

# 2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 칼슘 캔디(Calcium Candy)

Country : 중국(China)



# CONTENTS

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 글로벌 수입 통계 .....	7
3. 중국 수입 통계 .....	8
4. 중국 약제용 간식 시장 규모 및 성장률 .....	9
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	10
1. 시장 메가 트렌드 .....	12
2. 소비 트렌드 .....	13
3. 제품 트렌드 .....	14
4. 정책 트렌드 .....	15
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	16
1. 분석 제품 및 기준 .....	18
2. 가격 정보 .....	19
3. 포장용기 정보 .....	20
4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등) .....	20
5. 현지조사 데이터 .....	22
<b>IV. 유통구조 현황</b> .....	25
1. 현지 유통구조 map .....	26
2. 추천 진출 경로 .....	27
3. 유통업체 담당자 인터뷰 .....	28

# CONTENTS

<b>V. 유통업체 현황</b>	29
1. 주요 유통채널 개관	31
2. 주요 유통채널 핫이슈	32
3. 유통업체별 개요	33
- Wal mart	33
- Carrefour	34
- Wu Mart	35
<b>VI. 통관 및 검역 정보</b>	36
1. 통관 및 검역 절차	39
2. HS CODE 및 관세율	42
3. FTA 정보	43
4. 통관거부사례	44
5. 제출서류	45
<b>VII. 인증 정보</b>	46
1. 필수인증	49
2. 권장인증	52
3. 중국 내 인증 취득제품	53
4. 제출서류	57
<b>VIII. 라벨링 정보</b>	58
1. 라벨 표기사항	60
2. 라벨링 예시	61
<b>IX. 식품첨가물 정보</b>	62
1. 식품첨가물 규정	64



# I. 시장 통계

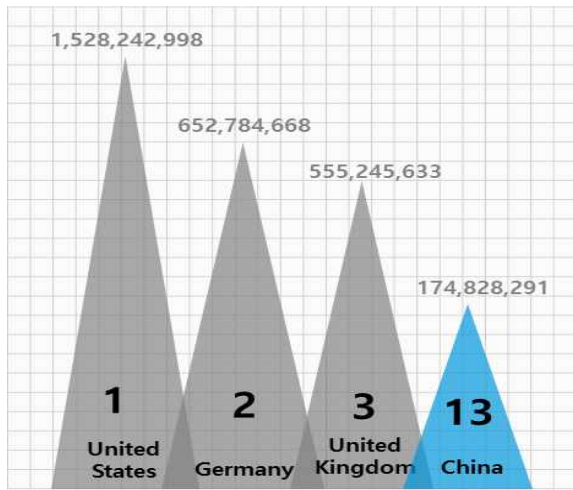
1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입 통계
3. 중국 수입 통계
4. 중국 약제용 간식 시장 규모 및 성장률



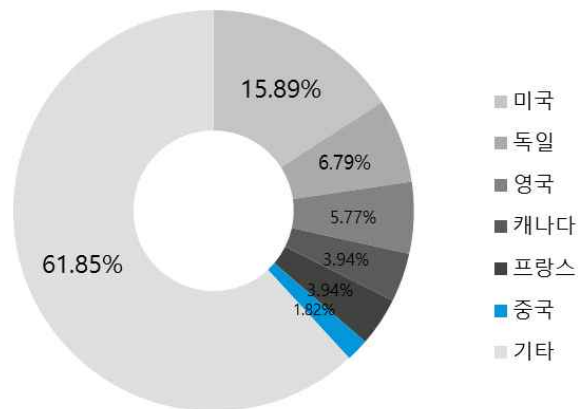
# 시장통계 OVERVIEW



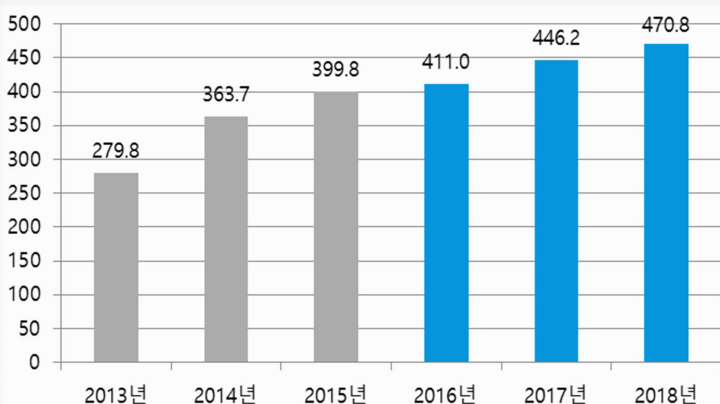
▶ 2015년 글로벌 수입액 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2014 ~ 2015년 연평균 성장률, 백만 US 달러 기준



글로벌 수입규모 1위, 미국  
중국, 글로벌 수입 13위  
중국 수입상대국 한국, 6위  
시장 규모 3억 9,980만 US달러

# 1. 통계분석 기준 설정 (HS CODE)

## 칼슘 캔디, HS CODE 1704.90.00에 해당

글로벌 및 중국의 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국관세무역연구에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘세계HS정보시스템’ 을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 중국 내 분류 신청 가능함. 중국 성(省)급 해관 상품분류중심에 신청서를 제출하여 ‘수출입상품 사전분류 결정서’ 를 교부 받을 수 있음. 1-77류의 HS CODE 분류는 광주해관에서 진행함

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1704.90
중국 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1704.90
중국 시장 규모 및 성장률	Medicated Confectionery

표 1.2 중국 내 칼슘 캔디 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1704	설탕과자 (백색 초콜릿을 포함하며, 코코아를 함유한 것은 제외함)
	1704.10.0000	추잉껌
	1704.90.20	캔디류
	<b>1704.90.2090</b>	<b>기타</b>
중국	1704	설탕과자 (백색 초콜릿을 포함하며, 코코아를 함유한 것은 제외함)
	1704.10.00	추잉껌 (당을 도포하였는지에 상관없음)
	<b>1704.90.00</b>	<b>기타</b>

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 중화인민공화국 해관총서(www.customs.gov.cn)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	UNI-PASS	portal.customs.go.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

## 2. 글로벌 수입 통계

### 글로벌 수입액 1위, 미국

2015년 글로벌 HS CODE 1704.90 제품의 수입액은 96억 1,525만 9,652 달러로 2013 ~ 2015년간 연평균 성장률 -0.15%를 기록함. 수입액 1위 국가는 미국으로 2015년 기준 15억 2,824만 2,998 달러를 수입했으며 2013 ~ 2015년 연평균 1.68% 성장함

2015년 중국의 수입액은 1억 7,482만 8,291달러로 13위를 기록하였으며 2013년부터 2015년까지 연평균 16.51%의 높은 성장률을 보임

### 중국, 글로벌 전체 수입액 중 1.82% 차지

2015년 기준, 중국의 HS CODE 1704.90 수입액은 전체 중 1.82%를 차지함. 가장 높은 수입액 비율을 나타내는 미국(15.89%)을 제외하면 나머지 국가의 수입액 비중은 10% 이하에 불과해 다양한 국가에서 HS CODE 1704.90에 대한 수요가 있음

표 1.4 글로벌 HS CODE 1704.90 수입

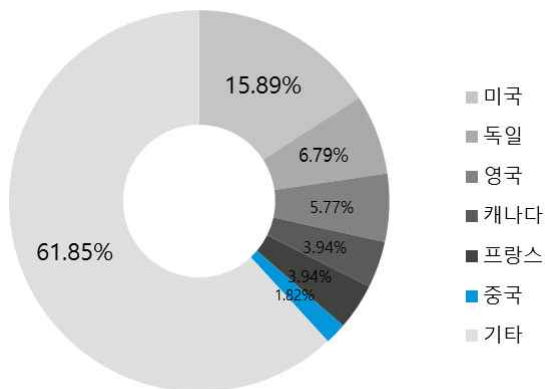
(단위: US 달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	연평균성장률 (2013 ~ 2015)
글로벌	9,657,278,904	10,366,344,720	9,615,259,652	-0.15
1 미국	1,453,587,353	1,559,777,449	1,528,242,998	1.68
2 독일	645,522,996	692,735,277	652,784,668	0.37
3 영국	622,448,036	643,202,318	555,245,633	-3.74
4 캐나다	364,882,126	383,523,310	378,404,003	1.22
5 프랑스	396,914,672	407,323,909	378,363,760	-1.58
13 중국	110,545,056	125,083,075	174,828,291	16.51

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

표 1.5 국가별 HS CODE 1704.90 수입액 비중(2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

### 3. 중국 수입 통계

#### 대만산 제품, 2013 ~ 2015년 연평균 27.28% 성장

2015년 기준, 중국 HS Code 1704.90 전체 수입액에서 대만 제품의 점유율이 14.97%로 1위를 차지함. 또한 2013년부터 2015년 동안 연평균 27.28%의 높은 성장률을 기록함

중국은 대만과 2010년 경제협력기본협정(ECFA)를 체결했으며 2011년 1월 1일부터 발효되어 해당 품목은 무관세가 적용되었음. 이에 따라 중국에서 대만 제품의 수입 비중이 전반적으로 높아지는 추세임

#### 한국산 제품 점유율, 약 5.88% 기록

한국은 2015년 기준으로 5.88%의 수입 점유율을 차지하고 있으며, 2013년부터 2015년까지 연평균 11.09%의 성장률을 달성함

표 1.6 중국 HS Code 1704.90 수입 현황

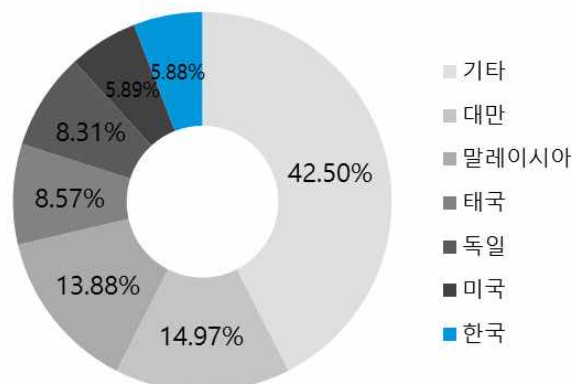
(단위: US 달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	연평균성장률 (2013 ~ 2015)
글로벌	110,545,056	125,083,075	174,828,291	16.51
1 대만	12,688,400	13,784,755	26,163,531	27.28
2 말레이시아	16,774,988	21,021,214	24,261,276	13.09
3 태국	10,201,964	9,448,778	14,981,579	13.66
4 독일	8,469,631	8,874,886	14,533,576	19.72
5 미국	4,431,926	6,151,457	10,305,673	32.48
6 한국	7,502,273	8,756,203	10,284,968	11.09

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

표 1.7 국가별 HS Code 1704.90 수입액 비중(2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

## 4. 중국 약제용 간식 시장 규모 및 성장률

### 중국, 약제용 간식 제품 시장 규모 세계 3위

순위	국가	시장 규모
1	미국	1167.40
2	독일	424.31
<b>3</b>	<b>중국</b>	<b>399.80</b>
4	일본	386.20
5	영국	245.91

