
2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1806-03

품목: 삼계탕(Samgyetang)

국가: 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계.....	04
1. 수출환경 및 경제지표.....	06
2. 식품 산업현황.....	09
3. 수출입통계.....	16
II. 시장 트렌드 및 정책 동향.....	22
1. 정책 동향.....	24
2. 소비 트렌드.....	26
3. 소비자 트렌드.....	30
III. 통관 및 제도.....	32
1. 통관 및 검역.....	34
2. 인증정보.....	45
3. 라벨링.....	49
4. 식품첨가물 규정.....	53
IV. 경쟁제품.....	56
1. 경쟁제품 선정.....	58
2. 오프라인.....	59
3. 온라인.....	61



V. 경쟁사.....	67
1. 경쟁사 선정.....	68
2. 경쟁사 분석.....	69
VI. 유통채널 현황.....	73
1. 유통채널 개황.....	74
2. 주요 채널 분석.....	81



I. 국가 정보 및 시장통계

- 1. 수출환경 및 경제지표**
- 2. 식품 산업현황**
- 3. 수출입통계**

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 960만 km²로 세계 제 4위이며 한반도의 약 44배에 달함¹⁾. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 장거리탄도 미사일을 보유하고 있음.

1970년대 후반에 시작된 경제 개혁으로 국제 경제의 강국으로 변모함. 약 1조 달러의 외국인 직접 투자(FDI)가 유입되었고, 2012년 이후 상품 수출은 연간 2조 달러가 넘음. 그러나 노동력은 2010년대에 증가세를 멈췄는데, 이는 1979년에 시작되어 2016년 폐지된 한 자녀 정책에서 기인한 것임. 한편, 비록 초기 단계이나 대기오염, 부패, 사양산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음

주요 정보

- ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- ▶ 수도: 베이징
- ▶ 국가원수: 시진핑 주석
- ▶ 인구: 1,391백만명(2017)
- ▶ 면적: 9,598천 km²(한반도의 약 43배)
- ▶ 공식어: 중국어
- ▶ 주요 도시: 4대 직할시(베이징, 톈진, 충칭, 상하이)
- ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 元 (RMB)
- ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot China July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.08.06., 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09., 「제40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04. 자료 종합

1) 육지 국경선의 총 길이는 약 2만 280km에 달하며 해안선 총 길이는 약 1만 8,000km임

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

							등급	등급전망
D D D D D D D B B B B B B B 1 2 3 4 5 6 7							DB4	부정적
저위험 ← → 고위험								

자료: 「Country Insight Snapshot China July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 2010년대에 이뤄진 꾸준한 임금 상승으로 가처분 소득과 도시가구 자산액이 크게 증가함 - 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적
부정적	- 지난 10년 이상의 신용 확대와 자본 배분 실패로, 중국의 금융 순환이 더욱 어려운 국면을 맞음 - 1979-2016년 동안 ‘한 자녀’ 정책의 실시로 세계에서 가장 급속히 노령화가 진행되는 국가가 되었으며, 2020년대에는 경제적 영향이 본격화될 것임 - 미국 무역정책의 변화로 적어도 트럼프 대통령의 임기인 2020년까지는 중기적인 불확실성이 존재함

자료: 「Country Insight Snapshot China July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

2) D&B의 ‘DB’ 위험 지표는 한 국가에서 비즈니스를 수행하는 위험에 대한 상대적인 국가 간 평가를 제공하는 것으로서, 국가 차원의 요인들이 2년의 기간에 걸쳐 수출 결제 및 투자 수익에 대한 예측가능성에 미치는 위험을 나타냄. ‘DB’ 위험 지표는 국가별 위험 카테고리로서 다음의 4가지 종합 지수로 구성됨. △ 정치위험, △ 상업위험, △ 거시경제위험, △ 외부위험. 첫째, 정치위험은 국내의 안보 상황, 정책 역량 및 일관성, 국가가 비즈니스 환경을 조성하는지 여부를 결정하는 기타 요인을 포함. 둘째, 상업위험은 계약의 신성함, 사법능력, 규제 투명성, 체제의 부패정도, 비즈니스 환경이 상업 거래 이행을 용이하게 하는지 여부를 결정하는 기타 요인을 포함. 셋째, 거시경제위험은 물가상승률, 재정적자, 통화공급증가, 국가가 지속 가능한 경제 성장을 제공할 수 있는지 여부와 비즈니스 기회에 상응하는 확장시킬 수 있는지 여부를 결정하는 모든 거시경제 요인을 포함함. 넷째, 외부위험은 경상 수지, 자본 흐름, 외환보유고, 대외채무 규모, 무역 및 대외투자부채를 충당하기에 충분한 외화를 창출할 수 있는지 여부를 결정하는 요인을 포함.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망
 - 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의 2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록
- 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상
 - 위안화 가치 하락에 따른 수입물가 상승, 부동산 및 식료품 가격 상승 등으로 2016년 물가상승률은 2%대를 기록하였으나, 식료품 가격 하락 등으로 인해 2017년 물가상승률은 1.5%로 하락하였음

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지	2.8	1.8	1.3	1.0	0.9	1.3	1.4	1.3
재정수지/GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.6	-4.7	-4.5	-4.5
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.2	2.8	2.7	3.0	2.8
경제성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.0	5.8	5.5	5.9
실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.2	4.0

자료: 「Country Insight Snapshot China July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

□ 무역통상 환경

- 중국의 정책 당국은 미-중 무역전쟁 뿐만 아니라 기업 재무구조 개선 문제에 대한 대책 마련에 부심하고 있음. 특히 지방정부 및 국유기업과 가계의 부채는 심각한 수준이며, 지난 5년간 상환 능력에 비해 훨씬 빠른 속도로 증가함
 - 저장성은 지난 5월 70억 달러의 부채를 가진 민간기업 부문의 지원요청을 받았으며, 4대 직할시 중의 하나인 텐진의 금융기관은 4월에 미지급 사태를 맞음
 - 경제의 발전소라 할 만한 텐진과 상하이의 경제 배후지인 저장성의 이러한 침체는 어두운 경제 전망의 징조가 될 것임

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
미-중간 무역갈등	미-중 무역 협상 ▶ 미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공 약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과 할지에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨 • 거시 경제적으로는 관세가 주는 충격이 크지 않아서 2017년 기준 중국과 미국의 GDP에 미치는 영향은 각각 0.4%, 0.3%에 불과함. 한편, 미국 보복 관세의 파급효과는 거시경제에 매우 부정적이고 심대한 충격을 가져올 전망 ▶ 미국과 중국의 무역 조치는 개별 기업 및 민간 부문에 심각한 영향을 미치며, 전례가 없는 양국 간 무역갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침 • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국 측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017년 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 팻푸드, 농산물 수출에 대해 수입자를 완전히 해체하여 검사함 ▶ 2017년 중국의 대미 선적 규모는 금액 기준으로 전세계 선적액의 1/3에 해당. 중국 보복관세의 영향은 차치하더라도, 미국의 관세가 유지되면, 중국 수출업자의 약 13%, 미국 수입업자의 약 5%가 영향을 받게 됨

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

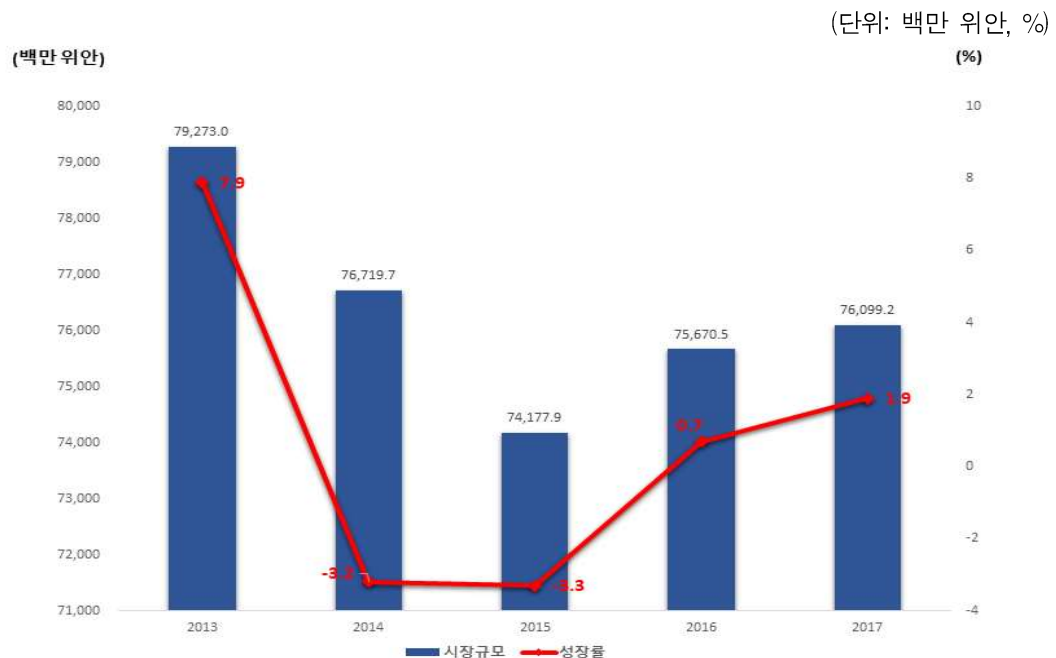
2 식품 산업현황

1) 중국 가공 육류 산업 동향

□ 시장 규모

- 2017년 시장규모는 약 761억 위안(약 12조 5,344억원)³⁾, 최근 3년간(2015~2017) 연평균성장률은 0.8%임
 - 2014-2015년 경기 침체로 인한 소비 위축, 중국 정부의 양돈농장 규모 감축 정책으로 인한 돼지고기 가격 상승⁴⁾ 등의 영향이 육류식품 소비율 하락에 영향을 주었을 것으로 추정됨
 - 2016년부터 육류식품 시장 성장률이 다시 회복되면서 안정적인 성장세를 유지하기 시작함
- 중국 가공 육류 시장은 2018-2022년까지 연평균 3.7% 성장하여 2022년에는 약 914억 위안(약 15조 544억원)에 달할 것으로 전망⁵⁾

표 1.1 중국 가공 육류 식품 시장규모 및 성장률(2013-2017)



자료: Euromonitor International

3) 1RMB = 164.71 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.08.13.검색)

4) 중국은 세계 최대 돼지고기 소비국가로 전체 육류 소비 중 돼지고기 소비량이 60% 이상을 차지함. 유로모니터 인터 내셔널(Euromonitor International)에 따르면, 2014년 중국 정부는 수질 환경 개선을 위해 양돈농장 규모 감축 정책을 실시하였고 이는 돼지고기 가격 상승에 영향을 주었음

5) 유로모니터 인터내셔널(www.euromonitor.com)

표1.2 중국 가공 육류식품 시장규모 및 성장률 전망(2018-2022)

(단위: 백만 위안)

년도	2018E	2019E	2020E	2021E	2022E
시장규모	77,563.9	79,816.7	83,125.6	87,135.8	91,444.5
연간 성장률(%)	1.9	2.9	4.1	4.8	4.9

자료: Euromonitor International

□ 산업 경쟁 동향

- 중국 가공 육류 기업 상위 10개 기업 중 8개가 중국 현지 기업임
 - WH Group은 세계 최대의 돼지고기 가공업체로 돼지고기류 생산·유통 및 양돈 사업을 하고 있으며, 미국에 돼지고기 가공 법인을, 일본에 판매 법인을 자회사로 두고 있음
- 중국 내 육류 소비의 60%가량이 돼지고기로, 중국 가공 육류식품 기업 대부분이 돼지고기를 주력 품목으로 판매 중임
 - 2017년 중국의 돼지고기 소비량은 약 5,350만 톤으로 전 세계 돼지고기 소비량의 절반 이상을 차지하고 있음⁶⁾
 - 상위 10개 기업 중 Shandong Zhucheng Foreign Trade Group, Co Ltd, Shandong Liuhe Group 및 DaChan Food (Asia) Ltd는 닭고기 품목을 주력으로 생산 및 판매하고 있음
 - DaChan Food (Asia) Ltd는 중국 내 글로벌 패스트푸드 전문점 KFC와 McDonald의 현지 주력 공급업체임
- 미국 농무부 자료에 따르면, 중국 중산층의 소득 수준 향상으로 양, 소고기, 수산물 등과 같은 고급 단백질에 대한 수요가 증가할 전망이다

6) USDA 보고서(gain.fas.usda.gov)

표1.3 중국 가공 육류 식품 TOP10 업체 시장 점유율 추이(2012-2017)

(단위: %)

업체명(국적)	2013	2014	2015	2016	2017
WH Group (홍콩)	-	33.7	29.8	29.5	29.2
People's Food Holdings Ltd(중국)	9.4	9.4	9.3	9.1	9.0
China Yurun Food Group Ltd(중국)	3.6	3.4	3.3	3.0	3.1
Shandong Zhucheng Foreign Trade Group Co Ltd(중국)	2.0	2.2	2.4	2.6	2.7
Shandong Liuhe Group(중국)	1.4	1.5	1.4	1.6	1.8
Shanghai Maling Aquarius Group(중국)	1.7	2.0	2.1	2.0	1.8
Sichuan New Hope Agribusiness Co Ltd(중국)	0.8	1.0	1.1	1.2	1.2
Hormel Foods Co Ltd (미국)	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Fujian Anjoy Food Co Ltd (중국)	0.5	0.7	0.8	0.9	1.0
DaChan Food (Asia) Ltd (중국)	1.2	0.9	0.7	0.8	0.9
기타	78.3	44.1	48	48.2	48.2
합계	100	100	100	100	100

자료: Euromonitor International

□ 유통경로 현황

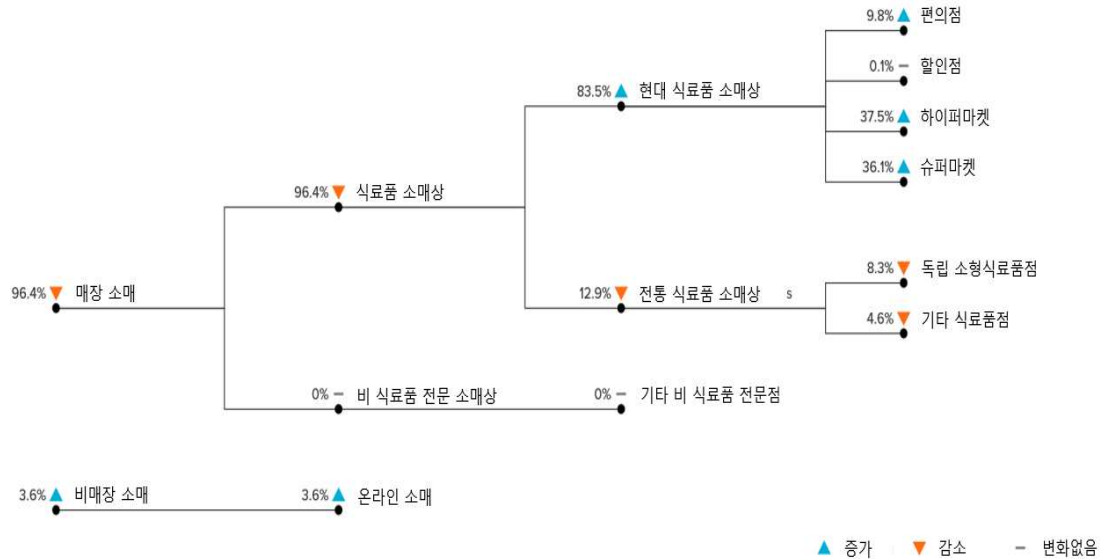
○ 중국 가공 육류식품의 주요 유통경로는 하이퍼마켓

- 2017년 중국 가공 육류식품은 주로 하이퍼마켓(37.5%), 슈퍼마켓(36.1%), 편의점(9.8%) 등을 통해 유통되는 구조이며, 전통 식료품 소매상 유통 비중은 감소하는 추세임

○ 중국 소비자는 가공 육류식품 구매 시 온라인 보다 오프라인 매장을 선호하고 있으나 향후 온라인 구매율이 높아질 전망이다

- 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 필두로 한 오프라인 유통은 즉석·냉장 및 냉동 가공 육류 식품 등 다양한 종류를 취급하고 있다는 점에서 경쟁우위를 가지며 향후에도 現 성장세를 유지할 전망
- 콜드체인 및 창고설비 개선 등으로 온라인 유통시장의 성장 속도는 가속화될 전망이다

그림 1.1 가공 육류식품 유통경로별 점유율(2017) 및 증감추세(2012-2017)



