

aTget

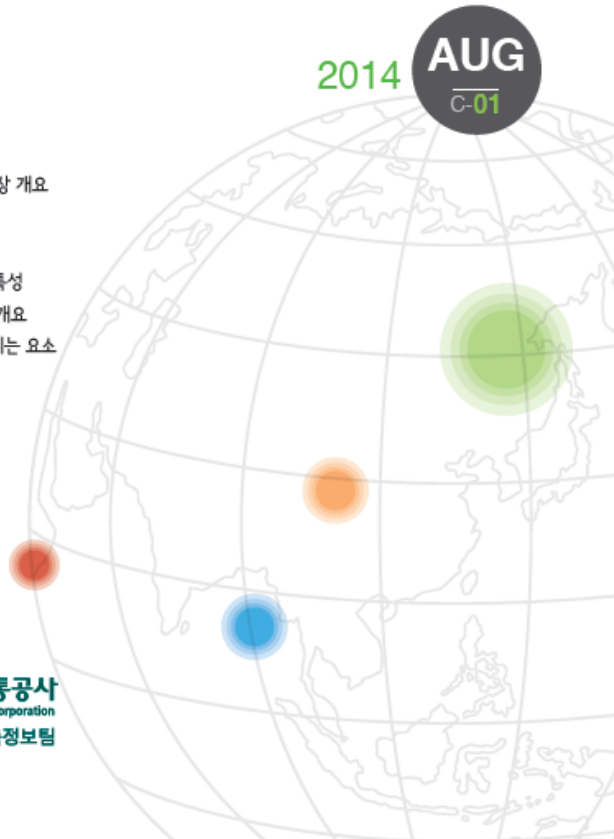
GLOBAL EXPORT
TRENDS

중국 유기농 시장 현황

- I. 조사 배경
- II. 중국 유기농 음료 및 유기농 식품 시장 개요
- III. 업계 관련 정책과 법규
- IV. 소매시장규모와 발전추세
- V. 중국 유기농 제품의 주요 소비자와 특성
- VI. 중국 유기농 음료 및 식품 수입시장 개요
- VII. 중국 유기농 시장 발전에 영향을 미치는 요소
부록

2014

AUG
C-01



at|get

GLOBAL EXPORT
TRENDS

2014 **AUG**
C-01

I. 조사배경

1. 연구범위와 정의	3
2. 연구방법	4
3. 약칭 및 전문 용어	5

II. 중국 유기농 음료 및 유기농 식품 시장 개요

1. 유기농 식품에 대한 정의	9
2. 중국 유기농 식품 시장	10

III. 업계 관련 정책과 법규

1. 중국 유기농 제품 종류	19
2. 중국 유기농 식품의 단계별 구체적인 규정	20
3. 수입제품에 대한 유기농 인증	22
4. 유기농 인증 주요기관 및 인증절차	23

IV. 소매시장규모와 발전추세

1. 중국 유기농 음료 및 유기농 가공식품 시장 개요	29
2. 중국 유기농 음료 시장	34
3. 중국 유기농 가공식품 시장	41

V. 중국 유기농 제품의 주요 소비자와 특성

1. 유기농 음료 및 유기농 가공식품의 가격차이	53
2. 주요 소비자 및 특성	53

VI. 중국 유기농 음료 및 식품 수입시장 개요

1. 유기농 음료 및 식품 수입 관련 법규 및 요구사항	57
2. 주요 수입 제품의 종류와 주요 수입국	58
3. 수입 유기농 제품의 공급 및 유통	59

VII. 중국 유기농 시장 발전에 영향을 미치는 요소

1. 중국 유기농 시장 발전 촉진 요인	63
2. 중국 유기농 식품의 기회와 도전	64

부록

중국 인증기관 목록	69
------------	----

I. 조사배경

1. 연구범위와 정의
2. 연구방법
3. 약칭 및 전문 용어

1. 연구범위와 정의

1) 개황

◆ 지리적 구분

- 본 보고서에서 연구되는 유기농 식품 시장규모와 관련 법규 및 업계발전 추세 분석은 홍콩, 마카오, 대만을 제외한 중국 본토에서 생산하고 판매되는 유기농 식품(수입제품 포함)을 대상으로 한다.

◆ 상품 정의

- 해외권위기관 (예: USDA, World of Organic Agriculture) 및 중국국가환경보호 중국 유기농식품발전센터에서 발표한 《유기농제품인증표준》 및 관련 인증기관의 정의에 따라 다음과 같이 유기농 식품을 정의한다.
“유기 경작방식으로 생산되거나 유기농업 생산 시스템을 갖춘 지역에서 생산되어 공급되는 등 생산지 환경이 관련 표준에 부합되며, 엄격한 품질관리 체계를 갖추어, 생산과정에서 화학합성비료와 농약, 성장촉진제 및 가축사료 첨가제, 유전자 조작 관련 기술을 사용하지 않고, 식품관련 표준인증을 합법적으로 취득한 후 제공되는 식품”
- 중국내 유기농 제품은 주로 신선과 가공 두 가지로 분류된다. 구체적으로 보면 농산품류(야생채집 포함), 축산류, 수산물, 그리고 육가공 및 수산물 가공품, 가공 채소, 주스 및 채소즙, 과일과 견과류, 식물성 유지 및 가공품, 우유, 곡물, 전분 및 가공품 등 37가지로 분류된다. 현재 중국내 소매시장과 수출시장에서 흔히 볼 수 있는 유기농 음료는 주로 유기농 차를 말하며, 유기농 식품으로는 유아용식품, 유제품, 오일과 유지류(油脂) 및 쌀이 있다.

◆ 소매 채널

- 중국 유기농 제품의 유통채널은 백화점(hypermarkets), 슈퍼마켓(super markets), 편의점(convenience stores), 주유소 편의점(forecourt retailers), 잡화점(independent



grocery retailers) 및 기타 유형의 식품판매 채널(other grocery retailers)로 분류될 수 있다.

- 그 외에도 인터넷 판매(online shopping), 직접 판매(direct selling), 자동판매기(vending) 등이 있다.

2. 연구방법

◆ 자료연구

- 정보 수집 및 분석 : 협회(중국음료공업협회, 중국유제품공업협회, 중국엽차유통협회 등) 홈페이지, 인증기관 홈페이지, 중국환경보호총국 유기농식품발전센터, 전문잡지(The World of Organic Agriculture) 등
- 정부 및 업계에서 발표한 통계수치(국가통계연감 등), 법률규정
- 제3자 연구보고(증권업계 관련 보고 등)
- COFCC Passport 데이터베이스 시스템과 관련업계 연구
 - ※ COFCC : 中绿华夏有机食品认证中心(China Organic Food Certification Center)

◆ 기업 및 기관연구

- 국내 유기농 식품시장 관련 인증기구, 생산기업, 판매업자를 대상으로 이들의 홈페이지, 시장보고서, 재무 데이터를 분석하고 업무영역, 프로세스, 판매실적, 신상품 개발, 미래시장 발전에 대한 전략 및 투자 계획 등을 참조하였다.

◆ 업체방문

- 관련 협회, 인증기구, 생산 및 판매 기업을 10여차례 직접 방문하여 기 수집자료를 점검하고 보완하였다.

예측

- 중국 유기농 식품시장의 소매영역에 대한 정량적 예측을 하였으며, 시장의 발전 속도와 발전 원인을 분석하고, 수집된 내용 및 관련업체 인터뷰 자료를 종합하여 미래시장의 발전전망을 예측하였다.

검증과 종합

- 주요 업계정보는 자료수집과 직접방문을 통한 검증으로 균형있는 정보가 될 수 있도록 하였다.

3. 약칭 및 전문 용어

- OFDC : 국가환경보호총국 유기농식품발전센터. IFOAM 재인가를 받았으며, 중국 최초 국내 및 해외 인증을 받은 유기농 인증기구
- COFCC : 중녹화하(中绿华夏) 유기식품인증센터. 최초 등록 유기농 식품인증기관, 본부는 북경 소재
- OTA : 미국유기무역협회
- IFOAM : 국제유기농업운동연합회
- FiBL : Research Institute of Organic Agriculture, 스위스 유기농업연구소, 세계 최초로 유기농업을 연구
- SKAL : 네덜란드 유기농 식품생산인증

Ⅱ. 중국 유기농 음료 및 유기농 식품 시장 개요

1. 유기농 식품에 대한 정의
2. 중국 유기농 식품 시장

1. 유기농 식품에 대한 정의

- USDA(미국농무성)의 유기농 식품에 대한 정의
유기농 경작 방법으로 생산되며, 자원의 중복 사용, 토양과 수질 향상을 강조한다. 유기농 육류, 가금, 계란, 유제품 등은 동물로부터 생산되며, 항생제와 성장촉진제를 사용하지 않는다. 성장과정 중에 농약, 인공합성 성분 포함 비료, 생물공정기술 등을 이용할 수 없다. 이와 동시에 관련 정부와 기관의 인증을 받아야만 유기농 상품이라는 라벨 표시를 부착할 수 있다.
- 위키디피아(Wikipedia)에서 보면 유기농 식품은 유기 농업에서 유래되었음을 강조하며, 유기농 식품은 반드시 국가, 정부, 국제조직에서 인정한 표준을 만족해야하고 인공합성농약, 화학비료 등을 전혀 사용할 수 없다. 동시에 가공 과정에서 공업용 용기와 식품 첨가제 등 비자연적인 요소를 사용할 수 없다.
- 중국 COFCC(China Organic Food Certification Center)는 중국 농업부의 유기농업운동 발전추진기관이자 유기농 식품인증을 관장하는 전문 기관으로, 중국 국가 인증을 받은 유기농 제품 인증기관(<http://www.ofcc.org.cn>)이다. 본 기관의 연구에 따르면, 유기농 식품은 유기농업 생산 시스템을 갖추어야 하고 그 생산환경이 관련 표준에 부합되어야 하며 엄격한 품질관리 체계가 있어야 한다. 동시에 생산과정 중에 화학합성비료, 농약, 성장 촉진제, 가축사료 첨가제를 사용할 수 없으며 유전자 조작기술과 제품을 사용할 수 없다. 또한 합법적 기구에 의해 유기농식품관련 인증을 받아 인증서를 취득해 사람들에게 제공되는 식품이라고 정의하고 있다. 주로 곡물류, 채소, 과일, 음료, 유제품, 조미료, 오일, 수산물 등을 포함한다.
- 그 외에도 국가환경보호총국 유기농발전센터(약칭 OFDC)의 관련 표준에 의하면, 유기농식품은 유기농 생산체계를 갖고 국제 유기농 생산요구와 관련 표준에 맞게 생산 및 가공되어, 독립된 유기농식품인증을 받은 또는 농업 제품 일체이다.
- 국내외 유기농 관련 정의를 비교하면, 핵심내용은 기본적으로 비슷하며 유기농업과의 밀접한 연관성이 강조된다. 생산과정 중에 화학용품과 인공합성성분 비료 및 농약 등은 사용할 수 없으며 관련기관의 표준에 따라 인증을 받아야 한다. “유기농”



이란 개념은 해외 선진국으로부터 시작되었으며, 중국에서 정한 유기농 제품 인증 규정과 관련법규 등도 주로 유럽, 미국 등 선진 국가의 표준을 참조하고 있다.

- 현재 중국 유기농업 및 유기농식품업계는 발전 초기단계로 빠르게 발전하고 있지만, 재배면적, 생산규모, 기술, 관리의 선진성과 시장 성숙도 면에서 선진 국가와 비교하기에는 어려움이 있다. <2013세계유기농업> 정보에 따르면, 미국 유기농 식품 판매액은 200억 유로를 넘어섰으며, 독일과 프랑스도 각각 70억 유로와 40억 유로를 초과하였다. 그러나 세계에서 인구와 식품 소비량이 가장 많은 중국시장의 유기농 제품 판매액은 7.6억 유로로 선진국가보다 현저히 낮고, 일인당 소비금액으로 보면 그 격차는 더 크다. 그러나 소비자들의 식품안전 및 영양에 대한 의식이 지속적으로 높아지고 있고 관련 제품 수입이 증가하고 있는 등 유기농 식품은 중국에서 아주 큰 잠재력을 가지고 있다.

2013 세계 5대 유기농 제품 소매액과 유기농 재배면적 순위					
국가	미국(2011)	독일	프랑스	캐나다	영국
유기농식품판매액 (백만Euro)	22,590	7,040	4,004	2,136	1,950
국가	호주	아르헨티나	미국	중국	스페인
유기농재배면적 (백만ha)	12.0	3.6	2.2	1.9	1.6

* 출처 : 국제유기농연합회 2013 연간 보고서

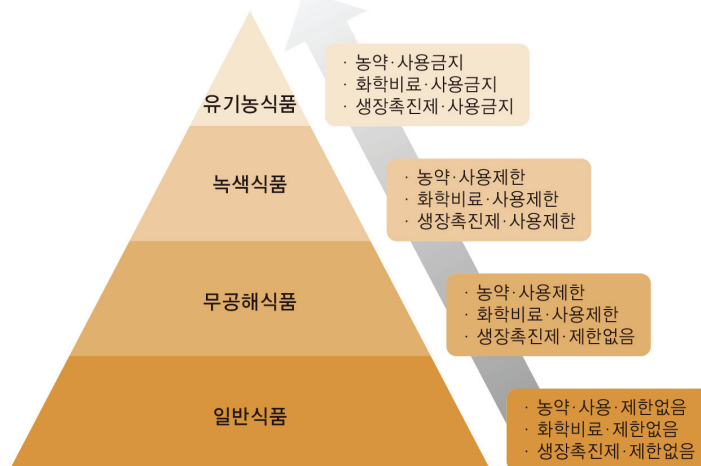
2. 중국 유기농 식품 시장

- 중국 유기농 식품시장은 2003년도부터 본격적인 발전을 시작하였고, 그 역사는 탐색, 시작, 발전의 3단계로 나누어 볼 수 있다. 탐색단계에서는 주로 해외 유기농 식품의 개념, 분류방법 및 주요 인증 기준 등을 탐색하고, 시작단계에서는 시장특성에 맞는 인증 시스템을 구축하며, 발전단계에서는 유기농 식품 인증시스템을 지속적으로 보완하고 세부 관리 규칙을 명확하게 규정한다.

