



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-16

품목 | 우유(Milk)

국가 | 중국(China)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	04
II. 시장규모(Market Size)	
1. 중국 우유 시장규모	13
2. 중국 우유 수출입 시장규모	14
3. 중국 우유 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 중국 유제품 소비 시장, 우유 비중 높아	25
2. 중국 프리미엄 우유 시장, ‘어린이 및 청소년’에 집중	26
3. 중국 기능성 우유 홍보 키워드 ‘저지방’, ‘고칼슘’, ‘유기농’	27
4. 중국, 호주·뉴질랜드·독일 등의 수입산 우유 진출	28
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 중국 우유 유통구조	30
2. 중국 우유 주요 유통업체	31
3. 중국 우유 B2C 소매채널	33

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 우유 인증 취득	54
2. 중국 우유 사전 절차	56
3. 중국 우유 라벨 심의	58
4. 중국 우유 서류 준비	62
5. 중국 우유 세금 납부	63
6. 중국 우유 검역 심사 절차	64
7. 중국 관련 규제 정보	65

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 아오떠후아루핀(베이징)스핀유오시엔공사(奥德华乳品(北京)有限公司)	67
Interview ② 베이지티엔천려예유시엔공사(北京天辰乳业有限公司)	69
Interview ③ 칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공사(青岛弘毅信国际贸易有限公司)	71
Interview ④ 칭다오싱한아상마오유시엔공사(青岛星韩亚商贸有限公司)	73
Interview ⑤ 장수류유오류상마오유오시엔공사(常熟六么六商贸有限公司)	75

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	80
--------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
	시장규모	신선우유 5.8조 원	주요 소비자는 조선족, 한국 교민, 한국 문화를 좋아하는 사람 - 코로나19 이후 한국산 신선우유 판매량 약 50% 감소
		멸균우유 16.4조 원	
	수입규모	글로벌 5,671억 원	
		한국 208억 원	
소비 시장규모	중국 인구 수 1위 지역	광둥성(1억 1,500만 명)	
	우유 매출 1위 브랜드	이리(3조 5,958억 원)	

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
	인기 유제품	우유 1st / 1,133건	아침 식사 또는 간식으로 요거트 섭취 - 중고소득층 30-40대 여성, 어린 자녀와 부모님 위해 고품질 우유 소비
		요거트 2nd / 298건	
	기능성 우유	저지방 1st / 88건	
		고칼슘 2nd / 70건	
	인기 수입산 우유	뉴질랜드 1st / 21건	
		호주 3rd / 7건	

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	52.5%	요거트, 유통기한 짧아 오프라인 채널 유통 추천 - 신선우유, 용이한 냉장보관 위해 오프라인 채널 유통 추천
	개인 및 기타 식료품점	33.0%	
	편의점	7.9%	
	온라인	6.7%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰
	인증취득	필수 필수인증 없음 선택 GMP, HACCP	수입 냉동식품, 코로나19 양성 판정 빈번 - 중국 수출 시 위생 관련 조치 철저히
	사전절차	필수 사전 GACC 등록 수출검역증 발급	
	라벨 표기사항	중국 라벨 GB 규정	
	서류 준비사항	원산지증명서 외 9건	
세금납부	기본관세율	40%	
	MFN 세율	15%	
	증치세	9%	

### ▶Point 01.

중국 우유 시장 점유율 1위, 중국 업체 '이리'

### ▶Point 02.

한국산 우유 주요 소비자인 한국인, 코로나19 이후 귀국하여 판매 감소

### ▶Point 03.

우유 수입 시 코로나19 핵산 검사 통과해야

# Market Size

## (시장규모)

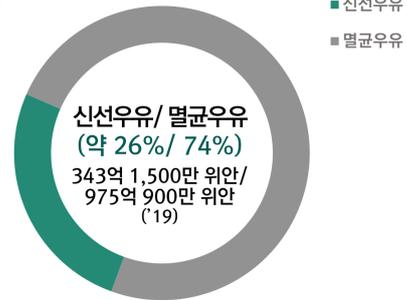
### 중국(China)

#### 우유 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(우유)

- 우유(Milk)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 1,318억 2,400만 위안('19)
- 신선우유(Fresh Milk)/멸균우유(Shelf Stable Milk)<sup>2)</sup> 시장규모  
**343억 1,500만 위안/975억 900만 위안('19)**

(\*) Euromonitor International



#### 우유 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(우유)

- HS 0401.20 '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'  
중국 對 글로벌 수입규모  
..... 5억 1,327만 달러('19)
- HS 0401.20<sup>3)</sup> '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'  
중국 對 한국 수입규모  
**1,879만 3,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



#### 우유 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '우유'는 대도시에서 수요가 많으며, 한국 제품에 익숙한 재외동포가 주요 소비층이 될 수 있음. 이에 '중국 지역 및 1선 도시 인구수', '중국 지역별 재외동포 규모'를 확인함. 또한 중국 시장 내 경쟁 브랜드 및 전반적인 수요를 확인하기 위해 '중국 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율', '중국 1인당 우유 소비량' 등을 조사함

#### 우유 생산 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '우유'는 중국 내에서 생산이 활발하게 이루어지는 제품임. 이에 제품의 생산규모를 파악하기 위해 '중국 우유 생산량'을 조사함

① 중국 지역 및 1선 도시 인구수('20)	② 중국 지역별 재외동포 규모('19)	③ 중국 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율 ('20)	④ 중국 1인당 우유 소비량('20)	① 중국 우유 생산량('20)
상하이 ..... 2,232만 명	지린성 ..... 104만 7,227명	이리 ..... 16.4%	2013 ..... 12kg	2013 ..... 3,000만 톤
베이징 ..... 1,172만 명	헤이룽장성 ..... 33만 2,854명	디력스 ..... 16.4%	2014 ..... 13kg	2014 ..... 3,200만 톤
톈진 ..... 1,109만 명	랴오닝성 ..... 25만 5,775명	사틴 ..... 14.9%	2015 ..... 12kg	2015 ..... 3,200만 톤
광저우 ..... 1,107만 명	산둥성 ..... 23만 5,776명	멍니우 ..... 14.2%	2016 ..... 12kg	2016 ..... 3,100만 톤
선전 ..... 1,036만 명	광둥성 ..... 14만 9,208명	산위안 ..... 3.4%	2017 ..... 12kg	2017 ..... 3,000만 톤
우한 ..... 847만 명	산시/허베이/네이멍구자치구	브라이트 ..... 2.0%	2018 ..... 12kg	2018 ..... 3,100만 톤
충칭 ..... 746만 명	..... 9만 6,116명	유베스트 ..... 1.8%	2019 ..... 13kg	2019 ..... 3,200만 톤
둥관 ..... 745만 명	베이징 ..... 9만 5,383명	지아바오 ..... 1.8%		
청도 ..... 742만 명	상하이 ..... 7만 6,872명	황쉬 ..... 1.6%		
난징 ..... 717만 명	톈진 ..... 5만 8,554명	기타 ..... 27.7%		

(\*) 파퓰레이션스탯(Population Stat), 외교부, 유로모니터(Euromonitor), 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)

1) 우유(Milk): 암컷 포유류의 유선에서 나오는 흰색 액체로, 신선우유, 멸균우유 등을 포함함  
 2) 신선우유(Fresh Milk)/멸균우유(Shelf Stable Milk): 신선 또는 저온 살균한 전유, 일부 탈지유, 무지방 우유를 포함함/장기간 보관 가능한 초고온 살균 과정을 거친 전유, 일부 탈지유, 무지방 우유를 포함함  
 3) HS CODE 0401.20: 조사제품 '우유'는 지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 제품임. 이에 제품의 유형(우유)을 기준으로 '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'인 HS CODE 0401.20을 지표로 설정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 중국(China)

우유 소비 실태 분석 결과

### 중국 '우유' 주요 연관어 분석



#### 중국 '유제품' 유형 분석

연관어	발생량
우유	1,133
요거트	298
아이스크림	8
치즈	5
분유	3

중국 온라인쇼핑몰 '우유' 관련 데이터 1,440건 분석



#### 중국 '기능성 우유' 분석

연관어	발생량
저지방	88
고칼슘	70
어린이	46
유기농	38
무유당	34

중국 온라인쇼핑몰 '우유' 관련 데이터 1,440건 분석

#### 유제품 유형

우유 1,133건  
요거트 298건



우유·요거트 위주 시장  
가짜 브랜드 우려

#### 프리미엄 우유 특징

어린이 44건  
유기농 41건



어린이용 우유 다수  
유기농 우유 인기

#### 기능성 우유 특징

저지방 88건  
고칼슘 70건



기능성 우유로  
'저지방, 고칼슘' 주류

#### 수입산 우유

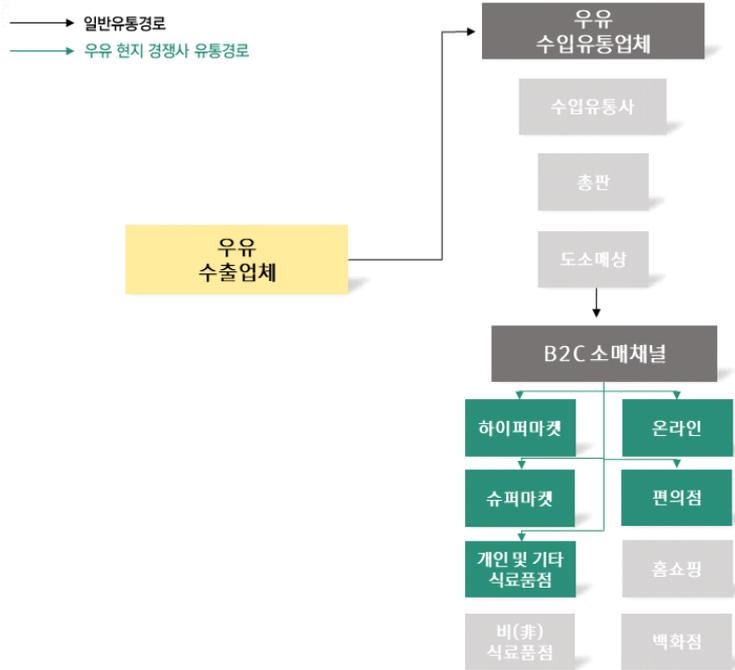
뉴질랜드 21건  
독일 18건



뉴질랜드산 우유에  
소비자 신뢰도 高

# Distribution Channel

## (유통채널)



### 중국(China)

#### 우유 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	52.5%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>7)</sup>	33.0%	케이마트(K Mart), 라이구상차오쓰(来故乡超市), 샤오부디엔쓰자디엔(小不点食杂店), 진시리엔차오쓰(今时联超市)
	온라인	7.9%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会)
	편의점 <sup>8)</sup>	6.7%	메이이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart)

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

4) 2020년 기준, 중국 내 '음용유(Drinking Milk Products)'의 유통채널 점유율임

5) '우유'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '음용유(Drinking Milk Products)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 중국 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함

8) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 우유 수출 위한 인증 ‘無’</li> <li>- 중국 12693-2010 준수</li> <li>- 중국 27432-2009 준수</li> </ul>	(*) 중국 시장관리감독총국 - 문의처 : samr.gov.cn
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사전 수입 식품 등록 필요</li> <li>• 수출검역증 발급</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 농림축산검역본부 - 문의처 : qia.go.kr
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨 표기사항</li> <li>- 중국 GB 7718-2011 준수</li> <li>- 중국 GB 28050-2011 준수</li> </ul>	(*) 중국 시장관리감독총국 - 중국국가표준(GB) - 문의처 : samr.gov.cn
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반 서류</li> <li>- 위생증명서</li> <li>- 원산지증명서</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국 국무원 - 문의처 : www.gov.cn
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 신고</li> <li>- 전자 또는 서면으로 신고</li> <li>- 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국 시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS-CODE 0401.20-0000 사용</li> <li>• MFN 세율 15%</li> <li>• 증치세 9%</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행</li> <li>- 중국 식품안전표준에 부합하는지 심사</li> <li>- 중문 라벨 심사</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국 시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Supply and Demand



- 인터뷰 기업 : 아오떠후아루핀(베이징) 스피유오시엔공스 (奥德华乳品(北京)有限公司) 제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Gao (General Manager)

### 꺾어 먹는 요거트 제품, 중국에서 더 이상 판매되지 않아

중국에 A사 제품과 유사한 요거트 제품이 없습니다. 10년 전에 명뉴(蒙牛) 업체가 비슷한 포장의 요거트를 출시했지만 판매 실적이 좋지 않아서 생산이 중단되었습니다.

### A사 타겟 소비자로 부모와 젊은 여성 추천

첫째 부모 소비자입니다. 젊은 부모들은 자녀를 위해 간식으로 많이 구매하고 있습니다. 둘째 젊은 여성입니다. 젊은 여성들은 다이어트를 위해 식사 대신 섭취하거나 간식으로 섭취합니다.

## Market Price and Marketing



- 인터뷰 기업 : 베이지티엔천러예유시엔공스 (北京天辰乳业有限公司) 제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Jiang (Manager)

### 토픽 요거트, 일반 요거트보다 비싸게 판매돼

인기 제품은 러쑤안나아러상베이(乐纯酸奶乐享杯)이고 가격은 19.8위안(3,327원)입니다. 해당 제품 가격은 중국 현지에서 비싼 편인데 일반 요거트 제품은 3-5위안(504-840원)입니다.

### 중국 인기 브랜드 러쑤(乐纯)의 마케팅 비법

첫째 고객 대상으로 피드백을 받습니다. 새로 출시할 때 기존 고객 중 몇 명을 선정합니다. 이들에게 신제품을 샘플로 주고 피드백을 받습니다. 둘째 제품 디자인에 신경을 씁니다. 디자인 공모전을 통해 인기가 많은 디자인으로 제품을 출시합니다. 셋째 중국에서 유행하는 SNS 틱톡으로 제품을 홍보합니다.

## Market Supply and Preference

# 青島弘毅信

- 인터뷰 기업 : 칭다오홍이신꾸오지마오이 유오시엔공스 (青島弘毅信国际贸易有限公司) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wang (CEO)

### 코로나19 영향, 한국산 신선우유 판매 감소

코로나19 이후 한국산 신선우유 판매량은 약 50% 정도 감소했습니다. 첫 번째 원인은 바이어의 중국 현지제품 구매 증가입니다. 두 번째 원인은 한인마트의 폐업으로 인한 한국 식품 유통채널 감소입니다.

### 구매요인, 소비자는 가격 & 판매자는 브랜드

소비자의 구매요인은 가격입니다. 따라서 재구매를 하도록 현지 소비자 가격을 잘 설정해야 합니다. 판매자의 구매요인은 브랜드입니다. A사, B사, C사처럼 한국에서 인지도가 높은 브랜드 제품을 선호합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 칭다오싱한아상마오  
유시엔공스  
(青岛星韩亚商贸有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Zhao  
(Manger)

### 면역력 강화 위한 요거트 구매

최근 면역력 강화식품이 인기입니다. 요거트는 면역력과 연관이 있는 장 기능 강화에 도움이 되므로 판매량이 증가하고 있습니다. 따라서 코로나19가 종식될 때쯤에 한국산 요거트 수입을 고려해보겠습니다.

### 온라인보다 오프라인 유통 진출 추천

첫째 보관 문제와 관련 있습니다. 더울 때 온라인 배송을 하면 상하는 경우가 많지만 매장은 냉장보관을 하여 변질되지 않습니다. 둘째 환불 문제와 관련 있습니다. 온라인 판매 시 파손되는 경우가 많은데 환불 절차가 복잡합니다.

## Market Demand and Preference

### 常熟六幺六商贸有限公司

- 인터뷰 기업 : 장수류유오류상마오  
유오시엔공스  
(常熟六幺六商贸有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Liu  
(Manager)

### 한국산 우유, 비싼 가격으로 중국 소비자 선호도 낮아

중국 소비자의 한국산 우유 선호도는 낮은 편입니다. 우선 가격이 비싸기 때문입니다. 한국산 신선우유 1L의 평균 가격은 40위안(6,721원)으로 호주산 우유를 제외하면 제일 비쌉니다.

