



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 보릿가루(Barley Flour)

Country : 중국(China)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	23
1. 경쟁사 선정	25
2. 경쟁사별 현황 파악	26
V. 유통구조 현황	29
1. 추천 진출 경로	31
2. 전문가 인터뷰	35
VI. 유통업체 현황	36
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	38

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	42
1. 통관 및 검역 절차	45
2. 관세율 정보	48
3. FTA 정보	49
4. 통관 및 검역 주의사항	50
5. 통관거부사례	51
Ⅷ. 인증 정보	52
1. 인증 취득정보	55
2. 제출서류	58
3. 전문가 인터뷰	60
Ⅸ. 라벨링 정보	61
1. 라벨 표기사항	63
2. 라벨링 예시	64
X. 위생 요건 정보	65
1. 식품첨가물 규정	67
※ 참고문헌	69

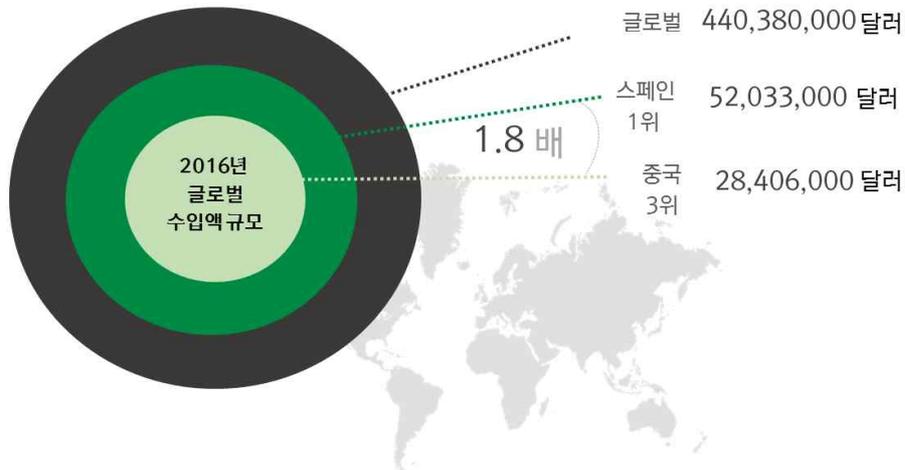


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

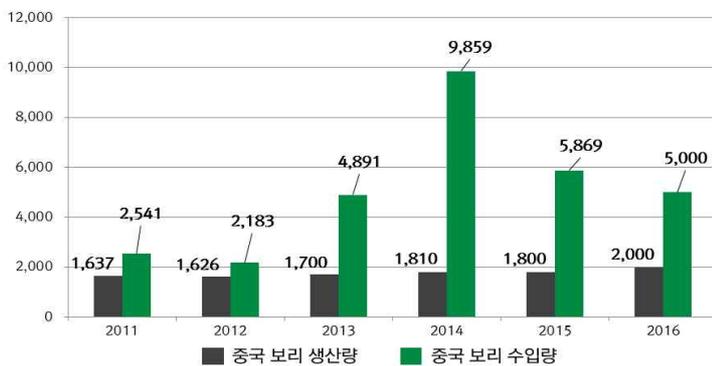


2016년 중국 내 HS CODE 1102.90.90 품목 수입액 규모



▶ 중국 보리 생산량 추이(2012 ~ 2016년)

(단위 : 천 톤)



글로벌 수입규모
1위 스페인, 3위 중국
중국 수입상대국,
1위 러시아
2016년 기준
중국 보리 생산량
200만 톤

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3	중국 관세청 www.customs.gov.cn

보릿가루 통계 기준 설정

보릿가루 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 중국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 1102.90.90으로 설정

글로벌 및 중국 내 보릿가루의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1102.90을 수입 통계 분석 기준으로 설정함. 중국 내 해당품목의 수입통계 기준은 HS CODE 1102.90하위 1102.90.90(밀 또는 혼합 밀 분말을 제외한 다른 곡물 가루)로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1102.90
	중국 수입규모 및 성장률		1102.90
품목 통계	중국 보리 생산량, 수입량	품목 키워드	Barley Production & Import
	중국 아이스티, RTD 티 음료 시장규모 ²⁾		Iced, RTD Tea Drinks

표 1.2 : 중국 내 보릿가루 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1102	곡물의 고운 가루(밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외)
	1102.90	기타
중국	1102	밀 또는 혼합 밀 분말을 제외한 다른 곡물 가루
	1102.90.90	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), China Customs Association(www.hscode.net)

1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
2. 참여 기업의 보릿가루 제품은 음료 첨가제로 활용될 수 있어 경쟁제품 조사 시 음료 제품 중에서 칼슘이 함유된 물, 곡물이 함유된 제품, 곡물 티백 제품 등의 제품으로 조사를 진행함. 따라서 보리 음료의 상위 품목인 아이스 티, RTD 티 음료의 시장규모를 조사함

1. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1102.90 수입규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



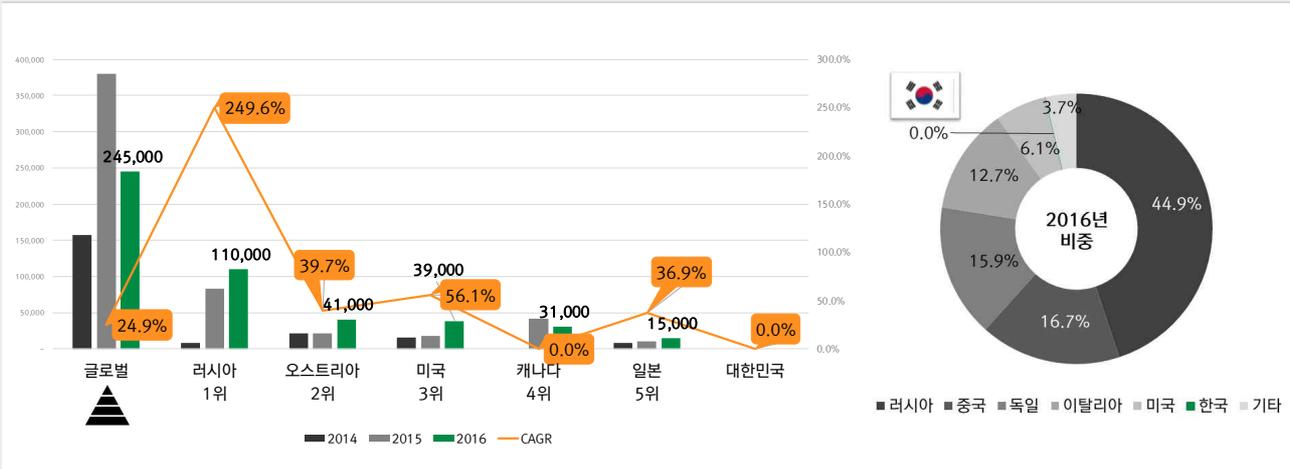
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 1102.90 품목의 글로벌 수입규모는 4억 4,038만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 0.5%의 하락세를 보임. 수입규모 1위국인 스페인의 수입규모는 5,203만 3,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 4.6%의 성장률을 보임
- 2016년 기준 중국의 HS CODE 1102.90 품목 수입규모는 2,840만 6,000달러로 전체 3위를 차지함. 중국의 수입규모는 2014년 이후 최근 3년간 연평균 5.7%의 성장률을 기록함

중국 수입 통계 분석

표 1.4 : 중국 HS CODE 1102.90.90 수입규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

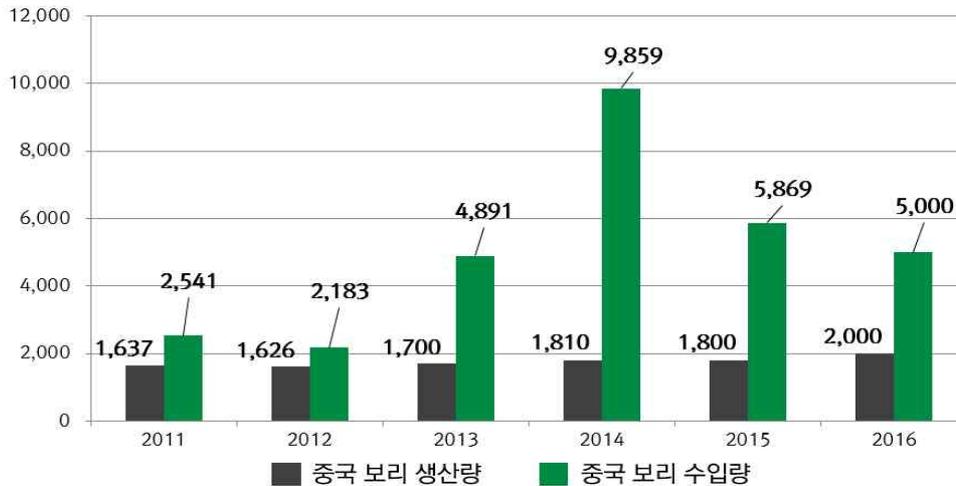
- 2016년 기준 중국의 HS CODE 1102.90.90 품목 최대 수입상대국인 러시아의 수입규모는 11만 달러이고 중국의 전체 해당품목 수입액 중 44.9%를 차지함. 뿐만 아니라, 러시아는 2014년 이후 최근 3년간 연평균 249.6%의 성장률을 기록하며 폭발적인 성장세를 보임
- 2013년 중국 내 한국산 HS CODE 1102.90 품목은 1천 달러 규모였으나, 2014년 이후에는 수입이 없었던 것으로 나타남

3. 품목통계 종합분석

중국 보리 생산량 및 수입량

표 1.5 : 중국 보리 생산량 및 수입량(2011~2016)

(단위 : 천 톤)



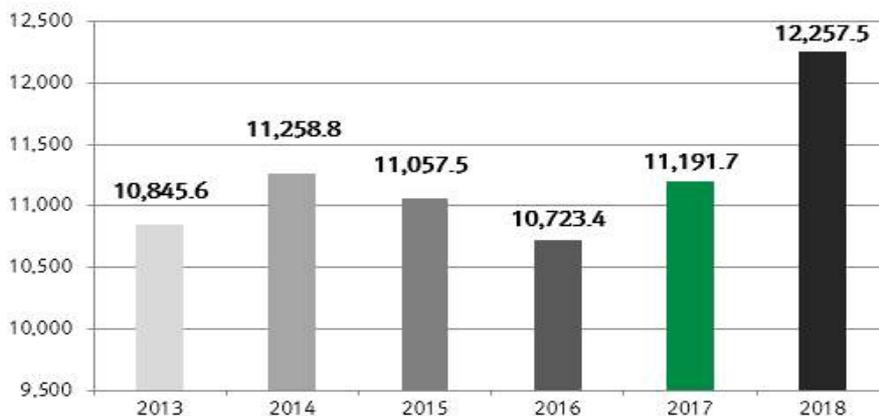
출처 : Index Mundi(www.indexmundi.com)

- 2016년 기준 중국의 보리 생산량은 2015년에 비해 20만 톤이 증가한 200만 톤을 기록하였으며, 2011년 이후 6년간 연평균 4.1%의 성장률을 보이며 꾸준히 증가하고 있는 추세임
- 중국의 보리 수입량은 2014년에 전년 대비 496만 8,000톤이나 대폭 증가하여 101.6%의 상승률을 기록했지만 2015년부터 다시 감소하기 시작하여 2014년 이후 3년간 연평균 28.8%의 하락률을 기록하며 2016년 기준 500만 톤을 기록함

중국 아이스티, RTD 티 음료(Iced, RTD Tea Drinks) 시장규모³.

