



고부가 가공식품 수출여건 조사



머 리 말

한·EU FTA, 한·미 FTA 등 세계화가 급속히 추진됨에 따라 우리 농림수 산업을 둘러싼 개방이 가속화 될 전망입니다.

글로벌 경쟁이 심화됨에 따라 우리 농림수산업의 성장 여건이 밝지만은 않은 것이 사실이나, 수출 기회의 확대와 새로운 소득 창출이라는 긍정적 측면이 존재하는 것도 사실입니다. 이렇듯 무한경쟁 시대에 직면한 우리 농림수산업이 지속적으로 성장하면서 새로운 활로를 모색하기 위해서는 장래에 수요 확대가 예상되는 품목을 발굴하여 국제 경쟁력을 키우는 것이 중요합니다.

이에 aT는 전체 농식품 수출액의 75.9%(‘10년 기준 31억 달러)를 차지하는 고부가 가공식품 시장 진출 여건 조사를 통해 국내외 환경 변화에 효과적으로 대응하고 수출업체의 시장 진출을 돕고자 과자류, 주류, 면류, 커피류, 아이스크림, 쌀의 6개 품목에 대하여 일본, 중국, 홍콩, 미국, 호주 시장 조사를 실시 하게 되었습니다.

금번 조사는 미국, 일본, 중국 등은 aT의 해외조직망(LA, 도쿄, 오사카, 베이징, 상하이, 홍콩 aT센터)을, 호주는 KOTRA(시드니 KBC)의 협조로 이루어졌습니다. 아울러 일부 자료는 해외 전문 조사 기관의 시장 보고서를 활용하여 정보의 전문성과 신뢰성을 높이기 위해 노력하였습니다.

이 자료집이 한국 고부가 가공식품의 수출 확대 전략을 수립하는 데 도움이 되고 더 나아가 한국 농식품의 수출 증대에 기여할 수 있기를 기대합니다.

2011. 6

aT 농수산물유통공사
수 출 이 사 **박종서**

목 차

제 1 장. 조사개요 및 조사 요약 1

제 2 장. 중국 11

제 3 장. 미국 69

제 1 장. 조사개요 및 조사 요약

1. 조사 개요	3
2. 주요 조사내용 요약	5

1. 조사 개요

☐ 조사 목적

- 전체 농식품 수출액의 75.9%(‘10년 기준 31억 달러)를 차지하는 가공식품 시장진출 여건 조사를 통한 수출확대 지원 강화
- 금년 농식품 수출 목표 달성을 위한 규모화된 수출 추진을 위해 주요 고부가가치 가공식품 수출 확대 필요

☐ 조사 품목

- 과자류, 주류(소주·맥주), 면류, 커피류, 아이스크림, 쌀 (6품목)

☐ 조사 국가

- 일본, 중국, 홍콩, 미국, 호주 (5개국)

국가 품목	일 본	중 국	홍 콩	미 국	호 주
과 자 류	수출 1위	수출 2위	-	-	-
주 류	수출 1위 (소주)	-	수출 1위 (맥주)	-	-
면 류	수출 2위	수출 3위	-	-	-
커피 류	-	수출 2위	-	-	수출 8위*
아이스크림	-	수출 2위	-	수출 1위	-
쌀	-	-	-	수출 2위	수출 1위

주요 내용

- 시장개요
- 생산동향
- 유통동향
- 소비동향
- 수출입동향
- 통관 및 수입검사
- 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향
- 한국산 수출확대 방안

조사 기간 및 방법

- 조사 기간 : '11년 2~5월
- 조사 방법 : 해외aT센터, Kotra 등 활용
- Datamonitor 등 해외조사기관 보고서 일부 활용

【 조사 대상국별 의뢰처 】

중 국	<ul style="list-style-type: none"> ○ 베이징 aT 센터 : 과자류, 면류 ○ 상하이 aT 센터 : 커피류, 아이스크림
일 본	<ul style="list-style-type: none"> ○ 오사카 aT 센터 : 과자류, 소주 ○ 동경 aT 센터 : 면류
홍 콩	<ul style="list-style-type: none"> ○ 홍콩 aT 센터 : 맥주
미 국	<ul style="list-style-type: none"> ○ LA aT 센터 : 쌀, 아이스크림
호 주	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kotra : 쌀, 커피류

2. 주요 조사내용 요약

☐ 중국

1. 시장개요

- 2006년 이전 중국 아이스크림 시장의 성장률은 약 8%이며, 2006년 이후부터는 신속한 성장세를 보이고 있음. 특히 2009년 이후의 성장률은 15%를 넘어섰으며, 향후 매년 15% 이상 증가할 전망이다
- 현재 13.4억 인구를 보유하고 있는 중국의 연간 1인당 아이스크림 소비량은 2.3kg에 불과함. 중국 경제의 지속적인 발전과 국민 생활 수준 향상에 따라 중국의 1인당 아이스크림 소비량도 빠르게 늘어날 것이며, 중국의 1인당 아이스크림 소비량이 20kg으로 증가할 경우 중국 아이스크림 시장의 규모는 2700만 톤에 달할 전망이다

2. 생산동향

- 현재 중국 아이스크림 연 생산량은 350만 톤 이상이며, 15%가 넘는 증가율을 유지할 것임. 또한 2013년 중국 아이스크림 연 생산량은 500만 톤을 뛰어넘을 것으로 예측되며, 1인당 소비량은 57% 가까이 증가해 현재의 2.3kg에서 3.6kg으로 증가할 전망이다
- 향후 아이스크림의 연간 생산량 증가와 제품 자체의 품질 및 생산 설비 기술의 향상에 따른 아이스크림 산업의 발전이 전망됨. 무첨가, 노화방지, 영양성분 함유 제품이 향후 주요 트렌드이며, 새로운 기술은 더욱 다양한 종류와 맛을 만들어내 소비자들의 선택폭을 넓혀 줄 전망이다. 또한 선진 설비의 도입은 제품의 생산량과 품질을 보장할 것임

3. 유통동향

- 아이스크림 유통 경로는 크게 세 가지로 나눌 수 있는데, 하겐다즈와 같은 전문점 판매 형식, 네슬레와 같이 전문점 판매와 마트 판매를 병행하는 방식, 기타 중국 브랜드에서 볼 수 있는 도매 시장을 통해 편의점과 소매점 등에서 판매하는 방식임
- 더위에 약한 아이스크림 제품의 특성상 콜드체인(저온 유통체계) 물류 시스템의 발전이 중요함. 콜드체인 물류는 최근 몇 년 사이 발전한 산업으로 아이스크림 제품 저장 및 유통 과정에서 가장 중요한 역할을 담당하고 있음

4. 소비동향

- 아이스크림 제품을 구매하는 중국 소비자의 월 평균 소득은 1,329 위안, 평균 연령은 34세이며, 대량 소비자(매주 아이스크림 4번 이상 구매)는 주로 15~24세에 집중적으로 분포됨. 아이스크림은 젊은 소비자층이 주로 구매하는 대중적인 제품임을 알 수 있음
- 2012년 중국 아이스크림 소매 판매량은 50억 리터에 달하며, 소비자 규모로 보면 2003~2007년 아이스크림의 중국시장 침투율은 이미 3년 연속 73%를 넘는 놀라운 수준에 이르렀음. 이러한 상승세가 지속될 경우 20년 후에 중국은 미국을 넘어 세계에서 가장 큰 아이스크림 소비국으로 성장할 것으로 예상됨

5. 수출입동향

- 2010년 아이스크림 총 수출량은 약 8,214.1톤으로, 2009년 대비 소폭 증가한 반면 총 수입량은 대폭 늘어 2009년 대비 약 1,731.1톤이 증가한 약 5,995.8톤임. 2010년 중국의 아이스크림 주요 수입대상국은 프랑스, 한국, 태국 등이며, 이 중에 프랑스로부터 수입된 아이

스크림 수입량은 57%로 1위를 차지하고 있음. 한국으로부터 수입된 수입량은 14%로 2위를 차지하고 있음

6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

- 한국산 아이스크림은 단가가 매우 낮아 가격 대비 가장 좋은 아이스크림으로 꼽힘. 그러나 프랑스산 아이스크림은 가장 높은 단가에도 불구하고 수입 물량 점유율이 50% 이상을 보이는 등 고부가가치 제품으로 자리 잡고 있어 한국산과 대비되는 특징을 보이고 있음

7. 한국산 수출확대 방안

- 한국산 아이스크림은 수입산이기 때문에 고급스러운 이미지로 인식시키기 좋음. 따라서 한국산 아이스크림은 중저급 시장의 이리, 명뉴와 같은 지역 브랜드와 경쟁하기보다는 중국 고급 아이스크림 시장을 겨냥해야 함
- 한국산 아이스크림을 현지 매장과 고급 백화점에 적극 투입해야 하며, 특히 다수의 편의점 공략을 통한 소비자와의 접촉을 늘려나가야 함. 왜냐하면 품목의 특성상 대형 매장과 백화점보다는 편의점 구매가 훨씬 많기 때문임
- 중점 도시인 베이징, 상하이, 광저우, 선전 등과 특수 중점 도시인 연길, 칭다오, 웨이하이 등을 타깃으로 설정해야 함
- 프리패키지와 고급 체인점에서 동시 판매를 실시하며, ISO, HACCP, KOSHER 등 각종 인증을 받아야 함
- 중국 젊은 층 사이에서의 한국 연예인에 대한 인지도와 영향을 감안하면, 한국 연예인을 제품 전속모델로 하는 것이 보다 좋은 홍보효과를 거둘 수 있음

미국

1. 시장개요

- 미국에서 아이스크림은 남녀노소 모두 즐기는 품목으로 다양한 맛과 형태의 제품들이 소비되고 있으며, 아이스크림을 포함한 냉동 디저트는 연간 매출 규모가 220억 달러가 넘는 대규모 시장으로 특히 유제품 산업에 매우 중요한 역할을 담당하고 있음
- 미국은 세계 최대 아이스크림 생산국으로서 생산량은 약 13.5억 갤런('06년 기준, USDA ERS)에 이르고 있으며, 전체 소비형태 중 아이스크림 가게와 소매점에서의 소비가 2/3가량을 차지하고 있음

2. 생산동향

- 미국의 아이스크림 및 냉동 디저트 생산은 약 13.5억 갤런('06년도)으로 국민 일인당 연간 17.2 리터를 소비할 수 있는 양이며, 제품 유형별로는 보통 아이스크림이 59.9%, 저지방 아이스크림이 27.8%, 프로즌 요거트가 4.3%, 셔벗이 3.5%를 차지하고 있음

3. 유통동향

- 미국에서 판매되는 아이스크림과 냉동 디저트 제품의 규모는 230억 달러('06년도 기준, International ice cream association)이며, 이 중 87억불이 가정에서 소비되었고 143억 달러가 가정 이외의 장소(아이스크림 가게, 외식업체, 기타 소매업체)에서 주로 디저트 형태로 소비되었음
- 소매 판매 채널의 경우 대형 슈퍼마켓이 전체 아이스크림 제품 판매의 86%, 편의점이 11.4%, 대형 약국이 2%를 차지하고 있음

- 아이스크림은 일반 식품과 같은 유통 경로를 통해 소비자에게 판매되고 있으나 제품의 성격상 냉동 유통업체를 통해 유통되며, 수입되는 제품은 도매상을 통해 대형 마켓으로 직접 납품되거나 마켓의 성격에 따라 판매 중개업자를 통해 유통되는 경우도 있음

4. 소비동향

- 미국인들은 전 가정의 90% 이상에서 아이스크림을 먹고 있는 것으로 나타났으며, 1인당 소비량도 전 세계 평균인 연간 2.3리터의 9배나 높은 연간 20리터를 나타낼 정도로 아이스크림을 좋아하고 있음
- 미국 시장에서 소비되는 아이스크림의 맛에 따른 선호도를 살펴보면 바닐라(26%), 초콜릿(12.9%), 나폴리(4.8%), 딸기(4.3%), 쿠키&크림(4.0%) 순으로 나타나고 있음

5. 수출입동향

- 아이스크림에 함유된 유제품 성분은 수입쿼터가 있으며, 관세율이 매우 높은 품목으로 전체 시장규모에 비해 수입량이 미미한 편임
- 아이스크림 전체로는 캐나다, 남아프리카공화국, 한국, 호주 등에서 주로 수입되고 있으며, 유제품 성분이 포함된 제품은 주로 캐나다, 이스라엘, 이탈리아, 호주 등에서 수입되고 있음

6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

- 현재 한국산 제품의 소비 시장은 한인 교포 마켓에 국한되어 있으나, 일부 제품들을 중심으로 타 인종 마켓으로의 진입 시도와 마케팅 노력을 확대해 나가고 있는 상황임
- 한국산 아이스크림은 교포 소비자는 물론 중국계, 히스패닉계 등의

시장을 중심으로 인지도와 선호도가 높아지고 있으며, 합리적인 가격과 다양하고 차별화된 맛을 통해 시장을 공략해 나가고 있음

7. 한국산 수출확대 방안

- 아이스크림의 경우 생산단가 측면에서는 경쟁력이 있으나, 높은 관세율로 인해 현지산 제품에 비해 가격 경쟁력이 떨어지게 되므로 이에 대한 해결책이 최우선적으로 필요함
- 가격 정책의 경우 현재 판매되는 제품 이외에도 포장 및 용량을 조절하여 가격이 낮은 제품을 개발하는 한편 고가의 고급 제품을 개발하는 이원화 전략을 구사하여 제품군을 다양화시켜야 함
- 미국의 식품산업에 있어 건강에 대한 중요성을 인식하여 제품 개발 시 유기농, 내추럴, 저지방 등과 같은 시장 트렌드에 부합한 건강, 기능성 제품 등을 개발하는 차별화 전략을 구사하여야 하며, 일반 아이스크림 제품보다는 노벨티(Novelty) 제품 카테고리를 우선적으로 공략하여야 할 것임
- 미국의 주류 마켓 진입을 위해서는 미국 식품 유통의 핵심 역할을 하는 바이어와 브로커 발굴을 통한 마케팅 노력이 필요하며, 이를 위해 미국 주류 마켓 전문박람회 참가를 통해 핵심 바이어 및 브로커를 대상으로 한국 아이스크림 홍보 및 신규시장 입점을 모색해야 함
- 일본식당에서 후식으로 대중적 인기를 얻은 모찌 아이스크림의 예에서도 볼 수 있듯이, 향후 한국적이고 고급화된 제품 개발과 함께 이를 통한 식문화 접목을 이루기 위해서는 현지 외식산업에서 한식이 하나의 대중화된 메뉴로 자리 잡는 것이 중요함

제 2 장. 중 국

1. 시장개요	13
2. 생산동향	15
3. 유통동향	17
4. 소비동향	29
5. 수출입현황	34
6. 통관 및 수입검사	43
7. 한국산 동향 및 경쟁국 동향	48
8. 한국산 수출확대 방안	53
9. 기타	58

1. 시장개요

1. 시장규모

- 2006년 이전 중국 아이스크림 시장의 성장률은 약 8%이며, 2006년 이후부터는 신속한 성장세를 보이고 있음. 특히 2009년 이후의 성장률은 15%를 넘어섰으며 향후 매년 15% 이상 증가할 전망이다
- 현재 13.4억 인구를 보유하고 있는 중국의 연간 1인당 아이스크림 소비량은 2.3kg에 불과함
 - 대표적인 아이스크림 시장인 미국의 연간 생산량은 약 800만 톤이고 1인당 소비량은 40kg에 달함
 - 중국 경제의 지속적인 발전과 국민 생활수준 향상에 따라 중국의 1인당 아이스크림 소비량도 빠르게 늘어날 것이며, 중국의 1인당 아이스크림 소비량이 20kg으로 증가할 경우 중국 아이스크림 시장의 규모는 2700만 톤에 달할 전망이다

