

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 음료과우더(Beverage Powder)

Country : 중국(China)



CONTENTS

I. 시장 트렌드	4
1. 시장 메가 트렌드	6
2. 소비 트렌드	7
3. 제품 트렌드	8
4. 정책 트렌드	9
II. 경쟁사 분석	10
1. 경쟁사 선정	12
2. 경쟁사별 현황 파악	13
III. 경쟁제품 현지조사	17
1. 분석 제품 및 기준	19
2. 가격 정보	20
3. 포장용기 정보	21
4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)	22
5. 현지조사 데이터	23
IV. 유통구조 현황	25
1. 현지 유통구조 map	26
2. 추천 진출 경로	27
3. 유통업체 담당자 인터뷰	28
V. 통관 및 검역 정보	29
1. 통관 및 검역 절차	32
2. HS 코드 및 관세율	35
3. FTA 정보	36
4. 통관 및 검역 주의사항	37
5. 통관거부사례	38
6. 제출서류	39

CONTENTS

VI. 라벨링 정보	41
1. 라벨 표기사항	43
2. 라벨링 예시	44



I. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“중국 테이크아웃 음료 시장 성장”

- 20~30대 젊은 소비자들 사이에서 테이크아웃 음료 인기가 많아지고 있어
- 입맛대로 맞춰서 만들어 먹을 수 있다는 점이 장점
- 테이크아웃 음료 시장이 성장하며, 원료인 음료 파우더에 대한 수요 증가 기대

소비 트렌드

“다양한 맛의 음료파우더 시장”

- 중국 내 음료파우더는 녹차, 홍차, 팥 등 다양한 맛의 제품 보유

“중국 요거트 시장은 DIY”

- 중국 요거트 시장은 우유시장보다 규모가 훨씬 큼
- 2012년 요거트 공업용 젤라틴 사건이 발생하며 직접 요거트를 만들어 먹을 수 있는 제품이 인기를 끄

제품 트렌드

“중국 음료파우더, 해외 유명브랜드”

- 현재 중국 내에서 유통되고 있는 음료 파우더는 해외 유명 브랜드들이 점유함

“중국 밀크티 점유율 1위, 중국회사”

- 중국의 향飘飘(Xiangpiaopiao)사의 밀크티 제품이 중국 인기 밀크티 브랜드 1위에 오름

정책 트렌드

“음료 제품 샘플테스트 미통과 1건”

- 중국 상해 식약청에서 딸기라떼 파우더 제품의 샘플테스트를 진행함
- 해당 제품에서 '카민'이 검출되어 재 검사에 들어감

“중국 음료파우더 등 고체분말음료 기준 실행”

- 고체분말음료 내 화학 물질 함량 기준치 및 미생물 기준에 대해 명확하게 제시

1. 중국 음료파우더 시장 메가 트렌드

중국 테이크아웃 음료, 카페 시장 확대로 음료 파우더 시장 성장 기대

중국艾瑞(iResearch)가 발표한 ‘2015년 중국 테이크아웃 O2O산업 발전현황보고서’에 따르면 2014년 중국 테이크아웃 식음료 시장규모가 1,600억 위안을 넘어섬. 2017년에는 잠재 시장규모가 3,000억 위안에 이를 것으로 예상되면서 기대가 커지고 있음)

그 중에서도 특히 테이크아웃 음료는 바쁜 중국 소비자들이 부담 없이 간편하게 즐길 수 있어 20 ~ 30대 젊은 층이 많이 선호함

테이크아웃 음료 전문점의 경우 커피 외에도 밀크티, 요거트, 셰이크 등 다양한 메뉴를 입맛에 따라 토핑, 당도, 차가움 정도 등을 자유롭게 선택할 수 있다는 점에서 소비자들의 만족도도 높음

테이크아웃 음료 전문점에서 판매되고 있는 메뉴의 경우 단일 품목보다는 20여 가지 이상의 제품을 판매하고 있음

중국 테이크아웃 음료 전문점의 경우 분말형태의 제품을 주로 사용하고 있기 때문에 음료 파우더의 소비 또한 증가할 것으로 기대함

다양한 종류를 구비하고 있는 중국 내 테이크아웃 음료 전문점 메뉴

閒情鮮品 Fresh Tea		戀乳巧滋味 Cream & Latte	
● Black / Green Tea 紅/綠茶 鮮奶茶/綠茶	25 30kcal	● Salted Cream Black/Green Tea 鹽糖泡芙紅茶/綠茶 玫瑰鹽泡芙紅茶/綠茶(原價4元)	35 40kcal
● Taiwan Pouchong Tea 台灣包種茶 台灣包種茶	30 35kcal	● Salted Cream Black Tea with Strawberry 鹽糖泡芙紅茶 草莓奶露	45 50kcal
● Buckwheat Taiwan Pouchong Tea 蕎麥包種茶 蕎麥包種茶	35 27kcal	● Black Tea Latte (medium size) 紅茶拿鐵 紅茶拿鐵(原價4.5元)	40 48kcal
● Winter Melon Taiwan Pouchong Tea 冬瓜包種茶 冬瓜包種茶	35 30kcal	● Bubble Black Tea Latte 奶泡紅茶拿鐵 珍珠紅茶拿鐵(原價5.5元)	50 57kcal
▷ Lemon Taiwan Pouchong Tea 檸檬包種茶 檸檬包種茶	40 30kcal	● Winter Melon Latte (medium size) 冬瓜拿鐵 冬瓜拿鐵(原價4元)	45 77kcal
● Rooibos Tea 路易波士茶 路易波士茶	25 24kcal	● Rooibos Tea Latte (medium size) 路易波士茶拿鐵 路易波士茶拿鐵(原價4元)	45 54kcal
Winter Melon Juice with Sago 冬瓜西谷米 冬瓜西谷米	35 55kcal	● Fresh Milk with Taro (medium size) 芋頭牛奶 芋頭牛奶(原價4元)	55 53kcal
Winter Melon Juice with Lemon 檸檬冬瓜露 檸檬冬瓜露	35 43kcal	● Fresh Milk with Strawberry (medium size) 草莓奶露 草莓奶露(原價4元)	55 59kcal
▷ Green Tea Yakult 綠茶養樂多 綠茶養樂多	50 48kcal	● "CoCo" Coffee 可樂咖啡 可樂咖啡	35 70kcal
Lemon Yakult 檸檬養樂多(原價5.5元)	50 63kcal	● Chocolate Milk Tea 巧克力奶茶 巧克力奶茶	35 61kcal
Mango Yakult 芒果養樂多(原價6元)	50 53kcal	● Chocolate Milk Tea with Pearl 巧克力珍珠奶茶 巧克力珍珠奶茶	40 58kcal
● Winter Melon Juice 冬瓜茶 純鮮冬瓜露	30 39kcal	● Fresh Milk with Taro & Sago (medium size) 芋頭牛奶西谷米 芋頭牛奶西谷米(原價6元)	55 73kcal
● Winter Melon Juice with Buckwheat 蕎麥冬瓜茶 蕎麥冬瓜茶	35 35kcal		



출처: Coco (www.coco-tea.com), SuperDaddy(www.chaojinaiba.com)

1) 중국식품보(www.cnfood.cn), '중국 식음료 테이크아웃시장규모 1,600억원, 발전가능성 커', 2015.05.06

2. 중국 음료파우더 소비 트렌드

중국 다양한 종류의 음료파우더 제품 보유

중국 음료파우더 시장은 크게 과일음료, 밀크티, 매실차 제품으로 나뉜다

과일음료파우더의 경우 레몬, 오렌지, 사과, 배, 복숭아, 포도 등 다양한 맛의 제품이 유통되고 있음

중국은 밀크티 소비가 많은 국가답게 오리지널 맛을 비롯해 딸기, 타로, 초콜렛, 녹차, 커피 등 다양한 제품으로 구성되어 있음

중국 요거트 시장 DIY 제품 인기

중국 요거트 시장은 우유시장보다 시장규모가 크며, 중국 유제품 산업 중에서도 성장률이 가장 높음²⁾

특히 2012년 4월, 중국에서 판매되고 있던 요거트에 공업용 젤라틴이 사용되어 충격을 주었던 ‘요거트 공업용 젤라틴 사건’이 발생³⁾하면서 가정에서 직접 요거트를 제조해서 먹을 수 있는 요거트 파우더, 요거트 제조기 등 관련 제품의 인기가 높아짐

중국 소비자들의 경우 자국산 유제품에 대한 신뢰도가 낮아 해외 유명브랜드 제품을 선호하는 경향이 있음

표 1.1 중국 내 판매되고 있는 다양한 음료파우더 제품



밀크티



요거트 파우더

출처 : Tmall(www.tmall.com)

Buyer Interview info

“ 한국 P社의 음료파우더 제품을 취급하고 있다. 그 중에서도 단맛(단호박, 고구마, 바나나 등) 제품이 인기가 많다. 판매량은 괜찮은 편이나 대량으로 판매되지는 않고 있다. 음료파우더는 주로 밀크티 전문매장이나 카페로 납품되고 있다.”

중국 수입 카페 식자재 유통업체 L社
영업담당자 Mr. Guo와의 인터뷰 중, 2016.06

2) Chemilinked(food.chemlinked.com), '중국 요구르트 시장 유제품산업 중 성장률 가장 높아', 2015.09.06

3) 상하이저널(www.shanghai.net), '요구르트 제품에 공업용 젤라틴 사용되어', 2012.04.11

3. 중국 음료파우더 제품 트렌드

중국 음료파우더 시장, 해외 유명 음료브랜드 주도

중국 온라인 스토어에서 판매되고 있는 음료파우더 제품 대부분이 Nestle, Lipton 등 해외 유명 브랜드 제품인 것으로 나타남

음료파우더 중 밀크티 제품의 경우 중국에서 제조된 제품이 해외 브랜드를 제치고 10대 브랜드 중 1위에 오름. 중국 소비자들은 요거트 파우더 제품을 선택할 때, 맛은 물론 유산균의 효능까지 꼼꼼하게 확인하여 구매하는 경향을 보임

수입음료 유통업체 ‘B社의’ Ms. Jiang에 따르면 음료파우더 형태의 제품 판매량이 나빠지는 않지만, 여전히 액체 상태의 병 음료 제품의 수요가 훨씬 많음

표 1.2 중국 인기 밀크티 파우더 브랜드

순위	브랜드명	제품 특징	제품 이미지
1	香飘飘 (Xiangpiaopiao)	오리지널, 타로, 딸기, 초콜릿, 커피 등	
2	优乐美 (U-loveit)	커피, 딸기, 초코, 타로 등 1회용 포장, 컵 등 다양한 패키지 제품 보유	
3	Lipton (立顿)	영국식, 홍콩식 밀크티 제품 보유 기타 차 음료 및 차 티백 제품 취급	
4	Nestle (雀巢)	해외 유명브랜드로 밀크티 제품보다는 커피제품으로 더 유명함	
5	3点一刻 (3:15pm)	대만의 유명 밀크티 브랜드로 가루형태가 아닌 티백 형태의 제품임	

출처 : Maigou(www.maigoo.com)

4. 중국 음료파우더 정책 트렌드

중국 상해 식약청

음료제품 샘플테스트 결과, 0.6% 제품 불량

상해 식품약품감독관리국의 발표에 따르면 2016년 3월 상해 식약청에서 샘플 검사한 음료제품은 168건이었음. 그 중 샘플테스트에 통과하지 못한 사례는 1건으로 불합격률이 0.6%로 집계됨⁴⁾

중국 내에서 유통되는 식품의 경우, 중국 ‘식품안전국가표준 식품첨가물 사용위생표준(GB2760)’, ‘식품안전국가표준 식품 내 오염물질제한량(GB2762)’에 따라 샘플 검사를 진행함

이번에 중국 식약청의 샘플테스트를 통과하지 못한 제품은 ‘딸기맛 라떼 파우더’ 제품으로 샘플테스트에서 화학물질인 ‘카민’이 검출되었음. ‘카민’의 경우 1kg당 0.014g 이상 검출되어서는 안 됨

중국 국가질검총국,

음료파우더 등 고체음료에 관한 표준 시행 중

중국 음료공업협회 기술업무위원회가 초안을 작성한 ‘고체음료 국가표준, Gb/T 29602-2013’이 2014년 2월 1일부터 시행되고 있음⁵⁾

‘고체음료 국가표준’은 고체분말음료 내 화학 물질 함량 기준치 및 미생물 기준에 대해 명확하게 제시하고 있어, 중국 내에서 유통되는 고체분말음료는 해당 기준을 어겨서는 안 됨

표 1.3 라떼파우더 중국 수출 시 유의해야 할 성분

항목	수치	
		일반제품
단백질	≥ 4.0g/100g	-
수분	≤ 5.0g/100g	
총 비소	≤ 0.5mg/kg	
납	≤ 1.5mg/kg	
구리	≤ 5.0mg/kg	

출처 : 국가표준화관리위원회표준정보센터(www.sac.gov.cn)

4) 중국질량신문(www.cqn.com.cn), ‘상해 식약청 음료샘플테스트 결과, 불합격률 0.6%’, 2016.02.25

5) FoodMated(news.foodmate.net), ‘고체음료 국가표준 2014년 시행’, 2013.07.23



Ⅱ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

온라인 스토어 확인 기업 : 香飘飘(Xiabgpiaopiao), 喜之郎(Strong)
 현지조사 기업 : Unilever, Mondelez international inc

#1. 香飘飘(Xiabgpiaopiao)

기업타입	제조업	설립년도	2005년	
취급 품목 유형	밀크티	홈페이지	www.zjxpp.com	
주요 제품	 <p>밀크티(오리지널, 타로, 딸기, 초코)</p>			

#2. 喜之郎(Strong)

기업타입	제조업	설립년도	1993년	
취급 품목 유형	음료, 푸딩, 김 등	홈페이지	www.strongfood.com.cn	
주요 제품	 <p>밀크티(오리지널, 타로, 딸기, 초코)</p>			

#3. Unilever

기업타입	제조업	설립년도	1890년	
취급 품목 유형	차(茶), 음료, 밀크티	홈페이지	www.lipton.com.cn	
주요 제품	 <p>밀크티(오리지널, 초코, 녹차)</p>			

#4. Mondelez international inc

기업타입	제조업	설립년도	1986년	
취급 품목 유형	초콜릿, 스낵, 음료 등	홈페이지	cn.mondelezinternational.com	
주요 제품	 <p>음료파우더(망고, 레몬, 오렌지, 포도)</p>			

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

- ① 중국 온라인 스토어 내 제품 유통 중인 기업
- ② 현지조사 시 확인된 제조 기업

중국 온라인 스토어 내 판매량 1,2,3위 기업, 현지 유통매장에서 중복되는 제품의 제조사

중국 온라인 스토어 점유율 상위 3개社(Taobao, Tmall, Yihaodian)를 대상으로 해당 사이트에서 판매되는 음료 파우더 중 판매량이 높은 2개社를 도출함

중국 현지유통매장에서 판매되고 있는 제품의 경쟁사를 확인하기 위해 유통매장에서 중복으로 판매되고 있는 제품의 제조사 2곳을 경쟁사로 선정함

표 2.1 중국 온라인스토어 내 유통제품 도출

키워드	- 袋泡饮料(포장음료), 冲饮(물을 부어 마시는 음료) - 奶茶(밀크티), 饮料粉(분말음료), 固体饮料(고체음료)
온라인 스토어	- Taobao(www.taobao.com) - Tmall(www.tmall.com) - YHD(www.yhd.com)

표 2.2 중국 온라인스토어 내 유통제품 도출

온라인 스토어 확인 브랜드	Taobao	Lipton(立顿), 优乐美, 香飘飘, 益昌老街, 3点1刻, 塔拉-额吉, 东具, 天美华乳, 益昌, agf, Socona(索可纳), 一楠, King Flower (晶花), 旧街场
	Tmall	Lipton(立顿), 优乐美, 香飘飘, 一楠 3点1刻, 筒品100, OWL(猫头鹰), 益昌老街, Choice(巧艾斯), Nestle(雀巢), 旧街场, 张三疯, Socona (索可纳), MR.BROWN(伯朗), 统一, MAXWELL HOUSE(麦斯威尔), 南国, DKLI(德克力), O'lagenda(老志行), 捷荣, Super(超级), Sunkeen (圣家), 金祥麟, lecon(乐创), SELFTREND(涉趣)
	YHD	香飘飘, Lipton(立顿), 益昌, 3点1刻, swiss miss, O'lagenda(老志行), OWL(猫头鹰), 蒙亮(MENGLIANG), 爱此山, Gold Kill, 彩虹庄园
현지조사 확인 브랜드	高乐高, 果多维, 亿滋(Mondelēz International), 优乐美, 香约奶茶经典, Lipton, 摩卡薄荷, 春光,	

출처 : Taobao(www.taobao.com), Tmall(www.tmall.com), YHD(www.yhd.com)

2. 경쟁사별 현황과악

香飘飘食品股份有限公司(Xiangpiaopiao Food)

香飘飘(Xiangpiaopiao)社는 밀크티 제품을 생산, 유통하는 업체로 '중국 유명상표(中国驰名商标)' 인증을 보유하고 있음

'중국유명상표'는 중국공상총국 상표국이 평가를 신청한 기업을 대상으로 제품 품질 및 인지도 등을 심사해 부여하는 중국 공식 인증마크임⁶⁾

香飘飘(Xiangpiaopiao)社는 중국 내 밀크티 제품 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있어 중국 대형마트를 비롯하여 작은 상점까지 香飘飘(Xiangpiaopiao)社의 제품을 판매하고 있지 않은 곳이 거의 없음

또한 블루베리, 딸, 치즈, 딸기, 커피, 초콜릿, 타로 등 다양한 종류의 밀크티 제품 라인을 보유하고 있음

표 2.3 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	밀크티
설립년도	2005년
대표전화	+ 86 572-2310888
이메일	kfzy.xpp@chinaxpp.com
주소	浙江省湖州市经济技术开发区创业大道888号
홈페이지	www.zjxpp.com
기타 정보	- ISO9001, ISO14001, ISO22000, HACCP, CMS 획득 - 천진, 항주, 호주, 청두에 생산공장을 보유하고 있음 - 밀크티 전문 판매 매장 전국에서 운영 중

출처 : 香飘飘(www.zjxpp.com)

표 2.4 제품 소개

밀크티	
	<p>오리지널 타로 딸기 초코 커피</p>

출처 : 香飘飘(www.zjxpp.com)

6) 중화인민공화국 국가공상행정관리총국 (www.saic.gov.cn)

2. 경쟁사별 현황파악

喜之郎食品有限公司(Stong Food)

喜之郎(STRONG)社は 음료, 푸딩 등 간식류를 주로 생산하고 있는 기업으로 '水晶之恋(푸딩), CiCi(주스), 美好时光(김스낵), 优乐美(밀크티)' 등 여러 브랜드를 보유하고 있음

연간 매출액이 10억 위안에 달하는 세계 최대 규모의 밀크티 제품 생산 유통 기업으로써, 2000년도에 '중국유명상표(中国驰名商标)'로 지정되었음

현재 喜之郎(STRONG)社에서 생산되는 제품은 중국 전역에서 판매되고 있을 뿐만 아니라 유럽, 북미, 동남아시아 등 여러 국가에 수출되고 있음

표 2.5 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	음료, 푸딩, 김 등
설립년도	1993년
대표전화	+ 86 755 26811 3163
주소	深圳蛇口龟山路8号明华国际会议中心22楼
홈페이지	www.strongfood.com.cn
기타 정보	- ISO9001, GMP, HACCP 보유 - 50여 종의 제조시설 및 제품 특허 보유

출처 : 喜之郎(www.strongfood.com.cn)

표 2.6 제품 소개

밀크티				
	오리지널	타로	말기	초콜릿
기타제품				
	喜之郎(젤리, 아이스크림)		CiCi(복숭아, 자두, 알로에 등)	

출처 : 喜之郎(www.strongfood.com.cn)

2. 경쟁사별 현황파악

Unilever

Unilever社는 영국에 본사를 두고 있는 글로벌 기업으로 'Lipton'이라는 차(茶) 브랜드를 보유하고 있음. 'Lipton'의 제품은 중국 음료시장에서 점유율을 가장 많이 차지하고 있음

중국에서 'Lipton' 브랜드로 판매되고 있는 제품은 밀크티, 녹차, 허브티 등이 있으며 파우더류, 액상류 등 음료와 관련된 제품 전반에 걸쳐 다양한 라인을 보유하고 있음

또한 중국 브랜드 점유율이 높은 밀크티 시장에서 'Lipton'의 밀크티 제품이 중국인들이 좋아하는 10대 브랜드에 선정되기도 함

표 2.7 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	차(茶), 음료, 밀크티
설립년도	1890년
대표전화	+86-800-820-7878
주소	中国上海市长宁区福泉北路33号
홈페이지	www.lipton.com.cn
기타 정보	- ISO9001, HACCP 보유 - EU에서 승인받지 않은 농약을 사용하여 중국 내에서 문제가 된 적이 있었음

출처 : Lipton(www.lipton.com.cn)

표 2.8 제품 소개

밀크티				
	오리지널	딸기	초콜렛	녹차
기타제품				
	아이스티(레몬, 복숭아)		홍차 티백	

출처 : Lipton (www.lipton.com.cn)

2. 경쟁사별 현황파악

Mondelēz International

Mondelēz International社는 초콜릿, 스낵, 사탕, 커피, 음료파우더 등을 제조하는 글로벌 기업으로 오레오, 홀스, 리즈 등의 브랜드를 보유하고 있음

Mondelēz International社는 1986년 중국 시장에 진출하여 다양한 종류의 과즙 음료파우더, 인스턴트커피 제품을 출시하였음

Mondelez International社에서 생산하고 있는 음료파우더 제품은 중국 내 대형마트를 비롯하여 중소형 슈퍼마켓까지 전국적으로 유통되고 있음

표 2.9 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	초콜릿, 스낵, 음료 등
설립년도	1986년
대표전화	+86-21-6080-8080
이메일	consumerserviceasia@mdlz.com
주소	上海市徐汇区富民路291
홈페이지	cn.mondelezinternational.com
기타 정보	- 북경, 상해, 항주, 광주 등 8개 지역에 생산 공장 보유

출처: Mondelez International(cn.mondelezinternational.com)

표 2.10 제품 소개

과즙음료 파우더	
	망고, 레몬, 오렌지, 포도
과즙음료 파우더	
	파인애플, 사과, 복숭아, 포도, 배

출처 : Mondelez International(cn.mondelezinternational.com)



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 기타 (성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)
5. 현지조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

- **가격 : 1회당 평균 3.10위안**

1회당 최저 2.6위안(优乐美)
1회당 최대 4.9위안(香飘飘)

- **용량 : 평균 용량 43.36g**

65g~80g까지 다양



- **포장용기 : 파우치, 컵(1회용)**
컵 50%, 파우치 50%

- **유통기한 : 평균 16.5개월**

유통기한 최저 12개월(香飘飘, 优乐美)
유통기한 최대 24개월(3点1刻)

- **원료 : 우유파우더**

우유파우더를 베이스로 홍차, 녹차,
딸기 등을 사용함

분석 제품 상세

			
3点1刻(3:15pm)	优乐美(U-loveit)	立顿(Lipton)	香飘飘(Xiangpiaopiao)
经典原味奶茶 밀크티(오리지널)	奶茶 밀크티(타로)	意式浮香泡沫奶茶 밀크티(오리지널)	红豆奶茶 밀크티(팥)

분석 지표 : 가격, 포장용기, 유통기한, 원료, 열량, 중량

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 4개사 대표제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로,
현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



优乐美
(U-loveit)



立顿
(Lipton)



香飘飘
(Xiangpiaopiao)



3点1刻
(3:15pm)

경쟁 제품 선정

표 3.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
TESCO	上海松江区新松江路935号	2016.06.08
RT Mart	上海市松江区荣乐中路552-652号	2016.06.08
Walmart	上海市松江区松汇中路568号	2016.06.08

출처: 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

표 3.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
优乐美(U-loveit)	广东喜之郎集团有限公司
立顿(Lipton)	Unilever (China) Co., Ltd.
香飘飘(Xiangpiaopiao)	香飘飘食品股份有限公司
3点1刻(3:15pm)	石城實業股份有限公司

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 10g 당 가격 (위안), 포장형태, 원료, 유통기한 총 5가지 항목을 분석함

2. 가격 정보

중국 내 유통되는 음료파우더 제품 1회 분량당 가격 평균 3.10 위안

음료파우더 제품 중 중국 내 대형 유통매장에서 유통되고 있는 밀크티 파우더 경쟁 제품들의 평균 1회분 용량은 43.36g으로 나타났으며, 1회 섭취 분량 당 가격은 3.10위안⁷⁾으로 분석됨

음료파우더 제품의 경우, 1회용 컵 제품과 파우치형태의 제품, 대용량 벌크 제품으로 나뉘어 있어 패키지 형태에 따른 분석이 필요할 것으로 사료됨

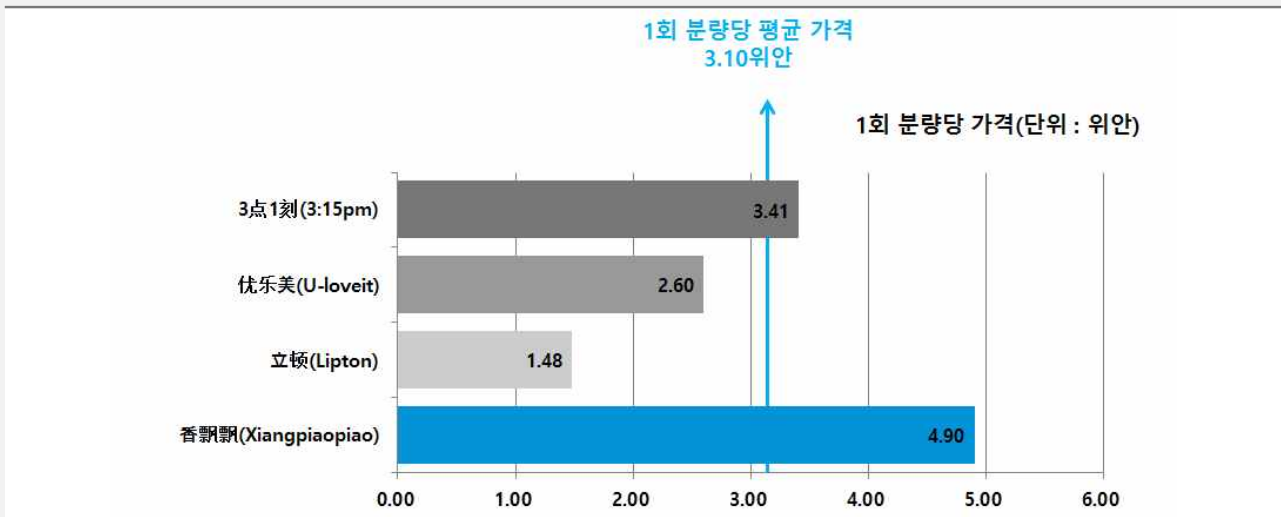
현재 중국 대형 유통매장에서 판매되고 있는 음료파우더 제품을 분석한 결과, 1회용 컵 제품의 경우 주로 65g ~ 80g 제품이 많았으며, 파우치 형태 제품의 경우 1박스 당 10회 분량의 제품이 많았음. 대용량 제품은 1kg 벌크 형태로 구성되어 있음을 확인함

표 3.3 가격 비교

제품명	용량 (g)	가격 (위안)	1회 분량 당 가격(위안)
优乐美(U-loveit)	80/1회	2.6	2.6
立顿(Lipton)	175g/10회	14.8	1.48
香飘飘(Xiangpiaopiao)	64/1회	4.9	4.9
3点1刻(3:15pm)	120/6회	20.5	3.41

출처: 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

표 3.4 1회 분량 당 가격 비교 및 평균가격 도출



7) 1위안=176.88원(외환은행 공시기준, 2016.06.10.)

3. 포장용기 정보

음료 파우더, 1회용 파우치 혹은 플라스틱 컵 형태

실제 판매 중인 경쟁 제품 4개중 2개는 플라스틱 컵 형태였으며, 나머지 2개는 1회용 파우치 형태 제품이었음

优乐美(U-loveit)와 香飘飘(Xiangpiaopiao) 제품은 플라스틱 컵 형태의 제품만을 보유하고 있었으며, 3点1刻(3:15pm)와 Lipton은 파우치 형태의 제품만 보유하고 있는 것으로 조사되었음

4. 기타

유통기한 평균 16.5개월

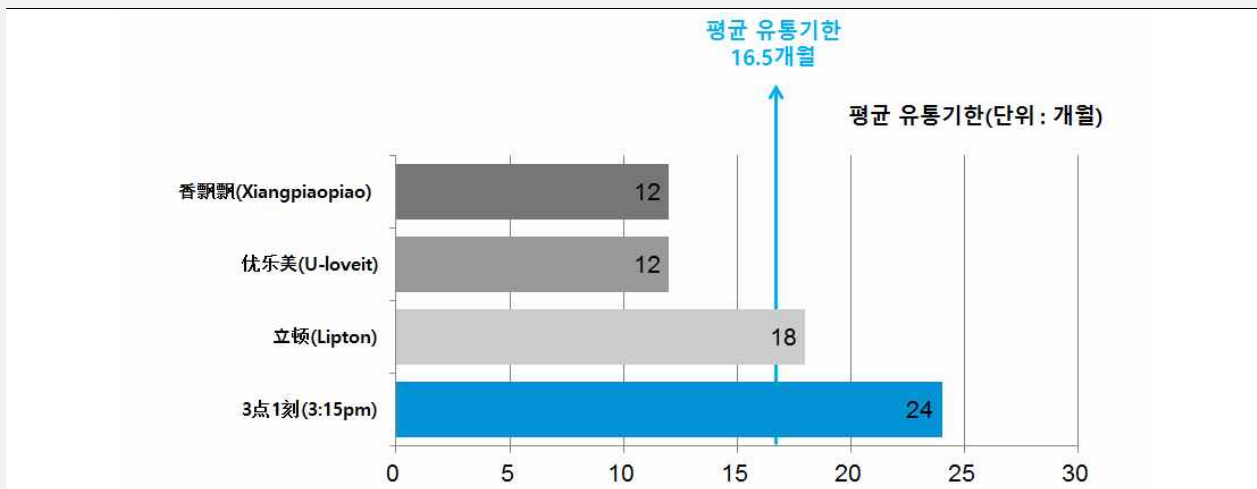
경쟁제품의 유통기한 최소는 12개월, 최대는 24개월이었으며, 평균 유통기한은 16.5개월로 집계됨

표 3.5 패키지 샘플 (경쟁제품 분석)



출처: 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

표 3.6 유통기한 비교



4. 기타 (성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)

중국 밀크티 제품 원료 대부분 비슷해

중국에서 판매량이 높은 네 개 제품의 원료를 분석한 결과, 각 제품에 따른 특이점은 없는 것으로 나타남

중국에서 밀크티 제품은 평균 3.10위안에 판매되고 있지만 원료 성분을 강화한 프리미엄 제품들도 출시되고 있음. 또한 맛과 건강을 생각하는 소비자들의 증가로 고급 밀크티의 수요도 증가하고 있음

표 3.7 제품별 원료 비교





제품명	원료	라벨 이미지
优乐美(U-loveit)	밀크티 파우더 : 유제품이 아닌 크림 (액상포도당, 수소첨가 코코넛 오일, 카제인나트륨, 인산수소이칼륨, 이산화규소), 백설탕, 말토덱스트린, 전지분유, 인스턴트 홍차 파우더, 식품첨가제 (이산화규소, 식용향미료), 코코넛 알갱이 (코코넛, 물, 백설탕, 과당시럽, 곤약가루, 식품첨가제)	
立顿(Lipton)	유제품이 아닌 크림(액상포도당, 하이드로제네이티드식물성오일, 탈지분유, 카제인나트륨, 글리세린지방산에스테르, 인산수소이칼륨, 이산화규소), 백설탕, 분유, 커피, 인스턴트 홍차 파우더, 말토덱스트린, 식품첨가제, 식용향미료	
香飘飘 (Xiangpiaopiao)	밀크티 파우더: 유제품이 아닌 크림 (액상포도당, 식물성 오일, 카제인나트륨, 글리세린지방산에스테르, 하이드로제네이티드 식물성 오일) 인스턴트 차 파우더, 무지방분유, 단백질 파우더, 식품첨가제 코코넛 알갱이: 물, 코코넛, 백설탕, 액상포도당, 식품첨가제	
3点1刻(3:15pm)	물, 설탕, 유제품이 아닌 크림(식물성 오일, 액상포도당, 글리세린지방산에스테르, 인산수소이칼륨, 이산화규소), 홍차 우롱차	

출처: 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

5. 현지조사 데이터

제품 정보

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품 기본 스펙 및 취급업자 정보

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Zhejiang big(大好) Food Co., Ltd.	Mondelēz International
	제품명	Xiangyue Classic milk tea (香约奶茶经典台式奶茶)	Tang(菓真)
	용량(g)	72	400
	1회 분량당 가격(위안)	3.2	0.93(1/16회)
	포장형태	1회용 컵	대형 파우치
	원료	밀크티 파우더 : 유제품이 아닌 크림, 백설탕, 분유, 인스턴트 홍차 파우더, 인스턴트 커피 분말	설탕, 식품 첨가물 (구연산 나트륨, 카르복시 메틸 셀룰로스, 아스파탐, 설파닐산 칼륨, 크산탄 검, 세 개의 산소 설탕 천연 카로틴 아세틸, 미네랄 (초점 인산 철, 인산 삼 칼슘, 산화 아연), 비타민 (L-아스코르브 산, 비타민 A 아세테이트, 피리독신 염산염), 글루코스, 대두 레시틴 을 포함 식용 에센스
	유통기한(개월)	12	12
취급처	수입사 정보	-	-
	판매사 정보	Zhejiang big(大好) Food Co., Ltd	Mondelēz International
	판매확인 매장	TESCO	TESCO, Wall-Mart

5. 현지조사 데이터

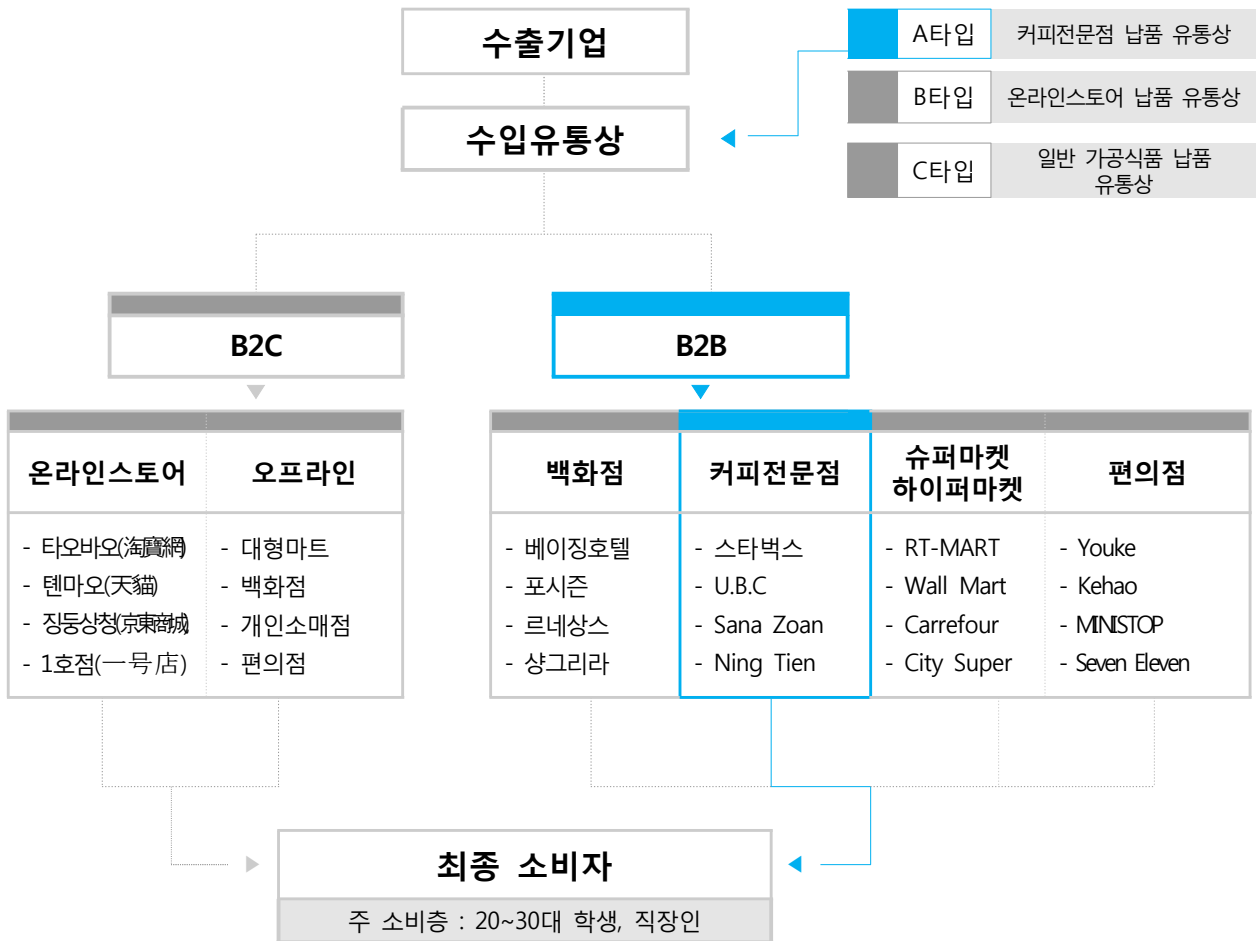
구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Mocca Food Co., Ltd	Hainan chunguang(春光)Food Co, Ltd
	제품명	Mocca mint milk tea (摩卡薄荷奶茶)	coconut(椰粉) powder
	용량(g)	150	140
	1회 분량당 가격(위안)	0.88	15.90 / 140g
	포장형태	종이박스(10포/1박스)	대형 파우치
	원료	밀크티 파우더(액상포도당, 하이드로제네이티드식물성오일, 우유 단백질, 안정제, 유화제, 고결 방지제, 산도 조절제, 착색제), 백설탕, 분유, 인스턴트 홍차 파우더, 식용향미료	코코넛 밀크, 유제품이 아닌 크림, 말토 덱스트린, 식품 첨가물
	유통기한(개월)	24	12
취급처	수입사 정보	-	-
	판매사 정보	Mocca Food Co., Ltd	Hainan chunguang(春光)Food Co, Ltd
	판매확인 매장	RT MART, Wall-Mart	RT MART



IV. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



*출처 : 자체 중국 수입유통상 인터뷰 내역 중, 2016.06

유통구조	특징	유통 점유율
개인 소매점	개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만 이어야 함	16.12%
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	식료품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 RT-MART를 예로 들 수 있음	15.25%
백화점	여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 예로 들 수 있음	15.17%
온라인 스토어	인터넷으로 물품을 구매할 수 있는 곳으로 Taobao, T-mall, Jingdong을 예로 들 수 있음	15.11%
음료 전문점	한 가지 특정 품목의 제품을 판매하는 매장으로 스타벅스 같은 커피 전문점을 예로 들 수 있음	14.88%
편의점	고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음	12.96%
기타	달러스토어 및 서비스스테이션(주유소 내에 있는 작은 상점) 등이 해당됨	10.51%

*출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com) 중국음료시장(Drink) 유통채널별 점유율(2014)

2. 추천 진출 경로

중국 인기 커피전문점

1. Starbucks

- 미국식 커피전문점



2. U.B.C

- 일본 대만식 커피전문점



3. SanaZoon

- 프랑스식 커피전문점



*출처 : 중국보고망(中国报告网, www.chinabaogao.com)

ROUTE #1. 음료, 커피 테이크아웃 전문점

음료, 커피 테이크아웃 20~30대 학생 및 직장인들 사이에서 인기

중국 시민들의 생활수준 향상으로 인해 커피 전문점이 점차 대중화되고 있음. 이에 중국 커피전문점 시장의 성장률이 15~20%에 이르러 중국 커피 전문점 시장 잠재력이 매우 높을 것으로 보임

2015년 중국 커피전문점 시장에 진출하려 하는 업체 수가 점차 늘어나고 있는 상황이나, 아직 중국 커피전문점 시장 규모는 발전단계에 머물러 있는 상황임. 테이크아웃 음료, 커피 전문점 시장이 점차 확대되고 있기 때문에 앞으로도 발전 가능성이 높을 것으로 사료됨

ROUTE #2. 일반 B2C 온라인 마켓

수입식품 전문관에 간편하게 입점가능

음료파우더의 경우, 주로 20 ~ 30대의 젊은 소비자들 많이 방문하는 커피 전문점에서 사용되고 있음. 또한 이들 대부분은 B2C 온라인 마켓을 통해 수입 식품 및 제품을 구매하는 성향이 있으므로 온라인 스토어에 함께 판매하는 전략이 필요할 것으로 보임

온라인 스토어에서는 소비자들의 솔직한 구매후기를 볼 수 있기 때문에 젊은 소비자들은 실제 제품 구매 전 댓글 등을 통해 제품에 대해 먼저 인식하는 경향이 있음

뿐만 아니라 온라인 스토어에 제품을 우선 납품할 경우 대량으로 판매하지 않아도 되어 위험 부담이 적음. 따라서 온라인 채널로 선 진출 한 후, 시장성을 파악해 오프라인으로 진출하는 것 또한 추천하는 바임

ROUTE #3. 대형마트

중국 대형마트 시장 규모 백화점 시장 성장률 보다 훨씬 앞서⁸⁾

SK증권이 발표한 '2015년 중국 소매시장 정보'에 따르면, 2015년 중국 대형마트 시장은 약 7.6% 성장함. 특히 중국 대형마트는 3, 4선 이상 도시로 인프라 확대를 지속하고 있음. 뿐만 아니라 중국 대형마트의 매출액 성장률은 각 업체들이 모바일 전자상거래 플랫폼 사업에 뛰어들기 시작하여 다른 오프라인 채널에 비해 양호할 것으로 추정됨

8) SK증권, '2015 중국 소매시장: 순수소매시장 성장이 견조', 2016.01.19

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

음료파우더 제품 취급 바이어
대상 인터뷰 진행(2016년 6월)

- 수입 커피 원료 유통상
- 음료 수입 · 유통상
- 일반 식품 수입 · 유통상
- 국제물류 서비스 대행사

Q1. 음료 파우더 중 인기 있는 제품은 무엇인가?

“현재는 단호박, 고구마, 바나나 라떼 등을 제조할 수 있는 음료파우더 제품을 취급하고 있다. 판매량이 좋은 제품은 단호박 라떼, 고구마 라떼 파우더 등 단 맛이 나는 제품이 인기이다.”

Shanghai Luoyuxuan(罗语轩) Trading Company
Purchasing manager Mr. Guo와의 인터뷰 中, 2016.06

Q2. 음료파우더 판매율은 어떠한가?

“파우더 형태의 제품 판매가 나쁜 상황은 아니지만, 잘 판매되는 것은 아니다. 중국 소비자들의 경우 여전히 액체 상태의 병 포장 음료를 더욱 선호하는 경향이 있다.”

Guangzhou Tingcha(听茶) Food Company
Purchasing manager Ms. Jiang과의 인터뷰 中, 2016.06

Q3. 음료파우더 수출 시 주의해야 하는 사항은?

“라떼용 음료파우더나, 요거트 파우더의 경우 제품 내에 들어있는 식품 첨가물에 주의해야 한다. 또한 사용 금지된 색소를 사용했다거나, 중국 내 검역기관에서 수입식품위생감독검역을 받아야 한다.”

Hangzhou Like(立刻) E-commerce Company
Purchasing manager Ms. Xu와의 인터뷰 中, 2016.03

Q4. 음료파우더는 주로 어느 곳으로 납품되는가?

“당사에서 취급하고 있는 라떼용 음료파우더의 경우 중급 호텔이나 레스토랑, 프리미엄 카페에 납품하고 있다. 라떼의 경우 중국의 밀크티와 비슷해서 밀크티 전문 판매장에서도 많이 취급하고 있다..”

Shanghai Luoyuxuan(罗语轩) Trading Company
Purchasing manager Mr. Guo와의 인터뷰 中, 2016.06



V. 통관 및 검역 정보

1. 통관 및 검역 절차
2. HS CODE 및 관세율
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 통관거부사례
6. 제출서류

통관 및 검역 정보 OVERVIEW

절차	기간	비용	담당 기관	총 기간
통관 전 포장라벨 심의	신청	10일	지정 검험검역기관	45일
	심의	30일		
통관 신고	3일	2,000위안 (최소)	통관업무 위탁업체	45일
세금 납부			각 지역 세관	
검역 심사	라벨	10일	출입경검험검역국 식품안전감관처	
	샘플	10~15일		
	위생허가증 라벨합격증	3일		
통관 허가		300위안		

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 '중국 식품통관 절차 및 유의사항', 2014

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
통관 전 포장 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> - 중국어(간체) 라벨 작성 필수 - 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> - 통관업무 위탁업체를 통해 세관에 관련 증명서류 제출 - 통관 시, 기본/특수/예비 3단계의 서류를 준비해야 함
세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> - 수산물 가공식품의 경우 일반식품으로 분류되어 17%의 증치세가 부과됨 - 세관수출입세칙 등의 법규에 근거하여 관세, 증치세(부가가치세), 통관 수수료, 보관비 등 제반비용을 납부해야 세관통관 절차 완료
검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입 검험검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출해 통관수속을 마쳐야 함 - 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제화물 부합여부 확인, 허위기재, 위장신고 등 규정위반에 대한 검사 진행
통관 허가	<ul style="list-style-type: none"> - 심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후, 위생허가증을 발급받아야 통관완료

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 '중국 식품통관 절차 및 유의사항', 2014

관세 및 세금 OVERVIEW

2016년 중국 음료(라떼)파우더 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-
2106.90.90	기타	19.3%

HS CODE	품명	관세율
1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	-
1904.10.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	22.5%

HS CODE	품명	관세율
2102	커피·차·마테의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	-
2102.20.00	차나 마테의추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테를 기본 재료로 한 조제품	32%

중국 증치세 (부가가치세) 정보

중국에서 HS CODE 0813류의 경우 증치세 **17%**가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '세계HS정보시스템'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 중국 사이트의 경우 중국 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	세계HS정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/wtm_index.po
	트레이드 내비	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

1. 통관 및 검역 절차

수입식품 중국 수출 전 준비사항

식품을 중국으로 수출하기 위해서 한국 수출기업은 위생관리, 원산지 및 제품등록 여부, 판매비준 여부 등을 증명할 수 있는 자료를 준비해야 함

수입관련 절차는 해당 기업의 중국지사 또는 대리상이 진행할 수 있으나 중국지사나 대리상이 수입권한이 없을 경우 별도의 통관 대리기업을 통해 진행할 수 있음

수출상(대리상, 해당 기업 중국지사 및 수출대행기업)은 우선 상품 검사관리국에 수출과 관련한 신청서를 접수해야 함

신청서 접수에 필요한 서류는 수입상 등록신청서·상공업 허가증·법정대리인 신분증명·대외무역 담당자 신분확인증 등의 복사본 및 원본, 기업안전관리제도 자료, 판매식품 종류, 판매지점, 2년 내 수입·가공·판매한 식품에 대한 상세 설명 등임

신청서 접수를 완료 후, 접수번호를 받아야 라벨 신청과 관련된 다음 절차를 밟을 수 있음

표 5.1 중문 라벨 심의 기관 정보

라벨심의기관	홈페이지	연락처 / 메일주소
북경검험검역국식품검험감독처	www.bjciq.gov.cn	+86-10-5861-9900
상해검험검역국위생감독처	www.shciq.gov.cn	shciqweb@shciq.gov.cn
광둥검험검역국위생감독처	www.gdciq.gov.cn	-
중국검험인증유한공사	www.ccickorea.com	02-6393-5800

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

Buyer Interview Info

음료파우더, 중국 수입상품검역(进口商品检验) 진행해야 해

“해당되는 중국 지역의 검역국에서 ‘수입동식물, 동식물제품검역’(进境动植物, 动植物产品检疫)을 받아야 한다. 또한 국가질량감독검역총국(国家质量监督检验检疫总局)산하의 검역기관에서 ‘수입식품위생감독검역’(进口食品卫生监督检验)’을 받아야 수입이 가능하다.”

- 광저우 음료 수입업체 Weiqilin(威旗森) Food Company
영업부 Mr. Huang과의 인터뷰 中, 2016.06

1. 통관 및 검역 절차

Step 01. 통관 전 포장라벨 심의

2011년 4월에 발표한 ‘수입 포장식품 라벨관리 시스템 운영에 관한 공고’에 따르면 수입되는 모든 포장식품은 중국어 라벨을 부착해야 함

라벨에는 원산지과 중국 내 대리상 명칭, 주소, 연락처 등을 기재해야 하며 중문라벨은 보통 수입대행사를 통해 신청함

라벨 심사의 경우 신청서가 접수되는데 10일 정도가 소요되며, 1차 심의기간 30일을 포함해 공휴일을 제외하고 약 45일 정도가 걸림. 라벨심의 비용의 경우 식품은 제품 한 종류당 약 300위안 정도를 지불해야 함

Step 02. 통관 신고

일반 식품이 전체 통관절차를 거쳐 운송까지 마치는데 약 한 달 반 (약 45일) 정도의 시간이 소요됨

화물이 항구에 도착해 통관절차를 통과하는데 약 3일 정도가 필요하며, 통관 후 중문 라벨 심사에 10일 정도 걸림. 라벨 1차 검사 합격 후 무작위 샘플 추출검사에서 10~15일, 위생허가증과 라벨합격증을 받는데 3일이 소요됨

라벨 심사 시 준비해야 하는 서류

- 수입 식품라벨 심의 신청서
- 식품라벨의 설명 및 사용증명자료
- 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료
- 식품 생산 공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법
- 안전성 여부의 평가자료
- 효능성분 및 상관 증명자료 및 검험방법
- 생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)
- 컬러 프린트한 식품라벨 건본 8부(원문과 중문, 단, 라벨건본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
- 식품 샘플
- 수출국의 식품라벨에 관한 규정, 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

통관 단계에서 제출해야 하는 서류

- 기본 : 상품명세서(INVOICE), 포장명세서, 선하증권 등 증빙
- 특수 : 국가질량검험검역총국 식품검역소 발급 "식품위생검역증서"
- 예비 : 수출입계약서, 식품원산지증명서, 수입회사사업자등록증 등

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 통관 및 검역 절차

Step 03. 세금 납부

중국 국가발전개혁위원회와 재정부가 발표한 ‘수출입 검사·검역 비용방법’ 이 규정된 바는 다음과 같음

- 식품 검역비용은 일반적으로 400위안을 넘지 않음
- 수출입 식품라벨의 경우 300위안/장이며, 유효기간은 2년
- 통관비는 300위안
- 상품검사비용은 수출품 가격의 0.0045%로 부과됨
- 컨테이너 검사비용은 400위안/20 STD(26~28m³)
- 건설비, 보안비 등은 160위안/20 STD
- 부두사용료는 141달러/20 STD
- 라벨 심사 대행비의 경우 수입 가격의 1% 내외로, 최소 2000위안

Step 04. 검역 심사

검역 심사 시 수입상이나 대리인은 수입하고자 하는 식품의 제품명, 원산지, 규격, 수량 및 중량, 가격, 생산일자 등 국가 질량검험검역총국에서 요구하는 내용을 보고해야 함

수입관세 등을 납부한 후에도 검역국에서 제품과 라벨을 다시 검사할 수 있으며, 세관의 허가를 받은 이후에 제품을 반입할 수 있음

반입된 제품은 우선 검사검역기관에서 현장 위생검사를 받게 되며, 이와 동시에 무작위로 추출한 제품에 대해 샘플검사가 진행됨

샘플검사는 제품이 중국 식품규정에 적합한지 여부 및 중문 라벨에 포함된 내용 확인을 위주로 진행됨

이 대상 제품을 제외한 모든 제품은 봉인돼 있어야 하며, 어떠한 사유라도 사용이나 판매가 허용되지 않음

위 절차를 통과하고 나면 검사·검역기관이 발행하는 ‘위생허가증’ 이 라벨에 부착되며, 이를 통해 중국 내 판매가 최종적으로 허가됨

검역 심사 단계에서 제출해야 하는 서류

- 계약서 · 청구서 · 패키징리스트 · 출고증
- 수출국 관련 법률규정 · 쌍무협정 증빙자료 등 국가 검역기관에 제출용 증빙자료
- 수입식품라벨건본 및 번역본

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 ‘중국 식품통관 절차 및 유의사항’, 2014

2. HS CODE 및 관세율

음료(라떼)파우더 제품 HS CODE 별로 관세 달라

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국관세무역연구에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘세계HS정보 시스템’을 활용하는 법 등이 있음

녹차라떼, 홍차라떼, 단호박라떼, 요거트 스무디 파우더 등 조제식료품과 우유가공품 및 조제품은 구성 원재료 성분 및 함량에 따라 품목 분류가 상이하어 HS CODE도 다름⁹⁾

이에 음료(라떼)파우더 제품을 크게 '2106.90, 1904.10, 2101.20'으로 나누어 확인해야 함

수입관세는 CIF Value*수입관세율에 의해 결정됨. 기타 체결된 협정이 없을 경우 기본세율이 적용되며, 이 경우 HS CODE 2106류, 1904류, 2104류의 제품은 각각 90%, 80%, 130%의 관세율을 가지고 있는 것으로 파악됨

우리나라의 경우 지난 2015년 12월 20일 한·중 FTA가 체결되면서 기본세율이 아닌 FTA 세율을 적용하게 되었음

중국 음료파우더 부가가치세

증치세는 한국의 부가가치세와 동일한 개념으로 (CIF Value+수입관세+소비세)*증치세율에 의해 결정됨. 보통 수입 물품의 경우 13% 혹은 17%의 증치세가 부과되며, HS CODE 2106류, 1904류, 2101류 모두 17%가 부과되고 있음

표 5.2 중국 음료파우더 제품 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	기본세율	최혜국
중국	2106.90	따로 분류되지 않은 조제 식료품(기타)	90%	20%
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	80%	25%
	2101.20	차나 마테의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테를 기본 재료로 한 조제품	130%	32%

출처 : 한국 관세청(www.customs.or.kr)

9) 관세평가분류원(www.customs.go.kr), 품목분류 사전심사 방법

3. FTA 정보

한·중 FTA 체결, 양허 유형별 관세 인하 예정

한·중 FTA의 경우 품목의 세부 분류에 따라 상이하지만 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 관세가 매년 균등하게 철폐됨

HS CODE 2106.90의 경우, 최혜국 대우를 받아 20%의 관세율을 적용하였음. 그러나 PR-8 항목에 해당하여 협정 발효일을 시작으로 기준세율의 8%를 5단계에 걸쳐 매년 1.6%씩 균등하게 관세를 인하함. 그러나 이행 5년차 1월 1일부터는 기준세율의 92%가 유지됨

HS CODE 1904.10의 경우, 2106.90 품목과 마찬가지로 최혜국 대우를 받아 25%의 관세가 적용되었음. 1904.10은 양허유형 20에 해당하기 때문에 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 매년 1.25%씩 균등하게 철폐가 이루어져 이행 20년차 1월 1일이 되면 무관세가 됨

HS CODE 2101.20의 경우, 2106.90, 1904.10 품목과 다르게 기준세율 유지 품목으로 지정되어 최혜국 세율인 32%가 적용됨¹⁰⁾

표 5.3 음료파우더 한·중 FTA 양허유형

HS CODE	기준세율(%)	양허유형	관세인하율(%)	FTA관세 (2016년 기준, %)
2106.90	20	PR-8 ¹¹⁾	0.35	19.3
1904.10	25	10	1.25	22.5
2101.20	32	E(기준세율유지)	0	32

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

표 5.4 한·중 FTA 관련 정보

의의		중국 내 우리 이익 보호를 위한 제도적 기반 구축
추진현황	협상개시	2007년 3월 22일
	서명	2015년 11월 20일
	발효	2015년 12월 20일
원산지 증명서	발급방식	기관발급
	발급자	중국(세관) 한국(세관, 상공회의소, 자유무역관리원)
	증명서식	국가별 증명서식
	유효기간	1년

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

10) 한국농촌경제연구원, '한국-중국 FTA:중국 관세 양허표(농수산물)', 2015

11) 기준세율의 8%를 5단계에 걸쳐 매년 균등하게 관세를 인하함

4. 통관 및 검역 주의사항

중국 음료파우더 통관 및 검역 주의사항

중국으로 수출되는 음료파우더 제품은 모두 중국 ‘고체음료 국가 표준’을 따라야 함¹²⁾

고체음료는 음료 종류 중 하나로, 설탕, 우유 또는 유제품, 계란 또는 난제품, 과일즙 또는 식용식물 추출물 등을 주원료로 적당량의 부재료와 식품첨가물을 넣어 만든 제품을 의미함. 고체음료의 경우 제품 100g의 당 수분함량이 5g을 초과하면 안 됨

고체음료 카테고리에는 라떼용 파우더 제품도 포함됨

‘고체음료 국가표준’은 중국 음료 품질 표준체계를 새롭게 하여 고체 음료에 대한 기준을 설정하였음. 또한 중국 국가질량감독기구의 고체음료 감독 관리와 제품품질 제고를 위해 실시하기로 하였음

표 5.5 중국 고체분말음료 내 화학 물질 함량 기준치

항목	수치	
	단백질	일반제품
단백질	≥ 4.0 g/100g	-
수분	≤ 5.0 g/100g	
총 비소	≤ 0.5 mg/kg	
납	≤ 1.0 mg/kg	
구리	≤ 5.0 mg/kg	

출처 : 중국 국가표준화관리위원회(www.sac.gov.cn)

표 5.6 중국 고체분말음료 미생물 지표

항목	기준치	
	단백질	보통형
균락총수	≤ 30,000 cfu/g	1,000 cfu/g
대장균군	≤ 90 MPN/100g	40 MPN/100g
효모	≤ 50 cfu/g	
병원류(살모넬라균, 이질균, 황색포도상구균)	검출되어선 안됨	

출처 : 중국 국가표준화관리위원회(www.sac.gov.cn)

12) 중국음료공업협회(www.chinabeverage.org)

5. 통관거부사례

음료 제조용 파우더

제품명	딸기라떼 파우더(草莓味固体饮料)	
품목	가공식품	
국가	카메룬	
통관 거부일자	2015년 6월	
HS 코드	2106909090	
담당 검역소	상하이	
물량	43kg	
위반	라벨 불합격	
조치상황	소각	
관련법규 정보	- 중화인민공화국예포장식품라벨통칙국가기준 인용표준 GB 7718-2011 규정준수	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)


제품명	홍차라떼 파우더	
품목	가공식품	
국가	한국	
통관 거부일자	2015년 03월	
HS 코드	2101.20	
담당 검역소	베이징	
물량	100kg	
위반	균락총수 기준치 초과	
조치상황	소각	
관련법규 정보	GB 7101-2003에 의거 - 고체분말음료의 균락총수 최대허용치는 단백질형의 경우 30,000cfu/g, 보통형의 경우 1,000cfu/g임	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

6. 제출서류


입경화물검사검역증명서

: 검역절차를 통과했다는 증명서로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음



中华人民共和国出入境检验检疫 入境货物检验检疫证明

471400119046336

收货人	福州兴泰进出口有限公司						
发货人	新加坡食品工业私人有限公司						
品名	泰国幼沙茶(复合调味料) 1KGX12瓶/箱	报检数/重量	详见下表				
包装种类及数量	详见下表	输出国家或地区	新加坡				
合同号	TSP2015-329	标记及号码 503					
提/运单号	***						
入境口岸	深圳口岸						
入境日期	2015年09月11日						
证明							
品名	品牌	规格	数量	重量	生产日期	保质期	原产国/地区
泰国幼沙茶(复合调味料)	泰新	1kgx12瓶/箱	**100瓶箱	**1200千克	2015年08月13日	2017年08月12日	新加坡
泰国玛意咖啡茶(复合调味料)	泰新	1kgx12瓶/箱	**20瓶箱	**240千克	2015年08月12日	2017年08月11日	新加坡
泰国海南肉桂用蒜蓉辣椒茶(复合调味料)	泰新	1kgx12瓶/箱	**20瓶箱	**240千克	2015年08月19日	2017年08月18日	新加坡
上述货物业经检验检疫监督管理,准予进口。 *****							
签字: 陈耀忠		日期: 2015 年 9 月 11 日					
备注							

[51(2001.1.11+)]

① 货主收执



6. 제출서류

위생증명서

: 해당 식품에 문제가 없다는 것을 증명하는 서류로 식품첨가물, 관능검사 결과 등이 기입됨



中华人民共和国出入境检验检疫
ENTRY-EXIT INSPECTION AND QUARANTINE
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

正本
ORIGINAL

共1页第1页 Page 1 of 1

卫生证书
SANITARY CERTIFICATE

编号 No.: 471400115013099

Name and Address of Consignor: 新加坡 嘉德利有限公司
新加坡 嘉德利有限公司
Name and Address of Consignee: ***

品名: 嘉德利 嘉德利复合调味粉 (详见规格单)

数量/重量 Quantity / Weight Declared: 详见规格单 包装种类及数量 Number and Type of Packages: 详见规格单 产地 Place of Origin: 新加坡 合同号 Contract No.: TSN2014-312	标记及号码 Mark or No.: N/A
---	---------------------------

到货地点: 中国深圳 Date of Arrival: 2015年03月30日
 装运地: 新加坡 Date of Completion of Discharge: 2015年03月30日
 运输工具: 汽车(载 20235 吨) Date of Inspection: 2015年04月24日

处理意见:
 经检验, 该批嘉德利 嘉德利复合调味粉 (共 2 项, 详见下列清单) 所检项目符合中华人民共和国食品安全要求。

品名	规格	数量	重量	生产日期	保质期
嘉德利 嘉德利复合调味粉	1千克×12瓶/箱	**80 箱	**480 千克	2014年12月29日	2016年12月29日
嘉德利 嘉德利 (复合调味粉)	1千克×12瓶/箱	**80 箱	**720 千克	2015年03月05日	2017年03月04日



官证地点 Place of Issue: 杭州 Date of Issue: 2015年04月24日

授权签字人 Authorized Officer: 陈耀忠 签 名 Signature: 陈耀忠

中华人民共和国出入境检验检疫局 (China Inspection and Quarantine) 的法定责任, 由签发证书的检验检疫机构在签发证书时承担, 并受中华人民共和国出入境检验检疫局 (China Inspection and Quarantine) 的监督管理。
[SNP/2000.4.01]





VI. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

음료파우더 라벨링 필수 표기사항



출처 : 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)



- 제품명
- 배합원료표
- 내용량 및 규격
- 원산지
- 생산자 또는 중개 판매자의 명칭
- 주소 및 연락처
- 생산일자 및 품질 보증 기간
- 보관조건
- 식품생산허가 번호

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

음료파우더 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능
글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
배합 원료	식품 제조 또는 가공 시 사용되는 것으로 식품첨가물 포함
생산일자	최종 완제품이 생산된 날짜이며, 포장된 날짜도 포함
규격	동일한 사전포장에 여러 개의 사전포장 식품이 포함되어 있을 경우, 내용량 및 포함되어 있는 개수 관계에 대한 설명
원산지	수입식품의 경우 제품이 생산된 국가명 표시
보관조건	사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함
생산자 또는 중개판매자의 명칭	수입식품은 반드시 중개판매자의 주소, 연락처 등을 표시해야 함

1. 라벨 표기사항

중국 식품, 사전포장 식품 라벨 통칙에 따라 제작

중화인민공화국 위생부는 2012년 4월부터 식품안전 국가표준에 따른 ‘사전포장 식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)’ 을 시행하고 있음

‘사전포장 식품 라벨 통칙’ 에 따르면 중국으로 수입되는 식품의 경우 외국어를 사용할 수 있으나 해당 단어가 중국어와 대응관계가 있어야 함. 중문과 영문을 병기해서 사용할 경우 모든 외국어 표기는 상표를 제외하고 상응하는 한자보다 크면 안 됨

또한 라벨은 식품이나 해당 포장재(용기)와 분리해서는 안 됨. 사전포장 식품의 생산일자 및 품질 보증 기간을 위한 일자 표시는 절대 별도의 스티커를 부착 하거나, 보충 인쇄, 수정을 할 수 없음

중국으로 수입되는 식품의 경우, 중국 법에 의거하여 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함. 단 생산자의 명칭, 주소 및 연락처는 표시하지 않음

배합원료표는 식품 가공 및 제조 시, 많이 첨가된 원료 순서로 하나씩 나열해야 함. 첨가량이 2%를 넘지 않는 배합원료는 순서대로 나열하지 않아도 됨

배합원료가 두 가지 또는 두 가지 이상의 기타 배합원료로 구성된 복합 원료일 경우, 배합원료를 괄호 안에 첨가량이 많은 순서로 표시함

표 6.1 중국 라벨 표기사항 상세

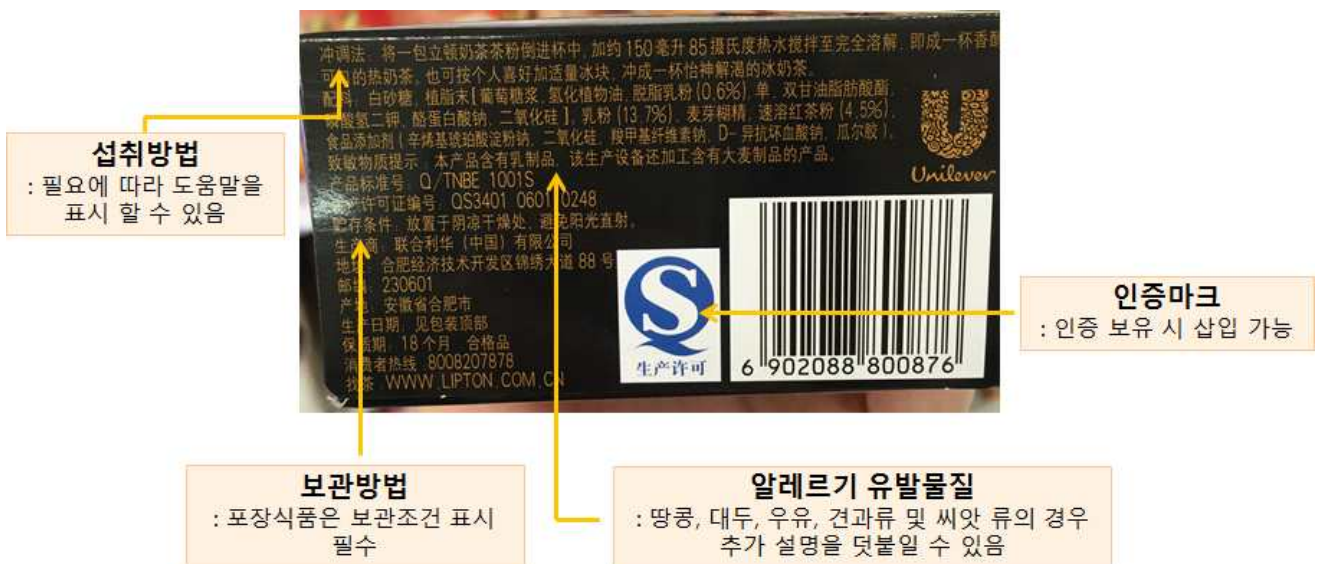
항목	설명
1	식품명 라벨에서 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기
2	배합원료표 각종 배합원료는 식품 가공 및 제조 시, 첨가량이 많은 순서로 하나씩 나열
3	내용량 및 규격 내용량, 숫자 및 법정 계량 단위
4	생산자 및(또는) 중개 판매자의 명칭 주소 및 연락처 법적 책임을 지는 생산자나 중개 판매자의 연락처 항목
5	생산일자 및 품질 보증 기간 식품의 생산일자 및 품질 보증 기간을 분명하게 표시
6	보관조건 사전포장 식품 라벨은 보관 조건 표시
7	원산지 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명 표시

출처 : 중화인민공화국 위생부(www.nhfpc.gov.cn)

2. 라벨링 예시



출처 : 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)



출처 : 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

※ 참고 문헌

1. 중국식품보	중국 식음료 테이크아웃시장규모 1600억원, 발전가능성 커	2015.05.06
2. Chemilinked	중국 요구르트 시장 유제품산업 중 성장률 가장 높아	2015.09.06
3. 상하이저널	요구르트 제품에 공업용 젤라틴 사용되어	2012.
4. 중국질량신문	상해 식약청 음료샘플테스트 결과, 불합격률 0.6%	2016.02.25
5. 주 상하이 대한민국 총영사관	중국 식품통관 절차 및 유의사항	2014.
6. 관세평가분류원	품목분류 사전심사 방법	2015.
7. 한국농촌경제연구원	한국-중국 FTA:중국 관세 양허표(농수산물)	2015.

※ 참고 사이트

1. Maigou	www.maigoo.com
2. 국가표준화관리위원회	www.sac.gov.cn
3. Taobao	www.taobao.com
4. Tmall	www.tmall.com
5. YHD	www.yhd.com
6. 香飘飘(Xiangpiaopiao)	www.zjxpp.com
7. 중화인민공화국 국가공상행정관리총국	www.saic.gov.cn
8. 喜之郎(Strong)	www.strongfood.com.cn
9. Lipton	www.lipton.com.cn
10. Mondelez International	cn.mondelezinternational.com
11. Canadean Intelligence	intelligence.canadean.com
12. 중국산업소식	www.chyxx.com
13. 국가질량검험검역총국	www.aqsiq.gov.cn
14. 중국음료공업협회	www.chinabeverage.org
15. 중화인민공화국 위생부	www.nhfpc.gov.cn