



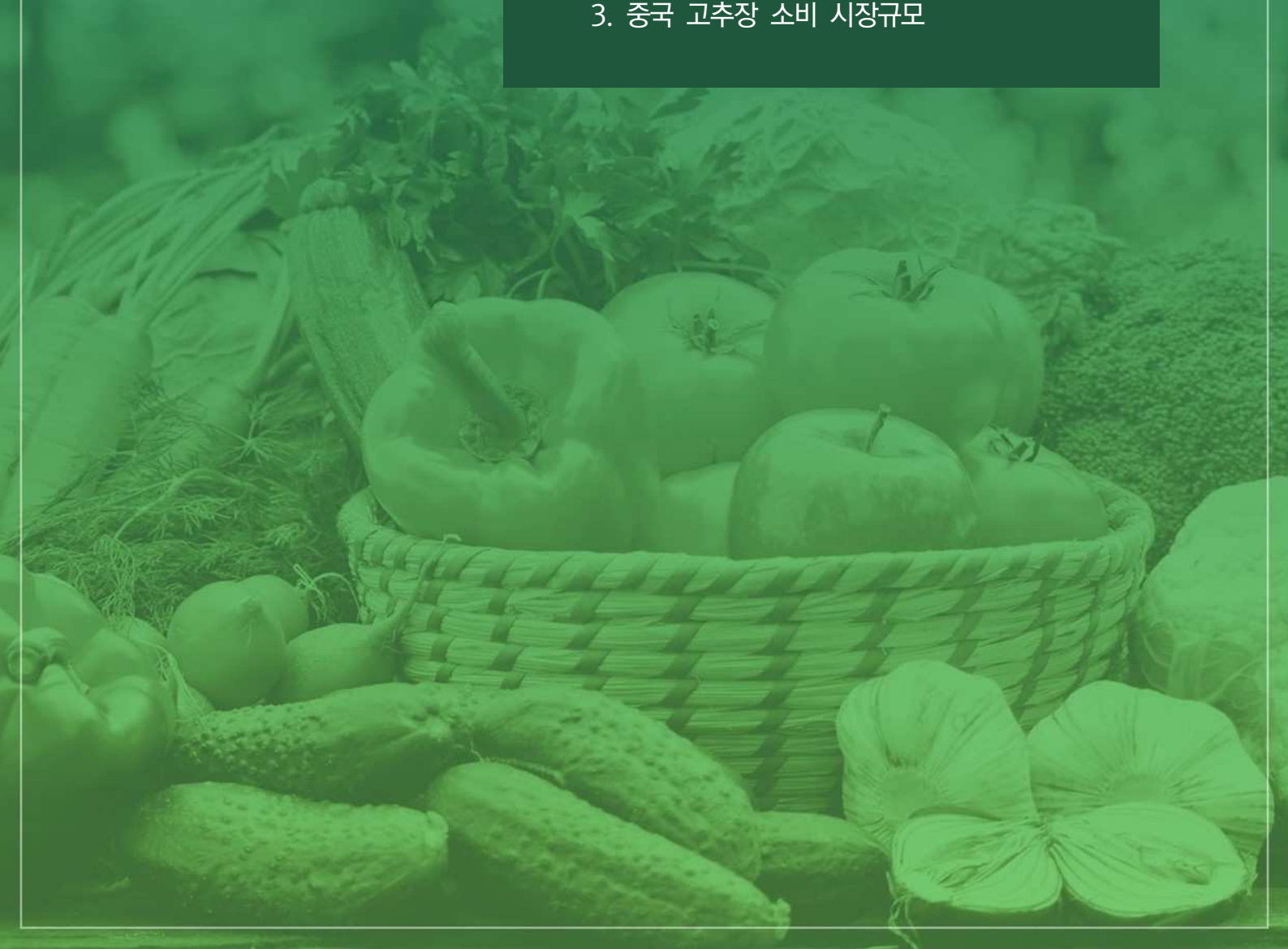
# Contents

I. Market Size (시장규모)	
SUMMARY	4
1. 중국 고추장 시장규모	5
2. 중국 고추장 수출입시장규모	6
3. 중국 고추장 소비시장규모	7
II. Market Trend (시장트렌드)	
SUMMARY	11
1. 중국 프리미엄 고추 소스 소비자, '제품 성분' 만족도 가장 높게 도출	16
2. 반야(饭爷), 고급화 전략을 통한 프리미엄 소비자 공략	17
3. 이금기(李锦记), 소비자 종합 평가 가장 긍정적	18
4. 한국 고추장, 중국 경쟁품을 고려한 높지 않은 가격 정책 수립	19
III. Distribution Channel (유통채널)	
SUMMARY	21
1. 중국 고추장 유통구조	22
2. 중국 고추장 주요 유통업체	23
3. 중국 고추장 B2C 소매채널	25
IV. Customs·Quarantine (통관·검역)	
SUMMARY	46
1. 중국 고추장 인증 취득	47
2. 중국 고추장 업체·제품 등록	49
3. 중국 고추장 라벨 심의	50
4. 중국 고추장 서류 준비	53
5. 중국 고추장 세금 납부	54
6. 중국 고추장 검역 심사	56
V. Expert Interview (전문가 인터뷰)	
SUMMARY	59
Interview ① 타이탄식품유한회사(泰坦食品有限公司)	61
Interview ② 상하이쉬안보수출입무역유한회사(上海萱渤进出口贸易有限公司)	62
Interview ③ 상하이진평식품유한회사(上海津丰食品有限公司)	63
Interview ④ 심천시씽난야식품유한회사(深圳市兴南亚食品有限公司)	64
Interview ⑤ 춘보(春播)	65
Interview ⑥ 평통보관(鹏通报关)	66
* 참고문헌	67

# I . Market Size

## SUMMARY

1. 중국 고추장 시장규모
2. 중국 고추장 수출입 시장규모
3. 중국 고추장 소비 시장규모





# Market Size

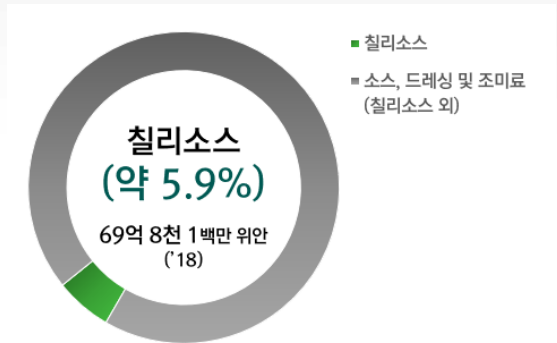
(시장규모)

## 중국 (CHINA) 고추장 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(소스), 원료(고추)

- 중국 소스, 드레싱 및 조미료<sup>1)</sup> 시장 규모  
..... 1,190억 6,700만 위안('18)
- 중국 칠리소스<sup>2)</sup> 시장 규모  
..... **69억 8,100만 위안('18)**

(\*) Euromonitor International

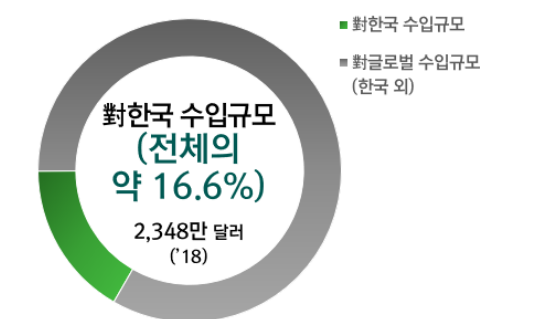


## 고추장 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(소스), 원료(고추)

- HS 2103.90<sup>3)</sup> 중국 對 글로벌 '소스와 소스용 조제품-기타' 수입 규모  
..... 1억 4,173만 달러('18)
- HS 2103.90 중국 對 한국 '소스와 소스용 조제품-기타' 수입 규모  
..... **2,348만 달러('18)**

(\*) International Trade Centre



## 고추장 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '고추장'은 고추와 참쌀을 이용하여 만드는 한국 전통 소스 제품임. 이에 한류에 따른 한국식품의 잠재 소비층으로 예상되는 중국 내 20-30대 인구 규모를 파악하기 위해 '중국 인구 규모와 연령대별 분포'를 확인하였고, 한국 제품의 주요 소비층인 '중국 내 한인 교민 규모와 지역별 분포'를 파악함. 또한, 한국 고추장의 시장성을 보기위해 '중국의 한국산 전통 장류 수입 규모'를 조사함

- | <p>① 중국 인구 규모 및 연령대별 분포 ('18)</p> <p>중국 총 인구 ..... 13억 9,300만 명</p> <p>0-14세 ..... 18 %</p> <p>15-19세 ..... 6 %</p> <p>20-29세 ..... 14 %</p> <p>30-39세 ..... 15 %</p> <p>40-49세 ..... 16 %</p> <p>50-59세 ..... 15 %</p> <p>60-64세 ..... 5 %</p> <p>65세 이상 ..... 11 %</p> | <p>② 중국 내 한인 교민 인구 및 지역별 분포 ('17)</p> <p>중국 총 한인 교민 인구 ..... 2,542,620 명</p> <p>선양 ..... 64.9 %</p> <p>베이징 ..... 11 %</p> <p>칭다오 ..... 10.2 %</p> <p style="text-align: right;">※상위 3개 지역의 한인 교민 규모를 제시함</p> <p>③ 중국의 한국산 전통 장류 수입 규모 ('18)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>전체</th> <th>고추장</th> <th>된장</th> <th>간장</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>수입액(천달러)</td> <td>7,233</td> <td>4,552</td> <td>1,467</td> <td>1,214</td> </tr> <tr> <td>수입중량(톤)</td> <td>3,966</td> <td>1,867</td> <td>802</td> <td>1,297</td> </tr> </tbody> </table> |       | 전체    | 고추장   | 된장 | 간장 | 수입액(천달러) | 7,233 | 4,552 | 1,467 | 1,214 | 수입중량(톤) | 3,966 | 1,867 | 802 | 1,297 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|----|----|----------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|-----|-------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                          | 전체                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 고추장   | 된장    | 간장    |    |    |          |       |       |       |       |         |       |       |     |       |
| 수입액(천달러)                                                                                                                                                                                                                                                                 | 7,233                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4,552 | 1,467 | 1,214 |    |    |          |       |       |       |       |         |       |       |     |       |
| 수입중량(톤)                                                                                                                                                                                                                                                                  | 3,966                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1,867 | 802   | 1,297 |    |    |          |       |       |       |       |         |       |       |     |       |

(\*) World Bank, 외교부, 관세청

1) 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings, Condiments): 토마토 페이스트/퓨레, 부용/육수 큐브, 허브와 향신료, 글루탐산소다(MSG)를 비롯한 각종 소스와 드레싱, 조미료를 포함함

2) 칠리소스(Chilli Sauces): 고추를 주 재료로 다른 재료와 혼합한 매운 테이블 소스를 지칭함. 단맛이 나는 칠리소스, 멕시코/라틴 아메리카 매운 소스, 타바스코 소스, 아시아식 칠리소스 등도 이에 포함함

3) HS CODE 2103.90: 채소나 과실을 기본 재료로 요리의 조제나 결들여 사용하는 기타 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료(간장 소스, 토마토 케첩 및 토마토 소스, 겨자, 겨자가루 제외) 지칭함. 이에 '고추'를 원료로 사용한 소스 제품인 고추장을 HS CODE 2103.90으로 분류함

## 1. 중국 고추장 시장규모

### 중국 국가 일반 정보<sup>7)</sup>

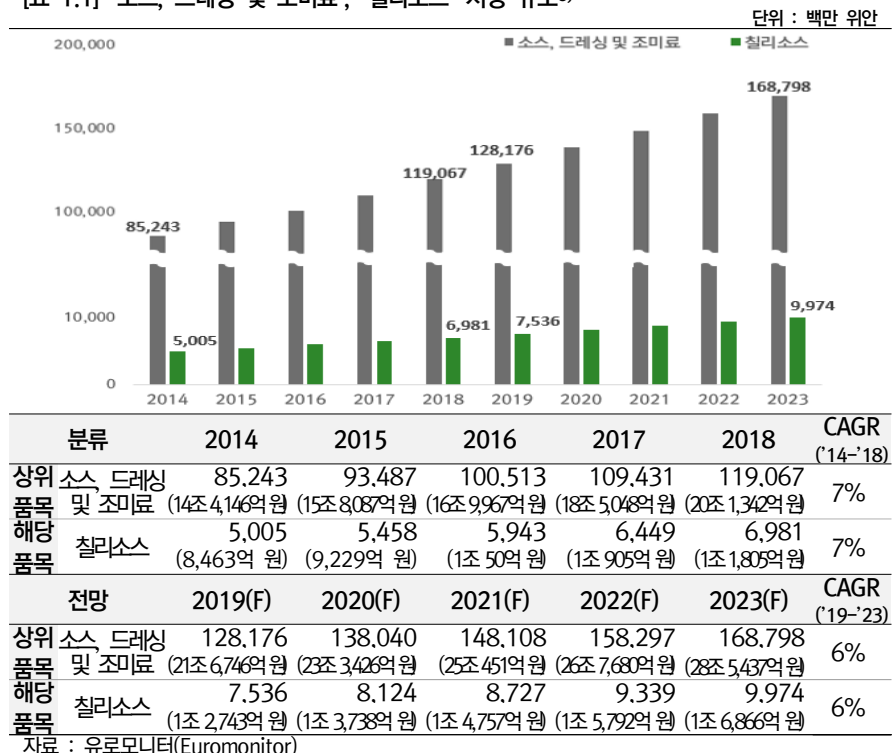
면적	960만 km <sup>2</sup>
인구	13억 9,538만 명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

