



MINI Market Report

국가	중국
제품	냉면

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 중국 시장 정보	1
1. 냉면 수입추이	1
2. 소비 트렌드	2
II. 중국 가격 정보	6
III. 중국 유통 정보	9
1. 유통절차	9
2. 유통채널	10
IV. 중국 통관 정보	15
1. 관세율	15
2. 통관 거부사례	15
3. 통관절차	17
4. 통관 유의사항	18
V. 중국 라벨링 정보	20

※ 참고자료

I 중국 시장 정보

1. 냉면 수입추이

□ 냉면의 HS코드는 가장 근접한 「HS코드1902.30.90」로 파악되었음

□ 중국의 냉면의 수출입 동향

<중국/냉면 주요 수입국 현황 (HS Code : 19023090 기준)>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	금액			점유율			증감율
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	13/12
총계		13,757	14,859	16,516	-	-	-	11.2
1	이탈리아	4,802	5,291	6,975	34.9	35.6	42.2	31.9
2	그리스	844	903	1,726	6.1	6.1	10.5	91.1
3	미국	2,024	2,127	1,556	14.7	14.3	9.4	-26.9
4	대만	1,491	1,429	1,427	10.8	9.6	8.6	-0.2
5	스페인	566	795	1,027	4.1	5.4	6.2	29.1
6	태국	1,497	970	802	10.9	6.5	4.9	-17.3
7	한국	491	549	702	3.6	3.7	4.3	28.0
8	독일	315	292	396	2.3	2.0	2.4	35.6
9	일본	233	504	317	1.7	3.4	1.9	-37.1
10	홍콩	92	409	278	0.7	2.8	1.7	-31.9

출처 : GTA (<http://www.tradestatistics.com/gta/>)

- 중국의 면류(기타면류)제품 수입은 2013년 기준 1,651만 달러로 전년 대비 11.2% 성장함. 주요 성장 원인은 외국식품의 선호 트렌드와 간단 조리식품 혹은 인스턴트식품 등 내수시장의 수요 증가임
- 중국의 한국 냉면 수입은 7위인 70만 달러로 미비하지만, 증감율은 28%로 급증

함

2. 소비 트렌드

□ 시장규모

- 중국 농식품 소비시장 규모는 2012년 5조 7,924억 위안으로 2005년 이후 연평균 12.7%의 성장세 시현
- 중국의 농식품 수입액은 2012년 864.6억 달러를 기록, 2005년 이후 연평균 23.2%의 증가율을 보이고 있으며, 총수입액에서 농식품이 차지하는 비중도 2005년 3.0%에서 2012년 4.8%로 매년 증가
- 한국의 대중국 농식품 수출액은 2012년 5.8억 달러로 크지 않은 수준이지만 2006년 이후 18.2%의 연평균 증가율을 기록하면서 한국의 대중국 수출 연평균 증가율인 10.8%를 크게 상회하는 호조를 보임
- 중국의 인스턴트식품 제조업은 매년 약 30%의 성장세가 예상되며, 2015년 약 800억 달러 규모로 성장할 것으로 예상됨
- 인스턴트식품은 주로 라면(20%)과 냉동식품 위주로 구성되며, 특히 한국의 라면, 비빔냉면, 떡볶이 등 즉석식품, 참치 통조림 등은 현지에서 인기
- 냉면, 비빔밥 등의 즉석요리 인스턴트 식품은 맛벌이 등 바쁜 생활 여건 속에 식사 대용식품으로 인기가 늘어 수입도 증가하는 추세임

□ 시장전망

- 수요 증대 예상 요인
 - 소득수준이 높은 베이징, 상하이 등 1선 도시와 연해지역에 위치한 도시의 경우 높은 소득수준, 식생활 패턴의 변화, 구매의 용이성 등으로 수입식품 소비가 급증. 2~3선 및 내륙도시 또한 빠른 경제성장과 함께 수입 농식품시장의 규모가 점차 확대되고 있음
 - 식품 소비구조의 다양화, 고급화 브랜드화 트렌드와 1선과 2선 도시의 외국인

거주가 증가하고 있어 해외식품 전문마트 및 외식체인 등이 증가함에 따라 수입 제품에 대한 유통채널이 발달

- 상온포장제품 뿐 아니라 냉면 인스턴트제품, 냉동 즉석밥 등 냉장·냉동제품 등으로 구매범위가 확대되고 있으며 가정용 외에 외식업체나 호텔 등을 통한 업소용 수입식품 수요도 증가하고 있음
- 소득 증가, 식생활 서구화 및 수입산에 대한 동경 등으로 소비가 고급품, 수입산 제품으로 이동
- 면류, 즉석밥 등 인스턴트 제품은 중국 내 생산으로 인해 소비증가에 비해 수입량 증가는 높지 않은 수준이나 다양한 맛, 깔끔한 포장, 간편한 요리의 장점을 갖고 있는 프리미엄 수입 인스턴트 제품에 대한 수요가 증가하고 있음
- 중국 정부는 12차 5개년 계획에서 간편식품과 건강기능식품 제조업을 중점 육성 식품산업으로 지정하고 있어 관련 시장의 전망이 밝음

□ 소비동향

- 한국 냉면제품의 주된 소비자는 중산층의 주령허우(90後: 90년대 이후 출생한 세대) 여성, 중산층은 고가 소비를 늘리는 반면, 고소득자는 가격 자체보다는 품질을 꼼꼼하게 따진 후 제품 구매하며 구입은 주로 대형마트를 통해 구매되고 있고, 매일 또는 2~3일에 한 번 소량단위로 구입
- 중국 소비자의 건강의식이 날로 증가함에 따라 소비자 구매조건이 「가격 - 품질 - 브랜드」에서 「브랜드 - 품질 - 가격」로 바뀌어 제품 브랜드 이미지에 대한 중요성이 날로 커지고 있으며, 제품의 품질에 대한 요구치가 점점 높아지고 있는 추세임
- 한국 농식품에 대한 관심은 지인을 통해 주로 가지게 되었으며, 품질에 대한 만족도가 높아 한국산 식품의 재구매가 지속적으로 이루어지고 있음

□ 한국제품에 대한 인지도 및 선호브랜드

- 냉면제품은 조선냉면, 동북연길냉면으로 많이 알려져 있었으나 최근 한류로 인해 제품류에 대한 인지도가 높아지기는 했으나 아직 각 제품의 브랜드이미지는 낮은 편이며 풀무원, 고려농장, 청정원 등 한국제품의 경우 수입식품 전문점과 대형마트를 통해 인지도를 높이고 있음

- 하얼빈신세기식품유한공사(哈尔滨新世纪食品有限公司)의 동북메밀냉면(东北荞麦冷面)과 단둥대동강식품유한공사(丹东大同江食品有限公司)의 대동강냉면(大同江冷面)의 선호도가 높음

<7대 권역별 입맛과 음식문화>

권역	특징
화북권역	- 짠맛 선호. 강한 불로 빠르게 볶아내는 요리가 주종 - (베이징 요리) 대체로 짠 맛이 강하며, 궁중·약선요리와 같은 고급요리 발달
화동권역	- 경제가 가장 발달한 지역이자 연해에 위치하여 개방적 식문화 - (상하이 요리) 풍부한 해산물 많이 사용, 대체로 달고 기름기가 많음
동북권역	- 한국과 가깝고 거주 한인 및 교포가 많아 한국식품 인지도 높음 - (동북 요리) 맛이 진하고 설탕과 간장을 많이 사용
화중권역	- 내륙지역으로 현지 재료를 많이 쓰며, 맵고 짠 맛이 강함 - (후난 요리) 기름을 많이 쓰고 고추를 많이 넣어 매운 맛이 주종 - (안후이 요리) 현지 재료 많이 사용, 색깔 및 재료 원래의 맛을 중시
화남권역	- 부드럽고 시원하며 담백한 맛이 특징이며, 요리수가 다양함 - (광둥 요리) 전통 요리에 서양 요리법 결합, 사용 식재료가 가장 풍부함
서남권역	- 대부분 요리에 고추, 후추, 화초, 마늘 등이 들어가 자극적이고 매운 맛이 특징 - (쓰촨 요리) 야생 동식물이나 채소류, 민물고기가 주재료
서북권역	- 낙후된 환경, 열악한 기후 등으로 다양한 식문화 미발달 - 종교의 영향으로 양고기 소비가 많으며 돈육, 수산물 소비는 적음

- 중국은 전통적으로 중국인의 입맛은 남쪽은 달고 북쪽은 짜고 동쪽은 맵고 서쪽은 신 맛을 특징으로 하며, 권역별로 상이한 입맛과 식문화를 보이고 있기 때문에 권역별로 바이어들의 제품에 대한 맛에 대해 요구기준이 다름
- 베이징 등 화북권역은 강한 불로 빠르게 볶아내는 요리와 비교적 짠 맛을 선호하며, 상하이를 중심으로 한 화동권역은 해산물을 주요 식재료로 하는 요리가 많으며 대체로 달고 기름기가 많은 특징을 지니며 후난성 등 화중권역은 맵고 향이 강한

요리, 쓰촨성을 중심으로 한 서남권역은 특소는 자극적인 입맛을 특징으로 하는 등 지역별로 입맛에 뚜렷한 차이를 보임

□ 무역관 전망(해외 현장에서 보는 향후 시장전망)

- 중국의 식품안전 문제가 불거지면서 안전한 식품을 찾아 친환경, 수입식품을 찾는 소비자가 증가하고 있고 대도시를 중심으로 식품 소비구조가 다양화, 고급화, 브랜드 화되고 있으며, 맛과 멋, 영양과 건강을 함께 추구하는 경향을 보여 수입식품이 계속 증가할 것으로 전망
- 최근 소비자들은 제품의 포장과 형태에서 유행과 개성을 추구해서 수입산 식품에 대한 증가
- 유통비용 절감을 통해 소비자에게 경쟁력 있는 가격을 제시할 수 있는 온라인 쇼핑을 이용하는 네티즌 수가 폭발적으로 증가하고 있어 한국 식품 기업들이 온라인 쇼핑몰을 통한 유통이 지속적으로 증가하고 있음
- 중국내 한류로 인한 한식에 대한 관심 고조 및 대중화 추세로 한국 냉면, 비빔밥제품의 성장예상

II 중국 가격 정보

□ 주요 판매 현황

- 중국인 입맛에 맞춰 비빔장과 육수를 적절히 혼합한 비빔 물냉면 개발, 중국 소비자의 기호를 반영해 풀무원은 물냉면과 비빔냉면을 혼합한 타입으로 냉면육수에 비빔장을 곁들인 비빔 물냉면을 출시해 좋은 호응을 얻고 있음
- 한국에서는 물냉면과 비빔냉면으로 이원화돼 있었으나 우리의 비빔냉면이 중국인들의 입맛에 백백한 편이어서 동치미 육수를 적절히 늘려 반물냉면 형태로 출시
- 중국 소비자의 기호에 맞추면서도 한국 제품이라는 원산국 이미지를 강조해 중고급 소비자를 대상으로 고급 이미지 구축
- 이 제품이 한국에서는 함흥 비빔냉면이라는 명칭으로 팔리나, 중국에서는 드라마 대장금의 영향으로 한국 궁중음식에 대한 동경심이 형성돼 있어 제품명을 한식 궁중 비빔냉면으로 교체함

<냉면 바이두 검색지수 및 매체지수>



- 2011년 1월부터 2014년 4월 간의 결과를 나타냄

□ 경쟁제품 가격 추이

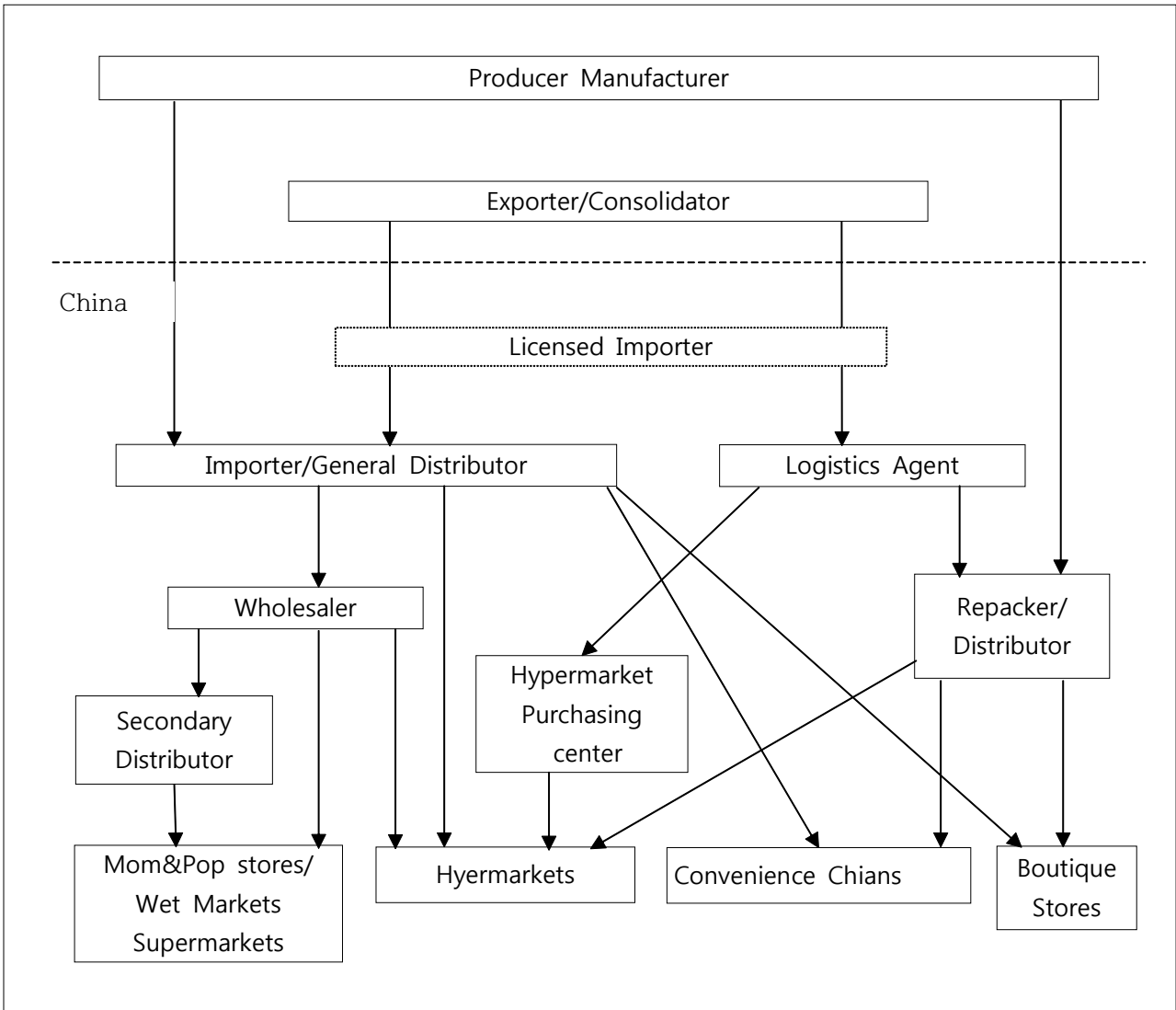
제조업체명	제품사진	브랜드명	가격(소비자가격)	원산지(수출국)
연길상성 (延吉商城)		연결냉면 (延边冷面)	7.90위안/450g	중국
미천식품(美天食品)		조선족냉면 (朝族冷面)	5.30위안/500g	중국
하얼빈신세계식품유한 공사(哈尔滨新世纪食 品有限公司)		동북메밀냉면 (东北荞麦冷面)	9.90위안/600g	중국
단동대동강식품유한공 사 (丹东大同江食品有限 公司)		대동강냉면 (大同江冷面)	6.00위안/600g	중국
자무쓰시우화식품유한 공사 (佳木斯市宇花食品有 限公司)		싼지에타이냉면 (佳木斯三姐妹冷面)	8.00위안/680g	중국

<p>진성(천진)식품유한공사 (珍成(天津)食品有限公司)</p>		<p>한국메밀냉면 (韩国荞麦冷面)</p>	<p>26.80위안/1kg</p>	<p>중국</p>
<p>고려농장 (高丽农场)</p>		<p>조선냉면 (朝鲜冷面)</p>	<p>13.9위안/530g</p>	<p>중국</p>
<p>풀무원 (圃美多)</p>		<p>평양물냉면/한식메밀 냉면/함흥비빔냉면 (冷面/荞麦冷面/拌冷 面)</p>	<p>32.0위안/460g16.9 위안/460g32.0위안 /960g</p>	<p>중국</p>
<p>청정원 (清净园)</p>		<p>비빔냉면(甜辣酱版 面)</p>	<p>10.9위안/250g</p>	<p>중국</p>

III 중국 유통 정보

1. 유통절차

< 중국 내부 유통 경로 >



- 한국 식품 수출업체들은 여러 제품을 합쳐 1 컨테이너 이상의 물량을 맞춰 중국 유통업체에 납품함
- 중국은 전 지역에 걸친 복잡한 유통 구조를 보이고 있으나 상하이, 광저우, 베이징과 같은 주요도시에는 기반시설이 잘 갖추어져 있으며 역사가 긴 유통업체들도 많음

- 일반적으로 식품은 온도변화나 특성 상 목적지인 소비자에 도달하기 전까지 다양한 유통 채널을 거치게 됨
- 대부분의 도시는 단일 식품 유통업체가 담당하여 수입과 적하, 보존과 운송 등의 여러 가지 일을 도맡음

2. 유통채널

□ 권역별로 유통망 현황 파악 및 현지 유력 유통망과의 협력 추진

- 중국은 각 지역별로 지역기반을 둔 대형 유통업체가 있으며, 이들 소매유통 업체에 물품을 공급하는 벤더 역시 지역별로 따로 자리 잡고 있는데 유의해야 함
- 예를 들어 칭두에서는 일본계 백화점 이토요카도伊藤洋華堂가 지역 내 식품유통에서 독보적인 위치를 차지, 정저우鄭州는 대만계 데니스백화점, 창사는 일본계 평화당백화점이 핵심 유통망으로 자리 잡고 있음

□ 한국 식품점(교민슈퍼)

- 한국의 '동네 슈퍼마켓' 을 중국에 그대로 옮겨놓은 형태로 대부분 한국어 의사소통이 가능함. 위안화로 거래하며 중국 현지생산 제품의 비중이 크고 배달서비스가 가능하다는 점이 특징
- 육류, 어류, 채소 등 신선식품 및 중국 현지생산 제품은 중국 현지 도매상에서 납품 받고, 한국 수입제품은 수입도매상을 통해 공급 받음
- 유통체인의 대형화, 전문화 추세에 따라 대형 수입상(도매업 병행), 지역별 거점 도매상, 소매상으로 역할 분담 한국기업이 교민을 상대로 하는 시장에는 쉽게 진입할 수 있으나, 중국인들을 대상으로 하는 시장으로의 확장에는 한계 존재
- 교민시장은 한국기업이 시장 상황을 예측하기 용이하며, 단기간 내 고정 물량 확보 가능

- 최근 중국인들의 이용이 증가하고 있으나 기본적으로 교민을 대상으로 하는 한정된 시장에서 유통되기 때문에 시장 확장에 결정적 한계 존재
- 교민슈퍼는 유통단계가 단순하여 소매가가 비교적 낮게 책정되나 중국 대형마트와 백화점은 수수료 및 기타 비용이 추가되어 가격이 높아짐

□ 수입식품 전문매장

- 한국식품 전문매장과는 별도로 중국인을 타겟으로 한 수입식품 전문매장이 확산 중이며, 한국 식품점이 한국 교민을 주타겟으로 하기 때문에 주식 및 반찬, 양념 및 조미료가 많이 팔리는 반면 수입식품 전문매장은 ‘슈센식품(休閒食品)’을 중심으로 판매되고 있음
- 수입식품 전문매장은 동남아시아, 한국, 일본, 유럽 제품을 취급하는데, 한국 제품은 유자차 등의 액상차 제품, 음료수 및 주류, 고추장, 김, 사탕 및 스낵류 등이 판매되고 있음
- 동남아시아 제품은 커피류, 과자류, 견과류, 유럽 제품은 파스타 및 파스타 소스, 초콜릿, 맥주 등이 판매되며, 일본 제품은 연겨자, 간장 등의 소스류, 주류, 과자류가 판매되고 있음
- 중국 바이어는 슈센식품을 중심으로 각 나라의 대표 식품을 결합시킨 품목을 선호함
- 현재 수입식품 전문매장은 시장 진입 초기단계이지만, 외국음식점을 대상으로 식자재 납품 등 사업영역을 확대하고 있고 대도시를 중심으로 체인화를 추진하고 있음

□ 슈센식품(休閒食品) 전문매장

- 최근 중국 대도시 주거 지역의 상권에는 소형 슈퍼마켓과 함께 신선식품 전문매장과 슈센식품(休閒食品) 전문매장이 자리를 잡고 있음
- 신선식품 전문매장은 소형 슈퍼마켓이 취약한 과일 및 채소류, 육류 등을 전문적으로 판매하고 있으며 독특한 간식 제품들로 틈새시장에 진입하고 있음

-
- 슈센식품 자체가 「중산층을 타겟으로 한 독특하고 특별한 간식」으로 의미가 확장되고 있기 때문에 수입식품 또는 외국계 식품도 취급하고 있으며, 새로운 트렌드로 자리잡고 있음

□ 대형마트(大超市)

- 대기업 현지 생산 제품: 오리온, 농심, CJ, 롯데 등 대기업들의 중국 현지법인이 생산한 제품들은 탄탄한 현지 영업망을 통해 마트에 입점
- 한국 신선식품 전문코너-Shop In Shop(專櫃: 전문매대) 방식: 일부 마트에는 한국식품 전문코너가 전문매대(專櫃) 방식으로 운영되고 있음. 김치류 등 신선식품과 함께 김밥, 떡볶이 등을 현장에서 조리-판매하며, 양념 및 조미료 제품도 판매. 신선식품 유통에 가장 적합한 방식임
- 수입식품 전문코너-Shop In Shop(專櫃: 전문매대) 방식: 일부 마트에는 수입식품 전문코너가 있으며 그 중 한국 제품도 판매되고 있음. 유자차 등 액상차, 일부 과자류, 고추장, 된장, 음료수, 소주 등이 판매되고 있음
- 대형마트 계열의 무역법인을 통한 직접 수출, 기존 벤더를 통한 대리 판매, 현지 유통법인 설립 후 직접 입점 등의 방식으로 대형마트 유통망 진입이 가능
- 월마트, 메트로 등은 무역법인을 자회사로 두고 직수입도 진행하고 있는데, 대형마트 계열의 무역법인에 직접 수출하는 방식이 한국업체에 가장 이상적인 모델임
- 중국 이마트, 중국 롯데마트가 한국에서 직접 수입하여 물품을 판매한 사례도 있으나 대형마트가 리스크를 감수하면서 한국식품을 대량 수입하는 경우는 거의 없으며, 벤더를 통해 통관이 끝난 제품을 입점하는 것이 일반적

□ 백화점

- 일반적으로 중급 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있으며, 한국식품의 입점이 가능 (입점 형태는 대형마트와 유사), 이에 반해 고급 백화점은 식품매장을 운영하지 않는 경우가 많음

- 식품류는 백화점보다는 대형마트 판매 비중이 압도적으로 높음

□ 복합쇼핑센터

- 복합쇼핑센터는 일반적으로 임대 매장으로 운영되고 있음. 각각의 매장이 독립적으로 상품을 판매하고 수금하는 형태이며, 쇼핑센터에 임대료 및 관리비를 납부함
- 유동인구가 많은 복합쇼핑센터 내에 수입식품 전문매장 또는 슈센식품(休閒食品) 전문매장이 로드샵 형태로 운영되는 경우가 많음

□ 온라인쇼핑몰

- 연간 30% 이상의 높은 성장세를 보이고 있는 전자상거래 시장에서 소비자들의 농식품 구매가 빠르게 확대되고 있으며, 진입장벽이 낮고 유통비용이 적게 들어 오프라인보다 낮은 판매가를 강점으로 빠르게 확산 중
- 진입장벽이 낮고 저렴한 가격이 강점이나, 소비자의 신뢰도와 브랜드 형성 수준은 아직 상대적으로 미흡
- 중국은 타오바오(淘寶網) 온라인쇼핑몰이 C2C, B2C 부문 모두에서 독주하고 있으며, 품목별로 특화된 전문 사이트들이 틈새 영역 구축 중이며, 타오바오에서 ‘한국식품(韓國食品)’을 검색하면 수천 가지 품목이 나오며, 동일한 상품을 다수의 판매자가 판매하고 있음. 대부분 소규모로 운영됨
- 온라인 쇼핑에서 가장 중요한 부분은 ‘신뢰 확보’인데, 현재 한국제품을 브랜드화하고 높은 신뢰도를 구축한 전문쇼핑몰은 거의 없는 상황임
- 중국어로는 ‘탄거우(團購)’라 불리는 공동구매를 중심으로 2011년 이후 중국 온라인 유통업계에서도 ‘소셜커머스’가 주목받았고, 400여 개의 업체가 속속 뛰어들면서 폭발적으로 성장하고 있으며, 식품을 전문으로 취급하는 공동구매 사이트도 등장함
- 소비자 소비성향 결과에 따르면 전체 응답자의 20.9%가 온라인 쇼핑몰 또는 홈쇼

핑 등을 통해 한국 농식품을 구매하고 있는 것으로 나타남

□ 단일 무역상(수입총판 또는 에이전트)을 통해 수출하는 경우

- 중국 내 1개 수입상과 수입총판 계약을 체결하는 방식. 제품을 수출하면 수입총판은 물품 통관 후 각 지역 도매상에게 물품을 판매하고, 각 지역 도매상이 소매상을 통해 유통시키는 형태
- 가장 단순한 모델로, 한국 측은 쉽게 수출이 가능하고 중국 측 파트너도 단독으로 공급받는 품목에 대한 동기유발이 이루어져 적극적인 영업활동을 펼칠 수 있다는 장점이 있음
- 한국 측은 유통망을 통제할 수 있는 권한이 거의 없어 수입총판과 분쟁이 일어날 경우 많은 피해를 볼 수 있음. 특히 중국 측 파트너가 성의가 없고 무능하면서 중국 내 독점권을 요구할 경우에는 난감한 상황이 발생할 수 있음
- 브랜드 인지도가 낮은 제품의 경우 중국 측 파트너가 영업망을 구축한 후 터무니 없는 거래조건을 요구하거나 유사제품을 판매하는 등의 위험부담이 존재함

IV 중국 통관 정보

1. 관세율

< 중국 기타면류 관세율 >

HS CODE	명칭	수입세율		수출세율	부가가치세	소비세율	단위
		최혜국	보통				
1902309000	기타면류	15%	80%	0	17%	0	Kg

출처 : 중국해관 (<http://www.customs.gov.cn>)

- 현재 냉면은 기타면류로 포함, 통관되고 있음

2. 통관 거부사례

< 너구리 우동면(浣熊乌龙面) >

구분	내용
통관거부일자	2012년 06월
수입업체(수입상)	威海溯谦贸易有限公司
담당 검역소	랴오닝항검험검역기구(山东口岸检验检疫机构)
조치상황	소각
물량	2.020196t
통관 거부 사유	제품 성분에 대한 검역 허가 미획득

< 김치라면 (不倒翁泡菜面) >

구분	내용
통관거부일자	2013년 4월
담당 검역소	北京
조치상황	폐기
물량	48 kg
통관 거부 사유	대장균 검출

< 치즈라면(芝士拉面) >

구분	내용
통관거부일자	2013년 9월
담당 검역소	广东 (광둥)
조치상황	폐기
물량	380 kg
통관 거부 사유	필요한 인증서 미제공

< 쌀국수면(大米面条(辣白菜味)) >

구분	내용
통관거부일자	2013년 9월
담당 검역소	广东 (광둥)
조치상황	폐기
물량	380 kg
통관 거부 사유	미생물(colony) 기준 초과 검출(미생물 함량 기준은 1500cfu/g 이하임)

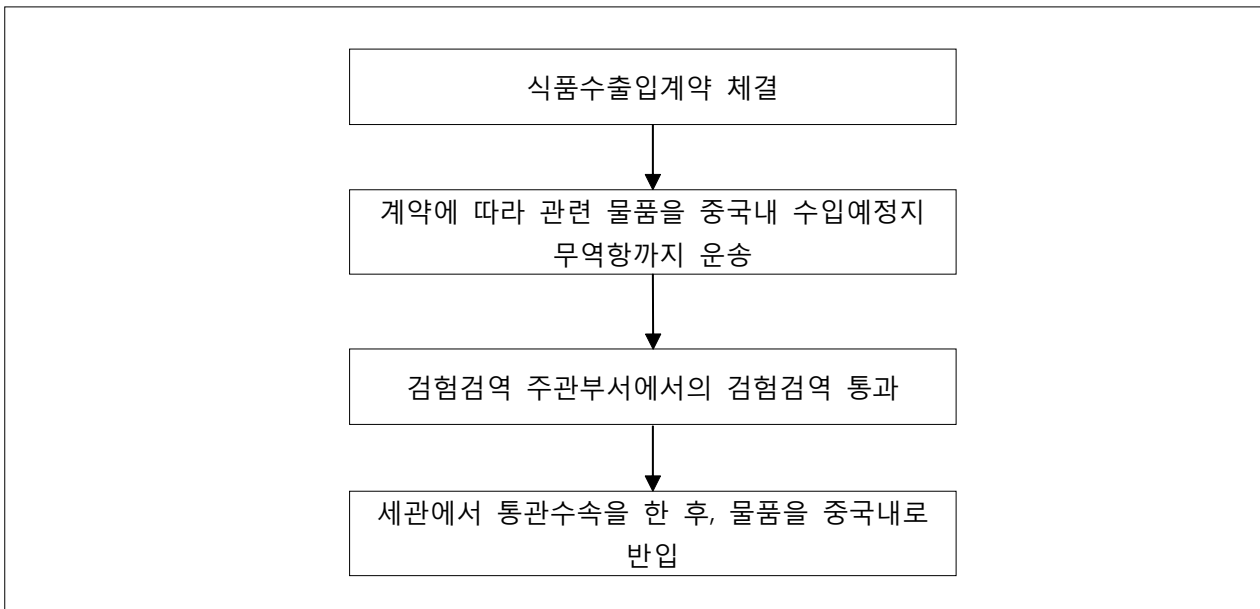
3. 통관 절차

□ 중국 통관 절차 순서

- 식품수출입계약을 체결
- 계약에 따라 관련 물품을 중국내 수입예정지 무역항(口岸)까지 운송
- 검험검역주관부서에서의 검험검역(檢驗檢疫)에 통과
- 세관에서 통관수속을 한후, 물품을 중국내로 반입

□ 중국내 식품 수입하는 일반 절차는 다음과 같음

<중국 내 식품수입 절차>



- 수입업체 또는 대리상은 통관신청서, 계약서 또는 신용장, 영수증과 포장명세서, 포장 기능표, 원산지 증명, 위생평가서류, 생산업체 합격증, 중문 라벨 샘플, 라벨 중문 번역본 등을 제출해야하며 검사검역원이 서류심사를 진행한 후 검사검역을 진행

4. 통관 유의사항

□ 소요서류

- 검험검역과 세관 신고절차에서의 소요서류는 구체 수입지역에 따라 일정한 차이가 있을 수는 있지만, 크게 다르지는 않을 것으로 사료되는바, 아래서는 북경시를 예로 들어 식품 수입 시의 관련 절차에서의 소요서류에 관하여 검토

- 검험검역 시의 소요서류
 - 수입물품세관신고서
 - 무역계약
 - 포장명세서(装箱单)
 - B/L
 - 운송증빙서류(货运发票)
 - 원산지증명
 - 위생평가자료
 - 기타 요청서류

- 한편, 예포장식품(预包装食品) 수입 시, 상기 서류를 제출하여야 하는 외에 또 아래 조건에도 부합되어야 함`

- 물품주 또는 그 대리인이 이미 북경검험검역부서에서 수출입예포장식품표식의 등록을 하여 등록코드를 취득하였을 경우, 동 등록코드로 신고할 수 있음

- 물품주 또는 그 대리인이 북경검험검역부서에서 수출입예포장식품표식을 등록하지 않았을 경우, 신고 시, 상기 서류를 제출하는 외에, 다음과 같은 서류도 제출하여야 함: 증문표식샘플, 샘플의 번역본 및 부서에서 요구하는 기타 관련 서류. 그중, 증문표식의 샘플은 GB7718-2004(预包装食品标签通则)의 관련 규정에 따라 작성하여야 함

□ 세관 통관 시의 소요서류

- 수출입물품세관신고서

- 发票
- 무역계약
- 포장리스트
- B/L
- 적하목록(舱单)
- 세관신고대행 권한위임장
- 수출입 관련 허가증서
- 기타 서류

수입 규제 제도

- 규제내용 (관세 및 비관세 규제 등)

- 해당사항 없음

필수 인증

검사검역 카테고리	인증서 명칭	감독관리조건	인증서 명칭
P	수입동식물 및 동식물제품검역 (进境动植物、动植物产品检疫)	A	수입제품통관증 (入境货物通关单)
R	수입식품위행감독검증 (进口食品卫生监督检验)	B	수출제품통관증 (出境货物通关单)
Q	수출동식물 및 동식물제품검역 (出境动植物、动植物产品检疫)		

V 중국 라벨링 정보

□ 관리체제

- 국가품질감독검험검역총국은 직책범위 내에서 전국 식품라벨의 감독관리를 책임
- 현급이상 품질 기술 감독부서는 직책범위 내에서 본 행정구역 내의 식품라벨의 감독관리를 책임

□ 법률체계

- “식품안전법”
- “식품안전법실시조례”
- “식품라벨관리규정”
- “수출입식품화장품라벨심사제도를 조절할 데 관한 공고”
- “수출입식품,화장품라벨검험규정(시행)”
- “포장식품라벨통칙(GB7718-2004)”
- “포장특수식용식품라벨통칙(GB13432-2004)”
- “포장음료주라벨통칙(GB10344-2005)”
- “건강(기능)식품통용표준”(GB16740-1997)

□ 표기방법

- 표기사항

- “국가품질감독검험검역총국이 식품라벨관리규정을 수정할 데 관한 결정”에 의하면, 식품 또는 그 포장에 반드시 라벨을 부착해야 하며(법률, 행정법규에서 부착할 필요가 없다고 규정한 식품을 제외), 아래와 같은 기본사항을 표기해야 함

- 식품명칭

- 식품원산지

- 생산업체의 명칭, 주소와 연락방식

- 식품의 생산날짜, 품질보증기간, 저장조건

- 순함량, 고형물 함량(정량포장 식품일 경우)

- 식품의 성분 또는 배합원료 리스트

- 생산업체가 적용하는 제품표준코드

- 식품의 품질등급, 가공기술(식품표준이 요구할 경우)

- 식품생산허가증 번호 및 QS마크(생산허가증이 필요할 경우)

- 경고마크 또는 중문 경고설명

□ 금지사항

- 식품라벨에 아래와 같은 내용을 표기하지 못함

- 질병 예방 또는 치료역할이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
- 건강식품이 아니지만 건강역할이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
- 기만 또는 오도하는 방식으로 식품을 설명하거나 소개하는 내용
- 첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용
- 문자 또는 도안이 민족습관을 존중하지 않고 차별 설명하는 내용
- 국기, 국장 또는 인민폐 등으로 표기하는 내용
- 기타 법률, 법규와 표준에서 표기를 금지하는 내용

- 아래와 같은 식품라벨 불법행위를 금지

- 생산날짜와 품질보증기간을 위조하거나 허위 표기
- 식품 원산지를 위조하거나 기타 생산업체의 명칭과 주소를 위조하거나 사칭
- 생산허가증 마크와 번호를 위조, 사칭, 변조
- 법률, 법규에서 금지하는 기타 행위

□ 주의사항

- 식품라벨의 표기형식은 아래와 같음

- 식품라벨은 식품 또는 그 포장과 분리하지 못함
- 식품라벨은 반드시 최소판매단위의 식품 또는 그 포장에 직접 표기
- 1개 판매단위의 포장에 서로 다른 품목, 몇 개 독립포장 식품에 대해, 각 독립포장 식품의 라벨은 반드시 “국가품질감독검역총국이 식품라벨관리규정을 수정할 데 관한 결정”에 따라 표기. 판매단위의 외부포장을 통해 각 독립포장 식품의 모든 또는 일부 강제성 표기내용을 명확히 식별할 수 없을 경우, 반드시 판매단위의 외부포장에 각각 표기해야 하지만, 외부포장이 쉽게 개봉하여 식별되는 경우를 제외. 각 독립포장 식품의 모든 또는 일부 강제성 표기내용을 명확히 식별할 수 있을 경우, 외부포장에 관련내용을 중복하여 표기하지 않을 수 있음
- 식품라벨은 반드시 뚜렷하고 명확해야 하며, 라벨 뒷면과 바탕색은 반드시 서로 비교가 되는 색깔을 채택하여 소비자가 쉽게 식별하도록 해야 함
- 식품라벨의 모든 문자는 반드시 규범화된 중문이어야 하지만 등록상표는 제외. 식품라벨은 동시에 한자 병음 또는 소수민족 문자를 사용할 수 있으며 동시에 외국어를 사용할 수도 있지만, 반드시 중문과 대응관계가 있어야 하며 외국어는 대응되는 중문보다 크지 말아야 하지만, 등록상표를 제외
- 식품 또는 그 포장의 최대 표면면적은 20cm² 이상일 경우, 식품라벨에서 강제성 표기내용의 문자, 부호, 숫자의 높이는 1.8mm 이상이어야 함. 식품 또는 그 포장의 최대 표면면적은 10cm² 이하일 경우, 식품라벨은 식품명칭, 생산업체의 명칭과 주소, 순함량 및 생산날짜, 품질보증기간만 표기할 수 있음. 단, 법률, 행정법규에서 반드시 표기해야 한다고 규정할 경우 그 규정을 따라야 함

□ 수입식품

- “식품안전법” 제66조 규정

- 수입 포장식품은 반드시 중문 라벨, 중문 설명서가 있어야 하며, 라벨 설명서는 반드시 식품안전법과 중국 기타 관련 법률, 행정법규의 규정과 식품안전 국가표준의 요구에 부합되어야 하며, 식품의 원산지 및 경내 대리업체의 명칭, 주소, 연락방식을 명기해야 하고, 포장식품이 중문 라벨, 중문 설명서가 업서가 라벨, 설명서가 식품안전법의 규정에 부합되지 않을 경우에 수입하지 못함

- “수출입식품화장품라벨심사제도를 조절할 데 관한 공고” 의 규정

- 수입식품 라벨은 반드시 중국 법률법규와 강제성표준의 규정에 부합되어야 함
- 2006년 4월 1일부터 수입식품의 라벨심사와 수입식품의 검험검역을 결합시켜 진행하고, 사전심사를 더 이상 하지 않음
- 이미 취득한 “수출입식품라벨심사증서” 는 계속 유효하며, 수입식품 라벨과 심사증서에서의 표기내용이 서로 부합되면 라벨검험을 면제할 수 있음

□ 라벨링규정 변동사항

- 국가품질감독검험검역총국은 2009년 10월 22일에 “식품 안전법” 과 그 실시조례 등 관련 규정에 따라 2007년 8월 27일에 발표한 “식품라벨관리규정” 을 수정

< 라벨링규정 변동사항 >

조항	수정 전	수정 후
제1조	식품라벨 감독관리를 강화, 식품라벨 표기를 규범화, 품질사기를 방지, 기업과 소비자의 합법적 권익을 보호하기 위해, “제품품질법”, “식품위생법”, “국가품질감독검험검역총국이 식품라벨관리규정을 수정할 데 관한 결정” 및 “공업제품생산허가증관리조례” 등 법률법규에 따라 본 규정을 제정함	식품라벨 감독관리를 강화, 식품라벨 표기를 규범화, 품질사기를 방지, 기업과 소비자의 합법적 권익을 보호하기 위해, “식품안전법”, “제품품질법”, “국가품질감독검험검역총국이 식품라벨관리규정을 수정할 데 관한 결정” 등 법률법규에 따라 본 규정을 제정함
제8조 제1항	식품라벨은 반드시 생산업체의 명칭과 주소를 표기해야 함. 생산업체의 명칭과 주소는 반드시 법에 따라 등록등기하고 제품품질의 책임을 부담할 수 있는 생산업체의 명칭과 주소이어야 함	식품라벨은 반드시 생산업체의 명칭, 주소와 연락방식을 표기해야 한함 생산업체의 명칭과 주소는 반드시 법에 따라 등록등기하고 제품품질의 책임을 부담할 수 있는 생산업체의 명칭과 주소이어야 함

제9조 제1항	식품라벨은 반드시 뚜렷하게 식품의 생산날짜와 품질보증기간을 표기해야 함	식품라벨은 반드시 뚜렷하게 식품의 생산날짜와 품질보증기간을 표기해야 하며, 관련 규정의 요구에 따라 저장조건을 표기해야 함
제9조 제2항	식품의 품질보증기간이 저장조건과 연관될 경우에 반드시 식품의 특정 저장조건을 표기해야 함. 에틸알코올의 함량이 10% 이상(10%를 포함)인 음료주, 식포, 식용소금, 고태 설탕류는 품질보증기간의 표기를 면제할 수 있음	에틸알코올의 함량이 10% 이상(10%를 포함)인 음료주, 식포, 식용소금, 고태 설탕류는 품질보증기간의 표기를 면제할 수 있음
제10조 제1항	정량포장의 식품라벨은 반드시 순함량을 표기해야 함. 고체, 액체의 2가지 상태 물질의 식품에 대해 순함량을 표기하는 외에 고형물의 함량도 표기해야 함	정량포장의 식품라벨은 반드시 순함량을 표기해야 하고, 관련 규정의 요구에 따라 규격을 표기해야 함. 고체, 액체의 2가지 상태 물질의 식품에 대해 순함량을 표기하는 외에 고형물의 함량도 표기해야 함
제11조 제1항	식품라벨은 반드시 식품의 배합원료리스트를 표기해야 함	식품라벨은 반드시 식품의 성분 또는 배합원료리스트를 표기해야 함
제11조 제4항	없음	영아와 유아, 기타 특정 소비자에게 제공하는 주식과 보조 간식은 그 라벨에 주요 영양성분과 함량도 표기해야 함
제12조	식품라벨은 반드시 기업이 적용하는 국가표준, 산업표준, 지방표준의 번호 또는 등록된 기업표준의 번호를 표기해야 함	식품라벨은 반드시 기업이 적용하는 제품표준의 코드를 표기해야 함
제26조	본 규정의 제5조 제1항을 위반하여 식품 또는 그 포장에 라벨을 부착하지 않을 경우에 기한 내에 시정할 것을 명령하며 1만 위안 이하의 벌금을 부과함	본 규정을 위반하여 "식품안전법"과 그 실시조례 등 법률법규 규정의 불법행위를 구성할 경우에 관련 법률법규의 규정에 따라 벌금을 부과함
제28조	본 규정의 제9조, 제15조를 위반하여 생산날짜와 품질보증기간, 경고마크 또는 중문 경고설명을 표기하지 않을 경우에 "제품품질법" 제54조의 규정에 따라 벌금을 부과함	본 규정의 제15조를 위반하여 경고마크 또는 중문 경고설명을 표기하지 않을 경우에 "제품품질법" 제54조의 규정에 따라 벌금을 부과함
제30조	생략	삭제

– 중문표기 규범화

- 상표를 제외한 라벨내용은 규범화된 한자를 사용하며, 꾸밈글자는 쉽게 식별 가능하도록 써야함
- 모든 외국어 문자는 상응하는 한자보다 크지 않아야 함(기존)
- 생산일, 유효기한 표시는 붙이거나 추가인쇄하거나 고쳐서는 안됨(기존)

- 기존 규정이지만 관리를 강화하는 추세이므로 유의가 필요한 조항
- 현재 한국산 식품을 포함한 많은 수입식품들이 (우)측 사진과 같이 중문 제품명 및 유효기한(保质期)을 표기하지 않고 별도표기를 하고 있음. 단, 한국만이 아닌 다수의 수입식품이 모국어 표기를 크게 하고 있어 단기간 내 관리강화 여부는 불투명 함

〈 상품명 표기의 올바른 사례(좌) 및 다수 수입식품 사례(우) 〉



－ 제조상 및 법인연락처 세부정보 표기(수정)

- 경소상 외에 제품의 품질에 책임을 지는 제조상의 명칭과 주소, 연락처 표기하되 주소는 시급(市级)으로 표기하고 연락처에는 전화, 팩스, 인터넷연락처 중 한 개 이상 표기
- 제조상이 법률책임을 지지 못하는 자회사 및 생산지일 경우 속한 그룹(법인)의 명칭, 주소와 산지를 표기

－ 예방, 치료효과 관련 내용 표기 금지(신규)

- 예방, 치료효과 및 비보건식품의 보건효과를 명시하거나 암시하면 안 됨

－ 중량표기 구체화(신규)

- 대포장에 날개 포장이 들어있는 경우 대포장과 날개포장 수량 및 중량 관계명기

- 날개포장 라벨링 표기 실시(신규)

- 날개 판매가 가능한 제품의 대포장 제품은 대포장 외에 날개포장마다 라벨표기 필요

- 과민반응(알러지) 유발성분 표기 추가(신규)

- 유효기간 준수강화

- 유효기한 초과 후 일정 시간 동안은 먹을 수 있다는 내용 삭제
- 대부분의 한국식품에는 동 내용 표기가 없으므로 단지 참고사항

※ 참고자료

- 中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会 : <http://www.nhfpc.gov.cn/>
- 중국 관세청 : www.customs.gov.cn
- 중국 식약청 : www.sfda.gov.cn
- 농수산물 수출지원정보 : <http://www.kati.net>
- KATI.NET 내 중국 시장정보
- KOTRA 중국 (광저우) 무역관 자료
- 관세청 : www.customs.go.kr
- GTA : <http://www.tradestatistics.com/gta/>
- KATI : www.kati.net
- KOTRA Global Window : <http://www.globalwindow.org>
- EC21 보유 자료 등