### 인기 토핑은 견과류·냉동 과일·시리얼 토핑

중국에서는 대부분 토핑을 봉지에 따로 포장하여 제공하며 디자인이 귀여운 제품이 인기입니다. 특히 견과류, 냉동 과일, 시리얼 토핑이 인기가 있습니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 중국 우유 시장규모
2. 중국 우유 수출입 시장규모
3. 중국 우유 소비 시장규모

## 1. 중국 우유 시장규모

조사 시장: 조사제품 ‘우유’는 암컷 포유류의 유선에서 나오는 흰색 액체를 의미하며, 신선우유와 멸균우유를 포함. 이에 제품 종류(우유)를 기준으로 신선우유 및 멸균우유 시장규모와 상위품목인 우유의 시장규모를 조사함

### 중국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

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

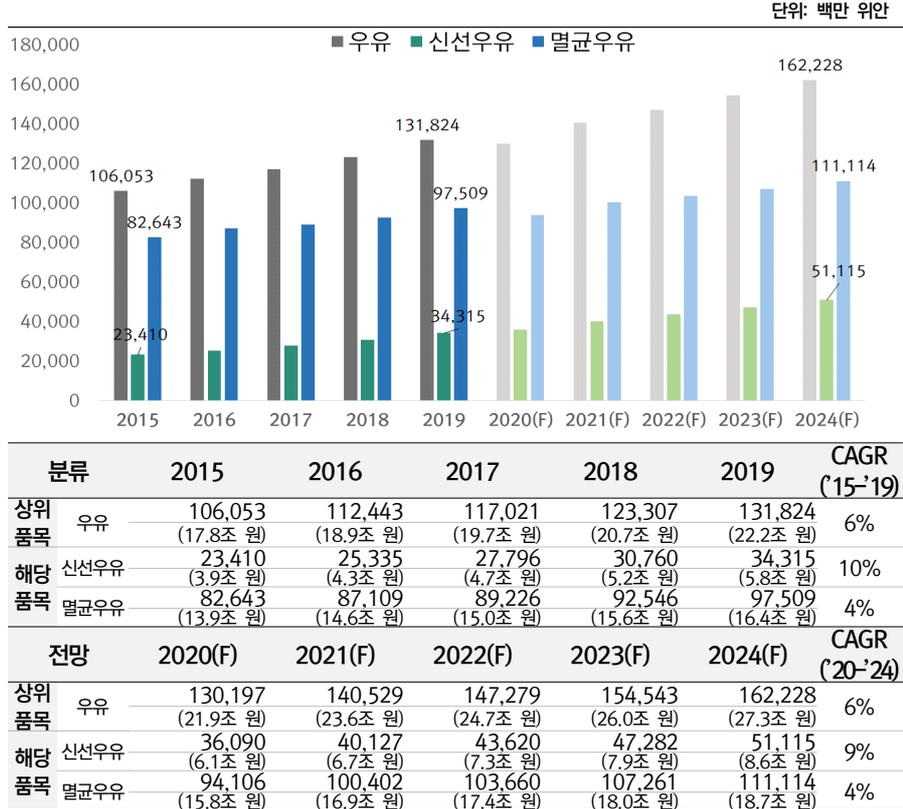
### ▶ 2015-2019년, 중국 ‘우유’ 시장규모, 연평균성장률 6%

지난 5년(2015-2019년)간 중국의 ‘우유’ 시장규모는 연평균 6% 증가하여 2019년 1,318억 2,400만 위안을 기록함. 동기간 ‘신선우유’ 시장규모는 연평균 10%의 성장률로 2019년 343만 1,500만 위안을 기록하였으며 ‘멸균우유’ 시장규모는 연평균 4% 성장하여 2019년 975억 900만 위안을 기록함

### ▶ 2020-2024년, 중국 ‘신선우유’ 시장규모, 연평균성장률 9% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 중국의 ‘신선우유’ 시장규모는 연평균 9% 증가하여 2024년에는 511억 1,500만 위안을, ‘멸균우유’ 시장규모는 연평균 4% 증가하여 2024년에는 1,111억 1,400만 위안을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘우유’ 시장규모는 연평균 6%의 성장률을 보이며 2024년 1,622억 2,800만 위안을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] ‘우유’, ‘신선우유’, ‘멸균우유’ 시장규모<sup>9)</sup>10)



9) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

10) 환산된 데이터(단위: 위안, 원)는 모두 반올림됨

## 2. 중국 우유 수출입 시장규모

HS CODE 0401.20: 조사제품 '우유'는 지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 제품임. 이에 제품 유형(우유)을 기준으로 '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'인 HS CODE 0401.20을 지표로 설정함

2019년 HS CODE 0401.20  
중국 수입액 상위 5개국

단위: 천 달러

	국가명	수입액
1	뉴질랜드	173,171
2	독일	145,039
3	호주	72,512
4	폴란드	45,808
5	한국	18,793

자료: ITC

### ▶ 2015-2019년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 14%

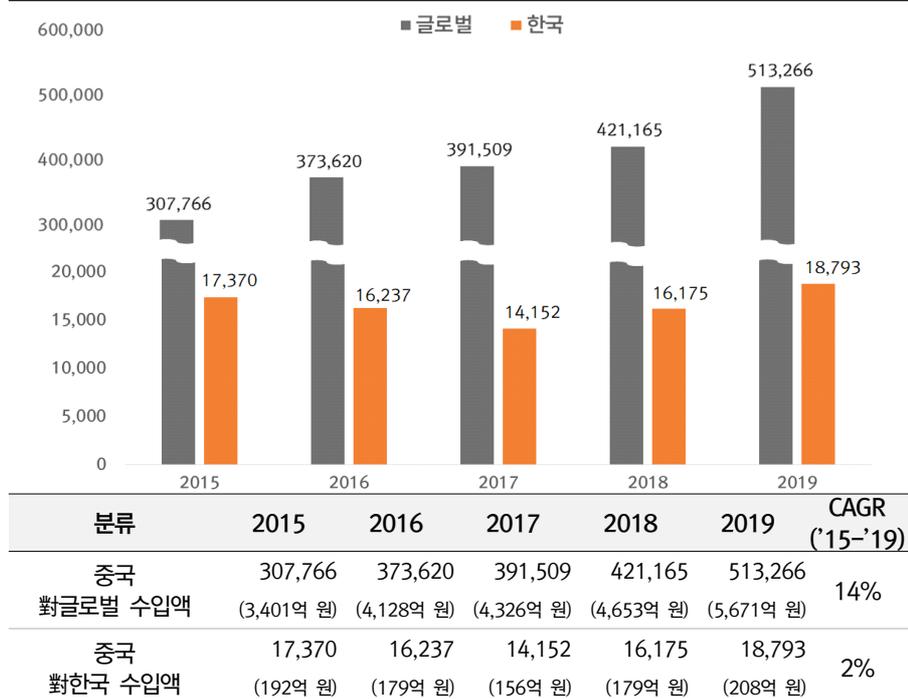
중국 HS CODE 0401.20 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 14%의 성장세를 유지하며 2019년 5억 1,327만 달러를 기록함. 특히 2019년에 전년 대비 122%로 가장 가파른 성장세를 보였음. 중국 HS CODE 0401.20 품목의 수입상대국 1위는 뉴질랜드이며, 2019년 기준 전체 수입액의 약 34%를 차지하는 1억 7,317만 달러(약 1,913억 원)의 수입액을 기록함

### ▶ 2015-2019년, 중국 對한국 수입액 연평균성장률 2%

중국 HS CODE 0401.20 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2%의 성장세를 보이며 2019년 1,879만 3,000달러를 기록함. 이는 2019년 중국 HS CODE 0401.20 품목 對글로벌 수입액의 4%에 해당하며, 전체 수입국 중 5위에 해당하는 수입규모임

[표 2.2] 중국 HS CODE 0401.20 수입 규모<sup>12)13)</sup>

단위: 천 달러



자료: ITC(International Trade Center), HS CODE 0401.20 기준

11) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

12) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 중국 우유 소비 시장규모

#### 1) 중국 지역 및 1선 도시 인구 수

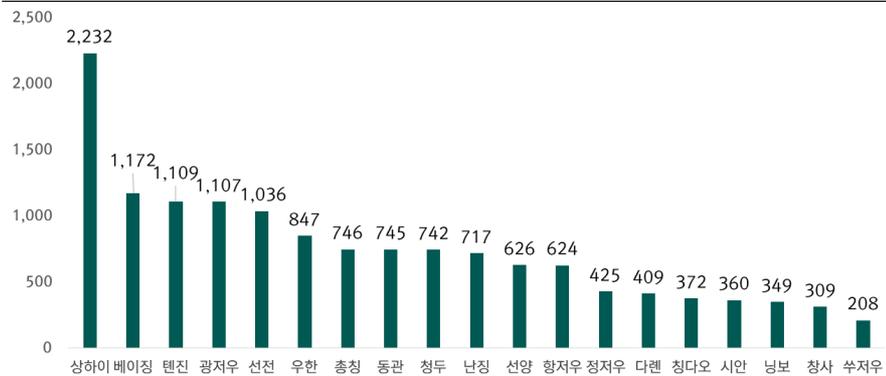
조사제품 ‘우유’는 남녀노소 누구나 섭취 가능한 제품이기에 대체로 인구 수가 많고 소비 활동이 활발한 지역일수록 판매량이 많음. 이에 중국 진출 시 판매가 용이한 지역을 확인하고, 잠재적 소비자를 파악하기 위해 ‘중국 지역 및 1선 도시 인구 수’를 조사함

#### ▶ 상하이, 2,232만 명으로 중국 1선 도시 중 인구 수 1위

중국 국가통계청(National Bureau of Statistics of China)에 따르면, 중국 내 가장 많은 인구가 거주하는 지역은 중남부의 광둥성으로 중국 총 인구의 8%에 해당하는 1억 1,500만 명이 거주하는 것으로 확인됨.<sup>14)</sup> 도시별로 살펴보면, 중국 1선 도시 중 상하이가 2,232만 명의 인구 수를 기록하여 가장 인구가 많은 도시로 확인됨. 차이나데일리(China Daily)에 따르면, 2019년 기준 상하이 1인당 소비액은 45만 605위안(약 7,572만 원)으로 중국 1선 도시 중 가장 높은 것으로 확인됨. 특히 상하이의 1인당 소비액은 매년 성장하고 있으며 2018년 대비 약 5.2% 상승한 수치임<sup>15)</sup>

[표 2.3] 2020년 중국 1선 도시 인구 수<sup>16)17)18)</sup>

단위: 만 명



도시 (중문명)	인구수	도시 (중문명)	인구수	도시 (중문명)	인구수	도시 (중문명)	인구수
상하이 (上海)	2,232	우한 (武汉)	847	선양 (沈阳)	626	시안 (西安)	360
베이징 (北京)	1,172	충칭 (重庆)	746	항저우 (杭州)	624	닝보 (宁波)	349
톈진 (天津)	1,109	동관 (东莞)	745	정저우 (郑州)	425	창샤 (长沙)	309
광저우 (广州)	1,107	청두 (成都)	742	다롄 (大连)	409	쑤저우 (苏州)	208
선전 (深圳)	1,036	난징 (南京)	717	칭다오 (青岛)	372		

자료: 포플레이션스탯(Population Stat)

14) 자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020

15) 자료: 차이나데일리(China Daily), 「Shanghai tops Chinese cities in consumer spending」, 2020

16) 자료: 포플레이션스탯(Population Stat), 「China, 2020」, 2020

17) 1선 도시는 해당 시의 인구, 집값, 도시 발전 수준 등의 종합 평가를 통하여 수준이 가장 높게 평가되는 도시이며 신 1선 도시는 1선 도시보다 종합점수는 낮지만 도시 수준과 발전 속도가 버금가는 도시임. 본 조사에서는 1선 도시에 신 1선 도시를 포함함

18) 환산된 데이터(단위: 인구 수)는 모두 반올림됨

2) 중국 지역별 재외동포 규모

조사제품 ‘우유’는 국내에서 만들어진 제품이며, 한국인 및 한국 문화에 익숙한 소비자에게 인지도가 높은 브랜드임. 이에 해당 제품 및 브랜드에 익숙한 소비자가 많은 지역을 확인하기 위해 ‘중국 지역별 재외동포 규모’를 조사함

▶ 지린성, 104만 7,227명으로 재외동포 가장 많아

외교부에 따르면, 2019년 중국 내 재외동포 규모가 가장 큰 지역은 지린성으로 조사되었으며, 지린성 내에만 104만 7,227명의 한인이 거주하는 것으로 확인됨. 뒤를 이어 헤이룽장성, 랴오닝성, 산둥성에 각각 33만 2,854명, 25만 5,775명, 23만 5,776명이 거주하여 다수의 재외동포가 거주 중임. 특히 한반도와 인접한 동북구 지방의 경우 총 163만 5,856명의 재외동포가 거주하는 것으로 확인됨

수도인 베이징에는 총 9만 5,383명의 재외동포가 거주 중인 것으로 확인됨. 이 중에서 1만 6,783명은 유학생이며, 중국 내에서 유학생이 가장 많은 지역으로 집계됨<sup>19)</sup>

[표 2.4] 2019년 중국 지역별 재외동포 규모<sup>20)21)22)</sup>

단위: 명

지역		재외동포 수	지역		재외동포 수
화북구	베이징	95,383	중남구	허난성	2,213
	톈진	58,554		후베이성	3,992
	산시성	96,116		후난성	1,668
				광둥성	149,208
				광시성	3,409
내이멍구 자치구		하이난성		1,397	
동북구	랴오닝성	255,775		서남구	충칭
	지린성	1,047,227	쓰촨성		3,950
	헤이룽장성	332,854	구이저우성		160
화동구	상하이	76,872	윈난성		1,450
	장쑤성	39,626	티베트	-	
	저장성	16,613	서북구	산시성	5,829
	안후이성	3,362		간쑤성	1,331
	푸젠성	3,798		칭하이성	-
	장시성	1,945		닝샤	509
산둥성	235,776	신장		-	

자료: 외교부

19) 자료: 외교부, 「재외동포현황」, 2019

20) 자료: 외교부, 「재외동포현황」, 2019

21) 랴오닝성의 한인 수는 다롄의 한인 수를 포함함

22) 산둥성의 한인 수는 칭다오총영사관 관할 지역인 칭도·위해·연대·기타 지역의 한인 수를 포함함

3) 중국 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율

조사제품 ‘우유’는 2019년 기준 중국 내 약 22조원의 시장이 형성되어 있으며 다수의 우유 브랜드가 존재함. 이에 향후 진출 시 경쟁 브랜드를 파악하기 위해 ‘중국 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율’을 조사함

2018-2019년  
중국 우유 브랜드 시장 점유율  
단위: %

브랜드명	2018	2019
이리	17.7	17.0
디럭스	13.6	15.1
사틴	12.4	13.8
멍니우	15.2	14.7
산위안	3.1	3.2
브라이트	1.9	1.9
유베스트	1.3	1.5
지아바오	1.9	1.8
황스	1.2	1.4
기타	31.7	29.6

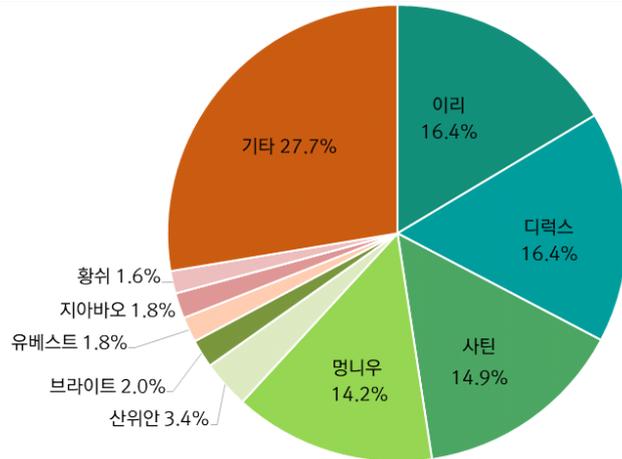
자료: 유로모니터

▶ 이리, 214억으로 중국 우유 브랜드 중 매출 1위

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2020년 기준 중국 우유 브랜드 시장 매출 1위 브랜드 이리로 214억 위안의 매출을 기록하여 시장 점유율 16.4%를 차지함. 이리는 타 업체 대비 많은 우유 생산량을 바탕으로, 저렴한 유제품을 공급 중임.<sup>23)</sup> 뒤이어 디럭스가 213억 4,100만 위안의 매출로 점유율 2위를 차지하였음. 한편 디럭스의 경우 최근 3년('18-'20)간 점유율이 꾸준히 상승하여 이리와 비슷한 시장 점유율을 기록하였음

