한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1808-23

품　목 : 음료베이스(Beverage Base)

국　가 : 중국(China)

Contents

Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계 ····· 04

1. 수출환경 및 경제지표 ····· 06

2. 식품산업 현황 ····· 09

3. 수출입통계 ····· 14

Ⅱ. 시장 트렌드 ····· 20

1. 정책 이슈 ····· 22

2. 소비 트렌드 ····· 24

3. 유통 트렌드 ····· 27

Ⅲ. 통관 및 제도 ····· 30

1. 통관 및 검역 ····· 32

2. 인증정보 ····· 46

3. 라벨링 ····· 50

4. 위생요건 ····· 53

Ⅳ. 경쟁제품 ····· 58

1. 경쟁제품 선정 ····· 59

2. 경쟁제품 분석 ····· 60

Ⅴ. 경쟁사 ····· 70
1. 경쟁사 선정 ····· 71
2. 경쟁사 분석 ····· 71

Ⅵ. 유통채널 현황 ····· 73
1. 유통채널 개황 ····· 74
2. 주요 유통채널 분석 ····· 80

[부록] ····· 84

Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 963만 km^2로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함[1]. 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, 장거리 탄도미사일을 보유하고 있음.

1970년대 후반에 시작된 경제 개혁으로 국제 경제의 강국으로 변모함. 약 1조 달러의 외국인 직접투자(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 단계나 대기오염, 부패, 사양산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음.

주요 정보

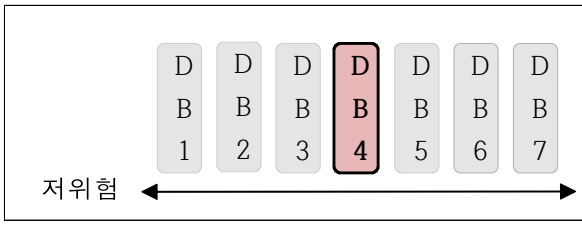
- 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- 수도: 베이징
- 국가원수: 시진핑 주석
- 인구: 1,391백만 명(2017)
- 면적: 963.4057만 km^2(한반도의 약 43배)
- 공식어: 중국어
- 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이
- GDP: 12.2조 US달러(2017)
- 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)
- 경제성장률: 6.9%(2017)
- 화폐단위: 위안(元, RMB)
- 인터넷 보급률: 54.3%(2017)

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11
「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09
「제 40차 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 전망[2)]



등급	등급전망
DB4	부정적

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

□ 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 May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

□ 주요 거시경제 지표

o 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망

- 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨 - 자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록

o 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 하락함

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	2.8	1.8	1.3	0.5	0.3	-0.1	0.5	0.5
재정수지/GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.6	-4.9	-4.7	-4.9
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.1	2.7	2.7	3.0	2.8
경제성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.1	5.8	6.2	5.9
도시 실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.2	4.2

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

□ 무역통상 환경

o 중국의 정책 당국은 미-중 무역 전쟁뿐만 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 직할 시 중의 하나인 톈진의 금융기관은 4월에 미지급 사태를 맞음

- 경제의 발전소라 할 만한 톈진과 상하이의 경제 배후지인 저장성의 이러한 침체는 어두운 경제 전망의 징조가 될 것임

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
미-중간	미-중 무역 협상

무역갈등	▸ **미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공 약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과할지에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨** • 거시경제적으로는 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 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침** • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▸ **301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 펫푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 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, 2018.09.11

2. 식품산업 현황

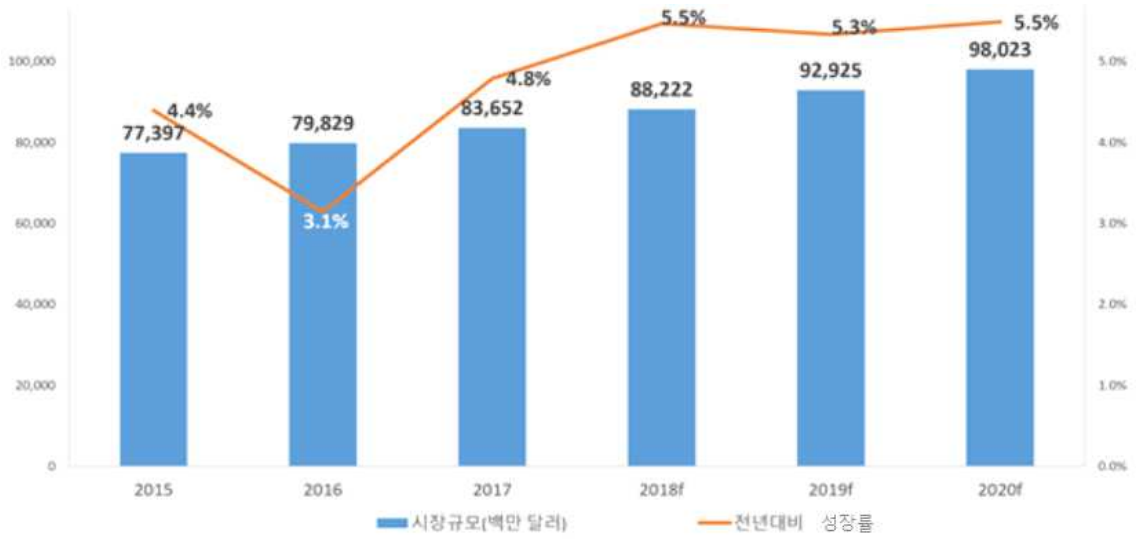
1) 음료 산업 동향

□ 음료 산업 규모

o 최근 3년간(2015-2017년) 음료 시장의 규모는 연평균 4.1%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 837억 달러[3](약 93조 원)[4]를 기록

- 유로모니터에 따르면 생수 시장의 지속적인 성장이 전체 음료 시장의 성장을 견인한 것으로 보이며, 향후 3년간 더욱 성장폭이 확대될 것으로 전망됨

표 1.2 중국 음료 시장 규모(2015-2020년)



자료: Euromonitor International

3) 본 보고서의 달러화는 미화를 기준으로 함
4) 1달러 = 1,111.3원(KEB 하나은행 고시기준, 2018.09.28)

□ 음료 시장 품목별 상황

o 중국 음료 시장 내에서 생수의 점유율이 가장 높음

- 유로모니터에 따르면 최근 빠른 생활 패턴으로 인해 소비자는 바로 마실 수 있는 즉석 음료를 선호

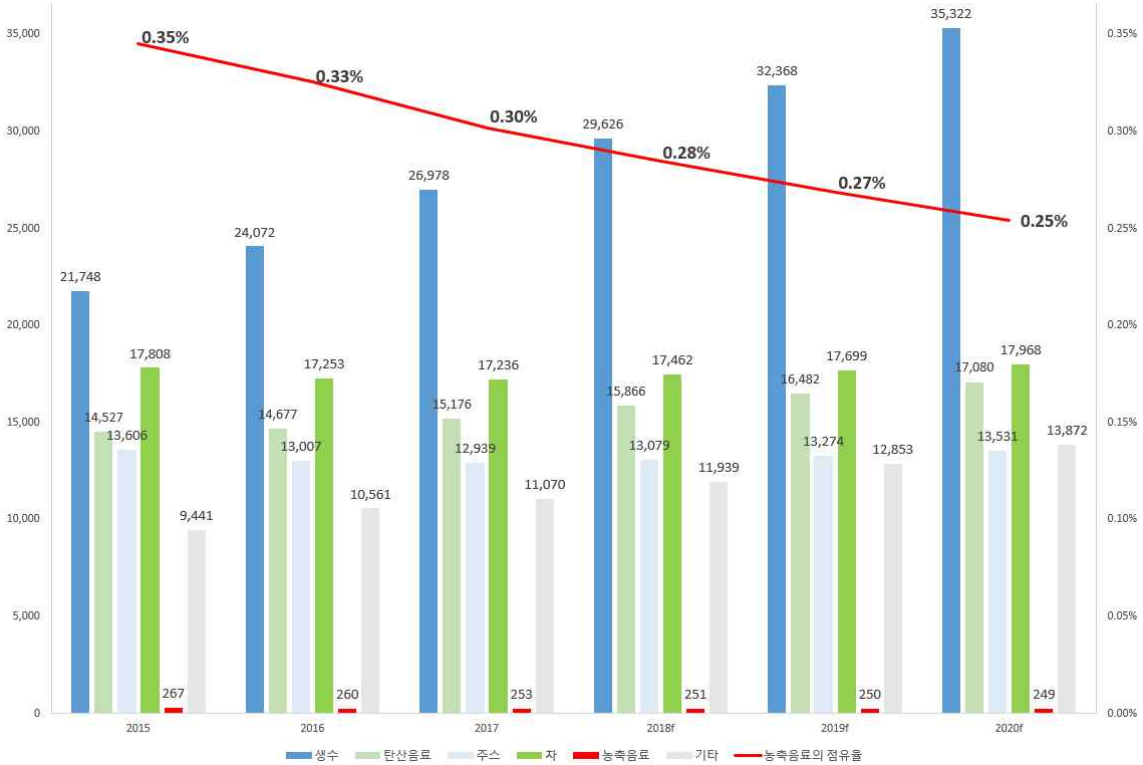
- 생수 시장은 생활수준 향상에 따른 고품질 식수 수요 증가와 건강하지 않은 것으로 인식되는 음료를 생수로 전환하는 경향으로 인해 가장 견고한 성장을 나타내고 있음

- 주스와 차는 시장 포화로 인해 2017년에 마이너스의 성장을 기록했으나, 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라, 향후 3년간 시장 규모가 확대될 것으로 전망

- (농축음료) 반면, 농축음료는 중국 음료 시장 내에서 가장 낮은 시장 점유율을 보임

표 1.3 중국 음료 품목별 시장 규모 및 추이(2015-2020년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

2) 농축음료(Concentrates) 시장 동향

□ 농축음료 시장 규모

o 최근 3년간(2015-2017) 중국 농축음료의 시장은 연평균성장률 -3.3%를 기록하며 지속적으로 감소 추세

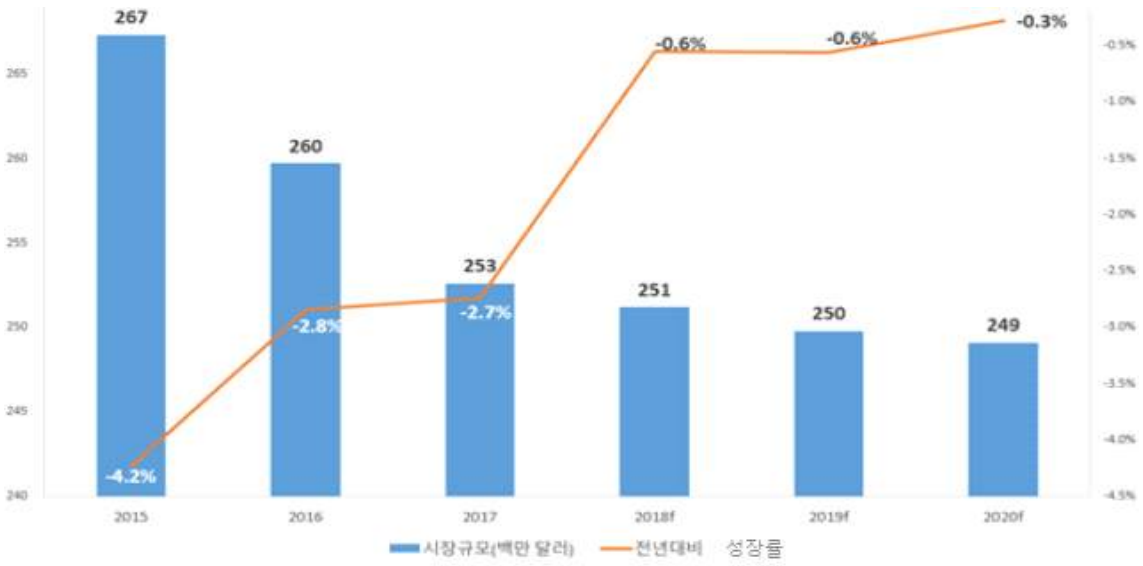
- 유로모니터에 따르면 소비자가 유통기한이 짧은 음료에 비해 농축음료는 신선하지 않는 것이라고 인식하는 경향이 있어 농축음료에 대한 수요가 높지 않으며, 이로 인해 향후에도 시장규모는 지속적으로 축소될 것으로 전망

o 신규 제품 개발이 미진한 상황으로, 전반적인 시장 전망 또한 불투명함

- 중국 농축음료는 제품 및 포장 디자인의 다양성이 부족하여 소비자의 선택 범위가 제한되어 있음

- 그러나, 농축음료의 주 소비채널인 밀크티 상점이나 식당의 수요가 단기간 내 큰 변화가 없을 것으로 예상되는 바, 기존 농축액 제품의 공급규모는 일정 수준 이상 유지될 전망

표 1.4 중국 농축음료 시장 규모(2015-2020년)



자료: Euromonitor International

□ 농축음료 시장 품목별 현황

o 농축음료는 액상 농축음료(Liquid Concentrates)와 파우더 농축음료(Powder Concentrates)로 나뉨

o 2017년 기준 음료 베이스가 포함된 액상 농축음료의 시장규모는 3,200만 달러를 기록했으며, 전체 농축음료 시장의 12.8% 차지

표 1.5 중국 농축음료 품목별 시장 규모(2015-2020년)

(단위: 백만 달러)

자료: Euromonitor International

□ 액상 농축음료 시장 경쟁 동향

o 중국 액상 농축음료 시장은 매우 낮은 소비자 충성도로 인해 대부분 브랜드의 시장 점유율이 높지 않음

- 중국 액상 농축음료 시장에서 덴마크 기업인 Co-Ro Food의 Sunquick은 최근 5년간(2013-2017년) 가장 높은 점유율을 기록함

- Sunquick은 1:9비율로 희석하여 음용하는 오렌지, 레몬, 망고 등 총 10가지 맛의 농축음료를 제공하는 업체[5]로 2017년 기준 17.3%의 시장을 점유

- 기타 소규모 브랜드들은 경쟁력이 있는 가격 및 효과적인 현지 시장 유통을 통해 여러 지역에서 가격에 민감한 구매자를 끌어들임으로써 상당한 점유율을 차지하고 있음

표 1.6 중국 액상농축액 브랜드별 시장점유율 추이(2013-2017년)

(단위: %)

브랜드명	업체명	2013	2014	2015	2016	2017
Sunquick	Co-Ro Food A/S	15.2	16.2	16.6	16.9	17.3
기타	기타	84.8	83.8	83.4	83.1	82.7
합계	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

□ 중국 최대의 과실 농축액 기업인 하이셩 그룹(海升集团), 2018년 4월 장시(江西) 지역 진출

o 하이셩 그룹은 10여 개의 과일 주스 가공 기업 및 5대 사업부서를 보유하고 있는 중국 로컬 기업으로 그 동안은 미국 및 유럽 위주로 수출을 해왔지만, 향후에는 중국 장시 지역에 진출하여 새로운 상업적 기회를 모색할 계획

- 하이셩의 사과 재배면적은 약 6만 묘(亩)[6](약 1,200만 평)에 달하고, 간쑤성 핑량시(甘肃平凉)에 있는 스마트 온실의 총 면적은 약 12만 제곱미터(약 36,000평)에 달하는 데 이는 아시아 최대의 스마트 온실임

5) www.co-ro.com.cn/gb/pic_3.php
6) 중국식 토지 면적의 단위로, 1묘는 약 666.7 제곱미터, 약 200평

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 음료베이스 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 2106.90품목의 수입 규모 약 367억 달러(2017년)
- 중국 HS CODE 2106.90.10품목의 수입 규모 약 2천 달러(2017년)
- 중국 HS CODE 2106.90.10품목의 1위 수입국은 싱가포르로 39.4% 차지(2017년)
- 한국 HS CODE 2106.90.1020품목의 수출량 및 수출액은 각각 약 2,400톤, 1,500만 달러(2017년)

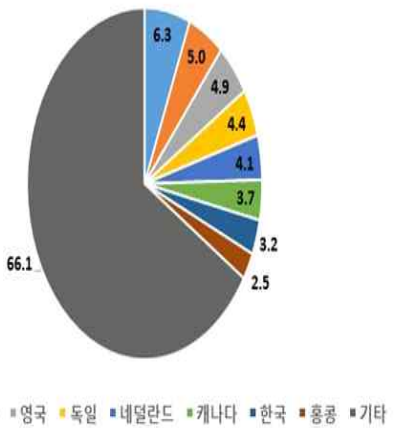
❖ 음료베이스 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106.90.1020	과일향의 음료베이스
중국	2106.90.1000	탄화 음료의 농축물을 제조한 것

❖ 글로벌 HS CODE 2106.90 수입 규모(2017)

수입국		금액(천 US 달러)
글로벌		37,175,477
1	미국	2,305,635
2	중국	1,903,800
3	영국	1,814,722
4	독일	1,599,703
5	캐나다	1,347,239
6	네덜란드	1,344,932
7	한국	1,174,692
8	프랑스	1,059,209
9	일본	982,200
10	호주	911,821

❖ 글로벌 HS CODE 2106.90 수입 비중(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 음료베이스 통계 기준 설정

o 음료베이스의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정[7)]

□ 음료베이스의 HS CODE[8)]는 한국 2106.90.1020, 중국 2106.90.1000으로 설정

o 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2106.90, 중국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2106.90.1000, 한국산 음료 베이스의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2106.90.1020을 통계 기준으로 설정

표 1.7 음료베이스 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.1020	과일향의 음료베이스
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90.1000	탄화 음료의 농축물을 제조한 것

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 중국 해관총서(www.customs.gov.cn)

표 1.8 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/getBuRyuList.po
	중국 해관총서	www.customs.gov.cn

7) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포탈 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

8) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국과 중국은 10자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2106.90)

□ 글로벌 수입통계

o 2017년 HS Code 2106.90의 글로벌 수입 규모는 371억 7,547만 달러로 2013년~2017년의 연평균 성장률은 약 1.8%임. 2017년 기준 1위 수입국인 미국의 수입규모는 약 23억 500만 달러로 2013년 이후 5년간 연평균 약 3.7%의 성장세를 보임. 2017년 2위 수입국인 중국의 수입액은 약 19억 380만 달러이며 지난 5년간 약 20.0%의 두자릿수 증가율을 기록함

o 한편, 2017년 7위 수입국인 한국의 수입규모는 약 11억 7,469만 달러이며, 2013년 이후 꾸준한 상승세를 유지하여 최근 5년간 연평균 약 10.9%의 증가율을 나타냄

표 1.9 HS Code 2106.90 글로벌 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US 달러, %)

수입국가		2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 CARG
글로벌		34,631,078	35,641,319	34,192,681	35,373,668	37,175,477	1.8
1	미국	1,995,452	2,046,535	2,089,805	2,166,637	2,305,635	3.7
2	중국	917,013	1,011,247	1,294,802	1,481,187	1,903,800	20.0
3	영국	1,559,532	1,805,835	1,933,794	1,992,973	1,814,722	3.9
4	독일	1,548,174	1,695,952	1,434,205	1,482,069	1,599,703	0.8
5	캐나다	1,297,898	1,245,228	1,221,462	1,289,764	1,347,239	0.9
6	네덜란드	1,190,235	1,187,853	1,158,810	1,259,684	1,344,932	3.1
7	한국	776,249	901,578	915,080	1,066,766	1,174,692	10.9
8	프랑스	1,008,572	1,092,690	910,915	931,919	1,059,209	1.2
9	일본	1,082,073	1,058,275	935,078	951,034	982,200	-2.4
10	호주	1,264,277	1,222,645	1,190,124	1,208,061	911,821	-7.8

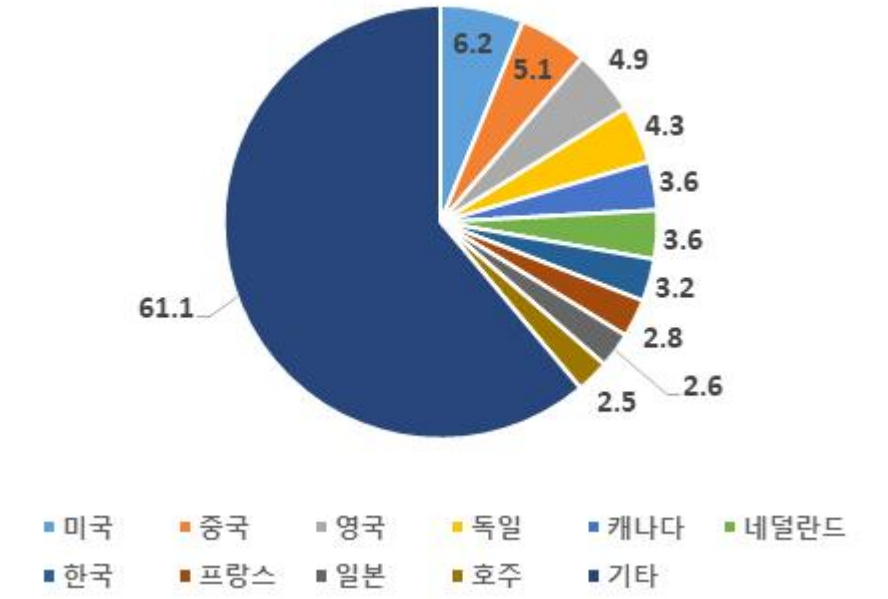
자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

o 2017년 HS Code 2106.90의 글로벌 수입 시장을 국가별로 살펴보면, 1위 수입국인 미국과 2위 수입국인 중국의 시장 점유율은 각각 약 6.2%, 약 5.1%임

- 7위 수입국인 한국의 글로벌 시장 점유율은 약 3.2%를 기록

표 1.10 HS Code 2106.90 글로벌 수입 비중(2017년 기준)

(단위: %)



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

3) 중국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2106.90.10)

□ 2017년 중국의 2106.90.10 품목의 최대 수입국은 싱가포르

o 2017년 중국의 HS Code 2106.90.10의 수입액은 약 280만 달러로, 최근 5년간 연평균 120% 이상의 성장률을 기록

o 2017년 기준, 중국 2106.90.10 품목의 최대 수입국은 싱가포르이며, 수입액은 약 110만 달러로 중국 내에서 약 39.4%의 시장 점유율을 기록

o 한국은 10위 수입국으로 2013-2017년 동안 한국으로부터의 수입 실적은 없음

표 1.11 HS Code 2106.90.10 중국 수입 규모(2013-2017년)

(단위: 천 US 달러, %)

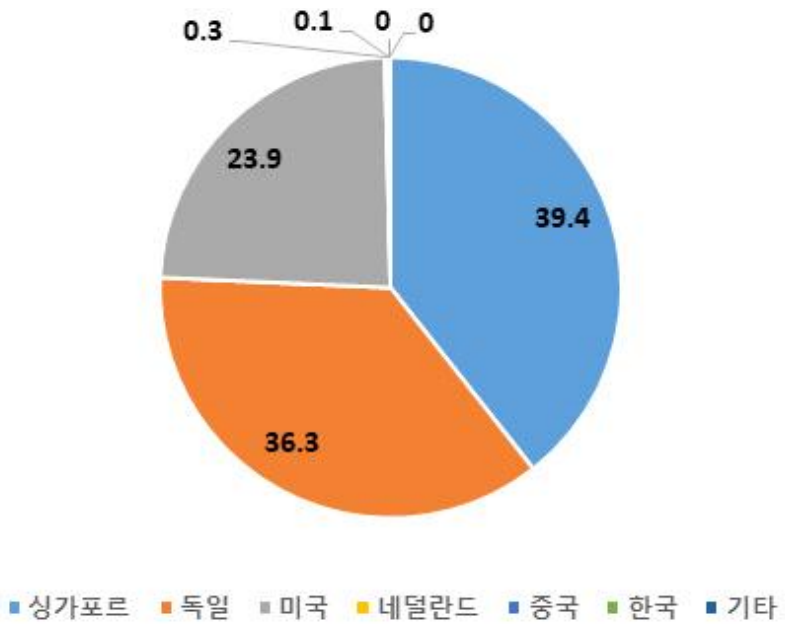
수입국가		2013	2014	2015	2016	2017	2013 -2017 CARG
글로벌		113	93	316	133	2,864	124.4
1	싱가포르	1	0	0	0	1,128	-
2	독일	41	0	221	20	1,039	124.4
3	미국	25	56	29	0	685	128.8
4	네덜란드	0	0	0	0	9	-
5	중국*	24	19	18	14	2	-46.3
6	한국	0	0	0	0	0	-

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

*중국으로의 재수입 수치임

표 1.12 HS Code 2106.90.10 중국 수입국별 비중(2017년 기준)

(단위: %)



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

4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 2106.90.1020

□ 2017년 기준 한국 2106.90.1020 품목의 글로벌 수출량 및 수출액은 각각 약 2,400톤, 1,500만 달러로 전년 대비 증가

o 특히 2017년 2106.90.1020 품목의 수출액은 전년 대비 195.1%의 증가율을 기록. 이는 말레이시아, 홍콩, 인도네시아, 베트남 등의 동남아시아 국가들에 대한 수출 실적이 급격하게 증가하였기 때문인 것으로 분석됨

표 1.13 한국의 HS Code 2106.90.1020 對글로벌 수출 동향

(단위: US 달러, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	3,056,420	2,277,534	2,462,091	2,352,503	2,489,084
증감률	△3.2	△25.5	8.1	△4.5	5.8
총 수출액	6,656,108	4,533,091	4,467,987	5,255,904	15,511,493
증감률	17.7	△31.9	△1.4	17.6	195.1

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 2017년에 한국 2106.90.1020 품목의 중국 수출량 및 수출액은 각각 약 56톤, 17만 달러로 전년 대비 대폭 감소

o 한국 2106.90.1020 품목의 대중 수출은 2013년부터 2017년까지 최근 5년간 지속적으로 감소세를 보임

표 1.14 한국의 HS Code 2106.90.1020 對중국 수출 동향

(단위: US 달러, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	964,899	90,124	68,337	75,065	56,217
증감률	△2.3	△90.7	△24.2	9.8	△25.1
총 수출액	1,994,082	646,162	297,796	255,359	175,787
증감률	13.7	△67.6	△53.9	△14.3	△31.2

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

Ⅱ. 시장 트렌드

1. 정책 이슈

2. 소비 트렌드

3. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

❖ 현장에서 제조하여 판매하는 밀크티 및 과채 주스 제품의 감독관리를 강화하는 행정법규를 발표

2. 소비 트렌드

❖ 음료 제품 구매 시 고려 요소

❖ [참고] 현장에서 만들어서 판매하는 생과일 주스를 만들 때에도 첨가하는 음료베이스, 생과일 주스는 과연 안전한가

❖ [참고] 음료베이스 중국 현지조사원 의견

3. 유통 트렌드

❖ 음료베이스 제품은 주로 도매시장 혹은 온라인 채널을 통해 유통

1. 정책 이슈

□ 현장에서 제조하여 판매하는 밀크티 및 과채 주스 제품의 관리 감독을 강화하는 행정법규를 발표

o 2018년 6월 중국의 시장감독관리총국 판공청(市场监管总局办公厅)은 일종의 행정법규인 <<현장에서 만들어서 현장에서 판매하는 밀크티·과채 주스의 감독관리를 강화하는 것에 관한 통지(关于加强现制现售奶茶果蔬汁监督管理的通知)>>[9]를 발표

- (배경) 최근 몇 년간 현장에서 제조하여 판매하는 밀크티, 과채 주스 등 음료 판매점이 빠르게 늘어나면서, "왕홍(网红)[10] 밀크티", "왕홍 과채 주스" 등 관련 제품의 소비가 증가함. 그런데 판매점에 대한 검사 결과, 일부에서 유통기한이 지난 원료 사용, 위생상태 불량, 허위 과대광고 등의 식품안전문제가 발생함. 이에 따라 현장에서 제조하여 판매하는 밀크티 및 과채 주스에 대한 관리 감독을 강화하고, 식품안전문제에 대응하기 위해 관련 조치를 시행

- (주요 내용)[11]

1항 경영자 주체의 책임을 엄격하게 실시(一、严格落实经营者主体责任)

- 구매하는 우유, 분유, 차 분말, 티백, 과일, 야채, 과일잼, 시럽, 식품첨가제, 일회용 컵과 빨대 등 원료와 보조재는 국가 식품 안전 표준에 부합해야 함
- 과채주스를 만들기 위한 과일 및 채소는 마땅히 신선하고 깨끗해야 하며, 부패하여 변질된 과일, 야채 및 유통기한이 지난 과일잼, 시럽 등 음료를 만들기 위한 원재료의 사용은 금지됨

2항 감독 검사 및 제품 추출 검사 강화(二、加强监督检查和产品抽检)

- 각 지역에서는 현장에서 제작하여 판매하는 밀크티, 과채주스 등 음료판매점의 현장 검사를 확대하고, 식품안전에 문제가 있는 음료 제품 및 원부자재에 대해 모니터링 및 추출 검사를 진행
- 끓여서 만드는 음료에 대해서는 사용된 모든 과즙 농축액, 분유, 차 가루 등 제품의 라벨이 법규에 맞는지 검사하고 라이선스가 없는 제품 및 유통기한

9) http://samr.saic.gov.cn/xw/yw/wjfb/201806/t20180612_274583.html
10) 왕홍은 인터넷을 뜻하는 왕뤄(网絡)와 스타를 뜻하는 홍런(紅人)의 조합어인 '왕뤄홍런'의 줄임말. 또한 KOL(Key Opinion Leader)라는 표현으로 사용되기도 함. 일반적인 유명인과는 다른 '인터넷 기반의 스타'라는 특징이 강함
11) 음료베이스 제품과 관련된 주요 내용

이 지난 제품의 사용은 근절

3항 위법 행위를 엄격하게 검사 및 고발 시스템을 더욱 강화(三、严查违法违规行为)

- 현장 검사 및 제품의 추출 검사 중 발견된 위법행위에 대해서는, 경영자의 책임을 물어 <<중화인민공화국 식품안전법>> 등 법률에 의거하여 엄격하게 처벌함. 즉시 위법 행위를 한 경영자의 명단 및 위법 행위를 식품 안전 신용 기록에 기입하고, 감독관리부서의 공식 홈페이지 및 신문 매체 등 플랫폼을 통해 사회에 공시함. 여러 번 위법행위를 한 경영자는 더욱 엄중하게 처벌하고, 중점 관리 대상으로 삼아 일상적인 감독검사의 빈도수를 높임

4항 사회 공치(共治) 시스템을 강화(四、强化社会共治)

- 각 지역의 고소, 고발, 보도 통로를 원활하게 작동하게 하여, 소비자로 하여금 현장에서 판매하는 밀크티, 과채주스 등의 제품 및 음료점을 모니터링하도록 장려하고, 소비자가 보고한 식품안전문제를 즉시 감사 및 처벌함

2. 소비 트렌드

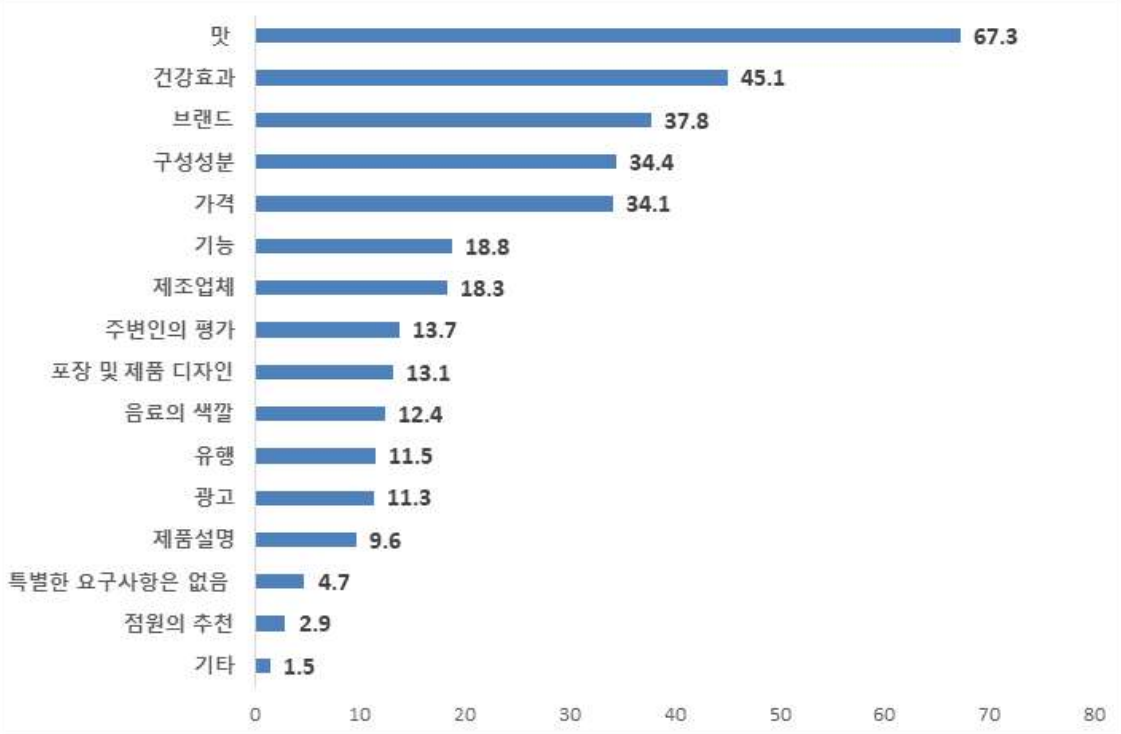
□ 음료 제품 구매 시 고려 요소

o 중국 산업정보망에 따르면[12], 소비자는 음료 제품을 구매할 때 맛(67.3%)과 건강 증진 효과(45.1%)를 가장 우선시 하는 것으로 나타남

- 그 다음으로 소비자가 중요하게 생각하는 요소는 브랜드(37.8%), 구성 성분(34.4%), 가격(34.1%)인 것으로 파악됨

표 2.1 중국 소비자의 음료 제품 구매 시 고려하는 요소[13](2016)

(단위: %)



자료: 중국산업정보망(中国产业信息网)

12) 2016년 중국 소프트 드링크 업계 시장 현황 분석(2016年中國軟飲料行業市場現狀分析), 2016.07.
13) 복수 응답

o 중국 소비자의 음료에 대한 수요가 기존 "갈증 해소"에서 건강, 보양 등 기능성을 추구하는 방향으로 변화함

o 천연재료를 활용한 음료를 선호하며, 음료에 대한 기대치가 높아짐에 따라 음료업계는 무첨가제, 다이어트 등 기능성 음료 제품의 출시도 확대되고 있음

- 기존 음료업계에서는 코카콜라, 펩시콜라 등 탄산음료가 매출 순위 1, 2위를 차지하였으나, 최근에는 건강음료에 대한 선호도가 높아짐에 따라 차음료, 과실주스 등의 시장 수요가 빠르게 증가

- 건강과 다이어트에 좋지 않은 당분을 많이 함유한 성분의 음료 제품을 선호하지 않고 신선한 생과일 주스를 찾는 경향이 두드러짐

- 이러한 경향으로 인해 당분을 많이 함유하지 않거나 혹은 과실 제품 원액 그대로를 담은 천연 제품 등 비교적 건강한 성분으로 만든 음료베이스 제품의 연구개발이 필요할 것으로 보임

참고자료

현장에서 만들어서 판매하는 생과일 주스를 만들 때에도 첨가하는 음료베이스, 생과일 주스는 과연 안전한가

◆ 현장에서 착즙하여 만들어서 판매하는 생과일 주스의 가격은 가장 저렴한 제품의 경우 15위안 정도. 그런데 일반적으로 생과일 주스의 당도와 식감, 색상을 개선하기 위해 과실 음료베이스를 첨가하여 만들기 때문에 현자에서 판매하는 생과일 주스가 신선한 주스인지는 의문시됨

- 과일주스를 만들기 위해 사용하는 음료베이스의 도매 가격은 3ℓ에 약 38위안으로, 한 잔에 500㎖인 음료를 기준으로 농축액을 1:5의 비율로 희석하는 경우를 가정하면 약 40잔 정도를 만들 수 있음. 그렇다면 한잔에 1위안도 채 안되는 가격임

- 생과일을 착즙하여 만드는 원자재가 가장 비싼 망고주스의 경우 약 4-5위안 정도

◆ 식품검측에 종사하는 전문가의 인터뷰를 인용하자면, 과실 음료 베이스에는 다량의 설탕과 첨가제가 들어 있어 보편적으로 마시는 탄산음료보다 더욱 열량이 높기에 습관적으로 마시면 쉽게 살이 찔 수 있고, 간장기능에도 영향을 줄 수 있다고 함

- 특히 어린아이의 경우에는 당분함량이 높아 정상적인 식사에 영향을 줄 수 있기 때문에 최대한 음용을 하지 않는 것이 좋다는 의견

자료: 동베이신문망(东北新闻网)

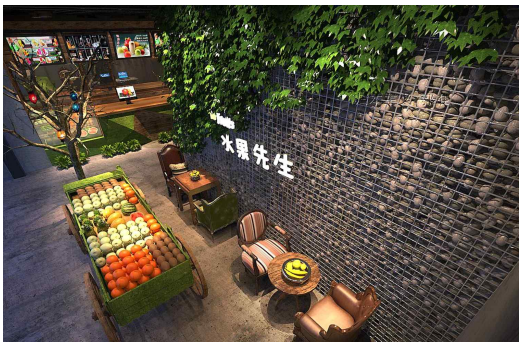
[참고] 음료베이스 중국 현지조사원 의견

현지조사원 의견

건강한 이미지의 음료베이스 연구개발 및 홍보가 필요할 것으로 보임

- 최근 중국 내 음료 제품의 소비 동향을 보면, 건강과 다이어트에 좋지 않은 당분이 많이 함유한 성분의 음료 제품을 선호하지 않고 신선한 생과일주스를 찾는 경향이 두드러짐
- 때문에 실제 까페에서는 과일 음료를 주문하는 고객에게 생과일로 제조하지 않는다는 부분을 미리 안내하는 경우가 많음
- 중국 베이징의 대표적인 생과일 음료 전문업체로는 수이구어시엔셩(水果先生)[14]와 구어지앙시엔셩(果匠鮮生)를 들 수 있으며, 고객이 주문한 후 만드는 생과일 주스의 제조 과정을 직접 보여줌으로써 신선함을 강조함
- 최근 한국에서 유행한 깔라만시 원액이 중국 젊은 연령층에서 미용과 다이어트에 특효로 알려져 따이거우(代购, 구매대행) 품목 중 하나로 인기를 끌었던 점은 하나의 좋은 사례로 참고할 필요성 있음

그림 2.1 중국의 대표적인 생과일 음료 전문업체



수이구어시엔셩(水果先生) 매장 이미지

구어지앙시엔셩(果匠鮮生) 매장 이미지

자료: 중국 현지조사원, 2018.10

14) www.mr-fruits.com

3. 유통 트렌드

□ **중국 내 음료 판매점을 인터뷰한 결과 음료베이스 제품은 주로 도매시장 혹은 온라인 채널을 통해 유통되고 있는 것으로 조사됨**

o 브랜드 음료 전문점의 경우, 본사에서 제공하는 음료베이스 제품을 사용하고 있었음

o 학교 식당 내 비브랜드 생과일로 음료를 만드는 업체에서는 음료베이스 제품은 사용하지 않고, 시럽 제품을 이용

o 학교 식당 내 비브랜드에서 사용하는 음료베이스 제품은 계약된 업체를 통해 주로 도매시장에서 구매하여 사용

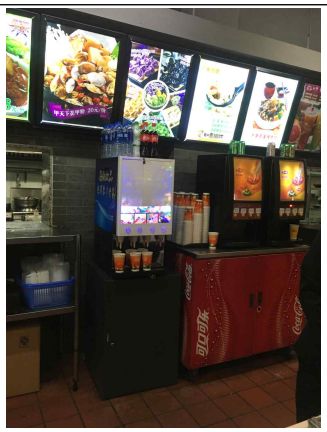
- 브랜드 및 비브랜드 매장에서 사용하는 음료베이스 제품은 주로 이미 계약된 업체로부터 제공이 되고 있으며, B2B 음료베이스 제품이 대용량인 점 등을 고려하면 온라인 B2B 채널을 공략하는 것이 효과적일 것으로 판단됨

o 방문한 진시우따띠 도매시장에서는 다양한 B2B용 음료베이스 제품을 판매 중

- 또한, 매장별로 별도의 온라인 채널도 운영 중임

표 2.2 중국 내 음료 판매점 인터뷰 내용

상호명 및 사진	인터뷰 내용
 칭화대 도서관 내 커피숍(清华园文图咖啡) *비브랜드15)	Q: 음료베이스 구매 여부 A: 생과일로 음료를 제조하기에 구매하지 않음 Q: 가장 인기있는 과일음료의 맛은? A: 레몬 맛 Q: 유사한 베이스 제품 구매 여부 A: 이탈리아 파브리(Fabbri)사의 캐러멜 맛 시럽(焦糖口味糖浆) 제품을 주로 선호하는 데, 이 제품은 일반적으로 중국 내 까페에서 많이 사용하는 시럽 제품임

	<이탈리아 파브리(Fabbri)사의 캐러멜 맛 시럽(焦糖口味糖浆)>
 **칭화대 내** **학교식당(清华大学玉树园食堂)** ***비브랜드**	Q: 음료베이스 구매 여부 A: 학교 식당과 계약을 맺은 업체로부터 제공 받아 이용함. 음료 베이스는 주로 도매시장에서 구매하는 것으로 알고 있음 Q: 가장 인기있는 과일음료의 맛은? A: 오렌지 맛
 IT'S TIME TO(鲜果时间) ***브랜드**	Q: 음료베이스 구매 여부 A: 본사에서 제공하는 음료베이스 제품을 사용 Q: 가장 인기있는 과일음료의 맛은? A: 레몬 맛 Q: 본사 컨택 포인트 A: 홈페이지: http://www.chinafruitime.com/ 주소: 베이징시 차오양구 젠와이SOHO 동구 사무실 B동 2004실 (北京市朝阳区建外SOHO东区写字楼B座2004室) 전화번호: 010-59002878 (본사에 문의 하였으나, 사용하는 음료베이스 제품 정보는 비공개함)

15) 비브랜드 매장 인터뷰는 칭화대 안의 커피숍 및 학교식당을 방문하여 진행

 코코 밀크티(coco奶茶) ***브랜드**	Q: 음료베이스 구매 여부 A: 본사에서 제공하는 음료베이스 제품을 사용 Q: 가장 인기있는 과일음료의 맛은? A: 금귤레몬 맛 Q: 본사(및 중국 가맹점) 컨택 포인트 A: 홈페이지: www.coconaichajiameng.com 본사 주소: 타이베이시 스린구 호우강지에 116호 3층 (台北市士林区后港街116号3楼) (본사에 문의 하였으나, 사용하는 음료베이스 제품 정보는 비공개함)

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS-CODE 2106.90.10의 관세율[16)]

HS CODE	품명	관세율
2106	Food preparations not elsewhere specified or included	-
2106.90.1000	Other food preparations, not eleswhere specified or included Beverage bases	- MFN(기본) 세율 12% - 한-중 FTA 세율 28% - 증치세 16%

❖ 중국 FTA 정보

2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효. FTA협정품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우, FTA원산지 증명서를 신청 및 발급하여 협정 관세율 적용이 가능함

- 음료베이스는 희석, 혼합하여 음료를 생산하기 위해 사용되는 물품으로서, 중국에서는 관세율표상 2106.90.10호에 음료베이스를 특게하여 지정

- 제 2106.90.10호로 분류되어 한-중 FTA세율로 적용될 경우, 기본세율보다 관세율이 낮아 관세절감 효과를 볼 수 있음. 또한 2034년까지 관세가 점진적으로 균등철폐되므로 주기적으로 관세율 현황을 모니터링할 필요성 있음

❖ 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 FTA 기준)'에서 FTA 협정정보, 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

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

1. 통관 및 검역[17]

1) 수입 통관절차

(1) 수입신고 전 준비

□ 준비서류

표 3.1 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 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 해관 및 CIQ 제출용
- 원산지 증명서 발급	-대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지 증명서 -관세청: 특혜(FTA) 원산지 증명서	
- CIQ 수출자 등록	-등록시스템에서 수출자 등록	CIQ 제출용
- 영문 위생증명서 발급	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산품: 국립수산물 품질관리원	
- 동/식물 검역증 발급 (일부품목)	-농림축산검역본부	
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCIC인증서)	-중국 식품 수출 사전 준비 단계	

□ 수출 사전 등록

o 중국 국가질량감독검험검역총국(国家出入境检验检疫部门, AQSIQ)의 <수입식품수출입상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定)>(2012년 55호 공고) 법률에 따르면, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 또는 에이전트는 AQSIQ 시스템에 사전등록해야 하며, 등록하지 않은 기업의 제품은 수출이 불가능

- 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입업체가

17) 출처. 트레이드네비. 주상하이 대한민국 총영사관 "중국의 식품통관 절차 및 유의사항" 보고서

대행하여 등록하여도 무방함

o 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)[18]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 출입경검험검역국 CIQ(China Inspection and Quarantine)에 제출해야 함

표 3.2 수입식품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 주소 및 기재 내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(進口食品化妆品進出口商備案系統), http://ire.eciq.cn
수출(생산)업체 기재내용	기업영문명, 영문주소, 연락처, 담당자명, E-MAIL 주소 등

그림 3.1 수입식품 수출입상 등록시스템 화면

자료: http://ire.eciq.cn

18) 등록시스템 홈페이지 http://ire.eciq.cn 또는 https://www.aqsiq.net의 Food Registration 매뉴에서 이용 가능하며 (등록비용: 230달러, 3-4영업일 소요, 3년간 유효) 중국어와 영어 두 개 버전의 신청서 존재

□ 통관고유번호(CR Number : Customs Registration) 발급

개요	수입자는 수입신고를 하기 전 필수적으로 중국세관으로부터 통관고유번호를 발급받아 수입하거나 통관고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함 (단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우 발급 면제)

□ 적하목록 (Manifest)의 제출

제출기한	● 해상운송: 선적 24시간 전(컨테이너선), 목적항 도착 24시간 전(기타 선박) ● 항공운송: 항공기이륙 전(4시간 이하 단거리항공), 목적항 도착 4시간 전(장거리항공) ● 육상운송: 목적역 도착 2시간 전(열차), 목적지 도착 1시간 전(차량)
미제출 시 제재	- 적하목록을 제출하지 아니하는 경우 운송수단의 입국 신고절차의 수행을 일시 중지 - 세관은 적하목록이 신고되지 않은 화물의 반송 명령 가능

