



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-31

품목 | 즉석떡볶이(Tteok-Bokki)

국가 | 중국(China)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	04
II. 시장규모(Market Size)	
1. 중국 즉석떡볶이 시장규모	13
2. 중국 즉석떡볶이 수출입 시장규모	14
3. 중국 즉석떡볶이 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 중국 HMR 시장, ‘휘귀·면류’ 제품 주류	23
2. 중국 HMR 맛, ‘산라·마라’ 자극적인 맛이 주류	24
3. 중국 내 한국 HMR, 라면 및 떡볶이 수요 높아	25
4. 중국 소비자, ‘주부’ 또는 ‘친구·동료’ 다수	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 중국 즉석떡볶이 유통구조	28
2. 중국 즉석떡볶이 주요 유통업체	29
3. 중국 즉석떡볶이 B2C 소매채널	31

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 즉석떡볶이 인증 취득	52
2. 중국 즉석떡볶이 사전 절차	54
3. 중국 즉석떡볶이 라벨 심의	56
4. 중국 즉석떡볶이 서류 준비	61
5. 중국 즉석떡볶이 세금 납부	62
6. 중국 즉석떡볶이 검역 심사 절차	64
7. 중국 관련 규제 정보	66

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 칭다오해지촌(青岛海地村)	69
Interview ② 상하이형왕스예유오시안공쓰(上海恒望实业有限公司)	71
Interview ③ 칭다오승위안래(青岛盛源来贸易)	73
Interview ④ 단둥스뒤찬마오이유오시안공쓰(丹东市多灿贸易有限公司)	75
Interview ⑤ 닝보핀쉬진추코유오시안공쓰(宁波品旭进出口有限公司)	77

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	82
--------	----

# I . 요약(Summary)



# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
<p>냉장 간편조리식품 (간편조리식품 시장의 8.4%)</p>	<p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 0.8%)</p>	시장규모	간편조리식품: 7조 2,276억 원 냉장 간편조리식품: 6,042억 원	떡볶이 수입 점차 감소하는 추세 - 낮은 가격과 빠른 공급 가능한 중국 생산 제품 인기
		수입규모	글로벌: 5,249억 원 한국: 42억 원	
소비	1인 가구 수: 6만 7,160가구			
시장규모	1인당 가처분 소득: 평균 516만 4,066원			

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰	
<p>HMR 제품</p>	<p>HMR 맛</p>	HMR 제품	1st / 1,559건	중국 HMR 제품 중 뤼스편, 자열식 휘귀, 라면 인기 - 한국 HMR 제품 중 라면, 떡볶이, 김 인기
		HMR 맛	산라: 1st / 1,041건 마라: 2nd / 844건	
<p>한국 HMR</p>	한국 HMR	라면: 1st / 54건 떡볶이: 2nd / 11건		

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	55.7%	전시회 참석하여 인지도 향상 후 온라인 판매 추천 - 중국 '강남' 지역 추천
	개인 및 기타 식료품점	30.9%	
	편의점	12.2%	
	온라인	1.3%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰
	인증취득	필수: 필수인증 없음 선택: GMP, HACCP	소스 내 비소 함량 초과로 통관 거부된 사례 - 치즈떡의 위생 기준 부적합으로 통관 거부된 사례
	사전절차	필수: 사전 식품 등록, 위생증명서 발급	
	라벨 표기사항	중국 국가표준(GB)	
	서류 준비사항	원산지증명서 외 8건	
세금납부	기본관세율	80%	
	관세율	5% / 4.1%	
	증치세	13%	

- ▶Point 01. 최근 5년간 큰 성장 보인 중국 '간편조리식품' 시장, '휘귀'가 가장 인기
- ▶Point 02. 어묵·떡볶이 수요 크지 않으나, 'A사 제품은 특색있는 제품'이라는 긍정적 인터뷰 답변
- ▶Point 03. 어묵 함량 높은 A사 수출 제품, 정확한 HS CODE 문의 필요

# Market Size

(시장규모)

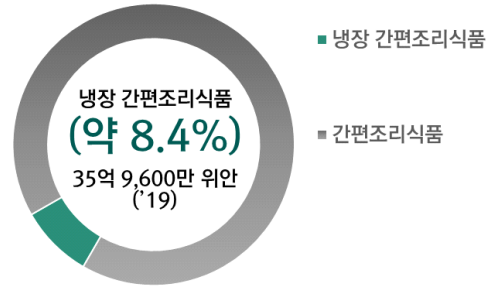
## 중국(China)

### 즉석떡볶이 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(냉장 간편조리식품)

- 중국 간편조리식품(Ready Meals)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 430억 1,400만 위안('19)
- 중국 냉장 간편조리식품(Chilled Ready Meals)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **35억 9,600만 위안('19)**

(\*) Euromonitor International

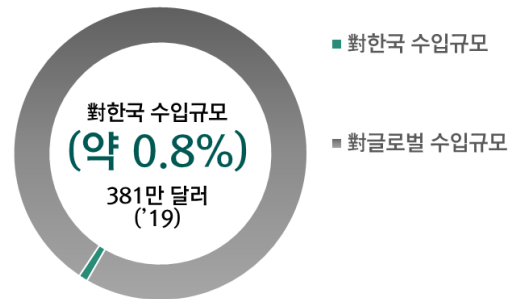


### 즉석떡볶이 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(맥아 추출물 조제식료품)

- HS 1901.90<sup>3)</sup> '맥아 추출물과 고운가루, 부순 알곡, 거친 가루, 전분이나 맥아 추출물(Extract)이 함유된 조제식료품' 중국 對 글로벌 수입규모  
..... 4억 7,505만 9,000달러('19)
- HS 1901.90 '맥아 추출물과 고운가루, 부순 알곡, 거친 가루, 전분이나 맥아 추출물(Extract)이 함유된 조제식료품' 중국 對 한국 수입규모  
..... **381만 달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 즉석떡볶이 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '즉석떡볶이'는 어육과 밀떡을 주재료로 하여 만들어진 냉장 가정용 간편식임. 이에 제품의 잠재 소비층 규모를 파악하고자, 간편식 섭취를 선호하며 기호식품 구매가 자유로운 소비자규모를 파악하기 위해 '중국 지역별 1인 가구 수', '중국 1인당 가처분 소득'을 조사함. 또한 떡볶이에 익숙한 한인 소비자 규모를 파악하기 위해 '중국 지역별 재외동포 규모'를 조사함

#### ① 중국 지역별 1인 가구 수('19)

광둥성	8,163가구
쓰촨성	5,151가구
산둥성	4,608가구
저장성	4,435가구
장쑤성	3,467가구
허난성	3,113가구
안후이성	2,839가구

#### ② 중국 지역별 1인당 가처분 소득('19)

상하이	6만 9,442위안
베이징	6만 7,756위안
저장성	4만 9,899위안
톈진	4만 2,404위안
장쑤성	4만 1,400위안
광둥성	3만 9,014위안
푸젠성	3만 5,616위안

#### ③ 중국 지역별 한인규모('19)

지린성	104만 7,227명
헤이룽장성	33만 2,854명
랴오닝성	25만 5,775명
산둥성	23만 5,776명
광둥성	14만 9,208명
산시성·허베이성·네이멍구자치구	9만 6,116명

(\*) 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 외교부

1) 간편조리식품(Ready Meals): 상온보관 가능한 제품 및 냉동, 냉장, 건조된 간편 조리 식품과 디너 믹스, 냉동 피자 및 간편 샐러드를 모두 포함함  
 2) 냉장 간편조리식품(Chilled Ready Meals): 간편조리식품의 하위 품목으로 육류, 가금류, 어류 등을 포함한 개별 냉동된 간편조리식품을 지칭함  
 3) HS CODE 1901.90: 조사제품 '즉석떡볶이'는 밀로 만든 떡이 주 재료인 식품임 이에 제품의 품목(맥아 추출물 조제식료품)과 가장 근접한 '맥아 추출물과 고운가루, 부순 알곡, 거친 가루, 전분이나 맥아 추출물(Extract)이 함유된 조제식료품'을 포괄하는 HS CODE 1901.90을 지표로 선정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 중국(China)

HMR 소비 실태 분석 결과

### 중국 'HMR, 떡볶이' 주요 연관어 분석



#### 중국 'HMR' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
회귀	1,559
산라	1,041
마라	844
란런	737
라면	715
쌀밥	671
당면	586
미편	584
어묵	117
...	
떡볶이	11

중국 온라인쇼핑몰 HMR 5,784건 분석



#### 중국 '떡볶이' 구매 후기

연관어	발생량
맛있다	1,429
떡	845
편의	672
가격	349
만족	275
아이	144
가성비	122
형	104
친구	92
...	
집	51

중국 떡볶이 구매 후기 4,030건 분석

HMR 제품군  
회귀 1,559건  
라면 715건



회귀, 면류 제품  
HMR 수요 높아

HMR 맛  
산라 1,063건  
마라 844건



산라, 마라 등  
향신료 가미된 매운 맛

한국 HMR  
라면 54건  
떡볶이 11건



한국 HMR 제품  
라면 떡볶이 다수 진출

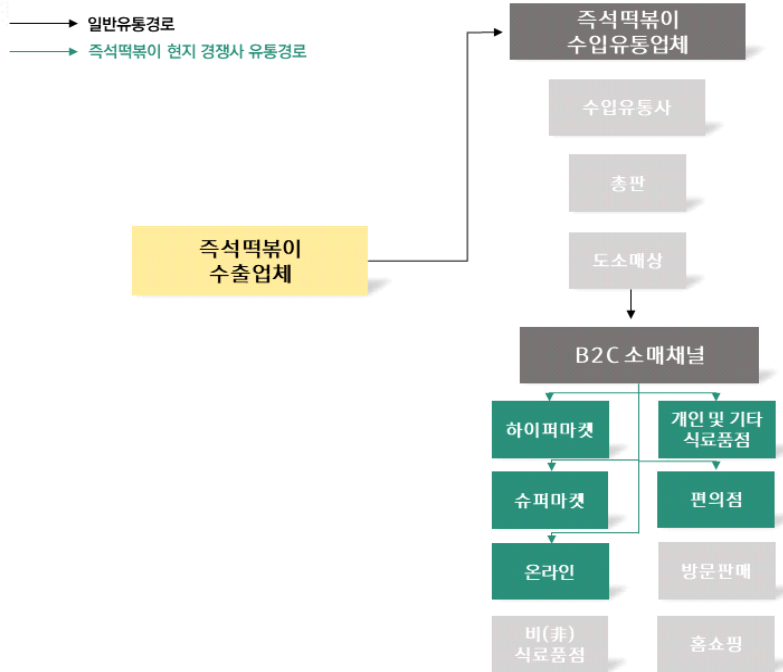
떡볶이 소비층  
아이 144건  
친구 92건



아이들을 위한 간식  
친구 추천을 통한 구입

# Distribution Channel

## (유통채널)



### 라면(China)

#### 즉석떡볶이 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	55.7%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 지아지아위예(家家悦)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>7)</sup>	30.9%	케이마트(K Mart), 라이구상차오쓰(来故乡超市), 샤오부디엔쓰자디엔(小不点食杂店), 진시리엔차오쓰(今时联超市)
	편의점 <sup>8)</sup>	12.2%	메이이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart)
	온라인	1.3%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会), 타오바오(淘宝网)

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

4) 2020년 기준, 중국 내 '간편조리식품(Ready Meals)'의 유통채널 점유율임

5) '즉석떡볶이'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '간편조리식품(Ready Meals)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 중국 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함

8) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 중국시장관리감독총국 - [Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China] - 문의처 : samr.gov.cn
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 수출업체 사전 등록 '필요'</li> <li>- 온라인으로 등록 진행</li> <li>• 위생증명서 발급 '필수'</li> </ul>	(*) 국가질량감독검험검역총국 - 문의처 : aqsiq.net
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국국가표준(GB) 준수 의무</li> <li>- 선포장식품 라벨 통칙</li> <li>- 선포장식품 영양라벨 통칙</li> </ul>	(*) 중국시장관리감독총국 - 중국국가표준(GB) - 문의처 : samr.gov.cn
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 식품의 경우 서류심사 및 화물검사</li> <li>- 일반 서류</li> <li>- 원산지 증명서</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국 국무원 - 문의처 : www.gov.cn
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>• 서류 및 화물 심사</li> <li>- 원산지 증명서 필요</li> <li>- 수입신고서, 상업송장 등</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 떡볶이 HS CODE 1901.90-0000 사용</li> <li>• 잠정 세율 5%</li> <li>• 증치세 13%</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행</li> <li>- 중국 식품안전표준에 부합하는지 심사</li> <li>- 중문 라벨 심사</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Strategy and Distribution



- 인터뷰 기업 : 칭다오해지촌 (青岛海地村) 한국식품 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang (Sales Manager)

### 대다수 유통업체, 중국 내 생산 제품 선호

한국산 제품이 공급가가 상대적으로 비싼 편이고, 중국산 제품의 원료와 인건비가 상대적으로 저렴하기 때문입니다. 결국 원가를 낮추어 더 많은 이윤을 남길 수 있습니다. 가격 측면에서 중국 국내 OEM업체와 협력하여 유통하는 것을 추천합니다.

### 우선 타깃 지역, 베이징·상하이·칭다오·선양 등 추천

먼저, 칭다오, 웨이하이, 단둥 등은 한국과 지리적으로 가까운 연해 도시로, 한국과 오래 무역하였습니다. 따라서 한국식품에 대한 소비자 인지도가 타 지역보다 훨씬 높습니다. 다음으로, 베이징, 상하이 등 1선 도시는 소비자들이 글로벌 브랜드 제품을 잘 수용하고 소비를 많이 하기 때문에 판매가 높게 나타납니다.

## Market Condition and Strategy



- 인터뷰 기업 : 상하이형왕스예유오시안공쓰 (上海恒望实业有限公司) 한국식품 생산·판매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Park (Manager)

### 점차 줄어드는 떡볶이 수입 물량

첫째, 코로나19 영향으로 수입 냉동식품에 대한 해관 검역이 매우 엄격해졌습니다. 둘째, 중국 국내산 떡은 치즈, 자색고구마, 호박, 노른자, 딸기 등 맛이 다양하고 가격이 저렴합니다. 그리고 공급 속도가 빠를 뿐만 아니라 품질도 점차 향상되고 있어, 소비자에게 인기가 늘어나고 있습니다.

### 판매 추천 지역, 중국 강남

강남 지역은 전자상거래가 가장 먼저 시작된 지역이며, 현재 온라인 쇼핑이 가장 발달한 지역 중 하나입니다. 해당 지역 소비자들은 신제품 수용이 빠르며 온라인 쇼핑에 익숙하여 수입 제품 구매 의향이 높습니다.

## Market Preference and Condition



- 인터뷰 기업 : 칭다오승원래 (青岛盛源来贸易) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Hu (CEO)

### 치즈 떡볶이 인기 비결은 두 가지 매력

당사에서 판매 중인 인기 HMR제품은 한국 떡볶이, 라면, 김, 김치 등이 있습니다. 특히 치즈 떡볶이는 치즈의 고소한 맛과 소스의 매콤달콤한 맛을 느낄 수 있어서, 소비자들이 매우 선호하는 HMR제품입니다.

### 중국 제품 수요 상승세, 한국 제품 주춤

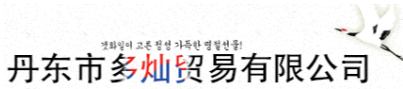
최근 중국 국내 제품이 늘어나고 한국 제품이 줄어들고 있으며, 전체적인 떡볶이 판매량도 점차 감소하고 있는 추세입니다. 올해 열린 식품 전시회에서도 중국 제품의 인기가 더 높았습니다. 저희도 점차 중국 제품과 일본 제품을 중심으로 유통할 계획이지만, 가성비가 높은 한국 제품이 있다면 여전히 협력할 의향이 있습니다.



# Expert Interview

## (전문가 인터뷰)

### Market Preference and Strategy



- 인터뷰 기업 : 단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰  
(丹东市多灿贸易有限公司)  
한국식품 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Yang  
(Manager)

#### 소가 없는 오리지널 떡이 인기

저희가 취급하고 있는 제품 중 떡볶이, 라면, 부대찌개 인기가 높습니다. 집에서 간단히 조리하여 먹을 수 있고, 맛이 아주 좋습니다. 특히 떡볶이 안에 들어가는 떡은 오리지널이 가장 인기가 많은데, 소가 들어있는 떡보다 더 쫄깃하며, 소가 들어있는 떡은 잘못하면 내용물이 흘러나와 요리 맛에 영향을 주기 때문입니다.

#### 특별한 셀링 포인트로 소비자 이목 집중

소비자들은 떡이 한국산인지 중국산인지 큰 관심이 없으며 구분하기도 쉽지 않습니다. 중국에서 생산한 제품 포장에 한글을 추가하면 한국 수입 제품과 거의 비슷합니다. 따라서 중국 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 해당 제품만의 특별한 셀링 포인트를 찾아서 홍보해야 합니다.

### Customs Clearance and Inspection



- 인터뷰 기업 : 닝보핀쑤진추코유오시안공쓰  
(宁波品旭进出口有限公司)  
수입통관전문업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Song  
(Sales Manager)

#### 보통 정상 수입되나 중국 국가표준(GB) 숙지 필요

해당 제품은 일반적으로 정상 수입이 가능합니다. 다만 2020년 11월에 B사 떡볶이 소스의 비소 함량이 표준보다 높아, 통관이 거부된 사례가 있습니다. 2019년 7월에는 C사 치즈떡의 균락총수 및 대장균이 초과되어 통관이 거부되었습니다.

#### 소스에 함유된 '육류 성분' 표기 변경 추천

이와 관련된 특별한 규정은 없습니다. 다만 경험상 a제품 소스에 함유된 '소고기 가루'를 표시할 때 '소고기맛 식용향료'로 바꿀 것을 추천드립니다. 이렇게 하면 수입신고 및 통관 시 비교적 쉽습니다.

## II. 시장규모(Market Size)

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

## 1. 중국 즉석떡볶이 시장규모

### 중국 국가 일반 정보<sup>11)</sup>

면적	960만km <sup>2</sup>
인구	14억 5만 명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

조사 시장: 조사제품 ‘즉석떡볶이’는 어육과 밀떡을 주재료로 하여 만들어진 냉장 가정용 간편식임. 이에 제품의 유형(냉장 간편조리식품)을 기준으로 가금류, 육류, 생선, 야채 등으로 조리된 냉장 간편식인 ‘냉장 간편조리식품(Chilled Ready Meals)’과 상위 품목인 ‘간편조리식품(Ready Meals)’의 시장규모를 조사함

#### ▶ 2015-2019년, 중국 ‘간편조리식품’ 시장규모, 연평균성장률 5%

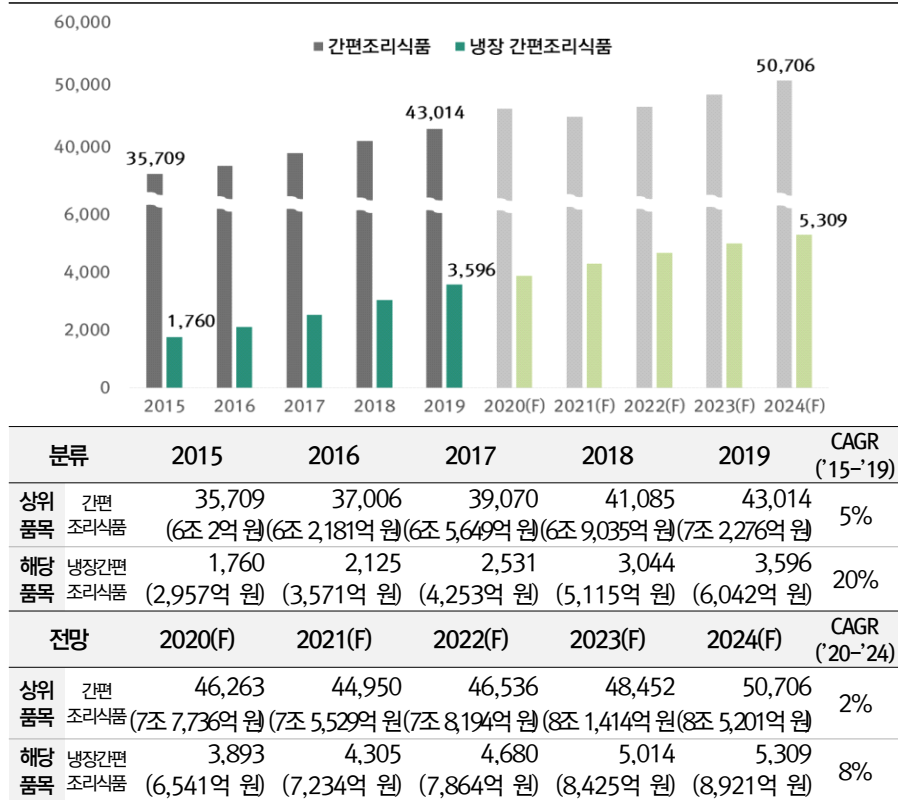
지난 5년(2015-2019년)간 중국 ‘간편조리식품’ 시장규모는 연평균 5%의 성장세로 증가하여 2019년 430억 1,400만 위안을 기록함. 동기간 ‘냉장 간편조리식품’ 시장규모는 연평균 20%의 높은 성장률을 보이며 2019년 35억 9,600만 위안을 기록함

#### ▶ 2020-2024년, 중국 ‘냉장 간편조리식품’ 시장, 연평균성장률 8% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 중국 ‘간편조리식품’ 시장규모는 2%의 연평균성장률을 보이며 2024년 507억 600만 위안을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘냉장 간편조리식품’ 시장규모는 8%의 연평균성장률을 보이며 53억 900만 위안을 기록할 것으로 예상됨

[표 2.1] 중국 ‘간편조리식품’, ‘냉장 간편조리식품’ 시장규모<sup>9)10)</sup>

단위: 백만 위안



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

9) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 위안, 원)는 모두 반올림됨

11) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

## 2. 중국 즉석떡볶이 수출입 시장규모

### 2019년 중국 HS CODE 1901.90 품목 수입상대국 순위

단위: 천 달러

순위	국가	시장규모
1.	뉴질랜드	136,075
2.	네덜란드	77,887
3.	아일랜드	65,216
4.	호주	43,876
5.	싱가포르	33,330

자료: ITC

HS CODE 1901.90 : 조사제품 ‘즉석떡볶이’는 밀로 만든 떡이 주요 주재료인 식품임. 이에 제품의 품목(떡아 추출물 조제식품)과 가장 근접한 ‘떡아 추출물과 고운가루, 부순 알곡, 거친 가루, 전분이나 떡아 추출물이 함유된 조제식품’을 포괄하는 HS CODE 1901.90을 지표로 선정함

#### ▶ 2015-2019년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 7%

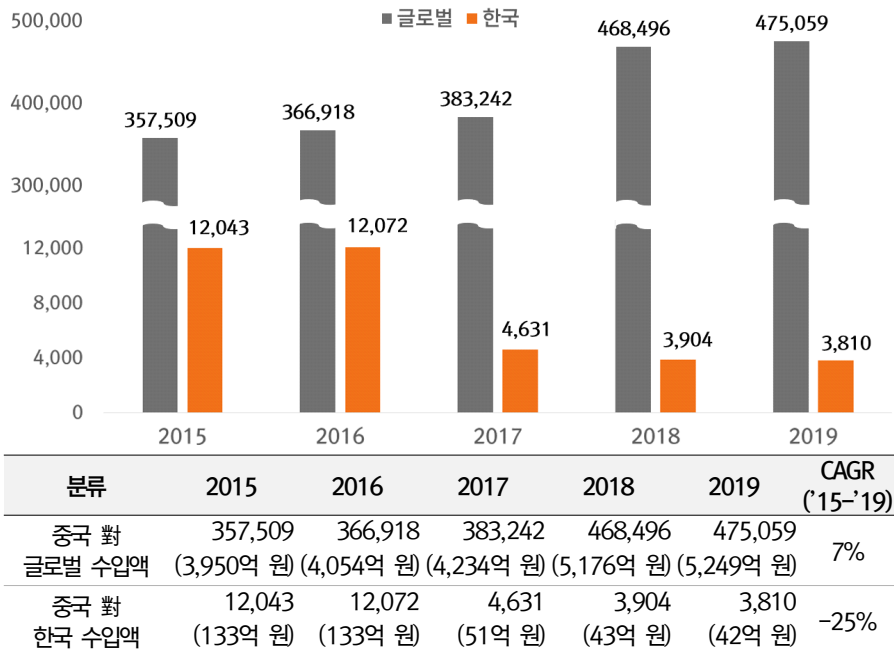
중국 HS CODE 1901.90 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 7%씩 성장하여 2019년 약 4억 7,506만 달러까지 증가함. 2019년 글로벌 수입액 기준 1위국은 뉴질랜드이며, 약 1억 3,608만 달러(약 1,503억 4,927만 원)를 기록하여 전체 수입액 중 29%를 차지함

#### ▶ 2015-2019년, 중국 對한국 수입액 연평균성장률 25% 하락

중국 HS CODE 1901.90 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 25%의 하락세를 보이며 2015년 1,204만 3,000달러에서 2019년 381만 달러까지 감소함. 2019년 기준 중국 HS CODE 1901.90 품목의 對한국 수입액은 글로벌 수입액의 약 0.8%를 차지하며 수입국 중 14위를 기록함

[표 2.2] 중국 HS CODE 1901.90 수입규모<sup>12)13)14)</sup>

단위: 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1901.90 기준

12) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 천만 자리에서 반올림됨

14) 자료: ITC(www.trademap.org)

### 3. 중국 즉석떡볶이 소비 시장규모

#### 1) 중국 지역별 1인 가구 수

조사제품 ‘즉석떡볶이’는 육류, 가공류 등으로 만들어진 냉장 가정용 간편식임. 이에 간편 제품을 선호하는 중국 내 1인 가구의 수와 분포를 파악하고자, ‘중국 지역별 1인 가구 수’를 조사함

#### ▶ 광둥성, 8,163가구로 1인 가구 수 가장 많아

중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China)의 조사에 따르면, 2019년 중국의 총 1인 가구 수는 6만 7,160가구로 확인됨.<sup>15)</sup> 이 중 1인 가구 수가 가장 높게 나타난 지역은 광둥성으로 총 8,163가구로 조사됨. 사우스차이나 모닝포스트(South China Morning Post)에 따르면, 1선 도시를 중심으로 1인 가구가 밀집되어 있음. 특히 1인 가구의 경우 52% 이상이 부양 가족이 없기에 다른 가구에 비해 편안함과 간편함을 위해 소비할 의향이 있다고 응답했음<sup>16)</sup>

[표 2.3] 2019년 중국 지역별 1인 가구 수<sup>17)</sup>

단위: 가구



지역		1인 가구 수	지역		1인 가구 수
화북구	베이징	1,352	중남구	허난성	3,113
	톈진	649		후베이성	2,544
	허베이성	2,402		후난성	2,745
	산시성	1,451		광둥성	8,163
	네이멍구 자치구	1,130		광시성	2,093
동북구	랴오닝성	2,604	하이난성	268	
	지린성	1,402	총칭	1,754	
	헤이룽장성	2,211	쓰촨성	5,151	
화동구	상하이	1,954	서남구	구이저우성	1,535
	장쑤성	3,467		윈난성	1,740
	저장성	4,435		티베트	94
	안후이성	2,839	서북구	산시성	1,694
	푸젠성	2,315		간쑤성	801
	장시성	1,304		칭하이성	311
	산둥성	4,608	닝샤	242	
			신장	788	

자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)

15) 장식으로 등록된 가구만 집계된 것으로 실제 1인 거주 인구는 2억 4,000만 명에 달할 것으로 추정됨 - 사우스차이나모닝포스트(South China Morning Post)

16) 사우스차이나모닝포스트(South China Morning Post), 「Without love life and family trappings, China's singles become consumption engine in economy Marriages in China」, 2020

17) 자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020

조사제품 ‘즉석떡볶이’는 냉장 가정용 간편식이자 기호 식품임. 이에 기호식품 구매력을 보유한 소비자의 규모를 파악하기 위해 ‘중국 지역별 1인당 가처분 소득’을 조사함

2) 중국 지역별

1인당 가처분 소득

● 2019년 중국 연평균 소득 상위 10개 지역<sup>21)</sup>  
단위 : 위안

지역명	연평균 소득액
베이징	166,803 (2,802만 7,908원)
상하이	149,377 (2,509만 9,817원)
티베트	118,118 (1,984만 7,368원)
톈진	108,002 (1,814만 7,576원)
저장성	99,654 (1,674만 4,862원)
광둥성	98,889 (1,661만 6,319원)
장쑤성	96,527 (1,621만 9,432원)
칭하이	90,929 (1,527만 8,800원)
윈난성	86,585 (1,454만 8,878원)
충칭	86,559 (1,454만 4,509원)

자료 : 중국국가통계국

▶ 상하이, 6만 9,442위안으로 1인당 가처분 소득 가장 높아

중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)의 조사에 따르면, 2019년 중국 1인당 가처분 소득 평균은 3만 733위안(516만 4,066원)임. 1인당 가처분 소득이 가장 높은 지역은 6만 9,442위안을 기록한 상하이이며, 수도인 베이징은 6만 7,756위안으로 2위를 기록함

2019년 기준 중국 내 연평균 소득이 가장 높은 지역은 베이징과 상하이로 조사되었으며 각각 16만 6,803위안과 14만 9,377위안으로 집계됨. 중국국가통계국 기준 1인 가구가 가장 많은 지역인 광둥성은 9만 8,889위안으로 6번째로 연평균 소득이 높은 지역으로 확인됨

[표 2.4] 2019년 중국 지역별 1인당 가처분 소득<sup>18)19)20)</sup>

단위: 위안, 원

지역		1인당 가처분 소득		지역		1인당 가처분 소득	
화북구	베이징	67,756	(1,139만 원)	중남구	허난성	23,903	(402만 원)
	톈진	42,404	(713만 원)		후베이성	28,320	(476만 원)
	허베이성	25,665	(431만 원)		후난성	27,680	(465만 원)
	산시성	23,829	(400만 원)		광둥성	39,014	(656만 원)
	네이멍구 자치구	30,555	(513만 원)		광시성	23,328	(392만 원)
동북구	랴오닝성	31,820	(535만 원)	서남구	하이난성	26,680	(448만 원)
	지린성	24,563	(413만 원)		충칭	28,920	(486만 원)
	헤이룽장성	24,254	(408만 원)		쓰촨성	24,703	(415만 원)
화동구	상하이	69,442	(1,167만 원)	서북구	구이저우성	20,397	(343만 원)
	장쑤성	41,400	(696만 원)		윈난성	22,082	(371만 원)
	저장성	49,899	(838만 원)		티베트	19,501	(328만 원)
	안후이성	26,415	(444만 원)	서북구	산시성	24,666	(414만 원)
	푸젠성	35,616	(598만 원)		간쑤성	19,139	(322만 원)
	장시성	26,262	(441만 원)		칭하이성	22,618	(380만 원)
	산둥성	31,597	(531만 원)		닝샤	24,412	(410만 원)
				신장	23,103	(388만 원)	

자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)

18) 가처분 소득: 개인소득 중 소비·저축을 자유롭게 할 수 있는 소득

19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

20) 자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020

21) 비영리 단체 소득자 제외



### 3) 중국 지역별 재외동포 규모

조사제품 ‘즉석떡볶이’는 한국에서 만들어진 가정용 간편식임. 이에 해당 제품에 익숙한 한인 소비자의 분포를 파악하기 위해 ‘중국 지역별 재외동포 규모’를 조사함

#### ▶ 지린성, 104만 7,227명으로 재외동포 가장 많아

외교부에 따르면, 2019년 중국 내 재외동포 규모가 가장 큰 지역은 지린성으로 조사되었으며, 지린성 내에 104만 7,227명의 한인이 거주하는 것으로 확인됨. 뒤를 이어 헤이룽장성, 랴오닝성, 산둥성에 각각 33만 2,854명, 25만 5,775명, 23만 5,776명의 재외동포가 거주 중임. 특히 한반도와 인접한 동북구 지방의 경우 총 163만 5,856명의 재외동포가 거주하는 것으로 확인됨

수도인 베이징에는 총 9만 5,383명의 재외동포가 거주 중인 것으로 확인됨. 이 중에서 1만 6,783명은 유학생이며, 중국 내에서 유학생이 가장 많은 지역으로 집계됨<sup>22)</sup>

[표 2.5] 2019년 중국 지역별 재외동포 규모<sup>23)24)25)</sup>

단위: 명

지역		재외동포 수	지역		재외동포 수
회북구	베이징	95,383	중남구	헤난성	2,213
	톈진	58,554		후베이성	3,992
	산시성 허베이성 네이멍구 자치구	96,116		후난성	1,668
				광둥성	149,208
				광시성	3,409
하이난성	1,397				
동북구	랴오닝성	255,775	서남구	충칭	3,400
	지린성	1,047,227		쓰촨성	3,950
	헤이룽장성	332,854		구이저우성	160
회동구	상하이	76,872	서북구	윈난성	1,450
	장쑤성	39,626		티베트	-
	저장성	16,613	산시성	5,829	
	안후이성	3,362	간쑤성	1,331	
	푸젠성	3,798	칭하이성	-	
	장시성	1,945	닝샤	509	
	산둥성	235,776	신장	-	

자료 : 외교부

22) 자료 : 외교부, 「재외동포현황」, 2019

23) 자료 : 외교부, 「재외동포현황」, 2019

24) 랴오닝성의 한인 수는 다롄의 한인 수를 포함함

25) 산둥성의 한인 수는 칭다오총영사관 관할지역인 청도·위해·연대·기타 지역의 한인 수를 포함함

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 중국 HMR 시장, '휘귀·면류' 제품 주류
2. 중국 HMR 맛, '산라·마라' 자극적인 맛이 주류
3. 중국 내 한국 HMR, 라면 및 떡볶이 수요 높아
4. 중국 소비자, '주부' 또는 '친구·동료' 다수

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●

**데이터 수집 소스원**



(중국 매체 13개)

농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집**  
**324,908건**

- ① 중국 관련 기사 데이터 수집(\*)  
◦ 수집원 : 중국 언론 매체 및 온라인쇼핑몰
- ② 중국 HMR 관련 소비자 데이터 수집(\*)  
◦ 수집원 : JD (jd.com)  
YHD (yhd.com)  
Tmall (www.tmall.com)

●

**데이터 분류 키워드집**



HMR, 떡볶이  
(검색어)



