

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1810-03

품목: 프리미엄 새우 스낵(Shrimp Snack)

국가: 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품 산업현황	09
3. 수출입통계	16
II. 시장 트렌드	21
1. 제품 트렌드	22
3. 소비자 트렌드	24
III. 통관 및 제도	28
1. 통관 및 검역	30
2. 인증정보	44
3. 라벨링	48
4. 위생요건	51
IV. 경쟁제품	59
1. 경쟁제품 선정	60
2. 오프라인	61
3. 온라인	62



V. 경쟁사	70
1. 경쟁사 선정	71
2. 경쟁사 분석	72
VI. 유통채널 현황	74
1. 유통채널 개황	75
2. 주요 유통채널 분석	79



I. 국가 정보 및 시장통계

- 1. 수출환경 및 경제지표**
- 2. 식품 산업현황 및 전망**
- 3. 수출입통계**

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 14억 900만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 963만km²로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함¹⁾. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 장거리 탄도미사일 보유하고 있음.

1970년대 후반에 시작된 경제 개혁으로 국제 경제의 강국으로 변모함. 약 1조 달러의 외국인 직접투자(FDI)가 유입되었고, 2012년 이후 상품 수출은 연간 2조 달러가 넘음. 그러나 노동력은 2010년대에 증가세를 멈췄는데, 이는 1979년에 시작되어 2016년 폐지된 한 자녀 정책에서 기인한 것임. 한편, 비록 초기 단계나 대기오염, 부패, 사양산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음

주요 정보

- ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- ▶ 수도: 베이징
- ▶ 국가원수: 시진핑 주석
- ▶ 인구: 1,409백만 명(2017)
- ▶ 면적: 963,4057만km²(한반도의 약 43배)
- ▶ 공식어: 중국어
- ▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이
- ▶ GDP: 12.2조 달러²⁾(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,688 달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 元(RMB)³⁾
- ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)



자료: 「자료: 「Country Insight Snapshot China December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.012.07, 「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) 본 보고서의 달러는 미 달러화를 기준으로 함
 3) 1 RMB = 163.07 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.1.08.검색)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망⁴⁾

<p style="text-align: center;"> D D D D D D D </p> <p style="text-align: center;"> B B B B B B B </p> <p style="text-align: center;"> 1 2 3 4 5 6 7 </p> <p style="text-align: center;"> 저위험 ← → 고위험 </p>	<table border="1"> <tr> <th>등급</th> <th>등급전망</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">DB4</td> <td style="text-align: center;">부정적</td> </tr> </table>	등급	등급전망	DB4	부정적
등급	등급전망				
DB4	부정적				

자료: 「Country Insight Snapshot China December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07

□ 주요 전망

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

자료: 「Country Insight Snapshot China December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07

□ 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
- 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 하락하였음

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

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	1.8	1.3	0.5	0.3	-0.1	0.5	0.5	1.0
재정수지/GDP	-3.7	-3.9	-4.4	-4.6	-4.8	-4.7	-4.9	-4.5
물가상승률	2.1	1.5	2.0	2.7	2.7	3.0	2.8	2.8
경제성장률	6.7	6.9	6.6	6.1	5.8	6.2	5.9	6.0
도시 실업률	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.2	4.2	4.1

자료: 「Country Insight Snapshot China December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07

□ 무역통상 환경

- 중국의 정책 당국은 미-중 무역 전쟁뿐만 아니라 기업 재무구조 개선 문제에 대한 대책 마련에 부심하고 있음. 특히 지방정부 및 국유기업과 가계의 부채는 심각한 수준이며, 지난 5년간 상환 능력에 비해 훨씬 빠른 속도로 증가함
 - 저장성은 지난 5월 70억 달러의 부채를 가진 민간기업 부문의 지원요청을 받았으며, 4대 직할시 중의 하나인 텐진의 금융기관은 4월에 미지급 사태를 맞음
 - 경제의 발전소라 할 만한 텐진과 상하이의 경제 배후지인 저장성의 이러한 침체는 어두운 경제 전망의 징조가 될 것임

□ 위험 및 기회요소

구분	세부내용
미-중간 무역갈등	<p>미-중 무역 협상</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과할지에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨 <ul style="list-style-type: none"> • 거시경제적으로는 관세가 주는 충격이 크지 않아서 2017년 기준 중국과 미국의 GDP에 미치는 영향은 각각 0.4%, 0.3%에 불과함. 한편, 미국 보복 관세의 파급효과는 거시경제에 매우 부정적이고 심대한 충격을 가져올 전망 ▶ 미국과 중국의 무역 조치는 개별 기업 및 민간 부문에 심각한 영향을 미치며, 전례가 없는 양국 간 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침 <ul style="list-style-type: none"> • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞

	<p>이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 펫푸드, 농산물 수출에 대해 검사함</p> <p>▶ 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</p>
--	--

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

2. 식품산업 현황 및 전망

1) 스낵시장 동향

□ 스낵시장 규모

- 최근 3년간(2015-2017년) 스낵시장의 연평균성장률(CAGR)⁵⁾ 은 2.9%로, 2017년 기준 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)



5)
$$CAGR = \left(\frac{\text{End month}}{\text{Start month}} \right)^{\frac{1}{\text{Number of years}}} - 1$$

□ 스낵시장 전망

- 건강, 맛, 포장이 중요한 가치로 부상할 것
 - 상하이에서 개최된 식음료 혁신 포럼(Food and Beverage Innovation Forum)에서는, 건강하며 식사 대용으로도 섭취 가능한 견과류 관련 제품이 화두가 됨
 - 새로운 맛의 스낵이 향후 중국 스낵 시장을 주도할 것
 - 바쁜 현대 사회에서 먹기 간편한 형태의 스낵이 소비자들의 호응을 얻을 것으로 예상되며, 이에 따라 포장·용량 등의 요소도 중요해질 것으로 보임
- 건강에 대한 관심증대에 따라 튀기지 않은 스낵 선호
 - 2016년 견과류 스낵 시장이 전년 대비 약 20% 성장한 점을 고려할 때, 기름에 튀기지 않고 간편하게 먹을 수 있는 스낵의 인기가 높아질 것으로 보임
 - 튀기지 않고 구운 감자칩이 인기를 끌었던 국내 사례를 참고할 필요성 있음
- 참신하며 새로운 맛, 경험, 가치를 추구하는 경향
 - 다양하고 독특한 맛의 스낵은 소비자들의 호기심을 자극하여 SNS상에서 화제가 되는 등 홍보 효과를 누릴 수 있음
 - 특히 중국에서는 토마토·오이·김맛 감자칩 등 생소한 맛의 제품이 많이 출시되고 있음

□ 스낵류의 온라인 마켓 강세

- 온라인 시장 활성화에 따라 이를 통한 유통 확대
 - 스낵 제품을 왕홍(网红)⁶⁾들이 소개하고, 그들이 직접 판매도 하는 형태로, 온라인 마켓에서 스낵을 구입하는 젊은 소비자들이 늘어나고 있음
 - 특히, 외국산 제품들은 온라인 마켓을 통해서 1차적으로 소비자들에게 소개되므로 시장 진출 시 온라인 마켓을 적극 활용할 필요성 있음
 - 온라인 쇼핑몰 징둥(京東)에는 약 23만 개 이상의 수입산 스낵 판매자가 있는 것으로 확인됨

6) 중국의 온라인 유명인사, 인터넷 스타로 젊은 소비자들에게 큰 영향을 끼치는 인물들

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 기준 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 1.3 짹짹한 스낵 시장 추이 및 전망(2015-2020년)

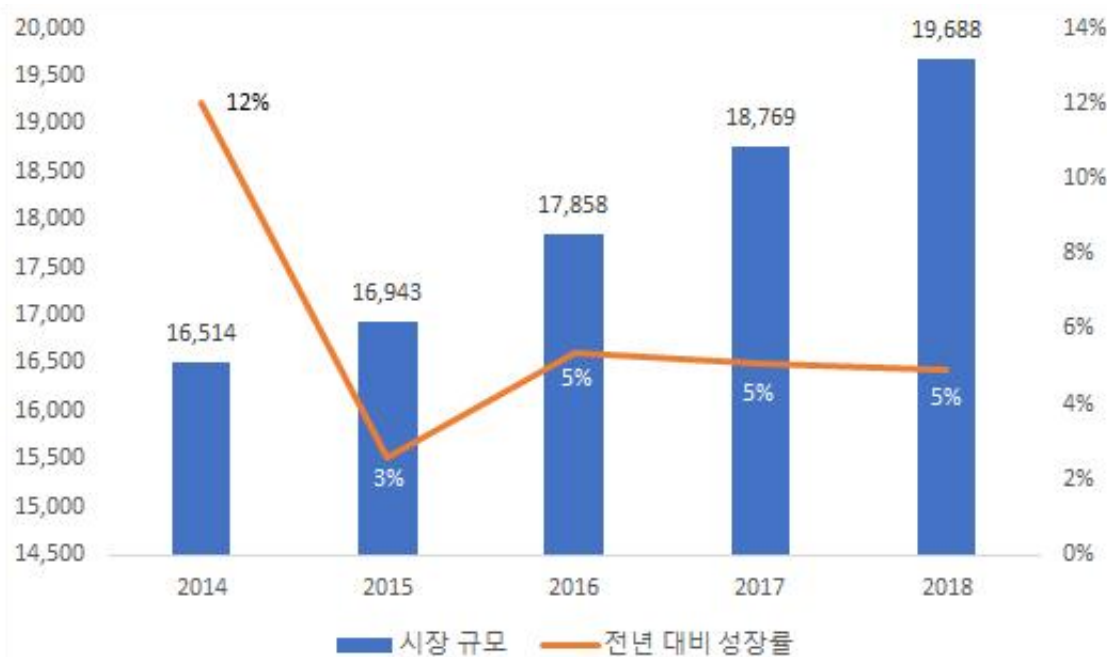


□ 퍼프스낵(Puffed Snacks)⁷⁾ 시장규모

- 조사 품목 속한 퍼프스낵(Puffed Snacks)시장은 2018년 기준 짹짹한 스낵 시장의 약 16%를 차지
- 퍼프스낵(膨化·膨化, Puffed snack) 시장은 최근 5개년(2014~2018년) 연평균성장률(CAGR) 4%를 기록하는 등 안정적 성장세가 지속되고 있음

표 1.2 퍼프스낵(Puffed snack)스낵 시장 규모 추이(2014~2018년)

(단위: 백만 위안, %)



자료 : Euromonitor International

□ 퍼프스낵 시장 전망

- 기름에 튀긴 것이 대부분인 퍼프스낵은 건강에 좋지 않은 것으로 인식되고 있는 바, 건강한 재료와 기름에 튀기지 않은 제조 방법의 퍼프스낵이 소비자들의 호응을 얻을 것으로 전망

7) 기름이 튀기거나 고온 열풍 건조 등의 가공 처리로 부풀린 스낵을 의미하며 바삭바삭한 식감을 지니는 것이 특징인 스낵

□ 퍼프스낵을 포함한 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 발생⁸⁾
- 2위 업체인 Bestore Food Co Ltd(良品铺子)는 2006년에 설립된 중국 현지 기업으로 2017년 기준 중국에서 체인점 2,200여 개를 오픈하였으며⁹⁾, 주요 생산품은 짹짹한

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

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

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

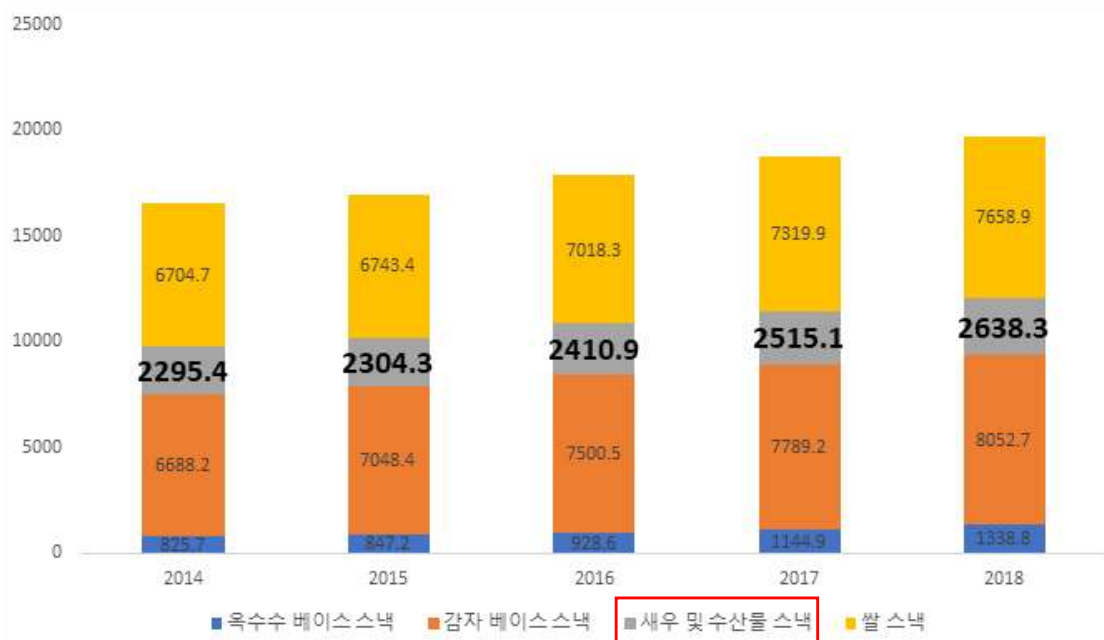
3) 새우 및 수산물 스낵 산업 현황 및 전망

□ 새우 및 수산물 스낵 시장규모

- 유로모니터에 따르면, 퍼프스낵(膨化·膨化, Puffed snack) 시장은 옥수수, 감자, 새우 및 수산물, 쌀 스낵으로 구분됨
 - 감자 스낵과 쌀 스낵이 각각 약 40%의 비중을 차지하여 주를 이루며, 최근 5년간 (2014-2018년) 품목별 비중은 큰 변화를 보이지 않음
 - 2018년 기준 새우 및 수산물 스낵의 비중은 13.4%으로, 시장규모는 약 26억 4,000만 위안(약 4,321억원)임
- 최근 유행들에 의해 한국어로 표기된 새우 스낵이 소개되며 한국산 새우 스낵에 대한 소비자의 관심이 높아짐

표1.6 퍼프스낵(Puffed snack)스낵 시장내 제품별 규모 추이(2014-2018년)

(단위: 백만 위안)



자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 프리미엄 새우 스낵 관련 주요 수치

- HS Code 1605.29 글로벌 수입 규모 약 10억 8,500만 달러(2017년)
- HS Code 1605.29 중국의 수입 규모는 약 800만 달러, 세계 20위(2017년)
- 중국의 HS Code 1605.29.00 국가별 수입 규모를 살펴보면, 1위 태국, 2위 베트남, 3위 인도네시아 (2017년)
- 한국의 HS Code 1605.21.9000 對글로벌 수출 규모는 523톤, 45만 6,000달러 (2017년)
- 한국의 HS Code 1605.21.9000 對중국 수출은 없음(2017년)

❖ 프리미엄 새우 스낵 국가별 HS CODE 분류

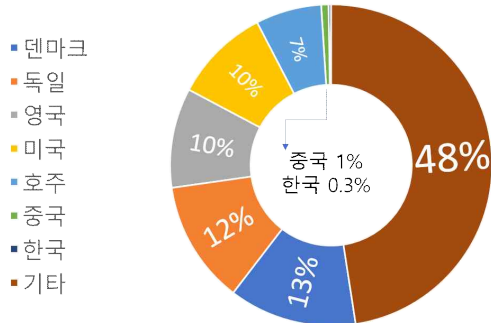
국가	HS CODE	품명
한국	1605.21.9000	기타 조제한 새우류
중국	1605.29.00	기타 조제한 새우류

❖ HS Code 1605.29 글로벌 수입 규모(2017)

수입국	2017	
	금액(천 달러)	
글로벌	1,085,383	
1 덴마크	139,307	
2 독일	133,976	
3 영국	108,822	
4 미국	104,439	
5 호주	71,790	
20 중국	8,000	
27 한국	2,800	

❖ HS Code 1605.29 글로벌 수입 비중(2017)

(단위: %)



❖ 중국의 HS Code 1605.29 국가별 수입 규모(2017)

수입국	2017	
	금액(천 달러)	
글로벌	8,000	
1 태국	3,101	
2 베트남	2,416	
3 인도네시아	954	
4 인도	829	
9 한국	-	

1) 통계분석 기준 설정

□ 프리미엄 새우 스낵 통계 기준 설정

- 프리미엄 새우 스낵의 시장성 판단을 위한 글로벌 및 중국의 수입 규모를 확인하기 위해 HS CODE 1605.29로 기준을 설정함
 - 프리미엄 새우 스낵의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 10자리 1605.21.9000으로 기준을 설정

표 1.7 프리미엄 새우 스낵 통계 기준 설정

조사항목	분류	HS CODE
글로벌 수입 규모 및 성장률	무역통계	HS Code 1605.29 기준
중국 수입 규모 및 증감률		HS Code 1605.29.00 기준
한국 수출 규모 및 증감률		HS Code 1605.21.9000 기준

표 1.8 프리미엄 새우 스낵 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	1605	조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생(水生) 무척추동물	Crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates, prepared or preserved
	1605.21.9000	기타 조제한 새우류	other
중국	1605	조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생(水生) 무척추동물	制作或保藏的甲殼動物、軟體動物及其他水生无脊椎動物
	1605.29	기타 조제한 새우류	其他

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

표 1.6 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
	세계 HS 정보시스템	
	중국 관세청	customs.gov.cn

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1605.29)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 덴마크이며, 한국은 27위

- 2017년 HS Code 1605.29품목의 글로벌 수입 규모는 약 10억 달러이며, 2013년~2017년 연평균 성장률은 0.1%로 변동폭은 크지 않음
- 한국은 2017년 기준 약 280만 달러의 수입액을 기록하며 전체 국가 중 27위를 차지하였으며, 2013년 이후 5년간 -6.2%의 연평균 성장률을 기록
 - 이는 글로벌 수입액의 0.3%에 불과한 수준

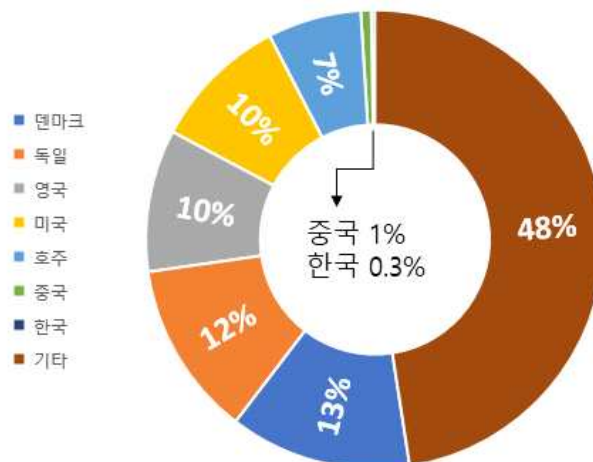
표 1.9 HS Code 1605.29 글로벌 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013 -2017 CAGR
글로벌	1,080,532	1,166,156	1,079,858	991,522	1,085,383	0.1
1 덴마크	145,929	174,453	183,761	141,442	139,307	-1.2
2 독일	72,501	102,478	98,442	113,406	133,976	16.6
3 영국	153,135	153,334	120,193	115,802	108,822	-8.2
4 미국	123,661	119,534	121,655	73,468	104,439	-4.1
5 호주	45,057	59,858	39,502	49,349	71,790	12.4
20 중국	6,613	2,963	4,157	6,269	8,000	4.9
27 한국	3,621	3,958	3,956	3,350	2,800	-6.2

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

○ 2017년 기준 글로벌 수입 시장에서는, 상위 5개국이 전체 시장의 51.4%를 차지



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

3) 중국 수입 통계(통계기준: HS CODE 1605.29)

□ 2017년 중국의 1605.29 품목 수입 시장 점유율 1위는 태국(약 39%)

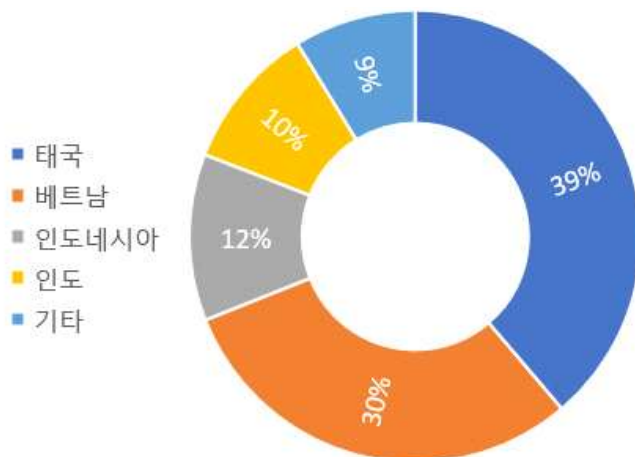
- 2017년 중국의 1605.29 품목의 글로벌 수입액은 약 800만 달러로, 최근 5년간 연평균 증가율 5%를 기록함
- 국가별로는 2017년 기준, 1, 2위 수입국인 태국과 베트남으로부터 약 310만 달러와 약 240억 달러를 수입하였으며, 양국으로부터의 수입 비중이 전체의 약 70%
 - 2016년 9위 수입국인 한국으로부터의 수입규모는 매우 미미함¹⁰⁾

표 1.10 HS Code 1605.29 중국 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2017년 점유율
글로벌	6,613	2,963	4,157	6,269	8,000	100
1 태국	5,275	1,745	1,432	3,016	3,101	39
2 베트남	637	339	992	2,013	2,416	30
3 인도네시아	603	714	1,514	927	954	12
4 인도	-	-	144	82	829	10
9 한국	6	41	3	18	-	0

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



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

10) 의뢰 품목 특성상, 한국의 수출 통계 자료는 농식품수출정보의 통계 자료가 세부적이고 신뢰도가 높음

4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 1605.21.9000)

□ 한국 수출통계

- 2017년 한국의 1605.21.9000 품목의 對글로벌 수출량은 약 52톤, 수출액은 약 45만 달러를 기록하며 전년 대비 각각 28.6%, 15.8% 증가
 - 전년 대비 증가율은 높지만 수출 규모가 미미하여 성장 중인 품목이라고 보기에는 무리가 있음
- 한국의 1605.21.9000품목의 對중국 연도별 수출동향은 불규칙하여 그 추세를 파악하기 어려움

표 1.11 한국의 HS Code 1605.21.9000 글로벌 수출 추이(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러, %)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	41.4	20	32	40.7	52.3
증감률	621	△51.6	59.6	27.2	28.6
총 수출액	223.8	148.6	271.1	394.2	456.6
증감률	171.3	△33.6	82.5	45.4	15.8

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.12 한국의 HS Code 1605.21.9000 對중국 수출 추이(2013-2017년)

