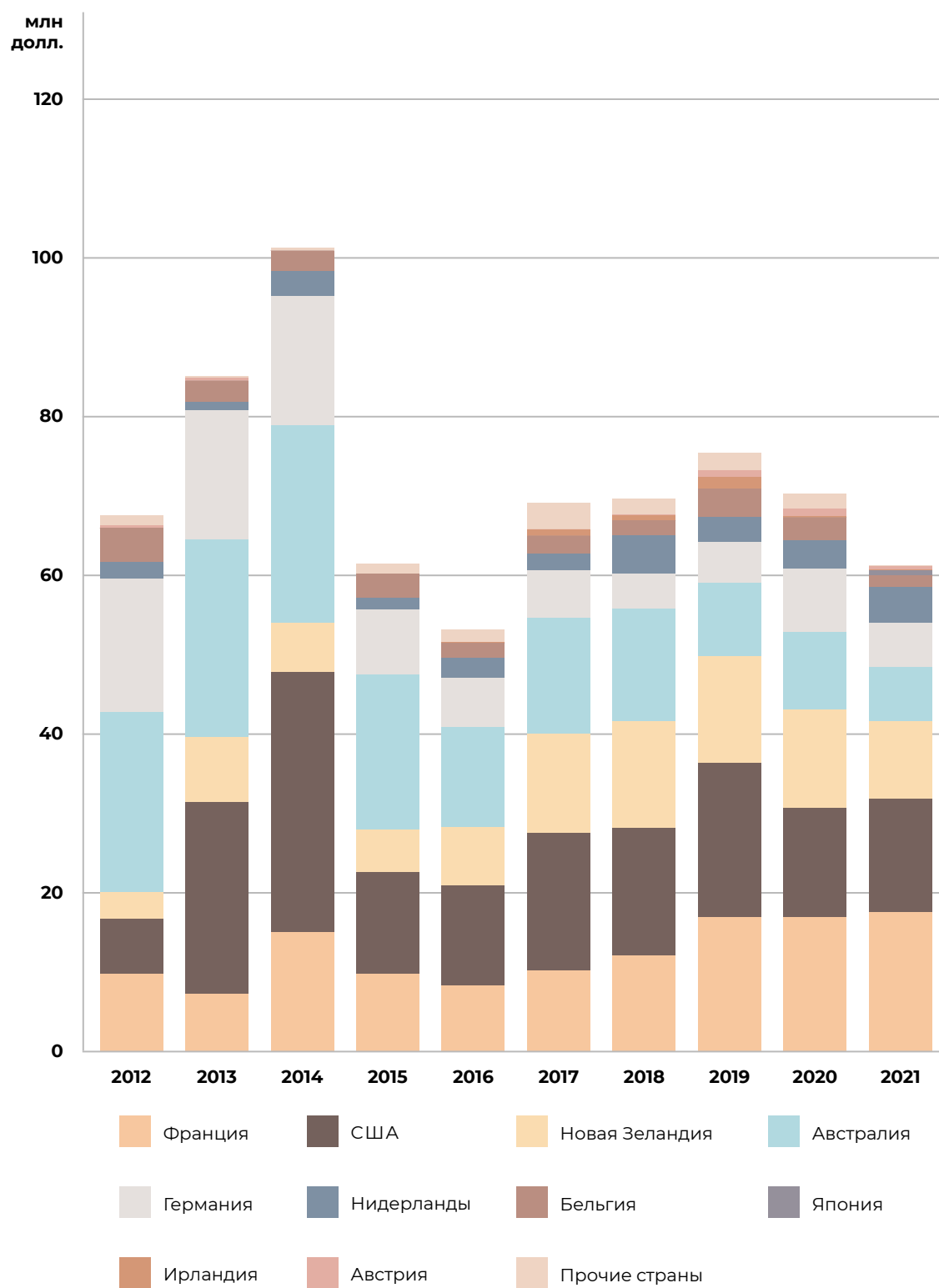
Табл. 13. Импорт сухого молока Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Франция	9,7	7,2	15,0	9,7	8,2	10,1	12,0	16,9	16,9	17,5	28,6
2	США	6,9	24,1	32,7	12,8	12,6	17,4	16,1	19,4	13,7	14,2	23,2
3	Новая Зеландия	3,4	8,2	6,2	5,4	7,4	12,4	13,4	13,4	12,4	9,8	16,1
4	Австралия	22,6	24,9	24,9	19,5	12,6	14,7	14,2	9,3	9,7	6,9	11,3
5	Германия	16,9	16,3	16,3	8,2	6,2	5,9	4,4	5,1	8,0	5,5	9,0
6	Нидерланды	2,1	1,0	3,1	1,5	2,5	2,2	4,8	3,1	3,6	4,5	7,3
7	Бельгия	4,3	2,7	2,6	3,0	1,9	2,2	1,9	3,6	2,9	1,5	2,5
8	Япония	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	1,0
9	Ирландия	0,0	—	0,0	0,0	0,1	0,8	0,7	1,5	0,2	0,2	0,3
10	Австрия	0,3	0,4	—	0,0	0,0	0,0	0,1	0,8	0,9	0,4	0,6
	Прочие страны	1,3	0,2	0,4	1,3	1,6	3,3	1,9	2,3	1,9	0,1	0,2
	<b>Итого</b>	<b>67,4</b>	<b>84,9</b>	<b>101,3</b>	<b>61,5</b>	<b>53,0</b>	<b>68,9</b>	<b>69,5</b>	<b>75,5</b>	<b>70,2</b>	<b>61,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Рис. 30. Импорт сухого молока Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Средняя импортная цена Южной Кореи за тонну СОМ в 2021 г. составила 2,9 тыс. долл. США. Самая дорогая продукция поставлялась из Новой Зеландии, Великобритании, Австралии и Бельгии, при этом средняя цена импорта из Ирландии и Нидерландов несколько ниже.

Табл. 14. Средняя импортная цена СОМ по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>3 258</b>	<b>3 878</b>	<b>4 310</b>	<b>2 590</b>	<b>2 072</b>	<b>2 292</b>	<b>1 991</b>	<b>2 355</b>	<b>2 812</b>	<b>2 916</b>	—
Новая Зеландия	3 456	4 059	4 802	2 503	2 037	2 271	1 988	2 582	2 924	3 539	21,4
Великобритания	6 000	14 000	8 333	11 750	23 000	6 000	—	—	15 000	3 071	5,3
Австралия	3 306	3 776	4 471	2 776	2 019	2 327	2 087	2 402	3 015	3 066	5,2
Бельгия	3 261	3 915	4 198	3 017	2 049	2 248	2 038	2 367	2 962	3 054	4,7
Германия	3 174	4 088	4 718	2 806	2 300	2 538	1 974	2 383	2 823	2 880	-1,2
Франция	3 039	3 778	4 320	2 563	2 092	2 320	1 991	2 234	2 766	2 875	-1,4
США	3 538	3 776	4 066	2 238	2 011	2 174	1 920	2 416	2 649	2 845	-2,4
Япония	6 522	—	6 813	12 696	—	23 454	—	27 333	9 969	2 833	-2,8
Нидерланды	3 383	3 949	3 957	3 249	2 377	2 456	2 018	2 154	2 673	2 764	-5,2
Ирландия	9 714	—	4 250	2 071	2 081	2 324	1 865	2 072	2 535	2 464	-15,5

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

Средняя импортная цена за тонну СЦМ в 2021 г. составила 4 161 долл. США. Поставки по наиболее низким ценам осуществлялись из Новой Зеландии и Австралии. Стоимость СЦМ из США также ниже средней цены. Самая дорогая продукция поставлялась из Австрии и Бельгии.

Табл. 15. Средняя импортная цена СЦМ по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>3 803</b>	<b>4 244</b>	<b>4 902</b>	<b>3 139</b>	<b>2 943</b>	<b>3 420</b>	<b>3 823</b>	<b>3 746</b>	<b>3 819</b>	<b>4 161</b>	—
Бельгия	4 400	4 604	12 856	2 800	2 621	3 375	3 521	3 443	3 606	13 605	в 3,3 раза
Австрия	3 500	—	—	6 908	6 835	6 866	12 787	9 867	10 157	11 981	в 2,9 раза
Нидерланды	3 631	14 071	13 930	12 310	5 169	5 678	5 583	4 987	6 151	9 456	в 2,3 раза
Ирландия	—	—	7 000	—	—	6 000	10 333	6 750	—	8 940	в 2,1 раза
Франция	6 170	7 714	15 900	3 140	3 041	3 459	4 362	4 274	4 319	4 594	10,4
Германия	4 421	4 729	5 263	3 500	2 767	3 827	14 214	3 503	7 000	4 336	4,2
США	23 788	5 055	4 926	2 829	3 127	3 786	3 894	3 842	3 544	3 989	-4,1
Австралия	3 721	3 973	4 599	2 924	2 635	2 666	3 337	2 926	3 187	3 653	-12,2
Новая Зеландия	3 630	3 928	4 908	3 168	2 601	3 231	3 259	3 169	3 264	3 422	-17,8

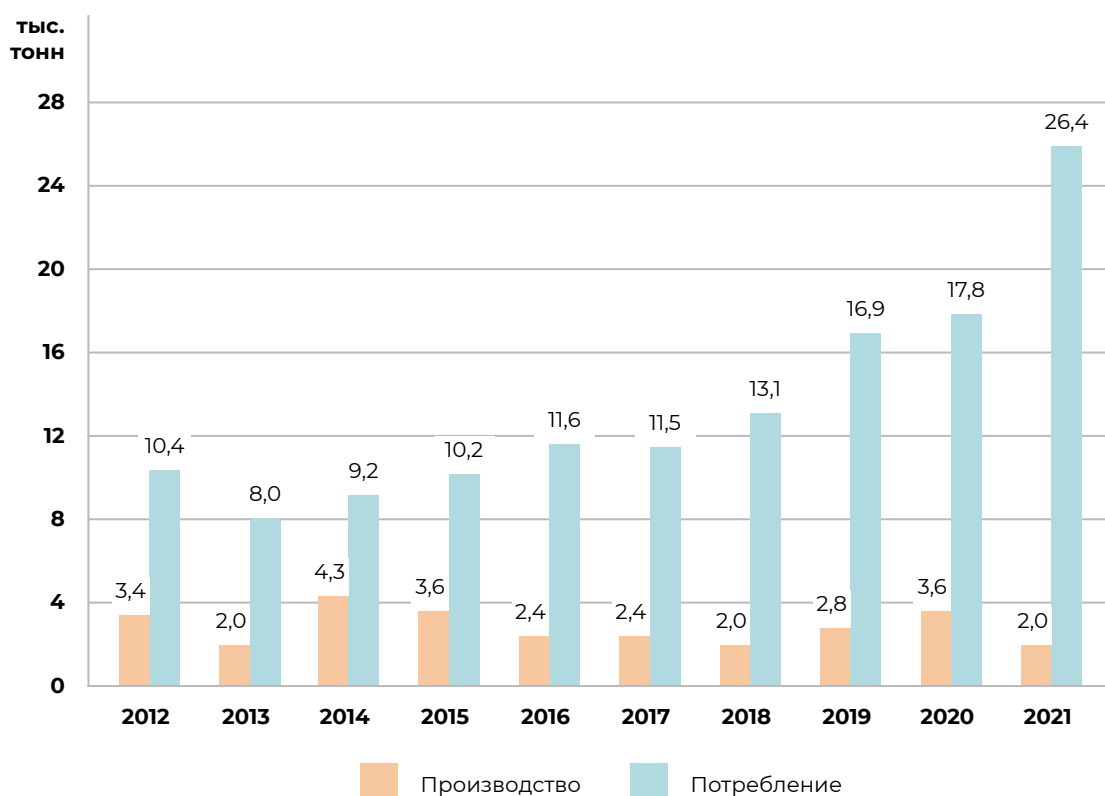
Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 040210, 040221, 040229.

## 2.1.4. Сливочное масло

В 2021 г. производство сливочного масла в Южной Корее составило 2,0 тыс. тонн, а потребление — 26,4 тыс. тонн. Импорт обеспечивает более 90% внутреннего спроса.

Рис. 31. Производство и потребление сливочного масла в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн



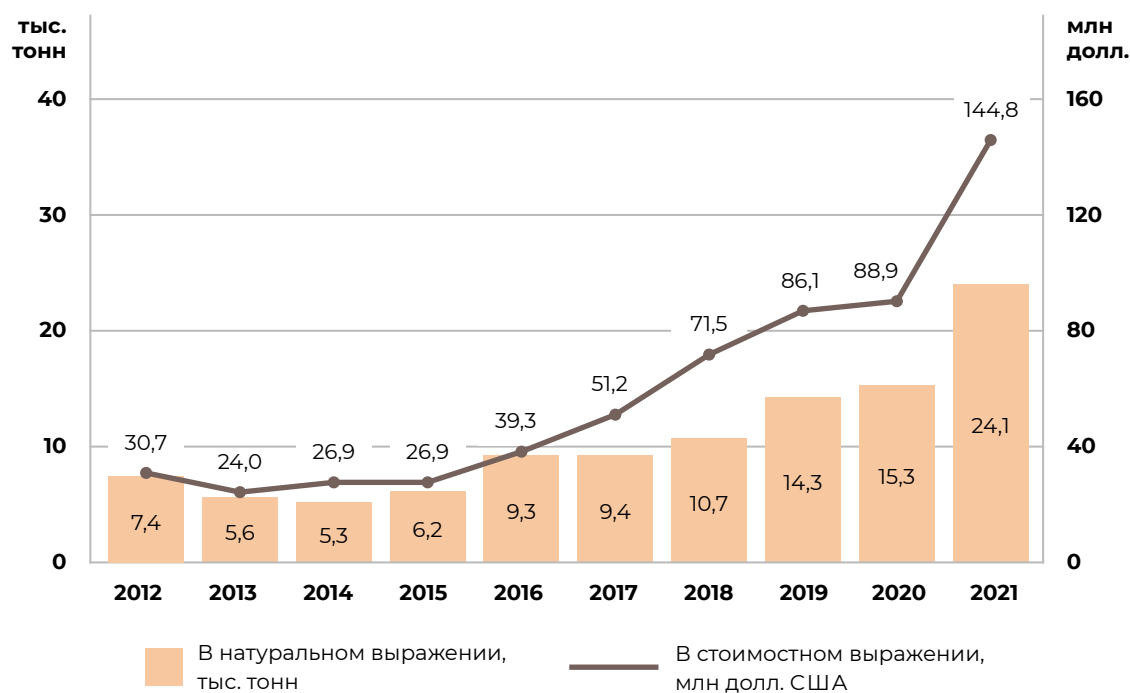
Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

Экспорт сливочного масла и прочих молочных жиров (код ТН ВЭД 0405) Республики Корея незначителен.

Импорт стабильно растет и заметно превышает экспорт. В 2021 г. объем импорта резко вырос и составил 24,1 тыс. тонн или 144,8 млн долл. США, что на 57% в натуральном и на 63% в стоимостном выражении выше показателя предыдущего года.



Рис. 32. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Лидером по поставкам сливочного масла и прочих молочных жиров в Республику Корея в 2021 г. являлась Новая Зеландия — 35,4% от общего импорта в натуральном выражении. Далее следовали Франция (26%) и США (9,7%). В стоимостном выражении лидировала Франция (38%). На долю Новой Зеландии пришлось 28,6% стоимостного импорта, на США — почти 9%. Крупным поставщиком сливочного масла и прочих молочных жиров в Республику Корея также является Австралия — 9,2% импорта в натуральном выражении и 6,5% в стоимостном в 2021 г.





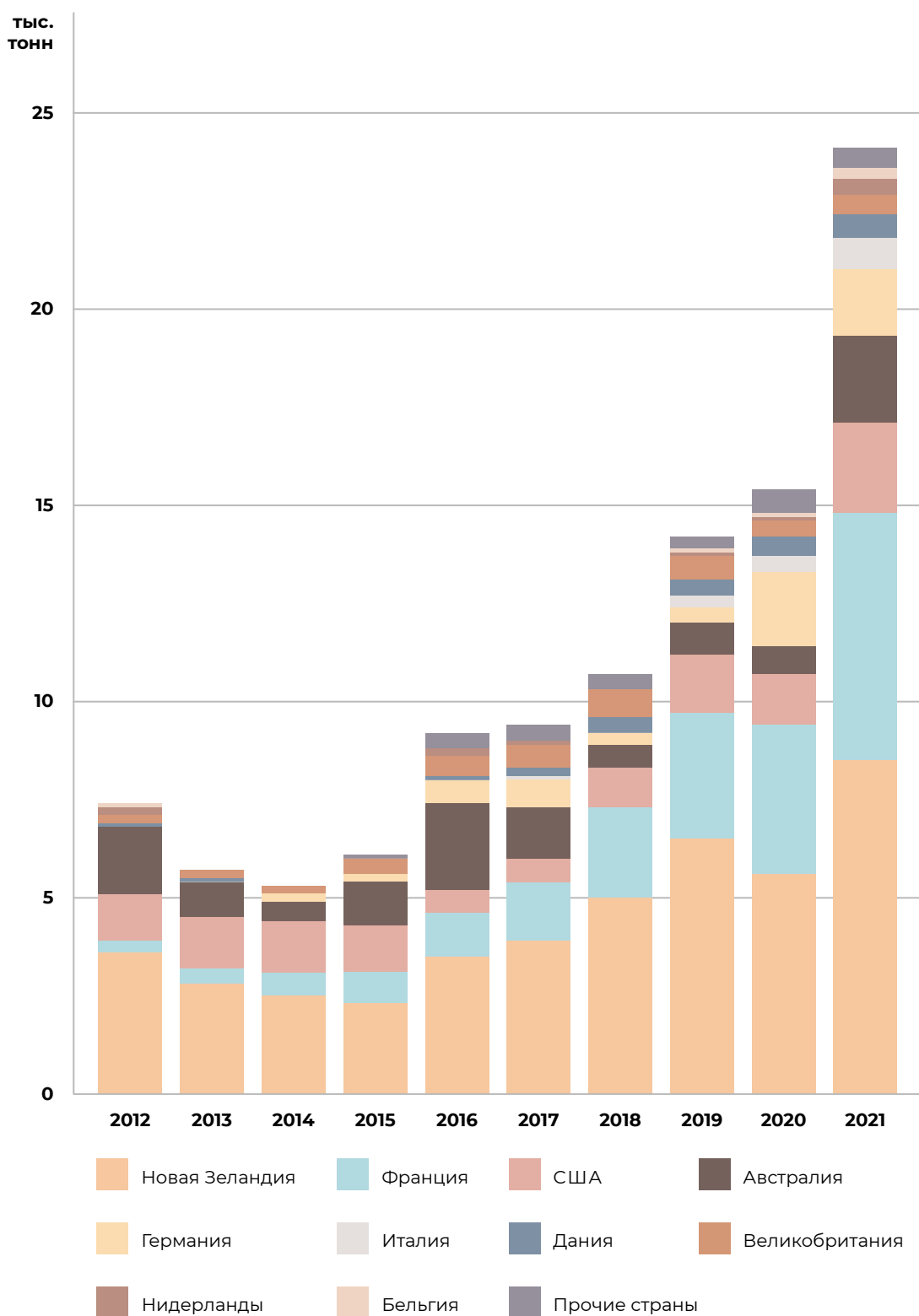
Табл. 16. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Новая Зеландия	3,6	2,8	2,5	2,3	3,5	3,9	5,0	6,5	5,6	8,5	35,4
2	Франция	0,3	0,4	0,6	0,8	1,1	1,5	2,3	3,2	3,8	6,3	26,0
3	США	1,2	1,3	1,3	1,2	0,6	0,6	1,0	1,5	1,3	2,3	9,7
4	Австралия	1,7	0,9	0,5	1,1	2,2	1,3	0,6	0,8	0,7	2,2	9,2
5	Германия	0,0	0,0	0,2	0,2	0,6	0,7	0,3	0,4	1,9	1,7	7,0
6	Италия	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,4	0,8	3,3
7	Дания	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,4	0,4	0,5	0,6	2,5
8	Великобритания	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,6	0,4	0,5	2,2
9	Нидерланды	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,4	1,5
10	Бельгия	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	1,1
	Прочие страны	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4	0,4	0,4	0,3	0,6	0,5	2,1
	<b>Итого</b>	<b>7,4</b>	<b>5,6</b>	<b>5,3</b>	<b>6,2</b>	<b>9,3</b>	<b>9,4</b>	<b>10,7</b>	<b>14,3</b>	<b>15,3</b>	<b>24,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Рис. 33. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

