

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

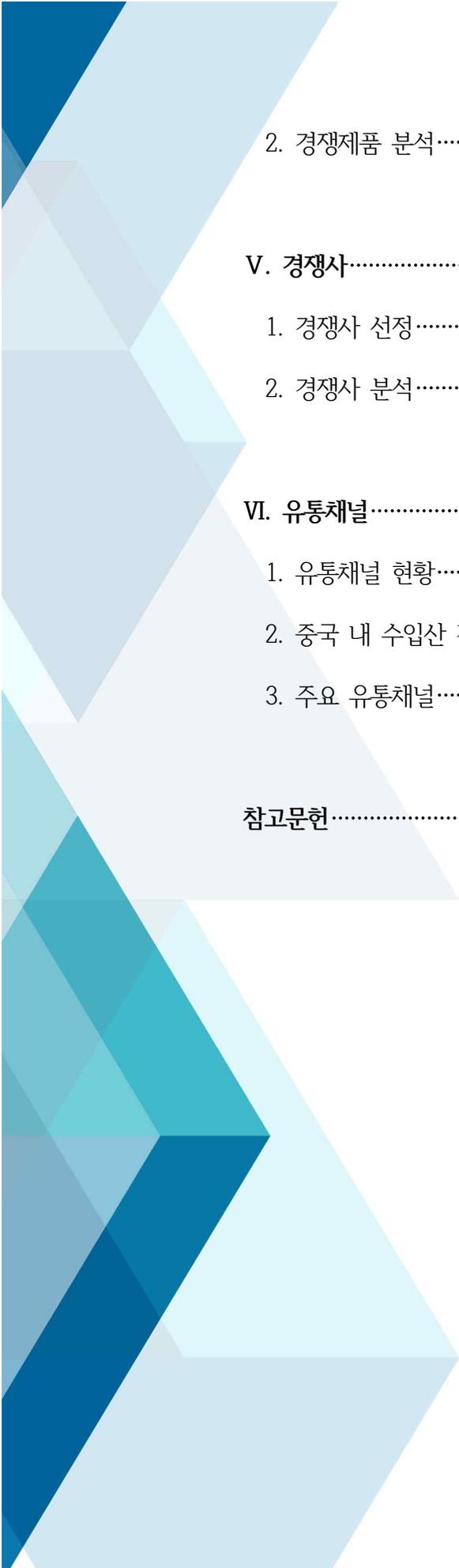
No. 1809-07

품 목 : 김자반, 김부각, 김스낵

국 가 : 중국(China)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	09
3. 수출입통계	19
II. 시장 트렌드	24
1. 소비 트렌드	26
2. 제품 트렌드	29
❖ 현지 소비자 인터뷰	31
❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰	32
III. 통관 및 제도	33
1. 통관 및 검역	35
2. 인증정보	49
3. 제출서류	53
4. 라벨링	56
5. 위생요건	58
IV. 경쟁제품	62
1. 경쟁제품 선정	63



2. 경쟁제품 분석.....	64
<b>V. 경쟁사.....</b>	<b>99</b>
1. 경쟁사 선정.....	100
2. 경쟁사 분석.....	101
<b>VI. 유통채널.....</b>	<b>105</b>
1. 유통채널 현황.....	106
2. 중국 내 수입산 김의 유통.....	112
3. 주요 유통채널.....	113
<b>참고문헌.....</b>	<b>117</b>



## 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

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)</li> <li>▶ 수도: 베이징</li> <li>▶ 국가원수: 시진핑 주석</li> <li>▶ 인구: 1,391백만 명(2017)</li> <li>▶ 면적: 963,4057만km<sup>2</sup>(한반도의 약 43배)</li> <li>▶ 공식어: 중국어</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이</li> <li>▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)</li> <li>▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)</li> <li>▶ 경제성장률: 6.9%(2017)</li> <li>▶ 화폐단위: 元(RMB)<sup>2)</sup></li> <li>▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)</li> </ul> |
|--|---|



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  
 2) 1위안 = 163.36원(KEB 하나은행 고시기준, 2018.12.26)

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>3)</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

3) 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

o 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상

- 위안화 가치 하락에 따른 수입물가 상승, 부동산 및 식료품 가격 상승 등으로 2016년 물가상승률은 2%대를 기록하였으나, 식료품 가격 하락 등으로 인해 2017년 물가상승률은 1.5%로 하락함

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	2.8	1.8	1.3	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

- o 중국의 정책 당국은 미-중 무역 전쟁뿐만 아니라 기업 재무구조 개선 문제에 대한 대책 마련에 부심하고 있음. 특히 지방정부 및 국유기업과 가계의 부채는 심각한 수준이며, 지난 5년간 상환 능력에 비해 훨씬 빠른 속도로 증가함
  - 저장성은 지난 5월 70억 달러의 부채를 가진 민간기업 부문의 지원요청을 받았으며, 4대 직할 시 중의 하나인 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>▶ <b>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</b></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>▶ <b>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</b></li> <li>▶ <b>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</b></li> </ul>
--	---

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

## 2. 식품산업 현황

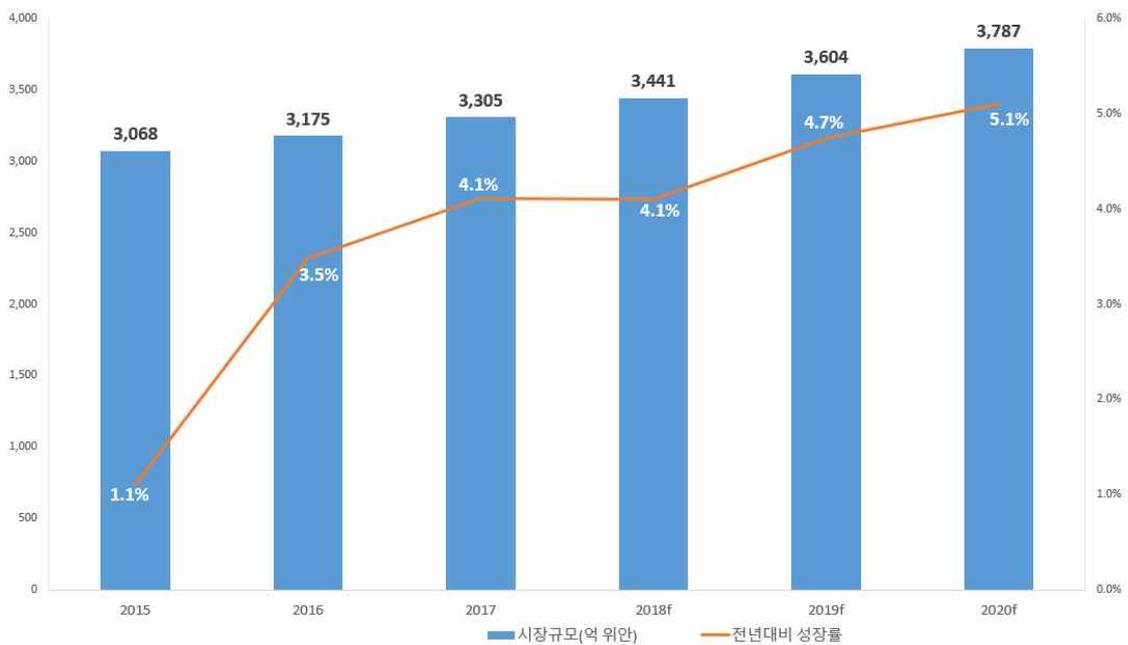
### 1) 스낵시장 동향

#### □ 스낵시장 규모

○ 최근 3년간(2015-2017년) 스낵시장의 규모는 연평균 2.9%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 3,305억 위안(약 54조 원)을 기록

- 스낵시장의 규모는 온라인 판매의 성장에 힘입어 꾸준한 증가세를 이어가고 있으며, 향후 3년간 더욱 빠른 추세의 성장을 거둘 것으로 예상됨

표 1.2 스낵 시장 추이 및 전망(2015-2020년)



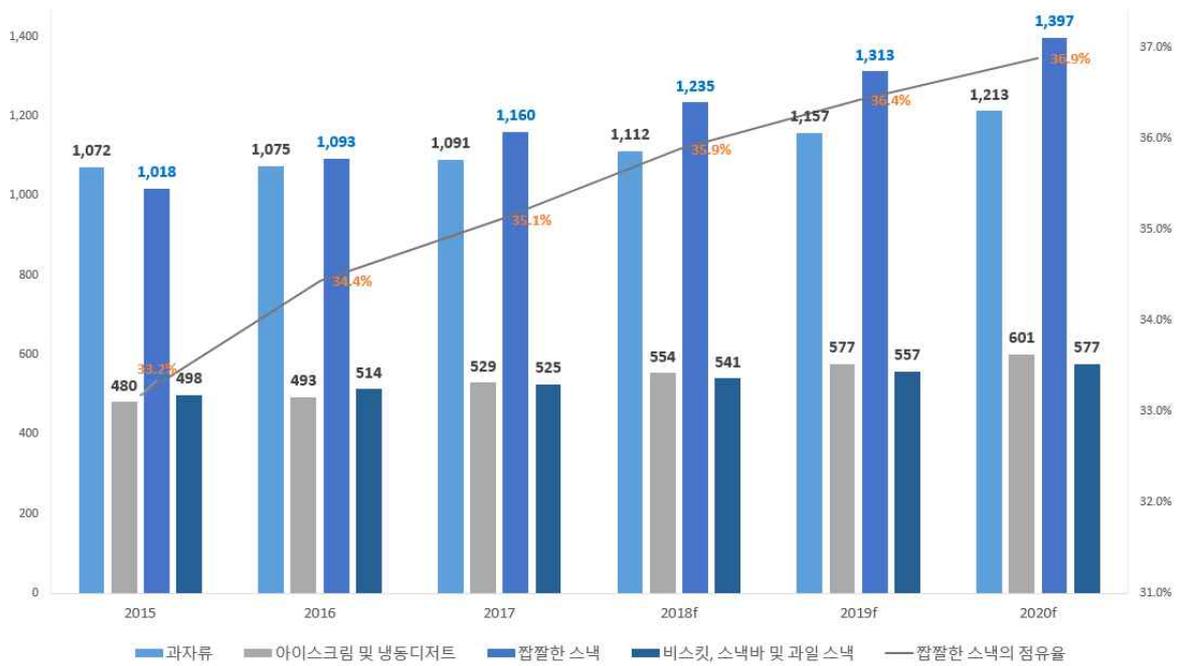
자료: Euromonitor International

○ 중국 스낵시장에서 조미김이 포함된 짭짤한 스낵류(Savoury Snacks)의 점유율이 가장 높음

- 유로모니터에 따르면 짭짤한 스낵류는 2016년부터 과자류를 제치고 시장점유율 34.4%를 기록해 스낵 내 가장 높은 비중을 차지함

표 1.3 스낵 품목별 시장 추이 및 전망(2015-2020년)

(단위: 억 위안)



자료: Euromonitor International

## 2) 짹짹한 스낵(Savoury Snacks) 시장 동향

### □ 짹짹한 스낵 시장 규모

- 최근 3년간(2015-2017년) 짹짹한 스낵 시장의 규모는 연평균 6.7%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 1,160억 위안(약 19조 원)을 기록하며, 전체 스낵 시장에서 가장 높은 비중(35.1%)을 차지
  - 중국에서 짹짹한 스낵은 건강에 좋지 않다는 인식이 있었으나, 최근 몇 년 동안 건강한 재료와 다양한 맛을 결합한 새로운 제품들이 출시되면서 소비자들의 긍정적인 반응을 이끌어내기 시작함
  - 건강한 스낵류에 대한 수요 증가로 향후 3년간(2018~2020년) 짹짹한 스낵류는 6%대의 높은 성장세를 기록하며 중국 스낵시장 성장을 주도할 것으로 전망

표 1.4 짹짹한 스낵 시장 규모 추이 및 전망(2015-2020년)



자료: Euromonitor International

□ 짹짹한 스낵 시장 경쟁 동향

○ 짹짹한 스낵 시장의 경쟁 매우 치열

- 상위 10개 기업의 시장점유율이 최근 5년 동안(2013-2017년) 지속적으로 증가한 결과, 2017년 기준 38.6%의 시장점유율을 차지함

표 1.5 짹짹한 스낵류 TOP10 업체 시장점유율 추이(2013-2017년)

(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

○ 짹짹한 스낵의 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, 2013-2017년간 후발주자들의 부상으 로 인해 시장점유율이 지속적으로 감소
- 유제품, 음료, 쌀과자 및 제과류의 생산 및 유통을 핵심 사업이며, 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

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

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

과자, 견과류 등임

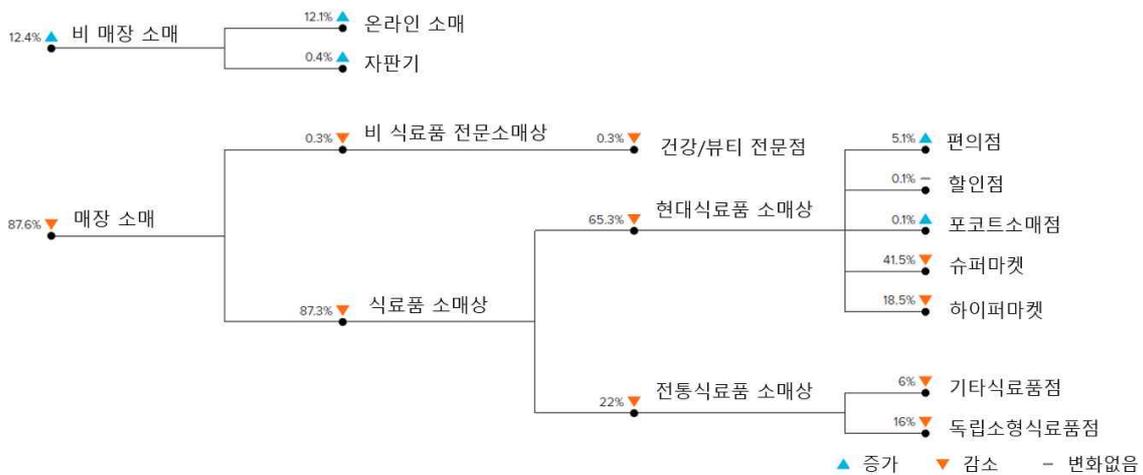
- 3위 업체인 Anhui Three Squirrels Electronic Commerce Co Ltd(三只松鼠, 이하 “Three Squirrels”)는 2012년에 설립된 중국 현지 기업으로 빠른 성장세를 나타내며, 선발주자들의 시장을 잠식하고 있음, 2017년 기준 Three Squirrels는 중국 온라인 스낵시장의 1위 기업임
- TOP10 기업 중 유일한 한국 업체인 Orion Group은 사드 배치 이후 중국 소비자들의 반한 기류와 불매 운동으로 인해 2015년 이후 시장점유율은 하락세

## □ 짹짹한 스낵 유통경로 현황

### ○ 짹짹한 스낵류의 주요 유통경로는 슈퍼마켓

- 2017년 기준 짹짹한 스낵은 주로 슈퍼마켓(41.5%), 하이퍼마켓(18.5%), 독립소형식품점(16%), 온라인 소매(12.1%) 등을 통해 유통되는 구조이며, 이들 중 특히 온라인 소매유통이 빠른 성장세를 나타내고 있음
- 짹짹한 스낵 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 향후 온라인 유통채널의 성장 추세는 둔화될 것으로 예상됨

그림 1.1 짹짹한 스낵의 유통경로별 점유율(2017년) 및 증감추세(2012-2017년)



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) 김 시장 동향

#### □ 김 양식 현황

- 중량을 기준으로, 최근 4년간(2013-2016년) 김 생산량은 남방지역을 중심으로 안정적인 성장세를 지속한 결과, 2016년 약 13.5만 톤을 기록
  - 주요 생산지는 복건성(福建省), 절강성(浙江省), 강소성(江苏省)이며, 이들 3개 지역의 생산비중이 전체의 약 90% 이상을 차지하고 있음. 그 중 복건성의 생산량이 전체의 약 49%인 6.6만 톤에 달함
- 면적을 기준으로, 2016년 중국의 김 양식면적은 약 7.3만 ha이며, 그 중 강소성(江苏省)의 양식면적이 전체의 54%인 약 4.1만 ha를 기록함

표 1.6 김 바다 양식 생산 규모 추이(2013-2016년)

(단위: 톤, ha)

구분	2013		2014		2015		2016	
	중량	면적	중량	면적	중량	면적	중량	면적
합계	113,900	62,376	114,171	64,152	115,875	65,766	135,252	72,977
강소성	27,718	38,885	25,786	39,024	27,575	39,618	28,405	41,066
절강성	19,329	7,782	22,752	8,437	26,373	9,966	32,178	13,694
복건성	56,157	14,962	53,408	15,635	52,908	15,216	66,440	17,008
산둥성	550	115	1,890	265	690	170	972	460
광둥성	10,146	632	10,335	791	8,329	796	7,257	749

자료: 중국어업연감(2014-2017년)

그림 1.2 중국 김 주요 생산지

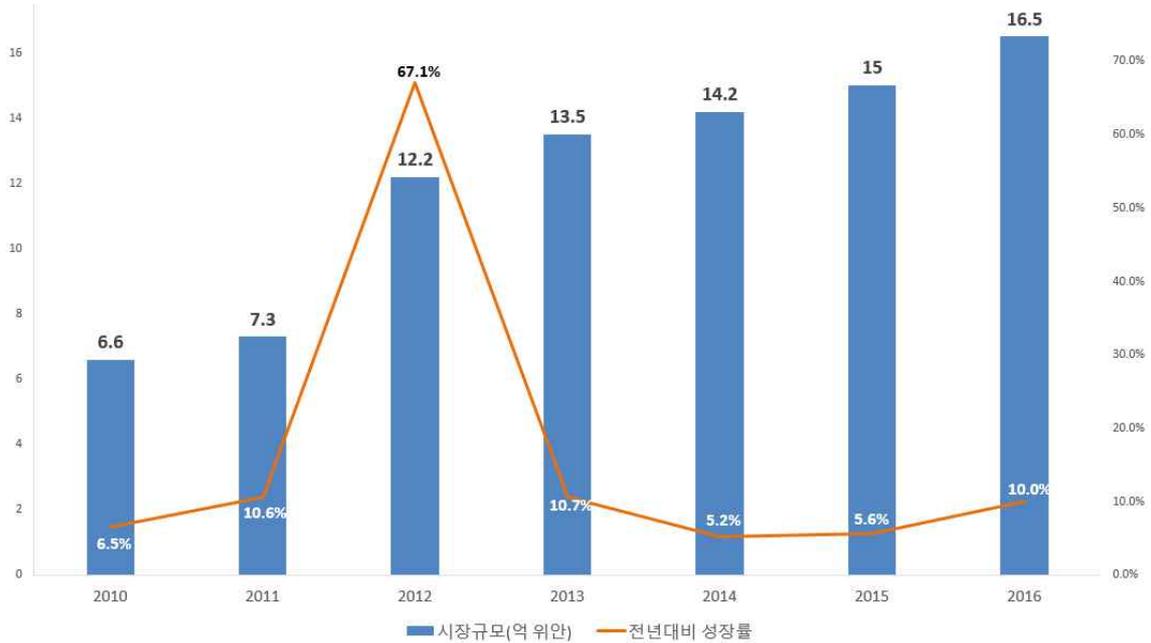


자료: 수산물 해외시장동향

□ 김 시장 현황

- 2016년 중국 김 시장 규모는 16억 위안을 돌파했으며 한국 업체들도 많은 관심을 보이며 활발하게 진출하고 있는 추세임

표 1.7 김 시장 규모 추이(2010-2016년)



자료: Basi Data Research Center

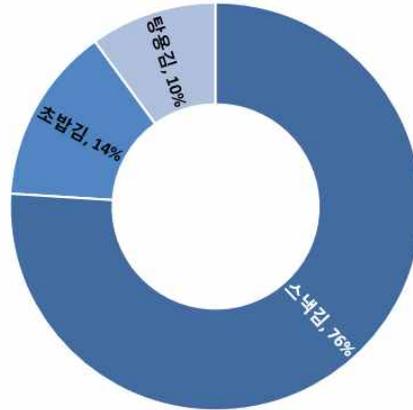
- 웰빙 열풍은 중국 김 시장에 긍정적인 영향을 주고 있음. 최근 김이 웰빙 식품으로 떠오르면서 중국 내에서 김에 대한 관심이 높아지고 있음
  - 특히 젊은층 사이에서 스낵용 김의 수요가 증가함에 따라 스낵김 시장은 더욱 성장할 것으로 전망됨

## □ 김 소비 형태

○ 스낵김, 초밥용 김, 탕용 김 등의 제품이 판매되는 중

- 중국에서 판매되는 김 유형 중 스낵김이 76%, 초밥용 김이 14%, 탕용 김이 10%를 차지

표 1.8 유형별 김 제품 점유율(2016년)



○ 스낵김 제품의 경우 처음에는 수출을 위해 생산되었으나 어린이용 영양간식으로 판매되면서 소비가 증가하고 있음

- 한국에서 판매하는 조미김 형태의 김은 주로 스낵용으로 어린이 및 젊은 층이 소비하고 있으며, 기름양 및 염분이 적어 반찬용으로 나오는 한국산 김과는 맛이 차이가 있음
- 조미김 형태의 제품 이외에 김스낵 제품도 있으며, 모양과 맛은 한국에서 판매되는 김스낵과 비슷함

○ 초밥 및 김밥용 김은 한류의 영향으로 주로 한국식 김밥을 만들기 위해 구매하는 경우가 많음

- 초밥 및 김밥용 김의 경우, 대부분은 내용물을 쉽게 알아볼 수 있게 투명한 비닐백으로 포장. 초밥, 구운 김이라는 글씨를 배치하거나 김밥 그림을 넣어 제품의 용도를 알기 쉽게 함

○ 탕용 김은 둥근 원 모양의 전병형이며, 중국 소비자가 가장 익숙한 김의 형태임

- 탕용 김은 대부분 투명한 비닐에 포장되어 있으며, 전면에 브랜드 상표나 제품 이름을 나타내는 스티커를 붙이고 후면에 상품 정보 라벨을 붙인 단순한 형태를 띠
- 최근 조리가 간편한 제품의 소비가 증가하는 추세로 인해 뜨거운 물에 타서 바로 먹을 수 있는 탕용 즉석김 제품들이 연이어 출시

표 1.9 스낵김 제품 관련 정보

이미지				
제품명	김자반 碎海苔	유기 조미김 有机調味海苔	토마토맛 김 番茄味海苔	포리 김 波力海苔
제조사	백사복식품무역 (상하이)유한회사	남통해달수산식품 유한회사	천진산해관식품 유한회사	파력식품 공업유한공사
가격	4.8위안(약 787원)	14.8위안(약 2,427원)	12.8위안(약 2,099원)	2.9위안(약 475원)
중량	20g	15g	14g	3g

표 1.10 초밥용 김 제품 관련 정보

이미지				
제품명	초밥(손말이) 김 手卷海苔	구운김 烤海苔	스시김 壽司紫菜(分裝)	스시김 壽司海苔
제조사	백사복식품무역 (상하이)유한회사	백사복식품무역 (상하이)유한회사	상하이 해천하 냉동식품유한회사	아일포식품 유한회사
가격	6.9위안(약 1,131원)	8.9위안(약 1,459원)	16.9위안(약 2,771원)	7.9위안(약 1,246원)
중량	20g	27g	22g	10g

표 1.11 탕용 김 제품 관련 정보

이미지				
제품명	심해김 深海紫菜	유기김 酷爾有机紫菜	김탕(해산물 맛) 紫菜湯 (海鮮味)	김탕 紫菜湯
제조사	아일포식품유한회사	상하이삼원실업 유한회사	상하이 해천하 냉동식품유한회사	산동소파식품 유한회사
가격	15.9위안(약 2,607원)	33.8위안(약 5,543원)	2.9위안(약 475원)	27위안(약 4,428원)
중량	40g(20gx2)	100g	60g(김3.5gx5; 조미 료6gx5; 오일2.5gx5)	180g(6gx30)

### 3. 수출입통계

#### 수출입통계 및 생산통계 개요

##### ❖ 김 관련 주요 수치

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

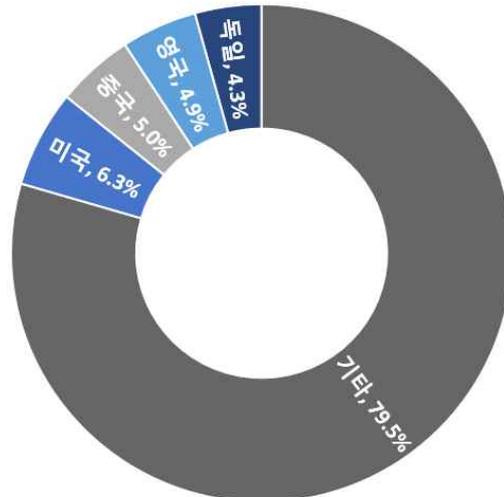
##### ❖ 김 국가별 HS CODE 분류

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 달러)
글로벌	3,803,365
1 미국	1,262,467
2 일본	254,771
3 네덜란드	209,030
4 독일	196,490
7 중국	190,154

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



## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 김 통계 기준 설정

- 김의 글로벌 및 중국 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정<sup>7)</sup>

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

- 김부각, 김자반, 김스낵의 경우 모두 조미한 김(調味紫菜)으로 분류되며 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2008.99, 중국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.99.3100을 통계 기준으로 설정
- 한국 2008.99.9000 분류를 통해 김만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 거의 불가능하여 관련 자료의 추출 및 분석은 생략함

표 1.12 김 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과일·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 과일·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 1.13 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

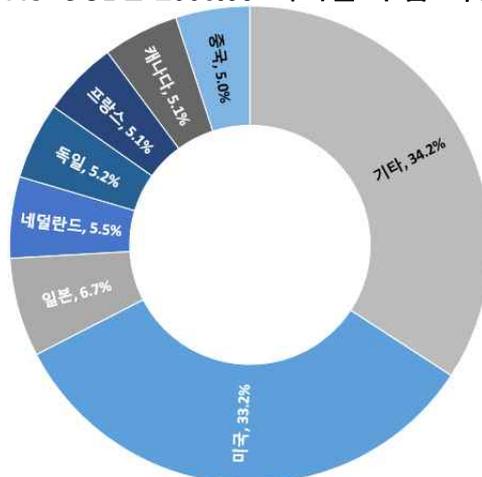
표 1.14 글로벌 HS CODE 2008.99 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 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 1.15 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 조미한 김 수입 시장점유율 1위는 태국으로 59.7% 차지

- 2017년 중국 조미한 김의 수입액은 약 1억 달러로, 이는 2013년에 비해 약 4배 성장
- 2017년 기준, 1위 수입국은 태국이며, 수입액 약 6천 7백만 달러로 59.7%의 시장점유율을 차지
- 한국은 2위 수입국으로 2013-2016년 수입 규모가 지속적으로 증가하다가 2017년에 20% 이상 급감하여 39.3%의 시장점유율을 기록
  - 2017년의 수입 급감은 사드 배치 이후 중국 소비자들의 반한 기류에 따른 불매운동의 영향으로 추정됨
  - 현재 해당 제품의 수출이 점차 회복세를 보이고 있으나, 일부 바이어의 한국산 제품 거래 기피 현상이 지속되고 있는 것으로 파악됨

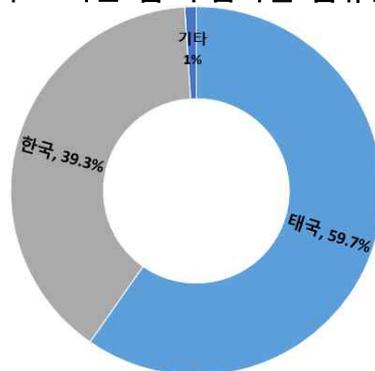
표 1.16 중국 조미한 김 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 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 1.17 중국 조미한 김 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

□ 중국 내 조미한 김 수입액 1위 지역은 광둥성(廣東省)

- 2015-2016년 상해시(上海市)는 조미김을 가장 많이 수입한 지역이었으나, 2017년 이후 광둥성(广东省)은 조미김 수입 1위 지역이 되었으며, 상해시, 산둥성(山東省), 요녕성(遼寧省)과 함께 조미김 수입 top 4 지역임

표 1.18 중국 지역별<sup>10)</sup> 조미한 김의 수입 동향(2015-2018년 3월)(단위: 천 달러, %)

순위	지역명	2015년		2016년		2017년		2018년(1-3월)	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	광둥성(廣東省)	18,384.0	63.2	28,633.0	55.7	42,713.0	49.2	11,612.0	23.2
2	상해시(上海市)	18,455.0	137.6	34,858.0	88.9	35,095.0	0.7	8,127.0	-0.3
3	산둥성(山東省)	11,105.0	32.5	16,977.0	52.9	14,055.0	-17.2	1,645.0	-30.1
4	요녕성(遼寧省)	19,761.0	24.1	18,772.0	-5.0	16,170.0	-13.9	669.0	-80.4
5	북경시(北京市)	2,494.0	110.4	6,727.0	169.7	3,132.0	-53.4	414.0	-48.5
6	길림성(吉林省)	496.0	-2.8	408.0	-17.8	296.0	-27.4	80.0	-23.5
7	절강성(浙江省)	291.0	-19.8	850.0	192.5	212.0	-75.1	52.0	306.5
8	운남성(雲南省)	0.0	0.0	0.0	0.0	39.0	0.0	27.0	0.0
9	호북성(湖北省)	518.0	2.0	40.0	-92.3	26.0	-35.5	22.0	182.6
10	하남성(河南省)	31.0	1,790.6	79.0	156.7	27.0	-65.2	10.0	957.3
11	충경시(重慶市)	8.0	14,904.0	22.0	197.7	0.0	-99.6	8.0	0.0
12	복건성(福建省)	896.0	99.8	363.0	-59.4	64.0	-82.3	5.0	-6.1
13	광서성(廣西省)	12.0	0.0	0.0	-99.6	0.0	-100.0	1.0	0.0
14	천진시(天津市)	9,838.0	92.0	1,168.0	-88.1	156.0	-86.6	0.0	-100.0
15	허북성(河北省)	20.0	0.0	2.0	-91.3	9.0	411.2	0.0	0.0
16	흑룡강성(黑龍江省)	422.0	3,123.6	48.0	-88.6	4.0	-92.5	0.0	0.0
17	강소성(江蘇省)	238.0	162.2	256.0	7.2	18.0	-93.1	0.0	-98.5
18	안휘성(安徽省)	3.0	0.0	23.0	618.2	26.0	11.9	0.0	-100.0
19	호남성(湖南省)	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0	98.7	0.0	-100.0
20	해남성(海南省)	0	0	0	0	7.0	0.0	0.0	0.0

자료: K-stat

10) 중국 행정구획 단위로 수입 규모 상위 20개 지역의 순위임



## II. 시장 트렌드

1. 소비 트렌드

2. 제품 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 소비 트렌드

- ❖ 수입식품 선호
- ❖ 간식용 식품 구매 시에도 웰빙을 추구

### 2. 제품 트렌드

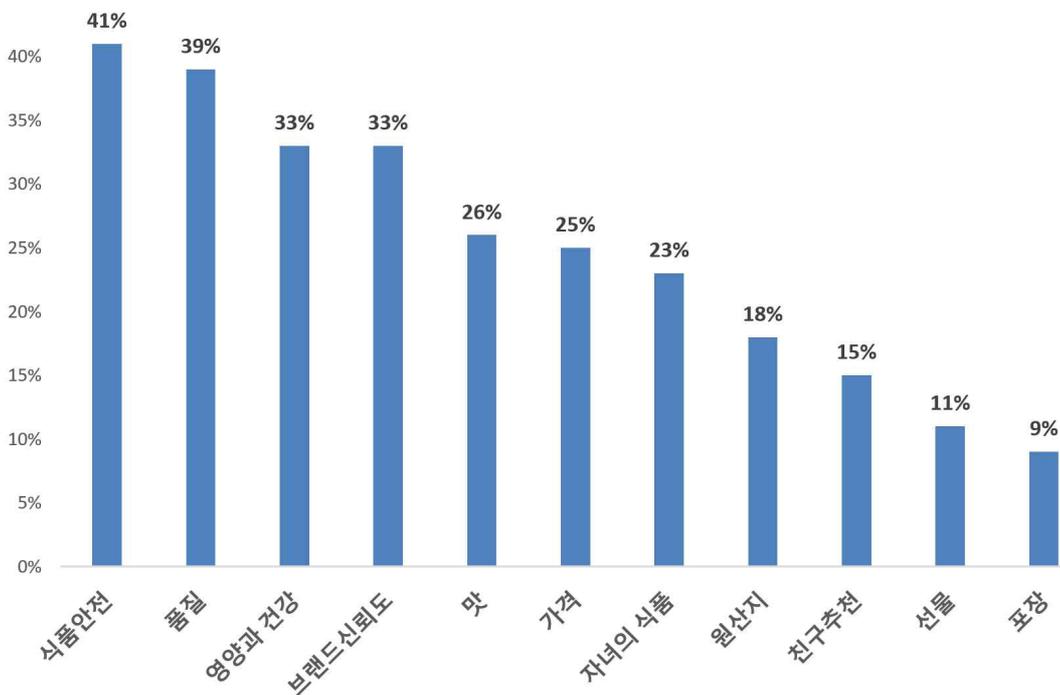
- ❖ 매운 간식의 뚜렷한 성장세
- ❖ 어린이용 간식으로 각광
  
- ❖ [현지 소비자 인터뷰]
- ❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

# 1. 소비 트렌드

## □ 수입식품을 선호

- 2008년 중국에서 발생한 ‘멜라닌 분유 파동’ 이후 크고 작은 식품안전 사고가 끊이지 않으면서 식품안전에 대한 우려와 의심이 지속되고 있음
- 이에 중국 소비자들은 수입식품으로 눈길을 돌리기 시작해, 분유 파동이 발생한 2008년 이후로부터 중국 수입식품 시장이 꾸준히 증가하고 있음
  - 2017년 ‘중국 소비자의 수입식품 구매동기에 관한 설문조사 결과’ 를 보면 응답자의 41%가 식품안전, 39%가 품질을 고려해 구매하는 것으로 나타남

표 2.1 소비자의 수입식품 구매동기(2017년)



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11<sup>11)</sup>

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

11) 2017년 중국 시장조사기관인 iResearch에서 소비자 1515명을 대상으로 설문조사를 한 결과임

표 2.2 수입식품 구매자 자녀 유무(2017년)

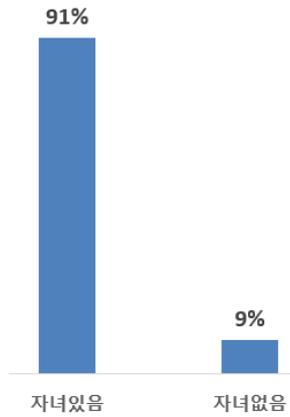
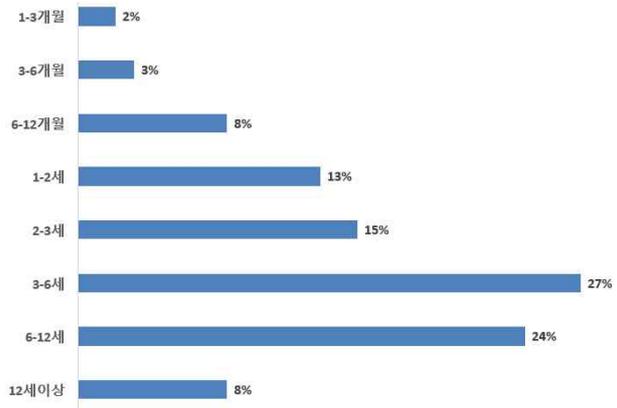


표 2.3 수입식품 구매자 자녀 연령분포(2017년)

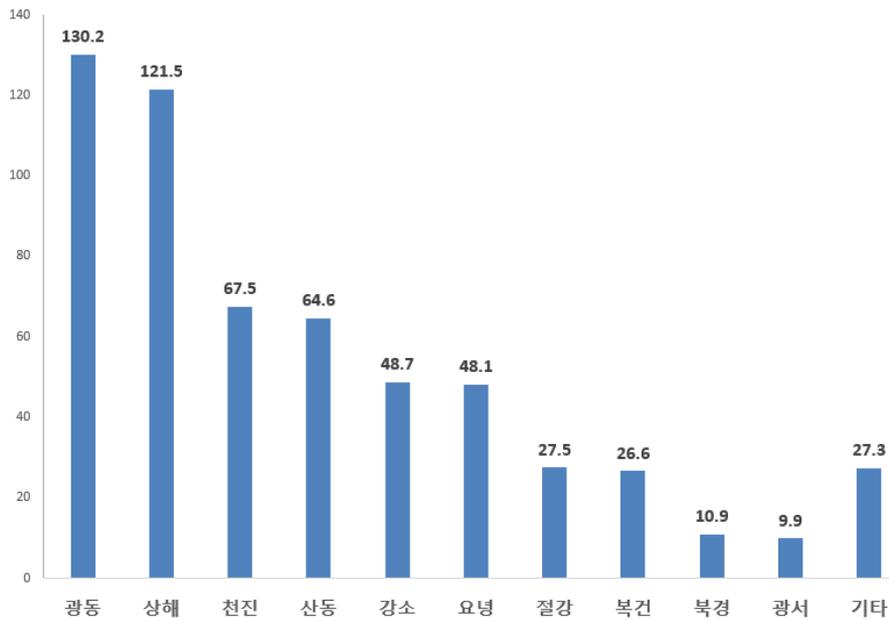


자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

o 지역별 수입식품 시장현황을 살펴보면, 광둥, 상해, 천진 등 남동지방 연안도시가 96%를 차지

표 2.4 지역별 식품 수입 비중 현황(2017년)

(단위: 억 달러)



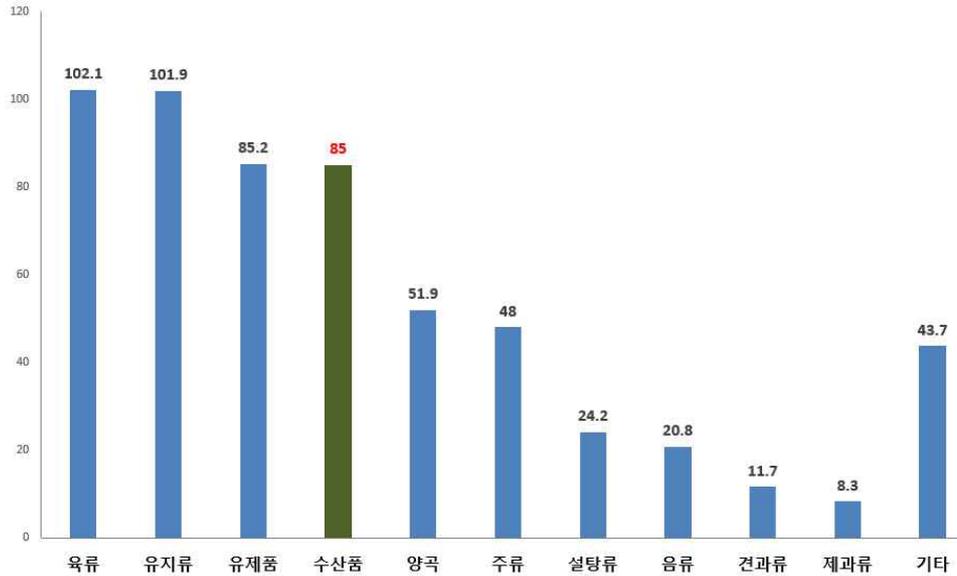
자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

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

- 김은 한국을 방문한 중국인 관광객이 필수로 구매해야 하는 품목으로 여겨질 정도로 중국인들 사이에서 큰 인기를 얻고 있음

표 2.5 품목별 해외식품 수입 현황(2017년)

(단위: 억 달러)

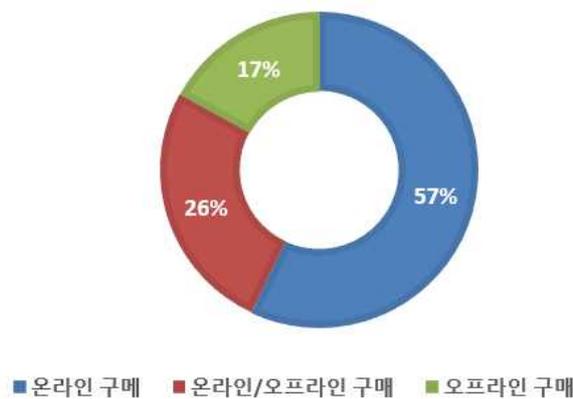


자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

o 수입식품 구매경로의 57%는 온라인

- 중국의 온라인 시장 확대는 수입식품 시장 성장의 촉매제 역할을 함
- 2017년 중국 소비자들의 수입식품 구매경로를 분석한 결과, 온라인이 57%, 온/오프라인 동시 구매가 26%였으며, 단 17%의 소비자만이 오프라인 유통채널을 활용

표 2.6 중국 소비자의 수입식품 구매경로별 점유율(2017년)



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

대형플랫폼	전문 플랫폼	

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

#### □ 간식용 식품 구매 시에도 웰빙을 추구

- o 최근 웰빙을 추구하는 소비자가 증가함에 따라, 건강하고 위생적인 간식 제품이 인기를 끌고 있음
  - 2016년과 2017년 간식 관련 핫 키워드는 무첨가, 잡곡, 무가당 등이었음
- o 최근 3년간(2015-2017년) 화학조미료가 첨가되지 않은 '하루견과(다양한 견과류가 일일 섭취량에 맞게 소형 포장된 제품)'가 세 자릿수의 성장률을 기록함<sup>12)</sup>

## 2. 제품 트렌드

#### □ 매운 간식의 뚜렷한 성장세<sup>13)</sup>

- o CBNDData에 따르면, 2017년 맛에 따른 간식 순위 TOP10은 오리지널맛, 매운맛, 크림맛, 마라(맵고 얼얼한) 맛, 짠맛, 산초 맛, 오향맛, 단맛, 숯불 바비큐 맛, 우유 맛 순임
  - 그 중 매운맛과 마라 맛 간식 판매량이 최근 1년 간 가장 빠른 성장세를 보임
  - 전체 간식 중 매운맛 간식의 점유율 또한 지속적으로 증가하는 추세임
  - 최근 김스낵, 육포, 건두부, 과자, 견과류 등 다양한 종류의 매운맛 제품들이 연이어 출시되고 있음

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

13) 《2018년 중국 온라인 간식 소비 트렌드 보고서》, CBNDData, 2018.04.01

□ 어린이용 간식으로 각광

○ 2015년 중국에서 온라인으로 판매된 어린이용 간식 중 ‘김’은 전년 대비 591% 성장하여 아롤(奶片, 몽골식 유제품), 슈크림빵(泡芙)을 제치고 빠링허우<sup>14)</sup> 부모들에게 가장 인기 있는 어린이 간식으로 자리매김함

- 중국에서 김은 반찬보다는 영양성분이 높은 간식이라는 이미지가 강해 자녀들을 위해 구입하는 경우가 많으며, 방부제, 인공색소, 인공보존제 무첨가 등이 제품의 선택기준이 됨

한국 H사 조미김 구매 후기	
很脆, 儿子特别喜欢, 一直光顾	바삭하고 아들이 매우 좋아해요, 단골입니다
买给宝宝吃的, 宝宝很喜欢, 比超市便宜一点	아이를 위해 샀고 아이가 아주 좋아해요
宝贝们很喜欢吃 味道棒棒的	아이들은 아주 좋아해요, 맛있어요

한국 H사 김자반 구매 후기	
孩儿说直接吃也很好吃, 我放到拌饭里也没问题的	아이가 그냥 먹어도 맛있다고 하네요, 밥에 비벼서 먹어도 좋아요
量很多, 给宝宝吃米饭的时候拌点进去, 很香	양이 많아요, 아이 밥에 비벼주면 아주 고소해요
很好吃, 孩子喜欢! 我也爱吃!	아주 맛있어요, 아이도 저도 좋아해요

자료: www.taobao.com

14) 빠링허우(80后)는 중국어로 1980년 이후 출생한 세대를 지칭함

❖ [현지 소비자 인터뷰]

<b>소비자 1(30대 중반 여성)</b>
<p>1) 김 구매 시 주요 고려사항 “안전, 건강, 아이가 김을 좋아해서 주로 아이 간식으로 구입”</p> <p>2) 한국산 김에 대한 인식 “대체로 자국산 식품보다 가격이 비싸다는 인식을 가지고 있음. 마트에서 구매한 한국 조미김은 기름과 소금이 너무 많은 것 같고 아이가 태국산 김스낵을 더 선호함”</p> <p>3) 한국제품에 대한 경험 여부 및 평가 “식품 중 과자, 라면, 초콜릿을 구매한 경험이 많이 있고 대체로 괜찮았음”</p>
<b>소비자 2(20대 후반의 여성)</b>
<p>1) 김 구매 시 주요 고려사항 “맛, 건강”</p> <p>2) 한국산 김에 대한 인식 “태국산과 자국산 제품보다 조금 비싸지만 안전한 것 같음, 하지만 너무 비싸면 자주 구매하기 어려움”</p> <p>3) 한국제품에 대한 경험 여부 및 평가 “백화점과 대형마트에서 과자, 초콜릿 등을 구입한 적이 있음. 간식의 경우 한국산 제품은 가격이 높은 편이어서 자주 구매하지 않음”</p>

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

유통 담당자(Carrefour 매니저)

1) 소비자 소비 트렌드

“최근 한국 제품의 판매량이 이전보다 전반적으로 상당히 감소했지만 조미김은 여전히 잘 판매되고 있음. 소비자들이 웰빙을 고려하며 브랜드 인지도가 높은 자국산 식품이나 수입식품을 많이 구매하고 있음. 한국산 김뿐만 아니라 태국산 및 자국산 김은 모두 판매 상황이 매우 좋음”

2) 한국산 김의 장점 및 약점과 전망

“중국 소비자는 보편적으로 한국산 제품이 안전하다고 인식함. 김자반과 김부각 제품을 본 적이 없어서 잘 모르겠지만 조미김의 경우 바삭해서 식감이 매우 좋다고 생각함. 하지만 태국 및 자국산 조미김에 비해 기름과 소금이 너무 많다는 것이 단점임, 중국은 한국처럼 김을 반찬으로 먹지 않고 거의 대부분 스낵으로 먹는데 기름과 소금 양을 줄이면 좋을 것 같음, 그리고 가격도 상대적으로 비쌘”

3) 전반적으로 한국 식료품 중 가장 인기가 있는 제품은?

“라면과 과자류가 인기가 가장 많음”

4) 김의 주요 타깃층 및 주요 구매 계층

“스낵을 좋아하는 소비자라면 김을 거의 다 좋아하는 것 같음, 주로 젊은 여성과 어린이를 둔 부모가 구매하는데, 젊은 여성 소비자들은 한류에 영향을 받아 한국 제품 구입을 많이 시도하는 편이며, 부모들은 아이용 간식으로 주로 구매함”



### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 중국 김자반, 김부각, 김스낵 관세율

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

### ❖ 중국 FTA 정보

2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효. FTA 협정품목에 해당하고 원산지 결정 조건에도 부합할 경우, FTA 원산지 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 FTA 기준)'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

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

# 1. 통관 및 검역

## 1) 통관 및 검역 절차

- 중국으로의 수출을 위해서는 중국의 “수출입 식품 안전관리방법” 및 “수입식품 경외생산기업 등록관리규정” 을 반드시 준수해야 함. 또한 각 지방을 관할하는 성(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 수취 가능하며 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함	중국 해관 및 CIQ 제출용	선적 전 구비 완료, 사본/원본 송부
원산지증명서	대한상공회의소 - 일반/특혜(FTA) 원산지증명서 관세청 - 특혜(FTA) 원산지증명서		선적 전 또는 선적 후 1-2일 내 발급 후 수입자에게 원본 송부
영문 위생 증명서	수산물: 국립수산물 품질관리원		
CIQ <sup>16)</sup> 수출자 등록	등록시스템에서 수출자 등록		-
동/식물 검역증	농림축산검역본부(필요한 경우)	CIQ 제출용	-
-성분배합 비율표 -제조공정도 -외 포장지 라벨 번역본 및 중문라벨	수출기업이 직접 작성하여 제출하여야 함		-

16) China Inspection and Quarantine의 약자로 중국 국가질량감독검험검역 총국 산하 출입국경 검사검역국에서 통관시 수행하는 상품의 품질검사를 의미함.

## ① 수출(생산)업체 등록

- 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 식품수입을 하고자 하는 수입자는 중국질량감독검험검역총국(AQSIQ) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
- 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
- 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 시스템에 등록 신청을 해야 하며, 영업 허가 범위에 ‘식품수입’, 유통범위에 ‘식품’ 이 있는 기업에 한해 수입업체 등록 서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 CIQ에 제출해야 함

## ② 검역신청(CIQ)

- 중국의 경우 수입화물 도착 후 CIQ<sup>17)</sup>에 검역신고를 진행하여야 함. 다만 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 샘플 또는 선물용 제품 등의 경우 검역대상에서 제외될 수 있음
- 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.
- 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	<a href="http://ire.eciq.cn">http://ire.eciq.cn</a>
기재내용	기업영문명, 주소, 연락처 담당자명 등

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

그림 3.1 중국 CIQ 심사신청 홈페이지



### ③ 수입신고

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

표 3.1 중국 수입신고(통관) 절차

진행순서	비고
해관신고	CIQ 신고 후 해관 수입신고 진행
관세/증치세 납부	다른 관세/증치세 납부
실물 검역	서류상 신고내용과 실물 일치 여부 검사
통관	관세 납입 및 해관 통관 완료 후 보관단이 발급됨.
검역창고 이동(필요 시)	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 특정 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 필요성이 있음

#### ④ 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>18)</sup>을 발급받아 출고 및 판매가 가능함

#### ⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

- 관세는 중화인민공화국해법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부과됨. 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

---

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



## 2) 관세율 정보<sup>19)</sup>

□ 중국 김부각, 김자반, 김스낵(곡물이나 견과류 미첨부의 것) HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명	관세율
2008.99.3100	Seasoned laver	최혜국대우세율: 15% 한-중 FTA세율: 12% <sup>20)</sup> 아-태 협정세율: 13.8% 증치세율: 16%

- 김의 경우 최근 세계 관세기구(WCO) HS 위원회에서 ‘기타 조제식료품(2106.90호)’에서 ‘식물의 기타 조제품(2008.99호)’로 변경함에 따라 한-중 FTA 협정에서 조미김에 대해 HS 2008.99호로 분류함<sup>21)</sup>
- 김부각, 김자반, 김스낵의 경우 조미김으로 분류되며 중국에서 제2008.99.31호에 특계하여 분류하고 있으나 한국의 경우 별도의 특계된 세번이 존재하지 않아 기타 세번(2008.99.9000)으로 분류함
- 최혜국대우에 따른 비특혜적용 세율은 15%이며 수출기업이 한-중 FTA에 따른 FTA 협정세율은 12%, 아-태 무역협정 세율은 13.8%임
- 따라서 원산지 결정기준과 직접운송원칙을 충족하고, 특혜원산지증명서를 발급받아 수입자가 중국 해관에 제출하여 12%의 특혜 세율을 적용받는 것이 유리함
- 또한 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

$$\text{증치세액} = (\text{CIF 금액}^{22)} + \text{수입 관세액} + \text{소비세액}) * \text{증치세율 } 16\%$$

19) 자료: 트레이드네비. 한-중FTA 협정문, 중국해관총서

20) 자료: 중국 관세청 홈페이지(<http://ftatax.mofcom.gov.cn>)

21) 자료: 조미김 WCO 결정문, WCO위원회, 2018.9.6

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

## ❖ 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 3.2 중국 현지 적용관세율 안내 예시

The screenshot shows the '中国自由贸易区服务网' (China FTA Network) website. The header includes the site name and a search bar. The main content area displays the following information:

- 原产地: 韩国 (Origin: Korea)
- 目的地: 中国 (Destination: China)
- 商品编码及描述: 2008: 用其他方法制作或保藏的其他品目未列名水果、坚果及植物的其他食用部分, 不论是否加糖、加糖或其他甜物质
- 2008.99.31: 调味紫菜 (HS Code and Description: 2008.99.31: Seasoned seaweed)
- 协定税率: 12.0 % CIF (中国-韩国自由贸易协定) (Preferential rate: 12.0 % CIF (China-Korea FTA))
- (MFN) 最惠国税率: 15.0 % CIF (MFN Most-favored-nation rate: 15.0 % CIF)
- 一般税率: 90.0 % CIF (General rate: 90.0 % CIF)

홈페이지 주소: <http://fta.mofcom.gov.cn/ftanew/taxSearch.shtml>

### 3) FTA 정보<sup>23)</sup>

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

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

표 3.2 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 인증 수출자에 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

23) 자료 : 관세청 FTA 포털 및 한-중 FTA 협정문

❖ 한-중 FTA 원산지증명서 양식

**ORIGINAL**



1. Exporter's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 20, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA		Certificate No.: 001-16-0000370 Certificate Code: 78a3-cds2				
2. Producer's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 20, Sejong-daero, Jung-gu, 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 20, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA CHINA		5. Remarks: Remarks				
4. Means of transport and route (as far as known): Departure Date: 07 APR, 2016 Vessel/Flight/Train/Vehicle No: 518 Port of loading: BUSAN PORT, KOREA Port of discharge: SHANGHAI PORT, CHINA		12. Number and date of invoice 16001-cs14 2016-04-07				
6. Item number (Max 20)	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 limit or other measures (litre, m, etc.))	
1	MARK 00 SYMBOL 11/53	etc. goods 3 00 4 PC 5 000 7 000 etc.	9021.90.2432	RP	7 120	
////	//////////	//////////	//////////	//////////	//////////	//////////
End Of Page --						
13. Declaration by the exporter: The undersigned hereby declares that the above details and statement 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			

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

□ 한-중 FTA 원산지 결정 기준

HS CODE (2012기준)	PSR 설명
2008.99.31	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것 (CC: Change of Chapter) <sup>24)</sup>

- o 즉, 제12류의 해초류와 같은 물품에서 조미 등의 가공을 통해 20류로 분류되는 경우 등을 예로 들 수 있음

24) 2단위호 변경기준(Change of Chapter)이란, 수출 물품에 투입되는 원재료의 HS CODE가 제21류가 아닌 다른 류로부터 생산된 경우 원산지를 충족함

□ 한-중 FTA 적용 요건 - 직접운송원칙

- 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 제품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로, 직접운송된 것으로 간주
  - 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것
  - 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것
  - 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 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 통제하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

#### 4) 통관 주의사항

##### □ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행<sup>25)</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(海關風險防控制中心)와 징세관리센터(稅收征管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집약적이고 통일된 스마트 관리체계 구축
  - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 거치든 표준화된 형식과 기준을 통해 편리한 통관 서비스를 제공받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업의 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요
  - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에 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	해관별 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	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사'	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 해관에 자진

25) 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))

	해관에서나 통관 가능	진행	납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 “신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입 신고 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, 전체대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체대비 20%)
  - 한국을 제외한 4개 경쟁국 가운데 일본이 전체 907건으로 2017년 가장 많은 통관 거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 3.4 2017년 거부사유별 통관거부사례<sup>26)</sup>

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>27)</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 국가표준 GB/T 33993-2017의 발표 목적은 QR 코

26) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

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

드가 현재 중국에서 홍보, 관리, 애플리케이션 및 서비스 분야에서 중요 요소로 작용하고 있는 만큼 그 의미가 매우 크기 때문이라고 밝힘

- 이번에 발표된 표준은 중국 현지 상황과 국내외 관련 기술 표준을 고려하여 제정된 것으로, 바코드와 구성이 달라 나타나는 문제점들을 해결할 수 있음

o 이에 수출업체는 기존의 바코드 방식이 아닌 해당 기준에 맞는 QR코드를 제작하여 제품 홍보 및 판매, 관리에 적용할 필요성이 있음

□ 2017년 6월, 10종 식품 원료에 대한 허가조치 발표

o 2017년 6월 중국 정부는 10종의 식품 원료에 대해 허가조치를 내렸으며, 이로 인해 원료 사용 가능 범위가 넓어지면서 수출 기업들의 진입이 더욱 쉬워질 것으로 예상됨<sup>28)</sup>

표 3.5 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-수산기-β-메틸기부티르산칼슘	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

28) 새로 허용된 식품원료는 영유아식품 내 사용 불가

□ 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용<sup>29)</sup>

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

□ 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화<sup>30)</sup>

- 중국 국가질검총국 보고자료에 따르면 최근 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품첨가물 과다 또는 과소 함유, 영양소 수치초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관을 거부한 사례가 안내되었음
  - 중국으로 수출하는 김이 수출 전 위생 허가를 받았으나, 중국 현지에서 검역 시 균락 수 초과로 인해 통관이 거부되는 경우가 많으므로 주의가 필요함
- 수출기업은 원활한 중국 식품수출을 위하여 수출 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준<sup>31)</sup>을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역 항목을 확인하여야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관 거부당하지 않도록 하여야 함

표 3.6 중국의 한국산 김 통관 거부 유형(2012-2016년)

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](http://www.mof.go.kr))

29) 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)]

30) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

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

## 2. 인증정보

### □ SC인증(권장)

- 중국은 2015년 10월부터 QS(전국 공업제품 생산허가증)인증을 SC(식품생산허가증)인증 제도로 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 필요는 없음

<b>SC인증</b>	
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>

□ 중국 유기농 제품 인증<sup>32)</sup>(권장)

- 인증기관이 유기제품의 중국표준과 ‘유기제품인증관리방법’의 규정에 따라 유기 제품의 생산 및 가공과정에 대하여 평가 심사하는 활동을 의미하며, 곡물, 채소, 과일, 유제품, 축산물, 벌꿀, 수산물, 조미료, 가공사료, 가공식품 및 가공섬유직물류 등이 포함됨

<b>유기인증</b>		
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 유기인증마크를 부착 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>	

32) 자료 : 대외경제정책연구원 중국 전문가 포럼 : <https://csf.kiep.go.kr/consultingInfo/M005000000/view.do?articleId=18960>

□ ISO 22000(Food Safety Management System)<sup>33)</sup>

ISO 22000		
인증/검사명	ISO 22000	
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제 규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음	
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원	
성격	권장	
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)	
비용	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관 man-day에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생(man-day당 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)	
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이	
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)	
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사	
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함	

33) 한국품질보증원([www.kqa.co.kr](http://www.kqa.co.kr)), NQA([www.nqa.com](http://www.nqa.com)), Biz Care([biz-care.kr](http://biz-care.kr))

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들이 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도임.	
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 <sup>34)</sup>	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고)증 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야함)	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성</li> <li>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악</li> <li>5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치</li> </ol>	
이점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전성 향상</li> <li>- 식품 안전성 지속</li> <li>- 제품 경쟁력 확보</li> <li>- 국제 인증 규격임</li> </ul>	

34) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고:

[http://mfds.go.kr/brd/m\\_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&multi\\_itm\\_seq=0&company\\_cd=&company\\_nm=&page=1](http://mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1)

### 3. 제출서류

❖ 영문 위생증명서(발급처 : 식품의약품안전처)

발급번호 :



Building #5, Gwacheon Government Complex, 47 Gwanmaon-ro, Gwacheon-si, Gyeonggi-do, Korea, Tel:+ 82-2-2110-8000, Fax:+ 82-2-2110-0801

Certificate No. 1

## HEALTH CERTIFICATE

MM/DD/YY : 07/21/17

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 : QINGDAO ALL GATE TRADE CO., LTD/  
Room 208, Building B, Qingdao A Hospital Co., Ltd  
West of Shuangyuan Road, Lubei Subdistrict,  
Chengyang District, Qingdao, Shandong

■ Remarks :

Signature : Han un sub

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



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

❖ 중국해관 수입화물 보관단<sup>35</sup>(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 (4207) 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		0110		贸易性质 (10) 一般征税	
贸易国 (地区) (122) 韩国		启运国 (地区) (132) 韩国		装运港 (1402) 仁川		境内目的地 (3102) 青岛其他	
许可证号		成交方式 (3) FOB		运费 502/480/3		保费 000/0.3/1	
合同协议号 200		件数 200		包装种类 (2) 纸箱		毛重 (千克) 2900	
集装箱号		申报单证 入境货物报关单					
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	币制 征免
1	22029900.99	红薯植物制品	2100件件 2100千克 (132) 200箱	目的国: 中国			(502) 附单征税 美元 (L)
特殊关系确认: <input checked="" type="checkbox"/> 价格影响确认: <input checked="" type="checkbox"/> 与货物有关的特许使用费支付确认: <input checked="" type="checkbox"/>							
报关员 0830000096-119		报入单位: _____ 兹申明对以上内容承担如实申报、依法纳税之 法律责任				海关批注及签章	
报关人员		申报单位(签章): _____					

35) 중국해관 수입신고서 서식

❖ 중국 유기농인증 인증서



## 4. 라벨링

### □ 라벨링 관련 법률 및 규정

- 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 <포장식품라벨통칙, 预包装食品标签通则, GB7718-2011>의 규정을 준수해야 함
- 수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함
- 중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기(상표 제외)
  - 포장 용기의 표면적이 35cm<sup>2</sup>보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상이어야 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

### □ 라벨링 심의 제출서류

- 심의기간: 접수기관<sup>36)</sup>(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	- 컬러로 인쇄한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문. 단, 라벨견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
- 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료	- 식품견본
- 식품생산공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법	- 수출국의 식품라벨에 관한 규정
- 안전성 여부의 평가자료	- 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
- 작용효능성분, 상관 증명자료 및 검험방법	

36) 중국 식품허가 및 관리 감독기관과 관련하여 국무원 산하의 국가수출입검험검역국(CIQ)에서 식품수입상 등기관리, 통관검역검사, 식품라벨심의 및 품질검사를 담당

□ 중국 포장 식품 라벨링 필수 표기 사항

표 3.7 중국 식품 라벨링 상세 표기사항

구분	세부 사항
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
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
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
표준 코드	중국산 제품의 경우 식품 표준 코드가 기재되어야 함
기타	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기 - 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기 - 영양성분표 - 제품에 해당하는 품질 등급 표시

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 라벨링 예시

그림 3.3 라벨링 예시 - 중국에서 판매 중인 한국산 김자반



## 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>37)</sup>
- 김의 경우, 2017년 6월 23일부터 시행한 <식품안전국가표준-조류 및 조류제품(GB19643-2016)>의 규정을 준수해야 함

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

- 오염물질은 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>38)</sup>

□ 김 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 水産製品	살모넬라균 沙門氏菌	5	0	0	-	GB4789.4
- 정제한 수산물 熟制水産製品	장염비브리오균 副溶血性弧菌	5	1	100MPN/g	1000MPN/g	GBT4789.7
- 즉석 수산물 即食生制水産製品	황색포도상 구균 金黃色葡萄球菌	5	1	100CFU/g	1000CFU/g	GB4789.10 제2법

- 즉석조류제품(即食藻類製品) 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	3x10 <sup>4</sup>	10 <sup>5</sup>	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	3x10 <sup>2</sup>				GB 479.15
a. 샘플 분석 및 처리는 GB 4789.1 법으로 진행함 b. 즉석 조류 건조 제품(即食藻類干製品)에만 한정함					

38) 측정방법 : GB5009.12의 규정에 따름

- 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,  $\leq c$ 개의 샘플의 미생물 지표 검사값이 m보다 커도 허용됨
- 3급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, 모든 샘플의 미생물 지표 검사값이 m보다 작거나 같아도 되며,  $\leq c$ 개의 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( $\leq 100CFU/g$ ) 허용되고,  $\leq 2$ 개의 샘플의 결과가 m값과 M값 사이( $100CFU/g < X \leq 1000CFU/g$ )일 경우에도 허용됨. 하지만 3개 이상 샘플의 결과치가 m과 M값 사이면 허용되지 않으며, 검사결과가 M값( $> 1000CFU/g$ )보다 크면 안됨

### □ 김 식품첨가물 규정<sup>39)</sup>

- o <식품첨가물 사용표준(GB2760-2015)>은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- o 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항에 대해 지속적인 모니터링을 해야 함
- o 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(又名紐聶) 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,	표백제	건조한 식용균 및 조류	0.05

39) 수출 시 식품첨가물에 관한 업데이트 사항 있는지를 반드시 확인해야 함

亞硫酸氢钠,低亞硫酸钠 sulfurdioxide, potassium metabisulphite, sodium metabisulphite, sodium sulfite, sodium hydrogensulfite, sodium hyposulfite	방부제 항산화제		최대사용량은 이산화황 잔 류량으로 계 산
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, 씨 드 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 sorbicacid, potassiumsorbate	방부제 항산화제 안정제	가공한 식용균 및 조류	0.5 소르빈산 기 준으로 계산
双 乙 酰 酒 石 酸 單 双 甘 油 酯 diacetyl tartaric acid ester of mono(di) glycerides(D ATEM)	유화제 점도증진 제	물로 끓이거나 기름으로 튀 긴 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 튀 긴 조류	1.0
		다른 가공한 식용균 및 조류	1.0
乙 酰 磺 胺 酸 鉀 ( 又 名 安 賽 蜜 ) acesulfamepotassium	감미료	가공한 식용균 및 조류	0.3



## IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

## 1. 경쟁제품 선정

### □ 오프라인 쇼핑몰 선정

- 현지조사원을 통해 상해(上海) 소재 오프라인 매장 방문
  - 백화점: Newworld-daimaru의 지하마트(ole), 신천지 쇼핑센터의 지하마트(Bazaar By Lotus), 대월성(大悦城)의 지하마트(blit)
  - 식품전문매장: 상해제일식품상점(上海第一食品商店)
  - 대형 슈퍼마켓: Carrefour, RT-MART, Wal-Mart
  - 한인마트: K-Mart
  - 편의점: Lawson, 7-11, Family Mart, Quik
- 추가적인 조사를 진행하기 위해 남경(南京) 소재의 아래 매장을 방문
  - 대형 슈퍼마켓: Wal-Mart, Market Place
  - 편의점: Lawson, 7-11, Howdycvs

### □ 온라인 쇼핑몰 선정

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

### □ 분석기준 및 지표설정

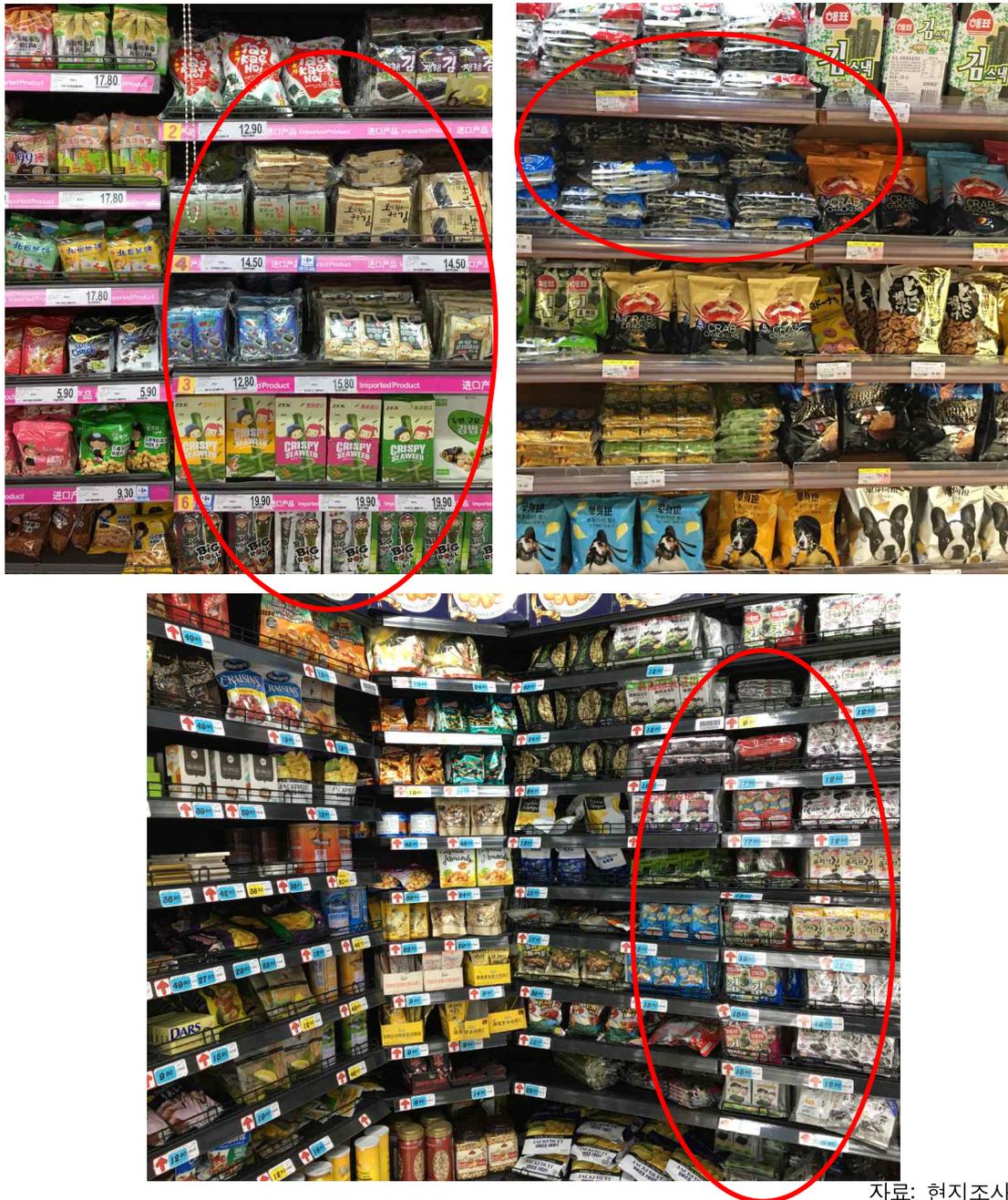
- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목을 분석함

## 2. 경쟁제품 분석

□ 중국 내 김자반, 김부각, 김스낵 모두 스낵으로 소비됨

- 현지조사원이 직접 방문한 모든 매장에서 김자반, 김부각, 김스낵은 일반적으로 스낵과 같이 진열되거나 옆 매대에 진열됨
- 대형마트의 경우 일반 스낵과 같이 진열되는 동시에 수입식품 전용 코너에 따로 배치되기도 함

그림 4.1 김 제품의 진열위치



자료: 현지조사원

□ 김자반과 김부각에 비해 김스낵 제품이 가장 많고 다양함

- 현지조사원을 통해 방문한 매장 중 한인마트에만 다양한 김자반 제품이 진열되어 있으며, 슈퍼마켓과 백화점 각 한 곳에서만 김자반 제품 하나씩을 판매하고 있음
  - 기타 대부분의 슈퍼마켓, 백화점 그리고 편의점에는 김자반 제품을 취급하지 않으며, 온라인 매장에도 김자반 제품이 많이 유통되고 있지 않음
  - 즉, 김자반은 아직 쉽게 발견할 수 있는 제품이 아님
- 김부각 제품 중 일본식 김 덴푸라(오프라인 경쟁제품 1, 2, 3번)은 가장 보편적으로 발견되는 제품이며 한국식 김부각 제품은 거의 찾을 수 없음

□ 대부분 김자반 제품은 한국산이며 용량이 작음

- 오프라인에서 유통되고 있는 김자반 제품은 모두 한국산이며, 온라인에서는 자국산 제품도 취급되고 있음
- 한국산 김자반 제품의 용량이 주로 30-50g인 것에 반해 중국 자국산 제품의 용량은 250-350g사이임

□ 김부각 제품은 중국산, 태국산과 한국산이 모두 있으며 다양한 맛이 있음

- 중국 및 태국산 김부각은 대부분 일본식 김 튀김 제품의 형태로 되어 있으며, 한국 김부각 제품과 질감 면에서 약간의 차이가 있음
- 김부각 제품은 오징어 맛, 해산물 맛, 매운 맛 등 다양한 맛으로 출시됨
  - 그 중 특히 매운맛 제품의 인기가 가장 많은 것으로 보임(진열 수량이 많고 다양한 브랜드들이 모두 매운맛 제품을 출시)

□ 김스낵 제품 중 태국산이 가장 많으며 중국산은 두 번째로 많음

- 김스낵 제품의 형태는 다양하며 최근에는 롤 형태의 제품이 늘어나고 있음
  - 한국산 김스낵의 경우 거의 모두 한국에서 소비되는 밥 반찬인 조미김 그대로 판매되고 있음
  - 태국산 김스낵은 롤 형태가 가장 많으며 시트 형태는 그 다음으로 많음
  - 중국 자국산 김스낵은 대부분 시트 형태임
- 롤 형태로 된 태국산 김스낵 제품의 인기가 많아지면서 중국 및 한국의 김 업체도 비슷한 형태의 제품을 연이어 출시 중

# 1) 김자반 경쟁제품

## □ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	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 2,009원)	
유통기한	12개월		

구분		제품 #2	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	한국 H사	
	제품명	고꼬마 김자반	
	제품특성	- 원산지는 한국이라고 표시되어 있으며, 라벨링은 한국어/중국어 모두 표기	
	포장 용기	비닐 지퍼백	
	성분	김 파래 혼합물(김, 파래), 옥수수(옥수수씨눈), 참기름, 설탕, 참깨, 식염, 들기름	
	조사매장	K-Mart(한인마트)	
	용량(g)	30g	
	유통기한	12개월	

구분	제품 #3	
이미지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제품스펙	제조사	한국 K사
	제품명	야채 김자반
	제품특성	- 원산지는 한국이라고 표시되어 있으며, 라벨링은 한국어/중국어 모두 표기
	포장 용기	비닐
	성분	김자반 47%, 옥배유, 혼합야채, 야채과립, 계란후레이크, 카로틴, D-토코페놀, 들기름, 설탕, 천일염, 볶음참깨
	조사매장	K-Mart(한인마트)
	용량(g)	10g
	제품가격	5.5위안(약 898원)
유통기한	12개월	

구분		제품 #4	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	한국 K사	
	제품명	김자반	
	제품특성	-	
	포장 용기	비닐지퍼팩	
	성분	김, 식물유, 백설탕, 참깨, 식염	
	조사매장	Wal-Mart(남경)	
	용량(g)	40g	
	제품가격	12.8위안(약 2,091원)	
유통기한	12개월		

구분	제품 #5	
이미지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제품스펙	제조사	한국 H사
	제품명	김자반
	제품특성	- 야채 김자반 제품도 있음
	포장 용기	비닐지퍼팩
	성분	마른김, 옥배유, 혼합올리브유, 참기름, 볶음참깨, 대두가루, 설탕, 식염
	조사매장	blt
	용량(g)	50g
	제품가격	15.9위안(약 2,597원)
유통기한	1년	

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사	일조문신상무유한회사 日照文昕商貿有限公司	청도호선생식품유한회사 靑島好先生食品有限公司
	제품명	즉석 참깨 김자반 볶음	김자반볶음
	제품특성	어린이 간식으로 어필	- 포장에는 한글로 표시되어 있지만 중국 자국산 제품임 - 어린이 간식으로 어필
	유통기한	180일	365일
	용량(g)	250g	350g(70g*5)
	제품가격	15.8위안(약 2,591원)	51.9위안(약 8,512원)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	앞면		
	뒷면		N/A
제품 스펙	제조사	대련카기식품유한회사 大連卡其食品有限公司	연운항하력식품유한회사 連云港禾力食品有限公司
	제품명	구운 김자반	비빔밥용 김
	제품특성	- 오리지널, 매운맛 2가지 있음	-
	제품성분	김, 식용식물유, 참기름, 소금, 백설탕	김, 참깨, 옥수수유, 참기름, 소금, 백설탕
	유통기한	6개월	365일
	용량(g)	40g*2	50g
	제품가격	29.9위안(약 4,884원)	10.8위안(약 1,764원)

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	뒷면	N/A	
제품 스펙	제조사	해부향식품유한회사 海浮香食品有限公司	동봉해변인경무유한회사 東鵬海邊人經貿有限公司
	제품명	비빔밥 김	구운 김자반
	제품특성	-	- 오리지널, 아몬드, 고기, 매운맛 네 가지 종류의 제품 출시
	제품성분	김, 참깨, 옥수수유, 참기름, 소금, 백설탕	김, 참깨, 식물유, 백설탕, 소금, 고추, 향미증진제
	유통기한	365일	12개월
	용량(g)	250g	250g
	제품가격	14.9위안(약 2,434원)	29.9위안(약 4,884원)

구분		제품 #7	제품 #8																				
제품 이미지	앞면																						
	뒷면	<p>品名: 三布甲光天拌饭海苔(原味) 产品类型: 调味海苔 原产国: 韩国</p> <p>净含量: 50克</p> <p>配料: 海苔, 玉米油, 芝麻油, 白砂糖, 食用盐, 芝麻</p> <p>生产日期: 见正面封口处(年、月、日)</p> <p>保质期: 12个月</p> <p>贮存条件: 避免阳光直射, 保存在干燥阴凉处</p> <p>经销商: 上海巢尚食品有限公司 地址: 上海市金沙江西路1555弄慧创国际C1区6号1楼 电话: 021-39103813 生产商: SOMUNNANSAMBUJA CO.,LTD</p> <table border="1"> <caption>营养成分表</caption> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>每100克</th> <th>NRV%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>能量</td> <td>2650千焦</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>蛋白质</td> <td>15.9克</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>脂肪</td> <td>53.2克</td> <td>89%</td> </tr> <tr> <td>反式脂肪酸</td> <td>0克</td> <td></td> </tr> <tr> <td>碳水化合物</td> <td>24.3克</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>钠</td> <td>1211毫克</td> <td>61%</td> </tr> </tbody> </table>	项目	每100克	NRV%	能量	2650千焦	32%	蛋白质	15.9克	27%	脂肪	53.2克	89%	反式脂肪酸	0克		碳水化合物	24.3克	8%	钠	1211毫克	61%
项目	每100克	NRV%																					
能量	2650千焦	32%																					
蛋白质	15.9克	27%																					
脂肪	53.2克	89%																					
反式脂肪酸	0克																						
碳水化合物	24.3克	8%																					
钠	1211毫克	61%																					
제품 스펙	제조사	한국 S사	한국 B사																				
	제품명	돌자반 볶음	파래 돌자반 볶음																				
	제품특성	- 오리지널, 해물, 바비큐, 김치 맛 네 가지 종류의 제품 출시	- 오리지널, 녹차 맛 두 가지 종류의 제품 출시																				
	제품성분	김, 참깨, 옥수수유, 참기름, 백설탕, 소금	김자반 43%, 녹차 0.4%, 옥배유, 설탕, 참깨, 들기름, 참기름, 맛소금																				
	유통기한	12개월	12개월																				
	용량(g)	200g(50g*4)	55g																				
	제품가격	33.8위안(약 5,522원)	49.6위안(약 8,103원)																				

## 2) 김부각 경쟁제품

### □ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	웨이하이시아나이다더식품유한회사(威海佳乃德食品有限公司)	
	제품명	김 덴푸라(오징어 맛)	
	제품특성	내용물이 많고 가격 저렴	
	포장 용기	비닐	
	성분	밀가루, 감자 전분, 팥유, 옥수수 전분, 쌀 가루, 김, 조미료, 대두단백가루, 말린 오징어, 설탕, 소금, 마늘 가루, 검은 후춧가루, 말토덱스트린 [maltodextrin], 5'-리보뉴클레오티드이나트륨 [Disodium 5'-Ribonucleotide], D-시클라민산 나트륨	
	조사매장	RT-MART(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)	
	용량(g)	40g	
	제품가격	8.5위안(약 1,388원)	
유통기한	1년		

구분		제품 #2	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	웨이하이 지아나더 식품유한회사(威海佳乃德食品有限公司)	
	제품명	김 오징어 덴푸라	
	제품특성	김과 일본식 튀김인 덴푸라를 결합한 제품	
	포장 용기	비닐	
	성분	녹말 가루, 팜유, 구운김, 감자 전분, 쌀 가루, 빵가루, 대두단백가루, 소금, 말린 오징어, 조미료, 식품첨가물(D-에리스르빈산염나트륨)	
	조사매장	ole	
	용량(g)	40g	
	제품가격	8.5위안(약 1,388원)	
유통기한	9개월		

구분		제품 #3	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	Taokaenoi Food&Marketing Public Co.,Ltd	
	제품명	매운맛 덴푸라김(튀김)	
	제품특성	태국산 제품, 가격이 비교적 높음	
	포장 용기	비닐	
	성분	밀가루, 김, 카사바가루, 팜유, 흰자 가루, 소금, 설탕, 고춧가루, 아미노산, 흰 후추, 구아닐산이나트륨, 일인산구아노신, 마늘 가루	
	조사매장	Wal-Mart	
	용량(g)	40g	
	제품가격	12.9위안(약 2,107원)	
유통기한	450일		

구분		제품 #4	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 스펙	제조사	한국 J사	
	제품명	김 크런치	
	제품특성	- 오리지널, 와사비, 버터 3가지 맛 - 한국산 제품	
	포장 용기	비닐	
	성분	옥분, 식물성 유지, 와사비맛 시즈닝, 재래김, 쌀그릿츠, 5-리보뉴클레오티드이나트륨, 합성향료, 정제소금	
	조사매장	Market Place(남경)	
	용량(g)	72g	
	제품가격	16.9위안(약 2,761원)	
유통기한	10개월		

구분		제품 #5	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	한국 C사	
	제품명	현미 김스낵	
	제품특성	토마토, 꿀 옥수수 2가지 맛	
	포장 용기	비닐	
	성분	척 녹말, 현미, 식염, 김, 토마토 맛 식용 향신료, 해바라기씨유, 참기름, 로즈메리 추출물	
	조사매장	Howdycvs(남경)	
	용량(g)	20g	
	제품가격	14.5위안(약 2,369원)	
유통기한	12개월		

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사	Four Seas Group	복건미자미식품유한회사 福建美滋味食品有限公司
	제품명	덴푸라김	덴푸라김
	제품특성	- 바비큐, 토마토 맛의 두 가지 제품이 있음	- 겨자, 계장, 매운 맛 등 세 가지 종류의 제품이 있음
	제품성분	김, 소금, 백설탕, 간장, 옥수수전분, 전란분(全蛋粉)	밀가루, 김, 계란, 팜유, 소금 등
	유통기한	270일	9개월
	용량(g)	40g	40g
	제품가격	9.0위안(약 1,470원)	19.9위안(약 3,251원)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	앞면		
	뒷면	N/A	
제품 스펙	제조사	츠야마야(津山屋, 일본)	한국 J사
	제품명	노리텐	김소
	제품특성	- 일본 수입품 - 오리지널, 와사비 두 가지 맛	- 치즈, 겨자, 매운맛 등 세 가지 종류의 제품이 있음
	제품성분	김, 식물유, 밀가루, 전분, 조미료 등	침, 녹말, 김, 옥수수유, 참쌀가루, 치즈/겨자/매운 조미료
	유통기한	270일	360일
	용량(g)	70g*2	30g*3
	제품가격	49.9위안(약 8,152원)	32.9위안(약 5,375원)

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	뒷면		N/A
제품 스펙	제조사	복건미자미식품유한회사 福建美滋味食品有限公司	복건미자미식품유한회사 福建美滋味食品有限公司
	제품명	덴푸라김	덴푸라김
	제품특성	- 겨자, 게장, 매운 맛 등 세 가지 종류의 제품이 있음	- 겨자, 게장, 매운맛 등 세 가지 종류의 제품이 있음
	제품성분	밀가루, 김, 계란, 팜유, 소금, 백설탕, 향미증진제	밀가루, 김, 계란, 팜유, 소금, 백설탕, 향미증진제
	유통기한	9개월	12개월
	용량(g)	40g*3	40g
	제품가격	29.8위안(약 4,868원)	9.9위안(약 1,617원)

### 3) 김스낵 경쟁제품

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	남통해달 수산식품유한회사(南通海達水產食品有限公司)	
	제품명	하이다우 김(海達屋海苔)	
	제품특성	-	
	포장 용기	비닐	
	성분	마른 김, 식용유, 백설탕, 식염, 맥아시럽, 양파가루, 마늘가루, 간장 가루, 향신료, 식품첨가제	
	조사매장	RT-MART	
	용량(g)	40g	
	제품가격	12.9위안(약 2,107원)	
유통기한	12개월		

구분		제품 #2	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	Guangdong Strong Group	
	제품명	김	
	제품특성	중국 자국산 김 제품 중 인기가 가장 높음	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 간장, 백설탕, 효모추출물	
	조사매장	RT-MART(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)	
	용량(g)	14.5g	
	유통기한	1년	

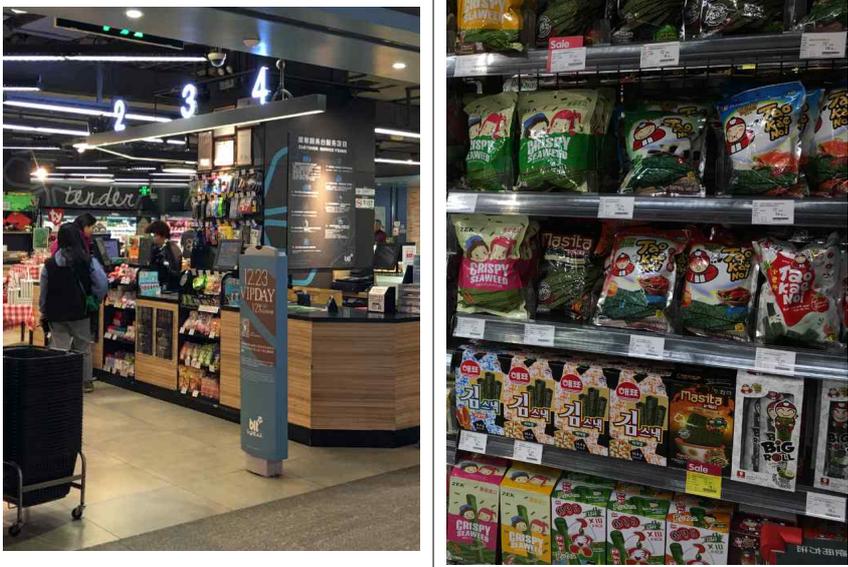
구분		제품 #3	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	Want Want Holdings Ltd	
	제품명	김	
	제품특성	-	
	포장 용기	비닐	
	성분	마른김, 백설탕, 식물유, 식물담백조미액, 복합조미료, 식용향정	
	조사매장	blt	
	용량(g)	10g	
	제품가격	14위안(약 2,287원)	
유통기한	12개월		

구분		제품 #4	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	Lilu Group(晋江力緣食品有限公司)	
	제품명	오리지널 김	
	제품특성	Wal-Mart와 好又多에서만 판매	
	포장 용기	비닐	
	성분	마른김, 액체복합조미료	
	조사매장	Wal-Mart(남경)	
	용량(g)	4.5g*4	
	제품가격	19.8위안(약 3,235원)	
유통기한	12개월		

구분		제품 #5	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	Taokaenoi	
	제품명	샤오라오반 조미김(해산물맛)	
	제품특성	- 수입식품이지만 가격이 비교적 저렴 - 오리지널, 토마토, 해산물, 동암콩 네 가지 맛	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 팜유, 설탕, 해물파우더(오징어 파우더, 새우 파우더), 향신료(마늘, 흰 후추), 아미노산, 소금, 첨가제(5'-일인산구아노신, 5'-구아닐산이나트륨 )	
	조사매장	Wal-Mart(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)	
	용량(g)	32g	
	유통기한	15개월	

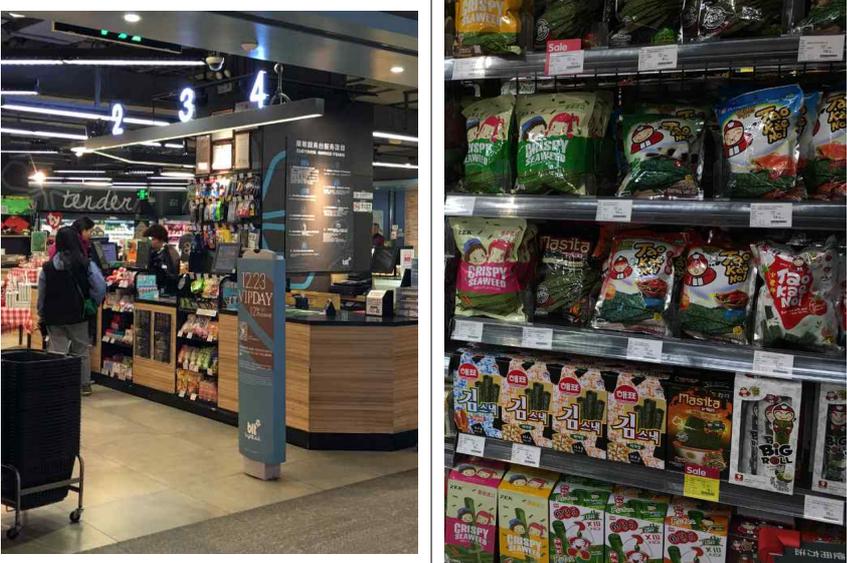
구분		제품 #6	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 스펙	제조사	Taokaenoi	
	제품명	해산물 맛 김	
	제품특성	태국산 제품	
	포장 용기	종이 박스+비닐	
	성분	김, 팥유, 백설탕, 오징어분말, 새우분말, 조미료, 대두담백, 소금 등	
	조사매장	Bazaar By Lotus(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)	
	용량(g)	38.4g(3.2g*12)	
	제품가격	24.9위안(약 4,068원)	
유통기한	1년		

구분		제품 #7	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품스펙	제조사	Thai-Korean Seaweed Co., Ltd	
	제품명	ZEK 태국식 구운 김	
	제품특성	- 태국산 제품 - 오리지널, 해산물, 바비큐 세 가지 맛 제품 출시	
	포장 용기	종이 박스+비닐	
	성분	마른 김, 복합조미료, 식염	
	조사매장	Bazaar By Lotus(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)	
	용량(g)	27g	
	유통기한	1년	

구분	제품 #8	
이미지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제품스펙	제조사	Ka bu ki
	제품명	조미심
	제품특성	태국산 제품
	포장 용기	종이 박스+비닐
	성분	김, 백설탕, 복합조미료
	조사매장	bit(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)
	용량(g)	36g(3.6g*10)
	제품가격	19.8위안(약 3,235원)
유통기한	1년	

구분		제품 #9	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 스펙	제조사	MATCH Company Limited	
	제품명	Masita 한국식 바비큐 맛 김	
	제품특성	원산지: 태국	
	포장 용기	비닐	
	성분	김 85%, 팜유, 한국식 바비큐 맛 조미료, 소금	
	조사매장	ole(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)	
	용량(g)	36g	
	제품가격	9.9위안(약 1,617원)	
유통기한	1년		

구분		제품 #10	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	Triple.M	
	제품명	김 스틱	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국산 제품</li> <li>- 오리지널, 매운맛, 오징어 세 가지 맛</li> </ul>	
	포장 용기	종이박스	
	성분	김, 백설탕, 식염, 후춧가루	
	조사매장	상해제일식품상점	
	용량(g)	24(8g*3)	
	제품가격	17위안(약 2,777원)	
유통기한	12개월		

구분	제품 #11	
이미지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제품 스펙	제조사	한국 S사
	제품명	조미심
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원산지: 태국</li> <li>- 오징어, 피자 두 가지 맛</li> </ul>
	포장 용기	종이 박스+비닐
	성분	김, 피자맛 복합조미료, 복합조미료, 소금
	조사매장	blt
	용량(g)	1.8g*8
	제품가격	16.5위안(약 2,695원)
유통기한	1년	

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사	한국 S사	복건신석란식품유한회사 福建申石藍食品有限公司
	제품명	김	Three Squirrels 김
	제품특성	- 한국산 제품 - 타오바오 조미김 제품 중 판매 1위 - 대부분 대형마트 및 백화점에 모두 판매	어린이용 간식으로 어필
	유통기한	365일	360일
	용량(g)	16g(2g*8)	33g
	제품가격	9.9위안(약 1,623원)	16.9위안(약 2,772원)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사	TaoKaeNoi	대상(북경)식품유한회사 大象(北京)食品有限公司
	제품명	오리지널 맛 김	바삭한 김
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국산 제품</li> <li>- 오리지널, 매운맛, 오징어맛, 바베규맛, 야자맛, 뽕암꽃맛</li> <li>- 대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 제품으로 표시</li> <li>- 어린이용 김으로 어필</li> </ul>
	유통기한	360일	360일
	용량(g)	27g*2	32g(2g*16)
	제품가격	26.9위안(약 4,412원)	28.9위안(약 4,740원)

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사	Po-Li Food	Lilu Group 晋江力綠食品有限公司
	제품명	포리 김	오리지널 김
	제품특성	- 중국 자국산 김 제품 중 인기가 높은 편임 - 대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매	- 한국에서 수입한 김을 원료로 함 - 롤 형태의 제품도 있음
	제품성분	김, 표고버섯 즙, 백설탕, 식염, 생강, 맥아시럽, 간장	마른 김, 식물유, 백설탕, 식염, 향신료
	유통기한	12개월	12개월
	용량(g)	11.2g(15팩)	16g
	제품가격	11.9위안(약 1,944원)	18.9위안(약 3,088원)

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사	한국 H사	한국 C사
	제품명	한해마마 김	올리브유 재래김
	제품특성	- 한국산 제품	- 한국산 제품
	제품성분	김, 식물유, 참기름, 식염	김, 옥수수유, 올리브유, 참기름, 소금
	유통기한	12개월	12개월
	용량(g)	16g(2g*8)	40.5g(4.5g*9)
	제품가격	9.9위안(약 1,617원)	23.9위안(약 3,904원)

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	앞면		
	뒷면	N/A	
제품 스펙	제조사	강소동상성품유한회사 江蘇東尚誠品有限責任公司	Four Seas Group
	제품명	김 롤	사주 김
	제품특성	- 토마토, 바비큐, 오리지널 맛	- 오리지널, 토마토, 겨자, 매운 맛
	제품성분	김, 백설탕, 식용 포도당, 소금	김, 조미료, 설탕, 가다랑어 추출물, 옥수수 시럽 포도당, 맛술, 소금, 미역즙, 향미증진제, 겨자조미료, 고추 추출물
	유통기한	12개월	12개월
	용량(g)	32.4g	7.6g*2
	제품가격	56.9위안(약 9,295원)	30.0위안(약 4,900원)



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

## □ 방법론 01. 오프라인 쇼핑물 조사

- 데스크 조사를 통해 매출액 비중이 높은 유통채널을 선정한 후 현지조사원이 직접 오프라인 매장을 방문
  - 백화점: Newworld-daimaru의 지하마트(ole), 신천지 쇼핑센터의 지하마트(Bazaar By Lotus), 대월성(大悅城)의 지하마트(blt)
  - 식품전문매장: 상해제일식품상점(上海第一食品商店)
  - 대형 슈퍼마켓: Carrefour, RT-MART, Wal-Mart, Market Place
  - 한인마트: K-Mart
  - 편의점: Lawson, 7-11, Family Mart, Quik, Howdycvs
- 키워드: 김자반, 김부각, 김스낵, 조미김 등
- 업계관계자와 소비자 인터뷰 진행

## □ 방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사

- 김자반, 김부각, 김스낵, 조미김으로 제품 검색
- 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(타오바오, T-Mall, JD, 1호점) 분석

## □ 온·오프라인 쇼핑물 조사와 판매량 순위를 참고하여 경쟁사 4개 업체를 선정함

태국	중국		한국
Taokaenoi	Po-Li Food	Guangdong Strong Group	한국 S사
			-

## 2. 경쟁사 분석

□ Taokaenoi

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 김스낵 시장에서 70%의 점유율을 차지하고 있는 태국에서 가장 큰 김스낵 제조업체</li> <li>- Taokaenoi의 연례 보고서에 따르면, 2015년 기준 Taokaenoi는 김스낵 제품 중 크리스피 김스낵(crispy seaweed)과 구운 김스낵(grilled seaweed)이 가장 많이 판매되었음</li> <li>- 싱가포르, 홍콩, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 마카오, 미국, 캐나다, 호주, 캄보디아, 영국 등 다양한 국가에 진출해 있으며, 특히 중국 김스낵 시장에서 점유율이 높음</li> </ul>		
기업명	Taokaenoi Food & Marketing Public Company Limited	설립연도	2004년
D-U-N-S® Number	66-099-9728	기업 유형	가공식품 제조 및 유통
매출액	1억 3,800만 달러 (2017년)	직원수	1,800명
대표전화	+66-2-984-0666	소재지	12/1 Moo 4 Lat Lum Kaeo, Pathum Thani, 12140, Thailand
취급품목	해조류	홈페이지	www.taokaenoi.co.th
대표 제품			

□ Po-Li Food(波力食品工业(昆山)有限公司)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘포리 김’, ‘포리 쥐포’, ‘포리 달걀 전병’ 등 다양한 제품을 보유</li> <li>- 중국 조미김 시장에 가장 먼저 진출함</li> <li>- 광고에 집중하는 홍보 전략으로 전국적인 영향력을 높이고 있음. 특히 주로 부모와 어린이가 주로 시청하는 채널 및 시간대를 선정하여 광고를 배치함</li> </ul>		
기업명	Po-Li Food Industry(Kunshan) Co.,Ltd.	설립연도	1993년
D-U-N-S® Number	54-478-4671	기업 유형	식품제조업
매출액	2,900만 달러 (2017년)	직원수	600명
대표전화	+86-0512-5753-2658	소재지	No.126, Xinnan(W) Rd, Yushan Town, Suzhou, Jiangsu, 215300, China
취급품목	조미김, 스낵, 생선포	홈페이지	www.po-li.com
대표 제품			

□ Guangdong Strong Group(广东喜之郎集团有限公司)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 젤리, 김, 밀크티, 사탕 등 제품 생산 업체</li> <li>- 2005년부터 조미김 생산</li> <li>- 전국에 40여 개의 지사, 사무소를 개설하여 1000여 개의 판매상과 10000여 개의 딜러를 거느리고 있으며, 유럽 북미 동남아 등 해외시장에 수출하고 있음</li> </ul>		
기업명	Guangdong Strong Group Co., Ltd.	설립연도	1993년
D-U-N-S® Number	54-584-2239	기업 유형	식품가공업
매출액	2,500만 달러 (2017년)	직원수	240명
대표전화	+86-0755-26835163	소재지	22-24/F, Minghua International Conference Center, No.8, Guishan Shenzhen, Guangdong, 518067, China
취급품목	푸딩, 밀크티, 조미김, 김스낵	홈페이지	www.strongfood.com.cn
대표 제품			

□ 한국 S사

기업 개요			
-	- S사의 전신은 1966년 6월 세워진 동방유량(주)이며, 대표 상품인 식용유를 비롯해 수산식품, 가공식품 등 다양한 상품군을 보유하고 있음		
기업명	S***	설립연도	2004년
D-U-N-S® Number	-	기업 유형	식품가공업
매출액	-	직원수	-
대표전화	-	소재지	*** Seocho-Gu, Seoul
취급품목	식용유, 라면, 김, 조미료 등	홈페이지	hp.***.co.kr
대표 제품			

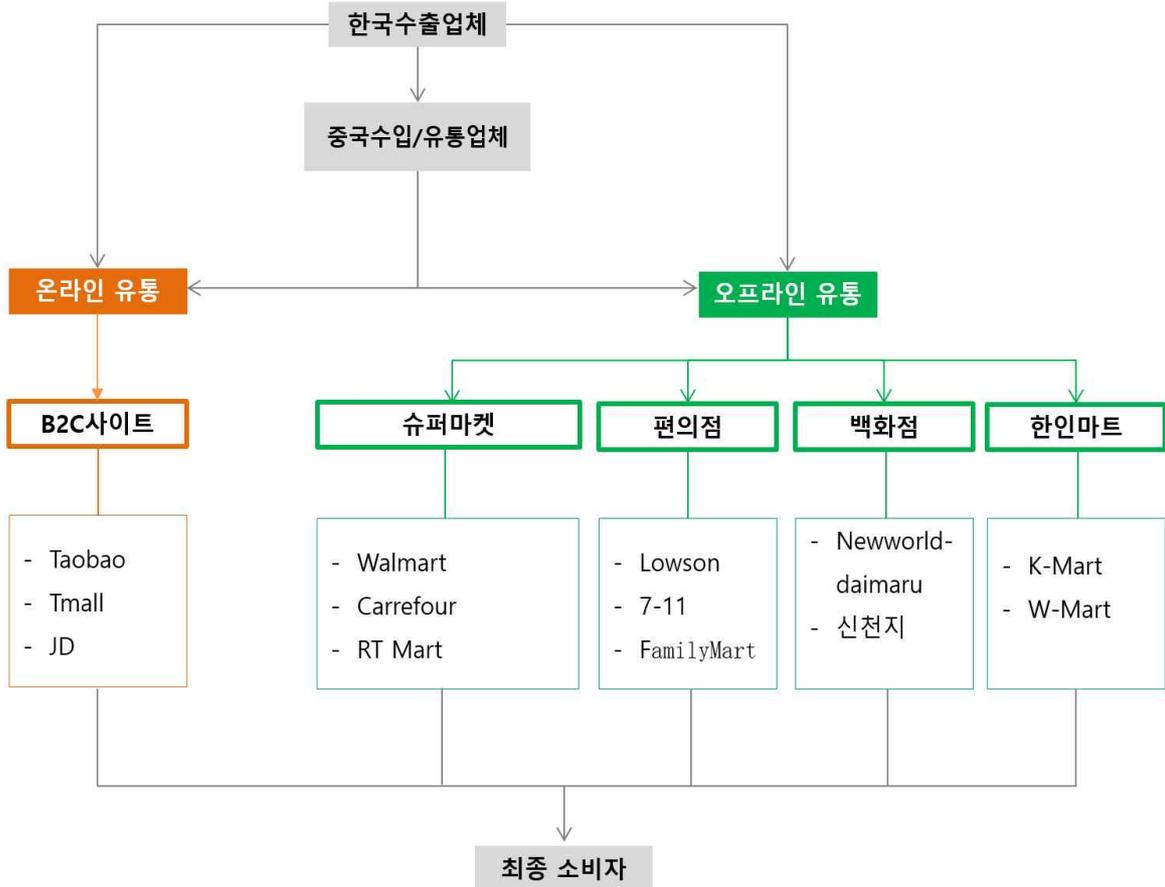


## VI. 유통채널

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

# 1. 유통채널 현황

## 중국 김 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 중간급 규모의 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있지만 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>40)</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 공급받음
- 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 결정적인 한계가 있음

---

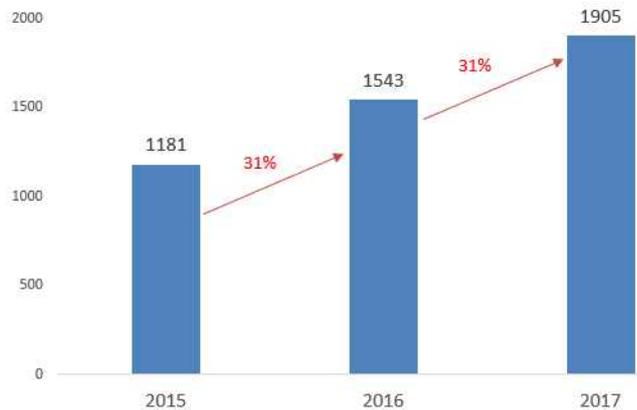
40) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

□ 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 상해와 심천 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

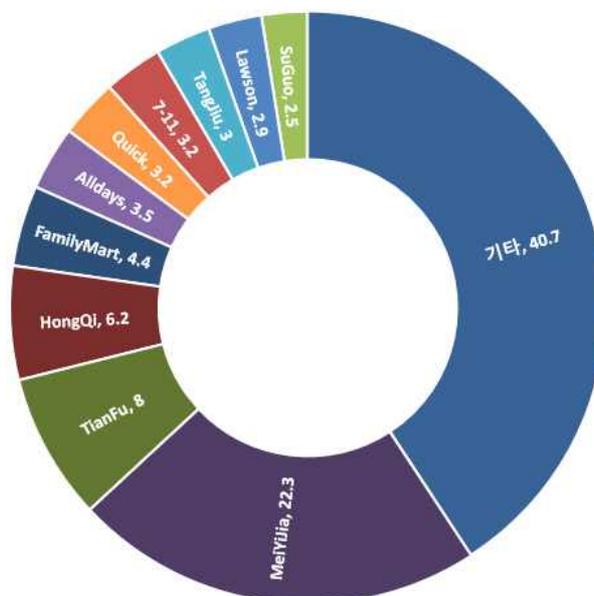
표 6.3 2017년 중국 편의점 산업 매출액 현황

(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(中糧集團)이 2009년에 설립한 회사로 2016년 기준 매출액은 50억 위안에 달함
- 顺丰优选(SFBEST)는 중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)이 2012년 설립한 자회사로 주로 식품, 과일 등을 판매하고 있으며, 2016년 기준 매출액은 20억 위안 수준임

표 6.6 중국의 주요 식품분야 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	我買网	COFCO I buy nets	www.womai.com	글로벌 500대 기업인 중양그룹 산하의 B2C플랫폼
2	顺丰优选	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集團)이 설립한 식품 B2C 플랫폼
3	易果生鲜	Yiguo	www.yiguo.com	중국 첫 번째 식자재 전자상거래 기업
4	天天果园	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 제조하여 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>전화</p>	<p>-</p>
<p>매장전경</p>	
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한인마트로써 한국에서 흔히 볼 수 있는 김자반, 조미김, 김스낵 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 김의 가격은 10-24위안임</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, 한국과 태국으로부터 수입한 김이 대부분임</li> <li>- 한국 제품 중 조미김 형태의 김이 대부분이며, 태국산 김 제품은 조미김보다 김스낵에 더 가까운 제품(해산물, 바비큐, 매운 맛 등 다양한 맛이 있음)</li> <li>- 김의 포장 규격은 3개, 4개, 6개, 9개 등 다양하며, 대부분 11-18위안에 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>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>- 인기 제품을 같은 위치에 다수 진열</li> <li>- 김의 포장 규격은 대부분 4개, 6개, 9개이며, 대부분 10-11위 안에 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 중국 시장 공략에 나섰다, 20년이 지난 현재 중국 내 394개의 매장을 운영 중</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>		
<b>설립연도</b>	1996년	<b>홈페이지</b>	www.rt-mart.com.cn
<b>매출액</b>	약 14조 5,000억 원 (2016년)	<b>점포수</b>	3,040개(2016년)
<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>- 김의 포장 규격은 3개, 4개, 6개, 9개 등 다양하며, 대부분 10-16위안에 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. 2017 김 수출동향, www.kati.net

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1809-07

품 목 : 김자반, 김부각, 김스낵

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 한국농식품유통공사 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 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.