



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-28

품목 | 녹차(Green Tea)

국가 | 독일(Germany)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	02
II. 시장규모(Market Size)	
1. 독일 녹차 시장규모	13
2. 독일 녹차 수출입 시장규모	14
3. 독일 녹차 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 독일 과일차 시장 강제... 한국 차 소량 진출	23
2. 독일 녹차 시장, 중국산 및 차 통 형태 다수 진출	24
3. 독일 프리미엄 차 시장, 유기농·녹차 제품 다수	25
4. 독일 녹차 이슈, '면역력', '다이어트' 언급	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 독일 녹차 유통구조	28
2. 독일 녹차 주요 유통업체	29
3. 독일 녹차 B2C 소매채널	31
4. 독일 녹차 B2B 유통채널	49

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 독일 녹차 인증 취득	52
2. 독일 녹차 사전 절차	55
3. 독일 녹차 라벨 심의	58
4. 독일 녹차 서류 준비	62
5. 독일 녹차 세금 납부	64
6. 독일 녹차 검역 심사 절차	65
7. 독일 관련 규제 정보	66

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① HTH함부르거테한델(HTH Hamburger Teehandel)	68
Interview ② 디앤비(D&B, Dethlefsen&Balk)	70
Interview ③ 비올리(Violey)	72
Interview ④ 테한델슈콘토어슈투름(Tehandelskontor Sturm)	74
Interview ⑤ 헬센&뤼온(Hälssen&Lyon)	76

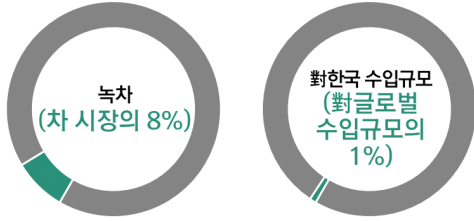
## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	80
--------	----

# I . 요약(Summary)

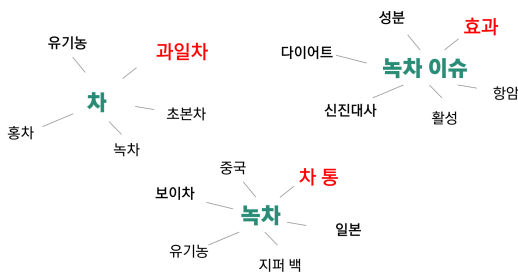
# Summary

## ▶ 수요 분석



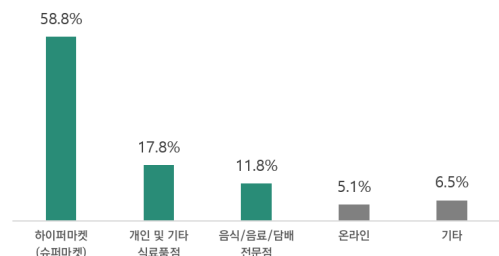
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	차	2조 원	한국산 녹차의 수요와 인지도는 일본, 중국산에 비해 낮은 편 - 연령 보다는 소득과 연관성이 높으며 프리미엄 차 주요 소비자는 중상위 소득층
	녹차	1,000억 원	
수입규모	글로벌	181억 원	
	한국	2억 원	
소비 시장규모	평균 여성 임금	6,294만 원	
	중·고소득 여성	전체 여성의 14.4%	

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



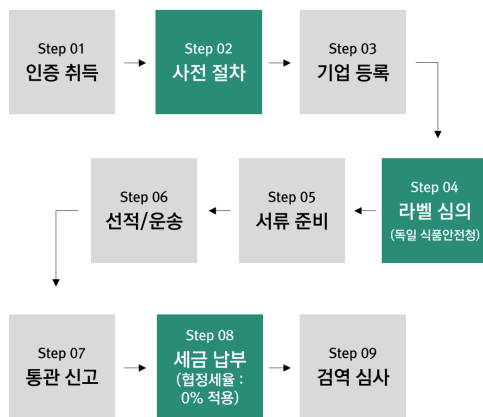
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
차	과일차	1st / 1,621건	녹차만의 효능으로 홍차 소비량을 따라잡는 추세 - 성분과 효능을 강조한 블렌딩 티 인기 - 유기농 인증 제품을 선호하며 프리미엄 가격 지불 용의 있음
	녹차	4th / 559건	
녹차	차 통	1st / 301건	
	유기농	4th / 215건	
녹차 이슈	효과	1st / 49건	
	성분	1st / 43건	

## ▶ 유통채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	58.8%	유기농 녹차의 경우 차 전문판매점을 통해 프리미엄 브랜드 이미지 제고를 추천 - 슈퍼마켓 및 할인점의 경우 브랜드 인지도 제고에 적절
	개인 및 기타 식료품점	17.8%	
	음식/음료/담배 전문점	11.8%	
	온라인	5.1%	
	기타	6.5%	

## ▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	EU 및 USDA 유기농 인증, IFS, HACCP, 코셔인증 취득 제품 선호
	선택	HACCP, GMP 유기농, 코셔	
사전절차	필수	사전 심사 불필요	
	선택	사전 BTI 등록 가능 사전 AEO 등록 가능 독일 연방소비자보호 식품안전청(BVL)	
라벨 표기사항		수입신고서, 원산지증명서	
서류 준비사항			
세금납부	기본관세율	3.2%	
	협정세율	0%	
	부가가치세	7%	

- ▶Point 01. 독일 내 녹차 수요는 증가하는 추세지만 한국산 차의 인지도는 낮음
- ▶Point 02. 유기농 인증을 받은 프리미엄 차 제품 다수, 중상위 소득층이 주로 구매
- ▶Point 03. 진출 유통채널 별 장단점을 고려하여 브랜드 이미지에 맞는 채널을 선택

# Market Size

## (시장규모)

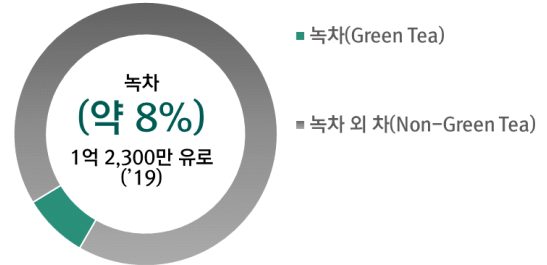
### 독일(Germany)

#### 녹차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(차잎), 종류(차)

- 독일 차(Tea)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 15억 7,400만 유로('19)
- 독일 녹차(Green Tea)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **1억 2,300만 유로('19)**

(\*) Euromonitor International

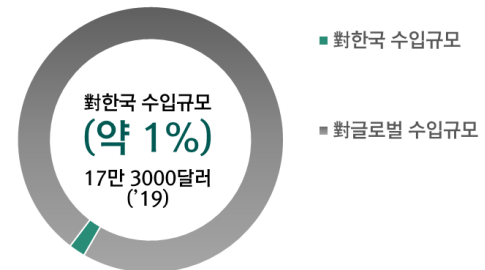


### 녹차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(차잎), 종류(차)

- HS 0902.10<sup>3)</sup> '차나무 잎으로 만든 발효되지 않은 제품' 독일 對글로벌 수입규모  
..... 1,545만 5,000달러('19)
- HS 0902.10 '차나무 잎으로 만든 발효되지 않은 제품' 독일 對한국 수입규모  
..... **17만 3,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 녹차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품인 '녹차'는 차나무의 잎으로 만든 차 제품이며 EU 유기인증을 획득한 유기농 차임. 이에 독일 내 녹차 판매 기업 및 브랜드에 대한 동향을 파악하기 위해 '독일 녹차 시장 기업 및 브랜드 점유율'을 조사함. 또한, 녹차의 주요 소비계층이 될 수 있는 인구 및 규모를 확인하기 위해 '독일 여성 인구 월 평균 순소득'을 조사함. 이 외에 한국산 차류의 시장 가능성을 확인하기 위해 '한국 對독일 차류 수출규모'를 조사함

① 독일 녹차 시장 기업 및 브랜드 점유율('19)	② 독일 여성 인구대비 월 평균 순소득('19)	③ 한국 對 독일 차류 수출규모('19)
로렌스스페스만홀딩스 ..... 25.8%	2,000-2,500유로 ..... 7.7%	녹차 ..... 91만 7,000달러
티칸네 ..... 17.7%	2,500-3,000유로 ..... 2.8%	홍차 ..... 1만 달러
이스트웨스트티 ..... 6.6%	3,000-3,500유로 ..... 1.7%	차 조제품 ..... 1만 달러
알나투라프로덕션스앤한델스 ... 2.7%	3,500-4,000유로 ..... 0.9%	
빈팅베테일리공스 ..... 2.0%	4,000-4,500유로 ..... 0.6%	
프라이빗라벨 ..... 29.3%	4,500-5,000유로 ..... 0.3%	
기타 ..... 15.9%	5,000유로 이상 ..... 0.4%	

(\*) 유로모니터(Euromonitor), 스태티스타(Statista), 농식품수출정보(Kati), ITC

1) 차(Tea): 홍차, 과일차/허브티, 녹차, 인스턴트 차와 그 외 차 종류를 모두 포함함  
 2) 녹차(Green Tea): 차나무의 잎으로 만든 차로 녹색이며 약간 쓴맛이 나는 제품을 의미하며, 센차, 말차 등을 포함함  
 3) HS CODE 0902.210: 조사제품 '녹차'는 차나무 잎으로 만든 발효되지 않은 제품임. 이에 제품의 종류(녹차)를 기준으로, '녹차(발효하지 않았으며 3킬로그램 이하의 직접 포장된 것을 포괄)'에 해당하는 HS CODE 0902.10을 지표로 설정함



# Market Trend

## (시장트렌드)

### 독일 (Germany)

녹차 소비 실태 분석 결과

#### 독일 '녹차' 주요 연관어 분석



##### 독일 '차' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
과일차	1621
유기농	907
홍차	660
<b>녹차</b>	<b>559</b>
초본차	374
우롱차	212
중국	172
말차	161
허브	153
...	
<b>한국</b>	<b>7</b>

독일 온라인쇼핑물 차 7,086건 분석



##### 독일 '녹차' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
차통	301
중국	275
<b>보이차</b>	<b>274</b>
유기농	215
지퍼백	101
일본	86
<b>프리미엄</b>	<b>84</b>
티백	78
운남성	72
...	
대만	14

독일 온라인쇼핑물 녹차 2,461건 분석

#### 차 특징

과일차 1621건  
한국 7건



과일차 다수 판매  
한국 인지도 낮은 편

#### 녹차 특징

차통 301건  
중국 275건



중국산  
보이차 다수 판매

#### 프리미엄차 특징

유기농 137건  
바이오 116건



유기농 바이오  
인증 취득 제품 다수

#### 녹차 이슈

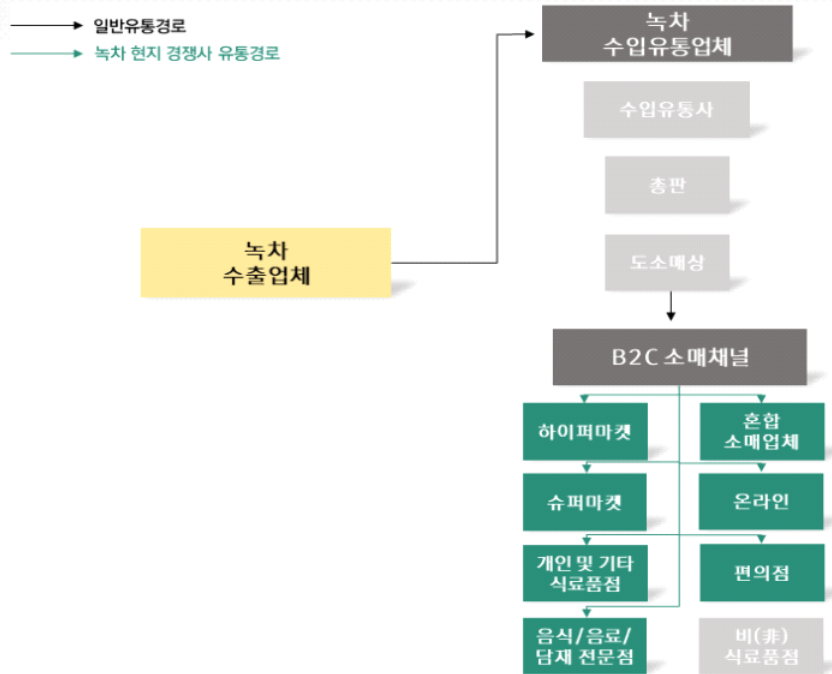
다이어트 38건  
코로나19 17건



다이어트 및  
면역력 각광

# Distribution Channel

(유통채널)



## 독일(Germany)

### 녹차 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓 <sup>7)</sup>	58.8%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 알디(Aldi), 리들(Lidl), 파밀라(Famila)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>8)</sup>	17.8%	알나투라(Alnatura), 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)
	음식/음료/담배 전문점 <sup>9)</sup>	11.8%	티게슈벤드너(Tea Gschwendner), 티하우스(Tea House)
	온라인	5.1%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando)
	혼합 소매업체 <sup>10)</sup>	3.0%	카데베(Kadewe), 갤러리아카우프호프(Galeria Kaufhof)
	편의점 <sup>11)</sup>	1.8%	레베투고(Rewe To Go), 세븐일레븐(7-Eleven)
	기타	1.7%	(-)
B2B 유통채널	호텔	(-)	리츠칼튼(Ritz Carlton), 리젠트베를린(Regent Berlin)

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

- 4) 2020년 기준, 독일 내 '차(Tea)' 유통채널 점유율임
- 5) '녹차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여 '차(Tea)'의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 독일 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
- 7) 본 보고서에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 할인점을 포함함
- 8) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 유기농 매장을 포함함
- 9) 본 보고서에 음식/음료/담배 전문점은 차 전문판매점을 포함함
- 10) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포함함
- 11) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매장을 포함함



# CustomsQuarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처: ec.europe.eu
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 사전 심사 無</li> <li>• 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능</li> <li>- 수출 제품에 대한 분류 확인 절차</li> <li>• 수출입업자 세관등록</li> <li>- 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요</li> <li>• 공인경제운영자</li> <li>- 통관 원활화를 위해 등록 가능</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처: ec.europe.eu
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품(현지) 라벨 표기사항</li> <li>- 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등</li> <li>- 별도 심의 사항 없음</li> <li>• 알러지 유발 성분 강조 표시 필수</li> </ul>	(*) 독일 소비자보호 및 식품안전청 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처: www.bvl.bund.de
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 서류</li> <li>• 원산지증명서</li> <li>- 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처: zoll.de (*) 관세청 - 문의처: www.customs.go.kr
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 신고</li> <li>- 전자 또는 서면으로 신고</li> <li>- 수입신고서(SAD), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처: zoll.de
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS CODE 0902.10-0000 사용</li> <li>• 협정 세율 0%</li> <li>• 부가가치세 7%</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처: zoll.de
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행</li> </ul>	(*) 독일 연방관세청 - 문의처: zoll.de

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : HTH함부르거테한델  
(HTH Hamburger Teehandel)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jan  
(Purchase In-charge)

### 효능 및 효과를 가진 블렌딩 차의 수요 높음

현재 독일에서는 차의 종류보다는 차의 효능 및 효과가 더 주목받고 있습니다. 예를 들어, 감기에 좋은 차, 임산부에게 좋은 차, 우울한 날에 마시면 좋은 차 등 각각의 효능을 가진 블렌딩 차가 많이 출시되고 있습니다.

### 한국산 차에 대한 인지도 및 수요 매우 낮음

독일 내 한국산 차에 대한 인지도는 매우 낮은 편입니다. 한국산 제품보다는 중국이나 일본의 녹차 및 말차가 잘 알려져 있습니다. 따라서 한국산 차의 수요가 가장 낮은 편이며 중국과 일본산 차 제품은 판매량이 많습니다.

## Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 디앤비  
(D&B)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ran  
(Sales Manager)

### 독일 내 일본산 프리미엄 녹차의 선호도 높음

녹차의 경우, 일본 녹차와 프리미엄 녹차의 평판이 가장 좋습니다. 특히, 일본산 프리미엄 녹차인 센차(Sencha)나 교쿠로(Gyokuro) 녹차의 품질이 매우 우수하다고 알려져 있어 소비자 신뢰도가 높습니다.

### 유통채널마다 각각의 장단점이 존재함

슈퍼마켓이나 할인점 등으로 유통 시 프리미엄 이미지는 잃게 되겠지만, 브랜드 인지도를 높이는데 도움이 될 것이며, 스페셜티 차 스토어나 호텔은 프리미엄 브랜드 이미지를 형성할 수 있지만 인지도 및 수요 확보에서는 제한적입니다.

## Market Strategy and Price



- 인터뷰 기업 : 비올리  
(Violey)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Kline  
(Sales Representative)

### 프리미엄 제품, 친환경적인 종이 포장지가 효과적

프리미엄 제품은 패키징부터 소비자들에게 긍정적인 첫인상을 심어주어야 합니다. 이러한 면에서, 종이 포장재는 플라스틱 및 캔과는 달리 자연적으로 분해되기 때문에 더 친환경적인 이미지를 가지고 있습니다.

### 프리미엄 제품은 평균적인 녹차 가격보다 높아도 괜찮음

A사 제품이 프리미엄 유기농 녹차 제품이라면, 일반적인 녹차 제품의 평균적인 가격보다 높게 설정하여도 괜찮을 것 같습니다. 왜냐하면, 프리미엄 차의 주요 소비자들은 품질이 우수한 제품을 구매하기 위해 어느 정도의 가격을 지불할 용의가 있기 때문입니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Consumer and Demand



- 인터뷰 기업 : 테한델슈콘토어슈투름  
(Teehandelskontor Sturm)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Bartmeie  
(Responsible for Asian Market)

### 프리미엄, 유기농 차의 주요 소비자는 중상위 소득층

저렴한 차는 품질이 떨어지고, 유기농 차가 더 건강에 좋은 제품이라는 인식은 있지만, 그만큼 높은 가격에 판매되고 있습니다. 그러므로 프리미엄 차와 유기농 차의 주요 소비자들은 중상위 소득층입니다.

### 유기농 인증을 받은 차 제품의 수요 높음

독일에서는 EU 유기농 인증을 받은 차 제품이 무인증 제품보다 훨씬 수요가 높습니다. 건강에 대한 인식이 상승하면서 소비자들은 더 건강한 천연 제품을 선호하므로 A사의 한국산 프리미엄 유기농 차도 독일 시장에서 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다.

## Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 헬센&뤼온  
(Hälssen&Lyon)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Hari  
(Sales Head)

### 프리미엄 차 구매 시 품질, 인증, 패키징 등을 중시

소비자들은 프리미엄 차 구매 시 품질을 가장 중요시하며 좋은 향과 상쾌한 맛의 제품을 선호합니다. 또한, EU 및 USDA 유기농 인증, IFS, HACCP, 코서 등을 취득한 제품, 패키징이 세련된 제품, 소용량 제품 등의 인기가 높습니다.

### 오프라인 스페셜티 차 스토어가 가장 효과적인 유통채널

스페셜티 차 스토어는 차 소비자들이 가장 선호하는 매장으로, 오프라인과 온라인 채널 모두 가능하지만, 오프라인 매장에서는 대면 응대를 통해 제품 소개나 홍보를 할 수 있기 때문에 더욱 효과적입니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 독일 녹차 시장규모
2. 독일 녹차 수출입 시장규모
3. 독일 녹차 소비 시장규모

## 1. 독일 녹차 시장규모

조사 시장: 조사제품인 '녹차'는 차나무의 잎으로 만든 차 제품임. 이에 제품의 원료(차잎), 종류(차)를 기준으로, 차나무의 잎으로 만든 차로 녹색이며 약간 쓴맛이 나는 제품을 의미하며, 센차, 말차 등을 포함함. '녹차'와 상위품목인 '차'의 시장규모를 조사함

### 독일 국가 일반 정보<sup>15)</sup>

면적	357,580km <sup>2</sup>
인구	8,316만 명
GDP	3조 9,000억 달러
GDP (1인당)	46,563달러

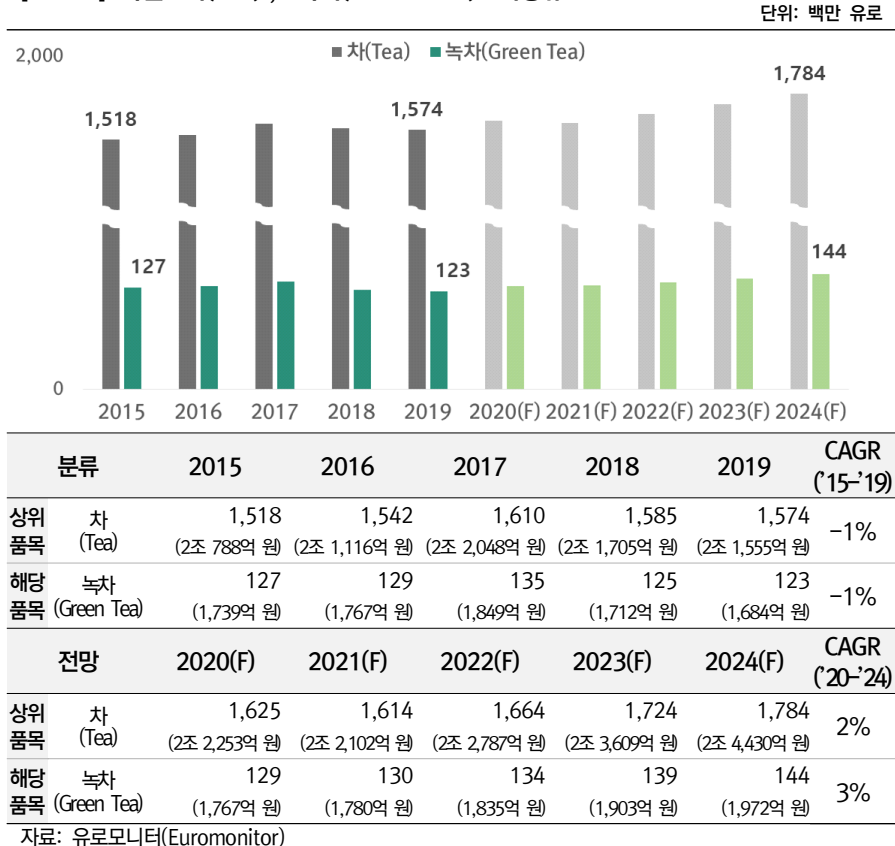
### ▶ 2015-2019년, 독일 '차(Tea)' 시장규모, 연평균 1% 감소세

지난 5년(2015-2019년)간 독일 '차(Tea)' 시장규모는 2017년 이후 하락세를 나타내며 연평균 1%의 감소세로 2019년 15억 7,400만 유로를 기록함. 동기간 '녹차(Green Tea)' 시장규모 또한 2017년 이후 하락세를 나타내며 연평균 1%의 감소세로 2019년 1억 2,300만 유로를 기록함

### ▶ 2020-2024년, 독일 '녹차(Green Tea)' 시장규모, 연평균성장률 3% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 독일 '녹차(Green Tea)' 시장규모는 연평균 3%의 성장률을 보이며 2024년에는 1억 4,400만 유로를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 독일의 '차(Tea)' 시장규모는 연평균 2%씩 성장해 2024년 17억 8,400만 달러를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 독일 '차(Tea)', '녹차(Green Tea)' 시장규모<sup>12)13)14)</sup>



12) 1유로=1,369.42원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

14) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 자료: 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2019



## 2. 독일 녹차 수출입 시장규모

HS CODE 0902.10: 조사제품인 '녹차는 차나무 잎으로 만든 발효되지 않은 제품임. 이에 제품의 종류(녹차)를 기준으로, '녹차(발효하지 않았으며 3킬로그램 이하의 직접 포장된 것을 포함)'에 해당하는 HS CODE 0902.10을 지표로 설정함

독일 HS CODE  
0902.10 품목

對 글로벌 수입국 순위(19)

단위: 천 달러

순위	국가	시장규모
1	일본	4,381
2	스리랑카	1,949
3	네덜란드	1,259
4	중국	1,140
5	프랑스	850

자료: ITC

### ▶ 2015-2019년, 독일 對글로벌 수입액 연평균성장률 2%

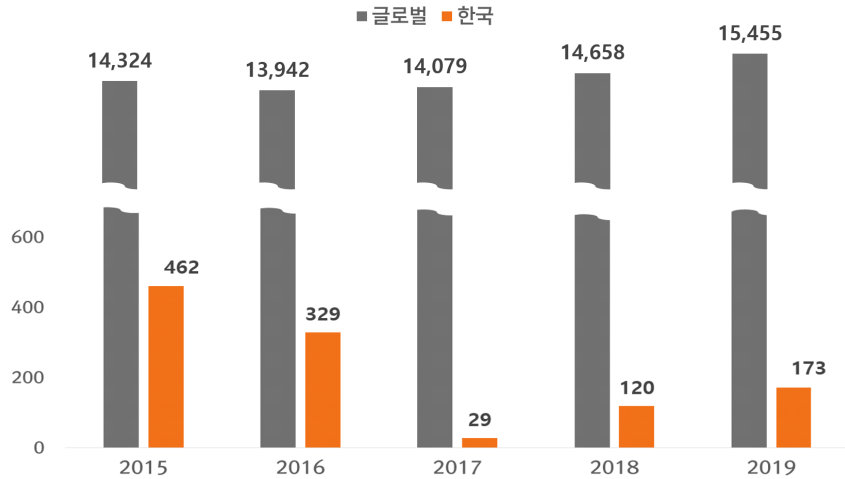
독일 HS CODE 0902.10 품목의 對 글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2%의 성장세를 보이면서 2019년 약 1,546만 달러를 기록함. 독일의 HS CODE 0902.10 품목 수입상대국 1위는 일본으로 확인되며 2019년 기준 독일 전체 수입액의 약 28%인 약 438만 달러(약 51억 4,110만 원)를 기록함

### ▶ 2015-2019년, 독일 對한국 수입액 연평균 22% 감소세

독일 HS CODE 0902.10 품목의 對 한국 수입액은 2017년 급락 후, 다시 상승세를 보이며 반등하고 있지만 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 22% 하락하며 2019년 17만 3,000 달러를 기록함. 2019년 對 한국 수입액은 독일 전체 수입액의 약 1%를 차지하며 對 글로벌 수입국 중 16위를 기록함

[표 2.2] 독일 HS CODE 0902.10 수입규모(16)17)18)

단위: 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
독일 對 글로벌 수입액	14,324 (168억 원)	13,942 (164억 원)	14,079 (165억 원)	14,658 (172억 원)	15,455 (181억 원)	2%
독일 對 한국 수입액	462 (5억 4,200만 원)	329 (3억 860만 원)	29 (34,000만 원)	120 (1억 4,100만 원)	173 (2억 300만 원)	-22%

자료: ITC(International Trade Centre)

16) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

18) 자료: ITC 홈페이지(www.trademap.org)

### 3. 독일 녹차 소비 시장규모

#### 1) 독일 녹차 시장 기업 및 브랜드 점유율

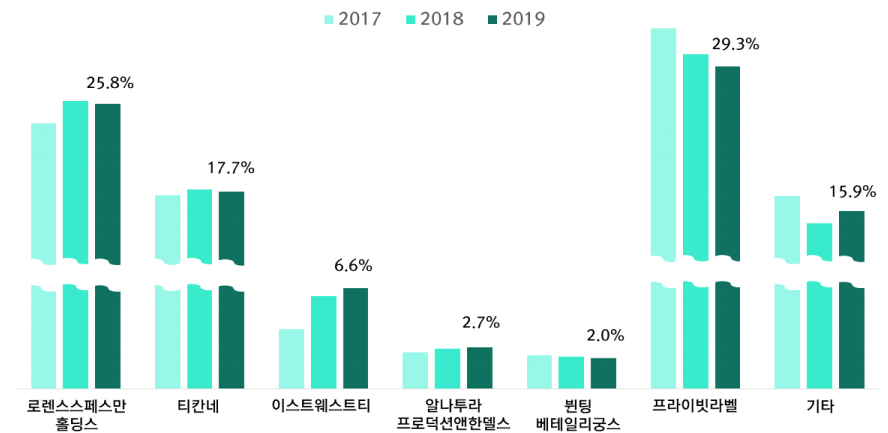
조사제품인 '녹차'는 차나무의 잎으로 만든 차 제품임. 이에 잠재적 경쟁상대가 될 수 있는 독일 내 녹차 판매 기업 및 브랜드에 대한 동향을 파악하기 위해 '독일 녹차 시장 기업 및 브랜드 점유율'을 조사함

#### ▶ 로렌스스페스만홀딩스, 독일 녹차 시장 점유율 3년 연속 1위

유로모니터에 따르면, 2019년 독일 소비자들의 차 구매량은 감소했으나 품질 높은 차에 대한 수요가 증가하며 구매량 당 구매액은 증가했으며, 대중적인 홍차나 허브차 보다 이국적인 향의 과일차에 대한 선호도가 증가한 것으로 조사됨. 시장 내 점유율을 살펴보면, 로렌스스페스만홀딩스가 3년 연속 시장 점유율 1위를 차지하며 2019년 25.8%를 기록하였으며, 티칸네가 그 뒤를 이어 17.7%를 차지함. 전반적으로 기업들의 시장 내 점유율이 정체하거나 감소하고 있는 가운데 이스트웨스트티는 3년 연속 지속적인 성장세를 보이며 2019년 시장 점유율 6.6%를 달성함

[표 2.3] 독일 녹차 시장 내 기업 및 브랜드 점유율<sup>20)</sup>

단위: %



기업명	브랜드명	대표제품	점유율		
			2017	2018	2019
로렌스스페스만홀딩스 (Laurens Spethmann Holding)	메쓰머 (Messmer)	과일 블렌딩차	24.0%	26.1%	25.8%
티칸네 (Teekanne)	티칸네 (Teekanne)	허브차	17.4%	17.9%	17.7%
이스트웨스트티 (East West Tea)	요기티 (Yogi Tea)	허브차	3.9%	6.1%	6.6%
알나투라프로덕션앤한델스 (Alnatura Produktions & Handels)	알나투라 (Alnatura)	유기농 허브차	2.4%	2.6%	2.7%
뵐팅베테일리공스 (Bünting Beteiligungs)	뵐팅 (Bünting)	홍차	2.2%	2.1%	2.0%
프라이빗라벨 (Private Label) <sup>21)</sup>	-	-	32.8%	30.4%	29.3%
기타	기타	-	17.3%	14.8%	15.9%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 본 조사에서 Private Label은 자체브랜드(PB)상품을 포괄함

2) 독일 여성 인구 월 평균 순소득

독일 여성 임원 연령별 임금<sup>24)</sup>

단위: 유로

나이	연봉
25	53,190
30	69,631
35	81,557
40	85,483
45	88,822
50	90,639
55	92,155
60	92,692

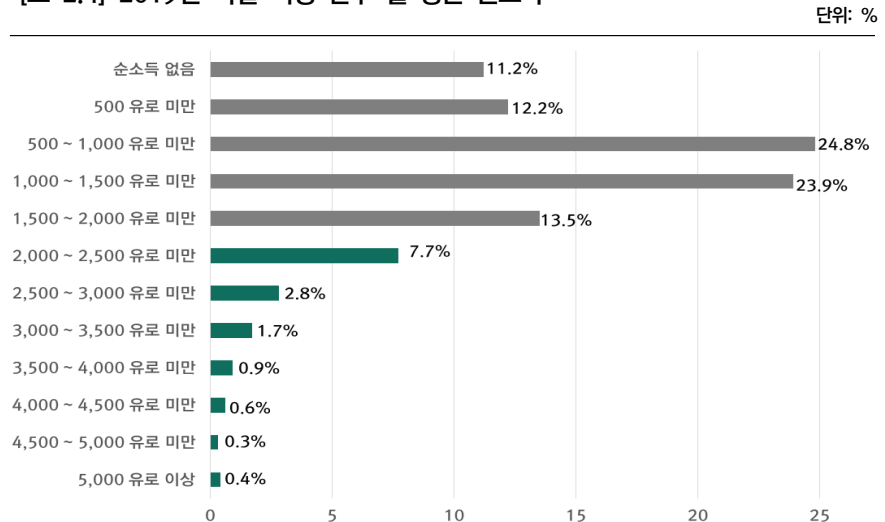
자료: GEHALT.de

조사제품인 ‘녹차’는 EU유기인증을 획득한 한국의 유기농 녹차로, 고소득 여성이 잠재 소비자로 예상됨. 이에 치를 선호하는 여성층 가운데 녹차의 주요 소비계층이 될 수 있는 인구 및 규모를 확인하기 위해 ‘독일 여성 인구 월 평균 순소득’을 조사함

▶ 독일 여성 인구 중 월 평균 순소득 2,000유로 이상 14.4%

유기농 녹차의 주 소비계층으로 임금 수준이 높은 여성이 예상되는 가운데, OECD 조사에 따르면 2019년 독일의 여성 임금 평균은 5만 3,638달러(약 6,294만 원)로 OECD 평균인 4만 8,587 달러(약 5,702만 원) 보다 약 10% 가량 높은 수준을 보임.<sup>22)</sup> 독일 여성들 중 월 평균 순소득이 2,000유로(약 274만 원)이상인 비율은 전체 여성 인구 중 14.4%에 달하며 녹차 소비에 있어 가장 유력한 잠재적 소비계층으로 전망됨

[표 2.4] 2019년 독일 여성 인구 월 평균 순소득<sup>23)</sup>



월 평균 순소득 규모	비율 (%)
순소득 없음	11.2
500유로 미만	12.2
500유로 이상 1,000유로 미만	24.8
1,000유로 이상 1,500유로 미만	23.9
1,500유로 이상 2,000유로 미만	13.5
2,000유로 이상 2,500유로 미만	7.7
2,500유로 이상 3,000유로 미만	2.8
3,000유로 이상 3,500유로 미만	1.7
3,500유로 이상 4,000유로 미만	0.9
4,000유로 이상 4,500유로 미만	0.6
4,500유로 이상 5,000유로 미만	0.3
5,000유로 이상	0.4

자료: 스태티스타(Statista)

22) 자료: 경제협력개발기구(Organization for Economic Cooperation and Development, OECD)

23) 자료: 스태티스타(Statista), 「Frauen und Männer in Deutschland nach Nettoeinkommen im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2019」, 2019

24) 자료: GEHALT.de, 「GEHALTSBIOGRAFIE 2018」, 2018

3) 한국 對 독일 차류 수출규모

조사제품인 '녹차'는 차나무의 잎으로 만든 차 제품임. 이에 차류(녹차, 홍차, 차 조제품)에 대한 독일 내 한국 수출 규모를 파악하기 위해 '한국 對 독일 차류 수출규모'를 조사함

▶ 2019년 對독일 차류 수출규모 전년대비 성장률 137%

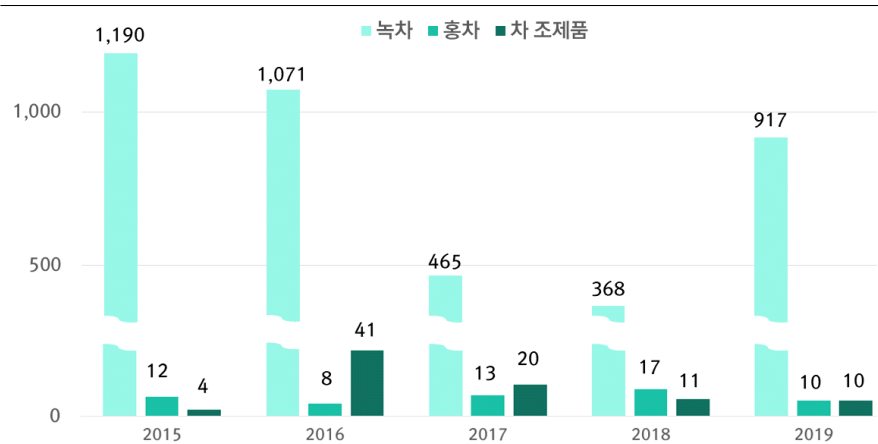
한국의 對독일 차류 수출규모는 2015년 120만 6,000달러(약 14억 1,524만 원)를 기록한 이후 지속적으로 감소하며 2016년 112만 달러(약 13억 1432만 원), 2017년 49만 8,000달러(5억 8,440만 원), 2018년 39만 6,000 달러(약 4억 6,471만 원)까지 하락하였으나 2019년 93만 7,000달러(10억 9,957만 원)를 기록하며 전년 대비 약 137% 상승함

▶ 2019년 對 독일 차류 수출규모 중 녹차 점유율 98%

2019년 한국의 對독일 차류 수출규모 중 녹차가 차지하는 비율은 약 98%이며, 2015년 119만 달러를 기록한 이후 지속적인 감소세를 보이며 2018년 36만 8,000달러까지 하락하였으나 2019년 91만 7,000달러를 기록하며 전년 대비 약 149% 상승함

[표 2.5] 對 독일 차류 수출규모<sup>25)26)27)</sup>

단위: 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
녹차	1,190 (13억 9,647만 원)	1,071 (12억 5,682만 원)	465 (5억 4,568만 원)	368 (4억 3,185만 원)	917 (10억 7,611만 원)	-6%
홍차	12 (1,408만 원)	8 (939만 원)	13 (1,526만 원)	17 (1,995만 원)	10 (1,174만 원)	-4%
차 조제품	4 (469만 원)	41 (4,811만 원)	20 (2,347만 원)	11 (1,291만 원)	10 (1,174만 원)	26%

자료: 농식품수출정보(Kati)

25) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 천 단위에서 반올림됨

27) 자료: 농식품수출정보(Kati) HS CODE 0902.10.0000, 0902.20.0000, 0902.30.0000, 0902.40.0000, 2101.20.1000, 2101.20.9011, 2101.20.9019, 2101.20.9090 한국 對독일 수출액

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 독일 과일차 시장 강세... 한국 차 소량 진출
2. 독일 녹차 시장, 중국산 및 차 통 형태 다수 진출
3. 독일 프리미엄 차 시장, 유기농·녹차 제품 다수
4. 독일 녹차 이슈, '면역력', '다이어트'로 언급



## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집**  
**25,739**건

- 독일 차 관련 기사 데이터 수집(\*)  
◦ 수집원 : 독일 온라인 쇼핑몰, 언론매체
- 독일 차 관련 소비자 데이터 수집(\*)  
◦ 수집원 : Amazon(www.amazon.de)  
Ebay(www.ebay.com.de)  
Welt(www.welt.de)

#### 데이터 분류 키워드집



(녹차 연관 키워드집)

차, 녹차  
(검색어)

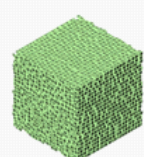


**데이터 정제**  
**9,996**건

- 수집 데이터 정의  
◦ 수집 키워드 : 차(Tee), 녹차(Grünteei)
- 수집 데이터 정제  
◦ 정제 데이터 추출 : 차, 녹차 관련 데이터 9,996건 추출

#### 데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



**데이터 분석**  
**녹차**  
**소비 실태 분석**

- 데이터 분석 배경 및 목적  
◦ 독일 녹차 소비 실태 분석
- 데이터 분석 기법 선정  
◦ 키워드 분석  
◦ 녹차 관련 키워드집 구축(\*\*)  
◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(\*\*\*)
- 데이터 분석 값 도출 및 검증  
◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

●

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.10
수집 데이터	25,739건

데이터 정제

정제 키워드	녹차(Tee) 차(Grüntee)
정제 데이터	9,996건

○ 데이터 수집

- 독일 녹차 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 독일 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.de	온라인쇼핑몰
02	Ebay	www.ebay.com.de	온라인쇼핑몰
03	Top Agar	www.topagrar.com	언론매체
04	Welt	www.welt.de	언론매체
05	Agraheute	www.agrarheute.com	언론매체
06	De Avita	www.deavita.com	언론매체
07	Bz-Berlin	www.bz-berlin.de	언론매체
08	Ernaehrungs-umschau	www.ernaehrungs-umschau.de	언론매체
09	Vegconomist	vegconomist.de	언론매체
10	Focus de	www.focus.de	언론매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 녹차 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 독일 녹차 관련 매체 리스트

					
현지 온라인 쇼핑몰 녹차 특징	현지 온라인 쇼핑몰 차 특징	현지 뉴스매체 녹차 이슈			
키워드 ①	중국산	키워드 ①	동아시아산 다수	키워드 ①	면역력
키워드 ②	유기농/바이오	키워드 ②	한국 미비	키워드 ②	암
키워드 ③	통 포장 다수	키워드 ③	과일차 다수	키워드 ③	다이어트
키워드 ④	프리미엄	키워드 ④	대용량 판매	키워드 ④	리콜

## 2) 데이터 분류

## ○ 데이터 분석 키워드집

- 독일 녹차 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 독일 녹차 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	독일어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	차	차	tee	0	0
			과일차	früchtetee		0
유기농(바이오)	bio		0	0		
홍차	schwarzertee			0		
녹차	grüner			0		
허브차	kräutertee			0		
우롱차	oolong			0		
중국	chinese			0		
말차	matcha			0		
루이보스	rooibos			0		
생강	ingwer			0		
실론차	ceylon			0		
녹차			녹차	grüner	0	0
			중국	china		0
		보이	puer		0	
		유기농(바이오)	bio		0	
		지퍼백	zipbeutel		0	
		일본	japan		0	
		프리미엄	premium	0	0	
		티백	teebeutel	0	0	
		원난	yunnan		0	
		우롱	oolong		0	
		자스민	jasmin		0	
		싱가포르	singapore		0	
		민트	minze		0	
대만	taiwan		0			

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

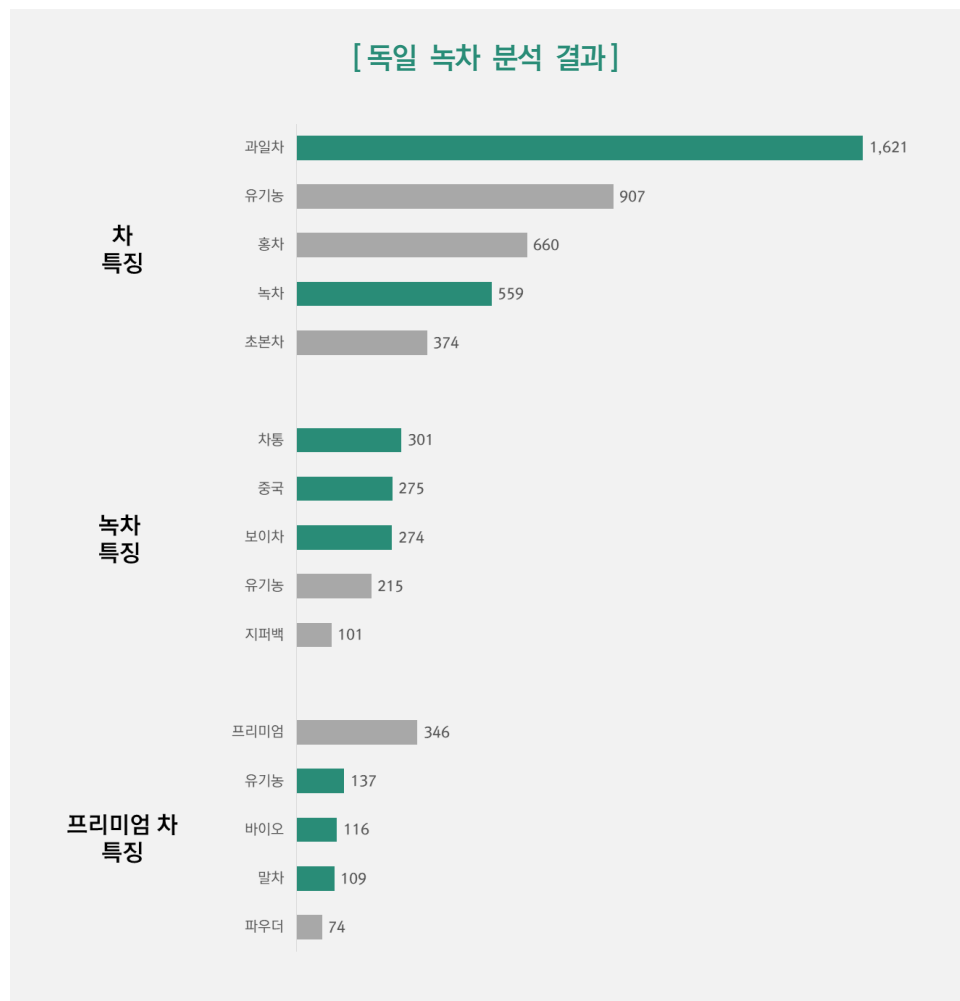
- 독일 소비자의 녹차 소비 실태 분석

- ① 독일 인기 차 유형
- ② 독일 인기 녹차 유형 및 특징
- ③ 독일 인기 프리미엄차(유기농차) 유형 및 특징
- ④ 독일 녹차 소비 특징 및 주요 이슈

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰 ‘차’ 키워드 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 ‘녹차’ 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 ‘프리미엄 차’ 키워드 분석
- ④ 뉴스매체 ‘녹차’ 키워드 분석



## 1. 독일 과일차 시장 강세... 한국 차 소량 진출

### ▶ 독일 차 시장, 과일차 시장 강세... 녹차 뒤이어

독일 온라인쇼핑몰 내 차 제품을 분석한 결과 7,000건 이상의 키워드 중 '과일차'가 약 1,600건 출현하여 압도적으로 많았으며 뒤이어 '홍차'와 '녹차'가 빈출함. 판매되는 과일차의 맛으로는 레몬, 오렌지, 복숭아 등 감귤류 과일이나 새콤한 과일 종류가 많았으며 독일 내 과일·허브차 중 가장 판매량이 많은 독일 차 브랜드로는 Teekanne(티칸), Messmer(메스머), Bad Heilbrunner(바드 하일브루너) 등이 있음<sup>28)</sup>

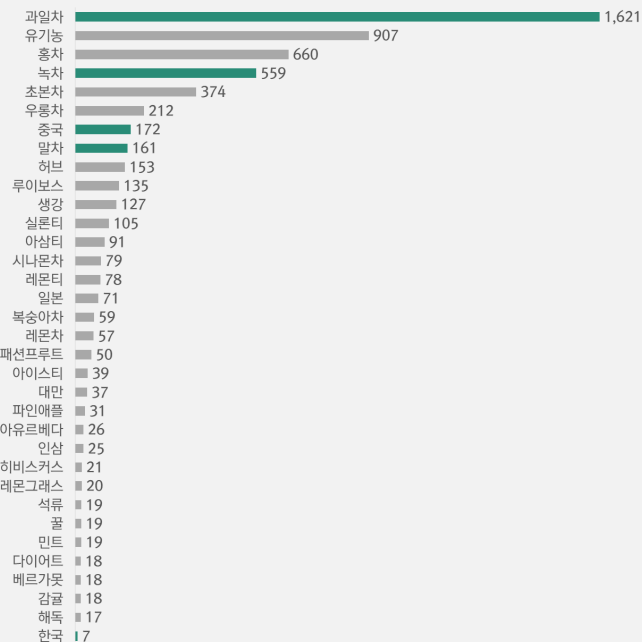
### ▶ 중국, 일본, 대만 등 동아시아 차 多 ... 한국산 차 인지도 아직 낮은 편

독일 온라인쇼핑몰을 통해 유통되는 차 제품을 분석했을 때 중국, 일본, 대만 등 동아시아 수입 차 제품이 다수 진출해있으며 그 중 중국 원안성 등의 차 제품이 많이 유통되는 것을 확인함. 한국의 차는 다른 동아시아 국가보다 상대적으로 인지도가 낮은 편이며 진출한 제품으로는 대추차와 홍삼차가 일부 확인됨. 티백 형태의 현미 녹차나 둥글레차 역시 소수 판매 중이지만 구매가 많지 않음

### ▶ 독일 차 특징

#### ① 과일차 다수 판매 ② 동아시아 차 다수 판매

[표 3.4] 독일 온라인쇼핑몰, '차' 특징



자료: 독일 온라인쇼핑몰 '차' 7,086건 분석

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Germany, Fruit/Herbal tea」



## 2. 독일 녹차 시장, 중국산 및 차 통 형태 다수 진출

### ▶ 독일 녹차 제품, 중국산 녹차 또는 보이차 다수 거래

독일 온라인쇼핑몰에서 판매되는 녹차로 중국산 제품이 다수 확인되었으며 이외에도 중국의 대표적인 차인 ‘보이차’ 제품이 다수 진출해있음. 중국은 물론 차 문화가 발달한 대만과 일본산 녹차 역시 거래가 활발하게 이루어지고 있음. 한국 녹차의 경우 진출한 녹차 브랜드가 거의 없으며 오설록 브랜드의 녹차라떼 제품과 같이 녹차 제품보다는 녹차를 활용한 음료를 판매하고 있음

