

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1809-06

품목: 블렌딩 차(Blended Tea)

국가: 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	09
3. 수출입통계	16
II. 시장 트렌드	17
1. 정책 이슈	18
2. 제품 트렌드	19
3. 소비자 트렌드	21
III. 통관 및 제도	23
1. 통관 및 검역	25
2. 인증정보	41
3. 라벨링	45
4. 위생요건	47
IV. 경쟁제품	52
1. 경쟁제품 선정	53
2. 오프라인	54
3. 온라인	55



V. 경쟁사.....	65
1. 경쟁사 선정.....	66
2. 경쟁사 분석.....	66
VI. 유통채널 현황.....	68
1. 유통채널 개황.....	69
2. 주요 유통채널 분석.....	76



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 km²로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함¹⁾. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 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

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.) ▶ 수도: 베이징 ▶ 국가원수: 시진핑 주석 ▶ 인구: 1,391백만 명(2017) ▶ 면적: 963,4057만 km²(한반도의 약 43배) ▶ 공식어: 중국어 | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 주요 도시: 베이징, 텐진, 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) ▶ 환율기준: 1 RMB = 163.59 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.10.25. 검색) |
|---|---|

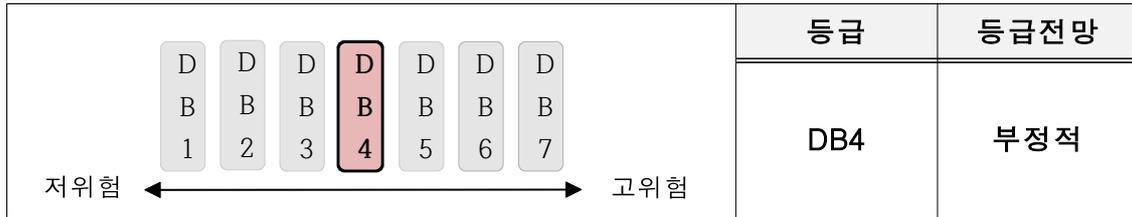


자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11., 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09., 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04. 자료 종합

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

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾



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

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 2010년대에 이뤄진 꾸준한 임금 상승으로 가처분 소득과 도시가구 자산액이 크게 증가함 - 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 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 September 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

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

○ 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 September 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 기회요소

구분	세부내용
미-중간	미-중 무역 협상

<p>무역갈등</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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, 팻푸드, 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 September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

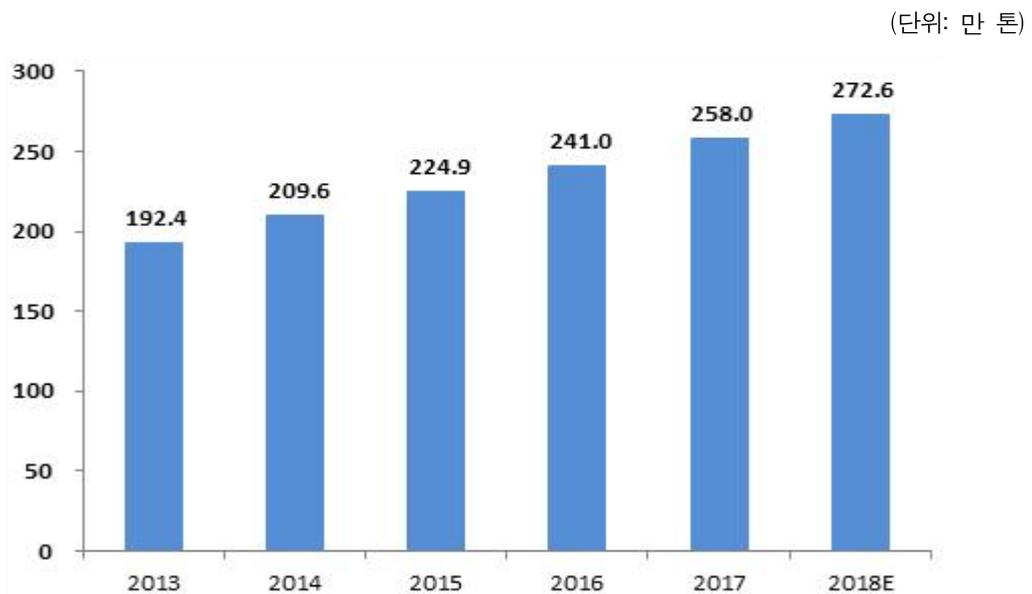
2. 식품산업 현황

1) 차(茶)산업 동향

□ 차잎 생산 및 소비 현황

- (생산량) 중상산업연구원에 따르면, 2017년 중국의 차잎의 생산량은 258만 톤으로, 전년 대비 17톤 증가함
 - 차잎 생산량은 2013년부터 2018년 현재까지 꾸준히 증가. 커피 시장의 발달에도 불구하고 차의 인기는 꾸준한 것으로 파악되며, 향후에도 차잎 생산량은 지속적으로 증가할 전망
- 또한, 중국 산업정보망(中国产业信息网)에 따르면, 2017년 기준 차의 재배면적은 약 4,400만 묘(1묘=약 666.7제곱미터)에 달하며 이는 전년 대비 약 130만 묘 증가한 수치임
 - 2017년 기준 후베이성, 구이저우성, 산시성, 장시성에서 각각 전년 대비 23.6만 묘, 21.5만 묘, 19.3만 묘, 15만 묘 증가

표 1.2 중국 차잎 생산량 현황(2010-2017)



자료: 중상산업연구원(中商产业研究院)

- (소비량) 2017년 중국 차잎 소비량은 약 193만 톤이며, 소비량 증가에 따라 2018년에는 약 200만 톤을 상회할 것으로 예상됨

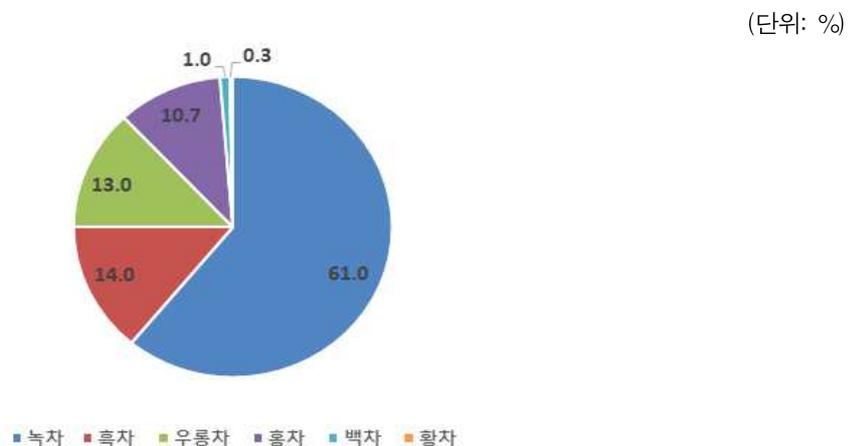
표 1.3 중국 차잎 소비량 현황(2013-2018E)



자료: 중상산업연구원(中商产业研究院)

- 2017년 차잎 생산량 기준 점유율 1위는 녹차(61.0%)이며, 뒤를 이어 흑차(14.0%), 우롱차(13.0%), 홍차(10.7%) 순
- 녹차, 흑차, 우롱차 등이 주 소비품목이며, 그 외에 홍차에 대한 선호도 또한 높은 것으로 파악됨

표 1.4 2017년 차잎 품종별 생산량 비중(2017년)

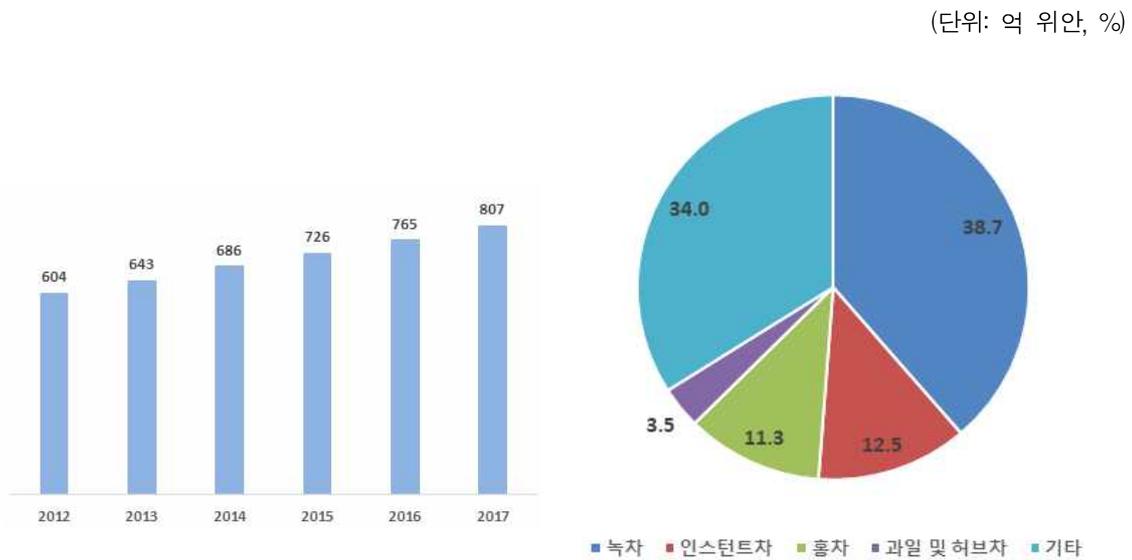


자료: 중상산업연구원

□ 차 시장 규모

- 유로모니터에 따르면, 2017년 중국 차 시장규모는 약 807억 위안임
 - 중국 차 시장은 크게 홍차, 과일 및 허브차, 녹차, 인스턴트 차, 기타 차로 구분됨
 - 2017년 기준 블렌딩 차를 포함하는 기타 차의 점유율은 약 34%임

표 1.5 중국 차 제품 시장 규모(2010-2018) 및 세부 카테고리별 비중(2017년)



자료: Euromonitor International

□ 차 시장 경쟁 현황

- 2017년 중국의 5대 차 제품 브랜드는 Taetea, Xiangpiaopiao, U-loveit, Tenfu's, ZhangYiYuan이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 6.1%, 4.8%, 4.3%, 1.6%, 1.2%임
 - 중국 차 시장의 5대 브랜드의 시장점유율은 약 18.0%로, 시장 집중도는 낮은 것으로 분석됨

표 1.6 2017년 중국 차 시장 브랜드별 점유율

순위	회사명	주요 브랜드	시장점유율(%)
1	Yunnan Taetea Tea Industry Group Co Ltd	Taetea	6.1

2	Xiangpiaopiao Food Co Ltd	Xiangpiaopiao	4.8
3	Guangdong Strong (Group) Co Ltd	U-loveit	4.3
4	Tenfu Group	Tenfu's	1.6
5	Beijing Zhangyiyuan Beverage Co Ltd	ZhangYiYuan	1.2
6	Beijing Wuyutai Tea Co Ltd	WuYuTai	1.0
7	Yichang Xiaoshi Tea Group Co Ltd	Xiaoshi	0.9
8	Beijing Xiaoguan Tea Co Ltd	XiaoGuanTea	0.8
9	Bama Tea Co Ltd	Bama	0.8
10	Zhejiang Dahaoda Food Co Ltd	XiangYueTaiwanMilk Tea	0.7

자료: Euromonitor International

□ 차 시장 유통 현황

- 2017년 기준 중국의 차 제품은 주로 식음료/담배 전문점(81.6%)을 통해 유통되는 구조임
- 온라인 채널의 이용 비중이 높아지는 추세이나 여전히 오프라인 매장을 이용하여 차 제품을 구매하는 비중(90.1%)이 절대적으로 높음