◆ 탐색단계(1990년~1994년)

- 개혁과 개방이 지속적으로 이루어지면서 수많은 외국 농산품, 선진 농업기술과 경영 이념 등이 중국으로 유입되었다. 80년대 후반부터 해외 유기농인증기구(예: 네덜란드 SKAL)들이 중국에 진출하여 유기농업 발전의 초석을 마련하였고, 1989년 OFDC의 전신인 ‘중국환경보호국 남경환경과학연구소 농촌생태 연구실’이 국제유기농연합회(IFOAM)에 가입하면서 중국 최초로 IFOAM 일원이 되었다. 1990년에는 절강성의 ‘베이후다원(裴后茶园)’ 린안차가공공장(临安茶厂)이 네덜란드 SKAL의 유기농 인증을 받아 중국에서 최초로 유기농 인증을 받은 회사가 되었다.
- 이와 동시에 중국에서는 녹색식품에 대한 인증을 발급하기 시작하였다. 1992년 중국 농업부는 <중국녹색식품발전센터(CGFDC)>를 설립하여 중국 국내의 녹색인증 발급업무를 담당하고 있다.
- 중국 농업의 지속적인 발전으로 녹색식품을 넘어 유기농 식품이 발전하고 있다. 식품과 그 원재료의 안전성, 환경보호 식품분야에서도 측면을 고려하여 식품을 일반 식품, 무공해 식품, 녹색식품, 유기농 식품 4가지로 분류한다. 주요한 차이점은 생산과정 중에 화학합성비료, 농약, 성장 촉진제와 가축사료 첨가제, 유전자공정기술의 사용 유무인데, 유기농 식품에 가장 엄격한 기준이 적용된다. 아래 그림에서 국가인증 감독위원회의 분류에 따른 일반식품, 무공해식품, 녹색식품, 유기농식품의 차이를 볼 수 있다.

Ⅱ 중국 무공해 식품, 녹색식품, 유기농 식품과 일반식품의 차이 Ⅱ



* 출처 : 중국국가인증인가감독관리위원회(<http://www.cnca.gov.cn>)

* 일반식품은 농약, 화학비료, 성장촉진제 사용은 제한하지 않으나, 재배, 가공, 운송과정은 중국 내 별도 기준에 부합되어야 한다.



◆ 중국녹색식품인증

- 녹색식품은 오염이 없고 안전하며 품질이 우수한 식품의 총칭이다. 특정한 생산방식을 준용하고, 국가전문기관의 인증을 받아 녹색식품 마크를 사용할 수 있는 무오염, 무공해 식품을 가리킨다.

■ AA급 녹색식품과 A급 녹색식품 ■

	“AA”급 녹색식품	“A”급 녹색식품
환경평가	Mono 지수법을 사용, 각각의 데이터가 관련 표준을 초과할 수 없다.	종합지수법을 사용, 각 환경검사의 종합오염지수는 1을 초과할 수 없다.
생산과정	생산과정에서 화학합성비료, 화학농약, 화학합성식품첨가제를 사용할 수 없다.	생산과정에서 화학합성물질을 제한된 양, 시간, 방법으로만 사용할 수 있다.
제 품	각종 화학합성농약과 합성식품첨가제가 검출되면 안 된다.	화학합성물질 잔류량이 국가와 국제표준의 1/2 이하여야 하며, 사용 금지된 화학물질이 검출되면 안 된다.
포장표기 Code	라벨과 표준 글자색은 녹색이며, 밀바탕은 흰색이다. 위조방지 라벨 밀바탕은 청색, 라벨 번호는 짝수로 끝난다.	라벨과 표준 글자색은 흰색이며, 밀바탕은 녹색이다. 위조방지 라벨 밀바탕은 녹색이며, 라벨 번호는 홀수로 끝난다.

* 출처 : 중화인민공화국농업부(<http://www.moa.gov.cn>)

- 1994년 국가환경보호국 남경환경과학연구소의 농촌생태연구실은 ‘국가환경보호총국 유기농식품발전센터(Organic Food Development Center of SEPA, 약칭 OFDC)’로 개편되었으며, 이로 인해 자체적인 유기농 인증기관을 가지게 되었다.

◆ 시작단계(1995년~2002년)

- 이 단계에서 중국은 유기농식품과 관련된 인증표준과 관리기관의 틀을 구축하였다. 우선 IFOAM 기본표준을 기초로 중국 유기농식품의 인증표준을 정하였다. 1999년 OFDC <유기농상품인증표준>(시범집행)을 수립하고, 2001년 5월에 국가환경보호총국에서 발표하여 업계표준이 되었다.
- 2002년 10월에는 ‘COFCC’가 창설되었다. COFCC는 최초로 국가인증감독관리위원회에 등록된 유기농식품인증기관으로서 IFOAM 기본표준과 유럽, 미국, 일본 등지의 국가와 지역의 표준을 기반으로 <유기농식품생산기술규정>을 정하였다.

- 2003년, ‘국가환경보호총국 유기농식품발전센터(Organic Food Development Center of SEPA, 약칭 OFDC)’를 개편하여 ‘남경국가유기농제품인증센터’를 만들었으며 중국에서 첫 번째로 IFOAM허가를 받은 인증기구가 되었다.

● 발전단계(2003년~현재)

- 유기농식품인증은 국가인증기관에서 발급하며, 이는 중국 유기농 업계가 규범화 단계에 들어섰음을 의미한다. 2005년 국가품질검사총국은 <유기농제품인증관리방법>, GB/T19630 <유기농제품>, <유기농제품인증실행규칙> 등을 발표하고, <유기농제품인증목록>을 발표하는 등 규범화 단계로 끊임없이 발전해 나아가고 있다.
- 국가품질감독총국은 2013년 4월에 <유기농제품인증관리방법>을 심의 통과시켰으며, 2014년 4월 1일부터 시행하였다.
 - 인증서 번호체계 통일(유기농 번호제도) : 인증 표시는 일괄적 번호를 부여하여 등록 및 보관하고, 인증 제품은 추적이 가능하도록 하였다.
 - 유기농 인증을 받지 못한 제품은 포장 또는 라벨에 ‘유기농’이란 명칭을 사용할 수 없음을 분명히 하였다.
 - 수입 유기농 제품의 관리·감독 방법을 분명히 하였다. 예를 들면, 제168항에서는 “중국으로 유기농 제품을 수출하는 국가와 지역의 유기농 인증체계가 중국 유기농 체계와 동일하면, 국가인증 감독관리 위원회에서 해당 국가 및 지역의 주관 부서와 관련된 비망록을 체결할 수 있고, 실행 관리 규정에 근거하여 수입 유기농 제품을 관리한다.”라고 명시되어 2014년 4월부터 집행되고 있다.(현재까지 중국과 관련 비망록을 체결한 국가와 지역에 대한 공식 통계 데이터는 없음)



【중국 무공해 식품, 녹색식품, 유기농 식품의 구분】

유형	정의	세부규칙	중점
무공해 식품	<ul style="list-style-type: none"> 공해 오염 없는 환경에서 안전한 생산기술로 관련 표준에 따라 생산한 식품으로, 신체건강과 생태 환경에 해로움을 끼치지 않는 일반 위생 표준에 부합되며 관련기관 인증을 받은 제품 	<ul style="list-style-type: none"> 제한된 양과 품종 및 기간 동안 인공합성화학농약, 동물약품, 비료, 음료 첨가제 등을 사용할 수 있다. 	<ul style="list-style-type: none"> 무공해식품은 식품 안전 보장에 대한 최저 인증 표준이다. 주로 농산품과 초급 가공식품을 말하며, 무공해 식품표준, 환경표준, 생산자료 표준은 국가와 업계의 강제적 표준이다. 생산규정은 업계 추천 표준으로 식품의 기본안전 요구사항이다.
녹색식품	<ul style="list-style-type: none"> 특정 생산방식으로 생산하며, 국가 전문기관에서 인증 받고 녹색식품 라벨을 부착할 수 있는 무오염, 무공해인 안전하고 품질 좋은 식품 	<ul style="list-style-type: none"> 오염이 없는 조건에서 재배 및 양식되며, 유기 비료를 사용한다. 독성이 강하고 잔류량이 많은 농약은 사용할 수 없다. 표준 환경, 생산기술, 위생 표준으로 가공, 생산되어야 한다. 권위 있는 인증기관의 인정을 받아 전문 라벨을 사용한 안전하고 품질 좋은 영양 유형 식품의 총칭이다. 녹색식품은 4개 조건을 만족해야 한다. <ol style="list-style-type: none"> 제품과 제품 원료는 반드시 녹색식품 생태 환경 품질표준에 부합되어야 한다. 농작물 재배, 축산 사육, 수산물 양식, 식품 가공은 반드시 녹색식품 생산규정에 부합되어야 한다. 생산된 제품은 반드시 녹색식품 표준에 부합되어야 한다. 제품 포장·저장·운수는 반드시 녹색식품 포장, 저장, 운수 표준을 만족시켜야 한다. 그 표준은 “AA”급과 “A”급으로 나눈다. 	<ul style="list-style-type: none"> 녹색식품은 중국에서 오염이 안 된 안전하고 품질 좋은 영양 식품의 총칭이다.

유형	정의	세부규칙	중점
유기농 식품	<p>·유기농식품은 유기농업, 유기식품생산, 가공 표준으로 생산 가공된 제품으로 전문적인 유기농식품인증기관에서 인증서를 받아 사람들에게 제공하는 모든 식품을 말한다. 식량, 채소, 과일, 유제품, 축산제품, 수산물, 조미료 등이 포함</p>	<p>4개 조건을 만족해야 한다.</p> <p>(1) 유기농 원료: 반드시 유기농 생산시스템을 갖추고 유기농 방법으로 채집한 야생천연제품</p> <p>(2) 유기농 프로세스: 제품 전반 생산 과정에서 유기농 제품 생산 가공, 포장, 저장, 운수 표준을 엄격히 준수해야 한다.</p> <p>(3) 유기농 추적: 생산자가 유기농 제품 생산과 유통 과정에서 완전한 품질 추적 시스템과 완전한 생산 판매 기록을 남겨야 한다.</p> <p>(4) 유기 인증: 독립적 유기인증기관의 인증을 받아야 한다. 유기식품 주요 특징은 생산 과정에 어떠한 인공합성농약, 비료, 제초제, 성장 촉진제, 방부제, 첨가제 등 화학물질을 전혀 사용하지 못하며 원료 산지에 직접적인 공업 오염이 없어야 하며, 대기, 토양, 수질 등 환경이 국가 품질 표준에 부합되어야 한다.</p>	<p>·유기농식품은 최상위 안전인증이다.</p>

* 출처: 중화인민공화국농업부(<http://www.moa.gov.cn/>)



■ 중국 무공해식품, 녹색식품, 유기농식품 인증의 주요 차이점 ■

구분	유기농식품	녹색식품	무공해식품
관리부분	환경보호부문	농업부문	농업부문
인증유효기간	1년	3년	3년
표준	유기농생산표준	녹색식품생산표준	무공해농산품품질표준
화학비료	사용금지	제한적 사용	사용가능
화학농약	사용금지	제한적 사용	사용가능
유전자조작 종자	사용금지	사용금지	사용가능
성장촉진제	사용금지	사용금지	사용가능
방부제	사용금지	사용금지	사용가능
첨가제	사용금지	사용금지	사용가능

* 출처 : 중화인민공화국농업부 중국국가인증인가감독관리위원회(<http://www.cnca.gov.cn/>)

Ⅲ. 업계 관련 정책과 법규

1. 중국 유기농 제품 종류
2. 중국 유기농 식품의 단계별 구체적인 규정
3. 수입제품에 대한 유기농 인증
4. 유기농 인증 주요기관 및 인증절차

- 중국 유기농제품인증표준은 초기에 주로 IFOAM, 유럽, 미국, 일본 등 국가의 표준을 참조하였기 때문에 유기농 제품 정의나 인증제품 범위를 보더라도 선진국 표준과 흡사한 부분이 많다.
- 그러나 중국과 유럽연맹, 미국, 일본 등 타국가와의 유기농 표준이 완전히 일치하는 것은 아니다. 유럽연맹 또는 미국에서 판매되는 수입유기농 식품은 그 나라의 인증을 받아야 한다. 이와 마찬가지로 중국에서 판매되는 외국 유기농 제품도 반드시 중국의 유기농 인증을 획득해야 한다. 유럽연맹 표준이 중국 내의 표준보다 높다 하더라도 중국에서는 이를 인정하지 않는다. 중국 유기농 음료와 식품 인증 규칙은 대부분 기존 규정보다 엄격하다.

1. 중국 유기농 제품 종류

- 중국 국가인증감독관리위원회는 2012년 <유기농제품인증목록>을 정하여 이 목록에 중국 유기농 제품의 종류를 전부 포함시켰다. 현재 주로 생산과 가공 두 부분으로 나뉜다.(부록 5)
- **생산부문**에는 식물류(야생식물 채집포함), 축산류, 수산류가 포함된다. 이중 식물류(야생식품 채집포함)는 곡물류(8종), 채소류(14종), 과일 견과류(15종) 등이 포함되며, 축산류에는 살아 있는 동물(12종), 동물 제품과 부산품(8종), 수산류에는 활어(2종), 갑각류와 무척추동물(3종)이 포함된다.
- **가공부문**에는 육류제품과 부산품 가공(2종), 수산물 가공(3종), 가공 채소(5종), 과즙과 채소즙(2종), 가공 과일과 견과류(6종), 식물 오일 가공 및 부산품(2종), 가공된 액상우유와 버터(1종), 기타 유제품(2종), 곡물 가공(4종), 전분과 전분제품(3종), 가공사료(2종), 베이킹식품(2종), 밀가루와 곡류면(2종), 맥주(2종), 포도주, 과일주와 발효주(5종), 맥주(1종), 방사용 기타 천연섬유(2종), 복장(방직제품: 실크, 실크 및 기타 제품)과 기타 분류에 포함되지 않은 식품(6종)이 있다.
- 그리고 2012년 새 리스트에는 일부 제품이 인증 범위에서 제외되었다. 예를 들면,



꿀벌 제품, 구기자와 화장품 등이다. 추가된 제품은 감초, 하수오(何首烏), 개나리 등 중국에서 흔히 볼 수 있는 약초들이다(부록 5). 유기농 제품 인증은 유효기간이 지나면 자동으로 효력이 상실된다.

■ 유기농 제품 관련 주요 정책과 법규 ■

정책 명칭	발표일자	집행일자	주요내용
〈유기농식품인증관리방법〉	2004. 11. 5	2005. 4. 1	일관된 유기농식품 인증제도, 인증목록과 표준 및 인증실행규칙, 인증 라벨제도 집행
〈유기농제품〉 국가표준 GB/T19630-2005	2005. 1. 19	2005. 4. 1	전체 표준은 4개로 나뉘며 각각 서로 다른 각도에서 유기농 제품의 관리 규칙을 설명한다. 제1부분 : 생산 / 제2부분 : 가공 제3부분 : 라벨링과 판매 / 제4부분 : 관리시스템
〈유기농제품인증실행규칙〉 CNCA-OG-001:2005	2005. 6. 1	2005. 6. 1	유기농인증기관의 인증 프로세스와 관리의 기본 요구사항을 규정
〈유기농제품인증실행규칙〉 CNCA-N-009:2011	2011. 11. 2	2012. 3. 1	기존 유기농 제품에 대한 갱신, 인증기관과 유기농 제품에 대한 인증 시험이 엄격하게 변화됨
〈유기농제품〉 국가표준 GB/T19630-2011	2011. 12. 5	2012. 3. 1	기존 유기농 제품 표준에 대한 갱신, 표준에 대한 더 높은 요구사항, 유기 전환 표시는 취소됨
〈유기농제품인증관리방법〉	2013. 4. 23	2014. 4. 1	기존 관리방법에 대한 업그레이드

* 출처 : 중화인민공화국농업부

2. 중국 유기농 식품의 단계별 구체적인 규정

- 유기농 식품 생산·가공·판매 단계별 국가 표준 및 요구사항은 GB/T19630-2011에 자세히 제시되어 있다(부록3).
- 유기농 식품 생산에 대한 기본 요구사항
 - 생산지를 일반 재배에서 유기농 재배로 전환하려면 최소 2년 이상의 전환기간이 필요하며, 새로 개척한 농지는 최소 1년의 전환기간이 필요하다. 전환기간에는 금지된 농약, 화학비료를 사용할 수 없다.

- 생산기지의 환경품질 요구는 토양환경품질, 농업관개수질, 환경공기품질 등 3개 분야의 관련 규정에 부합되어야 한다.
 - 종자와 모종은 자연으로부터 얻어야 하며, 유전자 조작을 거치지 말아야 한다.
 - 생산회사는 토양보양, 작물보호, 작물윤작, 병충해 방지 등에 대한 장기적 계획을 세워야 한다.
 - 농작물은 수확, 세척, 건조, 저장, 운수과정 중에 화학물질로부터 오염되지 않도록 해야 한다.
- 유기농 축산양식의 기본 요구사항
- 사료로 쓰이는 식물과 목장은 적어도 2년 이상의 전환기간이 필요하며, 초식동물에게만 공급될 경우 그 기간이 짧아질 수 있다.
 - 식용으로 사양하는 소, 돼지 등은 6~12개월의 전환기간이 필요하다.
 - 일반적인 상황에서, 일반 가축 사육의 수량은 유기농 전체의 10~20%를 차지한다.
 - 사료 중 적어도 50% 이상은 본 지역 양식장의 사료기지 혹은 그 지역 협력관계가 있는 유기 농장에서 공급되어야 한다.
 - 사료생산, 사료배합, 사료첨가제에는 모두 유전자 조작을 거친 생물을 이용하지 말아야 하며, 생산된 사료에는 성장촉진제, 항생제, 동물약성분이 없어야 한다.
 - 가축 사육환경(축사 또는 우리)은 일정한 요건을 충족시켜 동물의 생리와 행동에 불편이 없어야 한다. 모든 동물은 야외에서 자유 활동이 가능해야 한다.
 - 국가인증기관에서 허가한 소독 약품으로 소독해야하며 방역과정에서 유전자 조작된 백신, 항생제, 화학적으로 합성된 동물약품으로 동물의 병을 예방하거나 치료할 수 없다.
 - 축산물의 운수, 도축 기간 등은 모두 정확한 기록이 있어야 하며 식별이 쉬워야 한다.
 - 기타 축산 제품의 운수 및 출입고 시에 반드시 정확한 기록이 있어야 하며 식별이 쉬워야 한다.
- 유기농 식품 가공의 기본요구사항
- 원료는 반드시 유기농업생산 체계를 거쳐 공급되어야 한다.



- 유기농인증을 취득한 원료가 최종 제품에서 품질 혹은 체적 비율이 95% 이상이어야 한다. 유전자 조작 배합사료 혹은 첨가제나 가공 보조제를 사용해서는 안된다.
- 가공 과정에 비 유기농, 사용금지 물질의 오염을 피해야 한다.
- 사용금지 물질과 접촉했던 용기나 포장에는 유기농 제품을 담지 말아야 한다.
- 저장과 운송과정 중에 유기농 제품과 비유기농 제품을 함께 놓음으로 발생하는 오염을 피해야 한다.

● 유기농 식품의 표기와 판매의 기본요구사항

- 표기 : 배합 음료가 95%이상 유기농 인증을 받은 가공식품인 경우, 제품명칭 앞에 '유기농' 이라고 표기할 수 있다.
- 유기농전환 배합재료 함량이 95%이상이면 제품 앞에 “유기농전환”이라고 표시할 수 있다.
- 판매 : 유기농 제품과 비유기농 제품의 혼합을 피하며, 유기농 제품과 사용금지 제품과의 접촉을 금해야 한다. 유기농 제품의 구매, 운송, 저장, 입/출고와 판매를 기록해야 한다.
- 유기농 인증 증서를 준비하고 유기농 제품 판매서류 등 증빙 자료를 준비해, 유통채널 판매 시 구매상에게 제공해야 한다. 유기농 제품 판매처의 눈에 띄는 곳에 유기농 인증서 사본을 비치해야 한다.

3. 수입제품에 대한 유기농 인증

- 2014년 4월 신규 <유기농제품인증관리방법>(부록 4)에 따르면 중국으로 유기농 제품을 수출하는 국가와 지역은 국가인증감독위원회에 유기농 제품인증체계 동일성 평가신청을 제출할 수 있으며, 국가인증감독위원회의 평가를 받는다. 중국에 유기농 제품을 수출하는 국가와 지역의 유기농 인증체계와 중국 유기농인증체계가 동일하면 국가인증감독위원회는 그 주관부서와 관련 비망록을 체결한다. 비망록을 체결

한 국가 또는 지역의 중국으로 유기농제품을 수출 할 경우, 관련 비망록 규정에 따라 집행 관리한다. 국가인증감독위원회와 유기농인증시스템 동일성 비망록을 체결하지 않고 제품을 수입 할 경우, 중국 유기농 관련 법률과 법규, 중국유기농국가표준의 요구사항을 준수해야 한다.

- 현재 중국과 다른 나라가 관련비망록을 체결하였다는 공식정보는 없다. 모든 수입제품은 해외에서 이미 유기농인증을 통과하였다 하더라도 중국에서 유기농인증을 재차 통과하여야 “유기농제품”이라고 표시할 수 있다.

4. 유기농 인증 주요기관 및 인증절차

- 중국 국가인증인기관리감독위원회에서 발표한 유기농제품인증실시규칙(CNCA-N-009:2011)의 유기농식품인증절차는 다음과 같다.(부록 2)
 - 1) 신청 제품은 반드시 <유기농제품인증목록>에 등록되어 있어야 유기농제품 인증 신청이 가능하다.
 - 2) 신청기업은 반드시 유기농인증기관에서 유기농 인증을 받아야 한다. 현재 중국에서 유기농인증이 가능한 기관은 23 곳이 있다.(자세한 내용은 부록 참조)
 - 3) 유기농제품인증을 신청하는 기업은 인증기관에서 신청서를 다운로드하여 작성하고, 영업허가증 복사본, 관련 코드, 토지사용권 증명 및 계약 등 각종문서와 함께 제출해야 한다.
 - 유기농 제품인증을 처음 신청하는 기업은 <유기농제품인증신청서>, <유기농제품인증조사표>, <유기농제품인증문서자료 리스트>를 작성해야 한다.
 - 유기농 인증을 재차 신청하는 기업은 <유기농제품인증서>, <유기농제품재인증조사표>와 <유기농재인증문서리스트>를 작성해야 한다.

(기타 주의사항)



- 신청가능 유형으로는 식물 생산과 기초 가공, 야생식물채집과 기초 가공, 식용균 재배와 기초 가공, 가축 사양과 기초 가공, 수산 양식과 기초가공, 유기농 제품 가공이 있다. 인증을 신청한 제품이 동 분야의 제품 가공과 관련 있을 경우에도 <유기농제품가공> 관련 문서를 제출해야 한다.
- 인증서 취득 기업이 인증 확대(축소) 또는 유기농제품인증서 증서 변경과 관련이 있을 경우 <유기농인증증서 변경신청표>를 작성해야 한다.
- 4) 인증기관에서는 유기농식품인증기업에 대해 현장조사를 진행하며 부적합 사항을 시정해야 한다.
- 5) 등록 및 인증서 취득: 중국 식품농산품인증정보시스템(<http://www.cnca.gov.cn/cnca/spncp/sy>)에 발표
- 6) 인증 후 관리
 - 인증기관은 인증 취득 기업에 매년 최소 1차례 이상 현장조사를 진행해야 한다. 인증기관은 인증 제품의 종류와 위험도, 생산기업 관리시스템의 안정성, 현지신용 평가수준 등 전체 상황을 종합하여 현장조사 회사를 결정해야 한다.
 - 인증 취득 기업은 인증 제품을 판매하기 전에 인증기관에 판매증을 신청해야 한다. 인증기관에서는 인증 취득기업과 고객 고객간에 거래되는 인증 제품의 범위와 수량을 확인하고 요구에 부합하면 유기농 제품 판매증을 발부해야 한다.
- 7) 재인증
 - 인증 취득 기업은 인증서 유효기간이 만료되기 3개월 전에 재인증 신청을 한다. 인증서 유효기간 내에는 현장 검사를 할 수 없으며, 3개월 재인증 신청기간 내에 신청하지 못하면 인증절차를 다시 밟아야 한다.
 - 국가인증감독위원회는 2014년 제13호 문서 <국가인증감독위원회>(2014년 1/4분기 인증기관 및 자원인증증서 정보공고)(이하 <공고>))를 보면, 2014년 3월말 까지 발급된 유기농 인증서는 이미 10,816부이며, 주로 흑룡강성(1,241부), 사천성(793부), 산둥성(717부), 절강성(624부), 귀주성(603부), 길림성(557부), 강소성(551부) 등 주로 전통적 유기농 우세지역에 분포되어 있다.

북경 COFCC 中绿华夏 유기농 식품인증센터 인증절차



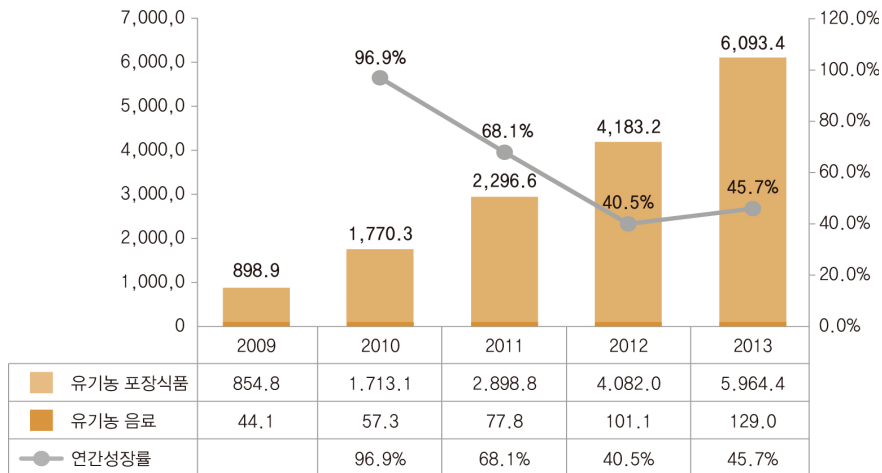
IV. 소매시장규모와 발전추세

1. 중국 유기농 음료 및 유기농 가공식품 시장 개요
2. 중국 유기농 음료 시장
3. 중국 유기농 가공식품 시장

1. 중국 유기농 음료 및 유기농 가공식품 시장 개요

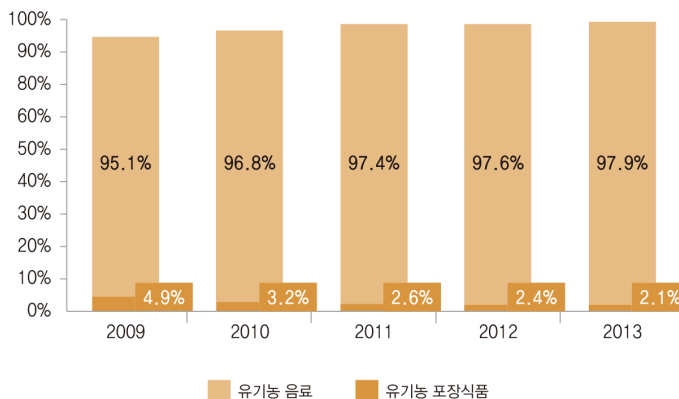
- 중국 유기농 제품시장은 음료와 가공식품 두 종류로 나뉜다. 판매규모는 약 61억 원이며, 그 중에서 유기농 가공식품이 98%, 약 59.6억 원을 차지한다. 유기농 음료시장은 대부분 차를 중심으로 형성되어 있으며, 2008년부터는 유기농 우유시장이 빠르게 성장하고 있다.

■ 2009~2013년 중국 유기농 음료와 유기농 가공식품의 시장규모(단위: 백만원안) ■



* 출처 : 유로모니터 자료

■ 2009~2013년 중국 유기농 음료와 유기농 가공식품 시장 점유율 ■



* 출처 : 유로모니터 자료



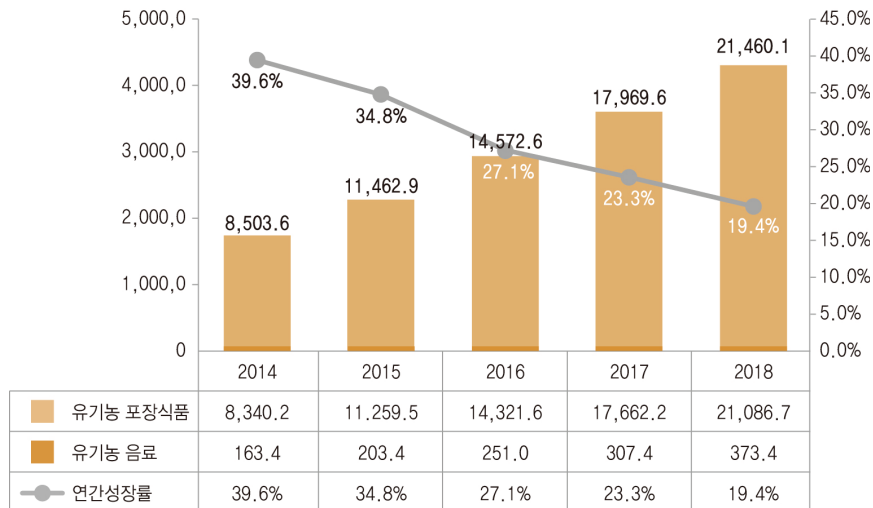
【 중국 유기농 음료 및 유기가공식품 주요회사와 브랜드 】

유형	회사명칭	유기농 브랜드	분류
유기농 포장식품	蒙牛	Deluxe Organic milk	유기농 우유
	伊利	SATINE Organic milk	유기농 우유
	正谷(北京)农业发展有限公司Beijing Organic and Beyond Corporation(OABC)	Organic and Beyond	유기농 육류, 채소, 과일
	临沂大源生物科技有限公司 Linyi dayuan biotechnology limited company	沂蒙丽珠	유기농 쌀
	深圳瑞利来有机食品公司 Beidahuang rice industry co., ltd.	Beidahuang	유기농 쌀
	Hain Celestial Group IncHain Celestial Group Inc	Earth's Best	유아용 유기농 식품
	澳优乳业(中国)有限公司 Ausnutria Dairy Corporation Ltd	Allnutria	유아용 분유
	칭도우장수식품유한공사 (青岛长寿食品有限公司)	(띠이방)第一坊	땅콩 오일
	쑤저우시지청간장제조유한공사 (苏州市吉成酱业酿造有限公司)	웬무찌(缘木记)	유기농 간장
	엔타이썬허기업식품유한공사 (烟台欣和企业食品有限公司)	허란(禾然)	유기농 간장
	타이안태산아시아식품유한공사 (泰安泰山亚细亚食品有限公司)	쥬쩌우평원(九州丰园)	유기농 채소
난징프랑커과학무역유한공사 (南京普朗克科贸有限公司)	프랑커(普朗克)	유기농 채소, 잡곡, 과일 및 가축	
유기농 음료	황산광명다업유한공사 (黄山光明茶业有限公司)	라오셰자차, 첸츄우첸(老谢家茶, 千秋泉)	유기농 녹차
	후난성웬링제탄유기농차개발유한공사 (湖南省沅陵碣滩有机茶开发有限公司)	제탄차(碣滩茶)	유기농 녹차
	운남대리난젠차회사 (云南大理南涧茶叶公司)	투린(士林)	유기농 녹차
	내몽고수역산음료유한책임공사 (内蒙古水域山饮品有限责任公司)	수역산(水域山)	유기농 주스 (유기농보리수과일 주스)
	따싱안링바이썬란메이과학기술개발유한 공사(大兴安岭百盛蓝莓科技开发有限公司)	란바이베이(蓝百蓓牌)	유기농주스 (유기농 블루베리 주스)

* 출처 : 유로모니터

- 현재 발전 추세로 볼 때, 유기농 음료와 가공식품은 지속적인 상승세를 보일 것으로 전망된다. 이는 소비력 상승에 기인하며, 이와 동시에 성장 잠재력을 높이 평가한 해외 기업들의 대거 진출도 중국 유기농시장의 성장을 견인하는 요소로 작용하고 있다.
- 급속하게 성장하고 있는 유기농 시장에 맞춰, 정부는 좀 더 규범화된 업계 인증 시스템 마련과 부양정책을 통해 중국의 유기농 업계 발전과 유기농 시장이 지속적으로 발전할 수 있도록 지원한다. (지원하고 있다?, 지원해야한다? 어떤 뜻인지 혼동)동시에 선진국의 인증기관과 협력하여 중국의 유기농 인증 시스템이 국제적 수준의 인지도를 얻을 수 있도록 한다.
- 향후 중국 유기농 음료와 유기농 가공식품시장은 지속적인 상승세를 유지하여 2018년에는 2013년 시장규모보다 3.5배 성장한 215억 원의 판매액을 보일 것으로 예측하고 있다.

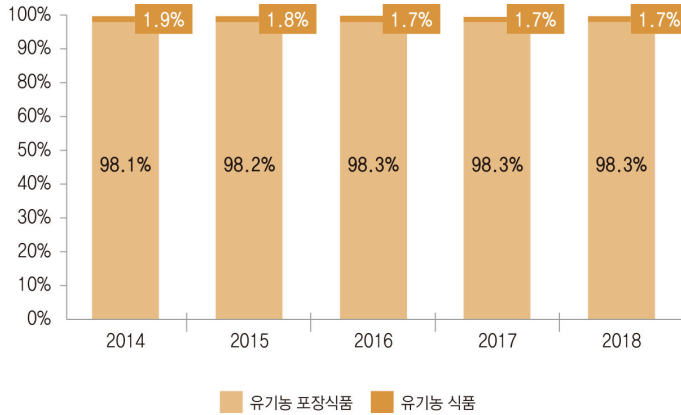
■ 2014년~2018년 중국 유기농 음료와 유기농 식품판매 시장규모전망(단위:백만위안) ■



* 출처 : 유로모니터

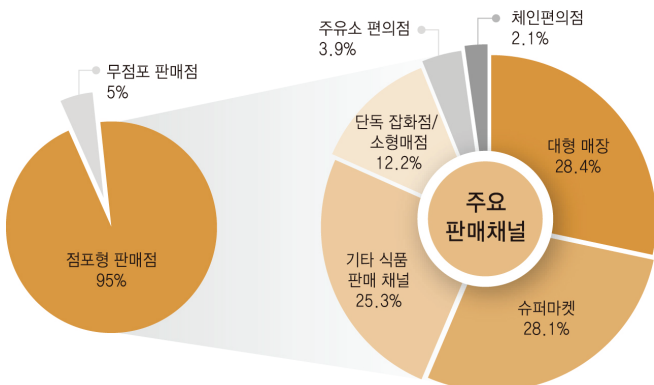


【2014년~2018년 중국 유기농 음료와 유기가공식품 시장 점유율 전망】



- 유기가공식품 판매액은 전체 유기농 시장의 98%를, 유기농 음료는 2%정도를 차지한다. 유기농 음료시장의 전체 규모는 작지만 지속적으로 높은 성장세를 보이고 있다.
- 유기농 제품시장의 지속적 발전에 따라 소비자들이 유기농 식품을 구매할 수 있는 슈퍼마켓과 유기농 제품 전문 판매점들이 증가하고 있다. 특히 대도시를 중심으로 단독 유기농코너를 운영하는 슈퍼마켓들이 늘어나고 있다.
- 제품 판매채널로 분류하면, 2013년 중국 유기농 음료와 유기농식품은 주로 까르푸, 월마트 등 대형마트를 통해 판매되었으며 전체 주요 판매채널의 약 28.4%를 차지하였다. 슈퍼마켓은 전체 판매채널의 28.1%, 기타 식품판매채널은 약 25.3%(유기농 업차 전문판매점 등), 소형 마트는 12.2%, 편의점은 0.1%의 분포를 보였다.

【2013년 중국 유기농 음료와 유기가공식품 시장의 판매 채널 비율(판매액 기준)】



주요 판매채널	%
대형 매장	28.4%
슈퍼마켓	28.1%
기타 식품 판매 채널	25.3%
단독 잡화점/ 소형 매점	12.2%
주유소 편의점	3.9%
체인편의점	2.1%

* 출처 : 유로모니터

- 경제가 성장함에 따라 중국 동해연안 지역을 중심으로 유기농식품이 빠르게 성장하고 있을 뿐만 아니라 중서부지역에서도 호남 步步高마트와 같은 유기농제품 슈퍼마켓이 생겨나고 있다.
- 최근에는 중소도시의 경제가 빠르게 발전하고 있고 생활수준이 지속적으로 향상되고 있어 향후 중국 유기농 제품시장은 대도시에만 국한되는 것이 아니라 중형 도시, 소도시까지 발전할 것으로 보인다. 유기농 제품에 대한 소비자의 관심이 높아질 뿐만 아니라 점점 더 많은 대형 체인점들이 중소 도시에 판매점을 개설하고 있기 때문이다. 2013년 중국 대형 매장은 5,400개로 2012년에 비하여 640여개 증가하였고 슈퍼마켓 체인점은 2013년에 118,000개로 2012년 대비 약 8,000개 증가하였다. 편의점 체인 또한 2013년 약 30,000개로 2012년 대비 약 3,000개 증가하였으며, 대부분의 매장은 중소형 지방도시와 더 작은 규모의 도시에 개설되었다.
- 월마트 혹은 까르푸는 둥관(东莞), 형양(衡阳), 징장(靖江) 등의 중소형 도시로 업무영역을 확장하고 있다. 까르푸는 처음으로 자오둥(肇东)과 같은 흑룡강성의 현급 도시에 대형 매장을 설립하였고, 중국의 유명 상업부동산 기업인 완다그룹은 점차 단둥(丹东), 뽀터우(包头), 쩐장(晋江), 뽕푸(蚌埠) 등 한단계 더 낮은 지방 도시로 진출하고 있다.
- 그 외에도 오프라인 점포가 없는 지역은 주로 온라인을 통해 판매가 이루어지는데, 최근 통계 자료에 따르면, 2013년 중국 온라인 상품거래 규모는 이미 18,500억 위안에 달하며 이는 전년대비 42% 성장한 규모이다. 이처럼 온라인 마켓은 이미 하나의 중요한 판매채널로서 유기농 제품을 판매하는 온라인 매장도 점차 늘어나고 있다.
- 현재 유기농 제품은 대부분 고가이기 때문에 주로 소득수준이 높은 소비자를 주요 고객으로 한다. 화장품가게, 약국을 비롯해 전국에 11,000개 이상 되는 Watson's (屈臣氏)등과 같은 소매점화점에서도 유기농 제품을 판매하고 있다.

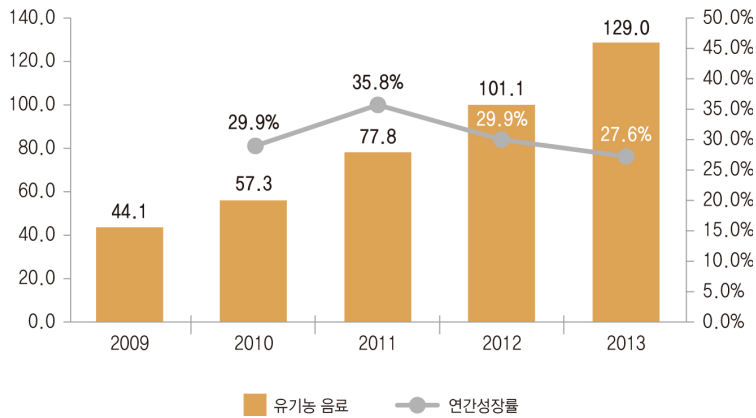


2. 중국 유기농 음료 시장

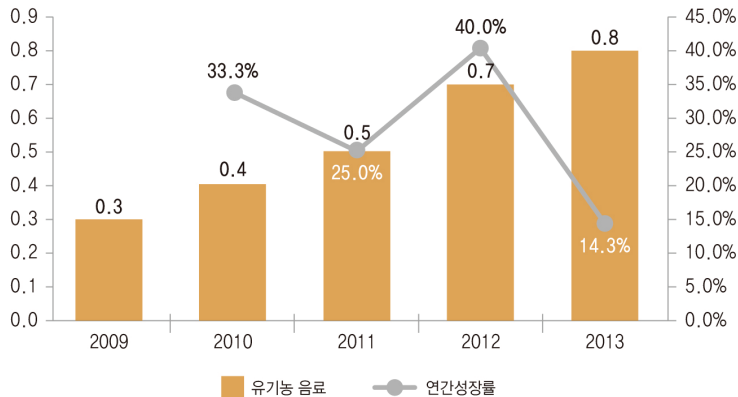
1) 중국 유기농 음료 시장규모

- 중국 유기농 음료시장 점유율은 높지는 않지만, 지속적인 성장을 보이고 있다. 2009년 유기농 음료시장의 판매액은 약 4.4천만위안이며, 판매량은 300톤으로 미미하지만, 2013년에는 유기농 음료시장이 1.29억위안으로 2009년보다 3배, 판매량은 800톤으로 2.7배 성장하였다.

【 2009~2013년 중국 유기농 음료 판매시장 규모(단위: 백만위안) 】

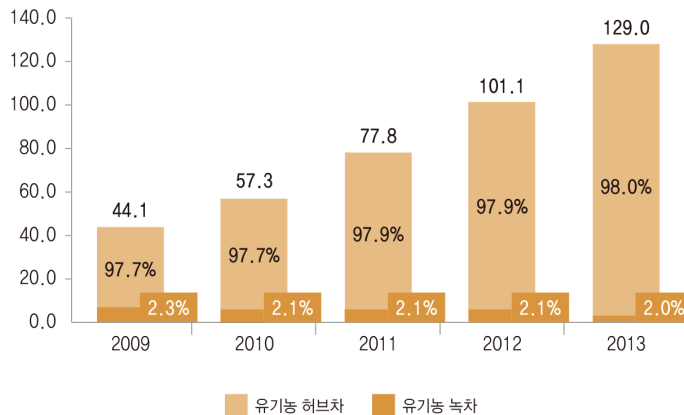


【 2009~2013년 중국 유기농 음료 판매 시장 규모(단위: 천톤) 】



- 식품안전에 대한 우려로, 녹색·무공해 제품을 넘어선 유기농 음료시장에 대한 관심이 증가하고 있다.
- 2013년 유기농 음료 가격은 평균 5%정도 증가하였는데 이는 인건비와 물류비용의 지속적인 상승에 기인한다. 동시에 중국 정부가 유기농 제품의 표준을 엄격하게 제시함으로써 상승한 생산원가가 소비자에게 반영되었다.

■ 2009~2013 중국 유기농 음료 판매시장의 주요 제품 유형(단위: 백만위안) ■



〈중국 유기농 차 산업〉

- 중국 유기농 음료에서 차는 중요한 제품이다. 1993년 3월부터 중국 농업과학연구원 유기농 차 연구발전센터(OTRDC)는 전문적으로 유기농 다원, 유기농 녹차 가공 및 전용 비료에 대한 검사와 인증 사업을 추진하고 있다. 2003년에는 “항주 중농품 질인증센터”로 개명하고 국가인증감독관리위원회에 등록하였다. 중국 유기농 녹차 주요 생산지는 절강성 임안(临安)으로, 네덜란드 SKAL의 인증을 받은 바 있다. 중국은 녹차 생산 대국으로 1993년부터 주요 수출상품으로 자리잡았다. 2011년까지 중국 유기농 녹차산업이 급속하게 발전하였고 약 700개가 넘는 기업이 녹차 생산에 참여하고 있다. 유기농 녹차 재배면적, 생산량, 생산기업 수 등 다양한 측면에서 절강성은 중요한 차 생산기지이다.
- 중국 유기농 차에는 녹차, 홍차, 우롱차, 백차, 보이차 등이 포함된다. 그 중 주요 수출품목은 유기농 녹차이다. 주요 수출국은 미국과 독일이며, 그 외 프랑스, 덴마크, 영국, 일본, 네덜란드 등지로도 수출한다. 수출하는 차의 대부분은 유럽 또는



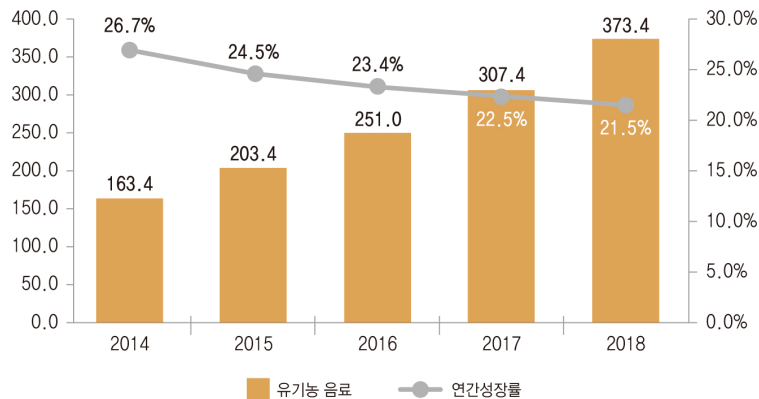
National Organic Programme 인증을 획득하였고, 그 중에서 1/10의 기업이 JAS(Japan Agriculture Standard) 일본 농업 표준 인증을 신청하였다.(출처 : Organic World 2014 China)

- 통계자료에 따르면, 유기농 녹차가 유기농 음료시장에서 차지하는 비율은 97%, 그 외 유기농 화차 등이 약 2% 정도 점유하고 있다. 2009년 기준으로보면 44.1백만 위안의 유기농 시장에서 97.8%는 유기농 녹차, 2.2%는 유기농 화차이며 유기농 녹차의 점유율은 지속적으로 상승하여 2013년에는 유기농 녹차 판매액이 중국 전체 유기농 음료시장의 98%로 1.26억위안에 달하고 있다.

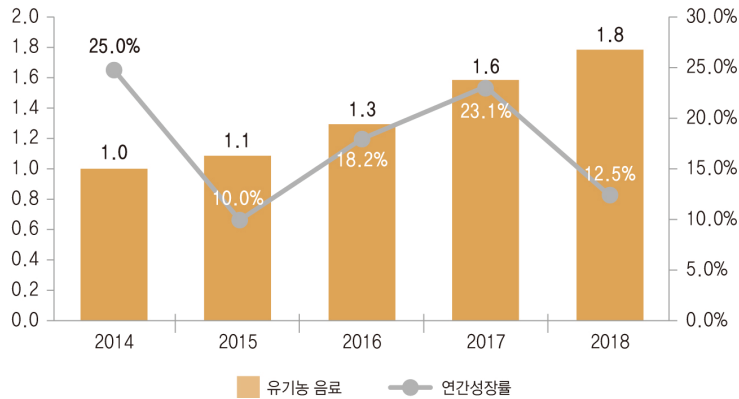
2) 유기농 음료의 주요 판매 채널 분석

- 중국 유기농 음료시장은 유기가공식품에 비해 시장규모도 작고 제품 종류도 다양하지 않지만 빠른 성장세를 보이고 있다.
- 중국 미래경제 전망치와 현재 유기농 음료시장의 빠른 발전속도로 보아, 유기농 음료시장은 양호한 증가세를 유지할 것으로 보인다. 2014년 중국 유기농 음료시장규모는 1.63억 위안으로 전년도보다 26.7% 성장하고, 판매량은 1,000톤으로 전년 대비 25% 성장할 것으로 예측하고 있다. 2018년에는 2013년도에 비해 약3배 성장하여 판매량 1,800톤, 판매액 약 3.73억 위안을 달성할 것으로 보인다.

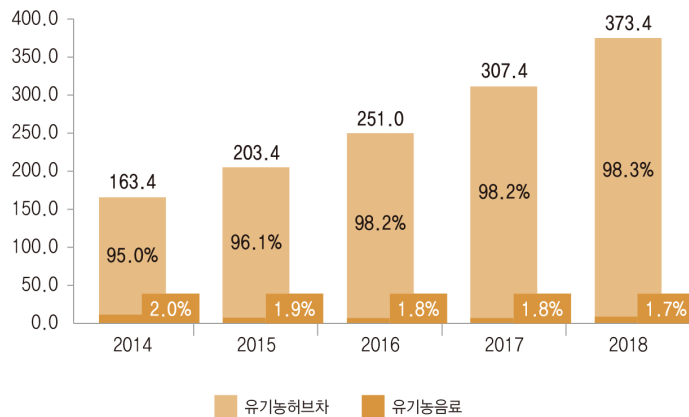
■ 2014~2018년 중국 유기농 음료 판매금액 예측(단위: 백만위안) ■



2014~2018년 중국 유기농 음료 판매량 예측(단위: 천톤)



2014~2018년 중국 유기농 음료 주요 분류 예측(단위: 백만위안)



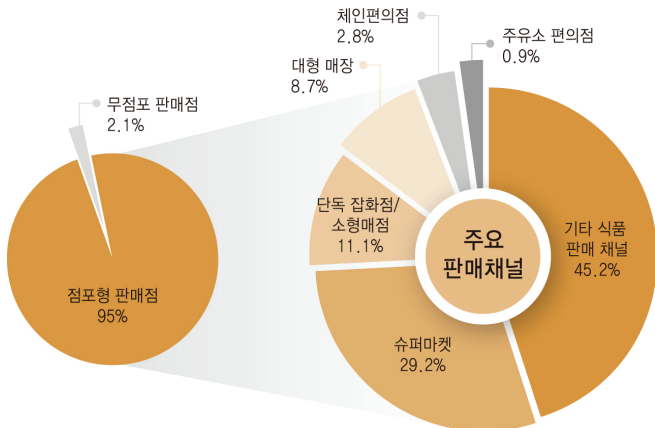
● 중국 유기농 음료시장은 다음과 같은 특징을 보인다.

- 유기농인증 시스템의 엄격화·규범화 : 지속적으로 유기농 인증 시스템을 보완하고 있으며, 유기농 제품인증 목록을 발표하여 더욱 규범화 하고 있다.
- 유기농 차 산업의 발전 : 차는 중국 전통음료로서 엄격한 품질 기준을 적용하여 소비자들에게 좋은 제품을 공급하기 위해 노력하고 있으며, 차 수출은 중국 유기농 차 산업의 발전을 촉진시키고 있다.
- 유기농 음료 종류의 다양화 : 유기농 음료시장이 발전함에 따라 소비자의 수요도 다양하게 변화하면서 유기농 차 뿐 아니라 유기농 과일 주스 등 제품군이 확대되고 있다.



- 유기농 개념과 유기농 생활방식이 중국에서 빠르게 발전하고 있는 것은 물론 유기농 시장 자체가 중국 중소도시로 점점 확대되고 있다.
- 유기농 음료 시장규모가 커지면서 많은 생산기업이 진출하고 있어 발전을 가속화할 전망이다.
- 2013년 통계 데이터에 따르면 유기농 음료시장에서 기타식품 판매채널이 중요한 판매경로로 전체의 45.2%를 차지하고 있으며, 다음은 슈퍼마켓이 29.2%를 차지하고 있다. 유기농 식품시장에서의 기타식품 판매채널은 대부분 차를 전문으로 판매하는 매장을 말하는데, 전문적 컨설팅 서비스와 소비자를 위한 맞춤 포장 서비스를 제공하고 있어 많은 소비자들이 이용하고 있다.

■ 2013년 중국 유기농 음료 판매시장의 판매채널에 대한 분석 ■



주요 판매채널	%
대형 매장	8.7
슈퍼마켓	29.2
기타 식품 판매 채널	45.2
단독 잡화점/ 소형 매점	11.1
주유소 편의점	0.9
체인편의점	2.8

- 슈퍼마켓과 백화점에서도 유기농 차 전문판매 코너가 있지만 종류가 많지 않고, 전문점에 비해 구매가 활성화 되지 않았다.
- 또한, 최근에는 온라인 마켓의 성장으로, 인터넷을 통해 손쉽게 제품을 구매하고 집까지 배송서비스를 받을 수 있다. 대도시 소비자들은 저렴한 가격에 유기농 제품을 구입할 수 있고, 대형 슈퍼마켓이 없는 지역의 소비자들은 배송서비스를 이용하여 쉽고 편리하게 구매할 수 있어 각광받고 있다.

〈주요 인터넷 쇼핑몰〉

- 텐마오(天猫/http://www.tmall.com) : 중국 최대 B2C 전자상거래 플랫폼이다. 그중에서 ‘喵鲜生’은 신선제품을 위해 개설되었으며(http://miao.tmall.com), 주로 수입 신선제품과 수입쌀을 판매하고 있다. 특징은 계절상품을 가장 먼저 공급하고 오프라인 마트보다 저렴한 가격에 판매하며, 빠른 배송으로 제품의 신선도를 보장한다는 것이다. ‘喵鲜生’은 판매업체의 물류적 우세를 이용해 계절 고급 과일을 판매하는 방식으로 다른 업체들과 차별화를 두고 있다.
- 징둥쌍칭(京东商城/http://www.jd.com) : 중국 최대 직영 전자상거래 업체로서 2012년부터 신선제품 판매 플랫폼을 제공하고 있으며, 채소, 과일, 수산물 등 8개 부류와 수입 신선제품을 판매하고 있다.
- 이하오디엔(一号店/http://www.yhd.com) : 1호점은 2008년 오픈된 중국 최초 온라인 마트로서 주로 식품을 판매하고 있다. 2013년 115.4억 위안의 매출액을 달성하였으며, 중국 최대 B2C 식품 판매 전자상거래 업체로 자리 잡았다. 2013년부터 1호점에서 신선제품을 판매하기 시작했으며, 유기농 신선제품도 포함되어 있다.

3) 유기농 음료의 주요 생산기업 개요

- 중국에서 녹차는 생산량이 가장 많아 연간 생산량이 약 40만 톤에 달한다. 18개 성에서 녹차를 생산하고 있으며 녹차는 중국의 주요 수출 제품으로서 세계 녹차 총무역량에서 약 80%를 차지한다.
(출처 : 중국녹차무역네트워크, www.tea-trading.com)
- 유기농 녹차는 엄격한 생산 공정과 친환경방식이 요구되어 높은 가격을 형성하고 있다.
- 중국 유기농 차는 주로 중국 본토의 차 생산 제조업체들이 생산·판매하고 있으며, 다른 제품과는 달리 상업적인 홍보를 하지 않고 주로 차 전문점에서 판매되고 있다.
- 유기농 음료시장이 지속적으로 확대됨에 따라 우유와 주스도 유기농 음료시장에 진출하고 있다. 2008년 이후 중국 소비자들의 중국산 우유에 대한 불신과 엄격한 품질기준 요구 등으로 수입 유기농 우유 소비가 증가하고 있다.



- 현재 중국 유기농시장을 선도하고 있는 기업들은 주로 우유를 생산하고 있다. 유기농 우유는 발전이 비교적 빠르고 명뉴(蒙牛), 이리(伊利) 등 기업의 제품들이 중국 전역의 대형마트, 슈퍼마켓, 체인점, 네트워크 등을 통해 판매되고 있다.
- 유기농 주스는 중국 시장에서 비교적 새로운 상품군으로, 과즙함량에 따라 농축형 주스와 비농축형 주스로 구분할 수 있다. 주요 판매채널은 고급 슈퍼마켓과 온라인마켓으로, 유명 브랜드로는 내몽고 수이위산(水域山)음료유한공사(www.shuiyushan.com)에서 출시한 수이위산 유기농 주스와 바이썩(百盛)블루베리과학기술유한공사(<http://www.lanbaipei.com>)에서 출시한 유기농 야생 블루베리주스 등이 있다.



〈주요 유기농 차 생산기업〉

- 황산광명차업유한공사(黄山光明茶业有限公司)
 - 황산광명차업유한공사는 안휘성의 중점 지원 기업인 동시에 중국 차 생산 업계 상위 100위에 들어가는 기업이다. 2013년 황산광명차업은 중국 유기농 음료시장에서 18%의 시장점유율을 보이며 유기농 녹차와 화차 생산업계에서 선도적 지위를 차지하고 있다.
- 호남성 원릉갈탄유기농차개발유한공사(湖南省沅陵碣滩有机茶开发有限公司)
 - 호남성 원릉갈탄유기농차개발유한공사는 2004년 국가급 농업 산업화의 선두 기업으로 호남성차업유한공사와 국가급 빈곤지원 주요 기업인 호남오강계고구(五强溪库区) 투자개발공사의 공동투자자로 설립되었으며, 연간 유기농 차 생산량이 2,000여 톤에 달하고, 2013년 판매액은 중국 유기농 음료시장에서 약 15%를 차지한다.
- 운남대리남간(南涧)엽차공사(云南大理南涧茶叶公司)
 - 동 회사는 중국 차 업계에서 영향력이 가장 큰 '土林' 브랜드의 봉황타차(凤凰沱

茶)를 계승하고 발전시켜 나가고 있다. 2013년 유기농 차 판매액은 중국 전체 유기농 음료 시장의 약 13%를 차지한다.

● 운남공윤(贡润)엽차유한공사(云南贡润茶叶有限公司)

- 최근 몇 년간 운남 보이차는 특별한 생산제조 공법과 보건 작용으로 큰 발전을 가져왔으며, 판매가격도 상대적으로 높다. 유기농 보이차로 유명한 운남공윤엽차유한공사는 시 반나(西双版纳)와 푸얼(普洱) 산지에 만여묘의 유기농 다원을 보유하고 있으며, 베이징, 상하이, 따론펬(大连), 지난(济南), 쩡주(郑州), 쿤밍(昆明) 등 주요 도시 5성급 호텔에 전문 매장을 운영하고 있다.

3. 중국 유기가공식품 시장

1) 중국 유기농 식품의 주요 분류

- 중국의 유기농 시장은 아직까지 신흥 산업에 속하며, 중국 소비자들의 구매력 향상, 친환경적인 생활 이념의 유행 및 식품 안전에 대한 관심 고조 등으로 인해 빠르게 발전하고 있다.
- 중국의 대표적인 유기가공식품에는 유제품, 유아용식품, 오일, 쌀 등이 있으며, 유제품이 전체 유기가공 식품 시장의 95%를 차지한다. 2008년 이후로 중국 유제품관련 사건들이 발생하면서 식품안전이 소비자 생활의 중요한 화두로 떠올랐다. 유제품 품질에 대한 엄격한 기준 때문에 가격은 일반 제품에 비해 높게 형성되어 있다.
- 유아용 식품도 유기가공식품의 중요한 제품군이다. 식품의 안전성에 대한 의식이 높아지고 있고, 특히 아이들이 먹는 식품에 대한 우려감으로 유아용식품의 경우 가격보다 품질을 우선적으로 고려하여 선택하는 경향이 강하게 나타나고 있다.
- 유기농 생선, 배추, 콩 등 신선 유기농수산물도 빠르게 성장하고 있는 카테고리이다. 전문 유기농 신선제품 코너를 운영하고 있는 슈퍼마켓, 대형마트 등이 늘어나고 있으며, 비싼 가격으로 인해 주요 고객은 고소득층으로 한정되어 있다. 고객층



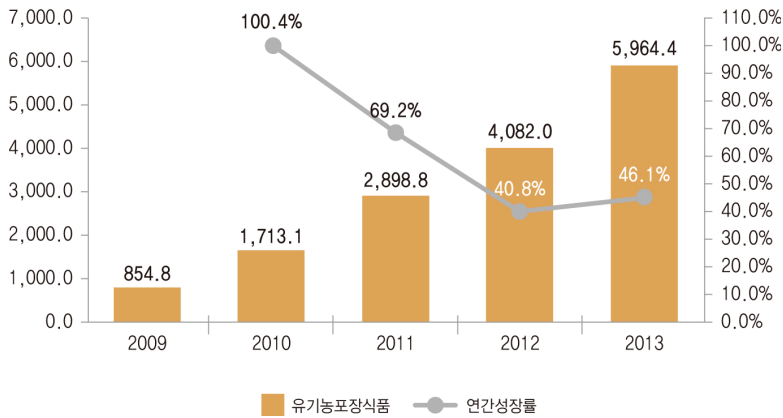
을 넓히고 더욱 많은 판매를 위해 유통단계에서 원가절감 노력을 하고 있지만, 아직까지 소매가격에 반영 되기에는 어려운 점이 있다.

- 최근 인터넷 판매업체들이 온라인 마켓에서의 유기농 식품 판매를 향상시키기 위해 유기농농장 참관 등 체험홍보와 무료배송 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.

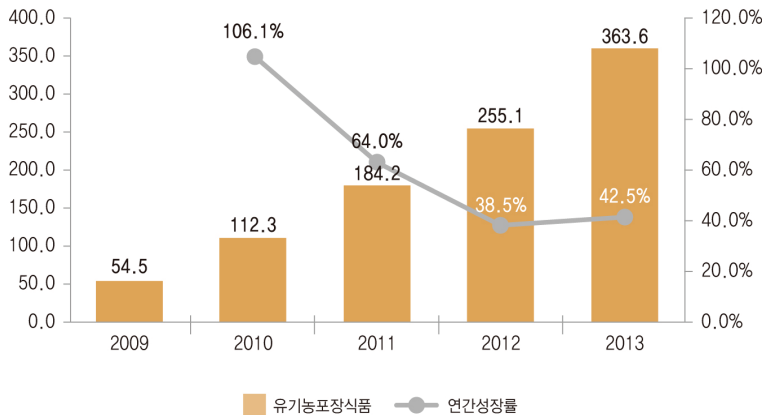
2) 중국 유기농식품 시장의 규모

- 중국에서 유기농식품은 유기농 시장의 중요한 구성부분으로 지속적으로 발전하고 있다. 유기농식품 판매액은 2009년 8.54억 위안에서 2013년 59.6억 위안으로 2009년에 비해 7배 가까이 성장하였고, 판매량은 36.3만 톤에 달하고 있다.

■ 2009~2013 중국 유기농식품 판매시장 규모(단위: 백만위안) ■

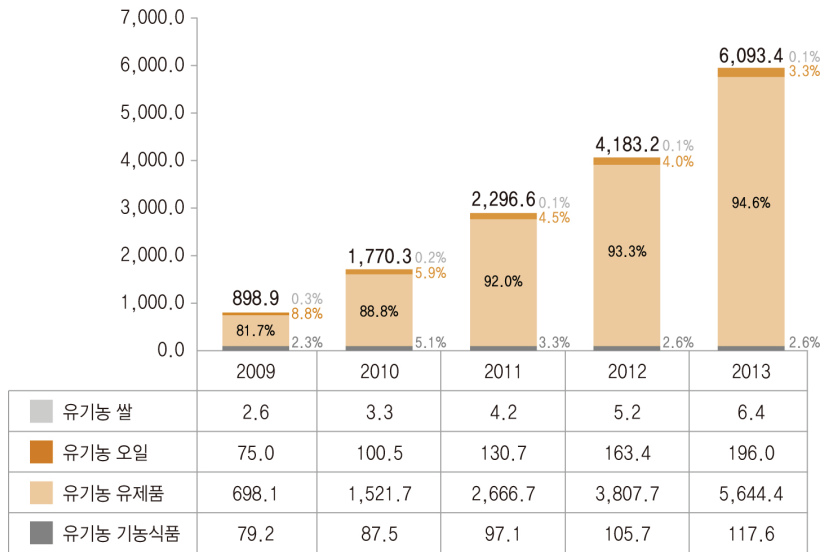


■ 2009~2013 중국 유기농식품 판매량(단위: 천톤) ■



- 현재 중국 유기 가공식품 시장에서 주로 판매되고 있는 주요 제품군은 유아용식품, 유제품, 오일, 쌀 4가지이다. 유제품은 전체 유기농식품 판매액의 약 80% 이상을 점유하며, 그 다음으로 유아용식품, 오일, 쌀 순으로 나타나고 있다.
- 2013년 중국 유기농식품 시장전체 성장율은 전년대비 46%, 유기농 유제품은 48%, 유아용 유기농식품 11.3% 달한다. 유기농 쌀은 전체 유기농식품 시장에서 점유율이 0.1%에 불과하지만, 성장 속도는 20% 수준을 유지하고 있다. 2013년 유기농 쌀은 23.1% 성장하였고 판매액은 대략 640만 위안이다.

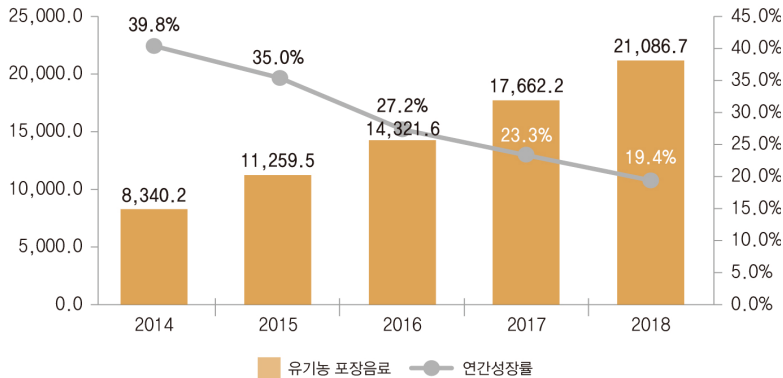
■ 2009~2013 중국 유기 가공식품 판매비율(단위: 백만위안) ■



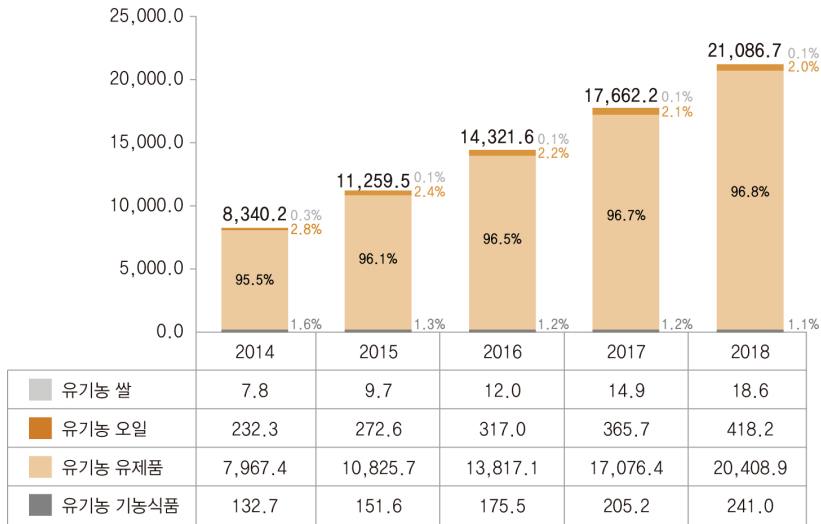
- 2018년 중국 유기 가공식품 판매액은 211억 위안, 판매량은 104만 톤으로 예상된다. 그 중 유기농 유제품은 200억 위안, 유기농 쌀은 1,800만 위안으로 2009년에 비해 7배 규모로 성장할 것으로 예측하고 있다.



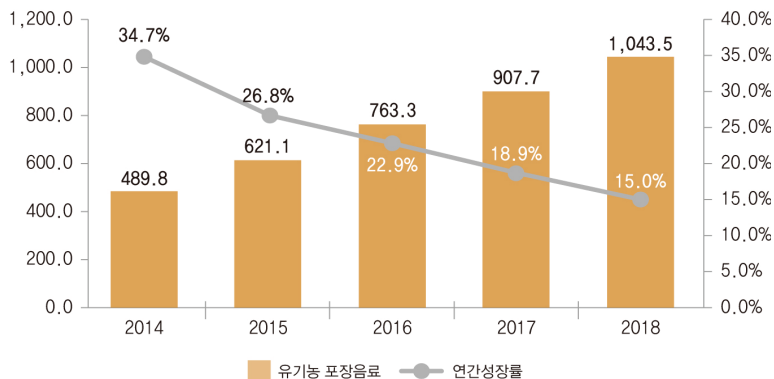
【 2014~2018 중국 유기농식품 시장규모 예상(단위: 백만원) 】



【 2014~2018 중국 유기농식품의 주요 유형별 시장규모(단위: 백만원) 】



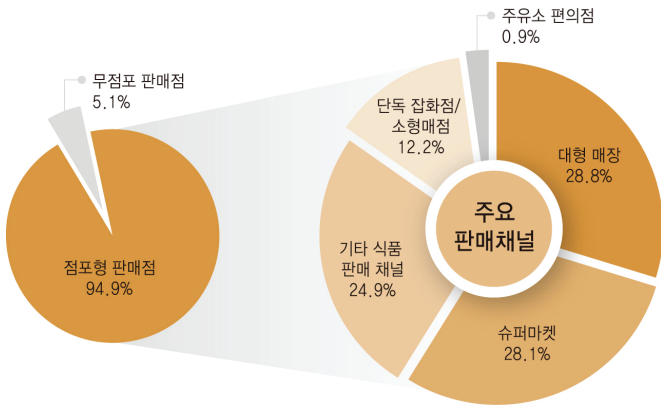
【 2014~2018 중국 유기농식품 판매량 예상(단위: 천톤) 】



3) 유기가공식품의 주요 판매채널 분석

- 2013년 통계 데이터에 따르면 중국 유기가공식품 주요 판매채널은 오프라인 점포로 전체 판매액의 94.9%를 차지하며, 그중 백화점과 슈퍼마켓의 점유율은 57%에 달한다.

■ 2013년 중국 유기가공식품 주요 판매채널 ■



주요 판매채널	%
대형매장	28.8
슈퍼마켓	28.1
기타 식품 판매 채널	24.9
단독 잡화점/ 소형 매점	12.2
주유소 편의점	0.9
체인편의점	-

- 유기가공식품 시장에서 대형매장은 전체 판매채널에서 약 28.8%를 차지한다. 여기에는 까르푸(Carrefour), 월마트(Wal-mart), Metro, Tesco, 파룬파(大润发) 등이 있으며, 전문적인 유기가공 식품 및 유기농 음료 등을 판매하고 있다. 대형마트는 전통적인 판매 우세를 갖고 다양한 소비자들에게 다양한 제품을 공급하고 있다. 또한 유기농제품 판매는 중산층 및 고소득 고객을 유입하는 좋은 수단이 될 수 있다.
- 슈퍼마켓은 주로 수입제품을 취급하고 외국인과 고소득 계층을 겨냥한 체인점으로 전체 유통 채널의 28.1%를 차지한다. 북경 BHG, JennyLou, Cityshop, 화룬완자(华润万家)의 Ole 등이 있다. 이런 슈퍼마켓의 유기농 제품 가격은 대형마트에 비해 비싼 편이지만, 제품의 종류가 대형마트에 비해 다양하고 포장도 정교하다.
- 유기농제품 시장이 지속적으로 발전함에 따라 점점 더 많은 유기농 식품체인점들이 나타나고 있다. 하이커러(海客乐), 농파파(农爸爸), 러훙청(乐活城), 루예즈(绿叶子) 등은 유기농 식품 판매상에 속하며, 주로 유기농 식품과 유기농 음료를 판매하며, 동시에 천연식품과 녹색식품도 취급한다. 심지어 해외수입 유기농 식품도 판매



하면서 다양한 소비자의 수요를 만족시키고 있다.

- 최근 몇 년간 인터넷 쇼핑이 빠르게 발전함에 따라 온라인마켓이 중요한 판매 채널로 부상하고 있어, 가공식품업계에서는 인터넷 판매가 유기농제품 확산에 중요한 역할을 할 것으로 보고 있다. 많은 유기농제품 전문 온라인 마켓들이 생겨나면서, 고품질에 가격도 합리적인 유기농 제품이 판매되고 있으며, 배송서비스도 제공된다. 현재 택배산업이 “生鲜快递(신선쾌속배달)”의 단계로 발전하였고, 냉동제품은 송수단 또한 발전하여 온라인 마켓을 통한 식품구입이 어렵지 않게 되었다. 현재 튀튀공씨(沱沱公社), 푸텐망(莆田网), 쑤펑유쑤(顺丰优选), 이귀망(易果网), 마오더우더우(毛豆豆), 쩡구(正谷) 등의 업체들이 유기농 신선농산물의 배달서비스를 제공하고 있다.

〈전문 유기농제품 취급 인터넷 쇼핑몰〉

- 沱沱公社(www.tootoo.cn) : 중국 최초 유기농 식품 전문공급업체로, 자연식품 등 신선상품을 판매하는 B2C 온라인 매장이다. 본사인 주청그룹(九城集团)은 1995년에 설립되어, 2003년 12월에 미국 나스닥 시장에 상장되었다. 2009년 4월에는 식품 B2C 영역으로 진출하여 베이징, 상하이 등지에 천묘가 넘는 유기농장을 건설하였으며, 영업수익은 1.1억 위안에 달한다.
- 莆田网(http://www.fieldschina.com) : 2009년에 상해에 설립된 안전하고 건강한 고급 식품을 공급하는 온라인 전자상거래 업체이다. 다양한 천연 및 유기농 식품과 식자재를 공급하고 있다.
- 海客乐(www.haikele.com) : 2006년 상하이에 설립된 회사로서 주로 고기와 계란, 수산물, 채소, 과일, 잡곡 등 14개 종류의 유기농식품을 판매하고 있다. 상하이 지역의 유기농식품 선두업체로, 상하이에만 약 12개 오프라인 매장을 운영하고 있다.
- 乐活城(http://www.lohaocity.com) : 중국 최초 유기농 식품 프랜차이즈로 베이징을 중심으로 운영중이다.

4) 유기가공식품의 주요 생산기업 현황

〈유기농 유제품 생산기업〉

- 유기농 제품을 생산하는 주요 기업에는 명뉴(蒙牛)와 이리(伊利)가 있다. 2013년 명뉴그룹 매출액은 전체 유기가공식품 시장의 36.2%로 중국 유기농 식품기업 1위를 차지하고 있다. 그리고 이리그룹은 2위로 전체 시장의 30.2%를 차지한다. 터룬쑤(特仑苏)는 명뉴그룹의 중요한 유기농 브랜드로 2008년 정식 출시된 이래, 고품질과 대대적 홍보로 유기농 유제품 업계 주요 브랜드로 성장하였으며, 명뉴 유업 유기농 식품시장 진출에 든든한 초석을 마련했다.

◇**명뉴유업** : 1999년 8월에 설립된 동 회사는 국가농업생산 중점기업으로 유제품 업계 선도 기업이다. 현재 명뉴는 전국 20여개 지역에 31개 생산기지 50여개 공장을 보유하고 있으며, 연간 생산량이 770만 톤, 매출액이 433.56억 위안에 달한다. 이는 전년 동기 대비 20.4% 성장한 수치이다. 特仑苏 유기농 우유, 미래스타 어린이성장 유기농 우유 등을 전국 주요 대형매장, 슈퍼마켓, 편의점, 인터넷에서 판매하고 있다. 액상 우유 수입은 379.028억위안, 그 중 特仑苏와 未来星을 포함한 UHT 우유의 판매액은 220.5억 위안이다.

◇**이리(伊利)실업집단주식유한공사** : 1993년 설립된 동 회사는 현재 내몽골자치구 후허호티(呼和浩特)시에 본사가 있으며, 중국에서 규모가 가장 크고 생산 품종이 가장 많은 유제품 기업이다. 2013년 이리그룹 총 영업수익은 477.79억위안으로 전년대비 13.78% 성장하였다. 회사 주요 제품은 金典 유기농 우유로 전국에서 판매되고 있다. 2013년 유제품 영업 이익은 371.16억 위안으로 전년대비 48.45억 위안, 15.01% 성장하였다.

◇**쌍무(圣牧)고과목업유한공사** : 2009년 10월 설립된 동 회사는 전문적으로 목축업에 종사하는 중국 최초의 기업으로, 유기농사료 파종 및 가공, 유기농 목축, 유기농 원유생산과 판매를 하는 대형 농업목축업 High-tech기업이다. 유기농 우유, 유기농 저지방 우유, 유기농 어린이 우유 등을 생산하고 있다. 주로 대형매장, 슈퍼마켓, 편의점, 인터넷 등 유통채널을 통해 전국에서 위 제품이 판매되고 있다.

〈유기농 쌀 생산기업〉

- 유기농 쌀은 주로 인터넷 판매를 통해 확산되고 있다. 유기농 쌀 가격이 일반 쌀에 비해 높기 때문에 최종 판매가격을 조절하기 위해 대부분 쌀 제조상들은 인터넷 판매로 유기농 쌀시장 확대를 추진하고 있다. 많은 슈퍼마켓, 백화점 등에서도 판매가 되고 있고 수입 유기농 쌀도 자주 볼 수 있지만 가격 부담으로 판매가 활발하게 일어나지는 않고 있다.
하지만 최근에 쌀의 식품안전과 관련된 사건(호남성 독극물 쌀)이 발생하여 소비자들이 유기농 쌀에 관심을 갖게 되었다.
- 현재 유기농 쌀 선도 브랜드는 정구(正谷)(북경)농업발전유한공사, 린이(临沂)태원생물과학유한공사, 베이따황(北大荒)쌀그룹유한공사 등이 있으며, 주로 동북지역에서 유기농 쌀을 생산하고 있다.
- 대부분 유기농 쌀 회사들은 회원제 방식으로 판매를 진행하며, 매달 유기농 쌀을 배달해주는 판매서비스를 제공한다. 동시에 기타 유기농 식품도 배송하며, 주로 인터넷을 통해 홍보마케팅 활동을 진행하고 있다. 이는 유통단계를 줄여 소비자에게 더욱 저렴하고 편리한 서비스를 제공하기 위해서다.

〈유기농 유아식품 생산기업〉

- 유아용 유기농식품 분야에서는 ‘Hain Celestial Group Inc’이 선도적 기업이다. ‘Earth’s Best’ 브랜드로 유아용 과자 등을 출시하고 있다.

〈유기농 오일 생산기업〉

- ‘청도장수식품유한공사’가 선도기업으로 땅콩 재배 및 가공에 종사하는 High-tech형 업체이다. 지속적인 기술혁신과 엄격한 품질 관리로 국가의 유기농 인증을 받고 있으며, 2013년 매출액은 전체 유기농식품 시장의 0.6%를 차지하고 있다.

〈기타제품 생산기업〉

- 현재 조미료 시장은 유기농 간장을 필두로 점차 많은 유기농 제품들이 출시되고 있다. 인기제품으로는 지청(吉成)간장양조유한공사에서 생산하는 지청(吉成) 유기농 간장, 신허(欣和)기업식품유한공사에서 생산하는 무란(禾然)유기농간장 등이 있다.

〈신선 유기농식품 생산기업〉

- 최근 유기농산물을 취급하는 기업들이 나타나고 있으며, 이들은 재배, 가공, 판매, 배송 등 전 단계를 운영관리 하고 있다.

◇타이안타이산(泰安泰山)아세아식품유한공사(<http://www.taishanasiafood.com>)

- 1992년 설립, 산둥 타이안시에 위치해 있다. 중국 최대 규모의 유기농식품 기업으로 연구개발, 파종, 가공, 판매 전 영역에 걸친 유기농 채소 전문 생산기업이다. 국제유기농표준에 부합되는 20,000묘의 농장을 보유하고 있으며, 17개 국제유기농인증기관 인증을 받고 있다. 연간 생산가공 능력은 20,000톤이며 제품은 크게 유기농냉동채소, 유기농보관채소, 유기농탈수채소, 유기농요리식품 4가지로 분류된다. 전체 제품은 60여 종이며 현재 일본, 북미, 유럽 등에 수출중이며 중국내에서는 북경·천진지역, 산둥성, 장강삼각주, 주강삼각주 지역에서 판매되고 있다.
- 주요 판매채널은 슈퍼마켓과 백화점으로, 월마트, 화랜징핀(华联精品) 슈퍼마켓, 추이위이(翠微), 바이성(百盛), 제니루(婕妮璐) 등에서 판매되며, 유기농채소 직영점도 갖고 있다.

◇난징프랑커(普朗克)과학무역유한회사(<http://www.njplanck.cn>)

- 강소성 난징 시에 있는 이 회사는 2000년에 설립되었다. 유기농 파종, 가공, 연구개발, 교육 및 유기농식품의 판매와 요리서비스 등을 전문으로 하는 기업으로 현재 생산으로부터 식탁까지 일련의 경영 모델을 가지고 있다. 유기농 생산기지 1,000여묘와 3,000여묘 규모의 농장 3개를 소유하고 있다. 주요 생산 품목은 유기농채소, 잡곡류, 견과류, 가금류 등이다.
- 중국 최초 유기농 제품 체인 매장을 오픈하였으며, 현재 유기농 전문판매 체인점이 11개, 슈퍼마켓에 입점한 전문 매장이 6개, 전문 배송 공급지 20개를 보유하고 있다. 홍콩, 상하이, 우시 등의 지역에서도 제품이 판매되고 있으며, 중국 최초로 순수 유기농 음식점을 2개 운영하고 있다.

V. 중국 유기농 제품의 주요 소비자 및 특성

1. 유기농 음료 및 유기가공식품의 가격차이
2. 주요 소비자 및 특성

1. 유기농 음료 및 유기가공식품의 가격차이

■ 유기농 제품과 비유기농 제품 간의 가격차이(예시) ■

분류	제품	가격
유기농음료	Bluebeauty 유기농 블루베리 주스	약 7.9RMB/100ml
일반음료	味之园的 야생 블루베리주스	약 1.35RMB/100ml
유기가공식품	蒙牛 유기농 特仑苏	약 2.4RMB/100ml
일반식품	蒙牛 일반 特仑苏	약 1.9RMB/100ml

2. 주요 소비자 및 특성

- 유기농 제품은 가격이 높은 편으로 대부분 유기농 제품들의 주요 타깃은 소득이 높은 화이트 컬러들에 집중되어 있다. 생활의 질과 제품의 품질에 대한 요구가 비교적 높으며, 유기농 제품에 대한 지식을 갖고 있다. 이들은 생활의 질과 제품의 품질에 대한 요구가 비교적 높으며, 유기농 제품에 대한 전반적인 지식을 가지고 있다. 주로 북경, 상해, 광주, 심천 등지에 집중되어 있는데 이러한 대도시에는 외국인들과 해외 거주 경험이 있는 중국인들이 집중되어 살고 있어, 선진국의 생활방식과 식습관이 유행하고 있다.
- 최근 몇 년간 식품안전에 대한 관심이 높아지면서 가격 뿐 아니라 식품의 품질과 위생에 대한 요구도 높아지고 있다.
- 유기농 식품을 소비하는 계층의 특징은 생활의 질을 중시하고 유기농 식품에 대한 상당한 수준의 지식을 가지고 유기농 식품을 선택한다는 것이다. 유기농 식품 소비층을 구체적으로 아래와 같이 분류할 수 있다.

<젊은 층 화이트 컬러 가정>

- 젊은 층의 화이트컬러 가정은 현재 중국 유기농 식품 주요 소비계층이다. 이들은



양호한 교육을 받고 수입 소득이 비교적 높으며, 건강한 생활습관과 식습관을 갖고 자연환경 보호와 식품안전에 관심을 가진다. 상대적으로 높은 수입으로 유기농 식품에 대한 소비능력이 크고, 건강한 삶을 지향하기 때문에 유기농 식품에 대한 관심이 높다.

- 화이트컬러 가정에서 또 하나 무시할 수 없는 소비군은 이들 가정의 자녀들이다. 다수의 가정이 한 명의 자녀를 두고 있고, 이런 현상은 특히 도시에 집중된다. 현재 중국에서 2자녀에 대한 일부 개방정책을 펼치고 있으나 여전히 1자녀 위주로 화이트컬러 가정에서는 부모들이 자녀의 의식주에 대해 상당히 높은 기준을 가지고 있다. 또한 최근 몇 년간 중국에서 발생한 식품 안전사고는 점점 더 많은 사람들이 유기농 식품을 선택하게 하는 계기가 되었다.

〈해외에서 귀국한 유학생들〉

- 중국경제가 발전함에 따라, 귀국하는 해외 유학생들이 증가하고 있고, 이들은 주로 대도시에서 생활하게 된다. 선진국의 음식문화와 생활습관을 이해하고, 유기농 식품에 대한 지식을 가지고 있고, 소득수준이 높아 유기농 식품의 주요 소비층으로 부상하고 있다.

〈중노년층 고수입 소비자〉

- 비교적 고수입을 가지면서 건강에 대한 관심이 높은 중노년층이 증가 하고 있어 유기농식품시장의 중요한 고객군이다.

〈중국 거주 외국인〉

- 세계각지에서 온 주재원과, 유학생 등 중국에 거주하는 외국인 계층이다. 이들은 생활권이 대도시에 집중되어 있고, 대부분 고소득자로 유기농식품을 소비할 수 있는 능력이 충분하다. 더불어 중국에서 생산된 식품의 안전성에 대해 우려하기 때문에 유기농식품이나 수입식품을 선호하고 있다.
- 위에서 보았던 유기농 식품의 소비층은 3가지 큰 공통점이 있다. 대부분 중고소득 계층으로 생활의 질에 대한 요구수준이 높고 중국 식품의 안전과 위생에 대해 신뢰하지 못하며, 유기농 식품에 대해 잘 알고 있어 주요 소비층을 형성하고 있다는 점이다.

Ⅵ. 중국 유기농 음료 및 식품 수입시장 개요

1. 유기농 음료 및 식품 수입 관련 법규 및 요구사항
2. 주요 수입 제품의 종류와 주요 수입국
3. 수입 유기농 제품에 대한 공급 분석

1. 유기농 음료 및 식품 수입 관련 법규 및 요구사항

- 중국은 현재 유기농 제품에 대해 수입을 금지하거나 하는 구체적인 규정은 없다. 신규 발표한 <유기농 제품인증 관리방법>에서 가장 많이 언급된 부분은 수입식품이 중국에서 취득해야 할 유기농 인증과 관련된 것이다.
- <유기농제품인증관리방법>은 중국으로 유기농 제품을 수출하는 국가나 지역은 국가인증감독관리위원회에 평가를 신청하여, 해당 제품의 생산국가지역의 인증 시스템이 중국 유기농 제품인증 시스템과 동일한 효력을 가짐을 인증 받고, 국가인증감독관리위원회 주관기관과 관련 비망록을 체결한다. 이런 국가지역에서 중국으로 유기농 제품을 수출시 관련 비망록 규정에 따라 집행해야 한다. 비망록을 체결하지 않은 나라와 지역의 수입 상품은 중국 유기농관련법규와 유기농 국가표준 요구를 만족해야 한다. 기본적으로 수입식품은 해외에서 인증을 받았다 하더라도 중국 유기농 인증을 통과해야만 ‘유기농 제품’이라고 표기할 수 있다.

■ 강화된 《유기농 상품인증 관리방법》의 유기농 식품 수입에 대한 상세내용 ■

추가법규	내용
제17조	중국으로 유기농 제품을 수출하는 국가와 지역의 유기농 제품 주관기관은 중국 국가인증감독관리위원회에 유기농제품인증시스템과 동일한 효력을 가지는 평가를 신청할 수 있다. 국가인증감독관리위원회는 신청을 접수받아 전문가들과 공동으로 신청내용을 평가한다. 평가는 문서 검증과 현장조사 등 방식으로 진행된다.
제18조	중국에 유기농 제품을 수출하는 국가와 지역 주관 부서는 국가 인증 감독관리위원회와 관련 비망록을 체결한다. 이런 국가와 지역에서 중국에 수출하는 유기농제품은 관련 비망록 규정대로 집행한다.
제19조	국가인증감독기관과 동일성 비망록을 체결하지 않은 국가에서 수입한 상품은 중국 유기농 제품관련 법규와 중국 유기농 제품국가표준 요구를 만족해야 한다.
제20조	중국유기농 인증을 받은 제품생산제조업체, 판매업체, 수입업체 및 대리업체(수입 유기농제품인증 위탁인 총칭)들은 국가인증감독관리위원회에서 허가한 인증기관에 인증 위탁을 신청한다.



추가법규	내용
제21조	수입유기농제품인증 위탁인은 유기농 제품인증 실시규칙에 명시된 규정에 따라 인증기관에 관련 신청서와 자료를 제출한다. 여기에는 신청서, 조사표, 가공과정 프로세스, 생산방법, 가공과정에 사용된 물품 등이 포함된다. 서류는 반드시 중국어로 작성해서 제출해야 한다. 신청 자료가 요구에 부합되지 않을 경우, 인증기관은 그 인증위탁을 받을 수 없다. 인증기관의 수입유기농제품인증 활동은 본 <방법>과 유기농제품 인증실행 규칙을 따른다. 인증검사기록과 검사보고 등은 중국어 버전이 있어야 한다.
제22조	수입유기농 제품 방역검사 신청 시, 중국에서 취득한 인증서 사본, 유기농 제품 판매허가증 사본, 인증라벨 및 제품표기 등 문서를 제출해야 한다.
제23조	지역별 출입국검역기관은 신청 접수된 유기농 수입제품 대해 입경검사를 하며, 인증서 사본, 유기농 제품판매허가증 사본, 인증라벨과 제품표시 등 문서를 제출하며, 요구에 부합되지 않는 제품은 입국시킬 수 없다. 필요시 출입국 검역기관은 수입된 유기농 제품에 대해 샘플 검사를 신청할 수 있다. 샘플 검사로 그 제품의 품질이 중국 유기농제품 국가 요구사항에 부합되는지 확인한다.
제24조	신청인은 관련 서류 제출 후 30일내, 인증기관은 국가인증감독위원회에 서면자료를 제출해야 한다. (1) 제품유형, 범위, 수량 (2) 수입 유기농 제품 인증 위탁인 명칭, 주소, 연계방식 (3) 제품 생산업체, 수입업체 명칭, 주소, 연계방식 (4) 인증증서와 검사보고서 사본(중국어 버전) (5) 국가인증감독위원회에서 규정한 기타 서류

* 출처 : 2014 <유기농식품인증관리방법>

2. 주요 수입 제품의 종류와 주요 수입국

- 중국에서 생산된 유기농 음료, 유기가공식품, 유기농 신선농산물 등 매우 다양한 유기농 제품들이 판매되고 있으며, 세계도처에서 많은 유기농 제품들을 수입하기도 한다.

