

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2001-14
- 품목 : NFC착즙주스(NFC JUICE)
- 국가 : 중국(CHINA)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)	
SUMMARY	4
1. 중국 NFC착즙주스 시장규모	5
2. 중국 NFC착즙주스 수출입 시장규모	6
3. 중국 NFC착즙주스 소비 시장규모	7
II. Market Trend (시장트렌드)	
SUMMARY	11
1. 미국 커뮤니티, 주스 제조 유형 및 당뇨병 연관성에 대한 글 다수	17
2. 주스 시장에서 혼합 주스와 NFC 주스도 인기	18
3. 착즙주스, 아침식사 대용이나 다이어트 중간식으로도 소비	19
4. NFC 주스 맛, 비용, 건강, 갈증 해소 등이 구매 고려 요소	20
III. Distribution Channel (유통채널)	
SUMMARY	22
1. 중국 NFC착즙주스 유통구조	23
2. 중국 NFC착즙주스 주요 유통업체	24
3. 중국 NFC착즙주스 B2C 소매채널	26
IV. Customs·Quarantine (통관·검역)	
SUMMARY	47
1. 중국 NFC착즙주스 인증 취득	48
2. 중국 NFC착즙주스 업체·제품 등록	50
3. 중국 NFC착즙주스 라벨 심의	51
4. 중국 NFC착즙주스 서류 준비	55
5. 중국 NFC착즙주스 세금 납부	56
6. 중국 NFC착즙주스 검역 심사	57
V. Expert Interview (전문가 인터뷰)	
SUMMARY	60
Interview ① 정저우무자마오이유오(郑州睦家贸易有限公司)	62
Interview ② 상하이러카이화이마오이유오(上海乐开怀贸易有限公司)	64
Interview ③ 진마오상관팡치지엔띠엔(金懋祥官方旗舰店)	66
Interview ④ 전장판야진추커오마오이유오(镇江泛亚进出口贸易有限公司)	68
Interview ⑤ 상하이량러마오이유오(上海两乐贸易有限公司)	70
* 참고문헌	71

I. Market Size

SUMMARY

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

Market Size

(시장규모)

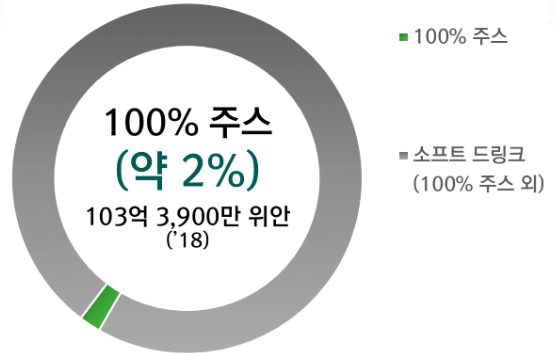
중국(CHINA)

NFC착즙주스 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(주스), 제조방법(NFC)

- 중국 소프트 드링크¹⁾ 시장규모
..... 5,489억 4,300만 위안('18)
- 중국 100% 주스²⁾ 시장규모
..... **103억 3,900만 위안 ('18)**

(*) Euromonitor International

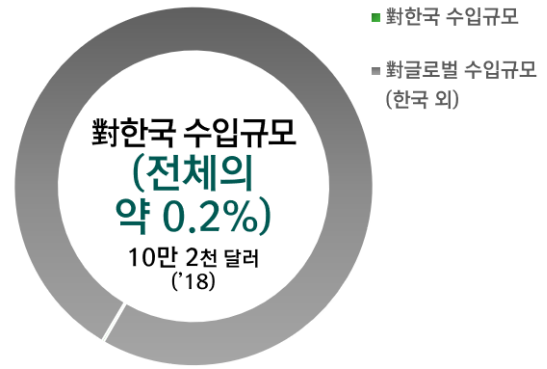


NFC착즙주스 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(주스), 재료(과일, 채소)

- HS 2009.89³⁾
중국 對 글로벌 '과실주스와 채소주스' 수입규모
..... 5,696만 3천 달러 ('18)
- HS 2009.89
중국 對 한국 '과실주스와 채소주스' 수입규모
..... **10만 2천 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre



NFC착즙주스 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품의 주요 소비자층으로 예상되는 '중국 20-40대 남성, 여성 규모'를 확인하였으며, 구매력을 보유한 고소득 인구 밀집 지역 확인을 위해 '중국 지역별 소득분포'를 조사함. 또한, 조사 제품 'NFC착즙주스'의 시장 가능성을 엿보기 위해 '중국 NFC착즙주스 소비규모'를 파악함

- | | |
|--|--|
| <p>① 중국 20-40대 인구 규모 ('18)</p> <p>전체 13억 9,270만 8천 명(100%)</p> <p>20대 1억 9,739만 명(14%)</p> <p>30대 2억 1,060만 1천 명(15%)</p> <p>40대 2억 2,503만 6천 명(16%)</p> | <p>② 중국 지역별 평균 소득 ('18)</p> <p>전체 2만 8,228위안</p> <p>상하이(최고) 6만 4,183위안</p> <p>티베트(최저) 1만 7,286위안</p> |
| <p>③ 중국 NFC착즙주스 소비규모 ('18)</p> <p>NFC착즙주스 소비액 22억 5,100만 위안</p> <p>NFC착즙주스 소비량 4,300만 리터</p> | |

(*)World Bank, NBS, Euromonitor

1) 소프트 드링크(Soft Drinks): 소프트 드링크는 과일/야채주스, 생수, 기능 음료, 농축 음료, 즉석 차 음료, 즉석 커피 음료, 아시아 음료 등을 모두 포함하는 품목임

2) 100% 주스(100% Juice): NFC(Not from Concentrated, 농축하지 않은) 100%주스, 환원주스, 냉동주스를 포함함

3) HS CODE 2009.89: 해당 HS CODE는 '과실 주스와 채소 주스(발효하지 않은 것, 주정을 함유하지 않은 것)'를 지칭함. 이에 조사 제품의 품목(주스)과 원료(과일, 채소)를 반영하여 해당 지표를 선정함

1. 중국 NFC착즙주스 시장규모

중국 국가 일반 정보⁸⁾

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

조사 시장: 조사 제품 'NFC착즙주스'는 석류, 비트, 당근 등의 원물 그대로를 착즙하여 원물의 식이섬유, 영양분을 손상시키지 않은 주스임. 이에 제품의 품목(주스)과 제조방법(NFC)을 고려하여 '소프트 드링크', '100% 주스' 시장의 규모를 확인함

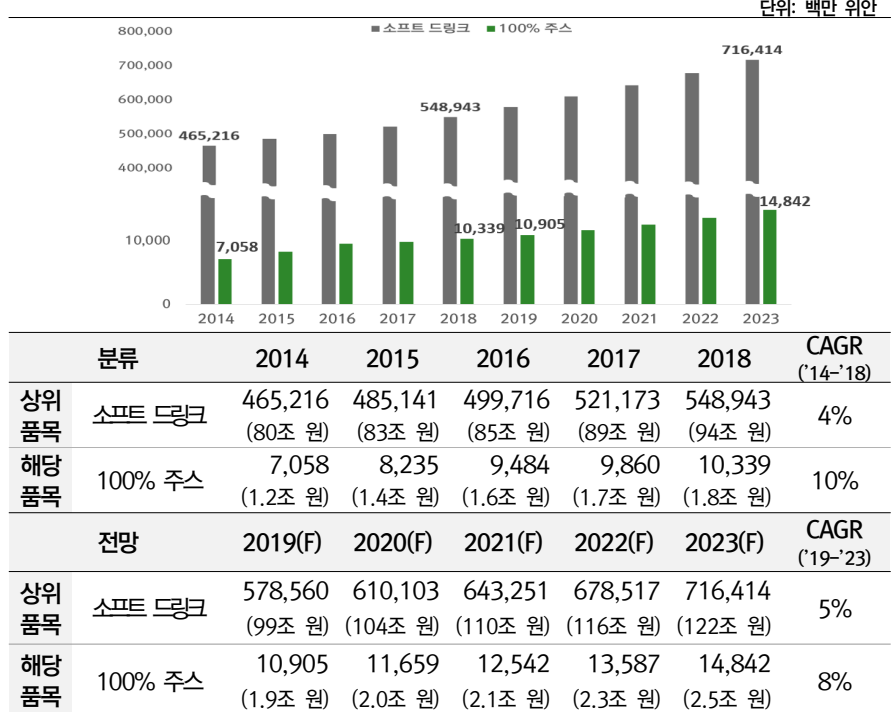
▶ 2014-2018년, 중국 '소프트 드링크' 시장 연평균성장률 4%

지난 2014-2018년간 중국 '소프트 드링크' 시장은 연평균 4%씩 성장하여, 2018년 5,489억 4,300만 위안의 시장규모를 기록함. 유로모니터에 따르면, 중국 '소프트 드링크' 시장에서 제품의 설탕 저함유 및 저칼로리 여부가 주요 구매 요인으로 부상 중임⁴⁾

▶ 2019-2023년, 중국 '100% 주스' 시장, 연평균성장률 8% 예측

2019-2023년간 중국 '100% 주스' 시장은 연평균 8%씩 성장하여 2023년 148억 4,200만 위안의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨. 유로모니터에 따르면, 중국 소비자들이 건강에 대해 더 많은 관심을 기울이면서, '넥타'나 '100% 주스'와 같은 고품량 과즙 주스에 대한 수요가 더욱 증가할 것으로 전망됨⁵⁾

[표 1.1] '소프트 드링크', '100% 주스' 시장 규모⁶⁾⁷⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Soft Drinks in China」, 2019.12
 5) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in China」, 2019.12
 6) 1위안=170.95원(2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
 7) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 8) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 중국 NFC착즙주스 수출입 시장규모

HS CODE 2009.89: 해당 HS CODE는 '과실 주스와 채소 주스(발효하지 않은 것, 주정을 함유하지 않은 것)'를 지칭함. 이에 조사 제품의 품목(주스)과 원료(과일, 채소)를 반영하여 해당 지표를 선정함

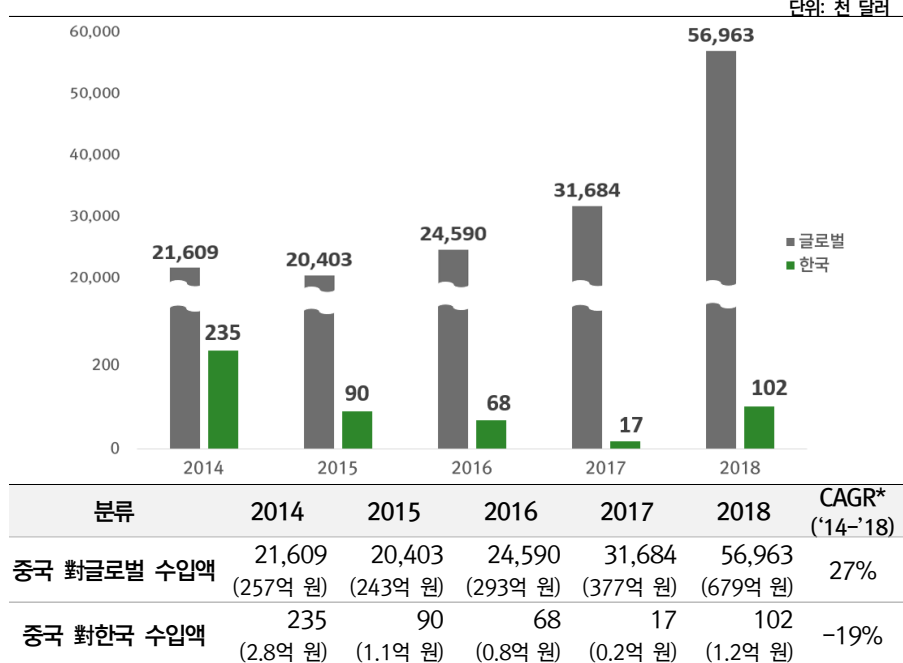
▶ 2014-2018년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 27%

중국 HS CODE 2009.89 품목의 對글로벌 수입액은 지난 2014-2018년간 연평균 27%의 성장률을 기록함. 2015년 전년대비 감소세를 보였으나 2016-2018년까지 매년 두 자릿수의 성장률을 보임. 특히 2018년 전년 대비 80% 급증하여 5,696만 3,000달러의 수입액을 기록함

▶ 2014-2018년, 중국 對한국 수입액 연평균성장률 -19%

중국 HS CODE 2009.89 품목의 수입금액 기준 한국은 26위 수입 국가임. 對한국 수입액은 2015-2017년 전년대비 감소하였으나, 2018년 사드 관련 정세와 소비심리가 개선되어, 전년대비 500%의 성장률을 기록함. 2018년 기준 중국 HS CODE 2009.89 품목의 對한국 수입액은 10만 2천 달러로 확인됨

[표 1.2] HS CODE 2009.89 수입 규모⁹⁾¹⁰⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2009.89 준

9) 1달러=1,191.40원 (2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 NFC착즙주스 소비 시장규모

1) 중국 20-40대 인구 규모

조사 제품의 주요 소비자층으로 예상되는 ‘중국 20-40대 남성, 여성 규모’를 확인함. 또한, 구매력을 보유한 고소득 인구 밀집 지역 확인을 위해 ‘중국 지역별 소득분포’를 조사함

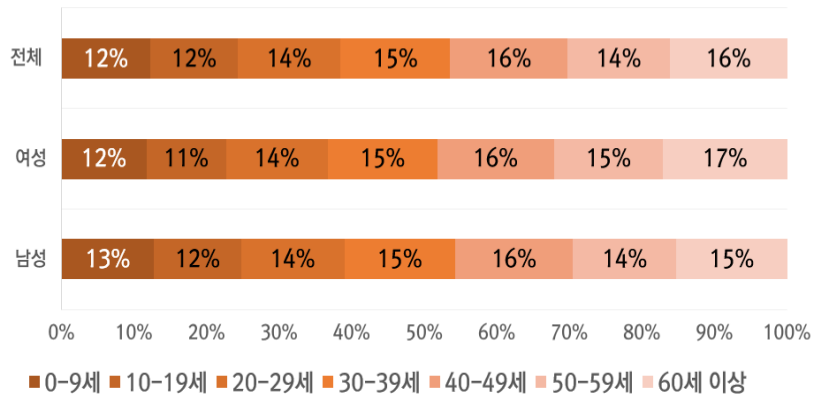
▶ 2018년, 중국 20-40대 인구 6억 3,302만 6,000명

월드뱅크 자료에 따르면, 2018년 중국 인구는 총 약 13억 9,270만 8,000명임. 이 중 남성인구는 7억 1,472만 2,000명으로 전체 인구의 51%를 차지하며, 여성 인구는 6억 7,798만 6,000명으로 49%를 차지함

20-40대 인구는 총 6억 3,302만 6,000명으로 전체 인구의 45%를 차지함. 20-40대 인구 중 40대 인구가 2억 2,503만 6,000명(전체 인구의 16%)으로 가장 많으며, 30대, 20대는 각각 전체 인구의 15%, 14%를 차지하는 것으로 확인됨

[표 1.3] 2018년 중국 연령대별 인구 분포¹¹⁾

단위: 천 명



분류	0-9세	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
전체	167,866 (12%)	162,775 (12%)	197,390 (14%)	210,601 (15%)	225,036 (16%)	200,819 (14%)	228,221 (16%)
여성	78,279 (12%)	75,560 (11%)	93,757 (14%)	102,408 (15%)	110,225 (16%)	99,174 (15%)	118,584 (17%)
남성	89,588 (13%)	87,215 (12%)	103,633 (14%)	108,193 (15%)	114,812 (16%)	101,646 (14%)	109,637 (15%)

자료: 월드뱅크(World Bank)

11) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

▶ 2018년, 중국 연평균 가구당 가처분소득 2만 8,228위안

2) 중국 지역별 소득분포

중국 국가통계국에 따르면, 2018년 기준 중국의 연평균 가구당 가처분소득은 2만 8,228위안(약 483만 원)임. 중국의 31개 지역 중 평균소득보다 높은 소득 수준을 보이는 지역은 10개임. 그 중 화둥구의 상하이 6만 4,183위안으로 소득수준 1위를 차지함. 화북구의 베이징이 6만 2,361위안으로 2위, 화둥구의 저장성이 4만 5,840위안으로 3위를 차지함

평균 소득이 가장 낮은 지역은 서남구의 티베트족 자치구로, 1만 7,286위안의 소득을 보임. 그 다음으로 낮은 소득을 보이는 지역은 서북구의 간쑤성으로, 1만 7,488위안의 소득을 보임

[표 1.4] 2018년 중국 지역별 평균 소득¹⁾²⁾¹³⁾

단위: 위안

지역		평균소득		지역		평균소득	
화북구	베이징	62,361	(1,066만 원)	중남구	허난성	21,964	(375만 원)
	톈진	39,506	(675만 원)		후베이성	25,815	(441만 원)
	허베이성	23,446	(401만 원)		후난성	25,241	(431만 원)
	산시성	21,990	(376만 원)		광둥성	35,810	(612만 원)
	네이멍구자치구	28,376	(485만 원)		광시성	21,485	(367만 원)
동북구	랴오닝성	29,701	(508만 원)	서남구	하이난성	24,579	(420만 원)
	지린성	22,798	(390만 원)		충칭	26,386	(451만 원)
	헤이룽장성	22,726	(389만 원)		쓰촨성	22,461	(384만 원)
화둥구	상하이	64,183	(1,097만 원)		구이저우성	18,430	(315만 원)
	장쑤성	38,096	(651만 원)		윈난성	20,084	(343만 원)
	저장성	45,840	(784만 원)		티베트	17,286	(296만 원)
	안후이성	23,984	(410만 원)		산시성	22,528	(385만 원)
	푸젠성	32,644	(558만 원)	간쑤성	17,488	(299만 원)	
	장시성	24,080	(412만 원)	서북구	칭하이성	20,757	(355만 원)
산둥성	29,205	(499만 원)	닝샤		22,400	(383만 원)	
				신장	21,500	(368만 원)	

자료: 중국 국가통계국(NBS: National Bureau of Statistics of China)

12) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 만원)는 모두 반올림됨

13) 1위안=170.95원(2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

조사 제품 'NFC착즙주스'의 시장 가능성을 엿보기 위해 '중국 NFC착즙주스 소비규모'를 파악함

3) 중국 NFC착즙주스 소비규모

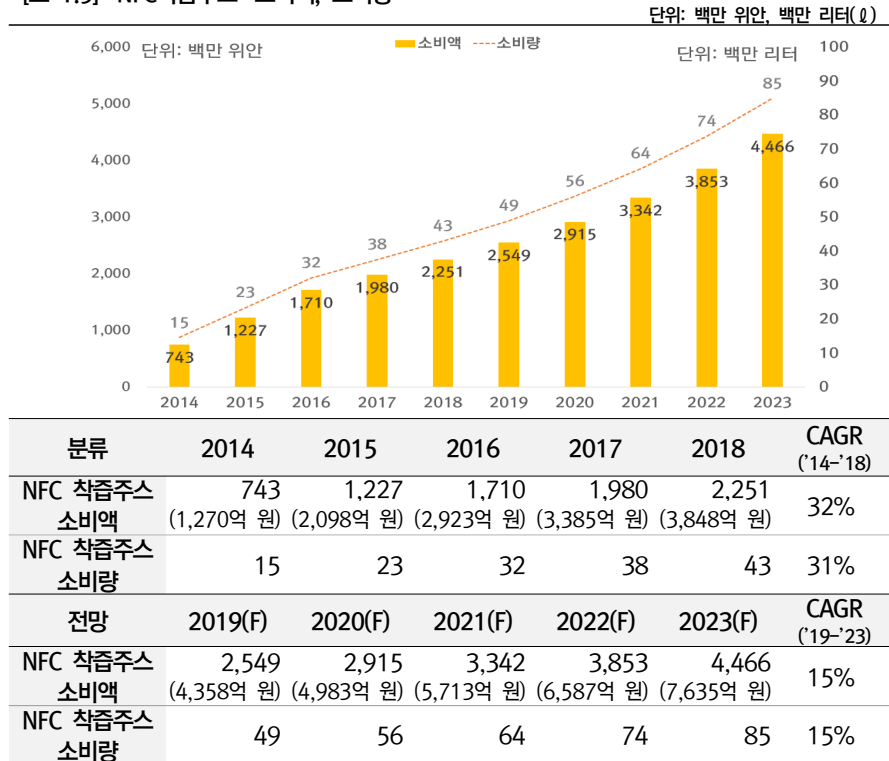
▶ 2014-2018년, 중국 'NFC착즙주스' 소비액 연평균성장률 32%

지난 2014-2018년간 중국 'NFC 착즙주스' 소비액은 연평균 32%씩 성장하여, 2018년 22억 5,100만 위안을 기록함. 'NFC 착즙주스' 소비량 또한 동기간 연평균 31%씩 성장하여 2018년 4,300만 리터(ℓ)를 기록함

▶ 2019-2023년, 중국 'NFC착즙주스' 소비규모, 연평균성장률 15% 예측

향후 2019-2023년간 중국 'NFC착즙주스' 소비액과 소비량은 모두 15%의 연평균성장률을 보일 것으로 예상됨. 유로모니터에 따르면,¹⁴⁾ 'NFC착즙주스'는 과채로부터 추출한 필수 비타민과 미량 원소 등의 풍부한 영양소를 함유할 뿐만 아니라, 감미료, 착색제, 보존제와 같은 첨가물이 들어 있지 않음. 이러한 특징이 향후 'NFC착즙주스' 시장규모 확대와 평균 객단가 상승의 주요 요인으로 전망됨

[표 1.5] 'NFC착즙주스' 소비액, 소비량¹⁵⁾¹⁶⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

14) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in China」, 2019.12

15) 1위안=170.95원(2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

16) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

II. Market Trend

SUMMARY

1. 미국 커뮤니티, 주스 제조 유형 및 당뇨병 연관성에 대한 글 다수
2. 주스 시장에서 혼합 주스와 NFC 주스도 인기
3. 착즙주스, 아침식사 대용이나 다이어트 중간식으로도 소비
4. NFC 주스 맛, 비용, 건강, 알레르기 등이 구매 고려 요소



Market Trend

(시장트렌드)

중국(CHINA) NFC착즙주스 시장트렌드



항노화, 식욕 억제의 효과가 있는 과일 주스
'당뇨병 환자에게는 위험할 수도 있어'



주스 관련해 NFC착즙주스 언급 많아
'유산 발효 제품도 눈에 띄어'

■ China Issue ①

미국 커뮤니티, 주스 제조 유형 및
당뇨병과의 연관성에 대한 글 다수
'NFC, 영양가, 농축, UHT 키워드 빈출'

■ China Issue ②

주스 시장에서 혼합 주스와
NFC 주스도 인기
'과일 및 채소 키워드 빈출, 혼합 주스도 인기'



오렌지, 사과, 망고, 바나나 키워드 빈출
'저온 압착 기술로 착즙한 주스 다수'



단순히 음료 대용으로 마시는 경우도 많아
'여름철 갈증 해소용으로 선호'

■ China Issue ③

착즙주스, 아침식사 대용이나
다이어트 중간식으로도 소비
'간헐적 단식, 아침식사 관련 언급도 보여'

■ China Issue ④

NFC 주스 맛, 비용, 건강,
갈증 해소 등이 구매 고려 요소
'건강을 위해서 설탕이 첨가되지 않은 착즙 주스를 찾아'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



- (중국 매체 총 8개)
- : 중국 온라인 쇼핑몰 3개
- : 중국 커뮤니티 2개
- : 레시피 사이트 3개

데이터 분류 키워드집

(NFC착즙주스 연관 키워드집)



데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	7,791

데이터 정제

정제 키워드	NFC착즙주스 (果汁, NFC果汁)
정제 데이터	2,930

○ 데이터 수집

- 중국 NFC착즙주스 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 중국 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD	jd.com	온라인 쇼핑몰
02	Suning	suning.com	온라인 쇼핑몰
03	YHD	yhd.com	온라인 쇼핑몰
04	知乎	zhihu.com	SNS 및 커뮤니티
05	简书	jianshu.com	SNS 및 커뮤니티
06	下厨房	www.xiachufang.com	레시피 사이트
07	豆果美食	www.douguo.com	레시피 사이트
08	美食天下	www.meishichina.com	레시피 사이트

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 NFC착즙주스 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 중국 NFC착즙주스 관련 데이터 소스원 리스트

知乎		苏宁易购 suning.com		京东 全球	
현지 커뮤니티 주스 관련 소비자 인식		현지 온라인 쇼핑몰, 주스 제품 특성		현지 온라인 쇼핑몰, NFC주스 관련 소비자 후기	
키워드 ①	NFC	키워드 ①	칼로리	키워드 ①	맛
키워드 ②	농축	키워드 ②	영양	키워드 ②	가격
키워드 ③	당뇨병	키워드 ③	농축하다	키워드 ③	건강
키워드 ④	과일	키워드 ④	과일	키워드 ④	천연

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 NFC착즙주스 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 중국 NFC착즙주스 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(중국어)	참여기업	경쟁기업	기타
주스 원재료	오렌지	橙		0	
	사과	苹果		0	
	망고	芒果		0	
	바나나	香蕉		0	
	당근	胡萝卜	0		
	포도	葡萄		0	
주스 유형(제조)	갓 짜낸	鲜榨	0		
	압착하다	压榨	0		
	냉압	冷压			0
	짜내다	榨取	0		
	당분 무(無) 첨가	加糖	0	0	
	물 무(無) 첨가	加水	0	0	
착즙주스 구매 요인	맛	味道	0		
	브랜드	牌子		0	0
	가격	价格	0		
	품질	质量	0		
	갈증 해소	解渴	0		
	건강	健康	0		

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 중국 커뮤니티 및 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '주스', 'NFC주스'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

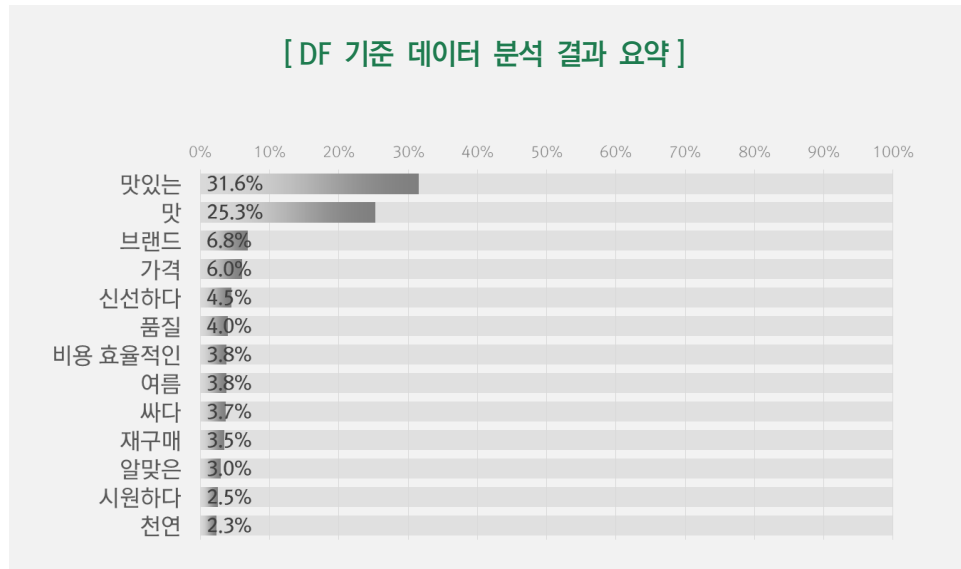
1. 중국 온라인 쇼핑몰에서 'NFC주스' 구매 후기를 대상으로 분석함
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF¹⁷⁾와 TF-IDF¹⁸⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)



17) TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

18) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값임

1. 미국 커뮤니티, 주스 제조 유형 및 당뇨병과의 연관성에 대한 글 다수

주스 관련 게시물

“과일 주스는 **설탕 함량**이 높고 **산도**가 강하다. 차이를 상하게 한다.”

“신선한 과일 주스는 **식욕 억제제**로 작용하여 질병 억제, 비만 감소에 효과적이며 암, 백혈병, 관절염, 고혈압, 신장 기능 장애, 피부 감염, 간 질환 및 알코올 중독과 증상을 감소시킨다.”

“건강 음료로 광고되는 주스의 **설탕 함량**은 콜라보다 높으며, 영양가가 높다는 이유로 섭취할 필요가 없다.”

출처: 쑤후(zhihu.com)

▶ 커뮤니티에서 주스 관련 키워드, ‘NFC’, ‘영양가’, ‘농축’, ‘UHT’ 출현

LDA 기법¹⁹⁾을 통해 커뮤니티 게시글을 분석한 결과, 총 2가지 주제가 도출됨. 첫 번째 주제와 관련해서 ‘NFC’, ‘영양가’, ‘농축’, ‘UHT(초고온 처리)’ 키워드의 중요도가 상대적으로 높게 나타남. 해당 키워드는 NFC 주스와 일반 농축 주스를 구분 지을 수 있는 요소로 둘의 차이를 언급하는 글이 주를 이루고 있음. 이를 통해 NFC 주스에 대한 중국 소비자의 관심을 확인할 수 있음

▶ 과일 주스, 당뇨병과 관련해 대립되는 의견

두 번째 주제로는 건강한 식습관과 관련해 과일 주스의 장단점을 언급하는 글이 주를 이룸. 특히 ‘당뇨병’, ‘인슐린’, ‘포도당’, ‘위험’ 키워드의 중요도가 높게 나타나 당뇨 환자를 대상으로 주스가 많이 언급되고 있음을 알 수 있음. 구체적으로 과일 주스는 식욕 억제제로도 작용해 비만을과 당뇨를 예방할 수 있다는 긍정적인 의견이 나타남. 반면, 주스의 설탕 또는 과당으로 인해 혈당 수치가 높아져 당뇨병 환자에게는 위험할 수 있으므로 섭취를 지양해야 한다는 이견도 보임

▶ 중국 커뮤니티 내 주스 관련 이슈

① NFC, 농축 ② 당뇨병, 인슐린, 포도당

[표 2.4] 중국 커뮤니티 내 ‘주스’ 주요 키워드

TOPIC1		TOPIC2	
키워드	중요도	키워드	중요도
NFC	0.3342	당뇨병	0.0772
영양가	0.0339	비타민	0.0674
주스	0.0311	인슐린	0.0474
비타민	0.0239	과일	0.0324
토마토	0.0231	건강하지 않음	0.0271
농축	0.0173	포도당	0.0233
망고 주스	0.0139	대부분	0.0201
미생물	0.0133	탄수화물	0.0170
증발	0.0115	불필요	0.0135
차가운	0.0105	어른	0.0131
UHT(초고온 처리)	0.0096	위험	0.0129

자료 : 중국 커뮤니티 내 ‘주스’ 관련 게시물 395건 분석 (18.01 - 20.01)

값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

2. 주스 시장에서 혼합 주스와 NFC 주스도 인기

혼합 주스



제품명	구오(GUO)
브랜드	이닝(依能)
가격	59.90위안 ²⁰⁾ (약 10,239원)
용량	350ml*15

상품 설명 비타민 나무열매와 오렌지의 혼합 주스

출처: 수닝(suning.com)

유산 발효 주스



제품명	이성지은 파자오푸허 꾸어즈인라오 (益生菌 发酵复合 果汁饮料)
브랜드	샤오초우초우(小臭臭)
가격	67.90위안 (약 11,607원)
용량	1.25L*6개

출처: 와이에이치디(yhd.com)

▶ 2개 이상의 재료가 혼합된 주스 인기

온라인 쇼핑몰에서 인기 주스의 상품명을 분석한 결과, ‘오렌지’, ‘토마토’, ‘망고’, ‘사과’ 등 과일 및 채소 키워드가 빈출하여, 해당 키워드가 주스 재료로 인기임을 알 수 있음. 또한 ‘혼합하다’ 키워드가 최다 빈출한 점을 통해, 2개 이상의 재료가 혼합된 제품도 선호하는 점을 알 수 있음

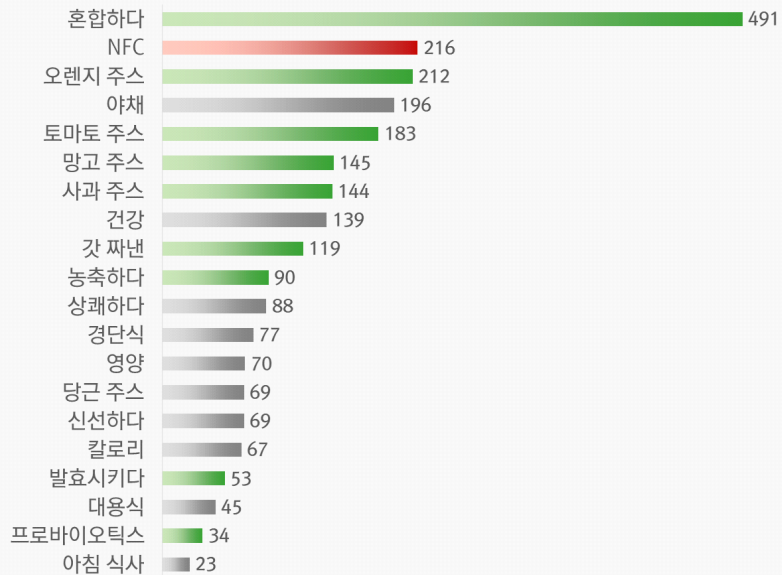
▶ NFC주스의 수요 높은 편으로 보여

‘농축하다’ 키워드 빈출량이 ‘NFC’, ‘갓 짜낸’ 보다 적었으나 실제로는 농축 주스가 더 많이 판매되고 있는 것으로 보임. ‘NFC’ 키워드도 상위권에 출현해, 주스 시장 내 NFC착즙주스의 수요가 높은 편임을 알 수 있음. 한편, ‘발효’, ‘프로바이오틱스’ 키워드가 눈에 띈. 이와 관련해 젖산균 발효를 통해 제조한 주스가 확인됐으며, 유산 발효 제품은 영양성분은 물론 맛과 향까지 풍부한 것이 특징임

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 내 주스 관련 주요 이슈

- ① 과일, 혼합하다 ② NFC ③ 발효, 프로바이오틱스

[표 2.5] 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘주스’ 주요 키워드



자료 : 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘주스’ 제품 853개 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

19) LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

20) 1위안=170.95원 (2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 착즙주스, 아침식사 대용이나 다이어트 중간식으로도 소비

간헐적 단식을 언급한 착즙주스



제품명	후양타오난과이혼하과어즈 (黄桃南瓜混合果汁)
브랜드	링두과어팡(零度果坊)
가격	160.00위안 (약 27,352원)
용량	255*12개

출처: 징둥(jd.com)

▶ 착즙주스 관련해 ‘간헐적 단식’, ‘아침식사’ 키워드 빈출

온라인 쇼핑몰에서 착즙주스 상품명을 분석한 결과, ‘오렌지’, ‘사과’, ‘망고’, ‘바나나’ 등이 빈출함. 착즙주스의 재료도 앞서 언급된 주스의 재료와 크게 다르지 않음. ‘간헐적 단식’, ‘아침식사’ 키워드도 빈출해, 착즙주스를 아침식사 대용이나 다이어트 중간에 가볍게 먹는 용도로 소비하는 것으로 보임. ‘당분 첨가(加糖)’, ‘물 첨가(加水)’라는 키워드도 보였는데, 원문을 살펴본 결과 설탕이나 물을 첨가하지 않았다는 의미에서 언급됨

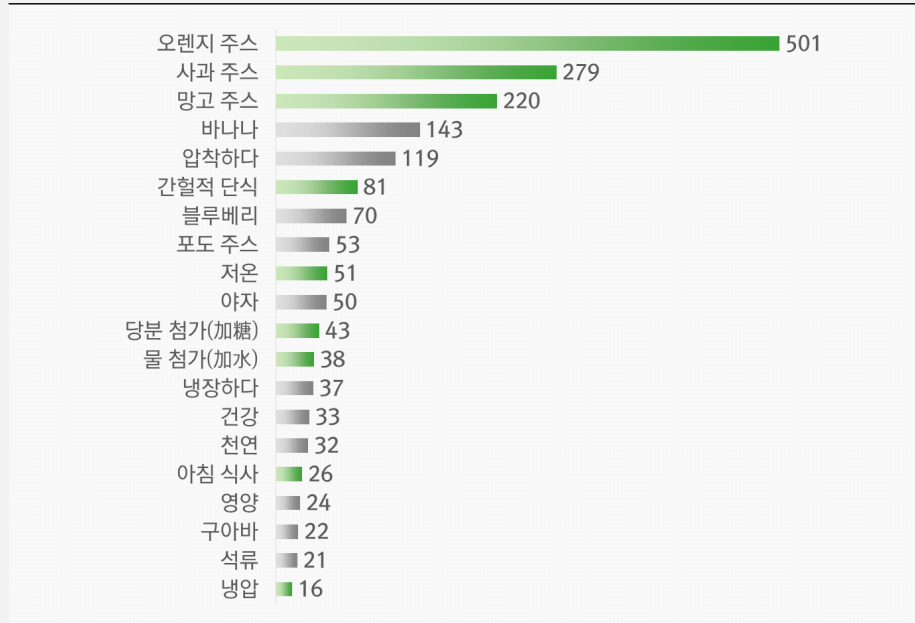
▶ 저온 압착 기술로 착즙한 주스 다수

‘저온’, ‘냉압’ 키워드가 빈출함. 해당 키워드의 원문을 살펴본 결과, 원재료의 영양분을 최대한 유지하기 위해서 저온 압착 기술을 사용하여 즙을 낸 제품이 많은 것으로 보임

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 내 NFC주스 관련 주요 이슈

- ① 오렌지, 사과, 망고 ② 간헐적 단식, 아침 식사 ③ 저온, 냉압

[표 2.6] 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘NFC주스’ 제품 주요 키워드



자료 : 중국 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘NFC주스’ 제품 700개 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. NFC 주스 맛, 비용, 건강, 갈증 해소 등이 구매 고려 요소

구매 후기 분석 대상



제품명	지코(ZICO)
브랜드	지코(ZICO)
가격	108.00위안 (약 18,462원)
용량	330ml*12
후기	“신선하고 상쾌한 맛이에요.” “냉장해서 시원하게 먹으면 맛있어요. 여름 필수품이에요.” “제품이 아주 좋아서, 가성비가 좋아요.”

출처: 징둥(jd.com)

▶ NFC 주스 후기 관련해, 본연의 맛, 품질 대비 가격 면에서 만족도 높아

NFC 주스 제품 후기를 분석한 결과, ‘맛’, ‘맛있는’, ‘천연’, ‘본연의 맛’ 등 맛 관련 키워드 언급이 가장 많아 제품의 ‘맛’이 주요 고려 요소임을 알 수 있음. 또한, ‘가격’, ‘비용 효율적인’, ‘알맞은’, ‘가격 대비 성능’, ‘저렴한’ 키워드가 빈출하여 실제 후기를 살펴보니, 가격 대비 품질에서 만족하는 후기가 다수임. ‘브랜드’ 키워드 관련, 제품 섭취 후 해당 브랜드에 대해 긍정적으로 인식하게 되었다는 의견이 나타남

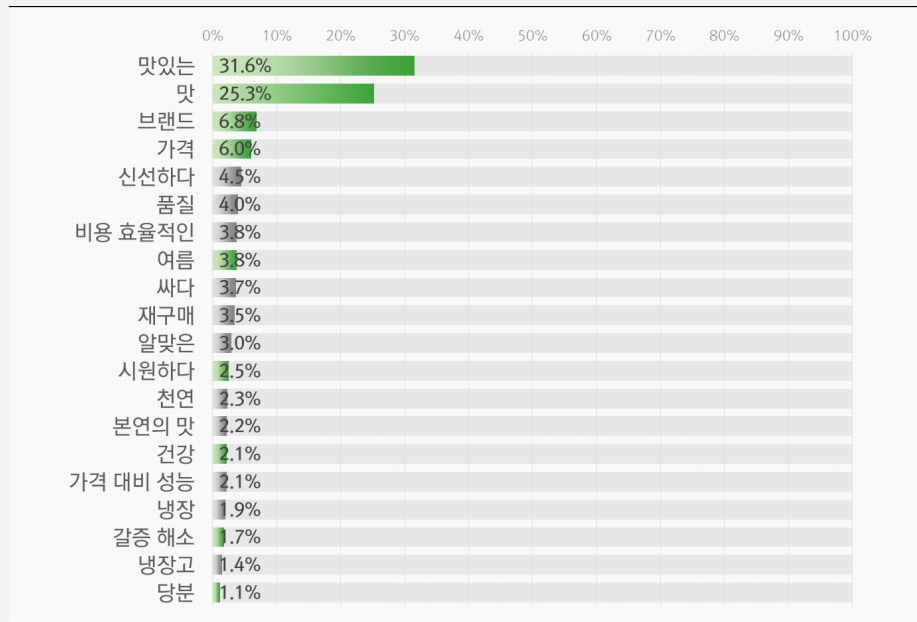
▶ 건강 목적뿐만 아니라 단순히 음료 대용으로 마시는 경우도

‘건강’, ‘당분’ 키워드가 빈출했으며, 건강을 위해서 설탕이 첨가되지 않은 착즙 주스를 찾는다는 후기를 확인함. 눈에 띄는 점은 ‘갈증 해소’ 키워드로, 수분 보충을 위해 구매하는 소비자들도 일부 있으며, 특히 ‘여름’에 해당 제품을 찾는 소비자가 많은 것으로 나타남. 이에 따라 건강 관리 목적뿐만 아니라 단순히 갈증 해소 목적으로 NFC 주스를 마시기도 한다는 점을 알 수 있음

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 내 NFC착즙주스 제품 관련 주요 키워드

① 맛, 가격 ② 건강, 당분 ③ 여름, 갈증 해소

[표 2.7] 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘NFC착즙주스’ 제품 주요 키워드



자료 : 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘NFC착즙주스’ 제품 후기 982건 분석 (18.01 - 20.01)
값 설명 : 해당 키워드의 총합/모든 연관 키워드 총합(%)

III. Distribution Channel

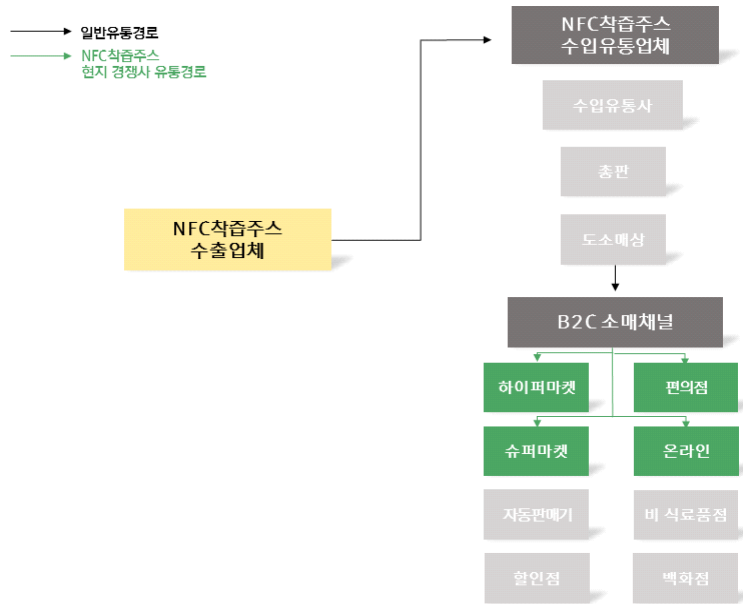
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



중국 (CHINA)

NFC착즙주스²¹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²²⁾	주요 채널 ²³⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	53.1%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 씨알뱅가드(CR Vanguard), 용후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾	25.1%	케이마트(K-Mart), 지마트(G-Mart), 라이아펀(Lyfen)
	편의점	15.3%	메이이지아(Meiyijia), 세븐일레븐(7-Eleven)
	온라인	4.5%	징둥(JD.COM), 수닝이궤우(Suning.com), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오띠엔(1号店)
	자동판매기	1.4%	후지빙산(Fuji Bingshan)
	비(非)식료품점	0.6%	보쉬와(Boshiwa)

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

21) 'NFC착즙주스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '주스(Juice)'의 정보를 확인함

22) 2019년 기준, 중국 내 '주스(Juice)'의 유통채널 점유율임

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

24) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널의 집합으로, 자체 체인점을 보유하지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

1. 중국 NFC착즙주스 유통구조

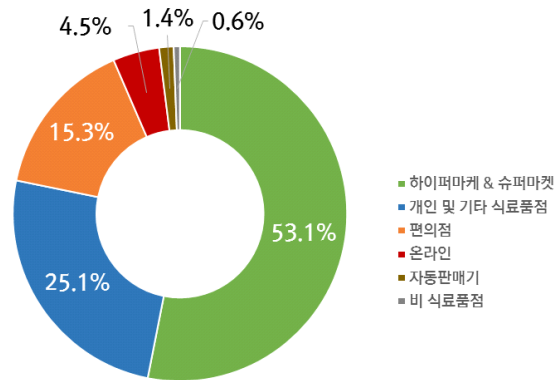
품목 구분 및 분류

품목	NFC착즙주스
구분	주스
범주	주스(Juice)

▶ 중국 NFC착즙주스 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(53.1%), 개인 및 기타 식료품점(25.1%), 편의점(15.3%)’

[표 3.1] 중국 NFC착즙주스 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 중국 NFC착즙주스 유통채널 현황

채널 유형	NFC착즙주스 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	53.1%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 씨알뱅가드(CR Vanguard), 용후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 까르푸(Carrefour), 지아지아위예(Jiajiayue)
	개인 및 기타 식료품점	25.1%	케이마트(K-Mart), 지마트(G-Mart), 라이이펜(Lyfen)
	편의점	15.3%	메이이지아(Meiyijia), 세븐일레븐(7-Eleven)
	온라인	4.5%	징둥(JD.COM), 수닝이교우(Suning.com), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오피엔((1号店))
	자동판매기	1.4%	후지빙산(Fuji Bingshan)
	비(非)식료품점	0.6%	보쉬와(Boshiwa)

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

2. 중국 NFC착즙주스 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

추가로, 편의점, 온라인에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 중국 NFC착즙주스 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁵⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	용후이 (Yonghui)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 102억 4,056만 달러 (약 12조 2,006억 원)	플러스(Plus), 플로리나(Florina), 웨이원(汇源)	0
2	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 107억 200만 달러 (약 12조 7,504억 원)	농푸산취안(农夫山泉), 넥타(Nekta), 꾸오전(菓珍)	0
3	씨알뱅가드 (CR Vanguard)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 5,452억 원)	푸르트팜 (Fruit Farm), 농푸산취안(农夫山泉),	0
4	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 5,349억 원)	웨이원(汇源), 푸르트팜 (Fruit Farm)	0
5	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 951억 3,234만 달러 (약 113조 3,407억 원)	농푸산취안 (农夫山泉), 汇源, 그릭레이크스 (Greak Lakes)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

25) 1달러=1,191.40원 (2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	지아지아위에 (Jiajiayue)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 1,986억 원)	디스프루타(Disfruta), 돌(Dole), 웨이취안메르(味全每日)	0
7	메이이지아 (Meiyijia)	편의점	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 7,308억 원)	농푸꾸오위안(农夫果园) 멍니우(蒙牛) 킵스윗(Keep Sweat)	0
8	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 10억 6,535만 달러 (약 1조 2,693억 원)	에프에스주스(FSJuice), 7-선택트(7-Select), 니프레시 (Nifresh)	0
9	티몰 (Tmall)	온라인	약 3,000억 9,972만 달러 (약 357조 5,388억 원)	페이썬베이(派森百), 이안즈베이편베이 (颜值百分百), 링두·꾸오팡(零度·果坊)	0
10	징동 (JD/京东)	온라인	약 2,396억 6,297만 달러 (약 285조 5,345억 원)	보선(Bosun), 농푸산취안(农夫山泉), 유차이(悠采)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 중국 NFC착즙주스 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 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 2,006억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 835개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2001년 설립 - 중국 500위 이내의 기업(상장 기업 기준) - 일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점 형태로 매장 운영 - 중국 내 총 24개의 성과 자치구에 약 835개의 매장 보유 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 중바이(Zhongbai) 리테일 그룹이 지분 인수 - 2019년 와인프로젝트를 통하여 와인사업부문 확장 및 공급방식 개혁 발표 - 2018년 말 중국 IT기업 텐센트(Tencent), 홍콩 리테일 기업 파크앤샵(ParknShop)과 1억 7,000만 달러(한화 약 2,015억 원) 규모의 조인트 벤처 설립 - 2018년 포브스(Forbes)가 2018년 아시아 50대 기업으로 선정 		
유사제품 정보		제품명	루멍망꾸오즈 (茹梦芒果汁)
		종류	망고주스
		용량	1L
		원산지	중국

자료: 용후이(Yonghui) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com), 밉티안디(Mingtiandi), 포브스(Forbes), 사진 자료: 용후이(Yonghui) 온라인 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, 신선식품, 즉석식품, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 욕실용품, 주방용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선 농산품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매장별 신선 농산품의 비율이 약 40%를 차지 - 주로 벤더를 통해 구매하는 방식을 선호 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선연락 혹은 이메일을 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매위원회는 매주 수요일, 토요일 홈페이지 공지사항에 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 - 입주 상품 등록 - 상품 유통 및 판매
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 30일 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)591-8396 1855 메일: yhcs@yonghui.cn

자료: 옹후이(Yonghui) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.wal-martchina.com	
	위치	선전(Shenzhen)	
	규모	매출액('18)	약 107억 200만 달러 (약 12조 7,504억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 443개 - 직원 수('18): 약 220만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립 - 중국 내 약 180개 도시에서 매장 운영 - 약 70억 명 이상의 고객 보유 - 글로벌 Top 500 기업 - 매장은 샘스클럽(Sam's Club)과 일반 마트 형태로 운영 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 향후 5-7년간 100개 매장 증설과 약 200개 매장의 리모델링 계획 발표 - 2019년 1월부터 중국 내 오메가8(Omega 8) 프로젝트 운영 개시²⁶⁾ - 2018년 12월, 월마트 회원카드를 온라인, 오프라인 모두에서 쓸 수 있도록 업그레이드 진행 		
	유사제품 정보		제품명
종류			오렌지착즙주스
용량			900ml
원산지			중국

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 스탯티스타(Statista), 아시아푸르트(AsiaFruit), 유로모니터(Euromonitor), 징동닷컴(Jd.com) 홈페이지
 사진 자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 바이두투피엔(百度图片)

26) 월마트 중국 부서에서 개발한 내부 프로그램으로, 현지 스타트업 기업을 탐색하고 이들에게 월마트(Walmart)의 400개 이상의 매장에 제품을 판매 할 수 있는 기회 제공

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: 신선식품, 육류, 냉동식품, 유제품, 소스류, 냉장식품, 주류 등 - 일반: 가정용품, 화장품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 애견용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 제품 - 가격 경쟁력이 있는 제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일을 통한 직접 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에서 절차 확인 후, 해당 제품군 담당 부서로 메일 송부(wal-martchina.com/supplier/apply.htm) - 5가지 제품군으로 분류 : Dry goods, Fresh food, FMCG, Non-food, Private label dedicated mailbox - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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, 인기 상품 관련 정보) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 자유기재, 서비스 제공범위)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 월마트 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 정보공시기준에 따라 제조시설 관련 정보 제공 · 평가 기준 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 검사 실시
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제품에 대해 관심이 있을 시, 관련 지역 구매담당자가 직접 연락 - 선호 공급자 특징 (자격증 보유/안전한 재무제도 보유/합법적으로 생산/인증서류 구비/전담팀 월마트 창고배송 가능) 	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 씨알뱅가드(CR Vanguard)

	기업명	씨알뱅가드(CR Vanguard)	
	홈페이지	www.crv.com.cn	
	위치(27)	선전(Shenzhen)	
	규모	매출액('18)	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 5,452억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 3,192개 - 직원 수('18): 약 22만 명
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1984년 설립 - 중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유 - 전체 약 3,192개의 매장 보유 - 올레(Ole), 비엘티(BLT), 브이플러스(V+), 브이엔고(V)nGO 등 유명 프리미엄 오프라인 매장 보유 - 온라인 음식 배달 플랫폼 어러머(饿了么)에 2,000개의 매장 등록하여 약 100개의 도시로 배송 서비스 개시 예정 	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 1월 새로운 매장 브랜드 '완지아(Wanjia) 마트' 런칭 - 2018년 네트워크 안전 및 정보화 벤치마킹 우수기업 1위 기록 - 2016-2018년 임기 실적 우수기업 선정 		
유사제품 정보		제품명	종꾸오 황진간시양청혼허꾸오즈 (众果 黄金柑香橙混合果汁)
		종류	오렌지농축주스
		용량	1L
		원산지	중국

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

27) 본사는 홍콩(Hong Kong)에 위치

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: 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 캔디류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 소스류, 김치류 등 - 일반: 욕실용품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 애견용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품 - 프리미엄 상품 - 기존 플랫폼에 없는 상품 - 인지도가 높은 브랜드 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 매장 형태 보유(프리미엄 수입 상품 매장 및 일반 마트 형태) - 상품 특성에 따라 판매 매장 결정(일반 매장 또는 프리미엄 매장) 		
<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>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seoagencychina.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 이메일 : seo@marketingtochina.com - 기업소개 : 씨알뱅크를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 		

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



④ 알티마트(RT Mart)

	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	매출액('18)	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 5,349억 원)
기타 규모		- 매장 수('18): 약 408개 - 직원 수('18): 약 10만 명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1997년 설립 - 1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈 - 중국 오프라인 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 - 중국 내 29개의 성에 매장 보유 - 약 2,400만 달러(한화 약 282억 원)의 자본금 보유 - 2017년 알리바바(Alibaba) 기업의 선아트리테일 지분 인수를 통해 온·오프라인 융합 강화 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 키톤유업(Keytone)²⁸과 대리판매 계약 체결 - 2018년 알리바바 신기술유통 사업의 일환으로 약 100개 매장에 디지털 기술을 접목 	
유사제품 정보		제품명	웨이안타오즈(汇源桃汁)
		종류	복숭아농축주스
		용량	1L
		원산지	중국

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 신랑신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor), 리테일매거진(Retail Magazine), 이컨설턴시(EConsultancy)
사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지

28) 뉴질랜드 내 유명 유제품 제조업체

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: 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 신선식품, 즉석식품, 냉동식품 등 - 일반: 영유아용품, 의류, 주방용품, 가정용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높은 제품 - 간편하게 즐길 수 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 상하이에 전국 총 구매담당자 있으며 주로 인지도가 높은 벤더를 통해 제품 소싱 - 입점 제품에 대해서는 지역 내 구매 담당자가 관리 - 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호 		
<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 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국의 구매담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 제품은 알티마트부터 상품코드 수취 - 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 - 신상품 입점 및 판매 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 		
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 5주 - 총괄 구매 담당자가 선정한 제품을 신뢰 있게 보는 경향이 있음 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)800-010-020 LINE 아이디: @bvq0787C 		
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seoagencychina.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 이메일 : seo@marketingtochina.com - 기업소개 : 알티마트를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 		

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



⑤ 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.cn	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	매출액('18)	약 951억 3,234만 달러 (약 113조 3,407억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 234개 - 직원 수('18): 약 60,000명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 기업으로 1995년 중국 진출 - 중국 내 210개의 대형 마트 및 24개의 편의점 운영 - 중국 내 22개의 성과 51개의 도시에 매장 보유 - 납품 업체의 상품을 대량 매입 후 고객에게 판매하는 저가 전략으로 시장 선점 - 2013년부터 온라인 상점과 택배 서비스를 시작하였으나 가격, 서비스의 질, 배송시간의 문제로 점점 인기 감소 - 중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인하여 인기 및 수익 하락 추세 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 까르푸 중국 법인의 약 80%의 지분을 중국 온라인 유통업체인 '쑤닝닷컴(Suning.com)'에 매각하기로 발표 - 2019년부터 수입 신선식품군 취급 확대 		
유사제품 정보		제품명	농푸산취안100%NFC망꾸오 혼허꾸오즈 (农夫山泉100%NFC芒果混合汁)
		종류	망고착즙주스
		용량	300ml
		원산지	중국

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 아이에스앤머거진(ISN Magazine), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia)

사진 자료: 글로벌코스메틱스뉴스(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, 소스류, 냉동식품 등 - 일반: 욕실용품, 유아용품, 주방용품, 청소용품, 잡화류 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 부득이하게 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 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.carrefour.com/contact/page) - 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자 자료등록표’를 송부 - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 및 서비스 계약서를 체결 - 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 까르푸 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 제품 안전성 기준 충족 · 평가 기준 ③ ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시
	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 차년도 1월 1일까지) - 입주 비용이 높은 편 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)21-38784500 메일: vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) - 홈페이지 : seoagencychina.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 이메일 : seo@marketingtochina.com - 기업소개 : 까르푸를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 지아지아위에(Jiajiayue)

기업 기본 정보	기업명	지아지아위에(Jiajiayue)		
	홈페이지	www.jiajiayue.com.cn		
	위치	웨이하이(Weihai)		
	규모	매출액('18)	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 1,986억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 750개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1974년 설립 - 중국 내 약 40개 도시에 750여개의 매장 보유 - 주로 농산품 및 신선식품을 유통 - 일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점, 특산품 전문매장 등 다양한 형태의 매장 보유 			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 5월 장자커우물류센터(Zhangjiakou Logistics Center) 건설 착수 - 2018년 11월 전국리테일컨퍼런스에서 소매혁신상 수상 		
유사제품 정보		제품명	디스푸르타오렌지 (Disfruta Orange)	
		종류	오렌지주스	
		용량	2L	
		원산지	이탈리아	

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

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: 신선식품, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 육류 등 - 일반: 욕실용품, 의류, 잡화류 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 취급 - 다양한 자체 브랜드 보유 - 다양한 형태의 매장 보유(백화점, 편의점, 프랜차이즈 매장) 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제품 정보와 '공급자자료등록표'를 작성하여 등록페이지에 등록 (qyeps.com/register?purchaserId=161784) - 구매부 내부에서 제출 자료 검토 후, 관심이 있을 경우 개별 연락 - 공급자 필수 제출 서류 보완 - 심사 통과 후 계약서 체결 - 상품 판매 및 유통 <p>2. 이메일을 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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, 인기 상품 관련 정보) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 자유기재, 서비스 제공범위)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 30일 - 구매담당자 연락처 이메일: 2653502710@qq.com

자료: 지아지아위에(Jiajiayue) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 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 7,308억 원)	
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 17,000개		
	<ul style="list-style-type: none"> - 1997년 설립 - 약 17개국에서 운영 - 중국의 대규모 프랜차이즈 편의점 - 매달 약 300-400개의 편의점이 신규 오픈 - 일평균 이용 고객 수 약 500만 명 이상 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 6월 광둥체인점경영협회가 선정한 2018년 광둥 지역 체인점 Top 50에서 7위 기록 - 2019년 5월 중국프랜차이즈 연합(CCFA)로부터 2019년 중국 편의점 특별상 및 혁신상(China Convenience Store Special Award and Innovation Award) 수상 			
유사제품 정보		제품명	위안치취에싱100%푸허꾸 오슈즈 (元气觉醒100%复合果蔬汁)	
		종류	과채주스	
		용량	300g	
		원산지	중국	

자료: 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지, 따종망(大众网), 이뽕동리왕(亿邦动力网), 유로모니터(Euromonitor), 뉴스큐큐(news.qq)
 사진 자료: 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지, 바이두백과(百度百科)

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: 즉석식품, 면류, 스낵류, 음료류, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 화장품, 세제용품, 청소용품, 주방용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 - 신신도가 높은 상품(해외 품목의 경우, 유통기한의 70% 이상이 남아야 하며 중국 현지에 공장을 보유한 경우에는 80% 이상이 남아야 함) - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 - 간편 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 평판을 가진 공장에서 제조되는 제품의 신뢰도가 높음 		
<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 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 등록 (www.meijijia.com.cn/contact/index.htm)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 고객센터에서 공급자 자료가 수취되면, 본사에서 검토 후 구매담당자를 통하여 공급자와 연락 예정(약 1-2주 소요) - 공급자 정보 등록 - 입점 상품 정보 등록 - 상품 유통 및 판매 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>		
<p>벤더 리스트</p>	<p>• Seo Agency China (식음료 및 주류 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seoagencychina.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 이메일 : seo@marketingtochina.com - 기업소개 : 메이지아를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 메이지아(Meijijia) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-11.cn	
	위치 ²⁹⁾	베이징(Beijing), 광둥(Guangdong)	
	규모	매출액 ⁽¹⁸⁾	약 10억 6,535만 달러 ³⁰⁾ (약 1조 2,693억 원)
기타 규모		매장 수 ⁽¹⁸⁾ : 약 2,377개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1927년 미국에서 설립 - 2005년 일본 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings)에 매각 - 전 세계 18개국에 약 64,319개의 매장 보유 - 중국 남부 지점은 데어리팜그룹(Dairy Farm Group)이, 베이징·톈진·청두 지점은 일본 세븐&아이홀딩스가 운영 - 중국 남부에 1992년 진출하여 2006년 외국계 편의점 리테일 기업 최초로 프랜차이즈 운영권 획득 	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년부터 우한시, 푸저우시에 매장 운영 - 2019년 9월 광둥지방 1000여개의 편의점에 세븐일레븐셀프숍(7-Eleven Self-Shop) 서비스 시행 		
유사제품 정보		제품명	베수FSJuice NFC시안즈아청즈 (斐素FSJuice NFC鲜榨橙汁)
		종류	오렌지착즙주스
		용량	310g
		원산지	중국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 2019 중국 편의점 개발 보고서(2019 China Convenience Store Development Report), 세븐&아이(Seven&i) 홈페이지, 세븐&아이홀딩스 보고서 2018(2018 Integrated Reports), 링크샵(Linkshop) 홈페이지
 사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 123알에프(123RF)

29) 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings)가 운영하는 베이징 본사 및 데어리팜그룹(Dairy Farm Group)이 운영하는 광둥 본사

30) 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings)의 총 매출액 중 미국과 일본을 제외한 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 문구류, 잡화류, 청소용품, 위생용품, 애견용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 등록 (7-11bj.com.cn/?inquiry.html) - 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings) 홈페이지 접속 후 입점 절차 확인 (www.7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) - 세븐일레븐 베이징·톈진 홈페이지 좌측 메뉴 중 Contact Us 클릭하여 문의사항 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일, 전화번호, 문의 내용	
	등록 조건	· 평가 기준 ① Seven&I 그룹 기업 행동지침 준수	
	특이사항	- 중국 남부 지점 이메일: gd7Eleven@163.vom 전화: +86-(0)20-8364-7202	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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 357조 5,388억 원)	
		기타 규모	오프라인 창고 수('18): 약 28개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 설립 - 중국 내 온라인 B2C매장 1위 - 2014년 해외직구 플랫폼 출시 및 해외 제품 서비스 개시 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 전년대비 총매출액 31% 증가 - 2019년 7월 상하이에 최초로 티몰 소비자체험센터 개장 - 2019년 고객맞춤서비스 강화 목적의 플래그십스토어2.0(Flagship Store 2.0) 개시 - 미국 의류 브랜드 브이에프코퍼레이션(VF Corporation)과 파트너십 체결 - 2017년 명품 브랜드 유통 플랫폼 '럭셔리파빌리온(Luxury Pavilion)' 개시 			
유사제품 정보		제품명	페션베이NFC청주 (派森百NFC橙汁)	
		종류	오렌지착즙주스	
		용량	500ml×8	
		원산지	중국	

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 신랑커지(新浪科技), 유로모니터(Euromonitor), 쉘지(Quartz), 포브스(Forbes)
 사진 자료: 티몰(Tmall) 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, 즉석식품, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 의류, 액세서리류, 전자제품, 주방용품, 식기류, 서적류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함 - 건강식품과 유기농식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 			
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 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 - 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 		
<p>벤더 리스트</p>	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 보증금 동결 및 기술서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보 필요 - 입주 후 3개월이 지난 상품에 대해 다른 프로모션 실시 - 중국 법인 사업자(기업)만 입점 가능(개인판매자는 입점 불가) 		
	<p>• E commerce China Agency (이커머스기업 전문 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : ecommercechinaagency.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 이메일: ecommerce@marketingtochina.com - 기업소개 : 티몰을 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 			

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 징동(JD.COM/京东)

	기업명	징동(JD.COM/京东)	
	홈페이지	www.jd.com	
	위치	베이징(Beijing)	
	규모	매출액('18) 약 2,396억 6,297만 달러 (약 285조 5,345억 원) 기타 규모 직원 수('18): 약 17만 8,000명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 설립 - 약 4,020만 종류의 상품 취급 - 보증된 품질과 안정적인 배송으로 소비자 신뢰도가 높은 온라인 플랫폼 - 중국 내 최초 대규모로 수입물품을 다루는 플랫폼 - 베이징 물류센터에 5G 기술과 IIoT³¹⁾ 기술을 적용하여 유통 효율성 향상 		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 가정용기기 부문에서 22.7%의 점유율을 차지하며 온라인 및 오프라인 플랫폼 분야 1위 기록 - 2019년 4월 약 600억 건의 주문축적량 달성 - 2018년 징동닷컴 디지털 스토어 개설 		
유사제품 정보		제품명	100%썬꾸오즈 (100%桑果汁)
		종류	오디착즙주스
		용량	468ml×12
		원산지	중국

자료: 징동(京东) 홈페이지, 제트디넷(ZD Net), 유로모니터(Euromonitor), 중국전자정보산업연구원(CCID)
사진 자료: 징동(京东) 홈페이지

31) IIoT(Industrial Internet of Things): 산업용 사물인터넷

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, 즉석식품, 주류, 소스류, 김치류, 건강보조식품 등 - 일반: 전자제품, 잡화류, 의류, 화장품, 완구류, 의료용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵 및 건강식품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망하는 제품의 품목 분류가 명확해야 함 - 건강식품과 유기농식품 판매는 해당 제품이 판매되는 지역 정책과 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - JD.COM 접속 및 로그인 (계정 없을 시 회원가입 필수) - 입점안내 정독 및 동의 후 절차 진행 (zhaoshang.jd.com/index) - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌정보, 사업자 등록번호) ② 공급 제품 정보 (제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 공급자 자격 심사 7일 / 재검토 1~15일 / 권한부여 1~3일 소요 - 심사진행 현황은 '온라인 입점 시스템'으로부터 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격 요건의 발각으로 인해 JD.COM에서 탈퇴 당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 - 문의사항 연락처: +86-(0)400-136-6618
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sinowei (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : sinowei.com.cn - 이메일: team@sinowei.com.cn - 기업소개 : 징동을 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 징동(京东) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 중국 NFC착즙주스 인증 취득
2. 중국 NFC착즙주스 업체·제품 등록
3. 중국 NFC착즙주스 라벨 심의
4. 중국 NFC착즙주스 서류 준비
5. 중국 NFC착즙주스 세금 납부
6. 중국 NFC착즙주스 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 5% 증치세 9-13% 	(*) 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 NFC착즙주스 인증 취득

인증 취득

중국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

NFC착즙주스

NFC착즙주스 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

NFC착즙주스 제품을 중국에 수출할 경우 반드시 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 식품검역을 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 마크
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		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정조치>인증심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원
SC 인증		절차	기간
		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 NFC착즙주스 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

NFC착즙주스

NFC착즙주스 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

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

중국시장관리감독총국(SAMR)은 현재까지 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 중국 식품의약품관리총국(CFDA), 국가공상행정관리총국(SAIC)이 중국 식품 위생법에서 정한 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따른 의무를 수행함. 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 대응하기 위해 시행됨

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 국가표준³²⁾을 숙지하여야 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 Dongtu, 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)

32) GB14884-2016 : 과일, 채소 등을 주요 원료로 하고 식품첨가제 및 기타 보조 원료를 첨가 또는 첨가하지 않은 배합, 설탕이나 꿀이나 소금 절임의 가공 공정을 거쳐 생산된 미젠(蜜饯)류, 량귀(凉果)류, 화화(话化)류, 과일케이크류, 귀단(果丹)류 등을 포함

3. 중국 NFC착즙주스 라벨 심의

▶ 중국 라벨 규정

[표 4.4] 중국 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 라벨 표기사항 (항목)	● NFC착즙주스	라벨 표기사항 (가이드)
중국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	라벨 표기사항 (항목)	NFC착즙주스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (가이드)
	적용 규제		세부 내용
	세부 규정		세부 내용
	중국 식품 위생법 ‘中华人民共和国食品卫生法’		
	GB 7718-2011 포장식품 라벨 통칙		
			<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
	표기 언어		표준 중국어(병음 표기 가능) 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응해야 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 생산일자과 품질 보증기간 분명하게 명시 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면제 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

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

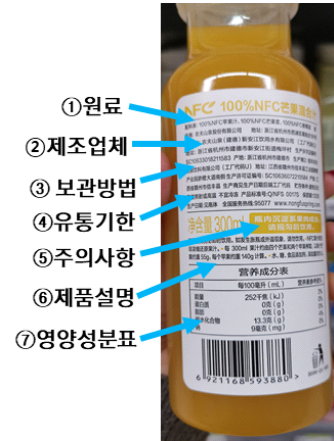
세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	제품표준	가공에 사용된 국가표준, 산업표준, 지방표준번호 또는 등록된 기업표준 번호를 기재할 것
		기타	생산허가증관리 식품인 경우 식품생산허가증번호 및 QS 마크를 표기할 것
			필요한 경우 섭취 시 주의 사항에 관하여 표기할 것
		기타 관련 인증 라벨 등 표기 사항	
	수입업체	수입업체명, 주소, 전화번호(팩스) 표기	
	영양 성분표	매100그램(g)/100밀리리터(ml)/한 몫 기준	
	강제표기	열량(KJ), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g)	
	라벨 표기사항 (영양성분)	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 설명 시 '함유', '고저', '유무', '증감' 등의 표기에 대한 구체적인 함량 및 기준조건

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

▶ 중국 NFC착즙주스 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(중문)

- ① 제품명 : NFC 100% 鲜果压榨果汁
芒果混合汁 MANGO BLENDED JUICE
- ② 제품특징 : 优选产地 鲜果榨汁
无菌灌装 冷藏风味佳
- ③ 용량(净含量) : 300ml
- ④ 브랜드명 : 农夫山泉

앞면(국문)

- ① 제품명 : NFC 100% 생과일 착즙주스
망고 블렌디드 주스
- ② 제품특징 : 특선산지 신선과즙
무균포장 냉장 후 섭취
- ③ 용량 : 300ml
- ④ 브랜드명 : 농푸스프링

뒷면(중문)

- ① 원료(配料表) : 100%NFC苹果汁,
100%NFC芒果浆, 100%NFC香蕉泥
- ② 제조업체 :
委托商: 农夫山泉股份有限公司
地址: 浙江省杭州市西湖区葛衙庄181号
生产商1: 农夫山泉(建德)新安江饮用水有限
公司(工厂代码Q)
地址: 浙江省杭州市建德市新安江街道梅坪村
生产许可证编号: SC10633018211583
产地: 浙江省杭州市建德市
生产商2: 信丰农夫山泉饮料有限公司(工厂代
码U)
地址: 江西省赣州市信丰县工业园脐橙产业园
脐橙大道南侧
生产许可证编号: SC10636072210584
产地: 江西省赣州市信丰县

뒷면(국문)

- ① 원료 : 100%NFC사과주스,
100%NFC망고즙, 100%NFC바나나메쉬
- ② 제조업체 :
위탁업체: 농부산천유한주식회사 주소:
장성향저우시시후구거야장181호
생산업체1:
농부산천(젠더)신안강식수유한회사(공장코드Q)
주소: 저장성향저우시젠더시신안장가두
생산허가증번호: SC10633018211583
생산지: 저장성향저우시젠더시
생산업체2:
신평농부산천음료유한회사(공장코드U)
주소: 장시성간저우시신평현공업원네이블
생산허가증번호: SC10636072210584
생산지: 장시성간저우시신평현

- ③ 보관방법(贮存条件) :
避免日光直接照射或高温 不宜冷冻
- ④ 유통기한(保质期) : 120天
- ⑤ 주의사항 :
瓶内沉淀系果肉成分, 请摇匀后饮用。
开后后请务必即时饮用。如发生涨瓶或外溢现象, 请勿饮用。
- ⑥ 제품설명 : NFC果汁即为非浓缩还原果汁。
*每300ml果汁约由四个芒果和两个苹果榨取, 以每个芒果约重55g, 每个苹果约重140g计算。
*水、糖、食品添加剂, 添加量均为0。
- ⑦ 영양성분표(营养成分表) :

项目	每100毫升	NRV%
能量	252kj	3%
蛋白质	0g	0%
脂肪	0g	0%
碳水化合物	13.3g	4%
钠	9mg	0%

- ③ 보관방법 : 직사광선 및 온도가 높은 곳을 피해야 하며, 냉동보관은 권장하지 않음
- ④ 유통기한 : 120개월
- 병 안의 침전물은 과육 성분이니 잘 흔들어 드세요. 뚜껑을 연 후에는 가급적 빨리 먹는 것이 좋으며, 병이 팽창하거나 넘치는 현상이 있을 경우에는 먹지 않는 것이 좋습니다.
- ⑥ 제품설명 : NFC주스는 비농축 착즙주스입니다.
*주스 300ml당 4개의 망고와 2개의 사과가 착즙되어 있습니다. 망고는 개당 55g, 사과는 개당 140g으로 계산되었습니다.
*물, 설탕, 식품첨가물, 기타 첨가물은 0
- ⑦ 영양성분표 :

항목	100ml당	NRV %
에너지	252kj	3%
단백질	0g	0%
지방	0g	0%
탄수화물	13.3g	4%
나트륨	9mg	0%

4. 중국 NFC착즙주스 서류 준비

서류 준비

중국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

NFC착즙주스

NFC착즙주스 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 해당 수입 통관 업무를 직접 진행하기 위해서는 수입 라이선스가 필요하기 때문에, 해당 라이선스를 소지하지 않은 기업은 에이전트나 수입업체를 통해 통관을 진행할 수 있음

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

[표 4.5] 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 NFC착즙주스 세금 납부

세금 납부

중국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

NFC착즙주스

NFC착즙주스 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 NFC착즙주스 식품 HS CODE 2009.89.19, 관세율 5% 적용
- ▶ 한-중 FTA 발효로 협정세율 적용

NFC착즙주스는 중국에서 HS CODE 2009(과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다))의 2009.89.19(기타) 세번이 적용되어 수입됨.³³⁾ 중국 수입 시 기본 세율은 90%이고 2015년 12월 20일자로 발효된 한·중 FTA 협정으로 협정세율인 13.3%이 적용되나, 최혜국대우(MFN)³⁴⁾의 경우 5%의 관세가 적용되기 때문에 해당 관세를 적용 받는 것이 유리함. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야하며 항목에 따라 9~13%의 세율이 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 120달러(한화 약 14만 원)³⁵⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 24시간 소요
- 통관 비용은 335달러(한화 약 40만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 48시간 소요

[표 4.6] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스 (설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)	
	2009.89	기타	
	2009.89.1090	기타	
중국	2009.89.19	기타	
관세	기본관세율	90%	
	최혜국대우	5%	
	협정 세율	13.3%	
증치세		9-13%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

33) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2009.89 중 NFC착즙주스에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 중국 세관당국의 판단과 차이가 있을 수 있음. 중국의 HS Code를 확인하기 위해 문의할 수 있음

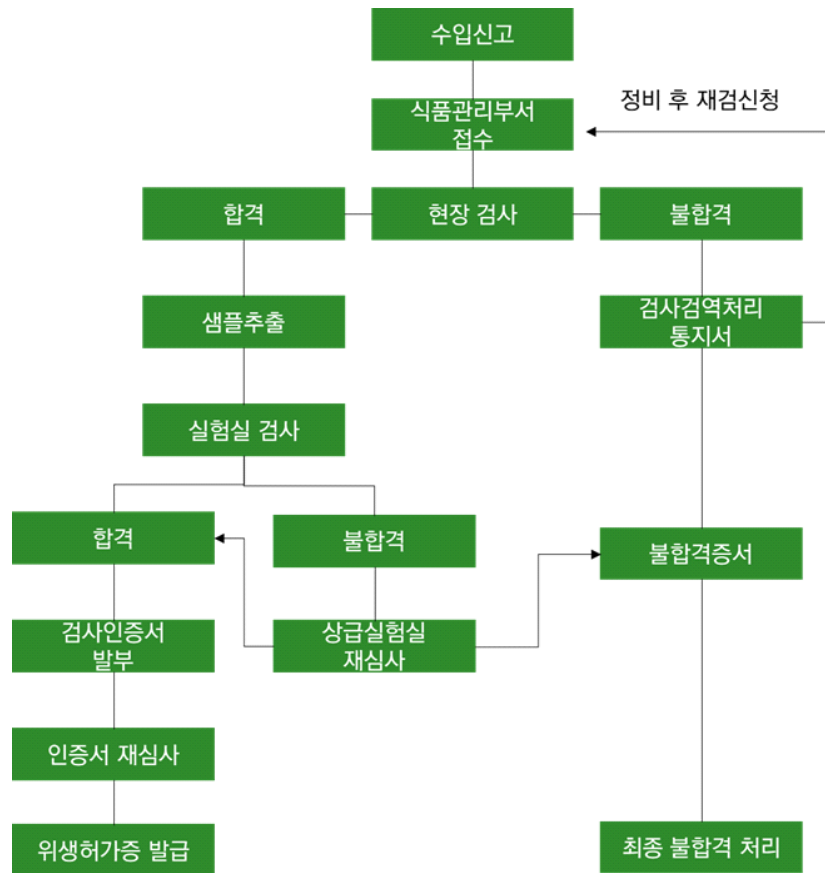
34) 중국과 상호 최혜국조치를 하는 세계무역기구(WTO)의 회원국이 원산지인 수입물품, 중국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역이 원산지인 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율을 의미함

35) 1달러=1,191.40원 (2020.03.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 중국 NFC착즙주스 검역 심사

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

[표 4.7] 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

NFC착즙주스

NFC착즙주스 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중
음료류의
과일·채소류음료로
분류하여 이에 해당하는
정보를 제공함

[표 4.8] 중국 NFC착즙주스 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
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 정저우무자마오이유오
(郑州睦家贸易有限公司)
- Interview ② 상하이러카이화이마오이유오
(上海乐开怀贸易有限公司)
- Interview ③ 진마오상관팡치지엔띠엔
(金懋祥官方旗舰店)
- Interview ④ 전장판야진추커오마오이유오
(镇江泛亚进出口贸易有限公司)
- Interview ⑤ 상하이량러마오이유오
(上海两乐贸易有限公司)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution

郑州睦家贸易有限公司

- 인터뷰 기업 : 정저우무자마오이유오
(郑州睦家贸易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Wang
(Manager)

중국에서의 NFC착즙주스 수요는 적은 편

NFC착즙주스는 가격이 비싸고 유통기한이 짧아, 현지인들 사이에서 수요가 많지 않은 편입니다. 과거와 비교했을 때, 현재 NFC착즙주스를 취급하는 업체들이 많지 않습니다.

오프라인 매장에 제품을 납품할 것을 추천

인지도가 낮은 브랜드의 NFC착즙주스는 온라인보다 오프라인 매장에서 수요가 많으므로, 중국 내 패밀리마트, 711, 프리미엄 마트, 베이커리, 음식점 등으로 납품하는 것을 추천합니다.

Market Demand and Preference

乐开怀食品饮料专营店

- 인터뷰 기업 : 상하이카이카이이유오
(上海乐开怀贸易有限公司)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jia
(Manager)

중국에서의 NFC착즙주스 수요는 증가할 것으로 전망

최근 중국인들 사이에서 설탕 등의 첨가물 없이 과일의 맛을 그대로 살린 주스가 유행함에 따라, NFC착즙주스의 수요는 증가할 것으로 전망됩니다.

현지인들은 200-300mL의 용량을 선호

현지인들은 인당 적정 용량인 200-300mL의 NFC착즙주스를 선호하며, 1L 이상의 대용량 주스는 명절 등의 기념일에만 수요가 있습니다.

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 진마오상관팡치지엔띠엔
(金懋祥官方旗舰店)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhao
(CEO)

중국에서의 NFC착즙주스 수요는 많은 편

중국에서의 NFC착즙주스 수요는 많은 편이며, 현지인들은 해당 제품은 비타민 C 등의 영양소가 풍부하고, 설탕 등의 첨가제 없이 과일 본연의 맛을 살린 건강한 제품으로 인식합니다.

NFC착즙주스의 주 고객은 20-30대

NFC착즙주스는 건강에 관심이 많은 20-30대의 젊은 소비자층이 주로 구매하며, 대부분 자신의 건강과 가족들의 건강을 위해 제품을 구매합니다. 이 밖에도 NFC착즙주스는 고소득층의 소비자들에게 꾸준한 수요가 있는 편입니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Promotion

镇江泛亚进出口贸易有限公司

- 인터뷰 기업 : 镇江泛亚进出口贸易有限公司
(镇江泛亚进出口贸易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang
(CEO)

NFC착즙주스의 수요는 증가할 전망

중국 내 음료류 시장의 수요는 전반적으로 하락세를 보이고 있으나, 최근 중국인들 사이에서 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 NFC착즙주스의 수요는 점차 증가할 것으로 예상됩니다.

프리미엄 매장과의 협업을 추천

중국에서 NFC착즙주스를 판매한다면, 프랜차이즈 레스토랑, 베이커리 및 프리미엄 마트 등과 협력할 것을 추천합니다. NFC착즙주스는 일반 주스보다 가격대가 높기 때문에, 프리미엄 시장을 주로 방문하는 고소득층의 소비자들에게 수요가 더 많을 것입니다.

Market Customers and Preference

上海两乐贸易有限公司

Shanghai Liangle Trading Co., Ltd.

- 인터뷰 기업 : 上海两乐贸易有限公司
(上海两乐贸易有限公司)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Han
(Sales Manager)

NFC착즙주스의 주 고객은 1선, 2선 도시에 거주하는 젊은 직장인들

NFC착즙주스의 주 고객은 1선, 2선 도시에 거주하는 젊은 직장인들로, 이들 중 일부는 바쁜 일상으로 인해 NFC착즙주스를 식사대용으로 섭취합니다.

유통업체들은 유리병, 플라스틱병의 포장 방식을 선호

유리병이나 투명 플라스틱병은 소비자들에게 주스의 '신선함' 혹은 '천연'의 느낌을 줄 수 있다는 점에서, 많은 유통업체는 해당 방식으로 포장된 제품을 선호합니다.

Interview ① 정저우무자마오이유오 (郑州睦家贸易有限公司)

37)

정저우무자마오이유오
(郑州睦家贸易有限公司)

전문가 소속

정저우무자마오이유오
(郑州睦家贸易有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Wang
(Manager)

郑州睦家贸易有限公司



정저우무자마오이유오(郑州睦家贸易有限公司) Manager, Ms. Wang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2015년에 설립된 식품 전문 유통업체로, 음료류, 스낵류, 라면 등을 취급하고 있습니다. 한국과 태국에서 제품을 직접 수입하고 있으며, 대형 프랜차이즈 마트와 알리바바 등 온라인 쇼핑몰로 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서의 NFC착즙주스 수요는 어떻게 되나요?

중국에서의 NFC착즙주스 수요는 적은 편입니다. 2017년까지 약 30-40개의 NFC착즙주스 브랜드가 있었으나, 현재 사업을 영위하는 기업의 수는 많지 않습니다. NFC착즙주스의 수요가 적은 원인은 다양하나, 비교적 고가의 제품이란 점이 큰 요인이라고 생각합니다. 실제 일반 음료는 평균 4.00-8.00위안(683-1,367원)³⁸⁾이나, NFC착즙주스는 일반 음료의 약 2배가 넘는 10.00-20.00위안(1,709-3,419원)의 가격대를 형성하고 있습니다. 또한 NFC착즙주스는 일반 주스보다 유통기한이 짧아 현지인들 사이에서 수요가 많지 않습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 주스의 맛에는 무엇이 있나요?

현지인들은 오렌지와 망고 맛 주스를 가장 선호합니다. A사의 석류와 당근 주스는 현지인들 사이에서 반응이 좋을 것 같지만, 비트 주스의 수요는 높지 않을 것으로 예상됩니다. 과거 페이수구어즈(斐素果汁)에서 딸기·비트 맛 주스를 출시했었는데, 대중의 입맛을 사로잡지 못해 수요가 매우 적었던 것으로 기억합니다. 중국으로의 진출을 고려하고 있다면, 오렌지와 망고 외에도 다양한 맛의 NFC착즙주스를 개발하는 것이 좋을 것 같습니다.

37) 사진자료: 정저우무자마오이유오(郑州睦家贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (zzmujia.1688.com)

38) 1위안=170.95원(2020.03.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 중국 내 유명 NFC착즙주스에는 무엇이 있나요?

중국산 유명 음료 브랜드로는 농푸산취안(农夫山泉), 링두구어팡(零度果坊), 페이수구어즈가 있습니다. 특히 페이수구어즈는 망고·오렌지 맛과 같이 차별화된 맛의 주스를 출시해, 현지인들 사이에서 수요가 매우 많습니다. 이 외에도 수험생들에게 제품을 무료로 나눠주는 등 다양한 마케팅을 펼쳐 현지인들 사이에서 브랜드 인지도가 높습니다.

Q. 중국에서의 NFC착즙주스 판매 시, 추천하는 판매처가 있나요?

중국에서 NFC착즙주스를 판매한다면, 오프라인 매장에 납품하는 것을 추천합니다. 중국 내 다양한 온·오프라인 매장에서 주스를 취급하고 있지만, 인지도가 낮은 제품은 온라인보다 오프라인 매장에서 판매하기가 더 쉽습니다. 따라서 A사와 같이 아직 중국 내 브랜드 인지도가 낮은 제품은 패밀리마트, 711, 프리미엄 마트, 베이커리, 음식점 등의 오프라인 매장을 통해 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 상하이러카이화이마오이유오 (上海乐开怀贸易有限公司)

41)

상하이러카이화이마오이유오
(上海乐开怀贸易有限公司)

전문가 소속

상하이러카이화이마오이유오
(上海乐开怀贸易有限公司)
유통업체

전문가 정보

Mr. Jia
(Manager)

乐开怀食品饮料专营店



상하이러카이화이마오이유오(上海乐开怀贸易有限公司)

Manager, Mr. Jia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2015년에 설립된 음료 전문 유통업체로, 과채음료, 주스, 에너지음료, 우유 등 다양한 음료류를 취급하고 있습니다. 제품은 주로 징둥, 티몰 등 유명 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있으며, 이 외에도 다양한 도매상에 제품을 공급하고 있습니다.

Q. 중국에서 NFC착즙주스의 수요는 어떠한가요?

중국 내 NFC착즙주스의 수요는 매우 적은 편이나, 향후 수요가 증가할 것으로 예상됩니다. 최근 중국인들 사이에서 설탕 등의 첨가물 없이 과일 본연의 맛을 그대로 살린 주스가 유행하고 있기 때문입니다. NFC착즙주스는 과즙과 과육을 그대로 보존하고 있고 설탕 및 기타 첨가물이 함유되어 있지 않기 때문에, 중국인들의 니즈와 부합한다고 생각합니다. 따라서 현재는 아이를 둔 부모, 젊은 여성, 고소득층 소비자들에게만 NFC착즙주스의 수요가 있는 편이나, 향후 소비층이 확대될 것으로 보입니다.

Q. 제품의 적정 용량과 추천하는 포장 방식은 무엇인가요?

NFC착즙주스의 용량은 200-300ml가 가장 적당합니다. 200-300ml 제품의 수요는 특정 기간과 상관없이 항상 많으며, 한 사람이 마시기에 가장 적당한 용량인 것 같습니다. 1L 이상의 대용량 주스의 수요는 많지 않으며, 명절 등 가족들이 다 모이는 기념일에만 수요가 있습니다. 그리고 제품의 포장 용기로는 유리병을 추천합니다. 유리병은 주스의 영양성분이 유실되지 않도록 보존할 수 있을 뿐만 아니라, 해당 제품이 몸에 좋다는 이미지를 소비자들에게 줄 수 있기 때문입니다.

41) 사진자료: 상하이러카이화이마오이유오(上海乐开怀贸易有限公司) 징둥 홈페이지 (mall.jd.com/index-783985.html)

Q. 현지인들 사이에서 수요가 많은 제품에는 무엇인가요?

농푸산취안(农夫山泉) 오렌지 주스, 구아바·사과·포도·당근 주스와 리양천(良珍)의 토마토 주스, 사과 주스의 수요가 많습니다. 농푸산취안 제품은 무설탕, 무첨가 과일 주스로 중국 소비자들 사이에서 인지도가 높고, 현지인들은 해당 브랜드에서 출시된 제품을 매우 신뢰합니다. 리양천 제품은 주로 스페인산 과일을 주재료로 사용하며, 농푸산취안 제품과 마찬가지로 설탕 및 기타 첨가물이 함유되어 있지 않아 당뇨나 고혈압 환자 등 설탕 함량에 민감한 소비자들 사이에서 선호도가 높습니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

중국에서 NFC착즙주스를 효과적으로 판매하기 위해서는 온라인 쇼핑몰에 제품을 납품하고, 왕홍 마케팅을 추진할 것을 추천합니다. 오프라인 매장에 납품 시, 제품 보관과 임대료 등의 문제를 겪을 수 있습니다. 따라서 물류체계가 잘 구축되어 있고 비싼 임대료를 지불할 필요가 없는 온라인 쇼핑몰에 제품을 납품하는 것이 좋을 것 같습니다. 또한 최근 중국인들 사이에서 왕홍⁴²⁾ 마케팅이 트렌드로 자리매김함에 따라, 왕홍을 통해 제품을 적극적으로 홍보하는 것이 수요를 높일 방안이라고 생각합니다.

42) 중국 SNS상에서 영향력을 발휘하는 인플루언서(Influencer)

Interview ③ 진마오상관팡치지엔띠엔 (金懋祥官方旗舰店)

43)

진마오상관팡치지엔띠엔
(金懋祥官方旗舰店)

전문가 소속

진마오상관팡치지엔띠엔
(金懋祥官方旗舰店)

유통업체

전문가 정보

Mr. Zhao
(CEO)



진마오상관팡치지엔띠엔(金懋祥官方旗舰店)

CEO, Mr. Zhao

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2009년에 설립된 음료 전문 유통업체로, 과일 음료, 커피, 생수, 주류 등을 취급하고 있습니다. 주로 징둥과 티몰 등 온라인 쇼핑몰로 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서의 NFC착즙주스 수요는 어떠한가요?

NFC착즙주스의 수요는 매우 많은 편이며, 매달 평균 5,000박스를 판매하고 있습니다. 현지인들은 NFC착즙주스를 비타민 C 등의 영양소가 풍부하고, 설탕 등의 첨가물 없이 과일 본연의 맛을 살린 건강한 제품으로 인식합니다. NFC착즙주스는 건강에 관심이 많은 20-30대의 젊은 소비자들이 주로 구매하며, 대부분 자신의 건강과 가족들의 건강을 위해 제품을 구매합니다. 이 밖에도 NFC착즙주스는 고소득층의 소비자들에게 꾸준한 수요가 있는 편입니다.

Q. 중국에서 수요가 많은 NFC착즙주스는 무엇인가요?

농푸산취안(农夫山泉)과 후에이위안(汇源)의 NFC착즙주스 수요가 많습니다. 그중 농푸산취안에서 출시한 NFC오렌지 주스의 인기가 많으며, 제품의 가격은 24병에 168.00위안(28,719원)입니다. 이 제품은 설탕 및 첨가물이 들어있지 않은 100% 착즙주스이며, 소비자들이 선호하는 300ml 용량에 저렴한 가격으로 수요가 많습니다. 후에이위안 오렌지 주스는 1L x 6팩에 86.00위안(14,701원)입니다. 해당 제품은 2000년부터 TV 광고를 통해 브랜드 인지도를 높였고, '마실수록 젊어진다'는 문구를 통해 제품을 홍보하고 있습니다. 소비자들은 이 제품을 명절 등의 가족 모임과 지인 선물로 많이 구매합니다.

43) 사진자료: 진마오상관팡치지엔띠엔(金懋祥官方旗舰店) 징둥 홈페이지 (heqianting.jd.com)

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

중국에서 NFC착즙주스를 판매한다면, 온라인 쇼핑몰에 제품을 납품하고 전시회 참가를 통해 브랜드 인지도를 높일 것을 추천합니다. 같은 제품이라도 오프라인 매장보다 온라인에서의 가격이 저렴하기 때문에 현지 소비자들은 온라인 구매를 선호합니다. 또한 A사는 중국에서 브랜드 인지도가 낮기 때문에, 왕홍 마케팅이나 씨알차이나(中食展), 차이나푸드앤드링크페어(糖酒展) 등의 전시회 참가를 통해 브랜드 인지도 높이는 것이 중요합니다.

Interview ④ 전장판야진추커오마오이유오 (镇江泛亚进出口贸易有限公司)

44)

전장판야진추커오마오이유오
(镇江泛亚进出口贸易有限公司)

전문가 소속

전장판야진추커오마오이유오
(镇江泛亚进出口贸易有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Zhang
(CEO)

镇江泛亚进出口贸易有限公司



전장판야진추커오마오이유오(镇江泛亚进出口贸易有限公司)
CEO, Mr. Zhang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2006년에 설립된 수입유통업체로, 과채음료, 과일, 주스, 육류, 주류 등을 취급하고 있습니다. 폴란드, 이탈리아, 베트남, 아제르바이잔에서 제품을 직접 수입하고 있으며, 징둥, 티몰 등 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장에 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서의 NFC착즙주스의 수요는 어떠한가요?

중국 내 음료류 시장의 수요는 전반적으로 하락세를 보이고 있으나, 최근 중국인들 사이에서 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 NFC착즙주스의 수요는 점차 증가할 것으로 예상됩니다. NFC착즙주스는 일반 주스와 달리 영양소가 풍부하여, 다이어트를 하는 사람들이 식사대용 및 영양보충을 위해서도 많이 구매합니다.

Q. 취급 제품의 포장 형태와 용량은 어떠한가요?

중국에서 취급 중인 대부분의 주스 제품들은 유리병이나 종이 팩으로 포장되어 있으며, 당사는 캔으로 포장된 제품을 취급하고 있습니다. 제품마다 용량은 상이하나, 일반적으로 소용량 제품이 대용량 제품보다 수요가 많습니다.

44) 사진자료: 전장판야진추커오마오이유오(镇江泛亚进出口贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop1473211443584.1688.com)

Q. 현지인들이 선호하는 NFC착즙주스는 무엇인가요?

현지인들은 중국에서 생산된 NFC착즙주스를 선호하며, 그중 파이선바이(派森百) NFC착즙 오렌지 주스의 수요가 가장 많습니다. 해당 제품은 100mL * 8병에 392.00위안(67,012원)입니다. 물과 설탕 등 기타 첨가물이 함유되어 있지 않은 제품으로 소비자들은 이 제품의 품질이 우수하다고 생각합니다. 제품의 홍보 문구로는 '손에서 내려놓을 수 없는 맛의 비밀 - 건강하고 세련된 제품, 풍부한 영양소, 천연 원재료 그대로의 맛' 등이 있습니다. 이외에도 베트남 브랜드인 잉트어아이(鷹特愛)에서 출시한 NFC착즙주스 중, 망고 주스는 100mL당 39.6mg의 비타민 C를 함유하고 있어 유아를 둔 엄마, 임산부, 노인, 직장인들에게 고루 수요가 있습니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

중국에서 NFC착즙주스를 판매한다면, 프랜차이즈 레스토랑, 베이커리, 올레(Ole), 시티슈퍼(Citysuper)와 같은 프리미엄 마트 등과 협력할 것을 추천합니다. NFC착즙주스는 일반 주스보다 가격대가 높기 때문에, 프리미엄 시장을 주로 방문하는 고소득층의 소비자들에게 수요가 더 많을 것입니다. 또한, A사의 용량이 100mL인 것을 감안하여 어린이와 젊은 여성 소비자를 타겟 고객으로 삼아 제품을 판매할 것을 추천합니다.

Interview ⑤ 상하이량러마오이유오 (上海两乐贸易有限公司)

45)

상하이량러마오이유오
(上海两乐贸易有限公司)

전문가 소속

상하이량러마오이유오
(上海两乐贸易有限公司)
유통업체

전문가 정보

Mr. Han
(Sales Manager)

上海两乐贸易有限公司

Shanghai Liangle Trading Co., Ltd.



상하이량러마오이유오(上海两乐贸易有限公司)

Sales Manager, Mr. Han

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2016년에 설립된 유통업체로, 과일음료, 에너지음료, 커피, 생수 등을 취급하고 있습니다. 알리바바와 타몰에 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있으며, 도소매업체로 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서 NFC착즙주스의 수요는 어떠한가요?

중국에서 음료류 시장은 하락세를 겪고 있으나, NFC착즙주스의 수요는 지속적으로 증가하는 추세입니다. 최근 중국인들 사이에서 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라, 현지인들은 과즙 함량이 높고 영양소가 풍부한 NFC착즙주스를 선호합니다.

Q. NFC착즙주스의 주요 고객은 누구인가요?

NFC착즙주스의 주요 고객은 1선, 2선 도시에 거주하고 있는 젊은 직장인들입니다. 해당 소비자층은 바쁜 일상으로 건강한 식습관을 지키기 어려워, 비타민과 식이섬유 등 영양소가 풍부하면서도 쉽게 섭취할 수 있는 NFC착즙주스를 선호합니다.. 또한, 일부 소비자들은 간편하고 빠르게 먹을 수 있는 NFC착즙주스를 식사대용으로 마시는 경우도 있습니다. 또한 1선, 2선 도시 거주자들은 제품 구매력이 높아, 제품 가격보다 품질을 중시하기 때문에 일반 주스보다 NFC착즙주스를 선호합니다.

Q. 중국에서 취급중인 NFC착즙주스의 포장 형태는 어떻게 되나요?

중국에서 취급중인 NFC착즙주스는 다양한 방식으로 포장돼 판매되고 있습니다. 대부분은 유리병이나 분해 가능한 투명 플라스틱 병에 담겨 판매되고 있으며, 종이 팩과 같이 친환경적인 포장용기를 사용하는 제품들도 있습니다. 유리병이나 투명 플라스틱 병은 소비자들에게 주스의 '신선함' 혹은 '천연'의 느낌을 줄 수 있다는 점에서, 많은 유통업체들이 해당 방식으로 포장된 제품을 선호합니다.

45) 사진자료: 상하이량러마오이유오(上海两乐贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop1483549177487.1688.com)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Soft Drinks in China」, 2019.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in China」, 2019.12
3. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 2019.02.

■ 참고 사이트

1. 정저우무자마오이유오(郑州睦家贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (zzmujia.1688.com)
2. 상하이러카이화이마오이유오(上海乐开怀贸易有限公司) 징둥 홈페이지 (mall.jd.com/index-783985.html)
3. 진마오상관팡치엔띠엔(金懋祥官方旗舰店) 징둥 홈페이지 (heqianting.jd.com)
4. 진장판야진추커오마오이유오(镇江泛亚进出口贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop1473211443584.1688.com)
5. 상하이량러마오이유오(上海两乐贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop1483549177487.1688.com)
6. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
7. International Trade Center(www.trademap.org)
8. 외교부(www.mofa.go.kr)
9. 중국 국가통계국(www.stats.gov.cn)
10. 월드뱅크(World Bank), (www.worldbank.org)
11. 징둥(JD), (www.jd.com)
12. 수닝(Suning), (www.suning.com)
13. 와이에이치디(YHD), (www.yhd.com)
14. 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), (english.aqsiq.gov.cn)
15. 중국시장감독관리총국(SAMR), (www.samr.gov.cn)
16. 중국 해관총서(GACC), (www.customs.gov.cn)
17. 관세법령정보포털(UNIPASS), (unipass.customs.gov.cn)
18. KATI농식품수출정보, (www.kati.net)
19. 용후이(Yonghui) 홈페이지 (www.yonghui.com.cn)
20. 유로모니터(Euromonitor.com) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
21. 밉티안디(Mingtiandi) 홈페이지 (www.mingtiandi.com)
22. 포브스(Forbes) 홈페이지 (www.forbes.com)
23. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.wal-martchina.com)
24. 스타티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
25. 아시아푸르트(AsiaFruit) 홈페이지 (fruitnet.com)
26. 징둥닷컴(Jd.com) 홈페이지 (www.jd.com)
27. 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지 (www.crv.com.cn)
28. 케이알아시아(Kr-asia) 홈페이지 (kr-asia.com)
29. 알티마트(RT Mart) 홈페이지 (www.rt-mart.com.cn)
30. 신랑신원(新浪新闻) 홈페이지 (news.sina.cn)

■ 참고 사이트

31. 리테일매거진(Retail Magazine) 홈페이지 (www.retailingsight.com)
32. 이컨설턴시(EConsultancy) 홈페이지 (econsultancy.com)
33. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.cn)
34. 아이에스앤머거진(ISN Magazine) 홈페이지 (www.internationalsupermarketnews.com)
35. 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia) 홈페이지 (insideretail.asia)
36. 지아지아위에(Jiajiayue) 홈페이지 (www.jiajiayue.com.cn)
37. 메이이지아(Meiyijia) 홈페이지 (www.meiyijia.com.cn)
38. 따중왕(大众网) 홈페이지 (www.dzwww.com)
39. 이뽕퐁리왕(亿邦动力网) 홈페이지 (www.ebrun.com)
40. 뉴스큐큐(News.qq) 홈페이지 (news.qq.com)
41. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7-11.cn)
42. 세븐&아이(Seven&i) 홈페이지 (www.7andi.com)
43. 링크샵(Linkshop) 홈페이지 (www.linkshops.com)
44. 티몰(Tmall) 홈페이지 (www.tmall.com)
45. 신랑커지(新浪科技) 홈페이지 (tech.sina.com.cn)
46. 켈지(Quartzy) 홈페이지 (www.quartzy.com)
47. 제트디넷(ZD Net) 홈페이지 (www.zdnet.com)
48. 중국전자정보산업연구기관(CCID) 홈페이지 (www.ccidgroup.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.20.

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

