

2021년
농식품 수출
국가조사보고서

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

중국지역본부 베이징지사

목차

1. 요약문	1
가. 보고서 소개	1
나. 농업 및 농식품 수출입 동향	1
다. 농식품 시장 개황	2
라. 유통 현황	2
마. 농식품 수출 관련 제도	2
2. 농업 및 농식품 수출입 동향	5
가. 농업 현황	5
1) 농업 규모	5
2) 주요 생산 품목 및 생산 규모	7
나. 농식품 수출입현황	9
1) 농식품 수출입 규모 및 시사점	9
2) 對 한국 농식품 수출입현황 등(최근 5개년 통계치 포함)	17
3. 농식품 시장 개황	21
가. 시장개요	21
1) 소비시장규모	21
2) 시장 특성	22
나. 소비 트렌드	23
1) 건강 중시 수요 증대 및 세분화	23
2) 수입식품 소비 보편화	24
3) 1인 가구 및 편의식품 증가	25
4) 로컬브랜드의 부상	26
5) 온라인시장 지속 고성장	26
4. 유통현황	28
가. 농식품 유통구조 및 특징	28
나. 주요 유통채널 현황	29
5. 농식품 수출 관련 제도	35

가. 수출프로세스	35
나. 통관/검역 이슈	37
1) 한국 농식품 통관 거부 현황	37
2) 한국산 음료 불합격 사례	38
다. 유의사항	39
1) 출입국검험검역위생증서(出入境检验检疫卫生证书, Sanitary Certification)	39

〈표 차례〉

표 1: 2016~2020년 주요 곡물 생산량	8
표 2: 2019년 주요 곡물 5대 생산 지역 및 생산 비율	8
표 3: 2016~2020년 주요 육류 생산량	9
표 4: 2019년 육류 5대 생산 지역 및 생산 비율	9
표 5: 2016~2020년 중국 농식품 수출입규모	10
표 6: 2016~2020년 중국 농식품 수출입실적 동향(수산 제외)	10
표 7: 2020년 중국 농식품 주요 국가별 수출입실적	11
표 8: 2019~2020년 중국 유제품 수출입 현황	12
표 9: 2020년 주요 유제품 수입 현황	13
표 10: 2016~2020년 중국 영유아 분유 수출입 현황	13
표 11: 2020년 중국 영유아 분유 상위 5개 수입국	14
표 12: 우유, 요거트 2018~2020년 수입현황	14
표 13: 우유, 요거트 2018~2020년 수출현황	15
표 14: 2016~2020년 중국 라면 수출입 현황	15
표 15: 2020년 중국 라면 상위 5개 수입국	16
표 16: 2016~2020년 중국 조미료 수출입 현황	16
표 17: 2020년 중국 조미료 상위 5개 수입국	17
표 18: 對 중국 농림축산식품 수출물량	17
표 19: 對 중국 농림축산식품 수출금액	18
표 20: 2018~2020년 對 중국 수출상위 5개 품목	18
표 21: 2019~2020년 對 중국 한국 주류별 수출현황	19
표 22: 2017~2019년 중국 농식품산업 업종별 매출액 현황	21
표 23: 2019년 중국 식품공업 매출 상위 10대 기업	22
표 24: 2019년 중국 농산물시장 발전 현황	30
표 25: 중국 10대 농산물 시장	30
표 26: 2019년 주요 유통채널 현황	31
표 27: 2020년 10대 마트	31
표 28: O2O 플랫폼 4가지 형태 분류 및 개요	33
표 29: 2017~2020년 대중 수출 한국 농식품 통관 거부 현황	37
표 30: 2020년 한국산 음료 불합격 사례	38
표 31: 인증 절차	40

<그림 차례>

그림 1: 2011~2019년 중국 농림목업 총생산액 추이 -----	6
그림 2: 2020년 곡물 재배면적 품목별 비중 -----	6
그림 3: 2020년 제1 산업 생산액 비중 -----	7
그림 4: 2019년 주요 품목별 수입 규모 -----	12
그림 5: 2015~2019년 중국 식품 수입현황 -----	23
그림 6: 2019-2020 중국 수입품 연령층별 소비자수 비중 변화 -----	25
그림 7: 2020년 중국 농수산물 유통 채널 비중 -----	28
그림 8: 2016년~2020년 중국 농수산물 신선식품 온/오프라인 유통 채널 비중 -----	29
그림 9: 2021년 1분기 중국 신선식품 전자상거래 플랫폼 주요 소비 품목 -----	32

2021년 농식품 수출 국가조사보고서[중국]

1. 요약문

가. 보고서 소개

- 중국 농식품 수출 국가조사를 통해 중국 시장에 대한 이해도 제고 및 수출증대 방안 모색을 목적으로 함
- 본 보고서에서는 중국 농식품 수출 현황 조사를 위해 농업 및 농식품 수출입 동향(對 한국 농식품 수출입현황 등), 농식품 시장 개황(시장 규모 및 특성, 소비 트렌드), 유통 현황(농식품 유통 구조 및 주요 유통채널), 농식품 수출관련 제도 등을 분석
- 중국 본토로 연구 범위를 한정 (홍콩, 마카오, 대만 지역은 제외)

나. 농업 및 농식품 수출입 동향

- 2020년 1차 산업 명목 GDP는 전년 대비 3% 증가한 7.77조 위안(한화 1,321조 원)으로, 국가 전체 101.59조 위안의 약 7.7%이며, 그 비중은 2018년부터 증가 추세로 전환됨. 2019년 기준 농촌인구는 5.51억 명으로 중국 전체 인구의 39.4%를 차지
 - 제1 산업인 농림목업(农林牧业)(이하, 농수산업/수산제외)의 총생산액은 매년 증가 중이나, 성장 폭은 2018년까지 줄어드는 추세에서 국가 농업진흥정책 영향으로 2019년 9.8% 성장률 상승을 기록. 도시화와 오염으로 거의 모든 농산물 분야 경작지 역시 감소 추세에서, 2020년은 11,677만 Ha로, 2019년 11,606만 Ha 대비 70만 Ha 소폭 증가
 - 중국은 세계 최대 농식품 시장으로 수산물을 제외한 농식품의 2020년 총 수출입 규모는 2,237억 달러(수입액 1,584억 달러(전년대비 260억 달러 증가), 수출액 653억 달러(전년대비 63억 달러 증가)로 수출입 전체 교역량은 지난5년 간 지속 증가추세이며, 육류, 식용유 및 기름 종자(Oil Seed)의 수입 비중이 총50.4%로 (각각 17.6%, 6.6%, 26.2%)로 높으며, 채소, 과일, 수산물의 노동 밀집 형 농수산물 수출 비중이 총33.4%에 달함 (각각 10%, 9.3%, 14.1%)
- 주요 농림축산식품 수출국(및 지역): 일본, 홍콩, 미국, 베트남, 한국 순
주요 농림축산식품 수입국: 브라질, 미국, 호주, 뉴질랜드, 태국 순
- 브라질 수입 규모는 수입액 352.7억 달러, 비중 20.7%를 차지, 전년대비 21% 높은 증가율을 기록하며 2019년에 이어 전체 수입국 중 최대 수입국

- 10대 수입식품 품목: 육류 및 제품, 수산물 및 제품, 유제품류, 과일 관련 제품, 유지(油脂) 및 유류(油料), 양곡 관련 제품, 주류, 건과류, 당류, 음료류, 조미료, 향료 입

다. 농식품 시장 개황

- 중국 식품공업 분야는 중·대형 기업이 시장을 주도하나, 100대 기업의 시장 점유율이 17.3%로 기업 집중도가 낮고 경쟁이 치열함
- 2019년 중국 식품 공업 산업 매출규모는 전년 대비 0.3% 성장한 8.2조 위안이며, 최근 3년간 중국 소비자의 다양한 수요충족을 위한 식품산업 발전으로 가공 수준이 낮은 농부식품 가공업의 매출 비중보다 가공 수준이 높은 식품제조업 위주의 매출 비중이 높게 증가
- 2019년 중국은 189개 국가(지역)로부터 전년 대비 23.4% 증가한 총 908.1억 달러 규모의 식품 수입
- 소비 트렌드: ① 건강 중시 수요 증대 및 세분화, ② 수입식품 소비 보편화, ③ 1인 가구 증가 및 편의식품 증가, ④ 로컬 브랜드의 부상 ④ 온라인 소비 지속 고성장

라. 유통 현황

- 중국 농수산물 유통은 크게 ① 농산물시장(农贸市场), ② 마트, ③ 전자상거래 플랫폼으로 구성
 - 농산물시장: 농산물시장은 중국 신선 농산물, 육류 및 수산물 등의 주요 판매 채널로 전체 유통 채널 중 약 73% 차지하며, 중국내 4.4만개 농산물시장이 있음.
 - 마트: 도시 발전 및 생활수준 향상으로 마트를 선호하는 소비자가 증가함에 따라 대형 유통 브랜드는 시장 주도권 확보를 위해 다양한 사업모델 개발 중
 - 전자상거래 플랫폼: 2020년 중국 신선식품 전자상거래 플랫폼 거래 규모는 전년 대비 62.9% 성장한 2,638억 위안이며, 기존 대형 전자상거래 플랫폼의 매출비중이 감소하며 O2O 채널이 4가지 유형으로 세분화되며 발전

마. 농식품 수출 관련 제도

- 2020년 코로나 19 확산에 따른 경제둔화, 물류 대란 등의 요인으로 인해 대중 수출량이 감소함에 따라 통관 거부 사례 역시 줄어들음
- 중국 정부는 식품안전 확보를 위해 관련 규정을 지속해서 강화하고 있음. 대중 수출을 희망하는 식품 기업은 중국 《식품안전국가표준》 규정에 따라 식품 및 식품첨가제 내 유해물질 제한 함량, 식품첨가제 사용 범위 및 용량, 제품 라벨 표기법 등을 준수해야 함

- 2020년 중국 해관총서에서 거부한 한국 음료 불합격 사유는 1 위생(미생물 기준치 초과), 2 성분(식품첨가물 및 유해물질), 3 라벨링/라벨, 4 서류/인증서류 미비임
- 중국 내 식품 분류는 크게 1 일반식품, 2 보건식품(保健食品, 건강보조식품), 3 영유아식품, 4 특수의학용도 조제식품 4가지로 구분되며, 음료는 일반 가공식품(일반식품)으로 분류해 사전 인증이 필요 없으며, 통관 시 중문 라벨 등록, 검역(CIQ 검사) 등을 진행하면 됨

가. 농업 현황
나. 농식품 수출입 현황

농업 및 농식품 수출입 동향



2. 농업 및 농식품 수출입 동향

가. 농업 현황

1) 농업 규모

□ 중국의 1차 산업 비중 및 변화

- 2020년 1차 산업 명목 GDP는 전년 대비 3% 증가한 7.77조 위안(한화 1,321조 원)으로, 국가 전체 101.59조 위안의 약 7.7%이며, 그 비중은 2017년까지 감소 추세에서 2018년부터 증가 추세로 전환됨. (2018년 대비 0.61pp 증가)
 - 2차 산업 38.42조 위안, 3차 산업 55.39조 위안 규모임

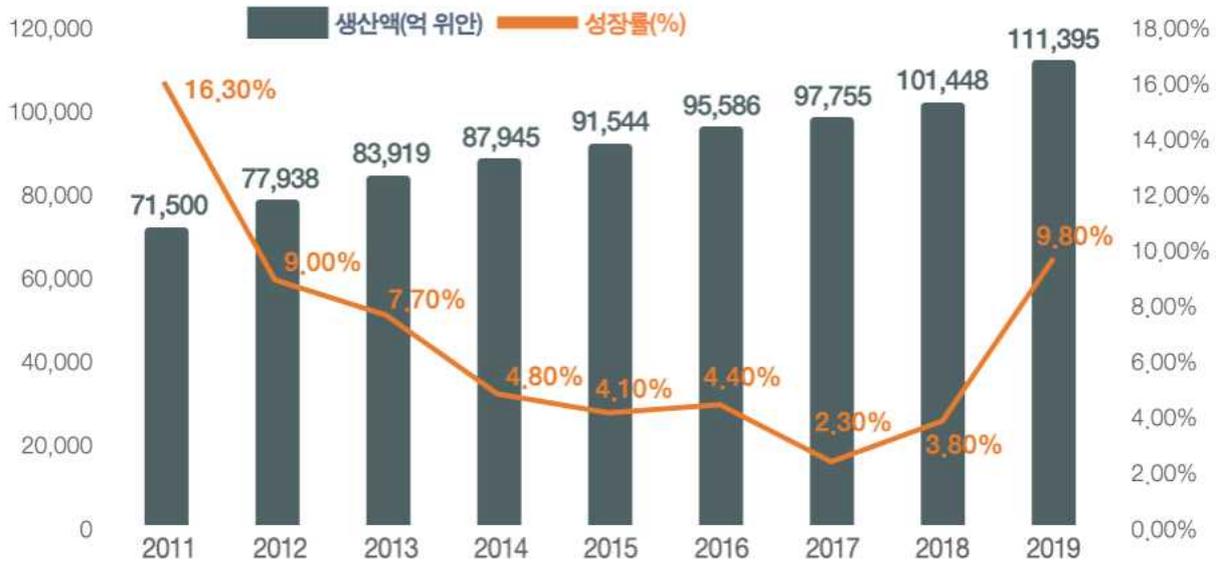
□ 농촌인구 · 산업 종사자

- 2019년 농촌인구는 5.51억 명으로 중국 전체 인구의 39.4%를 차지, 농촌인구는 1996년부터, 농촌인구 비율은 1970년부터 각각 지속 감소하며 도시화가 진행 중임 (2019년 중국 전국평균 도시화율 60% 도달)
- 도시 이주 인구가 많아지면서 중국의 농촌 노동력 지속 감소 추세
 - 2019년 1차 산업 취업자 수도 전체 취업자(7.7억 명)의 25%인 1.94억 명으로 2017년의 2.1억 명에서 약 7.6% 감소됨. (약10년 전 2000년 대비는 약 46% 감소)

□ 생산 규모

- 2011~2018년 중국 농림목업 생산액 연평균 성장률(이하, CAGR)은 5%이나, 2019년에는 전년 대비 9.8% 성장한 11.14조 위안 기록
 - 2019년 연평균이상의 성장배경으로 아래 2가지 국가농업 진흥정책지원 영향
 - <2016-2020년 전국농업현대화규획> 농업현대화 및 농업제품공급체계품질제고
 - <2018-2022년 향촌진흥전략규획> 농촌전면소강사회건설
 - 디지털농촌화 정책으로 농림목업 이커머스 거래액 증가추세

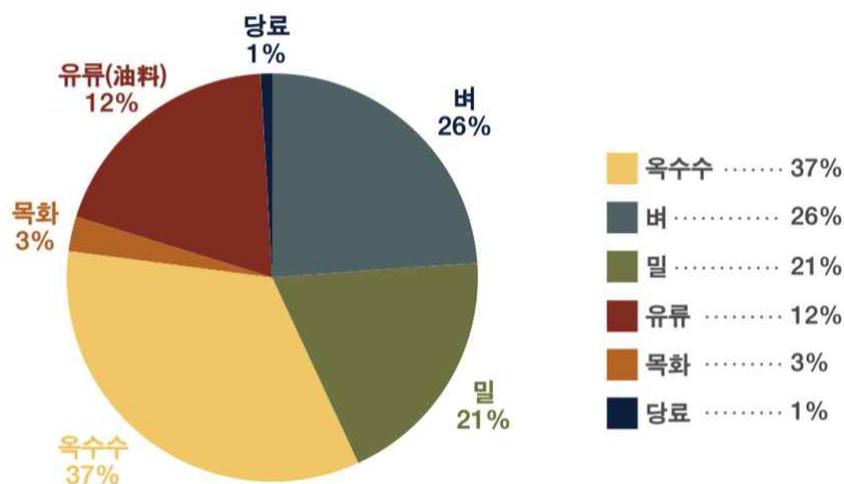
<그림 1: 2011~2019년 중국 농림목업 총생산액 추이>



※출처: 중국 국가통계국 통계연감(统计年鉴)¹⁾

- 중국 곡물 재배면적은 2020년 11,677만 Ha로, 2019년 11,606만 Ha 대비 70만 Ha 증가
 - 2019년까지 도시화와 오염으로 거의 모든 농산물 분야의 경작지 감소 추세를 보였으나, 2020년은 경작지가 소폭 증가
- 곡물 생산량은 2020년 66,949만 톤에 달하며 전년 대비 565만 톤(0.9%) 증가함

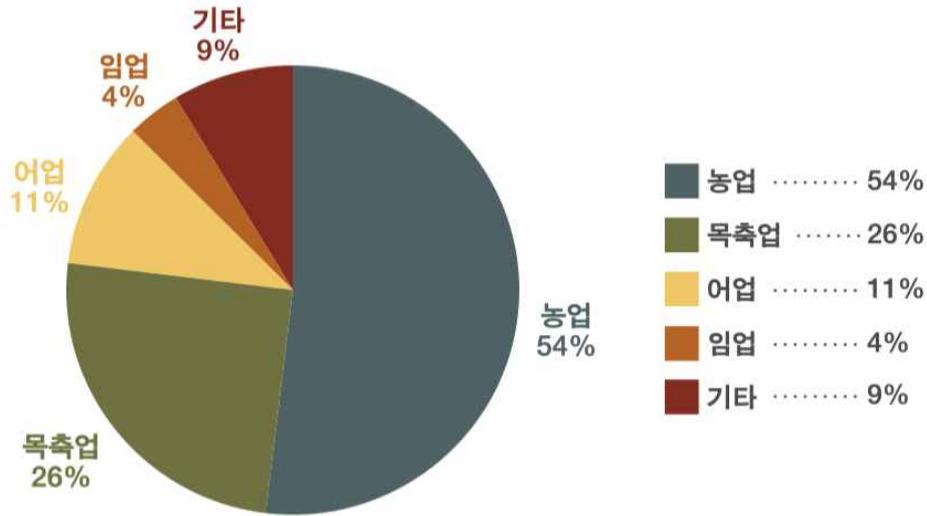
<그림 2: 2020년 곡물 재배면적 품목별 비중>



※출처: 중국 국가통계국 통계공보(统计公报)²⁾

1) 통계연감(统计年鉴): 국가통계국이 경제 및 사회 각 방면의 주요 수치를 매년 집계해 발표한 자료

<그림 3: 2020년 제1 산업 생산액 비중>



※출처: 중국 국가통계국(国家统计局)

□ 중국 농업예산 규모

- 2019년 농업예산은 2.29조 위안(한화 390조 원), 국가 전체 23.90조 위안의 9.58%
- 국가 예산 대비 농업예산 편성 비중이 90년대 소폭 감소하다가 '00년대 이후 증가하였으며 최근 9% 중반대를 유지하고 있음

2) 주요 생산 품목 및 생산 규모

□ 곡물

- 2020년 연간 식량 생산량은 전년 대비 0.9%(565만 톤) 증가한 6.7억 톤으로 8년 연속 6억 톤 초과
 - 곡물 생산량은 6.2억 톤으로 동기 대비 0.5% 증가했으며, 그중 ①옥수수 2.6억 톤(전년 대비 0.04% 소폭감소), ②벼 2.1억 톤(1.1%증가), ③밀 1.3억 톤(0.5%증가)

2) 통계공보(统计公报): 당정기관이나 단체가 중요 사안이나 결정 사항을 발표하기 위해 집계한 수치. 보도를 목적으로 한 공문으로서 사회적 지위와 권위를 가짐

〈표 1: 2016~2020년 주요 곡물 생산량〉

(단위: 만 톤)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
옥수수	26,361	25,007	25,733	26,077	26,067
벼	21,109	21,268	21,213	20,961	21,186
밀	13,327	13,433	13,143	13,350	13,425
기타	5,247	5,553	5,700	5,987	6,271
총계	66,044	66,161	65,780	66,384	66,949

※출처: 중국 국가통계국 통계공보(统计公报)

- 옥수수는 주로 동북, 화북 지역에서 생산되며 5대 지역 생산율이 전체 시장의 52% 비중 차지. 벼와 밀은 화중, 화동 지역에서 주로 생산되며 5대 지역 생산량이 각각 약 53%, 73%에 달함

〈표 2: 2019년 주요 곡물 5대 생산 지역 및 생산 비율〉

(단위: %)

구분		5대 주요 생산 지역 및 생산 비율				
옥수수	생산지역	헤이룽장	지린	산둥	허난	네이멍구
	단위	14.2	10.2	9.3	9.2	9.1
벼	생산지역	후난	헤이룽장	장시	안후이	후베이
	단위	13.0	12.8	11.3	8.5	7.7
밀	생산지역	허난	산둥	안후이	장쑤	허베이
	단위	24.1	16.9	12	9.9	9.8

※출처: 성(省)별 통계연감(统计年鉴)

□ 육류

- 2020년 주요 육류생산량은 0.76억 톤으로 전년 대비 0.1% 감소. 이는 2018년 아프리카돼지열병(ASF) 발생으로 인한 돼지고기 생산량 감소 영향이 지속된 여파이며, 쇠고기, 양고기, 가금육의 생산은 지속 증가 추세
 - 돼지고기 4,113만 톤(전년 대비 0.9% 감소), 쇠고기 672만 톤(1.5% 증가), 양고기 492만 톤(0.8% 증가), 가금육 2,361만 톤(0.6% 증가)

〈표 3: 2016~2020년 주요 육류 생산량〉

(단위: 만 톤)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
돼지고기	5,426	5,452	5,404	4,255	4,113
소고기	617	635	644	667	672
양고기	460	471	475	448	492
가금육	1,826	1,897	1,994	2,239	2,361

※출처: 중국 국가통계국 통계공보(统计公报)

- 주요 5대 지역의 생산량을 보면 돼지고기, 소고기, 양고기, 가금육 각각 37.4%, 42%, 54.7%, 43.3%로 중국 전역에 걸쳐 생산되고 있음

〈표 4: 2019년 육류 5대 생산 지역 및 생산 비율〉

(단위: %)

구분		5대 생산 지역 및 생산 비율				
돼지고기	생산지역	쓰촨	후난	허난	윈난	산둥
	단위	8.3	8.2	8.1	6.8	6.0
소고기	생산지역	산둥	네이멍구	허베이	헤이룽장	신장
	단위	10.8	9.4	8.5	6.7	6.6
양고기	생산지역	네이멍구	신장	산둥	허베이	허난
	단위	22.5	12.4	7.6	6.4	5.8
가금육	생산지역	산둥	광둥	안후이	광시	푸젠
	단위	14.4	7.8	7.5	7.3	6.3

※출처: 성(省)별 통계연감(统计年鉴)

나. 농식품 수출입현황

1) 농식품 수출입 규모 및 시사점

전체 수출입현황

○ 중국 농식품 수출입 규모 경신 중

- 중국은 세계에서 가장 큰 농식품 수입국으로 2020년 기준 전 세계 수입교역액의 11.3% 차지
- 2020년 총 수출입액 2,468억 달러(수입액 1,708억 달러, 수출액 760억 달러)

전년대비 7% 증가 (수입 13%증가, 수출 4%감소)

- 농식품 수입이 수출보다 빠르게 증가하면서 적자폭이 확대되어 2020년 말 기준 948억 달러의 무역수지 적자를 기록함
- 수산물을 제외한 농식품의 2020년 총 수출입 규모는 2,237억 달러(수입액 1,584억 달러(전년대비 260억 달러 증가), 수출액 653억 달러(전년대비 63억 달러 증가)로 수출입 전체 교역량은 지난5년간 지속 증가추세
- 육류, 식용유 및 기름 종자(Oil Seed)의 수입 비중이 총50.4%로 (각각 17.6%, 6.6%, 26.2%)로 높으며, 채소, 과일, 수산물의 노동 밀집 형 농수산물 수출 비중이 총33.4%에 달함 (각각 10%, 9.3%, 14.1%)

〈표 5: 2016~2020년 중국 농식품 수출입규모〉

(단위 : 억 달러)

연도	2016	2017	2018	2019	2020
수출액	730	755	805	791	760
수입액	1,116	1,259	1,373	1,510	1,708
무역수지	△386	△504	△568	△719	△948

※출처: 중국 농업부, 해관총서

〈표 6: 2016~2020년 중국 농식품 수출입실적 동향(수산 제외)〉

(단위: 억 달러)

연도	2016	2017	2018	2019	2020
수출입 금액	1,545	1,689	1,796	1,915	2,237

※출처: 중국 농업부, 해관총서

□ 국가별 수출입현황

○ 주요 수출국 및 수입국

- 주요 농식품 수출국(및 지역): 일본, 홍콩, 미국, 베트남, 한국 순. 일본은 가장 큰 농수산물 수출국으로 96.4억 달러 기록, 전체 수출액의 12.7% 차지. 한국은 5위 수출국으로 48.6억 달러에 6.4%.
- 주요 농식품 수입국: 브라질, 미국, 호주, 뉴질랜드, 태국 순. 브라질 수입 규모는 수입액 352.7억 달러, 비중 20.7%를 차지, 전년대비 21% 높은 증가율을 기록하며

2019년에 이어 전체 수입국 중 최대 수입국

<표 7: 2020년 중국 농식품 주요 국가별 수출입실적>

(단위: 억 달러, %)

농식품 주요 수입국		
국가	수입액	비중
브라질	352.7	20.7
미국	237.2	13.9
호주	94.7	5.5
뉴질랜드	89.8	5.3
태국	77.9	4.6
캐나다	72.2	4.2
아르헨티나	62.6	3.7
인도네시아	58.0	3.4
프랑스	50.7	3.0
러시아	40.9	2.4

농식품 주요 수출국		
국가	수출액	비중
일본	96.4	12.7
홍콩	88.1	11.6
미국	64.5	8.5
베트남	54.9	7.2
한국	48.6	6.4
태국	42.8	5.6
말레이시아	35.0	4.6
인도네시아	23.3	3.1
필리핀	23.1	3.0
대만	21.0	2.8

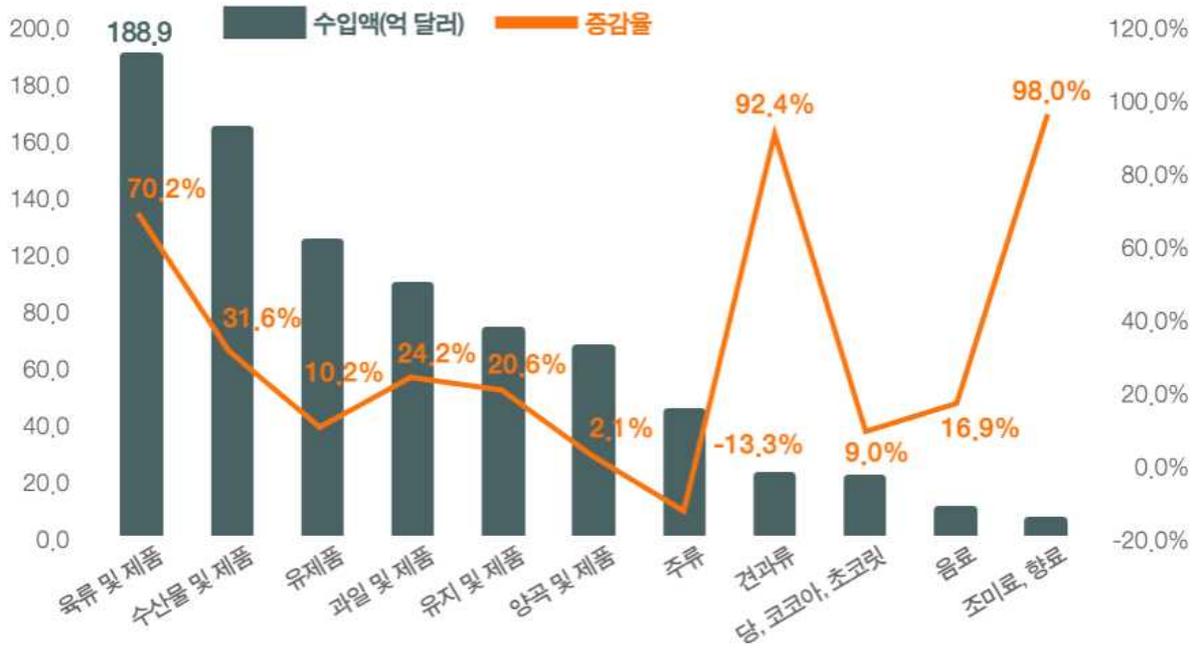
※출처: 중국 농업부, 해관총서

□ 품목별 수출입현황

○ 주요 수입품목

- 2019년 중국 10대 수입식품 품목은 육류 및 제품, 수산물 및 제품, 유제품류, 과일 관련 제품, 유지(油脂) 및 유류(油料), 양곡 관련 제품, 주류, 견과류, 당류, 음료류, 조미료, 향료 임
- 수입액 규모가 100억 달러가 넘는 3대 품목은 육류, 수산물과 유제품
- 전년대비 수입규모 증가율이 가장 높은 3대 품목은 조미료 및 향료, 견과류, 육류로 각 증가율이 98%, 92.4%, 70.2%에 달함

<그림 4: 2019년 주요 품목별 수입 규모>



※출처: 중국식품토축수출입상회<2020년중국수입식품업계보고> 2020.11.6

○ 유제품

- 2020년 유제품 수입량은 328.1만 톤으로 전년 대비 10.4% 증가했으며, 수입액은 117.2억 달러로 5.3% 성장함. 수출은 코로나19영향으로 일시적 감소

<표 8: 2019~2020년 중국 유제품 수출입 현황>

(단위: 만 톤, 억 달러, %)

연도	수입				수출			
	물량	성장률	금액	성장률	물량	성장률	금액	성장률
2019	297.2	12.6	111.3	10.6	5.5	1.8	4.41	18.7
2020	328.1	10.4	117.2	5.3	4.3	△21.1	2.2	△49.0

※출처: 중국 유업(奶业)무역 월간보고

- 유제품 중 건조 유제품 수입량 및 수입액은 220.9만 톤, 103.5억 달러로 동기 대비 각각 7.8%, 3.8% 성장
 - 3대 건조 유제품 수입 품목은 ①조제분유, ②유청, ③영유아 분유로 전년 대비 각각 5.3%, 34.5%, △2.4% 성장함

〈표 9: 2020년 주요 유제품 수입 현황〉

(단위: 만 톤, 억 달러, %)

구분	수입량	성장률	수입액	성장률
조제분유	98	△3.5	33	5.3
영유아 분유	34	△2.8	51	△2.4
유청	62	38	8	34.5
포장우유	104	16.7	13.1	18.9
치즈	13	12.4	6	13.0

※출처: 중국 유업(奶业)무역 월간보고

- 출산율 감소영향으로 영유아 분유 수입액 성장 둔화 추세
- 2020년 중국 영유아 분유 수입량 및 수입액은 각각 34만 톤, 51억 달러로 2016~2020년 CAGR은 각각 11.1%, 13.8%임
- 2017년까지 수입산 영유아 분유의 수입액이 고속 성장세가 지속되던 추세에서 2018년 이후부터 성장세가 둔화
- 중연왕(中研网)의 2021년 5월 11일 보도에 따르면, 중연보화(中研普华)에서 발표한 <2020-2025중국영유아분유업계심도연구및투자배경예측연구보고>에서 중국 영유아 분유 수입액 감소에 영향을 미친 주요 원인으로 신생아출산율이 2016년 이후 지속 하락추세인 점을 지목. 중국의 신생아 출산 수는 2016년 1,786만 명, 2019년 1,465만 명, 2020년은 1,200만 명으로 조사됨
- 중국 5대 영유아 분유 수입국은 네덜란드, 뉴질랜드, 아일랜드, 프랑스, 독일이며, 주요 5개국의 수입 규모는 전체 시장 중 85% 점유

〈표 10: 2016~2020년 중국 영유아 분유 수출입 현황〉

(단위: 만 톤, 억 달러, %)

	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
수입량	23	30	33	36	35	11.1
수입액	31	41	49	53	52	13.8
수출량	0.2	0.5	1.5	1.9	0.7	36.8
수출액	0.3	0.7	3.0	3.9	2.9	56.5

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

〈표 11: 2020년 중국 영유아 분유 상위 5개 수입국〉

(단위: 만 톤, 억 달러, %)

순위	수입국	물량	금액	점유율
1	네덜란드	12.0	17.8	34.1
2	뉴질랜드	7.2	13.1	25.1
3	아일랜드	4.2	6.3	12.0
4	프랑스	3.8	3.7	7.0
5	독일	2.4	3.7	7.1

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

- 중국 유제품 시장은 코로나19를 겪으며 소비자가 건강에 대한 관심이 더욱 커지며 프리미엄류 소비수요가 빠르게 성장
- 우유는 중국 국내 제품의 품질이 지속적으로 개선되고 있으나, 품질에 대한 신뢰도 기대수준 및 프리미엄급 제품수요가 증가하며 해외에서 생산된 우수한 품질의 수입 우유의 수요가 지속 증가
- 요거트의 수입량은 정채추세이나 최근 건강에 대한 관심증가와 함께 내수 요거트 시장이 빠른 성장을 보이며 국내 브랜드와의 차별적 경쟁력을 갖춘 프리미엄 수입 요거트의 성장기회가 증가

〈표 12: 우유, 요거트 2018~2020년 수입현황〉

(단위: 만 톤, 만 달러)

구분	2018년		2019년		2020년	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
우유	67.3	91,259	89.1	110,145	104.0	130,878
요거트	3.1	6,072	3.4	5,883	3.2	5,788

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

<표 13: 우유, 요거트 2018~2020년 수출현황>

(단위: 만 톤, 만 달러)

구분	2018년		2019년		2020년	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
우유	2.7	2,504	2.5	2,128	2.5	2,205
요거트	0.3	603	0.3	883	0.4	1,053

○ 즉석식품

- 배달음식 시장의 급성장으로 위축되었던 중국 라면 시장이 프리미엄 시장 활성화로 회복됨에 따라 라면 수입량이 증가하고 있으며, 2020년은 코로나 19로 외식소비의 위축 영향으로 즉석식품의 소비가 증가하며 수입량과 수입액은 각각 7.9만 톤, 23,941만 달러로 동기대비 17.9%, 14.2%성장하며, 2016~2020년 CAGR 19.3%, 18.9%로 빠르게 성장함

<표 14: 2016~2020년 중국 라면 수출입 현황>

(단위: 만 톤, 만 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
수입량	3.9	6.0	5.6	6.7	7.9	19.3%
수입액	11,991	18,078	18,391	20,950	23,941	18.9%
수출량	15.3	15.8	16.1	16.8	19.1	5.7%
수출액	24,411	25,552	27,606	27,693	32,221	7.2%

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

- 2020년 주요 수입 상위 5개국: 한국, 홍콩, 대만, 인도네시아, 일본
 - 한국은 중국 최대 라면 수입국으로 2020년 62.6%의 점유율로 2위와 큰 격차를 벌이며 25.2만 톤, 14,994만 달러를 수입했으며, 상위 5개국의 수입 규모는 전체 시장의 92%를 점함

〈표 15: 2020년 중국 라면 상위 5개 수입국〉

(단위: 만 톤, 만 달러, %)

순위	수입국	물량	금액	점유율
1	한국	5.2	14,994	62.6
2	홍콩	0.8	2,524	10.5
3	대만	0.4	1,866	7.8
4	인도네시아	0.6	1,531	6.4
5	일본	0.2	1,139	4.8

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

○ 조미료

- 2020년 중국 조미료 수출물량 및 금액은 수입 규모 대비 각각 10배, 7배 큼
- 2020년 중국 조미료 제품의 주요 수입국은 한국, 일본, 태국, 대만, 미국 순이며 연도마다 순위의 변동이 있음
- 한국은 중국 최대 조미료 수입국으로 2020년 수입액은 전년대비 44% 증가했으며, 점유율은 전체 수입시장의 21%에 달함
- 중국의 대일본 조미료 수입액은 지난 5년 간 연평균 18.4% 증가해 2020년에는 조미료 수입국 순위 2위에 오름.

〈표 16: 2016~2020년 중국 조미료 수출입 현황〉

(단위: 만 톤, 만 달러)

	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
수입량	6.34	6.4	7.2	8.4	8.9	8.8
수입액	14,784	15,716	17,488	19,575	21,764	10.2
수출량	60.5	75.8	81.6	72.4	89.3	10.2
수출액	92,828	107,316	121,306	130,027	157,830	14.2

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

〈표 17: 2020년 중국 조미료 상위 5개 수입국〉

(단위: 만 톤, 만 달러)

순위	수입국	물량	금액	점유율
1	한국	2.8	4,550	20.9
2	일본	0.8	2,543	11.7
3	태국	1.1	2,406	11.1
4	대만	0.8	2,116	9.7
5	미국	0.5	1,459	6.7

※출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

2) 對 한국 농식품 수출입현황 등 (최근 5개년 통계치 포함)

- 2020년 중국 농림축산식품 수출물량 65.6만 톤, 금액은 113,810만 달러로 전년 대비 각각 21.8%하락, 2.9% 증가
 - 코로나19의 유행의 영향으로 경제위축과 자원이동의 제한조치로 일시적 수출규모의 정체 및 감소 현상 발생
 - 특히, 축산물과 임산물의 수출물량이 전년대비 각각 26.5%, 52.2% 감소, 금액은 각각 18.9%, 18.2%로 감소

〈표 18: 對 중국 농림축산식품 수출물량〉

(단위: 만 톤, %)

구분	2016	2017	2018	2019(A)	2020(B)	증감률(B/A)
농산물	45.9	44.7	49.9	53.7	50.3	△6.3
축산물	2.9	2.7	2.6	3.4	2.5	△26.5
임산물	46.0	35.8	48.9	26.8	12.8	△52.2
합계	94.8	83.2	101.4	83.9	65.6	△21.8

※출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

<표 19: 對 중국 농림축산식품 수출금액>

(단위: 만 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019(A)	2020(B)	증감률(B/A)
농산물	80,965	74,395	82,329	87,893	95,333	8.5
축산물	18,946	13,263	14,744	14,127	11,464	△18.9
임산물	9,788	10,979	14,016	8,578	7,013	△18.2
합계	109,699	98,637	111,089	110,598	113,810	2.9

※출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 對 중국 수출 상위 품목

- 코로나19로 비대면 생활환경속 집에 머무는 시간이 늘며 소비 업그레이드로 품질 향상 욕구증가에 맞춘 가정 간편식 수요가 증가하며 가공 식품류의 수출이 증가
 - (라면) 2018년 이후 중국 라면 시장은 웰빙 추구, 품질 향상의 소비추세에 대응하여 건강, 영양을 강조한 ‘프리미엄 라면’ 신제품 증가로 시장이 성장추세를 지속하는 가운데 코로나19 영향으로 온라인 플랫폼의 매출규모가 급증하며 한국 수입 라면의 소비량도 급증
 - (맥주) 코로나19로 음식점영업정지 및 외식기회의 감소로 중국 맥주시장 수요가 일시적 감소하며 2020년 대중수출금액도 전년대비 73% 감소해 타 주류 품목 대비 가장 큰 폭으로 감소함. 다른 한편 기성 맥주와 차별화된 프리미엄 수제맥주가 구매력 높은 젊은 층을 중심으로 온라인 앱을 통해 수요가 증가하며 전문 브랜드가 늘어나며 새로운 기회 시장을 형성 함

<표 20: 2018~2020년 對 중국 수출상위 5개 품목>

(단위: 천 달러)

순위	2018		2019		2020	
	품목	수출액	품목	수출액	품목	수출액
1	혼합조제 식료품	103,277	라면	124,434	라면	149,096
2	라면	93,292	김	112,246	혼합조제 식료품	130,660
3	맥주	84,132	혼합조제 식료품	88,044	김	100,868
4	김	84,001	맥주	83,058	자당	81,876
5	설탕	80,681	조제분유	73,774	조제분유	62,050

※출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

<표 21: 2019~2020년 對 중국 한국 주류별 수출현황>

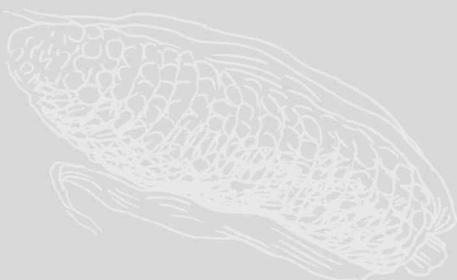
(단위: 천 리터, 천 달러)

품목	2019			2020		
	수출량	수출액	단가	수출량	수출액	단가
맥주	109,133	83,058	0.76	27,982	21,160	0.76
소주	6,286	9,023	1.43	6,306	9,335	1.48
미주	1,588	1,353	0.85	1,513	1,303	0.86
청주	181	336	1.86	130	241	1.85
과실주	58	167	2.88	41	140	3.41
기타	611	611	1.00	897	911	1.02

※출처: KATI농식품수출정보(www.kati.net), 관세법령정보포털

가. 시장 개요
나. 소비 트렌드

농식품 시장 개황



3. 농식품 시장 개황

가. 시장개요

1) 소비시장규모

- 중국은 세계 최대 농식품 시장으로 식품공업 산업은 2차 산업의 중요 역할
 - 2019년 중국 식품 공업 산업 매출규모는 전년 대비 0.3% 성장한 8.2조 위안이며, 외자기업은 전년대비 5.4% 감소한 1.7조 위안으로 전체 시장의 20.1% 차지
 - 농식품 산업의 세부 업종별 매출액과 비중을 살펴보면, 2019년 기준 식품가공업이 47,413억 위안(57.6%), 식품제조업 19,571억 위안(23.7%), 음료제조업 15,336억 위안(18.6%) 순으로 나타남
 - 규모이상³⁾ 식품 공업 기업 수는 35,063개(담배회사 불포함)에 달함
 - 최근 3년간 중국 소비자의 다양한 수요충족을 위한 식품산업 발전으로 가공 수준이 낮은 농부식품 가공업의 매출 비중보다 가공 수준이 높은 식품제조업 위주의 매출 비중이 높게 증가

〈표 22: 2017~2019년 중국 농식품산업 업종별 매출액 현황〉

구분	단위	2017	2018	2019	성장율(19)
농업 부산물 가공업	억 위안	59894.4	47758.3	47412.6	△0.7%
외자기업	억 위안	9013.4	8643.4	7747.7	△10.4%
외자기업 비중	%	15.0	18.1	16.3	
식품 제조업	억 위안	22140.9	18679.8	19510.7	4.4%
외자기업	억 위안	5393.3	5231.3	5710.7	9.2%
외자기업 비중	%	24.4	28.0	29.3	
음료, 주류, 차 제조	억 위안	17096.2	15534.9	15336.1	△1.3%
외자기업	억 위안	3714.7	3630.6	3103.7	△14.5%
외자기업 비중	%	21.7	23.4	20.2	

※출처: 중국 국가통계국 통계연감(统计年鉴)

3) 규모이상: 중국 식품공업 및 식품가공시장은 중·대형 기업이 시장을 주도하며, 일반적으로 ‘연간 매출액 2,000만 위안 이상의 중·대형 기업’의 매출액등을 기준으로 삼음

2) 시장 특성

- 중국 식품공업 분야는 중·대형 기업이 시장을 주도하나, 2019년 기준 100대 기업의 매출액은 1.4조 위안 및 시장점유율이 17.3%로 기업 집중도가 낮고 경쟁이 치열함
 - 2019년 중·대형 식품 공업기업 총 35,063곳 중
 - 농업 부산물(农副食品) 식품가공기업이 21,346곳, 식품 제조기업 8,043곳, 음료, 주류 및 차 제조기업 5,674곳으로 나타남
 - FBIF(Food and Beverage Innovation Forum)이 발표한 식품공업 100대 기업 중 상위 5개 기업 매출 규모는 약 4,101억 위안에 달함

〈표 23: 2019년 중국 식품공업 매출 상위 10대 기업〉

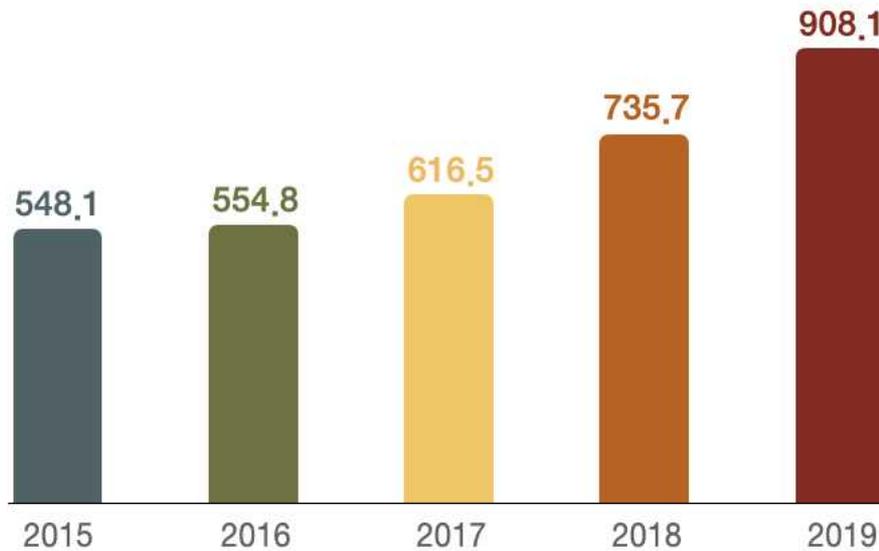
순위	기업명	주요 제품	연 매출 (억 위안)
1	이리(伊利)	유제품	895
2	완저우귀지(万洲国际)	육류 가공품	863
3	구이저우마오타이(贵州茅台)	백주	854
4	멍뉴(蒙牛)	유제품	790
5	중궈량유(中国粮油)	식용류	('18 년) 699
6	캉스푸(康师傅)	인스턴트 가공식품	609
7	와하하(娃哈哈)	음료	('18 년) 469
8	우량예(五粮液)	백주	463
9	후이푸량유(汇福粮油)	식용유	('18 년) 395
10	지우삼양유(九三粮油)	식용유	('18 년) 372

※출처: FBIF(Food and Beverage Innovation Forum)

- 수입식품 수요 증가세
 - 중국인의 생활수준 향상 및 소비 고급화 추세로 인해, 수입식품 수요 증가 추세
 - 2019년 중국은 189개 국가(지역)로부터 전년 대비 23.4% 증가한 총 908.1억 달러 규모의 식품 수입

<그림 5: 2015~2019년 중국 식품 수입현황>

(단위: 억 달러)



※출처: 중국 해관총서(海關總署), 중국식품토축수출입상회<2020년중국수입식품업체보고>

나. 소비 트렌드

1) 건강중시 수요 증대 및 세분화

- 2020년 10월 시장조사기관 입소스(IPSOS) 《2020년식품음료트렌드》 조사에 따르면, 건강을 이전 보다 더 중시한다고 대답한 응답자가 84%로 불과 2년 전 2018년의 71%보다 13pp의 큰 폭의 증가추세를 보임. 2020년 중국의 인당 가처분소득이 3만2189위안에 달하며 중산층이 커지고 소비자의 생활수준이 높아짐에 따라 식품 안전성은 기본욕구로서 중시하며 건강관리에 도움이 되는 식품을 적극적으로 찾는 소비 욕구가 높아지며 각 연령층별 건강수요가 세분화 증가 추세
- 영유아 식품은 중국 소비자들이 최근까지도 안전성을 최고로 중시하는 품목임
 - 2020년까지도 유아용 가짜분유 사건이 발생하여 피해가 이어지기 때문에 유아 식품의 소비자들은 식품안전에 더욱 주의하고 영양/기능에 검증된 제품을 구입함
 - 2021년 3월 iResearch에서 발표한 조사 자료에 따르면 영유아 식품 구매 시 영양/기능과 안전성에 대한 신뢰성 고려가 가장 높으며 특히, 1-2선 도시의 80% 이상의 소비자는 중국산 분유보다 수입제품을 구매하겠다고 응답함
 - 또한, 영유아 분유 식품안전사고 빈발로 중국 정부의 영유아 조제분유에 대한

규제가 강화되어 안전성 및 품질수준의 지속 개선 요구가 증가

- 이에 따라, 수입제품에 대한 수요는 지속 증가되고 있으며, 최근 2021년 상반기 기준 수입분유 제품 중 약 60%가 네덜란드와 뉴질랜드산으로 유럽 및 뉴질랜드 수입 제품의 시장 점유율 지속 확대 중
- ‘저당/저염/저칼로리 선호 트렌드’와 함께 면역력 강화에 도움을 주는 식품에 소비자 관심과 선호도 상승 추세
 - 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 중국의 2015년~2020년 5년간 연평균 무가당/저당 식품 판매량이 12% 증가했으며, 저당 차, 탄산수, 음료수 등 다양한 저당 제품이 물대신 가벼운 음료를 선호하는 젊은 소비층에게 히트 상품으로 부상
 - 중국은 영유아 식품 시장뿐 아니라 노년층의 노령화, 청년 및 장년층의 업무 스트레스 증가로 목표 고객별 목적성에 맞는 면역력 강화 요구에 맞는 다양한 제품 증가 추세
 - 2020년 12월 Kantar 월드패널의 코로나19 전후기간 2019년과 2020년의 상반기를 비교한 소비자 건강의식변화 설문조사에 따르면, 건강한 식품섭취를 늘리겠다는 60%이상, 면역력증진에 관심을 늘리겠다고 90%이상으로 조사되어, 영양균형과 면역력 강화를 위한 식품시장규모의 지속 성장이 예상됨

2) 수입식품 소비 보편화

□ 수입식품 소비규모 지속증가

- 중국 정부의 수입확대 개방 정책 수혜, 신선식품 냉장유통규모 확충을 포함한 농식품 유통 채널 효율성 및 전자상거래 발전으로 구매 편리성 제고와 소비자 구매력 증가 등의 복합적 요인으로 수입식품의 안전성과 품질유지가 개선되며 2015~2019년 수입식품 시장이 CAGR 9.2%로 지속 성장
- 2019년 iResearch에서 진행한 설문조사 결과에 따르면, 수입식품의 구매빈도가 매주1회 이상으로 대답한 응답자가 45.7%로 수입식품의 중국 중산층 일상생활 소비품으로 보편화
- 일상에서 가장 자주 소비되는 보편적인 수입제품은 유제품과 과일이며 2019년 기준 유제품은 수입액이 전년 대비 10.2% 증가했으며, 과일은 24% 증가함

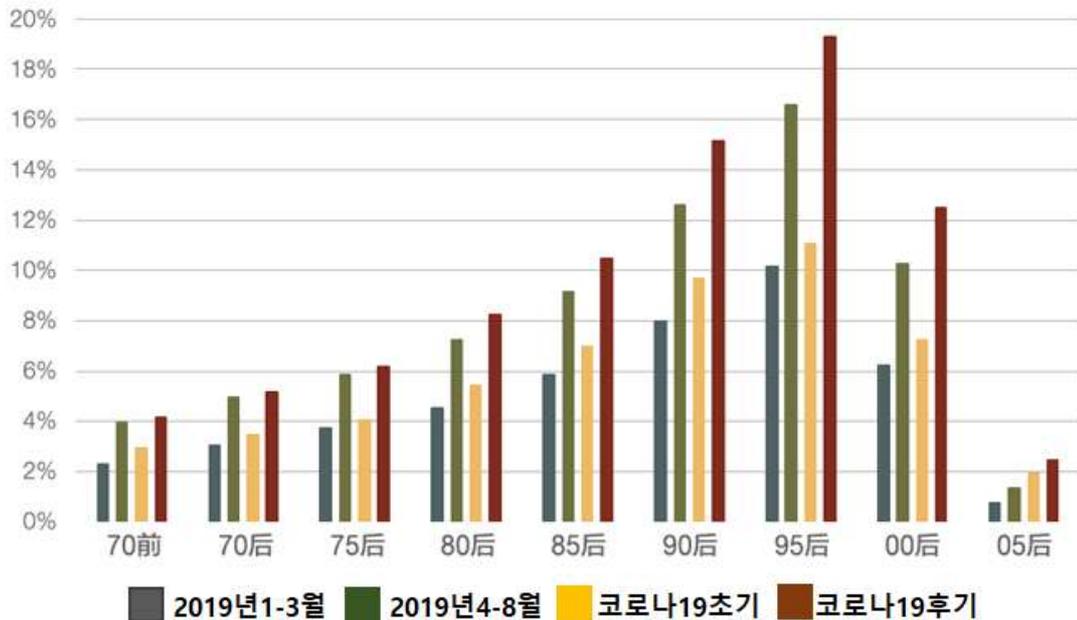
□ 수입식품 주요 소비층 주링허우(90后: 90년대 이후 출생한 세대)이후 세대로 이동

- 텐마오귀지 발표에 따르면 최근 온라인을 통한 수입식품을 접하는 기회가 증가하며 최근 수입품 주요 소비자군 순위가 95허우, 90허우, 00허우, 85허우의 순서로 20-30대의 젊은 MZ세대가 수입품 소비의 주류층으로 이동 중이며

2019년 닐슨조사에 따르면, 90허우~00허우의 인구수는 3.2억에 달하며, 이는 전체 중국 인구의 23%를 차지함.

- 허마盒马와 Roland berger(罗兰贝格) 공동 조사한 <2021년 중국식품업계백서>에 따르면 중국 소비자는 수입식품을 구매할 때 이전에는 식품 안전을 중시하며, 원산지, 브랜드 지명도, 가격 등을 고려했다면, 최근은 품질에 대한 기대요구가 보다 높아지며 단순 가격보다 구체적 품질정보 및 브랜드스토리 이해를 통해 상품의 가치를 이성적으로 판단하며 구매하는 추세로 변화

<그림 6: 2019-2020 중국 수입품 연령층별 소비자수 비중 변화>



※출처: 티몰글로벌(天猫国际)

3) 1인 가구 및 편의식품 증가

□ 소용량 편의식품소비 수요 증가 추세

- 중국의 1인 가구는 지속성장세에 있으며 2018년 7,700만 가구를 초과. 중국 민정국 발표에 따르면 2021년은 9,200만에 다다를 것으로 예측됨.
- 1인 가구증가에 따라 ‘1인 간편식’ 수요의 지속 증가와 더불어 중국의 도시화가 2019년 60.6%까지 다다르며 바쁜 도시형 생활에 편의추구 신규수요가 증가추세. 맞벌이부부의 ‘간편 가정식’, 직장 야근문화로 ‘야식’, 대학생들의 기숙사 ‘간편 대용식’등의 신규 수요가 증가하며 편리성에 맛과 건강을 모두 충족시키는 소용량 포장 제품의 판매가 지속 증가
- 코로나 19영향 비대면 생활 증가로 전 연령층에서 소용량 포장제품이 많은 간편식 수요가 급증하며 편리추구 트렌드를 촉진함. CBNDATA가 발표한 <2021년 간편식업계통찰보고>에 따르면 2020년 간편식 시장규모는 2,500억 위안을

초과했으며 전년대비 약70% 증가한 것으로 나타남.

- 음료업계도 편의와 휴대가 편리한 소형포장 수요가 증가하며 코카콜라, 로컬 브랜드 웬치선린(元气森林)등 인기 음료브랜드들의 소형포장 판매가 증가. 2020년 민텔 Minntel GNPD 통계에 따르면, 200ml이하 소용량 포장 음료의 판매 성장율은 2016년 19%에서 2020년 27%로 급성장 함.

4) 로컬브랜드의 부상

- 보스턴 컨설팅 <중국 소비자의 외국 및 로컬 브랜드 선호도 조사>에 따르면, 외국 및 로컬 브랜드 선호 비율은 각각 51%, 49%로 나타나며 로컬 브랜드의 입지가 강화추세를 보임. 로컬브랜드의 선호 요인은 젊은 층 현지 소비자 입맛에 맞는 참신한 맛과 함께 중국 지역특산 제품의 업그레이드 및 중국 전통과 역사 코드 등 복고풍 트렌드를 결합한 제품들이 출시되며, 중국의 급성장시기를 경험하며 성장한 중국 젊은 MZ세대 소비자에게 귀차오 트렌드를 불러 일으 키며 큰 호응을 받고 있음.
 - 티몰데이터 조사에 따르면, 2020년 복고풍 음료의 성장율은 50%로 높게 나타남. 대표제품으로 북경지역 음료브랜드 베이빙양(北冰洋), 충칭지역의 텐후콜라(天府可乐) 그리고 텐진의 산하이판 탄산음료(山海汽水)등
 - 식품소비 수요의 다양화로 지역 특색제품이 각광받으며 티몰데이터 조사에 따르면, 지역특색제품군은 2020년 매월 100%~300%로 고속 성장추세를 보임. 대표제품으로 충칭소면 라라이주의(辣来主义), 광시우렁이국수 튀쓰편 브랜드 리즈치(李子柒)등
 - 이외 중국 소비자 입맛에 맞춘 과일계열 탄산음료, 매실맛 저알콜주류 및 새로운 맛 종류의 과자류가 증가추세

5) 온라인 소비 지속 고성장

- 코로나 19의 비대면 생활로 소비자의 온라인채널 구매경험이 급증하며 기존 오프라인 채널의 온라인사업 확대와 O2O 채널이 지속 발전. 칸타르 Kantar <2021년 중국구매자보고서>에 따르면, 2020년 전자상거래 매출은 31% 고속 성장을 지속
 - 2020년에도 식품품목의 전자상거래 침투율이 지속 증가되고, 비대면 생활환경으로 O2O 채널을 크게 발전시켜 2020년 O2O채널의 소비재 매출이 50% 이상 급증하여 O2O는 소비자의 구매경로 선택 1순위가 되었고, 코로나로 인한 단기적 영향을 넘어서 중국 소비자의 주요 채널로서 구매습관이 되고 있음.

가. 농식품 유통구조 및 특징
나. 주요 유통채널 현황

유통 현황

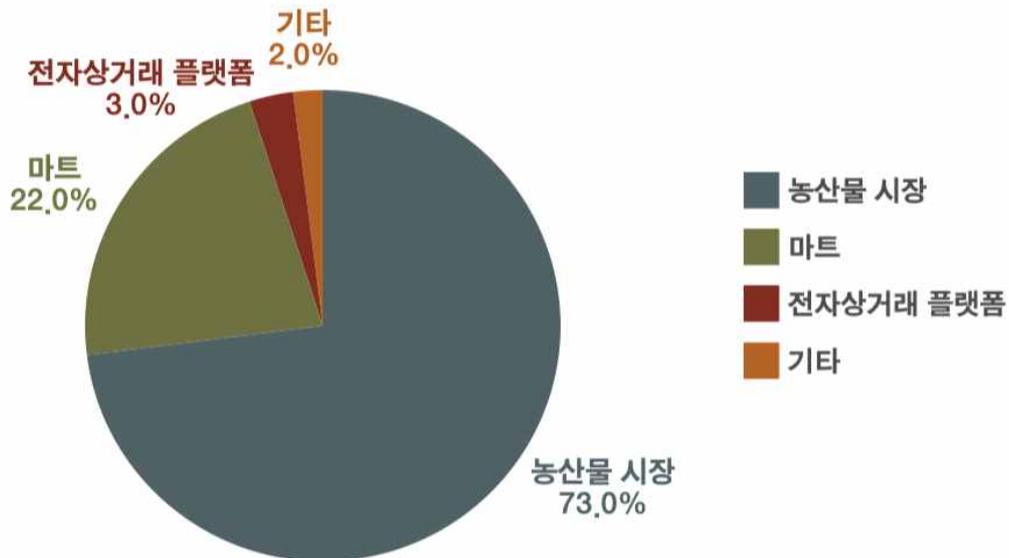


4. 유통 현황

가. 농식품 유통구조 및 특징

- 중국 농수산물 유통은 크게 ① 농산물시장(农产品市场), ② 마트 ③ 전자상거래 플랫폼으로 구성
- 중국소비자는 주로 거주지 주변의 농산물시장이나 생활밀착형 마트에서 농식품을 구매하며, 농산물시장은 중국 신선 농산물, 육류 및 수산물 등의 주요 판매 채널로 전체 유통 채널 중 약 73% 차지

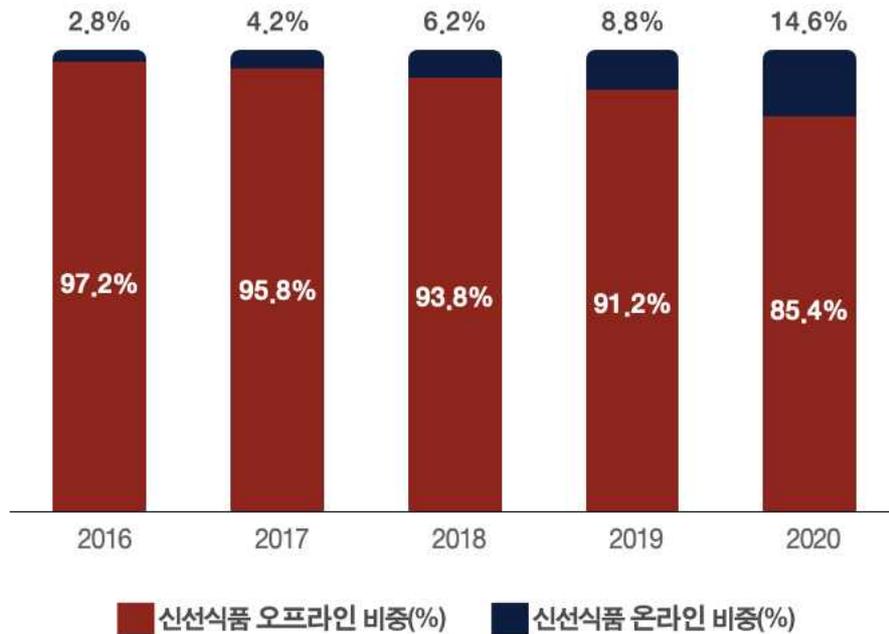
<그림 7: 2020년 중국 농수산물 유통 채널 비중>



※출처: Euromonitor, 국태君安증권연구(国泰君安证券研究)

- 2021년 iResearch 조사에 따르면 중국 신선 농산물, 육류 및 수산물 등의 가장 비중이 높은 판매 채널은 오프라인 유통채널이며 2020년 소비비중이 전체소비의 85.4%의 높은 수치를 나타내나 최근 5년간 감소추세이고 온라인채널은 O2O소비방식의 보편화와 즉시배송 및 산지직송 등 품질관리 대한 서비스가 강화되면서 2020년 유통비중은 전년대비 5.8pp 증가한 14.6%로 증가하며 최근5년 빠른 증가 추세.

<그림 8: 2016-2020년 중국 농수산물 신선식품 온/오프라인 유통 채널 비중>



※출처: iResearch

나. 주요 유통채널 현황

□ 농산물시장(农产品市场)

- 농산물시장에서는 신선 농산물, 육류, 차류, 조미료, 수산물을 비롯한 기타 가공품을 모두 취급하며 도매 및 소매 방식으로 판매 진행
- 농산물시장은 크게 ① 종합형 농산물시장과, ② 전문형 농산물시장 두 종류로 구분. 종합형 농산물시장은 거래되는 농식품의 부류가 3종류 이상인 경우를 말하고, 전문형 거래시장은 2종류 이하인 것을 가리킴
- 중국 농산물시장은 식품, 농산물, 축산물, 수산물 등 농업 부산물(农副产品) 모두 거래하며, 2020년 상무부에서 발표한 자료에 따르면 중국 전역에 걸쳐 4.4만 개가 있음
- 중국 국가통계국에 따르면, 2019년 말 기준 중국 내 총 4,100개 대형 농산물시장이 있으며, 한 해 거래 규모 1억 위안 이상인 농산물시장 수는 1,430개로 총 거래 규모는 3.3조 위안에 달함
- 농산물 도매시장 거래액은 전년 대비 6.4% 증가한 5.7조 위안에 도달하였으며, 거래량은 9.6억 톤으로 전년 대비 5.2% 성장

〈표 24: 2019년 중국 농산물시장 발전 현황〉

구분	비고	
대형 농산물시장	약 4,500개	• 거래 규모: 5.7조 위안
(연간 거래액 1억 위안 이상) 농산물시장	1,430개	• 거래 규모: 3.3조 위안
종합형	634개 (44%)	• 거래 규모: 1.3조 위안
전문형	796개 (56%)	• 거래 규모: 2.0조 위안

※출처: 중국 국가통계국(国家统计局), 전국도시농업무역중심연합회(全国城市农贸中心联合会)

- 전국도시농업무역중심연합회(全国城市农贸中心联合会)에서 발표한 <전국 10대 농산물 시장>에 따르면, 각 권역별 주요 농산물 시장에서 전국적 공급이 이루어짐

〈표 25. 중국 10대 농산물 시장〉

단위 : 억 위안

농산물 시장 명	거래액 (2020년 기준)
산둥썬우광야채도매시장 山东寿光蔬菜批发市场	('18년) 56
베이징신파티농산물도매시장 北京新发地农产品批发市场	1,006
광저우장난과채도매시장 广州江南果菜批发市场	260
저장진화농산물도매시장 浙江金华农产品批发市场	('15년) 88
칭다오청양야채수산물도매시장 青岛城阳蔬菜水产品批发市场	243
선전부지농산물도매시장 深圳布吉农产品批发市场	76
장사홍성농부산물대시장 长沙红星农副产品大市场	('19년) 345
난징농부산물물류중심 南京农副产品物流中心	659
허페이웨이상청농부산물도매시장 合肥微商城农副产品批发市场	N/A
난방국제수산교역중심 南方国际水产交易中心	N/A

※출처: 전국도시농업무역중심연합회(全国城市农贸中心联合会), 각 농산물 시장 홈페이지

□ 마트

- 마트는 면적 및 계산대에 따라 대형마트, 슈퍼마켓, 백화점, 편의점으로 구성되며, 중국 국가통계국에 따르면, 2019년 점포수와 구매액은 67,480개, 1조73억 위안으로 전년 동기 대비 각각 0.4%, 1.5% 소폭 감소함. 최근 편의추구 소비 트렌드 영향력이 커지며 마트유형 중 편의점이 전년대비 9%로 비교적 높은 증가추세

<표 26: 2019년 주요 유통채널 현황>

구분	점포 수	직원 수	총 구매액
	개	만 명	억 위안
대형마트	5,341	48	4,156
슈퍼마켓	26,927	39	3,108
백화점	4,148	20	2,980
편의점	31,064	10	489

※출처: 중국 국가통계국(国家统计局)

- CCFA의 <2021년 중국 마트 100대 순위>에 따르면, 상위권 10위내 마트는 전체시장의 60%이상을 차지하며, 코로나19 영향임에도 불구하고 전년동기 대비 4.4%를 성장하였다. 10대 마트중 두자릿수 성장률을 보인 2위 용후이(永辉)는 신선제품 위주의 판매 운영을 하여 전년대비 12.2%로 차지함, 5위인 우메이(物美)는 온라인플랫폼과 전략제휴하여 전년대비 55.1%로 대폭 성장 함.

<표 27: 2020년 10대 마트>

순위	마트명	매출액	성장율	점포수
		억 위안	%	개
1	따룬파/오상 大润发/欧尚	1,060	0.1	490
2	용후이 永辉	1,045	12.2	1,172
3	화룬완자/화룬쭈귀 华润万家/华润苏果	878	△7.6	3,261
4	월마트 沃尔玛	874	6.2	429
5	우메이/메트로 物美/麦德龙	588	55.1	627
6	스지리엔화/리엔화/화리엔世纪联华/联华/华联	568	4.0	3,192
7	자자웨이 家家悦	279	9.3	868
8	까르푸 家乐福	273	△12.6	228
9	부부가오 步步高	245	0.8	377
10	쑹바이 中百	237	△15.3	898

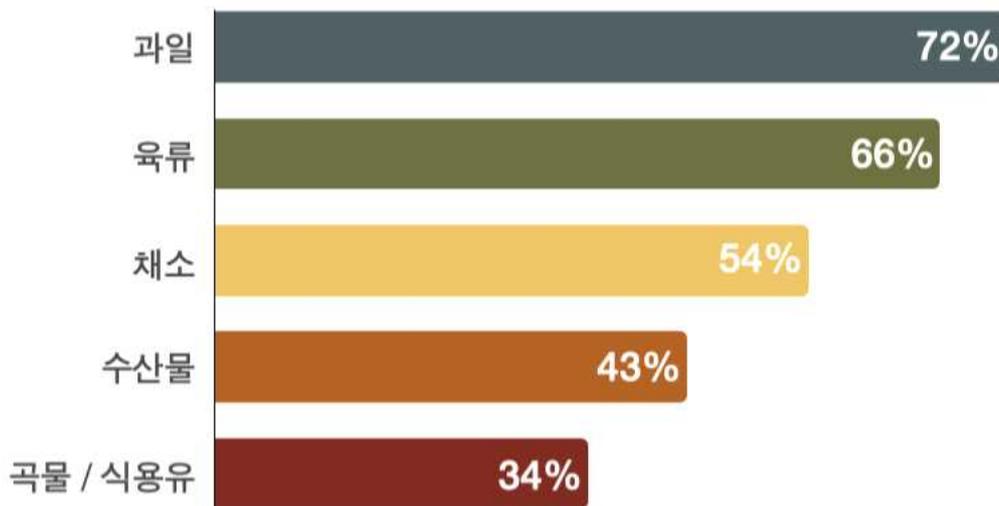
※출처: CCFA (China Chain Store & Franchise Association) <2021년 중국 마트 100대 순위>

- 소비자 품질욕구가 높아지며 편의추구 소비행태 변화에 따라 유통업체들은 배송서비스 강화, PB브랜드개발 및 온라인 등 트렌드에 적합한 신규사업모델을 개발하며 소비자 욕구변화에 적극 대응하며 사업 확장 중.
 - 편의성 소형마트 증가 : Kantar 소비자지수 보고에 따르면 구매편의성이 높은 생활밀착형 편의점 및 소형마트의 소비규모는 2020년 전년 대비 약40% 증가
 - 가성비 창고형 마트 증가 : 해외유통브랜드인 Costco 및 Sam's club, Metro 점포 수 증가. 중국국내브랜드 허마 회원점, 용후이창고점, fudi창고마트는 신선식품을 메인품목으로 취급하며 창고형 마트에 시장 진입

□ 전자상거래 플랫폼

- iiMedia Research 자료에 따르면, 2020년 중국 신선식품 전자상거래 플랫폼 거래 규모는 전년 대비 62.9% 성장한 2638억 위안이며, 온라인 신선식품 시장 규모는 2020년에 이어 2021년도 지속적인 성장세를 보이며 시장 규모는 18.2% 성장한 3117억 위안을 돌파할 것으로 전망
 - 2021년 5월 빅데이터 분석 기관 iiMedia Research에서 진행한 설문조사에 따르면 2021년 1분기 전자상거래 플랫폼을 이용해 신선식품을 구매하는 소비자가 가장 선호하는 품목은 ① 과일, ② 육류, ③ 채소, ④ 수산물, ⑤ 곡물/식용유임
 - Kantar 월드패널 2021년 중국구매자보고서에 따르면, 전자상거래 성장 추세가 성숙기에 접어들며, 업계 대표적 플랫폼인 알리바바 및 징둥 등의 점유율은 2016년 87%에서 2020년 73%로 대형 플랫폼의 집중도가 감소

<그림 9: 2021년 1분기 중국 신선식품 전자상거래 플랫폼 주요 소비 품목>



※출처: iiMedia Research

○ 오프라인과 온라인을 결합한 O2O 채널 급성장

- Kantar소비자지수연구와 Bain&Company의 <2021 소비자트렌드보고>에 따르면 2020년 O2O 채널 규모는 전년대비 50% 급성장. O2O를 통해 구매경험이 있는 주요품목으로 포장식음료 약50% , 신선식품 약60%로 나타나 O2O채널이 신선식품의 새로운 중요채널로 성장이 예상됨
- 최근 대형 플랫폼의 유통방식 및 공급 프로세스와 차별화하여 소비자와의 거리 축소를 목표로 발전된 O2O 유형이 4가지 분류로 세분화 발전

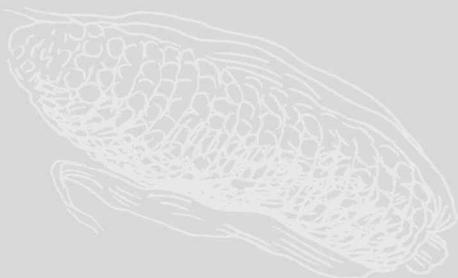
<표 28: O2O 플랫폼 4가지 형태 분류 및 개요>

1. 기존 오프라인 유통업체 운영	
특징	- 기존 오프라인 영업기반 및 고객정보 활용 - 자체 또는 제3자 물류회사 통한 O2O 서비스 제공
대표 업체	따룬파(大润发), 윌마트, 허마셴성(盒马鲜生)
2. 수직형 전자상거래	
특징	- 전치장고(前置仓)로 즉시배송서비스를 제공하는 수직전자상거래플랫폼 *前置仓 : 도시 내 소비자들이 많은 주요 거점마다 작은 창고 여러 개를 배치하는 방식으로 소비자와의 근접성을 높이는 장점
대표 업체	딩둥마이차이(叮咚买菜) `메이르요센(每日优鲜)
3. 지역 커뮤니티 공동구매형	
특징	- 커뮤니티리더 통해 온라인에서 공동주문 후 오프라인 지정장소에서 주문품을 수령 관리 서비스 제공 - 공동구매의 특성상 가격이 저렴하고, 배송과 수취가 편리한 장점
대표 업체	뒤뒤마이차이(多多买菜) `싱성요센(兴盛优选) `청신요센(橙心优选)
4. 중형 종합형	
특징	- 유통업체와 브랜드 공동협업으로 O2O 배송서비스를 제공
대표 업체	어러마(饿了么), 메이완와이마이(美团外卖) `징둥다오자(京东到家)

※출처: Kantar소비자지수연구, Bain&Company

가. 수출 프로세스
나. 수입제도
다. 비관세 장벽 관련 이슈

농식품 수출 관련 제도



5. 농식품 수출 관련 제도

가. 수출프로세스



중국 수출절차

한눈에 알아보기!

 **Korea**

※ 상표명도형, 글자, 도형+글자 등) 및 지칭상용권 설정

▶ 재출서류

1. 외포장지 전개도(중문)
2. 원재료명 및 함량(중문)
3. 제품 성분배합비율표(중문)
4. 제조 공정도(필요시)
5. 원산지 증명서(필요시)
6. 상표(필요시)

• 일반 가공식품에 해당

▶ 특수식품 (영유아 조제분유/기능성식품/특수의료식품)

• 사전 특수식품인증 취득

▶ 신선식품 (과일/수산물/축산물)

• 전경통시물하기증 취득

▶ 중국 식품 라벨 기준 (공통사항)

• 포장식품라벨표준 : GB 7718, GB 28050
 • 식품안전표준 : GB 2760, GB 14880
 ※ 품목 분류별 기준은 상이함

▶ 포워딩 업체 섭외

• 선적 일정 체크
 • 선적서류 제공 : 계약서, 인보이스, 팩킹리스트

▶ 수출 서류

1. 계약서
2. 인보이스
3. 팩킹리스트
4. 선하증권
5. 원산지 증명서
6. 영문위장증명서(필요시)
7. 기타(통신통관 검역증 등)

▶ 제품 서류

1. 중문 라벨
2. 외포장지전개도 번역본
3. 영양성분시험성적서
4. 제조공정도

 **China**

1. 상표 등록 (필요 시)

• **상표국**

- 소속 : 중국국가 지식재산권국
- 업무 : 상표등록심리

2. 제품 사전 심의

• **수출입식품안전부**

- 소속 : 해당총서
- 업무 : 수출입 식품 수입 전경 여부 심사

3. 사전 등록

• **특수식품안전감독관리국**

- 소속 : 국가시장감독관리총국
- 업무 : 식품등록, 비안 및 감독관리
- 품목 : 특수식품

• **동식물검역부**

- 소속 : 해당총서
- 업무 : 식품 등록 및 검역
- 품목 : 신선식품

4. 중문 라벨 제작

5. 선적

• **식품안전기준 및 감독부**

- 소속 : 중화인민공화국 국가위생건강위원회
- 업무 : 식품 안전 관리 및 라벨 규정

6. 통관 서류 송부

7. 수입신고

8. 관세납부

9. 통관 및 검역 심사

• **지방 해관**

- 업무 : 식품 검역 담당
- 품목 : 일반 가공식품

• **동식물검역부**

- 소속 : 해당총서
- 업무 : 동식물 검역 담당
- 품목 : 농축산물, 신선식품

10. 반출 (합격 시)

Copyright © 2019 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



중국 수출절차

한눈에 알아보기!

기관 조직도



기관명	중국 국가시장감독관리총국 (State Administration for Market Regulation)		
소개	<ul style="list-style-type: none"> - 시장주체 등록, 정보공시 및 공유체계 수립 - 시장 감독관리의 종합적인 집행업무 - 특수식품등록, 비안 및 감독관리 - 진경식품 안전감독 		
이메일	-		
홈페이지	http://www.saic.gov.cn	연락처	+86 10-8865-0000
기관명	중국 해관총서 (General Administration of Customs)		
소개	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입식품 검역, 통관신고, 세관장수 - 특수 식품 및 동/식물 위생 검역 - 진경동식물허가증 발급 - 위생증 발급 		
이메일	-		
홈페이지	http://www.customs.gov.cn	연락처	+86 10-6519-4114
기관명	중국국가지식재산권국 (National Intellectual Property Administration)		
소개	<ul style="list-style-type: none"> - 상표등록심의 - 상표법 연구 및 작성 - 상표등록 감독 관리 		
이메일	-		
홈페이지	http://sbj.cnipa.gov.cn	연락처	+86 10-6321-8500
기관명	중화인민공화국국가위생건강위원회 (National Population and Family Planning Commission)		
소개	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 위생 및 라벨링 요건에 관한 규정 수립 - 위생체계 표준 작성 및 실시 - 공공위생, 의료 위생 감독관리 - 약품검축 및 안전성 감독 		
이메일	-		
홈페이지	http://www.nhc.gov.cn	연락처	+86 10-6879-2114

※ 2018년 4월 10일부터 중국 국무원은 국가공상행정관리총국, 국가품질감독검사감독총국, 국가식품약품감독관리총국, 국가발전개혁위원회 등을 합병하여 국가시장감독관리총국을 설립함

나. 통관/검역 이슈

1) 한국 농식품 통관 거부 현황

- 2020년 코로나 19 확산에 따른 경제둔화, 물류 대란 등의 요인으로 인해 대중 수출량이 감소함에 따라 통관 거부 사례 역시 줄어들음
 - 2017년 사드(THAAD, 고고도 미사일) 배치로 인한 한중 관계 악화로 중국이 과도한 증빙서류를 요구하거나 자의적 심사기준을 설정해 통관 거부 사례가 급격히 증가했으나, 2018년 이후 안정세를 되찾음

- 중국 정부는 식품안전 확보를 위해 관련 규정을 지속해서 강화하고 있음. 대중 수출을 희망하는 식품 기업은 중국 《식품안전국가표준》 규정에 따라 식품 및 식품첨가제 내 유해물질 제한 함량, 식품첨가제 사용 범위 및 용량, 제품 라벨 표기법 등을 준수해야 함
 - 중국 해관총서의 통관 거부 사례는 감소하고 있으나, ‘식품첨가제 및 유해물질 기준량 초과’는 여전히 한국 식품 통관 거부의 주요 원인임
 - 2020년 한국 식품 통관 거부 주요 이유는 1 성분 부적합(13건), 2 위생(8건), 3 라벨링/포장(6건), 4 서류 미비(4건)임

- 한국 식품의 원활한 중국 수출을 위해 식품 기업은 관련 규정을 꾸준히 모니터링해 경쟁력을 높이고, 향후 더 강화된 규정 시행을 대비해야 함

〈 표 29 : 2017 ~ 2020년 대중 수출 한국 농식품 통관 거부 현황 〉

구분	라벨링/포장	성분 부적합	위생	서류 미비	기타	계
2017	109	78	60	62	90	399
2018	4	14	4	24	-	46
2019	8	7	7	11	3	36
2020	6	13	8	4	-	31

※ 출처 : aT 한국농수산물유통공사

2) 한국산 음료 불합격 사례

- 2020년 중국 해관총서에서 거부한 한국 음료 불합격 사유는 1 위생(미생물 기준치 초과), 2 성분(식품첨가물 및 유해물질), 3 라벨링/라벨, 4 서류/인증서류 미비임
 - 위생(미생물 기준치 초과) : 중국 《식품안전국가표준 음료(GB 7101-2015)》에 의거 고체음료의 곰팡이와 균락총수 최대 허용치는 20CFU/g임
 - 성분(식품첨가물 및 유해물질): 《식품안전국가표준 식품첨가물 사용 표준(GB 2760-2014)》에 의거 히알론산나트륨은 고체음료에 첨가하면 안 되는 품목이며, 《식품안전국가표준 식품 오염물질 허용치(GB 2762-2017)》에 의거 고체음료의 납 최대치는 1.0mg/kg임
 - 라벨링/라벨 : 《식품안전국가표준 포장식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)》에 의거
 1. 라벨은 식품 및 포장재와 분리해선 안 됨, 2. 라벨은 규범화 중문 사용(상표 제외), 외국 문자는 중문과 대응하고 크기는 중문과 같거나 작아야 함(등록상표 제외), 3. 병음 표기가 한자보다 커서는 안 됨, 4. 표면적이 35cm² 보다 큰 경우 라벨 내용은 1.8mm보다 커야하며, 10cm² 보다 작은 경우 식품명, 생산자, 주소, 내용량, 생산 일자, 유통기한만 표기 가능, 5. 개별 포장된 단독 판매 가능 식품은 개별 라벨 필수, 6. 외부 포장재를 통해 내부를 분명하게 식별할 수 있는 내용은 중복표시 불가, 그 외의 경우 외부 포장에 필수 내용을 표시해야 함
 - 서류/인증서류 미비 : 《국외식품생산기업 등록관리규정》에 의거 상품 수입 및 검역 검증 시 포함 상품의 품질증서, 산지증명서, 안전위생증명서, 살충제 및 농약, 첨가제사용증명서 등을 준비해야 함. 상품 수입 신고 시에는 위의 서류와 함께 거래서류 및 선적서류를 첨부하여 검증검역기관에 제출해야 하며 해당 사항에 대한 합격을 받아야 함

〈 표 30 : 2020년 한국산 음료 불합격 사례 〉

발생일자	품목	분류	HS CODE	검역소	불합격 사유
2020.01	조제품 기타	분말음료	2106.90.9090	칭다오	서류/인증서류 미비
2020.04	조제품 기타	고체음료	2106.90.9090	광저우	성분(식품첨가물 및 유해물질)
					위생(미생물 기준치 초과)
2020.05	기타	음료	2202.99.0099	천진	라벨링/라벨
2020.05	기타	음료	2202.99.0099	천진	라벨링/라벨
2020.09	조제품 기타	고체음료	2106.90.9090	다렌	성분(식품첨가물 및 유해물질)

발생일자	품목	분류	HS CODE	검역소	불합격 사유
2020.09	물	음료	2202.10.0090	천진	라벨링/라벨
2020.10	조제품 기타	고체음료	2106.90.9090	다롄	위생(미생물 기준치 초과)
2020.11	조제품 기타	고체음료	2106.90.9090	다롄	위생(미생물 기준치 초과)

※ 출처 : aT한국농수산물유통공사, 중국 해관총서(海關總署)

다. 유의사항

1) 출입국검험검역위생증서(出入境检验检疫卫生证书, Sanitary Certification)

- 중국 내 식품 분류는 크게 1 일반식품, 2 보건식품(保健食品, 건강보조식품), 3 영유아식품, 4 특수의학용도 조제식품 4가지로 구분되며, 음료는 일반 가공식품(일반식품)으로 분류해 사전 인증이 필요 없으며, 통관 시 중문 라벨 등록, 검역(CIQ 검사) 등을 진행하면 됨
- 중국 식품위생법 규정에 따라 수입 식품 등의 통관 수속 전에 중국수출입상품검사 기구에서 위생감독 및 검역(CIQ 검사)을 진행하며, 합격한 후 출입국검험검역위생증서를 발급함. 세관은 이 증서를 근거로 수입을 허가함
 - 적용 대상 품목 : 비알코올 음료(설탕·기타 감미료·향미를 첨가한 물(광수와 탄산수 포함)과 알코올을 함유하지 않은 음료, 과즙음료 및 인삼원료 음료로 비가열 방법으로 제조한 음료)로 녹차, 우롱차, 액상차 등을 포함
 - 유의 사항 : 1. 통관 시 반드시 위생검사를 진행해야 하며, 합격 후 위생검사 합격을 근거로 수입 허가, 2. 위생증서를 발급받아야만 중국 내 판매 가능, 3. 위생증서는 한번 수출하는 화물에 해당하며, 다음번 수출 시 반드시 새로 위생증서를 발급받아야 함, 4. 식품 수출 전 중문 라벨 신청과 ‘해외식품수출기업 사전등록’ 을 하지 않으면 수출할 수 없음
 - 중국 《식품안전법》 제 34조 제1항에 식품 원료가 아닌 것을 사용한 식품, 식품첨가제가 아닌 화학물질이나 기타 유해한 물질이 첨가된 식품, 회수된 원료를 사용한 식품을 생산 혹은 경영하는 것을 금지한다고 명시되어 있어, 제품에 사용된 모든 원재료, 식품첨가제, 영양강화제는 중국 심의 기준에 부합함이 증명되어야만 수출이 가능함

〈 표 31: 인증 절차〉

순서	절차	주요내용
I	해외식품수출기업 사전등록	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수출기업은 사전에 ‘해외식품수입등록’ 을 해야만 중국에 식품을 수출할 수 있음 • ‘해외식품수입등록’ 은 온라인으로 신청 • 수출기업은 국가질량검험검역총국의 수입식품수출입등록시스템(ire.customs.gov.cn)에 수출기업 온라인 등록을 해야 함
II	중문 라벨 신청	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수출 전 반드시 중문 라벨을 신청해야 하며, 수출 시 라벨이 부착되어 있어야 함 • 중문 라벨은 중국 국내에서 신청해야 하며, 중문 라벨에는 품명, 원산지, 성분, 생산일자, 품질보증기간, 사용방법, 중국 국내 판매업체 정보를 기재해야 함
III	위생검사 및 증서 발급	<ul style="list-style-type: none"> • 위생검사 시 필요한 샘플링을 보내야 함 • 검역 신고 후 ‘현장 검사 → 샘플링 → 실험실테스트 합격 후 증서 발부 → 위생증서 발부’ 의 순서로 진행됨

※ 출처 : KOTRA

-이상-