

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1906-33
- 품목 : 증류주 (Distilled Spirits)
- 국가 : 중국 (CHINA)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 중국 증류주 시장 규모	5
2. 중국 증류주 수출입 시장 규모	6
3. 중국 증류주 소비자 규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 중국, 고급 및 수입산 주류 선호도 증가	15
2. 중국의 젊은 여성 소비자들 섞어 마시는 주류 수요 有	16
3. 주류의 품질 뿐만 아니라 외형으로도 고급화	17
4. 수입 주류로 프랑스, 이탈리아, 호주 강세, 한국은 약세	18

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	20
1. 중국 증류주 유통구조	21
2. 중국 증류주 주요 유통업체	22
3. 중국 증류주 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (세관·검역)

SUMMARY	45
1. 중국 증류주 인증 취득	46
2. 중국 증류주 업체·제품 등록	48
3. 중국 증류주 라벨 심의	49
4. 중국 증류주 서류 준비	52
5. 중국 증류주 세금 납부	53
6. 중국 증류주 검역 심사	55

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	58
Interview ① 정저우카이위이무역유한회사(郑州开为商贸有限公司)	60
Interview ② 상해치후실업유한공사(上海齐弧实业有限公司)	62
Interview ③ 지난순천국제무역유한공사(济南舜琛国际贸易有限公司)	64
Interview ④ 상해핑이실업유한공사(上海枫羿实业有限公司)	66
Interview ⑤ 상해잉판주류유한공사(上海颖帆酒业有限公司)	68
Interview ⑥ 평통보관(鹏通报关)	70

* 참고문헌	71
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 중국 증류주 시장 규모
2. 중국 증류주 수출입 시장 규모
3. 중국 증류주 소비자 규모

Market Size

(시장규모)

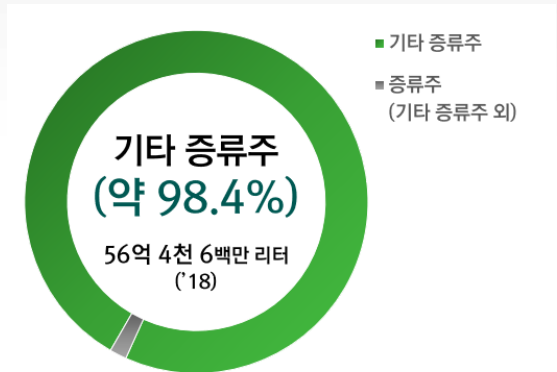
중국 (CHINA)

증류주 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(증류주)

- 중국 증류주¹⁾ 시장 규모
..... 57억 3,900만 리터('18)
- 중국 기타 증류주²⁾ 시장 규모
..... **56억 4,600만 리터('18)**

(*) Euromonitor International

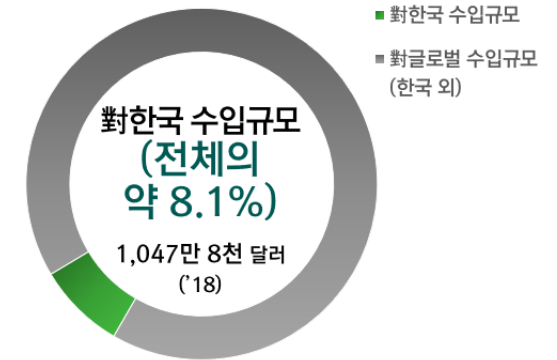


증류주 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(증류주)

- HS 2208.90³⁾ '변성하지 않은 에틸알코올(알코올 함량 80% 미만)-기타'
중국 **對** 글로벌 수입 규모
..... 1억 2,926만 6천 달러('18)
- HS 2208.90 '변성하지 않은 에틸알코올(알코올 함량 80% 미만)-기타'
중국 **對** 한국 수입 규모
..... **1,047만 8천 달러('18)**

(*) International Trade Centre



증류주 음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '증류주'는 쌀을 발효하여 제조한 한국식 증류주임.

한국 주류에 대한 인식이 높은 '현지 한인 교민 인구'와 새로운 주류 소비층인 '중국 20-30대 여성 인구'를 예상 소비 시장으로 선정하여 그 규모를 파악함

- | | |
|--|---|
| <p>① 중국 내 한인 교민 규모 ('17)</p> <p>중국 총 한인 교민 인구 2,542,620 명</p> <p>선양 64.9 %</p> <p>베이징 11.0 %</p> <p>칭다오 10.2 %</p> | <p>② 중국 20-30대 여성 인구 ('18)</p> <p>전체인구 1,393,000천 명(100%)</p> <p>20-39세 여성인구 19,7110천 명(14.2%)</p> <p>20-29세 여성인구 93,830천 명(6.7%)</p> <p>30-38세 여성인구 103,280천 명(7.4%)</p> |
|--|---|

※ 상위 3개 지역의 한인 교민 규모를 제시함

(*) 외교부, World Bank

1) 증류주(Spirits): 위스키, 브랜디, 백색 증류주, 럼, 데킬라, 리큐르와 다른 증류주를 포함함
 2) 기타 증류주(Other Spirits): 일반 증류주에 포함되지 않은 모든 증류주를 포함하며, 따로 분류되지 않은 국가별 특산 주류도 이에 포함됨
 3) HS CODE 2208.90: 조사제품 증류주는 한국식 증류주로, 알콜 함량은 최대 53%임. 이에 알코올 함량이 80% 미만인 에틸알코올을 의미하는 HS CODE 2208.90을 지표로 선정함

1. 중국 증류주 시장규모

조사 시장: 조사 제품은 발효 과정을 통해 제조된 증류주임. 이에 제품의 품목을 고려하여 '증류주'와 '기타 증류주' 시장 규모를 조사함

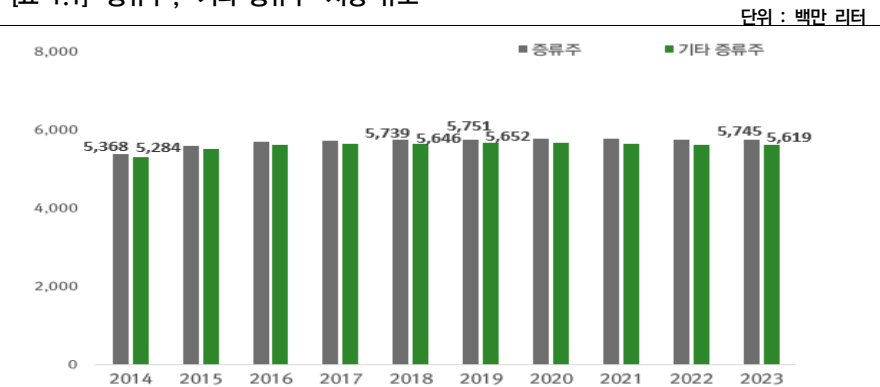
중국 국가 일반 정보⁶⁾

면적	960만 km ²
인구	13억 9,538만 명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

▶ **2014-2018년, 중국 '증류주' 시장 연평균성장률(CAGR)⁴⁾ 1%**
 2014년부터 2018년까지 중국의 '증류주' 시장과 '기타 증류주' 시장은 연평균 1%의 낮은 성장성을 보임. 유로모니터에 따르면, 중국 주류 소비자가 젊은 세대로 전환되고, 중국 증류주 시장을 주도하는 '백주(baijiu)'의 가격이 상승하면서 '증류주' 시장의 성장성이 낮아짐. 2018년 중국의 '증류주' 시장 규모는 전년 대비 2천 100만 리터가 증가한 57억 3,900만 리터를 기록했으며, 이는 2015년 증가 규모의 10% 수준임

▶ **2019-2023년, 중국 '기타 증류주' 시장, 연평균성장률(CAGR) 0% 예측**
 2019년부터 2023년까지, '증류주' 시장과 '기타 증류주' 시장의 연평균 성장은 둔화 될 것으로 예측됨. 2023년 '기타 증류주' 예측 시장 규모는 56억 1,900만 리터로 2018년 대비 다소 감소하지만, 주류 시장의 주 소비자인 젊은 세대의 기호에 맞춰 수입 제품이 증가하고 시장이 다양화될 것으로 예상됨⁵⁾

[표 1.1] '증류주', '기타 증류주' 시장 규모



분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목 해당 품목	증류주	5,368	5,583	5,693	5,718	5,739	1%
	기타 증류주	5,284	5,499	5,607	5,629	5,646	1%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목 해당 품목	증류주	5,751	5,761	5,755	5,737	5,745	0%
	기타 증류주	5,652	5,654	5,641	5,617	5,619	0%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate

5) 「Spirits in China」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.07

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 중국 증류주 수출입 시장규모

HS CODE 2208.90: 조사 제품 ‘증류주’는 한국식 증류주로, 알코올 함량은 종류에 따라 최대 53%임. 이에 ‘변성하지 않은 에틸알코올(알코올 용량이 전체의 80% 미만인 것으로 한정)-기타’에 해당하는 HS CODE 2208.90을 지표로 선정함

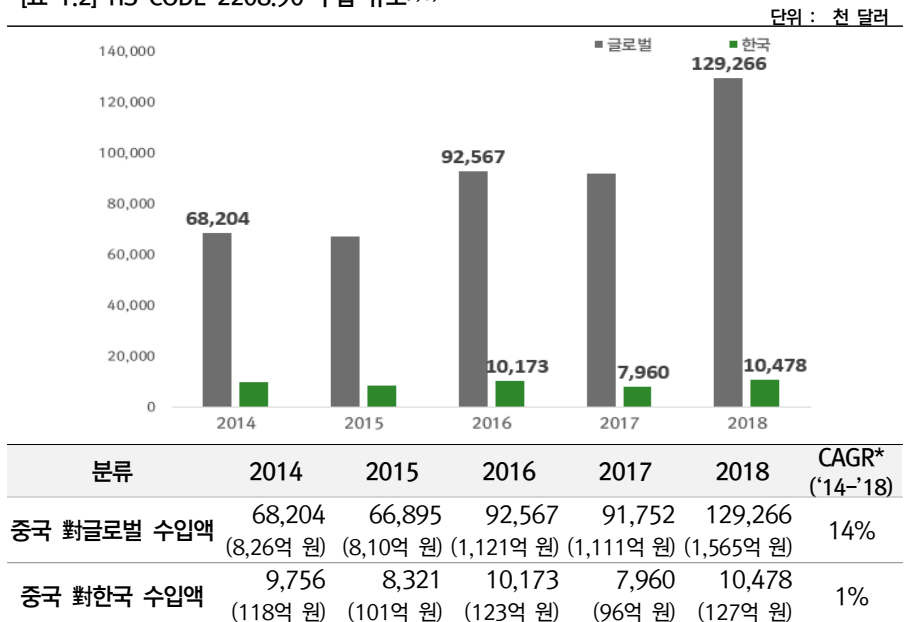
▶ 2014-2018년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 14%

HS CODE 2208.90 품목 기준, 중국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 14%의 성장률을 보임. 특히, 2016년과 2018년 수입 규모가 전년 대비 약 40% 급증하면서 중국의 對글로벌 수입 규모가 크게 증가함. 2018년 HS CODE 2208.90 품목의 對글로벌 수입액은 1억 2,926만 6천 달러를 기록했으며, 이는 2014년 수입액의 약 2배 규모임

▶ 2014-2018년 중국 對한국 수입액 연평균성장률 1%

2014부터 2018년까지 HS CODE 2208.90 품목의 對한국 수입액은 증가와 감소를 반복하며 연평균 1%의 성장률을 기록함. 특히, 2017년 對한국 수입액은 796만 달러로 전년대비 22% 감소하는 동향을 보였지만, 2018년 32%의 성장률을 기록하며 1천 47만 8천 달러 규모로 급성장함. 2018년 기준, 한국은 중국 HS CODE 2208.90 품목 수입국 중 3위 수입 국가이며, 수입 규모는 전체 수입액의 8.1%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2208.90 수입 규모⁷⁾⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2208.90 기준

7) 1달러=1,211.00원 (2019.08.25., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 증류주 소비 시장규모

1) 중국 내 한인 교민 규모

조사 제품은 한국산 쌀을 원료로 발효 과정을 거쳐 만든 한국식 증류주임. 이에 한국 주류에 대한 인식이 높은 '현지 한인 교민 인구'와 새로운 주류 소비층인 '중국 20-30대 여성 인구'를 예상 소비 시장으로 선정하여 그 규모를 파악함

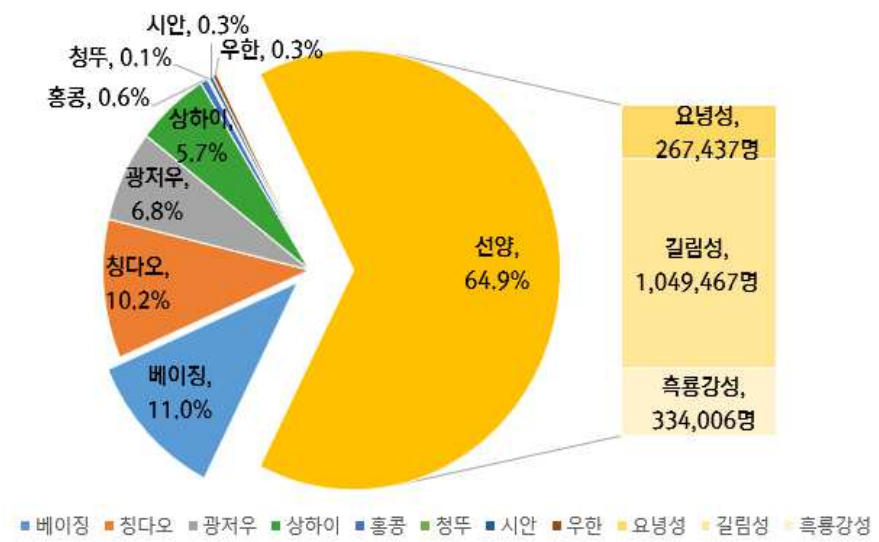
▶ 2017년⁹⁾, 중국내 한국인 교민 수 총 2,542,620명

외교부 자료¹⁰⁾에 따르면, 2017년 중국 내 한국인 교민 수는 총 2,542,620명임. 이는 전세계 약 740만 명의 재외동포 중 약 34%에 해당하는 규모이며, 2017년 중국 전체 인구¹¹⁾(1,386,000,000명) 기준으로 0.2%에 해당함

한국인 교민 수가 가장 많은 것으로 확인된 지역은 교민의 60%가 거주하는 선양임. 선양 내에서도 한국인 교민수가 가장 많은 곳은 길림성으로, 길림성에는 총 1,049,467명의 교민이 확인됨. 한편, 중국의 수도인 베이징에서 파악된 한인 교민은 총 28만 460명으로, 두 번째로 많은 한인이 거주하고 있으며 중국내 전체 한인 인구 중 약 11%를 차지함

[표 1.3] 2017 중국 지역별 한인 교민 규모

단위 : 명



자료: 외교부

9) 검색일(2019.09.03.)기준, 외교부에서 조사한 자료 중 가장 최신 통계자료로 조사함

10) 자료: 외교부, 「재외동포현황2017」, 2017.

11) 자료: 월드뱅크(World Bank), (www.worldbank.org)

2) 중국 20-30대 여성 인구 규모

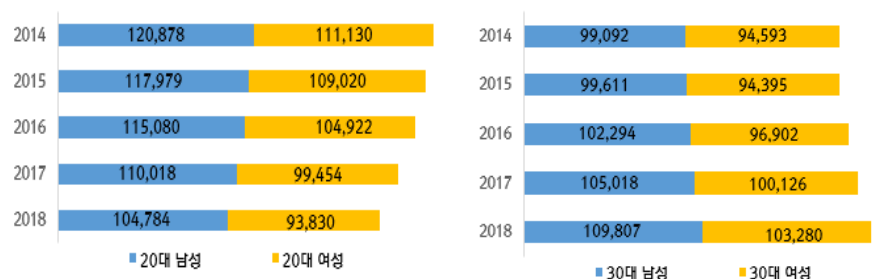
▶ 2018년, 중국 전체 인구 중 20-30대 여성 인구 14.2%

월드뱅크에 따르면, 2018년 중국 20-30대 여성 인구수는 총 1억 9,711만 107명으로 전체 인구의 14.2%를 차지함. 20대 여성 인구수는 총 9,382만 9,811명으로 전체 인구의 6.7% 규모이며, 2014년부터 2015년 연평균 3.3%의 감소 성장률을 보이고 있음. 30대 여성 인구의 경우, 총 1억 328만 296명으로 전체 인구의 7.4%를 차지하고 있으며, 동기간 1.8%의 성장률로 그 수가 증가하는 동향을 보임

한편, 지난 5년간(2014-2018년) 중국 20대와 30대는 남성 인구수가 여성 인구수보다 많으며, 20대는 연평균 2.8%의 감소 동향을 보이는 한편 30대는 연평균 2.1%의 증가 동향을 보이는 것으로 확인됨

[표 1.4] 2014-2018 중국 20-39세 인구 규모

단위 : 천 명



연령	성별	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR
전체인구	전체	1,364,000 (100%)	1,371,000 (100%)	1,379,000 (100%)	1,386,000 (100%)	1,393,000 (100%)	0.4%
	20-29세	232,008 (17%)	226,999 (16.6%)	220,002 (16%)	209,473 (15.1%)	198,613 (14.3%)	-3.1%
20-29세	남성	120,878 (8.9%)	117,979 (8.6%)	115,080 (8.3%)	110,018 (7.9%)	104,784 (7.5%)	-2.8%
	여성	111,130 (8.1%)	109,020 (8%)	104,922 (7.6%)	99,454 (7.2%)	93,830 (6.7%)	-3.3%
30-39세	전체	193,685 (14.2%)	194,007 (14.2%)	199,196 (14.4%)	205,144 (14.8%)	213,088 (15.3%)	1.9%
	남성	99,092 (7.3%)	99,611 (7.3%)	102,294 (7.4%)	105,018 (7.6%)	109,807 (7.9%)	2.1%
	여성	94,593 (6.9%)	94,395 (6.9%)	96,902 (7%)	100,126 (7.2%)	103,280 (7.4%)	1.8%

자료: 월드뱅크(World Bank)

II. Market Trend

SUMMARY

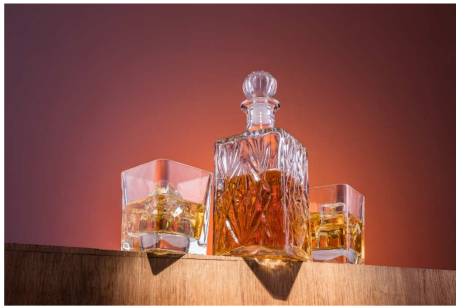
1. 중국, 고급 및 수입산 주류 선호도 증가
2. 중국의 젊은 여성 소비자들 섞어 마시는 주류 수요 有
3. 주류의 품질 뿐만 아니라 외형으로도 고급화
4. 수입 주류로 프랑스, 이탈리아, 호주 강세, 한국은 약세

L

Market Trend

(시장 트렌드)

중국 (CHINA) 증류주 트렌드 예측



주류 관련 ‘고급’, ‘수입’ 키워드 강하게 나타나
‘바이주(소주) 빈도 점유율 및 성장률도 높아’



섞어 마시는 주류로 ‘바이주(소주)’와 ‘스프리트’ 빈출
‘스프리트 중에서는 브랜디와 보드카를 주로 섞어 마셔’

■ China Issue ①

**고급 및 수입산 주류
선호도 증가**

‘중국 저연령층 소비자들 중심으로 주류 문화 형성’

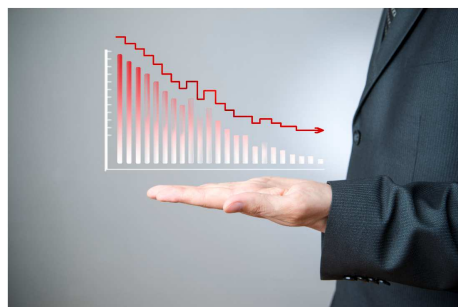
■ China Issue ②

**중국 젊은 여성 소비자들 중심으로
섞어 마시는 주류 수요 有**

‘중국 여성 소비자, 저도주나 맛있는 술 선호해’



주류와 관련해 ‘브랜드’, ‘품질’, ‘포장’ 키워드 강세
‘중국의 젊은층 소비자의 구매력 높아지면서 고급 주류 선호’



수입산 주류로 프랑스, 이탈리아, 호주 강세
‘해당 국가 모두 중국 수입산 주류로 5위권 안에 들어’

■ China Issue ③

**주류 품질 뿐만 아니라
외형으로도 고급화**

‘現 중국 주류 문화는 고급화 트렌드 확산중’

■ China Issue ④

**한국산 주류는
급격한 하락세 보여**

‘한국술 관련해 고급 이미지는 연상되지 않아’

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(중국 종합검색엔진 1개)
뉴스/언론 매체 2개
식품 및 주류 관련 매체 5개
온라인 쇼핑몰 2개
커뮤니티 1개)

데이터 분류 키워드집

(주류, 술)



데이터 분석 - 미래신호탐지기법



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.06
수집 데이터	396,502건

데이터 정제

정제 키워드	주류, 바이주(소주) (酒 白酒)
정제 데이터	29,578건

○ 데이터 수집

- 중국 증류주 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 중국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Baidu	baidu.com	종합검색엔진
02	Sohu	www.sohu.com	뉴스/언론 매체
03	Xinhuanet	www.xinhuanet.com	뉴스/언론 매체
04	FoodMate	news.foodmate.net	농식품 관련 매체
05	중국주류유통협회(zgjlsh)	www.zgjlsh.org.cn	주류 관련 매체
06	Cnwinenews	www.cnwinenews.com	주류 관련 매체
07	Bjjsxxy	www.bjjsxxy.com	주류 관련 매체
08	bbs.99shi	bbs.99shi.com	주류 관련 매체
09	JD	www.jd.com	온라인 쇼핑몰
10	Tmall	tmall.com	온라인 쇼핑몰
11	Baiduzhidao	zhidao.baidu.com	Q&A 커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 증류주 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 중국 증류주 관련 매체 리스트



현지 언론 매체,
증류주 시장 동향



현지 식품 매거진,
증류주 동향 및 전망



현지 Q&A 사이트
증류주 관련 소비자 관심

키워드 ①	가격 인상	키워드 ①	품질 관리 테스트	키워드 ①	브랜드
키워드 ②	개인 맞춤화	키워드 ②	유행	키워드 ②	원재료
키워드 ③	원재료	키워드 ③	가짜(Fake)	키워드 ③	음용 방식
키워드 ④	브랜드	키워드 ④	rhranf	키워드 ④	품질

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 증류주 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 중국 증류주 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
			한국어	영어 / 중국어	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	주류 유형	주류(술)	Liqueur/酒	0		
			바이주(소주)	Liquor/白酒	0		
와인	Wine/葡萄酒			0			
증류	Distilled/蒸馏		0				
발효	Fermentation/发酵			0			
청주	Sake/清酒			0			
스프릿츠	Spirits/烈酒			0			
맥주	Beer/啤酒			0			
칵테일	Cocktail/鸡尾酒			0			
수입	Imported/进口		0				
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	혼합주 재료	고급주	Famous Liquor/名酒	0	0	
			섞다	Mix/混合	0		
			사이다	Cider/苹果酒		0	
			주스	Juice/果汁		0	0
			커피	Coffee/咖啡			0
구매 고려요소		주류 수입 국가	탄산음료	Soda/汽水		0	
			브랜드	Brand/品牌	0		
			가격	Price/价格	0		
			포장	Package/包装	0		0
			맛(향)	Flavour/调味	0		
			품질	Quality/品质	0		
주류 수입 국가		라벨	라벨	Label/标签			0
			한국	Korea/韩国	0		
			프랑스	France/法国		0	0
			이탈리아	Italy/意大利		0	0
			일본	Japan/日本		0	0
			호주	Australia/澳大利亚		0	0
영국	United Kingdom/英国		0	0			

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 중국 시장 내 증류주의 향후 수요를 예측하기 위한 목적임

○ 데이터 분석 기법 선정

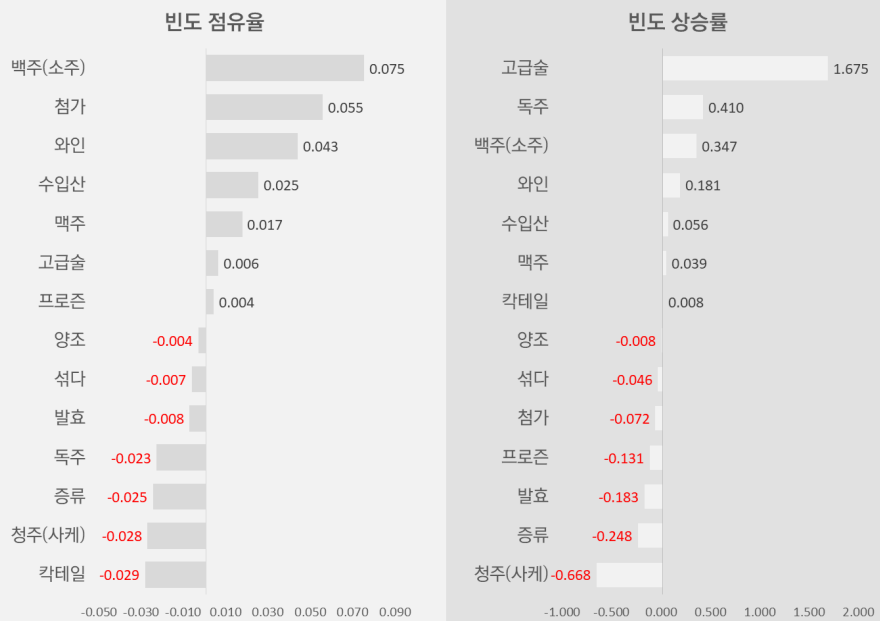
- 미래신호탐지기법(Future Signals)
- 특정 키워드의 빈도 점유율과 빈도 상승률을 분석
(특정 기간 내 연관 키워드의 누적 빈도와 시간에 따른 빈도 증감으로 향후 수요 예측)
- 중국 내 '주류 유형' 및 '한국술' 의 분기별 발생 빈도 및 상승율 분석

○ 데이터 분석 값 정의

- 빈도 점유율: 특정 기간 내 해당 키워드의 누적 빈도 비율
(빈도 점유율이 높을수록 특정 기간 동안 해당 키워드 언급량이 많았음을 의미함)
- 빈도 상승률: 특정 기간 내 해당 키워드의 빈도 증/감 정도
(빈도 상승률이 높을수록 해당 키워드가 과거 대비 언급량이 증가했음을 의미함)
- 빈도 점유율과 상승률이 모두 높은 키워드는 소비자의 인지도도 높고, 그 관심이 지속적으로 증가하고 있다고 해석할 수 있음

● 미래신호탐지기법
(Future Signals)

[중국 주류 연관 데이터 분석 결과]



1. 중국, 고급 및 수입산 주류 선호도 증가

● **빈도 점유율과 상승률 모두 높은 키워드**

키워드	점유율	상승률
고급술	0.006	1.675
바이주(소주)	0.075	0.347
와인	0.043	0.181
수입산	0.025	0.056

● **스프리트츠(Spirits) 종류**



스프리트츠란 설탕이 첨가되지 않고, 알콜 함량이 최소 20% 이상인 주류를 의미함. 진(Gin), 럼(Rum), 보드카(Vodka), 위스키(Whisky) 데킬라(Tequila)가 스프리트츠에 해당됨
출처: 위키피디아(wikipedia.org)

● **중국 바이주(소주) 브랜드별 키워드 빈도**

키워드(브랜드)	빈도
마오타이 (茅台)	705
성타이 (生态)	516
우량애 (五粮液)	440
편주 (汾酒)	209
젠난춘 (剑南春)	114

중국 주류 연관 문서 20,892건 분석

▶ ‘고급술’을 선호하는 중국의 젊은층 소비자

저녁 식사나 사회적 모임에서나 술자리를 가졌던 중국 술 문화가 현재는 특별한 목적 없이도 일상적으로 술을 접하는 문화가 형성됨.¹²⁾ 특히 스프리트츠(Spirits) 및 와인과 같은 고급 주류와 ‘수입산’ 주류의 성장세가 두드러지게 나타남. 실제 중국의 주류와 관련된 키워드를 분석한 결과, ‘고급술’과 ‘수입산’의 빈도 점유율과 상승률이 모두 높게 나타남. 이러한 변화는 중국 저연령층 소비자들의 구매력이 높아지고, 브랜드와 품질을 중요시 여기는 성향이 반영되었기 때문임.¹³⁾ 이와 함께 한국의 소주와 유사한 바이주(白酒) 역시 빈도 점유율과 상승률이 높게 나타나, 중국 주류 시장 진출 시 소주의 시장성은 충분히 있을 것으로 보임

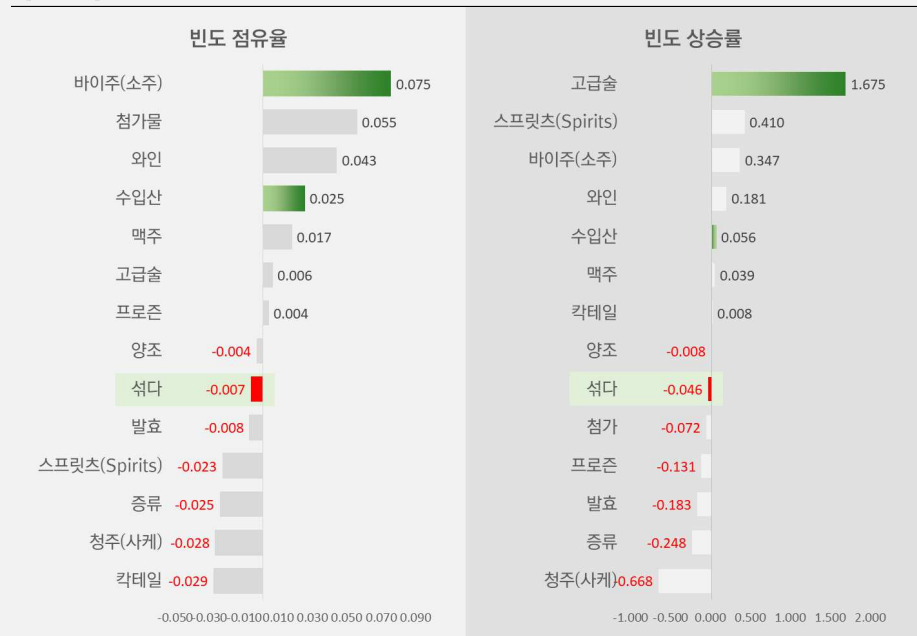
▶ ‘섞어’ 마시는 주류 문화는 아직 크게 형성되지 않아

주류와 관련해 ‘섞다’란 키워드는 점유율이나 상승률 측면에서 크게 두드러지지 않아, 서로 다른 술을 섞거나, 술에 토닉워터 및 각종 음료를 혼합해서 마시는 경우는 많지 않은 것으로 보임

▶ 중국 주류 종류 관련 주요 이슈

① 고급술 ② 바이주(소주) ③ 수입산 ④ 섞다

[표 2.4] 중국 주류 연관 키워드



자료 : 중국 주류 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 20,892건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

12) 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in China」, 2019.07

13) 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in China」, 2019.07

2. 중국의 젊은 여성 소비자들 섞어 마시는 주류 수요 有

● **빈도 점유율과 상승률 모두 높은 키워드**

키워드	점유율	상승률
증류주	0.005	0.339
바이주(소주)	0.221	0.277

● **한 중국 소비자의 칵테일 (섞어 마시는 술) 제조법 공유 글**



마지막으로 맥주 칵테일도 있다. 만드는 방법은 피상(Pisang, 바나나맛 리큐르), 보드카, 그리고 가벼운 맥주를 섞으면 된다. 출처: 쑤후(Zhihu.com)

▶ **젊은층, 특히 여성 소비자들에게 저도주와 섞어 마시는 술 인기**

앞서 살펴본 바와 같이 중국의 술 문화는 섞어 마시는 일이 흔하지는 않음. 하지만 중국의 젊은층, 특히 여성 소비자들에게 있어 저도주나 맛(Flavour)있는 술에 대한 수요가 높아지면서, 사이다나 탄산수가 술과 함께 소비되는 경우가 증가하고 있음.¹⁴⁾ 2018년에는 사이다와 탄산수 시장이 두자릿수 성장세를 보여 매우 큰 변화폭을 보였으나, 주류 시장의 변화를 선도하기에는 그 시장 자체가 아직 작은 편임¹⁵⁾

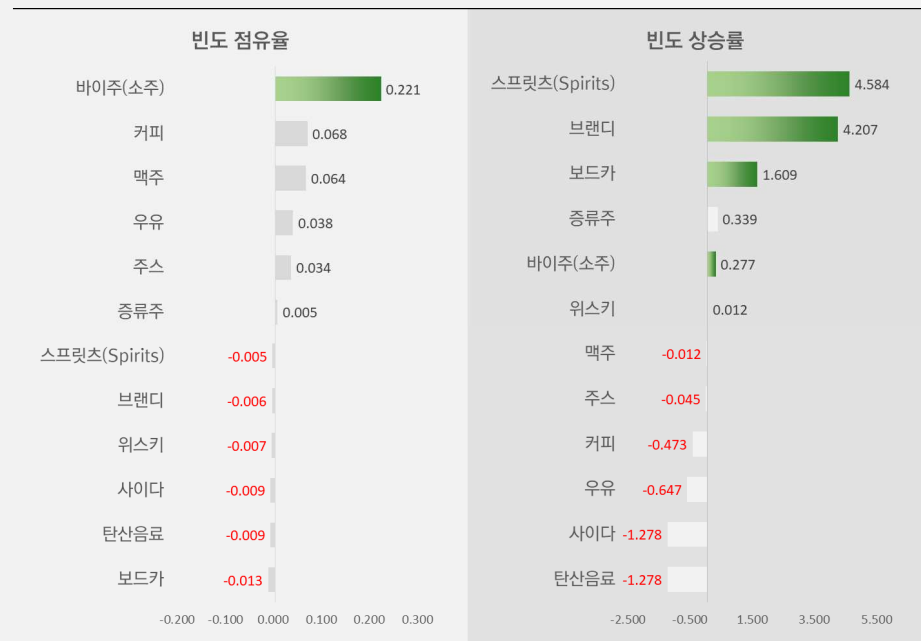
▶ **섞어 마시는 주류로 ‘바이주(소주)’와 ‘스프리트츠(Spirits)’가 빈출**

‘술’과 ‘섞다’란 키워드가 함께 들어간 문서를 분석한 결과, ‘바이주(소주)’, ‘스프리트츠(Spirits)’ 키워드가 강하게 나타남. 스프리트츠 중에서 브랜디와 보드카 종류를 주로 섞어 마시는 것으로 보임

▶ **중국 혼합주 관련 주요 이슈**

- ① 바이주(소주) ② 스프리트츠(Spirits)

[표 2.5] 중국 혼합주 연관 키워드



자료 : 중국 혼합주 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 597건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

14) 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in China」, 2019.07

15) 유로모니터(Euromonitor), 「Cider/Perry in China」, 2019.07

3. 주류의 품질 뿐만 아니라 외형으로도 고급화

● **빈도 점유율과 상승률 모두 높은 키워드**

키워드	점유율	상승률
가격	0.035	0.141
브랜드	0.087	0.116
맛	0.036	0.085
라벨	0.001	0.065
포장	0.052	0.049

● **주류 포장 트렌드 '맞춤화'**



주류 포장 디자인의 4가지 트렌드 중 하나는 '맞춤화(Customising)'이다. 제품이 다양해지면서 소비자의 선택권은 넓어졌고, 소비자는 제품 품질부터 디자인까지 신경쓰게 됐다. 출처: 공니우(gongnius.cn)

▶ **중국의 현재 주류 문화는 고급화(Premiumisation) 트렌드 확산중**

중국 주류와 관련해 '브랜드', '품질', '라벨', '포장' 키워드가 강하게 나타남. 이는 앞서 중국의 젊은층 소비자들의 구매력이 높아지면서 유명 브랜드의 고급 주류를 선호하는 것과 연관이 있음. 실제로 유명 브랜드의 스프릿츠는 각 브랜드별로 판매율이 성장한 것으로 나타남.¹⁶⁾ 또한 주류 고급화 트렌드가 확대되면서 주류 단가(Unit price)도 전반적으로 상승함

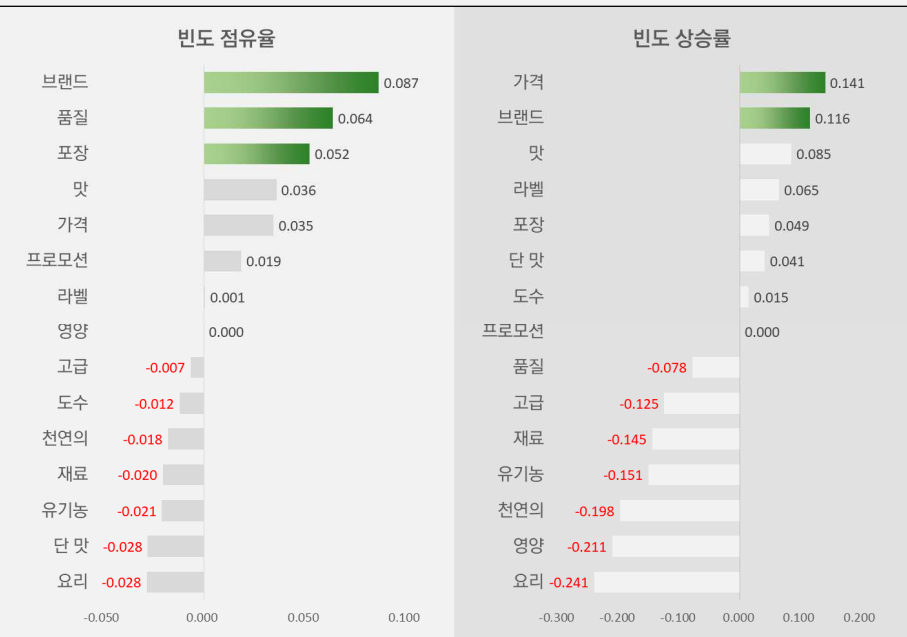
▶ **패키지 리뉴얼과 커스토마이징으로 주류 고급화 전략 피해**

중국의 바이주(소주) 시장 역시 이러한 고급화 트렌드에 발맞춰, 포장(Packaging)에 더욱 신경을 쓰고 있으며, 개인 맞춤화(Customising) 전략을 피하고 있음¹⁷⁾

▶ **중국 주류 음용 시 주 고려요소**

- ① 브랜드 ② 가격 ③ 단 맛 ④ 도수

[표 2.6] 중국 주류 음용 시 고려 요소 연관 키워드



자료 : 중국 주류 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 20,892건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

16) 유로모니터(Euromonitor), 「Spirits in China」, 2019.07

17) 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in China」, 2019.07

4. 수입 주류로 프랑스, 이탈리아, 호주 강세, 한국은 약세

● **빈도 점유율과 상승률 모두 높은 키워드**

키워드	점유율	상승률
광저우	0.003	0.147
쓰촨	0.005	0.145
프랑스	0.008	0.087
허난	0.001	0.001

● **‘한국술’ 연관 키워드별 빈도**

순위	키워드	빈도
1	소주	110
2	청주	44
3	가격	27
4	맥주	26
5	막걸리	23
6	좋은데이	15
7	저렴한	5
8	단 맛	5
9	포장	2
10	라벨	1

‘한국술’ 연관 문서 339건 분석

▶ **수입 주류로는 ‘프랑스’, ‘이탈리아’, ‘호주’산이 강세인 것으로 나타나**

중국 주류와 관련된 국가 키워드를 살펴본 결과, ‘프랑스’ 키워드가 강하게 나타났으며, 빈도 상승률 측면에서는 ‘이탈리아’와 ‘호주’가 가장 높게 나타남. 프랑스, 이탈리아, 호주 모두 수입산 와인 5위권 안에 드는 국가이며,¹⁸⁾ 특히 호주 와인은 2018년부터 비관세 대상으로 키워드가 증가함.¹⁹⁾ 이 외에 광저우와 쓰촨 지역 키워드가 강하게 나타난 이유는 베이징, 상하이를 포함해 중국 내 술집이 가장 많은 도시로 꼽힌 것과 관련이 있음²⁰⁾

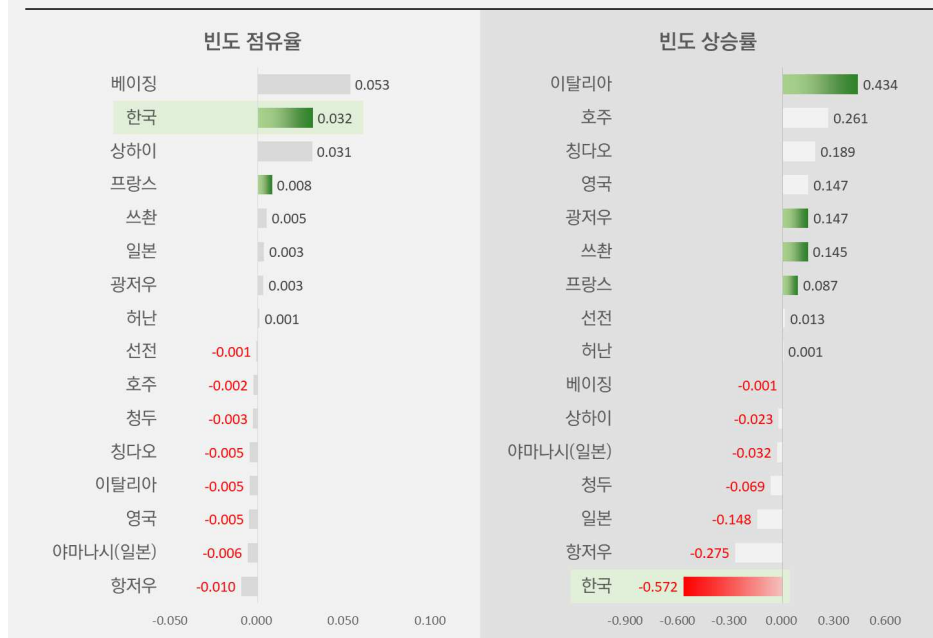
▶ **‘한국’ 키워드의 성장률은 가장 낮게 나타나**

‘한국’의 경우 빈도 점유율은 높은 편이지만, 상승률은 과거 대비 급격하게 하락함. 현재 중국 주류 문화가 고급화를 지향하면서 고급 이미지와 거리가 다스면 한국술 인기가 하락한 것으로 보임. 한국술과 관련해 ‘고급’ 키워드는 나타나지 않고, ‘저렴한’ 키워드가 순위권에 나타남

▶ **중국 주류 관련 주요 도시 및 국가**

- ① 광저우 ② 쓰촨 ③ 이탈리아 ④ 한국

[표 2.7] 중국 주류 관련 주요 도시 및 국가 연관 키워드



자료 : 중국 주류 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 20,892건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

18) 푸타오지우(葡萄酒网), ‘2018年中国进口葡萄酒数据报告新鲜出炉’, 2019.03.04

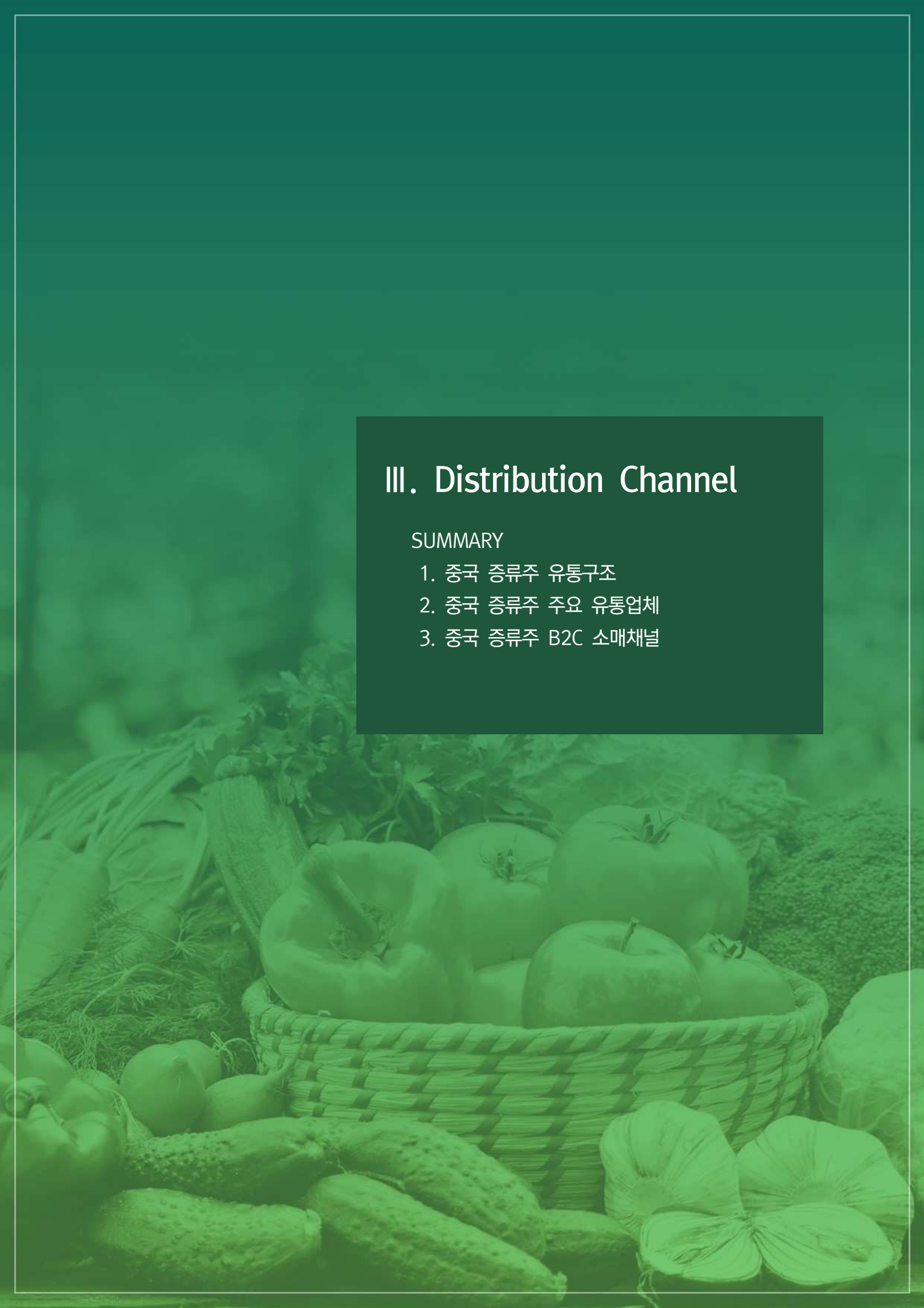
19) 유로모니터(Euromonitor), ‘Wine in China’, 2019.07

20) 이매거진(YiMagazine), ‘2019年,你城市的夜生活更好了吗?’, 2019.03.29

III. Distribution Channel

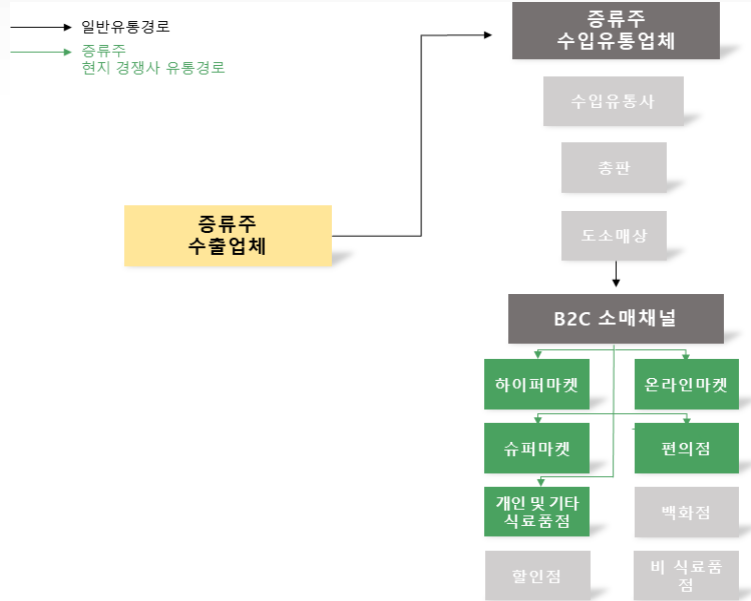
SUMMARY

1. 중국 증류주 유통구조
2. 중국 증류주 주요 유통업체
3. 중국 증류주 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



중국 (China)

중류주²¹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²²⁾	주요 채널 ²³⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	48.2%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 씨알뱅크(CR Vanguard), 용후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 까르푸(Carrefour), 우메이(Wumart), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾²⁵⁾	40.5%	내고향마트(来故乡超市), 싸울아비 오도구점(JinShiLian), 지아성성한꾸오응한꾸오차오스(JiaShengXing), 하나로 마트(HaLaoNa), 케이마트(K-mart), 지마트(G-mart)
	온라인	10.4%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 워핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 아하오띠엔(Yhd.com)
	편의점	0.9%	메이이지아(Meiyijia), 패밀리마트(Family Mart), 홍치(Hongqi), 세븐일레븐(7-Eleven), 로손(Lawson)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

21) '중류주'에 대한 세부 품목 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '주류(Alcohol Drinks)'의 정보를 확인함

22) 2018년 기준, 중국 내 주류의 유통채널 점유율임

23) 채널 분류에 따른 중국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

24) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 아시안마트로 한정함

25) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

1. 중국 증류주 유통구조

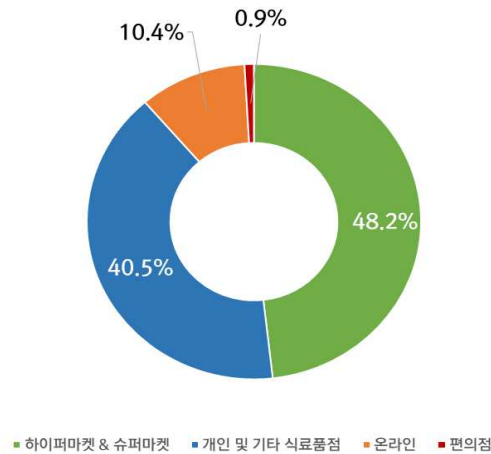
품목 구분 및 분류

품목	증류주
구분	주류
범주	주류 (Alcoholic drinks)

▶ 중국 증류주 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(48.2%), 개인 및 기타 식료품점(40.5%), 온라인(10.4%)’

[표 3.1] 중국 증류주 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 중국 증류주 유통채널 현황

채널 유형	증류주 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	48.2%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 씨알뱅크(CR Vanguard), 옹후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 까르푸(Carrefour), 우메이(Wumart), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue)
	개인 및 기타 식료품점	40.5%	내고향마트(来故乡超市), 싸올아비 오도구점(JinShiLian), 家盛兴韩国超市(JiaShengXing), 하나로마트(HaLaoNa), 케이마트(K-mart), 지마트(G-mart)
	온라인	10.4%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 웨핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오띠엔(Yhd.com)
	편의점	0.9%	메이이지아(Meiyijia), 패밀리마트(Family Mart), 홍치(Hongqi), 세븐일레븐(7-Eleven), 로슨(Lawson)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 중국 증류주 주요 유통업체

▶ 중국 증류주 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 온라인이 대표적

[표 3.3] 중국 증류주 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 8,234억 원)	우량예(五粮液), 신지우(心酒), 루저우라오자오 (泸州老窖), 지안주양(尖庄), 징즈(景芝), 시핑(西凤)	0
2	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 116억 6,216만 달러 (약 14조 1,229억 원)	몽쯔란(梦之蓝), 랑지우(郎酒), 펀지우(汾酒), 꾸오지오(国窖), 마오타이잉뺩(茅台迎宾)	0
3	씨알뱅가드 (CR Vanguard)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 8,339억 원)	페이텐마오타이 (飞天茅台), 텐즈란(天之蓝), 양허(洋河), 몽쯔란(梦之蓝), 루저우라오자오 (泸州老窖)	0
4	옹후이 (Yonghui)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 102억 4,056만 달러 (약 12조 4,013억 원)	귀저우마오타이 (贵州茅台), 코우쯔자오(口子窖), 쯔즈지우(种子酒), 얼꾸오타오(二锅头),	0
5	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 951억 3,234만 달러 (약 115조 2,053억 원)	생타이위안지지양 (生态原浆), 지안난춘(剑南春), 수이징팡(水井坊), 하이쯔란(海之蓝), 구징즈(古井镇), 지우오우쯔즈(九五至尊)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 링크드인(Linkedin), 유로모니터(Euromonitor)

26) 1달러=1,211.00원(2019.08.25, KEB 하나은행 매매기준율 기준)

2. 중국 증류주 주요 유통업체

[표 3.4] 중국 증류주 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	지아지아위예 (Jiajiayue)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 2,348억 원)	구징궁주(古井贡酒), 연타이꾸오니잉(烟台古酿), 두오강(杜康), 진이루푸(金六福), 얼꾸오타오(二锅头), 뉴란산(牛栏山)	0
7	지마트 (G-Mart)	아시안마트	매장 수('18): 4개	H사, L사, M사, B사	0
8	케이마트 (K-Mart)	아시안마트	매장수('18): 1개	H사, L사, M사, B사, HR사	0
9	티몰 (Tmall)	온라인	약 3,000억 9,972만 달러 (약 363조 4,208억 원)	마오타이(茅台), 편찌우(汾酒), 지앤난춘(剑南春), 슈이징팡(水井坊), 루저우라오자이오(泸州老窖)	0
10	징둥 (JD)	온라인	약 2,396억 6,297만 달러 (약 290조 2,319억 원)	율리양예(五粮液), 지앤난춘(剑南春), 마오타이(茅台), 루저우라오자이오 (泸州老窖), 양허(洋河)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 링크드인(Linkedin), 왕징서(网经社), 왕이하오(网易号),
유로모니터(Euromonitor)

3. 중국 증류주 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 알티마트(RT Mart)

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn	
	위치	본사: 대만(Taiwan) 현지: 상하이(Shanghai)	
	규모	매출액('18)	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 8,234억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 408개(중국) - 직원 수('19): 약 10만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1997년 설립 - 1998년 상하이 첫 슈퍼마켓 오픈 - 중국 최대 규모의 소매업체 선 아트 리테일 그룹(Sun Art Retail Group)이 운영하는 대형 하이퍼마켓 - 중국 내 29개의 성에 매장 보유 - 약 1.7억 위안(한화 약 290억 원)의 자본금 보유 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 500만 달러로 허난허마(盒马: 해산물 프리미엄 매장) 지분을 판매함 - 키톤유업(Keytone)²⁷⁾과 대리판매 계약 체결(Stock Keeping Unit) - 타오바오(Taobao)와 협력하여 신선식품과 FMCG²⁸⁾ 위주로 1시간 배송 프로젝트인 타오산다(Tao Xian Da)를 실시 	
유사제품 정보		제품명	시평 (西风)
		종류	증류주
		용량	500ml
		원산지	중국

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 신량신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor),
쑤아트리테일(Sunartretail) 홈페이지
사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지

27) 뉴질랜드 내 유명 유제품 제조업체

28) Fast-Moving Consumer Goods

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 주류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 과채류, 음료류, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 영유아 용품, 의류, 신발류, 주방용품, 가정용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높은 상품 - 간편하게 즐길 수 있는 제품 - 품목별 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 중앙집권적인 매장으로, 상하이에 전국 총 구매담당자가 있으며 주로 인지도가 높은 벤더를 통해 제품을 소싱 - 입점에 대해서는 지역 내 구매 담당자가 관리 - 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드 보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국의 구매담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 제품은 알티마트 내부로부터 상품코드를 수취 - 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (전산 관련, 사후서비스 관련, 상품 프로모션 전략, 공급 관련) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 외 자유기재)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 5주 - 총 구매 담당자가 선정된 제품이 신뢰성을 판단

자료: 알티마트(RT-Mart) 홈페이지



② 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	홈페이지	www.wal-martchina.com		
	위치	본사: 미국(U.S.A) 현지: 선전(Shenzhen)		
	규모	매출액('18)	약 116억 6,216만 달러 (약 14조 1,229억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 10,000개 - 직원 수('18): 약 220만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립 - 중국 내 약 10만 명의 직원 보유 - 중국 내 약 180개의 도시에 400개 이상의 매장 보유 - 보유 고객 수는 약 70억 명 정도 추산됨 - 글로벌 Top 500 기업 - 매장은 샘스클럽(Sam's Club)과 일반마트 2가지 종류가 있음 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 12월, 월마트(Walmart) 회원카드를 온라인, 오프라인 모두에서 사용할 수 있도록 업그레이드함 - 2019년 1월부터 중국에 Omega 8 프로젝트를 정식 운영하게 됨 			
유사제품 정보		제품명	몽쯔란 (梦之蓝)	
		종류	증류주	
		용량	500ml	
		원산지	중국	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 바이두투피엔(百度图片)


입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과채류, 육류, 어류, 냉동식품, 냉장식품, 주류, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 가공식품 등 - 일반: 가정용품, 화장품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 애견용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 월마트 내 판매되지 않고 있는 제품 - 현재 판매 제품과 다르지만 관련성이 있는 제품 - 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	- 온라인 피드백 작성 및 이메일 송부 (www.wal-martchina.com/supplier/apply.htm) (supplier@walmart.com)
	등록 정보	① 공급자 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 회사명, 설립년도, 주소, 메일, 홈페이지, 자본금, 경영범위, 회사 유형, 직원 수 - 주요 고객 및 해당 품목 매출액 - 주요 유통 채널 - 작년도 매출 및 올해 예상 매출액 ② 공급 제품 정보 <ul style="list-style-type: none"> - Top4 인기 상품: 명칭, 해당 품목 인기 제품별 매출액, 점유율 - 희망 입점 상품(2개): 명칭, 출시일, 셀링 포인트, 연간 예상 홍보비, 이미지
	특이사항	- 관련 지역 구매담당자 관심이 있는 업체와 연락할 것임 - 선호 공급자 특징 (자격증 보유/ 완전한 재무제도 보유/합법적으로 생산/인증서류 구비/전담팀 보유/월마트 참고 배송 가능)

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지



③ 씨알뱅가드(CR Vanguard)

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅가드(CR Vanguard)		
	홈페이지	www.crv.com.cn		
	위치	본사: 홍콩(Hongkong) 중국: 선전(Shenzhen)		
	규모	매출액('18)	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 8,339억 원)	
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 3,192개 - 직원 수('18): 22만 명		
	- 1984년 설립 - 중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유 - 전체 약 3,192개의 매장 보유 - Olé, blt, V+, VnGO 등 유명 프리미엄 오프라인 매장 보유			
기업 최근 이슈		- 2018년 중앙기업 네트워크 안전 및 정보화 벤치마킹 1위 기록 - 2016-2018년 임기 실적 우수기업 선정		
유사제품 정보			제품명	루저우라오자오 (泸州老窖)
			종류	증류주
			용량	500ml
			원산지	중국

자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)
 사진 자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 바이두투피안(百度图片)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 면류, 캔디류, 식빵, 주류, 음료류, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 김치, 냉동류, 스낵류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 좋은 프리미엄 상품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 특별한 상품 - 인지도가 높은 브랜드 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 수입상품 매장 및 일반 마트 형태 보유 - 상품 특성에 따라 판매 매장 결정(일반 매장 또는 프리미엄 매장) 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에 상품 모집 공고 확인 - 공급자 지원 자격 체크(품목별 다름) 예시) 김 제품의 경우 중국 현지에서 등록된 업체만 신청 가능 - 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자자료등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일(crv_zbspjj@crv.com.cn) 발송 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer) - 추가 서류 제출 요구 시 제출 - 입주 상품 확정(registration) 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (회사소개, 상품명, 브랜드, 자격증, 검역 자료, 사업자 등록증, 납세증명 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 한달(최소) - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 배송을 중요시 하여 배송시스템이 탁월한 업체 선호 - 씨알뱅크드로 직접 공급하는 상품은 30% 밖에 없음 	

자료: 씨알뱅크드(CR Vanguard) 홈페이지



④ 용후이(Yonghui)

기업 기본 정보	기업명	용후이(Yonghui)	
	홈페이지	www.yonghui.com.cn	
	위치	푸저우시(Fuzhou)	
	규모	매출액('18)	약 102억 4,056만 달러 (약 12조 4,013억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 759개 - 직원 수('18): 약 60,000명
	- 2001년 설립 - 중국 500위 내의 기업(상장 기업 기준) - 제품 별 3가지 형태의 매장 보유 (일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점) - 중국 내 총 24개의 성과 자치구에 약 759개의 매장 보유		
기업 최근 이슈		- 약 4억 위안(약 682억 9,200만 원)을 투자하여 추가 공급채널을 설립함	
유사제품 정보		제품명	귀저우마오타이 (贵州茅台)
		종류	증류주
		용량	500ml
		원산지	중국

자료: 용후이(Yonghui) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 용후이(Yonghui) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 냉동식품, 가공식품, 신선식품, 즉석식품, 소스류, 김치류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선 식품 - 농산품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 신선 농산품을 운영 - 매장별 신선 농산품의 비율이 약 40%를 차지함 - 주로 벤더를 통해 구매하는 방식을 선호함 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매위원회는 공시사항에 매주 수요일, 토요일에 관심 상품 리스트 공개 - 관심 품목에 속하면, 신상품 접수처에 입점 예정 상품의 정보 (샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 '건본등록서'를 제출 - 이때, 보다 상세한 카탈로그를 제시하고 거래조건 협의를 해서 '거래계약서'를 체결 - '공급자자료등록표' 작성 (glzx.yonghui.cn/newssportal) - 입주 상품 등록 - 상품 유통 및 판매 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (상품 샘플, 사진, 견적, 사업자 등록증, 납세증명 등) ③ 상세내용 (회사소개, 상품명, 브랜드, 바코드, 유통기한 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 한달 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 	

자료: 옹후이(Yonghui) 홈페이지



⑤ 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)		
	홈페이지	www.carrefour.com.cn		
	위치	본사: 프랑스(France) 현지: 상하이(Shanghai)		
	규모	매출액('18)	약 951억 3,234만 달러 (약 115조 2,053억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 234개 이상 - 직원 수('18): 약 60,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1995년 중국 첫 진출 - 중국 내 210개의 대형 마트 및 24개 편의점 보유 - 중국 내 22개의 성과 51개의 도시에 매장 보유 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 까르푸 중국 법인의 약 80%의 지분을 중국 온라인 유통업체인 '쑤이닝닷컴'에 매각하기로 발표함 			
유사제품 정보		제품명	성태이위안지지방 (生态原浆)	
		종류	증류주	
		용량	500ml	
		원산지	중국	

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 글로벌코스메틱뉴스(Global Cosmetics News), 오프라인 매장 조사




입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 가공식품, 농산품, 소스류, 냉동식품, 냉장식품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가격 경쟁력이 있는 상품 - 공급이 안정적인 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이여야 함(타 유통채널 대비 가격이 높을 경우 반려) - 계약서에 있는 견적은 고정가격이어야 하며 부득이 견적 변동이 있을 경우 까르푸의 허가를 받은 뒤 1개월 후 변동 가능 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자 자료등록표’를 송부 (www.carrefour.com/contact/page) - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 및 서비스 계약서를 체결 - 입점 제품 등록 - 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (사업자 등록증, 납세증명, 위생허가, 상표등록증, 생산허가증 등) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개, 납품주기, 업무 담당자 연락처) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함(체결 날짜와 상관없이 유효 기한은 차 년도 1월 1일까지임) - 입주비용이 높은 편임 	

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지



⑥ 지아지아위에(Jiajiayue)

	기업명	지아지아위에(Jiajiayue)	
	홈페이지	www.jiajiayue.com.cn	
	위치	웨이하이(Weihai)	
	규모	매출액('18)	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 2,348억 원)
기타 규모		- 매장 수('18): 약 750개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1974년 설립 - 중국 약 40개 도시에 750여 개의 매장 보유 - 약 750개 매장 중 대형 슈퍼마켓 99개, 일반 슈퍼마켓 295개 보유 - 주로 농산품 및 신선식품을 유통하는 것으로 유명함 - 다양한 형태의 매장을 보유(일반 슈퍼마켓, 프리미엄매장, 편의점, 특산품 전문매장) 		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 산둥성 지역 내 약 200개의 슈퍼마켓 내부를 새롭게 인테리어 하였으며, 옌타이(烟台)와 웨이하이(威海)에 약 6억 위안(약 1,024억 3,800만 원)의 물류센터 운영비를 투자할 예정임 - 제남에 최초의 무인 슈퍼마켓을 오픈한지 약 2달이 지났으나, 매출은 아직 기대에 못 미치는 상황임 		
유사제품 정보		제품명	구징공주 (古井贡酒)
		종류	증류주
		용량	500ml
		원산지	중국

자료: 지아지아위에(Jiajiayue) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 지아지아위에(Jiajiayue) 홈페이지, 오프라인 매장 조사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류, 냉동식품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선 식품 - 농식품 - 품목별 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 주로 농식품을 판매가 대다수임 - 다양한 자체 브랜드를 보유하고 있음 - 다양한 형태의 매장 보유(백화점, 편의점, 프랜차이즈매장) 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 제품 정보와 '공급자자료등록표'를 작성하여 등록페이지에 등록 (qyeps.com/register?purchaserId=161784) - 구매부 내부에서 제출 자료를 검토 후, 관심이 있을 경우 개별 연락 - 공급자 필수 제출 서류 보완 제출: 구매담당자(2653502710@qq.com) - 심사를 통과 후 계약서를 체결 - 상품 판매 및 유통 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 자본금, 경영 범위) ② 관련 내용 (사업자등록증, 실무 담당자, 경영 방식, 상품 분류 등) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개, 납품주기)
	특이사항	- 소요시간: 약 한달

자료: 지아지아위예(jiajiayue) 홈페이지

2) 아시안마트



① 지마트(G-Mart)

	기업명	지마트(G-Mart)	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 4개 ²⁹⁾
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 상해 한인밀집지역인 구베이에 2018년 4월 첫 매장 개장 - 중국 최대 규모 한인마트 체인점이었던 1004마트 구베이점과 난징점 인수 - 다양한 한국 식료품과 직접 조리한 반찬 판매 - 기프트카드 판매와 회원 할인혜택 등 다양한 프로모션 진행 - 09:00-22:00 배송서비스 제공 - 2018년 11월 청정 강원 바이오 제품 특판전 진행 - 상하이저널 지면 광고와 위챗 통해 소비자들에게 제품 프로모션 정보제공 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 11월 청정 강원 바이오 제품 특판전 진행 - 2019년 8월 홍첸루점 개장 - 2019년 7월 동원 감사 판촉행사 진행 		
유사제품 정보		제품명	참이슬 후레쉬
		종류	소주
		용량	360ml
		원산지	한국



자료: 상하이방(Shanghaibang) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 상하이저널(ShanghaiJournal) 홈페이지, 하이트진로(Hitejinro), 바이두(Baidu)

29) 난징과 상해에 위치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 육류, 과채류, 어류, 신선야채류, 스낵류, 가공식품, 냉동식품, 주류, 유제품, 면류 등 - 일반: 주방용품, 가정용품, 문구류, 세제류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높고 가격경쟁력이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매식업체 모집중 (2019년 8월 기준) 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선으로 직접 문의 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사 주소, 연락처, 우편번호, 국가명) ② 연락 담당자 정보 (담당자 이름, 연락처, 이메일) ③ 공급 제품 정보 (제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서) ④ 제품 사진 	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +86-021-6697-1004 / 6651-1004	

자료: 상하이방(Shanghaibang), 지마트(G-mart) 유통



② K-Mart(케이마트)

	기업명	K-Mart(케이마트)	
	위치	상하이	
	규모	기타 규모	매장수('18): 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2017년 12월 상해 홍첸루 한인타운 예전 1004마트 홍첸루점 인수하여 매장 개장 - Kmart 회원카드 발급하여 한인타운의 여러 제휴업체에서 할인혜택 제공 - 한국 식료품 포함하여 수산물, 축산, 분식 코너 등 다양한 제품 판매 - 선불카드 이용하여 제품 구매 시, 할인된 가격으로 구매 가능 - 매주 금요일 K마트 회원의 날 제품 10% 할인혜택 제공하는 등 다양한 프로모션 진행 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 11월 강원도 바이오 제품 특판전 진행 - 매주 상하이저널에 지면광고 진행 	
유사제품 정보		제품명	한라산
		종류	소주
		용량	375ml
		원산지	한국

자료: 상하이저널(Shanghaijournal), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 한라산소주(Halllasan), 상하이방(Shanghaibang), 바이두(Baidu)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 육류, 어류, 스낵류, 음료류, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 김치류, 주류 등 - 일반: 주방용품, 생활용품, 문구류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존에 없던 제품군 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 분식류, 스낵류, 식음료류 입점 업체 모집 중 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선으로 직접 문의 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 기업 사업자 등록증) ② 제품 정보 (제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +86-185-2106-3901	

자료: 상하이저널(Shanghaijournal)

3) 온라인



① 티몰(Tmall)

기업 기본 정보	기업명	티몰(Tmall)		
	홈페이지	www.tmall.com		
	위치	항저우(杭州)		
	규모	매출액('18)	약 3,000억 9,972만 달러 (약 364조 4,111억 원)	
		기타 규모	- 오프라인 창고 수('18): 28개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2012년 설립 - 중국 내 온라인 B2C매장 1위 - 식품품 외 종합적인 쇼핑 사이트 - 2014년 해외직구 플랫폼을 출시하고 해외 제품 서비스를 시작함 			
기업 최근 이슈	<p>- 많은 소비자 데이터를 가지고 있는 바이에프코퍼레이션(VF Corporation)과 파트너십 체결</p>			
유사제품 정보		제품명	꾸이쭈마오타이잉뻬찌우찌 양시양바이찌우 (贵州茅台迎宾酒酱香白酒)	
		종류	증류주	
		용량	500ml	
		원산지	중국	

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 신랑커지(新浪科技), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 티몰(Tmall) 홈페이지


입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료, 가공식품, 즉석식품, 소스, 김치, 냉동류, 주류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵 및 건강식품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점할 상품이 명확한 분류가 되어 있어야 함(해당 채널의 어떠한 품목으로 입점할지에 대한 정보) - 건강식품과 유기농식품은 판매 지역의 정책에 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 알리페이 등록 후, 티몰 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청 - 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록 - 등록이 완료된 후, 티몰 관련 담당자의 최종 심사를 대기 - 심사통과 후, 티몰 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 티몰 공급자 센터에 등록 및 정보 보완 - 티몰에 기업 관련 모든 정보 등록, 티몰 규정학습, 알리페이 출금 협의 체결, 온라인 시험 응시 - 보증금 동결 및 기술 서비스 연체료 결제 - 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 기업 사업자 등록증) ② 관련 내용 (전산 방법, 입점 실무 담당자 정보, 배송 관련) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 외 자유기재) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 보증금 동결 및 기술서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보필요 - 입주 후 3개월이 지난 상품에 대해 다른 프로모션 실시 	

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지



② 징동(JD.COM/京东)

기업 기본 정보	기업명	징동(JD.COM/京东)	
	홈페이지	www.jd.com	
	위치	베이징(Beijing)	
	규모	매출액('18)	약 2,396억 6,297만 달러 (약 291조 227억 원)
	기타 규모	직원 수('18): 약 17만 8,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 설립 - 중국 내 B2C 온라인 유통업계 2위 - 약 4,020만 종류의 상품을 판매하고 있음 - 소비자들에게 품질과 안정적인 배송으로 가장 신뢰도가 높은 온라인 플랫폼임 		
기업 최근 이슈	- 빅데이터를 도입한 새로운 플랫폼 출시로 상시 재택근무, 장애인 취업 등 기회 창출		
유사제품 정보		제품명	52도푸 (52度普五)
		종류	증류주
		용량	500ml
		원산지	중국

자료: 징동(京东) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 징동(京东) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 가공식품, 즉석식품, 주류, 소스류, 김치류, 냉동식품, 수입식품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵 및 건강식품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점할 상품이 명확한 분류가 되어 있어야 함(해당 채널의 어떠한 품목으로 입점할지에 대한 정보) - 건강식품과 유기농식품은 판매 지역의 정책에 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - JD.COM 접속 및 로그인(없을 시 아이디 신청) - 입점안내 정독 및 동의 - 공급자 정보제출, 입주 실무 담당자 연락처 - 세무등록 및 기업은행정보 완성 - 입점 제품 관련 정보제출 - 심사 통관 후 절차에 따라 입주 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<p>등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 현지어 회사소개, 제품소개) ② 관련 내용 (전자사업자등록증, 사업자등록번호, 법인 신분증 스캔본 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 공급자 자격 심사 7일 / 재검토 1~15일 / 권한부여 1~3일 소요 - 심사진행 현황은 '온라인입점시스템'으로부터 수시로 조회가능 - 허위자격요건의 발각으로 인해 JD.COM에서 탈퇴 당할시, 영구적으로 입점제한 받게 되며 재입점 신청자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 	

자료: 징둥(京东) 홈페이지

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 중국 증류주 인증 취득
2. 중국 증류주 업체·제품 등록
3. 중국 증류주 라벨 심의
4. 중국 증류주 서류 준비
5. 중국 증류주 세금 납부
6. 중국 증류주 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 심사 無 	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 수출(생산)업체 등록 <ul style="list-style-type: none"> Online 시스템 등록(기업 기본 정보) 	(*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.ire.eciq.cn
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 식품 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 식품명, 원산지, 영양성분 정보 등 통관 시 라벨 심의 	(*) 중국시장감독관리총국 - GB 7718-2004 (포장 식품) - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 수출 주의 서류 <ul style="list-style-type: none"> 영양 성분 Test Report 국문 및 중문 라벨 견본 제출 필요 	(*) 중국시장감독관리총국 - 영양 성분 테스트 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 서면 또는 전자통관 시스템을 통하여 진행 수입신고서, 라벨견본, 상업송장 등 	(*) 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 검역, 검사 수행 후 관세 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 7.5% 증치세 10 - 16% 	(*) 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 물리(관능) 검사 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> 식품 첨가물, 라벨 등 검사 진행 	(*) 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn

1. 중국 증류주 인증 취득

인증 취득

중국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

증류주

증류주 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

중국으로 수출하고자 하는 증류주 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 중국시장관리감독총국(SAMR)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

중국 현지에서 생산 공장을 운영하고자 하는 수출 기업은 현지 생산에 관한 사전 등록제도인 SC 인증을 획득해야함

[표 4.1] 중국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
SC 인증	중국 현지 식품 생산 허가증	현지 생산 시 필수	중국시장감독관리총국 (SAMR)	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 중국 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정조치>인증심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원
SC 인증		신청서제출>서류심사>현장조사>평가>SC허가번호 발급	약 15일
		서류	비용
		사업자등록증사본, 식품위생허가증사본, 대표자 신분증사본, 식품상생공정도, 생산공장전경 사진 등	약 2,200위안

자료 : 각 인증기관

2. 중국 증류주 업체·제품 등록

업체·제품 등록

중국으로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

증류주

증류주 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 식품 수출을 위해 사전 ‘식품 수출업체 등록 필요’
- ▶ 중국 수출업체 등록 ‘온라인’으로 진행 가능

중국시장관리감독총국(SAMR)은 기존까지 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 중국 식품의약품관리총국(CFDA), 국가공상행정관리총국(SAIC)에서 중국 식품 위생법에서 정한 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따른 의무를 수행하게 됨. 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 에이전트, 혹은 해외 생산기업들에게 관련 정보의 사전 등록을 요구함. 등록 절차는 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)에서 운영하는 온라인 포털을 통해 이루어짐. 해당 규정은 기업이 작성한 내용을 토대로 수입되는 식품의 유통과정을 모니터링하고, 발생 가능성이 있는 식품 안전 문제에 대해 신속하게 대응하고자 운영됨

중국으로 수출되는 식품 중 건강식품, 신선식품, 유제품, 수산물, 제비집 제품에 대해서는 통관 전 사전 심의를 통하여 수입 허가를 취득해야 하지만, 일반 가공식품류의 경우 해당 절차를 수행하지 않음. 다만, 중국의 경우 식품의 통관 과정에서 까다로운 통관·검역 심사를 진행하기 때문에, 사전에 식품 라벨, 식품 성분, 식품에 관한 국가표준³⁰⁾을 숙지한다면, 원활한 통관 절차를 수행할 수 있음

[표 4.3] 중국 사전 식품 수출업체 등록 절차

적용 규제	중국 식품 위생법 ‘中华人民共和国食品卫生法’
세부 규정	수입 식품 및 수출 무역 관리 규정
발행 기관	중국시장감독관리총국(SAMR) - 온라인 : ire.eciq.cn - 오프라인 : 8 Sanlihe Donglu, Xicheng District, Beijing 100820
필요 정보	a. 수출업자와 수입자의 기업명 b. 수출업자와 수입자의 기업 주소 c. 수출업자와 수입자의 담당자명 및 연락처 d. 통관 예정 식품 범위
소요기간	신청일로부터 약 5 영업일(서류의 구비에 문제가 없는 경우)
유효기간	4년

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)

30) GB2757-2012 증류주 및 증류주의 조제주

3. 중국 증류주 라벨 심의

▶ 중국 라벨 규정

[표 4.4] 중국 라벨 관리 규정

●
라벨 심의
중국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공
●
증류주
증류주 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

적용 규제	중국 식품 위생법 ‘中华人民共和国食品卫生法’															
세부 규정	GB 7718-2011 포장식품 라벨 통칙															
라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 식품명 / 원산지 · 생산업체의 명칭 및 주소, 연락처, 대리인 정보 · 생산일, 유통기한, 저장방법 · 순중량, 고형물 함량(정량포장일 경우) · 영양성분 표시 · 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우) · QS 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고 · 생산업체가 적용한 제품 표준코드 														
		<table border="1"> <tr> <td>표기 언어</td> <td>표준 중국어(병음 표기 가능) 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계 있어야 함 상표의 경우 중문과 외국문자의 동시 사용 가능</td> </tr> <tr> <td>글자 크기</td> <td>1.8mm이상(35cm² 이상 면적 기준) 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함</td> </tr> <tr> <td>식품명</td> <td>규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 사용 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙일 것 가장 눈에 띄는 위치에 표시</td> </tr> <tr> <td>순중량</td> <td>식품명과 동일한 페이지에 표시</td> </tr> <tr> <td>원료명</td> <td>원료, 부형제 및 식품첨가물 명칭 표시 2% 넘지 않은 배합원료 순서대로 나열하지 않아도 됨 첨가량이 많은 순서로 표기</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>별도의 스티커 라벨로 부착 금지 생산일자와 품질 보증기간 분명하게 명시 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면적 가능</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기할 것 원산지 국가명 또는 지역명 표기</td> </tr> <tr> <td>생산업체</td> <td>제품의 생산에 책임이 있는 분사 또는 자회사의 명칭과 주소 표기 분할포장 식품의 경우 분할포장업체의 명칭과 주소를 표기할 것</td> </tr> </table>	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능) 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계 있어야 함 상표의 경우 중문과 외국문자의 동시 사용 가능	글자 크기	1.8mm이상(35cm ² 이상 면적 기준) 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함	식품명	규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 사용 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙일 것 가장 눈에 띄는 위치에 표시	순중량	식품명과 동일한 페이지에 표시	원료명	원료, 부형제 및 식품첨가물 명칭 표시 2% 넘지 않은 배합원료 순서대로 나열하지 않아도 됨 첨가량이 많은 순서로 표기	유통기한	별도의 스티커 라벨로 부착 금지 생산일자와 품질 보증기간 분명하게 명시 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면적 가능	원산지	년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기할 것 원산지 국가명 또는 지역명 표기
표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능) 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계 있어야 함 상표의 경우 중문과 외국문자의 동시 사용 가능															
글자 크기	1.8mm이상(35cm ² 이상 면적 기준) 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함															
식품명	규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 사용 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙일 것 가장 눈에 띄는 위치에 표시															
순중량	식품명과 동일한 페이지에 표시															
원료명	원료, 부형제 및 식품첨가물 명칭 표시 2% 넘지 않은 배합원료 순서대로 나열하지 않아도 됨 첨가량이 많은 순서로 표기															
유통기한	별도의 스티커 라벨로 부착 금지 생산일자와 품질 보증기간 분명하게 명시 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면적 가능															
원산지	년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기할 것 원산지 국가명 또는 지역명 표기															
생산업체	제품의 생산에 책임이 있는 분사 또는 자회사의 명칭과 주소 표기 분할포장 식품의 경우 분할포장업체의 명칭과 주소를 표기할 것															
세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)															

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR), 포장식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)

▶ 중국 라벨 규정

[표 4.5] 중국 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	제품표준	가공에 사용된 국가표준, 산업표준, 지방표준번호 또는 등록된 기업표준 번호를 기재할 것
		기타	생산허가증관리 식품인 경우 식품생산허가증번호 및 QS 마크를 표기할 것 필요한 경우 섭취 시 주의 사항에 관하여 표기할 것 기타 관련 인증 라벨 등 표기 사항
		수입업체	수입업체명, 주소, 전화번호(팩스) 표기
		알콜음료 표기사항	%vol 단위로 알코올 농도를 표기할 것 '과도한 음주는 건강에 해롭습니다' 또는 이와 비슷한 내용의 문구를 반드시 기재할 것
		영양 성분표	매100그램(g)/100밀리리터(ml)/한 묶 기준
	라벨 표기사항 (영양성분)	강제표기	열량(K), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g)
		트랜스지방(산)	경화유지 및 부분경화 유지가 포함되거나 생산과정에 사용한 경우 함량 표기
		선택표기	각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 마그네슘, 칼슘, 철분, 망간, 불소 등 기타 성분
		기타사항	열량 및 영양성분 설명시 '함유', '고저', '유무', '증감' 등의 표기에 대한 구체적인 함량·기준조건

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR), 포장식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)

▶ 중국 증류주 라벨 샘플



- ① 제품명
- ② 알코올 함량
- ③ 제조업체
- ④ 용량

[앞면 라벨링]



- ① 원료
- ② 제조업체 주소
- ③ 제품유형
- ④ 생산자 라이선스
- ⑤ 생산일자
- ⑥ 생산표준번호
- ⑦ 주의사항
- ⑧ 원산지
- ⑨ 보관방법
- ⑩ 전화번호

[뒷면 라벨링]

앞면(중국어)

- ① 제품명 : 江小白
- ② 알코올 함량(酒精度) : 40%
- ③ 제조업체 : 重庆江记酒庄有限公司
- ④ 용량(净含量) : 500ml

앞면(국문)

- ① 제품명 : 장샤오바이
- ② 알코올 함량 : 40%
- ③ 제조업체 : 중경강기주장유한공사
- ④ 용량 : 500ml

뒷면(중문)

- ① 원료(配料) : 水、高粱
- ② 제조업체 주소(地址) : 重庆市江津区白沙工业园兴盛路21号
- ③ 제품유형(类型) : 小曲白酒
- ④ 생산자 라이선스(生产许可证编号) : SC1155 0011 6104 54
- ⑤ 생산일자(生产日期) : 见瓶盖或瓶身 合格
- ⑥ 생산표준번호(产品标准号) : GB/T 26761(优级)
- ⑦ 주의사항(温馨提醒) : 过量饮酒 有害健康
- ⑧ 원산지(产地) : 中国重庆,江津
- ⑨ 보관방법(贮存条件) : 常温保存
- ⑩ 전화번호(服务电话) : 400 850 8805

뒷면(국문)

- ① 원료 : 물, 수수
- ② 제조업체 주소 : 충청시 장진구 바이사공애위안 싱성로 21번
- ③ 제품유형 : 사우추 바이주
- ④ 생산자 라이선스 : SC1155 0011 6104 54
- ⑤ 생산일자 : 병뚜껑 또는 병면 표기 참조
- ⑥ 생산표준번호 : GB/T 26761(우급)
- ⑦ 주의사항 : 과음은 건강에 해롭습니다.
- ⑧ 원산지 : 중국 충청, 장진
- ⑨ 보관방법 : 실온보관
- ⑩ 전화번호 : 400 850 8805

4. 중국 증류주 서류 준비

서류 준비

중국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

증류주

증류주 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 영양성분테스트성적서 사전 준비 필요
- ▶ 중국 수입 업무, 수입 업체 또는 에이전트를 통해 진행 가능

중국의 수입신고는 수출입 당사자 또는 해당 업무의 수행을 위임받은 에이전트를 통하여 진행 가능함. 다만, 수출업체가 직접 해당 수입 통관 업무를 진행하기 위해서는 수입 라이선스가 필요하기 때문에, 해당 라이선스를 소지하지 않은 기업의 경우 에이전트나 수입업체를 통해 통관의 진행이 가능함. 특이 사항으로 보통 수입통관서류로 영양성분테스트성적서를 요구하지 않으나, 중국의 경우 이를 요구하고 있음

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통하여 발급받을 수 있음. 양국 간 영문으로 된 통일된 원산지 증명 양식을 사용하기 때문에 해당 양식에 맞는 서류를 발급받아야함. 원산지 증명서는 1회에 한정하여 적용되며, 매 수출 시마다 원산지 증명을 받아야 함

[표 4.6] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	(-)	
	영양성분테스트성적서	(-)	
	국문 라벨 견본	(-)	
	중문 라벨 견본	(-)	
	선적	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
		포장 명세서	(-)
		계약서	(-)
		선하증권	(-)
	위생증명서	식품의약품안전처	
	수입 라이선스	(-)	
원산지 증명서	대한상공회의소 / 관세청		

자료 : 중국 해관총서(GACC)

5. 중국 증류주 세금 납부

세금 납부

중국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

증류주

증류주 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 증류주 식품 HS CODE 2208.90.90, 관세율 7.5% 적용
- ▶ 한·중 FTA 발효로 협정세율 적용

증류주의 경우 중국에서는 HS CODE 2208.90 (기타)의 2208.90.90 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.³¹⁾ 중국 수입 시 기본 세율은 180%이나 2015년 12월 20일자로 발효된 한·중 FTA 협정으로 협정세율인 7.5%를 적용받음. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야하며 항목에 따라 10~16%의 세율을 적용 받게 됨. 주류에 대해서는 증치세 외에도 소비세가 별도로 부과되며, 곡물을 원료로한 주류의 경우 25%의 세율이 적용됨³²⁾

- 수입 서류 심사비용에 120달러(한화 약 14만 원)³³⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 24시간 소요
- 통관 비용은 335달러(한화 약 40만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 48시간 소요

[표 4.7] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2208	변성하지 않은 에틸알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주·리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료	
	2208.90	기타	
	2208.90.4000	소주	
중국	2208.90.90	기타	
관세	기본관세율	180%	
	협정 세율	7.5%	
증치세		10~16%	
소비세		25%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

31) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2208.90 중 증류주에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 중국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 중국의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 문의할 수 있음

32) 소비세는 한국의 개별소비세에 해당하는 간접세로서 술의 제조 원료에 따라 소비세의 세율이 달라짐. 해당 세율은 곡물류를 원료로하는 주류의 소비세 항목임

33) 1달러=1,211.00원 (2019.08.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

- ▶ 중국 원산지 결정 기준, 한-중 FTA 협정문 제3장 내용 적용
- ▶ HS CODE 2208.90 항목 ‘4단위 세번변경기준 적용’

증류주에 해당하는 HS CODE인 2208.90 (기타) 세번의 경우 한-중 FTA 협정 제3장 제2부 품목별 원산지 규정에 따라 세번변경기준(CTC, Change in Tariff Classification Criterion)인 ‘4위 세번변경기준(CC)’에 의해 원산지 판정을 받게 됨. FTA 협정에 따라 역외가공품의 경우 일부 인정을 하고 있으나, 개성공단 생산품목 중 HS 6단위 기준 310개 품목만 인정받고 있어 기타 역외가공품은 인정받지 못함

4단위 세번변경기준³⁴⁾이란 사용된 원재료의 세번(HS CODE 4단위)과 해당 원재료를 활용하여 생산한 제품의 세번(HS CODE 4단위)이 다른 경우, 당해 제품을 역내산으로 인정하는 기준임. 만약 비원산지재료의 세번(HS CODE 4단위)과 생산된 제품의 세번(HS CODE 4단위)이 같은 경우 역내산으로 인정되지 않음

[표 4.8] HS CODE 2208.90 원산지 규정

류 호	소호 (HS 2012) ³⁵⁾	품목명	적용가능한 품목별 원산지 규정
22		제 22류 음료·주류와 식초	
	22.08	변성하지 않은 에틸알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주·리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료	
	2208.90	기타	4단위 세번변경기준

자료 : FTA종합지원센터, 한-중 FTA 협정문

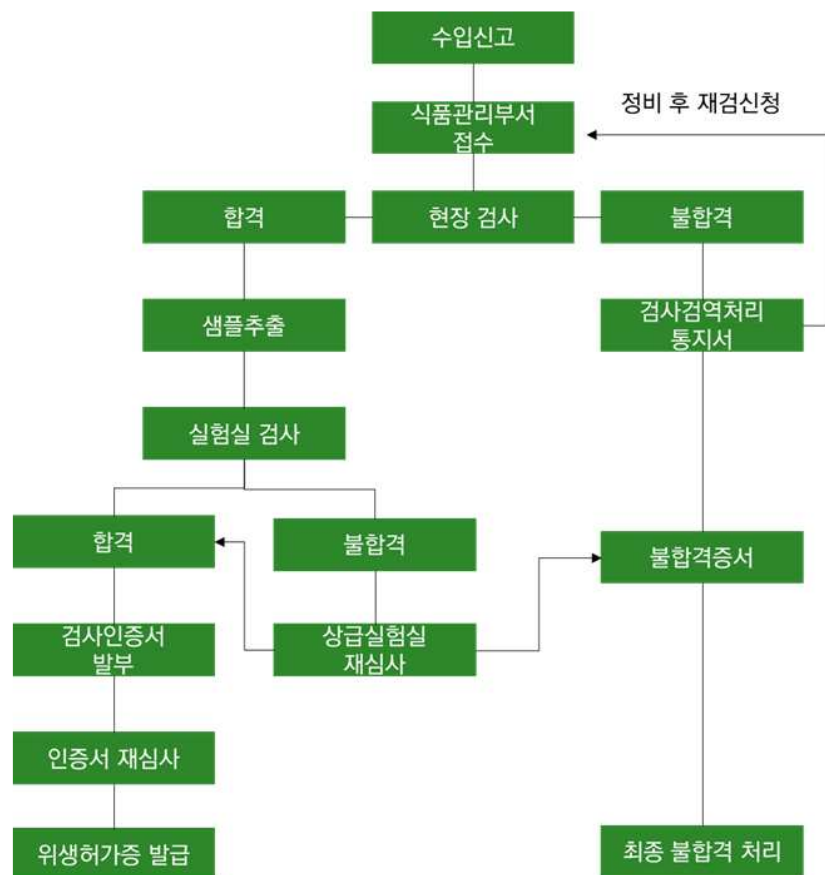
34) 세번이 변경되었다는 의미는 재료가 제품으로 가공되는 과정에서 실질적인 변형(형태, 성분, 성질, 용도 등)이 이루어졌다는 의미이며, 이러한 실질적인 변형을 수행한 국가를 원산지국으로 보는 기준이 세번변경기준임. 세번의 변경 기준은 2단위, 4단위, 6단위 기준으로 나뉘며, 어떤 기준을 사용할 지는 각 협정에 따름

35) 제5차 HS협약 개정안에 따른 HS CODE임을 의미함

6. 중국 증류주 검역 심사

- ▶ 중국 수입식품 검사검역기구, 현장검사, 라벨검사, 실험실 검사 진행
- ▶ 수입 식품 위험도에 따라 차등 검사 진행

[표 4.9] 중국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	D-isoascorbic acid (erythorbic acid)	GMP ³⁶⁾
		Acacia (gum arabic)	GMP
	유해물질	Lead (pb)	0.5

자료 : KATI농식품수출정보

36) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

- ▶ 중국 식품의약품국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

중국으로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

증류주

증류주 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중
농산가공식품류 중 주류로
분류하여 해당 품목에
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 중국 증류주 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
안정제, 증점제 등	잔탄검	Xanthan gum	GMP	
유화제, 점착제	아세틸아디핀 산이전분	Acetylated distarch adipate	GMP	
유화제, 점착제	아세틸인산이전분	Acetylated distarch phosphate	GMP	
점착제, 유화제	알파사이클로덱스트린	α -Cyclodextrin	GMP	
팽창제	탄화수소암모늄	Ammonium hydrogen carbonate	GMP	
산도조절제	아세트산	Acetic acid	GMP	
청징제, 유화제 등	알긴산나트륨	Sodium alginate	GMP	
산화방지제	아스코르브산나트륨	Sodium ascorbate	GMP	
산화방지제	아스코르브산칼슘	Calcium ascorbate	GMP	
산도조절제 등	탄산칼슘	Calcium carbonate	GMP	

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 정저우카이위이무역유한회사
(郑州开为商贸有限公司)

Interview ② 상해치후실업유한공사
(上海齐弧实业有限公司)

Interview ③ 지난순천국제무역유한공사
(济南舜琛国际贸易有限公司)

Interview ④ 상해평이실업유한공사
(上海枫羿实业有限公司)

Interview ⑤ 상해잉판주류유한공사
(上海颖帆酒业有限公司)

Interview ⑥ 평통보관(鹏通报关)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 정저우카이웨이무역유한회사
(郑州开为商贸有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wang
(CEO)

중국 내 증류주 중 바이주(白酒)의 수요가 압도적으로 높음

한국산 주류 중에서는 소주의 수요가 높은 편이지만, 전반적인 주유 시장에서는 중국산 증류주인 바이주의 수요가 압도적으로 높습니다.

소주처럼 낮은 도수의 증류주는 20~35세 소비자들 사이에서 수요가 높음

최근 들어 젊은 층의 소비자들 사이에서 도수가 낮은 증류주의 수요가 증가하고 있으며, 40~50대의 소비자들은 도수가 높은 중국산 증류주를 선호하는 경향이 있습니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 상해치후실업유한공사
(上海齐弧实业有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wang
(Sales Manager)

여러 가지 칵테일로 제조할 수 있는 증류주의 수요가 높음

현재 중국에서는 다양한 음료와 섞어 마실 수 있는 증류주의 수요가 높습니다. 그 중 독일산 예거마이스터의 수요가 가장 높으며, 수입산 증류주는 주로 양주를 즐겨 마시는 소비자들이 선호합니다.

한국산 소주는 주로 대형마트에서 판매

한국산 소주는 대형마트에서 판매하는 경우가 많으며, 중국 내 판매 되는 한국산 주류 중 가장 큰 비율을 차지합니다. 중국 내 증류주 중에서는 소주 외에도 브랜디, 위스키, 보드카, 럼 등이 인기가 많습니다.

Market Customers and Demand



- 인터뷰 기업 : 지난순천국제무역유한공사
(济南舜琛国际贸易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tang
(Manager)

중국 내 증류주의 주 소비자층은 40~60대 남성

중국 내 증류주의 수요는 지역별로 상이하며, 일반적으로 광둥, 산둥, 북경 지역의 수요가 가장 높습니다. 그리고 주 소비자층은 40~60대 남성입니다.

소비자들은 50도 이상의 증류주를 선호

저희 업체에서 50도 이상의 증류주의 수요가 가장 높으며, 소비자들은 희석주보다 도수가 높은 술을 더 선호합니다. 그리고 용량이 큰 증류주보다는 작은 증류주의 선호도가 증가하고 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Demand



上海江秀贸易有限公司
SHANG HAI JIANG XIU MAO YI YOU XIAN GONG SI
专注清酒进口与销售
联系方式: 021-69975307

- 인터뷰 기업 : 상해평이실업유한공사
(上海枫羿实业有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Xu
(Sales Manager)

도수가 낮은 증류주는 젊은 소비자들이 선호

도수가 낮은 저도수의 과일향 증류주는 젊은 소비자들에게 인기가 많으며, 40~50대 소비자들은 중국산 바이주를 선호합니다. 따라서 신제품은 젊은 소비자들을 상대로 판매하는 것이 유리합니다.

한국산보다 일본산 증류주의 수요가 더 높음

중국에는 일본식 술집이 많아서 현지 소비자들 사이에서는 한국산 소주보다 일본산 증류주의 인지도 및 수요가 더 높은 편입니다.

Market Demand and Trend

上海颖帆酒业有限公司

SHANG HAI YING FAN WINE INDUSTRY CO., LTD

- 인터뷰 기업 : 상하이판주류유한공사
(上海颖帆酒业有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Qi
(CEO)

중국 내 일본산 주류의 수요는 높은 편

수입산 주류 중에서는 일본산 맥주의 수요가 가장 높으며, 증류주 중에서는 일본산 매실주의 수요가 높습니다. 한국산 소주의 수요는 비교적 낮은 편입니다.

기능성 음료와 함께 판매하는 증류주 증가

중국의 젊은 소비자들 사이에서 주류를 음료와 함께 섞어 마시는 것이 유행하면서, 증류주와 어울리는 기능성 음료를 함께 출시하는 업체들이 늘어났습니다.

Interview ① 정저우카이위이무역유한회사 (郑州开为商贸有限公司)

정저우카이위이무역유한회사
(郑州开为商贸有限公司)

전문가 소속

정저우카이위이무역유한회사
(郑州开为商贸有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr. Wang
(CEO)

郑州开为商贸有限公司

产品: 日韩烧酒、日韩清酒、日韩果酒、料理店调味品、进口食品



价格	¥238.00
起批量	≥2 箱
权益	48 查看是否享受首单包邮或首单立减
物流	河南 郑州 至 请选择 快递 ¥100
成交评价	30天内 2 箱成交 0 条评价
采购量	- 2 + (9598箱可售)
立即订购	

정저우카이위이무역유한회사(郑州开为商贸有限公司)

CEO, Mr. Wang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 2009년 설립되어 수입식품을 전문적으로 유통하는 업체로, 술, 음료, 식품을 판매합니다. 취급 품목으로는 소주, 청주, 맥주 등이 있으며, 주로 중국내 마트, 식당, 야시장, 노래방, 술집 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 중국 내 가장 수요가 높은 한국 증류주 브랜드는 무엇인가요?

저희가 취급하는 한국산 증류주 중에서는 좋은데이의 수요가 가장 높습니다. 최근 한 달 동안 좋은데이의 판매량은 373만 위안(512만 1,900원)이 넘었습니다. 좋은데이는 도수가 낮고 블루베리, 포도, 유자 등 여러 가지 맛이 있어서 소비자들이 선호하며, 가격대도 10위안(1,707원) 정도로 적당해서 수요가 높습니다.

Q. 증류주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

한국산 증류주는 주로 중국에 거주하는 한국인이나 한국문화에 관심이 많은 중국인들이 구매합니다. 한국산 증류주 중에서는 소주의 수요가 높은 편이지만, 중국 전반적인 시장을 놓고 봤을 때는 중국산 증류주인 바이주(白酒)의 수요가 압도적으로 높습니다. 특히 40-50대의 중국인들은 수입산 증류주보다 프리미엄 바이주나 맥주만 찾는 경우가 많습니다. 중국 시장 내 소주 자체의 수요가 높지 않은 상황에서 새로운 신제품이 진출하기에는 어려움이 있어 보입니다.

37) 1위안= 170.73원(2019.08.25.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 중국 내 증류주의 선호도가 어떻게 되나요?

저희가 판매하는 한국산 소주의 도수는 대부분 20도입니다. 한국 소주는 높은 품질과 인지도로 소비자들이 선호하는 편입니다. 대부분의 업체들은 가격이 저렴하고 브랜드 인지도가 높은 제품을 선호합니다. 소비자들 또한 새로운 브랜드의 제품보다 판매량과 인지도가 높은 제품을 더 선호합니다.

Q. 제품 가격은 어느 정도가 적당한가요?

중국 시장에서 주류의 가격은 제품의 브랜드와 품질에 따라 큰 차이가 납니다. 중국에서 인지도가 높은 프리미엄 브랜드인 마오타이(茅台)의 경우, 53도이며 500ml에 2,880위안(49만 1,702원)으로 굉장히 비싼 가격에 판매되고 있지만 수요가 굉장히 높습니다. A사 제품의 도수와 가격을 고려했을 때, 프리미엄 브랜드로 제품을 홍보하여 인지도를 어느 정도 쌓을 후에 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 제품은 어떻게 판매하는 것이 효과적일까요?

최근 들어 20~35세 소비자들 사이에서 소주처럼 비교적 도수가 낮은 증류주의 수요가 증가하고 있습니다. 중국 내 소비자들은 나이가 많을수록 높은 도수의 증류주를 선호하는 경향이 있습니다. 따라서 A사의 제품은 젊은 소비자들이 많은 사이하이, 베이징, 광둥 등의 대도시에서 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 상해치후실업유한공사 (上海齐弧实业有限公司)

상해치후실업유한공사
(上海齐弧实业有限公司)

전문가 소속

상해치후실업유한공사
(上海齐弧实业有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr. Wang

(Sales Manager)



尊尼获加江方苏格兰威士忌...



百富12年单一麦芽威士忌...



喜力啤酒330ml24瓶...



墨西哥甘露咖啡力娇酒...



比利时进口啤酒250ml...



熊猫马特陈皮小麦啤酒...

상해치후실업유한공사(上海齐弧实业有限公司) Sales Manager, Mr. Wang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 2017년 설립되어 다양한 주류 및 음료수를 전문적으로 취급하는 수입유통업체입니다. 취급품목으로는 양주, 수입 맥주, 생수, 음료수 등이 있으며, 위스키, 브랜디, 보드카, 럼 등의 증류주를 판매하고 있습니다. 주로 중국 내 마트, 백화점, 식당, 야시장, 노래방, 술집 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 중국 내 가장 수요가 높은 한국 증류주 브랜드는 무엇인가요?

저희가 판매하는 증류주 중에서는 독일산 예거마이스터(野格圣鹿) 리큐르의 수요가 가장 높습니다. 제품의 도수는 40도이며, 소비자들은 주로 두리안 주스, 콜라, 기능성 음료, 우유 등과 섞어 마십니다. 예거 마이스터는 원래부터 여러 가지 방법으로 응용하여 섭취할 수 있어서 수요가 높았으며, 제품 포장이 깔끔해서 많은 소비자들이 선물용으로 구입합니다.

Q. 증류주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

일반적으로 고위직의 인사들이나 고소득층의 소비자들은 가격이 저렴한 술보다 중국산 증류주인 바이주를 즐겨 마십니다. 수입산 증류주는 주로 술집에 자주 방문하는 소비자들이나 양주를 좋아하는 소비자들이 선호합니다. 양주는 보통 20-30대의 소비자들이 선호하며 성별의 차이는 크게 없습니다.

Q. 중국인들은 증류주를 어떻게 섭취하나요?

예거마이스터같이 도수가 높은 증류주는 주로 술집에서 판매하는데, 소비자들은 얼음에 술만 따라 마시거나 다른 주류와 섞어 칵테일로 만들어 마시기도 합니다. 젊은 소비자들은 얼음과 함께 찬 상태로 마시는 것을 선호하며, 30대 이상의 소비자들은 상온으로 마시는 것을 선호합니다. 만약 A사 제품 중 41도의 증류주를 칵테일 베이스로 판매한다면, 바나 술집은 좋은 유통채널이 될 것입니다.

Q. 중국 내 증류주의 트렌드가 어떻게 되나요?

중국 내 판매되는 한국산 술 중 대부분은 소주이며, 일반적으로 대형마트에서 판매합니다. 소주의 가격은 20위안(3,415원) 정도로 360ml의 유리병으로 포장되어 있습니다. 소주 외에 브랜드, 위스키, 보드카, 럼 등의 수입 증류주도 인기가 많습니다. 하지만 현재 중국 내 소비자들이 가장 선호하는 주류는 중국산 증류주인 바이지우입니다.

Q. 제품 가격은 어느 정도가 적당한가요

저희가 취급하는 예거 마이스터의 최저도매가는 700ml에 86위안(14,683원)이며, 마트에서의 평균 소매가는 200위안(34,146원)정도입니다. A사 제품의 한국 소매가가 188위안(32,097원)이라면, 중국에서는 400위안(69,292원) 정도에 판매할 수 있습니다. A사의 제품은 프리미엄 한식당이나 중한문화원 등의 고급 레스토랑에 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ③ 지난순천국제무역유한공사 (济南舜琛国际贸易有限公司)

지난순천국제무역유한공사
(济南舜琛国际贸易有限公司)

전문가 소속

지난순천국제무역유한공사
(济南舜琛国际贸易有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr. Tang
(Manager)



지난순천국제무역유한공사(济南舜琛国际贸易有限公司)

Manager, Mr. Tang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 2016년에 설립되어 중국산 바이주(백지우)를 전문적으로 유통하는 업체입니다. 취급 브랜드로는 우량예(五粮液); 시핑(西凤); 편파이(汾牌); 마오타이(茅台); 양허(洋河) 등이 있습니다. 주로 마트, 도매시장, 식당, 온라인 매장 등으로 납품하고 있으며, 제품을 유통하는 대부분의 오프라인 매장은 산둥지역에 위치하고 있습니다.

Q. 중국 내 가장 수요가 높은 증류주 브랜드는 무엇인가요?

현재 중국 시장에는 다양한 종류의 수입산 술이 판매되고 있습니다. 하지만 전반적인 중국 시장에서는 중국산 바이주의 수요와 판매량이 가장 높습니다. 바이주는 프리미엄, 중국, 일반 레벨로 나눌 수 있습니다. 프리미엄 바이주로는 마오타이, 우량예, 루저우라오자오(泸州老窖), 중급 바이주로는 편지우(汾酒), 량지우(郎酒), 구장궁주(古井贡酒)가 대표적이며, 대중적인 일반 바이주 중에서는 뉴란산(牛栏山), 쟁소바이(江小白)의 인기가 많습니다.

Q. 증류주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

중국 내 증류주의 수요는 지역별로 상이합니다. 수요가 가장 높은 지역은 광둥, 산둥, 북경 지역이고, 주 소비자층은 40-60대 남성입니다. 따라서 A사도 이 3개의 지역에 집중적으로 홍보 활동을 하는 것이 제품 판매량을 높이는 데에 도움이 될 것입니다.

Q. 중국 내 증류주의 선호도가 어떻게 되나요?

중국 내 소비자들은 증류주를 음료와 함께 섞어 칵테일로 만들어 마시거나, 그 자체로 마시는 것을 모두 선호합니다. 저희 업체에서 판매량이 가장 높은 주류는 모두 50도 이상의 제품이며, 특히 산둥지역의 소비자들은 희석주보다 도수가 높은 술을 더 선호합니다.

Q. 제품 가격은 어느 정도가 적당한가요?

중국 시장에서 증류주의 평균 소매가는 100~200위안(17,073~34,146원)이며, 가격이 낮을수록 판매량이 증가합니다. 한국 직수입제품은 200위안(34,146원) 정도가 적당하며, 그 이상으로 가격을 책정할 경우에는 판매하는 것이 어려울 것으로 예상됩니다. 요즘 소비자들은 작은 규격의 제품을 선호하는 추세여서, A사에서 375ml의 제품 외에도 가격이 더 저렴한 200ml의 제품을 출시한다면 많은 소비자들이 선호할 것 같습니다.

Interview ④ 상해평이실업유한공사 (上海枫羿实业有限公司)

상해평이실업유한공사
(上海枫羿实业有限公司)

전문가 소속

상해평이실업유한공사
(上海枫羿实业有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr.Xu

(Sales Manager)



상해평이실업유한공사(上海枫羿实业有限公司) Sales Manager, Mr. Xu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 2015년에 설립된 수입유통업체로, 양주, 와인, 맥주를 전문적으로 취급하고 있습니다. 취급 품목으로는 위스키, 브랜디, 보드카 등이 있으며, 영국, 이탈리아, 호주, 캐나다, 남아프리카, 프랑스 등 여러 국가로부터 제품을 수입하고 있습니다. 소매와 도매 판매를 모두 진행하고 있으며, 주로 호텔, 식당, 클럽, 바, 노래방, 마트, 카페로 납품하고 있습니다.

Q. 중국 내 가장 수요가 높은 증류주 브랜드는 무엇인가요?

저희는 주로 수입산 증류주를 취급 중이며, 그 중 영국산 윈드솔(温莎) 위스키와 일본산 증류주인 히워따오(黑雾岛)의 수요가 가장 높습니다. 전반적으로 영국산과 프랑스산 양주와 일본산 청주, 매실주의 인기가 높은 편입니다. 소비자들은 품질이 좋고 도수가 낮은 증류주를 선호합니다. 그리고 중국에는 일본식 술집이 많아서 한국산 소주보다는 유사한 일본산 증류주의 인지도와 수요가 더 높습니다.

Q. 증류주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

현재 중국 내 증류주의 소비자층은 점차 어려워지고 있는 추세입니다. 저희가 취급하는 40도 정도의 저알콜 과일향 증류주는 젊은 소비자들에게 인기가 많습니다. 하지만 40~50대의 소비자들은 주로 중국산 증류주인 빼이지우를 선호하기 때문에, A사 제품을 중국에서 판매하기 위해서는 40~50대의 소비자보다는 새로운 제품을 받아들이기 쉬운 20~30대 소비자들을 상대로 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 중국 내 증류주의 트렌드가 어떻게 되나요?

현재 중국 현지에서 인기 있는 주류는 브랜드, 럽, 보드카, 데킬라 등의 증류주를 다른 과일음료나 과일즙과 섞어 칵테일로 만들어 마시는 것입니다. 아직 한국산 소주가 들어가는 칵테일 제조법을 들어본 적은 없습니다. A사가 당사의 제품을 응용해 마실 수 있는 칵테일 제조법을 이용해 제품을 홍보한다면, 난징, 상해, 광저우, 베이징 등의 지역에 거주하는 여성 소비자들에게 수요가 높을 것입니다.

Q. 제품 가격은 어느 정도가 적당한가요?

현재 중국에서 인기가 많은 제품은 쟁소바이로, 도수는 41도로 A사 제품과 비슷합니다. 쟁소바이는 향이 좋고 무겁지 않은 증류주이며, 가격도 저렴해서 소비자들이 선호합니다. 가격은 500ml에 73위안(12,463원), 100ml에 18위안(3,073원)입니다. A사 제품은 500ml에 188위안(32,097원)으로 다소 비싼 편입니다.

Interview ⑤ 상해잉판주류유한공사 (上海颖帆酒业有限公司)

상해잉판주류유한공사
(上海颖帆酒业有限公司)

전문가 소속

상해잉판주류유한공사
(上海颖帆酒业有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Qi
(CEO)

上海颖帆酒业有限公司

SHANG HAI YING FAN WINE INDUSTRY CO. LTD



상해잉판주류유한공사(上海颖帆酒业有限公司)

CEO, Ms. Qi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 2018년에 설립되어 수입 주류를 전문적으로 취급하는 유통업체입니다. 취급 품목으로는 위스키, 보드카, 브랜디, 럼, 맥주, 음료 등이 있습니다. 수입한 제품은 주로 중국 내 아시아장, 바, 클럽, 노래방, 호텔, 술집 등으로 납품하며, 회사 등의 모임 및 파티에도 단체 주문을 받고 있습니다.

Q. 중국 내 가장 수요가 높은 주류는 무엇인가요?

저희 업체에서 가장 수요가 높은 주류는 일본산 맥주입니다. 전체 주류시장에서 맥주의 수요가 가장 높으며, 증류주 중에서는 일본산 매실주의 수요가 높습니다. 일본 주류는 과일향이 강하고 도수가 낮아 많은 여성 소비자들이 선호합니다. 이전에 한국산 소주도 취급한 적이 있으며, 수요가 낮아 현재는 판매를 중단한 상태입니다.

Q. 중국 내 증류주의 트렌드가 어떻게 되나요?

현재 중국 내 인건비의 증가와 더불어 업무 스트레스가 심한 중국 직장인들 사이에서 술의 수요가 증가하면서, 빠이지우의 가격은 점차 오르고 있습니다. 빠이지우의 판매량은 계절에 따라 상이한데, 추석과 설날 등의 명절에는 증류주의 판매량이 급증하고 5~6월에는 판매량이 가장 낮습니다. 따라서 대부분의 주류 판매업체들은 5~6월에 할인 행사를 진행하는 경우가 많습니다.

Q. 제품은 어떻게 판매하는 것이 효과적일까요?

현재 중국 젊은 층의 소비자들 사이에서 주류를 섞어 마시는 것이 유행하면서, 주류와 섞어 마실 수 있는 기능성 음료를 함께 출시하는 업체들이 늘어났습니다. 일례로 도수가 비교적 높은 에이케이-47(AK-47) 보드카가 있습니다. 해당 제품 브랜드는 보드카와 함께 섞어서 마시는 용도로 볼렛(bullet)이라는 기능성 음료를 출시했으며, 많은 클럽 및 술집에서는 에이케이-47과 볼렛을 세트로 판매합니다. A사도 제품과 어울리는 칵테일 제조법과 음료를 개발하여 함께 판매한다면 수요가 훨씬 증가할 것입니다.

Q. 제품 가격은 어느 정도가 적당한가요?

중국 내 인기가 많은 AK-47의 경우 도수는 40이며, 가격은 500ml에 65위안(11,097원) 정도입니다. 동일한 용량의 A사 제품은 가격이 3배 정도 더 비쌉니다. 따라서 일반 술집보다는 프리미엄 주류 매장에서 제품을 판매하는 것이 가격 경쟁력 확보에 도움이 될 것입니다.

Interview ⑥ 평통보관(鹏通报关)

평통보관(鹏通报关)

전문가 소속

평통보관(鹏通报关)

통관대행업체

전문가 정보

Mr, Yan
(Manager)

Pantom



평통보관(鹏通报关)

Manager, Mr. Yan

Q. 회사 소개를 간단히 해주시기 바랍니다.

저희는 2005년에 설립되어 통관, 검역, 라벨 대행, 창고대여, 대리 판매 등의 업무를 담당하고 있습니다. 상해, 포산, 광저우, 선전, 샤문, 톈진에 지사를 보유하고 있으며, 식품, 음료, 주류, 기계, 가구, 화학공업 등 다양한 분야에 속해있는 업체의 수출입대행 업무를 하고 있습니다.

Q. 중국으로 제품 수출 시 필요한 서류는 무엇인가요?

일반적으로 한국산 주류를 중국으로 수출하기 위해서는 검증된 기관으로부터 원산지 증명서, 공식 위생증, 자유판매 증명서, 캔포장 증명서, 검사 보고서, 고화질의 포장 전개도, 라벨의 중문 번역본 등을 발급받아 제출해야 합니다. 단, 제품을 2018년 10월 1일 이후에 처음 수출한 경우에는 라벨 등록을 하지 않아도 됩니다.

Q. 중국 시장 수출 및 해관통과 절차가 어떻게 되나요?

제품 준비 후, 관련 서류를 제출하여 사전 심의를 거쳐야합니다. 허가를 받은 후에는 중문 라벨을 제작 한 뒤, 제품을 중국으로 수출할 수 있습니다. 중국 항구에 도착한 즉시 해관 신고를 진행해야하며, 그 후에 통관 검사를 통과하면 중국에서 제품을 판매할 수 있게 됩니다.

Q. 주류 수출 시 지불해야하는 세금에는 무엇이 있나요?

중국으로 제품을 수출하기 위해서는 10%의 관세와 13%의 증치세를 지불해야하며, 주류일 경우, 20%의 소비세가 추가적으로 부과됩니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Spirits in China」, (2019.07)
2. 「재외동포현황(2017)」, (2017.11.30)
3. 「Alcoholic Drinks in China」, 2019.07
4. 「Wine in China」, (2019.07)
5. 「Cider/Perry in China」, (2019.07)
6. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, (2019.02)

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 월드뱅크(World Bank), (www.worldbank.org)
5. 푸타오지우(葡萄酒网),(www.putaojiu.com/shangxun/235960.html)
6. 공니우(Gongniu),(www.gongniusz.cn/gsxw433.html)
7. 중국 국가질량감독검험검역총국 (AQSIQ) (english.aqsiq.gov.cn)
8. 중국시장감독관리총국 (SAMR) (www.samr.gov.cn)
9. 중국 해관총서 (GACC) (www.customs.gov.cn)
10. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
11. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
12. 상하이방(Shanghaiibang)(shanghaiibang.com)
13. 신랑신원(新浪新闻) 홈페이지 (news.sinsa.com.cn)
14. 마룬파(RT Mart/大润发) 홈페이지 (rt-mart.com.cn)
15. 쉐아트리테일(SunArtRetail) 홈페이지 (sunartretail.com)
16. 월마트(Walmart)홈페이지 (wal-martchina.com)
17. 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지 (crv.com.cn)
18. 용후이(Yonghui) 홈페이지 (yonghui.com.cn)
19. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (carrefour.com.cn)
20. 지아지아위예(Jiajiayue) 홈페이지 (jiajiayue.com.cn)
21. 티몰(Tmall) 홈페이지 (tmall.com)
22. 신랑커지(新浪科技) 홈페이지 (tech.sina.com.cn)
23. 징둥(JD.COM/京东) 홈페이지 (www.jd.com)
24. 알리바바(1688.com) 홈페이지,(1688.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.09.06.

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