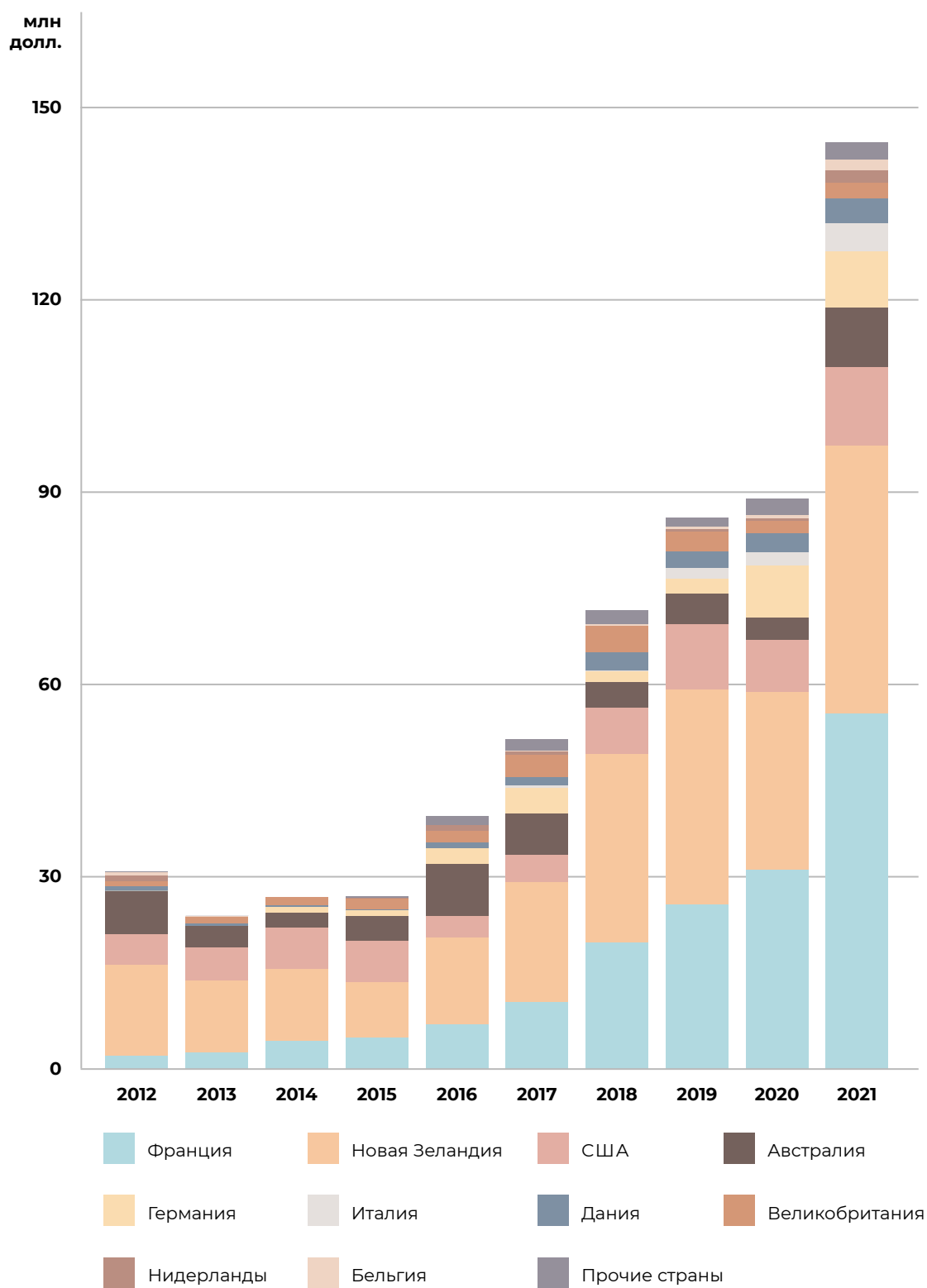
Табл. 17. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Франция	2,1	2,7	4,4	5,0	7,0	10,5	19,8	25,7	31,1	55,5	38,3
2	Новая Зеландия	14,1	11,1	11,2	8,6	13,5	18,6	29,4	33,4	27,5	41,4	28,6
3	США	4,8	5,2	6,5	6,4	3,4	4,3	7,2	10,3	8,3	12,6	8,7
4	Австралия	6,8	3,3	2,2	3,9	8,1	6,5	3,9	4,8	3,5	9,3	6,5
5	Германия	0,0	0,0	1,0	0,8	2,4	3,9	1,8	2,3	8,2	8,8	6,1
6	Италия	0,0	—	0,0	0,0	0,1	0,5	0,1	1,7	2,0	4,4	3,0
7	Дания	0,7	0,4	0,2	0,2	0,8	1,2	2,8	2,6	3,0	3,8	2,6
8	Великобритания	0,8	1,0	1,3	1,6	1,9	3,6	4,1	3,0	1,9	2,5	1,8
9	Нидерланды	0,8	0,1	0,0	0,2	0,8	0,5	0,0	0,4	0,5	2,0	1,4
10	Бельгия	0,6	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	0,5	0,4	1,6	1,1
	Прочие страны	0,1	0,0	0,0	0,3	1,3	1,7	2,2	1,4	2,7	2,8	1,9
	<b>Итого</b>	<b>30,7</b>	<b>24,0</b>	<b>26,9</b>	<b>26,9</b>	<b>39,3</b>	<b>51,2</b>	<b>71,5</b>	<b>86,1</b>	<b>88,9</b>	<b>144,8</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Рис. 34. Импорт сливочного масла и прочих молочных жиров Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

Средняя импортная цена Южной Кореи за тонну сливочного масла и в 2021 г. составила более 6 тыс. долл. США. Самые дорогие поставки были зафиксированы из Франции и Бельгии. Наиболее дешевая продукция поступала из Австралии.

Табл. 18. Средняя импортная цена сливочного масла по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., тыс. долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>4 156</b>	<b>4 246</b>	<b>5 043</b>	<b>4 349</b>	<b>4 222</b>	<b>5 430</b>	<b>6 658</b>	<b>6 025</b>	<b>5 815</b>	<b>6 007</b>	—
Франция	7 086	7 624	7 477	6 205	6 281	7 067	8 562	7 966	8 281	8 843	47,2
Бельгия	5 481	5 897	6 079	6 736	4 632	6 012	6 797	6 385	6 510	6 379	6,2
Дания	6 949	7 542	8 510	6 245	5 883	6 403	7 192	6 918	6 310	6 291	4,7
Италия	6 190	—	7 869	6 857	6 887	5 749	7 944	5 501	4 845	5 565	-7,4
Нидерланды	4 144	6 060	—	3 766	3 584	5 807	—	5 187	6 122	5 524	-8,0
США	3 944	4 083	5 009	5 147	6 075	6 696	6 941	6 754	6 258	5 388	-10,3
Германия	4 038	—	5 241	3 350	3 835	5 327	7 071	5 406	4 395	5 253	-12,5
Новая Зеландия	3 911	3 913	4 569	3 782	3 857	4 775	5 861	5 110	4 922	4 845	-19,3
Великобритания	4 422	5 450	5 526	4 165	3 690	5 935	6 260	5 235	4 213	4 816	-19,8
Австралия	4 098	3 725	4 294	3 687	3 653	4 945	6 673	5 768	4 713	4 196	-30,1

Источник: UN Comtrade

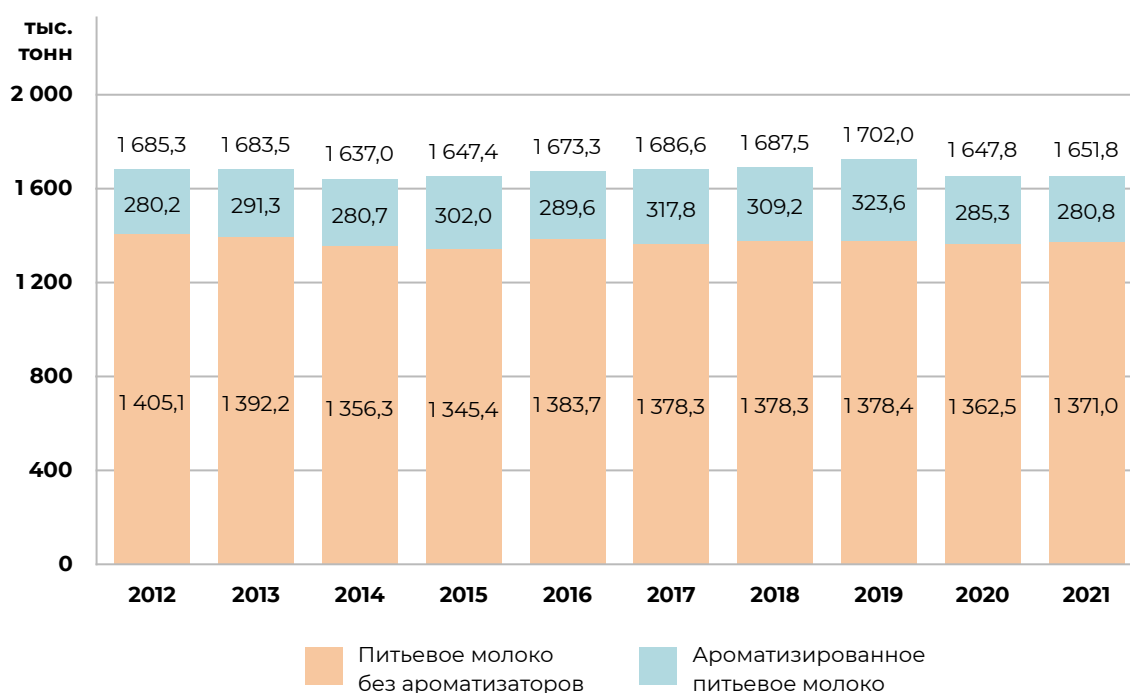
Примечание. Код ТН ВЭД 0405.

## 2.1.5. Питьевоое молоко и сливки

### Производство и потребление

На протяжении последних 10 лет производство питьевого молока в Южной Корее держится на уровне 1,6–1,7 млн тонн. В 2021 г. в стране было произведено 1,37 млн тонн питьевого молока без добавок и ароматизаторов и около 0,3 млн тонн ароматизированного молока.

Рис. 35. Производство питьевого молока в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

На долю розницы приходится большая часть объема продаж питьевого молока на рынке страны. Основные потребители молока — дети и подростки, но, поскольку из-за низкой рождаемости их доля в общей численности населения уменьшается, спрос на питьевоое молоко, согласно прогнозам, тоже будет снижаться. Вместе с тем постепенный рост потребления питьевого молока или напитков на основе молока среди взрослых компенсирует ожидаемое снижение спроса на молоко со стороны детей.

Спрос на молоко и сливки также будет все больше зависеть от востребованности функциональных продуктов и продуктов с добавленной стоимостью. Ожидается, что с ростом доходов и заботы жителей страны о своем здоровье более востребованными станут продукты премиум-класса, такие как органические молочные продукты, соответствующие принципам гуманного отношения к животным и другим стандартам устойчивого развития.

## Экспорт и импорт

Экспорт питьевого молока и сливок Южной Кореи в 2021 г. составил 7,9 тыс. тонн на сумму 14,2 млн долл. США. Экспорт направлен в основном в Китай, на долю которого в 2021 г. пришлось более 94% экспортных поставок в натуральном и стоимостном выражении.

Импорт питьевого молока и сливок Республики Корея незначителен (составляет около 3% потребления), хотя и показывает заметный рост с 2015 г. В 2021 г. объем поставок составил 58,7 тыс. тонн или 124,6 млн долл. США, что в два раза превышает показатель 2016 г.

Рис. 36. Импорт питьевого молока и сливок Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Около 90% объема импорта питьевого молока и сливок приходится на страны ЕС, среди которых лидируют Польша, Италия, Франция и Германия. Причем Франция — долгосрочный торговый партнер, поставки из этой страны стабильны на протяжении последнего десятилетия. Импорт питьевого молока и сливок из Италии и Германии начал расти с 2016 г. и за пять лет увеличился в 2 и 3 раза соответственно. Польша нарастила поставки в последние несколько лет с 1 тыс. тонн в 2018 г. до 15,2 тыс. тонн в 2021 г., став самым крупным поставщиком в натуральном выражении. Но продукция Польши по цене в 3-4 раза ниже продукции из других стран ЕС.

Табл. 19. Импорт питьевого молока и сливок Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

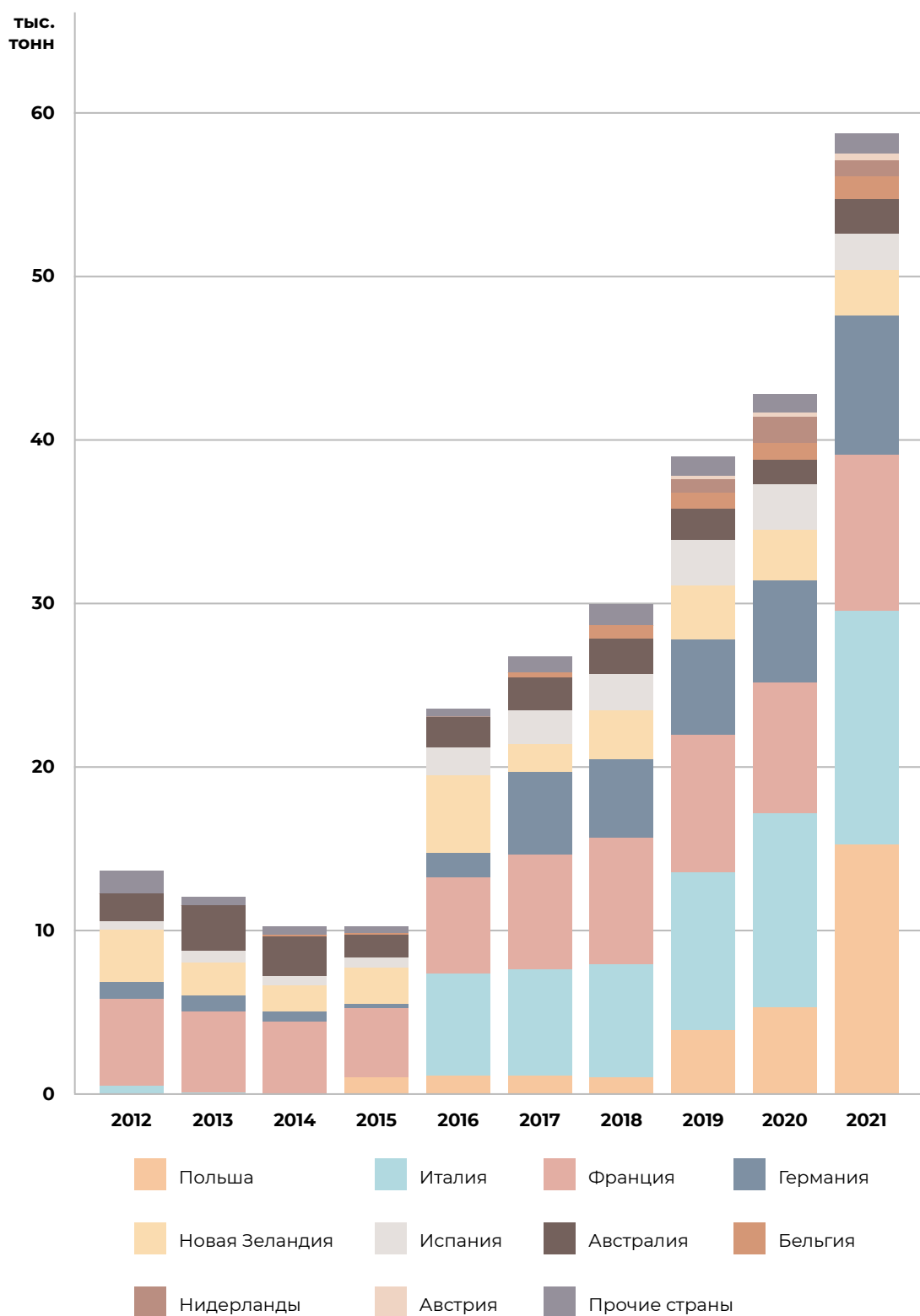
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Польша	0,0	—	0,0	1,0	1,1	1,1	1,0	3,9	5,3	15,2	25,9
2	Италия	0,5	0,1	0,0	0,0	6,2	6,5	6,9	9,6	11,8	14,3	24,4
3	Франция	5,3	4,9	4,4	4,2	5,9	7,0	7,7	8,4	8,0	9,5	16,2
4	Германия	1,0	1,0	0,6	0,3	1,5	5,0	4,8	5,8	6,2	8,5	14,5
5	Новая Зеландия	3,2	2,0	1,6	2,2	4,7	1,7	3,0	3,3	3,1	2,8	4,8
6	Испания	0,5	0,7	0,6	0,6	1,7	2,1	2,2	2,8	2,8	2,2	3,7
7	Австралия	1,7	2,8	2,4	1,4	1,9	2,0	2,2	1,9	1,5	2,1	3,6
8	Бельгия	0,0	—	0,1	0,1	0,0	0,3	0,8	1,0	1,0	1,4	2,4
9	Нидерланды	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	1,6	1,0	1,7
10	Австрия	—	—	—	0,0	0,0	—	0,0	0,2	0,3	0,4	0,7
	Прочие страны	1,4	0,5	0,5	0,4	0,5	1,0	1,3	1,2	1,1	1,2	2,0
	<b>Итого</b>	<b>13,5</b>	<b>12,1</b>	<b>10,3</b>	<b>10,2</b>	<b>23,4</b>	<b>26,7</b>	<b>29,9</b>	<b>38,8</b>	<b>42,6</b>	<b>58,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.



Рис. 37. Импорт питьевого молока и сливок Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

Табл. 20. Импорт питьевого молока и сливок Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

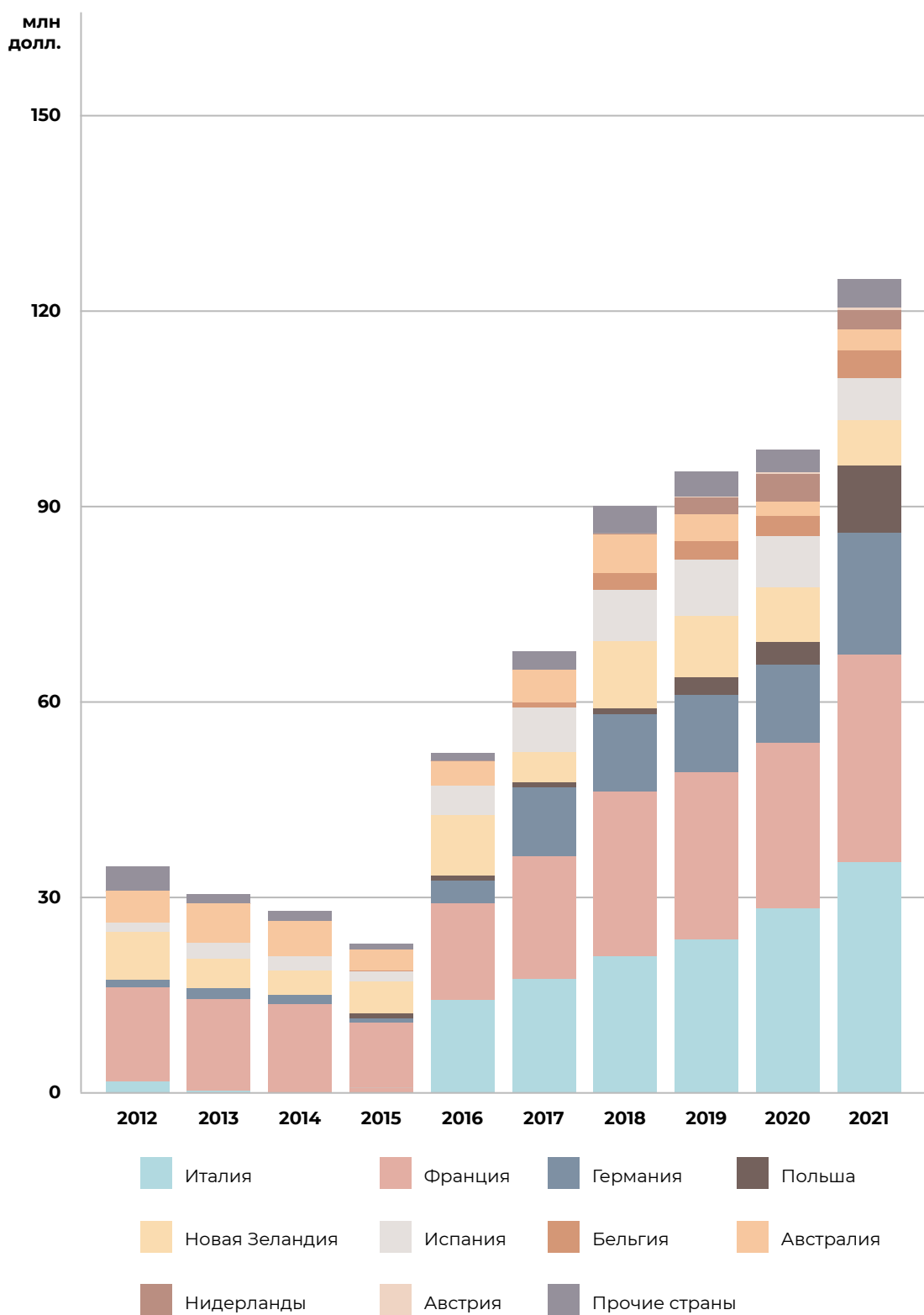
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Италия	1,8	0,3	0,1	0,0	14,2	17,4	20,9	23,5	28,3	35,4	28,4
2	Франция	14,3	14,1	13,4	10,8	14,8	18,9	25,3	25,6	25,3	31,7	25,4
3	Германия	1,1	1,6	1,4	0,7	3,5	10,6	11,9	11,9	12,0	18,9	15,1
4	Польша	0,0	—	0,0	0,7	0,7	0,7	0,8	2,6	3,4	10,1	8,1
5	Новая Зеландия	7,4	4,6	3,8	4,8	9,3	4,6	10,2	9,4	8,4	6,9	5,6
6	Испания	1,4	2,4	2,1	1,5	4,5	6,8	7,9	8,6	7,9	6,5	5,2
7	Бельгия	0,0	—	0,2	0,3	0,0	0,8	2,6	2,9	3,1	4,3	3,4
8	Австралия	4,9	6,0	5,3	3,1	3,8	5,0	5,9	4,1	2,1	3,2	2,5
9	Нидерланды	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	2,6	4,3	2,9	2,3
10	Австрия	—	—	—	0,0	0,0	—	0,0	0,1	0,2	0,4	0,3
	Прочие страны	3,8	1,5	1,5	0,9	1,2	2,8	4,2	3,8	3,6	4,3	3,5
	<b>Итого</b>	<b>34,8</b>	<b>30,5</b>	<b>27,8</b>	<b>22,8</b>	<b>52,1</b>	<b>67,6</b>	<b>89,9</b>	<b>95,3</b>	<b>98,5</b>	<b>124,6</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.



Рис. 38. Импорт питьевого молока и сливок Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



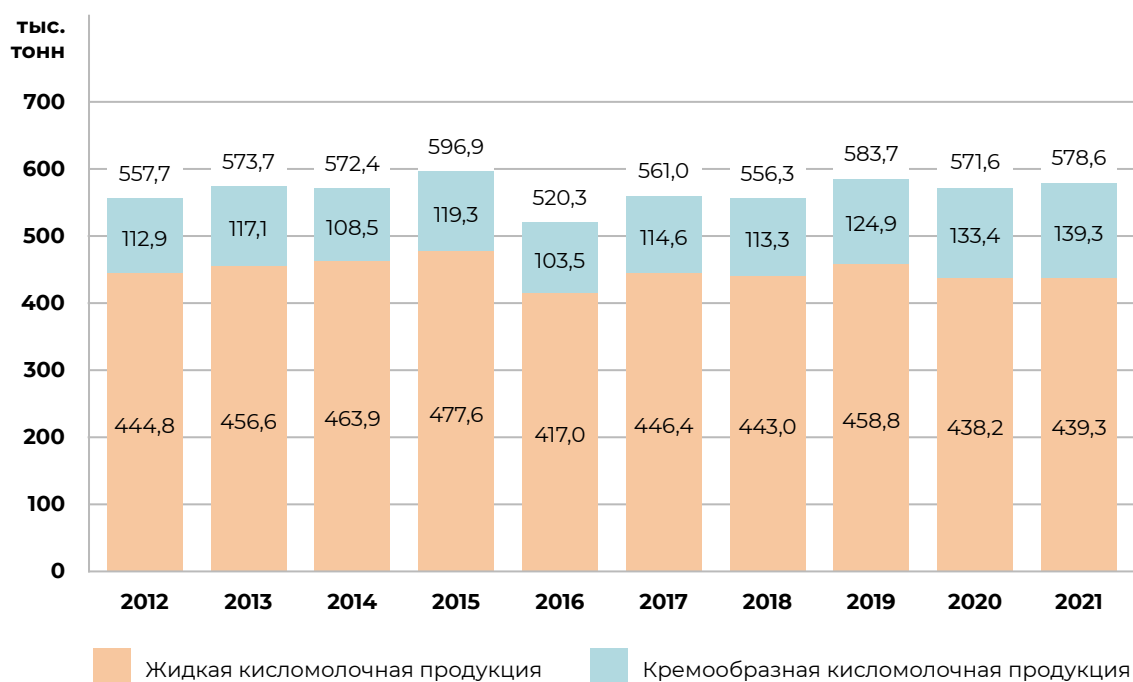
Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0401.

## 2.1.6. Кисломолочная продукция

В 2021 г. производство кисломолочной продукции в Республике Корея составило 578,6 тыс. тонн, причем в основном была произведена жидкая кисломолочная продукция (76% от общего объема). Пик производства был зафиксирован в 2015 г. (596,9 тыс. тонн), когда в стране было произведено максимальное количество сырого молока за последние 8 лет.

Рис. 39. Производство кисломолочной продукции в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

Потребление полностью обеспечивается внутренним производством. Импорт составляет меньше 1% от потребления, при этом экспорт — также меньше 1% от производства.

В 2021 г. объем продаж йогурта в стоимостном выражении увеличился на 2% по сравнению с прошлым годом. Согласно данным Euromonitor International, в 2021 г. рынок йогурта в Южной Корее оценивался на уровне 1 941,5 млрд корейских вон (1,7 млрд долл. США), наиболее популярный кисломолочный продукт в стране — якульт (yakult).

### Пробиотический напиток yakult

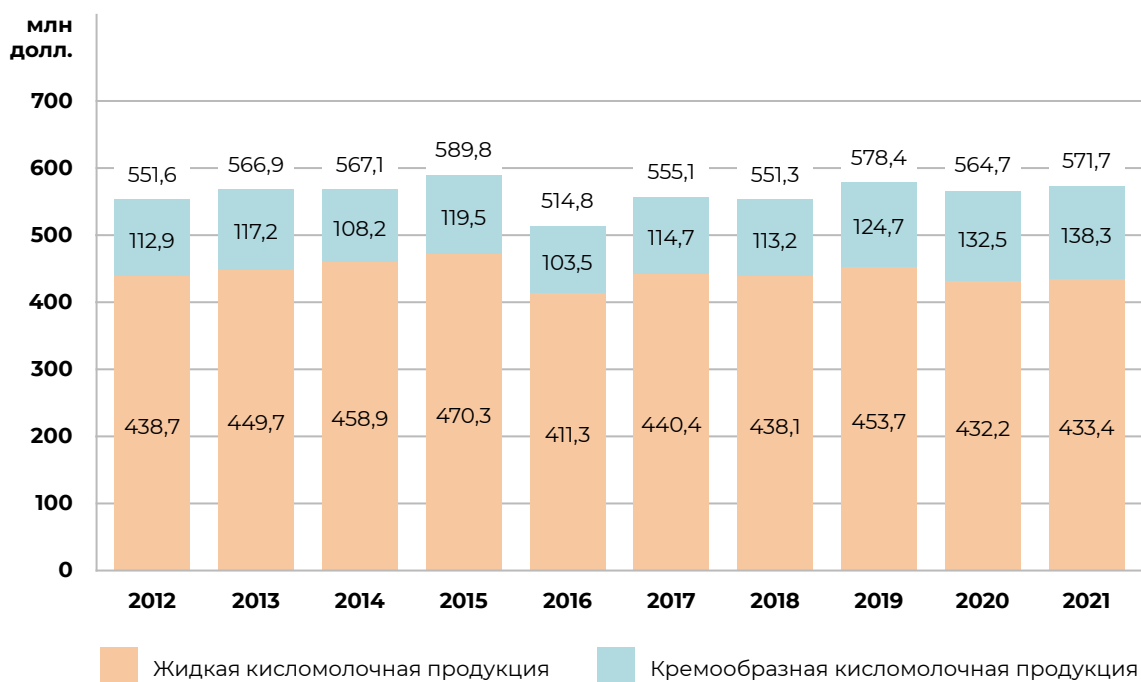
Сладковатый напиток в маленькой бутылочке бледно-персикового цвета уже более 40 лет является любимым напитком корейцев с собственной культурой Yakult ajumma (тетушки yakult). Yakult имеет японское происхождение. Напиток изготавливают из сухого обезжиренного молока с добавлением глюкозы и пробиотической культуры. Yakult стал первым кисломолочным напитком, выпущенным в Корее в 1971 г. Именно тогда появилась форма продаж «от двери к двери», когда в качестве продавцов нанимались домохозяйки, известные своими желтыми куртками, шляпками и сумками Yakult. Они приносили популярные напитки прямо на порог, и их стали называть Yakult ajummas (тетушки yakult). Сегодня в прямых продажах yakult занято около 11 тыс. продавцов (в 1971 г. было 47 продавцов)<sup>1</sup>.

Пробиотический напиток yakult производится компанией Korea Yakult Co., Ltd., расположенной в Сеочо-гу (г. Сеул). Компания основана в 1969 г. и является одним из крупнейших в стране производителей напитков и молочных продуктов.



<sup>1</sup> <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200622000899>

Рис. 40. Потребление кисломолочной продукции в Республике Корея, 2012–2021 гг., тыс. тонн

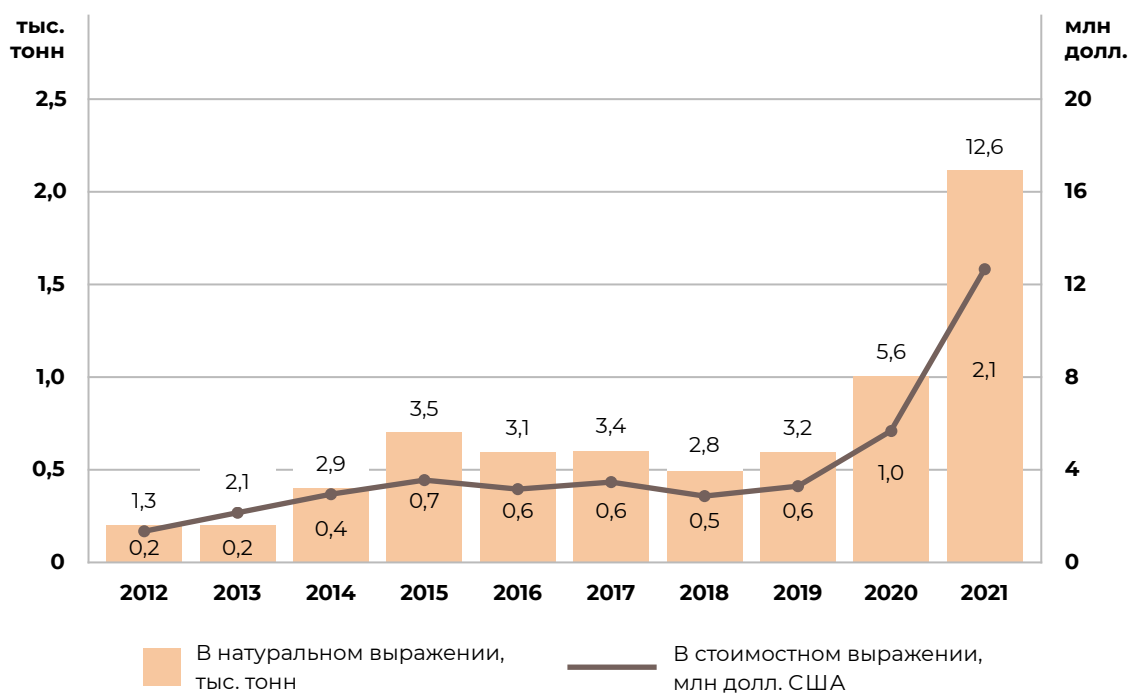


Источник: Статистическая служба Республики Корея (KOSIS), Korea Dairy Committee

Импорт кисломолочной продукции (код ТН ВЭД 0403) Республики Корея незначительный. Так, в 2021 г. поставки составили 2,1 тыс. тонн на сумму 12,6 млн долл. США, что по сравнению с предыдущим годом выше в два раза.

Крупнейшими поставщиками кисломолочной продукции являются США и страны ЕС, на которые приходится 75% и 24% в натуральном и 67% и 32% в стоимостном выражении соответственно.

Рис. 41. Импорт кисломолочной продукции Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0403.

Объемы экспорта кисломолочной продукции Республики Корея ежегодно снижаются и в 2021 г. составили 3,9 тыс. тонн на сумму 6,5 долл. США. Поставки в основном направлены в США, Канаду и Китай.

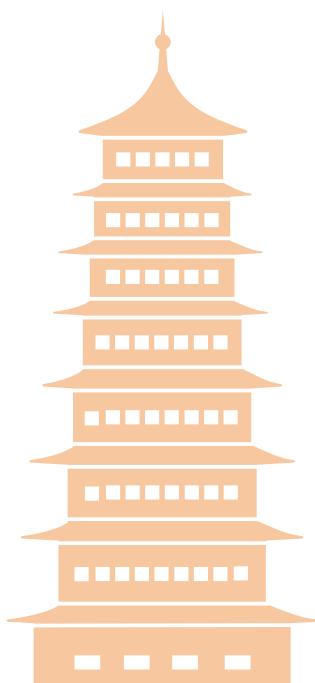


Рис. 42. Экспорт кисломолочной продукции Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 0403.

## 2.1.7. Мороженое

### Производство и потребление

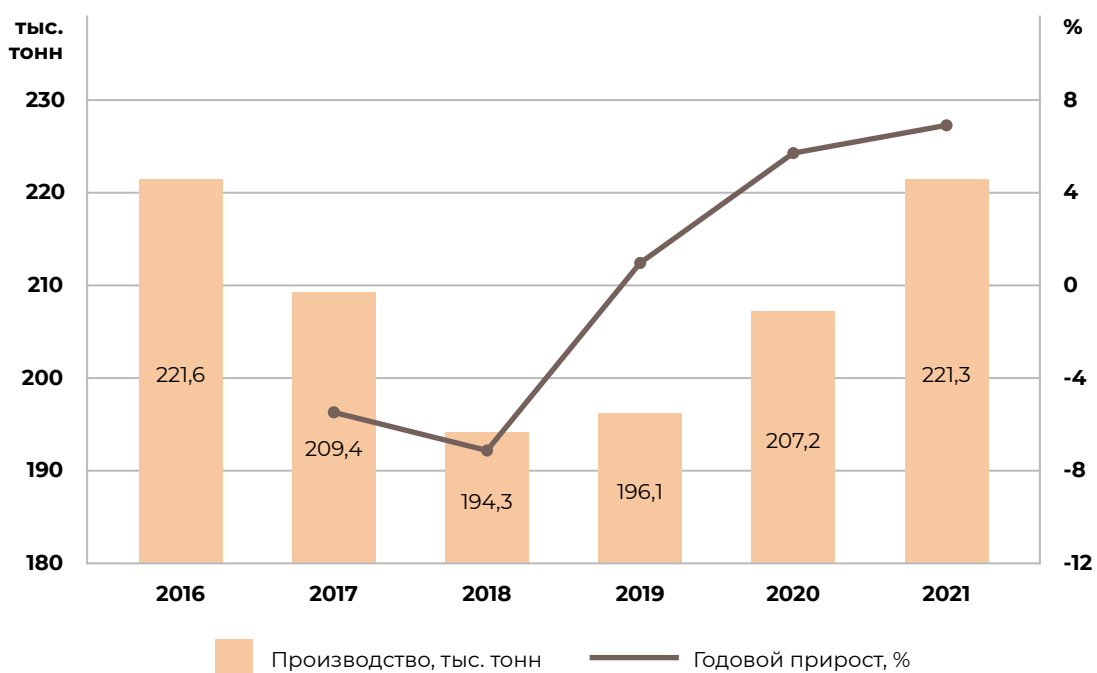
Согласно данным Euromonitor, в 2021 г. рынок мороженого и замороженных десертов в Южной Корее оценивался в 1,48 млрд долл. США. И производство, и потребление мороженого в стране до пандемии имело тенденцию к снижению из-за уменьшения доли детей в общей численности населения страны, старения населения и растущей популярности прохладительных напитков со льдом, заменяющих мороженое (например, кофе со льдом), а также замороженных десертов без молока (например, строганого льда с сиропом).

Тенденцию удалось переломить благодаря появлению нового офлайн-канала сбыта — автономных («беспилотных») магазинов мороженого. Беспилотные магазины мороженого — сеть торговых точек системы самообслуживания, ориентированных в первую очередь на продажу мороженого в жилых районах. Приемлемая цена, а также круглосуточная работа еще больше способствовали популярности этого канал покупок мороженого.



Электронная коммерция также продолжает увеличивать свою долю продаж, особенно мороженого на дом. Компания Baskin-Robbins запустила свою платформу онлайн-продаж мороженого, включающую подписку на новые вкусы, которые они стали выпускать каждый первый день месяца.

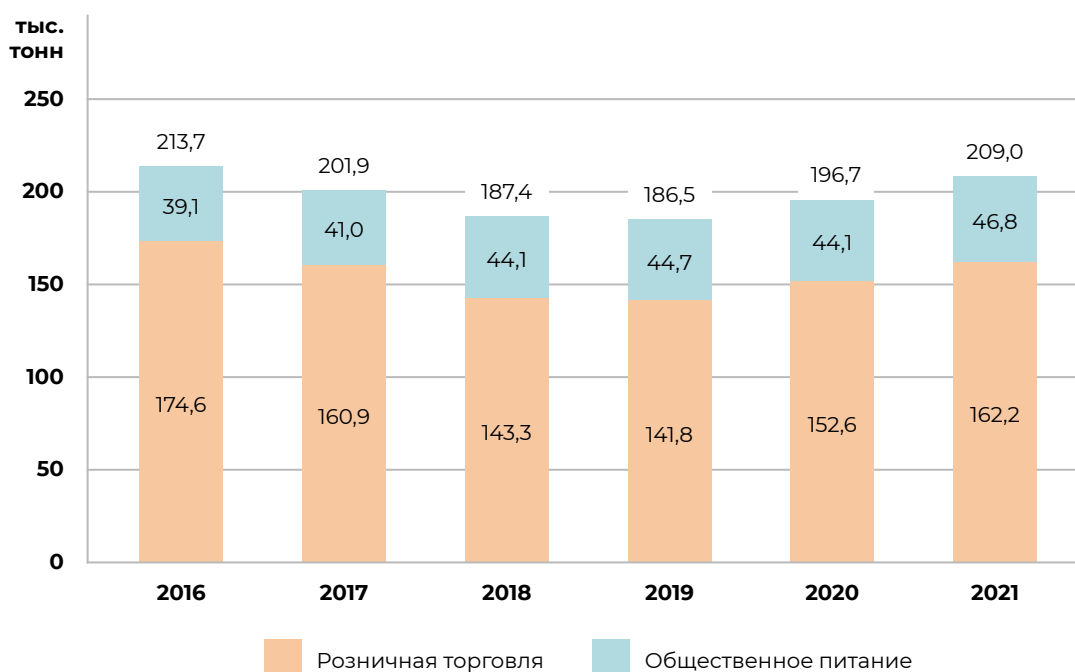
Рис. 43. Производство мороженого в Республике Корея, 2016–2021 гг.



Источник: Euromonitor International по данным Ассоциации производителей молочной продукции Южной Кореи, консультации с отраслевыми экспертами



Рис. 44. Потребление мороженого в Республике Корея по каналам реализации в натуральном выражении, 2016–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Euromonitor International по данным Ассоциации производителей молочной продукции Южной Кореи, консультации с отраслевыми экспертами

## Новые тенденции на рынке мороженого

### Популярность ретро вкусов

На фоне популярности «нового ретро» в Южной Кореи производители мороженого начинают выпускать линейки традиционных вкусов — кукуруза, черный кунжут и тофу. Такие вкусы ассоциируются с ностальгическими воспоминаниями у пожилых потребителей и с новым опытом — у молодых. По прогнозам аналитиков, в этом сегменте продолжится рост.

### Услуги доставки мороженого

Еще несколько лет назад мороженое покупали преимущественно офлайн. С современной системой доставки замороженных продуктов потребители могут использовать онлайн-платформы для удобного заказа и доставки на дом. Например, компания Baskin Robbins осуществляет доставку через пять различных приложений. Магазины товаров повседневного спроса также подключаются к системе доставки мороженого.

### Автономные магазины самообслуживания в жилых районах

Круглосуточный канал продаж мороженого по самым доступным ценам.

## Экспорт и импорт

Экспорт мороженого Южной Кореи увеличивается ежегодно: в 2021 г. объем составил 21,0 тыс. тонн на сумму 72,4 млн долл. США. Южнокорейское мороженое, в основном, экспортируется в США, Канаду, Китай и на Филиппины, на которые в 2021 г. пришлось более 65% поставок данной продукции в натуральном выражении и 60% в стоимостном. Экспорт мороженого практически в 2 раза превышает импорт в натуральном выражении и в 1,5 раза — в стоимостном.

Рис. 45. Экспорт мороженого Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

В 2021 г. импорт мороженого Республики Корея достиг 10,7 тыс. тонн или 51,8 млн долл. США, что на 15% больше по сравнению с предыдущим годом в натуральном и стоимостном выражении. Импорт стабильно растет со среднегодовым темпом в 11%.

Рис. 46. Импорт мороженого Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

Самыми крупными поставщиками мороженого в Южную Корею являются Франция и США, с долями по стоимости 37,3% и 37,2% соответственно. В 2020 г. на рынке Южной Кореи появился новый игрок — Таиланд, на долю которого пришлось 25,6% импорта в натуральном выражении и 11,8% в стоимостном.

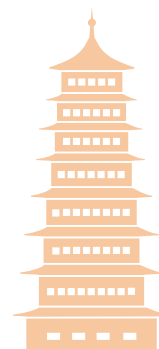


Табл. 21. Импорт мороженого Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

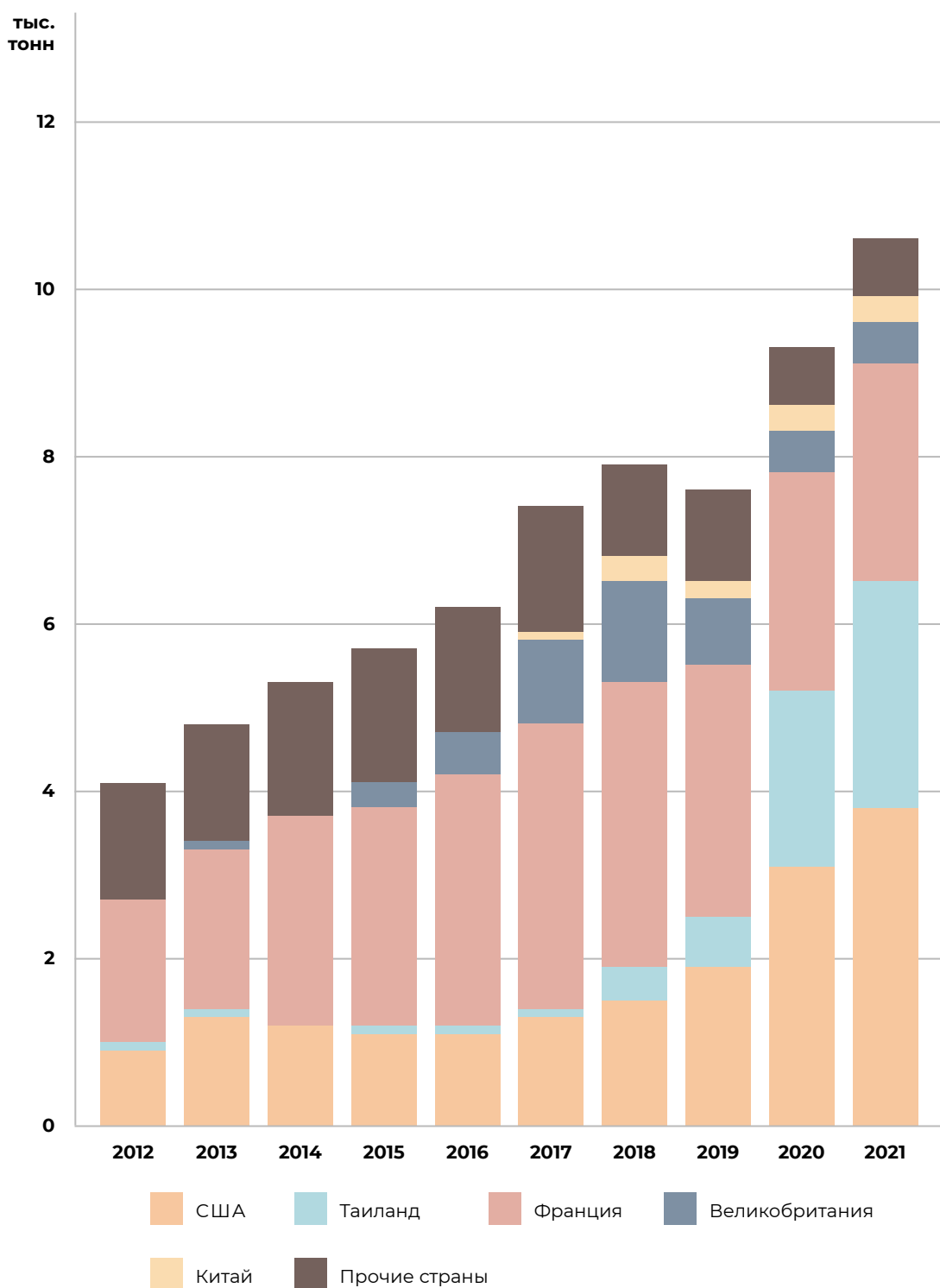
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	0,9	1,3	1,2	1,1	1,1	1,3	1,5	1,9	3,1	3,8	36,1
2	Таиланд	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,4	0,6	2,1	2,7	25,6
3	Франция	1,7	1,9	2,5	2,6	3,0	3,4	3,4	3,0	2,6	2,6	24,1
4	Великобритания	0,0	0,1	0,0	0,3	0,5	1,0	1,2	0,8	0,5	0,5	4,3
5	Китай	0,0	0,0	0,0	—	0,0	0,1	0,3	0,2	0,3	0,3	3,0
	Прочие страны	1,4	1,4	1,6	1,6	1,5	1,5	1,1	1,1	0,7	0,7	6,9
	<b>Итого</b>	<b>4,1</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>5,7</b>	<b>6,3</b>	<b>7,4</b>	<b>7,9</b>	<b>7,5</b>	<b>9,2</b>	<b>10,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.



Рис. 47. Импорт мороженого Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

Табл. 22. Импорт мороженого Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

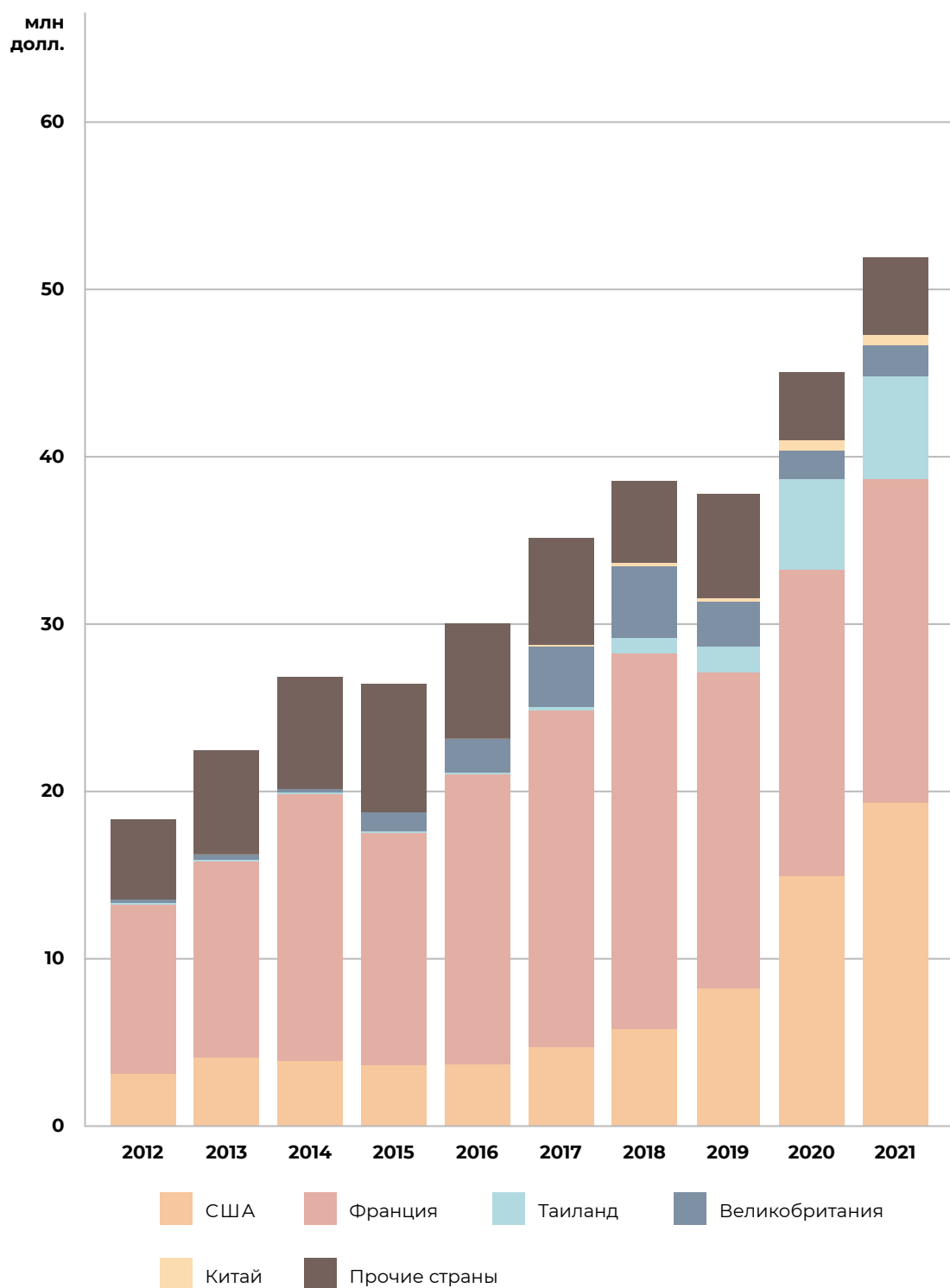
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	США	3,1	4,1	3,9	3,6	3,7	4,7	5,8	8,2	14,9	19,3	37,3
2	Франция	10,1	11,7	15,9	13,9	17,3	20,1	22,4	18,9	18,3	19,3	37,2
3	Таиланд	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,9	1,5	5,4	6,1	11,8
4	Великобритания	0,2	0,3	0,2	1,1	2,0	3,6	4,3	2,7	1,7	1,9	3,6
5	Китай	0,0	0,0	0,0	—	0,0	0,1	0,2	0,2	0,6	0,6	1,3
	Прочие страны	4,8	6,2	6,7	7,7	6,9	6,4	4,9	6,2	4,1	4,6	8,8
	<b>Итого</b>	<b>18,4</b>	<b>22,4</b>	<b>26,8</b>	<b>26,5</b>	<b>29,9</b>	<b>35,0</b>	<b>38,5</b>	<b>37,8</b>	<b>45,0</b>	<b>51,8</b>	<b>100,0</b>

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.



Рис. 48. Импорт мороженого Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.



Средняя импортная цена Южной Кореи за тонну мороженого в 2021 г. составила 4 856 долл. США. Самое дорогое мороженое поставлялось из Франции — 7 481 долл. США, более дешевые продукция — из Таиланда (2 240 долл. США).

Табл. 23. Средняя импортная цена мороженого по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
Средняя цена	4 482	4 719	4 937	4 674	4 746	4 726	4 867	5 035	4 875	4 856	—
Франция	5 952	6 100	6 413	5 470	5 785	5 994	6 511	6 376	7 138	7 481	54,1
США	3 417	3 238	3 106	3 268	3 213	3 508	3 950	4 310	4 873	5 019	3,4
Великобритания	4 376	5 396	4 563	3 418	3 594	3 535	3 685	3 499	3 493	4 111	-15,3
Таиланд	1 745	1 750	1 853	2 005	2 026	2 210	2 057	2 673	2 601	2 240	в 2,2 раза

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 2105.

## 2.2. Потребительские предпочтения

### Традиционный завтрак не включает молочные продукты

Южнокорейцы обычно едят одинаковые блюда на завтрак, обед и ужин. В типичный рацион входят рис, ячмень, суп, кимчи<sup>2</sup> и различные закуски — панчан<sup>3</sup> с рыбой, мясом, овощами. Некоторые молочные продукты употребляются днем или вечером, например молоко и сыры для перекуса или йогурт

<sup>2</sup> Кимчи (кимчи) — остро приправленные квашеные овощи, чаще всего пекинская капуста.

<sup>3</sup> Панчан (банчан, панчан, банчан) — это общее название различных закусок и салатов к основному блюду, подается в небольших неглубоких тарелках.

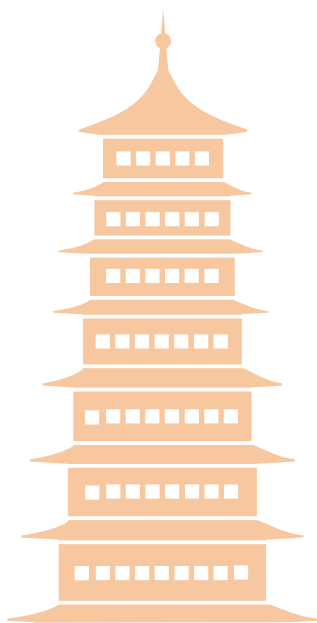
на десерт. С ростом популярности кофе увеличилось потребление молока, хотя наиболее доступным видом кофе является растворимый напиток со сливками из растительных жиров.

## **Потребление йогурта**

Среди молочных продуктов растет потребление йогуртов, особенно питьевых с лактобактериями. Йогурт особенно популярен среди женщин в качестве снека или добавки при смешивании других продуктов. Кроме того, рост потребления йогуртов обусловлен повышенным вниманием потребителей к здоровому образу жизни и предпочтениями в отношении йогурта с различными наполнителями. Густой йогурт популярен в Южной Корее в качестве снека. Натуральный йогурт пользуется устойчивым спросом благодаря высокому содержанию лактобактерий. В такой йогурт удобно добавлять орехи и фрукты по своему вкусу. Например, натуральный йогурт с гранолой от бренда Maeil Dairy популярен среди офисных работников, а также в качестве домашнего завтрака.

## **Популярность растительных напитков**

Под влиянием мирового тренда на здоровый образ жизни предпочтения южнокорейских потребителей постепенно смещаются в сторону сбалансированного питания и вегетарианства (веганства). Соответственно, увеличивается потребление растительных напитков. Переключение на низкокалорийные диеты также повышает спрос и потребление, например, миндального «молока», которое менее калорийно, чем соевое. Низкокалорийные альтернативные растительные напитки особенно привлекательны для женщин. Новым трендом становится веганская выпечка с кофе латте на растительной основе. В элитных пекарнях большой популярностью пользуются десерты без молока. В то же время тенденция потребления растительных напитков вряд ли окажет существенное влияние на уровень потребления молочной продукции в среднесрочной перспективе, особенно учитывая существующие традиции потребления напитков на растительной основе в Азии.



### Тенденции потребления

- Доля молочных продуктов в ежедневном рационе южнокорейцев не столь значительна. Так, потребление сырого молока на душу населения составляет 89,7 кг в год. Вместе с тем популярность сыров постепенно растет благодаря новой маркетинговой стратегии, позиционирующей сыр как продукт питания скорее для взрослых, чем для детей.
- Благодаря новому позиционированию молочной продукции доля ее потребления среди взрослого населения возрастает. Перспективный подход для повышения популярности молочных продуктов — обогащение их витаминами и микроэлементами. Обогащенные продукты, например йогурт с протеином или молоко с витаминами С и D, считаются более питательными и поэтому могут использоваться в качестве полноценной замены основной пищи.
- Новые стратегии в продвижении молочной продукции во многом обусловлены низким уровнем ее потребления в Южной Корее. Обогащенные молочные продукты — это удобная и простая еда. Йогурт употребляют люди всех возрастных групп, считая его не снеком, а биологически активной пищевой добавкой, которую полезно включать в ежедневный рацион.

## 2.3. Торгово-распределительная сеть

В сегменте розницы на рынке молочной продукции в Южной Корее наиболее активно развиваются крупные ритейлеры. Заметно растет популярность электронной торговли. Ритейлер E-Mart, один из лидеров розничного рынка, имеет самый быстрорастущий канал онлайн-продаж в стране. Согласно оценкам Euromonitor International, в 2021 г. на долю магазинов разных форматов (супер- и гипермаркеты, магазины шаговой доступности) пришлось около 80–90% розничных продаж молочной продукции, в то время как остальной объем торговли составили продажи через интернет.

## Супер- и гипермаркеты

Магазины этого формата являются основным каналом розничных продаж продуктов питания, в том числе молочной продукции.

### Ассортимент и цены<sup>4</sup>

- Молоко продается в упаковках по 200 мл, 500 мл и 1 000 мл в пластиковых бутылках или картонных упаковках Tetra Pak. Средняя цена за литр составляет 2,1 долл. США.
- Самые потребляемые виды сыра — моцарелла, чеддер, пармезан и фета. Продаются в упаковках массой 200 г, 300 г и 600 г. Средняя цена за 100 г — 3,5 долл. США.

### Маркетинг

- Видеореклама на телевидении и цифровых щитах (билбордах).
- Эксклюзивные тематические продуктовые мероприятия в сотрудничестве с поставщиками.
- Акции по продвижению новых импортных товаров.
- Плакаты в магазинах с информацией о скидках и распродажах.

### Ведущие игроки

- **Nonghyup Hanaro Mart** — крупнейшая продуктовая торговая сеть в Южной Корее (около 2 420 супермаркетов); часто проводит акции и предоставляет скидки на молочную продукцию местного производства.
- **E-Mart** — самый крупный продуктовый ритейлер в Южной Корее; имеет 158 магазинов, а также магазины-склады Traders (по типу Metro Cash&Carry), онлайн-магазины SSG, дискаунтеры No Brand.
- **Lotte Mart** — ведущая розничная сеть с собственным брендом молочной продукции, выпускаемой в партнерстве с южнокорейским производителем молока (113 супермаркетов).
- **Homeplus** — вторая по размеру сеть дискаунтеров в Южной Корее (148 торговых точек) предлагает широкий ассортимент товаров (включая продовольственные) с возможностью обмена и возврата продуктов, а также покупки через интернет.

---

<sup>4</sup> Цены представлены в качестве ориентира по состоянию на конец 2020 г. — начало 2021 г. на ограниченный ассортимент продукции. Для получения информации по актуальным ценам и более широкому ассортименту продукции рекомендуется обратиться к сайтам компаний.

- **Costco** — прямой поставщик импортной продукции (из США и ЕС), которая не продается в других продуктовых магазинах (16 торговых точек в стране).

## Магазины шаговой доступности

Магазины шаговой доступности увеличивают долю продаж молочной продукции и мороженого в ассортименте, поскольку молодое поколение потребителей в городах предпочитает небольшие торговые точки, где можно быстро совершить покупку.

### Ассортимент и цены

Порционное мороженое продается в рожках и брикетах, мороженое джелато<sup>5</sup> — в пластиковых контейнерах вместимостью 350 г, 650 г, 1 кг и 1,2 кг. Фасованное мороженое в стаканчиках и контейнерах стоит 7,5–24 долл. США в зависимости от объема, который варьируется от 250 мл до 1 л.

### Маркетинг

- Скидки при оплате через мобильные платежные системы.
- Плакаты в магазинах с информацией о скидках и распродажах.
- Запуск широкого ассортимента продукции под собственными торговыми марками.
- Совместная разработка продуктов с участием лидеров общественного мнения.

### Ведущие игроки

- **CU** работает круглосуточно и имеет около 15 тыс. торговых точек в Южной Корее.
- **GS25** имеет около 14,5 тыс. торговых точек в стране и отдел товарного планирования для молочной продукции и мороженого.
- **7-Eleven** — крупнейшая международная сеть (71 тыс. магазинов в Южной Корее), предлагает разнообразные молочные продукты с уникальным дизайном.

---

<sup>5</sup> Джелато содержит меньше молочных жиров и больше сахара, чем обычное мороженое; обладает плотной кремообразной консистенцией и медленнее тает благодаря меньшему содержанию воздуха.

- **E-Mart 24** — бренд ритейлера E-Mart с активной маркетинговой поддержкой (около 41 тыс. магазинов в стране).
- **Ministop** работает круглосуточно и имеет 2,6 тыс. торговых точек в Южной Корее.

## Электронная торговля

Онлайн-потребление набирает обороты и способствует развитию канала электронной торговли. Введение карантинных ограничений из-за пандемии COVID-19 увеличило динамику роста интернет-продаж.

### Ассортимент и цены

В магазине **Coupage** 1 л пастеризованного молока стоит 1,3 долл. США (1 700 вон); 2,3 л — 2,1 долл. США (2 650 вон); упаковка (907 г) тертого сыра пармезан — 16,4 долл. США (21 750 вон); крем-чиз Arla Natural (150 г) — 4,7 долл. США (6 300 вон).

### Маркетинг

- Специальные цены и бонусы при покупке набора продуктов (например, бесплатная доставка при покупке разных товаров одного бренда).
- Скидки при крупных или оптовых закупках.
- Ограниченные по времени акции с большими скидками.
- Реклама на телевидении с участием знаменитостей.
- Публикации в блогах и рекламные кампании в социальных сетях с привлечением лидеров общественного мнения.

### Ведущие игроки

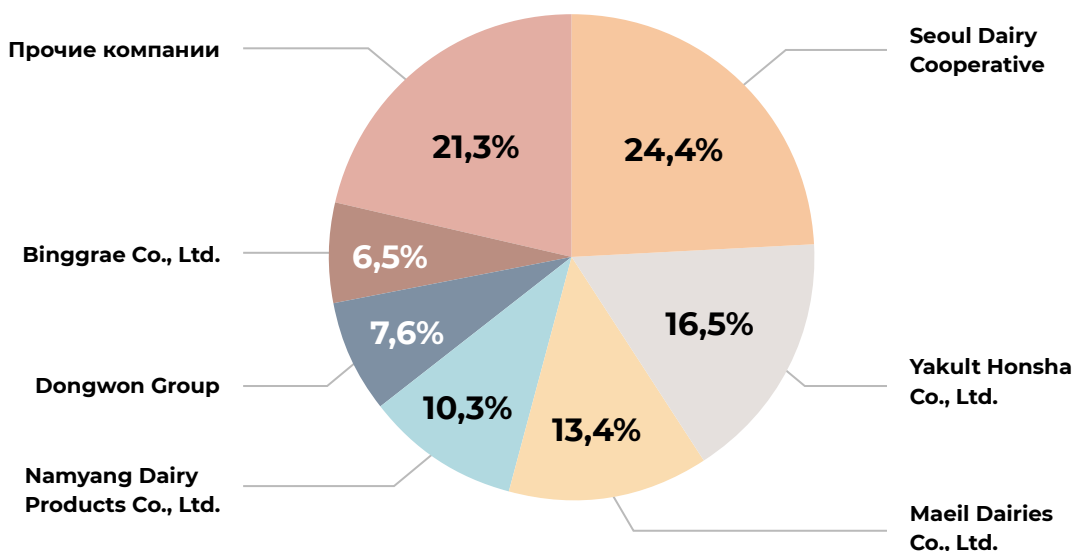
- **Coupage** — самый крупный интернет-магазин в Южной Корее, предлагающий быструю доставку и более низкие цены благодаря сильным рыночным позициям, которые позволяют компании совершать оптовые закупки на выгодных условиях.
- **SSG** — канал розничной онлайн-торговли ритейлера E-Mart, обеспечивающий взаимодействие с офлайн-магазинами через службы доставки. Показал самый высокий темп роста в 2020 г.
- **Gmarket** — одна из первых торговых онлайн-платформ, приобретенных eBay Korea.

- **WeMakePrice** — одна из крупнейших в стране торговых онлайн-платформ; практикует систему гарантии самой низкой цены (Lowest Price Compensation System), т.е. предоставляет скидки на товар по принципу «Нашли у конкурентов дешевле? Снизим цену или вернем разницу».

## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка

На южнокорейском рынке молочной продукции ведущие позиции занимают местные игроки, которые производят сырое молоко и молочную продукцию, а также являются дистрибьюторами и импортерами.

Рис. 49. Доли рынка основных производителей молочной продукции в Республике Корея, 2021 г., % (трлн вон)



Источник: <https://bit.ly/3sgrBzP>



**Seoul Dairy Cooperative**

Сайт: <https://bit.ly/3m14ND7>

Старейший и крупнейший поставщик молочной продукции в Южной Корее, производит высококачественное молоко (сорт высший, класс А). Компания ежедневно выпускает около 1,9 тыс. тонн сырого молока. Производственный кооператив объединяет свыше 2 тыс. фермерских хозяйств. Продукция выпускается для внутреннего потребления и экспортных поставок. Основной ассортимент включает молоко (цельное, ароматизированое), йогурт, сливочное масло, сыр.

Enjoy the Quality



**Namyang Dairy**

Сайт: <https://clck.ru/WqynQ>

Компания является одним из крупнейших производителей сырого молока в стране. Использует собственную GT-технология, которая позволяет улучшать натуральное молоко без адаптации компонентов, максимально сохраняя вкус и свежесть сырого молока. Компания также производит детские молочные смеси, йогурты, сыры, молочные напитки.



**Maeil Diaries**

Сайт: <https://www.maeil.com/eng/>

Динамично развивающаяся южнокорейская компания по производству качественной молочной продукции. Выполняет полный цикл производства — от получения и переработки молока (молоко, йогурт, сыр) до пищевых продуктов (детские смеси, детское питание, функциональные продукты питания) и напитков (кофе, сок, соевое молоко).



**Binggrae**

Сайт: <https://www.bing.co.kr/en>

Южнокорейская компания, занимающаяся производством и дистрибуцией молочной продукции. В основном производит и продает охлажденные и замороженные продукты питания, включая молоко, йогурты, кисломолочные продукты, а также растительные напитки Yorlait, Banana Flavored Milk и др. Выпускает мороженое под торговыми марками Melona, Together, B.V.BIG, Samanco, Pangtoa, напитки (кофе, фруктовый сок) и снеки (печенье, йогуртовое желе).

**LOTTE FOODS**

**Lotte Foods**

Сайт: <https://bit.ly/3i7mCRi>

Lotte Foods — ведущий производитель отрасли на протяжении последних 60 лет. Продукция бренда популярна на внутреннем рынке продуктов питания. В дополнение к основному бренду пастеризованного молока Pasteur представлены бренды йогурта Quebyeon и детского питания With Mom, а также широкая линейка мороженого (Samkang Ice Bar, JjuJju Bar, Amatna, Daeji Bar, GooGoo), маргарин и шоколадное масло.



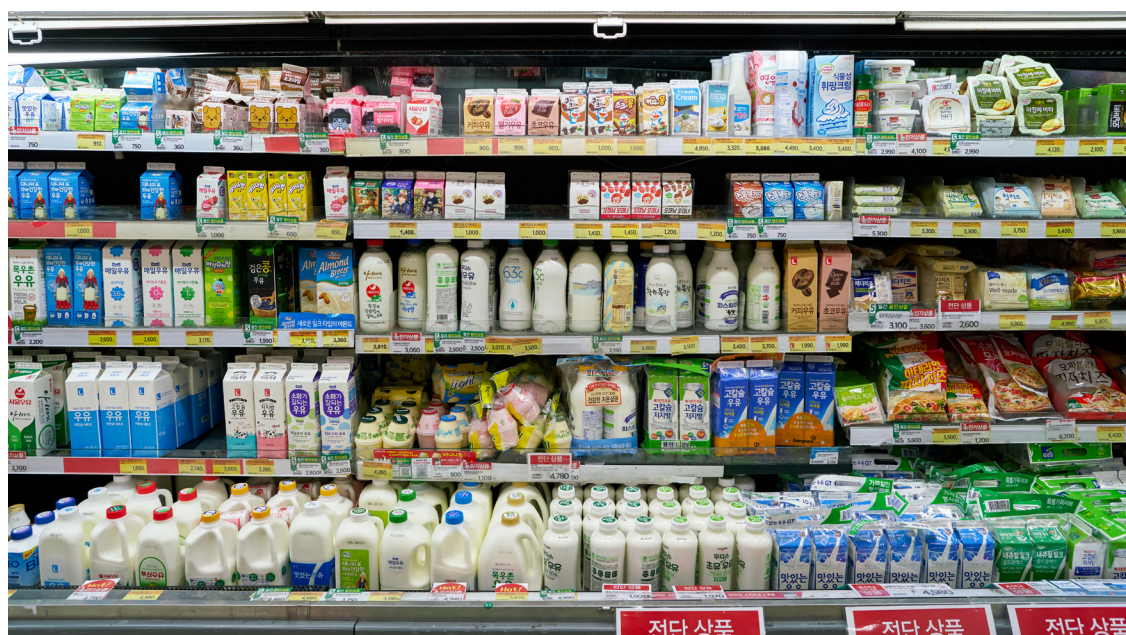


Ildong Foodis

Сайт: <https://clck.ru/33B4yH>

Ildong Foodis является дочерней компанией Ildong Pharmacy. Компания лидирует в производстве детского питания и молочных смесей. Детские смеси премиум-класса (Foodis Goat Milk Infant Formula, Foodis Truемom, Truемom Newclass, Truемom Choice) производятся с использованием молока от коз и коров, содержащихся на свободном выпасе в экологически чистых регионах. Другие продукты премиум-класса включают органическое (Agimeal Pure Organic, Organic Agimeal) и витаминизированное (Foodis Choyumeal, High Kid, Well Of Ion) детское питание.

На рынке Южной Кореи работают также импортеры, дистрибьюторы и производители различных видов молочной продукции и ингредиентов (список и контактная информация этих компаний представлены в разделе 10 «Контактная информация»).



# Стандарты на продукцию

---





Содержание

---

### **3.1.**

Требования к продукции

### **3.2.**

Требования к сертификации

### **3.3.**

Требования к упаковке  
и маркировке

## 3.1. Требования к продукции

### Компетентный орган

В Республике Корея контроль безопасности пищевых продуктов и продукции животноводства находится в компетенции Министерства продовольственной и лекарственной безопасности (MFDS). В структуру MFDS входят шесть региональных подразделений, а также Национальный институт пищевых продуктов и лекарств. MFDS отвечает за установление стандартов для произведенных в стране и импортированных продуктов питания, включая молочную продукцию, а также внедряет правила, регулирующие оценку безопасности сельскохозяйственной продукции и требования к маркировке и упаковке.

### Ветеринарный сертификат

Письмом Россельхознадзора от 8 декабря 2020 г. № ФС-КС-7/34145 установлен согласованный с MFDS ветеринарный сертификат на молочные продукты, экспортируемые из России в Республику Корея.

### Регистрация предприятия и проверка продукции

В соответствии со Специальным законом «О контроле безопасности импортируемых пищевых продуктов» ([Special Act on Imported Food Safety Management](#)) предприятия-производители экспортируемых продуктов питания должны быть зарегистрированы в MFDS до подачи декларации на ввоз продукции в страну. Заявку на регистрацию могут подать как зарубежные поставщики, так и их корейские партнеры — импортеры. Заявка может быть подана онлайн на [портале MFDS](#). MFDS регистрирует производственный объект в течение трех рабочих дней. Регистрация иностранного производителя действительна в течение двух лет. Процедуру продления нужно завершить за 7 дней до окончания срока регистрации.

Для экспорта молочной продукции в Республику Корея также требуется включение предприятия в реестр экспортеров, который ведет Россельхознадзор.

При первой поставке в страну образцы молочной продукции подвергаются обязательному лабораторному исследованию. Последующие поставки продукции, успешно прошедшей лабораторную проверку, освобождаются от дополнительного контроля на срок до пяти лет, что не исключает возможности периодического (выборочного) тестирования.

## 3.2. Требования к сертификации

### Пищевые добавки

По состоянию на 2020 г. в Кодекс пищевых добавок ([Food Additives Code](#)) включены 619 пищевых добавок, одобренных MFDS. Также разрешается смешивать семь видов добавок и определено 13 дезинфицирующих средств, разрешенных к использованию на пищевых производствах (для пищевого оборудования). Для большинства одобренных добавок и/или консервантов установлены предельные нормы использования в различных продуктах питания, причем допустимые уровни могут значительно варьироваться от продукта к продукту.

В Республике Корея в отношении пищевых добавок положения международного Codex Alimentarius не действуют. Поэтому, если пищевая добавка отсутствует в Кодексе MFDS или зарегистрирована, но не прописано ее использование для определенного продукта питания, применение данной пищевой добавки в таком продукте запрещено.

Включение в Кодекс новой добавки или нового продукта для уже зарегистрированной добавки — сложная процедура, которая прописана в специальном стандарте Guidelines for Designation of Food Additives и может занять до одного года.

### Предельные уровни остатков пестицидов и микробиологического загрязнения

Предельные уровни содержания пестицидов (MRL) в различных продуктах питания в Республике Корея регламентируются положениями национального Продовольственного кодекса ([Food Code](#)). На данный момент величины MRL установлены для более 500 пестицидов, разрешенных к использованию в растениеводстве, а также около 100 пестицидов и 200 ветеринарных препаратов, остатки которых могут содержаться в молочных продуктах.

Для местной и импортной продукции могут устанавливаться разные значения MRL. Также Продовольственный кодекс содержит временные MRL, которые до конца 2021 г. будут либо отменены, либо переведены в категорию постоянных. Для пестицидов, не упомянутых в Кодексе, принята единая норма MRL в 0,01 мг/кг. Актуальная база пестицидов доступна по [ссылке](#).

Также MFDS регламентирует предельные уровни содержания афлатоксина, охратоксина, фумонизина, дезоксиниваленола, тяжелых металлов и других вредных веществ. В частности, в обычной, не предназначенной для детского питания молочной продукции содержание свинца не должно превышать 0,02 мг/кг.

## 3.3. Требования к упаковке и маркировке

### Требования к упаковке

Общие требования к упаковке для пищевых продуктов и используемым упаковочным материалам содержатся в документе «Стандарты и спецификации на тару и упаковку для пищевых продуктов» ([Standards and Specifications for Food Utensils, Containers and Packages](#)). В соответствии с Законом «О содействии экономии и переработке ресурсов» ([Act on The Promotion of Saving and Recycling of Resources](#)) и подзаконными актами, пригодная для вторичной переработки упаковка из бумаги, металла, стекла, пластмасс и других материалов должна быть маркирована знаком Separation and Discharge. Знак должен указывать тип материала, из которого состоит упаковка (например, для упаковки из пластика: PVC, PP, PS, PVDV, PE, PET или PF). Знак может быть напечатан как непосредственно на упаковке, так и на этикетке.

В 2019 г. Министерство окружающей среды Республики Корея опубликовало проект поправок, предполагающий, что упаковка должна оцениваться на предмет пригодности для вторичной переработки, сортироваться и иметь соответствующую маркировку. Однако по состоянию на начало 2021 г. нет ясности, когда эти поправки вступят в силу.

### Требования к маркировке

Нормы маркировки продуктов питания разрабатывает Отдел маркировки и сертификации безопасности пищевых продуктов MFDS, а их соблюдение экспортерами контролируют подразделения MFDS по прибытии товара в страну. Кроме того, региональные власти имеют право проверять маркировку представленных на рынке товаров.

Основополагающими нормативными актами в части маркировки продуктов питания являются Закон «О маркировке и рекламе пищевых продуктов» ([Act on Labeling and Advertising of Foods](#)) и Стандарты маркировки пищевых продуктов ([Labeling Standards of Foods](#)).

К маркировке пищевых продуктов предъявляются следующие основные требования:

- любая продукция, предназначенная для розничной торговли, должна иметь маркировку;
- все импортируемые продукты питания должны иметь маркировку на корейском языке;
- допустимо использование стикеров, но они не должны закрывать оригинальную маркировку;

## Стандарты на продукцию

- этикетка (в т.ч. дополнительная) должна быть изготовлена таким образом, чтобы ее нельзя было легко удалить и обеспечивалась стойкость к выцветанию и другим повреждениям;
- маркировка должна размещаться на упаковке таким образом, чтобы она была заметной и легко читаемой.

Маркировка пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи, должна содержать следующую информацию:

- наименование товара, которое должно совпадать с названием продукта, заявленным контролирующему органу;
- тип продукта;
- название и адрес импортера, а также адрес, по которому товары могут быть возвращены или обменены в случае несоответствия кондициям;
- название производителя (перевод на корейский необязателен);
- дата изготовления (год, месяц и день);
- срок годности;
- вес или объем нетто. Если упаковка содержит несколько единиц продукта, указывается их количество, а масса или объем одной единицы приводится в скобках;
- список ингредиентов на корейском языке в порядке убывания содержания в составе продукта. При наличии составных ингредиентов необходимо указывать их состав. Для пищевых добавок должны быть приведены полные названия или сокращенные обозначения — так, как они указаны в Продовольственном кодексе. Если общая площадь лицевой стороны упаковки составляет менее 30 см<sup>2</sup>, допускается указание не более пяти ингредиентов;
- информация об аллергенах; в случае молочных продуктов — это молочные белки и лактоза.

На этикетках/упаковках обработанных пищевых продуктов должны быть дополнительно указаны сведения о пищевой ценности, облучении (если подвергались облучению при переработке), содержании ГМО (если содержат ГМО).

## Подтверждение особых свойств продукции

В 2019 г. было отменено требование об аккредитации в MFDS сертифицирующих органов, выдающих свидетельства о соответствии продукта требованиям добровольных стандартов и систем сертификации, таких как HACCP, ISO 22000, «Кошер», «Халяль», GMP, «Веган». Однако подтверждающие документы должны быть выданы «надежными и заслуживающими доверия организациями».

При ввозе продукции в Республику Корея MFDS не проверяет документы, подтверждающие прохождение соответствующей сертификации, но может запросить их в любой момент, если соответствие стандарту указано на упаковке продукции.

## Информация о пищевой ценности продукции

В соответствии с Правилами применения Закона «О маркировке и рекламе пищевых продуктов» ([Enforcement Decree of the Act on Labeling and Advertising of Foods](#)), указание пищевой ценности обязательно для четырех категорий пищевых продуктов, включая всю молочную продукцию и мороженое. Обязательно должна быть указана следующая информация о пищевой ценности:

- общая калорийность;
- общее содержание жира;
- наличие и содержание трансжиров и насыщенных жиров, холестерина, белка, углеводов, сахара и натрия.

Информация о пищевой ценности должна быть приведена на корейском языке. Значения массы указываются в единицах метрической системы. Для корректного указания информации о нормах питательных веществ необходимо использовать контрольные значения дневных норм, которые приведены на сайте MFDS.

Если в названии или в описании продукции подчеркивается конкретное питательное вещество, то в маркировке должно быть указано его точное содержание. Например, если указывается, что йогурт «обогащен кальцием», то должно быть указано точное содержание кальция.

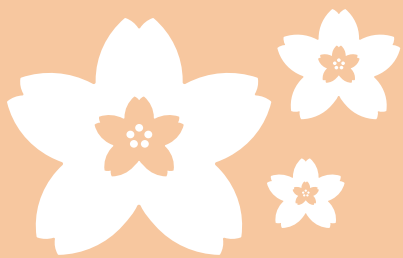


# Барьеры входа на рынок

---



4



Содержание

---

## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры

## 4.1. Особенности таможенных процедур

Таможенное оформление молочной продукции на экспорт из России осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для осуществления таможенного оформления необходимы следующие документы:

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

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);
- Служба карантина животных и растений (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 молочная продукция подвергается тщательной проверке в обязательном порядке. Для процедур контроля молочных продуктов установлены следующие сроки:

- проверка документов — 3 дня;
- визуальный осмотр — 5 дней;

- лабораторное исследование — 18 дней;
- выборочная проверка — 18 дней.

Для готовой (переработанной) молочной продукции действуют следующие стандартные сроки проверки:

- проверка документов — 2 дня;
- визуальный осмотр — 3 дня;
- лабораторное исследование — 10 дней;
- измерение уровня облучения — 14 дней;
- инкубационный тест — 15 дней;
- выборочная проверка — 5 дней.

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

**Карантинный контроль APQA:** помимо проверки на соответствие требованиям MFDS, молочная 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 (ССТ) с Республикой Корея, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. Уровень ввозных таможенных пошлин для российских экспортеров молочной продукции является фактически заградительным: от 36% на продукцию кодов ТН ВЭД 0404 и 0406 до 176% вне квоты на продукцию кодов ТН ВЭД 040210 и 040221. Относительно невысокий уровень пошлин (8%) установлен на российскую продукцию кодов ТН ВЭД 040520 и 2105, однако при этом основные поставщики данной продукции в Республику Корея выходят на рынок по нулевой ставке.

Таможенные пошлины, применяемые к российской продукции в Республике Корея, являются одними из самых высоких в Восточной и Юго-Восточной Азии и сопоставимы только со ставками Японии. Более того, они значительно выше, чем ввозные пошлины, установленные Китаем и странами АСЕАН.

Чтобы обеспечить ценовую конкурентоспособность продукции, экспортерам важно получить доступ на рынок Республики Корея по сниженным ставкам ввозных таможенных пошлин для продукции кодов ТН ВЭД 0402, 0403, 0404 и 0405, которые действуют в рамках квоты (см. табл. 27). Это особенно важно при экспорте сухого молока: к примеру, ставка вне квоты на продукцию кода ТН ВЭД 040210 составляет 176%, что почти в 9 раз выше, чем ставка внутри квоты (20%). Однако, поскольку данный продукт в основном импортируется в качестве ингредиента для местного производства молочных, кондитерских и хлебобулочных изделий, пошлины (вне квоты) возмещаются производителям, которые реэкспортируют готовые молочные продукты, изготовленные с использованием импортного сухого молока.

Благодаря заключенным ССТ все основные экспортеры молочной продукции — США, ЕС, Австралия и Новая Зеландия — получают доступ на рынок Республики Корея по льготным тарифам<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> <https://bit.ly/37CdxXM>

Табл. 24. Ставки ввозных таможенных пошлин Республики Корея в отношении молочной продукции из России и ведущих стран-поставщиков

Код	Наименование	Россия	США	ЕС	Новая Зеландия	Австралия
<b>0401: Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ</b>						
<b>0401 10</b>	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира не более 1 мас.%	36%	12%	13,5%	23,4%	21,6%
<b>0401 20</b>	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 1 мас.%, но не более 6 мас.%	36%	12%	13,5%	23,4%	21,6%
<b>0401 40</b>	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 6 мас.%, но не более 10 мас.%	36%	0 - 6%	3,2 - 10,2%	16,6 - 21,1%	13,8 - 19%
<b>0401 50</b>	Молоко и сливки, несгущенные и без добавления сахара или других подслащивающих веществ, с содержанием жира более 10 мас.%	36%	0 - 6%	3,2 - 10,2%	16,6 - 21,1%	13,8 - 19%

Барьеры входа на рынок

Продолжение табл. 24.

Код	Наименование	Россия	США	ЕС	Новая Зеландия	Австралия
<b>0402: Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащающих веществ</b>						
<b>0402 10</b>	Молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащающих веществ в порошке, гранулах или в других твердых формах, с содержанием жира не более 1,5 мас.%	20% (1 034 т); 176% (вне квоты)	0% (6 524 т); 176% (вне квоты)	0% (1 304 т); 176% (вне квоты)	0% (1 791 т); 176% (вне квоты)	20% (1 034 т); 176% (вне квоты)
<b>0402 21</b>	Молоко и сливки, сгущенные с содержанием жира более 1,5 мас.%, в порошке, гранулах или в других твердых формах, без добавления сахара или других подслащающих веществ	40% (573 т); 176% (вне квоты)	0% (6 524 т); 176% (вне квоты)	0% (1 304 т); 176% (вне квоты)	0% (1 791 т); 176% (вне квоты)	40% (573 т); 176% (вне квоты)
<b>0402 91</b>	Молоко и сливки, сгущенные без добавления сахара или других подслащающих веществ, с прочей жирностью	40% (130 т); 89% (вне квоты)	0% (6 524 т); 89% (вне квоты)	0% (1 304 т); 89% (вне квоты)	0% (1 791 т); 89% (вне квоты)	40% (130 т); 89% (вне квоты)
<b>0402 99</b>	Прочее молоко и сливки, сгущенные с добавлением сахара или других подслащающих веществ	40% (130 т); 89% (вне квоты)	0% (6 524 т); 89% (вне квоты)	0% (1 304 т); 89% (вне квоты)	0% (1 791 т); 89% (вне квоты)	40% (130 т); 89% (вне квоты)
<b>0403: Пахта, свернувшиеся молоко и сливки, йогурт, кефир и прочие ферментированные или сквашенные молоко и сливки, сгущенные или несгущенные, с добавлением или без добавления сахара или других подслащающих веществ, со вкусом-ароматическими добавками или без них</b>						
<b>0403 10</b>	Йогурт (жидкий)	36%	0%	3,2%	19,2%	16,8%

Барьеры входа на рынок

Продолжение табл. 24.

Код	Наименование	Россия	США	ЕС	Новая Зеландия	Австралия
0403 90 10	Пахта	20% (1 034 т); 89% (вне квоты)	0% (6 524 т); 89% (вне квоты)	0% (1 304 т); 89% (вне квоты)	0% (1 791 т); 89% (вне квоты)	20% (1 034 т); 89% (вне квоты)
0403 90 90	Прочие ферментированные или сквашенные молоко и сливки	36%	3,60%	3,2%	10,8%	36%

**0404: Молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ; продукты из натуральных компонентов молока, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ, в другом месте не поименованные или не включенные**

0404 10	Сыворотка молочная, видоизмененная молочная сыворотка, сгущенная или несгущенная, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ	20% (54 233 т); 49,50% (вне квоты)	0%	0 - 2,2%	14,8 - 26,4%	0 - 23,1%
0404 90	Прочие молочные продукты с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ	36%	0%	3,2%	10,8%	13,8 - 16,8%

**0405: Сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока; молочные пасты**

0405 10	Сливочное масло	40% (420 т); 89% (вне квоты)	0%	8%	0% (955 т); 26,7% (вне квоты)	0% (130 т); 41,5% (вне квоты)
0405 20	Молочные пасты	8%	0%	0%	0%	0%
0405 90	Прочие молочные жиры	40% (420 т); 89% (вне квоты)	0%	8%	0% (955 т); 26,7% (вне квоты)	0% (130 т); 41,5% (вне квоты)



## Барьеры входа на рынок

Продолжение табл. 24.

Код	Наименование	Россия	США	ЕС	Новая Зеландия	Австралия
<b>0406: Сыры и творог</b>						
0406 10	Сыры молодые (недозре- лые или невыдержан- ные), включая сыворо- точно-альбуминовые сыры и творог	36%	0% (9 133 т); 12% (вне квоты)	0% (5 949 т); 13,50% (вне квоты) или 3,20%	0% (5 669 т); 15 - 19,20% (вне квоты)	0% (5 694 т); 20% (вне квоты) или 16,80%
0406 20	Тертые сыры или сыры в порошке всех сортов	36%	0% (9 133 т); 12% (вне квоты)	0% (5 949 т); 13,50% (вне квоты)	0% (5 669 т); 19,2% (вне квоты)	0% (5 694 т); 20% (вне квоты)
0406 30	Плавленные сыры, не- тертые и не в порошке	36%	0% (9 133 т); 12% (вне квоты)	0% (5 949 т); 13,50% (вне квоты)	0% (5 669 т); 19,2% (вне квоты)	0% (5 694 т); 20% (вне квоты)
0406 40	Голубые сыры	36%	0%	3,2%	19,2%	16,8%
0406 90	Прочие сыры	36%	0% (9 133 т); 12% (вне квоты) или 0%	0% (5 949 т); 13,5% (вне квоты)	0% (5 669 т); 19,2% (вне квоты) или 0%	0% (5 694 т); 13,8 - 21,6% (вне квоты)
<b>2105: Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содержащие какао</b>						
2105 00	Мороженое и прочие виды пищевого льда, не содержащие или содер- жащие какао	8%	0%	0%	0%	0%

Источник: [ITC Market Access Map](#), [Таможенная служба Республики Корея](#)

## Нетарифные барьеры

Помимо высоких тарифных барьеров, экспортеры молочной продукции в Республику Корея также сталкиваются с рядом запретительных нетарифных мер. В основном они связаны со строгими требованиями к продуктам питания. В результате высокие затраты на подготовку документации, проведение проверок и согласование маркировки часто существенно снижают ценовую конку-

рентоспособность 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](#).

Табл. 25. Сроки и стоимость оформления импорта в Республику Корея

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

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

## Технические требования

В Республике Корея действуют очень строгие стандарты и правила в отношении пищевых и сельскохозяйственных продуктов (см. раздел 3 «Стандарты на продукцию»). Ряд мер, например, связанных с термической обработкой молочных продуктов, предпринимается в ответ на частые вспышки ящура в стране. Стандарты меняются часто и в короткие сроки.

Положения международного Codex Alimentarius, касающиеся пищевых добавок, в Республике Корея не действуют. 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. На данный момент есть разница в значениях MRL для местной и импортной продукции, а также существуют временные MRL, которые 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 выполнения 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 дорого обходится экспортерам.

## **Требования к упаковке и маркировке**

В Республике Корея предъявляются очень строгие требования к маркировке и упаковке (см. раздел 3.3. «Требования к упаковке и маркировке»). В частности, существуют нормы об указании типа материала, из которого состоит упаковка, и специальной маркировке упаковки, которая подлежит вторичной переработке. В 2019 г. был опубликован законопроект, согласно которому любая упаковка должна оцениваться на предмет пригодности для вторичной переработки, соответствующим образом сортироваться и маркироваться (этот закон пока не принят).

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.

# Организация экспортных поставок

---

5





Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Осуществление  
валютно-финансовых операций

## **5.3.**

Формы присутствия на рынке

## **5.4.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

Рис. 50. Доставка молочной продукции из России в Республику Корея



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

Существует несколько логистических путей доставки продукции, подлежащей ветеринарному контролю, из России в Республику Корея:

1) Авиаперевозка.

2) Морская перевозка. Этапы и варианты:

- автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
  - с перевалкой в порту;
  - без перевалки в порту;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
- морская перевозка.

## Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызовет организационные трудности.

Основные международные аэропорты Республики Корея:

- Инчхон (Сеул);
- Гимхэ (Пусан);
- Чхонджу (Чхонджу);
- Тэгу (Тэгу);
- Муан (Кванджу);
- Чеджу (Чеджу).

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. В случае приобретения в собственность вернуть или продать контейнер проблематично, поэтому потраченные на него денежные средства обычно закладываются в стоимость продукции как расходы на невозвратную тару. При авиаперевозке подключение контейнера

к электропитанию, а также необходимый температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

## Морская перевозка

**Оптимальный способ доставки партии груза из России в Республику Корея — морским транспортом.** Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

### **Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (с перевалкой в порту)**

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (рефконтейнерах) автомобильным или железнодорожным транспортом либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора составляет около 19 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к портам, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. Ввиду расположения производств преимущественно на европейской части России подобные доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

### **Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (без перевалки в порту)**

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 27 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °C и ниже использование дизель-генератора желательно, но не обязательно, так как рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение около 24 часов. В большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт



отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара 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.

Рефрижераторный контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта (процедура прохождения Pre Trip Inspection, PTI). Перевозка осуществляется на основании СМR-накладной и облагается НДС по ставке 0%.

### **Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки**

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем молочной продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь — 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 (ВСД).

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

Склад для накопления экспортной молочной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта молочной продукции в Республику Корея и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно [по ссылке](#). Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается обычно за палету);
- хранение (ставка может быть установлена за палету или тонну в зависимости от договоренности со складом и веса палеты с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер должна заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также экспортеру необходимо иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта молочной 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 перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки**

При перевозках через порт Владивосток в связи с удаленностью основных мест производства молока используется доставка в порт отправления железнодорожным транспортом. При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием); внутренний полезный объем — 61,1 м<sup>3</sup>, вместимость — порядка 25 тонн брутто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры; внутренний полезный объем — 66–67 м<sup>3</sup>, вместимость — порядка 27 тонн брутто.

Отправки производятся с двух основных станций, расположенных в Москве: «Селятино» и «Селикатная», а также «Иня-Восточная» (Новосибирск), «Автово» (Санкт-Петербург), «Ростов-Западный» (Ростов-на-Дону), «Тихорецкая» (Казань) и др. Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время на доставку от Москвы до Владивостока составляет порядка 14 дней.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная (ЖДН). Для прохождения оформления в порту Владивосток необходима отправка оригиналов экспортных ветеринарных документов вместе с контейнером.

Отправке по железной дороге предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки»).

## Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов в Республику Корея:

- Пусан (Busan);
- Инчхон (Incheon);
- Гванжанг (Gwangyang).

В связи с санкционной политикой в отношении России перечень основных судоходных линий, которые осуществляют перевозки из портов России в Республику Корея, существенно изменился:

### Из порта Санкт-Петербург:

- [MSC](#).

### Из порта Новороссийск:

- [MSC](#).

### Из порта Владивосток:

- [MSC](#);
- [SITC Line](#);
- [Sinocore Line](#) (HEUNG A LINE);
- [SASCO](#);
- [Transit LLC](#);
- [Dong Young Shipping](#);
- [FESCO](#).

Транзитное время морской доставки (табл. 26) зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.

Табл. 26. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт прибытия/ отправки	Пусан	Инчхон (Incheon)	Гванжанг (Gwangyang)
Санкт-Петербург	56	59	64
Новороссийск	40	—	48
Владивосток	3	9	8

### Сроки и стоимость доставки

Табл. 27. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов в Республику Корея

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — СПб — Пусан	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 900	27	0,48	60–65
Пенза — СПб — Инчхон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 900	27	0,48	65–70

Продолжение табл. 27.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — СПб — Гванжанг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 900	27	0,48	70–75
Воронеж — СПб — Пусан	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	60–65
Воронеж — СПб — Инчхон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	65–70
Воронеж — СПб — Гванжанг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	70–75
Ижевск — СПб — Пусан	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 900	27	0,48	65–70
Ижевск — СПб — Инчхон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 900	27	0,48	65–70
Ижевск — СПб — Гванжанг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 900	27	0,48	70–75
Пенза — Новороссийск — Пусан	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 100	27	0,45	45–50
Пенза — Новороссийск — Гванжанг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 100	27	0,45	50–55
Воронеж — Новороссийск — Пусан	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 800	27	0,44	45–50
Воронеж — Новороссийск — Гванжанг	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 800	27	0,44	50–55
Пенза — МСК — Владивосток — Пусан	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	20–25

Продолжение табл. 27.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — МСК — Владивосток — Инчхон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	30–35
Пенза — МСК — Владивосток — Гванжанг	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	30–35
Воронеж — МСК — Владивосток — Пусан	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	20–25
Воронеж — МСК — Владивосток — Инчхон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	30–35
Воронеж — МСК — Владивосток — Гванжанг	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	30–35
Ижевск — МСК — Владивосток — Пусан	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	25–30
Ижевск — МСК — Владивосток — Инчхон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	30–35
Ижевск — МСК — Владивосток — Гванжанг	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	30–35
Пенза — МСК — Владивосток — Пусан	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,63	20–25

Продолжение табл. 27.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — МСК — Владивосток — Инчхон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,63	30–35
Пенза — МСК — Владивосток — Гванжанг	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	30–35
Воронеж — МСК — Владивосток — Пусан	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	20–25
Воронеж — МСК — Владивосток — Инчхон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	30–35
Воронеж — МСК — Владивосток — Гванжанг	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	30–35
Ижевск — МСК — Владивосток — Пусан	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	25–30
Ижевск — МСК — Владивосток — Инчхон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	30–35
Ижевск — МСК — Владивосток — Гванжанг	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 300	25	0,59	30–35

В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии грузы простаивают в порту Владивосток в ожидании обработки и дальнейшей отправки на судне в порт назначения. Данная процедура существенно увеличивает сроки доставки груза, а также может влиять на стоимость перевозки (дополнительные расходы на подключение к электричеству и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток).

Указаны действующие на январь 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутривывозное экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 70 руб. за долл. США. В перечне ставок указаны отправки из Пензы, Воронежа и Ижевска (в этих регионах расположены крупные производства молочной продукции). Оптимальным маршрутом перевозки из указанных регионов может быть любой из перечисленных вариантов в зависимости от приоритетов выбора: срок доставки, цена, размер грузовой партии, наличие потенциально рискованных транзитных портов, возможность поддержания постоянной температуры в контейнере на всем протяжении маршрута (встроенный дизель-генератор), возможность и скорость получения балансового платежа по контракту (часто — после предоставления коносамента).

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства Российской Федерации №1104 от 15 сентября 2017 г.](#) с изменениями и дополнениями экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

## Таможня

Таможенное оформление молочной продукции 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;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;



- экспортный ветеринарный сертификат;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы Российской Федерации.

## **Ветеринарные документы**

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в главе 3 «Стандарты на продукцию» и разделе 4.1 «Особенности таможенных процедур».

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

Компании-экспортеры молочной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательным является подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

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

## Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Перечислим наиболее распространенные.

### Страхуемые риски

В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- b) возникновение непредвиденных расходов в виде:
  - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
  - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- c) неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
- e) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
- f) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
- g) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;

- h) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз, без вести;
- j) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- к) подмочка груза атмосферными осадками;
- l) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- m) нарушение температурного режима (влияние температуры) в результате остановки рефмашины в результате ее поломки на срок не менее 24 непрерывных часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха внутри рефрижератора в период перевозки груза (самописцами);
- n) кража и/или грабеж, и/или разбой.

**Санкционно-военные риски.** Данная категория связана в основном с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб при таких рисках связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов, или потерей груза в результате военных рисков.

**Коммерческие риски.** Продажа товара на условиях Incoterms, не включающих ответственность за перевозку товара, не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. 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 соответствующие суммы могут быть взысканы с отправителя груза как с субсидиарного ответчика.

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 рискам 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.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны с такими проблемами, как:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто позволяет обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

## 5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

### Порядок осуществления валютно-финансовых операций

Вон<sup>6</sup> — официальная валюта Республики Корея. Центральный банк Республики Корея придерживается политики плавающего валютного курса. Обменный курс вона определяется каждым банком, имеющим полномочия на осуществление валютнообменных операций (далее — уполномоченный банк), самостоятельно и зависит от изменения межбанковского обменного спот-курса. Валютный рынок в Республике Корея делится на внебиржевые рынки и биржи. Внебиржевые рынки состоят из клиентского рынка, где уполномоченные банки работают с клиентами (включая импортеров, экспортеров, нерезидентов и пр.), и межбанковского рынка, где уполномоченные банки работают друг с другом.

Платежи по текущим операциям разрешены в свободном порядке при условии предоставления документов, подтверждающих причину и сумму сделки. Только некоторые платежи требуют предварительного уведомления Банка Республики Корея или получения подтверждения от Центрального банка.

Большинство методов расчетов реализуется без ограничений. Лишь некоторые специфические методы расчетов, такие как неттинг, платежи, превышающие сроки, установленные Министерством стратегии и финансов Республики Корея, платежи с задействованием третьей стороны и платежи в обход

---

<sup>6</sup> Официальное наименование валюты в соответствии с терминологией Банка России. Также употребляется в женском роде: вона.

уполномоченных банков, подлежат декларированию в Банке Республики Корея или в определенных случаях — в уполномоченном банке. Цель этой системы декларирования — мониторинг валютных потоков и принятие своевременных мер для предотвращения серьезных сбоев на внутреннем валютном рынке или в платежном балансе.

При покупке иностранной валюты уполномоченные банки должны подтвердить, подлежит ли приобретение этой валюты клиентом-продавцом уведомлению или другим требованиям. Нерезиденты, намеревающиеся продать банкам иностранную валюту на сумму свыше 20 тыс. долл. США без документального подтверждения ее приобретения, должны подать декларацию в Банк Республики Корея. Банки должны сообщать в корейский налоговый орган о любой покупке иностранной валюты на сумму свыше 20 тыс. долл. США.

Объем иностранной валюты, который уполномоченный банк может продать резиденту Республики Корея, неограничен. Нерезиденту уполномоченный банк может продать не более того объема иностранной валюты, который был продан нерезидентом с момента последнего въезда, или эквивалент 10 тыс. долл. США, если у него нет доказательств продажи иностранной валюты. Если нерезиденты намерены приобрести иностранную валюту сверх указанных лимитов, они должны заявить об этом в Банк Республики Корея. Уполномоченные банки должны уведомить корейский налоговый орган, если одно и то же лицо в течение дня приобрело у них иностранную валюту на сумму более 10 тыс. долл. США.

Таможенное декларирование требуется при экспорте и импорте южнокорейской валюты на сумму свыше 10 тыс. долл. США.

### **Свободные валютные счета нерезидентов**

Расчеты по текущим операциям могут осуществляться через свободные валютные счета нерезидентов, оформленные на имя соответствующего лица или через иностранный банк-корреспондент. Все средства в вонгах, разрешенные законом для выплаты за границу, могут быть размещены на свободных валютных счетах, включая средства в иностранной валюте, переведенные из-за границы или ввезенные нерезидентами и обмененные на корейские вонги; а также корейские денежные средства, полученные нерезидентами от резидентов в качестве доходов от текущих операций. Нерезиденты могут переводить средства для оплаты резидентам текущих операций, номинированных в вонгах. Нерезиденты могут конвертировать средства на этом счете в иностранную валюту и переводить полученные средства за границу.

### **Счета нерезидентов в национальной валюте**

Средства могут свободно вноситься на соответствующие счета и выводиться с них. Однако для перевода снятых средств за границу требуется направить уведомление в Банк Республики Корея. Начисленные проценты со счетов могут переводиться за границу без уведомления.

## **Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций**

Основные документы, необходимые экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций при организации поставок в Республику Корея:

- инвойс: оригинал инвойса и две копии. Инвойс должен включать общую стоимость, стоимость единицы товара, количество, маркировку, описание товара и информацию об отправке;
- сертификат происхождения. Для поставок некоторых товаров требуется сертификат происхождения в двух экземплярах. Рекомендуется уточнить необходимость сертификата для конкретной продукции у импортера;
- упаковочные листы: два экземпляра;
- коносамент. Достаточно чистого коносамента с указанием наименования грузоотправителя, наименования и адреса грузополучателя, наименования порта назначения, описания груза, прейскуранта фрахта и страховых сборов (CIF) и заверения перевозчика о принятии груза на борт. Правил, касающихся формы коносамента или количества коносаментов, необходимых для таможенной очистки, нет;
- морское страхование: если ответственность за страхование несет экспортер, требуется документация, подтверждающая факт страхования;
- импортная декларация для прохождения таможенного контроля; обычно составляется импортером на корейском языке;
- специальная документация (например, для поставок сельскохозяйственной продукции требуется санитарная сертификация).

## **Особенности практики применения различных вариантов взаиморасчетов**

Удовлетворение потребностей в финансировании международных коммерческих операций бывает относительно затруднено в корейских финансовых институтах. В основном это объясняется тем, что банки предъявляют более жесткие требования к кредитам для МСП на фоне существенных объемов задолженности населения.

К основным источникам финансирования, помимо корейских коммерческих банков, относятся специализированные банки, включая Банк развития Республики Корея, Национальную федерацию сельскохозяйственных кооперативов (NH, NACF), Промышленный банк Республики Корея (IBK) и др. Совместные предприятия и иностранные фирмы часто работают с филиалами иностранных банков для получения финансирования в южнокорейской валюте.

Распространенные способы и методы расчетов с корейскими контрагентами:

- аккредитив отсроченной оплаты, аккредитив на предъявителя;
- документы против акцепта и документы против платежа;
- сделки по открытому счету.

### Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Перечень некоторых крупных и надежных банков Республики Корея представлен в табл. 28.

Табл. 28. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт <sup>7</sup>
Shinhan Bank	Исторически первый банк Республики Корея, владельцем является Shinhan Financial Group	<a href="http://www.shinhan.com">www.shinhan.com</a>
Hana Bank	Основан в 1967 г., предоставляет самый широкий ассортимент валютных продуктов в Республике Корея, владельцем является финансовая группа Hana	<a href="http://www.kebhana.com">www.kebhana.com</a>
Woori Bank	Основан в 1899 г., владельцем является финансовая группа Woori	<a href="http://www.wooribank.com">www.wooribank.com</a>
Kookmin Bank	Реорганизован в декабре 2000 г., имеет самое большое количество филиалов в Республике Корея, владельцем является KB Financial Group	<a href="http://www.omoney.kbstar.com">www.omoney.kbstar.com</a>

## 5.3. Формы присутствия на рынке

Основными нормативными правовыми актами, регулирующими регистрацию и деятельность компаний с иностранными инвестициями, являются:

- 1) [Гражданский кодекс](#) (Civil Act);
- 2) [Торговый кодекс](#) (Commercial Act);

<sup>7</sup> Для открытия некоторых сайтов необходимо воспользоваться VPN.

- 3) Закон «О содействии привлечению иностранных инвестиций» (Foreign Investment Promotion Act);
- 4) Закон «О валютном регулировании сделок» (Foreign Exchange Transactions Act).

Иностранное физическое или юридическое лицо, регистрирующее или участвующее в создании юридического лица на территории Республики Корея, признается иностранным инвестором, а создаваемая компания — компанией с иностранными инвестициями.

Минимальный уставный капитал компании с иностранным участием в любой организационно-правовой форме должен составлять минимум 100 млн вон (приблизительно 90 тыс. долл. США).

Основные формы регистрации бизнеса в Республике Корея:

- товарищество (Partnership);
- компания с ограниченной ответственностью (Limited Liability Company, Yuhanchaek Imhoesa);
- акционерное общество (Limited Company);
- филиал иностранной компании;
- представительство иностранной компании.

### **Товарищество**

Может быть образовано в форме простого (Hapmyeong Hoesa) и товарищества с ограниченной ответственностью (Limited Liability Partnership, Hapja Hoesa). Должно быть не менее двух участников.

Устанавливается преимущественное право оставшихся участников товарищества на приобретение доли участия в складочном капитале выбывающих из него участников. Ответственность полных партнеров не ограничена. Ответственность обычных партнеров ограничена долей в складочном капитале. Любые решения в рамках деятельности товарищества принимаются только полными товарищами.

### **Компания с ограниченной ответственностью**

Может быть зарегистрирована одним или более физическим или юридическим лицом. Ответственность участников ограничена размером внесенной доли в уставный капитал. Устанавливается преимущественное право оставшихся участников общества на приобретение доли участия в уставном капитале выбывающих из него участников.



## Акционерное общество

Может быть образовано в форме открытого акционерного общества (Public Limited Company, Chusik Hoesa) и закрытого акционерного общества (Private Limited Company, Yuhan Hoesa). Может быть не менее 50 акционеров в ОАО и не более 50 — в ЗАО. Ответственность участников ограничена размером внесенной доли в уставный капитал. Акции ОАО размещаются путем публичного листинга, ООО — путем закрытой подписки.

До начала процесса регистрации компании иностранный инвестор обязан направить в адрес Министра торговли, промышленности и ресурсов Республики Корея уведомление с описанием вида, размера, характера и способа осуществления инвестиций.

Для регистрации компании необходимо:

- 1) Получить сертификат об уникальности наименования компании.
- 2) Разработать фирменную печать компании; примерная стоимость — 30 тыс. вон.
- 3) Открыть корпоративный счет и внести минимальный уставный капитал.
- 4) Заключить договор аренды офисного помещения.
- 5) Подготовить устав, учредительный договор и необходимые заявления на регистрацию.
- 6) Подать документы и зарегистрировать компанию через онлайн-систему Start Biz Online.
- 7) Зарегистрировать компанию в налоговой службе, органах медицинского страхования, пенсионного фонда, страхования занятости и от несчастных случаев на производстве.
- 8) Уплатить регистрационный взнос и налог.

Срок рассмотрения заявления о регистрации компании составляет 3 рабочих дня. При регистрации через портал Start Biz Online взимается пошлина в размере 2 000 вон.

Регистрационный взнос составляет 20 тыс. вон. Регистрационный налог — 2% от уставного капитала. Точную стоимость регистрации компании можно рассчитать на портале [Start Biz Online](#).

Иностранные компании могут зарегистрировать на территории Республики Корея филиал или представительство.

Филиал вправе заниматься коммерческой деятельностью на территории Республики Корея, выставлять счета, подписывать контракты и получать доход

от местных клиентов. Филиалы не признаются резидентами и уплачивают только налог с прибыли. Создание филиала занимает от двух до трех недель.

Процесс регистрации филиала:

- 1) Направить в уполномоченный южнокорейский банк (например, КЕВ Hana Bank, Kookmin Bank, Nonghyup Bank) уведомление о намерении иностранной компании открыть филиал/представительство в Республике Корея.
- 2) Зарегистрировать фирменное наименование филиала/представительства, которое должно содержать название самой иностранной компании.
- 3) Направить заявление о регистрации филиала в налоговую службу Республики Корея.

Представительство не вправе заниматься коммерческой деятельностью, а может только проводить рекламные кампании, исследования рынка, представлять интересы материнской компании. На открытие представительства потребуется не больше двух недель, так как оно не требует государственной регистрации.

Каждая южнокорейская компания, в том числе филиал и представительство иностранной компании, обязана иметь развернутый офис в Республике Корея и ежегодно подавать отчет о своей хозяйственной деятельности в налоговые органы. Отчет заверяется штатным аудитором компании и подлежит опубликованию в открытой прессе Республики Корея. Зарегистрировать бизнес в Республике Корея можно удаленно на портале [Start Biz Online](#).

## 5.4. 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. 29. Охрана прав интеллектуальной собственности в Республике Корея

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
<b>Патент</b> Закон «О патентах»	20 лет	Договор о патентной кооперации
<b>Товарный знак</b> 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> 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 исполнениям и фонограммам</li> </ul>
<b>Полезная модель</b> 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>8</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).

Заявка на регистрацию проходит две экспертизы — формальную и по существу. При отсутствии предварительных отказов (включая возврат в случае, если заявка не составлена на корейском языке или не содержит полной информации) или возражений регистрация занимает примерно один год с даты подачи заявки. [Свидетельство на товарный знак](#) выдается после уплаты госпошлины, размер которой для каждого класса при подаче заявки составляет 62 тыс. вон (60 долл. США), при регистрации права — 211 тыс. вон (205 долл. США). После официального опубликования товарного знака возражения принимаются в течение 30 дней.

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.

---

<sup>8</sup> Подробнее о порядке регистрации см. <https://bit.ly/3BMwgO9>

## 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

---

A glass of milk is shown with a large, dynamic splash of milk erupting from the top, set against a solid black background. The splash is captured in mid-air, with many small droplets visible. The glass itself is partially filled with milk.

66

Содержание

## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки



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

### **Качество и уникальный вкус**

Корейские потребители предъявляют высокие требования к уровню качества продукции. Помимо обязательных стандартов и требований к продукции, на южнокорейском рынке существует высокий спрос на продукты, к которым применяются неправительственные добровольные стандарты безопасности, а также на органическую и экологически чистую продукцию.

Важным фактором также является приверженность молодого населения страны к новым уникальным вкусам. Потребители положительно воспринимают новые форматы упаковок, нестандартные вкусы и полностью открыты к инновационным продуктам, вывод на рынок такого продукта может стать конкурентным преимуществом.

### **Личные отношения**

В Республике Корея почтительно относятся к личным встречам вживую. Корейцы считают, что мессенджеры и средства видеосвязи никогда не заменят живое общение, поэтому рекомендуется лично встречаться с потенциальными контрагентами для успешного долгосрочного сотрудничества.

### **Интерес к новым партнерам**

Многие корейские импортеры активно ищут возможности для ведения бизнеса с новыми иностранными поставщиками и готовы предоставить подробную информацию о рынке, если они заинтересованы в продукции или деловых предложениях поставщика. Поскольку южнокорейцы высоко ценят личные встречи, посещение международных выставок и участие в B2B-встречах в стране может помочь поиску потенциальных контрагентов.

### **Сотрудничество с импортерами**

Сотрудничество с местными импортерами и дистрибьюторами является ключевым фактором при регистрации и процедурах импорта, особенно для облегчения процесса проверок при въезде. Хорошо знакомые дистрибьюторы также могут поддержать российских экспортеров в выводе своей продукции на рынок страны, которая в настоящее время менее известна, чем американская и европейская.



## Продвижение продукции в социальных сетях

Как и везде в мире, социальные медиа-площадки открывают возможности для продвижения брендов на южнокорейском рынке. Однако для успеха рекламной кампании в социальных сетях нужно иметь представление о различных площадках и о том, как ими пользуется целевая аудитория. Южнокорейская молодежь проводит много времени в социальных сетях. Большинство мировых трендов, распространяющихся в интернете, находят отклик у молодых людей. Это дает возможность, в том числе и производителям молочной продукции, использовать онлайн-каналы как маркетинговые инструменты. Например, в стране большой популярностью пользуются видео «mukbang», на которых известные блогеры дегустируют различные блюда и напитки на камеру. После просмотра этих роликов подписчики ищут похожую продукцию в магазинах. Эксперты прогнозируют дальнейшее усиление влияния социальных сетей на потребительское поведение. Соответственно, продвижение продукции через интернет при помощи лидеров общественного мнения, блогеров и т.д. крайне важно, особенно если целевая аудитория — молодые южнокорейские потребители.

