

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-28
품목 | 과일청(Fruit Marmalade)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 중국 가공 및 냉동과일 시장규모	06
2. 중국 잼 및 청 시장규모	07
3. 중국 과일청 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 과일청 대신 잼 섭취 많은 중국 소비자	11
2. 수입 브랜드 인기 많아...현지 브랜드는 저렴한 편	12
3. '유리병' 용기에 담긴 제품이 가장 많아	13
4. '수입 제품·과일' 홍보 많아...과일 함량 관련 홍보문구도 빈출	14

IV. 유통채널

1. 중국 과일청 유통채널 점유율	16
2. 중국 과일청 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 중국 과일청 통관 및 검역 절차	30
2. 중국 과일청 품질 인증	33
3. 중국 과일청 라벨링	35
4. 중국 과일청 성분 및 유해물질	40

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 다론헤표무역(大连海牌贸易有限公司)	46
2. 칭다오승위안래(青岛盛源来商贸有限公司)	48
3. 상하이한진(上海韩今贸易有限公司)	50

VII. 시사점

1. 시사점	53
--------	----

※ 참고문헌	55
--------	----



HS CODE : 2106.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

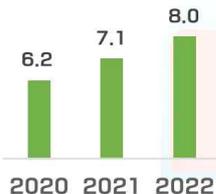
SUMMARY

중국 과일청 시장

시장 현황

가공 및 냉동 과일 시장규모

단위 : 십억 달러



잼 및 청 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 중국 온라인쇼핑몰 과일청 제품 522건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
 기본세율 12%
 협정세율 11%
 증치세 13%

사전 준비
 중국 해관 수출업체 사전등록

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
 제품명, 내용량 및 규격, 날짜 표시, 생산자, 보관 조건, 원산지, 표준 중국어 표기가 원칙이며 외국어 병기 가능

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 : 大连海牌贸易有限公司 青岛盛源来商贸有限公司 上海韩今贸易有限公司

Point 01.

과일청 수요 및 트렌드 중국 내 과일청은 주로 빵과 함께 섭취되며, 최근 여성 소비자 사이에서 물에 타서 마시는 형태로 사용되기도 함
 주요 인기제품 현지 브랜드 뿐만 아니라 영국, 노르웨이, 한국 등 수입 브랜드 제품이 주요 인기제품이며 딸기, 자몽, 살구, 꿀대추 등 다양한 맛 선택지를 보유한 제품이 인기 있음. 병이나 스틱 포장된 제품이 다수이며, 온라인 채널을 통한 유통과 판촉활동으로 제품 판매를 확대함

Point 02.

고객사 제품 피드백 중국인에게 친숙한 중국어 라벨링, 한국 제품이 가진 위생 및 안전성, 고급스럽고 편리한 포장이 고객사 제품의 강점임.
 고객사 제품 홍보 시, 스틱 제품의 휴대성, HACCP 등 식품 인증, 한국산 제품 등을 주요 셀링포인트로 강조하는 것이 좋음
 신제품 피드백 패션프루트 및 혼합과일 등 2030 여성들이 선호하는 맛이나 한국 특유의 맛을 보유한 제품을 개발하는 것을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 중국 가공 및 냉동과일 시장규모
2. 중국 잼 및 청 시장규모
3. 중국 과일청 수입규모

1. 중국 가공 및 냉동과일 시장규모

중국 국가 일반 정보¹⁾

면적	960만 km ²
인구	14억 1,175만 명
GDP	18조 321억 달러
GDP (1인당)	1만 2,970달러

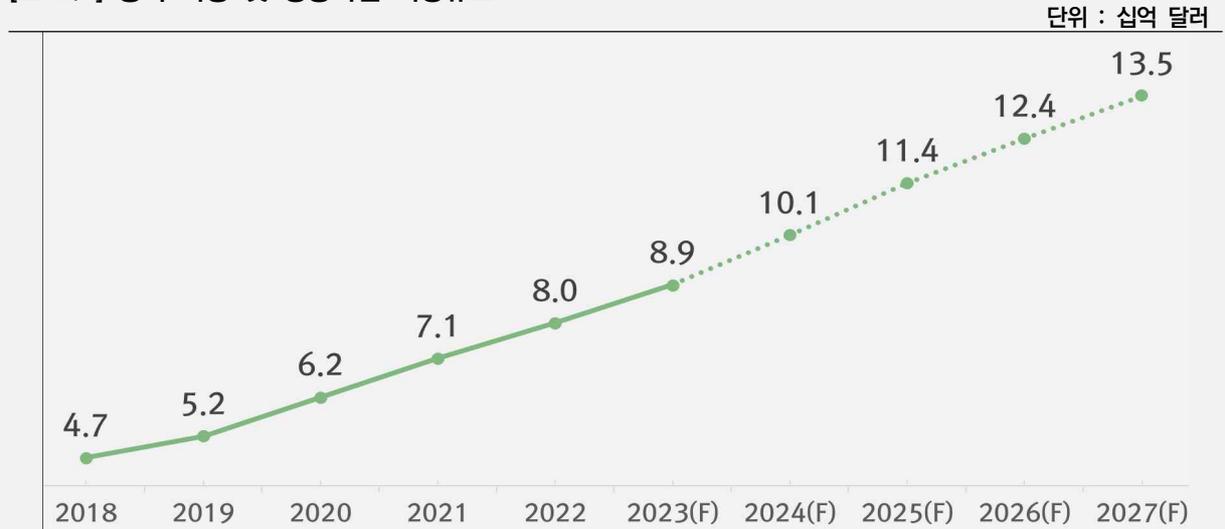
▶ 중국 가공 및 냉동과일 시장규모 10.7조 원, 연평균 14.2% 성장

2022년 기준 중국 가공 및 냉동과일 시장규모는 10.7조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 14.2%인데 비해, 2020년에는 전년 대비 18.3%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ 중국 가공 및 냉동과일 시장규모, 향후 5년간 11%씩 성장 예상

중국 가공 및 냉동과일 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 11%씩 성장하여 2027년 18.1조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 중국에서는 시리얼, 요거트와 냉동건조 과일, 야채를 함께 먹는 것이 간식 트렌드로 여겨지고 있음²⁾³⁾

[표 2.1] 중국 가공 및 냉동과일 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR ⁷⁾
가공 및 냉동과일	4.7	5.2	6.2	7.1	8.0	14.2%
(한화추정액)	(6.3조 원)	(7.0조 원)	(8.3조 원)	(9.5조 원)	(10.7조 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
가공 및 냉동과일	8.9	10.1	11.4	12.4	13.5	11.0%
(한화추정액)	(11.9조 원)	(13.6조 원)	(15.3조 원)	(16.7조 원)	(18.1조 원)	

자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」
- 2) 조사제품 '과일청'은 과일이 첨가된 시럽 형태의 제품임. 이에 고객사 제품의 원재료를 기준으로 '가공 및 냉동과일'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 리얼푸드, “냉동식품에 대한 생각이 달라졌다” 코로나 이후 이미지 바꾼 냉동식품’, 2020.09
- 4) 자료: 스탯시타(Statista), 「Processed & Frozen Fruits_China_」, 2023.10
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 잼 및 청 시장규모

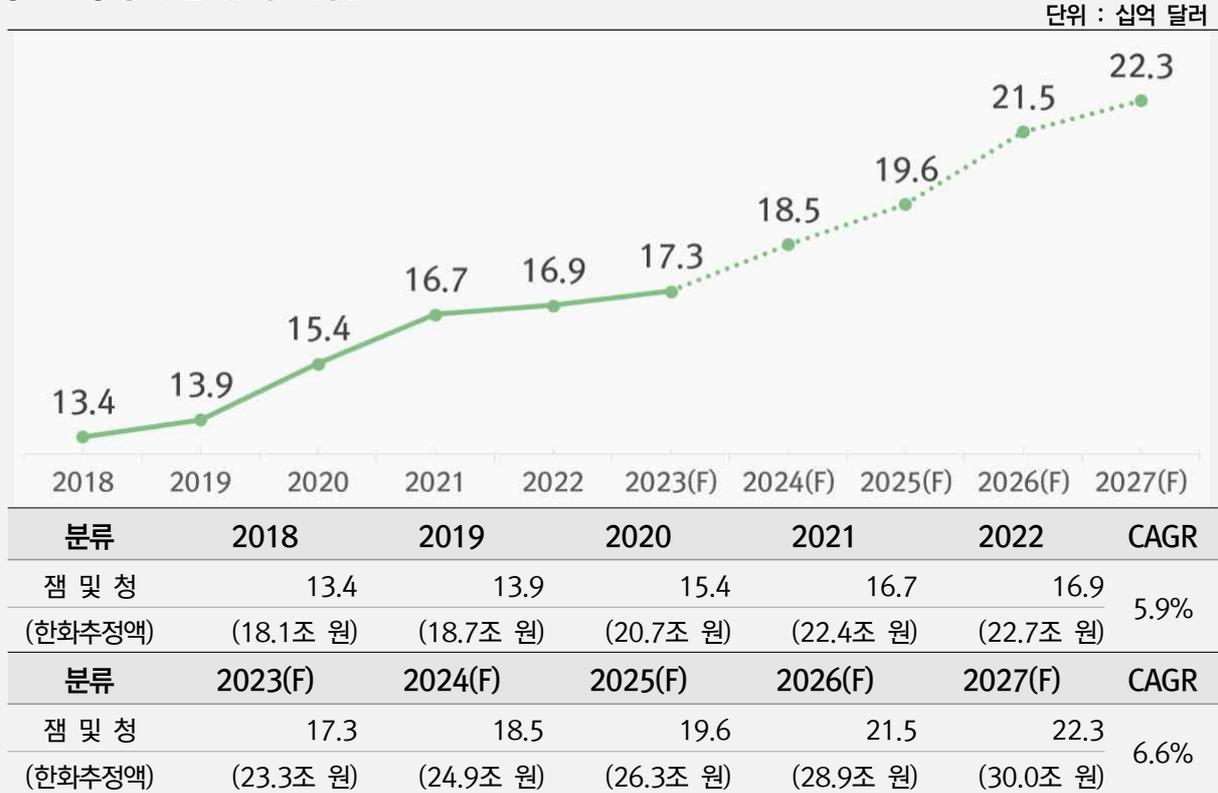
▶ 중국 잼 및 청 시장규모 22.7조 원, 연평균 5.9% 성장

2022년 기준 중국 잼 및 청 시장규모는 22.7조 원이며 최근 5년(2018-22년) 간 연평균 5.9% 성장한 데에 비해, 2020년과 2021년에는 전년 대비 각각 10.6%, 8.4%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 중국 잼 및 청 시장규모, 향후 5년간 6.6%씩 성장 예상

중국 잼 및 청 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 6.6%씩 성장하여 2027년 30조 원을 기록할 것으로 예상됨. 중국 정부가 실시한 전 국민 영양 실태조사 결과, 중국인 과채 섭취량은 권장량에 못 미치는 것으로 조사됨. 최근 중국 내 건강에 대한 관심이 증대되면서 설탕 함량을 줄이고 꿀, 대추 등으로 단맛을 내는 제품도 개발되는 추세임⁸⁾⁹⁾

[표 2.2] 중국 잼 및 청 시장규모¹⁰⁾



자료: 스탯스타(Statista)

