



2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 어린이음료(Kids Drinks)

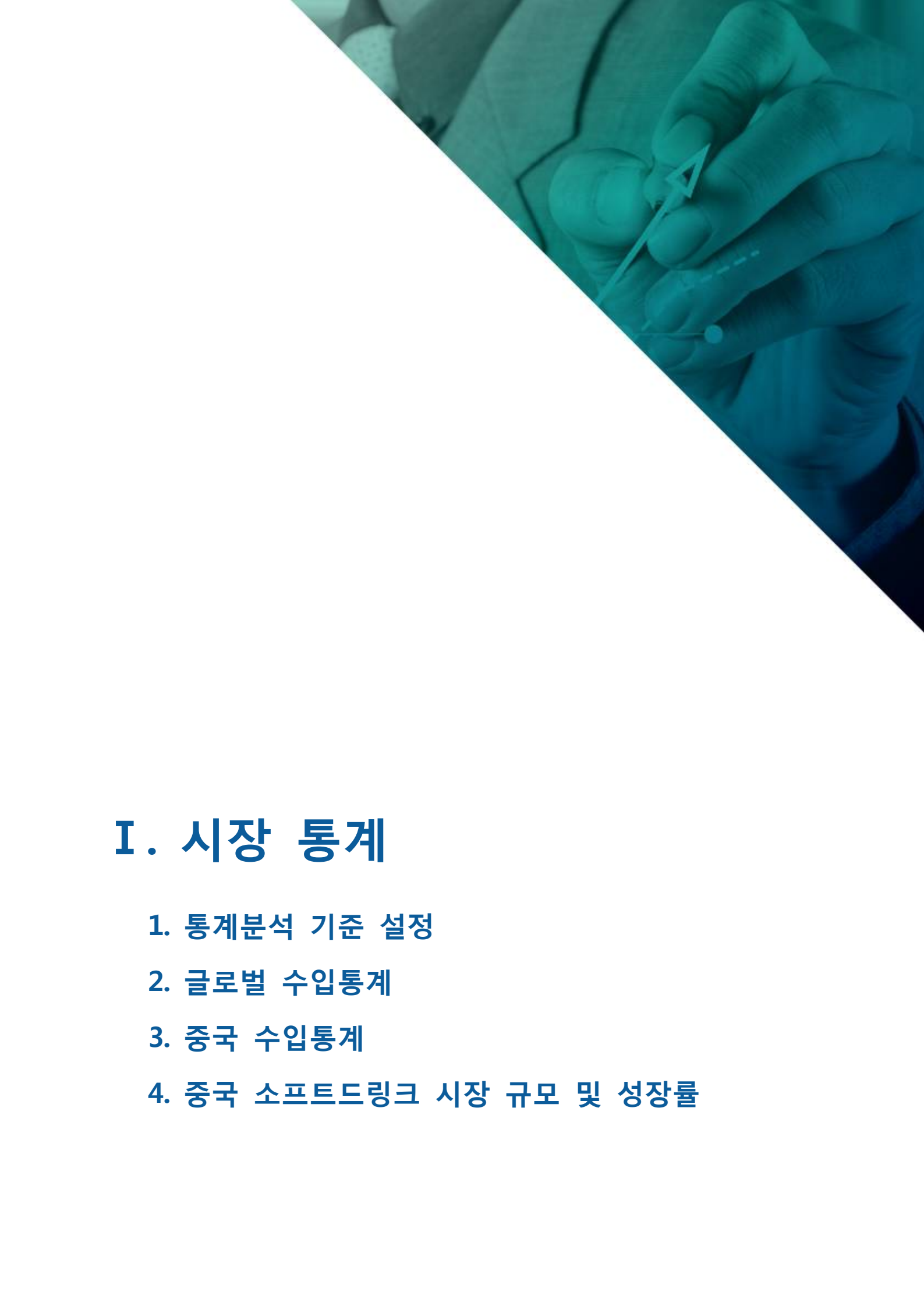
Country : 중국(China)

CONTENTS

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입통계	7
3. 중국 수입통계	8
4. 중국 음료 시장 규모 및 성장률	9
II. 시장 트렌드	10
1. 시장 메가 트렌드	12
2. 소비 트렌드	13
3. 제품 트렌드	14
4. 정책 트렌드	15
III. 경쟁사 분석	16
1. 경쟁사 선정	18
2. 경쟁사별 현황 파악	19
IV. 경쟁제품 현지조사	22
1. 분석 제품 및 기준	24
2. 가격 정보	25
3. 포장용기 및 유통기한 정보	26
4. 원료 정보	27
5. 현지조사 및 온라인조사 데이터	28
V. 유통구조 현황	31
1. 현지 유통구조 map	32
2. 추천 진출 경로	33
3. 유통업체 담당자 인터뷰	34

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	35
1. 주요 유통채널 개관	37
2. 주요 유통채널 핫이슈	38
3. 유통업체별 개요	39
- Walmart	39
- Carrefour	40
- Vanguard	41
VII. 통관 및 검역 정보	42
1. 통관 및 검역 절차	45
2. HS 코드 및 관세율	48
3. FTA 정보	49
4. 통관거부사례	50
5. 제출서류	51
VIII. 인증 정보	59
1. 필수인증	62
2. 권장인증	64
3. 중국 내 인증 취득제품	66
4. 제출서류	67



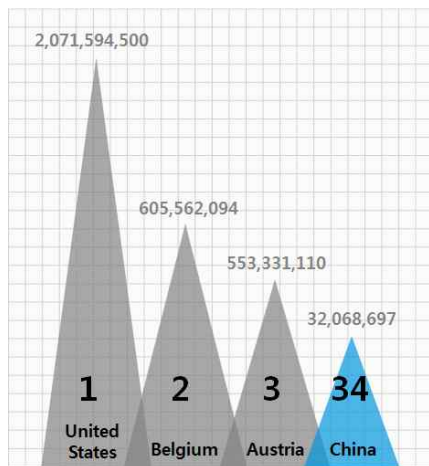
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 중국 수입통계
4. 중국 소프트드링크 시장 규모 및 성장률

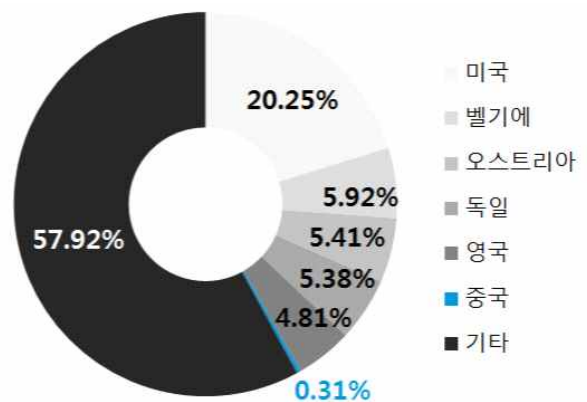
시장통계 OVERVIEW



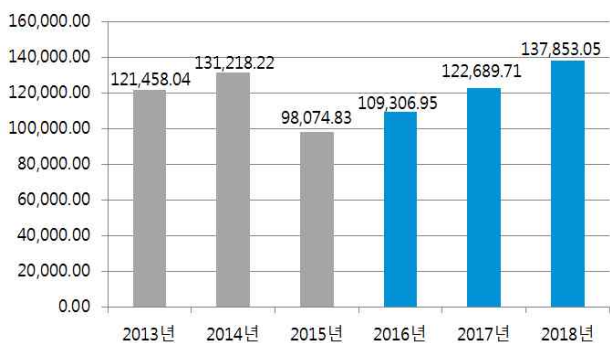
▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 중국 유아용 음료 시장 규모, 백만 US달러 기준



※ 2016 ~ 2018년은 전망치

글로벌 수입 규모 1위, 미국
중국, 글로벌 수입 34위
중국 수입상대국 한국, 1위
2015년 기준 중국 소프트 드링크
시장 규모 980억 7,483만 달러

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

중국 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물, HS CODE 2202.10에 해당

글로벌 수입 통계 및 중국 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

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. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 중국 관세청(www.customs.gov.cn)에서 상세 HS CODE 확인이 가능함

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 2202.10
중국 수입 규모 및 성장률	HS CODE 2202.10
중국 시장 규모 및 성장률	Soft Drink ¹⁾

표 1.2 중국 내 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)
	2202.10.9000	기타
중국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

1) 알코올을 함유하지 않은 음료로, 과즙음료, 젓산음료 등이 해당됨(↔하드링크 : 알코올을 함유한 음료)

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 규모 1위 국가, 미국

2015년 글로벌 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입 규모는 102억 3,069만 5,468달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 성장률²⁾ -0.52%를 기록함. 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입 1위 국가는 미국으로, 2015년 기준 20억 7,519만 4,500달러를 수입하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 10.12%의 성장률을 기록함

2015년 중국의 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입 규모는 3,206만 8,697달러로 34위를 기록함. 2013년 ~ 2015년 동안 연평균 성장률이 72.77%에 달하여 최근 급성장하고 있는 시장임

중국, 글로벌 수입 비중에서 약 0.31% 차지

2015년 기준, 중국의 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입 규모는 전체 중 0.31%를 차지하는 것으로 파악됨. 전체의 20.25%를 차지하는 미국의 수입 비중이 가장 높으며 그 뒤를 벨기에(5.92%), 오스트리아(5.41%), 독일(5.38%)이 따르고 있음

중국의 경우 수입 시장 점유율은 낮은 편이나, 그 성장 속도가 매우 빠르므로 주목할 만한 시장임

표 1.4 글로벌 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입 규모

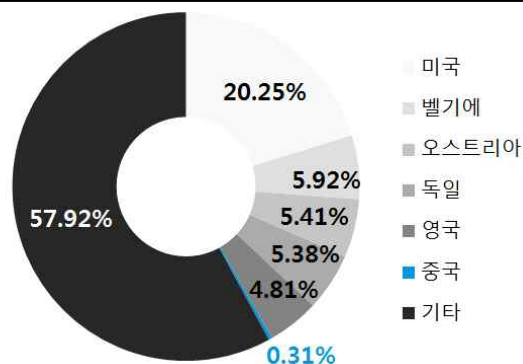
(단위: US달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균성장률
글로벌	10,337,722,284	10,817,066,477	10,230,695,468	-0.52%
1 미국	1,708,346,044	1,811,533,067	2,071,594,500	10.12%
2 벨기에	495,700,030	651,182,887	605,562,094	10.53%
3 오스트리아	647,626,366	640,460,668	553,331,110	-7.57%
4 독일	551,917,386	535,289,303	550,256,487	-0.15%
5 영국	425,786,562	480,491,638	491,646,021	7.46%
34 중국	10,742,975	18,209,373	32,068,697	72.77%

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

표 1.5 국가별 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입 규모 비중(2015년)

(단위: %)



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

2) 2013 ~ 2015년 연평균성장률 = (최종/최초년도)^(1/년도)-1

3. 중국 수입통계

중국 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 시장, 한국산 제품이 19.22% 점유

중국 HS CODE 2202.10.0090 수입 시장 점유율 추이(%)			
국가	2013	2014	2015
한국	11.9	14.95	19.22
홍콩	1.08	8.20	15.68
일본	11.98	12.44	13.02
말레이시아	11.78	9.42	11.37
미국	20.66	16.03	10.36

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

2015년 기준 중국의 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 수입액의 19.22%를 한국이 점유하고 있으며 점유율 1위를 기록함

2013년 ~ 2015년 중국 맛이나 향을 첨가한 기타 음료 수입 시장에서 한국이 차지하는 비중은 증가하는 추세임. 한국 점유율은 2013년 11.9%, 2014년 14.95%에 이어 2015년에는 19.22%로 증가함

반면 2013년 점유율 1.08%였던 홍콩의 성장속도가 매우 빨라, 2015년에는 15.68% 점유율을 기록함. 따라서 한국이 점유율 1위를 놓치지 않으려면 더욱 경쟁력을 키울 수 있는 전략이 필요할 것으로 사료됨

표 1.6 중국 맛이나 향을 첨가한 기타 음료 수입 규모

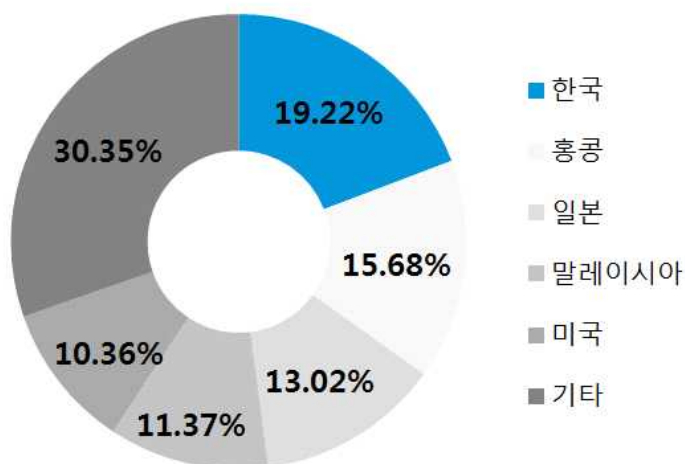
(단위: US달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2015년 시장점유율
글로벌	10,742,975	18,209,373	32,068,697	100.00
1 한국	1,278,945	2,722,179	6,162,814	19.22
2 홍콩	116,167	1,492,484	5,029,207	15.68
3 일본	1,286,667	2,265,777	4,175,832	13.02
4 말레이시아	1,265,957	1,716,033	3,646,697	11.37
5 미국	2,219,588	2,919,351	3,322,161	10.36

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

표 1.7 국가별 맛이나 향을 첨가한 기타 음료 수입액 비중 (2015년)

(단위: %)



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

4. 중국 소프트 드링크 시장 규모 및 성장률³⁾

중국 소프트 드링크 시장 규모, 2015년 급락

2015년 중국 소프트 드링크 시장 규모는 980억 7,483만 달러로, 1,312억 1,822만 달러였던 2014년에 비해 25.26% 하락함

중국 소프트 드링크 시장 전년 대비 성장률	
연도	시장 성장률(%)
2014	8.04
2015	-25.26
2016	11.45
2017	12.24
2018	12.36

출처 : Canadean Intelligence
(intelligence.canadean.com)

※ 2016년 ~ 2018년은 전망치

그러나 향후 시장 성장세가 회복되어, 2016 ~ 2018년 3개년 동안은 두 자릿수 성장률을 유지할 것으로 전망됨

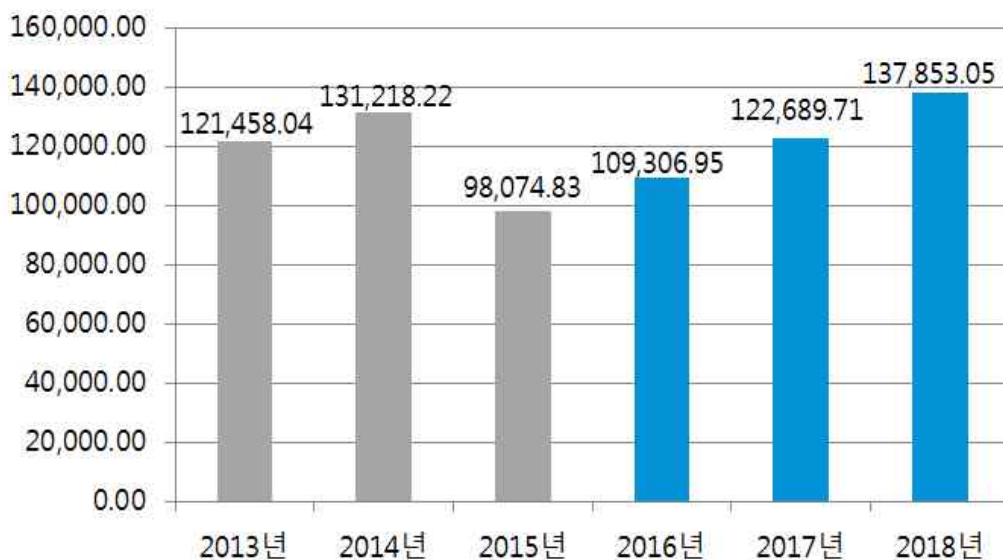
2015년 소프트 드링크 시장, 세계적으로 주춤

2015년 소프트 드링크 시장 규모가 하락한 것은 중국을 비롯한 전 세계적 추세인 것으로 조사됨. 2015년 글로벌 소프트 드링크 시장 규모는 전년도에 비해 10.03% 하락했으며 소프트 드링크의 하위항목 중 어린이용 혼합음료가 속하는 비탄산음료의 글로벌 시장 규모는 50.59% 하락함

그러나 향후 전망치를 살펴보면 이와 같은 시장 규모 하락은 추세가 아닌 일시적 현상인 것으로 보임. 글로벌 비탄산음료 시장은 2016 ~ 2018년 2 ~ 5%의 한 자릿수 성장세를 유지할 것으로 보이며 글로벌 소프트 드링크 시장도 향후 시장 규모를 회복하여 2018년에는 2014년 시장 규모를 상회할 것으로 전망됨

표 1.8 중국 소프트 드링크 시장

(단위 : 백만 US달러)



출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)

※ 2016년 ~ 2018년은 전망치

3) 어린이용 혼합음료가 속한 비탄산음료(Still Drink)에 대한 중국의 통계자료가 존재하지 않아, 상위 항목인 소프트 드링크(Soft Drink) 시장 규모를 조사함



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“두 자녀 정책으로 인한 어린이 인구 증가 전망”

- 중국, 한 자녀 정책 폐지하고 둘째 출산 장려 정책 시행

“중국 수입 음료 시장, 꾸준히 성장 중”

- 중국 수입 음료 시장 지난 5년 새 연평균 300% 성장

소비 트렌드

“중국 중산층, 수입 식품에 관심 많아”

- 소득 증가, 식품 안전성에 대한 의식 증가로 중산층의 수입 식품 수요 증가
- 유통 업체들도 프리미엄 매장, 해외 식품 직구 서비스 등을 시행

“중국 수입 음료, 한국산 비중 높아”

- 온라인 쇼핑몰, 현지 유통매장 모두에서 한국산 음료 어렵지 않게 발견 가능

제품 트렌드

“뽀로로 음료의 인기가 절대적”

- 중국 어린이음료가 거의 없던 시기에 중국 시장에 진출했을 뿐 아니라 인기 캐릭터 뽀로로를 활용한 것이 성공 요인

“중국 어린이음료 대다수가 유제품”

- 중국 어린이음료는 대부분 유산균 음료, 요거트 등의 유제품

정책 트렌드

“AQSIQ 등록 필수”

- 2012년 10월부터 중국에 식품을 수출하는 모든 업체는 AQSIQ 등록 절차를 거쳐야 함

“식품리콜제 관리법”

- 2015년 9월부터 식품리콜제 관리법 시행
- 안전상 위험성이 발견되면 해당 식품을 즉시 리콜 조치하여 안전한 먹거리 환경을 구축하기 위함

1. 시장 메가 트렌드

두 자녀 정책으로 인한 어린이 인구 증가 전망

올해 1월 1일부터 중국 정부는 ‘전면적인 두 자녀 정책’ 시행을 발표하면서 인구 증가 프로젝트에 다시 한 번 시동을 걸었음⁴⁾

저출산과 고령화로 인구 증가세가 둔화되고 최근 3년간 노동 가능 인구가 줄어드는 등 인구 감소 위기가 현실화되자 중국 정부는 2013년부터 일부 내용을 완화했으며 작년 12월 27일에는 전면적인 수정을 실시함

수정된 인구계획생육법은 기존 조항들을 수정해 중국 전역에 정책을 시행하고 둘째 낳기를 장려하는 내용들을 골자로 하고 있음. 중국 당국은 이번 정책으로 인해 향후 5년간 매년 300만의 신생아가 더 늘어날 것이라고 전함

이로 인해 중국 어린이 음료 시장의 수요 또한 늘어날 것으로 전망됨

중국 수입 음료 시장, 꾸준히 성장 중

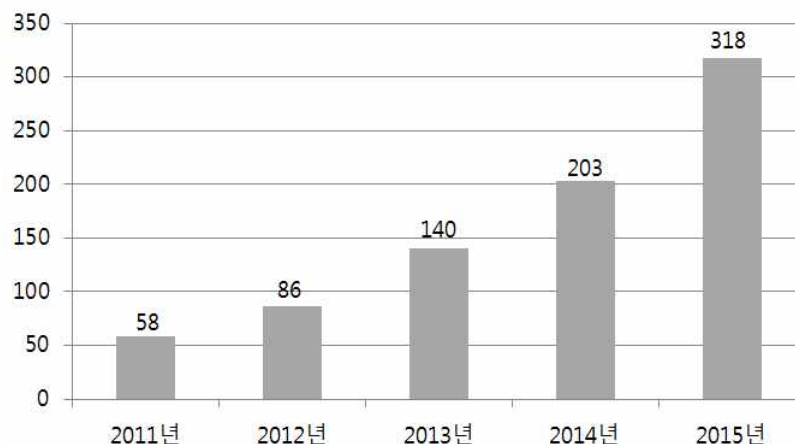
중국 수입 음료 시장(HS CODE 2202.10)은 꾸준히 성장하는 추세임. 2011년 5,800만 달러에 달했던 수입 음료 시장은 2015년 3억 1,800만 달러에 이르며 지난 5년새 연평균 300% 이상 성장함

이는 중국의 수입 식품 시장이 지속적으로 성장하는 것과 맥을 같이 하는 현상임. 최근 중국은 식품 안전성에 대한 니즈가 증가하면서 수입 식품을 선호하는 경향이 짙어지고 있음

특히 어린 자녀들이 섭취하는 식품의 경우 안전성에 대한 부모들의 관심이 크기 때문에 수입 어린이음료로서 안전한 식품임을 강조한다면 중국의 최근 니즈를 충족할 수 있을 것으로 보임

표 2.1 중국 수입 음료 시장 규모(HS CODE 2202.10)

(단위 : 백만 US달러)



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

4) SBS 뉴스, '중 '두 자녀 정책' 정식시행... 인구 증가 프로젝트 시동', 2016.01.01

2. 소비 트렌드

중국 중산층, 수입 식품에 관심 많아

최근 중국의 중산층은 수입 식품에 많은 관심을 보이고 있음. 이는 두 가지 요인으로 설명할 수 있는데, 중산층의 소득 증가와 식품 안전성에 대한 관심 증가임

중국 중산층의 소득 증가로 인해 프리미엄 식품 소비가 늘어났으며 이는 식품 유통업체들의 동향을 보아도 알 수 있음. Vanguard, Yonghui 등 중국의 로컬 대형 슈퍼마켓들이 최근 몇 년 동안 프리미엄 슈퍼마켓을 신설, 확대했으며 Walmart는 해외 식품 직구 서비스를 새로 출시하기도 함

이처럼 중국 중산층이 수입 식품을 찾는 데는 소득 증가에 따라 삶의 수준을 향상시키려는 욕구도 있으나 한편으로는 식품 안전성에 대한 우려의 표출이기도 함. 최근 중국에서는 식품 안전성 문제가 큰 이슈로 대두되고 있으며 안전한 식품을 원하는 소비자들이 상대적으로 믿을 수 있는 수입 식품을 많이 찾는 것으로 보임

중국 수입 음료, 한국산 비중 높아

중국 온라인 쇼핑몰 조사 결과 중국 수입 음료 중 한국산 비중이 높은 것으로 드러남. Tmall, Yihaodian 등 중국 인기 인터넷 쇼핑몰 수입 식품 카테고리에서 한국 음료를 다수 발견할 수 있으며 특히 롯데 음료의 비중이 높음. 어린이음료 중에는 뽀로로 음료를 자주 발견할 수 있음

이처럼 중국 소비자들에게 한국산 음료가 친숙하다는 점은 중국 시장에 새로 진출하려는 한국 음료 제조업체에게 유리한 환경으로 해석됨

표 2.2 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 한국산 음료

 ¥4.80 【天猫超市】马来西亚进口100PLUS原 装罐装市华北站 月成交 567笔 评价 271	 ¥33.90 韩国进口饮品 九日加糖芒果果汁饮料 1 九日旗舰店 月成交 269笔 评价 4891	 ¥46.80 美国进口绿色原碳酸饮料coccolalife可 尔乐食品专营店 月成交 104笔 评价 644	 ¥2.90 【天猫超市】韩国进口 乐天芒果味饮料 天猫超市专营店 月成交 932笔 评价 3771	 ¥20.80 美国进口 可口可乐 红色收藏版 碳酸饮 品 京成食品专营店 月成交 15笔 评价 262
 ¥4.80 【天猫超市】马来西亚进口100PLUS原 装罐装市华北站 月成交 374笔 评价 180	 ¥33.80 乐天牛奶芒果味碳酸饮料苏打饮料4口味8 领丰食品专营店 月成交 249笔 评价 1101	 ¥33.60 韩国进口果味饮料 九日加糖芒果汁175 九日食品专营店 月成交 90笔 评价 6913	 ¥29.80 台湾进口more微气泡果汁 苹果/葡萄其 五福源食品专营店 月成交 368笔 评价 311	 ¥45.80 韩国宝露露饮料组合 乐天儿童饮料23 联兴食品专营店 月成交 61笔 评价 448

출처 : Tmall(www.tmall.com)

3. 제품 트렌드

뽀로로 음료의 인기가 절대적

중국 어린이음료 시장에서 뽀로로 음료의 존재감이 매우 큼. 어린이음료는 거의 뽀로로 음료라고 보아도 무방할 정도임

뽀로로 음료 제조업체 팔도社는 중국 시장에서의 성공 요인으로 두 가지를 꼽음. 하나는 중국 현지 시장에 어린이음료가 거의 없던 시기에 진출했다는 것이고 다른 하나는 세계적으로 어린이들 사이에서 인기를 끌고 있는 뽀로로 캐릭터를 활용한 것임⁵⁾

뽀로로 음료는 인도네시아, 베트남, 몽골, 홍콩 등 타 아시아 국가에서도 인기가 많으나 특히 중국에서 큰 인기를 끌고 있음

중국 어린이음료 대다수가 유제품

중국에서 어린이음료는 곧 우유, 유산균음료 등 유제품을 뜻함. 현지 유통매장 어린이음료 코너도 중국산 유제품이 대부분을 차지하고 있으며 어린이 혼합음료는 뽀로로 제품이 거의 유일함

현지 유통매장에서 조사한 어린이음료 14가지 중 약 86%에 해당하는 12개 제품이 유제품이었으며 흰우유뿐 아니라 딸기맛 우유, 기타 과일 맛 우유, 요거트 등 다양한 종류의 유제품이 있음

어린이 유제품 음료 제조업체로는 内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司(Inner Mongolia Mengniu Dairy Group Limited by Share Ltd)의 비중이 가장 높으며 현지 유통매장 조사 제품 중 50% 이상이 해당 제조업체 제품임

표 2.3 중국 유통매장에서 판매 중인 어린이음료(유제품)

			
未来星儿童营养风味酸牛奶 (WeiLaiXing children nutrition flavor sour milk)	未来星妙妙儿童成长牛奶 饮品草莓 (WeiLaiXing MiaoMiao Children grow milk strawberry Drinks)	未来星儿童风味酸奶 (WeiLaiXing children flavor yogurt)	乐比益生元原味酸奶 (LeBi prebiotic yogurt)

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, 2016.07)

5) 식품음료신문, '팔도 '뽀로로음료' 해외서 인기몰이', 14.05.19

4. 정책 트렌드

AQSIQ 등록 필수⁶⁾

AQSIQ(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine)는 중화인민공화국국가질량감독검험검역총국으로, 상품의 품질·개량·수출입상품의 상품검사·출입국 위생 검역·수출입 동식품 검역 및 품질인증 인정·기준화 등의 행정업무를 수행하는 기관임

2012년 10월부터 중국으로 식품을 수출하고자 하는 모든 업체는 AQSIQ 등록 절차를 거쳐야 함

수입업체를 통해서도 AQSIQ 등록이 가능하며 자세한 사항은 Registration System for Importers and Exporters of Imported Food(ire.eciq.cn)에서 확인 가능함. 등록절차 중 중국 수입업자에 대한 정보를 반드시 중국어로 작성 및 제출해야 하므로 중국 수입업체와 협력 관계를 견고히 맺어두는 것이 좋음

식품리콜제 관리법

중국은 2015년 9월 1일부터 식품리콜제관리법(食品召回管理办法)을 시행하고 있음. 식품리콜제 관리법은 식품안전사고 위험성에 따라 3개의 등급으로 분류하여 문제가 있는 제품을 리콜 즉, 회수하는 법임

식품리콜제 관리법 리콜 1등급은 제품 회수 시작 10일 이내, 2등급은 20일 이내, 3등급은 30일 이내에 전량 회수하도록 규정함

식품리콜제 관리법에 따라 판매자는 식품의 위험성을 인지했을 시 즉각 판매를 멈추고 소비자에게 통지해야 하는 의무를 지게 됨. 식품 생산자는 생산규정에 위배되는 제품 발견 시 즉시 생산을 멈추어야 함

중국에서 식품 안전문제가 자주 발생하면서 먹거리 안전에 대한 소비자들의 불안이 커지고 있으며, 중국 정부는 식품리콜제 관리법을 제정 및 시행하여 안전한 먹거리 환경을 만들고자 하는 것으로 풀이됨

이에 따라 중국에 식품을 수출하고자 하는 해외 제조업체 역시 중국의 식품 규정을 준수하여 생산 및 유통할 수 있도록 각별히 주의를 기울여야 함. 뿐만 아니라 당사 제품의 안전성을 소비자 및 유통업자에게 어필하여 브랜드 이미지를 구축할 필요가 있음

6) EU SME, 'The Food and Beverage in China', 2015.07



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

온라인 쇼핑몰 확인기업(팔도社, 해태htb社, 伊利(Yili)社)

현지조사 기업(팔도社, 해태htb社, 伊利(Yili)社)

#1. 팔도社

기업 유형	제조업	설립년도	1983	
취급 품목 유형	라면, 음료	홈페이지	www.paldofood.co.kr	
주요 제품	 뽀로로 음료	 유산균 음료	 홍삼썩썩	
	 비타썩썩			

#2. 해태htb社

기업 유형	제조업	설립년도	1973	
취급 품목 유형	과채음료, 어린이음료, 건강음료 등	홈페이지	www.htb.co.kr	
주요 제품	 헬로팬돌이	 썬키스트키즈	 코코팜	
	 썬키스트			

#3. 伊利(Yili)社

기업 유형	제조업	설립년도	1993	
취급 품목 유형	우유, 아이스크림, 밀크파우더, 요거트	홈페이지	www.yili.com	
주요 제품	 营养果汁酸奶	 儿童乳饮料	 儿童酸奶	
	 纯牛奶			

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

- ① 현지조사 시 확인된 어린이 혼합음료 제조업체
- ② 상기 업체, 온라인 쇼핑몰 내 유통 검증

현지 유통매장에서 어린이 혼합음료 판매 중이며 온라인 쇼핑몰에서도 확인되는 기업

중국 시장 어린이 혼합음료 경쟁사를 도출하기 위해 현지 유통매장에서 확인된 제조업체, 온라인 쇼핑몰에서 어린이음료(儿童饮料) 판매가 활발한 제조업체, 그리고 현지 바이어 인터뷰 결과 판매량이 높은 것으로 확인되는 제조업체를 종합적으로 고려함

현지 유통매장, 온라인 쇼핑몰, 현지 바이어 인터뷰 모두에서 유망 경쟁사로 도출된 기업은 뽀로로 음료를 제조하는 한국의 팔도社임

현지 유통매장, 온라인 쇼핑몰, 현지 바이어 인터뷰에서 경쟁상대로 고려되는 어린이 혼합음료 제조업체들이 상이할 경우 현지 유통매장 조사 결과를 우선시함. 그리고 온라인조사와 현지 바이어 인터뷰에서는 유망 브랜드로 도출된 기업 중 1위에 랭크된 팔도社만 경쟁사 분석을 진행함

표 3.1 중국 온라인 쇼핑몰 내 검색 키워드 도출

키워드	儿童饮料(아동음료, 어린이음료)
온라인 쇼핑몰	- Taobao(www.taobao.com) - Amazon China(www.amazon.cn) - Alibaba(www.1688.com)

표 3.2 조사방법별 고려되는 유망 경쟁 브랜드(제조업체)

현지 유통매장 조사	뽀로로(팔도社, 한국), 헬로팬돌이(해태htb社, 한국) QQ星(Yili社, 중국)
온라인 쇼핑몰 조사	뽀로로(팔도社, 한국), Capri-Sun(Rudolf Wild Ltd社, 독일)
현지 바이어 인터뷰	뽀로로(팔도社, 한국), MoGu MoGu(태국), Looney Tunes(태국)

출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07), 온라인조사(Taobao, Amazon China, Alibaba)

※ 붉은 글씨로 표시된 제품은 조사방법 3가지에서 중복으로 확인된 제품임

2. 경쟁사별 현황 파악

팔도, 뽀로로 음료로 중국에서 인기몰이

라면 및 음료 제조업체 팔도社의 뽀로로 음료는 한국과 중국 어린이음료시장 1위 제품임

2013년 리서치 기관 링크아즈텍코리아에 따르면 뽀로로 음료는 한국 어린이음료 시장의 33.6%를 점유하며 1위에 오름.⁷⁾ 중국 시장에서도 현지 유통매장, 온라인쇼핑몰, 현지 바이어 인터뷰 모두에서 인기 브랜드로 검증됨

팔도社의 뽀로로 음료는 기본적으로 과일맛이 첨가된 혼합음료이며 그 외에도 유산균 음료, 홍삼 음료, 비타민 음료 등 다양한 종류의 과일맛 혼합음료가 있음

표 3.3 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	라면, 음료
국가	한국
설립년도	1983년
주소	서울특별시 서초구 강남대로 557(잠원동, 우덕빌딩)
전화	+82-1577-8593
홈페이지	www.paldofood.co.kr
기타 정보	- 1983년 라면, 1995년 음료 사업 시작 - 1984년 첫 수출을 시작으로 50여 국가에 수출 중 - 제주감귤, 비락식혜, 뽀로로 등 다양한 음료 브랜드 보유

출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr)

표 3.4 제품 소개

뽀로로		
	뽀로로(밀크/딸기/사과/블루베리/보리차)	뽀로로 유산균 음료(멜론/망고)
뽀로로		
	뽀로로 홍삼속속(사과매실/포도블루베리)	뽀로로 비타속속(포도복숭아/오렌지파인애플)

출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr)

7) 조세일보, '팔도, 뽀로로 음료 어린이 기호식품 품질인증 획득', 2014.03.27

2. 경쟁사별 현황 파악

해태htb, 헬로팬돌이 음료로 중국 진출

1973년 설립된 해태그룹의 식음료업체였으나 2010년 LG생활건강에 인수됨. 2016년 5월 상호명을 해태htb로 변경함

이처럼 사명을 변경한 이유는 의약품, 의약외품, 건강기능식품 등으로 사업 영역을 확장하기 위함임. 해태htb는 썬키스트, 코코팜, 써니텐 등 음료 사업 영향력을 확대함과 동시에 현재 판매하고 있는 건강기능식품 마케팅을 강화하고 의약품 시장으로도 신규 진출할 계획임⁸⁾

표 3.5 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	과채음료, 탄산음료, 커피, 샘물, 스포츠음료, 어린이음료, 건강음료 등
설립년도	1973년
국가	한국
주소	서울 종로구 새문안로 58(신문로 2가 92번지) LG광화문빌딩
전화	+82-80-023-3449
홈페이지	www.htb.co.kr
기타 정보	- 기존 '해태음료'에서 '해태htb'로 사명 변경 - 대표 브랜드로 썬키스트가 있으며 어린이음료 브랜드로 썬키스트키즈, 헬로팬돌이 등이 있음 - 의약품, 건강기능식품 사업 영역 확장 계획

출처 : 해태htb(www.htb.co.kr)

표 3.6 제품 소개

해태htb 어린이음료		
	헬로팬돌이	썬키스트키즈
		
	감짜이	썬키스트 얼러먹는 딸기/망고/멜론

출처 : 해태htb(www.htb.co.kr)

8) 연합뉴스, '해태음료, 해태htb로 변경...의약·건강기능식품 확대', 2016.05.30

2. 경쟁사별 현황 파악

伊利(Yili), 중국의 어린이용 유제품 제조업체

Yili社는 중국의 대표적인 어린이용 유제품 제조업체 중 한 곳임. 순수 우유부터 아이스크림, 밀크파우더, 요거트 등 다양한 유제품을 판매하고 있으며 대표적인 브랜드는 QQ星(QQstar)임. QQ星는 중국 현지 유통매장과 온라인 쇼핑몰 모두에서 자주 발견되는 인기 음료임

한편 Yili社는 2008년, 2012년 리콜 파동에 휘말린 적이 있음. 해당 브랜드 제품에서 수은, 멜라민 등의 유해물질이 검출되었기 때문임

표 3.7 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	우유, 아이스크림, 밀크파우더, 요거트
설립년도	1993년
국가	중국
주소	No. 8 Jinsi Road , Jinchuan Development Zone, Huhehaote, Inner Mongolia, 010080, China
전화	+86-400-816-9999
홈페이지	www.yili.com
기타 정보	- 2008년, 2012년 리콜 조치 취한 바 있음(2012년 수은 다량 검출, 2008년 멜라민 ⁹⁾ 검출)

출처 : Yili(www.yili.com), OneSource(www.avention.com)

표 3.8 제품 소개

QQ星 (QQstar)		
	伊利QQ星营养果汁酸奶	伊利QQ星儿童乳饮料
		
	伊利儿童酸奶	伊利纯牛奶

출처 : Yiliqqstar(www.yiliqqstar.com), Yili(www.yili.com)

9) 동물실험 결과 멜라민은 신장결석을 유발하는 것으로 드러남



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기, 유통기한 정보
4. 원료 정보
5. 현지조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

● **가격 : 100ml당 평균 2.17위안**
경쟁제품 개당 평균 가격은 5.82위안
한국산 제품은 7 ~ 8위안으로 평균 가격보다
높은 수준

● **유통기한 :
평균 12개월**
수입산 혼합음료의 유통기한 12 ~ 15개월
중국산 요거트 음료 유통기한 6개월



● **주요 성분 :**
물, 설탕, 과일 농축액

● **용량 : 평균 271ml**
경쟁제품 용량 200 ~ 320ml
사이에 위치

● **포장용기 : 플라스틱 병**
경쟁제품 5개 모두 플라스틱 병으로
판매

※ 출처 : 현지방문조사(Walmart, 2016.07)

분석 제품 상세

				
Inner Mongolia Yili Industrial Group Limited by Share Ltd	팔도	해태htb	Looney Tunes (브랜드)	MoGu MoGu (브랜드)
QQXing Nutritional juice yogurt drinks	뽀로로열대과일맛 어린이음료	헬로팬돌이숨사탕향	Looney Tunes Fruit Juice Drinks	MoGu MoGu Mill Vally Mill Vally

분석 지표 : 가격, 중량, 포장용기, 유통기한, 원료

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개사 제품

**지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로,
현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능**

1. 분석 제품 및 기준

현지 매장 방문 및 온라인조사를 통해 5개 선정

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
永旺 (Aeon)	广州市天河区花城大道85号GBF风尚.广百 (珠江新城店)B2层	2016.07
沃尔玛 (Walmart)	广州市白云区机场路1111号	2016.07
家乐福 (Carrefour)	广州市白云区机场路1339号	2016.07

경쟁 제품



QQXing Nutritional juice
yogurt drinks



뽀로로열대과일맛어린이음료



헬로팬돌이숨사탕향



Looney Tunes
Fruit Juice Drinks



MoGu MoGu
Mill Vally Mill Vally

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사(혹은 브랜드)
QQ星营养果汁酸奶饮品 (QQXing Nutritional juice yogurt drinks)	内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (Inner Mongolia Yili Industrial Group Limited by Share Ltd)
뽀로로열대과일맛어린이음료 啖乐乐热带水果味饮料 (Boo Lele tropical fruit flavored beverage)	韩国PALDO株式会社 (Korea PALDO Corporation)
헬로팬돌이숨사탕향 冰斗哩饮料-棉花糖味原 (Cirque miles drinks-Original cotton candy flavor)	韩国海苔饮料株式会社 (Korea Haitai Beverage Corporation)
Looney Tunes 果汁饮料葡萄/芒果/荔枝/橙汁(含椰果) (Looney Tunes Fruit Juice Drinks)	Looney Tunes(브랜드)
MoGu MoGu 磨谷磨谷 (MoGu MoGu Mill Vally Mill Vally)	MoGu MoGu(브랜드)

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 100g 당 가격(위안),

용량, 포장형태, 유통기한, 원료 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07),
온라인조사(Taobao, Amazon China)

2. 가격 정보

중국 내 유통되는 어린이음료 제품 100ml당 가격 평균 가격 2.17위안¹⁰⁾

경쟁제품들의 평균 용량은 271ml로 나타났으며, 100ml당 평균 가격은 2.17달러인 것으로 파악됨

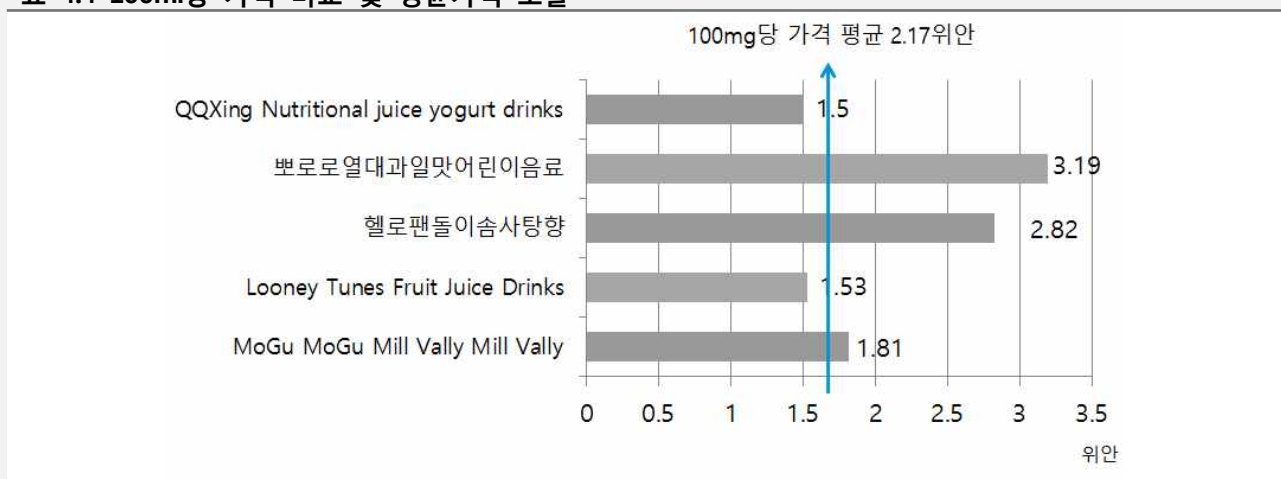
경쟁제품 가격을 비교해본 결과 한국산 제품(뽀로로열대과일맛어린이음료, 헬로팬돌이숨사탕향)의 개당 가격과 100ml당 가격이 중국산(QQXing Nutritional juice yogurt drinks), 태국산(Looney Tunes Fruit Juice Drinks, MoGu MoGu Mill Vally Mill Vally)에 비해 높음

표 4.3 가격 비교

제품명	용량(ml)	가격(위안)	100ml(g) 당 가격(위안)
QQ星营养果汁酸奶饮品 (QQXing Nutritional juice yogurt drinks)	200*4	12.00	1.5
뽀로로열대과일맛어린이음료 破乐乐热带水果味饮料 (Boo Lele tropical fruit flavored beverage)	235	7.50	3.19
헬로팬돌이숨사탕향 冰斗哩饮料-棉花糖味原 (Cirque miles drinks-Original cotton candy flavor)	280	7.90	2.82
Looney Tunes 果汁饮料葡萄/芒果/荔枝/橙汁 (含椰果) (Looney Tunes Fruit Juice Drinks)	320	4.9	1.53
MoGu MoGu 磨谷磨谷 (MoGu MoGu Mill Vally Mill Vally)	320	5.8	1.81

출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07), 온라인조사(Taobao, Amazon China)

표 4.4 100ml당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07), 온라인조사(Taobao, Amazon China)

10) 1달러 = 1,111.50원(KBE 하나은행 고시기준, 2016.08.02)

3. 포장용기 및 유통기한 정보

음료 포장용기 플라스틱 병

중국에서 유통되는 어린이 혼합음료는 모두 플라스틱 병에 담겨 있음

또한 음료의 겉포장지에 인기 만화 캐릭터나 동물 캐릭터가 그려져 있어 어린이들의 이목을 끌 수 있도록 함

중국산, 태국산 어린이음료의 병은 일반음료와 동일한 구조였으나 한국산 어린이음료는 병 입구에 어린이용 캡을 끼워 특수한 구조로 만들. 이 캡은 어린이들이 음료를 흘리지 않고 마실 수 있도록 함

유통기한 평균 12개월

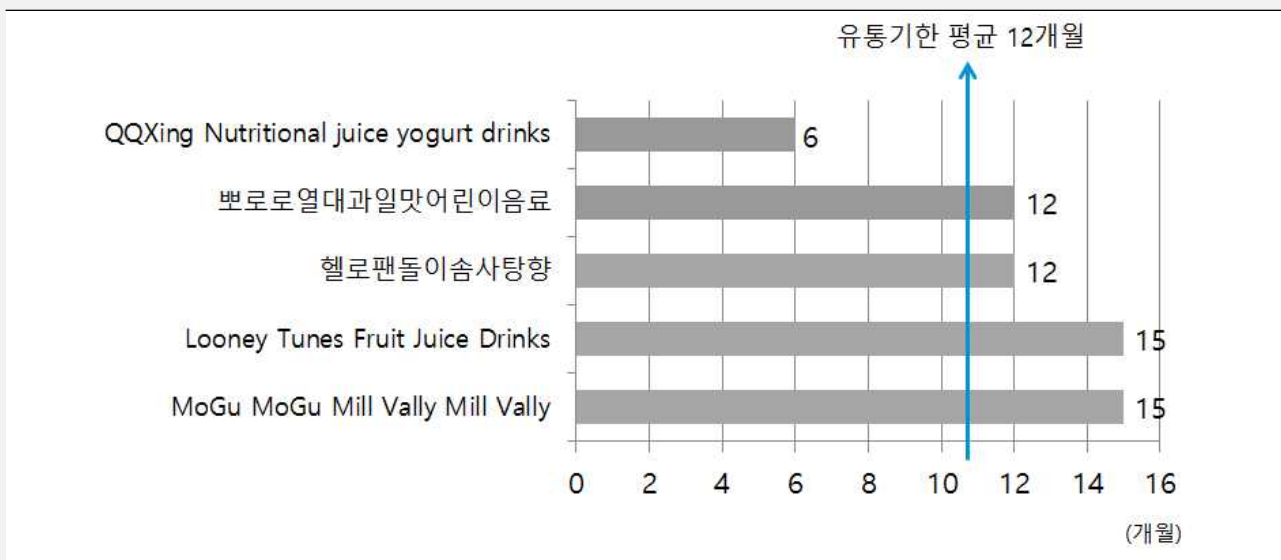
경쟁제품 유통기한은 제조국별로 다르게 나타났는데, 중국산의 유통기한은 6개월, 한국산은 12개월, 태국산은 15개월임

표 4.5 패키지 샘플(경쟁제품 분석)



출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07), 온라인조사(Taobao, Carrefour online)

표 4.6 유통기한 비교



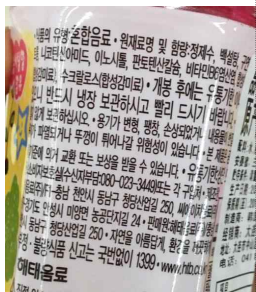
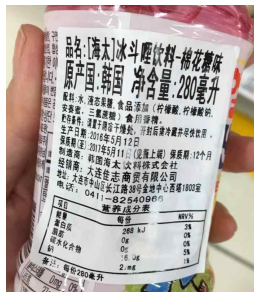
출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07), 온라인조사(Taobao, Amazon China)

4. 원료 정보

물, 설탕, 과일농축액 등이 공통된 원료

어린이 혼합음료가 주로 과일 맛 혹은 기타 맛이 첨가된 음료이므로 대부분 과일농축액이 함유되어 있으며 설탕, 우유, 비타민 등이 공통 원료로 파악됨

표 4.7 제품별 원료 비교

제품명	원료	라벨 이미지
QQXing Nutritional juice yogurt drinks	물, 발효유(물, 밀크파우더, 단백질파우더, 불가리아 락토바실러스 첨가 스트렙토코코스, 바실러스 첨가 락토바실러스 아시도필루스), 흰설탕, 사과주스농축액, 바나나펄프, 철분, 아연, 식품첨가물 등	 
뽀로로열대과일맛 어린이음료	물, 흰설탕, 탈지우유파우더, 열대과일농축액 (오렌지, 망고, 패션프루트, 바나나, 석류) 구연산, 칼슘 젤라틴, 대두다당류액, 시트르산나트륨, 지방산, 비타민D3	 
헬로팬돌이 솜사탕향	정제수, 백설탕, 구연산, 나트륨, 니코틴산아미드, 이노시톨, 판토텐산칼슘, 비타민B6염산염, 수크랄로스(합성감미료) 등	 
Looney Tunes Fruit Juice Drinks	물, 주스, 코코넛, 흰설탕, 식품첨가물 등	 
MoGu MoGu Mill Vally Mill Vally	코코넛과육, 물, 설탕, 프룩토오스, 타로파우더, 식품첨가물 등	 

출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, Carrefour, 2016.07), 온라인조사(Taobao, Carrefour online)

5. 현지조사 및 온라인조사 데이터

현지조사 및 온라인조사 정보

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

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (Inner Mongolia Yili Industrial Group Limited by Share Ltd)	팔도
	제품명	QQ星营养果汁酸奶饮品 (QQXing Nutritional juice yogurt drinks)	뽀로로 열대과일맛 어린이음료
	용량(ml)	200*4	235
	100ml당 가격(위안)	1.5	3.19
	포장용기	플라스틱 병 곰돌이 캐릭터	플라스틱 병(입구에 어린이용 캡 사용) 뽀로로 캐릭터
	원료	물, 발효유(물, 밀크파우더, 단백질파우더, 불가리아 락토바실러스 첨가 스트렙토코코스, 바실러스 첨가 락토바실러스 아시도필루스), 흰설탕, 사과주스농축액, 바나나펄프, 철분, 아연, 식품첨가물 등	물, 흰설탕, 탈지우유파우더, 열대과일농축액(오렌지, 망고, 패션프루트, 바나나, 석류) 구연산, 칼슘 젖산, 대두다당류액, 시트르산나트륨, 지방산, 비타민D3
	유통기한(개월)	6	12
취급처	수입사 정보	-	大连海牌贸易有限公司 (Dalian Sea Trading Co., Ltd.)
	판매확인 매장	Aeon, Walmart, Carrefour	Walmart, Carrefour, Taobao

5. 현지조사 및 온라인조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	해태htb	Looney Tunes 果汁饮料葡萄/芒果/荔枝/橙汁 (含椰果)
	제품명	헬로팬돌이숨사탕향	Looney Tunes
	용량(ml)	280	320
	100ml당 가격(위안)	2.82	1.53
	포장용기	플라스틱 병(입구에 어린이용 캡 사용) 동물 캐릭터(팬돌이)	플라스틱 병 Looney Tunes 캐릭터
	원료	정제수, 백설탕, 구연산, 나트륨, 니코틴산아미드, 이노시톨, 판토텐산칼슘, 비타민B6염산염, 수크랄로스(합성감미료) 등	물, 주스, 코코넛, 흰설탕, 식품첨가물 등
	유통기한(개월)	12	15
취급처	수입사 정보	大连佳志商贸有限公司	利物浦进出口深圳有限公司
	판매확인 매장	Carrefour	Taobao, Amazon China

5. 현지조사 및 온라인조사 데이터

구분		제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	MoGu MoGu(브랜드)
	제품명	MoGu MoGu 磨谷磨谷 (MoGu MoGu Mill Vally Mill Vally)
	용량(ml)	320
	100ml당 가격(위안)	1.81
	포장용기	플라스틱 병, 과일 모양 캐릭터
	원료	코코넛과육, 물, 설탕, 프룩토오스, 타로파우더, 식품첨가물 등
취급처	유통기한(개월)	15
	수입사 정보	N/A
	판매확인 매장	Taobao, Amazon China



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



유통구조	특징
슈퍼마켓/하이퍼마켓 ¹²⁾	- 중국 식품 유통에서 가장 큰 비중을 차지하는 채널 - 매장이 넓고 취급 품목이 다양해 수입 식품도 다양하게 취급함
식음료 전문 판매점 ¹³⁾	- 식품과 음료만을 전문적으로 취급하는 소매점 - 식음료 전문 판매점도 여러 형태가 있으며 수입 식품 취급률이 높은 외국인을 위한 판매점 혹은 프리미엄 판매점 등이 있음
온라인 쇼핑몰	- 중국 온라인 채널 급성장세 보임 - 지역 유통망이 발달하면서 온라인 쇼핑몰의 영향력이 확대되고 있으며 이는 곧 중소도시의 수입 식품 소비 상승으로 이어짐
기타	- 드럭스토어, 편의점, 기타 일반 소매점 등

출처 : EU SME, 'The Food & Beverage Market in China', 2015.07

- 11) 중국은 지역마다 유통구조와 특징이 다양하여 전체적으로 복잡한 유통구조를 형성함. 따라서 유통대리상과 네트워크를 형성하는 것이 중국 시장 진출에 있어 매우 중요함
- 12) 슈퍼마켓/하이퍼마켓(Supermarket/Hypermarket) : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
- 13) 식음료 전문 판매점 : 특정 식품/음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점을 지칭함 ex) 냉동식품 전문점 등

2. 추천 진출 경로

미국 슈퍼마켓/하이퍼마켓

1. Walmart

- 매장 수: 433개(15년)



2. Carrefour

- 매장 수: 236개(13년)



3. Vanguard

- 매장 수: 3,400개(15년)



출처 : 각 마트 홈페이지

ROUTE #1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

중국 소비자가 가장 많이 이용하는 채널

중국 슈퍼마켓/하이퍼마켓은 글로벌 하이퍼마켓(Walmart, Carrefour 등)과 로컬 슈퍼마켓(Vanguard, Yonghui 등)으로 구성되어 있음. 특히 글로벌 하이퍼마켓이 수입 식품을 판매하는 장으로서의 역할을 하고 있음

로컬 슈퍼마켓의 경우 현지 기업에 의해 운영되는 경우가 대부분이며 현지 공급업체로부터 공급받는 비중이 높기 때문에 수입 식품 비중이 높은 편은 아님. 그러나 세계화가 진행되면서 최근 중국의 로컬 슈퍼마켓 수입 식품 취급이 늘어나고 있으며 많은 중국 소비자들이 이용하는 대형 슈퍼마켓들이라는 점에서 현지 진출 시 고려할 만한 유통 채널로 사료됨

ROUTE #2. 온라인 쇼핑물

유통 인프라 발전, 온라인 쇼핑물 성장

EU SME Center 보고서에 따르면 2014년 중국 식품의 온라인 판매는 51% 성장했음. 식품뿐 아니라 다른 품목에 있어서도 중국의 온라인 채널은 매우 빠르게 성장하고 있음

특히 중국의 유통 인프라가 발전하면서 온라인 쇼핑물을 통한 수입 식품 판매가 전국적으로 증가하고 있음. 유통 인프라가 열악했던 과거에는 베이징, 상하이 등 일부 대도시에서만 수입 식품을 발견할 수 있었으나 인프라가 구축된 현재는 중소 지역에서도 수입 식품을 발견할 수 있게 됨. 이와 같은 유통 환경 발전은 온라인 쇼핑물의 유통 비중을 더욱 높이는 요인이 될 것으로 사료됨

ROUTE #3. 식음료 전문 판매점

수입산 식품 취급률 높아

작은 규모의 슈퍼마켓 격인 식음료 전문 판매점은 식품과 음료를 전문적으로 취급하는 소형 매장임. 이들 식음료 전문 판매점은 수입 식품 비중이 매우 높아, 50 ~ 80%에 해당하는 식품이 수입산임¹⁴⁾

식음료 전문 판매점은 특정 지역의 외국인 거주자를 겨냥하여 만들어진 경우도 많음. 하이퍼마켓 등 대형 유통망으로 수입 식품이 납품되기 전에는 식음료 전문 판매점이 수입 식품을 전담하는 유통망이었던 만큼 수입 어린이음료가 진출하기에도 용이한 채널로 보임

14) EU SME Center, 'The Food & Beverage Market in China', 2015

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

음료 및 한국 식품 취급
바이어 대상 인터뷰 진행
(2016년 7월 20일 ~ 7월 28일)

- 수입 식품 판매상

중국 어린이음료, 온라인/오프라인 모두 유통

중국 어린이음료 시장에서 뽀로로 음료가 지배적인 위치를 차지하고 있음. 수입 어린이음료를 취급하는 바이어들은 모두 뽀로로 음료의 인기가 대단하다고 답함

또한 바이어 인터뷰 결과 유산균 음료의 수요가 높은 것으로 조사됨. 뽀로로 음료 중에서도 유산균 음료의 판매량이 높다고 답변한 바이어가 있었으며 뽀로로 이외에 판매량이 높은 제품으로 타 브랜드의 유산균 음료가 지목됨

Q1. 어린이음료 중 어느 제품이 인기 있는가?

“어린이음료 중에서는 뽀로로 유산균 음료가 가장 인기가 많다. 딸기, 사과, 우유, 블루베리맛이 있으며 특히 딸기와 블루베리맛 음료의 판매량이 높다.”

수입 식품 판매상 绍兴市博创商贸有限公司
판매부 담당자 Ms.Xu와의 인터뷰 중, 2016.07

“당사 제품 중에는 Lacsun의 유산균 음료의 판매량이 가장 높다. 중국에서 가장 많이 알려진 어린이음료 브랜드는 뽀로로다. 맛은 망고, 블루베리, 딸기 중 딸기의 판매량이 높다.”

수입 식품 판매상 烟台安心妈咪网络科技有限公司
영업부 담당자 Ms.Sun와의 인터뷰 중, 2016.07

“어린이음료 중 뽀로로 음료가 가장 많이 판매된다. 제일 인기 있는 맛은 딸기맛이다. 뽀로로 음료 다음으로는 MoGu 제품 판매량이 높다.”

수입 식품 판매상 湖南同辉食品贸易有限公司
업무부 담당자 Mr.Wang와의 인터뷰 중, 2016.07

Q2. 어느 유통채널로 납품하고 있는가?

“당사는 온라인에서만 유통하고 있다.”

수입 식품 판매상 绍兴市博创商贸有限公司
판매부 담당자 Ms.Xu와의 인터뷰 중, 2016.07

“주로 온라인으로 판매하고 있다. 오프라인으로는 수입 식품점이나 소매점으로 유통하고 있다.”

수입 식품 판매상 烟台安心妈咪网络科技有限公司
영업부 담당자 Ms.Sun와의 인터뷰 중, 2016.07

“온라인, 오프라인 모두 유통하고 있다. 오프라인 중에서는 슈퍼마켓이나 도매상 등에 유통한다.”

수입 식품 판매상 湖南同辉食品贸易有限公司
업무부 담당자 Mr.Wang와의 인터뷰 중, 2016.07



VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - Walmart
 - Carrefour
 - Vanguard

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(슈퍼마켓/하이퍼마켓)

No.	유형	이름	특징
1	슈퍼마켓/ 하이퍼마켓	Walmart	- O2O 서비스로 원스톱 쇼핑 경험 제공 - 로컬 공급업체와 원-원 관계 형성
2		Carrefour	- 온라인 쇼핑몰에서 수입 식품 카테고리 운영 - 자체 모바일 앱 보유
3		Vanguard	- 중국의 로컬 대형 슈퍼마켓 - 다양한 형태의 유통매장 운영
4		Aeon	- 일본의 유통 대기업 - 2011년 중국에 진출, 현재 150개 매장 운영 중('16년)
5		Wumart	- 1994년 설립된 중국 유통기업 - 약 330개 편의점, 100개 하이퍼마켓 운영 중('16년)
6		RT Mart	- 대만 유통기업 - 중국에서 약 264개 매장 운영 중('13년)

주요 유통업체 최근 이슈

유통업체		최근 이슈
Walmart		- 수입 식품 판매 위한 모바일 앱 출시 - 해외 식품에 대한 중국 중산층의 증가하는 수요 반영한 서비스
Carrefour		- 핵심 공략 시장에 중화권 포함 - 편의점 사업 확대, 온라인 쇼핑몰 오픈 등 사업 다각화
Vanguard		- 중국 슈퍼마켓/하이퍼마켓들이 오프라인 매장을 축소하는 추세이나 Vanguard는 타 업체에 비해 축소 비율이 낮음

1. 주요 유통채널 개관

슈퍼마켓/하이퍼마켓, 소형화로 접근성 높여

중국 슈퍼마켓/하이퍼마켓은 규모를 줄이되 지역 접근성을 높이는 추세임. 젊은 소비층이과 노년 소비층의 편리성에 대한 니즈가 증가하고 있기 때문임. 이들은 작고 접근성이 높은 매장을 선호함

1인 가구가 증가하고 가족 구성원 수가 줄어들면서 대량 구매보다는 소량 구매를 하는 사람들이 늘어나고 있어, 슈퍼마켓/하이퍼마켓도 변화하는 가구 형태에 맞춰 매장 형태에 변화를 주고 있음

슈퍼마켓/하이퍼마켓 개념

- 슈퍼마켓
: 일용잡화류를 판매하는 소매점으로
보통 면적은 280 ~ 2,300㎡임
- 하이퍼마켓
: 일용잡화류외의 가전제품 등의 공산품도
판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임.
보통 면적은 2,300㎡ 이상임

치열한 경쟁 속 PB 상품 투자 늘려

중국 슈퍼마켓/하이퍼마켓들은 PB 상품 투자를 늘리고 있음. 현재 중국 내 PB 상품은 미국 등 타 국가에 비해 인기가 적은 편임. 그러나 이윤을 높이기 위해 슈퍼마켓/하이퍼마켓들은 PB 상품에 더욱 투자하는 추세임

실제로 슈퍼마켓/하이퍼마켓은 유통채널 내에서 쟁쟁한 글로벌기업, 로컬기업 간 경쟁이 치열할 뿐 아니라 급부상하고 있는 온라인 쇼핑몰과의 치열한 경쟁에도 내몰리고 있음

프리미엄 슈퍼마켓 실적 부진

중국의 증가하는 부유층 소비자를 겨냥해 고급 식품을 전문적으로 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓이 최근 몇 년 새 매우 늘어남. 프리미엄 슈퍼마켓답게 수입 식품의 비중도 높은 편임. 그러나 상대적으로 높은 초기 투자비용과 임대료, 과포화된 시장 등으로 인해 높은 이윤을 창출하지는 못하고 있는 실정임

표 6.1 중국 내 프리미엄 슈퍼마켓

브랜드	그룹	상세 정보
BHG Market Place	Beijing Hualian Group	12개 이상 매장 운영, 주로 베이징에 위치
Ole'	China Resources Vanguard	30개 매장
bit	China Resources Vanguard	12개 매장, 광둥, 베이징, 상하이 등 위치
V+	A.S. Watson Group	7개 매장, 광저우, 상하이 등 위치

출처 : Fung Business Intelligence Centre, 'Hypermarkets and Supermarkets in China', 2015

2. 주요 유통채널 핫이슈

Walmart

수입 식품 판매 위한 모바일 앱 서비스 출시¹⁵⁾

Walmart는 올해 3월 ‘Global E-Buy’ 서비스를 출시함. ‘Global E-Buy’는 수입 식품을 주문할 수 있는 모바일 앱 서비스임. Walmart는 매장 내 면세 구역(duty-free zone, 중국 정부의 승인 필수)에 해외 수입 식품을 저장해두었다가 모바일 앱을 통한 주문이 들어오면 소비자에게 해당 식품을 판매함

이 서비스는 증가하는 중국 중산층의 해외 수입 식품에 대한 수요를 충족하기 위해 만들어졌으며, 해외 식품 공급업체에게는 중국 시장에 진출할 수 있는 하나의 통로가 될 수 있음

Carrefour

핵심 공략 시장에 중화권 포함, 사업 형태 다각화

유럽, 중남미, 중화권 등 핵심 시장에 사업을 집중하고 있음. 특히 중국에서는 로컬 대형마트의 활약에 대응하여, 사업 포맷을 확장하는 모습을 보임. 2014년 말 ‘이지 까르푸(Easy Carrefour)’를 탄생시키며 편의점 업계에 진출하였으며, 2015년에는 상하이로 거점으로 자체 온라인몰(carrefour.cn)을 오픈함

한편 기존에 자체 오프라인 매장을 건설하는 데 주력했던 것과는 달리, 2015년 중국에서만 25개 매장이 문을 닫는 등 오프라인 매장은 축소 혹은 철수시키는 추세임

어린이음료는 간편하게 소비할 수 있는 소비재로서 편의점, 온라인 쇼핑몰 등에도 적합한 상품이므로 Carrefour를 통해 중국의 다양한 유통매장 진출을 꾀해볼 수 있음

Vanguard

타 유통업체에 비해 오프라인 매장 유지하는 편¹⁶⁾

최근 중국의 슈퍼마켓/하이퍼마켓은 오프라인 매장을 축소하는 추세임. 특히 글로벌 유통체인인 Walmart, Tesco, Carrefour, Lotte Mart등이 2013년, 2014년 평균 12개 매장의 문을 닫음

반면 Vanguard의 경우 2013년 폐점한 오프라인 매장 수는 0개였으며 2014년 4개 매장만을 폐점하여 상대적으로 오프라인 매장 축소 추세가 덜함

15) Internet Retailer, 'Wal-Mart sells imported goods in China via a mobile app', 2016.03.25

16) Fung Business Intelligence Centre, 'Hypermarkets and Supermarkets in China', 2015

3. 유통업체별 개요 – Walmart

미국 기업이지만 운영 실무진은 중국 현지인

Walmart China는 글로벌 기업 Walmart의 중국 법인으로, 대부분의 매장이 중국 현지인에 의해 운영되고 있음. 따라서 중국 Walmart에 진출하기 위해서는 글로벌 기업 특성과 중국 현지 특성 모두를 고려한 전략이 필요함

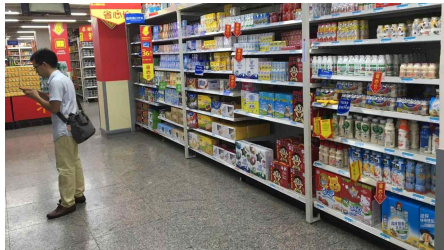
O2O 서비스, 원스톱 쇼핑 경험

Walmart는 O2O 서비스를 통한 원스톱 쇼핑 경험 제공을 위해 Walmart 앱 출시 및 서비스를 확대하고 있음. 이를 통해 고객의 시간과 노력을 절약하고자 함. 따라서 고객들이 모바일 상으로 상품을 쉽게 이해할 수 있도록 상품 패키지를 가독성 있게 디자인하고 플래그쉽 페이지를 제작하는 등의 전략이 중국 Walmart 진출에 도움이 될 것으로 사료됨

로컬 공급자들과 원-원 관계 구축

Walmart는 로컬과의 동반성장을 중시하는 기업으로서, 중국 법인 역시 로컬 공급자들과의 원-원 관계 구축에 힘쓰고 있음. 이는 곧 해외 식품이 Walmart로 진출하기 위해서는 로컬 제품에 비해 가격, 인지도, 품질 면에서 경쟁력을 더욱 갖춰야 함을 의미함

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	약 61억 위안('14년 기준) ¹⁷⁾	
	직원수	약 1,700명('16년 기준)	
	점포수	약 433개('15년 기준)	
	특징	- 미국 기업이지만 대부분 중국 현지 인력에 의해 운영 - O2O 서비스 통한 원스톱 쇼핑 경험 개발에 주력 - 로컬 공급자들과 원-원 관계 구축	
	주소	2-5/F, Tower 2 and 1-12/F, Tower 3, SZITIC Square, 69 Nonglin Road, Futian District, Shenzhen	
	전화	+86-755-2151-2288	
주요 판매품목		식품 및 생활용품, 가전제품, 의류	
한국식품 판매 품목		어린이음료, 음료, 우유 등	
매장 전경		 	

출처 : Walmart China(www.wal-martchina.com)

17) 1위안 = 167.02위안(KEB하나은행 고시기준, 2016.08.02)

3. 유통업체별 개요 – Carrefour

온라인 쇼핑몰, 수입 식품 카테고리 운영

Carrefour 중국 온라인 쇼핑몰에 접속하면 수입 식품 카테고리가 따로 있는 것을 확인할 있음. 수입식품 카테고리 내에 한국 식품 카테고리 (Korean Products)가 하위 항목으로 있으며 한국 김, 라면, 과자, 차 등을 판매하고 있음

한국산 어린이음료를 온라인 쇼핑몰에서는 판매하고 있지 않으나 현지 매장에서는 판매 중임

쇼핑몰 앱 보유

Carrefour Shanghai에서는 자체적으로 안드로이드, IOS 앱을 개발하여, Carrefour 온라인쇼핑 카드결제, 다양한 쿠폰 사용법 등의 서비스를 소비자들에게 제공함

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	N/A	
	직원수	N/A	
	점포수	236('13년 기준)	
	특징	- 온라인 쇼핑몰 운영, 수입 식품 카테고리 별도로 보유 - 쇼핑몰 앱 보유(IOS, Android)	
	주소	555 Langao road, Shí lán, Shanghai, Shanghai, 200333, China	
	이메일	Marketing_E-Commerce@carrefour.com	
	전화	+86-400-980-8800	
주요 판매품목		수입식품, 식품, 아기용품, 생활용품, 가전제품 등	
한국식품 판매 품목		김, 라면, 과자, 고추장, 차 등	
매장전경		 	

출처 : Carrefour China(www.carrefour.cn)

Carrefour App QR 코드

Scan QR Code and download Carrefour APP



Or click to download Carrefour APP :

출처 : Carrefour(www.carrefour.cn)

3. 유통업체별 개요 – Vanguard

다양한 형태의 매장 운영

Vanguard는 Ole' , BLT, V+ 등 다양한 판매점을 운영하고 있음. 슈퍼마켓 이외에도 편의점이나 부티크 스토어 등을 운영하여 소비자들의 다양한 수요를 충족시키기 위해 노력함

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	1,094억 위안 ¹⁸⁾ (‘15년 기준)	
	직원수	30만 명 이상(‘15년 기준)	
	점포수	약 3,400개(‘15년 기준)	
	특징	프리미엄 슈퍼마켓, 편의점, 부티크 스토어 등 운영하는 유통 체인	
	주소	27 Shuibei 2nd Rd, Luohu, Shenzhen, Guangdong, China	
	전화	+86-755-2568-5002	
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 화장품 등	
매장전경		 	

출처 : Vanguard(www.crv.com.cn)

표 6.5 Vanguard 전국 입지 현황



출처 : Vanguard(www.crv.com.cn)

18) 1위안 = 167.02위안(KEB하나은행 고시기준, 2016.08.02)



VII. 통관 및 검역 정보

1. 통관 및 검역 절차
2. HS 코드 및 관세율
3. FTA 정보
4. 통관거부 사례
5. 제출 서류

통관 및 검역 정보 OVERVIEW

절차	기간	비용	담당 기관	총 기간
통관 전 포장라벨 심의	신청 10일 심의 30일	300위안 (품목당)	지정 검험검역기관	45일
통관 신고	3일	2,000위안 (최소)	통관업무 위탁업체	45일
세금 납부			각 지역 세관	
검역 심사	라벨 10일 샘플 10~15일 위생허가증 라벨합격증 3일	400위안 미만	출입경검험검역국 식품안전감관처	
통관 허가		300위안		

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

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
통관 전 포장 라벨 심의	- 중국어(간체) 라벨 작성 필수 - 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
통관 신고	- 통관업무 위탁업체를 통해 세관에 관련 증빙서류 제출 - 통관 시, 기본/특수/예비 3단계의 서류를 준비해야 함
세금 납부	- 수산물 가공식품의 경우 일반식품으로 분류되어 17%의 증치세가 부과됨 - 세관수출입세칙 등의 법규에 근거하여 관세, 증치세(부가가치세), 통관 수수료, 보관비 등 제반비용을 납부해야 세관통관 절차 완료
검역 심사	- 수출입 검험검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출해 통관수속을 마쳐야 함 - 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제화물 부합여부 확인, 허위기재, 위장 신고 등 규정위반에 대한 검사 진행
통관 허가	- 심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후, 위생허가증을 발급받아야 통관완료

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

관세 및 세금 OVERVIEW

2016년 중국 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 기타 물 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-
2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)	
2202.10.0090	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 기타 물(광천수와 탄산수를 포함한다)	기본세율 20% 한중 FTA 협정 세율 18%

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국 무역협회 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 중국의 경우 국제무역위원회의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	미국국제무역위원회	www.usitc.gov

보다 더 정확한 품목별 HS코드 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담서비스를 이용하거나, 전문 관세사무소를 통해 상담을 받도록 함

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

1. 통관 및 검역 절차

수입식품 중국 수출 전 준비사항

식품을 중국으로 수출하기 위해서 한국 수출기업은 위생관리, 원산지 및 제품등록 여부, 판매비준 여부 등을 증명할 수 있는 자료를 준비해야 함

수입관련 절차는 해당 기업의 중국지사 또는 대리상이 진행할 수 있으나 중국지사나 대리상이 수입권한이 없을 경우 별도의 통관 대리기업을 통해 진행할 수 있음

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

신청서 접수에 필요한 서류는 수입상 등록신청서 · 상공업 허가증 · 법정대리인 신분증명 · 대외무역 담당자 신분확인증 등의 복사본 및 원본, 기업안전관리제도 자료, 판매식품 종류, 판매지점, 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
북경검험검역국식품검험감독처	www.bjciq.gov.cn	+86-10-5861-9900
상해검험검역국위생감독처	www.shciq.gov.cn	shciqweb@shciq.gov.cn
광둥검험검역국위생감독처	www.gdciq.gov.cn	-
중국검험인증유한공사	www.ccickorea.com	02-6393-5800

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 7.2 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외 통관 지원센터	- 전화 : 042-472-2197
주중한국대사관(관세관)	- 전화 : +86-10-8531-0700
주상해총영사관(관세관)	- 전화 : +86-21-6295-5000
중국 세관	- 전화 : +86-755-8439-8000

1. 통관 및 검역 절차

Step 01. 통관 전 포장라벨 심의

2011년 4월에 발표한 ‘수입 포장식품 라벨관리 시스템 운영에 관한 공고’에 따르면 수입되는 모든 포장식품은 중국어 라벨을 부착해야 함

라벨에는 원산지과 중국 내 대리상 명칭, 주소, 연락처 등을 기재해야 하며 중문라벨은 보통 수입대행사를 통해 신청함

라벨 심사의 경우 신청서가 접수되는데 10일 정도가 소요되며, 1차 심의기간 30일을 포함해 공휴일을 제외하고 약 45일 정도가 걸림. 라벨심의 비용의 경우 식품은 제품 한 종류당 약 300위안 정도를 지불해야 함

Step 02. 통관 신고

일반 식품이 전체 통관절차를 거쳐 운송까지 마치는데 약 한 달 반 (약 45일) 정도의 시간이 소요됨

화물이 항구에 도착해 통관절차를 통과하는데 약 3일 정도가 필요하며, 통관 후 중문 라벨 심사에 10일 정도 걸림. 라벨 1차 검사 합격 후 무작위 샘플 추출검사에서 10~15일, 위생허가증과 라벨합격증을 받는데 3일이 소요됨

라벨 심사 시 준비해야 하는 서류

- 수입 식품라벨 심의 신청서
- 식품라벨의 설명 및 사용증명자료
- 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료
- 식품 생산 공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법
- 안전성 여부의 평가자료
- 효능성분 및 상관 증명자료 및 검험방법
- 생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)
- 컬러 프린트한 식품라벨 건본 8부(원문과 중문, 단, 라벨건본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
- 식품 샘플
- 수출국의 식품라벨에 관한 규정, 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

통관 단계에서 제출해야 하는 서류

- 기본 : 상품명세서(INVOICE), 포장명세서, 선하증권 등 증빙
- 특수 : 국가질량검험검역총국 식품검역소 발급 “식품위생검역증서”
- 예비 : 수출입계약서, 식품원산지증명서, 수입회사사업자등록증 등

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 통관 및 검역 절차

Step 03. 세금 납부

중국 국가발전개혁위원회와 재정부가 발표한 ‘수출입 검사·검역 비용방법’이 규정된 바는 다음과 같음

- 식품 검역비용은 일반적으로 400위안을 넘지 않음
- 수출입 식품라벨의 경우 300위안/장이며, 유효기간은 2년
- 통관비는 300위안
- 상품검사비용은 수출품 가격의 0.0045%로 부과됨
- 컨테이너 검사비용은 400위안/20 STD(26~28m³)
- 건설비, 보안비 등은 160위안/20 STD
- 부두사용료는 141달러/20 STD
- 라벨 심사 대행비의 경우 수입 가격의 1% 내외로, 최소 2000위안

Step 04. 검역 심사

검역 심사 시 수입상이나 대리인은 수입하고자 하는 식품의 제품명, 원산지, 규격, 수량 및 중량, 가격, 생산일자 등 국가 질량검험검역총국에서 요구하는 내용을 보고해야 함

수입관세 등을 납부한 후에도 검역국에서 제품과 라벨을 다시 검사할 수 있으며, 세관의 허가를 받은 이후에 제품을 반입할 수 있음

반입된 제품은 우선 검사검역기관에서 현장 위생검사를 받게 되며, 이와 동시에 무작위로 추출한 제품에 대해 샘플검사가 진행됨

샘플검사는 제품이 중국 식품규정에 적합한지 여부 및 중문 라벨에 포함된 내용 확인을 위주로 진행됨

해당 제품을 제외한 모든 제품은 봉인돼 있어야 하며, 어떠한 사유라도 사용이나 판매가 허용되지 않음

위 절차를 통과하고 나면 검사·검역기관이 발행하는 ‘위생허가증’이 라벨에 부착되며, 이를 통해 중국 내 판매가 최종적으로 허가됨

검역 심사 단계에서 제출해야 하는 서류

- 계약서 · 청구서 · 패킹리스트 · 출고증
- 수출국 관련 법률규정 · 쌍무협정 증빙자료 등 국가 검역기관에 제출용 증빙자료
- 수입식품라벨건본 및 번역본

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 ‘중국 식품통관 절차 및 유의사항’, 2014

2. HS 코드 및 관세율

설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 기타 물 관세율 18%

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

설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물은 HS CODE 2202.10에 해당하며 어린이용 혼합음료의 세부 HS CODE는 2202.10.0090임

HS CODE 2202.10.0090의 기본 세율은 20%이나, 한·중 FTA 체결로 인해 한국은 협정 세율 18%에 해당함

표 7.3 중국 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 기타 물 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)	
	2202.10.1000	색깔을 입힌 것	
	2202.10.9000	기타	
중국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-
	2202.10.00	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)	
	2202.10.0090	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 기타 물(광천수와 탄산수를 포함한다)	기본세율 20% 한중 FTA 협정 세율 18%

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

3. FTA 정보

HS CODE 2202.10.0090,

한·중 FTA 체결로 2034년 관세 철폐

HS CODE 2202는 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 2202.10.0090의 기준 세율은 20%이며, 한·중 FTA 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 관세가 균등 철폐되며 이행 20년차 1월 1일이 되면 무관세가 됨. 2016년 현재 협정세율은 18%이며 2017년 되면 17%, 2018년 16%로 관세가 점점 줄어들다가 최종적으로 2034년에 이르면 0%로 완전 철폐됨

사후검증 프로세스

한·중 FTA 협정문 제3.23조에 따라 수입 당사국의 관세당국은 원산지 사후 검증을 실시할 수 있음. 수입국 관세당국은 우선 수출국 관세당국에 생산업체 방문 검사 요청을 한 후, 원산지 검증 여부가 미흡할 경우 수입국 관세당국이 수출자 또는 생산자를 직접 방문하여 검증 절차를 수행함. 따라서 중국에 식품을 수출하는 업체는 원산지 사후검증에 항상 대비해 두어야 함

표 7.4 한·중 FTA 관련 정보

의의		중국 내 우리 이익 보호를 위한 제도적 기반 구축
추진현황	협상개시	2007년 3월 22일
	서명	2015년 11월 20일
	발효	2015년 12월 20일
원산지 증명서	발급방식	기관발급
	발급자	중국(세관) 한국(세관, 상공회의소, 자유무역관리원)
	증명서식	국가별 증명서식
	유효기간	1년

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

4. 통관거부사례

아동음료, 맛 첨가 음료

제품명	아동 음료수 (皎皎兔固体饮料A2)
품목	가공식품
국가	대만
통관 거부일자	2014년 09월
HS 코드	2202900099
담당 검역소	샤먼
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
위반	DHA 기준치 초과
관련법규 정보	GB 14880-2012에 의거 - 아동음료의 DHA 최대허용치는 총량의 0.5% 넘겨서는 안됨

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

제품명	롯데 커피맛 음료 (乐天咖啡味饮料)
품목	가공식품
국가	대한민국
통관 거부일자	2014년 12월
HS 코드	2202900099
담당 검역소	산둥성
거부유형	라벨링/포장
위반	포장 불합격
관련법규 정보	GB/T 23509-2009에 의거 - 식품 포장 및 용기는 플라스틱포장, 종이포장, 유리포장, 금속포장, 기타포장 등으로 나뉘며 병, 상자, 봉지, 컵 등을 합법적인 포장으로 인정함 이들 포장은 밀봉되어 쉽게 부패되지 않아야 하고, 중화된 성분을 써야하며, 충격으로부터의 내구성을 지켜야 함

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

5. 제출서류

검역신고 위탁서

: 수출입화물수화인의 위임을 받은 대리인이 검역신고를 수속함을 증명하기 위해 검험검역국에 제출하여야 하는 서류임

代理报检委托书

编号:

_____ 出入境检验检疫局:

本委托人(备案号/组织机构代码_____) 保证遵守国家有关检验检疫法律、法规的规定, 保证所提供的委托报检事项真实、单货相符。否则, 愿承担相关法律责任。具体委托情况如下:

本委托人将于_____ 年_____ 月间进口/出口如下货物:

品 名		HS 编码	
数(重)量		包装情况	
信用证/合同号		许可文件号	
进口货物 收货单位及地址		进口货物提/ 运单号	
其他特殊要求			

特委托_____ (代理报检注册登记号_____),

代表本委托人办理上述货物的下列出入境检验检疫事宜:

1. 办理报检手续;
2. 代缴纳检验检疫费;
3. 联系和配合检验检疫机构实施检验检疫;
4. 领取检验检疫证单。
5. 其他与报检有关的相关事宜: _____

联 系 人: _____

联系电话: _____

本委托书有效期至_____ 年_____ 月_____ 日 委托人(加盖公章)
年 月 日

受托人确认声明

本企业完全接受本委托书。保证履行以下职责:

1. 对委托人提供的货物情况和单证的真实性、完整性进行核实;
 2. 根据检验检疫有关法律法规规定办理上述货物的检验检疫事宜;
 3. 及时将办结检验检疫手续的有关委托内容的单证、文件移交委托人或其指定的人员;
 4. 如实告知委托人检验检疫部门对货物的后续检验检疫及监管要求。
- 如在委托事项中发生违法或违规行为, 愿承担相关法律和行政责任。

联 系 人: _____

联系电话: _____

受托人(加盖公章)

年 月 日

5. 제출서류

수입영수증

: 수입을 증명하는 영수증으로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음

出境货物报检单

报检单位 (加盖公章): 艾格进出口贸易公司

* 编号 EC0000055

报检单位登记号: 3200009567 联系人: 张艾格

电话: 86-21-23501213

报检日期: 2011年 08 月 29 日

发 货 人	(中文) 艾格进出口贸易公司						
	(外文) AIGE IMPORT & EXPORT COMPANY						
收 货 人	(中文) 日清进出口贸易公司						
	(外文) RIQING EXPORT AND IMPORT COMPANY						
货物名称 (中/外文)		H.S. 编码	产地	数/重量	货物总值	包装种类及数量	
荔枝罐头 CANNED LITCHIS		2008991000	中国	1000 箱	JPY 1200000	1000 纸箱	
运输工具名称/代码		TBA	贸易方式	一般贸易	货物存放地点	SHANGHAI, CH	
合同号	contract01		信用证号	002/0000025		用途	
发货日期	2011-08-29	输往国家(地区)	日本	许可证 / 审批号			
启运地	上海	到达口岸	名古屋	生产单位注册号			
集装箱规格、数量及号码		20' CONTAINER X 1					
合同、信用证订立的检验检疫条款或特殊要求		标记及号码		随附单据 (划“√”或补填)			
		CANNED LITCHIS JAPAN C/NO.1-1000 MADE IN CHINA		☒ 合同 ☒ 信用证 ☒ 发票 ☐ 换证凭单 ☒ 装箱单 ☐ 厂检单 ☐ 包装性能结果单 ☐ 许可/审批文件 ☐ ☐ ☐			
需要证单名称 (划“√”或补填)				* 检验检疫费			
☒ 品质证书 1 正 3 副 ☒ 重量证书 1 正 3 副 ☒ 数量证书 1 正 3 副 ☐ 兽医卫生证书 1 正 3 副 ☒ 健康证书 1 正 3 副 ☐ 卫生证书 1 正 3 副 ☐ 动物卫生证书 1 正 3 副				☒ 植物检疫证书 1 正 3 副 ☐ 熏蒸/消毒证书 ☐ 出境货物换证凭单 ☒ 通关单 ☐ ☐ ☐			
				总金额 (人民币元)			
				计费人			
				收费人			
报检人郑重声明: 1. 本人被授权报检。 2. 上列填写内容正确属实, 货物无伪造或冒用他人的厂名、标志、认证标志, 并承担货物质量责任。 签名: 张艾格				领 取 证 单			
				日期			
				签名			

注: 有“*”号栏由出入境检验检疫机关填写

◆国家出入境检验检疫局制

[1-2 (2000.1.1)]

5. 제출서류

포장 명세서

: 포장 내 들어있는 상품의 목록을 기술한 서류로 수출업자가 수입업자 앞으로 작성함

CONTAINER LOAD PLAN					集装箱号 Container No.	集装箱规格 Type of Container: 20 40			
					铅封号 Seal No.	冷藏温度 Refr. Temp. Required			
船名 Ocean Vessel	航次 Voy. No.	收货地点 Place of Receipt		装货港 Port of Loading	卸货港 Port of Discharge	交货地点 Place of Delivery			
		☐ 场 CY ☐ 站 CFS ☐ 门 Door				☐ 场 CY ☐ 站 CFS ☐ 门 Door			
箱主 Owner	提单号码 B/L No.	1. 发货人 Shipper	2. 收货人 Consignee	3. 通知人 Notify	标志和号码 Marks & Numbers	件数及包装种类 No. & Kind of Pkgs.	货名 Description of Goods	重量(公斤) Weight kg.	尺码(立方米) Measurement Cu. M.
		前 Front 后 Door							
						总件数 Total Number of Packages			
						重量及尺码总计 Total Weight & Measurement			
危险品要注明 危险品标志分 类及闪点 In case of dangerous goods please enter the label classification and flash point of the goods		重新铅封号 New Seal No.		开封原因 Reason for Breaking seal	装货日期 Date of Vanning 装货地点 at (地点及国名 Place & Country)			皮重 Tare weight	
		出口 Export	收货人签收 Received by Drayman	场站签收 Received by CY	装箱人 Packed by 发货人 或 运站 (shipper/CFS)			总毛重 Gross Weight	
		进口 Import	收货人签收 Received by Drayman	运站签收 Received by CFS	签署 Signed		发货人或运站留存 1. SHIPPER/CFS (1) 一式十份 此栏每份不同		

5. 제출서류

입경화물검사검역증명서

: 검역절차를 통과했다는 증명서로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음

出入境检验检疫健康申明卡 (样卡)

中华人民共和国出入境检验检疫 出/入境健康申明卡

根据《中华人民共和国国境卫生检疫法》有关规定,为了您和他人的健康,请如实逐项填报,如有隐瞒或虚假填报,将依据有关法律追究相关责任。

姓名_____ 性别: ☐男 ☐女
出生日期_____年_____月_____日 国籍/地区_____
护照(回乡证、通行证)号码_____ 目的地_____
航班(船、车次)号_____ 座位号_____

1. 在中国 7 天内的行程_____

继续旅行乘坐的航班(船、车次)号_____ 日期_____

中国境内详细联系地址_____

真实有效的联系电话_____

2. 如 7 天内离开中国,请填写离开日期____月____日,目的地国家_____

所乘交通工具的航班(船、车次)号_____

3. 过去 7 天内您到过的国家和城市: _____

4. 过去 7 天内您是否与流感或有流感样症状的患者有过密切接触?

是 ☐ 否 ☐

5. 您如有以下症状和疾病,请在“☐”中划“✓”

☐发热 ☐咳嗽 ☐嗓子痛(喉咙痛) ☐肌肉痛和关节痛 ☐鼻塞

☐头痛 ☐腹泻 ☐呕吐 ☐流鼻涕 ☐呼吸困难 ☐乏力

☐其它症状_____

我已阅知本申明卡所列事项,并保证以上申报内容正确属实。

旅客签名:

日期:

体温(检疫人员填写): _____°C

检疫人员签名: _____

5. 제출서류

위생증명서

: 해당 식품에 문제가 없다는 것을 증명하는 서류로 식품첨가물, 관능검사 결과 등이 기입됨



中华人民共和国出入境检验检疫
ENTRY-EXIT INSPECTION AND QUARANTINE
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

正本 ORIGINAL

共1页第1页 Page 1 of 1

卫生证书
SANITARY CERTIFICATE

编号 No.: 471400115013209

Name and Address of Consignor: 韩国食品工业株式会社
Name and Address of Consignee: 韩国食品工业株式会社
品名: 咖啡
Description of Goods: 咖啡, 韩国咖啡工业协会认证 (详见随货单)
数量/重量: 10000 磅
Quantity / Weight Declared: 10000 磅
包装种类及数量: 10000 磅
Number and Type of Packages: 10000 磅
产地: 韩国
Place of Origin: 韩国
合同号: 10000 磅
Contract No.: 10000 磅
到货地点: 韩国
Place of Arrival: 韩国
收货地: 韩国
Place of Dispatch: 韩国
运输工具: 汽车/船 20000 磅
Means of Conveyance: 汽车/船 20000 磅
到货日期: 2015 年 03 月 30 日
Date of Arrival: 2015 年 03 月 30 日
卸货日期: 2015 年 03 月 30 日
Date of Completion of Discharge: 2015 年 03 月 30 日
检验日期: 2015 年 04 月 24 日
Date of Inspection: 2015 年 04 月 24 日

处理意见:
经检验, 该批咖啡 符合韩国咖啡工业协会认证 (共 2 项, 详见下列清单) 符合中华人民共和国食品安全要求。

品名	规格	数量	重量	生产日期	保质期
咖啡 韩国咖啡工业协会认证	1 千克 X 12 罐 / 箱	10000 罐	10000 千克	2014 年 12 月 28 日	2016 年 12 月 28 日
咖啡 韩国咖啡工业协会认证 (复合粉)	1 千克 X 12 罐 / 箱	10000 罐	10000 千克	2015 年 03 月 05 日	2017 年 03 月 04 日



卫生证书 Place of Issue: 韩国
卫生日期 Date of Issue: 2015 年 04 月 24 日
授权签字人 Authorized Officer: 陈耀东
Signature: 陈耀东

中华人民共和国出入境检验检疫局 (CIQ) 卫生证书 (Sanitary Certificate) 编号: 471400115013209

5. 제출서류

수입화물위탁서

: 위/수탁 업체의 명칭, 세관등기번호, 주소, 법인대표 및 대행 내역, 권한, 기한, 위수탁자 간의 책임 등을 기재

代理报关委托书																																																		
编号: 00015657799																																																		
我单位现 (A 逐票、B 长期) 委托贵公司代理 等通关事宜。(A、填单申报 B、辅助查验 C、垫缴税款 D、办理海关证明联 E、审批手册 F、核销手册 G、中办减免税手续 H、其他) 详见《委托报关协议》。																																																		
我单位保证遵守《海关法》和国家有关法规, 保证所提供的情况真实、完整、单货相符, 否则, 愿承担相关法律责任。																																																		
本委托书有效期自签字之日起至 年 月 日止。																																																		
委托方 (盖章)																																																		
法定代表人或其授权签署《代理报关委托书》的人 (签字)																																																		
年 月 日																																																		
委托报关协议																																																		
为明确委托报关具体事项和各自责任, 双方经平等协商签定协议如下:																																																		
<table border="1"> <tr><td>委托方</td><td></td></tr> <tr><td>主要货物名称</td><td></td></tr> <tr><td>HS编码</td><td>□□□□□□□□□□</td></tr> <tr><td>货物总价</td><td></td></tr> <tr><td>进出口日期</td><td>年 月 日</td></tr> <tr><td>提单号</td><td></td></tr> <tr><td>贸易方式</td><td></td></tr> <tr><td>原产地/货源地</td><td></td></tr> <tr><td>其他要求:</td><td></td></tr> <tr><td colspan="2">背面所列通用条款是本协议不可分割的一部分, 对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。</td></tr> <tr><td colspan="2">委托方业务签章:</td></tr> <tr><td>经办人签章:</td><td></td></tr> <tr><td>联系电话:</td><td>年 月 日</td></tr> </table>	委托方		主要货物名称		HS编码	□□□□□□□□□□	货物总价		进出口日期	年 月 日	提单号		贸易方式		原产地/货源地		其他要求:		背面所列通用条款是本协议不可分割的一部分, 对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。		委托方业务签章:		经办人签章:		联系电话:	年 月 日	<table border="1"> <tr><td>被委托方</td><td></td></tr> <tr><td>*报关单编码</td><td>No.</td></tr> <tr><td>收到单证日期</td><td>年 月 日</td></tr> <tr><td rowspan="4">收到单证情况</td><td>合同 ☐ 发票 ☐</td></tr> <tr><td>装箱清单 ☐ 提(运)单 ☐</td></tr> <tr><td>加工贸易手册 ☐ 许可证件 ☐</td></tr> <tr><td>其他</td></tr> <tr><td>报关收费</td><td>人民币: 元</td></tr> <tr><td>承诺说明:</td><td></td></tr> <tr><td colspan="2">背面所列通用条款是本协议不可分割的一部分, 对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。</td></tr> <tr><td colspan="2">被委托方业务签章:</td></tr> <tr><td>经办人签章:</td><td></td></tr> <tr><td>联系电话:</td><td>年 月 日</td></tr> </table>	被委托方		*报关单编码	No.	收到单证日期	年 月 日	收到单证情况	合同 ☐ 发票 ☐	装箱清单 ☐ 提(运)单 ☐	加工贸易手册 ☐ 许可证件 ☐	其他	报关收费	人民币: 元	承诺说明:		背面所列通用条款是本协议不可分割的一部分, 对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。		被委托方业务签章:		经办人签章:		联系电话:	年 月 日
委托方																																																		
主要货物名称																																																		
HS编码	□□□□□□□□□□																																																	
货物总价																																																		
进出口日期	年 月 日																																																	
提单号																																																		
贸易方式																																																		
原产地/货源地																																																		
其他要求:																																																		
背面所列通用条款是本协议不可分割的一部分, 对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。																																																		
委托方业务签章:																																																		
经办人签章:																																																		
联系电话:	年 月 日																																																	
被委托方																																																		
*报关单编码	No.																																																	
收到单证日期	年 月 日																																																	
收到单证情况	合同 ☐ 发票 ☐																																																	
	装箱清单 ☐ 提(运)单 ☐																																																	
	加工贸易手册 ☐ 许可证件 ☐																																																	
	其他																																																	
报关收费	人民币: 元																																																	
承诺说明:																																																		
背面所列通用条款是本协议不可分割的一部分, 对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。																																																		
被委托方业务签章:																																																		
经办人签章:																																																		
联系电话:	年 月 日																																																	

CCBA

(白联: 海关留存, 黄联: 被委托方留存, 红联: 委托方留存)

中国报关协会监制



Ⅷ. 인증 정보

1. 필수인증
2. 선택인증
3. 중국 내 인증 취득제품
4. 제출서류

인증정보 OVERVIEW

▶ 필수인증 : CIQ 인증

인증 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질 검사	
발행기관	중국출입경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	7,500 위안(40피트 컨테이너 당)	
소요기간	10 ~ 20일 이내	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ인증 라벨 발급	

▶ 권장인증 : QS 인증

인증 설명	중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크로 수입 식품은 선택사항임. 품질 검사, 생산 장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가 되면 해당 인증마크 부착 가능함	
발행기관	중국국가품질감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	창고구역, 살청구역, 유통구역, 건조장, 긴압장소, 직원 복지시설 구비 증명 서류	
비용	2,200 위안	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	3년	
발급절차	QS 인증 신청서 제출 > 서류 심사 > 현장 조사 > QS인증서 발급	

인증정보 OVERVIEW

▶ 권장인증 : 녹색 인증

인증 설명	중국 내에서 품질이 안전한 친환경 제품에 한해 부여되는 마크로, 필수는 아니지만 최근 중국 소비자들이 녹색 식품을 선호하는 경향이 있으므로 녹색 인증을 받아두는 것이 좋음. 그러나 발생 비용이 높고 특히 농산품의 경우 인증서 발급까지 소요되는 기간이 매우 길다는 단점이 있음	
발행기관	중국녹색식품발전중심(中国绿色食品发展中心)	
성격	선택 인증	
비용	총 비용 약 14,600 위안	
소요기간	농산품 3년, 가공식품 2 ~ 3개월	
갱신기간	3년	
발급절차	녹색 인증 신청서 제출 > 서류 심사 > 현장 검사, 생산품 표본추출 검사, 산지환경 모니터링, 생산품 검사 > 녹색 인증서 발급	

1. 필수인증 정보

상품검사 인증(CIQ)

중국에서 수입식품은 별도의 허가등록 없이 상품검사(CIQ 검사)만으로 통관 및 판매 가능함(건강기능식품 제외¹⁹⁾)

상품검사란 국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 상품의 품질 검사(위생증 발급)임

중국에서는 식품 통관 시에 모든 수입식품의 포장지에 검사검역에 통과하였다는 것을 증명하기 위하여 화물에 CIQ 표시를 부착토록 함

표 8.1 중국 CIQ 인증 주요정보

인증명	CIQ(수입화물표시제도)	
발행기관	중국출입국경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	7,500위안(40피트 컨테이너 당)	
소요기간	10 ~ 20일 이내	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	

출처 : 중국 국가출입국경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

표 8.2 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	1~2일
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가출입국경검사검역국에서 제품실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

출처 : 중국 국가출입국경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

19) 건강기능식품의 경우 CFDA 인증을 취득해야 통관 및 반입이 가능함

1. 필수인증 정보

한국화학융합시험연구원, 산동 CIQ와 인증 시험업무 추진

한국화학융합시험연구원(이하 KTR)이 중국 산둥출입경검험검역국 검험검역기술센터(이하 산동CIQ)와 중국으로 수출하는 식품농산품의 CIQ 인증 시험업무를 추진하기로 협의함

KTR의 이번 시험인증 현지화 사업으로 중국 수출과 중국을 통한 제3국 진출을 추진하는 식품 기업들이 시간 측면에서 높은 혜택을 누릴 수 있게 되었음

CIQ인증 발급, 자가 통관도 가능

중국에 처음으로 수입되는 제품에 대해서 국가출입국경검사검역국이 상품 검사를 진행 하고 그 결과에 따라 위생증(명서)가 발급됨. 이후 수입되는 물량은 5회 중 1회 정도만 검사를 진행함

통관비용은 40피트 컨테이너 당 평균 약 7,500위안의 비용이 들며, 발급 기간은 약 10 ~ 20일이 소요됨

중국 식품위생법에 따르면 식품에는 ‘수입한 식품, 식품첨가제, 식품 용기·포장재료, 식품용 도구 및 설비’가 포함됨

표 8.3 중국 CIQ 인증 발급기관 개요

기관명	중국출입경검험검역국
주소	중국 북경시 개발구 한수로 9호
전화번호	+86-10-5838-6678
담당업무	중국 내 식품, 화장품 수출·입 업무 등을 담당하는 국무원 직속기관
관련부서	수입식품처

출처 : 중국 국가출입경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

Interview Info

위생허가증, 원산지증명서, 성분분석검사, 생산지증명서가 요구

"CIQ를 통과하기 위해서는 위생허가증(卫生许可证), 수입식품원산지증명(原产地证), 자가검사(自检报告), 성분분석검사(成分分析), 생산지증명(生产地证)이 요구된다."

- 중국 수출입통관대행업체 上海食品进口报关公司
Ms.Yu와의 인터뷰 中, 2016. 07

"한국산 원재료를 사용한 식품이라면 인증을 통과하는 데에 있어 원산지증명서와 위생허가증이 필요할 것이다."

- 중국 수출입통관대행업체 深圳云淘国际货运代理有限公司
Ms. Liang과의 인터뷰 中, 2016. 07

2. 권장인증 정보

QS(Quality Safety) 인증

중국에서 식품안전에 대한 문제가 대두되면서 2008년 실시한 인증 제도로, 식품뿐만 아니라 화장품과 식품가공기기, 치약 등의 개인 위생용품에도 시행하고 있음

중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크로, 현지 생산 식품은 필수적으로 획득해야 하지만 수입 식품은 선택사항임. 품질 검사, 생산 장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가 되면 해당 인증마크 부착이 가능함

QS 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때, 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 사료됨

표 8.4 중국 QS 인증 주요정보

인증명	QS(Quality Safety)	
발행기관	중국국가품질감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	창고구역, 살청구역, 유념구역, 건조장, 긴압장소, 직원 복지시설 구비 증명 서류	
비용	2,200 위안	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	3년	

출처 : 중국 국가출입검역검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

표 8.5 중국 QS 인증 발급절차

STEP 01. QS 인증 신청서 제출	소요기간
- QS인증 신청서 양식 : www.foodmate.net/dfgvlq	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 보고서 품질감독국 품질과에 제출	
STEP 04. QS 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사 결과에 따라 워킹데이 15일 내에 조건에 부합되는 생산업체에 발급	

출처 : 중국 국가출입검역검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

2. 권장인증 정보

녹색 인증

녹색식품이란 화학비료 등을 사용하지 않고 생산 및 제조한 식품을 의미함

최근 잇따라 발생한 중국의 식품 안전 사고로 인해 중국 소비자들의 자국 식품에 대한 신뢰도가 하락했으며 이로 인해 믿고 먹을 수 있는 녹색식품에 대한 수요가 증가함

중국 친환경농식품은 무공해농산물, 녹색식품, 유기식품으로 분류되며 무공해농산물, 녹색식품, 유기식품 순으로 친환경 식품으로서 엄격한 기준을 갖춘 식품임

표 8.6 중국 녹색 인증 주요정보

인증명	Green Food Authentication	
발행기관	중국녹색식품발전중심(中国绿色食品发展中心)	
성격	선택 인증	
검사기관	각 지방정부의 녹색식품관리기구	
비용	- 인증비 : 각 생산품의 인증비용 8,000위안 - 산지환경 검사비 : 20ha 기준 약 4,000위안 - 생산품 검사비 : 약 1,600위안 - 표지 사용비 : 매년 약 1,000위안	
소요기간	농산물 3년, 가공식품 2 ~ 3개월	
갱신기간	3년	

출처 : 한국농촌경제연구원, '중국의 무공해농산물, 녹색식품, 유기식품 인증제도', 2012.08

표 8.7 중국 녹색 인증 발급절차

STEP 01. 녹색 인증 신청
- 각 성의 녹색식품관리기구에 신청 - 샘플 추출하여 제출
STEP 02. 서류 심사
- 각 성의 녹색식품관리기구에서 심사 - 검사 결과를 중국 녹색식품발전중심에 제출
STEP 03. 현장 검사, 생산품 표본추출 검사, 산지환경 모니터링, 생산품 검사
- 산지환경검사기관과 생산품검사기관에서 수행
STEP 04. 녹색 인증서 발급
- 녹색식품평가·심사위원회에서 최종 심사 후 인증서 발급

출처 : 한국농촌경제연구원, '중국의 무공해농산물, 녹색식품, 유기식품 인증제도', 2012.08

3. 중국 내 인증 취득제품

중국 내 어린이음료(유제품), 대부분 QS인증 보유

현지 유통매장에서 찾아볼 수 있는 중국산 어린이음료는 대부분 유제품이며 QS인증을 보유하고 있음

중국 시장에 진출한 한국 음료는 획득한 인증이 없었음

표 8.8 중국 QS 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	제품 이미지	
- 제품명 : QQ星营养果汁酸奶饮品 (QQXing Nutritional juice yogurt drinks) - 기업 : 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (Inner Mongolia Yili Industrial Group Limited by Share Ltd) - 국가 : 중국 - 가격 / 용량 : 12위안(4개 세트) / 200ml		
- 제품명 : 未来星妙妙儿童成长牛奶饮品草莓 (WeiLaiXing MiaoMiao Children grow milk strawberry Drinks) - 기업 : 内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司 (Inner Mongolia Mengniu Dairy Group Limited by Share Ltd) - 국가 : 중국 - 가격 / 용량 : 5.6위안(4개 세트) / 125ml		
- 제품명 : 未来星儿童营养风味酸牛奶 (WeiLaiXing children nutrition flavor sour milk) - 기업 : 内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司 (Inner Mongolia Mengniu Dairy Group Limited by Share Ltd) - 국가 : 중국 - 가격 / 용량 : 5.5위안 / 200g		

출처 : 현지방문조사(Aeon, Walmart, 2016.07)

4. 제출 서류

녹색식품 인증서

: 녹색 인증 절차 통과 시 발급되는 녹색식품 인증서



출처 : 程海牌螺旋藻(www.chenghai.com.cn)

※ 참고 문헌

1. The Food and Beverage in China	EU SME	2015.07
2. Hypermarkets and Supermarkets in China	Fung Business Intelligence Centre	2015
3. 중국 식품통관 절차 및 유의사항	주상하이 대한민국 총영사관	2014

※ 참고 사이트

1. Global Trade Atlas	www.gtis.com/gta
2. Canadean Intelligence	intelligence.canadean.com
3. SBS 뉴스	news.sbs.co.kr
4. Tmall	www.tmall.com
5. 식품음료신문	www.thinkfood.co.kr
6. 팔도	www.paldofood.co.kr
7. 조세일보	www.joseilbo.com
8. 해태htb	www.htb.co.kr
9. Yili	www.yili.com
10. OneSource	www.vention.com
11. Yiliqqstar	www.yiliqqstar.com
12. Internet Retailer	www.internetretailer.com
13. Healthy Children	www.healthychildren.org
14. Walmart China	www.wal-martchina.com
15. Carrefour China	www.carrefour.cn
16. Vanguard	www.crv.com.cn
17. 중국 국가질량검험검역총국	www.aqsiq.gov.cn
18. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
19. 한국 산업통상자원부-FTA	www.fta.go.kr