



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-45

품목 | 통조림 햄(Canned Ham)

국가 | 중국(China)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤형조사
주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 중국 통조림 햄 시장규모	13
2. 중국 통조림 햄 수출입 시장규모	14
3. 중국 통조림 햄 소비 시장규모	15

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 중국, 인스턴트 식품 중 햄 수요 많아	22
2. 중국 소비자, 통조림 햄을 간편한 제품 및 휘귀용 재료로 인식	23
3. 중국 통조림 햄 주 소비층, 유아·어린이·가족·동료 빈출	24
4. 중국 소비자, 통조림 햄의 가성비·전분 함유량에 높은 관심	25

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 중국 통조림 햄 유통구조	27
2. 중국 통조림 햄 유통업체	28
3. 중국 통조림 햄 B2C 채널	30

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 통조림 햄 인증 취득	51
2. 중국 통조림 햄 사전 절차	53
3. 중국 통조림 햄 라벨 심의	56
4. 중국 통조림 햄 서류 준비	60
5. 중국 통조림 햄 세금 납부	61
6. 중국 통조림 햄 검역 심사 절차	62
7. 중국 관련 규제 정보	63

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 친황다오쥬다오쌍마오이요우시엔공사(秦皇島中道商貿有限公司)	65
Interview ② 상하이페이리마오이요우시엔공사(上海培利貿易有限公司)	67
Interview ③ 쉰저우쓰수옌마오이요우시엔공사(蘇州市蘇鹽貿易有限公司)	69
Interview ④ 베이징요우지아귀지마오이요우시엔공사(北京悠嘉國際貿易有限公司)	71
Interview ⑤ 광저우웨이명공잉리엔요우시엔공사(廣州威盟供應鏈有限公司)	73

VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	77
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석

<p>상온보관 가공 적색육 (가공육 시장의 40%)</p>	<p>대한민국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 0%)</p>	시장규모	가공육	14.1조 원	전문가 인터뷰 중국 내 통조림 행에 대한 수요 매우 높은 편 - 가정주부, 혼자 사는 직장인, 휘귀와 마라탕 즐겨먹는 학생이 주요 소비층 - 공급량이 수요량 추월하여 이에 대한 주의 필요함
		상온보관 가공 적색육	5.6조 원		
수입규모	글로벌	14억 원			
	한국	0원			
소비 시장규모	생산량/소비량	70만 톤/35만 톤			
	선도기업	WH그룹, 피플스푸드홀딩스 등			

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

	인기 유형	돼지고기	1st / 631건	전문가 인터뷰 주로 휘귀, 마라탕, 라면, 샴부샴부 등과 함께 섭취 - 돈육 함유량이 높은 통조림 햄 선호 - 무설탕·저염·금속 캔 제품 선호
	주 소비층	아이	1st / 58건	
주 소비자	친구	3st / 44건		
소비 특징	먹기 좋다	1st / 397건		
	전분	3st / 70건		

▶ 유통 채널

	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.3%	전문가 인터뷰 휘귀, 마라탕 식당 등의 통조림 햄 수요 상승세 - 간편하게 조리할 수 있어 편의점 유통 추천 - 온라인 플랫폼 통해 짧은 시간에 대량판매 가능
	개인 및 기타 식료품점	14.2%	
	온라인	3.3%	
	편의점	3.1%	
	할인점	0.1%	

▶ 통관 및 검역

	인증취득	필수	필수인증 없음	전문가 인터뷰 현재 한국 對중국 육가공품 수출은 삼계탕만 가능 - 수입산 브랜드는 대부분 현지 OEM 생산 중 - HACCP 인증, 필수는 아니나 식품 안전성 고려하여 취득 권장
	사전절차	선택	HACCP, IFS, ISO 22000	
		필수	국가질량감독검험검역총국 (AQSIQ) 사전 등록	
	라벨 표기사항	신청 기관	온라인 신청	
		중국어표준(GB) 준수		
	세금납부	서류 준비사항	CNCA 등록 번호 등 10건	
		기본세율	90%	
		협정세율	6%	
	증치세	0-13%		

- ▶Point 01. 가정주부, 혼자 거주하는 직장인, 휘귀·마라탕 소비자 중심으로 중국 통조림 햄 수요는 매우 높은 편
- ▶Point 02. 통조림 햄, 중국 현지 브랜드와 수입산 OEM 브랜드 위주로 판매 중
- ▶Point 03. 무설탕·저염·돈육 고품량·금속 캔은 현지 진출 시 중요한 셀링 포인트로 예상됨

Market Size

(시장규모)

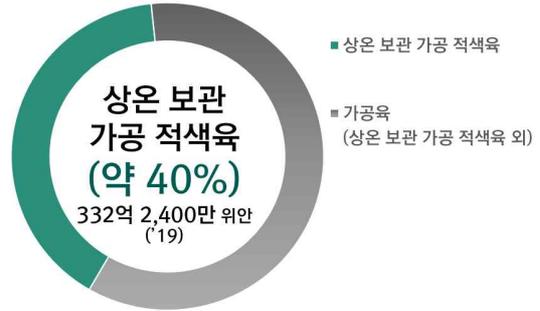
중국 (China)

통조림 햄 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(가공 적색육), 보관방법(상온 보관)

- 중국 가공육(Processed Meat)¹⁾ 시장규모
..... 831억 위안('19)
- 중국 상온 보관 가공 적색육(Shelf Stable Processed Red Meat)²⁾ 시장규모
..... **332억 2,400만 위안('19)**

(*) Euromonitor International

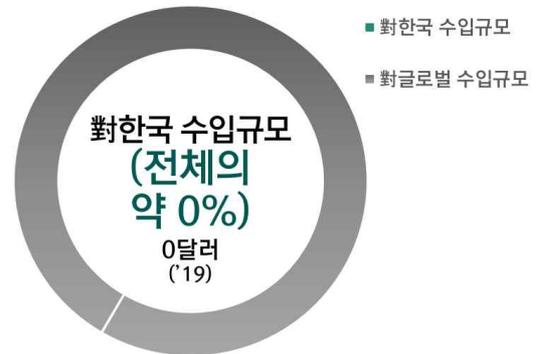


통조림 햄 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(돈육), 종류(돈육 가공품)

- HS 1602.41³⁾ '그 밖의 조제하거나 보존처리한 고기·부속물이나 피 중국 對 글로벌 수입규모
..... 112만 8,000달러('19)
- HS 1602.41 '그 밖의 조제하거나 보존 처리한 고기·부속물이나 피 중국 對 한국 수입규모
..... **0달러('19)**

(*) ITC(International Trade Centre)



통조림 햄 소비 시장규모

지표 설정 기준: 사전 조사 결과, '통조림 햄'은 중국 내 소비가 증가하고 있으나 공급량이 소비량을 초과하는 것으로 확인됨. 이에 제품의 중국 내 생산과 공급현황을 파악하고 주요 판매 업체와 선호브랜드를 확인하기 위해, '중국 내 통조림 햄 생산 및 소비량'과 '중국 상온보관 가공 적색육 경쟁사 및 경쟁브랜드'를 조사함

① 중국 내 통조림 햄 생산량 및 소비량 ('18)

2018년 생산량	70만 톤
2018년 소비량	35만 톤
2017년 생산량	62만 톤
2017년 소비량	30만 톤
2016년 생산량	54만 톤
2016년 소비량	26만 톤
2015년 생산량	50만 톤
2015년 소비량	21만 톤

② 중국 상온보관 가공 적색육 경쟁사(브랜드) 점유율 ('19)

WH그룹(Shineway)	64.7%
피플스푸드홀딩스(Jinluo)	20.2%
브라이트푸드(Maling)	4.8%
쓰촨뉴호프농업기업(Meihao)	3.0%
호멜푸드스(Hormel)	0.6%
중국유런푸드(Wangrun)	0.6%
기타	6.2%

(*) 지안연구소(智研咨询), 유로모니터(Euromonitor)

1) 가공육(Processed Meat): 상온 가공육, 냉장 가공육, 냉동 가공육을 포함함

2) 상온 보관 가공 적색육(Shelf Stable Processed Red Meat): 캔, 유리병, 레토르트 포장 형태로 판매되는 적색육을 포함함

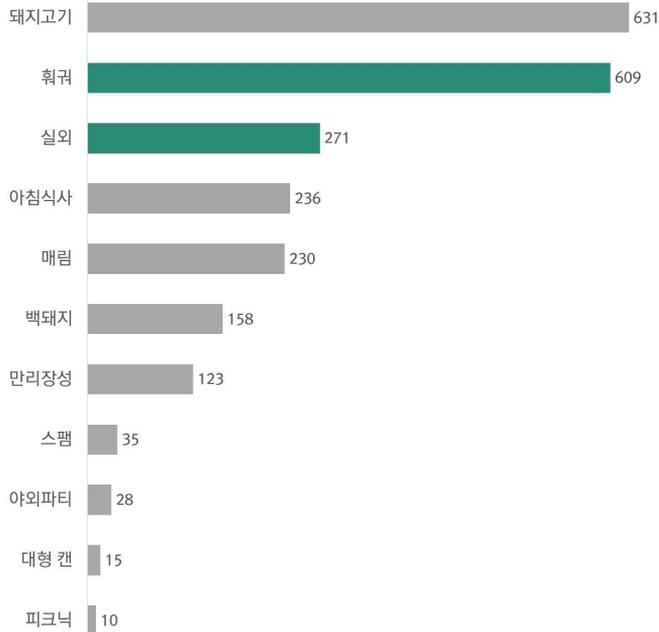
3) HS CODE 1602.41 : 조사 제품 통조림 햄은 주원료 돼지고기를 가공하여 캔에 보존처리한 제품임. 이에 제품의 원료(돈육)와 종류(돈육 가공품)를 반영하여 '그 밖의 조제하거나 보존 처리한 고기·부속물이나 피'를 의미하는 HS CODE 1602.41을 지표로 선정함

Market Trend

(시장트렌드)

중국 (China)

통조림 햄 소비 실태 분석 결과



■ 중국 통조림 햄 특징

인스턴트 식품 중 햄의 인지도 높음
중국 내 통조림 햄, 휘귀용 재료 및
가성비 좋은 제품으로 인식 돼



■ 중국 통조림 햄 소비 트렌드

중국 햄, 휘귀용 재료·간편 식품

‘통조림 햄, 보관 및 조리 편리’
‘통조림 햄, 인기 휘귀 재료’

소비자, ‘어린이·가족·동료’

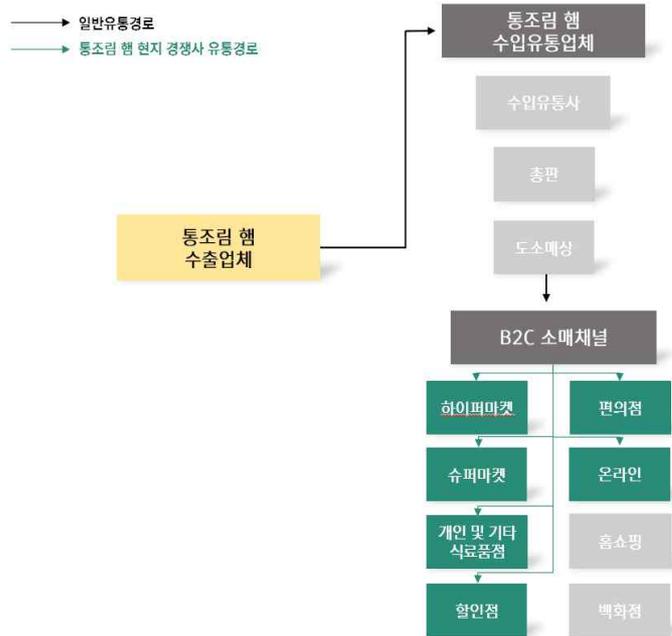
‘어린이·유아를 위한 간식’
‘직장 동료·가족 간 선물’

제품 가격과 전분 함유량에 관심

‘통조림 햄, 가성비 좋은 상품’
‘전분 함유량 중시’

Distribution Channel

(유통채널)



중국 (China)

통조림 햄 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.3%	오우상(欧尚), 용웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart)
	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾⁸⁾	14.2%	케이마트(K-Mart), 라이구씨양차오시(来故乡超市), 샤오뿌띠앤스자띠앤(小不点食杂店)
	온라인	3.3%	징둥(京东), 수닝이교우(苏宁易购), 티몰(天猫), 아마존(Amazon)
	편의점 ⁹⁾	3.1%	메이이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven)
	할인점	0.1%	꾸오따야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 따선린(大参林), 왓슨스(Watsons)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

- 4) 2019년 기준, 중국 내 '가공육 및 해산물(Processed Meat and Seafood)'의 유통채널 점유율임
- 5) '통조림 햄'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '가공육과 해산물(Processed Meat And Seafood)'의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 중국 유통채널로 외국계 기업도 포함됨
- 7) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않는 식료품점과 키오스크 등을 포함함
- 8) 본 보고서에서는 개인 식료품점을 한인마트로 조사함
- 9) 편의점은 주유소 매점을 포함함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

※2020년 현재 등록 가공품의 對중국 수출이 불가하여 일반가공식품 및 가공육가공품의 통관/검역 절차를 조사함

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 강제 인증 ‘無’ - 육류 수출 시 HACCP 인증 취득 권장 	(*) 중국시장관리감독총국 - [Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China] - 문의처 : samr.gov.cn
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수출업체 사전 등록 ‘필요’ - 온라인으로 등록 진행 - AGSIQ, CNCA 사전등록 필수 	(*) 국가질량감독검험검역총국 - 문의처 : aqsiq.net
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 중국국가표준(GB) 준수 의무 - 선포장식품 라벨 통칙 - 선포장식품 영양라벨 통칙 	(*) 중국시장관리감독총국 - 중국국가표준(GB) - 문의처 : samr.gov.cn
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 서류 - 위생 및 원산지증명서 - CNCA 사전등록 서류 	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국 국무원 - 문의처 : www.gov.cn
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 및 화물 심사 - 원산지증명서 필요 - 수입신고서, 상업송장 등 	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS CODE 1602.41-00 사용 • 관세율 6% • 증치세 0 - 13% 	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 및 검사 진행 - 중국 식품안전표준에 부합하는지 심사 - 육류는 사전검역 증명 필수 	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 친황다오퐁다오쌍
마오이요우시엔공스
(秦皇島中道商贸有限公司)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Yu
(Manager)

중국 내 통조림 햄의 수요 높음

중국은 아직 외식보다 가정에서 식사를 차려 먹는 문화가 많이 남아있기 때문에 간편하게 먹을 수 있는 통조림 햄 제품의 수요가 높은 편입니다. 중국 내 경제 성장으로 농촌 지역의 소비수준이 상승함에 따라 도시 지역은 물론 외곽 지역에서도 수요가 높아지고 있습니다.

‘저염’이 강력한 셀링포인트로 작용할 것

최근 중국에서 건강에 대한 인식 수준이 상승함에 따라 통조림 햄의 나트륨 과도 함량이 이슈로 떠오르고 있습니다. 현재 중국 소비자들은 저염 통조림 햄을 찾고 있으며 이는 매우 효과적인 셀링포인트로 작용할 것 입니다.

Market Customer and Preference

PELE

- 인터뷰 기업 : 상하이페이리
마오이요우시엔공스
(上海培利贸易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Huang
(Sales Manager)

통조림 햄, 1인 가구의 수요 높음

1인 가구의 경우, 요리에 서투르거나 빠르게 식사를 해결하려 하는 경우가 많아 통조림 햄을 이용하여 볶음밥, 샌드위치 등을 만들어 간단하게 먹는 편입니다.

가성비가 좋은 고육류함량 제품을 선호

중국 소비자들은 육류 함량이 높고 가성비가 좋은 제품을 선호하기 때문에 200g 용량 정도에 20~25위안(약 3,388~4,235원) 정도로 판매하는 것이 적절합니다.

Market Preference and Promotion

苏州市苏盐贸易有限公司

- 인터뷰 기업 : 쑤저우쓰수엔
마오이요우시엔공스
(苏州市苏盐贸易有限公司)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Liang
(Sales Manager)

튀김 및 마리탕에 넣어 먹는 방법을 선호

통조림 햄은 육류의 맛이 풍부하고, 두툼하여 오래 끓여 먹을 수 있기 때문에 소비자들은 통조림 햄을 주로 튀김 및 마리탕에 넣어 먹고 있습니다. 최근 튀김과 마리탕을 찾는 젊은 층이 늘어나면서 식당에서도 통조림 햄 제품을 대량으로 구매하고 있는 추세입니다.