주요 수입제품	수입국가	주요 브랜드/제품
유기농 식용유	스페인, 이탈리아, 그리스	-
유기농 육류	·유기농 소고기 : 호주, 미국 ·유기농 양고기 : 뉴질랜드	-
유기농 과일채소	·뉴질랜드, 칠레 : 사과 ·뉴질랜드 : 키위 ·미국 : 블루베리, 포도 ·캐나다 : 체리 ·베트남 : 파인애플, 바나나, 용과, 람부탄, 야자, 잭푸르트, 레몬, 타마린드, 양배추, 오이, 양파, 빨간 고추	-
유기농유아식품	·독일 ·프랑스	·독일 : Topfer ·프랑스 : Mamibaby
유기농 쌀	·태국 ·일본	·일본 고시히까리/백설미
유기농 우유	·미국 ·호주	·미국 : Organic Valley ·호주 : Living Planet
유기농 주스	·미국	·미국 : Martinellis, Lakewood/Gerber
유기농 차	·대만	·대만 : 위핀

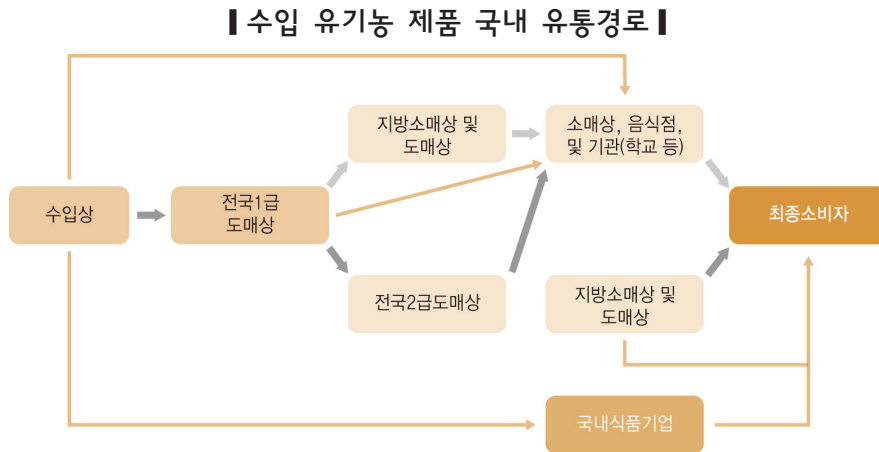
3. 수입 유기농 제품의 공급 및 유통

- 현재 중국 내 유기농 제품에 대한 수요가 늘어나고 있기 때문에 갈수록 많은 수입 유기농 식품들이 중국 시장에 들어오고 있다. 그러나 수입한 제품 중 유기농 식품 인증을 받은 식품과 음료는 매우 적다. 해외 유기농 식품은 해외에서 유기농 인증을 받은 후 중국에서 브랜드 인지도를 이용해 이익을 취하고 있다. 여기서 말하는 해외 유기농 수입품은 주로 외국에서 인증을 받은 제품을 말한다.
- 해외에서 수입한 유기농 제품은 상대적으로 가격이 높은 편이다. 수출상, 수입상, 판매상, 소매상 등 4단계를 거치면서 중간 유통 비용이 비교적 높기 때문이다.
- 일반적으로 보면 유기농 제품은 해관검역을 통과한 후, 도매상, 중간도매상, 소매



상들을 거치게 된다. 도매상들은 이러한 제품에 대해 중국어 라벨 부착, 포장 등을 한다. 그 후 유기농제품은 소매상을 통하여 최종소비자에 물건을 보급하게 된다. 일반적으로 유통단계는 두 단계의 소매상을 거치게 된다. 1단계 소매상은 주로 해안도시, 2단계 소매상은 주로 최종소비자와 가까운 쪽에 있다.

- 다음 도표에서 중국내 수입 유기농 식품의 공급 구조를 정확하게 파악할 수 있다.



* 출처 : 유로모니터(인터뷰 등)

참조 : 유기농 식품 수입업체

기업명칭	주요 수입범위	홈페이지
종량그룹(中糧集團)	유럽유기농식품수입	http://www.cofco.com/cn/index.html
상해구개낙극국제무역유한공사 (上海欧盖诺克国际贸易有限公司)	유럽유기농식품수입	http://www.organok.com
남경벽유원과기유한공사 (南京碧维源科技有限公司)	호주·미국 유기농식품수입	http://www.yogeev.com

* 출처 : 유로모니터

VII. 중국 유기농 시장 발전에 영향을 미치는 요소

1. 중국 유기농 시장 발전 촉진요인
2. 중국 유기농 식품의 기회와 도전

1. 중국 유기농 시장 발전 촉진요인

- **중국경제의 안정적인 발전** : 성장을 중시하던 과거의 경제정책과 달리 최근에는 안정적인 발전을 추구하고 있으며, 산업구조를 조정하는 과정에 있다.
- **식품공업의 급속한 발전** : 식품공업 12차 5개년 계획에 따르면, 중국은 식품공업 표준체계를 보강하여 식품안전과 품질표준 시스템을 강화시키고, 식품안전관리제도 시스템을 강화할 예정이다.
- **도시주민 소득수준 상승** : 2013년 국가 발표 수치에 따르면, 2009년부터 2013년까지 중국 도시 주민 소득은 17,175위안에서 26,955위안으로 상승했다. 2013년 일인당 식품 지출금액은 5년 동안 약 50% 성장해 3,500위안을 초과했다. 2013년 일인당 GDP는 6,500달러를 초과하였으며, 그중에서 1급 중점 도시의 일인당 평균 GDP는 16,000달러를 초과하였다. 주민들의 소득상승은 제품의 품질과 식품의 영양 및 안전에 대한 관심 증가를 가져오고 있다.
- **식품안전 의식** : 중국 식품안전 관련 사고가 빈발하면서 소비자들의 안전한 식품에 대한 관심이 높아지고 있어 점차 녹색 식품, 유기농 식재료를 선택하는 경향을 보이고 있다. 현재 중국은 식품위생기준, 식품품질기준, 농산품 품질안전 기준과 농업비료 잔류기준 등을 더 보완시킬 필요가 있다.
- **도시화의 진행과 3·4급 도시의 지속적인 발전** : 2013년 중국 도시인구는 7.3억명을 초과하여 전체 인구의 약 53.7%를 차지하고, 1급 중점 대도시는 국가 경제발전의 주요 동력이다. 그러나 중소도시 시민들의 수입과 소비 금액 증가속도는 대도시보다 빠르다. 중소도시의 발전은 중국의 경제발전에 활력을 불어넣고 있고, 이로 인해 지역경제가 균형적으로 발전하고 있다.
- **물류업계의 발전** : 2011년 7월, 국가 우체국에서 발표한 <우체업 발전 12차 5개년 계획>에서 2015년까지 택배 업무를 2010년의 24억 건에서 61억 건으로 연간 21%



늘리겠다고 밝혔다. 중국 물류와 구매연합회에서 발표한 2013년 전국 물류 운영보고에 따르면, 2013년 물류비는 인터넷 쇼핑의 빠른 성장으로 전년 동기 대비 309.4% 증가하였다.

- ❖ **냉동 운수** : 국가발전과 개혁위원회에서 발표한 <농산물냉장물류발전계획>을 보면 2010년 냉동물류를 사용하여 중국의 과일, 채소, 육류, 수산품을 유통한 비율이 각각 5%, 15%, 23%이며, 냉장물류 이용율은 각각 15%, 30%, 40%이다. 2015년에는 과일과 채소, 육류, 수산품 냉동물류는 20%, 30%, 36%로 높이고 냉장물류는 각각 30%, 50%, 65% 정도가 될 것으로 전망되고 있다. 냉동물류는 식품 신선도 유지에 유리하기 때문에 그 사용 비중이 점점 높아지고 있어, 특히 유기농 신선농산물의 원활한 유통에 도움이 된다.

2. 중국 유기농 식품의 기회와 도전

❖ 기회

- 중국 유기농 시장은 규모가 작지만 발전 잠재력이 크다. 2013년 중국 유기농 음료와 유기가공식품의 소매시장 규모는 61억 위안으로 전 세계 유기농 음료와 유기가공식품규모인 320억 달러의 약 3% 정도다. 시장규모는 작지만 소비자 구매력의 지속적인 상승과 유기농 식품에 대한 인지도가 높아지면서 중국 유기농 시장은 거대한 발전 잠재력을 보여 주고 있다.
- 중국 유기농 인증시스템의 지속적 발전이 중국 유기농 시장의 발전을 촉진시키고 있다. 예전에는 유기농 시장인증에 대한 관리가 비교적 느슨하여 일부 해외에서 유기농 인증을 받은 제품에 대해 중국에서도 유기농 상표를 사용하기도 하였다. 그러나 2014년 4월 1일부터 신규 <유기농제품인증관리방법>을 시행한 후에는 수입 유기농 제품도 반드시 중국에서 실시하는 인증을 받아야만 중국에서 판매할 수 있다. 국내제품에 대해서도 인증이 까다로워 졌다. 인증의 난이도를 높임으로 가짜 유기농 식품 생산 가능성을 대폭 줄이고 중국 유기농시장을 더욱 규범화 하였다.

- 유기농 차와 유제품 카테고리는 중국 유기농 식품에서 중요한 부분을 차지한다. 중국은 세계의 주요 차 재배국으로, 특히 유기농 차는 많은 국가에 수출되어 중국의 차 산업 발전을 가져온 중요한 제품이다.
더불어 2008년 싼루칭안 우유 사건 이후 유기농 유제품의 소비 또한 증가하여 시장규모는 더욱 확대되고 있다.

과제

- 유기농 식품은 높은 원가로 인해 일반 제품에 비해 가격이 비싸다. 따라서 고소득층이 주로 소비하게 되는데 특히 신선농수산물의 경우 일반 소비자들은 유기농의 여부보다는 가격을 구입기준으로 삼는 경우가 많다.
- 무공해 식품, 녹색 식품, 유기농 식품에 대한 개념이 불명확하여 대다수 소비자들이 이 제품들을 명확하게 구별하기에는 어려움이 있다.
- 유기농 식품에 대한 인식은 높아지고 있으나 구체적인 유기농 제품 브랜드에 대해서는 잘 알지 못한다. 국가인증감독관리위원회에서 2014년 13호 발표내용을 보면, 2014년 3월까지 중국에서 유효한 유기농 인증증서를 받은 건수는 전부 10,816건이다. 유기 인증은 중국에서 어느 정도 성과를 거두었지만 브랜드별 홍보가 다소 부족하여 모방제품이 등장하고 있다.
- 유기농인증 신청기간이 길고 비용도 높아 기업들의 신청이 적극적이지 않다. 파종, 재배, 가공 등 모든 부분에서 모두 엄격한 기준이 적용되고, 특히 유기농 채소는 토양, 수질을 관리해야 할 뿐 아니라 파종 전에 토양을 개량해야 한다. 생산 과정에서는 자연규칙과 생태학 원리를 준수하여야 하며, 생물을 이용한 방식으로 해충을 퇴치하고 미생물발효기술을 적용한 비료를 사용하는 등 많은 인력과 비용이 투입되어야 하기 때문에 많은 기업들이 어려움을 겪고 있다.
그리고 인증에 소요되는 비용은 높은 반면, 유효기간이 1년으로 짧아 유기농제품의 가격인상에 큰 영향을 미치고 있다.

부 록

1. 중국 인증기관 목록

〈부록 1〉 중국 인증기관 목록

번호	기관명칭
1	중국품질인증센터(中国质量认证中心)
2	항주만태인증유한공사(杭州万泰认证有限公司)
3	China Quality Mark Certification Group(方圆标志认证集团有限公司)
4	Guangdong Zhongjian Certification Co., Ltd.(广东中鉴认证有限责任公司)
5	절강공신인증유한공사(浙江公信认证有限公司)
6	Zhongshinhengxin(Beijing) Food Quality Certification Center(中食恒信(北京)质量认证中心有限公司)
7	Beijing ZhongAn Authentication Center(北京中安质环认证中心)
8	흑룡강성농산품품질인증센터(黑龙江省农产品质量认证中心)
9	중환연합(북경)인증중심유한공사(中环联合(北京)认证中心有限公司)
10	북경오주항통인증유한공사(北京五洲恒通认证有限公司)
11	북경중록화하유기식품인증센터(北京中绿华夏有机食品认证中心)
12	요녕방원유기식품인증유한공사(辽宁方圆有机食品认证有限公司)
13	요녕영환유기식품인증센터(辽宁辽环有机食品认证中心)
14	북경오악화하관리기술센터 (北京五岳华夏管理技术中心)
15	신강생산건설병단환경보호과학연구소(新疆生产建设兵团环境保护科学研究所)
16	서북농림과학대학인증센터(西北农林科技大学认证中心)
17	남경국환유기제품인증센터(南京国环有机产品认证中心)
18	북경동방희가화인증유한책임공사(北京东方嘉禾认证有限责任公司)
19	항주중농질량인증센터(杭州中农质量认证中心)
20	북경아이커사이얼인증센터유한공사(北京爱科赛尔认证中心有限公司)
21	남경영목인증유한공사(南京英目认证有限公司)
22	북경중합금낙인증센터유한공사(北京中合金诺认证中心有限公司)
23	상해Ceres인증유한공사(上海色瑞斯认证有限公司)

※ 유기농제품인증시행규칙 CNCA-N-009:2011 : http://www.moa.gov.cn/zwl/m/zcfg/qtbmngz/201203/t20120320_2512763.htm

※ 유기농 제품 GB/T19630-2011 : <http://www.doc88.com/p-747822929491.html>

※ 유기농제품인증관리방법 : http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjl/2013/201311/t20131120_387865.html

※ 유기농제품인증목록 : http://web.zgny.com.cn/User_Doc/30383/News/3203/2012371352125459303831.html

중국 유기농 시장 현황

• 보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사 식품수출정보팀
- 대외경제정책연구원 아시아태평양실

발행일 : 2014. 8.

발행처 : 한국농수산물유통공사

137-787, 서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터
02) 6300-1114 <http://www.aT.or.kr>

자료문의 : aT 농수산물기업지원센터 식품수출정보팀

02) 6300-1408

- 「aT get」은 농식품수출과 관련한 이슈를 외부전문기관에 의뢰하여 분석·정리한 자료입니다.
- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보사이트 www.kati.net에서도 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용하실 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.