



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 한라봉 액상차(Hanrabong liquid tea)

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	22
1. 경쟁사 선정	24
2. 경쟁사별 현황 파악	25
V. 유통구조 현황	28
1. 추천 진출 경로	30
2. 전문가 인터뷰	33
VI. 유통업체 현황	34
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	36

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	39
1. 통관 및 검역 절차	42
2. 관세율 정보	45
3. FTA 정보	46
4. 통관 및 검역 주의사항	47
5. 통관거부사례	48
Ⅷ. 인증 정보	49
1. 인증 취득정보	51
2. 인증 취득제품	52
3. 제출서류	53
4. 전문가 인터뷰	54
Ⅸ. 라벨링 정보	55
1. 라벨 표기사항	57
2. 라벨링 예시	58
X. 위생요건 정보	59
1. 식품첨가물 규정	61
2. 기타 위생기준 규정	63
※ 참고 문헌	64

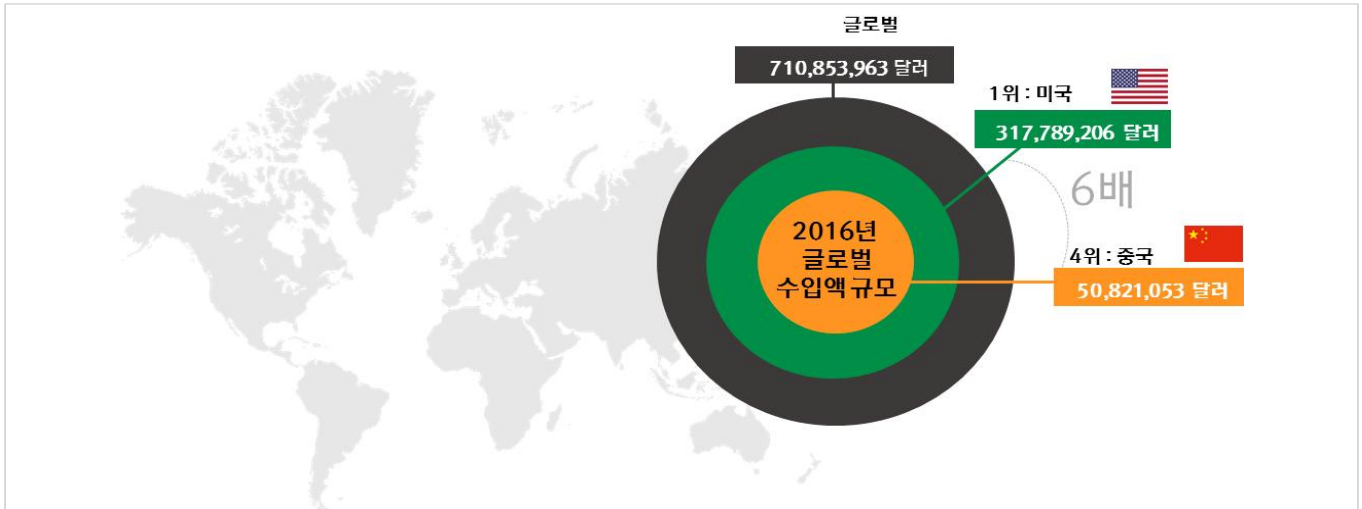


I. 시장 통계

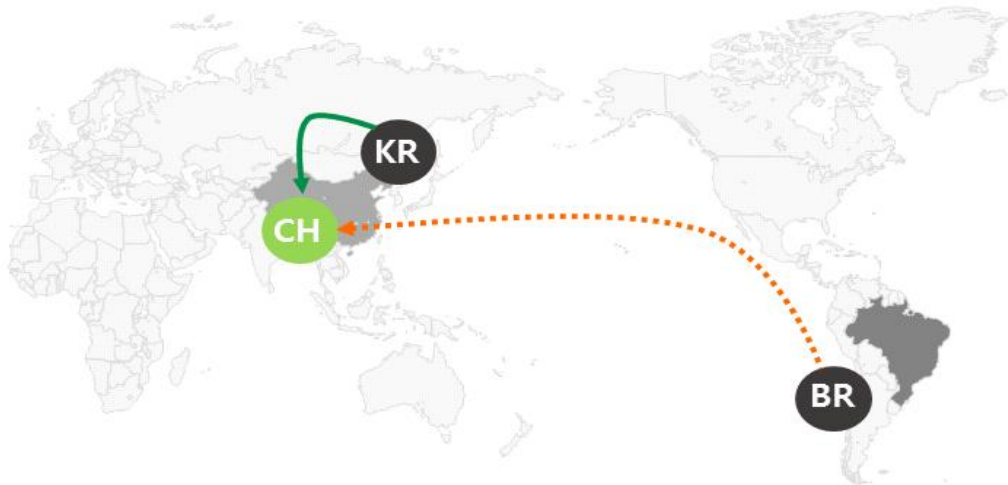
※ 시장 통계 OVERVIEW

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

시장 통계 OVERVIEW

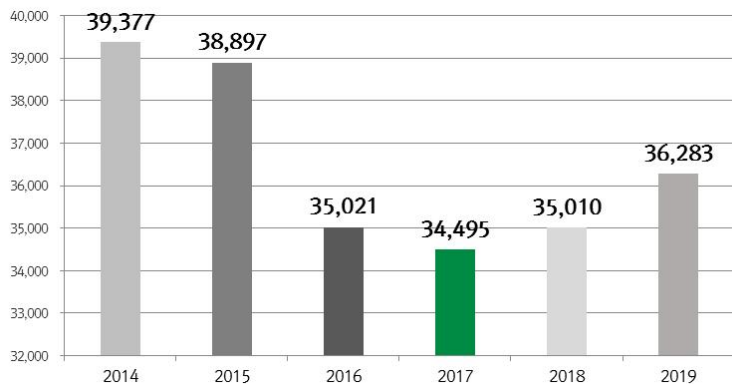


2016년 중국 내 HS CODE 2008.30 품목 수입액 규모



▶ 중국 탄산 성분이 없는 음료 시장규모

(단위 : 백만 달러)



※ 2017~2019년은 전망치

글로벌 수입규모
1위 미국, 4위 중국
중국 수입상대국, 한국 2위
2016년 기준 Still Drink
시장규모,
350억 2,100만 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

한라봉 액상차 통계 기준 설정

한라봉 액상차 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.²⁾

수입 통계 기준, HS CODE 2008.30으로 설정

글로벌 및 중국 내 액상차의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2008.30을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2008.30 해당 품목은 주로 보존처리한 감귤류 과실의 조제품에 해당됨

표 1.1 : 액상차 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2008.30
	중국 수입규모 및 성장률		2008.30.90
품목 통계	중국 탄산 성분이 없는 음료 시장 규모	품목 키워드	Still drink
	중국 무알코올 음료		Non-Alcohol Beverage

표 1.2 : 중국 내 액상차 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008	보존처리한 과실· 견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분
	2008.30	감귤류 과실
	2008.30.1000	유자
	2008.30.9000	기타
중국	2008	보존처리한 과실· 견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분
	2008.30.10	밀폐 용기에서
	2008.30.90	기타

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

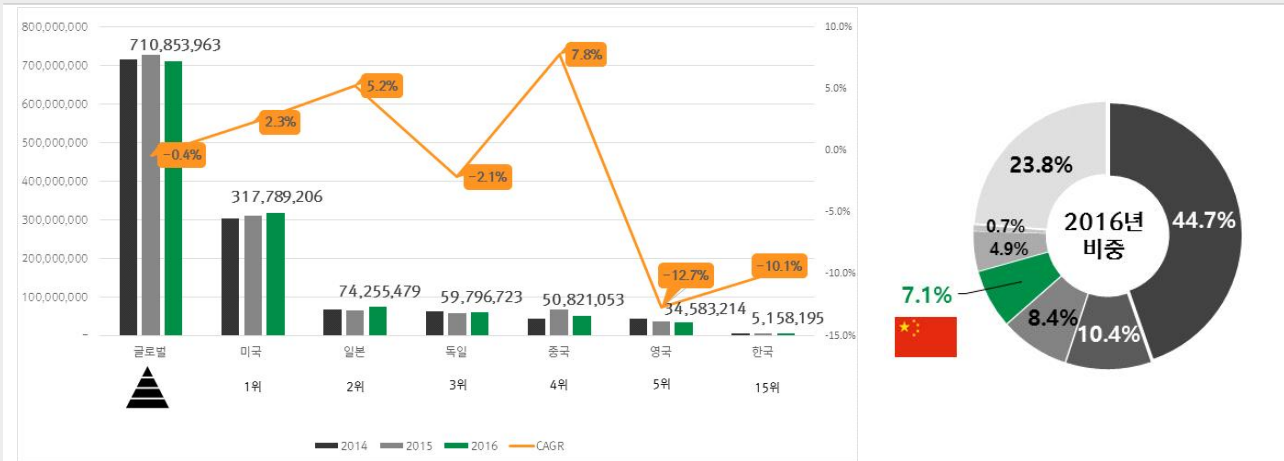
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
2. 분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 중국 내 분류 신청 가능함. 중국 성(省)급 해관 상품분류중심에 신청서를 제출하여 '수출입상품 사전분류 결정서'를 교부받을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

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2008.30 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



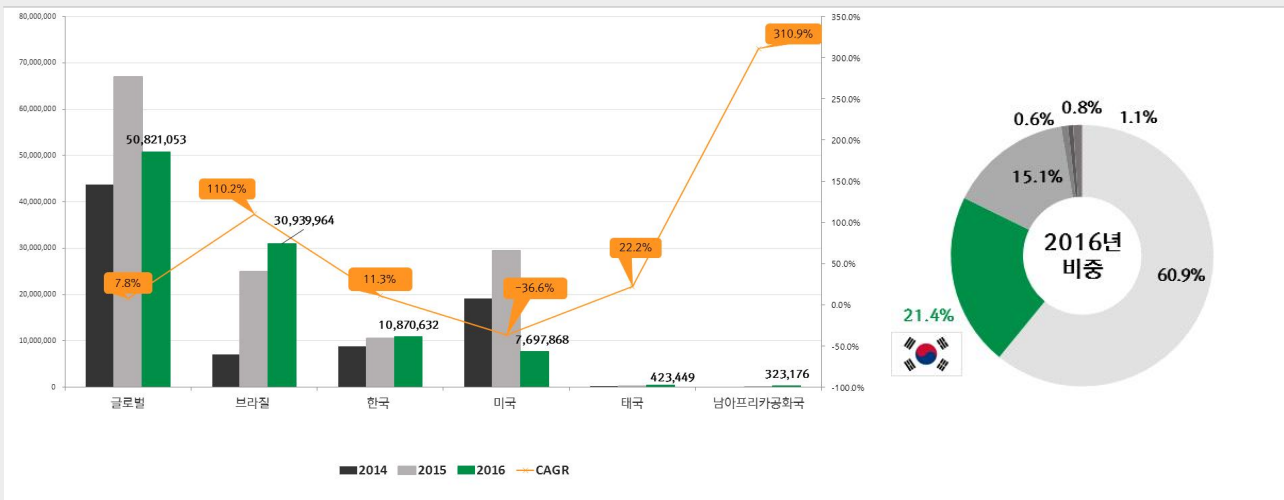
출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

- 2016년 기준 HS CODE 2008.30 수입규모는 7억 1,085만 3,963달러³로 2014년부터 2016년까지 연평균 -0.4%의 하락세를 기록함. 중국의 수입액 규모는 연평균 7.8%의 높은 성장률을 보여 다른 국가 대비 괄목할만한 성장세를 기록함
- 중국 수입규모는 전체 수입액의 7.1%로 4위를 차지함. 한국은 연평균 -10.1%의 하락세를 보이며 15위를 기록함

중국 수입 통계 분석

표 1.4 : 중국 HS CODE 2008.30 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

- 2016년 기준 중국 내 HS CODE 2008.30 최대 수입국은 브라질로 3,093만 9,964달러의 수입액을 기록함. 남아프리카공화국은 2014년부터 2016년까지 연평균 310.9%의 높은 성장률을 보이며 중국 내 수입국 5위를 차지함
- 2016년 기준 한국산의 수입 규모는 1,087만 632달러로 나타났으며 전체 중 21.4%를 점유하여 2위에 등극함. 또한 2014년부터 2016년까지 3개년 기준 11.3%의 지속적인 성장률을 기록하여 중국 진출 시장성이 밝은 품목으로 사료됨

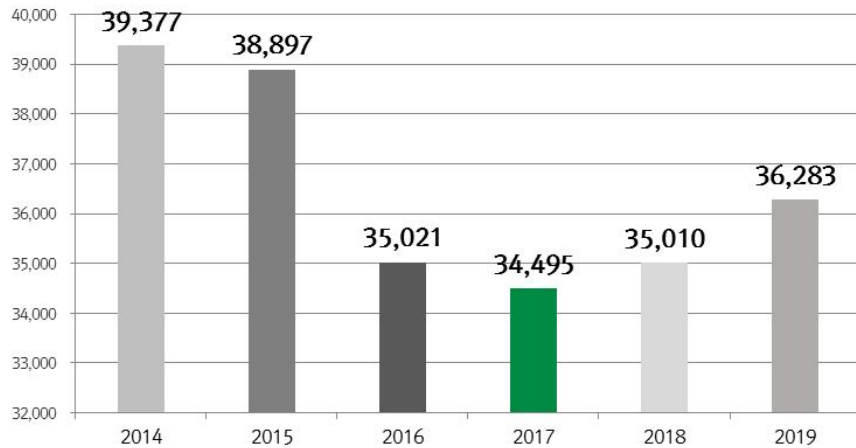
3. Global Trade Atlas에서 중국 HS CODE 2008.30의 2016년 알제리, 인도네시아 통계가 집계되지 않아 제외함

3. 품목통계 종합분석

중국 탄산 성분이 없는 음료 시장규모

표 1.5 : 중국 탄산 성분이 없는 음료(still drink) 시장규모4.

(단위 : 백만 달러)



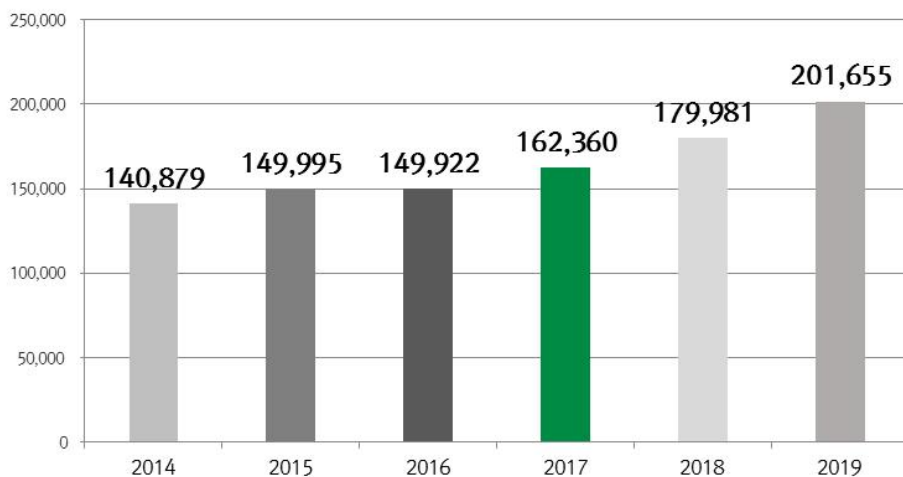
출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2016년 기준 중국의 탄산 성분이 없는 음료(still drink)의 시장규모는 350억 2,100만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 지속적인 하락세를 기록함. 그러나 2018년부터 2019년까지 다시 성장세를 보이며 2019년에는 362억 8,300만 달러를 기록할 것으로 전망됨

중국 무알콜 음료 시장 규모

표 1.6 : 중국 무알콜 음료 시장 규모5.

(단위 : 백만 달러)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2016년 기준 중국의 무알콜 음료 시장 규모는 1,499억 2,200만 달러로 전년도 대비 7,300만 달러 하락함. 그러나 2017년부터 2019년 연평균 11.5%의 높은 성장률을 보이며 2019년에 2,016억 5,500만 달러를 기록할 것으로 전망됨

4. 2017~2019년은 전망치

5. 2017~2019년은 전망치



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	Sina	finance.sina.com.cn
2	Ggwife	shop.ggwife.com
3	구글 이미지	image.google.co.kr
4	아마존	amazon.cn
5	Sina China	sd.sina.com.cn
6	Focus on Datanews	news.xinhuanet.com
7	중국 음료 공업 협회	chinabeverage.org

Keyword	
분류	주요 키워드(영문, 중문)
소비	- 한라봉 (Hanrabong, 丑橘) - 한라봉 구매(HanrabongPurchase, 购买丑橘) - 한라봉 소비(Hanrabong Consumption, 丑橘消费)
제품	- 인기 농축액(Popular Concentrate, 热销浓缩液) - 선호 농축액(Prefer Concentrate, 喜欢浓缩液)
유통	- 농축액 유통(Concentrate Retail, 浓缩液配送) - 농축액 채널(Concentrate Channel, 浓缩液频道) - 농축액 홍보(Concentrate Promotion, 浓缩液促销)
정책	- 농축액 허가(Concentrate Permit, 浓缩液批准) - 음료 규제(Beverage Regulation, 饮料法规) - 음료 위생(Beverage Hygiene, 饮料卫生)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국 고가 과일, 한라봉 <ul style="list-style-type: none"> · 한라봉, 중국에서 보편화되어있지 않아 고가 과일로 인식 - 중국 소프트 음료 시장 상승세 <ul style="list-style-type: none"> · 탄산음료 대신 시원한 차 혹은 건강음료를 선호하는 추세 - PET 포장 확대 예정
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국 농축액 시장 한국산 1위 <ul style="list-style-type: none"> · 유자차 및 레몬차 제품 선호
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국 전자상거래 이용자 증가 추세 <ul style="list-style-type: none"> · 15% 해외직구 이용자 주로 수입식품 구매
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 올해, 음료 기업 양호 생산 규범 실시 <ul style="list-style-type: none"> · GB12695-2016로 변경 예정 - 중국, 사드배치에 따른 통관절차 강화 <ul style="list-style-type: none"> · 까다로운 중국 통관절차, 한국기업 잇따라 피해

1. 소비 트렌드

중국 고가 과일, 한라봉

중국에서는 오렌지, 귤, 레몬은 보편적이거나 한라봉에 대해서는 이에 비해 ‘낮설다’라는 인식이 강함. 이외에도 한라봉은 고가의 과일로 취급되어 평소에 즐겨 찾지 않은 과일로 분류됨. 반면 중국은 설날과 같은 명절에 고가품을 선물하는 경향이 있음. 이에 따라 최근 중국 시장은 명절 시기에 맞춰 한라봉을 출시해 인지도가 상승함

중국 소프트 음료 시장 상승세

중국 식품공업협회(中国食品工业协会)에서 발표한 2016년도 중국 음료 시장 보고서에 따르면, 최근 소비자들은 건강을 추구하고 있어 탄산 음료 대신 시원한 차(凉茶) 혹은 건강 음료를 선택하고 있는 추세라고 밝힘. 작년 중국 탄산음료의 총 생산량은 1,752만 2,000톤으로 2015년 대비 3.71% 하락함. 반면 작년 시원한 차(凉茶) 음료 시장은 4.2% 성장률을 기록하며, 전체 음료 시장의 8.2%를 차지함

PET병 포장 확대 예정

중국 유명 음료 회사인 지아뉘바오(加多宝集团) 회사의 관계자는 2017년 음료 판매 계절이 점차 다가오면서 PET병 포장을 사용한 제품을 시장에 확대 보급할 것이라고 밝힘. 현재 PET병 음료 제품은 주로 중국 화남 지역에서 판매되고 있으며 건강 음료에 대한 소비를 추진하기 위해서라고 밝힌 바 있음⁶.

표 2.1 : 중국 한라봉 및 PET병 음료 이미지

선물용 한라봉	지아뉘바오(加多宝集团) PET병 음료
	

출처: Ggwlife(shop.ggwlife.com), 구글 이미지(image.google.co.kr)

6. Sina News, ‘凉茶在饮料市场占比升至8.2% 加多宝欲借机推瓶装’, 17.03.28

2. 제품 트렌드

중국 농축액 시장 한국산 1위

중국은 물에 타먹는 음료를 크게 분말과 농축액으로 나누고 있으며 분말 종류가 농축액 음료보다 큰 비중을 차지하고 있음. 유자차, 블루베리, 생강, 대추 맛 등이 중국에 출시되어 있으며, 유자차 맛이 가장 많이 판매되고 있음. 중국 아마존 온라인 사이트에서 농축액이 ‘물에 타먹는 음료(冲饮茶)’의 판매량을 분석한 결과, 총 12개 수입산 제품 중 한국산이 5개로 1위를 차지함

Interview Info

유자차 및 레몬차 제품 인기

“한국산 유자차를 판매하면서 반응이 매우 좋았다. 그러나 최근 사드(THADD)문제로 한국산 제품은 당분간 판매 중지하고 최근에 태국 및 필리핀에서 레몬차를 수입하고 있다.”

- 가공식품 수입 및 유통업체 张家口美享商贸有限公司
담당자 Ms.Wang과의 인터뷰 中, 2017.04

“한라봉 맛의 음료수에 대한 인지도는 낮다. 중국에서는 유자차 맛이 가장 인기가 많으며 그 다음으로 레몬차의 판매량이 높다.”