건강 및 웰빙 부분을 강조하는 것이 판매에 효과적

설탕 무첨가, 화학원료 무첨가, 고육류함량 등을 셀링포인트로 설정하여 제품 포장에도 확실하게 표기하고 해당 부분을 주력으로 홍보한다면 브랜드 차별화에 효과적일 것입니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution

北京悠嘉国际贸易有限公司

- 인터뷰 기업 : 베이징요우지아궈지
마오이요우시엔공스
(北京悠嘉国际贸易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. You
(Purchasing Manager)

한국 통조림 햄 제품 인기 추세

‘응답하라 1988’ 드라마가 중국에서 큰 인기를 끌면서, 드라마에서 스팸(Spam) 제품을 손가락으로 바로 떼서 먹는 장면이 중국 젊은 층 사이에서 이슈가 되었습니다. 이 때문에 한국산 통조림 햄을 구매하고자 하는 중국 내 젊은 층, 특히 한류 팬들이 늘어나고 있습니다.

통조림 햄은 주로 편의점에서 구매하는 편

중국 내 소비자들은 주로 편의점에서 통조림 햄을 구매합니다. 인스턴트 제품은 빠르고 간편하게 조리하여 먹을 수 있는 제품이기 때문에 접근성이 쉬운 편의점에서 판매하는 것이 브랜드 이미지와 적합합니다.

Market Barrier

广州威盟供应链有限公司

Guangzhou Waterman Supply Chain Co.,Ltd

- 인터뷰 기업 : 광저우웨이맹공잉리엔
요우시엔공스
(广州威盟供应链有限公司)
통관대행업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Li
(Manager)

현재 한국산 육류 제품의 중국 수출 불가

현재 삼계탕을 제외한 한국산 육류 및 육가공품의 중국 현지 수입이 금지되어 있는데, 육류 제품은 원료의 최종 수출국을 기준으로 하기 때문에 미국산 돼지고기를 사용한 제품이더라도 가공이나 수출을 한국에서 진행했다면 한국산 제품으로 간주되어 수입이 불가능합니다.

한-중 정치적 관계가 수출에 영향

한국산 통조림 햄의 중국 수출 시 한-중 관계의 개선이 중요합니다. 한-중 양국 정부에서 적극적인 무역 정책을 시행한다면 중국으로의 수출이 수월해 질 것입니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 중국 통조림 햄 시장규모
2. 중국 통조림 햄 수출입 시장규모
3. 중국 통조림 햄 소비 시장규모

1. 중국 통조림 햄 시장규모

조사 시장: 조사제품인 '통조림 햄'은 돼지고기를 가공한 '가공육'이며, 캔, 유리병, 레토르트 포장 형태로 판매되는 제품이기에 '상온 보관 가공 적색육'으로 분류함

중국 국가 일반 정보¹²⁾

면적	960만km ²
인구	14억 5만 명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

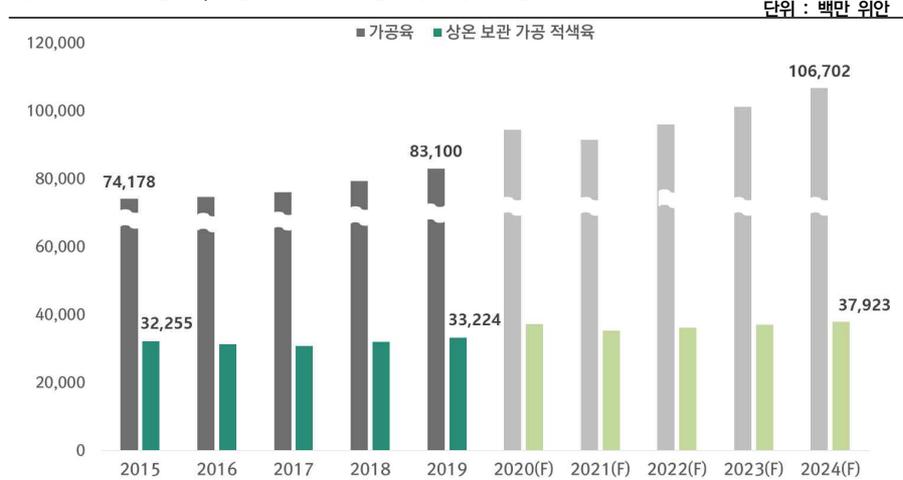
▶ 2015-2019년, 중국 '가공육' 시장규모, 연평균성장률 3%

지난 5년(2015-2019년)간 중국의 '가공육' 시장규모는 연평균 3%의 성장률을 보이며 2019년 831억 위안을 기록함. 동기간 '상온 보관 가공 적색육' 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2019년 332억 2,400만 위안을 기록함

▶ 2020-2024년, 중국 '상온 보관 가공 적색육' 시장규모, 연평균성장률 0.5% 이상

향후 5년(2020-2024년)간 중국 '상온 보관 가공 적색육' 시장규모는 0.5%의 연평균성장률을 보이며 2024년에는 379억 2,300만 위안을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '가공육' 시장규모는 연평균 1%씩 성장해 2024년 1,067억 200만 위안을 기록할 것으로 예측됨

[표 1.1] '가공육', '상온 보관 가공 적색육' 시장규모¹⁰⁾¹¹⁾



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
상위 품목 가공육	74,178 (12.6조 원)	74,671 (12.7조 원)	76,024 (12.9조 원)	79,303 (13.4조 원)	83,100 (14.1조 원)	3%
해당 품목 상온 보관 가공 적색육	32,255 (5.5조 원)	31,401 (5.3조 원)	30,836 (5.2조 원)	31,977 (5.4조 원)	33,224 (5.6조 원)	1%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-'24)
상위 품목 가공육	94,491 (16.0조 원)	91,523 (15.6조 원)	96,062 (16.3조 원)	101,220 (17.1조 원)	106,702 (18.1조 원)	1%
해당 품목 상온 보관 가공 적색육	37,214 (6.3조 원)	35,339 (6.0조 원)	36,224 (6.1조 원)	37,114 (6.3조 원)	37,923 (6.4조 원)	0.5%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

10) 1위안=169.43원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

12) 자료: 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020.08.31

2. 중국 통조림 햄 수출입 시장규모

HS CODE 1602.41: 조사 제품 통조림 햄은 주원료 돼지고기를 가공하여 캔에 보존처리한 제품임. 이에 제품의 원료(돈육)와 종류(돈육 가공품)를 반영하여 '그 밖의 조제하거나 보존 처리한 고기·부속물이나 피를 의미하는 HS CODE 1602.41을 지표로 선정함

▶ 2015-2019년, 중국 對글로벌 수입액 연평균 15% 감소

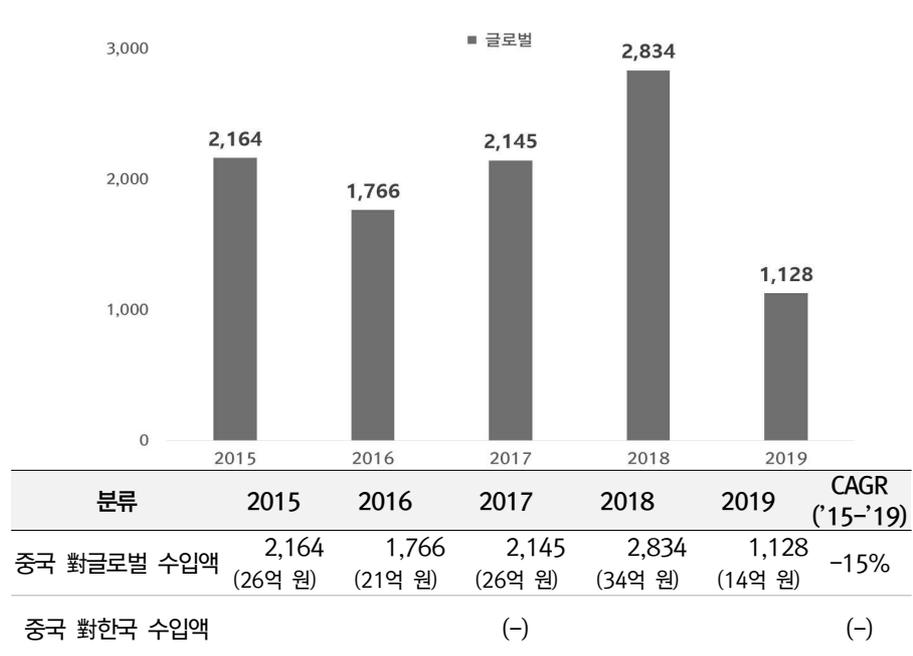
중국 HS CODE 1602.41 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 큰 증감세를 보였으며, 특히 2019년에는 전년 대비 60% 감소하여 112만 8,000달러를 기록함. 중국 HS CODE 1602.41 품목의 수입상대국 1위는 스페인으로 확인되며 2019년 기준 중국 전체 수입액의 약 94%인 106만 5,000달러(약 13억 원)를 기록함

▶ 2015-2019년, 중국 對한국 수입 이루어지지 않아

중국 HS CODE 1602.41 품목의 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 이루어지지 않은 것으로 확인됨. 국내 구제역 발생으로 인해 중국 정부는 2010년 이후 한국산 육류와 육류가공품 수입을 전면 중단하였으며, 2019년 아프리카돼지열병(ASF, African Swine Fever) 국내 발생으로 인해 돼지고기, 멧돼지 고기 및 가공식품의 수입 금지가 강화됨. 현재 중국 對한국 수입이 가능한 축산물은 가금육가공품뿐임³⁾

[표 1.2] 중국 HS CODE 1602.41 수입 규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), KATI HS CODE 1602.41 기준

13) 자료: 식품의약품안전처(www.mfds.go.kr)

14) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 통조림 햄 시장규모

1) 중국 내 통조림 햄 생산 및 소비량

사전 조사 결과, '통조림 햄은 중국 내 소비가 증가하고 있으나 공급량이 소비량을 초과하는 것으로 확인됨. 이에 제품의 중국 내 생산과 공급현황을 파악하고 주요 판매 업체와 선호브랜드를 확인하기 위해, '중국 내 통조림 햄 생산 및 소비량과 '중국 상온보관 가공 적색육 경쟁사 및 경쟁브랜드'를 조사함

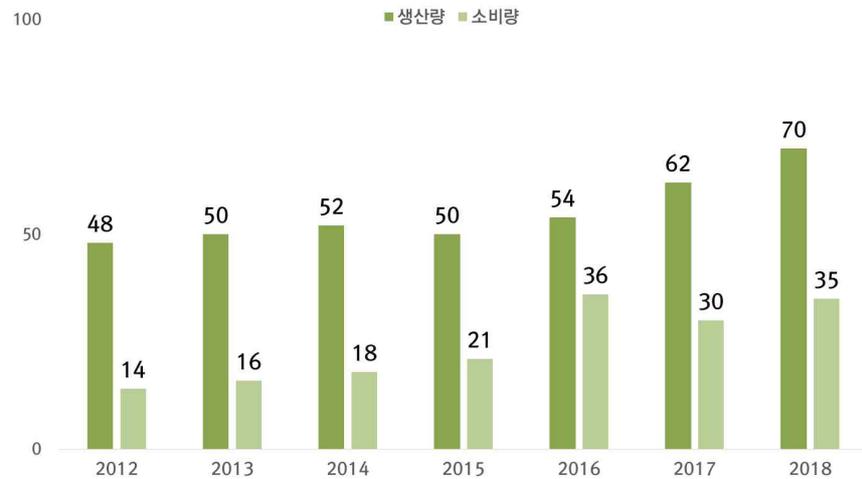
▶ 2018년 중국 내 통조림 햄 생산량 70만 톤

중국의 산업화 및 경제발전으로 중산층이 증가하고 농가소득이 증대되어 육류의 소비가 증가하고 있음. 특히 돼지고기는 1인당 연간 소비량이 41킬로그램(kg)에 달할 정도로 선호도가 높음¹⁶⁾

돼지고기를 기반으로 한 통조림 햄의 생산과 소비 역시 증가하고 있는 것으로 확인됨. 특히 통조림 햄 생산량의 경우 2012년 48만 톤(t)에서 2018년 70만 톤(t)으로 증가했음. 소비량 또한 지속적으로 증가하였으며, 2018년에는 35만 톤(t)에 이르는 것으로 확인됨

[표 1.3] 중국 내 통조림 햄 생산 및 소비량¹⁷⁾

단위 : 만 톤(t)



연도	생산량	소비량	잉여생산
2018년	70	35	35
2017년	62	30	32
2016년	54	36	18
2015년	50	21	29
2014년	52	18	34
2013년	50	16	34
2012년	48	14	34

자료 : 지안연구소(智研咨询)

16) 자료 : 스타티스타(Statista), 「Meat industry in China – statistics & facts」, 2020

17) 자료 : 지안연구소(智研咨询), 「2019-2025年中国午餐肉行业市场格局及投资价值评估研究报告」, 2019

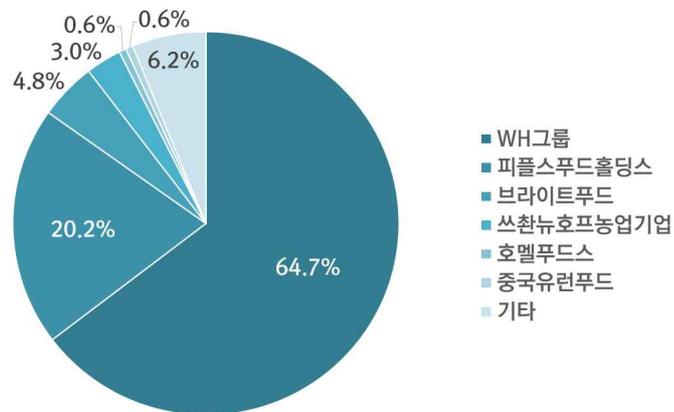
2) 중국 상온보관 가공 적색육 시장 점유율

▶ WH그룹 중국 상온 보관 가공 적색육 시장 점유율 64.7%

유로모니터(Euromonitor)에 의하면, 중국 상온 보관 가공 적색육 시장의 주요 기업인 WH그룹의 브랜드 ‘샤인웨이(Shineway)’가 시장의 64.7%를 차지하여 1위를 기록함. 이후로 피플스푸드홀딩스의 ‘진루오(Jinluo)’가 20.2%, 브라이트푸드의 ‘매링(Maling)’ 4.8%, 쓰촨뉴호프 농업기업의 ‘메이하오(Meihao)’가 3.0%, 기타 회사들의 제품이 6.2%를 차지함

WH그룹은 아시아 최대의 육류 가공회사인 해난쌍후이사(Henan Shuanghui Investment&Development)와 미국 최대의 돼지고기식품회사인 스미트필드푸드사(Smithfield Foods)를 자회사로 보유 중임.¹⁸⁾ 이외에도 다수의 회사가 중국 내수 시장에서 경쟁중임

[표 1.4] 2019년 중국 내 상온 보관 가공 적색육 시장 점유율



회사명	회사명(영문)	브랜드 명	점유율
WH그룹	WH Group	Shineway	64.7%
피플스푸드홀딩스	People's Food Holdings Ltd	Jinluo	20.2%
브라이트푸드	Bright Food (Group) Co Ltd	Maling	4.8%
쓰촨뉴호프농업기업	Sichuan New Hope Agribusiness Co Ltd	Meihao	3.0%
호멜푸드스	Hormel Foods Corp	Hormel	0.6%
중국유런푸드	China Yurun Food Group Ltd	Wangrun	0.6%
기타	(-)	(-)	6.2%

자료 : 유로모니터 (Euromonitor)

18) 자료 : WH그룹(WH Group) 홈페이지

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 중국, 인스턴트 식품 중 햄 수요 많아
2. 중국 소비자, 통조림 햄을 간편한 제품 및 휘귀용 재료로 인식
3. 중국 통조림 햄 주 소비층, 유아·어린이·가족·동료 빈출
4. 중국 소비자, 통조림 햄의 가성비·전분 함유량에 높은 관심

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

● 데이터 수집 소스원



(중국 매체 13개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



① 중국 관련 기사 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : 중국 언론 매체 및 온라인쇼핑몰

② 중국 통조림 햄 관련 소비자 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : JD (jd.com)

YHD (yhd.com)

Tmall (www.tmall.com)

● 데이터 분류 키워드집



(통조림 햄 연관 키워드집)

통조림 햄
(검색어)



① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 통조림 햄(罐頭火腿)

② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 통조림 햄 관련 데이터 5,706건 추출

● 데이터 분석 - 연관어 분석

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 중국 통조림 햄 소비실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석

◦ 통조림 햄 관련 키워드집 구축(**)

◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.07
수집 데이터	305,933건

데이터 정제

정제 키워드	통조림 햄(罐頭火腿)
정제 데이터	5,706건

○ 데이터 수집

- 중국 온라인쇼핑몰, 뉴스매체 리스트

[표 2.1] 중국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD	jd.com	온라인쇼핑몰
02	YHD	yhd.com	온라인쇼핑몰
03	Tmall	www.tmall.com	온라인쇼핑몰
04	Suning	www.suning.com	온라인쇼핑몰
05	Foodmate	news.foodmate.net	언론매체
06	Sohu	www.sohu.com	언론매체
07	Health People	health.people.com.cn	언론매체
08	China Economic Net	www.ce.cn	언론매체
09	3490	www.3490.cn	언론매체
10	QQ	wxn.qq.com	언론매체
11	China Food Economic Net	www.zgspjj.com	언론매체
12	Tech Food	www.tech-food.com	언론매체
13	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 통조림 햄 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 중국 통조림 햄 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
통조림 햄
판매 특징 및 인식

현지 온라인 쇼핑몰
통조림 햄
판매 특징 및 인식

현지 언론매체
통조림 햄 관련 이슈

키워드 ①	스팸	키워드 ①	가성비	키워드 ①	검역 적발
키워드 ②	중국 햄 브랜드	키워드 ②	어린이용 간식	키워드 ②	편의식 인기
키워드 ③	야외	키워드 ③	선물	키워드 ③	게으른 소비자(라른)
키워드 ④	할랄	키워드 ④	휘귀용	키워드 ④	저염 식품 각광

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 통조림 햄 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 중국 통조림 햄 관련 분석 키워드

● 키워드 수립 근거

참여 기업	참여기업 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
	의미	중국어	참여기업	기타
인스턴트 식품	훙귀	火锅		0
	라면	拉面		0
	햄	火腿	0	0
	소시지	香肠		0
	쑤안차이	酸菜		0
	냉면	冷面		0
	요거트	酸奶		0
	팔보죽	八宝粥		0
	치킨	鸡肉		0
	계란탕	蛋花汤		0
통조림 햄	통조림	罐头	0	0
	햄	火腿	0	0
	돼지고기	猪肉	0	0
	훙귀	火锅		0
	실외	户外		0
	아침식사	早餐		0
	매림	梅林		0
	백돼지	小白	0	0
	만리장성	长城		0
	스팸	SPAM		0
	야외파티	烧烤		0
	전분	淀粉		0
	저렴한	实惠		0
할랄	清真		0	

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 중국 통조림 햄 소비 실태 분석

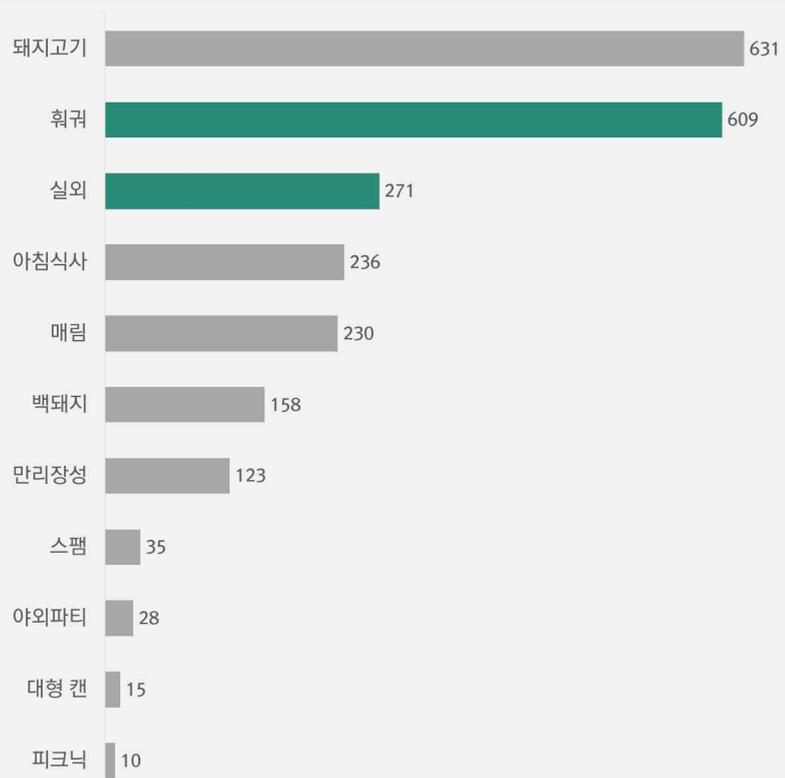
- ① 중국 내 인스턴트 식품 수요 및 인지도
- ② 중국 내 인기 통조림 햄 유형
- ③ 중국 내 통조림 햄 주요 소비층
- ④ 중국 내 통조림 햄 주요 소비방법 및 특징

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 '인스턴트 식품' 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰 '통조림 햄' 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 구매후기 '통조림 햄' 연관어 소비자 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 구매후기 '통조림 햄' 연관어 소비방법 및 특징분석

[중국 통조림 햄 연관어 분석 결과]



1. 중국, 인스턴트 식품 중 햄 수요 많아

▶ 인스턴트 식품 수요도 : 휘귀 > 라면 > 햄

중국 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 인스턴트 식품을 분석한 결과 ‘휘귀’, ‘라면’, ‘햄’, ‘소시지’ 등이 빈출됨. 인스턴트 휘귀는 일회용 식기와 조리용 발열팩이 포함되어, 편리성을 이유로 인기를 끌고 있음. 햄, 소시지와 같은 육류가공품의 경우 중국 내 돼지고기 제품이 육류가공품 시장의 약 60%를 차지하는 만큼 키워드 빈도도 높음¹⁹⁾

▶ 한국 인스턴트 식품 : 라면 多

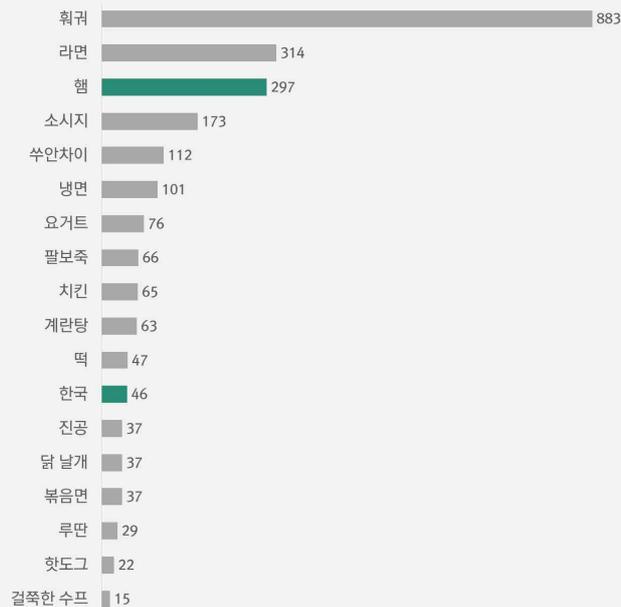
중국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 한국산 인스턴트 식품을 분석했을 때, ‘라면’이 가장 빈출함. 중국에서 한국 라면은 한국 예능 프로그램이나 드라마를 통해 접하는 경우가 빈번함. 또한 K-푸드와 매운맛 열풍에 따라 매운볶음소스 라면이나 매운 라면 등 중국시장에 없는 특색 있는 라면 제품 선호도가 높음²⁰⁾

▶ 중국 인스턴트 식품 분석

① 인스턴트 식품 수요 : 휘귀 > 라면 > 햄

② 한국 인스턴트 식품 : 라면 다수

[표 2.4] 중국 인스턴트 식품 연관어 분석



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 ‘인스턴트 식품’ 3,000건 분석 (18.01 - 20.07)

19) 스타티스타(Statista), 「Share of domestically produced processed meat product volume in China in 2018, by segment」, 2019.09

20) 닥쉴레 컨설팅(Daxue Consulting), 「Instant noodles market in China: a recession-resistant meal」, 2020.04.23

2. 중국 소비자, 통조림 햄을 간편한 제품 및 휘귀용 재료로 인식

중국 인기 통조림 햄 정보



제품명	상하이 매림 통조림 햄
판매가	11,268원 (66.50위안 ²¹⁾)
용량	198g * 5개

- 특징
- 돼지고기 뒷다리살 함유
 - 주먹밥, 볶음밥, 국수, 샌드위치 등 다양한 음식에 활용 가능함

자료 : 징둥(jd.com)

▶ 중국 통조림 햄, 어디서든 먹을 수 있는 간편한 음식

중국 온라인 쇼핑몰 내 통조림 햄 분석 결과 ‘휘귀’, ‘실외’, ‘아침식사’, ‘야외파티’ 등의 키워드가 빈출됨. 통조림 제품 특성상 보관이 용이하고 먹기 편리하다는 점에서 소비자 선호도가 높음. 통조림 햄에 대한 중국 온라인 쇼핑몰 소비자들의 후기를 분석한 결과 ‘아이들 아침식사 반찬으로 애용한다’, ‘휴대하기에 적절해 소풍이나 여행 시 유용하다’ 등의 후기를 확인하여 제품의 편의성에 대한 만족도가 높은 것을 확인함

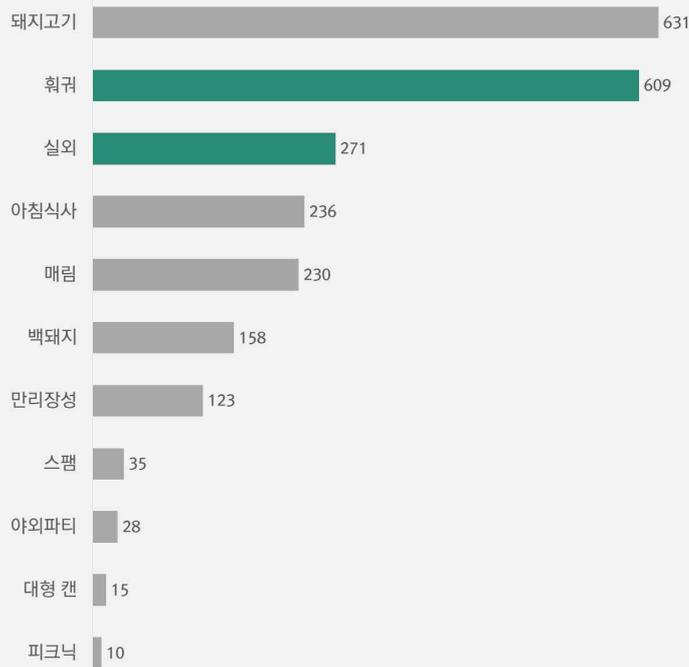
▶ 중국 통조림 햄, 휘귀용으로도 홍보

중국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 통조림 햄 연관 키워드를 분석한 결과 ‘휘귀’가 빈출함. 통조림 햄은 인기 있는 휘귀 재료 중 하나로 실제 중국 온라인 쇼핑몰 통조림 햄 구매 소비자들의 후기를 분석한 결과 ‘휘귀 식당에서 접한 후 자주 구매하는 제품이다’, ‘휘귀에 넣어 먹는 것이 가장 맛있었다’와 같은 평이 다수 발견됨

▶ 중국 통조림 햄 연관어 분석

- ① 야외에서도 먹을 수 있는 간편한 음식 ② 휘귀용 재료

[표 2.5] 중국 통조림 햄 연관어 분석



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 ‘통조림 햄’ 1,121건 분석 (18.01 - 20.07)

21) 1위안=169.43원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 중국 통조림 햄 주 소비층, 유아·어린이·가족·동료 빈출

● 중국 소비자 통조림 햄 구매후기

- 아이들이 좋아하는 맛이다. 샌드위치 같은 간식을 만들어줄 때 자주 사용한다.
- 식감이 부드러워 나이가 있는 연령대에 알맞다. 부모님이 좋아하신다.

자료 : 징둥(jd.com)

▶ 소비층 1. 유아, 어린이 대상 간식

중국 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는 햄, 소시지 육류가공품의 주요 소비자층을 분석했을 때 ‘아이’, ‘아기’, ‘어린이’ 키워드가 빈출됨. 통조림 햄에 대한 소비자 후기를 분석한 결과 ‘요리를 할 때 다양한 음식에 활용하기 좋고 아이들이 좋아하는 맛이다’, 휴대하기 편리해서 외출 시 아이들 간식으로 좋다’ 등 어린 아이들을 위해 제품을 구매한 후 쓰인 후기를 다수 확인함

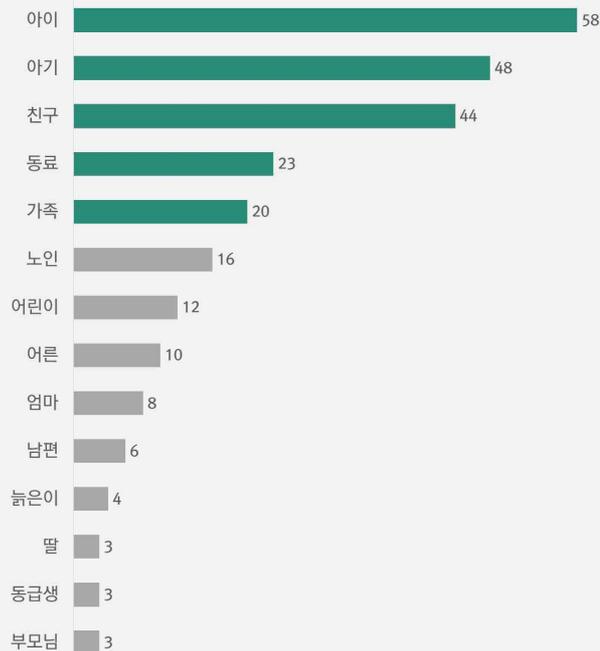
▶ 소비층 2. 가족·친척 간에 주고받는 선물

중국 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 통조림 햄을 분석했을 때 ‘가족’, ‘엄마’와 같은 키워드가 빈출됨. 또한 신년 선물로 통조림 햄과 같은 육류 가공품이 다수 판매되고 있으며 일반 제품과 다르게 다양한 맛의 제품이 세트로 구성되어있는 경우가 많음. 선물용 제품을 구매한 소비자의 후기를 분석한 결과 ‘친척에게 줄 선물로 구매했는데 재구매 의사가 있어 매년 찾을 예정이다’, ‘가족에게 줄 선물로 구매했는데 구성이 만족스럽다’ 등의 만족도가 높은 후기들이 확인됨

▶ 중국 통조림 햄 소비자 분석

① 유아·어린이 ② 동료·가족 간 선물

[표 2.6] 중국 통조림 햄 구매후기 소비자 분석



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 구매후기 ‘통조림 햄’ 1,585건 분석 (18.01 - 20.07)

4. 중국 소비자, 통조림 햄의 가성비·전분 함유량에 높은 관심

● 중국 소비자 통조림 햄 구매후기

- 맛이 좋고 무엇보다 가격이 만족스럽다.
- 슈퍼마켓에서 구매할 때보다 훨씬 저렴해서 좋다. 앞으로도 온라인 쇼핑물을 통해 구매할 예정이다.

자료 : 징둥(jd.com)

▶ 중국 통조림 햄의 높은 가성비에 대한 긍정적 후기 확인

중국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 통조림 햄의 소비 특징 키워드를 분석한 결과 ‘만족감’, ‘저렴한’, ‘비용 효율적’ 등 제품 가격과 만족도 관련 키워드가 빈출됨. 특히 ‘가성비가 좋다’, ‘합리적인 가격이다’, ‘저렴해서 좋다’ 등 가격 면에서의 만족도에 대한 내용이 많음. 오프라인보다 온라인 유통 채널을 통해 구매하는 것이 저렴하다는 점에서 온라인 쇼핑물을 선호하는 경향이 있음

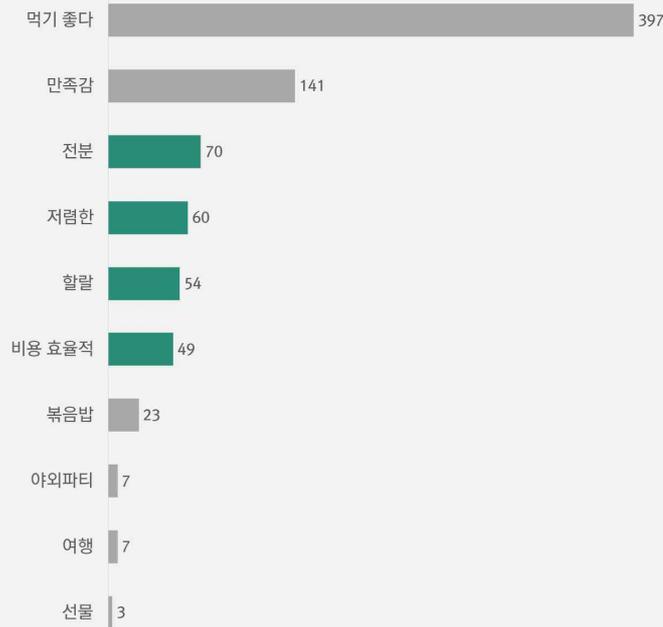
▶ 중국 소비자, 통조림 햄의 전분 함유량에 높은 관심 보여

중국 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는 통조림 햄을 분석한 결과 ‘전분’ 키워드가 빈출하여, 전분의 함유량에 따라 가격과 맛이 크게 좌우되는 것으로 확인됨. 대부분의 소비자들은 ‘전분이 적어 고기의 맛이 잘 느껴진다’, ‘고기 함유량이 많아 더 맛있다’ 등 전분 함유량이 적은 제품에 대한 만족도가 높음. 그러나 ‘전분이 더 많이 들어간 제품이 더 맛있다’, ‘전분 함유량이 많지만 가성비가 훌륭하다’ 등 식감과 가격 등의 이유로 전분 함유량이 많은 제품을 선호하는 일부 소비자들의 후기도 확인됨

▶ 중국 통조림 햄 소비 특징

① 가성비 ② 전분 함유량

[표 2.7] 중국 통조림 햄 소비 특징 키워드



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 구매후기 '통조림 햄' 1,585건 분석 (18.01 - 20.07)

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 중국 통조림 햄 유통구조
2. 중국 통조림 햄 유통업체
3. 중국 통조림 햄 B2C 채널

1. 중국 통조림 햄 유통구조

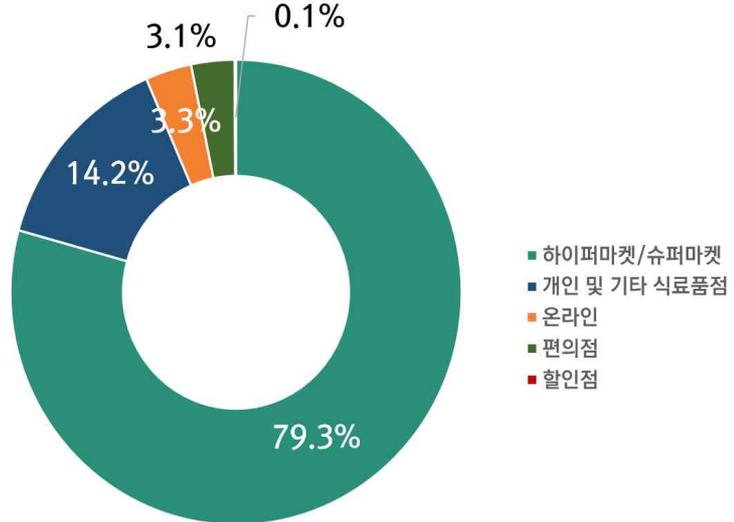
품목 구분 및 분류

품목	통조림 햄
구분	가공육
범주	가공육 및 해산물 (Processed Meat And Seafood)

▶ 중국 통조림 햄 주요 채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(79.3%), 개인 및 기타 식료품점(14.2%), 온라인(3.3%)’

[표 3.1] 중국 통조림 햄 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 중국 통조림 햄 유통채널 현황

채널 유형	통조림 햄 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.3%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart)
	개인 및 기타 식료품점	14.2%	케이마트(K-Mart), 라이구씨양차오씨(来故乡超市), 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)
	온라인	3.3%	징둥(京东), 수닝이꼬우(苏宁易购), 티몰(天猫), 아마존(Amazon)
	편의점	3.1%	메이이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven)
	할인점	0.1%	꾸오따야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 따선린(大参林), 왓슨스(Watsons)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 중국 통조림 햄 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 온라인이 대표적
- ▶ 추가로, 백화점에서 유사 제품이 확인되어 조사채널에 포함함

[표 3.3] 중국 통조림 햄 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²²⁾ 23)24), 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 2,595억 원)	보커(博客), 후통(富統), 티햄(THam) 슈양웨이(双汇)	0
2	용웨이 (永辉)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 291억 1,720만 달러 (약 34조 8,970억 원)	슈양웨이(双汇), 메이린(梅林), 꾸룽(古龙)	0
3	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 291억 1,720만 달러 (약 34조 8,970억 원)	왕지아두(王家渡), 아머(Armour), 준러(尊乐)	0
4	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 807억 유로 (약 108조 6,827억 원)	튤립(Tulip), 후오커(博客), B사	0
5	라이구쑤양차오시 (来故乡超市)	아시아마트	매장 수('20): 1개	C사, D사, E사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

22) 1위안=169.43원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 1달러=1,198.50원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 1유로=1,346.75원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁵⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	샤오뿌띠앤스짜띠앤 (小不点食杂店)	아시안마트	매장 수('20): 3개	B사, C사	0
7	티엔마오 (天猫)	온라인	약 3,202억 위안 (약 54조 2,515억 원)	스팸(Spam), 호멜(Hormel), 슈양웨이(双汇)	0
8	징둥 (京东)	온라인	약 5,768억 8,800만 위안 (약 97조 7,421억 원)	슈양웨이(双汇), 메이린(梅林), 티엔탄파이(天坛牌)	0
9	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 6,791억 엔 (약 75조 3,878억 원)	7S, 이팅(伊藤), 웨이징(维京)	0
10	인쭈오 (銀座)	백화점	약 18억 3,256만 달러 (약 2조 1,825억 원)	메이린(梅林), 꾸룽(古龙), 더리스(得利斯)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

25) 100엔=1,110.08원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 중국 통조림 햄 B2C 채널

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 알티마트(RT Mart)

	기업명	알티마트(RT Mart)			
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn			
	위치	상하이(上海)			
	규모	<table border="0"> <tr> <td>매출액('19)</td> <td>약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 2,595억 원)²⁶⁾</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('19): 약 486개 • 직원 수('20): 약 10만 명 </td> </tr> </table>	매출액('19)	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 2,595억 원) ²⁶⁾	기타 규모
매출액('19)	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 2,595억 원) ²⁶⁾				
기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('19): 약 486개 • 직원 수('20): 약 10만 명 				
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈 • 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 • 중국 내 29개의 성에 매장 보유 • 2017년 알리바바(Alibaba) 기업의 선아트리테일 지분 인수를 통해 온·오프라인 융합 강화 				
기업 요약					
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 3월, 모기업 선아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 시장 점유율 8.3%로 업계 1위 달성 • 2020년 차이나리아오(菜鸟) 로지스틱스와 파트너십 강화, 중소형 매장을 집중적으로 키울 것이라고 발표 				
유사제품 정보	제품명	보커산밍쯔후오투이 (博客三明治火腿)			
	종류	햄			
	용량	500g			
	원산지	대만			
					

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 신랑신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor), 샤인(Shine), 이컨설턴시(Econsultancy) 수나리테일(Sunaretail), 프로듀스리포트(Produce Report)
사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지

26) 모기업 선아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 신선식품, 육류, 육류가공품, 유제품, 즉석식품, 음료류, 냉동식품, 간편식품, 주류 등 - 일반: 영유아용품, 의류, 집화류, 주방용품, 가정용품, 청소용품, 위생용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높은 제품 - 간편하게 즐길 수 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 상하이에 있는 총괄 구매담당자가 주로 인지도가 높은 벤더를 통해 제품 소싱 - 입점 제품에 대해서는 지역 내 구매 담당자가 관리 - 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국의 구매담당자에게 심사를 거침 - 심사 통과한 제품에 대한 상품코드 알티마트로부터 수취 - 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 - 신상품 입점 및 판매 • 로컬 에이전트를 통한 등록
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 약 5주 • 총괄 구매 담당자가 선정한 제품이 입점될 가능성이 높음 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-(0)800-010-020 - LINE 아이디: @bvq0787C
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: seoagencychina.com - 전화번호: +86-(0)21-623-105-20 - 이메일: seo@marketingtochina.com - 기업소개: 알티마트를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 용웨이(永辉)



기업 기본 정보	기업명	용웨이(永辉)		
	홈페이지	www.yonghui.com.cn		
	위치	푸저우(福州)		
	규모	매출액('19)	약 292억 5,658만 위안 (약 4조 9,569억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 835개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년 설립 • 중국 500위 이내의 기업(상장 기업 기준) • 일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점 형태로 매장 운영 • 중국 내 약 835개의 매장 보유 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 용웨이운창(永辉云创) 지분 20%를 4억 위안(약 678억 원)에 인수하여 그룹 최대 주주 등극 • 2020년 충칭(重庆) 지역에 신규 점포 4-6개 오픈하여 지역 주도권을 점유할 계획 			
유사제품 정보		슈왕웨이		
		제품명	니우찬쭈로평웨이관토우 (双汇午餐猪肉风味罐头)	
		종류	통조림 햄	
		용량	198g	
		원산지	중국	

자료: 용웨이(永辉) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 시나차이칭(新浪财经), 0512다저(0512打折)
사진자료: 용웨이(永辉) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 신선식품, 즉석식품, 육류가공품, 소스류, 냉동식품, 건조식품, 간편식품, 육류가공품 등 - 일반: 욕실용품, 주방용품, 영유아용품, 가정용품, 청소용품, 위생용품, 화장품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선 농산품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매장별 신선 농산품의 비율이 약 40%를 차지 - 주로 벤더를 통해 구매하는 방식을 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선연락 혹은 이메일을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매위원회는 매주 수요일, 토요일 홈페이지 공지사항에 관심 상품 리스트 공개 - 관심품목에 속하면, 신상품 접수처에 입점 예정 상품의 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘견본등록서’를 제출 - 이때, 보다 상세한 카탈로그를 제시하고 거래조건 협의를 진행 후 ‘거래계약서’를 체결 - 입주 상품 등록 - 상품 유통 및 판매 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 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 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 30일 - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)591-8396 1855 메일: yhcs@yonghui.cn

자료: 옹훼이(永輝) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 월마트(Walmart)



기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.wal-martchina.com	
	위치	선전(深圳)	
	규모	매출액('19)	약 291억 1,720만 달러 (약 34조 8,970억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 436개 • 직원 수('20): 약 96,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립 • 중국 내 약 180개 도시에서 매장 운영 • 샘스클럽(Sam's Club), 일반 마트 형태로 매장 운영 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 신선식품 유통 기업 바코드(Varcode)와 파트너십 계약 • 2020년 4월 우한 지역에 4,250만 달러(약 509억 원) 기부 • 2020년 AI 기반의 스마트 전자저울 시스템 도입 검토 중 		
유사제품 정보		제품명	왕지아두니우찬로우창 (王家渡午餐肉肠)
		종류	햄
		용량	640g
		원산지	중국

자료: 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지, 프로듀스리포트(Produce Report), 푸르츠넷(Fruitsnet), 푸레쉬플라자(Freshplaza), 애드위크(Adweek), 스태티스타(Statista), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉장식품, 냉동식품, 간편식품, 건조식품, 즉석식품, 육류가공품, 소스류, 스낵류, 음료류, 주류 등 - 일반: 가정용품, 화장품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 위생용품, 청소용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 제품 - 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 직접 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹 주소에서 필수 양식 다운로드 후 작성 (wal-martchina.com/supplier/apply.htm) - 홈페이지에서 절차 확인 후, 작성한 양식을 첨부하여 해당 제품군 담당 부서로 메일 송부 - 5가지 제품군으로 분류 (Dry goods, Fresh food, FMCG, Non-food, Private label dedicated mailbox) - 등록시 필요 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급업체 정보 (기업명, 연 매출액, 연간 매출액 점유율) ② 제품 정보 (제품명, 제품 출시일, 판매 채널, 연간 홍보 예산, 사진 등)
	등록조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가기준 ① 월마트 공급업체 행동강령 준수 • 평가기준 ② 정보공시기준에 따라 제조시설 검사 실시 • 평가기준 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 검사 실시
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 제품에 대해 관심이 있을 시, 관련 지역 구매담당자가 직접 연락 • 선호 공급자 특징 (자격증 보유/ 합법적으로 생산/ 인증 서류구비/ 월마트 전담 팀 구비/ 월마트 창고배송 가능) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 <ul style="list-style-type: none"> ① foodinfo@wal-mart.com (식품담당부서) ② WMCCS@wal-mart.com (일반문의) - 전화번호: +86-555-21512288

자료: 월마트차이나(Walmart-china) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 까르푸(Carrefour)

	기업명	까르푸(Carrefour)
	홈페이지	www.carrefour.cn
	위치	상하이(上海)
	규모	매출액('19) 약 807억 유로 ²⁷⁾ (약 108조 6,827억 원) 기타 규모 • 매장 수('20): 약 234개 • 직원 수('18): 약 6만 명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 기업으로 1995년 중국 진출 중국 내 210개의 대형마트 및 24개의 편의점 운영 중국 내 22개 성과 51개 도시에 매장 보유 납품 업체로부터 상품을 대량 매입 후 고객에게 판매하는 저가 전략으로 시장 선점 2013년 온라인 상점과 택배 서비스를 시작하였으나 가격, 서비스의 질, 배송시간의 문제로 점점 인기 감소 중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인하여 인기 및 수익 하락 추세 	
기업 요약		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 중국 금융기업 수닝룽구지투안요우시엔공쓰(苏宁控股集团)와 파트너십 계약, 매출량 전년 대비 106.7% 집계 2020년 매장에서 섭취 가능한 간편식 및 즉석식품 제품군을 늘릴 계획 	
유사제품 정보		제품명 툴립츨햄 (Tulip Chopped Ham) 종류 통조림 햄 용량 340g 원산지 덴마크

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 아이에스앤머거진(ISN Magazine), 샤인(Shine), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 스태티스타(Statista), 피알뉴스와이어(PR Newswire)
 사진 자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 글로벌코스메틱스뉴스(Global Cosmetics News)

27) 까르푸(Carrefour) 그룹 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 육류, 육류가공품, 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 소스류, 건조식품, 냉동식품 등 - 일반: 육식용품, 영유아용품, 주방용품, 청소용품, 위생용품, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가격 경쟁력이 있는 상품 - 공급이 안정적인 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이어야 함 (타 유통채널 대비 가격이 높을 경우 반려) - 계약서에 있는 견적은 고정가격이어야 하며 부득이하게 견적 변동이 있을 경우 까르푸의 허가를 받은 뒤 1개월 후 변동 가능 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 주소: supplierportal.carrefour.com.cn - 회원가입 후 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자 자료등록표’를 송부 - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 작성 및 서비스 계약 체결 - 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통 • 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① 까르푸 공급업체 행동강령 준수 • 평가 기준 ② 제품 안전성 기준 충족 • 평가 기준 ③ ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 • 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함(체결 날짜와 상관없이 유효 기한은 차년도 1월 1일까지) • 입주 비용이 높은 편 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-(0)21-387-845-00 - 메일: vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: seoagencychina.com - 전화번호: +86-(0)21-623-105-20 - 이메일: seo@marketingtochina.com - 기업소개: 까르푸를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 한인마트

① 라이구씨양차오씨(来故乡超市)

	기업명	라이구씨양차오씨(来故乡超市)	
	홈페이지	(-)	
	위치	베이징(北京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 6월 21일 오픈 • 베이징의 IT 산업 중심지인 왕징(望京) 지구에 위치 • 한국산 식품, 식재료, 화장품 등 다수 판매 • 붕어빵, 떡볶이 등 한국 인기 메뉴 판매 • 한국인 뿐만 아니라 현지인들의 방문 빈도수 또한 높은 편 	
		 	
유사제품 정보		제품명	대림선빅불고기햄
		종류	햄
		용량	500g
		원산지	한국

자료: 구글맵스(Google Maps), 바이두맵(百度 Map), 11461닷컴(11461.Com), 웨이보(微博)
사진 자료: 웨이보(微博), 인터파크(Interpark)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 청소용품, 잡화류, 액세서리류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 제품 - 즉석식품, 간편식품, 스낵류 등 젊은 층이 선호하는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 여러 수입 제품을 판매하나 한국산 제품의 비중이 높음 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 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 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 영업시간: 8:00-22:00 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-10-6472-2580

자료: 구글맵스(Google Maps)

② 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)

	기업명	샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)	
	홈페이지	(-)	
	위치	랴오닝(辽宁)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 3개
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 랴오닝(辽宁) 지역에 매장 3개 보유 • 2011년 5월 23일 오픈 • 한국산 식품 다수 판매 • 한국산 삼푸, 구강청결용품 등 다수 판매 • 한국산 주류 제품 다양하게 입점 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • L사 켈리셔스 신제품 라인 입점 		
유사제품 정보	제품명	롯데런치미트	
	종류	통조림 햄	
	중량	340g	
	원산지	한국	
			

자료: 구글맵스(Google Maps), 바이두맵(百度 Map), 디안핑(洗浴), 웨이보(微博), 기업 담당자와의 인터뷰
사진 자료: 샤오홍슈(小红书), 디안핑(点评)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 간편식품, 건조식품, 즉석식품, 육류가공품, 소스류, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 위생용품, 화장품, 세제류, 구강청결용품, 액세서리류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 제품 - 인지도가 높은 브랜드의 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵류가 다양하게 구비된 편 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 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 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 영업시간 07:30-21:00 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-(0415)212-0021 +86-(0415)213-3300

자료: 구글맵스(Google Maps), 디엔핑(点评), 기업 담당자와의 인터뷰

3) 온라인

① 티엔마오(天猫)



	채널명	티엔마오(天猫)	
	홈페이지	www.tmall.com	
	위치	항저우(杭州)	
	규모	매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 54조 2,515억 원)
시장 기본 정보	기타 규모	오프라인 참고 수('18): 약 28개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년 알리바바 그룹에서 설립 • 2014년 해외직구 플랫폼 및 해외 제품 서비스 개시 • 2017년 명품 쇼핑 플랫폼 'Luxury Pavilion' 개시 • 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 1위 • 서비스 유형에 따라 Tmall.com, Tmall Global, Tmall Luxury Pavilion으로 나뉘어 운영 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 7월 IOC에서 '2020도쿄올림픽 공식 콘텐츠 포털'을 티몰에 런칭하는 계획 발표 • 2020년 영국 유명 화장품 브랜드 빅토리아 베컴 뷰티(Victoria Beckham Beauty) 입점 		
유사제품 정보	제품명	스팸 (Spam)	
	종류	통조림 햄	
	용량	198g	
	원산지	미국	

자료: 티엔마오(天猫) 홈페이지, 스탯스타(Statista), 올림픽(Olympic), 포브스(Forbes)

사진 자료: 티엔마오(天猫) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 간편식품, 즉석식품, 육류가공품, 소스류, 냉동식품, 신선식품, 건강보조식품 등 - 일반: 의류, 잡화류, 액세서리류, 화장품, 전자제품, 주방용품, 식기류, 서적류, 유아용품, 완구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 글로벌 인지도가 높은 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함 - 건강식품과 유기농 식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce China Agency(이커머스기업 전문 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: ecommercechinaagency.com - 이메일: ecommerce@marketingtochina.com - 기업소개: 티몰을 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 티엔마오(天貓) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 징동(京东)



기업 기본 정보	기업명	징동(京东)								
	홈페이지	www.jd.com								
	위치	베이징(北京)								
	규모	매출액('19) 약 5,768억 8,800만 위안 (약 97조 7,421억 원) 기타 규모 직원 수('19): 약 22만 명								
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2013년 설립 • 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 2위 • 약 4,020만 종류의 상품을 취급 • 높은 품질과 안정적인 배송으로 소비자 신뢰도가 높은 온라인 플랫폼 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 주가가 62.23달러(74,583원)를 기록하며 분기 평균인 50.34달러(60,332원)보다 24% 높게 거래되어 상승세 전망 • 2020년 6월 징동의 e-스포츠 스폰서 팀인 징동게이밍(JDG)이 소니게이밍(Sony Gaming)과 파트너십 계약 • 2020년 3월 버드와이저(Budwiser), 레미마틴(Remy Martin) 등 글로벌 주류회사와 협력하여 '온라인 클러빙' 캠페인 런칭 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>메이린니우찬로우관토우 (梅林午餐肉罐头)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>통조림 햄</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>340g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>중국</td> </tr> </table>	제품명	메이린니우찬로우관토우 (梅林午餐肉罐头)	종류	통조림 햄	용량	340g	원산지	중국
제품명	메이린니우찬로우관토우 (梅林午餐肉罐头)									
종류	통조림 햄									
용량	340g									
원산지	중국									

자료: 징동(京东) 홈페이지, 이스포츠옵저버(E-sports Observer), 더드링크비즈니스(The Drinks Business), 야후파이낸스(Yahoo Finance), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 징동(京东) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 주류, 스낵류, 소스류, 김치류, 건강보조식품 등 - 일반: 전자제품, 잡화류, 의류, 악세서리류, 침구류, 화장품, 영유아용품, 완구류, 위생용품, 청소용품, 의료용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵 및 건강식품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망하는 제품의 품목 분류가 명확해야 함 - 건강식품과 유기농식품 판매는 해당 제품이 판매되는 지역 정책과 부합 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양 - 식품보다는 일반 품목 비중이 큼 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - JD.COM 접속 및 로그인 (계정 없을 시 회원가입 필수) - 다음 웹 주소에서 采销业务 카테고리 선택 (www.about.jd.com/contact/) - ‘입점안내’ 정독 및 동의 - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 		
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 공급자 자격 심사 7일 / 재검토 1-15일 / 권한 부여 1-3일 소요 • 심사 진행 현황은 ‘온라인 입점 시스템’에서 조회 가능 • 규범 위반과 허위자격요건 발각으로 인한 탈퇴 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 박탈 • 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴 일자를 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-(0)400-136-6618 - 이메일: service@jd.com 		
<p>벤더리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sinowei(식음료 브로커) - 홈페이지: sinowei.co.ck <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: team@sinowei.co.uk - 전화번호: +44-289-023-3642, +44-289-581-2627 - 기업소개: 징동을 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 징동(京东) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-11bj.com.cn www.7-11.cn	
	위치²⁸⁾	베이징(北京) 광둥(广东)	
	규모	매출액('19)	약 6조 7,912억 엔 ²⁹⁾ (약 75조 3,878억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1927년 미국에서 설립 • 2005년 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings)에 매각 • 전 세계 18개국에 약 64,319개의 매장 보유 • 중국 남부 자점은 데어리팜그룹(Dairy Farm Group)이, 베이징·텐진·청두 자점은 일본 세븐&아이홀딩스가 운영 • 1992년 중국 남부에 진출하여 2006년 외국계 편의점 리테일 기업 최초로 프랜차이즈 운영권 획득 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 후난(湖南) 지역의 세븐일레븐 매장이 전 세계 세븐일레븐 오픈데이 매출액 1위 달성 • 2020년 중국 전역에 매장 2,800개 이상 보유 		
유사제품 정보		제품명	이탕동지후오투웨이 (伊藤通脊火腿)
		종류	햄
		용량	165g
		원산지	일본

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 세븐&아이(Seven&i) 홈페이지, 인사이드리테일(Insideretail), 신후오왕(新华网), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 타오바오(淘宝)

28) 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings)가 운영하는 베이징 본사와 데어리팜그룹(Dairy Farm Group)이 운영하는 광둥 본사 각각에 위치

29) 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings) 총 영업 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 캔디류, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류 등 - 일반: 문구류, 잡화류, 청소용품, 위생용품, 구강청결용품, 애견용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 (베이징. 텐진) <ul style="list-style-type: none"> - 세븐&아이홀딩스(Seven&i Holdings) 홈페이지 접속 후 입점 절차 확인 (www.7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) - 세븐일레븐 홈페이지 좌측 메뉴 중 ‘Consult us’ 클릭하여 문의사항 작성 후 제출 (www.7-11bj.com.cn/?inquiry.html) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호, 문의 내용) • 이메일, 또는 유선 전화를 통한 직접 문의 (중국 남부) <ul style="list-style-type: none"> - 데어리팜그룹 홈페이지 (www.dairyfarmgroup.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 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 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① Seven&i 그룹 기업 행동지침 준수
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 베이징. 텐진 지점 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: t-jiameng@7-11bj.com - 전화: +86-022-2723-9771 • 중국 남부 지점 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: DFGcontactus@dairy-farm.com.hk

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 백화점



① 인쑤오(银座)

	기업명	인쑤오(银座)	
	홈페이지	www.yinzuo100.com	
	위치	산둥(山东)	
	규모	매출액('19)	약 18억 3,256만 달러 (약 2조 1,825억 원)
기타 규모		매장 수('18): 180개 ³⁰⁾	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립 • 산둥성 정부로부터 지원받아 설립 • 리우상 재단이 운영하는 백화점으로, 백화점 외에도 슈퍼마켓, 플라자, 아울렛 등 다양한 매장을 운영함 • 산둥, 허베이, 허난 등에 위치함 • 온라인 몰 운영 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 헌혈 행사 개최 • 2020년 8월 26일부터 30일까지 웨이팡(潍坊) 지점에 수출 상품 내수 촉진 대규모 브랜드 행사 개최 예정 	
유사제품 정보		제품명	꾸롱니우찬로우 (古龙午餐肉)
		종류	통조림 햄
		중량	190g
		원산지	중국

자료: 인쑤오(银座) 홈페이지, 인쑤오(银座) 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 치루완바오(齐鲁晚报), 소후우(搜狐)

사진 자료: 인쑤오(银座) 홈페이지, 타오바오(淘宝)

30) 기업에서 운영되는 슈퍼마켓, 백화점, 플라자 등 모든 리테일 매장을 합친 매장 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류가공품, 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 견과류, 캔디류, 유제품, 즉석식품, 건조식품, 차(茶)류 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 구강용품, 의류, 잡화류, 악세서리류, 가정용품, 식기류, 스포츠용품, 문구류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지가 명확히 표기되어 있는 제품 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 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 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처(몰 판매 문의) <ul style="list-style-type: none"> - 이름: Mr. Liu - 전화번호: +86-0531-67890992 - 이메일: liuziwei@yinzuo100.com

자료: 인쑤오(银座) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 통조림 햄 인증 취득
2. 중국 통조림 햄 사전 절차
3. 중국 통조림 햄 라벨 심의
4. 중국 통조림 햄 서류 준비
5. 중국 통조림 햄 세금 납부
6. 중국 통조림 햄 검역 심사 절차
7. 중국 관련 규제 정보

1. 중국 통조림 햄 인증 취득

인증 취득

중국으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

통조림 햄

통조림 햄 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 돈육 가공품 對중국 수출 불가

현재 한국산 축산물 품목 중 對중국 수출이 가능한 품목은 가금육가공품과 육가공품 뿐임. 이에, 통조림 햄의 통관·검역 절차는 일반가공식품의 일반적인 통관·검역 절차 및 가금육가공품의 통관·검역 절차로 대체하여 조사함

▶ 중국 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

중국으로 수출하고자 하는 통조림 햄 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 현재 없는 것으로 확인됨. 다만, 중국은 「위해 요소 분석 및 중점 관리 포인트(HACCP) 시스템 식품 생산기업 일반 요구 사항」³¹⁾에서 수산물, 육류, 냉동 야채 및 과일, 고기 및 수산물을 함유한 냉동식품 등의 일부 식품군의 생산 안전 기준에 대해 HACCP 기준을 적용하고 있음. 그러므로 중국으로 육류 제품을 수출하고자 하는 업체는 사전 HACCP 인증 취득이 권장됨

이 외에도 중국으로 육가공품 수출 시, 「중국 가축 및 가금류 도축 및 가공에 대한 국가 식품안전 표준 위생 사양(GB 12649-2016)」과 「음용수 품질 기준 사양(GB 5749-2006)」에서 두고 있는 식품 생산 안전 기준을 충족시켜야 함

[표 4.1] 중국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

31) 중국 국무원(The State Council), 「GB-T 27341-2009」, 2009

[표 4.2] 중국 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP		절차	기간
		서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
		서류	비용
		신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원

자료 : 각 인증기관

2. 중국 통조림 햄 사전 절차

사전 절차

중국으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

통조림 햄

통조림 햄 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 식품 수출을 위해 모든 식품류의 AQSIQ 사전 등록 '필수'

중국 국가질량감독검역검역총국(AQSIQ, General Administration of Quality Supervision Inspection & Quarantine)과 해관총서(GACC, General Administration of Customs)는 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 혹은 해외 생산기업들에게 기업 정보의 사전 등록을 요구함. 신청서 작성 후 기관으로부터 등록번호를 부여받아 이후 관세 절차에 사용하며 경우에 따라 시설 인증이 필요하기도 함

육류 제품의 사전 등록을 위해서는 신청서, 육류 테스트 보고서 또는 인증서, 수출업체 사업 증명서, 원산지증명서, 수출국인 한국의 공식 수출허가서류 등을 모두 제출해야 함. 제조업체명, 수출자 및 대리인의 이름, 국가와 지역은 AQSIQ 및 GACC 데이터베이스에 공개됨. 현재 해당 육류 데이터베이스에 등록된 국내 기업은 19개로 확인됨

[표 4.3] 중국 사전 육류 제품 등록 절차

신청 기관	국가질량감독검역검역총국(AQSIQ)
신청서 필수 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 기업명 • 국가 및 지역 • 연락처 • 통관 예정 식품군 • 기타 중국으로의 수출 희망 기업 정보
소요기간	신청일로부터 약 4주(서류의 구비에 문제가 없는 경우)
소요비용	825달러(약 99만원) ³²⁾
유효기간	3년

자료: 중국 질량감독검사검역총국(AQSIQ, General Administration of Quality Supervision Inspection & Quarantine)

32) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 중국 육가공 식품 수출을 위해 CNCA 사전 등록 ‘필수’

중국으로 육류 가공식품, 수산 가공식품, 유제품을 수출하고자 하는 모든 해외 기업은 사전에 중국 국가인증인가감독관리위원회(이하 CNCA, Certification and Accreditation of China)에 등록해야 함. CNCA는 수출기업의 시설이 중국의 식품안전규정에 적합한지와 철저한 위생관리 프로그램을 운영하고 있는지를 점검함

현재 중국과 수출 허가협정이 되어 있는 한국 삼계탕 제품의 도축공장 및 가공공장에 대한 중국 당국의 검역 절차는 다음과 같음. 향후 육류 및 육가공품 수출 협정이 이루어질 경우 이와 유사한 절차를 따를 것으로 예상됨

[표 4.4] 삼계탕 제품 중국 검역 신청 및 절차

검역 절차		
사전 절차	서류 제출	<ul style="list-style-type: none"> • HACCP 작업장 인증서 • 중국 CNCA 수출작업장 등록 신청서 - 업체 기본 정보 - 식품안전 및 위생관리 시스템 - 유제품 가공 시스템 등
	관할 지방청 검사 후 중국 정부에 해당 정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 검역위생 및 중국의 수입 조건 충족 여부 점검 • 중국 정부에 수출작업장 신청 서류 및 정보 제공
현장 점검	중국 정부 관계관 파견	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 관련 규정에 따라 현장 점검 실시
결과	중국 정부 등록	<ul style="list-style-type: none"> • 문제가 없는 작업장은 중국 정부에 등록 • 중국 CNCA 홈페이지 게재

자료: 식품의약품안전처

▶ **한국 내 도축공장 및 가공공장에 대한 ‘한국’ 당국 검역 신청 및 절차**

한국은 수출 상대국과 수입 절차 및 수출 작업장 등록 등의 협의를 거쳐 축산물 등의 수출이 가능한 국가를 대상으로 수출검역증을 발급하고 있음. 동물, 유가공품, 육가공품의 지정 검역물을 수출하고자 하는 업체는 필수적으로 해당 증명서를 받아야 함. 그러나 수출대상국가에서 육제품의 수입을 금지하는 경우 수출검역증명서가 발행되지 않기 때문에 중국의 경우, 향후 수출 협정 상황을 지켜본 후 절차를 진행해야 함

식품의약품안전처에서는 한국 및 수출 상대국의 식품안전 규정을 준수하는 국내 작업장이 상대국에게 수출작업장으로 등록되도록 지원하고 있음. 한국에서 수출검역증을 발급받기 위한 절차는 다음과 같음

[표 4.5] 한국 축산물 수출 검역 신청 및 절차

	수출 절차	비고
1	상대국 수출조건 확인	
2	검역시행장 지정	
3	수출 작업장 상대국 등록 신청	
4	수출 작업장 점검	도축장 : 농림축산검역본부 관할 가공장 : 식약처 관할
5	수출검역증 발급	
6	선적확인	검역 실시 화물과 대조확인
7	선적 및 수출	

자료: 농림축산검역본부, 식품의약품안전처

3. 중국 통조림 햄 라벨 심의

라벨 심의

중국으로 제품 수출 시,
요구되는 제품에 대한
라벨 규정 정보 제공

통조림 햄

통조림 햄 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 라벨 규정, 중국국가표준(GB) 준수 의무

중국의 통조림 제품 라벨링은 영유아 대상의 특수 용도 통조림 제품(GBT 13432-2013)을 제외하고는 선포장식품 영양라벨 통칙을 따름(GB 28050-2011). 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)에서는 각 제품 유형별로 표준 라벨 자동 생성 서비스를 제공하고 있으며 해당 서비스는 120달러(한화 약 14만 원)에 제공됨

[표 4.6] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 라벨 통칙

규정	GB 7718-2011 선포장식품 라벨 통칙	
세부 내용	라벨 표기사항	필수 <ul style="list-style-type: none"> 식품명칭 배합원료표 내용량 및 규격 원산지 수입업체 또는 중개판매자의 명칭, 주소 및 연락처 생산일자 및 보존기한 저장조건 식품 생산허가증 번호 제품 표준 코드 및 기타 표시가 필요한 사항
		권장 <ul style="list-style-type: none"> 로트 번호 섭취 방법(개봉 방법, 조리 방법 등) 알레르기 유발물질
	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계가 있어야 함
	글자 크기	1.8mm이상(35cm ² 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함
	라벨 표기사항 (가이드)	규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함
	식품명칭	동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함 가장 눈에 띄는 위치에 표시해야 함

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	배합원료표	첨가량을 내림차순으로 나열해야 함 2% 이하 배합원료는 제외함 중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가제 통용 명칭으로 표시해야 함
		내용량 및 규격	법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm) 를 준수해야 함
		생산일자 및 보존기한	별도의 스티커 라벨 부착은 금지함 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 알콜함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면제가 가능함 년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기해야 함

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)

[표 4.7] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 영양라벨 통칙

규정	GB 28050-2011 선포장식품 영양라벨 통칙		
세부 내용	라벨 표기사항	필수	<ul style="list-style-type: none"> 열량 핵심 영양소의 함량 및 영양소 기준치의 백분율 (열량(KJ), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g)) 트랜스지방(산) 함량
		선택	각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 마그네슘, 칼슘, 철분, 망간, 불소 등 기타 성분
	라벨 표기사항 (가이드)	영양성분	매 100그램(g)당 혹은 100밀리리터(mL)당 혹은 한몫의 식용가능량 중 구체적인 수치로 표기해야 함
		트랜스지방(산)	경화유지 및 부분경화유지가 포함되거나 생산과정에 사용될 경우 함량을 표기해야 함
		수소 첨가	수소가 첨가 또는 수소화된 지방을 사용하는 경우, 트랜스지방(산)과 함께 표기해야 함
		기타사항	열량 및 영양성분 설명 시 '함유', '고저', '유무', '증감' 등의 표기에 대한 구체적인 함량 및 기준조건을 명시해야 함

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)

▶ 중국 통조림 햄 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
<p data-bbox="644 813 783 846">[앞면 - 중문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 产品名：世棒午餐肉罐头 ② 产品信息：Classic经典原味 ③ 容量：340克 ④ 进口商：荷美尔 	<p data-bbox="1123 813 1262 846">[앞면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 제품명：스팸 ② 제품정보：Classic 오리지널 맛 ③ 용량：340g ④ 수입업체：Hormel
<p data-bbox="644 1144 783 1178">[뒷면 - 중문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 产品信息：世棒 经典原味 ② 制作方法：世棒肉香弹牙餐蛋面 <p>做法：厚切SPAM世棒经典原味2~3片，两面煎至焦香。沸水下方便面、菜心，小火煮3分钟。装盘摆上煎好的鸡蛋和SPAM世棒经典原味厚切SPAM世棒经典原味2~3片，入平底锅，少油，小火煎双面小火煎1~2分钟，至两面焦香，即可</p>	<p data-bbox="1123 1144 1262 1178">[뒷면 - 국문]</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 제품정보: 스팸 클래식 오리지널맛 ② 조리방법: 스팸계란면 <p>방법: 스팸 클래식 오리지널 맛을 두겹게 2-3장 썰어 양면을 노릇하게 구워준다. 끓는 물에 라면, 야채를 넣고 작은 불로 3분간 끓인 후 그릇에 담고 미리 만든 후라이와 스팸을 위에 얹는다. 스팸 클래식 오리지널 맛을 두겹게 2-3장 썰어 후라이팬에 기름을 적게 두르고 작은 불로 굽는다. 양면을 작은 불로 1-2분 구워 표면이 노릇하게 구워지면 된다.</p>

▶ 중국 통조림 햄 라벨 샘플



- ① 위탁업체 정보
- ② 수입업체 정보
- ③ 원산지

[왼쪽 면 라벨링]



- ① 영양성분표
- ② 식품생산허가증번호
- ③ 상품표준코드번호
- ④ 배합원료표
- ⑤ 보관조건
- ⑥ 생산일자
- ⑦ 보존기한
- ⑧ 주의사항

[오른쪽 면 라벨링]

[왼쪽 면 - 중문]

- ① 委托企业信息：
荷美尔（中国）投资有限公司
/浙江省嘉兴市经济技术开发区董浜路8
9号A区
- ② 受托企业信息：
嘉兴荷美尔食品有限公司
/ 嘉兴经济技术开发区董浜路89号
- ③ 原产地：浙江省嘉兴市

[오른쪽 면 - 중문]

① 营养成分表

营养成分表		
项目	每100克	NRV%
能量	1360kj	16%
蛋白质	14.9g	25%
脂肪	28.4g	47%
碳水化合物	3.3g	1%
钠	693mg	35%

- ② 食品生产许可证编号：
SC10433048401994
- ③ 商品标准代码：GB7098
- ④ 配料表：
猪肉、水、食品添加剂（羟丙基二淀粉磷酸酯、亚硝酸钠）、食用盐、白砂糖。
- ⑤ 保管条件：常温，置于阴凉干燥处
- ⑥ 生产日期：(年/月/日) 见包装
- ⑦ 保存期限：3年
- ⑧ 注意事项：
如发现胀罐或易拉盖破损，请勿食用。

[왼쪽 면 - 국문]

- ① 위탁업체 정보：
Hormel(중국)투자유한회사
/ 저장성 가흥시 경제기술개발구둥팅방로
89호 A구역
- ② 수입업체 정보：
가흥Hormel식품유한회사
/ 가흥시 경제기술개발구둥팅방로 89호
- ③ 원산지：저장성 가흥시

[오른쪽 면 - 국문]

① 영양성분표(营养成分表)

영양성분표		
항목	100g 당	NRV%
에너지	1360kj	16%
단백질	14.9g	25%
지방	28.4g	47%
탄수화물	3.3g	1%
나트륨	693mg	35%

- ② 식품생산허가증번호
：SC10433048401994
- ③ 상품표준코드번호：GB7098
- ④ 배합원료표
：돼지고기, 물,
식품첨가제(히드록시프로필인산이전분,
아질산나트륨), 식용소금, 백설탕
- ⑤ 보관조건：상온, 건조하고 서늘한 곳
- ⑥ 생산일자：(년/월/일) 포장 참고
- ⑦ 보존기한：3년
- ⑧ 주의사항：제품이 팽창하거나 뚜껑 파손
시 드시지 마시오.

4. 중국 통조림 햄 서류 준비

서류 준비

중국으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

통조림 햄

통조림 햄 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 육류 수입제품, 위생 및 원산지증명서 ‘필요’
- ▶ CNCA 사전 등록 및 등록 번호 필요

일반 수입 식품은 AQSIQ 사전 등록 및 화물 심사만 진행됨. 그러나 육류 제품, 수산 동물, 채소와 과일류, 식량 가공품, 유제품, 약재 및 기능성 식품 등의 품목은 사전 심사 절차 결과 서류가 이후 통관 절차에 필요함

원산지증명서의 경우 기존에는 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있었으나, 2020년 7월 FTA 원산지관리시스템(이하 FTA-PASS)과 전자통관시스템(이하 UNI-PASS)이 연계됨에 따라 수출기업이 FTA-PASS에서 기존보다 빠르고 정확하게 원산지증명서를 신청할 수 있게 됨. 수출기업이 기관발급 원산지증명서를 신청할 때, UNI-PASS 수출신고 정보가 원산지증명서 신청서에 자동으로 기재됨

[표 4.8] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	(-)	
	중문 라벨	(-)	
	입경화물통관단	국기질량감독검험검역기구	
	선적	수입 선하증권	(-)
		상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		무역계약서	(-)
	원산지증명서	관세청(FTA-PASS) / 대한상공회의소	
위생증명서	식품의약품안전처		
추가 서류	육류 제품	CNCA 등록 번호	

자료 : 중국 해관총서(GACC), 한국 관세청

5. 중국 통조림 햄 세금 납부

세금 납부

중국으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

통조림 햄

통조림 햄 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 통조림 햄 HS-CODE 1602.41-00, 관세율 6% 적용
- ▶ 중국 수출 시 'FTA 협정세율' 적용

통조림 햄의 경우 중국에서는 HS-CODE 1602.41의 1602.41-00(기타) 세번을 사용하여 수입됨.³³⁾ 중국 수입 시 기본 세율은 90%를 적용함. 그러나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일 발효된 한-중 FTA 협정세율을 적용받아 6%의 관세율이 적용됨. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야 하며 항목에 따라 0 - 13%의 세율을 적용받게 됨

- 수입 서류 심사비용에 75달러(약 9만 원) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 11시간 소요
- 통관 비용은 230달러(약 27만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 37시간 소요

[표 4.9] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(肩肉)이나 피	
	1602.41	기타(동물의 피 조제품을 포함한다)	
	1602.41-1000	기타	
중국	1602.41-00	넓적다리살과 그 절단육	
관세	기본관세율	90%	
	FTA 협정세율	6%	
증치세		0 - 13%	

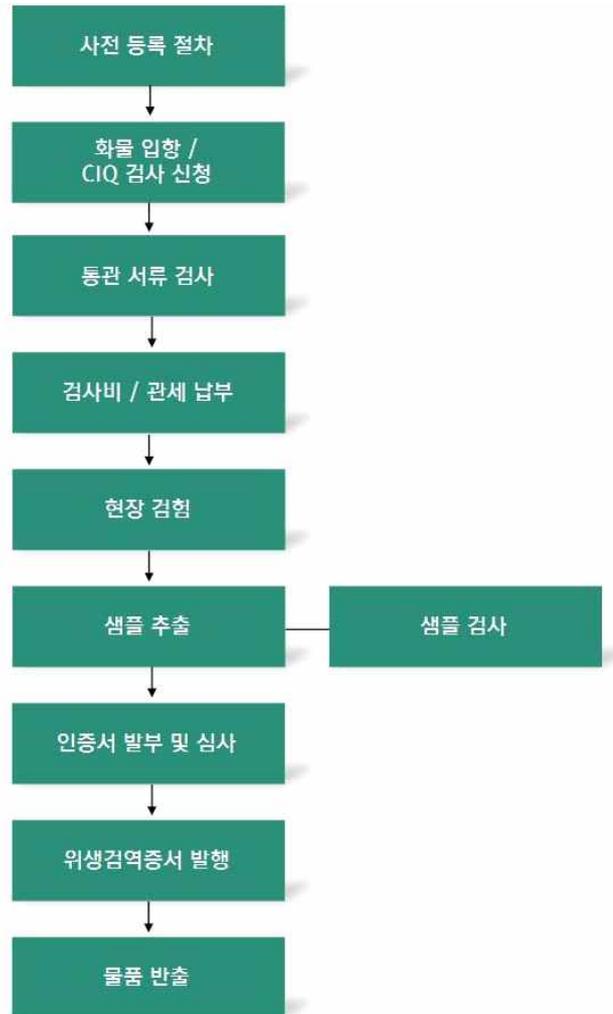
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

33) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1602.41 중 통조림 햄에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 중국 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 중국 해관총서를 통한 확인이 필요함

6. 중국 통조림 햄 검역 심사 절차

- ▶ 검역검험절차 간소화로 통관 효율 제고
- ▶ 수입 신고 물품이 중국의 식품안전표준에 부합하는지 심사

[표 4.10] 중국 통관 및 검역 프로세스



- ▶ 중국 통조림 햄 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 4.11] 중국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	중국
식품유형	식육가공품 및 포장육 > 식육함유가공품

7. 중국 관련 규제 정보

- ▶ 육류 및 육가공품 관련 중국-한국 정부 간의 수출 허가 협정 진행 상황
- ▶ 현재 구제역 및 아프리카돼지열병 등으로 한국 육가공품의 중국 반입 금지

- 2010-2011, 국내 구제역 발생으로 육류 중국 수출 전면 중단

2010년 국내 구제역 발생으로 한국산 육류와 육류가공품의 중국 수출이 전면적으로 중단됨. 전염병 발생 우려가 낮은 햄류, 멸균 소시지류 등 멸균 식육가공품과 육류를 소량 함유하고 있는 소스류 등의 일반가공식품도 수출이 금지됨

- 2014-현재, 중국 국가질량감독검험검역총국과 검역 위생 협의 진행 중

한국 농림수산물부와 식품의약품안전처는 열처리 돼지고기 제품의 중국 수출을 위해 2014년부터 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)과 검역위생 협의를 진행하고 있음. 중국 당국에서는 현재 멸균 통조림 및 소량식육 함유 가공품과 관련하여 한국의 제출 자료를 검토 중이나, 아직 국가 간 수입허용요건 체결 협의가 되지 않은 상태임

- 2017년 식약처 중국 육가공품 수출 시 '지정검역물 예외' 추진 발표

식품의약품안전처가 육가공품 중국 수출조건 협의 요청 등 국내 식품 업계의 건의사항을 수용해 정책을 추진키로 함. 식약처는 질병 전염 우려가 낮은 육가공품 수출 유형은 일반가공식품과 같이 '지정검역물 예외'로 수출할 수 있도록 국가 간 협상을 추진해달라는 국내 기업의 건의사항을 받아들여 추진 계획을 마련키로 함

- 2019-2020, 한국 아프리카돼지열병(ASF) 발생으로 육류 중국 수출 협정에 난항

2019년 09월 한국 아프리카돼지열병(ASF) 발생으로, 중국 해관총서(GACC)와 중국 농업농촌부(Ministry of Agriculture of the People's Republic of China)에서는 09월 25일부로 한국산 돼지고기와 가공식품의 수입을 금지함. 이에 한국육가공협회는 한국 정부에 중국과의 열처리 돈육 가공품 수출위생조건 체결을 요청함. 한국육가공협회에 따르면, 중국 시장의 경우 자국 내 축산물의 안전성 문제 및 한류문화 열풍 등으로 한국산 식육가공품 수요가 높을 것으로 예상됨. 중국의 경우 국가 간에 수입허용요건을 체결 후 해당 품목 수입이 허용되는 약정형 수입허용제도를 채택하고 있어, 양국 간 수출위생조건 체결이 선행되어야 함

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

- Interview ① 친황다오쥙다오쌍마오요우시엔공사(秦皇島中道商贸有限公司)
- Interview ② 상하이페이리마오이요우시엔공사(上海培利贸易有限公司)
- Interview ③ 쑤저우쓰수옌마오이요우시엔공사(苏州市苏盐贸易有限公司)
- Interview ④ 베이징요우지아궈지마오이요우시엔공사(北京悠嘉国际贸易有限公司)
- Interview ⑤ 광저우웨이멍공잉리엔요우시엔공사(广州威盟供应链有限公司)

Interview ① 친황다오쥬다오쌍마오요우시엔공스 (秦皇島中道商贸有限公司)

34)

●
친황다오쥬다오쌍
마오요우시엔공스
(秦皇島中道商贸有限公司)

전문가 소속

친황다오쥬다오쌍
마오요우시엔공스
(秦皇島中道商贸有限公司)
유통업체

연락처

+86-183-3358 7756

전문가 정보

Ms. Yu
(Manager)



친황다오쥬다오쌍마오요우시엔공스(秦皇島中道商贸有限公司)

Manager, Mr. Yu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

친황다오쥬다오쌍마오요우시엔공스는 2013년에 설립된 유통업체로 타오바오, 1688 등의 중국 온라인 전자상거래 플랫폼에서 판매를 진행하고 있으며 도매매장으로도 유통하고 있습니다. 주요 취급 품목은 시리얼, 오일, 조미료, 인스턴트 식품 등 입니다.

Q. 중국 내 통조림 햄의 수요는 어떤가요?

중국은 아직 외식보다 가정에서 식사를 차려 먹는 문화가 많이 남아있기 때문에 간편하게 먹을 수 있는 통조림 햄 제품의 수요가 높은 편입니다. 중국 내 경제 성장으로 농촌 지역의 소비수준이 상승함에 따라 도시 지역은 물론 외곽 지역에서도 수요가 높아지고 있습니다. 특히 건강을 중요시하여 저탄수화물 고지방 식이요법을 주로 하는 소비자들은 통조림 햄을 주요 식단 조절 재료로 섭취하는 경우가 있습니다. 따라서 A사의 무설탕, 고 육류 함량 제품의 수요는 높을 것으로 예상됩니다.

Q. 중국에서 인기 있는 통조림 햄 제품은 무엇인가요?

현재 중국 시장에는 통조림 햄 제품이 다수 판매되고 있으며 제품의 가격도 다양합니다. 그 중 매립(梅林), 구룡(古龍) 제품이 인기가 많으며 일반적으로 198g 용량에 25-35위안(약 4,235-5,930원³⁵⁾)에 판매되고 있습니다. A사의 제품도 중국에서 30위안(한화 약 5,082원) 정도의 가격으로 판매하는 것이 적절할 것 같습니다.

34) 사진자료: 1688 홈페이지

35) 1위안=169.43원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 통조림 햄 판매에 있어 가장 중요한 셀링포인트는 무엇인가요?

최근 중국에서 건강에 대한 인식 수준이 상승함에 따라 통조림 햄 제품의 나트륨 과함량이 이슈로 떠오르고 있습니다. 성인 기준 일일 적정 나트륨 섭취량이 1,400mg인 것에 반해 중국에서 판매되고 있는 통조림 햄 제품의 나트륨 함량은 100g당 577-1,150mg으로, 한 끼에 섭취하기에는 높은 나트륨이 포함되어 있습니다. 그러므로 현재 중국 소비자들은 저염 통조림 햄 제품을 찾고 있으며 이는 매우 효과적인 셀링포인트로 작용할 것입니다.

Q. 추천하는 통조림 햄 포장 형태는 무엇인가요?

금속 캔 포장을 추천합니다. 중국 내 통조림 햄 수입 브랜드와 현지 프리미엄 브랜드는 주로 금속 캔에 포장된 통조림 햄을 판매합니다. 또한, 수입산 제품의 포장 용기에 중국풍의 이미지나 글자를 새긴다면 현지 소비자들이 더 친근하게 다가갈 수 있을 것입니다.

Q. 중국 내 통조림 햄 제품의 시장 전망은 어떤가요?

통조림 햄 제품은 맛 자체에 대한 소비자 선호도가 높고, 간편하게 조리하여 먹을 수 있는 제품이기 때문에 앞으로도 상당 기간 꾸준히 높은 수요를 유지할 것으로 예상됩니다. 또한, 중국 내 급격한 경제발전에 따라 현지 통조림 햄 생산업체들이 선진설비를 다수 도입하였고 이로 인해 제품의 자동화 생산 능력이 발달하였습니다. 자동화로 인해 생산성이 빠르게 높아지게 되면서, 수요 상승세에도 불구하고 향후 통조림 햄 시장에서 공급이 수요를 초과할 것으로 보여 주의가 필요합니다.

Interview ② 상하이페이리마오이요우시엔공사 (上海培利贸易有限公司)

36)

●
 상하이페이리
 마오이요우시엔공사
 (上海培利贸易有限公司)

전문가 소속

상하이페이리
 마오이요우시엔공사
 (上海培利贸易有限公司)
 수입유통업체

연락처

+86-21-5777-3153

전문가 정보

Mr. Huang
 (Sales Manager)

PELE



상하이페이리마오이요우시엔공사(上海培利贸易有限公司)

Sales Manager, Mr. Huang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

상하이페이리마오이요우시엔공사는 2013년에 설립된 수입유통업체로 육류가공품, 통조림, 베이커리 재료, 조미료 등을 주로 취급하고 있습니다. 중국 상하이에 본사를 두고 있으며 1688 등의 온라인 플랫폼으로 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 중국 내 통조림 햄의 수요 현황과 전망은 어떠한가요?

중국 내 통조림 햄의 수요는 높은 편입니다. 보관 및 조리가 쉬운 제품이기에 최근 코로나19 당시 품질 현상까지 발생하였습니다. 중국은 여러 국가에서 육가공품 수입을 금지하고 있기 때문에, 수출 규제가 완화되지 않는 한 추후 중국 현지 브랜드 및 중국 내에서 OEM으로 생산하는 수입 브랜드 제품이 시장을 주도할 것으로 예상합니다.

Q. 중국 내 소비자들은 통조림 햄 제품을 어떻게 조리하여 먹나요?

중국에서 통조림 햄 제품은 주부 외에 혼자 사는 젊은 층, 직장인에게 수요가 높습니다. 특히 1인 가구의 경우, 요리에 서투르거나 빠르게 식사를 해결하려 하는 경우가 많아 통조림 햄 제품을 이용하여 볶음밥, 샌드위치 등을 만들어 간단하게 먹는 편입니다. 통조림 햄 제품은 다른 반 가공 제품과 같이 상온에서 보관하기가 쉽고 먹기에도 간편하기 때문에 소비자들은 주로 온라인에서 대량으로 구매하여 먹는 경우가 많습니다.

Q. 중국에서 가장 인기 있는 통조림 햄 제품은 무엇인가요?

중국 내 통조림 햄 브랜드는 매우 다양하지만, 그 중 수입브랜드인 스팸(世棒)³⁷⁾ 제품이 가장 인기 있으며 198g 용량에 19.9위안(약 3,371원)에 판매되고 있습니다. 당사의 스팸 제품 판매량은 한 달에 약 5만 캔에 달할 만큼 인기가 좋은 편입니다. 스팸 제품은 중국 내 가장 오랫동안 판매 중인 브랜드이기 때문에 소비자들에게 브랜드 인지도가 매우 높으며 가성비 측면에서 우위를 차지합니다. 현재 중국 내 많은 통조림 햄 제조업체는 스팸(世棒)의 라이선스를 갖고 있으며, OEM 방식으로 제조하여 제품 가격을 낮추는 동시에 높은 브랜드 인지도도 보유하고 있습니다. 또한, 스팸(世棒) 제품의 돼지고기 함량은 90%로, 높은 육류 함량 제품을 선호하는 중국 소비자들에게 수요가 높습니다.

Q. 중국으로 통조림 햄 수출 시 조언 사항이 있나요?

A사 제품의 육류함량은 92.16%로, 중국 내 인기 제품인 스팸(世棒) 제품의 함량(90%)보다 높기 때문에 중국 시장 진출 시 인기를 끌 수 있을 것으로 예상됩니다. 또한, 중국 소비자들은 제품의 가성비를 중시하기 때문에 A사 제품의 소매 가격이 스팸(世棒) 제품의 가격인 19.9위안(약 3,371원)과 비슷하게 설정되어야 합니다. 200g 용량 정도에 20-25위안(한화 약 3,388-4,235원) 정도가 적절할 것 같고, 이보다 가격을 더 높게 책정한다면 홍보 및 판매에 어려울 것으로 보입니다.

37) 스팸(Spam)

Interview ③ 쑤저우쓰수엔마오이요우시엔공사 (苏州市苏盐贸易有限公司)

38)

쑤저우쓰수엔
마오이요우시엔공사
(苏州市苏盐贸易有限公司)

전문가 소속

쑤저우쓰수엔
마오이요우시엔공사
(苏州市苏盐贸易有限公司)
유통업체

연락처

+86-186-2615 1770

전문가 정보

Mr. Liang
(Sales Manager)

苏州市苏盐贸易有限公司



쑤저우쓰수엔마오이요우시엔공사(苏州市苏盐贸易有限公司) Sales Manager, Ms. Liang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

쑤저우쓰수엔마오이요우시엔공사는 2010년에 설립된 유통업체로 주로 육류가공품, 소스류, 조미료 등을 취급하고 있습니다. 오프라인으로는 마트를 포함하여 식당, 호텔 등으로 납품하고 있으며 온라인으로는 타오바오(Taobao), 티몰(T-mall), 1688 등의 중국 온라인 플랫폼에서 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 중국 내 통조림 햄의 인식은 어떤가요?

최근 중국에서 통조림 햄 제품은 소시지 및 완자 제품에 비해 더 건강하고 쉽게 요리하여 먹을 수 있다고 알려져 소비자들의 선호도가 높아지고 있습니다. 대다수의 중국 가정에서는 한국 가정과 같이 통조림 햄 제품을 대량 구매해 놓고 있습니다. 가정에서 식사하는 소비자들 이외에 휘귀, 마라탕을 외부에서 즐겨먹는 학생들도 주요 소비자입니다. 또한 통조림 햄은 샐러드, 햄버거, 타코, 볶음요리 등에 흔하게 사용되고 있습니다.

Q. 중국 내 통조림 햄의 수요가 높은 이유는 무엇인가요?

통조림 햄 제품은 육류의 맛이 풍부하고, 두툼하여 오래 끓여 먹을 수 있기 때문에 소비자들은 휘귀 및 마라탕에 주로 넣어 먹고 있습니다. 최근 휘귀와 마라탕을 찾는 젊은 층이 늘어나면서 식당에서도 통조림 햄 제품을 대량으로 구매하는 추세입니다. 특히 9-10월에는 날씨가 쌀쌀해 지면서 지인 및 가족들과 함께 끓여 먹을 수 있는 휘귀류의 음식을 찾는 사람들이 많아지면서 스펀의 수요도 따라 상승하고 있습니다.

Q. A사 제품의 어떤 면을 셀링포인트로 설정하는 것이 효과적일까요?

현재 중국 내 통조림 햄 제품은 저가제품부터 고가의 프리미엄 제품까지 다양하기 때문에 확실한 셀링포인트를 설정해야만 초기 시장 진입에 성공할 수 있습니다. 중국에서는 최근 건강 및 웰빙이 트렌드로 떠오르고 있어, 소비자들은 건강한 제품이면서 가성비도 좋은 제품을 최우선적으로 구매하고 있습니다. 설탕 무첨가, 화학원료 무첨가, 고육류함량 등을 셀링 포인트로 설정하여 제품 포장에도 확실하게 표기하고 해당 부분을 주력으로 홍보한다면 브랜드 차별화에 효과적일 것입니다.

Q. 중국으로 통조림 햄 수출 시, 유통 및 판매 관련 조언 사항이 있나요?

중국 시장 진출 시, 휘귀 식당 공급용인 저가 통조림 햄 제품과 가정에서 선호하는 프리미엄 수입산 제품으로 시장이 다소 양분화된 점을 알아둘 필요가 있습니다. 판매량 및 시장 점유율의 상승을 목표로 한다면 198g 용량에 16위안(한화 약 2,710원)정도 와 같이 현지에서 판매되고 있는 브랜드와 유사하게 가격을 설정하는 것이 효과적입니다. 또한, 3+2 등의 묶음 판매 등의 프로모션을 진행한다면 단기간에 판매량을 올릴 수 있습니다. 만약 A사의 제품을 프리미엄 제품으로 홍보하고 싶다면 200g 용량에 30위안(약 5,082원) 이상으로 판매하며, 첨가제가 적게 들어간 점을 주력으로 홍보하는 것이 좋습니다. 중국 내 대형 휘귀 체인점인 하이디라오(海底撈火鍋)나 연예인이 운영하는 휘귀점에 납품하는 것도 프리미엄 이미지에 효과적일 것입니다.

Interview ④ 베이징요우지아궈지마오이요우시엔공사 (北京悠嘉国际贸易有限公司)

39)

●
베이징요우지아궈지
마오이요우시엔공사
(北京悠嘉国际贸易有限公司)

전문가 소속

베이징요우지아궈지
마오이요우시엔공사
(北京悠嘉国际贸易有限公司)
수입유통업체

연락처

+86-185-1910 3375

전문가 정보

Mr. You
(Purchasing Manager)

北京悠嘉国际贸易有限公司



베이징요우지아궈지마오이요우시엔공사
(北京悠嘉国际贸易有限公司)

Purchasing Manager, Mr. You

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

베이징요우지아궈지마오이요우시엔공사는 2003년에 설립된 수입유통업체로 한국, 인도네시아, 말레이시아, 독일, 덴마크 등에서 수입하고 있습니다. 한국산 제품 중에서는 주로 어육 소시지, 크래미, 견과류, 조미김, 에너지바, 라면 등의 식품을 판매하고 있습니다.

Q. 중국 내 통조림 햄의 수요는 어떤가요?

과거 중국에서는 라면에 소시지를 넣어 먹는 방법이 유행하여 통조림 햄보다는 소시지의 판매량이 많았습니다. 그러나 최근 휘귀와 마라탕에 대한 수요가 증가하면서 젊은 층 소비자들 중심으로 휘귀, 마라탕과 잘 어울리는 통조림 햄 제품에 대한 소비자 선호도와 수요가 높아지고 있습니다. 다만, 통조림 햄의 수요는 계속 증가하는 추세이나, 여전히 공급이 수요를 초과하는 상황입니다.

Q. 중국에서 한국산 통조림 햄 제품의 인식은 어떤가요?

중국 내에서 한국 통조림 햄 제품의 인식은 좋은 편입니다. '응답하라 1988' 드라마가 중국에서 큰 인기를 끌면서, 드라마에서 스팸(SPAM) 제품을 숟가락으로 바로 떠서 먹는 장면이 중국 젊은 층 사이에서 이슈가 되었습니다. 이 때문에 한국산 통조림 햄 제품을 구매하고자 하는 중국 내 젊은 층, 특히 한류 팬들이 늘어나고 있습니다.

Q. 중국에서 인기 있는 통조림 햄 제품과 인기있는 이유는 무엇인가요?

중국 내 덴마크 브랜드인 튜립(Tulip) 제품의 판매량이 높은 편입니다. 보통 통조림 햄은 온라인 플랫폼을 통해서도 많이 판매되는데, 튜립 제품 또한 온라인 판촉 행사 당시 유고샵(Ugoshop), 파시옹고우(Fashiongou) 플랫폼에서 1시간 동안 1만 4천 개 가량 판매된 적이 있습니다. 중국 소비자들은 덴마크산 육류 제품을 긍정적으로 인식하며, 해당 제품은 덴마크 왕실 조달 허가증(Royal Warrant of Appointment)을 받았기에 프리미엄 제품이라는 인식이 있어 소비자 신뢰도도 높은 편입니다. 튜립 제품은 198g 용량에 29.9위안(한화 약 5,065원)에 판매되고 있으며 쫄깃한 육질이 특징입니다.

Q. 중국 소비자들은 주로 통조림 햄 제품을 어디에서 구매하나요?

중국 내 소비자들은 주로 편의점에서 통조림 햄 제품을 구매합니다. 인스턴트 제품은 빠르고 간편하게 조리하여 먹는 제품이기 때문에 접근성이 쉬운 편의점에서 판매하는 것이 브랜드 이미지와 적합합니다. 소비자들은 마트보다는 편의점을 더 자주 방문하기 때문에 편의점에서 판매하는 것이 소비자 인지도를 쉽게 올릴 수 있는 방법입니다.

Q. A사 제품이 중국에서 판매되기에 적절할 것 같나요?

A사 제품은 금속 캔으로 포장되어 있는데 해당 부분에서 중국 소비자 선호도가 매우 높을 것으로 예상됩니다. 현재 중국 내에서 판매 중인 프리미엄 수입 통조림 햄 제품도 금속 포장 용기를 주로 사용합니다. 플라스틱 용기는 저가 제품이라는 인식이 있으며 브랜드 가치를 하락시킬 위험이 있기 때문에 사용하지 않는 것이 좋습니다. 또한, A사 제품의 '무설탕' 키워드도 좋은 셀링 포인트가 될 것입니다. 현재 중국 내 판매되는 통조림 햄 제품의 설탕 함유량은 높은 편이고, 가정 주부를 비롯한 중국 소비자는 건강을 매우 중요시하기 때문입니다.

Interview ⑤ 광저우웨이멍공잉리엔요우시엔공사 (广州威盟供应链有限公司)

40)

광저우웨이멍공잉리엔
요우시엔공사
(广州威盟供应链有限公司)

전문가 소속

광저우웨이멍공잉리엔
요우시엔공사
(广州威盟供应链有限公司)
통관대행업체

연락처

+86-150-1844 4173

전문가 정보

Mr. Li
(Manager)



광저우웨이멍공잉리엔요우시엔공사(广州威盟供应链有限公司)

Manager, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

광저우웨이멍공잉리엔요우시엔공사는 제품 사전 등록, 라벨링, 선적, 검역 등 통관절차 전반에 걸쳐 중국 수입 업무를 진행하는 통관대행업체입니다. 지난 15년간 약 10만 건의 수입 경험이 있으며 홍콩, 선전, 광저우, 둥관, 푸젠, 상하이, 닝보, 톈진, 칭다오에 지사를 두고 있어 중국 전역으로의 수입이 가능합니다.

Q. 한국산 육가공품의 중국 내 수입 현황은 어떤가요?

육류 함유 제품은 육류 비율에 따라 일반가공식품과 육가공품이 결정되는데 A사 제품의 경우 돼지고기 함량이 90%를 초과하기 때문에 육가공품으로 분류됩니다. 현재로서는 한국산 육류 및 육가공품의 중국 현지 수입이 금지되어 있는데, 육류 제품은 원료의 최종 수출국을 기준으로 하기 때문에 미국산 돼지고기를 사용한 제품이라 하더라도 가공이나 수출을 한국에서 진행했다면 한국산 제품으로 간주되어 수입이 불가능합니다.

Q. 중국으로의 육가공품 수출 시 필요한 인증이 있나요?

중국으로의 육류 및 육가공품 수출에 필요한 필수인증은 따로 없습니다. 다만, 한국산 식품이 중국으로 수출 시, 포장 및 라벨에 HACCP 인증 마크가 있다면 반드시 입증 서류를 제출해야 합니다. 또한, 중국은 육류를 포함한 특정 식품군의 생산과정에 HACCP 생산 안전기준을 적용하고 있기에 해당 인증을 취득하는 것이 효과적입니다.

Q. 중국으로의 육가공품 수출 시 기타 주의사항이 있나요?

중국으로 수출하고자 한다면, 반드시 정치적 요소를 고려해야 합니다. 예를 들어, 현재 중국과 미국은 무역전쟁이 진행 중이기 때문에 대부분의 수입업체는 미국산 제품의 수입을 꺼려하고 있습니다. 따라서 한국산 통조림 햄의 중국 수출 시 한-중 관계의 개선이 중요합니다. 한-중 양국 정부에서 적극적인 무역 정책을 시행한다면 중국으로의 수출이 수월해 질 것입니다.

40) 사진자료: 광저우웨이멍공잉리엔요우시엔공사(广州威盟供应链有限公司) 홈페이지

Q. 한국산 통조림 햄을 중국으로 수출할 수 있는 다른 방법이 있나요?

한국 3-5개 돈육가공업체에서 한국육류유통수출협회에 중국 수출 심사 신청을 하고, 협회에서 심사가 통과되면 한국육류유통수출협회가 한국 세관에 수출 신청을 하게 됩니다. 한국 세관에서 신청이 통과되면 중국해관총서로 신청 자료를 제출하며, 중국해관총서에서 한국육류가공업체에 서면 설문지 작성을 요청하거나 현장 검증을 하여 수출 가능 여부를 심사합니다. 그러나 해당 과정에 어느 정도의 시간이 소요되는지 가늠이 불가하며 한국돈육가공업체의 자질과 협력 정도, 양국 무역 환경도 전체적으로 고려해야 합니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

상온보관 가공 적색육 시장규모
5.6조 원
통조림 햄 생산량이 소비량 초과

02 소비특징

통조림 햄을 간편한 음식·휘귀용 재료로 인식
유아/어린이용 간식, 가족/친척 간 선물로 사용
가성비 좋은 통조림 햄 선호

06 전문가인터뷰

- 01. 통조림 햄 수요 매우 높아
- 02. 가정주부, 직장인, 학생이 주요 소비자
- 03. 중국 현지 브랜드와 수입산 OEM 브랜드가 시장 선두
- 04. 무설탕 및 저염 제품에 대한 수요 높아



A사
통조림 햄

03 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 79.3%
개인 및 기타 식료품점 14.2%
온라인 3.3%

05 세금/관세

한-중 FTA 협정세율 6%

04 통관/검역

중국 대한민국 돈육가공품 수입 불가
필수 취득 인증 無
육가공 식품 AQSIQ/CNCA 등록 필수

중국 통조림 햄 시장규모

상온 보관 가공 적색육
5.6조 원

중국 대한민국 통조림 햄 수입 금지
중국 내 통조림 햄 생산량, 소비량 초과



중국 가공육 시장은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 3% 증가한 반면, 상온보관 가공 적색육 시장은 1%의 연평균성장률을 보임. 중국 대한민국 돈육 가공품 수입 금지로 인해 지난 5년간 통조림 햄 대한민국 수입은 이루어지지 않음. 통조림 햄 소비량과 생산량은 2012-2018년간 꾸준히 증가했으나, 공급량이 수요량을 초과하는 현상이 지속되었으며 전문가 인터뷰에서도 같은 내용이 확인됨

중국 통조림 햄 소비특징

중국 통조림 햄,
휘귀용 재료·가성비 좋은
제품으로 인식

인스턴트 식품 중 햄의 수요 많아
유아·어린이용 간식이나
가족·친척 간에 주고받는 선물로 사용



중국 온라인 쇼핑몰 내 유통되는 인스턴트식품 분석 결과 햄이 상위에 위치하여 중국 내 햄의 수요는 많은 편인 것으로 확인됨. 통조림 햄 관련 키워드 분석 결과 휘귀가 빈출함. 통조림 햄은 인기 있는 휘귀 재료 중 하나로서, 전문가 인터뷰 결과 같은 답변을 확인함. 통조림 햄 주요 소비자층 분석 결과 유아, 어린이, 친구, 가족들이 빈출하여, 유아·어린이의 간식 재료로 쓰이거나, 명절에 동료·가족간 선물로 쓰이는 것을 알 수 있음

중국 통조림 햄 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓
점유율 높아

중국 가공육 및 가공 해산물 유통채널 점유율
하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타
식료품점, 온라인 순으로 확인



중국 내 가공육 및 가공 해산물의 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로, 79.3%의 압도적인 점유율을 보임. 전문가 인터뷰 결과, 통조림 햄이 주로 휘귀·마라탕 용 재료로 쓰이기 때문에 해당 메뉴를 판매하는 레스토랑을 유통채널로 추천하였으며, 이 외에도 편의점·온라인 채널이 언급됨. 특히 온라인 프로모션의 경우, 다수 현지 경쟁사가 단기간에 폭발적인 매출을 낸 사례가 있음



통관 및 검역

돈육 가공품, 중국 수출 협정 난항

육가공 식품 중국 통관·검역 절차 까다로워
중국 육가공 식품 수출을 위해 CNCA
사전 등록 '필수'



현재 구제역 및 아프리카돼지열병 등으로 인해 중국 對한국 돈육 가공품 수입은 불가함. 따라서 육가공품의 일반적인 통관/검역 절차를 제시하며, 추후 양국의 수출 협정 상황을 지켜본 후 참고할 필요가 있음. 통조림 햄이 적용받는 강제 인증은 없으나 육류 제품의 생산 안전 기준에 대해 HACCP 기준을 적용하고 있어 HACCP 인증 취득이 권장됨. 모든 식품류 수출 업체는 AQSIQ를 통한 사전 등록이 필수임. 이외에 육류 가공식품 수출 기업은 CNCA에 등록하여 수출 기업 시설과 위생관리 프로그램 관련 점검이 필요함

통관 및 검역

축산물 수출 위해 도축·가공공장 수출검역증 발급 필요

축산물 도축·가공공장 수출검역증 발급 필수

축산물 수출을 위해서는 한국 농림축산검역본부, 식약처 관할 한국 내 도축공장 및 가공공장에 대한 수출검역증명서를 발급받아야 함. 통조림 제품 라벨링은 선포장식품 영양라벨 통칙을 따름. 육류 수출 관련 서류는 위생 및 원산지증명서 외 사전 등록 번호가 필요함. 통조림 햄(HS CODE 1602.41)의 기본 세율은 90%이나 한-중 FTA 협정으로 협정세율은 6%임

전문가 인터뷰

01. 중국 내 통조림 햄 수요 상승세
02. 저가형 현지 브랜드와 프리미엄 수입 브랜드로 시장 양분화
03. 무설탕·저염·돈육 고함량 제품 수요 다

전문가 5명 중 3명 이상이 중국 내 통조림 햄의 높은 수요와 주요 소비자, 중국 현지 브랜드와 수입산 OEM 브랜드의 시장 점유 현상, 참여기업의 셀링 포인트에 대해 언급함. 중국 내 통조림 햄은 간편성과 맛으로 인해 수요 상승세이며 휘귀·마라탕과 잘 어울려 다양한 소비층이 선호하는 제품임. 돈육 가공품의 엄격한 수입 금지 규제로 인해 저가형 중국 현지 브랜드와 프리미엄 수입산 OEM 브랜드로 시장이 양분화되었으며, 각각 식당 공급용/가정용으로 소비된다는 답변을 확인함. 또한, 참여기업의 주요 셀링 포인트인 무설탕·저염·돈육 고함량은 현지에서 좋은 반응을 얻을 것으로 예상됨

진출제언



Point 01. 중국 내 통조림 햄의 수요는 높으며 주로 가정주부, 혼자사는 직장인, 휘귀를 즐겨찾는 학생 등이 주 소비층임. 저가형 중국 현지 브랜드와 프리미엄 수입산 OEM 브랜드로 시장 양분화됨

Point 02. 식당 공급용 저가형 브랜드와 가정용 프리미엄 브랜드 중 포지셔닝하고, 이에 따라 가격과 유통채널을 설정하는 것을 추천함. 저가형의 경우 20-25위안, 프리미엄의 제품의 경우 30위안 이상에 판매되고 있음. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 이외에 추천 유통채널은 (프리미엄)휘귀·마라탕 레스토랑, 온라인 채널, 편의점 등임

Point 03. 현재 한국 對중국 통조림 햄 수출이 불가한 만큼 OEM 방식으로 현지 진출한다면 가격 경쟁력과 브랜드 인지도를 갖출 수 있음

Point 04. 참여기업의 무설탕·저염·높은 돼지고기 함유량·금속 캔 용기는 프리미엄 제품으로서 효과적인 셀링포인트가 될 것으로 예상됨. 다만, 현재 중국 통조림 햄 생산량이 소비량을 초과하는 현상이 지속되고 있어 이에 대한 방안이 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 농림축산식품부, 「검역정책과 공보-2955호」, 2016
2. 세계인스턴트라면협회(WINA), 「Global Demand for Instant Noodles」, 2020.05.11
3. 스태티스타(Statista), 「Meat industry in China - statistics & facts」, 2020.
4. 식품의약품안전처, 「중국 가금육가공품 수출 절차 안내」, 2019
5. 식품의약품안전처, 「중국 삼계탕 수출 세부실시 요령」, 2016
6. 식품의약품안전처, 「축산물 수출 안내서」, 2016
7. 중국 국무원(The State Council), 「GB 28050-2011」 선포장식품 영양라벨 통칙, 2011
8. 중국 국무원(The State Council), 「GB 7718-2011」 선포장식품 라벨 통칙, 2011
9. 중국 국무원(The State Council), 「GB-T 27341-2009」, 2009
10. 중국 국민건강가족계획위원회(National Health and Family Planning Commission), 「GB 2760-2014」, 2014
11. 중국시장관리감독총국(State Administration for Market Regulation), [Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China], 2005
12. 지안연구소(智研咨询), 「2019-2025年中国午餐肉行业市场格局及投资价值评估研究报告」, 2019
13. 한국농수산물유통공사(KATI), 「중화인민공화국국가표준」, 2014
14. 한국무역협회(KITA)「중국 식품안전 규정 강화에 따른 한국 식품기업 수출전략」, 2019

■ 참고 사이트

1. 0512다저(0512打折) (www.0512dz.com)
2. 11461닷컴 (www.11461.com)
3. 1688 홈페이지 (www.1688.com)
4. WH그룹(WH Group) (www.wh-group.com)
5. 관세법령정보포털, (Unipass)(unipass.customs.go.kr)
6. 광저우웨이명공잉리엔요우시엔공스(广州威盟供应链有限公司), (www.waterman-gz.cn)
7. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
8. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.cn)
9. 농식품수출정보(KATI 홈페이지) (www.kati.net)
10. 다쥬에 컨설팅(Daxue Consulting) (daxueconsulting.com)
11. 더드링크비즈니스(The Drinks Business) (www.thedrinksbusiness.com)
12. 두잉비즈니스(Doing Business) (www.doingbusiness.org/en/doingbusiness)
13. 디엔핑(点评) (www.dianping.com)
14. 메드테크(MedTech) 홈페이지 (www.sfdachina.com)
15. 바이두맵(百度 Map) (www.map.baidu.com)
16. 샤오홍슈(小红书) (www.xiaohongshu.com)
17. 샤인(Shine) (www.shine.cn)
18. 선아트리테일(Sunaretail) (www.sunartretail.com)
19. 세븐&아이(Seven&I) (www.7andi.com)
20. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-11.cn)
21. 소후우(搜狐) (www.sohu.com)
22. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
23. 신리양신원(新浪新闻) (www.news.sina.cn)
24. 신리양차이칭(新浪财经) (www.finance.sina.com)
25. 신후와왕(新华网) (www.chinaview.cn)
26. 씨아이알에스(CIRS) 홈페이지 (www.cirs-reach.com)
27. 아이에스엔머거진(ISN Magazine) (www.internationalsupermarketnews.com)
28. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

29. 애드위크(Adweek) (www.adweek.com)
30. 야후파이낸스(Yahoo Finance) (www.finance.yahoo.com)
31. 엑스포트투아시아(Export2Asia) 홈페이지 (www.export2asia.com)
32. 엠피알그룹(MPR) 홈페이지 (www.china-certification.com)
33. 올림픽(Olympic) 홈페이지 (www.olympic.org)
34. 외교부(www.mofa.go.kr)
35. 용웨이(永辉) (www.yonghui.com.cn)
36. 월마트차이나(Walmart-china) (www.wal-martchina.com)
37. 웨이보(微博) (www.weibo.com)
38. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
39. 유엔 콤트레이드(UN Comtrade) (<https://comtrade.un.org/>)
40. 이스포츠옵저버(E-sports Observer) (www.esportsobserver.com)
41. 이컨설팅시(Econsultancy) (www.econsultancy.com)
42. 인사이드리테일(Inside Retail) (www.insideretail.asia)
43. 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia) (www.insideretail.asia)
44. 인쥬오(銀座) (www.yinzuo100.com)
45. 인터파크(Interpark) (www.interpark.com)
46. 중국 국가질량감독검험검역총국(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) (aqsiq.net)
47. 중국 해관총서(General Administration Of Customs People's Republic of China) (customs.gov.cn)
48. 중국산업경제정보망(中国产业信息网) (www.chyxx.com)
49. 지안연구소(智研咨询) (www.zhiyan.org)
50. 징둥(京东) 홈페이지(www.jd.com)
51. 징둥(Jingdong), (global.jd.com)
52. 치루완바오(齐鲁晚报) (www.qwlb.com.cn)
53. 캐나다 식품검사기관 홈페이지 (www.inspection.gc.ca)
54. 타오바오(淘宝) (www.taobao.com)
55. 티몰(天貓) 홈페이지 (www.tmall.com)
56. 포브스(Forbes) 홈페이지 (www.forbes.com)
57. 프레쉬플라자 (www.freshplaza.com)
58. 프로듀스리포트(Produce Report) (www.producereport.com)
59. 피알뉴스와이어(PR Newswire) (www.prnewswire.com)
60. 한국 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
61. 한국 육류유통수출협회(KMTA) 홈페이지 (kmta.or.kr)
62. 후레쉬플라자(Freshplaza) (www.freshplaza.com)
63. 후르츠넷(Fruitsnet) (www.fruitnet.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.09.25

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.

Printed in Korea