자료: Euromonitor International

2) 중국 즉석 가공 육류 시장 동향

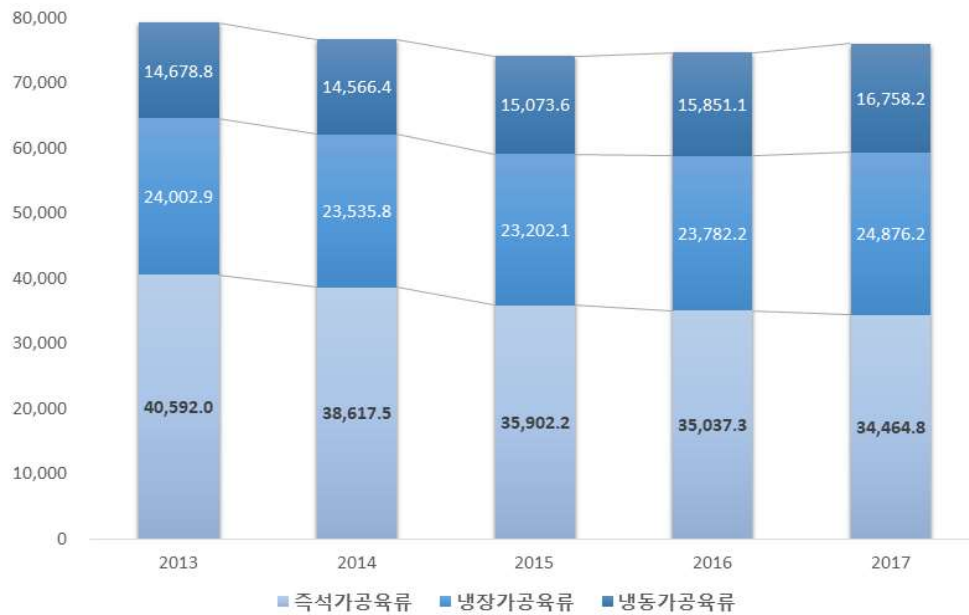
□ 시장규모

- 2017년 즉석 가공 육류 시장규모는 약 344억 위안으로, 전체 가공 육류 시장의 45%를 차지하고 있음
 - 가공 육류는 즉석 가공육류, 냉장 가공육류, 냉동 가공육류로 세부 분류할 수 있으며, 각각의 점유율은 45%, 33%, 22%임
- 소비자 수요의 변화로, 즉석 가공 육류 시장의 성장률은 감소하는 추세
 - 2013-2017년 즉석 가공 육류의 5개년 연평균성장률은 약 -1%로, 2016년 이후 성장률이 개선되는 추세를 보이나 마이너스 성장을 지속하고 있음
 - 중국 소비자의 소득 수준 향상으로, 양질의 생활을 추구하는 소비자들이 증가하였으며, 이는 신선하고 건강한 냉장 가공 육류 제품에 대한 수요 증가로 이어졌음
 - 소비자의 수요가 즉석 가공식품에서 냉장 가공식품으로 변화함에 따라서 육류 가공업체도 냉장 가공식품의 생산 비중을 늘리고 있음

- 그러나 즉석 가공육류의 장점인 ‘편리함’ 과 ‘비교적 저렴한 가격’ 에 대한 소비자 수요는 지속될 전망이다

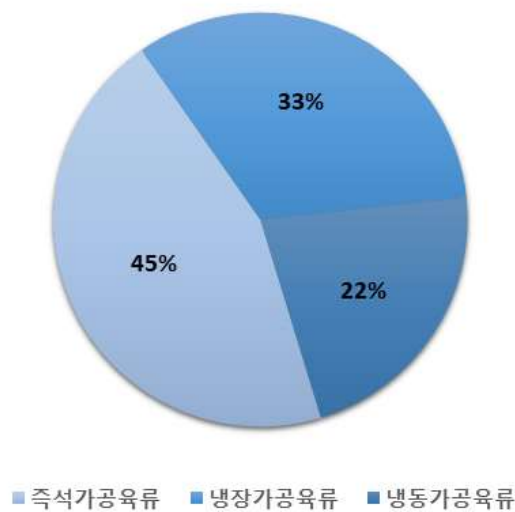
표1.4 중국 가공 육류 식품 품목별 시장규모 (2013-2017)

(단위: 백만 위안)



자료: Euromonitor International

표1.5 2017 가공 육류 세부 분류 점유율



자료: Euromonitor International

표1.6 중국 즉석 가공육류 (2013-2017)

(단위: 백만 위안, %)



자료: Euromonitor International

□ 품목별 시장 동향

○ 중국 즉석 가공육류는 붉은 육류⁷⁾와 가금류⁸⁾로 나뉨

- 2017년 붉은 육류와 가금류의 시장규모는 각각 약 308억 위안, 36억 위안으로 붉은 육류가 전체 가공 육류 시장의 89.5%를 차지하고 있음
- 삼계탕이 속한 즉석 가공 가금류 시장 점유율은 약 10% 수준이며, 2013-2017년 5개년 연평균성장률은 약 0.4%임

○ 2014년 가금류 시장규모는 전년 대비 약 16% 감소한 37억8천만 위안 기록

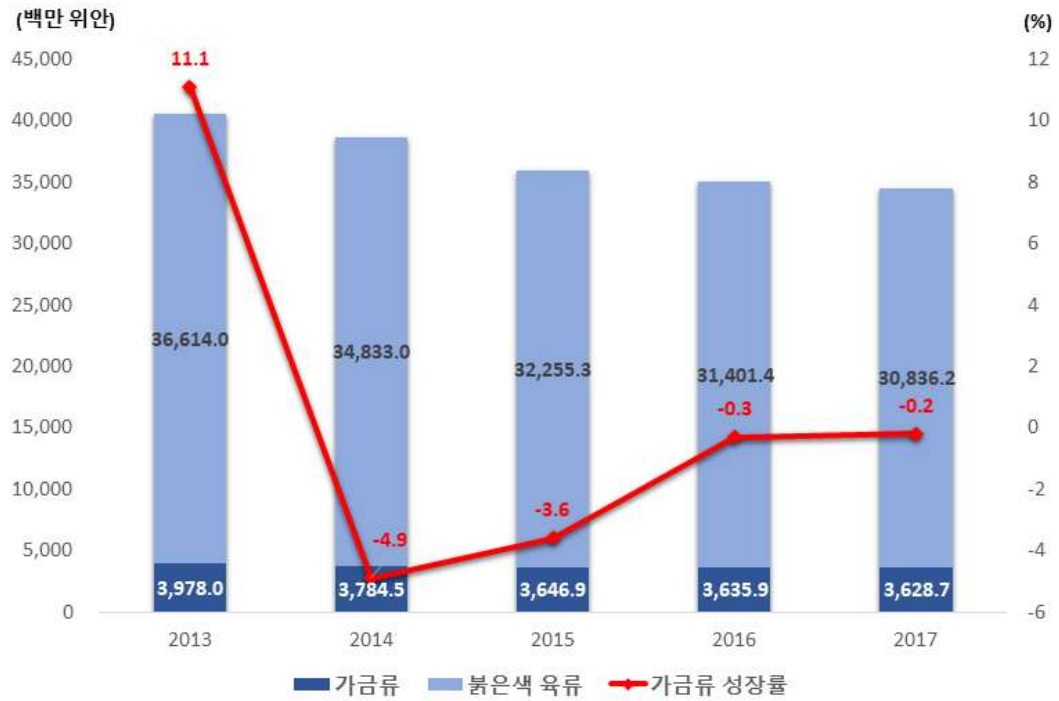
- 2013년 처음으로 H7N9 조류 인플루엔자 바이러스의 인체감염 사례가 보고되면서 가금류 소비에 위축에 영향을 주었을 것으로 추정됨

7) 즉석 가공 붉은 육류(Shelf Stable Processed Red Meat)는 주로 캔, 유리병, 알루미늄/레토르트 패키지에 담겨 있는 소시지, 핫도그, 햄, 콘비프, 스펀 등을 의미함

8) 즉석 가공 가금류(Shelf Stable Processed Poultry)는 주로 캔, 유리병, 알루미늄/레토르트 패키지에 담겨있는 소시지 및 파테(pate) 형태의 가금류 식품을 의미함

표 1.7 증석 가공 육류 품목별 시장 현황(2012-2017)

(단위: 백만 위안, %)



자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 삼계탕 관련 주요 수치

- HS Code 1602.32 글로벌 수입 규모 71억 1,089.2만 달러(2017년)
- HS Code 1602.32 글로벌 수입 규모 중 중국의 수입 규모는 72만 달러, 세계 106위(2017)
- 중국의 HS Code 1602.32 국가별 수입 규모를 살펴보면, 1위 한국, 2위 미국, 3위 태국 순(2017)
- 한국의 HS Code 1602.32.1010 글로벌 수출량은 약 2,421.3톤, 수출액은 1천1백만 달러(2017)

❖ 삼계탕 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1602.32.1010	삼계탕
중국	1602.32.1000	닭 통조림/캔

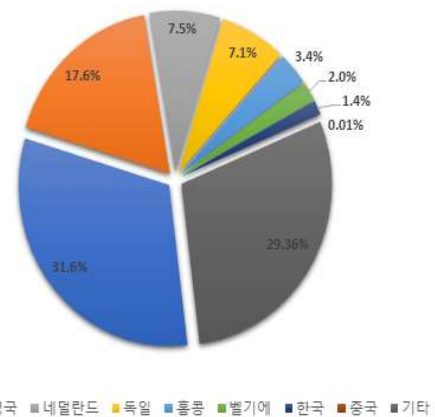
❖ HS Code 1602.32

글로벌 수입 규모(2017)

수입국		2017 금액(US 천 달러)
글로벌		7,110,892
1	일본	2,248,406
2	영국	1,251,502
3	네덜란드	535,721
13	한국	101,832
20	핀란드	41,616
50	아르헨티나	7,457
100	그린란드	923
106	중국	724

❖ HS Code 1602.32

글로벌 수입 비중(2017) (단위: %)



❖ 중국의 HS Code 1602.32 국가별 수입 규모(2017)

수입국		2017 금액(US 천 달러)
1	한국	96.0
2	미국	2.0
3	태국	1.0

1) 통계분석 기준 설정

□ 통계분석 기준 설정

- 삼계탕의 시장성 판단을 위한 글로벌 및 중국의 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1602.32 기준으로 통계조사를 진행함
 - 삼계탕의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 10자리 1602.32.1010 기준으로 통계조사를 진행함

표 1.10 삼계탕 통계 기준 설정

조사항목	분류	HS CODE
글로벌 수입 규모 및 성장률	무역통계	HS Code 1602.32 기준
중국 수입 규모 및 증감률		HS Code 1602.32 기준
한국 수출 규모 및 증감률		HS Code 1602.32.1010 기준

표 1.11 삼계탕 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(屑肉)이나 피	Other prepared or preserved meat, meat offal or blood
	1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것	Of fowls of the species Gallus domesticus
	1602.32.1010	삼계탕	Samge-tang®
중국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(屑肉)이나 피	其他方法制作或保藏的肉、食用雜碎或動物血
	1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것	雞的
	1602.32.1000	닭 통조림/캔	雞罐頭

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 중국관세청(customs.gov.cn)

표 1.2 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyulList.po
	중국 관세청	customs.gov.cn

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1602.32)

□ 글로벌 수입통계

- 2017년 HS Code 1602.32의 글로벌 수입 규모는 71억 1,089.2만 달러로 2013-2017년의 연평균성장률은 0%임. 2017년 기준 1위 수입국인 일본의 수입규모는 약 22억 4,840만 달러로 연평균 1%의 성장세를 보임.
- 중국은 2017년 기준 106위 수입국으로 수입규모는 약 72만 달러이며, 2013년 이후 지난 5년간 68%의 두 자릿수 성장세를 기록. 한편, 2017년 13위 수입국인 한국의 수입규모는 약 1억 183만 달러이며, 2013년 이후 꾸준한 상승세를 유지하여 연평균 10%의 증가율을 보임
- 2017년 HS Code 1603.23의 글로벌 수입 시장 국가별 점유율은 순위별로, 일본(31.6%), 영국(17.6%), 네덜란드(7.5%)임
 - 13위 수입국인 한국과 106위 수입국인 중국의 글로벌 수입 시장 점유율은 각각 약 1.4%, 0.01% 임

표 1.13 HS Code 1602.32 글로벌 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013 -2017 CARG
글로벌	6,921,337	6,932,621	6,696,026	6,541,207	7,110,892	0%
1 일본	2,132,027	1,943,804	1,888,050	1,929,700	2,248,406	1%
2 영국	1,135,724	1,286,845	1,262,492	1,192,845	1,251,502	1%
3 네덜란드	535,514	530,321	579,716	482,492	535,721	-1%
4 독일	587,491	530,254	457,716	483,837	501,840	-4%
5 홍콩	186,932	248,881	241,546	197,967	239,450	3%
10 벨기에	190,341	153,665	129,750	147,680	143,354	-6%
13 한국	64,950	72,781	80,271	76,229	101,832	10%
20 핀란드	49,052	48,902	42,326	40,972	41,616	-5%
50 아르헨티나	1,076	382	623	4,747	7,457	89%
100 그린란드	656	611	526	779	923	12%
106 중국	124	147	117	754	724	68%

주: HS Code 1602.32 기준

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

표 1.14 2017년 HS Code 1602.32 글로벌 수입 비중



주: HS Code 1602.32 기준

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

3) 중국 수입 통계 (통계기준: HS CODE 1602.32)

□ 중국 수입통계

- 중국의 HS Code 1602.32 수입은 2013년 12만 4천 달러에서 2017년 72만 4천 달러로 가파르게 증가하였음
 - 2013-2017년 HS Code 1602.32 수입규모는 전반적으로 증가와 감소를 반복하는 추세임
 - 2016년 한국의 대중 삼계탕 수출이 개시되면서 해당 품목의 수입규모가 약 75만 달러로 급증하였고, 한국은 중국의 HS Code 1602.32 최대 수입국으로 부상

표 1.15 중국의 HS Code 1602.32 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러, %)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 수입액	124	147	117	754	724
증감률	-59.7	18.3	-20.4	544.6	-4.0

주: HS Code 1602.32기준
자료: 한국무역협회(K-stat) 중국무역통계

- 국가별로 살펴보면 2017년 중국의 HS Code 1602.32의 1위 수입국인 한국의 수입액이 전년 대비 -86.7% 감소하여 9만6천 달러를, 2위 수입국인 미국은 2천 달러 기록
 - 2016년 11월부터 2017년 4월까지 한국에서 조류 인플루엔자(AI)가 발병함에 따라 삼계탕의 대중 수출이 전면 금지되었고 이는 수입액 감소의 직접적인 원인으로 작용함⁹⁾

표 1.16 중국의 HS Code 1602.32 국가별 수입 동향

(단위: 천 US 달러, %)

순위	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
1	한국	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	722.0	-	96.0	-86.7
2	미국	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0
3	태국	42.0	0.0	17.0	-59.1	0.0	-100.0	0.0	0.0	1.0	708.0
10	말레이시아	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

주: HS Code 1602.32 기준, 2017년 기준 내림차순 정렬
자료: 한국무역협회(K-stat) 중국무역통계

9) 한국일보(www.hankookilbo.com)

4) 한국산 수출 통계 (통계기준 HS CODE 1602.32.1010)

□ 한국 수출통계

- 한국이 글로벌 시장으로 수출한 HS Code 1602.32.1010의 2017년 기준 수출량 및 수출액은 2,421.3톤과 1,102만 4,202달러를 기록하였는데, 이는 2013년 대비 약 34.3%, 39.5% 증가한 수치임(2014년 조류 인플루엔자의 여파로 수출량 및 수입액 일시 감소)
- 한국이 중국 시장으로 수출한 HS Code 1602.32.1010의 2017년 기준 수출량 및 수출액은 21.8톤과 10만 399달러를 기록하였는데, 이는 2013년 대비 약 3,668.8%, 2,094% 증가한 수치임

표 1.17 한국의 HS Code 1602.32.1010 글로벌 수출 동향

(단위: US\$, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	1,802,527.7	1,718,299.3	2,195,697.1	2,559,237.6	2,421,328.2
증감률	-28.1	-4.7	27.8	16.6	-5.4
총 수출액	7,905,166.0	7,497,077.0	9,849,385.0	11,287,494.0	11,024,202.0
증감률	-37.3	-5.2	31.4	14.6	-2.3

주: HS Code 1602.32.1010기준
자료: 농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.18 한국의 HS Code 1602.32.1010 對중국 수출 동향

(단위: US\$, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	580.0	1,598.8	2,610.0	189,632.6	21,859.0
증감률	0	175.7	63.2	7,165.6	-88.5
총 수출액	4,576.0	73,887.0	12,255.0	847,536.0	100,399.0
증감률	0	1,514.7	-83.4	6,815.8	-88.2

주: HS Code 1602.32.1010기준
자료: 농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드 및 정책 동향

