



MINI Market Report

국가	인도
제품	주류(소주)

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 인도 마케팅 방안	1
1. 현지 시장 특징	1
2. 현지 시장 진출 TIP	2
II. 인도 시장 정보	4
1. 주류 수입추이	4
2. 주류 시장동향	5
3. 주류 관련 이슈	14
III. 인도 가격 정보	17
IV. 인도 유통 정보	26
1. 유통 경로	26
2. 유통 채널	28
V. 인도 통관 정보	31
1. 관세 및 기타 세금	31
2. 통관 절차 시 관행 및 유의사항	32
3. 통관 절차	36
4. 원산지 규정	42
VI. 인도 검역 정보	44
VII. 인도 라벨링 정보	47
1. 라벨링 유의사항	47
2. 라벨링 표기내용	49
VIII. 인도 바이어 정보	51

※ 참고자료

I 인도 마케팅 방안

1. 현지 시장 특징

□ 인도의 주류 시장 전망 긍정적

- 2013년 인도 주류 시장은 1조 6,827억 500만 리터 규모이며 최근 3년간 연평균 성장률은 14%로 조사되었음
- 향후 인도의 주류 시장은 연평균 10%대를 기록할 것으로 예상되는데, 이는 주류가 법적으로 허용되는 연령대의 소비자 증가와 인도시장에서 더 이상 술이 금기시되지 않으면서 젊은 세대의 소비가 증가하기 때문인 것으로 파악됨
- 인도는 세계에서 평균 연령층이 가장 낮은 국가로, 인도 인구의 60% 가량이 30세 이하인 것으로 파악되었으며, 50% 이상이 22세에서 54세에 포함되는 노동인구인 것으로 파악됨
- 인도인들이 위스키를 가장 선호함에 따라 인도는 세계에서 큰 위스키 시장을 가지고 있음
- 맥주는 사회적으로 관대한 주류가 되었고 특히 도시의 젊은이들은 가장 선호하는 것으로 파악됨
- 지난 몇 년간 15% 이상의 성장률을 보이며 1인당 맥주 소비량은 1.5 리터인 것으로 집계됨

□ 엄격한 주류 시장 규제

- 인도에서는 직접 광고가 금지됨에 따라 간접 광고를 통해 제품 홍보가 이루어짐
- 주류 판매 승인권을 정부가 독점하고 있기 때문에 유통량을 통제하고 이에 따라 주류 가격도 통제할 수 있는 특징이 있음
- 주류 판매 시, 관세, 판매세, 소비세 등 관련 세제가 많고 체계가 복잡할 뿐만 아니라 주마다 관련 세제가 다르기 때문에 이를 염두해 두어야 함

□ 주마다 상이한 주류문화

- 남부지역의 사람들이 가장 높은 술 소비량을 보이는 것으로 파악됨
- 소득 수준이 높고 도시에 거주하는 사람들을 중심으로 고급화 되는 주류 문화를 확인할 수 있음

2. 현지 시장 진출 TIP

□ 인도 주류 수출 시 이전 사례 벤치마킹 필요 : 하이트진로

- 하이트진로는 2011년 기준 1,500억원의 해외 매출을 기록했으며 오는 2017년까지 3,000억원으로 끌어올린다는 목표 하에 주류시장 성장률이 높은 인도 시장으로 진출함
- 글로벌 가수로 부상한 싸이를 모델로 계약, 해외시장에서 적극적인 마케팅을 펼친다는 계획

□ 인도 현지 파트너십 모색 필요

- 인도에서 만들어진 외국상품들이 인도의 주류시장에서 높은 시장점유율을 보이고 있음에 따라 현지 업체와의 파트너십 구축 방안을 고려해볼 필요가 있음
 - 영국 주류회사인 Diageo는 인도 주류업체 United Spritis를 인수하면서 해외업체의 인도시장 진출이 본격화됨
 - 일본 주류업체 Suntory, Kirin Holdings와 태국의 ThaiBev 또한 인도 시장 진출을 위해 현지 파트너업체를 모색함

□ 인도인들의 특성 고려 필요

- 인도인들은 시간약속을 중요히 생각하지만 스스로는 잘 실천하지 않기 때문에 언제든지 약속이 바뀔 수 있는 가능성이 있음을 염두해 둘 필요가 있음
- 인도의 가정문화는 특히 중요하기 때문에 가정에 중요한 일이 생겼을 때에 비즈니스는 불가능하고, 이에 따라 스케줄 변경과 지연은 그들과 사업을 하는데 있어 자주 발생하는 부분임을 고려하여야 함

-
- 미팅을 하기 전에 있어 인도인들은 다양한 주제로 대화를 하는 것들 즐기는 경향이 있음
 - 인도인과 계약을 체결하는 과정에 있어 계약에 영향을 미치는 부분이라면 사소한 것이라도 계약에 반영이 되었는지 반드시 확인해야 함
 - 독점 계약기간을 수년간 정해두고도 경쟁국 제품만 취급하며 한국기업이 다른 바이어에게 공급하고자 할 때엔 위반 클레임을 거는 경우가 있기 때문에 독점 수입 계약기간은 짧을수록 좋으며, 계약금을 받아두면 계약 이행 및 공급 계약 체결을 독촉하는 방편으로 활용이 가능함

II 인도 시장 정보

1. 주류 수입추이

□ 소주는 전체 식품 카테고리에서 「80% vol.이하의 용량에 의한 주정도의 변성 에틸알콜 ; 주정, 리큐르 및 기타 spirituous 음료, 기타, 2리터 이하의 용기에 넣은 것」으로 분류되며 가장 근접한 HS CODE는 「2208.90.19」로 파악되었음

□ HS CODE 「2208.90.19」에 대한 인도 수입 추이

- 인도는 2013년 총 7,178만 1,094 달러 규모의 「80% vol.이하의 용량에 의한 주정도의 변성 에틸알콜 ; 주정, 리큐르 및 기타」을 수입하였고, 주요 수입국으로는 영국, 이탈리아, 프랑스, 멕시코 등이 있음
- 인도의 「2208.90.19」류 최대 수입국은 영국(점유율 93.4%)으로 2013년 6,704만 254 달러 규모를 수입하였고, 이는 전년대비 4.1% 증가한 수치임
- 영국에 이어 이탈리아로부터 200만 8,393 달러 규모의 「2208.90.19」류 제품을 수입하였고, 이는 전년대비 대폭 증가한 수치임
- 인도는 한국으로부터 2013년 2만 3,657 달러 규모의 「2208.90.19」류 제품을 수입하였고, 이는 전년대비 159.78% 증가한 수치임

India Import Statistics					
Commodity: 220890, Spirituous Beverages, Nesoi, Including Cordials, Liqueurs, Kirshwasser, Ratafia And Vodka					
Calendar Year: 2012 - 2013					
Partner Country	United States Dollars		% Share		% Change
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
World	68,246,725	71,781,094	100.00	100.00	5.18
1 United Kingdom	64,398,888	67,040,254	94.36	93.40	4.10
2 Italy	12,418	2,008,393	0.02	2.80	∞
3 France	1,051,279	1,026,670	1.54	1.43	- 2.34
4 Mexico	889,498	978,264	1.30	1.36	9.98
5 United Arab	156,414	217,085	0.23	0.30	38.79

	Emirates					
6	Singapore	61,259	175,846	0.09	0.24	187.05
7	United States	680,489	106,671	1.00	0.15	- 84.32
8	China	168,511	63,632	0.25	0.09	- 62.24
9	Finland	7,656	41,375	0.01	0.06	440.46
10	Unidentified Country	33,118	40,840	0.05	0.06	23.32
11	Germany	50,249	35,355	0.07	0.05	- 29.64
12	Korea South	9,106	23,657	0.01	0.03	159.78

출처 : GTA(<http://www.gtis.com/>)

2. 주류 시장동향

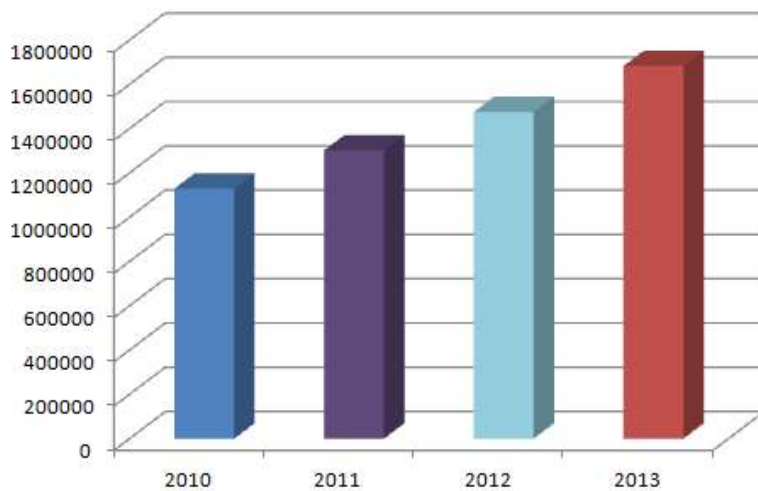
□ 글로벌 리서치 기관인 데이터모니터에 따르면, 2013년 인도 주류 시장은 1조 6,827억 500만 리터 규모로 지속적인 증가세를 구가하고 있는 것으로 관측

- 2010년 ~ 2013년 동안 연평균 주류 시장 성장률은 14%로 추산됨

< 인도 주류시장 규모 및 성장률 >

(단위 : Millions of Liters)

Country	2010	2011	2012	2013	Overall Growth	CAGR (2010-2013)
India	1,129,368	1,301,920	1,475,260	1,682,705	49%	14%



출처 : <http://www.datamonitor.com/>

1) 맥주

□ 2013년 인도 맥주 시장은 24억 6.850만 리터 규모로 지속적인 증가세를 구가하고 있는 것으로 관측

- 2010년 ~ 2013년 동안 연평균 주류 시장 성장률은 13%로 추산됨

< 인도 맥주시장 규모 및 성장률 >

(단위 : Millions of Liters)



출처 : <http://www.datamonitor.com/>

- 제품 및 시장점유율

Company	Brand	2010	2011	2012	2013
United Breweries Limited	소계	49%	50%	51%	51%
	Kingfisher	39%	40%	40%	41%
	Zingaro	3%	3%	3%	3%
	London	2%	2%	2%	2%
	London Strong	1%	1%	1%	1%
	Bullet	1%	1%	1%	1%

	Kalyani Black Label	1%	1%	1%	1%
	Kalyani Strong	1%	1%	1%	1%
	Marco Polo	1%	1%	0%	0%
	UB Premium Ice	0%	0%	0%	0%
	Turbo	0%	0%	0%	0%
	Sandpiper	1%	1%	0%	0%
SABMiller	소계	25%	23%	19%	15%
	Haywards 5000	9%	8%	6%	4%
	Knock Out	5%	6%	5%	4%
	Royal Challenge	5%	4%	3%	3%
	Black Patridge Strong	1%	1%	1%	2%
	Foster's	2%	2%	2%	1%
	Haywards 2000	1%	1%	1%	1%
	Others	2%	1%	1%	0%
	Castle	0%	0%	0%	0%
Carlsberg A/S	소계	3%	5%	5%	6%
	Carlsberg	3%	5%	5%	6%
Mohan Meakin Limited	소계	5%	5%	5%	5%
	Black Knight	2%	2%	2%	2%
	Meakin 10000	1%	1%	2%	2%
	Vorion	1%	1%	0%	1%
	Golden Eagle	1%	1%	1%	1%
Molson Coors Brewing Company	소계	0%	2%	2%	2%
	Cobra	0%	2%	2%	2%
Anheuser-Busch InBev	소계	1%	1%	2%	2%
	Budweiser	1%	1%	2%	2%
Mount Shivalik Breweries Ltd.	소계	2%	2%	0%	2%
	Thunderbolt	2%	2%	2%	2%
	Golden Peacock	0%	0%	0%	0%
Lilasons Industries limited	소계	1%	1%	1%	1%

	Khajuraho	1%	1%	1%	1%
Heineken N.V.	소계	0%	0%	0%	0%
	Canon	0%	0%	0%	0%
	Arlem Mild	0%	0%	0%	0%
Cobra Beer Ltd	소계	2%	0%	0%	0%
	Cobra	2%	0%	0%	0%
Asia Pacific Breweries Limited	소계	1%	1%	0%	0%
	Canon	0%	0%	0%	0%
	Arlem Mild	0%	0%	0%	0%
Other	소계	10%	9%	12%	15%
	Other	10%	9%	12%	15%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

－ 유통업체 판매 점유율

Channel	2010	2011	2012	2013
Specialist Retailers	57%	57%	57%	57%
On-trade	42%	42%	41%	41%
Supermarkets / hypermarkets	1%	1%	2%	2%
Department Stores (incl. Duty-Free Shops)	<0.1%	<0.1%	<0.1%	<0.1%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

－ 연령별 소비율

Consumer age	2010	2011	2012
25-34	36%	36%	36%
35-44	27%	27%	27%
45-54	16%	16%	16%
LDA-24	14%	14%	14%
55+	8%	7%	7%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

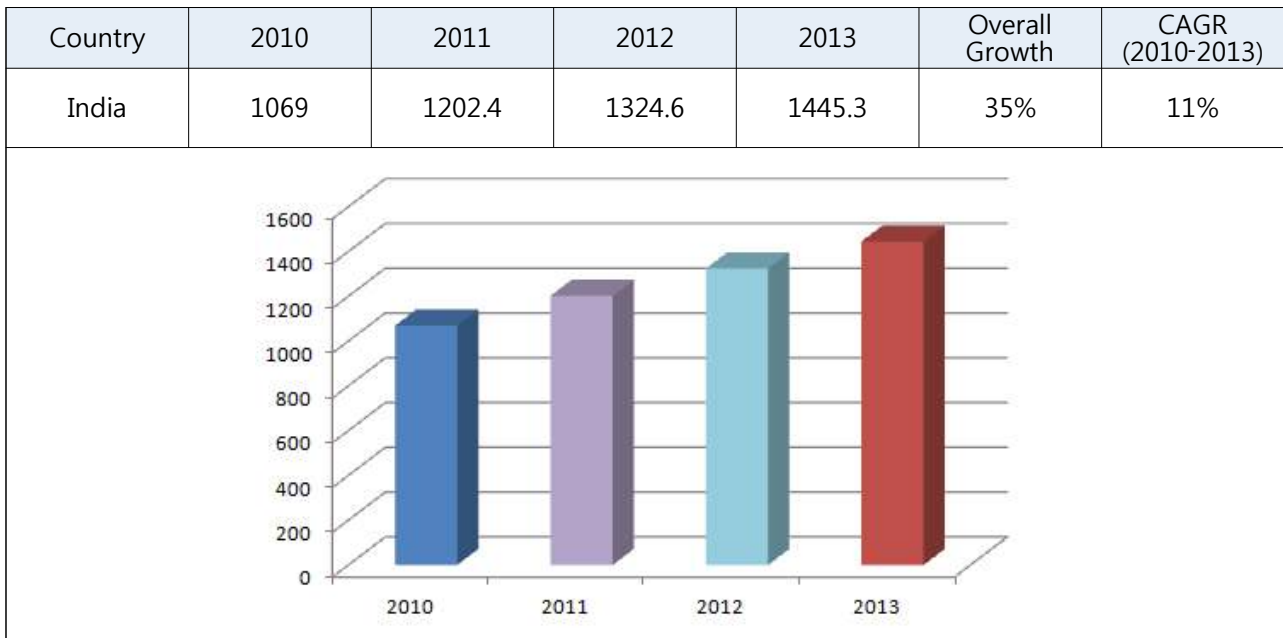
2) 위스키

□ 2013년 인도 위스키 시장은 14억 4,530만 리터 규모로 지속적인 증가세를 구가하고 있는 것으로 관측

- 2010년 ~ 2013년 동안 연평균 주류 시장 성장률은 11%로 추산됨

< 인도 위스키시장 규모 및 성장률 >

(단위 : Millions of Liters)



출처 : <http://www.datamonitor.com/>

- 제품 및 시장점유율

Company	Brand	2010	2011	2012	2013
United Spirits Limited	소계	46%	46%	45%	44%
	Bagpiper	15%	15%	15%	14%
	Old Tavern	6%	7%	8%	9%
	Mc Dowells No. 1	12%	11%	10%	9%
	Hayward's	4%	4%	5%	5%
	Directors special	4%	4%	4%	3%
	McDowell's Green Label Whiskey	2%	1%	1%	1%
	Signature	1%	1%	1%	1%

	M c D o w e l l ' s Diplomat Whiskey	1%	1%	1%	1%
	Antiquity	0%	0%	0%	0%
	Royal Challenge	1%	1%	1%	0%
Pernod Ricard	소계	14%	14%	14%	15%
	Royal Stag	8%	8%	8%	8%
	Seagram's Imperial Blue	4%	4%	4%	4%
	Blender's Pride	2%	2%	2%	3%
Allied Blenders and Distillers Pvt. Ltd.	소계	12%	13%	13%	13%
	Officer's Choice	12%	13%	13%	13%
Jagatjit Industries Ltd	소계	8%	0%	10%	11%
	AC Black	2%	3%	4%	5%
	A r i s t o c r a t Premium Whiskey	3%	3%	3%	4%
	Bonnie Special	2%	2%	2%	2%
	Binnies	1%	1%	1%	1%
John Distilleries Ltd.	소계	9%	10%	10%	10%
	Original Choice	9%	10%	10%	10%
Radico Khaitan Limited	소계	6%	6%	6%	6%
	8 PM	4%	4%	4%	4%
	Others	2%	2%	2%	2%
Diageo plc	소계	0.42%	0.42%	0.44%	0.46
	Johnnie Walker	0.42%	0.42%	0.44%	0.46
Beam Inc	소계	0%	0%	0%	0%
	Teacher's	0%	0%	0%	0%
Other	소계	4%	2%	0%	0%
	Other	4%	2%	0%	0%
Fortune Brands, Inc.	소계	0.22%	0%	0%	0%
	Teacher's	0.22%	0%	0%	0%
Allied Domecq	소계	0%	0%	0%	0%
	Teacher's	0%	0%	0%	0%
	Seagram's Imperial Blue	0%	0%	0%	0%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

－ 유통업체 판매 점유율

Channel	2010	2011	2012	2013
Specialist Retailers	63%	64%	64%	64%
On-trade	34%	34%	34%	34%
Supermarkets / hypermarkets	1%	1%	1%	1%
Convenience Stores	1%	1%	1%	1%
Department Stores (incl. Duty-Free Shops)	0%	0%	0%	0%
Service Stations	0%	0%	0%	0%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

－ 연령별 소비율

Consumer age	2010	2011	2012
25-34	29%	30%	32%
35-44	33%	32%	32%
45-54	23%	22%	20%
55+	8%	7%	7%
LDA-24	8%	8%	9%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

3) 럼

□ 2013년 인도 럼 시장은 1,566억 2,190만 리터 규모로 지속적인 증가세를 구가하고 있는 것으로 관측

- 2010년 ~ 2013년 동안 연평균 주류 시장 성장률은 13% 추산됨

< 인도 럼시장 규모 및 성장률 >



- 경쟁제품 및 시장점유율

Company	Brand	2010	2011	2012	2013
United Spirits Limited	소계	37%	35%	34%	32%
	Mc Dowells No. 1	28%	27%	25%	23%
	Celebration	6%	6%	6%	7%
	Old Cask	3%	3%	2%	2%
Amrut Distilleries	소계	5%	5%	5%	5%
	Old Port Rum	5%	5%	5%	5%
Radico Khaitan Limited	소계	8%	7%	6%	4%
	Contessa	8%	7%	5%	4%
	8 PM Bermuda Rum	1%	0%	0%	0%
Mohan Meakin Limited	소계	16%	12%	8%	4%

	Old Monk	16%	12%	8%	4%
Jagatjit Industries Ltd	소계	2%	2%	1%	1%
	Aristocrat Rum	1%	1%	1%	1%
	Others	1%	0%	0%	0%
Khoday India Limited	소계	2%	2%	1%	1%
	Hercules	2%	2%	1%	1%
Bacardi Limited	소계	1%	1%	1%	1%
	Bacardi	1%	1%	1%	1%
Other	소계	28%	36%	44%	0%
	Other	28%	36%	44%	0%

－ 유통업체 판매 점유율

Channel	2010	2011	2012	2013
Specialist Retailers	76%	76%	76%	76%
On-trade	22%	22%	22%	22%
Supermarkets / hypermarkets	1%	1%	1%	1%
Convenience Stores	1%	1%	1%	1%
Department Stores (incl. Duty-Free Shops)	0.12%	0.11%	0.11%	0.11%
Service Stations	<0.1%	<0.1%	<0.1%	<0.1%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

－ 연령별 소비율

Consumer age	2010	2011	2012
25-34	38%	38%	38%
35-44	29%	29%	29%
LDA-24	14%	14%	14%
45-54	14%	14%	14%
55+	4%	4%	4%

출처 : <http://www.datamonitor.com/>

3. 주류 관련 이슈

□ 음주 문화가 확산되는 인도

- 인도 정부 통계에 따르면, 주기적으로 술을 마시는 음주인구는 2억 명이 넘으며, 이 중 여성이 4,000만 명(음주인구의 20%)인 것으로 추산됨
- 중산층의 구매력이 증가하고 술 소비 성향이 강한 20대 이상의 인구 비율이 높아지면서 인도에도 음주 문화가 확산되고 있는 추세
- 전반적으로 술 소비를 조장하는 문화가 아니기 때문에 음주를 동반한 유흥 및 사회활동이 일상적이지 않음. 가족주의 성향이 강해 퇴근 후 부서별 회식이라든가 「술 한 잔 하자」는 식의 퇴근 후 여가패턴도 일반적이지 않음
- 그러나 가처분소득 증가, 중산층의 생활양식 변화, 서구문화의 영향(파티, 기념행사 등)이 증대되면서 술을 판매하는 고급식당 및 바 등이 대도시를 중심으로 늘어나고 있으며, 전체 음주자의 62%가 간헐적으로 가볍게 즐기는 정도로 알려짐

□ 인도 정부의 주류시장 규제 엄격

- 인도 정부는 술의 제조와 판매를 엄격히 규제
 - 1956년 개발과 규제에 관한 산업법에 의거, 주류시장 진출은 정부 승인을 얻어야 하는 승인제 유지
 - 1970년대 주류판매에 대한 대규모 반대운동이 전개되어 인도 정보방송부는 주류 관련 직접 광고를 완전 금지
- 주류기업들의 간접광고

< 주류기업의 간접광고 >

Kingfisher 맥주 → Kingfisher 항공사

McDowell 몰트 위스키 → McDowell 탄산수/생수

Royal Challenger 위스키 → Royal Challenger 골프 악세사리 등

- 인도정부의 주류 직접광고 금지책으로 주류기업들은 자사 브랜드의 다른 제품광고를 통해 간접적인 주류 광고를 시행

- 주요 국경일 및 종교기념일은 금주일(Dry Day)로 정해 주류 판매점과 식당에서 알코올 판매를 금지(독립기념일, 헌법공포일, 간디 탄생일, 선거일, 힌두 및 이슬람 종교기념일 등)
 - 일부 주에서는 술 소비를 원천 금지하며, 다른 주에서는 음주 소비를 허용하나 주마다 음주 최소연령이 다르며 연령기준도 비교적 높게 규정
 - 음주 금지 주 : 구자라트, 미조람, 나갈랜드, 마니푸르 일부 등
 - 맥주는 18세~21세, 알코올 함량이 높은 고도주는 21세~25세
- 주류 판매 승인권은 정부가 독점하고 있으며, 인도 소득수준에 비해 주류 가격을 높게 책정하고 유통량도 통제
 - 음주인구는 늘고 있지만 시장내 주류 전문 판매점 수는 한정되어 수요에 비해 공급이 항상 부족한 상태임
 - 주정부는 당밀, 에탄올 등의 중간재 가격 및 이동, 최종 소비자 가격 등에 관해 강한 영향력을 행사
 - 관세를 포함, 판매세, 소비세, 병에 담는 비용, 영업세 등 주류 관련 세제가 복잡하고 세율도 높으며 과세 규정도 주마다 상이

□ 위스키를 가장 선호

- 전체 주류 소비의 절반 이상이 위스키가 차지하고 있음. 특히 프리미엄 위스키 시장은 매년 약 22%씩 성장하고 있는데, 현재 7,200만 병인 소비량은 2015년 1억 6,000만 병까지 증가할 것으로 예상됨
- 하지만 소득 증가와 해외문화와의 교류 활성화로 인해 인도인들의 주류 소비가 위스키와 같은 전통 인도 증류주에서 외국 주류로 다양화되고 있는 상황임
- 인도 젊은이들의 술에 대한 기호도 강한 도수의 술에서 약한 도수인 와인으로 변화 추세이며, 젊은 소비층을 중심으로 자신이 선호하는 브랜드와 주류를 찾는 알코올 소비자들이 등장하는 점도 주목해야 함

□ 술 소비량이 가장 많은 남부지역

- 인도 주류 소비는 지역에 따라 크게 차이 나는데, 남부지역의 술 소비가 가장 많

음. 안드라프라데시, 타밀나두, 카르나타카, 케랄라가 속한 남부지역은 인도 전체 맥주 소비의 46%를 차지함. 다음으로 중부지역의 술 소비가 전체의 21%를 차지하고 있음

- 인도는 주별로 주류 구입 가능 연령이 다른데, 텔리에서는 25세가 넘어야 주류 구입이 가능한 반면 남부지역에서는 18세부터 가능함

□ 세계 유수 주류 업체 보유

- 인도 종합주류생산업체인 UB그룹은 세계 3대 증류주 생산 회사임. UB그룹 산하의 위스키 전문 생산 업체인 United Spirits Ltd(USL)은 준 프리미엄 브랜드인 Bagpiper와 McDowell No.1을 보유하고 있음. 이 두 브랜드는 영국의 Drinks International이 발표한 판매량 탑 10에도 선정됨

□ 고급화되는 인도 음주문화

- 전반적으로 술 소비가 높지 않은 문화이지만 서구문화의 영향과 생활양식의 변화로 술을 판매하는 고급식당 및 바가 급격히 늘고 있음
- 해외 브랜드 고급 주류는 인도 중산층과 부유층 사이에서 인기가 높으며, 선물용으로 많이 판매됨

□ 인도 시장의 소주는 밀수입된 제품이 많음

- 일부 재래시장에서는 소량의 신라면과 팩소주(참이슬)을 판매하고 있으며, 밀수입에 의한 유통제품인 경우가 많음
- 일반 식당에서 술을 팔 수 없으므로 인도의 한식당에는 생수병에 소주를 담아 팔기도 하며, 가격은 1만 2,000원으로 한국시장에 비해 훨씬 고가임

인도 가격 정보

□ Madhuloka 주류 판매 및 가격 현황

- 맥주1)

업체명	Asahi	Corona	Geist
제품 이미지			
제품명	Asahi Japan No.1 Beer 330ML	Corona Extra Beer 355ML	Geist Dark Hand-Crafted Natural Beer
가격	INR 245	INR 240	INR 250
	USD 4.01	USD 3.93	USD 4.10

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Budweiser Magnum Strong Beers 330ML	Budweiser Premium King of Beers 330ML	Heineken Lager Beer 330ML
가격	INR 75	INR 70	INR 100
	USD 1.23	USD 1.15	USD 1.64

1) <http://madhuloka.com/>

- 위스키

업체명	United Spirits Limited	Pernod Ricard	-
제품 이미지			
제품명	Bagpiper Deluxe Whisky 375ML	Seagram's Royal Stag Barrel Select Whisky 375ML	Officers Choice Special Whisky 750ML
가격	INR 141	INR 348	INR 282
	USD 2.31	USD 5.70	USD 4.62

업체명	United Spirits Limited	Radico Khaitan Limited	Diageo plc
제품 이미지			
제품명	McDowell's No.1 Celebration Deluxe XXX Rum 1000ML	8PM Rare Blend Of Indian Whisky And Scotch 375ML	Johnnie Walker Black Label Blended Scotch Whisky 750ML
가격	INR 375	INR 117	INR 4,795
	USD 6.14	USD 1.92	USD 78.57

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Absolut Mandrin 750ML	Campari Bitter 750ML	Tequila Camino Real Gold 750ML
가격	INR 2,150	INR 3,837	INR 3,100
	USD 35.23	USD 62.87	USD 50.80

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Grover art collection shiraz rose wine 375ml	Baileys The Original Irish Cream 750ML	Martini Extra Dry 1000ML
가격	INR 325	INR 2,750	INR 1,900
	USD 5.33	USD 45.06	USD 31.13

□ makemydrink 주류 판매 및 가격 현황²⁾

- 맥주

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Budweiser-Premium	Kingfisher Premium	Miller High Life
가격	INR 130	INR 95	INR 250
	USD 2.13	USD 1.56	USD 4.10

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Tuborg-Premium	Budweiser-Magnum Strong	Kingfisher Ultra
가격	INR 100	INR 140	INR 140
	USD 1.64	USD 2.29	USD 2.29

2) <http://www.makemydrink.com/>

- 위스키

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Blenders Pride	Seagram-100 Pipers	Johnnie Walker-Red Label
가격	INR 920	INR 1,470	INR 1,950
	USD 15.07	USD 24.90	USD 31.95

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Seagrams 100 Pipers-12 Years	Amrut-Fusion	Teachers-Highland
가격	INR 100	INR 140	INR 140
	USD 1.64	USD 2.29	USD 2.29

- 럽

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Old Monk	Bacardi Breezer-Jamaican Passion	Bacardi-Limon
가격	INR 234	INR 100	INR 1,100
	USD 3.83	USD 1.64	USD 18.02

업체명	-	-
제품 이미지		
제품명	Bacardi Breezer-Cranberry	Bacardi Breezer-Orange
가격	INR 100	INR 140
	USD 1.64	USD 2.29

□ boozzr 온라인 가격 현황³⁾

– 맥주

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	CARLSBERG ELEPHANT STRONG BEER	TUBORG STRONG BEER	TUBORG GOLD BEER
가격	INR 50	INR 85	INR 70
	USD 0.82	USD 1.39	USD 1.15

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	ZINGARO SUPER STRONG PREMIUM BEER	POWER 5000 SUPER STRONG BEER	SANDPIPER PREMIUM LAGER BEER
가격	INR 65	INR 65	INR 60
	USD 1.07	USD 1.07	USD 0.98

3) <http://boozzr.com/>

- 위스키

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	BLENDERS PRIDE RARE PREMIUM WHISKY	MCDOWELL DIPLOMAT WORLD CLASS WHISKY	ROYAL CHALLENGE WHISK-
가격	INR 610	INR 220	INR 420
	USD 10.00	USD 3.60	USD 6.88

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	ANTIQUITY BLUE ULTRA PREMIUM WHISKY	ARISTOCRAT WHISKY	MCDOWELL SIGNATURE PREMIER GRAIN WHISKY
가격	INR 680	INR 220	INR 660
	USD 11.14	USD 3.60	USD 10.81

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	BLACK FORT XXX MATURED RUM	SIKKIM XXX PRIZE RUM	OLD SMUGGLER MATURED XXX RUM
가격	INR 230 USD 3.77	INR 230 USD 3.77	INR 230 USD 3.77

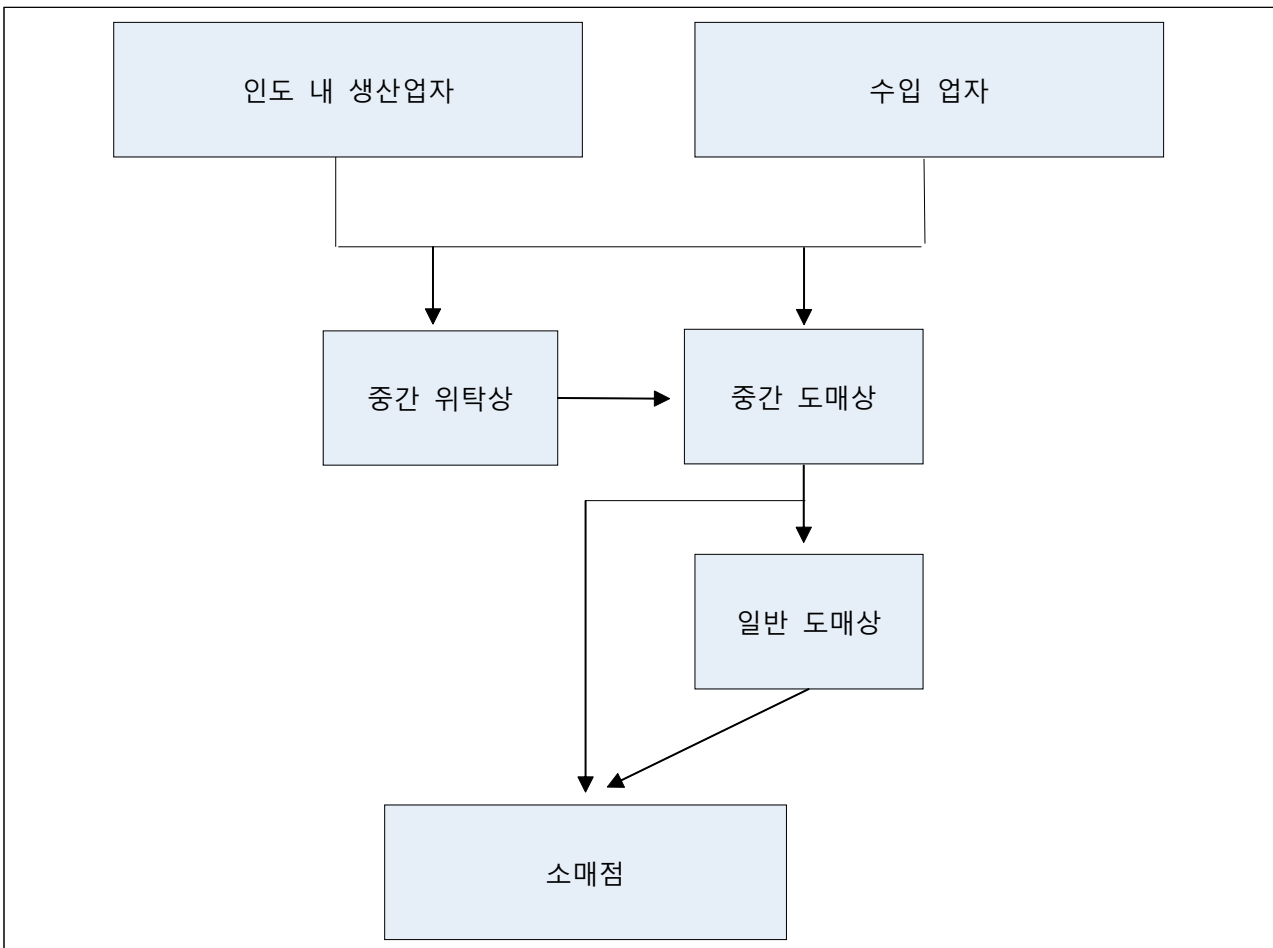
업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	OLD SMUGGLER MATURED XXX RUM	OLD MONK SUPREME XXX RUM	OLD MONK GOLD RESERVE RUM
가격	INR 155 USD 2.54	INR 380 USD 6.23	INR 270 USD 4.42

IV 인도 유통 정보

1. 유통 경로

- 여러 단계의 유통 경로, 각 단계별 통상 마진율을 고려하면 소비자 가격의 10~20%가 유통비용이며 특히 수입식품 유통에 있어서는 중간도매상(stockist)의 역할이 중요함
- 인도의 유통 경로를 살펴보면 자국 내 생산품은 물론, 수입 물품 역시 여러 단계를 거쳐 최종 소비자에게 판매 되는 구조임
- 크게 중간 위탁상(CFAs: clearing and forwarding agents), 중간 도매상(stockist)을 거쳐서 유통이 이루어지는데 중간 도매상에서 바로 소매점으로 이어지는 경우도 있으나 일부 소매점의 경우 일반도매상을 거쳐 소매점으로 유통되기도 함

< 인도 유통 경로 >



□ 중간 위탁상(CFAs: clearing and forwarding agents)

- 인도는 냉장창고를 포함한 대형 창고의 인프라가 부족하고 건설비용 또한 매우 높기 때문에 여러 품목을 다양하게 취급하는 대형 도매상이 발달하지 못했으며 이를 대신하여 중간 위탁상이 유통 경로에서 매우 중요한 역할을 차지하고 있음
- 중간 위탁상들은 공장 또는 도매상의 물품을 특정 물품만 구매하는 중간도매상(stockist)에게 전달하는 역할을 함
- 중간 위탁상들은 물품에 대한 소유권은 없지만, 제조(수입)업자를 대신하여 판매대금을 받고 통상 판매대금의 2~2.5%의 마진을 취함

□ 중간 도매상(stockists)

- 공장 또는 도매상, 수입업자의 물품 중 주로 취급하는 특정 물품만 구매하여 일반 도매상 및 소매점에 판매함
- 중간 도매상들은 인도 내 각 지역적으로 배타적인 판매권한을 가지고 있으며, 도시 지역 도매점뿐만 아니라 대형소매점을 움직일 수 있는 힘을 가지고 있는 경우가 많음
- 따라서 수입품 유통 과정에서는 수입업자 다음으로 매우 중요한 역할이라 할 수 있으며 보통 수입업자와 연계되어 거래하는 중간도매상이 많으므로 수입업자 선정 시 어느 정도 역량의 중간 도매상과 연계되어 있는지가 매우 중요한 이슈임
- 이들은 보통 신용으로 물품을 판매하며, 통상 3~9%의 마진을 취함

□ 일반 도매상

- 농촌지역 또는 도시지역에서 중간 도매상(stockist)으로부터 직접 물품을 구매하기 어려운 소규모 소매점에 물품을 공급하는 역할을 함
- 이들 일반 도매상은 소매상과의 거래시 현금거래를 원칙으로 하며, 통상 2~3%의 마진을 취함

□ 소매점

- 수입업자와의 직거래 방식으로 제품을 공급받는 경우는 흔치 않으며 대부분은 위에 언급한 유통경로를 통해 도매상으로부터 제품을 공급받음
- 대형슈퍼마켓, 할인점 등의 대형소매업이 인도에서는 아직까지는 크게 활성화 되어 있지 않기 때문에 많은 제품들은 전통 소매점에서 유통되며, 수입 식품의 경우 도시의 현대식 소매점(Hypermarket, Supermarket) 등에 주로 유통됨
- 이들 소매점의 마진은 전통 소매점과 현대식 소매점 모두 5~15% 정도임

2. 유통 채널

□ 인도 내 전체 소매점 중 도시지역(Urban Area)⁴⁾에 위치한 소매점의 비중이 60% 이상이며, 전통식 소매점이 여전히 높은 비중을 보이나 점차 현대식 소매점 비중이 높아지는 추세

- 인도 전체 유통시장에서 도시지역 유통이 차지하는 비중은 66.5%, 농촌지역유통 비중은 33.5%로 도시의 유통 비중이 상대적으로 높은 구조임. 즉, 인도 전체 인구의 32%)를 차지하는 도시지역이 전체 식품 시장의 66.5%의 비중을 차지하고 있는 만큼 도시지역의 소비 밀집도가 높음
- 도시지역의 유통 내에서는 현대식 소매점이 차지하는 비중은 9.7% 수준으로 많은 양의 식료품 거래는 전통 소매점(비공식 소매·유통)을 통해 이루어지고 있으나 점차 현대식 소매점이 차지하는 비중이 높아지는 추세임

4) 도시지역 정의: 9개의 메트로폴리탄 지역내 17개 대도시: 수도지역(Delhi, Haryana, Uttar Pradesh), 뭄바이지역(Mumbai), 캘커타 지역(Kolkata, Bengal), 첸나이 지역(Chennai, Tami Nadu), 방갈로르 지역(Bangalore, Kamataka), 하이데라바드 지역(Hyderabad, Andhra Pradesh), 아메다바드 지역(Ahmedabad,Gujarat), 푸네 지역(Pune, Maharashtra), 수라트 지역(Surat)임

< 인도 유통시장 소매점 형태별 비중 >



- 특히 「키라나(Kirana)」라고 알려진 지역 소규모 상점을 비롯하여 인도의 전통적인 소매업체만 약 1,200만개가 존재하고, 이 중 41%가 도시에 소재하고 있음. 이들 전통적 소매업체들은 저렴한 가격, 우수한 서비스를 제공하는 현대식 소매업체 출현 속에서도 많은 점포수와 이를 통한 높은 접근성으로 유통채널 내 영향력을 가지고 있음
- 2012년 12월 기준 Nielsen Retail Index 자료에 따르면, 도시의 현대식 유통채널 전체 FMCG) 판매액의 50% 가량을 차지하는 15개 주요 카테고리에는 1위 식용유, 2위 비스킷, 3위 포장 차, 4위 포장 아타, 5위 건강음료 등임
- 2011년에 대비 금액 성장률은 짠 스낵(39% 상승), 치즈(38% 상승), 비 정제식 용유(36%) 순이었으며, 중량 성장률은 짠 스낵(32% 상승), 치즈(27% 상승), 포장 차(25% 상승) 등의 순으로 나타남

□ 인도의 주류 유통 구조

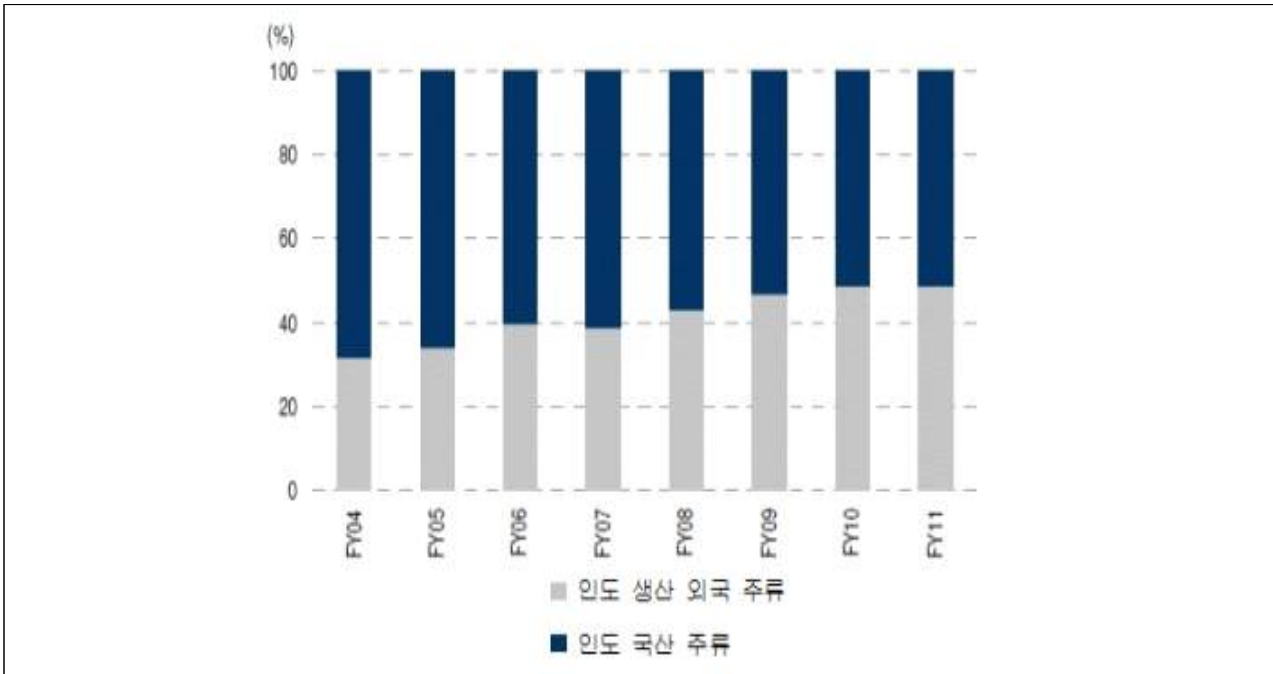
- 정부가 술의 독점판매로 가격을 비싸게 받고 유통량도 통제함
- 알코올 음료의 판매, 유통, 가격 등에 대해서는 중앙정부에서 주 정부에 권한이 위임되어 가격 통제와 세원(稅源) 수단으로 이용. 물품세는 각 주 정부가 3~4월중 결정하여 발표

□ 인도의 주류 유통시장은 소수에 의해 장악되는 구조임

- 라이브민트(livemint)에 따르면 영국 런던에 본사를 둔 디아지오 사는 인도 최대 주류회사인 유나이티드 스피리츠의 지분 27.4% 인수했으며, 추가로 53.4%를 1만 1166크로(한화 약 2조2000억 원)에 인수함

- 유나이티드 스피리츠는 인도 주류시장 점유율 중 55%를 차지하는데, 이번 디아지오 사의 인수를 통해 인구 12억2000만 명에 달하는 인도에서 최대 주류업체로 부상할 것으로 전문가들은 판단함
- 폴 월쉬 디아지오 CEO는 이번 거래가 디아지오 비즈니스에 큰 기회가 될 것이며, 향후 몇 년간 증류주 분야의 경쟁력을 확보할 예정이라고 발표함

□ 인도생산 외국주류 및 인도 국내 주류시장 점유율 (2011년 기준)



출처 : Anand Rathi Research, India Consumer - Alcoholic Beverages

V 인도 통관 정보

1. 관세 및 기타 세금

□ 소주(HS CODE 2208.90.19) 수입관세율

HS코드명			품명 [인도(2014년)]	기본세율	탄력·양허세율
			영문		
2208	90	19	80% vol.이하의 용량에 의한 주정도의 변성 에틸알콜 ; 주정, 리큐르 및 기타 spirituous 음료, 기타, 2리터 이하의 용기에 넣은 것	150%	양허제외
2204	29	90	기타 포도주와 포도즙(발효중지한것 ; 2L이하 용기에 넣은것 제외)	100%	양허제외

출처 : 관세청 (<http://www.customs.go.kr>)

- HS CODE : 2208.90.19의 연간 세율

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
150%	150%	150%	150%	150%	150%	150%

- HS CODE : 2204.29.90의 연간 세율

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- 소주 통관 시 방법은 2가지가 존재함. 첫 번째로, 와인으로 분류하는 방법은 약 103% (기본관세100%+교육세)이고, 두 번째로, 위스키로 분류하는 방법은 약 157% (기본관세150%+ACD+교육세) 이 있음

- 소주를 와인으로 분류해 통관을 시키는 것이 관세상의 혜택을 볼 수 있기 때문에 추천을 드리는 바임

2. 통관 절차 시 관행 및 유의사항

□ 수입업자-세관공무원, 수입업자-현지 통관사 간 관계 중요

- 과거에 비해 많이 나아졌으나 아직도 인도는 통관 절차가 복잡하고, 통관 에이전트와 세관 공무원 간의 관계가 관세액 및 통관에 영향을 미침
- 통관 업무는 현지 통관사(Customs Clearing Agent)를 통해서 이루어지는데 이 과정에서 그들과 원활한 관계가 있으면 유리함
- 따라서 현지 수입업자는 원활한 세관, 통관 절차를 위한 추가비용(뇌물)을 지불하는 경우가 많으며 델리 현지 수입업자 인터뷰에 따르면 이러한 비공식 뇌물비용은 통관 절차 시 발생하는 공식적인 비용의 2배 이상이므로 해당 비용을 미리 예상해야 함

“기본적으로 통관을 쉽게 하기 위해서는 뇌물을 줘야되요. 간혹 신선 식품류를 수입할 때, 통관을 처리하는 공무원들이 냉장시스템을 끄는 경우가 있어요. 그때 제품을 신선하게 유지하기 위해서는 뇌물을 주고 냉장시스템을 켜달라고 이야기하죠. 그래서 신선 식품은 더 많은 돈이 필요할 때가 있어요.” 5)

(첸나이 수입업자 인터뷰 중)

5) KATI 심층조사결과보고서 인도편

□ 서류작성 및 제출 후 수정이 매우 어려우므로 오기, 오타자 등에 주의 요망

- 통관에 필요한 서류의 기재오류나 서류 상호간 불일치를 수정하기가 매우 어려우며 이로 인해 통관절차가 2, 3주씩 지연되는 경우가 허다함
- 포장명세서와 인보이스 작성 역시 철저해야 하는데, 인도 세관은 각 컨테이너 별로 내부에 들어있는 품목의 패킹 리스트와 인보이스 목록이 일치하는지를 체크하고, 한 컨테이너 안에서도 박스별로 화물이 일치하는지를 조사하기 때문에 포장명세서와 인보이스를 철저히 작성해야 함
- 서류상의 오기 수정과 더불어 추가적인 비용이 필요한 경우도 있으며 세관원에게 급행료를 주는 것이 비용 대비 효과적인 경우가 많음

*“예를 들어서 식약청에서 서류를 요구하는데요. 이 서류들이 정부에서 사용하는 포맷이고 문구 하나하나에 민감해서 처음 작성하는 경우 100% 서류 통과가 어려워요. 예를 들어서 ‘구제역 의심이 없고’ 라고 쓰도록 되어있는 서류라면, ‘구제역 문제가 없고’ 라고 쓰면 서류 통과가 안됩니다.”⁶⁾
(텔리 한인업자 인터뷰 중)*

□ 수입업자와 협의하여 통관업체를 지정하는 것이 유리

- 한국에서 통관업체를 지정하는 경우 대다수가 텔리에 본사를 두고 있는 업체들인데 이들의 경우 실질적 통관 업무를 각 지방세관의 다른 통관업체에게 재하청을 주는 브로커가 많기 때문에 수입업자가 추천하는 통관업체를 지정하는 것이 보다 효율적임

□ 13개 주요항이 전체 항만 물동량의 75% 이상을 처리함

- 인도는 약 7517km의 긴 해안선을 낀 반도국가임. 해안선을 따라 9개 주에 걸쳐 13개 주요 항구와 185개의 소규모 항구 등 총 198개의 항구가 있음
- 인도의 13개 주요 항만은 캘커타, 파라디프, 바사카파트남, 엔노어, 첸나이, 투티코란, 칸들라, 뭄바이, 자와할랄 네루, 모르우고아, 뉴망갈로어, 코친, 할디아이임
- 13개의 주요 항 중에 상위 4대 항만은 뭄바이, 첸나이, 코친, 캘커타항임

6) KATI 심층조사결과보고서 인도편

- 이들 13개 주요항이 전체 항만 물동량의 75% 이상을 처리하고 있으며, 항만 수송은 인도 전체 수송량의 95%를 담당함. 인도의 국제 교역량이 증가함에 따라 항만의 중요성이 더욱 커질 전망이다
 - 인도의 항만 시스템은 재래식 방식으로 운영되는 곳이 많으나 향후 전산화된 시스템을 도입해 선진화된 항만을 구축하고자 계획하고 있음
- 항구마다 통관 기준이 다르며 최근에는 뭄바이 항구 통관 기준이 완화되어 뭄바이를 통해 통관을 진행하는 수입업자들이 많아지고 있음
- 앞서 다룬 통관 절차 전반이 인도 내 수입 통관의 기본 절차이기는 하지만 같은 절차여도 세부적으로는 항구마다 절차와 기준에 대한 해석이 다르고, 이러한 기준 변경은 특정 주기 없이 유행, 분위기, 통관 담당기관 책임자 변경 등에 따라 변화함
 - 현지 조사 시점 기준 최근(2013년 9월)에는 뭄바이 항구의 통관 기준의 해석이 완화되어 뭄바이를 통해 통관을 하는 업자들이 많아지고 있음

“현재는 한국식품들을 뭄바이에서 가장 쉽게 통관시킬 수 있어요. 그래서 첸나이에 판매하는 물건들도 첸나이가 아닌 뭄바이를 통해서 들여오고 있어요. 전 첸나이에 사는 사람이라 매번 뭄바이를 갈 수 없는데도, 다른 곳으로 통관시키기 어렵기 때문에 그 곳에 사람을 두고 통관 업무를 처리해요.”

(첸나이 수입업자 인터뷰 중)

“제가 델리로 물건을 들여왔었는데, 언젠는 통관이 되고 언젠는 안되더라고요. 요새는 아예 가지고 들어오지 못하게 하는데, 저쪽 뭄바이에 있는 사람애기를 들어보니 거기는 또 검사도 안하고 들여보내준다고 하고..”

(델리 한인업자 인터뷰 중)7)

- 카스트 제도의 관습이 남아있어, 상위 카스트인 관세/회계사를 고용할 경우 쉽고 빠른 처리 가능
- 공식적으로는 없어졌다고는 하나 인도 사회는 여전히 카스트 제도에 의해 많은 부분이 좌우되는 실정임

7) KATI 심층조사결과보고서 인도편

- 이에 따라 수입 통관, 관세 절차를 대행하는 현지의 인력(관세사 등) 고용시 상위 카스트 출신인 인력을 고용하면 그들 간의 내부 커뮤니티를 통해 모든 절차에서 쉽고 빠른 업무 처리가 가능함

“인도는 카스트제도가 공식적으로는 없다고 하지만 아직까지 계급 구분 철저하고, 같은 커뮤니티 내에 있는 사람들끼리 거래를 하면 쉽고 빠르게 처리할 수 있어요. 특히 여기서 회계사는 높은 카스트 제도의 사람을 고용할수록 그들의 인맥으로 일 처리가 쉽게 됩니다.” 8)

(텔리 한인업자 인터뷰 중)

□ 수입업자의 보험가입을 반드시 점검

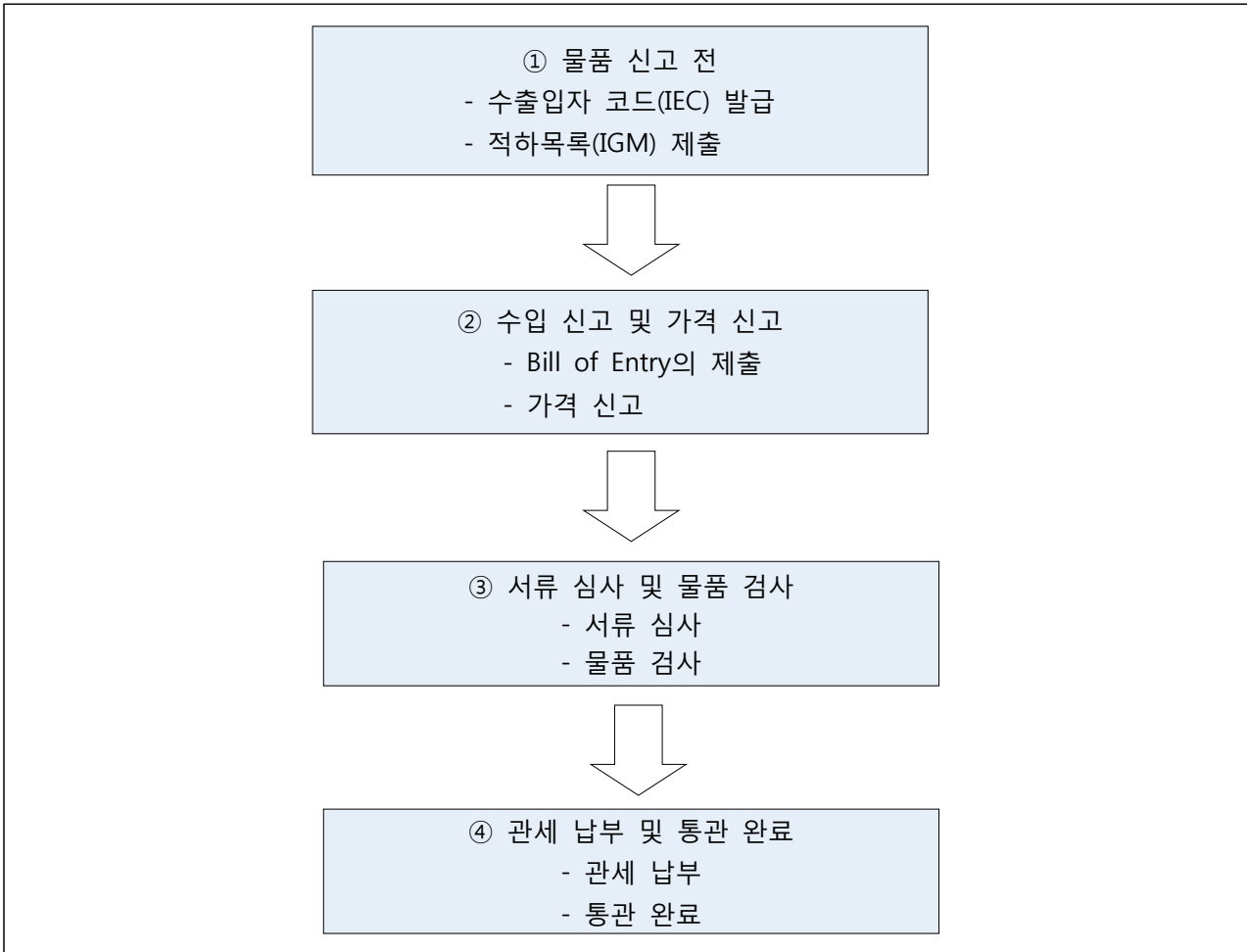
- 신용장 방식으로 수입할 경우 보험가입 여부를 철저히 점검하기 때문에 보험가입을 반드시 점검해야 함
- CIF(Cost, Insurance and Freight, 운임 보험료 포함 인도)조건 수입은 허용되나 C&F(Cost and Freight, 보험료 제외하고 운임까지 포함 인도) 조건 수입 시에는 문제가 발생할 소지가 많음

□ 내륙운송보험 가입 필요

- 항만, 도로 등의 인프라가 낙후돼 있고 운송수단도 노후하기 때문에 내륙운송과정에서 사고가 자주 발생하기 때문에 내륙운송보험에 가입해야 함. 보험료가 선진국의 3배에 달하지만 운송보험에 가입하는 것이 유리하며 보험금 지급 건이 발생할 경우 후속처리와 가입금 등을 고려하면 우리나라보다는 현지에서 가입하는 것이 상대적으로 저렴함

8) KATI 심층조사결과보고서 인도편

3. 통관 절차⁹⁾



① 물품신고 전

①-① 수출입자 코드(IEC; Importer - Exporter Code) 발급

개요	- 수입업자는 수입신고를 하기 전 필수적으로 인도상공부 무역부(DGFT; Director General of Foreign Trade)으로부터 수출입자코드를 발급 받아야 함 (단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우 발급 면제)
발급 절차	IEC 발급 신청 <input type="checkbox"/> 온라인 신청 - DGFT 사이트(http://dgft.gov.in/)의 Online IEC Application 이용 - 납세번호를 스캔하여 신청서와 함께 제출 <input type="checkbox"/> 오프라인 신청 - 신청서(Form-ANF 2A)에 은행 송금증 부분/여권 사이즈 사진 2매/ 납세번호 (PAN)증서 사본을 첨부하여 DGFT에 제출

①-② 적하목록(IGM; Importer General Manifest)의 제출

9) 출처 : 트레이드 내비 <http://www.tradenavi.or.kr/>

제출기한	<ul style="list-style-type: none"> - 해상/항공 운송: 선박 또는 항공기가 도착지에 도착하기 전 - 육상운송 : 도착지에 도착 후 12시간 이내
미제출 시 제재	<ul style="list-style-type: none"> - 적하목록을 제출하지 아니하는 경우 화물을 운송수단으로부터 양하 할 수 없음 - 제출 지연 시 50,000 루피 이하의 Penalty가 부과됨

② 수입 신고 및 가격 신고

②-① 세관신고서 (bill of Entry)의 제출

개요	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 적하목록 제출 후, 관할 세관에 bill of entry와 관련 서류를 제출함으로써 물품에 대한 수입신고를 함
제출 방법	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> EDI를 통한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - ICEGATE를 통하여 전자적 방법으로 신고(www.icegate.in/index.html) <input type="checkbox"/> EDI를 통하지 아니한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 Bill of Entry 4부를 준비하여 2부는 세관에 제출하고, 1부는 거래 은행에 제출하고, 1부는 수입자가 보관 - bill of Entry는 다음의 서류를 수반하여야 함 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 서명된 송장(signed invoice) ▪ 포장명세서(packing list) ▪ 선하증권 또는 화물인도지시서/항공화물운송장 ▪ 필요한 경우 물품 관련 수입 라이선스 ▪ 필요한 경우 신용장/환어음 ▪ 보험서류 ▪ 화학물질의 경우 검사보고서 ▪ 특혜세율을 적용 받는 경우 원산지 증명서 등
사전 제출	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 신속한 통관을 위하여 물품이 도착하기 전에 미리 bill of Entry를 제출할 수 있음 - 사전 제출 후 30일 이내 선박 또는 항공기가 도착하여야 유효함
bill of Entry for warehousing /Ex-Bond	<ul style="list-style-type: none"> - 물품을 도착 즉시 통관하지 아니하고 보세창고에 일정기간 보관하고자 하는 때에는 bill of Entry for warehousing을 제출함으로써 관세의 납부를 유예 할 수 있음 - 보세 창고에서 물품을 반출하고자 하는 때에는 Ex-Bond bill of Entry를 제출하여 관세를 납부하고, 물품을 반출함

②-② 담보의 제공

개요	<ul style="list-style-type: none"> - 세관당국은 필요하다고 인정되는 경우, 무관세가 적용되는 물품 또는 관세 정책,제도에 의하여 납부할 관세가 면제되는 물품에 대하여(예: 수출 촉진용 자본재 수입에 대한 감면) 은행의 보증서 또는 기타 담보의 제공을 요구할 수 있음
----	---

②-③ 가격 신고

개요	<ul style="list-style-type: none"> - 종전까지 인도는 납세자가 제출한 서류, 제공한 정보에 의하여 세관 담당자가 품목분류, 관세평가를 하여 세액 확정 후 고지하고 관세자가 납부하는 방식이었음 - 2011년부터, 원칙적으로 납세자가 스스로 세액을 신고,납부 후 세관 당국이 신고한 내용을 확인하는 'self-assessment'를 관세에도 도입함
신고 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고를 하는 자는 bill of Entry를 제출하는 때에 수입물품에 대한 물품 분류/ 적용 관세율/ 과세표준/ 관세 감면 여부를 결정하여 가격 신고함

③ 심사 및 물품 검사

③-① 서류 심사

개요	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 세관 당국은 다음 사항을 중점적으로 서류 심사함 <ul style="list-style-type: none"> - 수입 신고된 물품이 수입금지품 또는 제한품목에 해당하는지 여부 - 운송인이 제출한 적하목록과 수입 신고인이 제출한 bill of Entry 상의 상세 품목 내역이 정확히 일치하는지 여부 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부 <input type="checkbox"/> 세관 당국은 심사 후 이상이 없다고 인정되는 경우 제출 받은 Bill of Entry 중 1부를 수입 신고인에게 반송함
----	--

③-② 물품 검사

개요	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고 된 물품에 대하여 전체를 실물검사 하는 것이 원칙이나, 대부분은 서류 심사에 의하고 무작위로 선별된 물품에 대하여만 Bill of Entry 상의 상세 설명과 일치한 지 여부를 실물 검사함
검사 방법	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 사전 심사(First Check Appraisalment) <ul style="list-style-type: none"> - 수입자가 수입신고 시 물품에 대한 상세한 정보를 알지 못하여 검사를 요청하는 경우 - 세관 당국에서 서류 심사 후 물품을 검사할 필요가 있다고 판단하는 경우 <input type="checkbox"/> 사후 검사(Second Check Appraisalment) <ul style="list-style-type: none"> - 납세자가 세액을 신고하고 납부한 후 세관당국이 세액을 확인하기 위하여 필요하다고 판단하는 경우
검사 면제	<ul style="list-style-type: none"> - "Green Channel Facility" 제도에 의하여 주요 우량,성실 수입자를 Green Channel로 분류하여 수입통관 시 물품검사를 면제함

④ 관세 납부 및 통관완료

④-①

납부 기한	- 관세는 세관이 서류 심사 후 Bill of Entry 1부를 수입 신고인에게 반송한 날로부터 5일 이내(휴일 제외)에 납부하여야 함
납부 절차	- 납세자는 TR-6 challan 서식을 이용하여 지정된 은행에 관세를 납부 - 납세자는 세관에서 반송 받은 bill of Entry를 은행에 제시하고, 은행은 배서하여 관세를 납부하였음을 증명 - 인도는 관할 세관마다 지정한 은행의 이름과 지점명이 다르므로 납부 시 유의하여야 함 - EDI를 통한 수입 신고와 연계하여 e-payment system을 구축하고 있으며 현재 주요 세관에서만 이용 가능함

④-② 통관 완료

개요	- 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨
----	---

□ 특송에 의한 수입 (Import by Courier)

특송 제한 물품	<input type="checkbox"/> 다음의 물품은 특송에 의한 수입이 제한됨 - 귀중품/ 준귀중품 또는 귀금속/준귀금속 - 동식물 - 부패하기 쉬운 물품 - 수출촉진제도에 의한 수출전용물품(Export oriented unit) - 70Kg을 초과하는 물품
특송 수입물품 통관절차	- 특송물품은 문서/ 상업용 샘플/ 100만 루피 이상의 물품으로 분류하여 각각 다른 서식에 의하여 전자적,비전자적 방법으로 신고함 - 특송물품은 10%의 범위에서 무작위 선별하여 실물 검사함

- 인도에서 일반적인 경우 통관에 소요되는 시간은 해상 운송 수입은 약 3~4일 (FCL), 5~7일(LCL), 항공 운송은 약 2~3 근무일이 소요. 일반 품목이 아닌 경우(SEZ, EPC물품 등)는 1~2일이 추가 소요되며 중고 기계류인 경우는 10일 이상 소요됨. CFS 및 Airport는 일반적으로 화물이 CFS 및 Airport 도착 후 3일 이후부터는 체화료(demurrage charge)를 부과(해상 및 항공 동일함)
- 통관시스템을 현대화하고 과거에 비해 많이 개선되었다고는 하나, 아직도 인도는 통관절차가 매우 복잡하고, 통관 에이전트와 세관 공무원 간의 관계가 관세액 및 통관에 큰 영향을 미침

-
- 따라서 유능한 통관 에이전트를 이용하는 것이 시간과 비용을 절약하는 방법임. 즉, 바이어에게 수출을 하는 경우이건, 현지 상사에 대한 수출이건 통관업무는 현지 통관 사(Customs Clearing Agent)를 통해서 이루어지는데 최근 들어 많이 개선되었다고는 하나 여전히 원활한 통관을 위해서 세관에 뇌물을 제공하는 경우가 흔하며 사소한 서류 기재 오류 등을 이유로 통관이 장기간 지연되는 일이 다반사이기 때문에 주의해야 함

□ 필요 서류

- 신용장 개설 시 은행 제출 서류

- 수출입 허가 번호 : IEC No. (Importer-Exporter Code No.)
- 구매 오더 : Purchase order
- 송장 : Invoice
- 공급 업체 이름 : Suppliers name
- 공급자 거래 은행 명 : Name of Suppliers Banker
- 인증서가 필요한 경우 : 해당 인증서

- 수입화물의 통관

- 공급업자가 바이어에게 보낼 서류
- 선하 증권(B/L 또는 Air-way Bill No.)
- 송장 사본(Invoice copy)
- 물품 명세서(Packing list)
- 보험 증권(Insurance policy)

- 바이어가 통관 시 준비 서류

- 수입 코드 번호 : Importers code no.
- 수입 신고 : Import Declaration along with Bill of Entry
- GATT Declaration (일반적인 건의 경우 불필요, 택배(DHL 등) 이용 시, 제출하여야 함)
- 인증서가 필요한 경우 : 인증서

□ 식품 통관 시 주요 절차 및 규정내용

- 세관에서의 상품 운송 상태 확인

- 기본적인 개별상품당 요구된 적재량이 충족되는지 확인하기 위한 절차이며, 상품의 손상이나 오염을 유발하지는 않음

- 상품의 손상가능성 확인을 위한 외관 검사

- 외관상 상품이 부풀거나 불룩하게 튀어나왔는지 여부와 설치류나 벌레 또는 오물, 먼지 등에 의한 오염 여부를 확인

□ 라벨 규정 준수여부 확인

- Prevention of Food Adulteration Rules and the Packaged Commodities Rules 에 따른 라벨 규정을 준수하여야 하며, 라벨이 영어로도 표기되어 있는지 확인하는 절차도 포함

□ 기타 필수 규정

- 내림차순으로 나열된 원재료명, 제조날짜, 배치번호, 유통기한 등과 모든 상품의겉 포장에는 유통기한과 관련된 세부사항이 적혀 있어야 함. 유통기한과 수입일자사이의 기간이 제조일자로부터 유통기한까지 기간의 최소 60%가 남아있어야 함

4. 원산지 규정

□ 원산지 규정

- FTA(CEPA)는 협상체결국간 무관세 또는 저율관세를 적용하여 물품의 자유로운 이동을 촉진하고, 양국 간 무역활성화를 통하여 수출입을 확대하는데 목적이 있는 바, 이에 비협상국과의 차별적 수단으로 원산지증명서의 발급이 요구되고 있음
- FTA 원산지 규정은 FTA 특혜관세 혜택 및 제 3국 기업에 의한 무임승차를 방지할 필요가 있기 때문에 일반 거래국과의 규정보다 엄격하고 구체적이라는 특징이 있음
- 발급방식은 기관발급 방식이며 한국에서는 상공회의소와 세관에서 인도에서는 인도수출검사위원회에서 발급 가능함
- 품목별 원산지 기준 품목 (PSR: Product Specific Rule 품목)의 경우 한 - 인도 CEPA 협정 「부속서 3 - 가」 및 FTA 특례법 시행규칙 「별표 4」에 정하는 품목으로 품목별로 각기 다른 원산지 기준이 적용됨
- 그 외 일반품목의 경우 완성품과 투입원부자재의 HS코드 6단위 이상 변경하는 물품으로서 역내 부가가치 35%이상 충족하는 물품에 대해 특혜를 부여함
- 완전 생산 기준: 원산지 국가에서 10% 생산된 제품과 이를 재료로 만든 제품에 적용하는 기준으로 농축산물, 광산물 등이 포함됨
- 실질 변경 기준: 2개국 이상에서 생산된 재료로 생산된 물품으로서 제품이 실질적으로 변형이 일어난 경우 원산지를 인정하는 기준임
 - HS 변경 기준: 완성품과 투입된 원부자재의 HS코드 변화에 따라 원산지를 인정하는 기준
 - 부가가치 기준: FOB기준으로 일정비율 이상 부가가치를 창출한 무품에 대해 원산지를 인정하는 기준으로 동일한 부가가치 발생 시 최종 생산국을 원산국으로 인정하는 기준
 - 가공공정 기준: 특정한 가공공정을 수행한 국가를 원산지국으로 인정하는 기준
 - 복합 기준: 상기 기준을 2개 혹은 그 이상 중복하여 사용하는 경우, 한 - 인도의 경우 대부분의 품목이 복합기준에 포함됨

- 한 - 인도 CEPA 협정 관세율 확인 및 원산지결정 기준에 충족 여부를 확인 후 원산지 규정 발급기관에 서면 및 전자방식으로 원산지 증명서를 작성하여 신청함
- 원산지 기준을 충족한 품목에 대하여 수출자 혹은 수출업체는 해당 원산지 기준을 아래와 같은 방법으로 기재해야 함

< 한-인도 CEPA 원산지 결정기준 >

생산 또는 제도 형태	기재 방법
가. 수출당사국의 영역에서 완전 생산된 물품	WO
나. 인도와의 협정 제 3, 제 4 1항 제나 호를 충족하는 물품	CTSH 또는 RVC 35%
다. 품목별 원산지 결정기준을 충족하는 물품 (1) 세 번 변경기준을 충족하는 물품 (2) 역내가치포함비율을 충족하는 물품 (3) 세 번 변경기준 또는 역내가치포함비율을 충족하는 물품 (4) 세 번 변경기준과 역내부가가치비율을 동시에 충족하는 물품 (5) 특정 공정을 수행한 물품 (6) 기타	CC, CTH, CTSH, RVC % CC, CTH, CTSH 또는 RVC % CC, CTH, CTSH + RVC % SP other
라. 인도와의 협정 3.14조를 충족하는 물품 (개성공업지구에서 생산된 물품)	OP

출처 : 대한상공회의소

VI 인도 검역 정보

□ 검역 절차 및 요건

- 수출입 업체 코드(IEC)에 대해서는 인도 외국 무역 위원회(DGFT)의 웹사이트에서 온라인으로 제공하고 있으며 수출제한 품목의 라이선스 및 각 수출 촉진 체계의 이용에 대해서는 각 관할 지역 DGFT 사무소(전국 41개소의 지역 사무소)가 관리하고 있음
- 제도의 이용 여부에 상관없이 인도에서 수입 업무를 수행 할 때는 먼저 수출입 업무 보호(IEC: Importer Exporter Code)의 취득이 의무화 되어있고, IEC는 DGFT 온라인 신청을 통해 입수할 수 있으며 라이선스 및 사전 승인 제도의 신청은 지정된 신청 양식을 통해 진행됨
- 수입 통관 시 필요한 서류는 아래와 같음
 - 송장(상업용)
 - 패키리스트
 - 수입품의 제품 카탈로그 (관세 분류 및 면세적용에 걸리는 작업 단순화를 위해)
 - 해당 수입품의 매매 계약 (상품 가격 기재되어있는 것)
 - 원산지 증명서 (특정 국가에서 특혜 관세 적용의 경우)
- 수입이 금지되는 품목에는 동물과 일부 농산물, 무기, 쇠고기 관련 제품 등이 포함되며, 일부 농산물 및 가공류 관련제품은 수입 허가 또는 각종 증명서의 취득이 필요함
- 특정 국가의 수입 금지 제한 조치는 마련되어 있지 않지만 이라크로 부터의 무기 수입은 유엔 결의에 따라 제한하고 있음
- 위에서 언급한바와 같이 인도에서 수입 업무를 수행할 때는 먼저 수입 수출입 업체 코드(IEC)의 취득을 의무적으로 이행해야 하며, IEC는 상무부의 DGFT에서 온라인 신청을 통해 입수 가능함
- 식품 수입은 식품 예방법에 따라 표시를 의무적으로 이행해야 하며 포장된 식품에 대해서는 유효 보존 기간이 60% 이상 남아 있어야함

- 육류 수입은 육류법에 따라 제조, 포장, 표시 등의 조건이 정해져있고 위생도 동일 법에서 정한 기준을 충족하도록 의무화 되어있음
- 농산물 수입은 식물과 과일 종자 수입 규제법에 따라 농림부가 생물 안전 및 식품 위생에 관한 권한을 가지고 있음
- 주류 수입은 주정부 등에서 지정한 각종 규제 지침을 따라야 하며 쇠고기 및 쇠고기를 포함한 식품의 수입은 일절 금지하고 있음
- 식용유 가공 식품 수입에 관해서는 「어떠한 형태의 쇠고기도 포함하지 않는다」는 신고서가 첨부되어야 함
- 인도 정부는 201년 수입 라이선스 시스템의 일환인 위생검역(SPS) 제한 규정을 통해 농수산물의 수입을 관리하고 있음
 - 하지만 인도 SPS는 검역 절차를 불투명하게 진행하고 있으며 위생 검역 전문가의 부재, 국내/외 제품의 차별 등의 몇 가지 결점을 노출하고 있음
 - 예를 들어 인도 정치가들이 수입 시장의 부족을 지적하자 검역 기준을 낮추는 등, 인도 정부는 뚜렷한 기준 없이 SPS를 진행하고 있음
 - 따라서 인도 SPS의 결점은 미국을 비롯한 몇 국가들과의 장기적인 외교 및 수출 관계에 악영향을 미치고 있음
- 인도의 수입 농수산물 위생 기준은 공인된 과학적 정당성 없이 국제 위생 기준을 초과해 규정되어 있고, 인도에서 제조되는 농수산물과 비교해서 공평하게 진행되고 있지 않음
- 특히 인도 정부는 정확한 과학적 근거 없이, 조류 독감(AI)의 위험성을 언급하며 미국, 캐나다 등 일부 국가들의 농수산물 수입을 금지하고 있음
- 게다가 인도 수입 유제품 위생 기준은 국내 유제품 위생 기준보다 매우 엄격하게 명시되어 있어 많은 국가들이 유제품을 수출하는데 어려움을 나타내고 있음
- 인도는 대두유를 제외한 다른 유전자 변형 농산물(GMO)이 포함된 농수산물의 경우 수입을 금지하고 있음
 - 하지만 인도 규제당국의 승인을 받을 경우 수입을 허용하고 있는데 해당 승인은

반드시 유전 공학 승인 위원회(GEAC)으로부터 받아야함

- 그 외에 국제적으로 수출입이 제한되고 있는 일부 품목이나 마약류, 총기류 등 일부 품목에 제한을 두고 있으며 이는 이타국과 유사하며 201년 4월, 면사 수출제한 항목을 제거하며 면사 수출을 장려하는 모습임

< 인도 수출입 제한/금지 품목 >

분류	제한/금지 품목	비고
수입전매품목	대두, 요소(비료), 밀, 메슬린, 팜스테아린 등	인도 식품 공사 등 특정 기관을 통해서만 수입 가능
수입제한품목		수입이 불가능한 것은 아니나 수입허가 등 제한적으로 가능한 품목
수입금지품목	주로 동물의 고기, 유지 등	
수출세부과품목	커피, 오일, 케이크, 제조하지 않은 담배, 원면, 원면 웨이스트 등	품목별 일정한 종가세 또는 종량세가 부과
수출허가품목	말, 소, 병어, 사료, 탈지한 땅콩, 케이크 등	
수출금지품목	야생 동물, 인체의 뼈 등 일부 품목	

출처 : 글로벌원도우

Ⅶ 인도 라벨링 정보

1. 라벨링 유의사항

- 식품 라벨링 (Labeling) 규제 강화로 인도에 들어가지 못하는 수입식품들
 - 2013년 10월, 인도 최대 축제인 디왈리 시즌임에도 불구하고 수입 초콜릿, 비스킷, 파스타, 소스류 등 수입식품을 찾기 쉽지 않았음
 - 엄격해진 정부의 식품 라벨링 규정으로 외국 식품의 수입 규모가 지속적으로 줄어드는 실정임
 - 규제 강화 이후 식품안전기준청(FSSAI)의 기준을 충족시키지 못해 수많은 컨테이너가 수입을 거부당하고 있음. 관계자에 따르면 현재 인도 항구와 공항에 억류된 수입식품 규모만 75억~100억 루피라고 함
 - 식품안전법 라벨링 규제 논란에도 불구하고 정부는 규제 이행 강요
 - 보건부 산하 수입식품 감독 및 규제기관인 식품안전기준청(FSSAI)은 최근 수입식품의 인도 반입 시 해당 식품뿐만 아니라 제품의 화물에도 라벨링(Labeling)을 해야 한다며 규제를 강화함
 - 식품안전기준청은 지난 두 달간 규제의 엄격한 이행을 진행해오고 있으며, 제품의 원산지과 출처 표기를 필수로 하는 제품 정보를 이전에 허용했던 스티커 부착 형식이 아닌 제품의 화물에도 인쇄된 형식으로 표기하는 것을 강조해 논란이 되고 있음
- 정부와 식품업계 모두 양측 주장 굽히지 않아 문제 심화
 - 정부 측, 국민의 안전문제가 걸려 있는 만큼 양보할 수 없다는 입장 밝혀
 - 정부는 이와 같은 규제 강화가 중국발 우유 안전성 문제와 일본의 방사능 오염에 대한 공포, 유럽 전역의 eColi(식중독균) 바이러스 경보 등에서 비롯된 것이라고 밝힘
 - 제품에 대한 정보가 중국어나 아랍어로 된 경우 안전성이 보장되지 않은 식품이 인도로 다시 수출될 가능성이 있기 때문에 관련 규제 강화가 필수라고 함

- 현재 인도 내 항구에서 몇몇 샘플에 대해 식품안전 기준 검열이 이루어지고 있으며 기준을 충족하지 못한 식품은 수입업자들에게 되돌아가거나 항구에 묵이게 됨
- 수입업체, 제품뿐만 아니라 포장에도 라벨링 인쇄를 강요하는 것은 부당하다며 규제 완화 주장
- 수입식품을 주로 취급하는 유통 체인 Nature' s Basket의 Mohit Khattar에 따르면 식품안전기준청의 규제 강화로 식품업체들이 상당한 손실을 입었다고 함. 특히, 업계에서는 라벨링 규정 준수를 위해 노력하고 있으나 특정 소규모 포장제품에 대해서는 이 규제를 이행하는데 어려움이 있다며 문제 제기
 - Borges India의 Rajneesh Bhasin에 따르면 식품안전기준청이 제품 정보 스티커 부착을 금지함에 따라 직접 프린트하는 방식으로 전환하고 있으나 이로 인해 수입에 차질이 생김은 물론 매출에도 큰 타격을 입었다고 밝힘
 - Max Food 대표 Amit Lohani에 따르면 현재 라벨링 규정으로 식품수입 규모가 40% 가까이 줄었으며 이 회사는 지난 15년간 식품수입 사업을 진행하고 있었으나 최근 큰 어려움을 겪는 상황으로 최소 1,100여 개의 컨테이너가 규정 미달로 버려지거나 되돌려지고 있다고 함

< 개정된 식품안전규정에 관한 법률 >

구분	개정된 내용
Section 23	- 식품의 포장 및 라벨링 ① 규정에 맞게 라벨링되지 않은 포장상품에 대해서는 누구도 제조, 유통, 판매할 수 없으며 판매를 목적으로 중개인이나 브로커에게 운송할 수 없음: 포장된 상품 또는 특정한 상태, 클레임, 디자인, 양, 영양성분 등에 대해 어떤 거짓된 정보도 포함해서는 안됨 ② 모든 식품산업 관계자는 식품의 유형, 포장에 사용된 재료, 포장 상태 등에 대해 소비자에게 정확한 정보를 제공할 의무가 있음
Section 25	- 수입식품 준수 규정 ① 다음에 인도로 수입될 수 없음 (i) 안전하지 않거나 수준 미달의 식품을 포함하는 경우 (ii) 규정하는 수준의 허가를 받지 못한 식품인 경우 (iii) 동 법률 또는 법률에 근거하여 만들어진 규제의 어떠한 조항이라도 위반할 경우 ② 중앙 정부는 식품수입을 금지하거나 제한할 수 있으며 무역법(1992)에 근거해 규제 가능
Section 26	- 식품산업 관계자 의무 규정 ① 모든 산업 관계자는 식품 안전규정법률 및 관련 규제를 준수해야 하며 상품의 생산, 제조과정, 수입, 유통, 판매 전 과정에서 책임을 짐

Section 47	<p>⑤ 수입식품에 대해 식품안전부로부터 권한을 인정받은 관리자는 샘플을 요구해 분석하게 되며 5일 이내에 결과가 이 부서에 전달됨</p> <p>⑥ 권한을 인가받은 관리자 또는 기관은 법률에서 정하는 바에 따라 조사를 진행하게 됨</p>
------------	--

출처 : 인도 식품안전기준청(www.fssai.gov.in/)

2. 라벨링 표기내용

가공식품 제품 라벨 영양 표시 사항

- 가공식품의 경우 제품 라벨의 모든 표시사항은 현지 언어인 힌두어로 표기되어야 하며 특히 영양표시에 대해서는 아래와 같은 사항이 반영되어야 함

- 영양 표시

- 영양표시는 100g 또는 100ml 단위나 1회 공급량 단위로 다음 내용을 표시하여야 함
- 열량(kcal)
- 단백질, 탄수화물(설탕 함량), 지방
- 지방산이나 콜레스테롤 양에 대해 표시할 때는 포화지방산의 양, 일가포화지방산 및 다가포화지방산은 g 단위, 콜레스테롤은 mg 단위로 표시
- 비타민과 미네랄에 대해서는 국제단위에 따라 표시
- 비타민, 미네랄 등의 영양소 강화식품의 경우 해당 영양소의 첨가량을 표시하여야 함
- 원료성 식품(밀, 쌀, 곡류, 향신료, 허브, 설탕, 커피, 과일, 채소, 생수, 미네랄 워터, 주류, 최소 가공 과채류, 피클 등)이나 직접 소비자에게 판매되지 않고 밴더들에게 공급되는 벌크 포장 제품의 경우 영양표시 제외

도매 및 벌크 포장 제품 표시 사항

- 새로운 규정에 따르면 인도로 들어오는 도매 및 벌크 포장 제품에 대해서도 다음과 같은 표시를 요구하고 있음

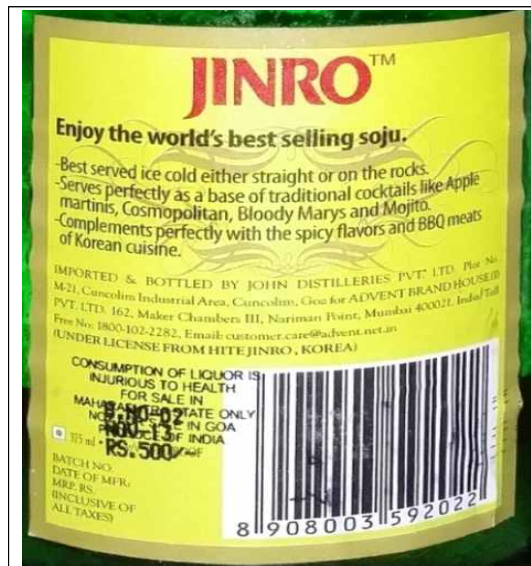
- 첨가물 목록

- 제조 및 포장 일자

- Best before date(상미기한) / Expiration date(유통기한)
- Vegetarian 로고 / Non-vegetarian 로고
- 로트 번호 또는 배치(Batch) 넘버 또는 코드 넘버
- 수입자 및 제조자 이름과 주소
- 수입국

□ 병의 라벨에는 ① 수입업체명과 주소 ② 포장된 상품명 ③ 순중량(ml 또는 l) 표기가 필수이며, 알코올 함량이 "xx% Vol"와 같이 표기되어야 함

< 인도에서 유통되는 소주의 표시 사례 >



출처 : KATI (www.kati.net)

VIII 인도 바이어 정보

※ 바이어리스트는 별도 엑셀 파일에 기재하였습니다.

※ 참고자료

- GTA : <http://www.gtis.com/>
- 관세청 : <http://www.customs.go.kr>
- 트레이드 내비 : <http://www.tradenavi.or.kr/>
- 글로벌윈도우 : <https://www.globalwindow.org/>
- Tradus : <http://www.tradus.com/>
- eemli : <http://www.eemli.com/>
- 인도 식품안전기준청 : www.fssai.gov.in/
- 데이터 모니터 : www.datemonitor.com
- KATI 심층조사결과보고서 인도편