

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

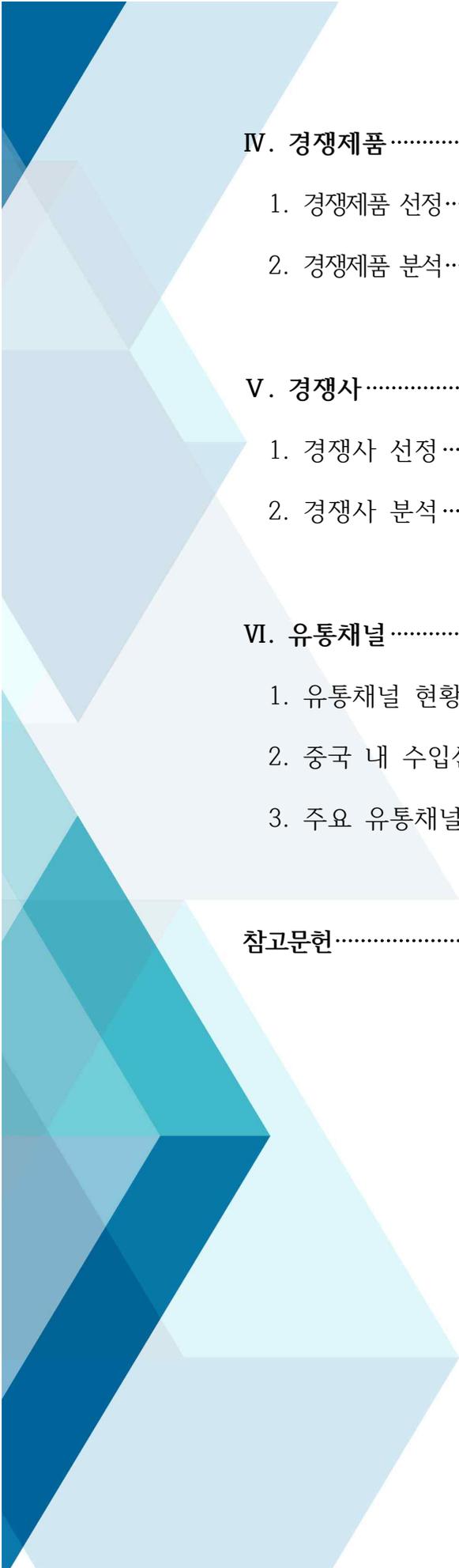
No. 1808-26

품 목 : 어린이 조미김(Seasoned Laver For Kids)

국 가 : 중국(China)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	09
3. 수출입통계	15
II. 시장 트렌드	19
1. 정책 이슈	21
2. 소비 트렌드	25
3. 제품 트렌드	29
❖ 현지 소비자 인터뷰	32
❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰	33
III. 통관 및 제도	34
1. 통관 및 검역	36
2. 인증정보	46
3. 제출서류	49
4. 라벨링	52
5. 위생요건	54



IV. 경쟁제품 .....	58
1. 경쟁제품 선정 .....	59
2. 경쟁제품 분석 .....	60
V. 경쟁사 .....	76
1. 경쟁사 선정 .....	77
2. 경쟁사 분석 .....	78
VI. 유통채널 .....	82
1. 유통채널 현황 .....	85
2. 중국 내 수입산 김의 유통 .....	88
3. 주요 유통채널 .....	89
참고문헌 .....	93



## 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<sup>2</sup>로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함<sup>1)</sup>. 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 탄도 미사일을 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: 963,4057만km<sup>2</sup>(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: 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<sup>2)</sup>

<p>저위험 ← → 고위험</p>	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2010년대에 이뤄진 꾸준한 임금 상승으로 가처분 소득과 도시가구 자산액이 크게 증가함</li> <li>- 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난 10년 이상의 신용 확대와 자본 배분 실패로, 중국의 금융 순환이 더욱 어려운 국면을 맞음</li> <li>- 1979-2016년 동안 ‘한 자녀’ 정책의 실시로 세계에서 가장 급속히 노령화가 진행되는 국가가 되었으며, 2020년대에는 경제적 영향이 본격화될 것임</li> <li>- 미국 무역정책의 변화로 적어도 트럼프 대통령의 임기인 2020년까지는 중기적인 불확실성이 존재함</li> </ul>

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

## □ 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

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 측정된 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

○ 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	1.6	1.3	1.6	1.7	1.3
재정수지, % GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.5	-4.7	-4.5	-4.5
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.5	2.8	2.7	3.0	2.8
GDP 성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.0	5.8	5.5	5.9
도시 실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	3.9	4.0	4.2	3.9

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

#### □ 무역통상 환경

- 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 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 기획요소

구분	세부내용
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 부과할지

	<p><b>에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>▶ 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</li> <li>• 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함</li> <li>▶ 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, 펠푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 완전히 해체하여 검사함</li> <li>▶ 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</li> </ul>
--	--

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

## 2. 식품산업 현황

### 1) 스낵산업 동향

#### □ 스낵산업 규모

- 최근 3년간(2015-2017) 스낵산업의 규모는 연평균 2.9%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 3,305억 위안(약 54조 원<sup>3)</sup>을 기록
  - 스낵산업의 규모는 온라인 판매에 힘입어 꾸준한 증가세를 이어가고 있으며, 향후 3년간 더욱 빠른 성장 추세가 예상됨

표 1.2 중국 스낵 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

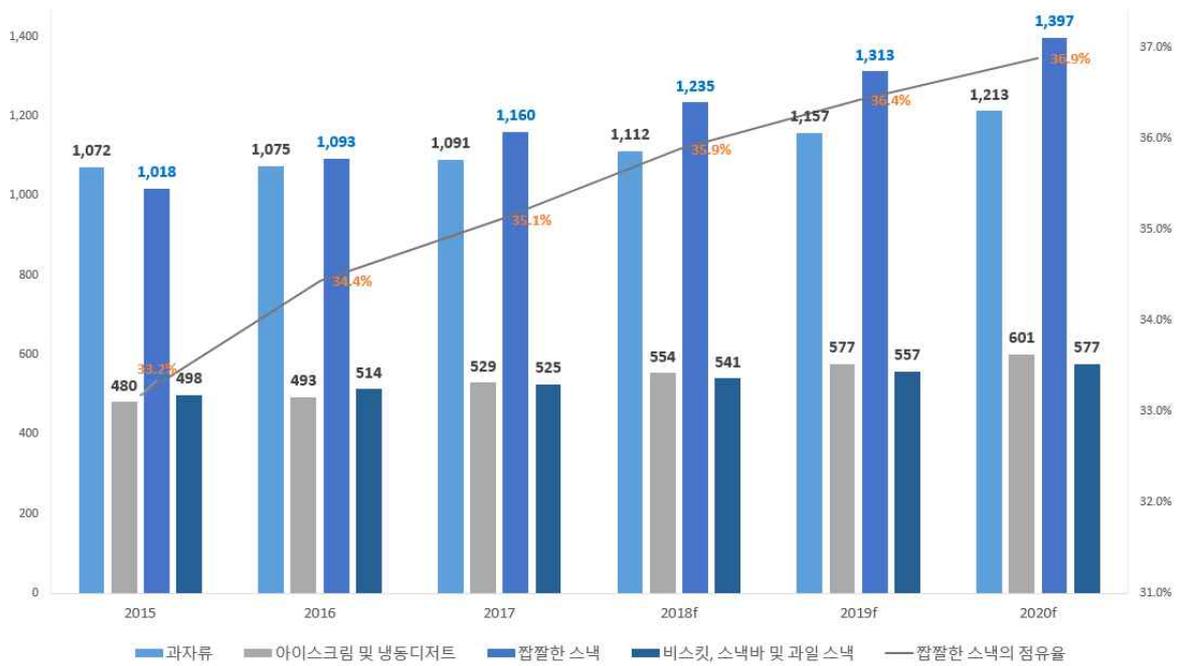
3) 1위안 = 163.54원(KEB 하나은행 고시기준, 2018.10.24)

○ 중국 스낵산업에서 조미김이 포함된 짹짹한 스낵류(Savoury Snacks)의 점유율이 가장 높음

- 유로모니터에 따르면 짹짹한 스낵류는 2016년부터 과자류를 제치고 시장점유율 1위 품목으로 올라섬

표 1.3 중국 스낵 품목별 시장 규모(2015-2020)

(단위: 억 위안)



자료: Euromonitor International

### 3) Savoury Snacks 시장 동향

#### □ Savoury Snacks 시장 규모

- 최근 3년간(2015-2017) Savoury Snacks 시장의 규모는 연평균 6.7%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 1,160억 위안(약 19조 원)을 기록하여 전체 스낵 시장의 35.1% 차지
  - 중국에서 짭짤한 스낵류는 건강에 좋지 않은 이미지를 가지고 있었으나, 최근 몇 년 동안 건강한 재료와 다양한 맛을 결합한 새로운 제품들이 출시되면서 긍정적인 소비자 반응이 나타나기 시작함
  - 건강한 스낵류에 대한 수요 증가로 향후 3년간(2018~2020년) 짭짤한 스낵류는 6%대의 높은 성장세를 기록하며 중국 스낵시장 성장을 주도할 것으로 전망

표 1.4 중국 SAVOURY SNACKS 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

## □ Savoury Snacks 시장 경쟁 동향

- 중국 Savoury Snacks 시장의 경쟁이 매우 치열
  - 상위 10개 기업의 시장점유율이 최근 5년 동안(2013-2017년) 지속적으로 증가한 결과, 2017년 기준 38.6%의 시장점유율을 나타냄

표 1.5 중국 Savoury Snacks TOP10 업체 시장점유율 추이(2013-2017)

(단위: %)

업체명	2013	2014	2015	2016	2017
Want Want Holdings Ltd	9.7	8.1	8.3	7.9	7.6
Bestore Food Co Ltd	1.5	2.3	3.9	4.8	5.6
PepsiCo Inc	5.2	5.4	5.4	5.7	5.9
Anhui Three Squirrels Electronic Commerce Co Ltd	0.5	1.2	2.3	3.9	4.4
Hefei Huatai Food Co Ltd	4.2	4.0	4.0	3.8	3.6
Liwayway Marketing Corp(Oishi)	3.9	3.6	3.2	3.0	2.9
Fujian Dali Food Co Ltd(Copico)	1.7	1.8	2.4	2.4	2.6
Orion Group	3.8	3.8	3.6	3.2	2.5
Shanghai LaiYiFen Co Ltd	2.0	1.9	1.9	1.9	2.0
Guangdong Strong (Group) Co Ltd	1.2	1.5	1.5	1.4	1.5
기타	66.3	66.4	63.5	62.0	61.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

- Savoury Snacks 경쟁업체 중 대부분은 중국 현지 기업이며, 이들 중 특히 후발주자들의 성장세가 뚜렷함
  - 1위 기업은 홍콩증권거래소에 상장된 대만 기업인 Want Want Holdings Ltd(旺旺)로 2017년 기준 전체 시장의 7.6%를 차지하였으며, 2013-2017년 간 후발주자들의 부상 으로 인해 시장점유율이 지속적으로 감소
  - 유제품, 음료, 쌀과자 및 제과류의 생산 및 유통을 핵심 사업으로 한 Want Want Holdings Ltd는 대만기업이지만 2017년 기준 매출액의 90% 이상이 중국에서 발생<sup>4)</sup>
  - 2위 업체인 Bestore Food Co Ltd(良品铺子)는 2006년에 설립된 중국 현지 기업으로 2017년 기준 중국에서 체인점 2,200여 개를 오픈하였으며<sup>5)</sup>, 주요 생산품은 짹짹한 과자, 견과류 등임

4) Want Want Holdings Ltd in Packaged Food (China), Euromonitor International, 2017.09.28

5) www.517lppz.com, Bestore Food Co Ltd 홈페이지

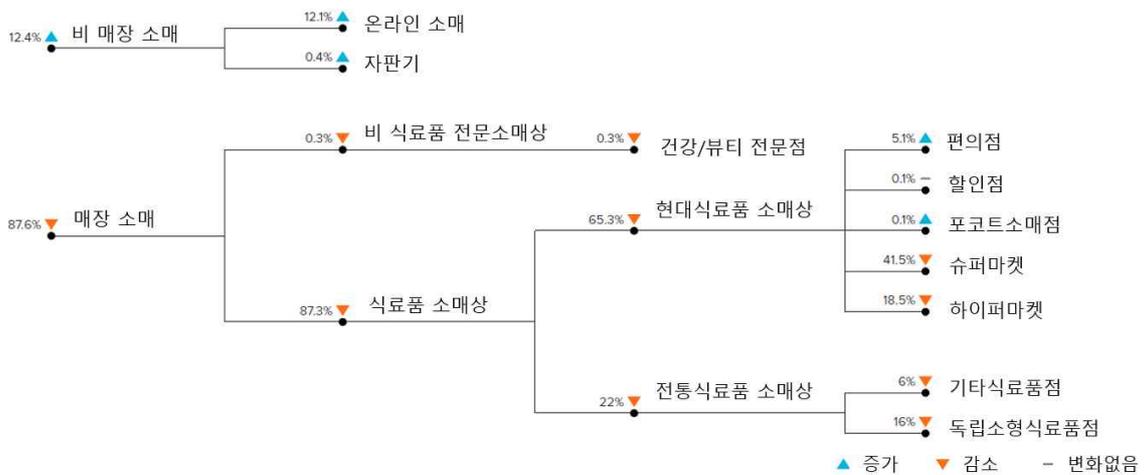
- 3위 업체인 Anhui Three Squirrels Electronic Commerce Co Ltd(三只松鼠, 이하 “Three Squirrels”)는 2012년에 설립된 중국 현지 기업으로 빠른 성장세를 나타내며, 선발주자들의 시장을 잠식하고 있음, 2017년 기준 Three Squirrels는 중국 온라인 스낵시장의 1위 기업임
- TOP10 기업 중 유일한 한국 업체인 Orion Group은 사드 배치 이후 중국 소비자들의 반한 기류와 불매 운동으로 인해 2015년 이후 시장점유율은 하락세

## □ Savoury Snacks 유통경로 현황

o Savoury Snacks의 주요 유통경로는 슈퍼마켓

- 2017년 기준 Savoury Snacks는 주로 슈퍼마켓(41.5%), 하이퍼마켓(18.5%), 독립소형 식료품점(16%), 온라인 소매(12.1%) 등을 통해 유통되는 구조이며, 이들 중 특히 온라인 소매유통이 빠른 성장세를 나타내고 있음
- Savoury Snacks 온라인 채널 비중의 확대는 전자상거래의 활성화 외에도 온라인 쇼핑의 편리성에 대한 젊은 소비자층의 인식이 커지고 있기 때문
- 하지만 유로모니터에 따르면 중국 인터넷쇼핑의 이용률이 높아짐에 따라 고객 획득 비용(customer acquisition costs)<sup>6)</sup>이 증가하여 온라인 유통채널의 성장률은 더딜 것으로 예상됨

그림 1.1 Savoury Snacks 유통경로별 점유율(2017) 및 증감추세(2012-2017)



자료: Euromonitor International

6) 고객을 획득하는 데에 사용된 직접 비용뿐만 아니라 소개비용, 할인판매, 신용판매 등 신규 고객 한 명을 유치하기 위해 지출된 모든 비용을 의미함

### 3. 수출입통계

#### 수출입통계 및 생산통계 개요

##### ❖ 김 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 2008.99품목의 수입 규모 약 38억 달러(2017년)
- 중국 HS CODE 2008.99.3100품목의 수입 규모 약 1억 달러(2017년)
- 중국 HS CODE 2008.99.3100품목의 1위 수입국은 태국으로 59.7% 차지(2017년)

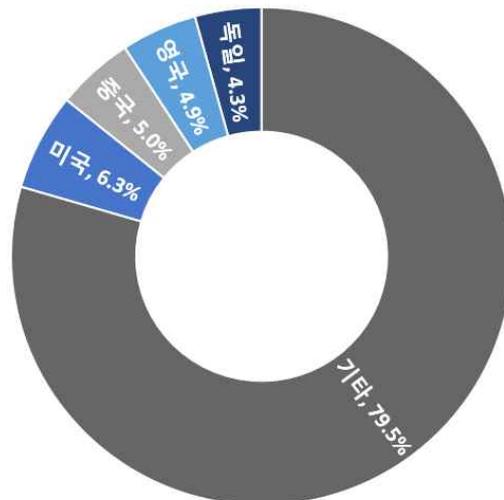
##### ❖ 김 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008.99.9000	기타
중국	2008.99.3100	단련된 해초(調味紫菜)

##### ❖ 글로벌 HS CODE 2008.99 수입 규모(2017)

수입국	금액(천 US 달러)
글로벌	36,842,361
1 미국	2,306,001
2 중국	1,835,969
3 영국	1,810,966
4 독일	1,599,703
5 네덜란드	1,491,175

##### ❖ 글로벌 HS CODE 2008.99 수입 비중(2017)



## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 어린이 조미김 통계 기준 설정

- 어린이 조미김의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정<sup>7)</sup>

### □ 어린이 조미김의 HS CODE<sup>8)</sup>는 한국 2008.99.9000, 중국 2008.99.3100로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2008.99, 중국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.99.3100을 통계 기준으로 설정

표 1.6 어린이 조미김 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.99	기타
	2008.99.9000	기타
중국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.99	기타
	2008.99.3100	단련된 해초(調味紫菜)

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

표 1.7 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 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

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

## 2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2008.99)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위 국가는 미국(33.2%)이며, 중국은 7위(5%)

- 2017년 2008.99품목의 글로벌 수입 규모는 약 38억 달러로, 2013-2017년 연평균 6.5% 성장
  - 2008.99품목 수입 1위 국가는 미국으로, 2017년 기준 약 13억 달러를 수입하였으며, 2013-2017년 연평균 8% 증가
- 2017년 중국의 2008.99품목 수입 규모는 약 2억 달러로 7위를 기록했으며, 2013-2017년 연평균 34.8% 성장

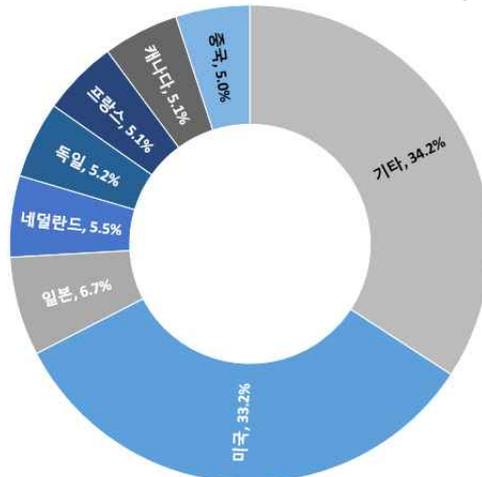
표 1.8 글로벌 HS CODE 2008.99 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	2,945,902	3,125,958	3,171,890	3,369,148	3,803,365	6.5
1 미국	921,686	953,265	1,024,255	1,074,193	1,262,467	8.0
2 일본	270,390	272,511	259,223	241,306	254,771	-2.0
3 네덜란드	146,484	165,128	155,898	188,517	209,030	9.8
4 독일	170,823	171,616	161,343	174,403	196,490	5.0
5 캐나다	149,943	157,543	169,902	169,284	195,351	10.2
6 프랑스	169,196	176,489	155,871	172,573	192,546	5.4
7 중국	58,572	83,841	124,506	169,759	190,154	34.8

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

표 1.9 HS CODE 2008.99 국가별 수입 비중(2017년)



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

### 3) 중국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2008.99.3100)

□ 2017년 중국 내 조미김 수입 시장점유율 1위는 태국으로 59.7% 차지

- 2017년 중국 조미김의 수입액은 약 1억 달러로, 이는 2013년에 비해 약 4배 성장
- 2017년 기준, 중국 조미김의 1위 수입국은 태국이며, 수입액 약 6천 7백만 달러로 중국 내에서 59.7%의 시장점유율을 차지
- 한국은 2위 수입국으로 2013-2016년 수입 규모가 지속적인 증가세를 나타내다가 2017년에 20% 이상 급감하여 39.3%의 시장점유율을 기록
  - 2017년의 수입 급감은 사드 배치 이후 중국 소비자들의 반한 기류와 불매 운동의 영향으로 추정됨
  - 현재 조미김 수출이 점차 회복세를 보이고 있으나, 일부 바이어의 한국산 제품 거래 기피 현상이 지속되고 있는 것으로 파악됨

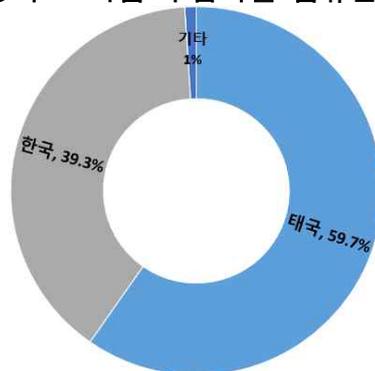
표 1.10 중국 조미김 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	28,359	51,589	83,020	109,549	112,149	53.8
1 태국	4,842	12,897	28,141	52,601	66,932	92.6
2 한국	23,339	38,230	54,077	55,987	44,079	37.4
3 대만	152	426	719	739	1,016	65.2
4 일본	27	33	79	121	63	37.8
5 중국 <sup>9)</sup>	0	0	0	80	48	-8

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

표 1.11 중국 조미김 수입국별 점유율(2017년)



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

9) Re-Import, 즉 해외에 수출한 것을 다시 수입한 것임. 자국에서 가공 또는 제조가 어려운 화물을 외국에 수출하여 가공, 제조하여 재수입하는 위탁가공무역 거래방식임



## II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 정책 이슈

- ❖ 식품안전법, 어린이식품 생산기업의 책임과 위법행위에 대한 처벌을 규명
- ❖ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행
- ❖ 높아진 비관세장벽
- ❖ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행
- ❖ 2017년 6월, 10종 식품 원료에 대한 허가 조치 발표
- ❖ 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용

### 2. 소비 트렌드

- ❖ 어린이 간식 구매 시, 수입식품을 선호
- ❖ 간식을 구매할 때도 웰빙을 추구

### 3. 제품 트렌드

- ❖ 어린이 간식으로 각광
- ❖ 어린이 조미김 제품 중 한국산 제품이 높은 인기 구가
- ❖ 애니메이션 캐릭터를 활용한 어린이 전용식품 연이어 출시

## 1. 정책 트렌드

### □ 식품안전법, 어린이 식품 생산기업의 책임과 위법행위에 대한 처벌을 규명<sup>10)</sup>

- 중국은 아직 어린이 식품에 대한 정의, 표준, 기업 책임등에 대한 명확한 법적 규정이 확립되어 있지 않음
  - 영유아(3살 이하) 분유 및 조제 식품 이외에 ‘어린이 식품’에 관한 법적 개념 및 규정이 없어 ‘어린이 식품’이라고 표시하거나 만화 캐릭터 등을 표기하더라도 일반 식품표준에 따라 관리할 수밖에 없는 상황임<sup>11)</sup>
- 하지만 최근 빈번히 발생한 어린이 식품 안전사고로 인해 어린이 식품표준을 마련해야 한다는 전문가 제안이 제기됨<sup>12)</sup>
  - 이에 2015년에 새로 수정한 “식품안전법”에서는 어린이 식품 생산기업의 책임과 위법행위에 대한 처벌을 상세히 규정
  - 또한, 2017년 10월 시진핑 주석은 ‘건강중국’ 전략실시를 제안하면서 인터넷 및 빅 데이터 기술을 활용해 식품안전 문제 발생 시 생산 및 유통기업을 추적하고 엄벌해야 함을 언급
- 따라서 현재 어린이 식품에 관한 표준이 없더라도 수출업체는 중국 정부의 요구에 부합되는 건강한 제품의 생산과 판매에 관심을 기울일 필요성 있음

### □ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행<sup>13)</sup>

- 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
- 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海關風險

10) [www.cnfood.cn/shendubaodao125724.html](http://www.cnfood.cn/shendubaodao125724.html)

11) [www.sohu.com/a/223820193\\_244260](http://www.sohu.com/a/223820193_244260)

12) [www.xinhuanet.com/food/2018-03/15/c\\_1122607845.htm](http://www.xinhuanet.com/food/2018-03/15/c_1122607845.htm)

13) 해관총서공고 2017년 제25호(전국 해관 통관일체화 개혁 추진에 관한 공고)(海關總署公告2017年第25号 (關於推進全國海關通關一體化改革的公告))

防控中心)와 징세관리센터(稅收徵管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집중적이고 통일화되며 스마트한 관리체계를 구축

- 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 거치든 통일된 형식과 기준을 통해 편리한 통관 서비스를 제공 받을 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 보관에 각별히 주의해야 함

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

표 2.1 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 납부세액을 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 통관거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 2.2 2017년 거부사유별 통관거부사례 14)

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)

□ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행<sup>15)</sup>

- 중국 국가질량감독검험검역총국과 국가표준화관리위원회 발표에 따르면, 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드>에 관한 국가표준 GB/T 33993-2017이 시행됨
  - 당국의 발표 내용에 따르면, 이번 국가 표준 GB/T 33993-2017의 발표 목적은 QR 코드가 현재 중국에서 홍보, 관리, 어플리케이션 및 서비스 분야에서 중요 요소로 작용하고 있는 만큼 그 의미가 매우 크기 때문이라고 밝힘
  - 이번에 발표된 표준은 중국 현지 상황과 국내외 관련 기술 표준을 고려하려 제정된 것으로, 바코드와 구성이 달라 나타나는 문제점들을 해결할 수 있음
- 이에 수출업체는 기존의 바코드 방식이 아닌 해당 기준에 맞는 QR코드를 제작하여 제품 홍보 및 판매, 관리에 적용할 필요성 있음

14) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

15) 중국 국가 QR 코드 종합 서비스 플랫폼의 주소는 2dcode.org임

□ 2017년 6월, 10종 식품 원료에 대한 허가조치 발표

- 2017년 6월 중국 정부는 10종의 식품 원료에 대해 허가 조치를 내렸으며, 이로 인해 원료 사용 가능 범위가 넓어지면서 수출 기업들의 진입이 더욱 쉬워질 것으로 예상된다(16)