표 1.7 2017년 중국 차 제품 유통채널 비중 및 최근 5년간 증감 추세



자료: Euromonitor International

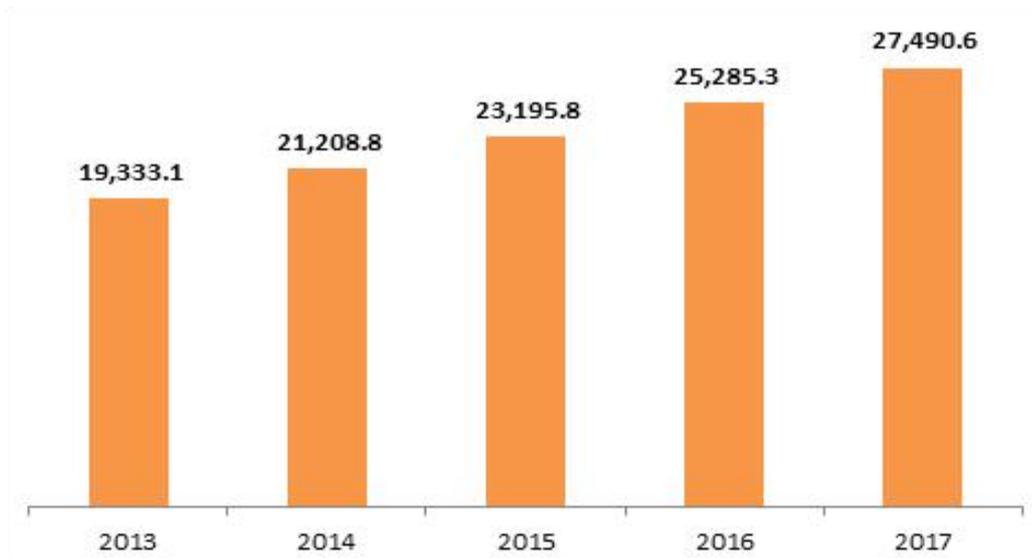
2) 블렌딩 차 시장 동향

□ 블렌딩 차³⁾ 시장 규모

- 중국의 블렌딩 차 시장 규모는 2017년 기준 약 274억 위안이며, 최근 5년(2013-2017년) 약 9.2%의 연평균 증가율을 기록
 - 기존의 전통적 차 판매 방식과는 다른 새로운 콘셉트와 패키지를 이용한 마케팅 방식을 도입하여 소비자의 관심을 이끌어 내고 있음
 - 예를 들어 한 가지 종류의 차로 이루어진 제품이 아닌 차잎, 허브, 과일들을 다양하게 블렌딩한 제품을 통해 새로운 향과 맛을 제공. 또한, 말린 과일을 첨가한 제품의 경우 천연의 색으로 시각적 효과 극대화

표 1.8 중국 블렌딩 차 시장 규모(2013-2017)

(단위: 백만 위안)



자료: Euromonitor International

3) 본 보고서에서는 유로모니터 Other Tea in china의 시장규모로 블렌딩 차 시장 규모를 집계

□ 블렌딩 차 시장 경쟁 현황

- 유로모니터에 따르면, 2017년 중국의 블렌딩 차 시장 5대 브랜드는 Taetea, Tenfu's, Bama, Qicai Yunnan, XiaoguanTuocha이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 18.0%, 2.6%, 2.3%, 2.0%, 1.5%임
- 5대 브랜드의 시장점유율은 약 26.4%로, 시장 집중도는 높지 않은 시장임. 또한, 점유율 1% 이하 소규모 브랜드의 비중이 약 60%에 이르는 등 경쟁이 매우 치열한 것으로 분석됨
- 한편, 프리미엄 차 브랜드인 소관차(小罐茶)는 2017년 기준 약 1.3%의 시장을 점유하며 7위를 기록

표 1.9 2017년 중국 블렌딩 차 시장 브랜드별 점유율

순위	회사명	주요 브랜드	시장점유율(%)
1	Yunnan Taetea Tea Industry Group Co Ltd	Taetea	18.0
2	Tenfu Group	Tenfu's	2.6
3	Bama Tea Co Ltd	Bama	2.3
4	Kunming North Star Group Co Ltd	Qicai Yunnan	2.0
5	Yunnan Xiaguan Tuocha (Group) Co Ltd	Xiaguan Tuocha	1.5
6	Xiamen Huaxiangyuan Co Ltd	Huaxiangyuan	1.3
7	Beijing Xiaoguan Tea Co Ltd	Xiao Guan Tea	1.3
8	Shuangjiang Mengku Tea Co Ltd	Mengku	0.9
9	Quanzhou Lixiang Tea Co Ltd	Lixiang	0.9
10	Beijing Wuyutai Tea Co Ltd	Wu Yu Tai	0.6

자료: Euromonitor International

[참고] 차 산업 관련 박람회 정보

제 11회 중국(베이징) 국제 차산업 및 다도 박람회			
개최장소	중국, 베이징	기간	2019.04.27.- 04.30
개최주기	매년	최초 개최년도	2011년
전년도 참가업체	총 896개	전년도 참관객 수	약 49,026명
주요 참가국	중국, 홍콩, 대만, 인도, 일본, 이탈리아, 캐나다, 오스트레일리아, 스리랑카 등		
주최기관명	중국농업국제합작추진회(中国农业国际合作促进会)		
개최장소	베이징·중국 국제 전람 센터(北京·中国国际展览中心)		
홈페이지	http://www.teaexpo.org.cn/		
전시분야	차잎, 다구(茶具), 차잎 가공기계, 차 포장지, 차물 등		
관련사진			

자료: www.teaexpo.org.cn

3. 수출입통계

□ 블렌딩 차 통계 기준 설정

- 블렌딩 차의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS Code를 통계 기준으로 설정하고자 했으나, 블렌딩 차에 특제된 HS Code가 부재하여 HS Code에 따른 수출입 통계분석이 불가능한 것으로 판단됨
 - 수출입 통관을 목적으로 블렌딩 차를 분류하는 한국과 중국의 HS Code 모두 블렌딩 차뿐만 아니라 여러 다양한 품목을 포괄하고 있음
 - 한국의 HS Code인 2106.90.9099의 경우, 2106호(따로 분류되지 않은 조제식료품) 중에서도 별도로 나열하지 않은 기타물품이 해당하는 세번으로서, 관세율표 상 어디에도 분류되지 않은 각종의 조제식료품들이 모두 포함됨(예를 들어, 따로 분류되지 않은 각종 식이보조제와 따로 분류되지 않은 각종 조제된 식물성 식품 등)
 - 따라서 중국 및 한국의 해당 코드로 수출입 통계를 확인할 경우, 제품에 해당하는 정확한 시장 규모를 파악할 수 없을 것이라 판단하여 수출입 통계 분석은 본 조사에서 제외함

표 1.10 블렌딩 차의 HS Code 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	Food preparations not elsewhere specified or included.
	2106.90	기타	Other
	2106.90.9099	기타	Other
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	其他稅号未列名的食品：
	2106.9	기타	- 其他：
	2106.90.90.90	기타	— 其他

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



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비자 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 차 산업 발전을 위한 행정법규 발표

2. 제품 트렌드

- ❖ 고가보다는 중고가 제품이 주류가 될 것으로 예상
- ❖ 블렌딩 차는 패키지 제품으로 전환 중
- ❖ 블렌딩 향차(Blended·Flavored tea(拼配風味茶))의 발전 가능성이 높음
- ❖ [참고] 블렌딩 차 중국 현지조사원 의견

3. 소비자 트렌드

- ❖ 차의 안전성에 대한 소비자의 관심도 증가
- ❖ [참고] 블렌딩 차 중국 소비자 인터뷰

1. 정책 이슈

□ 차 산업 발전을 위한 행정법규 발표

- 2018년 5월 푸젠성 정부는 일종의 행정법규인 《녹색 발전의 질 제고 및 차 산업 진흥을 위한 8대 정책 추진에 관한 통지(关于推进绿色发展质量兴茶八条措施的通知)》⁴⁾를 발표

표 2.1 행정법규 주요 내용

구분	관련 정책	주요 내용
1	산업발전 구상	2022년까지 전국성(省)에 약 380만 묘의 차 재배면적 안정화, 품질·산업경쟁력·지속발전능력 제고
2	차(茶)생태농원 조성	2022년까지 차생태농원을 전국성 차농원 면적의 80%이상으로 확대
3	영농기술의 최적화 및 녹색생산을	영농기술을 최적화하여 차 나무를 건강하게 재배하는 것을 제창하고, 화학비료 대신 유기비료 사용을 전면적으로 확대. 2022년까지 전국성의 유기비료 차농원 면적을 90% 이상 확대

4) http://www.fujian.gov.cn/zc/zfxxgk/gkml/jgzz/nlsyzcwj/201805/t20180525_2532939.htm

	추진	
4	청결 가공 촉진	차 가공 능력 개선, 차 가공공장 업그레이드, 차 관련 기업에 대한 새로운 표준 정립
5	과학기술 지원 강화	차생태농원 조성 등 핵심기술 강화, 빅데이터 응용·사물인터넷 보급을 통한 스마트 차 농원 건설
6	품질/안전 보장	농약사용행위 등에 대한 엄격한 제도 마련 및 관련 관리감독 시행
7	브랜드 업그레이드	철관음, 바이차 등 브랜드 영향력 및 인지도 제고
8	정책지원 강화	정책지원 역량을 확대하여 차 산업의 녹색 발전을 가속화

2. 제품 트렌드

□ 고가보다는 중고가 제품이 주류가 될 것으로 예상

- 과도한 공공지출에 대한 중국 정부의 단속으로, 고급 차 제품에 대한 수요가 급감할 것으로 예측됨
- 정부 규제 등에 따라 차 제품은 가정 내 소비가 주를 이룸
 - 가처분 소득의 증가에 따라 저렴한 차에 대한 선호도는 높지 않으며, 다양한 제품을 비교해 보고 구매하려는 경향이 두드러짐

□ 블렌딩 차는 패키지 제품으로 전환 중

- 중국의 블렌딩 차 제품은 포장되지 않은(unpackaged) 제품에서 패키지 제품으로 전환 중이며 패키지는 세련된 것보다는 심플한 것을 더욱 선호하는 추세임
 - 2017년 기준 전체 차 판매량 중에서 포장 되지 않은 제품의 비중이 높으며, 특히 푸드서비스(Food service) 산업의 외식 경영자들은 포장되지 않은 차 제품을 공급자로부터 낮은 금액에 직접 구매하고 있는 상황임
- 그러나 가처분 소득이 증가한 소비자들로 하여금 보다 양질의 제품을 구매하는 것을 가능하게 하는 패키지 차 제품의 인기가 소매 채널을 중심으로 높아지고 있음
 - 이는 정책적 방향과도 부합하는 움직임으로, 정부는 2020년까지 블렌딩 패키지 차 시장을 50억 위안까지 확대하는 것을 목표로 함

□ 블렌딩 향차(Blended·Flavored tea(拼配风味茶))의 발전 가능성이 높음

- 향차(Flavored Tea)는 최근 2년간 주목받기 시작함
- 블렌딩 차는 전통차와 비교할 때 젊고 참신한 제품으로 인식됨
 - 중국 내 다양한 향신료 및 차 품목은 향후 블렌딩 향차 발전에 있어 중요한 제반 여건이 될 것임

[참고] 블렌딩 차 중국 현지조사원 의견

현지조사원 의견
<p>- 중국의 차 시장은 한 종류의 차잎으로 우려낸 ‘오리지널 차(原叶茶)’에 대한 수요가 지배적이었던 반면, 국내·외 고급 블렌딩 차에 대한 인지도는 낮았음. 또한, 판매처의 블렌딩 차에 대한 정확한 소개나 설명 또한 명확하지 않았음</p> <p>- 소관차(小罐茶)는 대표적인 프리미엄 차(茶) 브랜드로서 체면을 중시하는 중국인들에게 선호도가 매우 높음. 특히, “블랙·골드·레드 색 조합, 날개 캡슐+하드케이스, 차(茶) 장인 제조, 영문+중문 로고”는 브랜드 이미지를 제고하는 데 효과적이었던 것으로 보임. 실제로 유사한 디자인(혹은 모방 디자인)의 차 선물 패키지 제품을 쉽게 찾아볼 수 있음</p> <p style="text-align: center;">〈소관차 유사 디자인〉</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">출처: 현지조사원 촬영)</p> <p>- 자국산차에 대한 자부심이 큰 차(茶) 애호가들이 주류를 이루는 가운데, 점차 세대간 소비 성향에 두드러진 차이가 나타나고 있는데 ▲로컬 브랜드만 이용하는 소비층과 ▲(TWG와 같은)수입산 차 또는 ‘치즈와 차’를 결합한 혼합차 음료 등의 다양한 브랜드를 선호하는 소비층으로 구분됨</p> <p>- 전자는 다소 보수적인 구매 성향을 보이며, 후자는 바링허우(80后)·지우링허우(90后)의 젊은 세대로서 외국산 차에 대한 구매욕구가 상대적으로 높은 편임</p> <p>- 이에 SNS 또는 왕홍을 통한 차의 건강 성분에 대한 홍보와 체면을 중시하는 문화를 반영한 패키지 출시 등이 프리미엄 차 제품의 효과적인 마케팅 방법이 될 수 있음</p> <p>- 중국 내 한국산 차에 대한 전반적인 인지도는 비교적 낮은 편임. 그럼에도 불구하고, 한국산 인삼</p>

차, 홍삼차, 유자차의 중국 소비자의 인지도는 지속적으로 개선되고 있으며, 오프라인 상점에서도 꾸준한 인기를 끌고 있음. 또한 중국 소비자는 맛과 건강의 측면에서 한국산 차제품에 대한 우호적 인식을 가지고 있으므로 이를 제품 홍보에 활용할 필요성이 있음

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

3. 소비자 트렌드

□ 차의 안전성에 대한 소비자의 관심도 증가

- 2018년 3월 중국의 언론매체는 차의 안전성과 관련한 프로그램을 방영하였으며, 이에 따라 차의 농약 잔류량, 원산지, 제조방법 등에 대한 소비자의 관심이 높아짐⁸⁾

[참고] 블렌딩 차 중국 소비자 인터뷰

소비자 1 (50대 남성 고객)
<p>1) 고급 블렌딩 차 제품(혹은 차 제품) 구매 시 주요 고려사항 브랜드 제품을 비교적 신뢰하는 편</p> <p>2) 수입산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품에 대한 인식 한국산 차에 대한 이해도는 낮음</p> <p>3) 한국산 고급 블렌딩 차 제품에 대한 경험 여부 비교적 중국산 차 제품을 선호하고, 한국산 차 제품은 평소에 접할 기회가 별로 없었음</p>
소비자 2 (30대 여성 고객)
<p>1) 고급 블렌딩 차 제품(혹은 차 제품) 구매 시 주요 고려사항 맛, 원산지, 포장 디자인</p> <p>2) 수입산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품에 대한 인식 수입산 브랜드인 TWG 차 제품은 오래 전부터 꾸준히 구매하고 있음. 특히 고급스러운 패키지가 좋음. 한국산 차는 제주도 녹차가 유명한 것으로 알고 있음</p>

5) 당대상성 차 전문 판매점 내 진열상품 武夷茶組合裝(100g, 1080위안)
6) <https://www.heytea.com/>
7) 1980년부터 시행된 한 자녀 정책과 중국 경제의 급속한 발전 결과물인 ‘소황제’세대는 바링허우(80后), 지우링허우(90后) 크게 두 그룹으로 나뉨. 바링허우는 1980-89년 사이에 태어난 출생자들을 가리키며, 지우링허우는 1990-99년 사이에 태어난 출생자들을 가리킴
8) 중국 CCTV에서 ‘당신이 마신 것은 차가 아니라 독약이다(你喝的不是茶是毒藥)’라는 주제로 방영한 내용이 중국 온라인에서 화제가 되었으며, 이에 대해 중국 차유통협회(中國茶葉流通協會)는 최근 몇 년 간 차 관련 제품의 합격률은 약 99% 이상이었다고 반박함

<p>3) 한국산 고급 블렌딩 차 제품에 대한 경험 여부</p> <p>한국산 블렌딩 차를 구매한 적이 없고 관련 정보도 부족하여 제품에 대한 이해도가 낮은 편임. 다만, 한국산 홍삼차를 선물로 받아 마셔본 적이 있었는데, 겨울철에 건강을 위해 재구매할 의향이 있음</p>
<p>소비자 3 (50대 여성 고객)</p>
<p>1) 고급 블렌딩 차 제품(혹은 차 제품) 구매 시 주요 고려사항</p> <p>평소에 고급 블렌딩 차를 즐겨 마시지 않으며, 평소 집에서 마시는 차는 가격과 브랜드를 고려하여 구매하는 편임. 하지만 선물용으로 차를 구매한다면, 제품의 가격이 다소 비싸더라도 고급 블렌딩 차 제품을 구매할 의향이 있음</p>
<p>2) 수입산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품에 대한 인식</p> <p>주로 국산차를 즐겨 마시기 때문에 수입 제품에 대한 이해도가 낮은 편임</p>
<p>3) 한국산 고급 블렌딩 차 제품에 대한 경험 여부</p> <p>이전에 구매해본 경험은 없으나, 향후 한국산 고급 블렌딩 차 제품의 구매 의향이 있음. 한국산 고급 블렌딩 차 제품을 시음해보면 좋을 듯함</p>
<p>소비자 4 (30대 여성 고객)</p>
<p>1) 고급 블렌딩 차 제품(혹은 차 제품) 구매 시 주요 고려사항</p> <p>다양한 맛, 디자인, 브랜드 등</p>
<p>2) 수입산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품에 대한 인식</p> <p>수입 브랜드인 TWG 매장이 회사 근처에 있어 종종 가는 편인데, 차 종류가 매우 다양하여 그때 그때 취향에 따라 구매하는 편임</p>
<p>3) 한국산 고급 블렌딩 차 제품에 대한 경험 여부</p> <p>국산차나 싱가포르, 영국 등의 수입차를 즐겨 구매하는 반면, 한국산 차는 구매해본 적이 없음. 특별한 이유는 없으나, 한국산 차 제품에 대한 이해도가 낮았기 때문으로 보임</p>

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.11.



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS-CODE 2106.90.9090의 관세율⁹⁾

HS CODE	품명	관세율
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품 其他稅号未列名的食品：	-
2106.9	-기타 - 其他：	
2106.90.9090	---기타 ---其他	- MFN 세율 12% - 한-중 FTA 세율 18.7% - 아-태 협정세율 18.4% - 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

- 단, 제2106.90.9099호 블렌딩 차 제품의 경우 MFN(최혜국 대우)세율이 한-중 FTA 세율보다 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 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 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 중국의 경우 해당 품목의 HS CODE 및 관세율은 '중국 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함

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

⁹⁾ 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 중국관세청(www.customs.gov.cn)

1. 통관 및 검역

1) 수입 통관절차

(1) 수입신고 전 준비

□ 주의 사항 및 준비서류

- 한국에서 생산된 식품을 중국으로 수출하여 유통을 하고자 하는 경우 중국의 ‘수출입 식품 안전관리방법’ 및 ‘수입식품 경외생산기업 등록관리규정’ 을 반드시 준수해야 함. 또한 중국 내 각 지역을 관할하는 성별 출입경 검사 검역국 식품안전 감독처의 검사과정을 따라야 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 확인해야 하며 식품제조에 있어 중국 식품안전법에 위배되는 식재료 사용 등의 위반행위를 하지 않아야 함
- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비해야 함

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 -수산물: 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(생산)업체 등록

- (법률 근거) 중국 질검총국(国家出入境检验检疫部门, AQSIQ, 국가질량감독검험검역총국)의 <수입식품수출입상 등록 관리규정(进口食品 进出口商 备案 管理规定)>(2012년 55호 공고)에 의거
- 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 식품 수입을 하고자 하는 수입자는 중국질량감독검험검역총국(AQSIQ) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 이는 수입된 제품이 중국에서 안전 문제가 발생했을 때 제품을 신속히 회수하고 해당 수출자(혹은 생산자)가 수출한 제품에 대한 수입금지 조치, 혹은 관련 조사를 신속히 진행하기 위한 규정임
- 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)¹⁰⁾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

10) 등록 시스템 홈페이지 <http://ire.eciq.cn> 또는 <https://www.aqsiq.net>의 Food Registration 메뉴에서 이용 가능하며 (등록 비용: 230달러, 3-4 영업일 소요, 3년간 유효) 중국어와 영어 두 개 버전의 신청서 존재

표 3.2 수입식품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 주소 및 기재내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(進口食品化妝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/화장품 수출입상 등록시스템 화면



자료: <http://ire.eciq.cn>

□ 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	<ul style="list-style-type: none"> 해상운송: 선적 24시간 전(컨테이너선), 목적항 도착 24시간 전(기타선박) 항공운송: 항공기이륙 전(4시간 이하 단거리항공), 목적항 도착 4시간 전(장거리항공)
------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • 육상운송: 목적역 도착 2시간 전(열차), 목적지 도착 1시간 전(차량) • 적하목록을 제출하지 아니하는 경우 운송수단의 입국 신고절차의 수행을 일시 중지 • 세관은 적하목록이 신고되지 않은 화물의 반송 명령 가능
미제출 시 제재	

[2] 수입신고

□ 수입신고서의 제출

개요	<p>통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후, 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함</p>
제출방법	<ul style="list-style-type: none"> • EDI를 통한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서 3부를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출 <p>※ 수입통관 시 제출해야 하는 관련 증빙서류</p> <ul style="list-style-type: none"> - 서명된 상업송장(Signed Invoice) - 포장명세서(Packing list) - 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill) - 운송보험서류 - 소포명세서(우편운송의 경우) - 화물수취증(육상운송의 경우) - 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) - 기타 세관이 필요시 요구하는 서류
신고 의무기간 및 기간 경과 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 해야 함 • 신고 의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부

□ 수입신고서의 심사

심사내용	<ul style="list-style-type: none"> • 전자적 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 관할세관의 심단처(審單處)에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 다음 사항을 심사함
------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - 서류제출 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부 - 수입 신고된 물품이 수입금지품 또는 제한품목에 해당하는지 여부 - 운송인이 제출한 적하목록과 수입 신고인이 제출한 통관서류상의 상세 품목 내역이 정확히 일치하는지 여부 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부 등
--	--

□ 수입신고서의 처리

처리결과	<ul style="list-style-type: none"> • 관할세관은 제출된 전자적 수입신고서와 관련 증빙서류의 심사 후 수입자 또는 통관기업에게 반출허가 또는 서류제출심사를 통보 • 서류제출심사를 통보받은 수입자는 통보일로부터 10일 이내 요구 서류를 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	<ul style="list-style-type: none"> • 다음의 경우 세관은 수입자에게 담보제공을 명할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> • 수입화물의 담보기한은 통상 20일을 초과하지 않으며, 특수한 상황의 경우 담보기한 내에 관할세관에 연기신청을 하여야 함. 임시 수입화물의 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	<ul style="list-style-type: none"> • 전수검사(Thorough Inspection)

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 개폐여부, 파손흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사
검사 장소	<ul style="list-style-type: none"> - 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 감독구역 외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행
검사 비용	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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
----	--

※ 중국의 블렌딩 차에 대한 국가 식품 안전 표준¹¹⁾

- 중국 식품의약청 (CFDA, China Food and Drug Administration)에서는 차 류의 생산, 유통, 서비스에 대해 성분지침, 라벨링 지침을 규정하고 있음
 - (성분지침) ① 차의 원료가 중국에서 허가된 원료인지의 여부, ② 해당 식물이 식용관습이 있는 품종이 아닌 경우 중국에서 허가한 품종인지 여부, ③ 일부 검역국 별로 식품첨가물의 과다 사용, 곰팡이균 초과검출 등의 확인을 위해 농림축산검역본부에서 발급한 식물검역증을 제출해야 함
 - (라벨링) 외포장지에 대한 심의를 준용해야 하며, 예포장된 제품은 사전에 필수 기재사항이 기재된 중문라벨을 제작해야 함
- 중국에서 유통되는 모든 차 류는 상기의 지침을 따라야 하며, 규정에 맞지 않는 품목은 중국 내 유통이 금지됨

2) 수입 통관 이슈

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행¹²⁾

- 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(海關風險防控制中心)와 징해관리센터(稅收征管中心)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 제공 받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업들이 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요

11) 출처 : 한국농수산물유통공사, 2017 중국 농식품 수출 통관 가이드북(2017.12)

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

- 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 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

- 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, 전체 대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체 대비 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 통관거부사례¹³⁾

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)

□ 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화¹⁴⁾

- 중국 국가질검총국 보도 자료에 따르면 2016년부터 2018년까지 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품첨가물 과다 또는 과소 함유, 영양소 수치초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관을 거부한 사례가 안내되었음
 - 수출기업은 원활한 대 중국 식품 수출을 위하여 수출의 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역항목을 확인해야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관거부를 당하지 않도록 미리 준비해야 함¹⁵⁾

3) 관세율 정보

□ 블렌딩 차 제품의 경우 한국 HS CODE는 2106.90.9099호로 분류되고, 중국 HS CODE는 2106.90.9090호에 분류되는 것이 적정함

- 블렌딩 차란 각기 다른 맛과 향을 지닌 잎차를 섞거나 기본 잎차에 꽃잎이나 과일, 허브나 향 등을 섞은 차(tea)를 말함. 개인의 취향과 건강·기분 등에 맞게 차를 즐기 위한 것으로 젊은 층을 타겟으로 한 블렌딩 차의 시장이 크게 성장하고 있음
 - 관세율표상 블렌딩 차를 아우르는 세번은 별도로 규정하고 있지 않으며, 통상 그밖의 조제식료품이 해당하는 2106호에 분류됨

13) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

14) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

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

- 중국의 경우 제 2106.90.9090호 기타 세번으로서, 다른 호에도 분류되지 않은 조제식료품에 해당함
 - 블렌딩 차 제품의 기본세율은 12%이며, 아-태 협정세율¹⁶⁾은 18.4%, 2018년도 한-중 FTA 협정세율은 18.7%임. 그러므로 기본세율인 MFN(최혜국대우) 세율로 수입 신고를 한다면 관세를 절감할 수 있음
- 또한, 중국의 경우 수입물품에 우리나라의 부가가치세에 해당하는 증치세(VAT)가 부과. 증치세율은 16%이며, 증치세 계산식은 다음과 같음
 - 증치세액 : (CIF 가격¹⁷⁾+ 수입관세 + 소비세) × 증치세율 16%

표 3.5 중국 블렌딩 차 수입 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품 Food preparations not elsewhere specified or included.	
	2106.90	기타 Other	
	2106.90.9099	기타 Other	
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품 其他稅号未列名的食品：	
	2106.9	- 기타 - 其他：	
	2106.90.9090	---기타 ---其他	- MFN 세율 ¹⁸⁾ 12% - 한-중 FTA 세율 ¹⁹⁾ 18.7% - 아태 협정세율 18.4% - 증치세 16%

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

※ 중국 증치세(增值稅)²⁰⁾

- 한국의 부가가치세(Value Added Tax)와 유사한 개념으로 생산과 유통의 각 단계에

16) 아시아-태평양 협정세율 (APTA)

17) CIF 가격이란 수출자가 작성한 인보이스 상 물품금액에 중국 목적항까지 소요된 운임과 보험료를 더한 금액을 의미

18) MFN(Most Favored Nation) 관세율은 중화인민공화국과 상호 최혜국조치를 하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 중화인민공화국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중화인민공화국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율

19) 중국과 양자 간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율

20) <http://www.cncnews.co.kr> 와 <http://cnrworldmoney.com>의 중국 증치세 기사를 바탕으로 작성

서 생성되는 부가가치에 대해 부과되는 조세

- 상품 판매, 용역 제공, 해외로부터 상품수입 시 발생하고 모든 업종에 적용되며 전 단계 매입세액 공제방식을 취함
- 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조
- 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표
- 수출기업은 해외로부터 물품수입의 경우 16%의 증치세가 부과된다는 사실과 최종 소비자가 부담하게 되는 최종 판매가격에 반영된다는 점을 인지해야 함

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, 식용염 - 수돗물, 열기, 냉기, 온수, 석탄가스, 액화석유가스, 천연가스, 메탄가스, 가정용 연탄제품 - 도서, 신문, 잡지, 음향 및 영상 제품, 전자출간물 - 사료, 화학비료, 농약, 농기계, 농업용 비닐필름 등 - 그 외 국무위원에서 규정한 기타 품목	11% → 10%
서비스업 - TV 방송·부가가치 증가형 통신·금융·현대·생활 서비스 등	현행유지 (6%)

자료: 국가세무총국(國家稅務總局)

4) FTA 정보

□ 블렌딩 차 FTA 협정 정보²¹⁾

- 블렌딩 차(제 2016.90.9099호) 제품의 경우, 한-중 FTA와 APTA의 적용을 받을 수 있으나, 2018년 현재 시점 기준으로는 MFN(최혜국대우) 세율이 12%로 한-중 FTA 세율인 18.7%보다 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음
 - FTA 세율을 적용될 경우, 양허유형 PR-822)에 해당하여 협정 2036년까지 관세율

21) 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 저 세율의 양허세율을 적용함

22) 협정 발효일을 시작으로 기준관세율의 8퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등하게 인하, 이행 5년차 1월 1일부터 기준관세율의 92퍼센트 유지

18.4%를 적용받을 예정이므로 기본세율로 수입 신고 하는 것이 관세를 절감할 수 있을 것으로 보임

- HS CODE 2106.90.90 품목의 원산지 기준(Product specific rule)은 2106호의 기준인 「다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것」의 조건을 따름

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율 ²³⁾	협정세율 ²⁴⁾
대한민국	중국	한-중국 FTA	2015년 12월 20일 발효	12%	18.7%

표 3.7 HS CODE 2104.20.00 연도별 세율

연도	세율(%)
2015	19.6
2016	19.3
2017	19.0
2018	18.7
2019	18.4
2020	18.4
2021	18.4
2022	18.4
2023	18.4
2024	18.4
2025	18.4
2026	18.4
2027	18.4
2028	18.4
2029	18.4
2030	18.4
2031	18.4
2032	18.4
2033	18.4
2034	18.4
2035	18.4
2036	18.4

23) 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)

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

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

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

그림 3.2 한-중 FTA 원산지 증명서 서류양식

ORIGINAL



1. Exporter's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA		Certificate No.: 001-16-000370 Certificate Code: 7Rd3-ccb2				
2. Producer's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA		CERTIFICATE OF ORIGIN Form for Korea-China FTA 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 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA CHINA		5. Remarks: Remarks:				
4. Means of transport and route (so far as known): Departure Date: 07 APR. 2016 Vessel/Flight/Train/Vehicle No: 118 Port of loading: INSEON PORT, KOREA Port of discharge: SHANGHAI PORT, CHINA		5. Remarks: Remarks:				
6. Item number (Min 20)	7. Marks and Numbers (on packages)	8. Number and kind of packages/description of goods	9. HS code (Six-digit code)	10. Origin criteria	11. Gross weight, quantity (Quantity Unit or other measures (Unit, or etc.))	12. Number and date of invoice
1	MARK OR SYMBOL (L/S)	etc. goods 3 KI 6 PC 5 000 7 000 etc	9051.90.2432	RP	7 D55	16001004 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>			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 of authorized signatory			Place and date, signature and stamp of authorized body			



* Identify the authenticity of certificate for verification with the website: <http://cert.kcccha.net/search/index.htm>

5) 검역 정보²⁵⁾

□ 식품 통관절차

① 검역신고

- 화물 도착 후 CIQ에 검역신고 진행, 선적서류, 제품 관련 기본 서류심사가 진행되며, 통상 전문 검역대행업체(통관업체)에 위탁하여 진행
- 필요에 따라 실물 검사를 실시하며 합격의 경우 “위생 증명서” 를 발행하고, 불합격

25) 출처: TradeNAVI (<http://www.tradenavi.or.kr/CmsWeb/viewPage.req?idx=PG0000001821&natnCd=CN>)

의 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

- 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

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) ²⁶⁾ 발급: 관세 납입 및 해관 통관 완료 후 발급
검역창고 이동	CIQ 지정 검역창고 이동
품목/가격 사후심사	HS CODE, 신고가격 적합성 심사

- 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

- 해관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플

26) 중국 해관 수입화물 보관단

- 플링, 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
- 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

- 실험실 검역은 무작위로 진행되며 실험실 검역이나 라벨 검역 후 전 항목 합격일 경우 CIQ에서 입경화물검험검역증명(이하 위생증) 발급이 진행되며, 위생증이 있을 경우 검역창고에서 출고 가능함. 위생증은 판매처에 제공해야 하는 필수 서류임

⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

- 관세는 중화인민공화국세법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부과. 관세는 현장 또는 전자납부 형태로 납부가 가능하며, 납부 기한은 해관 서류 심사 후 납부고지서를 발급한 날로부터 15일 이내임
- 수입신고 및 검역절차가 마무리되면 관세를 납부한 뒤 중국 보세구역에서 판매를 위해 반출 가능함

2. 인증정보

□ 중국의 식품 관련 인증대상은 일반식품, 보건식품, 영유아식품, 특수의학용도조제식품 등 크게 4가지로 나눌 수 있으며 각 소분류별로 인증에 필요한 내용이 상이함

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

□ 상품품질 및 안전성 검사(CIQ)²⁷⁾ (필수)

- 중국으로 가공식품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가 표준에 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
- 검험검역총국의 심사 후 수입식품 위생 허가증이 발부되며, 해당 허가증이 위생 증명서와 동일하게 사용됨
- 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)

27) CIQ: China Entry-Exit Inspection and Quarantine

□ SC 인증(권장)

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

□ SC 인증정보 상세내용

 <p>生产许可</p>	
<p>인증/검사명</p>	<p>SC 인증(食品生產許可证)</p>
<p>표기방법</p>	<p style="text-align: center;">SC101 430104 05015</p> <p style="text-align: center;">① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SC: “생산”을 한어 병음으로 축약 표기 2. 품목 분류 3. 석급 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)
<p>인증 설명</p>	<p>- 품질검사, 생산장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크</p>
<p>발행/검사기관</p>	<p>중국 국가품질감독검험검역총국</p>
<p>성격</p>	<p>권장</p>
<p>제출서류</p>	<p>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, 불안전</p>

	식품회수, 식품안전사고처리 등 보장식품안전 규정제도 등
소요기간	70일 이내
유효기간	5년
발급절차	<p>1) SC 인증신청서 제출</p> <p>2) 서류 심사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국이 서류심사 - 신청 접수 후 5일 안에 결과 발표 <p>3) 현장 조사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시 - 현장조사 시작일로부터 10일 안에 결과 발표 <p>4) SC 인증서 발급</p> <ul style="list-style-type: none"> - 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 10일 안에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함

자료: 식품생산허가관리법 국가식품약품관리총국령 제16호

□ 기타 주요 가공식품 인증정보

① 중국 유기농 인증	인증마크	
	발행기관	국가인증인가 감독관리 위원회
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> 유기농 식품 인증 소요 비용은 약 8백만원 이상이나 원료의 종류·지배지 면적·생산량 등에 따라 소요 비용이 상이 중국에서 유기농식품 인증을 받은 한국 제품은 단 9개 ('16년 기준)
② 식품안전관리 인증 (HACCP)	인증마크	
	발행기관	식품의약품안전청
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> HACCP는 Hazard Analysis and Critical Control Point의 약자로 식품의 생산, 가공, 제조, 준비 및 식용 등에 있어 소비자의 안전을 확보하고, 위험한 요소를 식별, 평가 및 제한하는 일종의 과학적이고 합리적이며 체계적인 인증 위험요소는 생물적, 화학적, 물리적 조건이 가지고 오는 건강에 유해한 영향을 말하며, 식품 생산 과정 중의 위험요소의 예로는 금속 찌꺼기, 살충제, 미생물 오염 등이 있음 가공 과정의 매단계별 감시와 제한을 진행함으로써 위험 발생 확률을 낮춤

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

- 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

- 심의기간: 접수기관²⁸⁾(10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)
- 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	식품 견본
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	

28) 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 블렌딩 차 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 블렌딩 차 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 성분 - 원산지 - 제조업자 - 수입상 - 제조일자 - 유통기한 - 보관방법 - 중량 	<p> 狮城早餐茶 (调味茶) 配料: 红茶、绿茶、橘皮、肉桂、生姜、丁香、香草 原产国: 新加坡 生产厂商: TWG Tea Company Pte.Ltd. 进口商: 特威茶餐饮管理(上海)有限公司 地址: 中国上海市外高桥保税区富特北路 458 号四层 408 室 电话: +86-21-68906079 传真: +86-21-68906779 电子邮件: Sales@TWGTea.com.cn 生产日期: (日/月/年) 见外包装 此日期前食用最佳: (日/月/年) 见外包装 贮藏方法: 避光储藏于阴凉干燥处 货号: PACKTB4021 净含量: 37.5克 </p>

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 규정 관련 국가표준(법률)

- 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 <식품 안전국가표준(食品安全国家标准)>에 부합해야 함²⁹⁾
- (식품 첨가물)중국 블렌딩 차 제품의 식품 첨가물은 ‘식품첨가물 사용표준(食品添加剂使用标准) GB 2760-2014’를 준수해야 함
 - 또한, GB/T 24690-2018<<袋泡茶(Teabag,티백)>>의 규정에서는 티백차 제품의 오염물질 및 잔류농약 허용치 기준을 따라야 하는 규정에 대해 명시하고 있음
- (유해물질)또한, 블렌딩 차 제품의 유해물질은 GB 2761-2017, GB 2762-2017, GB 29921-2013, GB 10769-2010 등의 규정에 따라야 함
- (잔류농약 허용치)블렌딩 차 제품의 잔류농약 허용치는 GB 2763-2016의 규정에 따라야 함

표 3.13 블렌딩 차 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 2762-2017<<食品中污染物限量(식품 중 오염물질 관련 제한치 규정)>>	유해물질(오염물질)
3	GB/T 24690-2018<<袋泡茶(Teabag,티백)>>	유해물질(오염물질, 잔류농약 허용치)
4	GB 2763-2016<<食品中农药最大残留限量(식품 중 잔류농약 최대 허용치)>>	잔류농약 허용치

자료: 연구자 정리

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

□ 블렌딩 차 제품 식품첨가물 규제

- 식품안전국가표준(GB 2760-2014)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 개정사항이 변동될 것을 사전에 인지해 지속적인 모니터링을 해야 함
- 한편, 중국 ‘식품첨가물사용 위생표준’에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함
- 첨가물 규정 GB 2760-2014 부록 E의 식품유형목록에 따라 중국 블렌딩 차 제품을 분류한다면 해당 제품은 상위번호 16.02(차잎, 커피 및 파제품)내 16.02.01(차잎, 커피) 및 16.02.02(차제품(조미차 및 대용차 포함))으로 분류될 수 있어서 해당 카테고리에 대해 규제하고 있는 식품첨가물과 최대허용함량을 조사함

표 3.14 블렌딩 차 제품 식품유형 구분표³⁰⁾

식품유형 분류번호	중국 식품유형(원문)	중국 식품유형(국문)
16.02	茶叶、咖啡和茶制品	차잎, 커피 및 차제품
16.02.01	茶叶、咖啡	차잎, 커피
16.02.02	茶制品(包括调味茶和 代用茶)	차제품(조미차 및 대용차 포함)

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

표 3.15 중국의 블렌딩 차 제품 수출 시 주의해야 할 식품첨가물

물질명	최대사용량(g/kg)
스테비올글리코사이드 steviol glycosides	10.0
테아플라빈 : Theaflavins	0.2

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

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

□ 블렌딩 차 제품 유해물질 잔류허용기준

- 식품 중 오염물질 관련 제한치 규정(GB2762-2017)에 따르면 블렌딩 차 제품의 경우 제한하는 품목과 기준은 다음과 같음
 - 납(Pb): 5.0 mg/kg

품목	식품유형	제한기준(mg/kg)	검사 방법
납(Pb)	기타 - 찻잎	5.0	GB 5009.12에 규정된 방법에 따라
	- 말린 국화차	5.0	
	- 고정차	2.0	

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

□ 농약 최대잔류량 관련 규정

- GB 2763-2016 《식품 중 농약최대잔류량 규정(食品中农药最大残留限量)》³¹⁾에 따르면 ‘찻잎(茶叶)’ 성분을 포함한 블렌딩차 제품의 제한 성분 및 중량은 하기와 같음
 - 농약최대잔류량 관련 규정인 GB 2763-2012는 농약사용 및 농산물 품질 안전 관리의 규범화를 목적으로 2013년 3월 1일에 처음 시행, 가장 최근 규정은 2017년 6월 18일부터 시행된 GB 2763-2016임

성분명	영문명	제한량(mg/kg)	일일섭취 허용량(mg/kg bw)	비고
苯醚甲环唑	difenoconazole	10	0.01	
吡虫啉	imidacloprid	0.5	0.06	
吡蚜酮	pymetrozine	2	0.03	
草铵膦	glufosinate-amm onium	0.5	0.01	임시 제한량 적용
草甘膦	glyphosate	1	1	
虫螨腈	chlorfenapyr	20	0.03	
除虫脲	diflubenzuron	20	0.02	
啶螨灵	pyridaben	6	0.01	

31) 발행처는 국가위생계획생육위원회(中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会), 중화인민공화국농업부(中华人民共和国农业部), 국가식품약품감독관리총국(国家食品药品监督管理总局)

敌百虫	trichlorfon	2	0.002	
丁醚脲	diafenthiuron	5	0.003	임시 제한량 적용
啉虫脒	acetamiprid	10	0.07	
多菌灵	carbendazim	5	0.03	
氟氰菊酯和 高效氟氰菊酯	cyfluthrin 和 beta-cyfluthrin	1	0.04	
氟氰戊菊酯	flucythrinate	20	0.02	
甲胺磷	methamidophos	0.05	0.004	
甲拌磷	phorate	0.01	0.0007	
甲基对硫磷	parathion-methyl	0.02	0.003	
甲氰菊酯	fenpropathrin	5	0.03	
克百威	carbofuran	0.05	0.001	
啶螨醚	fenazaquin	15	0.005	
联苯菊酯	bifenthrin	5	0.01	
硫丹	endosulfan	10	0.006	
硫环磷	phosfolan	0.03	0.005	
氯氟菊酯和 高效氯氟菊酯	cyhalothrin 및 lambda-cyhalothi n	15	0.02	
氯菊酯	permethrin	20	0.05	
氯氰菊酯和高 效氯氰菊酯	cypermethrin 및 beta-cypermethri n	20	0.02	
氯噻啉	imidaclothiz	3	0.025	임시 제한량 적용
氯唑磷	isazofos	0.01	0.00005	
灭多威	methomyl	0.2	0.02	
灭线磷	ethoprophos	0.05	0.0004	
内吸磷	demeton	0.05	0.00004	
氟戊菊酯和 S-氟戊菊酯	fenvalerate 및 esfenvalerate	0.1	0.02	
噻虫啉	thiacloprid	10	0.01	
噻螨酮	hexythiazox	15	0.03	
三氯杀螨醇	dicofol	0.2	0.002	
杀螟丹	cartap	20	0.1	
杀螟硫磷	fenitrothion	0.5	0.006	

水胺硫磷	isocarbophos	0.05	0.003	
特丁硫磷	terbufos	0.01	0.0006	
辛硫磷	phoxim	0.2	0.004	
溴氰菊酯	deltamethrin	10	0.01	
氧乐果	omethoate	0.05	0.0003	
乙酰甲胺磷	acephate	0.1	0.03	
茚虫威	indoxacarb	5	0.01	
滴滴涕	DDT	0.2	0.01	
六六六	HCH	0.2	0.005	

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

※ 참고사항

- 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용³²⁾
 - 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

32) 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)[关于食品工业用酶制剂新品种果糖基转移酶(又名 β -果糖基转移酶)和食品添加剂单, 双甘油脂肪酸酯等7种扩大使用范围的公告(2018年第2号)]



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 오프라인**
- 3. 온라인**

1. 경쟁제품 선정

□ (오프라인) 중국의 블렌딩 차 시장의 경우 업체의 의뢰에 따라 중국 베이징의 백화점, 호텔, 베이징 시내 면세점 등을 중심으로 현지조사를 진행

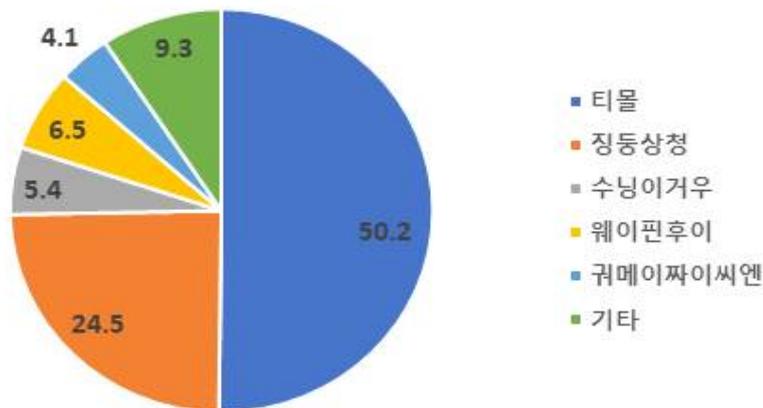
- a.백화점 체인의 경우 베이징SKP(北京SKP), 당대상청(当代商城), b.호텔 체인의 경우 베이징 리츠칼튼 호텔, 베이징 연산호텔, c.시내 면세점의 경우 베이징 중푸면세점 등을 방문
- 상술한 유통채널별로 주요 매장을 방문하여 매대에 가장 많이 진열되어 있는 인기 제품 및 유통채널 담당자의 인터뷰를 바탕으로 경쟁제품을 선정함
 - 또한, 업체가 조사하기를 희망하는 중국의 프리미엄 차 브랜드인 소관차도 경쟁 제품 범주에 포함하여 조사를 진행

□ (온라인) 중국의 주요 B2C 온라인 쇼핑몰인 티몰 및 징둥상청에서 블렌딩 차 제품을 조사

- 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율 1, 2위는 각각 티몰(50.2%)과 징둥상청(24.5%)
- 티몰 및 징둥상청 웹사이트에서 업체가 중국 시장에 수출하고자 하는 고급 블렌딩 차 선물 세트 제품(이하 블렌딩 차 제품)과 가장 근접한 제품을 위주로 경쟁제품을 선정하여 조사

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율

(단위: %)



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中国电子商务研究中心)

□ 분석기준 및 지표설정

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

2. 오프라인

□ 중국 베이징의 오프라인 매장을 백화점, 호텔, 시내 면세점을 중심으로 현지조사를 진행한 결과 다양한 블렌딩 차 제품을 판매하고 있음

- (유통채널) 백화점의 차 브랜드 전문매장에서 가장 다양한 블렌딩 차 제품을 판매하고 있었으며, 호텔 내의 커피숍에서도 다양한 블렌딩 차 제품을 판매 중임
 - 한편, 베이징 시내의 면세점에서는 블렌딩 차 제품을 판매하고 있지 않음
- (원산지) 현지 오프라인 채널에서 판매하고 있는 블렌딩 차 제품의 수입산 및 현지 제품의 비중은 50:50 수준임
 - 판매 중인 중국 현지 로컬 브랜드로는 소관차(小罐茶), 샤오칭간(小青柑) 등임
 - 수입 브랜드로는 싱가포르 브랜드인 TWG가 대표적이며 한국산 브랜드 제품은 판매되고 있지 않음
- (가격 및 용량) 제품별 용량을 고려하면 고급 블렌딩 차의 경우 선물용으로 제작된 로컬 제품의 가격이 수입 브랜드 제품보다 약 2.6배 높게 형성되어 있음
 - 현지 프리미엄 차 브랜드인 소관차의 고급 선물세트 가격은 80g에 1,000위안(11월 11일에는 특가로 800위안에 판매 중)이며, 샤오칭간의 고급 선물세트 가격은 800위안임³³⁾
 - TWG에서 판매중인 블렌딩 차 선물세트 제품인 1837홍차와 얼그레이 젠틀맨의 100g당 가격은 235위안임. 동일 브랜드의 싱가포르 블랙퍼스트 차 제품은 37.5g 기준 150위안에 판매 중
- (패키지) 오프라인에서 판매 중인 블렌딩 차 선물세트 제품의 약 90%는 선물세트 패키지이며, 일반적인 종이 박스 형태의 패키지는 약 10%에 불과함
 - 블렌딩 차 선물세트 제품의 패키지는 크게 두 가지로 나뉘는데, a. 한 번에 먹을 수 있도록 캡슐 혹은 티백 포장 되어 하드케이스 혹은 박스 패키지에 담겨있는 제품과 b. 텀 케이스에 담겨 2사체 혹은 4사체 선물 세트 패키지로 선택할 수 있는 제품임

33) 현지조사 시 근접촬영이 불가능했던 관계로 제품의 정확한 용량은 알아내지 못함

3. 온라인

□ (원산지 및 가격) 온라인에서 판매 중인 블렌딩 차 제품의 약 75% 제품은 중국산

- 판매 중인 중국산 블렌딩 차 제품과 수입산 블렌딩 차 제품 간의 가격 차이가 존재함
 - 중국산 블렌딩 차 제품의 가격은 다양하게 형성되어 있는데 제품별 용량을 고려할 때 가장 비싼 제품은 중국에서 생산한 독일 수입 브랜드인 T9의 과일허브차 선물 세트로, 36g기준 300위안에 판매 중
 - 약 25%의 비중을 차지하고 있는 수입산은 영국 및 독일 제품으로, 150g 기준 약 480위안 수준임
- 온라인 티몰 및 징둥 홈페이지에서 판매 중인 블렌딩 차 제품 중 한국산 제품은 없음

□ (패키지) 틴케이스 패키지 제품의 비중이 약 60%, 박스 패키지 제품의 비중이 약 20%를 차지

- 또한, 판매 중인 제품의 약 50%는 캡슐 포장 혹은 티백 포장으로 한 번에 먹을 수 있게 소포장 되어 있음

표 4.2 중국의 블렌딩 차 오프라인 제품 현황

구분	제품 #1																				
<p>이 미 지</p> <p>제품 이미지</p>	 <p><패키지 앞면></p>  <p><제품 내부></p>																				
<p>제 품 스 펙</p>	<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>소관차 준수양 조합패키지 (尊享组合装)</td> </tr> <tr> <td>제조사</td> <td>베이징 소관차업 유한공사(北京小罐茶业有限公司)</td> </tr> <tr> <td>제품특성</td> <td>소관차 브랜드의 베스트 제품으로서 4종 차잎으로 구성된 고급 선물세트 한 캡슐당 한 잔을 우려 마실 수 있는 용량 단, 두 종류 이상의 차잎을 혼합 음용하는 것을 권장하지는 않음</td> </tr> <tr> <td>포장 용기</td> <td>하드 케이스 패키징</td> </tr> <tr> <td>구성</td> <td>원난홍차, 대홍포, 티에관인(농향), 모리화차</td> </tr> <tr> <td>조사매장</td> <td>베이징SKP 내의 소관차 브랜드 매장, 베이징 리츠칼튼 호텔 내부 카페(大堂吧)</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>80g(4g*20캡슐)</td> </tr> <tr> <td>제품가격</td> <td>1,000 위안(약 163,500원)³⁴⁾ *단, 11월 11일(双十一) 특가: 800위안</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>제조일로부터 18개월</td> </tr> <tr> <td>인증</td> <td>SC11434101105054</td> </tr> </table>	제품명	소관차 준수양 조합패키지 (尊享组合装)	제조사	베이징 소관차업 유한공사(北京小罐茶业有限公司)	제품특성	소관차 브랜드의 베스트 제품으로서 4종 차잎으로 구성된 고급 선물세트 한 캡슐당 한 잔을 우려 마실 수 있는 용량 단, 두 종류 이상의 차잎을 혼합 음용하는 것을 권장하지는 않음	포장 용기	하드 케이스 패키징	구성	원난홍차, 대홍포, 티에관인(농향), 모리화차	조사매장	베이징SKP 내의 소관차 브랜드 매장, 베이징 리츠칼튼 호텔 내부 카페(大堂吧)	용량	80g(4g*20캡슐)	제품가격	1,000 위안(약 163,500원) ³⁴⁾ *단, 11월 11일(双十一) 특가: 800위안	유통기한	제조일로부터 18개월	인증	SC11434101105054
제품명	소관차 준수양 조합패키지 (尊享组合装)																				
제조사	베이징 소관차업 유한공사(北京小罐茶业有限公司)																				
제품특성	소관차 브랜드의 베스트 제품으로서 4종 차잎으로 구성된 고급 선물세트 한 캡슐당 한 잔을 우려 마실 수 있는 용량 단, 두 종류 이상의 차잎을 혼합 음용하는 것을 권장하지는 않음																				
포장 용기	하드 케이스 패키징																				
구성	원난홍차, 대홍포, 티에관인(농향), 모리화차																				
조사매장	베이징SKP 내의 소관차 브랜드 매장, 베이징 리츠칼튼 호텔 내부 카페(大堂吧)																				
용량	80g(4g*20캡슐)																				
제품가격	1,000 위안(약 163,500원) ³⁴⁾ *단, 11월 11일(双十一) 특가: 800위안																				
유통기한	제조일로부터 18개월																				
인증	SC11434101105054																				

34) 소관차 브랜드 매장과 베이징 리츠칼튼 호텔 내부의 카페에서 판매중인 제품의 가격은 동일하며, 환율기준은 1 RMB = 163.59 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.10.25.검색)

구분		제품 #2	
이 미 지	제품 이미지		
		<패키지 앞면>	<패키지 뒷면>
			
		<제품 내부 앞면>	<제품 내부 뒷면>
제 품 스 펙	제품명	1837 홍차 (1837 红茶)	
	제조사	TWG Tea Company Pte.Ltd.	
	제품특성	꾸준한 인기가 있는 TWG의 시그니처 제품	
	포장 용기	틴케이스 패킹	
	성분	홍차, 딸기	
	조사매장	베이징 SKP 내의 TWG 브랜드 매장	
	중량	100g	
	제품가격	235위안(약 38,400원)	
	유통기한	제조일로부터 3년	
인증	-		

구분		제품 #3	
이 미 지	제품 이미지		
		<패키지 앞면>	<패키지 뒷면>
			
		<내부 앞면>	<내부 뒷면>
제 품 스 펙	제품명	얼그레이 젠틀맨 (绅士伯爵茶)	
	제조사	TWG Tea Company Pte.Ltd.	
	제품특성	-	
	포장 용기	틴케이스 패킹	
	성분	홍차, 장미꽃잎, 불수감	
	조사매장	베이징 SKP 내의 TWG 브랜드 매장	
	중량	100g	
	제품가격	235위안(약 38,400원)	
	유통기한	제조일로부터 3년	
인증	-		

구분		제품 #4
이 미 지	제품 이미지	 <p><제품 앞면></p>
		 <p><제품 뒷면></p>
제 품 스 펙	제품명	싱가폴 블랙퍼스트 티 (Singapore Breakfast Tea)
	제조사	TWG Tea Company Pte.Ltd, Singapore
	제품특성	-
	포장 용기	박스 패킹
	성분	홍차, 녹차, 굴피, 계수나무, 생강, 정향나무, 바닐라 등
	조사매장	베이징SKP 내의 TWG 브랜드 매장
	중량	37.5g(15개 티백/박스)
	제품가격	150위안(약 24,500원)
	유통기한	제조일로부터 3년
	인증	-

구분		제품 #5
이 미 지	제품 이미지	 <p><제품 패키지></p>  <p><제품 내부></p>
	제품명	샤오칭간 푸얼차 (小青柑普洱茶) ³⁵⁾
제 품 스 펙	제조사	-
	제품특성	보이차 제품으로 선물 패키지를 구성
	포장 용기	박스 패킹
	구성	-
	조사매장	베이징 옌산(YANSHAN)호텔 내의 옌산 다도관
	용량	-
	제품가격	800위안(약 130,800원)
	유통기한	-
	인증	-

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

35) 자세한 촬영이 불가하여 대략적인 제품 사진 및 제품의 가격 정도만 조사

표 4.3 중국의 블렌딩 차 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국 푸젠성	중국 장쑤성
제품 스펙	제품명	화시앙위엔 장위엔차 유학자 농축형 티에관인 다홍파오 홍차 푸얼차 특급 혼합 선물세트 (华祥苑 庄园茶儒士 浓香型 铁观音 大红袍 红茶 普洱 特级 混合装 礼盒) 80g	전통 수저우 모리화차(传统苏州茉莉花茶)
	브랜드	화시앙위엔(华祥苑)	후치우(HUQIU,虎丘)
	제조사	화시앙위엔 차업 주식 유한회사(华祥苑 茶业 股份有限公司)	歙县源丰绩银绿茶厂
	패키지	선물세트포장	선물세트포장
	유통기한	24개월	18개월
	제품가격	1,000위안(약 163,500원)	588위안(약 96,200원)
	중량	80g	160g
	원재료명 및 함량	-	-
	판매사이트	티몰	티몰

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이 미 지	제품 이미지		
	원산지	중국 상하이	중국 저장성 ³⁶⁾
제품 스 펙	제품명	혼합 선물세트포장 푸얼차 홍차 우롱차 녹차 4종세트(菁选混合装茶礼盒 普洱红茶乌龙茶绿茶四款好茶)	T9 과일허브차 화려한 선물세트 (T9 水果草本茶缤纷礼盒)
	브랜드	따이비이아오주어(袋表作)	T9
	제조사	항저우 수이핀위엔 차업 유한공사(杭州水晶元茶业有限公司)	상하이 맑고 향기로운 시냇물 차업 유한공사(上海清芳溪 茶叶有限公司)
	패키지	선물세트포장	선물세트포장
	유통기한	18개월	18개월
	제품가격	468 위안(약 76,600 원)	300 위안(약 49,000 원)
	중량	120g(10 포/박스*4)	36g
	원재료명 및 함량	푸얼차, 홍차, 녹차, 우롱차, 화차(Scented tea), 과일차 등	마테차, 민트차, 패션프루츠 허브차, 과일차 등
	판매사이트	티몰	티몰

36) 원료는 독일에서 수입

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국 푸젠성	중국 상하이
제품 스펙	제품명	옌추안 혼합 선물세트 (研传茶叶微观袋泡茶混合礼盒装)	3 세트 화차조합 선물박스포장 (3款花茶组合 礼盒装)
	브랜드	옌추안(YAN CHUAN, 研传)	MARTINA/玛缇娜
	제조사	푸젠성 안시현 차 연구 차업유한공사	상하이 맑고 향기로운 시냇물 차업 유한공사(上海 清芳溪 茶叶有限公司)
	패키지	선물세트포장	선물세트포장
	유통기한	18개월	18개월
	제품가격	229 위안(약 48,900 원)	657 위안/3 세트(약 107,500 원)
	중량	156g	270g
	원재료명 및 함량	티에관인, 푸얼차, 홍차, 녹차	딸기맛 과일차, 포레스트 베리차
	판매사이트	티몰	티몰

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	영국	독일
제품 스펙	제품명	Tea Discoveries-The Afternoon Tea Collection	마리 황후과일차(玛丽皇后水果茶)
	브랜드	Whittard Of Chelsea	T9
	제조사	Whittard Trading Ltd.	-
	패키지	선물세트포장	선물세트포장
	유통기한	24개월	18개월
	제품가격	479 위안(약 78,400 원)	480 위안(약 78,500 원)
	중량	180g	75g*2 통
	원재료명 및 함량	English Breakfast, Jasmine, Mango & Bergamot, Earl Grey	모과알갱이, 망고알갱이, 사과슬라이스, 히비스커스꽃, 오렌지슬라이스, 석류 등
	판매사이트	티몰	징둥상청

자료: 티몰, 징둥상청 종합하여 연구자 정리



V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

1. 경쟁사 선정

□ 선정기준

- 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 고급 패키지 블렌딩 차 제품과 가장 근접한 제품을 판매하고 있는 제조사를 중심으로 조사

2. 경쟁사 분석

□ 주요 경쟁사 기업정보

 <p>XIAO GUAN TEA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년에 설립된 중국 프리미엄 차 제조 기업 - 중국에서 좋은 차를 만들면, 중국의 차가 좋아진다(“做中国好茶、做好中国茶”)는 사명감을 갖고 8명의 중국 차 장인들이 프리미엄 차를 제조 			
<p>기업개요</p>	<p>기업명</p>	<p>베이징소관차업유한공사(北京小罐茶业有限公司)</p>	<p>설립년도</p>	<p>2014년</p>
	<p>기업형태</p>	<p>프리미엄 차 제조 기업</p>	<p>국가</p>	<p>중국</p>
	<p>취급품목</p>	<p>프리미엄 차</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.xiaoguancha.com</p>
	<p>전화번호</p>	<p>400-628-8181</p>	<p>주소</p>	<p>北京朝阳区八里庄陈家林9号院华腾世纪总部公园C座7层</p>
<p>제품</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="438 1417 847 1691">  <p>银罐拼装 2018小罐茶新秀 点击购买</p> </div> <div data-bbox="852 1417 1339 1691"> <p>新品福利 进店必选 小罐茶® 天天好茶 工作日专享 5款金罐大师茶 好茶代表作</p>  <p>五茶齐聚</p> <p>大红袍 滇红茶 白毫银针 小罐绿茶 茉莉花茶 星期一 星期二 星期三 星期四 星期五</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="438 1713 847 1982">  </div> <div data-bbox="852 1713 1339 1982">  </div> </div>			

	<ul style="list-style-type: none"> - TWG Tea는 2008년에 싱가포르에서 설립된 브랜드로 TWG 회사는 자체적으로 럭셔리 브랜드라고 홍보함 - TWG는 The Wellbeing Group의 약자임 			
기업개요	기업명	TWG Tea	설립년도	2008년
	기업형태	차 제품 생산기업	국가	싱가포르
	취급품목	차 제품	홈페이지	https://twgtea.com/
제품	 			
	<ul style="list-style-type: none"> - 오후의 차로 전세계적으로 유명한 브랜드인 T9 - 인도 다즐링 홍차, 실론 홍차, 영국 얼그레이, 과일차, 루이보스 티 등을 취급함 			
기업개요	기업명	T9 tea	설립년도	1869년
	기업형태	차 제조 기업	국가	독일
	취급품목	홍차, 과일차, 루이보스티 등	홈페이지	http://www.t9tea.com/
제품	 			

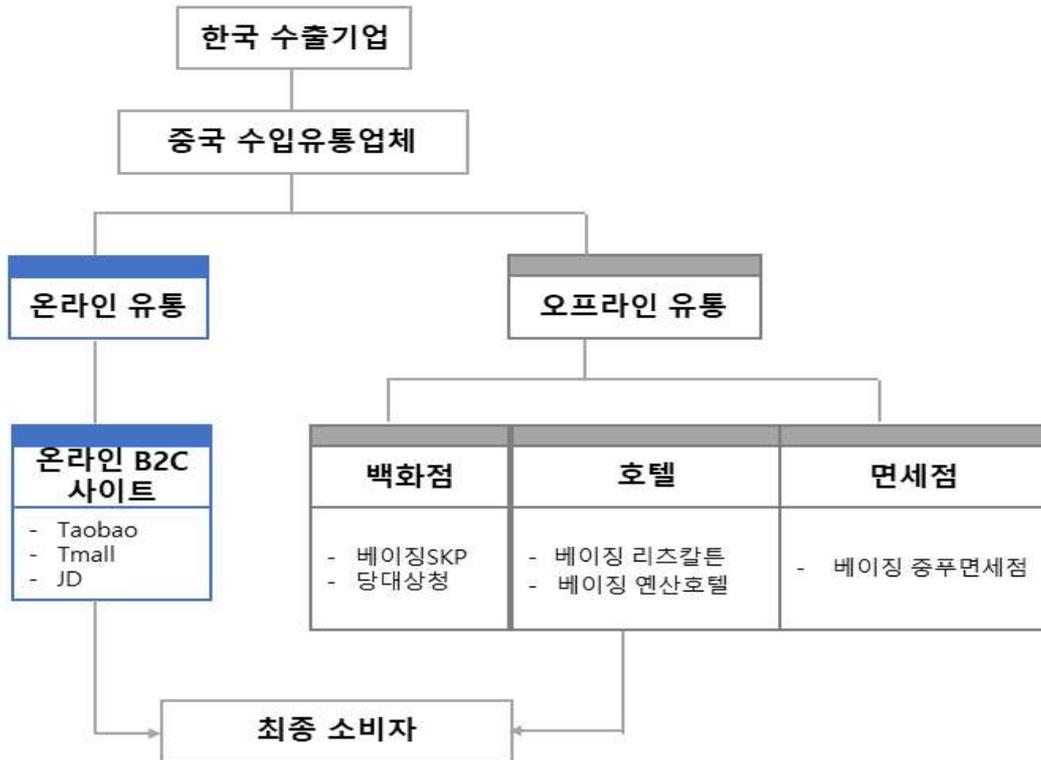


VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

표 6.1 중국의 블렌딩 차 유통채널



자료: 연구자 작성

1) 오프라인 유통채널

□ 중국의 주요 소매점 유통채널 중 하이퍼마켓, 슈퍼마켓의 비중이 높음

- 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
- 월마트, 까르푸, 메트로와 같은 외국 유통 체인은 국내 선도 유통 체인인 뱅가드, 용후이 마트와 치열한 경쟁을 하고 있음

- 2016년 기준 중국의 주요 외국 자본 소매점 매출액 기준 1, 2, 3위를 기록한 RT Mart, Walmart, Carrefour는 매출액과 매장 수가 전년 대비 모두 증가하는 추세를 보임

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.

□ 신유통 바람이 부는 중국의 백화점 유통채널

- 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 신유통³⁷⁾의 방향을 제시
 - 2016년 알리바바는 중국 최대 오프라인 유통기업인 바이리엔 백화점과 협력관계를 구축. 귀메이 백화점은 6개 카테고리에서 온·오프라인 융합을 통해 신유통 전략을 제시
- 백화점 유통채널의 경우, 왕푸징, 티엔홍, 인타이 백화점 등이 2017년 기준 중국 현지에서 약 4,900여 개의 매장을 운영하고 있음
 - 현지 조사를 위해 방문한 백화점 유통채널에서는 다양한 블렌딩 차를 판매 중

표 6.4 2018년 중국의 10대 백화점 순위

순위	로고	백화점 이름	설립년도	홈페이지
1		왕푸징 백화점(Wangfujing, 王府井百货)	1955	http://www.wfj.com.cn/
2		티엔홍 백화점(天虹,RAINBO W)	1984	http://www.rainbow.cn/web/index
3		인타이 백화점(銀泰百貨)	1998	http://www.intime.com.cn/
4		바이성 그룹(PARKSON百盛)	1994	http://www.parksongroup.com.cn/
5		마오예(茂業MOI)	1995	http://www.maoye.cn/
6		진잉 백화점(金鷹GoldenE agle)	1992	http://www.netge.com/
7		신세계 백화점(新世界百貨)	1993	http://www.nwds.com.hk/

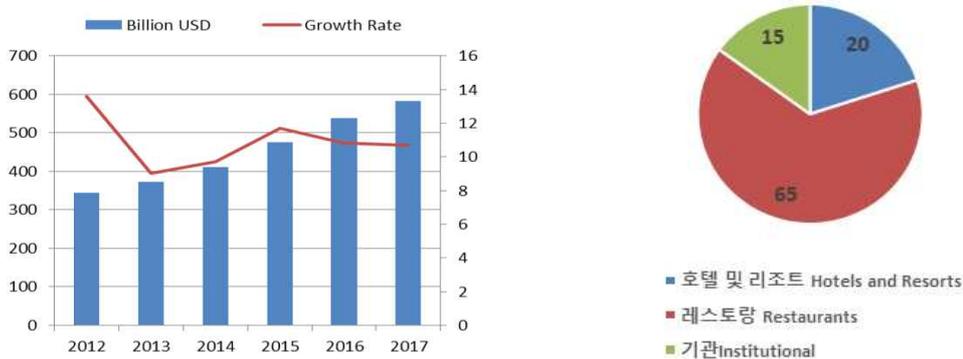
37) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

8		인쭈어백화점(銀座IN ZONE)	1996	http://www.yinzuo.cn
9		충칭 백화점(重慶百貨)	1950	http://www.e-cbest.com/
10		광바이 백화점(廣白百貨)	1991	http://www.grandbuy.com.cn/

자료: 10대브랜드망(十大品牌网, www.china-10.com)

□ 중국의 HRI(Hotel Restaurant Institutional)부문

- UDSA 자료에 따르면, 2017년 기준 중국의 HRI(Hotel, Restaurant, Institutional) 부문의 매출액은 583억 달러를 기록했는데, 이는 전년 대비 약 10.7% 증가한 수치임
 - 2016년 기준³⁸⁾ 중국의 HRI 부문의 가장 많은 비중³⁹⁾을 차지한 것은 레스토랑 부문(약 65%)으로 약 352억 달러의 매출액을 기록함
 - 한편, 호텔 및 리조트 부문의 매출액은 약 109억 달러로, 약 20%의 비중을 차지하며 2위를 기록함
- 호텔 유통채널의 경우, 인터컨티넨탈 호텔스 그룹(Intercontinental Hotel Group), 아코르 호텔&리조트(Accor Hotels & Resorts), 센던트 그룹(Cendant Corp.), 매리엇 호텔 그룹(Marriot Hotel Group) 등이 2017년 기준 약 1,770개의 매장을 운영하고 있음
 - 현지 조사를 위해 방문한 호텔 유통채널에서는 다양한 블렌딩 차를 판매 중



자료: 「Food Service Industry Sector Overview-China-2018」, USDA, 2018.09.28.

38) 2017년 기준 데이터가 아직 집계되지 않음

39) 매출액 기준

표 6.6 2017년 중국의 10대 호텔 브랜드

(단위: 개)

구분	브랜드명	자회사 브랜드	본사/ 중국 본사	중국 내 호텔 수
1	Intercontinental Hotel Group	- Intercontinental Hotels & Resorts - Crown Plaza - Holiday Inn 외 3개	영국 / 상하이	292
2	Accor Hotels & Resorts	- Sofitel - Fairmont - Swisshotel - Pullman 외 5개	프랑스/ 상하이	650
3	Cendant Corp.	- Howard Johnson - Wyndham - Ramada 외 2개	미국/ 베이징	110
4	Marriot Hotel Group (*merged with Starwood Hotels & Resorts Worldwide in 2016)	- Renaissance - Marriott Hotels & Resorts - Courtyard Marriott - The Ritz-Carlton - JW Marriott - Sheraton Hotels & Resorts - Westin - Le Meridien - Four Points 외 5개	미국/ 홍콩	424(121+303)
5	Shangri-la Hotel	- Shangri-la Hotel - Traders Hotel	싱가포르/ 상하이	55
6	Kempinski Hoteliers	- Kempinski	독일/ 베이징	22
7	Hyatt Hotels Corp.	- Hyatt Regency hotels - Grand Hyatt - Park Hyatt - Hyatt Hotels & Resorts 외 3개	미국/ 베이징	57
8	Carlson Rezidor Hotels	- Radisson - Regent 외 3개	미국/ 싱가포르	40
9	Hilton Hotels Corp.	- Hilton - Conrad 외 3개	미국/ 상하이	110
10	Four Seasons	- Four Seasons Hotels	캐나다/ 상하이	9

자료: 「Food Service Industry Sector Overview-China-2018」, USDA, 2018.09.28.

2) 온라인 유통채널

- 2016년 기준 중국의 B2C 온라인 쇼핑 시장 1, 2위를 기록한 티몰(TMALL)과 징둥(京东)의 점유율은 각각 57.7%, 25.4%임
- 3-10위 기업은 웨이핀후이(唯品会, VIP), 쑤닝이거우(苏宁易购, Suning), 귀메이짜이시엔(国美在线, Gome), 당당(当当, Dangdang), 아마존 중국(亚马逊中国, Amazon), 이하오디엔(一号店, YHD), 쥐메이요우핀(聚美优品, Jumei), 핀뚩어뚩어(拼多多, Pinduoduo) 순임

표 6.7 중국의 주요 종합 쇼핑몰

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

자료: 한국무역협회 상해지부

□ 중국의 식품분야 온라인 쇼핑몰

- 我买网(Womai)은 글로벌 500대 기업인 중양그룹(中糧集團)이 2009년에 설립한 회사로 2016년 기준 매출액은 50억 위안에 달함
 - “2016 중국 100대 온라인 판매기업” 18위에 선정됨
- 顺丰优选(SFBEST)는 중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)이 2012년 설립한 자회사로 주로 식품, 과일 등을 판매하고 있으며, 2016년 기준 매출액은 20억 위안임
 - “2016 중국 100대 온라인 판매기업” 35위에 선정됨

표 6.8 중국의 주요 식품분야 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	我買網	COFCO I buy nets	www.womai.com	글로벌 500대 기업인 중양그룹 산하의 B2C플랫폼

2	順丰优選	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)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 상해지부

- 또한, 차 전문 온라인 쇼핑몰에는 MAICHAWANG(买茶网), TEA7(茶七网), ITEAMALL(国茶商城) 등이 있음

2. 주요 유통채널 분석

□ 베이징SKP (北京SKP)

기업개요			
 <p>北京SKP</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 베이징SKP는 2007년에 설립된 베이징 내 최대의 명품백화점으로 중국의 고급화 전략의 상징으로 자리매김함 - 신광천지(新光天地)로 불리우다 2014년에 北京SKP로 개명함 		
<p>유형</p>	<p>명품 백화점</p>	<p>주소</p>	<p>中国北京市朝阳区建国路87号</p>
<p>대표전화</p>	<p>+86-10-65305888</p>	<p>홈페이지</p>	<p>http://www.skp-beijing.com/</p>
<p>건물전경</p>	 <p style="text-align: center;">백화점 전경</p>		
	 <p style="text-align: center;">백화점 입구</p>		

① 베이징 SKP 내의 소관차 매장

<p>매장전경</p>	
<p>유통채널 담당자 인터뷰 내용</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 고급 차를 구매하는 주 소비층은? <ul style="list-style-type: none"> - 주요 소비층은 30-60대의 연령대이며, 주로 선물용으로 구매 2. 가장 인기 있는 고급 블렌딩 차는? <ul style="list-style-type: none"> - 소관차는 블렌딩 제품이 없으며, 한 종류의 찻잎(1캡슐)을 한 잔에 우려 마시는 형태 3. 일(日) 매출은 어느 정도인지? <ul style="list-style-type: none"> - 인기가 꾸준한 편이나 주로 선물용으로 구매하기 때문에 명절이나 특별시즌의 판매량이 많은 편임. 매장마다 다소 차이가 있을 수 있음 4. 한국산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품의 강점 <ul style="list-style-type: none"> - 고급 블렌딩 차 제품에 대한 이해도가 낮은 편이지만, 한국의 녹차와 제주 굴이 유명한 것으로 알고 있음 5. 해당 품목과 관련하여 유의해야 하는 법규 및 규제 <ul style="list-style-type: none"> - 특별히 유의해야 하는 법규 및 규제는 없음. 기본 식품위생법을 잘 준수해야 할 것임 6. 제품 입점을 위해 필요한 구체적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 일반적으로 사전에 본사의 핫라인 등을 통해 문의하는 것으로 알고 있음

② 베이징 SKP 내의 TWG 매장

<p>매장전경</p>	
<p>유통채널 담당자 인터뷰 내용</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 고급 차를 구매하는 주 소비층은? <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 고객층을 확보하고 있는데, 그 중 외국인도 많은 편 2. 가장 인기 있는 고급 블렌딩 차는? <ul style="list-style-type: none"> - 1837紅茶, 紳士伯爵茶, 獅城早餐茶 등이 인기제품임 3. 일(日) 매출은 어느 정도인지? <ul style="list-style-type: none"> - 날개 제품이나 티백망 등을 구매하거나 테이블 홀 이용 고객이 꾸준히 있는 편임. 선물세트의 경우, 최근 크리스마스 선물을 미리 구매하기 위해 매장을 방문하는 경우가 많음 4. 한국산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품의 강점 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 역시 동양의 차 문화 국가인 만큼, 한국 고유의 맛이 있을 것 같은 기대감이 있음 5. 해당 품목과 관련하여 유의해야 하는 법규 및 규제 <ul style="list-style-type: none"> - 수입 절차상 기본적인 법규 및 규제에 유의하면 될 것으로 사료됨

□ 리츠칼튼 호텔(北京丽思卡尔顿酒店)

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 2007년에 설립된 5성급 호텔 - 차오양구(朝阳区) CBD상업센터에 위치한 고급 호텔 - 교통이 편리하며 주변에 화마오광장(华贸中心广场), SKP백화점, 완다광장(万达广场), 월마트(沃尔玛超市) 등이 있음 		
유형	호텔 체인	주소	华贸中心建国路甲83号
대표전화	+86-400-188-9912	홈페이지	https://www.marriott.com.cn/ritz-carlton
호텔전경			

○ 호텔 내부 카페(丽思卡尔顿·大堂吧⁴⁰)

카페전경		
유통채널 담당자 인터뷰 내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 고급 블렌딩 차 중 소관차만 판매하는 이유는? <ul style="list-style-type: none"> - 소관차는 최근 유행하는 제품으로, 체면(面子)을 중시하는 문화에 적합함 2. 소관차의 주요 소비층은? <ul style="list-style-type: none"> - 차 애호가들, 특히 40대 이상 소비자에게 인기가 좋음 3. 소관차의 일(日) 매출은 어느 정도인지? <ul style="list-style-type: none"> - 제품을 따로 진열해두고 판매하지 않으며, 선물용 차를 구매하려는 고객에게 제품을 안내하고 있음 4. 한국산 고급 블렌딩 차 제품 혹은 한국산 차 제품의 강점 <ul style="list-style-type: none"> - 인삼차, 유자차가 인기 있는 것으로 알고 있는데, 몸에 좋다는 이미지 때문인 것으로 사료됨 	

40) 리츠칼튼 호텔 내부 1층

□ 베이징 연산호텔 (北京燕山大酒店, YANSHAN HOTEL)

기업개요			
	- 1989년에 설립된 4성급 호텔로, 2003년에 리모델링함 - 베이징 중관촌 당대상성 백화점 바로 옆에 자리한 호텔로서, 지하철 4호선 역 근처에 위치 - 호텔 인근에 이화원, 원명원 등의 주요 관광지 및 대학가 밀집 지역에 위치함		
유형	호텔 체인	주소	北京市海淀区中关村大街甲38号(当代商城旁边)
대표전화	+86-10-6256-3388	홈페이지	http://www.yanshanhotel.com/
호텔전경			

○ 호텔 내부 다도관(燕山茶艺馆)

다도관 전경			
유통채널 담당자 인터뷰 내용	1. 주로 판매하는 제품은? - 보이차(푸얼차) 위주로 판매하고 있음 2. 한국산 및 수입산 고급 블렌딩 차 제품에 대한 인식은 - 중국 내 소비자에게는 중국산 차에 대한 선호도가 더 높다고 생각됨		

[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. 「Food Service Industry Sector Overview-China-2018」, USDA, 2018.09.28.
4. 「Tea in China」, Euromonitor International, 2018.02.
5. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09.,
6. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04.
7. 「2018年中国茶叶行业市场前景研究报告」, 중상산업연구원, 2018.05.09.
8. 「2017年中国茶叶行业发展现状分析」, 중국산업정보망, 2018.02.24.
9. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11.
10. 「2017 중국 농식품 수출 통관 가이드북」, 한국농수산물유통공사, 2017.12.
11. 「중국의 식품통관 절차 및 유의사항」, 주상하이 대한민국 총영사관, 2014.03.

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. 트레이드내비, www.tradenavi.or.kr
4. International Trade Centre, www.trademap.org
5. 중국관세청, www.customs.gov.cn
6. 티몰(天猫), www.tmall.com
7. 징둥상청, www.jd.com
8. 한국수출입은행 해외경제연구소
9. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
10. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局), www.aqsiq.gov.cn
11. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
12. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
13. 푸젠성인민정부(福建省人民政府), www.fujian.gov.cn
14. 중국브랜드망(中国品牌网), www.chinapp.com

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1809-06

품목: 블렌딩 차(Blended Tea)

국가: 중국(China)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발행일 2018

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

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

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