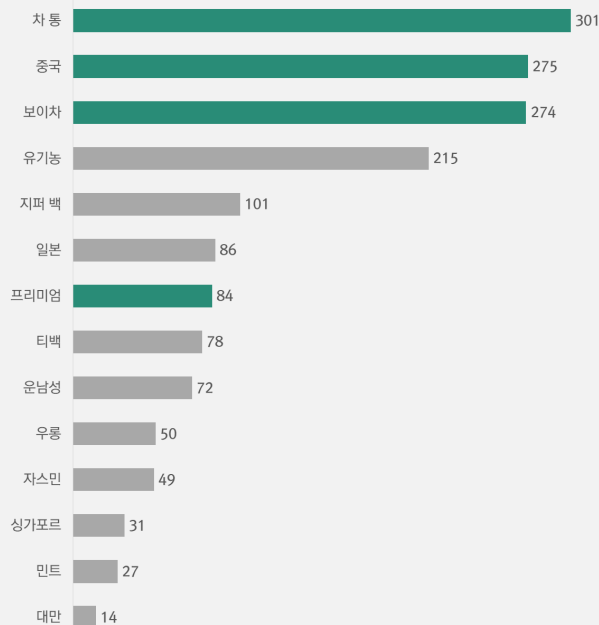
### ▶ 독일 녹차 포장, 차 통(Teedose) 판매 다수

독일은 차 문화가 발달해있으며 2020년 기준 독일에서 소비된 2,500만 킬로그램(kg)의 차 중 2,400만kg이 가정에서 소비되었을 만큼 대부분 카페나 음식점 등보다는 집에서 차를 마시는 경우가 많음.<sup>29)</sup> 따라서 보관이 용이한 티백 형태나 RTD 음료보다는 신선하고 향이 가장 잘 보존되며 대용량으로 섭취할 수 있는 차 통(Teedose) 형태로 판매되는 경우가 많음

### ▶ 독일 녹차 특징

#### ① 중국 제품 다수 ② 차 통 형태 판매 다수

[표 3.5] 독일 온라인쇼핑몰, ‘녹차’ 특징



자료: 독일 온라인쇼핑몰 ‘녹차’ 2,461건 분석

29) 스타티스타(Statista), 「Tea Germany, Volume」, 2020.05

### 3. 독일 프리미엄 차 시장, 유기농·녹차 제품 다수

#### ▶ 독일 프리미엄 차, 유기농 또는 바이오 인증 다수 취득

독일 온라인쇼핑몰을 통해 유통되는 프리미엄 차 제품을 분석했을 때 ‘유기농’, ‘바이오’ 등 인증 마크와 관련된 키워드가 빈출함. 실제 유기농 혹은 바이오 차 제품의 경우 EU Organic이나 Bio-Siegel과 같은 유기농 인증 혹은 식품 첨가물 및 유전자변형농산물 등을 함유하지 않은 식품 인증 마크를 취득한 제품이 많음. 프리미엄 차 제품은 티백이나 분말 형태도 많이 판매되지만, 주로 찻잎을 그대로 유지한 루스 리브(Loose Leaves) 제품이 다수 확인됨

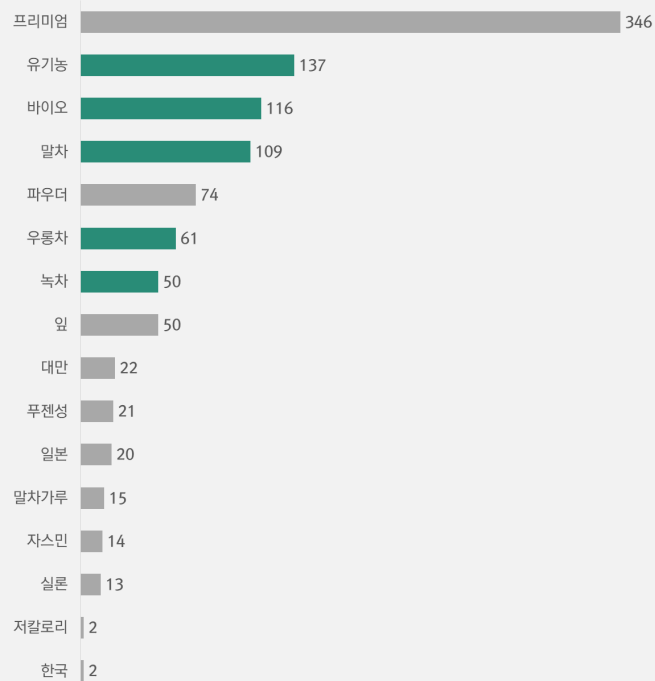
#### ▶ 독일 프리미엄 차, 녹차나 말차 제품 다수

독일 온라인쇼핑몰에서 판매되는 프리미엄 차 제품에는 녹차 종류가 많으며 우롱차 역시 다수 판매되고 있음. 녹차나 말차, 우롱차 등의 경우 아시아 수입 제품이 대부분이며 특히 중국이나 일본 제품이 프리미엄 차로서의 인지도가 높은 것으로 확인됨

#### ▶ 독일 프리미엄 차 특징

##### ① 유기농 및 바이오 인증 ② 녹차 또는 말차 제품 다수

[표 3.6] 독일 온라인쇼핑몰, ‘프리미엄 차’ 분석



자료: 독일 온라인쇼핑몰 ‘프리미엄 차’ 347건 분석

#### 4. 독일 녹차 이슈, ‘면역력’, ‘다이어트’ 언급

##### ▶ 녹차, 다이어트 효과로 많이 언급

독일 뉴스매체에서 녹차 관련 이슈를 분석한 결과 ‘다이어트’, ‘신진대사’, ‘체중’, ‘뱃살’ 등 체중 감량에 관련된 키워드가 빈출하였음. 실제 독일 온라인쇼핑몰에는 다이어트 및 디톡스 용도로 판매되는 녹차 제품이 많은 것으로 확인됨. 반면, 소비자들은 전반적으로 맛과 향 등 제품의 질에 대한 만족도는 높으나 체중 감량의 효과를 경험하지는 못했다는 후기를 남김

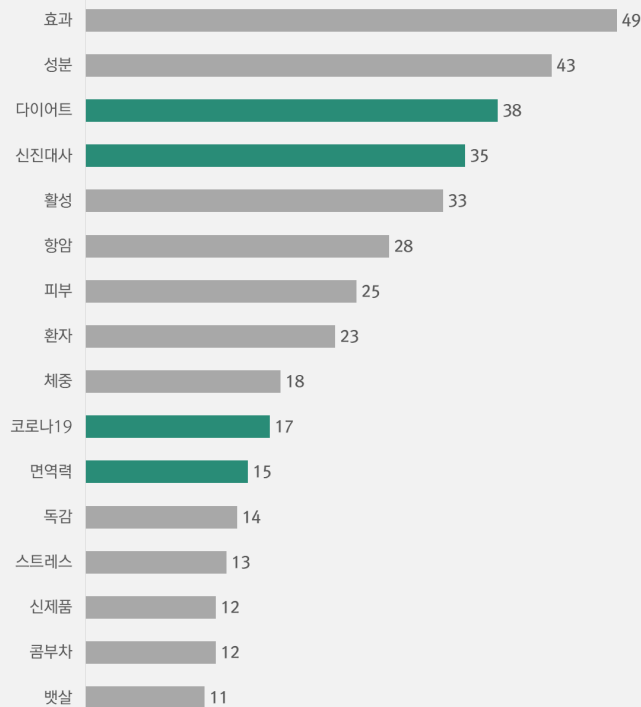
##### ▶ 코로나19 면역력 강조 차원에서 녹차 언급

또 다른 녹차 관련 이슈 빈출 키워드로는 ‘코로나19’와 ‘면역력’이 확인됨. 올해 코로나19 팬데믹이 전 세계를 휩쓸면서 건강과 면역력의 중요성이 계속해서 강조되어왔는데, 녹차가 면역력 증진에 도움이 되는 식품 중 하나로 종종 언급되어옴. 녹차에 함유된 카테킨 성분이 항산화 및 항바이러스 효과가 있다는 것이 알려지면서 녹차의 효능이 주목을 받고 있음<sup>30)</sup>

##### ▶ 독일 녹차 이슈

###### ① 다이어트·체중감량 ② 코로나19 면역력

[표 3.7] 독일 뉴스매체 녹차 분석



자료: 독일 뉴스매체 ‘녹차’ 101건 분석 (18.01~20.10)

30) 코메디닷컴(Komedi), 「코로나19 “항바이러스, 면역력으로 맞서라”...녹차추출물, 진생베리 주목」, 2020.03.12

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 독일 녹차 유통구조
2. 독일 녹차 주요 유통업체
3. 독일 녹차 B2C 소매채널

## 1. 독일 녹차 유통구조

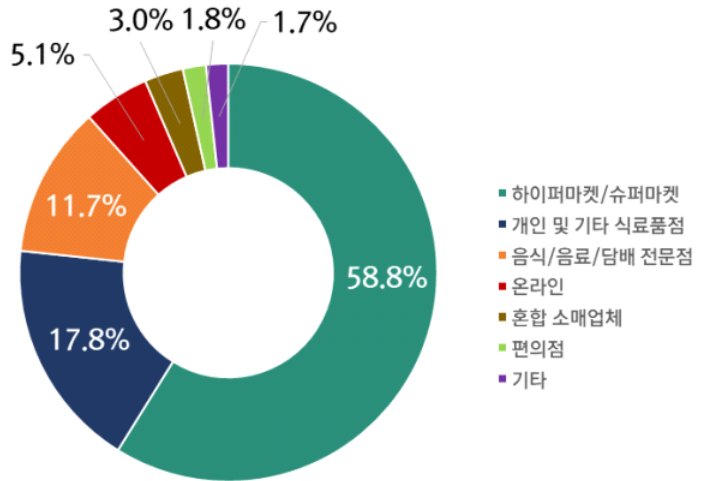
### 품목 구분 및 분류

품목	녹차
구분	녹차
범주	차 (Tea)

### ▶ 독일 녹차 주요 유통채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(58.0%), 개인 및 기타 식료품점(17.8%)’

[표 4.1] 독일 녹차 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 독일 녹차 유통채널 현황

채널 유형	녹차 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	58.8%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 에데카(Edeka), 알디(Aldi), 리들(Lidl), 파밀라(Famila)
	개인 및 기타 식료품점	17.8%	알나투라(Alnatura), 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)
	음식/음료/담배 전문점	11.8%	티게슈벤드너(Tea Gschwendner), 티하우스(Tea House)
	온라인	5.1%	아마존(Amazon), 오토(Otto), 잘란도(Zalando)
	혼합 소매업체	3.0%	카데베(Kadewe), 갤러리아카우프호프(Galeria Kaufhof)
	편의점	1.8%	레베투고(Rewe To Go), 세븐일레븐(7-Eleven)
	기타	1.7%	(-)
B2B 유통채널	호텔	(-)	리츠칼튼(Ritz Carlton), 리젠트베를린(Regent Berlin)

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



## 2. 독일 녹차 주요 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점이 대표적
- ▶ 추가로 호텔을 통한 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 독일 녹차 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>31)32)</sup>	입점 브랜드	유사제품 취급경험
1	에데카 (Edeka)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 97억 9,000만 유로 (약 13조 4,066억 원)	에데카(Edeka), 메스마(Meßmer), 배드헤일브루너 (Bad Heilbrunner)	0
2	파밀라 (Famila)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 53억 5,976만 달러 (약 6조 2,897억 원)	네투르웨트비오 (NaturWert Bio), 분팅티 (Bünting Tee)	0
3	알디 (Aldi)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 303억 유로 (약 41조 4,934억 원)	웨스트클리프 (Westcliff), 웨스트민스터 (Westminster), 비오(Bio)	0
4	리들 (Lidl)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 951억 5,000만 달러 (약 111조 6,585억 원)	페어글로브 (Fair Globe), 로드넬슨 (Lord Nelson), 티카네 (Teekanne)	0
5	알나투라 (Alnatura)	개인 및 기타 식료품점 (유기농 매장)	약 1,240만 달러 (약 146억 원)	알나투라 (Alnatura)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

31) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

32) 1유로=1,369.42원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점 과일	유사제품 취급경험
6	덴스바이오마켓 (Denns Biomarkt)	개인 및 기타 식료품점 (유기농 매장)	약 12억 1,568만 달러 (약 1조 4,266억 원)	레번스바움 (Lebensbaum), 요기티 (Yogi Tea), 알로스 (Allos)	0
7	티게슈벤드너 (Tea Gschwendner)	음식/음료/ 담배 전문점 (차 판매점)	매장 수('18): 약 130개	티하우스 (Tea House), 케이코(Keiko), 로너펠트 (Ronnefeldt)	0
8	티하우스 (Tea House)	음식/음료/ 담배 전문점 (차 판매점)	매장 수('20): 1개	티게슈벤드너 (Tea Gschwendner)	0
9	카데베 (Kadewe)	혼합 소매업체 (백화점)	약 4억 4,304만 달러 (약 5,199억 원)	쿠스미티 (Kusmi Tea), 포트넘앤드메이슨 (Fortnum & Mason)	0
10	리츠칼튼 (Ritz Carlton)	호텔	약 209억 7,000만 달러 (약 24조 6,083억 원)	마리아쥬프레르 (Mariage Frères)	0




자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 독일 녹차 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



##### ① 에데카(Edeka)

	기업명	에데카(Edeka)	
	홈페이지	www.edeka.de	
	위치	함부르크(Hamburg)	
	규모	매출액('19)	약 97억 9,000만 유로 <sup>33)</sup> (약 13조 4,066억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 2,083개<sup>34)</sup></li> <li>• 직원 수('19): 약 7만 3,792명<sup>35)</sup></li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 에데카(Edeka) 그룹 자회사</li> <li>• 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영</li> <li>• 약 3,700개의 공급업체 보유, 각 매장별 현지 공급업체와 계약 체결</li> <li>• 에데카24(EDEKA24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스제공</li> <li>• 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영</li> </ul>	
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 플라스틱 폐기물을 줄이기 위해 식품 특수 코팅 공정을 한 과일과 채소를 판매</li> <li>• 2020년부터 환경 친화적인 종이로 제작한 영수증 발급</li> </ul>		
유사제품 정보	제품명	그루너티 (Grüner Tee)	
	종류	녹차	
	용량	35g	
	원산지	독일	
			

자료: 에데카(Edeka), 칩365(Chip 365), 왓슨(Watson), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 에데카(Edeka)

33) 에데카(Edeka) 그룹 통합 매출액

34) 에데카(Edeka) 마켓 및 독립 소매점을 포함함

35) 에데카(Edeka) 그룹 통합 직원 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 식용유, 주류, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품</li> <li>- 현지 제조업체의 제품</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 왼쪽 하단에 'Kontakt' 클릭</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등</li> </ul> </li> <li>• 유선연락 또는 이메일을 통한 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 일반 소비자 가격, 할인가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중앙구매부서가 존재하지 않으며 각 지역 지사가 자체적으로 판매 제품군 결정 (verbund.edeka/edeka-regionen)</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info@edeka.de</li> <li>- 전화번호: +49-(0)49-40-63-77-0</li> </ul> </li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orkidia(식품 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: www.orkidia.eu</li> <li>- 전화번호: +43-(0)732-300-515 / 이메일: info@orkidia.eu</li> <li>- 기업소개: 에데카를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 에데카(Edeka), 올키디아(Orkidia), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## ② 파밀라(Familia)

기업 기본 정보	기업명	파밀라(Familia)		
	홈페이지	www.familia-nordost.de www.familia-nordwest.de		
	위치	킬(Kiel)		
	규모	매출액('19)	약 53억 5,976만 달러 (약 6조 2,897억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 200개</li> <li>직원 수('20): 약 7,000명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>북동파밀라는 바이텔스랑네스(Bartels-Langness)기업이, 북서파밀라는 분팅(Bünting) 기업이 운영하는 자회사로, 북동파밀라의 규모가 더 큼</li> <li>평균 매장 당 약 40,000개 판매 제품 중 900여개의 제품 할인 판매</li> <li>자사 소시지 및 육류 제조업체 보유</li> <li>주로 북부 독일에 제조시설 보유</li> <li>각 매장이 지역 특산품 판매</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 5유로 사용 시 1포인트를 지급하는 로열티 프로그램 진행</li> <li>2020년 Geesthacht 매장 리뉴얼 후 오픈</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	그루너티 (Grüner Tee)	
		종류	녹차	
		용량	37.5g	
		원산지	독일	

자료: 파밀라(Familia), 크가이자이통보헨블라트(Kreizeitung Wochenblaatt), 디앤비(DnB), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 파밀라(Familia), 트레베스(Trebes)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능 품목           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 음료류, 면류, 차(茶)류, 스낵류, 소스류, 즉석식품, 곡류, 식용유 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 주방용품, 위생용품, 의약품 등</li> </ul> </li> <li>• 특이사항           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자의 폭넓은 선택을 위한 다양한 브랜드의 식품을 취급하고자 함</li> <li>- 현지 생산 제품 선호</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통해 직접 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 북서 파밀라(Famila Nordwest) 홈페이지 상단 메뉴 Kontakt 클릭하여 양식 작성하여 입점 문의 제출</li> <li>- 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호 등(famila-nordwest.de/kontakt)</li> <li>- 북동 파밀라(Famila Nordost) 홈페이지 상단 메뉴 옆 메일 아이콘 클릭</li> <li>- Produktanfrage(제품 문의) 선택 후, 양식 내용 작성 및 제출</li> <li>- 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 전화번호, 첨부파일 등(famila-nordost.de/unternehmen/kontakt)</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info@famila-nordwest.de (북서) info@buenting.de (분팅 그룹)</li> <li>- 전화번호: +49-(0)800-777-22-33 (북서) +49-(0)800-266-24-00 (북동)</li> </ul> </li> </ul>
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Markan(식품 브로커)           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: www.markant.com</li> <li>- 전화번호: +41-(0)58-450-24-00 / 이메일: info@markant.com</li> <li>- 기업소개: 파밀라 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 파밀라(Famila), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 알디(Aldi)



	<b>기업명</b>	알디(Aldi)	
	<b>홈페이지</b>	www.aldi.com	
	<b>위치</b>	에센(Essen)	
	<b>규모</b>	<b>매출액(*18)</b>	약 303억 유로 (약 41조 4,934억 원)
<b>기타 규모</b>		매장 수(*18): 약 4,128개 <sup>36)</sup>	
<b>기업 기본 정보</b>	<b>기업 요약</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1914년 설립</li> <li>• 1961년 첫 매장 오픈</li> <li>• 알디 노드(Aldi Nord)와 알디 쾨트(Aldi SÜD)로 나뉘어 각각 북부, 남부 독일에서 매장 운영</li> <li>• 중국, 미국을 포함한 19개국에서 매장 운영</li> <li>• 다양한 자체 제작 브랜드 보유</li> </ul>	
		 	
<b>기업 최근 이슈</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 구직자 채용 전용 인스타그램 계정 생성</li> <li>• 2020년 8월 다양한 비건 제품 광고</li> <li>• 2021년까지 호주 사업장 확대 및 재생 가능한 에너지원 매장에 이용</li> <li>• 중산층 공략을 위한 매장 데코레이션 및 상품 다양화 추진</li> </ul>	
<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	그루너티 (Grüner Tee)
		<b>종류</b>	녹차
		<b>용량</b>	44g
		<b>원산지</b>	독일

자료: 알디(Aldi), 비즈니스인사이드(Business Insider), 스탯스타(Statista), 이에스엠매거진(Esm Magazine), 베그코노미스트(Vegconomist) 푸드인스티튜트(Food Institute)  
사진 자료: 알디(Aldi), 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News)

36) 전 세계적으로 약 7,600개의 매장 보유

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 유제품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매장마다 취급하는 지역 특산물이 다름</li> <li>- 입점 제품의 가격 변동 시 사이트에서 확인 가능</li> <li>- 높은 수준의 품질 기준 요함</li> <li>- 장기적인 파트너십 선호</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- ALDI Nord 홈페이지 접속                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 홈페이지 메뉴 상단 Kontakt 클릭</li> <li>② Kontakformular ALDI Nord 클릭하여 정보 기입</li> <li>③ 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 (aldi-nord.de/tools/kontakt-aldi-nord.html)</li> </ol> </li> <li>- ALDI SÜD 홈페이지 접속                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 홈페이지 메뉴 상단 FAQ 클릭</li> <li>② 정보 기입 및 입점 내용 작성하여 제출</li> <li>③ 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 첨부파일 등 (aldi-sued.de/kontakt)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 공급업체 채널을 통한 직접 등록 (www.aldi-sued.de/de/partner/lieferanten)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jetzt Kontakt aufnehmen 클릭</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 등록 정보 (회사명, 원산지 정보, 홈페이지 정보, 담당자명, 연락처, 제품 및 브랜드 정보)</li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 높은 수준의 품질 기준 요함</li> <li>• 장기적인 파트너 관계요함</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ALDI SÜD 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: ze-qw@aldi-sued.de</li> <li>- 전화번호: +49-(0)208-9927-2537</li> </ul> </li> </ul>

자료: 알디(Aldi), 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 리들(Lidl)

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)		
	홈페이지	www.lidl.de		
	위치	네카스울름(Neckarsulm)		
	규모	매출액(*19)	약 951억 5,000만 달러 <sup>37)</sup> (약 111조 6,585억 원)	
		기타 규모	매장 수(*18): 약 3,300개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1973년 첫 매장 오픈</li> <li>• 유럽 국가 포함한 총 29개국에 진출하여 약 1만 800여 개의 매장 운영</li> <li>• 슈왈츠그룹(Schwarz Gruppe)의 자회사</li> <li>• 알디(Aldi)와 경쟁구도</li> </ul>			
	 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년부터 자사 브랜드 제품에 공급자명을 언급하여 제품 출시</li> <li>• 2020년 독일 12개 도시를 운영하는 'Next Level Meat' 트럭을 통해 비건 버거 무료 시식 행사 진행</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	비오그루너티 (Bio Grüner Tee)	
		종류	녹차	
		용량	50g	
		원산지	독일	

자료: 리들(Lidl), 리테일디테일(Retaildetail), 베그코노미스트(Vegconomist)  
사진 자료: 리들(Lidl), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

37) 독일, 미국, 유럽에 위치한 모든 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 스낵류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 의류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식료품 가격이 타 유통채널 대비 저렴한 편임</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통한 문의 (www.lidl.de/de/contact)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 메뉴 Service &amp; Hilfe 클릭</li> <li>- Kontakt 클릭하여 필요 정보 기입 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 첨부파일 등)</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 혹은 이메일을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 일반 소비자 가격, 할인가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	온라인몰 입점과 매장 입점 중 선택
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: kontakt@lidl.de</li> <li>- 전화번호: +49-(0)800-43-53-361</li> </ul> </li> </ul>

자료: 리들(Lidl), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 개인 및 기타 식료품점



① 알나투라(Alnatura)

기업 기본 정보	기업명	알나투라(Alnatura)								
	홈페이지	www.alnatura.de								
	위치	다름슈타트(Darmstadt)								
	규모	<table border="0"> <tr> <td>매출액('19)</td> <td>약 1,240만 달러 (약 146억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('18): 약 130개</li> <li>직원 수('18): 약 2,950명</li> </ul> </td> </tr> </table>	매출액('19)	약 1,240만 달러 (약 146억 원)	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('18): 약 130개</li> <li>직원 수('18): 약 2,950명</li> </ul>				
매출액('19)	약 1,240만 달러 (약 146억 원)									
기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('18): 약 130개</li> <li>직원 수('18): 약 2,950명</li> </ul>									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1987년 설립</li> <li>독일과 스위스에서 매장 운영</li> <li>약 1,200개의 유기농 제품을 제조, 자사 슈퍼마켓과 에다카(Edeka) 등 파트너 유통채널을 통해 판매</li> </ul>									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 1월 온라인몰을 통한 제품 판매 중지</li> <li>2020년 콩 제품에 이물질이 발견되어 리콜 사태 발생</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="0"> <tr> <td>제품명</td> <td>그루너티건파우더 (Grüner Tee Gunpowder)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>녹차</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>100g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>독일</td> </tr> </table>	제품명	그루너티건파우더 (Grüner Tee Gunpowder)	종류	녹차	용량	100g	원산지	독일
제품명	그루너티건파우더 (Grüner Tee Gunpowder)									
종류	녹차									
용량	100g									
원산지	독일									

자료: 알나투라(Alnatura), 이커머스디비(E-commerce DB), 온라인헤들러뉴스(onlinehaendler-news), 헤이치엔에이(HNA)  
사진 자료: 알나투라(Alnatura)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 차(茶)류, 소스류, 빵류, 냉동식품, 견과류, 스낵류, 음료류, 유아식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 식품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아시아 제품을 파는 카테고리가 따로 존재</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 메뉴에 'KONTAKT' 클릭</li> <li>- 홈페이지 가입 정보 (문의 내용, 이름, 이메일, 연락처, 국가, 주소 등)</li> </ul> </li> <li>• 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 일반 소비자 가격, 할인가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +49-(0)6151-3566000</li> <li>- 이메일: info@alnature.de</li> </ul> </li> </ul>

자료: 알나투라(Alnature), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## ② 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)

시장 기본 정보	기업명	덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)		
	홈페이지	www.denns-biomarkt.de		
	위치	토펜(Töpen)		
	규모	매출액('18)	약 12억 1,568만 달러 (약 1조 4,266억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('18): 약 1,400개</li> <li>• 직원 수('18): 약 6,600명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2003년 설립</li> <li>• 약 6,000개의 유기농 식품, 자연친화 화장품, 약품 등 판매</li> <li>• 15년간 유기농 전문 리테일 채널 운영</li> <li>• 지역 농가 직접 식품을 공급</li> <li>• 홈페이지에서 다양한 레시피 정보를 제공</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 비건 전문 식품업체 flambée사의 비건 유기농 타르트 판매</li> <li>• 2020년 7월 아이젠스테타(Eisenstädter) 지역에 신규 매장 오픈</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	암크라타 (Almkräuter)	
		종류	허브차	
		용량	30g	
		원산지	독일	

자료: 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)

사진 자료: 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)



입점 및 협력 정보


입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품 유제품, 차(茶)류, 음료류, 빵류, 냉동식품, 와인류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 의류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 식품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매 중인 유기농 제품은 ‘EU유기농조항(EU Organic Regulation)’ 충족</li> <li>- 대부분의 유기농 제품들이 유기농 농업 조합의 품질 기준 충족</li> </ul> </li> </ul>	
	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 왼쪽에 ‘Kontakt’ 클릭</li> <li>- 홈페이지 기입 정보:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>문의지점, 문의내용, 이름, 주소, 이메일, 연락처 등</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +49-(0)9295-18-1818 (8:00 am - 6:00 pm)</li> <li>- 이메일: info@denns.de</li> </ul> </li> </ul>

자료: 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt)

## 3) 음식/음료/담배 전문점



## ① 티게슈벤드너(Tea Gschwendner)

시장 기본 정보	기업명	티게슈벤드너(Tea Gschwendner)	
	홈페이지	www.teegschwendner.de	
	위치	노르트라인베스트팔렌(North Rhine-Westphalia)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 약 130개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1978년 설립</li> <li>• 독일, 오스트리아, 미국, 룩셈부르크 등 9개국에서 매장 운영</li> <li>• 300종류 이상의 차 판매</li> <li>• 홈페이지 내 블로그에서 차에 대한 정보 제공</li> <li>• 온라인몰 운영 중</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 일부 매장에서 배달 서비스 시작</li> <li>• 2020년 설탕함유량이 낮고 과일 함유량을 높인 버블티 출시</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	차이나우유안자스민비오 (China Wuyuan Jasmin Bio)
		종류	중국 녹차
		용량	100g
		원산지	중국

자료: 티게슈벤드너(Tea Gschwendner)

사진 자료: 티게슈벤드너(Tea Gschwendner)


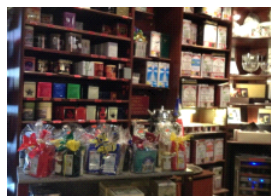

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 차(茶)류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 식기류, 차 액세서리류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 식품</li> <li>- 고품질 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선물세트 판매</li> <li>- 한국 차 카테고리 내 제주 녹차 판매 중</li> <li>- 판매되는 차 중 약 45.3%가 유기농 차</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 할인가, 일반 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: <a href="mailto:service-gastro@teegschwendner.de">service-gastro@teegschwendner.de</a></li> <li>- 전화번호: +49-(0)22-25-921-40</li> <li>- 팩스: +49-(0)22-25-921-420</li> </ul> </li> </ul>

자료: 티게슈벤드너(Tea Gschwendner)



② 티하우스(Tea House)

	기업명	티하우스(Tea House)	
	홈페이지	www.teahouse.de	
	위치	뮌헨(München)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
시장 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 888가지 이상의 홍차, 녹차, 말차, 우롱 차, 허브 차, 과일 차 등을 판매하는 전문 차 판매점</li> <li>• 유기농 인증을 받은 차를 주로 취급</li> <li>• 독일 유명 요리 잡지 'Der Feinschmecker'에 '올해의 매장'으로 선정</li> <li>• 차 농장에서 직접 원료를 조달함</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 쓰촨성에서 재배한 중국 녹차 판매</li> <li>• 2020년 태국에서 재배한 아보차 판매</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	반차하브사튼 (Bancha - Halbschatten)
		종류	녹차
		용량	100g
		원산지	독일

자료: 티하우스(Tea House)  
사진 자료: 티하우스(Tea House)

### 입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 차(茶)류</li> <li>- 일반: 차 악세서리류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 800가지 이상의 다양한 차(茶)를 판매</li> <li>- 일본차, 중국차 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 하단 'KONTAKT' 클릭             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 가입 정보:                 <ul style="list-style-type: none"> <li>성명, 이메일, 연락처, 문의내용 등</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: <a href="mailto:service-gastro@teegschwendner.de">service-gastro@teegschwendner.de</a></li> <li>- 전화번호: +49-89-26-84-72</li> <li>- 팩스: +49-89-260-63-76</li> </ul> </li> </ul>

자료: 티하우스(Tea House)

## 4) 혼합 소매업체

# KaDeWe

## ① 카데베(Kadewe)

기업 기본 정보	기업명	카데베(Kadewe)	
	홈페이지	www.kadewe.de	
	위치	베를린(Berlin)	
	규모	매출액('19)	약 4억 4,304만 달러 (약 5,199억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('19): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1907년 설립</li> <li>• 시그나(Signa) 기업과 센트럴(Central) 기업 공동 운영</li> <li>• 일평균 매장 방문고객 5만 명 이상</li> <li>• 2016년 인테리어 보수 공사 진행</li> <li>• 식료품 판매 코너 및 레스토랑은 6층에 위치해있으며, 최근 리뉴얼 후 오픈</li> <li>• 약 3만 5,000개의 식품 판매</li> <li>• 백화점 내 과일 채소 전문 판매점인 산루카르(Sanlucar)입점</li> </ul>	
기업 최근 이슈	 		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 온라인 매장 오픈 예정</li> <li>• 2020년 9월 해산물 제품에 대한 20% 할인 행사 진행</li> <li>• 2020년 코로나19 이후 매장 폐쇄했다가 5월 재개장</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	쿠스미티디톡스 (Kusmi Tea Detox)
		종류	디톡스 녹차
		용량	250g
		원산지	프랑스

자료: 카데베(Kadewe), 유로모니터(Euromonitor), 베를리너모건포스트(Berliner Morgenpost), 어반랜드(Urbandland), 온라인핸들러(Onlinehaendler), 카데베(Kadewe) 페이스북  
 사진 자료: 카데베(Kadewe), 스페셜티푸드(Specialty Food), 산루카르(Sanlucar)

## 입점 및 협력 정보

<p style="text-align: center;"><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 유제품, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 스낵류, 주류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구, 의류, 잡화 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 산루카르 식료품 매장이 백화점에 입점해 있음</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p style="text-align: center;"><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통한 입점 문의               <ul style="list-style-type: none"> <li>- www.kadewe.de/kontakt 접속</li> <li>- 홈페이지 언어 영어로 변경 후 홈페이지 하단 CONTACT 클릭</li> <li>- 필요 정보 기입 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                   <ul style="list-style-type: none"> <li>: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 문의 내용 등</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                   <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: service@kadewe.de</li> <li>- 전화번호: +49-30-2121-0</li> </ul> </li> </ul>

자료: 카데베(Kadewe), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## 4. 독일 녹차 B2B 유통채널

### 1) 호텔



#### ① 리츠칼튼(Ritz Carlton)

	기업명	리츠칼튼(Ritz Carlton)	
	홈페이지	www.ritzcarlton.com/en/hotels/germany/berlin	
	위치	베를린(Berlin)	
	규모	매출액(*19)	약 209억 7,000만 달러 <sup>38)</sup> (약 24조 6,083억 원)
기타 규모		매장 수(*20): 1개	
시장 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매리엇인터내셔널(Marriott International) 산하의 호텔 브랜드</li> <li>• 2004년 베를린 중심부에 설립</li> <li>• 5성급 럭셔리 호텔</li> <li>• 303개의 객실 보유</li> <li>• 2019년 모든 객실 보수 완공</li> <li>• 1개의 레스토랑, 1개의 카페, 2개의 바가 있음</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 3월 25일-2020년 9월 20일까지 객실 보수 및 휴업</li> <li>• 2020년 200개 객실 이상 호텔 대상으로 디자인 상 수상</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	마르코폴로벌트서브라임 (Marco Polo Vert Sublime)
		종류	녹차
		용량	(-)
		원산지	프랑스

자료: 리츠칼튼(Ritz Carlton), 더럭셔리에디터(The Luxury Editor), 스태티스타(Statista)  
사진 자료: 마리아쥬프레르(Mariage Frères), 리츠칼튼(Ritz Carlton)

38) 모회사 매리엇인터내셔널 글로벌 통합 매출액

### 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능 품목           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 차(茶)류,</li> <li>- 일반: 침규류, 육실용품, 향수류, 가방류 등</li> </ul> </li> <li>• 특이사항           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고급 차(茶)류 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: berzt.leads@ritzcarlton.com</li> <li>- 전화번호: +49-30-3377-77</li> </ul> </li> </ul>

자료: 리츠칼튼(Ritz Carlton)

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 독일 녹차 인증 취득
2. 독일 녹차 사전 절차
3. 독일 녹차 라벨 심의
4. 독일 녹차 서류 준비
5. 독일 녹차 세금 납부
6. 독일 녹차 검역 심사 절차
7. 독일 관련 규제 정보

## 1. 독일 녹차 인증 취득

### 인증 취득

독일로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 녹차

녹차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 독일 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

독일로 수출하고자 하는 식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 유럽연합(EU, European Union) 차원에서도 별도의 식품 인증을 강제하고 있지 않음

다만, 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP 인증을 따르도록 하고 있음. HACCP 인증 취득을 필수로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 따르는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있으며, ISO 22000 인증 등의 기타 인증도 HACCP을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 독일을 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출할 수 있음

[표 5.1] 독일 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	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처	

자료: 각 인증기관

[표 5.2] 독일 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
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
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원


자료: 각 인증기관

### ▶ 한국 유기농 인증 독일 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’

독일로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 EU에서 발급하고 있는 유기농인증을 획득해야 함. 해당 인증은 유럽연합 집행위원회(EC, European Commission)가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함

다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2015년 2월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 독일에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입 신고 시, 이를 입증할 수 있도록 유럽연합 당국에서 요구하는 검사증명서(Certificate of Inspection)를 제출해야 함

[표 5.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
EU Organic	유럽연합 집행위원회(EC) 지정 인증기관	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
<b>동등성 인정 요건</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국(또는 유럽연합)의 규정에 따라 유기농 인증을 받고, 양국 내에서 최종 가공된 식품</li> <li>• 가공식품의 범위는 수입국의 분류기준 적용</li> <li>• 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것</li> <li>• 화학합성농약, 유전자변형농산물, 방사선조사 등 금지된 물질(방법)은 사용할 수 없으며, 통관 및 유통과정에서의 금지물질에 대한 검사 및 후속조치는 수입국의 규정을 적용</li> </ul>			
<b>독일 수입 요건</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검사증명서(Certificate of Inspection) 제출               <ul style="list-style-type: none"> <li>- EU Trace(Trade Control and Expert System)을 통해 증명서 제출</li> <li>- 검사증명서는 유기농 인증을 획득한 국내 인증기관을 통해 발급</li> </ul> </li> </ul>			
<b>라벨 사용</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨에 대한 표시사항은 EU의 유기농 인증 표시 규정을 따를 것</li> <li>• 로고의 크기는 13.5mm*9mm보다 작으면 안되나, 패키지가 작은 경우 9mm*6mm의 사이즈로 표기 가능</li> <li>• 로고의 색상은 초록색 바탕에 흰색 문양으로 작성되어야 하나, 단일 색상으로 프린트 되는 경우에만 색상 변경 허용</li> <li>• 다른 어떠한 경우에도 로고의 형태, 디자인 등에 대한 변경은 불가능</li> </ul>			

자료: 유럽연합 집행위원회(EC), 국립농산물품질관리원

## 2. 독일 녹차 사전 절차

### 사전 절차

독일로 제품 수출 시,  
품목에 대한 사전 규제 및  
심사제도 정보 제공

### 녹차

녹차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 독일 식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’

#### ▶ 독일 식품의 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청 가능’

BTI(Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수입하기 전, 제품의 HS CODE 품목 분류와 관세율을 사전에 확인하기 위한 절차임. EU 국가 중 수입을 진행하고자 하는 국가의 세관을 통해서 신청할 수 있으며 현지에 사무실을 두고 있는 경우에는 해당 지역을 담당하고 있는 세관을 통해 신청할 수 있음

BTI 확인 심사는 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 수입 시 동 품목에 대한 HS CODE 분류를 명확하게 확인하여 원활한 통관을 진행할 수 있도록 하는 사전 절차임

[표 5.4] 독일(EU) 사전 BTI 신청

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 ‘COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341’
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관</li> <li>• 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관</li> </ul>
서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BTI 신청 서류 (트레이드 포털 통해 신청)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출/수입 거래를 계획하고 있을 경우에만 신청</li> <li>- 여러 개의 제품인 경우 각각의 제품 타입별로 별도 신청</li> <li>- 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재</li> <li>- 해당 제품의 전 정보를 정확하게 제공해야 함</li> </ul> </li> </ul>
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료: 유럽연합 집행위원회(EC)



▶ 독일 식품 직접 통관을 위해 사전 ‘수출입업자 세관 등록(EORI) 필요’

▶ 독일 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 가능’

수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 통관을 진행하고자 하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여받는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 세관등록을 통해 등록번호를 부여받아야 함. 등록번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록하면 다른 국가에서도 같은 번호로 사용 가능함

수출입업체는 EORI 번호를 소지하여 전자신고 관리시스템(ICS, Import Control System)을 통하여 수입 신고하여야 함. 또한, 수입물품 사전전자신고제도(ENS, Entry Summary Declaration)을 통하여 적재 24시간 전, 사전 적하목록을 제출하여야 함. 이 외 별도의 생산공장보유업체 지정제는 없으며, 제조시설을 필수적으로 등록해야 하는 절차는 없음

[표 5.5] 독일(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관 절차가 진행될 국가의 세관</li> <li>• 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 독일 온라인 페이지(IBA) 또는 서면을 통하여 EORI 신청</li> <li>• 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급</li> </ul>

자료: 유럽연합 집행위원회(EC), 독일 연방관세청(ZOLL)

### ▶ 독일 식품 통관 간소화를 위한 사전 'AEO 등록 가능'

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator)제도는 인증 기업의 통관 절차를 간소화하기 위한 사전 등록 절차이며 AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. AEOC(Customs Simplification)는 세관 절차의 간소화를 위한 인증이며 AEOS(Security and Safety)는 무역 안전을 위한 인증임. 두 인증을 모두 갖춘 경우에는 AEOF(Full)가 부여됨

한국 관세청에서 '수출입안전관리우수공인업체'라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)가 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 5.6] 독일(EU) 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	EU 공동채관세법 및 시행 조항 '(EC) No 648/2005'
세부 규정	Article 39, Union Customs CODE(UCC)
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EU 회원국의 통관 담당 기관</li> <li>• 한국 관세청</li> </ul>
분류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관 원활화</li> <li>• 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화</li> <li>• 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지</li> </ul>

자료: 유럽연합 집행위원회(EC)

### 3. 독일 녹차 라벨 심의

#### ▶ 독일 라벨 규정

##### ● 라벨 심의

독일로 제품 수출 시,  
요구되는 제품에 대한  
라벨 규정 정보 제공

##### ● 녹차

녹차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

[표 5.7] 독일 라벨 관리 규정

적용 규제	EU Regulation No.1169/2011												
세부 규정	ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014												
라벨 표기사항 (항목)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 성분</li> <li>• 알러지 유발 성분표기 필수</li> <li>• 용량</li> <li>• 섭취기한(best before) 또는 최소보존일 (use by)</li> <li>• 보관조건 및/또는 사용조건</li> <li>• 제조업체명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소</li> <li>• 원산지</li> <li>• 사용방법</li> <li>• 알코올 도수</li> <li>• 영양성분</li> </ul>											
	라벨 표기사항 (가이드)	<table border="1"> <tr> <td>표기 언어</td> <td>독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 라벨 부착 가능함</td> </tr> <tr> <td>글자 크기</td> <td>글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm<sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상 이어야 할 것</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용할 것</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기할 것 음료는 순중량으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>원료명</td> <td>완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것 백분율로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것</td> </tr> </table>	표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 라벨 부착 가능함	글자 크기	글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상 이어야 할 것	제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용할 것	용량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기할 것 음료는 순중량으로 표기할 것	원료명	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것 백분율로 표기할 것	유통기한
표기 언어	독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 라벨 부착 가능함												
글자 크기	글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상 이어야 할 것												
제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용할 것												
용량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기할 것 음료는 순중량으로 표기할 것												
원료명	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것 백분율로 표기할 것												
유통기한	섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것												
세부 내용													

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것 육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소 표기할 것
		기타 표시	사용방법, 알콜도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기할 것 (알콜도수의 경우 1.2% 이상의 알콜 음료에 해당) 사용방법은 제품 사용이 어려울 경우 기재할 것
		유기농 로고	유럽연합 유기인증 통합로고와 회원국 별로 독자적인 유기인증 로고를 함께 사용 가능함 통합로고의 상단 또는 하단에 인증기관의 코드번호와 원재료의 원산지를 함께 기재할 것 사전 미포장 또는 제3국 수입 유기식품은 유기인증 로고 사용은 선택적으로 가능함
	라벨 표기사항 (영양성분)	성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준으로 표기할 것 중량의 내림차순으로 기재할 것 알러지 유발 성분참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음)

자료: EU법령포털 (EUR-LEX)

▶ 독일 녹차 라벨 샘플



① 제품명

② 원산지



① 섭취기한

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]



① 사용방법



① 용량

② 보관조건

③ 제조업체명과 주소

[오른쪽 면 라벨링]

[왼쪽 면 라벨링]

[앞면 - 독일어]

[앞면 - 국문]

- ① Produktname  
: Grüner Tee F.O.P
- ② Ursprung: Indien

- ① 제품명  
: 녹차 F.O.P
- ② 원산지: 인도

[뒷면 - 독일어]

[뒷면 - 국문]

- ① Aufnahmezeit: 06.2022

- ① 섭취기한: 2022년 6월

### [오른쪽 면 - 독일어]

- ① Zubereitung  
 : Es gibt 3 verschiedene Vorbereitungsarten. Probieren Sie selbst, welche Ihnen zusagt  
 Pro Tasse einen Teelöffel TEEKANNE Grüner Tee F.O.P in einen Kannen-Filter geben. Wir empfehlen die Teefilter von TEEKANNE
1. Gießen Sie den Tee mit frischem sprudelnd kochendem Wasser auf. Nach 5 Minuten Ziehzeit ist der Grüne Tee am gehaltvollsten
  2. Wasser aufkochen, abkühlen lassen – jedoch nicht unter 80°C. Anschließend die Teeblätter aufgießen und 3 Minuten ziehen lassen
  3. Wasser aufkochen, die Teeblätter kurz überbrühen und diesen Aufguss wegschütten. Dann die Teeblätter ein zweites Mal mit frischem sprudelnd kochendem Wasser aufgießen. Nach 2 bis 3 Minuten Ziehdauer ist der Tee genussfertig

### [오른쪽 면 - 국문]

- ① 사용방법  
 : 사용방법은 총 3가지가 있으며 선호하는 방법을 택하여 섭취하십시오  
 컵당 TEEKANNE 녹차 F.O.P 한 티스푼을 필터에 넣으십시오. TEEKANNE사의 필터를 권장합니다.
1. 끓는 물에 필터를 담군 후 약 5분의 시간이 지난 뒤 섭취하십시오
  2. 80°C 이상의 온도로 물을 끓이십시오. 이후 녹차잎을 부어 약 3분간 우려나게 해주십시오. 이후 섭취하십시오
  3. 물을 끓인 후 녹차잎을 잠깐 넣은 뒤 버리십시오. 이후 다시 한번 끓는 물에 다른 녹차잎을 넣어 우려나게 해주십시오. 약 2-3분 뒤 섭취하십시오

### [왼쪽 면 - 독일어]

- ① Füllgewicht: 200g
- ② Lagerbedingungen  
 : Vor Wärme geschützt und trocken lagern
- ③ Name und Adresse des Herstellers  
 : TEEKANNE GmbH & Co. KG  
 Postfach 27 03 51 40526 Düsseldorf

### [왼쪽 면 - 국문]

- ① 용량: 200g
- ② 보관조건  
 : 열로부터 보호하고 건조한 곳에서 보관하십시오
- ③ 제조업체명과 주소  
 : TEEKANNE GmbH & Co. KG  
 Postfach 27 03 51 40526 뒤셀도르프

## 4. 독일 녹차 서류 준비

### ● 서류 준비

독일로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

### ● 녹차

녹차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 독일 수입 신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

독일의 수입 신고는 서면 또는 독일의 전자 시스템(ATLAS-EAS)을 통해 진행 가능함. EU에서 공통적으로 요구하고 있는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하고 있는 필수 서류를 구비하여 제출해야 함. EU로 수입되는 모든 물품의 경우 물품이 도착함에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 서류를 제출해야 함

적하목록 서류의 의무 기재사항은 화물 상세 정보(물품 명세(Description of Goods), 수량 및 중량, HS Code, 컨테이너 번호, 위험품목 코드 등)와 화물 운송인, 송하인(수출업체), 수하인(EU 수입업체), EORI 등임

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지 신고문안을 기재함으로써 원산지증명을 대체할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(한화 약 822만 원<sup>39)</sup>) 이상의 물품을 수출하는 경우, 원산지 인증수출자 자격을 획득해야 원산지증명을 통한 협정관세를 부과받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해 신청 가능함

[표 5.8] 독일 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(SAD)	유럽 위원회 (EC, European Commission)
	운임보험	(-)
	상업송장	(-)
	선적 포장 명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청
	관세가격신고서	(-)

자료: 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

39) 1유로=1,369.42원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### ▶ 한-EU 인증수출자 제도 도입

원산지 인증수출자 자격이란 원산지증명능력이 있다고 관세청 또는 세관이 인증한 수출업체에게 3년 동안 별도의 구비서류 없이 즉시 원산지증명서를 발급받을 수 있는 제도임. 자격 보유 시, 발급신청마다 제출해야 하는 5종 이상의 서류가 없어지며 세관의 심사절차도 생략되어 신속한 통관이 가능해짐

2007년 한국이 처음 도입한 인증수출자 제도인 생산공장 보유업체 지정제도는 수출품목의 생산공장을 보유한 업체에 한하여 원산지증명서 발급을 간이화해주는 제도였음. 하지만 까다로운 요건으로 인하여 활용률이 미미하여 2008년 07월 이를 개정하여 원산지 인증수출자 제도를 발효함

[표 5.9] 한-EU 원산지 인증수출자 제도

대상자	<ul style="list-style-type: none"> <li>EU 역내로 6,000유로(한화 약 822만 원<sup>40)</sup>) 이상의 물품을 수출하는 경우(필수)</li> </ul>
요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>원산지 증명능력 보유(전산시스템 보유)</li> <li>C/O 작성대장 비치관리, 원산지전담 관리자 지정</li> <li>최근 2년간 관세법 및 '최근 2년간 관세법 및1) FTA 특례법 미위반자</li> <li>최근 2년간 속임수, 부정에 의한 C/O 미 발급자</li> <li>최근 2년간 5회 이상 C/O 미 반려자</li> </ul>
현장 확인	<ul style="list-style-type: none"> <li>필요 시 현장 확인</li> </ul>

자료: 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

40) 1유로=1,369.42원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



## 5. 독일 녹차 세금 납부

### 세금 납부

독일로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 녹차

녹차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 독일 녹차 HS CODE 0902.10-0000, 관세율 0% 적용

#### ▶ 한-EU FTA 발효로 협정 세율 적용

녹차의 경우 독일에서는 HS CODE 0902.10의 0902.10-0000(기타) 세번을 사용하여 수입됨<sup>41)</sup>. 독일 수입 시 기본 세율은 3.2%가 적용되나, 한국산 제품의 경우 2011년 7월 1일부로 발효된 한-EU FTA 협정으로 0%의 협정 세율을 적용받음

일반적으로 관세 외에도 7-19%의 부가가치세(VAT)를 납부해야 하나, 2020년 6월 3일, 독일 연방정부는 코로나19로 인한 한시적 부가가치세 인하 정책을 실시함. 이에 부가세는 2020년 연말까지 7-19%에서 5-16%로 인하되며 녹차 제품은 7%의 세율을 적용받음<sup>42)</sup>

- 수입 서류 심사비용에 미소요
- 수입 서류 심사 기간은 1시간 소요
- 통관 비용 미소요
- 통관에 걸리는 시간 미소요

[표 5.10] 한국·EU HS CODE 비교 및 독일 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0902	차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)	
	0902.10-0000	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3킬로그램 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)	
독일	0902.10-0000	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3킬로그램 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)	
관세	기본관세율	3.2%	
	협정 세율	0%	
부가가치세		7%	

자료: 관세법령정보포털 (UNIPASS)

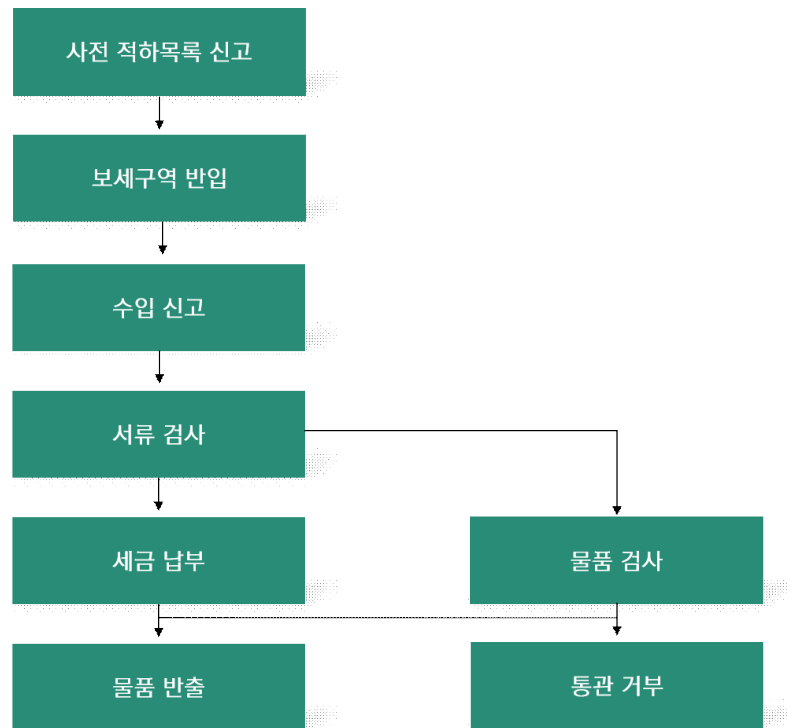
41) 독일 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0902.10 중 녹차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 독일 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 독일 관세청을 통한 확인이 필요함

42) 주 프랑크푸르트 대한민국 총영사관, 「독일 부가가치세 인하조치 관련 평가」, 2020.06.11

## 6. 독일 녹차 검역 심사 절차

- ▶ 독일 일반가공식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 하여 검사 대상 선별 후 물품 검사 진행

[표 5.11] 독일 통관 프로세스



수입 물품에 대하여 세부 검사가 필요한 경우 세관 당국은 검사 여부 및 현장 출석에 대하여 이메일로 통지함. 통지를 받은 수출입업자 또는 그 대리인은 요청 서류를 구비해 세관에 출석해야 하며 검사관은 직접 육안으로 검사를 실시함. 수입 물품의 검역심사단계는 위험도에 따라 3가지 유형으로 나뉨

[표 5.12] EU 수입 물품 위험도 분류체계

구분	내용
Type A	심각한 위험성이 있는 것으로 간주하는 경우로 EU내 하역을 금지함 (DNL(Do Not Load) 메시지)
Type B	즉시 단속이 필요하다고 간주하는 경우로, EU 내 첫 번째로 도착하는 항구 혹은 공항에 하역하여 검사 실시
Type C	심각성이 낮다고 판단하는 경우로, 원래 예정된 EU 도착 항구 및 공항에서 검사 실시

## 7. 독일 관련 규제 정보

### ▶ 독일 현지 법인 설립 및 공장 설립 시 주의사항 확인 필요

독일은 제조업에 관한 외국인 투자에 대해 매우 호의적이며 해당 업종의 기업을 대상으로 다양한 우대조치를 진행하고 있음. 해당 우대조치의 예시로는 투자보조금, 자기자금 지원프로그램(EKH, Eigenkapitalhilfeprogramm) 등이 있음

독일은 기업투자에 관하여 내국인과 외국인의 구별이 없으므로 현지 법인 설립 및 공장 설립 시 기업 및 공장이 위치한 지역을 관할하는 구역관청의 기업과 (Gewerbeamt)에 정관을 작성하여 등록해야 함. 기업의 규모나 특징에 따라 지역관할법원(Amtsgericht)에서 등록 여부를 최종결정함

독일의 법인은 유한회사(GmbH, Gesellschaft mit beschränkter Haftung)와 주식회사(AG, Aktiengesellschaft)로 나누어지며 주식회사(AG)의 경우 최소 50,000 EUR(한화 약 6,800만 원)의 자본금을 필요로 하며 그 이하의 자본금을 소유한 경우 유한회사(GmbH)로 설립을 권장함

[표 5.13] 독일 법인 설립 정보

구분	유한회사(GmbH)	주식회사(AG)
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회사설립 정관</li> <li>• 상업등기신고서류</li> <li>• 사원명부 및 신규</li> <li>• 설립법인의 상호 (현지 법인 상호에 대한 관할 상공회의소의 확인증)</li> <li>• 대표이사 성명 및 주소</li> <li>• 독일 내 회사 주소</li> <li>• 설립자의 신분증명서</li> <li>• 사업허가서 및 사업 관련</li> <li>• 자격증 (필요 시)</li> <li>• 은행 계좌 개설</li> <li>• 최소 납입 자본금</li> <li>• 납입 증명</li> </ul>	
설립 기간	3-6주	6-8주
설립 비용	최소자본금 25,000 EUR (한화 약 3,400만 원)	최소자본금 50,000 EUR (한화 약 6,800만 원)

자료: 중소기업수출지원센터

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① HTH함부르거테한델(HTH Hamburger Teehandel)

Interview ② 디앤비(D&B, Dethlefsen&Balk)

Interview ③ 비올리(Violey)

Interview ④ 테한델슈콘토어슈투름(Teehandelskontor Sturm)

Interview ⑤ 헬센&뤼온(Hälssen&Lyon)

## Interview ① HTH함부르거테한델 (HTH Hamburger Teehandel)

43)

HTH함부르거테한델  
(HTH Hamburger  
Teehandel)

전문가 소속

HTH함부르거테한델  
(HTH Hamburger  
Teehandel)  
수입유통업체

연락처

+49-403-347-380

전문가 정보

Mr. Jan

(Purchase In-charge)



### HTH함부르거테한델(HTH Hamburger Teehandel) Purchase In-charge, Mr. Jan

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

HTH함부르거테한델은 1989년에 설립된 차 전문 수입유통업체로, 수입, 수출, 도매를 주로 진행하고 있습니다. 한국, 중국, 일본, 인도, 스리랑카 등지에서 수입하고 있으며 녹차, 포충차(Pouchong Tea), 우롱차, 홍차, 허브차 등을 취급하고 있습니다.

**Q. 독일 내 인기 있는 차 유형은 무엇인가요?**

독일에서는 홍차, 녹차, 우롱차, 백차(White Tea) 순으로 수요가 높습니다. 홍차는 독일을 포함하여 전반적인 서양 음식과 잘 어울리고 향이 강하기 때문에 매우 인기 있습니다. 그러나 녹차의 경우, 맛과 향이 독특하여 식사와 함께 곁들여 먹기보다는 차만 마시거나, 간단한 스낵과 함께 먹습니다.

**Q. 독일 내 차 소비 트렌드는 무엇인가요?**

독일은 유럽 내 가장 큰 차 수입국 중 하나입니다. 현재 독일에서는 차의 종류보다는 차의 효능 및 효과가 더 주목받고 있습니다. 기존의 소비자들은 단순히 홍차를 마시고 싶다면 홍차를, 녹차를 마시고 싶다면 녹차를 구매했지만, 최근에는 감기에 좋은 차, 임산부에게 좋은 차, 우울한 날에 마시면 좋은 차 등 각각의 효능을 가진 블렌딩 차를 많이 찾고 있습니다.

**Q. 독일 내 한국산 차의 인지도는 어떤가요?**

독일 내 한국산 차에 대한 인지도는 매우 낮은 편입니다. 한국산 제품보다는 중국이나 일본의 녹차 및 말차가 잘 알려져 있습니다. 저희 업체에서는 한국, 중국, 일본산 차를 모두 수입하고 있는데 그 중 한국산 차의 수요가 가장 낮은 편이며 중국과 일본산 차 제품의 판매량은 많습니다.

43) 사진 자료: HTH함부르거테한델(HTH Hamburger Teehandel)

### Q. 업체에서 취급 중인 녹차 브랜드와 독일 내 인기 녹차 브랜드는 무엇인가요?

녹차 제품의 경우, 저희 브랜드에서는 자사 제품만을 취급하고 있습니다. 수입 후 도매로 유통하기 때문에 대용량 제품을 주로 판매하며, 최소주문수량(MOQ, Minimum Order Quantity)은 100kg입니다. 독일 내 인기 있는 녹차 브랜드는 티칸네(Teekanne), 메쓰머(Messmer), 밀포드(Milford) 등입니다. 해당 브랜드들은 제품 자체의 맛과 향이 뛰어날 뿐만 아니라 품질도 우수하고 가격도 합리적이어서 소비자 선호도가 높습니다.

### Q. EU 유기농 인증을 받은 녹차 제품의 예상수요는 어떤가요?

저희 업체에서도 한국을 포함한 아시아 차 브랜드 중, 유기농 인증을 받은 제품을 취급하고 있으며, 해당 제품들은 EU 유기농 인증과 USDA<sup>44)</sup> 유기농 인증을 모두 취득하였습니다. A사의 제품이 EU 유기농 인증을 받았다면 유럽 내 합법적으로 유기농 인증마크를 부착하고 판매할 수 있으며, 최근 다수의 소비자들이 무인증 차보다는 유기농 인증을 받은 차를 구매하는 추세이기 때문에 판매량에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 예상합니다.

44) 미국 농무부(United States Department of Agriculture Foreign)

## Interview ② 디앤비(D&amp;B, Dethlefsen&amp;Balk)

45)

●  
디앤비  
(D&B)

전문가 소속

디앤비  
(D&B)  
수입유통업체

연락처

+49-407-310-730

전문가 정보

Ms. Ran  
(Sales Manager)



디앤비(D&B)

Sales Manager, Ms. Ran

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

디앤비는 1836년에 설립된 차 전문 수입유통업체로, 수입, 수출, 도매, 소매를 모두 진행하고 있습니다. 유럽권 국가와 인도 등 다양한 국가에서 차 원재료를 수입한 후 직접 블렌딩 및 패키징 하여 독일 현지로 유통하거나 수출합니다. 주요 취급 품목은 홍차, 녹차, 백차(White Tea), 황차(Yellow Tea), 과일차, 허브차 등입니다.

**Q. 독일 내 차 소비 트렌드는 무엇인가요?**

현재 독일 내에서는 홍차의 수요가 가장 높습니다. 그러나 최근 수입산 프리미엄 차와 허브 및 전통 약재 차의 판매량도 빠르게 증가하고 있습니다. 독일 소비자들은 프리미엄, 허브, 과일차 등의 특정 효능을 가진 차를 선호하고 있으며 특히 홍차와 녹차를 블렌딩한 차를 많이 구매하고 있는 추세입니다.

**Q. 독일 내 원산지별 녹차의 수요는 어떤가요?**

녹차의 경우, 일본 녹차와 프리미엄 녹차의 평판이 가장 좋습니다. 특히, 일본산 프리미엄 녹차인 센차(Sencha)나 교쿠로(Gyokuro) 녹차의 품질이 매우 우수하다고 알려져 있어 소비자 신뢰도가 높습니다. 저희 업체에서는 한국산 녹차도 취급하고 있지만, 중국과 일본산 제품보다는 비교적 수요가 낮은 편입니다.

**Q. 독일 내 녹차의 주요 구매요인은 무엇이며 유기농 인증 녹차에 대한 인식은 어떤가요?**

녹차의 주요 구매요인은 맛, 향, 인증 여부, 가격, 블렌딩 등입니다. 특히 맛이 가장 중요한데, 소비자들은 기타 첨가물 및 과일 향이 첨가되지 않은 오리지널 제품을 선호합니다. 또한, 인증을 받은 제품의 수요가 더 높으며 특히 디톡스나 저카페인 등의 효과를 강조하는 것도 좋습니다.

### Q. 독일 내 프리미엄 차의 주요 구매요인은 무엇인가요?

프리미엄 차는 독일 시장에서 선호도가 높은 제품입니다. 소비자들은 프리미엄 차 구매 시 EU 또는 USDA 유기농 인증 취득 여부를 중요시하며, 가격이 높을수록 제품 신뢰도가 높아집니다. 일반적으로 소비자들은 프리미엄 차의 가격이 높을지라도 저렴한 차를 마시느니 차라리 아예 마시지 않는 편이 낫다고 생각하는 경향이 있습니다.

### Q. 독일로 A사의 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 어디인가요?

차의 유통채널은 2가지 형태가 있는데, 첫 번째는 슈퍼마켓, 할인점, 온라인 스토어 등의 소매업체이며 두 번째는 커피/차 전문점, 레스토랑, 호텔 등입니다. A사의 제품은 프리미엄 유기농 녹차로, 두 번째 유통채널 중 스페셜티 차 스토어, 카페, 티 하우스, 호텔 등으로 유통하는 것을 추천합니다.

슈퍼마켓이나 할인점 등으로 유통 시 프리미엄 이미지는 잃게 되겠지만, 브랜드 인지도를 높이는 데 도움이 될 것이며, 스페셜티 차 스토어나 호텔은 프리미엄 브랜드 이미지를 형성할 수 있지만, 인지도 및 수요 확보에서는 제한적입니다. 각각의 유통채널마다 장·단점이 있기에 A사의 판매전략에 맞추어 유통채널을 설정해야 합니다.



## Interview ③ 비올리(Violey)

46)

● 비올리  
(Violey)

전문가 소속

비올리  
(Violey)  
유통업체

연락처

+49-928-197-251-25

전문가 정보

Ms. Kline  
(Sales Representative)

VIOLEY



비올리(Violey)

Sales Representative, Ms. Kline

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

비올리는 독일 내 가장 큰 유기농 전문 온라인 플랫폼 중 하나로, 총 600개 이상의 브랜드를 취급하고 있으며 차, 음료, 시리얼, 스프레드, 글루텐프리 제품 등을 판매하고 있습니다. 차 종류는 허브차, 홍차, 녹차 등을 취급하고 있으며 녹차의 경우, 약 100여종의 유기농 녹차 제품을 판매하고 있습니다.

**Q. 독일 내 녹차 및 프리미엄 유기농 차에 대한 인식은 어떤가요?**

독일은 새로운 프리미엄 유기농 차에 대한 수용도가 높은 시장입니다. 프리미엄 녹차와 스페셜티 차에 대한 수요가 증가하고 있으며, 그에 따라 소비자의 품질 기준 또한 매우 상승했습니다. 소비자들은 프리미엄 녹차 구매 시 단맛, 견과류맛, 꽃향, 과일향 등이 첨가된 제품을 선호합니다.

**Q. 독일 내 녹차 제품의 평균적인 가격과 용량은 무엇인가요?**

독일에서 판매되고 있는 녹차 제품의 가장 평균적인 용량은 티백 제품의 경우 1.5g 티백 10개 입, 찻잎 제품의 경우 100-200g입니다. 저희 업체에서도 유기농 녹차를 판매하고 있는데, 차도(Cha Do)의 한국산 녹차 분말은 30g에 9.34유로(한화 약 12,790원<sup>47)</sup>), 100g에 22.42유로(한화 약 30,700원)에 판매되고 있습니다.

**Q. A사 제품의 독일 진출 시, 추천하는 유통채널은 어디인가요?**

프리미엄의 이미지를 위해서는 스페셜티 차 스토어, 카페, 고급 호텔 등으로 유통하는 것이 효과적입니다. 그러나 호텔보다는 스페셜티 차 스토어나 카페로 먼저 유통하는 것을 추천하는데, 왜냐하면 차를 구매하고자 하는 잠재 소비자들이 더 많이 찾는 곳이기 때문입니다.

46) 사진 자료: 비올리(Violey)

47) 1유로 = 1,369.42원(2020.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. A사 제품의 독일 진출 시, 추천하는 패키지는 무엇인가요?

차 제품의 포장 용기로는 종이, 플라스틱, 캔 등 다양한 패키지를 사용합니다. 프리미엄 제품은 패키징부터 소비자들에게 긍정적인 첫인상을 심어주어야 합니다. 이러한 면에서, 종이 포장재는 플라스틱 및 캔과는 달리 자연적으로 분해되기 때문에 더 친환경적인 이미지를 가지고 있습니다.

한편, 티백 제품에서는 삼각형 형태가 가장 인기 있습니다. 삼각형 티백은 찻잎이 물에 부풀 수 있는 충분한 공간이 있고, 소비자들이 직접 팽창 과정을 눈으로 확인할 수 있기 때문입니다.

### Q. A사 제품의 독일 진출 시, 시장성이 있을까요?

소비자들은 녹차 구매 시 편리하게 마실 수 있는 제품을 선호합니다. 그러므로 티백이나 스틱 형태에서는 소용량 제품이 효과적일 것으로 예상합니다. 만약 A사의 제품이 품질도 우수하고 가격도 합리적이라면, 독일 시장에서 충분히 경쟁력이 있을 것입니다.

한편, 독일 내 프리미엄 차의 주요 소비자들은 품질이 우수한 제품을 구매하기 위해 어느 정도의 가격을 지불할 용의가 있습니다. 그러므로 A사 제품이 프리미엄 유기농 녹차 제품이라면, 일반적인 녹차 제품의 평균적인 가격보다 높게 설정하여도 괜찮을 것 같습니다.

## Interview ④ 테한델슈콘토어슈투름 (Teehandelskontor Sturm)

48)

●  
테한델슈콘토어슈투름  
(Teehandelskontor  
Sturm)

전문가 소속

테한델슈콘토어슈투름  
(Teehandelskontor  
Sturm)  
수입유통업체

연락처

+49-405-342-420-00

전문가 정보

Ms. Bartmeie  
(Responsible for  
Asian Market)



테한델슈콘토어슈투름(Teehandelskontor Sturm)

Responsible for Asian Market, Ms. Bartmeie

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

테한델슈콘토어슈투름은 차 전문 수입유통업체로, 제조, 수입, 유통을 진행하고 있으며 홍차, 녹차, 과일차, 루이보스차, 허브차 등을 취급하고 있습니다. 주로 도매로 카페 및 스페셜티 차 스토어에 납품하고 있으며 함부르크에서 자사 매장도 운영하고 있습니다.

**Q. 독일 내 인기 있는 차는 무엇이며 차 소비 트렌드는 어떤가요?**

독일에서는 홍차의 수요가 가장 높지만, 녹차의 건강기능효과로 인해 녹차의 소비량이 빠르게 증가하면서 점점 홍차를 따라잡고 있는 추세입니다. 그러나 최근에는 블렌딩 차만의 독특한 맛과 건강하다는 인식으로, 과일차와 허브차의 수요도 높아졌습니다.

독일 소비자들은 안정과 휴식 테라피의 일종으로 따뜻한 차를 즐겨 마시며, 거의 약과 비슷하게 여겨지고 있습니다. 페퍼민트, 세이지, 오레가노, 생강, 카모마일 등의 아로마 허브차가 감기나 몸살 등의 질병을 치료할 수 있다는 인식도 있습니다. 스페셜티 차와 블렌딩 차의 인기에 더불어 프리미엄 차의 수요도 높아지고 있습니다.

**Q. 독일 내 프리미엄 차 및 유기농 차의 주요 소비자는 누구인가요?**

프리미엄 차와 유기농 차의 주요 소비자는 연령층보다는 소비자 소득과 더 연관이 있습니다. 저렴한 차는 품질이 떨어지고, 유기농 차가 더 건강에 좋은 제품이라는 인식은 있지만, 그만큼 높은 가격에 판매되고 있습니다. 그러므로 프리미엄 차와 유기농 차의 주요 소비자들은 중상위 소득층입니다.

48) 사진 자료: 테한델슈콘토어슈투름(Teehandelskontor Sturm)

### Q. 독일 내 인기 있는 녹차 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서는 일본산 센차(Sencha), 반차(Bancha), 말차(Matcha), 쿠키차(Kukicha), 교쿠로(Gyokuro)와 중국산 센차(Sencha), 용정차(Lung Ching), 진미차(Chun Mee), 건파우더차(Gunpowder tea), 백차(White tea), 가향차(Scented tea) 등을 판매하고 있습니다. 또한, 인도와 대만산 제품도 판매하고 있지만, 한국산 녹차 제품은 취급하고 있지 않습니다.

중국과 일본산 녹차 제품들은 독일에서 상당히 인기 있는 편입니다. 소비자들은 녹차 구매 시 맛, 향, 가격 등의 다양한 요인을 중시하며 특히 유기농 제품의 선호도가 높습니다.

### Q. A사 제품의 독일 진출 시, 시장성이 있을까요?

독일 내 한국산 차를 판매하는 매장이 다수 있는 것으로 알고 있지만, 일본산 제품의 수요가 더 높습니다. 한편, 독일에서는 EU 유기농 인증을 받은 차 제품이 무인증 제품보다 훨씬 수요가 높습니다. 건강에 대한 인식이 상승하면서 소비자들은 더 건강한 천연 제품을 선호하므로 A사의 한국산 프리미엄 유기농 차도 독일 시장에서 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다. 그러나 반드시 맛과 향도 독일 소비자들의 취향에 맞아야 합니다.

## Interview ⑤ 헬센&뤼온(Hälssen&Lyon)

49)

●  
 헬센&뤼온  
 (Hälssen&Lyon)

전문가 소속

헬센&뤼온  
 (Hälssen&Lyon)  
 수입유통업체

연락처  
 +49-403-614-30

전문가 정보

Mr. Hari  
 (Sales Head)



헬센&뤼온(Hälssen&Lyon)

Sales Head, Mr. Hari

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

헬센&뤼온은 1879년에 설립된 차 전문 수입유통업체로, 독일 함부르크에 본사를 두고 있습니다. 차 원료를 수입하여 블렌딩, 가공, 패키징 한 후 독일 및 다른 국가로 유통하며 주요 취급 품목은 홍차, 녹차, 과일차, 허브차, 유기농 차 등입니다.

**Q. 독일 내 프리미엄 차의 주요 구매요인은 무엇인가요?**

소비자들은 프리미엄 차 구매 시 품질을 가장 중요시하며 깊은 향과 상쾌한 맛의 제품을 선호합니다. 또한, EU 및 USDA 유기농 인증, IFS, HACCP, 코셔 등을 취득한 제품, 패키징이 세련된 제품, 소용량 제품 등의 인기가 높습니다. 이 외에도 원산지, 재배지역, 재배고도 등의 정보도 브랜드 신뢰도에 큰 영향을 끼칩니다.

**Q. 독일 내 인기 있는 차 브랜드와 한국산 차에 대한 인식은 어떤가요?**

독일 브랜드 중에서는 티칸네(Teekanne)와 번팅(Bunting)이 가장 인기 있습니다. 독일에서는 수입산 프리미엄 차도 다양하게 판매되고 있으며 허브차와 과일차 등의 수요도 높은 편입니다. 그러나 아직 한국산 제품은 잘 알려지지 않았습니니다.

**Q. A사 제품의 독일 진출 시, 추천하는 유통채널은 어디인가요?**

한국산 차 수출 시, 먼저 스페셜티 차 스토어로 유통하는 것을 추천합니다. 스페셜티 차 스토어는 차 소비자들이 가장 선호하는 매장으로, 오프라인과 온라인 채널 모두 가능하지만, 오프라인 매장에서는 대면 응대를 통해 제품 소개나 홍보를 할 수 있기 때문에 더욱 효과적입니다.

이 외에도 도매 및 소매를 통해 식당, 할인점, 온라인 플랫폼으로 유통하는 것도 효과적인 방법 중 하나입니다. 그러나 프리미엄 유기농 차 제품의 경우, 할인점은 추천하지 않습니다. 왜냐하면, 프리미엄 차 제품은 가격이 높기 때문에 타겟 소비자와 매칭되지 않기 때문입니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)





녹차 시장규모('19)

1,684억 원

독일 녹차 시장의 CAGR -1%  
향후 5년간 시장 내 점유율 상승 예상



독일은 전통적으로 차 소비량이 높은 국가로 시장규모가 안정적인. 기존에는 홍차와 블렌딩 티의 수요가 높았으나 녹차의 점유율이 상승하고 있는 추세로 향후 완만한 성장세를 보일 것으로 예상함. 한국 차의 수입 규모는 작고 인지도도 높지 않으나 일본과 중국으로부터의 수입량이 높아 동아시아 지역의 차에 익숙한 것으로 확인됨

녹차 소비특징

간단한 다과와 함께 섭취  
잎 차 제품 수요 높음

코로나19로 인해 가정에서의 소비 증가  
잎 차 형태의 녹차 제품 선호



독일인은 녹차를 식사에 곁들이기 보다는 단독으로 마시거나 간단한 다과와 함께 섭취함. 또한, 티백과 RTD제품보다 잎 차의 수요가 높으며 이는 코로나19 이후 집에서 머무는 시간이 길어져 차를 우려내는 불편도 기꺼이 감수하게 된 것으로 해석됨

녹차 시장트렌드

프리미엄 녹차 수요 높음

녹차의 건강 기능적인 효능에 관심



블렌딩 티와는 달리 홍차와 녹차는 차 재배지역, 재배 시기 및 방식, 차 종(種) 등의 시장 세분화가 이루어질 수 있어 중국과 일본의 다양한 프리미엄 녹차 수요가 형성됨. 또한, 최근 코로나19로 인한 면역력에 대한 관심이 높아진 것과 더불어 독일 소비자의 건강한 식생활에 대한 추구 성향이 만연하여 프리미엄 녹차의 다이어트 및 면역력 증진 효능에 관한 인식이 제고됨.



# Export Insights

유통채널

유통채널 별 장단점 따져  
전략적 선택 필요

식료품점 vs. 차 전문판매점



독일 내 차 유통채널 중 슈퍼마켓 및 식료품점이 가장 높은 비율 (각 58.8%, 17.8%)을 차지하며 차 전문판매점은 11.8%의 비교적 낮은 점유율을 보이지만 각 채널 진출 시의 장단점이 존재하므로 제품의 브랜딩에 맞춘 전략적인 선택이 요구됨. 차 전문판매점으로 진출할 경우 상주 직원의 추천 등으로 프리미엄 브랜드 이미지를 제고할 수 있으며, 타깃 소비자를 겨냥하기에 유리하다는 장점이 있음

전문가 인터뷰: 수요 및 구매층

높은 구매력의  
중상위 소득층 타깃

연령 보다는 소득과 연결된  
프리미엄 녹차 수요



전문가 인터뷰에 따르면, 독일의 프리미엄 차 소비층은 중상위 소득층으로, 연령층에 큰 영향을 받지 않는 것으로 확인됨. 차는 제품 특성상 가격과 품질이 비례한다는 인식이 만연하여 높은 품질의 차를 선호하는 이들은 프리미엄 제품에 대한 지불 용의가 충분함. 따라서 시장 내 제품 수요는 높을 것으로 예상됨

전문가 인터뷰: 트렌드

프리미엄화의 다양한 요건  
유기농 인증은 기본

제품 관련 다방면에서  
프리미엄화 전략을 구축



독일의 차 시장은 안정화된 만큼 브랜드 간 경쟁이 치열하다고 판단됨. 따라서 프리미엄 차 시장으로의 첫 진출을 앞둔 제품의 경우 확실한 프리미엄화 전략을 이루어 내야 함. 이는 비단 제품의 품질 뿐 아니라 친환경적인 제품 포장, 프리미엄 유통 채널, 가격대, 유기농 인증 등 전반적인 프리미엄화 전략의 중요성이 높음을 시사함

## 진출제언



**Point 01.** 독일 시장 내 한국 녹차의 인지도는 낮은 수준으로 앞으로의 시장 확장 가능성은 큰 편이지만, 치열한 경쟁 구도 내 중국 및 일본제품과의 차별점 모색이 요구됨. 독일 소비자들은 다양한 차 종류에 익숙하므로 제품의 원산지, 재배 방식 및 시기, 효능 등 세밀한 정보 제공을 통해 소비자의 관심을 유도할 수 있을 것으로 여겨짐

**Point 02.** 최근의 트렌드가 녹차 제품에 후호적인 상황을 활용하여 녹차의 건강 기능적인 효능 및 제품의 높은 품질에 바탕한 마케팅의 효과를 최대한 발휘할 수 있는 차 전문판매점을 통한 유통을 제언함

**Point 03.** 코로나19로 인한 통행금지령으로 집에서 보내는 시간이 많아진 소비자를 위해 배달 시음 서비스 및 온라인 홍보 영상 제작, 녹차와 어울리는 다과와 묶음 판매 등의 다양한 판매 전략을 통해 차 전문판매점이 가진 유통채널의 한계를 뛰어 넘기 위한 노력이 요구됨





## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. GEHALT.de, 「GEHALTSBIOGRAFIE 2018」, 2018
2. 식품의약품안전처, 「17년+국가별통관정보(독일)」, 2017
3. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341」, 2016
4. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「(EC) No 648/2005」, 2005
5. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「EU Regulation No.1169/2011」, 2011
6. 유럽연합 집행위원회(European Commission), 「(EC) No. 1333/2008」, 2008

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. 경제개발협력기구(OECD) ([www.oecd.org](http://www.oecd.org))
5. 스탓티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
6. 농식품수출정보(KATI) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
7. 에데카(Edeka) ([www.edeka.de](http://www.edeka.de))
8. 칩365(Chip 365) ([www.chip.de/365](http://www.chip.de/365))
9. 올키디아(Orkidia) ([www.orkidia.eu](http://www.orkidia.eu))
10. 파밀라(Famila) ([www.famila-nordost.de](http://www.famila-nordost.de))
11. 크가이자이퉁보헨블래트(Kreizeitung Wochenblaatt) ([www.kreizeitung-wochenblatt.de](http://www.kreizeitung-wochenblatt.de))
12. 디앤비(DnB) ([www.dnb.com](http://www.dnb.com))
13. 알디(Aldi) ([www.aldi.com](http://www.aldi.com))
14. 이에스엠매거진(Esmmagazine) ([www.esmmagazine.com](http://www.esmmagazine.com))
15. 베그코노미스트(Vegconomist) ([vegconomist.de](http://vegconomist.de))
16. 비즈니스인사이드(Businessinsider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
17. 푸드인스티튜트(Food Institute) ([foodinstitute.com](http://foodinstitute.com))
18. 리들(Lidl) ([www.lidl.de](http://www.lidl.de))
19. 리테일디테일(Retaildetail) ([www.retaildetail.eu/en](http://www.retaildetail.eu/en))
20. 알나투라(Alnatura) ([www.alnatura.de/de-de](http://www.alnatura.de/de-de))
21. 이커머스디비(E-commerce DB) ([ecommercedb.com](http://ecommercedb.com))
22. 헤이치엔에이(HNA) ([www.hangroup.com](http://www.hangroup.com))
23. 온라인핸들러(Onlinehaendler) ([www.onlinehaendler-news.de](http://www.onlinehaendler-news.de))
24. 덴스바이오마켓(Denns Biomarkt) ([www.denns-biomarkt.de](http://www.denns-biomarkt.de))
25. 티게슈벤드너(Tea Gschwendner) ([www.teegschwendner.de](http://www.teegschwendner.de))
26. 티하우스(Tea House) ([www.teahouse.de](http://www.teahouse.de))
27. 카데베(Kadewe) ([www.kadewe.de](http://www.kadewe.de))
28. 베를리너모겐포스트(Berliner Morgenpost) ([www.morgenpost.de](http://www.morgenpost.de))
29. 카데베(Kadewe) 페이스북 ([www.facebook.com/kadewe](http://www.facebook.com/kadewe))
30. 온라인핸들러(Onlinehaendler) ([www.onlinehaendler-news.de](http://www.onlinehaendler-news.de))
31. 리츠칼튼(Ritz Carlton) ([www.ritzcarlton.com/en/hotels/germany/berlin](http://www.ritzcarlton.com/en/hotels/germany/berlin))
32. 더럭셔리에디터(The Luxury Editor) ([theluxuryeditor.com](http://theluxuryeditor.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

33. 아마존(Amazon) ([www.amazon.de](http://www.amazon.de))
34. 코메디닷컴(Kormedi) ([www.kormedi.com](http://www.kormedi.com))
35. HTH함부르거테한델(HTH Hamburger Teehandel) ([hamburg-tea.com](http://hamburg-tea.com))
36. 디앤비(D&B, Dethlefsen&Balk) ([dethlefsen-balk.de](http://dethlefsen-balk.de))
37. 비올리(Violey) ([violey.com/de](http://violey.com/de))
38. 테한델슈콘토어슈투름(Tehandelskontor Sturm) ([teehandelskontorsturm.de](http://teehandelskontorsturm.de))
39. 헬센&뤼온(Hälssen&Lyon) ([haelssen-lyon.com](http://haelssen-lyon.com))
40. 국립농산물품질관리원([www.enviagro.go.kr](http://www.enviagro.go.kr))
41. 유럽연합 집행위원회(European Commission)([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu))
42. EU 법령정보포털(EUR-Lex) ([eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu))
43. 관세법령정보포털(UNIPASS) ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
44. 독일 연방관세청(Zoll) ([zoll.de](http://zoll.de))
45. KATI 농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
46. 두잉비즈니스(Doing Business) ([doingbusiness.org](http://doingbusiness.org))
47. 중소기업 수출지원센터 ([exportcenter.go.kr](http://exportcenter.go.kr))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.12.11

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea