

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---


No. 1810-16

품목: 치킨 소스(Chicken Sauce)

국가: 중국(China)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품 산업현황	09
3. 수출입통계	17
II. 치킨 및 치킨 소스 시장 트렌드	18
1. 제품 트렌드	19
2. 소비자 트렌드	23
III. 통관 및 제도	27
1. 통관 및 검역	29
2. 인증정보	46
3. 라벨링	50
4. 위생요건	53
IV. 경쟁제품	57
1. 경쟁제품 선정	58
2. 오프라인	59
3. 온라인	59



V. 경쟁사	71
1. 경쟁사 선정	72
2. 경쟁사 분석	72
VI. 유통채널 현황	74
1. 유통채널 개황	75
2. 주요 유통채널 분석	82



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
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, 사량산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음.

## 주요 정보

- ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- ▶ 수도: 베이징
- ▶ 국가원수: 시진핑 주석
- ▶ 인구: 1,391백만 명(2017)
- ▶ 면적: 963,4057만 km<sup>2</sup>(한반도의 약 43배)
- ▶ 공식어: 중국어
- ▶ 주요 도시: 베이징, 텐진, 충칭, 상하이
- ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 위안(元, RMB)
- ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)
- ▶ 환율기준: 1 RMB = 163.3 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.12.26. 검색)



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

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

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>2)</sup>

	<b>등급</b>	<b>등급전망</b>
	<b>DB4</b>	<b>부정적</b>

자료: 「Country Insight Snapshot September 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 증대됨</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 September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

## □ 주요 거시경제 지표

- 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망
  - 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의 2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록
- 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정된 지표임. 대내외 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

- 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

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
경제성장률	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 September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

#### □ 무역통상 환경

- 중국의 정책 당국은 미-중 무역 전쟁뿐만 아니라 기업 재무구조 개선 문제에 대한 대책 마련에 부심하고 있음. 특히 지방정부 및 국유기업과 가계의 부채는 심각한 수준이며, 지난 5년간 상환 능력에 비해 훨씬 빠른 속도로 증가함
  - 저장성은 지난 5월 70억 달러의 부채를 가진 민간기업 부문의 지원요청을 받았으며, 4대 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"> <li>▶ 미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공 약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과할지에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨</li> <li>• 거시경제적으로는 관세가 주는 충격이 크지 않아서 2017년 기준 중국과 미국의 GDP에 미치는 영향은 각각 0.4%, 0.3%에 불과함. 한편, 미국 보복 관세의 파급효과는 거시경제에 매우 부정적이고 심대한 충격을 가져올 전망</li> <li>▶ 미국과 중국의 무역 조치는 개별 기업 및 민간 부문에 심각한 영향을 미치며,</li> </ul>

	<p><b>전례가 없는 양국 간 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함</li> <li>▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 펫푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 완전히 해체하여 검사함</li> <li>▶ 2017년 중국의 대미 선적 규모는 금액 기준으로 전세계 선적액의 1/3에 해당. 중국 보복관세의 영향은 차치하더라도, 미국의 관세가 유지되면, 중국 수출업자의 약 13%, 미국 수입업자의 약 5%가 영향을 받게 됨</li> </ul>
--	--

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



## 2. 식품 산업현황<sup>3)</sup>

### 1) 조미료 및 소스 시장 동향

#### □ 중국의 조미료 시장 규모

- 첸잔산업연구원(前瞻产业研究院)에 따르면, 중국 조미료 업계의 판매수입 규모는 증가 추세로, 2017년 처음으로 3,300억 위안을 돌파한 것으로 추정됨
  - 2003~2010년은 중국의 조미료 업계가 빠르게 성장한 황금기로, 간장식초 및 그와 유사한 제품의 연평균성장률(CAGR)은 26.8%에 달하였으나, 2010년 이후 성장률이 둔화되기 시작하여 13.8%로 낮아짐
  - 2017년 성장률은 8.1%를 기록
- 쑤안성컨설팅(三胜咨询)에 따르면, 향후 5년간(2018-2022년) 중국의 조미료 시장 규모는 안정적인 성장을 지속할 것으로 전망됨
  - 2022년까지 중국 조미료 시장 규모는 4,419억 위안에 달할 것으로 전망

표 1.2 2010-2017년 중국 조미료 시장규모 및 성장률

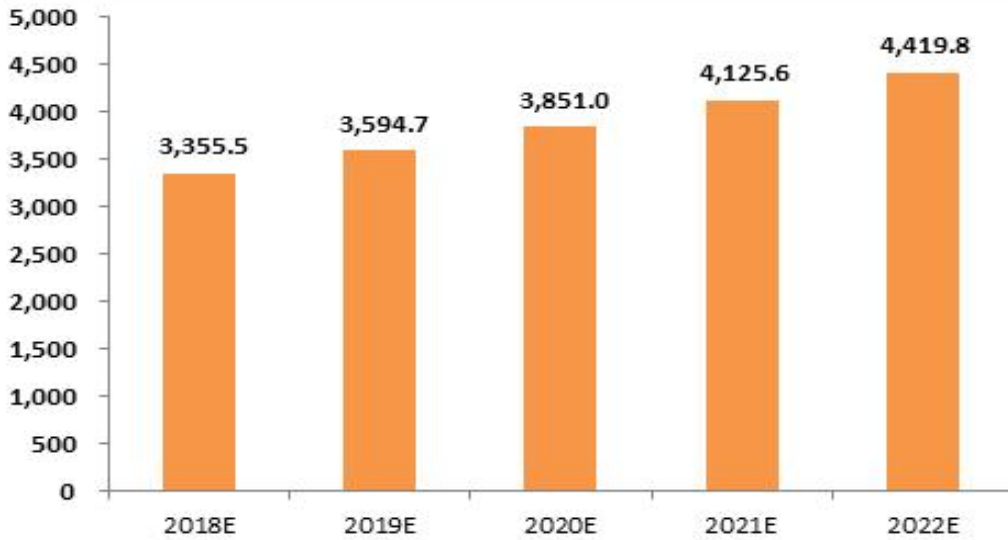


자료: 첸잔산업연구원(前瞻产业研究院)

3) 중국 치킨 소스 보고서에서 다루고자 하는 품목의 조사 범위를 보고서를 의뢰한 기업 인터뷰를 통해 양념 치킨 소스 제품으로 한정하였음. 또한, 양념 치킨 소스 시장의 상위 시장은 소스 시장, 조미료 시장으로 한정하여 조사함

표 1.3 중국 조미료 시장 규모 전망(2018-2022)

(단위: 억 위안)



자료: 산성컨설팅(三勝咨詢)자료 가공하여 연구자 재구성

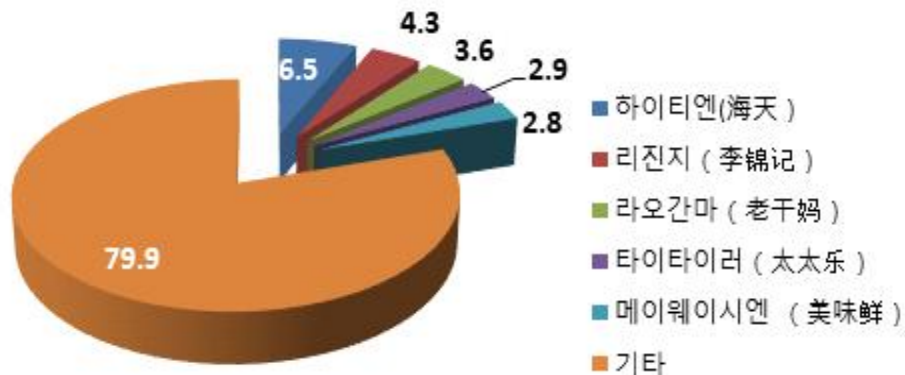
□ 중국의 조미료 시장 브랜드 점유율

○ 2016년 중국의 5대 조미료 브랜드는 하이티엔(海天), 리진지(李锦记), 라오간마(老干妈), 타이타이러(太太乐), 메이웨이시엔(美味鲜)이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 6.5%, 4.3%, 3.6%, 2.9%, 2.8%임. 5대 브랜드의 총 점유율은 20.1%로 여타 산업 대비 낮은 시장 집중도를 보이고 있음

- 한국 조미료 브랜드 C사의 경우 중국 주요 온라인 쇼핑몰인 티몰에서 다양한 조미료 제품을 판매 중이나, 중국 조미료 시장 상위 브랜드에는 속하지 않음

표 1.4 2016년 중국 조미료 시장 브랜드 시장점유율

(단위: %)



자료: 첸잔산업연구원(前瞻产业研究院)

[참고] 중국 조미료 산업 분류



자료: 중국산업정보망(中國產業信息网)

□ 중국의 소스 시장 규모

- 중국의 소스 시장 규모는 2016년 기준 약 400억 위안으로 파악되며, 이는 전년 대비 약 22.3% 성장한 수치로 향후 소스 시장의 전망 또한 긍정적
  - 2015년 기준 중국의 소스 시장 규모는 전년 대비 약 11.5% 성장
  - 생활 수준이 향상됨에 따라 외식의 비중과 빈도수가 점차 증가하는 한편, 가정 내 요리 시에도 쉽게 맛을 낼 수 있는 소스를 선택하는 비중이 늘어나고 있음

표 1.5 중국 소스 시장 규모 및 성장률(2009-2016E)



자료: 중국산업정보망(中国产业信息网)

## 2) 치킨 및 치킨 소스 시장 동향

### □ 치킨의 분류

- 중국에서의 치킨은 보통 대만식 치킨, 한국식 치킨, 통째로 튀긴 치킨, 기타 치킨과 같이 4가지 형태로 분류 가능함
  - 대만식 치킨은 치킨까스 및 팝콘 치킨과 같이 튀긴 닭에 소금을 가미한 형태로, 대표적인 브랜드로는 ZHENGXIN CHICKEN STEAK(正新鸡排)를 들 수 있음
  - 중국 내에서 가장 일반적으로 '치킨'으로 인식되는 것은 통째로 튀긴 치킨으로 대표적인 브랜드는 Call a Chicken(叫了个炸鸡)임
  - 한국식 양념 치킨 제품의 대표적인 브랜드는 디디치킨(蜜哆哆韩国炸鸡)임

표 1.6 4대 치킨 유형 분류

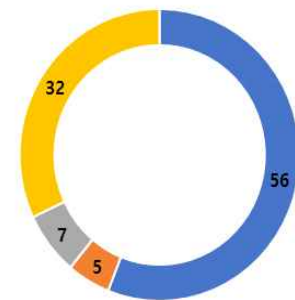
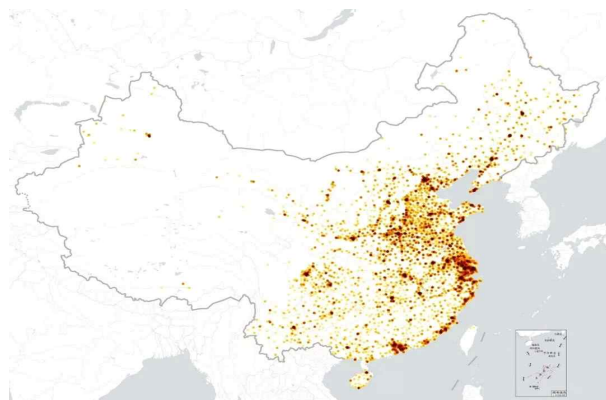
치킨 유형	대표 제품 및 예시	대표적인 브랜드 및 로고
①대만식 치킨	튀긴 닭에 소금을 뿌린 치킨, 치킨 까스, 팝콘 치킨  치킨까스	ZHENGXIN CHICKEN STEAK(正新鸡排) 
②한국식 치킨	양념에 무친 치킨 너겟, 닭날개  양념 치킨	디디치킨(蜜哆哆韩国炸鸡) 
③통째로 튀긴 치킨	통째로 튀긴 닭 	Call a Chicken(叫了个炸鸡) 
④기타 치킨	일식, 프랑스식 치킨을 퓨전으로 하여 만든 지역 특색의 치킨류	현지 특색의 가게