출처 : Canadean Intelligence  
(www.intelligence.canadean.com)

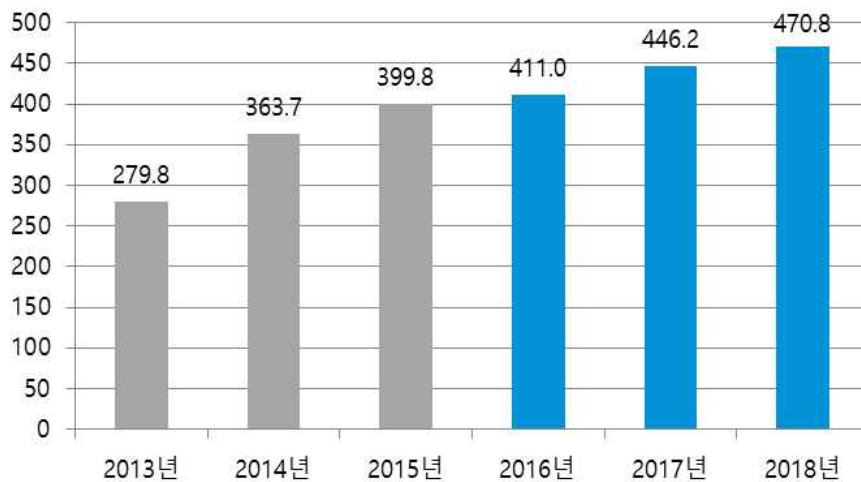
글로벌 리서치 기관 Canadean Intelligence에 따르면 중국의 칼슘 캔디를 포함한 약제용 간식(Medicated Confectionery)의 시장 규모는 2015년 기준 약 3억 9,980만 달러로 미국, 독일에 이어 글로벌 3위를 달성함

전통적으로 서양의 소비자들은 제과류(Confectionery) 제품을 행운과 환대 등의 상징으로 여기는 데에 비해, 중국의 소비자들은 유아의 치아와 소화제에 제과류가 좋지 않다는 이유로 제과류에 대한 소비가 높지 않았음. 하지만 중국의 제조업체들이 계속해서 무설탕 제품과 칼슘, 비타민 등 기능성 제품을 시장에 출시하자 기능성 및 약제용 간식의 소비가 증가함<sup>1)</sup>

Canadean Intelligence에 따르면, 중국의 약제용 간식 시장 규모는 2018년 4억 7,080만 달러의 규모로 2015년 이후 연평균 4.63% 성장할 것으로 전망하고 있음

표 1.8 중국 약제용 간식 시장 규모

(단위 : 백만 달러)



출처 : Canadean Intelligence(www.intelligence.canadean.com)

※ 2016년~2019년은 전망치

1) Confectionery News, 'Emerging Markets : Where is the growth in fortified and functional confectionery?', 2016.05.19



## Ⅱ. 시장 트렌드

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

## 시장트렌드 OVERVIEW



### 시장 메가 트렌드

#### “중국 칼슘보조식품시장 급성장 중”

- 2015년도 중국 칼슘보조식품 시장은 약 12억 위안에 이르며 이는 2011년부터 2015년까지 연평균 약 30% 성장한 수치임

#### “중국 유아식품 성장세”

- 2013년 기준 중국 유아식품의 시장 규모는 24억 830만 달러를 기록했으며 이는 2009년부터 2013년까지 연평균 12.4% 성장함

### 소비 트렌드

#### “칼슘보조식품, 춘절 동안 판매량 1위 기록”

- 올해 춘절 연휴 기간 동안 온라인 및 오프라인 매장 판매량 1위로 칼슘보조식품이 차지함
- 과거에는 종합영양제가 인기를 누렸었지만 최근에는 칼슘보조식품의 수요가 증가하면서 관련 시장이 급성장함
- ‘고령화’, ‘두 자녀 정책’ 등이 중국 칼슘보조식품의 성장에 긍정적인 영향을 준 것으로 분석됨

### 제품 트렌드

#### “캐릭터를 부착한 제품 인기”

- B2C 온라인 쇼핑몰 조사와 현지매장 방문을 통해 인기 칼슘 제품을 도출한 결과, 공통적으로 캐릭터를 부착한 제품이 인기인 것을 확인할 수 있었음
- 오프라인 인기 제품의 경우 온라인보다 더 의약품적인 성격을 띄는 성향을 보임

### 정책 트렌드

#### “영유아 조제식품 규제 완화”

- 작년 4월, 중국 전국인민대표회의에서 식품안전법 초안(初案)이 통과되어 영유아 조제식품에 대한 규제가 완화되었음
- 이번 법안 통과로 위탁생산 및 OEM 제조의 허가가 이루어지는 등 전 분야에서 상당부분 규제가 완화됨

## 1. 중국 메가 트렌드

### 중국 칼슘보조식품 시장, 2011 ~ 2015년 동안 30% 급성장

중국산업정보망(中国产业信息网)이 발표한 ‘중국 칼슘 건강보조식품 시장 및 투자전망보고서(2011 ~ 2015)’ 에 따르면 2015년도 중국의 칼슘 보조식품시장은 12억 달러에 이르며 이는 지난 5년간 약 30%나 성장한 수치라고 발표함<sup>3)</sup>

#### 중국 고령화 문제

중국국가통계국에 따르면 중국의 65세 이상 인구는 2000년 1억명에서 2027년에는 2억명으로 늘어날 것으로 전망되고 있음<sup>2)</sup>

중국산업정보망은 고령화, 스포츠의 보급화, 두 자녀 정책 등의 여러 요인으로 인해 중국 소비자들의 칼슘 인식이 바뀌었으며 이는 칼슘보조식품시장의 성장으로 직결되었다고 보도함. 또한 중국 내 제약 대기업들이 OTC<sup>4)</sup> 칼슘 제품 등으로 산업을 확장했던 것이 전체 칼슘보조식품의 시장 성장에 긍정적인 영향을 주었음

### 중국 유아용 식품 시장 성장세, 수입 식품 선호하는 경향을 보이고 있음

글로벌 리서치기관 마켓라인(Marketline)이 발표한 ‘Baby Food in China’ 에 따르면 2013년 기준 중국 유아식품의 시장 규모는 24억 830만 달러를 기록했으며 이는 2009년부터 2013년까지 연평균 12.4% 성장한 수치임<sup>5)</sup>

전체 시장 중 유아용 시리얼의 시장 규모가 약 19억 7,690만 달러를 기록해 전체의 82.2%를 기록했음. 칼슘 캔디가 해당되는 기타 유아용 식품의 경우 3,410만 달러를 기록해 전체 시장의 1.4%를 차지하는 데에 그침

최근 중국 부모들의 경제수준이 개선되어 구매력이 증가하면서 유아 식품에 대한 지출이 증가하고 있음. 특히, 안전성 문제가 불거짐에 따라 수입 식품의 수요가 두드러지고 있음<sup>6)</sup>

참여기업의 칼슘 캔디 주 소비자층이 어린이 및 청소년인 점을 감안할 때 중국 유아입맛에 맞는 칼슘 캔디로의 진출을 고려할 필요가 있음. 또한 소비자들의 안전 인식이 높아졌으므로 첨가물, 위생상태, 유통기한 등에 좀더 주의를 기울여야 할 것임

2) 중앙일보, [심각한 중국의 인구 고령화] 인구 13억인데 일할 사람이 없다고?, 2015.10

3) 중국산업정보망(中国产业信息网), ‘2011-2015年中国补钙保健品市场行行情动态及投资前景研究报告’, 2016.02

4) OTC(Over The Counter Drug) : 약국이 아닌 슈퍼마켓이나 편의점 등에서 연고나 드링크류 등 판매되는 간단한 의약품으로 ‘대체조제’라고도 불림

5) Marketline, ‘Baby Food in China’, 2014

6) 한국농수산식품유통공사, ‘중국 영유아식품 시장조사’, 201



## 2. 중국 소비 트렌드

### 칼슘보조식품, 춘절 기간 동안 건강기능식품 판매량 1위 기록

중국의 경제일간지인 제일재경일보(第一財經日報)는 올해 춘절연휴기간 동안 온라인 및 오프라인 매장 판매량 1위를 칼슘보조식품이 차지했다고 보도했음.<sup>7)</sup> 중국의 B2C 쇼핑몰 티몰(Tmall)은 춘절기간 동안 탕첸페이젠(湯臣倍健)의 칼슘보충제(液體鈣軟膠囊)의 판매량이 가장 높았으며 제약 프랜차이즈인 Kangai(康愛多) 역시 1~2월 한 달 동안 칼슘보조식품의 판매량이 가장 높았다고 전함

중국에서 춘절 등 명절은 건강보조식품 업체에게 있어 중요한 대목으로 보통 해당 기간을 전후해 영양제 등 건강보조식품의 주문량이 급증하는 편임. 과거에는 종합영양제가 인기를 누렸었지만 최근에는 칼슘보조식품의 수요가 증가하면서 관련 시장이 급성장함

#### 두 자녀 정책

2013년부터 중국 정부는 '한 자녀 정책'이었던 산하제한 정책을 '두자녀 정책'으로 완화했으며 이로 인해 유아식품의 성장세가 기대되고 있음

중국에서 칼슘 판매량이 증가하고 있는 데에는 중국인들의 운동량이 늘어난 것과 함께 고령화·두 자녀 정책 등 다양한 요인이 영향을 미친 것으로 보임. 중국 정부가 국가전략차원에서 국민건강을 증진시키기 위해 운동 장려운동을 펼친 것이 뼈 건강에 대한 관심을 증폭시키며, 칼슘제의 소비로 직결되었다고 전문가들은 의견을 내리고 있음

#### Interview info

##### 중국, 칼슘 관련 건강보조식품 인기 매우 높아

"중국 건강보조식품 시장은 연평균 30%의 성장률을 유지하고 있는 가운데, 이중 칼슘보조식품의 판매액은 2014년 기준 160억 위안에 이르렀다."

중국보건품협회(中國保健協會) 보건품응용홍고업무위원회(保健品應用推廣工作委員會) 인즈차오(尹誌超) 회장 인터뷰 인용<sup>8)</sup>, 2016년 1월

"당사는 칼슘 캔디에 대해 들어본 적이 있다. 취급하고 있는 영유아식품 중 영유아 전문 칼슘보조식품은 잘 판매되고 있는 품목 중에 하나다."

-음료 취급 유통업체 MPK Distribution社  
Mr. Lin 마케팅 담당자 인터뷰 中, 2016년 6월

7) 뉴스핌, '중국인 밥먹듯 칼슘 섭취, 건강보조식품 온 오프 판매 1위', 2015.02

8) 健康时报, '谁在助推钙剂涨价', 2016.01.28

### 3. 중국 제품 트렌드

#### 캐릭터를 부착한 칼슘 캔디 제품 인기

중국의 온라인 쇼핑몰(T-mal, Jingdong) 및 현지 유통매장 방문을 통해 인기 있는 칼슘캔디 제품을 하기와 같이 조사함

중국 B2C 온라인 쇼핑몰에서 판매율 1위를 기록한 인기 칼슘 캔디 제품들은 크림, 딸기, 포도, 망고 등의 다양한 맛에 칼슘을 첨가한 제품이 대부분임. 중국 회사들은 칼슘캔디 제품을 구매할 시 우유나 비타민 제품을 사은품으로 판매하는 전략도 추진하고 있음

한편 중국 현지 오프라인 매장 조사 결과, 오프라인의 경우 온라인 보다 의약품적인 성격을 띄고 있는 경향을 보임. 온라인과 오프라인에서 거래되는 칼슘 캔디 모두 공통적으로 캐릭터를 부착해 어린이들의 시선을 끌고 차별화를 시도하고자 하는 경우가 많았음

표 2.1 중국 칼슘 캔디 B2C 온라인 쇼핑몰 인기 제품

T-mall 인기 제품		Jingdong 인기 제품	
			
제품명	维生素软糖	제품명	童乐凯帝熊仔钙+Vc营养糖
가격	39.80 위안	가격	12.00 위안
특징	일곱 개의 맛으로 어린이들의 입맛을 고려하고 있으며 칼슘, 비타민 등을 첨가해 영양을 함께 사로잡음	특징	40.6mg의 높은 칼슘 함유량이 특징으로 비타민 C 어린이 성장에 도움이 되는 칼슘 캔디

출처 : 중국 B2C 온라인 쇼핑몰(www.tmall.com, www.jd.com)

표 2.2 현지 매장 답사 주요 제품

			
제품명	成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果	제품명	钙镁片
가격	89.00 위안	가격	98.00 위안

출처 : EC21 자체 현지조사(중국 현지매장 촬영, 2016.06)

## 4. 중국 정책 트렌드

### 중국, 일부 영유아조제식품 허가 규제 완화

2015년 4월 중국 전국 인민대표상무위원회 회의에서 영·유아조제식품, 특수의료용 조제식품<sup>9)</sup>, 보건식품 등의 식품안전법초안(初案)이 통과되어 2015년 10월 1일부터 정식으로 이행됨

영유아 조제식품의 원료, 첨가제, 제품배합 및 라벨 등은 성, 자치구, 직할시의 식품약품감독관리부문에 등록해야하며, 영유아 조제분유 일 경우 관련 제품배합을 국무원 식품약품감독관리부문에 등록해야함. 기존 위탁가공 및 OEM 생산방식은 향후 허용되나, 분할포장(동일한 제품의 포장을 나누거나, 동일한 배합의 제품을 다른 브랜드로 포장, 재포장함으로 유통기한 표시를 바꾸는 형태 등의 방식)은 현행과 같이 금지될 예정임

9) 특수의료용 조제식품 : 특정질환이 있는 소비자가 사용하기에 적합한 식품으로서 의사의 지도를 필요로 하는 특수식품



## 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



## 분석 제품 상세

汤臣倍健有限公司	江中药业股份有限公司	同仁堂	养生堂药业有限公司	汤臣倍健
牛初乳加钙咀嚼片 (Colostrum chewable calcium)	古优异黄酮钙片女士型 (Ms. Gu gifted isoflavone type calcium)	总统牌钙镁咀嚼片 (President brand chewable calcium and magnesium)	成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed gel candy)	钙镁片 (Calcium Candy)

분석 지표 : 가격, 포장용기, 유통기한, 원료, 열량, 증량

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개社 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 선정

표 3.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
BHG	北京市朝阳区广顺北大街33号院地下一层	2016.06
Carrefour	北京市朝阳区广顺北大街16号华彩中心家乐福1层112号	2016.06
JINGKELONG	朝阳区湖光北街南湖东园二区211号楼	2016.06

**경쟁 제품**



汤臣倍健有限公司  
牛初乳加钙咀嚼片



江中药业股份有限公司  
古优异黄酮钙片女士型



同仁堂  
总统牌钙镁咀嚼片



养生堂药业有限公司  
成长快乐牌蓝莓混合脚型  
凝胶糖果



汤臣倍健  
钙镁片

출처 : EC21 자체 현지조사(중국 현지매장 촬영, 2016.06)

표 3.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
牛初乳加钙咀嚼片(Colostrum chewable calcium)	汤臣倍健有限公司
古优异黄酮钙片女士型(Ms. Gu gifted isoflavone type calcium)	江中药业股份有限公司
总统牌钙镁咀嚼片(President brand chewable calcium and magnesium)	同仁堂
成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed gel candy)	养生堂药业有限公司
钙镁片(Calcium Candy)	汤臣倍健

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

출처 : EC21(kr.ec21.com)



## 2. 가격 정보

### 중국 내 유통되는 칼슘 캔디, 10g당 가격 평균 30.14 위안

경쟁 제품들의 평균 용량은 143g으로 나타났으며, 10g당 가격은 30.14 위안으로 분석됨

경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果(Happy growing brand blueberries mixed gel candy) 제품이었으며, 10g당 가장 높은 가격을 보인 것은 钙镁片(Calcium Candy) 제품임

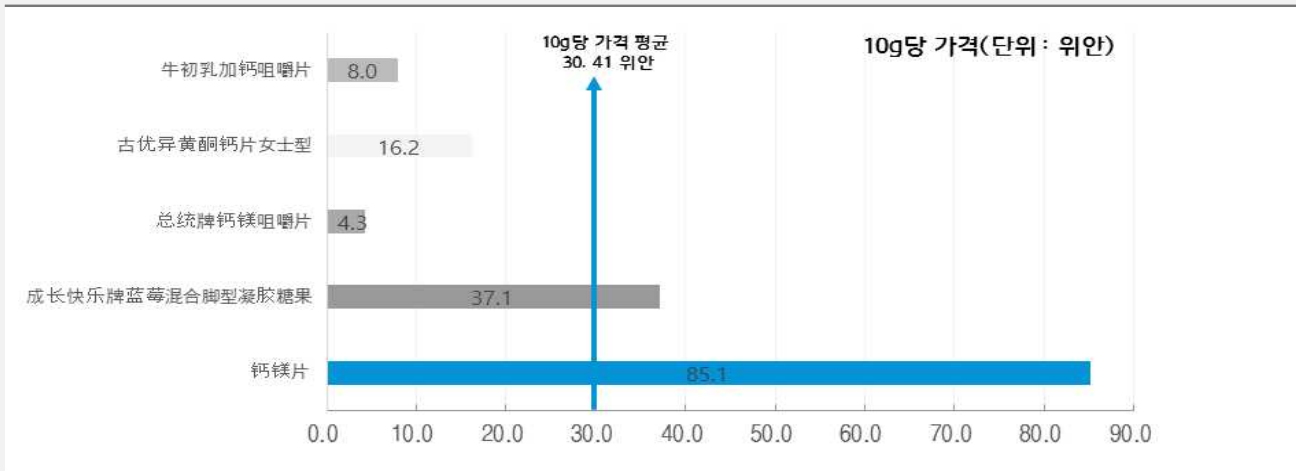
중국 현지 조사 결과, 의약 성분이 많이 들어간 제품의 경우 가격대가 고가에 형성되어 있었으며 단순 캔디 제품의 경우 가격대는 저렴한 편이었음. 이러한 특성을 고려해 적정한 가격대를 산정하는 것이 필요함

표 3.3 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(위안)	10g당 가격(위안)
牛初乳加钙咀嚼片(Colostrum chewable calcium)	72	108	8.0
古优异黄酮钙片女士型(Ms. Gu gifted isoflavone type calcium)	90	146	16.2
总统牌钙镁咀嚼片(President brand chewable calcium and magnesium)	198	85	4.3
成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed gel candy)	240	89	37.1
钙镁片(Calcium Candy)	115	98	85.1

출처 : EC21 자체 현지조사(중국 현지매장 촬영, 2016,06)

표 3.4 10g당 가격 비교 및 평균 가격 도출



출처 : EC21(kr.ec21.com)

### 3. 포장용기 정보

#### 플라스틱 병이 차지하는 비중이 높음

실제 판매 중인 경쟁 제품 5개 중 3개가 플라스틱 병을 포장 용기로 사용했으며 2개 제품은 종이박스 포장이었음

유아용 제품임을 강조하는 경우 동물이나 애니메이션 캐릭터 등을 활용해 제품을 홍보했음. 한편, 단순히 칼슘 함유량에 강조한 제품인 경우, 대표적인 효능을 문구로 차용하거나 인체의 역동적인 이미지를 강조함

### 4. 기타

#### 유통기한 평균 22.8개월

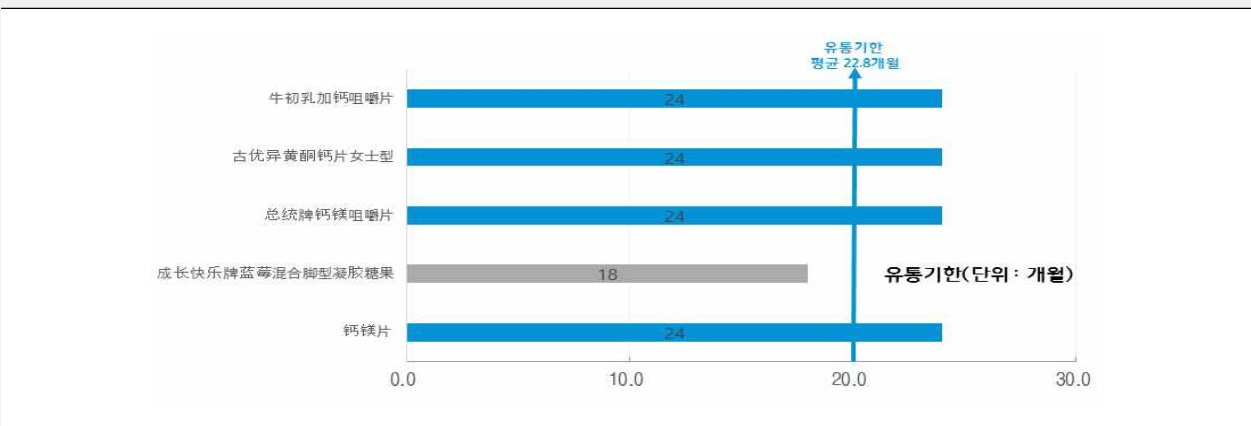
경쟁제품의 유통기한 최소 18개월, 최대 24개월로 평균 유통기한은 22.8개월로 집계됨

표 3.5 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

플라스틱 병	종이박스 포장
	

출처 : EC21 자체 현지조사(중국 현지매장 촬영, 2016.06)

표 3.6 유통기한 비교



출처 : EC21(kr.ec21.com)



## 4. 기타

### 영유아를 위한 성분 함유

칼슘 캔디는 기본적으로 칼슘 함유는 물론 칼슘 외의 성장과 직결되는 여러 가지 성분을 함유하고 있는 경우가 많았음

牛初乳加钙咀嚼片(Colostrum chewable calcium) 제품은 칼슘 외에 프로바이오틱스 균인 lgG 유산균을 첨가함. 古优异黄酮钙片女士型(Ms. Gu gifted isoflavone type calcium)과 总统牌钙镁咀嚼片(President brand chewable calcium and magnesium)은 칼슘대사에 필수적인 역할을 하는 비타민 D를 첨가함

표 3.7 제품별 영양성분 비교

제품명	영양성분	라벨 이미지
牛初乳加钙咀嚼片 (Colostrum chewable calcium)	칼슘 9.65g lgG 유산균 2.97g	
古优异黄酮钙片女士型 (Ms. Gu gifted isoflavone type calcium)	칼슘 : 20g 비타민D: 343mg 대두이소플라본 : 1,920mg	
总统牌钙镁咀嚼片 (President brand chewable calcium and magnesium)	칼슘 : 213mg 마그네슘 : 94.0mg 비타민D 18ug	
成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed gel candy)	에너지 : 2% 단백질 : 1% 지방 : 0% 탄수화물 : 3% 소듐 : 1% 크산토필 1,800mg	
钙镁片 (Calcium Candy)	칼슘 : 2.92 글로불린(globulin) : 9.52g	


## 5. 현지조사 데이터

### 제품 정보

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품 기본 스펙 및 판매 매장 정보를 하기와 같이 제공함

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	BY-HEALTH Corporation (汤臣倍健有限公司)	江中药业股份有限公司
	제품명	牛初乳加钙咀嚼片 (Colostrum chewable calcium)	古优异黄酮钙片女士型 (Ms. Gu gifted isoflavone type calcium)
	용량(g)	72	90
	10g 당 가격(위안)	8.0	16.2
	포장형태	플라스틱 병	종이 포장
	보건식품유무	보건식품	보건식품
	영양소 (100g 기준)	칼슘 9.65g, IgG유산균 2.97g	칼슘 : 20g, 비타민D: 343mg, 대두이소플라본 : 1,920mg
	제품 원료	고품질 초유분말, 탄산칼슘, 분유, 만니톨, 설탕, 실리카, 마그네슘 스테아린	탄산칼슘, 탄산마그네슘, 젤라틴화 전분, 셀룰로오스, 마그네슘 스테아린
유통기한(일)	24개월	24개월	
판매확인 매장	BHC	BHC	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	同仁堂	养生堂药业有限公司
	제품명	总统牌钙镁咀嚼片 (President brand chewable calcium and magnesium)	成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed gel candy)
	용량(g)	198	240
	10g 당 가격(위안)	4.29	89
	포장형태	플라스틱 병	종이 포장
	보건식품유무	보건식품	일반식품
	영양소 (100g 기준)	칼슘 : 213mg, 마그네슘 : 94.0mg, 비타민D 18ug	에너지 : 2%, 단백질 : 1%, 지방 : 0% 탄수화물 : 3%, 소듐 : 1%, 크산토폰 1,800mg
	제품 원료	시트르산 칼슘, 탄산 마그네슘, 만니톨, 폴리에틸렌 글리콜 6000, 시트르산, 오렌지향 분말, 아스파탐	포도당, 백설탕, 식용에센스, 돌배추출액 등등
유통기한(일)	24개월	18개월	
판매확인 매장	JINGKELONG	Carrefour	

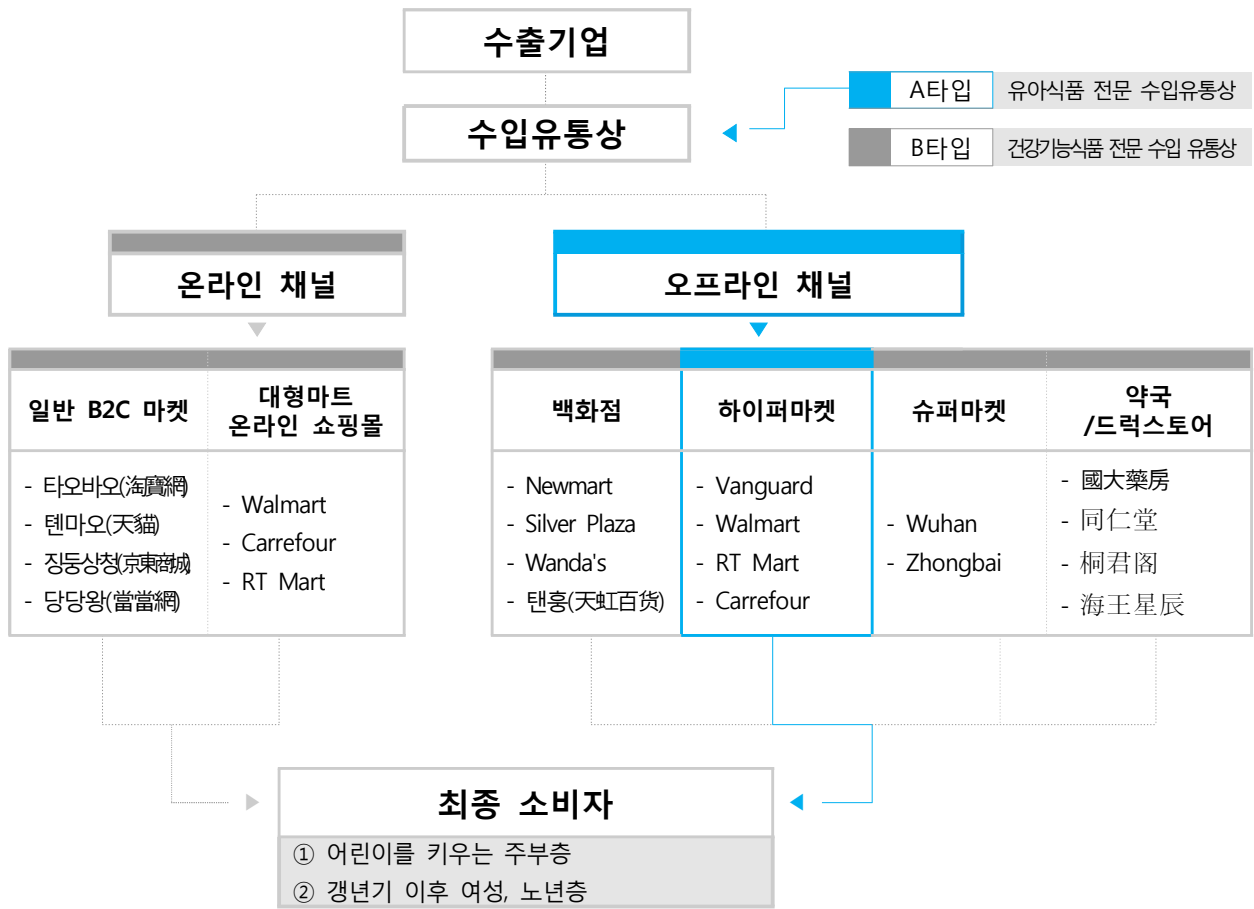
구분		제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	汤臣倍健
	제품명	钙镁片 (Calcium Candy)
	용량(g)	115.2
	10g 당 가격(위안)	85.1
	포장형태	유리 병
	보건식품유무	보건식품
	영양소 (100g 기준)	칼슘 : 2.92g, 글로불린(globulin) : 9.52g
	제품 원료	탄산칼슘, 탄산마그네슘, 실리카, 마그네슘 스테아린, 포비돈 K30 중, 락토스
유통기한(일)	24개월	
판매확인 매장	WAL MART, Wumart	



## IV. 유통구조 현황

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

# 1. 현지 유통구조 map



\*출처 : aT 중국 식품 유통채널 심층분석, 중국 식품유통망 온라인 사이트(www.youtongwang.com), EC21(kr.ec21.com)

유통구조	특징	유통 점유율
약국/드럭스토어	백화점 내 수입식품 및 영유아 용품만을 전문적으로 취급하는 매장이 늘어섬에 따라 고가이지만 품질 높은 제품이 대거 판매 중임	15.5%
슈퍼마켓/하이퍼마켓	소득 및 생활수준이 높은 소비자들을 위해 대형 쇼핑몰 내 건강기능식품 매장 및 수입 식품점을 별도로 입점 시키는 것이 트렌드로 자리 잡음	72.3%
독자소매점	크고 작은 마트들이 주거지 곳곳에 자리 잡고 있어 필요시 물건을 살 수 있음. 동네 소매점과 같은 유형임	8.4%
편의점	빨라진 생활리듬에 맞추어 다양한 간편 식품이 등장함에 따라 중국 내 편의점 개수가 12년 대비 16년 30% 이상 성장할 것으로 전망되고 있음	3.5%
기타	온라인 쇼핑몰, 방문 판매, 면세점 등이 기타에 해당됨	0.3%

\*출처 : Marketline(2013), 해당 유통 점유율 'Baby Food' 품목 기준임



## 2. 추천 진출 경로

### 중국 대형 쇼핑몰

1. Vanguard  
- 매장 수 : 141개 (15년)



2. Walmart  
- 매장 수 : 78개 (15년)



3. RT mart  
- 매장 수 : 159개 (15년)



\*출처 : 각 마트 홈페이지

### ROUTE #1. 하이퍼마켓

#### 자주 방문하는 주부층을 집중 공략할 수 있음

중국 신화 통신의 14년도 발표 자료 ‘Chinese super hypermarket’에 따르면 중국 국민의 소득 증대와 빨라진 생활리듬에 맞추어 하이퍼마켓 등 대형 쇼핑몰 산업이 급속도로 성장하고 있는 것으로 파악됨

특히 다가구 가족의 거주지 및 근무지 근처에 복합 쇼핑몰 형태의 매장이 등장함에 따라 주 고객층이 20 ~ 30대 직장인 및 주부들이므로 나타남. 영유아식품을 구입하는 주부층이 자주 방문한다는 점을 고려할 때 하이퍼마켓은 칼슘 캔디가 진출하기에 적절한 타깃 매장이 될 수 있을 것으로 보임. 또한 주부층에서 갱년기 이후의 여성이 차지하는 비중을 고려할 때 타깃 소비자층을 유아층이 아닌 주부층으로 확장하는 방안도 고려할 수 있음

### ROUTE #2. 일반 B2C 온라인 마켓

#### 수입식품 전문관에 간편하게 입점가능

중국의 젊은 소비자들은 B2C 온라인 마켓을 통해 수입 식품 및 제품을 구매하는 것으로 조사됨. 대표적 온라인 마켓인 ‘징동상청(京東商城)’은 자사 매장(www.jd.com) 내에 한국관을 오픈하여 한국 식품 및 화장품을 판매하고 있는 것으로 나타남

본 온라인 매장에 입점하는 방법은 직접 입점하는 방법과 벤더상을 통해 입점하는 방법, 두 가지로 나뉘어져 있으며 자세한 내용은 해당 홈페이지(<http://en.jd.com/help/question-49.html>)에서 확인 가능함

위험 부담이 적은 온라인 채널로 우선 진출한 뒤, 제품 시장성을 파악하고 본격적인 오프라인으로 진출하는 것 또한 추천하는 바임

### 3. 유통업체 담당자 인터뷰

#### 인터뷰 대상 및 일시

영유아식품 및 한국 식품  
취급 바이어 대상 인터뷰 진행  
(2016년 6월 18일~6월 21일)

- 영유아식품 수입·유통상
- 일반 식품 수입·유통상
- 한국식품 수입·유통상

#### 추천 유통경로 : 온라인 쇼핑몰

영유아식품 유통상들을 대상으로 인터뷰를 진행한 결과, 칼슘 캔디는 온라인 쇼핑몰로 많이 납품되고 있다는 의견이 많았음. 또한 판매채널로서 위챗(Wechat)이 부상하고 있다고 있다는 의견도 있어 실제 수출시 유통 경로의 한 방향으로 고려해 볼 필요가 있음

#### Q. 칼슘 캔디 제품은 어디로 유통되는가?

“칼슘 캔디 제품은 중국의 여러 지역에서 판매되고 있으며 특히 해외 식품을 전문으로 취급하는 대형 매장에서 많이 판매되고 있다.”

영유아식품 유통업체 福建航鑫贸易有限公司  
판매담당자 Ms. Xu와의 인터뷰 中, 2016.06

“당사는 영유아식품을 주로 취급하는 수입유통업체로 주로 납품하고 있는 매장은 소매업체와 온라인 쇼핑몰이다.”

영유아식품 유통업체 杭州诺马科技有限公司  
Mr. Deng과의 인터뷰 中, 2016.06

“당사는 영유아식품을 포함한 식음료 중간 유통상으로 대리상이나 위챗(Wechat)<sup>10)</sup> 도매상들에게 제품을 납품하고 있다.”

전자상거래 업체 宁波保税区跨通电子商务有限公司  
Mr. Shao과의 인터뷰 中, 2016.06

10) 위챗(Wechat) : 중국 최대 인터넷 기업인 텐센트(Tencent)가 서비스하는 모바일 메신저로 개별기업들의 마케팅 수단으로 활용되고 있음





## V. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
  - WALMART
  - Carrefour
  - Wu Mart

## 유통업체 현황 OVERVIEW




### 주요 유통경로



### 주요 유통업체 리스트(대형 쇼핑몰)

No.	유통업체	특징
1	WAL MART	지역을 선점하여 마켓쉐어를 늘리는 전략을 취하고 있음. 중국 전역에 매장이 분포되어 있으며, 소비자들에게 인지도가 높음
2	COSTCO	창고형 매장으로 대용량 상품이 다수 구비되어 있어, 자영업을 하는 소비자들에게 긍정적인 반응을 얻고 있음. 가격이 저렴한 것이 특징임
3	WuMart	베이징, 톈진, 허베이성 위주의 유통업체로, 온라인쇼핑몰을 운영하며 즉시배송 전략으로 마케팅 중임
4	Auchan	농촌시장의 매출이 50%를 차지하고 있음. 신선하고 고품질의 저렴한 제품을 공급하는데 주력하고 있음
5	Target	다양한 제품군을 보유하고 있음. 프리미엄 슈퍼마켓으로 수입 식품 전문관이 매장 내 존재함. 한국식품도 취급 중임
6	RT-Mart	상하이 최초의 마켓체인으로, 2000년 중국으로 진출함. 소비자 맞춤형 서비스를 제공하고 있으며 중산층 및 상류층을 주 고객으로 하고 있음

### 주요 유통업체 입점 절차

유통업체		입점절차
Walmart		공급협상 진행 → 계약 체결 → 발주 및 제품 공급
Carrefour		Carrefour는 입점절차를 공개하고 있지 않음
Wu Mart		지원자격 검토 → 제조공장 검사 → 계약 체결 → 품질 검사

## 1. 주요 유통채널 개관

### 대형 쇼핑몰 채널, 건강기능식품 전문 매장 운영으로 진출 적합

중국에서는 북경, 상하이 등 중국의 대도시를 중심으로 소득 수준의 증가와 구매력 확대에 따라 대형 쇼핑몰 등 현대적 유통채널이 크게 증가하고 있음

지역별로 보면 식품 유통 근대화가 낮은 농촌에서는 전통적 소매 유통에 대한 의존도가 여전히 높지만, 도시에서는 현대적 유통 채널이 전통적 소매 유통망을 잠식하면서 시장을 확대하고 있는 상황임

현대적 유통채널 중 ‘대형 쇼핑몰’ 채널은 소득 및 생활수준이 높은 소비자들을 위해 건강기능식품 매장 및 수입식품점을 별도로 입점 시키는 것이 트렌드로 자리잡혀 칼슘 캔디 제품이 시장을 진출하기에 적절할 것으로 보임

대형 쇼핑몰 채널 내 주요 유통업체로는 Walmart, Costco, Wumart, Auchan, Target, RT-Mart 등이 있으며, 현지 매장 답사를 통해 칼슘 캔디를 취급하고 있음을 확인할 수 있었던 Walmart, Carrefour, Wumart의 개요를 조사함

표 5.1 중국 현대적 유통채널 매장 수

(단위 : 개)

구분	2013	2014	2015
슈퍼마켓	34,618	35,252	35,423
대형마트	74,863	74,973	74,990
편의점	24,871	25,299	25,450
합계	64,352	65,524	65,863

출처: BMI(Business Monitor International)

표 5.2 중국 대형마트 매장 매출액 순위

(단위 : 백만 위안)

구분	2012	2013
RT마트(大润发)	61,928.9	69,670.0
월마트(Walmart)	56,641.1	60,775.9
화룬완자(CR Vanguard)	40,818.9	46,737.6
까르푸(Carrefour)	39,252.1	41,882.0
용후이(Yonghui)	22,203.3	28,686.6

출처: 한국농수산식품유통공사 ‘중국 식품유통채널 심층분석’, 2014.02

## 2. 주요 유통채널 핫이슈

### 알리페이(Alipay)



알리바바 그룹의 전자상거래 부문 중 전자금융거래를 담당하고 있으며, 중국 내 서비스명은 즈푸바오(支付宝) 중국 온라인 결제 시장이 급속도로 성장함에 따라 알리페이 결제 가맹점이 늘어나고 있음

### WAL MART

#### 중국 월마트, 모바일 판매 시작

중국 소비시장의 중심이 온라인으로 이동하는 가운데 중국 로컬 유통업체에 밀리고 있던 월마트가 모바일 시장에 뛰어 들었음<sup>11)</sup>

중국 월마트는 2015년 11월 중국 내 400여개 점포에 알리바바 모바일 결제 시스템 ‘알리페이’를 도입한다고 발표함. 이에 앞서 중국 최초의 온라인 마트인 ‘이하오디엔(1号店)’ 지분 전체를 인수하는 등 온라인 시장 진출을 활발히 준비함

월마트 관계자에 따르면 월마트는 올해 모바일 어플리케이션을 통한 해외직구 서비스를 출시, 온라인 매장에 최적화된 직수입 상품과 식품 PB상품을 늘릴 계획임

### Carrefour

#### 까르푸, 저가 할인 전략 추진 중

대형 유통업체 간의 경쟁이 치열해져감에 따라 까르푸는 대규모 할인 행사를 추진하고 나섰다. 까르푸 심천지점은 6월달 동안 스프링 롤, 간장, 손수건, 비누 등을 모두 5위안 안팎의 저렴한 가격에 판매하는 파격 할인을 진행함<sup>12)</sup>. 까르푸 충칭 지점 또한 일주일 동안 전품목 할인행사를 진행했음<sup>13)</sup>

까르푸는 그 동안 현지화 및 세일 전략을 토대로 중국 유통 시장에서 큰 성공을 거두었으며<sup>14)</sup> 앞으로도 할인 전략을 계속해서 유지할 것으로 전망됨

### Wu Mart

#### 중국 사업의 집중을 위해 홍콩 사업 철수 결정

작년 10월, 중국의 Wu Mart는 중국 사업의 집중을 위해 홍콩에서의 사업을 철수하겠다고 발표함.<sup>15)</sup> Wu Mart는 홍콩에서의 사업 철수를 결정한 이유로 지난 몇 년간 부동산비와 노동임금의 증가와 매장 간의 경쟁이 치열해진 것을 주 원인으로 꼽았음

이러한 경영난을 극복하지 못해 현재 중국의 유통업체들은 정체기를 맞이하고 있음. 현재 Wu Mart는 조직 개편 및 신사업의 착수를 나서고 있음

11) 뉴스핌, '중국 내 월마트·까르푸, 모바일로 물건 판다.', 2016.02.02

12) 심천 뉴스, '年中零售大战 家乐福再推新玩法', 2016.06.21

13) CQ News '疯了' 一周七天 天天有折扣', 2016.05.24

14) 이투데이, '[중국은 한국 유통기업의 무덤?]까르푸·KFC의 성공...'중국인 마음잡기'가 답이다.', 2012.06

15) Beijing Today, 'Ailing Supermarket Chain Wu Mart Delists to Reform', 2015.12.18

### 3. 유통업체별 개요 - WAL MART

#### WAL MART - 입점절차 소개

WAL MART(China) 입점을 위해서는 관련 서류를 준비해 입점신청서를 제출해야 함. 물품 소싱 담당자의 내부적인 검토를 거쳐 입점이 허가 되면 서류를 준비하고 계약을 진행한 후 비용을 지불함

제출서류에는 공급가 및 권장 소비자 가격표, 제품 바코드 번호, 위생허가증, 납세인자격증 등이 있음

표 5.3 매장 정보

기업 정보	매출액	58억 2,408만 8,000 달러(2014년 기준)	
	직원수	1,500명(2014년 기준)	
	점포수	13,162개(2014년 기준)	
	컨셉	PB상품을 적극 개발해 차별화 전략 구사, 최저가격으로 가격 경쟁우위 점령	
	주소	Building 6, No. 2385, Duhui Road, Beijing 201802, China	
	전화	+86-21-6489-8877	
주요 판매품목	가공식품, 과일, 음료 및 주류, 생활용품, 가전		
한국산 취급여부	취급 중(라면, 가전제품)		
매장전경			
칼슘캔디 판매현황			

출처 : WAL MART China(www.wal-martchina.com)

표 5.4 Walmart 입점 절차



출처 : WAL MART China(www.wal-martchina.com)








### 3. 유통업체별 개요 – Carrefour

#### Carrefour – 수입식품전 개최

글로벌 소매업체 2위에 해당하는 기업으로 수입제품이 풍부해 이와 관련한 수입식품전을 꾸준히 개최하고 있음. 한국의 음료, 라면, 제과 제품들이 수입 식품전에 참가한 적이 있음<sup>16)</sup>

표 5.5 매장 정보

기업 정보	매출액	약 25억 1,500만 달러(2013)	 <b>Carrefour</b>
	직원수	약 6만명 이상(2014)	
	점포수	236개(2015, 하이퍼마켓 기준)	
	컨셉	농촌과의 직거래 운영(120만 농가와 합작 중), 수입상품전 활용	
	주소	25/F, Shanghai Securities Mansion, No.528, Pudong (S) Rd., Pudon Shanghai, China	
	전화	+86-21-3878-4500	
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품	
한국산 취급여부		취급 중(라면, 제과류, 음료 등)	
매장전경			
판매현황			

출처 : Carrefour China(www.carrefour.com.cn)

표 5.6 Carrefour 수입 식품 매대 사진



출처 : Carrefour China(www.carrefour.com.cn)

16) 한국농수산물유통공사, '중국의 식품 유통채널 심층분석', 2014.10.16

### 3. 유통업체별 개요 - Wu Mart

#### Wu Mart - 입점절차 소개

Walmart과 마찬가지로 Wu Mart 또한 회사 홈페이지를 통해 입점 절차를 소개하고 있음. 공급업체가 Wu Mart에 납품 계약 지원을 신청하면 서류 검토와 제조공장 검사를 걸쳐 계약을 체결하게 되고 향후 제품 품질을 검사하는 방식으로 이루어짐

제출해야 하는 기본 서류로는 사업자등록증과 세금증명서가 있으며 품질 검사 시 주요 항목으로는 샘플, 포장 상태, 제조 라이선스, 시험 테스트 결과가 있음

표 5.7 매장 정보

기업 정보	매출액	약 13억 9,088만 달러(2013)	
	직원수	N/A	
	점포수	약 155개(하이퍼마켓 기준, 2013)	
	컨셉	중간 유통단계를 축소해 저가제품을 제공하고자 함	
	주소	Fu'an W Rd, Chaoyang, Beijing, China	
	전화	0086-010-57389900	
주요 판매품목		식품, 음료, 공산품 등	
한국산 취급여부		취급(우유, 라면 등)	
매장전경			
칼슘캔디 판매현황			

출처 : Wu Mart(www.wumart.com)

표 5.8 Wu Mart 입점 절차



출처 : Wu Mart(www.wumart.com)



## VI. 통관 및 검역 정보

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

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

## 관세 및 세금 OVERVIEW

### 2016년 중국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
1704	설탕과자(백색 초콜릿을 포함하며, 코코아를 함유한 것은 제외함)	-
1704.10.00	추잉껌(당을 도포하였는지에 상관없음)	한·중 FTA 협정세율 9%
1704.90.00	기타	

### 중국 증치세 (부가가치세) 정보

중국에서 HS CODE 1704류의 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	http://www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

보다 더 정확한 품목별 HS코드 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

# 1. 통관 및 검역 절차

## 해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터  
: 042-472-2197  
주중한국대사관(관세관)  
: +86-10-8531-0700  
주상해총영사관(관세관)  
: +86-21-6295-5000  
중국 세관  
: +86-755-8439-8000

## 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 6.1 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

### Buyer Interview Info

“가격신고 관련 오류로 인한 분쟁 방지를 위해 수입신고가격의 진실성 및 정확성에 대한 입증자료를 준비해야한다. 해관이 신고가격을 인정하지 않을 때를 대비하여 과세가격의 결정방법을 명확히 파악하고 있어야 한다.”

- 중국 해관총서 수입 1과  
Mr. Wang(王先生)과의 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

## Step 03. 세금 납부

중국 국가발전개혁위원회와 재정부가 발표한 ‘수출입 검사·검역 비용 방법’에 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(26~28m<sup>3</sup>)
- 건설비, 보안비 등은 160위안/20 STD
- 부두사용료는 141달러/20 STD
- 라벨 심사 대행비의 경우 수입 가격의 1% 내외로, 최소 2,000 위안

### 중국 수입식품 통관 서류

- |                     |               |           |
|---------------------|---------------|-----------|
| - 통관신고서             | - 수출입 계약서     | - 포장 명세서  |
| - 선화증권 (또는 항공화물운송장) | - 수입 영수증      | - 원산지 증명서 |
| - 검사검역 신고서          | - 수입 대리업자 승낙서 | - 위생 증명서  |
| - 검사검역 위탁서          | - 중문 라벨링      | - 품질 증명서  |

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

# 1. 통관 및 검역 절차

## 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

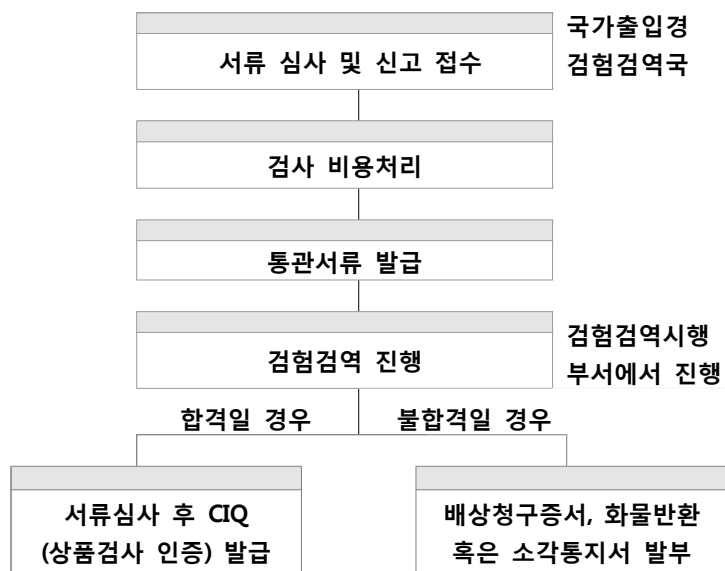
반입된 제품은 우선 검사검역기관에서 현장 위생검사를 받게 되며, 이와 동시에 무작위로 추출한 제품에 대해 샘플검사가 진행됨

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

표 6.2 중국 위생검역 세부절차



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

## 2. HS CODE 및 관세율

### 기타 설탕 과자 관세, FTA 체결로 10%에서 9%로 인하

칼슘 캔디는 HS CODE 1704로 분류되며 크게 추잉껌과 기타 품목으로 세분됨. 칼슘 캔디는 추잉껌에는 해당되지 않으므로 HS Code 1704.90.00으로 분류됨

수입관세는 CIF Value x 수입관세율에 의해 결정됨. 한국의 경우 WTO 회원국으로 최혜국(MFN) 대우를 받아 13%의 관세로 수출했었으나 2015년 12월 20일 한중FTA가 체결되면서 13%였던 관세가 10.4%로 인하됨

HS CODE 1704의 경우 기본세율 10%, 양허유형 '20'에 해당하기 때문에 FTA 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 매년 0.5%씩 균등하게 철폐될 예정임. 이에 따라 이행 20년차 1월 1일부터는 해당 상품에 대하여 무관세가 적용됨

### 중국 내 캔디류 부가가치세, 17%

증치세는 한국의 부가가치세와 동일한 개념으로 (CIF Value+수입관세+소비세)\*증치세율에 의해 결정됨. 보통 수입 물품의 경우 13% 혹은 17%의 증치세가 부과됨. HS CODE 1704류의 경우 17%가 부과되고 있음

표 6.3 중국 캔디류 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	1704	설탕과자(백색 초콜릿을 포함하며, 코코아를 함유한 것은 제외함)	-
	1704.10.0000	추잉껌	-
	1704.90.20	캔디류	-
	1704.90.2090	기타	-
중국	1704	설탕과자(백색 초콜릿을 포함하며, 코코아를 함유한 것은 제외함)	-
	1704.10.0000	추잉껌(당을 도포하였는지에 상관없음)	-
	1704.90.0000	기타	기본세율 10% FTA 협정세율 9% (2016년 기준)

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 중국 해관총서(www.customs.gov.cn)

### 3. FTA 정보

#### 한·중 FTA 체결, 관세 철폐 예정

HS CODE 1704은 한·중 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 세부 분류에 따라 상이하지만 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐가 이루어짐

HS CODE 1704.10.0000은 양허단계 ‘20’에 해당되기 때문에 20년에 걸쳐 0.5%씩 관세가 철폐되며 2034년에 이르러 무관세를 적용받음

표 6.4 설탕과자 한·중 FTA 양허유형

HS CODE	품명	양허유형
1704	설탕과자(백색 초콜릿을 포함하며, 코코아를 함유한 것은 제외함)	
1704.10.0000	추잉껌(당을 도포하였는지에 상관없음)	20
1704.90.0000	기타	20

※ 양허유형 10, 15, 20은 각각 FTA 이행 10년차, 15년차, 20년차에 관세율이 0%가 됨을 의미

표 6.5 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)

## 4. 통관거부사례

### 캔디류 통관 거부 사례

제품명	생강맛 막대사탕(牌黑糖 生姜棒棒糖)	
품목	캔디류	
국가	베트남	
통관 거부일자	2014년 11월	
HS CODE	1704.90.0000	
담당 검역소	심천	
물량	672kg	
위반	이산화황 초과	
조치상황	반품	
관련법규 정보	<GB 2760-2011 규정 준수>	
	이산화황 잔류 허용치	≤ 0.1g/kg

출처 : 중국국가표준관리위원회(www.sac.gov.cn)

제품명	바닐라 사탕(緞冰牌红色香草味糖果)	
품목	사탕류	
국가	미국	
통관 거부일자	2015년 06월	
HS CODE	1704.90.0000	
담당 검역소	심천	
물량	100kg	
위반	알루라 레드, 선셋 옐로우, 에리트로신 기준치 초과	
조치상황	반품	
관련법규 정보	<GB 2760-2014 규정 준수>	
	이민옥타딘 잔류 허용치	≤ 0.3g/kg
	선셋 옐로우 허용치	≤ 0.1g/kg
	에리트로신 허용치	≤ 0.05g/kg

출처 : 중국국가표준관리위원회(www.sac.gov.cn)



## 5. 제출서류

### 수입영수증

: 수입을 증명하는 영수증으로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음

### 出境货物报检单

报检单位 (加盖公章): 艾格进出口贸易公司

\*编号 EC0000055

报检单位登记号: 3200069567

联系人 张艾格

电话: 86-21-23501213

报检日期: 2011年 08月 29日

发货人	(中文) 艾格进出口贸易公司					
	(外文) AIGE IMPORT & EXPORT COMPANY					
收货人	(中文) 日清进出口贸易公司					
	(外文) RIQING EXPORT AND IMPORT COMPANY					
货物名称 (中/外文)		H.S.编码	产地	数/重量	货物总值	包装种类及数量
荔枝罐头 CANNED LITCHIS		2008991000	中国	1000 箱	JPY 1200000	1000 纸箱
运输工具名称/代码	TBA	贸易方式	一般贸易	货物存放地点	SHANGHAI, CH.	
合同号	contract01	信用证号	002/0000025	用途		
发货日期	2011-08-29	输往国家(地区)	日本	许可证/审批号		
启运地	上海	到达口岸	名古屋	生产单位注册号		
集装箱规格、数量及号码	20' CONTAINER X 1					
合同、信用证订立的检验检疫条款或特殊要求		标记及号码		随附单据 (划“√”或补填)		
		CANNED LITCHIS JAPAN C/NO.1-1000 MADE IN CHINA		<input checked="" type="checkbox"/> 合同 <input checked="" type="checkbox"/> 信用证 <input checked="" type="checkbox"/> 发票 <input type="checkbox"/> 换证凭单 <input checked="" type="checkbox"/> 装箱单 <input type="checkbox"/> 厂检单	<input type="checkbox"/> 包装性能结果单 <input type="checkbox"/> 许可/审批文件 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
需要证单名称 (划“√”或补填)				*检验检疫费		
<input checked="" type="checkbox"/> 品质证书 <input checked="" type="checkbox"/> 重量证书 <input checked="" type="checkbox"/> 数量证书 <input type="checkbox"/> 兽医卫生证书 <input checked="" type="checkbox"/> 健康证书 <input type="checkbox"/> 卫生证书 <input type="checkbox"/> 动物卫生证书	1 正 3 副	<input checked="" type="checkbox"/> 植物检疫证书 <input type="checkbox"/> 熏蒸/消毒证书 <input type="checkbox"/> 出境货物换证凭单 <input checked="" type="checkbox"/> 通关单 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	1 正 3 副	总金额 (人民币元)		
				计费人		
				收费人		
报检人郑重声明: 1. 本人被授权报检。 2. 上列填写内容正确属实, 货物无伪造或冒用他人的厂名、标志、认证标志, 并承担货物质量责任。  签名: 张艾格				领取证单		
				日期		
				签名		

注: 有“\*”号栏由出入境检验检疫机关填写

◆国家出入境检验检疫局制

[1-2 (2000.1.1)]



## **VII. 인증 정보**


- 1. 필수인증**
- 2. 권장인증**
- 3. 중국 내 인증 취득제품**
- 4. 제출서류**

## 인증정보 OVERVIEW

### ▶ 필수인증 : 상품검사 인증(CIQ)


인증 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질 검사	
발행기관	중국출입경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	7,500 위안(40피트 컨테이너 당)	
소요기간	10~20일 이내	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ인증 라벨 발급	

### ▶ 필수인증 : 보건식품 인증(CFDA)<sup>17)</sup>

인증 설명	국가식품약품감독관리국이 발행하는 인증으로 보건식품 (건강기능식품)의 경우 본 인증을 취득하지 못하면 중국 시장 진출이 불가능함	
발행기관	국가식품약품감독관리국	
성격	필수 인증	
제출서류	등록신청표, 상표등록증 사본, 제품 배합표, 라벨 설명서 등	
비용	15만~18만 5,000 위안	
소요기간	약 220~320일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	신청 > CFDA 1차 검험(위생학·독리학·효능 실험) > CFDA 2차 검험(샘플 검사 및 대조검사) > 기술심사 > CFDA 증서 발급	

17) 중국 현지 전문가들은 진출 시 칼슘 캔디 제품이 CFDA 인증을 취득해야 하는 지 여부는 구체적인 성분 검사를 받아야만 알 수 있다고 응답함. 실제 중국에서 유통되고 있는 일부 칼슘 캔디 제품들은 CFDA 인증을 취득하고 있었음

▶ **권장인증 : QS 인증**

<p><b>인증 설명</b></p>	<p>중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크로 수입 식품은 선택사항임. 품질 검사, 생산 장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가 되면 해당 인증마크 부착 가능함</p>	
<p><b>발행기관</b></p>	<p>중국국가품질감독검험검역총국</p>	
<p><b>성격</b></p>	<p>선택 인증</p>	
<p><b>제출서류</b></p>	<p>창고구역, 살청구역, 유념구역, 건조장, 긴압장소, 직원 복지시설 구비 증명 서류</p>	
<p><b>비용</b></p>	<p>2,200 위안</p>	
<p><b>소요기간</b></p>	<p>70일 이내</p>	
<p><b>갱신기간</b></p>	<p>3년</p>	
<p><b>발급절차</b></p>	<p><b>QS 인증 신청서 제출 &gt; 서류 심사 &gt; 현장 조사 &gt; QS인증서 발급</b></p>	

# 1. 필수인증 정보


## 상품검사 인증(CIQ)

중국에서 수입식품은 별도의 허가등록 없이 상품검사(CIQ 검사)만으로 통관 및 판매 가능(건강기능식품 제외)

상품검사란 국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 상품의 품질 검사(위생증 발급)임

중국에서는 식품 통관 시에 모든 수입식품의 포장지에 검사검역에 통과하였다는 것을 증명하기 위하여 화물에 CIQ 표시를 부착토록 함

표 7.1 중국 CIQ 인증 주요정보

인증명	CIQ(수입화물표시제도)	
발행기관	중국출입국경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	7,500위안(40피트 컨테이너 당)	
소요기간	10~20일 이내	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	

출처 : 중국 국가출입국경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

표 7.2 중국 CIQ 인증 발급절차

STEP 01. 위생검역 서류 심사 및 신고 접수	소요기간
- 수출국 위생증, 원산지 증명서 등 제출	<b>5일</b>
STEP 02. 검사 비용 처리	<b>14일 (2주)</b>
- 7,500위안 비용 제출 (40피트 컨테이너 당)	
STEP 03. 검험검역 진행	<b>1~2일</b>
- 미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함되어 있음	
STEP 04. CIQ인증 라벨 발급	
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가출입국경검사검역국에서 제품실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

출처 : 중국 국가출입국경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

## 1. 필수인증 정보

### 한국화학융합시험연구원, 산동 CIQ와 인증 시험 업무 추진

한국화학융합시험연구원(이하 KTR)이 중국 산둥출입경검험검역국 검험검역기술센터(이하 산동CIQ)와 중국으로 수출하는 식품농산품의 CIQ 인증 시험업무를 추진하기로 협의

협약에 따라 한국에서 중국으로 수출하는 식품 농산품에 대해 본 기관에서 통관 전 시험검사를 맡게 되며, 산동 CIQ는 이에 따른 기술지원 및 검측 보고서를 발급하게 됨

KTR의 이번 시험인증 현지화 사업으로 중국 수출과 중국을 통한 제3국 진출을 추진하는 식품 기업들이 시간 측면에서 높은 혜택을 누릴 수 있게 되었음

### CIQ인증 발급, 자가 통관도 가능

중국에 처음으로 수입되는 제품에 대해서 국가출입국경검사검역국이 상품 검사를 진행 하고 그 결과에 따라 위생증(명서)가 발급됨. 이후 수입되는 물량은 5회 중 1회 정도만 검사를 진행함

일반 가공식품은 CFDA 위생허가가 필요 없으므로 다른 기관에 위탁 대행할 필요 없이 자체적으로 통관이 가능함. 또한 중국 식약청의 검역 검사 절차에 대비하여 수입대행도 진행할 수 있음

통관비용은 40피트 컨테이너 당 평균 약 7,500위안의 비용이 들며, 발급 기간은 약 10~20일이 소요됨

중국 식품위생법에 따르면 식품에는 ‘수입한 식품, 식품첨가제, 식품 용기·포장재료, 식품용 도구 및 설비’가 포함됨

표 7.3 중국 CIQ 인증 발급기관 개요

기관명	중국출입경검험검역국
주소	중국 북경시 개발구 한수로 9호
전화번호	+86-10-5838-6678
담당업무	중국 내 식품, 화장품 수출입 업무 등을 담당하는 국무원 직속기관
관련부서	수입식품처

출처 : 중국 국가출입경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

## 1. 필수인증 정보


### 칼슘 캔디, CFDA 인증 취득여부에 대한 검사 필요

칼슘 캔디가 중국에서 보건식품으로 분류될 수도 있는 바, 칼슘 캔디를 취급하고 있는 바이어들과 현지 전문가들을 대상으로 인터뷰를 진행함. 참고로 보건식품에 한해 의무적으로 적용되고 있는 CFDA 인증은 까다롭기로 악명이 높아 중국시장을 진출하고자 하는 국내 수출업체에게 큰 진입장벽으로 작용하고 있음

인터뷰 결과, 현지에서 칼슘 캔디를 유통하고 있는 바이어들은 CFDA를 취득한 칼슘 캔디 제품을 본 적이 없어 취득할 필요가 없다고 답함

하지만 현지 전문가들은 단순히 열치 성분으로 된 칼슘 제품으로는 CFDA 여부를 판단하기 어려우니 구체적인 전문 컨설팅업체에 의뢰를 해볼 것을 권장함. 실제 현지 매장을 방문한 결과, 일부 칼슘 캔디 제품의 경우 CFDA 인증을 취득하고 있어 사전 의뢰를 받아야 할 것으로 보임

표 7.4 중국 CFDA 인증 주요정보

인증명	CFDA(보건식품 인증)	 <p>保健食品 国食健字G20090091 国家食品药品监督管理局批准</p>
발행기관	국가식품약품감독관리국	
성격	필수 인증	
제출서류	등록신청표, 상표등록증 사본, 제품 배합표, 라벨 설명서 등	
비용	15만 ~ 18만 5,000 위안	
소요기간	약 220~320일 이내	
갱신기간	5년	

출처 : 중국 국가식품약품감독관리국(www.sfda.gov.cn)

#### Buyer Interview Info

“중국에서 유통되고 있는 칼슘 캔디 제품 중 CFDA를 취득한 업체가 없다는 점을 고려할 때, CFDA를 취득할 필요가 없을 것으로 보인다.”

- 福建航鑫贸易有限公司  
Mr. Lin와의 인터뷰 中, 2016. 06

“내가 알기로는 중국에서 칼슘 캔디 제품은 별도로 CFDA 인증을 취득할 필요는 없다.”

- 杭州诺马科技有限公司  
Mr. Deng와의 인터뷰 中, 2016. 06

“단순히 열치로 된 칼슘 성분으로 구성되어 있다는 것만으로는 CFDA 취득 유무를 정확히 알기 어렵다. 제품의 구체적인 성분표와 영양배합표를 송부하고 일부 비용을 지불한다면 확실한 정보를 제공할 수 있다.”

- 食品伙伴网  
Mr. Sun과의 인터뷰 中, 2016. 06



## 2. 권장인증 정보


### QS(Quality Safety) 인증

중국에서 식품안전에 대한 문제가 대두되면서 2008년 실시한 인증 제도로, 식품뿐만 아니라 화장품과 식품가공기기, 치약 등의 개인 위생용품에도 시행하고 있음

중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크로, 현지 생산 식품은 필수적으로 획득해야 하지만 수입 식품은 선택사항임. 품질 검사, 생산 장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가 되면 해당 인증마크 부착이 가능함

QS 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때, 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 사료됨

표 7.5 중국 QS 인증 주요정보

인증명	QS(Quality Safety)	
발행기관	중국국가품질감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	창고구역, 살청구역, 유념구역, 건조장, 긴압장소, 직원 복지시설 구비 증명 서류	
비용	2,200 위안	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	3년	

출처 : 중국 국가출입검역검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

표 7.6 중국 QS 인증 발급절차

STEP 01. QS 인증 신청서 제출	소요기간
- QS인증 신청서 양식 : <a href="http://www.foodmate.net/dfgvlq">www.foodmate.net/dfgvlq</a>	<b>15일</b>
STEP 02. 서류 심사	<b>40일</b>
- 국가품질감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사 진행 - 최종적으로 국가품질검사총국에 제출하여 심사 비준	
STEP 03. 현장 조사	<b>15일</b> (총 70일 소요)
- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행 - 국가품질검사총국검사팀은 현장조사 시작 후 워킹데이 10일 이내 결과 보고서 품질감독국 품질과에 제출	
STEP 04. QS 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사 결과에 따라 워킹데이 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 발급	

출처 : 중국 국가출입검역검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

### 3. 중국 내 인증 취득제품

#### 수입 제품은 CIQ, 현지 제품은 QS, 일부 제품은 CFDA 인증 부착

상품검사 인증(CIQ)의 경우 제품 자체에 부착하는 인증이 아닌 수입 시 화물에 부착하는 인증으로, 모든 수입 제품이 필수적으로 취득해야함

중국 현지에서 제조된 정식으로 제조 및 유통되고 있는 제품이라면 대부분 QS 인증을 획득하고 있음

하지만 일부 칼슘캔디 제품의 경우 CFDA 인증 마크를 부착하고 있는 것으로 조사 결과 확인됨. 구성이나 효능에 따라 CFDA 인증이 결정되는 바, 일부 칼슘 캔디 제품의 경우 본 인증을 취득한 것으로 보임

표 7.7 중국 칼슘캔디 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 成长快乐牌乳钙混合脚型凝胶糖果</li> <li>- 기업 : 养生堂药业有限公司</li> <li>- 국가 : 중국</li> <li>- 가격 / 용량 : 108위안 / 240g</li> <li>- QS 인증을 취득한 제품으로 유아용 칼슘 캔디 제품임</li> </ul>	 <p>[成长快乐牌乳钙混合脚型凝胶糖果]</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果</li> <li>- 기업 : 养生堂药业有限公司</li> <li>- 국가 : 중국</li> <li>- 가격 / 용량 : 89위안 / 240g</li> <li>- QS 인증을 취득한 제품으로 유아용 칼슘 캔디 제품임</li> </ul>	 <p>[成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果]</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 钙咀嚼片(巧克力味)</li> <li>- 기업 : BY-HEALTH Corporation</li> <li>- 국가 : 중국</li> <li>- 가격 / 용량 : 118 위안 / 120g</li> <li>- 유아용 캔디 제품이지만 성분상의 문제로 CFDA를 취득한 것으로 보임</li> </ul>	 <p>[钙咀嚼片]</p>

### 3. 중국 내 인증 취득제품

제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	养生堂药业有限公司
	제품명	成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed gel candy)
	용량(g)	240
	10g 당 가격(위안)	89
	포장형태	종이 포장
	보건식품유무	일반식품
	영양소 (100g 기준)	에너지 : 2%, 단백질 : 1%, 지방 : 0% 탄수화물 : 3%, 소듐 : 1%, 크산토피 1,800mg
	제품 원료	포도당, 백설탕, 식용에센스, 돌배추출액 등등
유통기한(일)	18개월	

### 3. 중국 내 인증 취득제품

제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	养生堂药业有限公司
	제품명	成长快乐牌蓝莓混合脚型凝胶糖果 (Happy growing brand blueberries mixed glue gel candy)
	용량(g)	240
	10g 당 가격(위안)	3.7
	포장형태	종이 포장
	보건식품유무	일반식품
	취득인증	QS 인증
	영양소 (100g 기준)	에너지 : 2%, 단백질 : 1%, 지방 : 0%, 탄수화물 : 3%, 염소 : 1% 비타민 C 50%
	제품 원료	포도당, 백설탕, 식용에센스, 돌배추출액 등등
유통기한(일)	18개월	

### 3. 중국 내 인증 취득제품

※ CFDA 인증을 취득한 钙咀嚼片(巧克力味)에 대해 구체적인 성분 조사를 실시함

- 钙咀嚼片(巧克力味) 제품의 경우 앞서 경쟁조사 파트에서 BY-HEALTH Corporation 제품이 이미 조사되었기 때문에 작성하지는 않았음

제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	BY-HEALTH Corporation
	제품명	钙咀嚼片(巧克力味)
	용량(g)	120g
	10g 당 가격(위안)	9.83 위안
	포장형태	외부 포장 : 종이박스, 내부 포장: 플라스틱 병
	보건식품유무	보건식품
	취득인증	CFDA 인증
	영양소 (100g 기준)	칼슘 380mg
	제품 원료	탄산 칼슘, 코코아 가루, 맥아당, 마그네슘 스테아린, 나트륨 카르복시, 커실리톨, 카세인 인산 펩타이드(Casein Phos Pheopeptides)
	유통기한(일)	24개월







## Ⅷ. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 칼슘 캔디 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 원산지
- 영양성분표시
- 순중량
- 생산일자
- 생산코드
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 주의사항

출처 : EC21 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

출처 : 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

## 칼슘 캔디 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능
글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm <sup>2</sup> 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록
순 중량	순 중량 및 소포장 식품 갯수 함께 기재
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보
원산지	원산지 국가명 반드시 기재
생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기

# 1. 라벨 표기사항

## 중문으로 제작된 라벨 필수

중국으로 수입되는 모든 가공식품은 2011년 발효된 수입 포장식품 라벨관리시스템 규정에 따르도록 되어 있음. 라벨은 반드시 중국어 간체자로 기록되어야 하며 외국어 병기가 가능하지만 한자와 상응 관계가 있어야 함

## 스티커 부착 금지, 인쇄 포장 필수

기존에는 스티커 라벨 부착도 허용되어 왔으나, 2012년부터는 개정된 규정에 따라 중문 라벨 스티커 부착을 금지하고 있어 제품 포장 시 반드시 중문으로 라벨을 인쇄하여야 함

표 8.1 포장식품 라벨 표기사항

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품 명 / 원산지</li> <li>· 생산업체의 명칭 및 주소, 연락처, 대리인 정보</li> <li>· 생산일, 품질보증기간, 저장방법</li> <li>· 순 중량, 고형물 함량 (정량포장일 경우)</li> <li>· 영양성분 표시</li> <li>· 생산업체가 적용하 제품 표준코드</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우)</li> <li>· QS 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우)</li> <li>· 중문 주의사항 또는 경고마크</li> <li>· 수출국 식품 위생인증 로고</li> </ul> |
|--|--|

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

표 8.2 중국 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 함
2	글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm <sup>2</sup> 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
3	제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
4	구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
5	순 중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 갯수도 함께 기재. 순 중량 이외에 고형물의 함량도 표기
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보 기재
7	원산지	원산지 국가명 반드시 기재 (중화인민공화국 수출입화물원산지조례 기준)
8	생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기
9	기타	중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

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

## 2. 라벨링 예시



출처 : EC21 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)



## **IX. 식품첨가물 정보**

### **1. 식품첨가물 규정**

# 식품첨가물 정보 OVERVIEW



## ▶ 칼슘 캔디 성분(예시)

: 당액, 백설탕, 식품첨가물(펙틴, 돌배 추출물, 레몬 칼륨 등), 유산균 등등

출처 : EC21 자체 현지조사(중국 대형유통매장, 2016.06)

## 🍬 캔디 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

성분	기준(g/kg)
납	1g/1kg
비소	0.5g/1kg
구리	10g/1kg
이산화유황	사용금지

출처 : 중국 보건부, 'GB 9678.1-2003', 2003

캔디 종류	균락총수	대장균총수
경질성/광택성 사탕	750 cfu/1g	30MPN/100g 이하
막대 사탕	20,000 cfu/1g	440MPN/100g 이하
태피(Taffy) <sup>18)</sup>	2,500 cfu/1g	90MPN/100g 이하
젤라틴 사탕	1,000 cfu/1g	30MPN/100g 이하

출처 : 중국 보건부, 'GB 9678.1-2003', 2003

18) 태피(Taffy) : 부드럽고 쫄득한 사탕으로 안에 소(素)가 들어있는 것이 특징임.



# 1. 식품첨가물 규정

## 중국 NHFPC,

### 식품 첨가물표시 및 식용향료 등 관련규정 제정

중국 국가위생가족계획위원회(NHFPC)는 식품 첨가물표시 통칙 및 식품향료통칙 등 75개 신규 식품 안전국가기준을 발표함

식품향료통칙에는 식품의 검사방법 관련 식품안전국가기준 8개 및 식품첨가물 품질 규격 분야의 식품안전국가기준 65개를 공표함

‘중국 식품첨가물 사용 표준’에 따르면 중국에서 사용을 허가하고 국가표준이 있는 첨가물은 보존료, 향산화제, 표백제, 산미료, 증점제 등임

2014년 7월 1일 이후로 중국에서 알루미늄 함유 식품첨가제는 일부 식품 생산에 한해 사용 범위가 조정되거나 금지되었기 때문에 산성 알루미늄, 인산나트륨, 규산알루미늄나트륨, 옥테닐 호박산나트륨 전분 등의 성분은 식품첨가제로 생산, 경영, 사용될 수 없음

### 캔디 수입 규정 : GB 9678.1-2003

중국 내 수입되는 모든 캔디 제품은 중국 보건부가 발표한 GB 9678.1-2003(Hygienic standard for Candy)에 의거해 검사를 실시함

중국에서는 캔디 제품에 대해 중금속, 화학성분, 미생물균에 규정을 두어 제한하고 있으므로 주의하여야 함

표 9.1 캔디 중금속·화학성분 규정

유형	성분	기준(1g/1kg)
중금속 화학성분	납	1g/1kg
	비소	0.5g/1kg
	구리	10g/1kg
	이산화유황	사용금지

출처 : 중국 보건부, 'GB 9678.1-2003', 2003

표 9.2 캔디 균락총수 및 대장균 총수 규정

캔디 유형	균락총수	대장균총수
경질성/광택성 사탕	750 cfu/1g	30MPN/100g 이하
막대 사탕	20,000 cfu/1g	440MPN/100g 이하
봉봉 사탕	2,500 cfu/1g	90MPN/100g 이하
젤라틴 사탕	1,000 cfu/1g	30MPN/100g 이하

출처 : 중국 보건부, 'GB 9678.1-2003', 2003

※ 참고 문헌

1. 중국 식품 유통채널 심층분석	한국농수산물유통공사	2015.01.26
2. 중국의 식품통관 절차 및 유의사항	주상하이 대한민국 총영사관	2014.
4. Baby Foods in China	Marketline	2013.12
5. GB 9678.1-2003	중국 보건부	2014.

※ 참고 사이트

1. Global Trade Atlas	www.gtis.com/gta
2. Canadean Intelligence	www.intelligence.canadean.com
3. 중국산업정보망(中国产业信息网)	www.chyxx.com
4. Marketline	www.marketline.com
5. T-mall	www.tmall.com
6. Jingdong	www.jd.com
7. Wal Mart China	www.wal-martchina.com
8. Carrefour China	www.carrefour.com.cn
9. Wu Mart	www.wumart.com
10. 한국 관세청	www.customs.go.kr
11. 중국 해관총서	www.customs.gov.cn
12. 중국 국가출입경검험검역국	www.aqsiq.gov.cn
13. 한국 산업통상자원부-FTA	www.fta.go.kr
14. 중국 국가식품약품감독관리국	www.sfda.gov.cn
15. 중국 국가품질인증센터	www.cqc.com.cn