(2) 수입신고

□ 수입신고서의 제출

개요	통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후, 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함
제출방법	● EDI를 통한 신고 - 수입화물의 수하인이나 위탁을 받을 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 - EDI신고는 특정 사이트를 통한 신고가 아닌 통관기업에 관세청과 링크되어 있는 S/W를 설치하여 해당 S/W를 통한 수입신고 진행 ● EDI를 통하지 아니한 신고 - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서 3부를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출 ※ 수입통관 시 제출해야 하는 관련 증빙서류 - 서명된 상업송장(Signed Invoice) - 포장명세서(Packing list) - 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Landing 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
신고 의무기간 및 기간 경과 수입신고	• 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고를 해야 함 • 신고 의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부

□ 수입신고서의 심사

심사내용	• 전자적 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 관할세관의 심단처(審單處)에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 다음 사항을 심사함 - 서류제출 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부 - 수입 신고된 물품이 수입금지품 또는 제한품목에 해당하는지 여부 - 운송인이 제출한 적하목록과 수입 신고인이 제출한 통관서류 상의 상세 품목 내역이 정확히 일치하는지 여부 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부 등

□ 수입신고서의 처리

처리결과	- 관할세관은 제출된 전자적 수입신고서와 관련 증빙서류의 심사 후 수입자 또는 통관기업에게 반출허가 또는 서류제출심사를 통보 - 서류제출심사를 통보받은 수입자는 통보일로부터 10일 이내 요구서류를 구비하여 관할지 세관에 서면 제출 - 수입신고서를 심사 후 반출허가를 통지하는 화물은 수입신고인의 신용이 높거나 수입화물에 대해 세금을 징수할 필요가 없는 물품이 해당됨

□ 담보의 제공

개요	세관은 필요하다고 인정하는 경우 화폐, 어음, 보증서 등 납부해야 할 세액에 상응하는 담보의 제공을 요구할 수 있음
담보제공 사유	• 다음의 경우 세관은 수입자에게 담보제공을 명할 수 있음 - 화물의 종류 및 가격이 불명확하여 수입통관이 지체되고 있는 상황에서 신고인이 화물의 반입이 필요한 경우 - 수입신고 시 관련 증빙서류의 미비로 수입통관이 지체되는 상황에서 화물의 반입이 필요한 경우 - 신고인이 관세 등의 추후납부를 신청한 경우

	- 감면세 대상물품으로써 담보제공이 필요한 경우 - 가공무역방식의 보세수입화물 - 수입신고 수리되지 않은 화물을 세관감독 외 장소에 보관하는 경우 - 위법 혐의가 있는 수출입화물
담보기한	• 수입화물의 담보기한은 통상 20일을 초과하지 않으며, 특수한 상황의 경우 담보기한내에 관할세관에 연기신청을 하여야 함. 임시수입화물의 담보기한은 수입일로부터 6개월

(3) 물품검사

개요	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
검사 방법	- 전수검사(Thorough Inspection): - 법규 위반 가능성이 높은 수입물품이나 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, 파손흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사
검사 장소	- 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관감독 장소에서 진행됨 - 원유, 곡물, 철강재 등 산적화물이나 화학품 등 위험물에 대해서는 적재된 운송수단 내에서 검사 진행 - 화물 특성상 부득이하다고 인정되는 경우 세관에 신청하여 세관관리 및 감독구역외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행
검사 비용	- 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동비용은 수입자 부담 - 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담

(4) 관세납부 및 통관완료

□ 수입신고서의 처리

납부기한	관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함
납부절차	- 현장 납부: 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부

	- 전자 납부: e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세 납부 - 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음

□ 통관 완료

개요	수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨

2) 수입 통관 이슈

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행[19)]

o 통관 일체화 실시 이후 수출 기업이 '선(先)통관 후(後)심사' 방식을 통해 원하는 해관에서 신고와 납세 등을 처리할 수 있음

- 통관일체화는 통관 절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 해관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감하기 위해 각 항구 해관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임

o 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海关风险防控中心)와 징해관리센터(税收征管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집중적이고 통일화되며 스마트한 관리체계를 구축

- 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 받든지 간에 통일된 형식과 기준을 통해 통일된 편리한 통관 서비스를 제공받을 수 있게 됨

o 통관 일체화 제도로 수출기업들이 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요

- 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에게 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서 · 영수증 · 운송증빙서류 · 보험증빙서류 · 지급증빙서류 · 회계장부 · 업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보

19) 해관총서공고 2017년 제25호(전국 해관 통관일체화 개혁 추진에 관한 공고)(海關總署公告2017年第25号關于推進全國海關通關一体化改革的公告)

관에 각별히 주의해야 함

- 특히 화물의 수출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 해관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표 3.3 통관 일체화 제도 적용 시 변경사항

	해관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	해관 별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 해관에서만 통관 가능	통관 전 '수입신고 서류심사' 및 '세금 납부' 진행	통관 전 해관이 기업 납부 세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 해관이 중국 해관시스템으로 전산 통합되어 어느 해관에서나 통관 가능	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사' 진행	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 해관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 "신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입신고 서류심사 → 후속관리"	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

□ 높아진 비관세장벽

o 비관세장벽의 주요 수단으로 과거에는 직접제재나 무역 구제조치가 사용되었으나 최근에는 기술장벽, 위생 및 검역 조치, 통관절차 등으로 큰 흐름이 이동하는 추세

- 2017년 대중국 한국산 식품 수출은 라벨 및 포장에 의한 통관거부사례가 가장 많이 발생하였으며(109건, 전체대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체대비 20%)

- 한국을 제외한 4개 경쟁국 가운데 일본이 전체 907건으로 2017년 가장 많은 통관 거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 3.4 2017년 거부사유별 통관거부사례[20)]

구분	한국	미국	홍콩	일본	독일
위생	60건(15%)	18건(3.5%)	7건(2.6%)	5건(0.5%)	8건(3.2%)
성분	78건(19.5%)	216건(42.9%)	17건(6.4%)	179건(19.7%)	60건(24.2%)
서류	62건(15.5%)	57건(11.3%)	21건(7.9%)	484건(53.3%)	91건(36.7%)
라벨 및 포장	109건(27.3%)	85건(16.9%)	159건(60.2%)	56건(6.1%)	35건(14.1%)
유통기한	80건(20%)	88건(17.4%)	12건(4.5%)	28건(3.1%)	23건(9.2%)
기타	10건(2.5%)	39건(7.7%)	48건(18.1%)	155건(17%)	31건(12.5%)
합	399건(100%)	503건(100%)	264건(100%)	907건(100%)	248건(100%)

자료: 2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석(2018)

20) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

3) 관세율 정보

□ 음료베이스 제품의 경우 한국 HS CODE는 2106.90.1020호로 분류되고, 중국 HS CODE는 2106.90.1000호에 분류되는 것이 적정함

o 음료베이스는 희석, 혼합하여 음료를 생산하기 위해 사용되는 물품으로서, 한국에는 2106.90호 내에 과실향의 음료베이스를 특게하고 있음. 중국 또한 관세율표 상 2106.90.10호에 음료베이스를 특게하여 지정하고 있음

- 제 2106.90.10호의 경우 기본세율인 MFN(최혜국대우)세율이 12%로, 한-중 FTA 세율인 28%보다 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음

o 또한, 중국의 경우 수입물품에 우리나라의 부가가치세에 해당하는 증치세(VAT)가 부과. 증치세율은 16%이며, 증치세 계산식은 다음과 같음

- 증치세액 : (CIF 가격[21]+ 수입관세 + 소비세) × 증치세율 16%

표 3.5 중국 음료베이스 수입 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.1020	과일향의 음료베이스 Beverage base of perfumed fruits	
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90.1000	탄화 음료의 농축물을 제조한 것 Manufacture a concentrate of carbonated beverages 制造碳酸飲料的濃縮物	- 기본세율(MFN세율)[22] 12% - 한-중 FTA 세율 28% - 증치세 16%

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

21) CIF 가격이란 수출자가 작성한 인보이스 상 물품금액에 중국 목적항까지 소요된 운임과 보험료를 더한 금액을 의미
22) 중국과 양자 간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율

※ 중국 증치세(增值稅)[23)]

o 한국의 부가가치세(Value Added Tax)와 유사한 개념으로 생산과 유통의 각 단계에서 생성되는 부가가치에 대해 부과되는 조세

o 상품 판매, 용역 제공, 해외로부터 상품수입 시 발생하고 모든 업종에 적용되며 전단계 매입세액 공제방식을 취함

o 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조

o 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표

표 3.6 세부업종별 증치세율 변동내역

업종	변동내역
제조업 - 물품판매, 물품수입(정감세율분 제외) - 가공, 수선교체용역(이하 '과세용역'이라 함)을 제공	17% → 16%
- 교통운송, 건축, 부동산·토지사용권·무형자산 양도 - 기초통신·우편 서비스 - 양식, 식용식물유 - 수돗물, 열기, 냉기, 온수, 석탄가스, 액화석유가스, 천연가스 메탄가스, 가정용 연탄제품 - 도서, 신문, 잡지 - 사료, 화학비료, 농약, 농기계, 농업용 비닐필름 등	11% → 10%
서비스업 - TV 방송·부가가치 증가형 통신·금융·현대·생활 서비스 등	현행유지 (6%)

o 수출기업은 해외로부터 물품수입의 경우 16%의 증치세가 부과된다는 사실과 최종 소비자가 부담하게 되는 최종 판매가격에 반영된다는 점을 인지해야 함

23) http://www.cncnews.co.kr 와 http://cnnworldmoney.com의 중국 증치세 기사를 바탕으로 작성

4) FTA 정보

□ 음료베이스 FTA 협정 정보[24)]

o 음료 베이스(제 2106.90.1000호) 제품의 경우 2018년 현재 시점 기준으로는 기본세율인 MFN(최혜국대우) 세율이 12%이고 한-중 FTA 세율은 28%이므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음

- 다만 FTA 세율을 적용할 경우, 양허유형 20[25)]에 해당하여 협정 2034년까지 점진적으로 특혜관세율이 균등철폐되므로 수출자와 중국 수입자는 주기적인 관세율 현황을 검토할 필요가 있음

o HS CODE 2106.90.1000 품목의 원산지 규정(Product specific rule)은 2106호의 기준인 「다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것」의 조건을 따름

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율[26)]	협정세율[27)]
대한민국	중국	한-중국 FTA	2015년 12월 20일 발효	12%	28%

24) 참고: 아시아-태평양 무역협정(APTA)은 대한민국, 중국, 방글라데시, 인도, 라오스, 스리랑카의 다자간 무역협정으로, 협정에 명시된 원산지 기준 및 일정 요건을 충족하면 6개의 회원국을 원산지로 하는 특정 수입물품에 대하여 저세율의 양허세율을 적용함

25) 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐, 이행 20년차 1월 1일부터 무관세 적용

26) 기본세율: 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 중국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 최혜국관세율(MFN Rate)로 한국에서 수출하는 물품에도 적용(한국 1995년 1월 1일 WTO가입)

27) 협정세율: FTA협정세율(FTA Preferential rate)은 MFN세율의 예외로써 FTA 체결국 간의 협상 결과에 따라 기본세율보다 낮은 세율을 우선적으로 상호 적용

표 3.7 HS CODE 2106.90.1000 연도별 세율

연도	세율(%)
2015	33.2
2016	31.5
2017	29.7
2018	28
2019	26.2
2020	24.5
2021	22.7
2022	21
2023	19.2
2024	17.5
2025	15.7
2026	14
2027	12.2
2028	10.5
2029	8.7
2030	7
2031	5.2
2032	3.5
2033	1.7
2034	0

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

o 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지 증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능

o 다만, 선적 전/후 7일 근무일 내에 원산지 증명서를 발급하여야 하며 해당 기간 내에 발급받지 못했다면 선적일로부터 1년 이내에 발급을 신청하여 “소급 발급” 문구가 기재되어야 함

표 3.8 한-중 FTA 원산지 증명서 발급방법

구분	내용	비고
발급기관	-관세청 -대한상공회의소	한-중 FTA는 기관발급 대상임

필요서류	-수출신고필증 -인보이스 -패킹리스트 -원산지판정 증빙자료 -C/O 발급 신청서	수출기업이 인증수출자에 해당하는 경우 원산지 판정 증빙자료는 생략될 수 있음
기간	1일 - 3일	판정 증빙자료가 부족하거나 기타 사유로 연장될 수 있음
신청방법	전자 신청	UNIPASS 또는 상공회의소 홈페이지에서 C/O 접수 가능

5) 검역 정보[28]

□ 식품 통관절차

① 검역신고

o 화물 도착 후 CIQ에 검역신고 진행, 선적서류, 제품 관련 기본 서류심사가 진행되며, 통상 전문 검역대행업체(통관업체)에 위탁하여 진행

o 필요에 따라 실물 검사를 실시하며 합격의 경우 “위생 증명서” 를 발행하고, 불합격의 경우 “검사검역처리통지서” 를 발행함

표 3.9 진행 절차

진행순서	비고
CIQ 신고	시스템 신고 및 수리
서류심사	기본선적서류, 제품관련 서류 심사
증명 발급	CIQ 시스템 신고 및 심사 통과 후 해관 신고 가능

② 해관 신고 및 관세 납부

o CIQ 검역신고 수리 및 통과 후 해관에 화물 신고

- 1단계 검역신고 불합격(선적서류 오류, 제품서류 누락, 성분심의 불합격 등)일 경우 해관 신고가 불가능하므로 유의해야 함

28) 자료: TradeNAVI (http://www.tradenavi.or.kr/CmsWeb/viewPage.req?idx=PG0000001821&natnCd=CN)

표 3.10 진행 절차

진행순서	비고
해관 신고	CIQ 신고 및 통과 후 해관 신고 (통상 통관대행업체에 위탁)
관세/증치세 납부	신고가격에 따른 관세/증치세 납부
실물검역	서류상 신고 내용과 실물 일치 여부 검역 (검역률은 기업의 신용도에 따라 다름)
통관	보관단(保關單)[29] 발급: 관세 납입 및 해관 통관 완료 후 발급
검역창고 이동	CIQ 지정 검역창고 이동
품목/가격 사후심사	HS CODE, 신고가격 적합성 심사

o 품목/가격 사후심사

- 해관에서는 통관 과정에서 품목과 가격을 심사하지 않고 우선 통관 완료 후 심사 진행하여 실제 내용과 다를 경우, 행정 처벌 대상이 될 수 있으므로 유의해야 함

③ CIQ 검역

o 해관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨 검역 및 실험실 검역 진행. 최초 실험실 검역은 국가표준에서 정한 항목 및 부정기 리스크 검사 항목에 따라 진행되며, 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임

o 실험실 검역이 없을 경우 라벨 검사 후 이상이 없으면 위생증 발급, 출고 및 판매 가능함

표 3.11 CIQ 검역 항목

구분	내용	비고
라벨 검역	라벨 기재 내용 확인	인쇄상태, 글자크기, 부착위치 등
실험실 검역	대장균군, 균락총수, 중금속, 농약 잔류량, 식품첨가제 등	중국 식품안전 국가표준에 따라 진행(1장 참조)

④ 입경화물검험검역증명(위생증) 발급 및 출고

o 실험실 검역은 무작위로 진행되며 실험실 검역이나 라벨 검역 후 전 항목 합격일 경우 CIQ에서 입경화물검험검역증명(이하 위생증) 발급이 진행되며, 위생증이 있을

29) 중국 해관 수입화물 보관단

경우 검역창고에서 출고 가능함. 위생증은 판매처에 제공해야 하는 필수 서류임

⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

o 관세는 중화인민공화국세법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부과. 관세는 현장 또는 전자납부 형태로 지급이 가능하며, 납부 기한은 해관 서류 심사 후 납부고지서를 발급한 날로부터 15일 이내임

o 수입신고 및 검역절차가 마무리되면 관세를 납부한 뒤 중국 보세구역에서 판매를 위해 반출 가능함

2. 인증정보

□ 중국의 식품 관련 인증대상은 일반식품, 보건식품, 영유아식품, 특수의학용도 조제식품 등 크게 4가지로 나눌 수 있으며 각 소분류별로 인증 요구 내용이 서로 다름

o 서류 등에 중문 표시가 미비하거나 구두점 등이 틀리면 통관이 거부되는 등의 문제가 발생하고 있어, 수출 제품이 취득 해야 할 필수 인증을 파악함과 동시에, 서류를 준비함에 있어 현지 수입상 및 통관 대행업체의 자문을 구하는 등의 준비가 필요

□ 상품품질 및 안전성 검사(CIQ)[30] (필수)

o 중국으로 가공식품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가표준에 부합해야 함. 이때, 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함

o 검험검역총국의 심사 후 수입식품 위생 허가증이 발부되며, 해당 허가증이 위생 증명서와 동일하게 사용됨

o 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음

인증명	상품 품질 및 안전성 검사	
발행기관	중국 출입경검험검역국	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	제품 가치에 따라 다름	
소요기간	1 -1.5개월	
갱신시간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용처리 > 검험검역 진행(미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함) > CIQ 검사증명서 발급	

자료 : 국가질량감독검험검역총국(samr.aqsiq.gov.cn)

30) CIQ: China Entry-Exit Inspection and Quarantine

□ SC 인증(권장)

o 중국은 2015년 10월 1일부터 QS(전국 공업제품 생산허가증)인증을 SC(식품생산허가증)인증제도로 대체하면서, '식품생산허가증'을 갱신함

- 이로 인해 2018년 10월 1일 이후로는 신규 식품생산 허가 취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS마크를 표시할 수 없음

o 중국 현지에서 생산되는 제품에만 부여되기 때문에 수입식품은 따로 허가를 받을 필요 없음

□ SC 인증정보 상세내용

生产许可	
인증/검사명	SC 인증(食品生産許可证)
표기방법	SC101 430104 05015 ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ 1. SC: "생산"을 한어 병음으로 축약 표기 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, 영업증 사본, 식품 생산 가공 장소 및 주변환경 평면도, 기능 구간 구성평면도, 공예 설비 배치도 및 식품생산

	공예절차흐름도, 식품생산주요설비 및 시설명단, 수입검역기록, 생산과정통제, 출하검사기록, 식품안전검사, 종업원건강관리, 불안전식품회수, 식품안전사고처리 등 보장식품안전 규정제도 등
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: 식품생산허가관리법 국가식품약품관리총국령 제16호

□ 기타 주요 가공식품 인증정보

중국 유기농 인증	**인증마크**	
	발행기관	국가인증인가 감독관리 위원회
	성격	선택
	내용	• 유기농제품 품질 향상, 유기농제품 인증관리 강화 및 환경보호 및 지속 가능한 발전 추진 등을 목적으로 2001년 4월 인증제도 제정

		• 가공 식품은 원료(물·염화나트륨 제외) 중 95% 이상이 유기농식품 인증을 받아야 함 • 가공식품 기준 유기농식품 인증 소요기간은 약 1년 반~2년 • 유기농 식품 인증 소요 비용은 약 8백만 원 이상이나 원료의 종류·지배지 면적·생산량 등에 따라 소요 비용이 상이 • 중국에서 유기농식품 인증을 받은 한국 제품은 단 9개(2016년 기준)

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

o 중국 '포장식품 라벨통칙(预包装食品标签通则) GB 7718-2011'

- 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장식품 라벨 총칙인 GB 7718-2011의 규정을 준수해야 함. 수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함. 라벨은 반드시 중문 간체자로 기록되어야 하며, 외국어 병기도 가능하지만 중문과의 상응 관계가 있어야 함
- 제품의 라벨은 소비자를 혼동시킬 우려가 있는 단어를 금지하고 있으며, 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함
- 중국 식품 라벨링 금지사항
  - 질병 예방 또는 치료 기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
  - 건강기능식품이 아님에도 건강기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
  - 첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용
  - 문자 또는 도안이 민족 습관을 존중하지 않고 차별하는 내용

□ 라벨링 심의 제출서류

o 심의기간: 접수기관[31](10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)

o 심의비용: 식품 종류당 약 300위안

수입 식품라벨 심의 신청서	생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)
식품라벨의 설명 및 사용증명자료	컬러 프린트한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료	식품견본
식품생산공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법	수출국의 식품라벨에 관한 규정
안전성 여부의 평가자료	기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
작용효능성분, 상관 증명자료 및 검험방법	

31) 중국 식품허가 및 관리 감독기관과 관련하여 국무원 산하의 국가수출입검험검역국(CIQ)에서 식품 수입상 등기관리, 통관검역검사, 식품라벨심의 및 품질검사를 담당

□ 중국 포장식품 라벨링 필수 표기사항

표 3.12 중국 음료베이스 제품 라벨 의무 표기사항 상세

번호	항목	설명
1	제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
2	원재료명	- 식품첨가제를 비롯하여 제품에 포함된 모든 성분을 중량 기준으로 배열
3	내용량	- 공식적인 측정 단위를 사용하여 표기 - 액체일 경우 ml, 고체일 경우 g 또는 kg으로 표시
4	제조업자 및 유통업자 정보	- 수입 포장식품의 경우 원산지명과 중국에 등록된 수입자 또는 유통업자의 정보를 기재
5	제조일자 및 유통기한	- 연, 월, 일 순으로 기재 - 포장용기 위 지정된 공간에 표기 - 유통기한에 영향을 줄 수 있는 특수한 보관방법이 필요한 경우 해당 방법도 함께 기재
6	품질등급	- 제품에 해당하는 품질 등급 표시
7	방사능 처리 여부	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기
8	유전자 변형 여부	- 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 판매 중인 중국 음료베이스 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
- 제품명 - 성분 - 식품첨가물 - 유통기한 - 보관방법 - 제조일자 - 제조업자 - 원산지 - 영양성분표	

자료: 중국 현지조사원

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 규정 관련 국가표준(법률)

o 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 <식품안전국가표준(食品安全国家标准)>에 부합해야 함[32]

o (식품 첨가물)중국 음료베이스 제품의 식품 첨가물은 '식품첨가물 사용표준(食品添加剂使用标准) GB 2760-2014'를 준수해야 함

- 또한, '식품안전 국가표준 음료(食品安全国家标准 饮料) GB 7101-2015'에 의거하면 식품첨가제 및 영양강화제의 사용은 마땅히 GB 2760 및 GB 14880의 규정에 따라야 함

o (유해물질)또한, 음료베이스 제품의 유해물질은 GB 2761-2017, GB 2762-2017, GB 29921-2013, GB 10769-2010 등의 규정에 따라야 함

표 3.13 음료베이스 제품 위생요건 관련 국가표준(법률) 목록

No.	GB명칭	관련 위생요건
1	GB 2760-2014<<食品安全国家标准 食品添加剂使用标准(식품안전국가표준 식품첨가제 사용표준)>>	식품첨가물
2	GB 2761-2017<<食品中真菌毒素限量(식품 중 곰팡이 독소 관련 제한치 규정)>>	유해물질(곰팡이 독소)
3	GB 2762-2017<<食品中污染物限量(식품 중 오염물질 관련 제한치 규정)>>	유해물질(오염물질)
4	GB 29921-2013<<食品中致病菌限量(식품 중 병원균 제한치 규정)>>	유해물질(병원균)
5	GB 7101-2015<<食品安全国家标准 饮料(식품안전국가표준 음료)>>	유해물질(오염물질, 곰팡이 독소, 미생물, 식품첨가제 및 영양강화제 등)

자료: 연구자 정리

32) 국가표준은 중국 위생부 홈페이지에서 다운로드가 가능하며, 제품의 성분, 형태에 따라 적용되는 표준이 다르며, 국가표준은 매해마다 새로 업데이트될 수 있으니 수출 시 최신표준을 확인해야 함

□ 음료베이스 제품 식품첨가물 규제

o 식품안전국가표준(GB 2760-2014)은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음

o 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항이 변동될 것을 사전에 인지해 지속적인 모니터링을 해야 함

o 한편, 중국 '식품첨가물사용 위생표준'에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함

o 첨가물 규정 GB 2760-2014 부록 E의 식품유형목록에 따라 음료베이스 제품을 분류한다면 해당 제품은 상위번호 14.0(음료류)내 14.02(과채주스 및 관련음료) 및 14.02.01(과채주스(즙)), 14.02.02(농축 과채주스(즙)), 14.02.03(과채주스(즙)류 음료)로 분류될 수 있어서 해당 카테고리에 대해 규제하고 있는 식품첨가물과 최대허용함량을 조사함

- 중국으로 음료베이스 제품 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물에는 100여 가지가 있음. 자세한 물질명과 허용치는 뒤의 부록을 참고

표 3.14 음료베이스 제품 식품유형 구분표[33)]

식품유형 분류번호	중국 식품유형(원문)	중국 식품유형(국문)
14.0	饮料类	음료류
14.02	果蔬汁类及其饮料	과채주스 및 관련음료
14.02.01	果蔬汁(浆)	과채주스(즙)
14.02.02	浓缩果蔬汁(浆)	농축 과채주스(즙)
14.02.03	果蔬汁(浆)类饮料	과채주스(즙)류 음료

자료: 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사-중국편(2017)

□ 음료베이스 제품 유해물질 잔류허용기준

o 식품 중 곰팡이 독소 관련 제한치 규정(GB 2761-2017)에 따르면 음료베이스 제품의 경우 제한하는 품목과 기준은 다음과 같음

33) 식품유형의 정의는 중국식품안전국가표준(GB2760-2014)의 356-381페이지에서 확인가능

품목	식품유형	제한기준(mg/kg)	검사방법
파툴린(Patulin)	**음료류**[34] - 과채주스 및 관련 음료	50	GB/T 5009.185 규정의 방법에 따라 측정한다

o 식품 중 오염물질 관련 제한치 규정(GB2762-2017)에 따르면 음료베이스 제품의 경우 제한하는 품목과 기준은 다음과 같음

- 납(Pb): 0.01~0.5mg/L, 1.0mg/kg

품목	식품유형	제한기준(mg/kg)
납(Pb)	음료류 (포장 식수, 과채주스 및 관련 음료, 우유 함유 음료, 고체 음료 제외)	0.3 mg/L
	-포장 식수	0.01 mg/L
	-과채주스 및 관련 음료 「농축 과채주스(즙) 제외], 우유 함유 음료 농축	0.05 mg/L
	-과채주스(즙)	0.5 mg/L
	-고체 음료	1.0

o 식품 병원균 규정(GB 29921-2013)에서는 육제품, 수산물제품, 즉석섭취 알제품, 곡물류 제품, 즉석섭취 대두제품, 초콜릿 및 코코아제품, 즉석섭취 과일 채소 식품(소스에 절인 채소류), 음료수, 냉동 음료, 즉석섭취 조미식품 및 견과 및 씨앗류 제품 등의 식품 유형에 대해서만 병원균 제한규정을 두고 있음

- 음료베이스 제품이 포함되는 음료수 제품과 관련된 병원균 제한규정은 다음과 같음

품목	식품유형	샘플규칙 및 제한(지정하지 않으면 모두 /25g 또는 /25mL 의미)				검사법	비고
		n	c	m	M		
Salmonella	음료수 (포장식수, 탄산음료 제외)	5	0	0	-	GB 4789.4	-
Staphylococcus aureus		5	1	100 CFU/g(mL)	1000CFU/g(mL)	GB 4789.10 제2법	

34) 사과, 산사를 원료로 만들어진 제품에 한함

o 식품안전 국가표준 음료 규정(GB 7101-2015)에 따르면 음료베이스 제품의 농약 잔류량 허용치는 마땅히 GB 2763의 규정에 부합해야 함

o 음료 베이스의 미생물 제한치는 식품안전 국가표준 음료(GB 7101-2015)에서 규정하며 다음의 제한치를 준수해야 함

- 상업적으로 무균생산한 제품은 마땅히 상업 무균 요구에 부합해야 하며, GB 4789.26 규정의 방법에 따라 검험함
- 비 상업적으로 무균 생산한 제품의 미생물 제한치는 마땅히 다음 표의 규정에 따라야 함

항목	표본 추출 방법a. 및 제한치				측정방법
	n	c	m	M	
균락총수b./(CFU/g 혹은 CFU/mL)	5	2	$10^2(10^3)$	10^4 (5×10^4)	GB 4789.2
대장균군/(CFU/g 혹은 CFU/mL)	5	2	1(10)	10(10^2)	GB 4789.3 Plate counting method
곰팡이/(CFU/g 혹은 CFU/mL) ≤	20(50)				GB 4789.15
효모/(CFU/g 혹은 CFU/mL) ≤	20				GB 4789.15
주: 괄호 안의 제한치는 단지 고체음료에만 적용하며, 밀크티, 두유 가루, 코코아 고체음료의 균락총수의 m=10^4 CFU/g					
a. 샘플의 표본 추출 및 처리 방법은 GB 4789.1 및 GB/T 4789.21에 따라 집행 b. 살아있는 균 (살균하지 않은) 형태를 사용하는 유산균 음료의 경우 해당사항 없음 c. 고체음료에 사용하는 경우 해당사항 없음					

- 샘플링 방법은 2급과 3급 추출법으로 나뉘며, 2급 샘플링 방법은 각각 n, c, m값, 3급 샘플링 방안은 각각 n, c, m그리고 M값으로 설정.

n: 동일 로트로 샘플링 한 시료의 수량

c: m의 제한수치 초과 허용 시료의 수

m: 미생물 지표의 허용 값(3급 추출법)이나 최대 안전 제한 값(2급 추출법)

M: 미생물 지표의 최대안전 제한 값

주:

- 2급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, ≤ c개의 샘플의 미생물 지

표 검사 값이 m보다 커도 허용됨
- 3급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, 모든 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m보다 작거나 같아도 되며, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m값과 M값 사이에 있어도 허용됨. 하지만 M값보다 커서는 안 됨
- 예를 들어, n=5, c=2, m=100CFU/g, M=1000CFU/g일 경우, 제품에서 5개의 샘플을 뽑아, 이들 샘플의 검사결과가 m값보다 작거나 같으면(≤100CFU/g) 허용되고, ≤ 2개의 샘플의 결과가 m값과 M값 사이(100CFU/g<X≤1000CFU/g)일 경우에도 허용됨. 하지만 3개 이상 샘플의 결과치가 m과 M값 사이면 허용되지 않으며, 검사결과가 M값(>1000CFU/g)보다 크면 안 됨

※ 참고사항

o 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용[35)]

- 기존에 식용 균류 및 조류 가공품에 사용하는 방부제인 니신에 대한 규정이 없었음
- 2018년 2월 13일 이후 니신을 첨가할 경우, 빵류는 0.3 g/kg, 식용 균류 및 조류 가공품을 비롯한 기타 농산물 가공품은 0.5 g/kg의 기준치를 적용
- 해당 식품첨가물은 미생물 생장 억제 등의 목적으로 사용됨
- 한국에서는 가공치즈 이외에 사용이 금지되어 있으나, 중국에서는 그 외 식품유형에도 사용기준을 설정하였으므로 수출 시 유의해야 함

35) 식품산업, fructooligsacchride(β-fructooligsacchride라고도 함) 및 식품 첨가물 모노 및 디 글리세린 지방산 에스테르 등 7가지 새로운 종류의 효소 제제의 사용 범위 확대에 관한 공고(2018년 제2호)[關于食品工業用酶制劑新品种果糖基轉移酶（又名β-果糖基轉移酶）和食品添加劑單，双甘油脂肪酸酯等7种擴大使用范圍的公告（2018年第2号)]

Ⅳ. 경쟁 제품

1. 경쟁제품 선정

2. 경쟁제품 분석

1. 경쟁제품 선정

□ (오프라인) 중국의 음료베이스 시장의 경우 업체의 의뢰에 따라 B2B채널 대상인 중국 현지의 B2B 식자재마트(도매시장), 대형마트, B2C채널 대상인 글로벌 하이퍼마켓 등의 유통채널을 전반적으로 현지조사를 진행

o B2B채널의 경우, 도매시장, METRO 등을 방문하였으며, B2C채널의 경우, 까르푸 등을 방문

o 상술한 유통채널별로 주요 매장을 방문하여 매대에 가장 많이 진열되어 있는 인기 제품 및 유통채널 담당자의 인터뷰 내용을 토대로 현지에서 판매되고 있는 제품을 조사함

□ (온라인) 중국의 주요 B2B 전문 온라인 쇼핑몰인 알리바바 1688에서 판매 중인 음료베이스 제품을 조사

o 2016년 온라인 B2B 플랫폼 시장 점유율 1위는 알리바바(43%), 2위는 후이충왕(7.5%), 3위는 환치우즈위엔(4.1%)임

o 알리바바 사이트에서 거래량이 많은 순으로 제품을 선별하여 경쟁제품을 선정

표 4.1 2017년 중국의 온라인 B2B 플랫폼 시장 점유율

(단위: %)

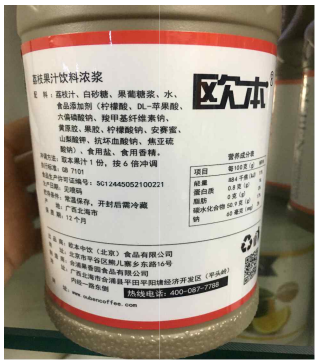
자료: 중국 전자상거래 연구센터(中国电子商务研究中心)

□ 분석기준 및 지표설정

o 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 원산지, 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

2. 경쟁제품 분석

표 4.2 중국의 음료베이스 오프라인 제품 현황[36)]

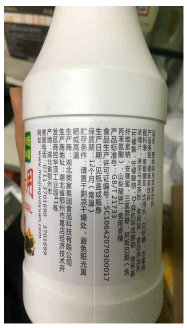
구분		제품 #1
이미지	제품 이미지	 <앞면>  <뒷면 라벨> <진열대>
제품스펙	제품명	오번 과즙음료 농축액(ouben 果汁飲料濃漿)
	제조사	오번 중인(베이징)식품유한공사(歐本中飲 (北京) 食品有限公)
	포장 용기	플라스틱 용기 패킹
	성분	백설탕, 과일시럽, 물, 식품첨가제, 식용염, 식용향료, 리치즙
	맛	리치, 키위, 오렌지, 망고, 레몬, 산사매실, 사탕수수 등
	중량	1.2kg
	제품가격	① 도매시장 가격: 34.5위안(약 5.600원[37)])/1병 ※단, 1박스(6병) 이상 구매 조건
		② 1688 가격: 72.00위안(약 11,600원) (1병) 70.00위안(약 11,300원) (2-5병) 68.00위안(약 11,000원) (≥6병)
		③ ouben 공식홈페이지 가격: 핫라인 문의
	유통기한	12개월
	인증	(생산허가)SC12445052100221
	음용/제조	1:5 비율로 혼합 음용, 기타 나이차·케이크 등과 배합 제조

36) 도매시장에서 판매중인 음료베이스 제품으로 내용을 구성(2018년 11월 기준)

구분		제품 #2
이미지	제품 이미지	 <앞면> <뒷면 라벨> <진열대>
제품스펙	제품명	메이지아 구어위엔 과즙음료 농축액-복숭아맛과즙함량≥30% (美家果園 果汁飲料濃漿)-(水蜜桃味)
	제조사	메이지아 구어위엔 식음료 관리 유한공사(美家果園餐飲管理有限公司)
	포장 용기	플라스틱 용기 패킹
	성분	과일시럽, 백설탕, 음용수, 식품첨가제, 식용염, 복숭아즙
	맛	오렌지, 딸기, 레몬, 금귤레몬, 파인애플, 하미과, 블루베리, 금귤, 리치, 키위, 사과, 수박, 자몽, 포도, 배, 블랙커런트 등
	중량	2kg
	제품가격	① 도매시장 가격: 비공개
		② 1688 가격: 42위안(약 6,800원)/1병
		③ 메이지아 구어위엔 공식홈페이지 가격: 핫라인 문의
	유통기한	12개월
	인증	(생산허가)SC10642070300017
	음용/제조	1:9의 비율로 희석하여 음용

37) 1 RMB = 162.01 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.11.07. 검색)

구분		제품 #3
이미지	제품 이미지	 <앞면> <뒷면 라벨> <진열대>
제품스펙	제품명	메이지아 구어위엔 체리 크랜베리 과육을 함유한 음료 농축액 과즙함량≥50%(과육)(美家果園 櫻桃 蔓越莓 含果肉飲料濃漿)
	제조사	메이지아 구어위엔 식음료 관리 유한공사(美家果園 餐飲管理有限公司)
	포장 용기	플라스틱 용기 패킹
	성분	과일시럽, 백설탕, 음용수, 크렌베리과육, 크렌베리농축즙, 사과농축즙, 식용염, 식품첨가제, 체리농축즙
	맛	딸기, 레몬, 복숭아, 파인애플, 자몽 등
	중량	1.1kg
	제품가격	① 도매시장 가격: 비공개
		② 1688: 37위안(약 5,900원) /1병
		③ 메이지아구어위엔 공식홈페이지 가격: 핫라인 문의
	유통기한	12개월
	인증	-
	음용/제조	1:9의 비율로 희석하여 음용

구분		제품 #4
이미지	제품 이미지	  <앞면> <뒷면 라벨> <진열대>
제품스펙	제품명	메이지아 구어위엔 과일차 전용제품-복숭아맛 우롱차 농축액(美家果園 水果茶專用)
	제조사	메이지아 구어위엔 식음료 관리 유한공사(美家果園餐飲管理有限公司)
	포장 용기	플라스틱 용기 패킹
	성분	과일시럽, 음용수, 백설탕, 식용염, 식품첨가제, 식용향료, 우롱차분말, *복숭아농축즙
	맛	구전우롱, 4계절 봄차, 레몬홍차, 복숭아우롱차, 자스민차 등
	중량	1.05kg
	제품가격	① 도매시장 가격: 비공개
		② 1688 가격: 45위안(약 7,290원) /1병
		③ 메이지아 구어위엔 공식홈페이지 가격: 핫라인 문의
	유통기한	12개월
	인증	-
	음용/제조	-

구분		제품 #5
이미지	제품 이미지	 <앞면> <뒷면 라벨> <진열대>
제품스펙	제품명	위엔다오 과일 배합 농축액(元道果調元漿)
	제조사	우한 성실식품 유한공사(武漢 聚誠信食品 有限公司)
	포장 용기	플라스틱 용기 패킹
	성분	과일시럽, 물, 백설탕, 식용염, 식품첨가제, 식용향료, *자몽농축즙, 유자과육 (*기타 맛별 종류: 라임/금귤/크랜베리/금귤레몬 등)
	맛	라임, 금귤, 크렌베리, 금귤레몬 등 10여 개의 다양한 맛
	중량	1L
	제품가격	도매시장 가격: 비공개
	유통기한	12개월
	인증	SC10642070300017
	음용/제조	1:5의 비율로 희석하여 음용

구분		제품 #6
이미지	제품 이미지	 <앞면> <뒷면 라벨> <진열대>
제품스펙	제품명	위엔다오 빙고 농축액(元道賓果)
	제조사	우한 성실식품 유한공사(武漢 聚誠信食品 有限公司)
	포장 용기	플라스틱 용기 패킹
	성분	과일시럽, 물, 백설탕, 식품첨가제, *딸기원액
	맛	리치, 오렌지, 하미과, 망고, 블루베리, 오렌지, 키위, 포도, 배, 사과 등 다양한 맛
	중량	1.9L
	제품가격	도매시장 가격: 비공개
	유통기한	12개월
	인증	-
	음용/제조	1:9의 비율로 희석하여 음용

자료: 중국 현지조사원의 조사내용에 의거하여 작성

표 4.3 중국의 음료베이스 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품이미지	제품 이미지		
제품스펙	원산지	중국 광둥성	중국 산둥성
	제품명	파인애플 과일농축액-과육과즙(鳳梨果漿-果肉果汁)	과육과즙 농축액(果肉原漿果汁濃漿)
	브랜드	시엔시앙시간(鮮享時光)	(嘉南眞果)
	제조사	지난전구어 식품유한공사(濟南眞果食品有限公司)	지난전구어 식품유한공사 (濟南眞果食品有限公司)
	음용방법		
	유통기한	12개월	12개월
	제품가격	권장소비자 가격: 50위안 (약 8,100원)	권장소비자 가격: 40위안(약 6,480원)
	중량	1L	1.2L
	성분	과일시럽, 식품첨가제 등	과육, 백설탕 등
	사용처	커피숍, 술집, 식당, 밀크티점, 가정에서 DIY용도	술집, 디저트점, 훠거점, 뷔페, 음료점 등
	맛	파인애플, 패션푸르트, 포도, 라즈베리, 레몬, 복숭아, 망고, 오렌지 등등	딸기, 레몬, 자몽, 배, 망고, 오렌지, 파인애플, 복숭아, 블루베리, 금귤레몬 등

구분		제품 #3	제품 #4
제품이미지	제품 이미지		
제품스펙	원산지	중국 산둥성	중국 헤이룽지앙
	제품명	지아난전구어(嘉南眞果)	블루베리 농축액(藍莓濃縮汁)
	브랜드	전구어농축과즙(眞果濃縮果汁)	화칭지엔(花青健)
	제조사	산둥 지난 전구어 식품 유한공사(山東濟南眞果食品有限公司)	헤이룽지앙 진란바오 생태 농업 발전유한공사(黑龍江金藍宝 生態 農業發展有限公司)
	음용방법	6-8 배의 비율로 희석하여 음용	비율에 맞게 물에 희석하여 음용
	유통기한	12개월	12개월
	제품가격	1-11 병: 22.8 위안(약 3,690 원) 12-35 병: 22.3 위안(약 3,610 원) 36 병 이상: 21.38 위안(약 3,460 원)	1 병이상 구매시: 96 위안(약 15,500 원) 권장소비자가격: 150 위안(약 24,300 원)
	중량	2.2L/통	약 1L
	성분	과당시럽, 백설탕, 식품첨가제(구연산, 크산탄, potassium sorbate 등)	블루베리, 과당 등
	사용처	밀크티 전문점, 햄버거 전문점, 커피숍 등	-
	맛	파인애플, 망고, 딸기, 하미과, 블루베리, 오렌지, 포도, 청사과, 수밀도 맛 등	

구분		제품 #5	제품 #6
제품이미지	제품 이미지		
제품스펙	원산지	중국 광둥성	중국 후베이
	제품명	자몽 과일 농축액(紅西柚果漿)	타먹는 과실 농축액(果調元漿)
	브랜드	커커장시앙(可可藏香)	위엔다오(元道)
	제조사	-	우한 성실식품 유한공사(武漢聚讀 誠信 食品有限公司)
	음용방법	본 제품을 1(농축액): 6(물)의 비율로 희석하여 음용, 과즙음료 혹은 밀크티, 밀크셰이크에 배합하여 마시거나 케이크에 섞어서 사용	물에 희석하여 음용
	유통기한	12개월	12개월
	제품가격	1-11 병 구매시: 86 위안(약 13,900 원) 12-59 병 구매시: 75 위안(약 12,100 원) 60 병 이상 구매시: 68 위안(약 11,000 원) 권장 소비자 가격: 86 위안(약 13,900 원)	2 병 이상 구매시: 45 위안(약 7,290 원) 권장 소비자 가격: 45 위안(약 7,290 원)
	중량	1L	1L
	성분	-	-
	사용처	-	-
	맛	금귤레몬, 블루베리, 바나나, 망고, 오렌지, 청사과, 딸기, 키위, 장미, 알로에, 패션푸르트, 박하, 구아바, 레몬 등	망고, 동과차(Winter Melon), 애플라즈베리, 리치, 파인애플, 키위, 패션푸르트, 딸기, 깔라만시 등

구분		제품 #7
제품이미지	제품 이미지	
제품스펙	원산지	중국 광둥성
	제품명	농축과즙(濃縮果汁)
	브랜드	구다오샤오주앙(谷稻小庄)
	제조사	광저우 룬즈메이 식품음료 유한공사 (广州 潤之美 食品飲料有限公司)
	음용방법	1:8-12 의 비율로 물에 희석하여 음용하거나, 음료 혹은 밀크셰이크와 배합하여 음용하거나, 디저트의 원료로 사용
	유통기한	12개월
	제품가격	1-7 병 구매시: 38 위안(약 6,150 원) 8-15 병 구매시: 37 위안(약 5,990 원) 16 병 이상 구매시: 36 위안(약 5,830 원) 권장 소비자가격: 38 위안(약 6,150 원)
	중량	2.2L
	성분	과당시럽, 물, 백설탕, 농축과즙
	사용처	밀크티 숍, 디저트 가게, 베이커리, 식당 및 가정 등
	맛	오렌지, 포도, 블루베리, 레몬, 망고, 금귤레몬, 딸기, 수밀도, 자몽, 하미과, 구아바, 수박, 청사과, 파인애플, 패션푸르트 등 19 가지 종류의 맛

자료: 알리바바 1688 거래량 순위 기준으로 종합하여 연구자 정리

Ⅴ. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

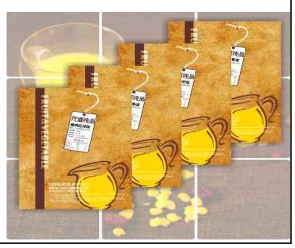
□ 선정기준

o 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 중국 현지 B2B 전문 도매시장에서 잘 팔리는 인기 제품 및 온라인 채널에서 거래량 상위 제품의 제조사를 중심으로 조사

2. 경쟁사 분석

□ 주요 경쟁사 기업정보

<table>
<tr><td>欧本®</td><td colspan="4">- 2002년에 설립된 커피 및 음료베이스 관련 전문 공급업체</td></tr>
<tr><td rowspan="6">기업개요</td><td>기업명</td><td>오번중인(베이징)식품유한공사</td><td>설립년도</td><td>2002년</td></tr>
<tr><td>기업형태</td><td>커피·음료베이스 제조 기업</td><td>이메일</td><td>ob@oubencoffee.com</td></tr>
<tr><td>전화번호</td><td>010-64982599</td><td>팩스번호</td><td>010-64920856</td></tr>
<tr><td>국가</td><td>중국</td><td>주소</td><td>北京市朝陽區草場地319-2藝術東區A區</td></tr>
<tr><td>취급품목</td><td>커피 및 음료베이스 제품</td><td>홈페이지</td><td>www.oubencoffee.com</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>협력 업체</td><td colspan="4">HaiDiLaoHuoGuo 海底捞火锅 / Holiland 好利来 / 味多美 Wedomè / 宏狀元 / Green Tea 綠茶 / 青年餐厅 YOUTH RESTAURANT / 湘尚湘 / 俏江南 SOUTH BEAUTY</td></tr>
<tr><td>제품</td><td colspan="4"> </td></tr>
</table>

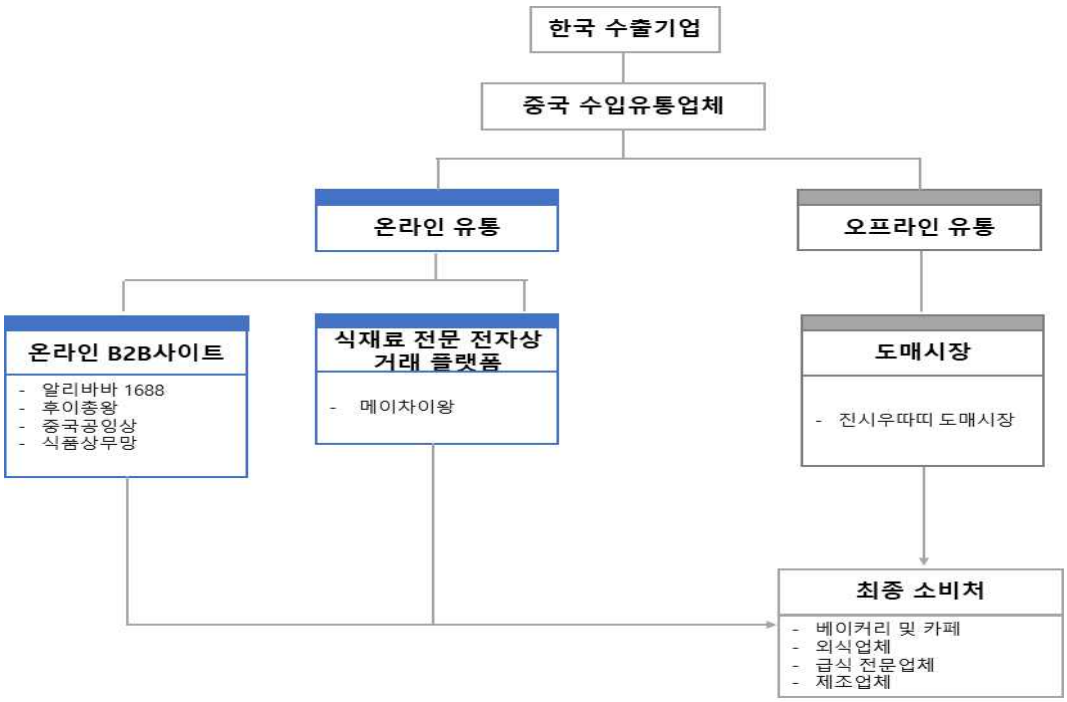
<table>
<tr><td></td><td colspan="4">- 메이지아 구어위엔(美家果園) 식품과기유한공사는 우한(武漢)시 국가급 공업단지에 위치
- 과즙함량 ≥30%, 과즙함량 ≥50%의 음료 농축원액, 잼 등의 연구개발과 판매를 주력하는 기업</td></tr>
<tr><td rowspan="6">기업개요</td><td>기업명</td><td>메이지아 과수원 식사 음료 관리 유한공사</td><td>설립년도</td><td>-</td></tr>
<tr><td>기업형태</td><td>음료베이스 연구개발 및 판매</td><td>이메일</td><td>2756824108@qq.com</td></tr>
<tr><td>전화번호</td><td>0711-3701699</td><td>팩스번호</td><td>0711-3701690</td></tr>
<tr><td>국가</td><td>중국</td><td>주소</td><td>武漢市葛店開發區華頂工業園</td></tr>
<tr><td>취급품목</td><td>과실음료 농축원액</td><td>홈페이지</td><td>www.meijiaguoyuan.com</td></tr>
<tr><td>제품</td><td colspan="4"> </td></tr>
<tr><td></td><td colspan="4">- 오곡음료(五谷妙飲), 설탕 및 꿀벌 음료(糖巢蜜飲), 위엔다오 과실 음료 베이스(元道果汁), 예즈시앙(叶之香) 등을 전문으로 생산하는 식품 브랜드</td></tr>
<tr><td rowspan="5">기업개요</td><td>기업명</td><td>우한 성실 식품 유한공사</td><td>설립년도</td><td>-</td></tr>
<tr><td>기업형태</td><td>잡곡 및 식품 전문 생산업체</td><td>이메일</td><td>jcx_food@163.com</td></tr>
<tr><td>전화번호</td><td>027-82308116/ 027-82308115</td><td>팩스번호</td><td>-</td></tr>
<tr><td>국가</td><td>중국</td><td>주소</td><td>武漢市江岸區堤角十大家工業園</td></tr>
<tr><td>취급품목</td><td>오곡 잡곡 즙, 잡곡 음료 등</td><td>홈페이지</td><td>www.jcx-food.com</td></tr>
<tr><td>제품</td><td colspan="4">  </td></tr>
</table>

Ⅵ. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

표 6.1 중국의 음료베이스 제품 유통채널



자료: 연구자 작성

1) 오프라인 유통채널

□ 중국의 주요 소매점 유통채널 현황을 살펴보면 하이퍼마켓, 슈퍼마켓의 비중이 높음

o 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

- USDA 2017년 중국 GAIN Report에 따르면 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중은 전체 유통채널 매출액의 약 30%를 차지함

o 월마트, 까르푸, 메트로와 같은 외국 유통 체인은 국내 선도 유통 체인인 뱅가드, 용후이 마트와 치열하게 경쟁 중

- 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

o 현지 조사를 위해 방문한 B2C 대형 유통채널인 까르푸와 메트로에서는 모두 음료베이스 제품을 판매하고 있지 않았음

- 한편, 현지조사원에 의하면 음료베이스 제품은 주로 도매시장 혹은 온라인 채널을 통해 유통되고 있는 것으로 조사됨

표 6.2 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만명, 10억 달러)

채널	매장 수	종업원 수	매출액
하이퍼마켓	8,452	53.5	77
슈퍼마켓	33,372	42	46
백화점	4,987	26.3	58
편의점	18,588	8.4	6
창고형 도매점	97	1.2	4
전문점	118,601	90.0	308
할인점	540	0.2	0.45
프랜차이즈	32,413	17.6	30

자료: 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.

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: 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.

2) 온라인 유통채널

□ B2B채널을 공략해야 중국 내수시장 진출이 용이

o 중국 내 B2B 전자상거래 시장 규모는 2013년의 3.4조 위안에서 2017년에는 9.8조 위안으로 급증한 것으로 추정되며(연평균 약 30.3% 증가) 2018년에는 그 규모가 11.2조 위안에 달할 것으로 예상됨

o 2015년 기준 중국 내수 B2B 거래액은 자국 내 전체 전자상거래 시장 중에서 약 71.7%를 점유함

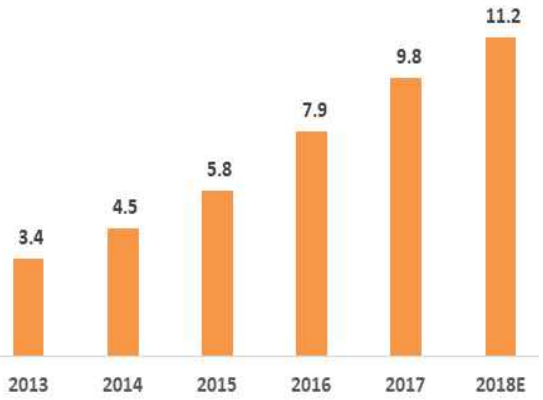
- 중국의 B2C(기업과 소비자 간의 거래) 및 C2C(소비자 간의 거래)시장의 합산 점유율은 약 23.6%로, 중국 내 전자상거래 시장은 기업 간 거래가 주도하고 있는 것으로 분석됨

o 현지조사원의 대형 하이퍼마켓 및 회원제 창고형 매장 인터뷰 결과를 종합해 보면, 음료베이스 B2B 제품은 주로 온라인 채널을 통해 구매하는 비중이 높았으며, 오프라인에서는 도매시장이 주요 유통채널인 것으로 파악됨

- 그런데 도매시장의 각 매장들이 별도의 온라인 상점을 운영하는 상황을 고려할 때, 향후 분야별 도매시장 전문 B2B 온라인 쇼핑몰이 활성화되는 등 구매 루트가 점차 다양화되고 거래규모 또한 증가할 것으로 예상됨

표 6.4 2018년 상반기 중국의 국내 B2B 시장 거래규모

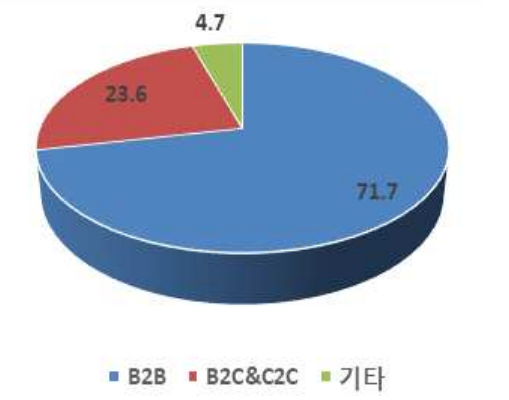
(단위: 조 위안)



자료: 중국전자상거래연구센터

표 6.5 중국 내 전자상거래 시장 구성비(2015)

(단위: %)



자료: iResearch

□ 중국의 B2B 전자상거래 시장에서 주로 거래되는 품목은 철강, 화공, 농업 관련 제품

o 2015년 3/4분기를 기준으로 중국 B2B 온라인 시장에서 철강이 17.6%로 제일 많은 비중을 차지하고 있으며, 농식품 비중은 13.2%임

표 6.6 중국의 B2B 온라인 시장 주요 거래품목

자료: Sootoo Research(2015)[38]

□ 중국 전자상거래 연구센터의 보고서[39]에 의하면, 2017년 기준 중국의 B2B 온라인 플랫폼 시장 점유율 1위는 알리바바(36.7%), 2위는 후이충그룹(10.5%), 3위는 환치우즈위엔(4.2%)임

o 중국 B2B 온라인 시장점유율(2017년 기준)을 보면 알리바바가 36.7%로 독보적인 위치를 차지하고 있으며, 후이충그룹(10.5%), 환치우즈위엔(4.2%), 상하이강리엔(4.0%), 지아오디엔커지(3.5%) 등도 두각을 나타내고 있음

38) 2015년 3/4분기 기준
39) 2017年(上)中國電子商務市場數据檢測報告, 中國電子商務研究中心, 2017.09.

□ B2B 중개 선도기업

o 중국의 주요 B2B 중개기업은 중국 내 거래를 위주로 취급하는 기업과 국제 거래를 위주로 취급하는 기업으로 분류되며 일부 기업은 국내 및 국제 거래를 동시에 취급

- (알리바바) 1999년에 설립되어 중국 국내 거래용 B2B 사이트(www.1688.com)와 국제 거래용 B2B 사이트(www.alibaba.com)를 동시에 운영하고 있음

  • 현재 알리바바는 산하에 Tmall(B2C), 타오바오(C2C) 등을 포함하여 총 10개의 전자상거래 사이트를 운영하고 있음

- (HC360) 1992년에 설립된 HC360(慧聪网)은 중국 국내 B2B를 주로 취급하며 '남쪽은 알리바바, 북쪽은 후이총(南阿里, 北慧聪)'이라는 명성이 있을 정도로 영향력을 갖고 있는 기업

- (Global Sources) 1970년에 홍콩에서 무역 관련 미디어회사로 시작하여 주로 크로스보더 B2B를 취급함

  • 1996년에 Asian Sources Online이라고 하는 B2B 온라인 거래 사이트를 오픈했으며 1999년부터 Global Sources 사이트를 본격적으로 운영하기 시작했음

o 중국의 식품 분야 B2B 온라인 쇼핑몰

- 최근 중국에는 업종별로 다양한 B2B 거래 사이트들이 등장하여 거래를 선도하고 있음

  • (메이차이왕(美菜网)) 중국의 식재료 분야의 B2B 사이트인 메이차이왕(www.meicai.cn)은 2014년 설립되었으며, 베이징에 본사를 두고 있음

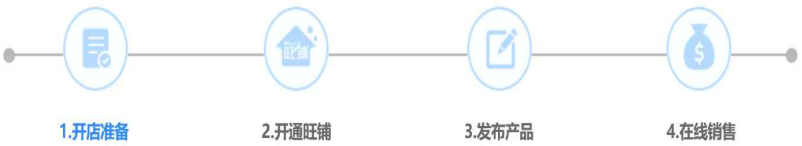
표 6.7 중국의 주요 B2B 사이트 현황

구분	사이트명	홈페이지	설립연도	목표시장
1	알리바바 (阿里巴巴)	www.1688.com (국내) www.alibaba.com (국제)	1999년	국내 국제
2	HC360 (慧聰网)	www.hc360.com	1992년	국내
3	Global Sources (环球資源)	www.globals ources.com	1970년	국제
3	Mysteel (上海鋼聯)	www.mysteel.com(정보) www.banksteel.com(교역)	2000년	국내

4	Toocle (网盛生意宝)	www.toocle.com/Chinese(국내) www.toocle.com(국제)	1997년	국내 국제
5	Global Market (环球市場)	www.globalmarket.com	1995년	국제

자료: 한국무역협회 북경지부

[참고] 중국의 온라인 B2B 사이트 입점 절차

사이트명	입점 절차
알리바바 1688	- 1단계: 개점준비(인증, 즈푸바오(支付宝), 업무플랫폼) - 2단계: 점포개통(기업 소개) - 3단계: 상품출시(공급 정보 및 관리) - 4단계: 온라인 판매  - 컨택 포인트: (알리바바 국제) 400-600-2688
중국공잉상 (中国供应商)[40]	- 기본적으로 홈페이지에서 '등록→사업자등록 업로드→정보 공개→정보 관리' 등 4단계 절차에 따라 심사를 거쳐 진행 - 컨택 포인트: 400-010-1866
식품상무망 (食品商务网)[41]	- 회원가입은 '공급자 무료 가입(供应商免费加入)'을 통해 가능하며, 간단한 정보 기입 후 등록이 가능함. 기타 자세한 사항은 핫라인을 통해 문의 가능 - 컨택 포인트: 0571-89716141

자료: 각 사이트의 홈페이지를 참고하여 작성

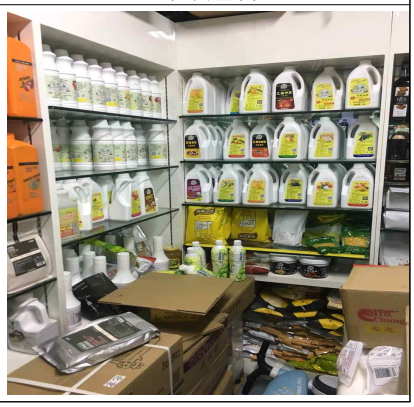
40) www.china.cn
41) www.21food.cn

2. 주요 유통채널 분석

☐ Carrefour China (中关村店)

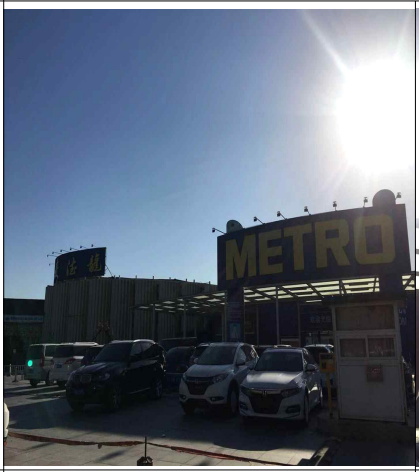
<table>
<tr><th colspan="4">기업개요</th></tr>
<tr><td>Carrefour 家乐福</td><td colspan="3">- 1959년 프랑스까르푸그룹 설립 이후 1995년 베이징에 설립된 최초의 대형종합마트</td></tr>
<tr><td>유형</td><td>대형할인 체인점</td><td>주소</td><td>베이징시 중관춘 난따로 갑 56호 팡위엔 건물(北京市中關村南大街甲56号方圓大厦)</td></tr>
<tr><td>대표전화</td><td>(010)8836 2729-8000</td><td>홈페이지</td><td>www.carrefour.com.cn</td></tr>
<tr><td>인터뷰 내용</td><td colspan="3">중국 현지조사원이 조사한 결과에 따르면
- 음료베이스는 까르푸를 비롯한 일반 오프라인 매장에서 구매할 수 없음
- 도매시장에 방문하거나 B2B/B2C 온라인상점을 이용해야 함</td></tr>
<tr><td>매장전경</td><td colspan="3">
</td></tr>
</table>