표 1.6 : 중국 아이스티, RTD 티 음료(Iced, RTD Tea Drinks) 시장규모(2013~2018)

(단위 : 백만 달러)



※2017~2018년도 수치는 전망치임

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2014년 이후 3년간 중국의 아이스티, RTD 티 음료(Iced, RTD Tea Drinks) 시장규모는 2.4% 하락세를 보이며, 2016년 기준 107억 2,340만 달러를 기록함. 하지만 2017년부터는 증가세로 돌아서 2016년 이후 3년간 연평균 6.9%의 상승세를 기록하며 2018년에 122억 5,750만 달러 규모에 이를 것으로 전망됨

3. 참여 기업의 보릿가루 제품은 음료 첨가제로 활용될 수 있어 경쟁제품 조사 시 음료 제품 중에서 칼슘이 함유된 물, 곡물이 함유된 제품, 곡물 티백 제품 등의 제품으로 조사를 진행함. 따라서 보리 음료의 상위 품목인 아이스티, RTD 티 음료의 시장규모를 조사함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	Daxue Consulting	daxueconsulting.com
2	Alibaba	www.1688.com
3	Tian Mao	www.tmall.com
4	Jingdong	www.jd.com
5	Sound of Hope	www.soundofhope.org
6	动脉网	vcbeat.net
7	CBO	www.cbo.cn
8	Spgykj	www.spgykj.com

Keyword	
분류	주요 키워드(영문, 중문)
소비	- 수입식품(Imported food, 进口食品) - 식품 시장(Food market, 餐饮市场)
제품	- 청량음료(Soft Drink Consumption, 清饮料消费) - 한국 보리음료(Korea barley beverage, 韩国大麦饮料)
유통	- 보릿가루 채널(Barley powder channel, 大麦面粉频道) - 보리음료 채널(Barley beverage channel, 大麦饮料频道)
정책	- 보리 규제(Barley beverage regulation, 大麦面粉卫生) - 보리음료 규제(Barley beverage regulation, 大麦饮料卫生)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 2018년 수입식품 시장규모 한화 약 8조 2,339억 원 전망 · 중국은 세계 최대 식품 수입국 · 자국산보다 외국 브랜드에 대한 선호가 더 높음 - 무설탕 및 저당도 차 제품 인기 · 건강에 관심 많은 중산층 증가로 낮은 당도의 음료 인기
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 건강음료 및 프리미엄 음료 제품의 수요 증가 · 소비자 라이프 스타일 변화 및 건강제품에 대한 인식 상승이 주요 원인 - 중국 온라인 쇼핑몰, 한국 보리차 및 음료 제품 판매 증 · 중국의 대표 온라인 쇼핑몰인 Tian Mao, Jingdong에서 청정원, 동서식품, 롯데의 보리차 및 음료 제품 판매
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 식품 소매업의 디지털화 · Alibaba, Amazon의 중국 온라인 서비스 개발 투자와 온라인 쇼핑의 편리성 등을 이유로 중국 1선 도시 소비자 중 59%가 식품 구입 시 온라인 채널 이용 - 위기의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 · 높은 인건비와 치열한 경쟁으로 인해 매출이 감소하고 점포 수도 축소되는 실정
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 한국 농식품 통관·검역 심사 강화 · 사드 보복조치로 인해 한국 농식품에 대한 통관 및 검역 심사가 강화됨

2018년 수입식품 시장규모 한화 약 8조 2,339억 원 전망

미국 식품산업협회(American Food Industry Association)의 예측에 따르면, 2018년 중국은 세계 최대의 식품 수입국이 될 것이며, 수입식품 시장규모가 한화 약 8조 2,339억 원에 이를 것으로 전망함⁴.

중국사회과학원(CASS, China Academy of Social Science) 도시발전 및 환경연구소는 2015년 중국 내 식품안전 문제로 인한 사망자 수가 1만 명을 넘었고, 경제적 손실만 한화 약 8,500억 원에 달하는 것으로 조사되었다고 밝힘⁵.

식품안전을 위협하는 요인으로는 토양오염, 수질오염, 화학비료와 항생제 남용 등이 있음. 특히 과도한 농약 사용으로 인한 토양오염은 중국 소비자들을 불안에 떨게 하는 심각한 문제임. 이에 따라 중국 소비자들은 중국 식품을 신뢰하지 못하게 되었으며 해외 수입식품의 수요가 증가하게 되었음⁶.

무설탕 및 저당도 차 제품 인기

중국의 차는 대체로 설탕 함유량이 낮음. 중국 소비자들은 차를 마실 때 첨가물을 통한 인공적인 맛 보다는 차잎 고유의 맛이 느껴지는 것을 더 선호함. 이는 건강에 관심이 많은 중국 중산층의 증가에 따른 것으로, 과거 일본도 경제성장에 따른 중산층 증가와 해당 계층의 건강에 대한 관심으로 설탕함유 제품이 1970년대 60%에서 2010년 단 7% 수준으로 감소한 사례와 같은 양상을 띠고 있음⁷.

4. Spgykj(www.spgykj.com), 'Development Trend of Imported Food', 2016.08.25

5. Sound of Hope, '中国食品安全已到了如此恐怖的地步', 2017.05.30

6. Daxue Consulting(daxueconsulting.com), 'Processed Food Industry in China', 2016.03.24

7. 动脉网(vcbeat.net), '可口可乐之后, 哪些健康饮料在兴起?', 2017.03

2. 제품 트렌드

건강음료 및 프리미엄 음료 제품의 수요 증가⁸.

편리함을 추구하는 중국 소비자들의 라이프스타일에 따라 청량음료는 꾸준히 수요가 증가하고 있음. 코카콜라 차이나(CoCa-Cola China Ltd)는 여전히 청량음료 시장에서 점유율 1위를 유지하고 있음

한편, 최근 건강 제품에 대한 인식이 높아짐에 따라 건강 음료와 프리미엄 음료 제품의 수요가 크게 증가하고 있음

소비자들은 농축액이 아닌 100% 과일주스를 찾기 시작했고, 생수, 스포츠에너지 음료도 인기를 끌고 있음. 특히 100% 과일주스, 생수, 스포츠에너지 음료, 그리고 RTD 커피는 청량음료의 평균 성장률보다 더욱 빠르게 성장할 것으로 예상됨⁹.

중국 온라인 쇼핑몰, 한국 보리차 및 음료 제품 판매

중국의 대표적인 온라인 쇼핑몰인 Tian Mao, Jingdong에서 보리음료 제품의 판매 현황을 조사한 결과, 청정원의 ‘유기농 보리차’, 동서식품의 ‘동서 보리차’, 롯데의 ‘황금보리’ 제품이 판매 중인 것으로 확인됨. 3개 제품 모두 한국산 보리 100%를 강조하고 있음

표 2.1 : 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 한국 보리차 및 음료 제품

청정원 유기농 보리차	동서 보리차	롯데 황금보리
		

출처 : Tian Mao(www.tmall.com), Jingdong(www.jd.com)

8. 참여 기업의 보릿가루 제품은 음료 첨가제로 활용될 수 있어 보리 음료의 상위 품목인 청량 음료제품으로 조사함

9. 动脉网(vcbeat.net), 可口可乐之后, 哪些健康饮料在兴起?, 2017.03

3. 유통 트렌드

식품소매업의 디지털화

중국의 식품소매업은 인구 증가 및 중산층 구매력의 향상으로 꾸준히 매출이 증가하고 있음. 중국의 식품소매업계는 중국 내 경기 침체에도 불구하고 높은 매출 성장률을 기록함. 특히 중국 식품소매업의 디지털화는 식품산업이 성장하는 데 크게 기여함

중국이 도시화됨에 따라 소비자들은 점점 편리하고 광범위한 종류의 제품을 찾기 시작했고, 이러한 수요를 포착한 Alibaba, Amazon과 같은 온라인 쇼핑몰 대기업들의 적극적인 투자로 중국의 식품소매업은 점차 디지털화되기 시작함

상하이, 베이징과 같은 1선 도시의 소비자 중 59%는 식품을 구입할 때 온라인을 이용하는 것으로 나타남. 온라인 쇼핑몰을 이용하는 주된 요인은 배송의 편리성, 검색의 용이성, 광범위한 제품, 각종 프로모션 전략 등인 것으로 나타남¹⁰.

위기의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

중국의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 온라인 매장과 비교했을 때 인건비를 포함한 운영비용이 높고 업계의 경쟁이 치열함

중국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 이러한 위기를 극복하기 위해 매장을 개선하고 새로운 서비스를 도입하기 시작함. 즉 편리함을 추구하는 중국 소비자들의 라이프스타일에 따라 접근성을 높이는 대신 소규모 매장으로 전환하고 있음. 또한 ‘O2O(Offline to Online, 오프라인에서 온라인으로)’ 전략을 통해 Alibaba, Amazon과 같은 온라인 쇼핑몰 대기업에 맞서는 중임¹¹.

10. Daxue Consulting(daxueconsulting.com), ‘Food Retail Industry in China: How E-Retailing is changing food and grocery market in China’, 2016.06.17

11. Daxue Consulting(daxueconsulting.com), ‘Hypermarket & Supermarket Industry in China: Following the Digital Era’, 2016.03.20

4. 정책 트렌드

한국 농식품에 대한 통관·검역 심사 강화

중국의 고고도미사일방어체계 사드(THAAD) 보복 조치로 한국 농식품에 대해 통관 및 검역 심사가 강화될 조짐을 보임

통관이 거부된 제품은 주로 과자류, 음료류, 해조류 등임. 2017년도 1월부터 7월까지 255개의 제품이 통관거부 되었으며, 그 중 187개의 제품은 식품임. 통관 거부 사유는 라벨링 및 포장이 32.9% 이상을 차지했으며, 성분 부적합, 잔류농약과 위생, 서류 미비 등이 뒤를 이음. 식품에 대한 검역 규정은 2016년과 동일하지만, 식품 제품의 통관 검역 수준이 강화됨¹².

12. CBO, '今年3~4月份韩国不合格产品创记录, 安全性评价材料不齐全是主要原因', 2017.10.09



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

제품명	업체명	제조국가
보리차(大麦茶)	상해명봉차엽유한공사(上海茗丰茶叶有限公司)	중국
덕식보리차(德食麦茶)	(주)덕식((株) 德食)	일본
혼합보리차(混合麦茶)	백맥미공장(白麦米工場)	일본
덕식신보리차(德食新麦茶)	(주)덕식((株) 德食)	일본
삼영흥산 아동용 보리차(三荣兴产 儿童大麦茶)	삼영흥산(三荣兴产)	일본
화이트 보리 검은콩 옥수수 보리차(白麦黑豆玉米麦茶)	백맥미공장(白麦米工場)	일본

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

편의점	대형 유통매장		
7-Eleven	Fresh Mart	Carrefour	Walmart
			
No.2-107, Wuning RD, Gubei District, Shanghai	B1, JiuGuang Plaza , No1618 , west nanjing RD, jingan District, Shanghai	No.328, TaoPu RD, Putuo District, Shanghai	No.1118, WuWei RD, Putuo District, Shanghai

출처 : 현지 방문조사(7-Eleven, Fresh Mart, Carrefour, Walmart, 2017.05)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 6개 선정¹³.

제품명	업체명	제조국가
보리차(大麦茶)	상해명봉차업유한공사(上海茗丰茶叶有限公司)	중국
덕식보리차(德食麦茶)	(주)덕식((株) 德食)	일본
혼합보리차(混合麦茶)	화이트보리(白麦)	일본
덕식신보리차(德食新麦茶)	(주)덕식((株) 德食)	일본
삼영흥산 아동용 보리차(三荣兴产儿童大麦茶)	삼영흥산(三荣兴产)	일본
화이트 보리 검은콩 옥수수 보리차(白麦黑豆玉米麦茶)	화이트보리(白麦)	일본

출처 : 현지 방문조사(7-Eleven, Fresh Mart, Carrefour, Walmart, 2017.05), 6개 제품 기준

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	용량(g)	4	포장형태
2	가격 100g당 가격(원)	5	원료
3	유통기한(개월)	6	제조국가

13. 참여 기업의 보릿가루 제품은 음료 첨가제로 활용될 수 있어 보리가 첨가된 음료 완제품 1개와 티백 제품 6개, 보리곡물 2개 총 9개 제품을 현지 매장에서 조사함. 하지만 분석은 그 중 표본 수가 가장 많은 보리 티백을 경쟁제품으로 선정하여 분석하고 나머지 제품 정보는 현지 방문 조사자료(p.20~24)에서 확인할 수 있게 기재함. 보릿가루가 속한 HS CODE 1102.90 품목에는 보릿가루 뿐 아니라 밀 또는 혼합 밀 분말을 제외한 다른 곡물 가루가 포함되기 때문에 수입액 1위인 태국의 것이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

유통 중인 보릿가루 경쟁제품, 100g당 평균 가격 3,261원¹⁴.

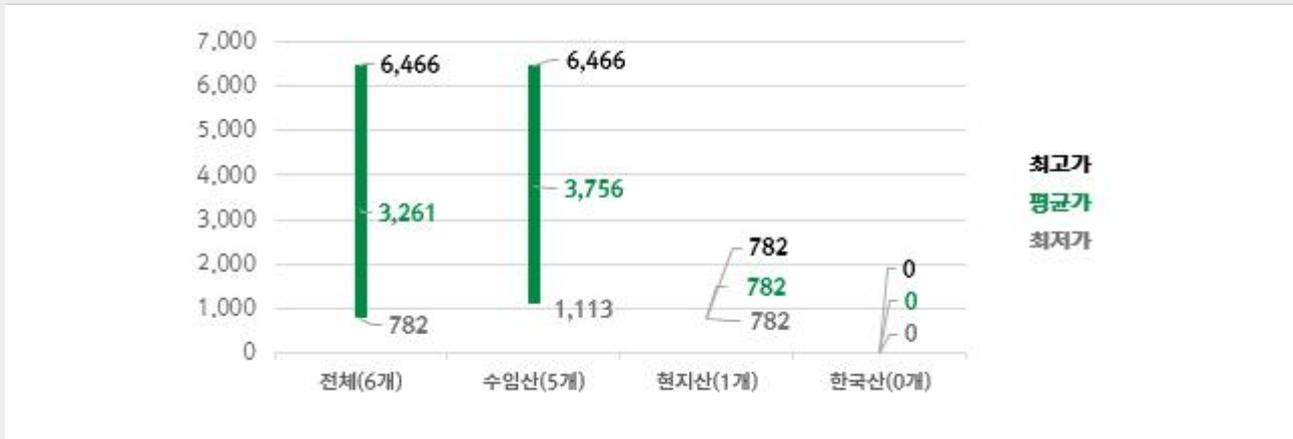
중국 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 100g당 가격을 분석한 결과, 평균 가격이 3,261원으로 산출됨

현지 조사 결과 중량 100g당 가격의 경우 중국 현지산 제품의 가격은 782원이었고, 수입산 제품의 평균 가격은 3,756원으로 나타남. 경쟁제품 중 Fresh Mart에서 판매 중인 ‘혼합보리차(混合麦茶)’ 제품이 100g당 6,466원으로 최고가를 기록했으며, Carrefour에서 판매 중인 ‘보리차(大麦茶)’ 제품이 100g당 782원으로 최저가를 기록함

경쟁 제품의 평균 중량은 295.0g으로 나타났으며, 평균 유통기한은 18.4개월임

표 3.1 : 제품별 중량(100g)당 가격

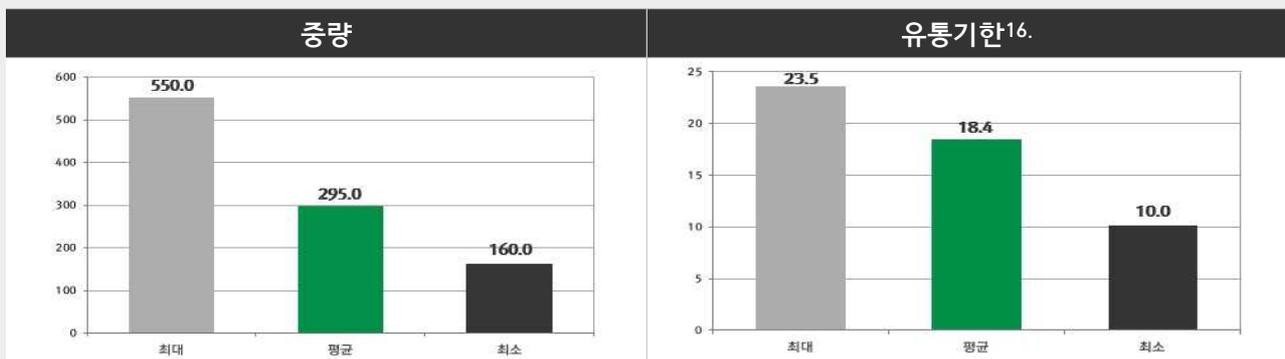
(단위 : 원)



출처 : 현지 방문조사(7-Eleven, Fresh Mart, Carrefour, Walmart, 2017.05), 6개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹⁵.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지 방문조사(7-Eleven, Fresh Mart, Carrefour, Walmart, 2017.05), 6개 제품 기준

14. 1위안(CNY) = 165.52원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준 2017.06.01)

15. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

16. 제조일자를 확인할 수 없는 제품은 현지조사일자를 기준으로 유통기한을 도출함

3. 정성 분석

외장재는 모두 비닐 사용

보릿가루 경쟁제품 6개 모두 보리티백 제품으로, 비닐을 외장재로 사용하고 있음

제조국가

경쟁제품 6개 중 5개의 제조국가가 일본으로 나타남. 이외 1개 제품은 중국 제품이었으며 한국산 제품은 확인되지 않음

보릿가루 경쟁제품 원료

경쟁제품 중 옥수수, 홍차, 검은콩 등이 섞인 제품도 있었지만 보리만을 원료로 사용한 제품이 많았으며 원료 함량은 기재되어 있지 않음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재)



출처 : 현지 방문조사(7-Eleven, Fresh Mart, Carrefour, Walmart, 2017.05), 6개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
보리차(大麦茶)	중국	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 ■ 중국
덕식보리차(德食麦茶)	일본	
혼합보리차(混合麦茶)	일본	
덕식신보리차(德食新麦茶)	일본	
삼영흥산 아동용 보리차(三荣兴产儿童大麦茶)	일본	
화이트 보리 검은콩 옥수수 보리차(白麦黑豆玉米麦茶)	일본	

출처 : 현지 방문조사(7-Eleven, Fresh Mart, Carrefour, Walmart, 2017.05), 6개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 01	제품 02
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	상해명봉차엽유한공사(上海茗丰茶叶有限公司)	(주)덕식((株) 徳食)
	제품명	보리차(大麦茶)	덕식보리차(徳食麦茶)
	용량(g)	180	520
	가격 (위안)	8.5	44.8
	포장형태	비닐	비닐
	원료	보리	보리
	유통기한 (개월)	12.0	23.5
	제조국가	중국	일본
취급처	수입사 정보	-	상해소용정보무역유한공사 (上海逍龙信息贸易有限公司)
	판매확인 매장	Carrefour	Fresh Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	화이트보리(白麦)	(주)덕식((株) 徳食)
	제품명	혼합보리차(混合麦茶)	덕식신보리차(徳食新麦茶)
	용량(g)	160	550
	가격 (위안)	62.5	37
	포장형태	비닐	비닐
	원료	보리, 남아프리카공화국산 홍차, 맥아	보리
	유통기한 (개월)	18.0	23.5
	제조국가	일본	일본
취급처	수입사 정보	상해소용정보무역유한공사 (上海逍龙信息贸易有限公司)	상해소용정보무역유한공사 (上海逍龙信息贸易有限公司)
	판매확인 매장	Fresh Mart	Fresh Mart

4. 현지 방문 조사자료

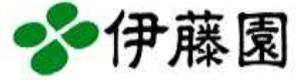
분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	삼영흥산(三栄兴产)	화이트보리(白麦)
	제품명	삼영흥산 아동용 보리차(三栄兴产儿童大麦茶)	화이트 보리 검은콩 옥수수 보리차 (白麦黑豆玉米麦茶)
	용량(g)	200	160
	가격 (위안)	52.5	52.5
	포장형태	비닐	비닐
	원료	보리(국내산), 계수나무 씨앗, 감초, 수용성 식이섬유(보리), 탄산칼슘	보리, 검은콩, 옥수수
	유통기한 (개월)	23.3	10.0
	제조국가	일본	일본
취급처	수입사 정보	-	상해소용정보무역유한공사 (上海道龙信息贸易有限公司)
	판매확인 매장	Fresh Mart	Fresh mart

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		동서식품	안휘희락완식품유한공사 (安徽喜乐田园食品有限公司) ^{17.}	ITO EN
		한국	중국	일본
기업 개요	설립년도	1968년	2014년	1966년
	매출액	약 1조 5,169억 원(2016년)	-	4,655억 7,900만 엔 4조 7,378억 7,157만 7,700원 (2016년)
	주요인증	HACCP, ISO 9001	SC 인증	ISO 14001, ISO 9001
	취급품목	커피, 녹차, 보리차	보리차, 곡물차, 국화차	녹차, 보리차, 곡물차
제품 정보				
	보리차	보리차	보리음료	
				
	보리음료	국화차	티백 보리차	
홍보 전략	· 음용방법 설명 등을 통한 제품홍보	· 온라인 쇼핑몰을 통해 제품 판매	· 홈페이지를 통해 레시피 게시	
	· 한국산 보리의 진한 향	· 고품질 보리 원료와 친환경 펄프팩 사용 강조	· 다카페인 무설탕 무병부제인 제품 성분을 강조	

17. 안휘희락완식품유한공사(安徽喜乐田园食品有限公司)의 기업 홈페이지(www.xile.vipcom.cn)를 조사했으나, 매출액 정보가 확인되지 않음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 보리(大麦), 보리차(大麦茶), 보리음료(大麦飲料)
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - Tian Mao(www.tmall.com)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

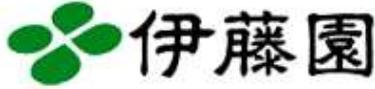
- 중국 현지 슈퍼마켓·하이퍼마켓 방문(2017.05)
 - Carrefour, Walmart, Fresh Mart, 7-Eleven

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 조사)
+ 방법론 02(오프라인 방문 조사)

한국, 로컬, 글로벌 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과¹⁸.

한국	중국	일본
		
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

18. 보리 음료 완제품으로 현지조사는 되었지만 경쟁제품으로는 선정되지 않아 분석하지 않은 Itoen은 온라인 조사 결과, 보리 티백과 음료 완제품 등 보리를 활용한 다양한 제품을 취급하고 있기 때문에 경쟁사로 선정함. 중국 내에서는 Itoen(중국명칭 伊藤園) 브랜드를 동양음료창수유한공사(东洋饮料常熟有限公司)가 제조유통하고 있음. 이 외에 온라인 쇼핑몰 보리관련 음료 키워드 판매량 상위 기업인 한국의 동서식품과 중국의 안휘희락완식품유한공사를 추가로 경쟁사로 선정함

2. 경쟁사별 현황 파악

동서식품 정보

· 대표 전화 : 032-1588-2233
 · 대표 주소 : 인천시 부평구 새벌로 55(청천동)
 · 인천시 부평구 새벌로 55(청천동)

출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

동서식품

동서식품은 1968년에 설립되어 커피, 녹차, 곡물차 등을 취급하고 있음. 전 제품의 품질 및 식품안전을 보장하기 위해 HACCP, ISO9001 인증을 취득하였으며, 2016년에 약 1조 5,169억 원의 매출을 달성함. 보리차, 옥수수차, 결명자차 등 다양한 종류를 생산하고 있으며, 최근 RTD 제품도 선보이고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1968년
② 매출액	약 1조 5,169억 원(2016년)
③ 주요인증	HACCP, ISO9001
④ 취급품목	커피, 녹차, 보리차 등



출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

[제품 정보]

보리차	보리차	보리음료	루이보스 보리차

출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>음용 방법 설명 등을 통한 제품 강점 홍보</p> <p>1 2 3</p> <p>取大麦茶一包放入杯中。注入开水，淹没茶包。泡30分钟后即可品尝到浓香的大麦茶。</p> <p>可以按喜好调节水量，用凉水也能泡出浓香味道。</p> <p>耐泡醇香 烘焙麦香 回甘悠长 三泡之后依旧香浓</p> <p>第一泡 第二泡 第三泡</p>	<p>'한국산 보리의 진한 향'</p> <p>原麦颗粒烘焙 焦香浓郁 根据韩国人的饮用习惯烘焙而成 第一泡味浓苦涩，有明显焦糊味</p>
<p>온라인 쇼핑몰 내에 3번 이상 우려먹어도 첫 번째의 맛과 동일한 맛을 느낄 수 있음을 적극 홍보</p>	<p>한국산 보리를 이용하여 잘 말려 가공함을 강조 보리 본연의 순수한 맛과 진한 향을 느낄 수 있음을 강조</p>

출처 : 동서식품(www.dongsuh.co.kr)

2. 경쟁사별 현황 파악

안휘희락완식품유한공사 정보

· 대표 전화
: +86-021-57817680
· 대표 주소
: Wanli Yangtze River this throat, Wu Chu
Xinjiang
출처 : Xile Vipcom(www.xile.vipcom.cn)

안휘희락완식품유한공사(安徽喜乐田园食品有限公司)

2014년 설립된 곡물차, 허브차, 꽃차 등 차 종류 전문 생산가공 회사임. 중국의 품질안전인증인 SC인증을 취득해 안전하고 과학적인 품질관리 시스템을 갖추고 있음. 중국 온라인 쇼핑몰인 Taobao에 회사 페이지를 개설하여 자사 제품의 홍보 및 판매를 하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	2014년
② 매출액	-19.
③ 주요인증	SC 인증
④ 취급품목	보리차, 곡물차, 국화차 등



출처 : Xile Vipcom(www.xile.vipcom.cn)

[제품 정보]

보리차	메밀차	국화차	연꽃잎차

출처 : Xile Vipcom(www.xile.vipcom.cn)

[홍보 전략]

홍보채널	캐치프레이즈
<p>온라인 쇼핑몰 판매를 통한 제품 홍보</p> <p>중국 대표 온라인 쇼핑몰 Tian Mao와 Alibaba를 통한 제품 판매 및 홍보</p>	<p>'고품질 원료와 친환경 펄프팩 사용'</p> <p>袋泡茶和散装的区别</p> <p>随意茶包采用纯进口、高质感材质、出味速度快、耐冲泡、环保本色木浆。</p> <p>· 고품질 보리 원료와 환경 친화적인 펄프 팩 사용</p>

출처 : Xile Vipcom(www.xile.vipcom.cn)

19. 안휘희락완식품유한공사(安徽喜乐田园食品有限公司)의 기업 홈페이지(www.xile.vipcom.cn)를 조사했으나, 매출액 정보가 확인되지 않음

2. 경쟁사별 현황 파악

Itoen 정보

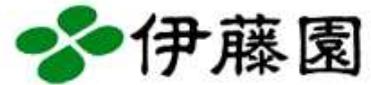
· 대표 전화
: +81-3-5371-7111
· 대표 주소
: 47-10, Honmachi 3-chome, Shibuya-ku,
Tokyo 151-8550, Japan
출처 : Itoen(www.itoen.co.jp)

Itoen

1966년에 설립된 Itoen은 차 관련 제품을 생산·유통하는 음료 전문 기업임. 녹차와 보리차, 우롱차, 허브티 등 다양한 차 종류를 취급하며, 2016년 중국, 싱가포르, 뉴욕, 하와이, 호주 등 여러 국가에 진출하여 4억 6,557만 9,000엔의 매출을 기록함

[기업 개요]

① 설립년도	1966년
② 매출액	4억 6,557만 9,000엔 47억 4,388만 7,736원(2016년)
③ 주요인증	ISO14001, ISO9001
④ 취급품목	녹차, 보리차, 곡물차 등



출처 : Itoen(www.itoen.co.jp)

[제품 정보]

보리차	티백 보리차	우롱차	자스민차
			

출처 : Itoen(www.itoen.co.jp)

[홍보 전략]

홍보채널	캐치프레이즈
<p>홈페이지를 통해 레시피 게시</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>How to prepare delicious green tea 只湯一小時 煎茶(湯量標準) 【無糖無咖啡因(無糖)】 작은 아이디어로 놀라운 맛이 되는 [맛있는 녹차 우려내는 방법]</p>  <p>CLICK!</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Enjoy life with refreshing tea every day! How to prepare tea that's good for health 【無糖無咖啡因(無糖)】 자음 마시고 매일 활기차게 몸을 건강하게 해주는 차 우려내는 방법</p>  <p>CLICK!</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>How to prepare a "Cold-brewed green tea" 【無糖無咖啡因(無糖)】 【미프다시 녹차】 맛있게 드시는 법</p>  <p>CLICK!</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>How to prepare "Cold-brewed green tea" for bottles 【無糖無咖啡因(無糖)】 【미프다시 녹차】 맛있게 드시는 법</p>  <p>CLICK!</p> </div> </div> <p>홈페이지를 통해 자사 제품을 더 맛있게 섭취할 수 있는 레시피를 제공함</p>	<p>'디카페인, 무설탕, 무방부제인 제품 성분을 강조'</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>디카페인, 무설탕, 방부제를 포함하지 않은 보리 자연의 맛 강조</p>

출처 : Itoen(www.itoen.co.jp)

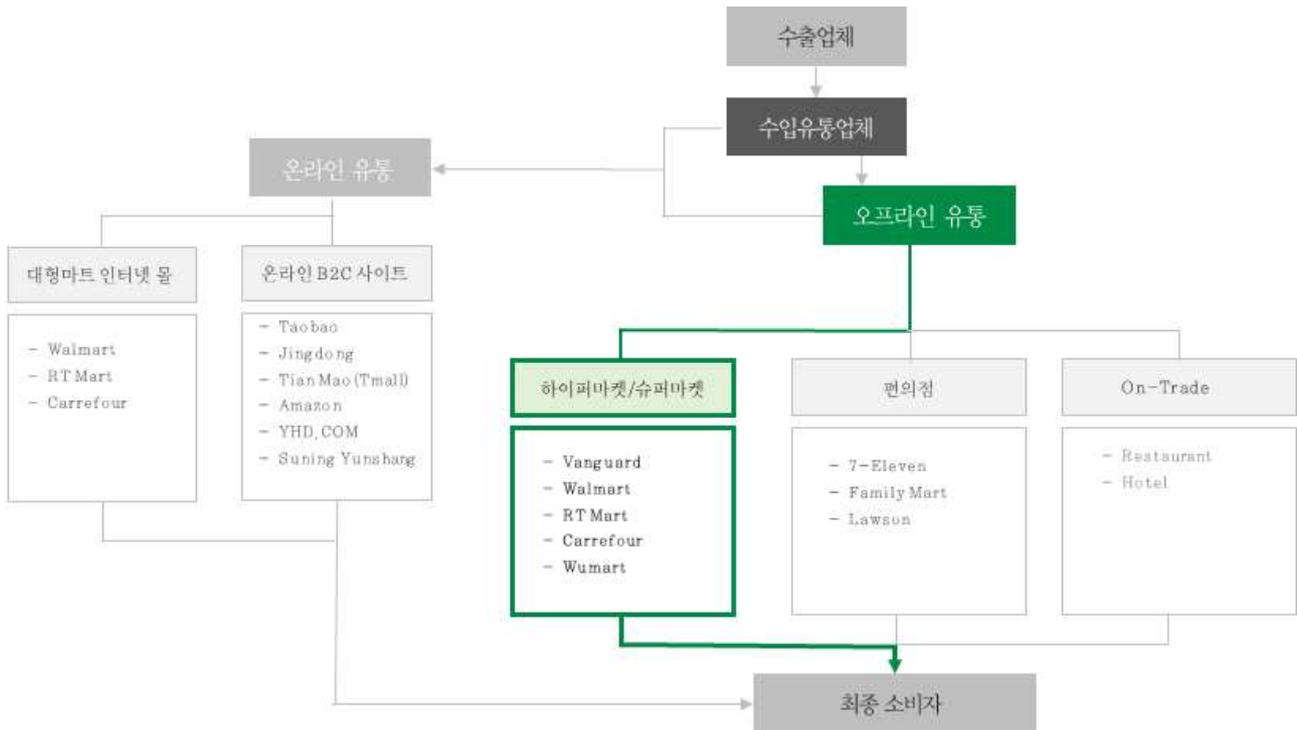
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

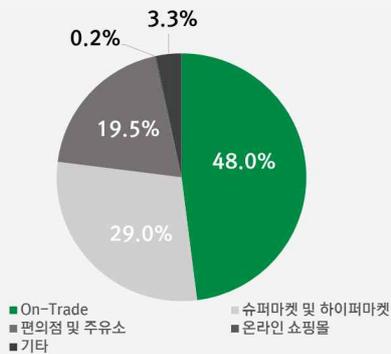
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- On-Trade : 음료 및 주류 유통에서 쓰이는 용어로 레스토랑, 호텔 등의 유통채널을 의미함²⁰.
- 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~ 2,300㎡ 이상
- 편의점 및 주유소 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 편의점을 뜻함
- 온라인 쇼핑물 : 인터넷 등을 이용하여 상품을 매매할 수 있도록 만든 가상 상점
- 기타 : 드럭 스토어, 재래시장, 기타 매점을 포함

출처 : Global Data(2015)

20. On-Trade는 레스토랑, 호텔 등의 유통채널로 'Non-Alcoholic Beverages' 제품의 유통점유율이 48.0%로 가장 높음. 하지만 어떤 매장에서 보릿가루 경쟁제품을 취급하고 있는지 확인하기 힘들고, 지정된 유통채널이 아닌 호텔, 레스토랑 등 다양한 유통채널이 복합적으로 있어 추천 진출경로에서 제외함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 매출 하락, 폐점 위기 ... 소비자의 접근성을 높여라

Global Data의 무알코올 음료 유통채널 자료에 따르면, 중국 내 무알코올 음료 유통시장점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 29.0%로 2위를 차지함. 중국 소비자들의 소비 감소와 온라인 채널의 성장은 중국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓 채널의 매출에 악영향을 미침. 이에 따라 중국의 여러 하이퍼마켓·슈퍼마켓 수익성이 낮은 매장을 폐점함. 2014년 중국 내 178개의 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 문을 닫은 것으로 나타남. 중국의 하이퍼마켓 브랜드인 Wumart는 2015년 상반기 순이익이 전년 동기 대비 9% 감소한 한화 약 428억 8,500만 원을 기록함²¹.

순이익 감소, 매장 폐점 등 위기를 느낀 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 작은 규모의 매장과 온라인 서비스 제공을 통해 소비자의 접근성을 높이기 위해 노력 중임. 중국 대표 하이퍼마켓 브랜드인 Carrefour는 소규모 형태 매장 부문에서 여전히 성장 가능성이 있는 것으로 판단하고 해당 컨셉의 매장 개설에 초점을 맞추고 있음²².

ROUTE #2. 편의점 및 주유소

: 중국 내 매장 수 증가에 따른 경쟁 심화

편의점은 2015년 기준 무알코올 음료 유통시장점유율 3위를 기록함. 편리성을 추구하는 중국 소비자들의 라이프 스타일에 따라 접근성이 높은 편의점 수가 점점 증가하고 있음. 상하이 시에는 인구 3,466명당 1개의 편의점 매장이 있으며, 타이위안 시는 인구 2,801명당 1개임

중국 체인점 및 프랜차이즈협회에 따르면, 2015년 하얼빈의 편의점 유통채널 성장률은 33.3%, 우한 지역은 32.3%, 창사 지역은 28.6%를 기록한 것으로 나타남. 편의점 매장이 증가함에 따라 중국 내 신규 점포 개점 경쟁은 심화되는 추세임²³.

21. Daxueconsulting, 'Hypermarket & Supermarket Industry in China : Following the Digital Era', 2016.05.20

22. Retail-Week, 'Carrefour China targets convenience expansion', 2016.08.16

23. Nikkei Asian Review, 'Convenience store chains mushrooming across China', 2016.12.17

1. 추천 진출 경로

ROUTE #3. 온라인 유통채널

: 수입식품 및 음료 제품의 주요 유통채널로 성장 중

중국의 전자상거래 시장은 경제발전과 국민 소득 증가에 따른 소비 증가에 힘입어 앞으로도 고속 성장을 이어갈 전망이다. 2014년부터 2018년까지 중국의 전자상거래 시장은 연평균 27.2% 성장하여 2018년에는 시장규모가 한화 약 1,252조 2,400억 원에 이를 전망이다

중국 내에서 가장 많은 이용객을 보유한 사이트는 알리바바 계열인 Tmall로, 온라인 시장 전체의 약 60%를 차지하고 있음. 이외에 JD.COM, 쑤닝, 아마존 차이나, YHD.COM가 높은 비율을 차지함. 알리바바 등 중국의 전자상거래 업체는 전 세계를 대상으로 전략적인 마케팅을 실시하고 있고, 전 세계의 소비 트렌드가 신속하게 반영되고 있으며, 타오바오는 간단한 인증절차만 거치면 누구나가 물건을 사고 팔 수 있는 오픈마켓이기 때문에 진출이 보다 편리하다는 이점이 있음²⁴.

미국 농무부의 2017년 1월 ‘Retail Foods’ 보고서에 따르면, 중국의 Tian Mao(Tmall), Jingdong, Amazon 등 주요 온라인 쇼핑몰 대부분이 수입식품을 취급하며 품목을 확장하는 데 주력하고 있음. 또한 중국 수입식품 및 음료 제품의 약 10 ~ 30%가 전자상거래를 통해 판매되는 것으로 나타남에 따라 온라인 쇼핑몰은 수입식품의 중요한 유통경로로 자리 잡음²⁵.

24. iResearch Global, ‘China’s Online Shopping GMV Approached 5 Trillion Yuan in 2016’, 2017.02.14

25. USAD, ‘Annual Retail Foods Report - China’, 2017.01.26

1. 추천 진출 경로

시장점유율 및 성장률

Global Data에 따르면, 2015년 기준 중국 ‘Non-Alcoholic Beverages’ 유통시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 29.0%, 편의점 및 주유소 19.5%, 온라인 쇼핑몰이 0.2%임. 2013년부터 2015년까지 유통채널별 연평균 성장률은 하이퍼마켓·슈퍼마켓 10.8%, 편의점 및 주유소 7.9%, 온라인 쇼핑몰 12.6%를 기록함

제품 컨셉

중국 식품안전청은 2016년 1분기에만 50만 건의 위반사항을 적발하였다고 발표함.²⁶ 2008년 멜라민 분유 파동, 가짜 계란 파동 등 중국 내 식품 안전 문제는 지속되고 있음. 이에 따라 중국인의 71%가 자국 식품 안전에 대해 큰 문제가 있음을 느끼고 있고, 이로 인하여 수입식품을 선호하는 현상이 나타나고 있음.²⁷

한국산 취급 여부

현지 조사 결과, 현지 조사원이 방문한 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 편의점에서는 한국산 보릿가루 유사 및 동종제품을 판매하지 않았지만, 현지의 한국산 음료 수입유통업체 담당자 인터뷰 결과를 통해 하이퍼마켓슈퍼마켓, 편의점에서 한국산 보릿가루의 유사 및 동종제품을 취급하고 있음을 알 수 있음

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 하이퍼마켓·슈퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합	
	1. 시장성	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 20% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 취급여부	적합	부적합	
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 보릿가루 유사 및 동종제품 취급 유무	적합	부적합	
 편의점	1. 시장성	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 20% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 취급여부	적합	부적합
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 보릿가루 유사 및 동종제품 취급 유무	적합	부적합	
 온라인	1. 시장성	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 20% 이상 차지 2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 취급여부	적합	부적합
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 보릿가루 유사 및 동종제품 취급 유무	적합	부적합	

26. Reuter, ‘China uncovers 500,000 food safety violations in nine months’, 2016.12.24

27. The Brookings Institution, ‘What China’s food safety challenges mean for consumers, regulators, and the global economy’, 2016.04.21

1. 추천 진출 경로

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 최적의 유통채널은 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 분석됨

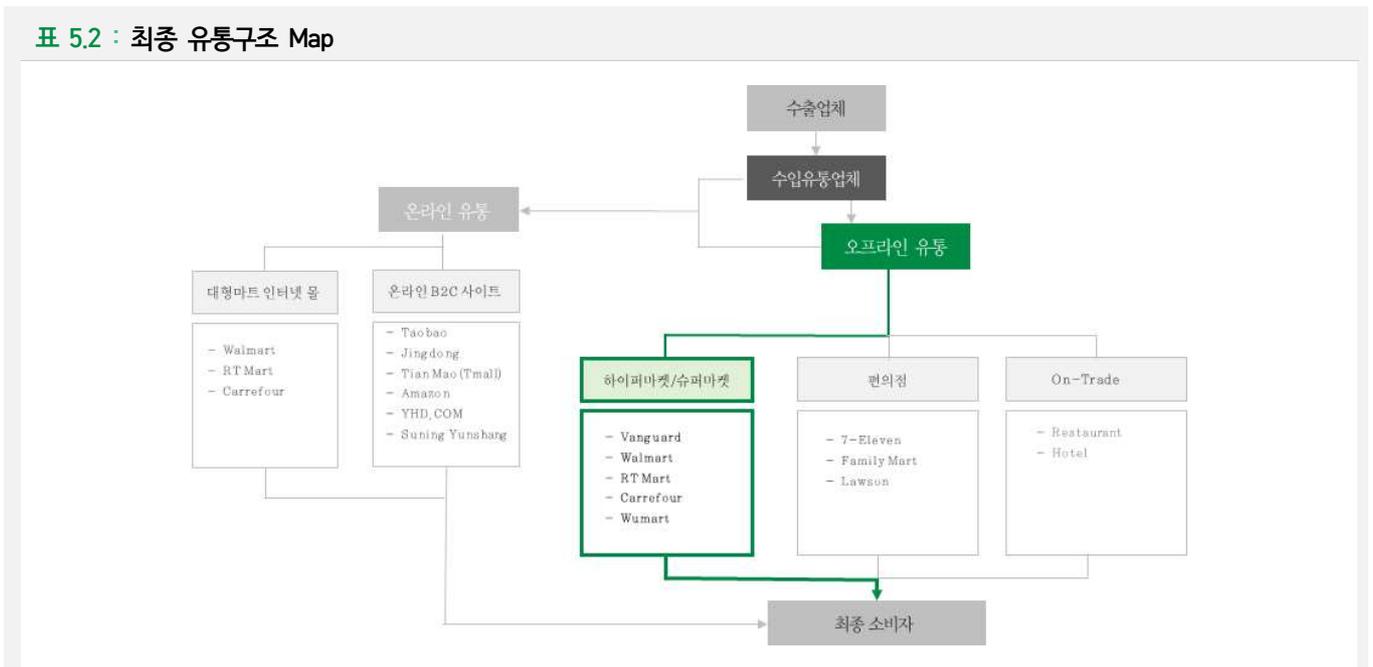
중국 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 유통경로 분석 결과 시장성, 제품적합성, 진출 가능성 3개 지표에서 모두 적합한 것으로 나타남. 실제 현지 방문 조사결과 보리차 및 보리음료 제품을 취급하고 있었음

중국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓 유통채널은 순이익 감소, 매장 폐점 등의 위기를 겪고 있지만, 여전히 높은 시장 점유율을 확보하고 있음. 또한, 작은 규모의 매장을 개점하여 소비자의 접근성을 높이기 위한 노력을 기울이는 등 시장 확대를 위해 노력하고 있어 다른 채널에 비해 여전히 우위에 있음

온라인 쇼핑몰의 경우, 중국에서 수입식품과 음료 제품의 약 10 ~ 30%가 전자상거래를 통해 판매되고 있기 때문에 차 순위 진출 경로로 고려할 수 있음

편의점의 경우, 편리성을 추구하는 중국 소비자들의 라이프스타일에 따라 접근성이 높은 편의점 매장 수가 점점 증가하고 있어 차 순위 진출 경로로 고려할 수 있음

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 음료 수입업체, 유통업체
대상 인터뷰 진행

(2017년 5월)

- 한국 차 및 음료 수입업체
- 한국 차 및 음료 유통업체

Q1. 현재 취급하고 있는 제품의 유형과 수요는 어떠한가요?

“현재 당사에서는 한국 D사 제품을 취급하고 있습니다. 남녀노소 할 것 없이 보리차 제품을 즐길 수 있고 음식점에서 보리차를 서빙하는 경우가 있어 수요가 있는 편입니다.”

-한국 차 및 음료 수입유통업체 위해삼이진척구유한공사(威海三尔进出口有限公司)
담당자 Ms.Han과의 인터뷰 중, 2017.05

“인기 있는 제품은 D사 제품입니다. 대중성이 있는 제품이기 때문에 판매량이 급증 또는 급강하는 일 없이 꾸준한 수요가 있습니다.”

-한국 차 및 음료 수입 유통업체 청도적요진척구유한공사(青岛迪乐进出口有限公司)
담당자 Mr.Wang과의 인터뷰 중, 2017.05

“한국산 보리차 제품을 취급했지만 중한 관계의 악화로 제품 취급을 잠시 중단한 상태입니다. 관계 악화 이전에는 대중적인 제품이고 가격도 부담스럽지 않았기 때문에 수요가 꽤 좋은 편이었습니다.”

-한국 차 및 음료 수입 유통업체 위해한운전자상무유한공사(威海韩韵电子商务有限公司)
담당자와 Ms.Xie와의 인터뷰 중, 2017.05

“한국산 보리차 제품을 취급하고 있습니다. 당사에서 주력으로 마케팅하는 제품은 아니며 시장에서 유사제품의 경쟁이 심한 편입니다. 또한, 한중 관계 악화로 인해 한국산 제품의 시장성이 좋지 않아 당사는 한국산 제품 취급을 중단할 계획입니다.”

-한국 차 및 음료 수입 유통업체 항주열취회공응연관리유한공사(杭州悦萃荟供应链管理有限公司)
담당자와 Ms.Sun과의 인터뷰 중, 2017.05

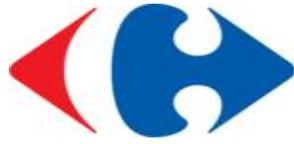


VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Carrefour	Walmart	RT Mart
		하이퍼마켓[프랑스]	하이퍼마켓[미국]	하이퍼마켓[대만]
유통업체 개요 ^{28.}	설립년도 ^{29.}	1995년	1996년	1998년
	매장 소재 국가 및 지역 수	상해, 북경 등 73개 도시	상해, 청두 등 189개 도시	상해, 북경 등 40개 도시
	직원 수	6만 7,142명(2016년) ^{30.}	약 10만 명(2016년)	약 10만 명(2016년)
	점포 수	254개(2016년)	439개(2016년)	346개(2016년)
	취급품목 취급품목	식품료품, 가전제품, 생활용품 등	식품료품, 생활용품, 의류 등	식품료품, 신선식품, 의류 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 채널 확대 - Carrefour 온라인 플랫폼 서비스 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · Walmart, Jet.com 인수 - Walmart는 2016년 e-Commerce 업체인 Jet.com을 30억 달러에 인수 	<ul style="list-style-type: none"> · RT Mart의 모기업 Sun Art Retail, 매출 상승 - Sun Art Retail, 2016년에 전년 대비 4.1% 상승한 970억 위안의 매출 기록
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 시즌별 할인 이벤트 실시 	<ul style="list-style-type: none"> · PB 브랜드와 수입식품 판매에 초점 	<ul style="list-style-type: none"> · 할인행사가 가득한 5월의 RT Mart

28. 중국지사 기준으로 작성함. 2015년 수치가 최신수치인 경우 2015년 기준으로 기재함

29. 설립년도는 각 회사의 중국 진출 년도를 기재함

30. 중국 직원 수만 제시하는 자료를 발표하지 않아 Asia 직원 수로 대체함

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Carrefour

Carrefour는 프랑스 슈퍼마켓 체인으로, 세계 2위의 유통매장임. 1995년 현지 업체와 합작 투자를 통해 중국 시장에 진출하였으며 2016년 기준 중국 내 70개의 도시에 254개의 슈퍼마켓을 운영함. Carrefour는 현지화 전략을 준수하여 직원의 97% 이상이 중국인이며, 제품의 99% 이상이 중국산임. 하지만 최근 오프라인 유통업체의 경쟁 심화와 온라인 업체의 추격으로 2015년 말 이후로 매출은 연속 감소세를 이어옴

표 6.1 : Carrefour 매장 정보

기업 정보	컨셉	가격 대비 최고의 품질 추구	
	대표 주소	No.1208, Gongjiang Road, Shanghai	
	대표 전화	+86-21-3611-4510-164	
주요 판매품목		식음료품, 신선식품, 생활용품 등	
매장전경			
매장 이슈		<h3>온라인 채널 확대</h3> <p>2016년 11월 상하이 인근인 우시와 쑤저우에서 E-commerce 웹사이트와 어플리케이션을 런칭 하였음. 이로써 중국 내 6개 시에서 Carrefour의 온라인 쇼핑이 가능해 짐. 또한, TV와 SNS를 이용한 대대적인 영상 광고를 이용하여 홍보 하는 등 시장 점유 확대를 위한 노력을 기울이고 있음</p>	
프로모션 전략			<h3>시즌별 할인 이벤트 실시</h3> <p>춘절 이벤트, 여름 휴가철 이벤트 등 다양한 할인 프로모션을 진행하고 있음. 각 행사별 컨셉에 맞는 제품을 선정하여 할인 가격에 판매함</p>
제품 판매현황			

출처 : Carrefour(www.carrefour.com.cn), 현지 방문조사(Carrefour, 2017.05)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Walmart

월마트는 1962년 미국에 설립된 이후 매년 'Fortune' 이 선정하는 가장 가치 있는 브랜드 500위 이내에 드는 세계 최고의 유통업체임. 중국에는 1996년에 입점하였으며, 2016년 기준 중국 내 189개 도시에서 439개의 매장과 11개의 유통센터를 운영 중임. 중국 온라인 유통업체인 JD.com, 현지 최대 물류 채널인 New dada와의 전략적 제휴를 통해 해당 시장을 선도하고 있음

표 6.2 : Walmart 매장 정보

기업 정보	컨셉	안전한 먹거리를 제공하기 위해 철저한 관리	
	대표 주소	2-5/F, Tower 2 and 1-12/F, Tower 3, SZITIC Square, 69 Nonglin Road, Futian District, Shenzhen	
	대표 전화	+86-755-2151-2288	
주요 판매품목		식음료품, 신선식품, 생활용품 등	
매장 전경			
매장 이슈	<p>Walmart, Jet.com 인수</p> <p>Walmart는 2016년에 e-Commerce 업체인 Jet.com을 30억 달러에 인수함. Walmart는 Amazon.com과의 온라인 판매 경쟁에서 밀리지 않기 위해 Jet.com에서 판매될 예정인 물건들을 미리 경험해보는 체험 가게를 운영하는 등 새로운 시장 공략에 도전하고 있음³¹.</p>		
프로모션 전략	<p>PB 브랜드³²와 수입식품 판매에 초점</p> <p>Walmart는 중국 시장에서 적극적으로 PB 브랜드를 개발하고 홍보하고 있음. Walmart의 PB 브랜드인 'Great Value'는 "고품질의 더 좋은 가격"이라는 의미임. 이 슬로건을 실현하기 위해 식품, 가정용품, 의류 등 다양한 품목을 대상으로 엄격한 품질 테스트를 거친 후 제조업체에서 직접 생산함으로써 고객의 만족을 이끌어내고 있음³³.</p>		
제품 판매현황			

출처 : 현지 방문조사(Walmart, 2017.05), Walmart(www.wal-martchina.com)

31. Reuters(www.reuters.com), 'Wal-Mart buying Jet.com to lift online sales, battle Amazon', 2016.08.08

32. PB 브랜드(Private Brand)란 제조업체가 아닌 유통업체의 상표를 붙여 판매하는 상품으로, 복잡한 유통과정을 단순화함으로써 마케팅이나 유통비용이 절감되어 가격이 저렴한 것이 특징임

33. Supermarketnews, 'Walmart CEO cities growing importance of private label', 2017.05.14

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

RT Mart



Sun Art Retail Group은 1997년 상하이에서 Shanghai RT Mart Co., Ltd를 설립하여 중국 시장 공략을 시작함. RT Mart는 2016년 현재 신선식품, 생활용품, 식음료품 등 다양한 제품을 취급하고 있으며, 932억 위안(한화 약 15조 9,875억 원)의 매출을 기록함. 또한 온라인 쇼핑몰인 ‘Flying Cattle Network’를 운영하고 있음

표 6.3 : RT Mart 매장 정보

기업 정보	컨셉	신선함, 저렴함, 편리성을 갖춘 공간
	대표 주소	1823 Binhe Rd, Huqiu Qu, Suzhou Shi, Jiangsu
	대표 전화	+86-800-010-020
주요 판매품목		신선식품, 식음료품, 의류 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>RT Mart의 모기업 Sun Art Retail의 매출액이 꾸준히 상승</p> <p>RT Mart의 모기업인 Sun Art Retail은 중국 내 Tesco, Carrefour, Walmart와의 치열한 경쟁에도 불구하고 2016년 기준 하이퍼마켓 유통채널시장에서 14.6%의 점유율을 차지함³⁴.</p>
프로모션 전략		<p>할인행사가 가득한 5월의 RT Mart</p> <p>RT Mart는 노동절, 5월 17일 먹거리의 날 등을 맞이하여 5월에 다양한 프로모션을 진행함. 특히 행사기간에 일부 수입식품에 한해서 199위안 구매 시 100위안을 할인해주는 이벤트를 진행</p>
제품 판매현황		 

출처 : RT Mart(www.rt-mart.com.cn)

34. Inside Retail(insideretail.asia), ‘Sun Art Retail revenue up 4 percent’, 2017.02.21

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 중국 주요 편의점 현황

7-Eleven		
매장 수	2,369개(2017년)	
취급품목	식음료품, 신선식품, 생활용품 등	
홈페이지	www.7-11.cn	
매장 개요	7-Eleven은 중국 선전 시에서 첫 매장을 열었으며 광둥, 청두와 상해 등 다양한 지역으로 확장 중임. 또한 식음료품부터 신선식품, 생활용품, 각종 도시락제품 등 품목을 확장하고 있음. 7-Eleven은 2017년 현재 세계 17개국에 62,243개의 매장을 운영하고 있으며 중국 내 2,369개의 매장을 보유 중임	
7-Eleven		
매장 수	1,063개(2016년)	
취급품목	식음료품, 도시락, 생활용품 등	
홈페이지	www.lawson.com.cn	
매장 개요	Lawson은 1975년에 설립된 일본의 편의점 프랜차이즈로 일본과 중국 외에도 미국, 태국, 인도네시아 등 여러 국가에서 매장을 운영 중임. Lawson은 1996년 일본 편의점 브랜드 중 처음 중국에 진출하여 중국 상해, 충칭, 다롄 시 등 다양한 지역에서 1,063개의 매장을 운영하고 있음	

출처 : 7-Eleven(www.7-11.cn), Lawson(www.lawson.com.cn)

표 6.5 : 중국 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Jingdong		
취급 품목	식음료품, 의류, 가전제품, 생활용품 등	
홈페이지	www.jd.com	
매장 개요	1998년 중국 북경에서 오프라인 전자제품 판매 사업으로 시작한 Jingdong은 2004년부터 e-Commerce를 시작함. 2015년 기준 알리바바에 이어 중국 내 전자상거래 2위 업체이며 4,020만 종의 상품을 취급 중임. Jingdong은 엄격한 품질관리를 통해 제품의 신뢰도를 높이고 있으며 신속, 정확한 배송으로 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있음	
Tmall		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.tmall.com	
매장 개요	2008년 타오바오와 함께 시작되었으나, 2010년부터 Tmall이라는 이름의 독자적인 도메인으로 운영되고 있음. 한국의 Gmarket, 11번가와 같이 B2C를 위한 오픈 마켓 플랫폼이며, UNIQLO, GAP, Lenovo, Samsung, Watsons 등 다양한 유명 브랜드 상품도 판매하며 플랫폼 이미지를 강화해 나가고 있음	

출처 : Jingdong(www.jd.com), Tmall(www.tmall.com)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 통관 거부 사례

통관 및 검역 절차 OVERVIEW

중국 통관 검역 절차도



통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
수입신고 전	<ul style="list-style-type: none"> - 중문 라벨링 검사 - 운송수단에 따라 정해진 시간 내 적하목록 제출
검역신고	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입상품검사법의 규정에 근거하여 일부 상품을 제외한 모든 수출입 상품은 수출입 통관 수속 전 검사 기구에 검역 신청 - 제외대상 : 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 수출용 원자재, 샘플 또는 선물용 제품 등
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 의무가 있음 - 신고의무 기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부
물품 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자 부담 - 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담
관세 납부 및 통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> - 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)에 납부가 원칙

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 중국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율		
		기본세율	최혜국	한중 FTA
1102	밀 또는 혼합 밀 분말을 제외한 다른 곡물 가루	-	-	-
1102.90.90	기타	14%	5%	0%

중국 FTA 세율 정보

HS CODE 1102.90.90 품목의 경우 2017년 한중 FTA로 협정세율 **0%** 적용

중국 부가가치세 정보

중국으로 반입되는 HS CODE 1102.90.90 품목의 경우 증치세 **13%** 부과

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNAVI (www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 중국 사이트의 경우 중국 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터' 의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역절차

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
 : 042-472-2197
 주중한국대사관(관세관)
 : +86-10-8531-0700
 주상해총영사관(관세관)
 : +86-21-6295-5000
 중국 세관
 : +86-755-8439-8000

중국에 식품 수출 전 준비사항

수출기업은 수출 전 아래 명시된 서류를 준비해야 함

- 1) 수출업체 소재국가 유관당국(식품의약품안전처 등)에서 발행한 위생증명서
- 2) 수출업체 소재국가 관련당국에서 발행한 원산지증명서, 혹은 자유판매 증명서
- 3) 상품의 성분분석표
- 4) 상품의 검사합격서 혹은 검사보고서
- 5) 상품의 판매허가 증명 자료
- 6) 원본 라벨 1장 및 중·영문 라벨 샘플 3장
- 7) 생산업체 소재국가 관련당국에서 발행한 생산업체 검사증명서
- 8) 상업송장(Commercial Invoice), 포장명세서(Packing List) 및 무역계약서
- 9) 생산일자 증명서

또한 중국은 한국과 달리 일정액 이상의 수출입을 진행한 회사에만 수입 라이선스를 발급하기 때문에 현지 수입업체가 수입 라이선스를 취득하고 있는지 확인해야 함. 만약 수입 라이선스를 취득하지 않은 업체와 거래를 할 경우 운송조건에 따라 수입자, 혹은 수출자가 중국 현지 통관대행사를 섭외하여 통관 업무를 진행함

표 7.1 : 중문 라벨 심의 기관 정보

라벨심의기관	홈페이지	연락처 및 메일 주소
중국검험인증유한공사	www.ccickorea.com	02-6393-5800
상해검험검역국위생감독처	www.shciq.gov.cn	shciqweb@shciq.gov.cn
광둥검험검역국위생감독처	www.gdcic.gov.cn	+86-020-38290126
북경검험검역국식품검험감독처	www.bjciq.gov.cn	+86-10-5861-9900

1. 통관 및 검역 절차

Step 01. 수입신고 전

수입자는 수입신고 전 필수적으로 중국 세관으로부터 통관고유번호를 발급 받아 수입하거나 통관고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함. 단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우에는 발급 면제가 가능함

적하목록의 제출 방법은 해상·항공·육상 운송수단별로 상이하며 세관은 적하목록이 제때 수취되지 않은 화물에 대해 운송을 일시 중지할 수 있음. 또한 적하목록상에 신고되지 않거나 수입규정에 부합하지 않는 화물이 중국에 도착할 경우 중국 세관은 제품에 대해 반품, 혹은 소각 처리 가능함

또한 2011년 4월 발효된 중국 국가품질감독검험검역총국의 법령(GB 7718-2011)에 따라 중국 내에 반입되는 모든 수입식품에는 중문 간체자로 라벨이 기록되어야 하며 라벨은 식품의 포장재와 분리되지 않아야 함

Step 02. 검역신고

중국은 일부 품목을 제외하고 모든 수출입 상품은 수출입 통관 수속 전 검사 기구에 검역을 신청해야 함. 제외 대상 품목으로는 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 수출용 원자재, 샘플 또는 선물용 제품 등이 있음

검역신고 절차로는 검역 신청 후 검역신고 직원과 검사검역 요원이 현장 검사를 실시함. 샘플 검사 합격 후에는 검사검역처리통지서가 발부되며 불합격 시 재심사를 신청할 수 있지만 재심사에서 불합격이 될 경우 수입이 금지됨

Step 03. 수입신고

통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출해야 함

제출 방법은 EDI(Electronic Data Interchange, 전자문서교환) 신고가 가능한 물품 및 지역인 경우 EDI를 통해 신고할 수 있음. 그 외에는 서류 접수를 통해 수입신고가 가능함. 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국 신고일로부터 14일 이내에 수입신고를 해야 함. 신고의무 기간을 경과하여 신고할 시 과세가격의 0.5%에 해당하는 신고 연체료가 부과됨

1. 통관 및 검역절차

Step 04. 물품검사

물품검사의 목적은 세관에서 수출입 화물과 제출한 서류 동일성 및 합법성을 검토하기 위함임. 물품의 검사가 생략된 경우를 제외하고는 관할세관에서는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 진행해야 함. 또한 모든 수입화물에 대해 검사하는 것이 원칙이며 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관 감독 장소에서 진행됨. 그러나 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용은 수입자가 부담함

Step 05. 관세 납부 및 통관 완료

관세는 중화인민공화국해법 및 수출입 관세조례에 근거해 모든 수출입화물은 관세가 부과되며, 중화인민공화국 수출입세를 기준으로 하는 관세율이 적용됨

관세 납부 절차는 현장 납부 및 전자 납부가 있음. 현장 납부는 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세 납부용 특별 계좌에 납부해야 함. 전자 납부는 e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 납부하는 방법임. 납부 기한은 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)임

수입신고가 원만하게 이루어지고 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨

2. 관세율 정보

HS CODE 1102.90.90 FTA 협정 관세율 적용

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표 해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세 법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

중국에서 HS CODE 1102.90.90 품목에 부과하는 기본 세율은 14%지만 한국 제품에 대해서는 한·중 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 현재 0%의 관세율과 13%의 증치세가 부과되고 있음

표 7.2: 중국 내 보릿가루 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명	관세율		
			기본세율	최혜국	한중 FTA
한국	1102	곡물의 고운 가루(밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외)			
	1102.90	기타		-	
	1102.90.1000	보릿가루			
중국	1102	밀 또는 혼합 밀 분말을 제외한 다른 곡물 가루		-	
	1102.90.90	기타	14%	5%	0%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

3. FTA 정보

HS CODE 1102.90.90

한·중 FTA 체결로 한·중 FTA 협정세율 0% 부과

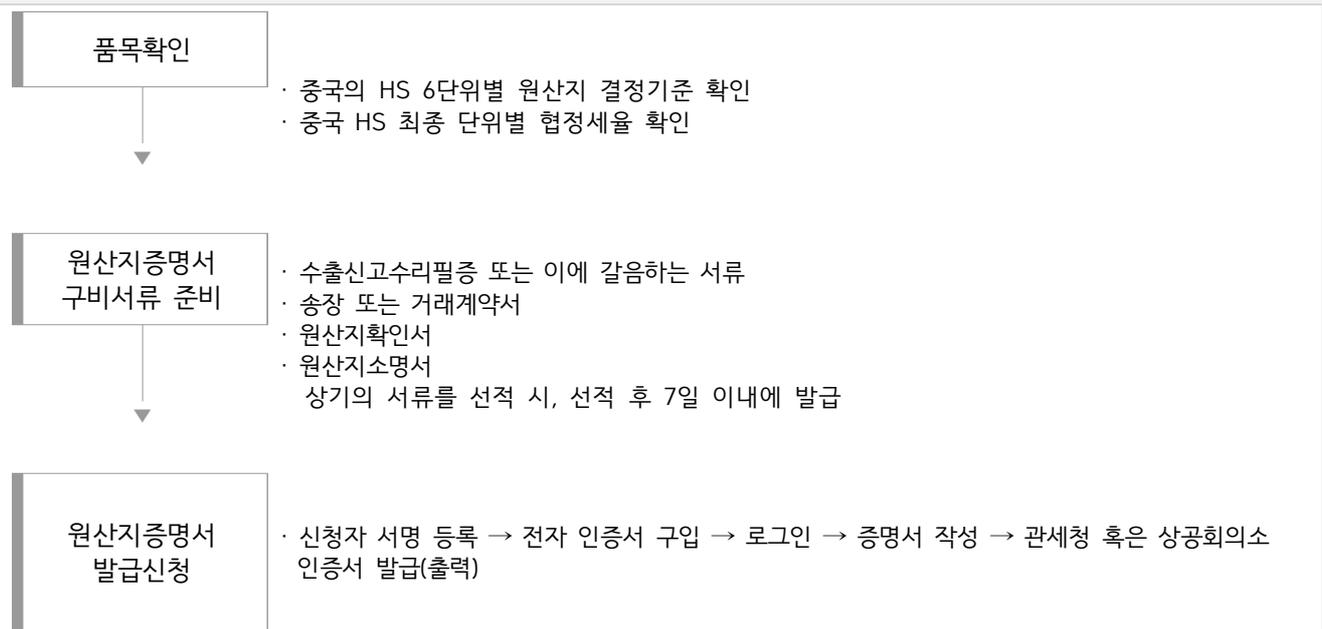
HS CODE 1102.90.90은 한·중 FTA 체결 혜택을 받는 것으로 파악됨. 해당 품목은 2015년 12월 20일에 발효된 한·중 자유무역협정(FTA)으로 관세율 0%가 부과됨. 한국과 중국은 베이징에서 개최된 제1차 한·중 FTA 협상을 시작으로 14차의 협상 끝에 타결되었음

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지증명서 발급 필요

원산지증명서는 물품을 생산한 나라, 혹은 물품의 국적을 의미하는 문서이며, 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서임. 한국에서 원산지증명서³⁵는 관세청과 대한상공회의소에서 발급 받을 수 있음

상대국에서 FTA 세율을 적용할 경우 협정별 원산지 결정기준을 충족해야 하며, 협정에서 정한 원산지증명서를 구비해야 가능함

표 7.3 : 한·중 FTA 원산지증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

35. FTA 원산지증명서는 상공회의소 회원인 경우 무료로 발급이 가능하며 비회원은 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과됨. 하지만 세관에서 원산지증명서 발급을 신청하면 무료로 발급받을 수 있음

4. 통관 및 검역 주의사항

한국식품에 대한 서류 준비와 라벨링 심사 강화

중국 정부가 올해 한국식품과 화장품 등과 같은 소비재에 대해 규제를 강화한 것으로 나타남. 이는 한국의 고고도 미사일 방어체계인 사드 배치 결정에 대한 보복조치로 보임

중국의 언론매체 CBO에 따르면, 중국의 한국 식품에 대한 통관·검역 강화가 우려되는 상황임. 중국에 식품을 수출하려는 한국 수출업체들에 대한 모니터링 결과, 과거보다 특히 서류나 라벨 심사 등이 전반적으로 강화되었다고 함³⁶.

곡물가루, GB 2760-2014 <식품첨가물사용 사용표준> 준수 필수

중국으로 보릿가루 제품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 식품안전국가표준에 부합해야 함. 또한 중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품검사, 위생검사를 거쳐야 함

GB 2760-2014 <식품첨가물사용 사용표준>은 중국에서 보릿가루를 포함한 곡물제품에 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음

36. CBO, '今年3~4月份韩国不合格产品创记录, 安全性评价材料不齐全是主要原因', 2017.10.09

5. 통관 거부 사례

HS CODE 1102.90.90 6건 수입통관 거부

중국 국가질량감독검험검역총국에 따르면 2016년 4월 ~ 2017년 4월에 중국에서 HS CODE 1102.90.90 6건이 수입 통관 거부를 당함. 통관 거부를 당한 품목은 러시아의 호밀가루 4건, ‘에리카 호밀가루’ 제품 2건이었으며 모두 검사 및 검역 대상에서 제외되어 소각 처리됨

표 7.4: 곡물가루 통관거부사례

품목	호밀가루(黑麦粉)	
국가	러시아	
통관 거부일자	2016년 12월	
담당 검역소	내몽고(内蒙古)	
물량	2만kg	
위반	검사 및 검역 대상 제외	
조치상황	소각	

품목	에리카 호밀가루(艾利客黑麦面粉)	
국가	러시아	
통관 거부일자	2016년 12월	
담당 검역소	내몽고(内蒙古)	
물량	2,736kg	
위반	검사 및 검역 대상 제외	
조치상황	소각	

출처 :중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.org)

VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

필수검사 : 중국 검사 및 검역(CIQ, China Inspection and Quarantine)

검사 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가 출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질검사	
검사기관	중국 출입국경험검역국	
성격	필수검사	
제출서류	통관신고서, 선하증권, 검사검역신고서, 검사검역위탁서	
소요기간	1 ~ 1.5개월	
갱신기간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ 검사증명서 발급	
유의사항	보릿가루를 중국으로 수출하기 위해서는 CIQ 검사 통과가 필수이며, 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용 금지, 혹은 제한량이 상이할 수 있기 때문에 사전에 숙지 필요	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.org)

권장인증 : SC(품질안전 인증)

인증 설명	품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국 국가품질감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC 인증서 발급	
유의사항	SC 인증은 2015년 10월부터 기존 QS를 대체함. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

출처 : 중국 식품약품감독관리총국(www.sfda.gov.cn)

인증 및 검사 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : 중국 유기제품인증

인증 설명	생산, 가공, 판매과정을 중국 유기농 표준에 따라 생산 가공하여 유기농 인증기관에서 인정한 제품을 지칭	
발행기관	CQC(중국품질인증센터), CNCA(중국인증인가관리감독위원회), CIQ(출입국검험검역국)	
성격	권장 인증	
제출서류	신청서, 조사표, 가공공정도, 상품배합 및 생산, 가공과정 중 사용되는 재료 목록 등 ※ 모든 서류는 중문으로 제출되어야 함	
소요기간	약 3개월	
유효기간	1년	
갱신기간	만기 3개월 전 갱신 신청	
발급비용	품목 및 제품 규격별로 상이	
발급절차	신청서 제출 > 서류심사 > 현장심사 > 제품 테스트 > 최종 평가 > 인증서 발급 > 판매증 발급 > 사후 감독	
유의사항	유기제품인증을 취득한 수출업체가 수입 검사 시 제출해야 하는 서류 : 1) 유기제품인증을 취득한 한국 업체는 수입 검역 신고 시 CNCA & 유기제품 수출국가, 혹은 지역 주 관부서와 체결한 비망록에서 요구한 관련 자료 제출 2) 유기제품인증서 사본 제출 3) 유기제품판매증 사본 제출 4) 인증마크(인증마크+인증기관 명칭 두 가지 모두 보유) 5) 제품 라벨 등 관련 문건 제출	

출처 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

1. 인증 취득정보

CIQ 검사 증명서 발급기관

- 기관명 : 중국 출입경검험검역국
- 주소 : 중국 북경시 개발구 한수로 9호
- 전화번호 : +86-10-5838-6678
- 담당업무 : 중국 내 식품, 화장품 수출입 업무 등을 담당하는 국무원 직속기관
- 관련부서 : 수입식품처

필수검사 : 중국 검사 및 검역(CIQ)

중국 상품검사(CIQ)란 국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 식품 수입통관 시 상품의 품질을 검사하여 발급하는 중국의 위생 증명서임. CIQ 검사를 통과하지 못할 시 위생증명서가 발급되지 않으며 중국으로의 수입 및 판매가 금지됨. CIQ 검사 중 제품의 유통기한이 넘을 경우 자동으로 탈락 처리되기 때문에 한국 수출업체는 중국으로 수출되는 제품의 유통기한이 너무 짧지 않도록 유의해야 함

표 8.1 : CIQ 검사 정보

검사 설명	국가 질량감독검험검역총국 산하 국가 출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질검사	
검사기관	중국 출입경검험검역국	
성격	필수검사	
제출서류	통관신고서, 선하증권, 검사검역신고서, 검사검역위탁서	
소요기간	1 ~ 1.5개월	
갱신기간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ 검사증명서 발급	
유의사항	보릿가루를 중국으로 수출하기 위해서는 CIQ 검사 통과가 필수이며 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용 금지, 혹은 제한량이 상이할 수 있기 때문에 사전에 숙지 필요	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.org)

표 8.2 중국 CIQ 인증 발급절차

STEP 01. 위생검역 서류 심사 및 신고 접수	소요기간 (영업일 기준)
- 수출국 위생증, 원산지증명서 등 제출	5일
STEP 02. 검사 비용 처리	14일 (2주)
- 7,500위안(한화 약 128만 원) 비용 제출(40피트 컨테이너당)	
STEP 03. 검험검역 진행	1 ~ 2일
- 미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함되어 있음	
STEP 04. CIQ 인증 라벨 발급	
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가 출입국경검사검역국에서 제품 실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

출처 : 중국 국가출입경검험검역국(www.aqsiq.org)

1. 인증 취득정보

SC 인증



SC 허가번호는 총 14자리 숫자로 구성되어 있으며 각 숫자는 식품분류 코드, 제조지역, 등록순서, 인증번호를 의미함

권장인증 : SC(Sheng Chan) 인증

중국은 2015년 10월부터 QS(전국 공업제품 생산허가증) 인증을 SC(식품생산 허가증)로 대체하면서 ‘식품생산허가증’ 을 개정함. 이로 인해 2018년 6월 이후로는 신규 식품생산 허가 취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS 마크를 표시할 수 없음. 한편 SC 인증의 유효기간은 3년에서 5년으로 연장함

QS 인증의 경우 중국 현지 생산 기업은 필수적으로 획득해야 하지만 수입 기업은 선택사항임. QS 인증마크는 품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사를 통과해야 해당 인증을 취득하고 마크를 부착할 수 있음

표 8.3 : SC 인증 정보

인증 설명	품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국 국가품질감독검험검역총국	
성격	권장인증	
제출서류	식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증 신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC 인증서 발급	
유의사항	SC 인증은 2015년 10월부터 기존 QS를 대체함에 따라 2018년 6월 이후 식품에 QS 마크를 사용할 수 없음. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.org)

표 8.4 : 중국 SC 인증 발급절차

STEP 01. SC 인증신청서 제출	소요기간
- 식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본 등 서류와 함께 SC 인증신청서 제출	15일
STEP 02. 서류 심사	40일
- 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사 진행 - 최종적으로 국가품질검사총국에 제출하여 심사 비준	
STEP 03. 현장 조사	15일 (총 70일 소요)
- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행 - 국가 품질검사총국검사팀은 현장조사 시작 후 영업일 기준 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국 품질과에 제출	
STEP 04. SC 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사 결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생산 업체에 발급	

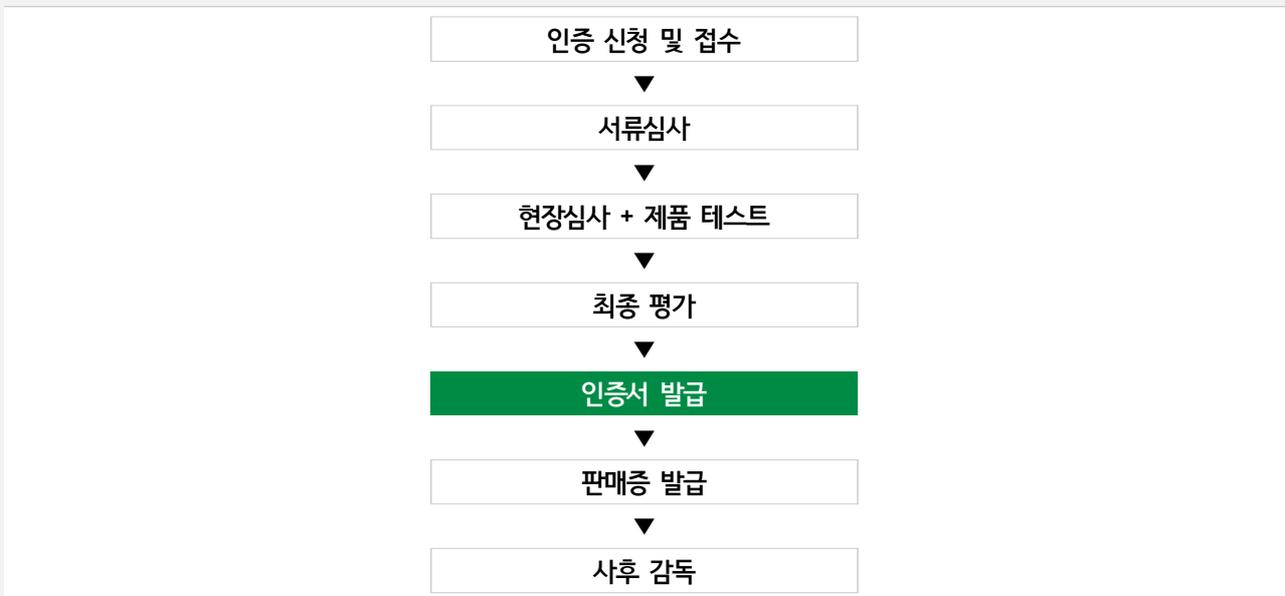
출처 : 중국 국가출입검검험검역국(www.aqsiq.org)

1. 인증 취득정보

권장인증 : 중국 유기가공인증

중국과 한국은 ‘유기가공식품 상호동등성 인정 협정’ 을 맺지 않아 한국의 유기농 인증마크는 중국에서 통용되지 않음. 2014년 4월 1일부터 시행 중인 <유기제품 인증 관리방법>의 제3장에 따르면 외국 기업들도 중국의 유기가공 인증을 신청할 수 있음. 외국 수출업체들은 국가인증인가관리감독위원회에 유기가공인증을 신청할 수 있으며, 국가인증인가관리감독위원회는 신청서 접수 후 전문가 패널과 서류검사 및 현장 실사 등의 검사 방법을 통해 유기인증 여부를 결정함. 중국의 유기제품인증은 물과 소금 체적을 제외한 유기 원료의 함량이 95% 이상인 가공제품에 대해 발행되는 인증서임

표 8.5 중국 유기제품인증 발급 절차



출처 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

표 8.6 중국 유기제품인증 조건

정의	OP - 중국 유기제품인증(有机产品认证)	
개요	의미	유기인증을 통한 중국 내 시장 진입과 품질 안전의 보장
	시행일시	2014년 4월 1일
	소요기간	약 3개월 *단, 서류준비 및 시험 상황에 따라 기간 변동 가능
	증서유효기간	1년(연 최소 1회 현장검사) *증서 만기 최소 3개월 전 갱신 신청
인증형식	서류심사 + 원산지 심사 + 샘플링 테스트 + 사후 감독 심사	
주관기관	CQC(중국품질인증센터), CNCA(중국인증인가관리감독위원회), CIA(출입국검험검역국)	
대상품목	유기제품인증목록에 포함된 120여 개 식품 원료, 가공식품, 유제품, 사료, 술, 방직류 등	

출처 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

2. 제출서류

SC 인증신청서

: SC 인증 신청 시 제출해야 하는 기본정보로 식품생산허가증 번호, 생산 장소 주소, 사업자등록 번호 등 필수사항을 기재해야 함

SC 신청서

신청인 기본정보	신청인 성명			
	식품 생산 허가증 번호	(증명서 변경 시 작성)		
	생산지 주소			
	법정 대리인/책임자			
	사업자 등록증 번호 (보유할 경우)		기업코드 (설립한 경우)	
	주요 관리 및 기술인력 수		생산공장 설립일	
	면적(땅)	m ²	건축면적	m ²
생산 식품 정보 신청	식품품종 상세설명			
	식품안전표준/ 기업표준 준수	기준번호:		

년 월 일

신청인 서명 (인)

2. 제출서류

유기제품인증신청서 예시

: 유기제품인증 신청 시 필요한 서류로, 회사 기본 정보 외에도 업종에 따라 가공 공정, 제품에 대한 답변을 작성해야 함

유기제품인증신청서

인증위탁인 명칭					
인증위탁인 주소					
웹사이트			사업자등록번호		
사업자등록자본 (만 위엔)			사업자 유형		
법정 대표인				우편번호	
담 당자	성명		직위		E-mail
	핸드폰		고정전화		FAX
기업정보	종업원수			유기권리 담당자수	
신청 인증 유형	<input type="checkbox"/> 유기제품 <input type="checkbox"/> 유기전환기제품				
신청인증표준	<input type="checkbox"/> GB/T 19630.1-2011 유기제품 제 1 부분: 생산 <input type="checkbox"/> GB/T 19630.2-2011 유기제품 제 2 부분: 가공 <input type="checkbox"/> GB/T 19630.3-2011 유기제품 제 3 부분: 표식 및 판매 <input type="checkbox"/> GB/T 19630.4-2011 유기제품 제 4 부분: 관리시스템				
신청 유형	<input type="checkbox"/> 최초 신청 <input type="checkbox"/> 갱신 <input type="checkbox"/> 확장				
신청 범위	<input type="checkbox"/> 식물(植物)재배 <input type="checkbox"/> 야생작물 채집 <input type="checkbox"/> 식용버섯 재배 <input type="checkbox"/> 축산 <input type="checkbox"/> 수산양식 <input type="checkbox"/> 가공제품				
업무시간			오전	오후	
교대근무여부	<input type="checkbox"/> 미아니오 <input type="checkbox"/> 예 교대제 수				
예심 필요여부: <input type="checkbox"/> 필요 <input type="checkbox"/> 불필요 요청일: _____					
유기제품 생산·가공 실행일: _____ 년 _____ 월 _____ 일					
주말 현장조사 가능 여부: <input type="checkbox"/> 가능 <input type="checkbox"/> 불가능					
기타 인증 신청·취득 현황 (<input type="checkbox"/>없음 <input type="checkbox"/>있을 있을 경우 관련 정보 상세히 기재): _____					
증서유형	발행기관	증서번호	인증 취득일	인증 유효기간	
기타 기관에 의해 인증 거부된 경험: <input type="checkbox"/> 있음 <input type="checkbox"/> 없음 인증기관명칭: _____					
상기 사항을 경험했을 경우 원인설명 및 유권자료 제출					

“ 위생검역증 / 중문 라벨 ”

Q1. 중국에 보리(가루 제품)를 수출할 때 필수적으로 요구되는 사항은 무엇인가요?

“중국에서 식품(일반 가공식품 및 보건 식품)은 중국 국가식품약품감독관리총국(CFDA)에서 관할합니다. 대부분의 국가들은 식품 수입에 있어 원산지(수출국)에서 발급된 위생검역증만을 요구하지만, 중국은 먹거리에 대한 불안 때문에 세계에서 유일하게 원산지(수출국)뿐만 아니라 수입국(중국)에서도 위생검역증 발급을 요구하는 나라입니다. 모든 수입식품은 제품에 중문 라벨을 부착해야 합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 중, 2017.05

Q2. 중국에 보리(가루 제품)를 수출할 때 필수적으로 요구되는 서류는 무엇인가요?

“수입상은 식품영업등록증과 식품위생허가증이 있어야 식품 수입이 가능합니다. 또한 곡물을 가공한 식량가공품(가루 타입)의 경우 수입 동식물 검사검역을 통과해야 합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 중, 2017.05

“ 식품첨가제 / 라벨 ”

Q3. 중국에 보리(가루 제품)를 수출할 때 유의해야 할 점은 무엇인가요?

“우리나라에서는 사용이 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용이 금지되거나 제한량이 다른 경우가 있으므로, 식품첨가제 표준 내용도 반드시 숙지해야 합니다. 또한 기준에 없는 식품첨가물을 사용하거나, 검험 결과가 요건에 부합되지 않거나 라벨 내용이 실제 제품과 부합하지 않을 경우 불합격 식품으로 판정되어 반송 혹은 폐기 처분될 수 있으므로 수출 전 상기사항을 철저히 확인해야 합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 중, 2017.05

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

중국 보리음료 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 구성 성분
- 생산일자
- 유통기한
- 원산지
- 보관방법
- 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

출처 : 현지 방문조사(Fresh Mart, 2017.05),

출처 : 중국 국가질량감독검역총국(www.aqsiq.org)

중국 보리음료 라벨링 주요 표기사항

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기
글자 크기	포장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
순중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어 있을 경우 순중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재 순중량 이외에 고형물의 함량도 표기
제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보 기재
원산지	중화인민공화국 수출입화물원산지조례 기준에 따라 원산지 국가명 반드시 기재
생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기

출처 : 중국 국가질량감독검역총국(www.aqsiq.org)

1. 라벨 표기사항

중국 식품 라벨링 금지사항

질병 예방 또는 치료 기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용

건강기능식품이 아니지만 건강기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용

첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용

문자 또는 도안이 민족 습관을 존중하지 않고 차별하는 내용

중국으로 수입되는 모든 식품, 중문 간체자로 기재

수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함. 또한 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장 식품라벨 총칙(GB 7718-2011)의 규정을 준수해야 함. 라벨은 반드시 중문 간체자로 기록되어야 함. 외국어 병기도 가능하지만 중문과의 상응 관계가 있어야 함

라벨 표기는 쉽고 명확하게

보리음료 제품의 라벨 표기 시 소비자들이 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함. 그 외 가루 제품의 경우 ‘가루 타입’ 혹은 ‘가루 제품’ 등과 같이 제품의 상태를 명시해야 함. 또한, 과대 포장하거나 고객들이 혼동할 수 있는 문구를 기재할 수 없음

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

- 제품명
- 구성성분
- 식품첨가물
- 원산지
- 저장방법
- 유통기간 및 생산일
- 생산자 및 유통자 정보
- 영양성분표

- 순중량
- 섭취방법
- 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우)
- SC 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우)
- 중문 주의사항 또는 경고마크
- 수출국 식품 위생인증 로고

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.org)

표 9.2 : 중국 라벨 상세 표기사항

항목	설명	
1	표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기
2	글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
3	제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
4	구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
5	순중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재. 순 중량 이외에 고형물의 함량도 표기
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보 기재
7	원산지	중화인민공화국 수출입화물원산지조례 기준에 따라 원산지 국가명 반드시 기재
8	생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기
9	기타	중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.org)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



생산일자

국가표준 규정 또는
년, 월, 일 순으로 표기

제품명, 구성 성분

제품명: 중문 표기
구성 성분: 제품을 구성하는
모든 성분 기록

유통기한

국가표준 규정 또는
년, 월, 일 순으로 표기

생산자 정보

제조사, 수입자, 유통자 등의
상호 및 주소

보관 방법

보관 방법 기재

영양성분 표

열량, 4대 영양소
필수 표시

영양성분 표시

: 열량, 4대 영양소 필수 표시
(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)

营养成分表		
项目	每100ml*	NRV%
能量	0kJ	0%
蛋白质	0g	0%
脂肪	0g	0%
碳水化合物	0g	0%
钠	0mg	0%

*为100毫升大麦茶抽出液。

营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	0kJ	0%
蛋白质	0g	0%
脂肪	0g <td 0%	
碳水化合物	0g	0%
钠	0mg	0%

인증

: SC 인증



X. 위생요건 정보

※ 위생요건 정보 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생요건 정보 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음료	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사 가능 항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

● 중국 곡물 가루(쌀가루 및 밀가루 제외) 식품첨가물 사용지침³⁷⁾

첨가물	기능	최대치(g/kg)
1 Butylhydroxyanisole(BHA)	산화 방지제	0.2
2 Phosphoric acid	함습제, 발효제, 산도 조정제, 안정제, 응고제, 마모 방지제	5.0
3 dihydrogen disodium pyrophosphate		5.0
4 sodium pyrophosphate		5.0
5 calcium dihydrogen phosphate		5.0
6 potassium dihydrogen phosphate		5.0
7 diammonium phosphate		5.0
8 dipotassium hydrogen phosphate		5.0
9 sodium dihydrogen phosphate		5.0
10 Diacetyl tartaric acid monoglyceride	유화제, 증점제	3.0

출처 : GB 2760-2014 식품첨가물 사용기준(www.cfsa.net.cn)

37. 보릿가루는 따로 분류되어 있지 않아 곡물 가루의 식품첨가물 사용기준을 조사함

1. 식품첨가물 규정

곡물 가루, GB 2760-2014 <식품첨가물사용 사용표준> 준수

중국으로 보릿가루 제품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 식품안전국가 표준에 부합해야 함. 또한 중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함

GB 2760-2014 <식품첨가물사용 사용표준>은 중국에서 보릿가루를 포함한 곡물 가루 제품에 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음. 단, 쌀가루 및 밀가루의 경우 별도의 규정이 존재함

표 10.1 : 중국 곡물가루(쌀가루 및 밀가루 제외) 식품첨가물 사용지침

첨가물	기능	최대치(g/kg)
Butylhydroxyanisole(BHA)	산화 방지제	0.2
Phosphoric acid	함습제, 발효제, 산도 조정제, 안정제, 응고제, 마모 방지제	5.0
dihydrogen disodium pyrophosphate		5.0
sodium pyrophosphate		5.0
calcium dihydrogen phosphate		5.0
potassium dihydrogen phosphate		5.0
diammonium phosphate		5.0
dipotassium hydrogen phosphate		5.0
sodium dihydrogen phosphate		5.0
Diacetyl tartaric acid monoglyceride		유화제, 증점제

출처 : GB 2760-2014 식품첨가물 사용기준(www.cfsa.net.cn)

1. 식품첨가물 규정

보릿가루 경쟁제품의 주요 식품첨가물

현지 방문조사를 통해 파악한 현지산 및 수입산 경쟁제품들의 식품첨가물 성분을 조사한 결과, 9개 제품 중 단 2개 제품만이 식품첨가물을 사용함. 대부분의 경쟁제품은 보리를 주원료로 하고 일부 옥수수, 홍차 등을 첨가함. 식품첨가물은 비타민C와 탄산수소나트륨, 탄산칼슘이며, 식품첨가물 사용량은 다른 가공식품보다 적음

표 10.2 : 보릿가루 경쟁제품 식품첨가물 정보

사진	제품명	제조사	원료 및 식품첨가물
	Itoen 보리차 (伊藤园大麦茶)	동양음료창수유한공사 (东洋饮料常熟有限公司)	물, 보리, 비타민C, 탄산수소나트륨
	삼영흥산(三荣兴产)	삼영흥산 아동용 보리차 (三荣兴产 儿童大麦茶)	보리(일본산), 계수나무 씨앗, 감초, 탄산칼슘

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. Retail Foods	미국 농무부(USDA)	2017.01
-----------------	--------------	---------

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
--------------------	-------------------------------------

2. International Trade Centre	www.trademap.org
-------------------------------	------------------

3. Global Data	consumer.globaldata.com
----------------	-------------------------

4. Itoen	www.itoen.co.jp
----------	-----------------

5. Reuters	www.reuters.com
------------	-----------------

6. Daxue Consulting	daxueconsulting.com
---------------------	---------------------

7. Tian Mao	www.tmall.com
-------------	---------------

8. Jingdong	www.jd.com
-------------	------------

9. Taobao	world.taobao.com
-----------	------------------

10. Alibaba	www.1688.com
-------------	--------------

11. Foshan Haitian Flavoring & Food Co., Ltd	haitian-food.com
--	------------------

12. 동서식품	www.dongsuh.co.kr
----------	-------------------

13. Carrefour	www.carrefour.com.cn
---------------	----------------------

14. Walmart	www.wal-martchia.com
-------------	----------------------

15. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
---------------	---------------------

※ 참고 문헌

※ 참고 사이트

16. RT-Mart	www.rt-mart.com.cn
17. 국가질량감독검사검역총국	www.aqsiq.org
18. 중국식품약품감독관리총국	www.sfda.gov.cn
19. 대한상공회의소	cert.korcham.net
20. GB 2760-2014 식품첨가물 사용기준	www.cfsa.net.cn
21. Nikkei Asian Review	asia.nikkei.com
22. Digital Commerce 360	www.digitalcommerce360.com
23. Roulartamedia	www.roulartamedia.be
24. Sound of Hope	www.soundofhope.org
25. 动脉网	vcbeat.net
26. Spgykj	www.spgykj.com
27. CBO	www.cbo.cn