## 6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p><b>Seoul Food &amp; Hotel</b> Международная выставка технологий производства пищевой промышленности</p> <p><a href="http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/introduce/01.php">http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/introduce/01.php</a></p>	<p>Сеул <b>KINTEX Korea International Exhibition Center</b></p>	<p>30.05–02.06.2023</p>
<p><b>Natural Week 2021</b> Международная выставка экологически чистых технологий сельского хозяйства, в рамках которой проводятся ряд профессиональных выставок</p> <p><a href="https://www.naturalweek.co.kr/organic/join_list.php">https://www.naturalweek.co.kr/organic/join_list.php</a></p>	<p>Сеул <b>Coex Convention Center</b></p>	<p>04–06.08.2023</p>

## Продвижение продукции

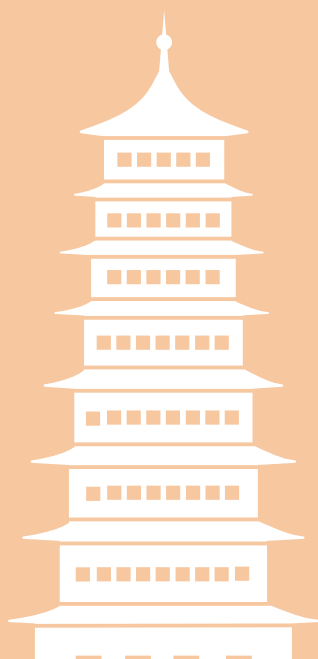
Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Gwangju International Food Fair</b> Международная выставка-ярмарка фруктов и соков, овощей, мяса, рыбы, замороженных и сухих продуктов, детского питания, хлопьев и прочих продуктов  <a href="http://www.foodshow.kr">http://www.foodshow.kr</a>	Кванджу <b>Kimdaejung Convention Center</b>	12–15.10.2023
<b>COEX Food Week</b> Международная выставка продуктов питания и напитков  <a href="http://coexfoodweek.com/">http://coexfoodweek.com/</a>	Сеул <b>Coex Convention Center</b>	Ноябрь 2023

*Примечание. В связи с пандемией COVID-19 даты проведения мероприятий могут переноситься на более поздние сроки. Информацию нужно уточнять на сайтах организаторов.*

# 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. 30. Государственные праздники Республики Корея в 2023 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Корейский Новый год	21-23 января
День движения за независимость	1 марта
День детей	5 мая
День рождения Будды	26 мая
День памяти	6 июня
День освобождения	15 августа
Праздник урожая	28-30 сентября
День основания государства	3 октября
День корейского алфавита (Hangeul)	9 октября
Рождество	25 декабря

# Преимущества и риски осуществления поставок

---





Содержание \_\_\_\_\_



## **8.1.**

Преимущества

## **8.2.**

Риски

## 8.1. Преимущества

### **Быстрорастущий рынок и зависимость от импорта**

Республика Корея входит в топ-20 крупнейших мировых импортеров молочной продукции (к 2021 г. импорт достиг 1,28 млрд долл. США), за последние 5 лет страна является одним из самых быстрорастущих рынков в мире. В отличие от стран Юго-Восточной Азии Южная Корея импортирует широкий ассортимент готовой продукции и ингредиентов. Наибольшую долю в структуре импорта занимают сыры и сывороточные ингредиенты, за которыми следуют питьевое молоко, сливочное масло и сухое молоко.

Республика Корея на системной основе стремится обеспечивать продовольственную безопасность и активно поддерживает производство продуктов питания в стране, в частности по молоку действует система государственного регулирования цен, которая позволяет стране производить 1,7 млн тонн сырья по итогам 2021 г. Однако этих объемов достаточно только для производства свежих молочных продуктов (цельномолочная продукция и свежие сыры), а по остальным видам продукции и ингредиентов страна остается полностью зависимой от импорта. По мере роста объемов потребления, на фоне негативных трендов в развитии сырьевого сектора, объемы импорта будут только увеличиваться.

### **Высокий потенциал потребления B2B-продуктов**

На южнокорейском рынке молочной продукции действуют сниженные ставки ввозных таможенных пошлин для продукции кодов ТН ВЭД 0402, 0403, 0404 и 0405 в рамках квот. Ведущие позиции занимают местные игроки, которые производят сырое молоко и молочную продукцию, а также являются дистрибьюторами и импортерами, имеющими контракты по квотам.

Основной потенциал расширения поставок в Республику Корея сконцентрирован не на рынке B2C-продукции, а в B2B-сегментах — сырьевых компонентах и ингредиентах для сферы Food Service. Республика Корея располагает развитыми молочной и кондитерской отраслями, индустрией детского и медицинского питания. Наличие в стране крупных пищевых производств в ряде случаев позволяет потенциальным экспортерам выходить на прямые контракты с клиентами, минуя трейдеров и частично обходя квоты и заградительные пошлины, особенно при поставке продукции глубокой переработки молока.

## 8.2. Риски

### Заградительный уровень пошлин

Республика Корея активно поддерживает собственную молочную промышленность путем регулирования внутренних цен, квотирования импорта и заградительных пошлин, а также существенными нетарифными механизмами. В отсутствие соглашения о свободной торговле продукция из России поставляется по ставкам РНБ на условиях ВТО, которые, по сути, являются заградительными — от 20–36% на объемы в рамках квоты и до 89–176% — вне квоты. При этом все ведущие мировые производители — Новая Зеландия, США, страны ЕС и Австралия — в рамках ССТ имеют существенные преференции как по размеру квоты, так и по сниженному уровню пошлин (вплоть до 0% по квоте). В результате поставки из третьих стран в Республику Корея вне льготных режимов не превышают нескольких процентов от общего объема импорта в стоимостном выражении.

### Доминирование местных игроков на рынке готовой продукции и высокая конкуренция со стороны стран-экспортеров

Благодаря регулированию рынка и приверженности населения местным продуктам питания, которые они считают более качественными и безопасными по сравнению с импортными, шесть крупнейших местных молочных компаний контролируют почти 80% рынка готовой молочной продукции в стране.

Основные объемы импортной продукции сконцентрированы в B2B-сегментах, включая молочную сыворотку, сухое молоко, частично сыры, для сферы Food Service (поставки продукции на переработку и сегмент HoReCa). Здесь российским экспортерам придется столкнуться с конкурентами-поставщиками, занимающими прочные позиции на рынке благодаря стране происхождения и разнообразию ассортимента.

### Высокие нетарифные барьеры

В Республике Корея действует одна из наиболее строгих в мире систем контроля качества и безопасности пищевых продуктов. При первой поставке в страну все образцы молочной продукции подвергаются обязательному исследованию в местных лабораториях. Кроме того, все предприятия-производители должны проходить аттестацию с последующей регистрацией в Министерстве продовольственной и лекарственной безопасности. Все это требует дополнительных затрат на адаптацию продукции и прохождение процедур, что существенно усложняет процесс выхода на рынок для нового игрока.



# Карта действий экспортера

---





## 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/рынки.
- 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 России, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Республику Корея

- 1) Аттестация предприятия в России:
  - регистрация предприятия в системах Россельхознадзора — ИС «Аргус» и ИС «Цербер» в качестве экспортера молочной продукции в Республику Корея;
  - обследование предприятия комиссией Россельхознадзора и включение в реестр экспортеров молочной продукции в Республику Корея;
  - исследования продукции в аккредитованной лаборатории в России на соответствие требованиям Республики Корея к качеству и безопасности молочной продукции;
  - получение через ИС «Аргус» разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на поставки молочной продукции в Республику Корея.

- 2) Регистрация предприятия и сертификация продукции в Республику Корея.
- 3) Организация логистики — выбор транспортно-экспедиторской компании и таможенного брокера для обеспечения международных перевозок и таможенного оформления грузов.

**По итогам этапа II предприятие получает право поставки молочной продукции в Республику Корея.**

### **Этап III — Таможенное оформление продукции**

- 1) Регистрация экспортера в таможенных органах (при первой поставке).
- 2) Таможенное оформление экспорта, включая оформление ветеринарной документации.

**По итогам этапа III осуществляется вывоз продукции с территории России.**

# Контактная информация

---



10





## Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Maeil Dairies</b>	Импорт, производство, оптовая и розничная торговля	Адрес: The Twin Towers K, 50 Jong-ro 1-gil Jongno-gu, Seoul 03142 Тел.: +82 2 1599 1539 Сайт: <a href="https://www.maeil.com/eng/">https://www.maeil.com/eng/</a>
<b>Binggrae</b>	Производство, оптовая торговля, дистрибуция	Адрес: 45, Dasansunhwan-ro, Namyangju-si, Gyeonggi-do 12253 Тел.: +82 2 20226385 E-mail: cyeon0223@bing.co.kr Сайт: <a href="https://www.bing.co.kr/en">https://www.bing.co.kr/en</a>
<b>Namyang Dairy Products</b>	Импорт, производство, оптовая и розничная торговля	Адрес: 240, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, 06048 Тел.: +82 2 734 1305 Сайт: <a href="http://company.namyangi.com/eng/">http://company.namyangi.com/eng/</a>
<b>Lotte Confectionery</b>	Производство, переработка, оптовая торговля, дистрибуция	Адрес: 10 Yangpyeong-ro 21-gil Yeongdeungpo-gu Seoul 07207 Тел.: +82 2 2670 6114 Сайт: <a href="https://www.lotteconf.co.kr/en">https://www.lotteconf.co.kr/en</a>
<b>Seoul Dairy Cooperative</b>	Импорт, переработка, поставки, дистрибуция	Адрес: 71 Jungnangcheon-ro, Sangbong 2(i)- dong, Jungnang-gu, Seoul 02118 Тел.: +82 2 490 8114 E-mail: seoulmilk@seoulmilk.co.kr Сайт: <a href="https://bit.ly/3iGYd2h">https://bit.ly/3iGYd2h</a>
<b>Dongwon F&amp;B</b>	Импорт, экспорт, производство, переработка, розничная торговля, дистрибуция	Адрес: 68 Mabang-ro Seocho-gu, Seoul 06775 Тел.: +82 80 589 3224 E-mail: Claim@dongwon.com Сайт: <a href="https://bit.ly/3yVWwsl">https://bit.ly/3yVWwsl</a>
<b>Imsil Cheese Agricultural Cooperative</b>	Производство, оптовая торговля, дистрибуция	Адрес: 285-4 Galma-ri Imsil-eup Imsil-gun, Jeollabuk-do 56469 Тел.: +82 63 643 3721 Сайт: <a href="http://imsilcheesemall.co.kr/">http://imsilcheesemall.co.kr/</a>
<b>Purmil</b>	Производство, дистрибуция	Адрес: 6-1 Mullaedong 6(yuk)-ga Yeongdeungpo-gu, Seoul 07288 Тел.: +82 2 2639 3114 E-mail: hongegg@purmil.co.kr Сайт: <a href="https://bit.ly/2XplAFE">https://bit.ly/2XplAFE</a>

Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Korea Yakult</b>	Импорт, производство, розничная торговля, дистрибуция	Адрес: 577 Gangnam-daero Jamwon-Dong Secho-gu, Seoul 06530 Тел.: +82 2 1577 3651 E-mail: <a href="mailto:counsel@yakult.co.kr">counsel@yakult.co.kr</a> Сайт: <a href="https://m.fredit.co.kr/mainFredit.do">https://m.fredit.co.kr/mainFredit.do</a>
<b>Ildong Foodis</b>	Импорт, производство, оптовая и розничная торговля	Адрес: 216-8 Gueui-dong Gwangjin-gu, Seoul South Korea 05047 Тел.: +82 2 2049 2114 Сайт: <a href="http://www.foodis.com/">http://www.foodis.com/</a>
<b>Yonsei Milk</b>	Производство, дистрибуция	Адрес: 50, Yonsei-ro, Seodaemun-gu, Seoul Тел.: +82 8 0361 2000-2 E-mail: <a href="mailto:dreamduk@yonsei.ac.kr">dreamduk@yonsei.ac.kr</a> , <a href="mailto:ys01@ysmilk.co.kr">ys01@ysmilk.co.kr</a> Сайт: <a href="https://home.yonseidairy.com/ENG/">https://home.yonseidairy.com/ENG/</a>
<b>SungPoong</b>	Импорт, производство, оптовая и розничная торговля	Адрес: 22-13 Dongsanmaran-gil Daedeok-myeon Anseong-si, Gyeonggi-do South Korea 17540 Тел.: +82 70 7731 0099 E-mail: <a href="mailto:spc@sungpoong.co.kr">spc@sungpoong.co.kr</a> Сайт: <a href="https://bit.ly/3yMc3Gi">https://bit.ly/3yMc3Gi</a>
<b>Daesang Life Science</b>	Импорт, оптовая и розничная торговля	Адрес: Daesang Building, 470, Myeonmok-ro, Jungnang-gu, Seoul, 02154 Тел.: +82 2 2220 9414 E-mail: <a href="mailto:forcelight@daesang.com">forcelight@daesang.com</a> , <a href="mailto:winwinsj@daesang.com">winwinsj@daesang.com</a> Сайт: <a href="https://www.daesangwellife.com/en/">https://www.daesangwellife.com/en/</a>
<b>Lotte Foods</b>	Импорт, дистрибуция, розничная торговля	Адрес: (05551) 300, Olympic-ro, Songpa-gu, Seoul (29 Shincheon-dong)1234-5678 Сайт: <a href="https://www.lottefoods.co.kr/eng/">https://www.lottefoods.co.kr/eng/</a>
<b>E-Mart</b>	Импорт, розничная торговля	Адрес: 377, Ttukseom-ro, Seongdong-gu, Seoul Тел.: +82 2 380 5678 Сайт: <a href="https://bit.ly/3g0puv6">https://bit.ly/3g0puv6</a>
<b>Lotte International</b>	Импорт, дистрибуция	Адрес: Kookmin Building 1, 302, Yeongdong-daero Gangnam-gu, Seoul Тел.: +82 2 3459 9600 Сайт: <a href="http://www.lotteintl.com">http://www.lotteintl.com</a>

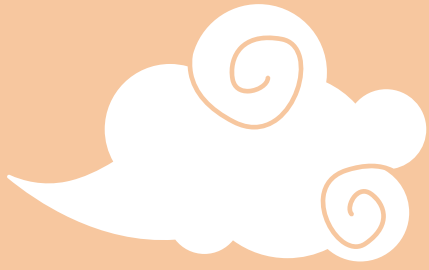
## Полезные организации

Организация	Контактная информация
Министерство иностранных дел Республики Корея	Адрес: 60, Sajik-ro 8-gil Jongno-gu, Seoul 110-787 Тел.: +82 2 2100 2114 Сайт: <a href="https://bit.ly/37FxMnw">https://bit.ly/37FxMnw</a>
Министерство малых и средних предприятий и стартапов Республики Корея	Адрес: EJONG FINANCE CENTER, 180, Gareum-ro, Sejong-si E-mail: <a href="mailto:msskorea@korea.kr">msskorea@korea.kr</a> Сайт: <a href="https://bit.ly/2XreW1C">https://bit.ly/2XreW1C</a>
Министерство продовольствия, сельского, лесного и рыбного хозяйства	Адрес: 94 Dasom 2-ro, Government Complex-Sejong, Sejong-si 30110 Тел.: +82 2 1577 1020 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 E-mail: <a href="mailto:nacfico@nonghyup.com">nacfico@nonghyup.com</a> 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, Korea Тел.: +82 2 3771 0114 E-mail: <a href="mailto:contact@fki.or.kr">contact@fki.or.kr</a> Сайт: <a href="https://www.fki.or.kr/main.do">https://www.fki.or.kr/main.do</a>
Центральная служба поддержки бизнеса Республики Корея	Адрес: 2406, Chungang Heightsville 23 Ansancheon-Seo Road Danweon-Gu, Ansan-Si, Gyeonggi-Do 15361 E-mail: <a href="mailto:sbammel@koreanconsulting.com">sbammel@koreanconsulting.com</a> 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

---





## Действующие меры господдержки

### Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и долгосрочных 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 создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере от 20% до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

- Отрасли:**
-  масложировая  
(переработка масличных культур)
  -  зерновая  
(глубокая переработка зерна)
  -  рыба и морепродукты  
(переработка и консервирование рыбы)
  -  молочная  
(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](#)



## Стимулирование производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур (бобы соевые и семена рапса) путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

**Отрасли:**  продукция масложировой отрасли (бобы соевые и семена рапса)

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

**Регулирование:** [Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 \(Приложение 11 \(1\)\)](#)

## 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 на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

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

- 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
  -  табак, вакцины, удобрения, экстракты
  -  шелк, шерсть, лен

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

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

## Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

Размещение на бесплатной основе в дегустационно-демонстрационных павильонах АО «Российский экспортный центр» российской продукции АПК в зарубежных странах в целях создания эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Организации могут разместить свою продукцию в павильонах Китая (г. Шанхай), Объединенных Арабских Эмиратах (г. Дубай), Вьетнаме (г. Хашимин), Египте (г. Новый Каир), Турции (г. Стамбул).

**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 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](#)



## 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>9</sup>.

## СЭЗ

По состоянию на январь 2022 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>10</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>11</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>9</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>

<sup>10</sup> <https://www.forbes.com/custom/2017/03/10/koreas-free-economic-zones/>;  
<http://www.fezone.go.kr/global/en/intro/greeting.do>

<sup>11</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>12</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>12</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

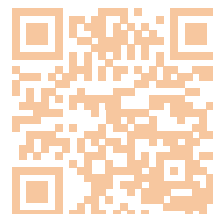
При выходе на рынок Республики Корея следует учитывать положения законодательства страны. Для работы экспортеров наиболее важны следующие нормативные правовые акты:

- [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.](#)

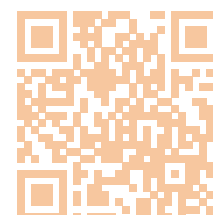
Законодательство Южной Кореи на английском языке размещено на [сайте Национального института исследований законодательства](#). Ряд законодательных и подзаконных актов в отношении иностранцев представлен на английском языке на [сайте Национальной ассамблеи](#).

# Полезная информация на сайте Агроэкспорта

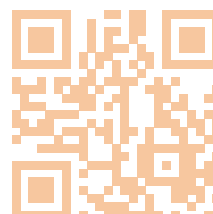
Аналитика — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



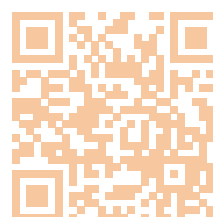
Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



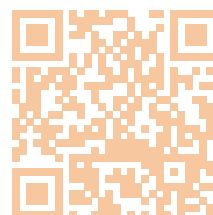
Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



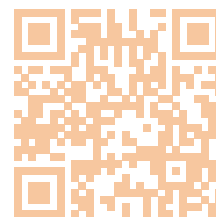
Продвижение — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



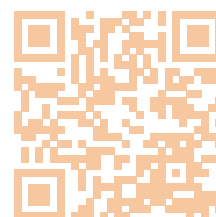
Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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>

