

1. 중국의 통관일체화 시행 6개월. 그 성과는?

베이징지사

주요내용

▶ 각 지역 세관마다 달랐던 통관기준을 통일한 ‘통관일체화’제도

- 기존 중국의 통관은 각 지역별 해관(세관)마다 집행기준이 상이해 유통 거점 지역과 상관없이 일부 지역에 통관이 편중되었으며, 이로 인해 발생하는 통관 및 운송비용은 온전히 기업들의 부담이었다. 하지만 작년 7월 마침내 중국 당국은 기업의 수출입 통관 비용 경감을 위해 각 항구의 통관 수속을 통합화·전산화시키는 ‘통관일체화(通关一体化)’ 제도를 시행하였다.
- 과거에 중국은 각 해관마다 처리기준이 다르고 업무가 단절되어 있어 기업들은 한 가지 해관(항구)만을 선택하여 제품을 수입하였으나, 각 해관의 처리기준을 단일화하고 전산으로 통합한 ‘통관일체화’ 시행으로 이제 기업들은 전산을 통해 중국 내 항구를 자유롭게 선택하여 수입제품을 통관할 수 있게 되었다.
- 한편 기존에는 해관이 수입신고 서류를 심사하여 세금을 계산하고 기업으로부터 이를 징수한 이후에 비로소 통관이 가능했으나, ‘통관일체화’ 시행으로 우선 기업은 스스로 세금을 계산하여 납부하고 해관은 해당 제품을 우선 통관시키고 사후에 수입신고 서류심사를 진행하여 납부한 세금의 합법성을 심사하는 방식이 가능해져 통관 소요기간도 단축할 수 있게 되었다.

〈 통관일체화 전산시스템 互联网+海关 홈페이지〉



▶ 60가지 해관업무를 온라인으로 해결가능

- 중국 해관본부는 현재 각 해관 별 통관일체화를 위한 전산시스템인 “인터넷+해관(互联网+海关)”을 운영 중이다. 해당 시스템은 관련 업무를 크게 총 9종(운송 수단, 화물통관, 물류통관, 세금업무, 가공무역 및 보세물류업무, 기업관리, 행정심사비준, 저작권법, 기타)으로 분류하여, 기업이 총 60가지 항목의 해관 관련 업무를 전산으로 처리할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

시사점

- ‘통관일체화’는 수입물품의 통관수속과 세금납부를 전산으로 통합하여 기업은 중국 내 어느 해관 예서나 해당 업무를 처리할 수 있으나, 해관이 아닌 CIQ(中国出入境检验检疫)가 담당하는 수입물품 검역 업무는 아직 실무적으로 통합되지 않은 상황이다.
- 이에 따라 검역업무는 기존과 같이 지역별로 국한되어 있으며, 특히 식품과 같이 검역에 민감한 품목은 검역으로 인해 여전히 기존과 같이 일부 지역에 국한된 항구를 통해 중국으로 수입되고 있는 실정이다.
- 때문에 농수산식품은 ‘통관일체화’를 적용하여 통관수속과 세금납부를 중국 내 어느 항구(해관)에서나 진행하더라도, 검역은 기존과 같이 지역에 국한된 특정 항구(CIQ)를 통해 진행되고 있어 ‘통관일체화’를 통한 기업 비용 경감 효과가 제한적이다.
- 한편 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련 하여 해관은 기업에게 관련 서류에 대한 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서, 영수증, 운송증빙서류, 보험증빙서류, 회계장부 등 무역 관련 자료의 보관에 각별히 주의해야 한다.

주요내용

▶ 중국 간식 및 음료시장의 트렌드는?

- 시장조사 기관인 Ipsos는 소비자 1,605명을 대상으로 설문 조사 결과를 바탕으로 2017년 중국 간식 및 음료시장 10대 추세 보고서를 발표했다.

▶ 식품안전에 대한 관심 제고

- 조사 대상 소비자의 63%가 식품안전에 대한 관심이 증가하였으며 이는 전년보다 8% 증가한 수치이다. 유통기한 만료, 식품변질 등 문제로 걱정하던 2016년과 달리 2017년은 식품처리, 생산과정 중 ‘보이지 않는’ 안전문제가 대중들의 주목을 받고 있다. 제품에 첨가제를 줄이는 것에 대한 소비자들의 수요는 여전히며 향료, 방부제, MSG 등의 ‘무첨가’는 신제품의 출시 혹은 제품 업그레이드에 필수 요소로 꼽힌다.

▶ 웰빙 추구

- 소비자들은 더욱더 건강한 생활을 추구하고 있다. 소비자들은 건강식품 및 음료에 대한 정의를 점점 무가당/저당 및 저지방/저칼로리로 받아들이고 있다. 담백한 맛, 열량을 줄여주는 제품이 소비자들의 사랑을 많이 받고 있는데, 이미 73%의 소비자가 지난 1년에 무가당음료를 마신 경험이 있는 것으로 집계되었다.

▶ 영양 가치에 대한 관심 증대

- 웰빙을 추구하는 동시에 소비자들도 갈수록 영양학적으로 균형 잡힌 식품을 추구하고 있다. 조사에 따르면 높은 영양가치는 소비자들이 소비 욕구를 끌어올리고 76%의 소비자가 우유와 유제품을 소비하는 사유를 풍부한 영양 섭취를 위해서라고 밝혔다. 또 곡물, 콩류 음료, 야채주스, 견과류 구매 시 풍부한 영양 섭취 목적의 소비자 비중은 각각 65%, 60%, 53%로 모두 절반이상의 비중을 차지한다.

▶ 식물주의

- ‘식물’은 2017년 음료시장의 신홍키워드다 떠오르고 있다. 소비자의 73%가 식물성분을 함유한 음료가 건강에 더욱 이롭다고 생각하고 있다. 호두(45%), 대추(45%), 팥(41%), 귀리(36%) 등 이 4가지 곡물은 소비자들이 제일 선호하는 곡물이다. 금은화(48%), 국화(45%), 박하(36%), 구기(33%)는 소비자들이 제일 선호하는 초보식물성분이며, 재스민(50%)과 장미(32%)는 소비자가 제일 관심을 가지고 있는 화류식물이다.

▶ **기능성**

- 음식을 통한 건강회복을 꾀하는 것도 새로운 트렌드로 떠오르면서 기능성음료는 소비자들의 일상 생활에서 중요한 역할을 하고 있다. 소화촉진, 위장건강은 기능성음료가 갖춰야 할 제일 주요한 기능으로 꼽힌다. 소비자의 49%가 지난 1년 동안 매일 혹은 자주 소화촉진 음료를 마셨다고 밝혔으며 유산균, 식이섬유, 잡곡/귀리 등 성분을 제일 선호하는 것으로 나타났다. 에너지 보충, 생식용 다이어트, 피부미용 기능성 음료가 앞으로 가능성있는 상품으로 전망되고 있다.

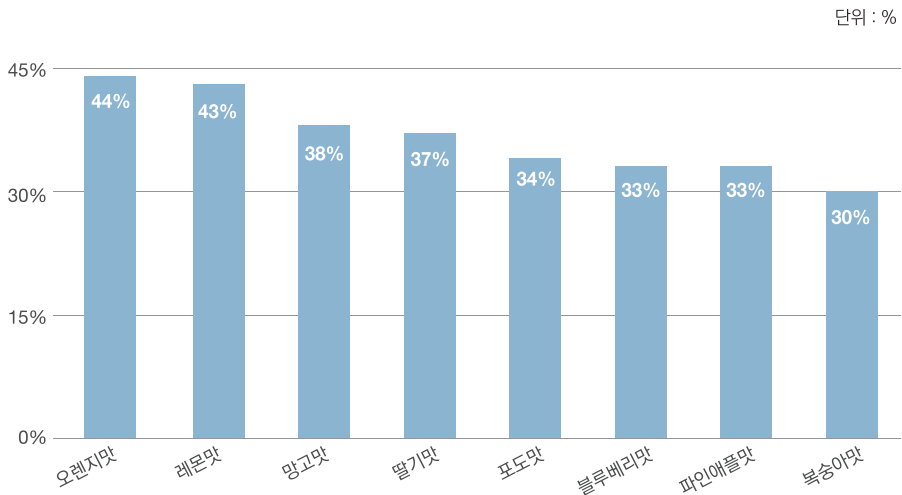
▶ **고품질**

- 식품안전에 대한 관심이 높아지면서 더욱더 많은 소비자들이 고품질제품을 구매하고 있다. 믿을 수 있는 고품질원료로 구성된 제품을 가격에 구애받지 않고 서슴없이 구매하고 있으며 이러한 현상은 우유 및 유제품(40%), 견과류(38%), 야채주스(37%) 및 사탕/초콜릿(36%)에서 특히 두드러졌다. 입맛/식감(32%), 건강영양(23%), 신선도보장(13%), 고급포장(11%)은 가격상승의 4대 요인이다.

▶ **과일 맛 음료**

- 소비자들에게 있어서 제품의 맛은 소비자가 식품과 음료의 구매를 결정짓는 주요 기준이다. 과일 맛의 음료가 유행인데 72%의 소비자들이 과일 맛의 음료를 즐겨 마신다고 밝혔다. 이 중 가장 선호하는 맛은 오렌지(44%)와 레몬(43%)이었으며, 소비자들은 새로운 혁신적인 맛의 제품 출시를 기대한다고 밝혔다.

| 가장 선호하는 과일 맛 비중 |



▶ 수입식품/음료

- 수입식품은 18~30세 사이에 있는 젊은이들과 고소득 소비자들이 많이 구매하고 있다. 소비자의 85%가 지난 1년에 수입식품을 구매한 적이 있으며 69%가 수입음료를 구매한 적이 있다고 밝혔는데 이 중 초콜릿, 커피, 우유/유제품이 가장 인기가 많았으며, 미국, 일본 및 유럽 수입제품을 선호하였다.

▶ 소포장제품

- 소포장제품은 휴대하기도 편리하고 보존시간이 더 길뿐만 아니라 먹기에도 위생적이고 타인과 나눠 먹기에도 편리하다. 동시에 먹을 수 있을 만큼 양 조절을 할 수가 있어 여성(46%), 일선도시 소비자(45%)와 고소득자(51%)들 사이에서 특히 큰 인기를 얻고 있다. 갈수록 더욱 많은 소비자들(43%)이 비싸더라도 개별 소포장된 제품을 선호 구매하며 견과류, 사탕/초콜릿, 과자/빵 등 제품에 소포장이 적용되고 있다.

▶ 포장 디자인

- 59%의 소비자들이 가격이 비싸더라도 포장디자인이 좋은 제품을 구매하겠다고 밝혔다. 창의적이고 독특한 포장디자인은 쉽게 소비자들의 관심을 집중시킬 수 있다.

시사점

- 중국의 대형유통매장 식품매대를 가보면 불과 몇 년 전과 큰 차이를 느낄 수 있다. NFC 신선주스 등 5년 전에 찾아보기 힘들었던 제품들이 이미 수입산 이상 수준의 품질을 갖추고 저렴한 가격으로 소비자들을 유혹하고 있다.

상대적으로 한국산 제품은 OEM 제품 증가, 과당경쟁으로 인해 품질, 포장 등에서 오히려 퇴보한 것 같다는 느낌이 든다. 중국 고급유통매장인 Ole에 가면 과거 한국산 과자류가 차지했던 매대를 인도네시아, 말레이시아 등 동남아산 고품질 제품이 상당수 차지하고 있으며, 한국산이 대부분 차지했던 수입산 생우유 매대에는 호주, 뉴질랜드에서 공수된 생우유, 스무디 등이 진열되어 있다.

그동안 K-POP, 드라마 등 한류에 편승해 인기를 누렸던 한국산 소비재에 대한 거품이 사라졌다. 지금부터라도 중국시장 변화에 역행하지 않도록 품질, 포장 등에 대해 관심을 가져야 할 것이다.