**데이터 정제**  
**9,814건**

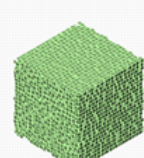
- ① 수집 데이터 정의  
◦ 수집 키워드 : HMR(家庭代餐食品), 떡볶이(铁锅)
- ② 수집 데이터 정제  
◦ 정제 데이터 추출 : HMR, 떡볶이 관련 데이터 9,814건 추출

(HMR 연관 키워드집)

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)

●

**데이터 분석**  
(연관어 분석)



**데이터 분석**  
**중국 HMR**  
**소비 실태 분석**

- ① 데이터 분석 배경 및 목적  
◦ 중국 HMR 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정  
◦ 키워드 분석  
◦ HMR 관련 키워드집 구축(\*\*)  
◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(\*\*\*)
- ③ 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 - 21.01
수집 데이터	324,908건
데이터 정제	
정제 키워드	HMR(拉面) 떡볶이
정제 데이터	9,814건

○ 데이터 수집

- 중국 HMR 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 중국 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD	jd.com	온라인쇼핑몰
02	YHD	yhd.com	온라인쇼핑몰
03	Tmall	www.tmall.com	온라인쇼핑몰
04	Suning	www.suning.com	온라인쇼핑몰
05	식품친구망	news.foodmate.net	언론매체
06	써우후	www.sohu.com	언론매체
07	인민망	health.people.com.cn	언론매체
08	식품경제망	www.ce.cn	언론매체
09	3490	www.3490.cn/news	언론매체
10	qq	wxn.qq.com	언론매체
11	중국식품경제망	www.zgspjj.com	언론매체
12	식품과기망	www.tech-food.com	언론매체
13	구글 뉴스	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 HMR 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 중국 HMR 관련 매체 리스트

					
<p>현지 온라인쇼핑몰 HMR 판매 특징</p>		<p>현지 온라인쇼핑몰 떡볶이 후기</p>		<p>현지 언론매체 HMR 관련 이슈</p>	
키워드 ①	산라·마라	키워드 ①	매운맛	키워드 ①	1인 가구
키워드 ②	튀거	키워드 ②	주부 구입	키워드 ②	관련경제
키워드 ③	면류	키워드 ③	친구의 추천	키워드 ③	프리미엄 제품
키워드 ④	관련 강조	키워드 ④	인플루언서 유입	키워드 ④	왕홍 마케팅

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 HMR 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 중국 HMR 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	중국어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	HMR 특징	HMR	家庭代餐食品	○	○
			즉석식품	速食	○	○
떡볶이	铁锅		○	○		
튀김	火锅			○		
라면	拉面			○		
쌀밥	米饭			○		
당면	粉丝			○		
볶음밥	油炸			○		
햄	火腿			○		
소시지	香肠			○		
자차이	酸菜			○		
치킨	鸡肉			○		
핫도그	热狗			○		
빵	面饼			○		
죽	粥饭			○		
수프	浓汤			○		
산라	酸辣			○		
마라	麻辣			○		
매운	辣味		○	○		
달콤한	香甜			○		
감칠맛	鲜味			○		
란런	懒人			○		
미니	迷你			○		
실외	烧烤			○		
진공포장	真空			○		
한국	韩国		○	○		
할랄	清真			○		
비건	素食			○		

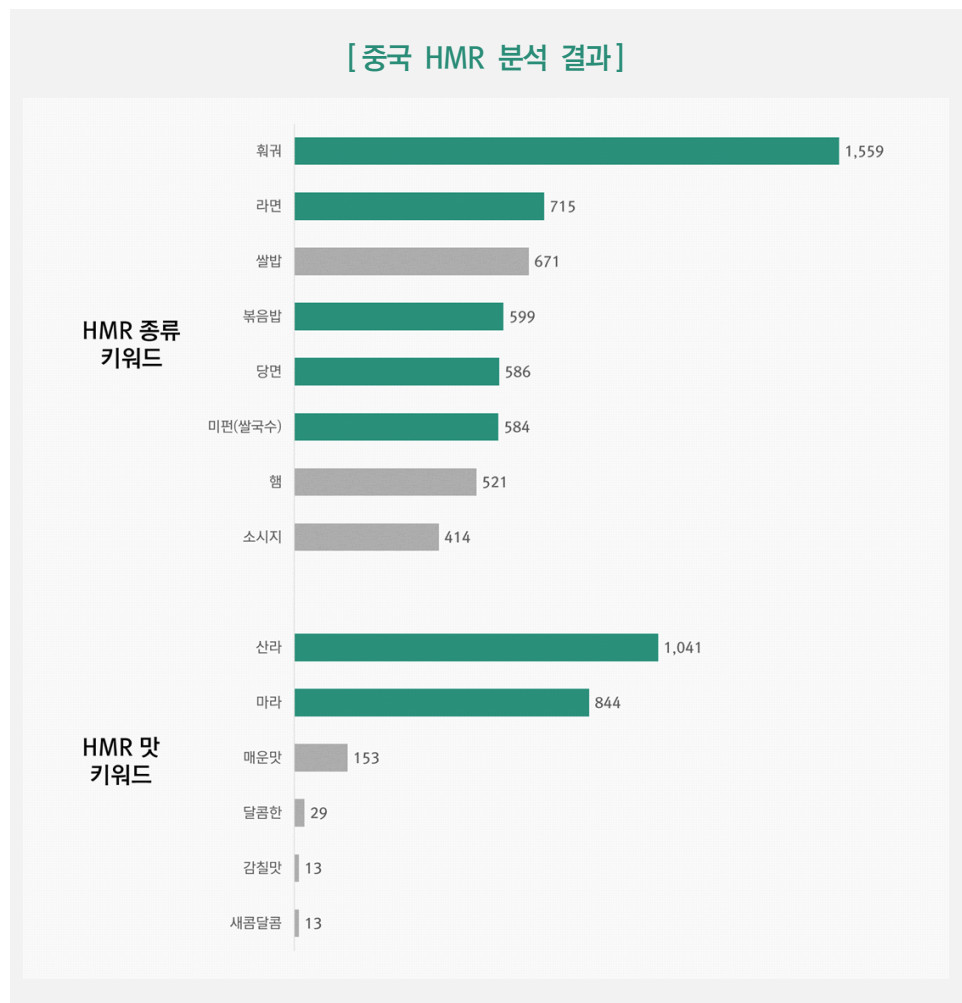
## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 중국 소비자의 HMR 소비 실태 분석
- ① 현지 시장 내 인기 있는 HMR 제품의 종류
- ② 인기 HMR 제품 종류의 인기 맛
- ③ 인기 한국산 HMR 제품
- ④ 떡볶이 주요 구매층

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
- ① 온라인쇼핑몰 'HMR' 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰 'HMR' 맛 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 'HMR' 한국 연관어 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 '떡볶이' 구매 후기 분석





## 1. 중국 HMR 시장, ‘튀김·면류’ 제품 주류

### ▶ 중국 HMR 제품, 튀김 또는 면류 제품 多

중국 온라인쇼핑몰 내 판매되고 있는 HMR 제품 현황을 분석한 결과, 튀김 제품이 가장 많이 언급되었으며 라면·당면·미편·볶음면 등 면류 제품이 많이 거래되고 있음. 튀김 및 면류 제품 이외로는 햄·소시지·베이컨·핫도그·치킨 등 육가공식품들이 많이 판매되고 있음

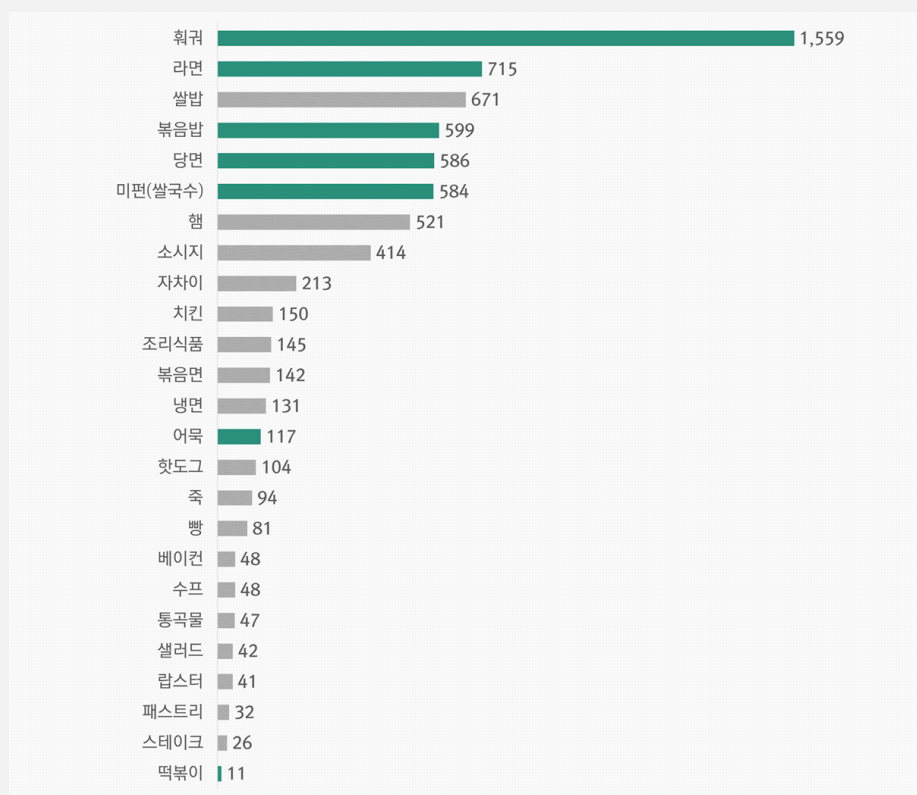
### ▶ 볶음밥 수요 높고 어묵, 떡볶이 HMR 분야 판매 적은 편

참여기업의 HMR 제품군과 관련해서는 볶음밥의 키워드가 599건으로 가장 높았으며, 어묵(117건), 떡볶이(11건)는 비교적 수요가 적은 편으로 집계되었음. 중국 시장에서 떡볶이는 인기리에 판매되고 있지만 HMR·즉석식품으로 분류되어 판매되기 보다 한국식품 및 간식으로 많이 홍보되고 있음

### ▶ 중국 HMR 판매 현황

#### ① 튀김·면류 ② 어묵·떡볶이 분야 수요 적은 편

[표 3.4] 중국 온라인쇼핑몰, ‘HMR’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘HMR’ 5,784건 분석

## 2. 중국 HMR 맛, ‘산라·마라’ 자극적인 맛이 주류

### ▶ ‘산라(酸辣)’, ‘마라(麻辣)’ 등 매운맛 강조

중국 온라인쇼핑몰 내 판매되고 있는 HMR 제품들의 맛과 관련한 키워드를 분석한 결과, ‘산라(酸辣, 맵고 신)·마라(麻辣, 맵고 얼얼한)’ 키워드들이 빈출되었음. 중국의 향신료들을 활용한 매콤하고 자극적인 음식들이 현지 HMR 시장에서 많이 거래되고 있음. 산라 및 마라가 포함된 제품으로는 라면·튀김·고기 볶음 및 조림 등이 주류를 이룸

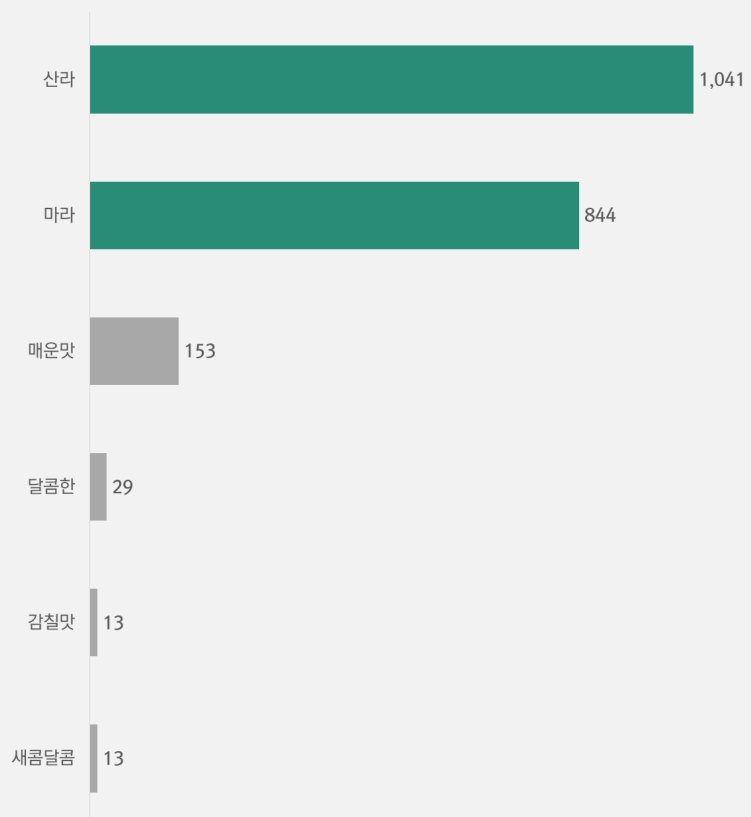
### ▶ 달콤한 맛보다는 매운맛 수요 훨씬 높아

중국 HMR 제품은 중국 요리의 영향을 받아 달콤한 맛(29건)보다 매운 맛(153건)이 더 높은 것으로 집계되었음. 달콤한 맛을 강조한 HMR 제품으로는 소시지·코코넛 밥·옥수수 수프 등이 있는 것으로 확인되었음

### ▶ 중국 HMR 제품 맛 종류

① 산라, 마라 등 맵고 자극적인 맛 ② 달콤한 맛 수요 적어

[표 3.5] 중국 온라인쇼핑몰, ‘HMR’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘HMR’ 5,784건 분석

### 3. 중국 내 한국 HMR, 라면 및 떡볶이 수요 높아

자기발열키트를 적용한 떡볶이 상품



자료 : 텐마오

#### ▶ 한국 HMR 제품, ‘라면, 떡볶이’ 수요

중국 온라인쇼핑몰에서 판매되는 한국 HMR 제품의 경우 라면이 54건으로 가장 많이 빈출되었으며, 떡볶이가 11건으로 그 뒤를 이어 많이 거래되고 있음. 해당 제품 이외로는 찌개류와 김치, 만두, 냉면, 볶음밥, 참치, 어묵, 볶음면 등이 한국 HMR 제품으로 거래되고 있음. 특히 글로벌 한식 브랜드인 D사가 중국 시장에서 인기를 얻고 있음

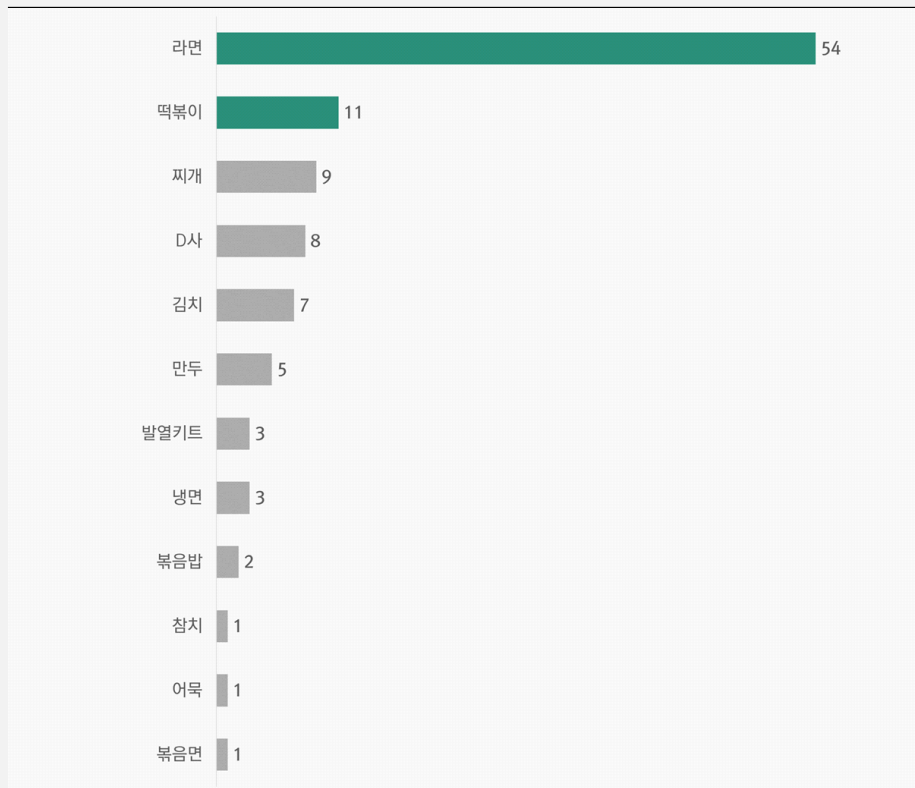
#### ▶ 중국 진출한 떡볶이 제품, 발열키트 등 현지화 요소 도입

중국 시장에서 판매되고 있는 일부 떡볶이 제품의 경우, 현지화되어 판매되고 있음. 중국에는 란런(懒人)경제<sup>26)</sup>로 인하여 조리의 간소화 및 편의성을 극대화하는 것이 트렌드로 떠오르고 있으며 전자레인지 없이 발열키트를 통해 조리가 가능한 즉석 조리식이 인기를 얻고 있음

#### ▶ 중국 내 한국 HMR 특징

- ① 라면·떡볶이 ② 떡볶이 현지화 추진

[표 3.6] 중국 온라인쇼핑몰, ‘한국 HMR’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘한국 HMR’ 5,784건 분석

26) ‘게으른 사람’을 지칭하는 용어로, 편의성을 강조한 트렌드로 떠오르고 있음

#### 4. 중국 소비자, '주부' 또는 '친구·동료' 다수

##### 중국 떡볶이 구매 후기

###### [주부]

- 아이들이 맛있어합니다. 특히 치즈가 결합된 떡을 아주 좋아해요.
- 조리하기가 쉬워요. 가족들과 아침에 주로 먹습니다.
- 6인 가족인데 떡볶이 덕분에 조리 걱정을 많이 줄일 수 있었어요. 다시 구매하려고 합니다.

###### [친구·동료]

- 제 여자친구가 떡볶이 좋아해서 자주 먹고는 합니다. 저도 이제 익숙해졌어요.
- 룸메이트가 추천해줘서 구입했어요. 친구들과 놀러 갈 예정인데 하나 정도 구입해서 들고 갈 예정이에요. 편하고 정말 좋아요.

자료 : 텨마오

##### ▶ 떡볶이 소비층 #1. 주부(아이들을 위한 간식)

중국 온라인쇼핑몰에서 떡볶이를 구입한 소비자군 중 가장 많이 빈출된 키워드는 '아이'로, 주부들이 아이들을 위한 식사 또는 간식 차원에서 구입하는 경우가 가장 많았음. 이들은 주로 조리 시간 확보가 어려운 아침에 떡볶이를 활용하고 있었으며 양파·계란·만두 등 여러 식재료를 적극적으로 조리해 접목하고 있음

##### ▶ 떡볶이 소비층 #2. 친구·동료들 간 추천

'친구·동료·룸메이트'도 떡볶이 소비층 키워드로 확인되었으며, 구매 사유 분석 결과 이들은 친구·동료의 추천을 통해서 구입하는 경우가 많은 것으로 집계됨. 특히 이들은 집에서 떡볶이를 섭취하는 것이 아니라 야외파티, 행사 등 실외활동에서 즉석떡볶이를 조리해 먹는 것이 다른 소비자군과 큰 차이점으로 도출됨

##### ▶ 중국 떡볶이 주요 소비층

###### ① 주부 ② 친구·동료

[표 3.7] 중국 온라인쇼핑몰, '떡볶이' 소비층 분석

	소비층 #1(316건)	소비층 #2(131건)
WHO (소비자)	엄마(15) 아이(144) 가족(16)	친구(92) 동료(27) 룸메이트(5)
WHEN (언제)	아침밥(12) 저녁식사(4)	아침(4) 겨울(2)
WHERE (장소)	집(6)	실외 활동(20) 집(4) 사무실(2)
WHY (사유)	맛있다(113) 먹기 좋다(76) 편의(69)	추천(63) 먹기 편하다(58) 맛있다(49)
HOW (어떻게)	계란(18) 양파(9) 만두(5)	만두(12) 계란(5)

자료: 중국 온라인쇼핑몰 '떡볶이' 구매 후기 4,030건 분석 결과

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

## 1. 중국 즉석떡볶이 유통구조

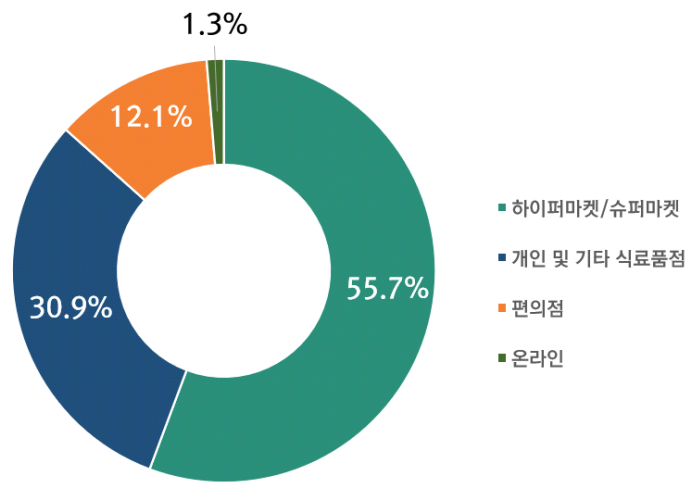
### 품목 구분 및 분류

품목	즉석떡볶이
구분	냉장 간편조리식품
범주	간편조리식품 (Ready Meals)

### ▶ 중국 즉석떡볶이 주요 채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(55.7%), 개인 및 기타 식료품점(30.9%)’

[표 4.1] 중국 즉석떡볶이 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 중국 즉석떡볶이 유통채널 현황

채널 유형	즉석떡볶이 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	55.7%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart)
	개인 및 기타 식료품점	30.9%	케이마트(K Mart), 라이구상차오쓰(来故乡超市), 샤오부디엔쓰자디엔(小不点食杂店), 진시리엔차오쓰(今时联超市)
	편의점	12.2%	메이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven) 패밀리마트(Family Mart)
	온라인	1.3%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会)

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



## 2. 중국 즉석떡볶이 주요 유통업체

### ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점이 대표적

[표 4.3] 중국 즉석떡볶이 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>28)</sup> , 매장수 <sup>29</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	지아지아위예 (家家悦)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 15억 2,100만 달러 (약 1조 6,806억 원)	푸지아(朴家), 강시푸(康师傅), 화평(华丰)	0
2	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 1,169억 원)	B사, 비스리(BYSRI), 난징(南興)	0
3	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 291억 1,720만 달러 (약 32조 1,716억 원)	C사, D사, 강시푸(康师傅)	0
4	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 955억 8,915달러 (약 105조 6,165억 원)	메이이(美藝), E사, 키친88 (Kitchen 88)	0
5	라이구상차오쓰 (来故乡超市)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	F사, D사, H사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	진시리엔차오쓰 (今时联超市)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	G사, H사, C사	0
7	메이이지아 (美宜佳)	편의점	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 6,051억 원)	G사, 강시푸(康师傅)	0
8	수닝이고우 (苏宁易购)	온라인	약 380억 달러 (약 41조 9,862억 원)	딩다(顶大), 바이차오웨이 (百草味), 바오란테(堡兰特)	0
9	티엔마오 (天猫)	온라인	약 3,202억 위안 (약 53조 8,032억 원)	지에샤오쭈 (饥饿小猪), D사, B사	0
10	타오바오 (淘宝网)	백화점	약 3,768억 4,400만 위안 (약 63조 3,211억 원)	G사, D사, C사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 중국 즉석떡볶이 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



##### ① 지아지아위예(家家悦)

기업 기본 정보	기업명	지아지아위예(家家悦)	
	홈페이지	www.jiajiayue.com.cn	
	위치	웨이하이(威海)	
	규모	매출액('19)	약 15억 2,100만 달러 (약 1조 6,806억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 750개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1974년 설립</li> <li>• 중국 내 약 40개 도시에 750여 개의 매장 보유</li> <li>• 주로 농산품 및 신선식품 유통</li> <li>• 일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점, 특산품 전문매장 등 다양한 형태의 매장 보유</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 해산물 할인전 개최</li> <li>• 2020년 지닝용룬스퀘어(Ji Ning Yongrun Square)에 새로운 매장 입점</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	푸지아쯔레니엔가오 (朴家自热年糕)
		종류	떡볶이
		용량	320g
		원산지	중국

자료: 지아지아위예(家家悦), 유로모니터(Euromonitor), 월스트리트저널마켓(WSJ Markets), 오프라인 매장 조사  
사진자료: 지아지아위예(家家悦)


입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 육류 등</li> <li>- 일반: 욕실용품, 의류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선식품</li> <li>- 농식품</li> <li>- 품목별 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 농식품을 취급</li> <li>- 다양한 자체 브랜드 보유</li> <li>- 다양한 형태의 매장 보유(백화점, 편의점, 프랜차이즈 매장)</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>- 제품 정보와 '공급자 자료등록표'를 작성하여 등록페이지에 등록 (qyeps.com/register?purchaserId=161784)</li> <li>- 구매부 내부에서 제출 자료를 검토 후, 관심이 있을 경우 개별 연락</li> <li>- 심사 통과 후 계약 체결</li> <li>- 상품 판매 및 유통</li> </ul> </li> <li>• 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 (담당자 연락처, 이메일 주소, 회사명, 설립일, 주소, 메일, 홈페이지, 자본금, 경영범위, 회사 유형, 직원 수 등)</li> <li>② 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기 상품 관련 정보)</li> <li>③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 자유 기재, 서비스 제공범위)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 약 30일</li> <li>- 구매담당자 이메일: 2653502710@qq.com</li> </ul>

자료: 지아지아위에(家家悦), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알티마트(RT Mart)

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT Mart)		
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn		
	위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('19)	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 1,169억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 486개</li> <li>직원 수('20): 약 10만 명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1997년 설립</li> <li>1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈</li> <li>중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영</li> <li>중국 내 29개의 성에 매장 보유</li> <li>2017년 알리바바(Alibaba) 기업의 선아트리테일 지분 인수를 통해 온·오프라인 융합 강화</li> </ul>			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 3월, 모기업 선아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 시장 점유율 8.3%로 업계 1위 달성</li> <li>2020년 차이나이오(菜鸟) 로지스틱스와 파트너십 강화, 중소형 매장을 집중적으로 키울 것이라고 발표</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	요뽀끼	
		종류	떡볶이	
		용량	280g	
		원산지	한국	

자료: 알티마트(RT Mart), 신랑신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor), 이컨설턴스(Econsultancy), 샤인(Shine), 수나리테일(Sunaretail), 프로듀스리포트(Produce Report)  
사진자료: 알티마트(RT Mart)

## 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: 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 신선식품, 즉석식품, 음료류, 냉동식품, 간편식품, 주류 등</li> <li>- 일반: 영유아용품, 의류, 잡화류, 주방용품, 가정용품, 청소용품, 위생용품, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선도가 높은 제품</li> <li>- 간편하게 즐길 수 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상하이에 있는 총괄 구매담당자가 주로 인지도가 높은 벤더를 통해 제품 소싱</li> <li>- 입점 제품에 대해서는 지역 내 구매담당자가 관리</li> <li>- 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출</li> <li>- 전국의 구매담당자에게 심사를 거침</li> <li>- 심사 통과한 제품은 알티마트로부터 상품코드 수취</li> <li>- 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달</li> <li>- 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매</li> <li>- 신상품 입점 및 판매</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요시간: 약 5주</li> <li>• 총괄 구매담당자가 선정한 제품이 입점될 가능성이 높음</li> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-800-010-020</li> <li>- LINE 아이디: @bvq0787C</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: seoagencychina.com</li> <li>- 전화번호: +86-21-623-105-20</li> <li>- 이메일: seo@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개: 알티마트를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 알티마트(RT Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 월마트(Walmart)



기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.wal-martchina.com	
	위치	선전(深圳)	
	규모	매출액('19)	약 291억 1,720만 달러 (약 32조 1,716억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 436개</li> <li>직원 수('20): 약 96,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1996년 설립</li> <li>중국 내 약 180개 도시에서 매장 운영</li> <li>샘스클럽(Sam's Club), 일반 마트 형태로 매장 운영</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 6월 신선식품 유통 기업 바코드(Varcode)와 파트너십 계약</li> <li>2020년 4월 우한 지역에 4,250만 달러(약 509억 원) 기부</li> <li>2020년 AI 기반의 스마트 전자저울 시스템 도입</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	즉석라볶이
		종류	떡볶이
		용량	420g
		원산지	한국

자료: 월마트(Walmart), 프로듀스리포트(Produce Report), 후르츠넷(Fruitsnet), 유로모니터(Euromonitor), 후레쉬플라자(Freshplaza), 애드위크(Adweek), 스태티스타(Statista)  
사진자료: 월마트(Walmart)

## 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: 신선식품, 냉장식품, 냉동식품, 간편식품, 건조식품, 소스류, 스낵류, 음료류, 주류 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 화장품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 위생용품, 청소용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 제품</li> <li>- 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일을 통한 직접 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹 주소에서 필수 양식 다운로드 후 작성 (wal-martchina.com/supplier/apply.htm)</li> <li>- 홈페이지에서 절차 확인 후, 작성한 양식을 첨부하여 해당 제품군 담당 부서로 메일 송부</li> <li>- 5가지 제품군으로 분류 (Dry goods, Fresh food, FMCG, Non-food, Private label dedicated mailbox)</li> <li>- 등록 시 필요 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급업체 정보 (기업명, 연 매출액, 연간 매출액 점유율)</li> <li>② 제품 정보 (제품명, 제품 출시일, 판매 채널, 연간 홍보 예산, 사진 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>등록조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가기준 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트 공급업체 행동강령 준수</li> <li>- 정보공시기준에 따라 제조시설 검사 실시</li> <li>- 지정 공인검사기관에서 제조시설 검사 실시</li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품에 대해 관심 있을 시, 관련 지역 구매담당자가 직접 연락</li> <li>• 선호 공급자 특징 (자격증 보유/ 합법적으로 생산/ 인증 서류구비/ 월마트 전담팀 구비/ 월마트 창고배송 가능)</li> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: foodinfo@wal-mart.com(식품담당부서)</li> <li>- 전화번호: +86-555-21512288</li> </ul> </li> </ul>

자료: 월마트차이나(Walmart), 유통채널 담당자와의 인터뷰





④ 까르푸(Carrefour)

	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.cn	
	위치	상하이(上海)	
기업 규모	매출액(*19)	약 955억 8,915달러 <sup>30)</sup> (약 105조 6,165억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수(*20): 약 230개</li> <li>직원 수(*18): 약 6만 명</li> </ul>	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>프랑스 기업으로 1995년 중국 진출</li> <li>중국 내 210개의 대형마트 및 24개의 편의점 운영</li> <li>중국 내 22개 성과 51개 도시에 매장 보유</li> <li>납품 업체로부터 상품을 대량 매입 후 고객에게 판매하는 저가 전략으로 시장 선점</li> <li>중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인하여 인기 및 수익 하락 추세</li> </ul>		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 중국 금융기업 수닝공구지투안유시엔공사(苏宁控股集团)와 파트너십 계약</li> <li>2020년 매장에서 섭취 가능한 간편식 및 즉석식품 제품군을 늘릴 계획</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	메이이파오차이찌양 차오니안가오 (美艺泡菜酱炒年糕)
		종류	떡볶이
		용량	250g
		원산지	중국

자료: 까르푸(Carrefour), 유로모니터(Euromonitor), 아이에스앤머거진(Isn Magazine), 샤인(Shine), 인사이드리테일아시아(Insideretail Asia), 스태티스타(Statista), 피알뉴스와이어(PR Newswire)  
사진자료: 까르푸(Carrefour), 글로벌코스메틱스뉴스(Global Cosmetics News)

30) 까르푸(Carrefour) 그룹 통합 매출액

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: 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 육류, 육류가공품, 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 소스류, 건조식품, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 욕실용품, 영유아용품, 주방용품, 청소용품, 위생용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격 경쟁력이 있는 상품</li> <li>- 공급이 안정적인 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이어야 함 (타 유통채널 대비 가격이 높을 경우 반려)</li> <li>- 계약서에 있는 견적은 고정가격이어야 하며 부득이하게 견적 변동이 있을 경우 까르푸의 허가를 받은 뒤 1개월 후 변동 가능</li> </ul> </li> </ul>			
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 주소: <a href="http://supplierportal.carrefour.com.cn">supplierportal.carrefour.com.cn</a></li> <li>- 회원가입 후 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자 자료등록표’를 송부</li> <li>- 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 작성 및 서비스 계약 체결</li> <li>- 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택</li> <li>- 상품 판매 및 유통</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>		
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 까르푸 공급업체 행동강령 준수</li> <li>- 제품 안전성 기준 충족</li> <li>- ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시</li> </ul> </li> </ul>		
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함 (체결 날짜와 상관없이 유효 기한은 차년도 1월 1일까지)</li> <li>• 입주 비용이 높은 편</li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-21-387-845-00</li> <li>- 메일: <a href="mailto:vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn">vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn</a></li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seo Agency China(식음료, 주류 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://seoagencychina.com">seoagencychina.com</a></li> <li>- 전화번호: +86-21-623-105-20</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:seo@marketingtochina.com">seo@marketingtochina.com</a></li> </ul> </li> </ul>			

자료: 까르푸(Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 개인 및 기타 식료품점  
(한인마트)



① 라이구상차오스(来故乡超市)

	기업명	라이구상차오스(来故乡超市)	
	홈페이지	(-)	
	위치	베이징(北京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2007년 6월 21일 오픈</li> <li>• 베이징의 IT 산업 중심지인 왕징(望京) 지구에 위치</li> <li>• 한국산 식품, 식재료, 화장품 등 다수 판매</li> <li>• 봉어빵, 떡볶이 등 한국 인기 메뉴 판매</li> <li>• 한국인뿐만 아니라 현지인 방문 빈도수 또한 높은 편</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 중국 지도 플랫폼 투바(图吧)에 업체 정보 업데이트</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	의성마늘떡볶이
		종류	떡볶이
		용량	380g
		원산지	한국

자료: 구글맵스(Google Maps), 바이두맵(百度 Map), 웨이보(微博), 투바(图吧)  
사진자료: 웨이보(微博), 바이두(百度)

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, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 위생용품, 청소용품, 잡화류, 액세서리류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 제품</li> <li>- 즉석식품, 간편식품, 스낵류 등 젊은 층이 선호하는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 여러 수입 제품을 판매하나 한국산 제품의 비중이 높음</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 연락을 통한 직접 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업시간: 8:00-22:00</li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-10-6472-2580</li> </ul> </li> </ul>

자료: 구글맵스(Google Maps), 웨이보(微博)

## ② 진시리엔차오쓰(今时联超市)

	<b>기업명</b>	진시리엔차오쓰(今时联超市)	
	<b>홈페이지</b>	(-)	
	<b>위치</b>	베이징(北京)	
	<b>규모</b>	기타 규모	매장 수('20): 1개
<b>기업 기본 정보</b>	<b>기업 요약</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베이징의 한국인 유학생들이 밀집해있는 우다오커우(五道口)에 위치</li> <li>• 베이징위엔다시예(北京语言大学) 근처</li> <li>• 한인들 사이에서는 한국 명칭인 '싸울아비'로도 알려짐</li> <li>• 다양한 한국 식품 및 식자재 판매</li> <li>• 직접 만든 김치, 밀반찬 등 판매</li> </ul>	
		 	
<b>기업 최근 이슈</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 중국 지도 플랫폼 투바(图吧)에 업체 정보 업데이트</li> </ul>	
<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	매콤달콤살떡볶이
		<b>종류</b>	떡볶이
		<b>용량</b>	500g
		<b>원산지</b>	중국

자료: 디엔핑(点评), 바이두맵(百度 Map), 투바(图吧)

사진자료: 디엔핑(点评)

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, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 위생용품, 청소용품, 헤어케어용품, 구강케어용품, 액세서리류</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 수입 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 유학생에게 인기가 많음</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 연락을 통한 직접 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항</li> <li>- 전화번호: +86-10-8267-3355</li> </ul>	

자료: 디엔핑(点评)

## 4) 편의점



## ① 메이이지아(美宜佳)

기업 기본 정보	기업명	메이이지아(美宜佳)	
	홈페이지	www.meiyijia.com.cn	
	위치	광둥성(广东省)	
	규모	매출액('18)	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 6,051억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 1만 7,000개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립</li> <li>• 약 17개국에서 운영</li> <li>• 중국 내 대규모 프랜차이즈 편의점</li> <li>• 매달 약 300-400개의 신규 편의점이 오픈</li> <li>• 일 평균 약 500만 명 이상의 고객이 이용</li> </ul>		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 하이네켄차이나(Heineken China)와 계약을 맺어 광둥성 메이이지아 매장에 신제품인 하이네켄 실버 판매 예정</li> <li>• 2020년 중국 체인점 및 프랜차이즈 협회가 선정한 100대 편의점 업체 중 2위에 선정</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	티엔라차오니엔가오 (甜辣炒年糕)
		종류	떡볶이
		용량	190g
		원산지	중국

자료: 메이이지아(美宜佳), 따종왕(大众网), 이뽕동리왕(亿邦动力网), 유로모니터(Euromonitor), 테크시나(Techsina)  
 사진자료: 메이이지아(美宜佳), 바이두(百度)

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: 즉석식품, 면류, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 세제용품, 청소용품, 주방용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 뛰어난 상품</li> <li>- 신선도가 높은 상품(해외 품목의 경우, 유통기한의 70% 이상이 남아야 하며, 중국 현지에 공장을 보유한 경우에는 80% 이상이 남아야 함)</li> <li>- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시</li> <li>- 간편 식품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 평판을 가진 공장에서 제조되는 제품의 신뢰도가 높음</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 등록 (www.meiyijia.com.cn/contact/index.htm)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 고객센터에서 공급자 자료가 수취되면, 본사에서 검토 후 구매담당자를 통하여 공급자와 연락 예정(약 1-2주 소요)</li> <li>- 공급자 정보 등록</li> <li>- 입점 상품 정보 등록</li> <li>- 상품 유통 및 판매</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>		
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 간편 식품, 건강식품에 대한 수요가 높음</li> <li>• 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seo Agency China(식음료 및 주류 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: seoagencychina.com</li> <li>- 전화번호: +86-21-6231-0520</li> <li>- 이메일: seo@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개: 메이이지아를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>			

자료: 메이이지아(美宜佳), 유통채널 담당자와의 인터뷰



5) 온라인

① 수닝이고우(苏宁易购)



기업 기본 정보	기업명	수닝이고우(苏宁易购)	
	홈페이지	www.suning.com	
	위치	항저우(杭州)	
	규모	매출액('19)	약 380억 달러 (약 41조 9,862억 원)
		기타 규모	소매 클라우드 스토어: 약 1,666개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009년 설립</li> <li>• 중국 대표 B2C 온라인 플랫폼</li> <li>• 2017년 처음으로 500위 내 기업 순위 기록</li> </ul> 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 4년 연속 Fortune 500대 기업으로 선정</li> <li>• 2020년 온라인 럭셔리 사업 개시 발표</li> <li>• 2020년 전년 대비 상반기 온라인 매출량 20% 상승</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	딩다차오니엔가오 (顶大炒年糕)
		종류	떡볶이
		용량	255g
		원산지	중국

자료: 수닝이고우(苏宁易购), 유로모니터(Euromonitor), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 야후파이낸스(Yahoo Finance)  
사진자료: 수닝이고우(苏宁易购)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 수입식품, 음료류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 완구류, 전자제품, 의류, 서적류, 주방용품, 유아용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> <li>- 스낵류 및 건강 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통기한이 넉넉해야 함</li> <li>- 건강식품의 경우 과도한 제품 효능 홍보 지양</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 로그인 후, 온라인을 통해 공급자 입점 자료 제출 (기업/브랜드/자격요건정보, 상점명/유형/품목, 계약서확인 등)</li> <li>- 공급자 심사 결과는 자격요건 및 브랜드 심사 포함 약 3-6일 소요</li> <li>- 이푸빠오(易付宝) 서비스 제공: 이푸빠오 계정활성화 (실명인증/일치성 검증, 자동출금협약체결, 비용납부 포함 약 10분 소요)</li> <li>- 온라인 상점 등록: 제품 업로드, 유통 및 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 핑다이상지아(平台商家)와 수닝이고우(苏宁易购) 중 1곳을 선택해 입점 가능하며, 핑다이상지아 입점의 경우 중국 현지에서 발급한 사업자등록증을 보유해야 함</li> <li>• 외국 기업의 경우, 현지 지사가 없으면 입점 불가능</li> <li>• 공급자는 소비자에게 정규영수증을 제공하여야 함</li> <li>• 영수증 도장의 명칭은 수닝(苏宁)에 등록된 명칭과 일치해야 함</li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinowei(식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: sinowei.com.cn</li> <li>- 이메일: team@sinowei.com.cn</li> <li>- 기업소개: 수닝이고우를 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 수닝이고우(苏宁易购), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 티엔마오(天猫)

	<b>채널명</b>	티엔마오(天猫)								
	<b>홈페이지</b>	www.tmall.com								
	<b>위치</b>	항저우(杭州)								
	<b>규모</b>	<table border="1"> <tr> <td>매출액('20)</td> <td>약 3,202억 위안 (약 53조 8,032억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>오프라인 창고 수('18): 약 28개</td> </tr> </table>	매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 53조 8,032억 원)	기타 규모	오프라인 창고 수('18): 약 28개				
매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 53조 8,032억 원)									
기타 규모	오프라인 창고 수('18): 약 28개									
<b>시장 기본 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 알리바바 그룹에서 설립</li> <li>• 2014년 해외직구 플랫폼 및 해외 제품 서비스 개시</li> <li>• 2017년 명품 쇼핑 플랫폼 'Luxury Pavilion' 개시</li> <li>• 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 1위</li> <li>• 서비스 유형에 따라 Tmall.com, Tmall Global, Tmall Luxury Pavilion으로 나뉘어 운영</li> </ul>									
<b>기업 요약</b>										
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네슬레(Nestle) 채식 제품 브랜드 하비스트고멧(Harvest Gourmet) 입점</li> <li>• 2020년 영국 유명 화장품 브랜드 빅토리아베컴뷰티(Victoria Beckham Beauty) 입점</li> </ul>									
<b>유사제품 정보</b>		<table border="1"> <tr> <td><b>제품명</b></td> <td>지에샤오주 라차오니엔가오 (饥饿小猪辣炒年糕)</td> </tr> <tr> <td><b>종류</b></td> <td>떡볶이</td> </tr> <tr> <td><b>용량</b></td> <td>270g</td> </tr> <tr> <td><b>원산지</b></td> <td>중국</td> </tr> </table>	<b>제품명</b>	지에샤오주 라차오니엔가오 (饥饿小猪辣炒年糕)	<b>종류</b>	떡볶이	<b>용량</b>	270g	<b>원산지</b>	중국
<b>제품명</b>	지에샤오주 라차오니엔가오 (饥饿小猪辣炒年糕)									
<b>종류</b>	떡볶이									
<b>용량</b>	270g									
<b>원산지</b>	중국									

자료: 티엔마오(天猫), 스태티스타(Statista), 그린퀸(Green Queen), 포브스(Forbes)  
사진자료: 티엔마오(天猫)

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: 스낵류, 음료류, 간편식품, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 신선식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 잡화류, 액세서리류, 화장품, 전자제품, 주방용품, 식기류, 서적류, 유아용품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> <li>- 글로벌 인지도가 높은 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함</li> <li>- 건강식품과 유기농 식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리페이 등록 후, 티엔마오 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청</li> <li>- 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록</li> <li>- 등록이 완료된 후, 티엔마오 관련 담당자의 최종 심사를 대기</li> <li>- 심사 통과 후, 티엔마오 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 티엔마오 공급자 센터에 등록 및 정보 보완</li> <li>- 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 진행</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보증금 동결 및 기술서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보 필요</li> <li>• 입점 후 3개월이 지난 상품에 대해 프로모션 실시</li> <li>• 중국 법인 사업자(기업)만 입점 가능 (개인판매자는 입점 불가)</li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-commerce China Agency(이커머스기업 전문 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: ecommercechinaagency.com</li> <li>- 이메일: ecommerce@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개: 티엔마오를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 티엔마오(天貓), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 타오바오(淘宝网)

기업 기본 정보	기업명	타오바오(淘宝网)	
	홈페이지	www.taobao.com	
	위치	항저우(杭州)	
	규모	매출액(*19)	약 3,768억 4,400만 위안 <sup>31)</sup> (약 63조 3,211억 원)
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>알리바바 기업이 운영하는 온라인 마켓플레이스</li> <li>2003년 설립</li> <li>2016년 기준 10억 개 이상의 제품을 판매</li> <li>모바일 결제시스템인 알리페이를 통해 결제</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 7월 비디오 및 라이브 스트리밍 콘텐츠 행사 진행</li> <li>2020년 향후 3년 동안 1,000개 이상의 온라인 교육 서비스 제공업체와 제휴를 맺음으로써 온라인 교육 시장으로 사업 다각화 예정</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	쯔시차오니엔가오 (芝士炒年糕)
종류		떡볶이	
용량		165g	
원산지		중국	

자료: 타오바오(淘宝), 스태디스타(Statista), 아랍뉴스(Aarabnews), 카이싱글로벌(Caixinglobal)  
사진자료: 타오바오(淘宝)

31) 알리바바(Alibaba) 그룹 총 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 수입식품, 음료류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 의류, 전자제품, 완구류, 서적류, 주방용품, 유아용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 수출 제한 품목이 있음</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 입점 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타오바오 계정등록</li> <li>- 신원확인 정보 페이지 들어가 지침대로 등록</li> <li>- 48시간 후 인증 확인</li> <li>- 보증금 및 기타 비용 해당 사이트에서 확인 (<a href="https://jingyan.baidu.com/article/e3c78d64b6e5f73c4c85f5b5">https://jingyan.baidu.com/article/e3c78d64b6e5f73c4c85f5b5</a>)</li> <li>- 상품 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>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-400-860-8608</li> </ul> </li> </ul>

자료: 타오바오(淘宝), 웨이보(微博), 바이두(百度)

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

## 1. 중국 즉석떡볶이 인증 취득

### 인증 취득

중국으로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

### 즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

### ▶ 중국 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

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

[표 5.1] 중국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
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	

자료: 각 인증기관



[표 5.2] 중국 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 > 시정조치 > 인증심의 > 인증 > 사후관리심사 > 갱신심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰 > 사전심사 > 현장심사 > 부적합 사항 시정조치 > 인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰 > 사전심사 > 현장심사 > 부적합 사항 시정조치 > 인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출 > 1차 현장평가 > 2차 현장평가 > 인증 > 사후관리심사	-
	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

## 2. 중국 즉석떡볶이 사전 절차

### 사전 절차

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

### 즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 중국 식품 수출을 위해 사전 식품 등록 '필요'

#### ▶ 식품 등록, '온라인'으로 진행

중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ, General Administration of Quality Supervision Inspection & Quarantine)과 해관총서(GACC, General Administration of Customs)는 중국 내 수입업체, 해외 수출업체 혹은 해외 제조업체에게 기업 정보의 사전 등록을 요구함. 신청서 작성 후 기관으로부터 등록번호를 부여받아 이후 관세 절차에 사용함

기업 사전 등록은 2019년 1월 1일부로 시행되었으며 매년 신청서 갱신이 필요함. 등록절차는 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)에서 운영하는 온라인 포털을 통해 이루어짐. 해당 규정은 기업이 작성한 내용을 토대로 수입되는 식품의 유통과정을 모니터링하고, 발생 가능성이 있는 식품안전 문제에 대해 신속하게 대응하고자 실시됨

중국의 경우 식품의 수출 과정에서 까다로운 통관·검역 심사를 진행하기 때문에 사전에 식품 라벨, 식품 성분 등에 관한 중국국가표준(GB)을 숙지한다면 원활한 통관 절차를 수행할 수 있음

[표 5.3] 중국 사전 식품 등록 절차

신청 기관	국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업명</li> <li>• 국가 및 지역</li> <li>• 연락처</li> <li>• 통관 예정 식품군</li> <li>• 기타 중국으로의 수출 희망 기업 정보</li> </ul>
소요기간	신청일로부터 약 7-8일(서류 구비에 문제가 없는 경우)
소요비용	230달러(약 25만원) <sup>32)</sup>
유효기간	3년

자료: 중국 질량감독검험검역총국(AQSIQ)

32) 1달러=1,104.90원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### ▶ 중국 식품 수출 시 위생증명서 발급 ‘필수’

중국으로 식품을 수출하기 위해서는 수출국 또는 식품의 원산지에서 발행한 위생증명서(Health Certification)를 취득해야 함. 한국의 경우, 위생증명서를 발급받기 위해서는 지방식품의약품안전청에서 식품 수입에 관한 영문증명서<sup>33)</sup>를 신청해야 하며 별도의 수수료 없이 발급이 가능함

[표 5.4] 위생증명서 발급 정보

담당기관	식품의약품안전처
관련제도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의약품안전처, 「수입식품안전관리 특별법」 - 제38조(수출식품등 안전성 지원)</li> <li>• 식품의약품안전처, 「수입식품안전관리 특별법 시행규칙」 - 제48조(수출식품 등의 위생증명서 등 발급)</li> </ul>
영문증명서 발급서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 등 제조·가공업 영업허가(신고)서</li> <li>• 제품품목제조보고서(기구, 용기·포장은 검사성적서)</li> <li>• 수출신고필증</li> <li>• 수출검사증명서 혹은 검정증명서 (자유판매증명서 발급을 위한 수출농산물에 한함)</li> <li>• 검사성적서(분석증명서를 발급 받는 경우에 한함)</li> </ul>
구비서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품등의 제조·가공업 영업허가(신고)서</li> <li>• 수출제품품목제조보고서(다만, 기구·용기·포장에 대해서는 검사성적서)</li> <li>• 영문 검사성적서(분석증명서를 발급받는 경우에 한함)</li> <li>• 수출필증(수출면장)</li> </ul>

자료: 식품의약품안전처

33) 위생증명서(Health Certificate), 자유판매증명서(Certificate of Free Sales), 분석증명서(Certificate of Analysis), 제조증명서(Certificate of Manufacture), 수산식품위생증명서(Sanitary Health Certificate)

### 3. 중국 즉석떡볶이 라벨 심의

▶ 중국 라벨 규정, 중국국가표준(GB) 준수 의무

▶ 수입 전 중문 라벨의 사전 검사가 이루어짐

● 라벨 심의

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

● 즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

[표 5.5] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 라벨 통칙

적용 규정	GB 7718-2011 선포장식품 라벨 통칙	
세부 내용	라벨 표기사항	필수 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 배합원료표</li> <li>• 용량 및 규격</li> <li>• 생산일자 및 보존기한</li> <li>• 원산지</li> <li>• 수입업체 또는 중개판매자의 명칭, 주소 및 연락처</li> <li>• 보관방법</li> <li>• 식품 생산허가증 번호</li> <li>• 제품 표준 코드 및 기타 표시가 필요한 사항</li> <li>• 신식품원료 사용법, 첨가 제한량 기타 규정된 기재내용</li> <li>• 제품 유형</li> <li>• 영양성분표</li> </ul>
		권장 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 로트 번호</li> <li>• 섭취 방법(개봉 방법, 조리 방법 등)</li> <li>• 알레르기 유발물질</li> </ul>
	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계가 있어야 함
	글자 크기	1.8mm이상(60cm <sup>2</sup> 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함
	라벨 표기사항 (가이드)	규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함
	제품명	동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함 가장 눈에 띄는 위치에 표시해야 함 가공처리내용을 적절히 명시해야 함

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	첨가량을 내림차순으로 나열해야 함
		<b>배합원료표</b> 2% 이하 배합원료는 제외함 중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가제 통용 명칭으로 표시해야 함
		<b>용량 및 규격</b> 법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함
		별도의 스티커 라벨 부착은 금지함 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함
		<b>생산일자 및 보존기한</b> 알콜 함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 표기 면제가 가능함 년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기해야 함

자료: 중국시장감독관리총국(SAMR)

[표 5.6] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 영양라벨 통칙

적용 규정	GB 28050-2011 선포장식품 영양라벨 통칙	
세부 내용	라벨 표기사항	<b>필수</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>열량</li> <li>핵심 영양소의 함량 및 영양소 기준치의 백분율 (열량(kJ), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g))</li> <li>트랜스지방(산), 포화지방산 함량</li> </ul>
	라벨 표기사항 (가이드)	<b>선택</b> 각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 마그네슘, 칼슘, 철분, 망간, 불소 등 기타 성분
	라벨 표기사항 (가이드)	<b>영양성분</b> 매 100그램(g)당 혹은 100밀리리터(mL)당 혹은 한몫의 식용기능량 중 구체적인 수치로 표기해야 함 <b>트랜스지방(산)</b> 경화유지 및 부분경화유지가 포함되거나 생산과정에 사용될 경우 함량을 표기해야 함
	라벨 표기사항 (가이드)	<b>기타사항</b> 열량 및 영양성분 설명 시 '함유', '고져', '유무', '증감' 등의 표기에 대한 구체적인 함량 및 기준조건을 명시해야 함

자료: 중국시장감독관리총국(SAMR)

▶ 중국 즉석떡볶이 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 중문]

[옆면 - 국문]

- ① 产品名称：甜辣炒年糕
- ② 容量  
：净含量 190g, 年糕 115g, 甜辣年糕酱 70g, 香脆海苔 5g

- ① 제품명：매콤달콤 쌀떡볶이
- ② 용량  
：용량 190g, 떡볶이 115g, 떡볶이소스 70g, 바삭김후레이크 5g

[옆면 - 중문]

[옆면 - 국문]

① 年糕营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	1070kj	13%
蛋白质	4.6g	8%
脂肪	0.7g	1%
碳水化合物	56.8g	19%
钠	256mg	13%

① 떡 영양정보

항목	100g당	NRV%
열량	1070kj	13%
단백질	4.6g	8%
지방	0.7g	1%
탄수화물	56.8g	19%
나트륨	256mg	13%

② 甜辣年糕酱营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	298kj	4%
蛋白质	2.8g	5%
脂肪	0.7g	1%
碳水化合物	13.2g	4%
钠	1419mg	71%

② 소스 영양정보

항목	100g당	NRV%
에너지	298kj	4%
단백질	2.8g	5%
지방	0.7g	1%
탄수화물	13.2g	4%
나트륨	1419mg	71%

③ 香脆海苔营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	1899kj	23%
蛋白质	16.2g	27%
脂肪	35.5g	59%
碳水化合物	18.3g	6%
钠	3500mg	175%

③ 김후레이크 영양정보

항목	100g당	NRV%
에너지	1899kj	23%
단백질	16.2g	27%
지방	35.5g	59%
탄수화물	18.3g	6%
나트륨	3500mg	175%



① 섭취방법  
② 주의사항



① 원재료명  
② 김후레이크 기타정보  
③ 유통기한 및 보관방법  
④ 위탁업체정보  
⑤ 떡, 소스 기타정보

[뒷면 라벨링]

[앞면 라벨링]

[뒷면 - 중문]

[뒷면 - 국문]

① 食用方法

- 打开纸杯, 取出年糕包, 酱料包, 海苔包, 叉子
- 将年糕和酱料倒入杯中, 搅拌均匀
- \*年糕袋内脱氧剂请勿食用
- 将纸杯扣上, 放入微波炉中加热
- 类型 商用微波炉 家用微波炉
- 时间 高火1分15秒 高火2分30秒
- 取出, 将海苔加入杯中, 搅拌均匀即可食用

② 注意事项

- 打开包装时小心刺手, 加热后手握包装上方小心烫手。
- 本产品容器为一次性容器, 禁止单独微波炉加热。
- 打开包装后请尽快食用。
- 打开包装时会散发酒精味, 本产品使用食用酒精来起保存剂作用, 加热过程中食用酒精会自然挥发, 因此对酒精味或酒精有过敏的消费者请谨慎食用。

① 섭취방법

- 종이컵을 열고 떡볶이봉지, 소스봉지, 김봉지, 포크를 꺼내주세요.
- 떡과 소스를 용기에 넣고 잘 섞어주세요. 안에 들어있는 탈산제는 드리지 마세요.
- 종이컵을 닫고 전자레인지에 조리해주세요.
- 상업용 전자레인지에서 1분 30초 가정용 전자레인지에서 2분 30초
- 꺼낸 후 김후레이크를 넣고 잘 섞어서 드세요.

② 주의사항

- 포장을 개봉할 때 손이 다치지 않도록 주의하고, 가열 후 포장 윗부분에 손이 데지 않도록 주의하십시오.
- 본 제품용기는 1회용 용기로 단독으로 전자레인지에 가열하지 마시오.
- 개봉 후 빨리 드십시오.
- 포장을 개봉할 때 알코올 냄새가 나는데 이는 식용 알코올로 보존제 역할을 하며 가열 과정에 식용 알코올이 자연적으로 휘발되니 알코올 냄새나 알코올에 알레르기가 있는 분들은 섭취할 때 신중하시기 바랍니다.



## [옆면 - 중문]

## ① 配料

:年糕-大米≥85%, 水, 食用盐, 食用酒精, 甜辣年糕酱-水, 糯米辣椒酱(辣椒粉, 小麦粉, 水, 糯米, 麦芽糖浆, 食用盐, 食用酒精, 大豆, 味精), 果葡糖浆, 绵白糖, 洋葱, 辣椒酱调料(辣椒粉, 水, 食用盐, 大蒜, 洋葱), 酿造酱油(含焦糖色, 苯甲酸钠), 大蒜, 味精, 辣椒粉, 芝麻, 食用盐, 食品添加剂(黄原胶)。香脆海苔-玉米油, 海苔, 白砂糖, 芝麻, 芝麻油, 食用盐。辣椒粉添加量≥2.5%

## ② 海苔其他资讯

- 产品标准代号: Q/MASY 0001S
- 生产商: 梅河口市爱味食品有限公司
- 地址: 吉林省梅河口市黑山头镇团结村
- 产地: 吉林省梅河口市
- 食品生产许可证编号: SC12222058125948

## ③ 保质期 / 贮藏方法

: 4个月(0-10°C) / 0-10°C避光低温冷藏保存

## ④ 委托商其他资讯

- 大象(北京)食品有限公司
- 地址: 北京市密云区经济开发区科技路12号
- 电话: 010-84720428
- 食品经营许可证编号: JY11128070173493
- 网址: <http://www.daesang.cn>
- 组装商: 河北风韩食品有限公司

## ⑤ 年糕, 甜辣年糕酱其他资讯

- 年糕产品标准代号: SB/T 10507
- 甜辣年糕酱产品标准代号: Q/MYDXS 0008
- 生产商: 河北风韩食品有限公司
- 地址: 河北省隆尧县东方食品城裕华路中段
- 产地: 河北省邢台市
- 食品生产许可证编号: SC11613052500108

## [옆면 - 국문]

## ① 원재료명

: 떡볶이떡-쌀≥85%, 정제수, 정제소금, 주정 떡볶이 소스- 정제수, 찹쌀고추장(고춧가루, 소맥분, 정제수, 물엿, 정제염, 주정, 대두, 미원), 액상과당, 백설탕, 양파, 고추장혼합양념(고춧가루, 정제수, 정제소금, 마늘, 양파), 간장(카리멜색소, 벤조산나트륨 포함), 마늘, 미원, 고춧가루, 깨, 정제소금, 식품첨가제(크산탄). 바삭김후레이크-옥수수 식용유, 김, 백설탕, 깨, 참기름, 정제소금 고춧가루 첨가량≥2.5%

## ② 김후레이크 기타정보

- 제품표준번호: Q/MASY 0001S
- 생산업체: 메이허커우시 아웨이 식품유한회사
- 주소: 지린성 메이허커우시 메이산터우진 환제이촌
- 생산지: 지린성 메이허커우시
- 식품생산허가증번호: SC12222058125948

## ③ 유통기한 및 보관방법

: 4개월(0-10°C) / 0-10°C 직사광선을 피하여 서늘한 곳에 냉장보관하세요.

## ④ 위탁업체정보

- 대상(베이징)식품유한회사
- 주소: 베이징시 미원구 경제개발구 과기로12호
- 전화: 010-84720428
- 식품경영허가증번호: JY11128070173493
- 홈페이지: <http://www.daesang.cn>
- 포장업체: 허베이 평한 식품유한회사

## ⑤ 떡, 소스 기타정보

- 떡 제품표준번호: SB/T 10507
- 소스 제품표준번호: Q/MYDXS 0008
- 생산업체: 허베이 평한 식품유한회사
- 주소: 허베이성 룡야오현 동팡스핀청 위화루중두안
- 생산지: 허베이성 싱타이시
- 식품생산허가증번호: SC11613052500108

## 4. 중국 즉석떡볶이 서류 준비

### 서류 준비

중국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

### 즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 중국 수입제품, 위생 및 원산지 증명서 ‘필요’

#### ▶ 일반 수입 식품 품목은 별도의 추가 통관 절차 ‘불필요’

일반 수입 식품은 서류심사 및 화물검사만 진행됨. 그러나 육류제품, 수산물, 채소와 과일류, 식량 가공품, 유제품, 약재 및 기능성 식품 등의 품목은 별도의 검역 및 통관 조건과 추가 통관 절차가 필요함

원산지증명서의 경우 기존에는 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있었으나, 2020년 7월 관세청은 FTA 원산지관리시스템(이하 FTA-PASS)과 전자통관시스템(이하 UNI-PASS)을 연계한다고 밝힘. 이에 따라 수출기업이 FTA-PASS에서 보다 빠르고 정확하게 원산지증명서를 신청할 수 있게 됨. 수출기업이 기관발급 원산지증명서를 신청할 때, UNI-PASS 수출신고 정보가 원산지증명서 신청서에 자동으로 기재됨

[표 5.7] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	중국 해관총서(GACC)	
	중문 라벨	(-)	
	입경화물통관단	검역신고 후 국가질량감독검험검역기구에서 발행	
	선적	수입 선하증권	(-)
		상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		무역계약서	(-)
	원산지 증명서	관세청(FTA-PASS) / 대한상공회의소	
위생 증명서	식품의약품안전처		

자료: 중국 해관총서(GACC), 한국 관세청

## 5. 중국 즉석떡볶이 세금 납부

### 세금 납부

중국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 즉석떡볶이 HS-CODE 1901.90-0000, 잠정 관세율 5% 적용

▶ 최혜국 세율 10%, 한-중 FTA 협정세율 6%

즉석떡볶이의 경우 중국에서는 HS-CODE 1901.90의 1901.90-0000 세번을 사용하여 대부분 수입됨.<sup>34)</sup> 중국 수입 시 기본 세율 80%, 최혜국 세율 10%, 한-중 FTA 협정세율 6%이나, 잠정 세율이 5%이므로 5% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax) 13%를 납부해야 함

- 수입 서류 심사비용에 75달러(한화 약 8만 원) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 11시간 소요
- 통관 비용은 230달러(한화 약 25만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 37시간 소요

[표 5.8] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1901	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다]	
	1901.90	기타	
	1901.90-9091	쌀가루의 것	
중국	1901.90-0000	맥아 엑스와 곡물 가루와 같은 식품과 낙농 식품	
관세	기본관세율		80%
	협정세율		6%
	잠정 세율		5%
증치세			13%

자료: 관세법령정보포털(UNIPASS)

34) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1901.90 중 즉석떡볶이에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 중국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 중국 해관총서를 통한 확인이 필요함

● 세금 납부

중국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

● 즉석떡볶이

즉석떡볶이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 ‘일부’ 즉석떡볶이 HS-CODE 1604.20-9990, APTA 관세율 4.1% 적용

▶ 최혜국 세율 5%, 한-중 FTA 협정세율 4.8%

즉석떡볶이 내용물 중 육·어류 등의 함유량이 20% 초과 시 중국에서는 HS-CODE 1604.20-9990 세번을 사용하여 수입됨.<sup>35)</sup> 중국 수입 시 기본 세율 90%, 최혜국 세율 5%, 한-중 FTA 협정세율 4.8%이나, APTA 세율이 4.1%이므로 4.1% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax) 13%를 납부해야 함

- 수입 서류 심사비용에 75달러(한화 약 8만 원) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 11시간 소요
- 통관 비용은 230달러(한화 약 25만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 37시간 소요

[표 5.9] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비아, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비아 내용물	
	1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류	
	1604.20-9000	기타	
중국	1604.20-9990	(전체나 조각으로 된 것은 제외하며 용기에 밀폐되지 않은 상어의 핀을 제외한) 기타 조제된 또는 보존된 어류	
관세	기본관세율		90%
	한-중 FTA 세율		4.8%
	APTA 세율		4.1%
증치세			13%

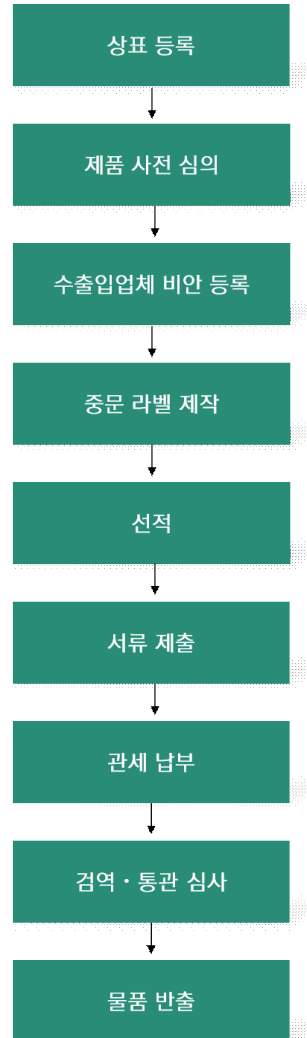
자료: 관세법령정보포털(UNIPASS)

35) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1604.20 중 즉석떡볶이에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 중국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 중국 해관총서를 통한 확인이 필요함

## 6. 중국 즉석떡볶이 검역 심사 절차

- ▶ 최근 코로나19 영향으로 수입 식품 검역 강화 추세
- ▶ 수입신고 물품이 중국의 식품안전표준에 부합하는지 심사

[표 5.10] 중국 통관 및 검역 프로세스



- ▶ 중국 즉석떡볶이 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 중국 식품 첨가물 규정 확인 방법

국가	중국
적용 규제	식품첨가물 사용표준(GB2760-2014)

### ▶ 중국 통관 전 포장 라벨 심의

중국 정부는 2011년 4월, 중국으로 수출되는 식품에 대하여 ‘수입 포장 식품 라벨관리 시스템 운영에 관한 공고(关于进出口预包装食品标签检验监督管理有关事宜的公告)’를 발표함. 해당 공고에 따르면 수입되는 모든 포장 식품은 중국어 라벨을 부착해야 하며 원산지, 중국 수입업체명 및 주소, 연락처 등을 반드시 기재해야 함. 라벨 심사는 접수되는 데 10일 정도 소요되며 1차 심의 기간 30일을 포함해 공휴일을 제외하고 약 45일이 소요되며 300위안(약 5만원<sup>36)</sup>)을 지불해야 함

### ▶ 중국 수출 절차, 위생·검역증명서 필수 발급 필요

중국 수출 절차 중 검역·통관 심사 시 해당 통관지역의 검역국(CIQ, China Inspection and Quarantine)은 현장 위생검사 및 무작위 샘플 추출 검사를 진행함. 수출업체는 식품의 제품명, 원산지, 규격, 수량 및 중량, 가격, 생산일자 등의 제품 정보를 제공해야 하며 검역국은 사전에 제출한 증문 라벨과 샘플을 비교·검사함. 검역이 종료되면 수입식품 위생합격증이 발급되며 식품 포장에 CIQ 마크를 부착할 수 있음. 위생합격증을 받으면 최종적인 중국 통관 절차가 마무리됨

[표 5.12] CIQ 증명서

담당기관	중국 검험검역국
대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>술, 음료수, 우유제품, 사탕과자, 초콜릿, 통조림, 건과 및 일정하게 포장된 식용유 등</li> </ul>
소요시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>화물이 항구에 운송되고 CIQ를 발급받기 까지 모든 자료가 구비되어 있을 경우 약 1.5개월 소요</li> <li>- 검역신고 및 세관신고에는 대략 5~6일 소요</li> <li>- CIQ 신청에는 약 30일 소요</li> </ul>
파생비용	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 시 송하인의 준비비용, 증문라벨 제작비용, 화물 인도지시서 발급비용, 선박 회사 비용, 항구 비용(탈리, 상·하역, 보안비, 컨테이너 비용비 등 포함), 세관신고 비용, 검역신고 비용, 수입작업 비용, 운송비용 등</li> </ul>

자료: '15 해외시장 맞춤형조사 보고서

36) 1위안=168.03원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 7. 중국 관련 규제 정보

### ▶ 중국 식품첨가물 관련 규제 확인 필요

중국 국가위생건강위원회(NHC, National Health Commission of the PRC)는 식품첨가물에 대하여 국가식품안전기준(NFSS, National Food Safety Standards)을 지정하여 수입 식품을 관리함. 해당 기준은 사용기준, 규격 기준, 라벨링 기준 등 총 3가지로 구분됨

사용기준은 허용 가능한 식품첨가물 목록과 적용 범위 및 최대 함유량을 규정하며 규격 기준은 식품첨가물의 원료 및 생산 관련 사항을 규제함. 자세한 식품첨가물의 사용기준은 KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스 또는 중국 「GB 2760-2014 - 식품첨가제 사용기준」을 통해 확인할 수 있음

[표 5.13] 성분 규제

물질명	영문	최대허용량	비고
L-시스테인산염산염	L-cysteine and Its Hydrochlorides Sodium and Potassium Salts	0.6	
안식향산 및 안식향산나트륨	Benzoic Acid, Sodium Benzoate	1.0	안식향산으로 계산
L-알라닌	L-alanine	GMP	
차 폴리페놀	Tea Polyphenol(TP)	0.2	유지 중 카테킨으로 계산
타라검	Tara Gum	10.0	
전분인산나트륨	Sodium Starch Phosphate	GMP	
부틸레이티드하이드록시톨루엔(BHT)	Butylated Hydroxytoluene	0.2	유지 중의 함량으로 계산

자료: 중국 국가위생건강위원회(NHC), KATI농식품수출정보

### ▶ 중국 수출 시, 즉석떡볶이 성분 위반 사례

중국 즉석떡볶이 수출 시 성분 위반으로 통관이 거부된 사례를 통하여 사전에 주의해야 할 성분을 확인하는 것이 바람직함. 즉석떡볶이의 경우 가공식품으로, 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) 홈페이지에서 해당 사례를 확인할 수 있음. 한국 떡볶이의 위반 사례는 2019년에 1건, 2017년에 6건, 2014년에 1건이며 주요한 거부 사유는 아래와 같음

[표 5.14] 중국 즉석떡볶이 성분 위반 사례

년도	제품	거부 사유
2019	떡	대장균 기준치 초과, 세균 수 기준치 초과
2017	참깨떡볶이(2건)	유통기한 초과
2017	떡볶이(4건)	유통기한 초과
		증서 불합격
2014	떡볶이(팽화식품)	<국외식품생산기업 등록관리규정>에 의거 - 상품 수입 및 검역 검증 시, 포함상품의 품질증서, 원산지증명서, 안전위생증명서, 살충제 및 농약, 첨가제 사용증명서 등을 준비해야 함. 상품 수입 신고 시에는 위의 서류와 함께 거래서류 및 선적서류를 첨부하여 검증검역기관에 제출해야 하며 해당 사항에 대한 합격을 받아야 함

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)



## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 칭다오해지촌(靑島海地村)

Interview ② 상하이형왕스예유오시안공쓰(上海恒望实业有限公司)

Interview ③ 칭다오승위안래(靑島盛源来贸易)

Interview ④ 단둥스뒤찬마오이유오시안공쓰(丹东市多灿贸易有限公司)

Interview ⑤ 닝보핀쉬진추코유오시안공쓰(宁波品旭进出口有限公司)

## Interview ① 칭다오해지촌(靑島海地村)

37)

칭다오해지촌  
(靑島海地村)

전문가 소속

칭다오해지촌  
(靑島海地村)  
한국식품 수입유통업체연락처  
+86-532-8965-7980

전문가 정보

Mr. Zhang  
(Sales Manager)海地村  
haidicun

칭다오해지촌(靑島海地村)

Sales Manager, Mr. Zhang

## Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

칭다오해지촌은 2012년에 설립한 한국식품 수입유통업체로, 중국 칭다오에 본사를 두고 있습니다. 중국 상해, 광둥, 선양에 각각 지사를 두고 있으며, 개인 사업자나 협력 유통업체를 통해 유통하고 있습니다. 주로 라면, 떡, 만두, 된장 등 다양한 한국 식품과 식자재를 취급하고 있습니다.

## Q. 최근 유행하는 HMR제품은 무엇인가요?

최근 중국에는 튀스편이나 라면 등 국내 HMR 판매량이 좋습니다. 그 이유는 국물이 진하고 부재료가 풍부하게 들어있으며 가격도 합리적이기 때문입니다. 한국산 HMR제품 중에서도 라면이 가장 인기가 있습니다. 한국산 라면은 중국 라면보다 면이 더 탱탱하고 쫄깃하며, 매콤하기 때문에 소비자들이 매우 선호합니다. 또한, 치즈떡이 인기가 높습니다. 어린이들이 매우 선호하는 제품이고, 다른 소비자들도 부대찌개 등 국물 요리에 치즈떡을 많이 넣어 먹습니다.

## Q. 최근 중국의 떡볶이 수입 현황은 어떠한가요?

코로나19 영향으로, 현재 수입 냉동식품은 중국 해관에서 매우 엄격하게 검역하고 있습니다. 따라서 한국산 떡볶이 등 일부 냉동식품 수입량이 감소하고 있습니다. 그리고 최근 몇 개월 동안 떡볶이 판매량이 지속적으로 감소하고 있습니다.

### Q. 중국 떡볶이 시장 신규 진입에 대해 조언을 부탁드립니다.

중국 시장에 유통되는 떡볶이는 일반적으로 4가지 유형으로 나눌 수 있습니다. 첫째, 한국에서 완제품을 직수입하여 판매하는 경우입니다. 하지만 이러한 비중은 점차 줄어들고 있습니다. 둘째, 한국에서 OEM방식으로 생산 후 중국 자체 브랜드로 판매하는 경우입니다. 셋째, 한국산 원재료를 수입하여 중국에서 생산 후 한국 브랜드로 판매하는 경우입니다. 넷째, 원재료 구매와 생산 모두 중국에서 하고 브랜드만 한국 브랜드를 사용하는 경우입니다.

대다수 유통업체는 가격을 이유로, 중국 내에서 생산한 제품을 선호합니다. 한국산 제품은 공급가가 상대적으로 비싼 편이고, 중국산 원료와 인건비가 상대적으로 저렴하기 때문입니다. 결국 원가를 낮추어 더 많은 이윤을 남길 수 있습니다. 가격 측면에서 중국 국내 OEM업체와 협력하여 유통하는 것을 추천합니다.

### Q. HMR제품의 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

중국에서 떡볶이는 대부분 식당으로 유통되고 있습니다. A사는 신규 브랜드이기 때문에 먼저 전시회에 참석하여 제품 노출을 늘리는 것을 추천합니다. 또한, 온라인 라이브 방송을 통하여 인지도를 향상시킨 후 온라인 판매를 하는 것도 추천합니다.

### Q. HMR제품의 중국 진출 시 추천하는 판매지역은 어디인가요?

떡볶이는 중국 모든 지역에서 판매되고 있으며, 특히 베이징, 상하이, 칭다오, 선양에서의 판매량이 상대적으로 높습니다. 먼저, 칭다오, 웨이하이, 단둥 등은 한국과 지리적으로 가까운 연해 도시로, 한국과 오래 무역을 하였습니다. 따라서 한국식품에 대한 해당 지역 소비자 인지도가 타 지역보다 훨씬 높습니다. 다음으로, 베이징, 상하이 등 1선 도시는 소비자들이 글로벌 브랜드 제품을 잘 수용하고 소비를 많이 하기 때문에 판매가 높게 나타납니다. 따라서 A사가 중국 진출 시 상기 도시들을 먼저 공략하는 것을 추천합니다.

### Q. A사 a제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

a제품 조리 방식을 보면 온라인 채널을 통해 직접 최종소비자에게 판매하는 것이 적합합니다. 음식점은 일반적으로 가격 때문에 HMR제품을 구매하지 않고 원재료를 따로 구매하여 직접 만듭니다.

또한, 소비자에게 다음과 같이 홍보하는 것을 추천합니다. 첫째, 기존 떡볶이 제품과 달리 어묵이 함유되어 맛이 더 풍부합니다. 내포된 소스와 함께 조리하면 매콤하고 더 맛이 좋습니다. 둘째, 한국 라면을 추가하여 조리하는 레시피를 추천합니다. 셋째, 집에서 간편하게 한국 음식을 만들어 먹을 수 있습니다.

## Interview ② 상하이형왕스예유오시안공쓰(上海恒望实业有限公司)

38)

상하이형왕스예유오시안공쓰  
(上海恒望实业有限公司)

전문가 소속

상하이형왕스예유오시안공쓰  
(上海恒望实业有限公司)  
한국식품 생산·판매업체

연락처

+86-138-1751-7253

전문가 정보

Mr. Park  
(Manager)



## 상하이형왕스예유오시안공쓰(上海恒望实业有限公司) Manager, Mr. Park

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

상하이형왕스예유오시안공쓰는 2012년에 설립된 한국식품 생산 및 판매업체로, 중국 상하이에 본사를 두고 있습니다. 현재 식당 및 대형마트로 유통을 하고 온라인 쇼핑 플랫폼 1688을 통해 판매하고 있습니다. 주로 떡, 어묵, 치즈, 라면 등 한국식품을 취급하고 있습니다.

### Q. 최근 유행하는 HMR제품은 무엇인가요?

저희 업체에서는 튀긴 떡, 치즈볼, 떡볶이 떡 등이 인기가 많으며, 그 중 치즈떡이 가장 인기가 높습니다. 그 이유는 고소한 맛을 느낄 수 있고 영양성분이 좋아서, 다른 제품보다 가정용으로 적합하기 때문입니다. 특히 떡은 집에서 직접 떡볶이를 만들거나 부대찌개 등 요리를 하기 위해 구매합니다.

떡 제품 중 오리지널맛과 혼합맛(치즈, 자색고구마, 호박) 모두 인기가 높습니다. 오리지널맛은 중국식 떡과 맛이 비슷하여 중국 소비자에게 익숙합니다. 특히 치즈맛은 한식당에서 사용되면서 점차 인기를 얻었고 소비자 사이에서 유행되었습니다. 그 외 솔티드에그요크(Salted Egg Yolk)맛은 새로운 맛으로 현재 인기가 증가하고 있으나 전반적인 판매량은 많지 않습니다.

### Q. 중국 떡볶이 시장 신규 진입에 대해 조언을 부탁드립니다.

저희는 한국식품을 직접 생산하여 유통하는데, 가격이 합리적이며 공급 속도가 빠릅니다. A사도 한국산 원료를 중국으로 수입해 중국 OEM업체를 통한다면, 원가를 낮추고 빠른 공급이 가능하여 제품 경쟁력이 상승할 것입니다.

### Q. 최근 중국의 떡볶이 수입 현황은 어떠한가요?

저희는 자체 생산을 하고 있으며, 떡볶이 제품 수입은 줄어들고 있습니다. 그 원인은 첫째, 코로나19 영향으로 수입 냉동식품에 대한 해관 검역이 매우 엄격해졌습니다. 둘째, 중국 국내산 떡은 치즈, 자색고구마, 호박, 노른자, 딸기 등 맛이 다양하고 가격이 저렴합니다. 그리고 공급 속도가 빠를 뿐만 아니라 품질도 점차 향상되고 있어, 소비자에게 인기가 늘어나고 있습니다.

### Q. HMR제품의 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인과 오프라인 모두 유통채널로 추천드립니다. 저희가 이용하는 온라인 플랫폼은 1688, 핀두어두어(Pinduoduo) 등이 있습니다. 그리고 휘귀, 한식 음식점과 먹자골목에 위치한 음식점에 납품하고, 대형마트, 슈퍼마켓 등을 통해 유통하고 있습니다.

### Q. HMR제품의 중국 진출 시 추천하는 판매지역은 어디인가요?

강남 지역으로 진출하는 것을 추천드립니다. 현재 HMR제품은 전국적으로 유통되며, 특히 강남 지역의 판매량이 상대적으로 높습니다. 강남 지역은 전자상거래가 가장 먼저 시작된 지역이며, 현재 온라인 쇼핑이 가장 많이 발달한 지역 중 하나입니다. 해당 지역 소비자들은 신제품 수용이 빠르며 온라인 쇼핑에 익숙하여 수입 제품 구매 의향이 높습니다.

### Q. A사 a제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

중국 가정주부들은 요리할 때 영양소와 건강을 중요시합니다. 따라서 A사가 중국에 진출하여 a제품을 홍보할 때는 영양이 풍부한 제품이며 건강한 제품임을 강조하는 것을 추천합니다.

## Interview ③ 칭다오승위안래(青岛盛源来贸易)

39)

칭다오승위안래  
(青岛盛源来贸易)

전문가 소속

칭다오승위안래  
(青岛盛源来贸易)  
수입유통업체연락처  
+86-150-9205-7753

전문가 정보

Mr. Hu  
(CEO)

칭다오승위안래(青岛盛源来贸易)  
CEO, Mr. Hu

## Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

칭다오승위안래는 2012년에 설립된 수입유통업체로, 중국 칭다오에 본사를 두고 있습니다. 현재 개인 사업자, 협력 유통업체에 납품하고 있으며, 온라인 쇼핑 플랫폼 1688과 타오바오를 통해서도 판매하고 있습니다. 주로 한국산 라면과 떡, 김 등 각종 식품과 식자재, 조미료 등을 취급하고 있습니다.

## Q. 최근 유행하는 HMR제품은 무엇인가요?

중국 국내 HMR 제품 중 자열식 미니 휘귀, 튀기지 않은 면 제품이 인기가 높습니다. 그 이유는 유명 스타를 광고 모델로 섭외하고, 조리방법이 간편하며 식재료가 신선하여 타 HMR제품에 비해 건강하기 때문입니다.

당사에서 판매 중인 인기 HMR제품은 한국 떡볶이, 라면, 김, 김치 등이 있습니다. 특히 치즈 떡볶이는 치즈의 고소한 맛과 소스의 매콤달콤한 맛을 느낄 수 있어서, 소비자들이 매우 선호합니다. 김은 남녀노소 모두에게 건강 간식으로 꾸준히 인기가 높으며, 김치는 라면, 떡볶이, 비빔밥 등 다양한 요리에 활용할 수 있어서 판매량이 항상 높습니다.

## Q. 중국 떡볶이 시장 신규 진입에 대해 조언을 부탁드립니다.

최근 중국 국내 제품이 늘어나고 한국 제품이 줄어들고 있으며, 전체적인 떡볶이 판매량도 점차 감소하고 있는 추세입니다. 올해 열린 식품 전시회에서도 중국 제품의 인기가 더 높았습니다. 저희도 점차 중국 제품과 일본 제품을 중심으로 유통할 계획이지만, 가성비가 높은 한국 제품이 있다면 여전히 협력할 의향이 있습니다.

### Q. 최근 중국의 떡볶이 수입 현황은 어떠한가요?

전반적으로 수입 식품이 감소하는 추세이며, 점차 OEM방식으로 전환하고 있습니다. 하지만 아직 영유아 간식류는 수입에 많이 의존하고 있는 상황입니다. 현재 저희도 영유아 식품 유통 경로를 기획하고 있으니, A사도 영유아 식품을 출시하면 시장성이 좋을 것으로 보입니다.

### Q. A사 a제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

어묵이 들어있는 a제품은 현재 중국 시장에서 보기 드문 제품입니다. 중국 소비자들이 흔히 알고 있는 기존 한국 떡볶이보다 특별한 편입니다. 제품 홍보 시 어묵이 들어있다는 것을 강조하면 좋겠습니다. 하지만 소비자들이 가장 중요하게 여기는 점은 합리적인 가격과 맛, 쫄깃한 식감, 다양한 영양소임을 기억해야 합니다. 가격적인 면에서 a제품은 경쟁력이 다소 부족하다고 판단됩니다.

A사가 중국 시장에 진출하면 현지 연예인을 광고 모델로 선정하는 것을 추천합니다. 그리고 제품의 영양소와 건강함, 그리고 간편한 조리방법을 중점적으로 홍보하는 것을 추천합니다.



## Interview ④ 단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰(丹東市多燠貿易有限公司)

40)

●  
단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰  
(丹東市多燠貿易有限公司)

전문가 소속

단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰  
(丹東市多燠貿易有限公司)  
한국식품 유통업체

연락처

+86-137-0018-4442

전문가 정보

Mr. Yang  
(Manager)

경희영이 그릇 필성 가득한 명품선물!  
丹東市多燠貿易有限公司



## 단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰(丹東市多燠貿易有限公司) Manager, Mr. Yang

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰는 2017년에 설립된 한국식품 유통업체로, 중국 단둥에 본사가 있습니다. 현재 식당과 대형마트 등을 통해 유통하고 있으며, 온라인 쇼핑 플랫폼 1688과 타오바오를 통해서도 판매하고 있습니다. 주로 떡, 라면, 김치, 커피 등 한국 식품과 식자재, 조미료를 취급하고 있습니다.

### Q. 최근 유행하는 HMR제품은 무엇인가요?

최근 중국 국내 HMR제품 중 자열식 미니 휘귀와 죽이 유행하고 있습니다. 그 이유는 맛이 좋고 간편해서, 출장, 여행 등 야외 활동에 적합하기 때문입니다. 또한, 지금과 같이 코로나19로 인해 집에서 식사할 때도 간편하게 즐길 수 있기 때문입니다. 그 밖에 신선한 식재료와 합리적인 가격도 한몫합니다.

저희가 취급하고 있는 제품 중 떡볶이, 라면, 부대찌개 인기가 높습니다. 집에서 간단히 조리하여 먹을 수 있고, 맛이 아주 좋습니다. 특히 떡은 오리지널이 가장 인기가 많은데, 소가 들어있는 떡보다 더 좋으며, 소가 들어있는 떡은 잘못하면 내용물이 흘러나와 요리 맛에 영향을 주기 때문입니다.

### Q. HMR제품의 중국 진출 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인과 오프라인 채널 모두 추천합니다. 저희는 온라인 채널로, 위챗 스토어, 타오바오, 1688 플랫폼 등을 이용하고 있으며, 오프라인은 한식당 및 중식당, 대형마트와 슈퍼마켓을 통해 유통하고 있습니다.

40) 사진자료: 단둥스뽀찬마오이유오시안공쓰(丹東市多燠貿易有限公司) 홈페이지



### Q. 중국 떡볶이 시장 신규 진입에 대해 조언을 부탁드립니다.

중국에서 생산한 한국식 떡볶이 떡의 판매량이 한국 수입 제품의 판매량보다 높습니다. 그 이유는 국내에서 생산한 제품의 가격이 더 합리적이고, 공급과 배송이 훨씬 빠르기 때문입니다.

소비자들은 떡이 한국산인지 중국산인지 큰 관심이 없으며 구분하기도 쉽지 않습니다. 중국에서 생산한 제품 포장에 한글을 추가하면 한국 수입 제품과 거의 비슷하기 때문입니다. 따라서 중국 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 해당 제품만의 특별한 셀링 포인트를 찾아서 홍보해야 합니다. 이를 통해 중국 소비자들의 눈길을 끌 필요가 있습니다.

### Q. A사 a제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

중국 가정집은 한국만큼 전자레인지 보급률이 높지 않습니다. 또한, 콜드체인 물류 원가가 상대적으로 높는데, a제품 단가도 비싼 편입니다. 따라서 유통업체들이 쉽게 취급하려 하지 않을 것입니다.

하지만 a제품은 기존에 출시된 한국 떡볶이와는 충분히 차별점이 있습니다. 중국 시장에는 a제품과 같은 떡볶이 제품이 드문 편입니다. 맛까지 좋다면 시장성이 있을 것으로 봅니다.

## Interview ⑤ 닝보핀쉬진추코유오시안공쓰(宁波品旭进出口有限公司)

41)

닝보핀쉬진추코유오시안공쓰  
(宁波品旭进出口有限公司)

전문가 소속

닝보핀쉬진추코유오시안공쓰  
(宁波品旭进出口有限公司)  
수입통관전문업체

연락처

+86-159-6846-7515

전문가 정보

Ms. Song  
(Sales Manager)



品旭进口报关行  
因为专注所以专业



## 닝보핀쉬진추코유오시안공쓰(宁波品旭进出口有限公司) Sales Manager, Ms. Song

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

닝보핀쉬진추코유오시안공쓰는 2015년에 설립된 수입통관전문업체입니다. 중국 닝보에 본사가 있으며, 상하이, 광저우, 톈진, 칭다오, 청두 등 지역의 통관을 대행하고 있습니다. 주로 식품, 주류, 기계설비, 목재 등을 수입통관합니다.

### Q. '어묵(냉동연육), 떡, 소스'가 함유된 제품이 통관 거부된 사례가 있나요?

해당 제품은 일반적으로 정상 수입이 가능합니다. 다만 2020년 11월에 B사 떡볶이 소스의 비소 함량이 표준보다 높아, 통관이 거부된 사례가 있습니다. 2019년 7월에는 C사 치즈떡의 규락총수<sup>42)</sup> 및 대장균이 초과되어 통관이 거부되었습니다.<sup>43)</sup>

### Q. 육류검역과 관련한 통관 거부 사례가 있나요?

이와 관련된 특별한 규정은 없습니다. 다만 경험상 a제품 소스에 함유된 '소고기 가루'를 표기할 때 '소고기맛 식용향료'로 바꿀 것을 추천드립니다. 이렇게 하면 수입신고 및 통관 시 비교적 쉽습니다.

### Q. 떡볶이 제품에는 어떤 관세율이 적용되나요?

중국에서 떡볶이 제품을 수입통관할 경우, 관세 10%와 증치세 13%가 적용됩니다.

41) 사진자료: 닝보핀쉬진추코유오시안공쓰

42) 식품 청결을 평가하는 지표로 주로 사용됨

43) 수입 식품과 관련된 중국 국가표준(GB)를 숙지할 필요가 있음. 대표적인 GB는 식품첨가물 제한규정과 영양강화제 제한규정이 있음

### Q. 관련 수입절차와 필요 서류에 대한 안내 부탁드립니다.

다음과 같은 수입절차가 진행됩니다.

1) 선적 후 발송인/수취인 등록 및 중문 라벨 및 선적서류 등 제출

이 경우 사전준비를 반드시 철저히 해야 하며, 그렇지 않을 경우 체선료와 지체료 등 불필요한 비용이 발생합니다.

2) 목적항 도착

3) 검역신고 및 통관서류 제출

4) 수입신고(해관심사, 세금납부, 화물검사, 반출허가)

5) 검역국 관할 창고로 화물 운송 및 포장 해체 후 검사 예약

코로나19 이후 모든 냉동식품은 핵산검사를 거쳐야 하며, 검사는 샘플추출이 방식이 아니라 모든 제품에 시행됩니다.

6) 검사 통과 후 중문 라벨 부착

7) 검역국 담당자 라벨 확인 및 반출 승인

8) 지정 목적지로 운송

9) 검역국 발부 위생증 취득 후 판매 가능

필요한 서류는 다음과 같습니다.

1) 한국 공식 원산지증명서

2) 한국 공식 위생증명서

3) 자유판매증명서

4) 검사성적표 및 영양성분표

5) 고회질 포장 전개도

6) 중문번역본 라벨

7) 계약서, 패킹리스트 등 선적서류

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights

## 01 시장규모

간편조리식품 시장규모 7조 2,276억 원  
냉장 간편조리식품 시장규모 6,042억 원



## 02 제품 수요

1선 도시 중심으로 1인 가구 밀집  
상하이, 1인당 가처분 소득 가장 높아



## 06 전문가인터뷰

중국 생산 떡볶이 판매량 증가  
치즈떡 인기 높아  
A사 제품, 기존 떡볶이와 차별화



A사  
즉석떡볶이

## 03 시장트렌트

가장 인기있는 HMR 제품은 휘귀  
달콤한 맛보다 매운맛 선호  
인기 한국 HMR 제품은 라면, 떡볶이 순



## 05 통관/검역

관세율 5% / 4.1%  
증치세 13%



## 04 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 55.7%  
개인 및 기타 식료품점 30.9%  
편의점 12.2%



중국 간편조리식품 시장규모('19)

간편조리식품 7조 2,276억 원  
냉장 간편조리식품 6,042억 원

對글로벌 수입국 중 한국 14위  
최근 5년간 對한국 수입액 연평균 -25%



2015~2019년 중국 간편조리식품 시장은 연평균 5%로 성장해왔으며, 냉장 간편조리식품 시장은 무려 연평균 20%로 대폭 성장함. 그럼에도 향후 5년 냉장 간편조리식품 시장은 연평균 8%를 기록할 것으로 예상됨

제품 수요

1선 도시 중심으로 1인 가구 밀집  
상하이, 1인당 가처분 소득 1위

한반도와 인접한 동북구에 재외동포 밀집  
한국 유학생, 베이징에 가장 많아

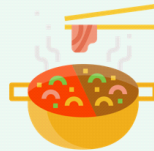


간편식을 선호하는 1인 가구를 분석한 결과, 1선 도시를 중심으로 밀집되어 있음. 소비와 저축을 자유롭게 할 수 있는 소득인 '가처분 소득'은 1인 기준으로, 상하이와 베이징에서 높게 나타남

시장 트렌드

가장 인기 있는 HMR은 휘귀  
라면과 떡볶이, 한국 인기 HMR

아이들을 위한 간식으로 구입  
친구와 동료 추천으로 구입



온라인쇼핑몰 분석 결과, 가장 인기 많은 HMR 제품은 휘귀로 확인되었음. 라면, 볶음밥, 당면 등이 그 뒤를 이었으며, 어묵과 떡볶이는 다소 낮게 확인됨. 하지만 한국 HMR 중 떡볶이는 라면 다음으로 인기가 있는 제품임.





# Export Insights

유통채널

**하이퍼마켓/슈퍼마켓**  
55.7%

개인 및 기타 식료품점 30.9%  
편의점 12.2%  
온라인 1.3%



현재 중국 내 즉석떡볶이는 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타식료품점을 중심으로 유통되고 있음. 온라인 유통 비중은 다소 낮게 확인됨

통관 및 검역

**어묵 함량 높은 A사 제품**  
**정확한 HS CODE 문의 필요**

코로나19로 수입 검역 엄격해져  
위생기준 통과되어야



즉석 떡볶이 제품에 적용되는 중국 국가표준(GB)의 위생기준 및 첨가물 기준을 준수하여야 함. 또한 라벨 및 영양라벨 규정에 맞게 라벨 표시를 갖춰야 함. 특히 A사 제품은 일반 떡볶이와 달리 어묵 함량이 매우 높아서, 정확한 중국 HS CODE 확인을 요청드립니다

전문가 인터뷰

**중국 생산 떡볶이 판매 ↑**  
**한국 떡볶이 수입 ↓**  
**A사 제품, 차별화된 떡볶이**



다수의 바이어가 가격과 공급을 이유로, 중국 생산을 추천하였음. 온라인과 오프라인 유통을 모두 추천하며, 그들의 유통채널을 구체적으로 소개해줌. A사 제품에 대해서는 공통적으로 '차별화된 떡볶이', '다소 비싼 가격'을 언급함

## 진출제언



Point 01. '현지 생산' 및 '판매 가격' 반드시 고려할 사항

중국 생산 떡볶이 제품은 합리적인 가격과 빠른 공급이 장점으로, 바이어가 매우 선호하고 있음. 한국 제품 수입은 점차 감소하는 추세임. 특히 포장지에 한글을 추가하면 소비자는 한국 제품으로 인지함. 다만 A사 제품은 기존에 출시된 떡볶이와 명백히 차별화가 되어있으므로, 가격이 반드시 낮아야될 필요는 없다고 판단됨. 그러나 경쟁 제품인 중국 제품의 장점을 인지하고 진출할 필요가 있음

Point 02. 온라인 쇼핑이 발달한 중국 '강남'을 중심으로, 온라인 판매를 추천함. 특히 어묵이 함유되어 다른 떡볶이보다 영양이 풍부함을 강조한다면, 주요 소비층으로 확인된 '아이'를 위한 수요가 높을 것으로 예상됨

Point 03. 특별한 경우 제외하고, 정상 통관 가능함. 중국 국가표준(GB)과 관련된 위생기준 및 식품첨가물 규정 준수가 핵심이며, 최근 코로나19로 검역이 엄격해짐을 인지할 필요가 있음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「재외동포현황 2019」, 2019
2. 사우스차이나모닝포스트(South China Morning Post), 「Without love life and family trappings, China's singles become consumption engine in economy Marriages in China」, 2020
3. 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020
4. 외교부, 「재외동포현황」, 2019
5. 일본통계청(Japan Statistics Bureau and Statistics Center), 「Population by Sex and Sex Ratio for Prefectures - Total population, Japanese population」, 2019
6. 듀다(Doda), 「女性の平均年収ランキング 最新版, 都道府県別」, 2020
7. 일본후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labour and Welfare), 「令和元年賃金構造基本統計調査の概況」, 2020
8. 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Women and Men in Japan 2020」, 2020
9. 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Statistical Handbook of Japan 2020」, 2020
10. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
11. 한국 관세청 고시 제2020-2호, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
12. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(関税法)」, 2006
13. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006
14. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020
15. 식품의약품안전처, 「수입식품안전관리 특별법」 제38조(수출식품등 안전성 지원), 2016
16. 식품의약품안전처, 「수입식품안전관리 특별법 시행규칙」 제48조(수출식품 등의 위생증명서 등 발급), 2020 개정
17. 중국 시장감독관리총국(State Administration for Market Regulation), 「GB 7718-2011」 중국 선포장식품 라벨 통칙, 2011
18. 중국 시장감독관리총국(State Administration for Market Regulation), 「GB 28050-2011」 선포장식품 영양라벨 통칙, 2011
19. 중국 국가위생 및 가족계획위원회(National Health and Family Planning Commission), 「식품안전국가표준(GB) - 식품첨가제 사용기준(GB 2760-2014)」, 2014

### ■ 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. 텡마오(Tmall) ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
5. 지아지아위예(家家悦) ([www.jiajiayue.com.cn](http://www.jiajiayue.com.cn))
6. 월스트리트저널마켓(WSJ Markets) ([www.wsj.com/markets](http://www.wsj.com/markets))
7. 알티마트(RT Mart) ([www.rt-mart.com](http://www.rt-mart.com))
8. 신량신문(新浪新闻) ([www.news.sina.cn](http://www.news.sina.cn))
9. 샤인(Shine) ([www.shine.cn](http://www.shine.cn))
10. 이컨설턴시(Econsultancy) ([www.econsultancy.com](http://www.econsultancy.com))
11. 프로듀스리포트(Produce Report) ([www.producereport.com](http://www.producereport.com))
12. 월마트(Walmart) ([www.wal-martchina.com](http://www.wal-martchina.com))
13. 스타티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
14. 후르츠넷(Fruitsnet) ([www.fruitnet.com](http://www.fruitnet.com))
15. 애드위크(Adweek) ([www.adweek.com](http://www.adweek.com))
16. 후레쉬플라자(Freshplaza) ([www.freshplaza.com](http://www.freshplaza.com))
17. 까르푸(家乐福) ([www.carrefour.cn](http://www.carrefour.cn))
18. 아이에스앤머거진(ISN Magazine) ([www.internationalsupermarketnews.com](http://www.internationalsupermarketnews.com))
19. 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia) ([www.insideretail.asia](http://www.insideretail.asia))
20. 피알뉴스와이어(PR Newswire) ([www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com))
21. 바이두맵(百度 Map) ([www.map.baidu.com](http://www.map.baidu.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

22. 구글맵스(Google Map) ([www.google.com/maps](http://www.google.com/maps))
23. 웨이보(微博) ([www.weibo.com](http://www.weibo.com))
24. 투바(贴吧) ([www.teiba.baidu.com](http://www.teiba.baidu.com))
25. 디안핑(点评) ([www.dianping.com](http://www.dianping.com))
26. 메이이저이아(美宜佳) ([www.meiyijia.com.cn](http://www.meiyijia.com.cn))
27. 따중왕(大众网) ([www.dzwww.com](http://www.dzwww.com))
28. 이팡퉁리왕(亿邦动力网) ([www.ebrun.com](http://www.ebrun.com))
29. 테크시나(Techsina) ([www.tech.sina.com.cn](http://www.tech.sina.com.cn))
30. 수닝이교우(苏宁易购) ([www.suning.com](http://www.suning.com))
31. 야후파이낸스(Yahoo Finance) ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com))
32. 티엔마오(天猫) ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
33. 그린퀸(Green Queen) ([www.greenqueen.com.hk](http://www.greenqueen.com.hk))
34. 포브스(Forbes) ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))
35. 타오바오(淘宝) ([www.taobao.com](http://www.taobao.com))
36. 아랍뉴스(Arabnews) ([www.arabnews.com](http://www.arabnews.com))
37. 카이싱글로벌(Caixinglobal) ([www.english.caixin.com](http://www.english.caixin.com))
38. 중국 국가질량감독검험검역총국(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) ([aqsiq.net](http://aqsiq.net))
39. 중국 해관총서(General Administration Of Customs People's Republic of China) ([customs.gov.cn](http://customs.gov.cn))
40. 관세법령정보포털(Unipass) ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
41. 농식품수출정보(KATI) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
42. 중국 국무원 ([gov.cn](http://gov.cn))
43. 두잉비지니스(Doing Business) ([www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org))
44. 국가위생건강위원회(NHC, National Health Commission of the PRC) ([nhc.gov.cn](http://nhc.gov.cn))
45. 중국 시장감독관리총국(State Administration for Market Regulation) ([samr.gov.cn](http://samr.gov.cn))
46. 세계법제정보센터 (World Laws Information Center) ([world.moleg.go.kr](http://world.moleg.go.kr))
47. 칭다오해지촌(青岛海地村) 홈페이지 ([www.haidicun.com/cn](http://www.haidicun.com/cn))
48. 상하이형왕스예우오시안공쓰(上海恒望实业有限公司) 홈페이지 (<https://hengwangshiye.1688.com>)
49. 칭다오승위안래(青岛盛源来贸易) 홈페이지 (<https://shengyuanlai.1688.com>)
50. 단둥스뒤찬마오이우오시안공쓰(丹东市多灿贸易有限公司) 홈페이지 (<https://duocan.1688.com>)
51. 닝보핀쉬진추코우오시안공쓰(宁波品旭进出口有限公司) 홈페이지 (<http://nbbgh.com>)



- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.01.29

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