

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-12
품목 | 막걸리(Makgeolli)
HS CODE | 2206.00-2030
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 중국 알코올 음료 시장규모	06
2. 중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모	07
3. 중국 막걸리 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '리큐어' 및 '브랜드' 인기 경쟁제품	11
2. '예거마이스터' 등 해외 브랜드 인기	12
3. '병' 패키징, '700ml' 중량 다수	13
4. '여성을 위한' 문구로 제품 강조	14

IV. 유통채널

1. 중국 막걸리 유통채널 점유율	16
2. 중국 막걸리 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 중국 막걸리 통관 및 검역 절차	30
2. 중국 막걸리 품질 인증	33
3. 중국 막걸리 손해 배상	35
4. 중국 막걸리 라벨링	37
5. 중국 막걸리 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 북경흠성시대국제무역유한공사 (北京鑫盛时代国际贸易有限公司)	48
2. 대련합아국제무역유한공사 (大连合亚国际贸易有限公司)	51
3. 상해미객주업유한공사 (上海米客酒业有限公司)	54

VII. 시사점

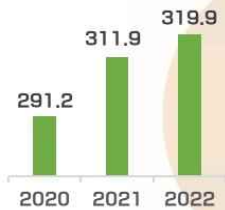
1. 시사점	57
--------	----

※ 참고문헌	59
--------	----

시장 현황

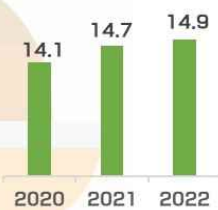
알코올 음료 시장규모

단위: 십억 달러



사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모

단위: 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2206.60 기준)

단위: 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 중국 온라인 쇼핑을 199건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본 세율 7.5%
소비세 10%
증치세 13%

사전 준비
중국 해관 고유번호 발급
품질감독검사검역총국
수출업체 등록 必

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
중국어 표기 必
제품명, 용량 및 규격, 날짜 표시, 생산자, 증개 판매자의 명칭, 주소, 연락처, 보관 조건, 원산지 표기, %vol 단위로 알코올 함량, 음주 경고 문구 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



大连合亚国际贸易有限公司

上海米客酒业有限公司
米酒及相关产品

Point 01.

고객사 제품 보관 중국의 냉장 및 냉동 유통은 발달하지 않아 유통 단계에서는 상온으로 보관함
중국 내 배송 재고가 있을 경우, 중국 전역에 최대 10일 내로 배송이 가능함
아스파탐 대체 성분 아스파탐의 발암 물질 이슈 이후, 대다수의 주류 제품에 아스파탐을 제외하고 있으므로 경쟁력으로 작용하지 않음

Point 02.

제품 가격 피드백 고객사 맥걸리는 중국 시장에서 판매되고 있는 맥걸리 제품 대비 매우 비싼 수준임
제품 적정 마케팅 오프라인 및 온라인 마케팅 병행 권장함. 특히, 오프라인에서는 시음 행사 등을 통해 소비자들의 제품 경험을 제고해야 함
제품 적정 유통채널 오프라인 및 온라인 유통채널을 모두 활용 권장, 그러나 일용 소비재만큼 오프라인 슈퍼마켓을 중심으로 유통하는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 중국 알코올 음료 시장규모
2. 중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모
3. 중국 막걸리 수입규모

1. 중국 알코올 음료 시장규모

중국 국가 일반 정보¹⁾

면적	960만 km ²
인구	14억 1,175만 명
GDP	18조 321억 달러
GDP (1인당)	1만 2,970달러

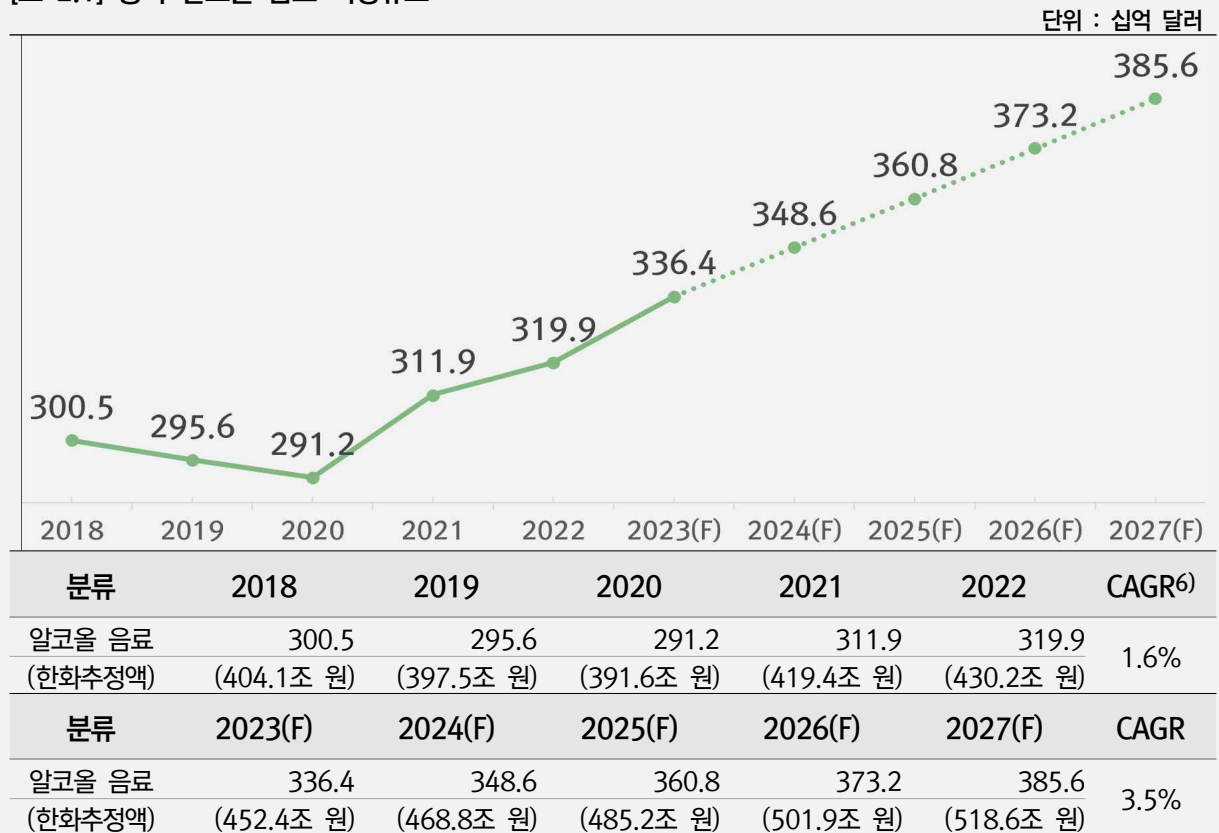
▶ 중국 알코올 음료 시장규모 430.2조 원, 연평균 1.6% 성장

2022년 기준 중국 알코올 음료 시장규모는 430.2조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 408.6조 원의 시장규모를 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 1.6%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 7.1%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ 중국 알코올 음료 시장규모, 향후 5년간 3.5%씩 성장 예상

중국 알코올 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.5%씩 성장하여 2027년 518.6조 원을 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 중국 알코올 음료 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」
- 2) 조사제품 '막걸리'의 특징을 기준으로 '사이다, 페리 및 쌀 와인'의 시장규모와 상위품목인 '알코올 음료'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Alcoholic Drinks_China」, 2023.08
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모

- ▶ **중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모 20.1조 원, 연평균 1.5% 성장**
2022년 기준 중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모는 20.1조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 19.2조 원의 규모를 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 1.5%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 4.5%의 비교적 높은 성장률을 기록함
- ▶ **중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모, 향후 5년간 2.8%씩 성장 예상**
중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.8%씩 성장하여 2027년 23.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 중국의 막걸리 수입규모는 일본과 미국에 이어 3위를 차지함. ‘국순당’, ‘지평주조’ 등 한국 막걸리 제조기업은 수출 확대를 목표로 수출용 살균 막걸리 및 살균 탁주 신제품 등을 개발함⁷⁾

[표 2.2] 중국 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모⁸⁾⁹⁾



7) 자료: 데일리안, ‘해워서 활로 찾는 막걸리, 4년 새 수출 24%↑’, 2023.08

8) 자료: 스탯스타(Statista), 「Cider, Perry & Rice Wine_China」, 2023.08

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 막걸리 수입규모

막걸리 HS CODE

해당 장에서 막걸리는 HS CODE 2206.00으로 분류. HS CODE 제2206호의 품명은 그 밖의 발효주, 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물, HS CODE 2206.00-2030의 품명은 탁주로 확인

▶ 2018-22년 중국 HS CODE 2206.00 對글로벌 연평균성장률 24.5%

중국 HS CODE 2206.00 품목인 막걸리의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균 24.5% 증가하면서 2022년도에는 1,438억 원을 기록함. 지난 5년간 연평균 24.5% 증가한데 비해, 2019년과 2021년에는 전년 대비 각각 36.0%, 59.6%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 중국 내 HS CODE 2206.00 품목 수입, 한국산 상위 3위

최근 5년(2018-22년)간 중국 내 막걸리의 對한국 수입규모는 2022년 기준 수입국 상위 3위를 차지함. 1위국 일본(1,252억 원, 87%)은 연평균성장률 27.7%를 기록했고, 2위국 덴마크(112억 원, 8%)는 연평균 58.0% 증가함. 3위국 한국(30억 원, 2%)은 연평균 2.3% 증가하였고, 4위국 오스트리아(6억 원, 0.4%)는 연평균 54.3% 성장함

[표 2.3] 중국 HS CODE 2206.00 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '리큐어' 및 '브랜드' 인기 경쟁제품
2. '예거마이스터' 등 해외 브랜드 인기
3. '병' 패키징, '700ml' 중량 다수
4. '여성을 위한' 문구로 제품 강조

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 중국 온라인매장 입점 막걸리

- 데이터 수집 키워드 : 막걸리(米酒)
- 데이터 수집량 : 199건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰 징동(京东)

▶ 중국 온라인매장 입점 막걸리 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁제품	리큐어	力娇酒	112	와인	甜酒	26
	브랜드	白兰地	65	보드카	伏特加	26
	막걸리	米酒	63	땅콩 막걸리	花生米酒	21
	양주	洋酒	45	밤 막걸리	板栗米酒	21
	위스키	威士忌	36	옥수수 막걸리	玉米米酒	21
경쟁브랜드	예거마이스터	野格	208	주시락	酒时乐	10
	마르텔	马爹利	109	볼스	波士	8
	베일리스	百利	59	마틴베이커	马丁巴克	6
	패스트 킹	莎堡皇	54	루브스키	卢布斯基	5
	바디넷	必得利	50	잭다니엘	杰克丹尼	5
패키징	700ml	700ml	187	200ml	200ml	41
	500ml	500ml	168	1,000ml	1000ml	17
	750ml	750ml	148	350ml	350ml	8
	병	瓶	140	50ml	50ml	7
홍보문구	독일산	德国	79	옥수수	玉米	29
	프랑스산	法国	63	달콤한 술	甜酒微	21
	여성을 위한	女士	42	네덜란드산	荷兰	20
	한국산	韩国	42	커피맛	咖啡	18
	밤	板栗	35	사과	苹果	17
	딸기	草莓	35	체리	樱桃	13
	땅콩	花生	29	오렌지	橙	9

1. '리큐어' 및 '브랜드', 인기 경쟁제품

▶ '리큐어', 중국 막걸리 경쟁제품으로 빈도수 최다

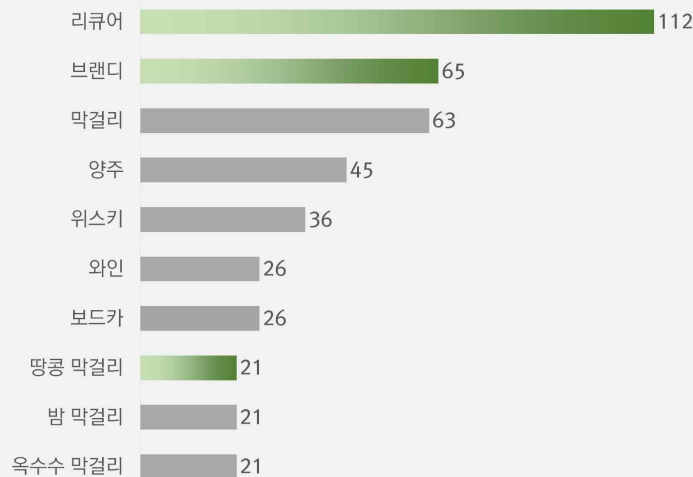
- '리큐어' 키워드 112건, 뒤이어 '브랜드' 65건 확인됨
- '리큐어'는 실제 온라인 몰에서 검색된 제품 확인 결과 '스피어민트', '아마레토', '커피', '와인', '오렌지' 등 다양한 베이스의 제품 판매 중임
- '막걸리' 키워드 빈도수도 높은 것으로 보아 인기 제품으로 확인됨

▶ 중국 막걸리 경쟁제품, 해외 주류 대다수

- 빈도수가 가장 많은 '리큐어', '브랜드' 외에도 '양주', '위스키', '와인', '보드카' 등 외국 주류 관련 키워드 다수 도출됨
- '땅콩', '밤', '옥수수' 등을 첨가한 한국산 막걸리 제품도 판매 중인 것으로 확인됨

리큐어		브랜드		땅콩 막걸리	
					
제품명	양주 스피어민트 리큐어 (洋酒 绿薄荷 力娇酒)	제품명	VS 코냑(VS 干邑白兰地酒)	제품명	톡쏘는 땅콩동동
브랜드	바디넷(必得利)	브랜드	마르텔(马爹利)	브랜드	주시락
중량	700ml	중량	700ml	중량	750ml
가격	59.00위안(10,872원 ¹²⁾)	가격	249.00위안(45,883원)	가격	32.80위안(6,044원)

[표 3.1] 중국 판매 막걸리 경쟁제품 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '막걸리' 관련 게시물 199건 분석

12) 1위안=184.27원 (2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. '예거마이스터' 등 해외 브랜드 인기

▶ 가장 인기 있는 주류 브랜드, '예거마이스터'

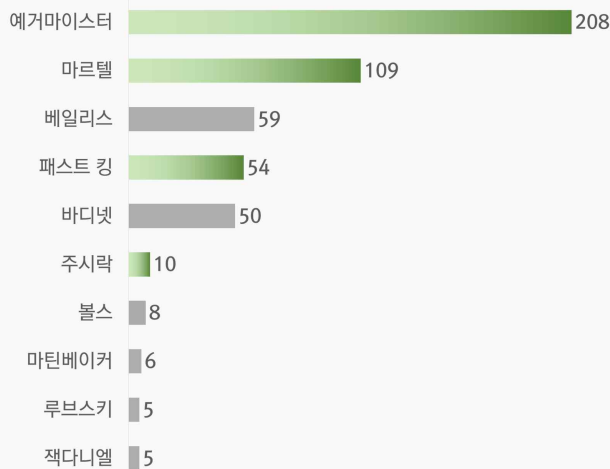
- 독일 전통 리큐어를 생산하는 브랜드 '예거마이스터' 208건 도출됨
- 프랑스 코냑 브랜드인 '마르텔' 109건, 아일랜드 리큐어 브랜드 '베일리스'도 59건 확인되는 등 해외 리큐어 브랜드가 강세임
- 그 외, 중국 자국 리큐어 브랜드 '패스트킹'도 다수 도출됨

▶ 한국 막걸리 브랜드 '주시락', 다양한 맛의 막걸리 제품 판매 중

- 중국 온라인 몰 징동(京东)에서 판매 중인 막걸리는 대부분 한국 막걸리 제조업체인 '우리술'이 '주시락(酒時樂)' 브랜드를 달고 판매하는 막걸리 제품인 것으로 확인됨
- '주시락'은 기본 쌀막걸리를 비롯하여 땅콩, 밤, 옥수수 등의 재료를 첨가한 막걸리 제품도 판매 중임

예거마이스터		패스트킹		주시락	
제품명	예거마이스터 작은병(野格小瓶)	제품명	커피 리큐어 (咖啡力娇酒)	제품명	특소한 쌀막걸리
브랜드	예거마이스터(野格)	브랜드	패스트킹(莎堡皇)	브랜드	주시락
중량	40ml	중량	50ml	중량	750ml
가격	19.90위안(3,667원)	가격	9.90위안(1,824원)	가격	28.80위안(5,307원)

[표 3.2] 중국 판매 막걸리 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '막걸리' 관련 게시물 199건 분석

3. '병' 패키징, '700ml' 중량 다수

▶ 중국 막걸리 제품, 주로 '병' 패키징 사용

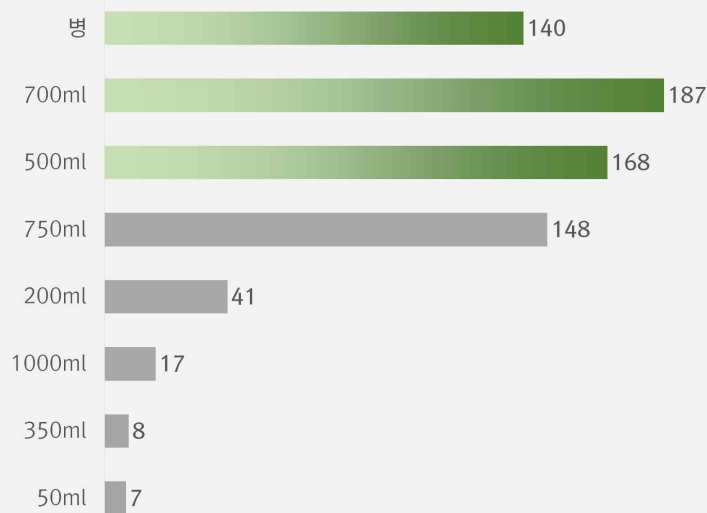
- 패키징 관련 키워드 조사 결과, '병' 키워드 140건 도출됨
- '병' 패키징 제품 실제 온라인 몰 데이터 확인 결과, 페트병과 유리병이 사용되고 있었으며 리큐어 등 양주의 경우 유리병을, 한국 막걸리 제품은 페트병을 주로 사용함

▶ '700ml', '500ml' 중량 제품 다수

- 중국 막걸리 제품 중량 키워드 관련 '700ml', '500ml'가 각각 187건, 168건으로 가장 많이 도출됨
- 막걸리 제품은 '750ml' 중량 선호함
- 리큐어나 브랜디 등 양주 제품은 '50ml'와 같은 소용량도 일부 확인됨

병		700ml		500ml	
					
제품명	톡쏘는 옥수수동동	제품명	블루오렌지맛 리큐어 (蓝橙味力娇酒)	제품명	초콜릿맛 리큐어 (力娇酒利口酒 浓情巧克力味)
브랜드	주시락	브랜드	패스트킹(莎堡皇)	브랜드	베일리스(百利)
중량	750ml	중량	700ml	중량	500ml
가격	32.80위안(6,044원)	가격	39.00위안(7,187원)	가격	71.00위안(13,083원)

[표 3.3] 중국 판매 막걸리 패키징/중량 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '막걸리' 관련 게시글 199건 분석

4. ‘여성을 위한’ 문구로 제품 강조

▶ ‘여성을 위한’ 키워드로 제품 가장 많이 강조

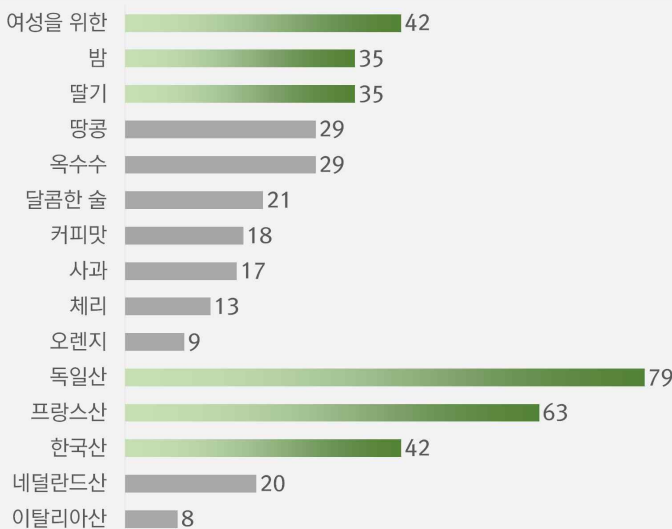
- 중국 막걸리 홍보문구 관련 키워드 확인 결과, ‘여성을 위한’ 42건 도출됨
- 그 외 막걸리 제품에 사용된 홍보문구로는 ‘밤’, ‘땅콩’, ‘옥수수’ 등 원료 관련 키워드 다수 도출됨
- 리큐어 등 양주의 경우 ‘딸기’, ‘사과’, ‘체리’ 등 과일류와 ‘커피맛’ 키워드를 주로 강조함

▶ ‘독일산’ 제품 가장 많아

- 원산지 관련 키워드로는 ‘독일산’ 79건으로 독일산 제품이 가장 인기임
- ‘프랑스산’, ‘네덜란드산’, ‘이탈리아산’ 키워드도 다수 도출되어 유럽산 제품이 많이 판매되고 있는 것으로 확인됨
- ‘한국산’은 ‘우리술’ 브랜드의 막걸리 제품이 대부분임

여성을 위한		딸기		프랑스산	
					
제품명	특소는 알밤동동	제품명	볼스 딸기맛 리큐어 (波士草莓力娇酒)	제품명	XXO 코냑(XXO 干邑白兰地酒)
브랜드	주시락	브랜드	볼스(波士)	브랜드	마르텔(马爹利)
중량	750ml	중량	700ml	중량	700ml
가격	32.80위안(6,044원)	가격	79.00위안(14,557원)	가격	6,157.00위안(1,134,550원)

[표 3.4] 중국 판매 막걸리 홍보문구/원산지 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘막걸리’ 관련 게시물 199건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



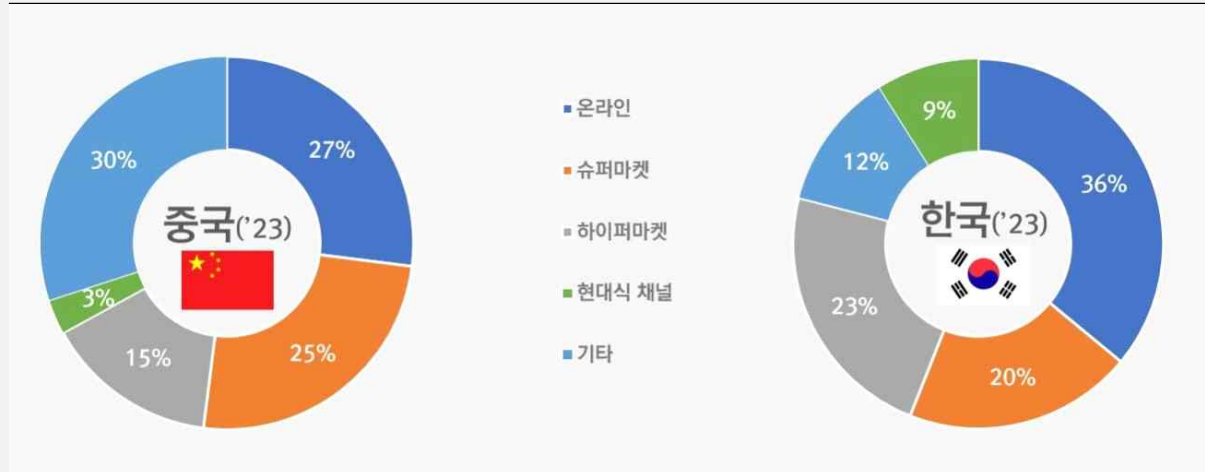
1. 중국 막걸리 유통채널 점유율
2. 중국 막걸리 주요 유통채널

1. 중국 막걸리 유통채널 점유율

▶ 중국 유통채널, 온/오프라인 병행 공략 필요

2023년 1분기 기준 중국 내 ‘온라인’ 채널은 27% 비중을 차지하여 막걸리를 비롯한 일용소비재(FMCG) 유통채널 1위를 기록한 반면, 2023년 1분기 기준 한국 내 ‘온라인’ 채널은 36%의 비중을 차지하여 중국 대비 9%p 높은 점유율로 유통채널 1위를 기록하였음. 다음으로, 중국 내 ‘슈퍼마켓’은 25%의 비중을 차지하여 2위를 기록한 반면, 한국에서는 20%의 비중으로 전체 유통채널 중에서 3위를 기록하고 있음. 한국에서는 ‘슈퍼마켓’보다 ‘하이퍼마켓’의 비중이 23%으로 3%p 높은 것으로 나타남. 막걸리를 비롯한 일용소비재 제품을 중국에 유통하기 위해 ‘온라인’ 채널과 ‘슈퍼마켓/하이퍼마켓’ 등 현대적 오프라인 채널에 균형 있게 접근해야 할 것으로 보임

[표 4.1] 중국 및 한국 막걸리 소매유통채널 점유율 비교¹³⁾



중국 및 한국 막걸리 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾

중국	유형	한국
27%	온라인	36%
25%	슈퍼마켓	20%
15%	하이퍼마켓	23%
3%	기타 현대식 채널 ¹⁶⁾	12%
30%	기타 ¹⁷⁾	9%

자료: 칸타(KANTAR)

13) 자료: 칸타(KANTAR), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023. 07.

14) ‘막걸리’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘FMCG(일용소비재)’의 정보를 확인함

15) 각 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

16) ‘편의점(CVS)’ 등 다수의 현대식 유통채널을 포함함

17) ‘식료품점(Grocery)’, ‘전통식 채널(Traditional Trade)’, ‘비식료품점(Non-Store)’ 및 기타 유통채널을 포함함

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ① 완다프라자

기업 기본 정보	기업명	완다프라자(万达广场)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.wandaplazas.com	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	매출총수익('22)	• 172억 7,532만 위안(3조 1,833억 원 ¹⁸⁾)19)
	기타 규모	• 매장 수('22): 473개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 완다그룹이 미국 월마트와 전략적 파트너십을 맺고 2003년 첫 번째 완다프라자 매장을 설립하였음 • 2015년 완다그룹이 부동산을 투자, 건설, 소유하는 '자산 중심 모델'에서 부동산 개발자가 투자하고 소유하는 '경자산 모델'로 변환 • 2020년 4세대 완다프라자 모델 발표하여 문화 관광 기능을 추가하였음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수입 식음료, 스낵류, 건강기능식품 등	
	선호 제품	• 식품 품질 인증을 취득한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호 ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-10-8585-3888 - FAX: +86-10-8585-3095 	

자료: 완다프라자(万达广场)

사진 자료: 완다프라자(万达广场), 월스트리트저널(The Wall Street Journal)

18) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 2020년 1월-6월 간 매출총수익 (완다프라자 재무제표)


2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ② 왕푸징백화점

기업 기본 정보	기업명	왕푸징백화점(王府井百货)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.wfj.com.cn	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 47개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 설립된 백화점 그룹으로, 중국 전역에 88개 대규모 매장을 포함한 598개의 매장을 운영 • 베이징 백화점을 기반으로 발전함 • 2014년부터 백화점, 쇼핑몰, 아울렛 등 종합 소매업태로 발전 • 2021년 왕푸징 그룹은 수상그룹의 지분을 인수하여 시단(西单商场) 쇼핑몰을 합병함 • 2023년 기준 1,700만 명이 넘는 왕푸징 회원 보유 	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 명품, 의류, 생활용품, 액세서리, 식품 등	
	선호 제품	• 면세품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 별도 조달 입찰 플랫폼을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 '采购招标平台' 클릭 (wfjztb.kdcloud.com) • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보(회사 이름, 신용 코드(사업자등록번호), 이름, 휴대전화 또는 이메일 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-10-8529-1118 	

자료: 왕푸징백화점(王府井百货)

사진 자료: 왕푸징백화점(王府井百货)

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ③ 신세계백화점중국

기업 기본 정보	기업명	신세계백화점중국(新世界百货中国)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nwds.com.hk	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 12개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 설립되었으며, 2007년에는 홍콩 증권거래소에 상장 • 중국 전역에 26개의 '신세계' 백화점과 상하이 지역에 11개의 '파리 뽀랭땅' 백화점 및 쇼핑몰 운영 • 원스톱 쇼핑 경험을 제공하기 위해 백화점-쇼핑몰 하이브리드 운영 모델을 도입 • 직접 제품을 조달하고 브랜드 상품을 유통하는 자체 조달 팀이 있으며, 라이프스타일, 패션 의류 및 식음료를 포함한 카테고리에서 직접 판매 사업을 확장 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의류, 화장품, 보석, 시계, 홈퍼니싱, 식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 젊고 고급스러운 이미지의 브랜드 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단에 '联系我们' 클릭 - 商务合作 연락처 확인 후 연락 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: shmocom@nwds.com.cn - 전화번호: +86-21-5094-1888(내선 575) 	

자료: 신세계백화점중국(新世界百货中国)

사진 자료: 신세계백화점중국(新世界百货中国)

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ④ 알티마트

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT-Mart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn		
	위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('22) • 1,900억 위안(35조 113억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 490개 • 직원 수('22): 10만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 대만에 최초의 현대식 대규모 슈퍼마켓으로 개점 • 1998년 중국 본토 내 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈하여, 현재 29개의 성에 매장 보유 • 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail)의 브랜드로 운영 • 2020년 알리바바 그룹이 선아트리테일의 72%의 지분을 보유하게 됨 • 2020년 '중국 100대 체인점(中国连锁百强)'에서 슈퍼마켓 부문 1위를 차지함 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통해 직접 문의 (csspselre.rt-mart.com.cn/intention/merchant/index) <ul style="list-style-type: none"> - '欢迎合作' 클릭 후, '厂商注册'를 클릭하여 벤더 등록 - 회원가입 및 로그인(사용자 전화번호 인증, 비밀번호 입력) - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국 구매담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 후, 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 신상품 입점 및 판매 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-21-3107-8998, +86-21-5665-7857(상하이점) 		

자료: 알티마트(RT-Mart)

사진 자료: 알티마트(RT-Mart)

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ⑤ 씨알뱅크

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅크(CR Vanguard)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.crv.com.cn		
	위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 781억 위안(14조 3,915억 원) 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 3,240개 직원 수('22): 17만 명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1984년 홍콩에서 개점하여 중국 본토와 홍콩 시장을 포괄하는 사업 진행 중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유 올레(Ole), 비엘티(BLT), 바이플러스(V+), 브이엔고(VnGO) 등 프리미엄 오프라인 매장 보유 '완지아 앱(Wanjia App)', '스마트 리테일(Smart Retail)' 등 새로운 서비스 방식을 통해 온라인과 오프라인 통합 서비스 제공 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 확인 및 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에 상품 모집 공고 확인(www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer) 공급자 지원 자격 체크(품목별 상이) 일부 품목의 경우 중국 현지에 등록된 업체만 신청 가능 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자 자료 등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일 발송 추가 서류 제출 요구 시 제출 소요시간: 약 30일(최소) 로컬 에이전트를 통한 등록 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일: crvzbscb@crv.com.cn 		

자료: 씨알뱅크(CR Vanguard)

사진 자료: 샘파트너스(Sampartners)

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ⑥ 허마세성

기업 기본 정보	기업명	허마세성(盒马鲜生)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.freshippo.com	
	위치	중국 전역	
	규모	매출액('22) • 610억 위안(11조 2,405억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 300개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 매장-물류창고 통합 소매업 모델 '허마세성(盒马鲜生)', 창고형 멤버십 소매 대량판매업체 '허마X 멤버십스토어(盒马X会员店)', 지역 사회 기반 소매업 모델 '허마아울렛(盒马奥莱)' 등 다양한 사업 포맷 운영 2018년 허마세성 주관 최초의 공급업체 컨퍼런스 개최하여 '새로운 소매 공급망 관계' 제안 디즈니차이나(Disney China)와 협력하여 새로운 컬래버레이션 브랜드 고안 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 인지도가 높은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 '合作招商' 클릭 - 페이지 첫 번째 메뉴 '了解商品供应商' 선택 - 해당 페이지 첫 번째 메뉴 '成为商品供应商' 선택 - '立即入驻' 선택 - 전화번호 입력 및 로그인 후 공급업체 등록 정보 입력 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-951-0217 	

자료: 허마세성(盒马鲜生)

사진 자료: 푸드데일리(Foodaily)



2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ⑦ 지마트

기업 기본 정보	기업명	지마트(Gmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	(-)	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 상하이 내 한인 거리(Korean Street)에 위치한 최대 규모의 한인 마트 • 난징, 칭다오 등 다른 지역에도 매장이 위치해 있음 • 모든 종류의 신선한 야채와 제품들을 구입할 수 있음 • 내부 스낵바가 있어, 한국 음식 취식 가능 • 위챗(Wechat)을 이용하여, 한국 제품 공동구매 및 온라인 주문 가능 • 매주 목요일 회원 포인트 3배 적립 이벤트 진행 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품, 인지도가 높은 브랜드의 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-21-6697-1004 +86-131-1716-9608(상하이점) - 위챗 아이디: G66971004(웨이신) 	

자료: 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)



2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ⑧ 케이마트

기업 기본 정보	기업명	케이마트(Kmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	(-)	
	위치	상하이(上海)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 상하이 내 한인 거리(Korean Street)에서 10년 이상 운영 중인 큰 규모의 한인 마트 • 2020년 이전에는 1004 슈퍼마켓으로 불림 • 김밥 7종, 핫도그 6종, 프라이드치킨 등의 한국 길거리 음식들 판매 중 • 음식뿐만 아니라 한국 화장품 및 생활용품도 판매 • 일부 품목 1+1 이벤트 진행 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품 및 신제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-21-5889-8282 	

자료: 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ⑨ 타오바오

기업 기본 정보	기업명	타오바오(淘宝网)		
	기업구분	world.taobao.com		
	홈페이지	온라인 종합 쇼핑몰		
	규모	매출액('21)	181억 7,000만 달러(24조 4,350억 원 ²⁰)	
	기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 방문횟수(최근 1개월): 4억 4,100만 명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 알리바바(Alibaba) 산하의 글로벌 전자상거래 기업 홍콩, 마카오, 대만, 싱가포르, 호주, 캐나다 등 200개 이상 국가의 소비자를 대상으로 C2C 서비스 제공 중국 내 판매를 위해 중국에 회사를 설립하여야 등록 가능 자체 물류 공급망을 통해 10개의 국가에 배송 가능 		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	와우(窝窝), 마이슈(麦序) 등	
		해외 판매	일부 국가 해외 배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	실시간 할인 상품 소개, 카테고리별 할인 제품 소개 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 - 중국에 법인 회사 설립 <ul style="list-style-type: none"> ① 사업자등록증 신청서, 사무실 임대 계약서, 여권 사본, 중국 본토 은행 계좌 - 알리페이(Alipay) 실명 인증을 포함한 개인 계정 인증을 수행 - 본인 인증 완료 및 스토어 생성 - 상점 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) ② 공급 제품 정보(제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) - 입점 제품 관련 정보 제출 		

자료: 타오바오(淘宝网)

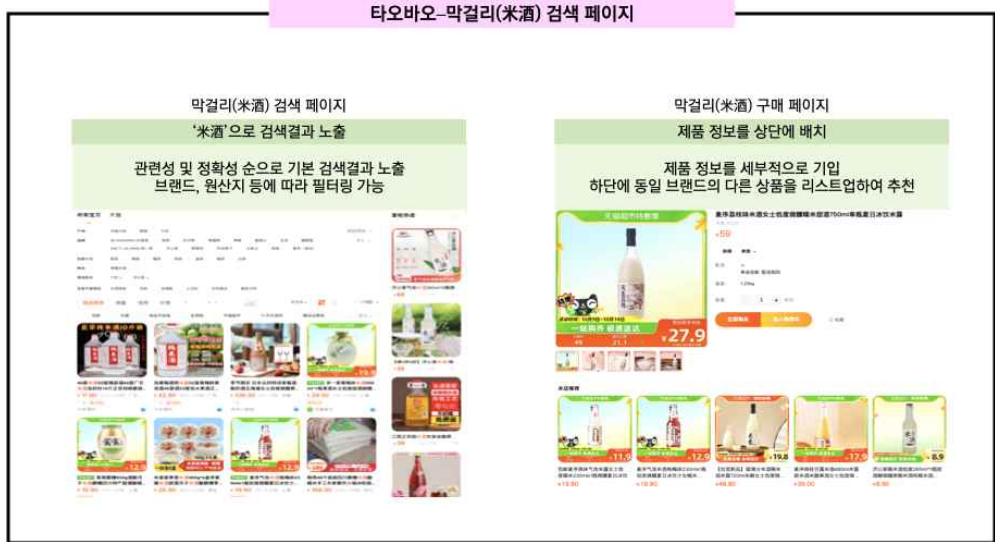
사진 자료: 타오바오(淘宝网)

온라인몰 UI ①



‘오늘의 추천’ 및 ‘나를 위한 추천’ 등 매일 다양한 상품을 소개

온라인몰 UI ②





관련성 및 정확성 위주로 검색 결과가 노출되며, 제품 정보를 세부적으로 기입함

자료: 타오바오(淘宝网)
사진 자료: 타오바오(淘宝网)

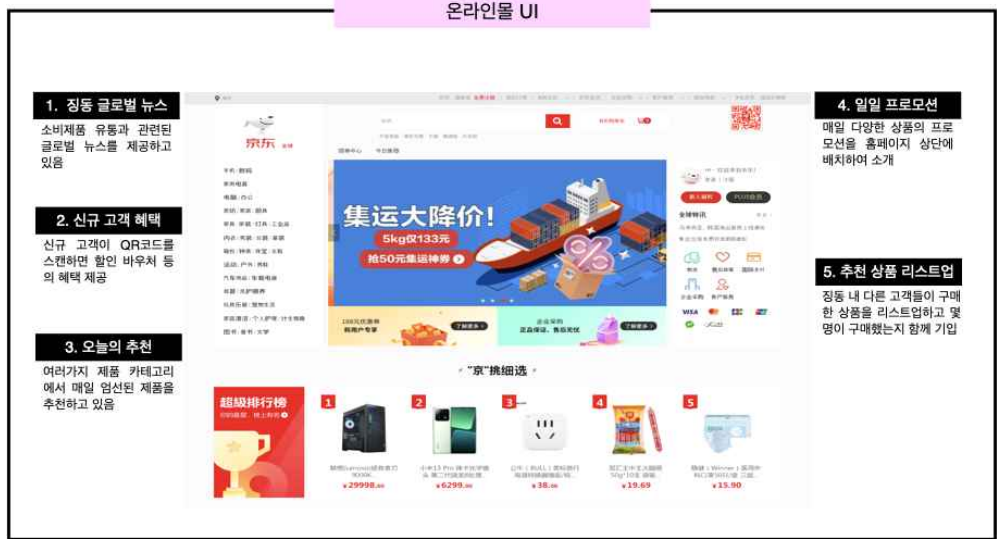
20) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 중국 막걸리 주요 유통채널 ⑩ 징동

기업 기본 정보	기업명	징동(Jingdong)	
	기업구분	www.jd.com 	
	홈페이지	온라인 종합 쇼핑몰	
	규모	매출액('22)	1억 2,000만 달러(1,614억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 앱다운로드수('20): 5만 회 이상 • 방문횟수(최근 1개월): 1억 4,630만 회 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2004년에 설립된 중국의 전자상거래 플랫폼 • 중국의 위챗(WeChat)과 파트너십을 맺어, 이를 통한 구매 가능 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	미포(米婆), 마이슈(麦序) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	사용자별 추천 쿠폰 제공, 카테고리별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속(cooperation.jd.com/lang/en?showNav=1) - 'join us' 누르기 - 공급업체/온라인 스토어 오픈 중 선택 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 카테고리, 회사 및 상품 정보(회사명, 회사 소개, 웹사이트 등) ② 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 - 자료 검토 영업일 기준 1-3일 소요 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 심사 진행 현황은 '온라인 입점 시스템'으로부터 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격 요건의 발각으로 인해 탈퇴 당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: jdglobal_bd@jd.com(징동 글로벌) 	

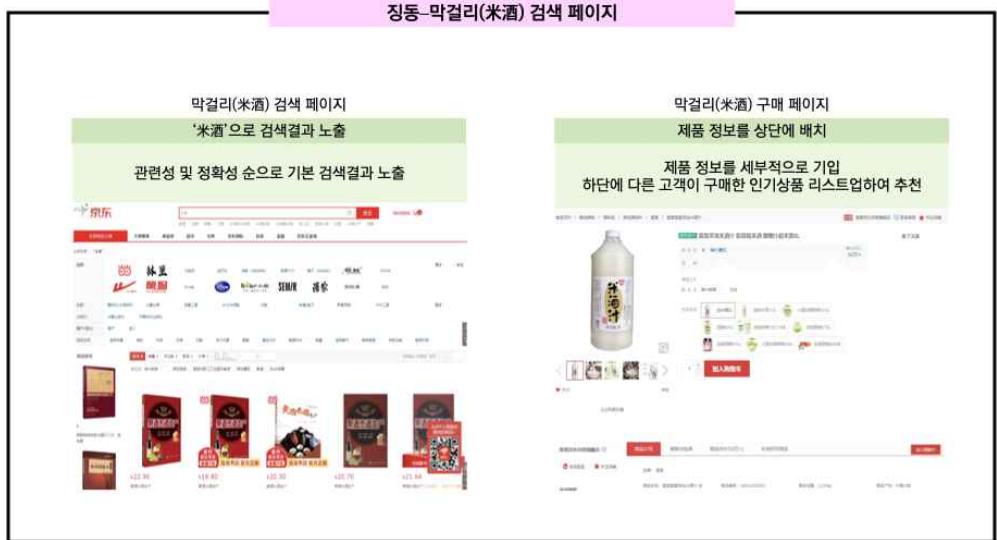
자료: 징동(Jingdong), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 징동(Jingdong)

온라인몰 UI ①



소비재 유통과 관련된 글로벌 뉴스를 제공하고 있으며, 신규 고객 혜택 제공

온라인몰 UI ②



관련성 위주로 검색 결과를 노출시키며, 검색어 기반으로 유사 제품을 추천함

자료: 징둥(Jingdong)
사진 자료: 징둥(Jingdong)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



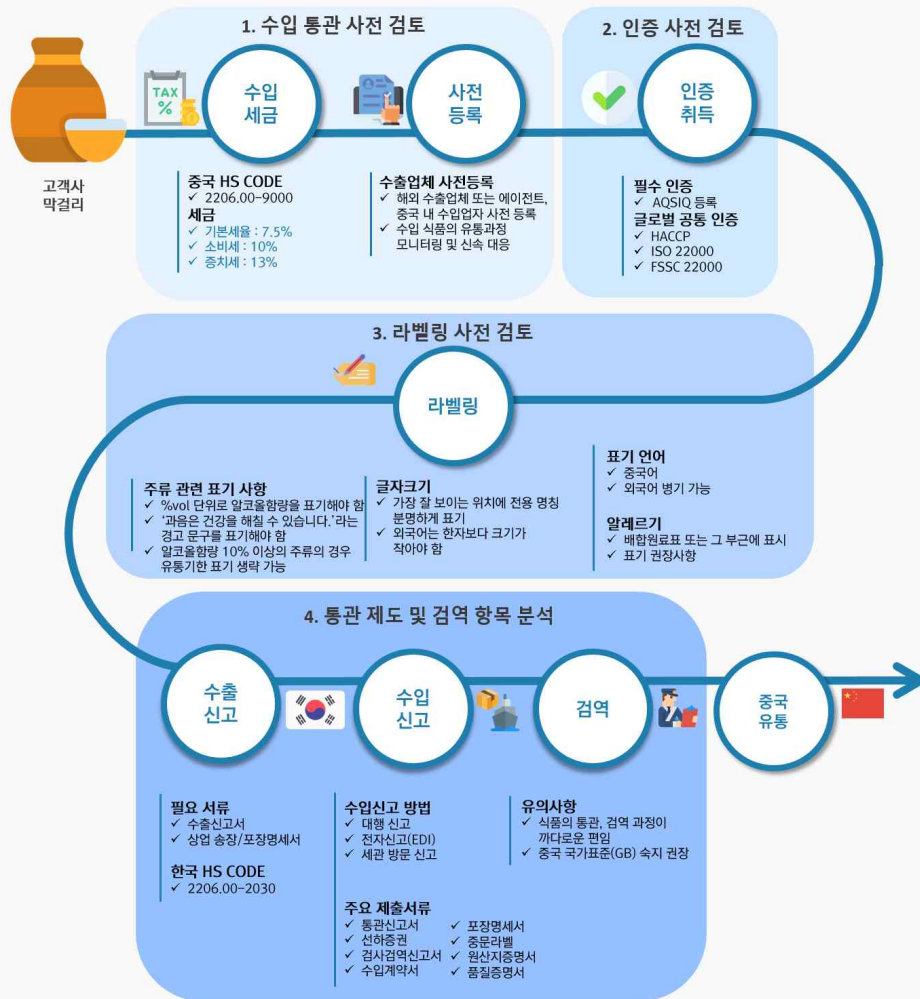
1. 중국 막걸리 통관 및 검역 절차
2. 중국 막걸리 품질 인증
3. 중국 막걸리 손해 배상
4. 중국 막걸리 라벨링
5. 중국 막걸리 성분 및 유해물질

1. 중국 막걸리 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 중국 막걸리 수출 시 통관 및 검역 주요사항

중국으로 막걸리 수출 시, 제품 수출 전 중국 국가표준(GB: Guójiā Biāozhǔn)에 맞춰 검역 요구사항, 포장 및 라벨링 등 사전에 관련 사항을 미리 파악하여 수입 통관을 진행해야 함. 검역의 경우 라벨 검역과 실험실 검역²²⁾으로 구분되며, 합격 후 지방 해관에서 입경화물검험검역증명(위생증)을 발급함. 중국은 술·담배, 요트, 석유 등 일부 품목에 소비세를 부과하고, 부가가치세에 해당하는 증치세를 부과함²³⁾

[표 5.1] 중국 막걸리 통관 및 검역 절차²⁴⁾



자료: 관세청, 중국 해관총서(GACC), KATI농식품수출정보

21) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

22) 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임

23) 중국의 수입소비세 과세 품목은 ① 술·담배와 같은 건강에 해로운 상품, ② 요트·골프채 등 사치품, ③ 석유, 일회용 나무젓가락 등 자원 소모형 상품 및 재생 불가능한 소비품 등임

▶ **식품 해외생산업체, 중국 해관 사전등록 必**

2022년 1월 1일부터 '중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정'이 시행됨에 따라, 중국으로 식품을 수출하는 기업의 중국 해관(GACC: General Administration of Customs of the People's Republic of China) 시스템 사전등록이 필수임. 시스템 등록 후 발급된 등록번호는 세관 신고 시 활용되며, 5년간 제품 포장지 등에 의무적으로 표시해야 함. 중국 해관총서(GACC)가 공표한 명령 248호 7조에 해당하는 품목²⁵⁾은 수출국 식품 생산, 안전 및 위생을 관리하는 정부 부처의 추천으로 등록을 해야 하며, 이를 제외한 기타 식품 해외생산기업은 자체적으로 또는 대리인을 통하여 해관총서에 등록 신청할 수 있음

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
배경 및 취지	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 식품 무역의 안정적인 발전 촉진 • 중국 내 수입 식품의 급격한 증가 및 수입 식품의 안전에 대한 소비자의 요구 증가로 현행 규정의 미비점 인식
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 해관총서 명령 248호 7조 • '중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록 및 관리에 관한 규정'
기관	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 해관총서(GACC)
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 5년
신청 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 신청 대상: 중국에 수출하고자 하는 모든 해외 식품 생산, 가공 및 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 외 국가에서 식품 생산, 가공 행위를 하는 모든 기업을 식품기업 범위에 포함 - 식품 보관 안전위생 요구에 따라 식품을 보관하는 기업 또한 발급 대상에 포함 • 비신청 대상: 식품 첨가물 제조기업, 식품 관련 자재, 도구, 설비 등 생산, 가공, 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 첨가물(영양 강화제 포함) 제조기업은 발급 대상에 불포함 - 식품 포장재료와 용기, 식품 생산도구, 설비 및 식품에 사용하는 세제, 소독제 등 관련기업 역시 발급 대상에 불포함

자료: 중국 해관총서(GACC)

24) 기본세율은 중국과 상호 최혜국조치를 취하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로서 하는 수입물품에 부과되는 세율임

25) 육류 및 육제품, 케이스, 수산물, 유가공품, 제비집 및 제비집 제품, 벌꿀 제품, 알 및 알가공품, 식용유지 및 유지 제조 원료, 소가 있는 밀가루 식품, 식용 곡물류, 곡물제분공업제품 및 맥아, 신선 및 탈수 야채, 건조 두류, 조미료, 건과 및 씨앗, 건조 과일, 로스팅을 거치지 않은 커피 원두 및 코코아, 특수선식식품, 보건식품

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 소재국 정부 주무 부처 추천 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처의 추천장, 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업이 소재국 규정에 부합하다는 소재국 정부 주무 부처가 발급한 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 기타 중국 해관에서 요청하는 자료 • 기업 자체 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업 제품이 중국 규정에 부합하다는 자체 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 대리인을 통해 해관에 등록 신청을 할 경우 반드시 제품에 대한 수권서와 함께 제출 필요
아이디 발급 및 로그인 경로	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디 발급 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처 추천 등록: 중국 해관에서는 식품 기업 소재국 정부 주무 부처에 기업용 아이디를 제공 예정이며, 기업은 소재국 정부로부터 아이디를 발급받고 시스템에 접속 - 기업 자체 신청(혹은 대리신청): 해외기업 자체 아이디 신청은 18종 식품 기업 외 서류 구비가 완료된 기타 식품 기업만 시스템 접속을 통해 신청 가능 • 로그인 경로 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 국제무역 단일창구 홈페이지(new.singlewindow.cn)에 접속하여 ‘수입식품 해외생산기업 등록’에서 번호 발급 신청 페이지로 접속

자료: 중국 해관총서(GACC), 중국출입국검사검역협회(CIQA)

2. 중국 막걸리 품질 인증

▶ 중국 막걸리, 'AQSIQ' 등록 必

중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 등록을 필수적으로 진행해야 함. AQSIQ 온라인시스템에 회사 정보를 전산 등록한 후 중문 라벨을 인쇄해야 하며, 주류, 설탕 및 감미료를 포함하여 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁶⁾

[표 5.3] 중국 AQSIQ 등록 정보

인증명	취득 정보	
중국 AQSIQ 등록	등록 관할기관	<ul style="list-style-type: none"> 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
	유형	<ul style="list-style-type: none"> 수출 시 필수
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> AQSIQ는 중국의 WTO 가입을 위해 2001년 4월 10일 국가품질기술감독총국과 국가출입국검사검역총국의 합병으로 설립됨 중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 국가질량감독검험검역총국 온라인시스템에 회사 정보를 등록해야 함 AQSIQ 등록은 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁷⁾ <ul style="list-style-type: none"> 수입식품(주류, 설탕 및 감미료 포함), 유제품, 육류, 해산물 등 2021년 10월 기준 65개국 약 27,800개 이상 식품 생산 및 수출업체가 등록함 AQSIQ는 제조업체 및 수출업체가 신청인으로 직접 등록할 것을 권고하고 있으며, 중국 수입업체 및 유통업체가 대신 진행할 경우 통관 및 유통 시 문제가 발생할 수 있음을 안내하고 있음 식품 유형에 따라 등록 요구사항 및 등록 신청비에 차이가 있으나 등록 절차는 동일함
	근거규정	<ul style="list-style-type: none"> 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> 중국 식품안전법(2021)(中華人民共和國食品安全法(2021)) GACC/AQSIQ Notic No. 248/249

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 한국농수산물유통공사

26) 중국 AQSIQ 인증 신청 페이지 (www.aqsiq.net/application) 참고

27) 중국 AQSIQ 수입 식품 목록 (www.aqsiq.net/imported-food-list) 참고

▶ 중국 막걸리 수출 시 글로벌 공통 인증 적용 권장

중국으로 막걸리 수출 시, HACCP, FSSC 22000 등의 식품 생산 안전 글로벌 인증 및 중국 내 유기농 품질 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 또한, 중화인민공화국 시장관리감독총국(SAMR: The State Administration for Market Regulation)은 중국 식품위생법의 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따라 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 대리인에게 관련 정보의 사전 온라인 등록을 요구하고 있음

[표 5.4] 중국 막걸리 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	지방 식품의약품안전처	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
중국 유기농 제품 인증	유기농 품질 인증	중국 내 인증	중국품질인증센터(CQC: China Quality Certification Center)	

자료: 각 인증기관

3. 중국 막걸리 손해 배상

▶ 수출자 책임 최소화를 위한 사전 품질 검사 권장

중국은 제조물책임법(Product Liability)을 통해 중국에서 판매되는 상품에 대한 책임을 명확히 하고 있음. 이를 통해 소비자의 권리와 이익을 보호하며, 제조자 및 판매자는 해당 법률에 의거해 제조물판매책임을 짐. 피해를 입은 소비자로부터 클레임 발생 시, 소비자는 판매자 및 제조자에게 손해 배상을 청구할 수 있으며, 클레임의 종류 및 책임의 귀속 범위에 따라 판매자 혹은 제조자가 손해를 배상하여야 함. 다만, 제조물 결함에 의한 손해 발생 시, 제조자는 제3장 제2절 제29조의 항목들을 증명해야 배상책임을 면할 수 있음²⁸⁾

[표 5.5] 중국 제조물책임법(PL)²⁹⁾

법명	조항		내용
중국 제조물책임법 (PL)	제1장 제3조	제조자, 판매자의 제조물품질책임법	<ul style="list-style-type: none"> 제조자·판매자는 이 법률의 규정에 의하여 제조물판매책임을 진다.
	제2장 제10조	감독검사제도	<ul style="list-style-type: none"> 국가는 제조물의 품질에 대해서 추출검사를 주된 과업으로 하는 감독검사제도를 두기로 한다. 추출검사는 사람의 건강 및 인신, 재산의 안전에 위해를 미칠 가능성이 있는 제조물, 국가의 경제와 인민의 생활에 영향을 미칠 중요한 공업제조물 및 사용자, 소비자, 관계조직으로부터 품질에 대해서 문제 삼은 제조물에 대해서 실시하기로 한다. 감독 추출검사 업무는 국무원의 제조물 품질감독관리부문에 의해 계획·조직한다. 현 이하의 지방정부의 제조물 품질 감독관리부문도 해당행정구역 내에 있어서 감독과 추출검사업무를 조직할 수 있다...(후략)
	제3장 제1절 제14조	제조자의 책임	<ul style="list-style-type: none"> 제조자는 그 생산한 제조물의 품질에 책임을 져야 한다. 제조물의 품질은 다음의 요구를 만족시켜야 한다: <ul style="list-style-type: none"> -제조물에 인체의 건강 및 인신, 재산의 안전에 위해를 미칠 정도의 불합리한 위험이 존재하지 않을 것. 또 그 안전을 보증하기 위한 국가표준, 업계표준이 있는 것에 대해서는 그 표준에 적합할 것 -제조물이 갖추어야 할 사용 성능을 구비할 것. 그러나 제조물에 사용성능상 결점이 있는 것에 대해서 설명이 부착된 경우는 그러하지 않다. -제조물 또는 그 포장에 채용된 것이 명기되어 있는 제조물표준에 적합할 것. 또 제조물의 설명서, 실물견본 등의 방식에 의해서 표시된 품질에 적합할 것

자료: 대한항공회의소

28) 대한항공회의소 PL센터

29) 수출자와 연관이 있는 조항들을 일부 발췌함

[표 5.5] 중국 제조물책임법(PL)

법명	조항		내용
<p style="text-align: center;">중국 제조물책임법 (PL)</p>	<p style="text-align: center;">제3장 제2절 제28조</p>	<p style="text-align: center;">수리, 교환, 반품 및 손해배상의무</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 판매자는 판매한 제조물에 다음의 각각의 사정이 있는 경우에는 수리 교환 반품의 책임을 져야한다. 또 그에 의해서 제조물을 구입했던 사용자 소비자에 손해를 준 경우에는 판매자는 그 손해를 배상하여야 한다. <ul style="list-style-type: none"> -제조물이 본래 갖추어야 할 사용기능을 갖추지 않았고, 그럼에도 사전에 그 취지의 설명을 하지 않은 경우 -제조물 혹은 그 포장에 채용이 명기되어 있는 제조물표준에 적합하지 않은 경우 -제조물의 설명서, 실물견본 등의 방식에 의해서 표시된 품질에 적합하지 않은 경우 • 판매자는 전항의 규정에 기초하여 수리·교환·반품·손해배상을 한 경우에 있어서 그것이 제조자의 책임 또는 그 판매자에게 제조물을 제공했던 그 외의 판매자(이하 제조물공급자라 한다)에 책임이 있을 때는 그 제조자, 제조물공급자에 대해서 이를 구상할 권리가 있다. <p>...(중략)</p>
	<p style="text-align: center;">제3장 제2절 제29조</p>	<p style="text-align: center;">생산자의 배상책임과 면책사유</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제조물에 결함이 존재한 것으로 인신, 또는 결함제조물 이외의 재산 (이하 타인의 재산이라 한다)에 대해서 손해가 발생한 경우, 제조자는 그 배상책임을 져야 한다. • 제조자는 다음을 각각 증명하면 전항의 배상책임을 면할 수 있다. <ul style="list-style-type: none"> -제조물의 유통과정에 있지 않았다는 것 -제조물이 유통과정에 놓여 있을 당시에 손해를 발생시킬 원인이 된 결함이 존재하지 않았다는 것 -제조물을 유통에 둔 당시의 과학 기술수준으로는 결함의 존재를 발견할 수 없었다는 것

자료: 대한항공회의소

4. 중국 막걸리 라벨링

▶ 중국 막걸리, 중화인민공화국 국가표준(GB) 라벨 규정 준수

고객사 제품의 경우 중화인민공화국 국가표준(GB)의 ‘증류주와 혼합주(GB 2757-2012)’ 또는 ‘발효주와 혼합주(GB 2758-2012)’ 세부규정을 적용받을 가능성이 있으므로 해당 라벨 규정을 숙지할 필요가 있음

[표 5.6] 중국 막걸리 라벨링³⁰⁾

라벨 표기 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것 규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함
	2. 내용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> 법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함 제조 시 사용되는 공정수와 식용 가능한 포장재를 표시해야 함 주류의 경우 ‘%vol’ 단위로 알코올함량을 표기해야 함 ‘과음은 건강을 해칠 수 있습니다.’라는 경고 문구를 반드시 표기해야 하며 기타 경고 문구를 동시에 표기할 수 있음 아스파탐을 첨가한 식품에는 ‘아스파탐(페닐알라닌 포함)’을 표기해야 함
	3. 날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> 일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 년, 월, 일 또는 국가표준 규정에 따라 표시할 것 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 유통기한 표기를 생략할 수 있음
	4. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함³¹⁾ 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

30) ‘GB 2757-2012 증류주와 혼합주’ 및 ‘GB 2758-2012 발효주와 혼합주’ 참고

31) ‘GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙’ 참고

[표 5.6] 중국 막걸리 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	5. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함
	6. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 1.8mm 이상(35cm² 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기할 것 상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 크기가 작아야 함
	7. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 ‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지, 중국 내 대리점 이름, 주소, 연락처를 표기해야 함³²⁾

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

32) 2023년 12월 1일부터 「유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치」의 개정에 따라, 원산국 및 원산지를 비롯하여 중국 내 법적으로 등록된 대리점, 수입업체, 또는 유통업체의 이름, 주소, 연락처를 중국어로 표기해야 함

▶ 중국 막걸리 라벨 샘플



[앞면]



[뒷면]



[라벨 확대]

[앞면 - 중국어]

- ① 桂花
- ② 米酒
- ③ 蘇州橋
- ④ 净含量：750ml

[앞면 - 국문]

- ① 계화
- ② 막걸리
- ③ 소주교
- ④ 함량：750ml

[뒷면 - 중국어]

- ① 品名：桂花米酒
- ② 配料：米酒（水、糯米、甜酒曲）、白砂糖、桂花、食品添加剂（琼脂）
- ③ 产品标准代号：Q/JSZQ005S
- ④ 食品生产许可证编号：SC11532050902431
- ⑤ 酒精度：>0.5%vol

[뒷면 - 국문]

- ① 품명：계화 막걸리
- ② 재료：막걸리(물, 찹쌀, 감주누룩), 백설탕, 계화, 식품첨가제(한천)
- ③ 제품표준코드：Q/JSZQ005S
- ④ 식품생산허가번호：SC11532050902431
- ⑤ 알콜농도：>0.5%vol

⑥ 保质期：12个月 生产日期：见瓶身

⑦
贮存条件：常温保存，避免阳光照射，冷藏效果更佳，开盖后尽快饮用。

⑧
食用方法：本品可直接饮用，若冷藏或加热风味各异。

⑨ 生产商：苏州桥酒酒厂

⑩
生产商地址：苏州市吴江区桃源镇百花路458号

⑪ 产地：江苏省苏州市

⑫ 服务热线：400-887-0079

⑬ 过量饮酒 有害健康。

⑭ 2023.07.28.

⑮
友情提示：本品严选优质糯米和桂花为原料，瓶内少许沉淀为米糊与桂花瓣混合物，请摇匀后放心饮用。

⑥ 유통기한：12개월 제조일자：병 참조

⑦ 보관 조건：상온보관, 직사광선 피해서 보관. 냉장 효과가 더 좋으며 개봉 후 기급적 빨리 섭취하시기 바랍니다.

⑧ 식용 방법：본 제품은 직접 식용 가능, 냉장 또는 가열 시 다른 맛을 느끼실 수 있습니다.

⑨ 생산업체：소주교주 주조공장

⑩ 생산업체 주소：쑤저우시 우장구 타오위안진 백화로 458호

⑪ 산지：장쑤성 쑤저우시

⑫ 서비스상담번호：400-887-0079

⑬ 과도한 음주는 건강에 해롭습니다.

⑭ 2023.07.28.

⑮
팁：본 제품은 고품질 찹쌀과 계화를 원료로 엄선하여 만든 제품으로 병 내부에 쌀알과 계화 꽃잎의 혼합물로 약간 침전되어 있으므로 잘 흔든 후 안심하고 드시기 바랍니다.

5. 중국 막걸리 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

중국에 수출할 식품의 첨가물은 중화인민공화국 국가표준(GB) ‘식품첨가물 사용표준(GB 2760-2014)’에 따라 중국 국가위생건강위원회(NHC: National Health Commission)가 허가한 첨가물만을 사용할 수 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 식품첨가물 기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준의 식품첨가물 사용 표준 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.7] 막걸리에 적용 가능한 중국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준(g/kg)	식품 유형
1	아라비아검	Gum arabic(Acacia gum)	GMP ³³⁾	기타 발효주류 (공기주입형)
2	아세트산	Acetic Acid		
3	아세틸아디핀산이전분	Acetylated Distarch Adipate		
4	시트르산	Citric Acid		
5	우무	Agar		
6	락트산	Lactic Acid		
7	탄산 나트륨	Sodium Carbonate	GMP / 발효 쌀 제품에 한함	쌀제품
8	가용성 대두 다당류	Soluble Soybean Polysaccharide		
9	베타-프룩토실전달효소	Beta-Fructosyltransferase	GB1886.174-2016 기준을 따름	모든 식품
10	글루타민산-발린-글리신	Glutamyl-Valyl-Glycine	GMP (GB 2760-2014 표 B.1 식품 카테고리 제외)	

자료: KATI농식품수출정보

33) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **중국, 아스파탐 등 감미료 관련 사항**

아스파탐은 국제식품규격위원회(CAC) 및 중국, 미국, 한국 등 다수의 국가에서 합법적 사용을 승인한 식품첨가물이나, 2023년 7월 14일 세계보건기구(WHO) 국제암연구소(IARC)가 아스파탐을 ‘인체 발암 가능 물질’로 분류함에 따라 중국에서 대체감미료의 안정성이 화두로 부상함. 중국 식품업계에서는 식품안전 규제와 생산비용을 고려해 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨 등 인공감미료를 주로 사용해왔으나, 소비자의 정서를 고려해 대체감미료를 찾는 기업이 늘어나고 있음. 중국에서 유통되는 식품에 아스파탐 사용이 불가한 것은 아니나, 중국 식품안전 국가표준을 통해 아스파탐의 사용범위와 최대사용량 등을 엄격하게 관리하고 있으므로 해당 규정 준수에 유의해야 함³⁴⁾³⁵⁾

[표 5.8] 중국 대체감미료 분류

천연감미료	인공감미료
감초산암모늄, 스테비아, 나한과 글리코시드	사카린, 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨
폴리올 (락티톨, 소르비톨, 만니톨, 에리스리톨, 말티톨, 자일리톨)	

자료: KIEP대외경제정책연구원

34) KIEP대외경제정책연구원, 「中 식품시장, 안전한 감미료가 대세」, 2023.08

35) 식품안전정보원, 「중국 국가식품안전위험평가센터, 국제기구가 발표한 아스파탐 평가 결과에 관한 입장」, 2023.07

▶ **유해물질**

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회 (NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 오염물 제한량 규정(GB 2762-2017)’, ‘식품 중 병원균 제한량 규정(GB 29921-2013),’ ‘식품 중 진균 독소 제한량 규정(GB 2761-2017)’ 등이 있음. 추가로, 생산업체는 제한량 제정 여부와 상관없이 원칙적으로 식품 중 유해물질의 함량이 최저 수준에 이르도록 하여야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 유해물질 기준이며, 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.9] 막걸리에 적용 가능한 중국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	파툴린	Patulin	0.2mg/kg	주류
2	납	Lead(Pb)	0.2mg/kg	
3	주석	Tin(Sn)	250mg/kg / 주석도금으로 된 용기에 포장된 식품에 한한다.(음료류, 영유아 조제식, 영유아 보조식품 제외)	모든 식품
4	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.1mg/kg	곡류 및 곡류제품
5	살모넬라균	Salmonella spp.	n=5, c=0, m=0	곡류제품: 조리 곡류제품 (베이커리류 포함)
6	황색포도상구균	Staphylococcus aureus	n=5, c=1, m=100CFU/g, M=1000CFU/g	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 중국 농약 최대 잔류허용기준(MRL)

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회 (NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 농약 최대잔류허용(GB 2763-2021)’이 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국의 농약 최대 잔류허용기준(MRL: Maximum Residue Limits)임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.10] 막걸리에 적용 가능한 중국 농약 잔류허용기준(MRL)

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준(mg/kg)	식품 유형
1	파라quat	Paraquat	0.5	곡물 완제품(成品粮, finished product of grain)
2	펜토에이트	Phenthoate	0.05	
3	DDT	DDT	0.2	
4	에디펜포스	Edifenphos	0.1	
5	클로르피리포스	Chlorpyrifos	0.1	
6	HCH;BHC	HCH;BHC	0.3	
7	말라티온	Malathion	3	
8	카르타프	Cartap	0.1	
9	피리미포스-메틸	Pirimiphose-Methyl	5	곡식(谷物)
10	카바리	Carbary	5	곡물(粮食)
11	부프로페진	Buprofezin	0.3	
12	피리미카브	Pirmicarb	0.05	곡물(콩포함)(粮食)

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.10] 막걸리에 적용 가능한 중국 농약 잔류허용기준(MRL)³⁶⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준(mg/kg)	식품 유형
13	2,4-D 디메틸아민 소금	2,4-D Dimethyl Amine Salt)	0.05	쌀(Rice)
14	MCPA-디메틸아민 소금	MCPA-Dimethylamine Salt	0.1	
15	MCPA-이소옥틸	MCPA-Isooctyl	0.05 ^{*37)}	
16	에타메츠프론	Ethametsulfuron	0.01	
17	크로톡시포스	Crotoxyphos	0.02	
18	펜티온	Fenthion	0.05	
19	페나미포스	Fenamiphos	0.02	
20	디플루페니칸	Diflufenican	0.05	

자료: KATI농식품수출정보, 미국 농무부(USDA)

36) 미국 농무부(USDA), 「Translation of Maximum Residue Limits for Pesticides in Foods」 참고

37) *MRL은 일시적인 한도임

▶ 알레르겐

중국에서 식품 유통 시 알레르기 유발물질 또는 관련 제품이 사용될 경우, 배합원료표에 식별이 잘 되는 명칭을 쓰거나 배합원료표 부근에 관련 내용을 추가해야 함. 다만, 라벨에 알레르기 유발물질을 표기하는 것이 필수 사항은 아닌 것으로 확인됨. 하기 표는 중국에 식품 유통 시 라벨에 표시하도록 권장하는 알레르겐 성분 목록임

[표 5.11] 중국 알레르겐 표시 성분³⁸⁾

순번	표시 의무 여부	대상
1	권장	글루텐 함유 곡물 및 관련 제품 (밀, 호밀, 보리 등)
2	권장	갑각류 동물 및 관련 제품 (새우, 닭새우, 게 등)
3	권장	어류 및 관련 제품
4	권장	알류 및 관련 제품
5	권장	땅콩 및 관련 제품
6	권장	대두 및 관련 제품
7	권장	우유 및 유제품(유당 포함)
8	권장	견과 및 관련 알맹이류 제품

자료: 한국농수산물유통공사, 식품의약품안전처

38) ‘GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙’ 참고

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 북경흥성시대국제무역유한공사
(北京鑫盛时代国际贸易有限公司)
2. 대련합아국제무역유한공사
(大连合亚国际贸易有限公司)
3. 상해미객주업유한공사
(上海米客酒业有限公司)

Interview ①

39)



북경흥성시대국제무역유한공사
(北京鑫盛时代国际贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2010년 설립
 - 북경에 위치한 소매업체
 - 주요 수입국은 한국
 - 취급 품목으로는 주류, 음식 및 음료 등
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Manager

북경흥성시대국제무역유한공사 (北京鑫盛时代国际贸易有限公司) Manager

Q. 찬 음식을 즐기지 않는 중국 소비자들의 특성상 중국 내에서는 냉장 및 냉동 유통이 잘 발달되어 있지 않을 것으로 보입니다. 고객사 막걸리 제품은 냉장 보관이 필수인데, 이러한 수입산 냉장 보관 제품의 유통과정은 어떻게 되는지 상세히 알려주세요.

주류 제품은 보통 수입 시 상온에서 보관합니다. 대부분의 제품을 창고에서 냉장 보관 하고 있지는 않지만, 소비자들에게는 구매 후 냉장 보관하는 것을 추천하고 있습니다.

Q. 중국 내에서는 지역 간 넓은 이동 경로로 인해 배송시간이 길어질 것으로 보입니다. 귀사에서 중국 전역으로 막걸리 제품을 운송할 시에 최소 및 최대 배송시간은 어느 정도로 예상하시는지 말씀해주세요.

재고가 있는 경우, 최소 2일에서 최대 10일 이내에 인근 지역에 배달할 수 있습니다. 만약 근처에 대리점이 있으면 직접 대리점 창고에서 상품을 발송하고, 없는 경우에는 베이징에 있는 창고에서 발송하는 편입니다. 지역에 따라 배송시간이 상이하므로 기간을 특정하기 어렵습니다.

Q. 중국에서는 아스파탐 성분을 주류 첨가제로 규정하고 있지 않은 것으로 알고 있습니다. 따라서 고객사에서는 해당 성분을 대체할 제품으로 빨간 쌀 막걸리, 찹쌀 탁주 제품을 중국으로 수출하려 하고 있습니다. 기존 중국으로 수출되는 막걸리 제품 및 중국 내 전통주와 비교했을 때 수요는 어느 정도로 예상하시는지 이유와 함께 알려주세요.

이 부분은 각 제품별로 시장 수용도가 다르기 때문에 판단하기가 어렵습니다. 최근 막걸리에 첨가되는 성분 중 하나인 아스파탐이 발암물질인 것으로 밝혀져 중국 내 소비자들의 우려가 커지고 있습니다. 따라서 자연스럽게 주류제품에 아스파탐을 성분을 제외하는 것이 당연시 되고 있기 때문에, 고객사 제품이 아스파탐을 대체하는 성분을 첨가한 상품을 판매한다고 해도 큰 경쟁력이 있을 것으로 보기는 어렵습니다.

Q. 현재 중국에서 가장 인기 있는 막걸리 브랜드가 있다면, 브랜드명, 가격대 및 포장 방식, 홍보 마케팅 방법에 대해 상세히 알려주세요.

중국브랜드 M사 제품이 중국 내 오프라인 대형 슈퍼마켓에서 널리 판매되고 있습니다. 유명한 한국 브랜드로는 G사가 있습니다. 이 제품들은 기본적으로 모두 매장에서 판매되고 있으며, 가격은 모두 20위안(3,685원⁴⁰) 정도입니다. 포장은 플라스틱 병에 담겨 있고, 틱톡 등을 통해 온라인 마케팅을 펼치고 있기도 합니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품 수출 시, 현지에서 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.

막걸리는 일상 식품 카테고리이기 때문에 오프라인 슈퍼마켓에서 판매하는 것을 추천합니다. 일반 오프라인 판매를 통해 소비자가 직접적으로 상품을 보고, 시음도 할 수 있게 하면 인지도를 높일 수 있을 것으로 기대합니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품을 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

보통 젊은층보다는 중년층이 막걸리를 마시는 습관이 있기에 중년층에게 제품을 홍보하는 것이 가장 효과적일 것입니다. 젊은 세대들은 높은 도수의 술을 좋아하지 않습니다. 그러나 새로운 것을 시도하는 것을 좋아하기 때문에, 만약 도수가 낮고 단 맛이 나는 술을 판매한다면 젊은 층의 입맛 역시 사로잡을 수 있을 것입니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품을 중국에서 홍보 시, 어떤 경로 및 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

인터넷 채널을 통한 홍보가 가장 효과적입니다. 현재 중국 전 지역에서 전 국민이 틱톡과 샤오홍슈를 사용하고 있으므로 이러한 채널은 고객사 제품의 인지도를 높이는 데에 중요한 역할을 할 수 있을 것입니다. 오프라인 홍보로는 슈퍼마켓의 시음 행사를 추천합니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사의 막걸리 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

중국에 수입되는 품목들은 원산지 증명서와 검측 보고, 수입상등록, 검역 증명 등의 과정을 거쳐야 합니다. 이러한 과정을 확실하게 거쳐 인증을 받아야만 원활한 수입을 올릴 수 있습니다.

40) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 수입/유통업체와의 계약 시, 현지에서의 제품 손상에 대해 수입/유통업체의 책임으로 사전 협의 및 계약을 했더라도, 고객사가 책임져야 하는 중국의 법적 이슈가 있나요? 비슷한 사례가 있다면 알려주세요.

FOB 경우에 발생하는 모든 문제의 책임은 대부분 수입업자가 부담해야 합니다. 수입업자는 사전에 보험에 가입하여 상품의 운송 과정에서 해운에 문제가 생길 시, 이에 대한 손해배상을 청구할 수가 있기 때문입니다. 반대로 만약 보험에 가입되어 있지 않다면 배상을 청구할 수 없습니다. 제품 품질 문제에 관해서는 제품의 생산 공장과 협의하여 해결합니다.

Interview ②

41)



대련합아국제무역유한공사
(大连合亚国际贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2015년 설립
 - 대련에 위치한 소매업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 주류, 음료 등
 - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

Manager

대련합아국제무역유한공사(大连合亚国际贸易有限公司) Manager

Q. 찬 음식을 즐기지 않는 중국 소비자들의 특성상 중국 내에서는 냉장 및 냉동 유통이 잘 발달되어 있지 않을 것으로 보입니다. 고객사 막걸리 제품은 냉장 보관이 필수인데, 이러한 수입산 냉장 보관 제품의 유통과정은 어떻게 되는지 상세히 알려주세요.

보통 제품은 상온에서 수입합니다. 유통 시 냉장 보관을 위한 설비는 따로 마련해 두지 않고 있습니다. 판매 시 소비자에게는 냉장 보관해서 음용하라고 권하고 있습니다.

Q. 중국 내에서는 지역 간 넓은 이동 경로로 인해 배송시간이 길어질 것으로 보입니다. 귀사에서 중국 전역으로 막걸리 제품을 운송할 시에 최소 및 최대 배송시간은 어느 정도로 예상하시는지 말씀해주세요.

제품 재고가 있는 경우, 최대 1주일 이내에 배송할 수 있습니다. 그러나 재고가 없는 경우, 제품이 한국에서 중국으로 도착을 해야 발송할 수 있습니다.

Q. 중국에서는 아스파탐 성분을 주류 첨가제로 규정하고 있지 않은 것으로 알고 있습니다. 따라서 고객사에서는 해당 성분을 대체할 제품으로 빨간 쌀 막걸리, 찹쌀 탁주 제품을 중국으로 수출하려 하고 있습니다. 기존 중국으로 수출되는 막걸리 제품 및 중국 내 전통주와 비교했을 때 수요는 어느 정도로 예상하시는지 이유와 함께 알려주세요.

이 부분에 대해서는 대답하기가 어렵습니다. 현재 당사에서 수입하고 있는 제품들은 아스파탐 성분을 함유하고 있지 않습니다. 최근 막걸리에 첨가되는 성분 중 하나인 아스파탐이 발암물질인 것으로 밝혀져 중국 내 소비자들의 우려가 커지고 있습니다. 따라서 자연스럽게 주류 제품에 아스파탐을 성분을 제외하는 것이 당연시되고 있으므로, 고객사 제품이 아스파탐을 대체하는 성분을 첨가한 상품을 판매한다고 해도 큰 경쟁력이 있을 것으로 보기는 어렵습니다.

41) 사진 자료: 대련합아국제무역유한공사(大连合亚国际贸易有限公司)

Q. 현재 중국에서 가장 인기 있는 막걸리 브랜드가 있다면, 브랜드명, 가격대 및 포장 방식, 홍보 마케팅 방법에 대해 상세히 알려주세요.

중국에는 자국 막걸리 브랜드가 많습니다. 그중 특히 젊은 소비자층에게 S사가 널리 알려져 있습니다. 한국 브랜드로는 G사 등이 가장 유명합니다. 이 제품들의 가격대는 평균적으로 25위안(4,607원) 내외로 설정되어 있습니다. 오프라인에서도 시음회와 판촉 행사를 여는 등 마케팅을 하는 방법은 많지만, 최근에는 온라인 SNS를 통한 마케팅이 가장 효과적입니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품 수출 시, 현지에서 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.

온라인과 오프라인 채널을 모두 활용하는 것을 추천합니다. 온라인 쇼핑몰에서 현금 쿠폰 제공 등을 통해서 소비자에게 혜택을 제공하고, 오프라인에서는 판매자가 소비자와 직접 커뮤니케이션하며 막걸리의 효능을 설명하면 좋을 것입니다. 당사의 경우 현재 허마(Hema)와 많은 슈퍼마켓에 납품을 하고 있습니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품을 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

막걸리 제품이 목표할 만한 주요 타겟 소비자는 젊은 층과 여성 소비자라고 생각합니다. 이들은 취하기 위한 술이 아닌, 천천히 즐길 수 있는 술을 많이 선택하기 때문입니다. 실제로 중국의 많은 회사에서 젊은 남녀 직원들이 회식할 때 낮은 도수의 술을 소비하는 추세가 있습니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품을 중국에서 홍보 시, 어떤 경로 및 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

오프라인에서는 소비자들이 레스토랑 및 식당에서 시음을 해 볼 수 있도록 하면 효과적일 것입니다. 또한, 일부 레스토랑에서는 시음 후에 현장 판매를 진행해도 좋을 것 같습니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사의 막걸리 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

성분 목록 테스트와 원산지 증명서가 필요합니다. 다른 나라의 제품을 중국으로 수입하는 과정은 복잡합니다. 따라서 관련 규제나 인증 사항을 철저히 지켜야 합니다.

Q. 수입/유통업체와의 계약 시, 현지에서의 제품 손상에 대해 수입/유통업체의 책임으로 사전 협의 및 계약을 했더라도, 고객사가 책임져야 하는 중국의 법적 이슈가 있나요? 비슷한 사례가 있다면 알려주세요.

정확한 사례에 대해서는 잘 알지 못합니다. 다만 수입유통업체는 유통과정에서 제품 손상이 발생하는 때를 대비하여 보험을 들어놓습니다. 혹시 문제가 발생할 시 손해배상을 청구할 수 있습니다.

Interview ③

42)

上海米客酒业有限公司
米酒及相关产品

상해미객주업유한공사(上海米客酒业有限公司) Manager

상해미객주업유한공사
(上海米客酒业有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2017년 설립
 - 상하이에 위치한 소매업체
 - 주로 현지 제품 판매
 - 취급 품목은 음료
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Manager

Q. 찬 음식을 즐기지 않는 중국 소비자들의 특성상 중국 내에서는 냉장 및 냉동 유통이 잘 발달되어 있지 않을 것으로 보입니다. 고객사 막걸리 제품은 냉장 보관이 필수인데, 이러한 수입산 냉장 보관 제품의 유통과정은 어떻게 되는지 상세히 알려주세요.

주로 냉장 보관과 상온 보관이 동시에 가능한 제품을 수입하기 때문에, 대부분의 제품을 상온에서 수입합니다. 냉장 보관만 가능한 제품을 위한 방법은 따로 없습니다.

Q. 중국 내에서는 지역 간 넓은 이동 경로로 인해 배송시간이 길어질 것으로 보입니다. 귀사에서 중국 전역으로 막걸리 제품을 운송할 시에 최소 및 최대 배송시간은 어느 정도로 예상하시는지 말씀해주세요.

일반적으로 주문 후 일주일 이내 배송이 가능합니다. 당사의 창고가 절강성 가산에 위치하고 있으므로 인근 지역은 3일 이내, 5일 이내 배송이 가능하고, 그 외 지역도 7일 이내 배송이 가능합니다.

Q. 중국에서는 아스파탐 성분을 주류 첨가제로 규정하고 있지 않은 것으로 알고 있습니다. 따라서 고객사에서는 해당 성분을 대체할 제품으로 빨간 쌀 막걸리, 찹쌀 탁주 제품을 중국으로 수출하려 하고 있습니다. 기존 중국으로 수출되는 막걸리 제품 및 중국 내 전통주와 비교했을 때 수요는 어느 정도로 예상하시는지 이유와 함께 알려주세요.

최근 막걸리에 첨가되는 성분 중 하나인 아스파탐이 발암물질인 것으로 밝혀져 중국 내 소비자들의 우려가 커지고 있습니다. 따라서 자연스럽게 주류 제품에 아스파탐을 성분을 제외하는 것이 당연시되고 있으므로, 고객사 제품이 아스파탐을 대체하는 성분을 첨가한 상품을 판매한다고 해도 큰 경쟁력이 있을 것으로 보기는 어렵습니다.

Q. 현재 중국에서 가장 인기 있는 막걸리 브랜드가 있다면, 브랜드명, 가격대 및 포장 방식, 홍보 마케팅 방법에 대해 상세히 알려주세요.

막걸리는 중국에서 상대적으로 인지도가 높지 않은 편입니다. 특히 중국 소비자들은 중국 미주(米酒)와 한국 막걸리를 비슷한 제품으로 생각합니다. 그나마 가장 널리 알려진 중국브랜드로는 M사, S사, T사가 있으며, 중국에서 가장 유명한 한국 브랜드는 G사와 J사입니다. 이 제품들의 평균 가격은 30위안(5,528원) 이내지만, 용량에 따라 가격이 다릅니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품 수출 시, 현지에서 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.

온라인과 오프라인 유통채널을 모두 활용하는 것이 좋습니다. 대중성을 위해서는 허마(Hema), 월마트(Walmart) 등의 슈퍼마켓과 일부 레스토랑에서 판매하면 좋을 것입니다. 온라인 쇼핑몰을 통한 판매 역시 효과적일 수 있습니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품을 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

쌀로 빚은 술을 소비하는 고객층은 일반적으로는 중년층이 많습니다. 다만 젊은 층의 입맛 역시 고려해 대부분의 고객에게 적합한 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다. 예를 들면, 쌀의 단맛이 나며, 술의 맛이 상큼하고, 제품을 먹은 후 찹쌀 찌꺼기가 없는 제품입니다. 여러 단계의 소비자 피드백을 거쳐 많은 분들이 직접 시음하도록 하면 홍보 효과는 물론 소비자 입맛을 파악하기에도 용이할 것입니다.

Q. 고객사의 막걸리 제품을 중국에서 홍보 시, 어떤 경로 및 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

온라인, 오프라인 구분 없이 활용할 수 있는 모든 경로를 이용해야 합니다. 레스토랑, 슈퍼마켓, 온라인 두우인(Douyin)등 가용 가능한 모든 경로를 통해 홍보하는 것을 추천합니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사의 막걸리 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

성분 테스트, 품질 테스트 보고서 등이 모두 필요합니다. 중국에서 다른 나라의 제품을 수입하는 과정은 복잡한 편입니다. 이러한 과정을 거치지 않으면 판매될 수 없습니다.

Q. 수입/유통업체와의 계약 시, 현지에서의 제품 손상에 대해 수입/유통업체의 책임으로 사전 협의 및 계약을 했더라도, 고객사가 책임져야 하는 중국의 법적 이슈가 있나요? 비슷한 사례가 있다면 알려주세요.

생산과정에 문제가 있는 경우가 아니라면 책임은 수입유통업체에 있습니다. 다만, 생산과정에 문제가 있는 경우라면 생산업체에서 그에 따른 책임을 져야 할 것입니다.


2023

수출기업 맞춤형 조사

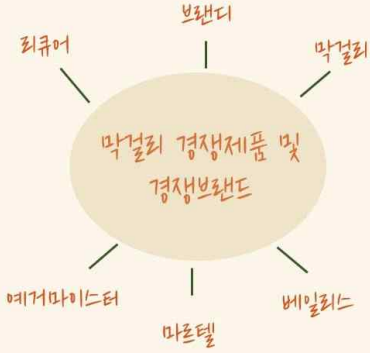
시장 분석형

Ⅶ 시사점






소비 특징 ①



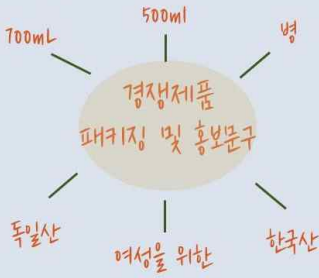
막걸리 경쟁제품 및 경쟁브랜드

① **경쟁제품**; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 막걸리 경쟁제품을 조사한 결과, '리큐어' 관련 키워드가 112건, '브랜드' 관련 키워드가 65건 빈출함. 고객사 제품인 '막걸리' 키워드의 빈출 횟수는 63건으로 3위를 차지하고 있으며, 빈출 횟수가 상위권인 주류들은 모두 알코올 도수가 막걸리보다 높으며, 이에 온라인을 통해 주류를 구매하는 소비층은 독주를 선호하는 경향이 있는 것으로 추정됨. 이 외에도 '땅콩', '밤', '옥수수' 등을 첨가한 한국산 막걸리 제품도 판매 중인 것으로 확인됨

② **경쟁브랜드**; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 막걸리 경쟁브랜드를 조사한 결과, '예거마이스터'와 '마르텔' 키워드가 각 208건, 109건 도출됨. 이는 경쟁 제품 키워드에서 상위권을 차지하고 있는 '리큐어'와 '브랜드'의 대표 브랜드이며, 중국에서 인기가 높은 주류 브랜드인 것으로 확인됨. 한국 막걸리 브랜드로는 '주시락'이 10건 도출되었으며, 일반 쌀막걸리를 비롯하여 땅콩, 밤, 옥수수 등 재료를 첨가한 막걸리 제품도 판매 중임



소비 특징 ②



경쟁제품 패키징 및 홍보문구


① **패키징**; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 소주 경쟁제품 패키징 및 중량을 조사한 결과, '700ml' 관련 키워드가 187건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어, '500ml' 키워드가 168건 도출되었으며, 소용량인 '50ml' 키워드 또한 7건 도출되었으나, 리큐어나 브랜드 등 양주 제품이 주를 이루고 있음. 막걸리 제품은 '750ml' 중량이 가장 선호되는 것으로 조사되었으며, 140건 도출된 '병' 키워드는 리큐어 등 양주의 경우 유리병을, 한국 막걸리 제품은 페트병을 주로 사용하는 것으로 나타남

② **경쟁제품 홍보문구**; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 막걸리 경쟁제품 홍보문구 및 원산지를 조사한 결과, 홍보문구로는 '여성을 위한' 키워드가 42건 도출됨. 막걸리 제품에 사용된 홍보문구로는 '밤', '땅콩', '옥수수' 등 원료 관련 키워드가 다수 도출되었음. 원산지의 경우, '독일산' 키워드가 79건으로 가장 인기가 많은 것으로 조사됨. 이 외에도 '프랑스산', '네덜란드산', '이탈리아산' 키워드도 다수 도출되어 유럽산 제품이 많이 판매되고 있는 것으로 확인됨

중국 일류소비재 소매유통채널 유통 비중

유통채널	비중
온라인	27.0%
슈퍼마켓	25.0%
하이퍼마켓	15.0%
현대식 채널	3.0%
기타	30.0%

유통채널



중국 내 고객사 막걸리 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, 여러 유통채널들을 포함하는 '기타'를 제외하고, '온라인'의 점유율이 27.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '슈퍼마켓' 유통채널이 25.0%의 점유율을 차지하였음. 이에 중국 소비자들이 막걸리 구매 시 온/오프라인 유통채널을 활용하는 것으로 나타나 온라인의 편의성과 오프라인의 구매 경험을 모두 중시하고 있는 것으로 예상할 수 있음. 막걸리의 품질과 신선도는 높은 상관관계를 지니기에 콜드체인 시스템 활용 등을 통해 최종 소비 전까지 신선도를 유지하는 유통 전략 수립이 필요할 것으로 예상됨



- ▶ Point 1) 중국 해관 고유번호 발급 必
- ▶ Point 2) 중국 품질감독검사검역총국
수출업체 직접 등록 必
- ▶ Point 3) 강제 인증 無
- ▶ Point 4) 중국어 표기 必

진입장벽



중국으로 제품 수출 시, 중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정 시행에 따라 중국에 수입되는 모든 식품의 생산, 가공, 보관 기업은 중국 해관 시스템 등록을 통해 고유번호를 발급받아야 하며, 5년간 제품 포장지에 해당 번호를 표시해야 하는 것으로 나타남. 또한 품질감독검사검역총국(AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 수출업체 등록을 직접 필수적으로 진행해야 함. 현지에서 제품 관련 소비자 피해 및 클레임 발생 시, 소비자는 판매자 및 제조자에게 손해 배상을 청구할 수 있으며, 제조사 측에서 관련 배상책임을 면하기 위해서는 제조물의 유통 과정 및 그 당시에 손해를 발생시킬 원인을 제공하지 않았다는 점을 증명해야 함

수출 확대 전략

콜드 체인
&
품질 검사



① 콜드체인: 현지 막걸리 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 막걸리 제품은 주로 상온 제품을 수입하는 것으로 나타났으며, 냉장 및 냉동 제품을 유통 보관하기에는 어려운 실정인 것으로 나타남. 아울러 고객사 제품은 고급형 막걸리 제품으로, 현지에서 판매 중인 막걸리 제품 대비 가격대가 높아 프리미엄 시장을 공략해야 하는 것으로 확인됨. 상온으로 제품을 수출 시 막걸리의 신선도 및 품질 저하가 우려되며, 이 경우 소비자 인식이 매우 중요한 프리미엄 시장에서 매우 타격이 클 것으로 예상됨. 중국의 콜드체인 시스템이 현재 고도화 단계에 있다는 사실에 기인하여⁴³⁾, 제품의 품질 관리 및 후술할 소비자 클레임 방지를 위해 콜드체인 시스템 활용에 경험이 있는 수입유통업체를 모색할 필요가 있을 것으로 예상됨

② 품질 검사: 중국 현지에서 판매되는 제품에 대한 소비자 클레임 및 배상은 중국의 제조물책임법(PL)에 따라 제조자 및 판매자가 배상을 실시해야 하며, 제조자는 제조물의 유통과정에 관여하지 않았다는 것을 증명할 수 있을 경우 책임에서 면제됨. 이와 더불어 수입품질 경우, 한국-중국 간 국제물품매매거래에 해당하기 때문에 양측간 품질, 위약금, 손해배상 조항들을 고려해야 함. 수입업자와의 계약에 따라 위탁거래와 판매거래로 구분할 수 있으며, 판매거래일 경우 소비자 클레임 발생 시 수출자의 책임을 최소화하기 위한 개별 계약 조항 및 선적 전 품질 검사를 시행하는 FOB 조건을 활용할 필요가 있음. 위탁 거래일 경우 개별 계약 조건 및 선적 전 철저한 품질 검사를 통해 제조 및 유통 과정에서 제품의 하자가 발생하지 않았다는 증빙 자료들을 구비할 것을 권장하며, 전술한 콜드체인 시스템 활용을 통해 클레임을 사전에 방지할 필요가 있음

43) CSF중국전문가포럼, 「중국의 신선식품 물류 및 콜드체인 현황」 참고



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」
2. 스태티스타(Statista), 「Alcoholic Drinks_China」, 2023.08
3. 데일리안, 「해외서 활로 찾는 막걸리, 4년 새 수출 24%↑」, 2023.08
4. 스태티스타(Statista), 「Cider, Perry & Rice Wine_China」, 2023.08
5. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
6. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준」, 2017.08
7. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2762-2012 식품 중 오염물 제한량」, 2017.08
8. 중화인민공화국 국가표준 「GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량」, 2017.08
9. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2761-2011 식품 중 진균독소 제한량」, 2017.08
10. 중화인민공화국 국가표준 「GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨통칙」, 2017.08
11. 중화인민공화국 국가표준 「GB 28050-2011 사전포장 식품 영양라벨 통칙」, 2017.08
12. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2763-2014 식품 중 농약의 최대 잔류허용기준」, 2017.08
13. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2757-2012 증류주와 혼합주」, 2017.08
14. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2758-2012 발효주와 혼합주」, 2017.08
15. 한국농수산물유통공사 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021.12
16. 식품의약품안전처 「식품 수출 안내서(중국편)」, 2021.12
17. KATI농식품수출정보 「2022년 한눈에 보이는 중국 농식품 수출 교역조건 현황」, 2023.07
18. 식품의약품안전처 「국가별 표시사항별 식품표시 규정」, 2016.06
19. 식품의약품안전처 「제외국 식품 중 알레르기 유발성분 표시제도 현황」, 2014.12
20. 미국 농무부(USDA), 「Translation of Maximum Residue Limits for Pesticides in Foods」, 2021.08
21. KATI농식품수출정보, 「중국 농산물 잔류농약허용기준」, 2007.12
22. CSF중국전문가포럼, 「중국의 신선식품 물류 및 콜드체인 현황」, 2022.05

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 중국 징둥(京东) (item.jd.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
6. 완다프라자(万达广场) (www.wandaplazas.com)
7. 월스트리트저널(The Wall Street Journal) (www.wsj.com)
8. 왕푸징백화점(王府井百货) (www.wfj.com.cn)
9. 신세계백화점중국(新世界百货中国) (www.nwds.com.hk)
10. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.cn)
11. 씨알뱅가드(CRVanguard) (www.crv.com.cn)
12. 샘파트너스(Sampartners) (sampartners.co.kr/en)
13. 허마세성(盒马鲜生) (www.freshippo.com)
14. 푸데이일리(Foodaily) (www.foodaily.com)
15. 타오바오(淘宝网) (world.taobao.com)
16. 징둥(Jingdong) (www.jd.com)
17. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
18. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
19. 바이두(百度) (www.baidu.com)
20. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

21. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
22. 중화인민공화국 해관총서(GACC) (www.customs.gov.cn)
23. 중화인민공화국 시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)
24. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC) (www.nhc.gov.cn)
25. 국제무역청 (www.trade.gov)
26. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
27. 한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
28. 중화인민공화국 농업농촌부(MOA) (www.moa.gov.cn)
29. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) (www.aqsiq.gov.cn)
30. 농촌진흥청 (www.rda.go.kr)
31. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
32. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
33. KIEP대외경제정책연구원 (www.kiep.go.kr)
34. 북경흥성시대국제무역유한공사(北京鑫盛时代国际贸易有限公司)
35. 대련합아국제무역유한공사(大连合亚国际贸易有限公司)
36. 상해미객주업유한공사(上海米客酒业有限公司)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.10

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea