



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 베이커리 제품(Bakery products)

Country : 중국(China)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	9
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	11
1. Market Trend 01. 건강한 빵을 직접 조리 .....	13
2. Market Trend 02. 통밀 빵 다이어트 인기 .....	14
3. Market Trend 03. 한국계 베이커리 중국 진출 .....	15
4. Market Trend 04. 글루텐 프리, 안전성 논란 .....	16
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	17
1. 경쟁제품 선정 .....	19
2. 정량 분석 .....	20
3. 정성 분석 .....	21
4. 현지 방문 조사자료 .....	24
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	32
1. 경쟁사 선정 .....	34
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	35
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	38
1. 현지 진출 주요 경로 .....	40
2. 전문가 인터뷰 .....	43
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	44
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	46

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	50
1. 통관 및 검역 절차 .....	53
2. 관세율 정보 .....	56
3. FTA 정보 .....	57
4. 통관 및 검역 주의사항 .....	58
5. 통관거부사례 .....	59
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	60
1. 인증 취득정보 .....	62
2. 인증 취득제품 .....	64
3. 제출서류 .....	65
4. 전문가 인터뷰 .....	66
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	67
1. 라벨 표기사항 .....	69
2. 라벨링 예시 .....	70
<b>X. 위생요건 정보</b> .....	71
1. 식품첨가물 규정 .....	73
2. 기타 위생기준 규정 .....	74
<b>※ 참고문헌</b> .....	75



# I. 시장 통계

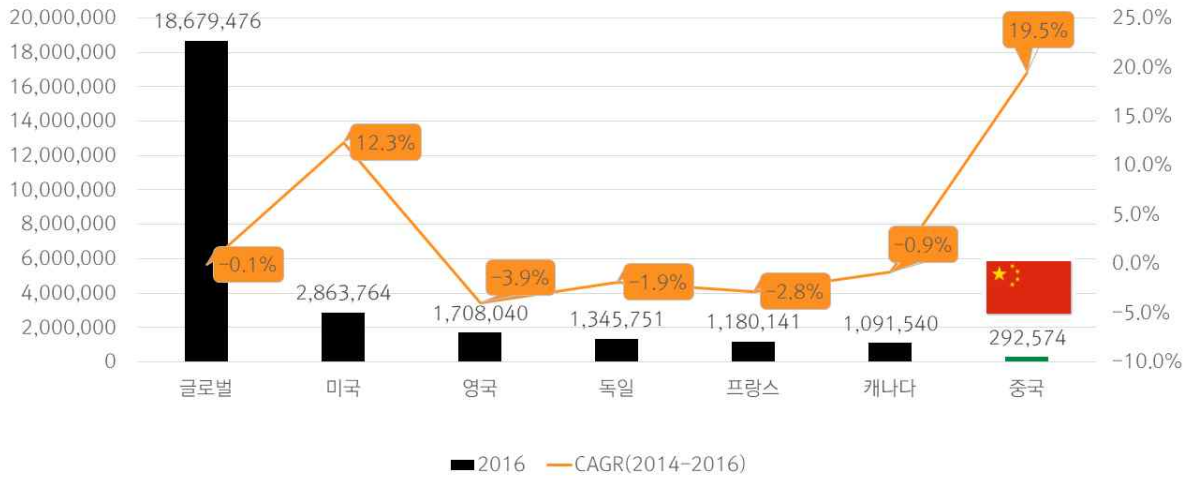
## ※ 시장 통계 OVERVIEW

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

# 시장 통계 OVERVIEW

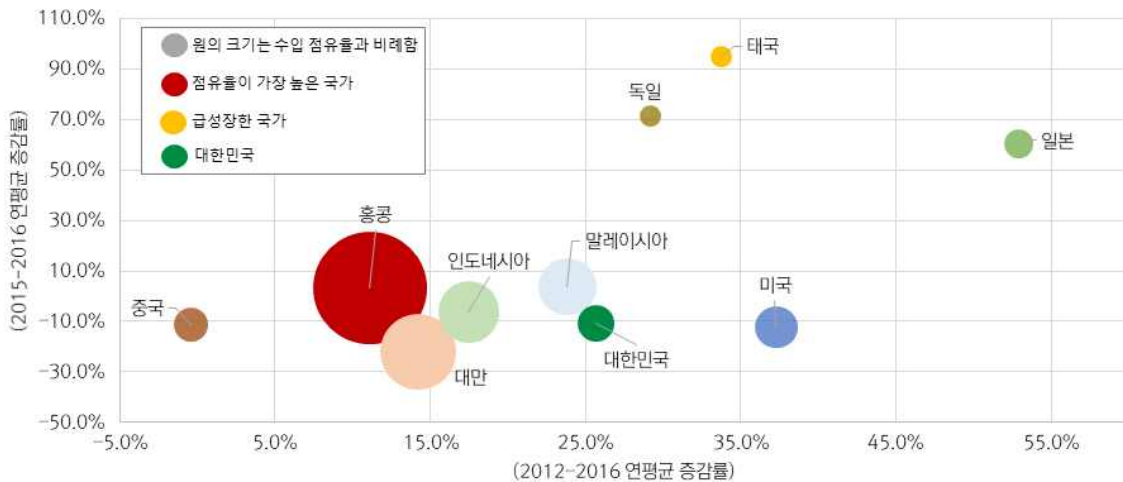
글로벌 HS CODE 1905.90 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 천 달러, %



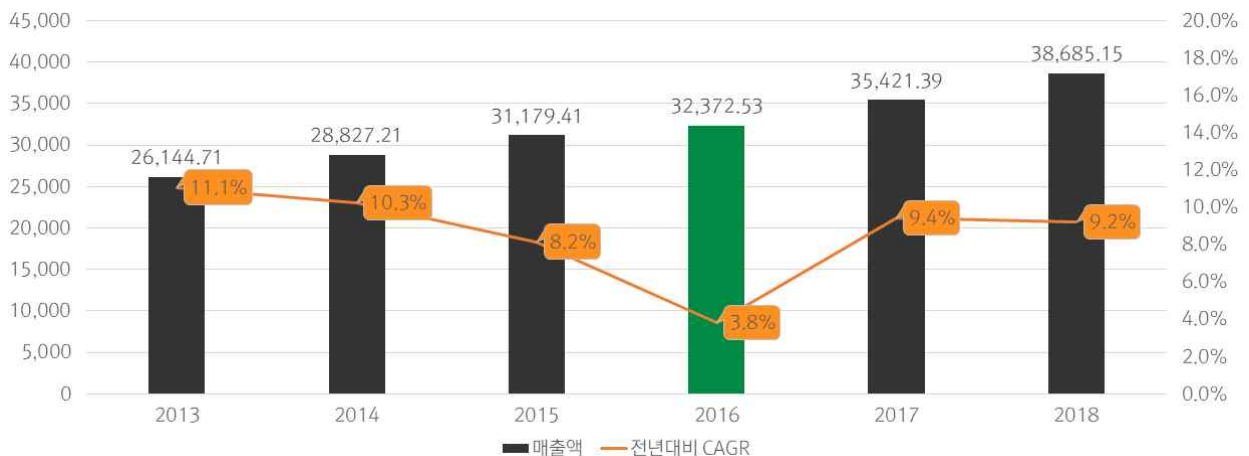
중국 HS CODE 1905.90.00 수입 점유율 및 성장률 비교<sup>1,2,3</sup>

단위 : %



중국 베이커리(Bakery) 시장 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 백만 달러, %



1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
3. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

# 1. 통계분석 기준 설정

## 베이커리 제품 통계 기준 설정

베이커리 제품 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 중국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함<sup>4</sup>.

### HS CODE 확인 사이트

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

## 수입 통계 기준, HS CODE 1905.90.00으로 설정

글로벌 및 중국 내 베이커리 제품의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1905.90를 수입통계 분석 기준으로 설정함. 중국의 HS CODE 1905.90 하위 카테고리인 1905.90.00(빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품의 기타)을 중국 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 베이커리 제품 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1905.90
	중국 수입규모 및 성장률		1905.90.00
품목 통계	베이커리 시장 규모	품목 키워드	Bakery
	글루텐프리 베이커리 시장 점유율		Gluten-free Bakery Market Share

표 1.2 : 중국 내 베이커리 제품 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90	기타
	1905.90.10	베이커리 제품
	<b>1905.90.1090</b>	<b>기타</b>
중국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
		<b>1905.90.00</b>

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

4. 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 수입액 3개년 연평균 성장률<sup>5</sup> -0.1%

2016년 기준 HS CODE 1905.90의 글로벌 수입규모는 186억 7,947만 6,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 0.1%의 하락세를 기록함. 2016년 기준 수입 1위국 미국의 수입규모는 28억 6,376만 4,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 12.3%의 높은 상승세를 나타냄. 2016년 기준 2위인 영국의 수입액은 17억 804만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 3.9%의 하락세를 나타냄. 중국은 2016년 기준 수입 16위국으로 2억 9,257만 4,000달러의 수입규모를 기록하였고 2014년 이후 3년간 연평균 19.5%의 높은 상승세를 기록함

### 중국 내 한국산 수입액 규모 7위

2016년 기준 중국의 HS CODE 1905.90.00 수입액 규모는 2억 9,271만 3,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 19.2%의 높은 상승세를 보임. 2016년 기준 중국 내 HS CODE 1905.90.00 품목 최대 수입국은 홍콩으로 9,651만 8,000달러의 수입액을 기록함

2016년 기준 중국 내 한국산의 수입액은 1,152만 6,000달러로 중국 내 해당품목 수입액 점유율 3.9%를 차지하며 7위를 기록함. 2014년 이후 3년간 연평균 20.1%의 큰 상승세를 보임

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1905.90 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	18,718,307	17,941,994	18,679,476	100.0%	-0.1%
1 미국	2,269,150	2,594,466	2,863,764	15.3%	12.3%
2 영국	1,851,292	1,726,467	1,708,040	9.1%	-3.9%
3 독일	1,397,326	1,289,681	1,345,751	7.2%	-1.9%
4 프랑스	1,249,356	1,129,380	1,180,141	6.3%	-2.8%
5 캐나다	1,111,215	1,098,065	1,091,540	5.8%	-0.9%
16 중국	205,005	293,054	292,574	1.6%	19.5%
기타	10,634,963	9,810,881	10,197,666	54.6%	-2.1%

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

표 1.4 : 중국 HS CODE 1905.90.00 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	206,081	291,787	292,713	100.0%	19.2%
1 홍콩	73,171	93,358	96,518	33.0%	14.9%
2 대만	30,584	54,411	42,507	14.5%	17.9%
3 말레이시아	20,075	28,388	29,466	10.1%	21.2%
4 인도네시아	20,645	31,416	29,451	10.1%	19.4%
5 미국	10,906	19,917	17,477	6.0%	26.6%
7 대한민국	7,992	12,936	11,526	3.9%	20.1%
기타	42,708	51,361	65,768	22.5%	24.1%

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

5. 연평균 성장률 = 최신폭/최초연도<sup>(1/n-1)</sup>-1

## 2. 무역통계 종합분석

### 홍콩, 중국 수입시장에서 점유율 가장 높아

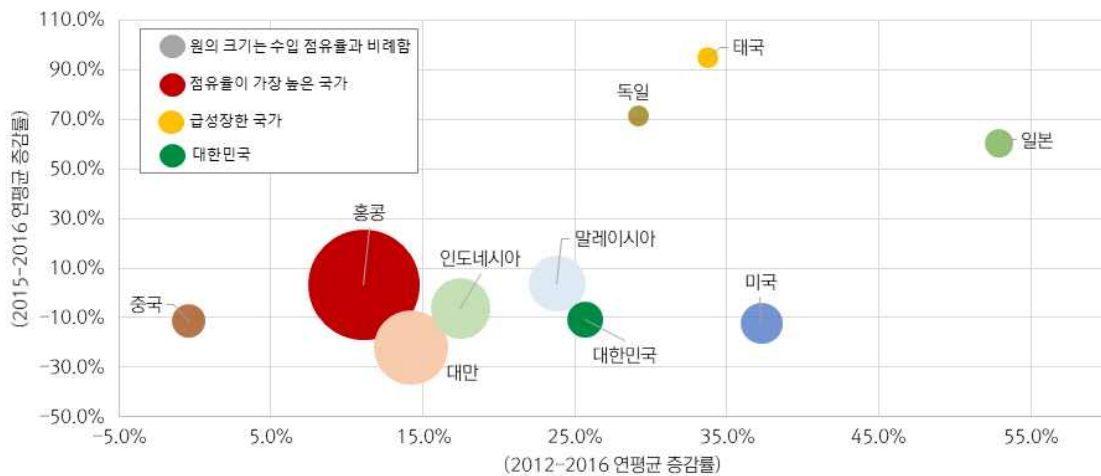
2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 1905.90.00 관련 중국 수입국 중 홍콩이 연평균 점유율 35.6%로 가장 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편 2016년 기준 2012년 이후 5년간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가는 점유율 8위국인 일본으로, 일본은 최근 5년간 연평균 52.9%의 높은 성장률을 기록함. 태국은 2015년 대비 2016년 성장률이 가장 높은 국가로, 최근 1년간 95.0%의 상승세를 보임

### 한국, 중국 내 수입액 점유율 6위

한국은 2012년 이후 5년간 연평균 3.7%의 점유율을 기록하며 수입 상위 6위국을 차지함. 한국산 수입액은 2012년 이후 5년간 연평균 25.7%의 큰 상승세를 기록하였으나 2016년 기준 전년대비 10.9% 하락한 것으로 나타남

표 1.5 : 중국 HS CODE 1905.90.00 수입 점유율 및 증감률 비교<sup>6,7,8</sup>. (단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 홍콩	★35.6%	11.1%	3.4%
2 대만	16.3%	14.2%	-21.9%
3 인도네시아	10.3%	17.5%	-6.3%
4 말레이시아	9.3%	23.8%	3.8%
5 미국	5.0%	37.3%	-12.3%
6 대한민국	3.7%	25.7%	-10.9%
7 중국	3.2%	-0.4%	-11.3%
8 일본	2.3%	★52.9%	60.2%
9 태국	1.3%	33.7%	★95.0%
10 독일	1.3%	29.2%	71.3%



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

- 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
- 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
- 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임



### 3. 품목통계 종합분석

#### 글로벌 베이커리 시장규모, 2014년 이후 5.4% 하락

2016년 기준 글로벌 베이커리의 시장규모는 4,151억 4,335만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 5.4%의 하락세를 보임. 2016년 기준 1위국 미국의 시장규모는 799억 2,539만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 2.7%의 증가세를 기록함. 2016년 기준 2위국 중국은 323억 7,253만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 6.0% 증가함

#### 중국 베이커리 시장, 2017년부터 9.2% 상승 전망

중국의 2016년 기준 시장규모는 323억 7,253만 달러로, 글로벌 시장 내 점유율 2위로 글로벌 시장규모의 7.8%를 차지함. 2013년 이후 4년간 성장률은 7.4%의 상승세를 기록함

GlobalData에 따르면 중국 베이커리 시장은 증가세를 유지할 것으로 전망됨. 2017년 베이커리의 시장규모는 354억 2,139만 달러, 2018년에 386억 8,515만 달러로 2017년 이후 9.2%의 성장세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 베이커리(Bakery) 시장규모

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	464,240.73	416,447.74	415,143.35	100.00%	-5.4%
1 미국	75,705.56	77,832.80	79,925.39	19.3%	2.7%
2 중국	28,827.21	31,179.41	32,372.53	7.8%	6.0%
3 일본	29,422.57	26,112.19	29,458.21	7.1%	0.1%
4 브라질	36,680.42	27,607.70	28,295.41	6.8%	-12.2%
5 프랑스	26,575.82	22,522.10	22,714.75	5.5%	-7.5%
기타	267,029.15	231,193.55	222,377.05	53.6%	-8.7%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 중국 베이커리(Bakery) 시장규모<sup>9)</sup>

(단위 : 백만 달러)

	매출액(백만 달러)	전년대비 CAGR	CAGR(2013-2016) vs CAGR(2017-2018)
2013	26,144.71	11.1%	7.4% (2013-2016)
2014	28,827.21	10.3%	
2015	31,179.41	8.2%	
2016	32,372.53	3.8%	
2017	35,421.39	9.4%	9.2% (2017-2018)
2018	38,685.15	9.2%	

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

9. 2017, 2018년은 전망치를 나타냄

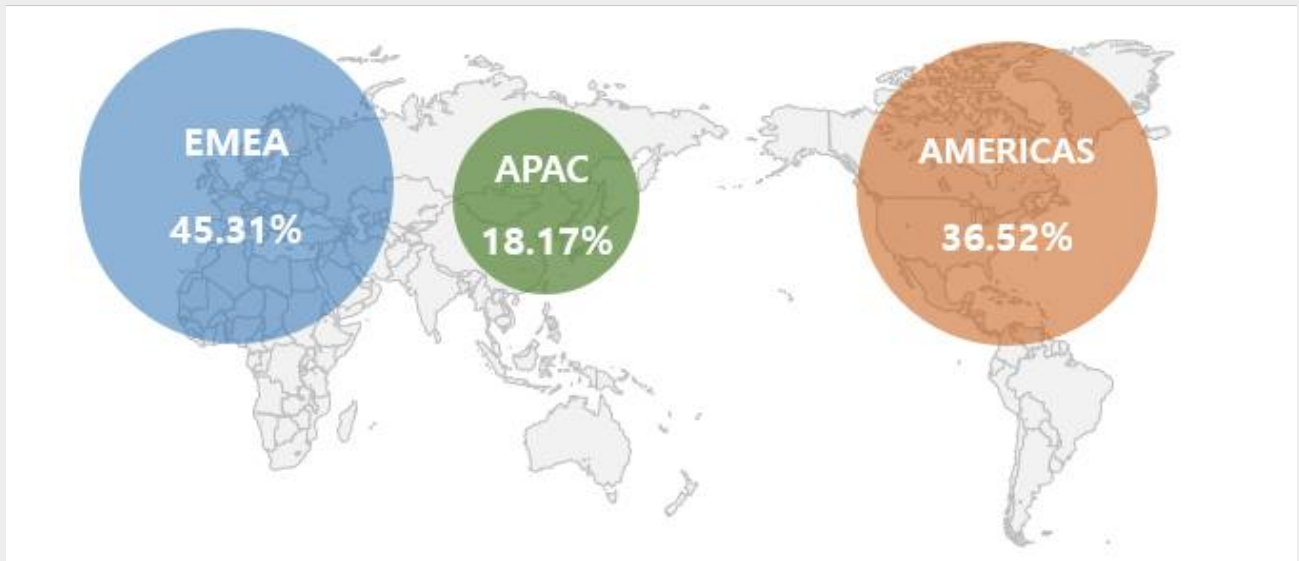
### 3. 품목통계 종합분석

#### 아시아 태평양(APAC)대륙, 글루텐프리 베이커리 시장 점유율 최저

2016년 기준 글로벌 글루텐프리 베이커리(Gluten-free Bakery)시장 대륙별 점유율을 보면 유럽, 중동, 아프리카(EMEA) 지역이 글로벌 전체의 45.31%를 차지하며 1위를 차지했고 아메리카 대륙이 36.52%로 2위를 차지함. 중국이 포함된 아시아 태평양(APAC) 지역이 18.17%를 차지하며 가장 작은 점유율을 보임. 2016년 기준 유럽, 중동, 아프리카 지역의 글루텐프리 베이커리 시장은 83억 2,300만 달러를 기록하였음. 아메리카 대륙의 글루텐프리 베이커리 시장은 2021년까지 110억 5,600만 달러를 기록할 것으로 예상됨. 한편, 2016년 기준 아시아 태평양 지역은 2021년까지 9.52%의 증가세를 보일 것으로 예상됨<sup>10</sup>.

표 1.9 : 글로벌 글루텐프리 베이커리(Gluten-free Bakery)시장 대륙별 점유율(2016)

(단위 : %)



출처 : technavio(www.technavio.com/)

10. Business Wire, 'Global Gluten-free Bakery Market - Segments and Forecast by Technavio', 2017.10.09

## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 건강한 빵을 직접 조리

Market Trend 02. 통밀 빵 다이어트 인기

Market Trend 03. 한국계 베이커리 중국 진출

Market Trend 04. 글루텐 프리, 안전성 논란

# 시장 트렌드 OVERVIEW

## 빅데이터 분석 개요

조사목적	중국 제빵 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.10.31
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	중국 식품정보원
입력 키워드	面包, 无谷蛋白
도출 기사	283건

## 트렌드 타임라인



### Market Trend 01. 건강한 빵을 직접 조리

- 2017년 중국의 대표 트렌드로 가정에서 직접 빵을 조리하는 현상이 꼽힘. 중국 소비자들은 건강에 좋은 통밀 빵, 효모 빵을 가정에서 조리하고 있으며 블로그 사이트 등에서는 제빵 지식 없이 간단히 오븐으로 조리할 수 있는 노하우들을 공개하고 있음

### Market Trend 02. 통밀 빵 다이어트 인기

- 현지 매체들은 통밀 빵을 통해 다이어트 하는 방법을 활발히 소개하고 있음. 통밀 빵은 수용성 식이섬유질이 풍부해 위장 활동 및 변비 개선을 돕고 다이어트에 큰 효과를 줄 수 있는 것으로 알려짐

### Market Trend 03. 한국계 베이커리 중국 진출

- 한국계 베이커리들은 약진이 계속되고 있음, 파리바게뜨는 우수한 품질과 현지화된 마케팅 전략을 바탕으로 외국계 베이커리로는 최초로 200호 점을 돌파하는 데 성공함. 뚜레주르도 고품질의 빵을 바탕으로 시장에서 긍정적인 평가를 받고 있음

### Market Trend 04. 글루텐 프리, 안전성 논란

- 중국 현지 매체들은 해외에서 최근 논란이 되고 있는 글루텐 프리 기사들을 소개하면서, 글루텐 프리 제품이 반드시 안전한 것은 아니라고 보도함
- 글루텐 프리 제품들은 포화지방과 탄수화물이 많이 함유되어 비만으로 직결되고 있으며, 인체에 비소를 축적시킬 우려가 있는 것으로 확인됨

**중국 소비자들, 가정에서 직접 건강한 빵을 조리**

중국 유명 매체인 대기원시보(大纪元新闻网, epochtimes)는 2017년 한 해 동안 중국을 대표하는 Top Trend 5를 선정함<sup>11</sup>. 2017년에는 기존의 글루텐 프리 빵 대신 건강한 탄수화물을 지향하는 빵이 늘어날 것이라고 전망. 특히 건강에 관심이 많은 사람들이 늘어남에 따라 가정에서 빵을 직접 만들어 먹는 중국 소비자들이 점차 늘어나고 있음

이러한 추세에 따라 통밀 빵과 효모 빵 등이 부상하게 될 것으로 전망되고 있음. 중국 현지 블로그들은 집에서 제빵 지식 없이도 오븐 등을 통해 간단하게 조리하는 방법 등을 소개하고 있음

중국 현지 최대 검색엔진 바이두에는 무설탕 빵 제조방법(无糖面包的做法 烤箱). 통밀 빵 토스트 만들기(烤箱做全麦土司的做法), 건강에 좋은 케이크 만들기(烤箱做健康蛋糕) 등이 인기 레시피로 소개되어 있음

표 2.1 : 건강한 빵 만들기 레시피

	건강한 곡물빵(健康杂粮面包)	건강한 통밀빵(健康全麦面包)
이미지		
재료	우유, 효모 분말, 밀가루, 소금, 설탕, 계란, 식물성 기름	효모, 설탕, 우유, 달걀, 소금, 다용도 밀가루, 버터
조리 방법	<ol style="list-style-type: none"> <li>반죽이 발효될 때까지 시간을 들여 저어줌</li> <li>쉐이핑 후 15분 이후에 분리작업 및 배기(排气)를 계속함</li> <li>2차 발효 이후 40도의 오븐에 반죽을 저장함</li> <li>밀크 브러시로 구운 빵을 마무리함</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>버터를 제외한 액체, 분말, 효모 등을 제빵 기계에 넣고 15분간 반죽한 후 버터를 넣고 다시 30분 동안 다시 재반죽함</li> <li>반죽을 꺼낸 후 오븐에 500도에 예열하며 발효된 반죽을 꺼내 2mm 두께의 타원형 모형의 롤을 제작함</li> </ol>

출처 : 心食谱(www.xinshipu.com)

11. 大纪元新闻网, '专家预测:五个健康趋势 2017年将风行', 2017.01

### 통밀 빵을 통한 다이어트 소개

중국 현지 매체들은 통밀 빵(全麦面包)을 통해 다이어트를 하는 방법들을 중국 국민들에게 소개하고 있음

중국의 식품영양건강 및 지식 플랫폼인 일일영양(天天营养)은 통밀 빵을 통한 다이어트에 대한 홍보 글을 게재함.<sup>12</sup> 일일영양(天天营养)은 통밀 빵이 콜레스테롤을 낮추는 데에 도움을 주며 수용성 식이섬유질이 풍부해 위장 활동 및 변비개선이 도움이 된다고 전함. 또한 통밀 빵 내 식이섬유는 포만감을 주기 때문에 다이어트에 큰 효과를 줄 수 있다고 추천함. 일일영양은 소비자들에게 통밀 빵을 구매하는 데에 있어서 라벨 상에서 통밀가루, 통밀 여부를 반드시 확인하고 구입하라고 조언함. 또한 일일영양은 통밀 빵은 주로 아침에 섭취할 경우 심장마비를 예방하는 도움을 줄 수 있다고 덧붙임

현지 유명일간지 매일두조(每日头条)도 통밀 빵의 영양학적 우수성을 알리는 기사를 게재함.<sup>13</sup> 통밀 빵은 비타민, 섬유질, 미네랄 등을 많이 함유하고 있으며 최종적으로는 체중 감소에 기여함. 특히 통밀 빵은 일반 빵보다 셀룰로오스를 더 많이 함유하고 있으며 이는 탄수화물의 흡수를 느리게 하며 포만감을 높이는 데 기여함. 매일두조는 통밀 빵만 섭취하는 것은 좋지 않으며 운동과 병행하는 것이 다이어트에 필수적이라고 전함

표 2.2 : 몸에 좋은 통밀 빵 이미지



출처 : 일일영양(www.51tty.com)

12. 天天营养, '全麦饮食更易瘦,你的全麦面包吃对了吗?', 2016.04.16

13. 每日头条, '全麦面包能减肥吗?为什么全麦饮食更易瘦', 2016.11.12

### 한국계 베이커리 프랜차이즈, 중국 대거 진출 중

중국의 베이커리 시장이 계속해서 성장함에 따라 한국계 베이커리 프랜차이즈들의 중국 진출이 더욱 가속화되고 있음

파리바게뜨(巴黎贝甜)는 2017년 8월 청두에 매장을 오픈함으로써 외국계 베이커리 중에는 최초로 200개의 점포를 개점하는 금자탑을 세움.<sup>14</sup> 이는 파리바게뜨가 2004년에 상하이 진출한 이래 14년만의 일로 품질과 위생, 고급 인테리어에 투자한 프리미엄 전략이 주효했다고 전문가들은 내다보고 있음.<sup>15</sup> 2017년 한 해 동안 파리바게뜨는 아보카도가 포함된 건강 빵을 출시하는 한편<sup>16</sup> 중추절을 기념한 월병 한정판을 판매하는 등 중국 시장에 맞춘 현지화 전략을 수립함<sup>17</sup>.

뚜레주르(多乐之日)도 우수한 품질을 바탕으로 시장에서 긍정적인 평가를 얻고 있음. 중국 대표매체 China News는 뚜레주르를 고품질의 밀가루와 크림 등의 원재료를 토대로 더 가볍고, 더 건강한 음식을 지향하고 있으며 2017년 10월 기준 약 170여 개에 달하는 매장을 중국에 보유하고 있다고 전함<sup>18</sup>.

표 2.3 : 중국에 진출한 한국 베이커리 프랜차이즈



출처 : 뚜레주르(www.tlj.co.kr), 파리바게뜨(www.paris.co.kr)

- 14. 网易新闻, '巴黎贝甜中国第200家门店入驻宽窄巷子', 2017.09.02
- 15. 四川在线 - 餐饮频道, '巴黎贝甜中国第200家门店成都宽窄巷子盛大开业', 2017.08.31
- 16. 网易新闻, '巴黎贝甜推出牛油果系列新品 再掀时尚健康生活新潮流', 2017.04.18
- 17. 网易新闻, '巴黎贝甜:这个中秋,与你的味蕾掀起一场文艺复兴', 2017.09.13
- 18. China News, '多乐之日全新升级 "英伦绿" 引领美味风尚', 2017.09.07

### 중국 현지매체, 글루텐 프리 식단의 안전성 문제 보도

미국과 EU 등에서 글루텐 프리 식단의 안전성에 대해 의문을 표하는 기사들이 늘어남에 따라 중국 현지 언론에도 글루텐 프리 식단에 대해 유의할 필요가 있다는 보도 자료가 계속해서 게재됨

중국의 식품 전문매체 식품 네트워크(食品伙伴网)는 유럽에서 글루텐 프리 식품이 오히려 포화지방과 탄수화물을 더 포함하고 있어 비만으로 직결될 수 있으며 소비자들에게 철저한 라벨 검토를 권장함.<sup>19</sup> 특히 글루텐 프리 피자, 빵 등의 경우 단백질 함량이 정상 식품보다 세배 가량 낮으며 항체 생성 및 면역체계 유지에 해로운 편임

중국의 대표 언론매체인 신화망(新华网)도 시카고 일리노이 대학의 연구사례를 인용하면서 글루텐 프리식단이 몸에 좋지 않다고 지적함. 신화망은 5년 동안 73개의 소변 샘플을 분석한 결과, 글루텐 프리를 섭취한 샘플에서 소변의 비소 농도가 오히려 높아졌다고 전함. 신화망은 글루텐 프리 식단은 최종적으로는 글루텐을 완벽하게 대체할 수 없으며 인체에 비소를 유발할 수 있다고 덧붙임.<sup>20</sup>

19. 食品伙伴网, '研究: 无麸质食品未必健康', 2017.06.13

20. 新华网, '无麸质食品不等于健康食品 或产生副作用', 2017.02.27





# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	健康全麦吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	중국
2	健康燕麦谷物吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	
3	健康奇亚籽吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	
4	谷物健康吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	
5	谷物早餐包	北京市艾丝碧西食品有限公司	
6	杂谷黑吐司面包	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
7	杂粮枸杞	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
8	南瓜黑芝麻吐司面包	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
9	葡萄干杂谷迷你吐司	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
10	健康杂粮吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	
11	经典红豆吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	
12	全麦高纤吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	
13	全麦果仁面包	北京义利面包食品有限公司	
14	全麦吐司面包	北京义利面包食品有限公司	
15	全麦吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

빵집		하이퍼마켓
巴黎贝甜(五道口店) 	多乐之日(五道口店) 	家乐福(北京中关村广场店) 
北京市海淀区成府路28号优盛大厦L1层28号与L2层21号	北京市海淀区成府路35号城铁五道口站北出口对面	北京市海淀区中关村大街15号中关村广场负1-负2层

출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福(北京中关村广场店) 2017.11)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정<sup>21)</sup>

	제품명	제조사	제조국가
1	健康全麦吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	중국
2	健康燕麦谷物吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	
3	健康奇亚籽吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	
4	谷物健康吐司	北京市艾丝碧西食品有限公司	
5	谷物早餐包	北京市艾丝碧西食品有限公司	
6	杂谷黑吐司面包	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
7	杂粮枸杞	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
8	南瓜黑芝麻吐司面包	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
9	葡萄干杂谷迷你吐司	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	
10	健康杂粮吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	
11	经典红豆吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	
12	全麦高纤吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	
13	全麦果仁面包	北京义利面包食品有限公司	
14	全麦吐司面包	北京义利面包食品有限公司	
15	全麦吐司	北京家乐福中关村广场店一面包部门	

출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福(北京中关村广场店) 2017.11)

## 분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	포장형태
2	가격 (원)	5	주원료
3	유통기한 (일)	6	제조국가

21. 수입액 상위국가의 경우 HS CODE 1905.90.00 품목(빵, 파이, 케이크 비스킷을 포함하는 기타제품)을 기준으로 집계되었음. 현지 조사의 경우 빵을 기준으로 조사되었음. 수출입 통계에서 수입액 상위를 차지한 국가(홍콩, 대만, 말레이시아, 인도네시아, 미국)의 제품이 조사되지 않을 수 있음

## 2. 정량 분석

### 중국 내 유통 중인 베이커리 제품, 100g당 가격 평균 895원<sup>22</sup>.

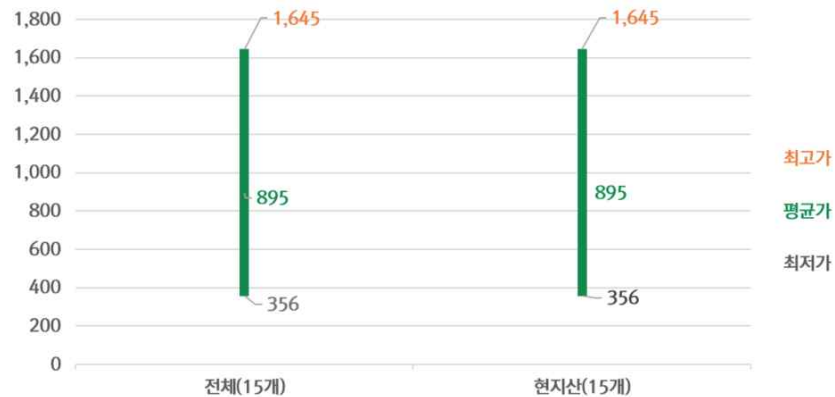
중국 현지 빵집 및 하이퍼마켓 방문 결과 중국 내 판매 중인 베이커리 제품의 100g 당 평균 가격은 895원으로 확인됨

100g 당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 ‘希杰多乐之日(北京)食品有限公司’의 ‘葡萄干杂粮迷你吐司’ 제품으로 100g당 가격은 1,645원임. 반면 가장 저렴한 제품은 ‘北京义利面包食品有限公司’의 ‘全麦吐司面包’ 제품으로 동량 대비 약 5배 저렴한 356원으로 조사됨

현지 유통업체에서 조사된 15개 경쟁 제품의 중량 평균은 283.7g이며, 유통기한은 평균 3.6일임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

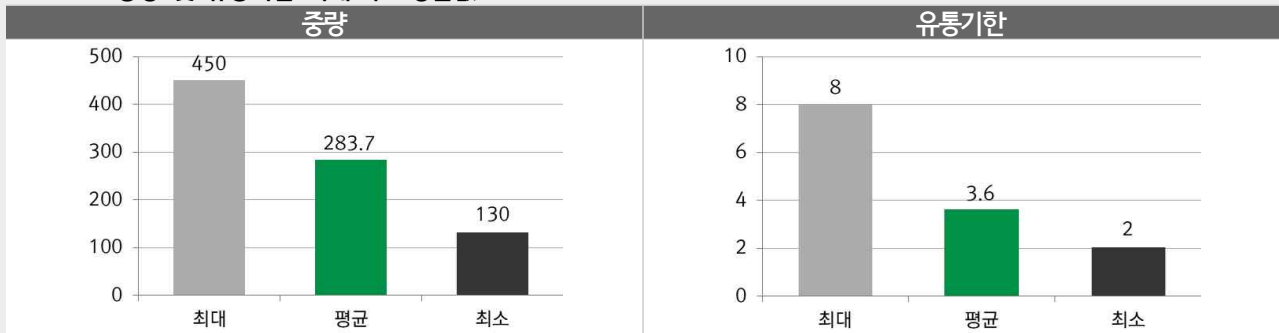
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福北京中关村广场店) 2017.11)

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값<sup>23</sup>.

(단위 : g, 일)



출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福北京中关村广场店) 2017.11)

22. 1위안(CNY) = 167.95원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.11.07.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '위안'을 한화로 전환하여 제시함

23. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

### 3. 정성 분석

#### 베이커리, 플라스틱 파우치 외장재 사용 중

경쟁제품 15개 중 13개는 플라스틱 파우치를 외장재로 사용하고 있음. 나머지 2개의 제품은 외장재를 사용하고 있지 않음

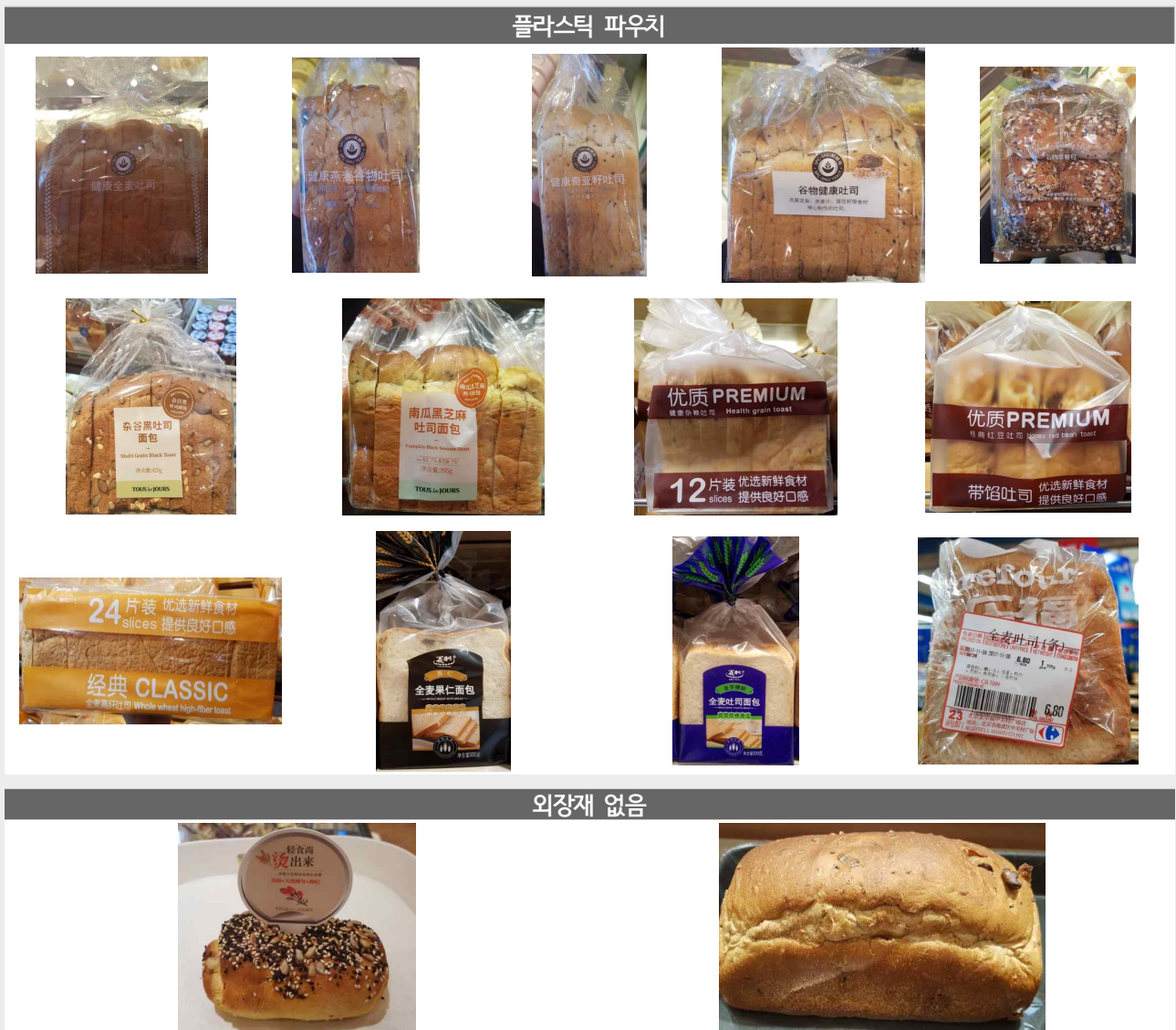
#### 주원료

경쟁제품에는 밀가루, 물, 버터, 소금, 설탕, 계란, 효모, 효소 등의 원료가 주로 사용됨

#### 제조국가

중국 현지조사 결과, 3개의 매장에서 조사된 15개의 제품 모두 중국산임

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류



출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福北京中关村广场店) 2017.11)

### 3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
健康全麦吐司	밀가루, 물, 설탕, 기, 크림, 효모, 버터, 꿀, 소금, 맥아 추출물
健康燕麦谷物吐司	밀가루, 물, 오트밀, 기, 우유, 설탕, 해바라기 씨, 호박 씨, 흰 참깨, 크림, 버터, 꿀, 효모, 소금, 계란, 맥아 추출물
健康奇亚籽吐司	밀가루, 물, 버터, 기, 우유 파우더, 효모, 소금
谷物健康吐司	밀가루, 물, 검은 호밀, 밀, 검은 맥아 파우더, 소금, 녹말, 설탕, 기, 버터, 해바라기 씨, 오트밀, 검은 참깨, 꿀, 효모, 소금, 식품 첨가제
谷物早餐包	밀가루, 물, 설탕, 해바라기 씨, 검은 호밀, 검은 맥아 파우더, 호밀, 소금, 녹말, 비타민 C, 검은 참깨, 오트밀, 계란, 버터, 기, 효모, 코코아 파우더
杂粮黑吐司面包	밀가루, 물, 베이킹 파우더, 해바라기 씨, 호밀, 오트밀, 참깨, 밀렛 옥수수, 글루텐, 수수, 옥수수, 메밀, 계란, 설탕, 버터, 효모, 효소, 소금, 호박 씨, 검은 참깨
杂粮枸杞	밀가루, 서양 모과, 해바라기 씨, 건포도
南瓜黑芝麻吐司面包	밀가루, 호박, 설탕, 맥아, 설탕, 검은 참깨, 버터, 계란, 효모, 효소
葡萄干杂粮迷你吐司	밀가루, 건포도, 호두
健康杂粮吐司	밀가루, 설탕, 우유 파우더, 콩가루
经典红豆吐司	밀가루, 우유 파우더, 소금, 팥, 칼슘
全麦高纤吐司	밀가루, 설탕, 우유 파우더, 칼슘, 소금, 콩가루
全麦果仁面包	밀가루, 물, 설탕, 포도 과육, 야채유, 계란, 건포도, 효소, 소금, 식품 첨가제
全麦吐司面包	밀가루, 물, 야채유, 계란, 소금, 효모, 옥수수 녹말, 콩가루
全麦土司	밀가루, 설탕, 물, 계란, 우유 파우더, 소금, 마가린, 거

출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福北京中关村广场店) 2017.11)

### 3. 정성 분석

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가



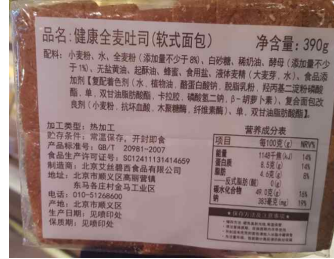

제품명	원산지	제조국가 비중
健康全麦吐司	중국	 <p>100.0%</p>
健康燕麦谷物吐司		
健康奇亚籽吐司		
谷物健康吐司		
谷物早餐包		
杂谷黑吐司面包		
杂粮枸杞		
南瓜黑芝麻吐司面包		
葡萄干杂谷迷你吐司		
健康杂粮吐司		
经典红豆吐司		
全麦高纤吐司		
全麦果仁面包		
全麦吐司面包		
全麦吐司		

출처 : 현지방문조사(巴黎贝甜(五道口店), 多乐之日(五道口店), 家乐福北京中关村广场店) 2017.11)

## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

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

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	北京市艾丝碧西食品有限公司	北京市艾丝碧西食品有限公司
	제품명	健康全麦吐司	健康燕麦谷物吐司
	중량(g)	390	200
	가격(CNY)	20	14
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 물, 설탕, 기, 크림, 효모, 버터, 꿀, 소금, 맥아 추출물	밀가루, 물, 오트밀, 기, 우유, 설탕, 해바라기 씨, 호박 씨, 흰 참깨, 크림, 버터, 꿀, 효모, 소금, 계란, 맥아 추출물
	유통기한(일)	4	4
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	-24.	-25.
	판매확인 매장	巴黎贝甜(五道口店)	巴黎贝甜(五道口店)

24. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

25. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음



## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	北京市艾丝碧西食品有限公司	北京市艾丝碧西食品有限公司
	제품명	健康奇亚籽吐司	谷物健康吐司
	중량(g)	200	420
	가격(CNY)	14	18
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 물, 버터, 기, 우유 파우더, 효모, 소금	밀가루, 물, 검은 호밀, 밀, 검은 맥아 파우더, 소금, 녹말, 설탕, 기, 버터, 해바라기 씨, 오트밀, 검은 참깨, 꿀, 효모, 소금, 식품 첨가제
	유통기한(일)	4	4
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	-26.	-27.
	판매확인 매장	巴黎贝甜(五道口店)	巴黎贝甜(五道口店)

26. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

27. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	北京市艾丝碧西食品有限公司	希杰多乐之日(北京)食品有限公司
	제품명	谷物早餐包	杂谷黑吐司面包
	중량(g)	150	420
	가격(CNY)	14	19
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 물, 설탕, 해바라기 씨, 검은 호밀, 검은 맥아 파우더, 호밀, 소금, 녹말, 비타민 C, 검은 찹깨,オート밀, 계란, 버터, 기, 효모, 코코아 파우더	밀가루, 물, 베이킹 파우더, 해바라기 씨, 호밀,オート밀, 찹깨, 말린 옥수수, 글루텐, 수수, 옥수수, 메밀, 계란, 설탕, 버터, 효모, 효소, 소금, 호박 씨, 검은 찹깨
	유통기한(일)	2	4
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	-28.	-29.
	판매확인매장	巴黎贝甜(五道口店)	多乐之日(五道口店)

28. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

29. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	希杰多乐之日(北京)食品有限公司
	제품명	杂粮枸杞	南瓜黑芝麻吐司面包
	중량(g)	176	395
	가격(CNY)	13	19
	외장재	-30.	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 서양 모과, 해바라기 씨, 건포도	밀가루, 호박, 설탕, 맥아, 설탕, 검은 참깨, 버터, 계란, 효모, 효소
	유통기한(일)	2	4
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	-31.	-32.
	판매확인 매장	多乐之日(五道口店)	多乐之日(五道口店)

30. 포장되어 있지 않은 상품임

31. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

32. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	希杰多乐之日(北京)食品有限公司	北京家乐福中关村广场店一面包部门
	제품명	葡萄干杂谷迷你吐司	健康杂粮吐司
	중량(g)	194	130
	가격(CNY)	19	6.8
	외장재	-33.	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 건포도, 호두	밀가루, 설탕, 우유 파우더, 콩가루
	유통기한(일)	2	2
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	-34.	-35.
	판매확인 매장	多乐之日(五道口店)	家乐福(北京中关村广场店)

33. 포장되어있지 않은 상품임

34. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

35. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	北京家乐福中关村广场店一面包部门	北京家乐福中关村广场店一面包部门
	제품명	经典红豆吐司	全麦高纤吐司
	중량(g)	200	450
	가격(CNY)	9.7	15.05
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 우유 파우더, 소금, 팥, 칼슘	밀가루, 설탕, 우유 파우더, 칼슘, 소금, 콩가루
	유통기한(일)	2	2
제조국가	중국	중국	
취급처	수입사 정보	-36.	-37.
	판매확인 매장	家乐福(北京中关村广场店)	家乐福(北京中关村广场店)

36. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

37. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	北京义利面包食品有限公司	北京义利面包食品有限公司
	제품명	全麦果仁面包	全麦吐司面包
	중량(g)	300	330
	가격(CNY)	8.5	6.99
	외장재	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 물, 설탕, 포도 과육, 야채유, 계란, 건포도, 효소, 소금, 식품 첨가제	밀가루, 물, 야채유, 계란, 소금, 효모, 옥수수 녹말, 콩가루
	유통기한(일)	8	8
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	-38.	-39.
	판매확인 매장	家乐福(北京中关村广场店)	家乐福(北京中关村广场店)

38. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

39. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 15
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	北京家乐福中关村广场店一面包部门
	제품명	全麦土司
	중량(g)	300
	가격(CNY)	6.8
	외장재	플라스틱 파우치
	원료	밀가루, 설탕, 물, 계란, 우유 파우더, 소금, 마가린, 거
	유통기한(일)	2
	제조국가	중국
취급처	수입사 정보	-40.
	판매확인 매장	家乐福(北京中关村广场店)

40. 해당 제품은 현지산 제품이므로 수입사 정보를 제공하지 않음



# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악



# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		파리크라상	CJ	北京义利面包食品有限公司
		한국	한국	중국
기업 개요	설립년도	1986년	1973년	1906년
	직원 수	4,723명 (2016년)	약 7,700명 (2016년)	-
	매출액	약 3조 3,767억 원 (2016년)	약 23조 9,541억 원 (2016년)	약 604억 위안 (2016년) 약 10조 1351억 원
	취급품목	베이커리 제품	다양한 식품	빵, 간식류
제품 정보				
		빵	빵	빵
홍보 전략	온라인 홍보	· 홈페이지를 통해 수험생 응원과 자사 제품을 홍보함	· 홈페이지를 통해 수능 응원 메시지와 경품 추첨 행사를 진행함	· 홈페이지를 통해 자사의 제품을 게시함
	캐치 프레이즈	· '빵을 나누면 끼니가 되지만, 만드는 기술을 나누면 꿈이 된다'라는 문구 삽입 - 빵을 통해 사회 공헌을 할 수 있음을 보여줌	· 매일매일 매장에서 직접 굽는 신선한 베이커리 - 자사 브랜드의 이름으로 제품의 신선함을 강조함	· '빵의 왕'이라는 문구 삽입 - 자사 제품에 대한 자부심을 드러냄

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 ..... 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : Bread
- 온라인 쇼핑몰 분석
  - 회사 개인 홈페이지, 혹은 온라인 쇼핑몰 분석

방법론 02. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 대만 현지 하이퍼마켓, 백화점 방문(2017.11)
  - 巴黎贝甜(五道口店)
  - 多乐之日(五道口店)
  - 家乐福(北京中关村广场店)

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 쇼핑몰 조사)  
+ 방법론 02(오프라인 매장 방문 조사)

한국 기업 2개사, 중국 기업 1개사  
총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

한국	한국	중국
		
· 경쟁 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 파리크라상 정보

- 대표 전화 : +82-31-740-5500
- 업태 : 생산 및 유통
- 주소 : 경기도 성남(Sungnam)

출처 : Paris Croissant  
(www.pariscroissant.co.kr)

### 한국 기업 분석 : 파리크라상

파리크라상은 1986년 설립된 한국의 베이커리 제품 가공 업체로, SPC 그룹의 자회사임. 당사는 파리크라상, 파리바게트 등의 브랜드를 통해 넓은 범위의 베이커리 제품을 취급하고 있으며, 다양한 해외 국가들로의 진출에 성공한 글로벌 기업임

### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1986년
- ② 직원수 ..... 약 4,723명 (2016년)
- ③ 매출액 ..... 약 3조 3,767억 원 (2016년)
- ④ 취급품목 ..... 베이커리 제품



출처 : NICE(www.nicebizinfo.com), Paris Croissant (www.pariscroissant.co.kr)

### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



빵



빵



빵

출처 : Paris Croissant (www.pariscroissant.co.kr)

### [홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
홈페이지를 통한 브랜드 홍보	“빵을 나누면 끼니가 되지만, 만드는 기술을 나누면 꿈이 된다”
	<p>빵을 나누면 끼니가 되지만, 만드는 기술을 나누면 꿈이 된다</p> <p>SPC그룹은 SPC그룹의 모태인 삼미당의 상생과 나눔에 대한 정신을 실현하고자, 빵 나눔 활동과 더불어 빵을 통해 다양한 일자리를 만들고, 빵에 대한 꿈을 키워 나갈 수 있도록 다양한 활동을 진행하고 있습니다.</p>
· 수능을 응원하는 문구를 홈페이지에 게시하며 자사에서 판매하는 제품을 같이 홍보하고 있음	· 빵을 그냥 나누어 먹으면 끼니의 해결에서 그치지않고, 그 기술을 나누어 일자리도 만들어 사회 공헌을 하겠다는 의지를 드러냄

출처 : SPC (www.spc.co.kr), Paris Croissant (www.pariscroissant.co.kr)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### CJ 정보

- 대표 전화 : +82-2-726-8114
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 서울(Seoul)

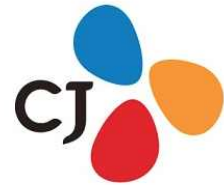
출처 : CJ (www.cj.net)

### 한국 기업 분석 : CJ

당사는 1973년 설립되어 식품, 생명공학, 신유통, 엔터테인먼트와 미디어 등 크게 4개 분야를 주력으로 취급하고 있음. 식품 중 베이커리 제품의 경우 뚜레주르 브랜드를 통하여 한국뿐만이 아닌 세계를 대상으로 진출하여 당사 제품을 판매하고 있음

### [기업 개요]

- |        |                        |
|--------|------------------------|
| ① 설립년도 | 1973년                  |
| ② 직원수  | 약 7,700명(2016년)        |
| ③ 매출액  | 약 23조 9,541억 원 (2016년) |
| ④ 취급품목 | 다양한 식품                 |



출처 : CJ (www.cj.net)

### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



빵



빵



빵

출처 : CJ (www.cj.net)

### [홍보 전략]

#### 온라인 홍보

#### 홈페이지를 통한 경품 추첨



- 홈페이지를 통해 수능 시험에 대한 응원 메시지를 받고, 그에 대한 경품을 마련함

#### 캐치프레이즈

#### “매일매일 매장에서 직접 굽는 신선한 베이커리”

매일매일 (Tous Les Jours),  
매장에서 직접 굽는 신선한 베이커리

- 자사 브랜드인 Tous Les Jours의 이름을 인용하여 제품의 신선함을 강조함

출처 : CJ (www.cj.net), Tous Les Jours(www.tlj.co.kr)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 北京义利面包食品有限公司 정보

- 대표 전화 : +86-10-6024-0038
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 베이징(Beijing)

출처 : 北京义利面包食品有限公司  
(www.bjfood.net)

### 중국 기업 분석 : 北京义利面包食品有限公司

당사는 1906년 설립된 베이커리 제품 및 간식류를 취급하는 업체임. Yi Li Bread 브랜드를 통해 2004년과 2006년 베이징에서 가장 유명한 브랜드 제빵 브랜드 1위로 꼽혔으며, 2008년에는 National Food Industry의 우수 선도 기업으로 선정됨

#### [기업 개요]

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| ① 설립년도 ..... | 1906년            |
| ② 직원수 .....  | ~41.             |
| ③ 매출액 .....  | 약 604억 위안(2016년) |
| ④ 취급품목 ..... | 빵, 간식류           |



출처 : China Daily(www.chinadaily.com.cn), 北京义利面包食品有限公司(www.bjfood.net)

#### [제품 정보]

온(오프)라인 확인 제품			
	빵	빵	빵

출처 : 北京义利面包食品有限公司(www.bjfood.net)

#### [홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>홈페이지 활용한 홍보</p> 	<p>“빵의 왕”</p> <p>“义利”创建于一九零六年，是食品行业中著名的优秀老字号企业，享有“面包王”的美誉。“义利”商标曾多次荣获北京市著名商标的称号。</p>
<p>· 홈페이지를 통하여 자사가 판매하는 다양한 제품군을 제공하고, 후기를 남길 수 있게 해놓음</p>	<p>· ‘빵의 왕’ 이라는 별칭을 통해 자사의 제품에 대한 자부심을 느낄 수 있음</p>

출처 : 北京义利面包食品有限公司(www.bjfood.net)

41. 北京义利面包食品有限公司 홈페이지 조사결과, 직원수를 확인할 수 없음

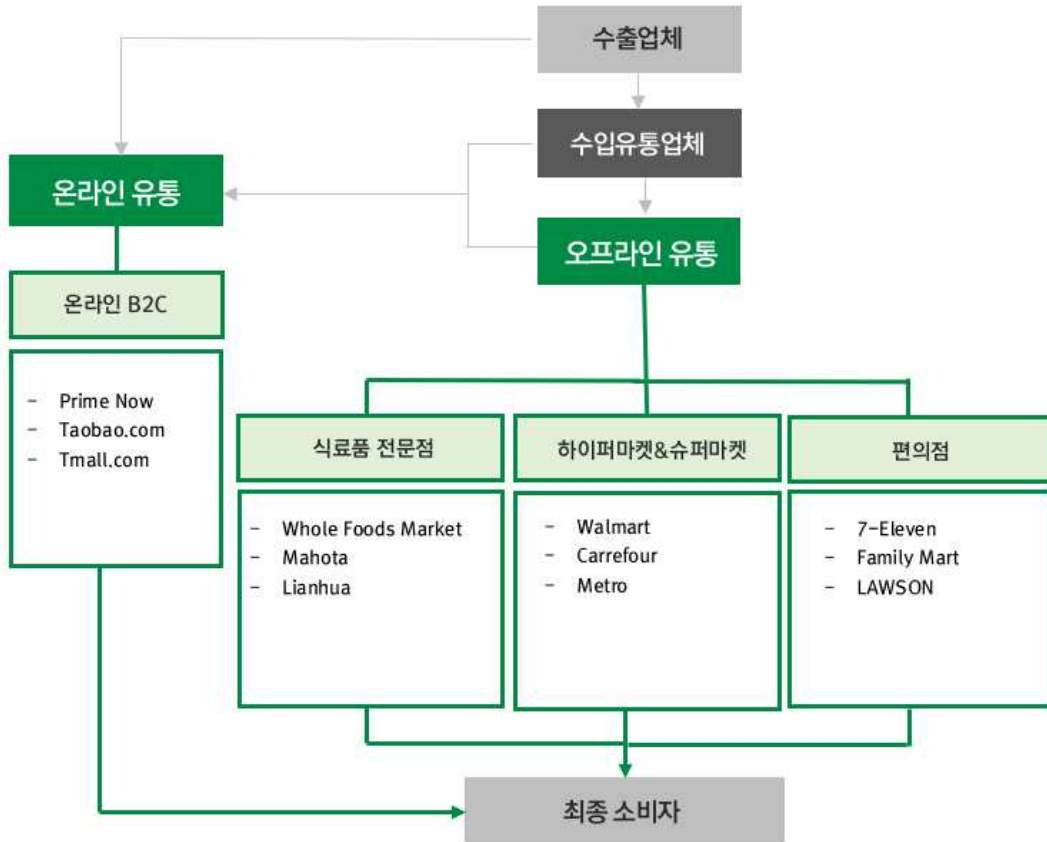
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

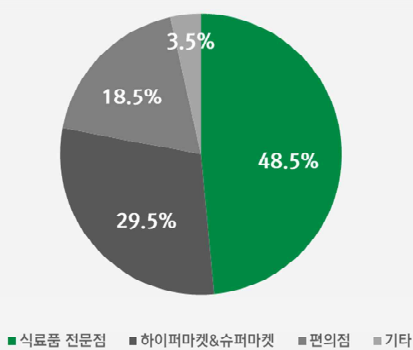
1. 현지 진출 주요 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 현황 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율<sup>42</sup>



### 유통채널별 정의 및 특징

- **식품전문점** : 특정 식품을 취급하여 이익을 창출하는 소매점
- **하이퍼마켓&슈퍼마켓** : 식품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 판매하는 매장
  - 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)
  - 면적 280~2,300㎡ 이상(슈퍼마켓)
- **편의점**: 고객의 편의를 위해 24시간 운영하는 소매점
- **기타**: 백화점, 재래시장, 온라인 쇼핑몰 등

출처 : Global Data(2015), China 'Bakery&Cereals' 유통점유율 기준

42. 중국 내 'Bakery&Cereal' 품목이 유통되는 경로를 조사한 결과, Global Data의 2015년 정보가 최신 자료로 확인됨

# 1. 현지 진출 주요 경로

## 시장 점유율

Global Data를 통해 ‘Bakery&Cereal’ 품목의 유통 채널별 비중을 비교 및 분석한 결과, 중국의 식료품 전문점 점유율은 48.5%로 가장 높게 나타났으며 하이퍼마켓&슈퍼마켓의 점유율은 29.5%, 편의점의 점유율은 18.5%, 기타는 3.5%를 차지하고 있는 것으로 도출됨

## ROUTE #1. 식료품 전문점

### : 품목별로 전문화된 소매점

중국의 경제가 성장함에 따라 국민들의 소득도 함께 상승하였고, 그로 인해 중국 소비자들의 식품 소비 성향이 변하고 있음. 건강을 생각하는 웰빙 제품의 수요 증가는 최근 중국의 소비패턴 변화의 가장 큰 특징임<sup>43</sup>. 식료품 전문점에 있어서는 해외 자본 식료품 전문점이 중국에 진출하고 있음. 대표적인 사례로 Amazon의 Whole Foods Market이 있음. 해당 업체는 Alibaba의 디지털 서비스 시스템을 도입하여 매장 내 제품을 스캔하여 Alipay로 지불하는 등 편의성을 제공하고 있음. 또한 대형 유통 체인점보다 규모가 작기 때문에 임대료가 저렴하고, 소비자들은 좀 더 저렴한 가격에 구입할 수 있다는 장점이 있음<sup>44</sup>.

중국 내 베이커리 제품은 효모가 주성분이며, 베이커리 제품 이외에도 다양한 가공 식품에 첨가됨. 그러나 글루텐이 포함되지 않은 제품보다 천연 효모 성분이 함유된 식품에 대한 수요가 증가하고 있는 추세임<sup>45</sup>.

표 5.1 : 식료품 전문점으로 유통하는 수입사 정보

 <p>식료품 전문점</p>	<b>1.</b> Chong Zhou Miao Tian ShiPin	
	홈페이지	shop1352740518510.1688.com
	기업 개요	한국, 일본, 유럽으로부터 제과를 수입하여 유통하는 업체로, 주요 취급 브랜드는 오리온, 해태, 크라운제과 등이 있음
	<b>2.</b> Shang Hai JinCheng	
	홈페이지	shop1368794098934.1688.com
	기업 개요	베이커리 제품을 포함하여 주로 한국 식료품을 취급하는 수입유통업체임
	<b>3.</b> WeiHai HaoChiGe	
	홈페이지	whhcgmy.1688.com
	기업 개요	한국 과자, 커피, 인스턴트식품을 수입하여 유통하고 있으며, 주요 취급 브랜드는 롯데제과임

43. 경제신문, ‘고급스러워진 중국의 소비패턴, 어떻게 바뀌고 있나’, 2017.10.17

44. Brink, ‘How Supermarkets Can Take on Grocery’s Brave New World’, 2017.11.02

45. Latest Market Reports, ‘Yeast Ingredients Market will be Massively Influenced by Macroeconomic Factors 2015 - 2021’, 2017.11.01



# 1. 현지 진출 주요 경로

## ROUTE #2. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

### : 대형 소매 체인 브랜드의 중국 시장 진출

중국 내 하이퍼마켓&슈퍼마켓 체인 브랜드는 해외 자본이 많은 것이 특징임. 미국의 Walmart, 프랑스의 Carrefour 등 해외 대형 소매점 브랜드가 중국으로 유통망을 확대하기 위한 노력을 기울이고 있음. 이로 인해 무인 계산대나 전용 어플리케이션 등이 보급되어 중국 소비자들에게 편의를 제공하고 있음. 또한 수입산 식료품을 쉽게 접할 수 있게 되면서 대부분의 중국 소비자들은 해외 대형 소매점 브랜드의 중국 진출을 긍정적으로 받아들이는 경향이 있음.<sup>46</sup> 한국 브랜드의 경우, 과거에 Lotte Mart가 중국에 진출한 경험이 있으나, 정치적인 문제로 인해 중국 사업을 철수하고 동남아시아 유통 시장으로 전향한 사례가 있음<sup>47</sup>.

표 5.2 : 하이퍼마켓&슈퍼마켓으로 유통하는 수입사 정보

 <p>하이퍼마켓&amp;슈퍼마켓</p>	<b>1.</b> WeiHai Han Wei Yuan	
	홈페이지	www.hanweiyuan.com
	기업 개요	주로 한국산 건강기능식품과 제과를 취급하며, 중국 내 30개의 도시에 납품하고 있음
	<b>2.</b> WeiHai Bao Sen Hui	
	홈페이지	baosenhui.1688.com
	기업 개요	한국산 식료품을 취급하고 있으며, 트렌드에 신속하게 반응하여 수입, 유통하고 있음
	<b>3.</b> Xiao Jun Shang Yu	
	홈페이지	shop1487696799923.1688.com
	기업 개요	한국, 태국, 일본, 대만으로부터 제과 제품을 직접 수입하여 유통하고 있음

46. Learn Bonds, 'Walmart Stores Inc (NYSE:WMT) Eyes More 'Hypermarkets' in China', 2017.10.15

47. Financial Times, 'South Korea's Lotte to abandon China supermarkets chain', 2017.10.12

# 1. 현지 진출 주요 경로


## ROUTE #3. 편의점

### : 고객의 편의성을 위한 효율적인 운영방식 도입

중국의 경제 성장에 따라 임금 또한 급격히 상승하고 있음. 이에 대형 유통업체 브랜드는 무인 편의점을 출점하고 있음. 편의점은 일반적으로 인구가 밀집되어 있는 대도시나 대형 쇼핑몰 근처에 위치하고 있는데, 대부분 높은 임대료와 임금 문제가 발생함. 이러한 문제를 해결하기 위해 중국의 편의점 브랜드들은 초기 비용이 다소 들지만 비교적 경제적인 무인 계산 시스템을 도입하고 있음. 무인 계산 시스템을 도입한 업체들의 경우, 매장에 진열된 모든 제품에 QR코드를 부착하여 응용 프로그램을 통해 QR코드를 인식하면 자동으로 결제가 진행되고 제품 정보를 수취할 수 있음. 또한 재고현황의 파악이 수월하기 때문에 비용과 시간을 매우 효율적으로 사용할 수 있게 됨<sup>48</sup>.

Mintel의 2016년 조사에 의하면, 2017년 기준 지난 2년 간 중국 내 편의점에서 가장 많은 판매율을 기록한 제품은 유제품과 베이커리 제품임. 간편하게 섭취가 가능하기 때문에 즉각적으로 수요를 충족할 수 있다는 것이 이유로 조사됨<sup>49</sup>.

표 5.3 : 편의점으로 유통하는 수입사 정보

 <p>편의점</p>	<b>1. Wei Hai Han Zhen</b>	
	홈페이지	shop1479401296304.1688.com
	기업 개요	한국 식료품을 수입하여 편의점에 납품하고 있는 수입유통업체임
	<b>2. WeiHaiMeiPin</b>	
	홈페이지	ibeautygoods.1688.com
	기업 개요	한국 식료품을 직수입하고 있으며, 소매업체뿐만 아니라 도매업체에도 납품하고 있음
	<b>3. Huan Cui Ri Rui</b>	
	홈페이지	hanpinmy.1688.com
	기업 개요	주로 한국, 말레이시아, 인도네시아의 수입 제품을 취급하고 있으며, 주요 취급 브랜드는 오리온임

48. Digiday, 'Chinese tech companies venture into unmanned convenience stores', 2017.10.23

49. William Reed, 'Time for Chinese convenience stores to form distinct identities', 2017.07.09

## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

스낵류 수입·유통업체 대상  
인터뷰 진행<sup>50</sup>.

(2017년 11월)

### Q1. 스낵 제품의 시장성은 어떠한가요?

“중국 국민들의 경제력이 높아지고 생활수준이 향상되면서 수입 스낵에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 이로 인해 중국에서 수입 스낵 시장은 앞으로 전망이 밝을 것이라고 사료됩니다.”

스낵 제품 수입 유통 업체

WeiHaiNuoYaJinchukou(威海诺亚进出口有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

### Q2. 스낵 제품의 구매요인은 무엇인가요?

“당사가 취급하는 스낵 제품을 구매하는 소비자들은 제품 구매 시에 다양한 제품의 맛을 느끼는 것을 중요하게 생각하고 있습니다. 따라서 소비자들의 구매요인은 맛이라고 할 수 있습니다.”

스낵 제품 수입 유통 업체

Huan Cui Ri Rui(环翠区日润商店) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

“현지에서 스낵 제품을 구매하는 소비자들이 제품을 구매할 때 가장 많이 고려하는 사항은 품질입니다. 대부분 소비자는 한국제품의 품질에 만족하며 제품을 구매하고 있습니다.”

스낵 제품 수입 유통 업체

WeiHaiMeiPin(威海美品电子商务有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

“현지에서 당사가 판매하고 있는 스낵 제품을 구매하는 20~40대 주 고객들은 최근 몇 년간 지속되고 있는 한류열풍으로 한국 스낵을 매우 좋아하며 제품을 구매하고 있습니다. 대부분 고객은 유명브랜드의 제품의 품질이 좋다고 생각하고 있으며, 품질에 만족하여 제품을 재구매하는 경향이 있습니다.”

스낵 제품 수입 유통 업체

Zhao Feng Hang (兆豐行) 담당자 Mr. Guan (关先生)와의 인터뷰 中, 2017.11

### Q3. 중국에서 판매가 좋은 스낵 제품은 무엇인가요?

“중국에서 당사가 취급하는 제품 중 소비자들에게 인기가 있는 제품은 한국의 빼빼로입니다. 그 이유는 한국 브랜드의 빼빼로 제품이 품질과 맛이 깔끔하다고 생각하고 있기 때문입니다.”

스낵 제품 수입 유통 업체

Xiao Jun Shang Yu(常熟市啸君羽商贸有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

50. 중국 내 글루텐 프리 베이커리 제품의 유통이 확인되지 않아, 비스킷 및 스낵 유통업체와 인터뷰를 진행함



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		Lianhua	Walmart	7-Eleven
		식품 전문점	하이퍼마켓	편의점
유통업체 개요	설립년도	1991년	1962년	1927년
	직원 수	4만 2,067 명 (2017년 11월)	230만 명 (2017년 9월)	3만 1,500 명 (2017년 9월)
	매출액	266억 6,606만 9,000 위안 (2016년) 약 4조 4,910억 9,934만 원	227억 6,000만 달러 (2016년) 약 25조 3,842억 2,800만 원	24억 5,000만 엔 (2017년 6월) 약 239억 5,438만 원
	점포 수	5,268개 (2017년 5월)	11,695개 (2017년 1월)	56,600개 (2017년 10월)
	취급품목	식품 등	식품, 생활 용품 등	식품, 생활 용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
매장 이슈		· Alibaba Group의 경영협력	· JD.com과 기술협력을 통해 우수한 고객 서비스 제공	· 중화권 국가 내 7-Eleven의 성장
프로모션 전략		· 디지털 전략 도입과 무료 셔틀 버스 운행	· 식품안전보증	· 적극적인 환경 운동 참여

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Lianhua

Lianhua는 Bailian Group의 자회사로, 상하이에 본사를 두고 있음. 첫 매장은 1991년 상하이에 열었고, 2017년 5월 기준 5,268개의 매장을 운영하고 있음. 편의점 브랜드로 Lianhua Quik을 보유하고 있으며, 대형마트 브랜드는 Century Mart를 보유하고 있음

표 6.1 : Lianhua 매장 정보

기업 정보	컨셉	빠르게 변화하는 소매 업계를 선도
	대표 주소	5th to 14th Floors, No.1258 Zhen Guang Road, SHANGHAI 200333, China
	대표 전화	(+86) 21-5262-9922
주요 판매품목		식료품 등
매장 전경	 	
매장 이슈	<p><b>Alibaba Group의 경영협력</b></p> <p>Alibaba Group이 2017년 6월 Lianhua 지분의 18%를 인수하면서 더욱 적극적인 경영 지원을 실시함. 기존의 브랜드 이미지에서 더 나아가 온라인 쇼핑몰에서 Alipay를 도입하여 결제 방식에 편의성을 추구하고 소비자들에게 더욱 다양한 제품을 선보이며 중국으로 진출을 꾀하는 Walmart나 Carrefour에 대한 대책을 마련하고 있음<sup>51</sup>.</p>	
프로모션 전략	<p><b>디지털 전략 도입과 무료 셔틀 버스 운행</b></p> <p>Lianhua는 중국 내 스마트폰 보급률이 상승함에 따라 어플리케이션을 제작함. 이 어플리케이션을 통해 모든 소비자들은 식료품부터 가전제품에 이르기까지 시간과 공간에 제약 없이 구매가 가능해 짐. 또한, 고령인구의 편의를 위해 각 지역에 매장까지 운행하는 무료 셔틀 버스 14개 노선을 제공하고 있음. 이러한 서비스를 통해 Lianhua는 해외 자본의 소매점 브랜드와 차별화된 전략을 실시하고 있음<sup>52</sup>.</p>	
판매현황	 	

출처 : Lianhua(ianhua.todayir.com)

51. Alizila, 'ALIBABA AGREES TO BUY 18% STAKE IN LIANHUA SUPERMARKET', 2017.06.02

52. Shanghai Daily.com, 'Traditional supermarkets fight to remain viable in the digital age', 2017.07.11

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Walmart

Walmart는 다국적 소매 기업으로, 대형 마트, 백화점, 식료품 전문점 등의 매장을 보유하고 있음. 본사는 미국에 위치하고 있으며, 전 세계에 2017년 기준 11,695개의 매장과 약 230만 명의 직원을 보유하고 있음. 특히 2017년 중국에서 연간 30 ~ 40개의 매장을 확대해 나갈 계획을 밝힘

표 6.2 : Walmart 매장 정보

기업 정보	컨셉	Always low prices (언제나 저렴한 가격으로)
	대표 주소	深圳市福田区农林路69号深国投广场二号楼2-5层及三号楼1-12层
	대표 전화	(+86) 0755-21512288
주요 판매품목		식료품, 생활 용품 등
매장 전경		
매장 이슈	<p><b>JD.com과 기술협력을 통해 우수한 고객 서비스 제공</b></p> <p>Walmart는 중국의 온라인 쇼핑몰인 JD.com과 협력하여 고객에게 더 나은 서비스를 제공하고 있음. JD.com은 Walmart의 재고품을 자사 홈페이지에 판매하여 소비자들에게 저렴하고 신속한 구매의 기회를 제공하고 있음. 또한, JD.com의 고객 분석 서비스를 Walmart에 제공하여 중국 내 시장 트렌드나 소비 트렌드를 공유함. 이러한 기술협력을 통해 Walmart는 중국 시장에 보다 수월하게 진출이 가능하게 됨<sup>53</sup>.</p>	
프로모션 전략	<p><b>식품안전보증</b></p> <p>중국 내 식품안전에 대한 문제가 끊임없이 거론되면서, 현지 소비자들은 자국 내 유통되는 식료품에 신뢰도가 낮은 편임. 이에 Walmart는 자사 내 엄격한 기준에 맞게 매장 내 유통되는 모든 식재료를 검사하고 철저한 위생 관리를 통해 소비자에게 제공함. 제품 관리 및 검사절차를 홈페이지에서 투명하게 공개하고 있음<sup>54</sup>.</p>	
판매현황		

출처 : Walmart(www.wal-martchina.com)

53. Retail Dive, 'Walmart, JD.com reportedly integrating customer loyalty in China', 2017.10.19

54. Walmart(www.wal-martchina.com), '食品安全我保证'

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## 7-Eleven

7-Eleven은 미국의 체인 편의점 브랜드로, 전 세계 18개국에 2017년 기준 56,600개의 매장을 보유하고 있음. 중국 내 매장에서는 즉석 식품으로 찜, 만두 등 중국 전통 음식을 언제 어디서나 접할 수 있는 것과 정기 간행물 및 생활 용품을 구매할 수 있는 것이 큰 장점으로 작용함.

표 6.3 : 7-Eleven 매장 정보

기업 정보	컨셉	매일 신선하고 새로운 제품을 제공
	대표 주소	北京市东城区东直门内大街5号
	대표 전화	-55.
주요 판매품목		식료품, 생활 용품 등
매장전경		
매장 이슈		<p><b>중화권 국가 내 7-Eleven의 성장</b></p> <p>2016년 12월 31일까지 조사된 중화권 국가 내 7-Eleven의 매출이 성장세를 보임. 홍콩에서는 RTE(Ready-to-eat)제품이 주목받으면서 성장하였고, 중국 본토에서는 네트워크 확장과 다양한 프로모션 제공으로 800여개의 매장을 출점하면서 성장세를 보임. 싱가포르에서는 7-Eleven Japan의 제품을 진열하면서 소비자들의 관심을 유도함. 결과적으로 2015년 대비 2016년에 매출액이 약 20억 달러 상승하면서 5%의 상승세를 보여줌<sup>56</sup>.</p>
프로모션 전략		<p><b>적극적인 환경 운동 참여</b></p> <p>7-Eleven China는 7-Eleven Green Fund를 설립하여 자연을 보호하는 활동에 적극적으로 참여하고 있음. 전국의 매장에 모금함을 설치하여 소중한 모금액이 중국의 숲을 살리자는 환경 운동을 실시하고 있는데, 2016년 기준 약 382,618.18위안이 모여, 베이징 전역에 나무를 심는 활동을 실시함. 이와 같은 활동을 통해 사회적 기업이라는 이미지가 확산되어 브랜드 홍보를 포함한 마케팅 활동이 긍정적인 효과를 얻고 있음<sup>57</sup>.</p>
판매현황		

출처 : 7-Eleven(www.7-11bj.com.cn)

55. 7-Eleven홈페이지 조사결과, 대표 전화의 정보를 확인할 수 없음



56. The sun daily, '7-Eleven stores in HK, China, Spore post sales growth: Dairy Farm', 2017.03.06

57. 7-Eleven(www.7-11bj.com.cn), '绿化基金'





# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 중국 주요 식료품 전문점 현황

Whole Food Market		
소재 지역	Wangjing, Beijing	
매장 개요	Whole Food Market은 베이징 왕징 지역에 위치하고 있으며, 중국 내에서도 우수한 유기농 전문 식료품점으로 알려져 있음. 타 소매점에 비해 비싼 편이지만, 고급 식료품에 관심이 많은 주부들을 중심으로 많은 인기를 얻고 있음	
Mahota		
소재 지역	Xujiahui, Shanghai	
매장 개요	Mahota는 상하이에 위치한 식료품 전문점으로, 주로 중국 내 대 도시에 위치하며 유기농 제품을 전문으로 취급하고 있음. 가장 큰 장점으로 배달 서비스 제공이 있으며, 제품을 조달하는 농장을 공개하여 체험 학습이나 바베큐 행사를 진행함	

출처 : Whole Food Market([www.wholefoodsmarket.com](http://www.wholefoodsmarket.com)), Mahota([www.themahota.com](http://www.themahota.com))

표 6.5 : 중국 주요 하이퍼마켓&슈퍼마켓 현황

Carrefour		
소재 지역	Tongzhou, Zhongguancun, Shuangjing, Maliandao, Fangzhuang 등	
매장 개요	Carrefour는 베이징 전역에 위치한 대형 소매점으로, 본사는 프랑스에 있음. 2017년 기준 30여 개국에 약 10,000개의 매장을 운영하고 있으며, 중국에는 1995년에 진출함. 현지화 전략에 성공한 브랜드임	
Metro		
소재 지역	Nanjing	
매장 개요	1996년에 중국 상하이에 첫 번째 매장을 출점하였고, 본사는 독일에 위치함. 2017년 기준 중국 58개 도시에 약 90개 매장을 보유하고 있음. 대형 소매점뿐만 아니라, 백화점도 운영하고 있으며, 신선식품으로 유명한 소매점임	

출처 : Carrefour([www.carrefour.com.cn](http://www.carrefour.com.cn)), Metro([www.metro.cn](http://www.metro.cn))

표 6.6 : 중국 주요 편의점 현황

Family Mart		
소재 지역	Shanghai, Suzhou, Guangzhou	
매장 개요	Family Mart는 1972년에 설립된 편의점 브랜드로, 2017년 기준 전 세계에 약 16,000개의 점포를 운영하고 있음. 중국 본토에는 2002년 상하이에 첫 매장을 출점함. 즉석식품과 편의성을 제공하며 현지 소비자에게 인기를 얻고 있음	
LAWSON		
소재 지역	Shanghai, Beijing, Dalian, Chongqing	
매장 개요	LAWSON은 일본의 편의점 브랜드로, 다양한 즉석식품을 제공하여 소비자에게 편의성을 제공함. 초밥이나 어묵, 꼬치 등 일본 식품을 판매하여 일본 문화를 알리는 역할도 하고 있음. 또한, 일본식 직원 교육을 실시하여 우수한 고객 서비스를 제공하고 있음	

출처 : Family Mart([www.familymart.com.cn](http://www.familymart.com.cn)), LAWSON([www.lawson.com.cn](http://www.lawson.com.cn))

# 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 유의사항
5. 통관거부사례

# 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

## 중국 통관 검역 절차도



## 통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
수입신고 전	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 통관고유번호(CR Number : Customs Registration) 발급</li> <li>- 중문 샘플 라벨링 준비</li> <li>- 운송수단에 따라 정해진 시간 내 적하목록 제출</li> </ul>
검역신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출입상품검사법의 규정에 근거하여 일부 상품을 제외한 모든 수출입 상품은 수출입 통관 수속 전 검사 기구에 검역 신청</li> <li>- 제외대상 : 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 수출용 원자재, 샘플 또는 선물용 제품 등</li> </ul>
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 의무가 있음</li> <li>- 신고의무 기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부</li> </ul>
물품 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자 부담</li> <li>- 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담</li> </ul>
관세 납부 및 통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)에 납부가 원칙</li> </ul>

출처 : 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 2017 중국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		MFN	한·중 FTA
1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖의 이와 유사한 물품	-	-
1905.90.00	- 기타	20%	17%

## 한·중 FTA 협정세율 정보

HS CODE 1905.90.00의 경우, 한·중 FTA 협정세율 **17%**가 부과됨  
 양허유형 '20'에 해당되어 **2034년**에 이르러 관세가 완전히 철폐됨

## 중국 기타세율 정보

별도로 규정된 식품 외 일반적으로 **17%**의 증치세(VAT)가 부과됨

### TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스 TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 중국의 경우 중국 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	한국 관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

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

## 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

## 중국으로 식품 수출 전 준비사항

수출기업은 수출 전 아래 명시된 서류를 준비해야 함

- 1) 수출업체 소재국가 유관당국에서 발행한 위생증명서
- 2) 수출업체 소재국가 관련당국에서 발행한 원산지증명서
- 3) 중문라벨(중문 간체)
- 4) 서명된 상업송장
- 5) 포장명세서
- 6) 무역계약서
- 7) 선하증권 또는 항공화물운송장
- 8) 운송보험서류
- 9) 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스(약품 수입허가증 등)
- 10) 기타 세관이 필요시 요구하는 서류

또한 중국은 한국과 달리 일정액 이상의 수출입을 진행한 회사에만 수입 라이선스를 발급하기 때문에 현지 수입업체가 수입 라이선스를 취득하고 있는지 확인해야 함. 만약 수입 라이선스를 취득하지 않은 업체와 거래할 경우 운송조건에 따라 수입자, 혹은 수출자가 중국 현지 통관대행사를 섭외하여 통관 업무를 진행함

# 1. 통관 및 검역 절차

## Step 01. 수입신고 전

수입자는 수입신고 전 필수적으로 중국 세관으로부터 통관고유번호를 발급받아 수입하거나 통관고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함. 단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우에는 발급 면제가 가능함

적하목록의 제출 방법은 해상·항공·육상 운송수단별로 상이하며 세관은 적하목록이 제때 수취되지 않은 화물에 대해 운송을 일시 중지할 수 있음. 또한 적하목록상에 신고 되지 않거나 수입규정에 부합하지 않는 화물이 중국에 도착할 경우 중국 세관은 제품에 대해 반품, 혹은 소각 처리 가능함

또한 2012년 4월부터 시행된 ‘중국 식품 포장 라벨 통칙 국가표준(GB 7718-2011)’ 에 따라 중국 내에 반입되는 모든 수입식품에는 중문 간체자로 라벨이 기록되어야 하며 지정된 검험검역기관에 라벨 심의를 신청해야 함

## Step 02. 검역신고

중국은 일부 품목을 제외하고 모든 수출입 상품은 수출입 통관 수속 전 검사 기구에 검역을 신청해야 함. 제외 대상 품목으로는 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 수출용 원자재, 샘플 또는 선물용 제품 등이 있음

검역신고 절차로는 검역 신청 후 검역신고 직원과 검사검역 요원이 현장검사를 실시함. 샘플 검사 합격 후에는 검사검역처리통지서가 발부되며 불합격 시 재심사를 신청할 수 있지만 재심사에서 불합격이 될 경우 수입이 금지됨

## Step 03. 수입신고

통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출해야 함.

EDI(Electronic Data Interchange, 전자문서교환) 신고가 가능한 물품 및 지역인 경우 수입화물의 수하인이나 위탁을 받을 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출함. 그 외의 경우에는 서류 접수를 통해 수입신고가 가능함

수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내에 수입신고를 해야 함. 신고의무 기간을 경과하여 신고할 시 과세가격의 0.5%에 해당하는 신고 연체료가 부과됨

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 04. 물품검사

물품검사의 목적은 세관에서 수출입 화물과 제출한 서류 동일성 및 합법성을 검토하기 위함임. 물품의 검사가 생략된 경우를 제외하고는 관할세관에서는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 진행해야 함. 또한 모든 수입화물에 대해 검사하는 것이 원칙이며 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관 감독 장소에서 진행됨. 그러나 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용은 수입자가 부담함

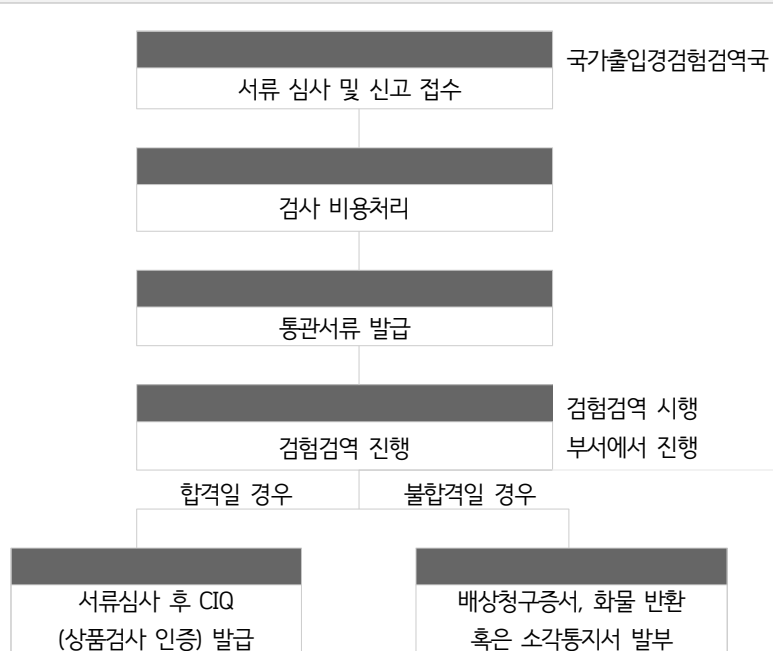
## Step 05. 관세 납부 및 통관 완료

관세는 중화인민공화국해법 및 수출입 관세조례에 근거해 모든 수출입화물은 관세가 부과되며, 중화인민공화국 수출입세를 기준으로 하는 관세율이 적용됨

관세 납부 절차는 현장 납부 및 전자 납부가 있음. 현장 납부는 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세 납부용 특별 계좌에 납부해야 함. 전자 납부는 e-payment system으로 납부 고지서에 따른 지정은행의 계좌에 납부하는 방법임. 납부 기한은 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)임

수입신고가 원만하게 이루어지고 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨

표 7.1 : 중국 통관검역 세부 절차



출처 : 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

## 2. 관세율 정보

### HS CODE 1905.90.00, 협정관세율 적용

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표 해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보 포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘베이커리류’ 품목은 HS CODE 1905(빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유 하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품)의 하위 항목인 1905.90.00(기타)로 분류되는 것으로 파악됨. 중국에서 HS CODE 1905.90.00에 부과하는 MFN 세율<sup>58</sup>은 20%이지만, 한국 제품에 대해서는 한·중 FTA 협정관세율이 적용되어 2017년 현재 17%의 관세율이 부과됨

표 7.2 : 중국 내 베이커리류 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율	
			MFN	한·중 FTA
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유 하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품		
	1905.90	기타		-
	1905.90.10	베이커리 제품		
	1905.90.1090	기타		
중국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유 하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품		-
	1905.90.00	- 기타	20%	17%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

58. MFN(Most Favored Nation) 관세율은 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 중화인민공화국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중화인민공화국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율을 의미함



### 3. FTA 정보

#### HS CODE 1905.90.00, 한·중 FTA 체결로 협정세율 17% 부과

한국과 중국은 베이징에서 개최된 제1차 한·중 FTA 협상을 시작으로 14차의 협상 끝에 타결되었으며, HS CODE 1905.90.00 품목은 한·중 FTA 체결 혜택을 받는 것으로 파악됨. 해당 품목은 2015년 12월 20일에 발효된 한·중 자유 무역협정(FTA)으로 관세율 17%가 부과됨

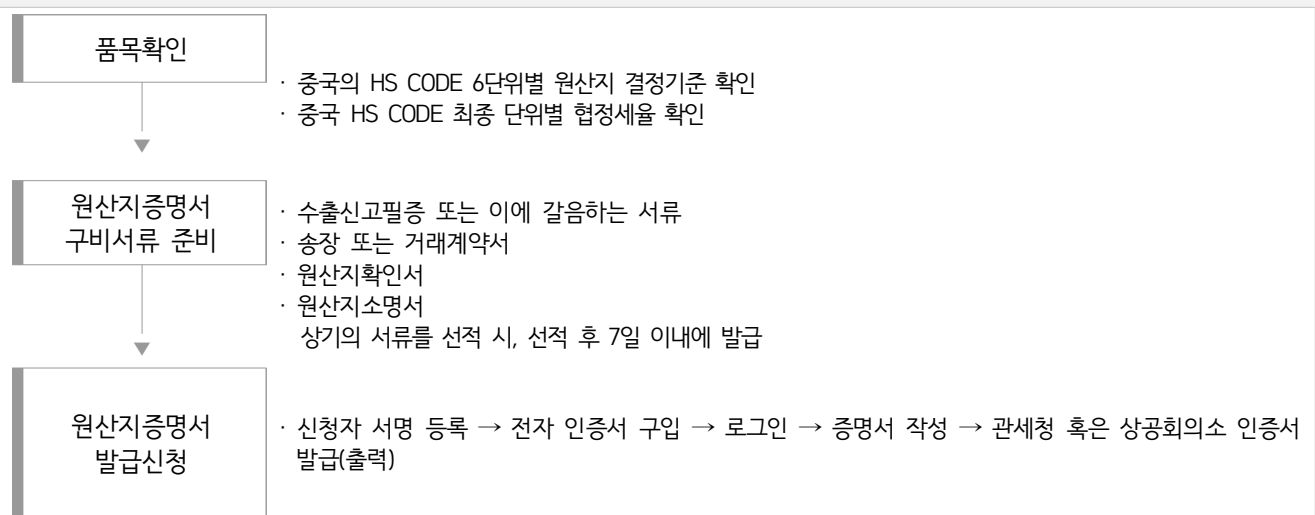
HS CODE 1905.90.00 품목의 경우 양허유형 ‘20’에 해당됨. 따라서 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 관세가 균등 철폐되며, 이행 20년차인 2034년 1월 1일이 되면 해당 품목에 적용되는 관세가 완전히 철폐됨

#### FTA 세율 적용을 위해서는 원산지증명서 발급 필요

FTA 원산지증명서는 수출물품이 FTA 협정에서 정하는 원산지기준을 충족했음을 증명하는 서류이며, FTA 특혜관세를 적용받기 위해 수입통관 시 구비해야하는 서류임. 따라서 원산지증명서가 부정확하거나 협정에서 정하는 필수사항이 기재되어 있지 않은 경우에는 FTA 특혜관세의 적용이 불가능함

한·중 FTA의 경우 기관발급방식을 따르기 때문에 세관 혹은 상공회의소를 통해 원산지증명서를 발급 받을 수 있음<sup>59</sup>.

표 7.3 : 한·중 FTA 원산지증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

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

## 4. 통관 및 검역 유의사항

### 식품의약품관리총국, 불량 식품 관리 및 예방 및 처벌 강화 발표<sup>60</sup>.

식품의약품관리총국이 중화인민공화국 식품 안전법, 식품 안전 샘플링 검사 관리 방법, 식품 철회 관리 방법에 근거하여 불량 식품 위험성에 대한 관리 및 예방, 처벌 강화를 발표함

발표에 따른 강화 내용은 다음과 같음

1. 기업 책임제를 시행하여 식품 안전 위험 예방 강화
2. 검사 및 처벌 프로세스를 규범화하여 검사 및 처벌을 신속히 단행
3. 정보 공개를 확대하고, 사회의 감독 역할 촉진
4. 검사, 감독을 강화하고 본 통지의 내용을 시행하도록 촉진

본 통지를 통해, 향후 불량식품에 대한 중국 정부의 관리 감독이 강화될 것으로 예상됨

60. 중국 식품의약품관리총국, 总局关于进一步加强监督抽检不合格食品风险防控和核查处置工作的通知, 2017.05.16

## 5. 통관거부사례

### 한국산 HS CODE 1905.90.00 품목, 중국 통관거부사례

중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 공시한 한국산 베이커리류 통관거부사례를 조사한 결과 2017년 1 ~ 11월 동안 11개 제품이 통관 거부됨. 해당 제품들은 주로 관련 서류 준비가 미흡하거나 유통기한이 초과되어 식품 변질의 위험이 있어 통관이 거부됨. 또한 현지 라벨링 규정에 부합하지 않는 라벨링을 부착한 경우도 통관이 거부될 수 있음에 유의해야 함

표 7.4 : 한국산 HS CODE 1905.90.00 품목에 대한 중국 통관거부사례(예시<sup>61</sup>)

제품	베이커리 제품(식빵, 건빵, 파이프 케이크, 비스킷, 쿠키, 크레커, 미과 이외 기타)
중량(Kg)	2,180
담당검역 항구	광둥
통관 거부일자	2017 - 04
거부유형	기타
통관거부사유	기타/유통기한 초과
조치사항	소각

제품	베이커리 제품(식빵, 건빵, 파이프 케이크, 비스킷, 쿠키, 크레커, 미과 이외 기타)
중량(Kg)	12
담당검역 항구	요녕
통관 거부일자	2017 - 03
거부유형	라벨링
통관거부사유	라벨링/라벨 불합격
조치사항	소각

제품	베이커리 제품(식빵, 건빵, 파이프 케이크, 비스킷, 쿠키, 크레커, 미과 이외 기타)
중량(Kg)	39.2
담당검역 항구	강소
통관 거부일자	2017 - 03
거부유형	서류
통관거부사유	서류/인증서류 미비
조치사항	반송

제품	베이커리 제품(식빵, 건빵, 파이프 케이크, 비스킷, 쿠키, 크레커, 미과 이외 기타)
중량(Kg)	45
담당검역 항구	상해
통관 거부일자	2017 - 01
거부유형	서류
통관거부사유	서류/인증서류 미비
조치사항	소각

61. 총 11개의 통관거부사례가 발견되었으나, 담당검역소 및 통관거부사유가 동일한 경우를 제외한 일부 사례만 기재함


# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

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


# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수 검사 : 중국 검사 및 검역(CIQ, China Inspection and Quarantine)

검사 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가 출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질검사	
검사기관	중국 출입국경검험검역국(CIQ)	
성격	필수 검사	
제출서류	통관신고서, 선하증권, 검사검역신고서, 검사검역위탁서	
소요기간	1 ~ 1.5개월	
갱신기간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ 검사증명서 발급	
유의사항	중국에 식품을 수출하기 위해서는 CIQ 검사 통과가 필수이며, 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용 금지, 혹은 제한량이 상이할 수 있기 때문에 사전에 숙지 필요	

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

## 권장 인증 : SC(Sheng Chan) 인증

인증 설명	품질검사, 생산 장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국 국가질량감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC 인증서 발급	
유의사항	SC 인증은 2015년 10월부터 기존 QS를 대체함. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

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

# 1. 인증 취득정보


## CIQ 검사 증명서 발급기관

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

## 필수 검사 : 중국 검사 및 검역(CIQ, China Inspection and Quarantine)

중국 상품검사 및 검역이란 국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 식품 수입 통관 시 상품의 품질을 검사하여 위생증명서를 발급하는 절차를 의미함. CIQ 검사를 통과하지 못할 시에는 중국으로의 수입 및 판매가 금지됨. CIQ 검사 중 제품의 유통기한이 넘을 경우 자동으로 탈락 처리되기 때문에 한국 수출업체는 중국으로 수출되는 제품의 유통기한이 너무 짧지 않도록 유의해야 함

표 8.1 : CIQ 검사 정보

검사 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질검사	
검사기관	국가출입국경검사검역국(CIQ)	
성격	필수 검사	
제출서류	통관신고서, 선하증권, 검사검역신고서, 검사검역위탁서	
소요기간	1 ~ 1.5개월	
갱신기간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ 검사증명서 발급	
유의사항	중국에 식품을 수출하기 위해서는 CIQ 검사 통과가 필수이며 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용 금지, 혹은 제한량이 상이할 수 있기 때문에 사전에 숙지 필요	

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

표 8.2 : CIQ 인증 발급절차

STEP 01. 위생검역 서류 심사 및 신고 접수	소요기간(영업일 기준)
- 수출국 위생증, 원산지증명서 등 제출	5일
STEP 02. 검사 비용 처리	14일
- 7,500위안 비용 제출(40피트 컨테이너당)	
STEP 03. 검험검역 진행	1 ~ 2일
- 미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함되어 있음	
STEP 04. CIQ 인증 라벨 발급	
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 제품 실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

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

# 1. 인증 취득정보

## SC 인증



## 권장 인증 : SC(Sheng Chan) 인증

중국은 2015년 10월부터 QS(전국 공업제품 생산허가증) 인증을 SC(식품생산 허가증)로 대체하면서 ‘식품생산허가증’ 을 개정함. 이로 인해 2018년 6월 이후로는 신규 식품생산 허가 취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS 마크를 표시할 수 없음. 한편 SC 인증의 유효기간은 3년에서 5년으로 연장함

SC 허가번호는 총 14자리 숫자로 구성되어 있으며 각 숫자는 식품분류 코드, 제조지역, 등록순서, 인증번호를 의미함

QS 인증의 경우 중국 현지 생산 기업은 필수적으로 획득해야 하지만 수입 기업은 선택사항임. QS 인증마크는 품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사를 통과해야 해당 인증을 취득하고 마크를 부착할 수 있음

표 8.3 : SC 인증 정보

인증 설명	품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국 국가질량감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증 신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC 인증서 발급	
유의사항	SC 인증은 2015년 10월부터 기존 QS를 대체함에 따라 2018년 6월 이후 식품에 QS 마크를 사용할 수 없음. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 8.4 : SC 인증 발급절차

STEP 01. SC 인증신청서 제출	소요기간
- 식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본 등 서류와 함께 SC 인증신청서 제출	15일
STEP 02. 서류 심사	40일
- 국가질량감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사 진행 - 최종적으로 국가질량검사총국에 제출하여 심사 비준	
STEP 03. 현장 조사	15일 (총 70일 소요)
- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행 - 국가질량검사총국 검사팀은 현장조사 시작 후 영업일 기준 10일 이내 결과 보고서를 품질 감독국 품질과에 제출	
STEP 04. SC 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가질량검사총국의 조사 결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 발급	

중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

## 2. 인증 취득제품

### 경쟁제품 SC, HALAL 인증 취득 확인

중국 현지 조사 결과, 15개의 경쟁제품 중 2개 제품만이 SC 및 HALAL 인증을 취득하여 제품 패키지에 표기하고 있는 것으로 확인됨

표 8.5 : 인증 취득 경쟁제품

제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	全麦果仁面包		
제조사	北京义利面包食品有限公司		
원산지	北京市大兴区		
취득인증	SC, HALAL 인증		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	全麦吐司面包		
제조사	北京义利面包食品有限公司		
원산지	北京市大兴区		
취득인증	SC, HALAL 인증		

출처 : 현지방문조사(家乐福(北京中关村广场店), 2017.11)



### 3. 제출서류

#### SC(Sheng Chan) 인증 신청서

: SC 인증 신청 시 제출해야 하는 기본정보로 식품생산허가증 번호, 생산 장소 주소, 사업자등록번호 등 필수사항을 기재해야 함

## SC 신청서

신청인 기본정보	신청인 성명			
	식품 생산 허가증 번호	(증명서 변경 시 작성)		
	생산지 주소			
	법정 대리인/책임자			
	사업자 등록증 번호 (보유할 경우)		기업코드 (설립한 경우)	
	주요 관리 및 기술인력 수		생산공장 설립일	
	면적(땅)	m <sup>2</sup>	건축면적	m <sup>2</sup>
생산 식품 정보 신청	식품품종 상세설명			
	식품안전표준/ 기업표준 준수	기준번호:		

년 월 일

신청인 서명 (인)

### Q1. 중국의 통관절차는 어떠한가요?

“중국의 통관절차는 제품신고 및 서류심사, 검역, 통관, 세금납부, 해관검사 순으로 진행됩니다. 먼저 제품이 중국항구에 도달하면 중국 상검국에서 제품신고 및 서류부터 검사가 진행되며 이 후 제품에 대한 검사와 검역을 시행하고 있습니다. 이때 샘플을 추출해서 검사 하게 되며, 검사에 합격하게 되면 통관이 이루어집니다. 그 후 세금이 부과되며, 중국 해관에서 최종적으로 제품에 대한 검사와 검역을 시행하게 되는데 샘플을 추출해서 검사를 시행합니다. 검사 기간 동안 제품은 보세창고에 보관되며, 통관비용은 큰 컨테이너 기준으로 12,000위안이 필요합니다.”

중국 통관대행사

Qh Shengangtong Shenzhen Limited(前海深港通(深圳)进出口有限公司)

담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

### Q2. 중국에 스낵 제품을 수출할 때 필요한 서류는 무엇인가요?

“중국으로 스낵 제품을 수출할 때 필요한 서류는 중국어로 된 원료 리스트, 원산지 증명서, 위생허가 증명서, 영양성분 리스트, 생산일과 유통기한 증명서 등과 같은 서류들이 필요하며, 중국어로 된 제품 포장지가 필요합니다.”

중국 통관대행사

ShangHai Zhuo Ying(上海卓鹰进出口有限公司)

담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

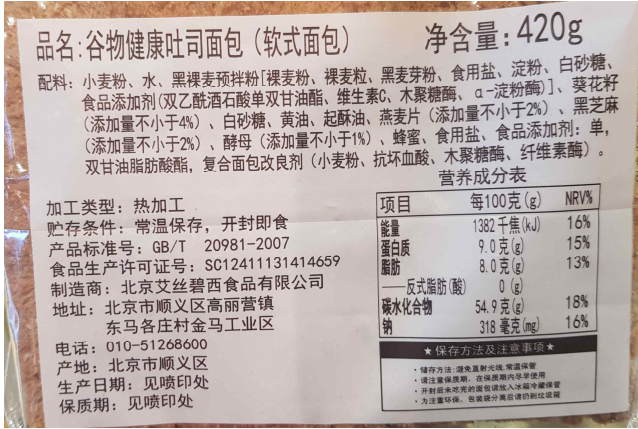
# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## ● 중국 식품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 배합원료표(영양성분표)
- 내용량
- 제조업자 및 유통업자 정보
- 원산지
- 제조일자 및 유통기한
- 저장조건
- 기타사항(방사능 처리 및 유전자 변형 여부)

출처 : 현지조사(巴黎贝甜(五道口店), 2017.11)

출처 : 중국 위생부(www.moh.gov.cn)

## ● 중국 식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
배합원료표(영양성분표)	- 제품에 포함된 모든 원료를 투입량이 많은 순서에 따라 배열 - 식용할 수 있는 포장물(식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등)도 표시 - 열량, 핵심영양소의 함량 및 영양소기준치(NRV)에서 차지한 백분비 기재
내용량	- 제품명과 동일한 면에 기재 - 액체일 경우 l 또는 ml, 고체일 경우 g 또는 kg로 표시
제조업자 및 유통업자 정보	- 수입 포장식품의 경우 중국에 등록된 수입자 또는 유통업자의 정보 기재
원산지	- 수입 포장식품의 경우 원산지명 표기
제조일자 및 유통기한	- 연, 월, 일 순으로 기재 - 일자표시의 경우 추가 인쇄하여 따로 붙이거나 고쳐서는 안 됨
저장조건	- 제품에 적용되는 저장조건 표시
기타사항	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기 - 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기

출처 : 중국 위생부(www.moh.gov.cn)

# 1. 라벨 표기사항

## 중국으로 식품 수출시, 유의해야 할 라벨링 규정

중국으로 수입되는 식품은 ‘중국 식품 포장 라벨 통칙 국가표준(GB7718-2011)’ 을 준수해야 함. 해당 규정에 의하면 라벨의 모든 내용은 소비자의 오해를 불러일으키거나 기만성 문자·도형 등과 같은 방식으로 식품을 소개해서는 안 되며, 글자크기 혹은 색깔 차이로 소비자의 오해를 불러일으키지 않아야 함. 또한 라벨 표기 시 외국어 사용이 가능하나 한자와의 상응관계가 있어야 하며(수입식품의 제조자와 주소, 외국 판매 대리업체의 명칭과 주소, 홈페이지 제외), 모든 외국어 문자는 상응하는 한자보다 크지 않아야 함(국외등록상표 제외)

표 9.1 : 중국 식품 라벨링 필수 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명</li> <li>· 배합원료표</li> <li>· 내용량</li> <li>· 제조업자 및 유통업자 정보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 원산지</li> <li>· 제조일자 및 유통기한</li> <li>· 저장조건</li> <li>· 기타사항(방사능 처리 여부, 유전자 변형 여부)</li> </ul>
---	--

출처 : 중국 위생부(www.moh.gov.cn)

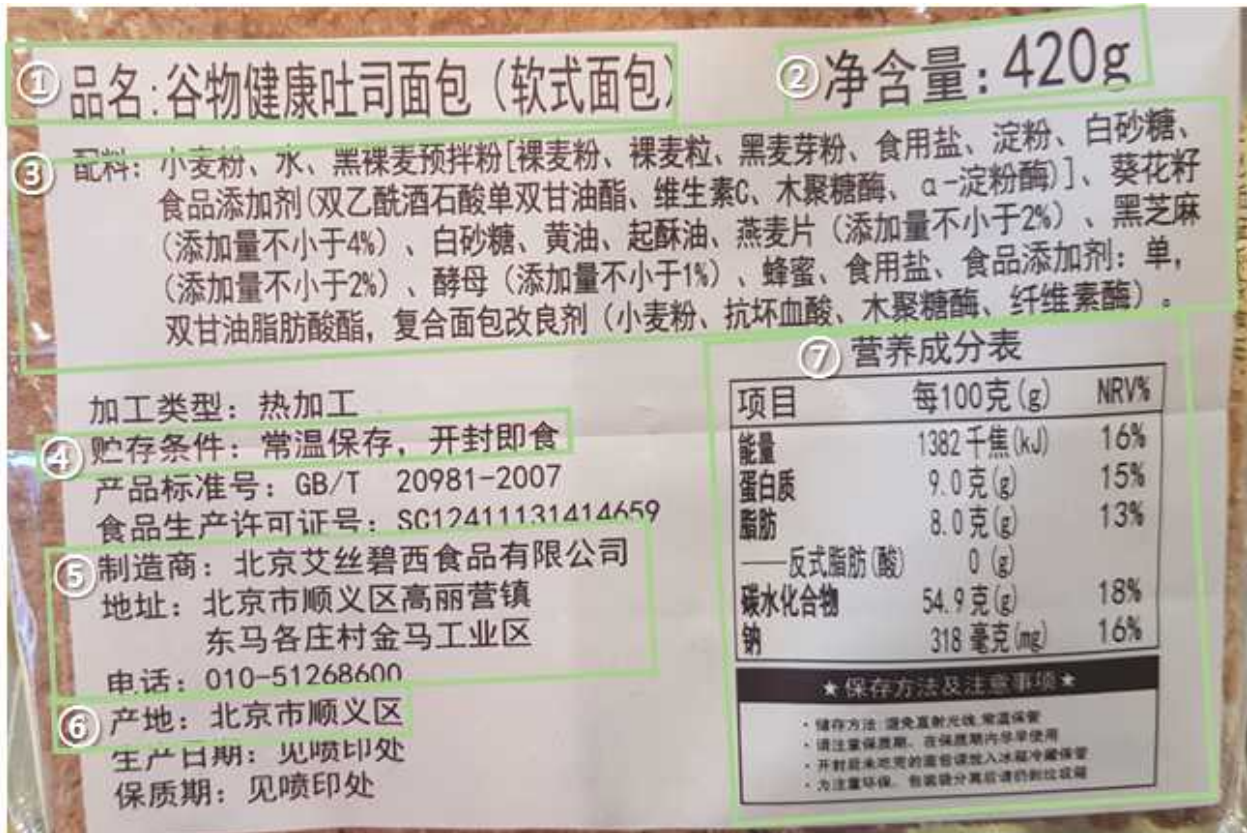
표 9.2 : 중국 식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구체적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기</li> <li>- 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재</li> </ul>
배합원료표(영양성분표)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품에 포함된 모든 원료를 투입량이 많은 순서에 따라 배열</li> <li>- 식용할 수 있는 포장물(식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등)도 표시</li> <li>- 열량, 핵심영양소의 함량 및 영양소기준치(NRV)에서 차지한 백분비 기재</li> </ul>
내용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명과 동일한 면에 기재</li> <li>- 액체일 경우 l 또는 ml, 고체일 경우 g 또는 kg로 표시</li> </ul>
제조업자 및 유통업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입 포장식품의 경우 중국에 등록된 수입자 또는 유통업자의 정보 기재</li> </ul>
원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입 포장식품의 경우 원산지명 표기</li> </ul>
제조일자 및 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연, 월, 일 순으로 기재</li> <li>- 일자표시의 경우 추가 인쇄하여 따로 붙이거나 고쳐서는 안 됨</li> </ul>
저장조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품에 적용되는 저장조건 표시</li> </ul>
기타사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 ‘irradiated food’ 문구를 제품명 근처에 표기</li> <li>- 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규정에 맞게 표기</li> </ul>

출처 : 중국 위생부(www.moh.gov.cn)

## 2. 라벨링 예시

### 라벨링 예시



#### 1) 제품명

제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭 기재

#### 2) 내용량

- 제품명과 동일한 면에 기재  
- 고체일 경우 g 또는 kg로 표시

#### 3) 구성성분

제품을 구성하는 성분 표기

#### 4) 저장조건

제품에 적용되는 저장조건 표시

#### 5) 제조업자 및 유통업자 정보

수입 포장식품의 경우 중국에 등록된 수입자 또는 유통업자 정보 기재

#### 6) 원산지

수입 포장식품의 경우 원산지명 표기

#### 7) 영양성분표

열량, 핵심영양소의 함량, 영양소 기준치에서 차지한 백분비 기재

# X. 위생 요건 정보

## ※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

# 위생 요건 OVERVIEW

## 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음료	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input checked="" type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input checked="" type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

출처 : 현지방문조사(家乐福(北京中关村广场店), 2017.11)

## 중국 베이커리류 수출 시 주의해야할 식품첨가물(예시)

물질명	최대허용치(g/kg)
acesulfame potassium(아세설팜 칼륨)	0.3
annatto extract(안나토 색소)	0.6
calcium acid pyrophosphate(칼슘 피로인산)	15
calcium cyclamate(사이클로헥실설파민산 칼슘)	1.6
dehydroacetic acid(디하이드로 아세트산)	0.5
lutein(루테인)	0.15
sucralose(수크랄로스)	0.25
sucrose esters of fatty acid(지방산의 수크로오스에스테르류)	3
tara gum(타라검)	1.5
thaumatin(타우마틴)	0.025
uguisukagura red(우귀수카구라 적색 색소)	2
vegetable Carbon(식물성 활성탄)	5

출처 : USDA(gain.fas.usda.gov)

## 중국 베이커리류 수출 시 주의해야할 기타 유해물질

구분	물질명	최대허용치(mg/kg)
중금속	lead(납)	0.5
	tin(주석)	250
병원성균	staphylococcus aureus(황색포도상구균)	5
	salmonella spp.(살모넬라균)	5

출처 : USDA(gain.fas.usda.gov)



# 1. 식품첨가물 규정

## 중국으로 베이커리류 수출 시 유의해야 할 식품첨가물 규정

중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 식품안전 국가표준에 부합해야 함

GB 2760-2015 <식품첨가물 사용표준><sup>62</sup>은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있는 규정임. 본 규정에 따르면 중국으로 베이커리류를 수출할 시 주의해야 할 식품첨가물에는 총 395개 있으며, 색소, 감미료, 보존제 등을 포함함

표 10.1 : 중국 베이커리류<sup>63</sup> 수출 시 주의해야 할 식품첨가물(예시<sup>64</sup>.)

물질명	최대허용치(g/kg)
acesulfame potassium(아세설팜 칼륨)	0.3
annatto extract(안나토 색소)	0.6
calcium acid pyrophosphate(칼슘 피로인산)	15
calcium cyclamate(사이클로헥실설파민산 칼슘)	1.6
dehydroacetic acid(디하이드로 아세트산)	0.5
lutein(루테인)	0.15
sucralose(수크랄로스)	0.25
sucrose esters of fatty acid(지방산의 수크로오스에스테르류)	3
tara gum(타라검)	1.5
thaumatin(타우마틴)	0.025
uguisukagura red(우귀수카구라 적색 색소)	2
vegetable Carbon(식물성 활성탄)	5

출처 : USDA(gain.fas.usda.gov)

62. 중국 <식품첨가물 사용표준> 규정 중 GB 2760-2015가 가장 최신 버전임

63. 빵과 과자류를 포함함

64. 베이커리류에 적용되는 식품첨가물이 총 395개 확인되었으나 정확한 기준치가 제시된 일부 식품첨가물만 기재함

## 2. 기타 위생 규정

### 중국으로 베이커리류 수출 시 유의해야 할 기타 위생 규정

GB 2762-2017 <식품 중 오염물질 관련 규정> 및 GB 29921-2013 <식품병원균 기준><sup>65</sup>은 중국 내 모든 식품에 적용되는 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 베이커리 품목에 적용되는 금속성 오염물질의 경우 납과 주석의 최대기준치가 명시되어 있으며, 병원성균의 경우 황색포도상구균과 살모넬라균의 최대허용치가 제시되어 있음

표 10.2 : 중국 베이커리류 수출 시 주의해야할 기타 유해물질

구분	물질명	최대허용치(mg/kg)
중금속	lead(납)	0.5
	tin(주석)	250
병원성균	staphylococcus aureus(황색포도상구균)	5
	salmonella spp.(살모넬라균)	5

출처 : USDA(gain.fas.usda.gov)

65. 중국 <식품병원균 기준> 규정 중 GB 29921-2013가 가장 최신 버전임

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. 总局关于进一步加强监督抽检不合格食品风险防控和核查处置工作的通知	중국 식품의약품관리총국	2017.05.16
2. 专家预测：五个健康趋势 2017年将风行	大纪元新闻网	2017.01
3. 全麦饮食更易瘦,你的全麦面包吃对了吗?	天天营养	2016.04.16
4. 全麦面包能减肥吗? 为什么全麦饮食更易瘦	每日头条	2016.11.12
5. 巴黎贝甜中国第200家门店入驻宽窄巷子	网易新闻	2017.09.02
6. 巴黎贝甜中国第200家门店成都宽窄巷子盛大开业	四川在线 - 餐饮频道	2017.08.31
7. 巴黎贝甜推出牛油果系列新品 再掀时尚健康生活新潮流	网易新闻	2017.04.18
8. 巴黎贝甜:这个中秋,与你的味蕾掀起一场文艺复兴	网易新闻	2017.09.13
9. 多乐之日全新升级“英伦绿” 引领美味风尚	China News	2017.09.07
10. 研究：无麸质食品未必健康	食品伙伴网	2017.06.13
11. 无麸质食品不等于健康食品 或产生副作用	新华网	2017.02.27
12. How Supermarkets Can Take on Grocery's Brave New World	Brink	2017.11.02
13. Walmart Stores Inc (NYSE:WMT) Eyes More 'Hypermarkets' in China	Learn Bonds	2017.10.15
14. South Korea's Lotte to abandon China supermarkets chain	Finacial Times	2017.10.12
15. Chinese tech companies venture into unmanned convenience stores	Digiday	2017.10.23
16. Time for Chinese convenience stores to form distinct identities	William Reed	2017.07.09
17. ALIBABA AGREES TO BUY 18% STAKE IN LIANHUA SUPERMARKET	Alizlila	2017.06.02
18. Traditional supermarkets fight to remain viable in the digital age	Shanghai Daily.com	2017.07.11
19. Walmart, JD.com reportedly integrating customer loyalty in China	Retaul Dive	2017.10.19
20. 7-Eleven stores in HK, China, Spore post sales growth: Dairy Farm	The sun daily	2017.03.06
21. 고급스러워진 중국의 소비패턴, 어떻게 바뀌고 있나	경제신문	2017.10.17
22. Yeast Ingredients Market will be Massively Influenced by Macroeconomic Factors 2015 - 2021	Latest Market Reports	2017.11.01
23. Global Gluten-free Bakery Market - Segments and Forecast by Technavio	Business Wire	2017.10.09

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	<a href="http://unipass.customs.go.kr">unipass.customs.go.kr</a>
2. 중국 관세청	<a href="http://www.customs.gov.cn">www.customs.gov.cn</a>
3. TradeNAVI	<a href="http://www.tradenavi.or.kr">www.tradenavi.or.kr</a>
4. 대한상공회의소	<a href="http://cert.korcham.net">cert.korcham.net</a>
5. 중국 국가질량감독검험검역총국	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn">www.aqsiq.gov.cn</a>
7. 중국 위생부	<a href="http://www.moh.gov.cn">www.moh.gov.cn</a>
8. USDA	<a href="http://gain.fas.usda.gov">gain.fas.usda.gov</a>
9. International Trade Centre	<a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>
10. GlobalData	<a href="http://consumer.globaldata.com">consumer.globaldata.com</a>
11. technavio	<a href="http://www.technavio.com">www.technavio.com</a>
12. 心食谱	<a href="http://www.xinshipu.co">www.xinshipu.co</a>
13. 일일영양	<a href="http://www.51ttyy.com">www.51ttyy.com</a>
14. 뚜레주르	<a href="http://www.tlj.co.kr">www.tlj.co.kr</a>
15. 파리바게뜨	<a href="http://www.paris.co.kr">www.paris.co.kr</a>
16. NICE	<a href="http://www.nicebizinfo.com">www.nicebizinfo.com</a>
17. Paris Croissant	<a href="http://www.pariscroissant.co.kr">www.pariscroissant.co.kr</a>
18. SPC	<a href="http://www.spc.co.kr">www.spc.co.kr</a>
19. CJ	<a href="http://www.cj.net">www.cj.net</a>
20. China Daily	<a href="http://www.chinadaily.com.cn">www.chinadaily.com.cn</a>
21. 北京义利面包食品有限公司	<a href="http://www.bjfood.net">www.bjfood.net</a>
22. Lianhua	<a href="http://ianhua.todayir.com">ianhua.todayir.com</a>
23. Walmart	<a href="http://www.wal-martchina.com">www.wal-martchina.com</a>
24. 7-Eleven	<a href="http://www.7-11bj.com.cn">www.7-11bj.com.cn</a>
25. Whole Food Market	<a href="http://www.wholefoodsmarket.com">www.wholefoodsmarket.com</a>
26. Mahota	<a href="http://www.themahota.com">www.themahota.com</a>
27. Carrefour	<a href="http://www.carrefour.com.cn">www.carrefour.com.cn</a>
28. Metro	<a href="http://www.metro.cn">www.metro.cn</a>
29. Family Mart	<a href="http://www.familymart.com.cn">www.familymart.com.cn</a>
30. LAWSON	<a href="http://www.lawson.com.cn">www.lawson.com.cn</a>
31. Business Wire	<a href="http://www.businesswire.com">www.businesswire.com</a>