표 2.3 신규 허용한 10종의 식품 원료 리스트

한국어	영어	중국어
쉐어버터	Shea butter (Sheanut oil, Shea oil)	乳木果油
(3R,3'R)-디하이드록시-β-카로틴	Zeaxanthin	(3R,3'R)-二羟基-β-胡萝卜素
보로조 파우더	Borojo powder	宝樂果粉
N-아세틸뉴라민산	Sialic acid	N-乙酰神经氨酸
시스-15-테트라코센산	Cis-15-Tetracosenoic Acid	顺-15-二十四碳烯酸
브로콜리 씨 수용추출액	Aqueous Extract of Seed of Broccoli	西兰花种子水提物
쌀겨 지방알코올	Rice bran fatty alcohol	米糠脂肪烷醇
γ-리놀렌산	Gamma-linolenic Acid Oil	γ-亚麻酸油脂
β-수산화-β-메틸기부티르산 칼슘	Calcium β-hydroxy β-methyl butyrate (CaHMB)	β-羟基-β-甲基丁酸钙
무장예커(중국 식물명)	Lithocarpus litseifolius folium	木姜叶柯

□ 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용<sup>17)</sup>

- 기존에 식용 균류 및 조류 가공품에 사용하는 방부제인 니신에 대한 규정이 없음
- 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

16) 새로 허용된 식품원료는 영유아식품 내 사용 불가

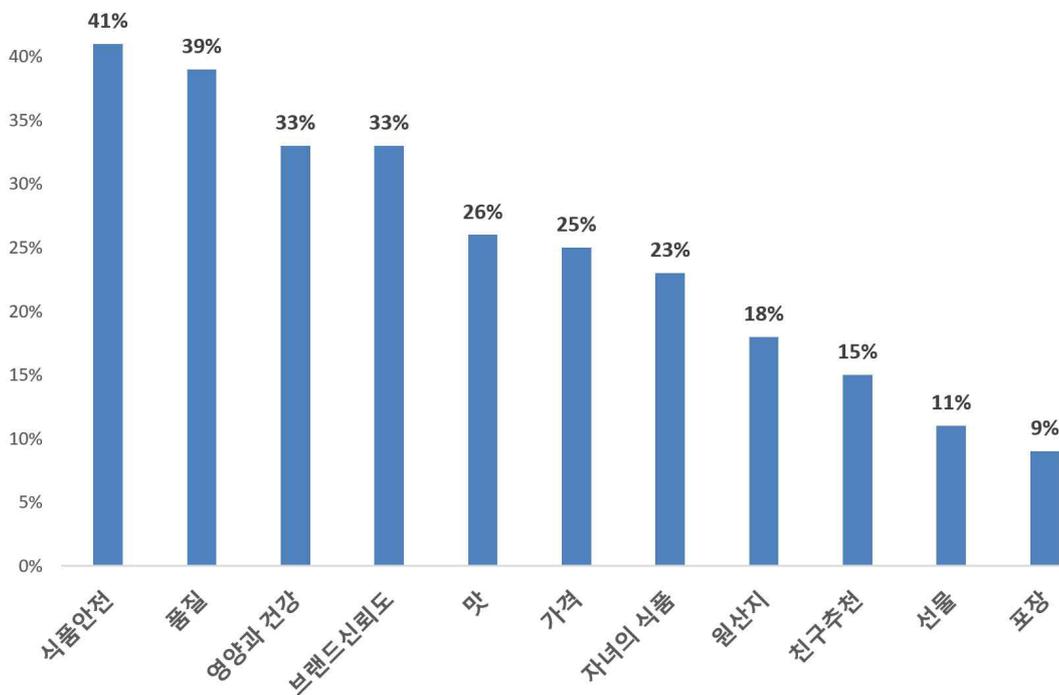
17) 식품산업, fructooligosacchride(β-fructooligosacchride라고도 함) 및 식품 첨가물 모노 및 디 글리세린 지방산 에스테르 등 7가지 새로운 종류의 효소 제제의 사용 범위 확대에 관한 공고(2018년 제2호) [關於食品工業用酶制劑新品種果糖基轉移酶(又名β-果糖基轉移酶)和食品添加劑單, 雙甘油脂肪酸酯等7種擴大使用範圍的公告 (2018年第2號)]

## 2. 소비 트렌드

### □ 어린이 간식 구매 시, 수입식품을 선호

- 2008년 중국에서 발생한 ‘멜라닌 분유 파동’ 이후 크고 작은 식품안전 사고가 끊이지 않으면서 소비자는 아이들 음식은 비싸더라도 안전하고 믿을 수 있는 수입 식품을 선호
- 또한 건강과 안전을 강조한 유기농 또는 무첨가의 어린이 간식이 인기가 높음

표 2.4 2017년 중국 소비자의 수입식품 구매동기



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11.<sup>18)</sup>

- 또한 소득수준이 향상되면서 젊은 중산층을 중심으로 수입식품 소비층이 형성되었는데, 특히 ‘두 자녀 정책’ 이 도입되면서 유아식, 어린이 간식을 중심으로 고품질 프리미엄 상품이 선호되고 있음

18) 2017년 중국 시장조사기관인 iResearch에서 소비자 1515명을 대상으로 설문조사를 한 결과임

표 2.5 2017년 수입식품 구매자 자녀 유무 현황

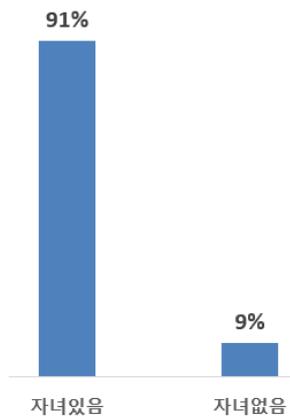
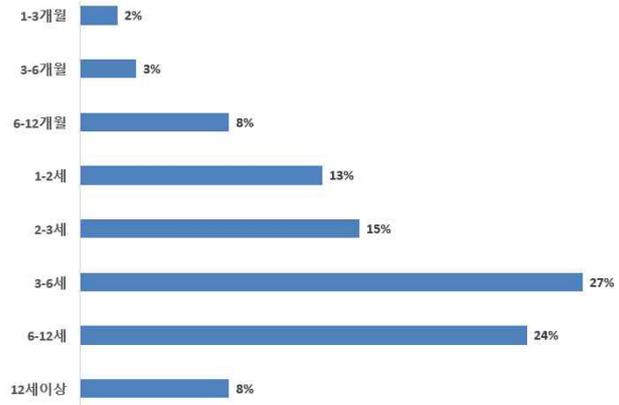


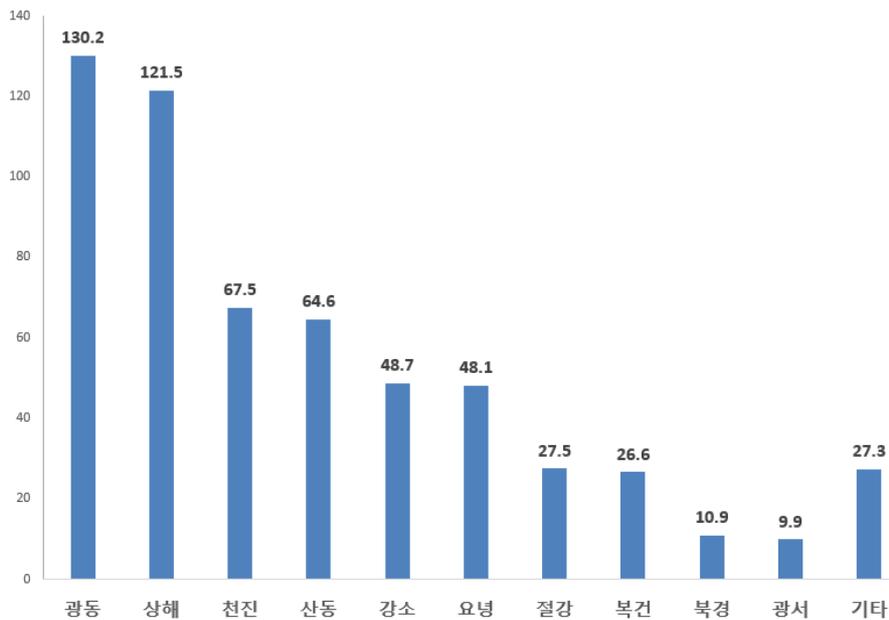
표 2.6 2017년 수입식품 구매자 자녀 연령분포



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 중국의 지역별 수입식품 시장현황을 살펴보면, 광둥, 상하이, 천진 등 동남 연해안 도시가 96%를 차지

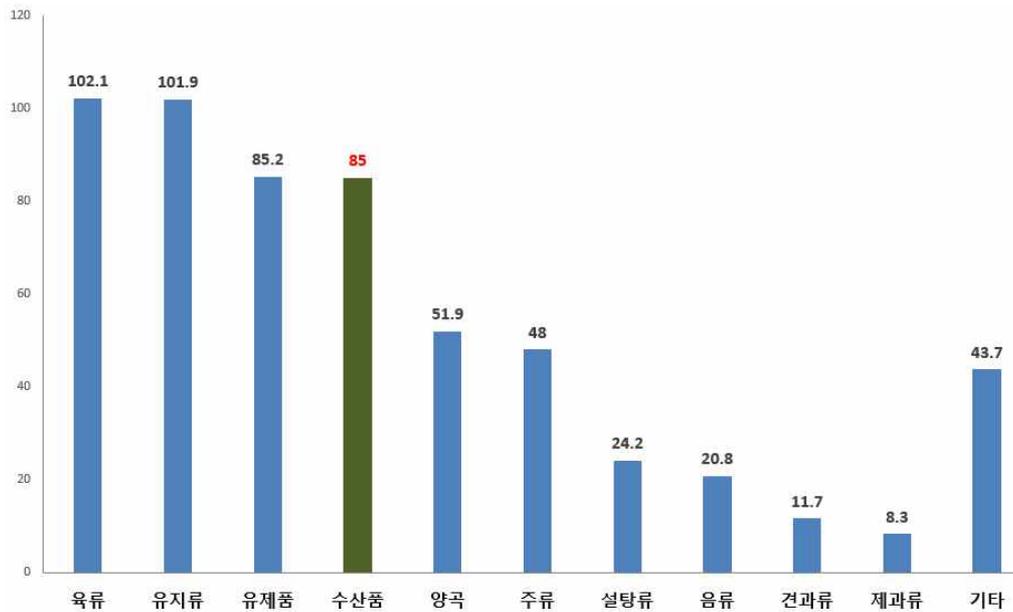
표 2.7 2017년 중국 지역별 식품수입 현황 (단위: 억 달러)



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 2017년 중국에서 수입한 식품 중 김을 포함한 수산물은 85억 달러로 전체 품목의 14.6%를 차지

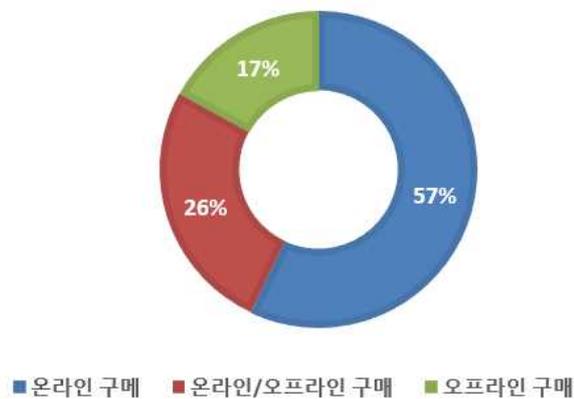
표 2.8 2017년 중국의 품목별 수입현황 (단위: 억 달러)



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 수입 식품의 구매채널은 다양한데 온라인 플랫폼은 가격이 오프라인에 비해 상대적으로 저렴하고, 편하게 집으로 배송 받을 수 있어 수입식품을 구입하는 중요한 채널로 자리 잡고 있음
  - 2017년 중국 소비자들의 수입식품 구매경로를 분석한 결과, 온라인이 57%, 온/오프라인 혼용이 26%였으며, 17%만이 오프라인을 활용

표 2.9 2017년 중국 소비자의 수입식품 구매경로별 점유율



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 수입식품을 판매하는 온라인 쇼핑몰은 대형 플랫폼인 타오바오, 티몰, 아마존, JD 등이 있음

대형플랫폼	전문 플랫폼	
   	   	   

□ 간식을 구매할 때도 웰빙을 추구

- o 최근 웰빙을 추구하는 소비자 증가함에 따라, 건강하고 위생적인 간식종류가 인기를 끌고 있음
  - 2016년과 2017년 간식 관련 핫 키워드는 무첨가, 잡곡, 무가당 등이었음
- o 2015-2017년 3년간 화학조미료가 첨가되지 않은 '하루견과(다양한 견과류가 소형 포장된 제품)'가 세 자릿수의 성장률을 기록했음<sup>19)</sup>

19) [www.realfoods.co.kr/view.php?ud=20180608000212](http://www.realfoods.co.kr/view.php?ud=20180608000212)

### 3. 제품 트렌드

#### □ 김은 어린이 간식으로 각광

- 2015년 중국에서 온라인으로 판매된 어린이 간식 중 ‘김’은 전년 대비 591% 성장하여 아롤(奶片, 몽골식 유제품), 슈크림빵(泡芙)을 제치고 빠링허우<sup>20)</sup> 부모들에게 가장 인기 있는 어린이 간식으로 자리매김함
  - 중국에서 김은 반찬보다는 고영양 간식 이미지가 강해 자녀들을 위해 구입하는 경우가 많으며, 무방부제, 무첨가 등이 제품의 선택기준이 됨

#### □ 어린이 조미김 제품 중 한국산 제품이 높은 인기 구가

- 조미김은 한국을 방문한 중국인 관광객이 필수로 구매해야 하는 품목으로 여겨질만큼 중국인들 사이에서 큰 인기를 얻고 있음
  - 한국산 조미김은 맛도 좋지만 비타민A, 단백질, 칼슘이 풍부한 건강식품으로 알려져 있음
- 어린이 조미김 시장에서 한국산 제품의 존재감이 매우 큼, 어린이 조미김은 거의 한국산 제품이라고 보아도 무방할 정도임
  - 자국산 어린이 조미김은 대다수 포장에 만화 캐릭터만 사용하고 ‘어린이 조미김(儿童紫菜/海苔)’이라는 별도의 표기를 하지 않음
  - 온/오프라인에서 유통되어 있는 한국 어린이 조미김 제품은 ‘어린이 조미김(儿童紫菜/海苔)’임을 명기하며, 한국산에 대한 소비자 신뢰도가 높아 절대적인 시장 지위를 확보하고 있음

#### □ 애니메이션 캐릭터를 활용한 어린이 전용식품 연이어 출시

- 2017년 5월에 네슬레는 중국시장에서 330ml 어린이 전용물을 출시<sup>21)</sup>
  - 네슬레는 중국 어린이의 65%가 물의 일 섭취량이 부족하고, 섭취횟수 또한 표준에 도달하지 못하며, 90% 이상의 유럽 국가가 수돗물을 직접 마시는 것에 비해 중국은 아직 그 수준에 미치지 못한 점을 언급함
  - 병 포장에 어린이가 좋아하는 8종의 캐릭터를 선택하여 인쇄
  - 어린이로 하여금 물 마시는 재미를 갖게 하기 위하여 병포장 측면에

20) 빠링허우는 중국 말로 1980년 이후 출생한 사람을 지칭함

21) 중국에서 “어린이 전용 물(water)” 출시, [www.kati.net](http://www.kati.net)

QR 코드를 스캔하면 게임이 가능하며, 추첨을 통해 노트 또는 물병 등을 경품으로 받을 수 있도록 함

- 또한 현재 뽀로로 등을 이용한 어린이용 음료도 인기를 끌고 있음
- 이처럼 세계 각국의 수입식품이 들어와 치열하게 경쟁 중인 식품 대국 중국에서는 쉽게 눈에 띄고, 아이들에게 선호되는 캐릭터를 이용한 어린이 제품이 인기제품이 될 가능성이 비교적 높음
  - 그러나 주의해야 할 점은 최근 들어 중국 언론매체들은 무분별하게 쏟아져 나오는 어린이 식품에 대해 신뢰 문제를 제기하는 기사들을 많이 게재하고 있음. 주요 내용은 ▲동일 브랜드의 일반 식품과 어린이 식품 비교 시, 영양성분 및 함량비율 등은 동일하나 포장규격만 줄이고 어린이 식품으로 표기한 후 1.2~3배 이상 비싼 가격에 유통 ▲상당수의 어린이 식품은 만화 캐릭터 등을 활용한 포장으로 아이들을 현혹하며, 이 중 대부분은 고당도, 고나트륨 제품임
  - 어린이 식품은 아이들의 건강과 직결되기 때문에 한류 열풍이나 캐릭터만으로는 부모 소비자 공략에 한계가 있으며, 제품의 품질보다 캐릭터 포장 등 마케팅 수단에만 치중할 경우 중국시장 공략에 장애가 될 수 있음에 주의할 필요가 있음<sup>22)</sup>

표 2.10 애니메이션 캐릭터를 활용한 어린이 식품



22) 중국 어린이 식품 시장 호기, 홍보뿐 아니라 내실 다져야, www.kati.net

<p>뽀로로 어린이 음료</p>	
<p>유아김</p>	

◆ [현지 소비자 인터뷰]

소비자 1 (30대 초반 여성)

1) 어린이 조미김 구매 시 주요 고려사항

“안전, 건강, 아이 간식으로 구입”

2) 한국 수입식품에 대한 인식

“국내산 제품보다 조금 비싸지만 안전한 것 같음, 하지만 일부 식품은 너무 비싸서 자주 구매하기 어려움”

3) 한국제품에 대한 경험 여부 및 평가

“식품 중 과자, 라면, 초콜릿을 많이 구매해봤음. 지속 구매 의사나 평가는 제품의 종류에 따라 다르지만 식품의 경우, 대체로 괜찮았음”

소비자 2 (30대 후반의 여성)

1) 어린이 조미김 구매 시 주요 고려사항

“아들이 김을 좋아하는데 마트에서 구매한 김은 기름과 소금이 너무 많은 것 같음. 기름과 소금을 줄이고, 아이 몸에 좋은 영양성분이 첨가된다면 반드시 구매할 의사 있음”

2) 한국 수입식품에 대한 인식

“대체로 국산 식품보다 가격이 비싸다고 인식함”

3) 한국제품에 대한 경험 여부 및 평가

“백화점과 대형마트에서 과자, 초콜릿 등을 구입한 적이 있음. 주로 아이가 먹기 때문에 비록 가격이 비싸더라도 안전성을 고려해 구매함”

◆ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

유통 담당자 (Carrefour 매니저)

1) 소비자 소비 트렌드

“어린이 식품 중 곡물 과자는 최근에 인기가 급상승하고 있음. 부모들이 맛있는 과자에 곡물이 첨가되면 아이 건강에 좋다고 믿기 때문임 ”

2) 한국산 제품(or 아시아 제품)의 강점 및 약점과 전망

“최근 사드 문제로 인해 한국식품의 전반적인 판매량은 다소 줄었지만 제품에 대한 충성도가 높아 한국산 어린이 식품을 찾는 소비자들은 여전히 많은 편임“

3) 전반적으로 한국 식료품 중 가장 인기가 있는 제품은?

“라면과 과자류가 인기가 가장 많음”

4) 조미김의 주요 타겟층 및 주요 구매 계층

“어린이 간식을 구매하는 대부분의 소비자들은 30, 40대 부모로 아이들을 위해 꾸준하게 한 제품을 구매”



### **III. 통관 및 제도**

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 제출서류**
- 4. 라벨링**
- 5. 위생요건**

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 중국 HS CODE 2008.99.31 관세율

HS CODE	품명	관세율
2008.99.3100	Seasoned laver	최혜국대우세율: 15% 한-중 FTA세율: 12% <sup>23)</sup> 아-태 협정 세율: 13.8% 증치세율: 16%

### ❖ 중국 FTA 정보

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

### ❖ 중국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 중국을 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 관세율은 '중국 해관 총서사이트'를 통해 조회 가능

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

관세율에 대한 상세한 정보를 얻고자 하면, 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA 콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

23) 출처: 중국 관세청 홈페이지(<http://ftatax.mofcom.gov.cn>)

# 1. 통관 및 검역<sup>24)</sup>

## 1) 식품통관절차

- 중국으로의 수출을 위해서는 중국의 “수출입 식품 안전관리방법” 및 “수입식품 경외생산기업 등록관리규정”을 반드시 준수해야 함. 또한 각 지방을 관할하는 省별 출입경검사검역국 식품안전감독처의 검사과정을 거쳐야 정상적인 수출입 업무가 이루어질 수 있음
- 현재 중국은 어느 때보다 식품위생을 강조하는 시기이므로, 식품별 관련 규정 및 검사과정에 필요한 서류, 증거물 및 상품수출 계약서를 꼼꼼하게 확인하여야 하며, 식품제조에 있어 중국 식품 안전법에 위배되는 식재료 사용 등의 위반행위를 하지 않아야 함
- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비하여야 함

준비사항	발급처	비고
-패킹리스트 -인보이스 -물품 계약서 -선하증권	선하증권 등 운송서류는 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통하여 수취가능하며, 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함	중국 해관 및 CIQ 제출용
원산지증명서	대한상공회의소 - 일반/특혜(FTA) 원산지증명서 관세청 - 특혜(FTA) 원산지증명서	
CIQ 수출자 등록	등록시스템에서 수출자 등록	
영문 위생증명서	농식품의 경우 ‘식품의약품안전처’에서 발급받을 수 있음(서식 아래 참조)	
동/식물 검역증	농림축산검역본부(필요한 경우)	
-성분배합 비율표 -제조공정도 -외포장지라벨 번역본 및 중문라벨	수출기업이 직접 작성하여 제출하여야 함	CIQ 제출용

24) 출처: 트레이드내비 홈페이지, 중국 질량감독검험검역총국(AQSIQ) 및 중국해관

## 가. 검역신청 (CIQ)

- o 중국의 경우 수입화물 도착 후 CIQ<sup>25)</sup>에 검역신고를 진행하여야 함. 다만 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 샘플 또는 선물용 제품 등의 경우 검역대상에서 제외될 수 있음
- o 검역 신청 후 수입통관 과정에서 검역신고 직원과 검사 요원이 물품이 소재한 현장에서 검역을 실시하며 샘플 검사 합격 후에는 검사검역처리통지서가 발부됨. 만약 샘플 검사가 불합격된 경우에는 검역 검사를 재신청하게 되며 재심사에서 불합격 통보를 받은 경우 중국으로의 수입이 금지됨.
- o 다만, CIQ 심사신청을 위해서는 반드시 아래의 사이트 주소를 통하여 수출(생산)업체 등록을 진행하여야 함. 수입업체 등록은 중국 현지 바이어가 별도로 시스템에 등록 신청을 하여야 하며 수입식품을 취급하는 바이어의 경우 시스템 신청 후 신청서류 원본 등을 관할지 CIQ에 제출하여야 함

사이트 주소	http://ire.eciq.cn
기재내용	기업영문명, 주소, 연락처 담당자 명 등

### ❖ 중국 CIQ 심사신청 홈페이지



25) China Inspection and Quarantine의 약자로 중국 국가질량감독검험검역 총국 산하 출입국경검사검역국에서 통관시 수행하는 상품의 품질검사를 의미함

## 나. 수입신고

- 중국 현지 바이어인 수입자는 통관고유번호를 발급받은 뒤 수출자로부터 전달받은 인보이스, 패킹리스트, 원산지증명서 등을 구비하여 수입신고서를 관할 세관에 제출함. 다만 서류제출에 있어 EDI(Electronic Data Interchange, 전자문서교환)를 통해 전자적 방법으로 서류를 제출할 수 있음. 다만 주의하여야 하는 점은 수입물품이 적재한 운송수단의 입항일로부터 14일 이내에 수입신고를 실시하여야 함

### ❖ 중국 수입신고(통관) 절차

진행순서	비고
해관신고	CIQ 신고 후 해관 수입신고 진행
관세/증치세 납부	과세과격 <sup>26)</sup> 에 따른 관세/증치세 납부
실물 검역	서류 상 신고내용과 실물 일치여부 검사
통관	관세 납입 및 해관 통관 완료 후 보관단이 발급됨.
검역창고 이동 (필요시)	CIQ 지정 검역 창고로 이동
사후 가격심사	HS CODE 및 신고가격 적합성 심사

- 중국해관에서는 통관 과정에서 수입자가 신고한 HS CODE와 과세가격을 심사하지 않고 우선 수입통관 완료 후 사후 심사를 통하여 적법성을 검토함. 그러나 실무적으로는 중국해관 수입통관 과정에서 특정의 HS CODE를 사용하게 하거나 수입신고가격에 대한 증빙자료를 요청하는 등 통관과정에서는 심사가 발생할 수 있음. 중국의 경우 중국 해관 담당자에 판단에 따라 수입 시 적용되는 HS CODE가 달라질 수 있음. 따라서 수출자는 사전에 중국 수입자의 수출물품 또는 유사물품에 대한 기존 통관이력을 통해 HS CODE 정합성을 확인해 볼 필요가 있음

<sup>26)</sup> 관세 납부목적으로 평가되는 수입물품의 과세표준으로 수출자와 수입자간 거래가격을 기초로 하여 평가되는 것을 원칙으로 함

다. CIQ 검역 (실물 검사 및 라벨링 검사)

- 해관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관이 방문하여 샘플링 검역, 라벨링 심사 및 실험실 검역을 진행하게 됨. 실험실 검역률은 통상 5 - 10%이며 중국 식품안전 국가표준에 따른 대장균군, 중금속 함유량 등을 검사하게 됨
- 샘플링 검역, 라벨링 심사 및 실험실 검역이 완료된 경우 입국화물검역증명서<sup>27)</sup>을 발급받아 출고 및 판매가 가능함

❖ CIQ 입국화물검역증명서 예시

**中华人民共和国出入境检验检疫**  
**入境货物检验检疫证明**

编号: [REDACTED]

收货人	[REDACTED]		
发货人	[REDACTED]		
品名	紫粉瓦	报检数/重量	批号瓦
包装种类及数量	紫粉瓦	输出国家或地区	韩国
合同号	[REDACTED]	标记及号码 R/M	
箱/运单号	[REDACTED]		
入境口岸	青岛地		
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
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	**1kg/袋	**284袋	2017年03月29日	韩国
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	**1kg/袋	**282袋	2017年03月29日	韩国
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	**1kg/袋	**282袋	2017年03月28日	韩国

\*\*\*\*\*

(6)

签字: [REDACTED]      日期: 2017 年04 月17 日

备注: [REDACTED]

① 货主收执

27) 입국 화물검역증명서의 경우 업무일 기준으로 3-4일이 소요되며 실험실 검역 대상인 경우 7-10일이 소요됨

## 라. 관세 납부 및 수입물품 반출

- 관세는 중화인민공화국해법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부가됨. 관세는 현장 또는 전자납부 형태로 지급이 가능하며 납부 기한은 세관 서류심사 후 납부고지서를 발급한 날로부터 15일 이내임
- 수입신고 및 검역절차가 마무리되면 관세를 납부한 뒤 중국 보세구역에서 판매를 위하여 반출이 가능함

## 2) 관세율 정보<sup>28)</sup>

### □ 중국 김 HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명	관세율
2008.99.3100	Seasoned laver	최혜국대우세율: 15% 한-중 FTA세율: 12% <sup>29)</sup> 아-태 협정세율: 13.8% 증치세율: 16%

- (조미) 김의 경우 최근 세계 관세기구(WCO) HS 위원회에서 ‘기타 조제 식료품(2106.90호)’ 에서 ‘식물의 기타 조제품(2008.99호)’ 로 변경함에 따라 한-중 FTA 협정에서 조미 김에 대해 HS 2008.99호로 분류함
- 중국의 경우 제2008.99.31호에 특혜하여 분류하고 있으나 한국의 경우 별도의 특혜된 세번이 존재하지 않아 기타 세번인 제 2008.99-9000호로 분류함
- 최혜국대우에 따른 비특혜적용 세율은 15%이며 수출기업이 한-중 FTA에 따른 FTA 협정세율은 12%, 아-태 무역협정 세율은 13.8%임
- 따라서 수입자는 특혜원산지증명서를 발급받아 중국해관에 제출하여 12%의 특혜 세율을 적용받는 것이 유리함
- 단, 협정세율(특혜세율) 적용대상의 품목이라도 원산지결정기준에 충족하지 못하는 경우 최혜국 대우에 따른 비특혜세율(15%)이 적용됨

28) 출처: 트레이드네비. 한-중FTA 협정문, 중국해관총서

29) 출처: 중국 관세청 홈페이지(<http://ftatax.mofcom.gov.cn>)

- 양허유형 ‘20’ 에 해당되어 관세율이 매년 균등 철폐되어 2034년 1월 1일부터 0% 세율로 중국 내 수출이 가능함
- 중국의 경우 수입물품에 부가가치세인 증치세가 부과됨. 증치세율은 16%이며 증치세 계산산식은 다음과 같음

$$\text{증치세액} = (\text{CIF 금액}^{30}) + \text{수입 관세액} + \text{소비세액} ) * \text{증치세율 } 16\%$$

#### ❖ 중국 현지 수입 관세율 조회 방법

- 중국 현지 수입 관세율은 China FTA Network 홈페이지에 접속하여 확인이 가능함. 아래 홈페이지 접속 후 HS CODE를 입력하면 중국 현지 적용 관세율을 확인할 수 있음

그림 3.1 중국 현지 적용관세율 안내 예시

The screenshot shows the '中国自由贸易区服务网' (China FTA Network) website. The search results for '原产地: 韩国' (Origin: Korea) and '目的地: 中国' (Destination: China) are displayed. The product code is '2008.99.31: 调味紫菜' (Seasoned Seaweed). Under the '协定税率' (Agreement Rate) section, the following rates are listed: '协定税率: 12.0 % CIF (中国-韩国自由贸易协定)' (Agreement Rate: 12.0% CIF (China-Korea FTA)), '(MFN) 最惠国税率: 15.0 % CIF' (MFN Most-Favored-Nation Rate: 15.0% CIF), and '一般税率: 90.0 % CIF' (General Rate: 90.0% CIF). The website address is provided as 'http://fta.mofcom.gov.cn/ftanew/taxSearch.shtml'.

30) CIF 금액이란 수출자가 작성한 인보이스 상 물품금액에 중국 목적항까지 소요된 운임과 보험료를 더한 금액을 의미함.

### 3) 한-중 FTA 원산지 정보<sup>31)</sup>

#### □ 개요

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능함
- 다만, 다만, 선적 전/후 7일(근무일) 내에 원산지증명서를 발급하여야 하며 해당 기간 내에 발급받지 못했다면 선적일로부터 1년 이내에 발급을 신청하여 “소급발급” 문구가 기재되어야 함

#### □ 한-중 FTA 원산지증명서 발급내용

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 원산지판정증빙자료는 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

- FTA 적용위한 조미 김의 원산지 결정기준 - 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것이어야 함(CC: change of chapter)

한-중 FTA 원산지기준	
HS CODE (2012기준)	PSR 설명
2008.99.31	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것 (CC: Change of Chapter)

31) 출처: 트레이드네비. 한-중FTA 협정문

## □ 직접운송원칙

- 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 제품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로, 직접 운송된 것으로 간주
  - 지리적 이유 또는 전적으로 운송 상의 이유일 것
  - 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것
  - 상품이 하역, 운송 상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것
- 상품이 비당사국에서 일시 보관되는 경우, 그 제품은 보관되는 동안 비당사국 세관 당국의 통제 하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

<한-중 FTA 원산지증명서 양식>

ORIGINAL



1. Exporter's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 50, Sejong-daero, Jangjeon, SEOUL, KOREA		Certificate No.: 001-16-0006370 Certificate Code: 7Rc3-cob2				
2. Producer's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 50, Sejong-daero, Jangjeon, SEOUL, KOREA		<b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b> <b>Form for Korea-China FTA</b>  Issued in <u>THE REPUBLIC OF KOREA</u> (see Overleaf Instruction)				
3. Consignee's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 50, Sejong-daero, Jangjeon, SEOUL, KOREA CHINA						
4. Means of transport and route (as far as known): Departure Date: 07 APR, 2016 Vessel/Flight/Train/Vehicle No: 118 Port of loading: HANAN PORT, KOREA Port of discharge: SHANGHAI PORT, CHINA						
5. Remarks: Remarks						
6. Item number (Vita 2B)	7. Marks and Numbers (on packages)	8. Number and kind of packages/description of goods	9. HS code (Six-digit code)	10. Origin criterion	11. Gross weight, quantity (Quantity Unit) or other measures (Units, etc.)	12. Number and date of invoice
1 ////	MARK: 00 SHANGHAI/50 //////////	etc_goods 1 EG 4 PC 5 000 7 000 etc //////////	9051.90.2432 //////////	RP //////////	7 250 //////////	1601-0104 2016-04-07 //////////
End Of Page --						
13. Declaration by the exporter: The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in THE REPUBLIC OF KOREA ..... (Country) and that they comply with the origin requirements specified in the FTA for the goods exported to PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA ..... (Importing Country) SEUL KOREA 08 APR 2016 <i>K. D. Hong</i> Place and date, signature of authorized signatory			14. Certification: On the basis of control carried out, it is hereby certified that the information herein is correct and that the goods described comply with the origin requirements specified in the Korea - China FTA.  08 APR 2016  <i>Hong</i> Manager HONG GIL DONG Place and date, signature and stamp of authorized body			

Verify the authenticity of certificate for verification with the website <http://cert.korcham.net/verify/index.html>

#### 4) 통관 주의사항

##### □ 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화<sup>32)</sup>

- 중국 국가질검총국 보고자료에 따르면 2016년부터 2018년까지 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품 첨가물 과다 또는 과소 함유, 영양소 수치초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관을 거부한 사례가 안내되었음
- 수출기업은 원활한 중국 식품수출을 위하여 수출 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준<sup>33)</sup>을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역항목을 확인하여야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관 거부당하지 않도록 하여야 함
- 중국 국가표준은 중국 위생부 홈페이지(<http://www.moh.gov.cn>)에서 다운로드 가능함

##### □ 통관 전 포장라벨 심의<sup>34)</sup>

- 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화에 따라 아래와 같이 통관 전 중국해관에 미리 포장라벨의 심의를 받을 수 있음

###### ※ 필요 서류

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

※ 심의기간 : 접수기관(10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)

※ 심의비용 : 식품 종류 당 약 300위안

32) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

33) 중국 국가표준은 중국 위생부 홈페이지(<http://www.moh.gov.cn>)에서 다운로드 가능함

34) 중국의 식품통관 절차 및 유의사항에 대한 연구(관세청)

## 2. 인증정보

### □ 권장인증 SC(Sheng Chan) 인증

- 중국은 2015년 10월부터 QS(전국 공업제품 생산허가증)인증을 SC(식품생산허가증)인증제도로 대체하면서 ‘식품생산허가증’을 갱신하였음. 이로 인해 2018년 6월 이후로는 신규 식품생산 허가취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS 마크를 표시할 수 없음
- SC허가번호는 총 14자리 숫자로 구성되어 있으며 각 숫자는 식품분류코드, 제조지역, 등록순서, 인증번호를 의미함. SC(新식품생산허가등록제도)허가의 경우 중국 현지에서 생산되는 제품에만 부여되기 때문에 수입식품은 따로 허가를 받을 필요 없음

### □ 중국 유기농 제품 인증<sup>35)</sup>

- 인증기관이 유기제품의 중국표준과 ‘유기제품인증관리방법’의 규정에 따라 유기제품<sup>36)</sup>의 생산 및 가공과정에 대하여 평가 심사하는 활동을 의미하며, 곡물, 채소, 과일, 유제품, 축산물, 벌꿀, 수산물, 조미료, 가공사료, 가공식품 및 가공섬유직물류 등이 포함됨
- 유기 원료의 함량이 95%이상인 가공제품(물과 소금체적을 제외한)에 대해 유기인증을 취득한 후 제품 혹은 제품포장 및 라벨 상에 “유기”라는 글자를 표기할 수 있고 유기인증마크의 부착이 가능함

35) 출처 : 대외경제정책연구원 중국 전문가 포럼 :

<https://csf.kiep.go.kr/consultingInfo/M005000000/view.do?articleId=18960>

36) 유기 원료의 함량이 95%이상인 가공제품(물과 소금체적을 제외한)에 대해 유기인증을 취득한 후 제품 혹은 제품포장 및 라벨상에 “유기”라는 글자를 표기할 수 있고 유기인증마크를 부착 가능

❖ SC 인증정보37)

SC인증		
인증/검사명	SC 인증	
인증 설명	품질검사, 생산 장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크	
발행/검사기관	중국 국가품질감독검험검역총국	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품생산허가신청서</li> <li>- 영업허가증 사본</li> <li>- 식품 생산 가공 평면도</li> <li>- 식품 생산 주요설비 및 시설 목록 등</li> </ul>	
소요기간	70일 이내	
유효기관	5년	
발급절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) SC 인증신청서 제출</li> <li>2) 서류심사             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사</li> </ul> </li> <li>3) 현장조사             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시</li> <li>- 현장조사팀은 현장조사 시작일로부터 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국에 제출하여야 함</li> </ul> </li> <li>4) SC 인증서 발급             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함.</li> </ul> </li> </ol>	

37) 중국 국가출입검역검험검역국 및 중국 식품약품감독관리총국 자료

❖ 중국 유기농 인증

유기인증		
인증/검사명	중국 유기농 제품 인증	
인증 설명	유기 원료의 함량이 95% 이상인 가공제품(물과 소금체적을 제외함)에 대해 유기인증을 취득한 후 제품 혹은 제품포장 및 라벨상에 “유기 ” 라는 글자를 표기할 수 있고 유기인증마크의 부착이 가능함	
주관기관	중국 품질인증센터 중국 인증인가관리감독위원회 출입국검험검역기구	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기제품 인증 조사표</li> <li>- 유기제품 생산관리 기준서</li> <li>- 인증 신청서</li> <li>- 유기제품 생산계획서</li> <li>- 기 취득한 유기인증서 등</li> </ul>	
소요기간	최소 6개월(평균 24개월-36개월)	
유효기관	1년	
발급절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 신청서류 제출</li> <li>2) 서류심사</li> <li>3) 현장조사 + 제품 테스트</li> <li>4) 최종평가</li> <li>5) 인증서 발급</li> <li>6) 유기마크 및 판매증 발급</li> </ol>	

### 3. 제출서류

❖ 영문 위생증명서 (발급처 : 식품의약품안전처)

발급번호 : 


**식품의약품안전처**

*Building #5, GWA-cheon Government Complex, 47 Gwanam-ro, Gwancheon-si, Gyeonggi-do, Korea, Tel: +82-2-2110-8000, Fax: +82-2-2110-0801*

Certificate No. : 1

## HEALTH CERTIFICATE

MM/DD/YY : 07/23/17

This is to certify that the following products have been produced and distributed in a sanitary manner and are suitable for human consumption according to the Food Sanitation Act of the Republic of Korea

- Name and address of production establishment :
- Country of destination : China
- Name and address of consignor :
- Name and address of consignee : DINGDAO ALL GATE TRADE CO., LTD / Room 203, Building B, Qingdao A Trade Co., Ltd / West of Shuangyuan Road, Liuting Subdistrict, Chengyang District, Qingdao, Shandong
- Remarks :

Signature : Han un sub

Director of General Services Division  
 Gyeongin Regional Food & Drug Administration  
 Republic of Korea



This certificate was issued by internet and can be verified at Food Safety Korea Site (<http://www.foodsafety.or.kr>)

❖ 중국해관 수입 화물 보관단38) (발급처 : 중국해관)



中华人民共和国海关进口货物报关单

海关作业联

报关人编号: \_\_\_\_\_

海关编号: \_\_\_\_\_

收货人		进口口岸 (4227) 青岛大港		进口日期 20170830		申报日期 20170906	
消费使用单位		运输方式 (2) 水路运输		运输工具名称		提单号	
申报单位		监管方式 一般贸易		贸易国别 (101) 一般征税		备案号	
启运国 (地区) (132) 韩国		启运国 (地区) (132) 韩国		贸易国 (地区) (402) 仁川		境内目的地 (37020) 青岛其他	
许可证号		成交方式 (3) FOB		运费 502/490/3		保费 000/0.3/1	
合同协议号		件数 200		包装种类 (2) 纸箱		毛重 (千克) 2900	
备案号		申报单证 入境货物通关单					
标记唛码及备注 备注:							
项号	商品编号	商品名称、规格型号	数量及单位	原产国(地区)	单价	总价	征免
1	23023900.99	红枣植物饮品	2100升韩国 2100千克 (132) 200箱	目的国: 中国			(502) 照章征税 (L) 美元
特殊关系确认: <input type="checkbox"/> 否      价格影响确认: <input type="checkbox"/> 否      与货物有关的特许权使用费支付确认: <input type="checkbox"/> 否							
报关员 BB30000096119		报关单位 申报单位(签章)			海关批注及签章		

❖ 중국 유기농인증 인증서



## 4. 라벨링

### □ 중문 간체자로 쉽고 명확하게 기재

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

### □ 중국 식품 라벨링 필수 표기 사항

표 3.1 중국 식품 라벨링 상세 표기사항

구분	세부 사항
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기
글자 크기	포장 용기의 표면적이 35cm <sup>2</sup> 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장 용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
원재료	- 제품에 포함된 모든 원료를 투입량이 많은 순서에 따라 배열 - 식용할 수 있는 포장물(식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등)도 표시 - 열량, 핵심영양소의 함량 및 영양소기준치(NRV)에서 차지한 백분비 기재
영양성분표	- 제품의 열량 및 4대 영양소(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨) 표기해야 함 - 영양소 참고치(NRV) 를 백분율로 표기해야 함 - 식품원료 배합 및 생산과정에서 수소화합물 혹은 수소지방을 사용했을 경우 반드시 트랜스지방산의 함량을 표시해야 함
내용량	- 동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재 - 순중량 이외에 고형물의 함량도 표기
제조업자 및 유통업자 정보	생산업체 및 중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보를 기재

원산지	- 수입 포장식품의 경우 원산지 국가명 반드시 기재
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
보관법	특별한 보관을 필요로 하는 제품의 경우 해당 내용을 라벨에 기재해야 함
생산 코드	중국산 제품의 경우 생산 코드가 기재되어야 함
기타	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기 - 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기 - 중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

자료 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

## □ 라벨링 예시

그림 3.2 라벨링 예시 - 중국에서 판매 중인 김(한국산)



## 5. 위생요건

### □ 김 국가표준

- 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<sup>39)</sup>
- 김의 경우, 2017년 6월 23일부터 시행한 <식품안전국가표준-조류 및 조류제품(GB19643-2016)>의 규정을 준수해야 함
- <식품안전국가표준-조류 및 조류제품(GB19643-2016)>는 조류 및 조류제품의 오염물 사용표준(GB2762), 미생물 사용표준(GB29921), 병(원)균 규정(GB29921), 식품첨가물 사용표준(GB2760)을 명시하고 있음

### □ 김 오염물 규정

- 오염물은 GB2762-2017의 규정에 부합해야 함

품목	식품유형	제한량(Pb기준) mg/kg
아연 鉛	조류 및 조류 제품 (스피롤리나류 제외)	1.0(건조 중량 기준) <sup>40)</sup>

### □ 조미김 미생물 규정

- 병(원)균은 GB29921-2013의 규정에 부합해야 함

식품유형	병(원)균 지표	추출 방법 및 제한량 (따로 규정되어 있지 않으면, /25 g 혹은 /25 mL로 표기)				측정 방법
		n	c	m	M	
- 수산물 水産制品	살모넬라균 沙門氏菌	5	0	0	-	GB4789.4
- 정제한 수산물 熟制水産品	장염비브리오균 副溶血性弧菌	5	1	100 MPN/g	1000 MPN/g	GBT4789.7
- 즉석 수산물 即食生制水産品	황색포도상 구균 金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g	1000 CFU/g	GB4789.10 제2법

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

40) 측정방법 : GB5009.12의 규정에 따름

o 즉석조류제품(即食藻類制品) 미생물 제한량은 미생물 사용표준(GB29921)을 부합해야 함

항 목	추출 방법 및 제한량				측정 방법
	n	c	m	M	
균락총수(CFU/g) 菌落總數	5	2	$3 \times 10^4$	$10^5$	GB 4789.2
대장균군(CFU/g) 大腸菌群	5	1	20	30	GB 4789.3
매균 <sup>b</sup> (CFU/g) ≤ 霉菌	$3 \times 10^2$				GB 479.15
a. 샘플 분석 및 처리는 GB 4789.1 법으로 진행함 b. 즉석 조류 건조 제품(即食藻類干制品)에만 한정함					

- 샘플링 방법은 2급과 3급 추출법으로 나뉘며, 2급 샘플링 방법은 각각 n, c, m값, 3급 샘플링 방안은 각각 n, c, m 그리고 M값으로 설정.
- n: 동일 로트로 샘플링 한 시료의 수량  
 c: m의 제한수치 초과 허용 시료의 수  
 m: 미생물 지표의 허용값(3급 추출법)이나 최대 안전 제한값(2급 추출법)  
 M: 미생물 지표의 최대안전 제한값
- 주:
- 2급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사값이 m보다 커도 허용됨
  - 3급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, 모든 샘플의 미생물 지표 검사값이 m보다 작거나 같아도 되며, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사값이 m값과 M값 사이에 있어도 허용됨. 하지만 M값보다 커서는 안됨
  - 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 안됨

## □ 김 식품첨가물 규정

- <식품첨가물 사용표준(GB2760-2015)>은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항에 대해 지속적인 모니터링을 해야 함
- 한편, 중국 ‘식품첨가물사용 위생표준’에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함

첨가제(중국어/영어 순)	기능	식품 명칭	최대사용량 (g/kg)
N-[N-(3,3-二甲基丁基)]-L-α-天門冬氨酸-L-苯丙氨酸1-甲酯(又名紐糖) neotame	감미료	물로 끓이거나 기름으로 튀긴 조류	0.033
		다른 가공한 식용균 및 조류	0.033
二氧化硫, 焦亞硫酸鉀, 焦亞硫酸鈉, 亞硫酸鈉, 亞硫酸氫鈉, 低亞硫酸鈉 sulfur dioxide, potassium metabisulphite, sodium metabisulphite, sodium sulfite, sodium hydrogensulfite, sodium hyposulfite	표백제 방부제 항산화제	건조한 식용균 및 조류	0.05 최대사용량은 이산화황 잔류량으로 계산
β-胡蘿卜素 beta-carotene	착색제	다른 가공한 식용균 및 조류	1.0
ε-聚賴氨酸鹽酸鹽 ε-polylysinehydrochloride	방부제	과일, 채소(덩이 뿌리 포함), 콩, 식용균, 조류, 견과류, 씨드 등	0.30
三氯蔗糖(又名蔗糖素) sucralose	감미료	가공한 식용균 및 조류	0.3
山梨酸及其鉀鹽 sorbic acid, potassium sorbate	방부제 항산화제 안정제	가공한 식용균 및 조류	0.5 소르빈산 기준으로 계산
双乙酰酒石酸单双甘油酯 diacetyl tartaric acid ester of mono(di)glycerides(DATEM)	유화제 점도증진제	물로 끓이거나 기름으로 튀긴 조류	2.5
		다른 가공한 식용균 및 조류	2.5
天門冬酰苯丙氨酸甲酯(又名阿斯巴甜) aspartame	감미료	물로 끓이거나 기름으로 튀긴 조류	1.0
		다른 가공한 식용균 및 조류	1.0
乙 酰 磺 胺 酸 鉀 ( 又 名 安 賽 蜜 ) acesulfame potassium	감미료	가공한 식용균 및 조류	0.3

□ 중국으로 수출하는 김이 수출 전 위생 허가를 받았으나, 중국 현지에서 검역 시  
균락 수 초과로 인해 통관이 거부되는 경우가 많으므로 주의가 필요함

표 3.2 중국의 한국산 김 통관 거부 유형(2012-2016)

구분	2012	2013	2014	2015	2016
전체	7	7	28	12	45
금지성분 검출	5	7	23	12	45
- 균락총수 기준치 초과	4	5	20	7	39
서류미비	2	-	4	-	-
기타	-	-	1	-	-

자료: 해양수산부(www.mof.go.kr)



## **IV. 경쟁제품**

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

## 1. 경쟁제품 선정

### □ 오프라인 쇼핑몰 선정

- 현지조사원을 통해 상하이(上海)에 위치한 백화점 Newworld-daimaru, 신천지의 지하마트, 대형 슈퍼마켓 Wal-Mart, Carrefour, RT-MART, Lianhua, Bailian의 매장, 한인마트 K-Mart, W-Mart, 편의점 Lawson, 7-11, Family Mart, Alldays 등을 방문

### □ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 중국의 인기 쇼핑몰 타오바오, T-Mall, JD, 1호점을 통해 진행

### □ 경쟁제품 선정 기준

- 온·오프라인 매장에서 조사한 결과, 어린이 조미김 제품 중 포장에 ‘어린이 조미김’ 이나 ‘영유아 김’ 이라고 명시한 제품은 모두 한국산임
- 포장에 ‘어린이 조미김’ 이나 ‘영유아 김’ 이라고 명시하지 않고 어린이 만화 캐릭터만 그려져 있는 김 제품 중 중국 자국산이 많음. 특히 온라인 매장에서 ‘어린이 조미김’ 이나 ‘영유아 김’ 으로 홍보하는 제품 대부분은 자국산임
- ‘어린이 조미김’ 이나 ‘영유아 김’ 으로 명시하는 것은 소비자(부모)의 제품 선택 시 영향을 줄 가능성이 높지만 중국 현행 식품안전법 상 어린이 조미김의 라벨링에 대한 특화된 규정이 없어 명시 여부는 실질적인 의미는 없음<sup>41)</sup>
- 이러한 상황을 고려하여 포장에 ‘어린이 조미김’ 이나 ‘영유아 김’ 이라고 명시하는 제품을 우선적으로 선정한 후, 포장에 명시하지 않았지만 ‘어린이 조미김’ 이나 ‘영유아 김’ 이라고 홍보하는 제품 중 인기 제품을 경쟁제품으로 선정함

### □ 분석기준 및 지표설정

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

41) [www.sohu.com/a/223820193\\_244260](http://www.sohu.com/a/223820193_244260)

## 2. 경쟁제품 분석

### □ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 K사	
	제품명	한국 김(어린이 조미김)	
	제품특성	- 한국 직수입제품이며, 라벨은 모두 중국어로 표기되어 있음	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 참기름, 옥배유, 유채유, 들기름, 식염, 고추기름	
	조사매장	Bailian	
	용량(g)	4g*3	
	제품가격	11.8위안(약 1,930원) <sup>42)</sup>	
유통기한	12개월		

42) 1위안 = 163.54원(KEB 하나은행 고시기준, 2018.10.24)

구분	제품 #2	
이 미 지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제 품 스 펙	제조사	한국 D사
	제품명	담터 어린이김
	제품특성	- 한국 제품이며, 라벨링은 한국어/중국어 모두 표기
	포장 용기	비닐
	성분	김, 옥배유, 들기름, 식염, 참기름
	조사매장	Carrefour
	용량(g)	20g(2g*10)
	제품가격	15.6위안(약 2,551원)
	유통기한	2018.11.08.까지(촬영날짜: 2018.09.22)

구분		제품 #3	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 H사	
	제품명	어린이김	
	제품특성	- 한국 제품이며, 라벨링은 중국어로만 표기	
	포장 용기	비닐	
	성분	마른김68%, 옥배유, 참기름, 식염	
	조사매장	RT-Mart	
	용량(g)	20g(2g*10)	
	제품가격	14.8위안(약 2,420원)	
유통기한	12개월		

구분		제품 #4	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 G사	
	제품명	토마스와 친구들 유아김	
	제품특성	-	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 포도씨유, 참기름, 옥배유, 카놀라유, 식염	
	조사매장	Walmart	
	용량(g)	21g(2.1g*10)	
	제품가격	14위안(약 2,290원)	
	유통기한	12개월	

구분		제품 #5	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 C사	
	제품명	햇김	
	제품특성	-	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 옥배유, 맛소금, 참기름	
	조사매장	Newworld-daimaru	
	용량(g)	2g*10	
	제품가격	12.8위안(약 2,093원)	
유통기한	9개월		

구분		제품 #6	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 D사	
	제품명	파래구운생김	
	제품특성	- 김에 소금, 기름 무 첨가 - 매실조미장이 따로 들어 있음	
	포장 용기	비닐	
	성분	김 80%, 파래 20%, 매실조미장-양조간장(탈지대두, 밀, 정제염, 주정, 감초추출물), 정제수, 액상과당, 간장(탈지대두, 밀, 천일염, 액상과당, 호모추출분말), 백설탕, 양조식초, 조미장, 다시마엑기스, 정제염, 매실엑시스0.3 %, 벌꿀, 마늘엑기스, 향미증진제, 혼합제제, 감초엑기스	
	조사매장	W-Mart(한인마트)	
	용량(g)	54g(6g*9)	
	제품가격	47위안(약 7,686원)	
유통기한	6개월		

구분		제품 #7	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 B사	
	제품명	코코몽 돌김	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이 조미김으로 나트륨의 함량을 줄여 맛이 담백함을 홍보</li> <li>- HACCP 인증 취득</li> </ul>	
	포장 용기	비닐	
	성분	돌김97%, 맛소금0.5%, 식용유1%, 참기름1%, 들기름0.5%	
	조사매장	K-Mart(한인마트)	
	용량(g)	4g*6	
	제품가격	24.6위안(약 4,023원)	
유통기한	12개월		

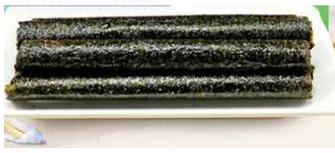
구분	제품 #8	
이 미 지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제 품 스 펙	제조사	한국 B사
	제품명	코코몽 김자반
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해남 원초를 올리브유에 볶은 제품</li> <li>- HACCP 인증 취득</li> </ul>
	포장 용기	비닐 지퍼백
	성분	김자반 95%, 식용유 1%, 맛소금 1%, 올리브유 0.5%, 볶음참깨 0.5%, 참기름 0.5%, 들기름 0.5%, 설탕 0.5%, 녹차고형분 0.5%
	조사매장	K-Mart(한인마트)
	용량(g)	30g
	제품가격	12.3위안(약 2,012원)
유통기한	12개월	

구분		제품 #9	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 D사	
	제품명	미즈니 미니 죽염김	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지조사원이 직접 방문한 한국 한인마트, 편의점, 슈퍼마켓에서 이 제품은 모두 판매되고 있음</li> <li>- 김 원산지는 한국</li> </ul>	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 옥배유, 참기름, 죽염	
	조사매장	K-Mart(한인마트)	
	용량(g)	12g(2g*6)	
	제품가격	15.8위안(약 2,584원)	
유통기한	12개월		

구분		제품 #10	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	한국 H사	
	제품명	꼬꼬마 김자반	
	제품특성	- 원산지는 한국이라고 표시되어 있으며, 라벨링은 한국어/중국어 모두 표기	
	포장 용기	비닐 지퍼백	
	성분	김파래혼합물(김, 파래), 옥수수(옥수수씨눈), 참기름, 설탕, 참깨, 식염, 들기름	
	조사매장	K-Mart(한인마트)	
	용량(g)	30g	
	유통기한	12개월	

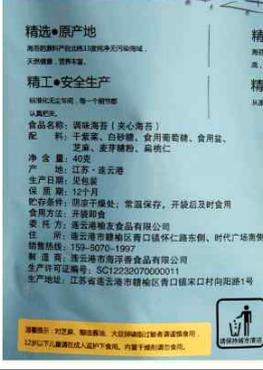
구분		제품 #11	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	한국 H사	
	제품명	우리아이 튼튼김	
	제품특성	- 원산지는 한국이라고 표시되어 있으며, 라벨링은 중국어만 표기	
	포장 용기	비닐	
	성분	마른 김, 해바라기씨유, 식염	
	조사매장	K-Mart(한인마트)	
	용량(g)	12g(4g*3)	
	제품가격	10.0위안(약 1,635원)	
유통기한	12개월		

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제품 스펙	제조사	Tao Kae Noi	청도호선생식품유한회사 青島好先生食品有限公司
	제품명	오리지널 맛 김	김자반볶음
	제품특성	- 태국산 제품 - 어린이 간식으로 어필	- 중국산 제품 - 어린이 간식으로 어필
	유통기한	360일	365일
	용량(g)	27g*2	350g(70g*5)
	제품가격	26.9위안(약 4,410원)	51.9위안(약 8,488원)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제품 스펙	제조사	대상(북경)식품유한회사 大象 (北京) 食品有限公司	복건신석란식품유한회사 福建申石藍食品有限公司
	제품명	바삭한 김	Three Squirrels 김
	제품특성	- 한국산 제품 - 어린이 조미김으로 어필	- 포장에 어린이 조미김이라는 표시가 없지만 판매 페이지에 어린이 간식이라고 홍보함
	유통기한	360일	360일
	용량(g)	32g(2g*16)	33g
	제품가격	28.9위안(약 4,726원)	16.9위안(약 2,764원)

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제품 스펙	제조사	한국 A사	한국 E사
	제품명	쌀 조미김	칩스칩스 키즈 김스낵
	제품특성	- 12개월 이상 어린이 간식이라고 홍보	- 치즈, 멸치, 참깨, 코코넛 등 4가지 맛이 있음
	유통기한	12개월	365일
	용량(g)	25g	10g*4
	제품가격	28위 안(약 4,580원)	39.9위 안(약 6,525원)

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제품 스펙	제조사	연운항낙발김유한회사 連云港市樂發海苔有限公司	연운항해불식품유한회사 連云港市海浮香食品有限公司
	제품명	조미김	조미김
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공장 직판 제품</li> <li>- 어린이, 임산부 간식이라고 어필</li> <li>- 베이스 맛은 단 것이며, 참깨, 호두, 호박씨, 볶은쌀, 땅콩, 아몬드 등 맛이 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 포장에 어린이 조미김이라는 표기가 없지만 판매 페이지에 어린이 간식이라고 홍보함</li> <li>- 참깨, 볶은쌀, 땅콩, 아몬드 맛이 있음</li> </ul>
	유통기한	240일	365일
	용량(g)	500g	40g*3
제품가격	46.3위안(약 7,572원)	21.9위안(약 3,582원)	

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제품 스펙	제조사	한국 B사	한국 T사
	제품명	순한김	조미김
	제품특성	- 9개월 어린이 간식이라고 어필 - HACCP 인증	- 포장에 어린이 조미김이라는 표기가 없지만 판매 페이지에 어린이 간식이라고 홍보함 - 오리지널, 죽염, 포도씨유, 올리브유 등 4 종류가 있음
	유통기한	12개월	12개월
	용량(g)	2g*20	5g*12
제품가격	45.0위 안(약 7,359원)	29.9위 안(약 4,890원)	



## **V. 경쟁사**

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

# 1. 경쟁사 선정

## □ 방법론 01. 오프라인 쇼핑물 조사

- 매출액 비중이 높은 유통채널을 선행 조사한 후 현지조사원이 직접 오프라인 매장을 방문
  - 슈퍼마켓: Wal-Mart, Carrefour, RT-MART, Lianhua, Bailian
  - 한인마트: K-Mart, W-Mart
  - 편의점: Lawson, 7-11, Family Mart, Alldays
  - 백화점: Newworld-daimaru, 신천지
- 키워드: 儿童海苔, 儿童烤海苔, 儿童紫菜, 婴幼儿海苔 등
- 업계관계자와 소비자 인터뷰 진행

## □ 방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사

- 어린이 조미김과 관련성 높은 키워드(儿童海苔, 儿童烤海苔, 儿童紫菜, 婴幼儿海苔등)로 제품 검색
- 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(타오바오, T-Mall, JD, 1호점) 분석

## □ 온·오프라인 쇼핑물 조사와 판매량 순위를 참고하여 경쟁사 3개 업체를 선정함

태국	한국	
Taokaenoi	한국 D사	한국 A사
	-	-

## 2. 경쟁사 분석

### □ Taokaenoi (태국)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 김 스낵 시장에서 70%의 점유율을 차지하고 있는 태국의 가장 큰 김 스낵 제조업체</li> <li>- Taokaenoi의 연례 보고서에 따르면, 2015년 기준 Taokaenoi은 김 스낵 제품 중 크리스피 김 스낵과 (crispy seaweed)와 구운 김 스낵 (grilled seaweed)이 가장 많이 판매됨</li> <li>- 싱가포르, 홍콩, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 마카오, 미국, 캐나다, 호주, 캄보디아, 영국 등 다양한 국가에 진출해 있으며, 특히 중국 조미김 시장에서 점유율이 높음</li> </ul>		
기업 유형	가공식품 제조 및 유통	홈페이지	www.taokaenoi.co.th
취급품목	해조류	대표전화	+66-2-984-0666
소재지	337 Bond street Bangphut Pak kret Nonthaburi, 11120	설립연도	2004년
대표 제품			

□ 한국 D사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1996년에 설립된 D사는 방어포 및 김 가공 업체임</li> <li>- 한국에서 홈플러스, 롯데마트, CJ프레시웨이 등에 납품하고 있을 뿐 아니라, 미국 최대 유통점인 코스트코, 유기농 제품 유통체인인 홀마트와 중국 홍콩, 대만 등에도 수출하고 있음</li> <li>- 중국에서 온라인 매장은 물론, 백화점, 슈퍼마켓, 한인마트 등 오프라인 매장에서 조미김 제품이 다수 유통되어 있음</li> </ul>		
기업 유형	수산식물 가공	홈페이지	***
취급품목	조미김	대표전화	041-935-****
소재지	충남 보령시	설립연도	1996년
대표 제품			

□ 한국 A사

기업 개요			
-	- 서해안 청정해역인 전남 완도와 충남 서천에서 채취한 재료를 사용해 재래김, 미역, 다시마 관련 제품을 생산		
기업 유형	수산물가공	설립연도	1974년
취급품목	농수산물	연락처	055-323-****
소재지	경상남도 김해시		
대표 제품			

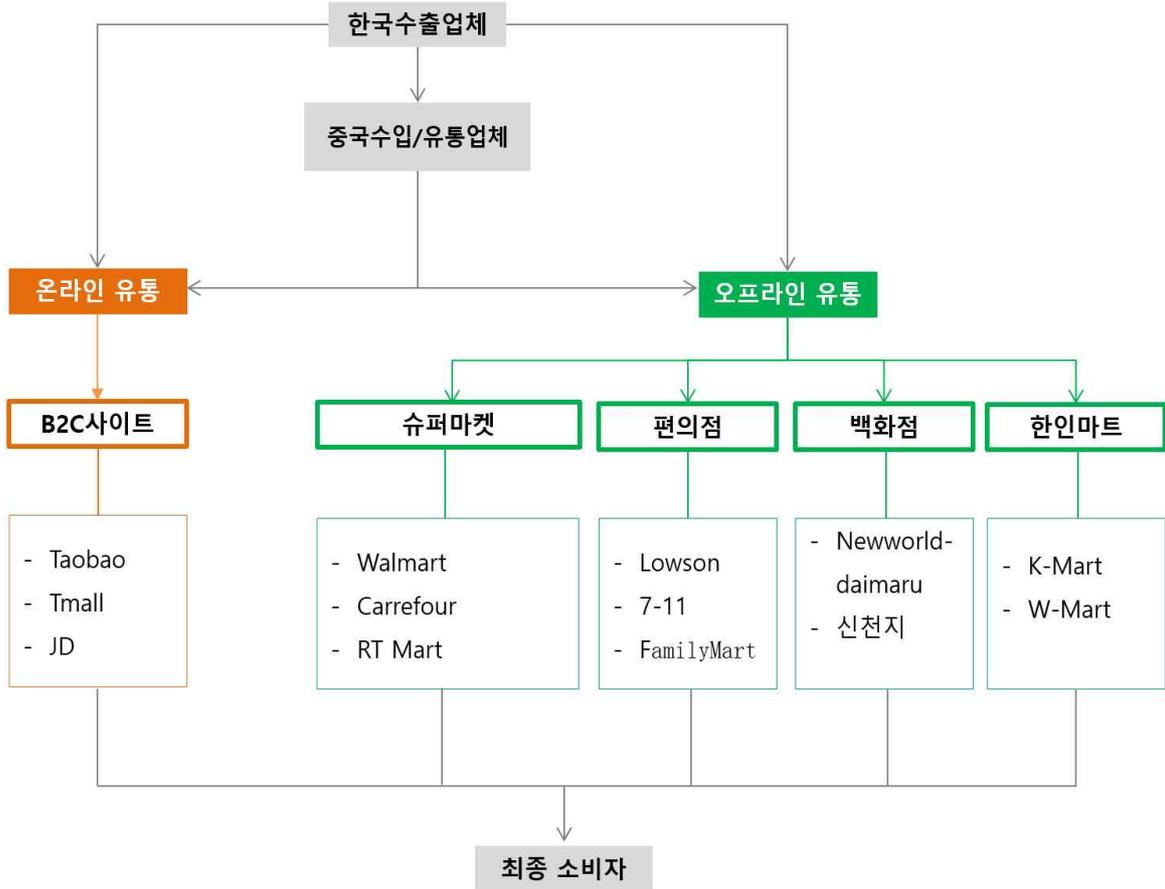


## VI. 유통채널

1. 유통채널 현황
2. 중국 내 수입산 김의 유통
3. 주요 유통채널

# 1. 유통채널 현황

## 중국 어린이 조미김 유통채널



### 1) 오프라인 유통채널

□ 식품 시장의 유통, 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 비중이 높음

○ 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중이 전체 유통채널 매출액의 약 30%를 차지

- 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 등이 있음

표 6.1 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만 명, 억 달러)

채널	매장 수	종업원 수	매출액
하이퍼마켓	8,452	53.5	751.2
슈퍼마켓	33,372	42	451.1
백화점	4,987	26.3	573.0
편의점	18,588	8.4	62.1
창고형 도매점	97	1.2	38.1
전문점	118,601	90.0	293.0
할인점	540	0.2	4.4

자료: 중국국가통계국(data.stats.gov.cn)

- 수입식품을 다수 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓이 고소득층이 많은 1선 도시를 중심으로 강세를 보이고 있으며, 중·상류층의 소비자를 타깃으로 함
- 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

표 6.2 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

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%	2,929	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.

## □ 백화점 유통채널

- 일반적으로 중급 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있는 반면 고급 백화점은 식품매장을 운영하지 않는 경우가 많음
  - 식품류는 백화점보다는 대형마트 판매 비중이 압도적으로 높음
- 중국 신화통신의 보도자료에 따르면, 2016년 기준 60%를 초과하는 중국 백화점 유통업체들의 매출액이 하락
  - 이유는 중국의 경기 침체와 중국 온라인 시장의 활성화 때문인 것으로 나타남
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온, 오프라인 결합을 통해 신유통<sup>43)</sup>을 전략 추구
  - 2016년 알리바바는 중국 최대 오프라인 유통기업인 바이리엔 백화점과 협력관계를 구축. 귀메이 백화점은 6개 카테고리에서 온·오프라인 융합을 통해 신유통 전략을 제시

## □ 한인 마트를 통한 시장 확대는 제한적

- 한인 마트는 한국의 '동네 슈퍼마켓' 을 중국에 그대로 옮겨놓은 형태로 대부분 한국어 의사소통이 가능함
- 육류, 어류, 채소 등 신선식품 및 중국 현지 생산 제품은 중국 현지 도매상으로부터, 한국 수입제품은 수입도매상을 통해 공급 받음
- 한국기업이 교민을 상대로 하는 시장에는 쉽게 진입할 수 있으나, 중국인들을 대상으로 하는 시장으로의 확장에는 한계 존재
  - 최근 중국인들의 이용이 증가하고 있으나, 기본적으로 교민을 대상으로 하는 한정된 시장에서 유통되기 때문에 시장 확장에 결정적 한계 있음

43) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

□ 고속 성장 중인 편의점 채널

- 중국 프랜차이즈 협회에 따르면 2017년 중국 내 편의점 산업은 전년 대비 23% 성장하였고, 편의점 개수가 10만 개를 돌파하였음
- 편의점은 지역별 발전수준과 유사한 양상을 나타내고 있으며, 1선 도시 중 상하이와 선전 지역의 발전 수준이 가장 높음
- 중국 내 편의점 브랜드는 약 260개이며, 1만 개가 넘는 점포를 소유하고 있는 MeiYiJia(美宜佳)가 중국 내 최대 편의점 브랜드임

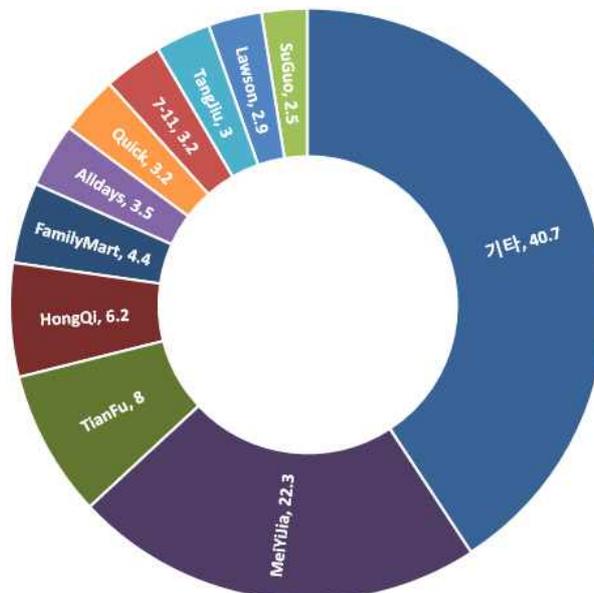
표 6.3 2017년 중국 편의점 산업 매출액 현황

(주유소 편의점 포함, 단위: 억 위안)



자료: China Chain Store & Franchise Association(www.cdfa.org.cn)

표 6.4 2017년 중국 편의점 브랜드별 점유율



자료: China Chain Store & Franchise Association(www.cdfa.org.cn)

## 2) 온라인 유통채널

### □ 온라인 유통채널은 높은 성장세

- 높은 성장세를 보이고 있는 전자상거래 시장에서 소비자들의 농식품 구매가 빠르게 확대되고 있는 바, 진입장벽이 낮고 유통비용이 적게 들어 오프라인보다 낮은 판매가를 강점으로 빠르게 확산 중

### □ 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 6.5 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 상하이사무

### □ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑몰

- 我买网(Womai)은 글로벌 500대 기업인 중양그룹(中糧集团)이 2009년에 설립한 회사로 2016년 기준 매출액은 50억 위안에 달함
- 顺丰优选(SFBEST)는 중국 최대 택배회사인顺丰그룹(顺丰集团)이 2012년 설립한 자회사로 주로 식품, 과일 등을 판매하고 있으며, 2016년 기준 매출액은 20억 위안 수준임

표 6.6 중국의 주요 식품 분야 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	順丰优選	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 순펑그룹(順丰集團)이 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 상하이사무

## 2. 중국 내 수입산 김의 유통

### □ 대부분은 수입대리상을 통해 유통

- 수입산 김의 경우 수입대리상을 통해 유통매장으로 납품되는 것이 일반적이며, 유통매장에서 직수입하는 경우는 거의 없음
- 수입대리상의 경우, 한국의 완제품을 수입하여 중국 규정에 맞는 라벨만 제작하여 유통하는 것이 일반적이며, 일부 대리상의 경우 자체 브랜드로 제작하여 유통하고 있음
- 한국 내 제조기업과의 계약을 통해 OEM 형태로 공급받아 유통하는 경우가 많음

### □ 도시 경제 발전 수준에 따라 유통형태가 다름

- 상해 등 대도시 지역은 대형 유통매장을 통해 제품을 유통하며, 중소도시의 경우 도매시장을 통해 공급하고 있음
- 내륙 지역으로 갈수록 일반소비자가 수입산 김을 구매하지 않기 때문에 특대형 백화점 수입 식품 코너에서 일부 제품을 소량으로 취급하고 있음

### 3. 주요 유통채널

#### □ K-Mart(한인마트)

기업개요	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상해 홍첸루(虹泉路) 한인타운에 위치</li> <li>- 한국의 동네 슈퍼마켓의 형태이며, 대부분의 한국 생필품을 판매하고 있음</li> <li>- 식품의 경우, 다양한 스낵, 간편식 및 신선식품이 진열되고 있음</li> </ul>
<p>위치</p>	<p>1078 Hongquan Road, Shanghai</p>
<p>매장전경</p>	
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한인마트로써 한국에서 흔히 볼 수 있는 김자반, 조미김, 어린이 조미김 제품은 거의 모두 판매</li> <li>- 김 제품은 일반 매대 하나에 판촉 매대 하나를 더 차지할 정도로 종류가 매우 많음</li> <li>- 김자반의 가격은 5.5위안/10g, 14.4위안/30g</li> <li>- 대부분 어린이 조미김의 가격은 10위안-24위안임</li> </ul>

□ Newworld-daimaru

기업개요			
 <p>新世界大丸</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상하이 신세계유한회사와 일본 다이마루마쓰자카야가 합작하여 설립한 백화점임</li> <li>- 수입상품 종류가 풍부하며, 불닭볶음면, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음</li> </ul>		
<p>설립연도</p>	<p>1995년</p>	<p>위치</p>	<p>No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai)</p>
<p>홈페이지</p>	<p>www.newworld-daimaru.com</p>	<p>전화</p>	<p>-</p>
<p>매장전경</p>			
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 김 제품을 판매하고 있으며, 한국, 일본, 태국에서 수입한 김은 대부분임</li> <li>- '어린이 조미김'이라고 표기되거나 애니메이션 캐릭터가 그려진 포장의 김 제품의 수량은 일반 김보다 수량이 더 많음</li> <li>- 어린이 조미김의 포장 규격은 3개, 4개, 6개, 9개 등 다양하며, 대부분 11위안-18위안에 판매되고 있음</li> </ul>		

□ Bazaar By Lotus

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상하이 신천지 백화점 B2에 위치하고 있으며 총 면적이 3,200m<sup>2</sup>, 수입식품 코너가 따로 마련되어 있음</li> <li>- 신천지 백화점은 상해 관광지인 대한민국임시정부, 텐즈광 등 주변에 위치하고 있으며, 중국인은 물론 한국 및 기타 국가의 관광객들도 흔히 볼 수 있음</li> <li>- 수입상품 종류가 풍부하며, 술, 과자, 음료, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음</li> </ul>		
<b>설립연도</b>	2011년	<b>위치</b>	Xintiandi Style B2, 245 Madang Lu, Shanghai
<b>홈페이지</b>	www.cplotus.com	<b>전화</b>	-
<b>입점절차</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 구매 담당자 컨택</li> <li>2. 회사소개서 및 샘플, 서류 발송</li> <li>3. 입점 조건 협의</li> <li>4. 매장 제공서류 지참하여 계약 체결</li> <li>5. 매장 전산 등록</li> <li>6. 발주 및 제품 공급</li> </ol>		
<b>매장전경</b>			
<b>기타</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 김 제품을 판매하고 있으며, 수입식품 코너에 특히 한국산 김 제품이 가장 많이 진열되어 있음</li> <li>- '어린이 조미김'이라고 표기되거나 애니메이션 캐릭터가 그려진 김 제품이 일반 김보다 수량이 더 많음</li> <li>- 인기 제품을 같은 위치에 다수 진열</li> <li>- 어린이 조미김의 포장 규격은 대부분 4개, 6개, 9개이며, 대부분 11위안-10위안에 판매하고 있음</li> </ul>		

□ RT-Mart

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RT-Mart는 1996년에 설립된 종합 대형유통매장임</li> <li>- 모기업은 대만에서 직물공장을 운영하던 Runtai Group으로 1990년대 대만의 직물공장 실적이 부진해지면서 새로운 사업을 시작한 것이 RT-Mart의 시초임</li> <li>- 1996년 대만에서 첫 매장을 개점한 것을 시작으로 1998년 상하이에서 Shanghai RT-Mart Co., Ltd.를 설립하여 중국시장 공략에 나섰고, 20년이 지난 지금 중국에서 394개의 매장을 운영하고 있음</li> <li>- 자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가 세일 진행, O2O 서비스 플랫폼 및 애플리케이션 운영</li> <li>- 수입식품 코너가 설치되어 있으며, 많은 종류의 수입식품을 판매 중</li> </ul>		
	설립연도	1996년	홈페이지
매출액	약 14.5조 원(2016)	점포수	3,040개(2016)
매장전경	 		
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 김 제품을 판매하고 있으며, 수입식품 코너에 특히 한국산 김 제품이 가장 많이 진열되어 있음</li> <li>- '어린이 조미김'이라고 표기되거나 애니메이션 캐릭터가 그려진 김 제품이 일반 김보다 수량이 더 많음</li> <li>- 어린이 조미김의 포장 규격은 3개, 4개, 6개, 9개 등 다양하며, 대부분 10위안-16위안에 판매되고 있음</li> </ul>		

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28
3. 「ASIAN SPECIALITY IN CHINA」, Euromonitor International, 2018.02
4. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11
5. 「2017 중국 수입식품 소비 연구 백서」, iResearch, 2017.12.11
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. 「2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석」, 한국농수산물유통공사, 2018.01

### ■ 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. 중화인민공화국국가질량감독검역총국(AQSIQ), 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)
11. China Chain Store & Franchise Association(www.ccfa.org.cn)
12. www.chinapp.com
13. www.taobao.com
14. www.tmall.com
15. www.cnfood.cn/shendubaodao125724.html
16. www.sohu.com/a/223820193\_244260
17. www.xinhuanet.com/food/2018-03/15/c\_1122607845.htm
18. 중국에서 “어린이 전용 물(water)” 출시, www.kati.net
19. 중국 어린이 식품 시장 호기, 홍보뿐 아니라 내실 다져야, www.kati.net
20. 2017 김 수출동향, www.kati.net

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1808-26

품 목 : 어린이 조미김(Seasoned Laver For Kids)

국 가 : 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 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 [www.kati.net](http://www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.