



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 라면(Instant Noodles)

Country : 중국(China)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	26
1. 경쟁사 선정	28
2. 경쟁사별 현황 파악	29
V. 유통구조 현황	32
1. 추천 진출 경로	34
2. 전문가 인터뷰	37
VI. 유통업체 현황	38
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	40

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	43
1. 통관 및 검역 절차	46
2. 관세율 정보	49
3. FTA 정보	50
4. 통관 및 검역 주의사항	51
5. 통관거부사례	52
Ⅷ. 인증 정보	53
1. 인증 취득정보	55
2. 인증 취득제품	56
3. 제출서류	57
4. 전문가 인터뷰	58
Ⅸ. 라벨링 정보	59
1. 라벨 표기사항	61
2. 라벨링 예시	62
X. 위생요건 정보	63
1. 식품첨가물 규정	65
2. 기타 위생기준 규정	67
※ 참고 문헌	68

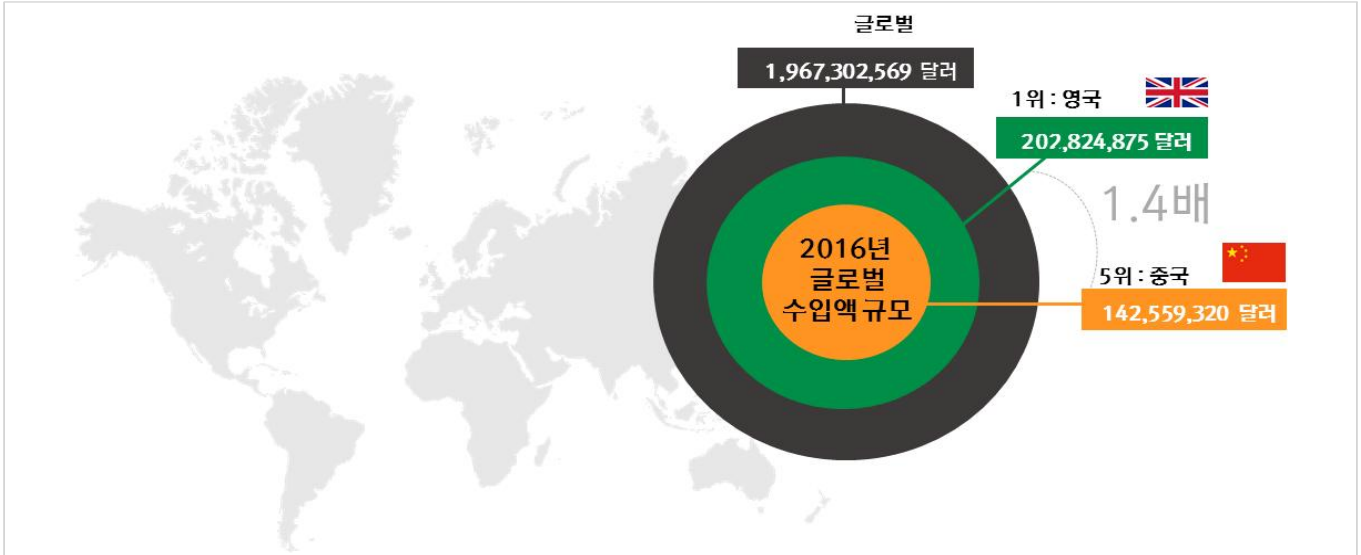


I. 시장 통계

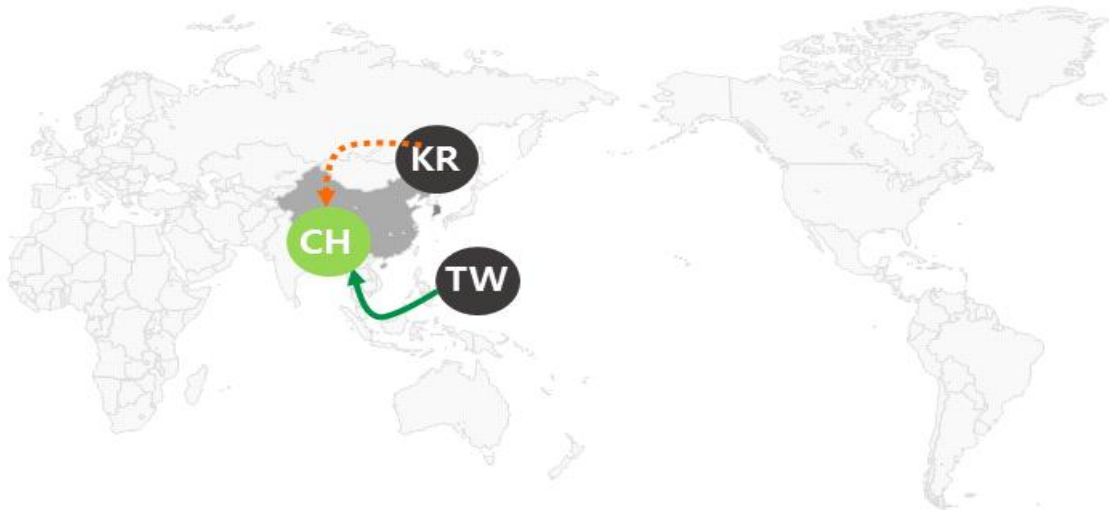
※ 시장 통계 OVERVIEW

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

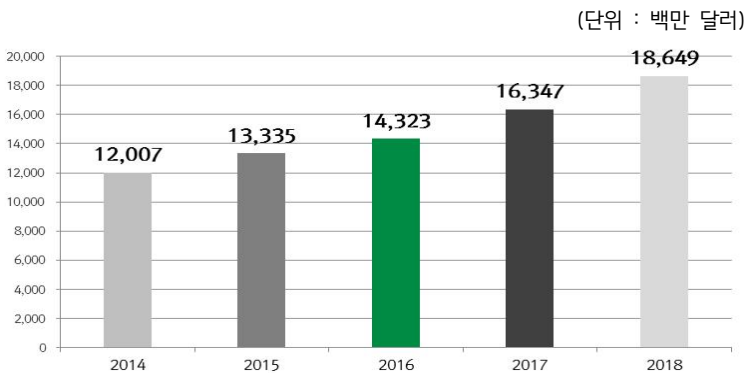
시장 통계 OVERVIEW



2016년 중국 내 HS CODE 1902.30 품목 수입액 규모



▶ 중국 인스턴트 면 시장규모



※ 2017 ~ 2018년은 전망치임

글로벌 수입규모
1위 영국, 5위 중국
중국 수입상대국, 한국 1위
2016년 기준 인스턴트 면
시장규모,
143억 2,300만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3	중국 관세청 www.customs.gov.cn

라면 통계 기준 설정

라면 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 중국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함^{1,2}.

수입 통계 기준, HS CODE 1902.30으로 설정

글로벌 및 중국 내 라면의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1902.30을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 1902.30 해당 품목은 기타 파스타류로 분류됨

표 1.1 : 라면 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1902.30
	중국 수입규모 및 성장률		1902.30
품목 통계	중국 시장규모 및 성장률	품목 키워드	Instant Noodles Market
	중국 인스턴트 면의 유통 규모		Instant Noodles Distribution Channel

표 1.2 : 중국 내 라면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902	조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없는 파스타
	1902.30	기타 파스타
	1902.30.10	인스턴트 면류
	1902.30.1010	라면
중국	1902	조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없는 파스타
	1902.30.10	조리된 쌀 베르미첼리
	1902.30.30	인스턴트 면류

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

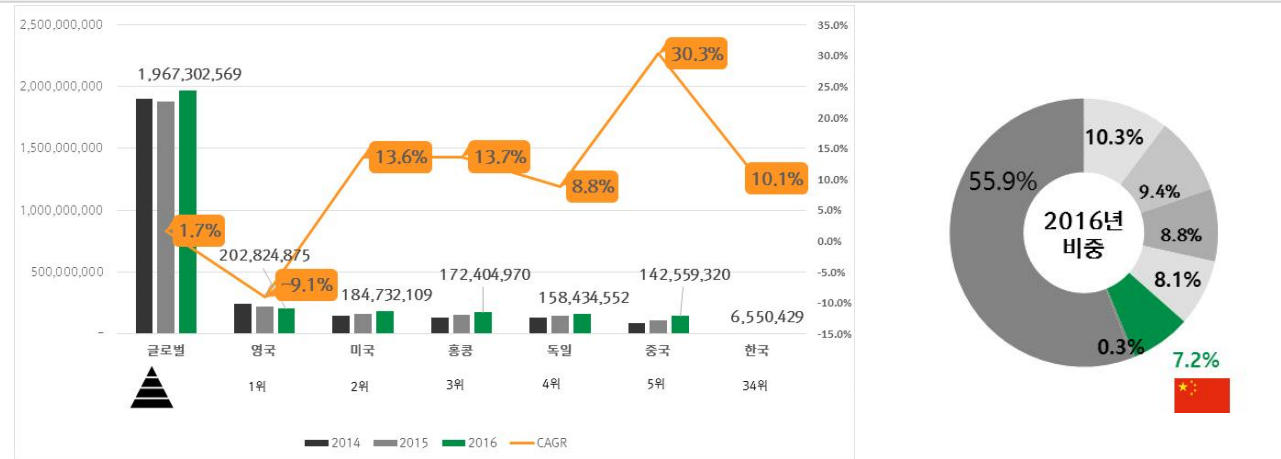
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
2. 분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 중국 내 분류 신청 가능함. 중국 성(省)급 해관 상품분류중심에 신청서를 제출하여 '수출입상품 사전분류 결정서'를 교부받을 수 있음

1. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1902.30 수입액 규모 및 비중³⁾

(단위 : 달러, %)



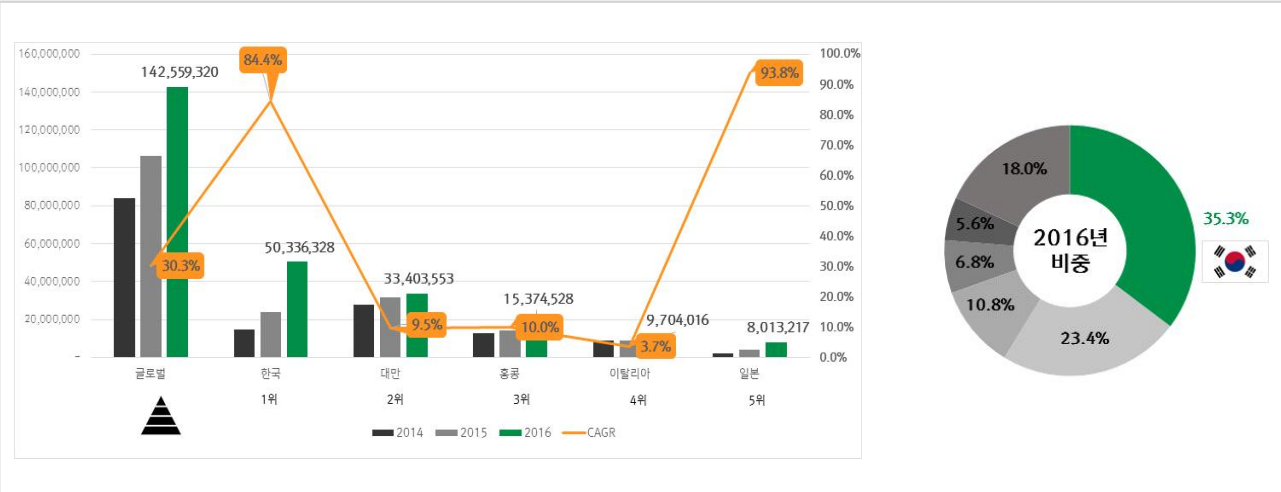
출처 : Global Trade Atlas(tradestatistics.com/gta)

- 2016년 기준 HS CODE 1902.30 수입규모는 19억 6,730만 2,569달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 1.7%의 상승세를 기록함. 중국의 수입액 규모는 연평균 30.3%를 기록하여 상위 5개 국가 중 가장 큰 성장세를 기록함
- 한국은 2014년부터 2016년까지 연평균 10.1%의 상승세를 보였지만 수입액 규모는 34위를 차지함

중국 수입 통계 분석

표 1.4 : 중국 HS CODE 1902.30 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



출처 : Global Trade Atlas(tradestatistics.com/gta)

- 2016년 기준 중국 내 HS CODE 1902.30 최대 수입국은 한국으로 5,033만 6,328달러의 수입액을 기록함. 또한 한국은 2014년부터 2016년 연평균 84.4%의 높은 성장세를 기록함
- 일본은 2014년부터 2016년까지 연평균 93.8%의 높은 성장률을 보이며 중국 내 수입국 5위를 차지함. 중국은 최신 3개년 기준 30.3%의 지속적인 성장률을 기록하여 중국 진출 시장성이 밝은 품목으로 사료됨

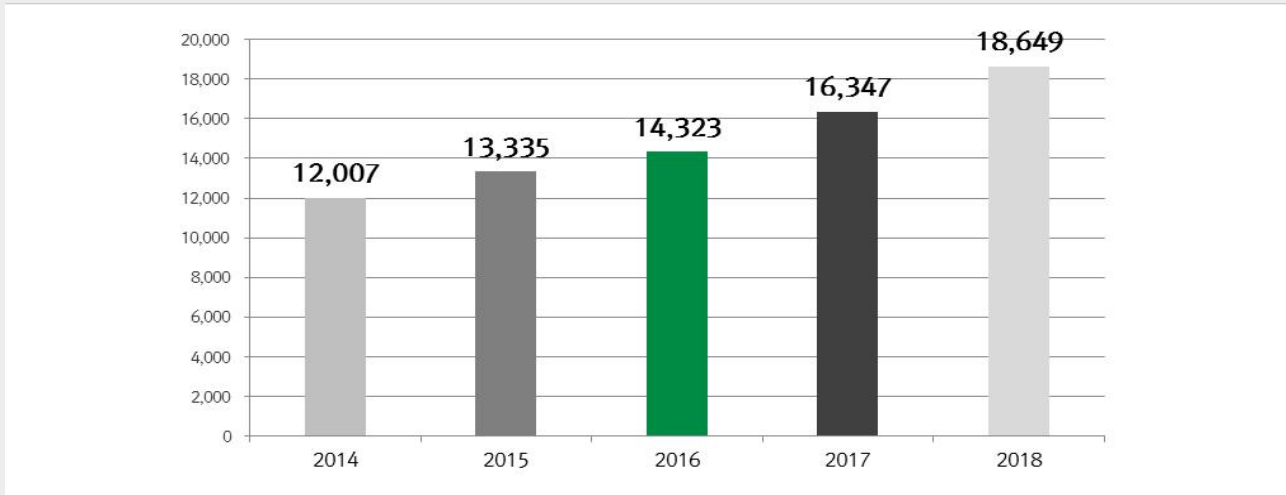
3. Global Trade Atlas에서 중국 HS CODE 1902.30의 2016년 알제리, 인도네시아 통계가 집계되지 않아 제외함

3. 품목통계 종합분석

중국 인스턴트 면 시장규모⁴.

표 1.5 : 중국 인스턴트 면 시장규모

(단위 : 백만 달러)



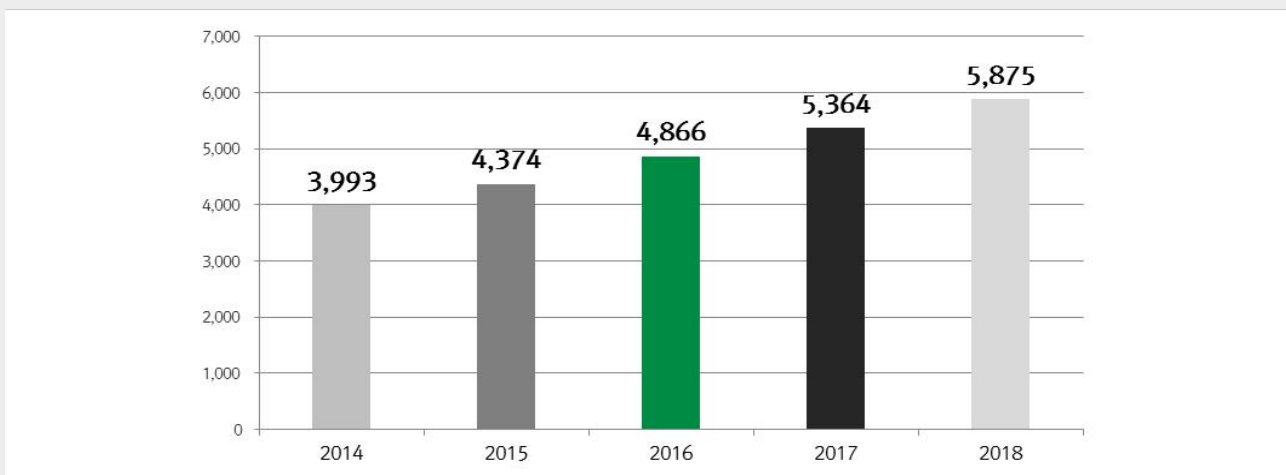
출처 : Global Data(www.globaldata.com)

- 2016년 기준 중국의 인스턴트 면(Instant Noodles)의 시장규모는 143억 2,300만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 지속적인 상승세를 기록함. 이러한 추세로 인스턴트 면 품목은 2018년까지 성장세를 보이며 2018년에는 186억 4,900만 달러를 기록할 것으로 전망됨

중국 인스턴트 면 유통 규모⁵.

표 1.6 : 중국 인스턴트 면 유통 규모

(단위 : 백만 킬로그램)



출처 : Global Data(www.globaldata.com)

- 2016년 기준 중국의 인스턴트 면 유통 규모는 48억 6,600만 kg으로 2015년도 대비 약 5억 kg 상승함. 이러한 성장 추이는 지속적으로 이어져 2018년에 58억 7,500만 kg이 유통될 것으로 전망됨

4. 2017년부터 2018년은 전망치임

5. 2017년부터 2018년은 전망치임



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	여행업계 관찰 신매체	www.dotour.cn
2	중국소비사이트	www.ccn.com.cn
3	SinaShishang	fashion.sina.com.cn
4	Focus on Data news	news.xinhuanet.com
5	Sina China	sd.sina.com.cn
6	Focus on Datanews	news.xinhuanet.com

Keyword	
분류	주요 키워드(영문, 중문)
소비	- 라면(Instant Noodles, 方便面)
	- 라면 구매(Instant Noodles Purchase, 购买方便面)
	- 라면 소비(Instant Noodles Consumption, 方便面消费)
제품	- 인기 라면(Popular Instant Noodles, 热销方便面)
	- 선호 라면(Prefer Instant Noodles, 喜欢方便面)
유통	- 라면 유통(Instant Noodles Retail, 方便面配送)
	- 라면 채널(Instant Noodles Channel, 方便面频道)
	- 라면 홍보(Instant Noodles Promotion, 方便面促销)
정책	- 라면 허가(Instant Noodles Permit, 方便面批准)
	- 라면 규제(Instant Noodles Regulation, 方便面法规)
	- 라면 위생(Instant Noodles Hygiene, 方便面卫生)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국 월수입이 높은 소비자일수록 라면 선호 <ul style="list-style-type: none"> · 익숙한 입맛 때문 - 해외여행 시 라면 구매 <ul style="list-style-type: none"> · 여행 필수품 라면 - 라면을 선호하는 이유
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국 라면시장의 양대산맥 - 삼양 불닭볶음면 인기
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국 전자상거래 소비 증가 <ul style="list-style-type: none"> · 15% 해외직구 이용자 주로 수입식품 구매
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 16년 9월, 라면 식품안전국가표준 실시 <ul style="list-style-type: none"> · GB 17400-2015로 변경 - 중국, 사드배치에 따른 통관절차 강화 <ul style="list-style-type: none"> · 까다로운 중국 통관절차, 한국기업 잇따라 피해

1. 소비 트렌드

중국, 월수입이 높은 소비자일수록 라면 선호

중국은 라면을 구입하는 비중이 소득수준별로 구분지어 짐. 전체 소비자들 중 월수입액이 5,000 ~ 10,000위안인 사람들이 라면 소비 비중의 61%를 기록하고 있으며 월수입이 15,000 ~ 20,000위안인 사람들이 38%를 차지하는 것으로 조사됨. 또한 고수입자들 중 43%는 외출 시 라면을 선호한다고 밝혔으며, 이러한 이유는 ‘익숙한 맛’ 때문인 것으로 확인됨⁶.

해외여행 시 라면 구매

최근 중국 사람들은 해외여행 시 라면을 소지하여 출국할 뿐만 아니라, 여행국가의 현지 라면을 구매하여 귀국하는 것이 새로운 트렌드로 떠오르고 있음. 중국 여행업계 관찰 신매체(旅游行业观察新媒体)의 조사 결과에 따르면 해외 여행객 31.3%가 해외여행 시 라면을 구매하여 출국한 경험이 있으며 출국 시 소지하지 않을 경우 58.2%가 현지에서 라면을 구매할 예정이라고 밝힘. 또한 여러 국가 중 동남아, 일본 및 한국 라면을 선호한다고 전함⁷.

라면을 선호하는 이유

중국 사람들이 라면을 선호하는 가장 큰 이유는 쉽고 빠르게 섭취할 수 있기 때문임. 이로 인해 식사 시간이 부족한 학생들 및 직장인들의 구매율이 높게 나타남. 이외에도 라면의 ‘익숙한 맛’으로 인해, 여행 시 70 ~ 80년대 사람들이 라면을 구매하여 출국하는 경우가 50 ~ 70%에 이룸. 하지만 관련 업계에서는 ‘아무리 산해진미일지라도 오랜 시간 섭취하면 지겨울 것이다.’ 라는 일부 소비자의 반응을 고려한 여러 종류의 라면을 출시하고 있는 추세임⁸.

표 2.1 : 해외여행 시 라면 섭취 비중



출처: 여행업계 관찰 신매체(www.dotour.cn)

6. 중국소비사이트(www.ccn.com.cn), ‘라면은 더 이상 사랑받지 않는다? 그 이유는 정말 예상 밖이다(方便面已经不再受宠? 真相出人意料)’, 2016.10.17
 7. 여행업계 관찰 신매체(www.dotour.cn), ‘아리여행, 빅데이터를 이용해 소비를 파헤치다(阿里旅行挖财消费大数据)’, 2016.09.29
 8. 중국소비사이트(www.ccn.com.cn), ‘라면은 더 이상 사랑받지 않는다? 그 이유는 정말 예상 밖이다(方便面已经不再受宠? 真相出人意料)’, 2016.10.17

2. 제품 트렌드

중국 라면시장의 양대산맥

Kangshifu(康师傅) 회사와 Tongyi(统一企业) 회사는 중국 라면시장의 양대산맥으로 불림. Kangshifu(康师傅)회사는 1992년 설립이 후 원료에 대한 자부심으로 소비자들의 신뢰를 쌓았으며 각 지역의 성향에 따라 다양한 맛을 출시해 중국에서 큰 인기를 얻고 있음. Tongyi(统一企业) 회사는 중국에서 최초로 ‘촐차이(酸菜)⁹’ 라면을 선보였으며 이는 대중들이 선호하는 브랜드 중 하나임. ‘촐차이(酸菜) 라면’ 외에도 최근 ‘탕다런루어송탕면(汤达人罗宋汤面)’ 도 중국 사람들에게 큰 인기를 끌고 있음

삼양 불닭볶음면 인기

중국 소비자들은 새로운 맛을 추구하고 있어 매우면서도 달콤한 삼양 불닭볶음면이 중국 시장에 진출해 폭발적인 반응을 얻고 있음. 중국 라면 유통업자의 인터뷰에 따르면 최근 중국 젊은 소비자들은 매운맛 라면에 대한 수요도가 높아져 한국 라면 중 삼양 불닭볶음면의 판매량이 가장 높다고 전함

Interview Info

삼양 불닭볶음면 인기

“최근 중국 젊은 소비자들로부터 한국의 매운맛 라면에 대한 수요가 높아 삼양 불닭볶음면 제품의 판매량이 가장 높다.”

-라면 수입 및 유통업체 徐州市金轩宝商贸有限公司
담당자 Ms.Wang과의 인터뷰 中, 2017.04

“현재 중국에서는 불닭볶음면의 판매량이 높기 때문에 당사에서 라면 종류는 불닭볶음면만 취급하고 있다.”

-라면 수입 및 유통업체 上海冠臣食品有限公司
담당자 Ms.Zang과의 인터뷰 中, 2017.04

표 2.2 : 중국 라면 인기 제품

Kangshifu(康师傅)	Tongyi(统一企业)		삼양
			
Kangshifu Hongshao Niuroumian (康师傅红烧牛肉面)	Tongyi vegetable beef noodles (统一老坛酸菜牛肉面)	Tangdarenluosong Tangmian (汤达人罗宋汤面)	불닭볶음면

출처 : SinaShishang(fashion.sina.com.cn)

9. 발효되어 시큼한 맛이 나는 배추절임

3. 유통 트렌드

중국 전자상거래 소비 증가

최근 중국 전자상거래 소비 규모에 따라 해외직구도 지속적인 성장세를 기록하고 있으며 해외직구 이용자들의 제품 구매 분석 결과 약 15%의 이용자들은 주로 수입 식품을 구매하고 있는 것으로 나타남. 이외에도 해외직구 이용자들의 20% 이상은 추후 해외직구를 통해 수입식품을 구매할 것이라고 밝힌 바 있음

이로 인해 해외직구 및 구매 대행 유통이 소비자들의 수입식품 구매의 새로운 트렌드로 등장함. 2016년 중국 전자상거래를 통한 수입식품 수출입 거래 규모는 6만 3,000억 위안으로 집계되었으며 해외직구 이용자 규모는 4,100만 명을 기록함¹⁰.

표 2.3 : 중국 해외 전자상거래 규모 및 전망치¹¹.

(단위 : 만 억 위안)

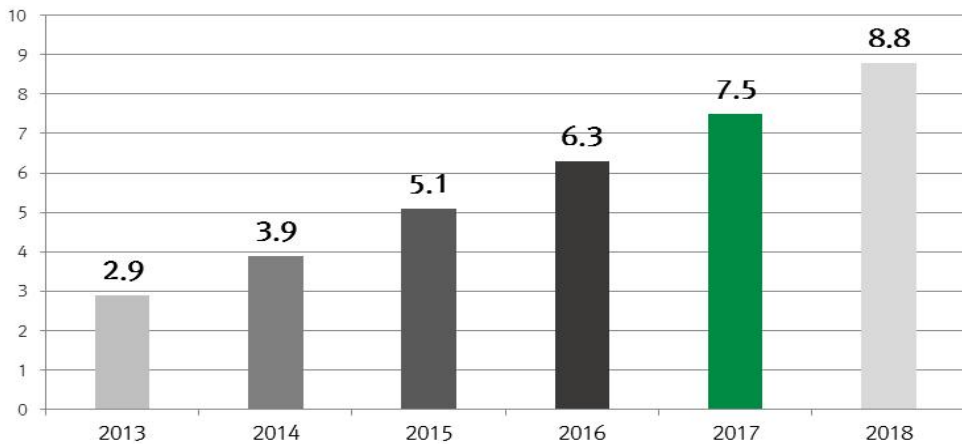
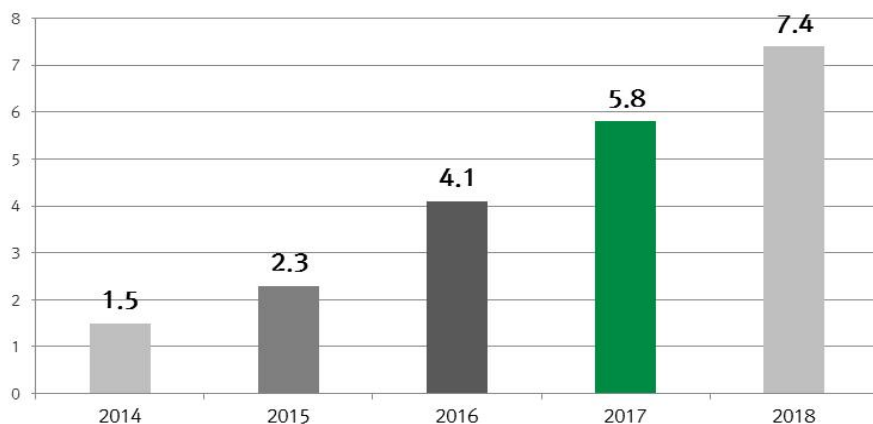


표 2.4 : 중국 해외직구 이용자 규모 및 전망치¹².

(단위 : 천만 명)



출처 : Focus on Data news(news.xinhuanet.com)

10. Focus on DataneWS, '식품안전 사각지대를 경계하라 : 수입식품도 다 안심하지 말라(警惕食品安全死角:进口食品也别都进'口)', 2017.04.24

11. 표 2.3의 2017년부터 2018년은 전망치

12. 표 2.4의 2017년부터 2018년은 전망치

4. 정책 트렌드

2016년 9월 변경된 라면 식품안전국가표준 실시

2015년 9월 22일, 국가 식약 관리 총국 및 국가 위생 위원회에서 ‘식품 안전 국가 표준 라면 (GB 17400-2015)’ 에 대해 발표하였으며 2016년 9월 22일부터 정식적으로 ‘라면 위생 표준 (GB 17400-2003)’ 으로 대체함

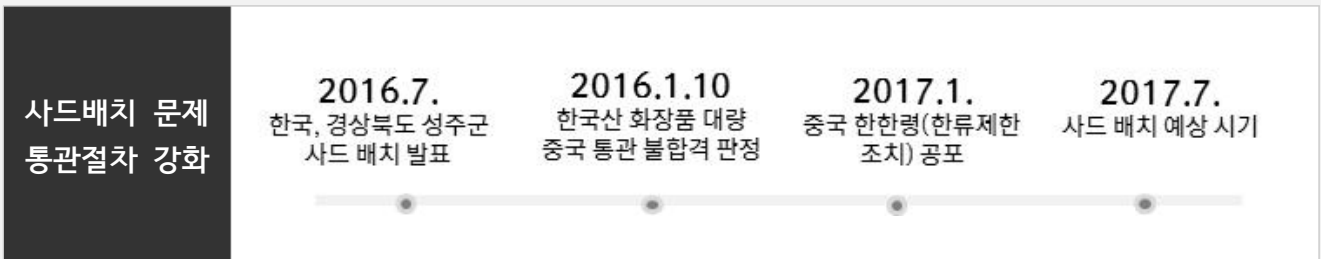
주요 변경 사항은 표준 정식 명칭, 적용 범위, 전문용어, 이화학 지표 및 미생물 지표에 대한 변경사항이 있음

중국, 사드¹³배치에 따른 통관절차 강화

2016년 중국 정부의 무역 장벽 강화로 중국 의존도가 큰 한국 기업들은 수출 감소세를 이어가고 있었으나 1월 14.4% 급감했던 중국 수출액이 2월 들어 두 자릿수(퍼센트 기준)로 반등함. 특히 라면의 경우 백화점 및 대형마트 등 유통채널이 다변화되면서 중국 1 ~ 2월 수출액이 1년 전 대비 329.4% 급증함.¹⁴ 농식품부 관계자는 ‘중국 내 라면 유통채널이 다변화되면서 대 중국 수출이 크게 늘었다.’ 고 전함¹⁵.

다만, 사드 배치와 관련한 중국 정부의 보복성 조치가 전방위적으로 확산되고 있어 한국산 식품에 대한 중국 정부의 통관·검역 심사가 전반적으로 강화되고 있음. 이로 인해 농식품부는 식품의 원료, 첨가제 및 라벨 등은 성, 자치구, 직할시의 식품약품감독관리부문에 등록해야 하며 까다로운 통관절차로 인해 수출통관거부 혹은 시간지체 되는 경우가 다수 발생하고 있어 대비가 필요함

표 2.5 : 중국 식품 정책 동향 분석



13. 사드(THAAD Terminal High Altitude Area Defense)는 고고도 미사일 방어체계로, 미국이 추진하고 있는 미사일 방어체계의 핵심요소 중 하나임

14. 이투데이, ‘사드에 발목 잡힌 농식품 수출... 업계 ‘오락가락 정책에 피해 확대’, 2017.03.09

15. 중앙일보, ‘사드 보복에도 중국 내 한국 라면 인기 ‘헐헐’ 수출 3개 급증’, 2017.03.08

Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW






※ 가격, 중량 및 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

수입산	현지산		
제품명 7 Coin Not Spicy (Thai Style Seafood Flavour)	제품명 Kangshifu Hongshao Niuroumian (康师傅红烧牛肉面)	제품명 Tongyi vegetable beef noodles (统一老坛酸菜牛肉面)	제품명 Kangshifu Xianxiayubanmian (康师傅鲜虾鱼板面)
업체명 7 Coin	업체명 Wuhan Tongyi Business Co.,Ltd. (武汉统一企业有限公司)	업체명 Kunshan Tongyi Business Co.,Ltd. (昆山统一企业有限公司)	업체명 Dingyi (杭州顶益食品有限公司)

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장		
RT-Mart	CE-Mart	Walmart
		
1823 Binhe Rd, Huqiu Qu, Suzhou Shi, Jiangsu Sheng	260 Longfanzhong Rd, Nangjing Shi, Jiangsu Sheng	58 Daqiaobei Rd, Pudong Qu, Nanjin Shi, Jiangsu Sheng

출처 : 현지방문조사(CE-Mart, RT-Mart, Walmart 2017.04)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 8개 선정

	수입산 대표제품	현지산 대표제품		
이미지				
제품명	7 Coin Not Spicy (Thai Style Seafood Flavour)	Kangshifu Hongshao Niuroumian (康师傅红烧牛肉面)	Tongyi vegetable beef noodles (统一老坛酸菜牛肉面)	Kangshifu Xianxiayubanmian (康师傅鲜虾鱼板面)
업체명	7 Coin	Wuhan Tongyi Business Co.,Ltd. (武汉统一企业有限公司)	Kunshan Tongyi Business Co.,Ltd. (昆山统一企业有限公司)	Dingyi (杭州顶益食品有限公司)

출처 : 현지방문조사(CE-Mart, RT-Mart, Walmart 2017.04)

분석 지표 설정 - 7개 항목

정량지표		정성지표	
1	용량 (g)	4	포장형태
2	가격 (원)	5	배합원료
3	유통기한 (개월)	6	제조국가
		7	보유 인증

2. 정량 분석

중국 내 유통 중인 라면 제품, 100g당 가격 평균 477원¹⁶.

중국 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 100g 당 평균 가격은 477원으로 산출됨

현지조사 결과 현지산 제품보다 수입산 제품의 평균 가격이 높게 책정되어 있으나 수입산 제품의 경우 최소 가격이 현저히 낮아 큰 가격 편차를 보이는 것으로 확인됨

그 중 7 Coin 제품의 100g 당 가격이 최고가를 형성하였는데 이는 해당 제품의 높은 브랜드 인지도와 맛에 대해 소비자들의 긍정적인 평가를 받고 있는 제품이기 때문인 것으로 사료됨

경쟁 제품의 평균 용량은 497g으로 나타났으며, 평균적으로 9개월의 유통 기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨

표 3.1 : 봉지라면 제품별 중량(100g)당 가격

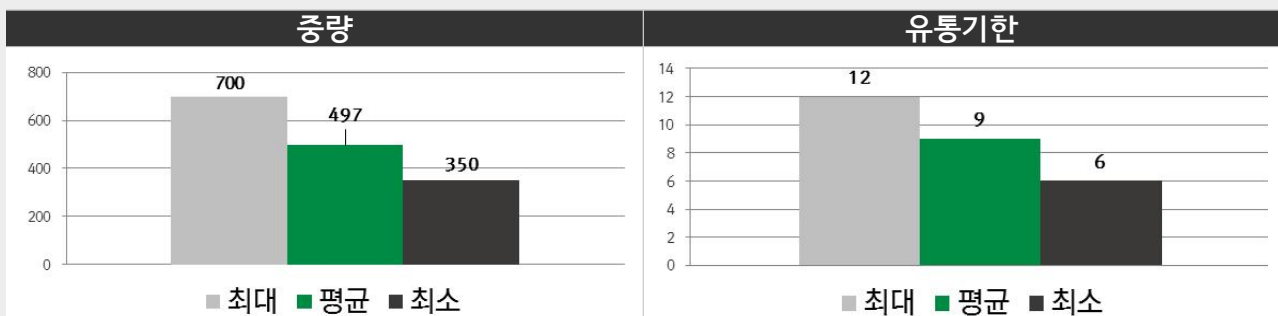
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(CE-Mart, RT Mart, Walmart 2017.04), 8개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹⁷.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(CE-Mart, RT Mart, Walmart 2017.04), 8개 제품 기준

16. 1위안(CNY) = 164.4원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.05.10)

17. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

라면 제품 포장, 모두 비닐 파우치 포장 사용

경쟁제품 8개 모든 제품의 외장재는 비닐 파우치인 것으로 나타남. 인스턴트 라면의 경우 비닐 파우치 외장재가 가장 보편적으로 쓰이고 있지만 적은 용량의 경우 내용물이 컵에 담겨있는 것도 있음

제조국가

경쟁제품 8개 중 5개 제품의 제조국가가 중국으로 나타남. 이외 3개 제품은 태국과 싱가포르에서 제조된 수입산 제품인 것으로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재)



출처 : 현지방문조사(CE-Mart, RT Mart, Walmart 2017.04), 8개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국	제조국가 비중
7 Coin Not Spicy(Thai Style Seafood Flavour)	태국	<ul style="list-style-type: none"> ■ 중국 ■ 태국 ■ 싱가포르
7 Coin Spicy(Thai Style Seafood Flavour)	태국	
Laksa La Mian	싱가포르	
Tongyi vegetable beef noodles (统一老坛酸菜牛肉面)	중국	
Gongzaimian Nirouwei 公仔面牛肉味	중국	
Suansunfei Niumian(酸笋肥牛面)	중국	
Kangshifu Xianxiayubanmian(康师傅鲜虾鱼板面)	중국	
Kangshifu Hongshao Niroumian(康师傅红烧牛肉面)	중국	

출처 : 현지방문조사(CE-Mart, RT Mart, Walmart 2017.04), 8개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

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

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	7 Coin	7 Coin
	제품명	7 Coin Not Spicy (Thai Style Seafood Flavour)	7 Coin Spicy (Thai Style Seafood Flavour)
	용량(g)	350	350
	가격 (위안)	16.9	16.9
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	소맥분, 타피오카 전분, 팜유, 식염, 설탕, 탄산칼륨, 트리폴리 탄산나트륨, 대두, 소금, 식품 첨가물 (글루탐산 카라멜 조미료, 버터 해산물 조미료 가루, 새우 가루, 마늘, 고추)	소맥분, 타피오카 전분, 팜유, 식염, 설탕, 탄산칼륨, 트리폴리 인산나트륨, 대두 소금, 식품 첨가물 (글루탐산 카라멜 조미료, 버터 해산물 조미료 가루, 새우 가루, 마늘, 고추)
유통기한 (개월)	12	12	
취급처	수입사 정보	Baitai Liangyou (深圳市柏泰粮油有限公司)	Baitai Liangyou (深圳市柏泰粮油有限公司)
	판매처인 매장	RT Mart	RT Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Prima Taste	Kunshan Tongyi Business Co.,Ltd. (昆山统一企业有限公司)
	제품명	Laksa La Mian	Tongyi vegetable beef noodles (统一老坛酸菜牛肉面)
	용량(g)	350	121
	가격 (위안)	3.7	12.5
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	소맥분, 소금, 탄산나트륨, 인산 수소이 나트륨, Laksa 향료 (물, 식물성 기름, 고추, 건조 새우, 붉은 양파, 양강근 새우 페이스트, 레몬 그래스, 흰 후추), 코코넛 가루 팩킷 (코코넛 밀크 분말, 말토 덱스트린, 카제인 나트륨, 설탕, 소금, 향료 에센스)	소맥분, 전분, 정제 된 식물성 오일, 식용 오일, 글루탐산나트륨, 탄산칼륨, 트리폴리 인산나트륨, 헥사 메타 인산 나트륨, 피로인산 나트륨, 잔탄 검, 커큐민, 주니퍼 서브 엘로우, 리보플라빈
유통기한 (개월)	10	6	
취급처	수입사 정보	Bитай Liangyou (深圳市柏泰粮油有限公司)	-
	판매처인 매장	RT Mart	CE-Mart


4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	珠海市金海岸永南食品有限公司	Wugudaochang (五谷道场食品有限公司)
	제품명	Gongzaimian Nirouwei 公仔面牛肉味	Suansunfeiniujian (酸笋肥牛面)
	용량(g)	112	118
	가격 (위안)	15.9	21.8
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	소맥분, 정제 아자유 (비타민 E), 전분, 소금, 계란, 글루텐, 식품 첨가제 (탄산칼륨, 구아 검, 황색 치자, 탄산나트륨, 인산 수소이 나트륨, 트리폴리 인산나트륨, 아스 코르 빌 팔미 테이트 에스테르, 식품 첨가제 (글루탐산 나트륨, 카라멜 색, 맛 뉴클레오티드 5'- 디 나트륨, 나트륨 속시 네이트, 실리카, 홍국 적색) 크리머	소맥분, 곡물 가루 라운드 염, 식품 첨가제 (식초 끓인 전분 에스테르, 인지질, 탄산나트륨, 인산나트륨, 트리폴리 인산, 헥사 메타 인산 나트륨, 커 들란, 구아 검, 지양 황, 치자 황색, 리보플라빈). 롤빵 분말 : 소금, MSG, 향료 (조사), 호구 (식용 콩 곡물, 소금, 음식 맛, 글루탐산 나트륨), 탈수 골파 (조사), 말토 덱스트린
유통기한 (개월)	9	9	
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Walmart	Walmart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Dingyi (杭州顶益食品有限公司)	Wuhan Tongyi Business Co.,Ltd. (武汉统一企业有限公司)
	제품명	Kangshifu Xianxiayubanmian (康师傅鲜虾鱼板面)	Kangshifu Hongshao Niuroumian (康师傅红烧牛肉面)
	용량(g)	95	100
	가격 (위안)	11.2	10.9
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	소맥분, 곡물 가루 라운드 염, 식품 첨가제 (식초 끓인 전분 에스테르, 인지질, 탄산나트륨, 인산나트륨, 트리폴리 인산, 헥사 메타 인산 나트륨, 커 들란, 구아 검, 지앙 황, 치자 황색, 리보플라빈). 롤빵 분말 : 소금, MSG, 향료 (조사), 호구 (식용 콩 곡물, 소금, 음식 맛, 글루탐산 나트륨), 탈수 골파 (조사), 말토 덱스트린	소맥분, 전분, 정제 된 식물성 오일, 식용 오일, 글루탐산 나트륨, 탄산칼륨, 트리폴리 인산나트륨, 헥사메타 인산나트륨, 피로인산 나트륨, 잔탄 검, 커큐민, 주니퍼 서브 엘로우, 리보플라빈
	유통기한 (개월)	6	6
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	walmart	CE-Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	상하이 농심식품유한회사	상하이 농심식품유한회사
	제품명	김치라면 (辣白菜拉面)	안성탕면 (石锅牛肉拉面)
	용량(g)	117	111
	가격 (위안)	7.5	6.2
	포장형태	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)
	원료	소맥분, 식물성 전분, 초산 전분, 염, 탄산칼륨, 식물성 맛 소스 (맥아 물엿, 양파, 마늘), 탄산나트륨, 푸 안정제 (헥사메타인산 나트륨, 삼량 착용 인산나트륨, 인산이 수소 나트륨, 피로 인산나트륨), 향산화 화합물 (폴리 글리세린 지방산 에스테르, 글리세린 모노 지방산 에스테르, 폴리페놀, 시트르산), 소금	소맥분, 전분, 아세트산 염, 칼륨, 나트륨, 및 술폰산, 착체 안정화제 (헥사메타인산 나트륨, 트리폴리 인산나트륨, 인산이 수소 나트륨, 피로 인산나트륨), 향산화 복잡한 (폴리 글리세린 지방산 에스테르, 모노 지방산 에스테르, 폴리페놀, 시트르산, 글리세린)
	유통기한 (개월)	6	6
취급처	수입사 정보	상하이 농심식품유한회사	상하이 농심식품유한회사
	판매확인 매장	Walmart	CE-Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	상하이 농심식품유한회사	상하이 농심식품유한회사
	제품명	신라면(辛拉面)	튀김 우동(天麸罗乌冬面)
	용량(g)	114	111
	가격(위안)	6.5	7.9
	포장형태	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)	뚜껑 : 폴리에틸렌 용기 : 폴리에틸렌(내면) + 종이(외면)
	원료	소맥분, 식물성 전분, 초산 전분, 소금, 야채 맛 소스 (맥아 물엿, 양파, 마늘), 탄산칼륨, 푸 페이 안정제 (흙 핵사, 트리폴리 인산나트륨, 인산이 수소 나트륨, 피로인산 나트륨), 향산화 화합물 (폴리 글리세린 지방산 에스테르, 모노 지방산 에스테르, 폴리페놀, 시트르산), 복소 유화제 (식물성 오일, 변성 대두 레시틴, 폴리 글리세린 지방산 에스테르), 글리세린, 핵 레티노 산	소맥분, 전분, 아세트산 염, 칼륨, 나트륨, 및 숄폰산, 착체 안정화제 (핵사 메타 인산 나트륨, 트리폴리 인산나트륨, 인산이 수소 나트륨, 피로인산 나트륨), 향산화 복잡한 (폴리 글리세린 지방산 에스테르, 모노 지방산 에스테르, 폴리페놀, 시트르산, 글리세린)
	유통기한(개월)	6	6
취급처	수입사 정보	상하이 농심식품유한회사	상하이 농심식품유한회사
	판매확인 매장	CE-Mart	CE-Mart

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		농심	Kangshifu (康師傅控股有限公司)	Tongyi (統一企業)
		한국	중국	대만
기업 개요	설립년도	1965년	1992년	1967년
	매출액	2조 1,816억원 (2015년)	12조 3,425억 800만원 ^{18.} (2013년)	15조 4,432억 7,900만원 ^{19.} (2016년)
	직원수	4,916명 (2015년)	80,541명 (2013년)	188,931명 (2016년)
	취급품목	면, 스낵, 음료 등	면, 음료, 스낵 등	면, 음료 등
제품 정보				
		면류	면류	면류
제품 정보				
		스낵류	스낵류	음료류
홍보 전략	홍보 채널 캐치 프레 이즈	· 주부 및 대학생 서포터즈	· 온·오프라인 매장 확보	· 온라인 홍보
		· 좋은 원료, 좋은 맛	· 온가족이 즐겨 먹는 음식	· 제품의 전통을 강조

18. 1달러(USD) = 1,128.2원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.05.10)

19. 1대만달러(TWD) = 37.4원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.05.10)

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 시장 점유율 상위 기업 Global Data 활용

- 2015년 기준, 중국 내 인스턴트 면 시장 기업별 점유율 조사(2015년 기준)
- Kangshifu(康師傅控股有限公司)(1위)
- Tongyi(統一企業)(2위)
- 농심(12위)

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 라면(方便面, 拉面)
- 온라인 쇼핑몰 분석
- Taobao(world.taobao.com)
- Jingdong(www.jd.com)
- Alibaba(www.1688.com)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 중국 현지 하이퍼마켓, 대형마트 방문
- CE-Mart, RT Mart, Walmart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01 (시장 점유율)
 + 방법론 02.(온라인 조사)
 + 방법론 03 (오프라인 방문 조사)
 한국, 중국, 대만 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

한국	중국	대만
		
· 시장 점유율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <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

농심 정보

- 대표 전화: 080-023-5181
- 주소 : 서울특별시 동작구 신대방2동 여의대방로 112

출처 : 농심(www.nongshim.co.kr)

한국 기업 분석 : 농심

중국 현지 매장 CE-Mart 및 Walmart를 방문한 결과 신라면, 튀김우동 및 김치라면 등 농심라면 제품이 다수 확인됨. 농심은 라면뿐만 아니라 스낵 및 음료도 판매하고 있어 현재 중국에서 높은 점유율을 차지하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1965년
- ② 매출액 2조 1,816억 원(2015년)
- ③ 직원수 4,916명(2015년)
- ④ 취급품목 라면 스낵, 음료, 냉동식품 등



출처 : Wikipedia(zh.wikipedia.org/wiki)

[면류 제품 정보]

컵라면	봉지라면	기타

출처 : Taobao(world.taobao.com)

[홍보 전략]

홍보채널	캐치프레이즈
<p>“ 주부 및 대학생 서포터즈 ”</p> <p>주부모니터</p> <ul style="list-style-type: none"> · 홍보채널 · 제품 및 맛(맛) (비평가의 맛을 4.0~5.0) · 소비자 만족도 · 소비자 충성도 <p>대학생서포터즈</p> <p>Fun+Supporters</p> <p>9기 펀스터즈</p> <p>2016 대학생 인기 있는 서포터즈 활동</p> <p>정기적으로 대학생 서포터즈를 선발하여 트렌드 조사 및 제품브랜드 홍보활동 진행</p>	<p>“ 좋은 원료, 좋은 맛 ”</p> <p>好原料 好味道</p> <p>空心粉第一標準, 原料才有好味道</p> <p>【精选小麦】:</p> <p>空心采用的小麦, 籽实饱满, 蛋白含量高, 口感比较劲道</p> <p>【榨糊油】:</p> <p>空心采用的是从榨糊的果实中提炼出来的植物性食用油——糊精油。</p> <p>【新鲜蔬菜】:</p> <p>采用新鲜蔬菜, 直接清洗、焯熟、脱水装包。</p> <p>원료 하나하나 좋은 재료로 사용하고 있어 맛있는 제품을 생산하고 있는 것을 강조</p>

출처 : 농심(www.nongshim.com), Taobao(world.taobao.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

Kangshifu 정보

- 대표 전화: +86-022-6686-8888
- 업태: 생산 및 유통
- 소재지: 텐진(天津)

출처 : Kangshifu
(www.masterkong.com.cn)

중국 기업 분석 : Kangshifu

Global Data 통계에 따르면 Kangshifu 회사의 면류 제품은 중국에서 1위를 차지하고 있는 것으로 확인됨. 1992년 설립되어 2013년 12조의 매출액을 기록함. Kangshifu의 대표적인 라면은 Hongshao Niuroumian이며 출시 이후 꾸준한 판매량을 이어가고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1992년
② 매출액	12조 3,425억 800만원(2013년)
③ 직원수	80,541명(2013년)
④ 취급품목	면, 음료, 스낵 등



출처 : Kangshifu(www.masterkong.com.cn)

[면류 제품 정보]

라면	봉지라면스낵	기타

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

[홍보 전략]

홍보채널	캐치프레이즈
<p>“ 온·오프라인 매장 확보 ”</p>	<p>“ 온가족이 즐겨 먹을 수 있음을 강조 ”</p>
<p>제품 종류도 다양하며, 출시 후 전국 오프라인 매장에 납품 및 온라인 유통 진행하여 소비자들이 쉽게 접근할 수 있음</p>	<p>這就是全家愛吃的貼心家常味兒!</p> <p>다양한 맛과, 고품질 재료로 온가족이 즐겨 먹을 수 있음을 강조</p>

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

2. 경쟁사별 현황파악

Tongyi 정보

- 대표 전화: +886-6-253-2121
- 업태: 생산, 제조 및 유통
- 소재지: 대만

출처: Tongyi(www.uni-president.com.tw)

대만 기업 분석 : Tongyi

대만 Tongyi 기업은 1967년 설립되어 경쟁사 중 가장 오래된 기업임. 해당 기업은 중국 사람들의 성향을 파악하여 신메뉴 개발 및 특허를 보유하고 있어 소비자들의 큰 인기를 얻고 있음. 또한 온·오프라인 구분 없이 다양하게 유통되고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1967년
② 매출액	15조 4,432억 7,900만원(2016년)
③ 직원수	188,931명(2016년)
④ 취급품목	면, 음료 등



[면류 제품 정보]

컵라면	봉지라면	기타
		

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
“ 특허 보유 강조 ”	“ 제품의 전통을 강조 ”
 <p>온라인 판매 시 특허 증명서를 첨부하여 새로운 맛을 추구하는 사람에게 홍보 진행</p>	 <p>라면에 사용되는 재료를 전통성을 강조함</p>

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

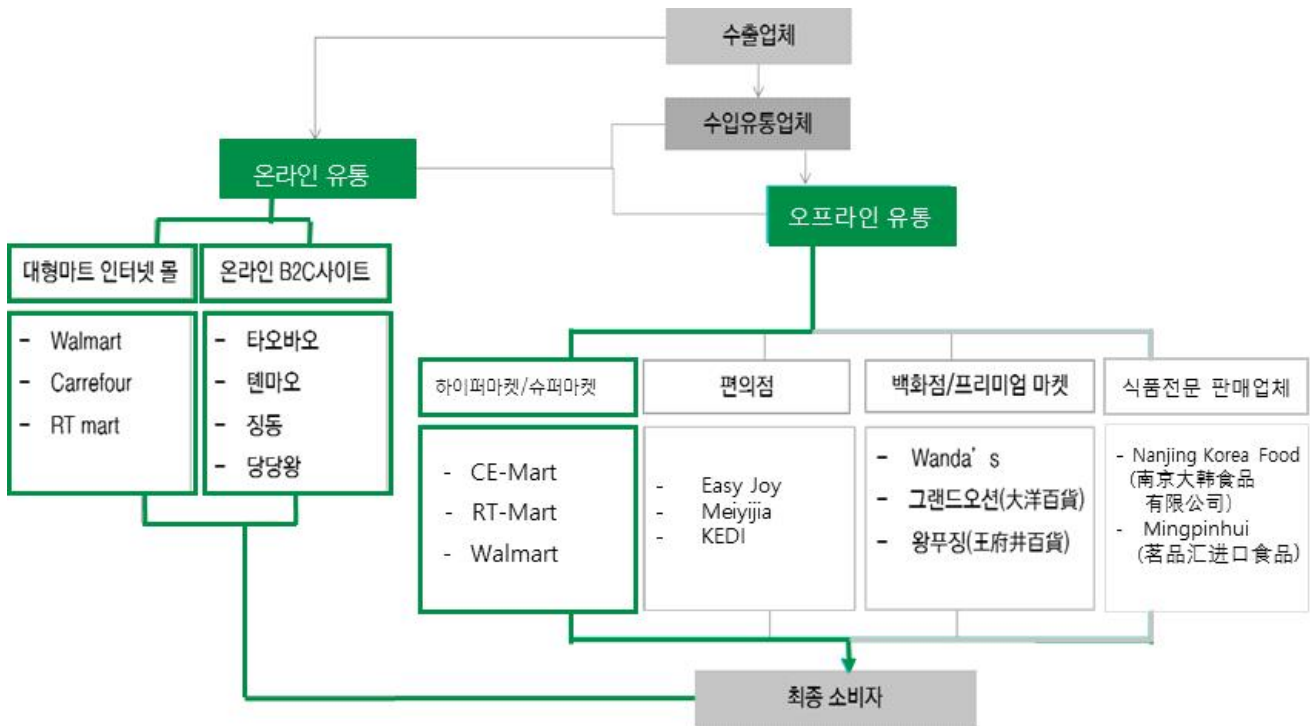
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

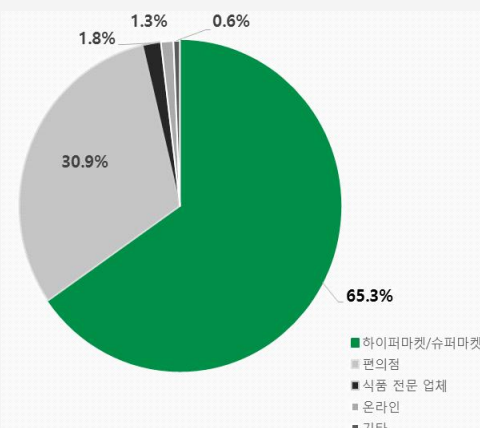
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- 하이퍼마켓/슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~ 2,300㎡ 이상
- 편의점 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- 식음료 전문 업체: 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점
- 온라인 : 해외직구, 온라인 쇼핑물
- 기타 : 드럭스토어, 재래시장, 기타 일반 소매점을 포함

출처 : Global Data, 'Pasta&Noodles(2015)' 유통채널 기준

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 중국의 유통채널 하이퍼마켓·슈퍼마켓 1위

2015년 기준 Global Data에 따르면 ‘Pasta&Noodles’ 품목의 유통 채널 점유율 중 중국 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 유통점유율이 전체 유통채널에서 65.3%를 차지하고 있음. 중국 내 파스타 및 면 품목의 주요 유통채널인 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 최근 이윤을 높이고자 중국 내 PB 상품 투자를 늘리고 있음. 또한 다양한 소비자의 수요를 만족시킬 수 있도록 국내산뿐만 아니라 수입산 제품도 취급 비중이 높아지고 있는 추세임

ROUTE #2. 온라인 유통채널

: 급성장 중인 중국의 온라인 유통채널

최근 중국 내 유통 인프라가 발전하면서 온라인 쇼핑물을 통해 수입 식품 구매자가 전국적으로 확대되고 있음. 소비자들이 선호하는 이유는 온라인 유통의 장점인 오프라인 매장보다 저렴하게 판매되고 쉽게 접근 할 수 있기 때문임

2016년 중국 전자상거래를 통한 수입식품 수출입 거래 규모는 6만 3,000억 위안을 기록하였으며 해외 직구 이용자의 거래 규모는 4,100만 명으로 집계됨.²⁰ 이로 인해 다양한 라면 종류를 중국으로 수출할 경우 위험부담이 적고 이용자가 많은 온라인 채널로 진행하는 것을 추천하는 바임

ROUTE #3. 식품 전문 업체

: 식품 전문 업체 과반수가 수입산 제품

식품 전문 업체는 타 유통채널에 비해 수입 식품 비중이 높아 전체 취급 제품 중 50 ~ 80%가²¹ 수입산 제품으로 확인됨. 이러한 특성으로 해당 업체는 주로 외국인 거주자가 많은 특정 지역에 분포되어 있음. 그러나 식품 전문 업체는 타 유통채널보다 비교적 작은 규모로 운영되고 있음

20. Focus on Datanews, ‘식품안전 사각지대를 경계하라 : 수입식품도 다 안심하지 말라(警惕食品安全死角: 进口食品也别都进“口”’, 2017.04.24

21. EU SME Center, ‘The Food & Beverage Market in China’, 2015

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준 중국 Pasta&Noodles 품목의 유통 채널 시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 65.3%, 편의점 30.9%, 식품 전문 업체 1.8%, 온라인 1.3%를 차지함. 중국 Pasta&Noodles의 2013년부터 2015년까지 유통채널 성장률은 하이퍼마켓·슈퍼마켓 12.4%, 식품 전문 업체 13.2%, 온라인이 13.1%를 기록함

제품 컨셉

최근 중국 내 온라인 유통이 발달되어 해외직구 이용자들이 지속적으로 증가되고 있는 추세임. 또한 중국 소비자들의 소비 수준이 상승되면서 수입 식품에 대해 관심이 높아졌으며 이에 따라 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 해당 요구를 충족하기 위해 수입 식품관을 별도로 운영하고 있음

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 슈퍼마켓·하이퍼마켓에서 한국산 및 수입산의 라면을 취급하고 있었으나 종류가 다양하지 않아 선택의 폭이 적은 것으로 확인됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

유통채널	지표		세부 내용	적합	부적합	
	 슈퍼마켓/하이퍼마켓	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권 (2위 이내)	[적합]	[부적합]
시장 성장률			2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장			
2. 제품적합성		제품컨셉일치도	수입식품 취급여부	[적합]	[부적합]	
3. 진출가능성		한국제품취급여부	한국산 라면 취급 유무	[적합]	[부적합]	
 온라인		1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권 (2위 이내)	[적합]	[부적합]
			시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	[적합]	[부적합]
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 취급여부	[적합]	[부적합]	
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 라면 취급 유무	[적합]	[부적합]	
	 식품 전문 업체	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권 (2위 이내)	[적합]	[부적합]
			시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	[적합]	[부적합]
2. 제품적합성		제품컨셉일치도	수입식품 취급여부	[적합]	[부적합]	
3. 진출가능성		한국제품취급여부	한국산 라면 취급 유무	[적합]	[부적합]	

1. 추천 진출 경로

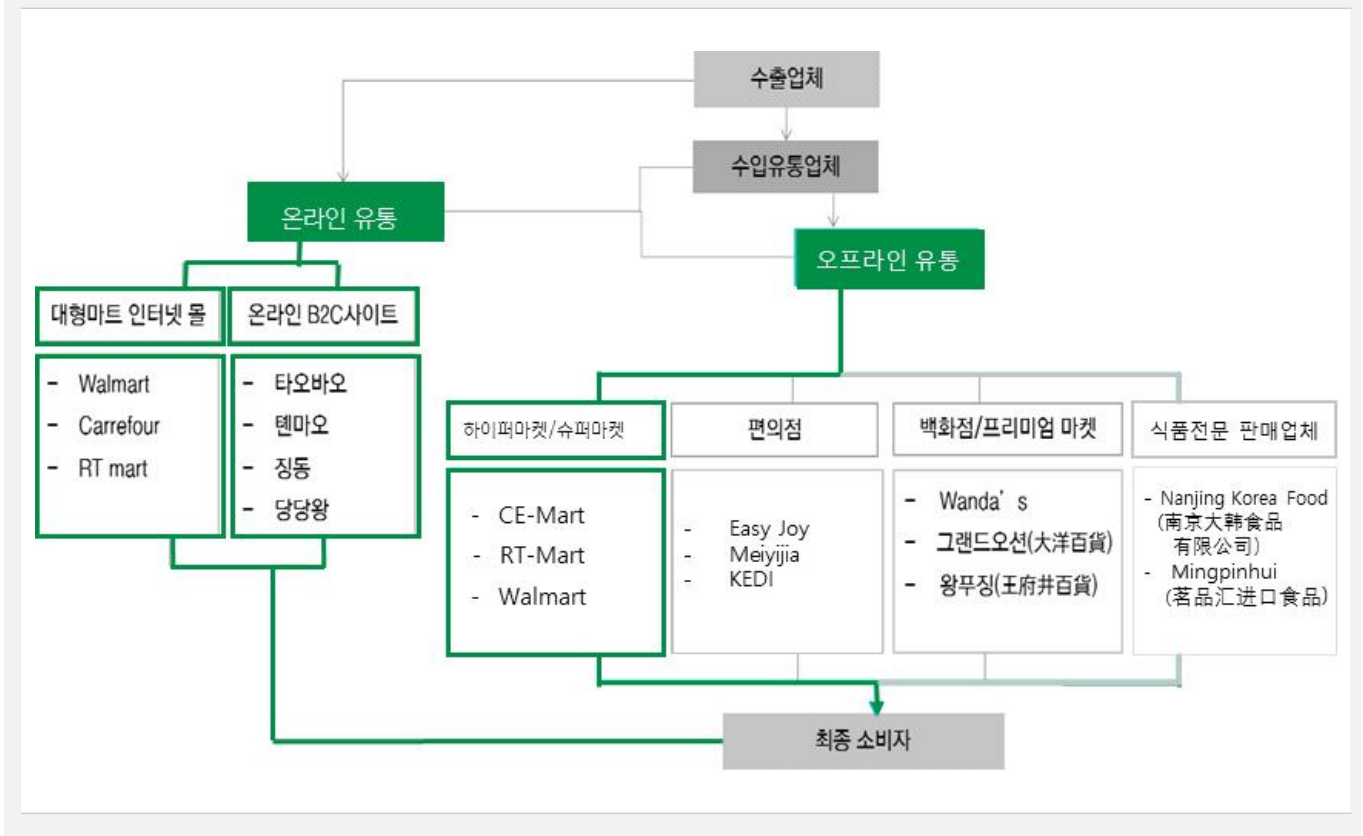
슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

2015년 Global Data의 Pasta&Noodles 품목의 유통채널 분석 결과 참여 기업이 진출하기에 최적의 유통채널은 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓으로 분석됨

중국 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 글로벌 하이퍼마켓(Walmart, Carrefour 등)과 로컬 슈퍼마켓으로 구성되어 있음. 수입 식품의 경우 로컬 슈퍼마켓 보다는 글로벌 하이퍼마켓에서 선호되고 있으며 한국산 제품 취급비율도 높은 편임. 또한, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 2013년부터 2015년의 연평균 성장률은 10.6%를 기록하며 향후 전망도 밝을 것으로 보임

그러나 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 경우 저가 제품을 선호하는 경향이 있으며 수입산 제품 진출 시 전문 벤더 또는 품목별 전문 공급상이 필요하기 때문에 다른 유통채널 대비 상대적으로 입점 난이도가 높은 편임

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 수입 식품 취급
바이어, 라면 제조업체, 수입업체,
유통업체 대상 인터뷰 진행
(2017년 4월)

- 라면 제조업체
- 라면 유통업체
- 라면 수입업체

Q1. 현재 취급하고 있는 제품은?

“현재 당사에서는 한국산 가공식품을 취급 중이며, 라면 제품의 경우 판매량이 가장 좋은 불닭볶음면만 취급하고 있다.”

- 수입식품 유통업체 上海冠臣食品有限公司
대표자 Ms. Zheng과의 인터뷰 中, 2017.04

“주로 한국 오리온, 농심, 해태 등과 같은 유명브랜드인 식품 및 생활용품을 취급하고 있으며, 제품 중 신라면과 불닭볶음면의 판매량이 높다.”

- 식품 유통업체 威海好吃哥贸易
담당자 Mr. Jiang과의 인터뷰 中, 2017.04

Q2. 제품의 주요 납품처는 어디인가?

“소비자들은 주로 10대에서 30대이기 때문에 주로 슈퍼 및 온라인으로 납품하고 있다.”

- 식품 유통업체 徐州市金轩宝商贸有限公司
담당자 Ms. Wang과의 인터뷰 中, 2017.04

“중국 내 소비자들은 제품의 브랜드 혹은 트렌드에 따라 구매하고 있어 주로 온라인 및 마트에 납품하고 있다.”

- 식품 수입 및 유통업체 环翠区日润商店
담당자 Mr. Deng과의 인터뷰 中, 2017.04



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Carrfour	RT Mart	Walmart
		하이퍼마켓[프랑스]	하이퍼마켓[대만]	하이퍼마켓[미국]
유통업체 개요	설립년도	1959년	1996년	1962년
	매장 소재 국가 수	30개국	-	28개국
	연매출	9,343억 459만 달러 ^{22.}	130억 479만 달러 ^{23.}	4,859억 달러
	직원 수	36만 명	-	230만 명
	점포 수	11,935개(2016년)	367개(2017년)	11,695개(2016년)
	취급품목	식품 및 음주류, 생활용품	면, 스낵류, 음료, 의류 등	면, 식품 및 생활용품, 의류 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 최고의 품질 추구 - 슬로건을 지키기 위해 6가지 원칙을 고수하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 대형유통매장의 편의점 - RT-Mart는 고객편의 증진을 위해 유통망을 확장하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · Jet.com 인수로 온라인 시장 공략 - Jet.com 인수로 오프라인에서 온라인 쇼핑몰로 확대 전략
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 고객별 회원카드 - 기업·개인 고객별 별도의 혜택을 가진 회원카드 	<ul style="list-style-type: none"> · 5월은 할인의 달 - 어머니의 날, 노동절, 먹거리의날 등을 맞이하여 다양한 할인 행사를 진행하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 수입제품, 한눈에 확인 - 봄 맞이 특가 행사 진행 및 수입식품 코너 추가

22. 1유로(EUR) = 1.09달러(USD) (KEB하나은행 고시기준, 2017.04.26)

23. 1위안(CNY) = 0.15달러(USD) (KEB하나은행 고시기준, 2017.04.26.), RT-Mart 전세계 매출액이 확인되지 않아, 중국 지역의 RT-Mart 매출액으로 기재

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Carrefour

Carrefour는 현재 전 세계 30개 이상 국가에서 약 12,000개의 점포를 운영하고 있으며 세계 최대 유통업체 중 하나로 프랑스에 본사를 두고 있음. Carrefour는 세계 2위 유통업체인 만큼 기업의 사회적 도의에 민감하여 협력업체도 국제수준의 사회적 책임을 질 수 있도록 다방면으로 지원하고 있음