(단위: kg, 달러, %)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	0	6,742	0	124.8	0
증감률	△100.0	0	△100.0	0	△100.0
총 수출액	0	25,272	0	2,636	0
증감률	△100.0	0	△100.0	0	△100.0

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 제품 트렌드
2. 소비자 트렌드

1. 제품 트렌드

□ 수산물 스낵의 꾸준한 인기

- 고품질, 고영양 스낵에 대한 소비자의 관심도가 증대됨에 따라 수산물 스낵의 인기가 높아지고 있음
 - 일반 곡물 스낵보다 건강하다는 이미지로 인해 젊은 여성 소비자들의 수산물 스낵에 대한 선호도가 높음
 - 소비자들은 다른 스낵보다 비싼 가격에도 불구하고 고단백·저지방 수산물 스낵 구입에 적극적임
 - 스낵 브랜드 Bestore는 새우와 전복의 풍미를 강조한 스낵을 출시함

그림 2.1 새우와 전복 스낵



□ 건강 스낵에 대한 높은 관심도

- 11월 11일 중국 블랙 프라이데이(双十一)에서 건강식품 스낵 부문의 판매가 약 2배 증가
 - 온라인 쇼핑몰 티몰의 글로벌 마켓 보도에 따르면, 건강식품 스낵 부문의 판매가 2배 증가할 정도로 건강 스낵 소비가 일상화되고, 구매 연령대 또한 낮아짐¹¹⁾

□ 한국산 프리미엄 새우 스낵 제품의 인지도도 높은 편

- 온라인 쇼핑몰 징둥(京東)에서는 한국산 프리미엄 새우 스낵 제품을 쉽게 찾아볼 수

11) lf.sxgov.cn/content/201811/12/content_9107498.htm

있음

- 한국산 고급 새우칩 검색 시 200여 명 이상의 상품 판매자가 확인됨
- 세련된 포장 디자인과 다양한 맛으로 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있음

□ 새우 스낵은 튀긴 제품으로 인식되어 건강한 스낵이라는 이미지를 주기에는 한계

- 소비자들은 대부분의 새우 스낵을 팽화(膨化) 스낵이라고 지칭하며 기름에 튀겨낸 제품으로 인식하고 있음
 - 따라서, 건강과 프리미엄의 가치를 강조하더라도 기름에 튀겨낸 과자라는 실질적, 인식적 한계가 존재함
 - 온라인 쇼핑몰 징동(京東)에서 건강스낵(健康零食) 검색 시 대부분의 제품은 기름에 튀기지 않은 원물 그대로의 스낵
 - 따라서 기존 새우 스낵과의 차별점을 강조하고 소비자들의 인식을 변화시킬 수 있는 마케팅 방법이 필요할 것으로 보임

2. 소비자 트렌드

□ 프리미엄 새우 스낵 소비자 인터뷰¹²⁾

<p>성별: 여성 나이: 30 대</p>
<p>1) 스낵 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇인지? - 맛이 가장 중요함</p> <p>2) 프리미엄 스낵 제품을 먹어본 경험이 있는지? 있다면 어떤 제품인지? - 프리미엄 건강 야채 스낵을 먹어본 경험이 있음</p> <p>3) 한국산 스낵 제품을 먹어본 경험이 있는지? - 녹차맛 스낵을 먹어본 적이 있는데 맛이 아주 독특하고 부담스럽지 않은 것이 만족스러웠음</p> <p>4) 한국산 스낵(프리미엄 포함)에 대한 이미지는? - 세련된 포장에 다른 수입산 제품에 비해 차별화된 요소로 보임. 프리미엄 제품일 경우 더욱 고급스러운 포장일 것 같음</p> <p>5) 선호하는 프리미엄 스낵이 있다면 어떤 제품인지? 선호하는 프리미엄 스낵이 없다면 향후 구매의향은? - 중국산 프리미엄 제품은 많지 않으며, 선호하는 제품 또한 없음. 따라서 수입산 프리미엄 제품을 주로 찾게됨</p> <p>6) 한국에 방문하여 프리미엄 스낵 제품을 구매해 보신 적이 있는지? - 한국 방문 시 김과 고구마 원물 스낵을 먹어본 적이 있음. 중국보다 종류가 다양하고 맛도 있어서 재구매 의사가 있음</p> <p>7) (의뢰제품 카탈로그를 보여주며) 다음의 제품을 구매한다면 어느정도 금액까지 지불하실 용의가 있는지? - 30위안(한화 약 4,900원)</p>
<p>성별: 여자 나이: 20 대</p>
<p>1) 스낵 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇인지? - 영양소가 가장 중요함</p> <p>2) 프리미엄 스낵 제품을 먹어본 경험이 있는지? 있다면 어떤 제품인지? - 영·유아용 프리미엄 스낵을 자주 구입하는 편</p>

3) 한국산 스낵 제품을 먹어본 경험이 있는지?

- 프리미엄 현미 스낵을 구입 한 적 있음. 맛이 자극적이 않은 웰빙 스낵이어서 영·유아용 스낵으로 적합하다고 생각함

4) 한국산 스낵(프리미엄 포함)에 대한 이미지는?

- 한국산 스낵 제품이 신뢰도 면에서 우수하다고 생각

5) 선호하는 프리미엄 스낵이 있다면 어떤 제품인지? 선호하는 프리미엄 스낵이 없다면 향후 구매의향은?

- 특별히 선호하는 제품은 없으나, 한국산 제품을 포함한 수입산 프리미엄 스낵이 많아진다면 지속적으로 구매할 의향 있음

6) 한국에 방문하여 프리미엄 스낵 제품을 구매해 보신 적이 있는지?

- 한국 방문 시 김 스낵을 먹어 본 적이 있음

7) (의뢰제품 카탈로그를 보여주며) 다음의 제품을 구매한다면 어느정도 금액까지 지불하실 용의가 있는지?

- 20위안(한화 약 3,250원)

성별: 남성 나이: 40 대

1) 스낵 제품 구매 시 주요 고려 사항은 무엇인지?

- 예전에는 맛이 중요한 선택 기준이었으나 현재는 건강도 중요하게 고려함

2) 프리미엄 스낵 제품을 먹어본 경험이 있는지? 있다면 어떤 제품인지?

- 프리미엄 건야채 스낵을 주로 먹음

3) 한국산 스낵 제품을 먹어본 경험이 있는지?

- 중국 내 마트와 슈퍼마켓에서 쉽게 찾아볼 수 있어서 먹어본 경험이 있음. 앞으로도 구매할 의사 있음

4) 한국산 스낵(프리미엄 포함)에 대한 이미지는?

- 한국산 프리미엄 스낵 제품은 맛이 좋고 건강하다는 이미지가 있음. 한국산 프리미엄 스낵 제품은 건강과 관련된 요소가 더욱 강화되어 있을 것으로 생각함

5) 선호하는 프리미엄 스낵이 있다면 어떤 제품인지? 선호하는 프리미엄 스낵이 없다면 향후 구매의향은?

- 중국산 건야채, 과일 스낵을 자주 구입함. 다른 프리미엄 스낵은 먹어본 적이 없지만 기회가 된다면 구매할 의향 있음

6) 한국에 방문하여 프리미엄 스낵 제품을 구매해 보신 적이 있는지?

- 한국 방문 경험은 없지만 한국산 프리미엄 스낵 제품은 구매할 용의가 있음

7) (의뢰제품 카탈로그를 보여주며) 다음의 제품을 구매한다면 어느정도 금액까지 지불하실 용의가 있는지?

- 30위안(한화 약 4,900원)

자료: 중국 현지조사원 인터뷰

12) 대다수 소비자들이 프리미엄 “새우” 스낵 이란 개념에 생소하여 질문 범위를 프리미엄 건강 스낵으로 조정하여 인터뷰를 진행하였음

□ 유통 담당자 인터뷰

중국 허마셴성(盒馬鮮生) 유통채널 스낵 코너 담당자(매니저)
<p>1) 한국산 제품(스낵)수출 시 유통 담당자와 어떻게 접촉할 수 있는지?</p> <p>- 직접 지점과 유통망을 구축하기 위한 절차가 복잡하여 중개 회사를 통해 진출하는 경우가 대부분임 허마셴성(盒馬鮮生)은 지역별로 베이징, 상하이, 항저우 등의 지역과(北京地區, 上海地區, 杭州地區) 상품 입점 협약을 맺으며 이메일, 전화로 컨택이 가능함 (홈페이지 참조 www.freshhema.com)</p>
<p>2) 중국에서 한국산 스낵 소비 트렌드는?</p> <p>- 한국산 스낵은 이미 오래전에 진출하여 중국 소비자들의 호응을 얻고 있는 편임 중국 소비자들은 인터넷을 통해 한국에서 인기가 있는 특수한 제품을 구매하는 편</p>
<p>3) 중국 제품과 비교할 때 한국산 스낵의 차별점은?(맛, 가격, 재료 등)</p> <p>- 중국산 제품은 마라, 초콜릿, 바닐라 등으로 맛이 한정되어 있는데 반해, 한국산 스낵은 맛의 종류가 매우 다양함. 예를 들어, 파이 과자의 경우 초콜릿과 마시멜로 맛뿐 아니라, 녹차 맛, 딸기 맛 등 제품이 다양함</p>
<p>4) 중국 프리미엄 스낵의 시장 규모는?</p> <p>- 최근 건강을 중시하는 경향에 따라 프리미엄 스낵에 대한 관심도 높아지고 있음. 주로 중국 한국, 유럽, 북미 제품 등이며, 주로 유아용 스낵을 중심으로 종류가 다양해지고 있음</p>
<p>5) 중국에서 가장 유명한 프리미엄 스낵 브랜드 혹은 제품은 무엇입니까?</p> <p>- 최근 인터넷에서 아이를 가진 부모들을 중심으로 해산물 스낵, 야채 스낵 등이 유행하고 있음</p>
<p>6) 프리미엄 스낵을 구입하는 주 소비층?</p> <p>- 아이를 가진 부모들이 가장 주된 소비층. 젊은 부모들이 주로 구입하는데 주 연령대는 20대 후반부터 30대</p>
<p>7) 한국산 프리미엄 스낵 입점 시 중국 소비자의 예상 반응은?</p> <p>- 한국산 프리미엄 스낵이 이미 입점해 있고, 중국 소비자들이 선호하는 제품 중 하나이므로 신제품이 출시되면 긍정적인 반응을 보일 것으로 예상</p>
<p>8) 한국산 프리미엄 스낵의 진출 시 우선적으로 고려할 요소는?</p> <p>- 영양과 맛, 그리고 간편한 포장이 중요한 요소로 판단됨. 영양성분은 필수적으로 갖춰야 하며, 다양한 맛 또한 필요해 보임. 또한 중국에서는 기차 등 장거리 이동이 잦은 다양한 맛 또한 필요해 보임 소비자들은 소포장, 지퍼백, 개봉 손잡이 등 간편 개봉 포장 여부를 고려하기도 함</p>

자료: 중국 현지조사원 인터뷰



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS CODE 1605.29.00의 관세율¹³⁾

HS CODE	품명	관세율
1605.29.00	기타 조제한 새우류	기본세율: 5% 한-중FTA 협정세율: 0%

❖ 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 '중국해관총서 사이트'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

13) 중국 관세청 홈페이지(ftatex.mofcom.gov.cn)

1. 통관 및 검역¹⁴⁾

1) 수입 통관 절차

(1) 수입 신고전 준비

□ 수산물 가공식품 통관 절차

- 한국에서 수산물을 중국으로 수출해 유통을 계획하는 경우 “수출입 식품 안전관리방법” 및 “수입식품 경외생산기업 등록관리규정”을 반드시 준수해야 함
 - 중국 내 각 지역을 관할하는 성(省)별 출입경 검사 검역국 식품안전감독처의 검사과정을 따라야 정상적인 수출입 업무가 이루어질 수 있음
 - 최근 중국은 어느 때보다 식품위생을 강조하는 시기이므로, 식품별 관련 규정 및 검사과정에 필요한 서류, 증거물 및 상품수출 계약서를 꼼꼼하게 확인하여야 하며, 식품제조에 있어 중국 식품안전법에 위배되는 식재료 사용 등의 위반행위를 하지 않아야 함
- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비하여야 함

표 3.1 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고	
<ul style="list-style-type: none"> - 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급 	<ul style="list-style-type: none"> - B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성 	중국 해관 및 CIQ 제출용	선적 전 구비완료, 사본/원본 송부
<ul style="list-style-type: none"> - 원산지 증명서 발급 	<ul style="list-style-type: none"> - 대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지 증명서 - 관세청: 특혜(FTA) 원산지 증명서 		선적 전 또는 선적 후 1-2일 내 발급 후 수입자에게 원본 송부
<ul style="list-style-type: none"> - CIQ 수출자 등록 	<ul style="list-style-type: none"> - 등록시스템에서 수출자 등록 	CIQ 제출용	
<ul style="list-style-type: none"> - 영문 위생증명서 발급 	<ul style="list-style-type: none"> - 농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 - 수산물: 국립수산물 품질관리원 		
<ul style="list-style-type: none"> - 동/식물 검역증 발급 (일부 품목) 	<ul style="list-style-type: none"> - 농림축산검역본부 		
<ul style="list-style-type: none"> - 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨 (CCIC인증서) 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 식품 수출 사전 준비 단계 		

14) 주 상하이 대한민국 총영사관 “중국의 식품통관 절차 및 유의사항” 보고서

□ 수출 사전 등록

- 중국 국가질량감독검험검역총국(国家出入境检验检疫部门, AQSIQ)의 <수입식품수출입 상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定)>(2012년 55호 공고) 법률에 따르면, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체 또는 에이전트는 AQSIQ 시스템에 사전 등록해야 하며, 등록하지 않은 기업의 제품은 수출이 불가능
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입업체가 대행하여 등록하여도 무방함
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)¹⁵⁾에 등록 신청을 해야 함. 또한, 영업허가 범위에 ‘식품수입’, 유통범위에 ‘식품’ 이 있는 기업에 한해 수입업체 등록 서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 출입경검험검역국 CIQ(China Inspection and Quarantine)에 제출해야 함
- 한국의 경우 수출하고자 하는 업체(또는 대리인)가 국립수산물품질관리원¹⁶⁾의 소속 지원(주)바다원의 경우 서울지원)에 등록접수 필요
 - 이후 등록증을 발급하고 지원국에서 매달 중국에 신고를 함. 유효기간은 4년으로 만기 1년 전 연장 신청 가능

표 3.1 수입식품 수출입상 등록시스템 화면



자료: ire.eciq.cn

15) 등록시스템 홈페이지 ire.eciq.cn 또는 <https://www.aqsiq.net>의 Food Registration 메뉴에서 이용 가능하며 (등록비용: 230달러, 3-4명업일 소요, 3년간 유효) 중국어와 영어 두 개 버전의 신청서 존재
 16) 국립수산물품질관리위원회에 유선확인 결과 중국으로 의뢰 품목의 새우제품 수출시 수출 사전 등록 절차를 준수하면 문제될 사항 없음

표 3.2 수입식품 수출입상 등록시스템 홈페이지 주소 및 기재 내용

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

□ 통관고유번호(CR Number : Customs Registration) 발급

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

□ 적하목록 (Manifest)의 제출

제출기한	<ul style="list-style-type: none"> • 해상운송: 선적 24시간 전(컨테이너선), 목적항 도착 24시간 전(기타 선박) • 항공운송: 항공기이륙 전(4시간 이하 단거리항공), 목적항 도착 4시간 전(장거리항공) • 육상운송: 목적역 도착 2시간 전(열차), 목적지 도착 1시간 전(차량)
미제출 시 제재	<ul style="list-style-type: none"> - 적하목록을 제출하지 아니하는 경우 운송수단의 입국 신고절차의 수행을 일시 중지 - 세관은 적하목록이 신고되지 않은 화물의 반송 명령 가능

[2] 수입신고

□ 수입신고서의 제출

개요	통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후, 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함
제출방법	<ul style="list-style-type: none"> • EDI를 통한 신고 - 수입화물의 수하인이나 위탁을 받을 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 <ul style="list-style-type: none"> - EDI신고는 특정 사이트를 통한 신고가 아닌 통관기업에 관세청과 링크되어 있는 S/W를 설치하여 해당 S/W를 통한 수입신고 진행 • EDI를 통하지 아니한 신고 - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서 3부를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출 <p>※ 수입통관 시 제출해야 하는 관련 증빙서류</p> <ul style="list-style-type: none"> - 서명된 상업송장(Signed Invoice) - 포장명세서(Packing list) - 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill) - 운송보험서류 - 소포명세서(우편운송의 경우) - 화물수취증(육상운송의 경우) - 일부 해당 물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) - 기타 세관이 필요 시 요구하는 서류
신고 의무기간 및 기간 경과 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 해야 함 • 신고 의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부

□ 수입신고서의 심사

심사내용	<ul style="list-style-type: none"> • 전자적 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 관할세관의 심단처(審單處)에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 다음 사항을 심사함 <ul style="list-style-type: none"> - 서류제출 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부 - 수입 신고된 물품이 수입금지품 또는 제한품목에 해당하는지 여부 - 운송인이 제출한 적하목록과 수입 신고인이 제출한 통관서류상의 상세 품목 내역이 정확히 일치하는지 여부 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부 등
------	--

□ 수입신고서의 처리

처리결과	<ul style="list-style-type: none"> - 관할세관은 제출된 전자적 수입신고서와 관련 증빙서류의 심사 후 수입자 또는 통관기업에 반출허가 또는 서류제출심사를 통보 - 서류제출심사를 통보받은 수입자는 통보일로부터 10일 이내 요구서류를 구비하여 관할지 세관에 서면 제출 - 수입신고서를 심사 후 반출허가를 통지하는 화물은 수입신고인의 신용이 높거나 수입화물에 대해 세금을 징수할 필요가 없는 물품이 해당됨
------	---

□ 담보의 제공

개요	세관은 필요하다고 인정하는 경우 화폐, 어음, 보증서 등 납부해야 할 세액에 상응하는 담보의 제공을 요구할 수 있음
담보제공 사유	<ul style="list-style-type: none"> • 다음의 경우 세관은 수입자에게 담보제공을 명할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 화물의 종류 및 가격이 불명확하여 수입통관이 지체되고 있는 상황에서 신고인이 화물의 반입이 필요한 경우 - 수입신고 시 관련 증빙서류의 미비로 수입통관이 지체되는 상황에서 화물의 반입이 필요한 경우 - 신고인이 관세 등의 추후납부를 신청한 경우 - 감면세 대상 물품으로서 담보제공이 필요한 경우 - 가공무역방식의 보세수입화물 - 수입신고 수리되지 않은 화물을 세관감독 외 장소에 보관하는 경우 - 위법 혐의가 있는 수출입화물
담보기한	<ul style="list-style-type: none"> - 수입화물의 담보기한은 통상 20일을 초과하지 않으며, 특수한 상황의 경우 담보기한 내에 관할세관에 연기신청을 하여야 함. 임시 수입화물의 담보기한은 수입일로부터 6개월

(3) 물품검사

개요	관할세관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것을 원칙으로 하며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시
검사 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 전수검사(Thorough Inspection): 법규 위반 가능성이 높은 수입물품이나 세관이 수입물품 전량을 검사할 필요가 있다고 결정하는 화물의 경우 수작업 또는 기계를 이용하여 검사 - 표본추출검사(Sampling inspection): 세관이 임의로 추출한 샘플 화물을 개봉하여 검사함으로써 전수검사를 갈음하는 방법 - 외장검사(Packing inspection): 화물의 겉포장의 개폐여부, 파손흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사
검사 장소	<ul style="list-style-type: none"> - 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관감독 장소에서 진행됨

	<ul style="list-style-type: none"> - 원유, 곡물, 철강재 등 산적화물이나 화학품 등 위험물에 대해서는 적재된 운송수단 내에서 검사 진행 - 화물 특성상 부득이하다고 인정되는 경우 세관에 신청하여 세관관리 및 감독 구역 외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행
검사 비용	<ul style="list-style-type: none"> - 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자 부담 - 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담

[4] 관세납부 및 통관완료

□ 수입신고서의 처리

납부기한	관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함
납부절차	<ul style="list-style-type: none"> - 현장 납부: 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부 - 전자 납부: e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세 납부 - 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음

□ 통관 완료

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

2) 수입 통관 이슈

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행¹⁷⁾

- 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

17) 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))

- 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海關風險防控制中心)와 징해관리센터(稅收征管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집약적이고 통일된 스마트 관리체계 구축
 - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 거치든 표준화된 형식과 기준을 통해 편리한 통관 서비스를 제공받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업들의 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 해관에서나 통관 가능	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사' 진행	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 해관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 "신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입신고 서류심사 → 후속관리"	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

□ 높아진 비관세장벽

- 비관세장벽의 주요 수단으로 과거에는 직접제재나 무역 구제조치가 사용되었으나 최근에는 기술장벽, 위생 및 검역 조치, 통관절차 등으로 큰 흐름이 이동하는 추세
 - 2017년 대중국 한국산 식품 수출은 라벨 및 포장에 의한 통관거부사례가 가장 많이 발생하였으며(109건, 전체 대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체 대비 20%)
 - 한국을 제외한 4개 경쟁국 가운데 일본이 전체 907건으로 2017년 가장 많은 통관 거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 3.4 2017년 거부사유별 통관거부사례¹⁸⁾

구분	한국	미국	홍콩	일본	독일
위생	60건(15%)	18건(3.5%)	7건(7.2%)	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%)
합계	399건(100%)	503건(100%)	264건(100%)	907건(100%)	248건(100%)

자료: 2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석(2018)

3) 관세율 정보

□ 프리미엄 새우 스낵 제품의 경우 한국 HS CODE는 1605.21.9000호로 분류되고, 중국 HS CODE는 1605.29.00호에 분류되는 것이 적정함

- 기타 조제한 새우류는 새우를 건조하여 조미당액 등의 식품 첨가제와 함께 구워 만든 것임
 - 제16류 주규정에 따르면 “이 류(類)에 해당하는 조제 식료품은 소시지·육·설육(屑肉)·피·어류나 갑각류·연체동물·그 밖의 수생(水生) 무척추동물이나 이들 배합물의 함유량이 전 중량의 100분의 20을 초과하는 것으로 한정하며, 위에 열거한 물품을 두 가지 이상 함유하는 조제 식료품인 경우에는 중량이 큰 성분에 따라 제16류의 해당 호로 분류한다. 다만, 제1902호의 속을 채운 물품, 제2103호나 제2104호의 조제품에는 이 규정을 적용하지 않는다.” 라고 규정하고 있고 새우 스낵류는 함유비중이 각각 20%를 초과함
 - 또한 제1604호의 해설에 따르면 해당 호에는 “끓이거나 증기로 찌거나·굽거나·후라이하거나·볶거나 그 밖의 방법으로 조리된 어류”가 분류됨

18) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

- 또한 수입물품에 부가가치세인 증치세가 부과됨. 증치세율은 16%이며 증치세 계산산식은 다음과 같음

$$\text{증치세액} = (\text{CIF 금액}^{19}) + \text{수입 관세액} + \text{소비세액}) * \text{증치세율 } 16\%$$

표 3.5 중국 프리미엄 새우 스낵 수입 관세율

물품명	국가명	HS CODE	품명	관세율
새우스낵	한국	1605.21-9000	기타 조제한 새우류	
	중국	1605.29.00	기타 조제한 새우류	기본세율: 5% 한-중FTA 협정세율: 0% 증치세율: 16%

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

※ 중국 증치세(增值稅)²⁰⁾

- o 한국의 부가가치세(Value Added Tax)와 유사한 개념으로 생산과 유통의 각 단계에서 생성되는 부가가치에 대해 부과되는 조세
- o 상품 판매, 용역 제공, 해외로부터 상품수입 시 발생하고 모든 업종에 적용되며 전 단계 매입세액 공제방식을 취함
- o 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조
- o 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표

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

20) www.cncnews.co.kr 와 cnworldmoney.com의 중국 증치세 기사를 바탕으로 작성

표 3.6 세부업종별 증치세율 변동내역

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

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

4) FTA 정보

□ 2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효

- 한-중 자유무역 협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서, FTA협정품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우 특혜세율을 적용받기 위해서는 기존에는 FTA원산지 증명서 발급이 필수였음
- 세관총서 2016년 제 85호 공고(한중 FTA 원산지증명서 제출요구 간소화 관련 공고)에 따르면 2016년 12월 28일부터 중국 세관은 한중 FTA 협정세율의 신고 화물에 대해 수입신고 시 화주 또는 대리인(이하 “수입자”)에게 원산지 증명서 원본 제출을 요구하지 않음
 - 다만, 세관이 필요하다고 인정한 경우 수입자는 추가로 관련 원산지 증명서 원본을 제출해야 함
- 관세청 전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 ‘신고작성목록(FTA) 사용지침서’를 참고하여 전자 원산지증명서(e-CO)를 등록하면 됨
 - 신고서 사전입력자란에 원산지증서 전자데이터 상황이 제시되지 않는 경우 수입자는 세관 총서령 229호의 관련 규정에 따라 원산지 관련 보충신고를 해야 함. 즉, 협정세율 적용신청을 하고 관련 화물에 대한 담보를 제공하여 통관 수속을 진행해야 함

표 3.7 한-중 FTA 원산지증명서 발급내용

구분	내용	비고
발급기관	관세청 대한상공회의소	한-중 FTA는 기관발급 대상임
필요서류	수출신고필증 인보이스 패킹리스트 원산지판정 증빙자료 C/O 발급 신청서	수출기업이 인증수출자에 해당하는 경우 원산지 판정 증빙자료는 생략될 수 있음
기간	1일 - 3일	판정 증빙자료가 부족하거나 기타 사유로 연장될 수 있음
신청방법	전자 신청	UNIPASS 또는 상공회의소 홈페이지에서 C/O 접수 가능

- 한-중 FTA 적용 요건: 제1901.20.00호 한-중 FTA 원산지결정기준²¹⁾
 - 수출기업의 수출물품에 대한 한-중 FTA 원산지증명서를 발급받기 위해서는 다음의 원산지결정기준을 반드시 충족하여야 함

세번	결정기준
1901	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것 (2단위 호 세번 변경기준)

2단위호 변경기준이란, 수출물품에 투입되는 원재료의 HS CODE가 제21류가 아닌 다른 류로부터 생산된 경우 원산지를 충족함

□ 한-중 FTA 적용 요건 - 직접운송원칙

- 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 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 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관 당국의 통제 하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

5) 검역 정보²²⁾

□ 식품 통관절차

① 검역신고

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

21) 한-중 FTA 협정문

22) TradeNAVI (www.tradenavi.or.kr/CmsWeb/viewPage.req?idc=PG0000001821&natnCd=CN)

표 3.8 진행 절차

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

② 해관 신고 및 관세 납부

- o CIQ 검역신고 수리 및 통과 후 해관에 화물 신고
 - 1단계 검역신고 불합격(선적서류 오류, 제품서류 누락, 성분심의 불합격 등)일 경우 해관 신고가 불가능하므로 유의해야 함

표 3.9 진행 절차

진행순서	비고
해관 신고	CIQ 신고 및 통과 후 해관 신고 (통상 통관대행업체에 위탁)
관세/증치세 납부	신고가격에 따른 관세/증치세 납부
실물검역	서류상 신고 내용과 실물 일치 여부 검역 (검역률은 기업의 신용도에 따라 다름)
통관	보관단(保關單) ²³⁾ 발급: 관세 납입 및 해관 통관 완료 후 발급
검역창고 이동	CIQ 지정 검역창고 이동
품목/가격 사후심사	HS CODE, 신고가격 적합성 심사

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

③ CIQ 검역

- o 해관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨 검역 및 실험실 검역 진행. 최초 실험실 검역은 국가표준에서 정한 항목 및 부정기 리스크 검사 항목에 따라 진행되며, 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임
- o 실험실 검역이 없을 경우 라벨 검사 후 이상이 없으면 위생증 발급, 출고 및 판매 가능함

23) 중국 해관 수입화물 보관단

표 3.10 CIQ 검역 항목

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

④ 입경화물검험검역증명(위생증) 발급 및 출고

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

⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

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


2. 인증정보

□ 중국 유기농 제품 인증²⁴⁾

- 인증기관이 유기제품의 중국표준과 ‘유기제품인증관리방법’의 규정에 따라 유기 제품²⁵⁾의 생산 및 가공과정에 대하여 평가 심사하는 활동을 의미하며. 곡물, 채소, 과일, 유제품, 축산물, 벌꿀, 수산물, 조미료, 가공사료, 가공식품 및 가공섬유직물류 등이 포함됨
- 유기 원료의 함량이 95% 이상인 가공제품(물과 소금체적을 제외한)에 대해 유기인증을 취득한 후 제품 혹은 제품포장 및 라벨상에 “유기” 라는 글자를 표기할 수 있고 유기인증마크의 부착이 가능함

□ 상품품질 및 안전성 검사(CIQ)²⁶⁾(필수)

- 중국으로 가공식품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가 표준에 부합해야 함. 이때, 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함
- 검험검역총국의 심사 후 수입식품 위생 허가증이 발부되며, 해당 허가증이 위생 증명서와 동일하게 사용됨
- 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음

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

자료: 국가질량감독검험검역총국(samr.aqsiq.gov.cn)

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

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

26) CIQ: China Entry-Exit Inspection and Quarantine

□ SC 인증²⁷⁾(권장)

- 중국은 2015년 10월 1일부터 QS(전국 공업제품 생산허가증)인증을 SC(식품생산허가증)인증제도로 대체하면서, ‘식품생산허가증’을 갱신함
 - 이로 인해 2018년 10월 1일 이후로는 신규 식품생산 허가 취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS마크를 표시할 수 없음
- 중국 현지에서 생산되는 제품에만 부여되기 때문에 수입식품은 따로 허가를 받을 필요 없음

27) 중국 국가출입검역검험검역국 및 중국 식품약품감독관리총국 자료

□ SC 인증정보 상세내용

 <p>生产许可</p>	
<p>인증/검사명</p>	<p>SC 인증(食品生产许可证)</p>
<p>표기방법</p>	<p style="text-align: center;">SC101 430104 05015</p> <p style="text-align: center;">① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SC: “생산”을 한어 병음으로 축약 표기 2. 품목 분류 3. 성급 행정구획번호(ex. 후난성: 43) 4. 시급 행정구획번호(ex. 창사시: 01) 5. 현급 행정구획번호(ex. 웨루구: 04) 6. 등록번호 (ex. 0501: 웨루구 첫 번째 기업) 7. 검역번호 (ex. 자동생성: 5)
<p>인증 설명</p>	<p>- 품질검사, 생산장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크</p>
<p>발행/검사기관</p>	<p>중국 국가품질감독검역총국</p>
<p>성격</p>	<p>권장</p>
<p>제출서류</p>	<p>식품생산허가신청서, 영업증 사본, 식품 생산 가공 장소 및 주변환경 평면도, 기능 구간 구성평면도, 공예 설비 배치도 및 식품생산 공예절차흐름도, 식품생산주요설비 및 시설명단, 수입검역기록, 생산과정통제, 출하검사기록, 식품안전검사, 종업원건강관리, 불안전 식품회수, 식품안전사고처리 등 보장식품안전 규정제도 등</p>
<p>소요기간</p>	<p>70일 이내</p>
<p>유효기간</p>	<p>5년</p>
<p>발급절차</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) SC 인증신청서 제출 2) 서류 심사 <ul style="list-style-type: none"> - 국가 품질감독검역총국 성급품질감독국이 서류심사 - 신청 접수 후 5일 안에 결과 발표 3) 현장 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시 - 현장조사 시작일로부터 10일 안에 결과 발표 4) SC 인증서 발급

	<p>- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 10일 안에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함</p>
--	--

자료: 식품생산허가관리법 국가식품약품관리총국령 제16호

□ 기타 주요 가공식품 인증정보

① 중국 유기농 인증	인증마크	
	발행기관	국가인증인가 감독관리 위원회
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농제품 품질 향상, 유기농제품 인증관리 강화 및 환경보호 및 지속 가능한 발전 추진 등을 목적으로 2001년 4월 인증제도 제정 - 가공 식품은 원료(물·염화나트륨 제외) 중 95% 이상이 유기농식품 인증을 받아야 함 - 가공식품 기준 유기농식품 인증 소요기간은 약 1년 반~2년 - 유기농 식품 인증 소요 비용은 약 800만원 이상이나 원료의 종류·지배지 면적·생산량 등에 따라 소요 비용이 상이 - 중국에서 유기농식품 인증을 받은 한국 제품은 단 9개 (2016년 기준)
② 식품안전관리 인증 (HACCP)	인증마크	

		
	발행기관	식품의약품안전청
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • HACCP는 Hazard Analysis and Critical Control Point의 약자로 식품의 생산, 가공, 제조, 준비 및 식용 등에 있어 소비자의 안전을 확보하고, 위험한 요소를 식별, 평가 및 제한하는 일종의 과학적이고 합리적이며 체계적인 인증 • 위험요소는 생물적, 화학적, 물리적 조건이 가지고 오는 건강에 유해한 영향을 말하며, 식품 생산 과정 중의 위험요소의 예로는 금속 잔류물, 살충제, 미생물 오염 등이 있음 • 가공 과정의 각 단계별 감시와 제한을 진행함으로써 위험 발생 확률을 낮춤

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

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

□ 라벨링 심의 제출서류

- 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화에 따라 아래와 같이 통관 전 중국세관에 미리 포장라벨의 심의를 받을 수 있음
- 심의기간: 접수기관²⁸⁾(10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)
- 심의비용: 식품 종류당 약 300위안

수입 식품라벨 심의 신청서	생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)
식품라벨의 설명 및 사용증명자료	컬러 프린트한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료	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	


□ 중국 포장식품 라벨링 필수 표기사항

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

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

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

□ 판매 중인 중국 프리미엄 새우 스낵 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
	
<p>① 제품명 : 자연 고칼슘 새우 스낵(미역맛)</p> <p>② 성분, 성분의 양·영양가치(nutritional value) : 鲜虾(새우류), 찹쌀가루, 밀가루, 식물성 기름, 미역, 계란, 돼지고기 뼈 국물 등/ 영양가치 : 열량 1635KJ(100g마다), 단백질 37.6g, 지방 18.1g, 탄수화물 19.2g, 나트륨 : 1382mg, 칼슘 : 2230mg</p> <p>③ 유통기한 : 9개월</p> <p>④ 함유량 : 39g</p> <p>⑤ 사용방법 : 개봉 후 바로 섭취하거나, 뜨거운 물에 담가 마시면 됩니다. 개봉 후 바로 드시길 바랍니다</p> <p>⑥ 위험경고(있는 경우) : 제품 원료에 해산제품이 포함되어 있습니다. 땅콩, 계란 알레르기가 있는 경우는 섭취하지 마세요</p>	

4. 위생규정

□ 식품첨가물 및 유해물질 규정 관련 국가표준(법률)

- 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 <식품 안전국가표준(食品安全国家标准)>에 부합해야 함²⁹⁾
- (식품 첨가물)중국 프리미엄 새우 스낵 제품의 식품 첨가물은 ‘식품첨가물 사용표준(食品添加剂使用标准)GB 2760-2014’ 를 준수해야 함
- (유해물질)또한, 프리미엄 새우 스낵 제품의 유해물질은 GB 2761-2017, GB 2762-2017, GB 29921-2013, 등의 규정에 따라야 함
- 스낵 제품의 경우 ‘과자국가표준(饼干国家标准)GB 7100-2015’ 를 준수해야함

표 3.11 프리미엄 새우 스낵 제품 위생요건 관련 국가표준(법률) 목록

No.	GB명칭	관련 위생요건
1	GB 2760-2014<<食品安全国家标准 食品添加剂使用标准(식품 안전 국가표준 식품첨가제 사용표준)>>	식품첨가물
2	GB 2761-2017<<食品中真菌毒素限量(식품 중 곰팡이 독소 관련 제한치 규정)>>	유해물질(곰팡이 독소)
3	GB 2762-2017<<食品中污染物限量(식품 중 오염물질 관련 제한치 규정)>>	유해물질(오염물질)
4	GB 29921-2013<<食品中致病菌限量(식품 중 병원균 제한치 규정)>>	유해물질(병원균)
5	GB 7100-2015<<饼干国家标准(과자 국가표준)>>	중국 과자 국가표준

자료: 연구자 정리

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

□ 프리미엄 새우 스낵 제품 식품첨가물 규제

- 식품안전국가표준(GB 2760-2014)은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항이 변동될 것을 사전에 인지해 지속적인 모니터링을 해야 함
- 한편, 중국 ‘식품첨가물사용 위생표준’에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함

표 3.12 프리미엄 새우 스낵 제품 식품유형 구분표³⁰⁾

식품유형 분류번호	중국 식품유형(원문)	중국 식품유형(국문)
06.05.02.02	蝦味片	새우포 혹은 새우맛 칩

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

표 3.13 중국의 프리미엄 새우 스낵 제품 수출 시 주의해야 할 식품첨가물

물질명	최대사용량	비고
브릴리언트 블루	0.25(g/kg)	브릴리언트 블루로 계산
황산알루미늄칼륨, 황산알루미늄	GMP ³¹⁾	알루미늄의 잔류량이 100mg/kg 이하(건조샘플)
타르라진	0.1(g/kg)	타르라진으로 계산
선셋 옐로우	0.1(g/kg)	선셋 옐로우로 계산
폰케아우 4R 및 폰케아우 4R 알루미늄 레이크	0.1(g/kg)	카민으로 계산

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

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

31) 식품첨가물 규정에 등재되어있어 해당품목에 사용할 수 있으나, 사용기준이 정해져 있지 않은 경우로 우수제조관리 기준(Good Manufacturing Practice, GMP)에 따라 식품분류에 따른 최소적정량을 사용할 수 있다는 의미

□ 프리미엄 새우 스낵 제품 유해물질 잔류허용기준

- 식품 중 곰팡이 독소 관련 제한치 규정(GB 2761-2017)에 따르면 프리미엄 새우 스낵 제품의 경우 해당 사항 없음
- 식품 중 오염물질 관련 제한치 규정(GB2762-2017)에 따르면 프리미엄 새우 스낵 제품의 경우 제한하는 품목과 기준은 다음과 같음

품목	식품유형	제한기준(mg/kg)
납(Pb)	팽화식품(膨化食品): 어떤 재료를 튀겨서 부풀린 식품	0.2

- 프리미엄 새우 스낵의 미생물 제한치는 과자국가표준(饼干国家标准)GB 7100-2015'에 따라 다음의 제한치를 준수해야 함

항목	샘플 추출 방안 및 한도				검증방법
	n	c	m	M	
균락총수(CFU/g)	5	2	0	-	GB 4789.2
대장균군(CFU/g)	5	2	100CFU/g	1000CFU/g	GB 4789.3 태블릿계산법
곰팡이(CFU/g) ≤	50				GB/T 4789.15
a. 샘플 분석 및 처리는 GB 4789.1 법으로 진행함					

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 루트로 샘플링 한 시료의 수량

c: m의 제한 수치 초과 허용 시료의 수

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

M: 미생물 지표의 최대안전 제한 값

주:

- 2급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m보다 커도 허용됨

- 3급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, 모든 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m보다 작거나 같아도 되며, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m값과 M값 사이에 있어도 허용됨.

하지만 M값보다 커서는 안 됨

- 예를 들어, n=5, c=2, m=100CFU/g, M=1000CFU/g일 경우, 제품에서 5개의 샘플을 뽑아, 이들 샘플의

검사결과가 m값보다 작거나 같으면($\leq 100\text{CFU/g}$) 허용되고, ≤ 2 개의 샘플의 결과가 m값과 M값 사이($100\text{CFU/g} < X \leq 1000\text{CFU/g}$)일 경우에도 허용됨. 하지만 3개 이상 샘플의 결과치가 m과 M값 사이면 허용되지 않으며, 검사결과가 M값($> 1000\text{CFU/g}$)보다 크면 안 됨

o 프리미엄 새우 스낵의 미생물 제한치는 과자국가표준(饼干国家标准)GB 7100-2015'에 따라 다음의 관능요구 사항에 부합해야 함

항목	요구	검증방법
색감	제품의 정상 색깔 및 광택	샘플을 백색 접시에 올려놓고, 자연광에서 색감과 상태를 관찰하고 이물질 유무를 검사함 향을 맡고, 미온수로 양치 후 맛을 봄
맛, 향	이상한 향, 맛이 없어야 함	
상태	곰팡이, 벌레 및 정상시력으로 발견 가능한 이물질이 없어야함	

※ 참고사항

- o 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용³²⁾
 - 기존에 식용 균류 및 조류 가공품에 사용하는 방부제인 니신에 대한 규정이 없었음
 - 2018년 2월 13일 이후 니신을 첨가할 경우, 빵류는 0.3 g/kg, 식용 균류 및 조류 가공품을 비롯한 기타 농산물 가공품은 0.5 g/kg의 기준치를 적용
 - 해당 식품첨가물은 미생물 생장 억제 등의 목적으로 사용됨
 - 한국에서는 가공치즈 이외에 사용이 금지되어 있으나, 중국에서는 그 외 식품유형에도 사용기준을 설정하였으므로 수출 시 유의해야 함
- o 국가표준(GB)에 대하여
 - GB는 중국 시장에 판매되는 제품의 품질 보장을 위해 국가에서 규정하는 강제성을 지닌 규범으로 국제 표준보다 우선 적용됨
 - GB는 ‘国家标准(Guo jia Biao zhun)’의 병음의 앞글자만 딴 약자로 일반적으로 뒤에 일련번호를 수반함
 - 국가표준 약호는 총 세 가지로 나뉘며 강제성 국가표준(GB), 추천성 국가표준(GB/T), 기술지도성 국가표준문서(GB/Z)이 있음

32) 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產品種果糖基轉移酶(又名 β -果糖基轉移酶)和食品添加劑單, 双甘油脂肪酸酯等7種擴大使用範圍的公告 (2018年第2号))



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 오프라인
3. 온라인

1. 경쟁제품 선정

□ (오프라인) 중국 현지의 하이퍼마켓을 중심으로 현지조사 진행

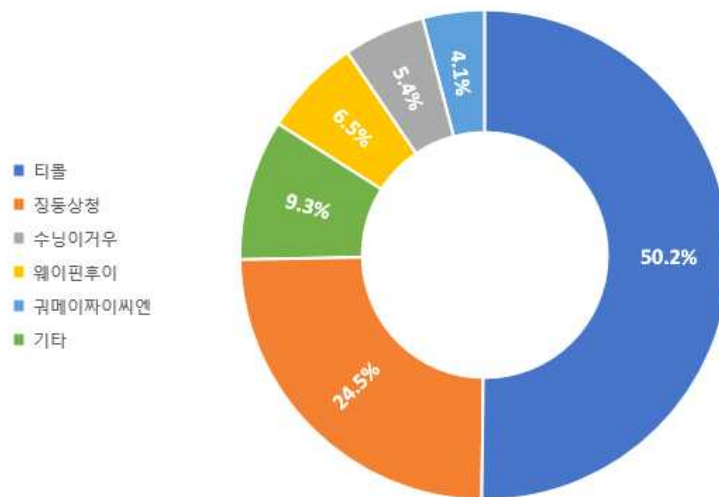
- 프리미엄 스낵 제품을 조사하기 위해 글로벌 하이퍼마켓 까르푸와 로컬 하이퍼마켓 허마셴싱(盒马鲜生)을 방문함

□ (온라인) 중국의 주요 B2C 온라인 쇼핑몰인 티몰과 징둥상청에서 프리미엄 스낵 제품을 조사

- 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율 1, 2위는 각각 티몰(50.2%)과 징둥상청(24.5%)
- 티몰과 징둥 웹사이트에서 판매량이 많은 순으로 경쟁제품을 선정하고 현재 중국 현지에서 판매 중인 수입 제품 및 현지 생산 제품을 포함하여 조사

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 온라인 소매 시장 점유율

(단위: %)



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中国电子商务研究中心)

□ 분석기준 및 지표설정

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




2. 오프라인

□ 경쟁제품 선정기준

- 베이징의 주요 하이퍼마켓인 허마셴싱(盒马鲜生), 까르푸에서는 의뢰 업체의 제품과 유사한 프리미엄 새우 스낵 제품은 확인되지 않음
 - 중국에서 새우 스낵은 기본적으로 기름에 튀긴 제품들이 대다수이기에 프리미엄 라인으로 출시된 제품이 적음
 - 따라서 의뢰 업체측의 요청에 따라 다른 원물을 재료로 한 프리미엄 스낵도 경쟁 제품으로 선정함



□ 주요 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	김스낵 토마토 맛(糙米海苔脆片, 番清新茄味)	
	제조사	C사	
	제품특성	-	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	라이스칩(타피오카전분, 현미, 소금), 김(12.43%), 토마토시즈닝, 해바라기씨유, 참기름, 로즈마리추출유	
	조사매장	허마셴성(盒馬鮮生)	
	용량	20g	
	제품가격	8.9위안(약 1,450원)	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
	비고	포장에 제품의 원산지와 조리방법을 그림을 통해 강조하고 있음. 또한, 맛의 현지화 전략으로 한국에는 없는 토마토 맛을 판매	

구분		제품 # 2	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	김쿠키(海苔味字母饼干)	
	제조사	EIBOO	
	제품특성	-	
	포장 용기	종이	
	성분	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 탈지분유, 물엿, 마가린, 호두씨), 미역가루, 치즈, 탄산수소 나트륨, 소금, 인지질	
	조사매장	허마센성(盒馬鮮生)	
	용량	60g	
	제품가격	9.9위안(약 1,610원)	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
	비고	중국산 제품이지만 제품명은 한국어로 기재되어 있으며, 김 이외에도 코코아, 버터 등 다양한 맛이 있음	




구분		제품 # 3	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	마라맛 땅콩 멸치 스낵(黃飛紅麻辣小魚干花生)	
	제조사	신희(欣和)	
	제품특성	-	
	포장 용기	폴리에틸렌(지퍼백)	
	성분	땅콩, 풍미어포(16%) 소어(小魚), 설탕, 참깨, 소금, 글루탐산 나트륨(MSG) 고추, 비유전자 변형 콩기름, 산초, 소금, 비타민E	
	조사매장	허마셴성(盒馬鮮生)	
	용량	98g	
	제품가격	13.9위안(약 2,270원)	
	유통기한	제조일로부터 10개월	
	비고	마라 맛이 나는 땅콩 멸치 스낵으로 타 유사 제품보다 영양소를 강조함	

구분		제품 # 4	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	야채 스낵(蔬菜饼干)	
	제조사	이쯔(亿智)	
	제품특성	-	
	포장 용기	플라스틱 용기(병 형태)	
	성분	밀가루, 설탕, 식물성 기름, 프락토올리고당, 버터, 말린 야채(미나리), 샐러리, 파, 포도당 액기스, 탄산수소 암모늄), 계란, 전지분유, 소금, 탄산 탐산 칼슘, 탄산 칼슘, 탄산수소 나트륨, 식용염, 탄산나트륨	
	조사매장	허마센성(盒馬鮮生), 월마트, 까르푸	
	용량	100g	
	제품가격	16위안(약 2,610원)	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
	비고	모든 오프라인 조사 매장에서 판매되고 있는 제품. 온라인상으로도 유명한 제품이어서 까르푸의 경우 전용 진열대에 비치되어 있음	

구분		제품 # 5	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	유기농 현미과자	
	제조사	ICONX	
	제품특성	-	
	포장 용기	플라스틱 용기(병 형태)	
	성분	쌀, 현미, 옥수수(8%), 치즈가루(8%), 냉동 유산균(8%), 연맥, 소맥, 플락토올리고당, 포도당, 白砂糖(설탕), 식물성 기름, 옥수수맛조미료, 전지분유, 우유분말, (식용첨가제(식용향료)), 맥아시럽, 소금, 식용첨가제(탄산칼슘)	
	조사매장	허마셴성(盒馬鮮生)	
	용량	60g	
	제품가격	26위안(약 4,240원)	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
비고	중국에 위탁 생산한 한국 제품으로, 풍부한 영양소와 섭취의 용이성, 한국의 배합 기술 적용을 강조함		

구분		제품 # 6	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	꾸즈꾸즈(菇滋菇滋)	
	제조사	꾸즈꾸즈(菇滋菇滋)	
	제품특성	-	
	포장 용기	종이(외부)	
	성분	백만송이버섯, 맥아설탕, 맥아 텍스투린, 설탕, 식물성 기름, 소금	
	조사매장	허마셴성(盒馬鮮生)	
	용량	30g	
	제품가격	13.9위안(약 2,270원)	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
	비고	버섯을 원료로 한 스낵으로, 백만송이 버섯 이외에도 기타 다양한 종류의 버섯 스낵이 있음. 버섯 자체를 그대로 사용하여 만든 제품임을 강조	

구분		제품 # 7	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	식진구어쑤추이(什錦果蔬脆片)	
	제조사	콰이러츠후어(快樂吃貨)	
	제품특성	-	
	포장 용기	플라스틱 용기(투명)	
	성분	오크라, 까치콩, 호박, 버섯, 사과, 바나나, 황도, 대추, 식물성 기름, 소금	
	조사매장	허마셴성(盒馬鮮生)	
	용량	150g	
	제품가격	35.8위안(약 5,840원)	
	유통기한	제조일로부터 8개월	
	비고	최근 중국에서 유행하는 말린 야채, 과일 스낵. 상기 제품은 종합 스낵이며 야채와 과일을 각각 별도로 판매하기도 하는데 종류가 무척 다양함	

구분		제품 # 8	
이 미 지	제품 이미지		
		앞면	뒷면
			
제 품 스 펙	제품명	Craisins dried cranberries	
	제조사	Ocean Spray	
	제품특성	-	
	포장 용기	폴리에틸렌(지퍼백)	
	성분	건조 크랜베리, 설탕, 글리세린, 레몬산, 해바라기 유, 연맥편, 현미가루, 현미 액체 정제 설탕, 설탕, 고구마 액체 정제 설탕, 꿀, 당밀, 해바라기 유, 소금, 식용 향료	
	조사매장	월마트	
	용량	142g	
	제품가격	23.9위안(약 3,900원)	
	유통기한	제조일로부터 12개월	
	비고	미국산 제품으로 1930년부터 경영한 농장 상품임을 홍보. 인공색소, 방부제 무첨가와 원물 재료 사용을 강조함	

3. 온라인

□ 경쟁제품 선정기준

- 주요 온라인 플랫폼에서 의뢰 업체의 제품과 유사한 프리미엄 새우 스낵 제품은 쉽게 발견되지 않음
 - 중국에서 새우 스낵은 기본적으로 기름에 튀긴 제품들이 대다수이기에 프리미엄 라인으로 출시된 제품이 많지 않음
 - 따라서 의뢰 업체 측의 요청에 따라 다른 원물을 재료로 한 프리미엄 스낵도 경쟁 제품으로 선정함

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	타오바오(淘宝)	티몰(天猫)
제품 스펙	URL	https://item.taobao.com/item.htm?spm=a230r.1.14.21.133d5324kWCwCK&id=571047624519&ns=1&abbucket=12#detail	https://chaoshi.detail.tmall.com/item.htm?spm=a230r.1.14.223.7b4d73cb4kkKhy&id=571679301834&ns=1&abbucket=12
	원산지	한국	태국
	제품명	크래미 대구편(客味美鳕鱼即食薯片)	김꼬마포(漁一半海苔味小魚脯)
	브랜드	H기업(한국)	위이뻘(漁一半)
	유통기한	제조일로부터 12개월	제조일로부터 12개월
	제품가격	32위안(약 9,780원)	11.88위안(약 6,500원)
	중량	30g	30g
	성분	대구88%, 백설탕, 밀가루, 옥수수가루, 식용소금, 글루탐산나트륨	연육, 소맥전분, 백설탕, 식용소금, 김, 파래, 글루탐산나트륨, 버터, 발효분말, 탄산 칼슘

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	티몰(天猫)	티몰(天猫)
제품 스펙	URL	https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a220m.1000858.1000725.1.77d5d98UYyLa&id=537261255625&skuld=3257830165420&areald=110100&user_id=2441075679&cat_id=2&is_b=1&m=36072e753df4f79915f75a51a2f67663	https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a230r.1.14.76.1a1b423cloGge3&id=569690356440&ns=1&abucket=12
	원산지	대만	중국
	제품명	연어QQ스낵(三文魚QQ魚棒)	천연고칼슘설새우병(那伽力天然高钙雪吓饼) 미역맛
	브랜드	RIVESA 禾泱泱	나짜리(那伽力)
	유통기한	제조일로부터 12개월	제조일로부터 9개월
	제품가격	9.9위안(약 1,600원)	120위안(약 19,600원)
	중량	30g	195g*5개
	성분	신선어육완자, 흑임자, 연어분말, 밀가루, 백설탕, 엿당, 젤라틴, 시어분말, 신향료, 식용소금	새우, 찹쌀가루, 밀가루, 식물성 기름, 감, 계란, 돼지고기 뼈 국물 등

구분		제품 #4	제품 #5
제품 이미지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	티몰(天猫)	티몰(天猫)
제품 스펙	URL	https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a220m.1000858.1000725.51.290d12b1tBNQ6c&id=520356181057&skuld=3416742808957&areald=110100&user_id=2155651478&cat_id=2&is_b=1&m=d7748b80f3a5a86ffab7211e5aef700a	https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a230r.1.14.20.41d643c7NVFNEI&id=566666302693&ns=1&abucket=12&skuld=3899718893409
	원산지	베트남	중국
	제품명	종합채소과일편(綜合素果干)	7색채소편(七彩蔬菜干)
	브랜드	SABAVA(沙巴哇)	량핀푸즈(良品鋪子)
	유통기한	제조일로부터 12개월	제조일로부터 9개월
	제품가격	79위안(약 12,900원)	39위안(약 6,360원)
	중량	230g*2개	50g*2개
	성분	파초, 고구마, 파인애플 꿀, 토란 뿌리, 식용 식물성 기름	적색 무, 감자, 자색 고구마, 호박, 청무, 오크라, 버섯식물성 기름, 비타민E, 맥아시럽, 맥아 분말, 맥아 텍스트린, 식용 소금





V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

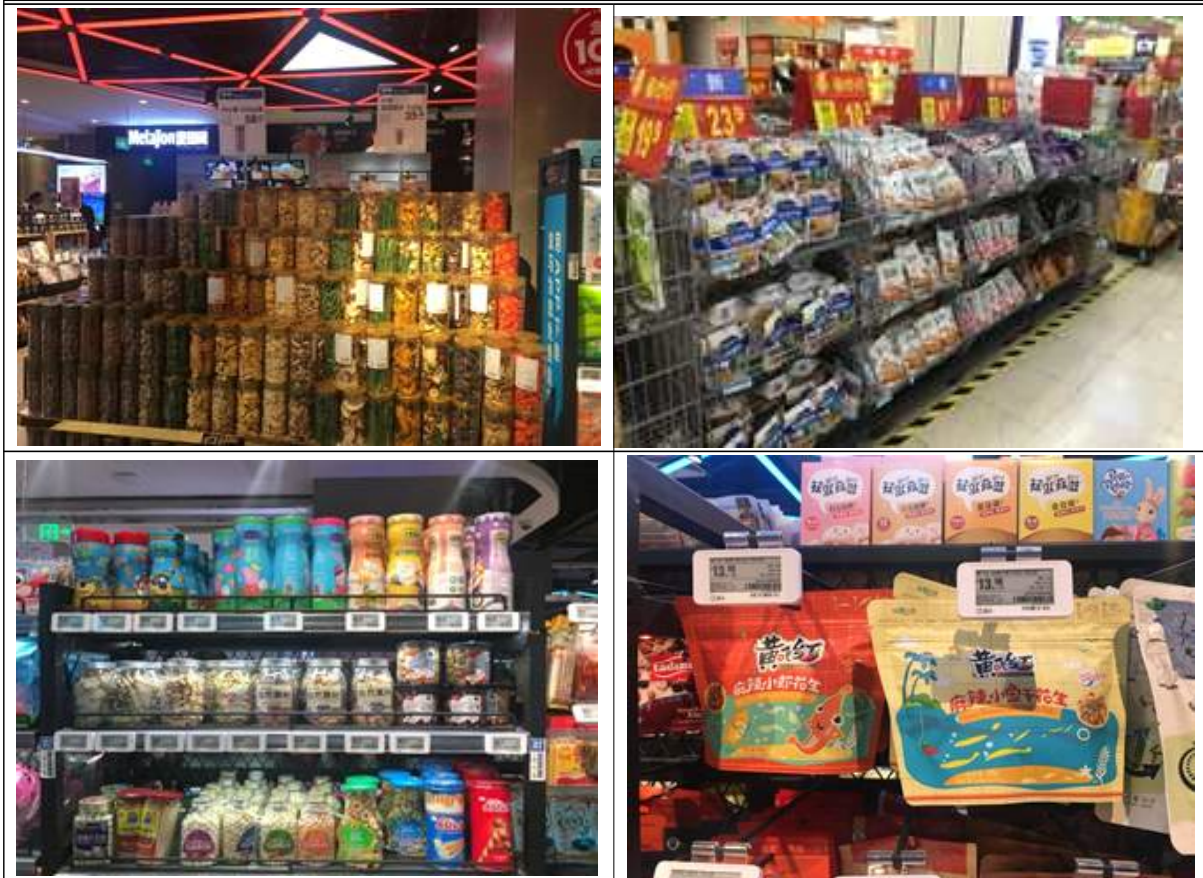
1. 경쟁사 선정

□ 선정기준

- 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 판매량이 높은 순과 제품 인지도가 높은 제품을 종합하여 제조사를 선정
- 의뢰 제품과 가장 유사한 스낵류를 제조하는 업체를 중심으로 선정

주요 경쟁사			
브랜드 로고	브랜드명	대표제품	국가
	나짜리(那伽力)	- 새우를 이용한 스낵 전문제조(아이, 임산부, 성인 등 대상)	중국
	이쯔(亿智)	- 유아용 스낵 제조 - 영양을 강조한 스낵, 견과류, 젤리	중국

하이퍼마켓 내 프리미엄 스낵 제품 진열 사진



2. 경쟁사 분석

□ 주요 경쟁사 기업정보

	<ul style="list-style-type: none"> - 새우를 주 재료로 한 스낵 제품을 생산 - 영유아에게 칼슘의 중요성을 강조하며 고칼슘 새우 스낵을 주력 상품으로 삼음 - SNS를 활용한 적극적 마케팅으로 웰빙 스낵 생산업체라는 이미지를 형성하기 위해 노력 중 			
기업개요	기업명	나짜리(那伽力)	설립연도	2014년
	취급품목	고칼슘 웰빙 새우 스낵 제품명: 雪蝦多	국가	중국
			홈페이지	www.najali.cn(중국)
제품				

	<ul style="list-style-type: none"> - 이쁘식품유한공사의(亿智食品有限公司)의 브랜드로 웰빙 스낵 제품을 생산 - 인기 캐릭터 Peppa Pig를 활용하여 소비자들의 호응을 얻고 있음 - 현재 가장 유명한 스낵 제조사 중 하나로, 온라인에서도 쉽게 제품을 찾을 수 있음 			
<p>기업개요</p>	<p>기업명</p>	<p>- 이쁘식품유한공사 (亿智食品有限公司)</p>	<p>설립연도</p>	<p>1990년</p>
	<p>매출액</p>	<p>2018년 기준 8억 3,500만 달러(약 9,424억원)</p>	<p>국가</p>	<p>중국</p>
	<p>직원 수</p>	<p>800명</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.yizhifood.com (중국)</p>
	<p>취급품목</p>	<p>영유아용 웰빙 스낵</p>		
<p>제품</p>				



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

1) 오프라인 유통채널 개황

□ 주요 소매 유통채널은 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

- 중국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통매장으로는 a. 중국 로컬 유통 체인인 RT-Mart(大润发), China Resources Vanguard, Yonghui(永辉), Wumart(物美) 와 b. 외국 유통 체인인 Wal-Mart, Carrefour, Lotus 등을 들 수 있음
 - 미국농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에 따르면 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중이 전체 유통채널 매출액의 약 30%를 차지함
- 월마트, 까르푸, 메트로 등의 글로벌 유통 체인이 현지 선도 유통 체인인 벵가드, 용후이 마트 등과 치열한 경쟁 중
 - 2016년 기준 중국의 주요 외국 자본 소매점 매출액 기준 1, 2, 3위를 기록한 RT Mart, Walmart, Carrefour는 매출액과 매장 수가 전년 대비 모두 증가하는 추세를 보임

표 6.1 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만 명, 10억 달러)

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

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

표 6.2 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

매출액 순위	이름	매출액	매출액 증가율	2015년 매장 수	매장 수 증가율
1	RT Mart	13,987	4.0%	368	9.9%
2	Walmart	11,499	4.3%	439	1.6%
3	Carrefour	7,568	25.9%	319	36.3%

4	Dennis Zhenzhou	3,118	15.6%	411	39.3%
5	Metro Cash & Carry	2,893	1.0%	87	6.1%
6	Watsons	2,778	2.3%	2929	18.0%
7	Parkson	2,489	-8.3%	53	-8.6%
8	CP Lotus	1,949	-3.7%	82	0.0%
9	Jusco	1,675	4.9%	56	3.7%

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

o 편의점의 경우, Ejoy, USmile, Meiyijia 등이 2015년 기준 중국 현지에서 약 51,000여 개의 매장을 운영하고 있음

표 6.3 2016년 중국의 10대 편의점 순위

(단위: 개)

매출액 순위	편의점 이름	기업	2016년 매장 수
1	Ejoy	Sinopec Ejoy	25,000
2	USmile	PetroChina	17,000
3	Meiyijia	Dongguan Sugar and Liquor Group	9,300
4	Tianfu	Guangdong Tianfu Group	3,311
5	Hongqi (Redflag)	Chengdu Hongqi	2,704
6	Shizu	Zhejiang Shizu	1,936
7	Family Mart	Shanghai FamilyMart Co.,Ltd	1,810
8	Quick	Shanghai Lianhua	1,551
9	Kedi,Allday	NGS Group	1,400
10	Tang jiu	Taiyuan Tang Jiu Group	1,420

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

□ 신유통 바람이 부는 중국의 백화점 유통채널

- 중국 신화통신의 보도자료에 따르면, 경기 침체와 온라인 시장 활성화에 따라 2016년 기준 60%를 차지하는 백화점 유통사들의 매출액 하락
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온·오프라인 결합을 통해 신유통³³⁾의 방향을 제시
 - 2016년 알리바바는 중국 최대 오프라인 유통기업인 바이리엔 백화점과 협력관계를 구축. 귀메이 백화점은 6개 카테고리에서 온·오프라인 융합을 통해 신유통 전략 추구

2) 온라인 유통채널

□ 2016년 기준 중국의 B2C 온라인 쇼핑 시장 1, 2위를 기록한 티몰(TMALL)과 징둥(京東)의 점유율은 각각 57.7%, 25.4%임

- 3-10위 기업은 웨이핀후이(唯品會), 쑤닝(苏宁易购), 메이구어짜이시엔(国美在线), 당당당당(Dangdang), 아마존(亚马逊中国), 이하오디엔(一号店), 쥘메이(聚美优品), 판두어두어(拼多多) 순임

표 6.4 중국의 주요 종합 쇼핑몰

구분	기업 명칭			홈페이지	비고
	중문	국문	영문		
1	天猫	티엔마오	Tmall	www.tmall.com	중국 1위 B2C 기업, 약 8만 9,000개 플래그숍 보유
2	京東	징둥	JD	www.JD.com	중국 2위 B2C 기업, 4,000만 종류의 상품 판매
3	唯品會	웨이핀후이	VIP	www.vip.com	중국 3위 B2C 기업, 브랜드 할인 상품 판매 위주
4	当当	당당	DangDang	www.DangDang.com	도서 위주의 종합 B2C 기업
5	亞馬遜	암존	Amazon	www.Amazon.cn	미국 Amazon의 중국 자회사

자료: 한국무역협회 상하이지부

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

□ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑물

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

□ 신유통(新零售) 채널 주목

- 빅데이터, 인공지능 등 선진 기술을 이용하여 상품의 생산, 유통, 판매를 업그레이드함과 동시에 소비자 체험 수준을 높이는 유통의 새로운 형태임
 - 알리바바 그룹 마윈 회장이 신유통을 처음 언급한 이후 국영 오프라인 유통기업 바이리엔그룹(百联集团)과 전략적 협력을 체결하여 각자의 장점을 살린 새로운 유통형태를 추진하고 있음
 - △사업 모델 전환 △브랜드 업그레이드 △제품 혁신 △유통 루트 개선 △신소매 개혁 등 모든 측면에서 소비자 체험 강화하는 추세임
 - ‘오프라인 매장 체험(제품 확인) → 온라인 가격 비교 → 모바일 결제 → 배송 서비스’ 로 이어지는 구매패턴이 일종의 ‘소비습관’ 으로 자리매김

2. 주요 유통채널 분석

□ 허마셴싱(盒马鲜生)

기업개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 알리바바의 신선식품 매장 및 배달 서비스 업체 - 2015년 창업한 신선식품 서비스 전문 벤처기업 - 신유통과 빅데이터의 기술을 앞세워 차세대 유통채널로 주목받고 있음 	
유형	대형할인 체인점	주소	서성구 서직문 외대로 112호 양광 빌딩(西直門外大街112号陽光大厦)
대표전화	4008288477	홈페이지	www.freshma.com
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 까르푸보다 고품질의 상품을 주로 취급하며 건강과 신선함을 강조 - 유통채널의 특성에 맞게 의뢰 제품과 같은 프리미엄 웰빙 스낵 제품이 가장 많이 구비되어 있음 - 중국 제품뿐만 아니라 다양한 수입제품도 취급 		
매장전경	 		

□ Carrefour China (中関村店)

기업개요			
	<p>- 1959년 프랑스까르푸그룹 설립 이후 1995년 베이징에 설립된 최초의 대형종합마트</p>		
<p>유형</p>	<p>대형할인 체인점</p>	<p>주소</p>	<p>베이징시 중관춘 난따로 갑 56호 광위엔 건물(北京市中關村南大街甲56号方圓大厦)</p>
<p>대표전화</p>	<p>(010)8836 2729-8000</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.carrefour.com.cn</p>
<p>조사 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 스낵 제품류는 많지만 고급 하이퍼마켓은 아니기 때문에 의외 제품과 같은 고급 웰빙 스낵과 같은 제품은 발견하기 어려움 - 일반 소비자들에게 가장 인기있는 제품 중 하나인 이쯔(亿智) 브랜드 스낵 제품은 전용 진열대를 마련하여 판매 중 		
<p>매장전경</p>			

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11.
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.
3. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09.
4. 「제40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04.
5. 「2016 가공식품세분시장 현황」, 한국농수산식품유통공사 2016
6. 「중국 식품첨가물 및 유해물질 조사」, 한국농수산식품유통공사 2017.12
7. 「What Is New in Snacks? China's Bright Lights Show Sign of Dimming」, Euromonitor 2016.07.05.
8. 「GB 2760-2014<<食品安全国家标准 食品添加剂 使用标准(식품안전국가표준 식품첨가제 사용표준)>>」
9. 「食品中真菌毒素限量(식품 중 곰팡이 독소 관련 제한치 규정)」, GB 2761-2017
10. 「食品中污染物限量(식품 중 오염물질 관련 제한치 규정)」, GB 2762-2017
11. 「食品中致病菌限量(식품 중 병원균 제한치 규정)」, GB 29921-2013
12. 「饼干国家标准(과자 국가표준)」, GB 7100-2015
13. 「食品安全国际标准预包装食品视频标签通则」, GB 7718_2011

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. 트레이드내비, www.tradenavi.or.kr
4. International Trade Centre, www.trademap.org
5. 중국관세청, www.customs.gov.cn
6. 티몰(天猫), www.tmall.com
7. 징둥(京東), www.jd.com
8. 한국수출입은행 해외경제연구소
9. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
10. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国 国家质量监督检验检疫总局), www.aqsiq.gov.cn
11. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
12. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
13. National Bureau of Statistics of China, www.stats.gov.cn/english/
14. 중국 산업정보망(中国产业信息网), www.chyxx.com
15. 한국농촌경제연구원, www.krei.re.kr
16. CNN World Money, www.cnworldmoney.com
17. 한중FTA www.fta.go.kr/cn
18. 중국경영인증컨설팅, www.cmcc.co.kr

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-03

품목: 프리미엄 새우 스낵(Shrimp Snack)

국가: 중국(China)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발행일 2018

발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 www.kati.net

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

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