2. 시장여건

- 현재 중국 아이스크림 시장의 가장 뚜렷한 특징은 경쟁력 있는 제품을 중심으로 업계 독점 현상이 증가하고 있다는 점임
 - '90년대 중국 청량음료 브랜드가 한때 3,000여 개로 집계되었으나, 치열한 시장경쟁 끝에 2006년 중국 청량음료 시장의 브랜드는 1,000여 개로 줄어들었고, 2010년에는 몇 백 개의 브랜드만 남음

- 하겐다즈, 베스킨라빈스, 콜드스톤, DQ 등은 중국에 있는 대표적인 글로벌 브랜드로 대부분 전문점 형식으로 운영을 하고 있음. 중·고소득 소비자 시장에서는 Wall's, 네슬레, BAXY 등이 주요 브랜드이며, 저소득 소비자 시장에서는 이리(伊利), 명뉴(蒙牛), 광밍(光明) 등이 주 브랜드임
- 통계에 따르면 Wall's, 네슬레, BAXY, 이리, 명뉴 등 국내외 유명 브랜드의 시장 점유율은 이미 80%를 넘었고, 더씨(德氏), 우핑(五丰), 유우캉(佑康), 홍바오라이(宏宝莱) 등 지역 유명 브랜드의 시장 점유율은 10%임. 기타 몇 백 개의 지역 소형 기업들은 어쩔 수 없이 10% 미만의 시장에서 치열하게 경쟁하고 있음. 또한 지속적인 원가 상승으로 소형 기업들은 빠른 속도로 도태되고 있음
- 현재 중국 아이스크림 시장은 독점 경쟁 구조로 이리, 명뉴, Wall's, 네슬레 등 브랜드가 수년간 1위에서 4위의 자리를 안정적으로 지키고 있는 가운데 BAXY, 광밍 등 브랜드가 그 뒤를 이어 왔음
 - 아이스크림 시장에서 광밍의 경쟁력은 예전만 못한 반면 BAXY와 산웬(三元)은 상호 협력을 통해 제품 인지도를 빠른 속도로 향상시켰음
- 미국 아이스크림 시장의 구조 변화 과정과 중국 아이스크림 시장 경쟁 상황을 비교해보면, 중국 아이스크림 시장 조건은 점차 소수 독점 시장으로 발전하고 있음

2. 생산동향

1. 생산동향

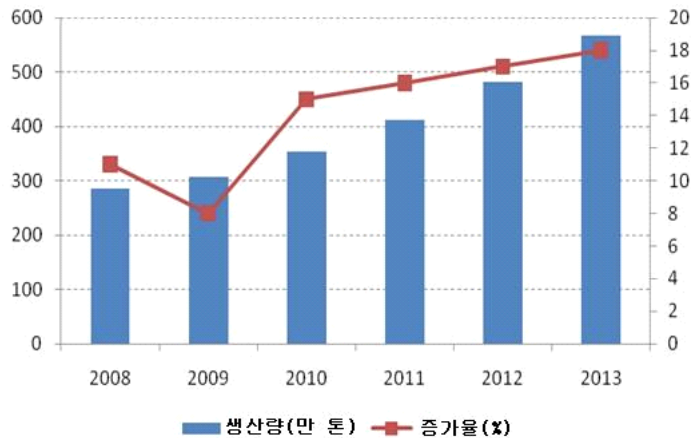
[중국 아이스크림 생산량 및 전망]

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
생산량(만 톤)	285	308	354	411	481	567
증가율(%)	11	8	15	16	17	18

주 : 2011-2013년 수치는 예측치임

자료원 : 중국아이스크림망(中国冰激凌网)

[중국 아이스크림 생산량 및 전망]



- 현재 중국 아이스크림 연 생산량은 350만 톤 이상이며, 15%가 넘는 증가율을 유지할 것임. 또한 2013년 중국 아이스크림 연 생산량은 500만 톤을 뛰어넘을 것으로 예측되며, 1인당 소비량은 57% 가까이 증가해 현재의 2.3kg에서 3.6kg으로 증가할 전망이다
- 중국경제가 빠른 속도로 성장하여 1인당 가처분소득이 대폭 증가함에 따른 국민 생활수준 향상이 아이스크림 생산량 증가를 견인함

- 중국에서 아이스크림은 더위를 물리치는 식품에서 점차 즐겨 먹는 간식으로 발전하여 계절을 불문하고 수요량이 대폭 증가함에 따라 연간 총 생산량도 함께 증가하였음
- 일반적인 추세로 볼 때 2009년 중국 아이스크림 생산량은 10% 이상의 증가율을 보여야 마땅하지만 실제 증가율은 6%에 그쳤음. 이는 2009년 글로벌 금융위기와 중국 멜라민 사건의 영향이 큰 것으로 보임. 그럼에도 불구하고 2009년 절대 생산량이 감소하지 않은 이유는 거대한 중국 시장의 수요가 있었기 때문임

2. 향후 생산전망

- 소비자 규모를 볼 때 2003~2006년 중국시장의 아이스크림 보급률은 3년 연속 73%를 넘는 등 놀라운 발전을 거듭하며 매우 안정적으로 자리 잡고 있음. 현재 보급률은 이미 80%를 육박한 것으로 예측되며, 중국의 인구수를 고려할 때 80%의 높은 비율은 중국 아이스크림 산업의 잠재력을 말해주고 있음
- 거대한 시장 잠재력으로 많은 기업들이 아이스크림 산업으로 뛰어들 것이며, 기존 기업들은 이미 생산능력을 확대하였음
 - 이는 중국 아이스크림 시장의 발전을 가속화할 것임. 2010년 현재 중국 아이스크림의 연간 생산량은 약 360만 톤인데 3년 후에는 500만 톤을 넘을 것으로 보임
- 향후 아이스크림의 생산량 증가와 제품 자체의 품질 및 생산설비 기술의 향상에 따른 아이스크림 산업의 발전이 전망됨
 - 무첨가, 안티에이징, 영양성분 함유 제품이 향후 주요 트렌드이며, 새로운 기술은 더욱 다양한 종류와 맛을 만들어 내 소비자들의 선택폭을 넓혀 줄 전망이다. 또한 선진 설비의 도입은 제품의 생산량과 품질을 보장할 것임

3. 유통동향

1. 유통구조 및 유통경로

- 중국의 대부분 지역에서 아이스크림과 관련된 TV나 인쇄매체 광고를 볼 수 있지만 외곽 지역의 경우 유명 브랜드의 제품조차 배송이 불가능해 실질적인 광고 효과가 없음
- 이러한 상황을 개선하기 위해서는 콜드체인(저온 유통체계) 물류 시스템의 발전이 중요함. 콜드체인 물류는 최근 몇 년 사이 발전한 산업으로 아이스크림 제품 저장 및 유통 과정에서 가장 중요한 역할을 담당하고 있음

[3대 아이스크림 제품 콜드체인 물류 비교표]

제품종류	브랜드명	주요 유통경로	온도가 미치는 영향	물류 특징
제1유형	하겐다즈, DQ	<ul style="list-style-type: none"> • 주로 전문점 형식으로 판매 • 물류에 대한 요구가 높으며 전체 과정을 콜드체인으로 진행 • 수취부 코드 스캔 명세서 출력 등 시간이 많이 소요되는 과정이 없음 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 질감이 부드럽고 냉동시간이 비교적 짧은 편임 • 짧은 시간 내에 온도가 높아져 제품이 더 부드러우며 맛에 미치는 영향이 적음 	<ul style="list-style-type: none"> • 화물이 수취부를 바로 거쳐 수취시간이 빠름 • 가끔 물류 체인이 고장 날 경우 일반 물류 배송 시스템으로 보완이 가능함
제2유형	네슬레, BAXY, 멍뉴(蒙牛), Wall's, 이리(伊利)	<ul style="list-style-type: none"> • 일부 제품은 전문점을 통해 판매하며 주로 마트, 대형 매장 등을 통해 판매되고 있음 • 전체 과정에서 콜드체인이 필요하며 창고저장 운송 과정에서 말랑해지지 않고 녹지 않도록 하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 우유, 당 함량이 비교적 높음 • 온도가 올라가게 되면 부드럽게 변한 후 다시 얼게 됨 • 식감의 변화가 뚜렷한 편임 	<ul style="list-style-type: none"> • 콜드체인 물류 과정의 긴밀한 연결과 완벽한 하드웨어 시설이 요구되며 콜드체인에 대한 요구가 전반적으로 높은 편임

제품종류	브랜드명	주요 유통경로	온도가 미치는 영향	물류 특징
제3유형	기타 국내 브랜드	<ul style="list-style-type: none"> 일부 고급 제품은 마트에 입점 주 판매 경로는 도매시장을 통해 편의점, 소매 전문 판매 코너 등에 공급 	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 우유 함유량이 상대적으로 낮아 높은 온도 등의 관련 요인들이 제품 맛에 큰 영향을 미치지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> 이전 콜드 운송 시스템을 위주로 하며 온도와 제품에 대한 보호를 크게 중요시하지 않음 저렴한 가격을 중시하며 콜드체인에 대한 요구 수준이 낮음

자료원 : 중국 아이스크림(中国冰激凌) 전자 매거진

2. 유통형태 및 유통규격

[주요 아이스크림 제품 현황]

사진				
제품명	雀巢花心筒系列	摩爵	雀巢奇趣杯	雀巢果乐芭-草莓芒果味
생산지	상해	상해	상해	상해
제조사	Nestlé	Nestlé	Nestlé	Nestlé
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	3.75위안/개	3.50위안/개	16.00위안/개	2.00위안/개
소매가격	4.50위안/개	5.00위안/개	20.00위안/개	1.55위안/개
규격	79g	65g	48g	64g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	雀巢八次方	雀巢花草莓	雀巢美禄	雀巢臻享
생산지	상해	상해	상해	상해
제조사	Nestlé	Nestlé	Nestlé	Nestlé
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	3.10위안/개	3.90위안/개	3.90위안/개	16.00위안/개
소매가격	4.00위안/개	5.00위안/개	5.00위안/개	20.00위안/개
규격	84g	98g	125g	251g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	雀巢0.5升系列	可爱多非常甜桃果粒酸奶	可爱多非常巧克力	可爱多非常香草
생산지	상해	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Nestlé	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	5.50위안/개	2.50위안/개	2.50위안/개	2.50위안/개
소매가격	7.00위안/개	3.50위안/개	3.50위안/개	3.50위안/개
규격	255g	68g	68g	68g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

아이스크림

사진				
제품명	可爱多非常草莓	可爱多超级大碟焦糖	可爱多超级大碟巧克力	可爱多芒果/酸奶
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	2.50위안/개	2.50위안/개	2.50위안/개	2.50위안/개
소매가격	3.50위안/개	3.50위안/개	3.50위안/개	3.50위안/개
규격	68g	68g	68g	68g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	可爱多蓝莓/草莓	可爱多巧克力/香草	可爱多黑巧克力/曲奇	梦龙榛仁松露巧克力
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	2.50위안/개	2.50위안/개	2.50위안/개	4.30위안/개
소매가격	3.50위안/개	3.50위안/개	3.50위안/개	6.00위안/개
규격	68g	68g	68g	64g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	梦龙香草口味杏仁粒	梦龙香草口味巧克力酱	梦龙香草口味	梦龙卡布基诺口味
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	4.30위안/개	4.30위안/개	4.30위안/개	4.30위안/개
소매가격	6.00위안/개	6.00위안/개	6.00위안/개	6.00위안/개
규격	64g	64g	64g	64g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	梦龙巧克力口味饼干粒	梦龙迷你香草口味	环球珍选北美曲奇风味	环球珍选法国达桑加草莓
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	4.30위안/개	4.30위안/개	16.00위안/개	16.00위안/개
소매가격	6.00위안/개	6.00위안/개	18.40위안/개	18.40위안/개
규격	64g	64g	290g	290g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

아이스크림

사진				
제품명	环球珍选瑞士巧克力	环球珍选东北野生蓝莓	环球珍选日式抹茶	环球珍选西非可可粉
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	16.00위안/개	16.00위안/개	16.00위안/개	16.00위안/개
소매가격	18.40위안/개	18.40위안/개	18.40위안/개	18.40위안/개
규격	290g	290g	290g	290g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하





사진				
제품명	环球珍选巴西咖啡风味	环球珍选印度阿方索芒果	环球珍选马达加斯加香草	环球珍选南美朗姆酒风味
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	16.00위안/개	16.00위안/개	16.50위안/개	16.00위안/개
소매가격	18.40위안/개	18.40위안/개	19.40위안/개	18.40위안/개
규격	290g	290g	275g	290g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	百乐宝真豆	百乐宝绿舌头	百乐宝巧克力	迷你可爱多芒果/酸奶口味
생산지	강소	강소	강소	강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	1.40위안/개	0.75위안/개	1.20위안/개	0.88위안/개
소매가격	2.00위안/개	1.00위안/개	1.60위안/개	1.20위안/개
규격	58g	74g	65g	20g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	迷你可爱多蓝莓/草莓口味	迷你可爱多巧克力/香草	迷你可爱多黑巧克力/曲奇	奶昔巧克力口味
생산지	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소	강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	0.88위안/개	0.88위안/개	0.88위안/개	2.50위안/개
소매가격	1.20위안/개	1.20위안/개	1.20위안/개	3.50위안/개
규격	20g	20g	20g	102g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

아이스크림

사진				
제품명	奶昔香草口味	千层雪迷你香草口味	千层雪迷你巧克力口味	千层雪香草口味
생산지	강소	북경, 강소	북경, 강소	북경, 강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	2.50위안/개	2.60위안/개	2.60위안/개	1.88위안/개
소매가격	3.50위안/개	3.50위안/개	3.50위안/개	2.50위안/개
규격	102g	80g	80g	90g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	水冰红豆哥哥	水冰绿豆哥哥	水冰绿野仙踪红豆绿茶	绿野仙踪柚子茶
생산지	강소	강소	강소	강소
제조사	Unilever	Unilever	Unilever	Unilever
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	1.05위안/개	1.05위안/개	1.05위안/개	1.05위안/개
소매가격	1.50위안/개	1.50위안/개	1.50위안/개	1.50위안/개
규격	80g	80g	70g	70g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	伊利冰工厂	伊利牧场浓香布丁	伊利佰豆集	伊利苦咖啡
생산지	내몽고	내몽고	내몽고	내몽고
제조사	伊利	伊利	伊利	伊利
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	0.75위안/개	0.75위안/개	0.67위안/개	1.00위안/개
소매가격	1.00위안/개	1.00위안/개	1.00위안/개	1.50위안/개
규격	74g-85g	80g	81g	76g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	- 22℃ 이하 냉장	- 22℃ 이하 냉장	- 22℃ 이하 냉장	- 22℃ 이하 냉장

사진				
제품명	欧罗旋琥珀核桃仁	随变香草口味	冰+山楂口味棒冰	冰+树莓口味棒冰
생산지	내몽고	내몽고	내몽고	내몽고
제조사	蒙牛	蒙牛	蒙牛	蒙牛
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	0.96위안/개	0.98위안/개	0.65위안/개	0.65위안/개
소매가격	2.00위안/개	1.50위안/개	1.00위안/개	1.00위안/개
규격	70g	80g	81g	90g
유통기한	18개월	18개월	18개월	18개월
보존방법	- 22℃ 이하 냉장	- 22℃ 이하 냉장	- 22℃ 이하 냉장	- 22℃ 이하 냉장

아이스크림

사진				
제품명	蒂兰圣雪麦片脆皮雪糕	香芋脆皮	绿色心情	御豆坊冰沙红豆口味棒冰
생산지	내몽고	내몽고	내몽고	내몽고
제조사	蒙牛	蒙牛	蒙牛	蒙牛
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	0.98위안/개	0.64위안/개	0.65위안/개	0.64위안/개
소매가격	1.50위안/개	1.00위안/개	1.00위안/개	1.00위안/개
규격	80g	75g	71g	95g
유통기한	18개월	18개월	18개월	18개월
보존방법	-22°C 이하 냉장	-22°C 이하 냉장	-22°C 이하 냉장	-22°C 이하 냉장

사진				
제품명	金装八喜	珍品八喜	常规八喜	果霜八喜
생산지	북경	북경	북경	북경
제조사	北京艾莱发喜	北京艾莱发喜	北京艾莱发喜	北京艾莱发喜
판매처	전국	전국	전국	전국
도매가격	9.00위안/개	18.00위안/개	14.50위안/개	14.50위안/개
소매가격	11.50위안/개	21.90위안/개	16.50위안/개	16.50위안/개
규격	75g	300g	283g	300g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18°C 또는 이하	-18°C 또는 이하	-18°C 또는 이하	-18°C 또는 이하

☐ 수입 아이스크림 유통현황

[수입 아이스크림 유통현황]

사진				
제품명	德雷尔大家庭装	德雷尔迷你杯装	德雷尔杏仁脆皮冰激凌	德雷尔家庭装
생산지	홍콩	홍콩	홍콩	홍콩
제조사	Nestlé	Nestlé	Nestlé	Nestlé
판매처	广州冷冻食品有限公司	广州冷冻食品有限公司	广州冷冻食品有限公司	广州冷冻食品有限公司
도매가격	350.00위안/개	17.85위안/개	16.00위안/개	49.30위안/개
소매가격	400.00위안/개	21.00위안/개	18.00위안/개	58.00위안/개
규격	5.7升	65g	64g	480g
유통기한	24개월	24개월	24개월	24개월
보존방법	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하	-18℃ 또는 이하

사진				
제품명	Tip Top	Tip Top	Tip Top	Tip Top
생산지	뉴질랜드	뉴질랜드	뉴질랜드	뉴질랜드
제조사	뉴질랜드 Fonterra Tip Top	뉴질랜드 Fonterra Tip Top	뉴질랜드 Fonterra Tip Top	뉴질랜드 KAPITI FINE FOODS
수입사	上海 T'oBeray杜佰瑞	上海美优国际贸易 有限公司	哈尔滨雁丰经济 技术发展有限公司	哈尔滨雁丰经济 技术发展有限公司
비고	체인점 형식으로 판매	체인점 형식으로 판매	주로 아이스크림 전문점, 호텔, 식당, 편의점 등에서 소비	주로 아이스크림 전문점, 호텔, 식당, 편의점 등에서 소비

<p>사진</p>				
<p>제품명</p>	<p>FIC</p>	<p>cremo</p>	<p>Erhard</p>	<p>FABBRI</p>
<p>생산지</p>	<p>필리핀</p>	<p>태국</p>	<p>프랑스</p>	<p>이탈리아</p>
<p>제조사</p>	<p>필리핀 THE FOOD PEOPLE</p>	<p>winsomegreen (Thailand)co.ltd</p>	<p>法国爱哈德集团</p>	<p>이탈리아 FABBRI</p>
<p>수입사</p>	<p>厦门莲群食品 有限公司</p>	<p>上海卫瑟进出口 有限公司</p>	<p>上海诺香实业 有限公司</p>	<p>阿尔香慕冰激凌</p>
<p>비고</p>	<p>주로 아이스크림 전문점, 호텔, 식당, 편의점 등에서 소비</p>	<p>가격 : 100위안/개(20~399개) 90위안/개 : (400개 이상) 규격 : 3kg, 4개/박스</p>	<p>내부 포장 규격 : 100ml 외부 포장 규격 : 8*100ml/박스 단가 : 120위안/박스</p>	<p>이탈리아 유명 아이스크림 브랜드</p>

4. 소비동향

1. 구매동향

가. 소비형태

- 중국의 겨울 아이스크림 시장은 여름 시장의 1/30로 미국의 1/3~1/2과 비교할 때 발전 가능성이 매우 높음
 - 경제·문화 발전에 따라 여가 소비 지출이 점차 늘어나고 아이스크림은 소비자의 인기를 얻고 있음. 중국의 아이스크림은 더위를 물리치는 식품에서 레저식품으로 전환되는 완성 단계에 있음
 - 여름이 아닌 다른 계절에 아이스크림을 찾는 사람들이 점차 증가하고 있으며, 일부 젊은이들에게 아이스크림은 이미 연중 소비하는 간식으로 자리 잡음
- 제품 등급 면에서 사람들의 선택은 이제 저급 아이스 바, 아이스크림 등의 제품에 한정되지 않으며, 고급 소프트 아이스크림이 소비 트렌드로 떠오르고 있음
 - 천연원료 및 뛰어난 생산기술을 사용한 고품질 아이스크림에 대한 소비자 선호도가 상승하고 있어, 고급 아이스크림은 향후 주 소비 트렌드이자 생산업체의 발전 방향이기도 함. 점차 많은 유명 브랜드들이 고급 아이스크림 시장으로 진입하고 있음

나. 1인당 소비량

- 현재 중국의 연간 1인당 아이스크림 소비량은 약 2.3kg에 불과함
 - 이는 소비능력, 음식습관, 인지도 등에 따른 결과임. 아이스크림의 영양 가치에 대한 인지도가 높아지고 가처분소득이 증가함에 따라, 아이스크림이 더위를 물리치는 식품에서 레저식품으로 바뀌면서 중국 1인당 아이스크림 소비량은 더욱 큰 폭으로 늘어날 전망이다

다. 주요 구매층

- 문권성망(问卷星网)의 조사결과에 따르면 아이스크림 제품을 구매하는 중국 소비자의 월 평균 소득은 1,329위안, 평균 연령은 34세이며, 대량 소비자(매주 아이스크림 4번 이상 구매)는 주로 15~24세에 집중적으로 분포됨. 아이스크림은 젊은 소비자층이 주로 구매하는 대중적인 제품임을 알 수 있음
- 아이스크림 소비의 연령별 점유율을 보면, 15~19세 소비자는 56%, 20~24세 소비자는 42.4%, 25~29세 소비자는 37.2%임
 - 이들 소비층의 특징은 충동적인 소비와 트렌드형 소비로 구분할 수 있음. 유행에 민감하고 새로운 것을 좋아하며, 가격에 크게 구애받지 않음

라. 선호제품

- 중국에서 가장 인기 높은 아이스크림은 우유 맛, 초콜릿 맛, 딸기 맛 등임. 이외에도 바닐라, 블루베리, 각종 열대 과일 맛의 아이스크림이 인기제품임. 최근 몇 년간 해외에서 유행하고 있는 캐러멜, 견과, 치즈, 쿠키 등의 맛도 점차 유행하고 있으나 중국 전통 빙과는 녹두, 팥, 찹쌀, 대추, 바나나 등의 맛으로 고유의 특징을 보이고 있음. 아이스 바의 맛은 주로 레몬, 파인애플, 오렌지, 포도 등임
- 중국 소비자는 다른 나라 소비자에 비해 크림 형태의 아이스크림을 가장 선호하며, 뒤이어 작은 얼음 결정이나 겉면이 얼음으로 된 것을 선호함

2. 수입산 국가별 선호도

[수입 아이스크림 제품 현황]

원산지	대표 브랜드	제품 특징	선호하는 맛	인지도	가격대	비고
이탈리아	Fabbi (프리패키지), Alccino (체인점)	Gelato, Sorbetto, Yogurt, Soya Gelato의 4가지 제품	젤라또, 소프트 아이스크림, 요구르트 맛 아이스크림	중간	높음	--
프랑스	하겐다즈 (프리패키지, 체인점)	원료의 품질이 뛰어나며 프랑 스 우유, 마다 가스카르 바닐 라, 벨기에 초 콜릿 등이 포 함되어 있음	바닐라, 초콜릿, 녹차	높음	높음	미국 브랜드이나 중화권에서 판매 된 하겐다즈 아이 스크림 제품은 100% 프랑스로부 터 수입됨
	Erhard	맛이 새롭고 진하며 다양한 촉감이 있음	스톡, 럼건포도, 블랙초콜릿	중간	중간수준~ 높음	--
뉴질랜드	Tiptop, Kapiti	뉴질랜드 최고 급 브랜드로 원료 품질이 우수함	--	낮음	높음	Tiptop은 최고의 포장 디자인을 사 용해 색상이 다양 하고, 아이스크림 의 맛처럼 포장도 매우 훌륭함
홍콩	Dreyer's	최고급 아이스 크림으로 맛이 진하고 품질이 우수한 원료를 사용하고 있음	모카아몬드, 록키 로드, 바닐라	높음	높음	중국에 수입되는 미국 브랜드 제품 은 대부분 홍콩에 서 생산됨

원산지	대표 브랜드	제품 특징	선호하는 맛	인지도	가격대	비고
필리핀	Fic	천연 열대 과일 과육을 첨가함	바닐라, 카푸키노, 복분자	낮음	중간	대용량 프리 패키지로 아이스크림샵 호텔, 바, 음식점, 편의점 등의 장소에서 판매되고 있음
태국	Crema	열대과일 과육 또는 과일 잼을 넣어 맛이 다양하고 새로움	운문 블루베리, 운문딸기, 하이디반란 야자	낮음	중간	대용량 프리 패키지로 아이스크림샵 호텔, 바, 음식점, 편의점 등의 장소에서 판매되고 있음
일본	메이지	포장이 새롭고 귀여움. 맛이 진하며 유행하는 맛의 제품과 일본 특색 제품을 모두 보유하고 있음	녹차, 딸기, 핫카이도 홍두	높음	중간	메이지사쿠라 고구마 맛 핫카이도 홍두 맛 등 특별한 맛의 아이스크림 제품이 인기를 끌고 있음
한국	히다히, 정말 즐겨찾기, 흥눈사랑	요구르트 아이스크림은 신선한 요구르트를 원료로 만들어 맛이 우수하며 칼로리가 낮아 한국 아이스크림 중에서 가장 인기 많은 제품임. 또한 귀여운 애니메이션 외형과 다양한 색을 자랑함	요구르트 맛	높음	중간	--

자료원 : 중국식품과기망(中国食品科技网), 경제관찰망(经济观察网) 등

3. 향후 소비전망

- 2012년 중국 아이스크림 소매 판매량은 50억 리터에 달할 것임. 소비자 규모로 보면 2003-2007년 아이스크림의 중국시장 침투율은 이미 3년 연속 73%를 넘는 놀라운 수준에 이르렀음. 이러한 상승세가 지속될 경우 20년 후에 중국은 미국을 넘어 세계에서 가장 큰 아이스크림 소비국으로 성장할 것으로 예상됨

5. 수출입현황

- 아이스크림의 HS코드는 21050000이며 상품명은 아이스크림 및 기타 빙과류(코코아의 함유 여부는 불문함)임

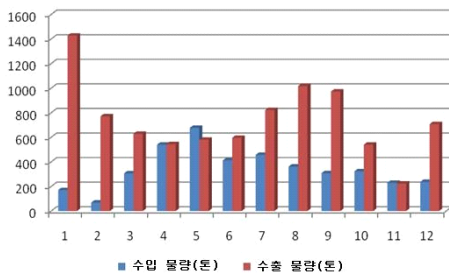
1. 2008년 중국 아이스크림 수출입 물량 및 금액

[2008년 아이스크림 수출입 물량 및 금액]

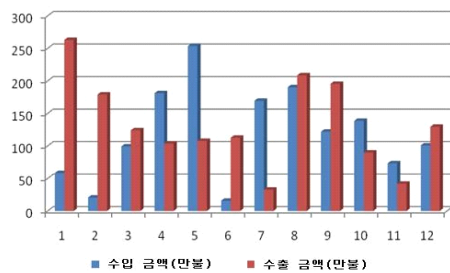
구분	수입 물량(톤)	수입 금액(만달러)	수출 물량(톤)	수출 금액(만달러)
1월	170.74	58.14	1,428.15	262.90
2월	68.60	20.59	771.55	179.13
3월	306.80	99.25	628.29	124.06
4월	539.75	181.22	544.04	103.63
5월	677.51	253.58	581.07	107.80
6월	412.58	15.84	596.20	112.58
7월	457.57	169.49	821.58	32.73
8월	362.19	190.28	1,017.19	208.61
9월	308.57	121.91	972.30	195.46
10월	323.87	138.68	540.52	89.76
11월	229.63	73.19	223.62	41.89
12월	237.21	100.87	707.63	129.41
합계	4,095.02	1423.04	8,832.13	1,587.97

자료원 : 해관총서(海關總署)

[2008년 아이스크림 수출입 물량]



[2008년 아이스크림 수출입 금액]



- 2008년 아이스크림 총 수출량은 약 8,832.13톤, 총 수입량은 4,095.02톤이며, 총 수입량은 총 수출량의 1/2로 수출량이 상대적으로 많은 편임
- 2008년 중국 아이스크림의 수출량 및 수출액의 전체 변동 폭은 크며, 뚜렷한 계절적 특징을 보이고 있음. 1월의 수출 총량은 1,428.15톤, 수출액은 약 263만 달러로 최고점을 기록했다. 1월의 수입 총량은 170.74톤, 수입액은 58.14만 달러임
- 또한 2월, 8월, 9월의 수입량과 수입액은 상대적으로 높는데, 이는 1월, 2월은 중국이 음력설이고 8월, 9월은 날씨가 가장 무더운 때로 수요량이 막대한 일종의 성수기이기 때문임

가. 2008년 국가별 아이스크림 수입 동향

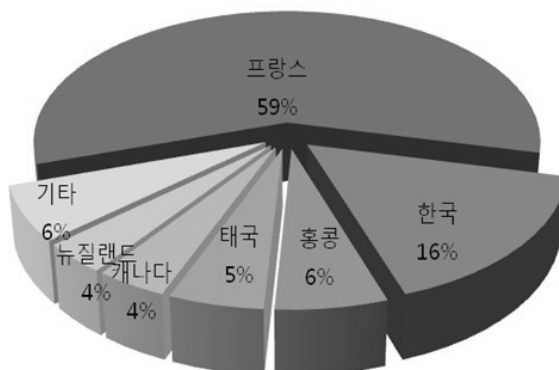
[2008년 국가별 아이스크림 수입 물량 및 금액]

구분	수입 물량(톤)	수입 금액(만 달러)
프랑스	2,402.17	1,212.10
한국	664.35	69.07
홍콩	247.50	67.73
태국	209.97	20.88
캐나다	158.73	52.15
뉴질랜드	146.66	34.79
스위스	78.35	41.42
미국	68.89	22.86
대만	41.35	13.06
일본	27.99	10.91
인도네시아	13.43	2.70
싱가포르	12.25	4.91
필리핀	11.03	2.33
이탈리아	8.17	8.10
영국	2.29	1.31
호주	1.51	0.94
독일	0.19	0.06

구분	수입 물량(톤)	수입 금액(만 불)
파키스탄	0.07	0.07
덴마크	0.05	0.04
터키	0.04	0.12
벨기에	0.02	0.02

자료원 : 해관총서(海關總署)

[2008년 국가별 아이스크림 수입 물량]



- 2008년 중국의 아이스크림 주요 수입대상국은 프랑스, 한국, 홍콩 등임. 이 중 프랑스로부터 수입된 아이스크림 수입량은 전체의 59%에 달해 1위를 기록하고 있음. 한국에서 수입된 아이스크림은 16%로 2위를 차지하고 있음

2. 2009년 중국 아이스크림 수출입 물량 및 금액

가. 2009년 월별 아이스크림 수출입 동향

[2009년 아이스크림 수출입 물량 및 금액]

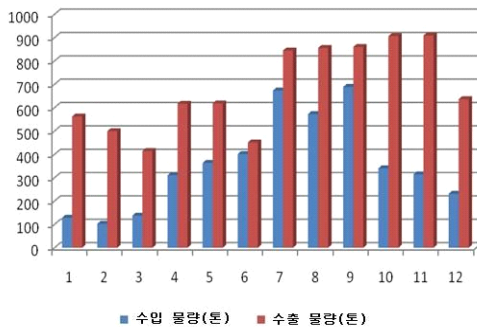
구분	수입량(톤)	수입액(만 달러)	수출량(톤)	수출액(만 달러)
1월	128.74	44.57	562.19	109.22
2월	102.60	29.06	499.18	109.17
3월	137.64	47.97	414.75	76.99

구분	수입량(톤)	수입액(만 달러)	수출량(톤)	수출액(만 달러)
4월	310.45	90.81	616.75	122.39
5월	363.35	130.35	618.00	109.18
6월	401.62	147.72	451.15	94.59
7월	673.29	254.40	844.81	156.67
8월	572.87	222.09	856.07	162.63
9월	688.86	280.63	860.09	159.76
10월	339.98	138.12	906.49	168.60
11월	314.13	124.11	909.49	139.79
12월	231.14	86.12	636.28	192.92
합계	4,264.66	1,595.94	8,175.25	1,601.90

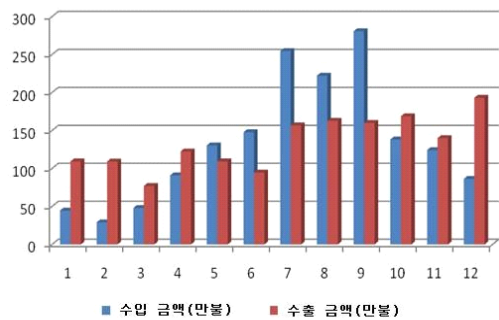
자료원 : 해관총서(海關總署)

- 2009년 아이스크림 총 수출량은 8,175.25톤, 총 수입량은 4,264.66톤으로 수입이 수출의 1/2이며, 2008년 수출입 실적과 거의 비슷한 수준임
- 2009년 여름, 중국의 아이스크림 시장은 여전히 왕성한 수요를 보였으며 이러한 추세는 11월까지 지속되었음. 춘절 기간의 수입량이 이전보다 낮은 것은 멜라민 사건으로 유제품에 대한 국민 소비가 하락한 것이 주요 원인임

[2009년 아이스크림 수출입 물량]



[2009년 아이스크림 수출입 금액]



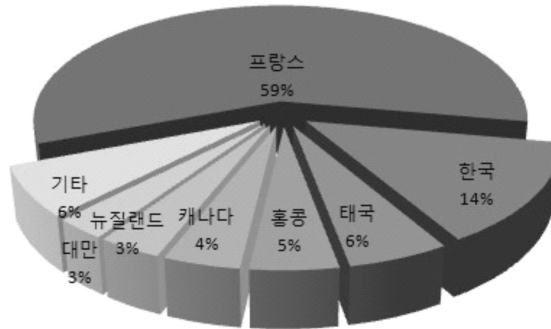
나. 2009년 국가별 아이스크림 수입 동향

[2009년 국가별 아이스크림 수입 물량 및 금액]

구분	수입 물량(톤)	수입 금액(만 달러)
프랑스	2,500.92	1,198.59
한국	584.32	60.74
태국	236.81	22.19
홍콩	204.15	68.73
캐나다	178.61	71.86
뉴질랜드	148.77	35.05
대만	120.93	32.42
미국	71.34	18.88
말레이시아	52.79	12.17
스위스	39.08	21.25
일본	33.67	10.66
러시아	24.21	8.16
이탈리아	22.24	17.09
호주	20.41	8.20
영국	10.08	4.09
필리핀	9.41	1.75
싱가포르	5.47	2.70
벨기에	0.83	0.64
덴마크	0.36	0.58
독일	0.23	0.08
인도네시아	0.05	0.02
남아공	0.01	0.05

자료원 : 해관총서(海關總署)

[2009년 국가별 아이스크림 수입 물량]



- 2009년 기준 중국의 아이스크림 주요 수입대상국은 프랑스, 한국, 태국 등이며, 이 중 프랑스로부터 수입된 아이스크림 수입량은 전체 수입량의 59%로 1위를 차지하고 있음. 한국으로부터의 수입량은 14%로 2위를 차지하고 있음

3. 2010년 국가별 아이스크림 수출입 물량 및 금액

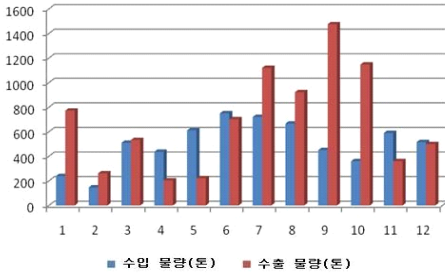
가. 2010년 월별 아이스크림 수출입 동향

[2010년 아이스크림 수출입 물량 및 금액]

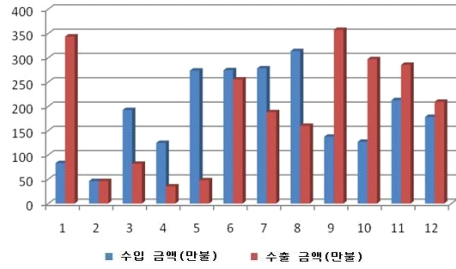
구분	수입 물량(톤)	수입 금액(만 달러)	수출 물량(톤)	수출 금액(만 달러)
1월	238.90	83.08	771.66	343.62
2월	146.79	46.33	261.40	46.27
3월	510.14	192.50	532.76	81.75
4월	436.86	124.68	203.79	35.29
5월	611.35	273.51	221.74	47.84
6월	750.04	274.23	701.40	255.26
7월	719.63	278.06	1119.51	187.95
8월	666.12	313.67	921.31	160.08
9월	450.18	137.46	1474.88	357.26
10월	360.33	127.19	1147.13	297.10
11월	589.68	212.73	360.21	285.28
12월	515.76	178.11	498.30	209.41
합계	5,995.76	2,241.55	8,214.08	2,307.12

자료원 : 해관총서(海關總署)

[2010년 아이스크림 수출입 물량]



[2010년 아이스크림 수출입 금액]



- 2010년 아이스크림 총 수출량은 8,214.08톤으로, 2009년 대비 소폭 증가하였음. 반면 총 수입량은 대폭 늘어 2009년 대비 1,731.1톤 증가한 5,995.76톤이 되었음. 그리하여 총 수입량과 총 수출량의 비율은 1:1.37로, 차이가 늘어남
- 2010년 9월 중국의 아이스크림 수입량 및 수입액은 최고치에 달해 9월 한 달 수입량만 450톤을 기록하였고, 수입액은 2,242만 불에 육박했음
- 2009년 대비 2010년 총 수입량의 상승폭은 매우 큼. 이는 중국 국민의 유제품에 대한 신뢰가 회복되었음을 의미함

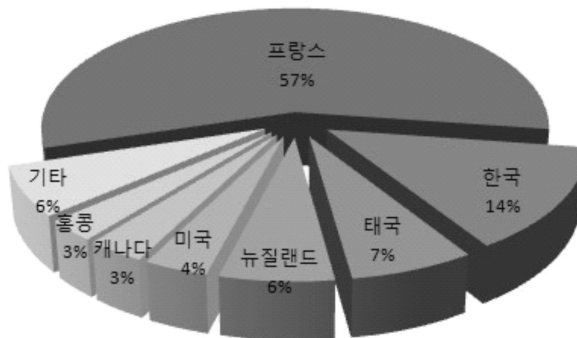
나. 2010년 국가별 아이스크림 수입 동향

[2010년 국가별 아이스크림 수입 물량 및 금액]

구분	수입 물량(톤)	수입 금액(만 달러)
프랑스	3,416.09	1,709.00
한국	820.05	81.98
태국	411.61	46.01
뉴질랜드	376.53	77.90
미국	211.46	46.81
캐나다	194.06	77.27
홍콩	170.88	68.43
대만	99.53	23.17
말레이시아	81.56	20.71
일본	56.77	22.94
스위스	50.96	24.03
이탈리아	32.14	15.14
벨기에	28.53	14.23
영국	11.55	3.02
싱가포르	11.30	5.47
러시아	9.25	2.31
필리핀	6.80	1.29
독일	5.00	0.90
호주	1.71	0.93

자료원 : 해관총서(海關總署)

[2010년 국가별 아이스크림 수입 물량]



- 2010년 중국의 아이스크림 주요 수입대상국은 프랑스, 한국, 태국 등이며 이중에 프랑스로부터 수입된 아이스크림 수입량은 57%로 1위를 차지하고 있음. 한국으로부터의 수입량은 14%로 2위를 차지하고 있음

4. 한국산 아이스크림 비중 및 경쟁국 현황

- 한국은 중국의 아이스크림 주요 수입국 중 하나로 연 수입량은 프랑스에 이은 2위 수준이며, 한국 제품은 지리적 우위에 있을 뿐만 아니라 맛과 외관도 뛰어난

[2010년 국가별 아이스크림 수입 단가]

구분	한국	태국	뉴질랜드	미국	대만	캐나다	홍콩	프랑스
단가 (달러/kg)	1.00	1.12	2.07	2.21	2.33	3.98	4.00	5.00
수입 물량 비율(%)	14	7	6	4	2	3	3	57.0

자료원 : 해관총서(海關總署)

- 한국산 아이스크림은 단가가 매우 낮아 가격 대비 가장 좋은 아이스크림으로 꼽힘. 그러나 프랑스산 아이스크림은 가장 높은 단가에도 불구하고 수입 물량 점유율이 50% 이상을 보이는 등 고부가가치 제품으로 자리 잡고 있어 한국산과 대비되는 특징을 보임

6. 통관 및 수입검사

1. 수입 관세 및 통관 절차

[아이스크림 수입 관세 및 관련 정보]

HS코드 및 명칭	21050000 아이스크림과 기타 빙과류 (코코아 함유 여부는 불문)
세관 제1 법정 단위	kg
일반 관세	90%
최혜국 관세	19%
(수입)증치세	17%
수입 특혜 협의 세금률	칠레9.5%, 뉴질랜드3.8%, 페루15.2%
36개 특혜국 명단	에티오피아, 베냉, 부룬디, 에리트리아, 지부티, 콩고민주공화국, 기니공화국, 기니비사우, 코모로연맹, 라이베리아, 마다가스카르, 말리, 말라위, 모리타니, 모잠비크, 르완다, 시에라리온, 수단, 탄자니아, 토고, 우간다, 잠비아, 레소토, 차드, 중앙아프리카, 아프가니스탄, بنغال, 네팔, 동티모르, 예멘, 사모아, 바누아투, 적도기니, 몰디브, 앙골라, 세네갈
수출 세금 반환율	15%

자료원 : 천하관세망(天下关税网)

- 통관절차 : 입항→SWICH B/L→도큐먼트→세관신고→세금납부
→신고지 통관→항구통관→배송

2. 아이스크림 수입 법규

[아이스크림 통관 관련 법규 리스트]

법규	문서 번호
해관총서 2008년 제65호 공고 (외상투자항목 세금면제 제외 수입 상품 목록 등 목록 상품 세금번호 조정에 관하여)	해관총서 2008년 제65호 공고
해관총서 공고 2004년 제7호 (20종 상품 관세와 수입 증치세 면제 정지에 관하여)	해관총서 공고 2004년 제7호
국무원 관세 세칙위원회 2011년 관세 실시 방안에 관한 통지	관세세칙위원회 [2010]26호
강제성 제품인증 실시 제품목록 중 제품의 적용 범위	--
위생부 수입식품 위생감독검험업무 규정 발표에 관한 통지	위검발(91)제1호
중화인민공화국식품위생법	--
중화인민공화국 수출입상품 검험법 실시조례	--

자료원 : 천하관세망(天下稅網)

[수입 아이스크림 검사 검역 기준]

CIQ 상품 통계 분류 코드	CIQ 상품 통계 분류 명칭	관련 기준번호 및 명칭		기존 검사 방법 기준
		해당제품 기준	통용기준	
05100201	아이스 크림	--	GB2759.1-2003 냉동음료 위생기준 GB2760-2007 식품 중 첨가제 사용 위생기준 GB13106-1991 식품 중 아연 제한량 위생기준	비소 : GB/T5009.11 납 : GB/T5009.12 구리 : GB/T5009.13 미생물지표 : GB/T4789.21 GB/T5009 식품위생검사방법 GB/T4789 식품위생 미생물학 검사
05100202	빙과	SB/T10015- 1999 빙과	GB2759.1-2003 냉동음료 위생기준 GB2760-2007 식품 중 첨가제 사용 위생기준 GB13106-1991 식품 중 아연 제한량 위생기준	비소 : GB/T5009.11 납 : GB/T5009.12 구리 : GB/T5009.13 미생물지표 : GB/T4789.21 GB/T5009 식품위생검사방법 GB/T4789 식품위생 미생물학 검사
05100203	아이스 바	SB/T10016- 1999 아이스 바	GB2759.1-2003 냉동음료 위생기준 GB2760-2007 식품 중 첨가제 사용 위생기준 GB13106-1991 식품 중 아연 제한량 위생기준	비소 : GB/T5009.11 납 : GB/T5009.12 구리 : GB/T5009.13 미생물지표 : GB/T4789.21 GB/T5009 식품위생검사방법 GB/T4789 식품위생 미생물학 검사
05100204	식용 얼음	SB/T10017- 1999 식용얼음	GB2759.1-2003 냉동음료 위생기준 GB2760-2007 식품 중 첨가제 사용 위생기준 GB13106-1991 식품 중 아연 제한량 위생기준	비소 : GB/T5009.11 납 : GB/T5009.12 구리 : GB/T5009.13 미생물지표 : GB/T4789.21 GB/T5009 식품위생검사방법 GB/T4789 식품위생 미생물학 검사

자료원 : 천하관세망(天下关税网)

3. 아이스크림 통관 규제 사항

- 수입 아이스크림의 규제 사항은 주로 향료, 색소, 방부제 등을 포함한 식품 첨가제와 관련된 것이며, 미생물 및 중금속의 제한 함유량에 대해서도 엄격하고 명확한 규정이 있음

[프리패키지 아이스크림 위생 지표]

물리 및 화학 지표			
항목	지표		
비소총량(As로 계산)/(mg/L) ≥	0.2		
납(Pb)/(mg/L) ≥	0.3		
구리(Cu)/(mg/L) ≥	5.0		
미생물 지표			
항목	지표		
	균락총수 (cfu/mL)	대장균군 (MPN/100mL)	병균 ^a
유단백 함유 냉동음료 제품 ≥	25,000	450	검출해서는 안 됨
콩류 함유 냉동음료 제품 ≥	20,000	450	검출해서는 안 됨
전분 함유 냉동음료 제품 또는 과일류 냉동음료 제품 ≥	3,000	100	검출해서는 안 됨
식용 얼음 ≥	100	6	검출해서는 안 됨
a. 병균은 살모넬라균, 시겔라균, 황색포도상구균을 말함			

자료원 : GB 2759.1-2003

4. 포장 및 라벨 규정

[수입 아이스크림 라벨 관련 기준 및 법규]

명칭
GB7718-2004 프리패키지 식품 라벨 통칙
수출입 식품 포장 용기, 포장재료 검험 감독 작업 실시 관리규정

- 수입식품 중문 라벨에 반드시 표시해야 될 내용
 - 식품명, 순중량, 부속 재료표, 생산지/원산지, 생산날짜, 유통기한, 국내 판매업체

[수입산 드레이어즈 아이스크림 라벨]



- 또한 중국의 식품 포장 법규 중 일부는 식품 포장 원재료 유형에 따라 제정됨
 - 예를 들면 식품 포장용 폴리에틸렌 완성품 위생 기준, 식품 포장용 폴리프로필렌 완성품 위생기준, 식품 포장용 폴리염화 비닐 완성품 위생기준 등이 있음

7. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

1. 한국산 아이스크림의 유통현황

- 2010년 중국의 한국산 아이스크림 연간 수입규모는 총 수입량의 14%임
 - 오랜 기간 수입량 기준 2위에 머물렀지만 실제 판매액은 그리 높은 편이 아님. 1위로서 총수입의 57%를 차지하는 프랑스산 아이스크림과 격차가 큼
- 주목할 만한 부분은 한국산 제품의 수입단가가 매우 낮다는 점임. 이는 한국 아이스크림 생산기업들이 제품 수출을 통해 기대한 만큼의 총수익을 낼 수 없다는 것을 의미함

2. 한국산 아이스크림의 경쟁력

- 현재 한국 아이스크림 브랜드 중 진희애(真喜愛, 정말 즐겨찾기), CKC 등은 프리패키지 제품으로 판매하는 경우가 드물고, 모두 디저트 체인점을 통해 판매되고 있음. 소비자의 대부분은 트렌드와 새로운 느낌을 추구하는 젊은 층이며, 고정적인 구매층을 보유하고 있음
- 한국산 아이스크림은 한국계 매장 위주로 입점 및 판매되고 있어 시장 확대에 난항을 겪고 있음. 상해를 포함한 날씨가 더운 화남지역의 경우 소비자들이 즐겨 찾는 편의점을 대상으로 적극적인 홍보 마케팅이 필요함
- 시장의 일반적인 프리패키지 제품보다 한국 아이스크림 가격이 더 높지만 하겐다즈나 콜드스톤 등의 브랜드에 비하면 저렴한 편이라 아이스크림 전문점을 선호하는 학생과 회사원이 많이 찾고 있음

- 한국 아이스크림의 외관은 매우 매력적이며 향기롭고 맛이 진함. 천연 원료를 사용하여 소비자의 반응이 좋으며, 품질과 외관이 일치한다는 인정을 받음
- 한국 아이스크림 홍보의 특징은 화려한 이미지가 많다는 것임. 일부 브랜드는 스타를 전속모델로 내세워 젊은 층, 특히 달콤한 음식을 선호하는 젊은 여성에게 어필하고 있음. 그러나 반대로 기타 연령의 소비자에게는 큰 인기가 없음. 소비능력이 더 강한 소비자들은 하겐다즈와 같은 클래식하고 럭셔리한 이미지를 홍보하는 브랜드를 선호함

3. 마케팅 사례 (하겐다즈)

가. 하겐다즈의 중국 마케팅

- 1976년 뉴욕에서 첫 발을 내딛은 하겐다즈는 일반 아이스크림에 비해 가격이 5~10배(같은 유형의 고급 제품보다 30%~40% 높음) 정도 높음. 정교하고 우아한 이미지를 구축하여 최고급 아이스크림 브랜드로 성장했음
- 9년 전 중국 시장에 진출한 하겐다즈는 중국 상하이, 베이징, 광저우, 선전, 항저우, 다롄, 난징 등 25개 도시에서 86개에 달하는 분점을 개설해 '100% 천연원료 가공', '가격이 높고 품질이 우수함'을 특징으로 아이스크림 시장의 고급 브랜드로 자리매김 했음
- 대대적인 홍보를 한 적은 한 번도 없지만 중국의 중산층이라면 하겐다즈라는 브랜드를 잘 알고 있음. '사랑한다면 하겐다즈 아이스크림을 선물해 주세요(爱她就请她吃哈根达斯)'라는 광고가 열애중인 수많은 남녀의 소비를 촉진했고, 이후 로맨틱과 우아함, 달콤함의 상징이 되었음

나. 시장 포지션

- 하겐다즈는 ‘유럽의 전통을 그대로 가져온 최고급 아이스크림’을 중국 시장의 전략으로 삼음. 제품의 타겟은 고급스러움을 추구하는 소비층이며, 이를 위해 이미 시장 진출 이전에 상하이 소비자의 심리를 자세히 분석하였음
- 하겐다즈는 ‘고급스러우면서도 트렌디한 라이프 스타일’로 광고 이미지를 설정하고, 유명 스타를 모델로 앞세운 광고로 브랜드의 인기를 상승시켰음
 - 당시 상하이인들이 생각하고 있는 패셔니스타는 고급 빌딩에 출입하는 회사원, 고급 매니저, 금발의 외국인이었기 때문에 하겐다즈는 이러한 사람들이 참여할 수 있는 특별행사를 개최하여 방송국과 함께 ‘유행 풍경선(流行风景线)’이라는 프로를 제작했고, 하겐다즈라는 브랜드가 ‘유행’의 동의어로 발돋움하게 된 작은 열풍을 일으키기도 했음
 - 이후 ‘고급스럽고 트렌디한 라이프스타일’을 선호하는 사람들의 입소문으로 더욱 많은 사람들이 몰려들기 시작했음. 이는 구전 마케팅 효과를 활용한 홍보 전략임

다. 마케팅 전략

■ 제품

- 하겐다즈 아이스크림은 100% 천연 원료로 생산하며, 모든 제품이 미국에서 항공운송으로 중국에 들어온 것임. 아이스크림의 포장박스는 프랑스에서 인쇄, 제작한 것으로 포장 직후 중국으로 보내짐. 이로써 세계적으로 인기 높은 하겐다즈의 신선한 천연의 맛을 중국 소비자들도 향유하게 됨
- 이외에도 하겐다즈는 끊임없이 다양하고 새로운 맛의 신제품을 개발하고 있으며, 이러한 하겐다즈의 노력은 세심함, 소중함, 친근함과 함께 고품질의 브랜드 이미지를 구축하는데 기여함

■ 가격

- 하겐다즈 아이스크림은 고급 시장을 공략하고 있어 제품 가격이 높은 만큼 소비자들로 하여금 제품 품질이 우수한 것으로 인식하도록 함
 - 일반 아이스크림은 약 30위안, 녹차 맛과 같은 일부 특징 있는 제품은 48~68위안이며 '빙화정연(冰火情缘)' 유형의 세트는 대부분 120~160위안임. 포장해가는 소비자는 대부분 1인당 40~60위안, 상점에서 먹는 소비자는 대부분 1인당 60~80위안 수준으로 소비하고 있음

■ 경로

- 플래그숍 구축은 한 브랜드의 인지도 및 이미지를 대표할 수 있는 판매경로의 하나임. 하겐다즈는 전문적이고 현지 라이프스타일을 잘 이해하는 부동산 대리업체를 통해 플래그숍 입지를 선정함
 - 예를 들면 상하이의 쉬자이후이, 변화가인 난징둥루, 고급빌딩이 즐비한 구베이신구 등은 모두 위와 같은 방법으로 선정된 장소임
 - 난징의 신제구(동방백화점과 금룡호텔), 산시루(수닝은하) 등 비즈니스 중심지역 또는 고소득층 유동인구가 많은 지역은 광고 타깃이 명확하며, 효과도 매우 분명하게 드러남
 - 광저우와 선전 분점도 부동산 대리사의 제안 사항을 고려해 입지를 선정한 것임
- 하겐다즈는 플래그숍에 거금을 투자해 여유롭고 아늑하며 편안한 분위기를 만들기 위해 노력하고 있음
 - 일반적인 플래그숍 투자 금액은 100만 위안이며, 소형 디저트숍의 인테리어 비용은 수십만 위안에 달함. 하겐다즈의 플래그숍에는 고급 인테리어의 이미지숍과 대형 레저센터 내의 소형 소매점도 포함 되어 있음
- 하겐다즈의 점포는 대부분 크지 않으며, 정교하고 우아한 디자인과

어두운 빨강색을 인테리어의 주된 색깔로 사용한 유럽 고유의 스타일임. 또한 독일 청년과 비슷한 이미지의 현지 직원을 선호함. 이외에 여유로운 배경 음악도 없어서는 안 될 부분임

- 또한 하겐다즈는 고급 커피숍, 5성급 호텔, 극장, 고급 레스토랑, 쇼펍몰, 나이트클럽에 소매코너를 설치하여 가능성 있는 모든 장소에서 판매되고 있음
- 예를 들면 유동 인구가 많은 상하이 푸둥국제공항에 판매코너를 운영하고 있음. 이는 하겐다즈의 전문매장이 중국 기타 도시에 진출하기에 앞서, 공항을 이용하는 여행객들에게 하겐다즈를 접하도록 함으로써 미래의 잠재적인 소비자를 발굴하고자 하는 것임

마케팅 커뮤니케이션

- 하겐다즈는 늘 적절한 커뮤니케이션 전략으로 고객에게 주목 받는 브랜드 이미지를 구축해 왔음. 밸런타인데이에 아이스크림 가게 내부를 달콤하고 로맨틱한 분위로 꾸며 연인이 함께 나누어 먹을 수 있는 제품을 출시하고, 제품을 구매한 연인에게는 무료로 사진을 찍어 주는 등의 이벤트도 진행하였음

8. 한국산 수출확대 방안

1. SWOT 시장분석

[한국산 아이스크림 SWOT 분석]

강점	약점
<ul style="list-style-type: none"> • 시기 우위 • 제품 우위 • 브랜드 우위 	<ul style="list-style-type: none"> • 원가가 높음 • 브랜드 인지도 낮음 • 가격이 비교적 높음
기회	위협
<ul style="list-style-type: none"> • 중국 아이스크림 산업이 발전 중임 • 시장 수요량 지속적으로 증가 • 한·중 무역 상황 양호 	<ul style="list-style-type: none"> • 국제 유명 브랜드와 시장 경쟁 • 현지 브랜드와 시장 경쟁 • 자국 상품 선호

가. 강점-기회(SO) 분석 :

시장포지션을 확정하여 자체 우위를 충분히 활용해 새로운 기회 창출

- 중국 아이스크림 산업은 빠르게 발전하고 있으며, 연간 10%가 넘는 생산량 및 소비량의 증가율이 오랜 기간 유지될 전망이기 때문에 시장 잠재력이 매우 큼
- 또한 한·중 양국 경제의 양호한 발전 추세는 양국 간의 무역 증진에 촉매 역할을 하고 있음. 글로벌 금융위기의 영향이 점차 줄어들면서 한·중무역은 장기적으로 안정적인 성장세를 유지할 것이고 2,000억 달러에 달하는 교역목표도 조만간 현실화될 전망이다. 2015년까지 양국 무역액은 3,000억 달러를 기록할 것이며, 이는 한국산 아이스크림의 대중국 수출에 청신호가 될 것임

나. 강점-위협(ST) 분석 :

기존의 각종 우위를 활용해서 위험을 기회로 전환

- 현재 중국 아이스크림 산업의 잠재력은 매우 크므로 지금이 중국 시장에 진입할 최적의 기회임. 한국 아이스크림 제품은 전문성,

규범화, 표준화 수준이 매우 높고, 맛 또한 훌륭해 고정적인 소비자를 보유하고 있음. 또한 한국에서도 업계를 주도하고 있는 롯데제과, 해태제과, 빙그레, 롯데삼강 등의 기업 인지도도 매우 높아 브랜드 우위를 점하고 있음

- 그러나 중국 아이스크림 시장의 경쟁은 몹시 치열함. Wall's, 네슬레 등 글로벌 브랜드 외에도 이리, 명뉴 등의 현지 브랜드들이 존재하며, 각 지역의 수많은 중소기업과 함께 한정된 시장에서 경쟁해야 함
 - 이와 같은 치열한 경쟁 속에서 도태당할 가능성 또한 매우 크며, 또한 소비패턴의 변화와 새로운 브랜드에 대한 선호도 파악이 어려워 생산기업들은 늘 변화에 뒤처지게 됨
- 한국산 아이스크림의 중국시장 공략방안
 - 중국 아이스크림 시장의 변화를 수시로 모니터링하고, 새로운 시장을 발굴하여 적절한 시기에 시장에 진출해야 함
 - 글로벌 브랜드와 현지 경쟁 제품에 대한 연구를 강화하여 경쟁 업체의 발전 추세에 따라 제품기술, 품질, 회사의 관리 시스템 등 여러 면에서 경쟁 상대보다 앞설 수 있도록 노력해야 함
 - 그 밖에 중국의 아이스크림 산업 관련 정책을 주목하고, 관련 인증 등을 미리 받아 시장을 확보해야 함

다. 약점-기회(WO) 분석 :

약점 개선을 위해 노력하여 시장 기회 확보

- 한국산 아이스크림의 약점은 원료단가로 볼 수 있음. 한국 아이스크림 유지방의 함량이 중국 아이스크림보다 높고 우유와 유제품, 설탕 등의 원료 가격도 중국보다 비싸기 때문에 수출업체들은 높은 수익을 위해 가격을 인상하게 됨. 여기에 관세까지 추가된 한국 아이스크림은 가격 면에서 일정부분 약점이 될 수 있음

- 또한 Wall's, 네슬레, 이리, 명뉴, BAXY 등 브랜드는 중국에서 높은 인지도를 자랑하고 있으며, 미국과 유럽의 고급 아이스크림 체인점 브랜드도 중국시장에 진입한 지 10년이 넘음. 이와 같이 인지도가 높은 브랜드들이 새 브랜드 진입의 장벽으로 작용할 수 있음
- 이와 같은 약점들이 기회를 찾을 때 위협요인으로 작용할 것이며 한국 아이스크림 수출 기업은 자체적으로 원료 원가상의 약점을 없애고 가능한 한 가격인상을 하지 않는 것이 좋음. 품질과 맛을 향상시켜 질적인 승부를 하며 입소문으로 브랜드 인지도를 높여야함

라. 약점-위협(WT) 분석 :

내부 운영 관리 시스템을 개선하고 각종 위협에 적극적으로 대응

- 내부 운영 개선을 통해 기업의 약점을 개선하고 강점을 충분히 활용하며 각종 위협 요인을 피해야 함. 위협을 자세하게 연구하고 회사 업무 운영을 조정함으로써 일부 위협을 어느 정도 기회로 전환시킬 수 있음

마. SWOT 분석 결론

- 한국산 아이스크림은 보유하고 있는 강점과 능력을 최대한 발휘하여 중국 아이스크림 산업의 발전 기회를 확보하고 시장 점유율을 확대해 나가야 할 것임

2. 수출확대 방안

- 한국산 아이스크림은 수입산이기 때문에 고급스러운 이미지로 인식시키기 좋음. 대부분의 소비자들은 수입품의 높은 가격과 우수한 품질에 대한 인식이 있기 때문임. 따라서 한국산 아이스크림은 중·저급 시장의 이리, 명뉴와 같은 지역 브랜드와 경쟁하기 보다는 중국 고급 아이스크림 시장을 겨냥해야 함

- 한국산 아이스크림을 현지매장, 고급백화점에 적극 투입해야 하며, 특히 다수의 편의점 공략을 통해 소비자와의 접촉을 늘려 나가야 함. 품목의 특성상 대형매장, 백화점보다 편의점 구매가 훨씬 많기 때문임

[일부 브랜드의 고급 제품 분석표]

제조업체	제품 브랜드	제품형태	시장점유율 (만원)	전략
하겐 다즈	하겐 다즈	일반규격의 컵형	5,000	1급 초대형 시장, 전문매장, 선물세트 단체구매권 판매, 전문매장이 스스로 선적, 버스광고 및 인터넷 광고로 홍보
		선물 세트	20,000	
네슬레	네슬레	선물 세트	500	베이징이나 상하이에서 고급 선물 전략, 단체구매권 판매, 인터넷광고, 가정으로 직접 배송
	드레이어즈	일반규격의 컵형, 선물세트 시리즈	500 이하	1급 초대형 시장, 고급 트렌드 고품질 전략, 08년 선물세트 새로 출시, 단체구매권 판매, 소비자가 지정된 장소에서 스스로 제품을 받아 가는 시스템, 상하이 버스 광고와 인터넷으로 홍보
BAXY	BAXY	일반규격의 컵형	1,500 (최고급부분)	1급 시장, 고급 고품질 전략
		선물세트 시리즈	500	

자료원 : 명뉴 내부자료

- 중국의 경제는 신속한 성장을 보이고 있으며, 국민 생활수준도 나날이 향상되고 있음. 브랜드 선호도가 높고 고급 트렌드를 즐기는 감성적인 소비 심리가 아이스크림 시장의 고급화를 추구하고 있음
- 하겐다즈, 네슬레, BAXY 등 글로벌 아이스크림 제조업체들이 고급 시장으로 연이어 뛰어들어 선두 자리를 놓고 경쟁하고 있음. 고급시장을 타깃으로 하는 것은 한국산 제품의 대중국 수출확대에 유리함

- 중점 도시인 베이징, 상하이, 광저우, 선전 등과 특수 중점 도시인 연길, 칭다오, 웨이하이 등을 타깃으로 설정해야 함
- 프리패키지와 고급 체인점에서 동시 판매를 실시하며, ISO, HACCP, KOSHER 등 각종 인증을 받아야 함
- 중국 젊은 층 사이에서의 한국 연예인에 대한 인지도와 받고 있는 영향을 감안하면, 한국 연예인을 제품 전속모델로 하는 것이 보다 좋은 홍보효과를 거둘 수 있음

3. 현지 바이어 의견

- 현지 아이스크림 시장을 살펴보면 메이지 아이스크림과 하켄다즈의 프리패키지 제품 등 일부 인기 있는 브랜드는 대부분 중국에서 생산한 것이 많음
- 현지 아이스크림 소매상과 도매상은 모두 한국 제품을 접한 경험이 적다고 밝혔으며, 한국산 아이스크림에 대한 이해도 높지 않았음
- 중국내에 매우 다양한 제품이 판매되고 있으므로 혁신적이고 대대적인 브랜드 광고를 통해 소비자 인지도를 높여야 함
- 아이스크림 소비패턴을 살펴본 결과, 제품의 품질이나 식감이 뛰어난 경우 가격은 약간 높아도 상관없음. 참고로 수입산을 비롯해 현재 잘 팔리는 제품들을 살펴보면 대부분 5위안 이상인 경우가 많음
- 판매상들의 전반적인 의견은 어느 특정 국가의 제품을 선호하기보다 시장에서 인기가 많고 이윤이 높은 제품을 판매하겠다는 것이었음

9. 기타

1. 관련 웹사이트 주소

[관련 웹사이트 주소]

구분	웹사이트
伊利集团	http://www.yili.com/default.shtml
蒙牛	http://www.mengniu.com.cn/
雀巢	http://www.nestle.com.cn/default.aspx
和路雪	http://www.walls.com.cn/
八喜	http://www.baxi.com.cn/
哈根达斯	http://www.haagendazs.com.cn
酷圣石	http://www.coldstone-china.com/
DQ	http://www.dairyqueen.com.cn/index.php
乐可可	http://www.usalkk.com/
宏宝莱	http://www.sphbl.com/main.asp
德氏集团	http://sydeshi.com/newEbiz1/EbizPortalFG/portal/html/index.html
中街冰点	http://www.zjbdc.com/sy.asp
五丰	http://www.chinawufeng.com/
佑康集团	http://www.chinayoucan.com/
美怡乐	http://meiyile.net/zh-CN/index.html
天淇冷饮	http://www.tansy.cn/newEbiz1/EbizPortalFG/portal/html/index.html
中国冰淇淋网	http://www.zgbql.com/
中国焙烤食品糖制品工业协会冷冻饮品专业委员会	http://www.china-bakery.com.cn/lengdongyinpinzhuannan/
慧聪食品工业网	http://www.food.hc360.com/

2. 바이어 리스트

회사명	青岛保税区三丰和贸易有限公司
주소	青岛市香港中路68号华普大厦24F
전화	0532-8570-8892
팩스	0532-8570-163
이메일	quanhejun1963@hotmail.com
담당자	权赫俊 / 总经理

회사명	青岛青洋投资管理咨询有限公司
주소	青岛市城阳区正阳路春阳花苑152-6
전화	0532-6679-3311
팩스	0532-6679-3366
이메일	abai0204@163.com
담당자	박진희 사장

회사명	大连佳志商贸有限公司
전화	0411-8660-0662
팩스	0411-8254-0977
이메일	sales@dljiazhi.cn
웹	www.dljiazhi.cn
담당자	刘伟峰 / 总经理

회사명	天津市安佳利进出口贸易有限公司
전화	022-28136073
담당자	薛颖

회사명	上海一典商贸有限公司
전화	021-6609-9773
팩스	021-5635-3769
이메일	66099773@163.com
웹	www.yidian.sh.cn
담당자	蘇秀霞

회사명	上海津丰食品有限公司
전화	021-6330-1867
팩스	021-6330-1869
이메일	kingfoods-mt@163.com
웹	www.kingfoods.com.cn
담당자	张小飞 经理

회사명	上海韩佑商贸有限公司
전화	021-6579-2516
팩스	021-6579-2520
이메일	peiyunlong@hotmail.com
담당자	裴云龙 / 总经理

회사명	上海亿堡旺国际贸易有限公司
전화	021-3431-7595
팩스	021-3432-0249
이메일	hmy.197279@hotmail.com
담당자	张星 / 总经理

회사명	湖北省粮油食品进出口(集团)公司
전화	027-8549-6117
팩스	027-8549-6007
이메일	zhaomg999@163.com
웹	www.hbcoco.com
담당자	赵明光 / 商务部总经理

회사명	集珍齋
전화	021-6117-6550
팩스	021-6180-7101
이메일	zhang.qi@zclub.cn
웹	www.zclub.cn
담당자	黃華文 總經理 / 張琦 採購主管

회사명	上海盈騰貿易 有限公司
전화	021-3431-0169
팩스	021-3431-0085
이메일	1004mart@merry.com.cn
웹	www.merry.com.cn
담당자	김종성 사장

회사명	厦門蓮群食品有限公司
전화	0592-5912945 / 13859952505
담당자	黃燕蘭

3. 취급업체 리스트

[관련 바이어 리스트]

업체명	广州冷冻食品有限公司
주소	广东省广州市东山区东华南路163号
전화	020-83839883
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	穆立

업체명	广东四洲冷冻食品有限公司
주소	广东省广州市天河区沙河大塘岗
전화	020-87744846
설립년도	1995년
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	北京艾莱发喜食品有限公司
주소	北京市顺义区金马工业区
전화	010-69495599
설립년도	1990년
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	北京天冰冷饮有限公司
주소	北京市大兴区安定镇工业开发区
전화	010-80231776
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	贺星梅

업체명	北京北冰洋冷冻食品有限公司
주소	北京市海淀区永丰乡西玉河村
전화	010-62472826
설립년도	2001년
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	高航空

업체명	和路雪(中国)有限公司南京销售部
주소	江苏省南京市中山东路288号新世纪广场A座1110室
전화	025-84431005
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	和路雪(中国)有限公司深圳销售部
주소	广东省深圳市南山区白石洲工业城31栋101-102房
전화	0755-26926772
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	贝翰锐

업체명	和路雪(中国)有限公司武汉销售部
주소	湖北省武汉市洪山区珞狮北路76号书香门第大厦2808室
전화	027-87874517
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	甘小姐

업체명	和路雪(中国)有限公司常州销售部
주소	江苏省常州市天宁区青果巷2号
전화	0519-8127935
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	孔澎韬

업체명	和路雪(中国)有限公司杭州销售部
주소	浙江省杭州市下城区东新路551号
전화	0571-85357932 / 0571-85364682
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	张澎焰

업체명	内蒙古伊利实业集团股份有限公司冷饮事业部
주소	内蒙古自治区呼和浩特市金川开发区2号伊利冷饮事业部销售部团购办公室
전화	010-87789782 / 13347169013
설립년도	1994년
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	李士平

업체명	深圳市蒙牛冰激凌销售部
주소	广东省深圳市宝安区宝城47区骏亿工业园D栋一楼
전화	0755-27362345
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	蒙牛乳业集团冰激凌本部
주소	内蒙古自治区和林格尔县呼市和林格乐盛乐经济园区
전화	0471-7392604
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	金先生

업체명	蒙牛冰激凌东北产销事业部
주소	辽宁省沈阳市新城子区虎石台经济开发区前占工业园建设南三东路15号
전화	024-89714108 / 13504991409
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	天津市大桥道食品有限责任公司
주소	天津市河东区津塘公路津工商厦对过
전화	022-24493552
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	孙佳盈

업체명	长治市白雪冷饮有限责任公司
주소	山西省长治市城西北路9号
전화	0355-2083431
설립년도	1995년
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	王睿仁

업체명	通辽市金泰冷饮制品有限公司
주소	内蒙古自治区民主路南段 (大华面粉厂东)
전화	0475-8422956
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	赵巨

업체명	沈阳中街冰点城食品有限公司
주소	辽宁省沈阳市沈北新区辉山经济开发区辉山大街131号
전화	024-88081448
설립년도	1946년
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	天津市塘沽区远洋冷食冷饮经营部
주소	天津市塘沽区正德里1-1
전화	022-25303540
설립년도	2000년
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	哈尔滨雪明珠冷饮制品经销有限公司
주소	--
전화	0451-55670715
설립년도	--
사업부분	판매
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

업체명	北京蒙利百佳食品有限公司
주소	北京市丰台区大红门南顶路6号
전화	010-67213649
설립년도	--
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	王福柱

업체명	哈尔滨华义食品有限公司
주소	黑龙江省哈尔滨市香坊区公滨路43号
전화	0451-87983366
설립년도	1993년
사업부분	생산
취급상품	아이스크림 등
담당자	--

제 3 장. 미 국

1. 시장개요	71
2. 생산동향	72
3. 유통동향	74
4. 소비동향	78
5. 수출입동향	81
6. 통관 및 수입검사	85
7. 한국산 동향 및 경쟁국 동향	89
8. 한국산 수출확대 방안	92

1. 시장개요

1. 품목개요

- 미국에서 아이스크림은 남녀노소 모두 즐기는 품목으로 다양한 맛과 형태의 제품들이 소비되고 있으며, 아이스크림을 포함한 냉동 디저트는 연간 매출 규모가 220억 달러가 넘는 대규모 시장으로 특히 유제품 산업에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있음
- 전 세계적으로 아이스크림을 포함한 냉동 디저트 시장은 꾸준히 성장해 왔으며, 제품 트렌드를 살펴보면 '90년대에는 유지방 함량이 높은 프리미엄 아이스크림이 인기를 끌다가 2000년대 이후부터는 Frozen Yogurt, Natural, 유기농 제품의 인기가 높아지고 있음
- 미국은 세계 최대 아이스크림 생산국으로서 생산량은 약 13.5억 갤런('06년 기준, USDA ERS)에 이르며, 전체 소비형태 중 아이스크림 가게와 소매점에서의 소비가 2/3가량을 차지하고 있음
- 미국의 아이스크림 시장은 '90년대 이후의 고급화, 다양한 맛과 포장에 힘입어 지속적으로 성장하고 있으며, 저탄수화물(low-carb), 저지방(low-fat), 내추럴(Natural), 라이트(light) 등의 제품 개발과 홍보를 통해 건강과 비만에 대해 염려하는 소비자들을 공략하고 있음

2. 생산동향

1. 주요 생산업체 및 생산량

- 미국에서 아이스크림은 Frozen Yogurt, Sherbet 등과 함께 주로 냉동 디저트 형태로 소비되며, 미국 내 전체 가정의 90% 이상에서 소비하는 매우 대중적이고 인기 있는 식품임
- 미국의 아이스크림 및 냉동 디저트 생산은 약 13.5억 갤런('06년도)으로 국민 일인당 연간 17.2 리터를 소비할 수 있는 양이며, 제품 유형별로는 일반 아이스크림(regular ice cream)이 59.9%, 저지방 아이스크림(low fat ice cream)이 27.8%, 프로즌 요거트(frozen yogurt)가 4.3%, 셔벳(sherbet)이 3.5%를 차지하고 있음
- 미국의 아이스크림 주요 생산지를 주별로 살펴보면 캘리포니아, 인디애나, 펜실베이니아, 텍사스, 오하이오, 뉴욕 주의 순이며, 슈퍼마켓 매출액이 높은 도시는 포틀랜드, 오마하, 시애틀, 뉴욕 등이었음
- 미국의 대표적인 아이스크림 브랜드로는 Breyers, Dreyers, Blue Bell, Haagen-Dazs, Ben&Jerry, Klondike, Drumstick 등이 있으나, 사실상 제일 큰 브랜드는 업소용 대용량 용기 및 슈퍼마켓용으로 납품되는 Private label 제품들이라고 할 수 있음

[2001년도 미국 아이스크림 제품 브랜드 순위]

순 위	브랜드명	매출액(백만 달러)
1	Private Label	\$929
2	Breyers	\$477
3	Dreyers/Edy's	\$398
4	Blue Bell	\$228
5	Haagen Dazs	\$183
6	Ben & Jerry's	\$148
7	Wells Blue Bunny	\$116
8	Turkey Hill	\$93
9	Dreyers Grand Light	\$91
10	Healthy Choice	\$88
	전체	2,751

자료 : Information Resources Inc.

- 한국 업체로는 빙그레, 해태, 롯데삼강 등의 회사에서 10~20여 종의 제품들이 수입되고 있고, 현지 생산 제품 및 마켓 자체 브랜드 제품들이 소수 한국마켓과 일본마켓을 중심으로 판매되고 있음
- 최근 들어 미국 소비자들의 건강과 웰빙에 대한 관심 증가와 더불어 고급화된 다양한 맛의 Super premium 및 Natural 제품들이 선보이고 있으며, 아이스크림 전문매장과 프로즌 요거트(Frozen yogurt) 전문매장도 쉽게 찾아볼 수 있음

[아이스크림 및 프로즌 요거트 전문매장]



3. 유통동향

1. 현지 유통구조 및 유통경로

- 생산자 → (수입상) → 냉동 분배업체/브로커(Frozen Distributor/Broker)
→ 도매상/유통업체(Wholesaler/Retailer : Ice cream shop, Costco, Albertson 등)
→ 소비자
- 미국에서 판매되는 아이스크림과 냉동 디저트 제품의 규모는 230억불 ('06년도 기준, International ice cream association)이며, 이 중 87억불이 가정에서 소비되었고 143억불이 가정 이외의 장소(아이스크림 가게, 외식업체, 기타 소매업체)에서 주로 디저트 형태로 소비되었음
- 대표적인 아이스크림 체인점으로는 Baskin Robbins, Ben & Jerry's, Cold stone, Pinkberry 등이 있음
- 소매 판매 채널의 경우 대형 슈퍼마켓이 전체 아이스크림 제품 판매의 86%, 편의점이 11.4%, 대형 약국이 2%를 차지하고 있음
- 아이스크림은 일반 식품과 같은 유통 경로를 통해 소비자에게 판매되고 있으나 제품의 성격상 냉동 유통업체를 통해 유통되며, 수입되는 제품은 도매상을 통해 대형 마켓으로 직접 납품되거나 마켓의 성격에 따라 Sales Broker를 통해 유통되는 경우도 있음

2. 타 수입산 진출상황

- 미국의 아이스크림 시장은 소수 대기업이 시장의 대부분을 차지하는 과점 형태를 이루고 있으며, 제품 및 시장 특성 상 대형 주류마켓에서는 현지 제품이 주로 유통되고 수입산의 경우 이탈리아 제품이 젤라또 전문점, 일본 제품이 아시안 마켓을 위주로 일부 소비되고 있음

- 아이스크림 제품 특성 상 대부분의 제품이 미국 내 공장에서 현지 물량의 대부분을 생산하며, 수입은 주로 판매되는 종류를 제외한 특색 있는 제품들을 위주로 소량 수입되고 있음

3. 유통형태 및 유통규격

- 아이스크림은 성분에 따라 유제품(Dairy)과 비유제품(Non-dairy), 형태에 따라 크게 포장(packaged) 아이스크림과 프로즌 요거트/셔벗/셔벗/얼음(Frozen yogurt/sherbet/sorbet/ice) 그리고 Frozen novelty로 나누어지는데, 일반적인 용기에 들어 있는 다른 제품과는 달리 노벨티(Novelty)는 아이스크림 샌드위치, Bar, cone, stick 등의 일회성 소비 형태의 제품들임
- 현지 생산되거나 수입상을 통해 수입되는 아이스크림 제품은 미국의 식품 유통체계에 따라 주로 냉동 유통업체를 통해 외식업체나 대형 마켓 체인으로 납품되고 있음
- 미국 마켓에서 판매되는 제품에는 보편적으로 일회용 소용량인 106ml 와 일반적으로 가장 많이 판매되는 용량인 473ml, 1.41L, 대용량인 3.78L가 있으며, 수십 여종의 다양한 맛의 제품들이 진열되어 있음
- 한국 마켓과 일본 마켓의 경우 주로 아이스 바 또는 샌드위치와 같은 노벨티(Novelty) 제품들을 낱개 또는 5~6개들이 박스 단위로 판매하고 있으며, 한국 마켓에서는 모찌 아이스크림과 같은 일본 제품을, 일본 마켓에서는 메로나와 붕어싸만코와 같은 한국 제품들도 판매하고 있음

[일본마켓 유통 제품 현황]

			
Imuraya	Imuraya	Meiji	Kracie
ice cake	bar	bar	ice cream
2.37 Fl oz x 5개 (350ml)	2.43 Fl oz x 6개(414 ml)	0.5Fl oz x 18개(270 ml)	3.88 Fl oz(115ml)
\$4.99	\$4.49	\$4.79	\$2.89

[미국마켓 유통 제품 현황]

			
Ben&Jerry's	Nestle	Klondike	Dryers
Ice cream	cones	bar	party size
3.6 Fl oz(106ml)	2.24Fl oz x 10개(665ml)	4.0Fl oz x 6개(709ml)	1 gallon (3.78L)
\$1.49	\$6.99	\$4.99	\$5.99

[한국 교포마켓 유통 제품 현황]

			
빙그레	빙그레	해태	Mikaway
bar	sandwich	slush	ice cream
2.7 Fl oz x 8개(640 ml)	5.1 Fl oz x 5개(750 ml)	4.73 Fl oz x 6개(840 ml)	2 Fl oz x 6개(177.4 ml)
\$5.49	\$5.99	\$4.99	\$4.99

4. 가격동향

종류	제품명	용 량	소매가격	지역
빙과	플라포	840 ml	\$4.99(6개)	LA(한국마켓)
아이스 바	메로나	640 ml	\$5.49(8개)	LA(한국마켓)
아이스케이크	붕어싸만코	750 ml	\$5.99(5개)	LA(한국마켓)
아이스 바	Azuki	414 ml	\$4.49(6개)	LA(일본마켓)
아이스케이크	Red bean	350 ml	\$4.99(5개)	LA(일본마켓)
아이스 바	Anpanman	270 ml	\$4.79(18개)	LA(일본마켓)
아이스콘	Drumstick	665 ml	\$6.99(10개)	LA(미국마켓)
아이스 바	Klondike	709 ml	\$4.99(6개)	LA(미국마켓)
아이스크림	Ben&Jerry	106 ml	\$1.49	LA(미국마켓)

- 일본 회사 제품의 경우 현지 생산인 모찌 아이스크림이 대중화되어 있는 편이며, 일본인이 선호하는 맛의 제품이 소량 판매되고 있음. 가격의 경우 일본산, 한국산, 미국산의 순으로 높은 편임

4. 소비동향

1. 품목별 구매동향

- 미국 시장에서 소비되는 아이스크림의 맛에 따른 선호도를 살펴보면 바닐라(vanilla, 26%), 초콜릿(chocolate, 12.9%), 나폴리(neapolitan, 4.8%), 딸기(strawberry, 4.3%), 쿠키&크림(cookies&cream, 4.0%) 순으로 나타나고 있음
- 미국에서의 아이스크림은 과자 제품과 함께 전통적으로 미국의 경제적 풍요와 소비를 상징해온 제품들로서, 미국의 문화와 자본주의를 전 세계에 확대하는 견인차 역할을 한 산업임
- 슈퍼마켓에서 판매되는 아이스크림 중 선호되는 제품 유형을 살펴보면 보통 아이스크림보다 유지방이 풍부한 최고급(superpremium) 제품이 3.5%, 고급(premium)제품이 51.5%, 보통(regular) 제품이 45%로 나타남('01년도, IRI)
- 슈퍼마켓을 통한 가정용 소비 이외에도 Baskin Robbins나 Cold stone 과 같은 아이스크림 전문점을 통해서도 많이 소비하고 있으며, 몇 년 전부터 한국계 업체인 Pink berry를 통해 프로즌 요거트(Frozen yogurt)가 매우 인기를 끌고 있음
- 일반적으로 판매되는 아이스크림의 맛이나 종류를 보면 한 제품이나 브랜드가 맛에 있어 크게 차별화되는 특성을 가지고 있지는 않음
- 일반 소비자의 마켓 구매에 있어서는 개인이 선호하는 브랜드가 구매 결정의 주요 요인이며, 전문점이나 외식 업체의 디저트용 대량 구매의 경우 가격이 구매 결정의 중요한 요인으로 작용하고 있음

- 전체 미국인 가정의 90% 이상이 아이스크림을 먹고 있는 것으로 나타났으며, 1인당 소비량도 전 세계 평균인 연간 2.3리터의 9배나 높은 연간 20리터를 나타낼 정도로 많은 미국인들이 아이스크림을 좋아하고 있음
- 제품 형태 중 노벨티(novelty)제품의 시장규모는 24억 달러('04년 기준, IRI) 정도로 전 가정의 62%에서 구매하고 있으며, 바닐라 맛의 제품이 가장 많이 소비되는 것으로 나타남
- 한국산 아이스크림 제품은 일회용 콘(cone) 또는 바(bar) 형태의 노벨티(Novelty)제품이 주로 판매되고 있으며, 향과 맛이 뛰어나 소비자 선호도는 높은 편임

2. 바이어 의견 및 향후 소비전망

- 한국산 제품의 경우 현재 수출 증대의 걸림돌이 되고 있는 높은 관세와 유제품 성분에 따른 통관상의 어려움을 향후 한·미 FTA와 연계하여 해결하는 것이 필요함
- 현재 미국에서 주로 소비되는 일반적인 맛의 아이스크림으로는 경쟁력이 약하므로 우선은 멜론바 등의 차별화된 제품으로 한국산 제품에 대한 선호도 및 인지도 증대에 노력해 나가며, 향후 저지방(Low-fat), 내추럴(Natural) 등의 미국 식품 트렌드에 부합하면서 미국인들의 입맛에 맞는 다양한 제품을 개발해 나가야 할 것임
- 한국산 제품의 특성상 일반 슈퍼마켓이나 외식업체보다는 편의점, 소규모 상점 등에 대한 입점 노력을 우선적으로 기울여야 함
- 유제품 성분이 포함된 아이스크림 제품의 경우 미국의 해당 식품에 대한 수입 검사가 강화됨에 따라 허가·심사와 통관 절차가 까다로

워지는 것이 어려움으로 작용하고 있음

- 유통 측면에서 볼 때 미국 주류 시장에서 판매되는 제품은 최소한 포장 단위나 디자인이 현지시장 기준에 맞아야 하고, 미국 소비자가 선호하는 포장재와 디자인을 꾸준히 연구·개발해 나가야 할 것임

5. 수출입동향

1. 수출입통계 및 국가별 수출입동향

- HS 코드 및 관세율

Code	품 명	내 역	관세율
2105000500	Ice cream	Described in general note 15 of the tariff schedule and entered pursuant to its provisions	20%/kg
2105001000	Ice cream	Described in additional U.S. note 5 to this chapter and entered pursuant to its provisions	20%/kg
2105002000	Ice cream	Other - if entered during the effective period of safeguards	17%+ 50.2c/kg

- 아이스크림에 함유된 유제품 성분은 수입쿼터가 있으며, 관세율이 매우 높은 품목으로 전체 시장규모에 비해 수입량이 미미한 편임

2. 아이스크림 (전체 / HS Code : 210500) 수입동향

(단위 : 천 달러)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
캐나다	29,299	22,895	13,462	20,992	16,765
남아프리카공화국	1,270	2,745	6,179	8,151	7,568
한 국	2,937	3,316	4,175	4,728	4,851
호 주	0	58	732	3,498	4,114
멕시코	168	133	299	1,373	3,894
이탈리아	2,272	2,370	2,135	1,209	2,770
이스라엘	1,996	1,512	2,286	2,383	2,154
중 국	7	5	160	37	1,190
프랑스	988	2,253	4,336	1,541	1,170
기 타	3,125	3,447	3,947	3,087	4,807
합 계	42,062	38,734	37,711	46,999	49,283

자료 : U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

3. 아이스크림 (지정쿼터에 해당 / HS Code : 2105000500) 수입동향

(단위 : 천 달러)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
이탈리아	2	0	104	0	60
멕시코	0	0	0	0	32
한 국	75	54	25	8	26
프랑스	0	0	16	30	11
라트비아	0	0	0	0	3
아르헨티나	0	12	0	0	0
일 본	0	0	9	0	0
페 루	171	58	65	124	0
합 계	248	124	219	162	132

자료 : U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

4. 아이스크림 (지정쿼터에 해당 / HS Code : 2105001000) 수입동향

(단위 : 천 달러)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
캐나다	5,367	5,323	1,995	4,146	3,610
이스라엘	1,134	496	896	1,458	835
이탈리아	146	718	970	531	789
프랑스	12	948	3,113	741	603
한 국	3	41	26	125	490
페 루	20	180	109	133	280
리투아니아	378	405	582	489	209
뉴질랜드	52	19	72	182	135
기 타	550	840	707	403	241
합 계	7,662	8,970	8,470	8,208	7,192

자료 : U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

5. 아이스크림 (지정쿼터 초과 시 / HS Code : 2105002000) 수입동향

(단위 : 천 달러)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
호 주	0	0	0	0	1,254
한 국	3	42	0	24	49
칠 레	0	0	20	0	28
대 만	24	118	0	103	8
이탈리아	112	85	671	0	2
아르헨티나	51	66	0	0	0
캐나다	76	86	19	14	0
프랑스	0	628	102	0	0
기 타	253	539	260	5	0
합 계	519	1,564	1,072	146	1,341

자료 : U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics

- 미국은 캐나다, 남아프리카공화국, 한국, 호주 등에서 아이스크림을 주로 수입하고 있으며, 유제품 성분이 포함된 제품은 주로 캐나다, 이스라엘, 이탈리아, 호주 등에서 수입되고 있음. 한국의 경우 지속적인 수입 증가 추세를 보여주고 있음

6. 한국의 대 미국 아이스크림 수출통계

(단위 : 천 달러, 톤)

2006년		2007년		2008년		2009년		2010년	
금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
2,360	901	2,445	868	2,833	999	3,478	1,302	3,900	1,456

자료 : 한국 관세청

- 한국산 아이스크림의 대미 수출 통계를 살펴보면 2006년도 이후 지속적으로 증가하는 추세임

- 향후 다양한 신제품 출시를 통한 교포 시장의 소비가 증가하고 주류 소비 시장 진입 노력을 통한 수출 물량의 증대가 이루어진다면, 한국산 아이스크림의 수출 전망은 밝을 것으로 보임

6. 통관 및 수입검사

1. 수입 통관절차 및 관련법규

입 항 → U.S.Customs → USDA (FSIS) → USDA (APHIS) → Pick up (등록된 운송회사)

- U.S Food Safety and Inspection Service (**FSIS**)
 - 미 농무부 소속으로 원래 APHIS에서 동물 관련 식품을 전담하기 위해 분리되어진 기관임
 - 식품 안전과 수입 식품의 규제를 통해 국민 건강을 보호하며, 국내산 및 수입산 육류, 가금육, 유제품 및 가공난 제품들을 규제함
 - 육류, 가금류 및 가공난류 성분이 들어 있는 제품은 인증된 곳으로부터 생산된 것이어야 하며, 이를 위해 FSIS는 통관 및 국경수비대와 동식물검역소(APHIS)와 협력하고 있음
- Animal and Plant Health Inspection Service (**APHIS**)
 - 미 농무부소속으로 동물건강보호법에 의거하여 수입을 규제하며, 동식물 관련 질병이 미국으로 유입되는 것을 방지함

2. 미국의 육류 소량 함유제품 수입 검사 강화에 따른 규제사항

- 유제품 성분이 포함된 아이스크림과 같은 한국 가공식품의 경우 인증된 국가로부터 가공된 원료를 수입하여 제조해야 함
- 유제품 성분 및 가공난 성분을 함유한 식품은 다음 사항을 준수해야 함
 - 첫째, USDA/FSIS의 검역 하에서 생산되거나
 - 둘째, FSIS에 의해 인정된 외국의 검역체계 하에서 생산된 것이어야 하며 미국 수입 통관 시 이를 증명하기 위한 원산지증명서, 성분분석표, 한국식품검역소 증명서 등을 수입허가증과 함께 제출해야 함

3. 식품 표시제도

[아이스크림 라벨링의 예시 앞/뒤]



- 식품 표시사항(Label statements)은 주표시면(principle display panel : 식품을 구매할 때 소비자에게 통상 보이는 면)이나 정보표시면(Information panel : 주표시면 우측)에 기재함
- 주표시면에는 식품명과 실중량을 반드시 표기해야 함
- 정보 표시면에는 주표시면에 기재되지 않은 제조업자, 포장업자, 유통업자의 명칭 및 주소, 원재료명, 영양표시 등과 같은 사항들을 표기함
- 제조업자, 포장업자, 유통업자의 명칭 및 주소를 표시할 경우에는 다음의 사항을 반드시 포함해야 함
 - 제조, 포장, 유통업자의 이름과 주소 : 제조, 포장, 유통업자, 제조업자가 다를 경우에는 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한', '~에서 유통하는'과 같은 문구가 표시되어야 함
 - 거리주소 : 회사 이름과 주소가 현행 전화번호부나 인명부에 기재되어 있지 않은 경우
 - 도시명, 주명(수입식품일 경우 국가명), 우편번호

4. 식품명(Statement of identity) 표기

- 식품명은 반드시 주표시면에 표기되어야 하며, 일반적으로 표시면의 인쇄 중 가장 큰 것의 1/2 이상 크기이어야 함
- 식품이 일반적, 통상적 이름을 갖는 경우 이를 식품명으로 사용하며, 일반적, 통상적 이름이 없을 경우에는 그 식품을 적절하게 설명하는 이름을 사용하여 제품을 잘못 알리는 일이 없도록 해야 함
- 식품명은 포장의 바닥과 평행하게 쓰여야 함

5. 내용물의 실중량(Net Quantity of Contents) 표기

- 내용물의 실중량이란 포장재나 용기 안에 담겨 있는 식품의 양을 가리키는 라벨의 표시 사항임
- 내용물의 실중량은 별도 항목으로서 주표시면 하단의 30% 이내에서 포장의 바닥면과 평행으로 쓰여야 함
- 내용물의 중량은 미터법(grams, kilograms, milliliters, liters)과 미국 통상단위법(ounces, pounds, fluid ounces)에 따라 두 가지로 표기되어야 함
- 미터법 표기 위치는 미국 통상단위법 문구 위치의 앞, 뒤, 위, 아래 모두 가능함
 - 예 : Net wt 1 lb 8 oz (680g)
- 내용물의 실중량이란 용기나 포장 내 식품의 실중량만을 포함하며, 용기나 포장지, 포장재의 무게는 포함되지 않음
 - 실중량을 결정하기 위해서는 식품을 채운 용기의 평균 무게에서 빈 포장 용기, 뚜껑, 포장지의 평균 무게를 뺀

6. 원재료명 목록(Ingredient list) 표기

- 원재료명 목록(Ingredient list)이란 식품에 사용된 각각의 원재료를 주된 것부터 내림차순(중량이 가장 많은 것부터 가장 적은 것의 순서로 쓰는 방식)으로 나열한 것을 말함
- 원재료명 목록은 식품명, 제조업자, 포장업자, 유통업자의 주소 등이 있는 면(주표시면이나 정보표시면)과 같은 면에 있어야 하고 영양 표시, 제조업자, 포장업자, 유통업자 주소의 앞이나 뒤에 표시할 수 있음

7. 영양표시(Nutrition labeling)

- '94년 5월 8일 이후로 대부분의 식품에는 영양표시라벨(New Nutrition label)을 의무화 함
- '영양정보(Nutrition Facts)'의 표시는 원재료명, 제조업자, 포장업자, 유통업자의 이름, 주소와 함께 주표시면 또는 정보 표시면에 표시할 수 있음. 주표시면과 정보표시면에 충분한 공간이 없을 경우에는 '대체면(alternative panel)'에 표시할 수도 있음

7. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

1. 한국산 주요 수입품목 및 점유율

- 한인 교포 시장의 아이스크림 판매 종류는 한국과 비슷한 양상을 보이고 있으며, 해태, 빙그레, 롯데삼강 등의 업체에서 생산되는 여러 종류의 아이스크림이 수입되어 판매되고 있음
- 빙그레, 해태와 같은 업체들이 꾸준히 히스패닉 시장 확대 및 주류 시장 진입을 위한 노력을 기울이고 있으며, 한국 아이스크림을 모방한 현지 private label 생산 제품들도 생겨나고 있음

2. 한국산 선호도

- 현재 한국산 제품의 소비 시장은 한인 교포 마켓에 국한되어 있으나, 일부 제품들을 중심으로 타 인종 마켓으로의 진입 시도와 마케팅 노력을 확대하고 있는 상황임
 - 특히 멜론바, 봉어짜만코 등 차별화된 제품의 경우 시장테스트 결과 히스패닉 및 미국 주류 소비자들의 입맛에도 맞아 충분한 시장 조사와 마케팅이 뒷받침된다면 향후 주류 시장에서도 성공할 수 있다고 판단됨
- 한국산 아이스크림은 교포 소비자는 물론 중국계, 히스패닉계 등의 시장을 중심으로 인지도와 선호도가 높아지고 있으며, 합리적인 가격과 다양하고 차별화된 맛을 통해 시장을 공략해 나가고 있음

3. 품목별 경쟁국 대비 장단점

- 한국산 아이스크림의 경쟁력 분석
 - 강점(Strength) : 발달된 향 첨가 생산기술, 차별화된 맛과 다양한 제품
 - 단점(Weakness) : 고관세율 및 운송에 따른 단가상승, 한국 마켓 위주의 디자인과 패키지, 마케팅 전략 및 투자 부재
 - 기회(Opportunity) : 미국 아이스크림 시장 성장세와 Novelty 제품에 대한 소비 증가 추세
 - 위협(Threat) : 미국 제품과의 가격 경쟁 및 일본 제품과의 제품 경쟁, 제품 수입검사 강화조치 및 현지 생산기업의 제품 모방 등의 잠재적 위협

4. 미국 현지생산 아이스크림

- 높은 관세 및 냉동 물류 문제, 유제품 성분 함유 제품의 통관 문제로 인해 향후 빙과 업체들이 라면 및 만두 제품의 현지 생산과 같이 생산비용과 물류비가 낮고 통관절차 비용이 없어 가격 경쟁력이 있는 현지 생산방식으로 나아갈 전망이 높으나, 이를 위해서는 생산 규모의 경제를 이루기 위한 충분한 수요 확보가 선행되어야 함
- 또한 기타 현지 생산 업체에서 향후 한국 아이스크림과 비슷한 제품을 모방 출시한다면 주류 마켓의 높은 입점비와 현지 유통 전략의 부재, 가격 경쟁력이 부족한 한국산 아이스크림의 주류 시장 진입이 어려워질 것으로 보임
- 일본 아이스크림 제품의 경우 일식의 세계화와 더불어 모찌 아이스크림과 같이 대중적 인지도와 선호도를 획득한 제품은 현지 생산되어 아시아인 인구 분포가 높은 주류 시장에서도 쉽게 찾아볼 수 있는 편이나, 기타 일본산 수입 제품들은 주로 자국민 시장 위주로 판매되고 있음

5. 경쟁국 마케팅 동향 및 시사점

- 일본산 제품의 경우 식품 안전도에 대한 신뢰성을 확보하고 모찌 아이스크림의 주류 마켓 대중화에는 성공하였으나, 대부분 현지 생산으로 전환되었으며 최근의 원전사고로 인해 유제품 성분이 포함된 아이스크림의 수출 역시 당분간 큰 타격을 받을 것으로 예상됨
- 미국의 주류 마켓 및 아이스크림 가게에서 쉽게 찾아볼 수 있는 이탈리아 제품들은 '젤라또(Gelato)'와 같은 고급화된 브랜드화에 성공하였으며, 제품의 맛과 품질의 차별화로 고급 아이스크림 시장을 선도하고 있음

8. 한국산 수출확대 방안

1. 수출확대방안

가. 가격

- 아이스크림의 경우 생산단가 측면에서는 경쟁력이 있으나, 높은 관세율로 인해 현지산 제품에 비해 가격 경쟁력이 떨어지게 되므로 이에 대한 해결책이 최우선적으로 필요함
- 가격 정책의 경우 현재 판매되는 제품 이외에도 포장 및 용량을 조절하여 가격이 낮은 제품을 개발하고 한편으로는 고가의 고급 제품을 개발하는 이원화 전략을 구사하여 제품군을 다양화시켜야 함

나. 제품

- 한국산 빙과류 제품의 경우 상품 잠재력은 높게 평가되고 있으나, 마케팅의 부재로 소비 시장이 주로 한국 교포 마켓에 국한되어 주류시장으로의 진입이 매우 제한적인 실정임
 - 따라서 주류 시장 공략을 위해서는 미국인들의 주의를 끌 수 있는 포장 디자인과 용량, 유통 채널 발굴 및 효율적인 시장 분석과 광고 홍보 전략의 수립이 먼저 이루어져야 할 것임
- 또한 현재 미국의 식품산업에 있어 건강에 대한 중요성을 인식하여 제품 개발 시 유기농(유기농), 내추럴(Natural), 저지방(Low-fat) 등과 같은 시장 트렌드에 부합한 건강, 기능성 제품 등을 개발하는 차별화 전략을 구사하여야 하며, 일반 아이스크림 제품보다는 노벨티(Novelty)제품 카테고리를 우선적으로 공략하여야 할 것임
- 미국 마켓의 경우 시장 진입을 위해 Private labeling과 같은 전략도 고려해 볼 수 있으며, 기존의 한국 제품에서 벗어나 미국 소비자가

선호하는 제품과 포장 디자인을 꾸준히 연구, 개발해 나가야 할 것임

- 또한 아이스크림 과다섭취로 인한 소아비만 등에 대한 경각심이 높아지고 멜라민 파동으로 인한 유제품에 대한 불신감으로 좀 더 안전하고 건강에 도움이 되는 과자 제품에 대한 소비자의 관심이 높아질 것으로 전망됨. 따라서 제품 성분에 많은 주의를 기울여야 할 것임

다. 홍보

- 유아 및 청소년들이 주로 소비하는 제품의 특성 상 마케팅 활동에 대한 노력이 매우 중요함
 - 미국의 주요 소비층인 어린이층을 겨냥해 한국 아이스크림의 홍보와 시식 행사를 실시하여 브랜드 인지도를 높이고, 미국 소비자의 한국 제품 입맛 들이기에 노력해야 함
 - 학교 대상 급식 프로그램 참여, 미국 아동TV 채널(PBS Kids Channel, Disney Channel, Nickelodeon Channel)과 연계한 홍보 활동 등

[대형 유통 매장내 시식홍보]



- 현실적으로 대중매체를 통한 광고홍보가 어렵다면 현재 입점해 있는 아시안·히스패닉마켓, 주류마켓은 물론 각 인종별로 벌어지는 다양한 지역 행사(유명축제 등)에 참가해 시식, 홍보 활동을 강화하여 한국 아이스크림의 소비 기반 확대를 위한 노력을 기울여야 함

[설날맞이 아시안 축제]



[히스패닉 축제]



- 미국의 주류 마켓 진입을 위해서는 미국 식품 유통의 핵심 역할을 하는 바이어와 브로커 발굴을 통한 마케팅 노력이 필요하며, 이를 위해 미국 주류 마켓 전문박람회 참가를 통해 핵심 바이어 및 브로커를 대상으로 한 한국 아이스크림 홍보 및 신규시장 입점을 모색해야 함

라. 유통

- 냉동 제품 브로커 및 유통업체를 발굴하고 미국마켓으로의 진출과 판매 확대를 위해서는 아시안 마켓 영업을 위주로 하는 한국 도매 수입상에 대한 수출에서 주류마켓에 대한 영업력을 지닌 미국의 전문 대형 냉동 유통업체를 발굴, 접촉해 나가야 할 것임
- 주류마켓 진입의 경우 대형 슈퍼마켓으로의 진입 노력 이외에도 편의점, Liquor store, dollar store 등의 유통채널 공략을 우선적으로 고려해 볼 수 있을 것임
- 일본식당에서 후식으로 대중적 인기를 얻은 모찌 아이스크림의 예에서도 볼 수 있듯이, 향후 한국적이고 고급화된 제품 개발과 함께 이를 통한 식문화 접목을 이루기 위해서는 현지 외식산업에서 한식이 하나의 대중화된 메뉴로 자리 잡는 것이 중요함

○ 미국 아이스크림 유통업체 리스트

업체명	연락처	웹사이트
Wonder Ice Cream Company	800-660-7060	www.wonderic.com
M&M Wholesale Ice Cream	323-933-5340	
Arya Ice Cream Distribution Company	323-234-2994	
Sun Service Distributors	323-261-7553	
Rock Distribution Inc.	858-292-1139	
L&N Distributors	415-863-9642	
Tropical Sun Distributors	408-496-0519	
Stremick's Heritage Foods	714-775-5000	
Producer's Dairy	559-264-6583	www.producersdairy.com

○ 미국 식품표시 규정

☐ TITLE 21--FOOD AND DRUGS

☐ CHAPTER I--FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

☐ DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES

☐ SUBCHAPTER B--FOOD FOR HUMAN CONSUMPTION PART 101

FOOD LABELING

☐ **Subpart A--General Provisions**

§ 101.1 - Principal display panel of package form food.

§ 101.2 - Information panel of package form food.

§ 101.3 - Identity labeling of food in packaged form.

§ 101.4 - Food; designation of ingredients.

§ 101.5 - Food; name and place of business of manufacturer, packer, or distributor.

- § 101.9 - Nutrition labeling of food.
- § 101.10 - Nutrition labeling of restaurant foods.
- § 101.12 - Reference amounts customarily consumed per eating occasion.
- § 101.13 - Nutrient content claims--general principles.
- § 101.14 - Health claims: general requirements.
- § 101.15 - Food; prominence of required statements.
- § 101.17 - Food labeling warning, notice, and safe handling statements.
- § 101.18 - Misbranding of food.

Subpart B--Specific Food Labeling Requirements

- § 101.22 - Foods; labeling of spices, flavorings, colorings and chemical preservatives.
- § 101.30 - Percentage juice declaration for foods purporting to be beverages that contain fruit or vegetable juice.

Subpart C--Specific Nutrition Labeling Requirements and Guidelines

- § 101.36 - Nutrition labeling of dietary supplements.
- § 101.42 - Nutrition labeling of raw fruit, vegetables, and fish.
- § 101.43 - Substantial compliance of food retailers with the guidelines for the voluntary nutrition labeling of raw fruit, vegetables, and fish.
- § 101.44 - What are the 20 most frequently consumed raw fruits, vegetables, and fish in the United States?
- § 101.45 - Guidelines for the voluntary nutrition labeling of raw fruits, vegetables, and fish.

Subpart D--Specific Requirements for Nutrient Content Claims

- § 101.54 - Nutrient content claims for "good source," "high," "more," and "high potency."
- § 101.56 - Nutrient content claims for "light" or "lite."
- § 101.60 - Nutrient content claims for the calorie content of foods.
- § 101.61 - Nutrient content claims for the sodium content of foods.

- § 101.62 - Nutrient content claims for fat, fatty acid, and cholesterol content of foods.
- § 101.65 - Implied nutrient content claims and related label statements.
- § 101.67 - Use of nutrient content claims for butter.
- § 101.69 - Petitions for nutrient content claims.

Subpart E--Specific Requirements for Health Claims

- § 101.70 - Petitions for health claims.
- § 101.71 - Health claims: claims not authorized.
- § 101.72 - Health claims: calcium, vitamin D, and osteoporosis.
- § 101.73 - Health claims: dietary lipids and cancer.
- § 101.74 - Health claims: sodium and hypertension.
- § 101.75 - Health claims: dietary saturated fat and cholesterol and risk of coronary heart disease.
- § 101.76 - Health claims: fiber-containing grain products, fruits, and vegetables and cancer.
- § 101.77 - Health claims: fruits, vegetables, and grain products that contain fiber, particularly soluble fiber, and risk of coronary heart disease.
- § 101.78 - Health claims: fruits and vegetables and cancer.
- § 101.79 - Health claims: Folate and neural tube defects.
- § 101.80 - Health claims: dietary noncariogenic carbohydrate sweeteners and dental caries.
- § 101.81 - Health claims: Soluble fiber from certain foods and risk of coronary heart disease (CHD).
- § 101.82 - Health claims: Soy protein and risk of coronary heart disease (CHD).
- § 101.83 - Health claims: plant sterol/stanol esters and risk of coronary heart disease (CHD).

**☐ Subpart F--Specific Requirements for Descriptive Claims That Are
Neither Nutrient Content Claims nor Health Claims**

- § 101.93 - Certain types of statements for dietary supplements.
- § 101.95 - "Fresh," "freshly frozen," "fresh frozen," "frozen fresh."

☐ Subpart G--Exemptions From Food Labeling Requirements

- § 101.100 - Food; exemptions from labeling.
- § 101.105 - Declaration of net quantity of contents when exempt.
- § 101.108 - Temporary exemptions for purposes of conducting authorized food labeling experiments.

☐ Appendix A to Part 101--Monier-Williams Procedure (With Modifications) for Sulfites in Food, Center for Food Safety and Applied Nutrition, Food and Drug Administration (November 1985)

☐ Appendix B to Part 101--Graphic Enhancements Used by the FDA

☐ Appendix C to Part 101--Nutrition Facts for Raw Fruits and Vegetables

☐ Appendix D to Part 101--Nutrition Facts for Cooked Fish

고부가 가공식품 수출여건

|| 아이스크림 ||

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2011년 6월

주소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

조사참여 : 중국 - 상하이 aT센터

미국 - LA aT센터

총괄 및 조사 - 식품수출정보팀(사원 오유경)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀

02) 6300-1399

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 무역정보 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설 하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.