조사 시장: '고추장'은 고추를 원료로 한 한국식 소스 제품으로, '소스, 드레싱 및 조미료' 시장과 '칠리소스' 시장을 조사함. '칠리소스' 시장은 고추를 주 재료로 타 재료 및 감미료와 섞은 매운 테이블 소스나 조미료를 포함하므로 해당 지표를 선정함

▶ 2014-2018년, 중국 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장 연평균성장률(CAGR)<sup>4)</sup> 7%  
2018년 '칠리소스'의 시장규모는 69억 8,100만 위안으로 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장의 6%를 차지함. 지난 5년간(2014-2018년) '소스, 드레싱 및 조미료'와 '칠리소스' 시장은 연평균 7%의 성장률을 기록했으며, 동기간 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장 내에서 '칠리소스'는 약 5.9%의 시장 점유율을 꾸준히 유지함

▶ 2019-2023년, 중국 '칠리소스' 시장, 연평균성장률(CAGR) 6% 예측  
2019년부터 2023년까지, '소스, 드레싱 및 조미료' 시장은 연평균 6%의 성장률을 기록할 것으로 전망됨. 유로모니터<sup>5)</sup>에 따르면, '소스, 드레싱 및 조미료' 시장은 중국 내 외식과 배달 음식의 소비자 수요가 증가하면서 외식 서비스를 중심으로 드레싱과 조미료의 시장 규모가 증가하고 있음. 한편, '칠리소스' 시장의 경우, 부드럽고 풍미가 있는 요리의 선호도가 증가함에 따라 연간 성장률은 점차 감소하지만 2023년까지 연평균 6%의 성장세를 이어갈 것으로 예측됨

[표 1.1] '소스, 드레싱 및 조미료', '칠리소스' 시장 규모<sup>6)</sup>



4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate

5) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments」, 2019.01

6) 1위안: 169.1원(2019.09.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 중국 고추장 수출입 시장규모

HS CODE 2103.90: 조사 제품 ‘고추장’은 고추를 주 재료로 한 한국 전통 소스 제품임. 이에 ‘소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료 및 양념-기타(간장 소스, 토마토 케첩 및 토마토 소스, 겨자와 겨자가루 제외)에 해당하는 HS CODE 2103.90을 지표로 선정함

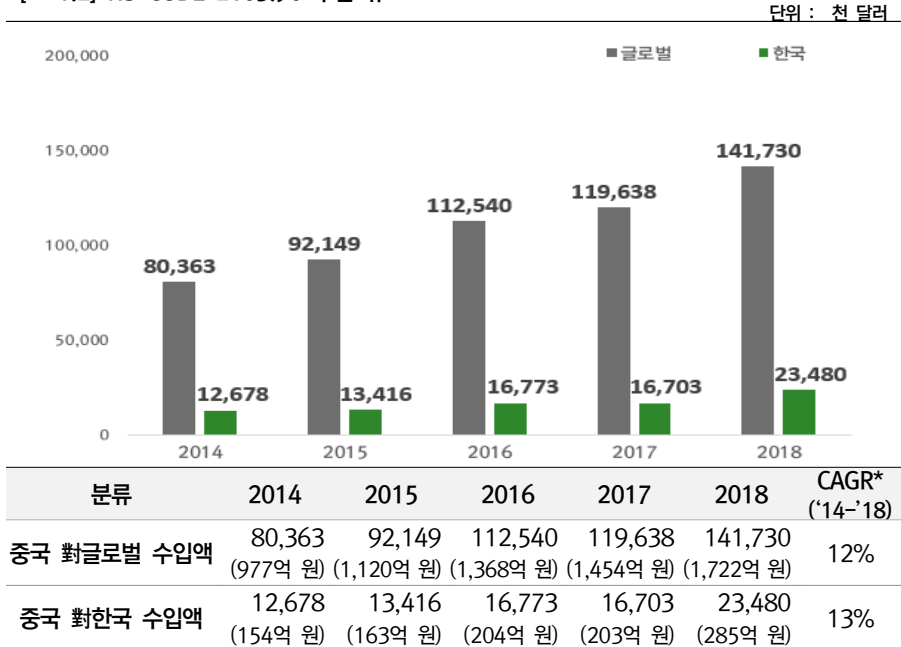
### ▶ 2014-2018년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 12%

HS CODE 2103.90 품목 기준, 중국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 12%의 성장률을 보임. 특히, 2016년 수입 규모가 전년 대비 약 22% 증가하면서 중국의 對글로벌 수입 규모는 1억 달러를 넘김. 2018년 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 1억 4,173만 달러이며, 이는 2014년 수입 규모의 약 1.8배임

### ▶ 2014-2018년 중국 對한국 수입액 연평균성장률 13%

2014년부터 2018년까지 HS CODE 2103.90 품목의 對한국 수입액은 연평균 13%의 성장률로 증가함. 꾸준히 성장 동향을 보였던 對한국 수입규모는 2017년 다소 감소하지만, 2018년 2,348만 달러의 수입액을 기록하며 전년 대비 41% 증가한 수입 규모를 보임. 한국은 2018년 중국 HS CODE 2103.90 품목 수입국 중 1위 수입 국가이며, 수입 규모는 전체 수입액의 16.6%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2103.90 수입 규모<sup>8)9)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2103.90 기준

8) 1달러=1,215.20원 (2019.09.04., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 중국 고추장 소비 시장규모

#### 1) 중국 인구 규모와 분포

조사 제품 '고추장'은 고추와 찹쌀을 재료로 한국 전통 방식을 따라 만든 한국식 소스 제품임. 이에 한국산 제품의 잠재 소비층인 중국 20-30대 인구와 한인 교민 인구 규모를 파악하고자, '중국 인구 규모와 연령대별 분포'와 '중국 내 한인 교민 규모와 지역별 분포'를 조사함. 그리고 한국 고추장의 시장성을 확인하기 위해 '중국의 한국산 전통 장류 수입 규모'를 파악함

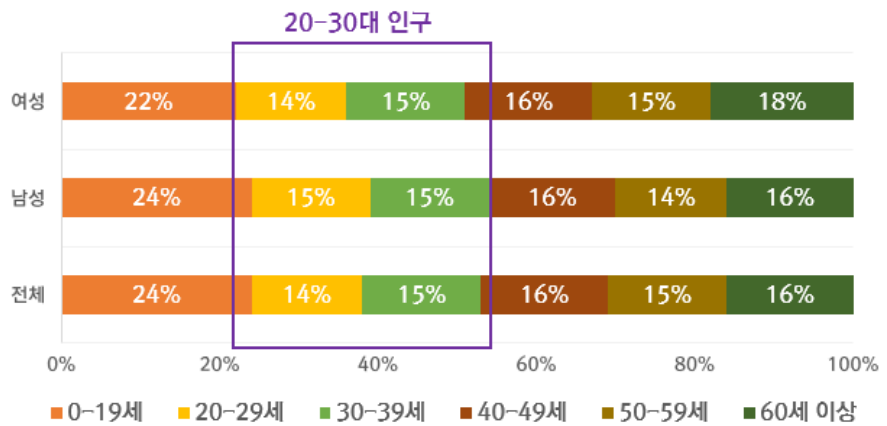
#### ▶ 2018년 중국 인구 (약 13억 9,300만 명) 중 20-30대 인구 29% 차지

월드뱅크(Worldbank) 자료에 따르면, 2018년 중국의 총 인구수는 약 13억 9,300만 명임. 지난 5년간(2014-2018년) 중국 총 인구수는 연평균 0.4%의 증가율을 보이며 꾸준히 증가함. 동기간, 남성 인구 규모와 여성 인구 규모도 동일한 비율로 증가함

2018년 기준, 중국의 20-30대 인구수는 총 4억 1,218만 3,414명으로, 전체 인구 기준 총 29%를 차지하는 규모임. 20-30대 남성 인구의 경우 남성 인구 기준 15%의 동일한 비중으로 전체 남성 인구의 30%를 차지함. 20-30대 여성 인구의 경우, 20대 여성 인구 비중이 30대 인구보다 1% 낮은 14%로, 두 연령대는 전체 여성 인구의 29%에 해당함

[표 1.3] 2018 중국 연령대별 인구 비중

단위 : %



자료: 월드뱅크(Worldbank)

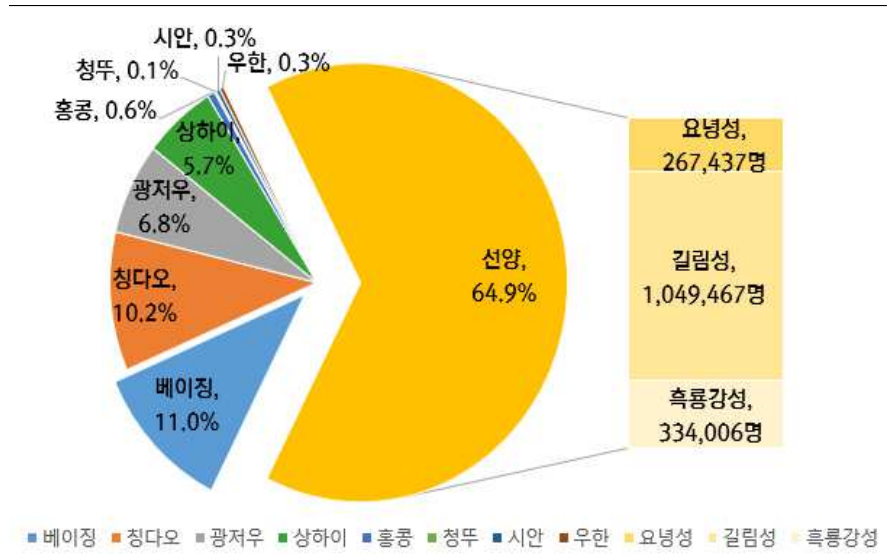
2) 중국 내 한인 교민 규모 ▶ 2017년<sup>10)</sup>, 중국내 한국인 교민 수 총 2,542,620명

외교부 자료<sup>11)</sup>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 인구<sup>12)</sup>(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 1.4] 2017년 중국 지역별 한인 교민 규모

단위 : %/명



자료: 외교부

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

11) 자료: 외교부, 「재외동포현황2017」, 2017

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



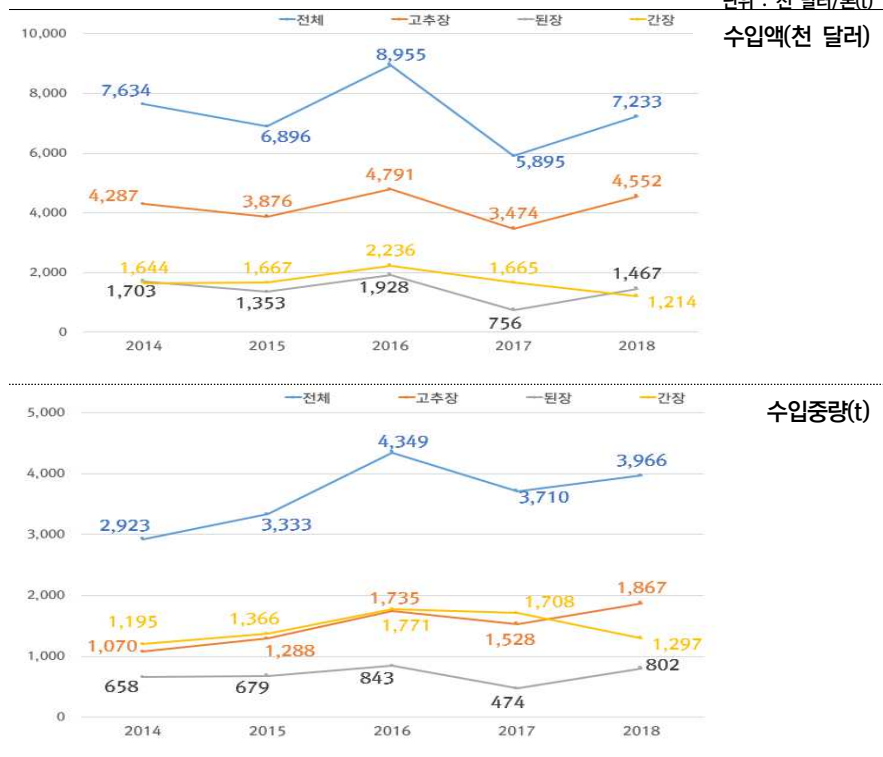
3) 중국의 한국산 전통 장류 수입 규모

▶ 2018년, 중국의 한국산 전통 장류<sup>13)</sup> 수입액 723만 3천 달러 기록

관세청의 무역 통계 자료에 따르면, 2018년 한국산 전통 장류의 중국 수출액은 총 723만 3천 달러, 수입증량은 3,966톤임. 중국의 한국산 전통 장류 총수입금액은 지난 5년간(2014-2018년) 연평균 1%의 감소 성장률을 보였지만, 2018년 수입액은 전년 대비 23% 증가한 규모를 기록함. 한국산 전통 장류 수입 총증량의 경우 2017년 된장의 수입증량이 전년 대비 44% 급감하며 15% 감소했지만, 2014-2018년 사이 연평균 6%의 성장 동향을 보임

2014년부터 2018년까지, 중국의 한국산 장류 수입 품목 중에서 고추장의 수입액과 수입증량이 가장 높은 연평균 성장률을 기록함. 간장과 된장이 연평균 감소 성장 동향을 보인 것에 비해, 한국산 고추장 수입액은 연평균 1%의 성장률로 증가함. 중국의 한국산 고추장 수입증량의 경우, 연평균 12%의 높은 성장률을 기록하며 2018년에 총 1,867톤의 한국산 고추장이 중국에서 수입됨. 이는 2014년 수입증량(1,070톤)의 74% 증가한 수입 규모임