- 가공식품 수입 및 유통업체 合肥长江批发市场亚东饼业批发部
담당자 Ms.Wang과의 인터뷰 中, 2017.04

표 2.2 : 중국 액상차 인기 제품

유자차		레몬차		레몬차	
					
원산지	한국산	원산지	중국산	원산지	한국
유통기간	24개월	유통기간	540일	유통기간	730일

출처 : Amazon(amazon.cn)

3. 유통 트렌드

중국 전자상거래 이용자 증가 추세

온라인 보편화에 따라 전자상거래, 해외직구 및 구매 대행 유통이 소비자들의 수입식품 구매의 새로운 트렌드로 등장함. 2016년 중국 전자상거래를 통한 수입식품 수출입 거래 규모는 6조 3,000억 위안을 기록했으며, 해외직구 이용자의 거래 규모는 4,100만 명으로 집계됨

중국 전자상거래 소비 규모에 따라 해외직구도 지속적인 성장세를 기록하고 있음. 해외직구 이용자들의 제품 구매 분석 결과에 따르면, 약 15%의 이용자들은 주로 수입 식품을 구매하고 있음. 또한 20% 이상의 이용자들은 추후 해외직구를 통해 수입식품을 구매할 예정 이라고 밝힘

표 2.3 : 중국 해외 전자상거래 규모 및 전망치(2017 ~ 2018 전망)

(단위 : 조 위안)

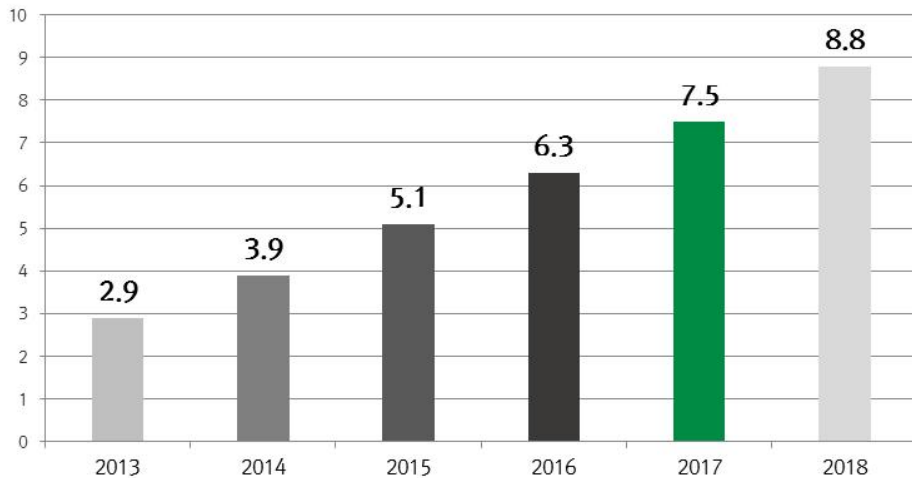
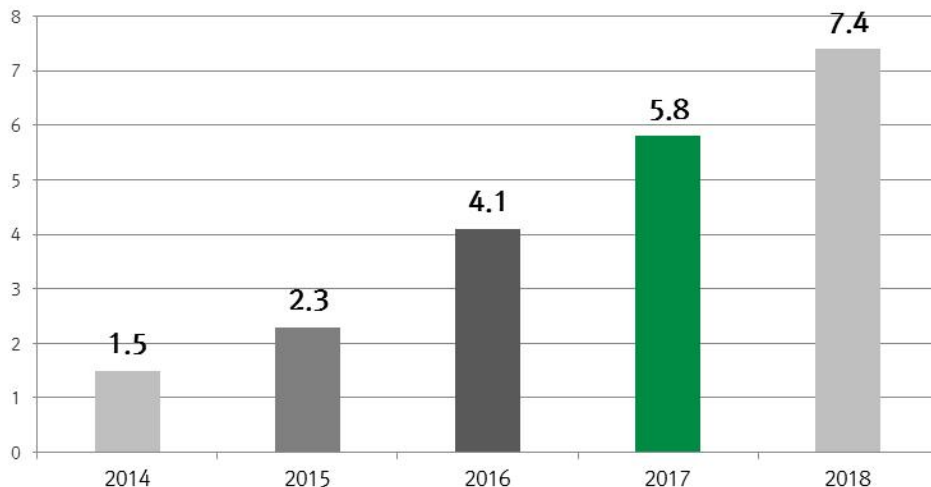


표 2.4 : 중국 해외직구 이용자 규모 및 전망치(2017 ~ 2018 전망)

(단위 : 천만 명)



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

4. 정책 트렌드

17년 12월, 음료 기업 양호 생산 규범 실시예정

2017년 1월 9일, 국가식약관리총국 및 국가위생위원회에서 ‘식품 안전 국가 표준 음료 생산 위생 법규’ (GB12695-2016) 에 대해 발표하였으며 2017년 12월 23일부터 정식으로 ‘음료 기업 양호 생산 규범’ (GB 12695-2003)을 대신하여 1년 간 실시할 예정이라고 밝힘

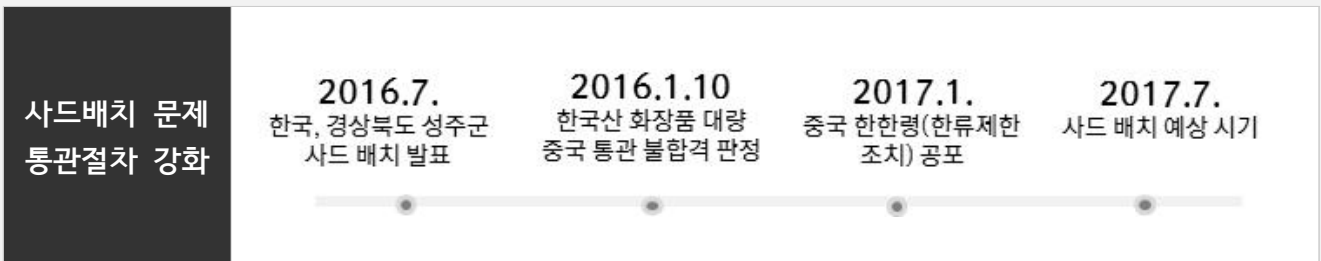
주요 내용은 전문용어 및 정의에 대한 수정, 공장과 작업장, 시설과 설비, 식품 원료 및 식품 첨가물에 대한 요구사항이 있음. 이외에도 생산과정의 식품 안전을 강조하였으며, 고체음료⁷ 및 액체 음료 생산 차이에 따라 각각 위생 법규를 규정함

중국, 사드⁸배치에 따른 통관절차 강화

사드 배치와 관련한 중국 정부의 보복성 조치가 전 방위적으로 확산되는 가운데 중국 의존도가 큰 한국 기업들은 수출 감소세를 이어가고 있음

최근 통관 절차가 품목 구분 없이 강화되면서 한국 식품업계 역시 수출에 대해 적신호가 켜짐. 식품의 원료, 첨가제 및 라벨 등은 성, 자치구, 직할시의 식품약품감독관리부문에 등록해야하며 까다로운 통관절차로 인해 수출통관거부 혹은 시간지체 되는 경우 다수 발생하고 있음. 농림축산식품부와 식품업계 등에 따르면 지난달 중국으로 식품 수출액은 8,730만 달러로 전년도 대비 5.6% 감소했다고 전함

표 2.5 : 중국 식품 정책 동향 분석



7. 물, 우유, 기타 액체와 혼합하여 섭취하는 음료

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

Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조 국가 구분 없이 도출된 결과임

현지산	국내산		
제품명	제품명	제품명	제품명
꿀레몬차 (蜂蜜柠檬茶)	한금레몬차 (韩今柠檬茶)	한금레몬차 (韩今柠檬茶)	Shimida 꿀레몬차 (诗密达蜂蜜柠檬茶)
제조사	제조사	제조사	제조사
ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD (浙江一派食品有限公司)	한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))	한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))	오투기삼화식품(주) (奥多吉三和食品(株))

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장 Carrefour	대형유통매장 RT-Mart
	
1018 Changning Rd, ZhongShan GongYuan, Changning Qu, China	1823 Binhe Rd, Huqiu Qu, Suzhou Shi, Jiangsu Sheng, China

출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 4개 선정⁹⁾

	현지산	국내산		
이미지				
제품명	꿀레몬차 (蜂蜜柠檬茶)	한금레몬차 (韩今柠檬茶)	한금레몬차 (韩今柠檬茶)	Shimida 꿀레몬차 (诗密达蜂蜜柠檬茶)
제조사	ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD (浙江一派食品有限公司)	한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))	한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))	오뚜기삼화식품(주) (奥多吉三和食品(株))

출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	포장형태
2	100g 가격 (원)	5	원료
3	유통기한 (개월)	6	제조 국가

출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04)

9. 현지 매장 방문 조사 시 한라봉 액상차 및 자몽 액상차 제품은 취급하고 있지 않아 레몬 액상차로 대체하여 조사 진행

2. 정량 분석

중국 내 유통 중인 액상차 제품, 100g당 가격 평균 1,023원¹⁰.

중국 현지 편의점을 방문했지만 액상차를 취급하고 있지 않아 대형마트 Carrefour 및 RT-Mart를 방문함

액상차의 경우 중국은 현지산 및 한국산 제품을 주로 취급하고 있음. 한국산 중량 100g당 최고가 가격과 최저가 가격의 편차가 약 2배이며 평균가는 1,004원으로 확인됨. 현지산 1개를 포함하여 총 4개 제품의 중량 100g당 가격은 최고가 1,392원, 최저가 602원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 4개 경쟁 제품의 중량 평균은 637g으로 나타났으며, 주로 약 500g의 제품을 유통하는 것으로 파악됨. 유통기한의 평균은 22.5개월로 4개 제품 중 3개 제품은 유통기한이 24개월인 것으로 조사됨

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

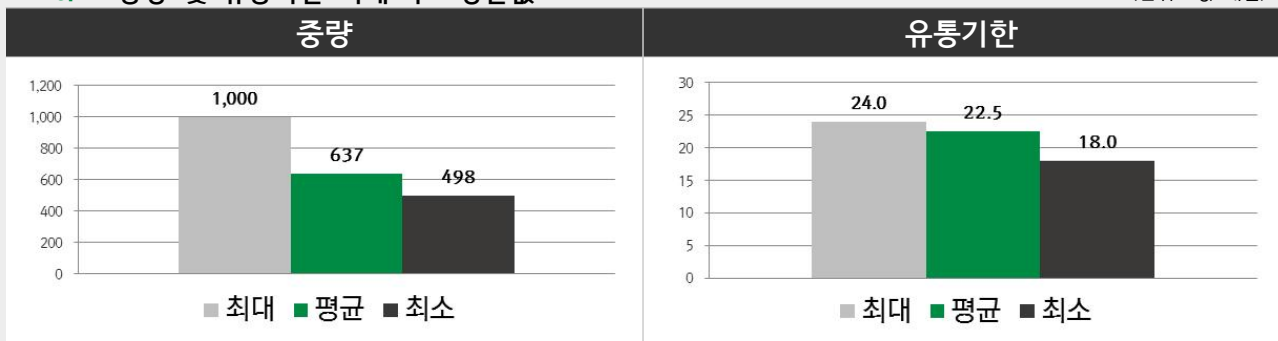
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04), 4개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹¹.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04), 4개 제품 기준

10. 1위안(CNY) = 163.6원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.04.26.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '위안'을 한화로 전환하여 제시함

11. 중량과 유통기한의 평균값은 제조 국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

액상차, 유리병 패키지 취급 중

중국 내 4개 경쟁제품 외장재는 모두 유리병으로 나타남. 액상차의 경우 물과 혼합하여 섭취하는 제품으로 제품 변질 없이 장기간 보관이 필요함. 이로 인해 제조사들은 공기 차단성이 높으면서 내구성이 강한 유리병을 취급하는 것으로 사료됨

액상차 주요 배합원료

한라봉 액상차는 현지에서 취급하고 있지 않아 대체 제품으로 레몬 액상차로 조사 진행함. 레몬 액상차의 주요 배합원료는 레몬 및 레몬 첨가물이 있으며, 그 외에는 설탕, 과당 및 꿀이 있음

제조국가

중국 액상차의 현지 대형마트 방문 조사결과 한국산 3개, 현지산 1개로 한국산 제품을 주로 취급하고 있음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04)

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
꿀레몬차(蜂蜜柠檬茶)	꿀, 설탕, 물, 과일시럽 등
한금레몬차(韩今柠檬茶)	당침레몬, 액상과당, 정백당, 레몬즙 등
한금레몬차(韩今柠檬茶)	당침레몬, 액상과당, 정백당, 레몬즙 등
Shimida 꿀레몬차(诗密达蜂蜜柠檬茶)	레몬(40%), 설탕, 물, 꿀(3%) 등

출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04), 4개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원료	제조국가 비중
꿀레몬차(蜂蜜柠檬茶)	중국	<p>75.0% 25.0% ■ 중국 ■ 한국</p>
한금레몬차(韩今柠檬茶)	한국	
한금레몬차(韩今柠檬茶)	한국	
Shimida 꿀레몬차(诗密达蜂蜜柠檬茶)	한국	

출처 : 현지방문조사(Carrefour, RT-Mart 2017.04), 4개 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	제조사명	ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD (浙江一派食品有限公司)	한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))
	제품명	꿀레몬차 (蜂蜜柠檬茶)	한금레몬차 (韩今柠檬茶)
	용량(g)	300	550
	가격(위안)	32.9	46.8
	포장형태	유리병	유리병
	배합원료	꿀, 설탕, 물, 과일시럽 등	당침레몬, 액상과당, 정백당, 레몬즙 등
	유통기한 (개월)	18	24
취급처	수입사 정보	-	상해 한금 무역회사 (上海韩今贸易有限公司)
	판매확인 매장	Carrefour	RT-Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))	오뚜기삼화식품(주) (奥多吉三和食品(株))
	제품명	한금레몬차 (韩今柠檬茶)	Shimida 꿀레몬차 (诗密达蜂蜜柠檬茶)
	용량(g)	1,000	500
	가격(위안)	62.1	18.4
	포장형태	유리병	유리병
	배합원료	레몬, 설탕, 과당, 레몬즙, 꿀 등	레몬(40%), 설탕, 물, 꿀(3%) 등
유통기한 (개월)	24	24	
취급처	수입사 정보	상해 한금 무역회사 (上海韩今贸易有限公司)	Kangcheng 투자(중국)유한회사 (康成投资(中国)有限公司)
	판매확인 매장	RT-Mart	RT-Mart

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



오뚜기삼화식품(주)

		ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD (浙江一派食品有限公司)	TONGMEI FOOD CO.,LTD (通美食品有限公司)	오뚜기삼화식품(주)
		중국	중국	한국
기업 개요	설립년도	2003년	2014년	1993년
	매출액	-	-	191억 2,736만원
	취득인증	ISO9001, QS	ISO9000	ISO2001
	취급품목	꿀, 액상차, 두유 분말 등	액상차, 잼, 각종음료 등	다류, 청량음료 인스턴트 식품 등
제품 정보				
		블루베리 액상차	유자 액상차	레몬 액상차
				
		두유 분말	꿀	생강차
홍보 전략	홍보 채널	· 오프라인 매장 확보	· SNS 및 사이트상 홍보	· 수입산 제품 강조
	캐치 프레 이즈	· 영양성분 강조	· 신선하고 안전함 강조	· 다양한 활용방법 - 빵에 찍어서 섭취 - 요거트와 혼합하여 섭취

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : 레몬 액상차(蜂蜜柠檬茶, 柠檬茶)
- 온라인 쇼핑물 분석
 - Taobao(world.taobao.com)
 - Alibaba(food.1688.com)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 현지 매장 방문
 - Carrefour
 - RT-Mart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 조사)
+ 방법론 02(오프라인 방문 조사)

현지, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

현지(중국)	현지(중국)	한국
		 오투기삼화식품(주)
· 온라인 판매 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 판매 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 판매 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

2. 경쟁사별 현황 파악

ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD 정보

- 대표 전화: +86-0571-8892-0016
- 업태: 생산 및 유통
- 소재지: 항저우(杭州)

출처 : ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD
(www.yipaishipin.com)

현지 기업 분석 : ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD

2003년에 설립되어 주로 액상차, 꿀 및 두유 분말 등 가공식품을 취급하고 있음. 해당 기업의 브랜드 이름은 FUSHIDO(福事多)이며, 레몬 액상차에 대해 현지 방문조사 결과 유일하게 취급 중인 현지 기업으로 확인됨. 현재 중국 온라인에서도 판매되고 있으며, 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업으로 경쟁제품으로 도출함

[기업 개요]

- | | | |
|--------|-------|-----------------|
| ① 설립년도 | | 2003년 |
| ② 매출액 | | - |
| ③ 취득인증 | | ISO9001, QS |
| ④ 취급품목 | | 꿀, 두유 분말 등 가공식품 |



출처 : Baidu Baike(baike.baidu.com)

[제품 정보]

액상차		기타	
	유자, 레몬, 블루베리 맛		오트밀
영양보조품		인기 제품	
	참깨죽, 두유 분말		오매탕

출처 : Yipaishipin(www.yipaishipin.com)

[홍보 전략]

유통경로 확보	캐치프레이즈
“ 전국적으로 유통경로 확보 ”	“ 비타민 C 강조 ”
<ul style="list-style-type: none"> - 'FUSHIDO'라는 브랜드 이름으로 캐릭터 그림을 활용하여 중국 전 지역 슈퍼마켓에 납품 - 소비자들에게 친근감 이미지 형성 및 신뢰도 상승 	 <p>‘하루에 한잔 레몬차, 하루 비타민C충족 가능’</p>

출처 : Yipaishipin(www.yipaishipin.com)

2. 경쟁사별 현황파악

TONGMEI FOOD CO.,LTD

정보

- 대표 전화: +86-0755-2885-4003
- 업태: 생산 및 유통
- 소재지: 광저우(广州)

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

현지 기업 분석 : TONGMEI FOOD CO.,LTD

TONGMEI FOOD CO.,LTD회사는 유자가 유명한 중국 광둥성에 위치하고 있으며, 'YOU&ME'라는 브랜드 명으로 생산, 제조 및 유통까지 병행함. 제품의 품질을 향상시키기 위해 다양한 전시회를 참가하여 시장현황을 둘러보고 트렌드를 파악하여 제품에 반영하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	2014년
② 매출액	-
③ 취득인증	ISO9000
④ 취급품목	액상차, 잼, 각종 음료 등



출처 : Alibaba(detail.1688.com)

[제품 정보]

액상차	꿀

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>“ SNS 및 사이트 내 홍보 ”</p> <p>SNS WEIBO, DOUBAN사이트에 모든 제품 업로드하여 제품 홍보</p>	<p>“ 신선하고 안전함 강조 ”</p> <p>“무방부제, 무 첨가물, 건강하고 영양가 있음”을 강조하며 안전하고 신선함을 전달</p>

출처 : Alibaba(detail.1688.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

오뚜기삼화식품(주) 정보

- 대표 전화: 041-730-9000
- 업태: 생산, 제조 및 유통
- 소재지: 충남

한국 기업 분석 : 오뚜기삼화식품(주)

오뚜기삼화식품(주)은 1993년 설립되어 각종 국산차 및 다류를 생산하고 있으며, 국내 다류업계 최대의 수출량을 확보하고 있음. 현재 오뚜기삼화식품은 본사 및 논산공장, 서울 및 부산 사무소, 하남 물류센터를 갖추고 있음. 또한, 생산된 제품은 미국, 일본, 중국, 유럽 등 약 20여 개국으로 수출하고 있음

현재 중국에서는 오프라인 매장 RT-Mart 및 최대 온라인 쇼핑몰 알리바바에서 판매 중임

[기업 개요]

① 설립년도	1993년
② 매출액	191억 2,736만원(2015년 기준)
③ 취득인증	ISO2001
④ 취급품목	다류, 청량음료, 인스턴트 식품 등



[제품 정보]

액상차



레몬차, 유자차, 생강차

출처 : RT-Mart 현장방문(2017.04), Alibaba(detail.1688.com), 옥션(auction.co.kr)

[홍보 전략]

수입산 홍보	캐치프레이즈
<p>“ 한국산 홍보 ”</p> <p>商品特色 Product Features</p> <p>韩国蜂蜜柚子茶 三和蜂蜜柚子茶, 用料精良, 融合了蜂蜜与柚子的果味。</p> <p>广受青睐 三和柚子茶是韩国柚子茶行业的有名品牌。</p> <p>无添加 三和茶系列, 韩国原装进口, 符合当地食品卫生标准, 安全可靠, 放心食用。</p> <p>韩国品牌 三和柚子茶是韩国有名品牌, 生产了30年有经验的茶, 功能茶等各种茶类。</p>	<p>“우수한 품질 및 영양가 ”</p> <p>활용방법 1 - 잼과 비슷하게 빵에 찍어서 섭취</p> <p>활용방법2 - 요거트 혹은 아이스크림과 혼합하여 섭취</p>
<p>중국 내 액상차의 경우 대다수 제품이 한국산으로 유통되고 있어 한국산을 강조하는 문구 사용</p>	<p>출처 : Alibaba(detail.1688.com)</p>

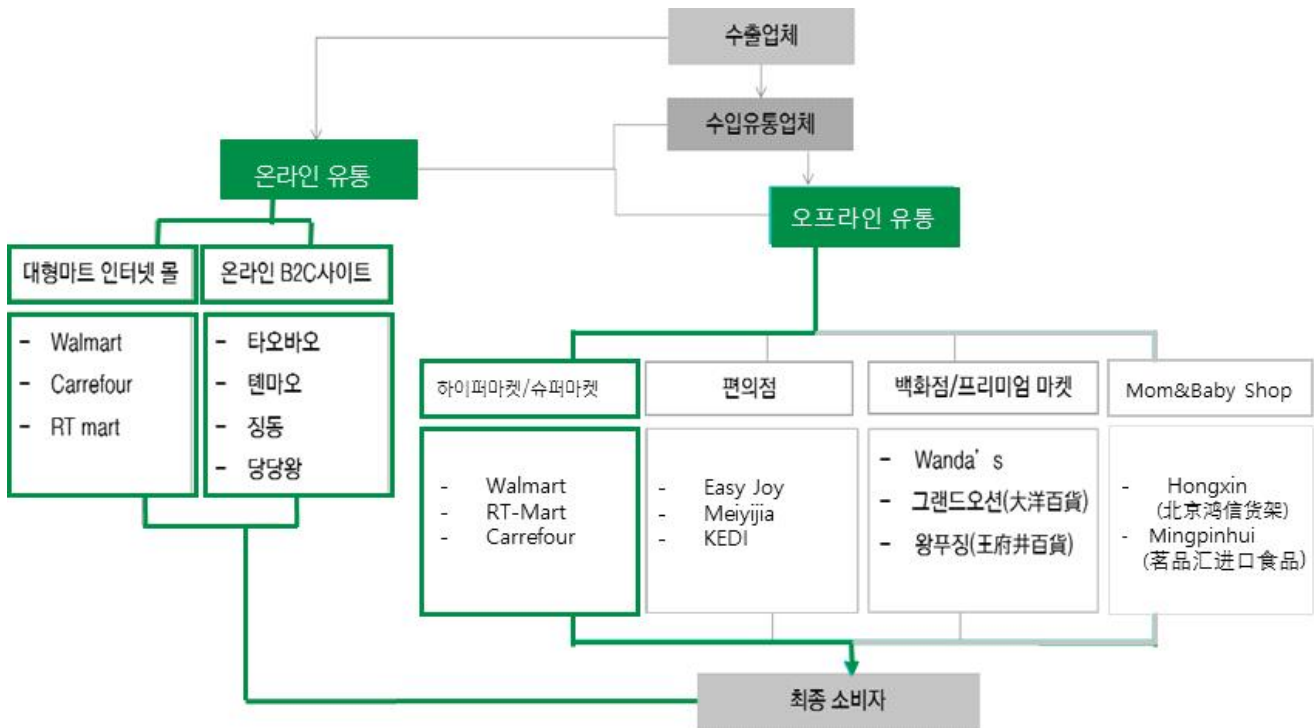
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

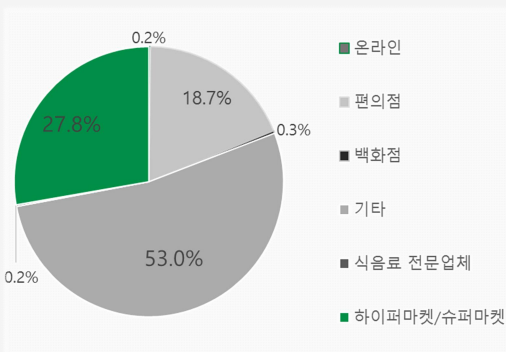
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

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
- 백화점 : 중국 백화점의 경우 주로 대형마트 입점 되어있음
- 식음료 전문 업체 : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점 ex. 냉동식품 전문점 등
- 온라인 : 해외직구, 온라인 쇼핑몰
- 기타 : 드럭스토어, 재래시장, 기타 일반 소매점을 포함

출처 : Global Data(2015), 'Industry includes Non-Alcoholic Beverages' 유통채널 기준

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 품목의 다양화를 꾀하는 중국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓

미국 농무부의 ‘중국 유통 보고서, 2015’에 따르면, 중국 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 유통점유율이 식품 전체의 60%를 차지하고 있음. 이로 인해, 중국의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓은 다양한 소비자의 수요를 만족시키기 위해 국내산뿐만 아니라 수입산 제품도 취급하고 있으며, 이윤을 높이기 위해 중국 내 PB 상품 투자를 늘리고 있는 추세임

ROUTE #2. 온라인 유통채널

: 중국의 온라인 유통채널 성장 중

중국은 유통 인프라가 발전하면서 온라인 쇼핑몰을 통한 수입식품 판매가 전국적으로 증가하고 있음. 과거에는 중국 대도시에서만 수입 식품을 취급했다면 현재는 인프라가 구축되어 중소 지역에서도 수입 식품을 취급하고 있는 추세임

온라인 유통채널의 장점은 오프라인 매장보다 저렴하게 판매되며 제품 종류의 선택 폭이 넓음. 또한 처음 중국으로 수출할 경우 위험 부담이 적은 온라인 채널로 진행하여 먼저 제품 시장성 파악을 하는 것을 추천하는 바임

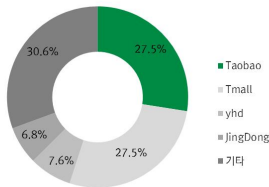
ROUTE #3. 식음료 전문 업체

: 급성장 중인 중국의 온라인 유통채널

식음료 전문 업체는 작은 규모의 슈퍼마켓으로 식품 및 음료를 취급하고 있는 매장임. 해당 업체는 수입 식품 비중이 높아 전체 취급 제품 중 50 ~ 80%가 수입산으로 확인됨¹².

또한, 식음료 전문 업체는 주로 외국인 거주자가 많은 특정 지역에 분포되어 있으며 중국 진출 시 하이퍼마켓 혹은 슈퍼마켓으로 수입 식품을 납품하기 전에 수입식품 유통망인 식음료 전문 업체로 진출하는 것도 용이한 채널로 보임

온라인 쇼핑몰 점유율



출처 : 중국 전자상거래연구센터
(www.100ec.cn)

12. EU SME Center, 'The Food & Beverage Market in China', 2015

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준 중국 무알콜 음료 시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 27.8%, 편의점 18.7%, 백화점 0.3%, 온라인 및 식음료 전문 업체가 각각 0.2%를 차지함. 시장성장률의 경우 중국 무알콜 음료의 2013년부터 2015년까지 유통채널 성장률은 하이퍼마켓·슈퍼마켓 10.7%, 온라인이 12.6%을 기록함

제품 컨셉

중국 소비자들은 소득 수준과 소비 수준이 향상되면서 수입 식품에 대해 관심이 높아졌으며 이에 따라 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 이를 충족하기 위해 수입 식품관을 따로 운영하기 시작함. 또한 중국 온라인 유통이 발달됨에 따라 해외직구 이용자들이 증가하고 있음

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 슈퍼마켓·하이퍼마켓에서 한국 제품이 다수 유통되고 있었음. 반면 편의점의 경우 무알콜 음료는 취급을 하고 있지만 액상차 취급 확인이 어려웠음. 중국 백화점 특성상 주로 대형마트 내에 입점 되어 있어 유통경로 추천에서 제외함

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권		[Green]
시장 성장률		2013 ~ 2015년 성장률 두 자리 수 성장			
2. 제품적합성		제품컨셉일치도	수입식품 취급여부		[Green]
3. 진출가능성	한국제품취급여부		한국산 액상차 취급 유무	[Green]	[Grey]
 온라인	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권		[Grey]
시장 성장률		2013 ~ 2015년 성장률 두 자리 수 성장		[Green]	[Grey]
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 취급여부	[Green]	[Grey]
	3. 진출가능성		한국제품취급여부	한국산 액상차 취급 유무	[Green]
 식음료 전문 업체	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권		[Grey]
시장 성장률		2013 ~ 2015년 성장률 두 자리 수 성장		[Grey]	[Green]
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		수입식품 취급여부	[Green]	[Grey]
	3. 진출가능성		한국제품취급여부	한국산 액상차 취급 유무	[Green]

1. 추천 진출 경로

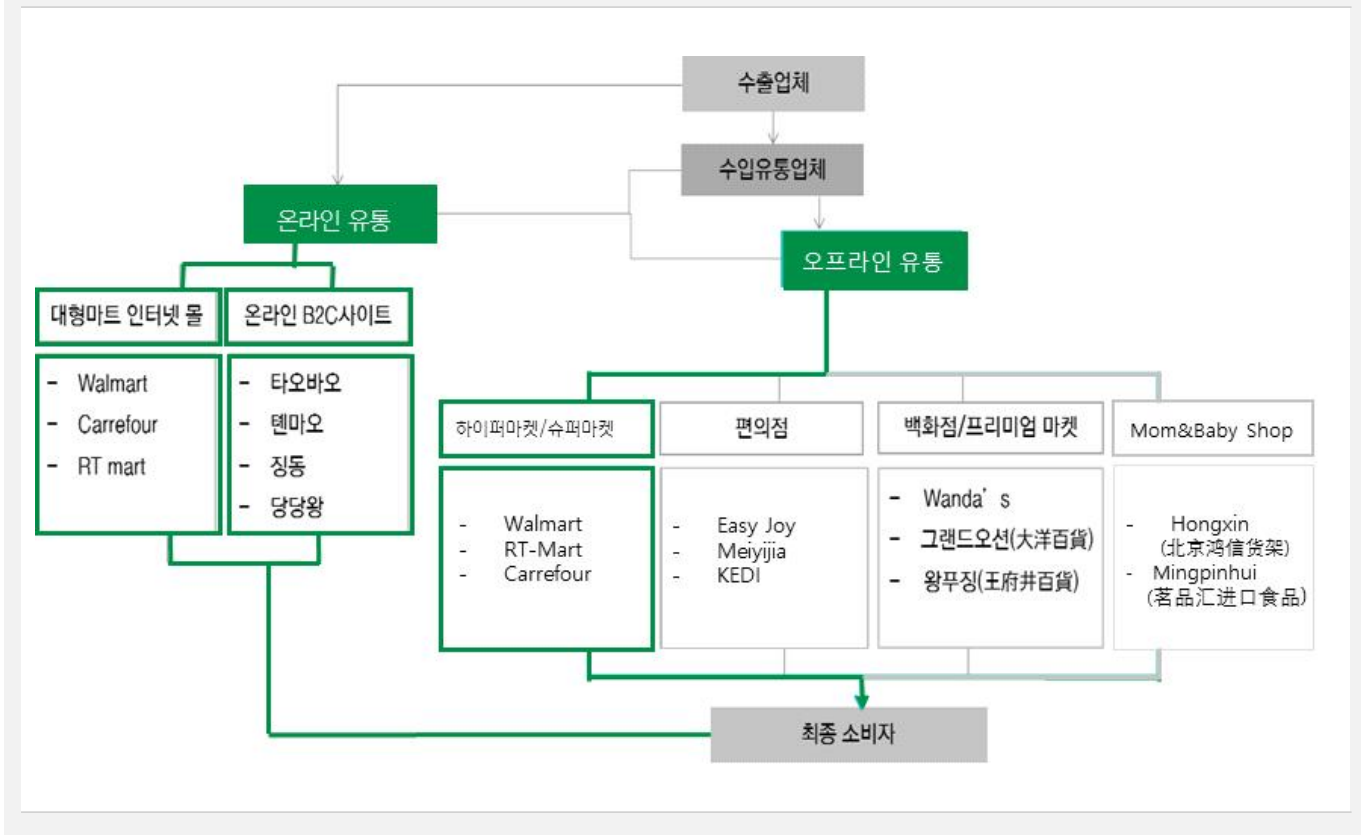
슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

2015년 Global Data 무알콜 음료 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 최적의 유통채널은 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 분석됨

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

하지만 하이퍼마켓·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, 액상차 제조업체, 수입 업체, 유통업체 대상 인터뷰 진행 (2017년 4월)

- 액상차 제조업체
- 액상차 유통업체
- 액상차 수입업체

Q1. 현재 취급하고 있는 제품은?

“현재 레몬 액상차만 취급하고 있다. 한라봉 액상차에 대해서는 모른다.”

-수입식품 유통업체 上海罗语轩商贸有限公司
대표자 Mr. Guo과의 인터뷰 中, 2017.04

“음료 베이스의 여러가지 제품을 취급하고 있지만, 액상차는 유자차만 취급하고 있으며 국내산 제품 밖에 없다.”

-식품 유통업체 广州市白云区松洲听茶餐饮食品
담당자 Mr. Jiang과의 인터뷰 中, 2017.04

“한국 유자 액상차 제품이 인기가 있었지만, 최근 사드 문제로 현재 취급하고 있지 않다. 대신 태국 및 베트남 제품의 유자차를 새로 취급한다.”

-식품 수입 및 유통업체 张家口美享商贸有限公司
담당자 Ms. Wang과의 인터뷰 中, 2017.04

Q2. 제품의 주요 납품처는 어디인가?

“온·오프라인에서 모두 유통하고 있으며, 유자차의 제품은 두 채널 모두 판매량이 괜찮다.”

-음료 유통업체 眉山市唯王食品厂
대표자 Ms. Shuai와의 인터뷰 中, 2017.04

“온·오프라인 유통채널을 모두 사용 중이며, 주로 도매상에게 납품을 하고 있다.”

-식품 수입 및 유통업체 张家口美享商贸有限公司
담당자 Ms. Wang과의 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 ¹³ .	130억 479만 달러 ¹⁴ .	4,859억 달러
	직원 수	36만 명	-	230만 명
	점포 수	11,935개 (2016년)	367개 (2017년)	11,695개 (2016년)
	취급품목	식품 및 음주류, 생활용품	과일, 스낵류, 음료, 의류 등	과일, 식품 및 생활용품, 의류 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 애플리케이션 쇼핑 - 비교 3사 중 유일하게 Google App으로 쇼핑이 가능하여 소비자들에게 편리를 제공함 	<ul style="list-style-type: none"> · Facebook으로 홍보 - Facebook 페이지를 개설하여 고객이 업로드 하는 자사매장 관련 게시물을 자동으로 연동하여 소비자들에게 다양한 정보 제공함 	<ul style="list-style-type: none"> · 벌크 판매 - 온라인 쇼핑물에서 일부 제품을 벌크로 구매할 수 있으며, 주로 물, 라면, 참치캔 등이 있음
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 고객별 회원카드 - 기업·개인 고객별 별도의 혜택을 가진 회원카드 	<ul style="list-style-type: none"> · 한국·대만·일본식품 프로모션 진행 - 매장 입구에 상품 전시 및 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> · 다채로운 기프트카드 - 다양한 도면으로 기업 및 개인 선물용으로 적합한 월마트 기프트카드

13. 1유로(EUR) = 1.09달러(USD) (KEB하나은행 고시기준, 2017.04.26)

14. 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

세계 최대 유통업체 중 하나로 프랑스에 본사를 두고 있음. 현재 전 세계 30개 이상 국가에서 12,000개에 가까운 점포를 운영 중임. Carrefour는 세계 2위 유통업체인만큼 기업의 사회적 도의에 민감하여 협력업체도 글로벌 수준의 사회적 책임을 질 수 있도록 다방면으로 지원하고 있음

표 6.1 : Carrefour 매장 정보

기업 정보	컨셉	사회적 책임을 지는 세계 대형유통업체의 2인자
	대표 주소	Szitic Square No. 69, Nonglin Road Shenzhen, Guangdong, China
	대표 전화	+86-21-6443-1965
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경		 
매장 이슈		<p>고객의 만족을 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 충족시킨다. 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>각 기념일에 맞춘 특별 세일</p> <p>중국 Carrefour는 기념일에 맞춰 관련 품목 특별세일을 진행함. 4월 7일부터 5월 9일까지 2017년 국제미주식품전시회를 기념하며 수입 와인 할인 프로모션을 진행하고 있음. 또한 4월 25일부터 5월 8일은 중국의 노동절이라 생필품 및 선물용품을 할인하는 이벤트를 진행 중임</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
	대표 주소	No. 36, Lane 128, Xinhuyi Road, Neihu District, Taipei City
	대표 전화	+86-800-010-020
주요 판매품목		과일, 스낵류, 음료, 의류 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>지금은 셀프 서비스 시대</p> <p>RT-Mart는 고객들의 쇼핑 편의를 위해 각종 셀프 서비스를 도입하고 있음. 고객들이 직접 채소, 육류 및 중량당 가격으로 판매하는 제품을 달아볼 수 있는 셀프 저울과 직원을 찾을 필요 없이 제품의 위치를 확인할 수 있는 검색대를 운영하고 있음. 또한 가격에 민감한 고객들을 위해 구매 전 미리 쇼핑한 제품들의 가격을 계산해 볼 수 있는 카운터를 설치하여 타 유통매장과 차이점을 뚝</p>
프로모션 전략		<p>5,000위안 이상 구매 고객, 무료 배송서비스 실시</p> <p>중국 RT-Mart 홈페이지에서는 한 번에 5,000위안 이상 제품을 구매한 고객에 한해 무료 배송서비스를 실시한다고 홍보함. 배달가능 지역은 물품을 구매한 매장의 소재시(市) 내로 한정되어 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	
	대표 주소	2-5/F, Tower 2 and 1-12/F, Tower 3, SZITIC Square, 69 Nonglin Road, Futian District, Shenzhen	
	대표 전화	+86-755-2151-2288	
주요 판매품목		과일, 식품 및 생활용품, 과일, 의류	
매장 전경			
매장 이슈		<p>식품안전은 월마트가 보증합니다</p> <p>중국 월마트는 매장에서 판매되는 식품의 안전을 꼼꼼히 관리하고 있다고 홍보 중임. 이를 위해 식품 제품에 대해 공급상 관리, 배송관리, 화물 수취 관리, 가공 관리, 냉동제품 관리, 자가 브랜드 설립 및 매장 내 위생관리의 7가지 부분을 엄격히 관리하고 있음. 특히 월마트는 공급상의 위생까지 엄격하게 관리함. 협업 전 공장 위생 상태를 점검하고, 매년 위생안전훈련을 실시하여 고객들에게 자사 매장 내 식품 안전성을 강조하고 있음</p>	
프로모션 전략		<p>다채로운 월마트 기프트카드로 마음을 전하세요</p> <p>중국 월마트 홈페이지에 따르면 월마트 중국 기프트카드는 기업고객용 및 개인고객용 두 가지가 있음. 기업고객용 카드는 마케팅용 및 우수사원 포상용으로 적합하며, 카드 디자인의 커스터마이징이 가능하기에 광고용으로 사용될 수 있다고 홍보함. 개인고객용은 충전한 금액 만큼 즉시 사용할 수 있다는 편리성을 강조하고, 다양한 카드도면이 있어 상황에 맞춰 마음을 전하기 좋은 선물이라고 강조함. 월마트 기프트카드는 온라인 및 오프라인 매장에서 모두 사용할 수 있음</p>	
제품 판매현황			

출처 : Walmart(www.wal-martchina.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, 미국 통관항에서 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

HS CODE	품명	관세율	
		기본	최혜국
2008	조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분		
2008.30.1000	밀폐 용기에서	20%	16%
2008.30.9000	기타	20%	17%

중국 부가가치세 정보

중국에서 HS CODE 2008류의 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

수입식품 중국 수출 전 준비사항

한국 수출기업은 식품을 중국으로 수출하기 위해 위생관리증명서, 원산지 증명서 및 제품 등록 여부, 판매비준 여부 등의 자료를 통해 준비할 수 있어야 함. 기업의 중국 지사 또는 대리상이 수입관련 절차를 진행할 수 있지만 중국 지사 혹은 대리상이 수입권한이 없을 경우 제3자의 통관대리기업을 통해 진행할 수 있음

수출상(대리상, 해당 기업 중국지사 및 수출대행기업)은 우선 상품검사 관리국에 수출과 관련한 신청서를 접수해야 함

대리상 혹은 기업의 중국 지사 및 수출대행기업을 포함한 수출상은 우선 상품검사 관리국에 수출과 관련한 신청서를 접수해야 하며, 신청서 접수에 필요한 서류는 수입상 등록 신청서 · 상공업 허가증 · 법정 대리인 신분증명 · 대외무역 담당자 신분확인증 등의 원본 및 복사본, 기업안전관리제도 자료, 판매지점 또는 자료, 2년 내 수입 · 가공 · 판매한 식품에 대한 상세 설명 등임

신청서 접수를 완료 후, 접수번호를 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

“가격신고 관련 오류로 인한 분쟁 방지를 위해 수입신고가격의 진실성 및 정확성에 대한 입증자료를 준비해야 한다. 해관이 신고가격을 인정하지 않을 때를 대비하여 과세가격의 결정방법을 명확히 파악하고 있어야 한다.”

- 중국 해관총서 수입 1과
 Mr. Wang(王先生)과의 인터뷰 中, 2016. 06

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 수입신고 전

수입자는 수입신고를 하기 전 필수적으로 중국세관으로부터 통관 고유번호를 발급받아 수입하거나 통관고유번호를 발급 받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함. 단, 상업목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우 발급 면제 가능함

적하목록의 제출 방법은 해상운송, 항공운송, 육상운송이 있으며 적하목록을 제출하지 아니하는 경우 운송수단의 입국 신고절차의 수행을 일시 중지할 수 있음. 또한, 세관은 적하목록이 신고되지 않은 화물의 반송 명령 가능함

Step 02. 수입 신고

통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후, 관련증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함. 제출 방법은 EDI를 통한 신고 및 EDI를 통하지 아니한 신고가 있음. 수입자는 수입 물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 해야 하며 신고의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부 필요 이외에도, 세관은 필요하다고 인정하는 경우 화폐, 어음, 보증서 등 납부해야 할 세액에 상응하는 담보의 제공을 요구할 수 있음

Step 03. 물품 검사

관할세관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것을 원칙으로 하며 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시함. 검사방법은 전수 검사, 표본추출검사 및 외장검사가 있음. 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않지만 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자의 부담이 필요함. 또한 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우에도 검사비용을 수입자가 부담해야함

중국 수입식품 통관 서류

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

출처 : TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)

1. 통관 및 검역절차

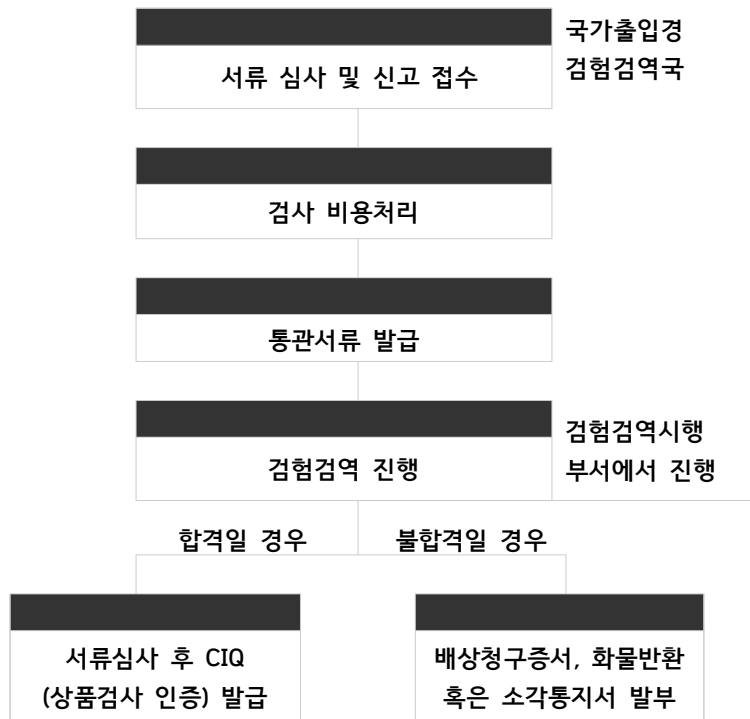
Step 04. 관세납부 및 통관완료

관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함

납부 절차는 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 지시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부하는 현장 납부가 있으며 e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세 납부하는 전자 납부가 있음. 추가로 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음

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

표 7.2 : 중국 통관검역 세부절차



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

2. 관세율 정보

액상차, 협정 관세율 적용되어 17.0% 부과

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

참여기업의 ‘한라봉 액상차’는 중국에서 HS CODE 2008.30.9000(기타)로 분류되며, 상위코드인 HS CODE 2008(조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분)에 정확히 일치함

중국에서 HS CODE 2008.30.9000에 부과하는 기본 세율은 20%이지만, 한국 제품에 대해서는 한·중 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 현재 17.0%의 관세율이 부과되고 있음

이외에도 중국은 HS CODE 2008류에 해당하는 조제 식료품에 대해 관세 외에도 내국세로 증치세를 17% 부과하고 있음

표 7.3 : 중국 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2008	보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분	-
	2008.30	감귤류 과실	
	2008.30.1000	유자	
	2008.30.9000	기타	
중국	2008	보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분	16.0%(협정세율)
	2008.30.10	밀폐 용기에서	
	2008.30.90	기타	

출처 : TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)

3. FTA 정보

HS CODE 2008.30.9000

한·중 FTA 체결로 2034년 관세 철폐

HS CODE 2008은 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 2008.30.9000은 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 관세가 균등 철폐되며 이행 20년차 1월 1일이 되면 무관세가 됨. 2017년 현재는 17.0%이며 최종적으로는 2034년에 이르러 완전 철폐됨

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

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

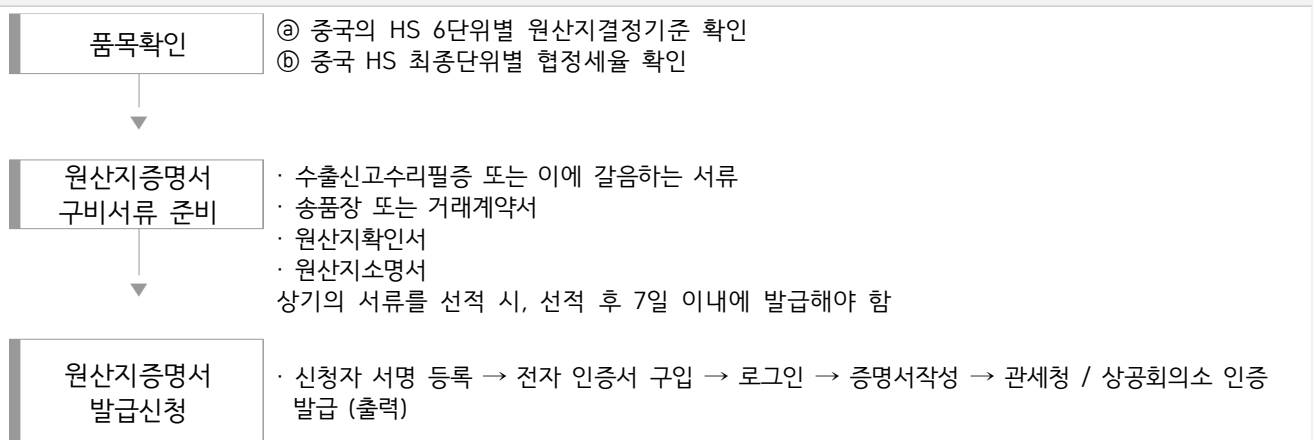
상대국에서 FTA 세율을 적용할 경우 협정별 원산지결정기준을 충족하고 협정에서 정한 원산지 증명서를 구비해야 가능함

표 7.4 : HS CODE 2008.30.9000 한·중 FTA 연도별 협정 세율

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
19.0%	18.0%	17.0%	16.0%	15.0%	14.0%	13.0%	12.0%	11.0%	10.0%
2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
9.0%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%	0%

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr)

표 7.5 : 한중 FTA 원산지 증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

4. 통관 및 검역 유의사항

음료, GB 7101-2015 기준 준수해야

중국으로 음료 수출 시, 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가표준에 부합해야 함. 이때 중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함

2015년 11월 13일 발표된 중화인민공화국 국가 표준인 GB 7101-2015는 2016년 11월 13일부터 정식 발효됨. 해당 표준은 GB 2759.2-2003 ‘탄산 음료위생표준’, GB 19296-2003 ‘차·음료위생표준’, GB 19292-2003 ‘과일, 야채음료 위생 표준’ 등을 대체하였으며, 대상 제품은 정량에 따라 포장된 음료 혹은 물과 혼합하여 섭취 가능한 음료임

이에 따라 오염물, 진균독소, 농약 잔여물 및 미생물 제한량도 변경되었으며, 식품 첨가물 및 식품 영양 강화제도 지정 규정에 따라 변경됨

표 7.6 : 중국 음료 위생요건

분류	규정
오염물	GB 2762
진균독소	GB 2761
농약잔여물	GB 2763
미생물	GB 29921 및 GB 4789.26
식품첨가물	GB 2760
식품 영양 강화제	GB 14880

출처 : 중화인민공화국 국가 표준, ‘GB 7101-2015’

5. 통관거부사례

중국 통관거부사례 급증... 진출 시 철저한 대비 필요

중국국가질량검험검역총국에서 공시한 2017년 3월의 식품 및 화장품의 통관 거부 전체 사례 466건 중 한국산 제품이 차지하는 비율은 약 18%(83건)임. 전체 한국 제품 중 11건이 음료 품종으로 확인되었으며, 경쟁국산에 비해 비교적 높은 비율로 거부가 되는 만큼, 동종 또는 유사제품의 거부사례를 사전에 면밀히 검토하기를 추천하는 바임. 한국산 HS CODE 2008.30기준 한국산 제품의 통관거부사례는 확인되지 않아 음료류에 해당하는 HS CODE 2202.90.0099 품목의 통관거부 사례를 확인함

표 7.7 : 음료제품 통관거부사례(HS CODE 2202.90.0099)

품목	프리미엄 주스	
국가	한국	
통관 거부일자	2017년 3월	
담당 검역소	상하이 (上海)	
물량	124kg	
위반	라벨 불합격	
조치상황	반품	
품목	과일 맛 음료	
국가	한국	
통관 거부일자	2017년 3월	
담당 검역소	리아오 닝(辽宁)	
물량	630kg	
위반	라벨 불합격	
조치상황	소각	
품목	복분자 액기스	
국가	한국	
통관 거부일자	2017년 3월	
담당 검역소	리아오 닝(辽宁)	
물량	225.12kg	
위반	라벨 불합격	
조치상황	소각	

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, 선하증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
소요기간	1~1.5 개월	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ인증 라벨 발급	
유의사항	중국에 식품을 수출하기 위해서는 CIQ 부착이 필수이며, CIQ 인증 발급 시 액상차의 경우 미생물 검사, 중금속 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	2015년 10월부터 QS에서 SC인증으로 대체함. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품 안전에 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 : 중국출입경검험검역국
 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 : 상품검사 인증(CIQ)

중국 검사 검역(CIQ)란 국가질량감동검사검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 통관 시 상품을 품질 검사하여 발급하는 일종의 위생증임. 중국에서 수입식품은 별도의 허가등록 없이 중국 검사 검역(CIQ)만으로 통관 및 판매 가능함. 중국에서 중국 검사 검역(CIQ)는 모든 수입식품의 대한 필수 사항이며 별도로 인증 마크 부착할 필요는 없음

표 8.1 중국 CIQ 인증 발급절차

STEP 01. 위생검역 서류 심사 및 신고 접수	소요기간
- 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 제품실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

출처 : 중국 국가출입경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

권장인증 : SC(Sheng Chan) 인증

2015년 10월부터 중국은 ‘식품 생산 허가증’을 개정하면서 QS(전국 공업 제품 생산 허가증)표시를 SC(식품 생산 허가증)으로 대체함. ‘식품 생산 허가 관리 방법’ 실행 후 신규 식품 생산 취득자는 식품 포장지 혹은 라벨지에 QS표시를 금지함. 또한, SC인증의 유효기간을 3년에서 5년으로 연장함

표 8.2 중국 SC 인증 발급절차

STEP 01. QS 인증 신청서 제출	소요기간
- SC인증 신청서 양식 : www.foodmate.net/dfgvlg	15일
STEP 02. 서류 심사	40일
- 국가품질감독검험검역총국 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 워킹데이 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국 품질과에 제출	
STEP 04. SC 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사 결과에 따라 워킹데이 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 발급	

출처 : 중국 국가출입경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

2. 인증 취득제품

현지 제품은 SC 인증 부착

2017년 4월 현지 매장 방문 및 온라인 조사 결과, 한국산 수입제품의 경우 SC인증을 취득하지 않고 있으며, 중국 현지 제품의 경우 대체로 SC인증을 취득하고 있음

비록 한국산 제품의 경우 SC인증을 취득하지 않고 있으나 중국 사람들은 해당인증을 선호하고 있기 때문에 수출 시 취득할 경우 경쟁제품 대비 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

표 8.3 중국 액상차 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 꿀 레몬차 (蜂蜜柠檬茶) - 기업 : FISHIDO(福事多) - 국가 : 중국 - 가격 : 32.9위안 - 용량 : 495g 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 꿀 레몬차 (蜂蜜柠檬茶) - 기업 : Guangdong Tongmei(广东通美食品有限公司) - 국가 : 중국 - 가격 : 21.0위안 - 용량 : 300g 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 한금레몬차 (韩今柠檬茶) - 기업 : 한국고려자연식품(주) - 국가 : 한국 - 가격 : 46.8위안 - 용량 : 550g 	-	
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 꿀 레몬차 (诗密达蜂蜜柠檬茶) - 기업 : 오뚜기 삼화식품(주) - 국가 : 한국 - 가격 : 18.4위안 - 용량 : 500g 	-	

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 한라봉 액상차를 수출할 때 필수적으로 요구되는 인 증은 무엇인가요?

“중국에서 식품(일반가공식품 및 보건식품)은 중국 국가식품약품감독관리총국(CFDA)에서 관할합니다. 전 세계 국가들은 식품 수입에 있어 원산지(수출국)에서 발급된 위생검역증만을 요구하지만 중국은 먹거리에 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.”

- 중국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

Q2. 필수인증인 '위생 감독 및 검사'를 추천하시나요?

“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.”

- 중국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

Q3. 중국에 한라봉 액상차를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인 증은 무엇인가요?

“중국 한라봉 액상차 수출 시 선택적으로 요구되는 인증은 SC인증이 있습니다. 이외에도, 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용이 금지되거나 제한량이 다른 경우가 있으므로, 식품첨가제 표준 내용도 반드시 숙지하시는 것을 권고합니다.”

- 중국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

Q4. 선택인증인 위의 기준을 추천하시나요?

“중국 제품들은 SC인증을 취득하고 있기 때문에 SC인증 취득을 추천하나 필수 사항은 아닙니다. 다만, 라벨의 경우 내용이 부합하지 않을 시 불합격 식품으로 판정되어 수입유통 불가(폐기 처분)하기 때문에 반드시 숙지하시길 바랍니다.”

- 중국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

“식품첨가제 / 집행표준 / 불합격-폐기처분”

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

● 중국 농축액 라벨링 필수 표기사항



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

출처 : 현지방문조사(Carrefour, 2017.04)

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

● 중국 농축액 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 :
 <포장식품영양라벨총칙>
 (GB28050-2011)

중문으로 제작된 라벨 필수

중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장식품영양라벨 총칙(GB28050-2011)의 규정을 준수해야함. 라벨은 반드시 중국어 간체자로 표기해야 하며 외국어 병기가 가능하지만 내용은 중문과 상응관계가 있어야함. 또한 외국어 표시는 중문 표시보다 작아야 함

스티커 부착 금지, 인쇄 포장 필수

식품 라벨은 제품 혹은 포장지에 부착, 인쇄 및 표기가 가능하며 소비자들이 혼돈될 수 있는 단어를 금지함. 식품 라벨은 제품 혹은 포장지에 부착, 인쇄 및 표기가 가능하며 소비자들이 혼돈될 수 있는 단어를 금지함. 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 고품질의 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)

项目	每100克(g)	N% (%)
能量	1114千焦(kJ)	13%
蛋白质	0克(g)	0%
脂肪	0克(g)	0%
碳水化合物	65.5克(g)	7.1%
钠	52毫克(mg)	0.9%

电话: 321100
质量监督电话: 0579-88988702

项目	每100(g)	营养素参考值%
能量	1210千焦(kJ)	1%
蛋白质	0克(g)	0%
脂肪	0克(g)	0%
碳水化合物	71.1克(g)	2%
钠	21毫克(mg)	1%

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 checked="" type="checkbox"/>
수산물 <input type="checkbox"/>	식품첨가물 <input checked="" type="checkbox"/>
축산물 <input type="checkbox"/>	중금속 <input type="checkbox"/>
가공식품 <input type="checkbox"/>	전염병 <input type="checkbox"/>
유아식품 <input type="checkbox"/>	병해충 <input type="checkbox"/>
건강기능식품 <input type="checkbox"/>	병원성균 <input checked="" type="checkbox"/>
음료 <input checked="" type="checkbox"/>	영양강화제 <input checked="" type="checkbox"/>
식자재 <input type="checkbox"/>	치료제 및 항생제 <input type="checkbox"/>

● 음료 수출 시 주의해야 하는 이화학 지표(理化指标)

항목	지표	검사 방법
아연(Zn), 구리(Cu), 철(Fe) 총합 a/(mg/L)	≤ 20	GB 5009.13
		GB 5009.14
		GB/T 5009.90
사이안화물(Cyanide) HCN으로 계산 시 b/(mg/L)	≤ 0.05	GB/T 5009.48
우레아제 실험 c	음성(阴性)	GB/T 5009.183

※주의사항: 고체음료, 농축액 음료는 제품의 라벨 표시의 혼합비율로 희석 후 해당 기준 적용

출처 : 중국 보건부, 'GB 7101-2015'

● 중국 식품안전국가기준 음료 규정

분류	규정
오염물	GB 2762
진균독소	GB 2761
농약잔여물	GB 2763
미생물	GB 29921 / GB 4789.26
식품첨가물	GB 2760
식품 영양 강화제	GB 14880

출처 : 중국 보건부, 'GB 7101-2015'

1. 식품첨가물 규정

중국 식품안전국가기준 음료 규정 GB 7101-2015

2016년 1개년 중국 내 한국산 음료 제품 수입 통관 진행 시 불합격 판정을 받은 건수는 총 22건으로 집계됨. 그 중 식품첨가물 건수가 13건으로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로는 라벨 및 위생 문제가 있음

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

표 10.1 : 액상차 식품첨가물 함량정보

물질명	함량정보
L-malic acid	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
acesulfame potassium	0.3g/kg [고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가] [차(류) 음료에 한정]
acetic acid	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
acetic acid(저압 카보닐법)	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
acetylated distarch adipate	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
acetylated distarch phosphate	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
acetylated mono-and diglyceride (acetic and fatty acid esters of glycerol)	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
id treated starch	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
agar	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
alitame	0.1g/kg [고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가] [차(류) 음료에 한정]
allura red,allura aluminum lake	0.1g/kg [알루라 레드로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가] [차(류) 음료에 한정]
alpha-cyclodextrin	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
ammonium glycyrrhizinate	GMP [고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가] [차(류) 음료에 한정]
ammonium hydrogen carbonate	GMP [차(류) 음료,차제품(조미차 및 대용차 포함)에 한정]
annatto extract	0.6g/kg [고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가] [차(류) 음료에 한정]

출처 : 농수산식품수출지원정보(kati.net)

1. 식품첨가물 규정

액상차 주요 식품첨가물

현지방문조사를 통해 파악한 현지산 및 국내산 레몬맛 경쟁제품들의 식품첨가물 성분을 조사한 결과, 구연산, 카라지난 및 비타민C를 활용한 액상차 제품들이 다수 확인되었음. 이외에도 식용에센스 및 크산탄 첨가물을 추가하는 제품도 있음

액상차의 경우 주로 물과 혼합하여 섭취하고 있어 주원료를 꿀 혹은 사탕으로 사용하고 있음

표 10.2 : 레몬 액상차 식품첨가물 정보

유형	제품	제조사	식품첨가물
	<p>꿀레몬차 (蜂蜜柠檬茶)</p>	<p>ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD (浙江一派食品有限公司)</p>	<p>구연산, 크산탄, 카라지난, 비타민C, 식용에센스</p>
	<p>한금레몬차 (韩今柠檬茶)</p>	<p>한국고려자연식품(주) (韩国高丽自然食品(株))</p>	<p>구연산, 구연산나트륨, 레몬맛 식용 에센스, 카라지난, 비타민C</p>
	<p>Shimida (诗密达蜂蜜柠檬茶)</p>	<p>오투기삼화식품(주) (奥多吉三和食品(株))</p>	<p>구연산, 구연산나트륨, 아스코르브산, 크산탄</p>

2. 기타 위생규정

중국 식품안전국가기준 음료 규정 GB 7101-2015

중국 식품안전국가기준 음료의 규정(GB 7101-2015)은 2015년 11월 13일에 발표되었으며 2016년 11월 13일 정식 실시함. 해당 규정은 GB 2759.2-2003 ‘탄산음료 위생기준’, GB 19296-2003 ‘차·음료 위생기준’, GB 19292-2003 ‘과채음료 위생 기준’ 등을 대체하면서 이화학 지표 및 미생물 지표를 변경함

중국 음료 규정 사항 확인 필요

액체 음료의 검사 방법은 일정한 혼합물을 50ml 추출하여 투명 용기에 담은 후 자연광 아래에서 색상과 광택, 맛을 검증함

음료 제품은 이화학 지표, 오염물, 농약잔여물 및 미생물 등의 함량규정을 준수해야함

표 10.3 : 음료 수출 시 주의해야 하는 이화학 지표(理化指标)

항목	지표	검사 방법
아연(Zn), 구리(Cu), 철(Fe) 총합 a/(mg/L)	≤ 20	GB 5009.13
		GB 5009.14
		GB/T 5009.90
사이안화물(Cyanide) HCN으로 계산 시 b/(mg/L)	≤ 0.05	GB/T 5009.48
우레아제 실험 c	음성(阴性)	GB/T 5009.183

*주의사항: 고체음료, 농축액 음료는 제품의 라벨 표시의 혼합비율로 희석 후 해당 기준 적용

출처 : 중국 보건부, 'GB 7101-2015'

표 10.4 : 중국 식품안전국가기준 음료 규정

분류	규정
오염물	GB 2762
진균독소	GB 2761
농약잔여물	GB 2763
미생물	GB 29921 / GB 4789.26
식품첨가물	GB 2760
식품 영양 강화제	GB 14880

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

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
2. Global Trade Atlas	tradestatistics.com/gta
3. Ggwlife	shop.ggwlife.com
4. 구글 이미지	image.google.co.kr
5. Sina	finance.sina.com.cn
6. Amazon	amazon.cn
7. Focus on Datanews	news.xinhuanet.com
8. 중국 음료 공업 협회	chinabeverage.org
9. Taobao	world.taobao.com
10. Alibaba	food.1688.com
11. ZHEJIANG YIPAI FOOD CO.,LTD	www.yipaishipin.com
12. Baidu Baike	baike.baidu.com
13. 옥션	auction.co.kr
14. 중국 전자상거래연구센터	www.100ec.cn
15. Carrefour	www.carrefour.com.cn
16. RT-Mart	www.rt-mart.com.cn
17. Walmart	www.wal-martchia.com
18. TradeNavi	www.tradenavi.or.kr
19. 대한상공회의소	cert.korcham.net
20. 국가질량감독검사검역총국	aqsiq.gov.cn
21. 중국 식품 약품 감독 관리 총국	www.sfda.gov.cn
22. 농수산식품수출지원정보	kati.net