

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1902-01

품목: 숙취해소음료(Anti Hangover Drink)

국가: 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 음료 산업 현황 및 전망	09
3. 수출입통계	19
II. 소비자 트렌드	20
III. 통관 및 제도	26
1. 통관 및 검역	29
2. 인증정보	41
3. 라벨링	45
4. 위생요건	48
IV. 경쟁제품	51
1. 경쟁제품 선정	52
2. 오프라인	53
3. 온라인	59
V. 경쟁사	60
1. 경쟁사 선정	61
2. 경쟁사 분석	62



VI. 유통채널 현황	65
1. 유통채널 개황	66
2. 주요 유통채널 분석	70



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 음료 산업 현황 및 전망
3. 수출입통계

국가 개요

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

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

주요 정보

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



자료: 「자료: 「Country Insight Snapshot China December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.012.07, 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09., 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04. 자료 종합

1) 육지 국경선의 총 길이는 약 2만 280km에 달하며 해안선 총 길이는 약 1만 8,000km임
 2) 본 보고서의 달러는 미 달러화를 기준으로 함
 3) 1 RMB = 165.92 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.02.07.검색)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망⁴⁾

	등급	등급전망
	DB4	부정적

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

□ 주요 전망

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

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

□ 주요 거시경제 지표

- 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망
 - 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의 2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록
- 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상
 - 위안화 가치 하락에 따른 수입물가 상승, 부동산 및 식료품 가격 상승 등으로 2016년 물가상승률은 2%대를 기록하였으나, 식료품 가격 하락 등으로 인해 2017년 물가상승률은 1.5%로 하락하였음

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

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

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

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

□ 무역통상 환경

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

□ 위험 및 기회요소

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

	<p>대해 검사함</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 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, 2018.05.11

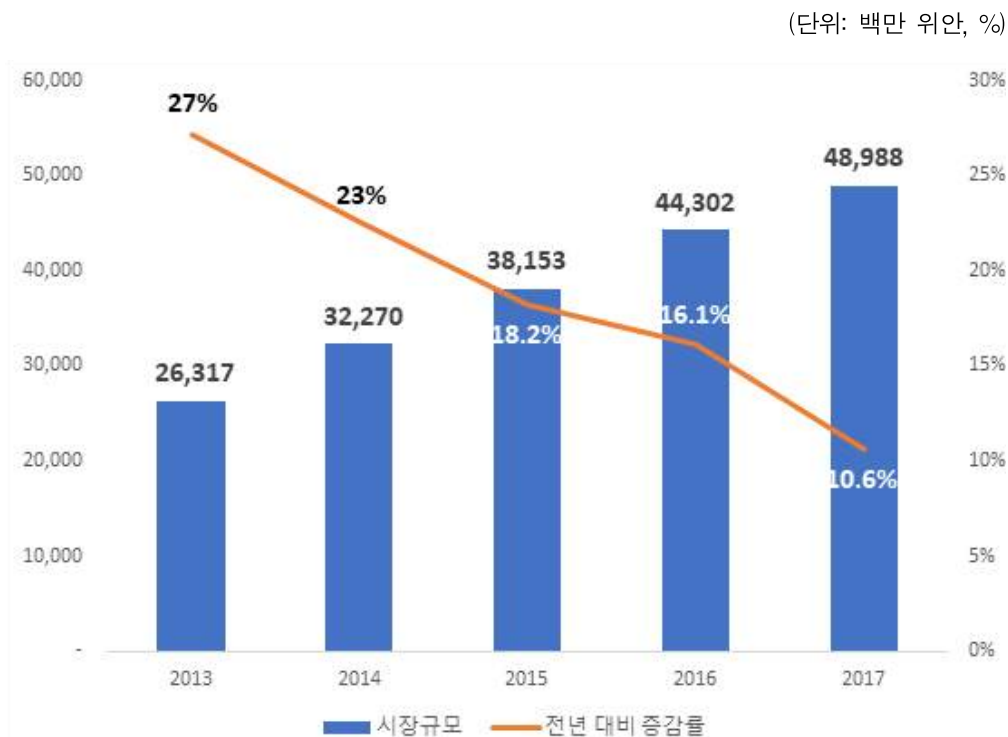
2. 음료 산업⁵⁾ 현황 및 전망

1) 기능성 음료 산업

□ 기능성 음료 시장 현황

- 기능성 음료 시장은 2013-2017년간 연평균 성장률(이하 CAGR)⁶⁾ 13.2%를 기록
 - 기능성 음료에는 수분, 에너지, 카페인 공급 등의 효과를 강조하는 음료 제품이 포함됨
 - 2017년 전년 대비 증감률은 10.6%를 기록하며 최근 5년간 전년 대비 증감률에 비해 수치상으로 성장세가 둔화되고 있지만 전년 대비 성장률 절대 수치가 매우 높아 향후 시장 규모는 더욱 커질 것으로 전망

표 1.2 기능성 음료 시장 성장 추이(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

5) 현지 조사결과 중국 소비자들은 일반적으로 숙취 해소를 위해 수분 보충용 이온 음료나 카페인 음료, 매실 음료 같은 제품을 구입 하는 것으로 확인됨. 이에 따라 숙취해소음료 산업을 파악하기 위해 기능성 음료 산업의 에너지 음료와 스포츠 음료 산업을 선정함

6)
$$CAGR = \left(\frac{\text{End month}}{\text{Start month}} \right)^{\frac{1}{\text{Number of years}}} - 1$$

□ 기능성 음료 시장 전망

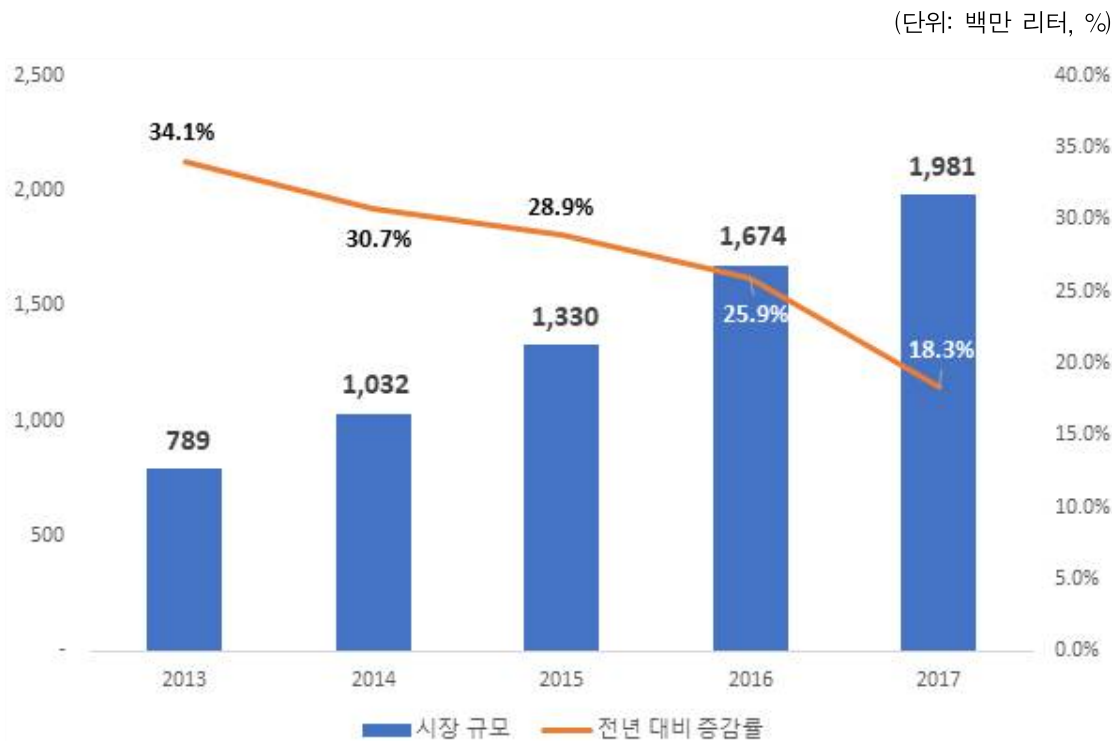
- Natural Products Insider에 따르면 소비자들은 기능성 음료 제품의 디자인과 효능에 더욱 주목하고 있음
 - 제품 디자인, 영양, 효능 등의 측면에서 인위적이고 인공적인 느낌이 강하게 드는 기능성 음료 제품은 더이상 소비자들의 선택을 받지 못할 것
 - 이는 기능성 음료 시장 경쟁이 더욱 치열해지면서 혁신적이지 못한 제품은 시장에 진입하기 어려움을 시사
- 소비자들의 다양한 니즈에 특화된 맞춤형 효능 및 영양소를 갖춘 기능성 음료 개발이 필수적
 - 중국은 2014년 기준 총 8,960만 명의 비만 인구를 기록하며 세계 1위 비만 국가였던 미국을 제치고 세계 최대 비만 국가가 됨
 - 예를 들어 다이어트 음료는 여성들을 위한 제품이 일반적이었지만 이제는 남녀 모두를 대상으로 한 제품이 필요함
 - 다이어트 음료뿐만 아니라 모든 기능성 음료 제품에서 소비자 니즈를 파악한 제품 개발의 필요성이 대두되고 있음

2) 에너지 및 스포츠 음료 산업

□ 에너지 음료⁷⁾ 시장 현황

- 에너지 음료 매출량은 2017년 약 19억 8,100만 리터를 기록하며 전년 대비 18.3% 성장
- 2013-2017년 에너지 음료 판매량의 연평균 성장률은 무려 25.9%로 향후에도 높은 성장률을 기록할 것으로 전망

표 1.3 에너지 음료 매출량 추이 및 전망(2013-2017년)

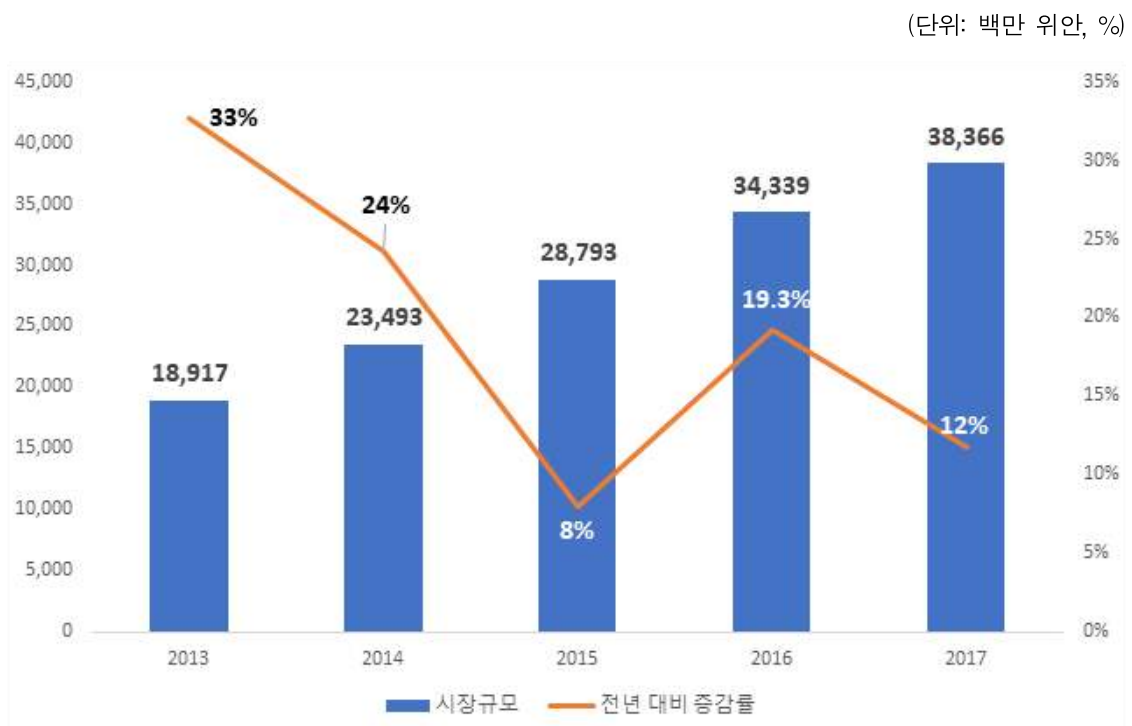


자료: Euromonitor International

7) 에너지를 끌어올리기 위해 제조된 기능성 음료로서 높은 수치의 카페인을 함유한 음료, 일반적으로 육체 피로 시의 영양 보급 등을 목적으로 시중에 판매되고 있음

- o 에너지 음료 매출액 규모는 2017년 약 380억 3,600만 위안을 기록하며 전년 대비 12% 성장
- o 2013-2017년 에너지 음료 매출액의 연평균 성장률은 19%로 매해 변동폭이 있겠지만 꾸준히 높은 성장 규모를 보일 것

표 1.4 에너지 음료 매출액 추이 및 전망(2013-2017년)

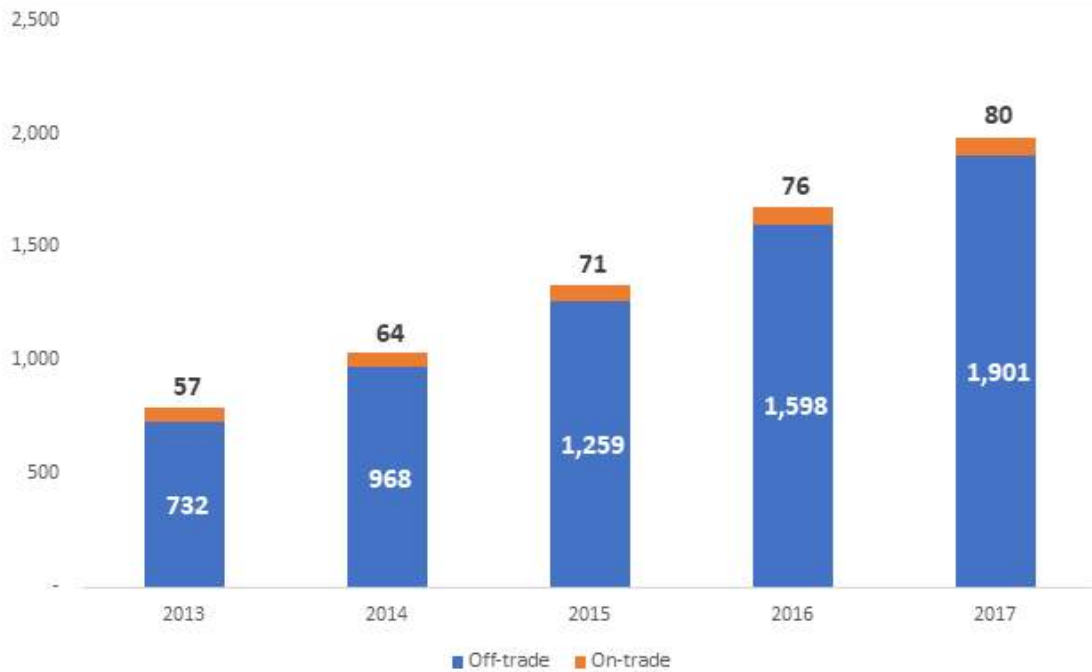


자료: Euromonitor International

표 1.5 에너지 음료 매출액 및 유통경로별 비중(2013-2017년)

(단위: 백만 위안)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
On-trade ⁸⁾ 매출액	57	64	71	76	80
비중	7.2%	6.2%	5.3%	4.6%	4.0%
Off-trade 매출액	732	968	1,259	1,598	1,901
비중	92.7%	93.8%	94.7%	95.4%	96.0%



자료: Euromonitor International

- o 유통채널별 매출액은 Off-trade 비중이 압도적으로, 2013-2017년 평균 94.5%의 점유율을 보임
- o 2013-2017년 에너지 음료 매출액의 유통채널별 연평균 성장률은 On, Off-trade 각각 8.7%, 27%임

8) On&Off-trade는 주로 음료, 주류판매와 관련하여 사용되는 용어로 On-trade는 바, 레스토랑, 카페, 호텔 및 기타 식당을 통해서 판매되는 것을 의미하며, Off-trade는 일반 소매점을 통한 판매를 나타냄

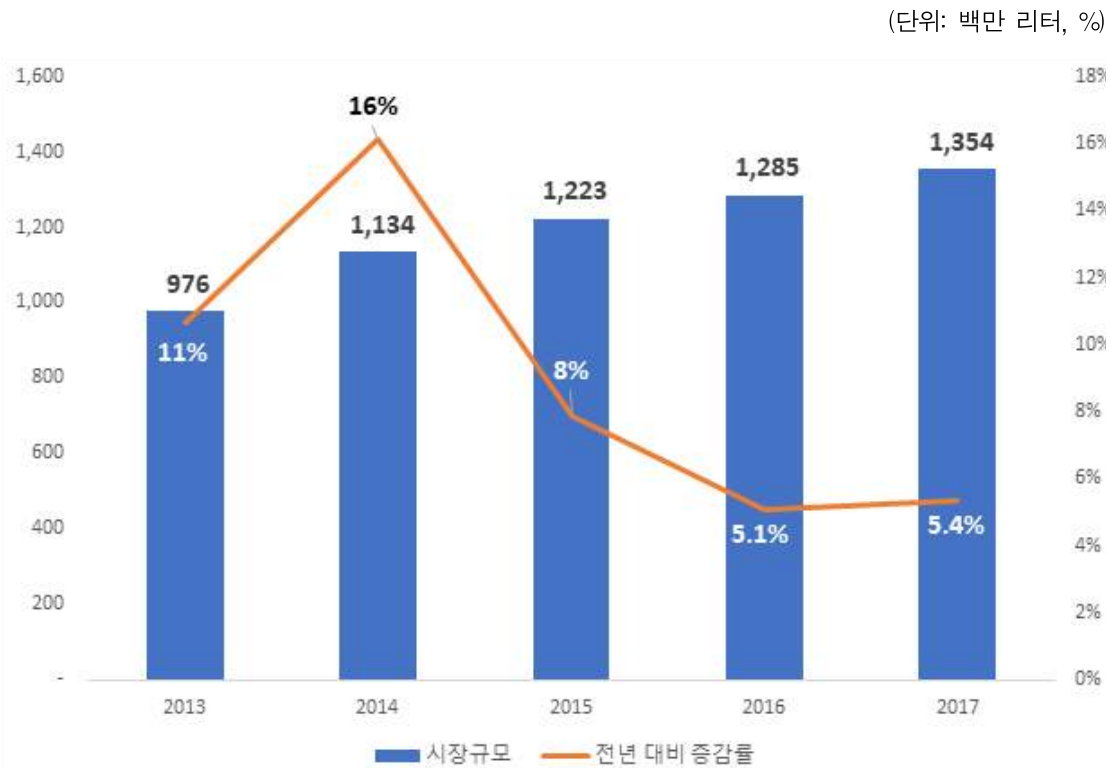
□ 에너지 음료 시장 전망

- 유로모니터에 따르면 에너지 음료는 설탕 함유와 관련된 부정적인 이슈에 크게 영향받지 않음
 - 에너지 음료 제조사들이 저칼로리, 저당 에너지 음료 제품 등 웰빙을 강조한 제품을 꾸준히 출시하기 때문
- 건강에 대한 관심도가 증가하였음에도 불구하고 소비자들은 고카페인 에너지 음료를 꾸준히 소비함
 - 현대 사회의 과중한 업무량과 다양한 종류의 스트레스가 에너지 음료에 대한 수요를 견인하고 있으며, 웰빙을 추구하는 소비패턴이 아직 이를 상쇄시키지 못하는 것으로 분석됨
- 새롭고 다양한 맛을 지닌 신제품 개발이 안정적 성장의 원동력
 - 소비자들은 새로운 맛을 경험하기 위해 신제품을 꾸준히 소비하는 것으로 파악되며, 그 중 열대과일 맛의 인기가 높은 것으로 보임
 - 천연재료를 사용하는 제조업체들이 늘어남에 따라 자연 친화적 음료를 구매하는 소비자들이 증가할 것으로 전망

□ 스포츠 음료⁹⁾ 시장 현황

- 스포츠 음료 판매량은 2017년 약 13억 5,000만 리터를 기록하며 전년 대비 5.4% 기록
- 2013-2017년 에너지 음료판매량의 연평균 성장률은 8.5%로 지속적인 높은 성장률을 기록할 것으로 전망

표 1.6 스포츠 음료 매출량 추이 및 전망(2013-2017년)

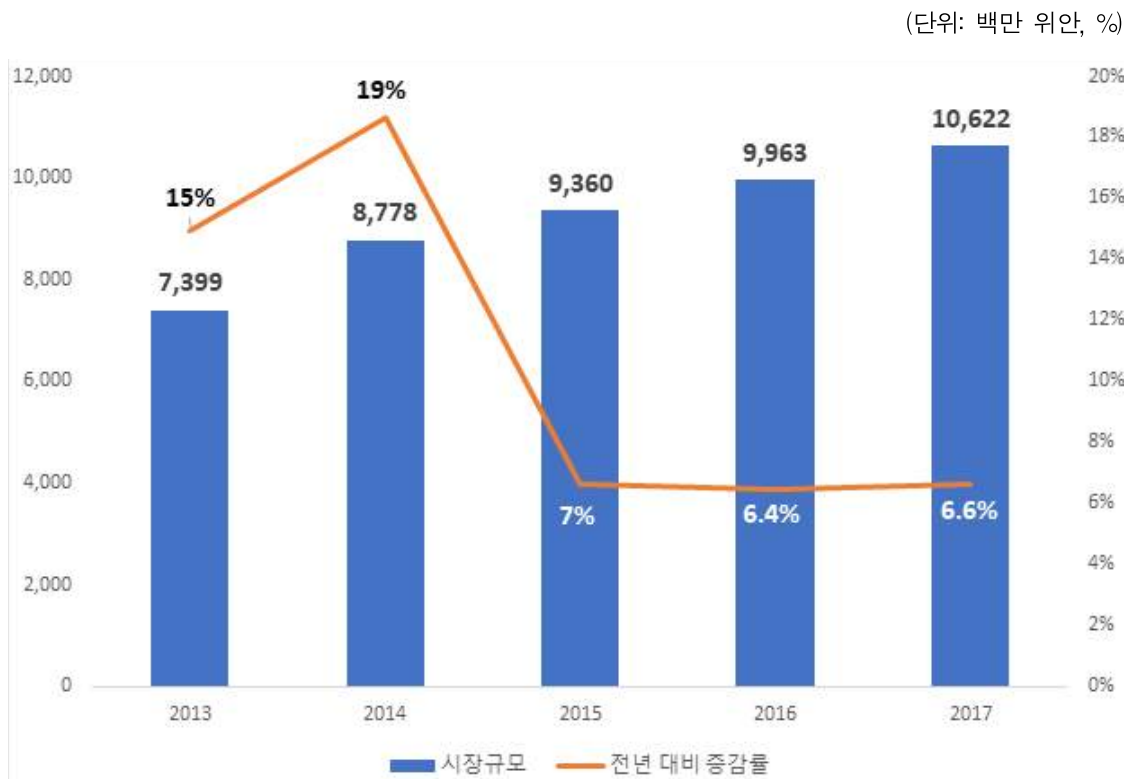


자료: Euromonitor International

9) 운동 중 땀의 배설로 인해 소실된 나트륨이나 칼륨 등의 무기질(즉 전해질) 및 운동 중 피로회복에 필요한 당질, 비타민 B1, B2, C가 포함되어 마시기 쉽도록 조미료 등이 첨가된 음료

- o 스포츠 음료 매출액 규모는 2017년 약 106억 2,200만 위안을 기록하며 전년 대비 6.6% 성장
- o 2013-2017년 스포츠 음료 매출액 규모의 연평균 성장률은 9.5%로 향후 지속적인 성장을 기록할 것으로 전망

표 1.7 에너지 음료 매출액 추이 및 전망(2013-2017년)

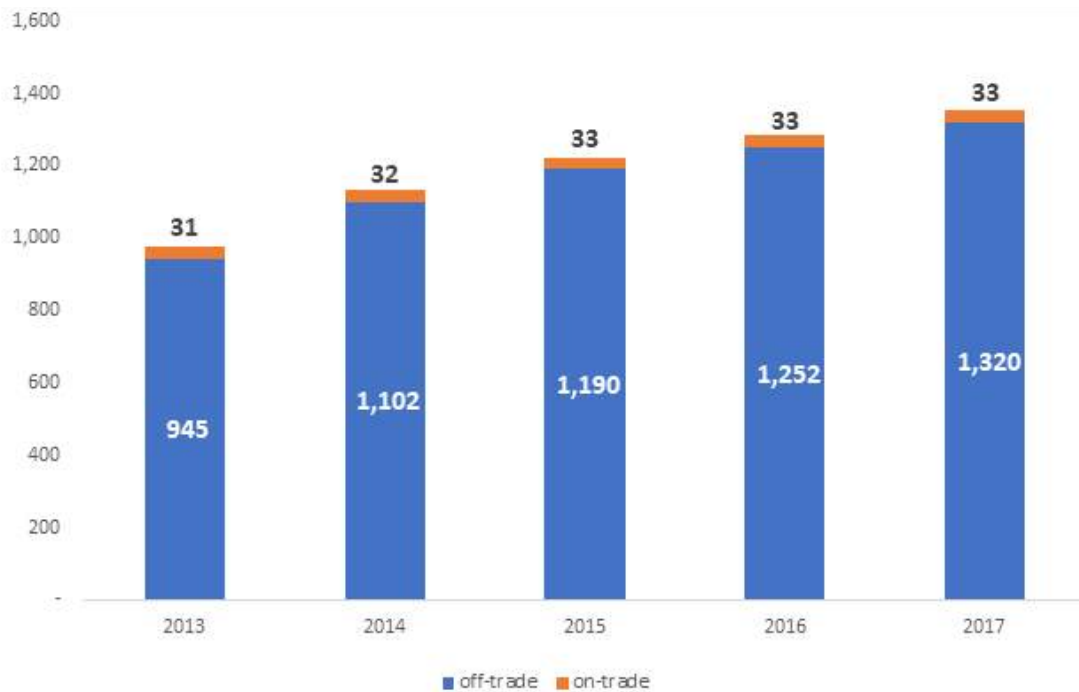


자료: Euromonitor International

표 1.8 스포츠 음료 매출액 유통채널별 비중(2013-2017년)

(단위: 백만 위안)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
On-trade ¹⁰⁾ 매출액	31	32	33	33	33
비중	3.3%	2.9%	2.7%	2.6%	2.5%
Off-trade 매출액	945	1,102	1,190	1,252	1,320
비중	96.8%	97.2%	97.3%	97.4%	97.5%



자료: Euromonitor International

- 유통채널별 매출액은 Off-trade 비중이 압도적으로 높으며, 2013-2017년 평균 97.2%의 점유율을 차지
- 2013-2017년 스포츠 음료 매출액의 유통채널별 연평균 성장률은 On, Off-trade 각각 1.6%, 8.7%임

10) On&Off-trade는 주로 음료, 주류판매와 관련하여 사용되는 용어로 On-trade는 바, 레스토랑, 카페, 호텔 및 기타 사 식당을 통해서 판매되는 것을 의미하며, Off-trade는 일반 소매점을 통한 판매를 나타냄

□ 스포츠 음료 시장 전망

○ 확대되는 스포츠 음료 소비군

- 스포츠 음료의 기존 소비자층은 프로 운동선수나 운동을 열심히 하는 소비자였지만, 최근 스포츠 음료 제조 업체는 소비자 범위를 확장시키고자 적극적인 마케팅을 진행함
- 캐나다의 스포츠 음료 제조 업체 Biosteel은 중국 내 운동을 즐기는 일반 소비자를 겨냥하여 두 가지 새로운 맛을 출시하며 제품군을 보강함

○ 손쉬운 구매

- 스포츠 음료는 운동이나 기타 활동 이후에 구매를 하는 특성상 소비자가 구입하기 쉬운 곳에 노출되는 경향이 있음
- 이에 따라 편의점 및 자동 판매기가 이상적인 유통채널로 꼽힘
- 제품 구매 기회와 반복적인 구매의 증가는 스포츠 음료의 성장에 중요한 역할을 할 것으로 기대

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 숙취해소음료 통계 기준 확인

- 숙취해소음료의 시장성 판단을 위한 글로벌 및 중국의 수입 규모를 확인하기 위해 HS CODE 2202.99으로 기준을 설정함
 - 숙취해소음료의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 10자리 2202.99.9000로 기준을 설정

표 1.9 숙취해소음료 통계 기준 설정

조사항목	분류	HS CODE
글로벌 수입 규모 및 성장률	무역통계	HS Code 2202.99기준
중국 수입 규모 및 증감률		HS Code 2202.99.0099 기준
한국 수출 규모 및 증감률		HS Code 2202.99.9000 기준

표 1.10 숙취해소음료 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	Waters, including mineral waters and aerated waters, containing added sugar or other sweetening matter or flavoured, and other non-alcoholic beverages, not including fruit or vegetable juices of heading 20.09.
	2202.99.9000	기타	other
중국	2202	기타	其他
	2202.99.0099	기타	其他

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

2) 통계자료 확인

□ 숙취해소음료 수출입 통계

- 한국과 중국 모두 숙취해소음료를 구분하여 통계 자료를 입력한 HS CODE가 없으므로 자료 추출 및 분석을 생략함
 - 한국 2202.99.9000 분류를 통해 숙취해소음료만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨
 - 중국 2202.99.0099 분류를 통해 숙취해소음료만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨



II. 소비자 트렌드

1. 소비자 트렌드

□ 숙취해소를 위해 일반 음료를 음용하는 소비자¹¹⁾

- 데스크 리서치와 소비자 인터뷰 결과 현지 소비자들은 숙취가 심한 경우 전문 숙취 해소제품을 섭취하기보다는 상식적으로 숙취에 좋다고 하는 일반 음료를 음용하는 것으로 나타남
 - 이온음료, 기능성음료, 단 맛이 나는 과채음료를 주로 음용함
- 현지 매체는 음료 이외에도 꿀, 무즙, 배추, 식초 등의 식품이 숙취해소에 좋다고 소개하는 한편, 전문 숙취해소제품에 대한 자료는 부족한 편
 - 숙취해소제품에 대한 소비자들의 인지도는 매우 낮으며 굳이 숙취해소를 위해 전문 제품을 먹어야 하는지에 대한 의구심을 가지고 있음

□ 숙취해소음료 소비자 인터뷰

- 소비자 인터뷰 결과 인터뷰 대상자 절반이 숙취해소제 혹은 숙취해소음료에 대해서는 바가 없다 하여 해당 내용은 제외하였음
 - 유력 소비자인 대학생을 중심으로 인터뷰를 진행했음에도 절반이 숙취해소제품에 대해 모른다고 응답함

성별: 남성 나이: 40 대 유통채널 직원
1) 숙취해소제에 대해 들어보신 적이 있는지? - 들어본 적 있음
2) 숙취해소제에 대해 알게 된 경로는? - 숙취해소를 위해 약국에 방문했을 때 약사로부터 추천받음. 하지만 그 이후 자발적으로 구입한 적은 없음
3) 숙취해소제를 구입하지 않는 이유는? - 가격이 비싸고 약국을 찾아 멀리 가기가 불편함. 제품의 효능에 대해서도 의심스러움
4) 숙취로 힘들 시 숙취해소를 위해 섭취하는 식품이 있다면? - 단 맛이 나는 음료를 선호하며 비타민이나 이온 음료를 섭취함
5) 한국산 숙취해소제에 대해 들어본 적 있는지?

11) www.tianqi.com/toutiao/read/39945.html

- 없음

6) 한국산 숙취해소제가 중국 시장에 들어온다면 구입할 의향이 있는지?

- 있음

7) 숙취해소제 제품이 가지는 숙취해소 효능에 대한 기대는 어느 정도인지?

- 가격만큼 효과가 있으면 좋겠지만 음주 빈도가 많이 줄어서 숙취해소제를 굳이 구입할 것 같지 않음

성별: 여성 나이: 22 세 대학생

1) 숙취해소제에 대해 들어보신 적이 있는지?

- 들어본 적 있음

2) 숙취해소제에 대해 알게 된 경로는?

- 친구의 권유로 처음으로 음용해봄

3) 음용하신 숙취해소제의 브랜드는?

- 한국 상품이었지만 정확한 제품명은 기억나지 않음

4) 숙취로 힘들 시 숙취해소를 위해 섭취하는 식품이 있다면?

- 밀크티와 같이 단 음료를 음용함

5) 한국산 숙취해소제가 중국 시장에 들어온다면 구입할 의향이 있는지?

- 구입할 의향 있음

6) 숙취해소제 제품이 가지는 숙취해소 효능에 대한 기대는 어느 정도인지?

- 숙취로 힘들 시에 음용 후 일상 생활에 지장이 없을 정도로 기대

성별: 여성 나이: 50 대 유통채널 직원

1) 숙취해소제에 대해 들어보신 적이 있는지?

- 들어본 적 있으나 마셔본 적 없음

2) 숙취해소제에 대해 알게 된 경로는?

- 한국인들이 찾는 것을 봄

3) 숙취로 힘들 시 숙취해소를 위해 섭취하는 식품이 있다면?

- 배우자가 매일 음료를 마심

4) 한국산 숙취해소제가 중국 시장에 들어온다면 구입할 의향이 있는지?

- 있음

5) 숙취해소제 제품이 가지는 숙취해소 효능에 대한 기대는 어느 정도인지?

- 숙취가 완전히 해소되어야 숙취해소제로서 효능이 있다고 생각

성별: 남성 나이: 28 세 회사원

1) 숙취해소제에 대해 들어보신 적이 있는지?

- 들어본 적 있으나 마셔본 적 없음

2) 숙취해소제에 대해 알게 된 경로는?

- 지인 추천으로 들어봄

3) 숙취로 힘들 시 숙취해소를 위해 섭취하는 식품이 있다면?

- 식사를 많이 하고 따로 찾는 음료나 약은 없음

4) 한국산 숙취해소제에 대해 들어본 적 있는지?

- 들어본 적 있으며 한국산 외에도 대만, 일본 제품이 유명한 것으로 앎

5) 한국산 숙취해소제가 중국 시장에 들어온다면 구입할 의향이 있는지?

- 있음

6) 숙취해소제 제품이 가지는 숙취해소 효능에 대한 기대는 어느 정도인지?

- 다음날 무리하지 않고 회사에 갈 수 있을 정도

성별: 남성 나이: 27 세

1) 숙취해소제에 대해 들어보신 적이 있는지?

- 들어본 적 있으며 음용해봄

2) 숙취해소제를 구입한 경로는?

- 주변 슈퍼마켓

3) 음용하신 숙취해소제의 브랜드는?

- 한국 상품이었지만 정확한 제품명은 기억나지 않음

4) 숙취로 힘들 시 숙취해소를 위해 섭취하는 식품이 있다면?

- 특별히 섭취하는 것은 없음

<p>5) 한국산 숙취해소제가 중국 시장에 들어온다면 구입할 의향이 있는지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 있음 <p>6) 숙취해소제 제품이 가지는 숙취해소 효능에 대한 기대는 어느 정도인지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 숙취가 어느정도는 해소되어야 숙취해소제로서 효능이 있다고 생각

자료: 중국 현지조사원 인터뷰

□ 유통 담당자 인터뷰

o 제품에 대한 인지도 부족으로 다수의 유통 담당자를 대상으로 인터뷰를 진행함

<p>차오스파 유통채널 담당자</p> <p>1) 숙취해소음료의 현재 판매 현황은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 숙취해소음료, 젤리 등 현재 입고되어 있는 상품은 없으며 해당 제품을 찾는 소비자 수도 적음 <p>2) 한국산 숙취해소음료 제품의 시장 성공 가능성은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 호기심에 몇 회 구입할 것 같긴 하나 지속적인 구매로 이어질지는 모르겠음 <p>3) 담당자께서 숙취해소제품을 먹어본 적 있는지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 없음 <p>4) 담당자가 보시기에 소비자들이 일반적으로 숙취해소용으로 섭취하는 식품은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이온음료, 기능성음료
<p>BHG LifeStyle 유통채널 담당자</p> <p>1) 숙취해소음료의 현재 판매 현황은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 판매되고 있지 않음 <p>2) 숙취해소제를 찾는 소비자에게 대신 어떤 제품을 추천 하시는지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 매실 음료나 단 음료 <p>3) (중국의 Top10 숙취해소제품 리스트를 보여주며) 다음과 같은 제품에 대해 들어보신 적 있는지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 모름
<p>클럽 주변 편의점 담당자</p> <p>1) 숙취해소 제품의 현재 판매 현황은?</p>

- 입고된 지 오래 되었으며, 소비자들이 많이 찾음

2) 가장 많이 팔리는 숙취해소 제품은?

- 대만 제품과 F6 제품이 가장 많이 팔림

3) 주된 구매 연령층은?

- 대학생들과 30대가 주 구매층

4) 한국산 숙취해소 제품의 판매 현황은?

- 구하기가 어려워서 판매하지 않음

5) 한국산 숙취해소 제품의 예상 소비자 반응은?

- 잘 모르겠음

6) 기타 코멘트

- 조사 당시 판매중인 제품 수량은 총 10개에 불과하였으며 음주 문화를 즐기는 젊은 소비자가 아닌 이상 소비자들이 많이 찾는 제품이 아님

한인마트 담당자

1) 숙취해소 제품의 현재 판매 현황은?

- 입고된 지 오래 되었으며, 대부분은 소비자는 한국인임

2) 가장 많이 팔리는 숙취해소 제품은?

- 컨디션과 레디큐 젤리형


3) 주된 구매 연령층은?

- 20-30대 학생층

4) 한국산 숙취해소 제품의 판매 현황은?

- 한국인들과 같이 제품 이해도가 높은 소비자 외에 중국 소비자들은 잘 찾지 않음

자료: 중국 현지조사원 인터뷰



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS CODE 2202.99.0099의 관세율¹²⁾

HS CODE	품명	관세율
2202.99.0099	기타	최혜국대우세율: 5% 한-중 FTA협정세율: 28% 아태 협정세율: 4.2% 증치세율: 16%

❖ 중국 FTA 정보

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

❖ 중국 관세율 확인 방법

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

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

¹²⁾ 중국 관세청 홈페이지(ftatax.mofcom.gov.cn)

통관 및 검역 개요

❖ 중국 건강기능식품 수입통관 절차

중국에서 건강기능식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	검역 신고	- 중국 해관총서	국가시장감독관리총국 및 중국해관총서
2	수입신고	- 수입 신고 - 필요서류 제출	
3	서류심사 및 물품 검사	- 검역 혹은 검사 절차	
4	세금 납부	- 관세 및 증치세 등 세금 납부	
5	수리 후 물품 반출		

❖ 건강기능식품 통관 절차



1. 통관 및 검역¹³⁾

1) 수입 통관 절차

(1) 수입 신고전 준비 및 절차 개요

□ 가공식품 통관 절차

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

표 3.1 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고	
- 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급	- B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 국가시장 감독관리 총국 및 해관 총서 제출용	선적 전 구비완료, 사본/원본 송부
- 원산지증명서 발급	- 대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지증명서 - 관세청: 특혜(FTA) 원산지증명서		선적 전 또는 선적 후 1-2일 내 발급 후 수입자에게 원본 송부
- 수출자 등록 ¹⁴⁾	- 등록시스템에서 수출자 등록		
- 영문 위생증명서 발급	- 농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 - 수산물: 국립수산물 품질관리원		
- 동/식물 검역증 발급 (일부 품목)	- 농림축산검역본부		
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨 (CCIC인증서)	- 중국 식품 수출 사전 준비 단계		

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

□ 수출 업체 등록

- 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 식품수입을 하고자 하는 수입자는 국가시장감독관리총국 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 지방해관에 제출해야 함

그림 3.1 중국 지방해관 심사신청 홈페이지



자료: ire.eciq.cn

14) 기존의 국가품질 감동 검사검역총국이 폐지되고 국가시장감독관리총국을 설립함
https://www.kiip.re.kr/board/trend/view.do?bd_gb=trend&bd_cd=1&bd_item=0&po_item_gb=CN&po_no=17638

□ 검역신청(지방해관)

- 중국의 경우 수입화물 도착 후 지방해관에 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
 - 샘플 검사가 불합격된 경우에는 검역 검사를 재신청하게 되며 재심사에서 불합격 통보를 받은 경우 중국으로 수입이 금지됨
- 지방해관 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 지방해관에 제출하여야 함

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

□ 수입신고

- 중국 현지 바이어인 수입자는 통관고유번호를 발급받은 뒤 수출자로부터 전달받은 인보이스, 패킹리스트, 원산지증명서 등을 구비하여 수입신고서를 관할 해관에 제출함
 - 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 3.2 중국 수입신고(통관) 절차

진행 절차	비고
해관신고	지방해관 신고 후 해관 수입신고 진행
관세/증치세 납부	과세과격 ¹⁵⁾ 에 따른 관세/증치세 납부
실물 검역	서류상 신고내용과 실물 일치여부 검사
통관	관세 납입 및 해관 통관 완료 후 보관단이 발급됨
검역창고 이동필요 시)	지방해관 지정 검역 창고로 이동
사후 가격심사	HS CODE 및 신고가격 적합성 심사

¹⁵⁾ 관세 납부목적으로 평가되는 수입물품의 과세표준으로 수출자와 수입자간 거래가격을 기초로 하여 평가되는 것을 원칙으로 함.

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

□ 지방해관 검역(실물 검사 및 라벨링 검사)

- 해관 통관 완료 후 지방해관 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 입국화물검역증명서¹⁶⁾을 발급받아 출고 및 판매가 가능함

□ 관세 납부 및 수입물품 반출

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

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

[2] 수입신고 상세 내용

□ 수입신고서의 제출

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

□ 수입신고서의 심사

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

□ 수입신고서의 처리

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

□ 담보의 제공

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

□ 물품검사

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

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

□ 관세납부 및 통관완료

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

□ 통관 완료

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

2) 수입 통관 이슈

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행¹⁷⁾

- 통관 일체화 실시 이후 수출 기업이 '선(先)통관 후(後)심사' 방식을 통해 원하는 해관에서 신고와 납세 등을 처리할 수 있음
 - 통관일체화는 통관 절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 해관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감하기 위해 각 항구 해관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임
- 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海關風險防控制中心)와 징해관리센터(稅收徵管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무

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

- 에 대해 집약적이고 통일된 스마트 관리체계 구축
- 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 거치든 표준화된 형식과 기준을 통해 편리한 통관 서비스를 제공받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업들의 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요
- 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서 · 영수증 · 운송증빙서류 · 보험증빙서류 · 지급증빙서류 · 회계장부 · 업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보관에 각별히 주의해야 함
 - 특히 화물의 수출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 해관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표 3.3 통관 일체화 제도 적용 시 변경사항

	해관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	해관별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 해관에서만 통관 가능	통관 전 '수입신고 서류심사' 및 '세금 납부' 진행	통관 전 해관이 기업 납부 세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 해관이 중국 해관시스템으로 전산 통합되어 어느 해관에서나 통관 가능	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사' 진행	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 해관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 "신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입신고 서류심사 → 후속관리"	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

□ 한국식품에 대한 라벨링 심사강화¹⁸⁾

- 전 중국 국가질검총국(현재 국가시장감독관리총국) 보고 자료에 따르면 2016년부터 2018년까지 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품첨가물 과다 또는 과소함유, 영양소 수취초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관 거부한 사례가 안내되었음
- 수출기업은 원활한 중국 식품수출을 위하여 수출 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역항목을 확인하여야 함
 - 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관거부당하지 않도록 하여야 함

18) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

□ 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 통관거부사례¹⁹⁾

구분	한국	미국	홍콩	일본	독일
위생	60건(15%)	18건(3.5%)	7건(7.2%)	5건(0.5%)	8건(3.2%)
성분	78건(19.5%)	216건(42.9%)	17건(6.4%)	179건(19.7%)	60건(24.2%)
서류	62건(15.5%)	57건(11.3%)	21건(7.9%)	484건(53.3%)	91건(36.7%)
라벨 및 포장	109건(27.3%)	85건(16.9%)	159건(60.2%)	56건(6.1%)	35건(14.1%)
유통기한	80건(20%)	88건(17.4%)	12건(4.5%)	28건(3.1%)	23건(9.2%)
기타	10건(2.5%)	39건(7.7%)	48건(18.1%)	155건(17%)	31건(12.5%)
합계	399건(100%)	503건(100%)	264건(100%)	907건(100%)	248건(100%)

자료: 2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석(2018)

3) 관세율 정보

□ 숙취해소음료의 경우 한국 HS CODE는 2202.99.9000호로 분류되고, 중국 HS CODE는 2202.99.0099호에 분류되는 것이 적정함

- 본 물품은 숙취해소 음료로, 건강기능식품보다는 기능성음료로 용기에 담아 소매 포장된 물품임
 - 관세율표상 제2202호에는 “설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)”가 분류되며, 동 호 해설서 (B)항 ‘기타 알코올을 함유하지 아니한 음료’ 에서 “직접 음료에 공하는 기타 음료: 예로 우유와 코코아 등을 기제로 하여 만든 것이 있다.”라고 해설하고 있음
 - 따라서 본 물품은 제2202호로 분류될 수 있으며 한국과 중국 모두 숙취해소음료에 대한 특계된 세번이 존재하지 않고 기타 세번으로 분류함
- 한국의 경우 제2202.99-9000호의 기타 음료에 분류하며, 중국의 경우에도 제 2202.99.0099호의 제2009호의 과일이나 채소주스에 해당하지 않는 기타 non-alcohol

19) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

음료로 분류됨

- o 중국의 제2202.99.0099호의 기본관세율은 5%, 한-중 FTA협정세율 28%, 아태무역 협정세율 4.2%이므로 아-태 협정세율을 적용하는 것이 유리함
 - 다만, 아-태 무역협정 부속서에 따른 원산지 결정기준 및 직접운송원칙을 충족하며 APTA 원산지 증명서를 발급받아야 함
- o 수입물품에 부가가치세인 증치세가 부과됨. 증치세율은 16%이며 증치세 계산식은 다음과 같음

$$\text{증치세액} = (\text{CIF 금액}20) + \text{수입 관세액} + \text{소비세액}) * \text{증치세율} 16\%$$

표 3.5 중국 숙취해소음료 수입 관세율

국가명	HS CODE	품명	관세율
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-
	2202.99	기타	
	2202.99-9000	기타	
중국	2202	Waters, including mineral waters and aerated waters, containing added sugar or other sweetening matter or flavoured, and other non-alcoholic beverages, not including fruit or vegetable juices of heading 20.09.	기본세율 ²¹⁾ : 5% 한-중 FTA 협정세율: 28% 아태 협정 세율: 4.2% 증치세: 16%
	2202.99	Other	
	2202.99.0099	Other non alcoholic beverages in other package, excluding the fruit and vegetable juice of heading No. 2009	

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

※ 중국 증치세(增值稅)²²⁾

- o 한국의 부가가치세(Value Added Tax)와 유사한 개념으로 생산과 유통의 각 단계에서 생성되는 부가가치에 대해 부과되는 조세

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

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

22) www.cncnews.co.kr 와 cnnworldmoney.com의 중국 증치세 기사를 바탕으로 작성

- 상품 판매, 용역 제공, 해외로부터 상품수입 시 발생하고 모든 업종에 적용되며 전 단계 매입세액 공제방식을 취함
- 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조
- 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표

표 3.6 세부업종별 증치세율 변동내역

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

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

4) FTA 정보

□ 2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서, FTA협정품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우 특혜세율을 적용받기 위해서는 기존에는 FTA원산지증명서 발급이 필수였음
- 세관총서 2016년 제85호 공고(한중 FTA 원산지증명서 제출요구 간소화 관련 공고)에 따르면 2016년 12월 28일부터 중국 세관은 한중 FTA 협정세율의 신고 화물에 대해 수입신고 시 화주 또는 대리인(이하 “수입자”)에게 원산지증명서 원본 제출을 요구하지 않음
 - 다만, 세관이 필요하다고 인정한 경우 수입자는 추가로 관련 원산지증명서 원본

을 제출해야 함

- o 관세청 전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 ‘신고작성목록(FTA) 사용지침서’ 를 참고하여 전자 원산지증명서(e-CO)를 등록하면 됨
 - 신고서 사전입력자란에 원산지증서 전자데이터 상황이 제시되지 않는 경우 수입자는 세관 총서령 229호의 관련 규정에 따라 원산지 관련 보충신고를 해야 함. 즉, 협정세율 적용신청을 하고 관련 화물에 대한 담보를 제공하여 통관 수속을 진행해야 함

표 3.7 한-중 FTA 원산지증명서 발급내용

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

□ 한-중 FTA 적용 요건 - 직접운송원칙

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

음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

2. 인증정보

□ SC 인증²³⁾(권장)

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

23) 중국 국가출입검역검역국 및 중국 식품약품감독관리총국 자료

□ SC 인증정보 상세내용

 <p>生产许可</p>	
<p>인증/검사명</p>	<p>SC 인증(食品生産許可证)</p>
<p>표기방법</p>	<p style="text-align: center;"> SC 101 430104 05015 </p> <p style="text-align: center;"> ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SC: “생산”을 한어 병음으로 축약 표기 2. 품목 분류 3. 성급 행정구획번호(ex. 후난성: 43) 4. 시급 행정구획번호(ex. 창사시: 01) 5. 현급 행정구획번호(ex. 웨루구: 04) 6. 등록번호 (ex. 0501: 웨루구 첫 번째 기업) 7. 검역번호 (ex. 자동생성: 5)
<p>인증 설명</p>	<p>- 품질검사, 생산장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한하여 부여되는 마크</p>
<p>발행/검사기관</p>	<p>중국 국가품질감독검험검역총국</p>
<p>성격</p>	<p>권장</p>
<p>제출서류</p>	<p>식품생산허가신청서, 영업증 사본, 식품 생산 가공 장소 및 주변환경 평면도, 기능 구간 구성평면도, 공예 설비 배치도 및 식품생산공예절차흐름도, 식품 생산주요설비 및 시설명단, 수입검역기록, 생산과정통제, 출하검사기록, 식품 안전검사, 종업원건강관리, 불안전식품회수, 식품안전사고처리 등 보장식품안전 규정제도 등</p>
<p>소요기간</p>	<p>70일 이내</p>
<p>유효기간</p>	<p>5년</p>
<p>발급절차</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) SC 인증신청서 제출 2) 서류 심사 <ul style="list-style-type: none"> - 국가시장감독관리총국의 서류심사 - 신청 접수 후 5일 안에 결과 발표 3) 현장 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 서류통과 기업에 대해 현장조사 실시 - 현장조사 시작일로부터 10일 안에 결과 발표 4) SC 인증서 발급

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

자료: 식품생산허가관리법 국가식품약품관리총국령 제16호

□ 중국 유기농 제품 인증²⁴⁾과 식품안전관리인증

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

① 중국 유기농 인증	인증마크	
	주관기관	<ul style="list-style-type: none"> - 국가시장감독관리총국 - 지방해관
	성격	권장
	내용	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농제품 품질 향상, 유기농제품 인증관리 강화 및 환경보호 및 지속 가능한 발전 추진 등을 목적으로 2001년 4월 인증제도 제정 - 가공 식품은 원료(물·염화나트륨 제외) 중 95% 이상이 유기농 식품 인증을 받아야 함 - 가공식품 기준 유기농식품 인증 소요기간은 약 1년 반~2년

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

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

		<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 식품 인증 소요 비용은 약 800만원 이상이나 원료의 종류·지배지 면적·생산량 등에 따라 소요 비용이 상이 - 중국에서 유기농식품 인증을 받은 한국 제품은 단 9개(2016년 기준)
② 식품안전관리 인증 (HACCP)	인증마크	
	발행기관	식품의약품안전청
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • HACCP는 Hazard Analysis and Critical Control Point의 약자로 식품의 생산, 가공, 제조, 준비 및 식용 등에 있어 소비자의 안전을 확보하고, 위험한 요소를 식별, 평가 및 제한하는 일종의 과학적이고 합리적이며 체계적인 인증 • 위험요소는 생물적, 화학적, 물리적 조건이 가지고 오는 건강에 유해한 영향을 말하며, 식품 생산 과정 중의 위험요소의 예로는 금속 잔류물, 살충제, 미생물 오염 등이 있음 • 가공 과정의 각 단계별 감시와 제한을 진행함으로써 위험 발생 확률을 낮춤

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

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

□ 라벨링 심의 제출서류

- 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화에 따라 아래와 같이 통관 전 중국세관에 미리 포장라벨의 심의를 받을 수 있음
- 심의기간: 접수기관²⁶⁾(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 표시내용에 대한 설명자료	식품견본
식품생산공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법	수출국의 식품라벨에 관한 규정
안전성 여부의 평가자료	기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
작용효능성분, 상관 증명자료 및 검험방법	

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

□ 중국 포장식품 라벨링 필수 표기사항

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

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 판매 중인 중국 숙취해소음료 라벨링 예시27)

라벨링 예시



- ① 용량: 140ml
- ② 생산일자: 포장지 뒷면에 표기
- ③ 유효기간: 제조일로부터 24개월
- ④ 섭취방법: 개봉 즉시 바로 음용
- ⑤ 보관 방법: 직사광선과 습한 곳을 피해 보관

27) 오프라인 유통채널에서 숙취해소음료 상품 확인이 불가하여 온라인 유통채널에서 판매중인 상품의 라벨링을 예시로 사용함

4. 위생규정

□ 식품첨가물 및 유해물질 규정 관련 국가표준(법률)

- 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가시장감독관리총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 <식품안전국가표준(食品安全国家标准)>에 부합해야 함²⁸⁾
- (식품 첨가물)중국 숙취해소음료 제품의 식품 첨가물은 ‘식품첨가물 사용표준(食品添加剂使用标准)GB 2760-2014’ 를 준수해야 함
- (유해물질)또한, 숙취해소음료의 유해물질은 GB 2761-2017, GB 2762-2017, GB 29921-2013, 등의 규정에 따라야 함

표 3.8 숙취해소음료 제품 위생요건 관련 국가표준(법률) 목록

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

자료: 연구자 정리

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

□ 숙취해소음료 식품첨가물 규제

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

표 3.9 對중국 숙취해소음료 제품 수출 시 주의해야 할 주요 식품첨가물²⁹⁾

물질명	식품유형	비고
acesulfame potassium	그외 식품 (식품첨가물, 건강기능식품 등)	0.04g/세트
alitame	그외 식품 (식품첨가물, 건강기능식품 등)	0.15g/세트
aspartame-acesulfame salt	그외 식품 (식품첨가물, 건강기능식품 등)	0.09g/kg
steviol glycoside	그외 식품 (식품첨가물, 건강기능식품 등)	0.05g/세트/스테비올로 계산
sucralose	그외 식품 (식품첨가물, 건강기능식품 등)	0.05g/세트
thaumatin	그외 식품 (식품첨가물, 건강기능식품 등)	0.025g/kg

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

29) 숙취해소음료의 경우 건강기능식품으로 분류할 수 있으며 이에 따른 식품첨가물 규제 대상은 182건. 그 중 GMP 기준을 제외한 항목만 간추려 본 보고서에 기재 하였음. 보다 자세한 내용은 다음 링크에서 찾아 볼 수 있음. <http://www.kati.net/additive/additiveList.do>

□ 숙취해소음료 유해물질 잔류허용기준

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

품목	식품유형	제한기준(mg/kg)
납(Pb)	기능성음료	2.0
총 비소(As)	기능성음료	1.0
총 수은(Hg)	기능성음료	0.3

※ 참고사항

- 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용³⁰⁾
 - 기존에 식용 균류 및 조류 가공품에 사용하는 방부제인 니신에 대한 규정이 없었음
 - 2018년 2월 13일 이후 니신을 첨가할 경우, 빵류는 0.3 g/kg, 식용 균류 및 조류 가공품을 비롯한 기타 농산물 가공품은 0.5 g/kg의 기준치를 적용
 - 해당 식품첨가물은 미생물 생장 억제 등의 목적으로 사용됨
 - 한국에서는 가공치즈 이외에 사용이 금지되어 있으나, 중국에서는 그 외 식품유형에도 사용기준을 설정하였으므로 수출 시 유의해야 함
- 국가표준(GB)에 대하여
 - GB는 중국 시장에 판매되는 제품의 품질 보장을 위해 국가에서 규정하는 강제성을 지닌 규범으로 국제 표준보다 우선 적용됨
 - GB는 ‘国家标准(Guo jia Biao zhun)’의 병음의 앞글자만 딴 약자로 일반적으로 뒤에 일련번호를 수반함
 - 국가표준 약호는 총 세 가지로 나뉘며 강제성 국가표준(GB), 추천성 국가표준(GB/T), 기술지도성 국가표준문서(GB/Z)이 있음

30) 식품산업, fructooligosacchride(β-fructooligosacchride라고도 함) 및 식품 첨가물 모노 및 디 글리세린 지방산 에스테르 등 7가지 새로운 종류의 효소 제제의 사용 범위 확대에 관한 공고(2018년 제2호)(關於食品工業用酶制劑新品種果糖基轉移酶(又名β-果糖基轉移酶)和食品添加劑單, 雙甘油脂肪酸酯等7種擴大使用範圍的公告(2018年第2號))



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 오프라인**
- 3. 온라인**

1. 경쟁제품 선정

□ (오프라인) 중국 현지의 하이퍼마켓을 중심으로 현지조사 진행

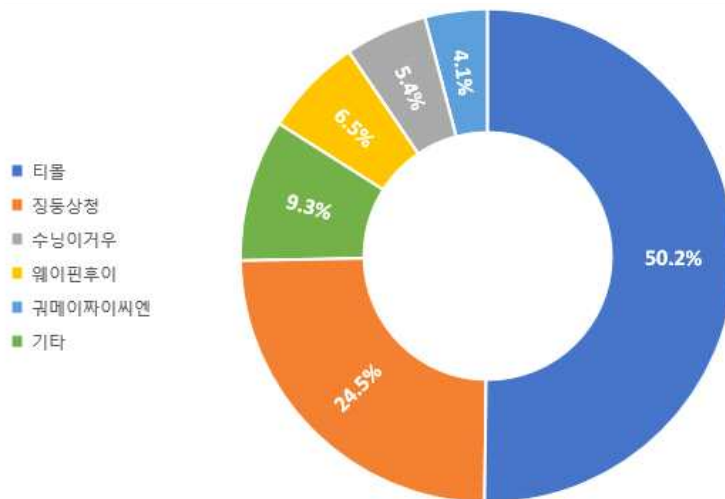
- 베이징의 주요 하이퍼마켓인 까르푸, Lotus 등에서는 숙취해소음료 상품을 발견할 수 없었음
- 클럽 주변 편의점, 한인 마트, 약국 등에서 일부 숙취해소음료를 발견할 수 있었음

□ (온라인) 중국의 주요 B2C 온라인 쇼핑몰인 티몰과 징둥상청에서 숙취해소음료를 조사

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

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 온라인 소매 시장 점유율

(단위: %)



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中国电子商务研究中心)

□ 분석기준 및 지표설정

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

2. 오프라인

구분		제품 #1	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	루씨우(撻袖)复合果蔬汁飲料	
	제조사	上海中邦斯瑞生物藥業技術有限公司	
	제품특성	- 온라인 유통채널에서 찾을 수 없는 제품	
	제품성분	단백질 0.8g, 지방 0g, 탄수화물 28.6g, 나트륨 17mg 과채농축액, 대추즙, 무즙, 생강가루, 버섯분, 배당체, 물	
	제조국	중국	
	용량	50ml	
	조사채널	유흥가 주변 편의점	
	가격	46위안(약 7,750원)	

자료: 현지방문조사(2019.02.10. 매장 방문)

구분		제품 #2	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 속 성	제품명	F6 supershot	
	제조사	湯臣倍健集團旗下企業六角獸飲料有限公司	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 에너지 드링크이지만 숙취해소 기능도 겸하여 판매 중 - 화려하고 세련된 디자인과 적극적인 마케팅으로 기능성 음료임을 강조 - 온라인 유통채널에서 찾을 수 있는 제품 	
	제품성분	단백질 0g, 지방 0g, 탄수화물 11.7 g, 나트륨 10mg, 비타민B6 0.04mg, 물, 과채농축액, 백설탕, 농축 레모네이드, 커피빈 농축분, 비타민 B6, 식용 향신료	
	제조국	중국	
	용량	60ml	
	조사채널	유홍가 주변 편의점	
	가격	28위안(약 4,720원)	

자료: 현지방문조사(2019.02.10. 매장 방문)

구분		제품 #3	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	C제품	
	제조사	C사	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 유통채널에서 찾을 수 있는 제품 - 중국 내 유통 중인 가장 대표적인 한국산 숙취해소음료 	
	제품성분	단백질 0g, 지방 0g, 탄수화물 13.4 g, 나트륨 99mg, 니코틴아미드 1.5ml, 타우린 50mg	
	제조국	한국	
	용량	100ml	
	조사채널	한인마트	
	가격	21위안(약 3,540원)	

자료: 현지방문조사(2019.02.10. 매장 방문)

구분		제품 #4	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 속 성	제품명	Y제품	
	제조사	G사	
	제품특성	- 온라인 유통채널에서 찾을 수 있는 제품 - 중국 내 유통 중인 가장 대표적인 한국산 숙취해소음료	
	제품성분	단백질 0g, 지방 0g, 탄수화물 17g, 당 16g	
	제조국	한국	
	용량	144ml	
	조사채널	한인마트	
	가격	33위안(약 5,560원)	

자료: 현지방문조사(2019.02.10. 매장 방문)

구분		제품 #5	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 속 성	제품명	SEMI	
	제조사	大江生医股份有限公司	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 유통채널에서 찾을 수 있는 제품 - 아티초크와 과일 등 식물성 원료를 사용한 제품 	
	제품성분	단백질 0g, 지방 0g, 탄수화물 13.9g, 나트륨 20mg	
	제조국	중국	
	용량	50ml	
	조사채널	한인마트	
가격	35위안(약 5,860원)		

자료: 현지방문조사(2019.02.10. 매장 방문)

구분		제품 #6	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	R제품	
	제조사	H사	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 유통채널에서 찾을 수 있는 제품 - 숙취해소제품 중에서 가장 인기 있는 제품 - 요우커들이 한국 여행 시 반드시 구매해야 하는 제품일 정도로 중국에 가장 많이 알려진 숙취해소제품 	
	제품성분	단백질 1g, 지방 0g, 탄수화물 10g, 당 6g	
	제조국	한국	
	용량	1봉 3개입	
	조사채널	한인마트	
가격	10위안(약 1,700원)		

자료: 현지방문조사(2019.02.10. 매장 방문)

3. 온라인

□ 경쟁제품 선정기준

- 중국 주요 온라인 유통채널에서 발견된 숙취해소제품의 판매량과 인지도 위주로 경쟁제품 선정
 - 오프라인에서 확인 가능한 제품 제외

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	타오바오	타오바오
제품 스펙	원산지	일본	중국
	제품명	Ready-Go 레몬맛	싱(醒)
	브랜드	-	직성(眞醒)
	유통기한	541일	24개월
	제품가격	165위안(약 27,800원)	69위안(약 11,630원)
	중량	10봉지	180ml*6
	성분	포도당, 백설탕, 옥수수 저폴리펩티드 파우더, 갈근, 식품첨가제	물, 설탕, 캐러멜 농축액 등



V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

1. 경쟁사 선정

□ 선정기준

- 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 판매량이 높은 순과 제품 인지도가 높은 제품을 종합하여 제조사를 선정
- 의뢰 제품과 가장 부합하는 숙취해소제를 중심으로 선정

주요 경쟁사			
브랜드 로고	브랜드명	대표제품	국가
	C사	- 숙취해소음료 외 각종 의약품	한국
	G사	- 숙취해소음료	한국
	H사	- 숙취해소제	한국

2. 주요 경쟁사 개요


□ C사

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 국민 숙취해소음료로 불리는 제품 생산 - 최근 프리미엄 숙취해소음료 출시 - 숙취해소제를 포함한 건강기능성 제품 취급 		
기업유형	식품, 의약품 제조업체	홈페이지	-
취급품목	음료, 일반의약품, 건강기능식품	연락처	-
소재지	서울특별시	설립연도	-
대표 제품			

□ G사

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 한국의 1세대 숙취해소음료 제품 제조 업체 - 국내외 다양한 상을 수상하며 우수한 숙취해소 효능을 강조 - 세계 최초로 특허받은 숙취해소음료 		
기업유형	음료제조업체	홈페이지	-
취급품목	숙취해소음료	연락처	-
소재지	강원도	설립연도	-
대표 제품			

□ H사

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 의약품 전문 제조 업체이지만 숙취해소제품 시장에 뒤늦게 합류 - 커큐민 성분으로 숙취해소 효능을 강조하는 제품 생산 - 현재 중국인에게 가장 유명하고 인기있는 제품으로 중국 현지 온라인 유통채널에서 가장 많은 판매자 확인 가능 - 중국 외 미국에도 수출 준비 중 		
기업유형	식품, 의약품 제조업체	홈페이지	-
취급품목	토달헬스케어제품	연락처	-
소재지	서울특별시	설립연도	-
대표 제품			



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

1) 오프라인 유통채널 개황

□ 주요 소매 유통채널은 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

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

표 6.1 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만 명, 10억 달러)

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

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

표 6.2 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

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

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

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

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

표 6.3 2016년 중국의 10대 편의점 순위

(단위: 개)

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

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

□ 신유통 바람이 부는 중국의 백화점 유통채널

- 중국 신화통신의 보도자료에 따르면, 경기 침체와 온라인 시장 활성화에 따라 2016년 기준 60%를 차지하는 백화점 유통사들의 매출액 하락
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온·오프라인 결합을 통해 신유통³¹⁾의 방향을 제시
 - 2016년 알리바바는 중국 최대 오프라인 유통기업인 바이리엔 백화점과 협력관계를 구축. 귀메이 백화점은 6개 카테고리에서 온·오프라인 융합을 통해 신유통 전략 추구

2) 온라인 유통채널

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

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

표 6.4 중국의 주요 종합 쇼핑몰

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

자료: 한국무역협회 상하이지부

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

□ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑물

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

□ 신유통(新零售) 채널 주목

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

2. 주요 유통채널 분석


□ 유통채널 선정기준

- 현지조사원의 방문 유통채널 외에도 숙취해소음료의 중국 진출 시 처음 컨택하기 편리하고 다른 건강기능 식품을 취급하는 대형 하이퍼마켓 위주로 선정

□ Carrefour China (中関村店)

기업개요			
	- 1959년 프랑스까르푸그룹 설립 이후 1995년 베이징에 설립된 최초의 대형종합마트		
유형	대형할인 체인점	주소	베이징시 중관춘 난따로 갑 56호 광위엔 건물(北京市中関村南大街甲56号方圓大厦)
대표전화	(010)8836 2729-8000	홈페이지	www.carrefour.com.cn
조사 내용	- 숙취해소음료 상품을 판매하지는 않지만 다양한 건강기능식품을 취급 - 판매 중인 주요 건강기능식품은 제비집, 어유(魚油, Fish Oil), 아교, 로알젤리 등		
매장전경			

□ 월마트(Wal-Mart, 북경 우차이청점)

기업개요				
	<ul style="list-style-type: none"> 1962년 미국에서 설립된 대표적 소매유통업체로, 미국 아칸소주에 본사를 두고 있으며, 전 세계 매장 수는 5,200개에 달함 중국 선저우에 최초의 월마트 입점을 시작으로 현재 전국 180여 개 도시에 400여 매장이 있으며, 7,000여 대리상과 협력관계를 맺고 있음(로컬상품이 95% 이상) 			
D-U-N-S® Number	051-957-769	설립연도	1996년	
본사 위치	702 Sw 8Th St Bentonville, rkansas, 72716-6299 United States	직원 수	230만 (2015, 전 세계 기준)	
매출액	5,000억 달러	점포 수	5,300개 이상	
대표전화	0755-21511801	홈페이지/ 이메일	<ul style="list-style-type: none"> www.wal-martchina.com WMCCS@wal-mart.com 	
입점 절차	1. 월마트 소매체인시스템 관련 신청 과정			
	권한	요구 및 방식	신청표	담당
	소매체인 시스템 권한	월마트 대리상으로서 월마트와 계약을 맺은 후 소매체인시스템에 신청표 제출	《Retail Link Internet Form》	소매 체인 소그룹 cnrregister@wal-mart.com samsrl@wal-mart.com
	인터넷 다운로드 발주 권한	1. 월마트 대리상으로서 계약체결 2. 소매체인시스템 권한 개통 후 신청서 제출	《보충협의》	
	재무 정산 시스템 권한		《정보서비스 협의》	
법규문건 관리 권한	1. 월마트 대리상으로서 계약체결 2. 소매체인시스템권한 개통 후 직접적으로 상품법규문건준법소그룹 개통	상품법 규문건 준법 소그룹	chinagarorc@wal-mart.com	
2. 소매체인시스템 관련 권한 신청표 제출 방식				
<ul style="list-style-type: none"> - 물품구매 계약 시 소매체인시스템 관련 권한 신청표 제출 - 신청표 양식에 의거해 기입하고 서명 및 직인을 한 후 신청표 원본을 월마트 담당자에게 제출 - 월마트 구매부(소매체인 소그룹)에 우편 송부 혹은 월마트 본부 2동 4층 프론트에 제출 				

[참고 문헌]

■ 참고 자료

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

■ 참고 사이트

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

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1902-01

품목: 숙취해소 음료 (Anti Hangover Drink)

국가: 중국 (China)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발행일 2018

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

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

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