한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

시장 분석형

No. 2022-126

품목 오란다(Oranda)

HS CODE 1905.90.1090

국가 홍콩(Hong Kong)

KATI
농식품수출정보

C.O.N.T.E.N.T.S

Ⅰ 시장 현황 및 통계 3

1. 시장 규모 및 현황
2. 수출입 통계

Ⅱ 트렌드 10

1. 소비 트렌드
2. 유통 트렌드
3. 규제 동향

Ⅲ 유통 18

1. 유통채널 현황

Ⅳ 통관 및 제도 26

1. 통관 및 검역
2. 인증
3. 라벨링
4. 위생요건

Ⅴ 바이어 인터뷰 42

1. 인터뷰

Ⅵ 시사점 45

1. 수출 확대 방안

I

시장 현황 및 통계

01 시장 규모 및 현황

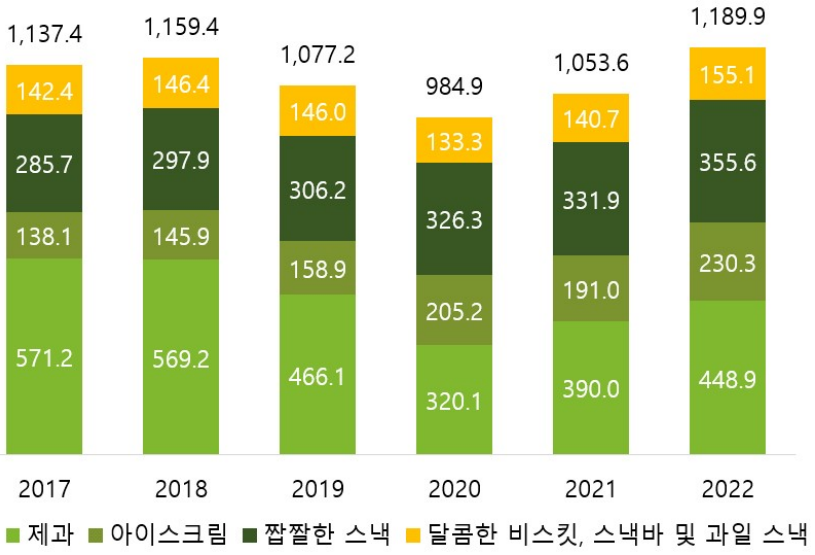
홍콩 스낵 시장 규모

Euromonitor에 따르면, 홍콩 스낵 시장 규모는 2022년 11억 8,990만 달러를 기록함

- 2020년 코로나19로 인해 전년 대비 9,230만 달러 감소하였으나, 2021년부터 반등하여 다시 증가세로 돌아섬
- 가장 높은 비중을 차지한 부문은 제과 부문으로 2022년 4억 4,890만 달러를 기록함. 이어서 짭짤한 스낵이 3억 5,560만 달러, 아이스크림이 2억 3,030만 달러, 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵이 1억 5,510만 달러를 기록함

표 1 **홍콩 스낵 시장 규모 추이(2017-2022년)**

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

Statista에 따르면, 홍콩 제과 및 스낵 1인당 소비량은 2022년 27.4㎏을 기록하였으며, 단위(Unit)당 가격은 11.47달러를 기록함
- 2027년 1인당 소비량은 29.8㎏, 단위당 가격은 13.07달러를 기록할 것으로 전망됨

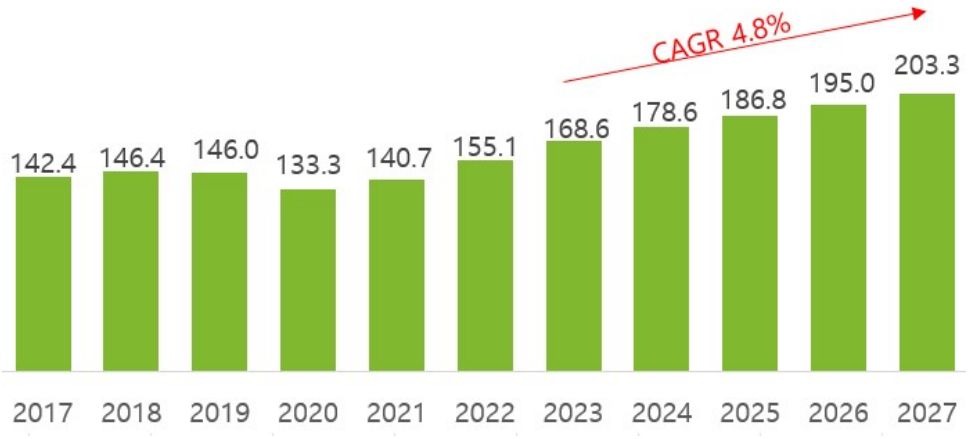
표 2 홍콩 제과 및 스낵 1인당 소비량 및 단위당 가격 추이(2017-2027년)

자료: Statista

지원 기업 품목이 포함된 홍콩의 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 규모는 2022년 1억 5,510만 달러를 기록하였으며, 2023년 1억 6,860만 달러에서 2027년까지 연평균 4.8% 성장하여 2억 330만 달러를 기록할 것으로 전망됨

표 3 홍콩 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 규모 추이(2017-2027년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 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

HS CODE 1905.90.1090: 기타

국가별 HS CODE
- 글로벌: 1905.90
- 홍콩(중국): 1905.90.00
- 한국: 1905.90.1090

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 과자류(HS CODE 1905.90) 수입 규모는 279억 3,367만 2,000달러를 기록함

- 2018년 전년 대비 10.7%, 2019년 4.7%, 2020년 2.5%, 2021년 15.6% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 8.3%를 기록함

수입국 1위는 미국으로, 2021년 51억 2,718만 5,000달러를 수입하여 전체의 18.4%를 차지함

홍콩은 17위로, 3억 5,025만 6,000달러를 수입하여 전체의 1.3%를 차지함

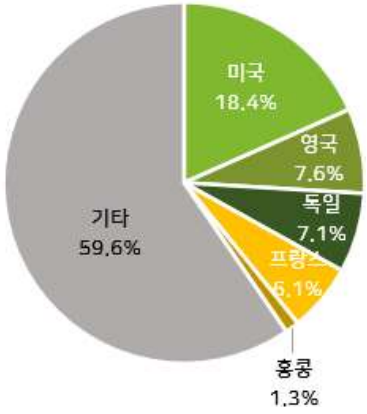
표 1 글로벌 과자류 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가		2017	2018	2019	2020	2021	연평균성장률
글로벌		20,340,527	22,506,863	23,559,237	24,158,383	27,933,672	8.3
1	미국	3,200,404	3,608,843	3,934,369	4,212,368	5,127,185	12.5
2	영국	1,726,553	1,917,228	2,127,508	2,173,185	2,119,767	5.3
3	독일	1,454,276	1,602,581	1,692,254	1,752,475	1,991,277	8.2
4	프랑스	1,262,222	1,416,883	1,436,630	1,468,362	1,699,931	7.7
17	홍콩	287,553	329,705	309,826	285,336	350,256	5.1
기타		12,409,519	13,631,623	14,058,650	14,266,657	16,645,256	7.6

자료: ITC

그림 2 글로벌 과자류 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

홍콩 수입 규모

2021년 홍콩 과자류(HS CODE 1905.90.00) 수입 규모는 3억 5,016만 9,000달러를 기록함
- 2018년 전년 대비 14.7% 증가하였지만, 2019년 6.0%, 2020년 7.9% 감소하고, 2021년 22.7% 증가함

수입국 1위는 중국으로, 對중국 수입 규모는 2021년 1억 1,615만 7,000달러로 전체의 33.2%를 차지함

한국은 4위로, 2021년 對한국 수입 규모는 1,901만 8,000달러로 전체의 5.4%를 차지함

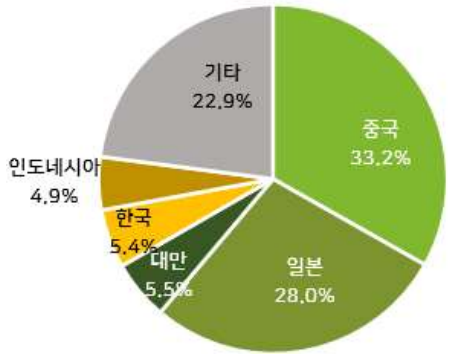
표 3 홍콩 과자류 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가		2017	2018	2019	2020	2021	연평균성장률
글로벌		287,553	329,767	309,866	285,370	350,169	5.0
1	중국	111,821	140,131	119,286	96,880	116,157	1.0
2	일본	54,704	72,127	68,470	71,542	98,084	15.7
3	대만	15,790	17,015	18,154	18,686	19,341	5.2
4	한국	12,324	11,045	12,281	16,506	19,018	11.5
5	인도네시아	6,657	6,060	5,293	6,393	17,216	26.8
기타		86,257	83,389	86,382	75,363	80,353	-1.8

자료: ITC

그림 4 홍콩 과자류 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

한국 수출 규모

2021년 한국 과자류(HS CODE 1905.90.1090) 수출 규모는 1억 4,111만 6,000달러를 기록함

- 2018년 전년 대비 5.5%, 2019년 10.1%, 2020년 34.0%, 2021년 19.3% 증가하여, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 16.7%를 기록함

수출국 1위는 미국으로, 對미국 수출 규모는 2021년 3,676만 2,000달러로 전체의 26.1%를 차지함

홍콩은 6위로, 2021년 對홍콩 수출 규모는 532만 2,000달러로 전체의 3.8%를 차지함

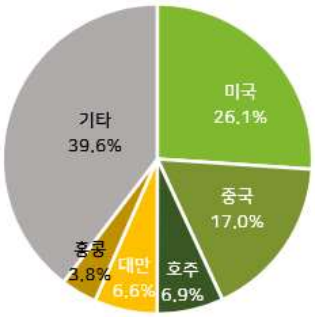
표 5 한국 과자류 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가		2017	2018	2019	2020	2021	연평균성장률
글로벌		76,006	80,182	88,254	118,302	141,116	16.7
1	미국	18,798	21,145	23,011	31,491	36,762	18.3
2	중국	12,980	11,358	10,960	15,266	24,058	16.7
3	호주	7,228	8,201	8,641	9,759	9,761	7.8
4	대만	3,078	2,551	4,925	11,534	9,283	31.8
6	홍콩	6,570	6,001	3,155	6,172	5,322	-5.1
기타		27,352	30,926	37,562	44,080	55,930	19.6

자료: 한국무역협회

그림 6 한국 과자류 국가별 수출 비중(2021년)



자료: 한국무역협회

Ⅱ

트렌드

01 소비 트렌드

홍콩 스낵 소비 트렌드

집에 머무는 시간이 늘어나면서 스낵 소비가 증가함. 또한, 코로나19로 건강과 웰빙에 대한 인식이 높아지면서 건강한 스낵에 대한 수요가 증가하고 있음

고단백질 스낵의 인기가 높아지고 있으며, 설탕 또는 초콜릿이 함유된 스낵 대신 저당 스낵을 찾는 소비자들이 늘고 있음. 또한, 포만감을 주어 식사를 대체할 수 있는 스낵의 수요가 성장하고 있음

- 집중력 향상, 휴식 및 활력 증가 등에 도움을 주는 스낵류 소비도 커지고 있음
- 이로 인해 비타민이 풍부하고 면역력을 강화하면서 설탕과 지방 및 탄수화물 함량이 적은 스낵과 스낵바의 출시가 증가하고 있음
- 특히, 면역력을 증가시켜주는 프로바이오틱스, 누트로픽 및 슈퍼푸드 등이 함유된 제품이 증가하고 있으며, 다양한 소규모 브랜드가 독특한 제품을 출시하며 시장에 진출하고 있음

그림 1 **홍콩에서 최근 유행 중인 케톤체[1] 스낵 바 제품**

KETO Pretty Skin Berry Bar

자료: 제조사 홈페이지

1) 탄수화물이 아닌 지방을 주요 에너지원으로 사용하도록 체질을 변화시키도록 도와주는 다이어트 제품

건강을 중시하는 트렌드에 따라 최근 야채 및 과일을 이용해 만든 스낵류의 인기가 높아지고 있음

- 야채 및 과일을 말린 제품은 생야채와 과일을 먹기 싫어하는 소비자들에게 좋은 대안이 되고 있음
- 또한, 설탕이나 과당을 첨가하지 않아도 달콤한 맛을 느낄 수 있어 건강에 좋다는 인식과 함께 소비가 증가하고 있음

이러한 제품은 홍콩에서 유행 중인 '마음 챙김 간식(Mindful snacking)' 트렌드에도 부합함

- 유기농, 무첨가제 및 무방부제, GMO 프리 등의 스낵을 소비함으로써 건강을 해친다는 죄책감 없이 스낵을 섭취할 수 있기 때문임
- 대표적인 예로, 가공 설탕 및 과당 없이 대추야자나 구기자 열매 등을 이용해 단맛을 내는 스낵 제품이 출시되고, 글루텐 프리, 유당 프리, 대두 프리 등의 생산 원칙을 고수하는 브랜드들이 시장에 진출하고 있음
- 또한, 자신의 건강뿐 아니라 환경을 의식한 소비도 증가하고 있음. 이에 따라, 과일 껍질과 야채 펄프 등의 음식물 쓰레기까지 고려하여 생산된 스낵 제품이 출시됨

그림 2 홍콩에서 판매 중인 무가당 스낵 제품들

자료: 제조사 홈페이지

홍콩 현지 조사 결과

현지 조사원이 오프라인 매장 6곳을 방문하여 조사한 결과, 판매 중인 오란다 제품을 찾아볼 수 없었으며, 대신 이와 유사한 중국 만주의 한 종류인 사치마(沙琪玛)를 조사함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
원산지	중국	중국
제품명	흑당 사치마	사치마
제품분류	과자류	과자류
제조사	USEA	Jing Yi Jen
포장 형태	비닐 및 개별포장	비닐 및 개별포장
조사 매장	로컬 마트	로컬 마트
가격	20홍콩달러(약 3,250원[2])	22홍콩달러(약 3,580원)
중량	600g	518g
유통기한	2023년 11월 20일	2023년 8월 25일
성분	글루코스, 밀가루, 팜유, 달걀, 흑설탕, 글루텐, 소금 등	설탕, 글루코스 시럽, 밀가루, 달걀, 야채유

2) 2023년 1월 4일 기준 하나은행 매매기준율(1홍콩달러=162.96원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
원산지	대만	대만
제품명	Seaweed soft cake	Raisin soft cake
제품분류	과자류	과자류
제조사	Kou Liu Food Co. Ltd.	Kou Liu Food Co. Ltd.
포장 형태	비닐 및 개별포장	비닐 및 개별포장
조사 매장	DS Groceries	DS Groceries
가격	10홍콩달러(약 1,620원)	10홍콩달러(약 1,620원)
중량	250g	250g
유통기한	2023년 9월 13일	2023년 8월 27일
성분	밀가루, 말토스, 설탕, 팜유, 우유단백질, 김가루 등	밀가루, 말토스, 설탕, 팜유, 우유단백질, 건포도 등

02 유통 트렌드

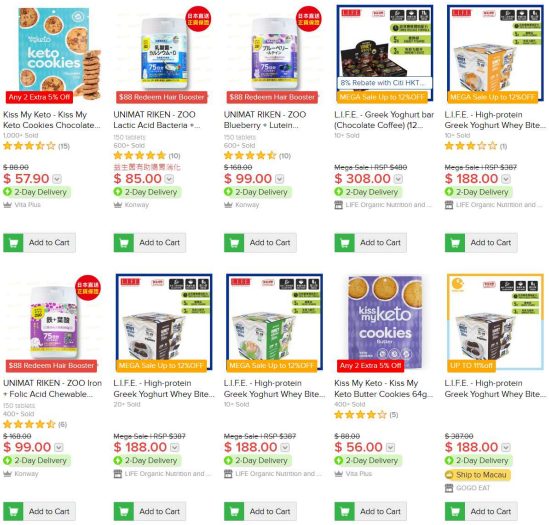
홍콩 스낵 유통 트렌드

코로나19로 인해 스낵류 유통채널에서 전자상거래 비중이 크게 증가함
- 스낵류는 대부분 유통기한이 길고 상온보관이 가능하여 배송기간이 길어져도 제품 보존에 영향을 미치지 않음
- 또한, 전자상거래를 통해 대량 구매 시 추가 할인을 받을 수 있어 소포장 제품의 대량 구매가 증가하고 있음

스낵류 시장의 수요 및 트렌드가 다양해지면서 소규모 업체들이 시장에 진입하고 있으며, 이러한 기업들은 특히 전자상거래를 통한 유통을 적극 활용하고 있음
- 소비자들은 온라인 구매 시 오프라인 구매보다 더 도전적인 경향을 나타냄. 따라서 스낵류 구매 시에도 다양하고 특별한 제품 구매를 과감하게 시도함

또한, 밀레니얼 세대는 전자상거래를 선호하기 때문에 밀레니얼 세대를 겨냥한 제품 및 브랜드는 오프라인 유통채널보다 온라인을 이용한 유통채널 확보를 더욱 중요시하고 있음

그림 1 홍콩 주요 전자상거래 채널인 HKTVMall에서 건강한 스낵류를 검색한 결과 페이지



자료: HKTVMall

03 규제 동향

홍콩 수출입 절차

절차		설명
수입 전 준비	유통업체 등록	수입식품업체 등록증 및 사업자 등록증 제출
	수입허가 사전 심의	1. 원산지 증명서 2. 위생증명서 3. 수입/유통업체 등록증 4. 식품환경위생처 날인 허가증
	라벨 제작	영문 중문 모두 가능
수입 신고	제출 서류	상업송장 2. 선하증권 3. 포장명세서 4. 수입허가증
통관 및 검역	-	일부 품목 임의 현장 검사 실시하며 위험성 낮은 품목은 신속 통관
관세 납부	-	주류의 경우 예외적 관세 납부
반출	-	통관에 이상이 없는 경우 물품 반출 허가

통관 제도

홍콩은 일반 상품 수입에 대해 자유방임적 정책을 펴고 있어 일반 수출입 화물이나 환적 화물의 세관절차는 매우 간소함

- 일반 프로세스는 '수입신고 전 (적하목록/ 허가증 획득) → 수입 신고(수입 신고서 제출) → 물품 검사 → 관세 납부 및 통관 완료'임
- 냉동·냉장 육류, 냉동·냉장 가금류, 냉동제과류, 유제품 수입 시 사전 허가 필요함
- 30도 이상 주류 및 담배를 제외한 식품의 관세는 없음. 모든 식품류 제품은 위생 검역을 받을 가능성이 있으며, 문제가 없을 경우 검사 완료까지 2~3일이 소요됨

검역 제도

식품과 관련된 기본법은「공중보건법령 제5조(Part V of the Public Health and Municipal Services Ordinance (Cap. 132))」및「식품 안전 조례(Food Safety Ordinance (Cap. 612))」에 기반을 두고 있음

- 자유무역국가인 홍콩은 수출입 화물에 대한 통관절차상 검사·검역 비율이 타국에 비해 현저히 낮음. 홍콩 세관은 수입화물에 대해 일부 물품을 임의로 추출하여 현장 검사를 실시함
- 홍콩 식품위생환경부(Food and Environmental Hygiene Department)는 홍콩 식품 안전관리 정책 및 식품 관련 입법 시행을 담당하며, 홍콩 내에서 판매되는 식품의 수입업체가 원산지 국가의 보건 당국에서 발행한 보건 증명서를 획득할 것을 요구하고 있음

중국-홍콩 통관 재개

중국은 코로나19 발생 이후 홍콩에서 중국으로 들어오는 인원을 제한했고, 최근에는 하루 2,000여 명만 입국을 허용하고 있음. 하지만 중국이 제로코로나 정책을 포기하면서 홍콩과 중국 간의 왕래를 정상화하고 있으며, 2022년 12월 24일 보도에 따르면 홍콩 정부는 통관 업무를 추진하기 위해 15개 정책국이 공동으로 담당하고 천궈지 정무국장이 이끄는 통관업무 조정팀을 구성하여 본토와의 검사 면제 통관 재개 등을 추진하고 있음. 이러한 정책이 추진되면 중국 본토에서 수입되는 물품 가치와 물량이 급증할 것으로 전망됨

III

유통

01 유통채널 현황

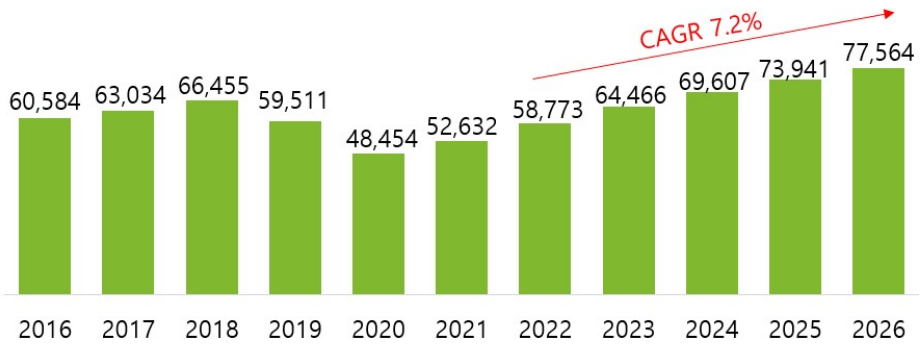
홍콩 유통시장 현황

홍콩 전체 유통시장 규모는 2022년 587억 7,300만 달러에서 2026년까지 연평균 7.2% 성장하여 2026년 775억 6,400만 달러를 기록할 것으로 전망됨