자료: 중국의 치킨관련 인터넷 커뮤니티(炸鸡贴吧)

## □ 치킨점의 지역적 분포 및 치킨의 유형별 점유율 현황

- 치킨점 지도<sup>4)</sup>에 따르면, 중국의 치킨점은 약 2만 여개로 전국적으로 분포는 되어 있으나, 동남부 및 중부에 집중되어 있는 것으로 확인됨
    - 특히, 베이징, 톈진, 상하이, 장쑤성 및 저장성 등 연해도시 지역에 밀집되어 있으며, 서부지역은 상대적으로 치킨점이 많지 않은 것으로 파악됨
  - DT재경(DT财经)의 조사에 따르면, 중국의 치킨점 분포 기준 40위 권 내 도시를 대상으로 치킨 유형별 점유율을 파악해본 결과 대만식 치킨의 점유율이 약 56%로 1위를 차지함
    - 대만식 치킨은 둥관(东莞), 쑤아(三亚), 샤먼(厦门) 등의 남방지역에서 선호도가 높은 것으로 나타남
    - 북방지역에서는 통째로 튀긴 치킨 제품에 대한 선호도가 높은 것으로 보이며, 특히 헤이룽장성의 다칭시(大庆市)에서는 소비자의 약 75% 이상이 통째로 튀긴 치킨을 선호하는 것으로 조사됨
- \* 그러나, 헤이룽장성의 무단장시에서는 한국식 치킨의 인기가 가장 높으며 약 36.7%의 시장을 점유함

표 1.7 중국 전역의 치킨점 분포<sup>5)</sup> 및 치킨의 유형별 점유율



■ 대만식 치킨 ■ 한국식 치킨  
■ 통째로 튀긴 치킨 ■ 기타 치킨

자료: DT재경(DT财经), CBNDData

4) 본 지도에서 설명하고 있는 치킨전문점이란 전문적으로 치킨을 만들어서 판매하는 매장만을 포함시켰음. 예를 들어 햄버거 혹은 비빔밥 등과 같이 겸하여 판매하는 매장은 제외함. 그러므로, 맥도날드와 KFC 그리고 치킨을 판매하는 한식당은 본 지도에서 제외함

5) 데이터 집계 기간은 2018년 7월까지이며, 데이터 출처는 高德地圖. 또한, 대만지역의 데이터는 완전하지 않을 수 있음

□ 중국 내 유명 치킨 프랜차이즈점

- 치킨을 판매하는 프랜차이즈점으로는 KOOSI CHICKEN, ALICHICKEN, 띠이지아 따지과이(第1佳大鷄排) 등이 있음
- 한국의 P사는 2014년 중국에 진출하여 중국 내 500여 개의 매장을 보유하고 있으며, 한국의 대표적인 치킨 프랜차이즈점으로 자리매김함

표 1.8 중국의 치킨 프랜차이즈점 순위

순위	프랜차이즈점명	로고	특징
1	口水鷄排 (KOOSI CHICKEN)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2008년 출범, 중국 내 상하이, 광둥, 허난, 산시, 안후이, 칭하이 등 지역에 점포를 운영 중</li> <li>- 중국의 KFC, 맥도날드, 디코스 등과 같은 프랜차이즈점 중 하나</li> <li>- 판매제품은 치킨, 닭날개, 음료, 스낵 등이며 신메뉴로 검은 치킨을 출시</li> <li>- 제품의 가격대는 3-15위안으로 다양</li> </ul>
2	ALICHICKEN炸鷄		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2015년 중국 광저우에서 출범한 한국식 치킨 브랜드로 약 100여 개의 매장을 보유</li> </ul>
3	第1佳大鷄排		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만에서 2009년에 출범하였으며 약 3천여 개의 점포를 보유</li> <li>- 중국에서는 상하이, 베이징, 창샤, 시안, 충칭 등 5개 지역에 분포</li> <li>- 판매하는 제품은 소스를 사용하지 않고 튀긴 닭에 소금을 뿌린 Lady Chicken, Bone Chicken, Boneless Chicken, Explosion 대만식 치킨 형태의 제품이 주류</li> </ul>
4	1973继光香香鷄		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만에서 1973년 설립되었으며 약 200여 개의 점포를 운영</li> <li>- 판매하는 치킨 제품은 소스를 사용하지 않는 프라이드 치킨 형태의 제품이 주를 이룸</li> </ul>
5	比比味鷄排		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만에서 2010년에 설립되었으며 약 200여 개의 점포를 운영</li> <li>- 판매하는 제품은 매운 치킨가스, 닭꼬치, 오징어 꼬치, 음료류임</li> </ul>

6	豪大大鷄排		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만에서 2009년에 설립되었으며, 약 1,000여 개의 매장을 운영 중</li> <li>- 대만은 야시장 문화가 발달되어 있는 바, 대만의 치킨까스 형태(大鷄排) 제품은 스린 야시장(士林夜市)<sup>6)</sup>에서 기원함</li> </ul>
7	皇家鷄排 (ROYALCHICKEN)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만에서 2002년에 설립되었으며, 약 500여 개의 매장을 운영 중</li> <li>- 치킨까스, 치킨 너겟, 팝콘 치킨 등 소스를 사용하지 않고 먹는 대만식 치킨 제품을 판매</li> </ul>
8	大臉鷄排 (BIG!FACE!)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 장쑤성에서 2009년 설립되었으며, 약 200여 개의 매장을 운영 중</li> <li>- 판매하는 제품은 주로 소스를 사용하지 않는 전형적인 대만식 치킨(치킨까스(大鷄排) 형태)</li> </ul>
9	排排有道 (PaPaYoDo)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 상하이에서 2001년에 설립됨</li> <li>- 치킨까스 외에 샐러드류 제품도 많이 판매</li> <li>- 다른 브랜드와 비교하여 특이한 것은 샐러드 위에 치킨까스를 얹어서 판매</li> </ul>
10	百利家炸鷄 (P사)	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국에서 유명한 P사의 중국명은 바이리자이(百利家)임.</li> <li>- 한국에서 1982년에 설립되었고, 전문적으로 치킨 제품을 연구개발한 대표적인 한국 스타일 치킨 프랜차이즈점</li> <li>- 중국에서는 2014년 설립되었으며, 중국 내 약 500여 개의 매장을 보유</li> </ul>

자료: 중화요식업망(中華餐飲網, www.cy8.com.cn)

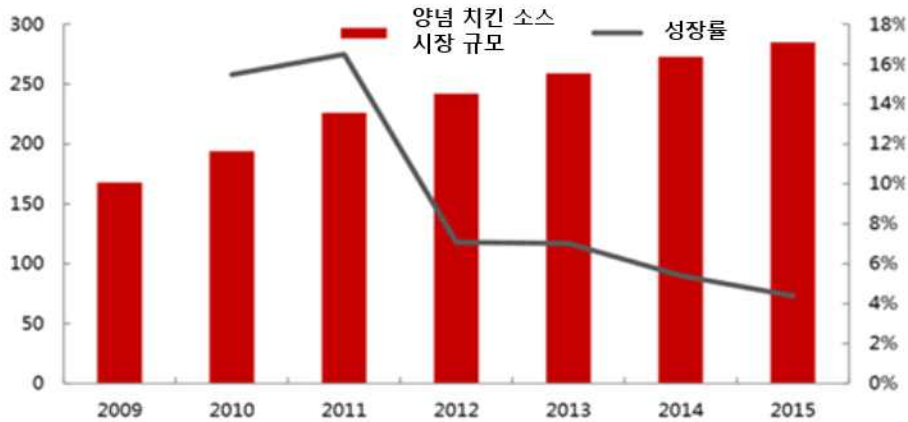
6) 타이완 타이베이 시에서 가장 규모가 큰 야시장 중의 하나

□ 중국의 양념 치킨 소스 시장 규모7)

- 소스 중에서도 중국 소비자들이 즐겨 먹는 칠리 소스와 비슷한 양념 치킨 소스는 기름기가 없고 매콤한 맛이 중국 소비자들의 입맛에 부합하여 시장 점유율도 상대적으로 높은 편에 속함
  - 고급화된 입맛과 외식 기업의 빠른 성장으로 양념 치킨 소스 시장 규모도 점차 성장하고 있는 추세

표 1.9 중국 양념 치킨 소스 시장 규모 및 성장률(2009-2015)

(단위: 억 위안, %)



자료: 중국산업정보망(中国产业信息网)

7) 중국의 양념 치킨 소스의 시장 규모 자료가 따로 집계되지 않아 중국 내 판매하고 있는 양념 치킨 소스 제품 중 비중이 비교적 높은 칠리소스의 데이터로 대체함. 중국산업정보망에서 발간한 2017년 중국 소스 업계의 시장 전망 및 발전 추세 예측 보고서의 칠리소스(辣椒醬) 시장 규모의 데이터를 인용함



### 3. 수출입통계

#### □ 치킨 소스 통계 기준 설정

- 치킨 소스의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS Code를 통계 기준으로 설정하고자 했으나, 치킨 소스에 특화된 HS Code가 부재하여 HS Code에 따른 수출입 통계분석이 불가능한 것으로 판단됨
  - 수출입 통관을 목적으로 치킨 소스를 분류하는 한국과 중국의 HS Code 모두 치킨 소스 뿐만 아니라 여러 다양한 소스 및 조미료를 포함하고 있음
  - 따라서 중국 및 한국의 해당 코드로 수출입 통계를 확인할 경우, 치킨 소스 제품에 해당하는 정확한 시장 규모를 파악할 수 없을 것이라 판단하여 수출입 통계 분석은 본 조사에서 제외함

표 1.10 치킨 소스의 HS Code 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	Sauces and preparations therefor; mixed condiments and mixed seasoning; mustard flour and meal and prepared mustard
	2103.90	기타	Other
	2103.90.90	기타	Other
	2103.90.9090	기타	Other
중국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	调味汁及其制品；混合调味品；芥子粉及其调制品：
	2103.9	기타	- 其他：
	2103.90.90	기타	-- 其他：
	2103.90.9000	기타	--- 其他

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



## II. 치킨 및 치킨 소스 시장 트렌드

1. 제품 트렌드
2. 소비자 트렌드

## 1. 제품 트렌드

### □ 한류의 영향으로 최근 한국식 치킨 제품의 인기 상승

- 2016년 중국 내에서 정식으로 한국 드라마인 '별에서 온 그대'가 방영된 이후 최근 약 2년간 한국식 치킨의 인기가 높아짐
  - '별그대'가 만들어낸 중국 내 치맥 열풍으로 한국식 치킨의 매출이 상승하며 호황을 누림

그림 2.1 bhc 일명 악마의 매운 맛 치킨 제품에 사용된 달콤매운맛 소스



자료: 환구망(环球网)

□ 한국식 치킨에 사용되는 치킨 소스 예시

- 중국 내에서 소비되는 치킨은 대부분 치킨 소스를 사용하지 않는 후라이드 형태의 통째로 튀긴 치킨 혹은 소금으로 간을 한 대만식 치킨까스 및 팝콘 치킨임
  - 또한 치킨에는 소스를 곁들여 먹지 않는 것이 일반적
  - 찍어 먹는 소스를 곁들일 경우 보통 케첩이나 머스터드 소스를 사용
- 중국 내 대표적인 한국식 치킨 프랜차이즈 브랜드인 P사에서 사용하는 치킨 소스 제품은 약 5가지 종류로 구분됨
  - 달콤소스, 마라소스, 마늘소스, 간장소스, 매운맛 소스(약간 매운맛, 많이 매운맛)
  - P사의 중국 홈페이지 내 추천 제품이 달콤치킨, 반반치킨(양념, 후라이드 반반), 오리지널(후라이드) 치킨인 점을 고려할 때 한국식 치킨 제품에서 소스를 사용하지 않는 후라이드 치킨의 인기도 높은 것으로 보임
  - 또한 후라이드 치킨 제품 외에 소스를 사용하지 않는 치즈 치킨, 와사비 치킨 제품도 판매 중임

표 2.2 중국 내 P사 치킨에서 사용하고 있는 치킨 소스 종류<sup>8)</sup>



오리지널 치킨



달콤 치킨 소스



마라 치킨 소스



마늘 치킨 소스



간장 치킨 소스



약간 매콤한 치킨 소스

자료: 페리카나 중국 홈페이지

8) 사용하고 있는 소스 제품의 사진을 구할 수 없어, P사 중국 홈페이지에서 판매하고 있는 치킨 제품의 이미지로 소스 제품 사진의 예시를 대신함

## 2. 소비자 트렌드

### [참고] 치킨 소스 중국 소비자 인터뷰①

<b>B2B 제품 소비자 1 (40대 여성)</b>
<p>1) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 구매 시 주요 고려사항 소스 제품을 구매할 때는 주로 맛을 중요하게 생각하는 편임</p> <p>2) 수입산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 인식 달콤한 맛을 선호하여 태국산 및 한국산 소스 제품을 좋아하는 편</p> <p>3) 한국산 양념 치킨 소스 제품에 대한 경험 여부 한국산 양념 치킨 소스 제품을 구매한 경험은 없음</p> <p>3-1) 한국산 양념 치킨 소스 제품의 구매 경험이 없다면 그 이유는 마트에서 본 적이 없음</p> <p>4) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 이미지 한국산 고추장 제품을 선호함</p>
<b>B2B 제품 소비자 2 (20대 남성)</b>
<p>1) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 구매 시 주요 고려사항 국가별로 제품의 맛이 다소 상이하여 소스 구매 시 원산지를 고려함</p> <p>2) 수입산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 인식 수입산 양념 치킨 소스의 맛은 국가별로 다소 차이가 있음. 예를 들어 유럽, 미국, 일본, 한국, 동남아시아 소스 등은 각각 고유한 맛의 특징이 있음</p> <p>3) 한국산 양념 치킨 소스 제품에 대한 경험 여부 평소 한국산 양념 치킨 소스 제품은 사용해본 적이 없음</p> <p>3-1) 한국산 양념 치킨 소스 제품의 구매 경험이 없다면 그 이유는 오프라인 매장에서 판매되지 않고 있기 때문</p> <p>4) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 이미지 한국산 소스는 일본 소스 제품과 비슷하면서도 맛은 일본산 제품보다 약간 더 강한 것 같음</p>
<b>B2C 제품 소비자 3 (20대 여성)</b>
<p>1) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 구매 시 주요 고려사항 소스를 구매 시 브랜드를 우선적으로 고려하는데, 익숙한 브랜드에 먼저 관심이 감</p>

<p><b>2) 수입산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 인식</b> 중국산 소스 제품이 더욱 다양함</p> <p><b>3) 한국산 양념 치킨 소스 제품에 대한 경험 여부</b> 치킨을 먹을 때 보통 양념을 잘 먹지 않음</p> <p><b>3-1) 한국산 양념 치킨 소스 제품의 구매 경험이 없다면 그 이유는</b> 양념치킨 소스라는 제품 자체가 친숙하지 않음</p> <p><b>4) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 이미지</b> '빨갭고 맵다'라는 이미지가 가장 먼저 생각남</p>
<p><b>B2C 제품 소비자 4 (30대 여성)</b></p>
<p><b>1) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 구매 시 주요 고려사항</b> 맛이 가장 중요. 종종 매콤한 소스를 사용함</p> <p><b>2) 수입산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 인식</b> 왕징에 거주하여 한국 제품을 많이 접하게 되는데 한국 소스류 제품은 대체적으로 담백함</p> <p><b>3) 한국산 양념 치킨 소스 제품에 대한 경험 여부</b> 디자인이나 사용의 편의성 측면에서 한국 C사의 치킨 소스 제품을 선호함. 소스의 색깔과 동일한 외관으로 되어 있기 때문에 요리 시 쉽게 구분이 가능함</p> <p><b>4) 한국산 양념 치킨 소스(혹은 한국산 소스 제품) 에 대한 이미지</b> 한국산 고추장 제품과 국간장 제품을 자주 구매함. 한국산 제품은 첨가물을 적게 사용하여 건강에 좋을 것 같다는 인식을 갖고 있음</p>

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.11.

[참고] 치킨 프랜차이즈점에서 진행한 중국인 소비자 인터뷰②

소비자 1 (20대 남학생)
<p>1) 한국의 치킨 혹은 양념 치킨을 먹을 때 주요 고려사항 치킨의 바삭함을 중요하게 생각함</p> <p>2) 수입산 치킨에 대한 인식은? 한국 치킨이 맛있다고 생각함</p> <p>3) 한국의 양념 치킨을 먹어본 적이 있는지? 한국의 양념 치킨은 최근 접해봤음. 이전에는 주로 KFC에서 후라이드 치킨을 먹음</p> <p>3-1) 먹어본 적이 있다면 평가, 지속적 구매 의사는? 보통 한 달에 3-4번 정도 양념 치킨을 먹기 위해 직접 매장을 방문함. 지출금액은 인원에 따라 상이한데, 2인 기준 80-100위안 정도임</p> <p>4) 한국 양념 치킨에 대한 이미지 및 선호하는 치킨 제품은? 양념 치킨은 촉촉한 식감인데, 보통 담백한 맛을 선호하여 후라이드 치킨을 즐겨 먹음. 또한, 찍어 먹는 소스도 특별히 즐기지는 않는 편임</p>
소비자 2 (30대 직장인 남성)
<p>1) 한국의 치킨 혹은 양념 치킨을 먹을 때 주요 고려사항 튀긴 음식을 좋아해서 따로 고려해본 적 없음</p> <p>2) 수입산 치킨에 대한 인식은? 중국 식당에서 먹는 치킨이 더 저렴하여 가격적인 메리트가 있다고 생각함</p> <p>3) 한국의 양념 치킨을 먹어본 적이 있는지? 양념이 있는 치킨은 자주 먹지 않는 편임</p> <p>3-2) 먹어본 적이 없다면, 그 이유는? 양념이 발라져 있어 촉촉한 것보다는 바로 튀긴 치킨을 더 선호함</p> <p>4) 한국 양념 치킨에 대한 이미지 및 선호하는 치킨 제품은? 중국에서 몇 년 전에 한국의 드라마의 영향으로 한국의 양념 치킨이 유행했던 적이 있었으나 지금은 인기가 좀 사그라든 편이라고 생각함</p>
소비자 3 (20대 직장인 여성)
<p>1) 한국의 치킨 혹은 양념 치킨을 먹을 때 주요 고려사항 치킨의 소스를 중요하게 생각하는데, 개인적으로는 한국의 양념 치킨 소스가 너무 맛있다고 생각함</p> <p>2) 수입산 치킨에 대한 인식은?</p>

중국 내에서 한국식, 태국식 치킨을 많이 판매하고 있음. 한국식 치킨은 요즘 중국 내에서 인기를 끌고 있으며, 이전에는 소스 없이 먹는 후라이드 치킨이 대부분이었음

**3) 한국의 양념 치킨을 먹어본 적이 있는지?**

한국의 양념 치킨을 매우 좋아하여 자주 먹는 편임

**3-1) 먹어본 적이 있다면 평가, 지속적 구매 의사는?**

처음엔 한국인 유학생 친구의 소개로 접하게 되었으며, 그 후로는 모임 시 매장을 방문하거나 배달서비스도 이용하는 편임. 한번 치킨을 먹을 때 보통 50-60위안을 지출하는 편이며, 달달하고 매콤한 양념을 가장 선호함

**4) 한국 양념 치킨에 대한 이미지 및 선호하는 치킨 제품은?**

양념 치킨 소스를 매우 좋아하는 편으로, 달콤하면서도 매운 맛은 중국에는 흔하지 않음. 보통 중국에서는 매운 맛, 달콤한 맛이 구분되어 있는데, 한국식 양념 치킨은 달콤하면서도 매운 맛을 동시에 느낄 수 있는 장점이 있음

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.11.





### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 중국 HS-CODE 2103.90.90의 관세율<sup>9)</sup>

HS CODE	품명	관세율
2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	-
2103.90.9000	기타	- MFN 세율 12% - 한-중 FTA 세율 16.8% - 아-태 협정세율 18.5% - 증치세 16%

### ❖ 중국 FTA 정보

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

- 제 2103.90.90호로 분류되는 치킨 소스 제품의 경우 한-중 FTA세율보다 MFN(최혜국 대우)세율이 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음

### ❖ 중국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 중국의 경우 해당 품목의 HS CODE 및 관세율은 '중국 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함

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

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

# 1. 통관 및 검역

## 1) 수입 통관절차

### (1) 수입신고 전 준비

#### □ 주의 사항 및 준비서류

- 한국에서 생산된 식품을 중국으로 수출하여 유통을 하고자 하는 경우 중국의 ‘수출입 식품 안전관리방법’ 및 ‘수입식품 경외생산기업 등록관리규정’을 반드시 준수해야 함. 또한 중국 내 각 지역을 관할하는 성(省)별 출입경 검사 검역국 식품 안전감독처의 검사과정을 따라야 정상적인 수출입 업무가 이루어질 수 있음
  - 현재 중국은 어느 때보다 식품위생을 강조하는 시기이므로, 식품별 관련 규정 및 검사과정에 필요한 서류, 증거물 및 상품수출 계약서를 꼼꼼하게 확인해야 하며 식품제조에 있어 중국 식품안전법에 위배되는 식재료 사용 등의 위반행위를 하지 않아야 함
- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비해야 함

표 3.1 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고
- 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급 <sup>10)</sup>	-B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 해관 및 CIQ 제출용
- 원산지 증명서 발급 <sup>11)</sup>	-대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지 증명서 -관세청: 특혜(FTA) 원산지 증명서	

10) 패킹리스트, 인보이스, 물품 계약서, 선하증권 등의 선적서류는 선적 전에 구비해야 하며, 사본 및 원본을 송부함  
12, 13) 원산지 증명서 및 영문 위생 증명서는 선적 전 또는 선적 후 1~2일 내 발급한 후 수입자에게 원본을 송부함

- CIQ 수출자 등록	-등록시스템에서 수출자 등록	CIQ 제출용
- 영문 위생증명서 발급 <sup>12)</sup>	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산물: 국립수산물 품질관리원	
- 동/식물 검역증 발급 (일부품목)	-농림축산검역본부	
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCIC인증서)	-중국 식품 수출 사전 준비 단계	

## □ 수출(생산)업체 등록

- (법률 근거) 중국 질검총국(国家出入境检验检疫部门, AQSIQ, 국가질량감독검험검역총국)의 <수입식품수출입상 등록 관리규정(进口食品 进出口商 备案 管理规定)>(2012년 55호 공고) 법률에 의거
- 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 식품 수입을 하고자 하는 수입자는 중국질량감독검험검역총국(AQSIQ) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
  - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 이는 수입된 제품이 중국에서 안전 문제가 발생했을 때 제품을 신속히 회수하고 해당 수출자(혹은 생산자)가 수출한 제품에 대한 수입금지 조치, 혹은 관련 조사를 신속히 진행하기 위한 규정임
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록시스템(进口食品 化妆品 进出口商 备案 系统)<sup>13)</sup>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

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

표 3.2 수입식품 수출입상 등록시스템 홈페이지 주소 및 기재 내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록시스템(進口食品化妝品進出口商備案系統), <a href="http://ire.eciq.cn">http://ire.eciq.cn</a>
수출(생산)업체 기재내용	기업영문명, 영문주소, 연락처, 담당자명, E-MAIL 주소 등

그림 3.1 수입식품/화장품 수출입상 등록시스템 화면



자료: <http://ire.eciq.cn>

□ 통관고유번호(CR Number : Customs Registration) 발급

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

□ 적하목록(Manifest)의 제출

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

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

## [2] 수입신고

### □ 수입신고서의 제출

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

### □ 수입신고서의 심사

심사내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자적 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 관할세관의 심단처</li> </ul>
------	---

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

### □ 수입신고서의 처리

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

### □ 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"> <li>• 다음의 경우 세관은 수입자에게 담보제공을 명할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 화물의 종류 및 가격이 불명확하여 수입통관이 지체되고 있는 상황에서 신고인이 화물의 반입이 필요한 경우</li> <li>- 수입신고 시 관련 증빙서류의 미비로 수입통관이 지체되는 상황에서 화물의 반입이 필요한 경우</li> <li>- 신고인이 관세 등의 추후납부를 신청한 경우</li> <li>- 감면세 대상물품으로써 담보제공이 필요한 경우</li> <li>- 가공무역방식의 보세수입화물</li> <li>- 수입신고 수리되지 않은 화물을 세관감독 외 장소에 보관하는 경우</li> <li>- 위법 혐의가 있는 수출입화물</li> </ul> </li> </ul>
담보기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입화물의 담보기한은 통상 20일을 초과하지 않으며, 특수한 상황의 경우 담보기한내에 관할세관에 연기신청을 하여야 함. 임시 수입화물의 담보기한은 수입일로부터 6개월</li> </ul>

## [3] 물품검사

개요	관할세관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 검사가 생략된 경우를 제
----	--------------------------------------

	외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것을 원칙으로 하며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시
검사 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전수검사(Thorough Inspection) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 법규 위반 가능성이 높은 수입물품이나 세관이 수입물품 전량을 검사할 필요가 있다고 결정하는 화물의 경우 수작업 또는 기계를 이용하여 검사</li> </ul> </li> <li>• 표본추출검사(Sampling inspection) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세관이 임의로 추출한 샘플 화물을 개봉하여 검사함으로써 전수검사를 갈음하는 방법</li> </ul> </li> <li>- 외장검사(Packing inspection) - 화물의 겉포장의 개폐 여부, 파손 흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사</li> </ul>
검사 장소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관감독 장소에서 진행됨</li> <li>- 원유, 곡물, 철강재 등 산적화물이나 화학품 등 위험물에 대해서는 적재된 운송수단 내에서 검사 진행</li> <li>- 화물 특성상 부득이하다고 인정되는 경우 세관에 신청하여 세관관리 및 감독구역외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행</li> </ul>
검사 비용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동비용은 수입자 부담</li> <li>- 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담</li> </ul>

#### (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"> <li>• 현장 납부: 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부</li> <li>• 전자 납부: e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세 납부</li> <li>• 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음</li> </ul>

##### □ 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 시행<sup>14)</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 징해관리센터(稅收徵管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집약적이고 통일된 스마트 관리체계 구축
  - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 받든지 간에 표준화된 형식과 기준을 통해 통일된 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 해관시스	통관 전 '자진세금납부', 통	통관 전 기업이 스스로 세

14) 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))

	템으로 전산 통합되어 어느 해관에서나 통관 가능	관 후 '수입신고 서류심사' 진행	금을 계산해 해관에 자진 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 對중국 한국산 식품 수출 과정 중에 라벨 및 포장에 의한 통관거부사례가 가장 많이 발생하였으며(109건, 전체 대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 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 통관거부사례<sup>15)</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)

### □ 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화<sup>16)</sup>

- 중국 국가질검총국 보도 자료에 따르면 2016년부터 2018년까지 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품첨가물 과다 또는 과소 함유, 영양소 수치초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관을 거부한 사례가 안내되었음

15) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

16) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

- 수출기업은 원활한 對중국 식품 수출을 위하여 수출의 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역항목을 확인해야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관거부를 당하지 않도록 미리 준비해야 함<sup>17)</sup>

### 3) 관세율 정보

□ 치킨 소스 제품의 경우 한국 HS CODE는 2103.90.9090호로 분류되고, 중국 HS CODE는 2103.90.9000호에 분류되는 것이 적정함

- 치킨 소스는 가공 식품으로 통상 물엿과 액상과당을 기반으로 양파, 고춧가루, 마늘, 생강분 등을 혼합하여 조제한 것임
- 한국의 경우 관세율표 상 치킨소스가 특계된 세번은 존재하지 않으나 소스가 분류되는 제 2103호 중 기타 세번인 제 2103.90.9090호로 분류됨
- 중국의 경우에도 치킨소스에 대한 특계된 세번은 없으나 소스가 분류되는 제 2103호 중 제 2103.90.9000호로 분류됨
  - 치킨 소스 제품의 기본세율이 12%이며, 한-중 FTA 협정세율은 16.8%, 아-태 협정세율<sup>18)</sup>은 18.5%임. 그러므로 기본세율로 수입신고를 한다면 관세를 절감할 수 있음
  - 다만, 한-중 FTA 협정세율의 경우 2034년까지 점진적으로 특혜관세율이 균등 철폐되므로 수출자와 중국 수입자는 주기적으로 관세율 현황을 검토할 필요가 있음
    - \* 2023년 기준 한-중 FTA 협정세율은 11.55%로 기본세율보다 낮아짐
  - 따라서 2023년 이전까지는 기본세율을 적용하되, 2023년 이후부터는 한-중 FTA 협정세율을 적용받는 것이 수출 기업에게 유리함
- 또한, 중국의 경우 수입물품에 우리나라의 부가가치세에 해당하는 증치세(VAT)가 부과됨. 증치세율은 16%이며, 증치세 계산식은 다음과 같음
  - 증치세액 : (CIF 가격<sup>19)</sup>+ 수입관세 + 소비세) × 증치세율 16%

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

18) 아시아-태평양 협정세율 (APTA)

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

표 3.5 중국 치킨 소스 수입 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 Sauces and preparations therefor; mixed condiments and mixed seasoning; mustard flour and meal and prepared mustard	
	2103.90	기타 Other	
	2103.90.90	기타 Other	
	2103.90.9090	기타 Other	
중국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 调味汁及其制品; 混合调味品; 芥子粉及其调制品:	
	2103.9	- 기타 - 其他:	
	2103.90.9000	--- 기타 --- 其他	- MFN 세율 <sup>20)</sup> 12% - 한-중 FTA 세율 <sup>21)</sup> 16.8% - 아태 협정세율 18.5% - 증치세 16%

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

※ 중국 증치세(增值稅)<sup>22)</sup>

- 한국의 부가가치세(Value Added Tax)와 유사한 개념으로 생산과 유통의 각 단계에서 생성되는 부가가치에 대해 부과되는 조세
- 상품 판매, 용역 제공, 해외로부터 상품수입 시 발생하고 모든 업종에 적용되며 전 단계 매입세액 공제방식을 취함

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

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

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

- 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조
- 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표

표 3.6 세부업종별 증치세율 변동내역

업종	변동내역
<b>제조업</b> - 물품판매, 물품수입(정감세율분 제외) - 가공, 수선교체용역(이하 '과세용역'이라 함)을 제공 - 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	17% → 16%
<b>서비스업</b> - TV 방송·부가가치 증가형 통신·금융·현대 생활 서비스 등	현행유지 (6%)

자료: 국가세무총국(國家稅務總局)

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

#### 4) FTA 정보

##### □ 치킨 소스 FTA 협정 정보<sup>23)</sup>

- 치킨 소스(제 2103.90.90호) 제품의 경우, 한-중 FTA와 APTA의 적용을 받을 수 있으나, 2018년 현재 시점 기준으로는 MFN 세율이 12%로 한-중 FTA 협정세율(16.8%), APTA 세율(18.5%)보다 세율이 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음
- 단, 2034년부터는 FTA 세율을 적용할 경우, 양허유형 2024)에 해당하여 관세율 0%

23) 참고: 아시아-태평양 무역협정(APTA)은 대한민국, 중국, 방글라데시, 인도, 라오스, 스리랑카의 다자간 무역협정으로, 협정에 명시된 원산지 기준 및 일정 요건을 충족하면 6개의 회원국을 원산지로 하는 특정 수입물품에 대하여 저 세율의 양허세율을 적용함

를 적용받으므로 관세를 절감할 수 있을 것으로 보임

- HS CODE 제 2103.90.90호 품목의 원산지 기준(Product specific rule)은 2103호의 기준인 「다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것」의 조건을 따름

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율 <sup>25)</sup>	FTA협정세율 <sup>26)</sup>
대한민국	중국	한-중국 FTA	2015년 12월 20일 발효	12%	16.8%

표 3.7 HS CODE 2103.90.9000 연도별 세율

연도	세율(%)
2015	19.9
2016	18.9
2017	17.8
2018	16.8
2019	15.7
2020	14.7
2021	13.6
2022	12.6
2023	11.5
2024	10.5
2025	9.4
2026	8.4
2027	7.3
2028	6.3
2029	5.2
2030	4.2
2031	3.1
2032	2.1
2033	1.0
2034	0.0

24) 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐, 이행 20년차 1월 1일부터 무관세 적용

25) 기본세율: 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 중국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 최혜국관세율(MFN Rate)로 한국에서 수출하는 물품에도 적용 (한국 1995년 1월 1일 WTO가입)

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

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능
- 다만, 선적 전/후 7일 근무일 내에 원산지 증명서를 발급받아야 하며 해당 기간 내에 발급받지 못했다면 선적일로부터 1년 이내에 발급을 신청하여 “소급 발급” 문구가 기재되어야 함

표 3.8 한-중 FTA 원산지 증명서 발급방법

구분	내용	비고
발급기관	-관세청 -대한상공회의소	한-중 FTA는 기관발급 대상임
필요서류	-수출신고필증 -인보이스 -패킹리스트 -원산지판정 증빙자료 -C/O 발급 신청서	수출기업이 인증수출자에 해당하는 경우 원산지판정 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

그림 3.2 한-중 FTA 원산지 증명서 서류양식

**ORIGINAL** 

<b>1. Exporter's name and address, country:</b> THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA		Certificate No.: 001-16-000370 Certificate Code: 7Rd3-cdb2				
<b>2. Producer's name and address, country:</b> THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, 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)				
<b>3. Consignee's name and address, country:</b> THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA CHINA		<b>5. Remarks:</b> Remarks:				
<b>4. Means of transport and route (as far as known):</b> Departure Date: 07 APR, 2016 Vessel/Flight/Train/Vehicle No: N/A Port of loading: BUSAN PORT, KOREA Port of discharge: SHANGHAI PORT, CHINA		Remarks:				
6. Item number (Min 20)	7. Marks and Numbers on packages	8. Number and kind of packages/description of goods	9. HS code (Six-digit code)	10. Origin criteria	11. Gross weight, quantity (Quantity Unit) or other measures (Unit, etc.)	12. Number and date of invoice
1	MARK ID SYMBOL/LS)	etc. goods 3 KG 5 PC 5 000 7 000 etc	9031.90.2432	RP	7 LBS	0001-cd04 2016-04-07
////	//////////	//////////	//////////	//////////	//////////	//////////
End Of Page --						
<b>13. Declaration by the exporter:</b> 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				<b>14. Certification:</b> On the basis of control carried out, it is hereby certified that the information hereby 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.korchicm.net/search/index.html>



## 5) 검역 정보<sup>27)</sup>

### □ 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

표 3.9 진행 절차

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

#### ② 해관 신고 및 관세 납부

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

표 3.10 진행 절차

진행순서	비고
해관 신고	CIQ 신고 및 통과 후 해관 신고 (통상 통관대행업체에 위탁)
관세/증치세 납부	신고가격에 따른 관세/증치세 납부
실물검역	서류상 신고 내용과 실물 일치 여부 검역 (검역률은 기업의 신용도에 따라 다름)
통관	보관단(保關單) <sup>28)</sup> 발급: 관세 납입 및 해관 통관 완료 후 발급

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

검역창고 이동	CIQ 지정 검역창고 이동
품목/가격 사후심사	HS CODE, 신고가격 적합성 심사

○ 품목/가격 사후심사

- 해관에서는 통관 과정에서 품목과 가격을 심사하지 않고 우선 통관 완료 후 심사 진행하여 실제 내용과 다를 경우, 행정처벌 대상이 될 수 있으므로 유의해야 함

③ CIQ 검역

- 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
- 실험실 검역이 없을 경우 라벨 검사 후 이상이 없으면 위생증 발급, 출고 및 판매 가능함

표 3.11 CIQ 검역 항목

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

④ 입경화물검험검역증명(위생증) 발급 및 출고

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

⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

- 관세는 중화인민공화국세법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부과. 관세는 현장 또는 전자납부 형태로 납부가 가능하며, 납부 기한은 해관

28) 중국 해관 수입화물 보관단

서류 심사 후 납부고지서를 발급한 날로부터 15일 이내임

- 수입신고 및 검역절차가 마무리되면 관세를 납부한 뒤 중국 보세구역에서 판매를 위해 반출 가능함


## 2. 인증정보

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

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

□ 상품품질 및 안전성 검사(CIQ)<sup>29)</sup> (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, 선하증권, 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)

29) CIQ: China Entry-Exit Inspection and Quarantine

□ SC 인증(권장)

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

□ SC 인증정보 상세내용

 <p>生产许可</p>	
<p>인증/검사명</p>	<p>SC 인증(食品生産許可证)</p>
<p>표기방법</p>	<p style="text-align: center;"><b>SC101 430104 05015</b></p> <p style="text-align: center;">①      ②      ③      ④      ⑤      ⑥      ⑦</p> <p>1. SC: “생산”을 한어 병음으로 축약 표기                  2. 품목 분류                  3. 석급 행정구획번호(ex. 후난성: 43)                  4. 시급 행정구획번호(ex. 창사시: 01)                  5. 현급 행정구획번호(ex. 웨루구: 04)                  6. 등록번호(ex. 0501: 웨루구 첫 번째 기업)                  7. 검역번호(ex. 자동생성: 5)</p>
<p>인증 설명</p>	<p>- 품질검사, 생산장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크</p>
<p>발행/검사기관</p>	<p>중국 국가품질감독검험검역총국</p>
<p>성격</p>	<p>권장</p>
<p>제출서류</p>	<p>식품생산 허가신청서, 영업증 사본, 식품생산 가공 장소 및 주변 환경 평면도, 기능 구간 구성평면도, 공예 설비 배치도 및 식품생</p>

	산 공예절차흐름도, 식품생산 주요설비 및 시설명단, 수입 검역기록, 생산과정 통제, 출하검사기록, 식품안전검사, 종업원건강관리, 불안전식품회수, 식품안전사고처리 등 식품안전 보장 규정제도 등
<b>소요기간</b>	70일 이내
<b>유효기간</b>	5년
<b>발급절차</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) SC 인증신청서 제출</li> <li>2) 서류 심사 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국이 서류심사</li> <li>- 신청 접수 후 5일 안에 결과 발표</li> </ul> </li> <li>3) 현장 조사 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시</li> <li>- 현장조사 시작일로부터 10일 안에 결과 발표</li> </ul> </li> <li>4) SC 인증서 발급 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 10일 안에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함</li> </ul> </li> </ol>

자료: 식품생산허가관리법 국가식품약품관리총국령 제16호

#### □ 기타 주요 가공식품 인증정보

<b>중국 유기제품 인증</b>	<b>인증마크</b>	
	<b>발행기관</b>	CQC(중국품질인증센터), CNCA(중국인증인가관리감독위원회), CIQ(출입국검험검역국)
	<b>성격</b>	권장
	<b>비용</b>	품목 및 제품 규격별로 상이
	<b>소요기간</b>	약 3개월

	<b>유효기간</b>	1년(만기 3개월 전 갱신 신청)
	<b>제출서류</b>	신청서, 조사표, 가공공정도, 상품배합 및 생산, 가공과정 중 사용되는 재료 목록 등 * 모든 서류는 중문으로 제출되어야 함
	<b>발급절차</b>	신청서 제출 > 서류심사 > 현장심사 > 제품 테스트 > 최종 평가 > 인증서 발급 > 판매증 발급 > 사후 감독
	<b>유의사항</b>	유기제품인증을 취득한 수출업체가 수입 검사 시 제출해야 하는 서류 : 1) 유기제품인증을 취득한 한국 업체는 수입 검역 신고 시 CNCA & 유기제품 수출국가, 혹은 지역 주관부서와 체결한 비망록에서 요구한 관련 자료 제출 2) 유기제품인증서 사본 제출 3) 유기제품판매증 사본 제출 4) 인증마크(인증마크+인증기관 명칭 두 가지 모두 보유) 5) 제품 라벨 등 관련 문건 제출

자료 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

### 3. 라벨링

#### □ 라벨링 관련 규정

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

#### □ 라벨링 심의 제출서류

- 심의기간: 접수기관<sup>30)</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	컬러 프린트한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료	식품 견본
식품생산공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법	수출국의 식품라벨에 관한 규정
안전성 여부의 평가자료	기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
작용효능성분, 상관 증명자료 및 검험방법	

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



□ 중국 포장식품 라벨링 필수 표기사항

표 3.12 중국 치킨 소스 제품 라벨 의무 표기사항 상세

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

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 판매 중인 중국 치킨 소스 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명</li> <li>- 성분</li> <li>- 중량</li> <li>- 제조업자</li> <li>- 제조일자 및 유통기한</li> <li>- 원산지</li> <li>- 식품첨가물</li> <li>- 보관방법</li> <li>- 영양성분표</li> </ul>	

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

## 4. 위생요건

### □ 식품첨가물 및 유해물질 규정 관련 국가표준(법률)

- 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 식품안전국가표준(食品安全国家标准)에 부합해야 함<sup>31)</sup>
- (식품첨가물)중국 치킨 소스 제품의 식품 첨가물은 ‘식품첨가물 사용표준(食品添加剂使用标准) GB 2760-2014’를 준수해야 함
- (유해물질)또한, 치킨 소스 제품의 유해물질은 GB 2761-2017, GB 2762-2017, GB 29921-2013 등의 규정에 따라야 함

표 3.12 치킨 소스 제품 위생요건 관련 국가표준(법률) 목록

No.	GB명칭	관련 위생요건
1	GB 2760-2014《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准(식품안전국가표준 식품첨가제 사용표준)》	식품첨가물
2	GB 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)

자료: 연구자 정리

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

## □ 치킨 소스 제품 식품첨가물 규제

- 식품안전국가표준(GB 2760-2014)은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭, 기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항이 변동될 것을 사전에 인지해 지속적인 모니터링을 해야 함
- 한편, 중국 ‘식품첨가물사용 위생표준’에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함
- 첨가물 규정 GB 2760-2014 부록 E의 식품유형목록에 따라 중국 치킨 소스 제품을 분류한다면 해당 제품은 상위번호 12.0(조미료)내 12.05(장 및 장 제품)으로 분류될 수 있어서 가장 근접한 카테고리인 12.05(장 및 장 제품) 식품 유형에 대해 규제하고 있는 식품첨가물과 최대사용량을 조사함

표 3.13 치킨 소스 제품 식품유형 구분표<sup>32)</sup>

식품유형 분류번호	중국 식품유형(원문)	중국 식품유형(국문)
12.0	调味料	조미료
12.05	酱及酱制品	장 및 장 제품

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

표 3.14 중국의 치킨 소스 제품 수출 시 주의해야 할 식품첨가물

물질명	최대 사용량(g/kg)
안식향산 및 안식향산나트륨 benzoic acid, sodium benzoate	1.0
식용색소 적색 제3호 erythrosine, erythrosine aluminum lake	0.05
메틸 p-하이드록시 안식향산 및 메틸 p-하이드록시 나트륨(메틸 p-하이드록시벤조산나트륨, p-하이드록시벤조산에틸, p-하이드록시벤조산 에틸나트륨) p-hydroxy benzoate and its salts (sodium methyl p-hydroxy benzoate, ethyl p-hydroxy benzoate, sodium ethyl p-hydroxy benzoate)	0.25
캐러멜 색 등급 III(암모니아 공정)	GMP

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

caramel colour class III - ammonia process 캐러멜 색소 I(보통)	GMP
caramel colour class I - plain 캐러멜 색소 IV(아황산암모늄 공정)	10.0
caramel colour class IV - ammonia sulphite process	
니신 nisin	0.2
수크랄로스 sucralose	0.25
소르빈산 및 소르빈산칼륨 sorbic acid, potassium sorbate	0.5
카복시메틸스타치나트륨 sodium carboxy methyl starch	0.1
cellulose	GMP

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

□ 치킨 소스 제품 유해물질 잔류허용기준

- 식품 중 곰팡이 독소 관련 제한치 규정(GB2761-2017)에 따르면 치킨 소스 제품의 경우 제한하는 유해물질은 없음
- 식품 중 오염물질 관련 제한치 규정(GB2762-2017)에 따르면 치킨 소스 제품의 경우 제한하는 유해물질과 기준은 다음과 같음

물질명	식품유형	제한기준(mg/kg)	검사 방법
3-클로로-1,2-프로판디올 (3-chloro-1,2-propenediol)	조미료 <sup>a</sup> - 액상 조미료	0.4	GB 5009.191에 규정된 방법에 따라 측정
	- 고체 상태 조미료	1.0	
	a 사가수 분해 식물성 단백질(Acid hydrolyzed vegetable protein seasoning)이 추가된 제품에 만 한함		

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

- 식품 중 병원균 제한치 규정(GB29921-2013)에 따르면 치킨 소스 제품의 경우 제한하는 유해물질과 기준은 다음과 같음

식품유형(명칭)	병원균 지표 (영문)	샘플 규칙 및 제한(지정하지 않으면 모두 /25g 또는 /25mL 의미)				검사 방법
조미료 - 장 및 장제품	Salmonella	5	0	0	-	GB 4789.4
	Staphylococcus aureus	5	2	100 CF U/g (m L)	100 0 CF U/g (m L)	GB 4789.10 제2법
주의 1: 식품유형은 병원균 제한 적용의 범위 하점에 사용한다. 본 표주에만 적용된다. 주의 2: n은 검사하기 위한 시료의 수, c는 최대 허용 시료수, m은 미생물 허용기준치, M은 미생물 최대 허용기준치						

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



## **IV. 경쟁제품**

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 오프라인**
- 3. 온라인**

## 1. 경쟁제품 선정

### □ 오프라인

- 중국의 치킨 소스 시장의 경우 업체의 의뢰에 따라 B2B채널 대상인 중국 현지의 B2B 대형 마트, 수입 식료품 전문매장, 한인마트, B2C채널 대상인 글로벌 하이퍼마켓 등의 유통채널을 전반적으로 현지조사를 진행
- B2B채널의 경우, METRO를 방문하였으며, B2C채널의 경우, 까르푸 등을 방문
- 상술한 유통채널별로 주요 매장을 방문하여 매대에 가장 많이 진열되어 있는 인기 제품 및 유통채널 담당자의 인터뷰 내용을 토대로 현지에서 판매되고 있는 제품을 조사함

### □ 온라인

- 주요 B2B 전문 온라인 쇼핑몰인 알리바바 1688에서 판매 중인 치킨 소스 제품을 조사
- 2016년 온라인 B2B 플랫폼 시장 점유율 1위는 알리바바(43%), 2위는 후이충왕(7.5%), 3위는 환치우즈위엔(4.1%)임
- 알리바바 사이트에서 거래량이 많은 순으로 제품을 선별하여 경쟁제품을 선정

표 4.1 2017년 중국의 온라인 B2B 플랫폼 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, 맛 등의 항목으로 분석함



## 2. 오프라인

- B2B용 치킨 소스 제품의 오프라인 조사를 위해 도소매 브랜드인 METRO의 중국 베이징 내 회원제 창고형 할인매장, 한인마트, 수입 식료품 전문매장을 방문하여 조사함
  - (유통채널) B2B와 B2C 제품을 모두 취급하는 메트로 매장에서는 B2B 치킨 소스 제품을 판매하고 있음
    - 수입 식료품 전문매장과 한인마트에서 판매 중인 치킨 소스는 모두 스위트 칠리 소스 제품임. a. 수입 식료품 전문매장에서 판매 중인 스위트 칠리 소스의 용량은 880g이며, 제품명에서부터 “Sweet Chili sauce for chicken”로 표기되어 있어 치킨 전용 칠리 소스임을 강조하고 있음, b. 한인마트에서 판매 중인 스위트 칠리 소스는 용량이 365g으로 B2C 전용 제품임
  - (제품) 현지 오프라인 채널에서 판매하고 있는 B2B 치킨소스 제품은 중국 로컬브랜드, 태국 브랜드, 메트로 자체 브랜드 등이 있음
    - 중국 현지 로컬 브랜드인 광미원(广味源)의 치킨소스는 칠리 갈릭 소스 맛으로 3.2kg에 68.2위안에 판매 중
    - 태국 수입 브랜드로는 Real THAI, WMCE(味民公社) 등이 있음
      - 상기 두 브랜드에서 판매 중인 제품은 모두 치킨 전용 칠리 소스이며, Real THAI는 700ml 기준 24.8위안에, WMCE는 880g 기준 19.5위안에 판매 중임
    - 메트로 자체 브랜드인 aka에서 판매 중인 치킨 소스는 칠리 소스 맛이며 5kg 기준 30.8위안에 판매 중
    - 한편, 오프라인에서 판매 중인 한국산 대용량 치킨 소스 제품은 없음

## 3. 온라인

- (원산지 및 가격) 온라인에서 판매 중인 B2B 양념 치킨 소스 제품의 원산지는 중국산과 한국산으로 양분되어 있음
  - 판매 중인 양념 치킨 소스 제품의 약 60%는 중국산이며, 한국산이 약 40%의 비중을 점유
    - 10kg으로 판매하는 양념 치킨 소스 제품의 원산지별 가격 차이가 존재
    - 제품별 판매 용량을 고려하면 중국산 양념 치킨 소스 제품은 10kg에 약 198위안이며, 한국산 양념 치킨 소스 제품은 약 280위안에 판매 중

□ (용량 및 패키지) 10kg짜리 플라스틱 패키지 제품의 약 40% 비중을 차지하는 것을 고려할 때 가장 일반적인 제품 패키지인 것으로 추정됨

- 대용량 플라스틱 패키지 제품 외에, 대용량 비닐 파우치 패키징 및 스틸 캔 패키지 제품도 판매중임
  - 플라스틱 패키지 제품: 1.8L, 10kg 용량
  - 비닐 파우치 패키지 제품: 700g, 1kg, 2.5kg 용량
  - 스틸 캔 패키지 제품: 3.6kg 용량

□ (맛) 판매하고 있는 양념 치킨 소스 제품의 맛은 다양



- 치킨 소스 제품의 맛은 한식(韩式)치킨 소스, 달콤한 소스, 약간 매운맛 소스, 매운맛 소스 등 비교적 다양한 양념 치킨 소스를 판매하고 있음
  - 특징적인 점은 중국 로컬 치킨 소스 제품의 경우 제품명에서부터 한국 스타일 치킨 소스, 한국 스타일의 달콤 양념 치킨 소스라고 강조하여 한국산 양념 치킨 소스 제품과 유사함을 홍보하고 있음
  - 한국산 제품의 경우에는 ‘한국수입(韩国进口)’이라는 단어를 제품명 앞에 추가함으로써 판매하는 양념 치킨 소스의 제품의 원산지가 한국산이므로 한국에서 먹는 양념 치킨 소스와 유사함을 강조하고 있음
  - 상기의 내용을 고려할 때 중국 시장 내에서 한국식 양념 치킨 소스가 소비자의 호응을 얻고 있는 것으로 보임

표 4.2 중국의 치킨 소스 오프라인 제품 현황

구분	제품 #1	
이미지	제품 이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>&lt;앞면&gt;</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>&lt;측면&gt;</p> </div> </div>
	제품스펙	제품명
제조사		Aka(宜客)
제품특성		메트로에서 자체적으로 개발한 브랜드로, 치킨소스 배합용으로 사용됨
포장 용기		플라스틱 병 패킹
성분		빨간 고추, 물, 식용소금, 백설탕, 미원, 식품첨가제, 농축제, 방부제, 산도조절제 등
조사매장		메트로
용량		5kg
제품가격		30.8 위안(약 5,030원) <sup>33)</sup>
유통기한		12개월
인증		SC103330100909172

33) 1 RMB = 163.3 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.12.26.검색)

구분		제품 #2	
이 미 지	제품 이미지		
		<앞면>	<측면>
제 품 스 펙	제품명	칠리 갈릭 소스(Chili Garlic Sauce, 华畜金厨来蒜蓉辣椒酱)	
	제조사	광미원(广味源)	
	제품특성	메트로에서 판매 중인 제품 용량은 3.2kg이며, 온라인 채널에서 판매 중인 제품 용량은 7kg도 있음. 제품에는 짙은 마늘 향이 추가되었으며, 맛은 맵지만 부드러운 목넘김이 있는 제품. 각종 소스와 혼합하여 사용할 수 있음	
	포장 용기	플라스틱 패킹	
	성분	물, 고추, 마늘, 양조식초, 백설탕, 식용소금, 식품첨가제 등	
	조사매장	메트로	
	용량	3.2kg	
	제품가격	68.2 위안(약 11,140원)	
	유통기한	16개월	
인증	SC10644011300211		



구분		제품 #3	
이미지	제품 이미지	 <p style="text-align: center;">&lt;앞면&gt;</p>	 <p style="text-align: center;">&lt;뒷면&gt;</p>
		<p>제품명</p> <p>태국식 스위트 칠리 소스(丽尔泰 甜辣酱, Sweet Chili sauce for chicken)</p>	<p>제조사</p> <p>리얼 타이(Real THAI)</p>
제품스펙	<p>제품특성</p> <p>태국산</p>	<p>포장 용기</p> <p>유리병 패킹</p>	<p>성분</p> <p>백설탕, 물, 고추, 마늘, 식용소금, 식품첨가제, 산도조절제 등</p>
	<p>조사매장</p> <p>메트로</p>	<p>용량</p> <p>700ml</p>	
	<p>제품가격</p> <p>24.8 위안(약 4,050원)</p>	<p>유통기한</p> <p>24개월</p>	
	<p>인증</p> <p>-</p>		

구분		제품 #4	
이 미 지	제품 이미지	 <p style="text-align: center;">&lt;앞면&gt;</p>	 <p style="text-align: center;">&lt;뒷면&gt;</p>
		<p>제품명</p> <p>제조사</p> <p>제품특성</p> <p>포장 용기</p> <p>성분</p> <p>조사매장</p> <p>용량</p> <p>제품가격</p> <p>유통기한</p> <p>인증</p>	<p>태국식 스위트 칠리소스(“潘泰诺华星牌”甜辣酱, Sweet Chili sauce for chicken)</p> <p>미민공사(味民公社, WMCE)</p> <p>수입 식료품 전문매장인 녹색잎 슈퍼마켓(綠叶子超市)에서 가장 많이 판매되는 제품임</p> <p>유리병 패킹</p> <p>백설탕, 물, 고추, 마늘, 식용소금, 식품첨가제, 산도조절제 등</p> <p>녹색잎 슈퍼마켓(綠叶子超市)</p> <p>880g</p> <p>19.5 위안(약 3,190원)</p> <p>24개월</p> <p>-</p>
제 품 스 펙			

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

표 4.3 중국의 치킨 소스 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국 광둥성	중국
제품 스펙	제품명	타이 스위트 칠리소스(THAI SWEET CHILI SAUCE)	한국식 매운맛 치킨소스(韩式辣味炸鸡酱)
	브랜드	Berry/百利	한미락
	제조사	둥관시 홍싱 식품유한공사(東莞市鴻興食品有限公司)	웨이하이 한미락 식품유한공사(威海韓味樂食品有限公司)
	맛	스위트 칠리소스	매운 맛
	유통기한	12개월	12개월
	제품가격	140 위안 (약 22,800원)	230 위안 (약 37,600원)
	중량	12*1kg	10kg
	성분	-	굵은 설탕, 정제수, 간장, 물엿, 마늘, 조미료, 마늘 농축액, 크산탄 등
	판매사이트	알리바바 1688	알리바바 1688

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국 광둥성	중국 허베이성
제품 스펙	제품명	신징 한식 치킨소스 (信京韩式炸鸡酱)	호박 치킨소스(琥珀炸鸡酱)
	브랜드	신징(信京)	McKeith(麥基斯)
	제조사	포산시 난하이구 조미료 유한공사(佛山市南海區桃屋調 味品有限公司)	
	맛	한식 치킨 맛	-
	유통기한	12개월	90일
	제품가격	40 위안(약 6,530 원)	35 위안(약 5,720 원) 28.6 위안(1 봉지 이상 구매시)
	중량	1.8L*6	700g
	성분	고추장, 생수, 시럽, 양조간장, 양조식초, 야채즙, 마늘, 화학조미료, 소르브산칼륨 등	맥아당 시럽, 결정 과당, 사과농축액 등
	판매 사이트	알리바바 1688	알리바바 1688




구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국 산둥성	한국
제품 스펙	제품명	한식달콤양념치킨소스(韓試炸鸡酱(甜味))	-
	브랜드	Pluna(圃绿纳)	O 브랜드
	제조사	-	-
	맛	달콤한 맛	약간 매운 맛
	유통기한	180일	365일
	제품가격	비공개	480 위안(약 78,380 원)
	중량	2.5kg*6	3.6kg*6 통
	성분	-	-
	판매사이트	후이충왕	후이충왕



구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	한국	한국
제품 스펙	제품명	-	-
	브랜드	O 브랜드	F 브랜드
	제조사	-	F사
	맛	달콤한 맛	매운 맛
	유통기한	12개월	12개월
	제품가격	290위안 (약 47,400원)	365 위안 (약 59,600원)
	중량	2*10kg	10kg
	성분	정제수, 물엿, 칠리소스, 액체과당, 식초 등	굵은 설탕, 정제수, 물엿, 소금, 칠리소스 등
	판매사이트	알리바바 1688	알리바바 1688

자료: 알리바바 1688, 후이충왕 홈페이지 종합하여 연구자 정리

[참고] 중국의 오프라인에서 판매중인 B2C 치킨소스 제품

구분		제품 #1	
제품 이미지	제품 이미지		
		원산지	중국
제품 스펙	제품명	태국식 칠리소스(泰式 甜辣酱)	
	제조사	이금기(李錦記, Lee Kum Kee)	
	유통기한	18개월	
	제품가격	10.2 위안(약 1,670원)	
	중량	380g	
	성분	백설탕, 물, 소금에 절인고추 (고추, 식용소금), 건조 마늘, 양조식초, 식용소금, 히드록시프로필인산이전분, 파인애플 농축액, 양파줄기, 양파 분말, 빙초산, 레몬산, 크산탄, 붉은 고추 등	
	판매처	까르푸	

구분		제품 #2	
제품 이미지	제품 이미지		
		원산지	미국
제품 스펙	제품명	스리라차 핫 칠리 소스(Sriracha Hot Chili Sauce)	
	제조사	HUY FONG FOODS, INC	
	유통기한	24개월	
	제품가격	6.8 위안(약 1,110원)	
	중량	255g	
	성분	칠리, 설탕, 소금, 마늘, 증류식초, 소르빈산칼륨, 산성아황산나트륨, 잔탄검 등	
	판매처	로터스	

구분		제품 #3	
제품 이미지	제품 이미지		
		원산지	한국
제품 스펙	제품명	-	
	제조사	C 사	
	유통기한	8개월	
	제품가격	34.7 위안(약 5,670 원)	
	중량	365g	
	성분	스위트 칠리소스 80%(설탕, 고추, 마늘, 정제소금, 변성전분/태국산), 정제수, 설탕, 정제소금(국산), 변성전분, 잔탄검, 구연산, 토마토 베이스트(중국산), 올레오레진캡시컴, 합성향료(토마토향)	
	판매처	한인마트 <sup>34)</sup>	

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

34) 베이징 왕징 내 위치한 한인마트인 내고향마트



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

## □ 선정기준

- 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 B2B 양념 치킨 소스 제품을 판매하고 있는 제조사를 중심으로 조사

# 2. 경쟁사 분석

## □ 주요 경쟁사 기업정보

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- B2B와 B2C 제품을 모두 판매하며 제품 용량은 700g, 1kg, 10kg 등 다양함</li> <li>- 판매하는 소스 제품의 맛은 양념 치킨 소스, 매운 닭발 소스, 머스타드 소스 등임</li> <li>- 된장찌개 및 국류의 소스 제품도 판매</li> <li>- 중국 로컬 제품이지만, 제품명에는 한국어를 사용하는 비중을 높임으로써 한국산 소스와 비슷함을 강조</li> </ul>			
기업개요	기업명	한미락(韩味乐)	설립년도	2017년
	기업형태	식품 제조 업체	국가	중국
	취급품목	B2B용 치킨 소스, 떡볶이 소스, 된장 소스 등 한국식 음식에 사용하는 소스 제품을 생산	홈 페이지 및 주소	<a href="http://34229231.czvv.com/">http://34229231.czvv.com/</a> 중국 산둥성 룡청시 푸경루16호 (中国山东荣成市富耕路16号)
제품				

-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- B2B 대용량 치킨 소스 제품을 취급함</li> <li>- 제품의 맛은 양념 치킨 소스, 마늘 간장소스, 머스타드 소스 등 다양함</li> </ul>			
기업개요	기업명	F사	설립년도	2011년
	기업형태	천연 및 혼합 조미료 제조업체	국가	한국
	취급품목	치킨류 소스	컨택포인트	-
제품				
-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014년 캡사이신 소스를 중국에 수출</li> <li>- B2B와 B2C 제품 모두 취급</li> <li>- 판매하는 제품의 용량은 2kg과 10kg임</li> <li>- 제품의 맛은 양념 치킨 소스, 매운맛 양념 치킨 소스, 스위트 허니 머스타드 소스, 간장 마늘 소스 등임</li> </ul>			
기업개요	기업명	O사	설립년도	1987년
	기업형태	식품 제조 및 도소매	국가	한국
	취급품목	소스, 향신료, 파우더 제품 등	홈페이지	-
	전화번호	-	주소	대구광역시 북구 칠성남로 169
제품				



## VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석



# 1. 유통채널 개황

## 1) 오프라인 유통채널

□ 중국의 주요 소매점 유통채널 현황을 살펴보면 하이퍼마켓, 슈퍼마켓의 비중이 높음

- 중국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통매장으로는 a. 중국 로컬 유통 체인인 RT-Mart(大润发), China Resources Vanguard, Yonghui (永辉), Wumart (物美) 와 b. 외국 유통 체인인 Wal-Mart, Carrefour, Lotus 등을 들 수 있음
  - USDA 2017년 중국 GAIN Report에 따르면 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중은 전체 유통채널 매출액의 약 30%를 차지함
- 월마트, 까르푸, 메트로와 같은 외국 유통 체인은 국내 선도 유통 체인인 벵가드, 용후이 마트와 치열하게 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
- 현지 조사를 위해 방문한 도소매 회원제 창고형 할인매장인 메트로와 수입 식료품 전문매장에서는 대용량 치킨 소스 제품을 판매하고 있음
  - 또한, 현지조사원에 의하면 B2B 치킨 소스 제품은 온라인 채널을 통해 유통되는 비중이 높은 것으로 확인됨

표 6.2 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만명, 10억 달러)

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

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

표 6.3 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

매출액 순위	이름	매출액	매출액 증가율	2015년 매장 수	매장 수 증가율
1	RT Mart	13,987	4.0%	368	9.9%
2	Walmart	11,499	4.3%	439	1.6%
3	Carrefour	7,568	25.9%	319	36.3%
4	Dennis Zhenzhou	3,118	15.6%	411	39.3%
5	Metro Cash & Carry	2,893	1.0%	87	6.1%
6	Watsons	2,778	2.3%	2929	18.0%
7	Parkson	2,489	-8.3%	53	-8.6%
8	CP Lotus	1,949	-3.7%	82	0.0%
9	Jusco	1,675	4.9%	56	3.7%

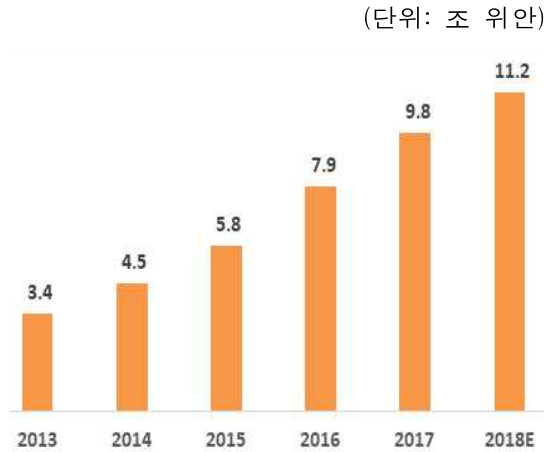
자료: 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.

## 2) 온라인 유통채널

### □ B2B채널을 공략해야 중국 내수시장 진출이 용이

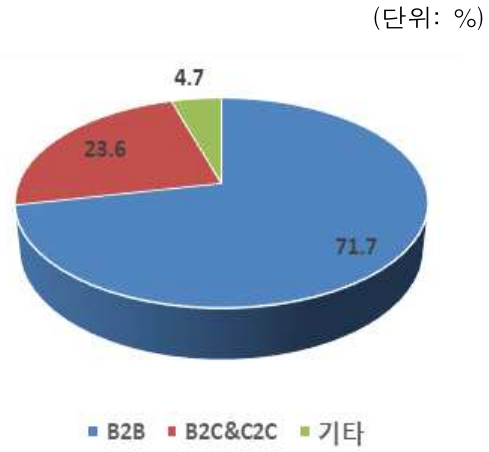
- 중국 내 B2B 전자상거래 시장 규모는 2013년 3.4조 위안에서 2017년 9.8조 위안으로 급증한 것으로 파악되며(연평균 약 30.3% 증가) 2018년에는 그 규모가 11.2조 위안에 달할 것으로 예상됨
- 2015년 기준 중국 내수 B2B 거래액은 자국 내 전체 전자상거래 시장 중에서 약 71.7%를 점유함
  - 중국의 B2C(기업과 소비자 간의 거래) 및 C2C(소비자 간의 거래)시장의 합산 점유율은 약 23.6%로, 중국 내 전자상거래 시장은 기업 간 거래가 주도하고 있는 것으로 분석됨

표 6.4 2018년 상반기 중국의 국내 B2B 시장 거래규모



자료: 중국전자상거래연구센터

표 6.5 중국 내 전자상거래 시장 구성비(2015)



자료: iResearch

□ 중국 내 치킨점을 인터뷰한 결과 치킨 소스 제품은 주로 온라인 채널을 통해 유통되고 있는 것으로 파악됨

- 중국 현지에서 지역별로 여러 개의 매장을 보유하고 있는 치킨 프랜차이즈점 O의 경우, 일반적으로 양념 치킨에 필요한 소스는 본사에서 제공하는 치킨 소스 제품을 사용
- 양념 치킨을 판매하고 있는 대학가 호프집(한인이 운영)에서는 치킨 소스 제품을 계약된 업체를 통해 제공받아 사용
- 비브랜드 로컬 치킨점의 경우 보통 치킨 소스를 주로 타오바오, 알리바바 1688 등인 온라인에서 구매하여 사용
  - 공략 가능한 최종 소비처인 비브랜드 로컬 치킨점에서 주로 온라인 채널을 통해 치킨 소스 제품을 구매하고 있고, B2B 치킨 소스 제품이 대용량인 점 등을 고려하면 온라인 B2B 채널을 공략하는 것이 효과적일 것으로 판단됨

표 2.2 중국 내 치킨점<sup>35)</sup> 인터뷰 내용

인터뷰 대상자	인터뷰 내용
한인이 운영하는 베이징 대학가 호프집 점주	Q: 치킨 소스 구매 여부 A: 전문적으로 치킨 소스를 제공해주는 업체가 있음

35) 치킨 프랜차이즈점, 로컬 치킨점, 한인이 운영하는 호프집의 관계자를 대상으로 인터뷰를 진행

	<p>Q: 인기 있는 치킨 소스의 맛은? A: 후라이드와 기본 양념 치킨이 가장 인기가 많음. 중국인의 경우 보통 후라이드 치킨을 선호</p> <p>Q: 한국의 양념 치킨의 판매 현황 및 매출에서 차지하는 비중은? A: 한국의 양념 치킨은 본 매장의 주요 메뉴이며, 인기가 매우 높은 편임(대부분 치킨을 주문).</p> <p>Q: 주로 어느 국가의 치킨 소스 제품을 사용하며, 치킨 소스 제품 구매 시 보통 얼마나 자주, 얼마 정도의 비용을 지출하는지? A: 치킨 소스는 중국에서 재료를 구입하여 직접 만들며, 통상 일주일에 한번 재료를 주문하고, 주문 시 지출액은 ***위안 정도</p>
<p style="text-align: center;"><b>로컬 치킨점 관계자</b></p>	<p>Q: 치킨 소스 구매 여부 및 경로 A: 보통 치킨 소스 제품은 타오바오, 알리바바 1688 등 인터넷을 통해 구매</p> <p>Q: 인기있는 치킨 소스의 맛은? A: 본 매장의 양념 치킨 맛은 한가지인데 달콤한 맛임. 치킨에 찍어 먹는 소스의 종류는 토마토 소스, 머스타드 소스, 달콤한 매운 맛 소스 등이 있음(찍어 먹는 소스 용도로 보통 손님들은 케첩을 선호함)<sup>36)</sup></p> <p>Q: 한국의 양념 치킨은 잘 팔리는 지, 매출에서 차지하는 비중은? A: 손님의 10명 중 약 2명 정도가 양념 치킨을 먹음. 대부분 후라이드 치킨을 주문하며, 소스는 따로 넣어달라고 함</p> <p>Q: 주로 어느 국가의 치킨 소스 제품을 사용하며, 치킨 소스 제품 구매 시 보통 얼마나 자주, 얼마 정도의 비용을 지출하는지? A: 치킨 소스는 주로 중국 브랜드를 구입하며, 한달에 한번, 대략 한번에 2통을 구매하는 데 약 ***위안 정도를 지출함</p>
<p style="text-align: center;"><b>치킨 프랜차이즈점 O브랜드 관계자</b></p>	<p>Q: 치킨 소스 구매 여부 및 경로 A: 일반적으로 양념 치킨에 필요한 소스는 본사에서 제공함</p> <p>Q: 인기있는 치킨 소스의 맛은? A: 매장에서 찍어 먹는 용도의 소스를 따로 판매하기도 하는데, 치킨 소스의 종류에는 달콤 매운 맛 소스, 머스타드, 아주 매운 맛, 사워 소스 등이 있음. 그 중에서 달콤 매운 맛 소스가 제일 인기가 많으며, 그 다음으로는 아주 매운 맛 소스가 인기가 있음. 매운 맛을 싫어하는 손님의 경우 머스타드 소스를 선호함</p> <p>Q: 한국의 양념 치킨은 잘 팔리는 지, 매출에서 차지하는 비중은?</p>

	<p>A: 손님 10명 중 약 2명 정도가 양념 치킨을 먹음. 대부분 후라이드 치킨을 주문하며, 소스는 따로 넣어달라고 함</p> <p>Q: 주로 어느 국가의 치킨 소스 제품을 사용하며, 치킨 소스 제품 구매 시 보통 얼마나 자주, 얼마 정도의 비용을 지출하는지?</p> <p>A: 한 달에 한번 정도 본사에 요청함</p>
--	--

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

□ 중국의 B2B 전자상거래 시장에서 주로 거래되는 품목은 철강, 화공, 농업 관련 제품

- 2015년 3/4분기를 기준으로 중국 B2B 온라인 시장에서 철강이 17.6%로 제일 많은 비중을 차지하고 있으며, 농식품 비중은 13.2%임

표 6.6 중국의 B2B 온라인 시장 주요 거래품목



자료: Sootoo Research(2015)<sup>37)</sup>

□ 중국 전자상거래 연구센터의 보고서<sup>38)</sup>에 의하면, 2017년 기준 중국의 B2B 온라인 플랫폼 시장 점유율 1위는 알리바바(36.7%), 2위는 후이충그룹(10.5%), 3위는 환치우즈위엔(4.2%)임

36) 실제로 B2B 온라인 쇼핑몰에서는 날개로 포장된 케첩 및 머스타드 소스의 대용량 제품을 판매하고 있으며, 판매액 기준 상위 10개 업체에 링크되어 있음

37) 2015년 3/4분기 기준

38) 2017年(上)中國電子商務市場數據檢測報告, 中國電子商務研究中心, 2017.09.

- 중국 B2B 온라인 시장점유율(2017년 기준)을 보면 알리바바가 36.7%로 독보적인 위치를 차지하고 있으며, 후이충그룹(10.5%), 환치우즈위엔(4.2%), 상하이강리엔(4.0%), 지아오디엔커지(3.5%) 등도 두각을 나타내고 있음

□ B2B 중개 선도기업

- 중국의 주요 B2B 중개기업은 중국 내 거래를 위주로 취급하는 기업과 국제 거래를 위주로 취급하는 기업으로 분류되며 일부 기업은 국내 및 국제 거래를 동시에 취급
  - (알리바바) 1999년에 설립되어 중국 국내 거래용 B2B 사이트(www.1688.com)와 국제 거래용 B2B 사이트(www.alibaba.com)를 동시에 운영하고 있음
    - 현재 알리바바는 산하에 Tmall(B2C), 타오바오(C2C) 등을 포함하여 총 10개의 전자상거래 사이트를 운영하고 있음
  - (HC360) 1992년에 설립된 HC360(慧聪网)은 중국 국내 B2B를 주로 취급하며 ‘남쪽은 알리바바, 북쪽은 후이충(南阿里, 北慧聪)’이라는 명성이 있을 정도로 영향력을 갖고 있는 기업
  - (Global Sources) 1970년에 홍콩에서 무역 관련 미디어회사로 시작하여 주로 크로스보더 B2B를 취급함
    - 1996년에 Asian Sources Online이라고 하는 B2B 온라인 거래 사이트를 오픈했으며 1999년부터 Global Sources 사이트를 본격적으로 운영하기 시작했음
- 중국의 식품 분야 B2B 온라인 쇼핑몰
  - 최근 중국에는 업종별로 다양한 B2B 거래 사이트들이 등장하여 거래를 선도하고 있음
    - (메이차이왕(美菜网)) 중국의 식재료 분야의 B2B 사이트인 메이차이왕(www.meicai.cn)은 2014년 설립되었으며, 베이징에 본사를 두고 있음

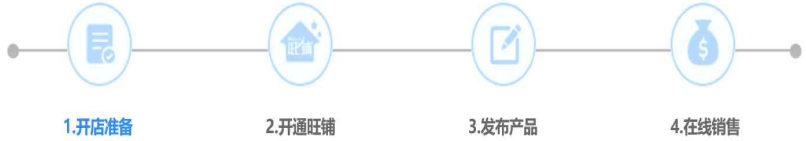
표 6.7 중국의 주요 B2B 사이트 현황

구분	사이트명	홈페이지	설립연도	목표시장
1	알리바바 (阿里巴巴)	www.1688.com (국내) www.alibaba.com (국제)	1999년	국내 국제

2	HC360 (慧聪网)	www.hc360.com	1992년	국내
3	Global Sources (环球资源)	www.globalsources.com	1970년	국제
3	Mysteel (上海钢联)	www.mysteel.com(정보) www.banksteel.com(교역)	2000년	국내
4	Toocle (网盛生意宝)	www.toocle.com/Chinese(국내) www.toocle.com(국제)	1997년	국내 국제
5	Global Market (环球市场)	www.globalmarket.com	1995년	국제

자료: 한국무역협회 북경지부

### [참고] 중국의 온라인 B2B 사이트 입점 절차

사이트명	입점 절차
알리바바 1688	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1단계: 개점준비(인증, 즈푸바오(支付宝), 업무플랫폼)</li> <li>- 2단계: 점포개통(기업 소개)</li> <li>- 3단계: 상품출시(공급 정보 및 관리)</li> <li>- 4단계: 온라인 판매</li> </ul> 
중국공인상 (中国供应商) <sup>39)</sup>	- 기본적으로 홈페이지에서 '등록→사업자등록 업로드→정보 공개→정보 관리' 등 4단계 절차에 따라 심사를 거쳐 진행
식품상무망 (食品商务网) <sup>40)</sup>	- 회원가입은 '공급자 무료 가입(供应商免费加入)'을 통해 가능하며, 간단한 정보 기입 후 등록이 가능함. 기타 자세한 사항은 핫라인을 통해 문의 가능


자료: 각 사이트의 홈페이지를 참고하여 작성

39) www.china.cn

40) www.21food.cn

## 2. 주요 유통채널 분석

### 1) METRO 麦德龙(北京万泉河商场)<sup>41)</sup>

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 베이징 내 회원제 창고형 할인매장</li> <li>- 회원제 창고형 매장인 메트로는 1962년 독일에서 최초 설립한 독일 최대 도소매 슈퍼마켓 브랜드임. 2002년 중국 진출 이후 매출액은 6억 유로에 달했으며, 이는 전세계 매출액의 1.2%를 차지함</li> <li>- 현재 베이징 万泉河점 내 음료베이스 제품은 미입점 상태(전국 메트로 매장에도 입점되어 있지 않음)</li> </ul>		
	<b>유형</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회원제 창고형 할인매장</li> <li>- B2B전문 식자재 마트</li> </ul>	<b>주소</b>	본사: 상하이시 푸뉘구 전베이로 1425호 200333 상하이 푸뉘물(上海市普陀区真北路1425号200333 上海普陀商场)
<b>대표전화</b>	본사: 021-22078888	<b>홈페이지</b>	www.metro.cn
<b>이메일</b>	service@metro.com.cn	<b>기타</b> (운송물류사업부 연락처)	전화: 63218800 주소: 상해연안동로 10C호 28로
<b>유통 담당자 인터뷰 내용</b>	1) 유통경로 및 컨택 포인트 - 인터넷 홈페이지 또는 고객센터를 통해 컨택할 수 있음 2) 소비자 소비 트렌드 2-1) 양념치킨 소스(B2B, B2C용 이하 동일)를 구매하는 주 소비층은? - B2B 치킨 소스(칠리 소스)를 주로 상인들이 와서 구매하며 B2C 치킨 소스 제품은 주로 젊은 연령대의 일반 소비자들이 방문하여 구매함 2-2) 제일 인기있는 양념치킨 소스는? - 태국산 칠리소스 제품이 가장 인기가 많음 2-3) 양념치킨 소스의 하루 매출은 어느 정도인지? - B2B 치킨 소스 제품의 경우 하루에 적어도 10개 정도의 제품이 판매되며, B2C 치킨 소스 제품은 하루에 10-20개 정도 판매됨. 간장 등 다른 조미료 제품과 비교했을 때는 매출량이 많은 편은 아님 2-4) 양념치킨 소스 제품 배달의 추세는? - 메트로의 경우 2,000위안 이상 구매하고 배달 가능한 범위에 있는 고객에 한해 무료로 배달을 해주는 서비스를 진행 3) 한국산 양념치킨 소스 제품 혹은 한국산 소스 제품의 강점 - 한국산 소스의 경우 한국 특유의 달콤하면서도 매운 맛을 갖고 있는 점이 특징임. 중국에는 없는 한국 고유의 맛이라고 생각함 4) 인기 있는 한국산 양념치킨 소스 혹은 한국산 소스 제품은? - 오프라인 매장에서는 인기 제품을 잘 모르겠으나, 아마 인터넷 채널에서는 더욱 다양한 종류의 치킨 소스 제품을 판매할 것으로 사료됨 5) 제품 입점을 위해 필요한 구체적 정보 - 일반적으로 메트로 매장에 메트로 자회사 제품의 비중이 약 70%를 차지함. 그 외의 제품은 회사 자체 내에서 협의를 거치고 난 뒤 입점을 결정하는 것으로 알고 있음 - 기본적으로 제품을 생산하는 기업의 정보와 운영 현황이 중요하고, 제품 자체에 하자가 없는지 확인하는 과정을 거침 - 식품 관련 제품은 위생 상태에 관한 인증을 받아야 함		

41) 방문지 주소: 北京市海淀区新建宫门路1号 100091 北京万泉河商场, 전화번호: 010-62869888



<p><b>입점 절차</b></p>	<p>- 운송물류사업부와 컨택 → 구체적인 상품 정보 입수 → 승인 과정 → 계약서 작성 → 입점</p>	
<p><b>매장전경</b></p>		
		

## 2) 绿叶子超市(April Gourmet)

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 베이징 내 회원제 창고형 할인매장</li> <li>- 회원제 창고형 매장인 메트로는 1962년 독일에서 최초 설립한 독일 최대 도소매 슈퍼마켓 브랜드임. 2002년 중국 진출 이후 매출액은 6억 유로에 달했으며, 이는 전세계 매출액의 1.2%를 차지함</li> <li>- 현재 베이징 万泉河점 내 음료베이스 제품은 미입점 상태(전국 메트로 매장에도 입점되어 있지 않음)</li> </ul>		
<p style="text-align: center;"><b>유형</b></p>	수입 식료품 매장	주소	본사: 베이징시 싼리툰 베이샤오지에 1호(北京市三里屯北小街1号)
<p style="text-align: center;"><b>대표전화</b></p>	-	홈페이지	<a href="http://com2007627.shop.hao315.tv/">http://com2007627.shop.hao315.tv/</a>
<p style="text-align: center;"><b>유통 담당자 인터뷰 내용</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 유통경로 및 컨택 포인트               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인터넷 홈페이지를 통해 온라인 상담 가능</li> </ul> </li> <li>2) 소비자 소비 트렌드               <ol style="list-style-type: none"> <li>2-1) 양념치킨 소스(B2B, B2C용 이하 동일)를 구매하는 주 소비층은?                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반적으로 젊은 외국인들이 많이 와서 구입함</li> </ul> </li> <li>2-2) 제일 인기있는 양념치킨 소스는?                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국산 칠리소스 제품</li> </ul> </li> <li>2-3) 양념치킨 소스의 하루 매출은 어느 정도인지?                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 하루에 **개 정도가 판매됨</li> </ul> </li> <li>2-4) 양념치킨 소스 제품 배달의 추세는?                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 배달 서비스는 제공하지 않음</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>3) 한국산 양념치킨 소스 제품 혹은 한국산 소스 제품의 강점               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 치킨 소스는 판매하지 않음</li> </ul> </li> <li>4) 인기 있는 한국산 양념치킨 소스 혹은 한국산 소스 제품은?               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 고추장 제품이 인기가 많음</li> </ul> </li> <li>5) 제품 입점을 위해 필요한 구체적 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 체인점이라 입점 제품은 보통 본사에서 공급해줌</li> </ul> </li> </ol>		
<p style="text-align: center;"><b>매장전경</b></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11.
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.
3. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09.,
4. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04.
5. 「2017年中国调味酱行业市场前景及发展趋势预测」, 중국산업정보망, 2016.11.
6. 「2.4万条数据, 我们找出了中国的“炸鸡之都”和“鸡王”」, 평파이신문(澎湃新闻), 2018.09.12.
7. 「韩国bhc炸鸡“辣魔鬼”系列两年累积销量240万只」, 환구망(环球网), 2018.04.24.
8. 「2017年(上)中国电子商务市场数据检测报告」, 중국전자상거래연구중심, 2017.09.
9. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11.

### ■ 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. 알리바바 1688, www.1688.com
7. 후이충왕, www.hc360.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 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
12. 중화요식업망(中华餐饮网), www.cy8.com.cn

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-16

품목: 치킨 소스(Chicken Sauce)

국가: 중국 (China)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발행일 2018

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

자료문의 aT수출정보부  
02-6300-1119

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