[표 2.5] 2020년 중국 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율<sup>24)25)</sup>

단위: 백만 위안



제조업체	브랜드	2020 매출	점유율
이너몽골리아일리인더스트리얼 (Inner Mongolia Yili) 차이나명뉴데어리 (China Mengniu Dairy)	이리(Yili)	21,400 (3조 5,958억 원)	16.4%
이너몽골리아일리인더스트리얼그룹 (Inner Mongolia Yili Industrial Group) 차이나명뉴데어리 (China Mengniu Dairy)	디럭스(Deluxe)	21,341 (3조 5,859억 원)	16.4%
이너몽골리아일리인더스트리얼그룹 (Inner Mongolia Yili Industrial Group) 차이나명뉴데어리 (China Mengniu Dairy)	사틴(Satine)	19,419 (3조 2,630억 원)	14.9%
이너몽골리아일리인더스트리얼그룹 (Inner Mongolia Yili Industrial Group) 차이나명뉴데어리 (China Mengniu Dairy)	멍니우(Mengniu)	18,442 (3조 988억 원)	14.2%
베이징산위안푸드 (Beijing Sanyuan Foods)	산위안(Sanyuan)	4,383 (7,365억 원)	3.4%
브라이트푸드 (Bright Food)	브라이트(Bright)	2,626 (4,412억 원)	2.0%
브라이트푸드 (Bright Food)	유베스트(U Best)	2,371 (3,984억 원)	1.8%
지아바오그룹 (Jiabao Group)	지아바오(Jia Bao)	2,338 (3,929억 원)	1.8%
광시로얄데어리 (Guangxi Royal Dairy)	황쉬(Huangshi)	2,075 (3,487억 원)	1.6%
기타	기타	35,802 (6조 158억 원)	27.7%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 자료: 롱이치이징(永益财经), 「蒙牛伊利背后的“王者”, 90%中国乳企为它打工, 掌控大片市场!」, 2020

24) 환산된 데이터(단위: 위안, 원)는 모두 반올림됨

4) 중국 1인당 우유 소비량

2019년 중국 지역별 1인당 우유 소비량

단위: kg

	지역명	우유 소비량
1	베이징	28.9
2	내이멍구 자치구	24.0
3	신장 위구르	21.1
4	상하이	20.8
5	칭하이	18.8

자료: 중국천에신시

조사제품 ‘우유’는 조사제품 ‘우유’는 2019년 기준 중국 내 약 22조원의 시장이 형성되어 있으며 중국 소비자들의 구매가 많은 제품임. 이에 중국 소비자들의 우유 소비 현황을 파악하기 위해 ‘중국 1인당 우유 소비량’을 조사함

▶ 2013-2019년, 중국 1인당 우유 소비량 연평균성장률 1%

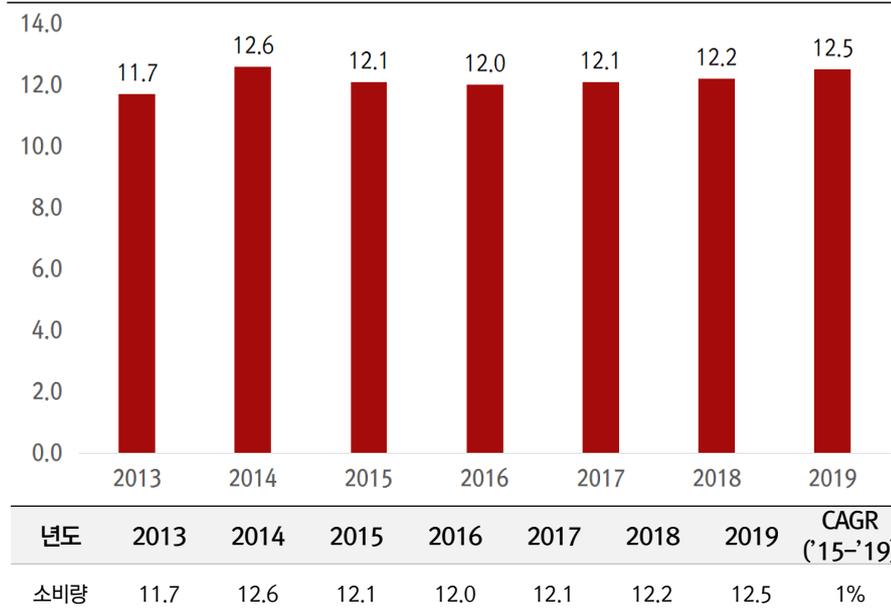
중국 1인당 우유 및 유제품 소비량은 지난 7년(2013-2019년)간 연평균 1%의 성장세를 유지하며 2019년 13kg을 기록함. 2016년 이후 1인당 우유 및 유제품 소비량이 증가하고 있는 추세이며 2019년 기준 중국 내 1인당 우유 소비량이 가장 많은 지역으로는 베이징으로 1인당 약 29kg의 우유를 소비함

▶ 중국 유제품시장, 2022년 세계 1위로 전망

닥슈컨설팅(Daxue Consulting)에 따르면, 2017년부터 중국의 유제품 시장은 매년 7.9%씩 상승하였으며 2022년에는 세계에서 가장 큰 유제품 시장이 될 것으로 예측됨. 중국인의 유제품 소비량이 증가하는 원인에는 평균 소득 상승 및 건강관리를 선호 현재 유제품 시장의 50% 이상을 신선우유가 차지하고 있으며 소비자들의 기대치는 맛, 품질, 다양성을 위주로 유기농과 영양분을 따지는 프리미엄 시장이 성장할 것이라 발표함<sup>26)</sup>

[표 2.6] 중국 1인당 우유 소비량<sup>27)</sup>

단위: kg



자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)

25) 본 보고서의 매출은 RSP(Retail Selling Price, 소매 채널에서 판매된 제품의 총 수량과 판매 당시 소매 금액을 곱한 값)을 의미함

26) 자료: 닥슈컨설팅(Daxue Consulting), 「The dairy market in China will be the world's largest by 2022」, 2020

27) 자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020

## 4. 중국 우유 생산 시장규모

### 1) 중국 우유 생산량

조사제품 ‘우유’는 중국 내에서 생산이 활발하게 이루어지는 제품임. 이에 제품의 생산규모를 파악하기 위해 ‘중국 우유 생산량’을 조사함

2019년 중국 지역별 우유 생산량  
단위: 만 톤

	지역명	우유 생산량
1	네이멍구	577.2
2	헤이룽장성	465.2
3	허베이성	428.7
4	산둥성	228.0
5	신장위구르	204.4

자료: 중국국가통계국

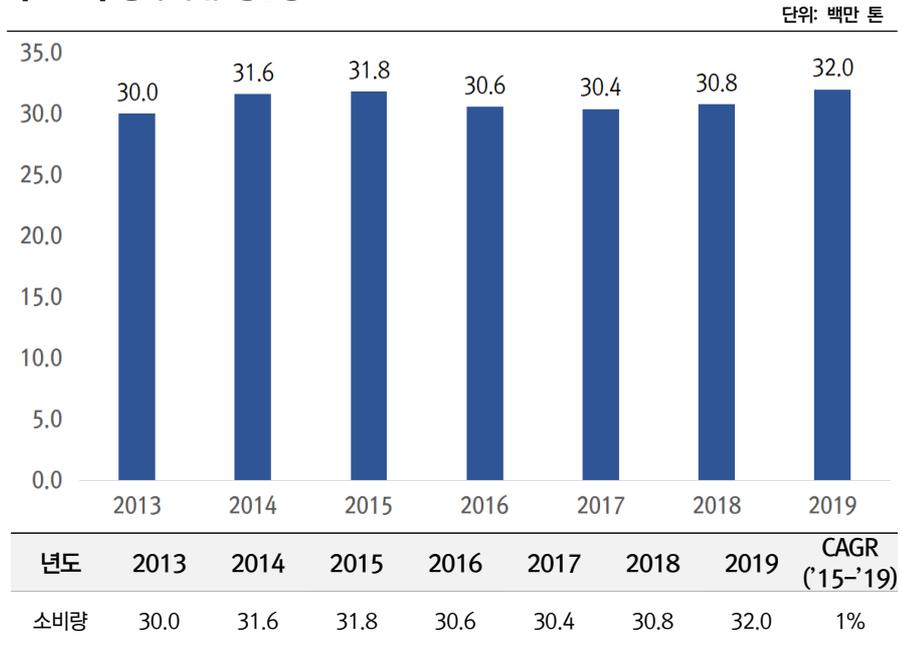
#### ▶ 중국 우유 생산량, 세계 1위

중국산업신시(中国产业信息)에 따르면, 중국 우유 생산량은 세계 1위로 확인됨.<sup>28)</sup> 우유 생산량은 지난 7년(2013-2019년)간 연평균 1%의 성장세를 유지하며 2019년 3,200만 톤을 기록함. 2016년 이후 우유 생산량은 꾸준히 증가하고 있는 추세임

#### ▶ 네이멍구, 중국 내 우유 생산량 가장 많아

2019년 기준 중국 내 우유 생산량이 가장 많은 지역은 577만 2,000톤을 생산한 네이멍구이며, 인근 지역인 허베이성, 헤이룽장성 등에서도 400만 톤이 넘는 우유가 생산되고 있음. 중국 내 젖소의 수는 감소하고 있으나 낙농기술 발달로 젖소 당 생산량이 2017년 약 4,600kg에서 2024년 5,500kg 이상으로 꾸준히 증가할 것으로 예측됨<sup>29)</sup>

[표 2.7] 중국 우유 생산량<sup>30)</sup>



자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)

28) 자료: 중국산업신시(中国产业信息), 「2019年中国奶类产业发展概况及产业发展趋势分析」, 2020

29) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Milk production volume in China 2009-2019」, 2020

30) 자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 중국 유제품 소비 시장, 우유 비중 높아
2. 중국 프리미엄 우유 시장, '어린이 및 청소년'에 집중
3. 중국 기능성 우유 홍보 키워드 '저지방', '고칼슘', '유기농'
4. 중국, 호주·뉴질랜드·독일 등의 수입산 우유 진출

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●

**데이터 수집  
소스원**



(중국 온라인 쇼핑몰 京东)

농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
**1,440**건

① 중국 관련 기사 데이터 수집<sup>(\*)</sup>

◦ 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰

② 중국 우유 관련 소비자 데이터 수집<sup>(\*)</sup>

◦ 수집원 : 京东(jd.com)

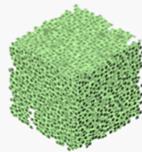
●

**데이터 분류  
키워드집**



(우유 연관 키워드집)

우유  
(검색어)



데이터 정제  
**397**건

① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 우유(牛奶)

고품질 우유(优质牛奶)

유제품(乳品)

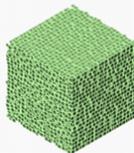
② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 우유 관련 데이터 397건 추출

●

**데이터 분석  
(연관어 분석)**

연관어분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
중국 우유  
소비 실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 중국 우유 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 우유 관련 키워드집 구축<sup>(\*\*)</sup>

◦ 키워드별 발생 빈도 분석<sup>(\*\*\*)</sup>

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	21.01 - 21.02
수집 데이터	1,440건

데이터 정제

정제 키워드	우유, 고품질 우유, 유제품
정제 데이터	397건

○ 데이터 수집

- 중국 우유 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 중국 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	京东	JD.com	온라인쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 우유 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 중국 우유 관련 매체 리스트



유제품 유형 분석		프리미엄 우유 특징 분석		일반 우유 특징 분석		수입 우유 유형 분석	
키워드	유제품 유형	키워드	우유 기능	키워드	우유 기능	키워드	수입 국가

## 2) 데이터 분류

## ○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 우유 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 중국 우유 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
			의미	중국어	참여기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	유제품	우유	牛奶	0	0
			분유	奶粉		0
요거트	酸乳酪		0	0		
치즈	酸奶			0		
아이스크림	冰淇淋			0		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	소비 특징	고칼슘	高钙	0	0
			저지방	低脂	0	0
			멸균우유	纯牛奶		0
			무유당	无乳糖	0	0
			성장	成长		0
			유기농	有机农	0	0
			귀리	燕麦		0
			검은콩	黑豆		0
			커피	咖啡		0
			초코	巧克力		0
			딸기	草莓		0
			바나나	香蕉		0
			복숭아	桃子		0
			1월	1月		0
			어린이	儿童		0
			학생	学生		0
			노인	老人		0
성인	成人		0			
국가/브랜드			호주	澳洲		0
			뉴질랜드	新西兰		0
			한국	韩国		0
			독일	德国		0
			오스트리아	奥地利		0

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 중국 소비자의 우유 소비 실태 분석

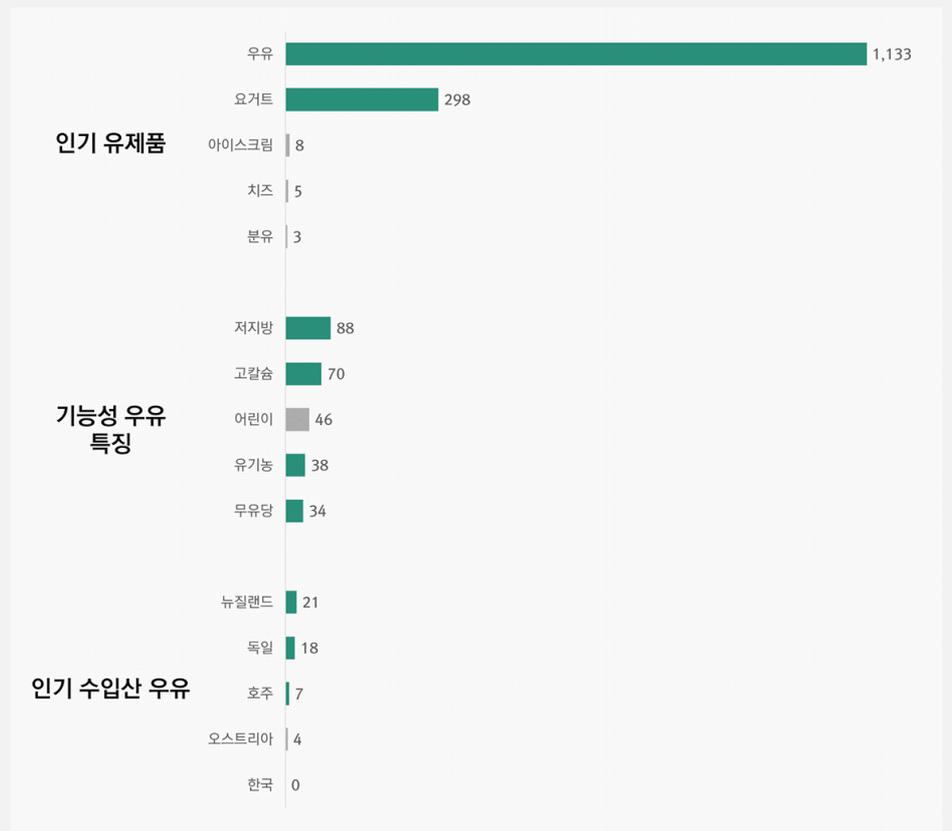
- ① 중국 내 인기 유제품 종류
- ② 중국 내 프리미엄 우유 브랜드 및 특징
- ③ 중국 내 인기 기능성 강조 우유 종류 (고칼슘, 비타민 강화, 저지방)
- ④ 중국 내 한국산 우유 인지도

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 '유제품' 연관 제품 키워드 분석
- ② 온라인쇼핑몰 '프리미엄 우유' 연관 기능 키워드 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 '우유' 연관 기능 키워드 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 '우유' 연관 브랜드 및 국가 키워드 분석"

### [중국 우유 분석 결과]



## 1. 중국 유제품 소비 시장, 우유 비중 높아

### ▶ 중국 유제품 소비 시장 구조 ‘우유(47.9%), 요거트(37.2%), 분유(12.5%)’

중국 유제품 소비 시장 구조는 우유(47.9%), 요거트(37.2%), 분유(12.5%), 치즈(2.4%) 등 네 가지 유형으로 구분할 수 있음<sup>31)</sup>. 중국 유제품 시장은 우유 소비가 주를 이루고 있으며, 요거트와 치즈의 1인당 연간 소비량은 각각 11.18위안(1,879원)<sup>32)</sup>, 0.28kg으로 확인됨

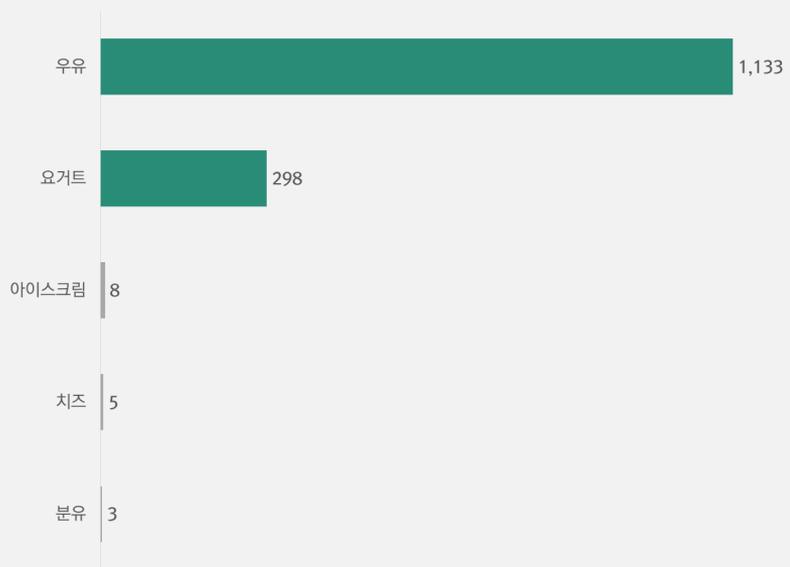
### ▶ 중국 우유 시장, 가짜 브랜드 출시에 우려의 목소리

최근 중국 농촌 지역의 작은 슈퍼마켓과 상점에서 유명 브랜드 우유를 모방한 가짜 브랜드 제품이 발견되고 있음. 이러한 제품은 실제 우유가 아닌 복합 단백질 음료로, 상표는 유명 브랜드와 유사하고 가격은 10-20위안 이상 저렴하게 판매됨. 2019년 내몽골<sup>33)</sup> 당국은 가짜 우유 브랜드 제품 제조업체 10곳과 유통업체 48곳으로부터 2,600개 이상의 불법 의심 제품을 압수함<sup>34)</sup>

### ▶ 중국 내 인기 유제품 유형

① 우유 ② 요거트

[표 3.4] 중국 온라인쇼핑몰 ‘유제품 유형’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 관련 데이터 1,440건 분석

31) 지후(zhihu.com), 「乳制品行业的投资机会来了吗?」, 2020.06.18

32) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 중국 북부의 국경지대에 있는 몽골족 자치구이며 내이멍구(内蒙古)라고도 불림

34) 신화망(xinhuanet), 「“特仑”“经典”……警惕山寨牛奶“傍名牌”横行农村市场」, 2019.04.18

## 2. 중국 프리미엄 우유 시장, ‘어린이 및 청소년’에 집중

### 중국 주요 우유 제품 정보



제품명	이리 사티네(金典) 진샤오디엔
판매가	99위안 (1만 6,635원)
용량	195mlx16개
특징	· 어린이 유기농 우유 · 아침식사용 우유

자료: 京东(JD.com)

### 중국 프리미엄 우유 구매 후기

- 어린이와 초등학생이 먹기에 적합하며 포장이 편리하다.
- 달지 않아서 좋다.
- 깔끔한 맛으로 첨가물이 없어 온 가족이 먹기에 좋다.
- 아침 식사나 비상식량으로 좋다.

자료: 京东(JD.com)

#### ▶ 사티네(金典), 어린이 소비자를 타겟한 프리미엄 유기농 우유

중국 현지 주요 유제품 기업인 이리(伊利) 실업 그룹은 사티네(金典)라는 브랜드로 어린이 소비자를 겨냥한 프리미엄 유기농 우유를 선보이고 있음. 유기농·무설탕 제품이라서 현지 소비자에게 큰 호응을 얻고 있으며, ‘달지 않아 좋다’는 소비자 후기가 관찰됨

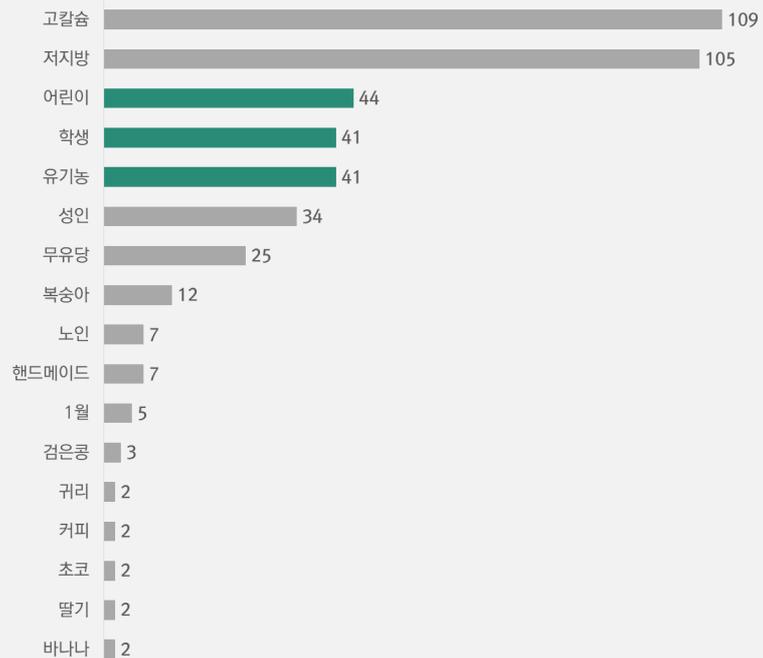
#### ▶ 중국에 출시된 대부분의 어린이용 우유는 ‘유기농’ 제품

중국 유제품 수요가 증가함에 따라 우유 시장이 점차 세분화되었고, 어린이용 우유 제품이 등장함. 중국 현지 기업인 이리(伊利) 실업 그룹, 명니우(蒙牛), 광밍(光明) 등은 모두 어린이용 우유 제품을 판매하고 있으며 이들 대부분이 유기농 제품임<sup>35)</sup>

#### ▶ 중국 내 프리미엄 우유 특징

- ① 고칼슘·저지방 ② 어린이·학생 ③ 유기농

[표 3.5] 중국 온라인쇼핑몰 ‘프리미엄 우유’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 관련 데이터 1,440건 분석

35) 상업신지(shangyexinzi.com), 「儿童奶规模虽小,但市场已进入细分阶段,如何才能做到更好?」, 2020.01.17

### 3. 중국 기능성 우유 홍보 키워드 ‘저지방’, ‘고칼슘’, ‘유기농’

#### 중국 주요 우유 제품 정보



제품명	멍니우 디렉스 우유
판매가	119위안 (1만 9,996원)
용량	250mlx16개
특징	· 고칼슘·고단백 우유 · 저지방·무설탕

자료: 京东(JD.com)

▶ 중국 기능성 우유 키워드 ‘저지방(88건), 고칼슘(70건), 유기농(38건) 빈출 중국 온라인쇼핑몰 징둥(京东)의 기능성 우유 연관 데이터를 검색한 결과, 저지방(88건), 고칼슘(70건), 유기농(38건), 무유당(34건) 등의 키워드가 빈출됨. 이에 따라 중국 기능성 우유 제품은 ‘저지방’, ‘고칼슘’, ‘유기농’, ‘무유당’ 제품이 주를 이루고 있는 것으로 파악됨

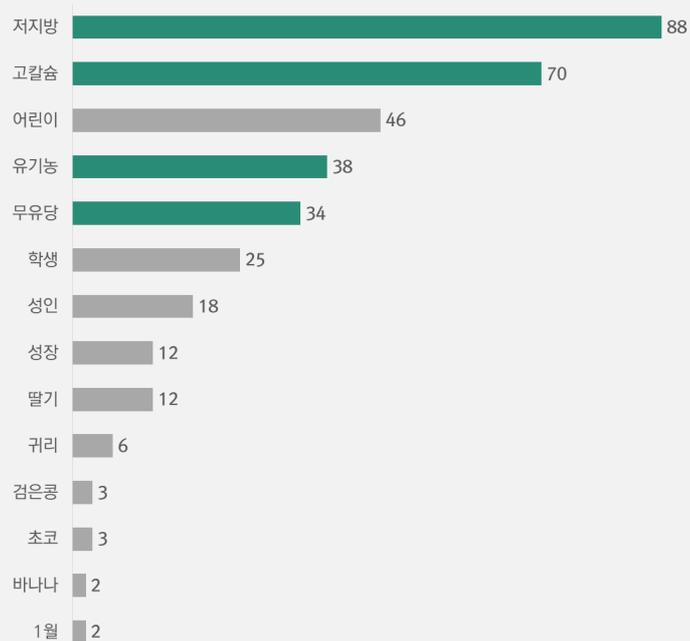
#### ▶ 중국 우유 시장 독점기업 ‘이리(伊利) 실업 그룹, 멩니우데어리(蒙牛)’

중국 우유 시장은 현지 기업인 이리(伊利) 실업 그룹과 멩니우데어리(蒙牛)가 독점하고 있음. 두 기업은 중국 유제품 시장 발전에 따라 저지방 우유, 고칼슘 우유, 어린이용 우유 등 다양한 기능성 제품을 선보이고 있으며, 요거트와 치즈 등 우유 이외의 유제품으로 발을 넓혀가고 있음

#### ▶ 중국 내 기능성 우유 특징

- ① 저지방 ② 고칼슘 ③ 유기농 ④ 무유당

[표 3.6] 중국 온라인쇼핑몰 ‘기능성 우유’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 관련 데이터 1,440건 분석



제품명	이리 고칼슘 우유
판매가	84위안 (1만 4,115원)
용량	250mlx16개
특징	· 고칼슘 우유 · 무설탕

자료: 京东(JD.com)

#### 4. 중국, 호주·뉴질랜드·독일 등의 수입산 우유 진출

##### ▶ 중국에서 고품질 우유로 인정받고 있는 ‘뉴질랜드산 우유’

중국 온라인쇼핑몰에서 ‘수입산 우유’ 연관어를 조사한 결과, ‘뉴질랜드’ 키워드가 가장 많이 확인되었으며 ‘독일’, ‘호주’가 뒤를 이었음. 또한, 중국 웹사이트에서 소비자들이 뉴질랜드산 우유를 고품질 제품으로 평가하는 것을 확인할 수 있었음. 이는 뉴질랜드가 세계 최대 유제품 수출국이자 고도화된 생산·관리 시스템을 갖추고 있어서 중국 소비자가 신뢰하는 것으로 판단됨

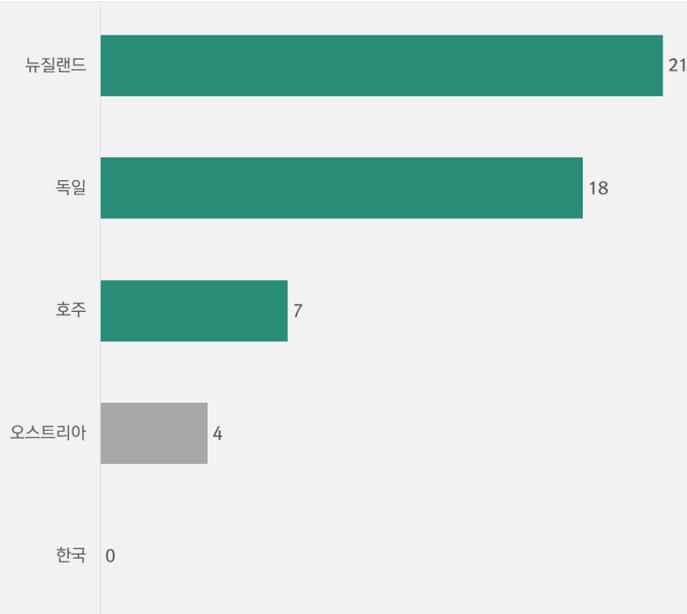
##### ▶ 중국에 다양한 맛의 한국 우유 소개되나 수요는 미미

중국 현지 매체에 한국의 커피맛 우유<sup>36)</sup>, 바나나맛 우유<sup>37)</sup>가 소개되고 있어, 소비자 인지도는 어느 정도 있는 것으로 보임. 그러나 중국 온라인쇼핑몰에서 ‘수입산 우유’ 연관어로 ‘한국’ 키워드는 조사되지 않아 실제 제품에 대한 소비자 수요는 미미한 것으로 파악됨

##### ▶ 중국 내 인기 수입산 우유

① 뉴질랜드산 ② 독일산 ③ 호주산

[표 3.7] 중국 온라인쇼핑몰 ‘수입산 우유’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 관련 데이터 1,440건 분석

36) 시나(sina.com.cn), 「韩国最好喝的咖啡牛奶还要数它了~首尔牛奶家的三角“咖啡牛奶”」, 2019.05.18

37) 소후(sohu.com), 「你喝过韩国的“国民牛奶”吗?」, 2020.12.11

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 중국 우유 유통구조
2. 중국 우유 주요 유통업체
3. 중국 우유 B2C 소매채널

## 1. 중국 우유 유통구조

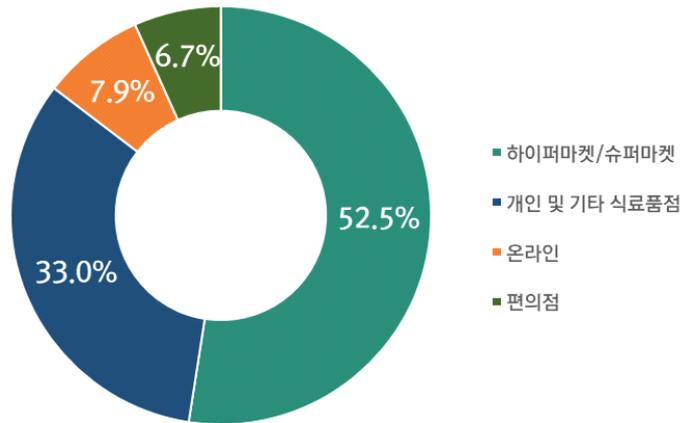
### 품목 구분 및 분류

품목	우유
구분	우유
범주	음용유 (Drinking Milk Products)

### ▶ 중국 우유 주요 유통채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(52.5%), 개인 및 기타 식료품점(33.0%)’

[표 4.1] 중국 우유 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 중국 우유 유통채널 현황

채널 유형	우유 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	52.5%	오우상(欧尚), 용웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart)
	개인 및 기타 식료품점	33.0%	케이마트(K Mart), 라이구상차오쓰(来故乡超市), 샤오부디엔쓰자디엔(小不点食杂店), 진시리엔차오쓰(今时联超市)
	편의점	7.9%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会)
	온라인	6.7%	메이이지아(美宜佳), 세븐일레븐(7-Eleven) 패밀리마트(Family Mart)

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

## 2. 중국 우유 주요 유통업체

### ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점이 대표적

[표 4.3] 중국 우유 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>38)39), 매장수)</sup>	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	지아지아위에 (家家悦)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 15억 2,100만 달러 (약 1조 6,806억 원)	광밍(光明), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛)	0
2	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 1,169억 원)	광밍(光明), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛)	0
3	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 291억 1,720만 달러 (약 32조 1,716억 원)	광밍(光明), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛), 티엔준유예(天润乳业)	0
4	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 955억 8,915달러 (약 105조 6,165억 원)	광밍(光明), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛)	0
5	용웨이 (永辉)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 292억 5,658만 위안 (약 4조 9,160억 원)	산위안(三元), 광밍(光明), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

38) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

39) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	라이구상차오쓰 (来故乡超市)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	B사, C사, D사	0
7	진시리엔차오쓰 (今时联超市)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	B사, C사	0
8	수닝이고우 (苏宁易购)	온라인	약 380억 달러 (약 41조 9,862억 원)	라시아떼(Laciate), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛)	0
9	티엔마오 (天猫)	온라인	약 3,202억 위안 (약 53조 8,032억 원)	멍니우(蒙牛), 와하하(Wahaha), 바이덴도르프 (Weidendorf)	0
10	메이이지아 (美宜佳)	편의점	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 6,051억 원)	광밍(光明), 이리(伊利), 멍니우(蒙牛)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 중국 우유 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



#### ① 지아지아위에(家家悦)

기업 기본 정보	기업명	지아지아위에(家家悦)		
	홈페이지	www.jiajiayue.com.cn		
	위치	웨이하이(威海)		
	규모	매출액('19)	약 15억 2,100만 달러 (약 1조 6,806억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 750개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1974년 설립</li> <li>• 중국 내 약 40개 도시에 750여 개의 매장 보유</li> <li>• 주로 농식품 및 신선식품 유통</li> <li>• 일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점, 특산물 전문매장 등 다양한 형태의 매장 보유</li> </ul>			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지아지아위에의 파트너사인 스파(Spar)는 현지에서 가장 잘 발달한 콜드 체인 물류 관리 시스템 보유</li> <li>• 2020년 지닝용룬스퀘어(Ji Ning Yongrun Square)에 새로운 매장 입점</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	오우더바오춘니우나이 (欧德堡纯牛奶)	
		종류	우유	
		용량	1L	
		원산지	호주	

자료: 지아지아위에(家家悦), 유로모니터(Euromonitor), 월스트리트저널마켓(WSJ Markets), 스파인터내셔널(Spar International), 오프라인 매장 조사  
사진 자료: 지아지아위에(家家悦), 쇼피(Shopee)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 육류 등</li> <li>- 일반: 욕실용품, 의류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선식품</li> <li>- 농식품</li> <li>- 품목별 가격 경쟁력 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 농식품 취급</li> <li>- 다양한 자체 브랜드 보유</li> <li>- 다양한 형태의 매장 보유(백화점, 편의점, 프랜차이즈 매장)</li> </ul> </li> </ul>	
	<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"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 정보와 '공급자자료등록표'를 작성하여 등록페이지에 등록 (qyeps.com/register?purchaserId=161784)</li> <li>- 구매부 내부에서 제출 자료 검토 후, 관심 있을 시 개별 연락</li> <li>- 심사 통과 후 계약 체결</li> <li>- 상품 판매 및 유통</li> </ul> </li> <li>• 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (담당자 연락처, 이메일 주소, 회사명, 설립일, 주소, 메일, 홈페이지, 자본금, 경영범위, 회사 유형, 직원 수 등)</li> <li>② 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기 상품 관련 정보)</li> <li>③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 자유 기재, 서비스 제공범위)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소요시간: 약 30일</li> <li>- 구매담당자 이메일: 2653502710@qq.com</li> </ul>

자료: 지아지아위에(家家悅), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알티마트(RT Mart)

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn	
	위치	상하이(上海)	
	규모	매출액(*19)	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 1,169억 원)
기업 요약	기타 규모	• 매장 수(*19): 약 486개 • 직원 수(*20): 약 10만 명	
	• 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 최근 이슈		• 유제품 브랜드 이리(伊利)는 2019년 10월 알티마트와의 연계마케팅을 통해 매출 급상승, 이후 2020년 알티마트와 지속적으로 협력 • 2019년 7월 뉴질랜드에 본사를 둔 키톤데어리(Keytone Dairy)와 공급 및 유통 계약 체결	
유사제품 정보		제품명	이리춘니우나이 (伊利纯牛奶)
		종류	우유
		용량	780ml
		원산지	중국

자료: 알티마트(RT Mart), 신량신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor), 샤인(Shine), 이컨설팅사(Econsultancy), 수나리테일(Sunaretail), 프로듀스리포트(Produce Report), 차이나에스디지(China SDG)  
 사진 자료: 알티마트(RT Mart)

입점 및 협력 정보

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

자료: 알티마트(RT Mart), 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 32조 1,716억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 436개</li> <li>직원 수('20): 약 96,000명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1996년 설립</li> <li>중국 내 약 180개 도시에서 매장 운영</li> <li>샘스클럽(Sam's Club), 일반 마트 형태로 매장 운영</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 6월 신선식품 유통기업 바코드(Varcode)와 파트너십 계약</li> <li>2019년 5월 뉴질랜드 유제품 회사인 키톤데어리(Keytone Dairy)와 월마트 자회사인 샘스클럽(Sam's Club)의 분유 위탁생산 계약 체결</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	멍니우춘니우나이 (蒙牛纯牛奶)	
		종류	우유	
		용량	250ml	
		원산지	중국	

자료: 월마트(Walmart), 프로듀스리포트(Produce Report), 후르츠넷(Fruitsnet), 유로모니터(Euromonitor), 후레쉬플라자(Freshplaza), 애드위크(Adweek), 스태티스타(Statista)  
사진 자료: 월마트(Walmart)

입점 및 협력 정보

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

자료: 월마트(Walmart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 육류, 육류가공품, 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 소스류, 건조식품, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 욕실용품, 영유아용품, 주방용품, 청소용품, 위생용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격 경쟁력 있는 상품</li> <li>- 공급이 안정적인 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이어야 함 (타 유통채널 대비 가격이 높은 경우 반려)</li> <li>- 계약서에 있는 견적은 고정가격이어야 하며 부득이하게 견적 변동이 있을 시 까르푸의 허가를 받은 뒤 1개월 후 변동 가능</li> </ul> </li> </ul>		
	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"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 주소: <a href="http://supplierportal.carrefour.com.cn">supplierportal.carrefour.com.cn</a></li> <li>- 회원가입 후 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자자료등록표’ 송부</li> <li>- 구매부 논의를 거쳐 관심 있을 시 계약서 작성 및 서비스 계약 체결</li> <li>- 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택</li> <li>- 상품 판매 및 유통</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 까르푸 공급업체 행동강령 준수</li> <li>- 제품 안전성 기준 충족</li> <li>- ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함(체결 날짜와 상관없이 유효 기한은 차년도 1월 1일까지)</li> <li>• 입주 비용이 높은 편</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-21-387-845-00</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn">vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn</a></li> </ul> </li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seo Agency China(식음료, 주류 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://seoagencychina.com">seoagencychina.com</a></li> <li>- 전화번호: +86-21-623-105-20</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:seo@marketingtochina.com">seo@marketingtochina.com</a></li> </ul> </li> </ul>		

자료: 까르푸(Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 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 9,160억 원)	
		기타 규모	매장 수('20): 1,004개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2001년 설립</li> <li>• 상장 기업 중 500위 이내 기업</li> <li>• 일반 슈퍼마켓, 프리미엄 매장, 편의점 형태로 매장 운영</li> <li>• 중국 내 약 835개의 매장 보유</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 북유럽 브랜드 푸드유니언(Food Union)의 신규 브랜드 브라보마마 (Bravo Mama)와 독점판매 계약 체결</li> <li>• 낙농 기업 회사 내 안전방지 시스템 및 리스크 관리에 관해 설명, 재고관리 정보교류를 통한 전략 수립 지원</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	샤오팡바이춘니우나이 (小方白纯牛奶)	
		종류	우유	
		용량	250ml	
		원산지	중국	

자료: 용웨이(永辉), 유로모니터(Euromonitor), 시나차이칭(新浪财经), 0512다저(0512打折), 마일드베리(Mildberry)  
사진 자료: 용웨이(永辉), 바이두(百度)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 신선식품, 즉석식품, 소스류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 육식용품, 주방용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선 농산품</li> <li>- 품목별 가격 경쟁력 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매장별 신선 농산품의 비율이 약 40% 차지</li> <li>- 주로 벤더를 통해 구매하는 방식 선호</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>• 유선 연락 혹은 이메일을 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매위원회는 매주 수요일, 토요일 홈페이지 공지사항에 관심 상품 리스트 공개</li> <li>- 관심 품목에 속하면, 신상품 접수처에 입점 예정 상품정보 (샘플, 사진, 견적, 모든 인증)와 '견본등록서' 제출</li> <li>- 상세한 카탈로그 제시 및 거래조건에 대한 협의 진행 후 거래계약 체결</li> <li>- 입점 상품 등록</li> <li>- 상품 유통 및 판매</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요시간: 약 30일</li> <li>• 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음</li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: yhcs@yonghui.cn</li> <li>- 전화번호: +86-591-8396-1855</li> </ul> </li> </ul>

자료: 옹웨이(永辉), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 개인 및 기타 식료품점



① 라이구상차오스(来故乡超市)

	기업명	라이구상차오스(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"> <li>• 2007년 6월 21일 오픈</li> <li>• 베이징 IT 산업 중심지인 왕징(望京) 지구에 위치</li> <li>• 한국산 식품, 식재료, 화장품 등 다수 판매</li> <li>• 봉어빵, 떡볶이 등 한국 인기 메뉴 판매</li> <li>• 한국인뿐만 아니라 현지인의 방문 빈도 높은 편</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 중국 지도 플랫폼 투바(图吧)에 업체 정보 업데이트</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	연세목장우유
		종류	우유
		용량	1L
		원산지	한국

자료: 구글맵스(Google Maps), 바이두맵(百度 Map), 웨이보(微博), 투바(图吧)  
사진 자료: 웨이보(微博), 바이두(百度)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 위생용품, 청소용품, 잡화류, 액세서리류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 제품</li> <li>- 즉석식품, 간편식품, 스낵류 등 젊은 층 선호제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 여러 수입 제품을 판매하나 한국산 제품의 비중 높음</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>• 유선 연락을 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업시간: 8:00-22:00</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-10-6472-2580</li> </ul> </li> </ul>

자료: 구글맵스(Google Maps), 웨이보(微博)

② 진시리엔차오쓰(今时联超市)

기업 기본 정보	기업명	진시리엔차오쓰(今时联超市)	
	홈페이지	(-)	
	위치	베이징(北京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국인 유학생들이 밀집해있는 베이징 우다오커우(五道口)에 위치</li> <li>• 베이징어언대학(北京语言大学) 근처</li> <li>• 한인 사이에서는 한국 명칭인 싸울아비로도 알려짐</li> <li>• 다양한 한국 식품 및 식자재 판매</li> <li>• 직접 만든 김치, 밀반찬 등 판매</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 중국 지도 플랫폼 투바(图吧)에 업체 정보 업데이트</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	남양맛있는우유GT
		종류	우유
		용량	1L
		원산지	한국

자료: 디엔핑(点评), 바이두맵(百度 Map), 투바(图吧)  
사진 자료: 디엔핑(点评)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 위생용품, 청소용품, 헤어케어용품, 구강케어용품, 액세서리류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 유학생에게 인기 많음</li> </ul> </li> </ul>		
	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"> <li>• 유선 연락을 통한 직접 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +86-10-8267-3355</li> </ul>	

자료: 디엔핑(点评)

3) 온라인



① 수닝이고우(苏宁易购)

기업 기본 정보	기업명	수닝이고우(苏宁易购)	
	홈페이지	www.suning.com	
	위치	항저우(杭州)	
	규모	매출액('19)	약 380억 달러 (약 41조 9,862억 원)
기업 요약	기타 규모	소매 클라우드 스토어: 약 1,666개	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009년 설립</li> <li>• 중국 대표 B2C 온라인 플랫폼</li> <li>• 2017년 처음으로 500위 내 기업 순위 기록</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022년까지 100만㎡의 최대 콜드체인 물류 네트워크 및 스토리지 구축 계획 발표</li> <li>• 2020년 전년 대비 상반기 온라인 매출량 20% 상승</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	광명신시엔무창시엔니우나이 (光明新鲜牧场鲜牛奶)
		종류	우유
		용량	950ml
		원산지	중국

자료: 수닝이고우(苏宁易购), 유로모니터(Euromonitor), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 야후파이낸스 (Yahoo Finance)

사진 자료: 수닝이고우(苏宁易购)

### 입점 및 협력 정보

<b>입점 제품 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 수입식품, 음료류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 완구류, 전자제품, 의류, 서적류, 주방용품, 유아용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별 가격 경쟁력 있는 제품</li> <li>- 스낵류 및 건강 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통기한이 넉넉해야 함</li> <li>- 건강식품의 경우 과도한 제품 효능 홍보 지양</li> </ul> </li> </ul>		
<b>입점 등록 절차</b>	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통한 직접 등록             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 로그인 후, 온라인을 통해 공급자 입점 자료 제출 (기업/브랜드/자격요건정보, 상점명/유형/품목, 계약서확인 등)</li> <li>- 공급자 심사 결과는 자격요건 및 브랜드 심사 포함 약 3-6일 소요</li> <li>- 이푸빠오(易付宝) 서비스 제공: 이푸빠오 계정활성화 (실명인증/일치성 검증, 자동출금협약체결, 비용납부 포함 약 10분 소요)</li> <li>- 온라인 상점 등록: 제품 업로드, 유통 및 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 핑다이상지아(平台商家)와 수닝이고우(苏宁易购) 중 1곳을 선택해 입점 가능하며, 핑다이상지아 입점의 경우 중국 현지에서 발급한 사업자등록증 보유해야 함</li> <li>• 외국 기업의 경우, 현지 지사가 없으면 입점 불가능</li> <li>• 공급자는 소비자에게 정규영수증 제공하여야 함</li> <li>• 영수증 도장의 명칭은 수닝(苏宁)에 등록된 명칭과 일치해야 함</li> </ul>	
<b>벤더 리스트</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinowei(식음료 브로커)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: sinowei.com.cn</li> <li>- 이메일: team@sinowei.com.cn</li> <li>- 기업소개: 수닝이고우 포함한 다양한 유통채널에 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 수닝이고우(苏宁易购), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 티엔마오(天猫)

<b>시장 기본 정보</b>	<b>채널명</b>	티엔마오(天猫)	
	<b>홈페이지</b>	www.tmall.com	
	<b>위치</b>	항저우(杭州)	
	<b>규모</b>	<b>매출액('20)</b>	약 3,202억 위안 (약 53조 8,032억 원)
<b>기업 요약</b>	<b>기타 규모</b>	오프라인 창고 수('18): 약 28개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>2008년 알리바바 그룹에서 설립</li> <li>2014년 해외직구 플랫폼 및 해외 제품 서비스 개시</li> <li>2017년 명품 쇼핑 플랫폼 'Luxury Pavilion' 개시</li> <li>2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 1위</li> <li>서비스 유형에 따라 Tmall.com, Tmall Global, Tmall Luxury Pavilion으로 나뉘어 운영</li> </ul>		
			
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>티엔마오 플래그십 스토어 입점 후 뉴질랜드 유제품 기업 디랜드(TheLand)의 판매량 100만 병 초과</li> <li>2020년 5월 중국 유제품 기업인 브라이트데어리(Bright Dairy)와 전략적 파트너십 및 비즈니스 구조조정 프레임워크 체결</li> <li>매장에서 특정 기간 동안 신선 우유 주문 가능</li> </ul>		
<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	더야가오가이자오천나이 (德亚高钙早餐奶)
		<b>종류</b>	우유
		<b>용량</b>	200ml
		<b>원산지</b>	독일

자료: 티엔마오(天猫), 스태티스타(Statista), 그린퀸(Green Queen), 포브스(Forbes)  
사진 자료: 티엔마오(天猫)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 음료류, 간편식품, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 신선식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 잡화류, 액세서리류, 화장품, 전자제품, 주방용품, 식기류, 서적류, 유아용품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별 가격 경쟁력 있는 제품</li> <li>- 글로벌 인지도가 높은 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함</li> <li>- 건강식품과 유기농 식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리페이 등록 후, 티엔마오 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청</li> <li>- 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록</li> <li>- 등록이 완료된 후, 티엔마오 관련 담당자의 최종 심사를 대기</li> <li>- 심사 통과 후, 티엔마오 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 티엔마오 공급자 센터에 등록 및 정보 보완</li> <li>- 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 진행</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보증금 동결 및 기술서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보 필요</li> <li>• 입점 후 3개월이 지난 상품에 대해 프로모션 실시</li> <li>• 중국 법인 사업자(기업)만 입점 가능 (개인 판매자는 입점 불가)</li> </ul>
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-commerce China Agency(이커머스기업 전문 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: ecommercechinaagency.com</li> <li>- 이메일: ecommerce@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개: 티엔마오 포함한 다양한 슈퍼마켓에 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 티엔마오(天貓), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## 4) 편의점



## ① 메이이지아(美宜佳)

기업 기본 정보	기업명	메이이지아(美宜佳)	
	홈페이지	www.meiyijia.com.cn	
	위치	광둥성(广东省)	
	규모	매출액('18)	약 14억 5,274만 달러 (약 1조 6,051억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 1만 7,000개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립</li> <li>• 약 17개국에서 운영</li> <li>• 중국 내 대규모 프랜차이즈 편의점</li> <li>• 매달 약 300-400개의 신규 편의점 오픈</li> <li>• 일 평균 약 500만 명 이상의 고객 이용</li> </ul>		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 하이네켄차이나(Heineken China)와 계약을 맺어 광둥성 메이이지아 매장에 신제품인 하이네켄 실버 판매 예정</li> <li>• 2020년 중국 체인점 및 프랜차이즈 협회가 선정한 100대 편의점 업체 중 2위에 선정</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	이리춘니우나이 (伊利纯牛奶)
		종류	우유
		용량	250ml
		원산지	중국

자료: 메이이지아(美宜佳), 따종왕(大众网), 이뽕뽕리왕(亿邦动力网), 유로모니터(Euromonitor), 테크시나(Techsina)  
 사진 자료: 메이이지아(美宜佳), 바이두(百度)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 간편식품, 면류, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 세제용품, 청소용품, 주방용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 뛰어난 상품</li> <li>- 신선도가 높은 상품(해외 품목의 경우, 유통기한의 70% 이상이 남아야 하며, 중국 현지에 공장을 보유한 경우에는 80% 이상이 남아야 함)</li> <li>- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시</li> <li>- 간편식품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 평판을 가진 공장에서 제조되는 제품의 신뢰도가 높음</li> </ul> </li> </ul>		
<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>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seo Agency China(식음료 및 주류 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: seoagencychina.com</li> <li>- 전화번호: +86-21-6231-0520</li> <li>- 이메일: seo@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개: 메이이저아 포함한 다양한 슈퍼마켓에 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 메이이저아(美宜佳), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

## 1. 중국 우유 인증 취득

### 인증 취득

중국으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 우유

우유 품목은  
유제품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 유가공품 對중국 수출 가능

현재 한국산 축산물 품목 중 對중국 수출이 가능한 품목은 가금육가공품과 유가공품 뿐임

#### ▶ 중국 수입 식품 '적용받는 강제 인증 無'

중국으로 수출하고자 하는 유제품이 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」<sup>41)</sup>에서 수산물, 육류, 냉동 야채 및 과일, 고기 및 수산물을 함유한 냉동식품 등의 일부 식품군의 생산 안전 기준에 대해 HACCP 기준을 적용하고 있음

이 외에도 중국으로 유제품 수출 시, 「유제품에 대한 국가 식품 우수제조 기준(GB 12693-2010)」과 「안전관리인증기준 유제품 생산기업 요구(GB 27432-2009)」 등에서 두고 있는 식품 생산 안전 기준을 충족시켜야 함

[표 5.1] 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

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

[표 5.2] 중국 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	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 우유 사전 절차

### 사전 절차

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

### 우유

우유 품목은 유제품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 중국 식품 수출을 위해 모든 식품류의 GACC 사전 등록 ‘필수’

중국 국가시장감독관리총국(SAMR, State Administration for Market Regulation)과 해관총서(GACC, General Administration of Customs of China)는 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 혹은 해외 생산기업에게 기업 정보의 사전 등록을 요구함. 신청서 작성 후 기관으로부터 등록번호를 부여받아 이후 관세 절차에 사용하며 경우에 따라 시설 인증이 필요하기도 함

유제품의 등록을 위해서는 한국의 축산물 위생관리법령 등 관련 법령에 따른 HACCP, GMP에 준하거나 그 이상의 위생관리 시스템으로 운영되고 있어야 함. 해당하는 인증을 제출하고자 하는 경우 중국의 국가인증인가관리감독위원회(CNCA)에서 인정하는 기관을 통해서 인증을 받아야 함. 수출기업은 관련 서류를 구비하여 관할 지방식품의약품안전처에 중국 수출기업 등록 신청서를 제출해야 함. 해당 기업이 정상적으로 등록된 경우 제조업체명, 수출자 및 대리인의 이름, 국가와 지역은 GACC 데이터베이스에 공개됨. 현재 해당 유제품 데이터베이스에 등록된 국내 기업은 64개로 확인됨<sup>42)</sup>

[표 5.3] 중국 사전 유제품 등록 절차

신청 기관	한국 관할 지방식품의약품안전처 중국 해관총서(GACC)
신청서 필수 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업허가증(신고필증) 사본 1부</li> <li>• 품목제조보고서 사본 1부</li> <li>• 수입 영유아 조제유제품 해외생산기업 등록신청표 1부(영유아용 유제품만 해당)</li> <li>• 수입 파스퇴르살균유 생산기업 등록정보 확인표 1부(살균유만 해당)</li> <li>• 중국 CNCA 인정 제3자 인증기관의 HACCP 인증서 사본 1부(해당되는 경우)</li> <li>• 등록 정보 변경 관련 서류(해당되는 경우)</li> <li>• 수출희망제품의 경우 품목제조보고서(안), 제조방법설명서 및 해당 제품이 생산 가능함을 입증하는 서류 등을 제출</li> </ul>
소요기간	신청일로부터 약 4주(서류의 구비에 문제가 없는 경우)
소요비용	825달러(약 91만원) <sup>43)</sup>
유효기간	4년(규정상 기간이나 실제 적용되지는 않는 것으로 조사)

자료: 식품의약품안전처

42) 식품의약품안전처(mfds.go.kr), 수출축산물작업장정보 (검색일: 2021.01.25.)

43) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### ▶ 한국 내 유제품 수출기업에 대한 ‘한국’ 당국 검역 신청 및 절차

한국은 수출 상대국과 수입 절차 및 수출 작업장 등록 등의 협의를 거쳐 축산물 등의 수출 가능 국가를 대상으로 수출검역증을 발급하고 있음. 동물, 유가공품, 육가공품의 지정 검역물을 수출하고자 하는 업체는 필수적으로 해당 증명서를 받아야 함

식품의약품안전처는 한국 및 수출 상대국의 식품안전 규정을 준수하는 국내 작업장이 상대국에서 수출작업장 등록이 될 수 있도록 지원하고 있음. 한국에서 수출검역증을 발급받기 위한 절차는 다음과 같음

[표 5.4] 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 우유 라벨 심의

● 라벨 심의

중국으로 제품 수출 시,  
요구되는 제품에 대한  
라벨 규정 정보 제공

● 우유

우유 품목은  
유제품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 라벨 규정, 중국국가표준(GB) 준수 의무

중국의 식품 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 5.5] 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"> <li>• 식품명칭</li> <li>• 배합원료표</li> <li>• 내용량 및 규격</li> <li>• 원산지</li> <li>• 수입업체 또는 중개판매자의 명칭, 주소 및 연락처</li> <li>• 생산일자 및 보존기한</li> <li>• 저장조건</li> <li>• 식품 생산허가증 번호</li> <li>• 제품 표준 코드 및 기타 표시가 필요한 사항</li> </ul>
		권장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로트 번호</li> <li>• 섭취 방법(개봉 방법, 조리 방법 등)</li> <li>• 알레르기 유발물질</li> </ul>
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 기능)를 원칙으로 하며 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계가 있어야 함
		글자 크기	1.8mm이상(35cm <sup>2</sup> 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함
	식품명칭	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 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 5.6] 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"> <li>열량</li> <li>핵심 영양소의 함량 및 영양소 기준치의 백분율 (열량(KJ), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g))</li> <li>트랜스지방(산) 함량</li> </ul>
		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 우유 라벨 샘플



- ① 브랜드
- ② 제품명
- ③ 제품 설명
- ④ 용량



- ① 제품 설명
- ② 제품명
- ③ 원료
- ④ 제품유형
- ⑤ 생산일자
- ⑥ 유통기한
- ⑦ 보관방법
- ⑧ 영양정보
- ⑨ 유통업체
- ⑩ 알레르기정보
- ⑪ 등록번호
- ⑫ 원산지
- ⑬ 용량

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 중국]

- ① 宾格瑞
- ② 宾格瑞牛奶
- ③ 高钙, 维生素D, 维生素A
- ④ 净含量: 1L

[앞면 - 국문]

- ① 빙그레
- ② 빙그레우유
- ③ 고칼슘, 비타민D, 비타민A
- ④ 용량: 1L

[뒷면 - 중국]

- ① 安心品牌  
安心奶源  
含有维生素  
高钙  
\* 韩国原装进口宾格瑞牛奶  
\* 从韩国生产到运输至中国, 仅需2天  
\* 添加钙和维生素
- ② 产品名称: 宾格瑞牛奶
- ③ 配料表: 生牛乳, 碳酸钙, 维生素D, 维生素A
- ④ 产品类型: 调制乳
- ⑤ 生产日期: 见包装上端 (年/月/日)
- ⑥ 保质期至: 见包装上端 (年/月/日)
- ⑦ 贮存条件  
: 2-6℃冷藏保存, 开封后必须冷藏, 并且在保质期内及早饮用

[뒷면 - 국문]

- ① 안심 브랜드  
안심 우유 원산지  
비타민 함유  
고칼슘  
\* 한국 원제품 수입 빙그레우유  
\* 한국 생산부터 중국 운송까지 단 2일  
\* 칼슘과 비타민 함유
- ② 제품명: 빙그레우유
- ③ 원재료: 생우유, 탄산칼슘, 비타민D, 비타민A
- ④ 제품유형: 조제우유
- ⑤ 생산일자: 포장 윗면 참조(년/월/일)
- ⑥ 유통기한: 포장 윗면 참조(년/월/일)
- ⑦ 보관방법  
: 2-6℃ 냉장보관, 개봉 후 반드시 냉장보관  
해야 하며 유통기한 내에 빨리 드세요.

## ⑧ 营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	294kJ	4%
蛋白质	3.4g	6%
脂肪	4.2g	7%
碳水化合物	4.8g	2%
钠	43mg	2%
维生素A	99 $\mu$ gRE	12%
维生素D	3.9 $\mu$ g	78%
钙	161mg	20%

## ⑨ 中国总经销商

: 宾格瑞 (上海) 食品 有限公司

地址: 中国上海市闵行区合川路2679号

9幢 (B座) 606A, 606B单元

电话: 021-6126-7256

## ⑩ 致敏原信息: 本品含有乳及乳制品

⑪ 注册编号: 6420000-004-2012-0026

⑫ 原产国: 韩国

⑬ 净含量: 1L

## ⑧ 영양정보

품목	100g당	NRV%
열량	294kJ	4%
단백질	3.4g	6%
지방	4.2g	7%
탄수화물	4.8g	2%
나트륨	43mg	2%
비타민A	99 $\mu$ gRE	12%
비타민D	3.9 $\mu$ g	78%
칼슘	161mg	20%

## ⑨ 중국 총판장

: 빙그레(상하이)식품유한회사

주소: 중국 상하이시 민항구 허촨로 2679호

9동 (B건물) 606A, 606B

전화: 021-6126-7256

## ⑩ 알레르기정보

: 본 제품은 우유 및 유제품을 함유하고 있습니다.

⑪ 등록번호: 6420000-004-2012-0026

⑫ 원산지: 한국

⑬ 용량: 1L

## 4. 중국 우유 서류 준비

### 서류 준비

중국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

### 우유

우유 품목은 유제품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 중국 수입 우유 제품, 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 5.7] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	(-)	
	중문 라벨	(-)	
	입경화물통관단	국가질량감독검험검역기구	
	선적	수입 선하증권	(-)
		상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		무역계약서	(-)
	원산지증명서	관세청(FTA-PASS) / 대한상공회의소	
위생증명서	식품의약품안전처		
추가 서류	검사보고서	(-)	

자료: 중국 해관총서(GACC), 한국 관세청

## 5. 중국 우유 세금 납부

### 세금 납부

중국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

### 우유

우유 품목은 유제품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 우유 HS-CODE 0401.20-0000, 관세율 15% 적용

▶ 중국 수출 시 '최혜국대우 세율' 적용

우유의 경우 중국에서는 HS-CODE 0401의 0401.20-0000 세번을 사용하여 수입됨.<sup>44)</sup> 우유 수입 시 기본 세율은 40%를 적용하나 최혜국대우(MFN)에 따라 15%의 세율이 적용됨. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야 하며 9%의 세율을 적용받게 됨

- 수입 서류 심사비용에 75달러(약 8만 원) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 11시간 소요
- 통관 비용은 230달러(약 25만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 37시간 소요

[표 5.8] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0401	밀크와 크림 (농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)	
	0401.20.0000	지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 것	
중국	0401.20.00	지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 것	
	0401.20.0000	지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 것	
관세	기본관세율	40%	
	MFN 세율	15%	
증치세		9%	

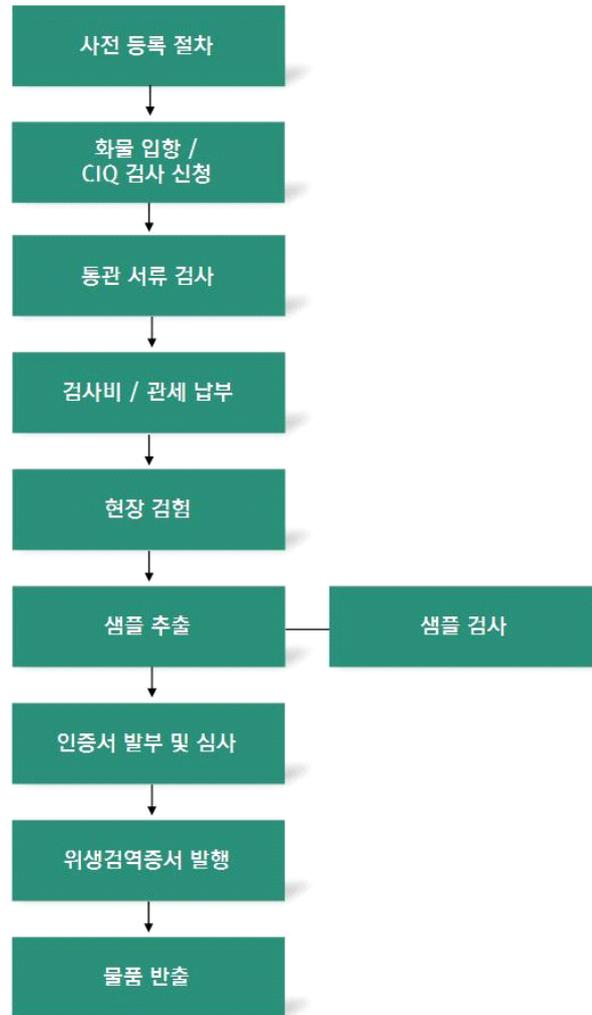
자료: 관세법령정보포털(UNIPASS)

44) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0401.20 중 유제품에 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 우유 검역 심사 절차

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

[표 5.9] 중국 통관 및 검역 프로세스



- ▶ 중국 우유 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.10] 중국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	중국
식품유형	유가공품류 > 우유류

## 7. 중국 관련 규제 정보

### ▶ 중국 정부 수입식품에 대한 핵산 검사 진행

중국 정부는 콜드체인 수입식품을 대상으로 코로나19 확산 방지를 위해 전반적인 식품 수입에 대한 관리 및 통제를 강화하겠다고 밝혔다. 이러한 중앙정부의 방침에 따라 각 성 정부는 수입 식품이 통관되는 각 항만과 국제공항에서의 엄격한 검사를 진행하겠다고 밝혔다. 특히 장쑤성 난징, 산시성 타이위안, 광둥성 선전 등에서는 수입 냉동식품에 대하여 코로나19 바이러스 확인을 위해 핵산(PCR) 검사를 진행하고 소독 작업을 위한 창고를 설치하는 등 관리를 늘리기로 하였음

캐나다, 미국, 브라질 등 20개 국가들은 지난 11월 WTO 회의에서 이러한 중국 당국의 조치가 무역 장벽이며 빠르게 철폐되어야 한다고 촉구하였음. 식품 수입에 대한 코로나19 검사는 중국이 유일하게 취하고 있는 조치로 각 국의 성명에도 중국 내로의 바이러스 재유입을 이유로 지속해오고 있음<sup>45)</sup>

45) Global News, China testing imported food packaging for coronavirus, angering several countries', 2020.11.18

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 아오떠후아루핀(베이징)스핀유오시엔공사

(奥德华乳品(北京)有限公司)

Interview ② 베이지티엔천러예유시엔공사(北京天辰乳业有限公司)

Interview ③ 칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공사

(青岛弘毅信国际贸易有限公司)

Interview ④ 칭다오싱한아상마오유시엔공사(青岛星韩亚商贸有限公司)

Interview ⑤ 장수류유오류상마오유오시엔공사(常熟六么六商贸有限公司)

## Interview ① 아오띠후아루핀(베이징)스핀유오시엔공사 (奥德华乳品(北京)有限公司)

46)

아오띠후아루핀(베이징)  
스핀유오시엔공사  
(奥德华乳品(北京)有限公司)

전문가 소속

아오띠후아루핀(베이징)  
스핀유오시엔공사  
(奥德华乳品(北京)有限公司)  
제조 및 유통업체

연락처  
+86-138-1172-1158

전문가 정보

Mr. Gao  
(General Manager)



### 아오띠후아루핀(베이징)스핀유오시엔공사 (奥德华乳品(北京)有限公司) General Manager, Mr. Gao

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

아오띠후아루핀(베이징)스핀유오시엔공사는 1994년 설립된 제조 및 유통업체입니다. 본사는 중국 베이징에 있으며 온라인과 오프라인을 통해 유통하고 있습니다. 주로 요거트, 버터, 과일잼 등을 취급하고 있습니다.

**Q. 중국의 ‘꺾어 먹는 요거트’ 수요는 어떠한가요?**

중국에 A사 제품과 유사한 요거트 제품이 없습니다. A사 제품처럼 포장 생산할 수 있는 기계는 비싸며 당사는 해당 기계를 보유하고 있지 않습니다. 10년 전에 명뉴(蒙牛) 업체가 비슷한 포장의 요거트를 출시했지만 판매 실적이 좋지 않아서 생산이 중단되었습니다.

**Q. 중국 소비자는 ‘토핑이 얹어진 떠먹는 요거트 제품’이 익숙한가요?**

중국 시장에서 해당 제품은 생소하고 시중에는 일반 요거트 제품이 많습니다. 하지만 흔하지 않은 만큼 해당 제품은 시장성이 있다고 판단됩니다. 당사는 이러한 제품을 한 달에 100톤 이상 판매합니다.

인기 제품은 진스다이다운링스완나이(今时代低温零食酸奶)이며 인기 토핑은 딸기입니다. 인기 원인은 부드러운 식감, 무방부제 및 무첨가제입니다.

46) 사진자료: 아오띠후아루핀(베이징)스핀유오시엔공사(奥德华乳品(北京)有限公司) 홈페이지

### Q. 중국 소비자는 ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’을 언제 섭취하나요?

보통 아침 식사 대용이나 낮에 간식으로 섭취합니다. 부모들은 자녀 간식으로 많이 구매하고 있습니다. 요거트가 장 기능 개선에 도움이 되는 건강식품이기 때문입니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’의 적절한 타겟 소비자는 누구인가요?

첫째 부모 소비자입니다. 젊은 부모들은 자녀를 위해 간식으로 많이 구매하고 있습니다. 둘째 젊은 여성입니다. 젊은 여성들은 다이어트를 위해 식사 대신 섭취하거나 간식으로 섭취합니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’ 중 인기 제품을 소개해 주세요.

어린이용 견과류 토픽 요거트 진스다이디온링스완나이(今时代低温零食酸奶)가 인기 제품입니다. 해당 제품 한 개에 170g이며 6개가 한 세트로 68위안(1만 1,426원)<sup>47)</sup>입니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’의 추천 유통채널은 무엇인가요?

당사는 온라인과 오프라인 채널 모두 보유 중입니다. 온라인은 티몰에서 오프라인은 편의점과 슈퍼마켓 등에서 판매하고 있습니다. 중국 유통채널들은 보유하고 있는 고객 선호에 맞는 제품을 위주로 취급하여 유통합니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’ 판매 시 홍보 포인트는 무엇인가요?

기본적으로 제품 디자인이 정교해야 합니다. 그 밖에 다양한 맛이 준비되어 있고 높은 인지도를 가진 제품임을 홍보해야 합니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’ 수입 시 유의사항이 있나요?

당사는 중국에서 제품을 제조하여 유통하므로 수입절차에 대해 잘 모릅니다. 하지만 향후 A사가 중국 진출을 위해 OEM 업체 및 유통업체가 필요하다면 미팅을 진행하고 싶습니다.

47) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ② 베이지티엔천러예유시엔공스(北京天辰乳业有限公司)

48)

●  
베이지티엔천러예유시엔공스  
(北京天辰乳业有限公司)

전문가 소속

베이지티엔천러예유시엔공스  
(北京天辰乳业有限公司)  
제조 및 유통업체

연락처

+86-10-6147-4190

전문가 정보

Ms. Jiang  
(Manager)



## 베이지티엔천러예유시엔공스(北京天辰乳业有限公司) Manager, Ms. Jiang

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

베이지티엔천러예유시엔공스는 2003년 설립된 제조 및 유통업체입니다. 본사는 중국 베이징에 있으며 온라인과 오프라인을 통해 유통하고 있습니다. 주로 요거트, 우유 등 유제품을 취급하고 있습니다.

### Q. 중국의 '꺾어 먹는 요거트' 수요는 어떠한가요?

중국에는 해당 제품이 흔하지 않습니다. 2019년에 기미스(Gimmies)의 꺾어 먹는 요거트가 출시되었지만 지금은 보기 힘듭니다. 해당 제품의 장점은 디자인이 독특해서 소비자의 이목을 끌 수 있다는 점입니다. 반면 단점은 중국에 해당 제품을 만들 수 있는 기계가 거의 없어서 생산 시 비용이 증가하고 이윤이 줄어든다는 점입니다.

### Q. 중국 소비자는 '토피ng이 얹어진 떠먹는 요거트 제품'이 익숙한가요?

아직 해당 제품이 흔하지 않지만 향후 안정적인 수요가 예상됩니다. 중국에는 토피ng과 요거트를 위아래 따로 포장하는 제품이 많습니다. 인기 브랜드는 이성권농쑤어지안꾸 오디온시라쑤안나이(益生菌浓缩坚果低温希腊酸奶)이며, 인기 사유는 다음과 같습니다.

첫째 인지도가 높습니다. 중국 전역 마트에 납품 중인 브랜드입니다. 둘째 디자인이 귀여워서 남녀노소 모두가 선호합니다. 셋째 건강하고 다양한 맛으로 출시되어 소비자 취향에 맞게 구매 가능합니다. 넷째 토피ng과 요거트가 따로 포장되어 위생적입니다. 인기 토피ng은 다크초콜릿 솔티 아몬드 맛입니다. 중국 소비자는 견과류와 다른 제품이 섞인 토피ng을 좋아합니다.

### Q. 중국 소비자는 ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’을 언제 섭취하나요?

아침 식사 때 베이글에 발라서 섭취하거나 간단한 식사로 섭취합니다. 또한, 사무실에서 건강한 간식으로 섭취하거나 소화를 촉진하기 위해 섭취합니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’의 적절한 타겟 소비자는 누구인가요?

학생과 20-35세 젊은 여성 직장인이 주요 소비자입니다. 학생들은 맛과 건강 때문에 구매하고 여성 직장인들은 다이어트나 장 건강을 위해 구매합니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’ 중 인기 제품을 소개해 주세요.

인기 제품은 리춘쑤안나이라상메이(乐纯酸奶乐享杯)이고 가격은 19.8위안(3,327원)<sup>49)</sup>입니다. 토픽이 없는 제품은 16.8위안(2,823원)입니다. 해당 제품 가격은 중국 현지에서 비싼 편인데 일반 요거트 제품은 3-5위안(504-840원)입니다.

### Q. ‘토픽이 없어진 떠먹는 요거트 제품’의 추천 유통채널은 무엇인가요?

당사는 온라인과 오프라인 모두에서 유통 중입니다. 온라인 채널은 1688, 징둥(京东), 티몰(Tmall) 등을 이용하며 오프라인 채널은 올레(Ole), 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart) 등을 이용합니다. 하지만 요거트는 유통기한이 짧은 점과 냉장보관을 해야 한다는 점 때문에 편의점과 마트와 같은 오프라인 유통채널이 적절합니다.

### Q. 당사의 성공적인 마케팅 방법은 무엇인가요?

첫째 고객 대상으로 피드백을 받습니다. 토픽 요거트 제품을 새로 출시할 때 기존 고객 중 몇 명을 선정합니다. 이들에게 신제품을 샘플로 주고 피드백을 받습니다. 둘째 제품 디자인에 신경을 씁니다. 디자인 공모전을 통해 인기가 많은 디자인으로 제품을 출시합니다. 셋째 중국에서 유행하는 SNS 틱톡으로 제품을 홍보합니다.

49) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ③ 칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공사 (青岛弘毅信国际贸易有限公司)

50)

●  
 칭다오홍이신꾸오지마오이  
 유오시엔공사  
 (青岛弘毅信国际贸易  
 有限公司)

전문가 소속

칭다오홍이신꾸오지마오이  
 유오시엔공사  
 (青岛弘毅信国际贸易  
 有限公司)  
 유통업체

연락처  
 +86-135-8927-9197

전문가 정보

Mr. Wang  
 (CEO)

# 青岛弘毅信



### 칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공사 (青岛弘毅信国际贸易有限公司) CEO, Mr. Wang

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공사는 2007년 설립된 유통업체입니다. 본사는 중국 칭다오에 있으며 온라인과 오프라인을 통해 판매하고 있습니다. 주로 우유, 요거트, 과일 음료 등을 취급하고 있습니다.

**Q. 중국 소비자의 한국 우유 선호도는 어떠한가요?**

한국산 우유를 알고 즐겨 마시는 소비자는 적습니다. 주요 소비자는 한국 문화를 좋아하는 사람이거나 조선족 또는 한국 교민입니다. 특히 코로나19가 지속되면서 수입 우유 판매량이 줄어드는 추세입니다. 수입 제품에서 코로나바이러스가 검출됨에 따라 수입 식품 불매 운동이 일어났기 때문입니다.

**Q. 당사는 '꺾어 먹는 요거트' 수입 의향이 있나요?**

해당 제품의 가격이 적당하다면 고려해보겠습니다. 중국 현지에서 소매가가 10위안(1,680원)<sup>51)</sup> 정도면 가능성이 있다고 판단됩니다.

**Q. 한국산 유제품 중 인기 브랜드와 그 제품은 무엇인가요?**

한국산 유제품 중 E사의 바나나 우유 판매량이 가장 높으며 연 매출액이 5억 위안(840억 원) 이상입니다. 그리고 A사, B사, C사의 신선우유 판매량은 차이가 크지 않습니다.

50) 사진자료: 칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공사(青岛弘毅信国际贸易有限公司) 홈페이지

51) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 코로나19가 한국산 우유 수입에 영향을 주었나요?

코로나19 이후 한국산 신선우유 판매량은 약 50% 정도 감소했습니다. 첫 번째 원인은 바이어의 중국 현지제품 구매 증가입니다. 이는 코로나19 이후 수입 냉동식품에서 바이러스가 자주 검출되어 수입 식품 선호도가 감소했기 때문입니다. 두 번째 원인은 한인마트의 폐업으로 인한 한국 식품 유통채널 감소입니다. 이는 코로나19 이후 중국 소비가 많이 감소되어 경제가 침체되었기 때문입니다. 향후 한국산 신선우유에 대한 수요가 어느 정도 있겠지만 수입 식품 수요가 감소하고 있다는 것을 알아야 합니다.

### Q. 신선우유 구매 시 고려 요인은 무엇인가요?

소비자의 구매요인은 가격입니다. 따라서 재구매를 하도록 현지 소비자 가격을 잘 설정해야 합니다. 소비력이 높은 소비자는 20-30대 청년들이며 이들은 가성비 좋고 포장이 정교한 제품을 선호합니다.

판매자의 구매요인은 브랜드입니다. A사, B사, C사처럼 한국에서 인지도가 높은 브랜드 제품을 선호합니다. 해당 브랜드 제품은 이윤이 적게 남아도 안정적으로 판매되고 매장 신뢰도를 높여줍니다.

### Q. 유제품 판매 시 추천 유통채널은 무엇인가요?

당사는 오프라인과 온라인에서 유통 중이며 오프라인의 유통 비중이 더 높습니다. 그 이유는 첫째 오프라인에서 실물을 보고 구매할 수 있어서 소비자가 가짜 제품을 걱정할 필요가 없기 때문입니다. 둘째 온라인 판매는 콜드체인 때문에 원가가 높게 책정되고 파손 가능성이 있기 때문입니다.

## Interview ④ 칭다오싱한아상마오유시엔공사(青岛星韩亚商贸有限公司)

52)

 ●  
 칭다오싱한아상마오  
 유시엔공사  
 (青岛星韩亚商贸有限公司)

전문가 소속

 칭다오싱한아상마오  
 유시엔공사  
 (青岛星韩亚商贸有限公司)  
 수입유통업체

 연락처  
 +86-155-0639-1698

전문가 정보

 Ms. Zhao  
 (Manger)

 칭다오싱한아상마오유시엔공사(青岛星韩亚商贸有限公司)  
 Manger, Ms. Zhao

## Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

칭다오싱한아상마오유시엔공사는 2014년 설립된 수입유통업체입니다. 본사는 중국 칭다오에 있으며 온라인과 오프라인을 통해 판매하고 있습니다. 주로 우유, 요거트 등 유제품과 음료, 과자, 인스턴트 식품 등을 취급하고 있습니다.

## Q. 코로나19가 한국산 우유 수입에 영향을 주었나요?

한국산 우유가 중국 제품보다 맛이 있지만 안전을 위해서 중국 우유를 구매하고 있습니다. 최근 코로나19 발생으로 중국 세관은 수입 냉장 및 냉동식품을 엄격하게 모니터링하고 있습니다. 따라서 중국 바이어들은 수입 식품보다 중국 현지 생산 식품을 더 많이 구매하고 있습니다. 현재 수입 제품보다 중국 제품이 더 많이 팔리기 때문에 향후 코로나19가 종식되더라도 수입식품의 중국 진출이 다소 어려울 것으로 예상됩니다.

## Q. 당사는 '꺾어 먹는 요거트' 수입 의향이 있나요?

최근 면역력 강화식품이 인기입니다. 요거트는 면역력과 연관이 있는 장 기능 강화에 도움이 되므로 판매량이 증가하고 있습니다. 따라서 코로나19가 종식될 때쯤에 한국산 요거트 수입을 고려해보겠습니다. 하지만 가격이 너무 비싸다면 수입하기 어려울 것입니다.

### Q. 유제품 판매 시 추천 유통채널은 무엇인가요?

당사는 오프라인과 온라인 채널 모두를 보유하고 있으며 오프라인의 유통 비중이 더 높습니다. 첫째 보관 문제와 관련 있습니다. 더울 때 온라인 배송을 하면 상하는 경우가 많지만 오프라인 매장은 냉장보관을 하므로 변질되지 않습니다. 둘째 환불 문제와 관련 있습니다. 온라인 판매 시 파손되는 경우가 많은데 환불 절차가 복잡합니다. 셋째 안전과 관련 있습니다. 간혹 오프라인 매장에서 시식을 진행하는데 소비자가 믿고 바로 구매할 수 있습니다.

### Q. 신선우유의 주요 소비자는 누구인가요?

주요 소비자는 중고소득층의 30-40대 여성입니다. 30-40대 여성들은 가성비보다 품질이 높은 제품을 추구합니다. 한국산 우유가 중국 제품보다 3배 정도 비싸지만 훨씬 고소한 맛이 나고 품질이 좋기 때문에 지속적으로 구매합니다. 특히 이들은 자녀나 부모님에게 품질이 좋은 우유를 제공하기 위해 구매합니다.

### Q. 신선우유 수입과 관련된 조언을 부탁드립니다.

당사는 먼저 소비자 주문을 받고 매주 한국 본사에 주문을 넣습니다. 따라서 최근 제조된 제품을 공급받아 매주 목요일 소비자에게 제품을 발송합니다. 특히 경험이 많은 통관대행업체에 의뢰하여 제품이 중국에 도착하자마자 바로 발송하고 있습니다.

최근 수입 냉동식품이 코로나19 양성 판정을 받으면서 수입업체와 소비자 모두 수입 제품을 기피하고 있습니다. 아직 냉장식품에 대한 양성 판정 결과는 없었으나 만약 발생한다면 큰 손해를 입기 때문에 조심해야 합니다. 따라서 한국산 신선우유 업체가 중국으로 수출한다면 반드시 안전 조치를 철저히 하고 수출해야 합니다.

## Interview ⑤ 장수류유오류상마오유오시엔공스 (常熟六幺六商贸有限公司)

53)

장수류유오류상마오  
유오시엔공스  
(常熟六幺六商贸有限公司)

전문가 소속

장수류유오류상마오  
유오시엔공스  
(常熟六幺六商贸有限公司)  
수입유통업체

연락처  
+86-152-5006-1859

전문가 정보

Mr. Liu  
(Manager)

**常熟六幺六商贸有限公司**



### 장수류유오류상마오유오시엔공스(常熟六幺六商贸有限公司) Manager, Mr. Liu

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

장수류유오류상마오유오시엔공스는 2019년 설립된 수입유통업체입니다. 본사는 중국 장쑤성에 있으며 온라인과 오프라인을 통해 판매하고 있습니다. 주로 우유, 요거트 등 유제품과 과자, 음료 등을 취급하고 있습니다.

#### Q. 중국 소비자의 한국산 우유 선호도는 어떠한가요?

중국 소비자의 한국산 우유 선호도는 낮은 편입니다. 우선 가격이 비싸기 때문입니다. 한국산 신선우유 1L의 평균 가격은 40위안(6,721원<sup>54)</sup>으로 호주산 우유를 제외하면 제일 비쌉니다. 소비자는 한국산 우유가 맛있으나 필수 식품은 아니어서 일부러 비싸게 주고 먹지는 않습니다. 또한, 주요 소비자가 감소하였기 때문입니다. 주요 소비자는 한국인과 한국 유학 경험이 있는 중국인인데 코로나19로 인해 한국인이 중국을 떠나서 판매량이 줄어들었습니다. 그 밖에 한국산 우유는 중국에 특별히 많은 홍보를 하지 않아서 노출이 적기 때문에 인지도가 낮습니다.

#### Q. 당사는 ‘꺾어 먹는 요거트’ 수입 의향이 있나요?

A사 제품은 중국에서 흔한 제품이 아니므로 시장성이 있다고 판단됩니다. 소비자 가격이 10위안(1,680원) 정도라면 고려해볼 것입니다.

#### Q. ‘토픽이 얹어진 떠먹는 요거트 제품’ 중 인기 제품을 소개해 주세요.

중국에서는 대부분 토픽을 봉지에 따로 포장하여 제공하며 디자인이 귀여운 제품이 인기입니다. 특히 견과류, 냉동 과일, 시리얼 토픽이 인기가 있습니다.

53) 사진자료: 장수류유오류상마오유오시엔공스(常熟六幺六商贸有限公司) 홈페이지

54) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 한국 유제품 중 인기 브랜드와 그 제품은 무엇인가요?

E사 바나나 우유와 뽀로로 유제품의 판매량이 가장 높습니다. 바나나 우유는 한국 특색 우유로 알려져 있습니다. 뽀로로 유제품은 귀여운 포장으로 어린이와 젊은 엄마에게 인기가 많습니다.

### Q. 코로나19가 한국산 우유 수입에 영향을 주었나요?

코로나19 이후 수입 콜드체인 식품에 대한 검역이 엄격해졌습니다. 코로나19가 금방 종식되지 않을 것으로 예상되며 향후에도 검역이 엄격하게 이루어질 것입니다. 또한, 2020년부터 수입 식품 수입이 줄고 중국 생산 식품의 내수 소비가 확대되었습니다. 이를 계기로 정부는 중국 식품 산업 보호를 위해 향후 수입 식품을 엄격하게 모니터링할 것으로 예상됩니다.

### Q. 수입 우유 중 인기 제품을 소개해 주세요.

수입 우유는 단가가 매우 높아서 판매가 많이 되지 않습니다. 하지만 그 중 상대적으로 네덜란드 브랜드 베코쥬이벨(Veco Zuivel) 제품이 인기가 많습니다. 해당 제품은 유기농 우유이며 고소한 맛으로 많은 소비자가 선호합니다. 당사는 12병(한 병에 1L)에 299위안(5만 241원)으로 판매하고 있습니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights



## 시장규모

신선우유 시장 5.8조 원  
멸균우유 시장 16.4조 원

HS CODE 0401.20  
對 글로벌 수입액 CAGR 14%



2015-2019년 중국 신선우유 시장과 멸균우유 시장은 각각 연평균성장률 10%, 4%를 보이며 성장함. HS CODE 0401.20에 해당하는 우유 품목의 對 한국 수입액은 최근 5년간 연평균성장률 2%를 기록함

## 제품 수요

중국 인구 수 1위, 광둥성  
중국 우유 매출 1위, 이리

코로나19 영향,  
중국 생산 제품 선호 ↑



중국 내 가장 많은 인구가 거주하는 지역은 중남구 광둥성으로, 총 8% 인구에 해당하는 1억 1,500만 명이 거주함. 한인은 동북구 지린성에 가장 많이 거주하며 104만 7,227명이 거주함

## 시장 트렌드

중국 유제품 시장  
1위 우유 / 2위 요거트

중국 기능성 우유 특징,  
'저지방'과 '고칼슘'



중국 유제품 소비 시장 1위는 우유(47.9%), 2위는 요거트(37.2%)로 확인됨. 최근 중국 내 가짜 우유 브랜드 제품 이슈가 있었으며, 인터뷰 답변에서도 확인됨. 기능성 우유는 '저지방', '고칼슘', '유기농'과 관련됨



# Export Insights

유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓  
52.5%

개인 및 기타 식료품점 33.0%  
편의점 7.9%



중국에서 우유는 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 개인 및 기타 식료품점을 중심으로 유통되고 있음. 온라인 비중은 6.7%로 확인됨

통관 및 검역

MFN 관세율 15%  
증치세 9%

사전 GACC 등록  
수출검역증 발급



중국 우유 수입 시 적용되는 세율은 MFN 관세율 15%와 증치세 9%로 확인됨. 사전에 GACC 등록을 거쳐야 하며 국내에서 수출검역증을 발급받아야 함

전문가 인터뷰

코로나19 이후, 수입 제품 선호 ↓  
한국 교민 귀국하여 구매 ↓  
오프라인 유통 추천



코로나19 영향으로 수입 제품 선호도가 낮아지고 중국 생산 제품 선호도가 증가함. 한국산 우유 판매는 약 50% 감소하였음. 인터뷰 대상자들은 유통기한과 보관을 이유로 온라인 판매를 추천하지 않았음

## 진출제언



### Point 01. 중국 내 '수입 우유' 전망

중국 우유 시장은 중화권 업체가 차지하고 있는 상황임. 특히 코로나19 이후 판매자와 소비자 모두 수입 식품을 선호하지 않음. 대신 중국 제품 소비가 증가되어 중국 식품 산업에 호재로 작용함. 따라서 코로나19가 종식되어도 중국 정부가 수입 제품을 모니터링하여 규제할 가능성도 있음. 중국 소비자의 수입 식품 선호도 회복 여부가 중요하다 판단됨

### Point 02. 중국 내 '꺾어 먹는 요거트' 전망

과거 유사한 제품이 판매되었으나 현재 중국 시장에서 판매되지 않고 있음. 따라서 시장성이 있는 제품으로 판단됨. 특히 중국 유제품 시장은 우유와 요거트가 상당한 비중을 차지하고 있으므로 진출을 적극 추천함. 중국 소비자가 선호하는 견과류 토핑 제품을 개발하고 귀여운 디자인으로 출시할 것을 제언함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020
3. 차이나데일리(China Daily), 「Shanghai tops Chinese cities in consumer spending」, 2020
4. 포플레이션스탯(Population Stat), 「China, 2020」, 2020
5. 외교부, 「재외동포현황」, 2019
6. 룽이차이징(永益财经), 「蒙牛伊利背后的“王者”, 90%中国乳企为它打工, 掌控大片市场!」, 2020
7. 닥슈컨설팅(Daxue Consulting), 「The dairy market in China will be the world's largest by 2022」, 2020
8. 중국찬예신시(中国产业信息), 「2019年中国奶类产业发展概况及产业发展趋势分析」, 2020
9. 스태티스타(Statista), 「Milk production volume in China 2009-2019」, 2020
10. 농림축산식품부, 「검역정책과 공보-2955호」, 2016
11. 식품의약품안전처, 「중국 가금육가공품 수출 절차 안내」, 2019
12. 식품의약품안전처, 「중국 삼계탕 수출 세부실시 요령」, 2016
13. 식품의약품안전처, 「축산물 수출 안내서」, 2016
14. 중국 국무원(The State Council), 「GB 28050-2011」 선포장식품 영양라벨 통칙, 2011
15. 중국 국무원(The State Council), 「GB 7718-2011」 선포장식품 라벨 통칙, 2011
16. 중국 국무원(The State Council), 「GB-T 27341-2009」, 2009
17. 중국 국민건강가족계획위원회(National Health and Family Planning Commission), 「GB 2760-2014」, 2014
18. 중국시장관리감독총국(State Administration for Market Regulation), 「Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China」, 2005
19. 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
20. 한국농수산물유통공사(KATI), 「중화인민공화국국가표준」, 2014
21. 한국무역협회(KITA) 「중국 식품안전 규정 강화에 따른 한국 식품기업 수출전략」, 2019

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 지후(zhihu) ([zhihu.com](http://zhihu.com))
5. 신화망 ([www.xinhuanet.com](http://www.xinhuanet.com))
6. 상업신지 ([www.shangyexinzhi.com](http://www.shangyexinzhi.com))
7. 시나 ([sina.com.cn](http://sina.com.cn))
8. 소후(sohu.com)
9. 지아지아위예(家家悦) ([www.jiajiayue.com.cn](http://www.jiajiayue.com.cn))
10. 월스트리트저널마켓(Wsj Markets) ([www.wsj.com/markets](http://www.wsj.com/markets))
11. 스파인터네셔널(Spar International) ([www.spar-international.com](http://www.spar-international.com))
12. 쇼피(Shopee) ([www.shopee.com.my](http://www.shopee.com.my))
13. 알티마트(RT Mart) ([www.rt-mart.com](http://www.rt-mart.com))
14. 신랑신원(新浪新闻) ([www.news.sina.cn](http://www.news.sina.cn))
15. 샤인(Shine) ([www.shine.cn](http://www.shine.cn))
16. 이컨설팅(Econsultancy) ([www.econsultancy.com](http://www.econsultancy.com))
17. 수나리테일(Sunaretail) ([www.sunaretail.com](http://www.sunaretail.com))
18. 프로듀스리포트(Produce Report) ([www.producereport.com](http://www.producereport.com))
19. 차이나에스디지(China SDG) ([www.chinasdg.org](http://www.chinasdg.org))
20. 월마트(Walmart) ([www.wal-martchina.com](http://www.wal-martchina.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

21. 후르츠넷(Fruitsnet) ([www.fruitnet.com](http://www.fruitnet.com))
22. 후레쉬플라자(Freshplaza) ([www.freshplaza.com](http://www.freshplaza.com))
23. 애드위크(Adweek) ([www.adweek.com](http://www.adweek.com))
24. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
25. 까르푸(Carrefour) ([www.carrefour.cn](http://www.carrefour.cn))
26. 아이에스앤머거진(ISN Magazine) ([www.internationalsupermarketnews.com](http://www.internationalsupermarketnews.com))
27. 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia) ([www.insideretail.asia](http://www.insideretail.asia))
28. 피알뉴스와이어(PR Newswire) ([www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com))
29. 글로벌코스메틱스뉴스(Global Cosmetics News) ([www.globalcosmeticsnews.com](http://www.globalcosmeticsnews.com))
30. 용웨이(永辉) ([www.yonghui.com.cn](http://www.yonghui.com.cn))
31. 시나차이칭(新浪财经) ([www.finance.sina.com](http://www.finance.sina.com))
32. 0512다저(0512打折) ([www.0512dz.com](http://www.0512dz.com))
33. 마일드베리(Mildberry) ([www.mildberry.ru](http://www.mildberry.ru))
34. 바이두(百度) ([www.baidu.com](http://www.baidu.com))
35. 구글맵스(Google Map) ([www.google.com/maps](http://www.google.com/maps))
36. 바이두맵(百度 Map) ([www.map.baidu.com](http://www.map.baidu.com))
37. 웨이보(微博) ([www.weibo.com](http://www.weibo.com))
38. 투바(贴吧) ([www.teiba.baidu.com](http://www.teiba.baidu.com))
39. 디엔핑(点评) ([www.dianping.com](http://www.dianping.com))
40. 수닝이고우(苏宁易购) ([www.suning.com](http://www.suning.com))
41. 야후파이낸스(Yahoo Finance) ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com))
42. 티엔마오(天猫) ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
43. 그린퀸(Green Queen) ([www.greenqueen.com.hk](http://www.greenqueen.com.hk))
44. 포브스(Forbes) ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))
45. 메이이지아(美直佳) ([www.meiyijia.com.cn](http://www.meiyijia.com.cn))
46. 따중왕(大众网) ([www.dzwww.com](http://www.dzwww.com))
47. 이팡퉁리왕(亿邦动力网) ([www.ebrun.com](http://www.ebrun.com))
48. 테크시나(Techsina) ([www.tech.sina.com.cn](http://www.tech.sina.com.cn))
49. 중국 국가질량감독검역총국(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) ([aqsiq.net](http://aqsiq.net))
50. 중국 해관총서(General Administration Of Customs People's Republic of China) ([customs.gov.cn](http://customs.gov.cn))
51. 한국 식품의약품안전처 ([www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr))
52. 한국 육류유통수출협회(KMTA) 홈페이지 ([kmta.or.kr](http://kmta.or.kr))
53. 농식품수출정보(KATI) 홈페이지 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
54. 관세법령정보포털(UNIPASS) ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
55. 아오더후아루핀(베이징)스핀유오시엔공스(奥德华乳品(北京)有限公司) 홈페이지 ([jinshidai.tmall.com/?spm=a312a.7700718.0.0.14e86779za9EiY](http://jinshidai.tmall.com/?spm=a312a.7700718.0.0.14e86779za9EiY))
56. 베이저티엔첸러예유시엔공스(北京天辰乳业有限公司) 홈페이지 ([lechun.tmall.com/?spm=a220o.1000855.1997427721.d4918089.5dc693baZQ3qtI](http://lechun.tmall.com/?spm=a220o.1000855.1997427721.d4918089.5dc693baZQ3qtI))
57. 칭다오홍이신꾸오지마오이유오시엔공스(青岛弘毅信国际贸易有限公司) 홈페이지 ([zenintl.taobao.com/index.htm?spm=a1z10.1-c.w5002-9934607545.2.36335b84fzJKNd](http://zenintl.taobao.com/index.htm?spm=a1z10.1-c.w5002-9934607545.2.36335b84fzJKNd))
58. 칭다오상한아상마오유시엔공스(青岛星韩亚商贸有限公司) 홈페이지 ([shop1415896959310.1688.com/?spm=a261y.7663282.autotrace-import\\_topbar.147.972a6bfaIWPrv](http://shop1415896959310.1688.com/?spm=a261y.7663282.autotrace-import_topbar.147.972a6bfaIWPrv))
59. 장수류유오류상마오유시엔공스(常熟六么六商贸有限公司) 홈페이지 ([shop4w8p7n5232616.1688.com/?spm=a2615.7691481.autotrace-topNav.1.15c15e77MuFOnt](http://shop4w8p7n5232616.1688.com/?spm=a2615.7691481.autotrace-topNav.1.15c15e77MuFOnt))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.19

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea