



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 차, 마테 등 조제품(Hot drinks)

Country : 홍콩(Hong Kong)

# 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. 현지식 밀크티 인기 .....	13
2. Market Trend 02. 에프터눈 티 타임 .....	14
3. Market Trend 03. 현지 식문화 차찬탕 .....	15
4. Market Trend 04. 신제품 치즈 티 .....	16
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	17
1. 경쟁제품 선정 .....	19
2. 정량 분석 .....	20
3. 정성 분석 .....	21
4. 현지 방문 조사자료 .....	23
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	31
1. 경쟁사 선정 .....	33
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	34
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	37
1. 현지 진출 주요 경로 .....	39
2. 전문가 인터뷰 .....	42
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	43
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	45

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	50
1. 통관 및 검역 절차 .....	53
2. 관세율 정보 .....	55
3. 통관 및 검역 유의사항 .....	56
4. 통관거부사례 .....	57
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	58
1. 인증 취득정보 .....	61
2. 제출서류 .....	64
3. 전문가 인터뷰 .....	67
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	68
1. 라벨 표기사항 .....	70
2. 라벨링 예시 .....	71
<b>X. 위생요건 정보</b> .....	72
1. 식품첨가물 규정 .....	74
<b>※ 참고문헌</b> .....	75



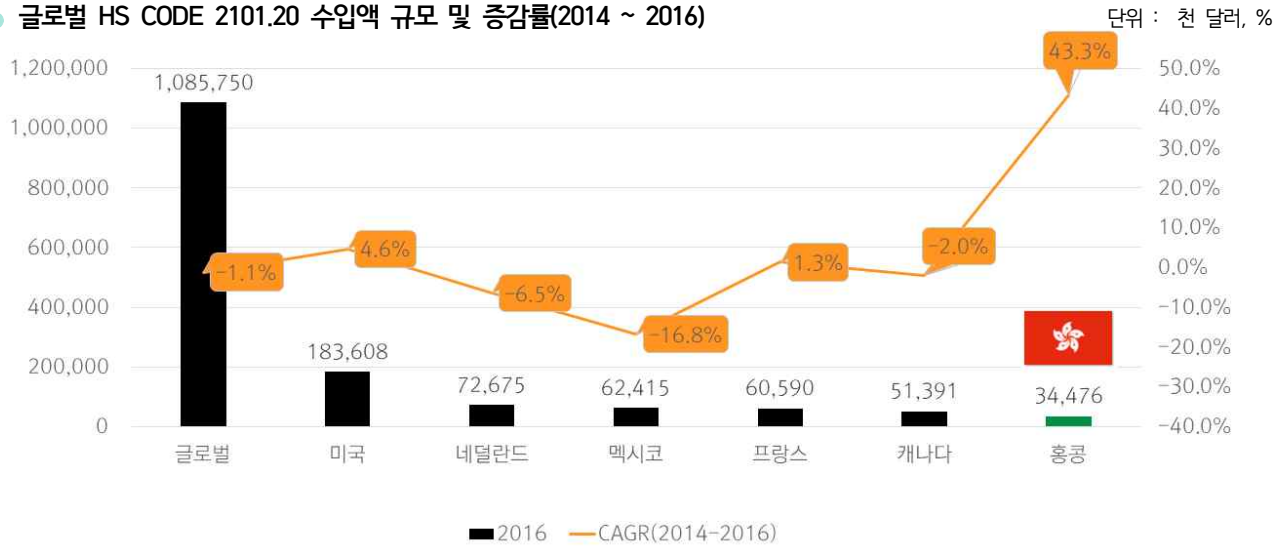
# I. 시장 통계

## ※ 시장 통계 OVERVIEW

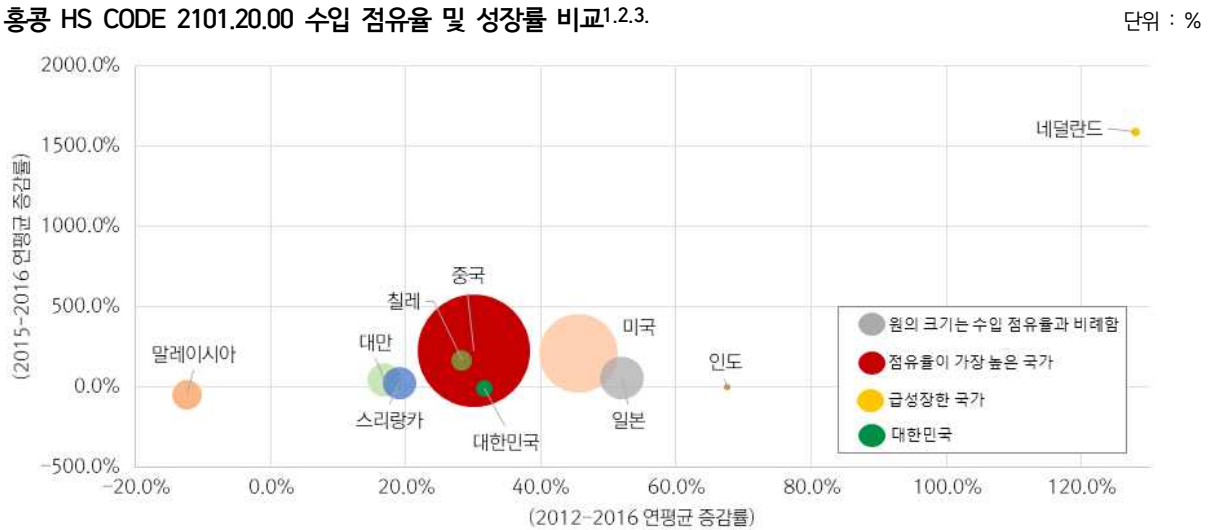
1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

# 시장 통계 OVERVIEW

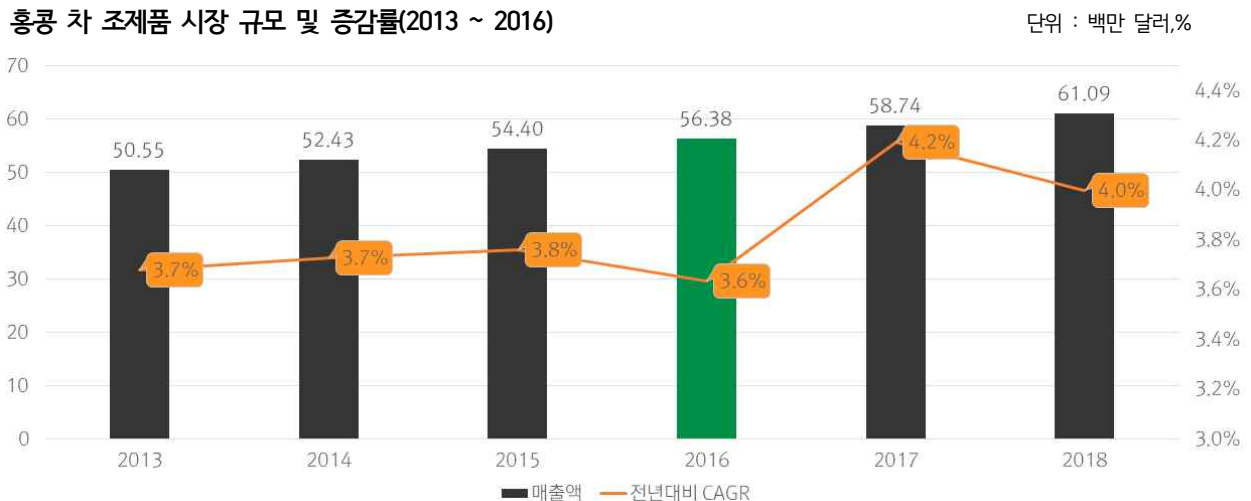
● 글로벌 HS CODE 2101.20 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)



● 홍콩 HS CODE 2101.20.00 수입 점유율 및 성장률 비교<sup>1,2,3</sup>



● 홍콩 차 조제품 시장 규모 및 증감률(2013 ~ 2016)



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

## HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	홍콩관세청 www.customs.gov.hk

## 차, 마테 등 조제품 통계 기준 설정

차, 마테 등 조제품 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 홍콩의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

## 수입 통계 기준, HS CODE 2101.20.00로 설정

글로벌 및 홍콩 내 차, 마테 등 조제품의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2101.20을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 홍콩의 HS CODE 2101.20 하위 카테고리인 2101.20.00(차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품)을 홍콩 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 차, 마테 등 조제품 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2101.20
	홍콩 수입규모 및 성장률		2101.20.00
품목 통계	차 조제품 시장 규모	품목 키워드	Tea Preparation

표 1.2 : 홍콩 내 차, 마테 등 조제품 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물
	2101.20	차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품
	2101.20.90	기타
	<b>2101.20.9019</b>	<b>기타</b>
홍콩	2101	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	<b>2101.20.00</b>	<b>차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품</b>

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 홍콩관세청(www.customs.gov.hk)

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> -1.1%

2016년 기준 HS CODE 2101.20의 글로벌 수입규모는 10억 8,575만 달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 1.1%의 하락세를 기록함. 2016년 기준 수입 1위국 미국의 수입규모는 1억 8,360만 8,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 4.6%의 상승세를 나타냄. 2016년 기준 2위인 네덜란드의 수입액은 7,267만 5,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 6.5%의 하락세를 나타냄. 홍콩은 2016년 기준 수입 7위국으로 3,447만 6,000달러의 수입규모를 기록하였고 2014년 이후 3년간 연평균 43.3%의 높은 상승세를 기록함

### 홍콩 내 한국산 수입액 규모 9위

2016년 기준 홍콩의 HS CODE 2101.20.00 수입액 규모는 3,447만 6,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 43.3%의 높은 상승세를 보임. 2016년 기준 홍콩 내 HS CODE 2101.20.00 품목 최대 수입국은 중국으로 1,735만 달러의 수입액을 기록하였고, 2014년 이후 3년간 연평균 44.1%의 높은 성장세를 보임

2016년 기준 홍콩 내 한국산의 수입액은 26만 4,000달러로 전세계 점유율 0.8%를 차지하며 9위를 기록함. 2014년 이후 3년간 연평균 0.2%의 작은 하락세를 보임

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2101.20 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	1,111,132	1,015,177	1,085,750	100.0%	-1.1%
1 미국	167,654	168,367	183,608	16.9%	4.6%
2 네덜란드	83,082	71,613	72,675	6.7%	-6.5%
3 멕시코	90,100	64,182	62,415	5.7%	-16.8%
4 프랑스	58,993	52,246	60,590	5.6%	1.3%
5 캐나다	53,492	51,887	51,391	4.7%	-2.0%
7 홍콩	16,779	13,664	34,476	3.2%	43.3%
기타	641,032	593,218	620,595	57.2%	-1.6%

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

표 1.4 : 홍콩 HS CODE 2101.20.00 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	16,779	13,664	34,476	100.0%	43.3%
1 중국	8,356	5,367	17,350	50.3%	44.1%
2 미국	3,635	3,466	10,565	30.6%	70.5%
3 일본	955	1,624	2,529	7.3%	62.7%
4 대만	733	705	987	2.9%	16.0%
5 스리랑카	1,022	740	901	2.6%	-6.1%
9 한국	265	294	264	0.8%	-0.2%
기타	1,813	1,468	1,880	5.5%	1.8%

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

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

## 2. 무역통계 종합분석

### 중국, 홍콩 수입시장에서 점유율 가장 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 2101.20.00 관련 홍콩 수입국 중 중국이 점유율 47.8%로 가장 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 점유율 9위국인 네덜란드가 최근 5년간 연평균 128.0%의 높은 성장률을 기록하며 상위 10개국 중 동기간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가를 차지함. 뿐만 아니라 네덜란드는 2015년 대비 2016년 1,587.5% 상승해 수입 상위 10개국 중 최근 1년간 가장 높은 성장률을 보임. 최근 1년간 말레이시아와 한국을 제외한 수입액 점유율 상위 10개국에서 모두 상승세를 보임

### 한국, 홍콩 내 수입액 최근 급감

한국산의 경우 2012년 이후 5년간 연평균 31.6% 상승하면서 높은 성장세를 보였고, 동기간 연평균 점유율 1.2%를 차지함. 그러나 2015년 대비 2016년에 10.2% 하락하면서 전년 대비 급감하는 추세를 보임

표 1.5 : 홍콩 HS CODE 2101.20.00 수입 점유율 및 증감률 비교<sup>6,7,8</sup>

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 중국	★47.8%	30.1%	223.3%
2 미국	23.8%	45.6%	204.8%
3 일본	7.0%	52.0%	55.7%
4 스리랑카	4.2%	19.1%	21.8%
5 대만	4.2%	16.8%	40.0%
6 말레이시아	3.2%	-12.4%	-51.4%
7 칠레	1.6%	28.3%	165.3%
8 한국	1.2%	31.6%	-10.2%
9 네덜란드	0.3%	★128.0%	★1587.5%
10 인도	0.2%	67.5%	-



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 차 조제품<sup>9</sup>: 시장규모, 2014년 이후 3.4% 하락

2016년 기준 글로벌 차 조제품의 시장규모는 76억 8,963만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 3.4%의 하락세를 보임. 2016년 기준 1위국 중국의 시장규모는 42억 5,604만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 7.1%의 증가세를 나타냄. 2016년 기준 2위국 브라질은 12억 3,563만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 16.1% 하락함

#### 홍콩 차 조제품 시장, 2017년부터 4.0% 상승 전망

홍콩의 2016년 기준 시장규모는 5,638만 달러로, 글로벌 차 조제품 시장 내 점유율 11위로 글로벌 시장규모의 0.7%를 차지하고 있음. 2013년 이후 4년간 성장률은 3.7%의 상승세를 나타내고 있음

향후 홍콩 차 조제품 시장은 기존 증가세 기조를 유지할 것으로 전망됨. 2017년 차 조제품의 시장규모는 5,874만 달러, 2018년에 6,109만 달러로 2017년 이후 4.0%의 성장세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 차 조제품(Tea Preparation) 시장규모

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	8,241.73	7,675.41	7,689.63	100.00%	-3.4%
1 중국	3,709.35	4,056.75	4,256.04	55.3%	7.1%
2 브라질	1,755.02	1,267.59	1,235.63	16.1%	-16.1%
3 러시아	808.63	520.33	486.44	6.3%	-22.4%
4 영국	358.01	343.12	312.81	4.1%	-6.5%
5 미국	212.25	226.77	242.34	3.2%	6.9%
11 홍콩	52.43	54.40	56.38	0.7%	3.7%
기타	1,346.04	1,206.44	1,099.98	14.3%	-9.6%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 홍콩 차 조제품(Tea Preparation) 시장규모<sup>10</sup>.

(단위 : 백만 달러)

	매출액(백만 달러)	전년대비 CAGR	CAGR(2013-2016) vs CAGR(2017-2018)
2013	50.55	3.7%	3.7% (2013-2016)
2014	52.43	3.7%	
2015	54.40	3.8%	
2016	56.38	3.6%	
2017	58.74	4.2%	4.0% (2017-2018)
2018	61.09	4.0%	

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

9. 잎을 직접 우려내는 방식이 아닌 간단히 차를 타 마실 수 있게끔 가공된 형태의 차를 통칭

10. 2017, 2018년은 전망치를 나타냄

### 3. 품목통계 종합분석

#### 홍콩 차 조제품 시장 내 기타 차<sup>11</sup>. 시장점유율 1위

2016년 기준 전체 차 조제품(Tea Preparation)시장에서 품목별 점유율을 보면, 조사제품이 속한 기타 차의 시장 규모가 5,638만 달러로 전체 차 조제품 시장 내 점유율 54.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있음

#### 차 조제품 품목 대부분이 상승세

2013년 이후 4년간 홍콩 차 조제품 시장 내 품목 전반이 3.5~4.0% 내외의 상승세를 보이고 있으며, 동기간 가장 상승률이 높은 제품은 4.0%의 상승세를 기록한 인스턴트 차<sup>12</sup>, 가장 상승률이 낮은 제품은 3.5%의 상승세를 기록한 기타 차인 것으로 집계됨

표 1.8 : 홍콩 차 조제품(Tea Preparation) 세부 품목별 시장규모

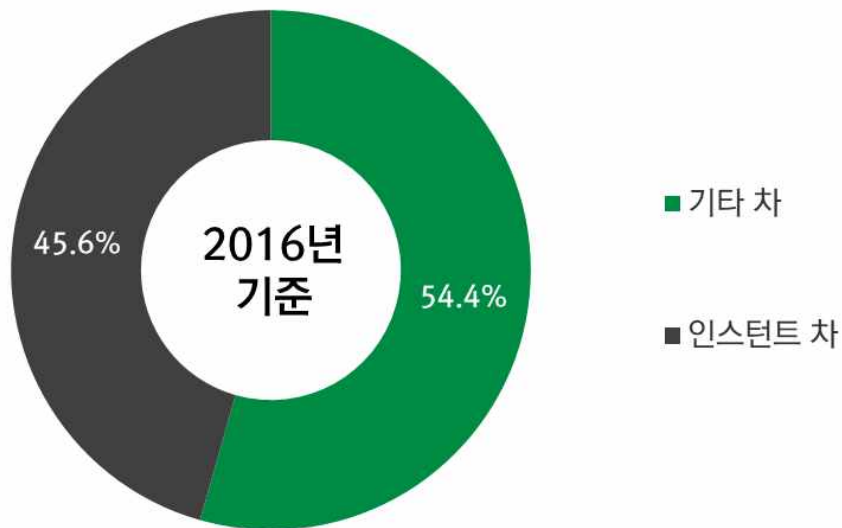
(단위 : 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2013-2016)
전체	50.55	52.43	54.40	56.38	100%	3.7%
기타 차	27.66	28.63	29.65	30.67	54.4%	3.5%
인스턴트 차	22.89	23.80	24.75	25.71	45.6%	4.0%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.9 : 홍콩 차 조제품(Tea Preparation) 세부 품목별 시장점유율(2016)

(단위 : %)



출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

11. 차 조제품 중에서 인스턴트 차가 아닌 종류의 차 조제품. 티백을 포함.

12. 가루 타입으로 되어 바로 물에 타 먹는 종류의 차 조제품

## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 현지식 밀크티 인기

Market Trend 02. 에프터눈 티 타임

Market Trend 03. 현지 식문화 차찬탕

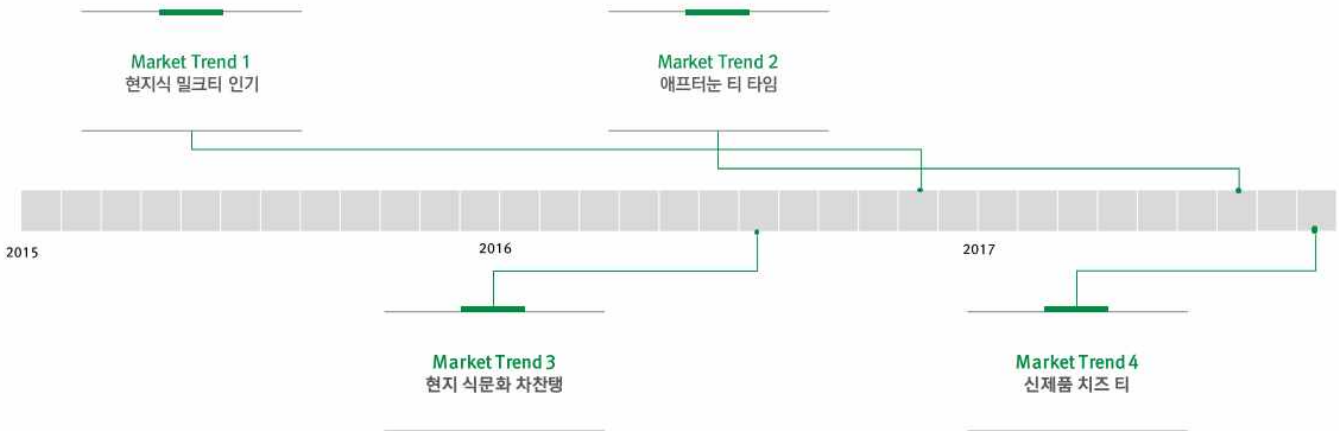
Market Trend 04. 신제품 치즈 티

# 시장 트렌드 OVERVIEW

## 빅데이터 분석 개요

조사목적	홍콩 차 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2015.01.01. ~ 2017.09.01
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	홍콩 식품정보원
입력 키워드	Tea, 茶
도출 기사	총 173건

## 트렌드 타임라인



### Market Trend 01. 현지식 밀크티 인기

- 홍콩 현지인 및 홍콩을 방문한 해외 관광객들에게 인기가 높은 제품은 홍콩 현지식 밀크티임. 홍콩 현지식 밀크티는 면으로 된 망에다 여러 번 차를 걸러내 우려내어 실크 스타킹 밀크티(Silk Staking Milk Tea) 라고도 불림
- 홍콩 정부는 올해 현지식 밀크티 제조법을 무형 문화재로 선정함. 해당 무형 문화재들은 시민 논의 과정을 거쳐 확정될 예정이며 기존의 무형문화재 10개와 함께 총 20개의 무형문화재와 같이 발표할 계획임

### Market Trend 02. 애프터눈 티 타임

- 홍콩 현지인들은 영국 차 문화의 영향으로 인해 점심과 저녁 사이에 휴식과 활력을 복돋기 위해 애프터눈 티타임(Afternoon Tea Time)을 가지는 경향이 있음
- 애프터눈 티에서 제공되는 차는 홍차이며 종류로는 잉글리시 애프터눈 티 얼그레이 애프터눈 티, 아쌈 애프터눈 티 등이 있음

### Market Trend 03. 현지 식문화 차찬탕

- 차찬탕(茶餐廳, Cha Chaan Teng)은 현지 내 인기 차 판매 식당이며 홍콩 내 현지화된 서양요리를 보다 저렴한 가격에 선보이며 소비자들에게 인기를 얻음
- 차찬탕은 홍콩식 분식집으로 차와 식사를 하는 식당이며 오전 7시부터 11시까지 아침 메뉴를, 11시 30분부터 14시 30분에는 점심 메뉴를, 15시부터 17시 30분까지는 하이티세트(밀크티와 음식을 함께 판매하는 세트)를 저렴한 가격에 판매하고 있음

### Market Trend 04. 신제품 치즈 티

- 최근 홍콩 현지 소비자들 사이에서 차 위에 치즈가 올라간 치즈 티 (Cheese-Tea)에 대한 관심이 증가함. 치즈 티는 우롱차, 자스민차, 마차 등 일반적인 차 위에 휘핑크림처럼 치즈를 올린 음료임

### 현지식 밀크티 인기 高... 제조법 무형 문화재로도 선정

홍콩은 차 문화가 발달한 중국과 영국 두 국가의 영향을 받아 자체적으로 차 문화가 발달함. 이로 인해 현지 내 다양한 차 제품들이 판매되고 있으며 차 소비량 또한 높음. 2016년 기준 홍콩 내 1인당 연간 차 소비량은 1.43 파운드로 일본 다음으로 아시아 내에서 2위를 차지함<sup>13</sup>.

홍콩 현지인 및 홍콩을 방문한 해외 관광객들에게 인기가 높은 제품은 홍콩 현지식 밀크티임. 홍콩 현지식 밀크티는 면으로 된 망에다 여러 번 차를 걸러 우려냄. 이 때문에 실크 스타킹 밀크티(Silk Staking Milk Tea)라고도 불림. 홍콩 현지식 밀크티는 일반 밀크티에 비해 진한 맛과 향이 특징임<sup>14</sup>.

홍콩 정부는 올해 현지식 밀크티 제조법을 무형 문화재 후보로 선정함. 무형 문화재 최종 선정은 시민 논의 과정을 거쳐 확정될 예정이며, 기존의 무형문화재 10개 및 홍콩 현지식 밀크티를 포함한 총 20개의 무형문화재를 함께 발표할 계획임<sup>15</sup>.

표 2.1 : 홍콩 현지식 밀크티



출처 : Adagio Teas(www.adagio.com)

13. Statista, 'Annual per capita tea consumption worldwide as of 2016, by leading countries (in pounds)', 2016.12.13

14. ejinsight, 'Live like a local: Tea culture', 2016.11.18

15. ejinsight, 'Milk tea, cheongsam making among shortlisted intangible heritage', 2017.04.16

### 영국의 영향으로 에프터눈 티 타임 문화 발달

홍콩 현지인들은 영국 차 문화의 영향으로 인해 점심과 저녁 사이에 휴식과 활력을 북돋기 위해 에프터눈 티타임(Afternoon Tea Time)을 가지는 경향이 있음. 오후 2시부터 6시까지 에프터눈 티타임을 즐기는 소비자들은 현지 내 카페 또는 호텔 내 레스토랑을 주로 방문함

특히 호텔 레스토랑에서 에프터눈 티 메뉴를 주문하는 경우 화려한 3단 접시에 샌드위치류, 스콘, 디저트류 등이 함께 나오는 것이 일반적임. 에프터눈 티를 판매하고 있는 호텔 레스토랑은 기념품 증정, 손마사지 서비스 등을 통해 고객들의 관심을 유도함. 에프터눈 티에서 제공되는 차는 홍차이며 종류로는 잉글리시 에프터눈 티 얼그레이 에프터눈 티, 아쌈 에프터눈 티 등이 있음<sup>16</sup>.

표 2.2 : 홍콩 현지 에프터눈 티 타임



출처 : Masdemx(masdemx.com)

16. The HK HUB, 'Anyone for Tea?', 2017.07.05

### 차와 식사를 같이 판매하는 차찬탕(Cha Chaan Teng)

차찬탕(茶餐廳, Cha Chaan Teng)은 홍콩 현지 내 인기 차 판매 식당 중 하나임. 세계 2차 대전 끝난 후 홍콩 소비자들의 서양 요리에 대한 관심이 높아졌으나 가격 부담이 커 일부 현지인들만 서양 요리를 즐길 수 있었음. 이에 현지화 된 서양요리를 보다 저렴한 가격에 판매하며 인기를 얻은 곳이 차찬탕임. 차찬탕은 홍콩의 전통적 식문화인 만큼 역사가 깊은 식당들이 다수 존재함<sup>17</sup>.

차찬탕은 차와 식사가 가능한 식당으로 오전 7시부터 11시까지는 아침 메뉴를 먹을 수 있으며, 11시 30분부터 14시 30분에는 점심 메뉴가 가능함. 이후 15시부터 17시 30분까지는 하이티세트(밀크티와 음식을 함께 판매하는 세트)를 저렴한 가격에 판매하고 있음

표 2.3 : 홍콩 내 인기 차찬탕(Cha Chaan Teng)



란퐁유엔(Lan Fon Yuen)

미도카페(Mido Cafe)

캐피탈카페(Capital Cafe)

감와빙텡(Kam Wah Cafe)

출처 : The Loop HK(www.theloophk.com)

17. City Nomads, 'CHA CHAAN TENG'S IN HONG KONG: THEN AND NOW', 2016.07.25

### 차 위에 치즈가 올라간 신제품 치즈 티

최근 홍콩 현지 소비자들 사이에서 차 위에 치즈가 올라간 치즈 티 (Cheese-Tea)에 대한 관심이 증가함. 치즈 티는 우롱차, 자스민차, 마차 등 일반적인 차 위에 휘핑크림처럼 치즈를 올린 음료임. 치즈 티 위에 올라간 치즈는 치즈 분말과 유제품을 혼합하여 제조된 치즈임

치즈 티는 대만에서 처음 판매되기 시작하여 홍콩, 중국, 싱가포르, 말레이시아 등의 인접 국가들로 확산되고 있음. 치즈 차를 처음 출시한 대만 기업인 HEYTEA의 CEO 니에 윤첸(Nie Yunchen)은 “풍부한 치즈 거품은 차를 더 풍미 있게 해주며 특히 젊은 층에서 꾸준한 인기를 얻고 있다” 고 전함<sup>18</sup>.

표 2.4 : 홍콩 치즈 티(Cheese-Tea) 제품



출처 : Refinery29([www.refinery29.com](http://www.refinery29.com))

18. Refinery29, 'Is Cheese-Topped Tea The Next Big Thing?', 2017.09.13



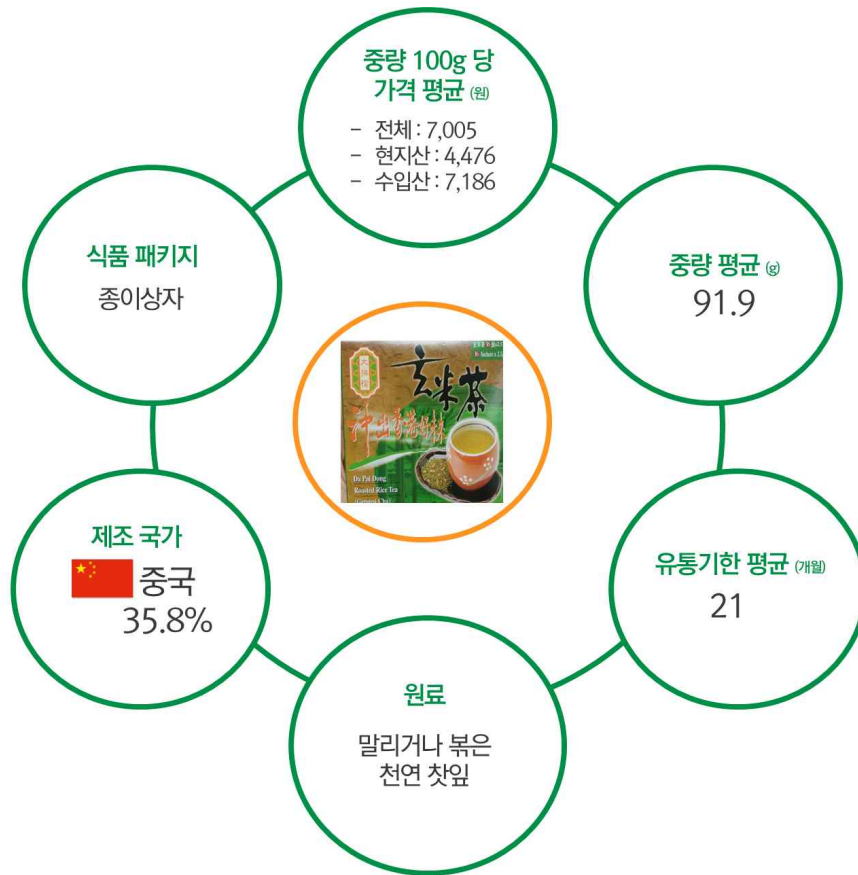


# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 원산지 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	원산지
1	Rickshaw Jasmine Tea	중국
2	Twinings Earl Grey Tea	폴란드
3	Emerail Fine Blend Black Tea	중국
4	Lipton Ming Shen Chin Whole-piece-tea-leaves Tea Bas Jasmine Tea	대만
5	Ace Japanese Green Tea Bags	일본
6	Da Pai Dong Roasted Rice Tea	중국
7	SELECT Iron Buddha Tea Bags	중국
8	Essential Waitrose original blend round tea bags	영국
9	PG Tips	영국
10	三井銘茶有機煎茶/ Mitsui Meicha Organic Tea Bag	일본
11	Bell Kanya Bold Tea bag	뉴질랜드
12	Lipton Green Tea Teabag	중국
13	Sencha Japanese Green Tea	일본
14	Twinings Darjeeling Tea	폴란드
15	Lok Yu Chinese Tea Bag (Pu Erh)	홍콩

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정



Shop 115, Lung Hang Shopping Centre,  
Lung Hang Estate, Sha Tin

L001, G/F, Sun Chui Estate, 2 Chui Tin  
Street, Shatin

Shop No. 3, Level 1, Service Annex,  
Cyberport, Hong Kong

출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정

	제품명	원산지
1	Rickshaw Jasmine Tea	중국
2	Twinings Earl Grey Tea	폴란드
3	Emerail Fine Blend Black Tea	중국
4	Lipton Ming Shen Chin Whole-piece-tea-leaves Tea Bas Jasmine Tea	대만
5	Ace Japanese Green Tea Bags	일본
6	Da Pai Dong Roasted Rice Tea	중국
7	SELECT Iron Buddha Tea Bags	중국
8	Essential Waitrose original blend round tea bags	영국
9	PG Tips	영국
10	三井銘茶有機煎茶/ Mitsui Meicha Organic Tea Bag	일본
11	Bell Kanya Bold Tea bag	뉴질랜드
12	Lipton Green Tea Teabag	중국
13	Sencha Japanese Green Tea	일본
14	Twinings Darjeeling Tea	폴란드
15	Lok Yu Chinese Tea Bag (Pu Erh)	홍콩

출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10)

## 분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(g)	4	원산지
2	가격(원)	5	포장형태
3	유통기한(개월)	6	원료

## 2. 정량 분석

### 홍콩 내 유통 중인 차, 마태 등 조제품, 100g당 가격 평균 7,005원<sup>19</sup>.

홍콩 현지 유통채널 방문 결과 판매 중인 차, 마태 등 조제품의 100g당 평균 가격은 7,005원으로 확인됨. 수입산 제품의 평균 가격은 7,186원으로 가장 비싼 것으로 나타남. 현지산 제품은 1개가 확인되었고 가격은 4,476원이었음. 한국산 제품의 판매는 확인되지 않음

전체 15개 제품 중 100g당 가장 낮은 금액은 수입산 제품으로 100g당 1,592원으로 나타남. 또한, 가장 높은 금액도 수입산 제품으로 확인되었으며 100g당 가격은 14,404원이었음

현지 유통채널에서 조사된 15개 경쟁 제품의 중량 평균은 91.9g이며, 유통기한은 평균 21개월로 분석됨

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

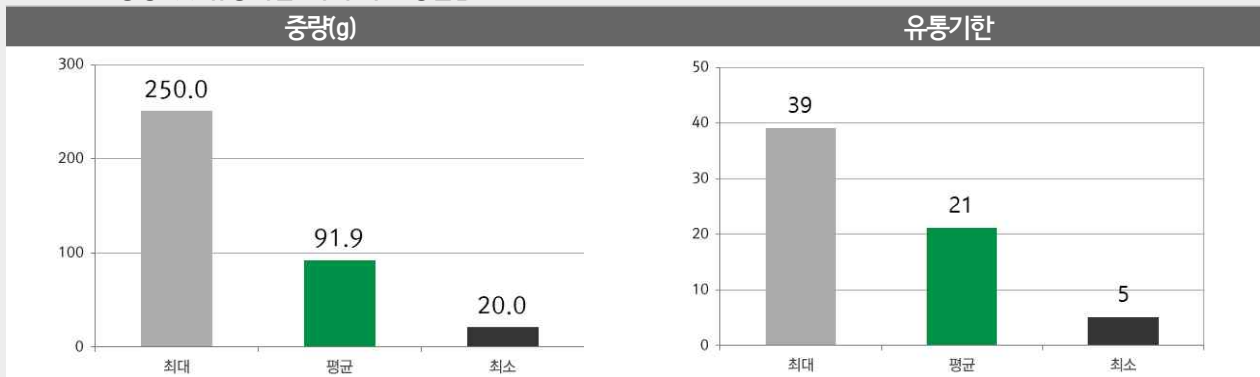
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10) 15개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값<sup>20</sup>.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10) 15개 제품 기준

19. 1(HKD) = 144.76원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017. 10. 25), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'HKD'를 한화로 전환하여 제시함

20. 중량과 유통기한의 평균은 원산지 구분 없이 도출된 결과임

### 3. 정성 분석

#### 차, 마테 등 조제품, 대부분 종이박스에 담겨져 판매

홍콩에서 판매되고 있는 15개의 제품 모두가 종이상자로 포장되어 판매되고 있는 것으로 확인됨
















#### 원료

대부분의 차, 마테 등 조제품의 경우 다른 첨가물 없이 찻잎을 말리거나 볶아서 판매되는 것으로 확인됨

#### 원산지

현지산 제품의 경우 WELLCOME을 통해 1개의 제품을 찾을 수 있었으며, 나머지 수입산 제품 14개의 제품은 방문한 매장 WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion에서 골고루 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류

종이상자				
				
				
				

출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10) 15개 제품 기준

### 3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 주요 성분 및 첨가물

제품명	성분 및 첨가물
Rickshaw Jasmine Tea	자스민 차
Twinings Earl Grey Tea	얼그레이 티
Emerail Fine Blend Black Tea	우전
Lipton Ming Shen Chin Whole-piece-tea-leaves Tea Bas Jasmine Tea	자스민 차, 치자나무 차
Ace Japanese Green Tea Bags	우전
Da Pai Dong Roasted Rice Tea	녹차, 볶은 현미
SELECT Iron Buddha Tea Bags	철분, 차
Essential Waitrose original blend round tea bags	정보없음
PG Tips	정보없음
三井銘茶有機煎茶/ Mitsui Meicha Organic Tea Bag	녹차
Bell Kanya Bold Tea bag	홍차
Lipton Green Tea Teabag	녹차
Sencha Japanese Green Tea	녹차
Twinings Darjeeling Tea	홍차
Lok Yu Chinese Tea Bag (Pu Erh)	쿤밍 보이차

출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10) 15개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 원산지

제품명	원산지	원산지 비중
Rickshaw Jasmine Tea	중국	<p> <span style="color: green;">■</span> 중국 35.8%  <span style="color: black;">■</span> 영국 14.3%  <span style="color: grey;">■</span> 폴란드 14.3%  <span style="color: darkgrey;">■</span> 일본 7.1%  <span style="color: lightgrey;">■</span> 대만 7.1%  <span style="color: verylightgrey;">■</span> 뉴질랜드 7.1%                 </p>
Twinings Earl Grey Tea	폴란드	
Emerail Fine Blend Black Tea	중국	
Lipton Ming Shen Chin Whole-piece-tea-leaves Tea Bas Jasmine Tea	대만	
Ace Japanese Green Tea Bags	일본	
Da Pai Dong Roasted Rice Tea	중국	
SELECT Iron Buddha Tea Bags	중국	
Essential Waitrose original blend round tea bags	영국	
PG Tips	영국	
三井銘茶有機煎茶/ Mitsui Meicha Organic Tea Bag	일본	
Bell Kanya Bold Tea bag	뉴질랜드	
Lipton Green Tea Teabag	중국	
Sencha Japanese Green Tea	일본	
Twinings Darjeeling Tea	폴란드	
Lok Yu Chinese Tea Bag (Pu Erh)	홍콩	

출처 : 현지방문조사 (WELLCOME, PARKnSHOP, Fusion, 2017.10) 15개 제품 기준

## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

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

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	-	Unilever N.V.
	제품명	Lok Yu Chinese Tea Bag (Pu Erh)	Lipton Ming Shen Chin Whole-piece-tea-leaves Tea Bas Jasmine Tea
	중량(g)	25	56
	가격(HKD)	7.73	18
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	쿤밍 보이차	자스민 차, 치자나무 차
	유통기한(개월)	23	18
	원산지	홍콩	대만
취급처	수입사 정보	-	Unilever Hong Kong Ltd.
	판매확인 매장	WELLCOME	WELLCOME

## 4. 현지 방문 조사자료


분류	제품 03	제품 04	
제품이미지			
			
제품스펙	제조사명	Emerail Co. Ltd.	Tea & Coffee Merchants R. Twining & Company Limited
	제품명	Emerail Fine Blend Black Tea	Twinings Earl Grey Tea
	중량(g)	20	50
	가격(HKD)	19.9	37.5
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	우전	얼그레이 티
	유통기한(개월)	17	39
	원산지	중국	폴란드
취급처	수입사 정보	Gui Cha (HK) Co. Ltd.	Sim Trading Company Ltd.
	판매확인 매장	WELLCOME	WELLCOME



## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Unilever (China) Company Ltd.	Unilever UK
	제품명	Rickshaw Jasmine Tea	PG Tips
	중량(g)	45	232
	가격(HKD)	8.3	52.9
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	자스민 차	-
	유통기한(개월)	24	18
	원산지	중국	영국
취급처	수입사 정보	Unilever Hong Kong Ltd.	-
	판매확인 매장	WELLCOME	PARKnSHOP

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Waitrose Limited	-
	제품명	Essential Waitrose original blend round tea bags	SELECT Iron Buddha Tea Bags
	중량(g)	250	50
	가격(HKD)	29.9	5.5
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	-	철불 차
	유통기한(개월)	7	33
	원산지	영국	중국
취급처	수입사 정보	-	PARKnSHOP(HK) Ltd.
	판매확인 매장	PARKnSHOP	PARKnSHOP

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	-	-
	제품명	Da Pai Dong Roasted Rice Tea	Ace Japanese Green Tea Bags
	중량(g)	40	40
	가격(HKD)	26.9	37.9
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	녹차, 볶은 현미	우전
	유통기한(개월)	23	19
	원산지	중국	일본
취급처	수입사 정보	Kampery Development Limited	Asia Pacific HK Ltd.
	판매확인 매장	PARKnSHOP	PARKnSHOP

# 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Tea & Coffee Merchants R. Twining & Company Limited	Ujinotsuyu Seicha Co. Ltd
	제품명	Twinings Darjeeling Tea	Sencha Japanese Green Tea
	중량(g)	50	40
	가격(HKD)	34.9	31.9
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	홍차	녹차
	유통기한(개월)	25	7
	원산지	폴란드	일본
취급처	수입사 정보	Sims Trading Company Ltd.	Shin Tai Ho (HK) Co. Ltd.
	판매확인 매장	Fusion	Fusion

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Unilever (China) Company Ltd.	Bell Tea & Coffee Company Limited
	제품명	Lipton Green Tea Teabag	Bell Kanya Bold Tea bag
	중량(g)	200	240
	가격(HKD)	43.9	56
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	녹차	홍차
	유통기한(개월)	20	33
	원산지	중국	뉴질랜드
취급처	수입사 정보	Unilever Hong Kong Ltd.	Supreme Products International Ltd.
	판매확인 매장	Fusion	Fusion

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 15
제품 이미지	앞면	
	뒷면	
제품 스펙	제조사명	三井農林株式会社 / Mitsui
	제품명	三井銘茶有機煎茶 / Mitsui Meicha Organic Tea Bag
	중량(g)	40
	가격(HKD)	26.9
	외장재	종이상자
	원료	녹차
	유통기한(개월)	5
	원산지	일본
취급처	수입사 정보	-
	판매확인 매장	Fusion

# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		Unilever	Emerail	Twinings
		영국	중국	영국
기업 개요	설립년도	1929년	2010년	1706년
	본사 소재지	영국	중국	영국
	직원 수	약 169,000명(2016년, 글로벌)	약 500명(2016년)	약 42,000명(2016년, 글로벌)
	매출액	약 52억 7,110만 유로 (2017년 글로벌) 한화 약 7조 18억 원	약 200만 위안(2016년) 한화 약 3억 4,060만 원	약 82억 유로(2016, 글로벌) 한화 약 10조 8,926억 원
	취급품목	생활용품 및 티백 제품	티백 제품	티백제품
제품 정보				
		자스민 티	블랙 티	얼 그레이 티
홍보 전략	온라인 홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>· SNS를 활용한 홍보</li> <li>- 다양한 SNS 채널을 활용한 제품 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· SNS를 활용한 홍보</li> <li>- 차에 관한 흥미로운 팀을 활용한 제품 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· SNS를 활용한 제품 홍보</li> <li>- 차에 관한 흥미로운 콘텐츠를 활용한 제품 홍보</li> </ul>
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Every little helps</li> <li>- 아무리 사소한 것들도 도움이 된다</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Be more tea</li> <li>- 차를 마시며 가끔은 인생을 느긋하게 즐겨봐라</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· The taste of elegance</li> <li>- 고풍스러운 맛을 이끄는 선도기업</li> </ul>



# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 ..... 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : Earl grey tea bag(얼그레이 티백), English tea bag(잉글리쉬 티백)
- 온라인 쇼핑물 분석
  - www.welcome.com.hk
  - www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/su-pa-de-pa
  - www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/fusion

방법론 02. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 홍콩 현지 하이퍼마켓· 대형 마트 방문(2017.10)
  - WELLCOME
  - PARKnSHOP
  - Fusion

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

영국, 중국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

영국	중국	영국
		
· 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 쇼핑물 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 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 현황파악

### Unilever 정보

- 대표 전화 : +31-(0)-10-217-4000
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 런던 (London)

출처 : Unilever (www.unilever.com)

### 영국 기업 분석 : Unilever

Unilever는 1929년 네덜란드 마가린 회사인 마가린 유니와 영국의 비누 제조업체 레버 브라더스가 합병해 세워짐. 당사는 식음료, 퍼스널 케어 제품, 클리닝 제품 등을 생산하며, 198개국에서 사업을 하고 있음. 1930년대에는 립턴(Lipton)을 인수했으며, 1990년대에는 브랜드의 숫자를 줄이고 도브(Dove), 바셀린(Vaseline), 립턴(Lipton)등 주력 브랜드에 집중하고 있음.

### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1929년
- ② 직원수 ..... 약 169,000명(2016년, 글로벌)
- ③ 매출액 ..... 약 52억 7,110만 유로 (2017년, 글로벌)
- ④ 취급품목 ..... 식품, 생활용품, 차 류 등



출처 : Unilever (www.unilever.com)

### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



자스민티



립톤 블랙티



립톤 그린티

출처 : Unilever (www.unilever.com)

### [홍보 전략]

온라인 홍보

SNS를 활용한 홍보



- Facebook, Twitter, Instagram 등 다양한 SNS 매체를 이용
- 각 사이트의 특성에 맞는 홍보물 게시로 고객에게 더 쉽고 친근하게 접근하고 있음

캐치프레이즈

“Be more tea”



- ‘차를 마시며 가끔은 느긋하게 인생을 즐겨봐라’
- ‘Be more tea’ 라는 캐치프레이즈를 통해 바쁜 현대인들이 가끔은 차와 함께 여유를 가지고 삶을 돌아보도록 고무시킴

출처 : Unilever (www.unilever.com)

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Emerail 정보

- 대표 전화 : 86-851-8528-2692
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 귀주(Guizhou)

출처 : Emerail (www.emerail.com)

### 중국 기업 분석 : Emerail

Emerail은 2010년 중국 귀주 지역에서 설립된 유기농 차 제조업체임. 귀주 지역에서 가장 큰 차 잎 냉동 보관소를 운영하며, 하루에 10,000kg 이상의 차 잎을 가공할 수 있는 생산설비를 갖추고 있음. 홍콩은 물론, 캐나다, 미국, 독일에 자스민, 블랙, 녹차 등을 수출하고 있으며, Eurofins와 SGS와 같은 공신력 있는 품질 테스트기관으로부터 인증을 받으며 세계시장에 도전장을 내밀고 있음<sup>22</sup>.

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 2010년
- ② 직원수 ..... 약 500명(2016년)
- ③ 매출액 ..... 약 200만 위안(2016년)
- ④ 취급품목 ..... 차 류



출처 : Emerail (www.emerail.com)

#### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



그린 티



블랙 티



자스민 그린 티

출처 : Emerail (www.emerail.com)

#### [홍보 전략]

온라인 홍보

캐치프레이즈

차에 관한 흥미로운 팁을 제공해 제품 홍보

"Perfection in a thousand years of tradition"



Perfection in a thousand years of tradition

- 자사 홈페이지에 '블랙 티 맛있게 끓여먹기', '녹차와 같이 먹으면 맛있는 음식' 등의 흥미로운 팁을 제공해 자사 제품 홍보

- '수천 년의 전통 속에서 축적된 탁월함'
- 중국 전통 차의 오래된 역사를 강조하며 자사의 차에 대한 오랜 경험과 맛의 탁월함을 강조함

출처 : Emerail (www.emerail.com)

21. The Wall Street Journal, 'Unilever's New Look Suggests More Deals to Come', 2017.04.06

22. Sohu News, 'Guichang Industrial Park, a comprehensive development project start ceremony held in Jiangkou', 2017.05.02

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### Twinings 정보

- 대표 전화 : +44-0-1264-313444
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 런던(London)

출처 : Twinings (www.twinings.com)

### 영국 기업 분석 : Twinings

Twinings는 1706년 런던에서 설립된 차 제조 및 유통업체로 역사가 깊은 홍차 브랜드임. 빅토리아 여왕 때부터 역대 왕실에 납품을 했으며 1972년에는 엘리자베스 여왕으로부터 수출 공로를 인정받아 수출산업 장려상을 받았음. 초기에는 단순한 주문판매 형식이면서 블렌드 홍차도 없었으나 현재는 100개 국가에 200여 개가 넘는 다양한 블렌드 차를 생산, 수출하고 있음<sup>23</sup>.

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1706년
- ② 직원수 ..... 약 42,000명(2016년, 글로벌)
- ③ 매출액 ..... 약 82억 유로(2016, 글로벌)
- ④ 취급품목 ..... 차 류



출처 : Twinings (www.twinings.com)

#### [제품 정보]

##### 온(오프)라인 확인 제품



얼 그레이 티



그린 티



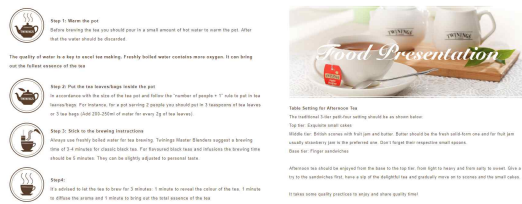
허브 티

출처 : Twinings (www.twinings.com)

#### [홍보 전략]

##### 온라인 홍보

##### 차에 관한 흥미로운 콘텐츠를 이용한 제품 홍보



##### 캐치프레이즈

##### "The Taste of Elegance"



- 자사 홈페이지에 '애프터 눈 티 테이블 셋팅', '홍차와 어울리는 음식 조합' 등의 흥미로운 콘텐츠를 통해 자사 제품을 홍보함

- '고풍스러운 맛을 이끄는 선도기업'
- 오래된 역사만큼이나 해당 분야에서 오랫동안 시장을 선도하는 기업으로써 고객들에게 강력하고 좋은 이미지를 제공함

출처 : Twinings (www.twinings.com)

23. CMS Wire, 'Blending Ecommerce and Customer Experience With Twinings Tea', 2017.08.14

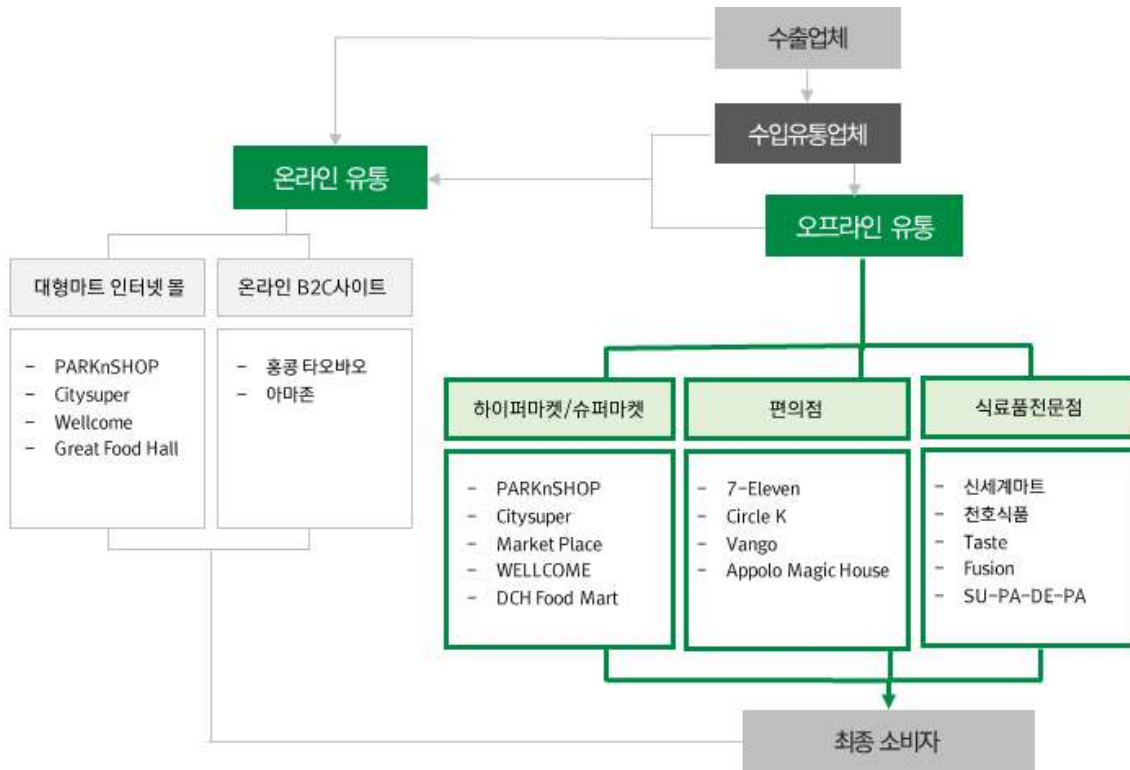
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

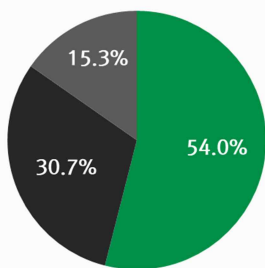
1. 현지 진출 주요 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



■ 하이퍼마켓&슈퍼마켓 ■ 편의점 ■ 식품전문점

### 유통채널별 정의 및 특징

- **하이퍼마켓&슈퍼마켓**  
: 식품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 판매하는 매장  
- 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)  
- 면적 280~2,300㎡ 이상(슈퍼마켓)
- **식품전문점** : 특정 식품을 취급하여 이익을 창출하는 소매점(한인마트 포함)
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 집합점으로, 현대적 유통채널 중 가장 빠르게 성장하는 업태 중 하나임
- 기타: 온라인쇼핑몰, 백화점, 재래시장, 기타 소매점 등

출처 : Global Data(2015), Thailand, 'Hot drinks' 유통점유율 기준

# 1. 현지 진출 주요 경로

## 시장 점유율

Global Data의 ‘Hot drinks’ 품목의 유통 채널별 비중을 비교 및 분석한 결과, 홍콩의 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 시장 점유율은 54.0%, 편의점의 시장 점유율은 30.7%, 식료품전문점이 15.3%를 차지하고 있는 것으로 나타남

## ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

### : 홍콩 대형 슈퍼마켓, 한국 식품코너 등장<sup>24</sup>.

2016년 기준, 홍콩 내 매장 수가 가장 많은 마트는 WELLCOME MART(280개)와 PARKnSHOP(350개)으로, 두 회사는 홍콩 식품 유통 매출의 약 80%를 차지하며 홍콩에서 가장 인지도가 높은 슈퍼마켓임. WELLCOME MART와 PARKnSHOP은 저렴한 가격의 경제적인 상품을 위주로 유통하며, CITY SUPER, Market Place, Taste, 360, JUSCO 등은 상대적으로 고가, 고급의 수입식품을 취급함

PARKnShop, Wellcome, Threesixty, Marketplace 등과 같은 대형 슈퍼마켓 체인에서는 한국식품코너가 따로 마련되어 있으며 한국식품에 태극기모양의 라벨을 붙이는 등 한류를 이용한 프로모션을 진행함. 현지조사 결과 한국 대기업 식품뿐만 아니라 중소기업 식품들도 많이 진열되어 있으며 이마트 등의 한국 대기업 식품은 PARKnSHOP을 소유한 Watsons그룹이 직접 수입함. 반면에 중소기업의 식품은 대행사를 통해 유통되는 경우가 대부분임

표 5.1 : 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 유통하는 수입사 정보

 하이퍼마켓&슈퍼마켓	<b>1. CHEONG KEE FOODS COMPANY</b>	
	홈페이지	www.ckf.com.hk
	기업 개요	식품 유통 관련 경험이 30년이 넘는 업체로 취급하는 화물의 종류만 천개가 넘음. 학교에 있는 마트/ Ztore/슈퍼마켓으로 많이 납품하고 있으며, 영국 Clipper Teapigs, 일본 三井農林 티백을 포함한 음료, 설탕 및 과자등을 유통하는 업체임
	<b>2. Heath Eco Beauty Ltd.</b>	
	홈페이지	www.healthecobeauty.com
	기업 개요	한국, 타이완, 태국 등 아시아 식품을 취급함. 또한, 해외 유명한 프리미엄 유기농 건강식품을 대리판매하고 있음. 취급하고 있는 한국 식품으로는 유기농 티백, 건강기능 차, 곡물 차, 일반 음료, 유기농 쌀, 쿠키 등을 수입·유통하고 있음
	<b>3. Zhao Feng Hang</b>	
	홈페이지	www.39043118.com
	기업 개요	사이다, 주스, 차, 운동 음료 등 다양한 음료를 취급하는 업체임. 취급하는 한국 음료 브랜드는 자연은/알로에/감귤/야침햇살이 있으며, 인도네시아로부터 홍차·사과맛 티백을 수입·유통하고 있음

24. AgriLand, ‘Japan, Canada, Mexico, Switzerland and Hong Kong follow China’s lead - and ban Brazilian meat’, 2017.04.22

# 1. 현지 진출 주요 경로

## ROUTE #2. 편의점

### : 증가하는 홍콩 내 편의점의 수

2016년부터 홍콩 도심 및 주변 편의점들의 수가 증가하고 있음. 홍콩 내 편의점들은 PB 상품 등의 적극적인 개발과 홍보 전략을 통해 소비자들의 발길을 이끌기 위해 노력하고 있음<sup>25</sup>.

2016년 기준, 7-Eleven Hong Kong을 소유하고 있는 Dairy Farm International Holdings의 매출액은 2015년 대비 10.6% 성장했으며, 이 중 식품부문의 비중은 72%에 달함<sup>26</sup>.

2016년 미국 농무부(USDA, United States Department of Agriculture)에서 발표한 ‘Retail Food Sector 2016’ 보고서에 따르면 편의점 이용 고객 대부분은 간편식을 구매하기 위해 편의점을 찾은 것으로 나타남. 홍콩 내 가장 유명한 편의점은 7-Eleven으로 약 900개 이상의 매장을 보유함. 다음으로는 약 330개 이상의 매장을 보유한 Circle K와 58개 매장을 소유한 Vango가 있음<sup>27</sup>.

표 5.2 : 편의점으로 유통하는 수입사 정보



1. MINEICHI	
홈페이지	mineichi.hk
기업 개요	일본 및 한국 식품을 수입·유통하는 업체로 커피, 스낵, 죽 등의 가공식품을 취급함. 본사는 도쿄에 있으며 홍콩현지 기업으로 수입제품을 많이 납품하고 있음
2. Telford International Co. Ltd	
홈페이지	www.telford.com.hk
기업 개요	1966년 설립되었으며 음료, 주류(양주), 건강음료, 식품 등을 취급하는 수입·유통업체임. 홍콩 내에 Non-alcoholic beverage(Hot drinks), CHICA Sangria 등 차 조제품을 편의점에 유통하는 수입업체임
3. COUGAR HONG KONG LTD	
홈페이지	cougar.com.hk
기업 개요	1955년에 설립된 업체로 주로 식품, 음료, 소스류 등을 취급하는 수입·유통업체임. 프랜차이즈 대형마트, 소매상, 호텔 식음료업계 기업 등 다양한 유통채널로 납품함

25. Inside retail Asia, ‘Convenience Retail Asia achieves strong growth’, 2016.04.06

26. The Sun Daily, ‘7-Eleven stores in HK, China, Spore post sales growth: Dairy Farm’, 2017.03.06

27. 미국 농무부 USDA, ‘Hong Kong Retail Foods’, 2017.01.10



# 1. 현지 진출 주요 경로

## ROUTE #3. 식료품 전문 판매점

### : 자유로운 홍콩 시장, 치열한 가격 경쟁

홍콩 시장의 경우 특별한 수입규제가 없고 수출입의 절차가 까다롭지 않아 시장 진입이 자유로움. 따라서 다양한 외국계 식료품 전문점이 많고 그만큼 가격 경쟁이 치열함. 한국 식료품 전문점은 한국 교민들뿐만 아니라 현지인들에게도 잘 알려져 있으며, 그 중 신세계마트가 독보적임.

홍콩 내 식품바이어들은 본인들이 원하는 가격과 맞지 않는 경우, 다른 국가의 저렴한 제품을 수입할 수 있음. 이런 차선택이 있기 때문에 가격이 저렴하다고 해서 경쟁우위를 가지기는 어려움. 따라서 홍콩에 수출하고자 하는 제품의 품질을 높이고 다양한 유통망을 가져야하며 새롭고 획기적인 마케팅 전략을 앞세운 차별화가 필요함

표 5.3 : 식료품전문점으로 유통하는 수입사 정보



식료품전문점

<b>1.</b>		<b>Gain Smooth Limited</b>
홈페이지	www.cocofood.hk	
기업 개요	건강식품 및 건강기능성 식품을 수입·도매 및 소매하는 업체임. 한국산 티백을 취급 중이며, 한국주스, 일본 티백 등도 취급 중	
<b>2.</b>		<b>FOK HING DISTRIBUTION</b>
홈페이지	www.fokhing.com.hk	
기업 개요	1981년 설립하여 동남아 식품을 도매, 대리 및 소매하는 업체임. 20여개 지점의 매장을 보유하고 있으며, 주로 식품전문점/마트/식당/호텔/학교로 납품하고 있음. 따뜻한 음료를 포함한 음료, 주스, 보건식품, 과자 등을 유통하고 있음	
<b>3.</b>		<b>HO FUNG FOOD LIMITED</b>
홈페이지	www.hofungtrading.com	
기업 개요	1995년 설립하여 한국/태국/프랑스/독일/미국 등에서 음료 원료를 수입해서 도매, 대리 및 소매하는 업체임. 주로 식품 체인점/음료업체/카페//호텔로 납품하고 있음. 취급 제품으로는 생강차/한국 유자차/대추차 등이 있음	

## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

티백 수입·유통업체 대상 인터뷰  
진행

(2017년 10월)

### Q1. 티백 제품의 수요는 어떠한가요?

“현지시장에서 최근 한국 식품의 매출이 증가함과 동시에 한국의 티백 제품의 수요는 점점 높아지고 있습니다. 그 이유는 한국 식품을 찾는 소비자들이 증가하면서 한국 티백 제품에 대한 인지도가 높아졌기 때문입니다.”

티백 및 식품 수입 유통 업체  
MINEICHI (峰一(香港)實業有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

“당사가 취급하는 인도, 인도네시아 산 티백의 수요는 과거에 중·상 정도의 수준을 유지하고 있었지만, 현재는 점점 떨어지고 있습니다. 그 이유는 홍콩 현지브랜드인 LiDun의 제품 인지도가 매우 높아지고, 최근 홍콩의 소비자들은 티백으로 된 차 제품보다 더 깊은 맛을 음미할 수 있는 생차를 더 선호하기 때문입니다.”

티백 및 식품 수입 유통 업체  
Zhao Feng Hang (兆豐行) 담당자 Mr. Guan (关先生)와의 인터뷰 中, 2017.10

“홍콩에서 티백 제품의 인지도와 수요는 평균이상의 수준을 유지하고 있으며, 특히, 20~40대 고객들 사이에서 티백제품은 먹기가 편리한 이유로 높은 수요를 보이고 있습니다. 반면에 50~60대 연령층은 티백보다 차의 맛을 깊게 느낄 수 있는 생차를 더 선호하고 있으며, Pu'er tea(普洱茶), Tieguanyin(铁观音)제품을 가장 선호합니다.”

식료품 수입·유통업체  
Heath Eco Beauty Ltd (康富盈美國際有限公司)  
담당자 Ms. Mai (麦小姐)와의 인터뷰 中, 2017.10

### Q2. 티백 제품의 구매요인은 무엇인가요?

“현지의 소비자들이 티백을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요인은 특별하게 없습니다. 왜냐하면, 홍콩에서 티백을 구매하는 소비자는 다양한 연령층을 가지고 있어 소비자의 취향에 따라 제품을 구매하는 경향이 강하기 때문입니다.”

티백 및 식품 수입 유통 업체  
MINEICHI (峰一(香港)實業有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

“현재 홍콩에서는 맛과 가격이 다양한 수입 티백이 다량으로 유통되고 있습니다. 이로 인해 티백을 구매하는 대부분의 소비자들은 제품의 맛과 가격을 가장 중요하게 생각하며 구매를 결정합니다.”

티백 및 식품 수입 유통 업체  
Zhao Feng Hang (兆豐行) 담당자 Mr. Guan (关先生)와의 인터뷰 中, 2017.10



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		PARKnSHOP	Taste	Vango
		하이퍼마켓(홍콩)	식품 전문점(홍콩)	편의점(홍콩)
유통업체 개요	설립년도	1973년	2004년	2007년
	매장 소재지	홍콩, 중국, 마카오	홍콩	홍콩
	직원 수	약 9,700 명(2016년)	약 500 명(2016년)	약 3,500 명(2016년)
	점포 수	350개(2016년)	18개(2016년)	48개(2016년)
	취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	식품, 음료, 생활용품 등	식품, 음료, 생활용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Apple pay 서비스</li> <li>- ATLANTA(결제 솔루션 기업)과 협력을 통해 Apple 모바일 결제시스템 추가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Facebook으로 홍보</li> <li>- Facebook 페이지를 개설하여 고객이 업로드 하는 자사매장 관련 게시물을 자동으로 연동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Joint Venture 설립</li> <li>- 세계적인 유통기업인 Tesco와 Joint Venture 설립을 통해 편의점, 슈퍼마켓 등의 비즈니스 수행</li> </ul>
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 다양한 할인 프로모션</li> <li>- 목, 금, 토요일마다 대규모 할인 프로모션 진행</li> <li>- 신선식품에 대해 구매 가격별 할인 프로모션 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국·대만·일본식품 프로모션 진행</li> <li>- 매장 입구에 상품 전시 및 판매 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 할인 행사 및 멤버십</li> <li>- 주말마다 할인 프로모션 진행</li> <li>- 멤버십을 통해 포인트 제공</li> <li>- 포인트에 따라 할인 혹은 사은품 증정</li> </ul>

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## PARKnSHOP

CK Hutchison Holdings Limited의 자회사로 1972년에 설립되어 현재 홍콩의 대형 유통 업체 중 하나로 성장하였으며, 홍콩뿐만 아니라 마카오, 중국 본토에 350여개의 매장을 보유하고 있음. PARKnSHOP은 ‘MoneyBack’ 포인트 보상 제도를 도입하여 소비자들에게 다양한 서비스를 제공하고 있으며, 다양한 형태의 매장을 통해 여러 소비자에 대한 수요를 충족 시켜주고자 함<sup>28</sup>.

표 6.1 : PARKnSHOP 매장 정보

기업 정보	컨셉	다양한 가격과 다양한 종류의 제품을 다양한 소비자에게 제공	
	대표 주소	Lower G/F, CC Wu Building, 302-308 Hennessy Road, Wanchai, Hong Kong	
	대표 전화	+852-2606-8658	
주요 판매품목		식품, 전자제품, 음료 등	
매장전경			
매장 이슈		<p><b>결제 시스템의 효율화</b></p> <p>PARKnSHOP은 결제 시스템 솔루션 제공 업체인 ATLANTA와 파트너십을 체결함. 이를 통하여 모바일 결제 시스템인 Apple pay의 서비스가 가능해짐. 소비자는 PARKnSHOP의 온라인 매장 이용 시 Apple pay를 통해 결제 할 수 있으며, 결제 정보 및 개인 정보 보호, 결제 편리성 등의 효과를 누리게 됨</p>	
프로모션 전략		<p><b>다양한 할인 프로모션</b></p> <p>PARKnSHOP은 목·금·토요일마다 할인 행사를 진행함. 1,000달러 이상 구매 시 특정 제품에 한하여 저렴한 가격에 구매 가능. 1인당 최대 10개 제품까지 혜택을 받을 수 있음. 채소, 과일과 같은 신선식품에 대한 할인 프로모션도 같이 진행하고 있음. 전체 구매 가격 100달러 초과 시 10달러, 200달러 초과 시 25달러의 할인을 제공하고 있음. 식품류에 대한 할인 제공으로 소비자 유입 노력을 기울이고 있음</p>	
제품 판매현황			

출처 : PARKnSHOP(www.parknshop.com)

28. South China Morning Post, 'Retail giant A.S.Watson promises to stick with store', 2017.06.27

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Taste

Taste는 A.S. Watson Group의 자회사 중 하나로, 2004년 설립됨. 규모는 경쟁 3사 중 가장 작지만, Taste는 아시아 지역의 수입 식품을 전문적으로 다루기에 고객사의 제품과 동종 및 유사제품이 가장 많이 조사된 매장임. 고객 서비스를 중시하는 매장으로, 탁아소 운영 및 구매한 제품을 차까지 운반해주는 서비스를 제공하여 고객 편의를 도모하고 있음<sup>29</sup>.

표 6.2 : Market Place 매장 정보

기업 정보	컨셉	'식품 그 이상'이라는 컨셉으로 아시아 지역의 수입식품을 다룸	
	대표 주소	Watson House, 1-5 Wo Liu Hang Road, Fo Tan, Shatin, N.T., Hong Kong	
	대표 전화	+852-2606-8833	
주요 판매품목		아시아 지역 수입 식품	
매장전경			
매장 이슈	<p><b>Facebook을 사용한 홍보 전략</b></p> <p>Taste는 여타 대형마트들과 다르게 자가 운영 중인 온라인 쇼핑몰이 없음. 그러나 Facebook 페이지를 개설하여 고객들이 Taste와 관련된 게시물을 올리면 자동으로 페이지에 연동되도록 설정하여 매장을 홍보하고 있음</p>		
프로모션 전략	<p><b>한국대만일본 식품 프로모션 진행</b></p> <p>현지 조사원에 따르면 Festival Walk에 위치한 Taste에서는 한국 대만 및 일본 식품의 판촉 행사를 진행하고 있음. Taste는 관련 제품을 매장 입구 부근에 진열하여 고객들이 보다 쉽게 흥미를 가지도록 유도하고 있음</p>		
제품 판매현황			

출처 : Taste([www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/taste](http://www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/taste))

29. PR News Wire, 'Celsius Holdings, Inc. Expands to Hong Kong with New Entity', 2017.07.10

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

## Vango

Vango는 CR Vanguard는 홍콩 내 점유율 3위 유통업체인 CR Vanguard의 편의점 유통 체인으로 성장했으며, 2007년 12월 처음 홍콩에 1호점을 개점함. 일본에서 바로 수입해 온 따뜻한 스낵과 사탕을 제공하며 “Fresh Express” 라고 붙어있는 카운터 에서는 다양한 종류의 홍콩 전통 과자와 식품을 접할 수 있음<sup>30</sup>.



표 6.3 : Vango 매장 정보

기업 정보	컨셉	One-Stop 쇼핑 서비스와 소비자에 대한 헌신으로 지속적인 품질 발전 추구
	대표 주소	Unit B, 8/F, Pak Sik Godown No.2, 15-29 Wo shui Street, Fotan, Shatin, Hong Kong
	대표 전화	+852-2827-8333
주요 판매품목		식품, 음료, 생활용품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p><b>모기업인 CR Vanguard의 Joint Venture의 설립</b>          CR Vanguard는 세계적인 유통 체인인 Tesco의 중국 지사를 인수하며 업무 협약을 체결하고, 합자 회사를 설립하기로 합의하였음.<sup>31</sup> CR Vanguard는 Tesco로부터 넓은 범위의 유통 체인 운영에 대한 노하우를 얻음으로써, 하이퍼마켓뿐만 아니라 슈퍼마켓, 편의점 등의 사업 부문에서 시너지 효과를 얻을 수 있을 것으로 전망됨</p>	
프로모션 전략	<p><b>할인 행사 및 멤버십 서비스 제공</b>          Vango는 멤버십 서비스를 제공하고 있으며, 가입된 소비자는 사용 가격에 따른 포인트를 얻게 됨. 적립된 포인트에 따라서 가격의 할인이나 사은품이 제공됨</p> <p><b>주말 할인 프로모션</b>          매주 특정 제품에 대하여 할인 행사를 진행하고 있으며, 특정 제품의 경우 구매 가격에 따라 일정 금액을 상환해 주는 프로모션을 진행함</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Vango (www.crvanguard.com.hk)

30. China Retail News, 'CR Vanguard's BLT Supermarket Enters Second-tier Chinese City For The First Time', 2012.05.14

31. Shanghai Daily, 'Vanguard, Tesco unit planning tech JV', 2017.06.13



# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 홍콩 주요 하이퍼마트·슈퍼마트 현황

Wellcome		
취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	
홈페이지	www.wellcome.com.hk	
매장개요	1945년 설립되어 70여 년간 이어져온 홍콩 내 최대·최장 슈퍼마켓 체인임. 홍콩 내에 280개의 매장을 운영하며 매달 1,600만 명의 고객이 이용하고 있음. 홍콩에서 최초로 온라인 서비스를 시작하였으며, 2013년 플랫폼 업그레이드를 통해 온라인 쇼핑 사업을 강화 한바 있음	
DCH Food Mart		
취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	
홈페이지	www.dch.com.hk	
매장개요	DCH Food Mart는 1992년 냉동식품 전문 판매업체로 개점함. DCH Food Mart는 엄격한 검사를 통해 안전하고 품질 좋은 제품을 판매한다고 매장을 홍보하고 있음. 실제로 DCH Food Mart로 식품을 유통하는 DCH 물류창고는 HACCP인증과 ISO22000인증을 취득함	

출처 : Wellcome (www.wellcome.com.hk), DCH Food Mart (www.dch.com.hk)

표 6.5 : 홍콩 주요 식료품 전문점 현황

Fusion		
취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	
홈페이지	www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/fusion	
매장개요	Fusion은 A.S. Watson Group의 자회사 중 하나로, 오프라인 매장의 인지도를 바탕으로 매출을 올리고 있음. 음료, 신선식품과 같은 식품을 위주로 한 제품군을 보유하고 있으며, 기본적인 생활용품을 추가로 판매하고 있음. 모바일 환경에서도 이용이 가능하며, 온라인 스토어를 위한 프로모션도 진행함	
SU-PA-DE-PA		
취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	
홈페이지	www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/su-pa-de-pa	
매장개요	SU-PA-DE-PA는 A.S. Watson Group의 자회사 중 하나로 판매하는 제품은 식품부터 의류까지 다양하게 구비하고 있어, 타 경쟁사에 비해 강점을 가지고 있음. 온·오프라인 양쪽에서 프로모션을 동시에 진행을 하여, 고객 유입을 위해 지속적으로 노력하고 있음	

출처 : Fusion (www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/fusion),  
Su-Pa-De-Pa (www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/su-pa-de-pa)



표 6.6 : 홍콩 주요 편의점 현황

7-ELEVEN		
취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	
홈페이지	www.7-eleven.com.hk	
매장개요	<p>일본의 세븐&amp;아이 홀딩스가 소유하고 있는 미국의 편의점 체인임. 다양한 권역에 위치하며, 아시아 지역으로는 필리핀, 대만, 싱가포르, 태국, 말레이시아 등의 다양한 동남아시아 국가에 분포 되어있음. 홍콩 7-ELEVEN은 Dairy Farm International Holdings에 의해 운영되고 있음</p>	
Circle K		
취급품목	식품, 음료, 생활용품 등	
홈페이지	www.circlek.hk	
매장개요	<p>Circle K는 미국에 본사를 둔 편의점 체인으로 미국, 캐나다, 동유럽, 아시아 등 세계 전역에 분포 되어있음. 홍콩 Circle K는 1985년부터 시작되었으며, 350여 매장을 운영하고 있음. 식품, 신문, 음료에서부터 현금 인출 등의 다양한 서비스를 제공하고 있음. 피자, 빵과 같은 PB 제품도 출시하며 더 많은 서비스를 제공하고자 노력하고 있음</p>	

출처 : 7-ELEVEN (www.7-eleven.com.hk), Circle K(www.circlek.hk)

# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. 통관 및 검역 유의사항
4. 통관거부사례

※ 홍콩은 자유무역항으로 일부 주류, 담배, 탄화수소, 메틸알코올 품목을 제외한 모든 물품은 과세대상에서 면제되기 때문에 FTA 정보 항목을 제외함

# 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

## 홍콩 통관 검역 절차도

절차	기간	담당 기관	특이사항
적하목록 제출 및 증명·허가 발급	화물 도착 후 2주 이내	홍콩 세관	일부 품목은 화물 수취 전 홍콩세관을 통해 수입허가증을 구비必
수입신고	수입 후 2주 이내 *초일은 불산입, 공휴일은 포함	관세청 지정 서비스업체	지정 서비스 업체를 통한 전자서류제출
물품검사	-	홍콩 세관 (전자시스템)	입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 일부 품목만 검사진행
위생검역	-	홍콩 세관	[합격] 수입검역 통과 및 인증서 발급 [불합격] 파기 혹은 반환
관세납부	-	홍콩 세관	일반적으로 수입화물에 대한 관세·내국세 없음
화물반출	-	도착항	수입통관 완료 후 물품 반출 가능

## 통관절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
적하목록 제출 및 증명·허가 발급	- 일부 수입허가증을 발급받아야 하는 품목은 화물 수취 전 홍콩세관을 통해 수입 허가증 구비 필수
수입신고	- 14일째에 해당되는 날이 공휴일일 경우 다음날을 만기일로 간주 - 수입신고서 및 관련 서류는 홍콩 관세청에서 지정한 서비스 업체를 통한 전자제출 의무
물품검사	- 입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 한 화물검사제도가 존재하여 사전 입수된 정보를 바탕으로 일부 화물만 선별하여 검사 - 홍콩 관세청 화물정보 사전신고 전자시스템 : ① 해상 : EMAN(Electronic System for Cargo Manifest) ② 항공 : ACCS(Air Cargo Clearance System) ③ 육지 : ROCARS(Road Cargo System)
위생검역	- 수출국가의 건강관련 당국에 의해 발급된 위생검역 관련 증서 제공 - 만약 홍콩 내에서 검역을 위해 샘플이 차출된 경우 홍콩 식품 환경 위생부(Food and Environmental Hygiene Department)에서 샘플 차출 통지서를 수입자에게 발행하며, 수입자는 검역 후 통지서와 인보이스를 위생청에 제출하여 샘플로 차출된 상품에 대한 비용 환급 가능
관세납부	- 일부 주류, 담배, 탄화수소 및 메틸알코올을 제외한 제품은 관세 면제

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 홍콩 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	-
2101.20.00	차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품	0%

## 홍콩 관세율 정보

홍콩에서는 주류, 담배, 탄화수소, 메틸알코올 4가지 품목에만 과세하고, 그 외의 품목에는 별도의 과세를 하고 있지 않음

이에 따라 HS CODE 2101.20.00은 최종적으로 **0%**의 관세 및 기타 제세가 부과됨

## TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보 서비스 TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 홍콩의 경우 주류, 담배, 탄화수소, 메틸알코올에 대해서만 과세하며 해당 품목의 관세율은 '홍콩 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함. 홍콩 HS CODE의 경우 '홍콩 인구조사 및 통계 부서 사이트(www.censtatd.gov.hk)'에서 조회가 가능함

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

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. 적하목록 제출 및 증명·허가 발급

홍콩은 일부 품목을 제외하고 선 통관 후신고 제도를 운영하고 있어 통관이 비교적 용이함. 수입자 혹은 화주는 화물이 홍콩에 도착한 후 14일 이내에 적하목록(Manifest)을 제출해야 함

대부분의 상품은 수입허가 없이 화물 수취가 가능하지만, 일부 규제품목에 한해 사전 수입허가 취득이나 수입허가증을 구비해야 함

## Step 02. 수입 신고

개인휴대품이나 대부분의 환적화물을 제외한 수입 제품은 홍콩 관세청에서 지정한 서비스 업체를 통해 수입신고서 및 관련서류를 전자제출 해야 함. 수입신고 시 증빙서류는 상업송장(Commercial Invoice), 포장명세서(Packing List), 구매주문서(Purchase Order), 선하증권(Bill of Lading), 위생증명서(Health Certificate) 및 수입허가증 등이 있음

수입신고는 화물 도착 후 14일 이내에 이루어져야함. 초일은 산입되지 않지만 공휴일은 산입됨. 만약 14일째에 해당하는 날이 공휴일일 경우에 한하여 다음날이 만기일로 간주됨. 식품의 수입신고 비용은 건당 0.2홍콩달러임

## Step 03. 물품검사

홍콩 수입통관의 특이점은 입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 한 화물 검사제도가 존재하는 것임. 홍콩 해관은 사전 입수된 정보를 바탕으로 일부 화물만 선별하여 검사함. 이를 통해 위험성이 낮다고 판단되는 화물들의 경우 신속한 통관이 이뤄짐. 적하목록은 일반적으로 전자형태로 제출되며, 각 운송수단에 따라 사용되는 전자시스템이 상이함

홍콩 관세청 화물정보 사전신고 전자시스템 명칭

- ① 해상 : EMAN(Electronic System for Cargo Manifest)
- ② 항공 : ACCS(Air Cargo Clearance System)
- ③ 내륙 : ROCARS(Road Cargo System)

표 7.1 : 홍콩 관세청 지정 수입신고 서비스 업체

기관	연락처
Brio Electronic Commerce Limited	+852-2581-1111
Global e-Trading Service Limited	+852-8123-8122
Tradelink Electronic Commerce Limited	+852-2599-1600

출처 : 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 04. 위생검역

식품의 경우 수입신고 시 수출 국가의 건강관련 당국에 의해 발급된 위생검역 관련 증서를 제출해야 함. 홍콩으로 수입되는 모든 식품류 제품은 위생검역을 받을 가능성이 있으며, 문제가 없을 경우 검사 완료까지 2~3일 정도가 소요됨

만약 위생검역을 위해 샘플이 일부 차출될 경우 수입자는 홍콩식품환경위생부 (FEHD, Food and Environmental Hygiene Department)로부터 관련 통지서를 받게 됨. 검역 완료 후, 수입자는 통지서와 상업송장을 위생부에 제출하여 샘플로 차출된 상품에 대한 비용을 환급받을 수 있음

## Step 05. 관세납부

홍콩은 자유무역항으로, 대부분 제품들에 관세 및 내국세를 부과하지 않음. 홍콩 수입 시 관세가 부여되는 품목은 일부 주류, 담배, 탄화수소 및 메틸알코올 4가지 품목임

## Step 06. 화물반출

수입물품의 통관이 완료된 이후 화물 반출이 가능함

표 7.2 : 홍콩 수입식품 통관서류

- |  |   |
|--|---|
| - 적하목록(Manifest)                           | - 수입신고서(Import Declaration)                     |
| - 상업송장(Commercial Invoice)                 | - 원산지증명서(Certificate of Origin) <sup>32</sup> . |
| - 포장명세서(Packing List)                      | - 위생증명서(Health Certificate)                     |
| - 선하증권/항공화물운송장(Bill of Lading/Airway Bill) | - 수입허가증(필요시 제출)                                 |

출처 : 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

32. 원산지증명서는 대한상공회의소 회원인 경우 무료로 발급이 가능하며 비회원인 경우 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과됨. 하지만 세관에서 원산지증명서 발급을 신청하면 무료로 발급받을 수 있음.

## 2. 관세율 정보

### 홍콩, 수입물품 관세·내국세 0%

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 법 등이 있음

차, 마테 등의 조제품은 홍콩에서 HS CODE 2101류 중에서 2101.20.00(차나 마테의 추출물·에센스·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테를 기본 재료로 한 조제품)에 분류됨

홍콩은 자유무역항으로 일부 주류, 담배, 탄화수소, 메틸알코올 품목을 제외한 모든 물품은 과세대상이 아님. 또한 내국세는 위험품목 및 특별 소비품목에만 과세하므로 차, 마테 등의 조제품은 관세 대상에서 제외됨

표 7.3 : 홍콩 HS CODE 분류 및 관세율 정보

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	-
	2101.20	차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품	
	2101.20.90	기타	
	2101.20.9019	기타	
홍콩	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	0%
	2101.20.00	차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품	

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 홍콩 인구조사 및 통계 부서(www.censtatd.gov.hk)

### 3. 통관 및 검역 유의사항

#### 사전포장 식품, 알레르기 유발 가능 물질 표기에 주의

홍콩으로 사전포장 식품 수출 시 알레르기 유발 가능 물질로 분류된 성분 8가지를 라벨 상 반드시 기재하여야 함. 즉 1) 글루텐을 함유한 시리얼, 2) 갑각류 및 갑각류 함유 제품, 3) 계란 및 계란 함유 제품, 4) 어류 및 어류 함유 제품, 5) 땅콩, 대두 및 땅콩, 대두 함유 제품, 6) 우유 및 유제품 (락토스 함유 제품), 7) 견과류 및 견과류 함유 제품과 8) 알레르기 유발 가능 물질인 아황산(Sulphite)이 10ppm 이상 함유된 제품임<sup>33</sup>. 조개류 역시 알레르기 유발 가능물질로 분류되어 있음

특히 복합 조미료 등 여러 가지 재료가 섞여 만들어진 제품에 알레르기 유발 가능 물질이 포함되어 있을 경우, 함유된 알레르기 유발 가능 성분에 대해 명확하게 표기하여야 함. 예를 들어 조미료에 대두, 우유, 땅콩 등 알레르기 유발 가능 물질이 함유되어 있다면 ‘조미료(대두, 우유, 땅콩)’ 으로 표기하여야 함. 이와 같은 사항을 지키지 않은 제품에 대해 홍콩 당국은 즉각적인 판매금지 조치 및 강제 리콜을 취할 수 있음

33. 홍콩 식품안전센터(www.cfs.gov.hk), 'The Food and Drugs Regulation 2004', 2004.07



## 4. 통관거부사례

### 홍콩 차·마테 등의 조제품에 대한 경보 발령 사례

조사 결과 홍콩에서는 차, 마테 등의 조제품과 관련하여 2015년 2차례 경보가 발령된 사례가 있음. 한국산 제품에 대하여 통관이 거부되거나 경보가 발령된 사례는 존재하지 않으며 각각 미국과 대만 제품에 대하여 발령된 것으로 확인됨

표 7.4 : 차 및 마테 등의 조제품 경보 발령 사례

품목	잎 차(라즈베리, 레몬, 녹차, 복숭아, 민트)
원산지	미국
통관 거부일자	2015년 12월 12일
거부국가/지역	홍콩
경보 발령 사유	제품 내 유리조각이 함유
조치	리콜
품목	마테 차
원산지	대만
통관 거부일자	2015년 5월 28일
거부국가/지역	홍콩
경보 발령 사유	식용 불가능 성분 함유
조치	판매중단

출처 : 홍콩 관세청([www.customs.gov.hk](http://www.customs.gov.hk))


# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 전문가 인터뷰


# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수허가 : FEHD

허가 설명	식품이 인체 소비에 적합함을 증명하는 기본적인 인증서로 홍콩 내 식품 안전관리를 위해 시행됨	
허가기관	홍콩 식품환경위생부 (Food and Environmental Hygiene Department)	
성격	필수 허가	
제출서류	위생증명서(원산국)	
비용	무료	
소요기간	15일 내외	
갱신기간	6개월	
발급절차	보건증명서 발행 > FEHD 박테리아 및 화학적 검사 > 인증취득 및 유통	

출처 : 홍콩 식품환경위생부(www.fehd.gov.hk)


## 권장인증 : ISO 9001

인증 설명	국제표준화기구(ISO)에서 제정한 품질경영시스템에 관한 국제 규격으로 고객에게 제공되는 제품, 서비스 체계가 규정된 요구사항을 만족하고 지속적으로 유지, 관리되고 있음을 제 3자 인증기관에서 객관적으로 평가하여 인증해주는 제도	
발행기관	한국품질보증원, SGS 코리아 등 국내외 인정기관에 등록된 각 인증기관	
성격	선택 인증	
제출서류	사업자등록증, 공장등록증, 허가면허증, 문서체계표, 제조공정도, 업무흐름도 등	
비용	기간 및 업체 크기에 따라 상이	
소요기간	접수일로부터 1 ~ 2개월 내외	
갱신기간	인증서 발급일로부터 3년	
발급절차	인증신청 & 계약 > 심사 계획 통보 > 예비 심사(선택 시) > 서류 심사 > 현장 심사 > 심의 > 인증서 발행 > 사후 심사 > 갱신 심사	
유의사항	1년마다 사후 심사를 통한 자격요건, 운영실태 점검	

출처 : 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), 한국중앙인증원(www.kjc.or.kr)

# 인증 정보 OVERVIEW

## 🏠 권장인증 : HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)

인증 설명	위해 방지를 위한 사전 예방적 식품안전 관리체계로, 식품의 원재료부터 최종소비자 섭취 전까지 모든 단계를 관리하는 인증	
발행기관	한국식품안전관리인증원	
성격	선택 인증	
제출서류	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업등록증, 사업자등록증	
비용	인증 : 20만 원 변경 : 10만 원	
소요기간	인증 : 40일 변경 : 15일	
발급절차	신청서 및 서류 제출 > 서류 심사 > 실사 확인 및 심사 > 심의 > 판정 > 인증서 발급	

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

# 1. 인증 취득정보

## 필수허가 : 홍콩 수입 식품 필수인증, 위생인증(FEHD)

홍콩으로 식품이 수입될 경우, 통관 시 국내 식품 안전관리 정책 및 식품 관련 입법시행을 담당하는 식품환경위생부(FEHD, Food and Environmental hygiene Department)에서 원산 국가의 보건 당국에서 발행한 위생증명서 제출을 요청할 수 있음

### 위생허가(FEHD)

식품 안정성 문제가 발생했을 때 안전성을 증명하는 서류로 이용이 가능하며, 유효한 증명서는 검역 절차가 원활히 처리되도록 도움을 줌

홍콩의 경우 통관절차가 비교적 간단한 편이지만, 일부 품목은 수입통관 시 홍콩 식품환경위생부에서 샘플을 채취하여 박테리아 검사 및 각종 시험을 진행할 수 있음. 또한, 홍콩식품환경위생부는 식품이 수입된 이후에도 주기적·불시검사를 통해 홍콩 내 식품관련 법안을 준수하고 있는지 확인함

표 8.1 : 홍콩 FEHD인증 취득 절차

#### STEP 01. 위생증명서 신청

- 제조사는 국내 식품의약품안전처에 보건증명서를 신청함

#### STEP 02. 검사 진행

- 식품의약품안전처에서 검사 실시

#### STEP 03. 위생증명서 발부

- 검사 통과 시, 식품의약품안전처에서 위생증명서 발부

#### STEP 04. FEHD 인증 취득을 위한 검사

- 화물 수입통관 시 홍콩 식품안전부가 견본을 채취, 검사 실시

#### STEP 05. 인증 취득 및 유통

- 검사 통과 시, FEHD 인증 취득 및 유통

\* 수입자는 홍콩식품환경위생부에 견본으로 제공한 제품의 비용을 청구할 수 있음

출처 : 홍콩식품환경위생부(www.fehd.gov.hk)

# 1. 인증 취득정보

## 권장인증 : ISO 9001

ISO 9001은 공업 표준화의 국제적인 협력을 용이하게 하기 위한 목적으로 설립된 국제 표준화 기구(International Organization For Standardization)에 의해 영국의 BS 5750을 근간으로 개발된 인증으로, 제조업, 서비스업을 포함하여 HLS(High Level Structure) 구조를 통해 조직의 품질경영체계를 보증하는 제도임

2015년 ISO 9001:2015로 새롭게 개정되어 2018년 9월까지 전환이 완료될 예정임. ISO 9000 Standard는 1987년 영국 표준인 BS 5750과 동일한 구조를 가지고 조직의 활동 범위에 기초하여 ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003으로 구분되었음. 2000년 3가지 인증 모델을 ISO 9001로 단순화되며 기존의 최종 제품의 검사 및 예방 조치를 통한 품질보증 및 문서화된 절차의 준수·실행증거보다 프로세스 접근법이 강조됨. 2008년도에 ISO 14001:2004와의 병용성을 맞추기 위해 개정되었으며, 2015년 경영시스템표준에 범용적으로 사용하기 위하여 상위레벨 구조로 변경됨

표 8.2 : ISO 9001 인증 취득 절차

### STEP 01. 인증신청 & 계약

- 인증신청 접수 후, 심사일정, 비용 등을 결정·산정하여 인증업무에 관한 계약체결
- 계약체결과 동시에 심사일자, 심사원 등에 대해 신청기업의 동의수취

### STEP 02. 문서심사 진행

- 인증신청 기업의 구축된 시스템이 인증 요구사항을 충족하는지 확인

### STEP 03. 현장심사 진행

- 인증시스템의 요구사항을 기준으로 하여 구축된 시스템의 적합성과 실행의 효과성을 현장에서 심사
- 현장심사 전 반드시 내부심사 및 경영자 검토 1회 이상 실시

### STEP 04. 인증심의

- 심사원에 의해 인증승인이 추천된 기업을 인증심의회위원회에 상정하여 심사 전과정을 검증하고 인증승인 유·무 결정

### STEP 05. 인증서 발급

- 심의회에서 인증승인된 기업에 대해 인증서 발급
- \* 영문 또는 중문 인증서가 필요한 기업은 별도의 신청서를 작성하여 당원에 제출하면 1회에 한해 무상발급 가능

### STEP 06. 사후관리 심사

- 6개월 또는 1년 주기로 정기 사후관리심사 진행

### STEP 07. 갱신 심사

- 인증일로부터 3년 주기로 구축된 모든 시스템에 대해 갱신심사 실시 및 인증서 재발급

### EXTRA STEP

예비심사	- 문서심사 진행 전 신청 업체에 한해 실시 * 통상 최초인증 심사일수의 50% 이내에서 실시
시정조치	- 문서심사 또는 현장심사에서 지적된 부적합사항은 시정조치 결과를 당원으로 통보하여 심사원에 의해 타당성이 확인되어야 다음 단계로 진행 가능

출처 : 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)

# 1. 인증 취득정보

## 권장인증 : HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)

HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point, 이하 HACCP)은 식품의 안정성을 자율적으로 보장하기 위한 관리체제임. HACCP은 과학적이고 비용 효과적이며 예방적인 방법으로 식품의 안정성을 보장할 수 있어 전 세계 식품규제 기관들이 적용을 급속히 확대하고 있음. 또한, 최근 선진국들이 자국에서 생산되는 식품과 수입식품에 대한 동등한 수준의 안전성 확보를 요구하며, 이에 대한 유효한 수단으로 HACCP 취득을 요구하고 있음

HACCP은 7가지 원칙을 중심으로 구성되어 있음

- 1) 생물학적, 화학적 또는 물리적 식품 위해 요소의 위험 분석 수행
- 2) 중요 통제 지점 결정
- 3) 최소 요리 온도 및 시간 등과 같은 핵심적인 통제 한도 설정
- 4) 중요 통제 지점의 통제 여부를 감시하는 시스템 구축
- 5) 교정 조치 구축
- 6) HACCP 시스템이 효율적으로 작동하고 있음을 확인할 수 있는 검증 절차 구축
- 7) 문서화 및 기록관리 시스템 구축

표 8.3 : HACCP 인증 취득 절차

**STEP 01. 신청서 및 서류 제출**

- 한국식품안전관리인증원에 서류 접수

**STEP 02. 서류 심사**

- HACCP 관리계획서 등 서류 검토

**STEP 03. 인증심의 & 판정**

- 인증발급 가능여부 심의 및 판정

**STEP 04. 인증서 발급**

- 인증발급에 적합하다고 판단된 경우 인증서 발급

**EXTRA STEP**

시정조치

- 시정이 필요한 사항 발견 시 시정통보 및 보완 후 재심사 진행

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

## 2. 제출서류

### FEHD 인증신청서

: FEHD 인증 신청 시 제출해야하는 서류로, 원산지 위생증명서를 함께 제출해야 함

Appendix C  
Page 1 of 9



申請設置露天座位

#### APPLICATION FOR OUTSIDE SEATING ACCOMMODATION (OSA)

致：分區環境衛生辦事處秘書牌照組助理秘書\*

To: District Secretary (District Environmental Hygiene Office) / Assistant Secretary (Licensing Office) \*

本人欲申請：  
I intend to apply for:

- 把露天座位範圍納入持牌(普通/小食)\*食肆(牌照編號：\_\_\_\_\_ )處所的範圍  
Inclusion of OSA area into the Licensed (General / Light Refreshment)\* Restaurant Premises (Licence No. \_\_\_\_\_)
- 新的露天座位的(普通/小食)\*食肆牌照(請把本表格連同表格FEHB 94 "食物業牌照申請書"一併遞交)  
New (General / Light Refreshment)\* Restaurant Licence with OSA (please submit this form together with the Form FEHB 94 "Application for Food Licence")

食肆處所地址：(請填寫中文及英文地址以便加快處理申請)

Address of restaurant premises: (Please fill in both English and Chinese address in order to expedite the processing of the application)

中文地址：

室/舖：\_\_\_\_\_ 樓：\_\_\_\_\_ 座：\_\_\_\_\_

大廈：\_\_\_\_\_

屋邨/鄉村：\_\_\_\_\_

街道名稱及號碼：\_\_\_\_\_

(如涉及多於一條街道，請詳述)

地段號碼(如適用)：\_\_\_\_\_

地區：\_\_\_\_\_ 香港/九龍/新界\*

English Address:

Flat/Rm/Shop \_\_\_\_\_ Floor \_\_\_\_\_ Block \_\_\_\_\_

Building: \_\_\_\_\_

FEHB 197 (7/2015)



## 2. 제출서류

### HACCP 인증신청서(앞면)

: HACCP 인증 신청 시 작성·제출해야 하는 서류로, 기본적인 회사의 정보 등 필수 사항을 기재해야 함

DOC : MSC-F11-12	ISSUE : 02	DATE : OCT 2015	APPROVED BY: ADG/DDG	PAGE : 1 OF 2
------------------	------------	-----------------	----------------------	---------------

#### FORM – XII

(To be submitted in triplicate)

**QUESTIONNAIRE FOR OBTAINING PRELIMINARY INFORMATION FROM  
THE APPLICANT FOR OBTAINING LICENCE FOR CERTIFICATION OF  
QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS CERTIFICATION AND/OR  
HAZARD ANALYSIS AND CRITICAL CONTROL POINT (HACCP)  
AGAINST RELEVANT INDIAN STANDARDS**

#### 1. DETAILS OF THE COMPANY

1.1 Name of the Firm

1.2 Address of the Factory/Unit \_\_\_\_\_

Telephone \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

Contact Person \_\_\_\_\_

1.3 Address of the Registered Office \_\_\_\_\_

Telephone \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

1.4 Status of the Unit

Large/Small Scale Industry/Ancillary/Tiny units/Small Scale Service and Business (Industry Related)  
Enterprises/ small enterprise (see Note)

Note: Please enclose Registration letter from the concerned authority and also see BIS 'Guidelines for Applicants'.

1.5 Indicate whether the unit is a part of some larger organization, if so give the name and address of the holding organization

Name: \_\_\_\_\_

Address: \_\_\_\_\_

#### 2. NUMBER OF EMPLOYEES

2.1 Indicate the effective number of employees who will be present at the time of audit i.e. employees refers to all individuals whose work activities support the scope of the certification as described by the Quality Management System and/or HACCP System at the time of the audit.

## 2. 제출서류

### HACCP 인증신청서(뒷면)

: HACCP 인증 신청 시 작성·제출해야 하는 서류로, 기본적인 회사의 정보 등 필수 사항을 기재해야 함

DOC : MSC-F11-12	ISSUE : 02	DATE : OCT 2015	APPROVED BY: ADG/DDG	PAGE : 2 OF 2
------------------	------------	-----------------	----------------------	---------------

### 3. OTHER INFORMATION

3.1 Description of category of activities or processes for which licence is sought

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3.2 Quality Management Systems Standard and/or HACCP System Standard Assessment Schedule as applicable IS/ISO \_\_\_\_\_ and/or IS \_\_\_\_\_

3.3 Details of assessment and/or licence/certificate already held.

\_\_\_\_\_

3.4 Details of any Quality Management Systems documentation and/or HACCP documentation

\_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_

Designation \_\_\_\_\_

For and on behalf of \_\_\_\_\_

Date:

Seal of the Firm \_\_\_\_\_

All the three copies of this form are to be signed in original by the authorized person.

#### Q1. 홍콩의 통관절차 및 주의사항은 무엇인가요?

“홍콩의 수입 통관은 공항 및 항구에 제품 도착, 제품 표본을 추출 및 검역, 검역 후 통관이 되는 순으로 진행됩니다. 통관 시 주의사항으로는 통관 전에 현지 파트너社 또는 통관대행社가 있어야하며, 파트너사가 제품을 받은 날로부터 14일 이내에 통계청에 신고를 해야 합니다.”

홍콩 해관

Hong Kong Customs (香港海關) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

#### Q2. 홍콩에 티백을 수출할 때 필요한 인 증은 무엇인가요?

“홍콩에서 티 제품을 수입할 때 수출업체와 수입업체에게 요구되는 인 증이 따로 있습니다. 보통 수출업체에게는 원산지 증명서, 안전검역 증명서, 위생증명서, 수출 증명서가 필요하며, 수입업체들에게는 홍콩 정부에서 부여하는 수입권한에 대한 인 증서가 필요합니다.”

홍콩정부 식품안전센터

Food Safety Center (食品安全中心) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## ● 홍콩 차, 마테 등 조제품 라벨링 필수 표기 사항



- 제품명
- 구성성분
- 수량·무게·부피
- 제조 또는 포장업체 명칭 및 소재지
- 보관방법
- 유통기한
- 영양성분

출처 : 현지 방문조사(PARKnSHOP, 2017.10)

출처 : 홍콩 식품안전센터(www.cfs.gov.hk)

## ● 홍콩 차, 마테 등 조제품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	영어, 중국어 모두 사용가능 (영어, 중국어 병기 가능) - 단, 제품명, 원재료명 목록, 영양표시라벨은 반드시 영문/중문을 병기
제품명	구매자가 명칭을 보고 식품의 특성과 유형을 확인할 수 있는 명칭 사용
구성성분	Ingredients, Composition, Contents 등 동일한 뜻을 가진 단어를 제목으로 하며, 식품의 구성물을 무게나 부피에 대한 내림차순으로 나열  제품 내 첨가제가 포함된 경우, 국제식품규격표준(CODEX)기준에 근거한 식품첨가물의 식별 번호(INS, International Numbering System)를 명시  알러지 유발 물질 포함 시 관련사항 필수 기재
유통기한	영문과 중문을 병기하여 기재하며, Best Before과 Use By의 의미상 차이에 유의  국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기
보관 및 사용방법 설명	사용 또는 품질 보존에 특별한 조건이 필요한 경우 함께 표시
제조 또는 포장업체 명칭 및 소재지	제조업체 또는 포장업체의 회사명과 주소지 정보를 식별할 수 있도록 표기 *홍콩 식품환경위생부에 서면 신고 된 정보와 일치하는 정보 표기
수량·무게·부피	수량, 무게 및 부피를 명확히 표기
영양성분	열량 및 7가지 주요 영양소 위주로 작성하되 그 외 성분은 판매자 혹은 수입자가 자발적으로 표기

출처 : 홍콩 식품안전센터(www.cfs.gov.hk)

# 1. 라벨 표기사항

## 영양성분표 부착 필수

홍콩으로 식품을 수입할 경우, 영양성분표를 필수적으로 부착하여야 함. 영양 성분표는 열량 및 7가지 주요 영양소(단백질, 탄수화물, 지방 총량, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨 및 설탕 함유량) 위주로 작성하되, 그 외의 성분은 판매자 혹은 수입자가 자발적으로 작성함. 단, 제품 포장 상 고단백·저지방 등 특정 성분에 대한 언급이 있으면 해당 성분에 대한 명확한 설명 표기를 해야 함

표 9.1 : 홍콩 차, 마테 등 조제품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
1	표기 언어 영어, 중국어 모두 사용가능 (영어, 중국어 병기 가능) - 단, 제품명, 원재료명 목록, 영양표시라벨은 반드시 영문/중문을 병기
2	제품명 구매자가 명칭을 보고 식품의 특성과 유형을 확인할 수 있는 명칭 사용
3	구성성분 Ingredients, Composition, Contents 등 동일한 뜻을 가진 단어를 제목으로 하며, 식품의 구성물을 무게나 부피에 대한 내림차순으로 나열  제품 내 첨가제가 포함된 경우, 국제식품규격표준(CODEX)기준에 근거한 식품첨가물의 식별번호(INS, International Numbering System)를 명시  다음 8가지 L.질이 포함된 경우, 해당 물질이 포함되어 있다는 것을 명시 1) 글루텐을 함유한 시리얼 2) 갑각류 및 갑각류 함유 제품 3) 계란 및 계란 함유 제품 4) 어류 및 어류 함유 제품 5) 땅콩, 대두 및 땅콩, 대두 함유 제품 6) 우유 및 유제품 (락토스 함유 제품) 7) 견과류 및 견과류 함유 제품 8) 알레르기 유발 가능 물질인 아황산(Sulphite)이 10ppm이상 함유된 제품
4	생산일, 유통기한 영문과 중문을 병기하여 기재하며, Best Before과 Use By의 의미상 차이에 유의  - Best Before (此日期前最佳) + 날짜 : 저장수명이 18개월 이하인 식품 - Use by (此日期或之前食用) + 날짜 : 단기간 내에 부패하여 인체에 즉각적인 위험을 줄 수 있는 포장식품
5	보관 및 사용방법 설명 사용 또는 품질 보존에 특별한 조건이 필요한 경우 함께 표시
6	제조 또는 포장업소명 및 소재지 제조업체 또는 포장업체의 회사명과 주소지 정보를 식별할 수 있도록 표기 *홍콩 식품환경위생부에 서면 신고 된 정보와 일치하는 정보 표기
7	수량·무게·부피 수량, 무게 및 부피를 명확히 표기
8	영양성분 열량 및 7가지 주요 영양소 위주로 작성하되 그 외 성분은 판매자 혹은 수입자가 자발적으로 표기

출처 : 홍콩 식품안전센터(www.cfs.gov.hk)

## 2. 라벨링 예시

### ● 라벨링 예시(옆면1)

The label on the tea bag contains the following information:

- 1) **식품명**: ACE 日本綠茶包 (ACE Japanese Green Tea Bags)
- 2) **구성성분**: 綠茶葉 (Green Tea Leaves)
- 3) **수량, 무게, 부피**: 40 克 (2 克×20 袋) / 40g (2g×20bags)
- 4) **유통기한**: 在包裝上記載(年/月/日) / Shown On The Package (YY/MM/DD)
- 5) **제조사 또는 포장업체정보**: 益生貿易有限公司 / ASA PACIFIC HK LTD. (SOLE AGENT)

Additional information on the label includes the address: 香港荃灣柴灣角街84-92號 / Flat H-K, 18/F, Shield Industrial Centre, 84-92 Chai Wan Kok Street, Tsuen Wan, Hong Kong; phone number 852-24367301; fax number 852-24136340; and 'Product of Japan'.

### ● 라벨링 예시(옆면2)

The nutrition information label contains the following data:

Nutrition Information / 營養資料	
Serving Size / 每食用份量: 2g / 克	
Per Serving / 每食用份量	
Energy / 能量	0 Kcal / 千卡
Protein / 蛋白質	0 g / 克
Total Fat / 總脂肪	0 g / 克
- Saturated Fat / 飽和脂肪	0 g / 克
- Trans Fat / 反式脂肪	0 g / 克
Carbohydrates / 碳水化合物	0 g / 克
- Sugars / 糖	0 g / 克
Caffeine / 咖啡因	0 mg / 毫克

Best Before (유통기한): 2019. 05. 24

# X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 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"/>
음주류	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

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

## ● 홍콩 차, 마테 등 조제품 식품첨가물 최대 허용 기준치

성분	기능	기준(ppm)
Benzoic acid	방부제	1,000
Ethyl para-hydroxybenzoate	방부제	450
Methyl para-hydroxybenzoate	방부제	450
Dimethyl dicarbonate	방부제	250
Disodium ethylene diamine tetraacetate	방부제, 착색제, 분리제, 안정제	35

출처 : 홍콩 식품안전센터(www.cfs.gov.hk)

# 1. 식품첨가물 규정

## 홍콩 식품 첨가물 규정

식품 첨가물은 식품의 품질, 형태, 향취, 염기성이나 산성을 유지하기 위해 사용되며 식품의 생산, 가공, 포장, 운송 및 보관에 대한 기술적 요건을 만족하기 위해 사용되는 것을 의미함. 독성 미세균류, 중금속, 식물방부제, 동물약품 등의 오염물질은 식품첨가물로 보지 않음

홍콩은 Part V of the Public health and Municipal Service Ordinance (Cap.132)에 근거하여 식품 분류에 따라 식품 첨가물 허용 기준치가 정해져 있음. 식품별로 허용된 식품 첨가물 허용 기준치는 홍콩 식품안전센터에서 확인 가능함

표 10.1 : 홍콩 차, 마테 등 조제품 식품첨가물 최대 허용 기준치

성분	기능	기준(ppm)
Benzoic acid	방부제	1,000
Ethyl para-hydroxybenzoate	방부제	450
Methyl para-hydroxybenzoate	방부제	450
Dimethyl dicarbonate	방부제	250
Disodium ethylene diamine tetraacetate	방부제, 착색제, 분리제, 안정제	35

출처 : 홍콩식품안전센터, 'Preservatives in Food Regulation', 2017.03.07

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. Preservatives in Food Regulation	홍콩 식품안전센터	2017.03.07
2. Japan, Canada, Mexico, Switzerland and Hong Kong follow China's lead - and ban Brazilian meat	AgriLand	2017.04.22
3. Convenience Retail Asia achieves strong growth	Inside retail Asia	2016.04.06
4. Hong Kong Retail Foods	미국 농무부 USDA	2017.01.10

### ※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
2. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
3. 대한상공회의소	cert.korcham.net
4. 홍콩 관세청	www.customs.gov.hk
5. 홍콩 인구조사 및 통계 부서	www.censtatd.gov.hk
6. 홍콩 식품환경위생부	www.fehd.gov.hk
7. 한국품질보증원	www.kqa.co.kr
8. 한국중앙인증원	www.kjc.or.kr
9. 한국식품안전관리인증원	www.ihaccp.or.kr
10. 홍콩 식품안전센터	www.cfs.gov.hk
11. Statista	www.statista.com
12. ejinsight	www.ejinsight.com
13. The HK HUB	thehkhub.com
14. City Nomads	www.citynomads.com
15. Refinery29	www.refinery29.com