1. 정책 동향
2. 소비 트렌드
3. 소비자 트렌드

시장 트렌드 및 정책 동향 개요

1. 주요 정책 동향

- ❖ 중국 식품 안전법 강화
 - 블록체인 기술을 활용한 유통 이력추적 시스템 구축
 - 2020년까지 식품 전 영역에서 트레이서빌리티 제도 상용화될 예정
- ❖ 통관일체화 제도 검역업무까지 확대
 - 통관 절차 간소화 및 운송비 절감 기대
 - 사후감사 및 처벌 강도 강화될 예정

2. 소비 트렌드

- ❖ 조류 인플루엔자(AI)로 가금류 제품에 대한 수요 감소
- ❖ 혼밥족 증가로 간편 조리 식품 인기
- ❖ 젊은 층의 보양식 수요 급증

3. 소비자 트렌드

- ❖ [참고] 삼계탕 중국 소비자 인터뷰
 - 안정성과 위생성이 식품 구매의 중요 요인
 - 삼계탕에 대한 소비자 인지도 제고 필요

1. 주요 정책 동향

□ 중국 식품 안전법 강화, 블록체인 활용을 통한 전 유통 이력추적시스템 구축

- 2015년 10월 1일, 식품안전 전 과정에서 트레이서빌리티(traceability)¹⁰제도 구축을 명시하는 중국 역사상 가장 엄격한 식품안전법이 시행되었음
 - 2015년부터 2020년까지 중국 육류 및 채소류 식품 전 영역에서 트레이서빌리티 제도를 구축 및 상용화할 전망이다
- 최근 중국은 블록체인 기술을 유통에 적용하여 효율적으로 식품안전망을 구축한 사례가 늘고 있음
 - 블록체인은 각종 거래 정보를 여러 곳에 분산 저장하는 기술로 유통산업에 적용될 경우 제품 출처 정보의 실시간 확인뿐만 아니라 유통 전 영역의 정보를 투명하게 공유할 수 있음
 - 2017년 중국 월마트는 글로벌 IT 기업인 IBM과 블록체인 기술을 활용한 돼지고기 이력 추적시스템을 개발했음
- 식품 이력추적시스템 구축을 통한 수출 경쟁력 확보
 - 블록체인과 같은 첨단 기술을 적용한 식품 이력 추적 시스템은 글로벌 시장에서 제품의 품질 및 안전성을 검증하는 경쟁력으로 작용할 수 있음

그림2.1 블록체인 기술을 적용한 식품안전망 도식



자료: GS&J Institute(www.gsnj.re.kr)

10) 트레이서빌리티(traceability)는 추적(追跡)을 뜻하는 트레이스(trace)와 가능성을 의미하는 어빌리티(ability)가 조합된 용어로 제조이력과 유통과정을 실시간으로 파악할 수 있는 시스템을 말한다(자료: 한경 경제용어사전)

□ 통관일체화제도 농수산물식품 검역업무까지 확대

- 중국 제13기 전국인민대표대회 1차 회의에서 국무원기구 개혁방안의 결정이 포결됨에 따라 질검총국 수출입 검역업무가 세관으로 이전하였고 통관일체화제도(通関一体化制度)가 농수산물식품 검역까지 확대되었음
 - 2017년 7월부터 시행된 통관일체화 제도는 통관절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 세관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감 하기 위해 각 항구 세관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임
- 이에 따라 농수산물식품 통관 및 운송비가 절감될 전망이나, 사후감사 및 처벌 강도 강화될 예정
 - 국내 수출업체는 과세 심사에 대응하기 위한 철저한 사전 준비가 필요함
 - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 세관은 기업에게 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서·영수증·운송증빙서류·보험증빙서류·지급증빙서류·회계장부·업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보관에 각별히 주의해야 함
 - 특히 화물의 수 출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 세관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표2.1 통관일체화제도 적용 시 변경사항

	세관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	세관 별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 세관에서만 통관 가능	통관 전 ‘수입신고 서류심사’ 및 ‘세금납부’진행	통관 전 세관이 기업 납부세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 세관이 중국 세관시스템으로 전산 통합되어 어느 세관에서나 통관 가능	통관 전 ‘자진세금납부’, 통관 후 ‘수입신고 서류심사’진행	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 세관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 “신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입신고 서류심사 → 후속관리 ”	세관은 통관 이후 통관된 수입물품의 세금징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

2. 소비 트렌드

□ 조류 인플루엔자(AI) 발병, 가금류 식품에 대한 수요 감소

- 2016-2017년 공식 보고된 중국의 H7N9 조류 인플루엔자 인체감염자 수는 20건
 - 2013년 2월 조류 인플루엔자(AI) 발병 이후, 전 세계의 인체감염자 수는 1,625건, 사망자 수 623명으로 확인됨
 - 2016-2017년 공식 보고된 중국의 H7N9 인체감염자 수는 총 20명으로 강서성(5명), 하북성(3명), 절강성(2명), 광둥성(1명) 등 주로 화동 및 화북 지역에서 발생함¹¹⁾
 - 인체감염 사례가 많은 H7N9 조류 인플루엔자가 주로 재래시장에서 판매되고 있는 토종 중국 닭(Huangyu Chicken)을 통해 전염되고 있다는 사실이 밝혀지면서 가금류 식품에 대한 중국 소비자 불안 증가
 - 중국 정부는 해외 가금류의 수입 제한, 가금류 생산규정 강화 등을 통해 AI에 대응하고 있으나 소비자의 신뢰를 회복하기까지 시간이 걸릴 전망

표2.2 중국 H7N9 인플루엔자 지역 및 장소별 발병 현황(2018.7.25)

지역	재래시장	농장	뒷마당	공항	합계
안휘성	0	1	0	0	1
복건성	1	0	0	0	1
광둥성	22	0	0	0	22
광시성	0	1	0	0	1
하북성	0	1	0	0	1
흑룡강성	0	1	0	0	1
하남성	0	1	0	0	1
후남성	3	1	1	0	5
요녕성	0	1	0	0	1
내몽고자치구	0	2	0	0	2
영하회족자치구	0	2	0	0	2
섬서성	0	2	0	0	2
산시성	0	1	0	0	1
천진시	0	1	0	0	1
기타	0	0	0	1	1
합계	26	15	1	1	43

자료원: 국제연합식량농업기구(www.fao.org)

11) 국제연합식량농업기구(www.fao.org)

□ 혼밥족 증가에 따른 간편 조리 식품 인기

- 2018년 중국 1인 가구 수가 2억 명을 초과, 2020년에는 전체 인구의 30%를 차지할 것으로 전망¹²⁾
 - 재정적 능력을 갖춘 고학력 여성 증가, 혼인을 감소 등의 영향으로 향후 1인 가구 수는 계속 증가할 전망
- “1인 경제”가 중국의 주요 소비 트렌드로 부상하면서 식품 업계는 혼밥족을 겨냥한 빠르고 편리하게 먹을 수 있는 간편 조리식 제품을 출시하는 추세
 - 중국 최대 음식 배달앱 어러머(饿了么)의 데이터에 따르면 1인 배달음식의 주문 수량은 전년 대비 26%나 증가했음
 - 혼밥족이 선호하는 메뉴로는 즉석덮밥, 만두류, 카레 등이 있으며 최근 출시된 즉석회귀(간편식 중국 샤브샤브)는 특히 지우링허우(90後)와 지우우허우(95後) 사이에서 큰 인기를 얻고 있음

표2.3 중국 즉석회귀 판매량 기준 TOP 5

사진					
제품명	清油麻辣嫩牛 自煮火鍋 (오리지널맛)	麻辣牛肉自熱 火鍋	脆爽牛肚自煮 火鍋(매운맛)	撈派番茄牛腩 自煮火鍋套餐 (신맛)	自煮自熱微火 鍋
가격/ 용량	35.5위 안/435g	32.9위 안/227g	35.5위 안/640g	35.5위 안/640g	35.8위 안/600g
브랜드	하이디라오 (海底撈)	자하이귀 (自嗨鍋)	하이디라오 (海底撈)	하이디라오 (海底撈)	샤오룽칸 (小龍坎)

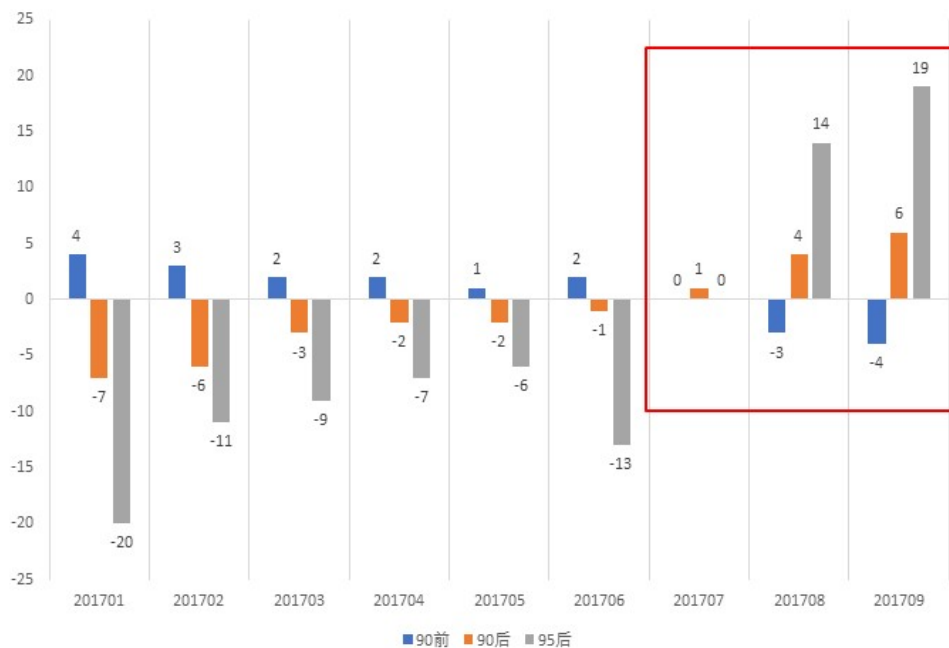
자료: 중국 온라인몰 경동상성(www.jingdong.com)

12) 每日食品(www.foodaily.com/market/show.php?itemid=18337)

□ 젊은 층의 보양식 수요 급증

- 중국 젊은 세대의 건강 의식이 제고됨에 따라 보양식 수요 급증 추세
 - 지우후허우(95後) 사이에서 인기 있는 5대 보양식품은 꿀, 구기자, 락트알부민(유청 단백질의 일종), 보양 차, 효소임
 - 그 외 중국 대표 보양식인 제비집도 지우링허우(90後) 소비가 치링허우(70後)를 추월하는 등 주력 소비층 세대교체가 일어났음
 - 삼계탕의 부재료로 구기자가 많이 쓰이고 있으며 이를 강조하여 마케팅한다면 젊은층에게 효과적으로 소구 가능
- 제일재경산업데이터중심(CBNdata)이 발표한 《2018년 생활 소비트렌드》 보고서에 따르면, 2017년 1월까지만 해도 보양식품에 대한 젊은 층의 선호도가 낮았으나 해당연도 7월을 기준으로 선호도가 급속히 상승했음

표2.4 각 연령층 보양식품에 대한 선호도



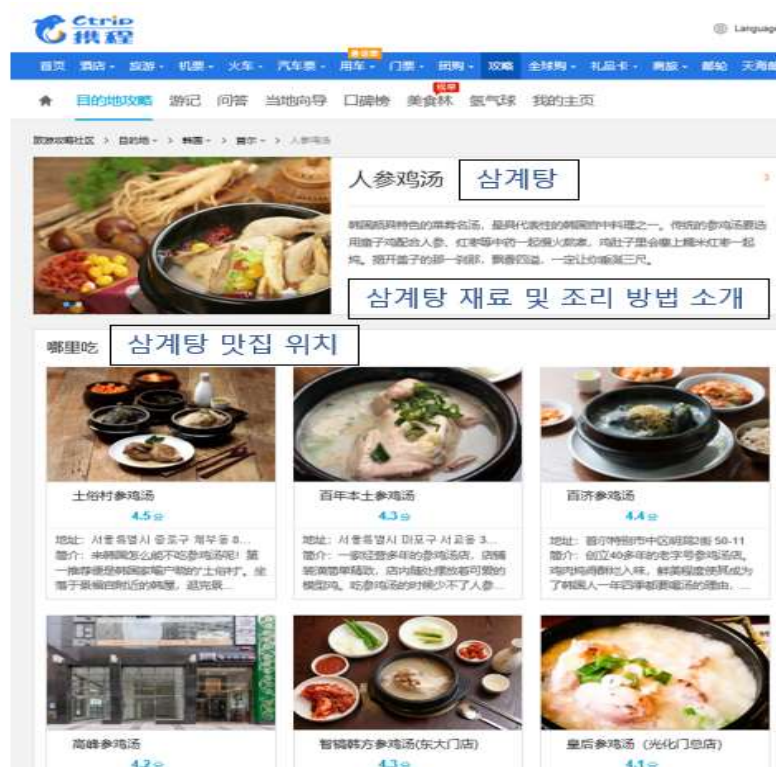
※ 선호도=(목표연령층의 월 “보양식품”검색량(PV) / 전체 연령층의 월 “보양식품” 검색량)*100-1, 0<인 경우 ‘선호한다’로 표기

자료: 알리데이터(阿里数据, dt.alibaba.com)

- 삼계탕은 한국의 대표적인 보양식으로 유명
 - 한국 드라마 등의 한류 영향으로 한국 보양식에 대한 중국 소비자 관심 증가

- 현지 여행사 사이트에 ‘한국에 가면 반드시 먹어야 하는 대표 음식’ 으로 소개
 - 중국 최대 온라인 여행사 시트립(Ctrip) 홈페이지에 삼계탕에 대한 소개 및 유명 맛집 정보 게재
- o 최근 중국 온라인 신문 매체에서 한국의 대표적 여름철 보양 음식으로 삼계탕 소개하는 자료 보도
- 한국인은 매년 삼복(1년 중 가장 더운 절기) 때 삼계탕을 먹으면서 더운 날씨에 지친 몸과 원기를 회복한다는 내용 전달
 - 국내 대형 오픈마켓인 G-market 자료를 인용하며, 기록적인 무더위에도 삼계탕 매출이 동기대비 57% 증가했다는 내용 보도¹³⁾
- o 중국 젊은 층을 주요 고객층으로 설정하고 이들이 선호하는 보양식품 및 성분을 추가하여 한국의 대표적 보양식으로서 삼계탕의 인지도를 제고한다면 효과적인 포지셔닝 가능

그림 2.2 중국 여행사 홈페이지 한국 삼계탕 소개란



자료: Ctrip 자사 홈페이지(www.ctrip.com)

13) 환구시보망(www.huanqiu.com, 2018.06.29.)

3. 소비자 트렌드

[참고] 삼계탕 중국 소비자 인터뷰

소비자 1 (20대 여성)
1) 해당제품(or 관련제품시) 주요 고려사항 → 화학 성분 등 유해한 성분이 없고 위생적인 음식 선호 2) 해당 제품 구매 경험 여부 → 구매 경험은 없으나 한국 마트에서 본 적 있음 3) 해당 제품에 대한 이미지 → 외관상(포장)으로 봤을 때 방부제와 같은 화학 성분이 함유되어 있을 것 같음 4) 해당 제품 구매 의향 → 구매 의향 없음
소비자 2 (40대 여성)
1) 해당제품(or 관련제품시) 주요 고려사항 → 건강에 좋은 보양식 선호 2) 해당 제품 구매 경험 여부 → 간편조리식품 형태의 삼계탕 구매 경험은 없으나 근처 한식당에서 즐겨 먹음 3) 해당 제품에 대한 이미지 → 간편함, 건강 및 맛을 고려했을 때 조리된 식품을 구매하기보다 식당에서 직접 사 먹을 계획임 4) 해당 제품 구매 의향 → 구매 의향 없음
소비자 3 (50대 남성)
1) 해당제품(or 관련제품시) 주요 고려사항 → 검증된 수입산 브랜드 및 제품 2) 해당 제품 구매 경험 여부 → 제품에 대한 인지도 및 구매 경험 없음 3) 해당 제품에 대한 이미지 → 생소한 음식이기 때문에 중국식 탕 요리와 어떤 맛의 차이가 있는지 궁금함 4) 해당 제품 구매 의향 → 한국 제품에 대한 신뢰도가 높으나 제품 사진으로만 봤을 때 즉시 구매할 의향은 없음

소비자 4 (60대 여성)
1) 해당제품(or 관련제품시) 주요 고려사항 → 검증된 수입산 브랜드 및 제품 → 화학 성분 등 유해한 성분이 없고 위생적인 음식 선호 2) 해당 제품 구매 경험 여부 → 삼계탕에 대한 인지도는 있으나 구매 경험 없음 3) 해당 제품에 대한 이미지 → 간편조리식품은 안전성과 위생성의 문제가 있어 보임 4) 해당 제품 구매 의향 → 한국 인삼에 대한 신뢰도가 높은 편이므로 향후 한국 전문 식당에서 먹어볼 의향 있음
소비자 인터뷰 정리
1. 안전성과 위생성이 식품 구매의 중요 요인으로 작용 → 화학 성분에 대한 거부감이 있으므로 제품 성분 및 포장 등을 통해 '건강함'을 강조하여 소비자의 신뢰를 얻을 필요가 있음 2. 삼계탕에 대한 소비자 인지도 제고 필요 → 한국 음식으로는 알고 있으나 삼계탕의 효능 및 우수성 등에 대한 인식이 거의 없음 → '한국산'과 '홍삼'에 대한 신뢰도가 높으므로 마케팅에 적극적으로 활용하여 소구할 필요가 있음

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.06.06.



Ⅲ. 통관 및 제도

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 식품첨가물 규정**

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS-CODE 1602.32.1000의 관세율¹⁴⁾

HS CODE	품명	관세율
1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것	-
1602.32.1000	닭 통조림/캔 (雞罐頭)	• 보통세율 90% • 최혜국대우세율: 15% • 한-중 FTA세율: 9%

❖ 중국 FTA 정보

2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효. FTA협정품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우, 관세청 전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 '신고작성목록(FTA) 사용지침서'를 참고하여 전자 원산지증명서(e-CO)를 등록하면 됨

❖ 중국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 중국의 경우 해당 품목의 HS CODE 및 관세율은 '중국 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함

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

14) 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 중국관세청(www.customs.gov.cn)

1. 통관 및 검역

1) 농식품 통관 절차

□ 수출(생산)업체 등록

- 질검총국 (2012년 55호 공고) 수입식품수출입상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定) 법률에 근거하여, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 수입을 하고자 하는 수입자는 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)에 등록 신청을 해야 함. 또한, 영업허가 범위에 '식품수입', 유통범위에 '식품'이 있는 기업에 한해 수입업체 등록 서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 CIQ¹⁵⁾에 제출해야 함

표 3.1 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 주소 및 기재내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), http://ire.eciq.cn
수출(생산)업체 기재내용	기업영문명, 영문주소, 연락처, 담당자명, E-MAIL 주소 등

그림 3.1 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 그림



자료: ire.eciq.cn

15) 出入境检验检疫局, 출입검검검검검국

□ 수출 전 준비서류

표 3.2 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고
- 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급	-B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 세관 및 CIQ 제출용
- 원산지 증명서 등록	-관세청전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 '신고작성목록(FTA) 사용 지침서'를 참고하여 전자 원산지 증명서(e-CO)를 등록하면 됨	
- CIQ 수출자 등록	-등록시스템에서 수출자 등록	CIQ 제출용
- 영문 위생증명서 발급	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산물: 국립수산물 품질관리원	
- 동/식물 검역증 발급 (일부품목)	-농림축산검역본부	
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCI인증서)	-중국 식품 수출 사전 준비 단계	

□ 통관 절차

- 중국의 수입 식품 통관 절차는 통관준비 → 수입신고 → 화물검사 → 관세납부 → 수입허가 5단계를 거침

표 3.3 중국 수입 식품 통관 절차 개요

통관절차	세부 절차	유의사항
① 통관 준비	수입적하 목록 신고	- 선박회사 또는 그 대리점에서 도착항에 전체화물에 대한 적하목록(Manifest)을 세관에 신고 - 제출 기한은 해상, 항공, 육상에 따라 다음과 같이 구분됨 - 해상운송: 선적 24시간 전(컨테이너선), 목적항 도착 24시간 - 항공운송: 항공기이륙 전(4시간 이하 단거리항공), 목적항 도착 4시간 전(장거리 항공) - 육상운송: 목적역 도착 2시간 전(열차), 목적지 도착 1시간 전(차량) ※ 미제출 시 운송수단의 입국 신고절차 수행이 일시 정지되거나 화물이 반송되는 제재를 받을 수 있음
	수입 신고 기한	- 수입자는 수입 신고서를 입항일부터 14일 이내에 제출해야함 (마지막 날이 법정휴일 또는 휴일인 경우 익일까지 순연) 14일 내 미신고시 과태료를 입항 후 15일부터 계산하여 신고일까지 매일 CIF 가격의 0.05% 징수
	수입 신고서 제출	- 수입화물의 수하인, 송하인 또는 그 대리인이 전자데이터교환(Electronic Data Interchange) 또는 서면 방식으로 세관에 수출입 화물 상황 신고 - 전자데이터교환(EDI)을 통한 신고: 수입화물의 수하인이나 위탁을 받을 통관기업이 전산 시스템(S/W)를 통해 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 - 서면 신고: 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입 신고서 3부를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출
② 수입신고	수입신고 시 필요 서류	- 서명된 상업송장 (Signed Invoice) - 포장명세서 (Packing list) - 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order / Airway Bill) - 운송보험서류 - 소포명세서 (우편운송의 경우) - 화물수취증 (육상운송의 경우) - 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스 (동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등)

		• 기타 세관이 필요 시 요구하는 서류
	심사 결과	• 관할 세관은 제출된 수입신고서와 증빙서류 심사 후 수입자 또는 통관기업에게 반출허가 또는 서류제출심사 통보 • 반출허가 통지하는 화물은 수입신고인의 신용이 높거나 수입화물에 대한 세금을 징수 할 필요가 없는 물품임 • 서류제출심사를 통보받은 수입자는 통보일로부터 10일 이내 요구서류를 구비하여 관할지 세관에 서면 제출
③ 화물 검사		• 관할세관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것을 원칙으로 하며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시 • 검수 방법은 대상 품목 및 기준을 근거로 3가지로 구분될 수 있음 - 전수검사(Thorough Inspection): 법규 위반 가능성이 높은 수입품이나 세관이 수입물품 전량을 검사할 필요가 있다고 결정하는 화물의 경우 수작업 또는 기계를 이용하여 검사 - 표본추출검사(Sampling Inspection): 세관이 임의로 추출한 샘플 화물을 개봉하여 검사함으로써 전수검사를 갈음하는 방법 - 외장검사(Packing Inspection): 화물의 겉포장의 개폐 여부, 파손 흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사. 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관감독 장소에서 진행됨 • 단, 화물 특성상 부득이하다고 인정되는 경우 세관에 신청하여 세관 관리 및 감독구역외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행 • 검사가 세관관리구역 내부에서 이루어질 경우 수입자는 검사로 인해 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용을, 외부에서 이루어질 경우 검사비용을 부담
④ 관세 납부	관세 계산법	• 중화인민공화국해법 및 수출입관세조례에 의거한 관세, 부가세, 통관수수료 등 납부 - 수입관세 = 과세가격 × 세율 - 과세가격 = 화물 CIF가격(FOB가격 + 운송비 + 보험료) × 환율 • 한국산 식품 수입 관세는 대부분 10~35%로 책정돼 있으며, 별도로 규정된 식품 외에는 16%의 증치세를 납부하고, 주류인 경우는 소비세가 부과 • 중국 정부는 2018년 5월 1일부로 증치세(增值稅)를 1% 인하함. (중국 국무원, 3월 28일 발표)

		구분			
		대상 품목		기존 세율	변경 후 세율
		증치세 인하	매매 또는 수입품 농산물, 상수도, 난방, LPG, 천연가스, 식물성식용유, 냉각 공기, 온수 액화석유가스, 주민용 석탄제품, 식용염, 농기계, 사료, 농약, 농업용 비닐, 화학비료, 메탄가스, 디메틸에테르(DME), 서류류, 잡지, 신문, 음향기기, 전자 출판물	17%	16%
			교통, 통신, 건축 서비스	11%	10%
		증치세 면제	농업생산자가 판매한 자가농산물, 피임약품·기구, 고서, 과학연구·과학실험 및 교육 목적으로 수입한 기기설비, 외국 정부 및 국제기구 무성원조 목적으로 수입한 물자와 설비, 장애인단체가 직접 수입한 장애인전용용품, 중고품 판매		
	관세 납부 절차	- 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)에 납부하여야 함 - 납부절차에는 현장납부 및 전자 납부가 있으며 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음 - 현장 납부: 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부 고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부 - 전자 납부: e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정 은행의 계좌에 관세 납부			
⑤ 통관 완료		수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨			

2) 가공식품 검역 규정 및 절차

□ 중국 가공식품 검역 규정

- 가공식품 對 중국 수출 시, 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품안전국가 표준에 부합해야 함. 이때, 중국 국가질량감독검험검역총국(國家質量監督檢驗檢疫總局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함
- 세관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨검역 및 실험실 검역 진행, 최초 실험실 검역은 국가표준에서 정한 항목 및 부정기 리스크 검사 항목에 따라 진행되며, 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임
 - 실험실 검역이 없을 경우 라벨 검사 후 이상이 없으면 위생증 발급, 출고 및 판매 가능함
 - 중국 국가발전개혁위원회와 재정부의 「수출입 검사·검역 비용 방법」에 따르면 식품 검역 비용은 수출품 가격의 0.0045%로 최대 400위안을 초과하지 않음
- 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ 마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입 식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음
 - CIQ에서 위생증 발급까지의 소요 시간은 보통 실험실 검역이 없는 경우 업무일 기준 3-4일, 있는 경우 7-10일 소요됨
 - 2017년 10월 6일 발표된 <출입경검험검역과정 관리규정>의 통지에 따르면 향후 CIQ 검역 서류 심사부터 실물 검사, 실험실 검역 및 최종 위생증 발급까지의 속도가 빨라질 것으로 예상되나(실험실 검역을 하지 않을 경우 1-2일 소요 예상) 이는 모든 서류에 이상이 없다는 전제 하에 가능하므로 철저한 사전 준비가 필요함

그림3.2 위생증 예시

收货人			
发货人			
品名	见附页	报检数/重量	见附页
包装种类及数量	见附页	输出国家或地区	韩国
合同号	标记及号码		
提/运单号	N/M		
入境口岸	青岛港		
入境日期	2017年04月07日		

证明	品名	品牌	规格	数量	生产日期	原产国
	三和牌	三和牌	++1kg/箱	++284箱	2017年03月29日	韩国
	三和牌	三和牌	++1kg/箱	++283箱	2017年03月29日	韩国
	三和牌	三和牌	++1kg/箱	++282箱	2017年03月28日	韩国

签字: [Signature] 日期: 2017 年 4 月 17 日

출처: 청다오 CIQ

□ 중국 수출입 동식물 검역법

- 중국은 「중화인민공화국 수출입 동식물 검역법」 제 5조 1항의 규정에 근거해 동식물 전염병이 유행되는 국가와 지역의 관련 동식물, 동식물 제품 및 기타 검역물의 수입을 금지하고 있음
- 현재 MOU에 따르면 중국은 한국산 삼계탕 수입을 허용하되 ‘질병 비발생’을 요구, 이에 따라 중국에 수출하는 삼계탕 원료용 닭고기는 고병원성 AI나 뉴캐슬병 등 닭 질병이 생긴 지역에서 10km 떨어진 농장에서 생산한 고기여야 함

표 3.5 CIQ 검역 항목

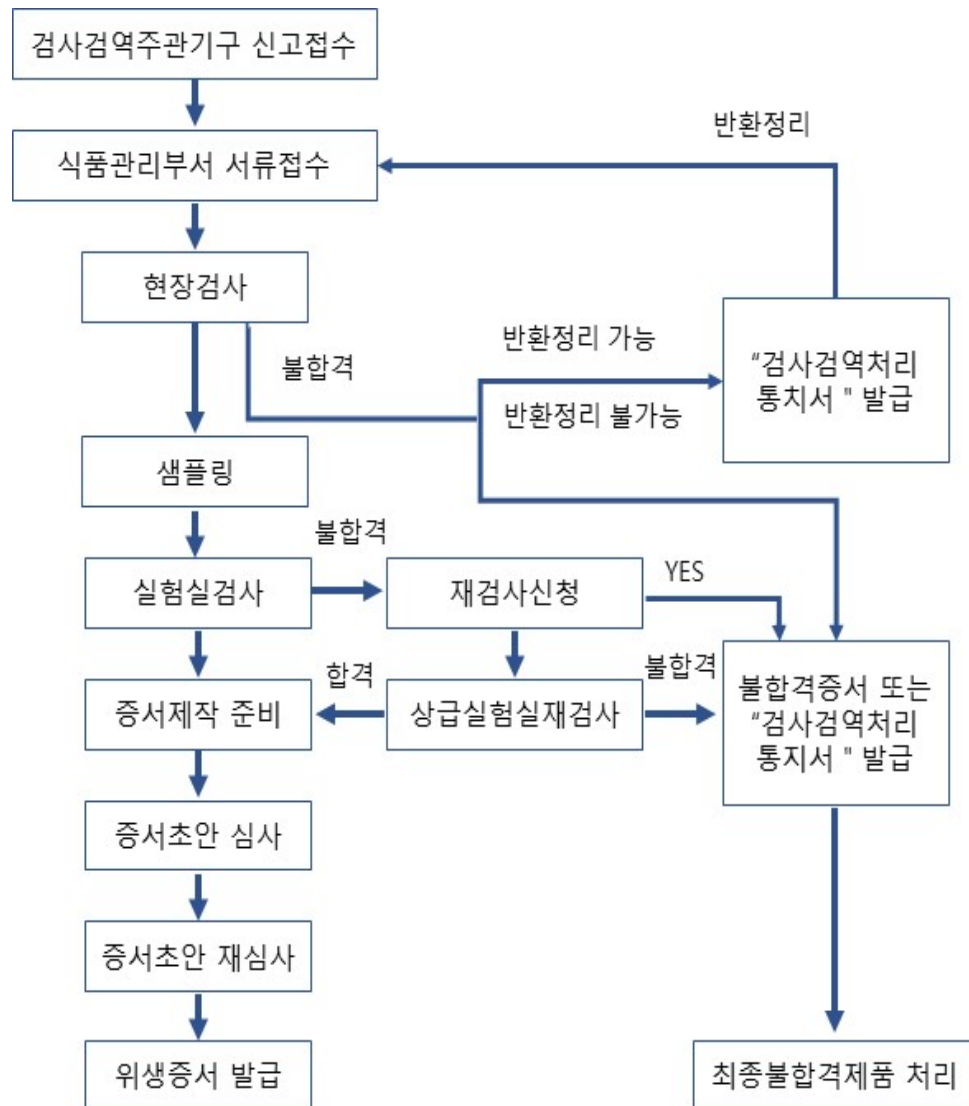
구분		내용	비고
검역항목	라벨검역	라벨 기재 내용 확인	인쇄상태, 글자크기, 부착위치 등
	실험실 검역	• 대장균군 • 균락총수 • 중금속 • 농약잔류량, 식품첨가제 등	중국 식품안전 국가 표준에 따라 진행

그림 3.3 CIQ 인증마크



□ 중국 가공식품 검역 절차

표3.6 검역 절차 흐름도



3) 관세율

□ 삼계탕은 중국 HS CODE 1602.32.1000호로 분류, 최혜국대우세율 15% 적용

- 삼계탕 가공품의 경우 한국 HS CODE는 제 1602.32.1010호에 특개되어 분류되나 중국에서는 동물품에 해당되어 제 1602.32.1000호에 분류하고 있음
- 최혜국대우에 따른 비특혜적용세율은 15%이며 한중 FTA 협정세율의 신고 화물에 대해서는 9%의 특혜세율 적용 가능
- 양허유형 '10'에 해당되어 관세율이 매년 균등 철폐되어 2024년 1월 1일부터 0% 세율로 중국 수출이 가능함

표3.7 중국 삼계탕가공품 HS CODE 및 수입 관세율

국가	HS코드	품명	관세율
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(屑肉)이나 피	-
	1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것	
	1602.32.1010	삼계탕	
중국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(屑肉)이나 피	• 보통세율 90% • 최혜국대우세율: 15% • 한-중 FTA세율: 9%
	1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것	
	1602.32.1000	닭 통조림/켄 (鷄罐頭)	

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 중국관세청(www.customs.gov.cn)

3) FTA 정보

□ 2015년 12월 20일 한-중 FTA발효, 협정품목 원산지 증명서 발급 면제

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지결정기준을 충족하는 경우 특혜세율을 적용받기 위해서는 기존에는 FTA 원산지증명서 발급이 필수였음
- 세관총서 2016년 제 85호 공고(중한 FTA 원산지증명서 제출요구 간소화 관련 공고)에 따르면 2016년 12월 28일부터 중국 세관은 한중 FTA 협정세율의 신고 화물에 대하여 수입신고 시 화주 또는 대리인(이하 “수입자”)에게 원산지증서 원본 제

출을 요구하지 않음

- 다만, 세관이 필요하다고 인정한 경우 수입자는 추가로 관련 원산지 원본을 제출해야 하여야 함
- o 관세청 전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 '신고작성목록(FTA) 사용지침서'를 참고하여 전자 원산지증명서(e-CO)를 등록하면 됨
- 신고서 사전입력자란에 원산지증서 전자데이터 상황이 제시되지 않는 경우 수입자는 세관 총서령 229호의 관련 규정에 따라 원산지 관련 보충신고를 해야 함. 즉, 협정세율 적용신청을 하고 관련화물에 대한 담보를 제공하여 통관 수속을 진행해야 함

□ 1602.32.1000 삼계탕의 원산지 결정 기준은 다음과 같은 조건을 충족하여야 함

- o 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것
- o 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- o 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로, 직접 운송된 것으로 간주
 - 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것
 - 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것
 - 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하는 데 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것
- o 상품이 비당사국에서 일시보관되는 경우, 그 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관 당국의 통제하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

2. 인증정보

□ SC인증

- 중국은 2015년부터 10월 1일부터 QS(전국 공업제품 생산허가증)인증을 SC(식품생산허가증)인증제도로 대체하면서 '식품생산허가증'을 갱신하였음. 이로 인해 2018년 10월 1일 이후로는 신규 식품생산 허가 취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS마크를 표시할 수 없음
- 중국 현지에서 생산되는 제품에만 부여되기 때문에 수입식품은 따로 허가를 받을 필요 없음

표3.8 SC 인증 개요

	
인증/검사명	SC 인증(食品生产许可证)
표기방법	SC101 430104 05015 ①②③④⑤⑥⑦ 1. SC: “생산”을 한어 병음으로 축약표기 2. 품목 분류 3. 성급 행정구획번호 (ex. 후난성: 43) 4. 시급 행정구획번호 (ex. 창사시: 01) 5. 현급 행정구획번호 (ex. 웨루구: 04) 6. 등록번호 (ex. 0501: 웨루구 첫번째 기업) 7. 검역번호 (ex. 자동생성: 5)
인증 설명	- 품질검사, 생산장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크
발행/검사기관	중국 국가품질감독검험검역총국
성격	권장

제출서류	식품생산허가신청서, 영업증사본, 식품생산가공장소 및 주변환경평면도, 기능구간구성평면도, 공예설비배치도 및 식품생산공예절차흐름도, 식품생산주요설비 및 시설명단, 수입검역기록, 생산과정통제, 출하검사기록, 식품안전검사, 종업원건강관리, 불안전식품회수, 식품안전사고처리 등 보장식품안전 규정제도
소요기간	70일 이내
유효기간	5년
발급절차	1) SC 인증신청서 제출 2) 서류 심사 - 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국이 서류심사 - 신청 접수 후 5일 안에 결과 발표 3) 현장 조사 - 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시 - 현장조사 시작일로부터 10일 안에 결과 발표 4) SC 인증서 발급 - 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 10일 안에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함

자료: 국가식품약품관리총국(samr.cfda.gov.cn)

□ 기타 주요 가공식품 인증정보

표3.9 기타 인증 개요

① 중국 유기농 인증	인증마크	
	발행기관	국가인증인가 감독관리 위원회
	성격	선택
	내용	유기농제품 품질 향상, 유기농제품 인증관리 강화 및 환경보호 및 지속가능한 발전 추진 등을 목적으로 2001년 4월 인증제

		도 제정 - 가공 식품은 원료(물·염화나트륨 제외) 중 95% 이상이 유기농 식품 인증을 받아야 함 - 가공식품 기준 유기농식품 인증 소요 기간은 약 1년 반~2년 - 유기농 식품 인증 소요 비용은 약 8백만원 이상이나 원료의 종류·지배지 면적·생산량 등에 따라 소요 비용이 상이 - 중국에서 유기농식품 인증을 받은 한국 제품은 단 9개 ('16년 기준)
② 식품안전관리 인증 (HACCP)	인증마크	
	발행기관	식품의약품안전청
	성격	선택
	내용	- HACCP는 Hazard Analysis and Critical Control Point의 약자로 식품의 생산, 가공, 제조, 준비 및 식용 등에 있어 소비자의 안전을 확보하고, 위험한 요소를 식별, 평가 및 제한하는 일종의 과학적이고 합리적이며 체계적인 인증 - 위험요소는 생물적, 화학적, 물리적 조건이 가지고 오는 건강에 유해한 영향을 말하며, 식품 생산 과정 중의 위험 예로 금속 찌꺼기, 살충제, 미생물 오염 등이 있음 - 가공 과정의 매 단계별 감시와 제한을 진행함으로써 위험 발생 확률을 낮춤
③ 녹색식품	인증마크	

	발행기관	유기녹색식품유한공사
	성격	선택
	내용	• 1990년대 초에 추진된 농산품품질안전인증시스템으로 중국 소비자들이 식품에 대한 불신을 줄이기 위해 생긴 인증제도 • 생산 및 품질관리를 통해 취득가능하고 인증기준이 총 126개 항목으로 검수과정이 엄격함 • 전문기관의 인증에 따라 A급과 AA급으로 구분됨. A급은 일정 양의 화학품 사용이 허용되지만 AA급은 국제 유기농 제품과 같은 기준으로 적용받기 때문에 화학품의 사용이 금지됨 • 중국의 녹색식품 마크는 미국, 러시아, 호주 등 11개 국가에서 국제인증으로 등록할 만큼 신뢰도가 높음

3. 라벨링

□ 식품 라벨링 법률 근거: 식품안전법 제97조 중문라벨 규정

- 수입 예포장식품¹⁶⁾과 식품첨가제는 반드시 중문라벨이 있어야 하며, 중국의 관련 법률, 행정법규의 규정과 식품안전 국가표준의 내용을 준수해야 함 중문라벨, 설명서가 없거나 규정을 따르지 않을 경우 수입할 수 없음
- 중국의 모든 포장 식품에는 중국어 라벨이 부착되어야 하고, 중국으로 수입되는 모든 식품에는 중국 위생부에서 발표한 GB 7718-2004에 의거하는 기준을 부합해야 함
- 생산품의 이름, 생산자 명칭 및 주소가 중국어로 표시되어 있어야 하나, 수입상품의 경우에는 원생산자의 이름과 주소 대신 생산품 원산지, 수입자 내지 중국 내 판매자의 이름과 주소가 명확하게 표시되어야 하고 중국어 간체자로 표기되어야 함
- 해당 라벨을 표시하는 방법은 포장지 직접 인쇄 혹은 스티커 부착방식으로 구분되며, 포장지 직접 인쇄 시, 외국어가 중국어 문자 크기를 초과하지 못함
- 중문 라벨을 표시할 때 샘플 및 제출된 라벨 내용과 일치해야 하고 불일치 시 전 체적인 라벨링 절차를 다시 거쳐야 하므로 사전에 점검이 필요함

□ 수입 식품 라벨 정보

표 3.10 중국 식품 라벨링 필수 표시사항

• 식품 명칭/ 원산지 • 생산업체의 명칭 및 주소와 연락 방식 • 식품의 생산날짜, 품질보증기간, 저장조건 • 순함량, 고형물 함량 (정량포장 식품일 경우) • 식품의 성분 또는 배합원료 리스트	• 생산업체가 적용하는 제품 표준코드 • 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준 요구 기준에 있을 경우) • 식품생산허가증 번호 및 QS 마크(생산허가증이 필요한 경우) • 수출국 식품위생인증로고 • 경고마크 또는 중문 경고설명
---	--

16) 예포장식품(預包裝食品)은 벌크 상태가 아닌 일정 규격으로 정량 포장된 중량이나 체적이 일정한 식품을 말함

표3.11 수입식품 라벨 심사 절차 흐름도

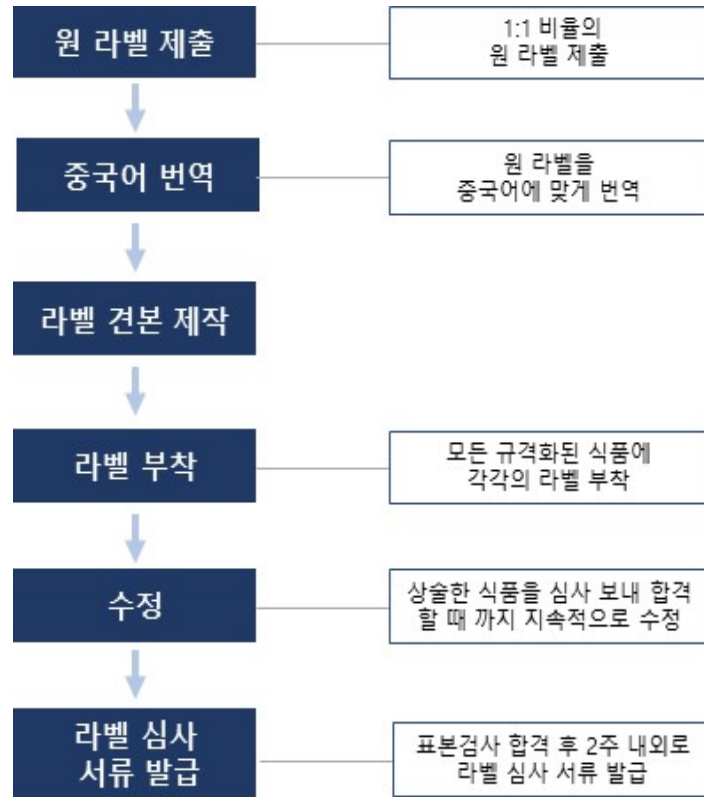


표 3.12 중국 라벨링 표시 상세

	항목	설명
1	표기 언어	중문 간체. 외국어를 동시에 사용할 수는 있으나 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함(상표, 수입 식품의 제조자 및 주소, 해외 판매자의 명칭 및 주소, 웹사이트 제외)
2	글자 크기	모든 외국어 표기는 외국어에 상응하는 한자보다 커서는 안 됨(상표 제외)
3	제품명 또는 설명	식품 라벨에서 가장 잘 보이는 위치에 식품의 속성을 반영하는 전용 명칭을 분명하게 표기해야 함
4	구성 성분	첨가량이 많은 순서로 하나씩 나열함. 첨가량이 2%를 넘지 않는 배합원료는 순서대로 나열하지 않아도 됨
5	순 중량	액체 식품은 리터(L, l), 밀리리터(mL, ml)를 사용하거나 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용함. 고체 식품은 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용함. 반고체 또는 점성 식품은 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용하거나 부피 단위인 리터(L, l), 밀리리터(mL, ml)를 사용함
6	제조자, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	중국에 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 하고 생산자 명칭, 주소 및 연락처는 표시하지 않음
7	원산지	수입 식품은 원산지 국가명 또는 지역명을 표기

8	포장일자, 유통기한	식품의 생산 일자 및 품질 보증 기간을 분명하게 표시해야 함. 만일 ‘포장재 어떤 부분을 참조하세요’의 형식이라면 해당 포장재의 구체적인 위치를 표시해야 함 일자 표시는 절대 별도의 스티커 부착, 보충인쇄, 수정을 할 수 없음
9	보관 조건	식품 라벨은 보관조건을 표시해야 함
10	식품생산허가증 일련번호	식품 생산허가증 일련번호 사전포장 식품 라벨은 식품 생산허가증 일련번호를 표시해야 함
11	제품 표준코드	수입 식품의 경우 표준코드 및 시퀀스 번호를 표시하지 않아도 됨
12	표시 위치	포장 용기에서 쉽게 눈에 띄는 면을 표시면으로 함

자료 : 중화인민공화국국가표준 식품안전 국가표준 사전포장 식품 라벨 통칙

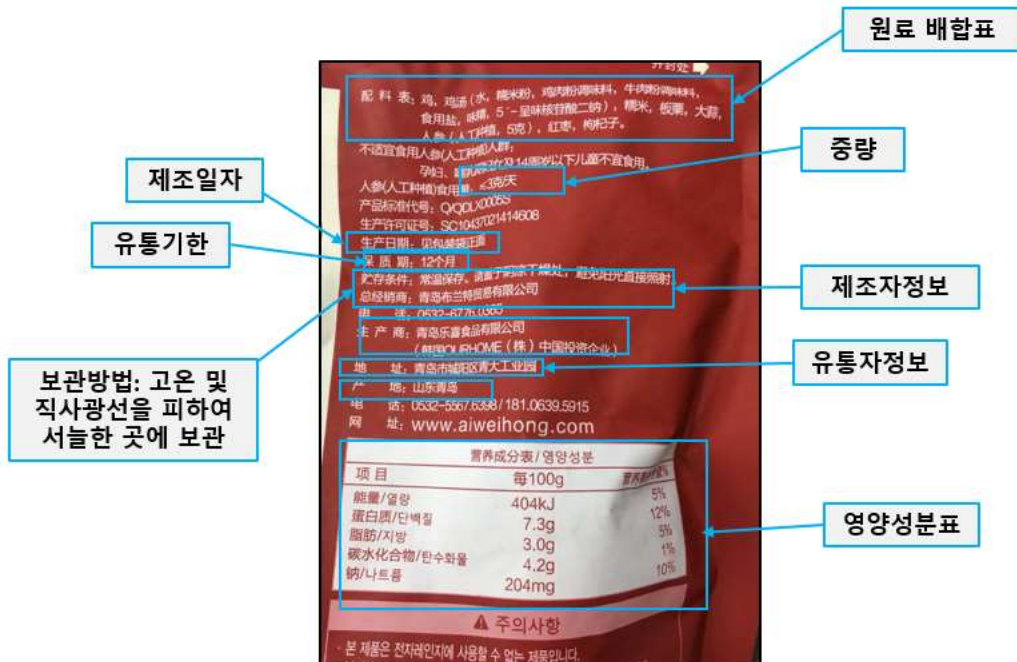
□ 라벨링 예시

○ 전면



제품명 증문 표시
전통삼계탕(传统参鸡汤)

○ 후면



자료: 중국 현지 조사원

4. 식품첨가물 규정

□ 식품 첨가물 정의 및 식품 유형

- 중국의 모든 식품첨가물은 국가식품약품감독관리국에서 제시한 중국의 강제성 표준인 'GB2760-2014 식품첨가물 사용기준(食品添加剂使用标准)'에 반드시 부합해야 함
 - 식품첨가물이란 식품의 품질, 색, 맛, 부패를 개선하고 가공과정의 수요로 식품에 첨가하는 화학합성 혹은 천연물질을 말함. 영양강화제, 식품용 향신료, 겜베이스 캔디기 초제 물질, 식품공업용 보조제도 포함됨
- 육류 및 육제품은 식품첨가물 규정에 나오는 식품유형목록 중 08.0류에 속하며 세부 분류는 다음과 같음
- 삼계탕은 식육추출가공품(레토르트 가공품/멸균제품)으로 중국 HS CODE 1602.32.1000인 고기 통조림류로 분류되므로 식품 세부 분류 유형 중 08.03.08에 해당됨

표4.1 08.0류 세부 분류표

식품유형 분류번호	세부 분류번호	중국식품유형	중국식품 유형(번역)
08.01	08.01	生、鮮肉	생육류
	08.01.01	生鮮肉	신선육
	08.01.02	冷却肉(包括排酸肉、冰鮮肉、冷鮮肉等)	냉각육(냉장육, 냉동신선육 등 포함)
	08.01.03	凍肉	냉동육
08.02	08.02	預制肉制品	전처리 육제품
	08.02.01	調理肉制品(生肉添加調理料)	사전처리 육제품(조미된 생육류)
	08.02.02	腌腊肉制品類(例如咸肉、腊肉、板鴨、中式火腿、腊腸等)	염지육제품(예를 들어 베이컨, 건조 염처리 오리고기, 중국식 햄, 소시지)
08.03	08.03	熟肉制品	수육류
	08.03.01.01	白煮肉類	일반 수육
	08.03.01.02	醬鹵肉類	간장으로 양념된 수육
	08.03.01.03	糟肉類	술로 양념된 수육
	08.03.02	熏、燒、烤肉類	훈제, 조림, 구이 육류
	08.03.03	油炸肉類	튀김육
	08.03.04	西式火腿（熏烤、烟熏、蒸煮火腿）類	서양식 햄(훈제, 훈연, 익힘)
	08.03.05	肉灌腸類	고기순대
	08.03.06	發酵肉制品類	발효육제품

	08.03.07	熟肉干制品	가공건육제품
	08.03.08	肉罐頭類	고기 통조림
	08.03.09	其他熟肉制品	기타 가공육제품
08.04	08.04	肉制品的可食用動物腸衣類	식용 동물 내장 가공육품

자료: 국가식품약품감독관리국(samr.cfda.gov.cn)

□ 식품 첨가물 사용 규정

- 식품첨가물의 사용 원칙, 사용이 허가된 식품첨가물 품목, 사용 범위 및 최대사용량 또는 잔류량을 규정하였음
- 식품첨가물 사용 원칙은 다음과 같음
 - 인체 건강에 어떠한 해도 끼쳐서는 아니 됨
 - 식품의 부패 변질을 은폐해서는 아니 됨
 - 식품 자체 또는 가공과정 중의 품질 결함 또는 혼합, 불량, 위조를 목적으로 식품첨가물을 사용해서는 아니 됨
 - 식품 자체의 영양 가치를 떨어뜨려서는 아니 됨
- 최대사용량은 식품첨가물 사용 시 허가된 최대 첨가할 수 있는 양을, 최대 잔류량은 식품첨가물 또는 해당 분해산물이 최종 식품에 잔류할 수 있도록 허락한 잔류량을 의미함
- 삼계탕 중국 수출 시 적용되는 식품첨가물 사용 규정은 표 <3.2>와 같음

표3.2 삼계탕 식품첨가물 사용 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(g/kg)	비고
감미료	감초, 감초산암모늄, 감초산칼륨 및 삼칼륨	ammonium glycyrrhizinate, monopotassium and tripotassium glycyrrhizinate	생산 수요에 따라 적정량 사용	
방부제	-	diacetyl tartaric acid esters of mono(di)glycerides (DATEM)	10	
	소듐데하이드로아세테이트	dehydroacetic acid, sodium dehydroacetate	0.5	아세트 산으로 계산
	입실론-폴리리신 염산염	ε-polylysine	0.30	

		hydrochloride		
	입실론-폴리리신	ε-polylysine	0.25	
	이초산나트륨	sodium diacetate	3.0	
	니신	nisin	0.5	
방부제, 항산화제, 안정제	소르브산, 소르빈산칼륨	sorbic acid, potassium sorbate	0.075	소르빈산으로 계산
발색제, 보존료	아질산나트륨, 아질산칼륨	sodium nitrite, potassium nitrite	0.15	아질산나트륨을 기준으로 잔류량 ≤ 50mg/kg
산도조절제	푸마르산일나트륨	monosodium fumarate	생산 수요에 따라 적정량 사용	
유화제	자당지방산에스터	sucrose esters of fatty acids	1.5	
증점제	인산전분	distarch phosphate	5.0	단독 혹은 혼합사용 가능, 최대사용량은 인산이온(PO ₄ ³⁻)으로 계산
	린시드검	linseed gum	5.0	
	베타-싸이클로덱스트린	beta-cyclodextrin	1.0	
착색제	파프리카 오렌지	paprika orange	생산 수요에 따라 적정량 사용	
	모나스커스 옐로우 색소	monascus yellow pigment	생산 수요에 따라 적정량 사용	
	파프리카 레드	paprika red	생산 수요에 따라 적정량 사용	
	베타카로틴	beta-carotene	생산 수요에 따라 적정량 사용	
	치자황색소	gardenia yellow	1.5	
	에리트로신, 식용적색 2호	erythrosine, erythrosine aluminum lake	0.015	에리트로신으로 계산
	카르민 코치닐	carmine cochineal	0.5	카민산으로 계산
	레드 코지 라이스, 모나스커스 레드	red kojic rice, monascus red	생산 수요에 따라 적정량 사용	
착향료	글리신	glycine	3.0	
항산화제	테아플라빈	theaflavins	3.0	
	디하이드로아세트산나트륨	dehydroacetic acid, sodium dehydroacetate	0.5	아세트산으로 계산

자료: 국가식품약품검역관리국(samr.cfda.gov.cn)



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 오프라인
3. 온라인

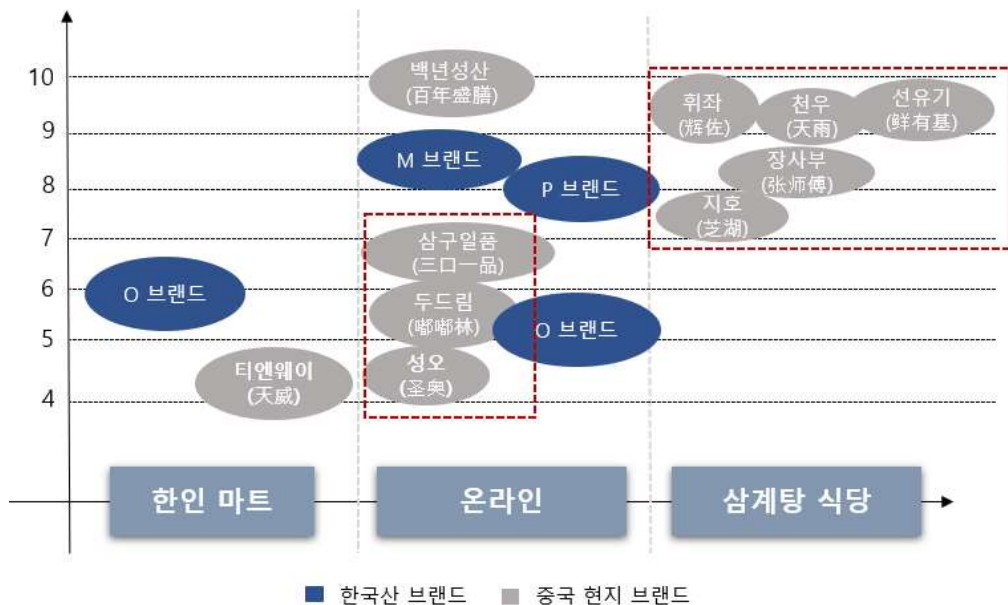
경쟁제품 개요

1. 유통채널별 가격 현황

- ❖ 한인마트
 - O 브랜드 삼계탕(한국산)은 6.0위안, 티엔웨이 삼계탕은 4.1위안
- ❖ 온라인
 - 한국산 제품은 평균 7.2위안, 중국 현지산은 평균 6.9위안
 - 중국산은 제품은 주로 5-7위안 대에 분포
- ❖ 삼계탕 식당
 - 식당에서 판매되는 삼계탕(1인 기준, 950g)은 평균 8.9위안
 - 8-10위안대의 분포가 많으며 온라인 한국산 제품과 비슷한 가격대

❖유통별 제품 가격 분포표

(단위: 위안, 100g 기준 가격)



2. 제품 포장 현황

- ❖ 현지 조사한 온·오프라인 유통 제품 중 2개 품목을 제외하고 모두 레토르트 파우치 포장 사용

레토르트 파우치						플라스틱 박스	캔

1. 경쟁제품 선정

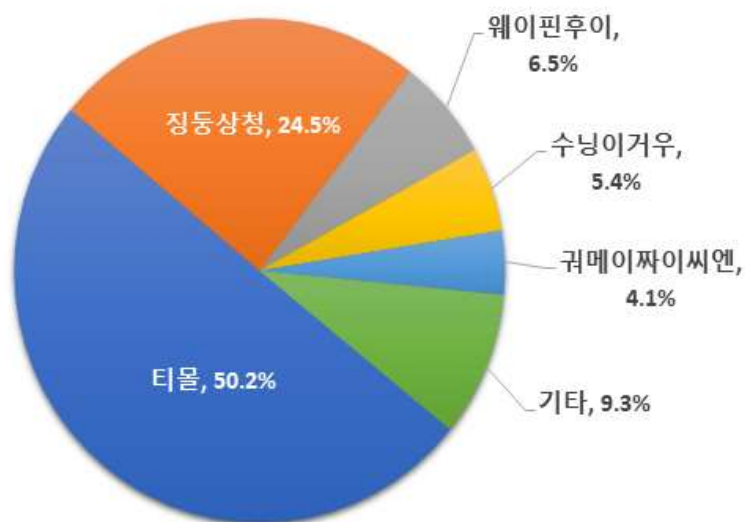
□ 중국의 삼계탕 오프라인 시장의 경우 중국 현지의 백화점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 및 한국마트를 현지조사함

- a.백화점의 경우 BHG(BHG lifestyle market, BHG market place), 왕징 신세계 백화점, b.하이퍼마켓의 경우 월마트, LOTUS, c.슈퍼마켓의 경우 차오스파(超市发), 우마트(物美超市, WUMART), d.한인마트의 경우 양광한국마트, 싸울아비 등을 방문함
- 상술한 유통채널별로 주요 매장을 방문하여 매대에 가장 많이 진열되어 있는 제품 위주로 제품을 선정함

□ 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율 1, 2위는 각각 티몰과 징둥상청

- 온라인 채널의 경우 중국 티몰과 징둥상청 웹사이트를 참고하여 판매량이 많은 순으로 경쟁제품을 선정하여 조사를 진행

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中國電子商務研究中心)

2. 오프라인

□ 중국 베이징의 오프라인 매장을 현지 조사한 결과 한인마트 채널에서만 삼계탕을 판매하고 있음

- 방문한 백화점, 하이퍼마켓 및 현지 슈퍼마켓에서는 해당 제품을 판매하고 있지 않음
 - 유통 담당자는 삼계탕의 낮은 인지도, 높은 가격, 생닭을 직접 요리해서 먹는 중국 소비자 식습관 등을 근거로 해당 제품에 대한 수요가 낮음을 설명
- 한정된 브랜드 및 제품을 판매 중인 한인마트
 - 방문한 한인마트 2개의 매장에서 삼계탕을 판매하고 있으나 각 1개의 브랜드만 취급
 - 대학가 밀집 지역에 위치한 한 한인마트 관리자의 설명에 의하면, 주요 고객층이 학생이므로 비싼 가격에 대한 부담감과 간편 조리식 보다는 가까운 삼계탕 전문식당을 이용한다는 점이 삼계탕 구매로 이어지는 데 있어 제한요소 작용함

□ 오프라인 경쟁제품 정보

구분		제 품 #1	제 품 #2
이 미 지	제 품 앞면		
	제 품 뒷면		
제 품 스 펙	제 조 사	엔타이티엔웨이식품과기유한공사 (烟台天威食品科技有限公司)	한국 O사
	제 품 명	티엔웨이식품 한식 삼계탕 (天威食品 韓式鷄湯)	O 브랜드 한식 삼계탕 (愛味弘 韓式鷄湯)
	인 증	QS706 0901 5538	SC10437021414608
	포 장 용 기	레 토 르 트 파 우 치	레 토 르 트 파 우 치
	성 분	물, 영계 한 마리, 찹쌀, 대추, 밤, 5년 이하 인공재배인삼, 향신료, 식용염, 닭고기 다시다 조미료	닭, 계탕(물, 찹쌀가루, 닭고기 가루조미료, 소고기 가루조미료, 식용염, 화학조미료, 5'-리보뉴클레 오티드이나트륨), 찹쌀, 밤, 마늘, 인삼(인공재배), 대추, 구기자
	조 사 매 장	싸울아비(우다오커우점) 한국마트	양광마트(양광상동점) 한국마트
	용 량 (g)	1.35kg	800g
	제 품 가 격 유통 기 한	56위 안(약 9,224원) 12개월	48위 안(약 7,906원) 12개월
	기 타 특 징		티몰(Tmall) 삼계탕 판매량 1위, 판매가 39.8위안, 월판매량 176개

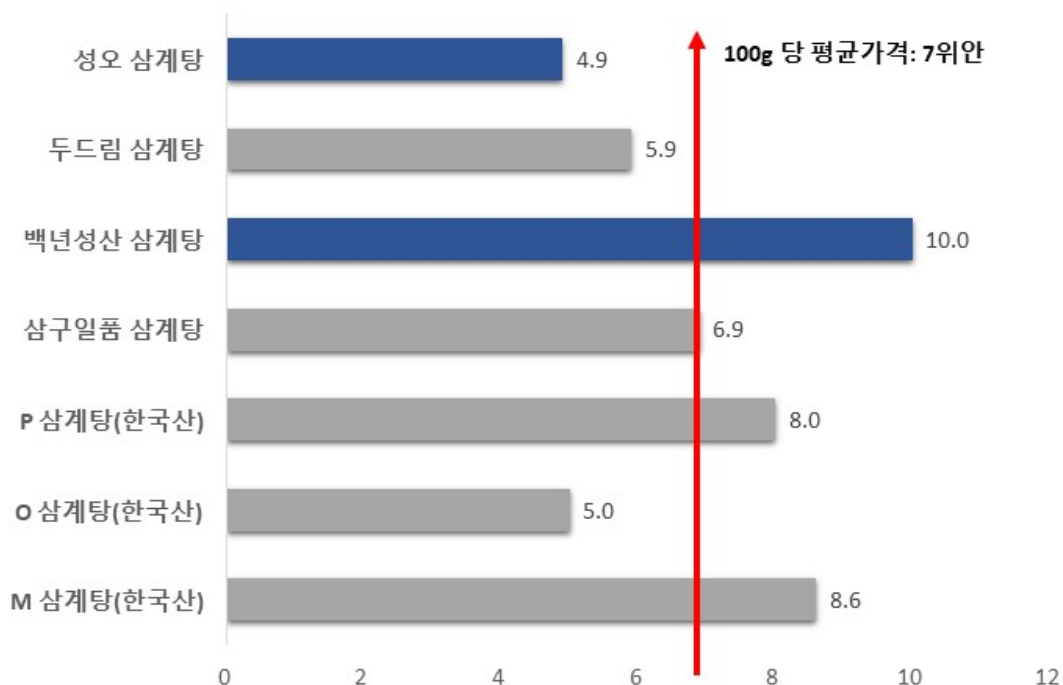
3. 온라인 경쟁제품

□ 중국 온라인 삼계탕 평균 가격은 56.4위안(약 9,290원), 평균 용량은 828.6g

- 현지 제품들의 100g당 평균 가격은 6.9위안, 평균 용량은 925g
- 한국 제품들의 100g당 평균 가격은 7.2위안, 평균 용량은 700g

표4.2 100g당 경쟁제품 가격 비교 및 평균가격 도출

(단위: 위안)



자료: 중국 현지 조사원

□ 대부분 레토르트 파우치 포장

- 실제 판매 중인 경쟁제품 7개 중 5개가 레토르트 파우치(Retort pouch)를 사용하고 있는 것으로 조사되었음. 레토르트 파우치 외에 플라스틱 박스(Plastic Box)와 통조림(Can)이 확인됨

□ 온라인 경쟁제품 정보

구분		제 품 #1	제 품 #2
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지		
			
제 품 스펙	원산지	중국 / 산둥성	중국 / 랴오닝성
	분류	냉장가공육류	즉석가공육류(통조림)
	제 품 명	P 브랜드 자향농육삼계탕 (團美多 自享濃郁參鷄湯)	백년성선 삼계탕 (百年盛膳 參鷄湯)
	제 조 사	한국 P 사	독봉헌식품유한공사 (獨鳳軒食品有限公司)
	유통기한	약 9개월(270일로 표기)	36개월
	제 품 가 격	39.8위 안(약 6,555원)	69.9 위 안(약 11,513 원)
	중량	500g	700g
	성분	물, 삼황계(三黃鷄, 찹쌀, 대 추, 밤, 인삼(인공재배, 3g), 목이버섯, 마늘, 구기자, 식용염	물, 닭, 찹쌀, 대 추, 밤, 인삼, 마늘, 구기자, 식용염
	기타 특징		- PP 외부 포장 재료를 사용하여 가열 후에도 유해물질이 방출되지 않음을 강조 - 경동상청 삼계탕류 판매량 1위 ('18.08.11 기준)

구분		제 품 #3	제 품 #4
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지		
			
제 품 스펙	원산지	중국 / 산둥성	중국 / 산둥성
	분류	즉석가공육류(레토르트)	즉석가공육류(레토르트)
	제 품 명	삼구일품 인삼 삼계탕 (三口一品 人參鷄湯)	성오 삼계탕 (圣奥参汤鸡)
	제 조 사	청도삼구식품유한공사 (青島三口食品有限公司)	산둥성오식품유한공사 (山東圣奥食品有限公司)
	유통기한	36개월	18개월
	제 품 가 격	68.8위 안(약 11,332원)	49 위 안(약 8,071 원)
	중량	1,000g	1,000g
	성분	물, 삼황계(三黃鷄), 찹쌀, 대 추, 밤, 인삼(인공재배), 목이버섯, 마늘, 구기자	육수, 삼황계(三黃鷄), 찹쌀, 대 추, 밤, 마늘, 구기자, 식용염
	기타 특징	제품 배송 시 얼음패드를 스티로폼 박스에 넣고 포장하여 신선도 유지	

구분		제 품 #5	제 품 #6
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지		
			
제 품 스 펙	원산지	중국 / 산둥성	한국
	분류	즉석가공육류(레토르트)	즉석가공육류(레 토르트)
	제 품 명	두드림 삼계탕 (嘟嘟林參鷄湯)	M브랜드 홍콩루상한국 삼계탕 (香港樓上韓國人參鷄湯)
	제 조 사	산둥성오식품유한공사 (山東聖奧食品有限公司)	한국 M사
	유통기한	18개월	12개월
	제 품 가 격	59위 안(약 9,718원)	68.8위 안(약 11,332원)
	중량	1,000g	800g
	성분	육수, 삼황계, 찹쌀, 인삼(5년 이하, 인공재배2-4g), 대추, 마늘, 밤, 구기자, 식용염	닭고기, 찹쌀, 수삼, 양파, 대추, 마늘, 생강 등
	기타 특징		홍콩 대리상 통해 수출 중