2) 진시우따띠 도매시장(锦绣大地 批发市场)

<table>
<tr><th colspan="4">기업개요</th></tr>
<tr><td>주소 및 위치</td><td colspan="3">- 주소: 베이징시 하이디엔구 푸스로 6호 진시우따띠 물류항 3층 A구역 33-34 (北京市海淀區阜石路69号錦绣大地物流港)
- 위치: 진시우따띠(錦绣大地) 남문 하차 → 4호 건물 → 동건물 3층 '차음료' 코너</td></tr>
<tr><td>유형</td><td>도매시장</td><td>주소</td><td>베이징시 하이디엔구 푸스로 6호 진시우따띠 물류항 3층 A구역 33-34 (北京市海淀区阜石路69号锦绣大地物流港3层A区33-34)</td></tr>
<tr><td>대표전화</td><td>010-8820-7867</td><td>홈페이지</td><td>http://shop66829400.taobao.com</td></tr>
<tr><td>인터뷰 내용</td><td colspan="3">- 음료베이스 오번(OUBEN, 歐本)회사의 제품이 가장 인기 있고, 그 중 레몬류를 많이 선호
- 고객들이 대체적으로 오번 중인(베이징) 식품유한공사(歐本中飲 (北京) 食品有限公司)를 선호하는 편임.
- 주요 고객층은 까페, 식당(학교 포함) 등이며, 부정기적으로 구매하며 1회 방문에 1박스 구매함
- 현재까지 수입제품을 취급하지 않았으며, 향후 구체적인 계획 또한 없음
- 기본적으로 한국 음료베이스 제품에 대한 이해도가 낮고 큰 관심이 없으나, 해당 기업 정보나 가격 등이 고려될 것이라며 덧붙임</td></tr>
<tr><td>매장전경</td><td colspan="3">  </td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="4">건물전경</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">도매시장 건물전경</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td><차음료 전문> 건물입구
4호문(좌)</td><td>해당층인 3층 (우)</td></tr>
</table>

3) METRO 麦德龙(北京万泉河商场)[42]

기업개요			
	- 중국 베이징 내 회원제 창고형 할인매장 - 회원제 창고형 매장인 메트로는 1962년 독일에서 최초 설립한 독일 최대 도소매 슈퍼마켓 브랜드임. 2002년 중국 진출 이후 매출액은 6억 유로에 달했으며, 이는 전세계 매출액의 1.2%를 차지함 - 현재 베이징 万泉河점 내 음료베이스 제품은 미입점 상태(전국 메트로 매장에도 입점되어 있지 않음)		
유형	회원제 창고형 할인 매장	주소	본사: 상하이시 푸퉈구 전베이로 1425호 200333 상하이 푸퉈몰(上海市普陀区真北路1425号200333 上海普陀商场)
대표전화	본사: 021-22078888	홈페이지	www.metro.cn
이메일	service@metro.com.cn		
인터뷰 내용	- 음료베이스 제품은 없으며 수입산(프랑스) 주류 과일 베이스만 입점 - 입점절차는 기본적으로 상하이 본부와의 협의를 통해 입점을 진행		
매장전경			

42) 방문지 주소: 北京市海淀區新建宮門路1号 100091 北京万泉河商場, 전화번호:010-62869888

[부록]

중국의 음료베이스 제품 수출 시 주의해야 할 식품첨가물

식품분류번호 및 식품명	물질명	최대사용량(g/kg)	비고
14.0 음료류	이산화탄소 carbon dioxide	GMP	
14.0 음료류 (14.01 포장식수 제외)	β-아포-8′-카로티날 β-apo-8′-carotenal	0.010	β-아포-8′-카로티날로 계산, 고체 음료는 용해 배수에 따라 사용량 증가
	전분인산나트륨 sodium starch phosphate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	토마토 레드 tomato red	0.006	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	리코펜(합성) lycopene(synthetic)	0.015	순수 리코펜으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	푸마르산나트륨 monosodium fumarate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	감초, 감초산암모늄, 감초산칼륨 및 삼칼륨 monopotassium and tripotassium glycyrrhizinate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	알긴산프로필렌글리콜 propylene glycol alginate	0.3	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	터메릭 turmeric	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	폴리글리세롤 지방산 polyglycerol esters of fatty acid(polyglycerol fatty acid esters)	10.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	브릴리언트 블루 및 브릴리언트 블루 알루미늄 레이크 brilliant blue, brilliant blue aluminum lake	0.02	브릴리언트 블루로 계산
	phosphoric acid,	5.0	단독 또는 혼합

	disodium dihydrogenpyrophosphate, tetrasodium pyrophosphate, calcium dihydrogen phosphate, potassiumdihydrogen phosphate, diammonium hydrogenphosphate, dipotassium hydrogen phosphate, calcium hydrogen phosphate (dicalciumorthophosphate), tricalcium orthophosphate, tripotassium orthophosphate, trisodiumorthophosphate, sodium polyphosphate, sodiumtripolyphosphate, sodium dihydrogen phosphate, sodium phosphatedibasic, tetrapotassium pyrophosphate, trisodium monohydrogen diphosphate, potassium polymetaphosphate, calcium acid pyrophosphate		사용 가능, 최대사용량은 인산이온(PO43-)으로 계산고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	말티톨 및 말티톨 시럽 maltitol and maltitol syrup	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	타트라진 및 타트라진 알루미늄 레이크 tartrazine, tartrazine aluminum lake	0.1	타트라진으로 계산, 고체 음료는 용해 배수로
	포도과피추출색소 grape skin extract	2.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	니신 nisin	0.2	고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가
	수크랄로스 sucralose	0.25	고체 음료는 희석 배수로 사용량

			증가
	소르빈산 및 소르빈산칼륨 sorbic acid, potassium sorbate	0.5	소르빈산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수로
	소르비톨과 소르비톨 시럽 sorbitol and sorbitol syrup	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	토마틴 thaumatin	0.025	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	아스파탐-아세설팜염 Aspartame-acesulfame salt	0.68	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	스테비올글리코사이드 steviol glycosides	0.2	스테비올로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	옥틸, 데실글리세르산 octyl and decyl glycerate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	린시드검 linseed gum	5.0	고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가
	카르민 코치닐 carmine cochineal	0.6	카민산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	안나토색소 annatto extract	0.6	고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가
	마이니카 레드 mynica red	0.1	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	루테인 lutein	0.05	고체 음료는 희석배수에 따라 사용량 증가
	클로로필린-카퍼콤플렉스, 칼륨염 chlorophyllin copper complex, sodium and potassium salts	0.5	클로로필린-카퍼콤플렉스 사용에 한함, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	이.디.티.에이.이나트륨 disodium ethylene-diamine-tetra-acetate	0.03	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	아세설팜칼륨 acesulfame potassium	0.3	고체 음료는 용해 배수로 사용량

			증가
	이성질화유당액 isomerized lactose syrup	1.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	이소말툴로오스(팔라티노오스) isomaltulose (palatinose)	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	조각자나무 검 gleditsia sinenis lam gum	4.0	고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가
	자당지방산에스터 sucrose esters of fatty acid	1.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
14.0 음료류(14.01 포장식수 및 14.06 고체 음료 제외)	polyoxyethylene (20) sorbitan monolaurate, polyoxyethylene (20)sorbitan monopalmitate, polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate, polyoxyethylene (20) sorbitan monooleat	0.5	
14.02 과채즙류 및 과채즙류 음료	치자청색소 gardenia blue	0.5	
	입실론-폴리리신 ε-polylysine	0.2g/L	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
14.02.01 과채주스	이산화황, 메타중아황산칼륨, 메타중 아황산나트륨, 아황산나트륨, 아황산수소나트륨, 티오황산나트륨 sulfur dioxide, potassium metabisulphite, sodium metabisulphite, sodiu m sulfite, sodium hydrogen sulfite, sodium hyposulfite	0.05	최대사용량은 이산화황 잔류량으로 계산, 농축 과채주스는 농축 배수에 따라 환산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	펙틴 pectins	3.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	알긴산나트륨 sodium alginate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가

	잔탄검 xanthan gum	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	카라기난 carrageenan	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	나타마이신 natamycin	0.3	표면 사용, 현탁액에 담금, 잔류량< 100mg/kg
	데히드로초산 및 데히드로초산나트륨 dehydroacetic acid, sodium dehydroacetate	0.3	데히드로초산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
14.02.02 농축 과채주스(식품공업용에 한함)	안식향산 및 안식향산나트륨 benzoic acid, sodium benzoate	2.0	안식향산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	소르빈산 및 소르빈산칼륨 sorbic acid, potassium sorbate	2.0	소르빈산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수로 사용량 증가
14.02.02 농축 과채주스	아스코브산(비타민C) ascorbic acid(vitamin C)	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	아스코브산칼슘 calcium ascorbate	GMP	
	아스코르브산나트륨 sodium ascorbate	GMP	
	구연산 및 구연산나트륨, 구연산삼칼륨 citric acid, trisodium citrate, tripotassium citrate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	D-이소아스크로브산 및 D-이소아스크로 브산나트륨 D-isoascorbic acid (erythorbic acid), sodium D-isoascorbate	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
14.02.03 과채주스(즙)류 음료	글리신(아미노아세트산) glycine	1.0	고체 음료는 희석 배수에 따라
	안식향산 및 안식향산나트륨 benzoic acid, sodium benzoate	1.0	안식향산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	식용색소 적색 제3호 erythrosine, erythrosine aluminum lake	0.05	에리트로신으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라

			사용량 증가
	식용색소 청색 제2호 indigotine, indigotine aluminum lake	0.1	인디고틴으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	메틸 p-하이드록시 안식향산 및 메 틸 p-하이드록시나트륨(메틸 p-하 이드록시벤조산나트륨, p-하이드록 시벤조산에틸, p-하이드록시벤조산 에틸나트륨) p-hydroxy benzoate and its salts (sodium methyl p-hydroxy benzoa te, ethyl p-hydroxy benzoate, sod ium ethyl p-hydroxy benzoate)	0.25	p-하이드록시벤조산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	네오탐 neotame	0.033	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	디메틸 디카르보네이트 dimethyl dicarbonate	0.25	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	이산화황, 메타중아황산칼륨, 메타중 아황산나트륨, 아황산나트륨, 아황산 수소나트륨, 티오황산나트륨 sulfur dioxide, potassium metabisul phite, sodium metabisulphite, sodiu m sulfite, sodium hydrogen sulfite, sodium hyposulfite	0.05	최대사용량은 이산화황 잔류량으로 계산, 농축 과채주스는 농축 배수에 따라 환산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	푸마르산 fumaric acid	0.6	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	알긴산프로필렌글리콜 propylene glycol alginate	3.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가

	블랙빈 레드 black bean red	0.8	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	카르타민 옐로우 carthamins yellow	0.2	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	모나스커스 옐로우 색소 monascus yellow pigment	GMP	
	레드 코지 라이스, 모나스커스 레드 red kojic rice, monascus red	GMP	
	β-카로틴 β-carotene	2.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	숙시닐레이트모노글리세라이드 succinylated monoglycerides	2.0	
	베타-시클로덱스트린 beta-cyclodextrin	0.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	캐러멜 색 등급 III(암모니아 공정) caramel colour class III - ammonia process	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	캐러멜 색소 I(보통) caramel colour class I - plain	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	캐러멜 색소 IV(아황산암모늄 공정) caramel colour class IV - ammonia sulphite process	GMP	
	L-주석산, dl-주석산 L(+)-tartaric acid, dl-tartaric acid	5.0	타르타르산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	코레옵시스 옐로우 coreopsis yellow	0.3	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	polyoxyethylene (20) sorbitan monolaurate, polyoxyethylene (20)sorbitan	0.75	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가

	monopalmitate, polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate, polyoxyethylene (20) sorbitan monooleat		
	파프리카 레드 paprika red	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	우귀수카구라 레드 uguisukagura red	1.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	브릴리언트 블루 및 브릴리언트 블루 알루미늄 레이크 brilliant blue, brilliant blue aluminum lake	0.025	브릴리언트 블루로 계산
	래디시 레드 radish red	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	로젤 레드 roselle red	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	부들레아 옐로우 buddleia yellow	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	풀루란 pullulan	3.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	수첨 로진 글리세롤에스테르 glycerol ester of hydrogenated rosin	0.1	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	멀버리 레드 mulberry red	1.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	sorbitan monolaurate, sorbitan monopalmitate, sorbitan monostearate, sorbitan tristearate, sorbitan monooleate	3.0	
	DATEM diacetyl tartaric acid ester of mono(di)glycerides(DATEM)	5.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	대추색 jujube pigment	1.0	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가

	아스파탐 aspartame	0.6	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	천연 비름 적색 natural amaranthus red	0.25	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	아마란스 및 아마란스 알루미늄 레이크 amaranth, amaranth aluminum lake	0.05	아마란스로 계산, 캔디맛 음료는 희석 배수에 따라 첨가
	뉴 레드 및 뉴 레드 알루미늄 레이크 new red, new red aluminum lake	0.05	뉴 레드로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	폰케아우 4R 및 폰케아우 4R 알루미늄 레이크 ponceau 4R, ponceau 4R aluminum lake	0.05	카민으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	클로로필린-카퍼콤플렉스, 칼륨염 chlorophyllin copper complex, sodium and potassium salts	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	카우베리 레드(cowberry red)	GMP	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	스피룰리나 블루 spirulina blue(algae blue, lina blue)	0.8	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	피트산, 소듐파이테이트 phytic acid(inositol hexaphosphoric acid),sodium phytate	0.2	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	죽엽항산화물질 antioxidant of bamboo leaves	0.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	그람월 레드 gromwell red	0.1	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	자주색고구마 색소 purple sweet potato colour	0.1	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
	락 레드 lac dye red (lac red)	0.5	고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가
14.02.03 과채주스(즙)류 음료(발효형 제품 등	선셋 옐로우 및 선셋 옐로우 알루미늄 레이크	0.1	선셋 옐로우로 계산

포함)	sunset yellow, sunset yellow aluminum lake		
	치자황색소 gardenia yellow	0.3	

자료: 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사-중국편(2017)

[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. 「Soft Drinks in China」, Euromonitor Intenational, 2018.02
4. 「한국기업의 중국 내수시장 확대를 위한 중국내 B2B(온라인 거래) 중개사이트 활용전략」, 한국무역협회 북경지부, 2016.04.
5. 「2018年(上)中国B2B电子商务市场数据检测报告」, 중국전자상거래 연구센터, 2018.09.
6. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09
7. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04.
8. 「关于加强现制现售奶茶果蔬汁监督管理的通知」, 중국 시장감독관리총국 판공청, 2018.06.
9. 「2016年中国软饮料行业市场现状分析」, 중국산업정보망, 2016.07.
10. 「关于加强现制现售奶茶果蔬汁监督管理的通知」, 중국 시장감독관리총국 판공청, 2018.06.

■ 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. 중국해관총서, www.customs.gov.cn
6. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
7. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国 国家质量监督检验检疫总国), www.aqsiq.gov.cn
8. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
9. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
10. 중국국가통계국(data.stats.gov.cn)

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1808-22

품 목 : 음료베이스(Beverage Base)

국 가 : 중국(China)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산식품유통공사

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산식품유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 http://www.kati.net
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농식품수출정보 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.

o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산식품유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.