

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

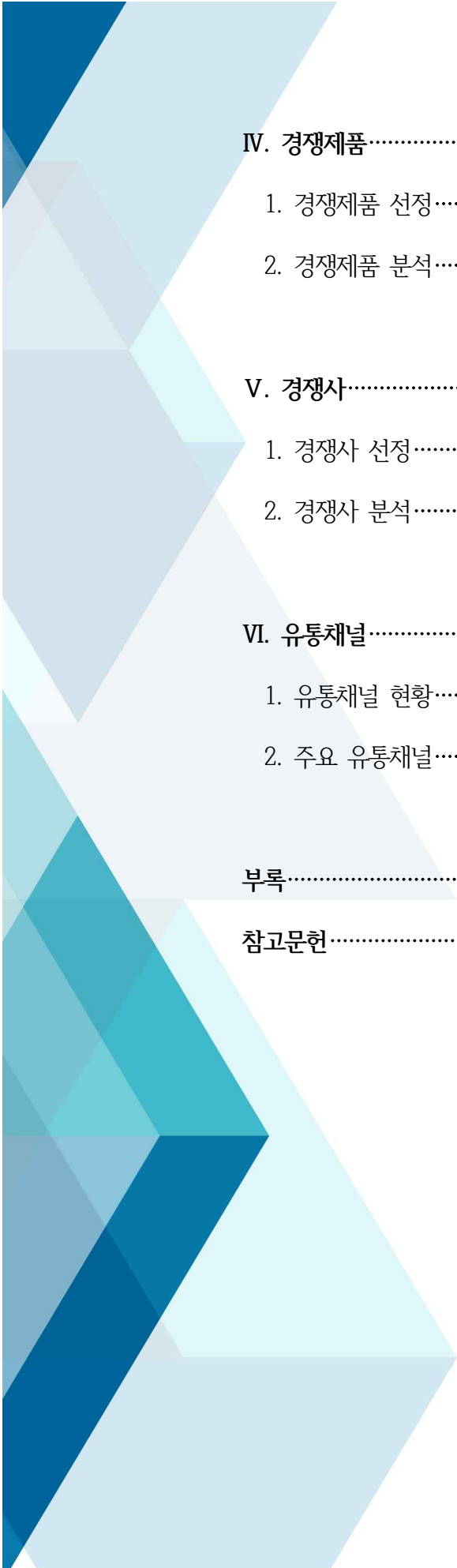
No. 1811-02

품 목 : 두유분말차(Powdered Soy Milk Tea)

국 가 : 중국(China)

# Contents

|                   |    |
|-------------------|----|
| I. 국가 정보 및 시장통계   | 04 |
| 1. 수출환경 및 경제지표    | 06 |
| 2. 두유분말 산업 현황     | 09 |
| 3. 수출입통계          | 14 |
| II. 시장 트렌드        | 16 |
| 1. 정책 이슈          | 18 |
| 2. 소비 트렌드         | 20 |
| 3. 제품 트렌드         | 21 |
| ❖ 현지 소비자 인터뷰      | 23 |
| ❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰 | 24 |
| III. 통관 및 제도      | 25 |
| 1. 통관 및 검역        | 27 |
| 2. 인증정보           | 40 |
| 3. 제출서류           | 44 |
| 4. 라벨링            | 47 |
| 5. 위생요건           | 50 |



|            |     |
|------------|-----|
| IV. 경쟁제품   | 56  |
| 1. 경쟁제품 선정 | 57  |
| 2. 경쟁제품 분석 | 58  |
| V. 경쟁사     | 82  |
| 1. 경쟁사 선정  | 83  |
| 2. 경쟁사 분석  | 84  |
| VI. 유통채널   | 89  |
| 1. 유통채널 현황 | 90  |
| 2. 주요 유통채널 | 96  |
| 부록         | 101 |
| 참고문헌       | 104 |



## 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 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, 사양산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음.

## 주요 정보

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)</li> <li>▶ 수도: 베이징</li> <li>▶ 국가원수: 시진핑 주석</li> <li>▶ 인구: 1,391백만 명(2017)</li> <li>▶ 면적: 963,4057만km<sup>2</sup>(한반도의 약 43배)</li> <li>▶ 공식어: 중국어</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이</li> <li>▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)</li> <li>▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)</li> <li>▶ 경제성장률: 6.9%(2017)</li> <li>▶ 화폐단위: 元(RMB)<sup>2)</sup></li> <li>▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)</li> </ul> |
|--|---|



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 = 165.87원(KEB 하나은행 고시기준, 2019.01.14)

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>3)</sup>

|  |     |      |
|--|-----|------|
|  | 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"> <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 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 2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록

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 측정된 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

o 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

- o 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 기획요소

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

|  |   |
|--|---|
|  | <p><b>에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>▶ <b>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</b></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>▶ <b>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, 펠푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 완전히 해체하여 검사함</b></li> <li>▶ <b>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</b></li> </ul> |
|--|---|

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



## 2. 두유분말 산업 현황

### 1) Hot Drink 시장 동향

#### □ Hot Drink 시장 규모

- 최근 3년간(2015-2017년) 중국 Hot Drink 시장의 규모는 연평균 4.8%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 1,251억 위안(약 21조 원)을 기록
  - Hot Drink 시장의 규모는 중국 소비자 생활 수준의 향상에 힘입어 꾸준한 증가세를 이어가고 있으며, 향후 3년간 더욱 빠른 성장 추세가 예상됨

표 1.2 Hot Drink 시장 규모 추이 및 전망(2015-2020년)



자료: Euromonitor International

#### □ Hot Drink 시장 카테고리별 점유율

- Hot Drink는 차, 커피, 기타 Hot Drink로 구분되며, 최근 3년간(2015-2017년) 3가지 유형은 모두 판매량이 증가하는 추세이며 향후 3년간(2018-2020년(f)에도 성장세가 지속될 전망
  - 2017년 기준 두유분말이 포함된 기타 Hot Drink<sup>4)</sup>는 전체 Hot Drink 시장의 30% 차지

- 차와 커피는 각각 전체 Hot Drink 시장의 64%, 6% 차지

표 1.3 Hot Drink 유형별 시장 규모추이 및 전망(2015-2020년)

(단위: 백만 위안)

| 구분             | 2015   | 2016   | 2017   | 2018f  | 2019f  | 2020f  |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| - 차            | 72,611 | 76,573 | 80,741 | 86,503 | 92,549 | 99,168 |
| - 기타 Hot Drink | 34,806 | 36,187 | 37,390 | 39,051 | 40,622 | 42,218 |
| - 커피           | 6,878  | 6,860  | 6,976  | 7,297  | 7,639  | 7,991  |

자료: Euromonitor International

#### □ 기타 Hot Drink 시장 유통현황

- 중국 내 유통채널별 기타 Hot Drink 매출 비중은 무점포소매점 대비 점포소매점이 압도적으로 높음
  - 최근 5년(2013~2017년) 점포소매점을 통한 기타 Hot Drink 판매 비중이 90%를 상회함
  - 무점포소매점을 통한 매출 비중은 최근 5년간 온라인 판매의 빠른 성장으로 인해 높아지고 있음
- 2017년 기준 기타 Hot Drink는 주로 슈퍼마켓(37.2%), 독립소형식품소매점(37%), 하이퍼마켓(14.4%), 온라인판매(9.7%) 등을 통해 유통되는 구조임
  - 최근 5년 간(2013-2017년) 슈퍼마켓, 독립소형식품소매점, 하이퍼마켓의 비중이 하락세를 보이는 반면 온라인 채널은 지속적으로 성장하고 있음
  - 온라인 채널 비중의 확대는 전자상거래의 활성화 외에도 온라인 쇼핑의 편리성에 대한 젊은 소비자층의 인식이 커지고 있기 때문
  - 경제가 발달하지 않는 지역에는 대형 슈퍼마켓보다 독립소형식품소매점이 더 많이 분포되어 있어 이를 통한 매출 비중이 높음

4) Other Hot Drink: 맛을 첨가한 파우더 음료와 기타 식물성 파우더 음료(물, 우유 또는 기타 액체에 타서 먹을 수 있으나 이미 병에 담긴 음료는 제외)

표 1.4 유통채널별 기타 Hot Drink 매출 비중 현황 및 추이(2013-2017년)

(단위: %)

| 구 분                     | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. 점포소매점                | 97.8  | 96.5  | 94.6  | 92.5  | 90.3  |
| ① 현대식품소매점               | 53.8  | 53.5  | 53.1  | 53.0  | 53.2  |
| - 편의점                   | 1.2   | 1.3   | 1.4   | 1.5   | 1.6   |
| - 하이퍼마켓                 | 14.4  | 14.6  | 14.6  | 14.5  | 14.4  |
| - 슈퍼마켓                  | 38.2  | 37.6  | 37.1  | 36.9  | 37.2  |
| ② 전통식품소매점               | 44.0  | 43.0  | 41.5  | 39.6  | 37.0  |
| - 독립소형식품소매점             | 44.0  | 43.0  | 41.5  | 39.6  | 37.0  |
| 2. 무점포소매점 <sup>5)</sup> | 2.2   | 3.5   | 5.4   | 7.5   | 9.7   |
| 온라인판매                   | 2.2   | 3.5   | 5.4   | 7.5   | 9.7   |
| Total                   | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료: Euromonitor International

5) 물리적 매장이 존재하지 않는 유통채널로 온라인판매와 자판기판매가 이에 해당됨

## 2) 두유분말 시장 동향

### □ 두유분말 시장 규모

- 최근 대두 분쇄 및 가공 기술의 발전으로 건강한 재료와 다양한 맛을 결합한 새로운 제품들이 출시되면서 중국 두유분말 시장은 지속적으로 성장하고 있음
- 2016년 기준 중국 두유분말 시장규모는 전년 대비 8% 성장한 75.4억 위안임

표 1.5 두유분말 시장규모 추이 및 전망(2012-2016년)



자료: 중국 산업정보([www.chyxx.com](http://www.chyxx.com))

## □ 두유분말 경쟁현황

- 1992년 설립된 VV Group이 중국 두유분말 업계의 1위 기업임
  - VV Group은 수년간 중국 민영기업 500강에 선정되었으며<sup>6)</sup>, 두유와 관련한 다양한 제품 포트폴리오와 높은 브랜드 인지도를 보유하고 있음. 고 칼슘 및 저 당의 웰빙 두유분말 제품 개발에 주력해옴
  - 치열한 경쟁으로 인한 시장 점유율 하락에 대응하기 위해 2017년 젊은층을 타깃팅한 액체 두유 제품을 출시
- 2017년 Yon Ho는 중국 두유분말 업계 내 가장 높은 성장세를 기록했음
  - Yon Ho는 1982년 대만에서 설립되었으며, 1995년 중국 내륙 시장에 진출한 두유제품 전문기업임
  - Yon Ho는 두유분말 제품 외에 중국 전역에 걸쳐 약 500개 두유 식당 프랜차이즈(永和豆浆<sup>7)</sup>)를 운영하고 있음
  - 2017년에 Yon Ho는 무한, 장샤, 하문, 천주, 허페이 등에 소재한 50개 대학 캠퍼스에서 두유 시음 행사를 개최하여 젊은층의 관심을 이끌어냄
  - 또한 자사 두유분말에 특화된 영양가 높은 아침 식사 조리법을 제공함으로써 건강을 챙기려는 통근족의 큰 호응을 얻음

표 1.6 두유분말 시장 상위 브랜드

| 순위 | 브랜드명          | 업체명  |
|----|---------------|--|
| 1  | Wei Wei(維維)   | VV Group                                     |
| 2  | Yon Ho(永和)    | Yon Ho Food Group                            |
| 3  | Black Cow(黑牛) | Black Cow Food Co Ltd                        |
| 4  | Bingquan(冰泉)  | Wuzhou Bingquan Industry Shareholding Co Ltd |
| 5  | Longwang(龍王)  | Heilongjiang Nongken Longwang Food Co Ltd    |

6) [http://www.vvgroup.com/group/post\\_play.php?id=1978](http://www.vvgroup.com/group/post_play.php?id=1978)

7) 豆浆、油条를 주로 제공함

### 3. 수출입통계

#### 1) 통계분석 기준 설정

##### □ 두유분말 통계 기준 설정

- 두유분말의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정함<sup>8)</sup>

##### □ 중국 두유분말 HS CODE

- 두유분말은 대두(백태)와 서리태 등의 곡물과 기타 물품을 분쇄하여 가공한 식품으로 물이나 우유의 용매와 혼합하여 음용이 가능한 식품이며, 한국의 경우 관세율표상 두유분말에 대한 특계된 세번은 존재하지 않으며 기타 곡물의 가루제품으로 보아 제 1901.90.9099호로 분류함
- 중국의 경우에도 두유분말에 대한 특계된 세번이 존재하지 않아 기타 곡물의 가루제품(제 1901.90.00호)으로 분류함

표 1.7 두유분말 국가별 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE      | 품명  |
|----|--------------|---|
| 한국 | 1901         | 맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품 [코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다] |
|    | 1901.90      | 기타  |
|    | 1901.90.9099 | 기타  |
| 중국 | 1901         | 맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량  |

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

|            |  |
|------------|--|
|            | 의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다, 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품 [코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다] |
| 1901.90.00 | 기타   |

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

표 1.8 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/getBuRyuList.po |
|         | 중국 해관총서      | www.customs.gov.cn                        |

## 2) 통계자료 확인

### □ 두유분말 수출입 통계

- 한국과 중국 모두 두유분말을 별도로 구분하여 통계자료를 입력한 HS CODE가 없으므로 자료 자료 추출 및 분석을 생략함
  - 한국 1901.90.9099 분류를 통해 두유분말만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨
  - 중국 1901.90.00 분류를 통해 두유분말만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨



## II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드



## 시장 트렌드 개요

### 1. 정책 이슈

- ❖ 2018년 7월 1일부터 두유분말 수입 관세율 인하
- ❖ 대두류 제품 중 유전자 변형 대두를 사용할 경우 반드시 표시

### 2. 소비 트렌드

- ❖ 두유 섭취 습관, 아침 식사 대용

### 3. 제품 트렌드

- ❖ 두유분말 제품은 여성, 노인, 어린이 등을 각각 타겟팅 함
- ❖ 젊은층을 겨냥한 깔끔한 스틱형 디자인의 두유분말 제품이 연이어 출시
- ❖ [현지 소비자 인터뷰]
- ❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

# 1. 정책 이슈

## □ 2018년 7월 1일부터 두유분말 수입 관세율 인하<sup>9)</sup>

- 2018년 5월 중국 국무원 관세세칙위원회는 《일반 소비자품 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 소비자품
  - 두유분말의 최혜국세율은 기존 15.2%에서 5%로 인하

## □ 대두류 제품 중 유전자 변형 대두를 사용할 경우 반드시 표시

- 중국은 2002년 3월부터 유전자변형생물에 대하여 표시제도를 시행하도록 하는 <농업 유전자변형 생물 표시 관리 방법(农业转基因生物标识管理办法)>에 의거하여 유전자변형 단백질 잔류 여부와 상관없이 모든 유전자변형식품에 대하여 유전자변형식품 여부를 표시하도록 의무화함
- 또한 <포장식품라벨통칙(预包装食品标签通则), GB7718-2011>에 따르면 가공식품 중 유전자 변형 제품이 포함될 경우 반드시 표기해야 함
  - 라벨에는 유전자 변형 성분의 이름이 명시되어야 하며, 판매 지역에 대한 제한이 있는 경우 판매될 지역을 표기하고 반드시 지정된 지역에서만 판매하여야 함
  - 또한 포장지에 유전자변형 표시가 어려운 경우에도(예를 들어 패스트푸드 레스토랑이나 소매점의 경우), 가격표, 별도의 유전자변형 태그(tag) 또는 포장 외부에 특별 식별을 통하여 유전자 변형 식품임을 표기하여야 함
- 대두 류 제품 중 반드시 표시해야 하는 제품은 대두 씨앗, 대두분말, 대두유, 대두박 등이 있음
- 유전자 변형 식품에 대한 거센 논란으로 식품 구매 시 소비자는 유전자 변형 식품 여부에 대해 매우 민감한 반응을 보임

9) [finance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml](http://finance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml)

- 현재 시장에서 유통 중인 두유분말 제품은 대부분 제품 성분표에 비유전자변형 (non-GMO) 대두로 생산되었음을 강조하고 있음

그림 2.1 중국 내 판매 중인 두유분말 제품의 비유전자변형(non-GMO) 표시

|   |  |
|---|--|
|  | <p>产品名称: AD高钙豆奶粉</p> <p>产品规格: 1.02千克内含34小包</p> <p>产品配料: 大豆(非转基因)、白砂糖、麦芽糖浆、果葡糖浆、全脂奶粉、花生油、碳酸钙、食用盐、维生素A、维生素D、食品用香精。</p> <p>保质期: 12个月</p> <p>生产日期: 见外包装(日期不断更新中)</p> <p>储存方法: 阴凉, 干燥、常温处。每次饮用后及时将袋口封严, 防止吸潮。</p> |
|---|--|

## 2. 소비 트렌드

### □ 두유 섭취 습관, 아침 식사 대응

- 중국인들은 예로부터 콩물을 자체로 끓여 마시는 습관이 있어 KFC, 맥도날드, 옹허따왕 등 다양한 외식 프랜차이즈에서 두유가 판매되고 있음
  - 프랜차이즈에서 두유를 아침 식사 메뉴로 출시하였으며, 두유를 찾는 소비자가 많아지면서 최근에는 시간대에 관계없이 제공하고 있음
- 대부분 가정은 아침 식사용으로 집에서 직접 두유를 제조함
  - 집에서 직접 만든 두유가 더 위생적이라는 의식이 확대되면서 두유 제조기는 생활 필수품으로 여겨지고 있으며, 가격이 저렴하여 많이 판매되고 있음
- 또한 아침 식사를 간편하게 만들기 위해 두유분말을 뜨거운 말에 타서 바로 섭취하는 경우도 일반적임
- 이처럼 중국 소비자는 두유의 영양가에 대해 잘 알고 있으며, 두유에 대한 소비습관이 보편적으로 형성되었기 때문에 쉽게 받아들일 수 있는 품목임
  - 이 같은 인식과 중국인의 소비 수준 향상은 수출업체에 유리한 요소로 판단됨

표 2.1 외식 프랜차이즈에 판매한 두유 메뉴

|  |  |   |
|--|--|---|
|  <p>7月19日</p> |  <p>满分挺你拿下每一天</p> <p>优品豆浆</p> <p>#满分挺你#</p> <p>限时6元</p> |  <p>送豆浆券</p> <p>大王香菇肉饭+大王非矾油条+现磨豆浆=20</p> <p>永和大王</p> |
| KFC  | 맥도날드   | 옹허따왕  |

### 3. 제품 트렌드

□ **두유분말 제품은 여성, 노인, 어린이 등을 각각 타겟팅 함**

- 두유분말 업체들이 연령대별 특화된 제품을 제공하는 것이 중국 두유분말 시장의 가장 큰 특징임
  - 각 연령대에 적합한 유명인을 광고 모델로 선정하며, 해당 연령층에 최적화된 영양 배합이 건강에 좋다는 점을 홍보
- 예를 들어 Bingquan는 자사의 여성 두유분말 제품(女人豆浆)이 풍부한 칼슘, 아연, 철분, 비타민을 함유하여 여성 건강에 좋고, 제품에 첨가된 섬유 성분이 소화를 촉진하여 몸매 관리에 도움이 된다는 점을 부각
  - Bingquan는 위와 같은 여성 두유분말 제품의 이미지를 강화시키기 위해 중국 발레단 전용 음료라는 메시지를 제품 패키징을 통해 어필

표 2.2 각 연령대를 타겟팅한 두유분말 제품

|                    |                    |                   |
|--------------------|--------------------|-------------------|
|                    |                    |                   |
| <p>중노년 두유분말 제품</p> | <p>어린이 두유분말 제품</p> | <p>여성 두유분말 제품</p> |

□ **젊은층을 겨냥한 깔끔한 스틱형 디자인 두유분말 제품이 연이어 출시**





- 전통적인 두유분말 제품은 주로 투명하거나 단순한 패턴의 디자인이 적용된 사각형 소포장 형태임
  - 이들 제품은 온·오프라인에서 모두 유통되고 있으며, 온라인의 가격대가 오프라

인보다 비교적 저렴



- 건강에 대한 관심이 높아지면서 식사 대용으로 두유분말 제품을 구매하는 젊은층이 증가함에 따라 다수의 업체에서 이들을 겨냥한 프리미엄 제품을 출시
  - 이들 프리미엄 제품의 소포장은 더욱 위생적이고 휴대하기 편리한 스틱형 디자인이 적용되었으며, 온라인을 위주로 유통됨
- 최근 들어 전통적인 두유분말 업체들도 젊은층의 호응을 얻기 위한 새로운 포장 개발에 관심과 노력을 기울이고 있음

| 전통적인 두유분말의 소포장   | 최근 출시한 두유분말의 소포장  |
|--|---|
|  |  |

❖ [현지 소비자 인터뷰]

| 구분                           | 소비자   |   |  |   |
|------------------------------|---|---|--|---|
|                              | <br><20대 중반> | <br><30대 중반> | <br><50대 후반> | <br><30대 중반> |
| Q1: 두유분말 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까? | 맛, 건강, 브랜드  | 건강, 영양성분<br>두유분말보다<br>두유를 더 선호  | 가격, 브랜드,<br>성분   | 가격, 브랜드   |
| Q2: 한국산 두유분말을 구입한 경험이 있습니까?  | 아니요, 그러나<br>있으면 시도해보고<br>싶음   | 아니요   | 아니요  | 아니요   |
| Q3: 한국산 두유분말을 구매할 의사가 있습니까?? | 네, 개인적으로<br>포장 디자인에<br>관심이 많은 편으로,<br>한국 제품이면 디자인이<br>예쁠 것 같아 가격이 너무<br>비싸지 않다면 구매 의사가<br>있음  | 아니요   | 아니요, 한국 제품을<br>되도록 구매하지 않으려고<br>함  | 네, 가격이 너무<br>비싸지 않다면 구매 의사가<br>있음   |
| Q4: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?     | VV, Soyspring,  | VV  | VV, Soyspring,<br>Yonho  | VV, Yonho   |

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

| 구분                                    | 유통채널 담당자  |  |
|---------------------------------------|---|--|
|                                       | <br><Bazaar 매니저> | <br><RT-Mart 매니저> |
| <b>Q1: 두유분말 시장 트렌드</b>                | 최근 젊은 세대를 중심으로 건강에 대한 관심이 높아지면서 전통적 식사 외에 시리얼, 선식 등의 수요도 늘어나고 있음                                  | 최근 두유분말에 비해 두유의 판매실적이 좋은 편. 먹기가 편리하고 새로운 상품이 더 많이 출시되기   |
| <b>Q2: 수입 두유분말의 주요 타깃층 및 주요 구매 계층</b> | 젊은 여성층  | 주요 소비층은 부유층과 젊은층   |
| <b>Q3: 제품 납품 희망 시, 조언 사항</b>          | 먹기에 편리하고 영양가 높은 제품이면 매력적일 것이라 생각함. 젊은층은 시각적인 요소도 중요하게 여기기 때문에 포장, 모양 등을 고려한 부가적인 마케팅도 필요해 보임      | 최근 한국제품의 전반적인 판매량이 이전 대비 많이 감소하여 구체적인 제품 사양을 보고 검토할 계획임  |





### Ⅲ. 통관 및 제도

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

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 중국 두유분말 HS CODE 및 관세율<sup>10)</sup>

| HS CODE    | 품명 | 관세율  |
|------------|----|--|
| 1901.90.00 | 기타 | 잠정세율 <sup>11)</sup> : 5%<br>한-중 FTA협정세율: 7.3%<br>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                  |

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

11) MFN 관세율이 적용되는 세율 중 잠정세율이 있는 경우 MFN세율에 우선하여 적용됨. 1901.90.00호의 MFN 관세율은 10%이나 잠정세율이 5%임으로 잠정세율이 적용될 수 있음.

# 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<br>-인보이스<br>-물품 계약서<br>-선하증권            | 선하증권 등 운송서류는 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통하여 수취 가능하며 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함 | 중국<br>해관<br>및<br>CIQ<br>제출용 | 선적 전 구비 완료, 사본/원본 송부                 |
| 원산지증명서   | 대한상공회의소 - 일반/특혜(FTA) 원산지증명서<br>관세청 - 특혜(FTA) 원산지증명서                  |                             | 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 <sup>12)</sup> 수출자 등록                      | 등록시스템에서 수출자 등록   |                             | -                                    |
| 동/식물 검역증                                       | 농림축산검역본부(필요한 경우)   | CIQ<br>제출용                  | -                                    |
| -성분배합 비율표<br>-제조공정도<br>-외 포장지 라벨 번역본<br>및 중문라벨 | 수출기업이 직접 작성하여 제출하여야 함  |                             | -                                    |

12) 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 CIQ<sup>13)</sup>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 | <a href="http://ire.eciq.cn">http://ire.eciq.cn</a> |
| 기재내용   | 기업영문명, 주소, 연락처 담당자명 등                               |

13) 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 입국화물검역증명서<sup>14)</sup>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

---

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



## 2) 관세율 정보<sup>15)</sup>

### □ 중국 두유분말 HS CODE 및 관세율

| HS CODE    | 품명  | 관세율   |
|------------|---|---|
| 1901       | 맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품 [코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정한 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정한 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다] | -   |
| 1901.90.00 | 기타  | 최혜국대우세율: 5%<br>한-중 FTA세율: 16% <sup>16)</sup><br>증치세율: 16% |

- 중국의 경우 두유분말의 잠정세율(5%)을 적용하는 것이 한-중 FTA 협정세율(7.3%)를 적용하는 것보다 유리함
  - 그러나 한-중 FTA 협정세율은 양허유형 ‘15’에 해당되어 관세율이 매년 균등 철폐됨. 이에 따라 2022년 4.6%이기 때문에 2022년 1월 1일 이후에는 원산지 결정기준과 직접은송원칙을 충족하여 특혜원산지증명서를 발급받아 한-중FTA 협정세율을 적용받는 것이 유리함
- 중국의 경우 수입물품에 부가가치세인 증치세가 부과됨. 증치세율은 16%이며 증치세 계산 산식은 다음과 같음

$$\text{증치세액} = (\text{CIF 금액}^{17}) + \text{수입 관세액} + \text{소비세액} ) * \text{증치세율 } 16\%$$

15) 출처: 트레이드네비. 한-중FTA 협정문, 중국해관총서

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

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



❖ 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

그림 3.2 중국 현지 적용관세율 안내 예시

The screenshot shows the '中国自由贸易区服务网' (China FTA Network) website. The search results for a product from Korea (原产地: 韩国) to China (目的地: 中国) are displayed. The product code is 1901. The tax rate information is as follows:

| 年   | 税率 (%) |
|-----|--------|
| MFN | 10     |

Additional information from the screenshot:

- 原产地: 韩国
- 目的地: 中国
- 商品编码及描述: 1901: 麦精: 细粉、粗粒、粗粉、淀粉或麦精制的其他税目未列名的食品, 不含可可或按重量计全脱脂可可含量低于40%; 税目04.01至04.04所列货品制的其他税目未列名的食品, 不含可可或按重量计全脱脂可可含量低于3%;
- 1901.90.00: 其他
- 协定税率: 7.3 % CIF (中国-韩国自由贸易协定)
- (MFN) 最惠国税率: 5.0 % CIF
- 一般税率: 80.0 % CIF

홈페이지 주소 : <http://fta.mofcom.gov.cn/ftanew/taxSearch.shtml>

### 3) FTA 정보<sup>18)</sup>

□ 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<br>대한상공회의소                                      | 한-중 FTA는 기관발급 대상임                         |
| 필요서류 | 수출신고필증<br>인보이스<br>패킹리스트<br>원산지판정 증빙자료<br>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         |

18) 자료 : 관세청 FTA 포털 및 한-중 FTA 협정문

❖ 한-중 FTA 원산지증명서 양식

**ORIGINAL**

|   |                                  |  |                             |  |  |                                |
|---|----------------------------------|--|-----------------------------|--|--|--------------------------------|
| 1. Exporter's name and address, country:<br>THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY<br>30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA   |                                  | Certificate No.: 001-16-0000370<br>Certificate Code: 78a3-ods2   |                             |  |  |                                |
| 2. Producer's name and address, country:<br>THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY<br>30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA   |                                  | <b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b><br>Form for Korea-China FTA<br><br>Issued in <u>THE REPUBLIC OF KOREA</u> .<br>(see Overleaf Instruction) |                             |  |  |                                |
| 3. Consignee's name and address, country:<br>THE SEOUL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY<br>30, Sejong-daero, Jung-gu, SEOUL, KOREA  |                                  |  |                             |  |  |                                |
| 4. Means of transport and route (as far as known):<br>Departure Date: 07 APR, 2016<br>Vessel/Flight/Train/Vehicle No: 518<br>Port of loading: HESAN PORT, KOREA<br>Port of discharge: SHANGHAI PORT, CHINA  |                                  | 5. Remarks:<br>Remarks   |                             |  |  |                                |
| 6. Item number (Max 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   | 11. Gross weight, quantity (Quantity limit or other measures (litre, m, etc.)) | 12. Number and date of invoice |
| 1   | MARK 08<br>SYMBOL 11/53          | etc. goods<br>3 00 4 PC 5 000 7 000<br>etc.  | 9021.90.2432                | RP   | 7 120  | 16001-cs04<br>2016-04-07       |
| ////  | //////////                       | //////////   | //////////                  | //////////   | //////////   | //////////                     |
| End Of Page --  |                                  |  |                             |  |  |                                |
| 13. Declaration by the exporter:<br>The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct, that all the goods were produced in<br><u>THE REPUBLIC OF KOREA</u><br>.....<br>(Country)<br>and that they comply with the origin requirements specified in the FTA for the goods exported to<br><u>PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA</u><br>.....<br>(Importing Country)<br>SEOUL KOREA 08 APR 2016 <i>K. D. Hong</i><br>.....<br>Place and date, signature of authorized signatory |                                  |  |                             | 14. Certification:<br>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.<br><br>08 APR 2016<br><br><i>Hong</i><br>.....<br>Manager<br>HONG GIL DONG<br>.....<br>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<br>(2012기준) | PSR 설명  |
|---------------------|---|
| 1901.90.00          | 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것 (CC: Change of Chapter) <sup>19)</sup> |

- o 제 12류의 대두 등을 마쇄 등의 가공을 하여 제조한 식품으로(19류) 제조한 국가가 원산지 지위를 획득함

19) 2단위호 변경기준(Change of Chapter)이란, 수출물품에 투입되는 원재료의 HS CODE가 제21류가 아닌 다른 류로부터 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 시행<sup>20)</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 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       |

20) 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, 전체 대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체 대비 20%)
  - 한국을 제외한 4개 경쟁국 가운데 일본이 전체 907건으로 2017년 가장 많은 통관 거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 3.4 2017년 거부사유별 통관거부사례<sup>21)</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)

### □ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행<sup>22)</sup>

- 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

21) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

22) 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 강화<sup>23)</sup>

- 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 국가표준<sup>24)</sup>을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역 항목을 확인하여야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관 거부당하지 않도록 하여야 함


23) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

24) 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

|             |   |
|-------------|---|
| <b>SC인증</b> |    |
| 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/검시기관     | 중국 국가품질감독검험검역총국   |
| 성격          | 권장  |
| 제출서류        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품생산허가신청서</li> <li>- 영업허가증 사본</li> <li>- 식품 생산 가공 평면도</li> <li>- 식품 생산 주요설비 및 시설 목록 등</li> </ul>   |
| 소요기간        | 70일 이내  |
| 유효기관        | 5년  |
| 발급절차        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) SC 인증신청서 제출</li> <li>2) 서류심사             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사</li> </ul> </li> <li>3) 현장조사             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시</li> <li>- 현장조사팀은 현장조사 시작일로부터 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국에 제출하여야 함</li> </ul> </li> <li>4) SC 인증서 발급             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 한하여 발급함</li> </ul> </li> </ol> |



□ 중국 유기농 제품 인증<sup>25)</sup>(권장)

- 인증기관이 유기제품의 중국표준과 ‘유기제품인증관리방법’의 규정에 따라 유기 제품<sup>26)</sup>의 생산 및 가공과정에 대하여 평가 심사하는 활동을 의미하며, 곡물, 채소, 과일, 유제품, 축산물, 벌꿀, 수산물, 조미료, 가공사료, 가공식품 및 가공섬유직물류 등이 포함됨


|   |  |
|---|--|
| <p><b>유기인증</b></p>  |  |
| 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<br>중국 인증인가관리감독위원회<br>출입국검험검역기구   |
| 성격  | 권장   |
| 제출서류  | - 유기제품 인증 조사표<br>- 유기제품 생산관리 기준서<br>- 인증 신청서<br>- 유기제품 생산계획서<br>- 기 취득한 유기인증서 등                            |
| 소요기간  | 최소 6개월(평균 24개월-36개월)   |
| 유효기간  | 1년   |
| 발급절차  | 1) 신청서류 제출<br>2) 서류심사<br>3) 현장조사 + 제품 테스트<br>4) 최종평가<br>5) 인증서 발급<br>6) 유기마크 및 판매증 발급                      |

25) 자료 : 대외경제정책연구원 중국 전문가 포럼 :

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


26) 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)<sup>27)</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        | 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<br>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 |

27) 한국품질보증원([www.kqa.co.kr](http://www.kqa.co.kr)), NQA([www.nqa.com](http://www.nqa.com)), Biz Care([biz-care.kr](http://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 <sup>28)</sup>  |  |
| 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   |  |
| 유효기간    | 3년(유효기간 이내 재심사 신청해야함)   |  |
| 인증절차    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템 수립을 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 개선 조치</li> </ol> |  |
| 이점      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전성 향상</li> <li>- 식품 안전성 지속</li> <li>- 제품 경쟁력 확보</li> <li>- 국제 인증 규격임</li> </ul>  |  |

28) 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](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 보관단<sup>29</sup>(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)<br>青岛大港  |                                | 进口日期<br>20170830         |    | 申报日期<br>20170906      |                      |
| 消费使用单位   |             | 运输方式 (2)<br>水路运输     |                                | 运输工具名称                   |    | 提单号                   |                      |
| 申报单位   |             | 监管方式<br>一般贸易         |                                | 贸易国别 (101)<br>一般征税       |    | 备案号                   |                      |
| 启运国 (地区) (122)<br>韩国   |             | 启运国 (地区) (132)<br>韩国 |                                | 装运港 (1402)<br>仁川         |    | 境内目的地 (31029)<br>青岛其他 |                      |
| 许可证号   |             | 成交方式 (3)<br>FOB      |                                | 运费<br>502/480/3          |    | 保费<br>000/0.3/1       |                      |
| 合同协议号  |             | 件数<br>200            |                                | 包装种类 (2)<br>纸箱           |    | 毛重 (千克)<br>2900       |                      |
| 集装箱号   |             | 申报单证 入境货物报关单         |                                |                          |    |                       |                      |
| 标记唛码及备注<br>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<br>2100千克 (132)<br>200箱 | 目的国: 中国                  |    |                       | (502) 附单征税<br>美元 (L) |
| 特殊关系确认: <input checked="" type="checkbox"/> 价格影响确认: <input checked="" type="checkbox"/> 与货物有关的特许使用费支付确认: <input checked="" type="checkbox"/> |             |                      |                                |                          |    |                       |                      |
| 录入员<br>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)             |                                |                          |    |                       |                      |

29) 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 35cm<sup>2</sup>보다 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: 접수기관<sup>30)</sup>(10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)
- 심의비용: 식품 종류당 약 300위안

|  |   |
|--|---|
| - 수입 식품라벨 심의 신청서                                 | - 생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)                |
| - 식품라벨의 설명 및 사용증명자료                              | - 컬러 프린트한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출) |
| - 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료                           | - 식품 견본   |
| - 식품생산공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법 | - 수출국의 식품라벨에 관한 규정                                      |
| - 안전성 여부의 평가자료                                   | - 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출                              |
| - 작용효능성분, 상관 증명자료 및 검험방법                         |   |

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

□ 중국 포장 식품 라벨링 필수 표기 사항

표 3.5 라벨링 상세 표기사항

| 구분             | 세부 사항   |
|----------------|---|
| 제품명            | - 구체적인 명칭을 사용해 포장 용기의 주 표시면에 표기<br>- 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재  |
| 원재료            | - 제품에 포함된 모든 원료를 투입량이 많은 순서에 따라 배열<br>- 식용할 수 있는 포장물(식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등)도 표시<br>- 열량, 핵심영양소의 함량 및 영양소기준치(NRV)에서 차지한 백분비 기재 |
| 내용량            | - 동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재<br>- 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<br>- 포장용기 위 지정된 공간에 표기<br>- 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<br>- 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기<br>- 영양성분표<br>- 제품에 해당하는 품질 등급      |
| 두유분말 추가 표기사항   | - 제품명칭은 GB/T 18738-2006에 규정한 제품 정의에 따라 표시<br>- 제품유형은 GB/T 18738-2006에 규정한 제품 유형에 따라 표시 (예: XX類XX型)                              |

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



□ 라벨링 예시

그림 3.3 중국에서 판매 중인 두유분말



자료: 현지조사원(사진촬영일: 2018.12.15)

## 5. 위생요건

### □ 두유분말 국가표준

- 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>31)</sup>
- 두유분말의 경우, 2006년부터 시행한 <식품안전국가표준-인스턴트 대두 분말 및 두유분말(速溶豆粉和豆奶粉), GB/T 18738-2006)>의 규정을 적용할 수 있음<sup>32)</sup>
- <식품안전국가표준-인스턴트 대두 분말 및 두유분말(速溶豆粉和豆奶粉), GB/T 18738-2006)>는 두유분말에 대한 제품 정의, 분류, 원료 규정, 감각적 요구사항, 물리적 및 화학적 요구사항, 기타 위생요건 및 라벨링 규정 등을 명시하고 있음

### □ 제품 정의

- GB/T 18738-2006를 적용 가능한 제품은 인스턴트 대두 분말과 두유분말이며 제품 정의는 아래와 같음
  - 인스턴트 대두 분말(速溶豆粉, instant soy milk powder): 콩을 주원료로, 펄프, 가열을 통한 효소 제거(加热灭酶), 농축, 분무 건조를 걸쳐 만들어진 가루 또는 미립자 형태의 식품
  - 두유분말(豆奶粉, soy milk with dairy product powder): 콩과 유제품을 주원료로, 펄프, 가열을 통한 효소 제거(加热灭酶), 농축, 분무 건조를 걸쳐 만들어진 가루 또는 미립자 형태의 식품

### □ 제품 유형

- GB/T 18738-2006를 적용 가능한 제품은 제조공정에 따라 두 가지 유형으로 나눔
  - I 류: 콩을 펄프하고 찌꺼기를 제거한 후, 설탕을 넣거나 넣지 않고 생유(또는 유분) 및 기타 부재료를 첨가하거나 첨가하지 않고, 열을 가해 효소 없앴, 농축, 분무 건조를 걸쳐 만들어진 제품(大豆经磨浆, 去渣, 加人或不加人白砂糖, 添加或

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

32) GB/T 18738-2006는 권장표준이지만 시장에서 유통 중인 대부분의 두유분말 제품이 본 표준을 적용하고 있음. 두유분말 제품은 본 표준을 적용하는 동시에 부록 <식품 안전 국가표준-음료(GB 7101-2015)>의 규정을 위반해서는 안 됨

不添加鲜乳(或乳粉)及其他辅料, 加热灭酶, 浓缩, 喷雾干燥而制成的产品)

- II류: 콩을 펄프한 후, 설탕을 넣거나 넣지 않고 생유(또는 유분) 및 기타 부재료를 첨가하거나 첨가하지 않고, 열을 가해 효소 없앰, 분무 건조를 걸쳐 만들어진 제품(大豆经磨浆, 加或不加人白砂糖, 添加或不添加鲜乳(或乳粉)及其他辅料, 加热灭酶, 喷雾干燥而制成的产品)

- o 또한, 제품에 첨가된 부재료 및 理化指标에 따라 1류와 2류 제품을 보통형, 고 단백질형, 저당형, 저당 고 단백질형, 기타형으로 나눔

□ 원료규정

- o 제품 원료(대두-GB/T 8612, 설탕-GB 317 등)는 각 해당된 제품표준의 규정을 부합해야 함

□ 감각적 요구사항

| 항목    | 요구사항  |
|-------|---|
| 색과 광택 | 열은 황색 또는 크림색, 기타형 제품은 부재료를 첨가한 후 이 제품이 가져야 할 색상에 적합해야 함 |
| 외관    | 가루나 미립자 형태로 뭉침이 없어야 함                                   |
| 맛, 냄새 | 콩 특유의 향과 풍미가 있어야 하며, 맛이 순수하고 특이한 냄새가 없어야 함              |
| 용해성   | 운습 후 빨리 가라앉고, 액체에 탄 후 쉽게 녹아야 함. 극소량의 덩어리는 허용됨           |
| 불순물   | 육안으로 보이는 이물질이 없어야 함                                     |

□ 물리적 및 화학적 요구사항<sup>33)</sup>

- o I류 제품

| 항목      |   | 유형  |        |     |           |     |
|---------|---|-----|--------|-----|-----------|-----|
|         |   | 보통형 | 고 단백질형 | 저당형 | 저당 고 단백질형 | 기타형 |
| 수분/(%)  | ≤ | 4   | 4      | 4   | 5         | 4   |
| 단백질/(%) | ≥ | 18  | 22     | 18  | 32        | 18  |

33) 각 지표 수치를 측정하는 방법은 GB/T18738-2006를 참조

|                      |           |        |    |    |     |    |
|----------------------|-----------|--------|----|----|-----|----|
| 지방(%)                | ≥         | 8      | 6  | 8  | 12  | 8  |
| 전당(總糖, 자당 기준)(%)     | ≤         | 60     | 50 | 45 | 20  | 55 |
| 회분(灰分)(%)            | ≤         | 3      | 3  | 5  | 6.5 | 5  |
| 용해도/(g/100g)         | ≥         | 97     | 92 | 92 | 90  | 92 |
| 총산도(總酸, 유산 기준)(g/kg) | ≤         | 10     |    |    |     |    |
| 요소매(尿素酶) 활성          | 정성        | 음성     |    |    |     |    |
|                      | 정량/(mg/g) | ≤ 0.02 |    |    |     |    |
| 비소(As기준)(mg/kg)      | ≤         | 0.5    |    |    |     |    |
| 납(Pb)(mg/kg)         | ≤         | 1.0    |    |    |     |    |
| 동(Cu)(mg/g)          | ≤         | 10     |    | 20 |     | 10 |

o II류 제품

| 항목                 |           | 유형     |     |     |
|--------------------|-----------|--------|-----|-----|
|                    |           | 보통형    | 저당형 | 기타형 |
| 수분(%)              | ≤         | 4      |     |     |
| 단백질(%)             | ≥         | 15     |     |     |
| 지방(%)              | ≥         | 8      |     |     |
| 전당(總糖, 자당 기준)(%)   | ≤         | 60     | 45  | 60  |
| 회분(灰分)(%)          | ≤         | 5      | 5   | 5   |
| 용해도/(g/100g)       | ≥         | 88     | 85  | 85  |
| 침전지수               | ≤         | 0.2    |     |     |
| 총산도(總酸유산 기준)(g/kg) | ≤         | 10     |     |     |
| 요소매(尿素酶) 활성        | 정성        | 음성     |     |     |
|                    | 정량/(mg/g) | ≤ 0.02 |     |     |
| 비소(As기준)(mg/kg)    | ≤         | 0.5    |     |     |
| 납(Pb)(mg/kg)       | ≤         | 1.0    |     |     |
| 동(Cu)(mg/g)        | ≤         | 10.0   |     |     |

□ 미생물 규정

| 항목                            | 지표         |
|-------------------------------|------------|
| 균락총수/(cfu/g)                  | ≤ 30,000   |
| 대장균군/(MPN/100g)               | ≤ 90       |
| 병원균(살모넬라균, Shigella, 황색포도상구균) | 검출되어서는 안 됨 |
| 매균/(cfu/g)                    | ≤ 100      |

□ 식품첨가물 규정<sup>34)</sup>

- 두유 식품첨가물은 <식품첨가물 사용표준(GB2760-2014)> 중 ‘식물단백음료(植物蛋白飲料)’에 관한 규정을 부합해야 함
- <식품첨가물 사용표준(GB2760-2014)>은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능·최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- 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

| 첨가제(중국어/영어 순)  | 기능         | 최대사용량 (g/kg)                     |
|--|------------|----------------------------------|
| 氨基乙酸(又名甘氨酸)<br>glycine                                 | 착향료        | 1.0<br>고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가   |
| 茶多酚(又名維多酚)<br>tea polyphenol(TP)                       | 항산화제       | 0.8<br>카테킨으로 계산                  |
| N-[N-(3,3-二甲基丁基)]-L-α-天門冬氮-L-苯丙氨酸1-甲酯(又名紐甜)<br>neotame | 감미료        | 0.033<br>고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가 |
| 海藻酸丙二醇酯<br>propylene glycol alginate                   | 증점제<br>유화제 | 5.0<br>고체 음료는 희석 배수에 따라          |

34) 수출 시 식품첨가제에 관한 업데이트 사항 있는지를 반드시 확인해야 함

|  |                   |   |             |
|--|-------------------|---|-------------|
|  | 안정제               | 사용량 증가  |             |
| β-环狀糊精<br>beta-cyclodextrin  | 증점제               | 고체 음료는 희석 배수에 따라<br>사용량 증가                      | 0.5<br>따라   |
| L(+)-酒石酸,dl-酒石酸<br>L(+)-tartaric acid, dl-tartaric acid  | 산도조절제             | tartaric acid로 계산<br>고체 음료는 희석 배수에 따라<br>사용량 증가 | 5.0<br>따라   |
| 聚氧乙炔(20)山梨醇酐單月桂酸酯(又名吐溫20), 聚氧乙炔(20)山梨醇酐單棕櫚酸酯(又名吐溫40), 聚氧乙炔(20)山梨醇酐單硬脂酸酯(又名吐溫60), 聚氧乙炔(20)山梨醇酐單油酸酯(又名吐溫80)<br>polyoxyethylene(20) sorbitan monolaurate, polyoxyethylene(20) sorbitan monopalmitate, polyoxyethylene(20) sorbitan monostearate, polyoxyethylene(20) sorbitan monooleat | 유화제<br>소포제<br>안정제 | 고체 음료는 희석 배수에 따라<br>사용량 증가                      | 2.0<br>따라   |
| 可可殼色<br>cocoa husk pigment   | 착색제               | 고체 음료는 희석 배수에 따라<br>사용량 증가                      | 0.25<br>따라  |
| 日落黃及其鋁色淀<br>sunset yellow, sunset yellow aluminum lake   | 착색제               | sunset yellow로 계산                               | 0.1         |
| 山梨醇酐單月桂酸酯(又名司盤20), 山梨醇酐單棕櫚酸酯(又名司盤40), 山梨醇酐單硬脂酸酯(又名司盤60), 山梨醇酐三硬脂酸酯(又名司盤65), 山梨醇酐單油酸酯(又名司盤80)<br>sorbitan monolaurate, sorbitan monopalmitate, sorbitan monostearate, sorbitan tristearate, sorbitan monooleate   | 유화제               |   | 6.0         |
| 田菁膠<br>sesbania gum  | 증점제               | 고체 음료는 희석 배수에 따라<br>사용량 증가                      | 1.0<br>따라   |
| 胭脂紅及其鋁色淀<br>ponceau 4R, ponceau 4R aluminum lake   | 착색제               | 카민으로 계산<br>고체 음료는 희석 배수에 따라<br>사용량 증가           | 0.025<br>따라 |

## □ 영양 강화제 규정

o 영양 강화제는 GB14880-2012의 규정에 부합해야 함

| 영양강화제 | 식품 명칭      | 최대사용량                             |
|-------|------------|-----------------------------------|
| 비타민A  | 콩 분말, 두유분말 | 3,000 $\mu$ g/kg-7,000 $\mu$ g/kg |
| 비타민D  | 콩 분말, 두유분말 | 15 $\mu$ g/kg-60 $\mu$ g/kg       |
| 비타민E  | 콩 분말, 두유분말 | 30mg/kg-70mg/kg                   |
| 비타민B1 | 콩 분말, 두유분말 | 6mg/kg-15mg/kg                    |

|                  |            |                       |
|------------------|------------|-----------------------|
| 비타민B2            | 콩 분말, 두유분말 | 6mg/kg-15mg/kg        |
| 비타민C             | 콩 분말, 두유분말 | 400mg/kg-700mg/kg     |
| 니코틴산<br>(烟酸/尼克酸) | 콩 분말, 두유분말 | 60mg/kg-120mg/kg      |
| 철                | 콩 분말, 두유분말 | 46mg/kg-80mg/kg       |
| 칼슘<br>(钙)        | 콩 분말, 두유분말 | 1,600mg/kg-8,000mg/kg |
| 아연<br>锌          | 콩 분말, 두유분말 | 29mg/kg-55.5mg/kg     |
| 인<br>(磷)         | 콩 분말, 두유분말 | 1,600mg/kg-3,700mg/kg |
| 타우린<br>(牛磺酸)     | 콩 분말, 두유분말 | 0.3g/kg-0.5g/kg       |



## **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(blit)
  - 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, 1호점을 통해 진행

### □ 분석기준 및 지표설정

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

## 2. 경쟁제품 분석

### □ 온·오프라인에서 유통되는 중국 두유분말, 자국산 제품이 대부분

- 경쟁제품을 조사하기 위해 오프라인 유통채널 중 백화점, 대형 슈퍼마켓, 편의점 등을 모두 포함한 16개 매장을 방문하였으며, 온라인 유통채널 중 인기 쇼핑몰 TMall, JD, 1호점을 통해 검색
- 두유분말의 온·오프라인 판매 현황을 조사한 결과, 중국에서 현재 판매 중인 제품은 대부분 자국산으로, 수입산은 태국의 Ovaltine<sup>35)</sup>뿐이며, 한국산 제품의 판매는 확인되지 않음

### □ 프리미엄 두유분말 제품은 주로 스틱형으로 디자인되며 온라인을 통해 유통

- 휴대하기 편리한 스틱형 소포장 형태의 두유분말 제품은 오프라인보다 온라인 위주로 유통됨
  - 전통적인 두유분말 업체들도 젊은층의 호응을 얻기 위해 새로운 포장 개발에 관심을 노력을 기울이고 있으나 오프라인을 통해 유통된 대부분 제품은 주로 투명하거나 단순의 패턴의 디자인이 적용된 사각형 소포장 형태임

| 오프라인 경쟁제품의 소포장  | 온라인 경쟁제품의 소포장  |
|---|--|
|  |  |

35) 제품의 상세 정보는 p...에서 경쟁제품..번을 참조

□ 단위당 평균 가격의 분포는 온·오프라인별로 뚜렷한 차이를 보임

- 오프라인 경쟁제품의 단위당 평균 가격은 대부분 900원/100g 미만임
  - 종이통 포장의 참깨, 흑두 분말 제품 두 개의 가격은 가장 높은 3,052/100g, 8,211/100g임
  - 태국산 제품 Ovaltine/阿华田의 단위당 평균 가격은 1,378원/100g임
- 온라인 경쟁제품의 단위당 평균 가격은 오프라인 경쟁제품보다 높으며, 644원-2,317 원/100g사이에 분포되어 있음
- 오프라인에서 유통되고 있는 제품 대부분이 중국의 전통적인 두유분말 제품이라면, 온라인 경쟁제품은 대부분 젊은층을 타깃팅하여 개발된 프리미엄 제품이기 때문으로 추정됨

표 4.1 오프라인 경쟁제품의 단위당 가격분포

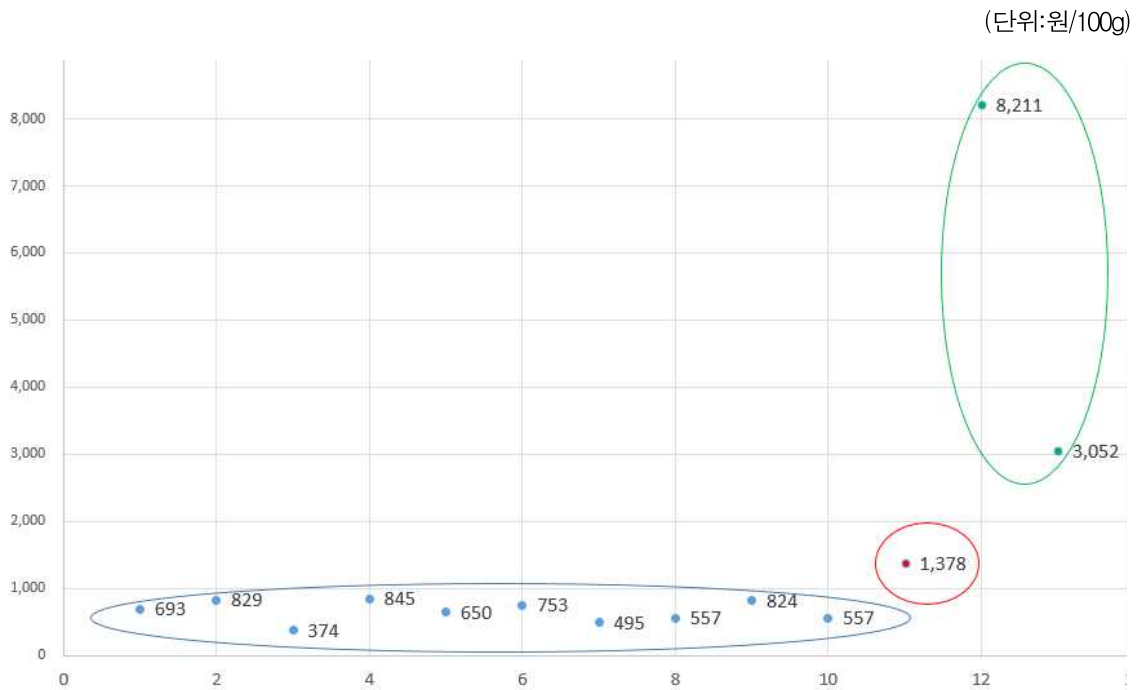
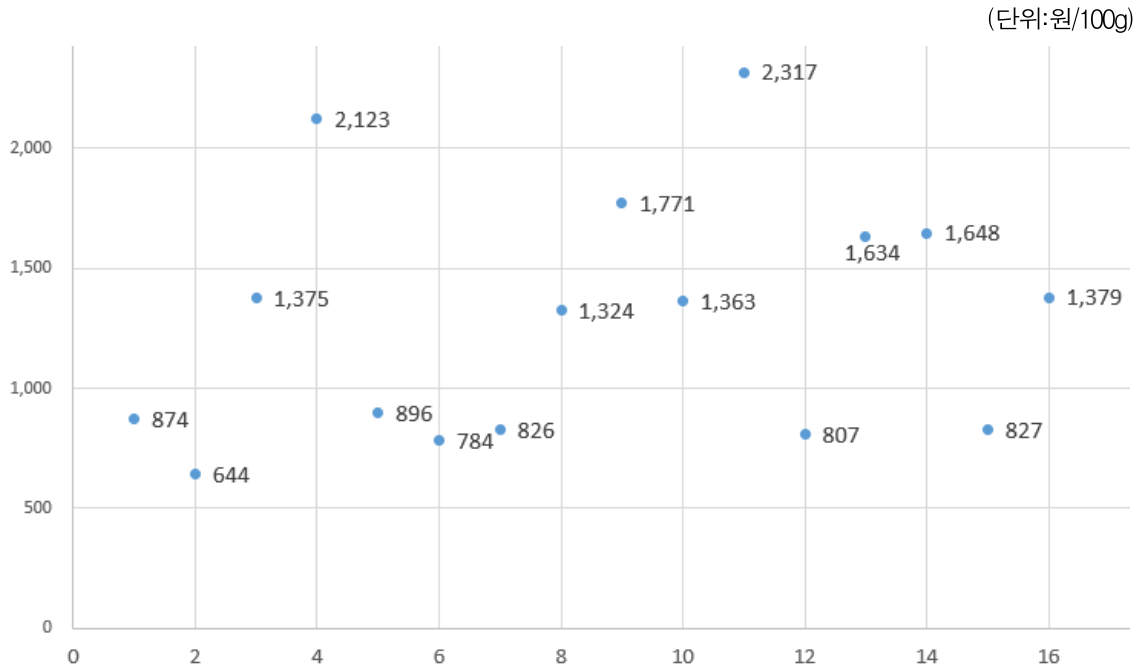


표 4.2 온라인 경쟁제품의 단위당 가격분포



□ 오프라인 경쟁제품 정보

| 구분   |        | 제품 #1   |
|------|--------|---|
| 이미지  | 제품 이미지 |   |
|      | 매장 이미지 |  |
| 제품스펙 | 제조사    | VV Group  |
|      | 제품명    | VV 두유분말   |
|      | 제품특성   | - 권장 비율: 1팩: 뜨거운 물 200ml  |
|      | 포장 용기  | 비닐팩   |
|      | 성분     | 대두, 맥아시럽, 백설탕, 식품첨가제  |
|      | 조사매장   | RT-MART(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)   |
|      | 용량(g)  | 500g(15팩)   |
|      | 제품가격   | 20.9위안(약 3,467원)  |
| 유통기한 | 12개월   |   |

| 구분   | 제품 #2  |   |
|------|--------|---|
| 이미지  | 제품 이미지 |   |
|      | 매장 이미지 |  |
| 제품스펙 | 제품사    | 천진정대진오당식품주식유한회사<br>天津正大珍吾堂食品股份有限公司  |
|      | 제조명    | 두유분말  |
|      | 제품특성   | - 오리지널, 당알코올 2가지 종류 있음<br>- 350g 포장도 있음(가격: 16.8위안)                                 |
|      | 포장 용기  | 비닐팩   |
|      | 성분     | 대두단백분말, 유분, 말토크스피린, 식품첨가제   |
|      | 조사매장   | ole   |
|      | 용량(g)  | 500g(25g*20)  |
|      | 제품가격   | 25위안(약 4,147원)  |
| 유통기한 | 12개월   |   |



| 구분               |        | 제품 #3  |   |
|------------------|--------|--|---|
| 이<br>미<br>지      | 제품 이미지 |   |   |
|                  | 매장 이미지 |  |  |
| 제<br>품<br>스<br>펙 | 제조사    | 항주건득천당식품유한회사<br>杭州建德天堂食品有限公司   |   |
|                  | 제품명    | 두유분말   |   |
|                  | 제품특성   | -  |   |
|                  | 포장 용기  | 비닐팩  |   |
|                  | 성분     | 대두, 맥아시럽   |   |
|                  | 조사매장   | RT-MART  |   |
|                  | 용량(g)  | 350g(10팩)  |   |
|                  | 제품가격   | 7.9위안(약 1,310원)  |   |
| 유통기한             | 12개월   |  |   |

| 구분    | 제품 #4  |   |
|-------|--------|---|
| 이미지   | 제품 이미지 |   |
|       | 매장 이미지 |  |
| 제품 스펙 | 제조사    | 계림지인식품공업유한회사<br>桂林智仁食品工業有限公司  |
|       | 제품명    | 순한 두유분말   |
|       | 제품특성   | - 향신료 무첨가<br>- 권장 비율: 1팩: 150ml 물   |
|       | 포장 용기  | 비닐팩   |
|       | 성분     | 대두, 말토덱스트린  |
|       | 조사매장   | 까르푸(대부분의 대형마트에서 판매)   |
|       | 용량(g)  | 218g(8팩)  |
|       | 제품가격   | 11.1위안(약 1,841원)  |
| 유통기한  | 18개월   |   |



| 구분               |        | 제품 #5  |   |
|------------------|--------|--|---|
| 이<br>미<br>지      | 제품 이미지 |   |   |
|                  | 매장 이미지 |  |  |
| 제<br>품<br>스<br>팩 | 제조사    | 광서대발식품음료유한회사<br>广西大發食品飲料有限公司   |   |
|                  | 제품명    | 호두 두유분말  |   |
|                  | 제품특성   | - 권장 비율: 1팩: 200ml 물   |   |
|                  | 포장 용기  | 비닐팩  |   |
|                  | 성분     | 대두, 저지방 분유, 말토덱스트린, 포도시럽, 호두   |   |
|                  | 조사매장   | 까르푸(대부분의 대형마트에서 판매)  |   |
|                  | 용량(g)  | 600g(17팩)  |   |
|                  | 제품가격   | 23.5위안(약 3,898원)   |   |
|                  | 유통기한   | 18개월   |   |

| 구분               |        | 제품 #6                        |  |
|------------------|--------|------------------------------|--|
| 이<br>미<br>지      | 제품 이미지 |                              |  |
|                  | 매장 이미지 |                              |  |
| 제<br>품<br>스<br>펙 | 제조사    | 계림주씨순발식품유한회사<br>桂林周氏順發食品有限公司 |  |
|                  | 제품명    | 순한 두유분말                      |  |
|                  | 제품특성   | - 권장 비율: 1팩: 180ml 물         |  |
|                  | 포장 용기  | 비닐팩                          |  |
|                  | 성분     | 대두                           |  |
|                  | 조사매장   | 월마트(남경)                      |  |
|                  | 용량(g)  | 238g(8팩)                     |  |
|                  | 제품가격   | 10.8위안(약 1,791원)             |  |
| 유통기한             | 18개월   |                              |  |



| 구분    |        | 제품 #7  |   |
|-------|--------|--|---|
| 이미지   | 제품 이미지 |   |   |
|       | 매장 이미지 |  |  |
| 제품 스펙 | 제조사    | 흑룡강성농은용왕식품유한회사<br>黑龍江省農墾龍王食品有限公司   |   |
|       | 제품명    | 단맛 두유분말  |   |
|       | 제품특성   | - 가르푸 PB제품<br>- 권장 비율: 1팩: 180ml 물   |   |
|       | 포장 용기  | 비닐팩  |   |
|       | 성분     | 대두 60%, 맥아시럽, 백설탕  |   |
|       | 조사매장   | 가르푸  |   |
|       | 용량(g)  | 720g(24팩)  |   |
|       | 제품가격   | 21.5위안(약 3,566원)   |   |
| 유통기한  | 12개월   |  |   |

| 구분    |        | 제품 #8                              |  |
|-------|--------|------------------------------------|--|
| 이미지   | 제품 이미지 |                                    |  |
|       | 매장 이미지 |                                    |  |
| 제품 스펙 | 제조사    | 헤이<br>惠宜                           |  |
|       | 제품명    | 두유분말                               |  |
|       | 제품특성   | - 월마트 PB제품<br>- 권장 비율: 1팩: 180ml 물 |  |
|       | 포장 용기  | 비닐팩                                |  |
|       | 성분     | 두유분말, 분유                           |  |
|       | 조사매장   | 월마트(남경)                            |  |
|       | 용량(g)  | 500g(20팩)                          |  |
|       | 제품가격   | 16.8위안(약 2,787원)                   |  |
| 유통기한  | 12개월   |                                    |  |


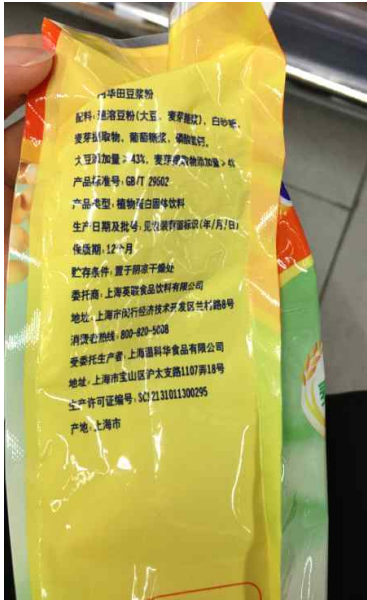

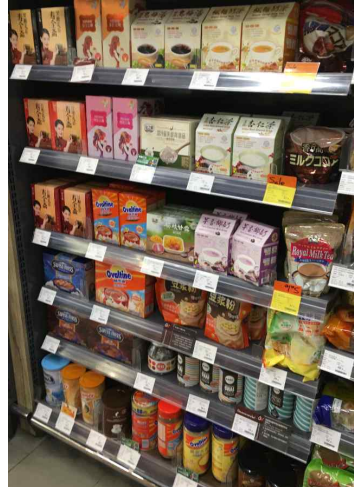
| 营养成分表 |           |
|-------|-----------|
| 每100克 | 营养参考值%    |
| 能量    | 22%       |
| 蛋白质   | 36%       |
| 脂肪    | 10%       |
| 碳水化合物 | 26%       |
| 钠     | 131毫克(mg) |



| 구분    |        | 제품 #9  |   |
|-------|--------|--|---|
| 이미지   | 제품 이미지 |   |   |
|       | 매장 이미지 |  |  |
| 제품 스펙 | 제조사    | 산동성봉두업식품유한회사<br>山東圣丰豆業食品有限公司   |   |
|       | 제품명    | 호두 땅콩 두유분말   |   |
|       | 제품특성   | - 권장 비율: 1팩: 뜨거운 물 50ml(1차)+130ml(2차)  |   |
|       | 포장 용기  | 비닐팩  |   |
|       | 성분     | 대두 분말, 호두 분말, 땅콩 분말, 맥아당, 말토덱스트린   |   |
|       | 조사매장   | RT-MART  |   |
|       | 용량(g)  | 320g(10팩)  |   |
|       | 제품가격   | 15.9위안(약 2,637원)   |   |
|       | 유통기한   | 12개월   |   |



| 구분               |        | 제품 #10   |  |
|------------------|--------|--|--|
| 이<br>미<br>지      | 제품 이미지 |  |  |
|                  | 매장 이미지 |  |  |
| 제<br>품<br>스<br>팩 | 제조사    | 계림지강식품개발유한회사<br>桂林智强食品開發有限公司   |  |
|                  | 제품명    | 중노년 두유분말   |  |
|                  | 제품특성   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 설탕 무첨가</li> <li>- 고 칼슘, 중노년 2가지 종류</li> <li>- 권장 비율: 1팩: 200ml 물</li> </ul> |  |
|                  | 포장 용기  | 비닐팩  |  |
|                  | 성분     | 대두, 탈지 분유, 말토덱스트린  |  |
|                  | 조사매장   | 가르푸(대부분의 대형마트에서 판매)  |  |
|                  | 용량(g)  | 700g(20팩)  |  |
|                  | 제품가격   | 23.5위안(약 3,898원)   |  |
|                  | 유통기한   | 18개월   |  |



| 구분               |        | 제품 #11   |   |
|------------------|--------|--|---|
| 이<br>미<br>지      | 제품 이미지 |   |   |
|                  | 매장 이미지 |  |  |
| 제<br>품<br>스<br>펙 | 제조사    | Ovaltine   |   |
|                  | 제품명    | 오벌틴 두유분말   |   |
|                  | 제품특성   | - 태국산 제품, 오리지널, 코코아 2가지 맛<br>- 맥아추출물 ≥4%, 대두 ≥43%                                  |   |
|                  | 포장 용기  | 비닐팩  |   |
|                  | 성분     | 대두분말(대두, 맥아시럽), 백설탕, 맥아추출물, 포도시럽, 인산수소칼슘   |   |
|                  | 조사매장   | ole(대부분의 대형마트 및 백화점에서 판매)  |   |
|                  | 용량(g)  | 360g(30g*12)   |   |
|                  | 제품가격   | 29.9위안(약 4,960원)(까르푸 가격 18.8위안)  |   |
| 유통기한             | 12개월   |  |   |




|      |        |   |
|------|--------|---|
| 구분   | 제품 #12 |   |
| 이미지  | 제품 이미지 |   |
|      | 매장 이미지 |  |
| 제품스펙 | 제조사    | 가선양연식품유한회사<br>嘉善粮缘食品有限公司  |
|      | 제품명    | 참깨 흑두 두유분말  |
|      | 제품특성   | - 보건식품 매대에 진열   |
|      | 포장 용기  | 종이통   |
|      | 성분     | 검은깨, 검은 콩(모두 대만 산)  |
|      | 조사매장   | Market Place(남경)  |
|      | 용량     | 400g  |
|      | 제품가격   | 198위안(약 32,842원)  |
| 유통기한 | 24개월   |   |



|      |                |   |
|------|----------------|---|
| 구분   | 제품 #13         |   |
| 이미지  | 제품 이미지         |   |
|      | 매장 이미지         |  |
| 제품스펙 | 제조사            | 사방소주<br>私房小廚  |
|      | 제품명            | 참깨 흑두 가루  |
|      | 제품특성           | - 상해 현지산 제품   |
|      | 포장 용기          | 종이통   |
|      | 성분             | 검은 콩 분말, 참깨 분말, 대두단백분말, 키실리톨, 카르복시메틸셀룰로스나트륨   |
|      | 조사매장           | 상해 제1식품   |
|      | 용량(g)          | 750g  |
|      | 제품가격           | 138위안(약 22,890원)  |
| 유통기한 | 12개월(개봉 후 3개월) |   |

□ 온라인 경쟁제품 정보




| 구분     |       | 제품 #1  | 제품 #2   |
|--------|-------|--|---|
| 제품 이미지 | 앞면    |   |   |
|        | 뒷면    |  |  |
| 제품 스펙  | 제조사   | VV Group   | Yonho Food(China) Co., Ltd.   |
|        | 제품명   | 비타 두유분말  | Yonho 두유분말  |
|        | 제품특성  | - 권장 비율: 1팩: 200ml 물<br>- 대부분의 오프라인매장에서 판매   | - 대부분의 오프라인매장에서 판매  |
|        | 주요성분  | 콩, 백설탕, 전지분유, 땅콩기름, 말토덱스트린, 탄산칼륨, 소금, 비타민 D3                                       | 콩, 백설탕, 맥아시럽, 전지분유, 땅콩기름, 탄산칼륨, 소금, 비타민A, 비타민D, 식용향료                                |
|        | 유통기한  | 12개월   | 12개월  |
|        | 용량(g) | 560g(17팩)  | 510g(17팩)   |
|        | 제품가격  | 29.5위 안(약 4,893원)  | 19.8위 안(약 3,284원)   |



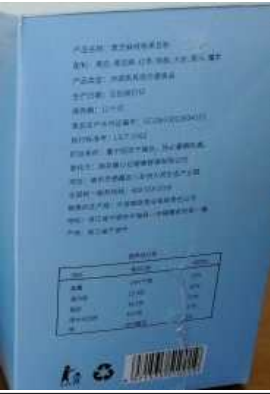

| 구분     |       | 제품 #3   | 제품 #4   |
|--------|-------|---|---|
| 제품 이미지 | 앞면    |  |   |
|        | 뒷면    | N/A   |  |
| 제품 스펙  | 제조사   | Bestore(良品鋪子)   | Soyspring   |
|        | 제품명   | 플라워 두유분말  | 두유정   |
|        | 제품특성  | -   | - 권장 비율: 1팩: 180ml 물(1:6)<br>- 대부분의 오프라인매장에서 판매                                     |
|        | 주요성분  | 콩, 맥아당, 백설탕, 장미꽃잎   | 콩, 맥아시럽, 백설탕 등  |
|        | 유통기한  | 12개월  | 12개월  |
|        | 용량(g) | 240g  | 200g(8팩)  |
|        | 제품가격  | 19.9위안(약 3,301원)  | 25.6위안(약 4,246원)  |

| 구분     |       | 제품 #5  | 제품 #6  |
|--------|-------|--|--|
| 제품 이미지 | 앞면    |   |  |
|        | 뒷면    |  | N/A  |
| 제품 스펙  | 제조사   | Blackcow(黑牛) Food Co., Ltd.  | 흑룡강두향운식품유한회사<br>黑龍江豆香韻食品有限公司   |
|        | 제품명   | 비타민 두유분말   | 두향운(豆香韻) 두유분말  |
|        | 제품특성  | - 풍부한 비타민을 함유하여 더욱 건강하다는 점 홍보  | -  |
|        | 주요성분  | 콩, 전분시럽, 백설탕, 전지분유, 식물기름, 소금, 비타민 A, 비타민 D   | 콩, 시럽  |
|        | 유통기한  | 12개월   | 12개월   |
|        | 용량(g) | 700g*2   | 400g(16팩)  |
|        | 제품가격  | 37.8위안(약 6,270원)   | 18.9위안(약 3,135원)   |

| 구분     |       | 제품 #7  | 제품 #8  |
|--------|-------|--|--|
| 제품 이미지 | 앞면    |   |  |
|        | 뒷면    |  | N/A  |
| 제품 스펙  | 제조사   | 광동황매세가식품유한회사<br>廣東皇麥世家食品有限公司   | 항주원본농업발전유한회사<br>杭州源本農業發展有限公司   |
|        | 제품명   | 대추 두유분말  | 검은깨 호두 흑두 두유분말   |
|        | 제품특성  | - 대추 알맹이를 첨가한 두유분말 제품임   | - 에센스, 색소, 향미증진제, 방부제 무첨가  |
|        | 주요성분  | 콩, 맥아시럽, 전지분유, 대두, 키실리톨, 탄산칼륨  | 검은깨, 호두, 흑두, 흑미, 오디  |
|        | 유통기한  | 18개월   | 180일   |
|        | 용량(g) | 538g(18팩)  | 500g(20팩)  |
|        | 제품가격  | 26.8위안(약 4,445원)   | 39.9위안(약 6,618원)   |



| 구분     |       | 제품 #9   | 제품 #10  |
|--------|-------|---|---|
| 제품 이미지 | 앞면    |  |   |
|        | 뒷면    | N/A   |  |
| 제품 스펙  | 제조사   | 난심기<br>暖心紀  | Ovaltine  |
|        | 제품명   | 흑두 두유   | 오벌틴 두유분말  |
|        | 제품특성  | - 향신료, 첨가제 무첨가<br>- 권장 비율: 1팩: 120ml 물  | - 태국산 제품  |
|        | 주요성분  | 검은 콩, 시럽  | 콩가루, 백설탕, 칼슘  |
|        | 유통기한  | 18개월  | 12개월  |
|        | 용량(g) | 280g(20g*14)  | 364g(28g*13)  |
|        | 제품가격  | 29.9위 안(약 4,960원)   | 29.9위 안(약 4,960원)   |

| 구분     |                  | 제품 #11   | 제품 #12   |
|--------|------------------|--|--|
| 제품 이미지 | 앞면               |   |  |
|        | 뒷면               |  |  |
| 제품 스펙  | 제조사              | 난심기<br>暖心紀   | Jiamusi Dongmei Soybean Co., Ltd   |
|        | 제품명              | 검은깨 호두 흑두 두유분말   | 동매 두유분말  |
|        | 제품특성             | - 아침 식사 대용으로 어필  | - 오리지널, 달콤한 맛의 두유분말 및 곡물분말, 검은 콩 분말 등 제품이 있음                                       |
|        | 주요성분             | 검은 콩, 검은깨, 대추, 호두, 산약, 흑미, 곤약  | 콩, 맥아시럽, 백설탕, 탄산칼륨, 소금   |
|        | 유통기한             | 12개월   | 12개월   |
|        | 용량(g)            | 350g(25g*14)   | 510g(30g*17)   |
| 제품가격   | 48.9위안(약 8,111원) | 24.8위안(약 4,114원)   |  |

| 구분     |       | 제품 #13   | 제품 #14  |
|--------|-------|--|---|
| 제품 이미지 | 앞면    |   |   |
|        | 뒷면    |  |  |
| 제품 스펙  | 제조사   | 항주원본농업발전유한회사<br>杭州源本農業發展有限公司   | 해녕대비식품유한회사<br>海宁大維食品有限公司  |
|        | 제품명   | 대추 계원 두유분말   | 흑두 두유분말   |
|        | 제품특성  | - 권장 비율: 1팩: 170ml 물   | - 자당(蔗糖), 무첨가<br>- 권장 비율: 1팩: 120ml 물   |
|        | 주요성분  | 대두분말(콩, 맥아시럽, 탄산칼슘),<br>백설탕, 말토덱스트린, 대추분말,<br>용안(桂圓)분말, 카르복시메틸셀룰<br>로스나트륨, 식용향료    | 흑두, 맥아시럽  |
|        | 유통기한  | 12개월   | 10개월  |
|        | 용량(g) | 405g(27g*15)   | 300g(20g*15)  |
|        | 제품가격  | 39.9위안(약 6,618원)   | 29.8위안(약 4,943원)  |



| 구분     |       | 제품 #15  | 제품 #16  |
|--------|-------|---|---|
| 제품 이미지 | 앞면    |  |    |
|        | 뒷면    | N/A   |  <p>产品名称: 芝麻核桃黑豆粉<br/> 配料表: 黑芝麻, 核桃, 黑豆, 芡实, 糯米, 山药, 桑葚, 魔芋粉, 冰糖<br/> 产品类型: 方便食品<br/> 食用方法: 冲饮<br/> 净含量: 600g (30g×20袋)<br/> 生产日期: 见包装打码<br/> 保质期: 12个月<br/> 储存条件: 请置于阴凉干燥处<br/> 产地: 江苏-镇江<br/> 执行标准: LS/T 3403-2013<br/> 生产许可证编号: SC10732111200602<br/> 委托商: 扬州有蝉茶业有限公司<br/> 地址: 扬州市江都区邵伯镇邵桥路288号<br/> 制造商: 镇江丹凤康生物科技有限公司<br/> 地址: 镇江市丹徒区高资街道石头岗<br/> 注: 1. 本品含大豆、核桃, 过敏体质慎食。</p> |
| 제품 스펙  | 제조사   | 양주중소농업식품과기<br>揚州中蔬農業食品科技  | 진강곡상연생물과기유한회사<br>鎮江谷尚緣生物科技有限公司  |
|        | 제품명   | 검은깨 호두 흑두 두유분말  | 참깨 호두 흑두 두유분말   |
|        | 제품특성  | - 광고 모델는 중국 인기 여배우  | - 식사 대용<br>- ISO인증  |
|        | 주요성분  | 흑두, 검은깨, 호두, 흑미, 곤약, 얼음 설탕  | 흑두, 검은깨, 대추, 호두, 가시연밥, 찹쌀, 산약, 오디, 마우(魔芋)분말, 얼음 설탕  |
|        | 유통기한  | 12개월  | 12개월  |
|        | 용량(g) | 600g(30g*20)  | 600g(30g*20)  |
|        | 제품가격  | 29.9위안(약 4,960원)  | 49.9위안(약 8,277원)  |



## 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

- 두유분말과 관련성 높은 키워드(豆奶粉, 豆浆粉, 豆粉 등)로 제품 검색
- 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(타오바오, T-Mall, 징둥, 1호점) 분석

□ 온·오프라인 쇼핑물 조사와 판매량 순위를 참고하여 경쟁사 3개 업체를 선정함

표 5.1 주요 경쟁사

| 중국  |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
| VV  | Yonho   | Dongmei(冬梅)   | Blackcow   | 난심기(暖心紀)  |
|  |  |  |  |  |

## 2. 경쟁사 분석

### □ WV Group

| 기업 개요  |  |             |                  |   |
|--|--|-------------|------------------|---|
| 기업정보   |  <p>- 1992년에 설립된 중국 두유의 선두 업체이며 현재 유제품 및 우유 대용품을 전문적으로 생산</p> |             |                  |   |
|  | 기업명  | VV Group    | 설립년도             | 1992  |
|  | D-U-N-S® Number  | 53-057-7659 | 직원수              | 2천 명  |
|  | 기업유형   | 대두 가공업      | 매출액              | 100억 위안   |
|  | 대표번호   | 51683398001 | 위치               | No.300, Weiwei Avenue<br>Xuzhou, Jiangsu, 221111<br>China |
| 국가   | 중국   | 홈페이지        | www.vvgroup.com  |   |
| 주요<br>제품   |    |             |                  |   |
|  | 고칼슘/식이섬유<br>두유분말   | 비타민<br>두유분말 | 여성<br>두유분말       | 중노년<br>두유분말   |
| 마케팅<br>전략  |    |             |                  |   |
|  | 두유분말(또우짜양)   |             | 중노년, 오리지널 검은깨 분말 |   |
| <p>- 중국 내 전통적인 두유분말 선두 업체이며, 대대적인 TV 광고를 통해 마케팅</p> <p>- 대형마트뿐만 아니라 백화점, 동네마트, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 유통채널을 통해 판매</p> |  |             |                  |   |

자료: www.hoovers.com, www.vvgroup.com

□ Yonho Food(China) Co., Ltd.

| 기업 개요  |   |                             |  |   |
|--------|---|-----------------------------|--|---|
| 기업정보   | 기업명   | Yonho Food(China) Co., Ltd. | 설립년도   | 1982년   |
|        | 기업유형  | 대두 가공업                      | 매출액  | -   |
|        | 대표번호  | 0086-21-51377578            | 위치   | 5th Floor, 1862 West Gaoke Rd. Pudong, Shanghai |
|        | 국가  | 중국                          | 홈페이지   | www.yonhofood.com                               |
| 주요 제품  |    |                             |  |   |
|        | 두유  |                             | 업소용 두유분말   |   |
| 주요 제품  |    |                             |  |   |
|        | 두유분말  |                             | 오트밀  |   |
| 마케팅 전략 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대형마트뿐만 아니라 백화점, 동네마트, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 유통채널을 통해 판매</li> <li>- 중국 인기 어플 틱톡(抖音)을 통해 건강 식품이라는 이미지를 전달</li> </ul> |                             |  |   |

자료: www.hoovers.com, www.yonhofood.com



□ Jiamusi Dongmei Soybean Co., Ltd

| 기업 개요  |   |   |  |                              |
|--------|---|---|--|------------------------------|
| 기업정보   |                              | - 두유분말을 전문적으로 제조는 업체이며 연 생산량은 1,2000톤 이상임 |  |                              |
|        | 기업명   | Jiamusi Dongmei Soybean Co., Ltd          | 설립년도   | -                            |
|        | D-U-N-S® Number   | -   | 직원수  | -                            |
|        | 기업유형  | 두유분말 가공업                                  | 매출액  | -                            |
|        | 대표번호  | 0454-8588577                              | 위치   | Jiamusi, Heilongjiang, China |
| 국가     | 중국  | 홈페이지                                      | dongmei.tm/index.html  |                              |
| 주요 제품  |  <p>고 칼슘, 여성, 중노년 두유분말</p> |   |  |                              |
|        |  <p>스틱형 두유분말</p>           |   |  <p>두유</p> |                              |
| 마케팅 전략 | - 전통적인 두유분말 제품과 함께 새로 출시된 스틱형 제품을 공급하고 있으며 주로 온라인 쇼핑몰을 통해 유통됨   |   |  |                              |

자료: dongmei.tm/index.html

□ Blackcow Food Co., Ltd.

| 기업 개요  |   |                         |                 |   |
|--------|---|-------------------------|-----------------|---|
| 기업정보   |  <p>- 1996년에 설립되었으며, 주력 제품은 두유 관련 제품과 오트밀임</p> |                         |                 |   |
|        | 기업명   | Blackcow Food Co., Ltd. | 설립년도            | 1996  |
|        | D-U-N-S® Number   | 53-119-2177             | 직원수             | -   |
|        | 기업유형  | 대두 가공업                  | 매출액             | 3,100만 위안   |
|        | 대표번호  | 0454-8588577            | 위치              | No.02-02, Qishan North Industrial Zone, Jinping Dist. Shantou, Guangdong, 515064, China |
| 국가     | 중국  | 홈페이지                    | www.blackcow.cn |   |
| 주요 제품  |   |                         |                 |   |
|        | 비타민<br>두유분말   | 고 칼슘<br>두유분말            | 중노년<br>두유분말     | 두유  |
| 마케팅 전략 | <p>- 중국 내 전통적인 두유분말 선두 업체이며, 대대적인 TV 광고를 통해 마케팅</p> <p>- 시장 확대 위해 최근 액체 두유 제품을 출시</p>   |                         |                 |   |

자료: www.hoovers.com, www.blackcow.cn

□ 난심기(暖心紀)

| 기업 개요   |  |  |  |
|---|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 스틱형 두유분말 제품과 시리얼, 기타 곡물 분말 제품을 함께 제공하고 있으며 주로 온라인을 통해 판매</li> <li>- 구매 후 60일 이내 개봉했거나 이용했더라도 불만족 시 환불이 가능함을 홍보</li> <li>- 여성 피부에 좋다고 홍보하며 구매 시 선물카드 증정</li> </ul>   |  |  |
| <p>주요<br/>제품</p>  |   |  |    |
|   | <p>흑두 두유분말</p>   |  | <p>검은 깨 호두<br/>흑두 두유분말</p>   |
|   |   |  |  |
|   | <p>산약 팔 울무 분말</p>  |  | <p>과일 및 견과류 팩</p>  |
| <p>온라인<br/>샵</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="https://shop139991967.taobao.com/?spm=a1z10.1-c-s.0.0.1c184ecdGkbzsP">https://shop139991967.taobao.com/?spm=a1z10.1-c-s.0.0.1c184ecdGkbzsP</a></li> <li>- <a href="https://nuanxinji.tmall.com/shop/view_shop.htm?spm=a230r.1.14.12.3166752bnLPMZv&amp;user_number_id=4086089732">https://nuanxinji.tmall.com/shop/view_shop.htm?spm=a230r.1.14.12.3166752bnLPMZv&amp;user_number_id=4086089732</a></li> <li>- <a href="https://mall.jd.com/index-718144.html">https://mall.jd.com/index-718144.html</a></li> <li>- <a href="https://mall.yhd.com/index-718144.html">https://mall.yhd.com/index-718144.html</a></li> </ul> |  |  |

자료: www.taobao.com





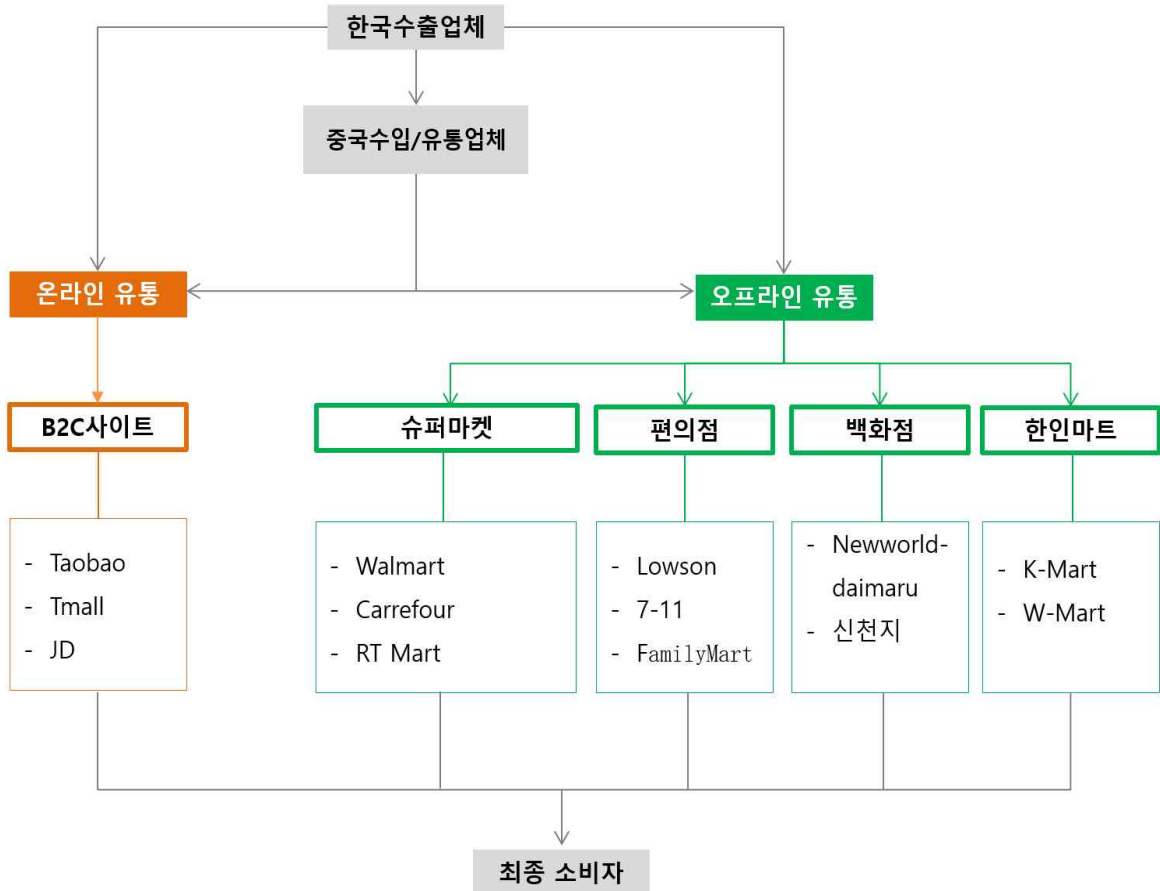
## VI. 유통채널

1. 유통채널 개황

2. 주요 유통채널

# 1. 유통채널 현황

## 중국 두유분말 유통채널



### 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<br>증가율 | 2015년<br>매장 수 | 매장 수<br>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
  - 이유는 중국의 경기 침체와 중국 온라인 시장의 활성화 때문인 것으로 분석됨
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온, 오프라인 결합을 통해 신유통<sup>36)</sup>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

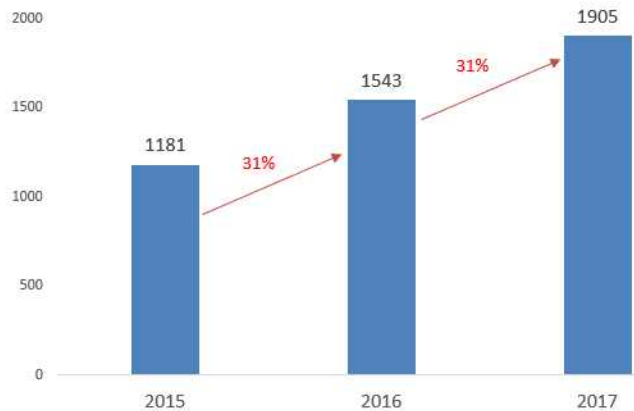
36) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

## □ 고속 성장 중인 편의점 채널

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

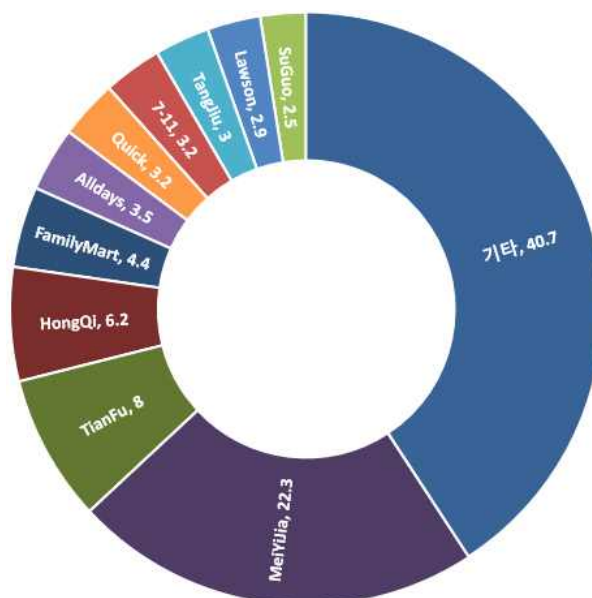
표 6.3 2017년 중국 편의점 산업 매출액 현황

(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 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 상하이지부

### □ 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<br>buy nets | www.womai.com    | 글로벌 500대 기업인<br>중양그룹 산하의 B2C플랫폼              |
| 2  | 顺丰优选  | sfbest              | www.sfbest.com   | 중국 최대 택배회사인<br>순펑그룹(顺丰集團)이 설립한<br>식품 B2C 플랫폼 |
| 3  | 易果生鲜  | Yiguo               | www.yiguo.com    | 중국 첫 번째 식자재<br>전자상거래 기업                      |
| 4  | 天天果园  | FruitDay            | www.fruitday.com | 과일 전자상거래 플랫폼                                 |

자료: 한국무역협회 상하이지부



## 2. 주요 유통채널

### □ Newworld-daimaru

| 기업개요   |   |    |  |
|--|---|----|--|
|  <p>新世界大丸</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상하이 신세계유한회사와 일본 다이마루마쓰자카야가 합작하여 설립한 백화점임</li> <li>- 수입상품 종류가 다양하며, 불닭볶음면, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음</li> </ul>                                    |    |  |
| 설립연도   | 1995년   | 위치 | No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai) |
| 홈페이지   | www.newworld-daimaru.com  | 전화 | -  |
| 매장전경   |                            |    |  |
| 기타   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 두유분말 제품을 취급하지 않으며, 백화점 지하마트이기 때문에 진열된 제품은 대부분 프리미엄 제품이거나 동일한 제품을 높은 가격에 판매</li> <li>- 오벌틴 두유분말 360g 제품을 까르푸보다 높은 가격에 판매 (29.9위안:18.8위안)</li> </ul> |    |  |

□ Bazaar By Lotus

| 기업개요  |  |           |   |
|---|--|-----------|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상하이 신천지 백화점 B2에 위치하고 있으며 총 면적이 3,200m<sup>2</sup>, 수입식품 코너가 따로 마련되어 있음</li> <li>- 신천지 백화점은 상해 관광지인 대한민국임시정부, 텐즈광 등 주변에 위치하고 있으며, 중국인은 물론 한국 및 기타 국가의 관광객들도 흔히 볼 수 있음</li> <li>- 수입상품 종류가 풍부하며, 술, 과자, 음료, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음</li> </ul> |           |   |
| <b>설립연도</b>   | 2011년  | <b>위치</b> | Xintiandi Style B2, 245 Madang Lu, Shanghai |
| <b>홈페이지</b>   | www.cplotus.com  | <b>전화</b> | -   |
| <b>매장전경</b>   |   |           |   |
| <b>기타</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 두유분말 제품을 취급하지 않으며, 백화점 지하마트이기 때문에 진열된 제품은 대부분 프리미엄 제품임</li> <li>- 500g 용량 제품의 가격은 25위안(약 4,147원), 350g 용량 제품의 가격은 20위안(약 3,317원)임</li> </ul>  |           |   |

□ RT-Mart

| 기업개요  |  |       |               |
|---|--|-------|---------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- RT-Mart는 1996년에 설립된 종합 대형유통매장임</li> <li>- 모기업은 대만에서 직물공장을 운영하던 Runtai Group으로 1990년대 대만의 직물공장 실적이 부진해지면서 새로운 사업을 시작한 것이 RT-Mart의 시초임</li> <li>- 1996년 대만에서 첫 매장을 개점한 것을 시작으로 1998년 상하이에 Shanghai RT-Mart Co., Ltd.를 설립하여 중국 시장에 진출하였으며, 20년이 지난 현재 중국 내 394개의 매장을 운영 중</li> <li>- 자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가 세일 진행, O2O 서비스 플랫폼 및 애플리케이션 운영</li> <li>- 수입식품 코너가 설치되어 있으며, 많은 종류의 수입식품을 판매 중</li> </ul> |       |               |
|   | 설립연도   | 1996년 | 홈페이지          |
| 매출액   | 약 14조 5,000억 원 (2016년)   | 점포수   | 3,040개(2016년) |
| 매장전경  |     |       |               |
| 기타  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방문한 모든 오프라인 유통채널 중 가장 많고 다양한 두유 분말 제품을 취급</li> <li>- 두유분말 제품과 기타 곡물분말차 제품이 매대 3개를 차지</li> <li>- 동일한 제품의 가격은 대부분 온라인 쇼핑몰과 비슷하고 백화점보다 매우 저렴한 편</li> <li>- 오벌틴 두유분말 360g 제품을 Newworld-daimaru와 까르푸보다 저렴한 가격에 판매(29.9위안:18.8위안:17.9위안)</li> </ul>   |       |               |

□ Tmall

| 기업개요  |  |             |                      |
|---|--|-------------|----------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tmall(天猫)은 중국 최대의 온라인 쇼핑몰인 알리바바(阿里巴巴)가 운영하는 전자상거래 플랫폼임</li> <li>- 4억 명 이상의 회원과 7만 개 이상의 브랜드가 등록된 쇼핑몰로, 한국기업이 중국 B2C시장 진출을 위해 최우선으로 고려해야 하는 판매 채널로 보임</li> </ul> |             |                      |
| <p>설립연도</p>   | <p>2012년</p>   | <p>홈페이지</p> | <p>www.tmall.com</p> |
| <p>홈페이지</p>   |   |             |                      |
| <p>기타</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 두유분말 브랜드, 특히 프리미엄 제품이 취급되고 있으며, 브랜드 자체 샵, 티몰 마켓 등을 통해 유통</li> <li>- 11/11절과 12/12절뿐만 아니라 중국 명절마다 판촉 행사를 진행</li> </ul>                                       |             |                      |

□ 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>400-136-6618</p>   | <p>주소</p>   | <p>北京亦庄經濟技術開發區<br/>科創十一街18号院</p> |
| <p>홈페이지</p>   |                                    |             |                                  |
| <p>기타</p>   | <p>- 다양한 두유분말 브랜드, 특히 프리미엄 제품이 취급되고 있으며, 브랜드 자체 샵, JD 마켓 등을 통해 유통</p> <p>- 11/11절과 12/12절뿐만 아니라 중국 명절마다 판촉 행사를 진행</p> |             |                                  |

## [ 부 록 ]

- o 두유분말의 경우, 2016년 11월 13일부터 시행한 <식품 안전 국가표준-음료(GB 7101-2015)>의 규정을 준수해야 함
- o <식품 안전 국가표준-음료(GB 7101-2015)>는 액체 및 고체 음료 제품의 관능 요구 사항, 이화학적 지표, 오염물 제한량(GB 2762), 병원균 제한량(GB 29921), 미생물 제한량, 식품 첨가제 사용표준(GB 2760)을 명시하고 있음

### □ 관능 요구사항

| 항목    | 요구사항  | 검사방법  |
|-------|---|---|
| 색과 광택 | 제품 고유의 색과 광택을 갖추고 있음                                    | 액체음료: 일정량을 샘플로 취하여 골고루 혼합한 다음 50mL의 무색 투명한 비커에 담고 자연광 아래에서 색과 광택, 상태를 관찰하고 냄새를 맡아보고 따뜻한 물로 입을 헹군 후 맛을 보고 이물질이 없는지 검사. 농축음료는 라벨에 명시한 비율대로 희석한 후 검사<br>고체음료: 5g정도 샘플로 취하여 깨끗하고 건조한 흰색의 사기그릇에 담고 자연광선 아래에서 육안으로 색과 광택, 상태를 관찰하고 라벨에 명시한 비율대로 희석한 후 즉시 냄새를 맡아보고 맛을 봄, 2분간 정지 상태로 방치한 후, 비커 바닥에 이물질이 있는가를 검사 |
| 맛, 냄새 | 악취와 군내가 없어야 함   |   |
| 상태    | 육안으로 보이는 이물질이 없어야 하며 액체음료는 균일한 형상을 가지고 고체음료는 덩어리가 없어야 함 |   |

### □ 이화학적 지표

| 항목  | 지표 | 검사방법          |
|---|----|---------------|
| 우레아제 실험(脲酶試驗)   | 음성 | GB/T 5009.183 |
| 주: 고체음료, 농축음료는 제품의 라벨에 명시된 비율대로 희석 후 본 표준의 요구사항에 부합해야 함 |    |               |

□ 오염물 제한량

| 품목               | 식품유형        | 제한량(Pb기준)<br>mg/kg | 측정방법      |
|------------------|-------------|--------------------|-----------|
| 납<br>鉛<br>(Pb기준) | 두류제품(두유 제외) | 0.5                | GB5009.12 |
|                  | 두유          | 0.05               |           |
|                  | 고체음료        | 1.0                |           |

□ 미생물 제한량

○ 병원균은 GB29921-2013의 규정에 부합해야 함

| 식품유형                      | 병(원)균<br>지표 | 추출 방법 및 제한량 (따로 규정되어 있지<br>않으면, /25g 혹은 /25mL로 표기) |   |                   |                    | 측정방법                 |
|---------------------------|-------------|--|---|-------------------|--------------------|----------------------|
|                           |             | n  | c | m                 | M                  |                      |
| 음료 (식용<br>수, 탄산음<br>료 제외) | 살모넬라균       | 5  | 0 | 0                 | -                  | GB 4789.4            |
|                           | 황색포도상구균     | 5  | 1 | 100<br>CFU/g (mL) | 1000<br>CFU/g (mL) | GB<br>4789.10<br>第二法 |

- 상업무균시설로 생산된 제품은 상업무균에 대한 요구사항을 충족시켜야하고 GB 4789.26에 규정된 방법으로 검사함
- 상업무균시설로 생산된 제품이 아닐 경우, 미생물의 제한량은 아래 표의 규정에 부합해야 함

| 항목                                     | 추출 방법 <sup>1</sup> 및 제한량(따로 규정되어<br>있지 않으면, CFU/g로 표시) |   |                                    |                                      | 측정방법                                |
|--|--|---|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
|  | n  | c | m                                  | M                                    |                                     |
| 균락총수 <sup>2</sup><br>/(CFU/g또는CFU/mL)  | 5  | 2 | 10 <sup>2</sup> (10 <sup>3</sup> ) | 10 <sup>4</sup> (5×10 <sup>4</sup> ) | 10 <sup>3</sup> GB 4789.3 평<br>판배양법 |
| 대장균군/(CFU/g또는<br>CFU/mL)               | 5  | 2 | 1(10)                              | 10(10 <sup>2</sup> )                 | GB 4789.3평판계<br>량법                  |
| 곰팡이/(CFU/g또는<br>CFU/mL) ≤              | 20(50)   |   |                                    |                                      | GB 4789.15                          |
| 효모 <sup>3</sup> /(CFU/g또는<br>CFU/mL) ≤ | 20   |   |                                    |                                      | GB 4789.15                          |



|   |
|---|
| <p>주:괄호안의 수치는 고체음료에만 적용되고, 밀크티, 두유분, 코코아고체음료의 균락총수의 <math>m=10^4</math> CFU/g</p>                             |
| <p>1 샘플링과 그 처리방법은 GB 4789.1과 GB/T 4789.21의 규정을 따른다.<br/> 2 비살균형 유산균음료에는 적용되지 않는다.<br/> 3 고체음료에는 적용되지 않는다.</p> |

|   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 샘플링 방법은 2급과 3급 추출법으로 나뉘며, 2급 샘플링 방법은 각각 n, c, m값, 3급 샘플링 방안은 각각 n, c, m그리고 M값으로 설정</li> </ul> <p>n: 동일 로트로 샘플링 한 시료의 수량<br/> c: m의 제한수치 초과 허용 시료의 수<br/> m: 미생물 지표의 허용 값(3급 추출법)이나 최대 안전 제한 값(2급 추출법)<br/> M: 미생물 지표의 최대안전 제한 값</p> <p>주:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, <math>\leq c</math>개의 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m보다 커도 허용됨</li> <li>- 3급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, 모든 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m보다 작거나 같아도 되며, <math>\leq c</math>개의 샘플의 미생물 지표 검사 값이 m값과 M값 사이에 있어도 허용됨. 하지만 M값보다 커서는 안 됨</li> <li>- 예를 들어, <math>n=5, c=2, m=100\text{CFU/g}, M=1000\text{CFU/g}</math>일 경우, 제품에서 5개의 샘플을 뽑아, 이들 샘플의 검사결과가 m값보다 작거나 같으면(<math>\leq 100\text{CFU/g}</math>) 허용되고, <math>\leq 2</math>개의 샘플의 결과가 m값과 M값 사이(<math>100\text{CFU/g} &lt; X \leq 1000\text{CFU/g}</math>)일 경우에도 허용됨. 하지만 3개 이상 샘플의 결과치가 m과 M값 사이면 허용되지 않으며, 검사결과가 M값(<math>&gt;1000\text{CFU/g}</math>)보다 크면 안 됨</li> </ul> |
|---|

## [ 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」, 한국농수산물유통공사, 2018.01

### ■ 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. 중화인민공화국국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), www.aqsiq.gov.cn
8. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理局), 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. finance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml
16. news.ifeng.com/a/20170824/51741907\_0.shtml
17. news.21food.cn/61/2828859.html
18. news.21food.cn/35/2836137.html
19. www.vvgroup.com
20. www.yonhofood.com
21. dongmei.tm/index.html
22. www.blackcow.cn

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1811-02

품 목 : 두유분말차(Powdered Soy Milk Tea)

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.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 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.