[참고 자료] 현지 삼계탕 식당 현황

표4.3 북경 내 삼계탕 맛집 순위 현황

순위	매장명	이미지		가격 (1인 기준) ¹⁷⁾
		매장 전경	음식	
1	선유기 삼계탕 (鮮有基參鷄湯)			92위안 (약 15,153원)
2	지호 삼계탕 (芝湖參鷄湯)			70위안 (약 11,530원)
3	휘좌 삼계탕 (輝佐參鷄湯)			89위안 (약 14,659원)
4	장사부 삼계탕 (張師傅參鷄湯)			81위안 (약 13,342원)

17) 중국 최대 소셜 커머스 따종디엔핑(大眾點評)에서 제공한 평균 가격 정보 참고

5	천우 삼계탕 (天雨參 鷄湯)	 	89위안 (약 14,659원)
---	--------------------------	--	---------------------



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

- o 방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사
 - 온라인 쇼핑몰 분석
 - 키워드: 삼계탕(参鸡汤, 鸡汤 samgyetang, Ginseng Chicken Soup 등)
- o 방법론 02. 오프라인 매장 조사
 - 현지 유통채널 방문
 - ‘삼계탕’의 현지조사원 조사 실행
- o 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

중국			한국	
三口食品	獨鳳軒	圣奥	O사	P사
				

2. 경쟁사 분석

□ 중국 현지 경쟁사 기업정보

기업 개요			
	- 칭다오산코우 식품유한공사는 한인이 설립한 중국 현지 기업으로 주로 한국 김치 및 반찬류를 주력으로 판매 중 - 중국 최대 전자상거래 플랫폼인 티몰과 징둥상청에 삼구일품(三口一品) 브랜드의 플래그십 스토어를 운영 중 - 취급 품목 개수는 약 120여 개, 인기품목은 김치류, 삼계탕은 1품목만 판매 중		
	기업명	칭다오산코우 식품유한공사(青島三口食品有限公司, Qingdao Sankou Foods Co., Ltd.)	설립년도
	국가	중국	위치
	취급품목	반찬류, 김치류, 낫토류 및 기타 가공식품	홈페이지
제품			

기업 개요			
	- 중국 최대 규모의 가금류 향신료 연구개발 기업으로 생산공장 규모가 15,229m²에 달함 - 6개의 산하 브랜드 보유, 총 200여개의 제품을 징둥, 티몰, 타오바오 등의 플래그십 스토어에서 판매 중		
	기업명	독봉헌 식품 유한공사 (獨鳳軒食品有限公司, Du Feng Xuan Foods Co., Ltd.)	설립년도
	국가	중국	위치
	취급품목	육수, 소스류, 조미료, 면류 등	홈페이지

제품	
-----------	--

기업 개요			
	- 할랄 육류식품을 제조하며 중국 신장, 란저우 및 한국, 아프리카 등 국내외로 수출 중 - 징동의 '청주특산품' 코너에서 판매하며 지역특산물로서의 콘셉트 강조		
기업명	산동성오식품유한공사 식품유한공사(山東聖奧食品有限公司, Shandong Sheng-ao Foods Co., Ltd.)	설립년도	2005년
국가	중국	위치	산동성 청주시
취급품목	조림 및 훈제 고기, 삼계탕 등	홈페이지	www.sheng-ao.com
제품			

□ 한국 경쟁사 기업정보

기업 개요			
	- L사에서 분리 독립한 프리미엄 종합요리식품 브랜드임 - 2010년 난징 법인을 설립하며 중국에 처음 진출함 - 해당사가 100% 투자 설립한 칭다오러시식품유한공사(青島樂喜食品有限公司)에서 매년 5,000톤이 넘는 제품 생산 및 판매		
기업명	한국 브랜드 O사	설립년도	2000년
국가	한국	위치	산둥성 청도시
취급품목	탕, 찌개류와 냉장햄, 생면, 김, 소스, 베이커리, 안주류, 전통식품 등	홈페이지	www.ourhomechina.com
제품			

기업 개요			
	- 두부 및 나물 등 신선식품을 비롯하여 즉석 조리가 가능한 식품 등을 제공하는 종합식품기업 - 콩나물 시장에서 No.1으로서 시장을 선도하고 있으며 두부를 활용한 콩가공 제품 출시를 통해 전체 두부 시장 확대에 기여하고 있음 - 2010년 북경과 상해에 법인 설립하며 중국에 본격 진출하였고 2013년에 중경 법인 설립		
기업명	한국 브랜드 P사	설립년도	1984년
국가	한국	위치	북경, 상해, 중경
취급품목	신선음료, 반찬류, 건강기능식품 등	홈페이지	www.pumeiduo.com

제 품	 The image displays a variety of food products. At the top left, there is a row of five small, colorful packets, each labeled '모짜렐라' (Mozzarella) with different colored backgrounds (green, orange, purple, red, yellow). To the right of these are several more packets and two small round containers, some labeled '소고기' (beef) and '참깨' (sesame). Below the top row, on the left, are two large pouches: one green with an apple illustration labeled '1000' and one purple with a grape illustration labeled '6000'. On the right side of the bottom row are four large bags of snacks, each with a different label: '올바른 십산적' (Correct Deciduous), '올바른 너비아니' (Correct Nibi-ani), '올바른 동그랑땡' (Correct Donggrangdang), and '올바른 두부너겟' (Correct Tofu Nuggit).
------------	---

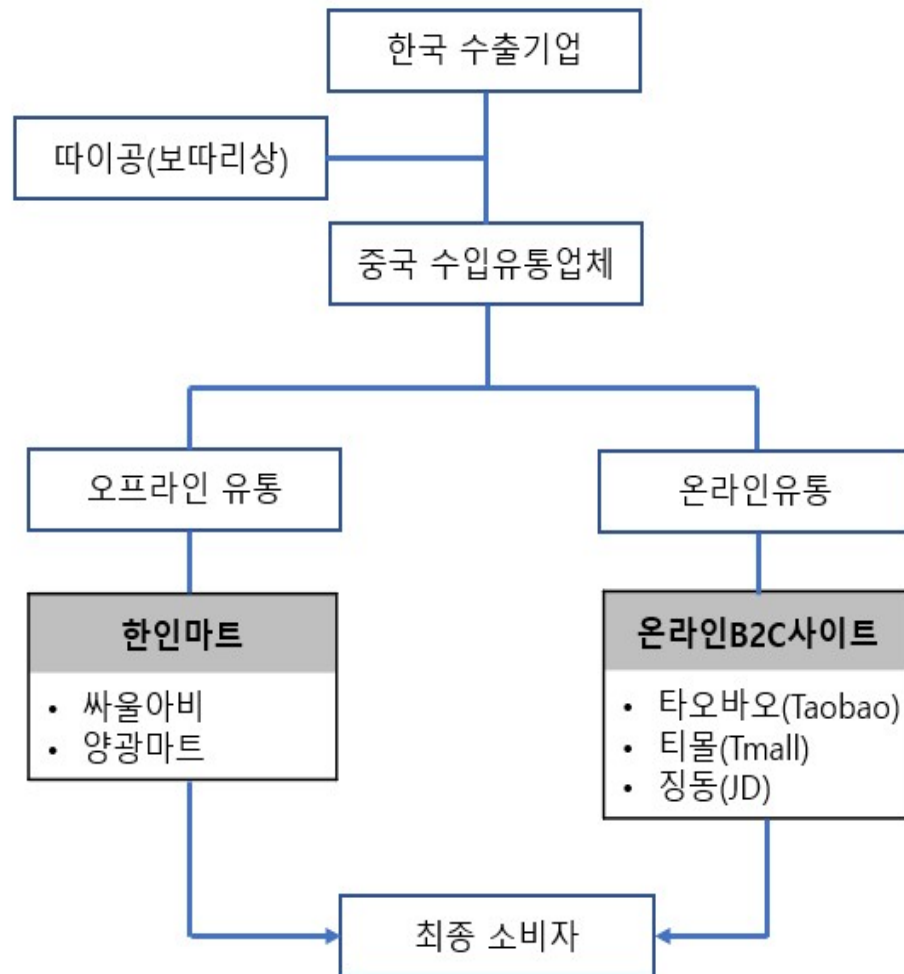


VI. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 채널 분석**

1. 유통채널 개황

표 6.1 삼계탕 유통채널



1) 오프라인 유통채널

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 채널이 주요 유통채널

- 중국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통매장으로는 a. 중국 로컬 유통 체인인 RT-Mart(大润发), China Resources Vanguard, Yonghui (永辉), Wumart (物美) 와 b. 외국 유통 체인인 Wal-Mart, Carrefour, Lotus 등을 들 수 있음
 - 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중은 전체 유통채널 매출액의 약 59.3%를 차지함
- 월마트, 까르푸, 메트로와 같은 외국 유통 체인은 국내 선도 유통 체인인 백가드, 용후이 마트와 치열한 경쟁을 하고 있음
 - 2016년 기준 중국의 주요 외국 자본 소매점 매출액 기준 1, 2, 3위를 기록한 RT Mart, Walmart, Carrefour는 매출액과 매장 수가 전년 대비 모두 증가하는 추세를 보임
- 현지 조사를 위해 방문한 편의점 유통채널에서는 모두 삼계탕을 판매하고 있지 않았음

표 6.2 2017년 유통채널별 시장 점유율

(단위: %)

유통채널명		2014년	2015년	2016년	2017년(f)
일반유통	합계	58.5	60.1	62.3	63.8
	편의점	3.4	3.5	3.6	4.2
	할인점	0.3	0.3	0.3	0.3
	하이퍼마켓	15.9	16.5	17.3	17.9
	슈퍼마켓	38.9	39.9	41.0	41.4
전통 소매점	합계	35.6	33.0	29.5	27.1
	식품,음료,담배판매상	0.8	1.0	1.2	1.3
	개인소매점	19.2	17.7	15.5	14.0
	기타 소매점	15.6	14.3	12.8	11.8
온라인 유통	합계	5.9	6.9	8.2	9.1

자료: Euromonitor International

표 6.3 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

매출액 순위	이름	매출액	매출액 증가율	2015년 매장 수	매장 수 증가율
1	RT Mart	13,987	4.0%	368	9.9%
2	Walmart	11,499	4.3%	439	1.6%
3	Carrefour	7,568	25.9%	319	36.3%
4	Dennis Zhenzhou	3,118	15.6%	411	39.3%
5	Metro Cash & Carry	2,893	1.0%	87	6.1%
6	Watsons	2,778	2.3%	2929	18.0%
7	Parkson	2,489	-8.3%	53	-8.6%
8	CP Lotus	1,949	-3.7%	82	0.0%
9	Jusco	1,675	4.9%	56	3.7%

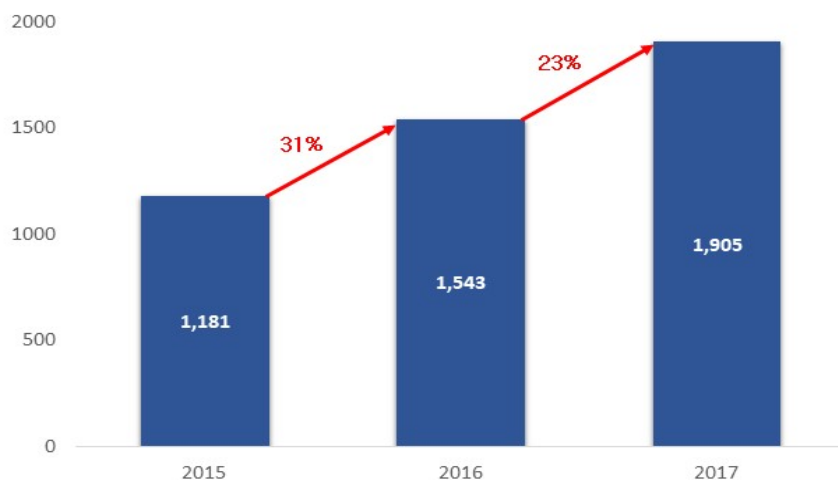
자료: USDA보고서(www.fas.usda.gov)

□ 고속 성장 중인 편의점 채널

- 2017년 중국 내 편의점 산업은 전년 대비 23% 성장하였고, 편의점 개수가 10만 개를 돌파하였음
 - 시장조사기관인 리서치앤마켓츠의 2017년 6월 보고서에 따르면 편의점 산업은 향후 중국에서 가장 유망한 산업이 될 전망이다
 - 중국 내 편의점 브랜드는 약 260개이며, 약 1만 개가 넘는 점포를 보유하고 있는 메이자(美宜佳)가 중국 내 최대 편의점 브랜드임

표 6.4 2017년 중국 편의점 산업 매출액 현황

(주유소 편의점 포함, 단위: 억 위안)



자료: 중국연소경영협회(CCFA, www.ccfa.org.cn)

표 6.5 2017년 중국 내 편의점 개수

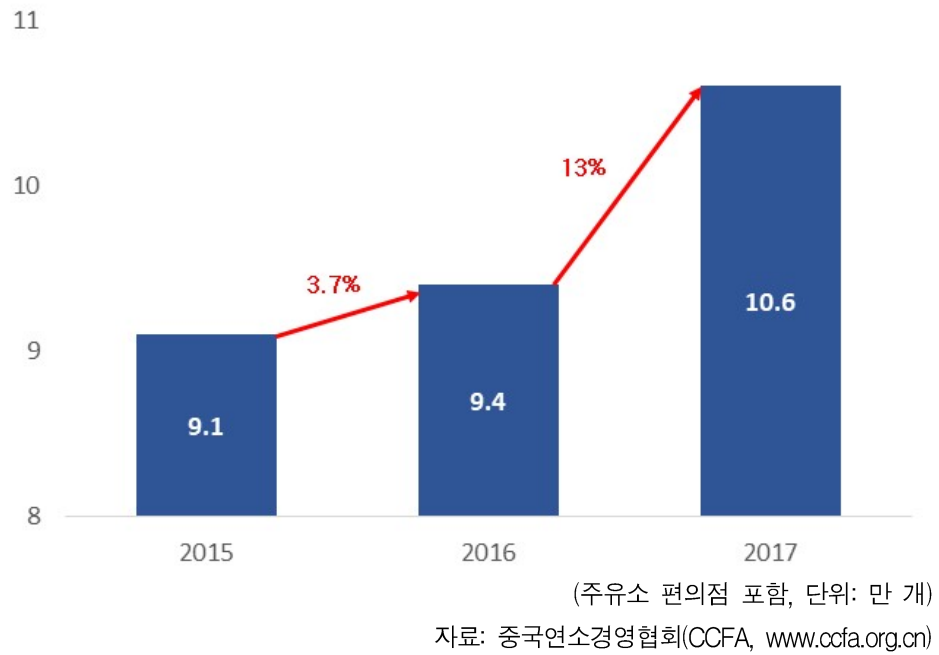
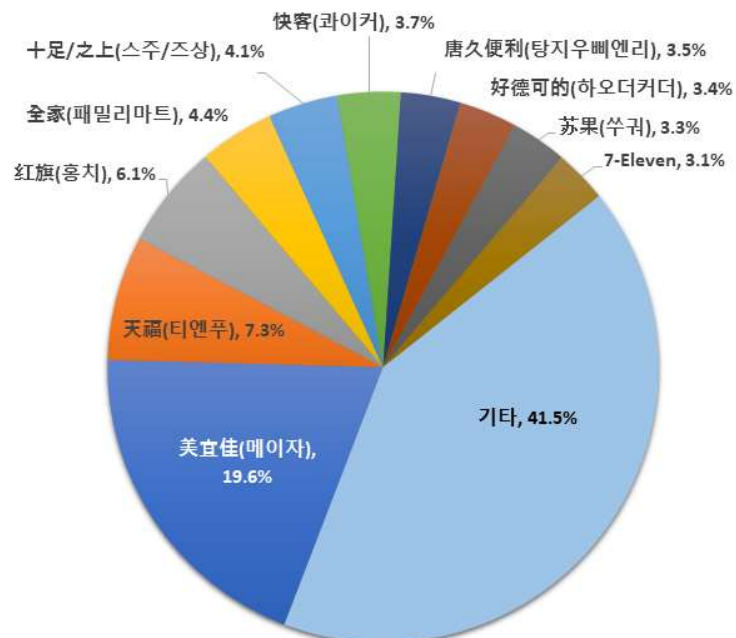


표 6.6 2017년 중국 편의점 브랜드별 점유율



※주유소 편의점 제외

자료: 중국연소경영협회(CCFA, www.ccfa.org.cn)

- 편의점은 지역별 발전수준과 유사한 양상을 나타내는 바, 남쪽 연안지역에 주로 분포
 - 1선 도시 중 상하이와 선전 지역의 편의점 발전수준이 가장 높음
 - 홍치(红旗)는 청두, 탕지우(唐久)는 타이위안, 메이자(美宜佳) 및 티엔푸(天福)는 광둥 등 각 브랜드마다 점포가 특정 지역에 집중되어 분포하고 있는 양상을 띠고 있음
 - 수입식품의 소비는 주로 동부 연해 지역을 중심으로 장쑤, 저장, 광둥, 베이징, 상하이가 가장 많음
- 2016년 중국 시장 전체 농식품 수출금액은 14억 7000만 달러를 기록하였고 그 중 과자류, 면류, 주류, 음료 등이 중국 편의점에서 판매되고 있음

2) 온라인 유통채널

□ 2016년 기준 중국의 B2C 온라인 쇼핑 시장 1, 2위를 기록한 티몰(TMALL)과 징둥(京东)의 점유율은 각각 57.7%, 25.4%임

○ 3-10위 기업은 唯品会(VIP), 苏宁易购(Suning), 国美在线(Gome), 当当(Dangdang), 亚马逊中国(Amazon), 一号店(YHD), 聚美优品(Jumei), 拼多多(Pinduoduo) 순임

표 6.8 중국의 주요 종합 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	天猫	Tmall	www.tmall.com	중국 1위 B2C 기업, 약 8.9만개 플래그숍 보유
2	京東	JD	www.JD.com	중국 2위 B2C 기업, 4,000만 종류의 상품 판매
3	唯品會	VIP	www.vip.com	중국 3위 B2C 기업, 브랜드 할인 상품 판매 위주
4	当当	DangDang	www.DangDang.com	도서 위주의 종합 B2C 기업
5	亞馬遜	Amazon	www.Amazon.cn	미국 Amazon의 중국 자회사

자료: 한국무역협회 상해지부

□ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑몰

○ 我买网(Womai)은 글로벌 500대 기업인 중양그룹(中糧集團)이 2009년에 설립한 회사로 2016년 기준 매출액은 50억 위안에 달함

○ 顺丰优选(SFBEST)는 중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)이 2012년 설립한 자회사로 주로 식품, 과일 등을 판매하고 있으며, 2016년 기준 매출액은 20억 위안에 달함

표 6.9 중국의 주요 식품분야 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	我買網	COFCO I buy nets	www.womai.com	글로벌 500대 기업인 중양그룹 산하의 B2C플랫폼
2	順丰优选	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 順丰그룹이 설립한 식품 B2C 플랫폼

3	易果生鮮	Yiguo	www.yiguo.com	중국 첫번째 식자재 전자상거래 기업
4	天天果園	FruitDay	www.fruitday.com	과일 전자상거래 플랫폼

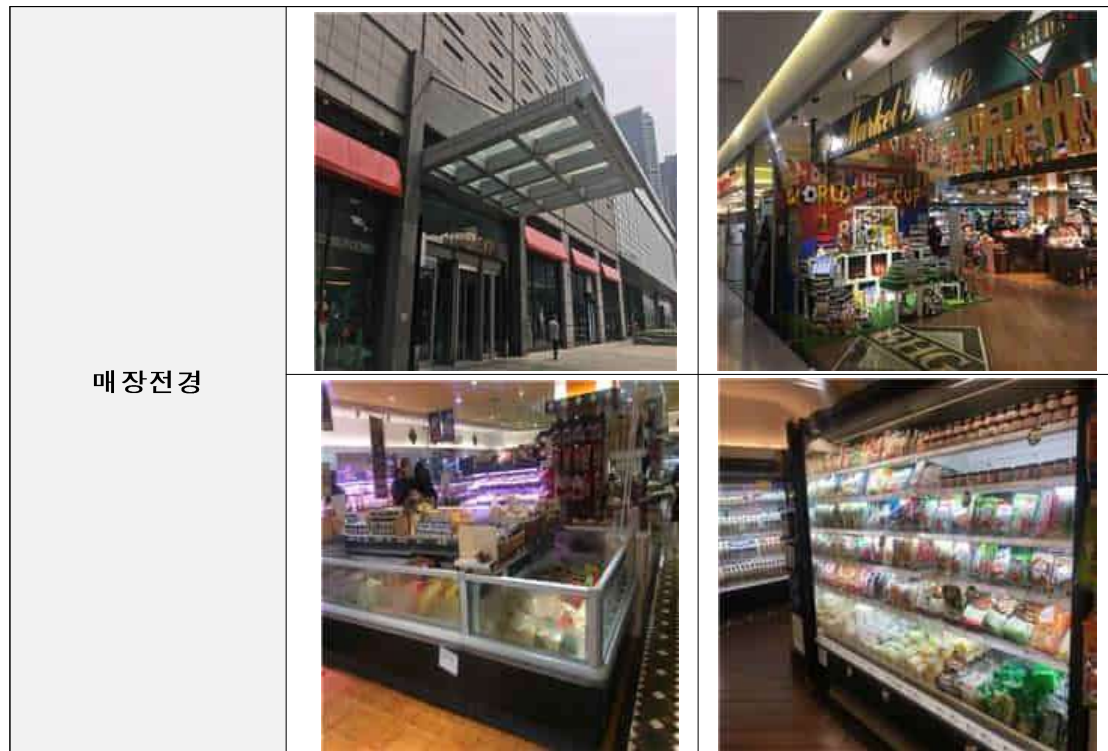
자료: 한국무역협회 상해지부

2. 주요 유통채널 분석

□ BHG Market Place (베이징 SKP백화점)

기업개요			
	• 베이징 화련은 국유 대형 유통기업으로 국제백화협회(IADS)의 유일한 중국 소매기업 회원임 • BHG(Beijing Hualian Group)는 중국 상무부에서 지원한 15개의 유통 대기업 중 하나로, 현재 40,000여 명의 직원을 고용하고 있음 • 그룹 내 크게 BHG생활시장Lifestyle(BHG生活超市Lifestyle, BHG 정품시장(BHG精品超市market place), BHG쇼핑중심(BHG購物中心), 럭셔리백화SKP(奢侈品百貨SKP)가 있는데, 각각 순서대로 일반마트, 고급화 마트(수입품), 쇼핑몰, 명품관으로 분류됨		
	D-U-N-S® Number	52-597-9314	설립연도 1997년
본사 위치	F6, East Tower, Sichuan Building, No.1, Fuchengmenwai Street, Xi Beijing, Beijing, 100034 China	종업원 수	40,000명 이상
매출액	220억 달러	점포 수	80개 이상
대표전화	+86-010-68341188	홈페이지/이메일	• www.beijing-hualian.com • contactus@beijing-hualian.com
입점 절차	1) 입점 절차 - 일반적으로 수입상품이 중국 내 슈퍼마켓 입점 시, 대리상이 외국에서 구매 후 입점절차를 진행함 - 중국 마트는 대리상과 구매 및 판매 협의 체결을 통해 판매 가능함 - 통상적으로 세관신고서, 위생 검역증명서가 필요함. 또한, 식품안전 규범에 부합해야 함 - 특히 수입상품은 번역된 상품라벨이 필요하며, 중문식별라벨은 전문기관의 심사를 거쳐야 함 2) 담당자 연락처 - 성명: 代晓冬, Dai xiaodong - 직위: 점장 - 이메일: daixiaodong@beijing-hualian.com		
업체 인터뷰 ¹⁸⁾	1) 유통경로 및 컨택 포인트 - 본사 유선 또는 이메일을 통해 자세한 문의 가능 2) 해당 제품에 대한 인지도 - 삼계탕에 대한 인지도가 다소 낮음. 3) 해당 제품 판매 경험 - 없음		

18) Wensheng Xie(Duty Manager) +86-1065307062



□ 베이징 신세계백화점(北京新世界利莹百货)

기업개요			
	1970년 홍콩에서 신세계그룹이 창립된 이래, 1993년 중국의 대표적인 백화점으로서 현재 중국 19개 지역에 매장 보유 - 주로 중가 브랜드를 중심으로 매장을 구성하였으며, 북경 백화점의 경우 접근성이 좋은 왕징 남단에 위치 - 북경에는 총 4개로, 각각 북경신세계백화(北京新世界百貨), 북경신세계채선백화(北京新世界彩旋百貨), 북경신세계리영백화(北京新世界利莹百貨), 북경신세계천자백화(北京新世界千姿百貨)이며, 이 중 현지조사 방문지는 북경신세계리영백화점임		
	D-U-N-S® Number	68-073-5763	설립연도
	본사 위치	7/F, 88 Hing Fat St Causeway Bay, Hong Kong SAR	종업원수
	매출액	4억4,800억 달러	점포 수
	대표전화	021-50941888	홈페이지/이메일
		- www.nwds.com.hk - www.nwds.com.hk/en/contact-us/	

19) www.nwds.com.hk/contact-us/

20) Wensheng Xie(Duty Manager) +86-1065307062

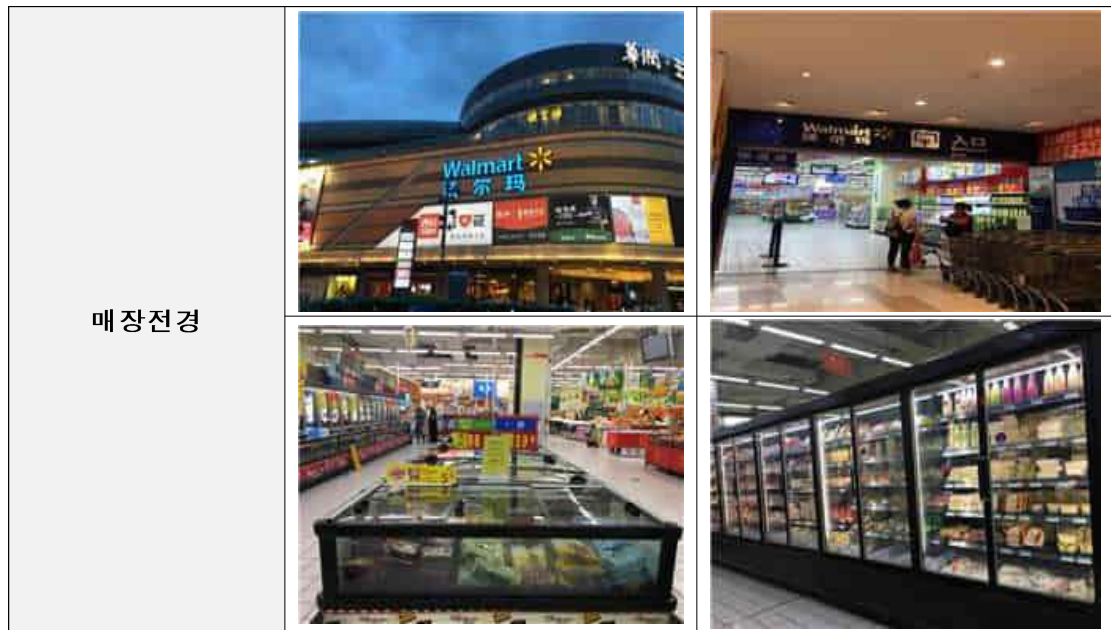
입점 절차	연쇄점 형태로 운영되고 있으므로, 유통채널이나 입점 절차 관련 사항은 본사 핫라인을 통해 문의할 것 요청¹⁹⁾ 그림6.1 온라인상 입점절차 문의란 
업체 인터뷰²⁰⁾	- 유통경로 및 컨택 포인트 - 본사 유선 또는 이메일을 통해 자세한 문의 가능 - 해당 제품 판매 경험 - 없음
매장전경	 



□ 월마트(Wal-Mart, 북경 우차이청점)

기업개요			
	1962년 미국에서 설립된 대표적 소매유통업체로, 미국 아칸소주에 본사를 두고 있으며, 전 세계 매장 수는 5,200개에 달함 - 중국 선저우에 최초의 월마트가 입점을 시작으로 현재 전국 180여 개 도시에 400여 매장이 있으며, 7,000여 대리상과 협력관계를 맺고 있음(로컬상품이 95% 이상)		
D-U-N-S® Number	051-957-769	설립연도	1996년
본사 위치	702 Sw 8Th St Bentonville, rkansas, 72716-6299 United States	종업원수	230만(2015, 전 세계 기준)
매출액	5,000억 달러	점포 수	5,300개 이상
대표전화	0755-21511801	홈페이지/이메일	- www.wal-martchina.com - WMCCS@wal-mart.com

입점 절차	1. 월마트 소매체인 시스템 관련 신청 과정				
	권한	요구 및 방식	신청표	담당	연락처
	소매체인 시스템 권한	월마트 대리상으로서 월마트와 계약을 맺은 후 소매체인시스템에 신청표 제출	《Retail Link Internet Form》	소매체인 소그룹	cnrregister@wal-mart.com samsrl@wal-mart.com
	인터넷 다운로드 발주 권한	1. 월마트 대리상으로서 계약체결 2. 소매체인시스템권한 개통 후 신청서 제출	《보충협의》		
	재무 정산 시스템 권한		《정보서비스 협의》		
	법규문건 관리 권한	1. 월마트 대리상으로서 계약체결 2. 소매체인시스템권한 개통 후 직접적으로 상품법규문건준법소그룹 개통		상품법규문건준법 소그룹	chinagarorc@wal-mart.com
2. 소매체인시스템 관련 권한 신청표 제출 방식					
- 물품구매 계약 시 소매체인시스템 관련 권한 신청표 제출 - 신청표 양식에 의거해 기입하고 서명 및 직인을 한 후 신청표 원본을 월마트 담당자에게 제출 - 월마트 구매부(소매체인 소그룹)에 우편 송부 혹은 월마트 본부 2동 4층 프론트에 제출					
업체 인터뷰 ²¹⁾	1) 유통경로 및 컨택 포인트 - 본사 유선 또는 이메일을 통해 자세한 문의 가능 2) 해당 제품에 대한 인지도 - 삼계탕은 중국 소비자에게 생소한 식품으로 인지도가 낮음 3) 해당 제품 판매 경험 - 없음				



□ 한국 양광마트 (양광상동점)

기업개요			
	- 조선족이 운영하는 한국 제품 전문 마트 - 왕징 종합쇼핑몰 인디고(indigo)에서 도보 15분 거리로 주택단지 안에 위치 - 한국 식품을 포함한 화장품, 생활용품 등 다양한 제품 판매 중		
본사 위치	중국 베이징	종업원 수	
대표전화	+86-010-57226120	홈페이지/이메일	
입점 절차	유선상으로 문의 요청		
업체 인터뷰22)	1) 유통경로 및 컨택 포인트 - 유선을 통해 자세한 문의 가능 - 해당 품목의 경우 칭다오 대리상을 통해 물건 공급 2) 해당 제품 판매 경험 - 예전부터 꾸준히 아워홈 삼계탕을 판매하고 있고, 아워홈 이외 기타 브랜드 판매한 적 없음 3) 해당 제품에 대한 소비자 반응 - 조리하기 간편하고 가격도 비싸지 않은 편임		

22) Wensheng Xie(Duty Manager) +86-1065307062

매장전경



[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11.
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.
3. 「China: Poultry and Products Semi-annual」, USDA, 2017.02.01
4. 「Processed Meat and Seafood in China」, Euromonitor International, 2017.11.
5. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11.
6. 「2017 중국 신유통 채널현황」, 한국농수산물유통공사&농림축산식품, 2018.03.13
7. 「중국 통관일체화(通関一体化) 제도 분석 및 시사점」, aT한국농수산물유통공사, 2018.02.08
8. 「2017 중국 농식품 수출 통관가이드북」, aT한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2018.01
9. 「2015 중국 삼계탕 시장조사」, aT한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2017.03.29
10. 「지구촌 리포트_32호」, aT한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2017.02
11. 「2015 중국식품인증제도와 중국수출절차」, aT농식품수출정보(KATT), 2015.12.31
12. 「2015 중국 삼계탕 해외시장보고서」, aT농식품수출정보(KATT), 2015.09.21.
13. 「2018년 중국편의점발전보고」, CCFA&BCG, 2018.05
14. 「2018년 생활 소비트렌드」, 제일재경상업데이터중심(CBNDData), 2018.01.24
15. 「2017년 중국 온라인 간식소비 트렌드보고」, 제일재경상업데이터중심(CBNDData), 2017.09.26

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. 트레이드내비, www.tradenavi.or.kr
4. International Trade Centre, www.trademap.org
5. 중국관세청, www.customs.gov.cn
6. 티몰(天猫), www.tmall.com
7. 징둥상청(京东商城), www.jd.com
8. 중상정보망(中商情报网), www.askci.com
9. 머니투데이, www.mt.co.kr
10. 한국수출입은행 해외경제연구소, keri.koreaexim.go.kr
11. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
12. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国 国家质量监督检验检疫总局), www.aqsiq.gov.cn
13. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
14. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
15. 국제연합식량농업기구(FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations), www.fao.org

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1806-03

품목: 삼계탕(Samgyetang)

국가: 중국(China)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농식품유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.