



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 사과주스(Apple Juice)

Country : 대만(Taiwan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. Market Trend 01 신선한 음료 선호 인구 증가	11
2. Market Trend 02 슈퍼마켓 통한 구매율 증가	12
3. Market Trend 03 제품 차별화 전략	13
4. Market Trend 04 식품 안전 정책 강화	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	27
1. 경쟁사 선정	29
2. 경쟁사별 현황 파악	30
V. 유통구조 현황	33
1. 추천 진출 경로	35
2. 전문가 인터뷰	39
VI. 유통업체 현황	40
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	42

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	46
1. 통관 및 검역 절차	49
2. 관세율 정보	53
3. FTA 정보	54
4. 통관 및 검역 주의사항	55
5. 통관거부사례	56
Ⅷ. 인증 정보	57
1. 인증 취득정보	60
2. 인증 취득제품	63
3. 제출서류	64
4. 전문가 인터뷰	65
Ⅸ. 라벨링 정보	66
1. 라벨 표기사항	68
2. 라벨링 예시	70
X. 위생요건 정보	71
1. 식품첨가물 규정	74
2. 기타 위생기준 규정	75
※ 참고문헌	78



I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW



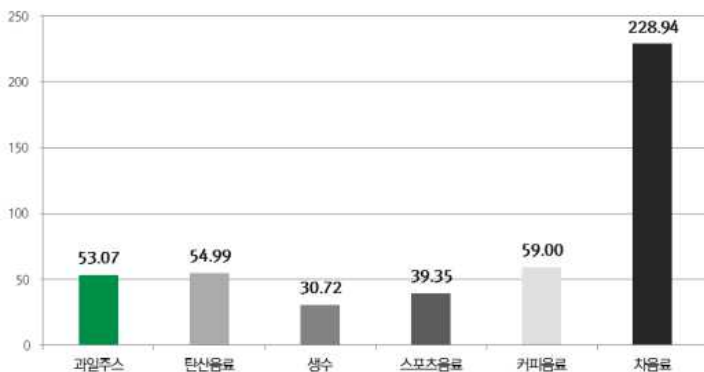
2016년 대만 내 HS 2009.71, 2009.79 합계 품목 수입액 규모

(단위 : 달러)



▶ 대만 음료별 소비량(2015)

(단위 : 억 대만 달러)



글로벌 수입규모
미국 1위, 대만 32위
대만 수입상대국,
중국 1위, 한국 26위
2015년 기준 대만
과일주스 소비량,
53억 700만 대만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	대만 관세청 www.customs.gov.tw

사과주스 통계 기준 설정

사과주스 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 대만의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 2009.71, 2009.79로 설정

글로벌 및 대만 내 사과주스의 수요 파악을 위해 사과주스에 해당하는 HS CODE 6자리 2009.71, 2009.79의 합계를 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2009.71, 2009.79
	대만 수입규모 및 성장률		2009.71, 2009.79
품목 통계	음료별 생산량	품목 키워드	Production of beverage
	음료별 소비량		Consumption of beverage

표 1.2 : 대만 내 사과주스 HS CODE 분류

국가	HS CODE / C.C.C CODE	품명
한국	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)
	2009.7	사과주스(Apple juice)
	2009.71.0000	-브릭스(Brix) 값이 20을 초과하지 않은 것
	2009.79.0000	-기타
대만	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)
	2009.7	사과주스(Apple juice)
	2009.71	-브릭스(Brix) 값이 20을 초과하지 않은 것
	2009.79	-기타
	2009.79.10001	- 발효하지 아니한 것으로서 주정(酒精)을 함유하지 아니한 기타 천연사과주스

출처 : 대만 관세청(www.customs.gov.tw), 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

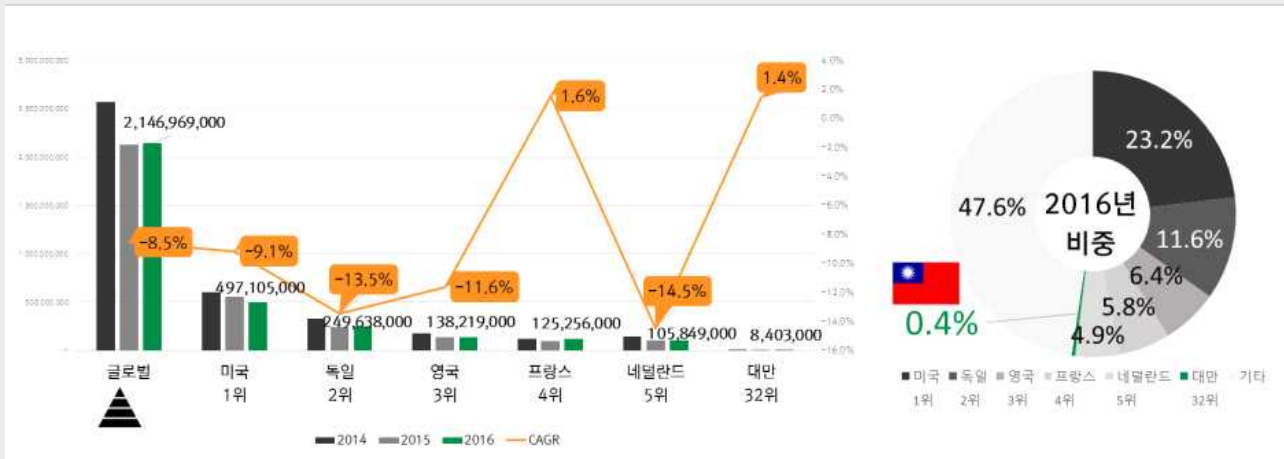
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2009.71, 2009.79 합계 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 2009.71, 2009.79 합계품목의 글로벌 수입규모는 21억 4,696만 9,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 8.5%의 하락세를 기록함
- 2016년 기준 해당 품목의 대만 수입규모는 전체 수입액의 0.4%를 차지하고 있으며, 수입 상대국 1위, 2위를 기록한 미국과 독일이 각각 23.2%, 11.6%를 차지함

대만 수입 통계 분석

표 1.4 : 대만 HS CODE 2009.71, 2009.79 합계 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

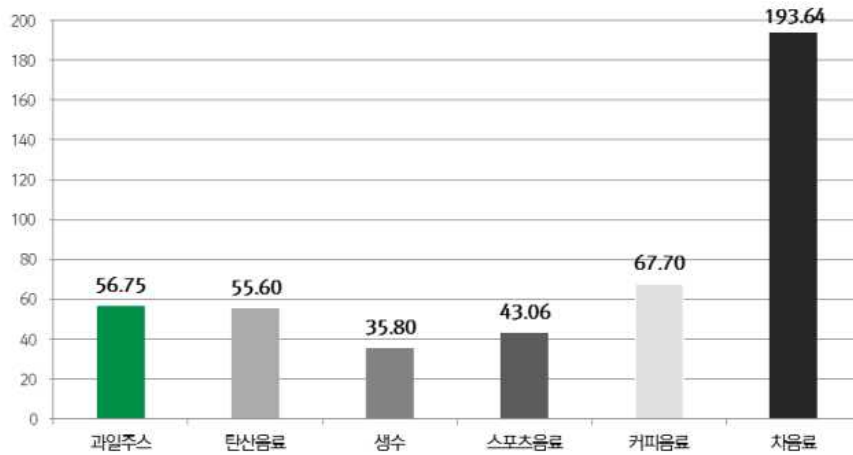
- 2016년 기준 대만 내 HS CODE 2009.71, 2009.79 합계품목의 최대 수입국은 중국으로 474만 8,000달러의 수입액을 기록함. 2014년부터 2016년까지 연평균 성장률은 상위 5개국 중 중국과 남아프리카공화국을 제외하고 모두 상승세를 기록했으며 특히 수입액 3위국 키프로스는 934.4%의 높은 성장세를 나타냄
- 2015년 기준 한국산의 수입규모는 5,000달러로 나타났으며 전체 중 0.1%를 점유하여 26위에 등극함. 2014, 2016년 한국산의 수입규모는 파악되지 않음

3. 품목통계 종합분석

대만 음료별 생산량

표 1.5 : 대만 음료별 생산량(2015)².

(단위: 억 대만 달러)



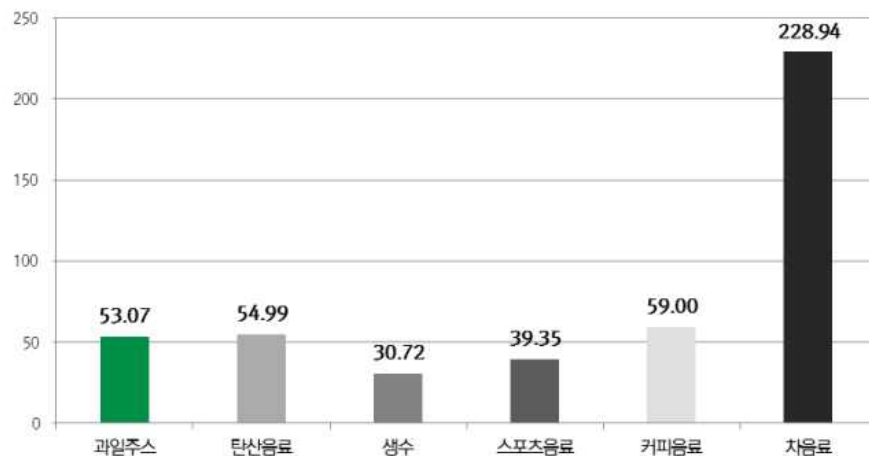
출처 : China credit information service(www.credit.com.tw)

- 2015년 기준 대만 음료별 생산량에서 과일주스 생산량은 56억 7,500만 대만 달러로 집계됨. 2015년 대만 음료별 생산량에서 차음료가 193억 6,400만 대만 달러로 6가지 음료들 중 1위 생산량을 기록했으며, 커피음료가 67억 7,000만 대만 달러로 2위를 기록함

대만 음료별 소비량

표 1.6 : 대만 음료별 소비량(2015)³.

(단위: 억 대만 달러)



출처 : China credit information service(www.credit.com.tw)

- 2015년 기준 대만 음료별 소비량에서 과일주스 소비량은 53억 700만 대만 달러로 집계됨. 특히, 2015년 대만 음료별 소비량에서 차음료가 228억 9,400만 대만 달러로 다른 음료들에 비해 가장 높은 소비량을 기록했으며, 커피음료가 59억 대만 달러로 그 뒤를 이음

2. 2016년 이후 통계치가 존재하지 않아 최신 2015년을 기준으로 함

3. 2016년 이후 통계치가 존재하지 않아 최신 2015년을 기준으로 함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 신선한 음료 선호 인구 증가

Market Trend 02. 슈퍼마켓 통한 구매율 증가

Market Trend 03. 제품 차별화 전략

Market Trend 04. 식품 안전 정책 강화

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	대만 주스 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.10.15.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	대만 식품사업정보원
입력 키워드	Fruit juice, Juice, healthy juice, organic juice, popular juice
도출 기사	총 256건

트렌드 타임라인



Market Trend 1. 신선한 음료 선호 인구 증가

- 대만 소비자들은 음료 선택 시, '신선함', '자연', '건강함'의 세 가지 요소를 중요시하는 것으로 나타남
- 대만 전체 인구의 10% 이상은 채식주의자로, 간편한 채식을 위해 디톡스 주스를 찾는 소비자가 증가하고 있음

Market Trend 2. 슈퍼마켓 통한 구매율 증가

- 미국의 농림수산부의 연구에 의하면 대만의 소득수준이 확대되면서 식품 관련 소비 및 유통구조 규모가 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓을 중심으로 지속적으로 확대되고 있다고 전함

Market Trend 3. 제품 차별화 전략

- 대만 현지 내 무분별한 주스 섭취가 늘자, 당분 과다 섭취 등을 방지하기 위해 100% 과즙 주스를 권장하는 추세임. 이에, 100% 과즙을 강조한 이색적인 과일 주스 제품이 출시되고 있음

Market Trend 4. 식품 안전 정책 강화

- 2016년 1월 6일 대만 위생복지부(the Ministry of Health and Wellness)는 식품안전정책백서(2016~2020)를 발표해 병해충 등에 대한 검역 메커니즘 강화 등 대만 국내에서의 식품과 관련한 고질적인 문제점들을 개선하기 위한 방안을 공표함
- 대만 위생복지부 식품약품관리서는 식품 관련 검사 효율을 높이기 위해 식품 및 관련 분야에 대한 수정사항을 발표함

음료 구매 주요 3요소 공개

2016년 대만 현지 조사 기관 Kantar Worldpanel에 따르면 대만 현지인들은 음료 구매 시 ‘신선함(新鮮感), 자연(天然純淨), 건강(健康功效)’의 세 가지 요소를 중요시 하는 것으로 나타남. 해당 요소 중 ‘자연’ 및 ‘건강’ 요소는 대만 소비자들은 국내에서 지속적으로 문제가 되었던 식품 안전과 연관된 것으로, 음료 구매 시 인공 화학, 첨가물 요소가 포함 여부를 비롯하여 건강에 이로운 성분 및 요소가 첨가되어 있는지 확인하는 경향이 있음⁴.

채식주의자 비중 다, 디톡스 관련 음료 소비 늘어

아시아태평양채식연합(亞太素食聯盟)에서 발표한 자료에 의하면 2016년 기준 대만 내 채식주의자 비율은 전체 인구의 10% 이상을 차지해 타 중화권 국가보다도 채식주의자가 많은 편인 것으로 나타남⁵.

대만의 유력 언론 매체인 Zhihu는 최근 대만 현지인들을 중심으로 채식주의 및 해독에 관한 유익함이 알려지면서, 간편한 채식주의 생활을 위해 야채와 과일을 이용한 해독 스프나 디톡스(Detox) 과일 주스를 마시는 인구가 늘어나고 있다고 전함⁶.

4. Kantar Worldpanel ‘消費者選購飲料三大訴求, 今夏飲品市場決勝點’, 2016.06.03

5. Tvbs, ‘台灣素食人口增加 全素甜點趁勢興起’, 2016.06.24

6. Zhihu, ‘原创 成为素食者真的好吗? Vegan Diet’, 2017.01.26

슈퍼마켓 통한 제품구매율 지속적으로 상승

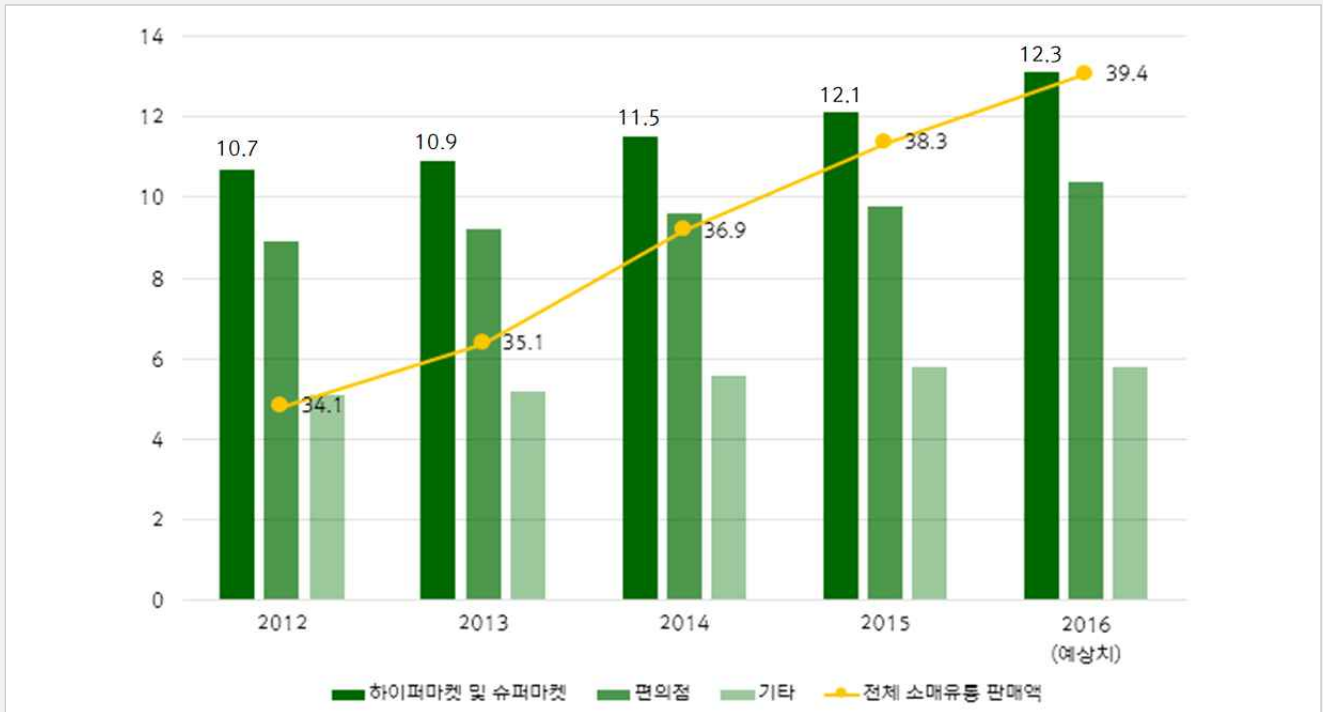
지난 2016년 미국 농무부의 발표에 의하면 대만은 국민소득수준의 향상과 소비구조의 변화로 식품 관련 소비 및 유통구조 규모가 지속적으로 확대되고 있음. 해당 자료에 의하면, 식품 관련 소매 유통을 통한 판매액은 2015년 기준 총 383억 달러로 2014년 대비 3.8% 성장한 것으로 나타남

유통채널별 판매액은 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓이 121억 달러로 나타났으며, 편의점이 98억 달러로 뒤를 이었음. 이 밖에 재래시장, 팝업스토어 및 전자상거래는 기타항목으로 정리되어 총 58억 달러의 매출을 기록한 것으로 전함

이러한 자료를 바탕으로 2016년 전망치를 전하며, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 등 오프라인의 상설(常設) 매장을 통한 구매는 지속적으로 늘어날 것으로 전망한 것에 반해, 재래시장, 팝업스토어 및 전자상거래와 같은 비상설(非常設) 매장의 경우 2015년도와 같은 58억 달러에 머무르며 낮은 성장률을 기록할 것으로 예측함⁷⁾.

표 2.1 : 대만 내 최근 5개년 식품 판매 추이

단위 : 10억 달러



출처 : 미국 농림수산부(www.usda.gov)

7. 미국 농림수산부, 'Taiwan Retail Foods Annual 2016', 2016.12.19

소비자가 직접 제조하는 이색 천연 과일 주스 제품 등장

대만의 식품 전문 정보지 FoodNEXT는 대만 소비자들의 최근 무분별한 주스 섭취에 대해 미국 소아과 학회 (American Academy of Pediatrics)의 연구내용을 바탕으로 ‘주스로 인한 과도한 당분 섭취는 건강을 위협할 가능성이 있다’고 경고함. 이에 대한 차선책으로 FoodNEXT는 100% 천연 과일 주스⁸를 섭취할 것을 권장하며 100%과즙 주스에 대해 ‘직접 제조한 첨가물이 없는 과일 주스’, ‘100% 과일만을 농축한 농축액’ 등 구체적인 정의를 제시함⁹.

이에 최근 대만의 주스류 신제품에 대한 동향을 조사한 결과, 소비자가 직접 제조하도록 하는 이색 제품이 등장함. 대만의 주요 언론사인 Ctitv의 보도 내용에 따르면, 방부제를 비롯한 첨가물이 없는 100% 천연 과일이 함유된 제품을 선호하는 소비자가 늘어나면서 최근 유통되고 있는 대표 주스 10개 중 7개는 100% 천연 과일 주스임을 강조한 제품이라고 전함. 또한 최근 이러한 트렌드에 힘입어 소비자가 직접 제조하도록 하는 제품도 등장해 눈길을 끌고 있음¹⁰.

표 2.2 : 대만 JSM GreenFied 社の 鮮榨果漾 제품

JSM GreenField - 鮮榨果漾		
	회사명	JSM GreenField
	제품명	鮮榨果漾
	제품 구성	라임 2개, 시럽 1개 소형 라임 스쿼저 1개
	섭취 방법	<ol style="list-style-type: none"> 1. 라임을 반으로 가른다. 2. 소형 라임 스쿼저를 이용하여 즙을 낸다. 3. 시럽을 넣는다. 4. 기호에 따라 물, 탄산수 등을 섞어 마신다.

출처 : JSM GreenField(www.jsmgreenfield.com)

8. 100% 천연 과일 주스 : 설탕 등의 첨가물이 없이 소량의 물과 과일만으로 이루어진 주스 제품

9. Foodnext, ‘你喝的是果汁、果汁飲料, 還是果汁風味水! ?’, 2017.07.01

10. Ctitv, 超獵奇! 7-11「原汁現榨果汁」長這樣 網傻眼: 本末倒置了, 2017.06.05

대만 위생복지부



출처 : 대만 위생복지부
(www.mohw.gov.tw)

대만 위생복지부, 식품 안전에 집중

2016년 1월 6일 대만 위생복지부(Ministry of Health and Wellness)는 식품 안전정책백서(2016 ~ 2020)를 발표함. 치앙 위 메이(Chiang Yu-mei) 대만 식품안전청장은 “대만 정부는 고질적인 식품 스캔들 문제를 해결하고자 이번 식품안전정책백서를 발표했다. 식품 제조업체에 대한 철저한 관리와 엄격한 등록 절차를 통해 대만 소비자들의 안전을 제고하고자 한다.” 라고 전함

이번 식품안전정책백서는 총 19개의 전략과 51개의 계획으로 구성되어 있음. 주요 내용으로는 농업, 화학, 식품의 잠재적인 위협 제거와 대중들의 적극적인 정책 입안 참여, 병해충에 대한 검역 메커니즘의 강화 등이 있음¹¹.

수입 식품 관리 규정 강화

2017년 8월 11일, 대만 위생복지부 식품약물관리서가 식품 및 관련 제품의 수입 검사 방법에 대한 조항을 부분적으로 수정함. 대만 식품안전위생관리법 제30조 규정에 따르면 식품, 유전자 변형된 식품 원료, 식품 첨가물, 식품기구, 식품 용기 또는 포장, 식품용 세제가 수입될 시, 해관 전용화물 분류번호에 따라 위생복지부에 관련 정보를 수정함으로써 검사 효율을 높이고자 함

대만 식품 통관 검사 시 「식품 및 관련 제품 수입검사 방법」은 가장 기초가 되는 검사 규정으로 변경 수정된 분에 대한 숙지가 필요하며, 해당 수정 사항을 고려하여, 수출 전 해관 전용화물 분류 번호에 따른 기입정보를 확인 해야함¹².

11. 대만 위생복지부, '進口食品質量安全狀況白皮書', 2016.01.06

12. 대만 위생복지부, '食品及相關產品輸入查驗辦法部分條文修正草案總說明', 2017.08.11

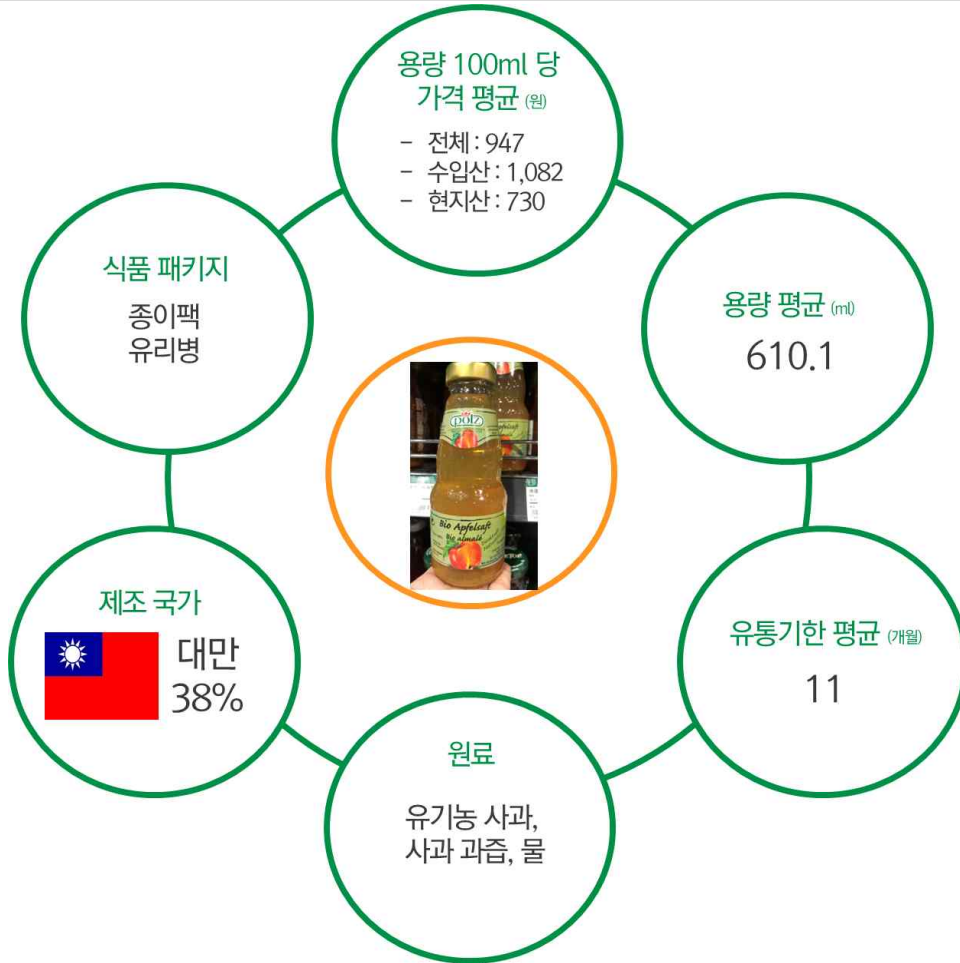


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW







※용량, 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

구분	제품명	업체명	제조국가
1	有機蘋果汁	Vitamont/ 法國維特蒙	프랑스
2	100%有機蔓越莓汁	Elite	터키
3	好鮮有機蘋果汁	Polz	독일
4	德國Voelkel有機蘋果原汁-Demeter	Voelkel	독일
5	奧地利好喝蘋果汁	RAUCH	오스트리아
6	Organic Pure Apple Juice	Goodsome	미국
7	日本青森蘋果汁	青森	일본
8	100%純天然蘋果汁	BIOES	남아프리카공화국
9	100%樹頂純蘋果汁	Treetop	대만
10	100%Organic有機真胡蘿蔔汁	Green&Safe	대만
11	有機系列100%有機蘋果汁	Comat	대만
12	康瑟司100%纖醇蘋果汁	Sunkist	대만
13	寶吉純果汁100%蘋果	義美	대만

출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07)

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

유기농마트	스페셜티 그로서리	슈퍼마켓	유기농마트	슈퍼마켓
Cotton Field Health Stores	Green&Safe	Lafe Market	Jasons Market Place	Wellcome
				
No. 1189, Zhongzheng Road, Taoyuan District, Taoyuan City, Thailand 330	Thailand Taipei City, Da'an District, Section 2, Xinyi Road, 158號	No. 418, Section 4, Ren'ai Road, Da'an District, Taipei City, Thailand 106	No. 45, City Hall Rd, Xinyi District, Taipei City, Thailand 110	106 Thailand Taipei City, Da'an District, Section 3, Zhongxiao East Road, 218號

출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정¹³.

구분	제품명	업체명	제조국가
1	有機蘋果汁	Vitamont/ 法國維特蒙	프랑스
2	100%有機蔓越莓汁	Elite	터키
3	好鮮有機蘋果汁	Polz	독일
4	德國Voelkel有機蘋果原汁-Demeter	Voelkel	독일
5	奧地利好喝蘋果汁	RAUCH	오스트리아
6	Organic Pure Apple Juice	Goodsome	미국
7	日本青森蘋果汁	青森	일본
8	100%純天然蘋果汁	BIOES	남아프리카 공화국
9	100%樹頂純蘋果汁	Treetop	대만
10	100%Organic有機真胡蘿蔔汁	Green&Safe	대만
11	有機系列100%有機蘋果汁	Comat	대만
12	康瑟司100%纖維蘋果汁	Sunkist	대만
13	寶吉純果汁100%蘋果	義美	대만

출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	용량(ml)	4	포장형태
2	가격(TWD)	5	원료
3	유통기한(개월)	6	제조국가

13. 사과주스의 제품의 경우 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등으로 납품되는 B2C 채널과 레스토랑, 호텔 등으로 납품되는 B2B 채널로 유통됨. 본 현지 조사는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 유기농매장 등 B2C 유통채널 방문을 통해 유기농 제품을 중점적으로 조사를 진행하였기 때문에, 수출입 통계의 수입액 상위 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

대만 내 사과주스 유사 경쟁제품, 100ml당 평균 가격 947원¹⁴.

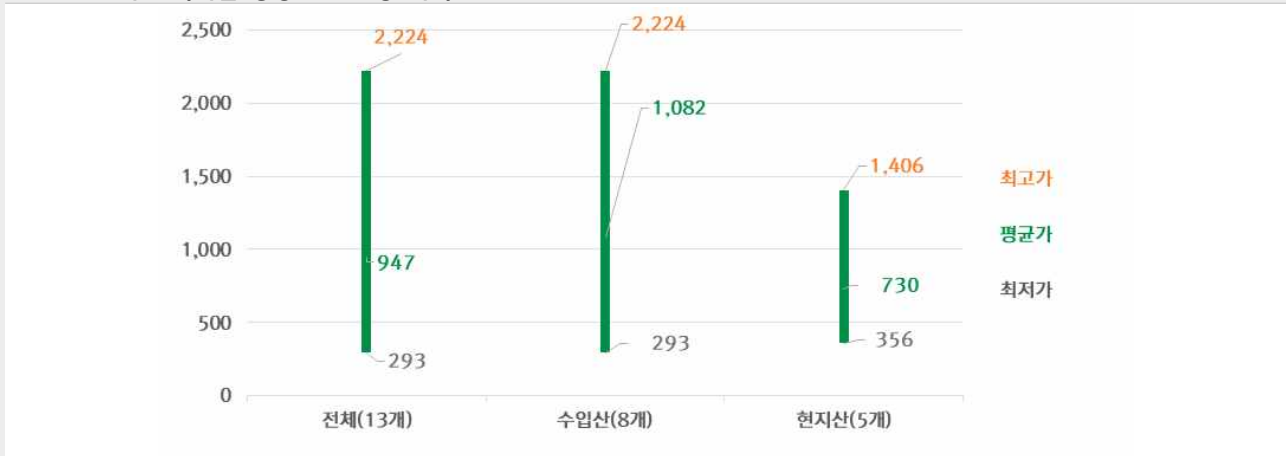
대만 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 용량 당 가격을 분석한 결과, 현지산 제품 5개 및 수입산 제품 8개, 총 13개의 제품 대상으로 100ml당 평균 가격이 약 947원으로 산출됨

수입산 8개 제품의 100ml당 평균 가격은 1,082원으로 현지산 5개 제품의 100ml당 평균 가격인 730원에 비해 352원 비싼 것으로 나타남. 한편, 수입산 제품들의 최고가와 최저가 차이가 1,931원으로 매우 크게 나타남

경쟁제품의 평균 용량은 610.1ml이고, 유통기한은 평균 11개월로 산출됨

표 3.1 : 제조 국가별 용량(100ml)당 가격

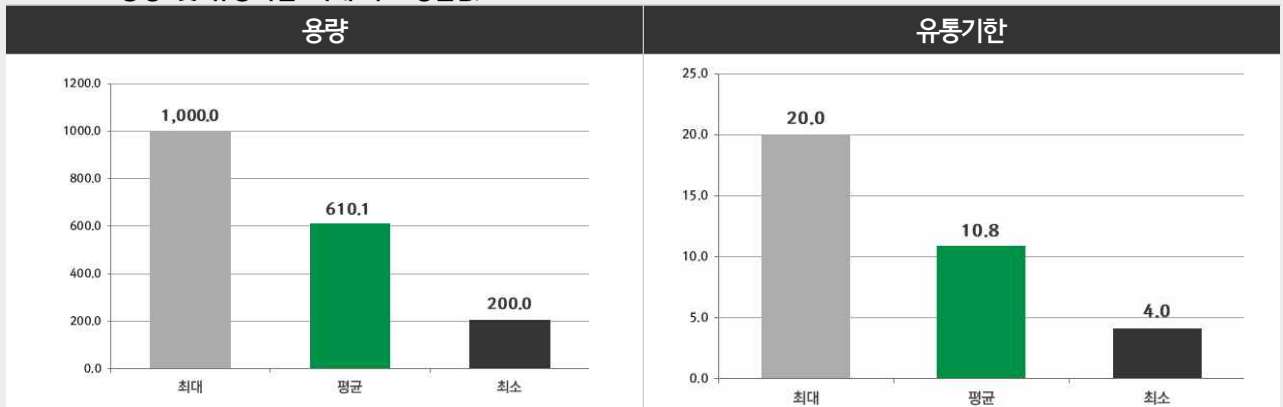
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07), 13개 제품 기준

표 3.2 : 용량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹⁵.

(단위 : ml, 개월)



출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07), 13개 제품 기준

14. 1달러(TWD) = 37.07원(KRW)(KEB 하나은행 고시 기준, 2017.07.18)

15. 용량, 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

사과주스 유사 경쟁제품의 외장재 형태는 병 또는 팩

총 13개의 경쟁제품 중 8개 제품의 외장재는 병모양의 형태이며 재질은 유리로 확인됨. 나머지 5개의 제품은 종이로 된 팩으로 포장됨

유사 경쟁제품의 원산지 비율은 해외·현지, 8:5

현지 조사 제품 13개의 경쟁제품 중 5개의 제품은 현지산 사과주스였으며 8개의 제품은 독일, 프랑스, 터키 등 수입산 사과주스였음

유기농 시장 확대

조사 대상 매장 5곳 모두 유기농 사과주스(크랜베리/당근) 또는 100% 과일과즙으로 추출된 상품으로 진열됨. 건강을 강조한 제품들은 유기농 마트뿐만 아니라 일반 슈퍼에서도 판매됨

표 3.3 : 사과주스 유사 경쟁제품 외장재 분류 예시



출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07), 13개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가





제품명	제조국가	제조국가 비중
有機蘋果汁	프랑스	 <ul style="list-style-type: none"> ■ 대만 ■ 독일 ■ 프랑스 ■ 터키 ■ 오스트리아 ■ 미국 ■ 일본 ■ 남아프리카 공화국
100%有機蔓越莓汁	터키	
好鮮有機蘋果汁	독일	
德國Voelkel有機蘋果原汁-Demeter	독일	
奧地利好喝蘋果汁	오스트리아	
Organic Pure Apple Juice	미국	
日本青森蘋果汁	일본	
100%純天然蘋果汁	남아프리카 공화국	
100%樹頂純蘋果汁	대만	
100%Organic有機真胡蘿蔔汁	대만	
有機系列100%有機蘋果汁	대만	
康瑟司100%纖維蘋果汁	대만	
寶吉純果汁100%蘋果	대만	

출처 : 현지방문조사(Cotton Field, Green&Safe, Lafe, Jasons, Wellcome 2017.07), 13개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보





대만 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 01	제품 02
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	Vitamont/ 法國維特蒙	Elite
	제품명	有機蘋果汁	100%有機蔓越莓汁
	용량(ml)	1,000	200
	가격(TWD)	200	120
	포장형태	종이팩	유리병
	원료	유기농 사과주스	유기농 크랜베리 주스
	유통기한 (개월)	14	17
	제조국가	프랑스	터키
취급처	판매확인 매장	Cotton Field Health Stores	Green&Safe

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	Polz	Voelkel
	제품명	好鮮有機蘋果汁	德國Voelkel有機蘋果原汁-Demeter
	용량(ml)	200	1,000
	가격(TWD)	85	188
	포장형태	유리병	종이팩
	원료	유기농 사과주스	유기농 사과주스
	유통기한 (개월)	13	4
	제조국가	독일	독일
취급처	판매확인 매장		
	Lafe Market	Lafe Market	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	RAUCH	Goodsome
	제품명	奧地利好喝蘋果汁	Organic Pure Apple Juice
	용량(ml)	200	946
	가격(TWD)	59	359
	포장형태	유리병	유리병
	원료	사과 과즙	유기농 사과주스
	유통기한 (개월)	12	11
제조국가	오스트리아	미국	
취급처	판매확인 매장		
		Lafe Market	Jasons Market Place

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	青森	BIOES
	제품명	日本青森蘋果汁	100%純天然蘋果汁
	용량(ml)	1,000	1,000
	가격(TWD)	169	79
	포장형태	유리병	종이팩
	원료	사과 99.8%, 비타민C 0.2%	100% 사과주스
	유통기한 (개월)	7	5
제조국가	일본	남아프리카공화국	
취급처	판매확인 매장		
		Jasons Market Place	Wellcome

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	TREETOP	Green&Safe
	제품명	100%樹頂純蘋果汁	100%Organic有機真胡蘿蔔汁
	용량(ml)	300	290
	가격(TWD)	35	110
	포장형태	유리병	유리병
	원료	100% 사과주스(물, 사과 과즙)	유기농 당근주스(대만), 유기농 당근 과즙(미국), 물
	유통기한 (개월)	20	10
제조국가	대만	대만	
취급처	판매확인 매장	Wellcome	Green&Safe

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	Comat	Sunkist
	제품명	有機系列100%有機蘋果汁	康瑟司100%纖維蘋果汁
	용량(ml)	295	750
	가격(TWD)	55	155
	포장형태	유리병	유리병
	원료	물, 유기농 사과 과즙 (미국, 네덜란드, 터키, 폴란드)	물, 사과 과즙
	유통기한 (개월)	12	6
제조국가	대만	대만	
취급처	판매확인 매장	Lafe Market	Jasons Market Place

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13
제품 이미지	앞면	
	뒷면	
제품 스펙	업체명	義美
	제품명	寶吉純果汁100%蘋果
	용량(ml)	750(125ml x 6cp)
	가격(TWD)	72(6cp 기준)
	포장형태	종이팩
	원료	물, 사과 과즙
	유통기한 (개월)	10
제조국가	대만	
취급처	판매확인 매장	Wellcome

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Coca-Cola : Minute Maid	Sunkist	HeySong(黑松)
		미국	미국	대만
기업 개요	설립년도	1886년	1893년	1925년
	총 매출	약 418억 6,800만 달러(2016년) 약 47조 4,657억 원	약 10억 달러(2016년) 약 1조 1,333억 원	약 92억 1천만 대만 달러(2016년) 약 3,457억 4,340만 원
	취급품목	스포츠음료, 탄산음료, 주스	오렌지, 레몬, 자몽, 카라카라 등	생수, 탄산음료, 과일주스 등
제품 정보		 <p>사과주스</p>	 <p>사과주스</p>	 <p>사과주스</p>
판매 전략	홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> · 스토리텔링을 통한 온라인 홍보 - 기업 페이스북에 스토리텔링 방식을 활용하여 제품을 홍보함 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 상세 스펙 조회가 가능한 온라인 매장 운영 - 제품 상세 스펙 및 고화질 사진을 제공하여 제품을 홍보 및 판매함 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 기사를 통한 신제품 홍보 - 기사를 통해 제품의 효능에 대해 소개하며, 포장에 대한 디자인 감각을 홍보함
	캐치프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> · 감정을 공유 하세요 - 자사 제품을 통해서 좋은 감정을 같이 느낄 수 있다는 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> · 우리의 가족농장에서 식탁까지 - 생과일의 신선함을 강조 하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 풍부하고 달콤한 과일의 풍성한 맛 - 신선함과 맛에 대한 강조를 하고 있음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스¹⁶.

방법론 01. 취급 제품 유사성 및 인지도 경쟁사 홈페이지 활용

- 원료 함유량이 100%인 주스를 취급하고 있는 기업
- Coca-Cola : Minute Maid
- Sunkist
- Heysong

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 果汁(주스), 蘋果汁(사과주스), 橙汁(오렌지주스), 有機果汁(유기농주스), 綜合果汁飲料(혼합주스), 飲料(음료)
- 온라인 쇼핑몰 분석
- PChome24 (24h.pchome.com.tw)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 대만 현지 유기농마트, 슈퍼마켓, 스페셜티 그로서리 방문(2017.07)
- Cotton Field Health Stores
- Green&Safe
- Jasons Market Place
- Lafe Market
- Wellcome

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(취급 제품 유사성)
+ 방법론 02(온라인 조사)
+ 방법론 03(오프라인 방문 조사)

미국, 대만 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

미국	미국	대만
		
· 취급 제품 유사성 및 인지도 <input checked="" type="checkbox"/>	· 취급 제품 유사성 및 인지도 <input checked="" type="checkbox"/>	· 취급 제품 유사성 및 인지도 <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 내 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>

16. 오프라인 현지 매장 방문 조사를 통하여 1개의 경쟁사 Sunkist를 도출하였으며, Coca-Cola와 Heysong의 경우 경쟁사 홈페이지와 온라인조사를 통하여 대만 음료시장 내 판매율 상위를 차지하여 경쟁사로 추가 선정함

2. 경쟁사별 현황 파악

Coca-Cola 정보

- 대표 전화 : +886-3-364-8800
- 주소 : 台灣桃園市興邦路46號
- 출처 : Coca-Cola(www.coke.com.tw)

미국 기업 분석 : Coca-Cola : Minute Maid

Coca-Cola는 1957년 대만에 정식으로 판로를 개척함. 1994년, 대만 Swire 그룹과 정식 파트너십 계약을 체결함에 따라 현재는 대만 내의 생산 및 마케팅, 시장 전략 수립, 브랜드 관리는 Swire 그룹에서 담당하고 있음. 취급 브랜드로 코카콜라 제로(2007), 미닛메이드(2008), 쿨 보디빌딩 차(2010), 原萃(2013) 등이 출시됨. 코카콜라는 대만 시장에서 12개의 브랜드와 스포츠 음료, 주스, 탄산음료를 포함한 20여 개의 제품을 판매하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1886년
- ② 총 매출 약 418억 6,800만 달러(2016년)
- ③ 취급품목 스포츠음료, 탄산음료, 주스



출처 : Coca-Cola(www.coke.com)

[제품 정보]

사과주스 유사제품 정보



사과주스



포도주스



오렌지주스

출처 : Coca-Cola(www.coke.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보 스토리를 통한 경험 제공



SNS(페이스북)에 단순한 제품의 선전보다 스토리와 함께 제품을 엮어 홍보물을 게재하고 있음. 이런 홍보 영상 및 짧은 글 등을 통해서 다양한 경험을 코카콜라가 제공한다는 이미지를 주고, 소비자의 문화 소비 욕구를 자극함

캐치프레이즈 감정을 공유 하세요



자사 제품을 통해서 느낄 수 있는 만족감을 함께 하자는 캐치프레이즈를 활용하여 홍보함

출처 : Coca-Cola facebook(www.facebook.com), Coca-Cola(www.coke.com.tw)

2. 경쟁사별 현황 파악

Sunkist 정보

· 대표 전화
: +1-661-290-8900
· 주소
: 27770 Entertainment Drive,
Valencia, CA 91355
출처 : Sunkist(www.sunkist.com)

미국 기업 분석 : Sunkist

Sunkist는 1893년에 설립된 회사로 가족 소유 농장, 전통 재배 관행, 자연 자원의 관리 및 혁신에 대한 헌신정신으로 오렌지, 오렌지 주스를 판매하기 시작하였음. 당사의 주요 사업 영역은 최고 수준의 다양한 프리미엄 오렌지, 오렌지음료, 과일음료이며 신선하고 자연적인 음료의 질을 유지하고 제공하기 위해 엄격한 규정을 준수하여 노력하고 있음. 태양열 발전, 절수 관개 시스템 및 저공해 차량의 사용을 통한 지속 가능한 농업 관행과 환경 친화적인 접근법을 사용하여 미래에 중점을 둔 지속 가능한 재배법을 채택하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1893년
② 총 매출 약 10억 달러(2016년)
③ 취급품목 오렌지, 레몬, 자몽, 카라카라 등



출처 : Sunkist(www.sunkist.com)

[제품 정보]

사과주스 유사제품 정보



사과주스



오렌지주스



오렌지 탄산음료

출처 : Sunkist(www.sunkist.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

제품상세 스펙 조회 가능한 온라인 매장 운영



다양한 건강 주스 제품을 고품질의 사진과 함께 제품의 상세한 성분을 조회할 수 있게 함

캐치프레이즈

우리 가족농장에서 식탁까지



주스의 원료인 사과일의 신선함을 강조 하고 있음

출처 : 유튜브(www.youtube.com/user/SUNKIST), Sunkist(www.sunkist.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

대만 기업 분석 : HeySong(黑松)

HeySong 그룹은 1925년에 설립되어 소다 제품 판매 사업을 시작함. 이후 'Fuji', 'Sanshou' 이라는 소다 브랜드를 런칭 하였고, 이는 HeySong 그룹의 주력 품목이 됨. 급변하는 시장의 환경에 맞춰 R&D에도 투자하고 있으며, 좋은 품질의 제품을 생산하기 위한 생산 설비를 갖추고 있음. ISO9001, ISO22000 인증을 획득하였고, 그 외의 국제 품질 인증, 건강 관련 인증 등을 보유함

HeySong 정보

- 대표 전화 : +886-2-2706-191
- 주소 : 台北市大安區信義路四段296號3樓
- 출처 : HeySong(www.heyson.com.tw)

[기업 개요]

- ① 설립년도 1925년
- ② 총 매출 약 92억 1천만 대만 달러(2016년)
- ③ 취급품목 생수, 탄산음료, 과일주스 등



출처 : HeySong(www.heyson.com.tw), Financial Times(markets.ft.com)

[제품 정보]

사과주스 유사제품 정보



오아시스 100% 사과주스



오아시스 오렌지주스



녹차(설탕 무첨가)

출처 : HeySong(www.heyson.com.tw)

[홍보 전략]

온라인 홍보

온라인 기사를 통한 신제품 홍보

HeySong은 최근 출시된 신제품인 '오아시스 100% 사과주스'를 홍보하기 위해 온라인 기사를 통해 신제품을 소개하고, 소비자에게 제품의 맛과 품질을 알리려는 전략을 펼치고 있다. 특히, '오아시스 100% 사과주스'는 신선한 사과를 100% 함유하여 건강한 음료를 찾는 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있다. 또한, '오아시스 오렌지주스'와 '녹차(설탕 무첨가)'도 온라인 기사를 통해 홍보되고 있다.



기사를 통해 제품의 효능을 소개하며, 포장으로 인한 시각적인 효과를 기대

캐치프레이즈

풍부하고 달콤한 과일의 풍성한 맛



新鮮果汁口感，每一口都可以喝到滿滿香甜濃郁的口感，是佐餐的最佳選擇。

한 모금 마실 때마다 느껴지는 신선함과 제품의 맛 강조

출처 : 聯合新聞網(udn.com), HeySong(www.heyson.com.tw)



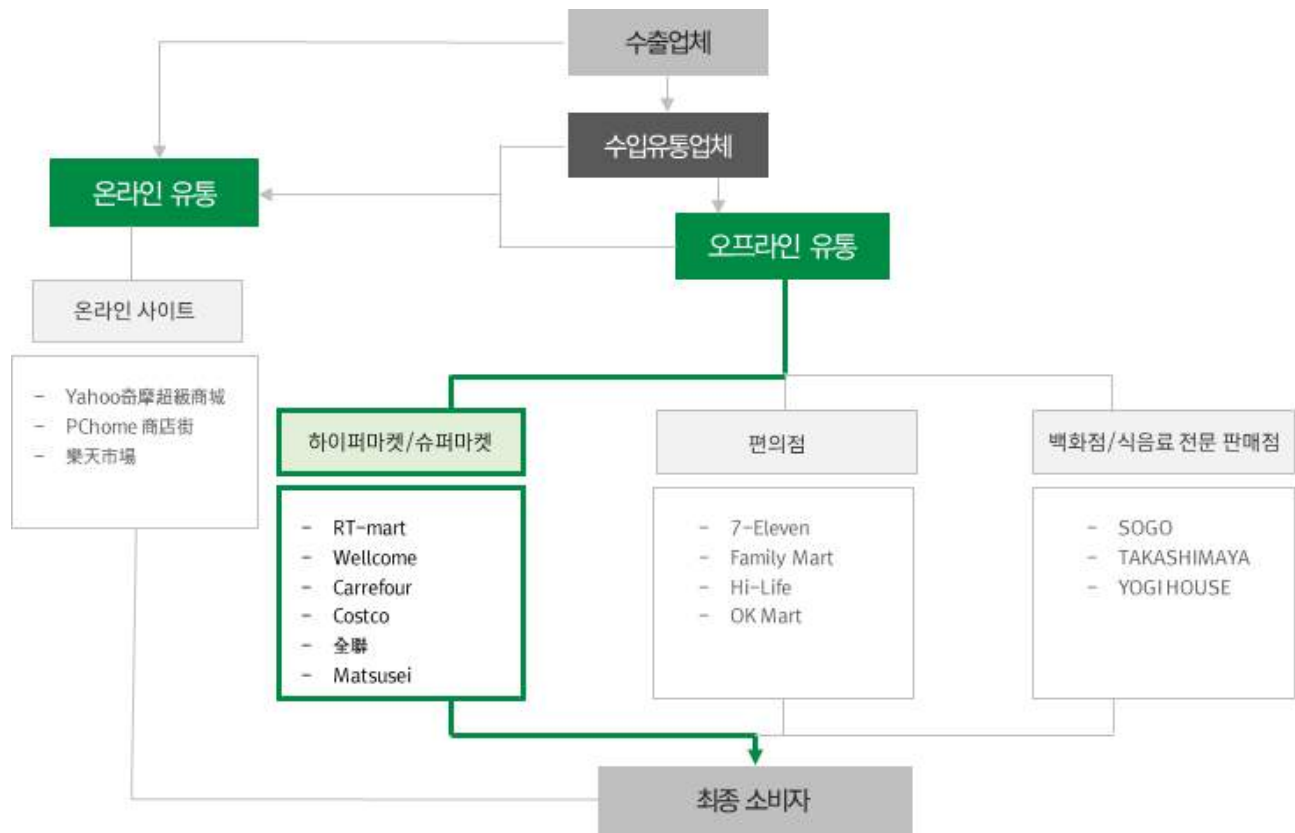
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

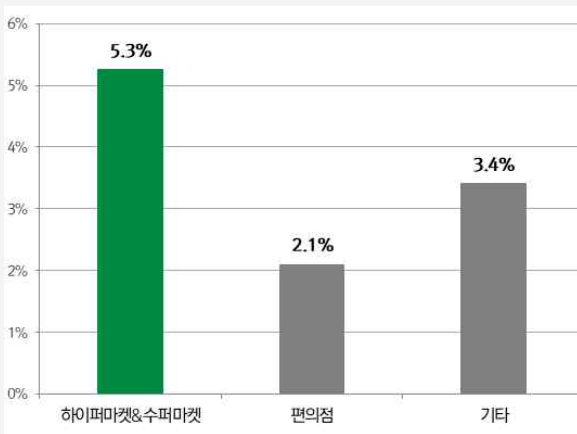
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 성장률¹⁷⁾



유통채널별 정의 및 특징

- 슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점(면적 280~2,300㎡ 이상)
- 하이퍼마켓 : 일용잡화류 외 공산품도 판매(면적 2,300㎡ 이상)
- 편의점 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- 기타 : 온라인, 홈쇼핑, 재래시장, 기타 소매점

출처 : 미국 농림수산부(www.usda.gov)

17. 미국 농림수산부, 'Taiwan Retail Foods Annual 2016', 2016.12.19

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 다양성을 추구하는 대만의 하이퍼마켓·슈퍼마켓

2017년 대만 현지 매체 Focus Taiwan이 발표한 기사에 따르면, 대만 국민의 소득수준 향상에 따라 소비구조도 변함. 대만의 대형마트는 최근 몇 년간 꾸준히 성장하고 있으며 2016년 기준 Carrefour와 Costco가 대만 전체 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 약 70% 이상을 차지하고 있음. 이로 인해 관련 업계들은 매출 확대를 위한 공격적인 마케팅 전략을 펼치고 있음¹⁸.

대만의 슈퍼마켓인 Wellcome Mart, Taiwan Fresh Supermarket, PX Mart 등은 상권의 발전정도에 따라 매장을 오픈하는 경우가 많기 때문에 주로 타이베이와 같은 인구가 밀집된 대도시 지역에 분포해 있음

표 5.1 : 대만 대형마트별 예상 실적 및 성장률

매장	대만 내 매장 수	예상 실적
	13	약 750억 대만달러 약 2조 8,090억 원
	97	약 600억 대만달러 약 2조 2,470억 원
	24	약 200억 대만달러 약 7,490억 원
	16	약 200억 대만달러 약 7,490억 원

출처: Focus Taiwan(focustaiwan.tw)

18. Focus Taiwan, 'Hypermarket sales could hit new high in 2017', 2017.05.30

1. 추천 진출 경로

ROUTE #2. 온라인 채널

: 대만 내 늘어나는 온라인 유통채널의 수요

온라인 매체 Payoneer Blog에 따르면 온라인 유통채널을 통해 제품을 구매하는 대만 소비자의 수는 날로 증가 하고 있음. 특히 스마트폰을 통한 온라인 구매가 증가하고 있음. 전체 온라인 구매 가운데 70%가 스마트폰을 통해 이루어짐. 스마트폰을 통해 구매자들은 제품 관련 정보를 쉽게 파악할 수 있고 편리한 구매가 가능하기 때문에 해당 방식을 선호함

또한, 온라인 유통채널이 인기를 얻는 요인으로 적립금, 포인트 등과 같은 부가 서비스를 언급함. 적립금을 쌓기 위해 다시 온라인 쇼핑물을 찾는 소비자가 늘고 있다 전함¹⁹.

ROUTE #3. 편의점

: 세계에서 가장 높은 대만의 편의점 밀집도

대만 경제부(MOEA)에 따르면 2016년, 대만 편의점의 매출액은 약 93억 2,000만 달러를 기록함

대만의 주요 편의점은 총 1만 199개의 매장이 있으며 일본이 국민 2,317명 당 편의점 1곳을 보유한 것과 비교했을 때, 지역 주민 2,304명 당 편의점 1곳이 밀집해 있는 것으로 나타남. 이는 일본을 앞서 세계에서 가장 높은 수준의 편의점 밀집도임²⁰.

19. Blog Payoneer, 'Why eCommerce is booming in Taiwan', 2016.08.28

20. Focus Taiwan, 'Taiwan convenience store density tops world: sales may grow in 2016', 2016.07.02

1. 추천 진출 경로

유통채널별 성장률

2016년 미국 농무부의 발표에 따르면 대만 내 유통채널별 성장률은 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 5.3%, 편의점과 기타(온라인, 홈쇼핑, 재래시장, 기타 소매점)는 각각 2.1%, 3.4%로 집계됨

제품 적합성

현지 조사 결과, 하이퍼마켓·슈퍼마켓에서 수입 식품을 취급하는 것으로 조사됨. 또한, 대표 온라인 유통채널인 PChome Online 사이트²¹ 및 편의점 7Eleven에서도 수입 식품을 별도로 분류하여 판매하고 있는 것으로 나타남

한국산 취급 여부

대만 내 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 온라인, 편의점 모든 유통채널에서 한국산 식품을 취급하는 것으로 나타남. 특히, 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓에서 한국산 식품의 수요가 높은 것으로 전해짐. Carrefour는 2017년 7월 “Korea Week” 행사를 진행함. 약 300개여의 신규 한국 식품을 선보이며 행사를 성황리에 진행함²².

표 5.2 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	유통채널별 성장률	유통채널별 성장률 약 5% 이상 차지	
2. 제품적합성	수입 식품 취급 여부	수입식품 취급 유무		
3. 진출가능성	한국제품 취급 여부	한국산 식품 취급 유무		
 온라인	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	유통채널별 성장률	유통채널별 성장률 약 5% 이상 차지	
2. 제품적합성	수입 식품 취급 여부	수입식품 취급 유무		
3. 진출가능성	한국제품 취급 여부	한국산 식품 취급 유무		
 편의점	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	유통채널별 성장률	유통채널별 성장률 약 5% 이상 차지	
2. 제품적합성	수입 식품 취급 여부	수입식품 취급 유무		
3. 진출가능성	한국제품 취급 여부	한국산 식품 취급 유무		

21. PChome 온라인 쇼핑몰(shopping.pchome.com.tw)

22. TaiwanNews, 'Carrefour Taiwan launches its Korea Week', 2017.07.19

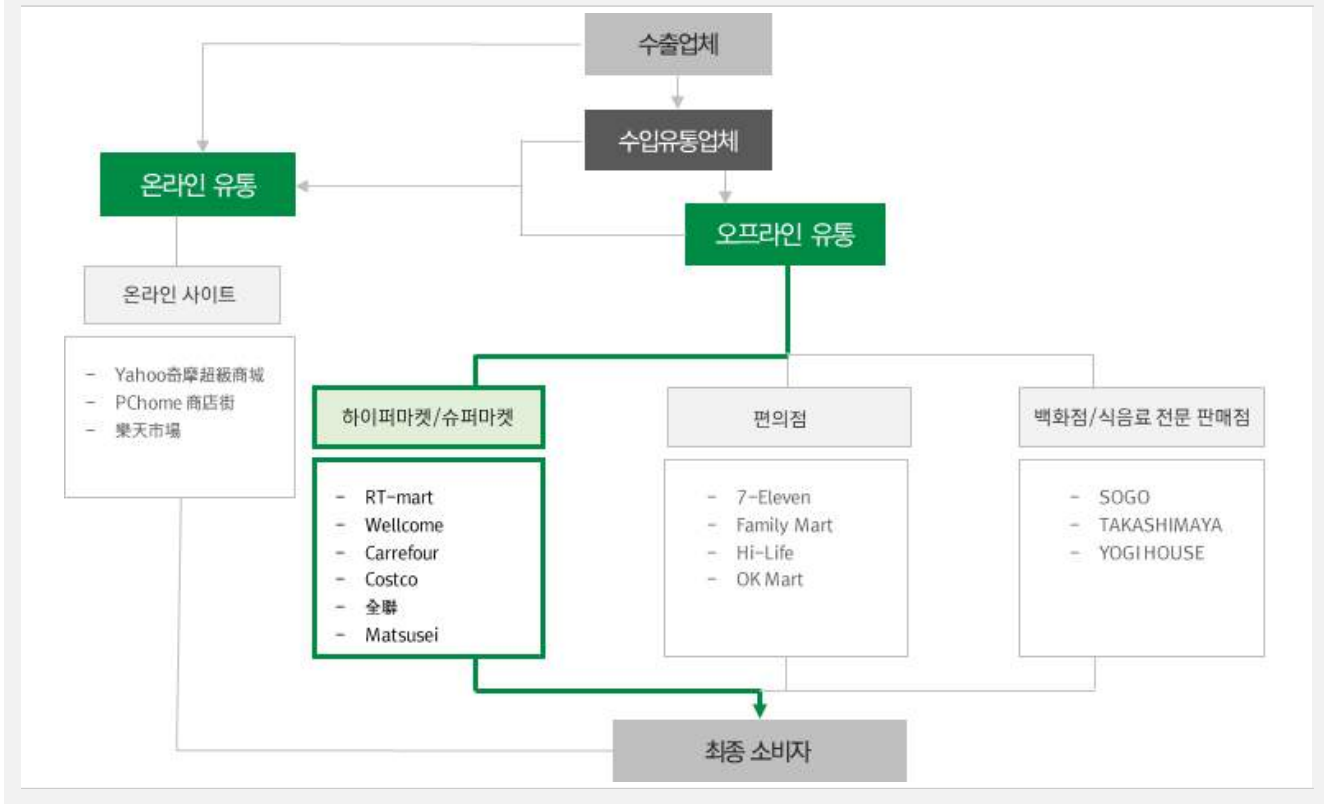
1. 추천 진출 경로

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

대만 내 사과주스 유통은 크게 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓, 편의점, 온라인 및 기타 등 3가지 형태로 이루어지는 것으로 조사됨. 이 중, 하이퍼마켓의 경우 2015년 성장률이 5.3%로 가장 높았으며 Costco, Carrefour, RT-MART, A-mart 등 여러 다국적 대기업들이 주도하여 대만 내 전체 시장을 선도하고 있음. 특히, Costco와 Carrefour는 대형유통매장 내 매출액의 약 70%를 차지함²³.

최근 소형마트인 PX-MART, SIMPLE MART 등이 적극적으로 매장 수를 확장 시키면서 대형유통매장의 매장 오픈이 다소 둔화되고 있으나 대만 최대 매출액을 보이고 있는 Costco는 2016년 초, 신장점을 오픈하여 총 13개 매장으로 확대했으며 2018년 역시 추가 1개점을 오픈할 예정임. 또한, Carrefour는 대만 내에 현재 총 94개점으로 2016년에는 소형마트 10개점을 오픈하였고 향후 소형 Carrefour 형태로 50개점 추가 오픈을 목표로 하고 있음

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



23. 대만 경제부(www.moea.gov.tw)

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

수입 사과주스 취급
유통업체 대상 인터뷰 진행
(2017년 7월)

Q1. 제품의 구매요인은 무엇인가요?

“설탕이 함유되지 않은 제품이어야 하며 유기농 사과주스 제품은 대만 시장에 이미 많이 유통되고 있기 때문에 외관, 품질, 가격, 맛이 주요 구매요인이다.”

수입 사과주스 유통업체
馥聚有限公司 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“중년층 이상은 건강에 좋은 원료가 함유된 제품을 선호하며, 일반적으로는 신맛이 적은 제품을 선호한다. 신맛이 적고 합리적인 가격이 제품의 핵심 구매요인이다.”

수입 사과주스 유통업체
天廚國際股份有限公司 담당자 Liu 와의 인터뷰 中, 2017.07

Q2. 현재 사과주스의 수요는 어떠한가요?

“사과주스는 현재 Pchome과 유사한 온라인 쇼핑몰에서도 많이 판매되고 있다. 일반 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓, 백화점에서는 유기농이 아닌 일반 사과주스가 많이 유통된다.”

수입 사과주스 유통업체
瑞盟行銷股份有限公司 담당자 Mr. Lin 과의 인터뷰 中, 2017.07



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Costco	RT-Mart	Carrefour
		미국 (하이퍼마켓)	대만 (하이퍼마켓)	프랑스 (하이퍼마켓)
유통업체 개요	설립년도	1997년(대만 진출년도)	1996년	1987년(대만 진출년도)
	매장 소재지	타이베이 등 7개 도시	타이베이 등 7개 도시	타이베이 등 7개 도시
	점포 수	13개(2017년)	22개(2017년)	99개(2017년)
	취급품목	식품, 음료, 가전제품 등	식품, 음료, 생활용품 등	식품, 음료, 의류잡화 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 매장 수 확장 및 매출확대 - 2017년 1월, 13번째 점포 오픈 및 매출실적 800만 대만 달러 달성을 목표로 설정함 	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경 쇼핑 문화 장려 - 비닐봉투 판매를 금지하고 환경 친화적인 쇼핑백을 소개하여 친환경 쇼핑 문화를 장려 	<ul style="list-style-type: none"> · 한국 제품 판매 증대 - 한류의 영향으로 인한 한국 제품 수요 증대로 관련 제품 판매 및 이벤트 기획
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 회원제와 낮은 이익률을 통한 소비자 유인 - 제품 마진 상한을 14%로 설정하여 제품 가격 낮춤 - 회원제로 서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 할인 프로모션을 통한 매출 증대 - 5월 1일 노동절 기간 5.1% 할인 이벤트로 매출 증대 	<ul style="list-style-type: none"> · 시즌별 할인정책 및 요리 레시피 제공 - 시즌별 할인 이벤트를 통하여 매출 증대 노력 - 홈페이지 내 요리 레시피 제공을 통해 식료품 홍보

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Costco

세계 최대 유통업체 중 하나로 미국에 본사를 두고 있으며, 현재 전 세계 8개 국가에서 운영하고 있음. 넓은 회원제에 바탕을 둔 강력한 구매력으로 회원들에게 저가격 고품질의 제품을 제공하고 있음. 또한 Costco는 교육, 아동 및 건강에 대한 지원 프로그램을 운영하고 있으며, 지역사회에 대한 기부를 하고 있음

표 6.1 : Costco 매장 정보

기업 정보	컨셉	고품질 소품종 저가격 제품을 도매 클럽 형태로 회원에게 제공
	대표 주소	台北市內湖區民善街255號
	대표 전화	+886-2-2792-2998
주요 판매품목		식품, 음료, 가전제품, 화장품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>매장 수 확대와 매출확대</p> <p>2017년 1월 Xinzhuang 지점을 열었고, 2년 이내에 3개의 매장을 새로 개장하며 적극적으로 매장 수 확보에 공을 들이고 있음. 이를 통해서 800만 대만 달러의 매출 달성과 대만 유통업체 시장에서의 리더로 발돋움 하고자 함</p> <p>온라인 쇼핑몰 오픈</p> <p>Costco는 온라인 쇼핑매장을 오픈하였으며, 오프라인 매장과 마찬가지로 회원제 형식으로 운영됨. 제품의 1/3은 오프라인 매장 인기제품으로 이루어지며, 나머지 2/3은 온라인 전용 특별 상품으로 구성됨</p>	
프로모션 전략	<p>회원제와 저가격 상품 제공</p> <p>Costco에서 판매되는 모든 제품은 마진율이 14%를 넘지 못하도록 규정되어 있음. 따라서 모든 제품에 대하여 저가격 정책을 유지할 수 있음. 이런 가격 정책은 Costco의 회원에게만 적용되어 소비자의 충성도를 유지하고 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Costco(www.costco.com.tw)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



RT-Mart

Ruitai Group이 1996년 유통업에 뛰어들며 RT-R&D Business Co., Ltd.를 설립함. 2001년 프랑스 유통기업인 Auchan과 업무협력을 통하여 국제적인 컨셉과 운영 방식을 도입함. 현재 대만 각지에 22개의 마트를 운영하고 있으며, 고객 서비스 증대 및 조달 등을 위하여 3개의 대형 바이어와 연합하여 운영하고 있음

표 6.2 : RT-Mart 매장 정보

기업 정보	컨셉	소비자의 생활과 밀접한 서비스 제공
	대표 주소	台北市內湖區新湖一路128巷36號2樓
	대표 전화	+886-800-010-020
주요 판매품목		식료품, 음료, 화장품, 가전제품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>매장 내 비닐백 판매 중지 결정</p> <p>RT-Mart는 2017년 7월 1일부터 매장 내 비닐봉투 판매를 금지하겠다고 5월 31일 발표하였으며, 이 결정은 환경 보호 증대와 탄소 저감 정책에 따르기 위함임. 이 결정으로 매년 사용되는 700만개 가량의 비닐봉투 사용을 줄일 수 있을 것으로 예측되며, 매년 3만 4,000 그루의 나무를 심는 효과를 가져 올 것으로 기대됨. RT-Mart는 앞으로 비닐 봉투를 대체하여 환경 친화적인 쇼핑백을 소비자에게 소개할 것임²⁴.</p>	
프로모션 전략	<p>할인 프로모션을 통한 매출 증대</p> <p>RT-Mart는 5월 1일 노동절 기간 동안 일부 품목에 대해 5.1%의 할인 이벤트를 진행하였음. 해당 품목에는 가전제품, 생활용품 등이 포함되었으며, 일부 품목에 대해서는 할인 쿠폰이 제공되었음. 이를 통해 RT-Mart는 전년 대비 3.93%의 매출 증대를 이룸</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : RT-Mart(www.rt-mart.com.tw)

24. Focus Taiwan, 'RT-Mart to stop sale of plastic shopping bags, starting July 1', 2017.05.31

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Carrefour

Carrefour는 1959년 설립되어 1987년 합자회사인 Jiafu Co., Ltd를 세우며 대만에 진출함. 당사는 세계적인 유통업체로 프랑스, 브라질, 스페인 등 30개국 이상에서 영업하고 있으며, 대만 내에서는 하이퍼마켓뿐만 아니라 편의점도 운영하고 있음. 2016년 The Business Times에 의해 대만 내 유통업계 서비스 부문 1위로 선정되었으며, 노동청으로부터 “Gold Award” 를 수상하는 등 서비스의 품질 증대와 근로자 복지 증대에 많은 노력을 기울이고 있음

표 6.3 : Carrefour 매장 정보

기업 정보	컨셉	Positive Everyday
	대표 주소	台北市北投區大業路136號
	대표 전화	+886-2-8006-9999
주요 판매품목		식료품, 음료, 화장품, 의류잡화 등
매장전경	 	
매장 이슈	<h3>한국 제품 판매 증대</h3> <p>최근 한류로 인하여 Carrefour에서 한국 제품을 찾는 소비자가 증가함. 이에 따라 다양한 종류의 라면, 화장품, 비스킷, 과일 등의 한국 제품을 구비하고 소비자에게 제공하고 있음. 또한, 2017년 7월의 한주를 “Korea Week”으로 지정하고 다양한 신규 한국 제품을 선보임</p>	
프로모션 전략	<h3>시즌별 할인 이벤트</h3> <p>Carrefour는 중원절²⁵ 이벤트, 여름 휴가철 이벤트를 통한 프로모션을 진행하고 있음. 중원절 이벤트는 6주간 진행되며 식료품을 중심으로 할인이 이루어지고, 휴가철 이벤트는 2달간 진행되며 텐트, 튜브 등 여름철 휴가 관련 제품 위주로 할인이 제공됨</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Carrefour(www.carrefour.com.tw)

25. 음력 7월 한 달 간 지속되는 대만 전통 명절

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 대만 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Wellcome	
매장 수	240개(2017년)
홈페이지	www.wellcome.com.tw
매장 개요	Wellcome 마트는 중화권 최대 슈퍼마켓이며 소비자들에게 신선한 제품을 제공하기 위해 지속적인 전략 수립과 제품 관리를 진행함. Wellcome 홈페이지에 일간 농약 검사 보고를 업데이트하며 소비자들의 꾸준한 신뢰를 얻고 있음

출처 : Wellcome Taiwan(www.wellcome.com.tw)

표 6.5 : 대만 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Yahoo	
취급 품목	건강기능식품, 가공식품, 미용제품, 의류 등
홈페이지	tw.yahoo.com
매장 개요	2002년 설립되어 13종류의 제품군과 40만개 이상의 제품, 2,500개의 공급 업체를 보유하고 있음. 이를 통해 소비자들의 접근성을 높여 효율적으로 쇼핑할 수 있도록 돕고 있으며 식품, 미용, 전자제품 등 다양한 제품군을 보유함
PChome	
취급 품목	식품, 가전, 운동용품, 생활용품 등
홈페이지	mall.pchome.com.tw
매장 개요	1996년 설립되어 자회사인 PChome 24h Shopping이 대만 내 최대 B2C사이트로 등극하였으며, PChome은 전 세계 104개국 대상으로 제품을 판매하고 있음. 2016년 공상시보의 '대만서비스업 평가'에서 대형온라인 쇼핑몰 부문에서 1위를 차지한 바 있음
Payeasy	
취급 품목	건강식품, 미용, 가전, 화장품 등
홈페이지	www.payeasy.com.tw
매장 개요	2000년에 설립되어 전국에 402만 명의 회원을 보유하고 있으며 전체 소비자들 중 31%가 젊은 여성 직장인인 것으로 집계됨. 이에 따라 Payeasy는 해당 소비자층을 겨냥한 제품을 주로 취급함

출처 : Yahoo(tw.yahoo.com), PChome(mall.pchome.com.tw), Payeasy(www.payeasy.com.tw)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 통관거부사례

통관 및 검역절차 OVERVIEW

대만 통관 검역 절차도



통관절차별 주의사항

통관절차	주의사항
수입 신고 전	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 물품을 수입하기 위해서는 대만 관세청에 기업정보를 등록하여야 함 - 수입자가 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관으로부터 등록된 업체이어야 함 - 해당 수입 물품이 허가/규제/금지품목 해당 여부 및 규제 내용을 재정부 관세국을 통해 사전에 확인하여야 함
수입 신고	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 정해진 방법으로 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함
물품 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 대만으로 수입되는 화물은 일부 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물이 검사대상이며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시함
관세 납부 및 통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고된 화물의 품목분류 및 과세가격 산정이 완료된 이후 세관에서 관세 및 제세를 산출하여 납부고지서를 발송함. 일반적으로 해당 관세를 납부한 이후에 수입화물을 반출할 수 있음

출처 : 대만 관세청(www.customs.gov.tw)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 대만 관세율 정보

C.C.C CODE	품명	관세율
		기본세율
2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)	-
2009.7	사과주스(Apple juice)	
2009.71	브릭스(Brix) 값이 20을 초과하지 않은 것	
2009.79	기타	
2009.79.10001	발효하지 아니한 것으로서 주정(酒精)을 함유하지 아니한 기타 천연사과주스	30%

대만 관세율 정보

대만 내 C.C.C CODE 2009.79.10001 품목의 경우

기본세율이 적용되어 **30%**가 부과됨

대만 부가가치세(VAT) 정보

대만 내 C.C.C CODE 2009.79.10001 품목의 경우 **영업세 5%**가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴에서 확인 하거나, 사이트 '관세법령정보포털 3.0'를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 대만 사이트의 경우 대만 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트 명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	대만 관세청	www.customs.gov.tw

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 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 검역절차

Step 01. 수입신고 전

사과주스를 대만에 수출하는 경우 식품위생관리법 및 ‘수입식품 및 관련 상품 검사 방법(輸入食品及相關產品查驗辦法)’에 의거해 식품의약품관리국에 수입검사를 신청하여야 함

식품의약품관리국은 2015년 6월 24일 수입식품의 위생 안전 확보를 위해 제1조 및 제17조 규정을 수정 발표함. 이에 따라 검역 장소는 식품의약품관리국이 지정하는 특정 장소로 제한됨

수입검사에서는 제품의 성분 및 규격이 해당 위생 기준에 부합하는지를 검사하는 것이 주를 이룸. 「規費法(지불비용법)」 제10조 1항에 의거하여 「수입식품 및 관련제품검험비용표준」 규정에 따라 검사비용을 산출함. 검험비용의 종류는 조사비, 현장 검사비, 연장조사 작업비, 통지서 발급비, 온라인 전송 자료 수정비, 검사비 등이 있음

수입검사를 진행할 때 식품 및 식품 첨가물 등이 식품안전위생관리법의 주요 조항에 어긋나는 상황일 경우 제조, 가공, 배합, 포장, 운송, 저장, 시판, 수출입 및 공개 진열이 불가함

한편, 수입자는 물품을 수입하기 위해서는 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 함. 수입자가 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 관세사는 세관으로부터 등록된 업체이어야 함. 이외에 해당 수입 물품이 허가/규제/금지품목 해당 여부 및 규제 내용을 재정부 관세국을 통해 사전에 확인해야 함

표 7.1 : 식품안전위생관리법 주요 조항

- 제1항: 변질 혹은 부패된 것
- 제2항: 덜 익어서 인체에 해를 끼치는 것
- 제3항: 유독성이거나 인체에 해를 끼치는 물질을 포함한 것
- 제4항: 전염병에 감염된 생물 혹은 유행성 바이러스에 중독된 것
- 제5항: 농약 잔류 량이나 동물성 의약품 잔류 량이 전 기준을 초과한 것
- 제6항: 방사능에 의해 오염된 것이나 방사능 제한치를 초과한 것
- 제7항: 불량제품이나 위조제품
- 제8항: 유통기한이 지난 것
- 제9항: 과거 식용전례가 없거나 인체에 무해하다고 증명되지 않은 것

출처 : 대만 관세청(www.customs.gov.tw)

1. 통관 및 검역절차

Step 02. 수입 신고

수입신고는 서면 및 인터넷 모두 가능하며 수입화물 도착 후 15일 이내에 수입 신청을 완료해야 함. 인터넷으로 수입신고를 할 경우 자료 전송일을 기준으로 하고, 서면 양식의 경우 서면 자료 도착일을 기준으로 함

수입신고는 납세의무자가 직접 해관을 방문하여 신고하는 ‘직접신고’와 수입신고 및 납세 등의 수속을 관세사가 대행하는 ‘위탁신고’ 방식이 있음. 수입신고는 대만 수입업체 및 관세사가 모두 할 수 있으나 수하인이 수입허가증이 없는 경우 통관이 불가능함

수입자는 ‘중화민국해관수입세칙’에 따라 수입상품에 대한 세칙과 세율을 적용하여 수입신고서에 기입해야 함. 대만 세관에서는 품목분류 사전 심사 제도를 운영하여 관세율 산정을 진행함

사전품목분류 심사 시에는 사전품목분류 신청서, 카탈로그, 매뉴얼, 성분표, 감정보고서, 가공제조설명서, 조작방법 및 원리, 사진이나 도안, 샘플(샘플의 경우 심사 후 반환신청이 가능함) 등을 구비해야 함

통관 전용 사이트를 이용해 통관하는 경우 송장(Invoice), 선하증권(B/L) 또는 기타 관련 자료를 세관 규정 방식에 따라 입력 후 전송해야 하며 전송 후 15분 이내에 회신을 받을 수 있음

또한 통관 전용 사이트에서 해당 수입품의 수입방식이 선별되며 수입통관 과정을 검색할 수 있음. 수입신고 사이트의 접속은 수입자가 IC증명 카드(Certificate IC Card)를 발급받아야 가능함

수입신고 시 제출해야 하는 서류는 하기의 표와 같음. 수입허가증의 경우 경제부 국제무역국에 등록된 수출입 업체나, 해운, 항공, 국제택배 등 수입 제한 품목 외 2만 달러 이하인 물품의 경우 면제됨

표 7.2 : 수입식품 통관 서류

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| - 상업송장(Commercial Invoice) 2부 | - 위임장 1부(위탁신고의 경우) |
| - 수입신고서 | - 수입허가증(Import Permit)(수입제한 항목의 경우) |
| - 화물인도지시서 혹은 항공화물운송장 | - 수입물품의 카탈로그 |
| - 포장리스트(Packing list) 1부 | - 기타 세관에서 요구하는 서류 |
| - 원산지 증명서 ²⁶ . | |

출처 : 대만 관세청(www.customs.gov.tw)

26. FTA 원산지증명서는 상공회의소 회원인 경우 무료로 발급이 가능하며 비회원엔 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과됨. 하지만 세관에서 원산지증명서 발급을 신청하면 무료로 발급받을 수 있음

1. 통관 및 검역절차

Step 03. 물품검사

물품이 반입되면 관세법 제23조 규정에 따라 수입 물품 중 일부 검사 면제 대상을 제외한 나머지 상품은 반드시 검사를 거쳐야 함

검사 시에는 수출입 화물 검역준칙 제11조에 따라 수입상품에 대한 포장 리스트, 선적예정목록, 팸플릿, 설명서, 상세도(설계도), 공중 보고서 등을 제출해야 함

검사는 C1(서면 서류 심사 면제 및 화물 검사 면제), C2(서면 자료 심사), C3(서면 자료 및 화물 검사 후 통관)의 방식으로 이루어짐, 수입신고인이 세관의 검역부문에 검사를 신청하면 검사원들은 신고인이나 화물주와 함께 화물이 있는 장소에서 검사를 진행하며 문건에 대한 조사를 먼저 진행한 후 화물을 검사함

일반적으로 화물의 10%에 대한 표본검사를 진행하여 해당 물품들이 수입 신고서의 내용과 일치할 때 나머지 90% 또한 일치한다고 판정함

수입상이 홍콩, 마카오, 일본, 한국, 동남아 지역에서 수입한 화물이거나 해외에서 반송되어온 수출품, 명확하고 구체적인 자료를 갖춘 비밀 안건, 입국 여행객들의 물품 등 고위험군으로 분류된 제품은 전량을 검사하고 있음

세관에서 검사하는 항목은 제출된 서류상의 화물과 실제 수입된 화물의 일치 여부, 서류상의 수량과 실제 화물의 수량 일치 여부, 원산지 표시 위반 여부 및 포장의 파손 및 훼손 여부 등이 있음. 검사방법은 검사면제, 표본추출검사, 전량검사 세 가지 종류가 있음

Step 04. 관세납부 및 통관완료

관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 다음 날부터 14일 이내(일요일과 법정공휴일제외)에 납부하여야 함. 수입 시 부과되는 세금은 현금 납부, 은행 송금, EDI 온라인 자동이체 등의 방법으로 납부가 가능함

환급에 대한 행정은 관무서의 보세 및 세금 환급처 제3과에서 담당함. 원료 수입업체와 가공생산업체, 그리고 완성품을 수출하는 업체의 경우 수입 관세를 비롯하여 물품세 및 부가가치세에 대하여 환급을 신청할 수 있음. 수출품에 대한 세금 환급은 해당 수출품의 원료를 수입한 다음 날로부터 1년 6개월 이전에 신청해야 하며, 신청 기간을 초과할 경우 세금환급이 불가능함. 수출품의 수출 시기는 원료 수입 후, 세금환급 신청기간 전이 됨. 관세 환급 신청 시에는 세관에서 요구하는 구비서류를 빠짐없이 준비해야 함

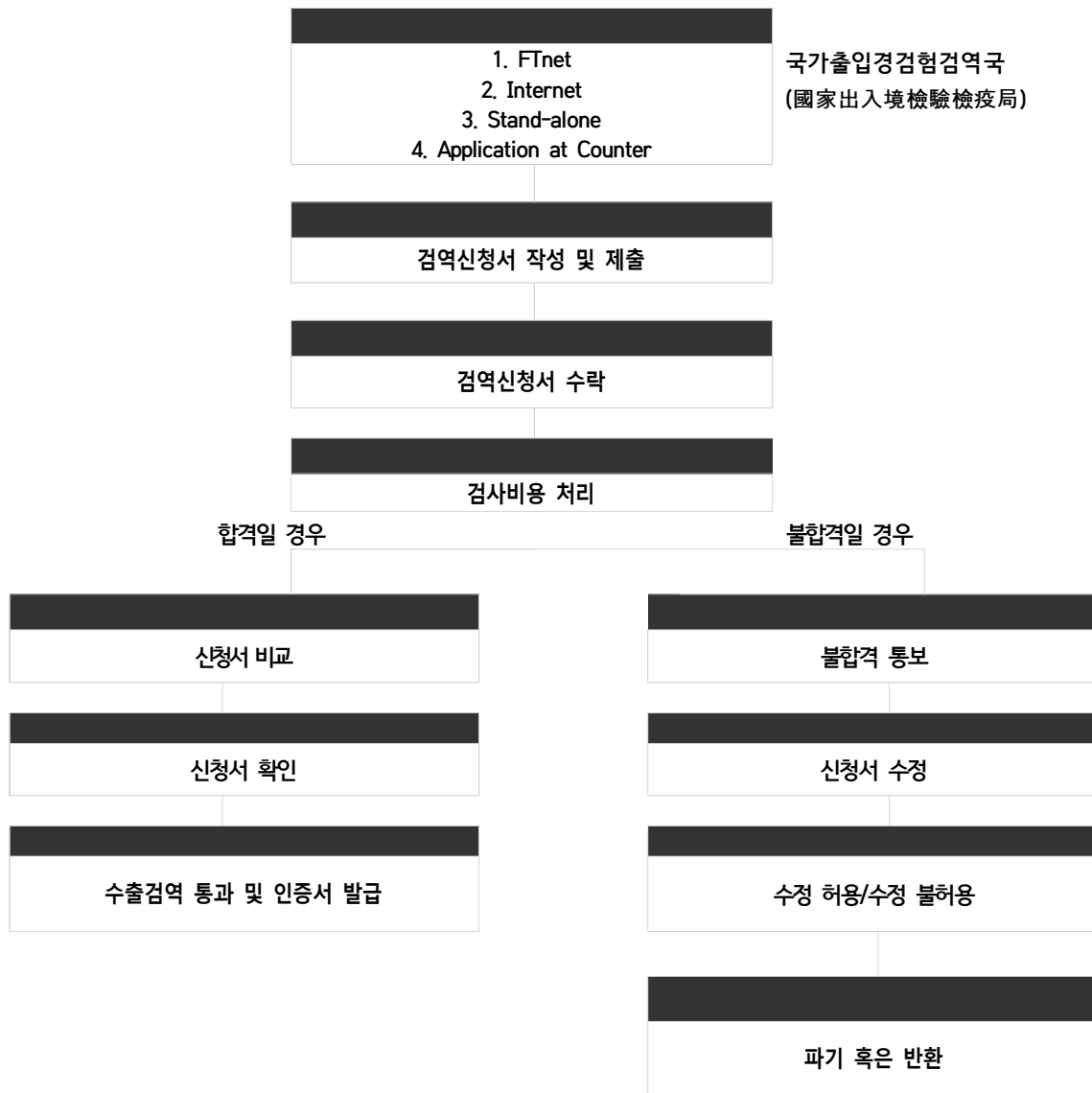
1. 통관 및 검역절차

표 7.3 : 관세 환급 신청 시 구비서류

- 수출품 세금환급 신청서(甲, 乙, 丙 양식이 있음)
- 세금환급용 수입신고서 사본
- 수출품의 사용 원료 및 해당 원료 공급업체에 대한 자료
- 세금환급 동의서
 - 원료 수입업체의 경우 수출업체의 세금환급 동의서
 - 완성품 제조업체의 경우 수출업체 및 수입업체의 세금환급 동의서
 - 완성품 수출업체의 경우 원료 수입업체의 세금환급 동의서

출처 : 식품의약품안전처, '대만 수입식품 관리 및 기준규격 체계', 2016.04.04

표 7.4 : 대만 위생검역 세부절차



출처 : 대만 관세청(www.customs.gov.tw), 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

2. 관세율 정보

대만 관세율표의 C.C.C 코드는 11자리

대만의 관세율은 C.C.C 코드를 11자리로 구성되어 있음. C.C.C 코드란 HS CODE와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어짐. C.C.C CODE 또한 국제 공통인 HS CODE 6자리 숫자를 동일하게 사용함

따라서 대만의 관세는 최종 11단위의 C.C.C 코드를 기준으로 대만 재정부 및 대만 관세청에서 고시하는 관세율표에 따라 부과되고 있음

사과주스, 기본관세율 적용되어 30% 부과

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’ 을 활용하는 방법이 있음. C.C.C. CODE의 앞 8자리는 HS CODE와 동일하므로 해당 정보원 내 확인이 가능함

‘사과주스’ 는 대만에서 C.C.C CODE 2009.79.10001(발효하지 아니한 것으로서 주정(酒精)을 함유하지 아니한 기타 천연사과주스)로 분류됨. 대만 내 C.C.C CODE 2009.79.10001에 부과하는 기본 세율은 30%임. 현재 대만 내 모든 수입 물품에 영업세 5%를 부과하고 있음

표 7.5 : 대만 내 사과주스 관세율 정보 분류 및 관세

국가	HS CODE/ C.C.C CODE	품명	관세율
			기본세율
한국	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)	-
	2009.7	사과주스(Apple juice)	
	2009.71.0000	-브릭스(Brix)값이 20을 초과하지 않은 것	
	2009.79.0000	-기타	
대만	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)	-
	2009.7	사과주스(Apple juice)	
	2009.71	-브릭스(Brix) 값이 20을 초과하지 않은 것	
	2009.79	-기타	
	2009.79.10001	-발효하지 아니한 것으로서 주정(酒精)을 함유하지 아니한 기타 천연사과주스	30%

출처 : 대만 관세청(www.customs.gov.tw), 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.gov.kr/clip/index.do)

3. FTA 정보

대만의 FTA 추진 현황

대만과 중국의 ECFA²⁷. 체결로 조기자유화(EHP, Early Harvest Program)²⁸.가 발효되었지만, 일부 품목에 한정되어 있어 단기적 영향은 제한적일 것으로 보임. ECFA 확대 협상 추진에 따라 양국 간 협력이 더욱 강화될 것으로 사료됨. 대만·중국 ECFA 이후 대만은 제3국과의 FTA를 추진하기 위해 노력 중임. 대만은 2015년 싱가포르와 FTA 협상을 체결했으며 도미니카 공화국, 파라과이, ASEAN 일부 국가 등과도 FTA 협상을 타진 중임

대만 기업의 중국 의존도가 높아지면서 중국의 위안화 절상에 따른 생산원가 상승을 비롯한 미국, 유럽 간의 무역마찰이 예상되어 대만은 중남미에 새로운 활로를 모색하는 중임. 중남미 국가들은 이미 FTA 협정을 통해 무역자유화가 진행되고 있으며 통합 속도가 빠르므로 대만은 해당 지역을 거점으로 세계에 진출할 계획을 수립하였음

표 7.6 : 대만 FTA 체결현황

	기체결	협상 중	검토 중
대만	파나마 FTA, 과테말라 FTA, 니카라과 FTA, 뉴질랜드 ECA, 온드라스·엘살바도르 FTA, 싱가포르 ASTEP, 중국 ECTA	(협상 중) 도미니카공화국 FTA, 파라과이 FTA (협상중단) EU FTA	인도 FTA, 말레이시아 FTA, 이스라엘 FTA, 필리핀 FTA, TPP, 미국, 호주, EU, 인도네시아, ASEAN, FTAAP

출처 : 산업통상자원부(www.fta.go.kr)

27. 중국과 대만은 2010년 6월 29일 중·대만 경제협력기본협정(ECFA)을 체결함

28. 조기자유화(EHP)는 관세를 철폐하는 프로그램으로 중국과 대만은 539개 물품의 관세를 2011년부터 3년간 순차적으로 철폐함

4. 통관 및 검역 주의사항

사과주스 수출 시 통관 및 검역 주의사항

대만으로 수출되는 모든 식품은 세관을 통과하기 전에 중문 라벨링이 필수적으로 부착되어야 함

대만은 식품 및 음료 라벨링 규정이 엄격한 편임. 규정을 준수하지 않은 라벨링은 통관이 거부될 우려가 있으므로 수출 전 라벨링 규정을 꼼꼼하게 확인해야 함

대만에서 식품유형별 기준 및 규격 분류는 크게 두 가지로 식품약품관리서에서 발행하는 식품위생기준과 경제부 표준검역국의 식품기준규격(CNS, Chinese National Standards)이 있음. 식품유형별 해당되는 위생기준 및 검사기준이 상이한데, 사과주스의 경우 음료위생기준을 따르며 수입 통관 시 검사기준은 음료위생기준 및 식품진균독소제한기준을 적용하여 검사함

식품의 진균독소제한기준은 식품위생관리법 제17조에 의거하며, 식품품목별로 제한기준을 정하고 있음. 단, 유아 식품의 진균독소는 영유아식품위생기준에 적합해야 함

경제부 표준검역국(NBS)에서는 식품유형별 기준 및 규격을 제공하고 있음. 식품기준규격(CNS, Chinese National Standards)은 대만 농림축산물 등에 대한 정의와 검사방법을 제정한 기준이며, 대만의 식품업체는 CNS 식품기준규격에 따라 식품을 생산·제조해야 함. 수입식품의 경우, CNS 기준을 참고할 필요가 있으며, 대만산 식품에 적용되는 CNS 기준 조회 사이트를 통해 식품유형별 정의 및 시험법 등을 조회할 수 있음

5. 통관거부사례

과일주스 통관거부사례

대만 식품약품소비자지식복무망(食品藥物消費者知識服務網)에서 공시한 과일주스의 통관거부 사례를 조사한 결과 4건의 제품이 통관거부 됨. 전체 제품 중 2건이 일본산이며 나머지는 남아프리카공화국, 미국산 제품인 것으로 확인됨. 한국산 제품의 통관거부사례는 확인되지 않아 세계 모든 국가 과일주스 품목의 통관거부 사례를 조사함. 과일주스의 통관거부사유는 라벨링 규정 위반, 성분 규정 위반 등임

표 7.7 : 과일주스 통관거부사례²⁹⁾

제품	과일주스
원산지	일본
통관 거부일자	2015년 4월
거부유형	서류미비
통관거부사유	기타 위생항목 불합격 판정(신고 내용과 증문 라벨의 제조사 주소가 불일치)
제품	과일주스
원산지	일본
통관 거부일자	2015년 4월
거부유형	서류미비
통관거부사유	기타 위생항목 불합격 판정(신고 내용과 증문 라벨의 제조사 주소가 불일치)
제품	과일주스
원산지	남아프리카공화국
통관 거부일자	2014년 8월
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	진균소 함량 규정 위반(황국독소 107ppb 검출)
제품	과일주스
원산지	미국
통관 거부일자	2012년 12월
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	방부제 함량 규정 위반(소르빈산 1.3g/kg 검출)

출처: 대만 식품약품소비자지식복무망(consumer.fda.gov.tw), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

29. 대만 식품약품소비자지식복무망(consumer.fda.gov.tw), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)을 포함한 온라인 웹사이트 조사결과 과일주스 품목의 대만 통관 거부사례로는 위 4개의 사례만 확인됨


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

권장인증 : CAS 인증(Chinese Agricultural Standard)

인증 설명	CAS 인증제도는 행정원 농원 위원회에서 만든 제도이며, 농산물 제품 및 가공 제품의 품질을 향상시키기 위함임	
발행기관	대만 우량농산품발전협회	
성격	선택 인증	
제출서류	사업자 등록증 및 생산관리 증명서 등	
발급절차	인증 신청 > 자료 검수 > 현장 검사 > 샘플 검사 > 결과 발표 > 계약 체결 > 사후 관리	
유의사항	CAS 대만 우량 농제품 인증 및 CAS 유기농 인증 구분 필요	

출처: 행정원 농업 위원회 동식물 방역국(www.coa.gov.tw)


권장인증 : TQF(Taiwan Quality Food Association)상품인증제도

인증 설명	대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 TQF상품인증제도로 대체됨. 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음	
발행기관	TQF협회(대만 경제 발전부 산하 공업국 소속)	
성격	선택 인증	
제출서류	사업자 등록증, 약품 생산 허가증 및 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서	
소요기간	약 75일(영업일 기준)	
발급절차	인증 신청 > 자료 심사 > 현장 검사 > 제품 검수 > 결과 발표 > 계약 체결 > 발급	
유의사항	2015년 6월 공식적으로 GMP(Good Manufacture Practice)에서 TQF(Taiwan Quality Food Association)로 변경됨	

출처: 대만식품품질협회(www.tqf.org.tw)


인증 정보 OVERVIEW

권장인증 : ISO 22000

인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음	
발행기관	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)	
성격	선택인증	
발급비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만 원, 그 외 출장비	
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)	
갱신기간	3년(이후 3년 단위로 갱신해야함)	
발급절차	문의신청> 예비심사> 문서심사> 현장심사> 인증심의> 인증서 발행 등록> 사후관리 심사	

출처: 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

권장인증 : HACCP

인증 설명	위해요소중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points)을 통과하면 발행되는 인증으로 식품이 안전하게 제조되었음을 입증함	
발행기관	식품안전관리인증원	
성격	선택 인증	
발급비용	20만 원	
제출서류	HACCP 인증신청서, 식품안전관리인증계획서(중요관리점 한계기준, 모니터링 방법, 개선조치 및 검증방법), 영업등록증 사본, 사업자 등록증 사본	
소요기간	40일(연장 시 60일)	
갱신기간	3년(연장 시 유효기간 만료 60일 전까지 신청)	
발급절차	인증신청> 서류검토> 보완요구 및 완료보고> 현장심사 실시> 결과 보고> 인증서 발급	

출처: 식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

1. 인증 취득정보

CAS 대만 유기농 인증



권장인증 : CAS 인증 (Certified Agricultural Standards)

처음 CAS 인증은 가공식품에 적용하기 시작했음. 그러나 인증 품목 범위가 점차 확대되며 농산물까지 효력을 가지게 됨. 한편, 일반 CAS 인증 이외에도 CAS 유기농 인증이 존재함. CAS 유기농 인증을 취득하기 위해서는 제품 내 화학 물질, 농약잔류물 및 식품 첨가물이 함유되어 있지 않아야 함

CAS 인증 제품은 육류, 냉동식품, 야채 과일주스, 고품질 쌀, 과일 절임, 인스턴트 식품, 냉동 조리 식품, 신선 식용 버섯, 양조 식품, 간식 식품, 계란, 신선 야채, 수산물, 임산물 등 14가지로 분류됨

TQF 인증



권장인증 : 식품 TQF 인증

대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 공식적으로 TQF(Taiwan Quality Food)협회 관할로 변경되었으며 명칭도 TQF상품인증제도(TQF product certification scheme)로 변경됨. 현재 TQF는 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받는 인증기관인 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음

TQF 인증을 추진하는 주 목적은 가공식품의 품질과 안전 위생을 높이고, 식품 제조업자의 자주 관리 체제를 강화하며, 소비자와 제조업자의 합법적인 권익을 보장해 식품공업의 건전한 발전을 촉진하기 위함임

표 8.1 : 대만 식품 TQF 인증 발급절차

신청절차	내용
STEP 01. 인증 신청	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출
STEP 02. 서류 심사	평균 2개월 소요
STEP 03. 현장 조사	공업부, 검역부, 위생부, 농업부 및 학자 등 참석
STEP 04. 제품 검수	샘플 검사
STEP 05. 결과 발표	제품 인증 번호 부여
STEP 06. 계약 체결	경제부와 농업위원회 및 위생복지부 담당
STEP 07. 발급	식품 GMP인증서 발급

출처 : 대만식품품질협회(www.tqf.org.tw)

1. 인증 취득정보

ISO 22000 인증



권장인증: ISO 22000

ISO 22000은 식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제표준임. 식품공급사슬 전반에 걸친 식품안전을 보장하기 위한 핵심요소는 상호 의사소통, 시스템 경영, 선행요건 프로그램(PRP's)³⁰ 및 HACCP 원칙을 규정하고 있음

ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템 및 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함함. 또한, 해당 인증은 ISO 9001과 HACCP라는 두 인증의 통합으로 식품안전을 강력하게 보장함

ISO 22000 적용 가능 대상은 직접 관련 조직과 간접 관련 조직으로 나뉨. 직접 관련 조직에 속하는 사업자는 사료 제조업자, 제1차 생산자, 식품 가공업자, 운송·보관업자, 하청업자, 소매업자, 식품 서비스업자 등이 있음. 간접 관련 조직에는 기계 제조업자, 포장재료 및 세정제, 첨가물, 원재료 생산자 등이 속함

ISO 22000은 안전관리시스템을 갖추어놓고 심사를 받아야 하므로 심사 절차보다 심사 전 시스템을 구축하는 절차에 유의할 필요가 있음. 시스템 구축 절차는 하기 표를 통해 확인 가능하며, 보통 국제인증 취득 전문 컨설팅업체에 의뢰하여 진행하므로 상세한 사항은 전문 컨설팅업체와 상의할 것을 권장함. 해당 인증 취득 시 인증 유지를 위해 3년마다 갱신 심사를 거쳐야 함

표 8.2 : ISO 22000 심사 전 시스템 구축 절차(HACCP 7원칙과 12절차)

절차	특징
1 HACCP팀 구성	제품에 대한 지식 및 기술을 보유한 사람으로 구성
2 최종 제품의 기술 및 유통방법	제품에 대한 기본 정보 기재
3 용도 확인	제품의 소비자 분석
4 공정흐름도 작성	공정의 흐름도 그림으로 작성
5 공정흐름도 현장검증	공정의 흐름도가 실제 작업과 일치하는지 확인
6 위해분석(원칙1)	원료, 제조공정 등 생물학적·화학적·물리적 위해요소 분석
7 CCP 결정(원칙2)	HACCP을 적용하여 식품의 위해를 방지 및 제거하거나 안정성 확보
8 CCP에 대한 목표·한계기준 설정(원칙3)	위해요소 관리가 기준치 설정대로 이루어지고 있는지 여부 판단
9 각 CCP에 대한 모니터링 방법 설정(원칙4)	CCP 관리가 정해진 관리기준에 따라 이루어지는지 정기적으로 관찰
10 개선조치 방법 설정(원칙5)	모니터링 후 CCP 관리기준에서 벗어날 경우를 대비한 방법 강구
11 HACCP 시스템 검증방법 설정(원칙6)	HACCP 시스템이 적절히 실행되고 있음을 검증하는 절차 설정
12 서류 기록 유지 및 문서화(원칙7)	모든 단계에서 필요한 절차를 정리하여 매뉴얼로 규정하고 모니터링 결과 기록

출처: 한국품질인증표준원(www.isokr.com)

30. 작업장, 또는 재배지가 HACCP를 적용하는 데 토대가 되는 위생관리 프로그램

1. 인증 취득정보

HACCP 인증



권장인증 : HACCP

HACCP 인증(Hazard Analysis and Critical Control Point)은 위해요소중점관리기준을 통과하면 발행되는 인증으로, 식품이 안전하게 제조되었음을 입증하는 수단 중 하나임

관련 기관은 국민의 음식 위생 안전을 확보하기 위해 업자들이 자주적인 관리 제도를 구축하도록 지도를 강화하고 있으며, 식품 공업의 전체적인 발전을 촉진함. 또한, 수출입 식품의 안전 위생을 확보하기 위해 국내 식품업이 국제화 경쟁에 적응하도록 국제 식품 관련 인증을 획득하도록 장려함

식품업자의 제조, 가공, 포장, 운송, 저장, 판매 및 식품 첨가물의 작업 장소, 시설, 품질 보증 제도가 중앙 주관 기관이 정한 식품 양호 위생 규범에 부합하여야 함

2. 인증 취득제품

경쟁제품 현지 조사 결과, 여러 종류의 인증 취득 확인

대만 현지방문 조사 결과, 사과주스 제품의 경우 여러 가지 인증을 취득한 제품이 확인됨. Comat사의 有機系列100%有機蘋果汁의 경우 CAS 인증, TQF 인증, ISO 22000, HACCP, Halal 인증 등 총 5가지의 인증을 취득한 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

한편, 미국 유기농 인증 마크인 ‘USDA ORGANIC’ 과 유럽의 유기농 인증인 ‘유로리프’ (Euro Leaf) 인증 마크가 부착된 제품들이 판매중인 것으로 조사됨. ‘USDA ORGANIC’ 제품의 경우 유기가공식품 상호동등성 인정협정에 따라 대만에서도 해당 마크가 사용될 수 있음. ‘유로리프’ 인증은 EU 국가 내 영향력이 있을 뿐만 아니라 비유럽 국가에서 유기농 식품을 수입하기 위한 표준으로도 이용됨. 해당 인증은 유기농 식품으로 표시되는 농작물 및 유기농 식품들의 생산 및 제조과정의 규정을 다루고 있으며, 세계 유기농업 운동연맹 (IFOAM)에서 명시하고 있는 가이드라인을 제시함

표 8.3 : 대만 사과주스 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 有機蘋果汁 - 기업명 : Vitamont(法國維特蒙) - 국가 : 프랑스 - 가격 : 200대만 달러 - 용량 : 1L 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : ORGANIC PURE APPLE JUICE - 기업명 : Goodsome - 국가 : 미국 - 가격 : 359대만 달러 - 용량 : 946ml 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 有機系列100%有機蘋果汁 - 기업명 : Comat - 국가 : 대만 - 가격 : 55대만 달러 - 용량 : 295ml 		
		

출처: 현지방문조사(Jasons, Lafe 2017.07)

3. 제출서류

사업자 등록증

: CAS 및 TQF 인증 신청 시 기본적으로 제출해야 하는 서류로, 회사명 주소, 사업자등록번호 등 필수 사항을 기재해야 함



Q1. 대만에 유기농 사과주스를 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“유기농 제품을 수출하는 경우 반드시 유기농 인증 여부를 증명해야 한다. 한국에서 취득한 인증의 경우 해당 인증이 대만에서 통용되는 인증인지 확인이 필요하다. 만약 대만에서 인정되지 않는 인증이라면 대만의 해당 유관기관에서 다시 취득해야 한다. 이때에는 원료로 사용된 사과 품종, 주스의 산화 문제와 관련한 정보 제공도 필수적으로 이루어져야 한다.”

- 대만 과일주스 수입·유통업체
Tian Fu International Holding(天廚國際股份有限公司)
담당자 Mr.Liu와의 인터뷰 中, 2017. 07

Q2. 필수인 '대만 유기농 인증'은 어떻게 획득할 수 있나요?

“현지 파트너사에게 샘플을 송부한 후 인증을 의뢰해야 한다. 해외 인증에 대해서는 대부분 인정하지 않으므로 수출업체 측에서 제출 서류를 준비한 후, 파트너사에 전달하여 현지의 파트너사가 직접 유관기관에 인증 신청을 진행해야 한다. 대만 정부가 유기농 제품에 대해서는 엄격한 심사를 진행하기 때문에 통상적으로 약 1 ~ 2개월이 소요된다.”

- 대만 식품 수입·유통업체
Rui Meng Trading Co., Ltd(瑞盟行銷股份有限公司)
담당자 Mr. Lin과의 인터뷰 中, 2017. 07

Q3. 대만에 유기농 사과주스를 수출시 유의사항이 있나요?

“과일 주스의 경우 대만 시장에서 별도로 요구하는 인증이 없지만 제품이 유기농 이라면 대만 시장에서 인정되는 유기농 인증을 취득한다면 좋을 것이다. 유기농 제품이 아니라면 관련이 없지만 유기농 제품인 경우 사전에 대만에서 인정되는 유기농 인증을 확인해보는 것이 필요하다고 생각한다.”

- 대만 식자재 및 음료 수입·유통업체
Macroscopic Co.,Ltd(廣絃國際股份有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017. 07

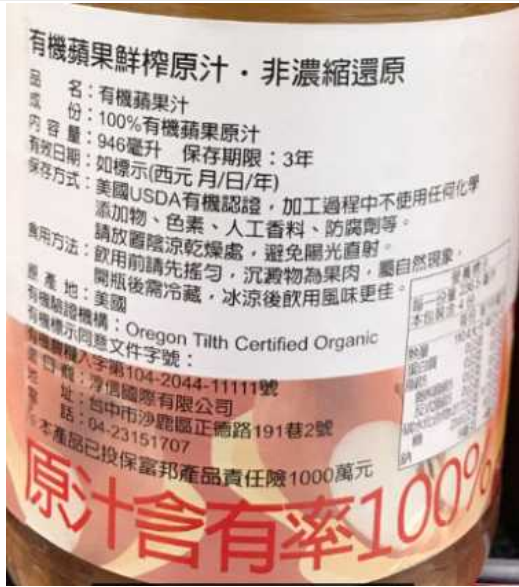
IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

대만 음료 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원료
- 순 중량
- 유통일자
- 영양성분
- 식품첨가물
- 제조자, 수입자, 유통자 정보
- 원산지

출처: 현지방문조사(Jasons 2017.07)

출처: 대만 식품약품소비자지식복무망(consumer.fda.gov.tw)

대만 음료 라벨링 주요 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	수입 식품 포장 상, 원문 및 중문 라벨링 표기
제품명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
원료	종류가 2개 이상 혼합인 경우 분리표기. 주성분은 백분율 표기, 표기상품, 주성분항목, 표기내용, 방식 및 각 상품의 실시 일자는 중앙담당기관이 지정한 것으로 함
순 중량	제품에 들어간 원료별 성분을 의미하는 것이 아닌 제품의 각 포장물의 중량, 용량 및 수량을 뜻함. 액체 상태의 제품은 용량을 표기
유통일자	'유통일자'가 법적 정식 표기이기 때문에 '유통기한'을 '유통일자'로 수정해야 함. 중문 표기를 직접 포장 위에 인쇄할 경우 퇴색하지 않는 유성잉크로 날인해야 함
영양성분	준수 사항에 맞게 표기해야 하며 중앙 담당기관이 공고한 바에 근거해야 함
식품첨가물	2개 이상의 식품첨가물이 혼합된 경우 각각 분리되어 명시되어야 함
제조·수입·유통업체 정보	대만 내 제조·수입·유통업체 상호 및 주소, 연락처 정보
원산지	제품이 전적으로 생성되는 위치 혹은 가공 및 제조 절차를 두 국가 이상의 장소에서 수차례 거쳤을 시 식품의 형태 및 성질의 변화가 더욱 명확한 곳을 원산지로 지정함
보관방법	제품의 보관방법 기재

출처: 대만 식품약품소비자지식복무망(consumer.fda.gov.tw)

1. 라벨 표기사항

‘식품안전위생관리법’의 라벨링 표기 규정을 준수

대만으로 수입되는 모든 식품은 ‘식품안전위생관리법’의 라벨링 표기 및 품질안전관리에 관한 규정을 준수해야 함. 식품 및 식품원료의 용기 또는 외포장 상 중문 또는 통용부호로 제품명, 원료, 순 중량, 유통일자, 영양성분, 식품첨가물, 제조·수입·유통업체 정보, 원산지에 대한 정보를 명확하게 표기해야 함. 용기 또는 외포장의 면적, 재질 또는 기타 특수 사항으로 인해 규정대로 표기할 수 없는 식품은 주관 담당기관이 일부 표기에 대하여 면제를 공고하거나, 기타방식으로 표기 가능함

과즙 첨가 시 10% 이상인 제품, 백분율로 과실즙 표기

‘식품안전위생관리법’ 제22조 또는 28조에 따르면 과즙이 함유된 제품은 과실즙 함량을 백분율로 표시해야 함. 과즙 함량이 10% 미만인 제품은 내용물 명칭 외에는 ‘과즙’으로 표시할 수 없고 ‘~맛’으로 표기해야 함. 혹은 눈에 띄게 ‘과즙 함량 10% 미만’ 표시를 해야 함.

과즙이 첨가되지 않은 제품은 ‘무(無)과즙’ 또는 동등한 의미를 나타내는 표시를 기재해야 함. 과일 명이 제품명에 들어갈 경우 ‘~맛’, ‘~풍미’ 등의 글자를 넣어야 함. 글자 색은 배경 색과 대조되는 색을 넣어 확연히 구분 지어야 함

수입식품 라벨링 규정

기존의 포장지 위에 직접 인쇄 작업을 하려면 인쇄된 유효기간 글자의 탈색 및 불명확함이 없어야 하고, 스티커로 단독 부착해서는 안 됨. 전체 중문 라벨이 스티커 방식으로 부착된 물품은 그 모든 표기 항목이 원포장 인쇄 내용과 일치해야 하며, 유통일자는 단독 라벨로 부착해서는 안 됨. 중문 표기 부착 시 원문 표기 내용이 가려져서는 안 되며, 고의로 은닉한 경우 식품안전 위생관리법 제22조 위반으로 간주됨

수입 물품의 경우 수입업체는 제품 포장 상에 대만 소재의 수입업체 명칭, 주소, 전화 등을 표기해야 하며 ‘대만 제조’ 등과 같은 내용 기재해서는 안 됨. 포장 상에 표기 시 표기글자의 길이와 폭은 2mm 이상으로 제한되며, 최대면적이 10cm² 이내인 소포장인 경우, 품명, 업체명, 유통일자 이외 기타 항목은 2mm 이하로 작성해도 무방함

1. 라벨 표기사항

표 9.1 대만 라벨 상세 표기사항

항목		설명
1	표기 언어	수입 식품 포장 상, 원문 및 증문 라벨링 표기
2	제품명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
3	원료	종류가 2개 이상 혼합인 경우 분리표기. 주성분은 백분율 표기, 표기상품, 주성분 항목, 표기내용, 방식 및 각 상품의 실시 일자는 중앙당기관이 지정한 것으로 함
4	순 중량	제품에 들어간 원료별 성분을 의미하는 것이 아닌 제품의 각 포장물의 중량, 용량 및 수량을 뜻함. 액체 상태의 제품은 용량을 표기
5	유통일자	'유통일자'가 법적 정식 표기이기 때문에 '유통기한'을 '유통일자'로 수정해야 함. 증문 표기를 직접 포장 위에 인쇄할 경우 퇴색하지 않는 유성잉크로 날인해야 함
6	영양성분	준수 사항에 맞게 표기해야 하며 중앙 담당기관이 공고한 바에 근거해야 함
7	식품첨가물	2개 이상의 식품첨가물이 혼합된 경우 각각 분리되어 명시되어야 함
8	제조·수입·유통업체 정보	대만 내 제조·수입·유통업체 상호 및 주소, 연락처 정보
9	원산지	제품이 전적으로 생성되는 위치 혹은 가공 및 제조 절차를 두 국가 이상의 장소에서 수차례 거쳤을 시 식품의 형태 및 성질의 변화가 더욱 명확한 곳을 원산지로 지정함
10	보관방법	제품의 보관방법 기재

출처: 대만 식품약물소비자지식복무망(consumer.fda.gov.tw)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

제품명
식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시

원료
주성분은 백분율 표기

원산지
국가명 필수 기재

유통일자
월, 일, 년 순으로 기재

영양성분표시
준수 사항에 맞게 표기하며 중앙 담당기관이 공고한 바에 근거해야 함

수입업체 정보
주소, 번호 등 기재

有機蘋果鮮榨原汁 · 非濃縮還原
品名: 有機蘋果汁
份: 100%有機蘋果原汁
淨含量: 236.5 毫升
保藏日期: 如標示(西元, 月/日/年) 保存期限: 3年
保存方式: 美國USDA有機認證, 加工過程中不使用任何化學添加物、色素、人工香料、防腐劑等。
請放置陰涼乾燥處, 避免陽光直射。
食用方法: 飲用前請先搖勻, 沉澱物為果肉, 震開後需冷藏, 冰涼後飲用風味更佳。
原產地: 美國
有機認證機構: Oregon Tilth Certified Organic
有機標示同意文件字號:
進口商: 淳信國際有限公司
地址: 台中市沙鹿區正德路191巷2號
電話: 04-23151707
本產品已投保富邦產品責任險1000萬元
原汁含有率100%

영양성분표시

: 열량, 단백질, 지방, 당류 등

自然現象
營養標示
每一份量 236.5 毫升
本包裝含 4 份
每份 每100毫升
熱量 110.4大卡 467大卡
蛋白質 0公克 0公克
脂肪 0公克 0公克
飽和脂肪 0公克 0公克
反式脂肪 0公克 0公克
碳水化合物 27.7公克 11.3公克
糖 23.6公克 9.5公克
鈉

인증

: USDA 유기농 인증, Euro Leaf 인증



X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	조사가능항목
농·임산물 <input type="checkbox"/>	농약잔류물 <input checked="" type="checkbox"/>
수산물 <input type="checkbox"/>	식품첨가물 <input checked="" type="checkbox"/>
축산물 <input type="checkbox"/>	치료제 및 항생제 <input type="checkbox"/>
가공식품 <input type="checkbox"/>	전염병 <input type="checkbox"/>
유아식품 <input type="checkbox"/>	미생물 <input checked="" type="checkbox"/>
건강기능식품 <input type="checkbox"/>	진균독 <input checked="" type="checkbox"/>
음료 <input checked="" type="checkbox"/>	영양강화제 <input type="checkbox"/>
식자재 <input type="checkbox"/>	중금속 <input checked="" type="checkbox"/>

주스 수출 시 주의해야하는 식품첨가물 최대허용치

성분	최대허용치
소르브산(Sorbic Acid)	< 1.0g/kg
소르브산 칼륨(Potassium Sorbate)	< 1.0g/kg
소르브산 나트륨(Sodium Sorbate)	< 1.0g/kg
벤조산(Benzoic Acid)	< 1.0g/kg
벤조산 나트륨(Sodium Benzoate)	< 1.0g/kg
소르브산 칼슘(Calcium Sorbate)	< 1.0g/kg
벤조산 칼륨(Potassium Benzoate)	< 1.0g/kg
α-글리코실 이소퀘르시트린 (α-Glycosyl-isoquercitrin)	< 150mg/kg
스테비오 사이드(Steviol glycoside)	< 0.05%

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Standards for Scope Application and Limitation of Food Additives', 2016.06.29

사과주스 수출 시 주의해야 하는 농약잔류물 최대허용치

성분	최대허용치(ppm)
디페닐아민(Diphenylamine)	0.5
프로파자이트(Propargite)	0.2

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Standards for Pesticide Residue Limits in Foods', 2017.06.29

위생 요건 OVERVIEW

과일주스 수출 시 주의해야 하는 미생물 최대허용치

성분	최대허용치(MPN/mL)
대장균	≤ 10
병원성대장균	≤ 10
살모넬라	음성

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Sanitation Standard for Beverage', 2013.08.20³¹.

사과주스 수출 시 주의해야하는 진균독 최대허용치

성분	최대허용치(MPN/mL)
파툴린(Patulin)	≤ 50

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), '식품 중 진균독 제한기준(食品中真菌毒素限量標準)', 2013.08.20³².

과일주스 수출 시 주의해야 하는 중금속 최대허용치

성분	최대허용치(ppm)
비소(Arsenic)	0.2
리드(Lead)	0.3
구리(Copper)	5.0
주석(Tin)	150
안티몬(Antimony)	0.15

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Sanitation Standard for Beverage', 2013.08.20³³.

31. 해당 자료가 최신자료임
32. 해당 자료가 최신자료임
33. 해당 자료가 최신자료임

1. 식품첨가물 규정

식품첨가물 사용 기준

대만 식품약품관리서는 식품첨가물별 사용기준을 소비자 정보 제공 사이트에 공시하고 있음. 대만은 식품 첨가물에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있음. 사용범위, 함량 및 규격 기준을 규정하고 제품 포장에는 반드시 제품명, 식품 첨가물 명칭, ‘식품 첨가물’ 문구, 사용 범위, 사용 가능 기준, 사용 제한, 제조상, 국내 책임자 회사명, 유통일자 등을 표기해야 함. 또한, 식품 첨가물의 제조, 수입, 재포장 등 검사를 ‘식품 업자 등록 플랫폼’을 통해 등록하여야 함

일정 조건 충족되면 라벨링 미표기 허용

대만 식품 라벨링 규정에 따르면 원칙적으로는 원재료명과 식품첨가물명을 모두 표기하게 되어 있음. 그러나 함유된 식품첨가물이 합법적인 재료로 만들어진 것이고 추가 기능 없이 미량만 포함되었을 경우 해당 식품첨가물이 라벨링에 반드시 표기될 필요는 없음

표 10.1 : 주스 수출 시 주의해야하는 식품첨가물 최대허용치

성분	최대허용치
소르브산(Sorbic Acid)	< 1.0g/kg
소르브산 칼륨(Potassium Sorbate)	< 1.0g/kg
소르브산 나트륨(Sodium Sorbate)	< 1.0g/kg
벤조산(Benzoic Acid)	< 1.0g/kg
벤조산 나트륨(Sodium Benzoate)	< 1.0g/kg
소르브산 칼슘(Calcium Sorbate)	< 1.0g/kg
벤조산 칼륨(Potassium Benzoate)	< 1.0g/kg
α-글리코실 이소퀘르시트린 (α-Glycosyl-isoquercitrin)	< 150mg/kg
스테비오 사이드(Steviol glycoside)	< 0.05%

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), ‘Standards for Scope Application and Limitation of Food Additives’, 2016.06.29

2. 기타 위생기준 규정

사과주스 농약잔류물 규정

대만의 잔류농약 규정은 대만 식물약품관리서(TFDA)의 잔류농약 규정(Standards for Pesticide Residue Limits in Foods)에서 확인할 수 있음. 사과주스의 잔류농약 기준치를 조사한 결과, 사과주스 품목은 2개 농약에 대해 기준치가 설정된 것으로 확인됨. 해당 품목의 잔류농약 기준치는 하기 URL을 통해 확인 가능함

· URL: consumer.fda.gov.tw/Law/Detail.aspx?nodeID=518&lang=1&lawid=127

기타 위생기준 규정

대만 식품약품관리서는 사과주스 및 과일주스의 미생물, 진균류 그리고 중금속의 잔류 기준치를 지정함. 대장균과 살모넬라균에 대한 미생물 기준치가 명시되어 있으며, 사과주스 수출 시 진균류인 파툴린의 최대허용치를 명시함. 또한, 다양한 품목에 따라 중금속에 대해 다른 기준치가 존재함. 사과주스의 경우 과일주스를 기준으로 조사를 진행하였으며 비소, 리드, 구리, 주석, 안티몬 등의 중금속 잔류를 허용함

표 10.2 : 사과주스 수출 시 주의해야하는 농약잔류물 최대허용치

성분	최대허용치(ppm)
디페닐아민(Diphenylamine)	0.5
프로파자이트(Propargite)	0.2

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Standards for Pesticide Residue Limits in Foods', 2017.06.29

표 10.3 : 과일주스 수출 시 주의해야하는 미생물 최대허용치

성분	최대허용치(MPN/mL)
대장균	≤10
병원성대장균	≤10
살모넬라	음성

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Sanitation Standard for Beverage', 2013.08.20³⁴.

34. 해당 자료가 최신자료임

2. 기타 위생기준 규정

표 10.4 : 사과주스 수출 시 주의해야하는 진균독 최대허용치

성분	최대허용치(ppb)
파툴린(Patulin)	≤50

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), '식품 중 진균독 제한기준(食品中真菌毒素限量標準)', 2013.08.20³⁵.

표 10.5 : 과일주스 수출 시 주의해야하는 중금속 최대허용치

성분	최대허용치(ppm)
비소(Arsenic)	0.2
리드(Lead)	0.3
구리(Copper)	5.0
주석(Tin)	150
안티몬(Antimony)	0.15

출처 : 식품약품관리서(食品藥物管理署), 'Sanitation Standard for Beverage', 2013.08.20³⁶.

35. 해당 자료가 최신자료임

36. 해당 자료가 최신자료임

2. 기타 위생기준 규정

사과주스 주요 식품첨가물

현지방문조사를 통해 파악한 현지산, 수입산 사과주스 및 과일주스 제품의 식품첨가물 성분을 조사한 결과 사과주스 농축액에 물을 탄 ‘농축주스’ 및 100% 과일원액을 사용한 ‘착즙주스’ 두 가지 종류가 있음. 조사결과 농축액 및 원액 이외의 식품첨가물이 함유된 제품은 확인되지 않음

표 10.6 : 사과주스 식품첨가물 정보 예시

유형	제품	제조사	원료
	오스트리아 사과주스 (奧地利好喝蘋果汁)	RAUCH	100% 사과주스 농축액
	순수사과주스100% (100%樹頂純蘋果汁)	TREETOP	물, 사과주스 농축액

출처: 현지방문조사(Jasons, Lafe, Wellcome 2017.07)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 消費者選購飲料三大訴求, 今夏飲品市場決勝點	Kantar Worldpanel	2016.06.03
2. 台灣素食人口增加 全素甜點趁勢興起	Tvbs	2016.06.24
3. 原创 成为素食者真的好吗? Vegan Diet	Zhihu	2017.01.26
4. Taiwan Retail Foods Annual 2016	미국 농림수산부	2016.12.19
3. 2017年會員工廠各種產品銷售量成長情形比較表	대만음료협회	2017.09
6. 你喝的是果汁、果汁飲料, 還是果汁風味水! ?	Foodnext	2017.07.01
7. 超獵奇! 7-11「原汁現榨果汁」長這樣 網傻眼: 本末倒置了	Ctitv	2017.06.05
8. 進口食品質量安全狀況白皮書	대만 위생복지부	2016.01.06
9. 食品及相關產品輸入查驗辦法部分條文修正草案總說明	대만 위생복지부	2017.08.11
10. 超獵奇! 7-11「原汁現榨果汁」長這樣 網傻眼: 本末倒置了	Ctitv	2017.06.05
11. 進口食品質量安全狀況白皮書	대만 위생복지부	2016.01.06
12. 食品及相關產品輸入查驗辦法部分條文修正草案總說明	대만 위생복지부	2017.08.11
13. Hypermarket sales could hit new high in 2017	Focus Taiwan	2017.05.30
14. Why eCommerce is booming in Taiwan	Blog Payoneer	2016.08.28
15. Taiwan convenience store density tops world; sales may grow in 2016	Focus Taiwan	2016.07.02
16. Carrefour Taiwan launches its Korea Week	TaiwanNews	2017.07.19
17. RT-Mart to stop sale of plastic shopping bags, starting July 1	Focus Taiwan	2017.05.31
18. 대만 수입식품 관리 및 기준규격 체계	식품의약품안전처	2016.04.04
19. Standards for Scope Application and Limitation of Food Additives	식품약물관리서(食品藥物管理署)	2016.06.29
20. Standards for Pesticide Residue Limits in Foods	식품약물관리서(食品藥物管理署)	2017.06.29
21. Sanitation Standard for Beverage	식품약물관리서(食品藥物管理署)	2013.08.20
22. 식품 중 진균독 제한기준(食品中真菌毒素限量標準)	식품약물관리서(食品藥物管理署)	2013.08.20

※ 참고 문헌

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
2. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
3. 대만 관세청	www.customs.gov.tw
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. China credit information service	www.credit.com.tw
6. 미국 농림수산부	www.usda.gov
7. 대만 경제부	www.moea.gov.tw
8. PChome24	4h.pchome.com.tw
9. Coca-Cola	www.coke.com
10. Coca-Cola facebook	www.facebook.com
11. Sunkist	www.sunkist.com
12. 유튜브	www.youtube.com
13. Heysong	www.heysong.com.tw
14. Financial Times	markets.ft.com
15. 聯合新聞網	udn.com
16. Costco	www.costco.com.tw
17. RT-Mart	www.rt-mart.com.tw
18. Carrefour	www.carrefour.com.tw
19. Wellcome Taiwan	www.wellcome.com.tw
20. Yahoo	tw.yahoo.com
21. PChome	mall.pchome.com.tw
22. Payeasy	www.payeasy.com.tw
23. 산업통상자원부	www.fta.go.kr
24. 대만 식품약물소비자지식복무망	consumer.fda.gov.tw
25. 행정원 농업 위원회 동식물 방역국	www.coa.gov.tw
26. 대만식품품질협회	www.tqf.org.tw
27. 한국표준협회	www.ksa.or.kr
28. 식품안전관리인증원	www.ihaccp.or.kr
29. 한국품질인증표준원	www.isokr.com