표 6.1 : Carrefour 매장 정보

기업 정보	컨셉	사회적 책임을 지는 세계 대형유통업체의 2인자
	주소	Szitic Square No. 69, Nonglin Road Shenzhen, Guangdong, 518000
	전화	+86-21-3878-4500
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경	 	
매장 이슈	<p>항상 소비자들을 위해 가격대비 최고품질을 추구</p> <p>Carrefour는 슬로건인 'Quality at the best value for money'를 지키기 위해 다음과 같이 6가지 원칙을 고수하고 있음. 1) 최대한 많은 고객의 요구를 충족 시킨다. 2) 고객의 신임을 유지하기 위해 제품 품질과 타협하지 않는다. 3) 고객의 구매 욕구를 불러일으킬 수 있는 제품전시 및 가격산정을 목표로 한다. 4) 기업의 사회적 책임을 중시한다. 5) 매일 타사대비 가장 저렴한 가격으로 좋은 물건을 판매한다. 6) 각 소재지·국가의 경제에 기여하기 위해, 매장 소재지의 제품 판매를 촉진한다.</p>	
프로모션 전략	<p>기념일 맞이하여 특별 세일</p> <p>중국 Carrefour는 기념일에 맞춰 관련 품목 특별세일을 진행함. 4월 25일부터 5월 18일까지 수입식품, 어버이날 등을 기념하며 할인 프로모션을 진행하고 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Carrefour(www.carrefour.com.cn)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

RT-Mart



RT-Mart는 1996년 대만에서 설립된 종합 대형유통매장으로 프랑스 기업인 Auchan과 합작 투자하여 설립되었음. 모기업은 대만에서 직물 공장을 운영하던 Runtai Group으로 1990년대 대만의 직물 공장 실적이 부진해지면서 새로운 먹거리로 유통업을 시작한 것이 RT-Mart의 시초임. 1996년 대만에서 첫 매장을 개점한 것을 시작으로 1997년 상해에서 Shanghai RT-Mart Co., Ltd.를 설립하여 중국 시장 공략에 나섰고, 20년이 지난 지금 중국에서 367개의 매장을 운영하고 있음

표 6.2 : RT-Mart 매장 정보

기업 정보	컨셉	신선함·저렴함·적합성·편리성을 고루 갖춘 마트
	주소	1823 Binhe Rd, Huqiu Qu, Suzhou Shi, Jiangsu Sheng, 중국 215000
	전화	+86-0800-010-020
주요 판매품목		면, 스낵류, 음료, 의류 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>대형유통매장의 편의점 = 고객편의 증진 기능</p> <p>RT-Mart는 '희사다(喜士多) 편의점'을 통해 유통망의 확장 및 고객편의 증진에 노력을 기울이고 있음. 최근 대형 유통매장은 물론, Tmall같은 온라인 쇼핑몰에서 온라인으로 구매한 물건을 가까운 매장에서 찾을 수 있는 '셀프픽업(Self-Pick Up)' 서비스를 제공하고 있음. RT-Mart는 매장에서는 물론 고객의 자택과 가까운 자사 편의점에서 물건을 찾을 수 있는 서비스를 제공하여 고객편의 증진을 꾀하고 있음</p>
프로모션 전략		<p>5월은 할인의 달</p> <p>RT-Mart는 어머니의 날, 노동절, 5.17 먹거리의 날 등을 맞아 다양한 할인 행사를 진행하고 있으며, 특히 수입식품들을 위주로 다양한 프로모션이 진행 중임. 5월 2일부터 16일까지 어머니 날, 5월 9일부터 19일까지는 5.17 먹거리의 날 기념으로 지정된 수입식품 중에서 199위안 구매 시 100위안을 할인해주는 이벤트를 진행하고 있음</p>
제품 판매현황		 

출처 : 현지방문조사(RT-Mart, 2017.04), RT-Mart(www.rt-mart.com.cn)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Walmart

1962년 미국에서 설립되었으며 1996년에 중국 심천으로 첫 진출함. 현재 중국에 소재한 Walmart 매장은 402개로 10만 명 이상의 종업원을 고용하고 있음. Walmart 중국 홈페이지에 따르면 7,000개 이상의 업체들과 협력관계를 맺고 물건을 공급받고 있으며 이 중 95%의 업체는 중국 현지기업임. 2015년에서 2017년까지 중국 내 115개 매장 개점을 목표로 하고 있으며 이를 통해 3만개 이상의 일자리를 창출할 예정임

표 6.3 : Walmart 매장 정보

기업 정보	컨셉	공급상까지 엄격하게 관리하는 안전먹거리 제공 마트
	주소	Szitic Square No. 69, Nonglin Road Shenzhen, Guangdong, 518000
	전화	+86-755-2151-2288
주요 판매품목		과일, 식품 및 생활용품, 과일, 의류
매장 전경		 
매장 이슈		<p>월마트, Jet.com 인수로 온라인 시장 공략</p> <p>중국의 금융 및 기업에 대한 정보를 게시하는 금투망(金投网)에서 월마트는 최근 중국에서 11개 매장을 닫는 등 어려운 한해를 보내고 있음. 그러나 최근 Jet.com을 인수하며 새로운 시장공략에 도전하고 있다고 봉황망(凤凰网)이 전함. 특히 Jet.com에서 팔릴 물건들을 미리 경험해 볼 수 있는 숍을 운영하고 있으며, 이는 오프라인 쇼핑을 즐기는 고객들을 자연스럽게 온라인 쇼핑물에 관심을 가지게 하는 방법인 것으로 사료됨</p>
프로모션 전략		<p>수입제품, 한눈에 확인가능</p> <p>중국 월마트는 현재 봄맞이 특가 할인 행사를 진행 중에 있으며, 그와 동시에 수입 식품 코너를 별도로 운영하고 있음. 중국 마케팅 전문 컨설팅 업체인 SAMPi의 China Expat Population: Stats and Graphs에 따르면 2016년 중국 지역별로 최소 약 2만 4천명에서 최대 약 23만 5천명까지 외국인들이 거주하고 있어, 중국인들은 물론 중국에 거주하고 있는 외국인들을 매료하기 위함으로 사료됨</p>
제품 판매현황		 

출처 : 현지방문조사(Walmart, 2017.04), Walmart(www.wal-martchia.com)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

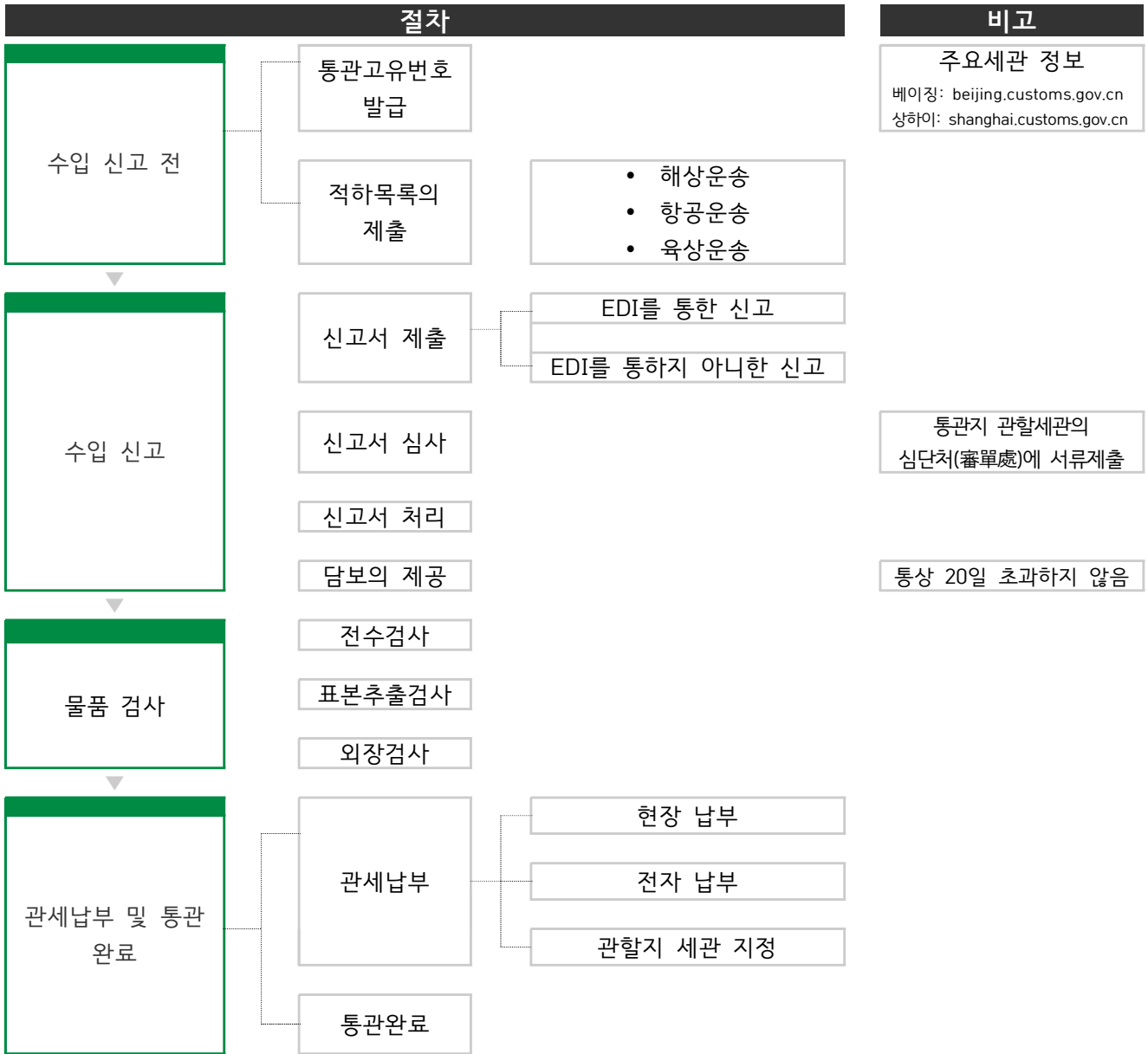
※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

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

통관 및 검역절차 OVERVIEW

중국 통관 검역 절차도



통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
수입 신고 전	- 적하목록을 사전에 제출하지 아니하는 경우 양하금지 조치 - 최초의 위반에 대하여 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대하여 벌금 10,000달러 부과
수입 신고	- 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 의무 - 신고의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부
물품 검사	- 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자 부담 - 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담
관세 납부 및 통관완료	- 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부가 원칙

출처 : TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 중국 관세율 정보

한중 FTA 협정 관세율이 적용되어 **12.7%**가 부과되고 있음

HS CODE	품명	관세율		
		기본	아태협정 세율	FTA
1902	조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없는 파스타			
1902.30.10	조리된 쌀 베르미첼리	15%		10.5%
1902.30.30	인스턴트 면류	15%	13.1%	12.7%

중국 부가가치세 정보

중국에서 HS CODE 1902류의 경우 증치세 **17%**가 부과되고 있음

중국 FTA 세율 정보

양허유형 '20'에 해당되어 **2034년**에 이르러 완전 철폐됨

TIP_제품 관세율 확인법

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

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

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

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

1. 통관 및 검역절차

해외통관 애로사항 문의처

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

중국 수출 전 준비사항

식품 수출을 준비하는 한국 기업은 중국으로 수출하기 위해 위생관리증명서, 원산지 증명서 및 제품 등록 여부 등의 자료 준비가 필요함. 기업의 중국 현지 지사 혹은 대리상을 통해 수입관련 절차를 진행할 수 있으나 만약 수입권한이 없을 경우 제 3자의 통관대리기업을 통해 진행 할 수 있음

수출상(대리상, 해당 기업 중국지사 및 수출대행기업)은 우선 상품 검사관리국에 수출과 관련한 신청서를 접수해야 하며, 신청서 접수에 필요한 서류는 수입상 등록 신청서·상공업 허가증·법정대리인 신분증명·대외무역 담당자 신분확인증 등의 원본 및 복사본, 기업안전관리제도 자료, 판매지점 또는 자료, 2년 내 수입·가공·판매한 식품에 대한 상세 설명 등이 포함되어있어야 함

또한 신청서 접수를 완료 후 접수번호를 부여 받아야 라벨 신청과 관련된 다음 절차를 밟을 수 있음

표 7.1 : 중문 라벨 심의 기관 정보

라벨심의기관	홈페이지	연락처 / 메일주소
중국검험인증유한공사	www.ccickorea.com	02-6393-5800
상해검험검역국위생감독처	www.shciq.gov.cn	shciqweb@shciq.gov.cn
광둥검험검역국위생감독처	www.gdcic.gov.cn	-
북경검험검역국식품검험감독처	www.bjciq.gov.cn	+86-10-5861-9900

Interview Info

“제품 성분이 중국 국가 표준에 부합해야하기 때문에 수출 시 통관대행사를 통해 제품 성분 수입 가능 여부를 확인하는 것을 추천한다.”

- 중국 상하이 수출통관대행사 上海卓鷹进出口有限公司
 Mr. Qian과의 인터뷰 中, 2017.04

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 수입신고 전

수입자는 수입신고 전 필수적으로 중국 세관으로부터 통관고유번호를 발급받아 수입 혹은 통관고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함. 적하목록의 제출방법은 총 세 가지이며 해상운송, 항공운송, 육상운송이 있음. 만약 적하목록을 제출하지 않은 경우 입국 신고절차의 수행을 일시 중지 혹은 세관에서 화물 반송 명령할 수도 있음

Step 02. 수입 신고

통관고유번호를 발급받은 수입자는 EDI를 통한 신고 혹은 EDI를 통하지 아니한 신고를 통해 관련증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출해야 함. 또한, 수입자는 수입 물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고를 반드시 해야 하며, 신고의 무기간을 경과할 경우 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부를 해야 함. 이외에도, 세관은 상황에 따라 화폐, 어음, 보증서 등 납부해야 할 세액에 상응하는 담보의 제공을 요구할 수 있음

Step 03. 물품 검사

물품의 검사가 생략된 경우를 제외하고는 관할세관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것이 원칙이며, 검사는 세관이 정한 시간에 전수 검사, 표본추출검사 및 외장검사를 통해 세관관리 및 감독구역 내에서 진행 함

세관관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사 비용을 부담 하지 않지만, 검사로 인해 발생하는 화물의 개봉, 재포장 및 이동 비용은 수입자 부담이 필요함

표 7.2 중국 수입식품 통관 서류

- | | |
|--|--|
| - 서명된 상업송장 (Signed Invoice) | - 소포명세서 (우편운송의 경우) |
| - 포장명세서 (Packing list) | - 화물수취증 (육상운송의 경우) |
| - 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill) | - 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스 (동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) |
| - 운송보험서류 | - 기타 세관이 필요시 요구하는 서류 |

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

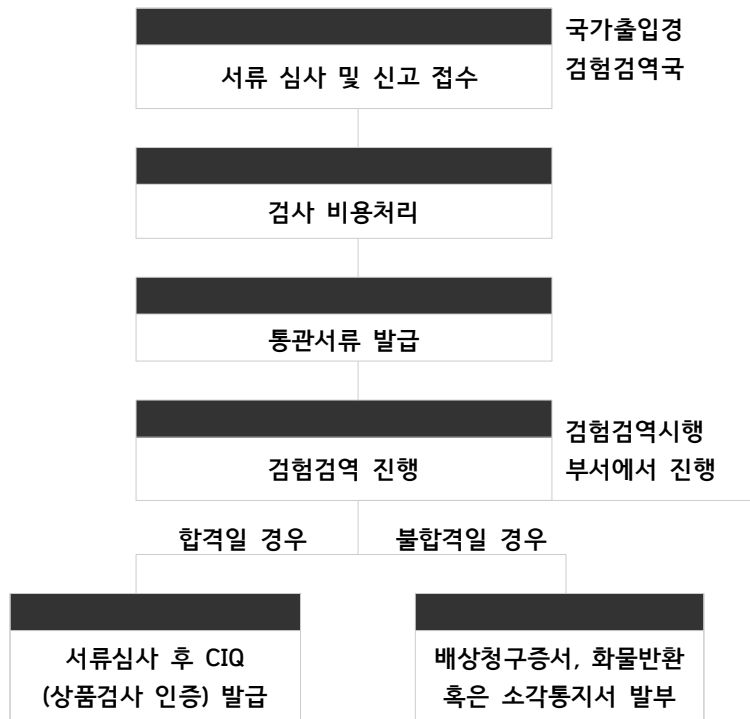
1. 통관 및 검역절차

Step 04. 관세납부 및 통관완료

관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 일요일 및 법정공휴일을 제외한 15일 이내에 납부해야 함. 납부 절차는 두 종류 있으며, 하나는 e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세 납부하는 전자 납부가 있으며, 다른 한 방법은 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 지시하고 관세 납부용 특별 계좌에서 관세 납부하는 현장 납부가 있음. 또한 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정 가능함

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

표 7.3 : 중국 통관검역 세부절차



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

2. 관세율 정보

HS CODE 1902.30.30 협정 관세율 적용

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

참여기업의 ‘라면’은 중국에서 HS CODE 1902.30.30(인스턴트 면)으로 분류되며, 상위코드인 HS CODE 1902(조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없는 파스타)에 정확히 일치함

중국에서 HS CODE 1902.30.30에 부과하는 기본 세율은 15%이지만 한국 제품에 대해서는 한·중 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 현재 12.7%의 관세율이 부과되고 있음

이외에도 중국은 HS CODE 1902류에 해당하는 파스타류에 대해 관세 외에도 내국세로 증치세를 17% 부과하고 있음

표 7.4 : 중국 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율		
			기본	아태협정 세율	FTA
한국	1902	조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없는 파스타		-	
	1902.30	기타 파스타			
	1902.30.10	인스턴트 면류			
	1902.30.1010	라면			
중국	1902	조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없는 파스타			
	1902.30.10	조리된 쌀 베르미첼리	15%		10.5%
	1902.30.30	인스턴트 면류	15%	13.1%	12.7%

출처 : TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)

3. FTA 정보

HS CODE 1902.30.30

한·중 FTA 체결로 2034년 관세 철폐

HS CODE 1902는 한·중 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 관세 양허 유형은 세부 분류에 따라 상이하며 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐가 이루어 짐

HS CODE 1902.30.30은 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 관세가 균등 철폐되며 이행 20년차 1월 1일이 되면 무관세가 됨. 2017년 현재는 12.7%이며 최종적으로는 2034년에 이르러 완전 철폐됨

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

원산지증명서는 물품을 생산한 나라 혹은 물품의 국적을 의미하는 문서이며 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서임. 한국에서 한·중 FTA는 원산지증명서를 관세청, 대한상공회의소에서 원산지증명서를 발급이 가능함

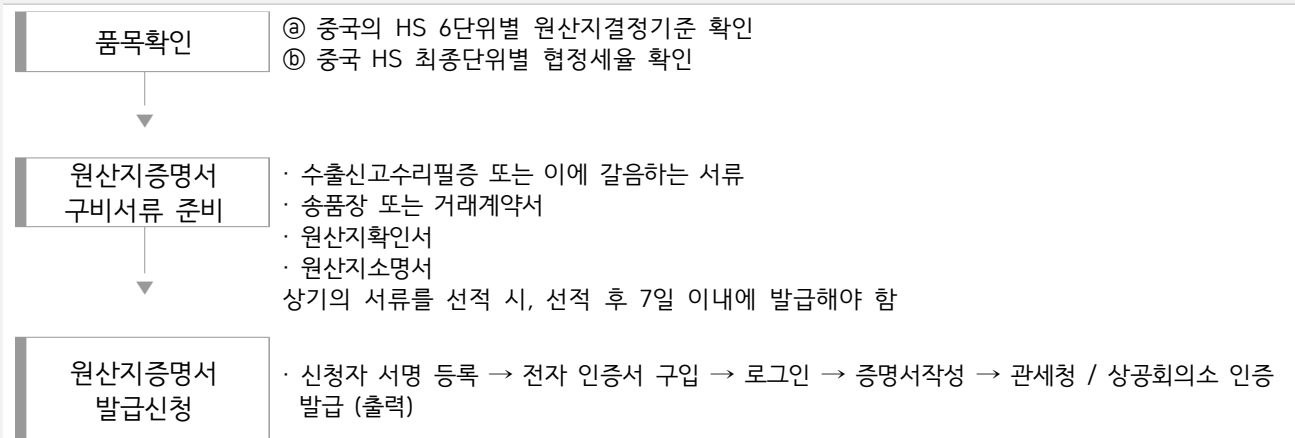
상대국에서 FTA 세율을 적용할 경우 협정별 원산지결정기준을 충족하고 협정에서 정한 원산지 증명서를 구비해야 가능함

표 7.5 : HS CODE 1902.30.30 한·중 FTA 연도별 협정 세율

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
14.2%	13.5%	12.7%	12%	11.2%	10.5%	9.7%	9%	8.2%	7.5%
2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
6.7%	6%	5.2%	4.5%	3.7%	3%	2.2%	1.5%	0.7%	0%

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr)

표 7.6 : 한·중 FTA 원산지 증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

4. 통관 및 검역 유의사항

중국 라면, GB 17400-2015 표준 준수 필요

중국으로 라면 수출 시, GB 17400-2015 ‘식품 안전 국가 표준 라면’ 을 준수해야 함. 해당 표준은 2015년 9월 22일 발표하여 2016년 9월 22일 실시하였으며 GB 17400-2003 ‘라면 위생 표준’ 을 대체함

적용 범위는 라면, 간편 쌀국수(方便米粉), 간편 당면(方便粉丝)이 있음. 라면은 주 원재료가 밀가루, 기타 곡물가루 혹은 전분이여야 하며, 부재료 첨가 여부와 상관없이 가공한 제품이어야 함. 또한 기름에 튀긴 라면도 포함됨

표 7.7 : 중국 라면 위생요건

분류	규정
이화학 지표	GB 17400-2015
오염물 제한량	GB 2762 중 면 조제품
미생물 제한량	GB 17400-2015 및 GB 29921 중 라면
식품첨가물	GB 2760-2014
식품 영양 강화제	GB 14880




출처 : 중국 보건부, ‘GB 17400-2015’

5. 통관거부사례

3월, 중국 HS CODE 1902.30.30 통관거부사례 19건 발생

중국국가질량검험검역총국에서 공시한 2017년 3월의 식품 및 화장품의 통관거부 전체 사례 466건 중 HS CODE 1902.30.30 제품은 19건이 발생했으며 3건이 한국 제품으로 확인됨. 통관거부 된 사유는 통관허가 받지 않은 돼지 혹은 소고기 성분이 추출되었기 때문임. 이외에도 6개 제품이 인스턴트 면에 대해 규정하고 있는 식품첨가물의 제한량을 초과하여 통관이 거부됨

표 7.8 : 인스턴트 면 통관거부사례(HS CODE 1902.30.30)

품목	볶음면	
국가	한국	
통관 거부일자	2017년 3월	
담당 검역소	장쑤 (江苏)	
물량	91.4kg	
위반	허가되지 않은 성분 함유	
조치상황	반품	
품목	카레 맛 라면	
국가	태국	
통관 거부일자	2017년 3월	
담당 검역소	광둥 (广东)	
물량	244.8kg	
위반	미생물 군체 수량 초과	
조치상황	소각	
품목	볶음면	
국가	대만	
통관 거부일자	2017년 3월	
담당 검역소	텐진 (天津)	
물량	35Kg	
위반	식품첨가물 제한량 초과	
조치상황	반품	

출처: 국가질량감독검사검역총국(aqsiq.gov.cn)


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

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


인증 정보 OVERVIEW

필수인증 : CIQ(수입화물표시제도)

인증 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질 검사	
발행기관	중국출입국경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
소요기간	1~1.5 개월	
갱신기간	수입 시 마다 발급 필요	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ인증 라벨 발급	
유의사항	식품을 중국으로 수출하기 위해서는 CIQ 부착이 필수이며, CIQ 인증 발급 시 라면은 식품 첨가물 및 미생물 검사 등 더 엄격한 검역이 진행되는 경우가 많기 때문에 철저한 대비가 필요	

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

권장인증 : SC(품질안전인증)

인증 설명	품질 검사, 생산 장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가 될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국국가품질감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	식품 생산 허가 신청서, 영업 허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증 신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC인증서 발급	
유의사항	SC인증은 2015년 10월부터 기존 QS으로부터 대체됨. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자 들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때, 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

출처 : 중국 식품 약품 감독 관리 총국(www.sfda.gov.cn)

1. 인증 취득정보

CIQ 인증 발급기관

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

필수인증 : 중국 검사 검역(CIQ)

중국 검사 검역(CIQ)이란 제품 수출 통관 시 제품의 품질을 검사하여 국가
 질량감독검사검역총국(国家质量监督检验检疫总局)산하인 국가출입국경검사
 검역국에서 발급받는 일종의 위생증임. 중국에서 중국 검사 검역(CIQ)는
 모든 수입식품의 대한 필수 사항이나, 반드시 인증 마크를 부착할 필요는
 없음. 또한 수입식품의 경우에는 별도의 허가 등록 없이 중국 검사 검역
 (CIQ)만으로 통관 및 판매가 가능함

표 8.1 : 중국 CIQ 인증 발급절차

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

출처 : 중국 국가출입검역검역국(www.aqsiq.gov.cn)

권장인증 : SC(Sheng Chan) 인증

중국은 2015년 10월부터 ‘식품 생산 허가증’을 개정하면서 QS(전국 공업
 제품 생산 허가증)표시를 SC(식품 생산 허가증)으로 대체함. 이로 인해, 신규
 식품 생산 취득자는 라벨지 혹은 식품 포장지에 QS표시를 금지하고 있으며
 SC인증의 유효기간을 3년에서 5년으로 연장함

표 8.2 : 중국 SC 인증 발급절차

STEP 01. SC 인증 신청서 제출	소요기간
- SC인증 신청서 양식 : www.foodmate.net/dfgvlg	15일
STEP 02. 서류 심사	40일
- 국가품질감독검역총국 성급품질감독국은 서류심사 진행 - 최종적으로 국가품질검사총국에 제출하여 심사 비준	
STEP 03. 현장 조사	15일 (총 70일 소요)
- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행 - 국가품질검사총국검사팀은 현장조사 시작 후 영업일 기준 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국 품질과에 제출	
STEP 04. SC 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사 결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생 산업체에 발급	

출처 : 중국 국가출입검역검역국(www.aqsiq.gov.cn)

2. 인증 취득제품

현지 제품은 SC 인증 부착

2017년 4월 라면 현지 매장 방문 조사 결과, 한국산을 제외한 수입제품의 경우 SC인증을 취득하지 않고 있으며 중국 현지 제품은 SC인증을 취득하고 있음. 한국산 라면도 동일하게 SC인증을 취득하고 있지만 인증마크 보다는 문구로 기재하고 있음

이로 인해 한국 제품 수출 시 SC인증을 취득하는 것이 전체 수입산 제품에서 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

표 8.3 : 중국 라면 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Beef Flavoured (公仔面 (牛肉味)) - 제조사 : Yongnan (珠海市金海岸永南食品有限公司) - 브랜드 : 중국 - 가격 : 15.9 위안 - 용량 : 560g (112gX5봉) 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Xianxiayubanmian (康师傅鲜虾鱼板面) - 제조사 : Dingyi (杭州顶益食品有限公司) - 브랜드 : 중국 - 가격 : 11.2위안 - 용량 : 475g (95gX5봉) 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 농심 튀김우동 (天麸罗乌冬面) - 제조사 : 상하이 농심식품유한회사 - 브랜드 : 한국 - 가격 : 7.9 위안 - 용량 : 111g 		

3. 제출서류

SC 인증신청서

: SC 인증 신청 시 제출해야하는 기본정보로 식품 생산 허가증 번호, 생산 장소 주소, 사업자등록번호 등 필수 사항을 기재해야 함

申请人签名/盖章：

年 月 日

申请人基本条件和申请生产食品情况表

申请人基本条件汇总	申请人名称或预核准名称			
	食品生产许可证编号	(换证申请和扩项申请时填写)		
	生产场所地址			
	法定代表人或负责人		经济性质	
	营业执照编号(如有时)		企业代码(如已设立时)	
	主要管理和技术人员数		生产厂房建成时间	
	占地面积	米 ²	建筑面积	米 ²
申请生产食品情况	申证单元及食品品种明细	申证单元： (食品品种明细) (可附页)		
	执行食品安全标准或企业标准	标准号：		

4. 전문가 인터뷰

“ 위생검역증 / 중문 라벨 ”

Q1. 중국에 라면을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인 증은 무엇 인가요?

“중국에서 식품(일반가공식품 및 보건식품)은 중국 국가식품약품감독관리 총국(CFDA)에서 관할합니다. 전 세계 국가들은 식품 수입에 있어 원산지(수출국)에서 발급된 위생검역증만을 요구하지만, 중국은 먹 거리에 대한 불안 때문에 세계에서 유일하게 원산지(수출국) 뿐만 아니라 수입국(중국)에서도 위생검역증 발급을 요구하는 나라입니다. 모든 식품의 경우, 중국으로 식품을 수출하는 해외수출업체를 등록해야 하며, 제품에 중문 라벨을 표기하여 중국으로 식품을 수출할 수 있습니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
심사위원 이광섭 선임과의 인터뷰 中 2017, 04

Q2. 중국으로 수출 시 추가적으로 요구하는 사항은 무엇인가요?

“중국으로 식품 수입 시 중문라벨검사가 필수이며, 경우에 따라 동식물 위생검사(포장검사, 샘플링검사)를 거친 후 수입허가를 취득해야하며 원산지 국가와 중국 모두에서 위생증서를 발급받아야만 시장 내 판매가 가능합니다. 수입상은 식품영업등록증과 식품위생허가증이 있어야 식품 수입이 가능합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
심사위원 이광섭 선임과의 인터뷰 中 2017, 04

“식품첨가제 / 집행표준 / 불합격 식품 판정”

Q3. 중국에 라면을 수출할 때 주의해야 할 사항은 무엇인가요?

“한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용이 금지되거나 제한량이 상이한 경우가 있으므로, 식품첨가제 표준 내용도 반드시 숙지하시는 것을 권고합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
심사위원 이광섭 선임과의 인터뷰 中 2017, 04

Q4. 선택인증인 위의 기준을 추천하시나요?

“현재 중국제품들은 SC인증을 취득하고 있어 수입제품도 동일하게 취득을 추천하고 있습니다. 다만, 주의 할 점은 만약 인증사항에서 요구되는 기준에 부합되지 않거나, 라벨 내용이 상이할 경우 불합격 식품으로 판정되고 있기 때문에, 이에 상응하는 기준을 반드시 숙지하여 진행하는 것을 추천합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
심사위원 이광섭 선임과의 인터뷰 中 2017, 04

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

● 중국 라면 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 배합원료
- 원산지
- 저장방법
- 유통기간/ 생산일
- 생산자, 유통자 정보
- 영양성분표
- 섭취방법
- 순 중량

출처 : 현지방문조사(CE-Mart, 2017.04)

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

● 중국 라면 라벨링 주요 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능
배합 원료	제품 가공 시 첨가량의 감소 순서로 표시 필요
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
순 중량	순 중량 및 소포장 식품 갯수 함께 기재
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보
원산지	원산지 국가 명 반드시 기재
생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기

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

1. 라벨 표기사항

라벨 표기 법령

운영기관 : 국가질검총국(AQSIQ)
 라벨 법령 : <포장식품라벨총칙>
 (GB 7718-2011)

중문으로 제작된 라벨 필수

중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장식품라벨 총칙(GB 7718-2011)의 규정을 준수해야함. 라벨은 반드시 중국어 간체자로 표기해야 하며 외국어 병기가 가능하지만 내용은 중문과 상응관계가 있어야함. 또한 외국어 표시는 중문 표시보다 작아야 함

쉽게 구분할 수 있도록 표기

식품 라벨 표기 시 소비자들이 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함. 과대 포장하거나 고객들이 혼돈할 수 있는 문구 기재는 금지하고 있음. 또한 필수적으로 기재해야하는 문자, 부호 및 숫자의 크기는 1.8mm 보다 커야함

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 배합원료 · 식품첨가물 · 원산지 · 저장방법 · 유통기간/ 생산일/ 품질보증기간 · 생산자 및 유통자 정보 · 영양성분표 	<ul style="list-style-type: none"> · 순 중량 · 섭취방법 · 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우) · SC 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고
---	--

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

표 9.2 : 중국 라벨 상세 표기사항

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

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

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



영양성분표시

: 열량, 4대 영양소 필수 표시
(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)

营养成分表		
项目	每100克	营养素参考值%
能量	1982千焦	24%
蛋白质	8.9克	15%
脂肪	22.2克	37%
-反式脂肪	0克	
碳水化合物	58.2克	19%
钠	2102毫克	105%

营养成分表 nutrition information		
项目/Items	每份(70克) per serving(70g)	营养素参考值% NRV%
能量/energy	1370千焦 (kJ)	16%
蛋白质/protein	6.8克 (g)	11%
脂肪/fat	14.8克 (g)	24%
-反式脂肪酸/trans fatty acid	0克 (g)	
碳水化合物/carbohydrate	41.7克 (g)	14%
钠/sodium	1480毫克 (mg)	74%

인증

: SC 인증마크



X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목

식품 품목			조사가능항목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>		농약잔류물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>		식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>		오염물 제한량	<input checked="" type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>	▶	미생물 제한량	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>		병해충	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>		병원성균	<input type="checkbox"/>
음료	<input type="checkbox"/>		영양강화제	<input checked="" type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>		치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

● 라면 수출 시 주의해야 하는 이화학 지표(理化指标)

항목		지표	검사 방법
수분/(g/100g)	-유탕면(油炸面饼)	≤ 10	GB 5009.3
	-비유탕면(非油炸面饼)	≤ 10	
산가(지방기준) (KOH)/(mg/g)	-유탕면(油炸面饼)	≤ 1.8	GB 5009.229
과산화물가 (지방기준)/(g/100g)	-유탕면(油炸面饼)	≤ 0.25	GB 5009.227

출처 : 중국 보건부, 'GB 17400-2015'

● 라면 수출 시 주의해야 하는 미생물 제한량 (微生物限量)

항목	샘플 추출 방법 및 제한량				검사 방법
	n	c	m	M	
미생물 균체 수량/ (CFU/g)	5	2	10 ⁴	10 ⁵	GB 4789.2
대장균군/ (CFU/g)	5	2	10	10 ²	GB 4789.3 평판계산법

- * 샘플추출 방법 및 처리는 GB 4789.1에 따라 실행
- * 해당 미생물 제한량 기준은 밀 반죽하여 구운 것과 조미료 검사에만 적합함

출처 : 중국 보건부, 'GB 17400-2015'

1. 식품첨가물 규정

중국 식품안전국가표준 라면 규정 GB 2760-2014

중국 식품안전국가표준 라면 규정 (GB 17400-2015)에서는 식품 첨가물 사용 시 GB 2760-2014규정을 준수해야함. GB 2760-2014의 적용 범위는 라면 및 즉석 밥과 같이 주재료가 쌀 혹은 면인 가공식품임

현재 중국은 한국 기업이 중국으로 수출 시 사드문제로 평소보다 까다로운 통관절차를 진행하고 있어 식품첨가물에 대해 더욱 각별한 주의가 필요함

표 10.1 : 라면 식품첨가물 제한량 정보²⁴. (114개중 15개 발췌)

첨가물	기능	최대치(g/kg)
tea polyphenol(TP)	항산화물질	0.2
butylated hydroxyanisole (BHA)	항산화물질	0.2
butylated hydroxytoluene (BHT)	항산화물질	0.2
antioxidant of glycyrrhiza	항산화물질	0.2
propylene glycol alginate	침전 장치, 유화제, 안정제	5.0
riboflavin	착색제	0.05
carthamins yellow	착색제	0.5
beta-carotene	착색제	1.0
beta-cyclodextrin	침전 장치	1.0
curcumin	착색제	0.5
cassia gum	침전 장치	2.5
ascorbyl palmitate	항산화물질	0.2
phosphated distarch phosphate	침전 장치	0.2
propyl gallate (PG)	항산화물질	0.1
nisin	방부제	0.25

출처 : 중국 보건부, 'GB 2760-2014'

24. Chinafoodsafety, 'GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준', (gb2760.chinafoodsafety.net/index.php?m=additives&a=product&catid=170)

1. 식품첨가물 규정

라면 주요 식품첨가물

현지방문조사를 통해 파악한 현지산 및 수입산 라면 경쟁제품들의 식품첨가물 성분을 조사한 결과, 탄산칼륨, 탄산나트륨, 삼인산나트륨 등을 주로 사용하고 있음. 이외에도 인산수소이나트륨 및 헥사메타인산나트륨 첨가물을 추가하는 제품도 있음

라면의 경우 다른 가공식품에 비해 다양화하고 많은 식품첨가물이 사용되고 있는 것으로 확인됨

표 10.2 : 라면 식품첨가물 정보

유형	제품	제조사	식품첨가물
	<p>Beef Flavoured (公仔面 (牛肉味))</p>	<p>Yongnan (珠海市金海岸永南食品 有限公司)</p>	<p>탄산칼륨, 탄산나트륨, 인산수소이나트륨, 삼인산나트륨 등</p>
	<p>Xianxiayubanmian (康师傅鲜虾鱼板面)</p>	<p>Dingyi (杭州顶益食品有限公司)</p>	<p>탄산칼륨, 탄산나트륨, 인산수소이나트륨, 삼인산나트륨, 헥사메타인산나트륨 등</p>
	<p>7 coin (Thai Style Seafood Flavour) (Spicy)</p>	<p>7 coin (七味呢)</p>	<p>탄산칼륨, 탄산나트륨, 삼인산나트륨, 나트륨 카르복시 메틸 셀룰로오스 등</p>

출처: 현지방문조사(CE-Mart, RT-Mart, Walmart), 2017.04

2. 기타 위생규정

중국 식품안전국가표준 라면 규정 GB 17400-2015

중국 식품안전국가표준 라면의 규정(GB 17400-2015)은 2015년 9월 22일에 발표되었으며 2016년 9월 22일 정식 실시함. 해당 규정은 GB 17400-2003 ‘라면 위생표준’ 을 대체하면서 적용 범위, 정의, 이화학 지표 및 미생물 지표를 변경함

중국 라면 규정 주요 변경사항 확인 필요

이화학 지표는 수분, 산가 및 과산화물가 항목으로 나뉠 수 있으며, 미생물 제한량의 경우 항목에 따라 샘플 추출 방법 및 제한량 확인이 필요함

표 10.3 : 라면 수출 시 주의해야 하는 이화학 지표(理化指标)

항목		지표	검사 방법
수분/(g/100g)	-유탕면(油炸面饼)	≤ 10	GB 5009.3
	-비유탕면(非油炸面饼)	≤ 10	
산가(지방기준)(KOH)/(mg/g)	-유탕면(油炸面饼)	≤ 1.8	GB 5009.229
과산화물가(지방기준)/(g/100g)	-유탕면(油炸面饼)	≤ 0.25	GB 5009.227

출처 : 중국 보건부, 'GB 17400-2015'

표 10.4 : 라면 수출 시 주의해야 하는 미생물 제한량(微生物限量)

항목	샘플 추출 방법 및 제한량				검사 방법
	n	c	m	M	
미생물 균체 수량/ (CFU/g)	5	2	10 ⁴	10 ⁵	GB 4789.2
대장균군/ (CFU/g)	5	2	10	10 ²	GB 4789.3 평판계산법

- * 샘플추출 방법 및 처리는 GB 4789.1에 따라 실행
- * 해당 미생물 제한량 기준 밑 반죽하여 구운 것과 조미료 검사에만 적합함

출처 : 중국 보건부, 'GB 7101-2015'

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. The Food & Beverage Market in China	EU SME Center	2015
2. 중국의 식품통관 절차 및 유의사항	주상하이 대한민국 총영사관	2014
3. 사드 보복에도 중국 내 한국 라면 인기'활활' 수출 3개 급증	중앙일보	2017

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
2. Global Trade Atlas	tradestatistics.com/gta
3. Global Data	www.globaldata.com
4. 여행업계 관찰 신매체	www.dotour.cn
5. 중국소비사이트	www.ccn.com.cn
6. SinaShishang	fashion.sina.com.cn
7. Focus on Datanews	news.xinhuanet.com
8. 농심	www.nongshim.com
9. Taobao	world.taobao.com
10. Alibaba	food.1688.com
11. Kangshifu	www.masterkong.com.cn
12. Tongyi	www.uni-president.com.tw
13. 중국 전자상거래연구센터	www.100ec.cn
14. RT-Mart	www.rt-mart.com.cn
15. Walmart	www.wal-martchia.com
16. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
17. 대한상공회의소	cert.korcham.net
18. 국가질량감독검사검역총국	aqsiq.gov.cn
19. 중국 식품 약품 감독 관리 총국	www.sfda.gov.cn