

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1810-25

품 목 : 광천수(Mineral Water)

국 가 : 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 천연광천수 산업 현황	9
3. 수출입통계	17
II. 시장 트렌드	24
1. 정책 이슈	26
2. 소비 트렌드	27
3. 제품 트렌드	27
❖ 현지 조사원 의견	33
❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰	34
III. 통관 및 제도	35
1. 통관 및 검역	37
2. 인증정보	50
3. 제출서류	54
4. 라벨링	57
5. 통관거부 사례	59

IV. 경쟁제품	61
1. 경쟁제품 선정	62
2. 경쟁제품 분석	63
V. 경쟁사	74
1. 경쟁사 선정	75
2. 경쟁사 분석	76
VI. 유통채널	81
1. 유통채널 현황	82
2. 중국 내 광천수의 유통	88
3. 추천 유통채널	89
참고문헌	95
부록	97



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 963만 km²로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함¹⁾. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 장거리 탄도 미사일을 보유하고 있음

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

주요 정보

- ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- ▶ 수도: 베이징
- ▶ 국가원수: 시진핑 주석
- ▶ 인구: 1,391백만 명(2017)
- ▶ 면적: 963,4057만km²(한반도의 약 43배)
- ▶ 공식어: 중국어
- ▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이
- ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 원(RMB)²⁾
- ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)



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

「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09

「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04, 자료 종합

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

2) 1위안 = 163.34원(KEB 하나은행 고시기준, 2019.01.02)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망³⁾

	등급	등급전망
	DB4	부정적

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

□ 주요 전망

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

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

□ 주요 거시경제 지표

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

3) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 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	1.6	1.3	1.6	1.7	1.3
재정수지/GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.5	-4.7	-4.5	-4.5
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.5	2.8	2.7	3.0	2.8
GDP 성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.0	5.8	5.5	5.9
도시 실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	3.9	4.0	4.2	3.9

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

□ 무역통상 환경

- 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 무역갈등	미-중 무역 협상 ▶ 미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공 약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과할지

	<p>에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨</p> <ul style="list-style-type: none"> • 거시경제적으로는 관세가 주는 충격이 크지 않아서 2017년 기준 중국과 미국의 GDP에 미치는 영향은 각각 0.4%, 0.3%에 불과함. 한편, 미국 보복 관세의 파급효과는 거시경제에 매우 부정적이고 심대한 충격을 가져올 전망 ▶ 미국과 중국의 무역 조치는 개별 기업 및 민간 부문에 심각한 영향을 미치며, 전례가 없는 양국 간 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침 • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 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 ▶ 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
--	---

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

2. 천연광천수 산업 현황

1) 생수 산업 동향

□ 생수 시장 규모

- 국제 생수 협회(International Bottled Water Association, 이하 IBWA)에 따르면 중국 생수 시장은 세계 최대 규모⁴⁾
 - 최근 전 세계적으로 생수 소비량이 증가하는 가운데 2017년 기준 중국의 생수 소비량은 약 964억 리터에 달하며, 2012~2017년 연평균 11.8% 성장

표 1.2 국가별 생수 소비량 증감 비교

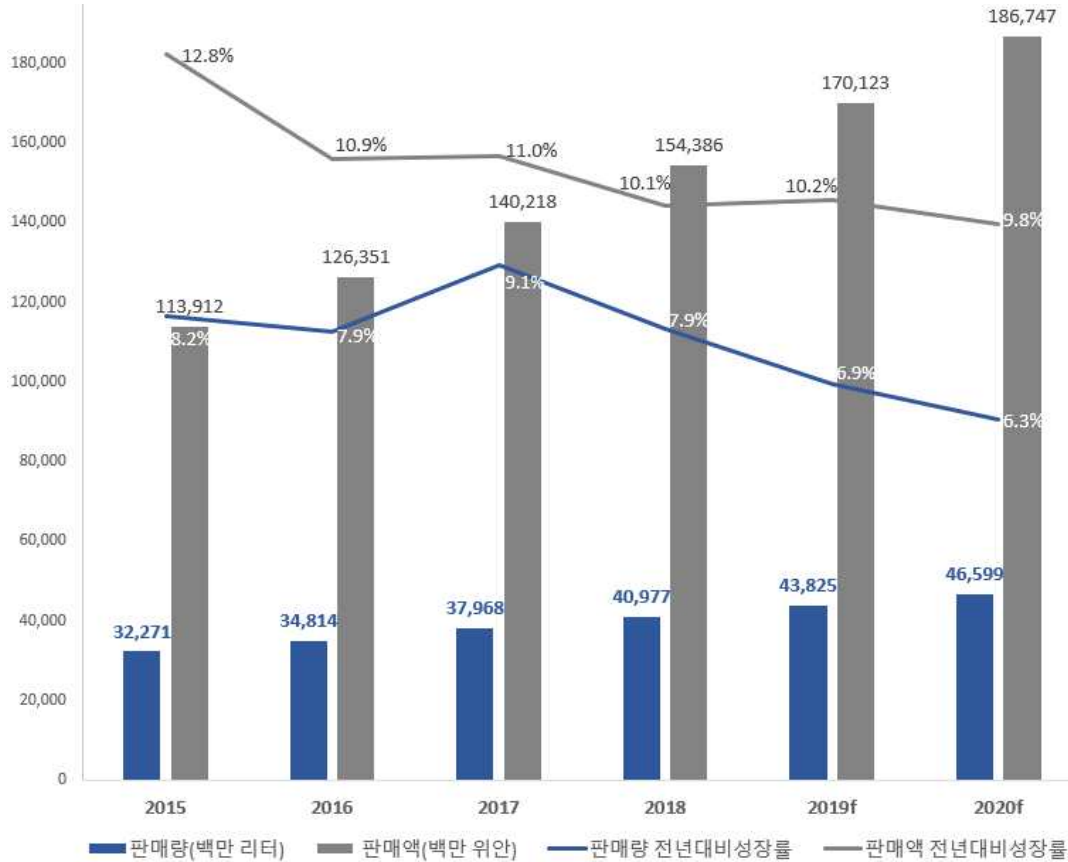
순위 (2017)	국가	백만 리터		증가율
		2012	2017	
1	중국	55,191	96,411	11.8%
2	미국	36,760	51,902	7.1%
3	멕시코	28,451	32,869	2.9%
4	인도네시아	18,798	30,881	10.4%
5	브라질	17,458	21,936	4.7%
6	인도	13,715	21,800	9.7%
7	태국	11,867	15,013	4.8%
8	독일	11,447	11,856	0.7%
9	이탈리아	10,997	11,046	0.1%
10	프랑스	8,661	9,259	1.3%
상위 10개국 합계		213,353	302,965	7.3%
전 세계 합계		275,938	376,860	6.4%

자료: International Bottled Water Association

4) 국제 생수 협회가 발표한 생수의 통계자료는 지하수, 증류수, 광천수, 정제수, 탄산수, 천연수, 역삼투수, 탈이온수, 약수 등을 포함함

- o 최근 3년간(2016-2018) 중국 생수의 소매 판매량 및 판매액은 연평균 각각 8.3%, 10.7% 성장하여, 2018년 기준 약 410억 리터, 1,544억 위안을 기록

표 1.3 중국 생수 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

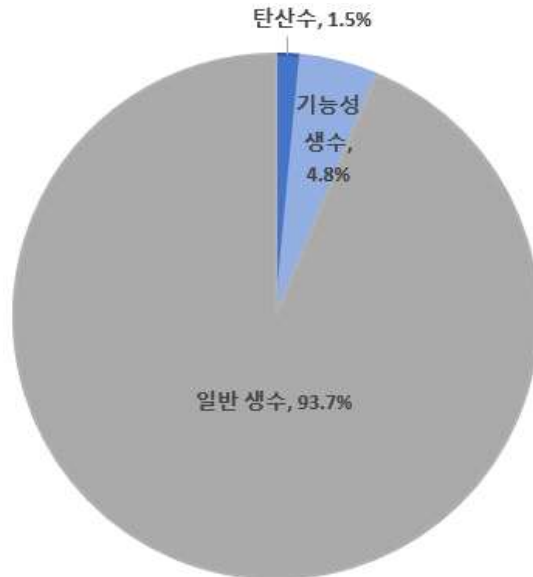
표 1.4 생수 품목별 정의

품목명	정의
생수(Bottled Water)	탄산수, 샘물 및 정제수 등 포함
- 탄산수(Carbonated Bottled Water)	맛을 첨가하지 않고 기능성 없는 탄산수
- 기능성 생수(Functional Bottled Water)	- 생산과정에서 영양소(영양소, 비타민, 산소, 인삼 등)를 첨가한 탄산수나 생수 - 스포츠 및 에너지 음료는 제외
- 일반 생수(Still Bottled Water)	- 탄산이나 맛, 영양소 등을 첨가하지 않는 생수

자료: Euromonitor International

- 2017년 기준 생수 품목 중 광천수가 포함된 일반 생수(Still Bottled Water)의 점유율이 93.7%로 가장 높음

표 1.5 중국 생수 품목별 시장 점유율(2017)



자료: Euromonitor International

□ 생수 유통현황

- 중국 내 유통채널별 생수 매출 비중은 무점포소매점 대비 점포소매점이 압도적으로 높음
 - 최근 5년(2013~2017년) 점포소매점을 통한 생수 판매 비중이 96%를 상회함
 - 무점포소매점을 통한 매출 비중은 최근 5년간 온라인 판매의 빠른 성장으로 인해 높아지고 있음
 - 생수 온라인 채널 비중의 확대는 전자상거래의 활성화 외에도 온라인 쇼핑의 편리성에 대한 젊은 소비자층의 인식이 커지고 있기 때문
- 2017년 기준 생수는 주로 독립소형식품소매점(36.1%), 슈퍼마켓(29.7%), 기타식품소매점(17%), 하이퍼마켓(9.4%) 등을 통해 유통되는 구조임
 - 경제가 발달하지 않는 지역에는 대형 슈퍼마켓보다 독립소형식품소매점과 기타 식품소매점이 더 많이 분포되고 있어 이를 통한 매출 비중이 높음

표 1.6 유통채널별 생수 매출 비중 현황 및 추이(2013-2017년) (단위: %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017
1. 점포소매점	98.2	97.7	97.2	96.7	96.2
1) 식품소매점	98.2	97.7	97.2	96.7	96.2
① 현대식품소매점	43.7	43.7	43.3	43.2	43.1
- 편의점	3.4	3.5	3.6	3.6	3.7
- 할인마트	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
- 포코트 소매점	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
- 하이퍼마켓	10.2	10.2	10.0	9.8	9.4
- 슈퍼마켓	29.8	29.7	29.4	29.5	29.7
② 전통식품소매점	54.4	54.0	53.8	53.5	53.1
- 독립소형식품소매점	36.6	36.5	36.4	36.2	36.1
- 기타식품소매점	17.8	17.5	17.4	17.3	17.0
2. 무점포소매점 ⁵⁾	1.8	2.3	2.8	3.3	3.8
1) 자판기	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7
2) 온라인판매	1.2	1.7	2.2	2.6	3.1
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

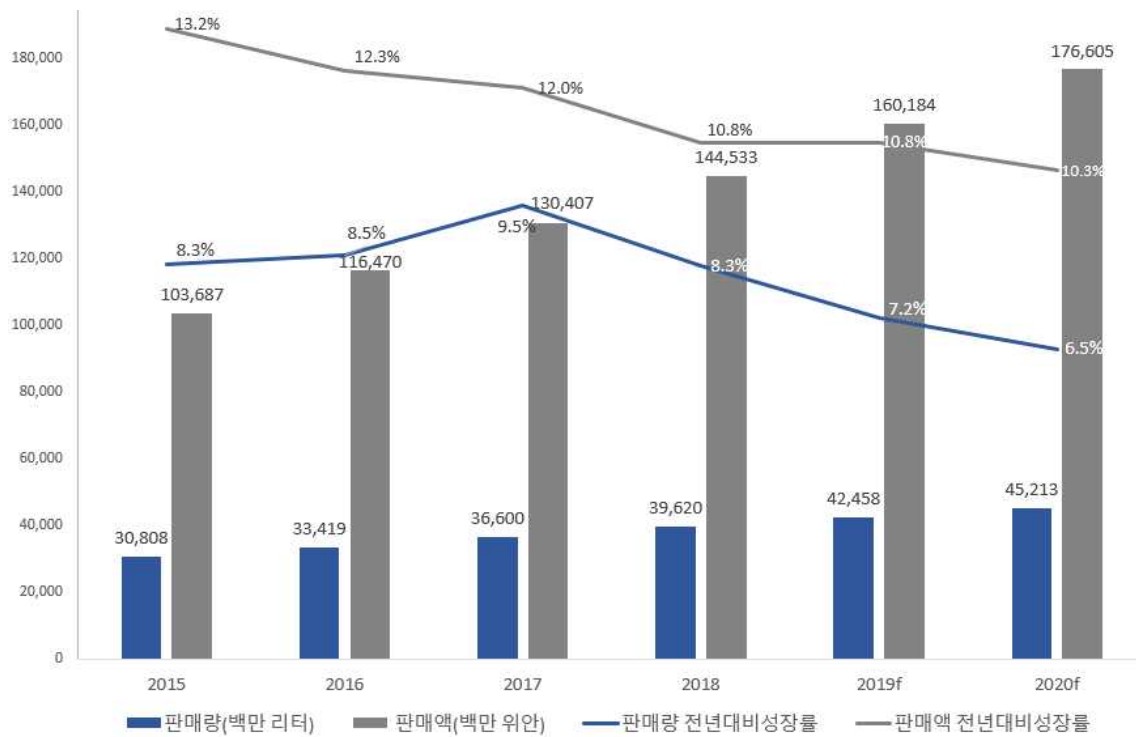
5) 물리적 매장이 존재하지 않는 유통채널로 온라인 판매와 자판기판매가 이에 해당됨

2) 일반 생수 시장 동향

□ 일반 생수 시장 규모

- 2018년 중국 일반 생수 시장의 판매량과 판매액은 각각 396억 리터, 1,445억 위안을 기록하였으며, 최근 3년(2016-2018) 연평균 성장률은 8.7%, 11.7%임
- 지하수 수질 악화와 생활 수준의 향상에 따라 일반 생수 시장은 지속적으로 성장할 전망

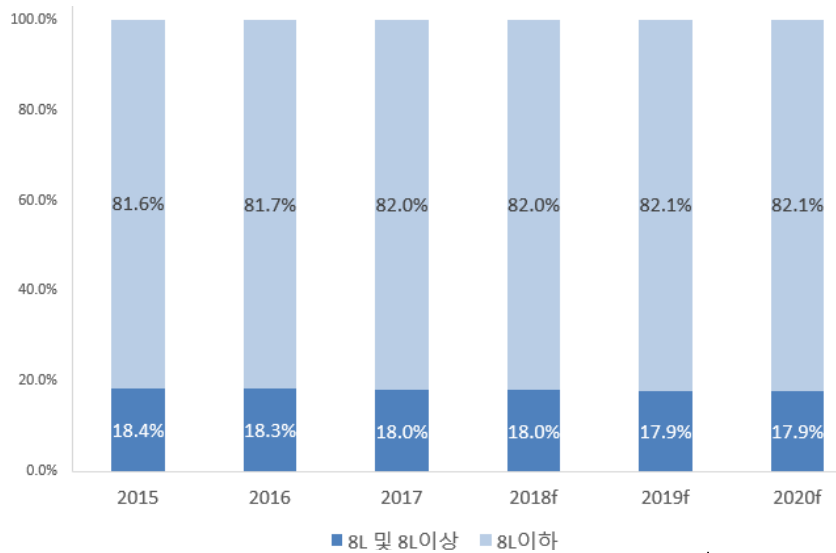
표 1.7 중국 일반 생수 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

- 일반 생수 중 8L 이하의 포장 생수가 시장을 주도하고 있으며, 8L 이상 생수(정수기 생수)는 18% 내외의 점유율을 차지

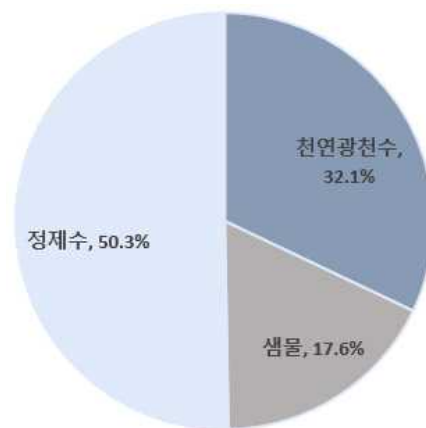
표 1.8 중국 일반 대용량(8L) 생수 시장 점유율(2015-2020)



자료: Euromonitor International

- 일반 생수는 천연광천수(Still Natural Mineral Bottled Water), 샘물(Still Spring Bottled Water), 정제수(Still Purified Bottled Water)로 구분되며, 2017년 기준 천연광천수는 전체 일반 생수 시장의 32.1%를 차지

표 1.9 중국 일반 생수 품목별 시장 점유율(2017)



자료: Euromonitor International

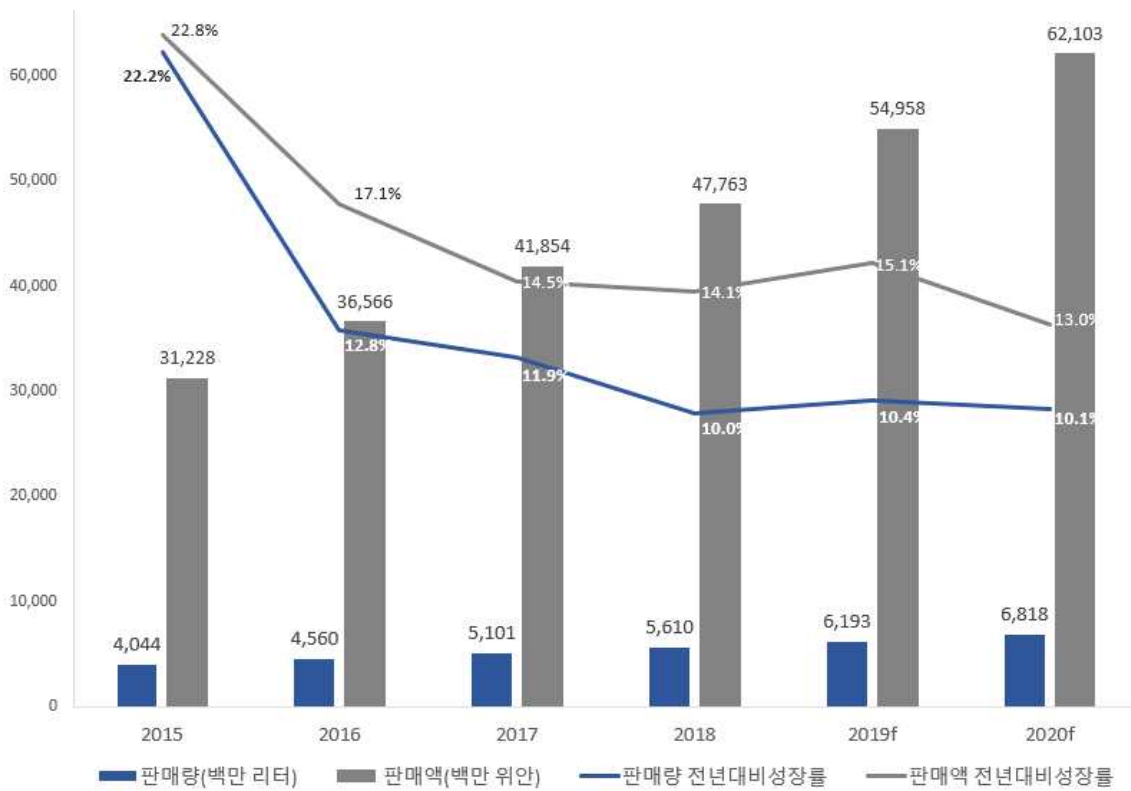
3) 천연광천수 시장 동향

□ 천연광천수 시장 규모

○ 천연광천수 시장의 판매량 및 판매액은 2018년 기준 전년 대비 10%, 14.1% 증가한 약 56억 리터, 478억 위안을 기록하였으며, 향후 2년간(2019-2020) 지속적으로 성장할 전망

- 2019년에는 약 62억 리터, 550억 위안을 기록하며 10.4%, 15.1%의 성장률을 보일 것으로 전망됨

표 1.10 중국 천연광천수 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

□ 천연광천수 시장 경쟁 동향

- 중국 천연광천수 시장에는 다양한 브랜드가 존재하며, 최근 5년 동안(2014-2018년) 치열한 경쟁으로 인해 상위 10개 브랜드의 시장 점유율이 지속적으로 축소되고 있음
- 최근 5년 동안(2014-2018년) Ganten는 20%대의 시장점유율로 압도적 시장 지위 구축
 - 특히 매년 대부분의 브랜드 점유율이 하락하고 있는 반면에 Ganten의 점유율은 더욱 확대되고 있음
 - Ganten는 시장 진입 초기부터 중저가 프리미엄 시장을 겨냥한 가격 전략 및 ‘물 중의 귀족’ 이라는 제품 이미지를 강조하는 광고 전략으로 기존 브랜드들과 차별화⁶⁾
- 가격 및 판매 채널의 우위에 힘입어 상위 10위 내 5개의 자국산 브랜드가 포함됨

표 1.11 중국 천연광천수 브랜드별 점유율(2014-2018)

순위	브랜드명	업체명	2014	2015	2016	2017	2018
1	Ganten	Shenzhen Ganten Industry Co Ltd	21.1	20.5	22.4	23.9	25.3
2	Dashan	Nestlé SA	12.2	11.0	10.2	9.7	9.3
3	Blue Sword	Blue Sword Group	11.6	11.1	10.6	9.9	9.2
4	Evergrande Spring	Evergrande Group	5.2	7.5	7.3	6.9	6.4
5	Health	Danone, Groupe	15.8	13.4	8.9	6.4	4.8
6	Kunlun Mountain	JDB Group	3.5	3.9	2.7	2.2	1.9
7	Alkaqua	Uni-President Enterprises Corp	1.0	1.0	1.1	1.2	1.2
8	Evian	Danone, Groupe	1.4	1.4	1.3	1.2	1.1
9	Dashan	Yunnan Dashan Beverage Co Ltd	-	-	-	-	-
10	Deep Spring	Nestlé SA	0.5	0.4	-	-	-
Others			27.7	29.8	35.7	38.7	40.7
Total			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

6) http://news.ifeng.com/a/20180809/59718821_0.shtml

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 광천수 관련 주요 수치

- 글로벌 광천수와 탄산수의 수입 규모 약 27억 달러(2017년)
- 중국 광천수의 수입 규모 약 6천만 달러(2017년)
- 중국 광천수의 1위 수입국은 프랑스로 68.9% 차지(2017년)
- 한국산 광천수와 탄산수의 對중국 수출액과 수출량은 각각 약 38만 달러, 720톤(2017년)

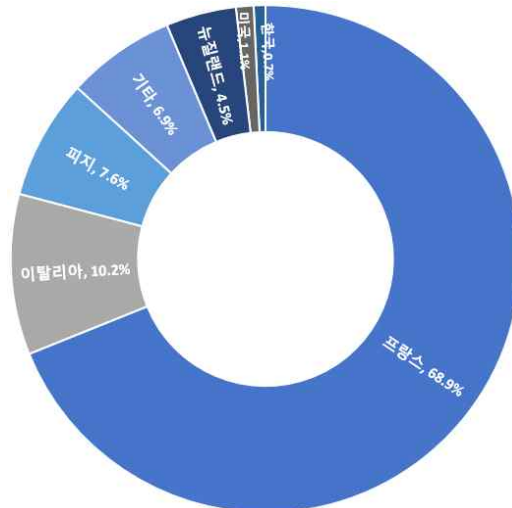
❖ 광천수 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2201.10.0000	광천수와 탄산수
중국	2201.10.1000	광천수

❖ 중국 광천수 수입 규모(2017)

수입국	금액(천 US 달러)
글로벌	59,289
1 프랑스	40,839
2 이탈리아	6,066
3 피지	4,534
4 뉴질랜드	2,646
7 한국	442

❖ 중국 광천수 수입 비중(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 광천수 통계 기준 설정

- 광천수의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁷⁾

□ 광천수의 HS CODE⁸⁾는 한국 2201.10.0000, 중국 2201.10.1000로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2201.10, 중국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2201.10.1000, 한국 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2201.10.0000을 통계 기준으로 설정

표 1.12 광천수 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2201	물(천연이나 인조 광천수와 탄산수를 포함하며, 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가하지 않은 것으로 한정한다)과 얼음과 눈
	2201.10	광천수와 탄산수
	2201.10.0000	광천수와 탄산수
중국	2201	물(천연이나 인조 광천수와 탄산수를 포함하며, 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가하지 않은 것으로 한정한다)과 얼음과 눈
	2201.10	광천수와 탄산수
	2201.10.1000	광천수

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 중국 해관총서(www.customs.gov.cn)

표 1.13 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyulList.po
	중국 해관총서	www.customs.gov.cn

7) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

8) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국과 중국은 모두 10자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2201.10)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(17.3%)임

- 2017년 HS CODE 2201.10의 글로벌 수입 규모는 약 2,680백만 달러로 최근 5년(2013-2017년) 연평균증가율은 1.3%를 기록
 - 최대 수입국인 미국은 2017년 기준 약 466백만 달러를 수입하였으며, 최근 5년(2013-2017년) 9.7%의 연평균 증가율을 기록하여 수입액 상위 5개국 가운데 가장 빠른 증가세를 나타냄
- 수입 규모 상위 5개국(미국:17.3%, 벨기에:5.6%, 독일:5.4%, 영국: 4.5%, 일본: 4.4%)의 비중이 37.1%에 달함

표 1.14 글로벌 생수 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	2,545,645	2,782,127	2,564,931	2,590,758	2,680,141	1.3%
1 미국	321,901	364,668	386,573	422,939	465,862	9.7%
2 벨기에	275,560	301,155	276,787	265,262	225,288	-4.9%
3 독일	222,665	236,363	213,679	216,653	221,838	-0.1%
4 영국	148,225	194,804	195,625	168,125	165,021	2.7%
5 일본	223,748	191,940	182,112	181,782	159,229	-8.2%

자료: International Trade Centre

그림 1.7 국가별 생수 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

3) 중국 광천수 수입 통계(통계기준: HS CODE 2201.10.1000)

□ 경제 성장에 따라 고가 프리미엄 생수로 분류되는 광천수의 연평균 수입증가율이 24.2%에 달함

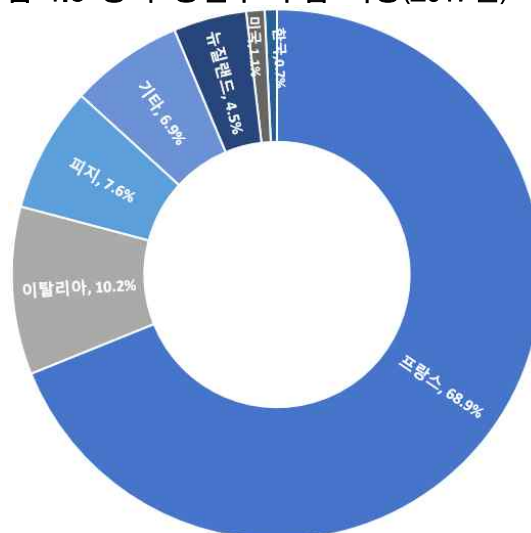
- 2017년 중국 광천수의 수입액은 약 6천만 달러로, 이는 2013년에 비해 약 2배 성장
 - 중국 소비자의 건강에 대한 인식 제고로 광천수 수입은 계속적으로 증가할 전망
- 2017년 예비양으로 대표되는 프랑스 광천수는 중국 수입 광천수 시장에서 5년 연속 1위를 차지
 - 2017년 기준으로 전체 수입액의 68.9%를 프랑스로부터 수입하였으며 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 33.1%의 증가 추세를 보임
- 2017년 기준 한국의 對중국 수출액 규모는 7위를 차지함(0.7%)

표 1.15 중국 광천수 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	20,035	27,526	33,830	45,186	59,289	24.2%
1 프랑스	9,780	14,819	19,385	28,823	40,839	33.1%
2 이탈리아	3,304	4,380	4,160	4,838	6,066	12.9%
3 피지	1,684	2,642	2,091	3,986	4,534	21.9%
4 뉴질랜드	717	955	1,923	1,728	2,646	29.8%
5 미국	307	249	617	717	664	16.7%
6 일본	167	428	574	631	452	22.0%
7 한국	662	510	367	886	442	-7.8%

그림 1.8 중국 광천수 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

4) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2201.10.0000)

□ 2017년 기준 한국산 광천수와 탄산수의 수출액은 약 680만 달러이며 수출량은 약 16,455톤

- 한국산 광천수와 탄산수의 글로벌 수출액은 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 2.6% 증가
 - 최근 5년간 수출액 및 수출량은 증감을 반복하는 등 뚜렷한 경향성을 나타내지 않음

표 1.16 한국 광천수와 탄산수 수출 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	5,456	5,497	8,579	6,042	6,848
(연 증감률)	(△0.5%)	(0.7%)	(56.1%)	(△29.6%)	(13.3%)
수출량	13,697	14,139	15,908	15,823	16,455
(연 증감률)	(△2.7%)	(3.2%)	(12.5%)	(△0.5%)	(4.0%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 2017년 한국산 광천수와 탄산수의 對중국 수출액 및 수출량은 각각 약 38만 달러와 약 720톤

- 2017년 기준 한국산 광천수와 탄산수의 對중국 수출액은 전체 수출액의 약 5.5%에 해당하는 약 38만 달러임
- 2017년 수출액과 수출량은 전년 대비 각각 28.3%와 26.5% 감소
- 2015년을 제외한 최근 5년간(2013-2017년) 한국산 광천수와 탄산수의 對중국 수출은 꾸준한 하락세

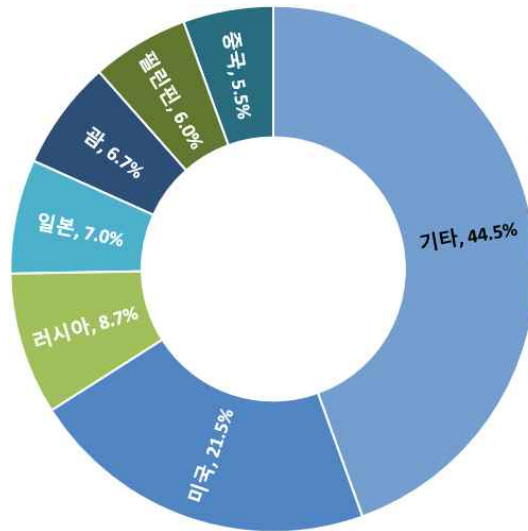
표 1.17 한국산 광천수와 탄산수의 對중국 수출 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	791.5	723	3,534	530	380
(연 증감률)	(73.6%)	(△8.6%)	(388.6%)	(△85.0%)	(△28.3%)
수출량	1,441	2,015	2,615	978	720
(연 증감률)	(47.8%)	(39.8%)	(29.8%)	(△62.6%)	(△26.5%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

그림 1.9 국가별 한국산 광천수와 탄산수 수출 비중⁹⁾(2017년)



자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 지역별로는 상해(上海)의 광천수 수입량이 압도적으로 많음

- 중국 수입 광천수 소비계층은 주로 상해, 광둥, 북경 등 경제가 상대적으로 발달한 대형 도시에 집중
- 2015-2017년 3년간 광천수 수입이 가장 많이 이루어지고 있는 지역은 1선 도시가 집중되고 있는 상해, 광둥, 북경, 천진 등임
 - 2017년 기준 최대 광천수 수입 지역은 상해로 전체 수입액의 약 63%를 차지

표 1.18 중국 지역별 광천수 수입동향

(단위: 천 달러, %)

순위	지역명	인구수 (만 명)	2015		2016		2017		2018년(1-3월)	
			금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	상해 (上海)	2,418	18,966	9	24,148	27	37,497	55	6,159	-40
2	광둥성 (廣東省)	11,169	5,851	59	5,908	1	7,873	33	1,768	23
3	북경 (北京)	2,171	3,368	20	7,221	114	3,746	-48	1,686	109
4	천진 (天津)	1,557	1,562	45	1,900	22	4,083	115	857	30
5	절강성 (浙江省)	5,657	835	40	1,321	58	1,954	48	715	211

9) 수출액 기준

6	강소성 (江蘇省)	8,029	365	55	1,824	400	1,157	-37	409	55
7	복건성 (福建省)	3,911	704	141	436	-38	650	49	227	302
8	산둥성 (山東省)	10,006	466	22	930	100	931	0	178	-2
9	요녕성 (遼寧省)	4,369	429	78	531	24	373	-30	135	143
10	사천성 (四川省)	8,302	221	115	121	-45	57	-53	25	-18

자료: 중국국가통계국, 한국무역협회

표 1.19 중국 지역별 한국 광천수 수입동향

(단위: 천 달러, %)

순위	지역 명	인구수 (만 명)	2015		2016		2017		2018년(1-3월)	
			금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	산둥성 (山東省)	10,006	255.0	176.1	700.0	174.1	323.0	-53.8	10.0	-90.7
2	천진 (天津)	1,557	0.0	-100.0	0.0	0.0	10.0	0.0	4.0	0.0
3	길림성 (吉林省)	2,717	2.0	-86.6	0.0	-79.5	1.0	32.0	0.0	0.0
4	북경 (北京)	2,171	0.0	-99.9	5.0	66,443	0.0	-100.0	0.0	0.0
5	요녕성 (遼寧省)	4,369	36.0	703.9	52.0	45.3	14.0	-73.1	0.0	-100.0
6	상해 (上海)	2,418	59.0	-82.5	129.0	116.7	87.0	-32.6	0.0	-100.0
7	절강성 (浙江省)	5,657	14.0	0.0	0.0	-100.0	8.0	0.0	0.0	-100.0
8	하남성 (河南省)	9,559	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-100.0	0.0	0.0
9	호남성 (湖南省)	6,860	-	-	-	-	0.0	0.0	0.0	-100.0
10	광둥성 (廣東省)	11,169	1.0	-98.2	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 중국국가통계국, 한국무역협회



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 2018년 7월 1일부터 광천수 수입 관세율 인하
- ❖ 가공 포장된 생수의 오염 이슈 발생
- ❖ 2019년 6월 21일부터 새로운 천연광천수 식품안전표준 적용 예정

2. 소비 트렌드

- ❖ 저가 및 고가보다 중저가 프리미엄 광천수의 소비가 더 많아지고 있음

3. 제품 트렌드

- ❖ 가정용 대용량 생수 연이어 출시
- ❖ 수입 광천수 브랜드 VOSS는 중국 내 수원지 확정
- ❖ 어린이 전용물 연이어 출시
- ❖ 로컬 생수 브랜드들은 프리미엄화 추구

- ❖ [현지 소비자 인터뷰]
- ❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

1. 정책 이슈

□ 2018년 7월 1일부터 광천수 수입 관세율 인하¹⁰⁾

- 2018년 5월 중국 국무원 관세세칙위원회는 《일반 소비품 최혜국 수입 관세율조정표 (进口日用消费品最惠国税率调整表)》를 통해 수입 관세 인하조치를 발표
 - 최혜국으로부터 수입하는 1,449개 품목에 대한 평균 관세율을 10%-35%에서 5%-12%로 인하
 - 수입 관세율이 조정되는 제품은 주로 식품, 화장품, 의류, 약품, 전기·전자제품, 잡화 등 일용 소비품임
 - 광천수의 최혜국세율은 기존 15.2%에서 5%로 인하

□ 가공 포장된 생수의 오염 이슈 발생

- 2018년 3월 뉴욕주립대가 중국을 비롯한 9개 국¹¹⁾의 생수 250개의 오염도 연구를 발표한 결과, 플라스틱병의 포장과정에서 미립자로 인한 오염현상이 확인됨¹²⁾
 - 세계적인 생수 브랜드인 Aqua, Aquafina, Dasani, Evian, Nestle Pure Life, San Pellegrino가 포함되어 있어 큰 파장을 일으킴
 - 생수를 포장하고 저장 및 운반되는 과정에서 플라스틱병 자체에 의해 오염되는 것으로 확인했으며, 리터당 평균 10.4개 플라스틱 미립자와 325개의 초미세입자 325개가 발견됨
- 플라스틱 미립자는 암, 성기능 장애, ADHD, 자폐증 발병 요인으로 알려져 전문가들은 수돗물이 가공 포장된 생수보다 안전하다는 의견을 피력함
- 현재까지 생수의 플라스틱 포장에 관한 오염 규제가 부재¹³⁾하여 세계보건기구(WTO)를 비롯한 학계 및 산업계의 경고가 이어지고 있음

10) finance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml

11) 브라질, 중국, 인도, 인도네시아, 케냐, 레바논, 멕시코, 태국

12) the Straits Times(2018.03.15.)

13) Earth Day(2018.03.23.)

□ 2019년 6월 21일부터 새로운 천연광천수 식품안전표준 적용 예정

- 2018년 6월 21일에 천연광천수 국가표준은 <식품안전국가표준食品安全国家标准(음용 천연광천수饮用天然矿泉水)>(GB 8537-2018)로 개정되었음
- 이전 버전인 GB8537—2008 대비 주요 수정 내용은
 - 천연광천수에 대한 정의를 세분화
 - 수원지 기준 수정
 - 감각적 요구 사항을 더 엄격히 수정: 색도(色度) 지표의 한계치를 15도에서 10도로 낮추고 혼탁도(浑浊度) 지표의 한계치를 5NTU에서 1NTU로 낮춤
 - 요오드화물(碘化物)를 한계지표로 사용하지 않기로 함
 - 산소소모량(耗氧量)지표의 한계치를 3.0mg/L에서 2.0mg/L로 낮춤
 - 아질산염(亚硝酸盐), 질산염(硝酸盐), 비소(砷), 카드뮴(镉), 납(铅), 수은(汞) 오염물 지표에 대해 따로 규정하지 않고 GB 2762에 따르도록 함
 - 미생물 함량 수정
- 또한 불소 함량이 1.0mg/L 이상일 경우 ‘불소 함유’ 라고 표시해야 함
 - 병 포장 생수, 탄산음료의 불소 함량이 높을수록 충치 예방 효과가 있지만, 과다 섭취할 경우, 특히 아동에게 ‘불소 침착증’ 이 나타날 수 있기 때문
- 해당 표준은 2019년 6월 21일부터 적용할 예정임

2. 소비 트렌드

□ 저가 및 고가보다 중저가 프리미엄 광천수의 소비가 더 많아지고 있음

- 2018년 7월 티몰과 Vogue가 공동으로 발표한 <水品类消费趋势白皮书>에 따르면 중국 생수 시장은 프리미엄화되고 있음¹⁴⁾
 - 이는 급격한 도시화에 수질 논란이 더해지면서 건강한 물에 대한 수요가 증가했고, 소득수준도 과거에 비해 많이 높아졌기 때문
- 최근 5년간 저가 생수로 분류되는 강사부(康师傅)와 와하하(哇哈哈)의 시장 점유율이 하락세를 보이는 반면 중고가에 포함되는 농부산천(农夫山泉) 및 C'est Bon(怡宝)의

14) <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1610925247311738646&wfr=spider&for=pc>

시장점유율이 지속적으로 상승하고 있음

- 특히 농부산천은 프리미엄 생수 시장에서의 경쟁력 강화를 위해 2018년 뉴질랜드 프리미엄 생수 업체 Otakiri Springs를 인수하는 등 향후 프리미엄 생수 시장에 더욱 강세를 나타낼 전망

o 천연광천수 수요가 증가하고 있지만 고가 프리미엄 브랜드의 점유율은 아직 미미함

- 중저가 천연광천수로 분류되는 Ganten의 시장 점유율 추이를 고려할 때 천연광천수에 대한 수요는 지속적으로 증가하고 있는 것으로 파악됨
- 그러나 고가 프리미엄 생수로 분류되는 천연광천수인 에비앙, 티벳 5100 등 브랜드의 시장 점유율은 매우 미미한 수준으로, 아직까지는 생수 구매에 많은 비용을 지불하는 것에 대한 거부감이 있는 것으로 판단됨

표 2.1 일반 생수시장 브랜드별 점유율

브랜드명	업체명	2013	2014	2015	2016	2017
C'est Bon	China Resources Enterprise Ltd	5.7	7.0	8.6	9.6	10.3
Nongfu Spring	Nongfu Spring Co.,Ltd	8.1	7.8	8.3	9.2	10.0
Master Kong	Ting Hsin International Group	13.8	12.0	8.9	7.7	7.5
Ice Dew Water	Coca-Cola Co	5.9	5.8	5.7	5.8	6.0
Wahaha	Hangzhou Wahaha Group Co Ltd	11.7	9.7	7.6	6.5	5.7
Ganten	Shenzhen Ganten Industry Co Ltd	1.9	2.2	2.5	2.8	3.1
Evergrande Spring	Evergrande Group	0.1	0.5	1.1	1.2	1.2
Blue Sword	Blue Sword Group	1.1	1.2	1.3	1.2	1.2
Dashan	Nestlé SA	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
Health	Danone, Groupe	1.6	1.6	1.5	1.0	0.8
Nestlé Pure Life	Nestlé SA	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
Alkaqua	Uni-President Enterprises Corp	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3
Kunlun Mountain	JDB Group	0.2	0.3	0.4	0.3	0.2
Daliyuan	Fujian Dali Food Co Ltd	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2
Watson's	Hutchison Whampoa Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Evian	Danone, Groupe	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
기타		47.1	49.1	51.4	52.1	51.4

자료: Euromonitor International

3. 제품 트렌드

□ 가정용 대용량 생수 연이어 출시

- 2018년 연이은 가정용 생수 출시로 생수시장에 새로운 경쟁구도가 형성됨
- 중국의 농부산천(农夫山泉), 와하하(娃哈哈) 등 유명한 브랜드 외에 코카콜라 순열(纯悦) 브랜드도 4.5L의 가정용 생수를 선보이면서 가정용 대용량 생수 시장에 진입
 - 농부산천(农夫山泉)은 2017년 초 경쟁사에 앞서 5L의 생수통 물을 선보임
 - 2018년 초 강사부(康师傅)는 가정용 생수 1.5L 용량의 6인 패키지를 출시

표 2.2 대용량 생수 제품 정보

 <p>天猫超市 一站购齐·正品保障·极速送达</p> <p>¥50.00 32274人收货</p> <p>农夫山泉饮用天然水5L*4/箱取自中国八大水源地</p>	 <p>天猫超市 一站购齐·正品保障·极速送达</p> <p>¥40.10 6730人付款</p> <p>娃哈哈 饮用纯净水4.5L*4/箱 整箱装 桶装水 新老包装随机发</p>	 <p>天猫超市 一站购齐·正品保障·极速送达</p> <p>¥40.00 257人付款</p> <p>纯悦 饮用水 4.5L*4桶/箱 整箱装 可口 可乐出品</p>	 <p>苏宁易购 康师傅出品</p> <p>康师傅 包装饮用水</p> <p>1.5L*6瓶 安心的水</p> <p>¥17.50 7人收货</p> <p>康师傅 包装饮用水1.5L*6瓶 塑包 水</p>
농부산천(農夫山泉)	와하하(娃哈哈)	코카콜라 순열(純悅)	강사부(康師傅)



자료: www.tmall.com

□ 수입 광천수 브랜드 VOSS는 중국 내 수원지 확정

- 2018년 6월 중국산 VOSS 광천수는 북경, 상해를 비롯한 24개 도시에서 동시 출시됨
 - 이번에 출시된 VOSS 광천수 제품은 중국 호북성 죽계 단하산(竹溪丹霞山)에 취수한 제품임
 - 중국 호북성 죽계 단하산(竹溪丹霞山)은 VOSS 본사가 인정한 노르웨이 외 유일한 해외 취수원임
 - 중국산 VOSS 광천수는 풍부한 스트론튬(Sr), 저 나트륨, 약 알칼리성 등의 특징을 가지고 있음에도 불구하고 매우 저렴한 가격으로 소비자의 눈길을 끌고 있음¹⁵⁾

15) http://nb.ifeng.com/a/20181115/7031258_0.shtml

표 2.3 노르웨이 및 중국산 VOSS 비교

구분	노르웨이 직수입 VOSS		중국산 VOSS	
이미지				
수질성분	Ca ²⁺ : 5-6	Cl ⁻ : 8-14	Ca ²⁺ : 20-67.2	Sr: 0.4-1.3
	Na ⁺ : 5-7	Mg ²⁺ : 0.8-1.2	Na ⁺ : 0.4-1.6	Mg ²⁺ : 1.6-6.6
	TDS: 39-51		TDS: 93-291.6	K ⁺ : 0.1-1.0
가격 (500ml*24)	358위 안		148위 안	

자료: www.tmall.com

□ 어린이 전용물 연이어 출시

- 식품 컨설팅 업체 Zenith International에 따르면 중국 어린이 전용 생수는 2015년부터 빠른 속도로 발전해왔으며, 2021년까지 매년 7% 정도의 성장률을 유지할 것으로 전망됨
 - 어린이용 생수는 일반 생수에 비해 높은 가격에도 불구하고 건강, 청정지역 수원지, 풍부한 미네랄 함량 등의 이미지로 부모들로부터 좋은 반응을 얻고 있음
 - 분유·이유식과 함께 사용할 수 있으며 끓이지 않고 바로 사용할 수 있는 것이 특징임
- 현재 중국의 프리미엄 생수 시장은 프랑스, 오스트레일리아 등 수입 생수가 주도하고 있음. 각 프리미엄 브랜드는 아이들이 좋아하는 애니메이션 및 캐릭터를 이용하여 저연령층 전용 생수 시장을 적극적으로 공략하고 있음
 - 2016년에 에비앙은 디즈니와 손잡고 어린이 전용물을 선보임

- 2017년에 네슬레는 다양한 색상과 주토피아 캐릭터를 활용한 어린이 전용물을 출시¹⁶⁾
- o 중국 시장은 이제 걸음마 단계지만 산아제한 정책의 폐지와 부모들의 안전한 어린이용 물에 대한 관심이 높아지면서 향후 지속적으로 큰 성장세를 유지할 것으로 전망¹⁷⁾

표 2.4 어린이 전용물

<p>에비앙 어린이 전용물 (310ml)</p>	
<p>네슬레 어린이 전용물 (330ml)</p>	
<p>볼빅 어린이 전용물 (330ml)</p>	





16) 중국에서 “어린이 전용 물(water)” 출시, www.kati.net
 네슬레는 중국 어린이의 65%가 물의 일 섭취량이 부족하고, 섭취횟수 또한 표준에 도달하지 못하며, 90% 이상의 유럽 국가가 수돗물을 직접 마시는 것에 비해 중국은 아직 그 수준에 미치지 못한 점을 언급함

17) 중국 저 연령층 전용 생수 인기 급증, aT첨뚜지사



□ 로컬 생수 브랜드들은 프리미엄화 추구

- 생수의 프리미엄화에 따라 새로운 시장이 형성되었으며, 이러한 시장이 중국 전체 생수 시장의 성장을 견인하고 있음
- 프랑스의 에비앙(evian)과 페리에(Perrier)를 비롯하여 이탈리아 산펠레그리노(SAN PELLEGRINO), 뉴질랜드 안티포(antipodes), 노르웨이 보스(VOSS) 등 외국 유명 생수 브랜드들이 치열한 경쟁을 벌이고 있음
- 수입 생수뿐만 아니라 티벳 5100(西藏5100), 백세산(Ganten, 百岁山), 곤륜산(昆仑山), 헝다빙천(恒大冰泉), 바마광천수(巴马矿泉水) 등 중국 내 수질이 우수한 수원(水源)지에서 생산된 많은 생수 제품들도 프리미엄 이미지를 추구하고 있음

❖ [현지 소비자 인터뷰]

구분	소비자			
	 <20대 중반>	 <30대 중반>	 <50대 후반>	 <30대 중반>
Q1: 광천수 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	원산지	휴대성	가격, 브랜드, 성분	가격, 브랜드
Q2: 한국산 광천수를 구입한 경험이 있습니까?	아니요	아니요	아니요	아니요
Q3: 한국산 광천수를 구매할 의사가 있습니까??	네, 개인적으로 포장 디자인에 관심이 많은데, 한국 광천수면 디자인이 예쁠 것 같음	아니요	아니요, 한국제품을 되도록 구매하지 않으려고 함	네, 가격이 너무 비싸지 않으면 구매 의사가 있음
Q4: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?	최근에는 예쁘게 디자인된 한양천(涵養泉), 통일(統一)등 제품을 좋아함	농부산천 제품을 자주 구매함	Ganten(百歲山)	예비양은 온라인에서 가끔 할인도 하고 맛이 좋아서 구매함

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

구분	유통채널 담당자	
	 <RT-Mart 매니저>	 <Bazaar 매니저>
Q1: 생수 시장 트렌드	본 매장에서는 주로 국내산 광천수를 취급하고 있음. Ganten, 농부산천의 판매량이 많음	이전과 비하면 수입 생수의 판매 상황이 많이 좋아졌음, 특히 프랑스 제품의 판매실적이 좋은 편
Q2: 수입 광천수의 주요 타겟층 및 주요 구매 계층	수입 광천수는 비싼 가격으로 인해 주로 수입식품을 선호하는 소비자들이 구매하고 프리미엄 생수는 대부분 중년층이 구매	고급 광천수의 주요 소비층은 부유층과 젊은층
Q3: 제품 납품 희망 시, 조언 사항	잘 모르겠음	최근 한국제품의 전반적인 판매량이 이전 대비 많이 감소하여 구체적인 제품 사양을 보고 검토해야 함



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 제출서류
4. 라벨링
5. 통관거부사례

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS CODE 2201.10.10 관세율¹⁸⁾

HS CODE	품명	관세율
2201.10.10	Mineral waters	최혜국대우세율: 5% 한-중 FTA세율: 16% 증치세율: 16%

❖ 중국 FTA 정보

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

❖ 중국 관세율 확인 방법

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

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

¹⁸⁾ 출처: 중국 관세청 홈페이지(<http://ftatax.mofcom.gov.cn>)

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

- 중국으로의 수출을 위해서는 중국의 “수출입 식품 안전관리방법” 및 “수입식품 경외생산기업 등록관리규정” 을 반드시 준수해야 함. 또한 각 지방을 관할하는 성(省)별 출입경검사검역국 식품안전감독처의 검사과정을 거쳐야 정상적인 수출입 업무가 이루어질 수 있음
- 현재 중국은 어느 때보다 식품위생을 강조하는 시기이므로, 식품별 관련 규정 및 검사과정에 필요한 서류, 증거물 및 상품수출 계약서를 꼼꼼하게 확인하여야 하며, 식품제조에 있어 중국 식품 안전법에 위배되는 식재료 사용 등의 위반행위를 하지 않아야 함
- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비하여야 함

준비사항	발급처	비고	
-패킹리스트 -인보이스 -물품 계약서 -선하증권	선하증권 등 운송서류는 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통하여 수취 가능하며 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함	중국 해관 및	선적 전 구비 완료, 사본/원본 송부
원산지증명서	대한상공회의소 - 일반/특혜(FTA) 원산지증명서 관세청 - 특혜(FTA) 원산지증명서	CIQ 제출용	선적 전 또는 선적 후 1-2일 내 발급 후 수입자에게 원본 송부
영문 위생 증명서	농식품의 경우 ‘식품의약품안전처’에서 발급받을 수 있음(p.53 서식 참조)	CIQ 제출용	-
CIQ ¹⁹⁾ 수출자 등록	등록시스템에서 수출자 등록		-
동/식물 검역증	농림축산검역본부(필요한 경우)		-
-성분배합 비율표 -제조공정도 -외 포장지 라벨 번역본 및 중문라벨	수출기업이 직접 작성하여 제출하여야 함		-

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

① 수출(생산)업체 등록

- 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 식품수입을 하고자 하는 수입자는 중국질량감독검험검역총국(AQSIQ) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
- 수입된 제품이 중국에서 안전 문제가 발생했을 때 제품을 신속히 회수하고 해당 수출자(혹은 생산자)가 수출한 제품에 대한 수입금지 조치, 혹은 관련 조사를 신속히 진행하기 위한 규정임
- 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 시스템에 등록 신청을 해야 하며, 영업 허가 범위에 ‘식품수입’, 유통범위에 ‘식품’ 이 있는 기업에 한해 수입업체 등록 서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 CIQ에 제출해야 함

② 검역신청(CIQ)

- 중국의 경우 수입화물 도착 후 CIQ²⁰⁾에 검역신고를 진행하여야 함. 다만 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 샘플 또는 선물용 제품 등의 경우 검역대상에서 제외될 수 있음
- 검역 신청 후 수입통관 과정에서 검역신고 직원과 검사 요원이 물품이 소재한 현장에서 검역을 실시하며 샘플 검사 합격 후에는 검사검역처리통지서가 발부됨. 만약 샘플 검사가 불합격된 경우에는 검역 검사를 재신청하게 되며 재심사에서 불합격 통보를 받은 경우 중국으로의 수입이 금지됨
- 다만, CIQ 심사신청을 위해서는 반드시 아래의 사이트 주소를 통하여 수출(생산)업체 등록을 진행하여야 함. 수입업체 등록은 중국 현지 바이어가 별도로 시스템에 등록 신청을 하여야 하며 수입식품을 취급하는 바이어의 경우 시스템 신청 후 신청서류 원본 등을 관할지 CIQ에 제출하여야 함

사이트 주소	http://ire.eciq.cn
기재내용	기업영문명, 주소, 연락처 담당자명 등

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

그림 3.1 중국 CIQ 심사신청 홈페이지



③ 수입신고

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

표 3.1 중국 수입신고(통관) 절차

진행순서	비고
해관신고	CIQ 신고 후 해관 수입신고 진행
관세/증치세 납부	관세/증치세 납부
실물 검역	서류상 신고내용과 실물 일치 여부 검사
통관	관세 납입 및 해관 통관 완료 후 보관단이 발급
검역창고 이동(필요 시)	CIQ 지정 검역 창고로 이동
사후 가격심사	HS CODE 및 신고가격 적합성 심사

- 중국해관에서는 통관 과정에서 수입자가 신고한 HS CODE와 과세가격을 심사하지 않고 우선 수입통관 완료 후 사후 심사를 통하여 적법성을 검토함. 그러나 실무적으로는 중국해관 수입통관 과정에서 특정 HS CODE를 사용하게 하거나 수입신고가격에 대한 증빙자료를 요청하는 등 통관과정에서는 심사가 발생할 수 있음. 중국의 경우 해관 담당자의 판단에 따라 수입 시 적용되는 HS CODE가 달라질 수 있음
- 따라서 수출자는 사전에 중국 수입자의 수출물품 또는 유사물품에 대한 기존 통관이력을 통해 HS CODE 정합성을 확인해 볼 필요성이 있음

④ CIQ 검역(실물 검사 및 라벨링 검사)

- 해관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관이 방문하여 샘플링 검역, 라벨링 심사 및 실험실 검역을 진행하게 됨. 실험실 검역률은 통상 5 - 10%이며 중국 식품안전 국가표준에 따른 대장균군, 중금속 함유량 등을 검사하게 됨
- 샘플링 검역, 라벨링 심사 및 실험실 검역이 완료된 경우 입국화물검역증명서²¹⁾을 발급받아 출고 및 판매가 가능함

⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

- 관세는 중화인민공화국해법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부과됨. 관세는 현장 또는 전자납부 형태로 납부가 가능하며 납부 기한은 세관 서류심사 후 납부고지서를 발급한 날로부터 15일 이내임
- 수입신고 및 검역절차가 마무리되면 관세를 납부한 뒤 중국 보세구역에서 판매를 위하여 반출이 가능함

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

2) 관세율 정보²²⁾

□ 중국 광천수 HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명	관세율
2201	Waters, including natural or artificial mineral waters and aerated waters, not containing added sugar or other sweetening matter nor flavoured; ice and snow	-
2201.10.1000	Mineral waters	최혜국대우세율: 5% 한-중 FTA세율: 16% ²³⁾ 증치세율: 16%

- 중국의 경우, 광천수를 특계(제 2201.10.10호)하고 있으며 기본세율(5%)를 적용하는 것이 한-중 FTA협정세율(16%)을 적용하는 것보다 유리함
 - 그러나 한-중 FTA 협정세율은 양허유형 ‘20’에 해당되어 관세율이 매년 균등 철폐됨. 이에 따라 2030년 4%이기 때문에 2030년 1월 1일 이후에는 원산지 결정 기준과 직접은송원칙을 충족하여 특혜원산지증명서를 발급받아 한-중FTA 협정세율을 적용받는 것이 유리함
- 중국의 경우 수입물품에 부가가치세인 증치세가 부과됨. 증치세율은 16%이며 증치세 계산 산식은 다음과 같음

$$\text{증치세액} = (\text{CIF 금액}^{24}) + \text{수입 관세액} + \text{소비세액}) * \text{증치세율 } 16\%$$

❖ 중국 현지 수입 관세율 조회 방법

- 중국 현지 수입 관세율은 China FTA Network 홈페이지에 접속하여 확인이 가능함. 아래 홈페이지 접속 후 HS CODE를 입력하면 중국 현지 적용 관세율을 확인할 수 있음

22) 출처: 트레이드네비. 한-중FTA 협정문, 중국해관총서

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

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

그림 3.2 중국 현지 적용관세율 안내 예시



The screenshot displays the '中国自由贸易区服务网' (China Free Trade Zone Service Network) website. The header includes the site logo and name, a search bar with the placeholder '请输入关键字', and a '搜索' (Search) button. The breadcrumb trail is '首页 > 关税 降税安排 原产地判定规则查询 > 查询结果'. The main content area shows search criteria: '原产地: 韩国' (Origin: Korea) and '目的地: 中国' (Destination: China). Below this, the '商品编码及描述' (Commodity Code and Description) is listed as '2201: 未加糖或其他甜物质及未加味的水, 包括天然或人造矿泉水及汽水; 冰及雪;' and '2201.10.10: 矿泉水'. A section titled '协定税率' (Agreement Rate) lists three rates: '协定税率: 16.0 % CIF (中国-韩国自由贸易协定)', '(MFN) 最惠国税率: 5.0 % CIF', and '一般税率: 90.0 % CIF'. At the bottom, the ' 홈페이지 주소' (Home Page Address) is given as 'http://fta.mofcom.gov.cn/ftanew/taxSearch.shtml'.

3) FTA 정보²⁵⁾

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

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


표 3.2 한-중 FTA 원산지증명서 발급내용

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

25) 자료 : 관세청 FTA 포털 및 한-중 FTA 협정문

❖ 한-중 FTA 원산지증명서 양식

ORIGINAL

1. Exporter's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA		Certificate No.: 001-16-0000370 Certificate Code: 78a3-ods2			
2. Producer's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA		CERTIFICATE OF ORIGIN Form for Korea-China FTA Issued in <u>THE REPUBLIC OF KOREA</u> (see Chapter 1 Instruction)			
3. Consignee's name and address, country: THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA CHINA		5. Remarks: Remarks			
4. Means of transport and route (as far as known): Departure Date: 07 APR, 2016 Vessel/Flight/Train/Vehicle No: 518 Port of loading: HESAN PORT, KOREA Port of discharge: SHANGHAI PORT, CHINA		11. Gross weight, quantity (Quantity limit or other measures (litre, m, etc.)) 7 120			
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 criterion	12. Number and date of invoice
1 ////	MARK 08 SYMBOL/53 ////////////////	etc_goods 3 10 4 PC 5 000 7 000 etc ////////////////	9021.90.2432	RP ////////////////	16001-0014 2016-04-07 ////////////////
13. Declaration by the exporter: The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct, that all the goods were produced in THE REPUBLIC OF KOREA (Country) and that they comply with the origin requirements specified in the FTA for the goods exported to PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (Importing Country) SEUL KOREA 08 APR 2016 <i>K. D. Hong</i> Place and date, signature of authorized signatory		14. Certification: On the basis of control carried out, it is hereby certified that the information herein is correct and that the goods described comply with the origin requirements specified in the Korea - China FTA. 08 APR 2016  <i>Hong</i> Manager HONG GIL DONG Place and date, signature and stamp of authorized body			

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

□ 한-중 FTA 원산지 결정기준

HS CODE (2012기준)	PSR 설명
2201.10.10	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것 (CC: Change of Chapter) ²⁶⁾

- 제 28류의 무기화학품인 수소(H)와 산소(O)의 화학반응을 통해 물(H₂O)가 생산됨.
즉, 일반적으로 암반수를 취수하는 국가가 원산지국이 됨

²⁶⁾ 2단위호 변경기준(Change of Chapter)이란, 수출 물품에 투입되는 원재료의 HS CODE가 제21류가 아닌 다른 류로 부터 생산된 경우 원산지를 충족함

□ 한-중 FTA 적용 요건 - 직접운송원칙

- 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 제품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로, 직접운송된 것으로 간주
 - 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것
 - 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것
 - 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것
- 상품이 비당사국에서 일시 보관되는 경우, 그 제품은 보관되는 동안 비당사국 세관 당국의 통제하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

4) 통관 주의사항

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행²⁷⁾

- 통관 일체화 실시 이후 수출 기업이 '선(先)통관 후(後)심사' 방식을 통해 원하는 해관에서 신고와 납세 등을 처리할 수 있음
 - 통관일체화는 통관 절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 해관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감하기 위해 각 항구 해관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임
- 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海關風險防控制中心)와 징세관리센터(稅收征管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집약적이고 통일된 스마트 관리체계 구축
 - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 거치든 표준화된 형식과 기준을 통해 편리한 통관 서비스를 제공받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업의 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요
 - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서·영수증·운송증빙서류·보험증빙서류·지급증빙서류·회계장부·업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보관에 각별히 주의해야 함
 - 특히 화물의 수출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 해관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표 3.3 통관 일체화 제도 적용 시 변경사항

	해관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	해관별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 해관에서만 통관 가능	통관 전 '수입신고 서류심사' 및 '세금 납부' 진행	통관 전 해관이 기업 납부 세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 해관이 중국 해관시스템으로 전산 통합되어 어느	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사'	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 해관에 자진

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

	해관에서나 통관 가능	진행	납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 “신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입 신고 서류심사 → 후속관리”	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

□ 높아진 비관세장벽

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

표 3.4 2017년 거부사유별 통관거부사례²⁸⁾

구분	한국	미국	홍콩	일본	독일
위생	60건(15%)	18건(3.5%)	7건(2.6%)	5건(0.5%)	8건(3.2%)
성분	78건(19.5%)	216건(42.9%)	17건(6.4%)	179건(19.7%)	60건(24.2%)
서류	62건(15.5%)	57건(11.3%)	21건(7.9%)	484건(53.3%)	91건(36.7%)
라벨 및 포장	109건(27.3%)	85건(16.9%)	159건(60.2%)	56건(6.1%)	35건(14.1%)
유통기한	80건(20%)	88건(17.4%)	12건(4.5%)	28건(3.1%)	23건(9.2%)
기타	10건(2.5%)	39건(7.7%)	48건(18.1%)	155건(17%)	31건(12.5%)
합	399건(100%)	503건(100%)	264건(100%)	907건(100%)	248건(100%)

자료: 2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석(2018)

□ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행²⁹⁾

- 중국 국가질량감독검험검역총국과 국가표준화관리위원회 발표에 따르면, 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드>에 관한 국가표준 GB/T 33993-2017이 시행됨
 - 당국의 발표 내용에 따르면, 이번 국가표준 GB/T 33993-2017의 발표 목적은 QR 코

28) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

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

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

- 이번에 발표된 표준은 중국 현지 상황과 국내외 관련 기술 표준을 고려하여 제정된 것으로, 바코드와 구성이 달라 나타나는 문제점들을 해결할 수 있음
- o 이에 수출업체는 기존의 바코드 방식이 아닌 해당 기준에 맞는 QR코드를 제작하여 제품 홍보 및 판매, 관리에 적용할 필요성이 있음

□ 한국식품에 대한 리벨링 심사 강화³⁰⁾

- o 중국 국가질검총국 보고자료에 따르면 최근 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품첨가물 과다 또는 과소 함유, 영양소 수치초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관을 거부한 사례가 안내되었음
- o 수출기업은 원활한 중국 식품수출을 위하여 수출 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준³¹⁾을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역 항목을 확인하여야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관 거부당하지 않도록 하여야 함


30) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

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

2. 인증정보


□ SC인증(권장)

- 중국은 2015년 10월부터 QS(전국 공업제품 생산허가증)인증을 SC(식품생산허가증)인증 제도로 대체하면서 ‘식품생산허가증’ 을 갱신하였음. 이로 인해 2018년 6월 이후로는 신규 식품생산 허가취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS 마크를 표시할 수 없음
- SC허가번호는 총 14자리 숫자로 구성되어 있으며 각 숫자는 식품분류코드, 제조지역, 등록순서, 인증번호를 의미함. SC(新식품생산허가등록제도)허가의 경우 중국 현지에서 생산되는 제품에만 부여되기 때문에 수입식품은 따로 허가를 받을 필요는 없음

SC인증	
인증/검사명	SC 인증
인증 설명	품질검사, 생산 장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크
발행/검사기관	중국 국가품질감독검험검역총국
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 식품생산허가신청서 - 영업허가증 사본 - 식품 생산 가공 평면도 - 식품 생산 주요설비 및 시설 목록 등
소요기간	70일 이내
유효기관	5년
발급절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) SC 인증신청서 제출 2) 서류심사 <ul style="list-style-type: none"> - 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사 3) 현장조사 <ul style="list-style-type: none"> - 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시 - 현장조사팀은 현장조사 시작일로부터 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국에 제출하여야 함 4) SC 인증서 발급 <ul style="list-style-type: none"> - 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함

□ 중국 유기농 제품 인증³²⁾(권장)

- 인증기관이 유기제품의 중국표준과 ‘유기제품인증관리방법’의 규정에 따라 유기 제품³³⁾의 생산 및 가공과정에 대하여 평가 심사하는 활동을 의미하며, 곡물, 채소, 과일, 유제품, 축산물, 벌꿀, 수산물, 조미료, 가공사료, 가공식품 및 가공섬유직물류 등이 포함됨


유기인증		
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	<ul style="list-style-type: none"> - 유기제품 인증 조사표 - 유기제품 생산관리 기준서 - 인증 신청서 - 유기제품 생산계획서 - 기 취득한 유기인증서 등 	
소요기간	최소 6개월(평균 24개월-36개월)	
유효기간	1년	
발급절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) 신청서류 제출 2) 서류심사 3) 현장조사 + 제품 테스트 4) 최종평가 5) 인증서 발급 6) 유기마크 및 판매증 발급 	

32) 자료 : 대외경제정책연구원 중국 전문가 포럼 :

<https://csf.kiep.go.kr/consultingInfo/M005000000/view.do?articleId=18960>


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

□ ISO 22000(Food Safety Management System)³⁴⁾

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

34) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들이 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도임	
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 ³⁵⁾	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야함)	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치 	
이점	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 안전성 향상 - 식품 안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격임 	

35) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고:

http://mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

3. 제출서류

❖ 영문 위생증명서(발급처 : 식품의약품안전처)

발급번호 :



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

Certificate No. 1

HEALTH CERTIFICATE

MM/DD/YY : 07/21/17

This is to certify that the following products have been produced and distributed in a sanitary manner and are suitable for human consumption according to the Food Sanitation Act of the Republic of Korea

■ Name and address of production establishment :

■ Country of destination : China

■ Name and address of consignor :

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

■ Remarks :

Signature : Han un sub

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



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

❖ 중국해관 수입화물 보관단³⁶(발급처: 중국해관)



中华人民共和国海关进口货物报关单

海关作业联

预录入编号: _____

海关编号: _____

收货人		进口口岸 (4207) 青岛大港		进口日期 20170830		申报日期 20170906	
消费使用单位		运输方式 (2) 水路运输		运输工具名称		提单号	
申报单位		监管方式 一般贸易		贸易国别 (101) 一般征税		备案号	
启运国 (地区) (122) 韩国		启运国 (地区) (132) 韩国		装运港 (1402) 仁川		境内目的地 (31029) 青岛其他	
许可证号		成交方式 (3) FOB		运费 502/480/3		保费 000/0.3/1	
合同协议号		件数 200		包装种类 (2) 纸箱		毛重 (千克) 2900	
集装箱号		申报单证 入境货物报关单					
标记唛码及备注 备注:							
项号	商品编号	商品名称、规格型号	数量及单位	原产国(地区)	单价	总价	币制 征免
1	22029900.99	红薯植物制品	2100件件 2100千克 (132) 200箱	目的国: 中国			(502) 附单征税 美元 (L)
特殊关系确认: <input checked="" type="checkbox"/> 价格影响确认: <input checked="" type="checkbox"/> 与货物有关的特许权使用费支付确认: <input checked="" type="checkbox"/>							
录入员 0830000096-119		录入单位		兹申明对以上内容承担如实申报、依法纳税之法律责任		海关批注及签章	
报关人员		申报单位(签章)					

36) 중국해관 수입신고서 서식

❖ 중국 유기농인증 인증서



4. 라벨링

□ 라벨링 관련 법률 및 규정

- 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 《포장식품라벨통칙, 预包装食品标签通则, GB7718-2011》의 규정을 준수해야 함
- 수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함
- 중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기(상표 제외)
 - 포장 용기의 표면적이 35cm²보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상 이어야 함
- 라벨 표기 시 소비자들이 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함
- 중국 식품 라벨링 금지사항
 - 질병 예방 또는 치료 기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
 - 건강기능식품이 아님에도 건강기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
 - 첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용
 - 문자 또는 도안이 민족 습관을 존중하지 않고 차별하는 내용

□ 라벨링 심의 제출서류

- 심의기간: 접수기관³⁷⁾(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	

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

□ 중국 포장 식품 라벨링 필수 표기 사항

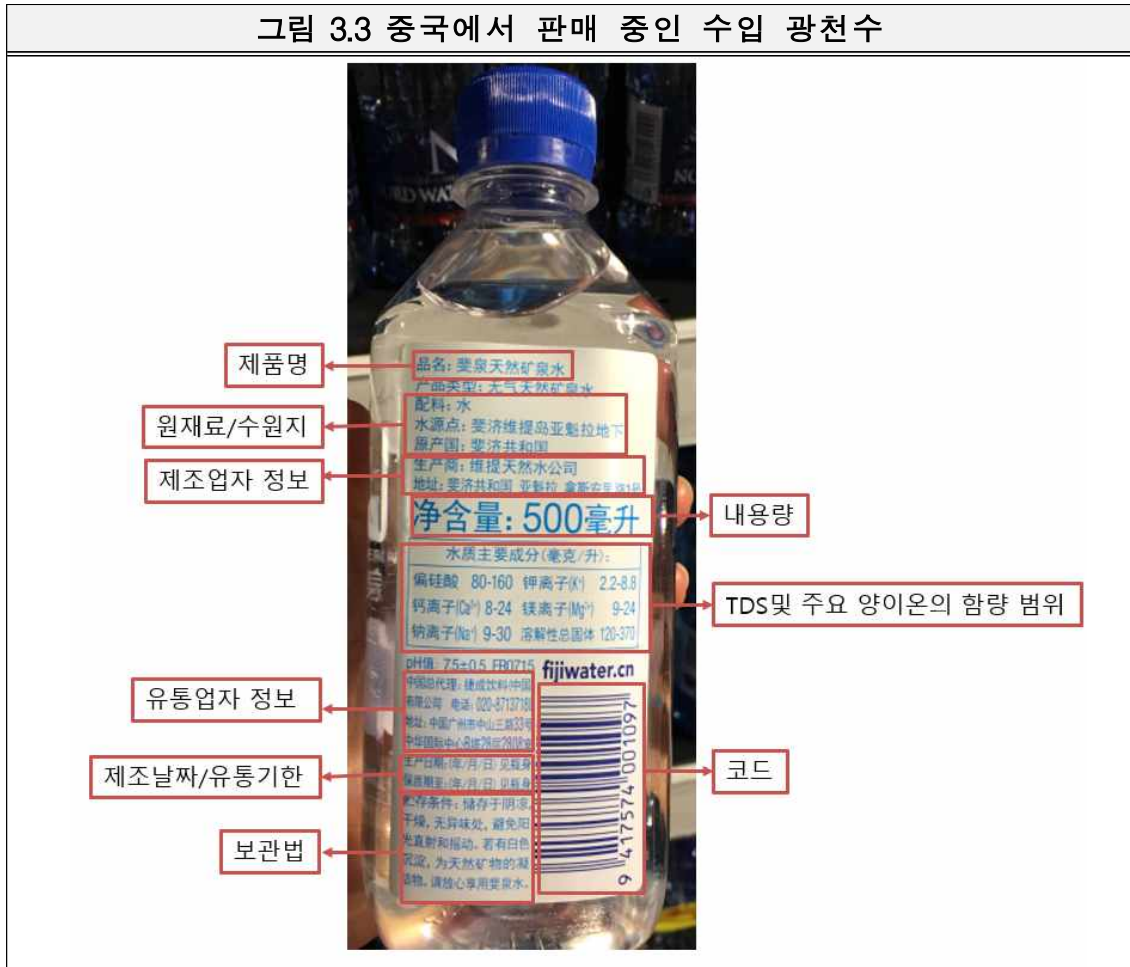
표 3.5 라벨링 상세 표기사항

구분	세부 사항
제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장 용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
원재료	- 제품에 포함된 모든 원료를 투입량이 많은 순서에 따라 배열 - 식용할 수 있는 포장물(식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등)도 표시 - 열량, 핵심영양소의 함량 및 영양소기준치(NRV)에서 차지한 백분비 기재
내용량	- 동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재 - 순중량 이외에 고형물의 함량도 표기
제조업자 및 유통업자 정보	생산업체 및 중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보를 기재
제조일자 및 유통기한	- 연, 월, 일 순으로 기재 - 포장용기 위 지정된 공간에 표기 - 유통기한에 영향을 줄 수 있는 특수한 보관방법이 필요한 경우 해당 방법도 함께 기재
보관법	특별한 보관을 필요로 하는 제품의 경우 해당 내용을 라벨에 기재해야 함
생산 코드	중국산 제품의 경우 생산 코드가 기재되어야 함
표준 코드	중국산 제품의 경우 식품 표준 코드가 기재되어야 함
기타	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기 - 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기 - 영양성분표 - 제품에 해당하는 품질 등급
천연광천수 추가 표기사항	a) 천연 광천수의 수원지 b) TDS(溶解性總固体) 및 주요 양이온(K ⁺ 、Na ⁺ 、Ca ²⁺ 、Mg ²⁺)의 함량 범위 c) 불소 함량이 1.0mg/L 이상일 경우 '불소 함유'라고 표시

자료 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 라벨링 예시

그림 3.3 중국에서 판매 중인 수입 광천수



자료: 현지조사원(사진촬영일: 2018.12.15)

5. 통관거부 사례³⁸⁾

□ 천연광천수 중국 통관거부사례

- 중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 공시한 광천수류 통관거부사례를 조사한 결과, 2017년 1월-2018년 11월 해당 제품들은 주로 관련 서류 준비가 미흡하거나 유통기한이 초과되어 있어 통관이 거부됨
- 또한 현지 라벨링 규정에 부합하지 않는 라벨링을 부착하거나 미량원소 함량 기준치 초과한 경우도 통관이 거부될 수 있음에 유의해야 함

38) 의뢰 업체 요청에 따라 위생요건 대신 통관거부 사례를 작성함

발생시간	상품명	업체	거부사유	검역소
2018.10	ORAVIDA 천연광천수	ORAVIDA NEWZEALAND LTD.(뉴질랜드)	비소함량 기준치 초과	상해(上海)
2018.8	ZAJECICKA 광천수	BOHEMIA HEALING MARIENBAD WATERS a.s.(체코)	불소 화합물 함량 불합격	사천(四川)
2018.4	에비앙 천연광천수	GUGUSTAR	유통기한 초과	절강(浙江)
2018.3	에비앙 천연광천수	FALCON GALLANT S.L.	라벨링 불합격	상해(上海)
2018.2	ONEPURE 천연광천수	ONEPURE International Group Ltd(뉴질랜드)	브롬산염 함량 불합격	광둥(廣東)
2017.12	광천수	Mineral water factory MEVER CJS(러시아)	증명서나 합격 증명 서류 미제공	주해(珠海)
2017.10	에비앙 천연광천수	DANONE FRANCE	라벨링 불합격	상해(上海)
2017.10	MAGNUS 천연광천수	MAGNUS MINERAL BRUNNEN GMBH & CO.,KG(독일)	화물과 증명서 불일치	안휘(安徽)
2017.10	CABREIROA 천연광천수	HIJOS DE RIVERA S.A(스 페인)	포장 불합격	요녕(遼寧)
2017.9	Fiji 천연광천수	-	유통기한 초과	상해(上海)
2017.8	Saratica 천연광천수	ONDRASOVKA a.s.(체코)	1. 망간 함량 기준치 초과 2. 셀렌 함량 기준치 초과	절강(浙江)
2017.6	Zaklady 광천수	ZakladyProdukcyjne B-D	Limit index 불합격	요녕(遼寧)
2017.6	천연광천수	PREMIER WATERS LTD /A.NELSONS(BACH)	유통기한 초과	강소(江蘇)
2017.5	FULHUM 천연광물질 음용수	EARTHWATER PLC	증명서나 합격 증명 서류 미제공	상해(上海)
2017.5	Sant'Anna 어린이 천연광천수	FONTI DI VINADIO S.P.A	라벨링 불합격	상해(上海)
2017.4	DUCALE 천연광천수	Norda S.P.A(이탈리아)	Limit index 불합격	광둥(廣東)
2017.3	HBay 천연광천수	New Zealand Miracle Holding Limited	P.Aeruginosa 검출	닝보(宁波)

자료: 중국해관총서, 중국 국가질량감독검험검역총국



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 쇼핑몰 선정

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

□ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 중국의 인기 쇼핑몰 TMall, JD, VIP.COM을 통해 진행

□ 분석기준 및 지표설정

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

2. 경쟁제품 분석

□ 유통경로에 따라 유통형태가 상이함

- 천연 광천수는 다양한 용량(330ml-8L)으로 판매되고 있으며 오프라인은 단독판매, 온라인은 묶음 판매가 주를 이루고 있음
- 오프라인 대비 온라인 채널의 가격대가 저렴한 편임

□ 오프라인에서의 마케팅 전략

- 일부 브랜드는 오프라인 매장에서 다수의 매대를 차지하거나 매장입구에 진열되는 등을 통해 소비자의 눈길을 끌고자 함



자료: 현지조사원

□ 경쟁제품 정보


구분		제품1				
이 미 지	온라인 이미지					
	오프라인 이미지					
제 품 속 성	제품명	에비앙 천연광천수(依云天然矿泉水)				
	제조사	Sa Eaux Minerales Evian				
	원산지	프랑스				
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스의 귀족이 에비앙이라는 곳의 생수를 마시고 지병이 완쾌됐다는 제품의 탄생 배경이 포인트 - CF모델은 인기배우 孫儷 - 온라인뿐만 아니라 다양한 오프라인 유통매장에서 모두 판매됨 				
	유통기간	24개월				
	용량	330ml*6	330ml*24	500ml*6	500ml*24	1L*12
온 라 인 가 격	JD 에이앙	34.9위안	151.0위안	44.9위안	171.0위안	179.0위안
	Tmall 마켓	-	129.0위안	-	149.0위안	-
	Tmall 에이앙	-	189.0위안	-	219.0위안	219.0위안
오프 라 인 가 격	blt, ole	11.5위안/개		12.5위안/개, 72.9위안(6개)		-
	RT-Mart	-		9.0위안/개		-
	family mart	-		12.5위안/개		-

구분		제품2				
이 미 지	온라인 이미지					
	오프라인 이미지					
제 품 속 성	제품명	FIJI(斐泉)				
	제조사	Fiji Water Company, LLC				
	원산지	Fiji Islands				
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 환경호르몬 미검출인증마크인 BPA FREE 인증을 받은 포장 사용 - 중국 내 유명인이 애용하는 광천수로 인기 많음 - Tmall에 FIJI 자체샵이 없음 - 오프라인 유통매장 중 백화점 지하마트뿐만 아니라 편의점에서도 판매됨 				
	유통기간	24개월				
	용량	330ml*6	330ml*36	500ml*6	500ml*24	1000ml*12
온 라 인 가 격	JD FIJI	48.0위안	281.0위안	69.8위안	278.0위안	268.0위안
	Tmall 마켓	-	288.0위안	-	278.0위안	268.0위안
오프 라 인 가 격	blt, ole	13.0위안/개		18.5위안/개		33.5위안/개
	bazaar	-		14.8위안/개		-
	market place	-		13.5위안/개		25.0위안/개

구분		제 품 3			
이 미 지	온라인 이미지				
	오프라인 이미지				
제 품 속 성	제 품 명	Volvic 천연광천수(富維克天然矿泉水)			
	제 조 사	Volvic			
	원 산 지	프랑스			
	제 품 특 성	- 330ml 제품은 어린이 전용물로 디즈니 애니메이션 캐릭터를 패키지 디자인으로 사용 - 오프라인 유통매장 중 백화점 지하마트에서만 취급됨			
	유통기간	24개월			
	용 량	330ml*24	500ml*24	1000ml*12	1500ml*12
온 라 인 가 격	JD 기타	119.0위안	108.0위안	122.0위안	151.0위안
	Tmall 기타	122.0위안	98-138.0위안	129.0위안	133.0위안
오프 라 인 가 격	blt	7.8위안/개	6.0위안/개	-	-
	ole	8.8위안/개	-	-	-

구분		제 품 4				
이 미 지	온라인 이미지					
	오프라인 이미지					
제 품 속 성	제 품 명	VOSS				
	제 조 사	VOSS of Norway ASA				
	원 산 지	노르웨이				
	제 품 특 성	- 유리 및 플라스틱병 2가지 포장 - 중국 내에서 수원지를 확정한 이후 같은 포장의 광천수를 저렴한 가격으로 제공				
	유통기간	24개월				
	용 량	330ml*24	375ml*6 (유리병)	375ml*24 (유리병)	500ml*24	800ml*1
온 라 인 가 격	JD VOSS	271.6위안	138.0위안	459.9위안	379.8위안	-
	Tmall 기타	268.0위안	109.0위안	452.0위안	358.0위안	-
오프 라 인 가 격	RT-Mart	-	19.9위안/개		6.0위안/개 (국산)	-
	bazaar	-	-		5.9.0위안/개 (국산)	-
	ole	-	25.8위안/개		-	50.8위안/개
	market place	-	-		-	46.8위안/개

구분		제 품 5													
이 미 지	온라인 이미지			<p>配料表: 天然矿泉水 水源地: 吉林省延边州安图县二道镇长白山奶头泉 注册登记证号: 国土资矿水注【2008】6号 产品标准号: GB8537 Q/NSKQ00015 食品生产许可证号: QS2200 0601 0587 生产日期: 见瓶体 保质期: 24个月 贮藏方法: 保存于阴凉干燥处, 避免阳光直射。宜冷藏不宜冷冻。加热或冷冻等温度急剧变化时, 如有少量天然沉淀产生属正常现象, 请放心饮用。 制造商: 延边农心矿泉饮料有限公司 产地: 吉林省延边州 地址: 吉林省延边州安图县二道镇白林东区通场东路2号 电话: (0433)5418002</p> <p>源自长白山, 经火山岩层层净化过滤, 味道甘甜矿物质含量均衡</p> <p>水质主要成分(单位: mg/L)</p> <table border="1"> <tr> <td>钙(Ca²⁺)</td> <td>镁(Mg²⁺)</td> <td>钾(K⁺)</td> <td>钠(Na⁺)</td> <td>溶解性总固体</td> </tr> <tr> <td>3.0~5.8</td> <td>2.1~5.4</td> <td>1.4~5.3</td> <td>4.0~12.0</td> <td>80~170</td> </tr> </table>		钙(Ca ²⁺)	镁(Mg ²⁺)	钾(K ⁺)	钠(Na ⁺)	溶解性总固体	3.0~5.8	2.1~5.4	1.4~5.3	4.0~12.0	80~170
	钙(Ca ²⁺)	镁(Mg ²⁺)	钾(K ⁺)	钠(Na ⁺)	溶解性总固体										
3.0~5.8	2.1~5.4	1.4~5.3	4.0~12.0	80~170											
오프라인 이미지															
제 품 속 성	제 품 명	백산수													
	제 조 사	생해농심식품유한회사 上海農心食品有限公司													
	원 산 지	중국													
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 백산수는 N사가 백두산을 수원지로 하여 생산한 제품으로, 중국 내수상품으로 분류됨 - Tmall 마켓에서 상시로 할인행사 - 현지조사원이 직접 방문한 매장 중 RT-Mart에서만 판매됨 													
	유통기간	24개월													
	용 량	500ml*5	500ml*12	500ml*20	2L*6										
온 라 인 가 격	JD 마켓	-	19.9위안	36.9위안	-										
	Tmall 마켓	-	44.9위안	44.9위안	42.9위안										
	Tmall 농심	29.9위안	-	53.9위안	49.9위안										
오프라인가 격	RT-Mart	3.9위안/개		8.0위안/개											

구분		제 품 6	
이 미 지	온라인 이미지	N/A	
	오프라인 이미지	N/A	N/A
제 품 속 성	제 품 명	아이시스	
	제 조 사	한국 L사	
	원 산 지	한국	
	제 품 특 성	- JD에서는 판매되지 않으며 타오바오는 개인이 운영 샵에서만 취급됨 - 현지조사원이 직접 방문한 모든 매장에서 판매되지 않음	
	유통기간	6개월	
	용 량	500ml*20	2L*6
가 격	타오바오	58-91.0위안	50.0위안

구분		제품7		
이미지	온라인 이미지			
	오프라인 이미지	N/A		N/A
제품 속성	제품명	티벳5100 빙천광천수(5100西藏冰川矿泉水)		
	제조사	티벳빙천광천수유한회사 西藏冰川矿泉水有限公司		
	원산지	중국		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 출시 초기 중국 철도부와 계약을 맺고, 고속열차에서 무료로 제공하는 마케팅을 통해 이름을 알림 - 오염이 없는 땅 티벳의 이미지를 부각시켜 깨끗한 이미지를 강조 - 현지조사원이 직접 방문한 모든 매장에서 판매되지 않음 		
	유통기간	24개월		
	용량	330ml*24	500ml*24	1.5L*12
온라인 가격	JD 티벳5100	109.0위안	149.0위안	139.0위안
	Tmall 마켓	120.0위안	149.0위안	139.0위안
	Tmall 티벳5100	178.0위안	219.0위안	198.0위안
	vip.com	118.0위안	168.0위안	139.0위안

구분		제 품 8	
이 미 지	온라인 이미지		
	오프라인 이미지		
제 품 속 성	제 품 명	농부산천 천연광천수(農夫山泉天然礦泉水)	
	제 조 사	Nongfu Spring Co.,Ltd. 農夫山泉股份有限公司	
	원 산 지	중국	
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 2015년 2월에 영유아 천연음용수, 고급 유리병 포장 음용수와 함께 출시됨 - 디자인은 영국 화가 Brett Ryder가 그린 장백산의 봄, 여름, 가을, 겨울을 테마로 각 계절을 대표하는 취수원 주변의 신비로운 야생 동물 캐릭터를 사용 - 운동 중이나 운전 시에 한 손으로도 뚜껑을 열 수 있다는 점을 홍보함 - 편리성과 저렴한 가격으로 젊은층에 매우 인기가 높음 	
	유통기간	24개월	
	용 량	400ml*24	535ml*24
온 라 인 가 격	JD 농부산천	69.9위안	75.9위안
	Tmall 마켓	-	72.0위안
	Tmall 농부산천	-	91.2위안
오프 라 인 가 격	blt, bazaar	-	4.0위안/개
	RT-Mart	-	2.7위안/개
	market place	3.2위안/개	3.8위안/개

구분		제품9			
이 미 지	온라인 이미지				
	오프라인 이미지				
제 품 속 성	제품명	Ganten 음용천연광천수(百歲山飲用天然礦泉水)			
	제조사	Shenzhen Ganten Industry Co Ltd 深圳市景田食品飲料有限公司			
	원산지	중국			
	제품특성	- 특이하고 고급스러운 포장이지만 프리미엄 제품보다 저렴한 가격으로 판매 - 다수의 오프라인 매장에서 기타 브랜드보다 많은 매대 자리를 차지			
	유통기간	12개월			
	용량	348ml*6	348ml*24	570ml*6	570ml*24
온 라 인 가 격	JD	9.3위안	40.9위안	11.9위안	48.9위안
	Tmall 마켓	9.9위안	37.5위안	11.9위안	53.0위안
	Tmall Ganten	11.6위안	43.6위안	14.6위안	55.0위안
오프 라 인 가 격	RT-Mart	10.0위안	-	2.0위안/개, 12.6위안/6개	
	bazaar, family mart	-	-	3.0위안/개	

구분		제품10		
이미지	온라인 이미지			
	오프라인 이미지			
제품속성	제품명	라오산 광천수(崂山矿泉水)		
	제조사	청도라오산광천수유한회사 青島崂山矿泉水有限公司		
	원산지	중국		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 라오산은 1900년부터 광천수를 생산한 기업이며, 2002년에 중국 생수 기업 중 가장 먼저 ISO의 9001:2000국제표준화기구 인증과 ISO의 14001환경 처리 체계 인증을 통과 - 흰색 포장 및 핑크색 포장 2가지 있으며 500ml는 핑크색, 600ml는 흰색으로만 판매 		
	유통기간	24개월		
	용량	330ml*24	500ml*24	600ml*24
온라인가격	JD라오산	55.0위안 (흰색)	-	55.0위안 (흰색)
	Tmall 라오산	56.0위안 (흰색 & 핑크색)	65.0위안 (핑크색)	59.9위안 (흰색)
오프라인가격	ole	-	4.5위안/개 (핑크색)	-



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 방법론 01. 오프라인 쇼핑물 조사

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

□ 방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사

- 프리미엄 광천수와 관련성 높은 키워드(天然矿泉水, 进口天然矿泉水, 高端矿泉水 등)로 제품 검색
- 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(TMall, JD, VIP.COM) 분석

□ 경쟁사 4개 업체 선정

- 수입 천연광천수 브랜드 2개와 최근 들어 더욱 인기가 높아진 자국 브랜드 2개를 선정함

표 5.1 주요 경쟁사

프랑스	미국	중국	
에비앙	피지	농부산천	Ganten
			

2. 경쟁사 분석

□ 에비앙

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 DANONE 그룹 소유의 세계적인 생수 브랜드임 - 세계 최초로 물을 상품화한 기업으로 고급 생수 시장에서 1등 기업의 입지를 구축함 - 프랑스의 귀족이 에비앙이라는 곳의 생수를 마시고 지병이 완쾌됐다는 제품의 탄생 배경이 포인트 			
	기업명	Sa Eaux Minerales Evian	설립년도	1970
기업정보	D-U-N-S® Number	28-176-5362	직원수	2,000명
	기업유형	Beverage Manufacturing	매출액	17억 달러
	대표번호	450848000	취급품목	soft drinks and carbonated waters
	국가	프랑스	홈페이지	www.evian.fr
	위치	11 Avenue General Dupas, Evian Les Bains, Haute Savoie, 74500, France		
	주요 제품			
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 에비앙(evian)은 초기 시장 진입 시점부터 고급화 전략에 초점을 맞춤. 공항, 커피숍, 베이커리 카페 등 타겟 소비층에 대한 접근이 용이하고, 부가 이미지를 기대할 수 있는 곳에 납품하는 전략을 구사하고 있음 - 11/11절과 12/12절뿐만 아니라 평상시에도 온라인에서 할인행사 (199-20, 399-50쿠폰) 및 사은품 행사(머그컵, 가습기, 목베개, 선물포장 등)를 진행 			

자료: www.hoovers.com, www.evian.fr

□ Fiji

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 피지 군도의 일등 수출품인 피지 생수를 생산하며, 총 60여 개국에 수출 중으로, 미국에서 가장 많이 수입되는 생수 브랜드 - 열대 우림 가장자리에 있는 지하수층에서 공급되는 물을 사용 			
	기업명	Fiji Water Company, LLC	설립년도	1996
기업정보	D-U-N-S® Number	61-571-6243	직원수	50
	기업유형	Grocery Wholesale	매출액	4,300만 달러
	대표번호	310-966-5700	취급품목	생수
	국가	미국	홈페이지	www.fijiwater.com
	위치	11444 W Olympic Blvd 2Nd Fl Los Angeles, California, 90064-1534, United States		
주요 제품				
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - Tmall에 FIJI 자체샵이 없지만 Tmall마켓이나 식품전문점 등 다양한 루트를 통해 판매 - 오프라인에서는 주로 고급호텔이나 레스토랑, 카페, 수입 마트 등을 통해 유통 - 11/11절과 12/12절뿐만 아니라 평상시에도 온라인 채널에서 할인행사 진행 			

자료: www.hoovers.com, www.fijiwater.com

□ 농부산천

기업 개요				
	- 생수, 과일 및 야채 주스 음료, 스포츠 음료 및 차 음료 등을 비롯한 음료를 생산하는 업체 - 절강 천도호(浙江千島湖), 길림장백산(吉林長白山), 호북단강구(湖北丹江口), 광둥 만록호(廣東萬綠湖), 보계 태백산(寶鷄太白山), 신장 천산마나스(新疆天山瑪納斯), 사천 아미산(四川峨眉山), 귀주 무릉산(貴州武陵山) 등 8대 수원지를 보유하고 있음			
	기업명	Nongfu Spring Co.,Ltd.	설립년도	1996
기업정보	D-U-N-S® Number	53-021-2075	직원수	2,700명
	기업유형	Beverage Manufacturing	매출액	4.83억 달러
	대표번호	57187631800	취급품목	생수 및 각종 음료
	국가	중국	홈페이지	www.nongfuspring.com
	위치	No.181, Geyazhuang, Xihu Dist. Hangzhou, Zhejiang, 310024, China		
주요 제품	 <p>천연 광천수</p>			
	 <p>과일맛 생수</p>		 <p>과일맛 스포츠 음료</p>	
	 <p>과일맛 비타민수</p>			

	 <p>과일맛 차 음료</p>	 <p>과일맛 탄산 차음료</p>	
	 <p>차 음료</p>	 <p>밀크티</p>	 <p>혼합과일 음료</p>
<p>마케팅 전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 농부산천은 초창기 광고를 통해 물맛이 달다는 이미지를 심어 주어 물맛의 차별화를 시도했으며, 이후 수원지인 천도(千島) 호수의 모습을 더해 제품의 깨끗한 이미지를 극대화함 - 또한 ‘一瓶水, 一分錢(물 한 병에 사랑 한 푼)’이라는 광고로, 판매 수익금 중 일부³⁹⁾가 농촌 학교 건립과 장학금 지원, 생활보조금 지원 등에 사용됨을 강조하면서 소비자에게 ‘이유 있는 소비’라는 점을 내세우고 있음 		

자료: www.hoovers.com, www.nongfuspring.com

39) 생수 1병당 1편 적립 : 1편은 약 1.6원

□ Ganten

기업 개요					
기업정보		<ul style="list-style-type: none"> - 중국 심천, 광주를 비롯한 10여 개 도시에서 다수의 자회사를 보유하고 있음 - 용기 제작에 캐나다 HUSKY 설비, 뚜껑 제작에 이탈리아의 SACMI 설비, 공압기에 스페인 ABC 아이비스 장비를 적용함 - 중국내륙, 홍콩, 마카오뿐만 아니라 캐나다, 싱가포르, 미국, 러시아 등 국가에서도 판매되고 있음 			
		기업명	Shenzhen Ganten Food&Beverage Co., Ltd	설립년도	1992
		D-U-N-S® Number	54-536-6627	직원수	8,000명
		기업유형	Beverage Manufacturing	매출액	60만 달러
		대표번호	0755-26788887	취급품목	광천수, 정제수, 탄산수
		국가	중국	홈페이지	ganten.com.cn
위치	2-3/F, Building 3, Gaofa Technology Park, Longzhu Industrial Zon, Shenzhen, Guangdong, 518055, China				
주요 제품					
	광천수		탄산수		
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 물 중의 귀족(水中貴族)이라고 어필 - FIVB(국제배구연맹), FIBA(국제농구연맹), 유벤투스 FC 등과 후원 계약을 맺었으며 크리스티아누 호날두를 비롯한 스포츠 스타를 통해 제품을 홍보 - 다수의 오프라인 매장에서 기타 브랜드보다 많은 매대 자리를 차지 				

자료: www.hoovers.com, ganten.com.cn

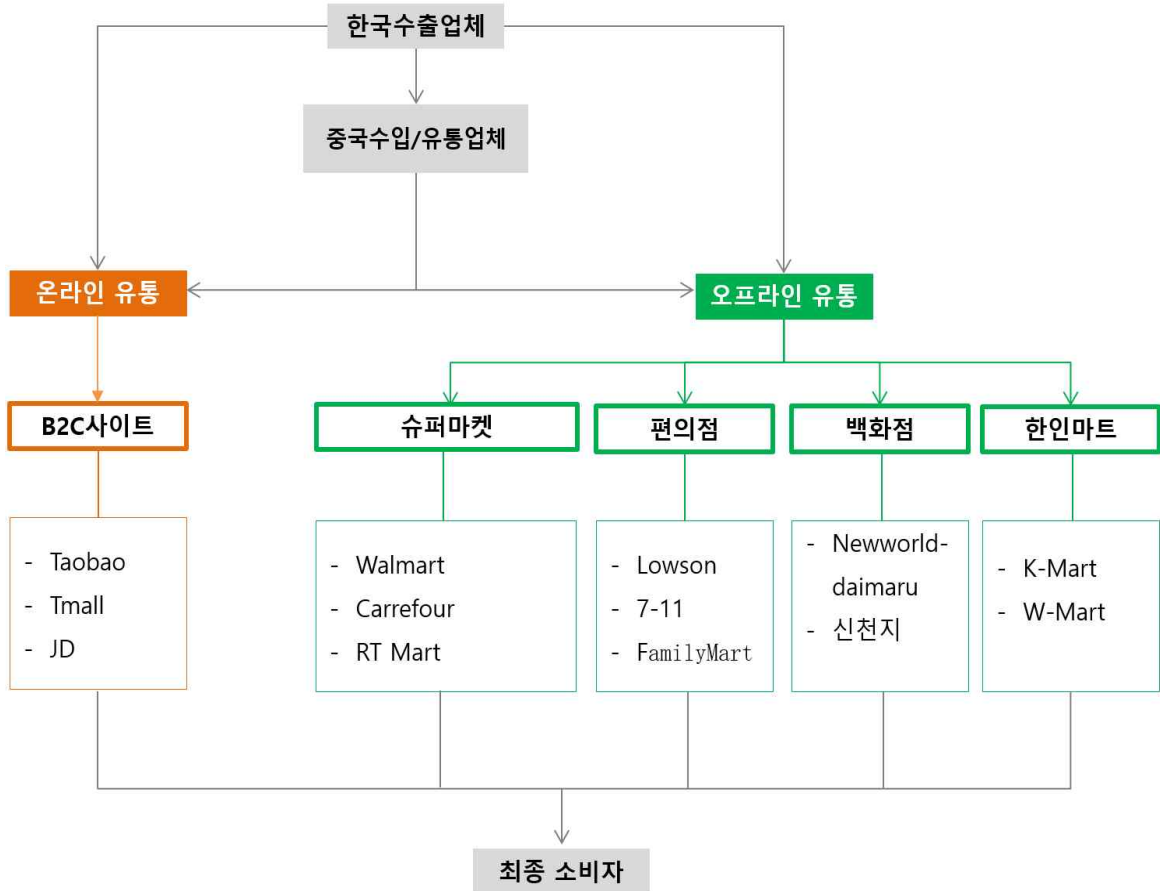


VI. 유통채널

1. 유통채널 개황
2. 중국 내 광천수의 유통
3. 주요 유통채널

1. 유통채널 현황

중국 광천수의 유통구조



1) 오프라인 유통채널

□ 식품 시장의 유통, 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 비중이 높음

- 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중이 전체 유통채널 매출액의 약 30%를 차지
 - 중국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통매장으로는 a. 중국 로컬 유통 체인인 RT-Mart(大润发), China Resources Vanguard, Yonghui(永辉), Wumart(物美) 와 b. 외국 유통 체인인 Wal-Mart, Carrefour, Lotus 등이 있음

표 6.1 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만 명, 억 달러)

채널	매장 수	종업원 수	매출액
하이퍼마켓	8,452	53.5	751.2
슈퍼마켓	33,372	42	451.1
백화점	4,987	26.3	573.0
편의점	18,588	8.4	62.1
창고형 도매점	97	1.2	38.1
전문점	118,601	90.0	293.0
할인점	540	0.2	4.4

자료: 중국국가통계국(data.stats.gov.cn)

- 수입식품을 다수 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓이 고소득층이 많은 1선 도시를 중심으로 강세를 보이고 있으며, 중·상류층의 소비자를 타깃으로 함
- 2016년 기준 중국의 주요 외국 자본 소매점 매출액 기준 1, 2, 3위를 기록한 RT Mart, Walmart, Carrefour는 매출액과 매장 수가 전년 대비 모두 증가하는 추세를 보임

표 6.2 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

순위	이름	매출액	매출액 증가율	2015년 매장 수	매장 수 증가율
1	RT Mart	13,987	4.0%	368	9.9%
2	Walmart	11,499	4.3%	439	1.6%
3	Carrefour	7,568	25.9%	319	36.3%
4	Dennis Zhenzhou	3,118	15.6%	411	39.3%
5	Metro Cash & Carry	2,893	1.0%	87	6.1%
6	Watsons	2,778	2.3%	2,929	18.0%
7	Parkson	2,489	-8.3%	53	-8.6%
8	CP Lotus	1,949	-3.7%	82	0.0%
9	Jusco	1,675	4.9%	56	3.7%

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

□ 백화점 유통채널

- 일반적으로 중간급 규모의 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있지만 고급 백화점은 식품매장을 운영하지 않는 경우가 많음
 - 식품류는 백화점보다는 대형마트 판매 비중이 압도적으로 높음
- 중국 신화통신의 보도자료에 따르면, 2016년 기준 60%를 초과하는 중국 백화점 유통업체들의 매출액이 하락
 - 중국의 경기 침체와 중국 온라인 시장의 활성화가 원인인 것으로 분석됨
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온, 오프라인 결합을 통해 신유통⁴⁰⁾을 전략 추구
 - 2016년 알리바바는 중국 최대 오프라인 유통기업인 바이리엔 백화점과 협력관계를 구축. 귀메이 백화점은 6개 카테고리에서 온·오프라인 융합을 통해 신유통 전략을 제시

□ 한인 마트를 통한 시장 확대는 제한적

- 한인 마트는 한국의 '동네 슈퍼마켓' 을 중국에 그대로 옮겨놓은 형태로 대부분 한국어 의사소통이 가능함
- 육류, 어류, 채소 등 신선식품 및 중국 현지 생산 제품은 중국 현지 도매상으로부터, 한국 수입제품은 수입도매상을 통해 공급받음
- 한국기업이 교민을 상대로 하는 시장에는 쉽게 진입할 수 있으나, 중국인들을 대상으로 하는 시장으로의 확장에는 한계 존재
 - 최근 중국인들의 이용이 증가하고 있으나, 기본적으로 교민을 대상으로 하는 한정된 시장에서 유통되기 때문에 시장 확장에 결정적인 한계가 있음

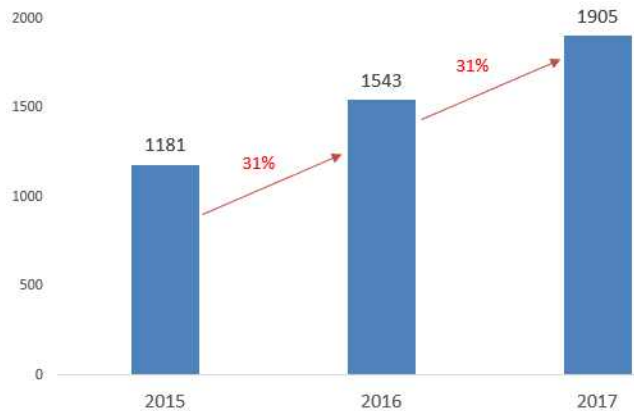
40) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

□ 고속 성장 중인 편의점 채널

- 중국 프랜차이즈 협회에 따르면 2017년 중국 내 편의점 산업은 전년 대비 23% 성장하였고, 편의점 개수가 10만 개를 돌파함
 - 편의점은 지역별 발전수준과 유사한 양상을 나타내고 있으며, 1선 도시 중 상해와 심천 지역의 발전수준이 가장 높음
 - 중국 내 편의점 브랜드는 약 260개이며, 1만 개가 넘는 점포를 소유하고 있는 MeiYiJia(美宜佳)가 중국 내 최대 편의점 브랜드임

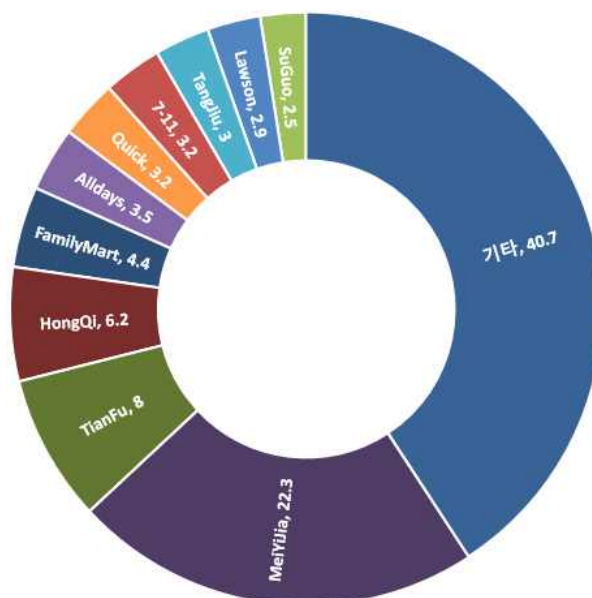
표 6.3 2017년 중국 편의점 산업 매출액 현황

(주유소 편의점 포함, 단위: 억 위안)



자료: China Chain Store & Franchise Association(www.cdfa.org.cn)

표 6.4 2017년 중국 편의점 브랜드별 점유율



자료: China Chain Store & Franchise Association(www.cdfa.org.cn)

2) 온라인 유통채널

□ 온라인 유통채널은 높은 성장세

- 높은 성장세를 보이고 있는 전자상거래 시장에서 소비자들의 농식품 구매가 빠르게 확대되고 있는 바, 진입장벽이 낮고 유통비용이 적게 들어 오프라인보다 낮은 판매가를 강점으로 삼아 빠르게 확산 중

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

- 3-10위 기업은 唯品会(VIP), 苏宁易购(Suning), 国美在线(Gome), 当当(Dangdang), 亚马逊中国(Amazon), 一号店(YHD), 聚美优品(Jumei), 拼多多(Pinduoduo)순임

표 6.5 중국의 주요 종합 쇼핑몰

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

자료: 한국무역협회 상하이사무

□ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑몰

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

표 6.6 중국의 주요 식품분야 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	我買网	COFCO I buy nets	www.womai.com	글로벌 500대 기업인 중양그룹 산하의 B2C플랫폼
2	顺丰优选	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集團)이 설립한 식품 B2C 플랫폼
3	易果生鲜	Yiguo	www.yiguo.com	중국 첫 번째 식자재 전자상거래 기업
4	天天果园	FruitDay	www.fruitday.com	과일 전자상거래 플랫폼

자료: 한국무역협회 상하이사무

2. 중국 내 광천수의 유통

□ 광천수 유통구조

- 중국의 증저가 광천수의 주요 유통채널은 대형마트와 편의점이며, 최근에는 온라인을 통한 유통 비중도 빠르게 증가하는 추세
 - 경제가 발달하지 않는 지역에는 대형 슈퍼마켓보다 동네마트가 더 많이 분포되고 있어 이를 통한 생수의 구매 비중이 높음
- 광천수의 가정소비가 증가함에 따라 대용량 광천수 배달에 대한 수요가 급증하면서 광천수 온라인 쇼핑 또한 호황
 - 편의점이 기존 슈퍼마켓을 대체하는 등 중국 소비품의 유통채널이 급격히 변화하는 상황으로, 중국 소비자는 보다 편리하고 위생적이며 대량으로 구입 가능한 광천수 상품을 선호
- 고급 광천수의 경우, 500ml 이하의 소용량 상품은 일반 편의점 및 대형 마트에서 주로 판매되지만 최근 온라인을 통한 대량 구입이 늘어나며 고소득층 고객이 많은 호텔, 고급 식당 등도 중요한 유통채널로 부상
 - 비교적 고가로 분류되는 천연광천수 및 천연수는 주로 수입마트, 호텔, 대형 슈퍼마켓을 통해 주로 유통되고 있음
 - 온라인 시장의 경우 상대적으로 가격이 낮고, 무게가 무거운 생수의 특성상 온라인 쇼핑몰을 통한 구매가 매년 증가하는 추세

3. 주요 유통채널

□ Newworld-daimaru(ole)

기업개요			
 <p>新世界大丸</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 상하이 신세계유한회사와 일본 다이마루마쓰자카야가 합작하여 설립한 백화점 - 수입상품 종류가 풍부하며, 불닭볶음면, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음 		
<p>설립연도</p>	<p>1995년</p>	<p>위치</p>	<p>No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai)</p>
<p>홈페이지</p>	<p>www.newworld-daimaru.com</p>	<p>전화</p>	<p>-</p>
<p>매장전경</p>			
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 천연광천수, 특히 수입 천연광천수를 판매하고 있으며, 프랑스, 노르웨이, 미국, 일본에서 수입한 제품이 대부분임 - 광천수 묶음제품은 취급하지 않음 - 동일한 광천수 제품을 슈퍼마켓이나 기타 백화점 지하마트보다 비싼 가격대에 판매 		

□ Bazaar By Lotus

기업개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 상하이 신천지 백화점 B2에 위치하고 있으며 총 면적이 3,200m², 수입식품 코너가 따로 마련되어 있음 - 신천지 백화점은 상해 관광지인 대한민국임시정부, 텐즈팡 등 주변에 위치하고 있으며, 중국인은 물론 한국 및 기타 국가의 관광객들도 흔히 볼 수 있음 - 수입상품 종류가 풍부하며, 술, 과자, 음료, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음 			
	설립연도	2011년	위치	Xintiandi Style B2, 245 Madang Lu, Shanghai
	홈페이지	www.cplotus.com	전화	-
매장전경				
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 천연광천수, 특히 수입 천연광천수를 판매하고 있으며, 프랑스, 미국, 일본에서 수입한 제품이 대부분임 - 광천수 묶음제품은 취급하고 있지 않지만 방문 당시 fiji 제품 1+1 행사 진행 - 동일한 광천수 제품을 슈퍼마켓보다 비싼 가격에 판매하지만, ole보다는 저렴한 수준 			

□ RT-Mart

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - RT-Mart는 1996년에 설립된 종합 대형유통매장임 - 모기업은 대만에서 직물공장을 운영하던 Runtai Group으로 1990년대 대만의 직물공장 실적이 부진해지면서 새로운 사업을 시작한 것이 RT-Mart의 시초임 - 1996년 대만에서 첫 매장 개점을 시작으로 1998년 상하이에서 Shanghai RT-Mart Co., Ltd.를 설립하여 중국시장 공략에 나섰고, 20년이 지난 현재 중국 내 394개의 매장을 운영 중 - 자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가 세일 진행, O2O 서비스 플랫폼 및 애플리케이션 운영 - 수입식품 코너가 설치되어 있으며, 많은 종류의 수입식품을 판매 중 		
	설립연도	1996년	홈페이지
매출액	약 14.5조 원(2016)	점포수	3,040개(2016)
매장전경	 		
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 천연광천수, 특히 자국산 천연광천수를 판매하고 있으며, 수입산은 프랑스 제품이 대부분임 - 광천수 묶음제품을 취급(Ganten 348ml*6) - 현지조사원이 방문한 매장 중 동일한 광천수 제품을 가장 저렴하게 판매 		

□ Tmall

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Tmall(天猫)은 중국 최대의 온라인 쇼핑몰인 알리바바(阿里巴巴)가 운영하는 전자상거래 플랫폼임 - 4억 명 이상의 회원과 7만 개 이상의 브랜드가 등록된 쇼핑몰로, 한국기업이 중국 B2C시장 진출을 위해 최우선으로 고려해야 하는 판매 채널로 보임 		
설립연도	2012년	홈페이지	www.tmall.com
홈페이지			
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 11/11절과 12/12절뿐만 아니라 중국 명절마다 판촉 행사를 진행 - 2018년 7월 10일-12일에 프리미엄 생수 판촉 행사 진행, Evian, Perrier, 농부산천, Sourcy 등이 해당 행사에 참여, 공식적인 통계 수치에 따르면 행사 첫날에만 2017년 전체 생수 행사 매출을 넘어섰으며, 이 중 Perrier 판매가 하루 평균 판매량의 33배였고, 신규 고객 거래 비중이 90%에 이름 		

□ vip.com

기업개요			
 <p>全球精选 正品特卖</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 3억 명 이상의 회원(80% 이상은 여성)을 보유 - 2018년 1, 2분기 재구매율은 각각 86%, 85%로 매우 높음 		
설립연도	2008년	홈페이지	www.vip.com
메일주소	brand@vipshop.com	주소	广州市荔湾区花海街20号
홈페이지			
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 천연광천수 제품 중 5100(다양한 용량), 터키 직수입 제품인 芳得飲用水(330ml*12/75위안)만 유통되고 있음 		

□ JD

기업개요			
	<p>- 수만 개의 브랜드, 4,020만 종류의 상품을 판매하며 가전, 휴대폰, 컴퓨터, 식품, 의류 등 13대 품목을 망라하고 있음</p>		
<p>설립연도</p>	<p>1998</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.jd.com</p>
<p>연락처</p>	<p>-</p>	<p>주소</p>	<p>北京亦庄經濟技術開發區 科創十一街18号院</p>
<p>홈페이지</p>			
<p>기타</p>	<p>- 다양한 천연광천수 브랜드가 취급되고 있으며, 브랜드 자체 샵, JD 마켓 등을 통해 유통</p>		

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28
3. 「ASIAN SPECIALITY IN CHINA」, Euromonitor International, 2018.02
4. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11
5. 「2017 중국 수입식품 소비 연구 백서」, iResearch, 2017.12.11
6. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09
7. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04
8. 「2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석」, 한국농수산식품유통공사, 2018.01
9. 「중국 저 연령층 전용 생수 인기 급증」, aT청뚜지사, 2017.06.09.

■ 참고 사이트

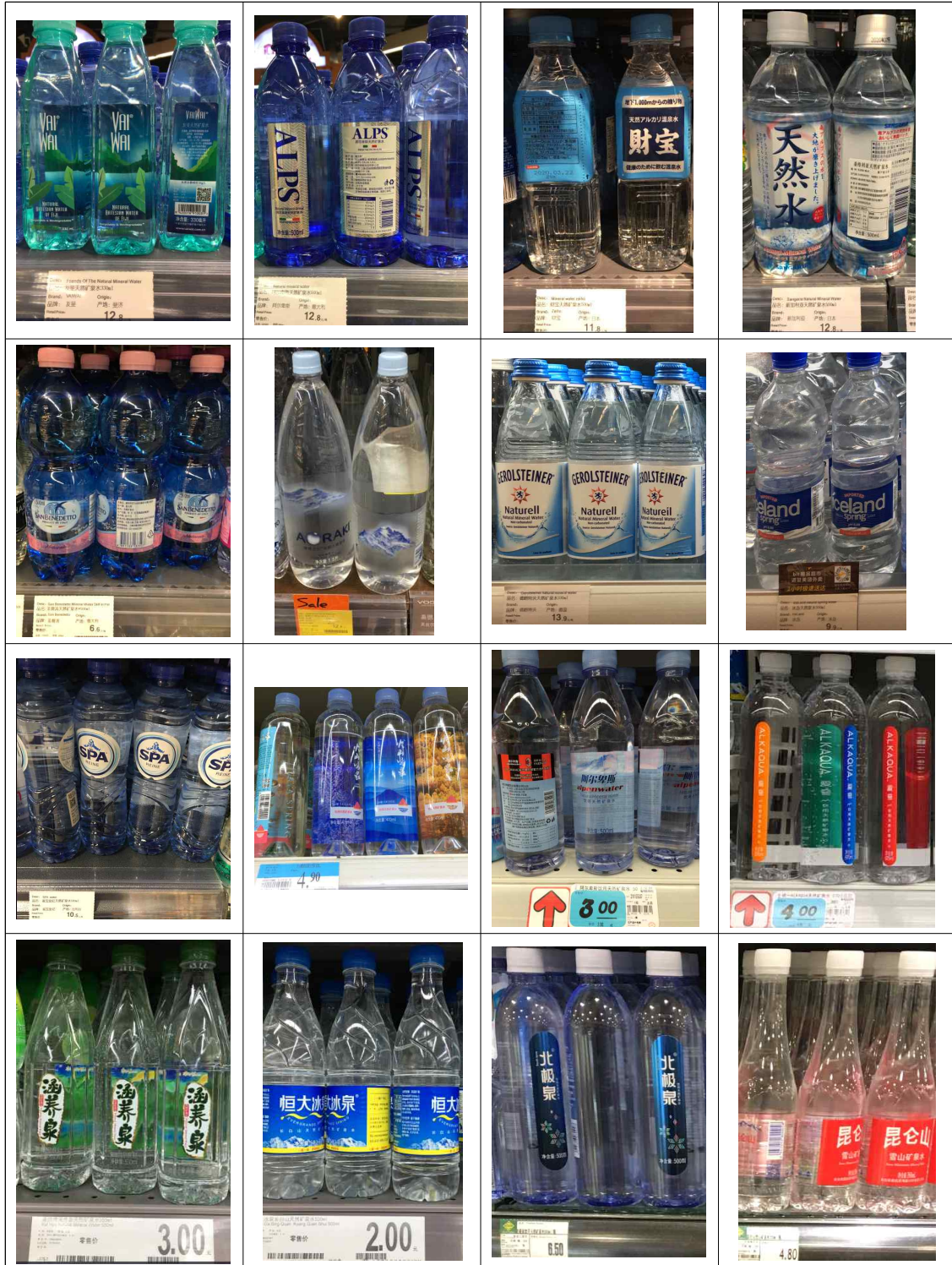
1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. 트레이드내비, www.tradenavi.or.kr
4. International Trade Centre, www.trademap.org
5. 중국해관총서, www.customs.gov.cn
6. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
7. 중화인민공화국국가질량감독검역총국(AQSIQ), www.aqsiq.gov.cn
8. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
9. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
10. 중국국가통계국(data.stats.gov.cn)
11. China Chain Store & Franchise Association(www.ccfa.org.cn)
12. www.chinapp.com
13. www.taobao.com
14. www.tmall.com
15. www.cnfood.cn/shendubaodao125724.html
16. www.sohu.com/a/223820193_244260
17. www.xinhuanet.com/food/2018-03/15/c_1122607845.htm

18. www.vip.com
19. www.jd.com
20. ganten.com.cn
21. www.kita.net
22. www.hoovers.com
23. http://nb.ifeng.com/a/20181115/7031258_0.shtml
24. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1610925247311738646&wfr=spider&for=pc>
25. finance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml
26. www.nongfuspring.com
27. www.evian.fr
28. www.fijiwater.com

[부록]

□ 10개 경쟁제품 이외에도 다양한 천연광천수 브랜드가 유통 중

오프라인 인기 천연광천수



온라인 인기 천연광천수

 <p>心意年 天猫超市</p> <p>领券满149减15 立即抢购></p> <p>¥39.90 4261人收货</p> <p>恒大冰泉长白山天然矿泉水 500ml*24瓶/箱 饮用纯净水 瓶装</p>	 <p>5折 天猫超市</p> <p>领券满149减15 立即抢购></p> <p>¥34.90 包邮 4107人收货</p> <p>天地精华天然矿泉水整箱550ml*20瓶 饮用水PK纯净水小瓶</p>	 <p>汇善谷 HUISHANGU</p> <p>天然 弱碱 易吸收</p> <p>来自天然矿泉</p> <p>复合型矿泉水 无添加更健康</p> <p>新鲜日期</p> <p>¥19.90 3965人收货</p> <p>汇善谷天然矿泉水337ml*6瓶体验装 小瓶装饮用水定制水</p>	 <p>好水养人20年</p> <p>洞庭山天然泉水</p> <p>DONGTINGSHAN MOUNTAIN</p> <p>¥35.90 2368人收货</p> <p>洞庭山天然山泉水550ml*24瓶装水饮用水小瓶整箱非矿泉水PK纯净水</p>
<p>항대빙천(恒大冰泉)</p>	<p>천지정화(天地精華)</p>	<p>회선곡(匯善谷)</p>	<p>동정산(洞庭山)</p>
 <p>FANNY FINER BAY</p> <p>源自加拿大 甄选芬尼湾</p> <p>领券拍两箱减5元</p> <p>¥69.90 2178人收货</p> <p>芬尼湾冰川进口天然饮用水500ML*12小瓶整箱矿泉水弱碱性【蓝标】</p>	 <p>心意年 天猫超市</p> <p>领券满149减15 立即抢购></p> <p>¥60.00 589人收货</p> <p>达能益力天然矿泉水整箱370ml*24瓶/箱源自天然自涌泉</p>	 <p>京东超市 白云山 天然矿泉水 550ml*20</p> <p>¥36.90</p> <p>已有3.1万+人评价</p>	 <p>¥49.80</p> <p>盼盼 上好净 矿泉水 550ml*24瓶 整箱装</p> <p>【京东水饮】新年送礼，大牌水饮</p> <p>已有3.5万+人评价</p>
<p>FINER BAY</p>	<p>익력(益力)</p>	<p>백운산(白云山)</p>	<p>판판(盼盼)</p>

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-25

품 목 : 광천수(Mineral Water)

국 가 : 중국(China)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

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

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