

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-10
- 품목 : 김스낵(Seaweed Snack)
- 국가 : 중국(CHINA)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)	
SUMMARY	4
1. 중국 김스넥 시장규모	5
2. 중국 김스넥 수출입 시장규모	6
3. 중국 김스넥 소비 시장규모	7
II. Market Trend (시장트렌드)	
SUMMARY	11
1. 김스넥, 유아용·임산부들도 섭취하는 건강한 스넥	16
2. 몸에 좋은 김스넥, 체중감량 목적으로도 구매	17
3. 김스넥 출시 및 단속조치 늘어나	18
4. 김스넥 구매요인으로 가격·향 두드러져	19
III. Distribution Channel (유통채널)	
SUMMARY	21
1. 중국 김스넥 유통구조	22
2. 중국 김스넥 주요 유통업체	23
3. 중국 김스넥 B2C 소매채널	25
IV. Customs·Quarantine (통관·검역)	
SUMMARY	46
1. 중국 김스넥 인증 취득	47
2. 중국 김스넥 업체·제품 등록	49
3. 중국 김스넥 라벨 심의	50
4. 중국 김스넥 서류 준비	54
5. 중국 김스넥 세금 납부	55
6. 중국 김스넥 검역 심사	56
V. Expert Interview (전문가 인터뷰)	
SUMMARY	59
Interview ① 안산신위(鞍山欣宇)	61
Interview ② 하이띠춘(海地村)	63
Interview ③ 다련견왕시에유한공쓰(大连根旺实业有限公司)	64
Interview ④ 칭다오승위안래(青岛盛源来)	66
Interview ⑤ 베이징원상위앤커마오요우시앤공쓰(北京耘尚源科贸有限公司)	68
* 참고문헌	69

I. Market Size

SUMMARY

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



Market Size

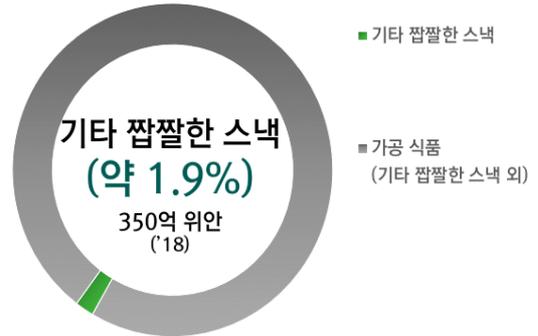
(시장규모)

중국 (CHINA)

김스낵 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(스낵), 원료(김), 맛(짭짤함)

- 중국 가공식품¹⁾ 시장규모
..... 1조 7,860억 위안('18)
- 중국 기타 짭짤한 스낵²⁾ 시장규모
..... **350억 위안 ('18)**

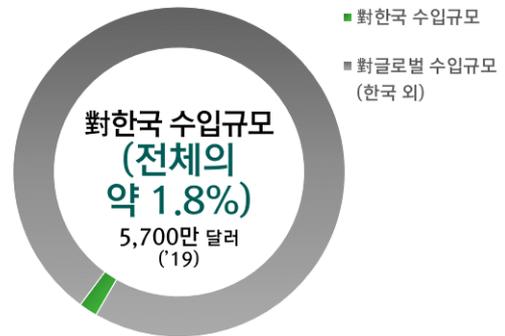


(*) Euromonitor International

김스낵 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(기타 조제품)

- HS 2106.90³⁾
중국 對글로벌 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입규모
..... 31억 2,500만 달러('19)
- HS 2106.90
중국 對한국 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입규모
..... **5,700만 달러 ('19)**



(*) International Trade Centre

김스낵 소비 시장규모

지표 설정 기준: 중국 소비자의 전반적인 구성을 파악하고자 '중국 연령대별 인구규모'를 확인함. 또한, 구매력을 보유한 소비자 규모 확인을 위해 '중국 소득분위별 소득규모'를 확인함. 이외에 김스낵의 예상 소비시장 규모를 확인하고자 '중국 기타 짭짤한 스낵 1인당 소비규모'를 파악함

- | | |
|---|---|
| <p>① 중국 연령대별 인구규모 ('18)</p> <ul style="list-style-type: none"> 전체 13억 9,270만 8,000명(100%) 0-9세 1억 6,786만 6,000명(12%) 10대 1억 6,277만 5,000명(12%) 20대 1억 9,739만 명(14%) 30대 2억 1,060만 1,000명(15%) 40대 2억 2,503만 6,000명(16%) 50대 2억 81만 9,000명(14%) 60세 이상 2억 2,822만 1,000명(16%) | <p>② 중국 고소득층 인구 규모 ('18)</p> <ul style="list-style-type: none"> 초고소득층 3% 고소득층 13% |
| <p>③ 중국 '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비규모 ('18)</p> <ul style="list-style-type: none"> '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비금액 25위안 '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비량 559g | |

(*) World Bank, NBSC, Euromonitor

1) 가공식품(Packaged Food): B2B(예:레스토랑,거리음식점 등) 채널 및 B2C(예:백화점,하이퍼마켓) 채널에서 판매되는 가공처리된 모든 식품
 2) 기타 짭짤한 스낵(Other Savoury Snacks): 김, 생선, 돼지껍질 등을 사용하여 만든 스낵류
 3) HS CODE 2106.90: 조사 제품은 김으로 만들어진 가공식품으로 이에 해당하는 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타'인 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

1. 중국 김스낵 시장규모

중국 국가 일반 정보)

면적	960만 km ²
인구	14억 5만 명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

조사 시장: 조사 제품 '김스낵'의 품목(가공식품, 원료(김), 맛(짭짤함)을 반영하여 중국 '가공식품' 시장과 '기타 짭짤한 스낵' 시장의 규모를 확인함

▶ 2014-2018년, 중국 '가공식품' 시장 연평균성장률 5%

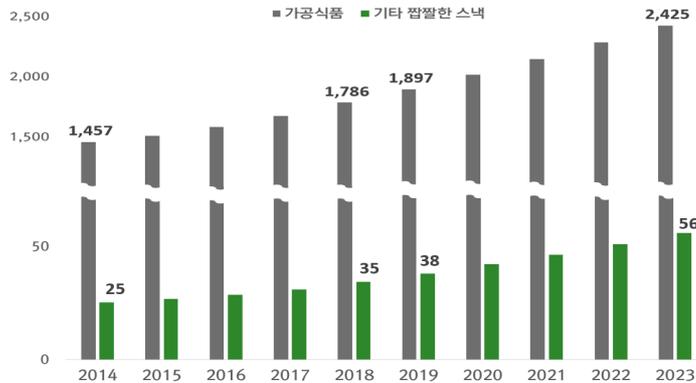
중국 '가공식품' 시장규모는 2018년 1조 7,860억 위안으로 지난 5년(2014-2018)간 연평균 5%의 증가세를 보임. 2018년 중국 '기타 짭짤한 스낵' 시장규모는 350억 위안으로 동기간 연평균 8%의 성장률을 기록함. 유로모니터에 따르면, 중국 내 핵가족 수 증가와 바쁜 도시 생활방식의 확산으로 인해 편리성을 갖춘 '가공식품'에 대한 수요가 증가하는 것으로 나타남⁴⁾

▶ 2019-2023년, 중국 '기타 짭짤한 스낵' 시장 연평균성장률 10% 예측

중국의 '기타 짭짤한 스낵' 시장은 향후 5년(2019-2023)간 연평균 10%씩 성장해 2023년 560억 위안의 규모를 기록할 것으로 예상됨. 한편, '가공식품' 시장은 동기간 6%의 연평균성장률을 보여 2023년 2조 4,250억 위안의 규모를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] '가공식품', '기타 짭짤한 스낵' 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위: 십억 위안



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	1,457	1,509	1,582	1,676	1,786	5%
해당 품목	(253조 원)	(262조 원)	(274조 원)	(291조 원)	(310조 원)	
상위 품목	25	27	29	31	35	8%
해당 품목	(4.3조 원)	(4.7조 원)	(5.0조 원)	(5.4조 원)	(6.1조 원)	
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	1,897	2,019	2,148	2,284	2,425	6%
해당 품목	(329조 원)	(350조 원)	(373조 원)	(396조 원)	(421조 원)	
상위 품목	38	42	46	51	56	10%
해당 품목	(6.6조 원)	(7.3조 원)	(8.1조 원)	(8.8조 원)	(9.7조 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Packaged Food in China」, 2019.11

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1위안=173.46원 (2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 중국 김스낵 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 조사 제품은 김으로 만들어진 가공식품으로 이에 해당하는 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타'인 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 2015-2019년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 25%

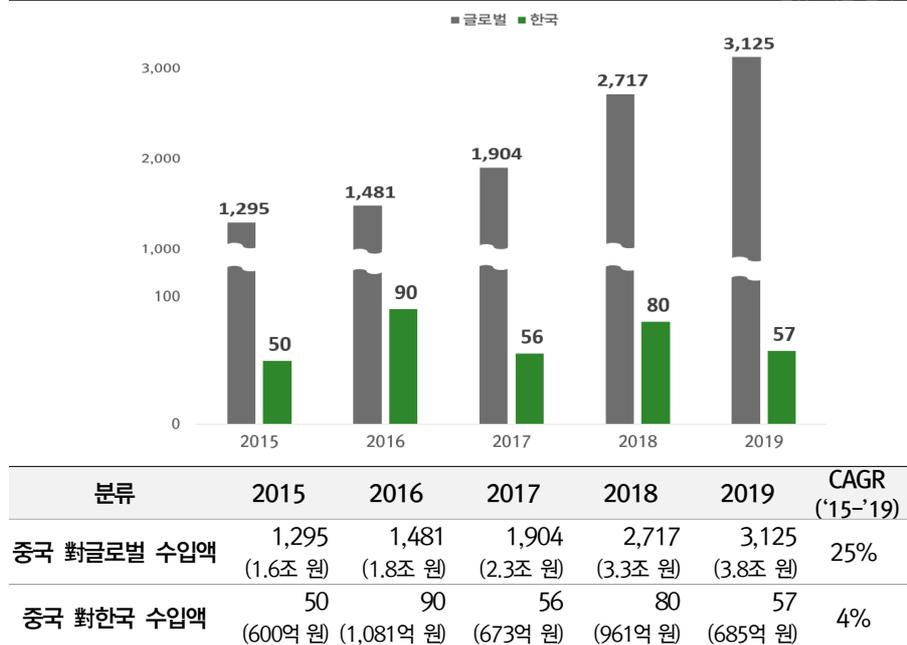
중국 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019) 간 25%의 연평균성장률을 기록함. 對글로벌 수입액은 2016-2018년 꾸준히 전년대비 두 자릿수 이상의 성장세를 보여, 2019년 31억 2,500만 달러의 규모를 기록함. 수입규모 1위 국가는 미국으로, 2019년 7억 3,000만 달러(약 8,765억 원)의 수입액을 기록함

▶ 2015-2019년 중국 對한국 수입액 연평균성장률 4%

2019년 기준 중국 HS CODE 2106.90 품목의 수입 국가 중 한국은 13위 수입 국가로, 對한국 수입액은 對글로벌 수입액의 1.8%를 차지함. 對한국 수입액은 2015-2019년 증감을 반복하며 연평균 4%의 증가율을 기록함. 2019년 기준 HS CODE 2106.90의 對한국 수입액은 5,700만 달러임

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모⁸⁾⁹⁾

단위: 백만 달러



자료: ITC(International Trade Centre) HS CODE 2106.90 기준

8) 1달러=1,201.40원 (2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 김스낵 소비 시장규모

1) 중국 연령대별 인구규모

중국 소비자의 전반적인 구성을 파악하고자 ‘중국 연령대별 인구규모’를 확인함. 또한, 구매력을 보유한 소비자 규모 확인을 위해 ‘중국 소득분위별 소득규모’를 확인함. 이외에 김스낵의 예상 소비시장 규모를 확인하고자 ‘중국 기타 짭짤한 스낵 1인당 소비규모’를 파악함

▶ 2018년, 중국 20-40대 인구 6억 3,302만 6천 명

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

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

[표 1.3] 2018년 중국 연령대별 인구 분포¹⁰⁾

단위: 천 명



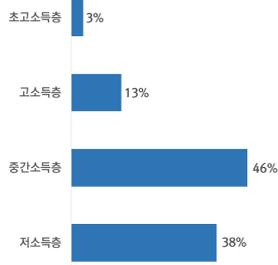
분류	0-9세	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
전체	167,866 (12%)	162,775 (12%)	197,390 (14%)	210,601 (15%)	225,036 (16%)	200,819 (14%)	228,221 (16%)
여성	78,279 (12%)	75,560 (11%)	93,757 (14%)	102,408 (15%)	110,225 (16%)	99,174 (15%)	118,584 (17%)
남성	89,588 (13%)	87,215 (12%)	103,633 (14%)	108,193 (15%)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

자료: 월드뱅크(World Bank)

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

2) 중국 소득분위별 소득규모

2018년 월 소득 구간별 인구비율



자료: 중국 매일경제뉴스 (Daily Finance Network)

▶ 2018년 중국 고소득층 인구 13%, 초고소득층 인구 3%¹¹⁾

중국 매일경제뉴스에 따르면¹²⁾, 2018년 평균 월소득 '1만 위안(약 173만 원) 초과' 구간에 해당하는 초고소득층 비율은 3%이며, 평균 월소득 '5천 위안 초과-1만 위안 이하(약 87만 원-173만 원)' 구간에 해당하는 고소득층 비율은 13%임. 다음으로 월소득 '2천 위안 초과-5천 위안 이하(약 35만 원-87만 원)' 구간에 해당하는 중간소득층은 46%, 월소득 '2천 위안 이하'인 저소득층은 38%로 확인됨

▶ 2017년¹³⁾ 중국 5분위 계층 1인당 가처분소득 6만 4,934위안

중국 국가통계국에 따르면, 2017년 중국 소득 5분위 계층의 1인당 가처분소득은 6만 4,934위안으로, 지난 5년(2013-2017)간 연평균 8.2%씩 증가함. 한편, 동기간 1인당 가처분소득의 연평균성장률이 가장 높은 계층은 소득 2분위와 3분위로 각각 9.4%를 기록함

[표 1.4] 2013년-2017년 소득5분위 계층별 1인당 연간 가처분소득¹⁴⁾¹⁵⁾

소득분위	2013	2014	2015	2016	2017	단위: 위안 CAGR ('13-'17)
1분위	4,402 (76만 원)	4,747 (82만 원)	5,221 (91만 원)	5,529 (96만 원)	5,958 (103만 원)	7.9%
2분위	9,654 (167만 원)	10,887 (189만 원)	11,894 (206만 원)	12,899 (224만 원)	13,843 (240만 원)	9.4%
3분위	15,698 (272만 원)	17,631 (306만 원)	19,320 (335만 원)	20,924 (363만 원)	22,495 (390만 원)	9.4%
4분위	24,361 (423만 원)	26,937 (467만 원)	29,438 (511만 원)	31,990 (555만 원)	34,547 (599만 원)	9.1%
5분위	47,457 (823만 원)	50,968 (884만 원)	54,544 (946만 원)	59,260 (1,028만 원)	64,934 (1,126만 원)	8.2%

자료: 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook」, 2018

11) 2018년 중국 인구 4만 8,580명을 대상으로 중국 국가통계국이 시행한 '국가 시간 활용도 조사(National Time Utilization Survey)'는 월소득 1만 위안 이상인 인구를 '초고소득층', 5천 위안 초과-1만 위안 이하인 인구를 '고소득층'으로 분류함
 12) 중국 매일경제뉴스(Daily Finance Network), 「2018中国中间群体收入划分标准一览」, 2019.01
 13) 해당 자료는 중국 국가통계국에서 발표한 자료로, 조사일 기준(2020.03.17.) 중국 소득분위별 평균 소득을 파악할 수 있는 최신 자료임
 14) 소득 5분위: 국민의 소득을 5구간으로 나누어서 분류한 계층별 분류. 5분위는 최상위 20%, 4분위는 소득 상위 21~40%, 3분위는 소득 상위 41~60%, 2분위는 하위 21~40%, 1분위는 하위 20%를 나타냄
 15) 1위안=173.46원(2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

3) 중국 '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비규모

중국 '기타 짭짤한 스낵' 시장 주요 제품 유형

1	해조류 스낵(김, 미역 등)
2	육포(소고기, 돼지고기)
3	어포(생선, 해산물)
4	스낵면
5	건두부 스낵

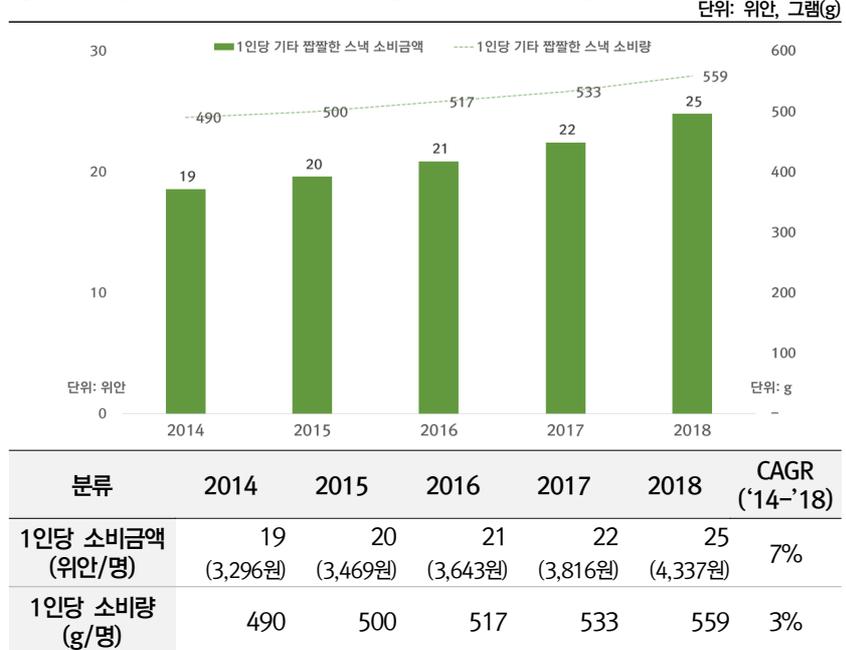
자료: 유로모니터(Euromonitor)

▶ 2014-2018, 중국 1인당 '기타 짭짤한 스낵' 소비량 연평균성장률 3%

중국 '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비금액은 2014년 19위안을 기록한 후 연평균 7%씩 증가하여 2018년 25위안을 기록함. 한편, 중국 '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비량은 2014년 490g을 기록한 후 연평균 3%의 성장률로 2018년 559g까지 증가함. 이는 2014년 대비 14% 증가한 수치임

유로모니터에 따르면, 중국 '기타 짭짤한 스낵' 시장은 전체 '짭짤한 스낵' 시장 중 가장 역동적인 성장을 보이고 있음. '기타 짭짤한 스낵'에는 중국 전통 스낵을 포함해 다양한 맛과 포장을 특징으로 하는 이국적인 제품들이 포함되며, 중국 소비자들의 수요가 다변화됨에 따라 향후 높은 성장을 유지할 것으로 전망됨¹⁶⁾

[표 1.5] 중국 '기타 짭짤한 스낵' 1인당 소비금액 및 소비량¹⁷⁾¹⁸⁾



* 자료: 유로모니터(Euromonitor), 월드뱅크(World Bank)

16) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in China」, 2019.08

17) 1위안=173.46원(2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

18) 1인당 소비규모는 유로모니터에서 조사한 소비규모 수치를 월드뱅크에서 발표한 중국 연도별 인구수로 나눈 값임

II. Market Trend

SUMMARY

1. 김스낵, 유아용·임산부들도 섭취하는 건강한 스낵
2. 몸에 좋은 김스낵, 체중감량 목적으로도 구매
3. 김스낵 출시 및 단속조치 늘어나
4. 김스낵 구매요인으로 가격·향 두드러져



Market Trend

(시장트렌드)

중국 (CHINA) 김스낵 시장트렌드



한국산 및 태국산 김스낵 각광
'수입산 김스낵 비중이 더 높아'



몸에 좋은 김스낵, 어린이 대상 인기
'엄마들이 김스낵을 어린이 대상으로 구매'

■ China Issue ①

김스낵, 어린이 및
임산부 대상 판매

'건강하고 안전한 스낵으로 인식'

■ China Issue ②

몸에 좋은 김스낵,
체중감량 목적으로도 섭취

'기존 스낵 대체로 김스낵 섭취'



중국 브랜드 김스낵 출시 활발
'김스낵 제품 단속 사례 늘어나'



저렴하고 합리적인 가격대 선호
'은은한 향의 김스낵 선호'

■ China Issue ③

김스낵 출시 및
단속사례 늘어나

'건강 스낵으로 김스낵 각광'

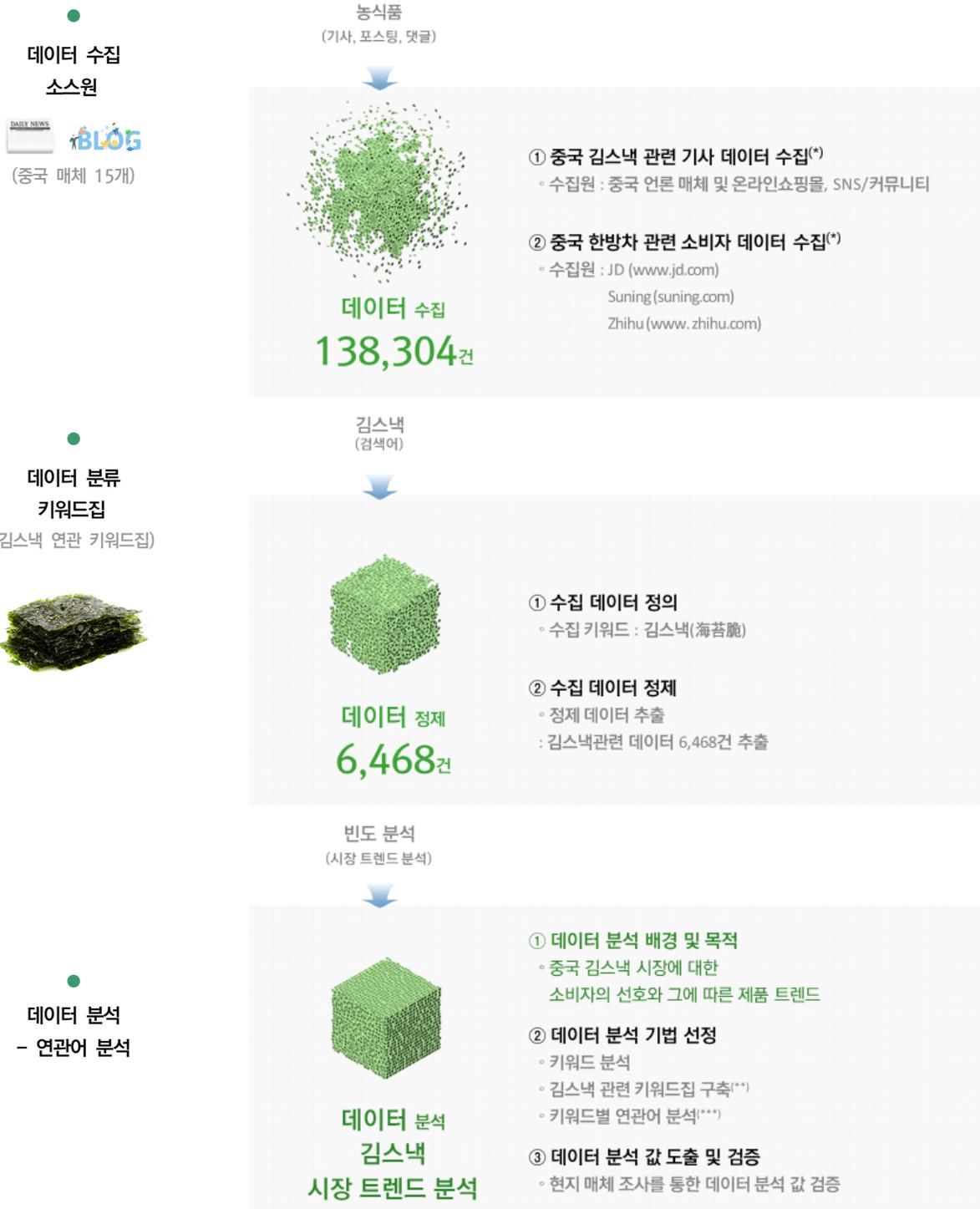
■ China Issue ④

김 스낵 구매요인,
가격·향

'구매요인으로 가격과 향이 두드러져'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.02
수집 데이터	13만 8,304건

데이터 정제

정제 키워드	김(海苔) 김스낵(海苔脆)
정제 데이터	6,468건

○ 데이터 수집

- 중국 김스낵 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 중국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	苏宁	suning.com	온라인 쇼핑몰
02	一号店	yhd.com	온라인 쇼핑몰
03	JD	jd.com	온라인 쇼핑몰
04	Food Mate	www.foodmate.com	온라인 쇼핑몰
05	下厨房	www.xiachufang.com	레시피사이트
06	豆果美食	www.douguo.com	레시피사이트
07	美食天下	home.meishichina.com	레시피사이트
08	知乎	www.zhihu.com	SNS/커뮤니티
09	简书	www.jianshu.com	SNS/커뮤니티
10	百度贴吧	tieba.baidu.com	SNS/커뮤니티
11	中国网	www.china.com.cn	뉴스매체
12	食品科技网	www.tech-food.com	뉴스매체
13	搜狐	news.sogou.com	뉴스매체
14	人民健康网	health.people.com.cn	뉴스매체
15	食品饮料	so.3490.cn	뉴스매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 김스낵 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 중국 김스낵 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰,
인기 김스낵 콘셉트



현지 SNS/커뮤니티,
인기 김 인식



현지 뉴스 매체,
인기 김스낵 트렌드

키워드 ①	태국	키워드 ①	어린이	키워드 ①	건강 스낵
키워드 ②	한국	키워드 ②	선물	키워드 ②	제품 출시
키워드 ③	어린이	키워드 ③	체중감량	키워드 ③	저염식 우려
키워드 ④	임산부	키워드 ④	건강	키워드 ④	제품단속 활발

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 김스낵 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 중국 김스낵 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
			의미	중국어	참여기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	김스낵 트렌드	김	海苔	0	0
			김스낵	海苔脆	0	0
오리지널 맛	原味		0	0		
참깨	芝麻			0		
크리스피	脆			0		
롤	卷			0		
비스킷	饼干			0		
견과류	坚果			0		
짬맛	咸味		0	0		
특산물	特产			0		
선물	礼包			0		
바비큐맛	烧烤			0		
감자칩	薯片			0		
인스턴트	即食			0		
김스낵 인식	건강	健康	0	0		
	아기	宝宝		0		
	어린이	孩子		0		
	영양	营养	0	0		
	체중감소	减肥	0	0		
	향	香	0	0		
	맛	蘑菇	0	0		
	가격	价格		0		
	포장	包装		0		
	저렴한	实惠		0		
편리한	方便		0			

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 중국 소비자의 김스낵 분석

- ① 김스낵에 대한 인지도
- ② 인기 김스낵 브랜드 및 특징
- ③ 김스낵 제품 구매시 고려사항 및 특징
- ④ 김스낵 최근 이슈·규제·산업사항

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

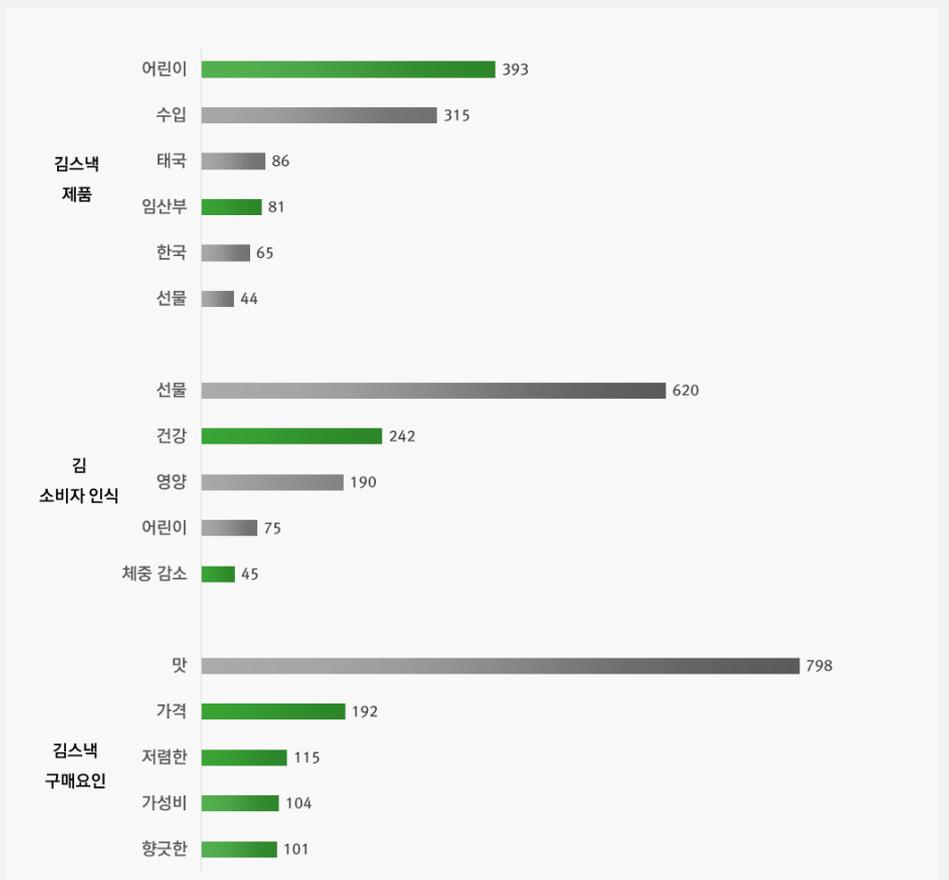
- ① 온라인 쇼핑몰 내 김스낵 연관어 분석
- ② 제품 구매후기 내 김스낵 연관어 분석
- ③ SNS/커뮤니티 김스낵 연관어 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 김 연관 해당 키워드 발생 건 수

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[중국 김스낵 빅데이터 분석 결과]



1. 김스낵, 유아용·임산부들도 섭취하는 건강한 스낵

유아층 타깃 김스낵



제품명 아동용 크리스피 참깨 김스낵

가격 214.0위안¹⁹⁾
(3만 7120.4원)

▶ 인기 브랜드, 김스낵을 ‘유아’·‘임산부’ 타깃으로 판매

중국에서 판매되고 있는 김스낵의 경우 유아 또는 임산부들을 위한 스낵임을 강조하고 있음. 유아·임산부들을 대상으로 판매되는 스낵은 일반 스낵·비스킷 등과 비교했을 때 상대적으로 건강하며 맛이 짜거나 느끼하지 않아 먹기에 좋다는 장점이 중점적으로 홍보되고 있음

또한 중국에서 김스낵 제품은 몸에 좋은 건강한 스낵이라는 컨셉을 바탕으로 선물용으로도 많이 홍보 및 판매되고 있음

임산부 타깃 김스낵



제품명 임산부용 김스낵 칩 캐주얼 간식

가격 43.9위안
(7,614.8원)

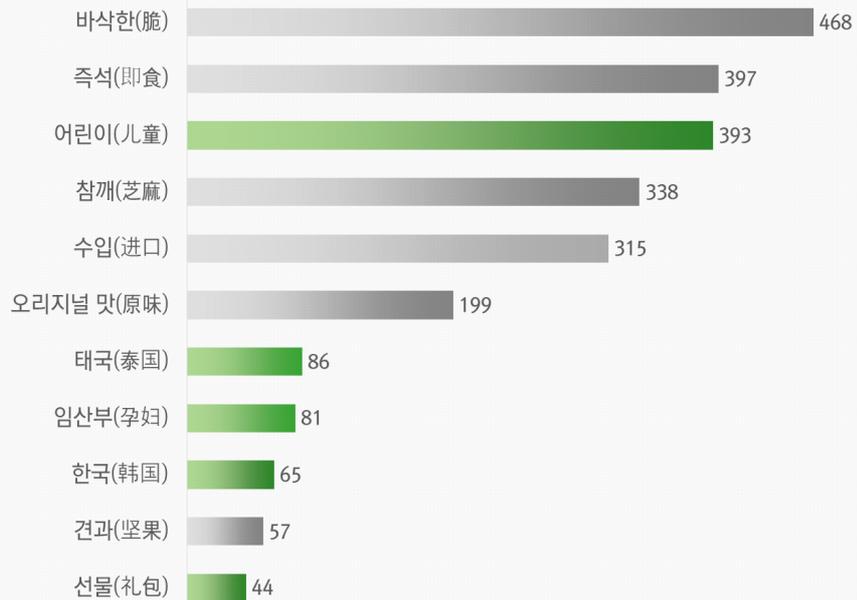
▶ 태국·한국산 제품, 김스낵 시장에서 각광받아

중국 내에서 김스낵 제품은 태국과 한국산 제품 수요가 강세를 보이고 있음. 태국산 김스낵은 타오케노이(Tao Kae Noi)의 캐주얼 김스낵이 인기 있으며 한국산 김스낵의 경우 김부각 형태가 많이 판매됨

▶ 중국 인기 김스낵 특징

① 유아·임산부 ② 태국·한국

[표 2.4] 온라인 쇼핑몰 ‘김스낵’ 트렌드 키워드



자료 : 중국 온라인쇼핑물 내 ‘김스낵’ 959건 검색 결과 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

19) 1위안=173.46원 (2020.03.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 몸에 좋은 김스낵, 체중감량 목적으로도 구매

● 체중감소 목적의 김 언급

Q: 김스낵을 먹는 것은 몸에 해로울까요?

A: 김스낵은 다른 스낵 대비 설탕이나 유탕기름의 사용이 적기 때문에 상대적으로 건강합니다. 적정량을 섭취한다면 체중감소에 오히려 도움이 됩니다.

▶ 건강에 좋은 김, ‘어린이’들 대상으로 인기

중국 SNS 및 커뮤니티에서도 ‘김’은 영양이 풍부한 건강식으로 인식되고 있음. 김은 식감이 부드럽기 때문에 어린이들이 먹기에 거부감이 적으며 비타민, 칼륨, 칼슘, 마그네슘 등 어린이들의 성장에 필요한 영양소가 풍부하여 엄마들 사이에서 호평을 받고 있음

또한 김을 이용한 식품 중 스낵, 스시, 로우송²⁰⁾에 인지도가 높은 편이었음

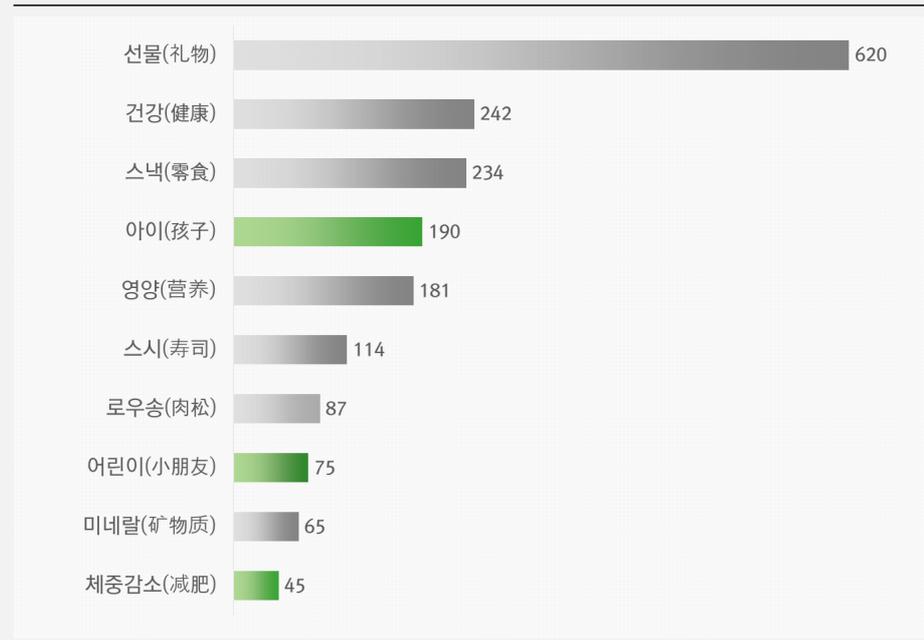
▶ 김, ‘체중 감량’ 목적으로도 구매

체중감량 측면에서 김을 언급하는 경우도 빈번함. 김스낵의 경우 다른 스낵과 비교했을 때 상대적으로 설탕이나 유탕기름의 사용 비중이 적기 때문에 건강하다는 질문과 답변을 많이 확인할 수 있었음. 하지만 과도한 김스낵의 섭취에 대해 우려하는 댓글도 다수 확인됨

▶ 중국 김 주요 인식

① 아이·어린이 ② 체중 감량

[표 2.5] SNS/커뮤니티 ‘김’ 인식 키워드



자료 : 중국 SNS/커뮤니티 내 ‘김’ 1288건 검색 결과 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

20) 로우송(肉松): 말린 돼지고기가 소고기를 이용하여 만든 축산 가공품.

3. 김스낵 출시 및 단속조치 늘어나

● 펩시코 '선바이트' 김스낵 중국 광고



▶ 中 식품 제조기업, 김스낵 제조에 착수

김스낵의 주요 이슈를 살펴보고자 LDA 기법²¹⁾을 통해 뉴스매체를 분석한 결과, 총 2가지 주제가 도출됨. 중국에서 건강한 스낵에 대한 관심이 높아짐에 따라 김스낵 개발이 두드러짐. B사에서 출시한 해초맛 썬칩은 중국 시장에서 큰 인기를 얻으면서 김스낵 시장에 도전장을 내미는 기업들이 늘어남

글로벌 음료 제조기업 펩시코(Pepsico)도 이러한 현지 트렌드를 감안하여 김스낵 제품인 '선바이트(一口阳光海苔脆)'를 출시함. 펩시코 선바이트는 참깨, 아몬드, 겨자 등 총 6개의 맛으로 구성되어 있으며 중화권 인기 여배우 장수잉(江疏影)을 모델로 채용하여 마케팅을 추진함

▶ 김 또는 김스낵 단속조치에 따른 적발 사례 증가

김이나 김스낵에 대한 새로운 규정 발표는 없었지만 중국 검역당국의 단속 사례가 자주 언급되고 있어 이에 대한 주의가 요구됨. 일례로 장쑤성에서 2018년 10월 상하이영교식품유한공사(标称为上海融侨食品有限公司)의 해초 크리스피 바(生产的海苔脆条)는 과산화물 함량이 기준치(0.25g/100g)를 초과한 0.36g/100g이 검출돼 전량회수됨

▶ 중국 김스낵 주요 이슈

- ① 김스낵 제품 출시 확대 ② 김스낵 단속 심화

[표 2.5] 중국 뉴스매체 내 '김스낵' 주요 키워드

TOPIC1		TOPIC2	
키워드	중요도	키워드	중요도
김	0.0274	식품	0.0582
제품	0.0101	기준	0.0349
시장	0.00809	Cfu	0.0315
브랜드	0.00687	규정	0.0274
소비	0.0057	유한공사	0.0241
중국	0.0057	판매	0.0207
식품	0.0050	탐지	0.0101
스낵	0.0045	제품	0.0121
식용	0.0045	안전	0.0101
출시	0.0044	대장균	0.0098
건강	0.0044	기준치 이상	0.0087
산업	0.0369	과산화	0.0081
트렌드	0.0353	충족하다	0.0079
개발	0.0341	불합격	0.0068

자료 : 중국 뉴스 매체 '김스낵' 관련 기사 264건 분석 (18.02 - 20.02)
 값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

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

4. 김스낵 구매요인으로 가격·향 두드러져

▶ 김스낵 구매요인 1. 저렴하고 합리적인 가격

중국 김스낵 구매 후기 1,915건을 분석한 결과 맛(味道)·어린이(孩子) 이외에도 가격(价格)·저렴한(便宜)·가성비(划算) 등이 많이 언급되어 저렴한 가격이 김스낵 구매요인 중 하나로 확인됨

저렴한 가격에 만족했다는 김스낵 구매 후기의 경우, 할인 행사 중에 구매하거나 오프라인 쇼핑몰 대비 합리적인 가격에 구매한 것에 대한 만족도를 드러냄

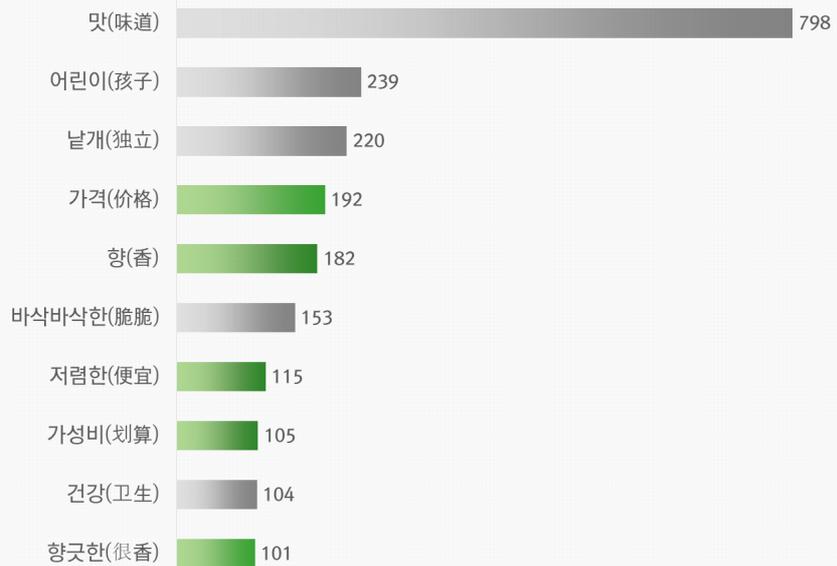
▶ 김스낵 구매요인 2. 향

김스낵의 구매요인 중에 하나로 향이 만족스럽다는 내용도 다수 확인됨. 김스낵을 먹었을 때의 바삭바삭한 맛과 함께 김의 은은한 향이 좋다는 댓글이 상당수 확인됨. 치즈·참깨 등 김스낵 성분으로 쓰이는 재료의 향에 대해서도 호평하는 경우가 많았음

▶ 중국 김스낵 구매요인

① 맛 ② 저렴한 가격 ③ 향

[표 2.4] 온라인쇼핑몰 내 '김스낵' 주요 키워드

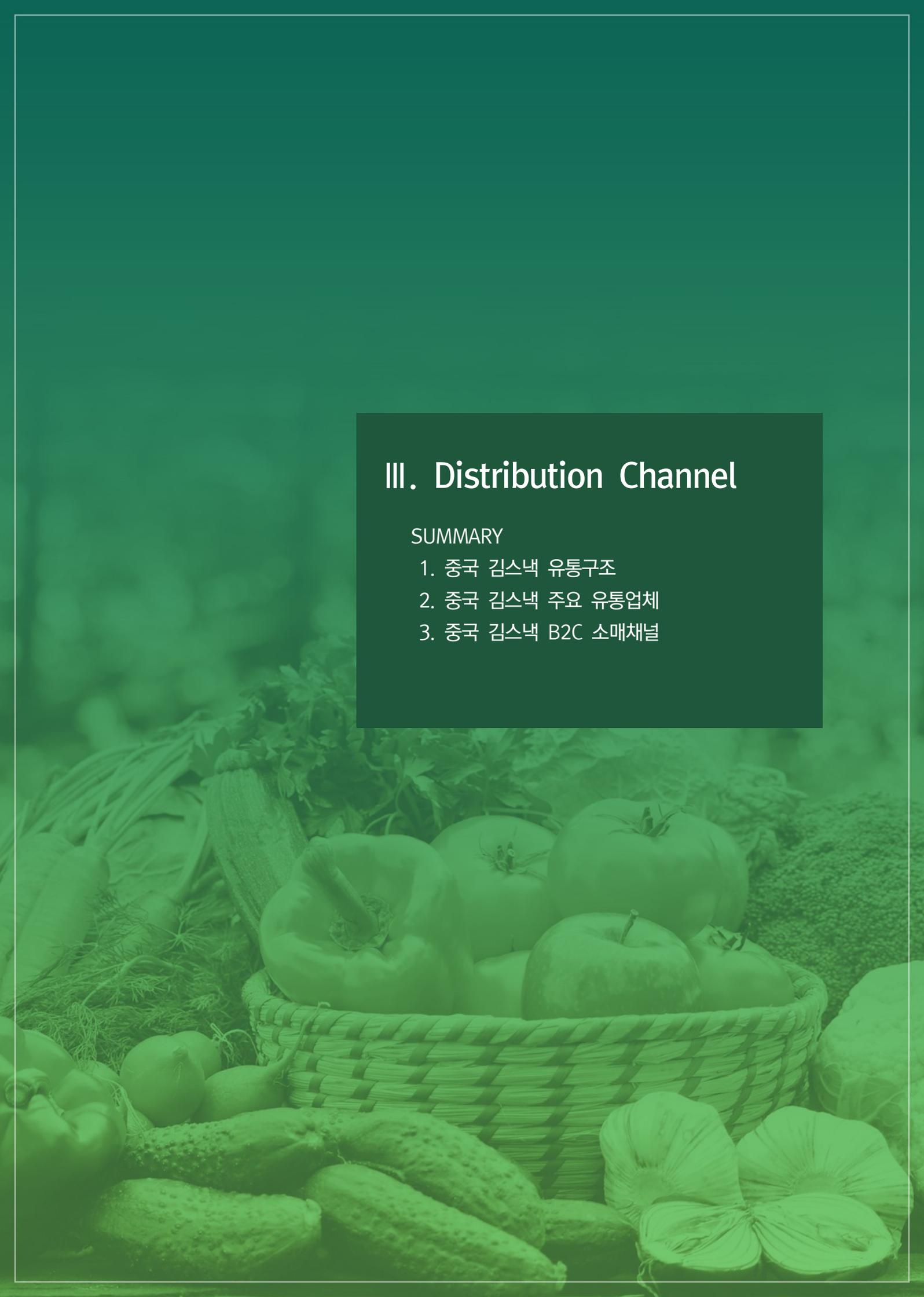


자료 : 중국 온라인쇼핑몰 내 '김스낵' 후기 1,915건 분석 (18.01 - 19.12)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

III. Distribution Channel

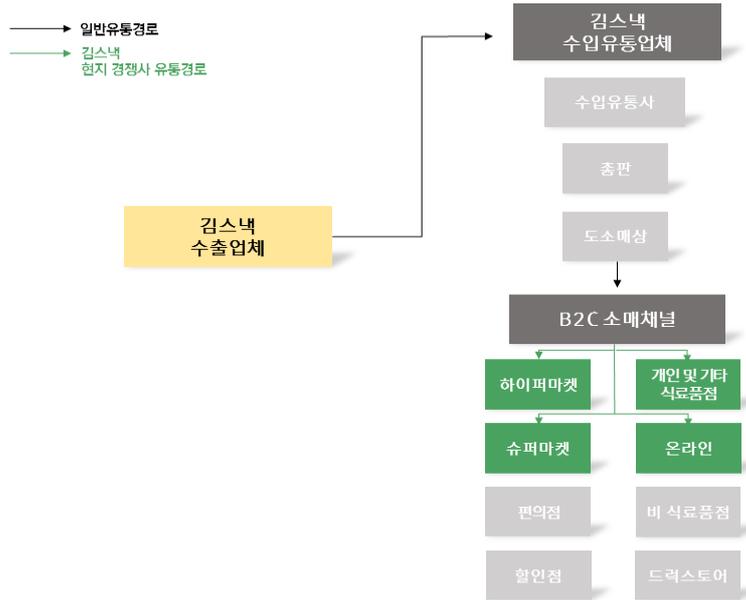
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



중국 (CHINA)

김스낵²²⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²³⁾	주요 채널 ²⁴⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	59.2%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 씨알뱅가드(CR Vanguard), 옹후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue), 오상(Auchan)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁵⁾²⁶⁾	16.9%	케이마트(K-Mart), 지마트(G-Mart), 라이이펜(Lyfen)
	온라인	14.6%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 웨핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 아하오띠엔((1号店)
	편의점	9.0%	메이이저(Meiyijia), 세븐일레븐(7-Eleven)
	비(非)식료품점	0.3%	꾸오따야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂)

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

22) '김스낵'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '짭짤한 스낵(Savoury snacks)'의 정보를 확인함

23) 2019년 기준, 중국 내 '짭짤한 스낵(Savoury snacks)'의 유통채널 점유율임

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

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

26) 개인 및 기타 식료품점은 본 보고서에는 간식체인점을 조사함

1. 중국 김스낵 유통구조

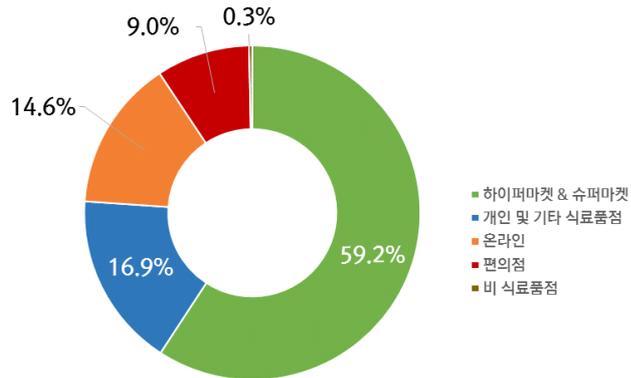
품목 구분 및 분류

품목	김스낵
구분	김
범주	짭짤한 스낵 (Savoury snacks)

▶ 중국 김스낵 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(59.2%), 개인 및 기타 식료품점(16.9%), 온라인(14.6%)’

[표 3.1] 중국 김스낵 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 중국 김스낵 유통채널 현황

채널 유형	김스낵 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	59.2%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 씨알뱅크(CR Vanguard), 용후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue), 오상(Auchan)
	개인 및 기타 식료품점	16.9%	케이마트(K-Mart), 지마트(G-Mart), 라이이펀(Lyfen)
	온라인	14.6%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 웨핑훅(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오띠엔(1号店)
	편의점	9.0%	메이이지아(Meiyijia), 세븐일레븐(7-Eleven)
	비(非)식료품점	0.3%	꾸오따야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂)

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

2. 중국 김스낵 주요 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적 추가로, 개인 및 기타 식료품점, 온라인에서 유사 제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 3.3] 중국 김스낵 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁷⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	용후이 (Yonghui)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 102억 4,056만 달러 (약 12조 3,030억 원)	A사, 후안러사시(欢乐禧禧)	0
2	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 107억 200만 달러 (약 12조 8,574억 원)	B사, C사, 쁘리(波力)	0
3	씨알뱅가드 (CR Vanguard)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 6,925억 원)	D사, E사, F사	0
4	알티마트 (RT-Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 6,821억 원)	알티마트(RT-Mart), A사, 아오판(奥帆), 아이뽀(阿一波)	0
5	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 951억 3,234만 달러 (약 114조 2,920억 원)	A사, 에도팩(EDO Pack), 까르푸(Carrefour)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,201.40원 (2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	지아지아위에 (Jiajiayue)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 18억 4,543만 달러 (약 2조 2,171억 원)	아이하이타이(爱海苔), A사, 뽀리(波力)	0
7	오상 (Auchan)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 150억 3,553만 달러 (약 18조 637억 원)	뽀리(波力), A사	0
8	라이이편 (Lyfen)	간식체인점	약 1억 6,990만 달러 (약 2,041억 1,179만 원)	G사, 라이이편(Lyfen)	0
9	티몰 (Tmall)	온라인	약 3,000억 9,972만 달러 (약 360조 5,398억 원)	A사, H사, 뽀리(波力)	0
10	수닝이꼬우 (Suning.com)	온라인	약 475억 2,376만 달러 (약 57조 950억 원)	E사, 뽀리(波力), 싼즈쑹슈(三只松鼠)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 중국 김스낵 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 3,030억 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(약 2,068억 원) 규모의 조인트 벤처 설립 - 2018년 포브스(Forbes)가 2018년 아시아 50대 기업으로 선정 		
유사제품 정보		제품명	크리스피시워드 오리지널플레이버 (Crispy Seaweed Original Flavour)
		종류	김스낵
		용량	27g
		원산지	한국

자료: 용후이(Yonghui) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com), 밉티안디(Mingtiandi), 포브스(Forbes), 에프엠씨지차이나(FMCGChina) 홈페이지

사진 자료: 용후이(Yonghui) 홈페이지, 브로디즈(Brodiz) 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 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선연락 혹은 이메일을 통한 직접 등록 <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 '견본등록서'를 제출 이때, 보다 상세한 카탈로그를 제시하고 거래조건 협의를 진행 후 '거래계약서'를 체결 - 입주 상품 등록 - 상품 유통 및 판매
	특이사항	<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 8,574억 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 - 중국 진출 이후, 총 누적 고객 수 약 70억 명 이상 - 샘스클럽(Sam's Club)과 일반 마트 형태로 매장 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 개시²⁸⁾ - 2018년 12월, 월마트 회원카드를 온라인과 오프라인 모두에서 쓸 수 있도록 업그레이드 진행 		
유사제품 정보		제품명	김노리
		종류	김자반
		용량	60g
		원산지	한국

자료: 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지, 스탯티스타(Statista) 홈페이지, 아시아프루트(Asiafruit), 유로모니터(Euromonitor), 징동닷컴월마트(Jd-Walmart) 홈페이지

사진 자료: 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지, 징동닷컴월마트(Jd-Walmart) 홈페이지

28) 월마트(Walmart) 중국법인이 진행하는 내부 프로젝트로 현지 스타트업 기업을 탐색하고 이들에게 월마트의 400개 이상의 오프라인 매장에 제품을 판매 할 수 있는 기회를 제공

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<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>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>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/ 완전한 재무제도 보유/합법적으로 생산/인증서류 구비/전담 팀 월마트 참고배송 가능) - 문의사항 연락처 ChinaGrocerySupplier@Walmart.com

자료: 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 씨알뱅가드(CR Vanguard)

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅가드(CR Vanguard)		
	홈페이지	www.crv.com.cn		
	위치	선전(Shenzhen) ²⁹⁾		
	규모	매출액('18)	약 147억 2,657만 달러 (약 17조 6,925억 원)	
		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 - 올레(Ole), 비엘티(BLT), 바이플러스(V+), 브이엔고(V)nGO 등 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	올리브유 재래김	
		종류	조미김	
		용량	40.5g	
		원산지	한국	

자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 케이알아시아(Kr-asia), 치우즈왕(求知网) 홈페이지

사진 자료: 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지, 바이두투피엔(百度图片), 치우즈왕(求知网) 홈페이지

29) 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 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <hr/> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에 상품 모집 공고 확인 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer) - 공급자 지원 자격 체크(품목별 상이) 일부 품목의 경우 중국 현지에 등록된 업체만 신청 가능 - 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자자료등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일 발송 - 추가 서류 제출 요구 시 제출 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 <hr/> <p>특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자 연락처: crv_zbspjj@crv.com.cn - 소요시간: 약 30일(최소) - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 배송 시스템이 좋은 매장이 입주 가능성이 높음 - 씨알뱅크드로 직접 등록된 제품은 약 30%
<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 : 씨알뱅크드를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 씨알뱅크드(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 6,821억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 408개 - 직원 수('18): 약 10만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1997년 설립 - 1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈 - 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 - 중국 내 약 29개의 성에 매장 보유 - 약 2,400만 달러(한화 약 282억 원)의 자본금 보유 - 2017년 알리바바(Alibaba) 기업의 선아트 리테일 지분 인수를 통해 온·오프라인 융합 강화 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 키톤유업(Keytone)³⁰과 대리판매 계약 체결 - 2018년 알리바바(Alibaba) 신기술유통 사업의 일환으로 약 100개 매장에 디지털 기술을 접목 		
유사제품 정보	제품명	시워드 (Seaweed)	
	종류	조미김	
	용량	11.2g	
	원산지	중국	

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 신랑신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor), 리테일매거진(Retail magazine), 이컨설턴시(Econsultancy), 고미(Gome) 홈페이지
 사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 고미(Gome) 홈페이지

30) 뉴질랜드 내 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 <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 알티마트로부터 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 114조 2,920억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 234개 - 직원 수('18): 약 6만 명	
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 신선식품군을 확대 		
유사제품 정보			제품명	올리브김
			종류	조미김
			용량	12g
			원산지	한국

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 아이에스앤머거진(ISN Magazine), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 징둥닷컴까르푸(Jd-Carrefour)홈페이지
 사진 자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 징둥닷컴까르푸(Jd-Carrefour)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: 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 최저 견적을 제안해야 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 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><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 (supplierweb.carrefour.com.cn)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자자료등록표’를 송부 - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 작성 및 서비스 계약 체결 - 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>등록 조건</p>	<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
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함 (체결 날짜와 상관없이 유효기한은 이듬해 1월 1일까지) - 입주 비용이 높은 편 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)21-38784500 메일: vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn
<p>벤더 리스트</p>	<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 2,171억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 750개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1974년 설립 - 중국 내 약 40개 도시에 750여 개의 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	아이하이타이추안 통루차하이타이 (爱海苔传统绿茶海苔)	
		종류	조미김	
		용량	12g	
		원산지	한국	

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<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"> - 신선식품 - 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) 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 제품 정보와 '공급자자료등록표'를 작성하여 등록페이지에 등록 (qyeps.com/register?purchaserId=161784) - 구매부 내부에서 제출 자료를 검토 후, 관심이 있을 경우 개별 연락 - 공급자 필수 제출 서류 보완 - 심사 통과 후 계약 체결 - 상품 판매 및 유통 2. 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol 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) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 30일 - 구매담당자 연락처: 2653502710@qq.com 	

자료: 지아지아위에(jiajiayue) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑦ 오상(Auchan)

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)	
	홈페이지	www.auchan.com.cn	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	매출액('18)	약 150억 3,553만 달러 ³¹⁾ (약 18조 637억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 72개 ³²⁾	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1961년 프랑스에서 설립되어 1999년 중국 진출 - 17개국에서 약 4,084개의 매장을 운영하며, 그 중 841개 매장이 아시아에 위치 - 2017년 중국 오상의 모회사인 선아트(Sun Art) 그룹, 알리바바와 전략적 제휴 체결 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 알티마트(RT Mart)와 협력하여 B2B 모바일 주문 플랫폼 '에루화(Elufa)' 런칭 - 2019년 5월 선아트와 공동 본부를 설립하여 공급망 공유 		
유사제품 정보		제품명	뽀리하이타이 (波力海苔)
		종류	조미김
		용량	100g
		원산지	중국

자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 리테일디테일(Retaildetail), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 오상(Auchan) 홈페이지

31) 오상(Auchan) 아시아 지역(중국, 대만) 통합 매출액

32) 2019년 기준 중국내 매장 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 신선식품, 즉석식품, 건조식품, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 위생용품, 욕실용품, 주방용품, 청소용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 공급상 기본 정보(사업자 등록증, 세금 등록 증명서 국세, 상표등록증, 제품성분검사보고, 견적표) 제출 - 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	
	특이사항	- 보건식품의 경우 보건식품허가증명서 제출 필요 - 제품 검사 서류의 잔유 유효기간이 1년 이상 필요 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)400-1012-211 메일: yue.zhang@auchan.com.cn	

자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 간식체인점

① 라이이펜(Lyfen)



기업 기본 정보	기업명	라이이펜(Lyfen)		
	홈페이지	www.laiyifen.com		
	위치	상하이(Shanghai)		
	규모	매출액('18)	약 1억 6,990만 달러 (약 2,041억 1,179만 원)	
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 2,700개 - 직원 수('18): 약 1만 명		
	<ul style="list-style-type: none"> - 1999년 설립된 스낵 전문점 - 2018년 기준 약 2,700만 명의 회원 보유 - 오프라인과 온라인을 결합한 옴니채널 운영 - 징둥닷컴(JD.COM)과 티몰(Tmall)에서 온라인 몰 운영 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 서울푸드 2019 엑스포에 참여하여 한국 간식 브랜드인 '영미 (Youngme)'와 계약 체결 - 2019년 스낵 박물관(Snack Museum) 완공 및 운영 - 2018년 중국 신규상장기업 사업모델개척상 수상 			
유사제품 정보		제품명	야미추안통평웨이하이타이 (亚米传统风味海苔)	
		종류	조미김	
		용량	15g	
		원산지	한국	

자료: 라이이펜(Lyfen) 홈페이지, 블룸버그(Bloomberg), 링크샵(Linkshop)
 사진 자료: 라이이펜(Lyfen) 홈페이지, 징둥닷컴라이이펜(Jd.Lyfen) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 견과류, 육류, 건조과일 스낵류, 일반 스낵류, 해산물 스낵류, 캔디류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵류 - 브랜드 인지도 높은 품목 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 주로 인지도가 높은 스낵을 유통 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 등록 (laiyifen.com/cmb.html) <ul style="list-style-type: none"> - 라이이펜 등록페이지에 등록 - 공급자 기본 정보 작성(업체명, 품목, 상품, 대표자 연락처 등) - 구매부 내부에서 제출 자료 검토 후, 관심이 있을 경우 개별 연락 - 공급자 필수 제출 서류 보완 - 심사 통과 후 계약서 체결
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> - 공급자가 중국 현지에 등록 필요 - 공급자 업태 요구 조건: (아래 3가지 중 1개만 부합하면 됨): 플래그십 스토어(旗舰店), 특수 브랜드 보유(Specialty Store) 혹은 독점 유통 매장(Exclusive Shop) - 모든 서류의 잔여 유효 기간은 3개월 이상 필요 - 수입식품의 경우 '통관신고서', '위생증명서' 및 '출입국 검사검역 증명서' 제출 필요 - 중문 외 언어로 된 모든 서류는 중문 번역본 제공 필요 - 특수 인증서(Ex: 유기농)를 보유하고 있는 경우 관련 증서 제출 필요 - 모든 복사본에 신청업체의 날인 필요
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 라이이펜 플랫폼 입주 보증금 및 마진율 다름 - 문의사항 연락처: +86-(0)21-5176-0952, +86-(0)21-5176-0999

자료: 라이이펜(Lyfen) 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 360조 5,398억 원)	
		기타 규모	오프라인 창고 수('18): 약 28개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 설립 - 중국 내 대표 온라인 B2C 온라인 몰 - 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 상하이 내 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	해표김	
		종류	조미김	
		용량	64g	
		원산지	한국	

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 신랑커지(新浪科技), 유로모니터(Euromonitor), 퀘지(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 명확해야 함 - 건강식품과 유기농식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> • E commerce China Agency (이커머스기업 전문 브로커) <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 수닝이포우(Suning.com)

기업 기본 정보	기업명	수닝이포우(Suning.com)	
	홈페이지	www.suning.com	
	위치	항저우(Hangzhou)	
	규모	매출액('18)	약 475억 2,376만 달러 (약 57조 950억 원)
기업 요약	기타 규모	- 소매 클라우드 스토어: 약 1,666개 - 직원 수('18): 약 25만 명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년 설립 - 중국 대표 B2C 온라인 플랫폼 - 2017년 처음으로 기업 순위 500위 내 기록 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 까르푸 중국의 약 80%에 해당하는 지분을 인수함으로써 매출이 급격하게 상승 - 2019년 9월 기준 회원 수가 전년 대비 약 6,300만 명 증가한 약 4억 7,000만 명 기록 		
유사제품 정보		제품명	농형김
		종류	조미김
		용량	16g
		원산지	한국

자료: 수닝이포우(苏宁易购) 홈페이지, 베이꾸오왕(北国网), 펑후앙왕(凤凰网), 진롱지에(金融界), 징지꾸안차빠오(经济观察报), 넷이즈(网易) 홈페이지, 중국경제망(中国经济网), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 수닝이포우(苏宁易购) 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, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류, 김치류 등 - 일반: 완구류, 전자제품, 의류, 서적류, 주방용품, 유아용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵류 및 건강 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유통기한이 넉넉해야 함 - 건강식품과 같은 경우 과도한 제품 효능 홍보 지양 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수닝이꼬우 홈페이지 로그인 후, 온라인을 통해 공급자 입점 자료 제출(기업정보, 상점유형/품목, 브랜드정보/자격요건정보, 상점이름, 계약서확인 등) - 공급자 심사 결과 대기: 자격요건 심사와 브랜드 심사 포함 (약 3-6일 정도 소요) - 이푸빠오(易付宝) 서비스 제공: 이푸빠오 계정 활성화(실명인증/일치성검증, 자동출금협약체결, 비용납부를 포함) (약 10분 소요) - 온라인 상점 등록: 제품 업로드, 유통 및 판매 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 식품제조업 허가증 보유
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Platform merchant(平台商家)와 Suning(苏宁易购) 두 종류 중 선택하여 입점 가능하며 Platform merchant 공급업체일 경우, 중국 현지에서 발급한 사업자등록증을 보유해야 함 (외국 기업의 경우, 현지 지사가 없으면 입점 불가능) - 공급자는 소비자에게 정규영수증을 제공하여야 함 (영수증 도장의 명칭은 Suning에 등록된 명칭과 일치해야 함)
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Sinowei(식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: sinowei.com.cn - 이메일: team@sinowei.com.cn - 기업소개: 수닝이꼬우를 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 수닝이꼬우(苏宁易购) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 중국 김스넥 인증 취득
2. 중국 김스넥 업체·제품 등록
3. 중국 김스넥 라벨 심의
4. 중국 김스넥 서류 준비
5. 중국 김스넥 세금 납부
6. 중국 김스넥 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) 	(*) 해관총서 - 문의처 : ire.customs.gov.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 12% 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 김스낵 인증 취득

인증 취득

중국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

김스낵

김스낵 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

김스낵 제품을 중국에 수출할 경우 반드시 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 건강기능식품의 식품검역을 담당하는 중국시장관리감독총국(SAMR)은 식품 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증 의무를 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품 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	20만 원
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 900~1,000만 원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
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 김스낵 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

김스낵

김스낵 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 중국식품위생법에서 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)과 중국식품의약품관리총국(CFDA), 국가공상행정관리총국(SAIC)이 정한 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따른 의무를 수행함. 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 에이전트, 혹은 해외 생산기업에 관련 정보의 사전 등록을 요구함. 등록 절차는 AQSIQ에서 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, 중국은 식품의 통관 과정에서 까다로운 통관·검역 심사를 진행하기 때문에, 사전에 식품 라벨, 식품 성분, 식품에 관한 국가표준³³⁾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	해관총서 - 온라인 : ire.customs.gov.cn - 오프라인 : Dayangmao Hutong, Dongcheng, Beijing
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)

33) 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(蜜餞)류, 량귀(涼果)류, 화화(话化)류, 과일케이크류, 귀단(果丹)류 등을 포함

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	
	라벨 표기사항 (영양성분)	영양 성분표	매100그램(g)/100밀리리터(ml)/한 몫 기준
		강제표기	열량(KJ), 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 설명 시 '함유', '고저', '유무', '증감' 등의 표기에 대한 구체적인 함량 및 기준조건

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

▶ 중국 김스낵 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(중문)

- ① 브랜드명 : 阿一波
- ② 제품명 : 多多海苔(素食)
- ③ 포장형태 : 独立小包 x 6
- ④ 제품 맛 : 即食海苔番茄味
- ⑤ 중량(净含量) : 4.5g

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 아이보
- ② 제품명 : 다다김(채식)
- ③ 포장형태 : 개별포 소장 6포
- ④ 제품 맛 : 즉식 김 토마토 맛
- ⑤ 중량 : 4.5g

뒷면(중문)

- ① 제품설명1 : 多多小零食 欢乐伴成长
它是零食,又不是一般的零食。
它身材单薄 却内涵多多
成长的路上 有它的陪伴
让你欢乐享不停。
- ② 생산날짜 : 20191203
- ③ 영양성분표(营养成分表) :

项目	每100克	NRV%
能量	1466千焦	17%
蛋白质	39.0克	65%
脂肪	6.7克	11%
碳水化合物	24.3克	8%

- ④ 제품설명2 : 聚会畅饮时, 下班娱乐时, 欢乐开心时
- ⑤ 제품종류(产品类别) : 调味紫菜
- ⑥ 원료(配料) : 干紫菜, 果葡糖浆, 番茄清汁, 白砂糖, 食用盐, 食品添加剂(柠檬酸), 酿造酱油, 食用香精

뒷면(국문)

- ① 제품설명1 : 다다간식은 사람들의 기쁨과 함께 성장합니다. 간식이긴 하지만 일반 간식이 아닙니다. 가볍지만 매우 알찬 제품입니다. 다다간식과 함께라면 즐거움이 가득할 수 있습니다.
- ② 생산날짜 : 2019년 12월 3일
- ③ 영양성분표 :

항목	100g당	NRV%
에너지	1466kJ	17%
단백질	39.0g	65%
지방	6.7g	11%
탄수화물	24.3g	8%

- ④ 제품설명2 : 모임에서 술을 마실 때, 퇴근 후 오락을 즐길 때, 마음이 즐거울 때
- ⑤ 제품종류 : 조미김
- ⑥ 원료 : 마른김, 액상과당, 토마토즙, 백설탕, 식용소금, 식품첨가제(레몬산), 양조간장, 식용향료

⑦ 유통기한(保质期) : 12个月
 生产日期 : 见包装袋
 ⑧ 섭취 및 보관방법 :
 食用方法 : 开封后直接进食。
 贮存方法 : 请避免高温、潮湿及阳光直射。开封后请尽快食用或冷藏保存。
 ⑨ 제조업체(生产者) : 阿一波食品有限公司
 地址 : 晋江市经济开发区 (五里园) 安麒路3号
 产地 : 福建省泉州市
 服务热线 : 400-855-1000

⑦ 유통기한 : 12개월
 생산일자는 포장지에 표시되어 있음
 ⑧ 섭취 및 보관방법 : 개봉 후 즉시 섭취하십시오. 고온, 습기, 직사광선을 피해서 보관하십시오. 개봉한 후에는 최대한 빨리 섭취하는 것이 좋으며, 보관할 때에는 냉장 보관하는 것이 좋습니다.
 ⑨ 제조업체 : 아이보식품유한회사
 주소: 진장시경제개발구(오리위안)안치로3호
 생산지: 푸젠성취안저우시
 서비스전화: 400-855-1000

4. 중국 김스낵 서류 준비

서류 준비

중국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

김스낵

김스낵 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 진행하려면 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, 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 김스낵 세금 납부

세금 납부

중국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

김스낵

김스낵 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 김스낵 식품 HS CODE 2106.90.90, 관세율 12% 적용
- ▶ 한·중 FTA 발효로 협정세율 적용

김스낵은 중국에서 HS CODE 2106(따로 분류되지 않은 조제 식료품)의 2106.90.90(기타) 세번이 적용되어 수입됨.³⁴⁾ 중국 수입 시 기본 세율은 90%이고 2015년 12월 20일 발효된 한·중 FTA 협정으로 협정세율인 18.4%가 적용되나, 최혜국대우(MFN)³⁵⁾의 경우 12%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(약 14만 원)³⁶⁾ 소요
- 수입 서류 심사에 평균 24시간 소요
- 통관 비용에 335달러(약 40만 원) 소요
- 통관에 평균 48시간 소요

[표 4.6] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.90	기타	
중국	2106.90.90	기타	
관세	기본관세율	90%	
	최혜국대우	12%	
	협정 세율	18.4%	
증치세		9-13%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

34) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 김스낵에 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

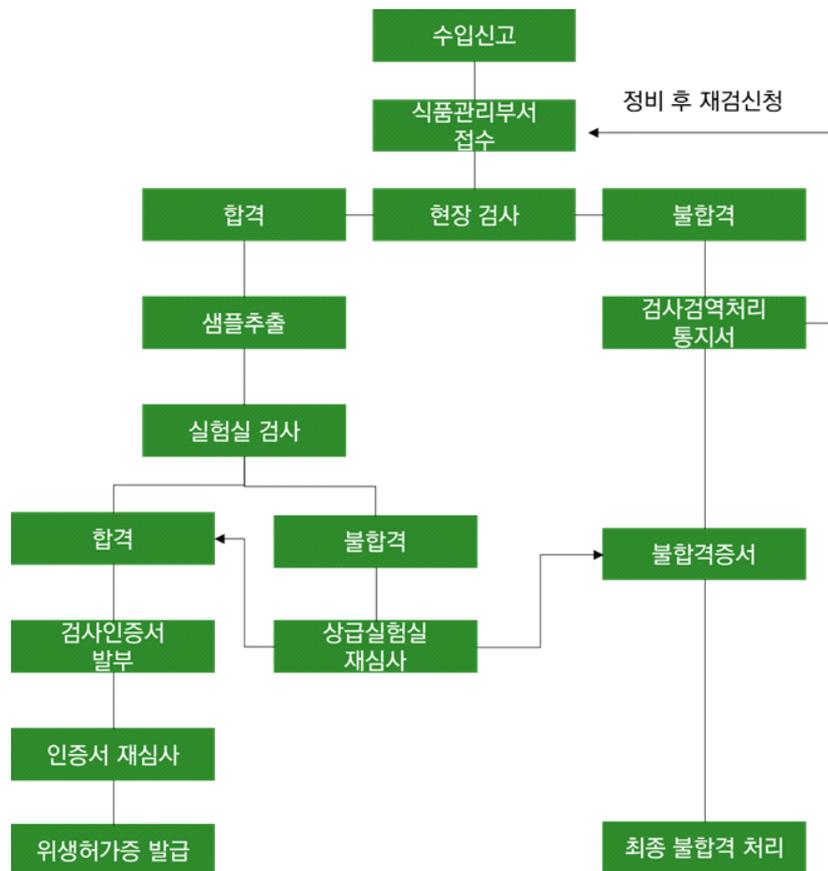
35) 중국과 상호 최혜국조치를 하는 세계무역기구(WTO)의 회원국이 원산지인 수입물품, 중국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역이 원산지인 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율을 의미함

36) 1달러=1,201.40원 (2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 중국 김스낵 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	Acesulfame potassium	1,000
		Acacia (gum arabic)	GMP ³⁷⁾
	유해물질	Salmonella spp.	n=5, c=0, m=0

자료 : KATI농식품수출정보

37) 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

● 김스넥

김스넥 품목의 첨가물 규정은 KATI 식품 유형 분류 중 수산가공식품류의 조미김 및 기타 수산물가공품으로 분류하여 이에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.8] 중국 김스넥 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
보존료, 산도조절제	아세트산	Acetic acid	GMP
유화제, 점착제	아세틸아디핀 산이전분	Acetylated distarch adipate	GMP
유화제, 점착제	아세틸인산이전분	Acetylated distarch phosphate	GMP
산화방지제	아스코르브산	Ascorbic acid	GMP
산화방지제	아스코르브산칼슘	Calcium ascorbate	GMP
안정제, 희석제 등	탄산칼슘	Calcium carbonate	GMP
안정제, 희석제 등	알긴산나트륨	Sodium alginate	GMP
산화방지제	아스코르브산나트륨	Sodium ascorbate	GMP
증점제, 안정제 등	젤란검	Gellan gum	GMP
산도조절제 등	시트르산	Citric acid	GMP

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 안산신위(鞍山欣宇)

Interview ② 하이띠촌(海地村)

Interview ③ 다련건왕시예유한공쓰
(大连根旺实业有限公司)

Interview ④ 칭다오승위안래(青岛盛源来)

Interview ⑤ 베이징원상위앤커마오요우시앤꽁스
(北京耘尚源科贸有限公司)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Preference

鞍山欣宇贸易有限公司

- 인터뷰 기업 : 안산신위
(鞍山欣宇)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Miao
(CEO)

김스낵 제품의 주 고객은 아이를 둔 젊은 부모

김스낵 제품의 주 고객은 아이를 둔 젊은 부모입니다. 중국 현지 부모들은 아이들에게 간식으로 주거나 이유식을 만들기 위해 조미김 제품을 구매합니다.

현지인들은 오리지널 맛의 김스낵 제품을 선호

중국에는 오리지널 맛, 올리브오일 맛, 치즈 맛 등 다양한 맛의 조미김과 김부각이 있으며, 현지인들은 오리지널 맛을 가장 선호합니다.

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 하이띠촌
(海地村)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang
(Sales Manager)

김스낵 제품의 시장 경쟁은 치열함

중국에서의 김스낵 제품 수요는 꾸준히 증가하고 있고, 제조업체 간의 경쟁이 매우 치열합니다. 따라서 일부 수입유통업체들은 한국산 김스낵 수입을 꺼립니다.

다양한 온·오프라인 매장에서 김스낵 제품을 취급함

중국의 다양한 온오프라인 매장에서 김스낵 제품을 취급하고 있습니다. 한인마트와 한식당에서 김 제품의 수요가 많고, 온라인상으로는 브랜드 인지도가 높은 중국산 제품의 수요가 많습니다.

Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 다련견왕시예유한공쓰
(大连根旺实业有限公司)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kevin
(Purchasing Manager)

현지인들은 조미김과 김부각을 선호함

중국 소비자들은 조미김과 김부각을 선호하고, 이들은 밥에 조미김을 곁들여 먹기보다 간식으로 조미김과 김부각을 먹습니다.

오프라인 매장에서의 김스낵 수요가 많은 편

평소에는 오프라인 매장에서 김스낵 제품의 수요가 많은 편이나, 11월 11일, 12월 12일과 같은 온라인 대형 할인행사 시즌에는 온라인 판매량이 압도적으로 많습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Considerations



- 인터뷰 기업 : 칭다오승위안래
(青島盛源來)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Huang
(Purchasing Manager)

김스낵 제품의 수요는 증가하고 있음

한국, 동남아, 일본의 문화 영향을 받아, 중국에서의 김스낵 제품 수요가 증가하고 있습니다. 주로 10-30대 젊은 소비자들이 김스낵 제품을 구매합니다.

유통업체들은 브랜드, 품질, 유통기한을 고려함

유통업체들은 김스낵 제품 취급 시, 브랜드 인지도가 높고 품질이 우수하며 유통기한이 1년 이상인 제품을 선호합니다.

Market Trend and Considerations



- 인터뷰 기업 : 베이징원상위안케마오유시안공스
(北京耘尚源科貿有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhong
(CEO)

최근 김스낵 시장의 경쟁이 치열해짐

과거에는 김스낵을 취급하는 업체가 많지 않았으나, 최근 김스낵 시장의 경쟁이 치열해짐에 따라 당사에서 취급하는 김스낵 제품의 수요가 감소하는 추세입니다.

현지인들은 제품 구매 시, 제품 품질을 고려함

아이들이 김스낵을 즐겨 먹으므로, 아이를 둔 부모들은 제품 구매 시 품질을 가장 중시합니다. 부모들은 짠맛이 강한 김스낵을 선호하지 않으며, 최근에 제조한 제품과 유통기한이 1년 이상인 제품을 선호합니다.

Interview ① 안산신위(鞍山欣宇)

38)

안산신위
(鞍山欣宇)

전문가 소속

안산신위
(鞍山欣宇)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Miao
(CEO)

鞍山欣宇贸易有限公司



안산신위(鞍山欣宇)
CEO, Ms. Miao

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2016년에 설립된 유아용품 전문 수입유통업체로, 유아용 스낵, 건강식품, 장난감 등을 취급하고 있습니다. 한국과 일본에서 제품을 수입하고 있으며, 중국에서 알리바바, 티몰 등의 온라인 쇼핑몰과 올레(Ole), 시티슈퍼(Citysuper) 등의 오프라인 매장, 잉베이얼(婴幼儿) 등 영유아용품 매장에 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서의 김스낵³⁹⁾ 제품의 수요는 어떠한가요?

한식과 일식의 영향을 받아, 현지인들 사이에서 김스낵 제품의 수요가 지속 증가하고 있습니다. 김스낵 제품의 주 고객은 아이를 둔 젊은 부모들입니다. 중국 어린이들은 조미김을 밥에 싸 먹기보다 간식으로 먹으며, 부모들은 기름과 소금이 첨가되지 않은 유기농 조미김을 이유식으로 활용합니다.

Q. 소비자들 사이에서 인기가 좋은 김스낵 제품은 무엇인가요?

중국 소비자들은 조미김과 김부각을 가장 선호합니다. 제품 맛으로는 오리지널, 올리브오일, 치즈 맛 등이 있고, 그중 오리지널 맛의 수요가 가장 많습니다. 유명 브랜드로는 태국산 샤오라오반(小老板)이 있습니다. 제품 포장에 귀여운 캐릭터가 그려져 있어 아이들에게 제품 인기가 매우 좋습니다. 또한, 샤오라오반은 크리스피(Crispy), 빅롤(Big Roll), 빅뱅(Big Bang) 등 다양한 종류의 김스낵을 출시했으며, 그중 크리스피 조미김의 수요가 가장 많습니다. 해당 제품은 베이징덕 맛과 퐁얌꿍 맛이 있으며, 1박스(40g)에 10.00위안(약 1,734원)⁴⁰⁾입니다.

38) 사진자료: 안산신위(鞍山欣宇) 알리바바 홈페이지 (xinyumaoyi.1688.com)

39) 중국 소비자들은 조미김, 김자반 등을 간식으로 먹어, 중국에서의 김스낵은 조미김, 김자반, 김부각 등을 포함함

40) 1위안=173.46원(2020.03.10.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 제품 판매 시, 주의해야 할 사항에는 무엇이 있나요?

중국에서 김스낵 제품 판매 시, 납품주기를 고려해야 합니다. 어린이들이 김스낵을 즐겨 먹기 때문에, 아이를 둔 부모들은 김스낵 제품 구매 시 유통기한을 꼼꼼하게 살펴보기 때문입니다. 또한, 만약 A사의 제품이 유기농 제품이라면, 유기농 인증을 취득할 것을 추천합니다. 당사를 비롯한 수입유통업체 대부분이 유기농 김스낵 제품을 선호하기 때문입니다.

Q. 김스낵 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

당사는 김스낵 제품을 해외에서 직수입하고 있고, 협력 유통업체를 통해 알리바바, 티몰 등의 온라인 쇼핑몰과 올레, 시티슈퍼 등 프리미엄 슈퍼마켓과 영유아용품 매장으로 납품하고 있습니다.

Interview ② 하이디춘(海地村)

41)

하이디춘
(海地村)

전문가 소속

하이디춘
(海地村)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Zhang
(Sales Manager)



하이디춘(海地村)

Sales Manager, Mr. Zhang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2006년에 설립된 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 김, 조미료, 소스류, 육류, 어류 등을 취급하고 있습니다. 티몰, 징동, 타오바오, 알리바바 등의 온라인 쇼핑몰과 한식당, 한인마트, 현지마트 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 김스낵 제품의 수요는 어떠한가요?

중국에서 김스낵 제품의 수요는 꾸준히 증가하고 있고, 현지 제조업체들이 중국산 김스낵을 출시함에 따라 시장 경쟁이 매우 치열합니다. 실제 12g의 김을 7.90위안(약 1,370원)에 판매하던 때도 있었습니다. 가격 경쟁력을 갖춘 중국 김스낵 제품 때문에, 일부 수입유통업체들은 한국산 제품이 경쟁력이 없다고 생각해 한국 제품의 수입을 꺼립니다.

Q. 소비자들 사이에서 인기가 많은 김스낵 제품은 무엇인가요?

현지인들 사이에서 한국산 D, Z, H1, M 브랜드와 중국산 푸어리(波力)와 썬즈송슈(三只松鼠) 브랜드의 인지도가 높습니다. 당사는 한국산 M브랜드와 P사 제품을 취급했으나, 해당 제품의 수요는 많지 않았고 오히려 중국산 썬즈송슈의 김스낵 수요가 더 많았습니다. 썬즈송슈 제품은 개별포장되어 있어 휴대하기 편리하고, 바삭하면서도 달콤하고 김 향이 강하다는 특징이 있습니다. 해당 제품은 포장 디자인이 귀여워 아이들에게 인기가 좋습니다.

Q. 김스낵 제품의 판매처는 어디인가요?

중국의 다양한 온·오프라인 매장에서 김스낵 제품을 취급하고 있으며, 그중 한인마트와 한식당에서 김스낵 제품의 수요가 많습니다. 온라인 쇼핑몰은 다양한 브랜드를 취급하고 있어, 브랜드 인지도가 높은 중국산 푸어리와 리양핀푸즈(良品鋪子) 제품의 인기가 좋습니다.

41) 사진자료: 하이디춘(海地村) 홈페이지 (haidecun.com/cn)

Interview ③ 다련건왕시예유한공쓰 (大连根旺实业有限公司)

42)

다련건왕시예유한공쓰
(大连根旺实业有限公司)

전문가 소속

다련건왕시예유한공쓰
(大连根旺实业有限公司)
유통업체

전문가 정보

Mr. Kevin
(Purchasing Manager)



다련건왕시예유한공쓰(大连根旺实业有限公司) Purchasing Manager, Mr. Kevin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2009년에 설립된 유통업체로, 한국, 동남아 등에서 생산된 김, 견과류, 말린 과일, 주스 등을 취급하고 있습니다. 세븐-일레븐(7-11), 패밀리마트(Familymart), 로손(Lawson) 등의 편의점, 시티슈퍼, 올레, 허어마(盒马) 등의 프리미엄 매장, 징동 등의 온라인 쇼펍몰로 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서의 김스낵 제품 트렌드는 무엇인가요?

중국 사람들은 먹기 편한 조미김과 김부각을 가장 선호합니다. 현지인들은 한국인처럼 밥에 김을 곁들여 먹기보다 간식으로 조미김과 김부각을 먹습니다. 조미김의 주요 고객은 아이를 둔 부모들과 젊은 층 소비자들로, 성인들은 김스낵을 저칼로리 간식이라고 생각합니다. 중국에는 불닭 맛 등 다양한 맛의 김스낵이 있으나, 현지인들은 오리지널 맛을 가장 선호합니다. 현지인들 사이에서 인지도가 높은 브랜드로는 H, Z가 있습니다.

Q. 현지인들에게 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

당사는 시아오주페이치(小猪佩奇)와 한국 M브랜드의 제품을 취급하고 있으며, 해당 제품들은 수요가 많습니다. 시아오주페이치는 1.6-6g 등 다양한 용량의 조미김을 출시하고 있고, 오리지널 맛과 올리브오일 맛의 김을 판매하고 있습니다. 또한 씨씨티비(CCTV), 아이치이(爱奇艺), 요우쿠(优酷) 등에서 제품을 홍보해, 브랜드 인지도가 매우 높습니다. 이 밖에 M브랜드 제품은 유일하게 중국 유기농 인증을 받은 한국 브랜드로, 현지인들은 해당 제품 품질에 대한 신뢰도가 높습니다.

42) 사진자료: 다련건왕시예유한공쓰(大连根旺实业有限公司) 징동 홈페이지 (mall.jd.com/index-942082.html)

Q. 김스낵 제품의 판매처는 어디인가요?

정동, 타오바오 등의 온라인 쇼핑몰과 시티슈퍼, 올레, 호어마, 로손, 세븐일레븐 등의 프리미엄 마트, 편의점에서 김스낵 제품을 취급하고 있습니다. 평소에는 온라인 쇼핑몰보다 오프라인 매장에서 김스낵 제품의 수요가 많은 편이나, 11월 11일, 12월 12일과 같은 온라인 쇼핑몰 대형 할인행사 시즌에는 온라인 판매량이 압도적으로 많습니다.

Q. 중국으로의 제품 수출 시, 주의해야 할 사항에는 무엇이 있나요?

중국으로 김스낵 제품 수출 시, 특별히 주의해야 할 사항은 없습니다. 하지만 라벨과 영양성분 및 함량 관련 중국 국가표준을 확인하고, A사 제품이 중국 국가표준에 부합하는지 살펴볼 것을 추천합니다. GB 7718-2011(packaged foods 라벨 통칙)와 GB 28050-2011(packaged foods 영양성분표시통칙)을 통해 관련 내용을 확인할 수 있습니다. 이 밖에 중국산 김스낵 제품은 매우 저렴하므로, 가격 경쟁력을 갖출 것을 제안합니다. 중국에서의 유기농 프리미엄 조미김과 일반 조미김은 각각 평균 15.00위안(약 2,601원)과 10.00위안(약 1,734원)입니다.

Interview ④ 칭다오승위안래(靑島盛源來)

43)

칭다오승위안래
(靑島盛源來)

전문가 소속

칭다오승위안래
(靑島盛源來)
유통업체

전문가 정보

Mr. Huang
(Purchasing Manager)



칭다오승위안래(靑島盛源來)

Purchasing Manager, Mr. Huang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2012년에 설립된 한국 식료품 전문 유통업체로, 한국산 김, 스낵, 음료, 조미료 등을 취급하고 있습니다. 징동, 타오바오, 티몰 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 이 밖에 슈퍼마켓, 유통업체 등 다양한 채널로 납품하고 있습니다.

Q. 중국에서의 김스낵 제품 수요가 어떻게 되나요?

한국, 동남아, 일본의 음식 문화 영향을 받아, 최근 김스낵 제품을 찾는 현지인들이 늘어나고 있습니다. 김스낵 제품의 주요 고객은 10-30대 젊은 소비자로, 이들은 조미김과 김자반을 가장 선호합니다.

Q. 당사 취급 제품 중, 수요가 많은 김스낵 제품은 무엇인가요?

당사에서 취급하는 제품 중, 브랜드 인지도가 높은 C브랜드의 조미김 수요가 많습니다. C브랜드 제품은 올리브오일이 함유되었고 설탕이 첨가되지 않아, 현지인들은 해당 제품이 몸에 좋다고 생각합니다. 또한 가격이 4.5g x 18팩에 39.80위안(약 6,903원)으로 적당해 현지인들 사이에서 인기가 좋습니다.

Q. 중국에서의 김스낵 제품 판매 시, 추천하는 판매처가 있나요?

C브랜드와 같이 인지도가 높다면, 징동, 타오바오, 티몰 등 온라인 쇼핑몰에 납품할 것을 추천합니다. 브랜드 인지도가 높아 별다른 홍보가 필요 없기 때문입니다. 또한 오프라인 매장에서는 운송비, 보관비용 등 거래비용이 높은 반면, 온라인 쇼핑몰에서는 거래비용이 다소 낮으므로 온라인 쇼핑몰에 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

43) 사진자료: 칭다오승위안래(靑島盛源來) 홈페이지 (sylsp.tmall.com)

Q. 김스낵 제품 유통 시, 주의해야 할 사항에는 무엇이 있나요?

유통업체들은 김스낵 제품 취급 시, 품질과 유통기한 등을 고려합니다. 10-30대뿐만 아니라 어린이들이 김스낵 제품을 즐겨 먹기 때문에, 유통업체들은 어린이들에게 적합한 품질을 갖춘 제품을 선호합니다. 이 밖에 김스낵 제품의 유통기한은 평균 1년으로, 유통업체들은 1년보다 짧은 김스낵 제품을 취급하는 것을 꺼려합니다. 실제 소비자들 사이에서도 유통기한이 짧은 제품은 수요가 많지 않습니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

중국에서 김스낵 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 브랜드 인지도를 높이는 것이 중요합니다. A사의 몬스터김 제품은 포장 디자인과 맛의 종류가 다양하기 때문에, 소비자들의 눈길을 끌 수 있을 것 같습니다. 만약 중국전용 제품을 생각하고 있다면, 현지인들이 선호하는 쿠마몬(熊本熊)와 나타(哪吒) 캐릭터를 활용하는 것이 좋을 것 같습니다. 또한, 중국에서의 제조업체들은 드라마 PPL과 왕홍⁴⁴⁾ 마케팅을 통해 제품의 브랜드 인지도를 높이므로 A사 역시 소셜미디어와 TV광고를 통해 제품을 홍보하는 것이 필요합니다.

44) 왕홍(网红): 중국 소셜미디어(SNS) 채널에서 활동하며 많은 구독자를 보유한 인터넷 스타

Interview ⑤ 베이징원상위앤커마오오우시앤공스 (北京耘尚源科贸有限公司)

45)

베이징원상위앤커마오오우시앤공스
(北京耘尚源科贸有限公司)

전문가 소속

베이징원상위앤커마
오오우시앤공스
(北京耘尚源科贸有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Zhong
(CEO)

北京耘尚源科贸有限公司



베이징원상위앤커마오오우시앤공스(北京耘尚源科贸有限公司) CEO, Mr. Zhong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2013년에 설립된 식품 전문 수입유통업체로, 한국 등으로부터 식품을 수입해 취급하고 있습니다. 타물, 징동, 알리바바, 타오바오 등의 온라인 쇼핑몰과 편의점, 슈퍼마켓 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 취급 제품의 수요는 어떠한가요?

당사는 D브랜드의 영유아 조미김을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 과거에는 수요가 많았지만 최근에는 김스낵 시장의 경쟁이 치열해지다 보니 수요가 감소했습니다. 2017년까지만 해도 영유아 조미김을 취급하는 업체가 많지 않았고, 해당 제품은 저염 김으로 아이와 임산부 간식용으로 유명했습니다. 또한, 개별 포장되어 있어 휴대가 편리하고, 포장 디자인에 캐릭터가 있어 아이들에게서 인기가 좋았습니다.

Q. 현지인들 사이에서 인기가 좋은 제품은 무엇인가요?

현지인들은 한국의 H, Z브랜드의 김스낵 제품을 선호합니다. H의 제품은 오리지널, 오징어, 와사비, 토마토, 치즈 등 다양한 맛이 있고, 그중 오리지널 맛의 수요가 가장 많습니다. 한 팩에 8개가 포장되어 있으며 가격은 10.00위안(약 1,734원)임

Q. 현지인들이 선호하는 김스낵 제품의 특징은 무엇인가요?

아이들이 김스낵을 즐겨 먹으므로 아이를 둔 부모들은 김스낵 제품 구매 시 품질을 가장 중시합니다. 부모들은 나트륨 함유량이 낮은 김스낵을 선호합니다. 중국에서 허용하는 어린이 식품 나트륨 함유량은 100g에 120mg 이하로, 이를 참고해 고객 타깃을 정하는 것이 좋을 것 같습니다. 또한 현지인들은 최근에 제조한 제품과 유통기한이 1년 이상인 제품을 선호합니다. 따라서 납품주기가 짧은 것이 좋을 것 같습니다.

45) 사진자료: 치신바오(居信宝) 홈페이지 (www.qixin.com/company/d347c8f5-3c13-4b03-aaf2-61750631b335), 한메이흐어(韩美禾) 징동 홈페이지 (hmall.jd.com/index-652441.html)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Packaged Food in China」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.11
2. 「China Statistical Yearbook」, 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 2018
3. 「2018中国中间群体收入划分标准一览」, 중국 매일경제뉴스(Daily Finance Network), 2019.01
4. 「Savoury Snacks in China」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.08
5. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 2019.02.22.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 월드뱅크(www.worldbank.org)
5. 중국 국가통계국(www.stats.gov.cn)
6. 용후이(Yonghui) 홈페이지 (www.yonghui.com.cn)
7. 밉티안디(Mingtiandi) 홈페이지 www.mingtiandi.com
8. 포브스(Forbes) 홈페이지 (www.forbes.com)
9. 에프엠씨지차이나(FMCGChina) 홈페이지 (www.fmcgchina.com)
10. 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지 (www.wal-martchina.com)
11. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
12. 아시아프루트(Asiafruit) 홈페이지 (www.fruitnet.com)
13. 징둥닷컴(Jd.com) 홈페이지 (global.jd.com)
14. 씨알뱅가드(CR Vanguard) 홈페이지 (www.crv.com.cn)
15. 케이알아시아(Kr-asia) 홈페이지 (kr-asia.com)
16. 치우즈왕(求知网) 홈페이지 (www.qiuzhi5.com)
17. 알티마트(RT Mart) 홈페이지 (www.rt-mart.com.cn)
18. 신랑신원(新浪新闻) 홈페이지 (news.sina.cn)
19. 리테일매거진(Retail magazine) 홈페이지 (www.retailing.co.kr)
20. 이컨설턴시(Econsultancy) 홈페이지 (econsultancy.com)
21. 고미(Gome) 홈페이지 (www.gome.com.cn)
22. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.cn)
23. 아이에스앤머거진(ISN Magazine) 홈페이지 (www.internationalsupermarketnews.com)
24. 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia) 홈페이지 (insideretail.asia)
25. 지아지아위예(Jiajiayue) 홈페이지 (www.jiajiayue.com.cn)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 오상(Auchan) 홈페이지 (www.auchan.com.cn)
27. 리테일디테일(Retaildetail) 홈페이지 (www.retaildetail.eu)
28. 라이이펜(Lyfen) 홈페이지 (www.laiyifen.com)
29. 블룸버그(Bloomberg) 홈페이지 (www.bloomberg.com)
30. 링크샵(Linkshop) 홈페이지 (www.linkshops.com)
31. 티몰(Tmall) 홈페이지 (www.tmall.com)
32. 신랑커지(新浪科技) 홈페이지 (tech.sina.com.cn)
33. 쉘지(Quartzy) 홈페이지 (www.quartzy.com)
34. 수닝이꾸오(苏宁易购) 홈페이지 (www.suning.com)
35. 뻬이꾸오왕(北国网) 홈페이지 (www.lnd.com.cn)
36. 펑후양왕(凤凰网) 홈페이지 (www.ifeng.com)
37. 진룽지에(金融界) 홈페이지 (www.jrj.com.cn)
38. 징지꾸안차빠오(经济观察报) 홈페이지 (www.eeo.com.cn)
39. 넷이즈(网易) 홈페이지 (www.163.com)
40. 중국경제망(中国经济网) 홈페이지 (www.ce.cn)
41. 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) (english.aqsiq.gov.cn)
42. 중국시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)
43. 중국 해관총서(GACC) (www.customs.gov.cn)
44. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
45. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
46. 안산신위(鞍山欣宇) 알리바바 홈페이지 (xinyumaoyi.1688.com)
47. 하이디춘(海地村) 홈페이지 (haidicun.com/cn)
48. 다련견왕시예유한공쓰(大连根旺实业有限公司) 징둥 홈페이지 (mall.jd.com/index-942082.html)
49. 칭다오승위안래(青岛盛源来) 홈페이지 (sylsp.tmall.com)
50. 치신바오(居信宝) 홈페이지 (www.qixin.com/company/d347c8f5-3c13-4b03-aaf2-61750631b335)
51. 한메이호어(韩美禾) 징둥 홈페이지 (hmall.jd.com/index-652441.html)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.27.

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

