

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---


No. 1810-19

품목: 커피대용 차(Coffee substitute tea)

국가: 중국(China)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 차(茶)산업 현황	09
3. 수출입통계	13
II. 시장 트렌드	19
1. 제품 트렌드	21
2. 소비 트렌드	23
3. 마케팅 트렌드	27
III. 통관 및 제도	28
1. 통관 및 검역	31
2. 인증정보	45
3. 라벨링	48
4. 위생요건	50
IV. 경쟁제품	52
1. 경쟁제품 선정	53
2. 경쟁제품 상세정보	54



V. 경쟁사.....	56
1. 경쟁사 선정.....	57
2. 경쟁사 분석.....	57
VI. 유통채널 현황.....	58
1. 유통채널 개황.....	59
2. 주요 유통채널 분석.....	61



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 차(茶)산업 현황
3. 수출입통계

## 국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 963만 km<sup>2</sup>로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함<sup>1)</sup>. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 장거리 탄도 미사일을 보유하고 있음.

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

## 주요 정보

- |   |   |
|---|---|
| ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.) | ▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이                                     |
| ▶ 수도: 베이징   | ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)                                       |
| ▶ 국가원수: 시진핑 주석  | ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)                                   |
| ▶ 인구: 1,391백만 명(2017)                                 | ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)   |
| ▶ 면적: 963,4057만 km <sup>2</sup> (한반도의 약 43배)          | ▶ 화폐단위: 위안(元, RMB)  |
| ▶ 공식어: 중국어  | ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)  |
|   | ▶ 환율기준: 1 RMB = 163.77 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.09. 검색) |

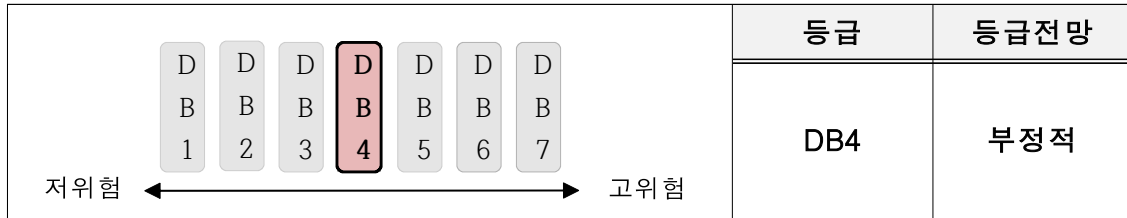


자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11., 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09., 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04. 자료 종합

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>



자료: 「Country Insight Snapshot China 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 증가함</li> <li>- 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난 10년 이상의 신용 확대와 자본 배분 실패로, 중국의 금융 순환이 더욱 어려운 국면을 맞음</li> <li>- 1979-2016년 동안 ‘한 자녀’ 정책의 실시로 세계에서 가장 급속히 노령화가 진행되는 국가가 되었으며, 2020년대에는 경제적 영향이 본격화될 것임</li> <li>- 미국 무역정책의 변화로 적어도 트럼프 대통령의 임기인 2020년까지는 중기적인 불확실성이 존재함</li> </ul>

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

## □ 주요 거시경제 지표

- 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망
  - 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의

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

2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록

○ 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상

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

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	2.8	1.8	1.3	0.5	0.3	-0.1	0.5	0.5
재정수지/GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.6	-4.9	-4.7	-4.9
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.1	2.7	2.7	3.0	2.8
경제성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.1	5.8	6.2	5.9
도시 실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.2	4.2

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

#### □ 무역통상 환경

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

#### □ 위험 및 기회요소

구분	세부내용
미-중간	미-중 무역 협상

<p style="text-align: center;">무역갈등</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, 전례가 없는 양국 간 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침</li> <li>• 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함</li> <li>▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 팻푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 완전히 해체하여 검사함</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



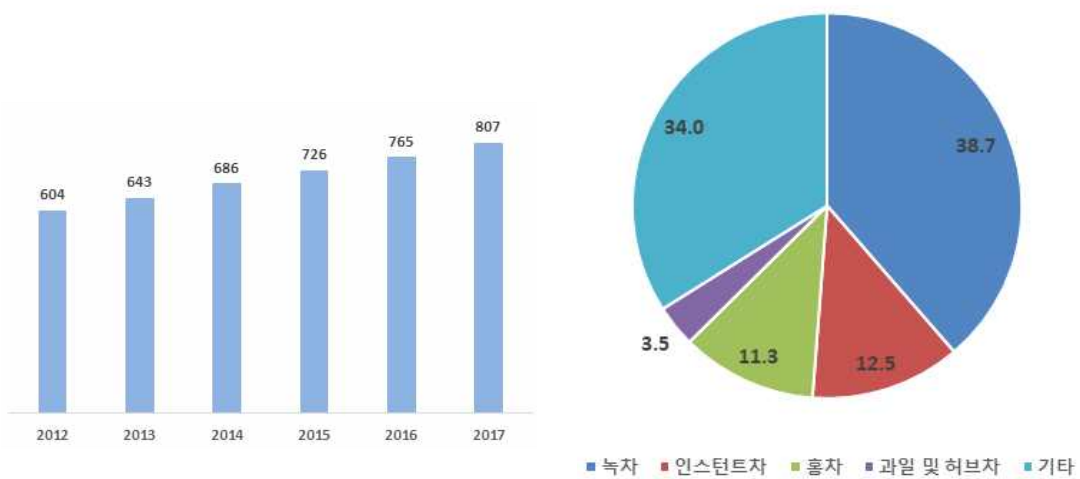
## 2. 차(茶)산업 현황

### □ 차 시장 규모

- 유로모니터에 따르면, 2017년 중국 차 시장규모는 약 807억 위안임
  - 중국 차 시장은 크게 홍차, 과일 및 허브차, 녹차, 인스턴트 차, 기타 차로 구분됨
  - 2017년 기준 커피대용 차가 속하는 기타 차의 점유율은 약 34%임
  - 단, 커피대용 차가 속한 기타 차 내에서 커피대용 차가 차지하는 비중은 매우 미미한 수준임

표 1.2 중국 차 제품 시장 규모(2010-2018년) 및 세부 품목별 비중(2017년)

(단위: 억 위안, %)



자료: Euromonitor International

□ 차 시장 경쟁 현황

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

표 1.3 2017년 중국 차 시장 브랜드별 점유율

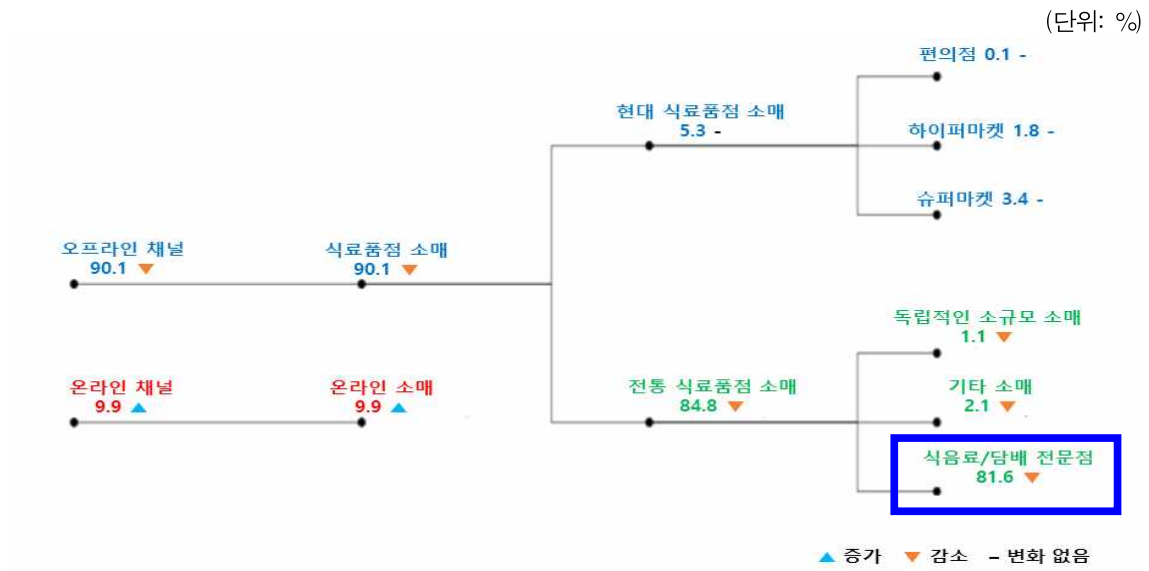
순위	회사명	주요 브랜드	시장점유율(%)
1	Yunnan Taetea Tea Industry Group Co Ltd	Taetea	6.1
2	Xiangpiaopiao Food Co Ltd	Xiangpiaopiao	4.8
3	Guangdong Strong (Group) Co Ltd	U-loveit	4.3
4	Tenfu Group	Tenfu's	1.6
5	Beijing Zhangyiyuan Beverage Co Ltd	ZhangYiYuan	1.2
6	Beijing Wuyutai Tea Co Ltd	WuYuTai	1.0
7	Yichang Xiaoshi Tea Group Co Ltd	Xiaoshi	0.9
8	Beijing Xiaoguan Tea Co Ltd	XiaoGuanTea	0.8
9	Bama Tea Co Ltd	Bama	0.8
10	Zhejiang Dahaoda Food Co Ltd	XiangYueTaiwanMilk Tea	0.7