8) 자료: KATI 농식품수출정보, 「중국인의 과일 섭취량과 과일시장 발전 전망」, 2020.06

9) 조사제품 '과일청'은 과일이 첨가된 다양한 방법으로 섭취하는 시럽 형태의 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 '잼 및 청'의 시장규모를 조사함

10) 자료: 스탯스타(Statista), 「Jams & Marmalades_China」, 2023.10

3. 중국 과일청 수입규모

과일청 HS CODE

해당 장에서 과일청은 HS CODE 2106.90으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.90-9099의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 중국 HS CODE 2106.90 對글로벌 연평균성장률 14.7%

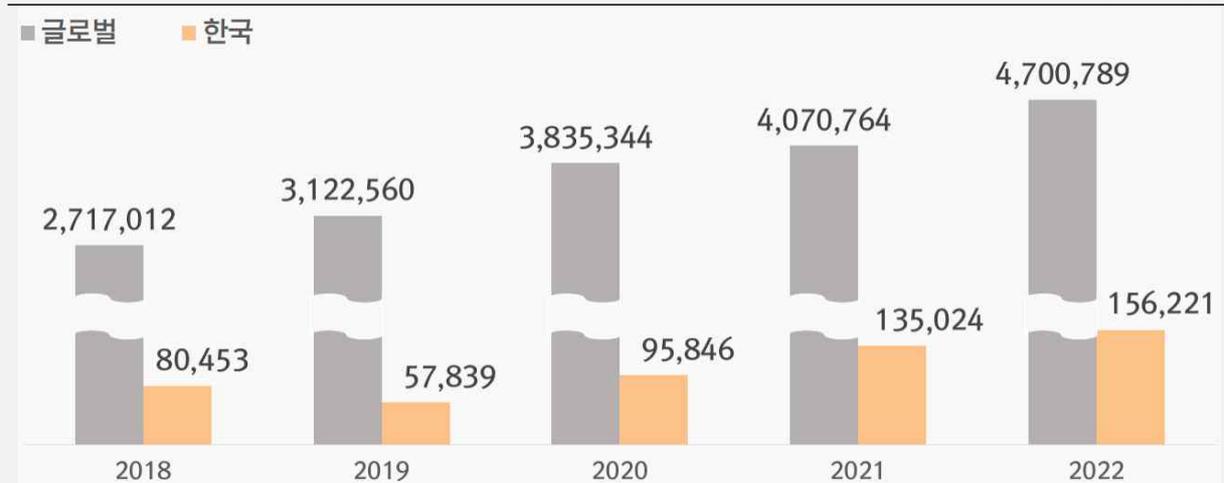
중국 HS CODE 2106.90 품목인 과일청의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 14.7%를 보이면서 2022년도에는 6.3조 원을 기록함. 최근 5년간 연평균 14.7% 성장한 데에 비해, 2020년에는 전년 대비 22.8%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 중국 내 HS CODE 2106.90 품목 수입, 한국산 상위 8위

최근 5년(2018-22년)간 중국 내 과일청의 對한국 수입규모 평균은 1,413억 원이며 최근 5년간 연평균 18.0% 증가하여 2022년 기준 수입국 상위 8위를 차지함. 1위국 미국(1.6조 원, 25%)은 연평균 17.5% 증가했고, 2위국 호주(1.0조 원, 16%)는 연평균 4.4% 증가함. 3위국 독일(6,071억 원, 10%)은 연평균 23.7% 증가함

[표 2.3] 중국 HS CODE 2106.90 수입규모¹¹⁾

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
중국 對글로벌 수입규모	2,717,012	3,122,560	3,835,344	4,070,764	4,700,789	14.7%
(한화추정액)	(3.7조 원)	(4.2조 원)	(5.2조 원)	(5.5조 원)	(6.3조 원)	
중국 對한국 수입규모	80,453	57,839	95,846	135,024	156,221	18.0%
(한화추정액)	(1,082억 원)	(778억 원)	(1,289억 원)	(1,816억 원)	(2,101억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 과일청 대신 잼 섭취 많은 중국 소비자
2. 수입 브랜드 인기 많아...현지 브랜드는 저렴한 편
3. '유리병' 용기에 담긴 제품이 가장 많아
4. '수입 제품·과일' 홍보 많아...과일 함량 관련 홍보문구도 빈출

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 중국 온라인매장 입점 과일청

- 데이터 수집 키워드 : 과일잼(果酱), 과일시럽(果浆)
- 데이터 수집량 : 522건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰 징둥(JingDong)

▶ 중국 온라인매장 입점 과일청 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁제품	딸기잼	草莓果酱	98	사과잼	苹果果酱	14
	꿀	蜂蜜	35	망고잼	芒果果酱	12
	체리잼	樱桃	31	혼합잼	混合果酱	7
	유자청	柚子	22	파인애플잼	菠萝	6
	오렌지잼	橙子	21	복숭아잼	水蜜桃	6
경쟁브랜드	달보	darbo	75	전남	全南	33
	큐피	丘比	70	광시	广禧	18
	헬리오스	Helios	62	이지스위트	EasySweet	18
	퍼매치	Firmatch	58	맥콜믹	McCormick	16
	히어로	Hero	58	마인탈	美茵塔尔	10
	주에그	Zuegg	56	베리	百利	9
	윤산반	云山半	42	알제이티	R.J.T	7
패키징	유리병	玻璃瓶装	299	340g	340g	46
	캔	罐	80	320g	320g	28
	통조림	罐装	80	25g	25g	20
	병	瓶	75	1.3kg	1.3kg	18
	봉지	袋装	23	100g	100g	17
	박스	箱装	8	1kg	1kg	14
홍보문구	수입 제품·과일	进口	478	무당	0蔗糖	29
	과육 풍부	果肉	131	80%과일함량	80%	22
	차에 타먹는	茶	86	70%과일함량	70%	20
	아이스크림과 어울리는	冰淇淋	59	90%과일함량	90%	18
	아침에 좋은	早餐	52	신선한	鲜	8
	빵과 어울리는	面包	51	95%과일함량	95%	4

1. 과일청 대신 잼 섭취 많은 중국 소비자

▶ ‘딸기잼’, ‘체리잼’ 등 잼 관련 키워드 빈출

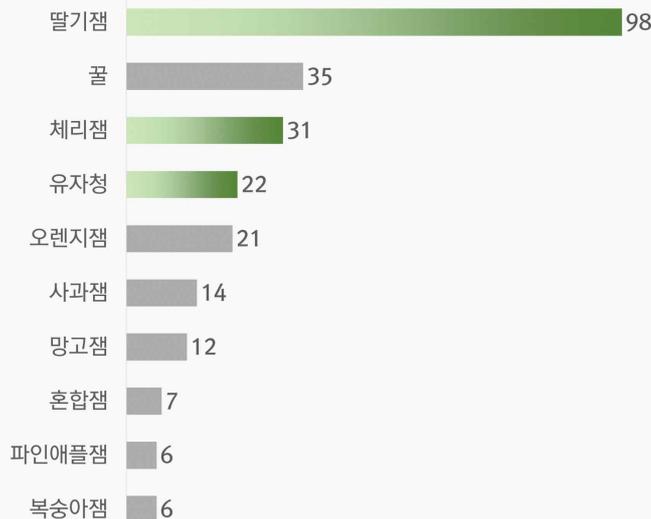
- 경쟁제품 관련 키워드 분석 결과 ‘딸기잼’과 관련 키워드 98건으로 빈출
- 그 외에도 ‘체리잼’과 ‘오렌지잼’, ‘사과잼’ 등이 도출되었으며, 과일 가공식품으로 잼 섭취가 많은 것 확인
- 데이터 확인 결과, 묽은 제형으로 물에 타 먹을 수 있게 만들어진 제품도 다수 확인됨

▶ 한국산 ‘유자청’ 인기

- 경쟁제품 중 과일청 제품으로 ‘유자청’이 도출되었으며, 유자청 제품의 대부분은 한국에서 수입된 제품으로 확인

딸기잼		체리잼		유자청	
					
제품명	캐리딸기잼(嘉丽草莓果酱)	제품명	체리잼(樱桃果肉果酱)	제품명	한국농협유자차(韩国农协柚子茶)
브랜드	주에그(ZUEGG)	브랜드	덴감레파브릭(DEN GAMLE FABRIK)	브랜드	한국농협(韩国农协)
중량	320g	중량	380g	중량	240g
가격	32.80위안(6,044원 ¹²⁾)	가격	38.90위안(7,168원)	가격	29.90위안(5,510원)

[표 3.1] 중국 판매 과일청 경쟁제품 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일청’ 관련 게시물 522건 분석

12) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 수입 브랜드 인기 많아...현지 브랜드는 저렴한 편

▶ ‘달보’와 ‘헬리오스’ 등 유럽 브랜드 빈출

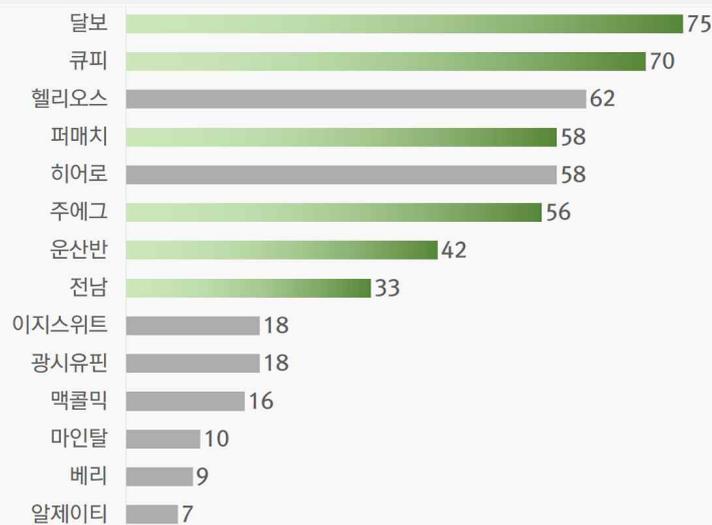
- 과일청 경쟁브랜드 분석 결과 오스트리아 브랜드 ‘달보’가 75건으로 빈출
- 그 외에도 ‘헬리오스’와 ‘퍼매치’, ‘주에그’ 등 유럽 브랜드 다수 확인
- 일본 대표 소스 브랜드인 ‘큐피’ 키워드도 70건 도출

▶ 국내 과일청 브랜드 ‘전남’ 확인...저렴한 현지 브랜드도 다수

- 현지에서 판매 중인 국내 과일청 브랜드로 ‘전남’이 확인되었으며, 매실청과 자몽청, 레몬청 등 다양한 과일청이 판매 중인 것 확인
- 중국 현지 브랜드로는 ‘운산반’이 42건으로 빈출 되었으며, 잼 제품과 과일청 제품을 판매하는 것 확인
- 중국 현지 브랜드 제품의 경우, 수입 브랜드 대비 가격이 저렴한 편

달보		전남		운산반	
					
제품명	달보블루베리잼 (德宝果蓝莓果酱)	제품명	하늘미소담은매실차	제품명	매실소스(乌梅子酱)
브랜드	달보(darbo)	브랜드	전남(全南)	브랜드	운산반(云山半)
중량	14g x 20개	중량	1kg x 2병	중량	300g
가격	32.80위안(6,044원)	가격	75.80위안(13,968원)	가격	19.90위안(3,667원)

