



No. 2022-41
품목 식용곤충 가공식품(Edible insect processed food)
HS CODE 0410.10
국가 홍콩(Hong Kong)



C.O.N.T.E.N.T.S

I	시장 현황 및 전망	3
	1. 생산 및 시장 현황 2. 수출입 통계	
II	트렌드	10
	1. 소비 트렌드	
III	유통	13
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
IV	통관 및 제도	29
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건	
V	시사점	43
	1. 수출 확대 방안	

I

시장 현황 및 전망



01

생산 및 시장 현황

홍콩 식품 시장 규모

2021년 홍콩 식품 시장 규모는 전년 대비 10.3% 감소한 283억 8,500만 홍콩 달러(약 4조 4,738억 원)를 기록하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 1.5% 감소함

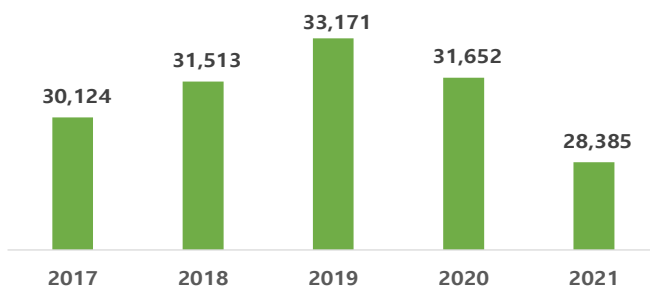
- 주요 감소 요인은 2019년 홍콩 현지 시위와 2020년 코로나19의 영향으로 추정됨



그림 1

홍콩 식품 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 홍콩 달러)



자료: Euromonitor International

홍콩 가공식품 시장 규모

2021년 홍콩 가공식품 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 1.4% 감소한 343억 8,540만 홍콩 달러(약 5조 4,196억 원)를 기록하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 2.9% 감소함

- 전체 가공식품 중 5위를 차지한 가공육류, 해산물은 2억 8,700만 홍콩 달러로 최근 5년간 연평균 4.3% 증가함



그림 2

홍콩 가공식품 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 홍콩 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
스낵류	1,151	1,181	1,093	965	1,060	-2.0
쌀, 파스타, 면류	622	643	696	818	754	4.9
펫푸드	464	500	537	616	677	9.9
유제품	584	605	610	618	637	2.2
가공육류, 해산물	242	246	257	303	287	4.3
기타	1,825	1,709	1,572	1,177	1,132	-11.3

자료: Euromonitor International

홍콩 건강기능식품 판매량

2021년 홍콩의 건강기능식품 판매량은 전년 대비 약 3.9% 증가한 38억 4,920만 홍콩 달러(약 6,067억 원)를 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 약 10.7% 감소함

- 홍콩 건강기능식품 시장은 2018년 전년 대비 3.6% 성장했으나, 이후 감소세로 보임
- 특히, 2020년 코로나19의 영향으로 전년 대비 -37.7%로 크게 감소함. 하지만, 코로나19가 안정세로 돌아섬에 따라 향후 5년간(2022-2026년) 성장세를 회복할 것으로 전망됨
- 코로나19 이후 건강과 웰빙에 대한 인식이 확산됨에 따라 점점 더 많은 소비자들이 예방적 조치로 보충제를 섭취하는 습관을 갖게 되었으며, 이에 따라 건강기능식품 판매가 증가할 것으로 예상됨

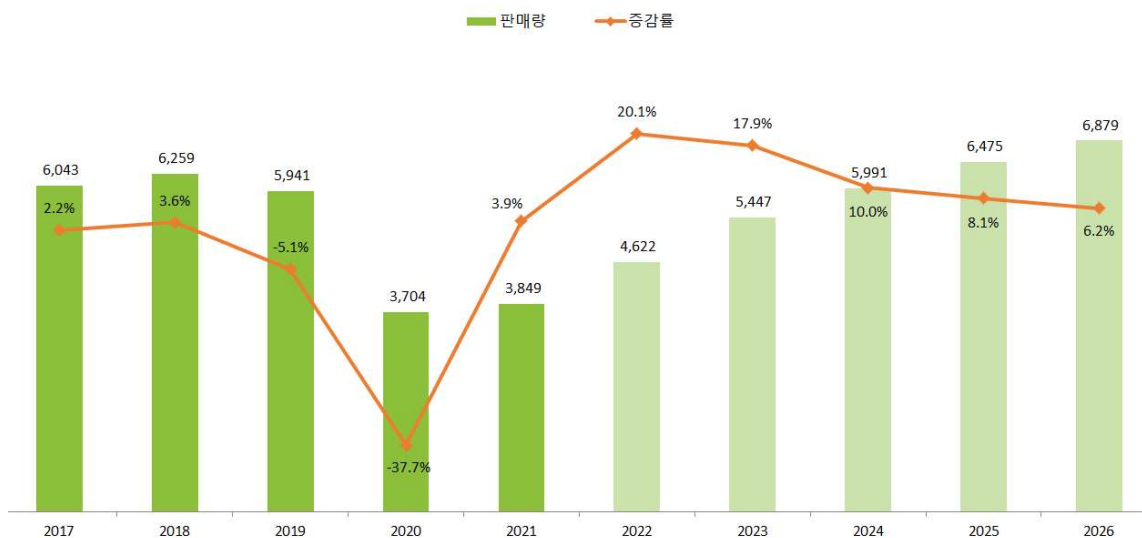
홍콩의 건강기능식품 시장 규모는 향후 2026년까지 연평균 10.5% 성장하여 약 68억 7,880만 홍콩 달러에 이를 것으로 전망됨



그림 3

홍콩 건강기능식품 판매량 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 홍콩 달러, %)



자료: Euromonitor International

홍콩 건강기능식품 시장 세부 유형별 현황

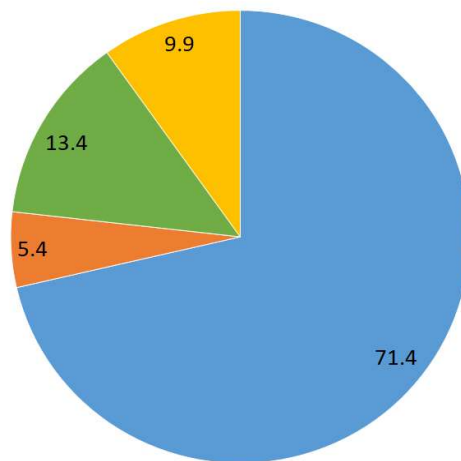
홍콩 건강기능식품 시장은 식이보조제, 소아용 비타민 및 식이보조제, 강장제, 비타민으로 분류할 수 있음

- 2021년 매출액 기준, 식이 보조제가 27억 4,830만 홍콩 달러로 전체의 71.4%를 차지함. 그 밖에 강장제(13.4%), 비타민(9.9%), 소아용 비타민 및 식이보조제(5.4%) 순으로 나타남
- 2021년 강장제 시장은 전년 대비 5.2% 증가하여 가장 큰 성장세를 보였으며, 그 외 식이보조제(3.9%), 비타민(3.7%), 소아용 비타민 및 식이보조제(2.2%) 순을 기록함
- 최근 5년간(2017-2021년) 강장제가 2.4% 감소하여 가장 적은 감소세를 보였으며, 이어서 비타민(-9.7%), 식이 보조제(-11.5%), 소아용 비타민 및 식이보조제(-16.1%) 순을 기록함



그림 4

홍콩 건강기능식품 시장 세부 유형별 비중(2021년)



■ 식이 보조제 ■ 소아용 비타민 및 식이 보조제 ■ 강장제 ■ 비타민

자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 0410: 곤충과 그 밖의 식용인 동물성 생산품(따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)

HS CODE 0410.10: 곤충(2022년 신설)

국가별 HS CODE

- 글로벌: 0410.10
- 홍콩(중국): 0410.10
- 한국: 0410.10

글로벌 식용곤충 식품 수입 규모

2022년 1-6월 글로벌 식용곤충 식품(HS CODE 0410.10) 수입 규모는 520만 5,000달러를 기록함

- 곤충 식품의 최대 수입국은 태국으로 2022년 1-6월 약 237만 9,000달러를 수입하여 전체의 45.7%를 차지함
- 그 외, 미국이 17.7%로 2위를 차지하였으며 루마니아, 프랑스가 각각 7.0%로 3, 4위를 차지함
- 2022년 1-6월 홍콩과 한국의 식용곤충 식품 수입은 없는 것으로 나타남



그림 5 글로벌 식용곤충 식품 수입 규모 추이(2022년 1-6월)

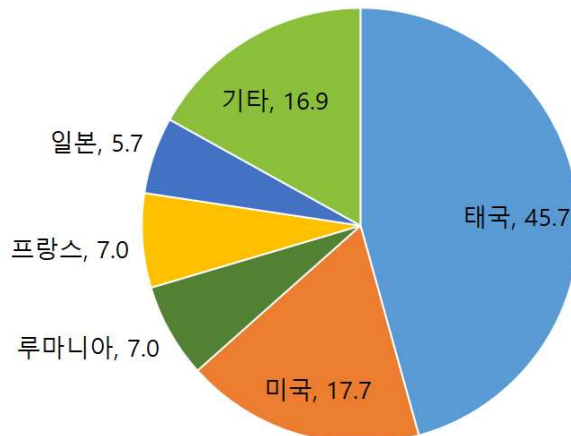
(단위: 천 달러)

국가	1월	2월	3월	4월	5월	6월	합계
글로벌	510	519	1,125	955	778	1,318	5,205
1 태국	106	250	630	496	242	655	2,379
2 미국	0	148	219	150	293	113	923
3 루마니아	2	38	94	43	147	40	364
4 프랑스	0	2	71	108	11	170	362
5 일본	124	27	41	65	8	32	297
기타	278	54	70	93	77	308	880

자료: ITC



그림 6 글로벌 식용곤충 식품 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

홍콩 식용곤충 식품 수입 규모

HS CODE 0410.10.0000은 2022년 신설되었으며, 홍콩의 2022년 식용곤충 식품 수입은 없는 것으로 조사됨

한국 식용곤충 식품 수출 규모

HS CODE 0410.10.0000은 2022년 신설되었으며, 2022년 한국의 對글로벌 식용곤충 식품 수출은 없는 것으로 조사됨

II

트렌드



01 소비 트렌드

기능성 식품 소비 관련 트렌드

고령화 사회와 건강에 대한 높은 관심으로 소비자들은 점차 기능성, 유기농 등 건강함이 강조되는 식품을 찾고 있음

- 특히 코로나19를 계기로 홍콩 건강기능식품 시장은 급성장하였음. 재택근무 등이 일상화되면서 20~30대를 중심으로 온라인을 통한 건강기능식품 소비가 증가하고 있으며, 이들의 주문당 평균 소비액은 65~91달러 수준임
- 주요 인기 제품은 코로나19 예방을 위해 면역력 증진에 도움이 되는 제품들이었음. Watsons에 따르면, 비타민B, C, D, 그리고 NAD+¹⁾ 및 영지버섯(靈芝) 등의 제품들이 빠르게 품절되는 상황이 발생하기도 함

가처분 소득 증가로 다양한 스포츠와 레저활동을 즐기는 소비자들이 늘어나면서 단백질에 대한 수요가 증가하고 있음

- Euromonitor에 따르면, 홍콩인 1,008명을 대상으로 조사한 결과 46%가 체중관리에 신경을 쓰고 있고, 25%는 체중 감량을 위해 다이어트 중이라고 응답함. 특히 고단백인 닭가슴살의 수요가 증가하면서 1회 섭취량이 개별 포장된 한국 제품이 인기를 끌고 있음
- 이러한 트렌드에 따라 향후 단백질 음료, 파워 드링크, 영양보충제 등의 수요도 증가할 것으로 전망됨
- 고단백 식품인 곤충 식품 역시 간편한 섭취가 가능하다면 홍콩 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 예상됨

1) 니코틴아마이드 아데닌 다이뉴클레오타이드(nicotinamide adenine dinucleotide, NAD)의 약자로 모든 살아있는 세포에서 발견할 수 있는 보조 인자. 면역력 제고, 근육 기능 회복, 노화를 늦추는 기능이 있음

- 건강한 라이프 스타일을 추구하는 소비자가 늘어나면서 육류 대체품에 대한 관심도 높아지고 있음
- 채식 식당 및 채식 슈퍼마켓 등이 늘어나면서 채식 식품 시장이 다양해지고 있으며, 육류 대체품으로 식물성 고기의 인기도 높아지고 있음
 - 단백질 함량이 높은 곤충 식품도 육류 대체품으로 홍보할 경우 관심을 끌 수 있을 것으로 전망됨

- 바쁜 직장인들 사이에서 간편하게 섭취할 수 있는 건강 스낵의 인기가 높아지고 있음
- 2021년 홍콩 세계 스낵 박람회에서 많은 업체들이 주로 천연 재료로 만든 저지방, 저염, 저당 고단백 간식을 선보였음
 - Euromonitor에 따르면, 2025년 홍콩 스낵 시장 규모는 2021년 대비 29% 증가한 1억 8,300달러를 기록할 것으로 전망되며, 열량이 낮은 고단백의 에너지바 등의 제품이 대세를 이룰 것으로 전망됨

- 코로나19 이후 온라인 식품 시장이 빠르게 성장하고 있음
- HKTVMall의 2020년 항목별 매출액에서 식료품의 비중은 46.7%를 차지하였으며, 2021년에는 51.7%로 증가함
 - 2021년 뷰티·건강 분야의 비중은 전년 대비 소폭 감소하여 19.1%를 차지함



그림 7

HKTVMall 항목별 매출액 비중(2020-2021년)

(단위: %)

구분	식료품	뷰티·건강	디지털 전자제품	가정용품	산모용품	기타
2020년	46.7	21.6	12.3	7.6	4.9	6.9
2021년	51.7	19.1	11.4	6.1	3.8	7.9

자료: 홍콩티비몰(HKTVMall)

홍콩식품안전센터에 따르면, 홍콩 소비자의 1일 평균 주요 식품 섭취량은 남녀 모두 곡류 및 가공식품이 가장 많았음



그림 8

홍콩 남녀 1일 평균 주요 식품 섭취량

(단위: g)

구분	남성	여성
곡류 및 가공식품	460	338
채소 및 과일	315	331

자료: 홍콩식품안전센터

III

유통



01 유통구조

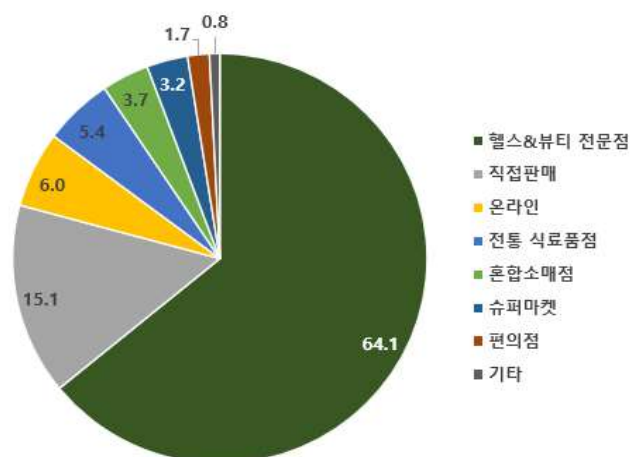
홍콩 식용곤충 가공식품 유통구조

식용곤충 가공제품의 상위 시장인 컨슈머 헬스(Consumer Health)²⁾ 시장의 유통채널을 분석함. 2021년 홍콩 컨슈머 헬스 시장의 유통구조는 크게 점포 기반 소매(Store-Based Retailing)와 무점포 판매(Non-Store Retailing)로 분류할 수 있으며, 각각 전체 유통채널의 78.9%, 21.1%를 차지하고 있음. 세부 유형별 유통채널 점유율은 헬스&뷰티 전문점(64.1%), 직접판매(15.1%), 온라인(6.0%), 전통 식료품점(5.4%), 혼합소매점(3.7%), 슈퍼마켓(3.2%) 등 순으로 나타남. 따라서 헬스&뷰티 전문점과 직접판매 유통이 전체 시장의 약 80%를 차지함

최근 6년간(2016-2021년) 소매 판매량 기준 유통채널별 연평균 성장률을 살펴보면, 헬스&뷰티 전문점(-0.7%), 직접판매(-0.9%)는 감소세를 기록하였으며, 온라인 유통(16.5%), 슈퍼마켓(1.1%)은 증가세를 기록함

따라서 홍콩 식용곤충 가공제품 주요 유통채널은 전체 비중의 64.1%를 차지한 헬스&뷰티 전문점과 시장 점유율이 상승한 온라인, 슈퍼마켓을 중심으로 조사함

그림 9 홍콩 컨슈머 헬스 유통채널별 시장 점유율(2021년)



*주. 혼합소매점(Mixed Retailer)은 식료품, 위생용품, 공구, 전자제품 등 다양한 종류의 생활용품이나 잡화를 판매하는 백화점과 잡화점을 의미함

자료: Euromonitor International

2) 일반의약품(OTC), 비타민·식이보충제, 스포츠 영양제, 체중관리·웰빙 등의 카테고리를 포괄하는 개념

02 주요 유통채널 분석

홍콩 식용곤충 가공식품 오프라인 유통채널

1. 헬스&뷰티 전문점

Euromonitor에 따르면, 2021년 홍콩 헬스&뷰티 전문점의 소매 부분 매출은 전년 대비 5.5% 증가한 약 251억 홍콩 달러를 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 매출액의 연평균 성장률은 -12.2%로 조사됨

- 2020년 코로나19 영향으로 인한 소비 위축으로 헬스&뷰티 전문점의 매출은 전년 대비 -44.8% 감소한 약 238억 홍콩 달러를 기록함

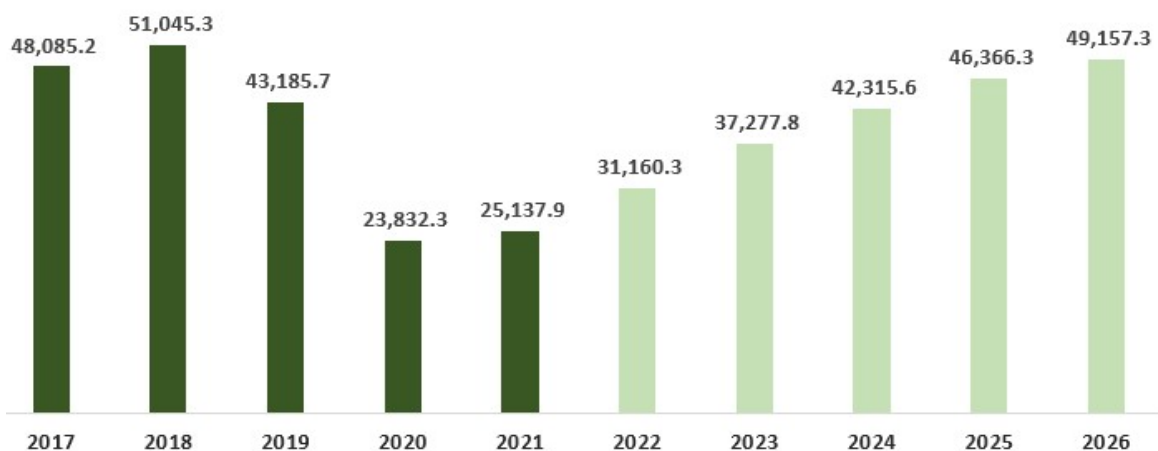
2021년 1분기 여러 봉쇄 조치 시행에도 불구하고 코로나19 안정세에 따라 헬스&뷰티 전문점의 매출은 회복세를 보였으며, 2022년 전년 대비 24% 증가한 약 312억 홍콩 달러를 기록할 것으로 전망됨. 또한, 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 9.5% 성장하여 2026년에는 약 492억 홍콩 달러의 매출액을 기록할 것으로 전망됨



그림 10

홍콩 헬스&뷰티 전문점 매출 추이 및 전망(2017-2026년)

(단위: 백만 홍콩 달러)



자료: Euromonitor International

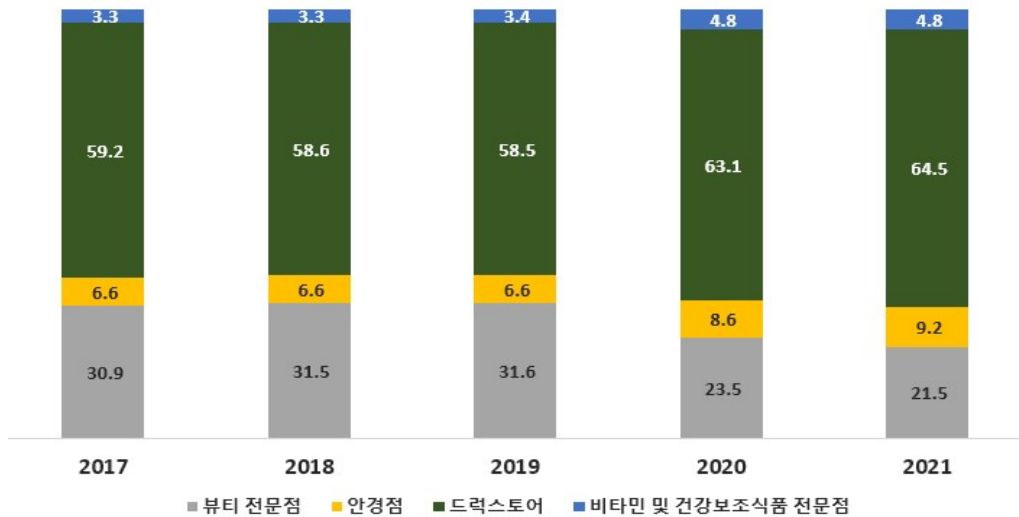
헬스&뷰티 전문점 유형별로 살펴보면, 2021년 드럭스토어가 약 162억 홍콩 달러로 전체 매출의 64.5%를 차지하며 점유율 1위를 기록함. 그 외 뷰티 전문점(21.5%), 안경점(9.2%), 비타민 및 건강보조식품 전문점(4.8%) 순으로 나타남. 2021년 뷰티 전문점은 전년 대비 3.5% 감소한 반면, 안경점(12.3%), 드럭스토어(7.9%) 비타민 및 건강보조식품 전문점(6.2%)은 증가세를 보임

향후 5년간(2022-2026년) 연평균 성장률은 뷰티 전문점(14.1%), 드럭스토어(8.5%), 안경점(5.8%), 비타민 및 건강보조식품 전문점(0.9%) 순으로 전망됨



그림 11 홍콩 헬스&뷰티 전문점 유형별 점유율(2017-2021년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International



그림 12 홍콩 헬스&뷰티 전문점 유형별 시장 규모 및 전망(2022-2026년)

(단위: 백만 홍콩 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	연평균 성장률
전체	31,160	37,278	42,316	46,366	49,157	9.5
1 뷰티 전문점	7,863	10,273	12,177	13,825	15,228	14.1
2 안경점	2,635	2,907	3,161	3,368	3,497	5.8
3 드럭스토어	19,394	22,794	25,652	27,843	29,104	8.5
4 비타민 및 건강보조식품 전문점	1,269	1,304	1,326	1,330	1,328	0.9

자료: Euromonitor International



그림 13

2021년 매출액 기준 헬스&뷰티 전문점 상위 10개 업체 순위

(단위: %)

2021년 매출액 기준 순위		
순위	회사명	2021년 매출액 점유율
1	DFI Retail Group	25.8
2	AS Watson Group	17.5
3	Sa Sa International Holdings Ltd	8.8
4	Veeko International Holdings Ltd	2.4
5	Bonjour Holdings Ltd	2.1
6	Eu Yan Sang International Ltd	1.3
7	China Resources Enterpirse Ltd	1.1
8	Stelux Holdings International Ltd	0.8
9	L'Occitane International SA	0.7
10	Fancl Corp	0.7
합계		61.2

자료: Euromonitor International

2. 슈퍼마켓

2021년 홍콩 슈퍼마켓 매출액은 전년 대비 9.3% 감소한 약 607억 홍콩 달러를 기록함

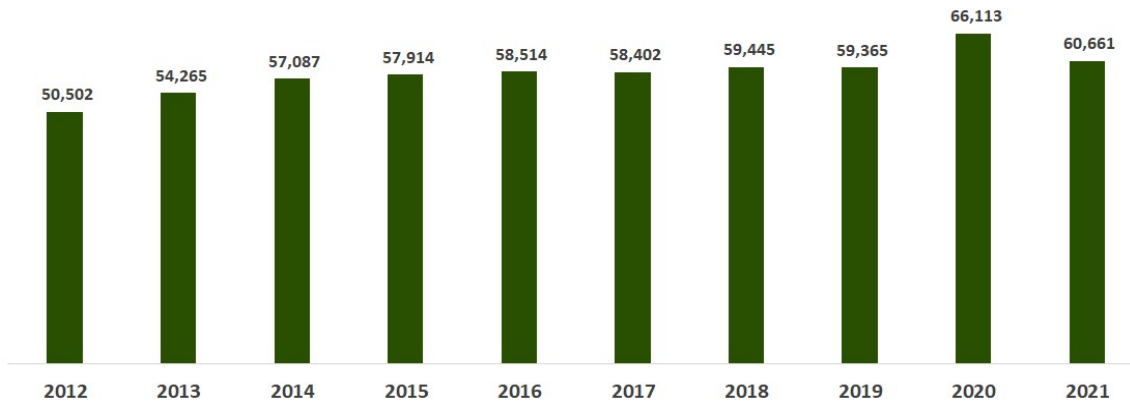
홍콩에는 약 690개 이상의 슈퍼마켓이 있으며 주요 체인점들은 One-Stop Shop의 형태로 신선식품, 베이커리, 테이크아웃 음식 서비스, 유기농 코너 등 포괄적 쇼핑 서비스를 제공하고 있음. 최근에는 고소득층 소비자를 대상으로 한 판매 매장을 확대하는 추세를 보이고 있음



그림 14

홍콩 슈퍼마켓 매출액 추이(2012-2021년)

(단위: 백만 홍콩 달러)



자료: Statista

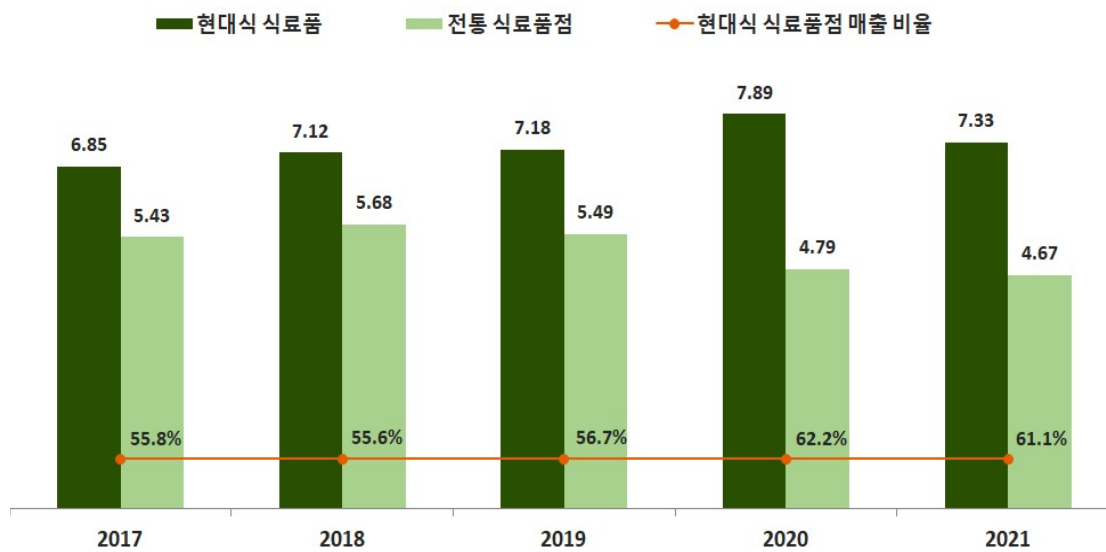
미국 농무부에서 2022년 6월 발간한 홍콩 식음료 소매시장 조사 보고서에 따르면, 식음료 판매처는 슈퍼마켓·백화점을 포함한 현대식 식료품점과 재래식 시장·소규모 상점을 포함하는 전통 시장으로 구분할 수 있음. 2021년 현대식 식료품점의 매출은 약 73억 홍콩 달러로 전체 시장의 61.1%의 점유율을 차지였으며, 전통 식료품점은 약 47억 홍콩 달러를 기록함

신선식품의 경우 근접성, 전통 상점의 육류, 생선 및 농산물이 더 신선하다는 인식, 소량으로 자주 소비하는 성향 등으로 전통 식료품점이 선호되며, 슈퍼마켓은 가공, 냉동, 통조림, 고부가가치 상품 판매에 있어 전통 식료품점보다 우세함. 전통 식료품점 사이의 경쟁이 심화되었으나, 코로나19 이후 소비자들이 위생에 민감해지면서 향후 슈퍼마켓의 점유율은 지속 증가할 것으로 예상됨

- 특히, 슈퍼마켓에서 구입할 수 있는 통조림, 냉장 및 냉동 식품이 현지 소비자들 사이에서 좋은 평가를 받고 있음

그림 15 홍콩 판매처 유형별 식음료 매출액 추이(2017-2021년)

(단위: 십억 홍콩 달러, %)



*주1. 슈퍼마켓/백화점은 슈퍼마켓, 편의점 및 백화점을 포함하며, 소비자에게 편리하고 고품질의 상품을 제공하는 현대식 식료품 매장

**주2. 전통 식료품점은 재래식 시장, 소규모 상점, 베이커리 등 전통 시장을 의미

자료: 미국 농무부

Statista에 따르면, 홍콩 슈퍼마켓 시장은 Wellcome과 ParknShop이 전체 시장의 약 76% 이상을 차지하고 있음. 점포 수 현황을 살펴보면 Wellcome이 280개로 39%의 점유율을 차지하고 있으며, ParknShop(37.6%), U-Select(11.6%), DCH Food Mart(7.4%) 순으로 나타남



그림 16 2021년 홍콩 주요 슈퍼마켓 점포 수 현황


(단위: 개, %)			
순위	회사명	2021년 점포 수	비율
1	Wellcome*	280	39.0
2	ParknShop*	270	37.6
3	U Select	83	11.6
4	DCH Food Mart	53	7.4
5	YATA	12	1.7
6	AEON Stores (HK) Ltd.	12	1.7
7	City' Super	4	0.6
8	APITA (Uny)	4	0.6
합계		718	100.0

*주. 정확하게는 Wellcome 및 ParknShop의 매장 수는 다른 이름과 형식으로 각각 '280개 이상', '270개 이상'임

자료: Statista

주요 오프라인 유통업체: (1) 헬스&뷰티 전문점

1. DFI 리테일 그룹(DFI Retail Group)

		간략 소개 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 1886년 설립되었으며, 슈퍼마켓, 대형 슈퍼마켓, 건강 및 미용 매장, 편의점, 가정용 가구 매장 및 레스토랑에 중점을 둔 소매업을 주로 하고 있음 - 2021년 기준 DFI Retail Group 및 관계사 및 합작 투자사는 10,200개 이상의 매장을 운영하고 있음
유통채널명	DFI Retail Group	본사 소재지 5/F Devon Hse Taikoo Place 979 King's Rd Quarry Bay, Hong Kong SAR 매출액 및 종업원 수 약 270억 달러(2021년 기준, 글로벌 전체 합계) / 약 23만 명	
연락처	+852-2299-1888		
홈페이지	www.dairyfarmgroup.com		
유통채널 업체별 산하 브랜드			

건강 및 미용



- 매닝스, 가디언, GNC 등 3개의 브랜드를 소유하고 있음
- 매닝스는 홍콩, 마카오 및 중국 본토의 건강 및 미용 전문 체인점으로, 지역사회의 의료 전문가로 등록된 약사, 영양사, 미용 컨설턴트 및 건강 고문으로부터 전문적인 조언과 무료 상담을 매장에서 이용할 수 있음

식료품 소매




- 웰컴, 용휘 슈퍼마켓, CS 프레시, 마켓 플레이스, 제이슨, 자이언트, 메르카토 등 15개의 브랜드를 소유하고 있음
- 웰컴은 1945년 설립된 홍콩에서 가장 오래된 슈퍼마켓 체인으로 280개 이상의 매장을 보유하고 있음
- 기타 브랜드는 주로 홍콩을 제외한 중국, 말레이시아, 싱가포르 등의 국가에서 운영 중임

편의점



- 홍콩, 마카오, 광둥성 및 싱가포르에서 약 3,000개의 세븐일레븐 매장을 운영 중임

2. AS 왓슨 그룹(AS Watson Group)

 <p>A member of CK Hutchison Holdings</p>		<p>간략 소개 및 주요 이슈</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세계 최대의 건강 및 미용 소매업체로 소비자가 언제 어디서나 모든 채널에서 쇼핑할 수 있도록 O+O(오프라인 플러스 온라인) 전략을 꾀함 - 12개의 소매 브랜드와 28개의 유통채널을 보유하고 있으며, 아시아와 유럽 전역에 16,300개 이상의 매장 및 온라인몰을 운영 중임
유통채널명	A.S. Watson Group	<p>본사 소재지</p> <p>Watson House, 1-5 Wo Liu Hang Road, Fo Tan, Shatin, N.T., Hong Kong</p> <p>매출액 및 종업원 수</p> <p>약 1,736억 홍콩 달러(2021년 기준, 글로벌 전체 합계) / 약 13만 명</p>
연락처	+852-2606-8833	
홈페이지	www.aswatson.com	
<p>유통채널 업태별 산하 브랜드</p>		

건강 및 미용



- 왓슨스, 크루이드바트, 트렉플레스터, 로스만, 슈퍼드럭, 세이버, 드로가스 등 7개의 브랜드를 소유하고 있음
- 왓슨스는 AS 왓슨 그룹의 대표 건강 및 뷰티 브랜드로 아시아 및 유럽 15개국에서 8,000개 이상의 매장과 1,500개 이상의 약국을 운영 중임
- 기타 브랜드는 네덜란드, 벨기에, 영국 등 유럽 지역 국가들을 중심으로 운영 중임

식품, 전자제품 및 와인



- 팍앤샵, 테이스트, 그레이트, 퓨전, 포트리스, 왓슨스 와인, 팍앤샵 용취 등 7개 브랜드를 소유하고 있음
- 팍앤샵은 홍콩 최고의 슈퍼마켓 체인이자 가장 신뢰받는 브랜드 중 하나로 현재 홍콩과 마카오에서 약 260개의 매장을 운영 중이며, 소비자들에게 일본과 한국에서 직송된 제품을 포함하여 전 세계의 다양한 수입품을 제공하고 있음
- 테이스트는 중상층을 겨냥한 현대적인 매장에 베이커리, 수입 전문 품목, 와인 등을 취급하며 홍콩 내 10개의 매장을 운영 중임

주요 오프라인 유통업체: (2) 슈퍼마켓

1. 웰컴(Wellcome)

		최근 이슈 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 1945년에 설립된 홍콩에서 가장 오래된 슈퍼마켓 체인으로 1964년부터 다국적기업인 Dairy Farm이 100% 소유함 - 홍콩 내 280개 이상의 매장을 운영함 - 소비자 니즈에 맞춰 수입품이나 지역 특산품을 제외한 나머지 품목군에서 Yu Pin King, Meadow 등의 자체 브랜드를 개발하여 판매하고 있음
유통채널명	SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD.	
연락처	+852-3852-0152	본사 소재지
홈페이지	www.wellcome.com.hk	5/F, Devon House, Taikoo Place, 979 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong Island
		매출액 및 종업원 수
		1,247만 달러(2020년 기준) / 약 8,700명

2. 팍앤샵(ParknShop)

		최근 이슈 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 1972년 사우스베이에 PARKnSHOP 1호점 오픈을 시작으로 현재 홍콩과 마카오에서 약 260개의 매장을 운영 중임 - AS Watson Group의 자회사 중 하나임 - O+O(Online and Offline) 형태의 매장을 운영하며, 210개 이상의 매장에서 고객이 온라인 쇼핑 후 매장에서 픽업할 수 있는 '클릭 앤 콜렉트(Click & Collect)' 서비스를 제공하고 있음
유통채널명	PARKNSHOP(HK) LIMITED	
연락처	+852-2606-8838	본사 소재지
홈페이지	www.parknshop.com	10/F Watson Hse1-5 Wo Liu Hang Rd Fo Tan Sha Tin, Hong Kong SAR
		매출액 및 종업원 수
		약 360억 홍콩 달러(글로벌 전체 합계) / 약 18,308명(글로벌 전체)
입점 절차		

※ AS Watson Group(ASW)의 자회사로 ASW를 통해 입점 문의 가능

- 1) 공급자 온라인 등록
 - URL: www.aswatson.com/our-suppliers/becoming-as-watson-suppliers/
- 2) ASW 사전 선택
- 3) 공급자 데이터 제출
- 4) ASW 상업적 선택
- 5) ASW 품질보증(QA) 승인

3. U 셀렉트(U Select)

		최근 이슈 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 국유의 글로벌 소매 체인 기업인 화룬 그룹 산하의 벵가드(Vanguard)에서 운영하는 슈퍼마켓 체인으로 2015년 설립됨 - 홍콩 내 약 67개의 매장을 운영 중이며, 매장에서 판매되는 제품의 약 30%는 로터스, 테스코, 훔플러스 등 해외 슈퍼마켓 체인 제품임
유통채널명	U購Select	매출액 및 종업원 수 -
연락처	+852-2586-3686	
홈페이지	www.uselect.com.hk	

4. DCH 마트(DCH Food Mart)

		최근 이슈 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 1985년 'DCH 푸드마켓' 설립 후 1992년 냉동 식품 전문점 체인을 개발하여 'DCH 푸드마트'로 사명을 변경함 - 2007년 중산층을 위한 양질의 고급 음식을 제공하는 것을 목표로 DCH 푸드마트 디럭스 1호점을 오픈함 - 현재 DCH 푸드마트와 DCH 푸드마트 디럭스는 홍콩 전역에 52개의 매장을 운영 중임
유통채널명	DCH FOOD MART	매출액 약 127억 8,900만 홍콩 달러(2018년 기준)
연락처	+852-2216-8068	
홈페이지	www.dchfoodmartdeluxe.com	

입점 절차

1) 홈페이지를 통한 입점 문의

- 모회사인 DAH CHONG HONG HOLDINGS 홈페이지 내 'Contact' 페이지를 통해 비즈니스 문의 가능

* 문의 분야 > 비즈니스 문의 > 산업군 선택(건강, 식품 등) > 담당자 정보 입력 후 메시지 전송

(www.dch.com.hk/contact-us)

홍콩 식용곤충 가공식품 온라인 유통채널

국제무역청(International Trade Administration)에서 2022년 1월 21일 발행한 '홍콩-국가 상업 가이드'에 따르면, 홍콩은 개인용 컴퓨터(PC), 스마트폰 보급률, 인터넷 사용률이 지속적으로 높은 수준을 유지하는 디지털 도시 중 하나임. 2022년 실시된 조사에 따르면, 홍콩의 201만 가구 이상이 PC를 보유하고 있으며, 이는 홍콩 전체 가구의 75.3%를 차지함. 또한, 10세 이상 인구 중 스마트폰을 보유한 인구는 약 600만 명으로 전체 인구의 99.3%에 달함

이러한 PC 및 스마트폰 사용의 증가로 전자상거래 쇼핑 역시 증가하고 있음. 특히, 2019년 코로나19로 전자상거래가 증가하여 온라인 시장 매출은 2020년 전년 대비 27% 성장함. 2021년 홍콩의 전자상거래 시장 규모는 전년 대비 11.2% 성장한 약 71억 달러로 추산됨

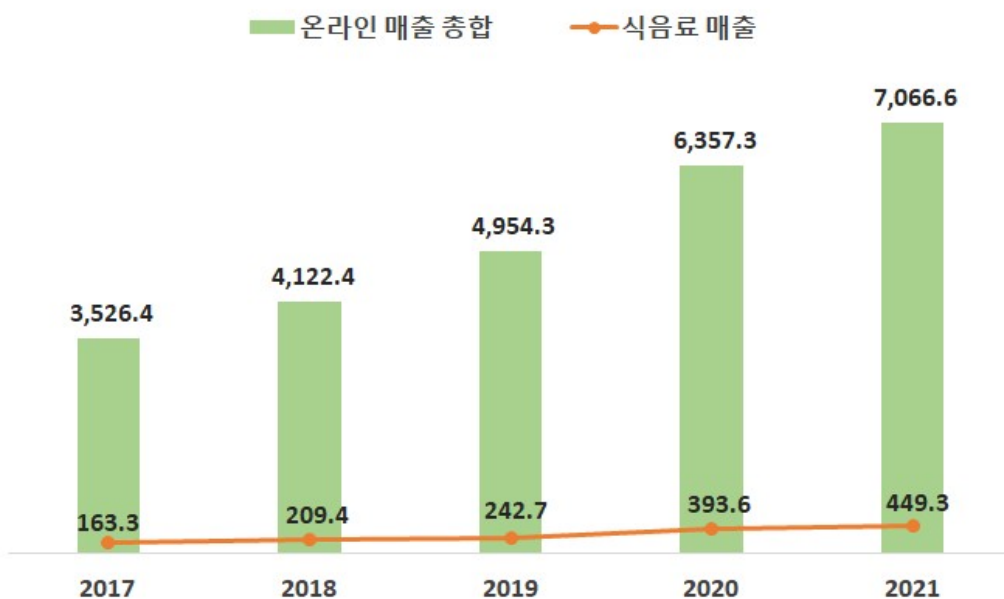
2021년 홍콩 온라인 시장 내 식음료 매출액은 약 4억 5,000만 달러로 전년 대비 14.2% 증가했으며, 전체 시장에서 6.4%의 점유율을 차지함. 최근 5년간(2017-2021년) 온라인 식음료 시장의 연평균 성장률은 29%로 같은 기간 온라인 시장 연평균 성장률(16%)보다 높게 나타남

특히 코로나 이후 보관이 안정적인 포장 제품은 온라인에서 판매가 더욱 활발히 이루어지고 있으며, 부패하기 쉬운 신선식품 및 냉장식품 역시 콜드체인 및 창고 보관을 개선하여 판매가 증가하였음



그림 17 홍콩 온라인 전체 및 식료품 매출액 추이(2017-2021년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

Euromonitor에 따르면 2020년 홍콩 온라인 유통채널 중 HKTV몰이 약 56억 4,000만 달러의 매출액으로 전체의 11.8%를 차지하며 1위를 기록했으며, 이어서 직구몰인 아마존(6.7%), 지마켓(1.5%), 티몰(1.1%) 순으로 나타남

- 홍콩은 수입 절차가 간단하고, 물류 접근성 및 항공 물류 인프라 등의 환경을 잘 갖추고 있어 직구를 통한 구매가 활발한 편임



그림 18

2020년 매출액 기준 홍콩 온라인 유통채널 순위

(단위: 백만 홍콩 달러)

2020년 매출액 기준 순위				
순위	사이트명	매출액	비율(%)	비고
전체 매출액		49,315.0	100.0	
1	HKTVMall(HKTVmall)	5,640.0	11.8	종합 쇼핑몰
2	아마존(Amazon)	3,299.4	6.7	직구몰
3	지마켓(GMarket)	734.9	1.5	직구몰
4	티몰(Tmall)	541.2	1.1	직구몰
5	빅빅샵(Bigbigshop)	107.0	0.2	종합쇼핑몰
6	팍앤샵(PARKnSHOP)	78.6	0.2	자사 온라인몰
7	웰컴(Wellcome)	27.1	0.1	자사 온라인몰
8	기타	38,886.8	78.4	-

자료: Euromonitor International

*주. 2022년 9월 기준 빅빅샵(Bigbigshop)은 씨도(Ztore)와 Neighuy로 통합됨

시밀러웹(SimilarWeb)의 트래픽 분석에 따르면, 2022년 7월부터 9월까지 3개월간 전체 웹사이트 중 평균 트래픽 점유율은 온라인 쇼핑 사이트는 타오바오가 8.8%로 가장 높았으며, 캐러셀(6.8%), HKTV몰(4.8%), 프라이스(4.6%), 아마존(4.3%) 순으로 나타남



그림 19

홍콩 주요 온라인 유통채널 순위(2022년 7-9월 평균 기준)

(단위: %)

2022년 트래픽 점유율 기준 순위			
순위	사이트명	트래픽 점유율	비고
1	타오바오(Taobao)	8.8	직구몰
2	캐러셀(Carousell)	6.8	중고거래 쇼핑몰
3	HKTVMall(HKTVmall)	4.8	종합쇼핑몰
4	프라이스(Price)	4.6	전자제품 쇼핑몰
5	아마존(Amazon)	4.3	직구몰

*주. 트래픽 점유율은 전체 웹사이트 트래픽과 비교하여 분석된 각 도메인(또는 페이지)으로 전송된 트래픽의 예상 비율임

자료: 시밀러웹

주요 온라인 유통업체: (1) 종합 쇼핑몰

1. HKTV몰(HKTVmall)

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 2015년 처음으로 전자상거래 시스템을 선보였으며, 일일 사용자 방문 수가 50만 건 이상인 홍콩 최대의 종합 온라인 쇼핑몰임 - 현재 자체 배송 시스템을 운영하여 상온·냉장·냉동 제품을 동시에 운송이 가능한 350대의 배송 트럭을 보유하고 있으며, 온라인에서 구매한 상품을 매장에서 수령이 가능한 O2O 서비스를 제공함
매출액	183만 홍콩 달러		
연락처	+852-3145-6888	입점 조건 및 비용 관련	1) 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 별도 입점 문의 페이지를 통해 신청서 제출 (mms.hktv.com.hk/mms/#/main/newMerchant) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 중문/영문 회사명, 담당자 연락처 등) ② 제출 서류(홍콩 사업자 등록증, 카탈로그) - 검토 후 담당부서에서 회신
홈페이지	www.hktvmall.com		

2. 씨도(Ztore)

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩 방송국 TVB에서 운영하는 식료품 전문 판매몰로 2016년 설립됨 - 제품을 구매하여 소비자에게 판매하는 형태로 운영됨
유통총액	0.51억 달러 (2021년 기준)		
연락처	+852-5336-0757	입점 조건 및 비용 관련	1) 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 'Be Our Supplier' 페이지를 통해 입점 문의서 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급제품 정보(카테고리, 주요 제품, 견적서) ② 공급자 정보(공급자 이름, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ③ 참고자료(홈페이지 주소) - 검토 후 구매부서에서 회신
홈페이지	www.ztore.com		



3. Neigbuy

			<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 설립된 Ztore 산하의 공동구매 플랫폼임 - 단기간 내 상품 매출을 극대화할 수 있는 플래시 판매(Flash Sale) 행사를 통해 제품을 판매하고, 주문 수량에 따라 공급자로부터 상품을 공급받아 전달하는 형태로 운영됨
유통총액	10.8억 달러 (2021년 기준)		
연락처	sourcing @neigbuy.com	입점 조건 및 비용 관련	1) 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 'Cooperation' 페이지를 통해 신청서 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급제품 정보(카테고리, 견적서) ③ 참고자료(홈페이지 주소, 기타 상품 정보)
홈페이지	www.neigbuy.com		<ul style="list-style-type: none"> - 검토 후 담당부서에서 회신

주요 온라인 유통업체: (2) 헬스&뷰티 전문 온라인 플랫폼

2020년 코로나19의 영향으로 컨슈머 헬스 분야에서도 비타민, 건강 보조식품, 체중관리 및 웰빙과 같은 품목이 전자상거래 소비 증가를 주도함
 - 2020년 많은 비타민 및 건강보조식품 브랜드들이 온라인몰을 개설하여 자체 채널을 통한 판매를 유도하고 있음

1. 매닝스(mannings)

		특징	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에서 구매 후 홍콩 내 250개 매장에서 직접 수령이 가능함 - 왓츠업을 통해 매닝스 의사와 상담할 수 있는 서비스를 제공하고 있음
유통채널명	mannings	품목	건강, 뷰티, 퍼스널 케어, 헤어, 유아용품, 식품, 애완용품 등
홈페이지	www.mannings.com.hk		
관련 제품 동향			
			
<p>- 식용곤충 가공식품은 판매하고 있지 않으며, 성인 건강보조식품 카테고리에 일부 단백질 고함량 제품을 판매 중임</p>			

2. 왓슨스(Watsons)

		특징	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에서 구매 후 홍콩 내 160개 매장에서 직접 수령이 가능하며, 30분 이내 배송되는 왓슨스 익스프레스 서비스를 제공함
유통채널명	Watsons	품목	건강, 뷰티, 피부 관리, 유아용품, 식품, 애완용품, 생활용품 등
홈페이지	www.watsons.com.hk		
관련 제품 동향			
			
<p>- 식용곤충 가공식품은 판매하고 있지 않으며, 주로 식이조절용 단백질 파우더 제품을 판매 중임</p>			

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수입신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
 - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식 통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
 - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
 - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
 - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세 환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수

- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐

- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상 일치 여부를 확인함
- 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

수입 통관 절차 - 수입 전 준비

수입 및
유통업체 등록

- 홍콩 식품 환경 위생부(이하 'FEHD')와 식품안전센터(이하 'CFS')는 홍콩으로 수입되는 가공식품에 대해 별도의 수입허가와 필수적인 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음
- 다만, 홍콩으로 가공식품을 반입하기 위해서는 수입자가 현지 보건 당국에 식품 수입 및 유통업체등록을 해야 하며, 수출국의 보건 당국으로부터 발행된 위생증명서를 요청해야 함

라벨 제작

- 홍콩 CFS는 자국 내 소비자에게 균형 잡힌 식단을 장려할 수 있도록 홍콩에서 판매되는 모든 포장 식품에 대해 일정 기준에 따라 영양표기를 하도록 규제하고 있음
- 식품의 겉면에 열량 및 아래의 정보를 식별 용이하고 오인하지 않도록 표시하거나 라벨을 부착해야 하며, 기타 영양소가 포함되어 있다면 반드시 함량을 표기해야 함
- 라벨 필수 기재 항목은 영문과 중문 모두 가능하며 아래와 같음

〈라벨 필수 기재 항목〉

- 제품명
- 원재료 배합표
- 유통기한
- 보관방법 또는 사용방법에 대한 설명
- 제조업체 또는 포장업체의 이름 및 주소
- 수량, 중량 또는 부피
- 100g/ml당 영양성분

〈함량 표기 의무 성분〉

- protein
- available carbohydrates
- total fat
- saturated fatty acids
- trans fatty acids
- sodium
- sugars

식품 내
미네랄 오일
함유 규제

- 홍콩으로 수입되어 유통 및 판매되는 식품에 함유될 수 있는 미네랄 오일을 금지함으로써 대중의 안전을 도모하기 위함
- 미네랄 오일이란, 액체 또는 반액체, 고체 상태의 모든 탄화수소 제품으로 광물성 물질에서 파생된 액체 파라핀, 화이트 오일, 석유 젤리 및 경질 파라핀을 포함하며, 특정 경우를 제외하고는 사람 섭취용의 식품이나 재료에 미네랄 오일 사용이 금지됨

적하목록
제출

- 수입자는 적하목록을 입항일로부터 14일 이내 홍콩 해관에 제출해야 함

수입 통관 절차 - 수입 신고

전자 신고

수입자는 홍콩 정부가 지정한 서비스 업체를 통해 수입신고서를 입항일로부터 14일 이내 홍콩 해관에 제출해야 하며, 식품당 0.2 홍콩 달러의 비용을 지불해야 함

〈홍콩 정부가 지정한 수입신고 서비스 업체〉

- Brio Electronic Commerce Limited
- Global e-Trading Service Limited
- Tradelink Electronic Commerce Limited

〈수입신고 시 제출 서류〉

- | | |
|---------------|----------------------------|
| · 수입허가증(필요 시) | · 상업송장(Commercial Invoice) |
| · 선하증권(B/L) | · 포장명세서(Packing list) |
| · 수출계약서 | · 성분분석표(필요 시) |
| · 세관신고서 | · 원산지 증명서(필요 시) |
| · 외환거래양식 | |

검사 및 검역

홍콩 해관의 검사 또는 검역의 비율은 매우 낮으나, 물품명·HS Code에 따라 수입 화물의 일부 물품을 임의로 추출하여 현장 검사를 진행함

검사 및 검역은 홍콩 해관에 의해 진행되며 고위험 식품 생선 및 수산물, 냉동육류, 가금류, 달걀, 유제품, 냉동 당과류 등으로 상하기 쉬운 식품류에 대해서는 식품안전센터에서 검사를 임의로 실시할 수 있음

식품의 경우 식품 품질 확인이 가능한 수출국의 위생증명서를 사전에 수출입서비스를 통하여 온라인으로 제출하여 신속한 통관이 가능함

(1) 전자 사전검사

현장 검사 비율이 매우 낮고 운송 수단별로 화물정보 제공 시스템을 구축하고 있음

화물이 홍콩으로 반입되기 전에 물품에 대한 정보를 사전에 입수하여 위험성이 낮은 화물에 대해선 신속 통관이 이루어질 수 있도록 함

(2) 검역

제품을 수입하는 업체는 수입품이 홍콩의 법률을 준수하는지 보장할 책임이 있으며, 식품 수입 절차에 주의하여야 함

관세 및
제세 납부

홍콩은 자유무역항으로 주류 및 담배 등을 제외한 일반 수출입 화물에 대한 관세 및 기타 제세가 부과되지 않음

물품 반출

관세가 적정하게 납부되고 검사 및 검역이 완료된 물품은 지정 기간 내 물품을 반출해야 함

02 인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 필수)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썹 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원³⁾에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨.

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품·축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

3) 한국식품안전관리인증원 <https://www.haccp.or.kr/>

1) 식품

- 식품 제조·가공업, 식품 제조·가공업(운반급식), 식품 제조·가공업(주류 제조)
- 즉석판매 제조·가공업
- 식품첨가물 제조업
- 건강기능식품 제조업
- 식품 소분·판매업(식품소분업, 기타 식품 판매업)
- 식품 냉동·냉장업 등

2) 축산품

- 식육포장처리업
- 축산물 가공·보관·운반·판매업
- 가축 사육업
- 사료 제조업 등

3. 인증 절차⁴⁾

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성



2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성



3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가



4. 식품 안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품 안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악



5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

4) 식품제조업체 HACCP 적용절차
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
 - 식품인 경우 전 품목, 전 업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
 - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록등 사본
- 영업신고필증
 - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
 - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
 - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
 - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
 - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무 적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무

적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타 수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
 - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50% 이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
 - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50% 이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
 - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
 - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념 혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한함
- 코코아 가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유당면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면
 - 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
 - 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
 - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무 적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억 원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

라벨링 제도

 그림 19 홍콩 라벨링

적용 규제	Public Health and Municipal Services Ordinance (Cap. 132)의 Part V와 Part VA 및 Food and Drugs(Composition and Labelling) Regulation Cap.132W를 따름	
세부 규정	Food and Drugs(Composition and Labelling) Regulations	
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 성분목록 - 유통기한 표기 - 저장 조건 및 사용 방법 - 제조업체명, 포장업체명, 주소 표기 - 수량, 무게, 부피 - 적절한 언어 - 알레르기 유발성분 관련 - 식품첨가물 관련
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> - 포장식품은 식품의 이름 또는 명칭을 명료하게 표기 - 포장된 식품은 성분목록을 읽기 쉽게 표기 또는 라벨링 하되, "Ingredients", "Composition", "Contents" 또는 유사한 의미를 가진 단어로 표기
	성분목록	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 내 함유된 각 성분(물은 식품 전체 부피의 5% 보다 적게 차지할 경우는 제외)은 식품 포장 당시 무게 또는 부피가 큰 것에서 작은 순으로 열거 - 식품에 사용된 성분이 응집 또는 탈수 형태이거나, 식품 조제과정에서 재구성될 경우 식품성분표기 순서는 응집 또는 탈수 이전의 무게 또는 부피로 기재 - 포장식품은 적절한 유통기한을 지칭할 수 있는 읽기 쉬운 표기 또는 라벨링을 해야함
	유통기한 표기	<ul style="list-style-type: none"> - 영문 "Best before"와 중문 "此日期前最佳(차일기전 최가)" 표기에 이어 유효날짜를 표기하되 날짜는 적절한 식품 저장을 전제로 무리 없이 뚜렷한 가치를 존속할 수 있는 기간을 의미 - 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	라벨 표기사항 (가이드)	저장 조건 및 사용 방법	- 포장된 식품에 특별한 저장 조건이 요구될 시 그 같은 조건을 읽기 가능하게 표기하거나 라벨링에 기술
		제조업체명, 포장업체명, 주소 표기	- 포장식품은 표기 및 라벨링에 제조업자 또는 포장업자의 업체명, 사업명과 주소 또는 자세한 거주지 또는 주요 사무실 명시
		수량, 무게, 부피	- 포장식품에 명확하게 수량, 총 무게 또는 총 부피를 표기 또는 라벨링
		적절한 언어	- 포장식품의 표기 및 라벨링은 영문 또는 중문으로 표기하거나 공용 가능 - 식품 표기 및 라벨링에 영문, 중문이 함께 사용되었을 경우 성분목록 또한 영문, 중문으로 같이 표기 - 당국에서 특정한 사안에 대해 요구하지 않는 이상, 제조국가의 국가적인 또는 전통적인 음식이거나, 타 국가에서는 일반적으로 생산되지 않은 식품의 경우 표기 및 라벨링은 동 법령에 준하여 생산 원산지 국가의 언어로 표기 가능
		알레르기 유발성분 관련	- 일부 특수 알레르기는 건강에 치명적일 수 있으므로, 식품 안전을 위해 알레르기를 유발할 수 있는 성분에 대해 라벨링을 하도록 규정 - 글루텐을 함유한 곡물(밀, 호밀, 보리, 귀리 또는 이들의 교배종이나 부산물)을 포함하는 곡류, 감각류 및 그 산물, 난류 및 그 산물, 어류 및 그 산물, 땅콩, 대두 및 그 산물, 우유 및 그 산물(락토오스 포함), 견과류 및 그 산물
식품 첨가물 관련	- 일부 방부제, 색소 등 식품 첨가물의 남용이 건강을 해칠 수 있다는 이유로 식품 제조 과정에서 사용된 식품 첨가물 종류를 라벨링 하도록 규정		

자료: 농식품수출정보(KATI)

GMO 라벨 표기 규제

홍콩 식약청에서는 유전자조작식품에 대한 국제적인 표시 기준이 없는 점을 감안하여 자국민 보호를 위하여 유전자조작식품에 대한 라벨 표기 규제를 실시함

사전 평가제도를 도입하고 있으며 유전자조작 식품첨가물이 3% 이상이면 의무적으로 라벨 표기를 해야 함

Positive Label 방법

GMO 재료가 5% 이상 포함된 모든 식품은 성분 기재란에 “genetically modified” 문구를 표시하여야 함. 이때 표시는 다음과 같은 2가지 방법으로 기재할 수 있으며 글자 크기는 성분명과 동일하여야 함

- soya beans(genetically modified)
- soya flour*, water, sugar, butter, and walnut

*genetically modified

만약, 특정 성분이 유전자 조작을 통해 다른 특성을 갖는 경우에는 관련 사실을 표기하여야 함

- soya bean(genetically modified to contain high oleic acid)

또한, 식품 또는 식품 일부 성분에 동물 유전자가 함유된 경우 관련 사실을 표기하여야 함

- water, sugar, soya bean(genetically modified, contains gene(s) from A)

Negative Label 방법

“GM free” 및 이와 유사한 라벨은 소비자가 해당 식품은 GMO가 일체 포함되어 있지 않다고 혼동할 수 있음에 따라, 의도하지 않는 GMO 성분이 함유될 가능성이 있다면 위와 같은 단어 사용은 최대한 지양하여야 함

이에 홍콩 식약청에서는 업체가 GMO 성분을 5% 이하로 함유한 식품에 대해 “GM free” 및 이와 유사한 라벨 이외의 다른 방식으로 Negative labelling 방식을 적용하려는 경우 이를 증명할 수 있는 서류를 구비하는 것을 권고하고 있음

04 위생 요건

식품 첨가물 규정

홍콩의 식품 첨가물 규제는 식품안전센터(Centre for Food Safety, 食品安全中心)에서 제공하는 식품법률 및 지침(Food Legislation/Guidelines) 내 식품 첨가물과 관련된 네 가지 규정이 있음

홍콩 식품 첨가물 관련 규정은 KATI농식품수출정보(www.kati.net)에 접속하여 '식품 첨가물/유해물질 > 홍콩 > 식품 유형 > 농산가공식품류 > 기타 농산가공품'을 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음

KATI에서 기타 농산가공품의 식품 첨가물 관련 규정을 검색한 결과, 총 202건의 물질과 관련 기준이 검색됨



그림 20 농산가공품에 적용되는 식품 첨가물 규정 예시

순번	유해물질명	식품 유형	잔류허용 기준
1	benzoic acid		500ppm
2	butylated hydroxy anisole (bha)		200ppm
3	butylated hydroxy toluene (bht)		200ppm
4	methyl para-hydroxybenzoate	수프 및 브로스 믹스(예: 부운분말 및 큐브, 분말 및 농축 수프, 스톡 큐브 및 분말)	175ppm
5	propyl gallate		200ppm
6	sorbic acid		500ppm
7	tert-butyl hydroquinone (tbhq) ; tertiary butyl hydroquinone		200ppm
8	benzoic acid	14.1 스낵-감자, 곡물, 밀가루 및 전분 기반(부리 및 줄기(괴경), 콩류 및 콩과식물로부터): 플레인 및 조미 스낵(예: 감자칩, 팝콘 및 조미 크래커), 식품 유형 7.1.2 및 그 하위식품 유형의 플레인 크래커 제외(해당될 경우)	1000ppm
9	butylated hydroxy anisole (bha)		200ppm
10	butylated hydroxy toluene (bht)		200ppm

자료: KATI농식품수출정보

유해물질

식품안전센터에서 제공하는 식품법률 및 지침(Food Legislation/Guidelines) 안에 유해물질과 관련한 두 가지 규정이 있음



그림 21 농산가공품에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	식품 유형	잔류허용 기준
1	Symphytum(comfrey)	모든 식품	불검출
2	Aflatoxin	모든 식품(땅콩 및 땅콩가공품 제외)	15 μ g/kg
3	melamine	기타 모든 식품(우유, 영유아용, 임산·수유부용 식품 유형 제외)	2.5mg/kg
4	avoparcin	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
5	chloramphenicol	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
6	clenbuterol	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
7	dienoestrol ((e,e)-4,4'-(diethylideneethylene) diphenol) including salts and esters thereof	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
8	diethylstilboestrol ((e)- $\alpha\beta$ -diethylstilbene-4,4'-diol) including salts and esters thereof	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
9	hexoestrol (meso-4,4'-(1,2-diethylene) diphenol) including salts and esters thereof	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
10	malachite Green and its salts	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	식품 kg당 0 μ g (malachite green과 leucomalachite green의 합)

*주1. 불검출: 해당 품목에서의 검출이 허용되지 않음

자료: KATI농식품수출정보

V

시사점



01 수출 확대 방안

시장 특징 및 소비 트렌드

(시장 규모) 홍콩 건강기능식품 판매액은 코로나19의 영향으로 2020년 전년 대비 -37.7%로 크게 감소하였으나, 포스트코로나 시대를 맞이하여 예방적 조치로 보충제를 섭취하는 등 건강기능식품 판매가 증가할 것으로 전망됨

- 향후 5년간 연평균 10.5% 성장하여 2026년 약 68억 7,880만 홍콩 달러를 기록할 것으로 전망됨

(수출입 통계) 글로벌 식용곤충 최대 수입국은 태국(45.7%)이며, 다음으로 미국(17.7%), 루마니아(7%), 프랑스(7%), 일본(5.7%) 순서임. 한국과 홍콩은 식용곤충 식품 수입은 없음

- 식용곤충 식품 HS 코드는 2022년에 신설되었으며, 홍콩은 아직 수입 실적이 없으며 한국은 아직 수출 실적이 없음

(소비 트렌드) 코로나19 예방을 위해 면역력 증진 식품과 최근 스포츠와 레저활동 증가로 단백질에 대한 수요가 증가 추세임. 특히, 체중 관리에 신경을 쓰는 소비자 비중이 늘어나면서 닭가슴살 수요가 증가하였으며, 향후 단백질 음료, 파워드링크, 영양보충제 등의 수요가 증가할 것으로 전망됨

- 고단백 식품인 곤충 식품 역시 간편한 섭취와 육류대체품, 열량이 낮은 고단백 에너지바, 건강스낵 등으로의 수요가 예상됨.
- 홍콩에서 고단백인 닭가슴살의 수요가 증가하면서 개별포장된 한국 제품이 인기를 끌고 있으므로, 곤충식품도 고단백 식품으로 개별포장 형태로 함께 수출을 시도할 필요가 있음

유통채널

식용곤충 가공식품은 홍콩의 컨슈머헬스 시장 점유율이 높은 헬스&뷰티 전문점(전체 비중의 64.1%)과 시장 점유율이 상승 추세에 있는 온라인, 슈퍼마켓을 공략할 필요가 있음

- 헬스&뷰티 전문점 중 매출 비중이 높은 드럭스토어(전체 매출의 64.5%, 연평균 성장률 8.5%)와 향후 5년간 연평균 성장률이 높은 뷰티 전문점(전체 매출의 14.1% 차지, 연평균 성장률 14.1%)에 관심이 필요함. 예) DFI Retail Group, AS Watson Group 등

- 홍콩 슈퍼마켓은 고소득층 소비자 대상으로 한 판매 매장을 확대하는 추세이며, 코로나19 이후 소비자들이 위생에 민감해지면서 전통 식료품점보다 현대식 식료품점으로의 입점이 필요해 보임. 예) Wellcome, ParknShop
- PC와 스마트폰 보급·사용 확대로 온라인 시장이 확대되고 있으며, 온라인 식음료 시장의 연평균 성장률은 29%로 전체 온라인 시장 연평균 성장률(0.6%)보다 높음

드럭스토어, 뷰티 전문점 등 헬스&뷰티 전문점, 현대식 식료품점인 슈퍼마켓을 통해 식용곤충 가공식품을 접하게 하면서, 판매가 용이한 온라인 시장을 통해 재구매가 이루어지게 해야 함

- 홍콩은 수입 절차가 간단하고, 물류 접근성 및 항공 물류 인프라 등 환경을 잘 갖추고 있어 직구 구매가 활발함. 예) 온라인 쇼핑몰 타오바오, HKTV몰

통관 및 검역

(통관 및 검역) 홍콩은 수입 가공식품에 대해 별도의 수입허가와 필수적인 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 홍콩 수입자가 현지 보건당국에 식품 수입 및 유통업체 등록을 하고 수출국의 보건당국으로부터 발행된 위생증명서를 요청해야 함

- 모든 포장식품에 일정 기준에 따라 영양표기 규제
- 식품 내 미네랄 오일 함유 규제
 - ※ 미네랄 오일이란, 액체 또는 반액체, 고체 상태의 모든 탄화수소제품으로 광물성 물질에서 파생된 액체 파라핀, 화이트 오일, 석유 젤리 및 경질 파라틴을 포함함
- 수입자는 입항일로부터 14일 이내 홍콩해관에 수입신고서 제출, 식품당 0.2홍콩 달러를 지불함
- 수출국의 위생증명서를 사전에 수출입서비스를 통해 온라인으로 제출하여 신속한 통관 가능

(인증) HACCP 인증은 필수이며, GMO 라벨 표기는 Positive Label 방식으로 표기해야 함

- 홍콩은 유전자조작 식품첨가물이 3% 이상, GMO 재료가 5% 이상 포함된 모든 식품은 성분 기재란에 “genetically modified” 문구 표시
- “GM free”와 같은 Negative Label 방식은 최대한 지양해야 하며, 적용하려는 경우 이를 증명할 수 있는 서류를 구비하는 것을 권고하고 있음

(위생 요건) 홍콩의 식품 첨가물 규제와 유해물질 규제는 식품법률 및 지침 내 식품 첨가물과 관련된 네 가지 규정, 유해물질과 관련된 두 가지 규정이 있음. 홍콩의 식품안전센터에서 제공하는 식품법률 및 지침 내 “기타 농산가공품에 적용되는 식품 첨가물”과 “유해물질” 기준을 확인하는 것이 필요함

수출 확대 방안

홍콩은 식품의 수입 의존도가 높은 편이어서 비교적 수출입 규제가 심하지 않는 특징을 지니고 있어 국제적 시험무대로 평가받는 국가임. 식용곤충 가공식품이 홍콩으로 수출한 실적이 없기 때문에 홍콩 식약청이 정하는 수입 통관 절차, 인증 및 라벨, 식품 첨가물 및 유해물질 규정 등을 원활하게 확인하고 검증하기 위해서는 홍콩 현지 수입업자를 통해 확인 및 협업이 필요해 보임

육류대체식품에 대한 국제 사회적 관심이 높은 편이며 홍콩의 젊은 소비자를 중심으로 체중관리 및 단백질 식품에 대한 관심이 확대되고 있어 식용곤충 가공식품의 수출 가능성은 높다고 판단됨. 다만, 식용곤충이 고단백 식품이기는 하나 혐오식품으로 오인을 받을 수 있어 수입업자를 통해 맛과 품질에 대한 검증이 필요해 보임

- 식용곤충이 들어간 분말 누룽지 제품은 건강스낵으로, 고단백 셰이크 제품은 건강 및 체중 관리에 관심이 많은 20~30대 소비자를 우선 홍보 대상으로 하는 게 바람직함
- K-POP, K-culture 파급력과 더불어 딸기, 포도, 배, 라면 등 한국 농식품 수출이 확장되고 있는 상황에서 홍콩 수입업체를 통해 한국 건강보조식품을 적극 홍보할 필요가 있음

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Statista
3. USDA, Agricultural Trade Office, Hong Kong
4. 대외경제정책연구원(KIEP)
5. ITA(International Trade Administration)
6. Mordor Intelligence
7. Similarweb

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Health and beauty Specialist Retailers in Hong Kong, China", 2022.03
2. Euromonitor International, "Consumer Health in Hong kong, China", 2021.10
3. 한국농수산물유통공사, "2022 홍콩 수출정보 심층조사 보고서", 2022.11

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 01

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.