자료: Euromonitor International

□ 차 시장 유통 현황

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

표 1.4 2017년 중국 차 제품 유통채널 비중 및 최근 5년간 증감 추세

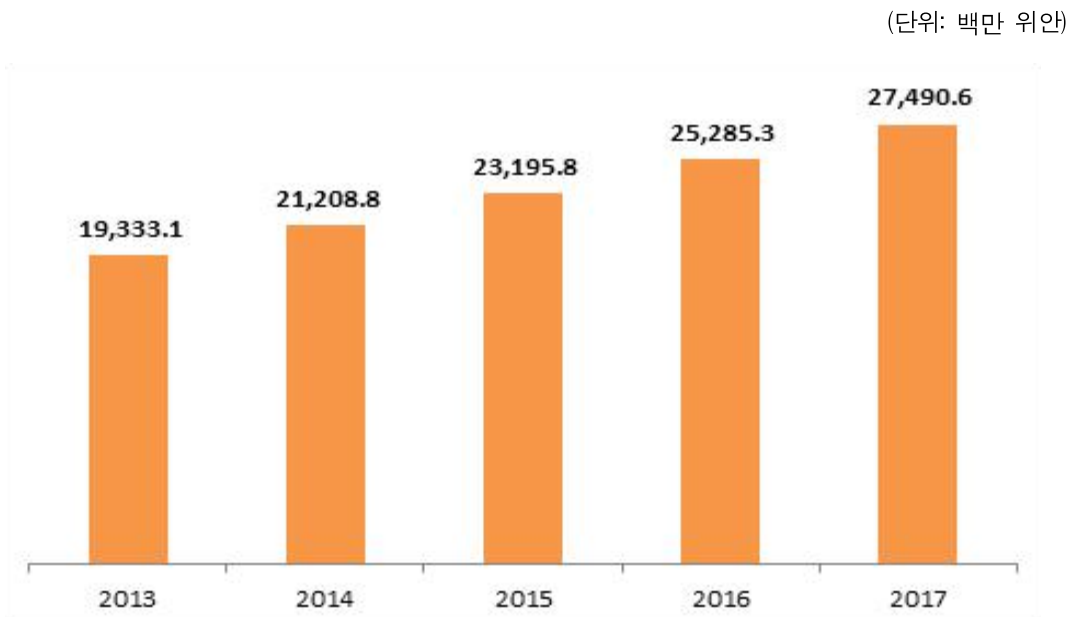


자료: Euromonitor International

### □ 커피대용 차<sup>3)</sup> 시장 규모

- 중국의 커피대용 차가 포함된 기타 차 시장 규모는 2017년 기준 약 274억 위안이며, 2013-2017년 약 9.2%의 연평균 증가율을 기록
  - 기존의 전통적 차 판매 방식과는 다른 새로운 콘셉트와 패키지를 이용한 마케팅 방식을 도입함으로써 소비자의 관심을 이끌어내고 있음
  - 최근 중국의 소비자들은 다양한 맛의 차를 접해본 후 본인에게 가장 맞는 차를 고르는 추세로 전환 중임

표 1.5 중국 커피대용 차 시장 규모(2013-2017)



자료: Euromonitor International

3) 커피대용 차란 카페인은 없으나 커피와 비슷한 맛을 내는 차로 임신부나 비염환자, 남녀노소 모두 카페인 걱정없이 커피대신 마실 수 있는 커피대용품 차류를 말함. 본 보고서에서는 유로모니터의 차 시장의 세부 카테고리 중 Other Tea의 시장규모로 커피대용 차 시장 규모를 집계하였으나, 기타 차 내에서 커피대용 차가 차지하는 비중은 매우 미미한 수준임

### 3. 수출입통계

#### 수출입통계 개요

##### ❖ 커피대용 차 관련 주요 수치

- HS Code 2101.30 글로벌 수입 규모 약 1억 3,000달러(2017년)
- HS Code 2101.30.00 중국의 수입규모는 약 28만 달러(2017년)
- 중국의 HS Code 2101.30.00 국가별 수입 규모를 살펴보면, 1위 한국, 2위 일본, 3위 인도 (2017년)
- 한국의 HS Code 2101.30.9000 수출 규모는 약 728톤, 약 350만 달러 (2017년)

##### ❖ 커피대용 차 국가별 HS CODE 분류

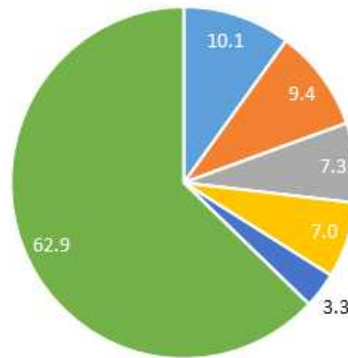
국가	HS CODE	품명
한국	2101.30.9000	기타
중국	2101.30.0000	볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물

##### ❖ HS Code 2101.30 글로벌 수입 규모(2017년)

수입국	2017	
	금액(천 US 달러)	
글로벌	132,103	
1	독일	13,292
2	프랑스	12,482
3	스페인	9,688
4	이탈리아	9,221
10	한국	4,364

##### ❖ HS Code 2101.30 글로벌 수입 비중(2017년)

(단위: %)



■ 독일 ■ 프랑스 ■ 스페인 ■ 이탈리아 ■ 한국 ■ 기타

##### ❖ 중국의 HS Code 2101.30.00 국가별 수입 규모(2017년)

수입국	2017	
	금액(천 US 달러)	
글로벌	284	
1	한국	126
2	일본	82
3	인도	58
4	말레이시아	11
5	이탈리아	4

## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 커피대용 차 통계 기준 설정

- 커피대용 차의 시장성 판단을 위한 글로벌 및 중국의 수입 규모를 확인하기 위해 HS CODE 2101.30, 2101.30.0000으로 기준을 설정함
  - 커피대용 차의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 10자리 2101.30.9000으로 기준을 설정

표 1.6 커피대용 차 통계 기준 설정

조사항목	분류	HS CODE
글로벌 수입 규모 및 성장률	무역통계	HS Code 2101.30 기준
중국 수입 규모 및 증감률		HS Code 2101.30.0000 기준
한국 수출 규모 및 증감률		HS Code 2101.30.9000 기준

표 1.7 커피대용 차 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물
	2101.30.	- 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물
	2101.30.9000	기타
중국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물
	2101.30.0000	- 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr)

표 1.8 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	<a href="https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do">https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do</a>
	세계 HS 정보시스템	<a href="http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po">http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po</a>
	중국 관세청	<a href="http://customs.gov.cn">http://customs.gov.cn</a>

## 2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2101.30)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 독일이며, 한국은 10위

- 2017년 HS Code 2101.30 품목의 글로벌 수입 규모는 약 1억 3,000달러로, 2013년~2017년 연평균 성장률은 -7.0%임
  - 2017년 기준 1위 수입국인 독일의 수입규모는 약 1천 3백만 달러로, 2013년 수입 규모와 거의 비슷한 수준
- 한국은 2017년 기준 10위 수입국으로 수입규모는 약 4백만 달러이며, 2013년 이후 5년간 2.6%의 성장률을 기록

표 1.9 HS Code 2101.30 글로벌 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US 달러, %)

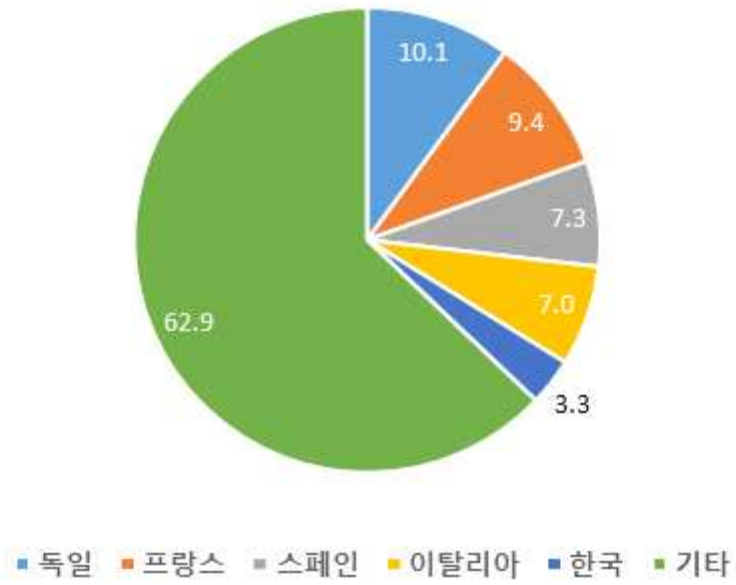
수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013 -2017 CARG
글로벌	176,434	172,827	142,427	144,038	132,103	-7.0
1 독일	13,291	14,896	15,896	15,306	13,292	0.0
2 프랑스	14,841	15,563	14,729	12,159	12,482	-4.2
3 스페인	16,506	11,256	8,706	9,026	9,688	-12.5
4 이탈리아	13,028	10,718	9,389	10,577	9,221	-8.3
10 한국	3,942	4,990	4,380	4,930	4,364	2.6

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

- 2017년 HS Code 2101.30의 글로벌 수입 시장을 국가별로 살펴보면, 1위와 2위 수입국인 독일과 프랑스의 시장 점유율이 각각 약 10.1%, 약 9.4%임
  - 10위 수입국인 한국의 글로벌 시장 점유율은 약 3.3%를 기록

표 1.10 HS Code 2101.30 글로벌 수입 비중(2017년 기준)

(단위: %)



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



### 3) 중국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2101.30.00)

□ 2017년 중국의 2101.30.00 품목 수입 시장 점유율 1위는 한국(약 44.4%)

- 2101.30.00 품목의 글로벌 수입액은 2013년 약 24만 달러에서 2017년 약 28만 달러로 성장
  - 2013~2017년 수입규모는 연평균 성장률 약 3.4%를 기록
- 국가별로 살펴보면, 2017년 중국은 HS Code 2101.30.00의 1, 2위 수입국인 한국과 일본으로부터 약 12만 달러와 약 8만 달러를 수입하여, 각각 44.4%, 28.9%의 수입시장 점유율을 기록

표 1.11 HS Code 2101.30.00 중국 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2017년 점유율
글로벌	248	296	181	230	284	100.0
1 한국	237	251	163	128	126	44.4
2 일본	1	6	7	62	82	28.9
3 인도	0	23	0	23	58	20.4
4 말레이시아	0	0	0	6	11	3.9
5 이탈리아	10	8	0	0	4	1.4

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

#### 4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 2101.30.9000)

##### □ 한국 수출통계

- 2017년 한국의 2101.30.9000 품목의 글로벌 수출 동향을 살펴보면 수출량은 약 728 톤, 수출액은 약 350만 달러를 기록하며 전년 대비 각각 20.9%, 31.5% 감소
- 한국의 2101.30.9000 품목의 대중 수출량은 2013년부터 2015년까지는 3년 연속 100% 이상의 성장세를 나타냈으나, 2016년 감소세로 전환. 2017년 수출량은 전년 대비 약 47.1% 감소
  - 2017년 한국이 중국시장으로 수출한 2104.20.0000 품목의 수출액 또한 2015년까지는 증가세를 기록하다 2016년에 감소세로 전환됨. 2017년에는 전년 대비 약 63.7% 감소한 약 72만 달러를 기록

표 1.12 한국의 HS Code 2101.30.9000 글로벌 수출 동향

(단위: \$, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	1,167,604.7	1,314,339.7	1,144,607.6	920,123.8	728,121.7
증감률	△55.2	12.6	△12.9	△19.6	△20.9
총 수출액	4,790,034.0	5,616,439.0	6,248,481.0	5,179,301.0	3,547,114.0
증감률	△14.3	17.3	11.3	△17.1	△31.5

자료: 농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.13 한국의 HS Code 2101.30.9000 對중국 수출 동향

(단위: \$, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	68,368.0	156,447.5	322,330.2	295,870.2	156,400.6
증감률	157.7	128.8	106.0	△8.2	△47.1
총 수출액	457,213.0	1,445,732.0	2,869,649.0	1,989,440.0	722,122.0
증감률	235.9	216.2	98.5	△30.7	△63.7

자료: 농식품수출정보(www.kati.net)



## II. 시장 트렌드

1. 제품 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 마케팅 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 제품 트렌드

- ❖ 커피대용 차 종류
- ❖ 커피대용 차로 음용되는 치커리 커피

### 2. 소비 트렌드

- ❖ [참고] 커피대용 차 중국 유통채널 담당자 인터뷰
- ❖ [참고] 커피대용 차 중국 소비자 인터뷰
- ❖ [참고] 커피대용 차 중국 현지조사원 의견

### 3. 마케팅 트렌드

- ❖ 차 관련 박람회에 대한 관심이 요구됨

# 1. 제품 트렌드

## □ 커피대용품 차 종류

- 중국에서 커피대용품 차로 소비되는 제품은 ①보리 커피, ②치커리 커피, ③민들레 커피 등임
- 커피대용품 차 제품은 모두 수입제품으로 주로 온라인 채널을 통해 유통됨
- 표 2.2는 온라인 타오바오 취안치우거우에서 판매 중인 대표적인 커피대용품 차 제품임
  - 이탈리아 브랜드인 Crastan의 Orzo 보리 커피
  - 폴란드 브랜드인 Grana의 Chicory cup 치커리 커피
  - 폴란드 브랜드인 Grana의 Barley cup 민들레 커피

표 2.1 온라인에서 판매 중인 커피대용품 차

종류	보리 커피	치커리 커피	민들레 커피
제품 사진			
성분	유기농 보리	유기농 치커리 뿌리	보리 40%, 호밀, 치커리, 민들레 뿌리
용량	125g	100g	100g
가격	55위안(약 9,000원)	65위안(약 10,000원)	60위안(약 9,800원)
특성	유기농 보리 커피 제품	카페인 프리, 글루텐 프리 제품	카페인 프리, 무탕 제품

자료: 타오바오 취안치우거우<sup>4)</sup>, 2018년 12월 검색 기준

4) 全球购(해외제품 판매채널)

## □ 커피대용 차로 음용되는 치커리 커피

- 중국의 소후망에서는 '치커리 커피'를 커피 대용으로 마실 수 있는 차로 소개하고 있음
- '치커리 커피'란 카페인 없어도 커피 맛을 내는 커피
  - 흔히 치커리(chicory)라고 하면, 질푸른 채소를 떠올리는데, 이는 치커리 식물의 '잎'이며 주로 쌈채소나 샐러드용으로 활용됨
  - 하지만 치커리 커피는 치커리 '뿌리'를 활용한 것으로 구운 뿌리를 그 상태로, 또는 분말로 갈아서 뜨거운 물에 우려내는 형태로 소비됨
- 치커리 커피에는 카페인이 함유되어 있지 않음
  - 카페인 섭취 시 메스꺼움, 심장의 두근거림, 불안함 등의 증상을 나타내는 소비자에게 적합
- 치커리 커피는 통상적으로 물 1컵(약 235ml)에 약 11g 정도의 치커리 뿌리를 넣어 음용
  - 보통 치커리 뿌리 한 줄기(60g)의 열량은 44kcal로 낮은 편임
  - 탄수화물 10.5g을 비롯해 ▷단백질 0.8g ▷지방 0.1g ▷섬유질 0.9g을 함유. 비타민, 칼륨, 엽산, 인 등의 미네랄도 소량 함유
- 치커리 커피는 소화 기능 개선, 혈당을 낮추고, 염증을 줄이는 데 효능이 있는 것으로 알려짐

## 2. 소비 트렌드

### ❖ 커피대용 차 중국 유통채널 담당자 인터뷰

유통담당자 8명 <sup>5)</sup> 의 인터뷰를 종합하여 작성
<p>1) 소비 트렌드</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 커피대용 차에 대해서는 잘 알지 못하며, 납품되어 있는 커피 및 차 제품 중에 무카페인/저카페인 이 표기되어 있는 제품은 없음(까르푸, 월마트, 우메이, 로터스, BHG, 왕푸징 백화점 공통)</li> <li>- 커피류 제품의 경우 가격보다 품질을 중요하게 생각하며, 같은 브랜드인 경우에는 실속있는 제품을 선호함. 무가당 제품을 선호하는 소비자가 늘어나고 있는 상황(까르푸)</li> <li>- 커피의 경우 네슬레 제품이 가장 인지도가 높음(월마트)</li> <li>- 무카페인 제품에 대한 수요는 거의 없으며, 간혹 노령층에서 카페인 함량이 없는 제품을 찾기도 함. 커피 외의 제품을 찾고자 하는 소비자는 립톤 제품이나 산차(散茶)를 구매함. 커피류 제품의 경우에는 가격을 중시함(로터스)</li> <li>- 커피의 경우 네슬레 제품을 가장 많이 구입하는데, 이유는 맛과 브랜드 인지도 때문으로 보임(BHG)</li> <li>- 커피, 차 제품의 경우 소비자 대부분이 관광객이어서 일반적인 소비 트렌드로 보기 어려움(왕푸징 백화점)</li> <li>- 커피대용 차의 경우 들어본 적 있으나 본 적은 없음. 커피의 경우 3 in 1 믹스커피<sup>6)</sup>, 원두 커피, 인스턴트 커피 등 종류가 다양함. 맛과 합리적인 가격 모두를 고려하는 것으로 생각됨(동방신천지)</li> <li>- 저카페인 커피 제품을 찾는 소비자가 꾸준히 있음. 커피의 경우 수입 제품의 인기가 높은 편이며, 스위스 브랜드인 Nestle와 독일 브랜드인 Grandos 제품의 판매량이 많은 편. 수입 제품이 선호되는 이유는 제품의 맛 때문일 것으로 판단됨. 한국 M 브랜드의 커피제품도 이전에는 마트에서 판매한 적이 있었는데, 현재는 납품되고 있지 않으며, 당시의 판매량은 보통 수준(팍슨)</li> </ul> <p>2) 한국산 브랜드(or 한국산 제품)의 강점</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 김과자 등의 소수의 인기 식품을 제외하고는 떠오르는 이미지가 없음(까르푸)</li> <li>- 주류, 유제품이 강세를 보임(월마트)</li> <li>- 수입 제품 중에 한국산 식품 또는 음료가 차지하는 비중은 크지 않으며, 주로 현지화된 제품을 취급(우메이)</li> <li>- 한국 제품을 중국 제품보다 선호하는 것으로 보기 어려움(로터스)</li> <li>- 한국의 유자차가 납품되고 있으나 특별히 떠오르는 이미지는 없음(BHG)</li> <li>- 납품되고 있는 한국 제품이 많지 않음(왕푸징 백화점)</li> </ul>

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.11.

5) 까르푸, 월마트, 우메이, 로터스, BHG, 왕푸징백화점, 동방신천지, 팍슨 등 유통채널의 담당자 8명

6) 3(커피, 크림, 설탕) in 1(한 봉지) 믹스커피는 한국의 믹스커피처럼 커피, 크림, 설탕이 한 봉지 안에 들어있는 믹스커피를 말함

❖ 커피대용 차 중국 소비자 인터뷰

<p><b>소비자 1(40대 주부)</b></p>
<p><b>1) 커피대용 차 제품 구매 시 주요 고려사항</b>                  커피대용 차는 접해본 적이 없음. 커피 제품의 경우에는 네슬레 브랜드를 구입하는 편으로, 익숙한 맛이기 때문이며 다른 브랜드는 고려하지 않음</p> <p><b>2) 저카페인/무카페인에 대한 인식</b>                  무카페인 커피 제품을 마셔본 경험이 없어 해당 제품에 대해 잘 알지 못함</p> <p><b>3) 한국산 브랜드에 대한 이미지</b>                  특별히 떠오르는 이미지가 없음</p>
<p><b>소비자 2(20대 학생)</b></p>
<p><b>1) 커피대용 차 제품 구매 시 주요 고려사항</b>                  커피대용 차는 접해본 적이 없음. 커피 제품의 경우 무가당 네슬레 제품을 주로 구매하며, 가격 보다는 맛을 고려함</p> <p><b>2) 저카페인/무카페인에 대한 인식</b>                  해외에서 마셔본 적이 있는데, 일반 커피의 경우 수면에 방해가 될 수 있기 때문임. 현재까지 중국에서는 무카페인 커피 제품을 접해본 적 없음</p> <p><b>3) 한국산 브랜드에 대한 이미지</b>                  특별히 떠오르는 이미지가 없음</p>
<p><b>소비자 3(30대 여성)</b></p>
<p><b>1) 커피대용 차 제품 구매 시 주요 고려사항</b>                  커피대용 차는 접해본 적이 없음. 커피 제품은 대부분 잠을 깨기 위해서 마시며, 구입 시에는 맛을 중요하게 생각함</p> <p><b>2) 저카페인/무카페인에 대한 인식</b>                  무카페인 커피 또는 차를 접해본 적이 없으며, 대체할 음료를 구입해야 한다면 녹차를 구입할 것 같음</p> <p><b>3) 한국산 브랜드에 대한 이미지</b>                  바나나맛 우유를 마셔본 경험이 있으나, 그 외에 한국 브랜드에 대한 이미지는 딱히 없음</p>
<p><b>소비자 4(40대 남성)</b></p>
<p><b>1) 커피대용 차 제품 구매 시 주요 고려사항</b>                  커피대용 차는 접해본 적 없음. 커피는 원두를 구입하는 편이며, 구입 시에는 맛을 중요하게 생각함</p> <p><b>2) 저카페인/무카페인에 대한 인식</b></p>



무카페인 커피 또는 차를 접해본 적 없음

**3) 한국산 브랜드에 대한 이미지**

한국산 브랜드를 선호하지 않는 편임. 포장에 비해 품질은 좋지 않다고 생각함

**소비자 5(30대 남성)**

**1) 커피대용 차 제품 구매 시 주요 고려사항**

커피대용 차는 접해본 적 없음. 캔커피 제품을 선호하며, 구입 시에는 맛, 커피 함량, 브랜드를 중요하게 생각함

**2) 저카페인/무카페인에 대한 인식**

무카페인 커피 또는 차를 접해본 적 없음. 커피는 대부분 잠을 깨기 위해 마시기 때문에 무카페인, 저카페인 제품에 대해서는 관심 없음

**3) 한국산 브랜드에 대한 이미지**

근처 한인 타운에 있는 마트에서 한국 식품을 자주 접함. 중국 제품과 큰 차이는 없다고 생각함

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.11.

## ❖ 커피대용 차 중국 현지조사원 의견

현지조사원 의견
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조사 결과, 커피대용 차 시장은 아직 미개척 시장인 것으로 보임. 온라인 채널의 커피대용 차 제품의 경우 대부분 구매대행 제품이었으며, 수입을 통해 판매되는 제품은 CRASTAN사의 제품임</li> <li>- 오프라인 채널의 경우 방문한 하이퍼마켓과 백화점에서 커피대용 차는 찾아볼 수 없었으며, 무카페인 혹은 저카페인 음료를 마셔본 경험이 있는 소비자의 비중이 낮았음</li> <li>- 언론매체에서 버섯 커피, 치커리 커피 등 특정 커피대용 차를 소개하는 기사가 확인되고 관련 연구가 진행되고 있으나 현재까지 시중에 출시된 제품은 없는 것으로 볼 때 잠재력은 있으나 아직 관련 시장은 형성되지 않은 것으로 판단됨</li> <li>- 일반적인 커피의 주 소비층은 화이트 칼라와 학생으로, 잠을 깨기 위한 것(각성효과)이 주된 소비 목적으로 파악됨. 따라서 카페인 들어있지 않은 커피대용 차는 커피의 맛을 선호하지만 카페인 때문에 커피를 마실 수 없는 소비자를 타겟팅해야 할 것으로 보임(특히 임산부나 노약자 등의 특정 소비자 계층의 수요가 높을 것으로 예상됨)</li> <li>- 소비자는 일반적으로 커피대용 차 구매 시 맛을 가장 중요한 요소로 생각하며, 커피대용 차의 주 소비층이 임산부, 노약자 등임을 고려할 때 안전성 또한 중요한 요소가 될 것으로 보임. 이는 중국 시장이 기존 가격 위주에서 품질(가치) 위주의 소비패턴으로 전환되는 추세와 흐름을 같이하는 것으로 보임</li> <li>- 특히 중국 시장의 경우 건강한 식품에 대한 관심이 날로 높아지는 상황으로, 유전자 조작 여부, 유기농 여부, 원산지를 명시하는 것이 제품에 대한 신뢰도 제고에 도움을 줄 수 있을 것으로 사료됨</li> <li>- 소비자 인터뷰 결과, 한국과 달리 중국의 임산부의 경우에는 커피나 차 제품 종류를 일체 음용하지 않는 것으로 확인됨. 숙성을 거친 홍차, 백차, 보이차 등은 카페인을 함유하지 않은 것으로 알려져 있음에도 임산부의 경우 차 음료 섭취 자체를 피하는 것으로 보임</li> <li>- 하지만 커피대용 차 제품은 중국 내 수입산 고품질 프리미엄 제품에 대한 선호도가 증가하고 있는 추세에 부합할 것으로 사료됨</li> </ul>

자료: 중국 현지조사원, 2018.11.

### 3. 마케팅 트렌드

#### □ 차 관련 박람회에 대한 관심이 요구됨

- 매년 개최되는 중국 국제 차 박람회(中国国际茶业及茶艺博览会)7)를 비롯하여 관련 기타 박람회에 대해 지속적으로 관심을 갖는다면 차 산업 동향 파악에 도움이 될 것으로 보임
- 2017년 기준 중국 국제 차 박람회에 참가한 기업 수는 총 896개이며, 참관객 수는 약 49,026명임
- 참가한 기업의 국적은 중국, 스리랑카, 이탈리아, 캐나다, 일본, 오스트레일리아, 말레이시아, 인도, 홍콩, 타이완 등임

#### [참고] 제 11회 중국(베이징) 국제 차산업 및 다도 박람회 상세 정보

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

자료: [www.teaexpo.org.cn](http://www.teaexpo.org.cn)

7) 茶博會 [www.teaexpo.org.cn](http://www.teaexpo.org.cn)



### Ⅲ. 통관 및 제도

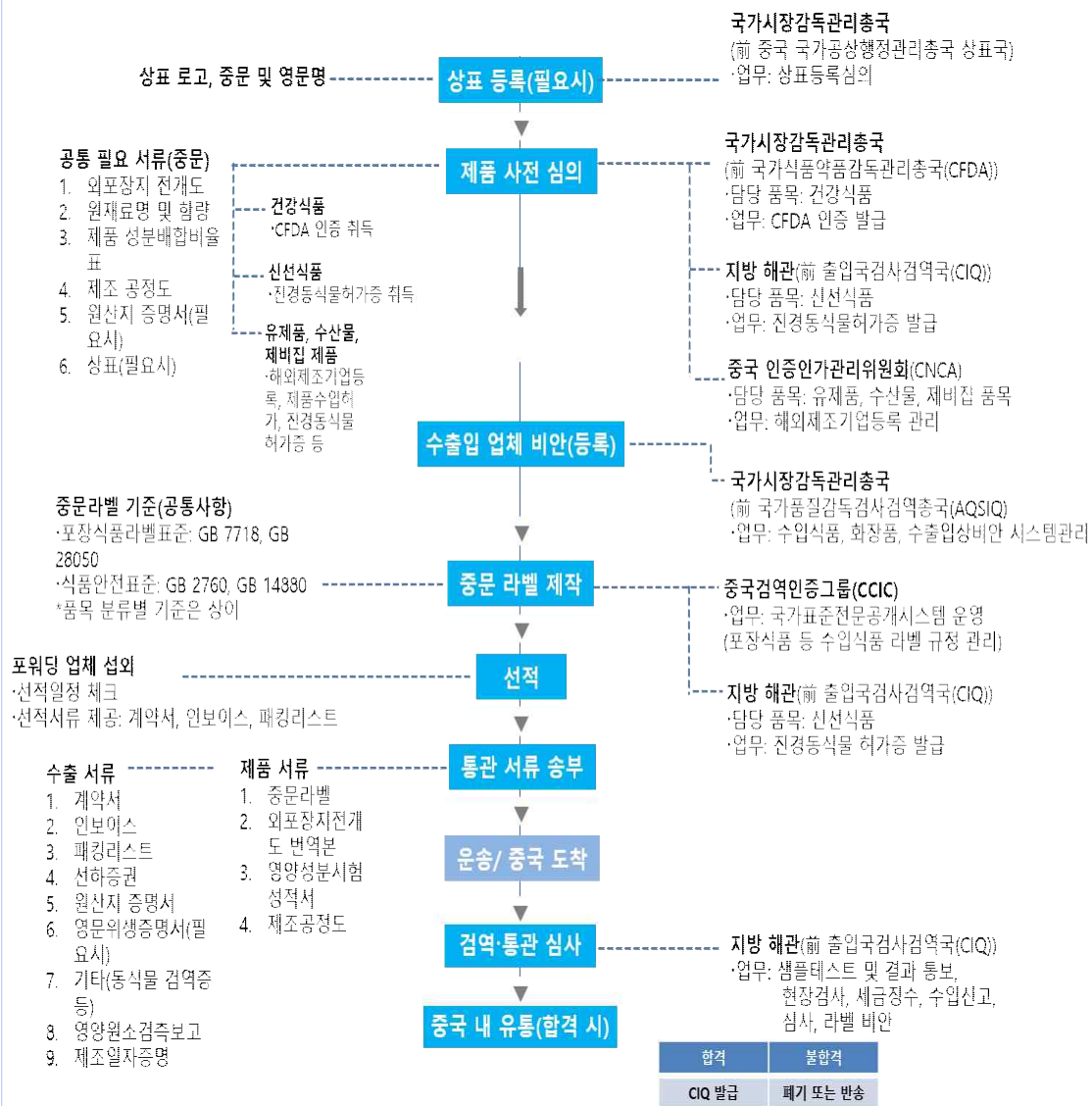
1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

# 통관 및 검역 개요

## ◆ 중국 커피대용 차 통관 및 검역 프로세스

수입 통관 시 필요한 서류는 서명된 상업송장(Signed Invoice), 포장명세서 (Packing list), 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill), 운송보험서류, 소포명세서(우편운송의 경우), 화물수취증(육상운송의 경우), 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) 및 기타 세관이 필요 시 요구하는 서류 등임

표 3.1 중국 통관 및 검역 절차도



자료: 농식품수출정보(www.kati.net)

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 중국 HS-CODE 2101.30.0000의 관세율<sup>8)</sup>

HS CODE	품명	관세율
2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	-
2101.30.0000	- 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	- MFN 세율 12% - 한-중 FTA 세율 25.6% - 증치세 16%

### ❖ 중국 FTA 정보

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

- 단, 제2101.30.0000호 커피대용 차 제품의 경우 MFN(최혜국 대우)세율이 한-중 FTA 세율 보다 낮음으로 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

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

# 1. 통관 및 검역

## 1) 농식품 통관절차

### □ 수출(생산)업체 등록

- 질검총국 (2012년 55호 공고) 수입식품수출입상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定) 법률에 근거하여, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 수입을 하고자 하는 수입자는 중국 국가시장감독관리총국(前 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
  - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)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 지방 해관(前 CIQ)에 제출해야 함

표 3.2 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 주소 및 기재내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), <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 등록 시스템 홈페이지 그림



자료: <http://ire.eciq.cn>

9) 出入境檢驗檢疫局, 출입경검험검역국

□ 수출 전 준비서류

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

표 3.3 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고
- 패키리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급	-B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 세관 및 지방 해관(前 CIQ) 제출용
- 원산지 증명서 발급	-대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지 증명서 -관세청: 특혜(FTA) 원산지 증명서	
- 지방 해관(前 CIQ) 수출자 등록	-등록시스템에서 수출자 등록	
- 영문 위생증명서 발급	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산물: 국립수산물 품질관리원	
- 동/식물 검역증 발급 (일부 품목)	-농림축산검역본부	지방 해관(前 CIQ) 제출용
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCIC인증서)	-중국 식품수출 사전 준비 단계	



## □ 농식품 통관 절차

○ 중국의 수입 농식품 통관 절차는 다음의 단계를 거침

- 수입 통관 시 필요한 서류는 서명된 상업송장(Signed Invoice), 포장명세서(Packing list), 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or DeliveryOrder/Airway Bill), 운송보험서류, 소포명세서(우편운송의 경우), 화물수취증(육상운송의 경우), 일부 해당 물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) 및 기타 세관이 필요 시 요구하는 서류 등임

표 3.4 통관 절차 개요

통관절차	유의사항
①수입신고 전 준비	<p><b>통관고유번호(CR Number : Customs Registration) 발급</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입자는 수입신고를 하기 전 필수적으로 중국세관으로부터 통관고유번호를 발급받아 수입하거나 통관고유번호를 발급 받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함(단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우 발급 면제)</li> <li>• CR Number 발급 신청: 각 관할세관에 직접 신청(하기의 주요세관 세부 정보 참고)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베이징: <a href="http://beijing.customs.gov.cn/tabid/29866/Default.aspx">http://beijing.customs.gov.cn/tabid/29866/Default.aspx</a></li> <li>- 상하이: <a href="http://shanghai.customs.gov.cn/Default.aspx?tabid=5771">http://shanghai.customs.gov.cn/Default.aspx?tabid=5771</a></li> <li>- 광저우: <a href="http://guangzhou.customs.gov.cn/tabid/4028/Default.aspx">http://guangzhou.customs.gov.cn/tabid/4028/Default.aspx</a></li> <li>- 선전: <a href="http://service.customs.gov.cn/default.aspx?tabid=12293">http://service.customs.gov.cn/default.aspx?tabid=12293</a></li> </ul> </li> </ul> <p><b>적하목록(Manifest)의 제출</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 단거리 항공), 목적항 도착 4시간 전(장거리 항공)</li> <li>- 육상운송: 목적역 도착 2시간 전(열차), 목적지 도착 1시간 전(차량)</li> </ul> </li> <li>• 미제출 시 제재               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 적하목록을 제출하지 아니하는 경우 운송수단의 입국 신고절차의 수행을 일시 중지</li> <li>- 세관은 적하목록이 신고되지 않은 화물의 반송 명령 가능</li> </ul> </li> </ul>
②수입신고서 제출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후, 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출하여야 함</li> <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</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서 3부를 작성하고 관련 증빙 서류를 구비하여 세관에 직접 제출</li> <li>• 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고해야 함</li> <li>• 신고의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부</li> </ul>
③수입신고서 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자적 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 관할세관의 심단처(審單處)에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 다음 사항을 심사함 <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> </li> </ul>
④수입신고서 처리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관할세관은 제출된 전자적 수입신고서와 관련 증빙서류의 심사 후 수입자 또는 통관기업에게 반출허가 또는 서류제출심사를 통보</li> <li>• 서류제출심사를 통보받은 수입자는 통보일로부터 10일 이내 요구서류를 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>
⑤담보의 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세관은 필요하다고 인정하는 경우 화폐, 어음, 보증서 등 납부해야 할 세액에 상응하는 담보의 제공을 요구할 수 있음</li> <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 대상물품으로서 담보제공이 필요한 경우</li> <li>- 가공무역방식의 보세수입화물</li> <li>- 수입신고가 수리되지 않은 화물을 세관감독 외 장소에 보관하는 경우</li> <li>- 위법 혐의가 있는 수출입화물</li> </ul> </li> <li>• 수입화물의 담보기한은 통상 20일을 초과하지 않으며, 특수한 상황의 경우 담보기한 내에 관할세관에 연기신청을 하여야 함. 임시 수입화물의 담보기한은 수입일로부터 6개월</li> </ul>
⑥물품 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 전수검사(Thorough Inspection) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 법규 위반 가능성이 높은 수입물품이나 세관이 수입물품 전량을 검사할 필요</li> </ul> </li> </ul>


	<p>가 있다고 결정하는 화물의 경우 수작업 또는 기계를 이용하여 검사</p> <ul style="list-style-type: none"> <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) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 화물의 겉포장의 개폐 여부, 파손 흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사</li> </ul> </li> <li>• 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관감독 장소에서 진행됨</li> <li>• 원유, 곡물, 철강재 등 산적화물이나 화학품 등 위험물에 대해서는 적재된 운송 수단 내에서 검사 진행</li> <li>• 화물 특성상 부득이하다고 인정되는 경우 세관에 신청하여 세관관리 및 감독구역 외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행</li> <li>• 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자 부담</li> <li>• 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담</li> </ul>
⑦관세 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함 <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 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 전자납부를 위한 소프트웨어 설치: <a href="http://www.easipay.net/">http://www.easipay.net/</a> 참고</li> </ul> </li> <li>- 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음</li> </ul> </li> </ul>
⑧통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료</li> </ul>

자료: 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)

## 2) 수입식품 검역 신고 및 절차

### □ 검역 신고

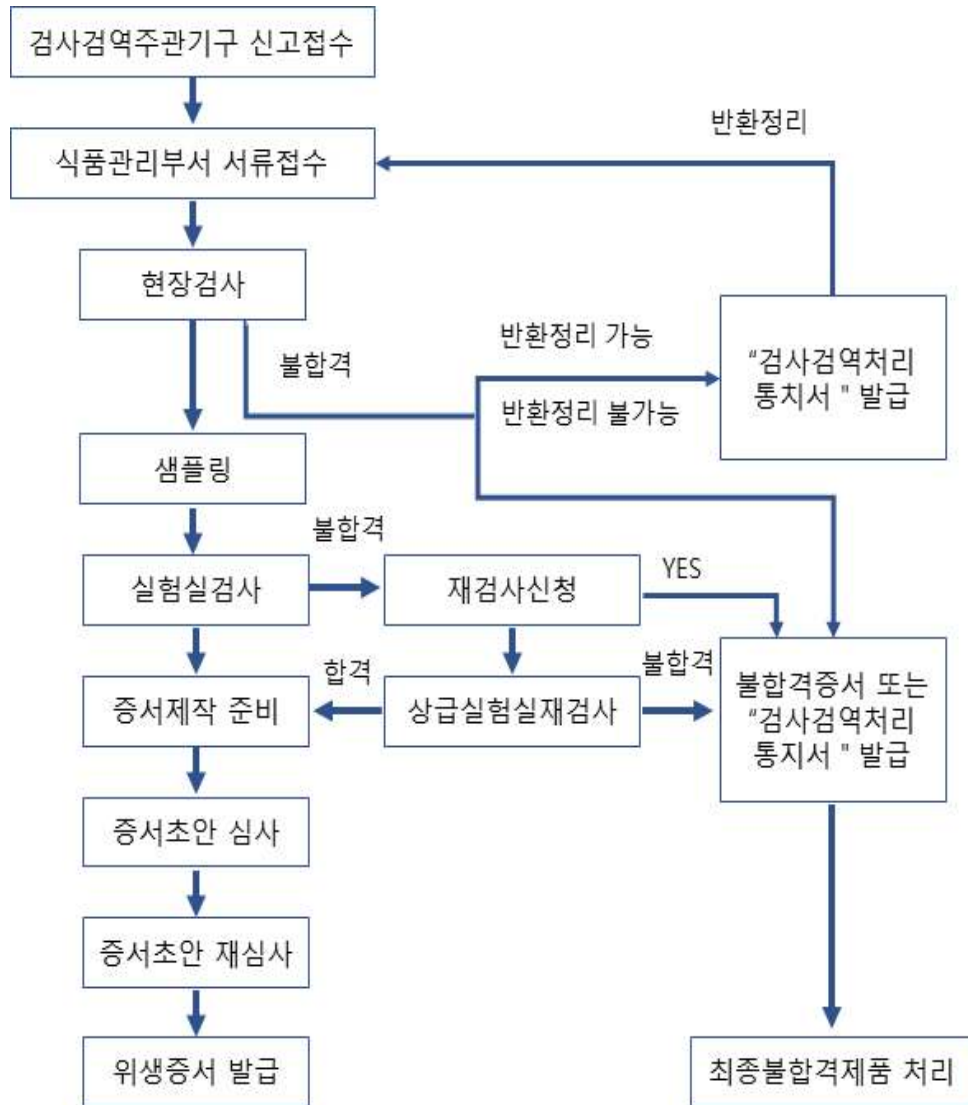
- <수출입상품검사법>의 규정에 근거하여 수출입상품 검사종류표에 규정되어 있거나 기타 법률, 행정법규에 의해 상품검사기구의 검사를 거쳐야 하는 수출입상품은 수출입통관 수속 전 검사기구에 검역을 신청
  - 중국에서 보건식품을 포함한 모든 수입식품은 통관 검역 시 식품 검사 검역 보고서를 발행받아야 함
  - 중국으로 가공식품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가표준에 부합해야 함. 이때, 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함
- 세관 통관 완료 후 지방 해관(前 CIQ) 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨 검역 및 실험실 검역을 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 판매가 가능함
- 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ 마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음
  - 지방 해관(前 CIQ)에서 위생증 발급까지 소요되는 시간은 보통 업무일 기준으로 실험실 검역이 없는 경우 약 3-4일, 실험실 검역 시 약 7-10일이 소요됨

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

자료 : 국가시장감독관리총국(前 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)(<http://samr.saic.gov.cn/>))

□ 검역 절차

표 3.5 검역 절차 흐름도



### 3) 관세율 정보

□ 커피대용 차 제품의 경우 한국 HS CODE는 2101.30.9000호로 분류되고, 중국 HS CODE는 2101.30.0000호에 분류되는 것이 적정함

- 커피대용 차란, 커피콩을 사용하지 않고 밀이나 민들레 뿌리, 치커리 뿌리, 기타 콩 등을 볶아서 만듦. 카페인 성분이 없기 때문에 카페인을 섭취하지 않고 커피 맛을 즐기려는 최근 트렌드에 따라 수요가 증가하는 추세임
- 한국의 경우 커피대용 차는 관세율표상 특계된 세번이 존재. 제 2101.30.9000호에 기타 볶은 치커리, 그 밖의 볶은 커피대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물로 분류
- 중국의 경우에도 관세율표상 특계된 세번이 존재. 제 2101.30.0000호에 볶은 치커리, 그 밖의 볶은 커피대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물로 분류
  - 커피대용 차 제품의 기본세율은 12%이며, 한-중 FTA 협정세율은 25.6%임. 그러므로 기본세율인 MFN(최혜국대우) 세율로 수입 신고를 한다면 관세를 절감할 수 있음
  - 다만, 한-중 FTA 협정세율의 경우 2034년까지 점진적으로 특혜관세율이 균등 철폐되므로 수출자와 중국 수입자는 주기적인 관세율 현황을 검토할 필요성 있음
  - \* 2027년 기준 한-중 FTA 협정세율이 11.2%로 기본세율보다 낮아짐
- 또한, 중국의 경우 수입물품에 우리나라의 부가가치세에 해당하는 증치세(VAT)가 부과. 증치세율은 16%이며, 증치세 계산식은 다음과 같음
  - 증치세액 : (CIF 가격<sup>10</sup>) + 수입관세 + 소비세) × 증치세율 16%

표 3.6 중국 커피대용 차 수입 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	
	2101.30.	- 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	
	2101.30.9000	기타	
중국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·	

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

	농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	
2101.30.0000	- 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	기본세율: 12% 한-중FTA세율: 25.6% 증치세: 16%

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr)

### ※ 중국 증치세(增值稅)<sup>11)</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
- 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조
- 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표
- 수출기업은 해외로부터 물품수입의 경우 16%의 증치세가 부과된다는 사실과 최종 소비자가 부담하게 되는 최종 판매가격에 반영된다는 점을 인지해야 함

표 3.7 세부업종별 증치세율 변동내역

업종	변경 내용
<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(国家税务总局)

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

#### 4) FTA 정보

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

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

표 3.8 한-중 FTA 원산지 증명서 발급방법

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

□ 커피대용 차 FTA 협정 정보<sup>12)</sup>

- 커피대용 차(제2101.30.0000호) 제품의 경우, 한-중 FTA의 적용을 받을 수 있으나, 2018년 현재 시점 기준으로는 MFN(최혜국대우) 세율이 12%로 한-중 FTA 세율인 25.6%보다 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음
  - FTA 세율을 적용될 경우, 양허유형 2013)에 해당하여 협정 2027년에는 관세율 11.2%를 적용받을 예정이므로 FTA 세율로 수입 신고하는 것이 관세를 절감할 수 있을 것으로 보임

12) 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 저세율의 양허세율을 적용함

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



- HS CODE 2101.30.0000 품목의 원산지 기준(Product specific rule)은 2101호의 기준인 「다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것」의 조건을 따름

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율 <sup>14)</sup>	FTA협정세율 <sup>15)</sup>
대한민국	중국	한-중국 FTA	2015년 12월 20일 발효	12%	25.6%

표 3.9 HS CODE 2101.30.0000 연도별 세율

연도	세율(%)
2015	30.4
2016	28.8
2017	27.2
2018	25.6
2019	24.0
2020	22.4
2021	20.8
2022	19.2
2023	17.6
2024	16.0
2025	14.4
2026	12.8
2027	11.2
2028	9.6
2029	8.0
2030	6.4
2031	4.8
2032	3.2
2033	1.6
2034	0.0

14) 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)

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

## 5) 수입 통관 이슈

### □ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행<sup>16)</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 집중적이고 통일화되며 스마트한 관리체계를 구축
  - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 받든지 간에 통일된 형식과 기준을 통해 통일된 편리한 통관 서비스를 제공받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업들이 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요
  - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에게 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서·영수증·운송증빙서류·보험증빙서류·지급증빙서류·회계장부·업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보관에 각별히 주의해야 함
  - 특히 화물의 수출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 해관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표 3.10 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

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

	템으로 전산 통합되어 어느 해관에서나 통관 가능	관 후 '수입신고 서류심사' 진행	금을 계산해 해관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 “신고 + 자진 세금 납부 → 현장검사 → 통관 → 수입 신고 서류심사 → 후속관리 ”	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

### □ 높아진 비관세장벽

- 비관세장벽의 주요 수단으로 과거에는 직접제재나 무역 구제조치가 사용되었으나 최근에는 기술장벽, 위생 및 검역 조치, 통관절차 등으로 큰 흐름이 이동하는 추세
  - 2017년 대중국 한국산 식품 수출은 라벨 및 포장에 의한 통관거부사례가 가장 많이 발생하였으며(109건, 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 3.11 2017년 거부사유별 통관거부사례<sup>1)</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)

1) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

□ 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화<sup>18)</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
- 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>19)</sup>

---

18) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

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

## 2. 인증정보

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

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


### □ 주요 가공식품 인증정보

○ 중국 유기농 제품 인증

<b>유기인증</b>	
인증/검사명	중국 유기농 제품 인증
인증 설명	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 가능함.
주관기관	중국 품질인증센터 중국 인증인가관리감독위원회 출입국검험검역기구
성격	권장
제출서류	- 유기제품 인증 조사표 - 유기제품 생산관리 기준서 - 인증 신청서 - 유기제품 생산계획서 - 기 취득한 유기인증서 등
소요기간	최소 6개월(평균 24개월 ~ 36개월)
유효기관	1년
발급절차	1) 신청서류 제출 2) 서류심사

	3) 현장조사 + 제품 테스트 4) 최종평가 5) 인증서 발급 6) 유기마크 및 판매증 발급
--	--


o ISO 22000 (Food Safety Management System)<sup>20)</sup>

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제 규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용 <sup>21)</sup>	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day) 기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함.(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

20) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com)

21) 한국표준협회 인증서비스본부 국제인증심사센터

o HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)

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

### 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

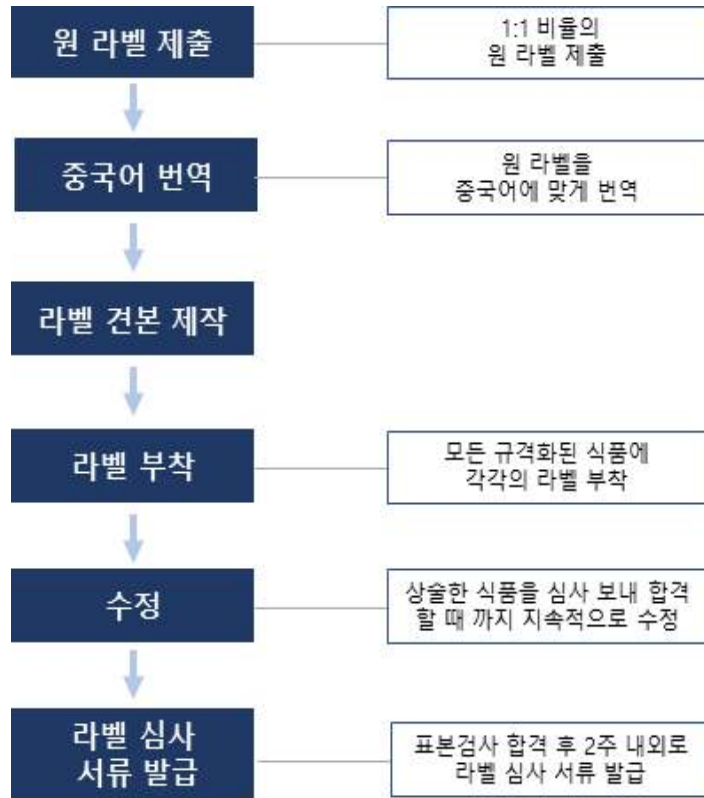
- 심의 기간: 접수기관<sup>22)</sup>(10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)
- 심의 비용: 식품 종류당 약 30위안
- 필요 서류:

1. 수입 식품라벨 심의 신청서
2. 식품라벨의 설명 및 사용증명자료
3. 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료
4. 식품생산공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법
5. 안전성 여부의 평가자료
6. 작용효능성분, 성분 증명자료 및 검험방법
7. 생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)
8. 컬러 프린트한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨 견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
9. 식품 견본
10. 수출국의 식품라벨에 관한 규정
11. 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출

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



표 3.12 수입식품 라벨 심사 절차 흐름도



□ 중국 포장식품 라벨링 필수 표기사항

표 3.13 중국 블렌딩 차 제품 라벨 의무 표기사항 상세

번호	항목	설명
1	제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
2	원재료명	- 식품첨가제를 비롯하여 제품에 포함된 모든 성분을 중량 기준으로 배열
3	내용량	- 공식적인 측정 단위를 사용하여 표기 - 액체일 경우 ml, 고체일 경우 g 또는 kg으로 표시
4	제조업자 및 유통업자 정보	- 수입 포장식품의 경우 원산지명과 중국에 등록된 수입자 또는 유통업자의 정보를 기재
5	제조일자 및 유통기한	- 연, 월, 일 순으로 기재 - 포장용기 위 지정된 공간에 표기 - 유통기한에 영향을 줄 수 있는 특수한 보관방법이 필요한 경우 해당 방법도 함께 기재
6	품질등급	- 제품에 해당하는 품질등급 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 국가시장감독관리총국(前 AQSIQ)

## 4. 위생요건

### □ 식품첨가물 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 함<sup>23)</sup>
- (식품첨가물)중국 커피대용 차 제품의 식품첨가물은 ‘식품첨가물 사용표준(食品添加剂使用标准) GB 2760-2014’를 준수해야 함

표 3.14 커피대용 차 제품 위생요건 관련 국가표준(법률) 목록

GB명칭	관련 위생요건
GB 2760-2014<<食品安全国家标准 食品添加剂使用标准(식품안전국가표준 식품첨가물 사용표준)>>	식품첨가물

자료: 연구자 정리

### □ 커피대용 차 제품 식품첨가물 규제

- 식품안전국가표준(GB 2760-2014)은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항이 변동될 것을 사전에 인지해 지속적인 모니터링을 해야 함
- 한편, 중국 ‘식품첨가물사용 위생표준’에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함
- 첨가물 규정 GB 2760-2014 부록 E의 식품유형목록에 따라 중국 커피대용 차 제품을 분류한다면 해당 제품은 상위번호 16.02(차잎, 커피 및 차제품)내 16.02.01(차잎, 커피) 및 16.02.02(차제품(조미차 및 대용차 포함))으로 분류될 수 있어서 해당 카테고리에 대해 규제하고 있는 식품첨가물과 최대사용량을 조사함

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

표 3.15 커피대용 차 제품 식품유형 구분표<sup>24)</sup>

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

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

표 3.16 중국의 커피대용 차 제품 수출 시 주의해야 할 식품첨가물

물질명	최대 사용량(g/kg)
스테비올글리코사이드 steviol glycosides	10.0
테아플라빈 Theaflavins	0.2

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

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



## **IV. 경쟁제품**

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 상세정보**

## 1. 경쟁제품 선정

### □ 오프라인

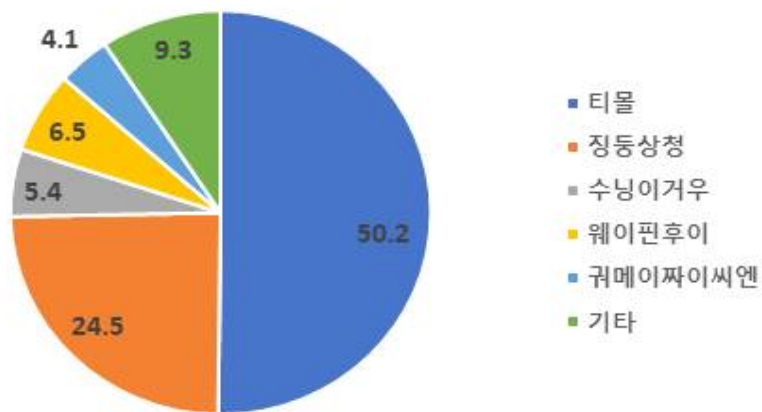
- 중국의 커피대용 차 시장의 경우 업체의 의뢰에 따라 중국 베이징의 백화점, 하이퍼마켓 등을 중심으로 현지조사를 진행
- ①백화점 체인의 경우 BHG, 왕푸징백화점(王府井百货), 동방신천지(东方新天地), 파슨(PARKSON), ②하이퍼마켓 체인의 경우 까르푸, 월마트, 우메이(物美, WU MART), 로터스 등 8개의 매장을 방문
- 상술한 백화점 및 하이퍼마켓에는 판매 중인 커피대용 차 제품이 없는 것으로 확인됨

### □ 온라인

- 중국의 주요 B2C 온라인 쇼핑몰인 티몰 및 징둥상청, 타오바오에서 판매 중인 커피대용 차 제품을 조사
- 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율 1, 2위는 각각 티몰(50.2%)과 징둥상청(24.5%)
- 업체가 중국 시장에 수출하고자 하는 카페인이 들어있지 않은 커피대용 차 제품과 비슷한 제품을 위주로 선정하여 조사

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율

(단위: %)



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中国电子商务研究中心)

### □ 분석기준 및 지표설정

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



## 2. 경쟁제품 상세정보

□ 온라인 위주로 조사

표 4.2 중국의 커피 대용 차 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 사진		
	원산지	이탈리아	이탈리아
제품 스펙	제품명	CRASTAN Orzo Solubile Biologico 유기농 인스턴트 보리(有机速溶大麦)	CRASTAN 인스턴트 커피 대용차(CRASTAN/可洛诗丹意大利原装进口速溶大麦咖啡替代品)
	브랜드	CRASTAN	CRASTAN
	제조사	CRASTAN S.P.A	CRASTAN Spa
	유통기한	-	2년
	가격	55위안(약 9,000원) <sup>25)</sup>	48위안(약 7,800원)
	중량	125g	120g
	성분	유기농 보리	-
	판매사이트	타오바오 취엔치우거우(全球购)	타오바오 취엔치우거우(全球购), 티몰

25) 1 RMB= 163.77 KRW(KEB하나은행 매매기준율, 2019.01.09.검색 기준)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 사진		
	원산지	이탈리아	독일
제품 스펙	제품명	CRASTAN Cappuccino d'Orzo 인스턴트 카푸치노 보리커피(CRASTAN/速溶大麦卡布奇洛)	Caro인스턴트치커리 곡물커피 (Caro菊苣谷物速溶咖啡粉) <sup>26)</sup>
	브랜드	CRASTAN	Nestle
	제조사	CRASTAN S.P.A	CRASTAN Spa
	유통기한	2년	720일
	가격	58위안(약 9,500원)	75위안(약 12,300원)
	중량	150g	200g
	성분	유기농 보리	보리 32%, 보리맥아 31%, 호밀 19%, 치커리 18%
	판매사이트	타오바오 취엔치우거우(全球購), 티몰, 징둥상청	타오바오 취엔치우거우(全球購)

자료: 2018년 11월 기준

26) 설탕과 카페인이 들어있지 않은 제품



## **V. 경쟁사**

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**



# 1. 경쟁사 선정

## □ 선정기준

- 온라인에서 판매 중인 커피대용 차 제품 4가지 모두 CRASTAN S.P.A사의 제품으로, 해당 제조사를 경쟁사로 분석함

# 2. 경쟁사 분석

## □ CRASTAN S.P.A사

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 크라스탄 스파는 커피대용 차 제품 및 관련 제품을 제조하여 이탈리아 및 세계 시장으로 유통하는 기업</li> <li>- 특히 이탈리아에서 크라스탄 오르조 제품은 '아침의 차'로 각광받고 있음</li> </ul>			
<p>기업개요</p>	기업형태	커피대용 차 제조 및 유통기업	설립년도	1870년
	취급품목	인스턴트 커피, 코코아, 초콜릿 음료, 인스턴트 차 등	국가	이탈리아
	전화번호	39-0587-2592	홈페이지	www.crastan.it
	이메일	info@crastan.it	주소	Via Primo Maggio 144 Pontedera, 144 Italy
<p>제품</p>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>크라스탄 오르조 개별 포장(보리 100%)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>크라스탄 오르조 푸포 (보리 100%)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>크라스탄 오르조 (유리농 보리 100%)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>크라스탄 오르조 카페(인스턴트 커피 함유 제품)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>크라스탄 카푸치노(인스턴트 커피 함유 제품)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>크라스탄 디카페인 카페 (디카페인 커피원두 100%)</p> </div> </div>			

자료: 기업 홈페이지



## VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

# 1. 유통채널 개황

## □ 온라인 유통채널

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

표 6.1 중국의 주요 종합 쇼핑몰

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

자료: 한국무역협회 상해지부

□ 중국의 식품분야 온라인 쇼핑몰

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

표 6.2 중국의 주요 식품분야 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	我買網	COFCO I buy nets	www.womai.com	글로벌 500대 기업인 중양그룹 산하의 B2C플랫폼
2	順丰优選	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)이 설립한 식품 B2C 플랫폼
3	易果生鮮	Yiguo	www.yiguo.com	중국 첫번째 식자재 전자상거래 기업
4	天天果園	FruitDay	www.fruitday.com	과일 전자상거래 플랫폼

자료: 한국무역협회 상해지부

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


## 2. 주요 유통채널 분석

표 6.3 중국의 대표 온라인 사이트

### □ 타오바오 취엔치우거우(全球购)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://g.taobao.com/">https://g.taobao.com/</a></li> <li>- 200년에 설립된 타오바오에서 운영하는 해외제품 판매 플랫폼</li> <li>- 다양한 브랜드의 커피대용 차 제품을 판매하고 있음</li> </ul>
---	---

### □ 티몰(天猫, Tmall)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.tmall.com">http://www.tmall.com</a></li> <li>- 알리바바가 운영하는 B2C 사이트</li> <li>- 미국, 일본, 한국 등 전 세계 브랜드 입점</li> <li>- 티몰 국제관 상위 50위 내에 한국 브랜드가 다수 선정</li> </ul>
--	---

### □ 징둥상청(京东商城, JD)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.jd.com">http://www.jd.com</a></li> <li>- 중국 B2C 온라인 사이트 2위 업체로 중국판 아마존</li> <li>- 정품인증과 빠른 배송을 통한 알리바바와의 차별화 전략으로 소비자 선호도 1위</li> <li>- 공급자로부터 상품을 직접 매입, 소비자에게 판매하는 정품판매가 강점</li> </ul>
---	---

## [ 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. 「Food Service Industry Sector Overview-China-2018」, USDA, 2018.09.28.
4. 「Tea in China」, Euromonitor International, 2018.02.
5. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09.,
6. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04.
7. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11.
8. 「2017 중국 농식품 수출 통관 가이드북」, 한국농수산식품유통공사, 2017.12.

### ■ 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. 타오바오 취엔치우거우(全球购), <https://g.taobao.com/>
7. 티몰(天猫), www.tmall.com
8. 징둥상청, www.jd.com
9. 한국수출입은행 해외경제연구소
10. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
11. 국가시장감독관리총국(前 중화인민공화국 국가품질감독검사검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国 国家质量监督检验检疫总局)/ 前 국가식품약품감독관리총국(CFDA)), <http://samr.saic.gov.cn/>
12. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhc.gov.cn

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-19

품목: 커피대용 차(Coffee substitute tea)

국가: 중국(China)

보고서 기획 및 작성  
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018  
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>  
자료문의 aT수출정보부  
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 [www.kati.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.