

중국 수입 유기식품 현지 시장 동향 조사 및 진출 전략

I. 중국 유기식품의 정의 및 분류

- 중국 유기식품(有机食品)은 생산 과정에서 농약, 화학비료, 화학방부제 등 화학자재는 물론이고 성장조정물질, 항생제, 유전자변형(GMO) 기술을 전혀 사용하지 않은 농산물과 가공식품을 가리키며, 국제적으로 사용되는 오가닉푸드(Organic Food)에 해당
- 중국의 식품 안전문제가 끊임없이 이슈화 되고 중국 소비자의 우려 목소리가 커지자 중국 정부는 ‘녹색식품’, ‘유기식품’ 개념을 도입하여 식품 품질의 안전관리체계를 정비함.
- 중국의 품질안전 인증 대상은 유기식품, 녹색식품(AA등급, A등급), 무공해농산물이 있으며, 유기식품이 가장 높은 품질과 안전성을 보장하고 인증 기준이 엄격함.
- 중국 내 녹색식품과 유기식품, 세계 각국의 대중국 수출 유기식품이 우리나라 유기식품의 주요 경쟁제품인 것으로 분석

II. 중국 유기식품 인증과 수입제도

- 중국은 <식품안전법>에 근거해 <유기식품 인증관리방법>, <유기식품인증실시규칙>, <유기식품 국가표준(GB/T19630-2019)>를 제정하여 유기식품 인증체제를 마련했으며, 주무기관은 국가시장감독관리총국(SAMR)임.
- 중국 내에서 유기식품을 생산, 가공, 수입 및 판매하기 위해서는 반드시 유기인증을 취득해야 하며, 중국 유기인증이 없는 제품은 포장에 ‘유기’ 문구를 사용하지 못함.
- 지정된 인증기관을 통해 신청하며 유기인증 비용은 생산 및 판매규모에 따라 다르나 일반적으로 최소 2만 위안 이상, 신청 소요시간은 약 4-6개월임.
- 현행 중국의 유기식품 인증 시 요구되는 환경과 제품 품질 수준은 국제표준과 유사하며, 유기식품 외 녹색식품 AA등급도 해외 유기인증 수준에 근접
- 녹색식품 인증제도는 중국 기업의 내수 판매 및 수출용으로 적용범위가 국한되어 있어 해외 기업이 대중국 수출시 받을 수 있는 인증은 유기인증임.
- 중국과 유기인증 상호 동등성 인정 협약을 체결할 경우, 중국 유기인증 신청 절차 없이 본국의 유기인증이 인정되어 ‘유기’ 로 표시해 수입할 수 있음.
- 중국은 해외 유기식품의 수입 이후 온·오프라인 일반 판매 목적인 수입과 글로벌 전자상거래만을 통한 판매를 목적으로 하는 수입 등 판매 경로가 다름에 따라 각각 다른 제도를 시행하고 엄격한 감독관리를 진행함.

- 국제 혹은 본국 유기인증을 취득했으나 중국 유기인증을 취득하지 않고 일반식품으로 수입된 유기식품은 유기인증 표기를 가리고 일반식품으로 판매해야 함.
- 중국 유기인증을 취득하지 않고 글로벌 전자상거래 판매 목적으로 수입된 유기식품은 온라인을 통해 직접 소비자에게 판매하며, 재판매를 진행할 수 없음.