[표 3.2] 중국 판매 과일청 경쟁브랜드 관련 키워드



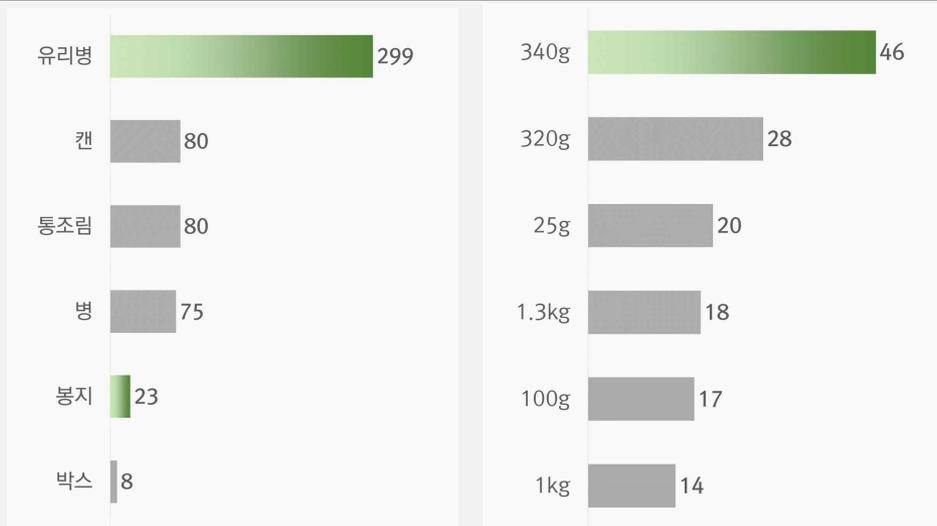
자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일청’ 관련 게시물 522건 분석

3. '유리병' 용기에 담긴 제품이 가장 많아

- ▶ '유리병'이 가장 흔한 포장 용기...사용이 편한 '봉지' 패키징도 확인
 - 포장 용기 관련하여 '유리병' 관련 키워드가 299건으로 빈출
 - '봉지' 관련 키워드도 23건 도출되었으며, 실제 데이터 확인 결과 편리하게 짜 먹을 수 있는 제품으로 확인
- ▶ '340g' 용량 키워드 최빈출, 1kg 이상의 대용량도 확인
 - 용량 관련 키워드로 '340g'이 46건으로 빈출
 - 일부 1회분 제품의 경우 '25g'으로 소분되어 있는 것 확인
 - 대용량 제품의 경우 '1.3kg'과 '1kg' 키워드가 각각 18, 14건 도출됨

유리병		봉지		340g	
					
제품명	큰과육딸기잼(大果粒草莓果酱)	제품명	이지스위트딸기1잼(易思味草莓果酱)	제품명	큐피블루베리잼(Kewpie Blueberry Jam)
브랜드	퍼매치(Firmatch)	브랜드	이지스위트(易思味)	브랜드	큐피(Kewpie)
중량	300g	중량	160g	중량	340g
가격	19.90위안(3,667원)	가격	26.00위안(4,791원)	가격	24.90위안(4,588원)

[표 3.3] 중국 판매 과일청 패키징 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '과일청' 관련 게시물 522건 분석

4. ‘수입 제품·과일’ 홍보 많아…과일 함량 관련 홍보문구도 빈출

▶ ‘수입 제품·과일’ 관련 홍보문구 다수

- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘수입 제품·과일’ 관련 키워드가 478건으로 가장 많이 도출됨
- 판매되는 제품 중 수입 제품이 많은 것이 영향을 미친 것으로 확인

▶ ‘차에 타먹는’ 제품임을 홍보…과일 함량과 당분 포함 여부 등을 강조하기도

- 잼 제품에도 ‘차에 타먹는’ 제품임을 홍보하고 있는 것을 확인하였으며, 중국 소비자 중 잼을 차에 타서 먹는 소비자도 많은 것을 알 수 있음
- ‘80%과일함량’과 ‘70%과일함량’, ‘90%과일함량’ 관련 키워드 각각 22, 20, 18건 도출
- 일부 제품의 경우 당이 포함되지 않았음을 홍보하고 있어 제품 선택 시 건강을 고려하는 소비자가 많은 것을 알 수 있음

수입 제품·과일, 무당		차에 타먹는		80%과일함량	
					
제품명	퓨라푸르타(PuraFruta)	제품명	프리미엄망고잼(优品芒果果酱)	제품명	달보살구잼(德宝果优选杏果酱)
브랜드	헬리오스(Helios)	브랜드	광시(广禧)	브랜드	달보(darbo)
중량	250g	중량	1.3kg	중량	250g
가격	40.90위안(7,537원)	가격	29.80위안(5,491원)	가격	30.90위안 (5,694원)

[표 3.4] 중국 판매 과일청 홍보문구 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일청’ 관련 게시글 522건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



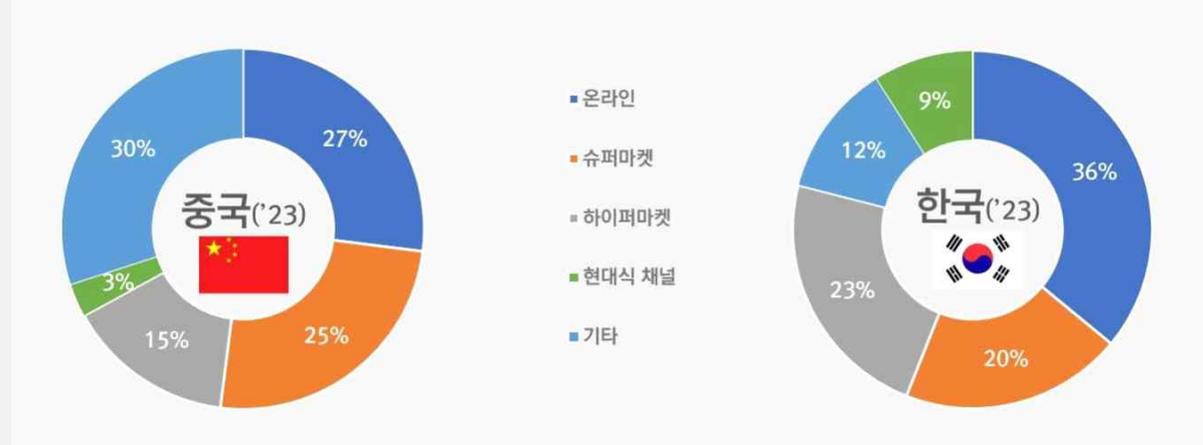
1. 중국 과일청 유통채널 점유율
2. 중국 과일청 주요 유통채널

1. 중국 과일청 유통채널 점유율

▶ 중국, 온라인과 현대적 오프라인 공략 필요

2023년 1분기 기준 중국 내 ‘온라인’ 채널이 과일청을 비롯한 일용소비재(FMCG) 유통시장에서 27% 비중을 차지하여 1위를 기록함. 한국의 경우, ‘온라인’ 채널이 36%의 비중을 차지하여 중국보다 9%p 높은 점유율로 유통채널 1위를 기록하였음. 한편, 중국 내 ‘슈퍼마켓’은 25%의 비중을 차지하여 2위를 기록한 반면, 한국에서는 20%의 비중으로 전체 유통채널 중에서 3위를 기록하고 있음. 중국 내 ‘하이퍼마켓’의 비중은 15%으로 3위를 기록하고 있음. 따라서, 중국 내 과일청을 비롯한 일용소비재 제품을 유통하기 위해서는 ‘온라인’ 채널과 ‘슈퍼마켓/하이퍼마켓’ 등 현대적 오프라인 채널을 균형 있게 활용할 필요가 있음

[표 4.1] 중국 및 한국 과일청 소매유통채널 점유율 비교¹³⁾



중국 및 한국 과일청 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾

중국	유형	한국
27%	온라인	36%
25%	슈퍼마켓	20%
15%	하이퍼마켓	23%
3%	기타 현대식 채널 ¹⁶⁾	12%
30%	기타 ¹⁷⁾	9%

자료: 칸타(KANTAR)

13) 자료: 칸타(KANTAR), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023. 07.

14) ‘과일청’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘FMCG(일용소비재)’의 정보를 확인함

15) 각 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

16) ‘편의점(CVS)’ 등 다수의 현대식 유통채널을 포함함

17) ‘식료품점(Grocery)’, ‘전통식 채널(Traditional Trade)’, ‘비식료품점(Non-Store)’ 및 기타 유통채널을 포함함

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ① 알티마트

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT-Mart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn		
	위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('22) • 1,900억 위안(35조 113억 원 ¹⁸⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 490개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 대만에 최초의 현대식 대규모 슈퍼마켓으로 개점 • 1998년 중국 본토 내 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈하여, 현재 29개의 성에 매장 보유 • 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail)의 브랜드로 운영 • 2020년 알리바바 그룹이 선아트리테일의 72%의 지분을 보유하게 됨 • 2020년 '중국 100대 체인점(中国连锁百强)'에서 슈퍼마켓 부문 1위 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등		
	선호 제품	• 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통해 직접 문의 (csspsselfre.rt-mart.com.cn/intention/merchant/index) <ul style="list-style-type: none"> - '欢迎合作' 클릭 후, '厂商注册'를 클릭하여 벤더 등록 - 회원가입 및 로그인(사용자 전화번호 인증, 비밀번호 입력) - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국 구매담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 후, 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 신상품 입점 및 판매 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-21-3107-8998 +86-21-5665-7857 (상하이점) 		

자료: 알티마트(RT-Mart)

사진 자료: 알티마트(RT-Mart)

18) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ② 씨알뱅크

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅크(CR Vanguard)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.crv.com.cn		
	위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 781억 위안(14조 3,915억 원) 	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 3,240개 직원 수('22): 17만 명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1984년 홍콩에서 개점하여 중국 본토와 홍콩 시장을 포괄하는 사업 진행 중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유 올레(Ole), 비엘티(BLT), 바이플러스(V+), 브이엔고(VnGO) 등 프리미엄 오프라인 매장 보유 '완지아 앱(Wanjia App)', '스마트 리테일(Smart Retail)' 등 새로운 서비스 방식을 통해 온라인과 오프라인 통합 서비스 제공 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 확인 및 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에 상품 모집 공고 확인 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer) 공급자 지원 자격 체크 (품목별 상이) 일부 품목의 경우 중국 현지에 등록된 업체만 신청 가능 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자 자료 등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일 발송 추가 서류 제출 요구 시 제출 소요시간: 약 30일 (최소) 로컬 에이전트를 통한 등록 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일: crvzbscb@crv.com.cn 		

자료: 씨알뱅크(CRVanguard)

사진 자료: 샘파트너스(Sampartners)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ③ 허마세성

기업 기본 정보	기업명	허마세성(盒马鲜生)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.freshippo.com	
	위치	중국 전역	
	규모	매출액('22) • 610억 위안(11조 2,405억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 300개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 매장-물류창고 통합 소매업 모델 '허마세성(盒马鲜生)', 창고형 멤버십 소매 대량판매업체 '허마X멤버십스토어(盒马X会员店)', 지역 사회 기반 소매업 모델 '허마아울렛(盒马奥莱)' 등 다양한 사업 포맷 운영 2018년 허마세성 주관 최초의 공급업체 컨퍼런스 개최하여 '새로운 소매 공급망 관계' 제안 디즈니차이나(Disney China)와 협력하여 새로운 콜라보레이션 브랜드 고안 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 인지도가 높은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 '合作招商' 클릭 - 페이지 첫 번째 메뉴 '了解商品供应商' 선택 - 해당 페이지 첫 번째 메뉴 '成为商品供应商' 선택 - '立即入驻' 선택 - 전화번호 입력 및 로그인 후 공급업체 등록 정보 입력 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-951-0217 	

자료: 허마세성(盒马鲜生)

사진 자료: 푸데이일리(Foodaily)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ④ 메이이저아

기업 기본 정보	기업명	메이이저아(美宜佳)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.meiyijia.com.cn	
	위치	중국 전역	
	규모	매출액('21)	• 340억 7,500만 위안(6조 2,790억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 3만 8개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년에 설립된 중국의 편의점 • 돈구안슈가엔와인그룹(Dongguan Sugar and Wine Group) 산하에 있는 리테일 기업 • 2022년 기준, 중국 전역에 가장 많은 편의점 매장 수를 보유하고 있는 중국 최대 규모의 편의점 브랜드 • 신선식품 특화 편의점, 드럭스토어 결합 편의점 등 기존 편의점과 다른 새로운 포맷의 오프라인 식품 소매 채널을 육성하고 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 신선식품, 음료류, 스낵류, 향신료, 소스류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 수입식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-400-887-1133 	

자료: 바이두(百度), 푸데이일리(Foodaily)

사진 자료: 푸데이일리(Foodaily), 구글맵(Google Maps)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ⑤ 이지예

기업 기본 정보	기업명	이지예(易捷)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.ejoy365.com		
	위치	중국 전역		
	규모	매출액('22)	• 354억 위안(6조 5,232억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 2만 8,249개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 시노펙이지조이(Sinopec Easy Joy) 산하의 편의점 브랜드 • 2022년까지 중국 전역에 매장 수를 가장 많이 보유한 편의점 브랜드였음 • 주유소에 입점한 형태가 많으며, 원스톱 쇼핑 플랫폼을 지향하고 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 자동차용품, 가공식품, 즉석식품, 신선식품, 음료류, 스낵류, 향신료 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 수입식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 담당자 성함, 이메일 주소, 전화번호 ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-10-5996-3735 - 이메일: zshyjgs@sinopec.com 		

자료: 이지예(易捷), SBBIT

사진 자료: 시노펙(Sinopec), 레드디자인(瑞德设计)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ⑥ 타오바오

기업 기본 정보	기업명	타오바오(淘宝网)		
	기업구분	world.taobao.com		
	홈페이지	온라인 종합 쇼핑몰		
	규모	매출액('21)	• 181억 7,000만 달러(24조 4,350억 원 ¹⁹⁾)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4억 4,100만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 알리바바(Alibaba) 산하의 글로벌 전자상거래 기업 홍콩, 마카오, 대만, 싱가포르, 호주, 캐나다 등 200개 이상 국가의 소비자를 대상으로 C2C 서비스 제공 중국 내 판매를 위해 중국에 회사를 설립하여야 등록 가능 자체 물류 공급망을 통해 10개의 국가에 배송 가능 		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	칸메이(罐美), 율핑(云峰) 등	
		해외 판매	일부 국가 해외 배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	실시간 할인 상품 소개, 카테고리별 할인 제품 소개 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 - 중국에 법인 회사 설립 <ul style="list-style-type: none"> ① 사업자등록증 신청서, 사무실 임대 계약서, 여권 사본, 중국 본토 은행 계좌 - 알리페이(Alipay) 실명 인증을 포함한 개인 계정 인증을 수행 - 본인 인증 완료 및 스토어 생성 - 상점 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) ② 공급 제품 정보 (제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) - 입점 제품 관련 정보 제출 		

자료: 타오바오(淘宝网)

사진 자료: 타오바오(淘宝网)

19) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



‘오늘의 추천’ 및 ‘나를 위한 추천’ 등 매일 다양한 상품을 소개

온라인몰 UI ②



관련성 및 정확성 위주로 검색 결과가 노출되며, 제품 정보를 세부적으로 기입함

자료: 타오바오(淘宝网)
사진 자료: 타오바오(淘宝网)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ⑦ 징동

기업 기본 정보	기업명	징동(京东)		
	기업구분	www.jd.com		
	홈페이지	온라인 종합 쇼핑몰		
	규모	매출액('22)	• 1억 2,000만 달러(1,614억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 4,630만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2004년에 설립된 중화인민공화국의 전자상거래 플랫폼 • 중국의 위챗(WeChat)과 파트너십을 맺어, 이를 통한 구매 가능 			



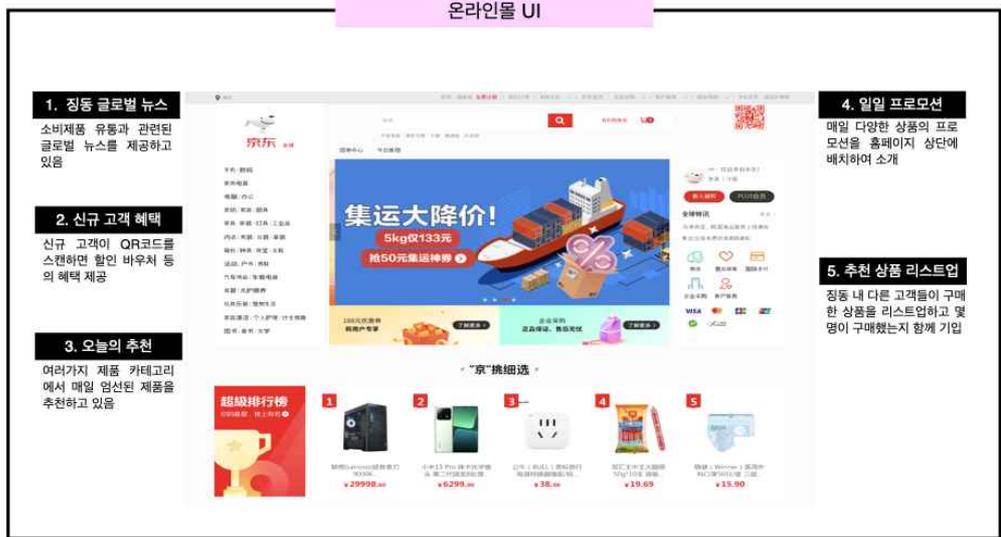
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	운산반(云山半), 퀴우바이(丘比) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	사용자별 추천 쿠폰 제공, 카테고리별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (cooperation.jd.com/lang/en?showNav=1) - 'join us' 누르기 - 공급업체/온라인 스토어 오픈 중 선택 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 카테고리, 회사 및 상품 정보 (회사명, 회사 소개, 웹사이트 등) ② 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 - 자료 검토 영업일 기준 1-3일 소요 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 심사 진행 현황은 '온라인 입점 시스템'으로부터 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격 요건의 발각으로 인해 탈퇴 당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: jdglobal_bd@jd.com (징동 글로벌)
----------	---------------	--

자료: 징동(京东), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

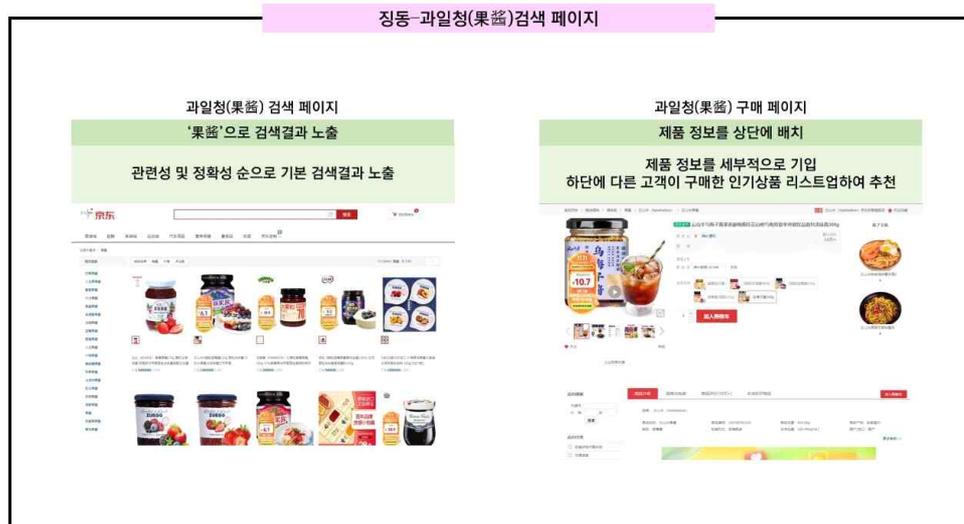
사진 자료: 징동(京东)

온라인몰 UI ①



소비재 유통과 관련된 글로벌 뉴스를 제공하고 있으며, 신규 고객 혜택 제공

온라인몰 UI ②



관련성 위주로 검색 결과를 노출시키며, 검색어 기반으로 유사 제품을 추천함

자료: 징동(京东)
사진 자료: 징동(京东)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ⑧ 완다프라자

기업 기본 정보	기업명	완다프라자(万达广场)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.wandaplazas.com	
	위치	상하이(上海) 등	
기업 규모	규모	매출총수익('22)	• 172억 7,532만 위안(3조 1,833억 원 ²⁰)
	규모	기타 규모	• 매장 수('22): 473개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 중국 완다그룹이 미국 월마트와 전략적 파트너십을 맺고 2003년 첫 번째 완다프라자 매장을 설립하였음 2015년 완다그룹이 부동산을 투자, 건설, 소유하는 '자산 중심 모델'에서 부동산 개발자가 투자하고 소유하는 '경자산 모델'로 변환 2020년 4세대 완다프라자 모델 발표하여 문화 관광 기능을 추가하였음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수입 식음료, 스낵류, 건강기능식품 등	
	선호 제품	• 식품 품질 인증을 취득한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호 ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-10-8585-3888 - FAX: +86-10-8585-3095 	

자료: 완다프라자(万达广场)

사진 자료: 완다프라자(万达广场), 월스트리트저널(The Wall Street Journal)

20) 2020년 1월-2020년 6월 간 매출총수익 (완다플라자 재무제표 상 자료)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ⑨ 왕푸징백화점

기업 기본 정보	기업명	왕푸징백화점(王府井百货)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.wfj.com.cn	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 47개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 설립된 백화점 그룹으로, 중국 전역에 88개 대규모 매장을 포함한 598개의 매장을 운영 • 베이징 백화점을 기반으로 발전함 • 2014년부터 백화점, 쇼핑몰, 아울렛 등 종합 소매업태로 발전 • 2021년 왕푸징 그룹은 수상그룹의 지분을 인수하여 시단(西单商场) 쇼핑센터를 합병함 • 2023년 기준 1,700만 명이 넘는 왕푸징 회원 보유 	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 명품, 의류, 생활용품, 액세서리, 식품 등	
	선호 제품	• 면세품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 별도 조달 입찰 플랫폼을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 '采购招标平台' 클릭 (wfjztb.kdcloud.com) • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (회사 이름, 신용 코드(사업자등록번호), 이름, 휴대전화 또는 이메일 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-10-8529-1118 	

자료: 왕푸징백화점(王府井百货)

사진 자료: 왕푸징백화점(王府井百货)

2. 중국 과일청 주요 유통채널 ⑩ 신세계백화점중국

기업 기본 정보	기업명	신세계백화점중국(新世界百货中国)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nwds.com.hk	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 12개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 설립되었으며, 2007년에는 홍콩 증권거래소에 상장 • 중국 전역에 26개의 '신세계' 백화점과 상하이 지역에 11개의 '파리 뽀랭땅' 백화점 및 쇼핑몰 운영 • 원스톱 쇼핑 경험을 제공하기 위해 백화점-쇼핑몰 하이브리드 운영 모델을 도입 • 직접 제품을 조달하고 브랜드 상품을 유통하는 자체 조달 팀이 있으며, 라이프스타일, 패션 의류 및 식음료를 포함한 카테고리에서 직접 판매 사업을 확장 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의류, 화장품, 보석, 시계, 홈퍼니싱, 식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 젊고 고급스러운 이미지의 브랜드 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단에 '联系我们' 클릭 - 商务合作 연락처 확인 후 연락 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: shmocom@nwds.com.cn - 전화번호: +86-21-5094-1888 (내선 575) 	

자료: 신세계백화점중국(新世界百货中国)

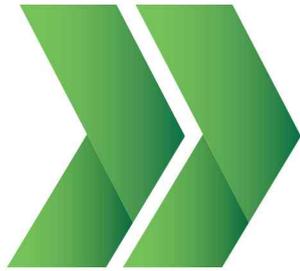
사진 자료: 신세계백화점중국(新世界百货中国)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



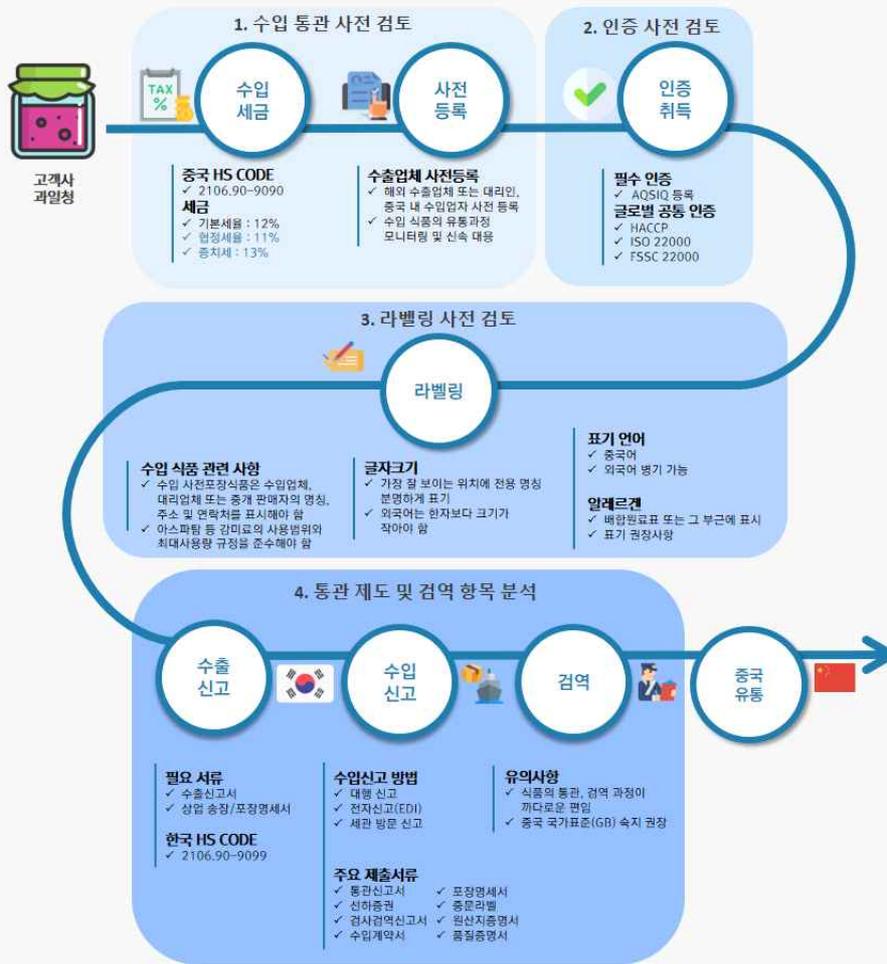
1. 중국 과일청 통관 및 검역 절차
2. 중국 과일청 품질 인증
3. 중국 과일청 라벨링
4. 중국 과일청 성분 및 유해물질

1. 중국 과일청 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 중국 과일청 수출 시, 통관 절차별 주요사항

중국으로 과일청 수출 시, 제품 수출 전 중화인민공화국 국가표준(GB: Guójiā Biāozhǔn)에 맞춰 검역 요구사항, 포장 및 라벨링 등 사전에 관련 사항을 미리 파악하여 수입 통관을 진행해야 함. 검역의 경우 라벨 검역과 실험실 검역²²⁾으로 구분되며, 합격 후 지방 해관에서 입경화물검험검역증명(위생증)을 발급함. 중국은 술 담배, 요트, 석유 등 일부 품목에 소비세를 부과하고, 부가가치세에 해당하는 증치세를 부과함²³⁾

[표 5.1] 중국 과일청 통관 검역 절차²⁴⁾²⁵⁾



자료: 관세청, 중국 해관총서(GACC), KATI농식품수출정보

21) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

22) 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임

23) 중국의 수입소비세 과세 품목은 ① 술·담배와 같은 건강에 해로운 상품, ② 요트·골프채 등 사치품, ③ 석유, 일회용 나무젓가락 등 자원 소모형 상품 및 재생 불가능한 소비품 등임

24) 기본세율은 중국과 상호 최혜국조치를 취하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품에 부과되는 세율임

25) 협정세율은 아시아 태평양무역협정(APTA)에 따른 세율임

▶ **식품 해외생산업체, 중국 해관 사전등록 必**

2022년 1월 1일부터 '중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정'이 시행됨에 따라, 중국으로 식품을 수출하는 기업의 중국 해관(GACC: General Administration of Customs of the People's Republic of China) 시스템 사전등록이 필수임. 시스템 등록 후 발급된 등록번호는 세관 신고 시 활용되며, 5년간 제품 포장지 등에 의무적으로 표시해야 함. 중국 해관총서(GACC)가 공표한 명령 248호 7조에 해당하는 품목²⁶⁾은 수출국 식품 생산, 안전 및 위생을 관리하는 정부 부처의 추천으로 등록을 해야 하며, 이를 제외한 기타 식품 해외생산업체는 자체적으로 또는 대리인을 통하여 해관총서에 등록 신청할 수 있음

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
배경 및 취지	<ul style="list-style-type: none"> 중국 식품 무역의 안정적인 발전 촉진 중국 내 수입 식품의 급격한 증가 및 수입 식품의 안전에 대한 소비자의 요구 증가로 현행 규정의 미비점 인식
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 해관총서 명령 248호 '중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록 및 관리에 관한 규정'
기관	<ul style="list-style-type: none"> 중국 해관총서(GACC)
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> 5년
신청 대상	<ul style="list-style-type: none"> 신청 대상: 중국에 수출하고자 하는 모든 해외 식품 생산, 가공 및 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 외 국가에서 식품 생산, 가공 행위를 하는 모든 기업을 식품기업 범위에 포함 - 식품 보관 안전위생 요구에 따라 식품을 보관하는 기업 또한 발급 대상에 포함 비신청 대상: 식품 첨가물 제조기업, 식품 관련 자재, 도구, 설비 등 생산, 가공, 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 첨가물(영양 강화제 포함) 제조기업은 발급 대상에 불포함 - 식품 포장재료와 용기, 식품 생산도구, 설비 및 식품에 사용하는 세제, 소독제 등 관련기업 역시 발급 대상에 불포함

자료: 중국 해관총서(GACC)

26) 육류 및 육제품, 케이싱, 수산물, 유가공품, 제비집 및 제비집 제품, 벌꿀 제품, 알 및 알가공품, 식용유지 및 유지 제조 원료, 소가 있는 밀가루 식품, 식용 곡물류, 곡물제분공업제품 및 맥아, 신선 및 탈수 야채, 건조 두류, 조미료, 건과 및 씨앗, 건조 과일, 로스팅을 거치지 않은 커피 원두 및 코코아, 특수선식식품, 보건식품

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 소재국 정부 주무 부처 추천 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처의 추천장, 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업이 소재국 규정에 부합하다는 소재국 정부 주무 부처가 발급한 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 기타 중국 해관에서 요청하는 자료 • 기업 자체 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업 제품이 중국 규정에 부합하다는 자체 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 대리인을 통해 해관에 등록 신청을 할 경우 반드시 제품에 대한 수권서와 함께 제출 필요
아이디 발급 및 로그인 경로	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디 발급 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처 추천 등록: 중국 해관에서는 식품 기업 소재국 정부 주무 부처에 기업용 아이디를 제공 예정이며, 기업은 소재국 정부로부터 아이디를 발급받고 시스템에 접속 - 기업 자체 신청(혹은 대리신청): 해외기업 자체 아이디 신청은 18종 식품 기업 외 서류 구비가 완료된 기타 식품 기업만 시스템 접속을 통해 신청 가능 • 로그인 경로 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 국제무역 단일창구 홈페이지(new.singlewindow.cn)에 접속하여 ‘수입식품 해외생산기업 등록’에서 번호 발급 신청 페이지로 접속

자료: 중국 해관총서(GACC), 중국출입국검사검역협회(CIQ: China Entry-Exit Inspection & Quarantine Association)

2. 중국 과일청 품질 인증

▶ 중국 과일청, 'AQSIQ' 등록 必

중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 등록을 필수적으로 진행해야 함. AQSIQ 온라인시스템에 회사 정보를 전산 등록한 후 중문 라벨을 인쇄해야 하며, 주류, 설탕 및 감미료를 포함하여 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁷⁾

[표 5.3] 중국 AQSIQ 등록 정보

인증명	취득 정보	
중국 AQSIQ 등록	등록 관할기관	<ul style="list-style-type: none"> 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
	유형	<ul style="list-style-type: none"> 수출 시 필수
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> AQSIQ는 중국의 WTO 가입을 위해 2001년 4월 10일 국가품질기술감독총국과 국가출입국검사검역총국의 합병으로 설립됨 중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 국가질량감독검험검역총국 온라인시스템에 회사 정보를 등록해야 함 AQSIQ 등록은 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁸⁾ <ul style="list-style-type: none"> 수입식품(주류, 설탕 및 감미료 포함), 유제품, 육류, 해산물 등 2021년 10월 기준 65개국 약 27,800개 이상 식품 생산 및 수출업체가 등록함 AQSIQ는 제조업체 및 수출업체가 신청인으로 직접 등록할 것을 권고하고 있으며, 중국 수입업체 및 유통업체가 대신 진행할 경우 통관 및 유통 시 문제가 발생할 수 있음을 안내하고 있음 식품 유형에 따라 등록 요구사항 및 등록 신청비에 차이가 있으나 등록 절차는 동일함
	근거규정	<ul style="list-style-type: none"> 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> 중국 식품안전법(2021)(中華人民共和國食品安全法(2021)) GACC/AQSIQ Notic No. 248/249

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 한국농수산물유통공사

27) 중국 AQSIQ 인증 신청 페이지 (www.aqsiq.net/application) 참고

28) 중국 AQSIQ 수입 식품 목록 (www.aqsiq.net/imported-food-list) 참고

▶ 중국 과일청, 글로벌 공통 인증 적용 권장

중국으로 과일청 수출 시, HACCP, FSSC 22000 등의 식품 생산 안전 글로벌 인증 및 중국 내 유기농 품질 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 또한, 중화인민공화국 시장관리감독총국(SAMR: The State Administration for Market Regulation)은 중국 식품위생법의 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따라 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 대리인에게 관련 정보의 사전 온라인 등록을 요구하고 있음

[표 5.4] 중국 과일청 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	지방 식품의약품안전처	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
중국 유기산품 인증	유기농 품질 인증	중국 내 인증	중국품질인증센터(CQC: China Quality Certification Center)	

자료: 각 인증기관

3. 중국 과일청 라벨링

[표 5.5] 중국 과일청 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것 규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함
	2. 내용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> 법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함 제조 시 사용되는 공정수와 식용 가능한 포장재를 표시해야 함 주류의 경우 '%vol' 단위로 알코올함량을 표기해야 함 '과음은 건강을 해칠 수 있습니다.'라는 경고 문구를 반드시 표기해야 하며 기타 경고 문구를 동시에 표기할 수 있음 아스파탐을 첨가한 식품에는 '아스파탐(페닐알라닌 포함)'을 표기해야 함
	3. 날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> 일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 년, 월, 일 또는 국가표준 규정에 따라 표시할 것 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 유통기한 표기를 생략할 수 있음
	4. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함²⁹⁾ 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

29) 'GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙' 참고

[표 5.5] 중국 과일청 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	5. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함
	6. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 1.8mm 이상(35cm² 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기할 것 상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 크기가 작아야 함
	7. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 ‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지, 중국 내 대리점 이름, 주소, 연락처를 표기해야 함³⁰⁾

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

30) 2023년 12월 1일부터 「유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치」의 개정에 따라, 원산국 및 원산지를 비롯하여 중국 내 법적으로 등록된 대리점, 수입업체, 또는 유통업체의 이름, 주소, 연락처를 중국어로 표기해야 함

▶ 중국 과일청 라벨 샘플



[앞면]



[옆면]



[뒷면]



[윗면]

[앞면 - 중국어, 영어]

- ① 丘比
- ② 蓝莓果酱
- ③ KEWPIE BLUEBERRY JAM
- ④ 净含量：340g
- ⑤ 清甜
- ⑥ 木糖醇
- ⑦ 添加量

[앞면 - 국문]

- ① 큐피 (상표명)
- ② 블루베리 청
- ③ 큐피 블루베리 잼
- ④ 함량：340g
- ⑤ 상큼
- ⑥ 자일리톨
- ⑦ 첨가량

⑧ 约5%

[옆면 - 중국어]

①

营养成分表		
项目	每100g	NRV%
能量	984kj	12%
蛋白质	0g	0%
脂肪	0g	0%
碳水化合物	57.6g	19%
钠	51mg	3%

② 合格

[뒷면 - 중국어]

- ① 配料：
蓝莓、白砂糖、麦芽糖浆(食用玉米淀粉、水)、水、食品添加剂(木糖醇、果胶、柠檬酸、柠檬酸钠)
- ② 生产日期：见瓶盖 保质期：18个月
- ③ 贮存条件：
可在常温阴凉条件下保存，开盖后须冷藏并请尽快食用。
- ④ 可溶性固形物：大于等于55%
- ⑤ 产品标准号：GB/T 22474
- ⑥ 公司名称：丘比(中国)有限公司
- ⑦ 地址：
北京市怀柔区雁栖经济开发区北一街3号8幢1层01
- ⑧ 生产商：北京丘比食品有限公司(B)
- ⑨ 地址：
北京市怀柔区雁栖工业开发区雁栖北一街3号
- ⑩ 产地：中国北京怀柔区

⑧ 약5%

[옆면 - 국문]

①

영양성분표		
항목	100g당	NRV%
에너지	984kj	12%
단백질	0g	0%
지방	0g	0%
탄수화물	57.6g	19%
나트륨	51mg	3%

② 합격

[뒷면 - 국문]

- ① 원재료：블루베리, 백설탕, 맥아시럽(식용옥수수전분, 물), 물, 식품첨가물(자일리톨, 펙틴, 구연산, 구연산나트륨)
- ② 제조일자：병뚜껑참조 유통기한：18개월
- ③ 보관방법：상온 및 서늘한 조건에서 보관할 수 있으며 뚜껑을 연 후에는 냉장보관하며 가급적 빨리 섭취하십시오.
- ④ 가용성 고형물：55% 이상
- ⑤ 제품규격번호：GB/T22474
- ⑥ 회사명：큐피(중국)유한공사
- ⑦ 주소：베이징시 화이러우구 안서경제개발구 북1가 3호 8동 1층 01
- ⑧ 생산업체：베이징큐피식품유한공사(B)
- ⑨ 주소：베이징시 화이러우구 안서공업개발구 안서북1길 3호
- ⑩ 원산지：중국 베이징 화이러우구

- ⑪ 生产许可证号：SC10311160413229
- ⑫ 生产商：杭州丘比食品有限公司(H)
- ⑬ 地址：
浙江省杭州经济技术开发区16号大街5号
- ⑭ 产地：中国浙江省杭州市
- ⑮ 生产许可证号：SC10333019907552
- ⑯ 具体生产商/地址见生产日期尾端字母
- ⑰ 联系方式(消费者服务电话)：400 810 2001
- ⑱ 网址：http://www.kewpie.com.cn

- ⑪ 생산허가번호：SC10311160413229
- ⑫ 생산업체：항저우큐피식품유한공사
- ⑬ 주소：저장성 항저우 경제기술개발구 16번가 5호
- ⑭ 원산지：중국 저장성 항저우시
- ⑮ 생산허가번호：SC10333019907552
- ⑯ 구체적인 제조자/주소는 제조일자 끝자모 참조
- ⑰ 연락처(소비자서비스전화)：400 810 2001
- ⑱ 홈페이지：http://www.kewpie.com.cn

[뒷면 - 중국어, 영어]

- ① 首次开盖前中央安全钮凸起请勿食用
- ② 丘比
- ③ KEWPIE

[뒷면 - 국문]

- ① 중앙 안전 손잡이가 튀어나온 상태로 뚜껑을 처음 열기 전에는 음식을 먹지 마세요
- ② 큐피 (상표명)
- ③ 큐피 (상표명)

4. 중국 과일청 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

중국에 수출할 식품의 첨가물은 중화인민공화국 국가표준(GB) ‘식품첨가물 사용표준(GB 2760-2014)’에 따라 중국 국가위생건강위원회(NHC: National Health Commission)가 허가한 첨가물만을 사용할 수 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 식품첨가물 기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준의 식품첨가물 사용 표준 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.6] 고객사 과일청에 적용 가능한 중국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준(g/kg)	식품 유형
1	아라비아검(아카시아검)	Gum Arabic(Acacia Gum)	GMP ³¹⁾	과일 조미 시럽
2	아세트산	Acetic Acid		
3	벤조산	Benzoic Acid		
4	포스포리피드	Phospholipid		
5	탄산나트륨	Sodium Carbonate		
6	젤라틴	Gelatin		과일잼 (예. 처트니), 04.01.02.05 이외
7	펙틴	Pectin		
8	아스코르빈산나트륨	Sodium Ascorbate		기타 조미 시럽
9	락티톨	Lactitol		
10	메틸셀룰로오스	Methyl Cellulose		

자료: KATI농식품수출정보

31) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **중국 아스파탐 등 감미료 관련 사항**

아스파탐은 국제식품규격위원회(CAC) 및 중국, 미국, 한국 등 다수의 국가에서 합법적 사용을 승인한 식품첨가물이나, 2023년 7월 14일 세계보건기구(WHO) 국제암연구소(IARC)가 아스파탐을 ‘인체 발암 가능 물질’로 분류함에 따라 중국에서 대체감미료의 안정성이 화두로 부상함. 중국 식품업계에서는 식품안전 규제와 생산비용을 고려해 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨 등 인공감미료를 주로 사용해왔으나, 소비자의 정서를 고려해 대체감미료를 찾는 기업이 늘어나고 있음. 중국에서 유통되는 식품에 아스파탐 사용이 불가한 것은 아니나, 중국 식품안전 국가표준(GB)을 통해 아스파탐의 사용범위와 최대사용량 등을 엄격하게 관리하고 있으므로 해당 규정 준수에 유의해야 함³²⁾³³⁾

[표 5.7] 중국 대체감미료 분류

천연감미료	인공감미료
감초산암모늄, 스테비아, 나한과 글리코시드	사카린, 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨
폴리올 (락티톨, 소르비톨, 만니톨, 에리스리톨, 말티톨, 자일리톨)	

자료: KIEP대외경제정책연구원

32) KIEP대외경제정책연구원, 「中 식품시장, 안전한 감미료가 대세」, 2023.08

33) 식품안전정보원, 「중국 국가식품안전위험평가센터, 국제기구가 발표한 아스파탐 평가 결과에 관한 입장」, 2023.07

▶ **유해물질**

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회 (NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 오염물 제한량 규정(GB 2762-2017)’, ‘식품 중 병원균 제한량 규정(GB 29921-2013),’ ‘식품 중 진균 독소 제한량 규정(GB 2761-2017)’ 등이 있음. 추가로, 생산업체는 제한량 제정 여부와 상관없이 원칙적으로 식품 중 유해물질의 함량이 최저 수준에 이르도록 하여야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 유해물질 기준이며, 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.8] 고객사 과일청에 적용 가능한 중국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	납	Lead(Pb)	1.0mg/kg	채소 푸레 (잼)
2	주석	Tin(Sn)	250mg/kg / 주석도금으로 된 용기에 포장된 식품에 한한다. (음료류, 영유아 조제식, 영유아 보조식품 제외)	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보

▶ 중국 농약 최대 잔류허용기준(MRL)

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 농약 최대잔류허용(GB 2763-2021)’이 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국의 농약 최대 잔류허용기준(MRL: Maximum Residue Limits)임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.9] 고객사 과일청에 적용 가능한 중국 농약 잔류허용기준(MRL)

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준(mg/kg)	식품 유형
1	2,4-D 나트륨	2,4-D and 2,4-D Na	0.1	베리 및 기타 작은 과일 (Berries and other small fruits)
2	에타메츠술포론	Ethametsulfuron	0.01	
3	크로톡시포스	Crotoxyphos	0.02*	
4	파라콰트	Paraquat	0.01*	
5	아진포스-메틸	Azinphos-methyl	5	블루베리 (Blueberry)
6	펜피라자민	Fenpyrazamine	4* ³⁴⁾	
7	피라클로스트로빈	Pyraclostrobin	4	
8	클로로탈로닐	Chlorothalonil	1	과일류(水果)
9	펜티온	Fenthion	0.05	
10	프로시미돈	Procymidone	2	과채류(果菜)
11	사할로트린	Cyhalothrin	0.5	

자료: KATI농식품수출정보

34) MRL은 임시 한도임

▶ 알레르겐

중국에서 식품 유통 시 알레르기 유발물질 또는 관련 제품이 사용될 경우, 배합원료표에 식별이 잘 되는 명칭을 쓰거나 배합원료표 부근에 관련 내용을 추가해야 함. 다만, 라벨에 알레르기 유발물질을 표기하는 것이 필수 사항은 아닌 것으로 확인됨. 하기 표는 중국에 식품 유통 시 라벨에 표시하도록 권장하는 알레르겐 성분 목록임

[표 5.10] 중국 알레르겐 표시 성분³⁵⁾

순번	표시 의무 여부	대상
1	권장	글루텐 함유 곡물 및 관련 제품 (밀, 호밀, 보리 등)
2	권장	갑각류 동물 및 관련 제품 (새우, 닭새우, 게 등)
3	권장	어류 및 관련 제품
4	권장	알류 및 관련 제품
5	권장	땅콩 및 관련 제품
6	권장	대두 및 관련 제품
7	권장	우유 및 유제품(유당 포함)
8	권장	견과 및 관련 알맹이류 제품

자료: 한국농수산물유통공사, 식품의약품안전처

35) ‘GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙’ 참고

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 다롄해표무역(大连海牌贸易有限公司)
2. 칭다오승위안래
(青岛盛源来商贸有限公司)
3. 상하이한진(上海韩今贸易有限公司)

Interview ①

36)

大连海牌贸易有限公司 다렌해표무역(大连海牌贸易有限公司) Sales Manager

다렌해표무역 (大连海牌贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년 설립
 - 다렌에 위치한 식품 수입유통업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 음료, 김, 유자차
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Sales Manager

Q. 중국 내 과일청 제품의 수요 및 트렌드에 대해 알려주세요.

중국에서는 과일청이 주로 서양식 아침 식사의 일부로 선호되며, 특히 빵과 함께 과일청을 즐기는 것이 일반적입니다. 오디청과 딸기청이 인기 있는 맛입니다. 중국 소비자들은 아침에 빵과 과일청을 선호하나, 아침 외에 시간대에는 과일청을 소비하는 경우가 상대적으로 적습니다.

Q. 중국 현지에서 인기 있는 과일청은 무엇인가요? 제품의 상세 브랜드 및 특징에 대해 알려주세요.

중국에서 가장 유명한 과일청은 영국 브랜드인 T사에서 만든 잼으로 42g의 작은 병에 포장되어 있습니다. 제품은 딸기, 오렌지, 살구, 블랙커런트, 체리, 라즈베리 등 6가지 맛이 있습니다. 고급 호텔, 기내식 등에 공급되는 제품으로 현지에서 잘 알려져 있습니다. 노르웨이의 A사 브랜드도 과일청으로 잘 알려져 있는데, A사는 1936년에 설립되었으며 라즈베리, 딸기, 블루베리의 세 가지 주요 맛을 가지고 있습니다.

Q. 현지에서는 과일청을 어떻게 섭취하나요?

중국에서 과일청을 먹는 일반적인 방식은 빵과 함께 먹는 것입니다. 과일청을 바른 빵을 우유와 함께 섭취하면 맛도 좋고, 영양가도 높은 아침 식사가 됩니다. 이러한 이유로 중국인들 사이에서 아침에 빵과 우유와 함께 섭취하는 방식이 널리 퍼져 있습니다.

Q. 중국에서 현재 인기 있는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

중국 시장에서 유통되는 대부분의 과일청은 병에 담겨 판매됩니다. 그 중에서도 오스트리아의 D사 브랜드 과일청은 14g짜리 작은 플라스틱 보장에 포장되어 있는 것이 특징입니다. D사 과일청은 딸기, 블루베리, 오렌지, 꿀 등 네 가지 맛으로 제공됩니다. 이와 별도로, 중국산 스트립 패키지 형태의 과일청도 인기를 끌고 있는데, 특히 X사 브랜드의 과일청이 주목받고 있습니다. 상위의 과일청은 망고 패션프루트, 허니 자몽차, 허니 레몬차 맛으로 35g 스트립 패키지에 포장되어 소비자들에게 다양한 선택을 제공합니다.

Q. 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

중국 현지 과일청 제품과 비교할 때, 한국 제품은 생산 과정에서의 위생 및 안전성 면에서 더 높은 평가를 받습니다. 또한, 한국 제품의 포장은 고급스러움으로 잘 알려져 있습니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 활용하나요?

X사의 과일청은 주로 타오바오 플랫폼에서 판매됩니다. 이 제품은 자주 할인 판매되거나 타오바오 플랫폼의 할인 이벤트에 참여합니다. 예를 들어, 매년 11월 11일에는 200위안(36,854원³⁷⁾) 이상 구매 시 40% 할인 이벤트가 진행되어 소비자들이 더 많은 제품을 구매하도록 유도합니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일청으로 음료에 타먹는 형태이며, 1개당 50g 용량이며 스틱 10개가 1박스로 구성되어 있습니다. 고객사 제품이 중국 시장에서 경쟁력이 있을까요?

중국 시장에서는 병에 담긴 과일청이 주를 이루고 있습니다. 이러한 병 형태의 제품은 가정용으로는 적합하지만, 휴대가 불편하다는 단점이 있습니다. 반면에 고객사 제품과 같은 스틱 형태의 과일청 제품은 외출 시 휴대하기 쉽다는 큰 장점이 있습니다. 특히 여성들 사이에서 가방에 제품을 넣고 다닐 수 있어 큰 인기를 끌 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

현재 제공되는 맛 중에서는 블루베리 맛이 가장 인기를 끌 것으로 보입니다. 중국 시장에서는 딸기와 자몽 맛이 주요 맛이지만, 최근에 개발된 패션프루트 맛도 젊은 여성들 사이에서 인기를 얻고 있습니다. 이처럼 새로운 맛을 출시하여 제품을 소개하는 것은 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 중요한 과정입니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 중국에서 마멀레이드나 잼 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

중국에서 판매되는 과일청 제품은 일반적으로 특별한 인증을 받지 않습니다. 그러나 최근 중국 소비자들은 제품의 위생적인 생산에 대해 높은 관심을 보이고 있으며, HACCP과 같은 인증은 소비자의 제품 선택에 있어 중요한 요소가 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을지, 셀링포인트를 알려주세요.

고객사 제품의 휴대성을 강조하는 것이 중요한 포인트라고 생각됩니다. 기존에 병에 담긴 제품이 많았던 것에 비해 스틱 형태의 고객사 제품의 휴대성은 뚜렷한 차별 포인트이기 때문입니다. 타깃층으로는 직장에 다니는 여성들과 산이나 야외 활동을 즐기는 사람들을 중심으로 설정하는 것이 효과적일 것으로 보입니다.

37) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ②

38)

青島盛源来商贸有限公司

칭다오승위안래(青島盛源来商贸有限公司)
Sales Manager칭다오승위안래
(青島盛源来商贸有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2005년 설립
 - 칭다오, 산둥성에 위치한 수입유통업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 김치, 한국 소스, 신라면, 짜파게티, 고추장
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Sales Manager

Q. 중국 내 과일청 제품의 수요 및 트렌드에 대해 알려주세요.

중국에서 과일청은 주로 빵과 함께 소비됩니다. 특히 아침 식사나 애프터눈티 시간에 잼으로 먹는 것이 일반적입니다. 최근에는 다양한 맛과 풍부한 영양을 제공하는 과일청이 출시되어, 여성 소비자들 사이에서도 물에 타서 마시는 형태로 즐겨 사용되고 있습니다.

Q. 중국 현지에서 인기 있는 과일청은 무엇인가요? 제품의 상세 브랜드 및 특징에 대해 알려주세요.

중국에서 가장 유명한 한국 과일청은 J사 브랜드의 과일청입니다. 이 과일청 제품은 꿀대추, 허니블루베리자몽, 허니자두, 한라산 패션프루트의 4가지 맛 구성으로 판매되고 있습니다. 한국산 제품 중 최초로 중국에 진출한 유자차로 판매된지 20년 정도 되었으며, 대한민국 전라남도 유자차를 원료로 사용하는 제품입니다.

Q. 현지에서는 과일청을 어떻게 섭취하나요?

중국에서 과일청을 섭취하는 주된 방법은 빵과 함께 먹는 것입니다. 또한, 일부 소비자들은 자기 전에 과일청을 따뜻한 음료로 만들어 마시는 것을 선호합니다. 이와 같은 방법들은 중국인들 사이에서 널리 퍼져 있는 소비 방식입니다.

Q. 중국에서 현재 인기 있는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

현재 중국 시장에서 판매되는 과일청 제품 중에서 F사 브랜드가 뛰어난 성과를 보입니다. F사 브랜드는 병에 담은 제품과 스트립 포장 제품을 모두 제공하며, 특히 허니 자몽차와 패션프루트 자몽차의 두 가지 스트립 제품이 인기를 얻고 있습니다. 이 브랜드는 타오바오에서 총 200만 개 이상 판매되는 등 큰 성공을 거두었습니다.

Q. 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

F사 브랜드는 제품의 외부 포장에 한글 문구를 사용하여 소비자들이 외국 제품으로 착각하게 만드는 전략을 사용했습니다. 반면에 고객사 제품은 외부 포장에 중국어 문장을 사용하여 소비자들에게 제품의 맛을 알리는 방식을 채택했습니다. 고객사 제품의 포장은 유럽과 미국의 제품과 유사하게 디자인되어 소비자에게 좋은 인상을 줄 것으로 보입니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 활용하나요?

F사 브랜드는 제품의 생산 배경, 적용 방법, 그리고 기타 정보를 소개하는 상세한 제품 세부 정보 페이지를 제공하여 소비자들에게 경쟁력 있는 정보를 제공하고 있습니다. 이러한 전략은 소비자들에게 제품에 대한 신뢰와 관심을 높이는 데 기여하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일청으로 음료에 타먹는 형태이며, 1개당 50g 용량이며 스틱 10개가 1박스로 구성되어 있습니다. 고객사 제품이 중국 시장에서 경쟁력이 있을까요?

제품은 스틱 형태로 제공되어 휴대가 용이합니다. 한 상자에 7개 또는 14개 막대로 디자인되어, 소비자는 이것을 1-2주 동안 충분히 사용할 수 있음을 알 수 있습니다. 이는 매일 하나씩 섭취하는 습관을 소비자에게 교육할 기회가 됩니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

중국 소비자들은 새로운 맛에 대해 큰 관심이 있습니다. 다양한 고객층을 대상으로 다양한 맛을 개발할 수 있으며, 특히 20-30대 여성을 위한 혼합 과일 맛의 개발도 고려될 수 있습니다. 따라서, 기존의 제품과 더불어 새로운 맛 제품의 출시도 좋은 방법이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 중국에서 마멀레이드나 잼 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

중국 시장에서는 특별한 인증 요구사항이 없지만, 제품이 HACCP 인증을 받았다면 이는 소비자의 선택에 좋은 영향을 미칠 수 있습니다. 중국 소비자들은 제품의 위생 기준에 대해 높은 요구가 있기에 관련 인증을 취득한다면, 긍정적인 효과가 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을지, 셀링포인트를 알려주세요.

고객사 제품은 한국에서 수입된 좋은 재료를 사용한 고품질의 제품임을 강조하는 것이 중요합니다. 또한, HACCP 인증 여부를 강조함으로써 제품의 품질을 보장하고 소비자의 신뢰를 얻을 수 있습니다.

Interview ③

39)

上海韩今贸易有限公司

상하이한진(上海韩今贸易有限公司)
Purchasing Manager상하이한진
(上海韩今贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립
 - 상하이에 위치한 식품 수입유통체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 조미료, 김, 유자차 등
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Purchasing Manager

Q. 중국 내 과일청 제품의 수요 및 트렌드에 대해 알려주세요.

중국 소비자들은 주로 아침식사 대용으로 빵에 과일청을 발라 먹습니다. 이는 간편하면서도 맛있는 아침 식사 방법으로 중국 현지에서 많이 사용하고 있습니다.

Q. 현지에서는 과일청을 어떻게 섭취하나요?

중국에서 과일청을 섭취하는 가장 일반적인 방법은 빵과 함께 먹는 것입니다. 또한, 일부 소비자들은 자기 전에 과일청을 따뜻한 물에 풀어 과일음료를 만들어 마시기도 합니다.

Q. 중국에서 현재 인기 있는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

중국 시장에서 성공을 거두고 있는 과일청 브랜드 중 하나는 L사입니다. 이 브랜드는 벌꿀 자몽, 흑자두잼, 복숭아딸기, 포플러넥타, 복숭아 등을 주요 제품으로 하며, 병포장 및 스틱형 포장 제품을 제공합니다.

Q. 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

L사 브랜드는 제품 판매 시 흔들림 컵을 증명하는 등의 마케팅 전략을 사용합니다. 이와 비교하여 고객사 제품은 고급스러운 포장으로 차별화를 두며, L사 제품은 상대적으로 저렴한 가격을 강조합니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 활용하나요?

L사 브랜드는 밀크티 전문점과 협력하여 소비자들이 일상생활에서 제품을 경험할 수 있도록 하고, 오프라인 슈퍼마켓에서 정기적인 시식 행사를 진행합니다. 또한, 사오홍슈 계정을 통해 온라인에서 소비자와 소통하며, 타오바오 공식 플랫폼에서 프로모션 활동에도 참여합니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일청으로 음료에 타먹는 형태이며, 1개당 50g 용량이며 스틱 10개가 1박스로 구성되어 있습니다. 고객사 제품이 중국 시장에서 경쟁력이 있을까요?

현재 중국 시장에서 스틱형 과일청 제품은 많지 않으며, 대부분의 과일청 제품은 병에 담겨 판매됩니다. 고객사 제품은 후대가 간편한 스틱형 형태로 제공되며, 3가지 맛으로 출시되어 중국의 젊은 소비자들에게 인기를 끌 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

고객사 제품의 맛은 과일향 기반의 비교적 단순한 맛입니다. 현재 중국 시장에서는 다양한 맛의 조합을 제공하는 경쟁제품들이 주목받고 있습니다. 이러한 시장 추세에 따라 두 개 이상의 과일을 섞은 혼합 맛이나, 한국 특유의 맛을 개발하여 신제품 출시를 통해 최근 추세를 따라가는 방법도 고려할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 중국에서 마멀레이드나 잼 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

중국 시장에서는 특별한 인증 요구사항이 없으나, HACCP 인증을 취득한 제품은 위생 기준에 대해 엄격한 중국 소비자들의 요구를 충족시키는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을지, 셀링포인트를 알려주세요.

고객사 제품의 장점인 휴대성을 강조하는 것이 중요합니다. 한국에서 수입된 제품이라는 점을 강조하는 것도 중요합니다. 최종적으로, 상품 상세페이지에 고객사 제품의 수입 통관 정보 및 자료를 추가하여 홍보한다면 고객들의 신뢰를 더욱 얻을 수 있을 것입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅵ 시사점

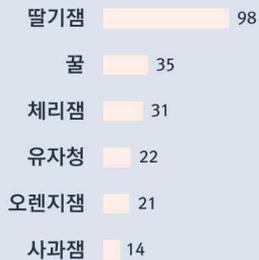


시장수요



중국 가공 및 냉동과일 시장규모는 향후 5년간 11.0%씩 증가, 잼 및 청 시장규모 또한 향후 5년간 6.6%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 2106.90(과일청)의 중국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 14.7%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이를 월등히 추월하는 연평균 18.0%의 높은 성장률을 보여, 한국산 과일청에 대한 수요 증가세를 확인함. 특히, 2022년 기준 중국의 과일청 수입 국가들 중 한국은 전체 8위를 차지하며 한국산 과일청에 대한 높은 수요를 확인하였음

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 중국 내 과일청 수요가 꾸준히 존재하며, 주로 아침 식사로 빵과 함께 섭취되거나 물에 타먹는 형태로 섭취되기도 한다고 답변함. 한국산 과일청 제품을 포함하여 다양한 맛 선택지를 보유한 수입 브랜드의 제품이 있기 있으며 현지 브랜드 뿐만 아니라 수입 브랜드 제품의 인기가 많다고 함



중국 온라인쇼핑몰 과일청 경쟁제품

소비 특징 ①

'딸기잼', '체리잼' 등 잼 관련 키워드 빈출



온라인쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

중국 과일청 시장 내 '딸기잼', '체리잼', '오렌지잼', '사과잼' 등 잼 관련 키워드가 다수 확인됨에 따라 과일 가공식품으로 잼 섭취가 많은 것을 알 수 있음. 이외에도 묽은 제형으로 물에 타 먹을 수 있는 '유자청' 제품도 다수 확인되었고, '유자청' 제품의 대부분은 한국에서 수입된 제품으로 확인됨



중국 온라인쇼핑몰 과일청 경쟁브랜드

소비 특징 ②

'달보', '큐피' 등 수입브랜드 다수



중국 과일청 시장 내 '달보', '헬리오스', '퍼매치', '주에그' 등 유럽 브랜드가 다수 확인되었음. 아시아 브랜드로는 일본 소스 브랜드인 '큐피'와 한국 과일청 브랜드 '전남'이 확인됨. 중국 현지 브랜드로는 잼 제품과 과일청 제품을 판매하는 '운산반'이 빈출되었으며, 수입 브랜드 대비 가격이 저렴한 편으로 확인됨

중국 과일청 홍보문구의 경우 '수입 제품·과일' 관련 키워드가 다수 확인되었고 이는 판매되는 제품 중 수입 제품이 많은 것의 영향인 것으로 분석됨. 또한, '차에 타 먹는' 제품임을 홍보하고 있을 것으로 보아 중국 소비자 중 잼을 차에 타서 먹는 소비자도 많은 것으로 파악됨



중국 과일청 유통 비중



유통채널



중국 과일청 유통채널 점유율 조사 결과 온라인(27%)이 기타(30%, 식료품점, 전통식 채널, 비식료품점 등) 채널을 제외하고 1위 유통채널을 차지하였음. 뒤를 이어 슈퍼마켓(25%)이 주요 유통채널로 확인되었으며 하이퍼마켓(15%) 또한 상당 비중을 차지하는 것으로 나타남. 한편 기타 현대식 채널(편의점)은 3%의 다소 낮은 점유율을 보였음

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 중국 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 타오바오에서 다수의 과일청 제품이 판매되는 것을 확인함

진입장벽

- ▶ Point 1) 중국 해관 사전등록 必
- ▶ Point 2) AQSIQ 등록 必
- ▶ Point 3) HACCP 및 유기농 인증 권장



중국으로 과일청 수출 시, 중국 해관 시스템 사전등록이 필수적임. 또한, AQSIQ 등록이 필수적으로 진행되어야 함. 식품 관련 필수적인 인증은 없지만, HACCP, FSSC 22000, 중국 유기산품 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 표준 중국어를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함. 중국 내 식품의 통관·검역 과정이 까다로운 편이기 때문에 중국 국가표준(GB)을 숙지할 것을 권장함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 중국 과일청의 주요 트렌드로는 빵에 발라서 아침식사로 섭취하거나, 물에 타서 마시는 형태가 다수인 것으로 확인됨. 또한, 다양한 맛 선택지를 보유한 브랜드의 제품이 인기가 있는 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '무설탕'에 제품 섭취법을 추가하여 홍보할 것을 권장함

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 과일청 제품의 강점은 중국어 라벨링, 제품의 안전성, 고급스럽고 편리한 포장임. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트로 개별 포장으로 편리하고 위생적인 제품임을 강조하는 것이 좋음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」
2. 리얼푸드, “냉동식품에 대한 생각이 달라졌다” 코로나 이후 이미지 바꾼 냉동식품’, 2020.09
3. 스태티스타(Statista), 「Processed & Frozen Fruits_China」, 2023.10
4. KATI 농식품수출정보, 「중국인의 과일 섭취량과 과일시장 발전 전망」, 2020.06
5. 스태티스타(Statista), 「Jams & Marmalades_China」, 2023.10
6. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준」, 2017.08
8. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2762-2012 식품 중 오염물 제한량」, 2017.08
9. 중화인민공화국 국가표준 「GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량」, 2017.08
10. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2761-2011 식품 중 진균독소 제한량」, 2017.08
11. 중화인민공화국 국가표준 「GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨통칙」, 2017.08
12. 중화인민공화국 국가표준 「GB 28050-2011 사전포장 식품 영양라벨 통칙」, 2017.08
13. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2763-2014 식품 중 농약의 최대 잔류허용기준」, 2017.08
14. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2757-2012 증류주와 혼합주」, 2017.08
15. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2758-2012 발효주와 혼합주」, 2017.08
16. 한국농수산식품유통공사 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021.12
17. 식품의약품안전처 「식품 수출 안내서(중국편)」, 2021.12
18. KATI농식품수출정보 「2022년 한눈에 보이는 중국 농식품 수출 교역조건 현황」, 2023.07
19. 식품의약품안전처 「국가별 표시사항별 식품표시 규정」, 2016.06
20. 식품의약품안전처 「제외국 식품 중 알레르기 유발성분 표시제도 현황」, 2014.12
21. 미국 농무부(USDA), 「Translation of Maximum Residue Limits for Pesticides in Foods」, 2021.08
22. KATI농식품수출정보, 「중국 농산물 잔류농약허용기준」, 2007.12

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.cn)
5. 씨알뱅가드(CRVanguard) (www.crv.com.cn)
6. 샘파트너스(Sampartners) (sampartners.co.kr/en)
7. 허마세성(盒马鲜生) (www.freshippo.com)
8. 푸데이일리(Foodaily) (www.foodaily.com)
9. 바이두(百度) (www.baidu.com)
10. 이지예(易捷) (www.ejoy365hk.com)
11. 시노펙(Sinopec) (bjoil.sinopec.com)
12. 레드디자인(瑞德设计) (www.rddesign.cc)
13. 타오바오(淘宝网) (world.taobao.com)
14. 징둥(京东) (www.jd.com)
15. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
16. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
17. 완다플라자(万达广场) (www.wandaplazas.com)
18. 월스트리트저널(The Wall Street Journal) (www.wsj.com)
19. 왕푸징백화점(王府井百货) (www.wfj.com.cn)
20. 신세계백화점중국(新世界百货中国) (www.nwds.com.hk)
21. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
22. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
23. 중화인민공화국 해관총서(GACC) (www.customs.gov.cn)
24. 중화인민공화국 시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)

[참고문헌]

25. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC) (www.nhc.gov.cn)
26. 국제무역청 (www.trade.gov)
27. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
28. 한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
29. 중화인민공화국 농업농촌부(MOA) (www.moa.gov.cn)
30. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) (www.aqsiq.gov.cn)
31. 농촌진흥청 (www.rda.go.kr)
32. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
33. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
34. KIEP대외경제정책연구원 (www.kiep.go.kr)
35. 다롄해표무역(大连海牌贸易有限公司) (www.dlhaipai.com)
36. 칭다오승위안래(青岛盛源来商贸有限公司) (sylsp.tmall.com)
37. 상하이한진(上海韩今贸易有限公司) (www.sh-hanjin.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.24

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea