

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 비스킷, 쿠키 및 크래커 (Biscuits, cookies and crackers)

Country : 중국 (China)

CONTENTS

I. 시장 통계	3
1. 통계분석 기준 설정	5
2. 글로벌 수입통계	6
3. 중국 수입통계	7
4. 중국 시장규모 및 성장률	8
II. 경쟁사 분석	9
1. 경쟁사 선정	10
2. 경쟁사별 현황 파악	11
III. 경쟁제품 현지조사	17
1. 분석 제품 및 기준	19
2. 가격 정보	21
3. 포장용기, 원산지 및 유통기한 정보	22
4. 원료 정보	23
5. 현지조사 데이터	24
IV. 유통구조 현황	25
1. 현지 유통구조 map	28
2. 추천 진출 경로	29
3. 유통업체 담당자 인터뷰	30
V. 유통업체 현황	31
1. 주요 유통채널 개관	33
2. 주요 유통채널 핫 이슈	34
3. 유통업체별 개요	
- AEON	35
- Gran Vida	36
- Carrefour	37



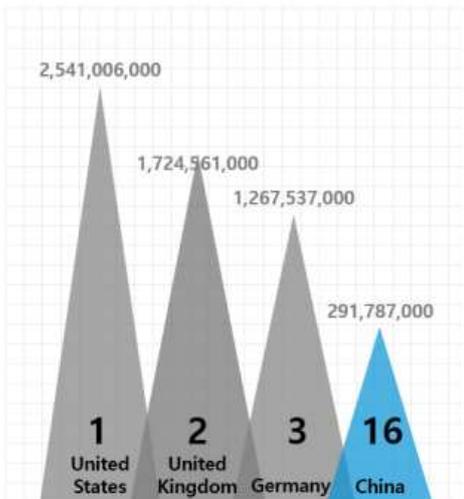
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 중국 수입통계
4. 중국 시장규모 및 성장률

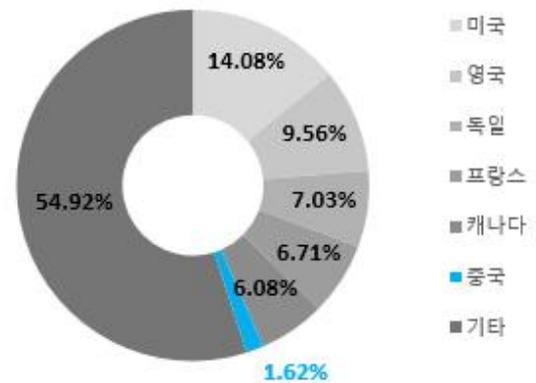
시장통계 OVERVIEW



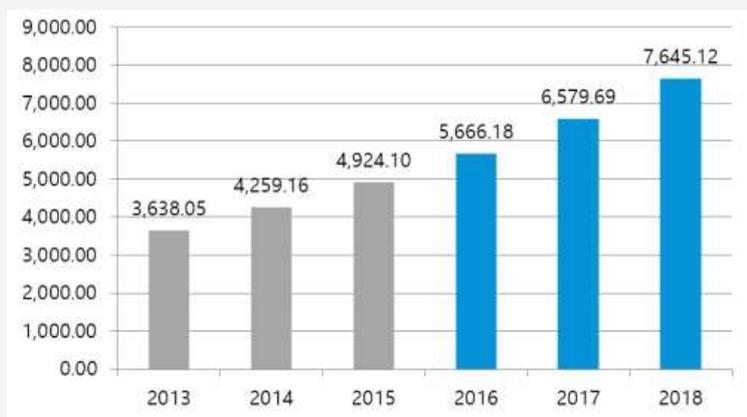
▶ 2015년 글로벌 수입규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2013 ~ 2015년 연평균 성장률, 백만 US달러 기준



글로벌 수입규모 1위, 미국
중국, 글로벌 수입 16위
중국 수입 상대국, 한국 6위
2015년 중국 시장규모
49억 2,410만 달러

1. 통계분석 기준 설정 (HS CODE)

비스킷 · 쿠키와 크래커, HS CODE 1905.90에 해당

글로벌 수입통계 및 중국 수입통계를 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

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE 1905.90
중국 수입규모 및 성장률	HS CODE 1905.90-00
중국 시장규모 및 성장률	쿠키(스위트 비스킷) [Cookies(Sweet biscuit)]

표 1.2 중국 내 비스킷 · 쿠키와 크래커 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1905	빵 · 파이 · 케이크 · 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼 · 제약용에 적합한 빈 캡슐 · 실링웨이퍼(sealing wafer) · 라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90	기타
	1905.90-1040	비스킷, 쿠키와 크래커
중국	1905	빵 · 파이 · 케이크 · 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼 · 제약용에 적합한 빈 캡슐 · 실링웨이퍼(sealing wafer) · 라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90-00	기타

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

2. 글로벌 수입통계

HS CODE 1905.90 품목 수입 1위 미국, 16위 중국

2015년 글로벌 HS CODE 1905.90 품목 수입규모는 180억 4,260만 6,000달러로 연평균 0.63%의 마이너스 성장을 기록함¹⁾

수입 1위 국가는 미국으로 2015년 기준 25억 4,100만 6,000달러를 수입해 글로벌 수입규모 비중 14.08%를 차지하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 10.89% 성장했음

중국의 HS CODE 1905.90 수입규모는 2015년 기준 2억 9,178만 7,000달러로 글로벌 수입규모 비중 1.62%를 차지해 16위를 기록했으며, 2013 ~ 2015년 연평균 28.75%의 고성장을 기록함

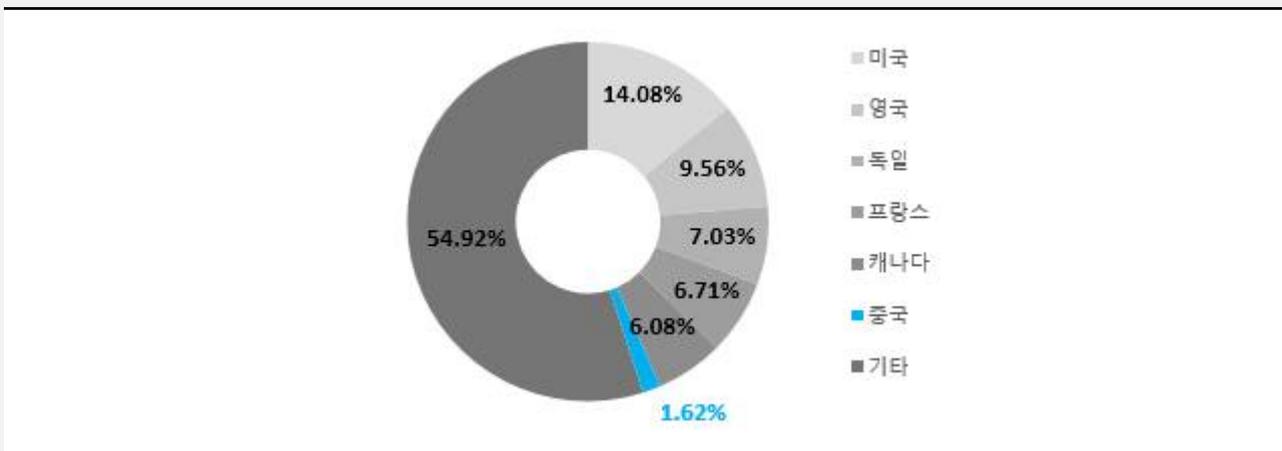
표 1.4 글로벌 HS CODE 1905.90 품목 수입규모

(단위: US 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균 성장률
글로벌	18,272,523,000	18,978,077,000	18,042,606,000	-0.63%
1 미국	2,066,602,000	2,269,150,000	2,541,006,000	10.89%
2 영국	1,750,271,000	1,851,292,000	1,724,561,000	-0.74%
3 독일	1,343,577,000	1,397,326,000	1,267,537,000	-2.87%
4 프랑스	1,199,413,000	1,249,356,000	1,211,305,000	0.49%
5 캐나다	1,049,870,000	1,112,169,000	1,097,036,000	2.22%
16 중국	176,016,000	205,169,000	291,787,000	28.75%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.1 글로벌 HS CODE 1905.90 품목 수입규모 비중 (2015년)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

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

3. 중국 수입통계

중국 HS CODE 1905.90-00 수입 상대국 1위, 홍콩

2015년 기준 중국은 HS CODE 1905.90-00 제품을 2억 9,178만 7,000 달러를 수입한 것으로 집계됨

중국의 HS CODE 1905.90-00 수입액이 2013 ~ 2015년 연평균 28.74% 성장하였으며, 동 기간 한국을 포함한 중국의 비스킷 수입 상위 6개국 모두 높은 연평균 성장률을 기록함. 한국 제품의 수입 규모는 두 배 이상 증가해 연평균 성장률 51.49%를 보였음

한국산 제품 점유율 4.43%

점유율 1위의 홍콩산 제품은 32%의 점유율을 보였으며 한국산 제품은 4.43%의 점유율로 수입 상대국 6위를 차지함

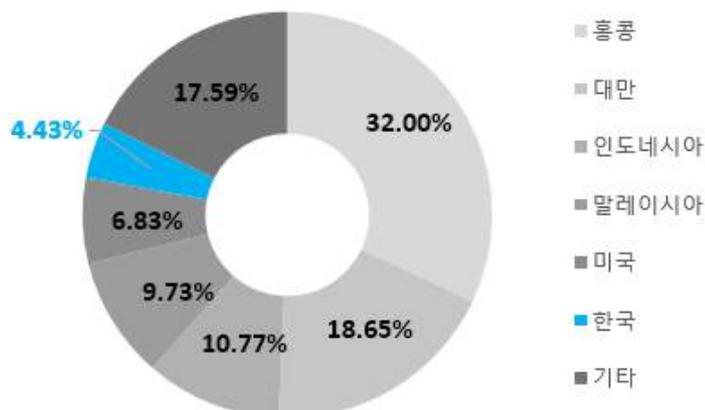
표 1.5 중국 HS CODE 1905.90-00 수입규모

(단위: US 달러)

수입상대국	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균 성장률
글로벌	176,054,000	206,081,000	291,787,000	28.74%
1 홍콩	63,777,000	73,171,000	93,358,000	20.99%
2 대만	30,075,000	30,584,000	54,411,000	34.51%
3 인도네시아	18,513,000	20,645,000	31,416,000	30.27%
4 말레이시아	15,870,000	20,075,000	28,388,000	33.75%
5 미국	6,838,000	10,906,000	19,917,000	70.67%
6 한국	5,637,000	7,992,000	12,936,000	51.49%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.2 중국 HS CODE 1905.90-00 수입규모 국가별 비중 (2015년)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

4. 중국 쿠키(스위트 비스킷) 시장규모 및 성장률

중국 쿠키(스위트 비스킷) 시장 규모 높은 성장폭 보여

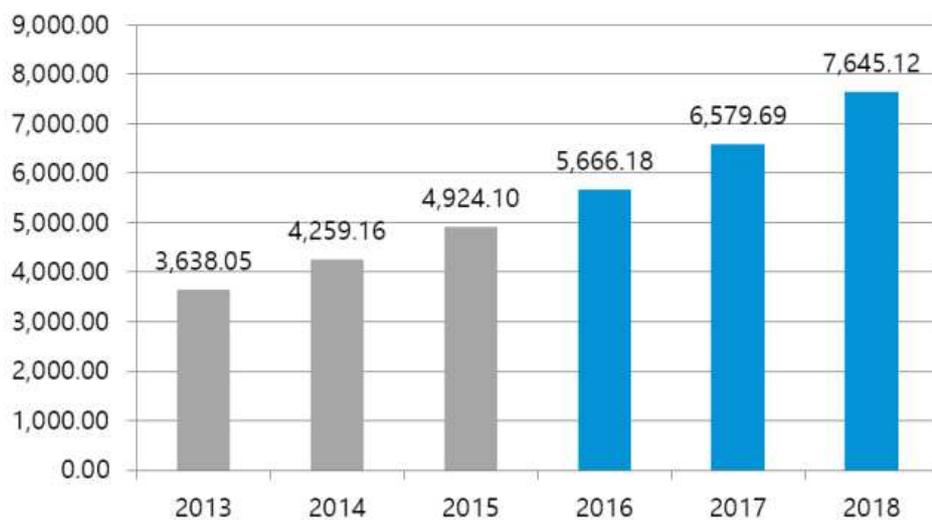
글로벌 리서치 기관인 Canadean Intelligence에 따르면 2013년 36억 3,805만 달러를 기록한 중국 쿠키(스위트 비스킷) [Cookies (Sweet Biscuits)] 시장규모는 2015년 49억 2,410만 달러로 증가해 2013 ~ 2015년 연평균 44.96% 성장했음

이 추세는 계속돼 2016년에는 56억 6,618만 달러, 2018년에는 2013년 대비 두 배 이상 증가한 76억 4,512만 달러를 기록할 것으로 전망됨

Canadean Intelligence의 쿠키(스위트 비스킷) 품목은 American Cookies, Artisanal Cookies, Assortments, Butter-Based Cookies, Chocolate Cookies, Cream Filled, Other Cookies, Plain Cookies, Wafer Biscuits 등의 하위품목을 포함함

그래프 1.3 중국 쿠키(스위트 비스킷) 시장 규모

(단위: 백만 US달러)



※ 2016 ~ 2018년은 전망치

출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)



Ⅱ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

중국 현지 대형 마트에서 판매 중인 스낵류 제조사 6개社를 경쟁사로 선정함

표 2.1 경쟁사 선정 결과

		
青島食品有限公司 (Qingdao Foods Co.,Ltd)	롯데제과	Nabati Snack
		
Biscuiterie de l'Abbaye	크라운제과	Mondelez

출처 : 현지방문조사(AEON, Gron Vida, Carrefour), 2016.10

표 2.2 방문 매장별 스낵류 매대

AEON		
Gran Vida		
CARREFOUR		

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악

青岛食品有限公司

(Qingdao Foods Co.,Ltd)



Qingdao Foods Co.,Ltd는 1950년에 설립된 식품 가공 회사로 비스킷, 땅콩 및 팥 가공 제품, 초콜릿, 사탕 등의 22개의 제품 라인을 보유하고 있음

Qingdao Foods는 사업규모 확장을 위해 일본 및 한국 투자기업과 합작하여 Qingdao Riqing international food, Quingdao Lvyou Zhiyan 등 2개의 합작회사를 설립했으며 합작회사 Qingshi 社의 우유칼슘비스킷, 땅콩버터 등은 국가인증, 국가우수아동식품 훈장 등을 수여받은 바 있음

표 2.3 기업 개요

기업 유형	식품 제조업
취급 품목 유형	스낵류
설립연도	1950년
주소	No.2, Siliuzhongzhi Road,Qingdao
전화	+ (86) 532-8466-9908
Email	qdfod1950@outlook.com
홈페이지	www.qdfod.com

출처 : Qingdao Foods(www.qdfod.com)

표 2.4 제품 소개

스낵류				
	钙奶饼干 240g	青岛味道 (Qingdao's flavour)	不加蔗糖钙奶饼干 200g	蓝莓夹心饼干 86g
	Calcium-Milk Biscuit Sets	青岛味道 (Qingdao's flavour)	Health Biscuit Sets	Snake Biscuit Sets

출처 : Qingdao Foods(www.qdfod.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

롯데제과

롯데제과는 대한민국 롯데그룹 계열 과자류 생산업체이자 모기업 가운데 하나로서, 1967년 3월 24일 설립되었음



롯데제과는 지난 2004년 인도를 시작으로 8개국에 진출해 21개의 현지 생산 공장을 가동하고 있음. 현지 직원 수만 2015년 8월 기준 1만 1,012명에 달하며 이 중 카자흐스탄(라하트), 벨기에(길리안), 파키스탄(콜손), 인도(페리스), 베트남(비비카) 등은 현지 기업을 인수해 진출했으며, 중국과 러시아, 싱가포르를 직접 진출 방식을 택했음

1990년대 중국에 진출한 롯데제과 중국법인은 2015년 기준 공장가동률이 22%에 그치고 2016년 9월에는 중국 정부로부터 식품 불량 판정을 받는 등 중국시장에서 고전을 면치 못하고 있음

표 2.5 기업 개요

기업 유형	식품 제조업
취급 품목 유형	비스킷, 스낵, 껌, 초콜릿, 아이스크림 등
설립연도	1967년 3월 24일
주소	서울특별시 영등포구 양평로21길 10
전화	02-2670-6114
홈페이지	www.lotteconf.co.kr

출처 : 롯데제과(www.lotteconf.co.kr)

표 2.6 제품 소개

스낵류		
	乐天牌白芝麻饼干 (Harvest)	초코파이

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악

Nabati Snack

Nabati Snack은 2002년 설립된 인도네시아의 식품 회사로 Richeese, Richoco를 비롯해 다양한 제품 라인을 보유 중임



Nabati Snack 社의 제조 라인은 ISO, GMP 등의 표준을 획득했으며 베스트셀러인 ‘Richeese 야채’는 인도네시아 Best Brand Award, MURI, Top Brand Award 등 다양한 상을 수상한 바 있음

표 2.7 기업 개요

기업 유형	제조 · 유통판매업
취급 품목 유형	제과
설립연도	2002년
주소	Jl. Soekarno-Hatta No. 112 Bandung, Jawa Barat, Indonesia
전화	+62 22-600-0666
이메일	sales.intl@enerlifegroup.com
홈페이지	www.nabatisnack.co.id

출처 : Nabati (www.nabatisnack.co.id)

표 2.8 제품 소개

제품		
	<p>丽芝士纳宝帝奶酪 (Richeese 치즈 웨이퍼)</p>	<p>Nextar 쿠키</p>

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악



Biscuiterie de l'Abbaye

Biscuiterie de l'Abbaye 社は 18세기 노르망디에서 만들어지던 비스킷을 기원으로 1964년 설립된 프랑스의 비스킷 제조업체임

Biscuiterie de l'Abbaye 社は 2013년 기준 6,755톤의 제품을 생산했으며 제품의 11%를 수출하고 있음

1시간에 12 ~ 15만 개의 쿠키 생산 능력을 갖추고 있으며 쿠키 및 초콜릿 쿠키, 비스킷 등이 주력 상품임

표 2.9 기업 개요

기업 유형	제조 · 유통판매업
취급 품목 유형	제과
설립연도	1964년
주소	Route du Val 61700 Lonlay l'Abbaye
전화	+33 2-3330-6464
이메일	commercial@biscuiterie-abbaye.com
홈페이지	www.biscuiterie-abbaye.com

출처 : Biscuiterie de l'Abbaye(www.biscuiterie-abbaye.com)

표 2.10 제품 소개

제품		
	<p>法之恋海盐焦糖黄油饼干 (French butter cookies)</p>	<p>Sablés de l'Abbaye au beurre d'Isigny A.O.P.</p>

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악

크라운제과

1947년 영일당제과라는 이름으로 설립되었고 1956년에 크라운제과로 회사이름으로 변경했으며 1961년 크라운산도를 생산하였음



크라운 제과의 제품 브랜드로는 크라운하임, 크라운산도, 버티와플, 쿠키와플, 쿠키다스, 빵또, 국희샌드, 참ing 크리미버터 등 다양한 비스킷류가 있음

표 2.11 기업 개요

기업 유형	제조 · 유통판매업
취급 품목 유형	제과
설립연도	1949년
주소	서울시 용산구 한강대로 72길 3
전화	02-791-9133
이메일	-
홈페이지	www.crown.co.kr

출처 : 크라운제과(www.crown.co.kr)

표 2.12 제품 소개

제품		
	可来运巧克力饼干 (초코하임)	츄러스

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악

亿兹食品 (苏州) 有限公司 (Mondelez)



Mondelez는 2015년 기준 약 300억 달러의 매출을 기록한 거대 제과 기업으로 비스킷, 초콜릿 및 캔디 분야에서 1위 자리를 고수하고 있으며 세계 165개국에서 사업을 운영 중임

Mondelez 중국법인은 1984년 설립됐으며 중국 시장에서 오레오, Chips Ahoy!, belVita, Tuc, Pacific, Uguan, Prince, Stride, Trident, Halls, Choclairs, Tang 등의 유명 스낵 브랜드를 판매하고 있음

표 2.13 기업 개요

기업 유형	제조 · 유통판매업
취급 품목 유형	제과
설립연도	1984년
주소	6F, A Mansion, 291 Fumin Road, Shanghai, 200031, PRC
전화	+86 21-6080-8080
이메일	consumerserviccesasia@mdlz.com
홈페이지	www.cn.mondelezinternational.com

출처 : Mondelez (www.cn.mondelezinternational.com)

표 2.14 제품 소개

제품		
	奥利奥 (오레오)	belVita

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

제품 분석 결과

- **원료 : 모두 식품 첨가물 포함**
-원료가 가장 많이 들어가는 제품은 Qingdao Foods사의 Qingdao's flavour, -가장 적게 들어 가는 제품은 Nabati사의 Richeese 치즈 웨이퍼
- **원산지 : 원산지 다양**
중국은 비교적 다양한 산지의 비스킷류를 섭취 경쟁 제품 6개 중 2곳 만 중국 나머지는 모두 수입산으로 나타남



- **100g당 가격 : 11,51위안**
최종 경쟁제품의 평균용량은 159.17g이며 100g당 평균 가격은 11,51엔
- **패키지 : 종이 박스**
대부분 종이박스를 이용, 에틸렌 소재의 포장지로 1차 포장한 후 종이 박스나 시트를 이용해 2차로 포장함

출처 : 현지방문조사(AEON, Carrefour, Gran Vida) 2016.10

분석 제품 상세

<p>青岛味道 (Qingdao's flavour)</p>	<p>乐天牌白芝麻饼干 (Harvest)</p>	<p>丽芝士纳宝帝奶酪 (Richeese 치즈 웨이퍼)</p>
<p>法之恋海盐焦糖黄油饼干 (French Butter Cookies)</p>	<p>可来运巧克力饼干 (초코하임)</p>	<p>奥利奥 (오레오)</p>

분석 지표 : 용량, 100g당 가격, 포장형태, 유통기한, 원산지, 원료

분석 제품 : 현지매장 방문조사를 통한 6개 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

경쟁 제품



青岛味道
(Qingdao's flavour)



乐天牌白芝麻饼干
(Harvest)



丽芝士纳宝帝奶酪
(Richeese 치즈 웨이퍼)

표 3.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
AEON	青岛市市南区香港中路27号	2016.10
Carrefour	青岛市市南区香港中路21号	2016.10
Gran Vida	青岛市市南区东海西路50号	2016.10

출처 : 현지방문조사(AEON, Carrefour, Gran Vida) 2016.10

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



法之恋海盐焦糖黄油饼干
(French butter cookies)



可来运巧克力饼干
(초코하임)



奥利奥
(오레오)

표 3.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
青岛味道 (Qingdao's flavour)	青岛食品有限公司 (Qingdao Foods Co.,Ltd)
乐天牌白芝麻饼干 (Harvest)	롯데제과
丽芝士纳宝帝奶酪 (Richeese 치즈 웨이퍼)	Nabati Snack
法之恋海盐焦糖黄油饼干 (french butter cookies)	Biscuiterie de l'Abbaye
可来运巧克力饼干 (초코하임)	크라운제과
奥利奥 (오레오)	Mondelez

▶ **분석기준** : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 **용량, 100g당 가격 (위안), 포장형태, 원산지, 원료 정보** 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(AEON, Carrefour, Gran Vida) 2016.10

2. 가격 정보

중국 내 유통되는 비스킷 제품, 100g당 평균 가격 11.51위안²⁾

최종 도출된 6개의 경쟁 제품 모두 용량의 단위가 그램(g)으로 표기되어 있음

경쟁제품들의 평균 용량은 159.17g 으로 나타났으며, 100g당 평균 가격은 11.51위안인 것으로 파악됨

경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 亿兹食品(苏州)有限公司의 奥利奥(오레오) 제품이었으며 100g당 가장 높은 가격을 보인 제품은 BISCUITERIE DE L'ABBAYE S.A.S社의 法之恋海盐焦糖黄油饼干(french butter cookies)제품이었음

표 3.3 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(위안)	100g당 가격(위안)
青岛味道(Qingdao's flavour)	100	5.00	5.00
乐天牌白芝麻饼干(Harvest)	100	9.80	9.80
丽芝士纳宝帝奶酪 (Richeese 치즈 웨이퍼)	145	9.80	6.75
法之恋海盐焦糖黄油饼干(french butter cookies)	150	40.00	26.67
可来运巧克力饼干(초코하임)	142	19.80	13.94
奥利奥(오레오)	318	22.00	6.92

출처 : 현지방문조사(AEON, Carrefour, Gran Vida) 2016.10

그래프 3.1 100g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지방문조사(AEON, Carrefour, Gran Vida) 2016.10

2) 1위안 = 166.96원(KEB 하나은행 고시기준, 2016.10.24)

3. 포장용기, 원산지 및 유통기한 정보

대부분 비스킷 제품 종이 포장 형태 이용

최종 도출된 경쟁 제품들의 경우 모든 제품이 종이 박스 포장을 사용하고 있음. 단, 습기와 온도에 민감한 비스킷류 제품의 특성상 폴리에틸렌 소재의 포장지로 1차 포장을 한 뒤, 종이 박스·시트를 이용해 2차로 포장하는 경우가 대부분임

현지 조사된 경쟁제품 원산지 다양

현지에서 조사된 초콜릿 제품의 원산지는 다양함. 도출된 경쟁 제품 6개중 중국산은 2개였으며 나머지 4개는 모두 수입산으로 그 중 2개는 한국산임. 나머지는 인도네시아, 프랑스산임. 또한, 현지 조사된 제품 중 최종 선정되지 않은 제품의 원산지를 살펴보면 UAE, 독일, 이탈리아, 덴마크, 벨기에 등으로 중국은 비교적 다양한 산지의 비스킷류 제품을 소비하는 것으로 나타남

유통기한 모두 만기일자 표기

현지방문조사 결과, 경쟁제품의 유통기한은 개월 수가 아닌 만기일자 표기 방식을 채택하고 있어 일괄적인 비교에 어려움이 있음. 해당 유통업체 방문일자를 고려하여 추정은 가능하나, 제조일자 정보를 확인할 수 없어 정확한 유통기한은 알 수 없음

표 3.4 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

포장용기	종이 박스		
제품 사진			
제품명	青岛味道 (Qingdao's flavour)	乐天牌白芝麻饼干 (Harvest)	丽芝士纳宝帝奶酪 (Nabati)
원산지	중국	한국	인도네시아
유통기한	2017.02.18	2017.06.12.	2017.08.09
제품 사진			
제품명	法之恋海盐焦糖黄油饼干 (French butter cookies)	可来运巧克力饼干 (초코하임)	奥利奥 (오레오)
원산지	프랑스	한국	중국
유통기한	2017.04.12.	2017.08.10.	2017.08.22

출처 : 현지방문조사(AEON, Carrefour, Gran Vida) 2016.10

4. 원료 정보

과자류에 포함된 원료 분석

원료 분석 결과, 6개 제품 모두 식품첨가물이 포함된 것으로 나타났으며 대부분 많은 원재료를 함유하고 있음

또한, 가장 원료가 많이 들어가는 제품은 Qingdao Foods社의 Qingdao's flavour 제품이며, 가장 원료가 적게 들어가는 제품은 Nabati社의 Richeese 치즈 웨이퍼 제품인 것으로 조사됨

표 3.5 제품별 원료 비교

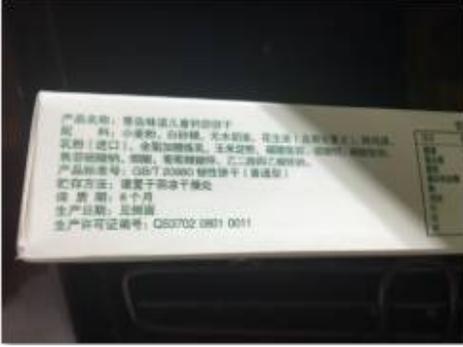
제품명	원료
青岛味道 (Qingdao's flavour)	통밀, 백설탕, 무수크림, 땅콩기름, 신선란, 분유, 가당우유, 옥수수전분, 암모늄, 타산칼슘, 탄산나트륨, 중탄산나트륨, 피로아황산, 나이옥신, 아연, 글루콘산염, 제 2철 나트륨 edelate
乐天牌白芝麻饼干 (Harvest)	통밀, 백설탕, 쇼트닝, 식물성 기름, 우유, 참깨, 코코아 분말, 중탄산 암모늄, 분유, 식용 소금, 식용 향료, 효모, 계피 피질 pulveratus
丽芝士纳宝帝奶酪 (Richeese 치즈 웨이퍼)	백설탕, 식물성 기름, 통밀, 식용 소금
法之恋海盐焦糖黄 油饼干 (French Butter Cookies)	통밀, 백설탕, 버터, 아몬드, 생크림, 난황 분말, 식용 향료, 탈지 분유
可来运巧克力饼干 (초코하임)	통밀, 정제 식물성 기름, 백설탕, 유청 분말, 분유, 코코아 분말, 인지질, 식용 소금, 식용 향료, 대두 가루
奥利奥 (오레오)	통밀, 백설탕, 식용 식물성 기름, 코코아 분말, 전분, 식품 첨가물, 식용 소금, 식용 향료

출처 : 현지방문조사(AEON, Gran Vida, Carrefour), 2016.10

5. 현지조사 데이터

현지 조사 정보

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

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	업체명	青岛食品有限公司 (Qingdao Foods Co.,Ltd)	롯데제과
	제품명	青岛味道 (Qingdao's flavour)	乐天牌白芝麻饼干 (Harvest)
	원산지	중국	한국
	중량	100g	100g
	100g 당 가격	5위안	9.8위안
	포장형태	종이 박스	종이 박스
	구성성분	통밀, 백설탕, 무수크림, 땅콩기름, 신선란, 분유, 가당우유, 옥수수전분, 암모늄, 탄산칼슘, 탄산나트륨, 중탄산나트륨, 피로아황산, 나이옥신, 아연, 글루콘산염, 제2철 나트륨 edelate	통밀, 백설탕, 쇼트닝, 식물성 기름, 우유, 참깨, 코코아 분말, 중탄산 암모늄, 분유, 식용 소금, 식용 향료, 효모, 계피 피질 pulveratus
유통기한	2017.02.18	2017.06.12	
취급처 및 판매확인매장	AEON	AEON	

5. 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	업체명	Nabati Snack	Biscuiterie de l'Abbaye
	제품명	丽芝士纳宝帝奶酪 (Richeese 치즈 웨이퍼)	法之恋海盐焦糖黄油饼干 (French Butter Cookies)
	원산지	인도네시아	프랑스
	중량	145g	150g
	100g 당 가격	6.75위안	26.67위안
	포장형태	종이 박스	종이 박스
	구성성분	백설탕, 식물성 기름, 통밀, 식용 소금	통밀, 백설탕, 버터, 아몬드, 생크림, 난황 분말, 식용 향료, 탈지 분유
유통기한	2017.08.09	2017.04.12	
취급처 및 판매확인매장	Gran Vida	Gran Vida	

5. 현지조사 데이터

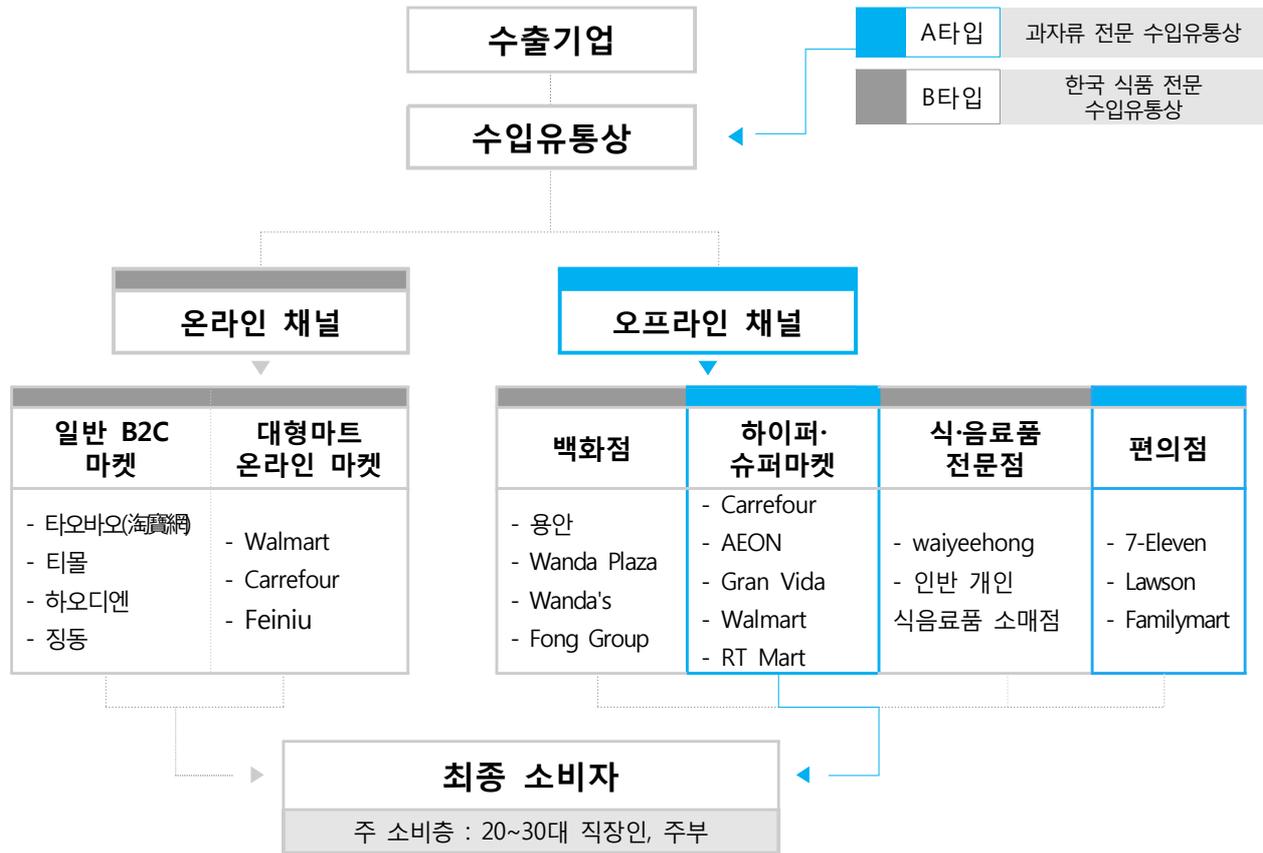
구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	업체명	크라운제과	Mondelez
	제품명	可来运巧克力饼干 (초코하임)	奥利奥 (오레오)
	원산지	한국	중국
	중량	142g	318g
	100g 당 가격	13.94위안	6.92위안
	포장형태	종이 박스	종이 박스
	구성성분	통밀, 정제 식물성 기름, 백설탕, 유청 분말, 분유, 코코아 분말, 인지질, 식용 소금, 식용 향료, 대두 가루	통밀, 백설탕, 식용 식물성 기름, 코코아 분말, 전분, 식품 첨가물, 식용 소금, 식용 향료
유통기한	2017.08.10	2017.08.22	
취급처 및 판매확인매장	Carrefour	Carrefour	



IV. 유통구조 현황

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

1. 현지 유통구조 map



*출처 : aT 중국 식품 유통채널 심층분석, 중국 식품유통망 온라인 사이트(www.youtongwang.com)

유통구조	특징	유통 점유율
편의점	빨라진 생활리듬에 맞추어 다양한 간편 식품이 등장함에 따라 중국 내 편의점 개수가 12년 대비 16년 30% 이상 성장할 것으로 전망되고 있음	49.61%
하이퍼마켓·슈퍼마켓	1차 식품류를 위주로 한 대형 슈퍼마켓에 의류 등의 상품 구색을 추가한 형태, 기존의 슈퍼마켓보다는 가격이 저렴하고 상품이 다양하여 대형 할인마트의 모습을 띄고 있음	37.40%
식·음료품 전문점	크고 작은 마트들이 주거지 곳곳에 자리 잡고 있어 필요시 물건을 살 수 있음. 동네 소매점과 같은 유형임	4.93%
백화점	백화점 내 수입식품 및 영유아 용품만을 전문적으로 취급하는 매장이 늘어섬에 따라 고가이지만 품질 높은 제품이 대거 판매 중임	2.62%
온라인 마켓	일반 B2C마켓과 대형마트 온라인 마켓으로 나뉨. 일반 B2C 온라인 마켓을 통해 수입 식품을 구매하는 젊은 중국인 소비자가 늘어남에 따라 별도의 '한국관(韓國館)'을 만들어 운영하기도 함. 중국 내 물류체인이 발달함에 따라 대형 쇼핑몰들이 온라인 마켓을 개설하여 양방향에서 소비자들을 공략하고 나섬	0.97%
기타	dollar stores, variety store & general merchandise retailers 등 다양한 형태의 채널이 존재함	5.47%

*출처 : Canadean intelligence(intelligence.canadean.com), Confectionery 유통점유율, 2015

2. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼 · 슈퍼마켓

중국 신화 통신의 14년도 발표자료 ‘Chinese super hypermarket’에 따르면 하이퍼 · 슈퍼마켓이 중국 국민의 소득 증대 및 빨라진 생활 리듬에 맞추어 급속도로 성장하고 있는 것으로 파악됨

특히 다가구 가족의 거주지 및 근무지 근처에 복합 쇼핑물 형태의 매장이 등장함에 따라 주 고객층이 20 ~ 30대 직장인 및 주부들인 것으로 나타남. 매장 내에는 다양한 간식과 수입식품이 판매되고 있음

ROUTE #2. 편의점

중국프렌차이즈협회(CCFA)에 따르면 중국의 편의점 산업은 현재 매장 개수만 8만 여개로 집계되며 전년 대비 7.8% 성장하였음. 올해 매출 규모 역시 1000억 위안까지 늘어 15.2%에 달하는 증가율을 보일 전망이다. 중국 백화점 산업이 마이너스 성장을 지속하고 있고 슈퍼마켓 성장률이 4.1%에 그치는 것을 고려하면 매우 눈에 띄는 성장률을 기록함. 신홍 편의점 브랜드가 우후죽순 생겨나면서 2015년 기준 편의점 브랜드 수만 262개에 이름³⁾

이같은 편의점 시장의 엄청난 성장은 소득 수준의 증가, 간편성을 추구하는 라이프스타일 추구하고 더불어 도심지역을 중심으로 1인 가구가 늘어난 탓으로 풀이됨

ROUTE #3. 온라인 쇼핑물

중국 온라인 식료품마켓은 해외 직구와 같은 형태로 운영되고 있음. 유통 분석사이트 IGD retail analysis는 중국의 온라인 식료품마켓의 시장점유율이 2020년까지 폭발적으로 성장할 것이라 전망하고 있음

중국 소비시장의 중심이 온라인으로 이동하는 가운데 중국 로컬 유통 업체에 밀리고 있던 월마트와 까르푸도 모바일 시장에 뛰어 들었음. 중국 최대 규모의 대형마트인 월마트는 2015년 11월 중국 내 400여개 점포에 알리바바 모바일 결제 시스템 ‘알리페이’를 도입하였으며, 중국 최초의 온라인 마트인 ‘이하오디엔(1号店)’ 지분 전체를 인수하는 등 활발히 온라인 시장에 진출함

중국 대형마트들의 이러한 움직임을 미루어보아 온라인 쇼핑물의 규모가 빠른 시일 내에 더욱 커질 것으로 사료됨

3) 뉴시스, “‘브랜드만 200개’...중도 편의점 열풍’, 2016.10

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

수입 스낵 · 쿠키 취급
바이어 대상 인터뷰 진행
(2016년 10월)

- 스낵 수입 · 유통상
- 쿠키 수입 · 유통상

Q. 당사의 제품 유통 경로는 어떻게 되는가?

“당사는 오프라인 도매 위주로 수입 스낵을 유통하고, 현재 협력중인 고객으로는 전자상거래업체, 오프라인 매장, 중국 내 체인슈퍼마켓 등이 있다.”

광저우 수입스낵 유통업체 广州市全味道进出口有限公司 社
담당자 Mr. Feng과의 인터뷰 中, 2016.10

“당사는 일본 수입 쿠키 제품을 온라인을 통해 판매하고 있으며, 일반적인 소매로는 판매하지 않고 있다.”

상하이 수입스낵 유통업체 食后商贸
담당자 Mr. Li와의 인터뷰 中, 2016.10

“당사는 온라인으로 도매상에, 오프라인으로 슈퍼마켓에 납품하고 있으며, 소매상과 대리상들한테도 납품 중이다. 현재 당사와 협력하고 있는 고객으로는 대형 전자상거래업체와 하이퍼마켓도 포함된다.”

베이징 수입쿠키 유통업체 北京思嘉时代科技有限责任公司
담당자 Mr. Li와의 인터뷰 中, 2016.10

“당사의 주요 납품처로는 전자상거래업체, 체인 마트, 체인 식품매장이 있으며, 온 · 오프라인 전부 판매중이다.”

상하이 수입쿠키 유통업체 上海进洋贸易有限公司
담당자 Ms. Yin과의 인터뷰 中, 2016.10

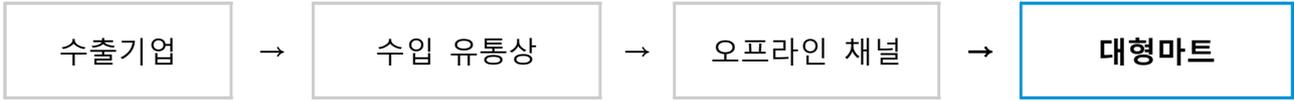


V. 유통 업체 현황

1. 주요 유통 채널 개관
2. 주요 유통 업체 핫 이슈
3. 유통 업체별 개요
 - AEON
 - Gran Vida
 - CARREFOUR

유통 업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(대형마트)

No.	유통업체	특징
1	AEON	중국 현지화와 함께 일본의 선진 판매기술, 구매, 상품조달 분야 경험을 도입하고 있는 유통 선두기업으로, 1996년 설립됨. 아세아를 핵심 사업으로 하고 있어 일본, 중국, 동남아에 3개 본사를 보유함
2	Gran Vida	2013년 12월 설립된 슈퍼마켓 브랜드로 취급 제품의 50% 가량은 대만, 유럽, 일본, 한국, 아프리카 등에서 수입함. 수입 브랜드만 2000여개에 달함
3	Carrefour	프랑스계 기업으로 1995년 설립하였으며 슈퍼마켓, 할인판매점, 창고소매업의 장점을 결합한 '하이퍼마켓(Hypermarket)' 업태를 최초로 구현한 기업임. 중국 진출 외국계 기업의 대명사이기도 함
4	Yonghui(永輝超市)	중국 로컬 대형마트로, 대형 할인 마트와 슈퍼마켓이 주력 사업이며 보조 사업으로 편의점 가맹을 진행하고 있음. 2015년 상반기 기준 매출의 47%가 식품 및 일용품, 44.08%가 신선식품 및 가공식품으로 집계되어 전체 매출에서 식품의 비중이 매우 높음

주요 유통 업체 최신 이슈

유통업체	최신 이슈
AEON 	알리바바 그룹이 운영하는 Tmall에 AEON 공식 플래그쉽 스토어를 오픈. Tmall 스토어에서는 AEON 자체 브랜드인 'Top Valu'를 비롯해 인기 화장품·가공식품을 중심으로 하여 의류·식료품·생활 용품을 판매할 예정임. 200여개 품목으로 시작하여 연내 1,000여개의 품목까지 늘리는 것을 목표로 함
Gran Vida 	취급 제품의 50% 이상이 수입산, 대만, 유럽, 일본, 한국, 동남아, 오세아니아, 러시아, 아프리카 등 10여개 국가에서 2000여개 이상의 브랜드들을 수입하고 있음
Carrefour(家樂福) 	유럽, 중남미, 중화권 등 핵심 시장에 사업을 집중하고 있음. 2015년 중국에서만 25개 매장이 문을 닫는 등 최근 세계 각지에 건설했던 자체 매장을 축소하거나 철수하는 흐름을 보이고 있었지만, 2015년 말 베이징에 자체 매장을 건설하였음

출처 : 현지 매체 및 각 사 홈페이지 종합

1. 주요 유통 채널 개관

중국 상위 100개 유통체인 현황⁴⁾

중국체인경영협회 CCFA는 2015년 4월 상위 100개 유통 체인 기업 리스트를 공개함. 동 조사에 따르면 2015년 100대 기업의 매출 규모는 총 2조 1,000억 위안에 달하며, 전년동기대비 5.1% 성장함. 총 점포수는 10만 7,000개에 달하며 이는 전년 대비 4.2% 성장한 수치임. 이들 기업의 매출 규모는 중국 전체 소비품 부문 소매 판매액의 약 8.0%를 차지함

2014년 100대 유통 체인 매출액 평균 성장폭은 5.1%로 통계가 발표된 이래로 가장 낮은 수치를 기록함. 최근 몇 년간 100대 기업 매출 성장폭은 계속해서 하락하는 추세로 2010년 ~ 2014년 매출액 성장률 각각 21.0%, 12.0%, 10.8%, 9.9% 5.1%를 기록하며 최근 몇 년사이 매출액 성장률이 큰 폭으로 감소한 것을 알 수 있음

100대 기업들이 전통 오프라인 판매방식을 넘어선 전자상거래 판매망 구축에 힘쓰는 가운데 온오프라인 통합이 가속화되고 있음. 온라인 판매망을 구축한 75개의 기업 중 절반이상이 독자적인 플랫폼을 구축하였고 나머지 기업들은 순수 3자 플랫폼 혹은 독자와 순수 3자 플랫폼 혼합방식을 채택함. 100대 기업의 온라인 매출액은 전년대비 5배 증가하였으나, 전체 매출에서 차지하는 비중은 낮은 편임

모바일 기기의 사용이 시장에서 널리 상용화되고 발전 양상을 보임에 따라, 전체 온라인 매출 대비 모바일 매출의 점유율이 빠르게 성장함

중국의 온라인 시장이 빠르게 발전하면서 전통 유통시장을 대체하기 시작함. '14년 중국 온라인 소비액은 전년 대비 49.7% 증가한 2.8조 위안이며 소비자 판매액의 10.7%를 차지함. 또한 '15년 중국 온라인 쇼핑 거래액은 약 4조 위안으로 소비재 판매액에서 차지하는 비중은 11%에 이룸. 온라인 소비 부분을 제외한 2014년 오프라인 판매액 증가율은 8.7%를 차지함

4) KOTRA, '한 손에 쏙! 중국 유통체인 100강', 2016.06

2. 주요 유통 채널 핫 이슈

AEON

AEON, Tmall에 플래그쉽 스토어 오픈⁵⁾

AEON은 지난 2월 알리바바 그룹이 운영하는 Tmall에 AEON 공식 플래그쉽 스토어를 오픈함. 일본 출신 기업인 AEON이 중국 온라인 시장이 성장할 것이라는 판단 하에 오프라인은 물론 온라인 쇼핑 시장에 까지 진출하며 중국 시장을 적극적으로 공략하고 있음

일본 경제산업성의 조사에 따르면 중국 국내 전자상거래 사이트에서 일본 상품의 구매금액이 2014년 6.606억을 기록하였으며 향후 매년 15 ~ 30% 정도의 성장률을 보이며 2018년에는 1조 3,943억 엔까지 확대될 것으로 예상하고 있음

Tmall 스토어에서는 AEON 자체 브랜드인 ‘Top Valu’ 를 비롯해 인기 화장품·가공식품을 중심으로 하여 의류·식료품·생활 용품을 판매할 예정임. 200여개 품목으로 시작하여 연내 1,000여개의 품목까지 늘리는 것을 목표로 함

Gran Vida

Gran Vida & 청도건설은행의 소비 진작을 위한 이벤트 개최

Gran Vida와 청도건설은행(靑島建設銀行)은 2016년 매월 3째 주말을 해신회원일(海信會員日)로 정해 Gran Vida 매장에서 300 위안 소비 시, 30위안을 할인해주는 이벤트를 개최함. 카드 앞 번호 ‘62’로 시작하는 건설은행 은련(銀聯) 카드를 사용하는 고객은 온라인 ‘은련 지갑’에서 우대권을 다운 받아 매월 1번만 사용할 수 있으며, 이번 이벤트는 소비 진작을 위해 양사가 협력한 것으로 보임

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 상하이를 거점으로 자체 온라인몰(carrefour.cn)을 오픈함. 한편 기존에 자체 오프라인 매장을 건설하는데 주력했던 것과는 달리, 2015년 중국에서만 25개 매장이 문을 닫는 등 오프라인 매장은 축소 혹은 철수시키는 태세임

5) Shopping Tribe, イオン、天猫國際に「AEON公式海外旗艦店」を出店, 2016.02

3. 유통 업체별 개요 - AEON

AEON 백화점 내 식품 매장을 통한 판매

1985년 홍콩 지점, 1996년 광저우 지점 설립 이후 현재 중국 내 매장이 180여개에 이릅니다. 대형마트, 편의점, 교외 쇼핑센터 등 각종 소매 및 서비스업 제공을 위해 사업을 다각화하여 진행함

사업 권역 확장을 위해 베이징, 천진 지역에 집중하고 있으며 후베이 및 절강성으로의 확장을 꾀하고 있음

표 5.1 매장 정보

기업 정보	매출액	2015년 기준 670억 달러	
	직원수	2015년 기준 약 13만 5,000명	
	점포수	2015년 기준 중국 매장 약 180여개	
	컨셉	종합 소매 및 서비스업을 표방하며 쇼핑센터를 중심으로 백화점 내 식품 매장을 통해 일반 소매업 영위	
	주소	No 72 Xianggang Middle Road, Qingdao, Shandong, 266071 China	
	전화	+86-532-85719659	
주요 판매품목		가공식품, 과일, 음주류, 생활용품, 가전	
한국산 취급여부		취급 중(라면, 김치, 건조 오징어 등)	
매장전경			
김 제품 판매현황			
		蓝罐加仑子曲奇 kjeldsens currant cookies (건포도 쿠키)	圣米希尔椰香曲奇饼干 St.michel (코코넛 쿠키)
		茱莉斯奶油甜薄脆饼 Jules Destrooper (버터 와플)	

출처 : 중국 AEON 홈페이지(www.aeonchina.com.cn), 기업정보 포털 Avention(www.avenion.com), 현지조사 결과 종합

3. 유통업체별 개요 – Gran Vida

Gran Vida, 취급 제품의 50%는 수입산

2013년 12월 설립된 슈퍼마켓 브랜드로 칭다오의 최고급 브랜드들이 입점해 있는 명품백화점 해신광장(海信廣場) 내에 위치하고 있음. 약 3,200평 면적의 슈퍼마켓에 식료품, 생활용품, 가전, 완구 등을 취급하고 있으며 취급 제품의 50% 가량은 대만, 유럽, 일본, 한국, 아프리카 등 10여개 국가에서 수입하여 판매하고 있음

표 5.2 매장 정보

기업 정보	매출액	N/A		
	직원수	N/A		
	점포수	N/A		
	기타 정보	취급 제품의 50% 이상이 수입산, 대만, 유럽, 일본, 한국, 동남아, 오세아니아, 러시아, 아프리카 등 10여개 국가에서 2,000여개 이상의 브랜드들을 수입하고 있음		
	주소	青岛市市南区东海西路50号		
	전화	+86-532-66788777		
주요 판매품목		식료품, 생활용품, 가전, 완구, 주방용품		
한국산 취급여부		김치, 과자 등		
매장전경				
김 제품 판매 현황				
		佳沃提原味法式薄脆饼干 (크래커 과자/ Gavotte)	丽芝士纳宝帝奶酪 (치즈 와퍼/Nabati)	捷百瑞无糖花生曲奇饼干 (무설탕 땅콩 쿠키)

출처 : 기업정보 포털 Avention(www.vention.com), 현지조사 결과 종합

3. 유통업체별 개요 – Carrefour

Carrefour(家樂福), 신선식품 및 수입상품에 초점

Carrefour는 1995년 중국에 진출하였으며, 현지화 전략에 중점을 두고 약 2만여 개 현지 업체, 그리고 120만 농가와 협력하고 있음. 식품 안전 문제에 높은 관심을 가지고 유통 사업을 진행하고 있으며, 소매 산업의 건전한 발전을 위해 사회활동 및 공공복지에 참여하여 4년 연속 중국 최고 외국 투자기업으로 선정됨

까르푸는 중국시장을 미래 까르푸 영업 확장의 중요한 거점으로 두고 있으며 발전 속도가 빠른 중소도시로 기업을 확장하고자 함

표 5.3 매장 정보

기업 정보	매출액	2015년 기준 870억 달러		
	직원수	2015년 기준 약 38만명		
	점포수	중국 내 236개 (동북 26/화북 41/화동 87/화남 29/화중 15/서남 35/서북 3)		
	기타 정보	모바일 및 온라인 소매 유통 시장 진출에 박차를 가하고 있으며, 기존 전자상거래 서비스와의 차별화를 위해 신선식품과 수입상품 분야에 초점을 맞추고자 함		
	주소	青島市市南区香港中路21号		
	전화	+86-532-85846381		
주요 판매품목		가공식품, 과일, 음주류, 생활용품, 가전		
한국산 취급여부		김치, 과자류 취급		
매장전경		 		
비스킷 제품 판매현황				
		<p>咔麦滋高纤夹心饼干 (밀가루 비스킷)</p>	<p>奥利奥 (오레오)</p>	<p>可来运巧克力饼干 (초코하임)</p>
		출처 : 중국 Carrefour 홈페이지(www.carrefour.com/cn), 기업정보 포털 Avention(www.avenion.com), 현지조사 결과 종합		

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 중국 관세청	www.customs.gov.cn
3. 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. Canadean Intelligence	intelligence.canadean.com
6. 중화인민공화국 해관총서	www.customs.gov.cn
7. 롯데제과	www.lotteconf.co.kr
8. 크라운제과	www.crown.co.kr
9. 青岛食品有限公司 (Qingdao Foods Co.,Ltd)	www.qdfood.com
10. Nabati Snack	www.nabatisnack.co.id
11. Biscuiterie de l'Abbaye	www.biscuiterie-abbaye.com
12. Mondelez	www.cn.mondelezinternational.com
13. AEON	www.aeonchina.com.cn
14. Gran Vida	www.avection.com
15. CARREFOUR	www.carrefour.com/cn
16. 중국 식품유통망 온라인 사이트	www.youtongwang.com

※ 참고 문헌

1. "'브랜드만 200개"...중도 편의점 열풍'	뉴시스	2016.10
2. 한 손에 쏙! 중국 유통체인 100강	KOTRA	2016.06
3. イオン、天猫国際に「AEON公式海外旗艦店」を出店	Shopping Tribe	2016.02