Ⅲ. 중국 국내 유기식품 시장 분석

- 중국 유기식품 시장 규모는 2019년 말 678억 2000만 위안(약 11조 8,685억 원)으로 전년 대비 7.4% 증가했고, 2024년에 1,000억 위안(약 17조 5,000억 원)을 초과할 전망이다.
 - 유기인증제도가 시행된 후 유기인증 발행 건수는 해마다 증가하여 2019년 총 발행수는 2만 여장을 기록, 1만 3천개 기업이 유기인증을 받음.
- 중국의 유기식품 유형은 크게 식물류, 가축가금류, 수산류, 가공류로 나눌 수 있는데, 시장 매출액 기준으로 가공식품류가 시장의 95%를 차지함.
 - 중국 현지 브랜드의 주요 유기가공식품은 곡물가공품, 유제품, 장류, 분유 등 영유아 식품에 집중 분포함.
- 중국의 유기식품 유통경로는 오프라인 매장, 온라인 쇼핑몰과 신유통모델 방식으로 나눌 수 있음.
 - 오프라인 매장은 프리미엄 고급마트, 대형할인마트, 유기식품 전문매장 등
 - 온라인 쇼핑몰에는 티몰, 징둥 등 대표적인 종합 플랫폼과 번라이성휘(本来生活), 튀튀궁서(沱沱工社), 메이탄 마이차이(美团买菜), 춘보(春播) 등 전문화된 플랫폼
 - 신유통모델 방식에는 허마셴성(盒马鲜生) 등 O2O매장, 더우인(틱톡, 抖音) 등 라이브 방송, 전시회, 왕홍을 통한 직판 등 플랫폼이 있음.
- 유기식품 판매가격이 일반 식품에 비해 최소 20~50% 이상 높은 편으로, 중국의 주요 대도시에서 중산층, 고소득층을 위주로 시장이 형성되어 있음.

Ⅳ. 중국 수입 유기식품 시장 분석

- 중국 유기식품 소비시장의 급속 성장, 수입식품 선호 등 추세에 따라 중국의 유기식품 수입은 증가세를 보이고 있음.
 - 2019년 중국 유기제품 수입액은 125억 4,900만 위안(약 2조 1,961억 원)이며, 주요 수입 품목은 분유, 멸균유, 면(noodles) 제품, 곡식, 포도주인 것으로 나타남.
 - 중국의 유기제품 수입 상위 3위 국가는 네덜란드, 아일랜드, 미국이고 최근에는 태국, 말레이시아 등 동남아 국가에서도 수입하고 있음.

- 중국 수입 유기제품 가운데서 영유아 유제품이 가장 많고 영유아 간식류, 파스타, 잼·소스, 올리브유 등 수입 유기식품 판매도 증가하고 있으며, 최근에는 동남아시아의 코코넛오일 등 제품도 중국 유기식품시장에 진출되고 있음.
- 세계 유명 유기식품 다국적 기업은 대부분 일찍부터 중국 유기인증을 취득해 중국 유기식품 소비시장에서 매출액 기준 상위권을 차지하고 있음.
- 수입 유기식품은 수입식품, 유기식품이라는 특징으로 중국 내 동종의 유기식품과 비유기 수입식품 대비 높은 가격에 판매되고 있음.
- 중국 수입 유기식품시장에서 한국산 유기식품이 차지하는 비중은 상대적으로 낮은 실정이고 주로 저온살균우유, 영유아 간식류, 조미김류 등이 있음. 이중 저온살균우유, 쌀과자 등 간식류 제품은 한국산이 인기가 있음.

V. 한국 유기식품의 대중국 진출전략

- 세계 유기식품 제4위 소비국가로 부상한 중국, 급증하고 있는 유기식품에 대한 수요 대비 중국의 매년 유기식품 공급 부족량이 30%에 이른다는 사실은 우리의 유기식품이 중국에 진출할 수 있는 좋은 기회가 될 수 있을 것임.
- 반면 중국 녹색식품산업의 빠른 발전과 세계 다국적 유기식품 대기업들이 이미 중국 유기식품시장에서 상당한 비중을 차지하고 있는 등 상황은 우리의 유기식품 대중국 진출에 있어서 경쟁위기를 심화시킴.
- 중국 유기식품산업의 전반 발전상황, 중국 국내산 유기식품시장과 수입 유기식품시장에 대한 심층 조사를 기반으로 다음과 같이 한국 유기식품의 대중국 진출 전략을 제시
 - 1) 지리적 근접성, 기존 형성된 수출시장 등 비교우위 자원을 적극 활용
 - 2) 중국 수입 유기식품시장에서 한국산 이미지 확립 및 홍보
 - 3) 중국 유기식품 인증제도에 대한 이해 및 대응
 - 4) 수출 유기제품의 중국내 다양한 판매경로와 판매방식 활용
 - 5) 대중국 진출 경쟁우위 유기식품의 발굴, 틈새시장 공략