[표 1.5] 2014-2018년 중국의 한국산 장류 수입 규모



자료: 관세청

13) 관세청 보도 자료(“고추장 등 한국산 전통 장류 수출 호조, 2017.04.13)에 의거하여, 고추장, 된장, 간장을 한국산 전통 장류 제품으로 선정함

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 중국 프리미엄 고추 소스 소비자, '제품 성분' 만족도 가장 높게 도출
2. 반야(饭爷), 고급화 전략을 통한 프리미엄 소비자 공략
3. 이금기(李锦记), 소비자 종합 평가 가장 긍정적
4. 한국 고추장, 중국 경쟁품을 고려한 높지 않은 가격 정책 수립



# Market Trend

(시장 트렌드)

## 중국 (CHINA) 프리미엄 고추장 소비 트렌드



중국 프리미엄 고추장, 고품질 성분 함유  
'송로버섯, 악마고추, 죽순 및 버섯 등'



반야(饭爷), 2014년 설립 후 2년만에 3천만개 제품 판매  
'중국 시장 내 프리미엄 매운 소스류, 공급량 부족 언급'

### ■ CHINA Issue ①

**프리미엄 고추장,  
제품 성분 소비자 만족도 가장 高**  
'성분(91.3%), 포장(88.8%), 맛(86.0%), 향(84.9%) 순'

### ■ CHINA Issue ②

**반야(饭爷), 고급화 전략을 통한  
프리미엄 소비자 공략**  
'고급 포장에 대한 소비자 긍정 지수 92.9%'



이금기(李錦記), 중국 매운 소스 시장 9.7% 점유  
'원산지(계림 지역)와 강하고 매운 향에 대한 높은 소비자 긍정 지수'



한국 고추장 '맛 및 가격' 만족도 높게 분석  
'향, 성분, 포장에 대한 만족도는 다소 떨어져'

### ■ CHINA Issue ③

**중국 대표 고추 소스 이금기(李錦記),  
소비자 긍정 지수 가장 높아**  
'맛(91.5%), 가격(95.2%), 포장(93.2%), 향(96.8%), 성분(100.0%)'

### ■ CHINA Issue ④

**한국 고추장, 중국 경쟁품을 고려한  
높지 않은 가격 정책 수립**  
'100g당 온라인 판매 가격 600~900원 내외'

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 요약

●  
**데이터 수집**  
 소스원  
  
**京东**  
 (중국 징둥닷컴)

●  
  
**데이터 분류**  
 키워드집  
 (중국 고추장 키워드집 구축)

●  
**데이터 분석**  
 소비자 리뷰 감성 분석





1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	-
수집 데이터	310,032건

데이터 정제

정제 키워드	고추장(辣椒醬)
정제 데이터	7,060건

○ 빅데이터 수집

- 중국 프리미엄 고추 소스 관련 소비자 댓글(리뷰)

[표 2.1] 중국 프리미엄 고추 소스 소비자 리뷰(댓글) 수집원

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD.com	www.jd.com	온라인 쇼핑몰

- 중국 프리미엄 고추 소스 소비자 댓글(리뷰) 분석 경쟁기업 선정

[표 2.2] 중국 프리미엄 고추 소스 경쟁기업

제조사	한국 - S社	반야 (饭爷)	호방날장 (虎邦辣酱)	
이미지				
용량	500g	220g	210g	
가격	위안	26.3위안	39.0위안	19.8위안
	원화	4,405.5원	6,532.9원	3,316.7원
리뷰수	97,000개 이상	170,000개 이상	64,000개 이상	

제조사	귀삼홍날삼낭 (贵三红辣三娘)	이금기 (李锦记)	한국 - C社	
이미지				
용량	258g	226g	500g	
가격	위안	26.0위안	19.9위안	19.5위안
	원화	4,355.3원	3,182.7원	3,266.4원
리뷰수	42,000개 이상	19,000개 이상	12,000개 이상	

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 중국 프리미엄 고추 소스 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 중국 프리미엄 고추 소스 키워드집

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
			한국어	중국어	참여기업	기타
참여기업	한국 개발사 사용 키워드	S社 고추장	맛	味		○
			가격	价格		○
포장	包装			○		
향	香			○		
재료, 소재	料/材			○		
기타	온라인 사이트 등록 프리미엄 제품 소개글 인용	반야 (饭爷)	맛	味		○
			가격	价格		○
			포장	包装		○
			향	香		○
			재료, 소재	料/材		○
		호방날장 (虎邦辣酱)	맛	味		○
			가격	价格		○
			포장	包装		○
			향	香		○
			재료, 소재	料/材		○
		귀삼홍날삼낭 (贵三红辣三娘)	맛	味		○
			가격	价格		○
			포장	包装		○
			향	香		○
			재료, 소재	料/材		○
		이금기 (李锦记)	맛	味		○
			가격	价格		○
			포장	包装		○
			향	香		○
			재료, 소재	料/材		○
		C社 고추장	맛	味		○
			가격	价格		○
			포장	包装		○
			향	香		○
			재료, 소재	料/材		○

○ 감성 분석 키워드집

- 중국 프리미엄 고추 소스 감성 분석 사전

- 감성 사전 활용 : NTUSD(National Taiwan University Sentimental Dictionary)

· 긍정어 : 2,810건 / 부정어 : 8,227건

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 중국 프리미엄 고추 소스 종류별 ‘인기도 및 소비 특징’을 분석하기 위함

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 감성 분석(Sentiment Analytics) : 프리미엄 브랜드별 소비자 선호도 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 긍정지수 : (긍정 점수/전체 긍정 문서 수) \* 1,000

- 부정지수 : (부정 점수/전체 부정 문서 수) \* 1,000

● 감성 분석  
(Sentiment Analytics)

[중국 프리미엄 고추 소스 빅데이터 분석 결과]

분류	키워드		감성 (키워드 빈도)		감성 (키워드 점유율)	
			긍정지수	부정지수	긍정	부정
S社 고추장	맛	味	299	25	92.3%	7.7%
	가격	价格	28	2	93.3%	6.7%
	포장	包装	120	17	87.6%	12.4%
	향	香	28	5	84.8%	15.2%
	재료, 소재	料/材	56	11	83.6%	16.4%
반야 (饭爷)	맛	味	340	50	87.2%	12.8%
	가격	价格	111	10	91.7%	8.3%
	포장	包装	196	15	92.9%	7.1%
	향	香	146	22	86.9%	13.1%
	재료, 소재	料/材	65	8	89.0%	11.0%
호방날장 (虎邦辣酱)	맛	味	133	50	72.7%	27.3%
	가격	价格	63	4	94.0%	6.0%
	포장	包装	131	32	80.4%	19.6%
	향	香	46	18	71.9%	28.1%
	재료, 소재	料/材	45	14	76.3%	23.7%
귀삼홍날삼낭 (贵三红辣三娘)	맛	味	248	20	92.5%	7.5%
	가격	价格	82	5	94.3%	5.7%
	포장	包装	255	33	88.5%	11.5%
	향	香	63	12	84.0%	16.0%
	재료, 소재	料/材	18	0	100.0%	0.0%
이금기 (李锦记)	맛	味	86	8	91.5%	8.5%
	가격	价格	59	3	95.2%	4.8%
	포장	包装	41	3	93.2%	6.8%
	향	香	30	1	96.8%	3.2%
	재료, 소재	料/材	11	0	100.0%	0.0%
C社 고추장	맛	味	45	4	91.8%	8.2%
	가격	价格	19	3	86.4%	13.6%
	포장	包装	20	5	80.0%	20.0%
	향	香	2	1	66.7%	33.3%
	재료, 소재	料/材	3	3	50.0%	50.0%

## 1. 중국 프리미엄 고추 소스 소비자, '제품 성분' 만족도 가장 높게 도출

### ▶ 프리미엄 소스 소비자, '성분, 포장, 맛, 향' 순으로 만족도 높게 분석

[표 2.4]에 의하면, 중국 프리미엄 고추 소스 소비자는 제품 성분에 대하여 가장 높은 만족도를 보유하고 있으며 이외 포장, 맛, 향 순으로 제품에 대하여 긍정적으로 평가하는 것으로 파악됨

### ▶ 프리미엄 소스, '송로버섯, 악마고추, 죽순 및 버섯' 등의 고품질 성분 함유

프리미엄 고추 소스 주요 브랜드인 반야(饭爷), 호방날장(虎邦辣酱), 귀삼홍날삼낭(贵三红辣三娘)의 제품들은 각각 송로버섯, 악마고추, 죽순 및 버섯 등의 차별화된 성분이 함유되어 있는 것으로 나타남. 특히 호방날장(虎邦辣酱) 제품의 경우 일반 고추보다 20배가 더 매운 악마고추를 첨가하여 현지 소비자들로부터 긍정적인 평가 외 부정적인 평가도 다수 발생하고 있음

### ▶ 이금기(李锦记), 계림에서 생산된 품질 좋은 고추 성분임을 강조

이금기(李锦记) 제품의 경우, 차별화된 성분보다는 제품 원산지에 초점을 맞추어 제품을 홍보하고 있음. 이금기 제품 구매자들은 고추의 원산지인 계림(桂林) 지역에 대한 긍정적인 구매 평가를 기재하고 있음

#### 중국 프리미엄 고추 소스 소비자 구매 평가 분석 제품



반야(饭爷)  
100g당 3,038원<sup>14)</sup>



호방날장(虎邦辣酱)  
100g당 1,579원



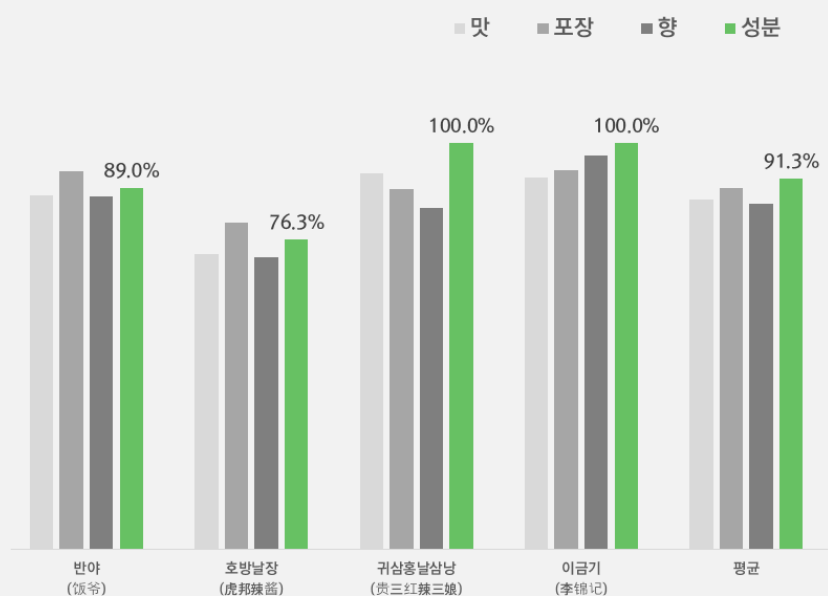
귀삼홍날삼낭(贵三红辣三娘)  
100g당 1,688원



이금기(李锦记)  
100g당 1,475원

자료 : JD.com

[표 2.4] 중국 프리미엄 고추 소스, 브랜드별 감성 분석 결과



자료 : 중국 프리미엄 고추 소스 '소비자 제품 리뷰' 7,060건 분석

14) 1위안=167.51원 (2019.09.09., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



## 2. 반야(饭爷), 고급화 전략을 통한 프리미엄 소비자 공략

### ▶ 아름답고 세련됨, 고급 포장에 대한 소비자들의 긍정적인 평가

분석된 프리미엄 고추 소스 제품 중 가장 비싼 가격에 판매하고 있는 제품은 반야(饭爷) 제품으로 100g당 가격은 3,038원에 달함. 이는 타(他)프리미엄 제품과 비교하여서도 2배 가량 높은 가격임. [표 2.5]에 의하면 반야 제품을 구매하는 소비자들 가장 만족하는 포인트는 포장으로 나타남. 반야 제품은 유리병 형태로 포장이 되어있으며 고급스러운 박스와 장식으로 보다 고급 이미지를 구축함

중국 반야(饭爷) 제품의 고급 포장

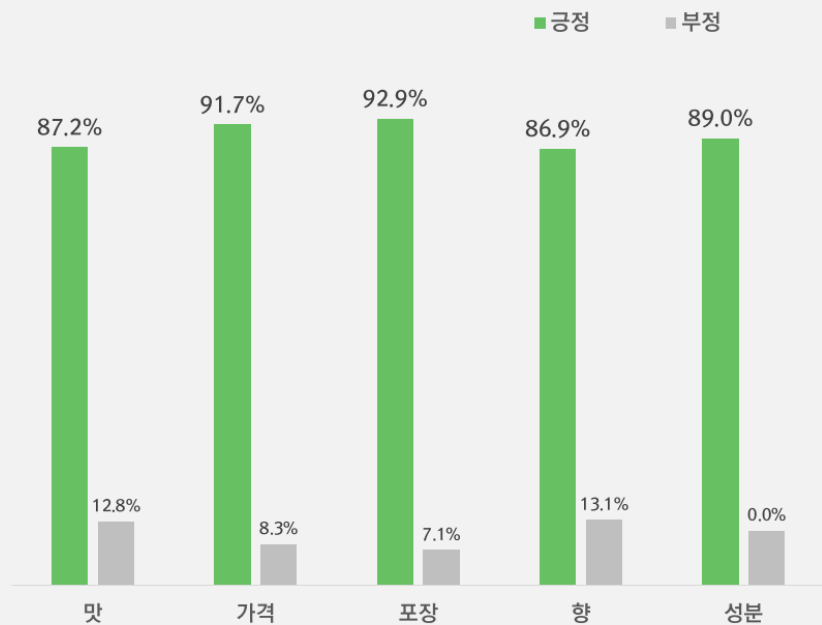


자료 : 반야(饭爷)

### ▶ 일반 제품 대비 4배 이상 높은 가격, 설립 2년만에 자본금 600억원(한화) 돌파

반야 브랜드는 2014년 설립되었으며 창립 2년만에 자본금은 600억원, 매운 소스의 판매량은 3천만개를 돌파하는 등 중국 시장에서 급성장한 기업으로 분류됨. 반야는 중국 시장의 성공 요인으로, ① 기존에 없던 초고급 프리미엄 브랜드 시장 공략, ② 식도락 전문가, 기업가, 가수라는 직업을 보유한 창립자 알렌린(林依琳)의 브랜드화, ③ 빨강, 생방송, 전자상거래 세가지 테마를 바탕으로 한 마케팅 전략 등을 꼽고 있음<sup>15)</sup>

[표 2.5] 중국 프리미엄 고추 소스, 반야(饭爷) 감성 분석 결과



자료 : 중국 프리미엄 고추 소스 '소비자 제품 리뷰' 7,060건 분석

15) 아이푸드데이(www.ifoodday.cn), 「百亿辣酱诞生超级黑马, 3.6亿的饭爷辣酱何以挑战老干妈?」, 2018-05-18

### 3. 이금기(李錦記), 소비자 종합 평가 가장 긍정적

▶ 이금기, 중국의 가장 대표적인 매운 소스 브랜드

이금기 제품은 중국 매운 소스 전체 시장의 9.7%를 점유하고 있으며 분석된 6가지 프리미엄 고추 소스 제품 중 가장 높은 소비자 만족도를 기록하고 있음<sup>16)</sup>

▶ 이금기, 가격·포장·성분 등 종합적으로 가장 만족도가 높은 제품으로 도출

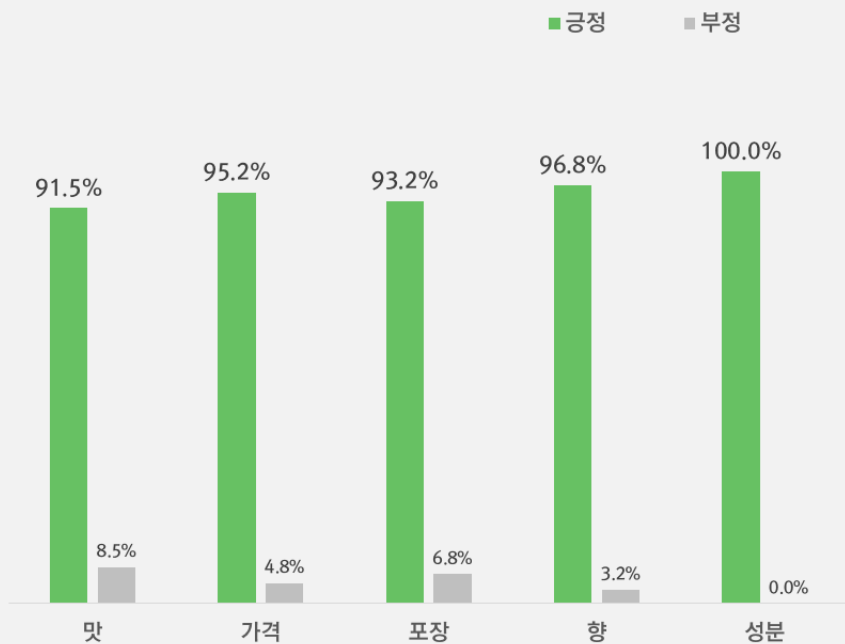
[표 2.6]에 의하면 이금기 제품은 맛, 가격, 포장, 향, 성분 등 전 분야에서 모두 긍정적인 소비자 평가를 받고 있으며 특히 향과 성분에 대한 만족도가 높게 분석됨

▶ 이금기 성분, ‘계림’ 지역에서 생산된 품질 좋은 고추

▶ 이금기 향, ‘강하고 매운 향’에 대한 소비자들의 높은 만족도

이금기 제품의 고추 원산지인 계림은 앞서 언급된 바와 같이 중국의 전통 고추 소스 생산지로 유명하며<sup>17)</sup> 이금기 제품이 보유한 특유의 강하고 매운 향은 중국인들이 제품을 긍정적으로 평가하는 주된 요인으로 파악됨

[표 2.6] 중국 프리미엄 고추 소스, 이금기(李錦記) 감성 분석 결과



자료 : 중국 프리미엄 고추 소스 ‘소비자 제품 리뷰’ 7,060건 분석

16) 짜안잔(www.qianzhan.com), 「坚守不上市的“老干妈”赢得掌声 2020年辣椒酱行业市场规模将达400亿」, 2018-02-17

17) 시나(news.sina.com.cn), 「林郑月娥赞桂林豆腐乳为必买 购特辣辣椒酱送同事」, 2017-12-26

#### 4. 한국 고추장, 중국 경쟁품을 고려한 높지 않은 가격 정책 수립

##### 중국 프리미엄 고추 소스 vs 한국 고추장 100g당 가격 비교

반야 (饭爷)	3,038원
호방날장 (虎邦辣酱)	1,579원
귀삼홍날삼낭 (贵三红辣三娘)	1,688원
이금기(李锦记)	1,475원
한국 S社	881원
한국 C社	653원

자료 : JD.com

##### ▶ 한국 고추장, 100g당 600~900원의 높지 않은 소비자 가격 책정

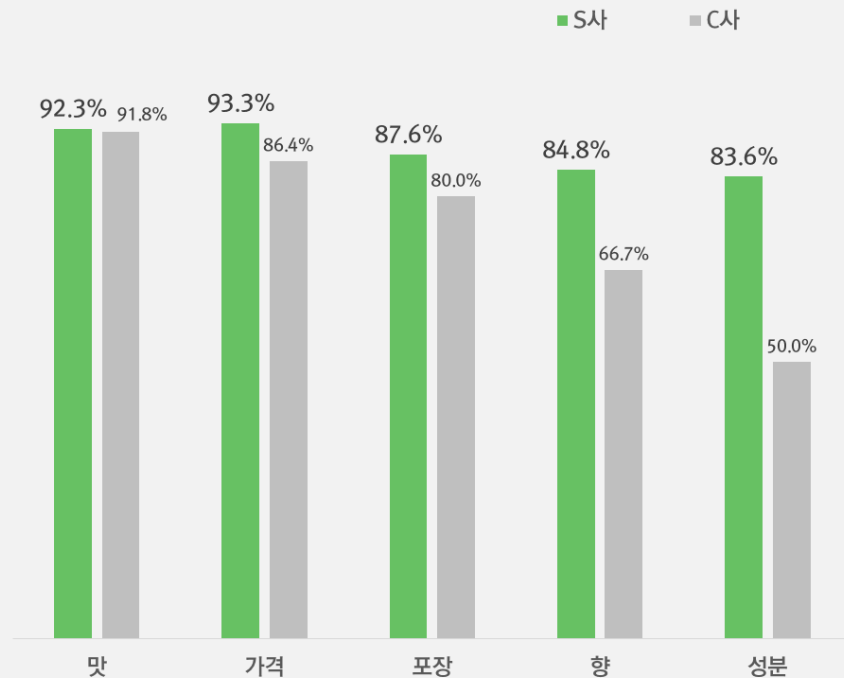
한국 고추장은 중국에서 현지 일반 제품을 고려하여 경쟁력 있는 가격 정책을 수립함. 중국 JD.com에 등록된 한국 S社와 C社 고추장의 판매 가격은 각각 100g당 881원, 653원으로 높은 않은 가격대를 보유하고 있음

##### ▶ 한국 고추장에 대한 ‘맛·가격’에 대한 만족도는 높은 편,

##### ▶ 한국 고추장에 대한 ‘향·성분·포장’에 대한 만족도는 다소 떨어져

[표 2.7]에 의하면, 중국에 진출한 한국 고추장은 맛과 가격 부분에 있어서 높게 평가받고 있으며 ‘포장, 향, 성분’에 있어서는 다소 소비자 만족도가 떨어지고 있음. 특히 한국에서 출시되는 플라스틱 박스 형태에 대하여 불편하다는 소비자 평가가 게재되기도 함. 반면, 한국 관광 및 한국 음식점을 경험하고 고추장을 구매한 소비자들의 경우 한식당에서 경험한 음식 맛과 유사한 부분을 가장 일반적인 만족 포인트로 꼽고 있음

[표 2.7] 한국 고추장, S社 및 C社 감성 분석 결과



자료 : 중국 프리미엄 고추 소스 ‘소비자 제품 리뷰’ 7,060건 분석

## III. Distribution Channel

### SUMMARY

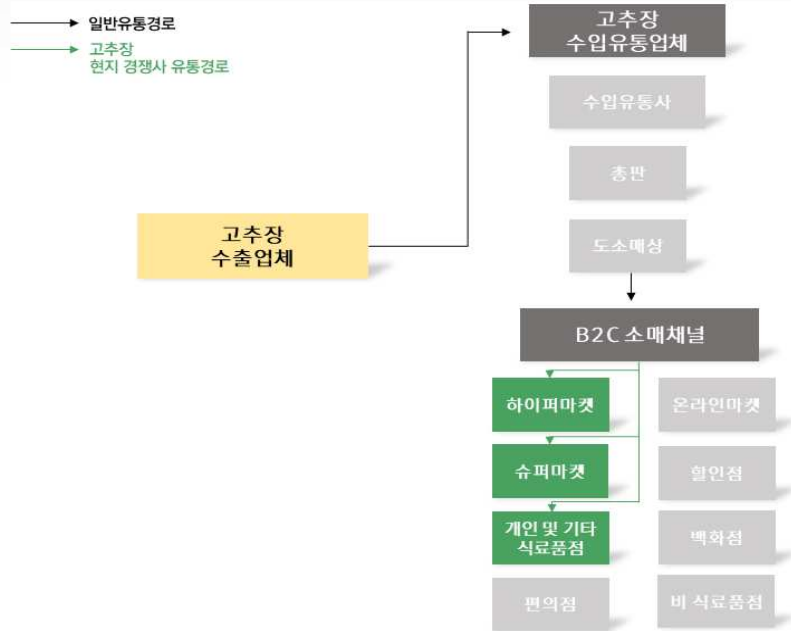
1. 중국 고추장 유통구조
2. 중국 고추장 주요 유통업체
3. 중국 고추장 B2C 소매채널





# Distribution Channel

(유통채널)



## 중국 (CHINA)

고추장<sup>18)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>19)</sup>	주요 채널 <sup>20)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	67.3%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 씨알뱅크가드(CR Vanguard), 용후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 까르푸(Carrefour), 우메이(Wumart), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>21)22)</sup>	27.4%	지마트(G-Mart), 케이마트(K-Mart)
	편의점	2.9%	메이이지아(Meiyijia), 패밀리마트(Family Mart), 홍치(Hongqi), 세븐일레븐(7-Eleven), 로손(Lawson)
	비 식료품점	1.8%	(-)
	온라인	0.6%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 웨핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 아하오티엔(Yhd.com)

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

18) '고추장'에 대한 세부 품목 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함

19) 2018년 기준, 중국 내 소스, 드레싱 및 조미료의 유통채널 점유율임

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

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

22) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하고 있지 않은 아시안마트로 한정함

## 1. 중국 고추장 유통구조

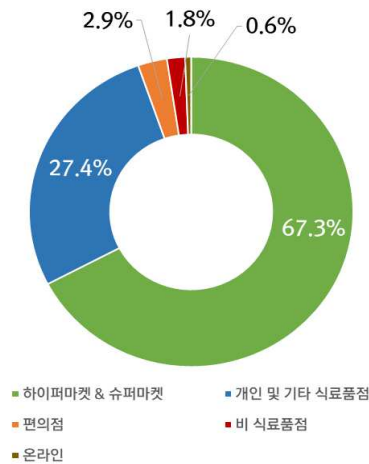
### 품목 구분 및 분류

품목	고추장
구분	소스류
범주	소스, 드레싱 및 조미료 (Sauces, Dressings and Condiments)

### ▶ 중국 고추장 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(67.3%), 개인 및 기타 식료품점(27.4%)’

[표 3.1] 중국 고추장 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 중국 고추장 유통채널 현황

채널 유형	고추장 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	67.3%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 씨알뱅크(CR Vanguard), 용후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 까르푸(Carrefour), 우메이(Wumart), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지야지아위예(Jiajiayue)
	개인 및 기타 식료품점	27.4%	지마트(G-Mart), 케이마트(K-Mart)
	편의점	2.9%	메이이지아(Meiyijia), 패밀리마트(Family Mart), 홍치(Hongqi), 세븐일레븐(7-Eleven), 로슨(Lawson)
	비 식료품점	1.8%	(-)
	온라인	0.6%	징둥(JD), 수닝이코우(Suning.com), 웨핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오티엔(Yhd.com)

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

## 2. 중국 고추장 주요 유통업체

- ▶ 중국 고추장 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 개인 및 기타 식료품점이 대표적. 단, 고추장의 경우 중국 내 편의점과 온라인에서의 판매가 확인됨에 따라 조사채널에 포함함

[표 3.3] 중국 고추장 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>23)</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 8,852억 원)	하이난황등렁라지오지앙 (海南黄灯笼辣椒酱), 시양타안즈시양꾸반판지앙 (乡坛子香菇酱拌饭酱), 판싸오광농지아두우츠유 라지오(饭扫光农家豉油 辣椒)	0
2	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 116억 6,216만 달러 (약 14조 1,719억 원)	타오후아비라오간마 (陶华碧老干妈), 신허황꾸오지앙 (欣和黄豆瓣酱), 하이티앤자오파이반판지앙 (海天招牌拌饭酱), 리우위에서양두우반지앙 (六月香豆瓣酱)	0
3	씨알뱅가드 (CR Vanguard)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 8,957억 원)	베인니앤루지아칭진라지앙 (百年卢家清真辣酱), 천난유라자(川南油辣子), 리진지시앙리오 (李锦记酱料), 리즈치라지오지앙 (李子柒辣椒酱)	0
4	용후이 (Yonghui)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 102억 4,056만 달러 (약 12조 4,443억 원)	류위에서양라지오지앙 (六月香辣椒酱), 시양치라지앙(香其辣酱), 리진지라지앙 (李锦记甜辣酱), 헤티앤자오파이반판지앙 (海天招牌拌饭酱)	0
5	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 951억 3,234만 달러 (약 115조 6,048억 원)	리진지쑤안롱라지오지앙 (李锦记蒜蓉辣椒酱), 리진지두우치라지오지앙 (李锦记豉豆辣椒酱), 형스판치에라지오지앙 (亨氏番茄辣椒酱)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

23) 1달러=1,215.20원(2019.09.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

[표 3.4] 중국 고추장 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	지아지아위에 (Jiajiayue)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 2,426억 원)	지시앙쥐니우로우지앙 (吉香居牛肉酱), 지시앙쥐두핑웨이우치 (吉香居风味豆豉), 라오간마라지오지앙 (老干妈辣椒酱)	0
7	지마트 (G-Mart)	아시아마트	매장 수(*18): 4개	샘표, 해찬들	0
8	케이마트 (K-Mart)	아시아마트	매장수(*18): 1개	샘표, 해찬들	0
9	메이이지아 (Meiyijia)	편의점	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 7,654억 원)	하이티앤안롱라지오지앙 (海天蒜蓉辣椒酱), 리진지라수안롱라지오지앙 (李锦记蒜蓉辣椒酱), 하이티앤반판지앙 (海天招聘拌饭酱), 리진지두오반지앙 (李锦记豆瓣酱), 빠바오니우로우지앙 (八宝牛肉酱)	0
10	티몰 (Tmall)	온라인	약 3,000억 9,972만 달러 (약 364조 6,812억 원)	잉차오(英潮), 이금희(李锦记), 청정원, 해찬들, 샘표	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 중국 고추장 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(台湾) 현지: 상하이(上海)		
	규모	매출액('18)	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 8,852억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 408개 - 직원 수('18): 약 10만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1997년 설립</li> <li>- 1998년 상하이 첫 슈퍼마켓 오픈</li> <li>- 중국 내 29개의 성에 매장 보유</li> <li>- 약 1.7억 위안(한화 약 292억 원)의 자본금 보유</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 500만 달러로 허난허마(盒马: 해산물 프리미엄 매장) 지분을 판매함</li> <li>- 키톤유업(Keytone)<sup>24)</sup>과 대리판매 계약 체결</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	판싸오광농지아두우츠유리자오 (饭扫光农家豆豉油辣椒)	
		종류	고추장	
		용량	280g	
		원산지	중국	

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 신랑신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor)  
사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지

24) 뉴질랜드 내 유명 유제품 제조업체



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 과채류, 음료류, 가공식품, 즉석식품, <b>소스류</b>, 김치, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 영유아용품, 의류, 신발류, 주방용품, 가정용품, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선도가 높은 상품</li> <li>- 간편하게 즐길 수 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중앙집권적인 매장으로, 상하이에 전국 총 구매담당자 있으며 주로 인지도가 높은 벤더를 통해 제품을 소싱함</li> <li>- 입점 제품에 대해서는 지역 내 구매 담당자가 관리함</li> <li>- 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드 보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호함</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출</li> <li>- 전국의 구매담당자의 심사를 거침</li> <li>- 심사 통과한 제품은 알티마트 내부로부터 상품코드를 수취함</li> <li>- 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달함</li> <li>- 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매함</li> <li>- 신상품 입점 및 판매</li> </ul> 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	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"> <li>- 소요시간: 약 5주</li> <li>- 총괄 구매 담당자가 선정한 제품을 신뢰 있게 보는 경향이 있음</li> </ul>

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	홈페이지	www.wal-martchina.com		
	위치	본사: 미국(USA) 현지: 선전(Shenzhen)		
	규모	매출액('17)	약 116억 6,216만 달러 (약 14조 1,719억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 10,000개 - 직원 수('18): 약 220만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1996년 설립</li> <li>- 중국 내 약 180개 도시에 400개 이상의 매장 보유</li> <li>- 보유 고객 수는 약 70억 명 정도 추산됨</li> <li>- 글로벌 Top 500 기업</li> <li>- 매장은 창고형 대형 할인점인 샘스클럽(Sam's Club)과 일반마트 2가지 종류가 있음</li> </ul>			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 12월, 월마트(Walmart) 회원카드를 온라인, 오프라인 모두에서 쓸 수 있도록 업그레이드함</li> <li>- 2019년 1월부터 중국에 Omega 8 프로젝트를 정식 운영하게 됨</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	타오후아비라오간마 (陶华碧老干妈)	
		종류	고추장	
		용량	280g	
		원산지	중국	

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 과채류, 육류, 어류, 냉동식품, <b>소스류</b>, 냉장식품, 주류, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 가공식품 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 화장품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 애견용품 등</li> <li>- OEM/ODM: 후이이(惠宜)</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트 내 판매 중이지 않은 제품</li> <li>- 현재 판매 제품과 다르지만 관련성이 있는 제품</li> <li>- 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> </ul>	
	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 (담당자 연락처, 이메일 주소, 회사명, 설립일, 주소, 메일, 홈페이지, 자본금, 경영범위, 회사 유형, 직원 수 등) ② 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, Top4 인기 상품 관련 정보) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 자유기재, 서비스 제공범위)
	특이사항	- 제품에 대해 관심이 있을 시, 관련 지역 구매담당자가 직접 연락함 - 선호 공급자 특징 (자격증 보유/ 완전한 재무제도가 보유/합법적으로 생산/인증서류 구비/전담 팀 보유/월마트창고 배송 가능)

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 씨알뱅가드(CR Vanguard)

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅가드(CR Vanguard)		
	홈페이지	www.crv.com.cn		
	위치	본사: 홍콩(Hong Kong) 중국: 선전(Shenzhen)		
	규모	매출액('18)	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 8,957억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 3,192개 - 직원 수('18): 약 22만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1984년 설립</li> <li>- 중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유</li> <li>- 전체 약 3,192개의 매장 보유</li> <li>- Ole', blt, V+, VnGO 등 유명 프리미엄 오프라인 매장 보유</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 중앙기업 네트워크 안전 및 정보화 벤치마킹 1위 기록</li> <li>- 2016-2018년 임기 실적 우수기업 선정</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	베인니안루지아칭전라지앙 (百年卢家清真辣酱)	
		종류	고추장	
		용량	210g	
		원산지	중국	

자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
사진 자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 바이두투피엔(百度图片)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 스낵류, 면류, 캔디류, 식빵, 음료류, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 김치, 냉동류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품</li> <li>- 프리미엄 상품</li> <li>- 특별한 상품(기존 플랫폼에 없는 상품)</li> <li>- 인지도가 높은 브랜드</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 매장 형태 보유(프리미엄 수입상품 매장 및 일반 마트 형태)</li> <li>- 상품 특성에 따라 판매 매장 결정(일반 매장 또는 프리미엄 매장)</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 홈페이지에 상품 모집 공고 확인</li> <li>- 공급자 지원 자격 체크(품목별 다름) 예시) 김 제품의 경우 중국 현지에서 등록된 업체만 신청 가능</li> <li>- 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자자료등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일(crv_zbspjj@crv.com.cn) 발송 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer)</li> <li>- 추가 서류 제출 요구 시 제출</li> </ul> 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (모든 자격증, 검역 자료, 사업자 등록증, 납세증명 등) ③ 상세내용 (회사소개, 제품 상세소개: 상품명, 브랜드, 바코드, 유통기한 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 약 한달(최소)</li> <li>- 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음</li> <li>- 배송 시스템이 좋은 매장의 입주 가능성이 높음</li> <li>- 씨알뱅가드로 직접 등록된 제품은 약 30%임</li> </ul>

자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰





④ 옹후이(Yonghui)

기업 기본 정보	기업명	옹후이(Yonghui)	
	홈페이지	www.yonghui.com.cn	
	위치	푸저우시(Fuzhou)	
	규모	매출액(*18)	약 102억 4,056만 달러 (약 12조 4,443억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수(*18): 759개 - 직원 수(*18): 약 60,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2001년 설립</li> <li>- 중국 500위 이내의 기업(상장 기업 기준)</li> <li>- 제품 별 3가지 형태의 매장 보유 (일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점)</li> <li>- 중국 내 총 24개의 성과 자치구에 약 759개의 매장 보유</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 약 4억 위안(약 686억 4,400만 원)을 통해 추가 공급채널을 설립함</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	류위에시앙라지오지앙 (6月香辣椒酱)
		종류	고추장
		용량	300g
		원산지	중국

자료: 옹후이(Yonghui) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

사진 자료: 옹후이(Yonghui) 홈페이지


입점 및 협력 정보

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

자료: 옹후이(Yonghui) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 까르푸(Carrefour)

	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 6,048억 원)
기타 규모		- 매장 수('18): 234개 이상 - 직원 수('18): 약 60,000명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1995년 중국 첫 진출</li> <li>- 중국 내 210개의 대형 마트 및 24개 편의점 보유</li> <li>- 중국 내 22개의 성과 51개의 도시에 매장 보유</li> <li>- 약 60,000명의 직원 보유</li> <li>- 납품 업체의 상품을 대량 매입 후 고객에게 판매하는 저가 전략으로 시장을 선점함</li> <li>- 2013년부터 온라인 상점과 택배 서비스를 시작하였으나 가격, 서비스의 질, 배송시간의 문제로 점점 인기가 줄어듬</li> <li>- 매장 가격표와 계산대에서 받는 가격이 달라 허위 가격 표시 문제로 곤혹을 치룬 바 있음</li> <li>- 중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인하여 인기 및 수익이 점차 하락하는 추세임</li> </ul>	
	기업 최근 이슈	- 까르푸 중국 법인의 약 80%의 지분을 중국 온라인 유통업체인 '쑤닝닷컴'에 매각하기로 발표함	
유사제품 정보		제품명	리진지쑤안롱리지오지앙 (李锦记蒜蓉辣椒酱)
		종류	고추장
		용량	226g
		원산지	중국

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

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

입점 및 협력 정보

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

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 지아지아위에(Jiajiayue)

	기업명	지아지아위에(Jiajiayue)	
	홈페이지	www.jiajiayue.com.cn	
	위치	웨이하이(Weihai)	
	규모	매출액('18)	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 2,426억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 750개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1974년 설립</li> <li>- 중국 약 40개 도시에 750여 개의 매장 보유</li> <li>- 약 750개 매장 중 대형 슈퍼마켓 99개, 일반 슈퍼마켓 295개 보유</li> <li>- 주로 농산품 및 신선식품을 유통하는 것으로 유명함</li> <li>- 다양한 형태의 매장을 보유(일반 슈퍼마켓, 프리미엄매장, 편의점, 특산품 전문매장)</li> </ul>		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 산둥성 지역 내 약 200개의 슈퍼마켓 내부를 새롭게 인테리어 하였으며, 옌타이(烟台)와 웨이하이(威海)에 약 6억 위안(약 1,027억 9,200만 원)의 물류센터 운영비를 투자할 예정임</li> <li>- 제남에 최초의 무인 슈퍼마켓을 오픈한지 약 2달이 지났으나, 매출은 아직 기대에 못 미치는 상황임</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	지시양쥐니우로우지양 (吉香居牛肉酱)
		종류	고추장
		용량	250g
		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"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 가공식품, 스낵류, 음료류, 즉석식품, <b>소스류</b>, 냉동식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선 식품</li> <li>- 농식품</li> <li>- 품목별 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 농식품을 판매가 대다수임</li> <li>- 다양한 자체 브랜드를 보유하고 있음</li> <li>- 다양한 형태의 매장 보유(백화점, 편의점, 프랜차이즈매장)</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 제품 정보와 '공급자자료등록표'를 작성하여 등록페이지에 등록 (qyeps.com/register?purchaserId=161784)</li> <li>- 구매부 내부에서 제출 자료를 검토 후, 관심이 있을 경우 개별 연락</li> <li>- 공급자 필수 제출 서류 보완 제출: 구매담당자(2653502710@qq.com)</li> <li>- 심사를 통과 후 계약서를 체결</li> <li>- 상품 판매 및 유통</li> </ul> 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 약 한달</li> </ul>

자료: 지아지아위에(jiajiayue) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 아시안마트



① 지마트(G-Mart)

	기업명	지마트(G-Mart)	
	홈페이지	(-)	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 4개 <sup>25)</sup>
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상해 한인밀집지역인 구베이에 2018년 4월 첫 매장 개장</li> <li>- 중국 최대 규모 한인마트 체인점이었던 1004마트 구베이점과 난징점 인수</li> <li>- 다양한 한국 식료품과 직접 조리한 반찬 판매</li> <li>- 기프트카드 판매와 회원 할인혜택 등 다양한 프로모션 진행</li> <li>- 9:00-22:00 배송서비스 제공</li> <li>- 2018년 11월 청정 강원 바이오 제품 특판전 진행</li> <li>- 상하이저널 지면 광고와 위챗 통해 소비자들에게 제품 프로모션 정보제공</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 11월 청정 강원 바이오 제품 특판전 진행</li> <li>- 2019년 8월 홍첸루점 개장</li> <li>- 2019년 7월 동원 감사 판촉행사 진행</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	매운태양초고추장
		종류	고추장
		용량	300g
		원산지	한국

자료: 상하이방(Shanghaibang) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 상하이저널(Shanghaijournal), 하이트진로(hitejinro) 홈페이지, 바이두(baidu) 홈페이지

25) 난징과 상해에 위치



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 육류, 과채류, 어류, 신선야채, 스낵류, <b>소스류</b>, 가공식품, 냉동식품, 주류, 유제품, 면류 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 가정용품, 문구류, 세제류 등</li> </ul> <p>• <b>선호 제품</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선도가 높고 가격경쟁력이 뛰어난 제품</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외식업체 모집중(2019년 8월 기준)</li> </ul>	
	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"> <li>1. 유선으로 직접 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선을 통하여 입점 관련 문의를 해야 함</li> </ul> </li> <li>2. 벤더 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul> </li> </ol>
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (연락담당자명, 연락처, 기업 사업자 등록증)</li> <li>① 공급자 정보 (공급업체 이름, 연락처, 연락담당자, 이메일 주소, 기업 사업자 등록증 등)</li> <li>② 공급제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 상품가격, 제조업체, 상품명, 제조업체, 유통경로 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol>
	특이사항	- 문의사항 연락처: +86-021-6697-1004 / 6651-1004

자료: 상하이방(Shanghaibang) 홈페이지, 케이마트(Gmart) 워챗, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 케이마트(K-Mart)

	기업명	케이마트(K-Mart)	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2017년 12월 상해 홍첸루 한인타운 예전 1004마트 홍첸루점 인수하여 매장 개장</li> <li>- Kmart 회원카드 발급하여 한인타운의 여러 제휴업체에서 할인혜택 제공</li> <li>- 한국 식료품 포함하여 수산물, 축산, 분식 코너 등 다양한 제품 판매</li> <li>- 선불카드 이용하여 제품 구매시 더 저렴한 가격으로 구매 가능</li> <li>- 매주 금요일 K마트 회원의 날로 제품 10% 할인혜택 제공하는 등 다양한 프로모션 진행</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 11월 강원도 바이오 제품 특판전 진행</li> <li>- 매주 상하이저널에 지면광고 진행</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	태양초 쌀고추장
		종류	고추장
		용량	500g
		원산지	한국

자료: 상하이저널(Shanghaijournal), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 한라산소주(hallasan) 홈페이지, 상하이방(Shanghaibang), 바이두(baidu) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 육류, 어류, 음료, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, <b>소스류</b>, 김치, 주류 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 생활용품, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존에 없던 제품군</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 분식류, 스낵간식류, 식음료 입점업체 모집 중</li> </ul> </li> </ul>		
	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"> <li>1. 유선으로 직접 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선을 통하여 입점 관련 문의를 해야 함</li> </ul> </li> <li>2. 벤더 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul> </li> </ol>	
	등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소)</li> <li>② 공급제품 정보 (상품가격, 제조업체, 상품명, 제조업체, 유통경로 등)</li> <li>③ 상세내용 (회사소개, 제품소개 외 자유기재)</li> </ol>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +86-185-2106-3901</li> </ul>	

자료: 상하이저널(Shanghaijournal), 유통채널 담당자와의 인터뷰



3) 편의점



① 메이이지아(Meiyijia)

기업 기본 정보	기업명	메이이지아(Meiyijia)	
	홈페이지	www.meiyijia.com.cn	
	위치	광둥(Guangdong)	
	규모	매출액('18)	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 7,654억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 17,000개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1997년 설립</li> <li>- 중국 내 큰 규모의 프랜차이즈 편의점으로 매달 약 300-400개 정도의 편의점이 새로 오픈함</li> <li>- 매일 약 500만 명 이상의 고객에게 서비스를 제공함</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 12개 매장 동시 오픈하면서 상하이에 첫 입주를 함</li> <li>- 신점에서 유명한 영유아용품 브랜드인 '안즈아이(安织爱)'가 입주하면서 오프라인 판매가 시작됨</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	하이티앤안롱라지오지앙 (海天蒜蓉辣椒酱)
		종류	고추장
		용량	230g
		원산지	중국

자료: 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지, 따종왕(大众网), 이뵙동리왕(亿邦动力网), 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지, 바이두백과(百度百科)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 면류, 스낵류, 음료류, 가공식품, <b>소스류</b>, 김치, 냉동제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질 좋은 상품</li> <li>- 유통기한 신선한 상품(해외 품목의 경우, 유통기한은 70% 이상 남아야 하며 중국 현지에 공장을 보유한 경우에는 유통기한은 80% 남아야 함)</li> <li>- 지속적으로 공급 가능한 상품</li> <li>- 간편 편의 식품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 평판을 가진 공장에서 제조되는 제품의 신뢰도가 높음</li> <li>- 합법적으로 운영하는 공장을 선호함</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 온라인 고객센터를 통하여 접속(별도 이메일로 접속은 불가) (www.meiyijia.com.cn/contact/index.htm)</li> <li>- 온라인 고객센터에서 공급자 자료가 수취되면, 본사에서 검토 후 구매담당자를 통하여 공급자와 연락할 예정 (약 1~2주 소요)</li> <li>- 공급자 정보 등록</li> <li>- 입점 상품 정보 등록</li> <li>- 상품 유통 및 판매</li> </ul> 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소 등) ② 관련 내용 (실무자 연락처, 메인 제품 정보, 제품 매출 정보, 셀링 포인트) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 외 자유기재)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 편리성이 뛰어나며 건강식품에 대한 수요가 높음</li> <li>- 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음</li> </ul>

자료: 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 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 6,812억 원)	
		기타 규모	오프라인 창고 수('18): 28개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2008년 설립</li> <li>- 중국 내 온라인 B2C매장 1위</li> <li>- 식료품 외 종합적인 쇼핑 사이트</li> <li>- 2014년 해외직구 플랫폼을 출시하고 해외 제품 서비스를 시작함</li> </ul>			
기업 최근 이슈	- 많은 소비자 데이터를 가지고 있는 브이에프코퍼레이션(VF Corporation)과 파트너십 체결			
유사제품 정보		제품명	태양초 찰고추장	
		종류	고추장	
		용량	500g	
		원산지	한국	

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"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 음료, 가공식품, 즉석식품, <b>소스류</b>, 김치, 냉동식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함</li> <li>- 건강식품과 유기농식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함</li> <li>- 과도한 제품의 효능 홍보 지양</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 알리페이 등록 후, 티몰 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청</li> <li>- 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록</li> <li>- 등록이 완료된 후, Tmall 관련 담당자의 최종 심사를 대기</li> <li>- 심사통과 후, Tmall 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 Tmall 공급자 센터에 등록 및 정보 보완</li> <li>- Tmall에 기업 관련 모든 정보 등록, Tmall 규정학습, 알리페이 출금 협의 체결, 온라인 시험 응시</li> <li>- 보증금 동결 및 기술 서비스 연체료 결제</li> <li>- 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션</li> </ul> 2. 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 기업 사업자 등록증) ② 관련 내용 (전산 방법, 입점 실무 담당자 정보, 배송 관련) ③ 상세내용 (정식 수입증명서, 판매 허가 서류, 현지어 회사소개, 제품소개 외 자유기재)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보증금 동결 및 기술서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보필요</li> <li>- 입주 후 3개월이 지난 상품에 대해 다른 프로모션 실시</li> <li>- 중국 법인 사업자(기업)만 입점 가능(개인판매자는 입점 불가)</li> </ul>

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

1. 중국 고추장 인증 취득
2. 중국 고추장 업체·제품 등록
3. 중국 고추장 라벨 심의
4. 중국 고추장 서류 준비
5. 중국 고추장 세금 납부
6. 중국 고추장 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"> <li>강제 인증 無</li> </ul>	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전 심사 無</li> </ul>	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출(생산)업체 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Online 시스템 등록 (기업 기본 정보)</li> </ul> </li> </ul>	(*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : <a href="http://www.ire.eciq.cn">www.ire.eciq.cn</a>
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 라벨 표기사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>식품명, 원산지, 영양성분 정보 등</li> </ul> </li> <li>통관 시 라벨 심의</li> </ul>	(*) 중국시장감독관리총국 - GB 7718-2004 (포장 식품) - 문의처 : <a href="http://www.samr.gov.cn">www.samr.gov.cn</a>
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출 주의 서류                             <ul style="list-style-type: none"> <li>영양 성분 Test Report</li> </ul> </li> <li>국문 및 중문 라벨 견본 제출 필요</li> </ul>	(*) 중국시장감독관리총국 - 영양 성분 테스트 - 문의처 : <a href="http://www.samr.gov.cn">www.samr.gov.cn</a>
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입신고                             <ul style="list-style-type: none"> <li>서면 또는 전자통관 시스템을 통하여 진행</li> <li>수입신고서, 라벨견본, 상업송장 등</li> </ul> </li> </ul>	(*) 해관총서 - 문의처 : <a href="http://www.customs.gov.cn">www.customs.gov.cn</a> (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : <a href="http://www.samr.gov.cn">www.samr.gov.cn</a>
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>납세 신고                             <ul style="list-style-type: none"> <li>검역, 검사 수행 후 관세 납부</li> </ul> </li> <li>통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등</li> <li>관세율 12%</li> <li>증치세 9-13%</li> </ul>	(*) 해관총서 - 문의처 : <a href="http://www.customs.gov.cn">www.customs.gov.cn</a> (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : <a href="http://www.samr.gov.cn">www.samr.gov.cn</a>
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>물리(관능) 검사</li> <li>제품 검사                             <ul style="list-style-type: none"> <li>식품 첨가물, 라벨 등 검사 진행</li> </ul> </li> </ul>	(*) 해관총서 - 문의처 : <a href="http://www.customs.gov.cn">www.customs.gov.cn</a> (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : <a href="http://www.samr.gov.cn">www.samr.gov.cn</a>

## 1. 중국 고추장 인증 취득

### 인증 취득

중국으로 제품 수입 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 고추장

고추장 품목은  
일반가공식품으로  
분류하여 일반가공식품에  
해당하는 정보를 제공함

### ▶ 중국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

중국으로 수출하고자 하는 고추장 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, 식품생산공정도, 생산공장전경 사진 등	약 2,200위안

자료 : 각 인증기관

## 2. 중국 고추장 업체·제품 등록

### 업체·제품 등록

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

### 고추장

고추장 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 국가표준을 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)



▶ 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 몫 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 고추장 라벨 샘플



[뒷면 라벨링]

뒷면(중문)

- ① 이름(品名) : 辣椒酱
- ② 함량(酒精度) : 500g
- ③ 원료(配料) : 水, 麦芽糖浆, 大米, 小麦粉, 辣椒粉, 食用盐, 味精, 山梨酸钾
- ④ 보관방법(保存方法) : 避免阳光直射, 存放于阴凉干燥处. 流通过程中有异常产品可与本公司或购买处退换
- ⑤ 제조일자 및 승인번호(生产日期及批号) : 见标签打印处
- ⑥ 생산자(生产商) : 荣成韩一食品有限公司
- ⑦ 전화(电话) : 0631-7891477
- ⑧ 유통기한(保质期) : 18个月
- ⑨ 제품표준번호(产品标准号) : Q/RHY 0008S
- ⑩ 영양성분표(营养成分表) :  
 能量 973千焦 (12%)  
 蛋白质 4.5克 ((8%)  
 脂肪 1.8克 (3%)  
 碳水化合物 48.8克 (16%)  
 钠 2881毫克 (144%)
- ⑪ 식품생산허가번호(食品生产许可证号) : SC 10137108201596
- ⑫ 식품생산지(食品产地) : 山东省威海市
- ⑬ 주소(地址) : 山东省荣成市埠柳镇不夜村

뒷면(국문)

- ① 이름 : 고추장
- ② 함량 : 500g
- ③ 원료 : 물, 엿기름 시럽, 쌀, 밀가루, 고춧가루, 식용 소금, 미정, 산배산칼륨
- ④ 보관방법 : 직사광선을 피하고 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오. 유통 과정에 이상이 있는 제품은 본사 또는 구매처와 교환할 수 있습니다
- ⑤ 제조일자 및 승인번호 : 라벨 출력처 참조
- ⑥ 생산자 : 룡청한이식품유한공사
- ⑦ 전화 : 0631-7891477
- ⑧ 유통기한 : 18개월
- ⑨ 제품 표준 번호 : Q/RHY0008S
- ⑩ 영양성분표 :  
 에너지 973KJ (12%)  
 단백질 4.5g (8%)  
 지방 1.8g (3%)  
 탄수화물 48.8g (16%)  
 나트륨 2,881mg (144%)
- ⑪ 식품생산허가번호 : SC 10137108201596
- ⑫ 식품생산지 : 산둥성웨이하이시
- ⑬ 주소 : 산둥성 룡청시 부류진 부야촌

#### 4. 중국 고추장 서류 준비

##### 서류 준비

중국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

##### 고추장

고추장 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. 특히 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 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	(-)	
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)	
	선적	포장 명세서	(-)
		계약서	(-)
		선하증권	(-)
	수입 라이선스	(-)	
원산지 증명서	대한상공회의소 / 관세청		

자료 : 중국 해관총서(GACC)

## 5. 중국 고추장 세금 납부

### 세금 납부

중국으로 제품 수입 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 고추장

고추장 품목은  
일반가공식품으로  
분류하여 일반가공식품에  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 고추장 식품 HS CODE 2103.90.90, 관세율 12% 적용
- ▶ 한·중 FTA 발효로 협정세율 적용

고추장의 경우 중국에서는 HS CODE 2103.90 (기타)의 2103.90.90 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.<sup>26)</sup> 중국 수입 시 기본 세율은 90%이나 2015년 12월 20일자로 발효된 한·중 FTA 협정으로 협정세율인 12%를 적용받음. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야하며 항목에 따라 9-13%의 세율을 적용 받게 됨. 고추장의 경우, 별도의 소비세는 부과되지 않음

- 수입 서류 심사비용에 120달러(한화 약 15만 원)<sup>27)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 24시간 소요
- 통관 비용은 335달러(한화 약 41만 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	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	
	2103.90	기타	
	2103.90.1030	고추장	
중국	2103.90.90	기타	
관세	기본관세율	90%	
	협정 세율	12%	
증치세		9-13%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

26) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2103.90 중 고추장에 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

27) 1달러=1,215.20원 (2019.09.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



- ▶ 중국 원산지 결정 기준, 한-중 FTA 협정문 제3장 내용 적용
- ▶ HS CODE 2103.90 항목 ‘4단위 세번변경기준 적용’

고추장에 해당하는 HS CODE인 2103.90 (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 세번변경기준<sup>28)</sup>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 2103.90 원산지 규정

류 호	소호 (HS 2012) <sup>29)</sup>	품목명	적용가능한 품목별 원산지 규정
21		제 21류 기타의 조제식료품	
	21.03	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	
	2103.90	기타	4단위 세번변경기준

자료 : FTA종합지원센터, 한-중 FTA 협정문

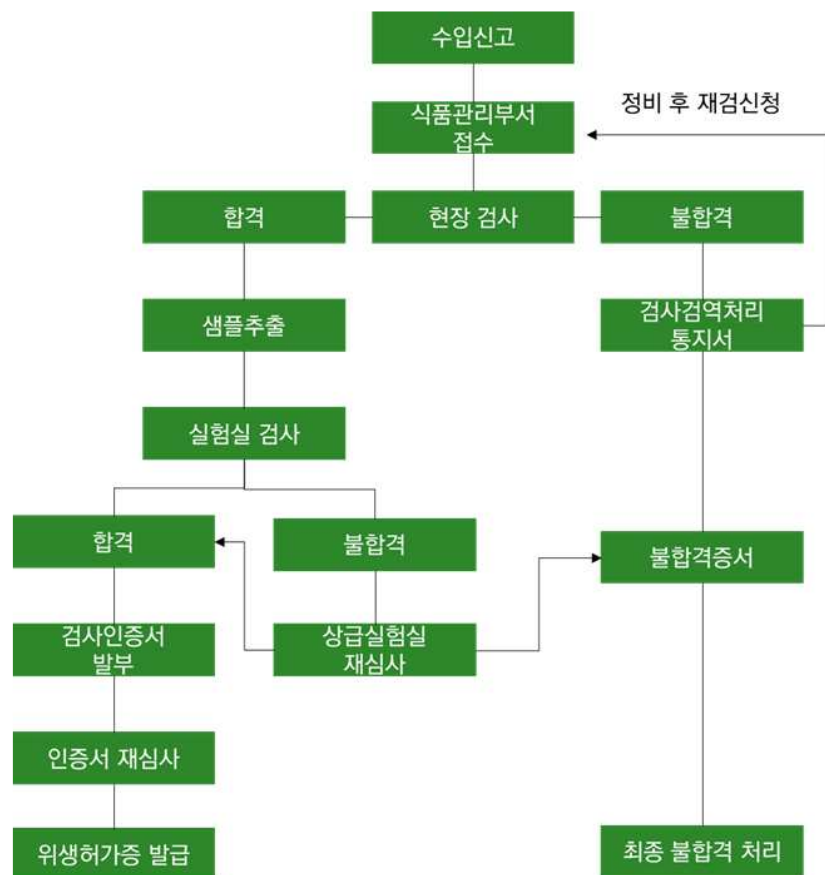
28) 세번이 변경되었다는 의미는 재료가 제품으로 가공되는 과정에서 실질적인 변형(형태, 성분, 성질, 용도 등)이 이루어졌다는 의미이며, 이러한 실질적인 변형을 수행한 국가를 원산지국으로 보는 기준이 세번변경기준임. 세번의 변경 기준은 2단위, 4단위, 6단위 기준으로 나뉘며, 어떤 기준을 사용할 지는 각 협정에 따름

29) 제5차 HS협약 개정안에 따른 HS CODE임을 의미함

## 6. 중국 고추장 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	beta -fructosyltransferase	GB1886.174-2016 기준을 따름
		glutamyl -valyl-glycine	GMP <sup>30)</sup> (GB 2760-2014 표 B.1 식품 카테고리 제외)
	유해물질	Salmonella spp.	n=5, c=0, m=0

자료 : KATI농식품수출정보

30) 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

고추장

고추장 품목의  
첨가물 규정은 KATI  
식품 유형 분류 중  
조미식품 중 소스류로  
분류하여 해당 품목에  
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 중국 고추장 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
산화방지제	아스코르브산	ascorbic acid	GMP	
유화제, 점착제	아세틸아디핀 산이전분	Acetylated distarch adipate	GMP	
유화제, 점착제	아세틸인산이전분	Acetylated distarch phosphate	GMP	
팽창제	탄화수소암모늄	Ammonium hydrogen carbonate	GMP	
증점제, 안정제 등	카라기닌	carrageenan	GMP	
산화방지제 등	시트르산	citric 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 타이탄식품유한회사  
(泰坦食品有限公司)
- Interview ② 상하이쉬안보수출입무역유한회사  
(上海萱渤进出口贸易有限公司)
- Interview ③ 상하이진평식품유한회사  
(上海津丰食品有限公司)
- Interview ④ 심천시싱난야식품유한회사  
(深圳市兴南亚食品有限公司)
- Interview ⑤ 춘보(春播)
- Interview ⑥ 평통보관(鹏通报关)

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Preference and Demand



31)

- 인터뷰 기업 : 타이탄식품유한회사  
(泰坦食品有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang  
(CEO)

### 프리미엄 고추장보다 일반 고추장의 선호도가 더 높음

고추장은 제품마다 맛에 큰 차이가 없어서 따로 프리미엄 제품을 분류하지 않고 있습니다. 따라서 소비자들은 제품 구매 시, 브랜드나 품질보다 가격을 고려해 제품을 고르는 편입니다.

### 중국 국내산 브랜드가 인기가 높은 편

한국산 고추장이 가격이 비싸고 마케팅도 적극적으로 하고 있지 않아서, 수요가 낮은 편입니다. 중국 내 가장 수요가 높은 고추장 브랜드는 중국산 라오간마(老干妈) 제품입니다.

## Market Trend and Preference



32)

- 인터뷰 기업 : 상하이쉬안보수출입무역유한회사  
(上海萱渤进出口贸易有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Zhu  
(Sales Manager)

### 중국 내 건강한 장류의 수요가 증가하는 추세

최근 들어 중국인들 사이에서 유기농, 저나트륨, 무설탕 등 건강한 장류의 수요가 높아지고 있습니다. 대표적으로 리진지(李锦记) 제품이 천연 원료만 사용하는 고품질의 장류로 인기가 높습니다.

### 중국인 소비자들, 중국산 고추장을 선호

한국산 고추장은 짠 맛이 강한 중국산 고추장과 달리 단 맛이 강해서 현지 소비자들이 선호하지 않습니다. 또한, 한국산 고추장은 가격도 비싼 편이어서 중국산 고추장과 경쟁에 어려움이 있을 것입니다.

## Market Demand and Customers



33)

- 인터뷰 기업 : 상하이진평식품유한회사  
(上海津丰食品有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Zhang  
(Sales Manager)

### 가격이 저렴할수록 고추장의 수요는 증가

현재 중국 시장에는 수많은 브랜드의 고추장이 판매되고 있으며, 소비자들은 매년 새로운 제품을 시도하는 경향이 있습니다. 따라서 안정적인 판매량을 확보하기 위해서는 제품의 품질보다 가격을 낮추는 것이 효과적입니다.

### 고추장 외에 다른 한국산 장류는 한국인들만 구매

중국 내 전반적인 장류의 수요는 높은 편입니다. 하지만 현지 소비자들은 고추장보다는 간장, 춘장, 땅콩장을 더 많이 구매합니다. 그 외에 쌈장이나 된장은 현지에 거주하는 한국인들이 주로 사가는 편입니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Distribution

### 深圳市兴南亚食品有限公司

34)

- 인터뷰 기업 : 심천시쌍난야식품유한회사  
(深圳市兴南亚食品有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Jing  
(CEO)

### 고추장제품, 가격적인 부분이 가장 큰 구매요인

중국 내 고추장의 수요는 높은 편입니다. 하지만 프리미엄 고추장은 가격이 비싸서 소비자들과 소매업체 모두 선호하지 않습니다. 타제품들보다 크게 뛰어난 부분이 있지 않다면 프리미엄 장류로 수요를 높이기엔 한계가 있습니다.

### 프리미엄 장류는 오프라인 매장보다 온라인 매장에서 주로 판매

프리미엄 장류는 주로 고급 호텔에서 사용이 되는 편입니다. 또한 중국 내 일반 마트 및 슈퍼마켓보다는 타오바오, 알리바바 등의 온라인 매장에서 주로 판매합니다.

## Market Trend and Demand



安心健康食品的购买平台

35)

- 인터뷰 기업 : 춘보  
(春播)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Zhang  
(Sales Manager)

### 중국 내 프리미엄과 일반 장류 경계 모호

최근 건강한 원료를 사용한 일반 장류가 대거 출시되면서, 프리미엄 제품만의 특징이 점차 사라지고 있습니다. 따라서 소비자들은 단순히 수입산 제품을 프리미엄 제품이라고 생각하는 경향이 있습니다.

### 중국 내 한국산 고추장의 수요 점차 감소 중

중국산 고추장은 품질에 비해 가격이 굉장히 저렴하며, 중국인들의 입맛에 맞아 수요가 높습니다. 현재 중국에서 가장 인기가 높은 프리미엄 고추장은 타이거뱅크(虎邦牌)의 제품입니다.

## Entry Barrier



36)

- 인터뷰 기업 : 평통보관(鹏通报关)  
통관대행업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chen  
(Manager)

### 장류 내 미생물 검출된 경우 수입허가 여부 확인필요

장류에 육류가 첨가되지 않은 경우에는 추가적으로 제출해야 할 서류가 없으나, 영양성분검사 결과에 미생물이 검출된 경우 해당 미생물의 수입허가 여부를 확인해야 합니다.

### 제품의 중문 라벨 부착 후 중국 수출 가능

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

31) 사진자료: 타이탄식품유한회사(泰坦食品有限公司) 티몰 홈페이지 (taitanshipin.tmall.com)  
 32) 사진자료: 상하이쉬안보수출입무역유한회사(上海萱渤进出口贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop43315521o8g34.1688.com)  
 33) 사진자료: 상하이진핑식품유한회사(上海津丰食品有限公司) 홈페이지 (www.kingfoods.com.cn)  
 34) 사진자료: 심천시쌍난야식품유한회사(深圳市兴南亚食品有限公司) 알리바바 홈페이지 (sznypc668.1688.com)  
 35) 사진자료: 춘보(春播) 홈페이지 (www.chunbo.com)  
 36) 사진자료: 평통보관(鹏通报关) 홈페이지 (www.pantomsc.com)



## Interview ① 타이탄식품유한회사(泰坦食品有限公司)

타이탄식품유한회사  
(泰坦食品有限公司)

전문가 소속

타이탄식품유한회사  
(泰坦食品有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr. Zhang  
(CEO)



타이탄식품유한회사(泰坦食品有限公司)

CEO, Mr. Zhang

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

저희는 2013년에 설립된 수입유통업체로, 다양한 조미료, 잼, 스낵 라면 등을 취급하고 있습니다. 한국을 포함해 40여개 국가의 브랜드 제품을 유통하고 있습니다. 저희는 제품을 수입하여 중국 내 식당, 호텔, 마트, 도매시장 등으로 납품하고 있으며, 유명 온라인 매장을 통해서도 판매하고 있습니다.

**Q. 중국 내 고추장의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?**

중국 내 고추장의 수요는 높은 편이며, 라오간마(老干妈) 제품은 하루 판매량이 만 단위를 넘을 정도로 많습니다. 고추장은 중국에서도 대중적인 조미료이며, 제품마다 맛이 비슷해 프리미엄과 일반 제품을 따로 분류하진 않습니다. 소비자들은 고추장 구매 시, 브랜드나 품질을 크게 따지지 않기 때문에 가격이 비싼 프리미엄 고추장이 출시된다면 상대적으로 저렴한 유사 제품으로 대체될 확률이 높습니다.

**Q. 그렇다면, 프리미엄 장르의 주 소비자층이 어떻게 되나요?**

프리미엄 장류는 주로 고급 호텔에서 사용하며, 고급 호텔은 상해 지역에 모여 있습니다. 하지만 최근 들어 호텔 산업이 불경기에 접어들면서, 프리미엄 장류의 수요도 함께 줄어들었습니다. 따라서 저희는 프리미엄 장류보다 일반 장류를 중점적으로 판매하고 있습니다. 프리미엄 조미료를 판매한다면 개인 소비자들보다는 호텔과 고급 레스토랑에서 수요가 있을 것입니다.

**Q. 중국 내 한국산 고추장에 대한 인식이 어떻게 되나요?**

중국 내 유명한 한국 고추장 브랜드로는 D사 등이 있습니다. 하지만 한국산 고추장은 중국산 고추장보다 가격이 높아서 아직까지 크게 인기를 끈 제품이 없습니다. 다른 제품과 차별화되는 맛이나 원료를 사용해야만 현재 중국 시장에서 성공할 수 있을 것입니다. 또한 현재 한국 고추장 브랜드들은 가격적인 측면 외에도 마케팅이 부족해 수요가 낮습니다. 시식행사나 왕홍 홍보 등을 적극적으로 활용하는 것이 좋습니다.



## Interview ② 상하이쉬안보수출입무역유한회사 (上海萱渤进出口贸易有限公司)

상하이쉬안보수출입무역유한회사  
(上海萱渤进出口贸易有限公司)

전문가 소속

상하이쉬안보수출입무역유  
한회사

(上海萱渤进出口贸易有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Zhu

(Sales Manager)

上海萱渤进出口贸易有限公司



### 상하이쉬안보수출입무역유한회사(上海萱渤进出口贸易有限公司) Sales Manager, Ms. Zhu

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희 회사는 2016년에 설립되어 각종 조미료, 라면, 커피 등을 취급하는 수입유통업체로, 한국의 여러 식품 브랜드 제품을 유통하고 있습니다. 주로 편의점, 마트, 도매시장 등으로 납품하고 있으며, 유명 온라인 매장을 통해서도 판매하고 있습니다.

#### Q. 중국 내 장류의 수요 및 시장트렌드가 어떻게 되나요?

중국 내 전반적인 장류의 수요는 높은 편이며, 고추장의 경우 쓰촨, 충칭지역에서 수요가 높습니다. 중국 내 가장 수요가 높은 장류 브랜드는 라오간마(老干妈) 제품입니다. 장류는 제품의 개발 주기가 짧아 신제품이 계속해서 출시되고 있으며, 현재 중국 시장에는 수많은 브랜드의 장류가 판매되고 있습니다. 최근 중국 내 소비자들 선호하는 장류는 유기농, 저염, 무설탕 등 건강한 장류입니다. 대표적으로 현지 브랜드인 리진지(李锦记) 제품이 있으며, 천연 원료만 사용하는 고품질의 장류로 인기가 높습니다.

#### Q. 프리미엄 장류의 주 구매층이 어떻게 되나요?

프리미엄 장류는 베이징화랜(BHC) 등의 프리미엄 마트에서 판매하고 있으며, 고급 레스토랑 및 한식당에서 주로 구매합니다. 최근 들어 중국 내 한식당이 많아지면서, 다른 식당들과 차별화를 두기 위해 프리미엄 장류를 사용하는 곳이 늘어났습니다.

#### Q. 중국 내 한국산 고추장에 대한 인식이 어떻게 되나요?

한국산 고추장은 단 맛이 강하며, 중국산 고추장은 짠 맛이 강한 편입니다. 중국인들의 입맛에는 한국산보다 중국산 고추장이 더 선호됩니다. 따라서 한국산 고추장은 주로 중국 내 한식당과 한인마트로 납품하며, 현지 소비자들 사이에서는 인지도나 수요가 낮습니다. 가격 또한 한국산 고추장이 더 비싼 편이기 때문에, 중국 시장에서 한국산 고추장을 성공적으로 판매하기에는 무리가 있다고 생각합니다.

## Interview ③ 상하이진평식품유한회사 (上海津丰食品有限公司)

상하이진평식품유한회사  
(上海津丰食品有限公司)

전문가 소속

상하이진평식품유한회사  
(上海津丰食品有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Zhang

(Sales Manager)



상하이진평식품유한회사(上海津丰食品有限公司)

### Sales Manager, Ms. Zhang

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 1999년에 설립된 수입유통업체로, 각종 차, 고추장, 간장, 카레, 올리브유 등을 취급하고 있습니다. 중국 전역의 대형마트, 레스토랑, 호텔로 제품을 납품하고 있으며, 티몰 등의 유명 온라인 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로도 판매하고 있습니다.

#### Q. 중국 내 장류 시장의 현황이 어떻게 되나요?

현재 중국 시장에는 많은 종류의 장류가 판매되고 있으며, 소비자들도 매년 새로운 제품을 시도하는 경향이 있어서 고정적인 고객을 확보하는 데에 어려움이 있습니다. 대부분의 제품들은 품질이나 브랜드 인지도가 아닌 가격에 따라 수요가 좌우되는 경향이 있습니다. 따라서 중국 시장에서는 프리미엄 제품보다 가격이 저렴하고 평균적인 품질을 지닌 제품이 인기를 끌고 있습니다.

#### Q. 프리미엄 장류의 수요가 어떻게 되나요?

프리미엄 장류는 주로 북경, 상해, 광둥, 심천 등의 대도시에서 수요가 높으며, 대부분 중산층 이상의 경제력을 지닌 사람들이 구매합니다. 중국에서는 고추장 외에 간장, 춘장, 땅콩장 등의 수요가 높으며, 된장과 쌈장은 중국에 거주하는 한국인들만 구매하기 때문에 한인마트에서만 판매합니다.

#### Q. 중국 내 한국산 고추장에 대한 인식이 어떻게 되나요?

저희는 한국 S사의 고추장을 취급 중에 있으며, 누적 판매량은 3만 개 이상으로 수요가 높은 편입니다. S사는 제품 홍보 시 섭취 방법 및 레시피를 함께 제공하면서 제품의 인지도를 높였습니다. 프리미엄 장류는 요리 프로그램과 요리대회 등에 협찬하여 제품을 홍보하는 것도 효과적인 것 같습니다.

## Interview ④ 심천시싱난야식품유한회사 (深圳市兴南亚食品有限公司)

심천시싱난야식품유한회사  
(深圳市兴南亚食品有限公司)

전문가 소속

심천시싱난야식품유한회사  
(深圳市兴南亚食品有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Jing  
(CEO)

深圳市兴南亚食品有限公司



### 심천시싱난야식품유한회사(深圳市兴南亚食品有限公司) CEO, Ms. Jing

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 1996년에 설립된 수입유통업체로, 동남아시아 식품을 주로 취급하고 있습니다. 취급 품목으로는 싱가포르, 홍콩, 태국, 말레이시아의 양념, 조미료, 향신료, 간식 등이 있으며, 대부분 중국 전역의 고급 호텔로 납품하고 있습니다.

#### Q. 중국 내 고추장의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?

고추장은 많은 소비자들이 찾는 제품으로, 수요가 높습니다. 저희는 소고기 고추장, 돼지고기 고추장, 닭고기 고추장, 채식 고추장 등 다양한 맛의 고추장을 취급하고 있으며, 소고기 고추장의 판매가가 가장 높습니다. 별도의 프리미엄 고추장을 취급하고 있지는 않으며, 프리미엄 고추장은 높은 가격으로 인해 대부분의 업체와 소비자들 모두 선호하지 않습니다. 현재 중국 내 가장 대표적인 높은 고추장은 라오간마(老干妈) 제품으로 다른 고추장에 비해 수요가 압도적으로 높습니다.

#### Q. 프리미엄 장류의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

프리미엄 장류는 주로 5성급 호텔에서 수요가 높으며, 오프라인 매장보다는 타오바오, 알리바바 등의 유명 온라인 매장에서 판매합니다. 일반적으로 호텔 내의 고급 레스토랑에서 프리미엄 장류를 사용하기 때문에, 판매하려는 장류의 맛과 용도를 상세히 설명하여 제품을 판매해야 합니다.

#### Q. 중국 내 한국산 장류에 대한 인식이 어떻게 되나요?

한국산 장류는 한식에만 사용된다는 인식이 있으며, 고추장을 제외하고는 중국에 거주하는 한국인들이 대부분 구매하는 편입니다. A사의 프리미엄 고추장은 타제품과 뚜렷한 차별점이 있지 않으면 중국시장을 공략하기 어렵다고 생각합니다. 유기농 원료나 특별한 제조법 등 이외 소비자들의 이목을 끌만한 부분이 필요할 것입니다.

## Interview ⑤ 춘보(春播)

### 춘보(春播)

전문가 소속

춘보(春播)

온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Zhang

(Sales Manager)



### 춘보(春播)

## Sales Manager, Ms. Zhang

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희는 해외의 고품질 농산물 및 가공식품을 유통하는 온라인 소매업체로, 야채, 과일, 육류, 조미료, 고추장, 간장, 식초, 차, 유제품, 등 3,000개 이상의 제품을 취급 중에 있습니다. 중국 외에 한국, 독일, 프랑스, 일본, 영국 등의 국가로부터 제품을 수입하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 제품을 판매하고 있습니다.

### Q. 중국 내 프리미엄 장류의 인식이 어떻게 되나요?

일반적으로 수입산, 유기농, 무공해, 영유아 및 임신부용 식품들을 프리미엄 제품이라고 부르며, 이전까지는 주로 고급 레스토랑에서 프리미엄 장류를 사용했습니다. 하지만 최근 들어 중국인들 사이에서 건강에 대한 인식이 높아지면서 건강한 원료를 사용한 장류 제품이 많아졌습니다. 이러한 제품들로 인해 일반 제품과 프리미엄 제품 사이의 경계가 사라졌습니다.

### Q. 프리미엄 장류의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

프리미엄 장류는 현지 소비자들보다 중국에 거주하는 외국인들이 주로 구매합니다. 특히 한국산 장류는 한국인 유학생들 사이에서 수요가 높습니다. 중국 내 한국 유학생은 10만 명이 넘기 때문에, 해당 소비자층을 상대로 제품을 판매하는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다.

### Q. 중국 내 고추장의 수요가 어떻게 되나요?

현재 중국산 고추장의 수요는 꾸준히 증가하고 있으나 한국산 고추장의 수요는 감소하고 있습니다. 중국산 고추장은 한국산 고추장에 비해 굉장히 저렴하며, 프리미엄 장류도 현지산 제품이 저렴하고 품질도 뛰어나 선호됩니다. 현재 중국에서 수요가 높은 프리미엄 고추장은 타이거뱅크(虎邦牌)의 잉초(英潮) 소고기 맛 고추장입니다. 해당 제품은 왕홍을 통해 제품을 효과적으로 홍보해 수요가 증가했습니다.

## Interview ⑥ 평통보관(鹏通报关)

평통보관(鹏通报关)

전문가 소속

평통보관(鹏通报关)

통관대행업체

전문가 정보

Mr, Chen  
(Manager)

# Pantom



평통보관(鹏通报关)

Manager, Mr. Chen

**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 확인이 필요한 사항은 무엇인가요?**

장류에 육류가 첨가되지 않은 경우에는 추가적으로 제출해야 할 서류가 없으나, 영양성분검사 결과에 미생물이 검출된 경우 해당 미생물의 수입허가 여부를 확인해야 합니다.

**Q. 중국 시장 수출 및 통관 절차가 어떻게 되나요?**

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

**Q. 중국으로 장류 수출 시 부과되는 세금은 어떻게 되나요?**

중국으로 장류 제품을 수출하기 위해서는 13%의 증치세와 12%의 수입특혜관세를 지불해야 합니다.



## [참고문헌]

### ■ 참고자료

1. 「Sauces, Dressings and Condiments」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.01.
2. 「재외동포현황2017」, 외교부, 2017.
3. 중국 식품안전기준청(FSSAI), 「Manual for Food Imports」, 2019.06.
4. 「中国肥胖人数跃居世界第一, 你属于TOP10胖省吗? 英国人: 是胖得治」, 소후(Sohu), 2019.02.13.
5. 「你值得学会魔芋豆腐, 能代替主食, 低热又好吃!」, 소후(Sohu), 2019.04.16.
6. 「生酮-魔芋面煎饼」, 케토르(Ketor), 2019.04.03.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터 ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. International Trade Center ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 관세청 수출입무역통계 ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
5. 월드뱅크 ([www.worldbank.org](http://www.worldbank.org))
6. JD ([JD.com](http://JD.com))
7. Sina news ([news.sina.com.cn](http://news.sina.com.cn))
8. Qianzhan ([www.qianzhan.co](http://www.qianzhan.co))
9. Ifooday ([www.ifooday.cn](http://www.ifooday.cn))
10. 중국 식품안전기준청(FSSAI) ([www.fssai.gov.in](http://www.fssai.gov.in))
11. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) ([www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov))
12. 중국 세관(CBIC) ([www.cbic.gov.in](http://www.cbic.gov.in))
13. ICE - GATE ([www.icegate.gov.in](http://www.icegate.gov.in))
14. 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) ([www.english.aqsiq.gov.cn](http://www.english.aqsiq.gov.cn))
15. 중국시장감독관리총국(SAMR) ([www.samr.gov.cn](http://www.samr.gov.cn))
16. 중국 해관총서(GACC) ([www.customs.gov.cn](http://www.customs.gov.cn))
17. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
18. 1688 홈페이지 ([www.1688.com](http://www.1688.com))
19. 광저우시웨이진무역유한공사(广州市玮缙贸易有限公司) 홈페이지 ([www.gzweijin.com.cn](http://www.gzweijin.com.cn))
20. 티몰(Tmall) 홈페이지 ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
21. 타오바오(Taobao) 홈페이지 ([www.taobao.com](http://www.taobao.com))
22. 알티마트 홈페이지(Rt Mart) ([www.rt-mart.com.cn](http://www.rt-mart.com.cn))
23. 월마트(Walmart) 홈페이지 ([www.wal-martchina.com](http://www.wal-martchina.com))
24. 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지 ([www.crv.com.cn](http://www.crv.com.cn))
25. 옹후이(Yonghui) 홈페이지 ([www.yonghui.com.cn](http://www.yonghui.com.cn))
26. 까르푸 홈페이지(Carrefour) ([www.carrefour.com.cn](http://www.carrefour.com.cn))
27. 지아지아위예(Jiajiayue) 홈페이지 ([www.jiajiayue.com.cn](http://www.jiajiayue.com.cn))
28. 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지 ([www.meiyijia.com.cn](http://www.meiyijia.com.cn))

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2019.09.13.

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