- 기업별 점유율은 2021년 DFI Retail Group이 전체의 8.6%로 가장 높은 비중을 차지함. 이어서 AS Watson Group이 7.7%, Chow Tai Fook Jewellery Group Ltd가 2.9%, Yata Ltd가 1.7%를 차지함

표 1 홍콩 유통시장 규모 추이(2016-2026년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

표 2 홍콩 유통시장 기업별 점유율(2016-2021년)

(단위: %)

순위	기업명	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	DFI Retail Group	-	-	-	-	-	8.6
2	AS Watson Group	6.9	6.6	6.2	6.8	8.6	7.7
3	Chow Tai Fook Jewellery Group Ltd	3.7	3.9	4.2	3.2	2.3	2.9
4	Yata Ltd	1.8	1.8	1.8	1.9	2.0	1.7
5	Hong Kong Television Network Ltd	0.0	0.2	0.4	0.6	1.6	1.6
6	Luk Fook Holdings (International) Ltd	1.7	1.4	1.5	1.7	1.2	1.5
7	AEON Stores (Hong Kong) Co Ltd	1.4	1.3	1.3	1.4	1.6	1.5
8	3rd Party Merchants	0.6	0.6	0.8	1.0	1.3	1.3
9	Chow Sang Sang Holdings International Ltd	1.4	1.3	1.6	1.3	1.0	1.3
10	Lifestyle International Holdings Ltd	2.0	2.1	2.2	2.0	1.5	1.2
	기타	80.5	80.8	80	80.1	78.9	70.7
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

1. DFI Retail Group Management Services Limited

- 2021년 Dairy Farm Group에서 DFI Retail Group으로 리브랜딩 및 새 로고를 출시함
- 아시아 전체에서 영업 중인 소매업체로, 1만 200개 이상의 매장을 운영 중임

기업정보	소재지	5/F Devon Hse Taikoo Place979 King's Rd Quarry Bay, Hong Kong SAR
	설립 연도	1991년
	직원 수	40만 명
	매출액	358억 6,000만 달러
	대표전화	+852-22991888
	홈페이지	www.dairyfarmgroup.com

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. A. S. WATSON GROUP (HK) LIMITED

- 약국에서 세계 최대의 국제 건강 및 미용 소매업체로 성장하여 28개 시장에서 1만 6,300개 이상의 매장을 운영

기업정보	소재지	Watson House, 1-5 Wo Liu Hang Road, Fo Tan, Shatin, N.T., Hong Kong
	설립 연도	1841년
	직원 수	1만 8,308명
	매출액	360억 1,000만 달러
	대표전화	+852 2606 8833
	홈페이지	www.aswatson.com

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

3. CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

- 1929년 처음 설립되어 2011년 상장된 홍콩의 보석 유통 그룹

기업정보	소재지	33/F New World Twr16-18 Queen's Rd C, Central District, Hong Kong SAR
	설립 연도	1929년
	직원 수	2만 9,700명
	매출액	90억 5,000만 달러
	대표전화	+852-25268649
	홈페이지	www.chowtaifook.com

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

4. YATA LIMITED

- 대규모 리노베이션을 거쳐 2008년 YATA로 이름을 변경하였으며, '일본 라이프스타일 백화점'의 트렌드와 제품을 홍콩에 공급하고 있음

기업정보	소재지	Rm 901-910 9/F GRAND CENTRAL PLZ 1138 Shatin Rural Committee Rd Sha Tin, Hong Kong SAR
	설립 연도	1989년
	직원 수	1,197명
	매출액	296만 달러
	대표전화	+852-26941111
	홈페이지	www.yata.hk

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

홍콩 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 유통구조

지원 기업 제품은 '달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵'에 포함되어 해당 시장을 조사함

홍콩의 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 유통채널은 크게 식료품 소매점, 비식료품 소매점, 온라인으로 나뉨. 2022년 기준 식료품 소매점이 전체의 84.3%를 차지하였으며, 비식료품 소매점의 비중은 9.5%, 온라인은 6.2%를 기록함

그림 1 **홍콩 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 유통채널별 점유율 현황(2017-2022년)**

(단위: %)

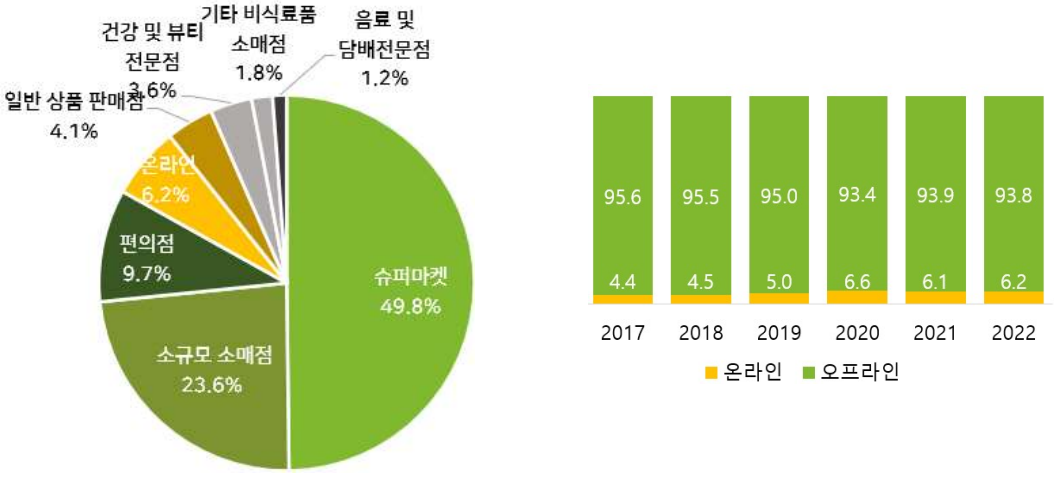
구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022
식료품 소매점	84.2	84.1	84.5	86.4	86.3	84.3
- 편의점	9.6	9.6	9.6	8.3	9.4	9.7
- 슈퍼마켓	51.2	51.2	50.7	53.1	51.4	49.8
- 음료 및 담배전문점	0.7	0.8	0.9	1.0	1.1	1.2
- 소규모 소매점	22.7	22.6	23.3	24.0	24.4	23.6
비식료품 소매점	11.4	11.4	10.5	7.0	7.6	9.5
- 일반상품판매점	4.8	4.5	4.3	4.1	4.2	4.1
- 건강 및 뷰티 전문점	6.6	6.9	6.2	2.8	3.4	3.6
- 기타 비식료품 소매점	-	-	-	0.1	-	1.8
온라인	4.4	4.5	5.0	6.6	6.1	6.2
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

가장 높은 점유율을 차지한 유통채널은 슈퍼마켓으로, 2022년 전체의 49.8%를 차지함
- 이어서 소규모 소매점이 23.6%, 편의점이 9.7%, 일반상품판매점이 4.1%, 건강 및 뷰티 전문점이 3.6%를 차지함

온라인 부문은 2017년 4.4%에서 지속 성장하여 2022년 6.2%를 차지함

그림 2 **2022년 홍콩 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일 스낵 시장 점유율(좌) 및 온라인 유통채널 점유율 추이(우)**



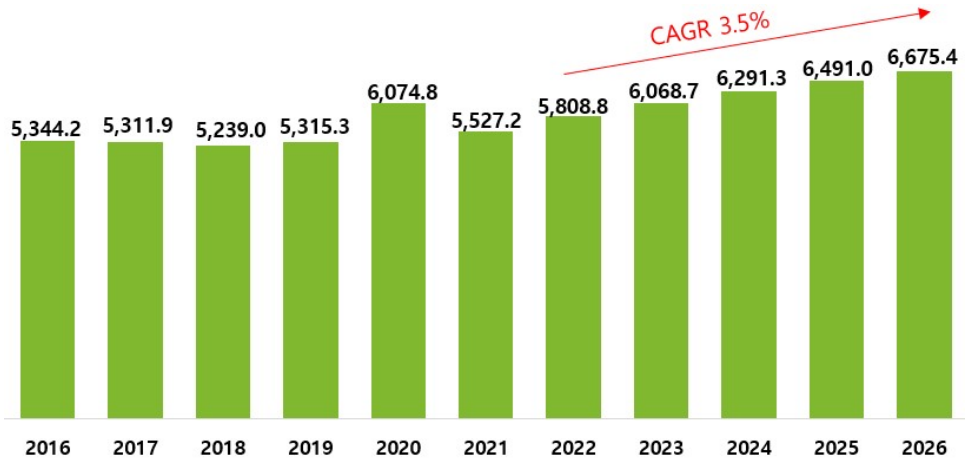
자료: Euromonitor International

홍콩 슈퍼마켓 유통채널

Euromonitor에 따르면, 홍콩 슈퍼마켓 매출액 규모는 2022년 58억 880만 달러에서 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 3.5% 성장하여 2026년 66억 7,540만 달러를 기록할 것으로 전망됨

그림 3 홍콩 슈퍼마켓 매출액 규모 및 전망(2016-2026년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

2021년 기준 홍콩의 슈퍼마켓 시장에서 가장 높은 점유율을 차지한 기업은 Wellcome으로, 전체의 37.5%를 차지함

- 이어서 ParknShop이 30.9%, Fusion이 12.0%, U select가 7.1%를 차지함

그림 4 홍콩 주요 슈퍼마켓 유통채널 브랜드 점유율(2021년)

자료: Euromonitor International

1. WELLCOME COMPANY LIMITED

- 홍콩에서 가장 오래된 슈퍼마켓 체인으로, 1964년부터 DFI Retail Group이 소유하고 있음

기업정보	소재지	5/F Devon Hse Taikoo Place979 King's Rd Quarry Bay, Hong Kong SAR
	설립 연도	1945년
	직원 수	8,700명
	매출액	4,267만 달러
	대표전화	+852-22993838
	홈페이지	www.wellcome.com.hk

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. PARKNSHOP(HK) LIMITED

- Watsons Group 그룹의 자회사임
- 홍콩 슈퍼마켓 시장 점유율 2위의 슈퍼마켓 브랜드로, 식료품을 주로 취급함

기업정보	소재지	10/F Watson Hse1-5 Wo Liu Hang Rd Fo Tan Sha Tin, Hong Kong SAR
	설립 연도	2013년
	직원 수	341명
	매출액	4,267만 달러
	대표전화	+852-26068838
	홈페이지	www.parknshop.com

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

3. Fusion by PARKNSHOP

- PARKNSHOP(HK) LIMITED에서 운영 중인 슈퍼마켓 브랜드임
- 신선한 현지 재료와 서양의 특선 요리를 제공하는 국제적인 슈퍼마켓임

기업정보	소재지	10/F Watson Hse1-5 Wo Liu Hang Rd Fo Tan Sha Tin, Hong Kong SAR
	설립 연도	2013년
	직원 수	341명
	매출액	4,267만 달러
	대표전화	+852-26068838
	홈페이지	www.parknshop.com

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

4. China Resources Vanguard Co., Ltd

- 홍콩의 슈퍼마켓 브랜드 점유율 4위의 U Select를 운영하는 중국의 유통 전문 기업임

기업정보	소재지	18/F, Animation Building, National Animation And Comic Industry Base, Huangbei Road, Huangbei Street, Luohu District Shenzhen, Guangdong, 518000 China
	설립 연도	1991년
	직원 수	1,270명
	매출액	37억 2,000만 달러
	대표전화	-
	홈페이지	www.crv.com.cn

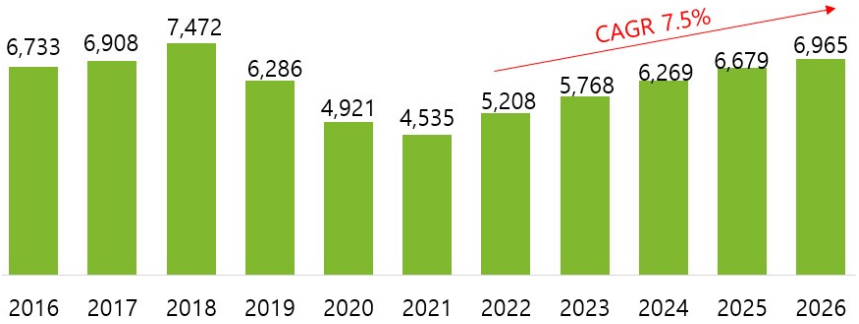
자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

홍콩 백화점 유통채널

Euromonitor에 따르면, 홍콩 백화점 매출액 규모는 2022년 52억 800만 달러에서 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 7.5% 성장하여 2026년 69억 6,500만 달러를 기록할 것으로 전망됨

그림 5 홍콩 백화점 매출액 규모 및 전망(2016-2026년)

(단위: 백만 달러)

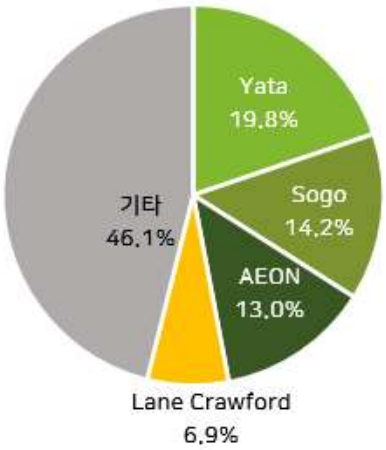


자료: Euromonitor International

2021년 기준 홍콩의 백화점 시장에서 가장 높은 점유율을 차지한 기업은 YATA로, 전체의 19.8%를 차지함

- 이어서 SOGO가 14.2%, AEON이 13.0%, Lane Crawford가 6.9%를 차지함

그림 6 홍콩 주요 백화점 유통채널 브랜드 점유율(2021년)



자료: Euromonitor International

1. YATA LIMITED

- 대규모 리노베이션을 거쳐 2008년 YATA로 이름을 변경하였으며, '일본 라이프스타일 백화점'의 트렌드와 제품을 홍콩에 공급하고 있음

기업정보	소재지	Rm 901-910 9/F GRAND CENTRAL PLZ 1138 Shatin Rural Committee Rd Sha Tin, Hong Kong SAR
	설립 연도	1989년
	직원 수	1,197명
	매출액	296만 달러
	대표전화	+852-26941111
	홈페이지	www.yata.hk

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. SOGO HONG KONG COMPANY LIMITED

- 홍콩에서 가장 큰 일본식 백화점이며 홍콩 현지인과 해외 관광객 모두를 위한 주요 쇼핑 랜드마크임

기업정보	소재지	20/F East Point Ctr555 Hennessy Rd Causeway Bay, Hong Kong SAR
	설립 연도	1983년
	직원 수	518명
	매출액	3,540만 달러
	대표전화	+852-28338338
	홈페이지	www.sogo.com.hk

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

3. AEON STORES(HONG KONG) CO., LIMITED

- 홍콩 전역에 약 6개의 GMS, 15개의 독립적인 JUSCO $10 Plaza, 여러 개의 독립적인 JUSCO 슈퍼마켓, 2개의 Bento Express 매장(2007년 출시)을 보유

기업정보	소재지	G-4/F Kornhill Plz South2 Kornhill Rd Quarry Bay, Hong Kong SAR
	설립 연도	1985년
	직원 수	3,013명
	매출액	12억 3,000만 달러
	대표전화	+852-28846888
	홈페이지	www.aeonstores.com.hk

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

4. LANE CRAWFORD (HONG KONG) LIMITED

- 홍콩의 글로벌 럭셔리 패션, 뷰티 및 라이프스타일 백화점으로 전 세계 여성복, 남성복, 신발 및 액세서리, 주얼리, 뷰티, 홈 & 라이프스타일 전반에 걸친 컬렉션을 판매 중임

기업정보	소재지	27-30/F One Island South2 Heung Yip Rd Wong Chuk Hang, Hong Kong SA
	설립 연도	1988년
	직원 수	1,163명
	매출액	8.955만 달러
	대표전화	+852-21182888
	홈페이지	www.lanecrawford.com

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

Ⅳ

통관 및 제도

01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수입신고 서류 준비

① 정식 수출신고:
목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출

② 목록통관:
- 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식 통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
- 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
- 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음

③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
- FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출신고의 어려움을 해소할 수 있음
- 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세 환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도

1. 서류 구비
↓
2. 수출신고 전 확인 사항
↓
3. 수출신고
↓
4. 세관 심사
↓
5. 선(기)적

서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음
- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소 제조기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상 일치 여부를 확인함
- 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

홍콩 통관 절차

개요

- 홍콩은 자유무역항으로 전체 품목 중 97% 이상이 비과세물품으로 거의 모든 식품에 대한 관세가 존재하지 않음
- 또한, 수출입 절차가 간단하고 인프라 시설이 우수하기 때문에 수출입에 매우 용이함
- 일반적으로 수출 후 14일 이내 통관 절차가 완료되나 수입업체는 수입 식품을 홍콩 내 유통하기 위해 수출국의 보건당국(식품의약품안전처)이 발급한 보건 인증서(위생검역증)을 제출해야 함

수입 통관 절차도

1. 수입 전 준비

⬇

2. 수입신고

⬇

3. 관세 및 제세 납부

⬇

4. 검사 및 검역

⬇

5. 물품 반출

수입 통관 절차 - 수입 전 준비

수입 및 유통업체 등록	- 홍콩 식품 환경 위생부(이하 'FEHD')와 식품안전센터(이하 'CFS')는 홍콩으로 수입되는 가공식품에 대해 별도의 수입허가와 필수적인 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음 - 다만, 홍콩으로 가공식품을 반입하기 위해서는 수입자가 현지 보건 당국에 식품 수입 및 유통업체등록을 해야 하며, 수출국의 보건 당국으로부터 발행된 위생증명서를 요청해야 함
라벨 제작	- 홍콩 CFS는 자국 내 소비자에게 균형잡힌 식단을 장려할 수 있도록 홍콩에서 판매되는 모든 포장 식품에 대해 일정 기준에 따라 영양표기를 하도록 규제하고 있음 - 식품의 겉면에 열량 및 아래의 정보를 식별 용이하고 오인하지 않도록 표시하거나 라벨을 부착해야 하며, 기타 영양소가 포함되어있다면 반드시 함량을 표기해야 함 - 라벨 필수 기재 항목은 영문과 중문 모두 가능하며 아래와 같음

〈라벨 필수 기재 항목〉
- 제품명
- 원재료 배합표
- 유통기한
- 보관방법 또는 사용방법에 대한 설명
- 제조업체 또는 포장업체의 이름 및 주소
- 수량, 중량 또는 부피
- 100g/ml 당 영양성분

〈함량 표기 의무 성분〉
- protein;
- available carbohydrates;
- total fat;
- saturated fatty acids;
- trans fatty acids;
- sodium; and
- sugars

식품 내 미네랄 오일 함유 규제	- 홍콩으로 수입되어 유통 및 판매되는 식품에 함유될 수 있는 미네랄 오일을 금지함으로써 대중의 안전을 도모하기 위함 - 미네랄 오일이란, 액체 또는 반액체, 고체 상태의 모든 탄화수소 제품으로 광물성 물질에서 파생된 액체 파라핀, 화이트 오일, 석유 젤리 및 경질 파라핀을 포함하며, 특정 경우를 제외하고는 사람 섭취용의 식품이나 재료에 미네랄 오일 사용이 금지됨
적하목록 제출	- 수입자는 적하목록을 입항일로부터 14일 이내 홍콩 해관에 제출해야 함

수입 통관 절차 - 수입 신고

전자 신고	수입자는 홍콩 정부가 지정한 서비스 업체를 통해 수입신고서를 입항일로부터 14일 이내 홍콩 해관에 제출해야 하며, 식품당 0.2 홍콩 달러의 비용을 지불해야 함

〈홍콩 정부가 지정한 수입신고 서비스 업체〉
- Brio Electronic Commerce Limited
- Global e-Trading Service Limited
- Tradelink Electronic Commerce Limited

〈수입신고 시 제출 서류〉

- 수입허가증(필요 시)
- 선하증권(B/L)
- 수출계약서
- 세관신고서
- 외환거래양식
- 상업송장(Commercial Invoice)
- 포장명세서(Packing list)
- 성분분석표(필요 시)
- 원산지 증명서(필요 시)

검사 및 검역	홍콩 해관의 검사 또는 검역의 비율은 매우 낮으나, 물품명·HS Code에 따라 수입 화물의 일부 물품을 임의로 추출하여 현장 검사를 진행함 검사 및 검역은 홍콩 해관에 의해 진행되며 고위험 식품 생선 및 수산물, 냉동육류, 가금류, 달걀, 유제품, 냉동당과류 등으로 상하기 쉬운 식품류에 대해서는 식품안전센터에서 검사를 임의로 실시할 수 있음 식품의 경우 식품 품질 확인이 가능한 수출국의 위생증명서를 사전에 수출입서비스를 통하여 온라인으로 제출하여 신속한 통관이 가능함 (1) 전자 사전검사 현장 검사 비율이 매우 낮고 운송 수단별로 화물정보 제공 시스템을 구축하고 있음 화물이 홍콩으로 반입되기 전에 물품에 대한 정보를 사전에 입수하여 위험성이 낮은 화물에 대해선 신속 통관이 이루어질 수 있도록 함 (2) 검역 제품을 수입하는 업체는 수입품이 홍콩의 법률을 준수하는지 보장할 책임이 있으며, 식품 수입 절차에 주의하여야 함
관세 및 제세 납부	홍콩은 자우무역항으로 주류 및 담배 등을 제외한 일반 수출입 화물에 대한 관세 및 기타 제세가 부과되지 않음
물품 반출	관세가 적정하게 납부되고 검사 및 검역이 완료된 물품은 지정 기간 내 물품을 반출해야 함

02 인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 필수)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Contro Points)의 영문 약자로, 해썹 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원[3]에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨. EU는 공통 식품 위생 규정을 운영하고 있으며, 해당 규정 제5조[4]에서 EU 회원국이 아닌 제3국의 모든 식품제조업체는 HACCP의 원칙에 따라 제품 및 공정을 관리해야 한다고 명시하고 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품 · 축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

3) 한국식품안전관리인증원 https://www.haccp.or.kr/
4) (EC) No. 852/2004 제 5조 HACCP
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324

1) 식품
- 식품제조·가공업, 식품제조·가공업(운반급식), 식품제조·가공업(주류제조)
- 즉석판매제조·가공업
- 식품첨가물제조업
- 건강기능식품제조업
- 식품소분·판매업(식품소분업, 기타식품판매업)
- 식품냉동·냉장업 등

2) 축산품
- 식육포장처리업
- 축산물가공·보관·운반·판매업
- 가축사육업
- 사료제조업 등

3. 인증 절차[5)]

1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성

⬇

2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성

⬇

3. 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험을 평가

⬇

4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악

⬇

5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링

5) 식품제조업체 HACCP 적용절차
https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5

4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함
- HACCP 신청서
  - 식품인 경우 전품목 전업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
  - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록등 사본
- 영업신고필증
  - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
  - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
  - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
  - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
  - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음
- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
  - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
  - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50%이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
  - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
  - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한.
- 코코아가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유탕면 또는 곡분, 전분, 전분질원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면
  - 국수: 곡분 또는 전분, 전분질원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
  - 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
  - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

표 1 홍콩 라벨링

적용 규제			Public Health and Municipal Services Ordinance (Cap. 132)의 Part V와 Part VA 및 Food and Drugs(Composition and Labelling) Regulation Cap.132W를 따름
세부 규정			Food and Drugs(Composition and Labelling) Regulations
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)		- 제품명 - 성분목록 - 유통기한 표기 - 저장 조건 및 사용 방법 - 제조업체명, 포장업체명, 주소 표기 - 수량, 무게, 부피 - 적절한 언어 - 알레르기 유발성분 관련 - 식품첨가물 관련
	라벨 표기사항 (가이드)	제품명	- 포장식품은 식품의 이름 또는 명칭을 명료하게 표기
		성분목록	- 포장된 식품은 성분목록을 읽기 쉽게 표기 또는 라벨링 하되, “Ingredients”, “Composition”, “Contents” 또는 유사한 의미를 가진 단어로 표기 - 식품 내 함유된 각 성분(물은 식품전체 부피의 5%보다 적게 차지할 경우는 제외)은 식품 포장 당시 무게 또는 부피가 큰 것에서 작은 순으로 열거 - 식품에 사용된 성분이 응집 또는 탈수 형태이거나, 식품 조제과정에서 재구성될 경우 식품성분표기 순서는 응집 또는 탈수 이전의 무게 또는 부피로 기재
		유통기한 표기	- 포장식품은 적절한 유통기한을 지칭할 수 있는 읽기 쉬운 표기 또는 라벨링을 해야함 - 영문 “Best before”와 중문 “此日期前最佳(차일기전최가)” 표기에 이어 유효날짜를 표기하되 날짜는 적절한 식품 저장을 전제로 무리 없이 뚜렷한 가치를 존속할 수 있는 기간을 의미 - 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	라벨 표기사항 (가이드)	저장 조건 및 사용 방법	- 포장된 식품에 특별한 저장 조건이 요구될 시 그 같은 조건을 읽기 가능하게 표기하거나 라벨링에 기술
		제조업체명, 포장업체명, 주소 표기	- 포장식품은 표기 및 라벨링에 제조업자 또는 포장업자의 업체명, 사업명과 주소 또는 자세한 거주지 또는 주요 사무실 명시
		수량, 무게, 부피	- 포장식품에 명확하게 수량, 총 무게 또는 총 부피를 표기 또는 라벨링
		적절한 언어	- 포장식품의 표기 및 라벨링은 영문 또는 중문으로 표기하거나 공용 가능 - 식품 표기 및 라벨링에 영문, 중문이 함께 사용되었을 경우 성분목록 또한 영문, 중문으로 같이 표기 - 당국에서 특정한 사안에 대해 요구하지 않는 이상, 제조국가의 국가적인 또는 전통적인 음식이거나, 타국가에서는 일반적으로 생산되지 않은 식품의 경우 표기 및 라벨링은 동 법령에 준하여 생산 원산지 국가의 언어로 표기 가능
		알레르기 유발성분 관련	- 일부 특수 알레르기는 건강에 치명적일 수 있으므로, 식품안전을 위해 알레르기를 유발할 수 있는 성분에 대해 라벨링을 하도록 규정 - 글루텐을 함유한 곡물(밀, 호밀, 보리, 귀리 또는 이들의 교배종이나 부산물)을 포함하는 곡류, 갑각류 및 그 산물, 난류 및 그 산물, 어류 및 그 산물, 땅콩, 대두 및 그 산물, 우유 및 그 산물(락토오스 포함), 견과류 및 그 산물
		식품첨가물 관련	- 일부 방부제, 색소 등 식품첨가물의 남용이 건강을 해칠 수 있다는 이유로 식품 제조 과정에서 사용된 식품첨가물 종류를 라벨링 하도록 규정

자료: 농식품수출정보(KATI)

GMO 라벨 표기 규제

홍콩 식약청에서는 유전자 조작식품에 대한 국제적인 표시 기준이 없는 점을 감안하여 자국민 보호를 위하여 유전자조작식품에 대한 라벨 표기 규제를 실시함

사전 평가제도를 도입하고 있으며 유전자조작 식품첨가물이 3% 이상이면 의무적으로 라벨 표기를 해야 함

Positive Label 방법

GMO 재료가 5% 이상 포함된 모든 식품은 성분 기재란에 "genetically modified" 문구를 표시하여야 함. 이때 표시는 다음과 같은 2가지 방법으로 기재할 수 있으며 글자 크기는 성분명과 동일하여야 함

- soya beans (genetically modified)
- soya flour*, water, sugar, butter, and walnut

*genetically modified

만약, 특정 성분이 유전자 조작을 통해 다른 특성을 갖는 경우에는 관련 사실을 표기하여야 함

- soya bean (genetically modified to contain high oleic acid)

또한, 식품 또는 식품 일부 성분에 동물 유전자가 함유된 경우 관련 사실을 표기하여야 함

- water, sugar, soya bean (genetically modified, contains gene(s) from A)

Negative Label 방법

"GM free" 및 이와 유사한 라벨은 소비자가 해당 식품은 GMO가 일체 포함되어 있지 않다고 혼동할 수 있음에 따라, 의도하지 않는 GMO 성분이 함유될 가능성이 있다면 위와 같은 단어 사용은 최대한 지양하여야 함

이에 홍콩 식약청에서는 업체가 GMO 성분을 5% 이하로 함유한 식품에 대해 "GM free" 및 이와 유사한 라벨 이외의 다른 방식으로 Negative labelling 방식을 적용하려는 경우 이를 증명할 수 있는 서류를 구비하는 것을 권고하고 있음

04 위생요건

식품 첨가물 규정

홍콩의 식품첨가물 규제는 식품안전센터(Centre for Food Safety, 食品安全中心)에서 제공하는 식품법률 및 지침(Food Legislation/Guidelines) 내 식품첨가물과 관련된 네 가지 규정이 있음

홍콩 식품첨가물 관련 규정은 KATI농식품수출정보(www.kati.net)에 접속하여 '식품첨가물/유해물질 〉 홍콩 〉 식품 유형 〉 과자류, 빵류 또는 떡류 〉 과자'를 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음

KATI에서 과자의 식품첨가물 관련 규정을 검색한 결과, 총 71건의 물질과 관련 기준이 검색됨

유해물질

식품안전센터에서 제공하는 식품법률 및 지침(Food Legislation/Guidelines) 안에 유해물질과 관련한 두 가지 규정이 있음

표 1 과자에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	식품 유형	잔류허용 기준
1	Erucic acid	기름 및 지방 또는 두 물질의 혼합물이 첨가된 모든 식품	중량기준, 식품 전체 지방산 함량의 5% (cis-docos-13-enoic acid 지방산)
2	melamine	기타 모든 식품(우유, 영유아용, 임산·수유부용 식품 유형 제외)	2.5mg/kg
3	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품(땅콩 및 땅콩가공품 제외)	15μg/kg (bisfuranocoumarin 화합물, aflatoxin b1, b2, g1, g2, m1, m2, p1 및 aflatoxicol 포함)
4	avoparcin	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
5	chloramphenicol	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
6	clenbuterol	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
7	dienoestrol ((e,e)-4,4'-(diethylideneethylene) diphenol) including salts and esters thereof	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
8	diethylstilboestrol ((e)-αβ-diethylstilbene-4,4'-diol) including salts and esters thereof	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
9	hexoestrol (meso-4,4'-(1,2-diethylethylene) diphenol) including salts and esters thereof	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출
10	malachite Green and its salts	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	식품 kg당 0μg (malachite green과 leucomalachite green의 합)
11	salbutamol	모든 식품(살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)	불검출

*주1. 불검출: 해당 품목에서의 검출이 허용되지 않음

자료: KATI농식품수출정보

V

바이어 인터뷰

01 바이어 인터뷰

홍콩 식품 판매장

홍콩 현지에서 판매 중인 오란다 제품을 찾아볼 수 없고 오란다에 대한 현지인들의 인지도가 매우 낮아, 사치마를 예시로 인터뷰를 진행함

Q. 1: 귀 기업에 대한 간단한 소개와 취급 품목을 알려주세요.
2: 현지에서 주로 유통되는 (조사 대상 품목)의 특징
3: 한국산 (조사 대상 품목)에 대한 인식
4: 수출 시 조언, 마케팅 조언 등

인터뷰 1: 54세 남성/로컬 슈퍼마켓 사장
A. 1: 저희는 이 지역(North Point)에서 장사한 지 20년 정도 되었는데, 이 근처 주민 및 근처 시장 상인들에게 필요한 간단한 생활용품, 간식, 음료 등을 판매하고 있어요.
2: 이런 제품들은 보통 20~30홍콩달러 정도에 판매되고 있어요. 딱딱하고 달콤한 식감을 가지고 있고, 보통 말린 과일이나 견과류가 들어가기도 해요. 젊은이들은 잘 안 사는 거 같고, 약 50세 이상의 나이 드신 분들이 많이 사가요.
3: 한국산이 들어온다면 비쌀 거 같은데, 보통 소비자층이 고소득자라기보다는 일반적인 사람들이라 잘 안 팔릴 것 같아요.
4: 가격이 합리적이라면 괜찮겠지만, 홍콩인에 입맛에 잘 맞을지는 모르겠어요.

인터뷰 2: 24세 여성/소비자
A. 1: 이런 제품을 파는 작은 규모의 매장들은 홍콩 곳곳에 있어요. 근데 찾기가 쉽지는 않아요.
2: 이 제품은 아마 Wellcome이나 ParknShop 같은 데 있기는 한데, 없을 때도 있는 거 같아요. 보통 저희 부모님 윗세대들이 선호하는 거 같아요. 전 많이 먹어본 적 없어요.
3: 한국산이 있다면 한 번 체험해 보고 싶어요.
4: 맛이 있고 한국산의 특징을 잘 살리면 좋을 것 같아요.

인터뷰 3: 43세 남성/W 매장 종업원
A. 1: 생활용품, 간식, 채소/야채, 냉동식품, 육류 등 가정생활에 필요한 거의 모든 것을 파는 홍콩에서 가장 큰 체인형 슈퍼마켓 중 하나입니다.
2: 이런 제품이 저희 지점에는 잘 없어요. 얼마 전까지 있던 것 같은데, 지금은 안 들어오고 있네요. 소비자층에 대한 자세한 정보는 드릴 수 없을 것 같아요. 50대 이상

분들이 종종 사 가기는 하지만, 가끔 젊은이들도 사 가는 거 같아요.

3: 한국에 이런 제품이 있는 줄 몰랐지만, 있다면 저희 매장에 들여오진 않을 것 같아요. 일단 이런 부류의 제품이 잘 팔리는 제품이 아니라서요. 그런데 보통 유통기한이 기니까 한 번 시도해 볼 수는 있을 거 같아요.

4: 잘 모르겠어요.

VI

시사점

01 수출 확대 방안

트렌디한 제품으로 브랜딩

웰빙 및 건강 트렌드에 가장 관심이 많은 20-30대를 겨냥하여 한국에서 유행하는 웰빙 간식이라는 이미지로 제품을 브랜딩하는 전략이 효과적일 것으로 예상됨

- 현지 조사 결과, 오란다와 유사한 사치마라는 제품은 중년층 이상만 찾는 제품으로, 젊은층에게는 다소 올드한 이미지를 가진 과자인 것으로 파악됨. 오란다가 이와 유사한 유형으로 브랜딩 된다면 젊은층으로부터 인기를 끌기 어려울 것으로 전망됨
- 따라서, 패키지를 보다 트렌디한 디자인으로 변경하는 등 젊은 소비자들의 관심을 끌 수 있을 만한 요소 필요함

이를 위해 홍콩에서 인지도가 높은 유명 인플루언서 혹은 연예인을 모델로 활용하여 트렌디한 이미지를 형성한다면 젊은 세대에게 어필할 수 있을 것으로 전망됨

소포장 용량 제품 출시

홍콩 식품 시장에는 1인 가구 소비자를 타깃으로 한 소포장 제품이 많이 출시되어 있음. 인터뷰 결과, 홍콩인들은 오란다 제품에 익숙하지 않으며, 매우 낯설게 느끼는 것으로 파악됨. 따라서 소량의 패키지를 구성하여 소비자들이 부담 없이 구매를 시도하고 제품을 맛볼 수 있도록 하는 것이 좋을 것으로 판단됨

유아 및 아동용 간식 시장 진출

오란다는 한국의 전통 영양 간식으로 유아 및 아동을 위한 간식으로도 적합함. 따라서 홍콩의 부모 소비자들을 공략하여 아이들을 위한 건강 간식으로 홍보하는 것도 고려해볼 만함. 이를 위해 유아 및 아동을 위한 패키지를 따로 구성하거나, 육아정보 사이트 등을 중심으로 홍보하는 방안을 추천함

참·고·문·헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. Statista
4. 농식품수출정보(KATI)
5. 한국무역협회

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산식품유통공사
발 행 일 자 2022. 12

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
•본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산식품유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea