

# 2023 농식품 수출국가 정보조사 「중국」

2023.12.

# 1 국가 및 시장정보

## 1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

## 2 식품 시장규모

## 3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

## 4 식품 시장전망

## 5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

## 6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

## 7 對중국 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

# 2 식품 유통현황

## 1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

## 2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

## 3 유통채널 전망

- 3-1 오프라인 유통채널 전망
- 3-2 온라인 유통채널 전망

## 4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

# 3 수출품목 및 소비 트렌드

## 1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

## 2 소비 트렌드

# 4 수출절차

## 1 수출입절차

## 2 통관 및 검역제도

## 3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

# 5 비관세장벽

## 1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

## 2 인증제도

## 3 통관거부사례

## 4 비관세장벽 이슈

# 6 요약

## 1 보고서 소개

# 1 국가 및 시장정보

## 1.1 국가 개황

### 1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	1,413,142,846명, 전 세계 1위
민족구성 (2021년 추정치)	한족 91.1%, 소수민족 8.9% (장족, 후이족, 만주족, 위구르족, 묘족, 이족, 토가족, 티베트족, 몽골인, 동족, 부이족, 야오족, 바이족, 한국인, 하니족, 리족, 카자흐스탄인, 다이족 및 기타 국적 포함)
언어	중국어, 광둥어, 상하이어, 푸저우어, 대만어, 샹/간/하카족 방언, 소수민족 언어(장족, 몽고족, 위구르족 티베트족)
종교 (2021년 추정치)	민간 종교 21.9%, 불교 18.2%, 기독교 5.1%, 이슬람교 1.8%, 힌두교 0.1%, 유대인 0.1%, 기타 0.7%(도교 포함), 무교 52.1%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 16.48% (남성 124,166,174/여성 108,729,429) 15~64세: 69.4% (남성 504,637,819/여성 476,146,909) 65세 이상: 14.11% (남성 92,426,805/여성 107,035,710)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 38.4세, 전 세계 62위 남성: 37.5세 여성: 39.4세

\*주: 2023.11. 조회 기준

\*출처: CIA Factbook

### 1.1.2 경제지표

실질GDP	\$24.861조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 1위 \$22.996조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$22.493조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	8.11% (2021년 추정치), 전 세계 39위 2.24% (2020년 추정치) 5.95% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$17,600 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 100위 \$16,300 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$16,000 (2019년 추정치)

\*주: 2023.11. 조회 기준

\*출처: CIA Factbook

### 1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	7.9% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	27.7% (2016년 추정치)
주요 생산품	옥수수, 쌀, 야채, 밀, 사탕수수, 감자, 오이, 토마토, 수박, 고구마 등		

\*주: 2023.11. 조회 기준

\*출처: CIA Factbook

### 1.1.4 FTA 체결현황

#### <중국의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(발효 및 서명) RCEP, 캄보디아, 모리셔스, 몰디브, 조디아, 호주, 한국, 스위스, 아이슬란드, 코스타리카, 페루, 싱가포르, 뉴질랜드, 칠레, 파키스탄, 아세안, 홍콩, 마카오	(협상중) GCC, 노르웨이, 한중일, 스리랑카, 이스라엘, 팔레스타인, 몰도바, 파나마  (후속 및 개선 협상) 한국, 페루	콜롬비아, 피지, 네팔, 캐나다, 방글라데시, 몽골, 파푸아뉴기니, 스위스

\*주: 2023.10. 조회 기준

\*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

#### <우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-중 FTA, RCEP, APTA	해당사항 없음	한-중-일 FTA	해당사항 없음

\*주: 2023.11. 조회 기준

\*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

## 1.2 | 식품 시장규모

### 1.2.1 식품 시장규모

#### 개요

중국 식품 시장은 2018년 9,662억 달러에서 연평균 9.5% 성장하여 2022년 1조 3,870억 달러로 집계되었다.

#### 육류

육류 시장규모는 2018년 1,938억 달러에서 연평균 6.4% 성장하여 2022년 2,488억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 17.9% 비중을 차지하고 있다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 1,580억 달러에서 연평균 10.1% 성장하여, 2022년 2,319억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 16.7% 비중을 차지하고 있다.

#### 낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 952억 달러에서 연평균 10.4% 성장하여, 2022년 1,413억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 10.2% 비중을 차지하고 있다.

<중국 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	966.2	1028.0	1158.0	1291.0	1387.0	100.0	7.4	9.5
육류	193.8	199.2	215.4	231.0	248.8	17.9	7.7	6.4
베이커리 및 곡물류	158.0	169.5	193.3	215.5	231.9	16.7	7.6	10.1
낙농품	95.2	102.3	116.4	129.8	141.3	10.2	8.9	10.4
채소류	93.4	100.4	112.2	129.7	136.9	9.9	5.6	10.0
편의식품	82.1	89.0	102.5	115.5	126.5	9.1	9.5	11.4
스프레드 및 당류	83.6	89.1	101.7	113.8	121.1	8.7	6.4	9.7
스낵류	81.9	87.2	98.0	112.2	119.1	8.6	6.1	9.8
과일 및 견과류	66.2	71.2	81.4	91.0	99.3	7.2	9.2	10.7
수산물	55.4	59.3	67.4	75.0	80.7	5.8	7.5	9.8
소스 및 향신료	25.9	27.8	31.7	35.3	38.3	2.8	8.4	10.2
유지류	14.3	15.3	17.4	19.4	19.5	1.4	0.8	8.1
영유아식품	12.5	13.3	14.9	16.7	17.5	1.3	4.5	8.8
펫푸드	3.9	4.5	5.3	5.9	6.7	0.5	14.3	14.9

\*출처: STATISTA

## 1.3 | 식품 소비규모

### 1.3.1 1인당 식품 소비액

#### 개요

중국의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 673달러에서 연평균 9.1% 성장하여 2022년 약 952달러로 집계되었다.

#### 육류

육류 소비액은 2018년 약 135달러에서 연평균 6.1% 성장하여 2022년 약 170달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.9% 비중을 차지하고 있다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 110달러에서 연평균 9.7% 성장하여 2022년 약 159달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.7% 비중을 차지하고 있다.

#### 낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 66달러에서 연평균 10% 성장하여 2022년 약 97달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 10.2% 비중을 차지하고 있다.

<중국 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	673.3	713.2	800.1	889.1	952.9	100.0	7.2	9.1
육류	135.1	138.2	148.9	159.1	170.9	17.9	7.4	6.1
베이커리 및 곡물류	110.1	117.6	133.6	148.4	159.3	16.7	7.3	9.7
낙농품	66.3	71.0	80.4	89.4	97.1	10.2	8.6	10.0
채소류	65.1	69.7	77.6	89.3	94.0	9.9	5.2	9.6
편의식품	57.2	61.7	70.9	79.6	86.9	9.1	9.2	11.0
스프레드 및 당류	58.2	61.8	70.3	78.4	83.2	8.7	6.1	9.3
스낵류	57.1	60.5	67.8	77.3	81.8	8.6	5.8	9.4
과일 및 견과류	46.2	49.4	56.3	62.7	68.2	7.2	8.8	10.3
수산물	38.6	41.2	46.6	51.7	55.4	5.8	7.2	9.4
소스 및 향신료	18.1	19.3	21.9	24.3	26.3	2.8	8.1	9.8
유지류	10.0	10.6	12.0	13.3	13.4	1.4	0.5	7.7
영유아용 식품	8.7	9.2	10.3	11.5	12.0	1.3	4.3	8.4
펫푸드	2.7	3.1	3.6	4.0	4.6	0.5	13.9	14.5

\*출처: STATISTA

### 1.3.2 1인당 식품 소비량

#### 개요

중국의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 179kg에서 연평균 5.4% 성장하여 2022년 약 221kg으로 집계되었다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 43kg에서 연평균 6.5% 성장하여 2022년 약 56kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 25.4% 비중을 차지하고 있다.

#### 채소류

채소류 소비량은 2018년 약 41kg에서 연평균 2.6% 성장하여 2022년 약 45kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 20.6% 비중을 차지하고 있다.

#### 스프레드 및 당류

스프레드 및 당류 소비량은 2018년 19kg에서 연평균 6.7% 성장하여 2022년 약 24kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 11.1% 비중을 차지하고 있다.

<중국 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	179.2	188.8	201.5	211.2	221.2	100.0	4.7	5.4
베이커리 및 곡물류	43.7	45.8	49.9	53.2	56.1	25.4	5.5	6.5
채소류	41.1	44.2	45.1	44.7	45.6	20.6	1.9	2.6
스프레드 및 당류	19.0	20.0	22.0	23.7	24.6	11.1	3.6	6.7
과일 및 견과류	19.3	20.1	21.6	23.0	24.6	11.1	6.7	6.3
낙농품	17.9	18.8	20.6	22.1	23.5	10.6	6.5	7.1
육류	16.0	16.3	16.8	17.2	18.2	8.2	5.5	3.2
편의식품	7.1	7.5	8.2	8.8	9.5	4.3	7.0	7.6
스낵류	6.3	6.5	7.0	7.3	7.6	3.4	3.8	5.0
소스 및 향신료	3.5	3.7	4.0	4.3	4.5	2.0	5.8	6.4
수산물	2.1	2.2	2.4	2.6	2.7	1.2	5.1	6.4
유지류	1.9	2.1	2.3	2.4	2.4	1.1	-2.9	5.2
펫푸드	1.0	1.2	1.3	1.5	1.6	0.7	11.0	11.5
영유아용 식품	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2	2.6	4.1

\*출처: STATISTA

## 1.4 | 식품 시장전망

### 1.4.1 식품 시장전망

#### 개요

중국 식품 시장은 2022년 이후 연평균 8.4% 성장하여 2026년 1조 9,170억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.4% 성장하여 2026년 3,318억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.8% 성장하여 2026년 2,998억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.8% 성장하여 2026년 2,052억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<중국 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	1,387.0	1,493.0	1,630.0	1,768.0	1,917.0	100.0	8.4	8.4
베이커리 및 곡물류	231.9	252.1	277.6	303.1	331.8	17.3	9.5	9.4
육류	248.8	260.4	273.1	286.2	299.8	15.6	4.8	4.8
낙농품	141.3	154.8	170.7	187.3	205.2	10.7	9.6	9.8
편의식품	126.5	138.2	153.7	169.5	185.5	9.7	9.4	10.0
채소류	136.9	146.6	158.7	171.3	184.7	9.6	7.8	7.8
스프레드 및 당류	121.1	129.9	144.2	158.4	174.1	9.1	9.9	9.5
스낵류	119.1	125.8	137.2	148.6	162.6	8.5	9.4	8.1
과일 및 견과류	99.3	108.1	119.1	130.3	142.6	7.4	9.4	9.5
수산물	80.7	88.1	97.1	106.2	114.3	6.0	7.6	9.1
소스 및 향신료	38.3	41.4	45.6	49.8	54.4	2.8	9.3	9.2
유지류	19.5	22.1	24.4	26.8	29.5	1.5	10.0	10.9
영유아용 식품	17.5	18.5	20.0	21.4	23.0	1.2	7.5	7.2
펫푸드	6.7	7.4	8.2	9.0	9.9	0.5	9.4	10.2

\*출처: STATISTA



## 1.5 | 식품 수출현황

### 1.5.1 수출국

#### 개요

2022년 중국의 식품 수출액은 약 860억 3,475만 달러로 2021년 대비 17.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 660억 1,249만 달러에서 연평균 6.8% 증가하였다.

#### 對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 5.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 48억 5,935만 달러로 2021년 대비 21.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.0% 증가하는 추세를 보인다.

#### 주요 수출국

홍콩으로의 식품 수출액은 11.8%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 101억 5,210만 달러로 2021년 대비 8.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 2.9% 증가하는 추세를 보인다.

미국으로의 식품 수출액은 10.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 88억 8,633만 달러로 2021년 대비 39.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **일본(10.2%), 베트남(6.1%), 말레이시아(6.0%)** 등으로 식품을 수출하고 있다.

<중국 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	66,012,491	66,066,013	65,309,212	73,287,109	86,034,755	100.0	17.4	6.8
1 홍콩	9,042,442	8,609,283	7,876,315	9,382,647	10,152,108	11.8	8.2	2.9
2 미국	6,565,836	5,132,717	5,395,786	6,368,753	8,886,331	10.3	39.5	7.9
3 일본	8,629,301	8,310,449	7,912,263	8,525,369	8,750,019	10.2	2.6	0.3
4 베트남	5,120,113	5,188,629	5,202,868	5,101,269	5,248,426	6.1	2.9	0.6
5 말레이시아	2,185,192	2,757,049	3,261,113	3,956,726	5,122,444	6.0	29.5	23.7
6 대한민국	3,702,100	3,559,827	3,568,084	3,988,527	4,859,355	5.6	21.8	7.0
7 태국	2,728,066	3,040,829	3,377,995	4,052,590	4,303,573	5.0	6.2	12.1
8 네덜란드	1,447,185	1,505,317	1,660,084	2,093,406	2,847,418	3.3	36.0	18.4
9 인도네시아	2,199,825	2,506,206	2,258,684	2,386,494	2,628,550	3.1	10.1	4.6
10 러시아	1,797,471	1,655,202	1,277,441	1,459,658	2,198,516	2.6	50.6	5.2

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.5.2 수출품목

### 개요

2022년 수출액 기준 **조제식료품, 동·식물성 유지, 소스 기타, 냉장 마늘, 식물성 추출물 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

### 주요 수출품목

**조제식료품** 수출액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 28억 6,235만 달러로 2021년 대비 22.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.9% 증가하는 추세를 보인다.

**동·식물성 유지** 수출액은 2.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 22억 776만 달러로 2021년 대비 69.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 53.8% 증가하는 추세를 보인다.

**소스 기타** 수출액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 20억 7,801만 달러로 2021년 대비 11.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 18.9% 증가하는 추세를 보인다.

**냉장 마늘** 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 17억 9,619만 달러로 2021년 대비 11.7% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 6.2% 증가하는 추세를 보인다.

**식물성 추출물 기타** 수출액은 2.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 17억 2,420만 달러로 2021년 대비 22.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 17.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **조제·보존 채소 기타(2.0%), 설탕과자 기타(1.5%), 조제·보존 버섯 기타(1.4%)** 등을 수출하였다.

<중국 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	66,012,491	66,066,013	65,309,212	73,287,109	86,034,755	100.0	17.4	6.8
1 조제식료품	1,533,543	1,769,265	1,962,399	2,346,525	2,862,350	3.3	22.0	16.9
2 동·식물성 유지	394,842	521,056	751,875	1,304,893	2,207,766	2.6	69.2	53.8
3 소스 기타	1,039,210	1,121,916	1,393,985	1,866,749	2,078,016	2.4	11.3	18.9
4 냉장 마늘	1,411,251	1,991,142	2,063,351	2,033,585	1,796,197	2.1	-11.7	6.2
5 식물성 추출물 기타	912,310	954,981	1,039,559	1,403,907	1,724,203	2.0	22.8	17.2
6 조제·보존 채소 기타	1,551,969	1,510,769	1,379,359	1,570,257	1,697,241	2.0	8.1	2.3
7 설탕과자 기타	823,145	910,610	802,979	990,911	1,299,043	1.5	31.1	12.1
8 조제·보존 버섯 기타	375,675	629,573	658,786	747,820	1,242,217	1.4	66.1	34.8
9 닭고기 조제품	1,111,322	1,069,627	913,826	1,069,145	1,236,929	1.2	-27.2	-5.4
10 신선 사과	1,298,891	1,246,333	1,449,615	1,429,582	1,040,204	1.2	3.4	1.0

\*주: HS CODE(2106.90, 1518.00, 2103.90, 0703.20, 1302.19, 2005.99, 1704.90, 2003.90, 1602.32, 0808.10)

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.6 | 식품 수입현황

### 1.6.1 수입국

#### 개요

2022년 중국의 식품 수입액은 약 2,172억 7,412만 달러로, 2021년 대비 5.5% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1,251억 1,813만 달러에서 연평균 14.8% 증가하였다.

#### 對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.6% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 12억 7,216만 달러로 2021년 대비 2.0% 감소하였다. 그러나 2018년 약 9억 4,598만 달러에서 연평균 7.7% 증가하는 추세를 보인다.

#### 주요 수입국

브라질에서의 식품 수입액은 24.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 523억 9,768만 달러로 2021년 대비 15.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 330억 879만 달러에서 연평균 12.2% 증가하는 추세를 보인다.

미국에서의 식품 수입액은 18.8% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 409억 2,423만 달러로 2021년 대비 7.5% 증가하였다. 또한, 2018년 약 149억 5,863만 달러에서 연평균 28.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 태국(5.6%), 뉴질랜드(5.2%), 호주(5.1%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<중국 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	125,118,131	134,476,131	158,506,834	206,021,971	217,274,123	100.0	5.5	14.8
1 브라질	33,008,798	29,447,643	35,240,926	45,240,101	52,397,686	24.1	15.8	12.2
2 미국	14,958,633	13,221,615	22,965,983	38,077,136	40,924,231	18.8	7.5	28.6
3 태국	5,462,468	6,555,270	7,477,992	11,516,621	12,211,701	5.6	6.0	22.3
4 뉴질랜드	6,712,696	8,410,591	8,546,216	10,848,275	11,352,607	5.2	4.6	14.0
5 호주	9,811,174	10,422,516	8,977,106	9,154,148	11,109,283	5.1	21.4	3.2
6 인도네시아	4,613,706	5,190,430	5,124,443	8,682,169	9,589,415	4.4	10.4	20.1
7 아르헨티나	1,907,813	6,199,301	5,980,200	6,334,812	7,500,877	3.5	18.4	40.8
8 캐나다	6,937,335	6,108,254	6,399,976	7,659,152	6,387,616	2.9	-16.6	-2.0
9 프랑스	4,218,168	4,413,503	4,995,409	6,855,921	5,450,560	2.5	-20.5	6.6
10 칠레	2,605,992	3,003,018	3,547,635	3,780,632	4,676,714	2.2	23.7	15.7
:								
23 대한민국	945,982	1,036,619	1,079,773	1,297,856	1,272,160	0.6	-2.0	7.7

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.6.2 수입품목

### 개요

2022년 수입액 기준 **대두 기타, 냉동 쇠고기, 옥수수, 팜유 기타, 조제식료품** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

### 주요 수입품목

**대두 기타**의 수입액은 28.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 612억 3,598만 달러로 2021년 대비 14.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.6% 증가하는 추세를 보인다.

**냉동 쇠고기** 수입액은 7.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 155억 9,370만 달러로 2021년 대비 46.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 38.5% 증가하는 추세를 보인다.

**옥수수** 수입액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 70억 9,884만 달러로 2021년 대비 11.5% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 73.6% 증가하는 추세를 보인다.

**팜유 기타** 수입액은 2.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 58억 3,944만 달러로 2021년 대비 1.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 14.5% 증가하는 추세를 보인다.

**조제식료품** 수입액은 2.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 47억 78만 달러로 2021년 대비 15.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **영유아 조제식료품(2.1%), 절단한 냉동 닭고기(1.9%), 두리안(1.9%)** 등을 수입하였다.

<중국 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	125,118,131	134,476,131	158,506,834	206,021,971	217,274,123	100.0	5.5	14.8
1 대두 기타	38,077,974	35,342,019	39,545,567	53,528,180	61,235,988	28.2	14.4	12.6
2 냉동 쇠고기	4,240,397	7,192,463	9,003,220	10,630,155	15,593,703	7.2	46.7	38.5
3 옥수수	782,129	1,056,442	2,477,666	8,019,585	7,098,844	3.3	-11.5	73.6
4 팜유 기타	3,392,760	4,082,862	4,114,489	5,945,918	5,839,443	2.7	-1.8	14.5
5 조제식료품	2,717,012	3,122,560	3,835,344	4,070,764	4,700,789	2.2	15.5	14.7
6 영유아 조제식료품	4,888,489	5,330,701	5,218,026	4,453,193	4,544,292	2.1	2.0	-1.8
7 절단한 냉동 닭고기	1,133,551	1,967,277	3,428,706	3,459,472	4,097,349	1.9	18.4	37.9
8 두리안	1,095,122	1,604,484	2,305,027	4,205,405	4,034,867	1.9	-4.1	38.5
9 수수 기타	857,319	192,294	1,156,070	3,027,993	3,742,907	1.7	23.6	44.5
10 무첨가 우유크림	1,746,636	2,176,034	2,224,026	3,178,918	3,061,085	1.4	-3.7	15.1

\*주: HS CODE(1201.90, 0202.30, 1005.90, 1511.90, 2106.90, 1901.10, 0207.14, 0810.60, 1007.90, 0402.21)

\*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

## 1.7 | 對중국 한국산 수출현황

### 1.7.1 부문별 수출현황

#### 개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 21억 9,712만 달러로 2018년 약 15억 162만 달러에서 연평균 10.0% 증가하였다.

#### 농산물

농산물 수출액은 50.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 11억 660만 달러로 2021년 대비 3.8% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 7.7%의 증가세를 보이고 있다.

#### 수산물

수산물 수출액은 41.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 9억 164만 달러로 2021년 대비 24.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 23.3%의 증가세를 보이고 있다.

#### 축산물

축산물 수출액은 5.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 898만 달러로 2021년 대비 13.6% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 7.3%의 감소세를 보이고 있다.

#### 임산물

임산물 수출액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7,989만 달러로 2021년 대비 27.5% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 13.1%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對중국 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,501,625	1,628,705	1,580,481	2,065,983	2,197,127	100.0	6.3	10.0
농산물	823,286	878,928	953,329	1,150,856	1,106,604	50.4	-3.8	7.7
수산물	390,736	522,722	442,384	726,375	901,642	41.0	24.1	23.3
축산물	147,440	141,272	114,643	126,087	108,989	5.0	-13.6	-7.3
임산물	140,163	85,784	70,125	62,665	79,892	3.6	27.5	-13.1

\*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

## 1.7.2 수출품목

### 개요

2022년 수출액 기준 **라면, 조제식료품 기타, 기타 무알콜 음료, 조제분유, 건조김** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '건조김'과 '곡류 조제품' 등이 있으며, 2022년 '건조김'은 최근 5년간 연평균 성장률 41.4%를 기록했다. '곡류 조제품' 역시 같은 기간 동안 연평균 36.7%의 성장률을 보였다.

### 주요 수출품목

**라면** 수출액은 8.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 8,892만 달러로 2021년 대비 26.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 19.3% 증가하는 추세를 보인다.

**조제식료품 기타** 수출액은 5.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 2,928만 달러로 2021년 대비 17.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 23.8% 증가하는 추세를 보인다.

**기타 무알콜 음료** 수출액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 7,623만 달러로 2021년 대비 3.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 19.8% 증가하는 추세를 보인다.

**조제분유** 수출액은 3.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 7,379만 달러로 2021년 대비 1.2% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 1.7% 감소하는 추세를 보인다.

**건조김** 수출액은 2.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 4,887만 달러로 2021년 대비 7.0% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 1위를 차지하였다.

### <한국산 對중국 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,501,625	1,628,705	1,580,481	2,065,983	2,197,127	100	6.3	10.0
1 라면	93,290	124,435	149,096	149,898	188,920	8.6	26.0	19.3
2 조제식료품 기타	55,074	39,738	82,310	109,899	129,285	5.9	17.6	23.8
3 기타 무알콜 음료	37,007	50,203	53,511	73,391	76,237	3.5	3.9	19.8
4 조제분유	78,995	73,774	62,050	72,889	73,794	3.4	1.2	-1.7
5 건조김	12,241	38,953	21,886	45,674	48,873	2.2	7.0	41.4
6 조미김	N/A	17,171	78,978	93,703	47,415	2.2	-49.4	N/A
7 홍삼(본삼)	25,048	34,225	34,483	43,834	43,859	2.0	0.1	15.0
8 과실주스 음료	18,922	21,709	21,652	43,797	41,116	1.9	-6.1	21.4
9 곡류 조제품	8,337	8,302	15,953	30,882	29,096	1.3	-5.8	36.7
10 인스턴트 커피	17,137	24,948	23,176	31,829	28,901	1.3	-9.2	14.0

\*주: HS CODE(1902.30-1010, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 1901.10-1010, 1212.21-1010, 2008.99-5010, 1211.20-1391, 2202.99-2000, 1904.10-9000, 2101.11-1000)

\*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

## 2

## 식품 유통현황

## 2.1 | 오프라인 유통현황

## 2.1.1 오프라인 유통채널 규모

## 개요

중국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 8조 8,038억 9,700만 위안에서 연평균 1.0% 성장하여 2022년 9조 1,449억 5,000만 위안으로 집계되었다.

## 소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 5조 4,801억 1,400만 위안에서 연평균 0.2% 성장하여 2022년 5조 5,281억 8,100만 위안으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 60.5% 비중을 차지하고 있다.

## 슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 2조 2,244억 1,800만 위안에서 연평균 3.7% 성장하여 2022년 2조 5,770억 100만 위안으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 28.2% 비중을 차지하고 있다.

## 하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 6,415억 100만 위안에서 연평균 6.1% 감소하여 2022년 4,994억 6,200만 위안으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 5.5% 비중을 차지하고 있다.

&lt;중국 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)&gt;

(단위: 백만 위안, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	8,803,897	9,141,958	8,823,449	9,407,857	9,144,950	100.0	-2.8	1.0
소규모 식료품점	5,480,114	5,699,156	5,414,198	5,844,122	5,528,181	60.5	-5.4	0.2
슈퍼마켓	2,224,418	2,320,338	2,298,563	2,485,054	2,577,001	28.2	3.7	3.7
하이퍼마켓	641,501	634,496	616,936	539,908	499,462	5.5	-7.5	-6.1
전문 판매점	269,607	280,383	266,364	287,515	271,972	3.0	-5.4	0.2
편의점	104,356	115,594	123,470	138,044	144,946	1.6	5.0	8.6
포코트리테일러	68,878	77,212	87,355	89,884	95,550	1.0	6.3	8.5
창고형 매장	11,880	12,836	14,845	21,081	25,243	0.3	19.7	20.7

\*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)

## 2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

### 개요

중국의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 1,139만 8,087개에서 연평균 2.4% 감소하여 2022년 1,035만 9,797개로 집계되었다.

### 소규모 식료품점

소규모 식료품점의 매장 수는 2018년 1,100만 85개에서 연평균 2.5% 감소하여 2022년 994만 9,938개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 96%를 차지하고 있다.

### 슈퍼마켓

슈퍼마켓 매장 수는 2018년 13만 7,819개에서 연평균 1.2% 감소하여 2022년 13만 1,565개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 1.3%를 차지하고 있다.

### 전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 13만 8,099개에서 연평균 2.3% 감소하여 2022년 12만 5,945개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 1.2%를 차지하고 있다.

<중국 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	11,398,087	11,282,505	10,563,267	10,502,029	10,359,797	100.0	-1.4	-2.4
소규모 식료품점	11,000,085	10,874,331	10,170,808	10,097,675	9,949,938	96.0	-1.5	-2.5
슈퍼마켓	137,819	141,012	126,113	129,271	131,565	1.3	1.8	-1.2
전문 판매점	138,099	136,521	127,688	126,770	125,945	1.2	-0.7	-2.3
편의점	56,282	63,169	70,721	79,933	84,043	0.8	5.1	10.5
포코트리테일러	58,782	60,558	61,022	61,484	61,687	0.6	0.3	1.2
하이퍼마켓	6,056	6,230	6,229	5,869	5,509	0.1	-6.1	-2.3
할인점	847	560	558	849	906	0.0	6.7	1.7

\*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)



### 2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

#### ①RT Mart

Alibaba Group Holding Ltd 소속으로, 2022년 0.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 14.3% 증가하였다.

#### ②Easy Joy

Sinopec Corp 소속으로, 2022년 0.7%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 5.3% 증가하였다.

#### ③Yonghui

Yonghui Superstores Group 소속으로, 2022년 0.7%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 4.4% 감소하였다.

#### ④Walmart Supercenter

Walmart Inc 소속으로, 2022년 0.6%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 5% 감소하였다.

#### ⑤CR Vanguard

China Resources Enterprise Ltd 소속으로, 2022년 0.4%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 7.2% 감소하였다.

<중국 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 RT Mart	-	0.9	0.7	0.8	14.3	N/A
2 Easy Joy	0.6	0.7	0.7	0.7	0.0	5.3
3 Yonghui	0.8	0.9	0.7	0.7	0.0	-4.4
4 Walmart Supercenter	0.7	0.7	0.6	0.6	0.0	-5.0
5 CR Vanguard	0.5	0.5	0.4	0.4	0.0	-7.2
6 Meiyijia	0.2	0.3	0.3	0.4	33.3	26.0
7 Freshippo	0.2	0.3	0.3	0.4	33.3	26.0
8 Wumart	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
9 Lianhua Supermarket	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0
10 CR Sugo	0.3	0.3	0.2	0.2	0.0	-12.6

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)

### 2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	RT Mart	창립연도	1996년
	점유율	0.8%	브랜드 국적	대만
	웹사이트	www.rt-mart.com.cn	매장 수	490개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대형 슈퍼마켓(마트) 브랜드로, Alibaba Group Holding Ltd 산하 브랜드</li> <li>- 의류, 전자제품, 일용잡화, 대중 소비품 및 신선제품 등의 제품 판매 및 여가시간을 위한 쇼핑거리, 레스토랑, 약국 등 다양한 상가 입점</li> <li>- 인구 밀집 도시상가 및 주택가의 전략적 위치에 자리하고 있으며 옴니채널 형태로 운영됨</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 RT Mart 홈페이지(www.rt-mart.com.cn), RT Mart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Easy Joy	창립연도	2008년
	점유율	0.7%	브랜드 국적	중국
	웹사이트	www.ejoy365.com	매장 수	28,151개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 편의점 브랜드로, Sinopec Corp 산하 브랜드</li> <li>- Sinopec의 주유소 내 입점된 형태이며 운전자들이 주 소비자층</li> <li>- 앱을 통한 셀프 계산 서비스 등 스마트 무인 편의점으로서의 변화 추구 및 시범 운영 중임</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				
				셀프계산 서비스

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 Easy Joy 홈페이지(ejoy365.com) Easy Joy 소셜미디어 계정

	브랜드명	Yonghui	창립연도	2001년
	점유율	0.7%	브랜드 국적	중국
	웹사이트	www.yonghui.com.cn	매장 수	979개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 슈퍼마켓 브랜드로, Yonghui Superstores Group 산하 브랜드</li> <li>- 생필품, 의류, 신발 등 다양한 제품군을 보유하고 있으나 도매업자로부터 직접 조달받는 방식으로 인해 신선 농산물 사업의 매출이 대부분을 차지함</li> <li>- 가성비에 초점을 두되 상품력 또한, 보장된, '정품 할인점' 매대를 전국 매장에 확대할 계획</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				
				'정품 할인점' 매대

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 yonghui 홈페이지(www.yonghui.com.cn), Yonghui 소셜미디어 계정

	브랜드명	Walmart Supercenter	창립연도	1988년
	점유율	0.6%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.walmart.cn	매장 수	336개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대형 할인매장 브랜드로, Walmart Inc 산하 브랜드</li> <li>- 신선식품, 의류, 가전 등 1만 여종의 제품군을 판매하고 있으며 '매일 특가'를 추구 및 실현하고 있음</li> <li>- 타이어, 애완동물 샵, 약국, 살롱 등 다양한 시설을 구축하여 고객을 유인함</li> </ul>			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 Walmart Supercenter 홈페이지(www.walmart.cn), Walmart 소셜미디어 계정

	브랜드명	CR Vanguard	창립연도	1984년	
	점유율	0.4%	브랜드 국적	중국	
	웹사이트	www.crv.com.cn	매장 수	461개	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 슈퍼마켓 브랜드로, China Resources Enterprise Ltd 산하 브랜드</li> <li>- 2~3만종의 제품을 판매하고 있으며 대도시로의 확장 계획 예정</li> <li>- 옴니채널 형태로 운영되고 있으며 'Dada'와의 협업을 통해 배송 서비스 또한, 시행하고 있음</li> </ul>					
매장 사진					
	외부 전경		내부 매대 전경		옴니채널 배송 서비스

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 CR Vanguard 홈페이지(www.crv.com.cn), CR Vanguard 소셜미디어 계정

## 2.2 | 중국 온라인 유통현황

### 2.2.1 온라인 유통채널 규모

#### 개요

2022년 중국의 식품 온라인 시장 규모는 5,781억 4,400만 위안 규모로 전년 대비 20% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 24.6% 성장했다.

#### <중국 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 위안, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
239,612	300,019	408,627	481,667	578,144	20.0	24.6

\*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)

## 2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

### ① Tmall Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 37.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 5.5% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 1.7% 감소하였다.

### ② JD Marketplace

JD.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 23.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.6% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 5.4% 증가하였다.

### ③ JD

JD.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 11.9%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 4.9% 증가하였다.

### ④ Pinduoduo Marketplace

Pinduoduo Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 14.6% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 27.8% 증가하였다.

### ⑤ Tmall

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.3%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 29.4% 증가하였다.

<중국 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Tmall Marketplace	39.5	40.1	39.7	37.5	-5.5	-1.7
2 JD Marketplace	20.0	20.7	22.8	23.4	2.6	5.4
3 JD	10.3	11.0	11.9	11.9	0.0	4.9
4 Pinduoduo Marketplace	4.5	6.4	8.2	9.4	14.6	27.8
5 Tmall	0.6	1.1	1.3	1.3	0.0	29.4
6 Vipshop	1.7	1.6	1.5	1.2	-20.0	-11.0
7 Suning	2.8	2.9	1.5	1.1	-26.7	-26.8
8 Suning Marketplace	1.4	1.9	1.1	1.0	-9.1	-10.6
9 Freshippo	0.2	0.3	0.6	0.7	16.7	51.8
10 Vipshop Marketplace	0.9	0.7	0.7	0.6	-14.3	-12.6

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)

### 2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Tmall	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	38.8%	웹사이트	www.tmall.com
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼</li> <li>- 스낵류, 차 및 음료, 신선과일, 수입식품 등의 식품군뿐만 아니라 수입의류, 신발, 주얼리, 디지털 제품 등 다양한 제품들 판매</li> <li>- 중국 및 글로벌 판매자들의 상품들을 접할 수 있으며 직접 소통할 수 있는 메신저 기능도 제공하고 있음</li> </ul>				
사진				
	사이트 화면		수입식품 카테고리	

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 Tmall 홈페이지(www.tmall.com)

	사이트명	JD	운영업체	JD.com Inc
	점유율	35.3%	웹사이트	global.jd.com
<ul style="list-style-type: none"> <li>- JD.com Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트로, 고가의 전자제품을 중점적으로 판매하였으나 럭셔리, 신선식품 등 비가전 제품으로의 판매제품 다변화 시행</li> <li>- 아마존과 비슷한 물류 시스템 방식을 제공하여 자동화된 800개 이상의 창고 네트워크 구축</li> <li>- 대부분의 중국 지역에 1일 배송 서비스 보장</li> </ul>				
사진				
	사이트 화면		식품 카테고리(징동 슈퍼마켓)	

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 JD 홈페이지(global.jd.com)

	사이트명	Pinduoduo Marketplace	운영업체	Pinduoduo Inc
	점유율	9.4%	웹사이트	m.pinduoduo.com
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pinduoduo Inc에서 운영하는 C2M(Consumer-to-Manufacturer) 전자상거래 사이트</li> <li>- 농산물 및 식품이 주요 판매제품이나, 의류 및 잡화 또한, 판매되고 있음</li> <li>- 공동구매를 통한 초저가 소비에 초점을 두어 중국 내 중소도시의 주부들을 주 소비층으로 겨냥함</li> <li>- 모바일 메신저 위챗에 해당 앱 서비스를 탭으로 삽입하여 구매자가 직접 다른 구매자들을 모집할 수 있음</li> </ul>			
	사진			
	사이트 화면		판매 제품 탭	

\*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 Pinduoduo Marketplace(m.pinduoduo.com)

## 2.3 | 유통채널 전망

### 2.3.1 오프라인 유통채널 전망

#### 개요

중국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 9조 1,449억 5,000만 위안에서 연평균 2.7% 성장하여 2026년 10조 1,915억 4,500만 위안 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 5조 5,281억 8,100만 위안에서 연평균 1.5% 성장하여 2026년 5조 8,706억 7,900만 위안 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 2조 5,770억 100만 위안에서 연평균 5.0% 성장하여 2026년 3조 1,354억 6,900만 위안 규모에 이를 것으로 전망된다.

#### 하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 4,994억 6,200만 위안에서 연평균 0.3% 성장하여 2026년 5,063억 5,200만 위안 규모에 이를 것으로 전망된다.

## &lt;중국 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)&gt;

(단위: 백만 위안, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	9,144,950	9,444,677	9,720,356	9,964,988	10,191,545	100.0	2.3	2.7
소규모 식료품점	5,528,181	5,650,302	5,743,603	5,811,145	5,870,679	57.6	1.0	1.5
슈퍼마켓	2,577,001	2,720,555	2,866,247	3,005,521	3,135,469	30.8	4.3	5.0
하이퍼마켓	499,462	501,135	503,256	505,192	506,352	5.0	0.2	0.3
전문 판매점	271,972	285,990	299,873	313,162	326,193	3.2	4.2	4.6
편의점	144,946	154,771	166,319	178,939	191,694	1.9	7.1	7.2
포코트리테일러	95,550	100,192	104,969	110,063	114,800	1.1	4.3	4.7

\*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)

## 2.3.2 온라인 유통채널 전망

## 개요

중국의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 5.6% 성장하여, 2026년 7,186억 6,000만 위안에 이를 것으로 전망된다.

## &lt;중국 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)&gt;

(단위: 백만 위안, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
578,144	608,008	647,422	680,813	718,660	5.6	5.6

\*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

\*출처: 「Retail in China」(유로모니터)



## 2.4 | 유통채널 연계정보

### 2.4.1 국가보고서

중국 식품 유통구조 (2022.08)	- 유통 현황 및 특징 - 기본 유통구조
중국 오프라인 식품 유통채널 (2022.08)	- 오프라인 유통채널 유형 · 대형 유통채널: ①농산물 시장 ②마트 · 한국 식품 유통 매장: ①한국식품 유통경로 ②주요 유통채널
중국 온라인 식품 유통채널 (2022.08)	- 온라인 유통채널 · 전자상거래: ①전자상거래 현황 ②중국 전자상거래 ③TOP3 플랫폼 ④오프라인과 온라인을 결합한 O2O 채널 급성장 발전 추이 · 소셜커머스 등 기타: ①중국 소셜커머스 발전현황 ②중국 주류 소셜커머스 플랫폼 분석 ③중국 라이브커머스 시장 현황 ④중국 소셜커머스 전망

### 2.4.2 품목보고서

중국 가공식품 유통정보 (2023.09)	[짜장라면] - 중국 유통채널 점유율 - 중국 가공식품의 주요 유통채널 · 주요 유통채널: ①알티 마트 ②씨알뱅크드 ③패밀리마트 ④메이아지아 ⑤샤오뿌띠앤스짜띠앤 ⑥진향식품
중국 건강기능식품 유통정보 (2022.06)	[비타민 조제품] - 중국 유통구조 - 중국 건강기능식품의 주요 유통채널 분석 · 오프라인 유통채널 - 중국 건강기능식품의 주요 오프라인/온라인 유통업체 · 슈퍼마켓: ①월마트(Walmart) ②용후이(Yonghui) ③알티마트(RT Mart) · 편의점: ①이제(易捷) ②메이이자(美宜佳) · 온라인: ①티몰(Tmall) ②징동(JD.COM)
중국 신선식품 유통정보 (2023.09)	[단감] - 중국 유통채널 점유율 - 중국 주요 유통채널 분석 · 주요 유통채널: ①왕푸징백화점 ②신세계백화점중국 ③알티마트 ④씨알뱅크드 ⑤진향상점 ⑥샤오뿌띠앤스짜띠앤 ⑦시티슈퍼 ⑧메트로차이나

### 2.4.3 해외지사 발간 보고서

중국 비건식품시장 분석 및 향후 전망 분석 (2022.09)	- 중국 비건식품산업의 유통동향 · 외식업체와 협력을 통한 B2B 유통 · 오프라인 유통매장을 통한 B2C 유통 · 온라인을 통한 B2C 유통
2023년 중국 식품 시장 트렌드 분석 (2023.10)	- 중국 식품 유통트렌드 · 외식업 채널 · 오프라인 채널 · 온라인 채널
중국 건강기능식품 시장 트렌드 및 진출 전략 (2023.08)	- 유통 구조 · ①유통채널(종합) ②품목별 주요 채널 - 주요 유통채널별 판매 현황 · ①온라인 채널(전자상거래) ②오프라인 채널

# 3

## 수출품목 및 소비 트렌드

### 3.1 | 수출품목

#### 3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

### 3.1.2 한국산 수출품목

#### ① 인스턴트 라면(수출상위 품목)

##### 시장현황

중국의 인스턴트 라면 시장 규모는 2021년 기준 19.3조 원에 달하며, 2016년부터 연평균 8.3%씩 성장하여 2025년에는 13.1조 원의 규모를 형성할 것으로 예측된다. 중국은 세계 최대의 라면 소비국으로 2020년 기준 전 세계 라면 소비량의 40%를 차지하고 있다.

중국 현지 소비자들은 특히 '쇠고기'와 '토마토' 맛을 선호하는 경향을 보이며, 현지에서 판매되는 라면 제품 중에서도 토마토맛, 쇠고기맛 또는 쇠고기 조림맛 등의 특징을 가진 제품이 꾸준하게 인기를 끌고 있는 것으로 나타난다.

##### 시사점

과거 저렴한 식사 대용품으로 여겨졌던 라면이 최근에는 건강하고 프리미엄 품질의 제품으로 소비자 인식이 변화하고 있다. 중국 소비자들은 쇠고기, 토마토 등의 맛을 선호하며, 제품 선택 시 맛, 가격, 성분을 주요 고려 사항으로 두고 있다. 최근 매운맛 제품이 인기를 끌고 있으며, 한국, 일본, 태국 등의 해외 수입 라면도 활발히 유통되고 있다. 이러한 변화는 중국 라면 시장에서 해외 제품에 대한 마케팅 전략과 제품 개발에 중요한 시사점이 될 수 있다.



인스턴트 라면 제품

\*출처: KATI, Taobao

##### ▶ 출처

2022 수출기업 맞춤형 조사 - 인스턴트 면, 한국농수산물유통공사

## ② 떡볶이(현지시장 이슈품목)

### 시장현황

중국 온라인 식품 시장이 빠르게 성장함에 따라, 한국 즉석떡볶이 제품의 유통 기회 및 중국 소비자의 접근성이 높아지고 있다.

코로나19로 인해 집에서 보내는 시간이 늘어나면서, 간편하고 가성비 높은 즉석식품에 대한 수요가 증가하였고 한국 즉석떡볶이는 간단한 조리로 맛있는 음식을 즐길 수 있는 제품으로 인식되었다. 또한, 한국 콘텐츠의 인기로 인해 간편식 시장에서 떡볶이 매출은 꾸준한 상승세를 보이고 있다.

### 시사점

중국 소비자들의 매운맛에 대한 선호에 기반하여 떡볶이 시장 및 관심 확대가 예상된다. 또한, 한류로 인해 한국 문화에 대한 관심이 증가하고 있는 점을 고려할 때, 한국적 이미지를 적극 활용하는 한편 현지 소비자의 입맛과 선호도를 반영한 현지화 제품 전략이 필요하며, 이와 더불어, 디지털 마케팅과 배달 서비스를 통해 접근성을 높여 젊은 소비자층을 잡기 위한 노력이 필요하다.



\*출처: KATI, Taobao

### ▶ 출처

2022 수출기업 맞춤형 조사 - 떡볶이, 한국농수산물유통공사

### ③ 소스류(수출상위 품목)

#### 시장현황

중국 소비자들 사이에서 매운맛에 대한 선호가 꾸준히 발생하고 있으며, SNS 등에서도 매운맛 챌린지가 꾸준한 인기를 끌고 있다. 2023년 9월 19일 기준 중국 숏클립 영상 플랫폼 '틱톡(더우인)'에서는 "매운맛 도전" 키워드 관련 영상 조회수가 24억 회에 달하였으며, "극도로 매운맛"과 "극도로 매운맛 도전" 관련 영상은 각각 23.9억 회, 9.4억 회의 조회수를 기록하였다.

한편, 2022년 중국 소스류(조미료) 시장규모는 4,600억 위안으로, 2021년 4,234억 위안 규모에서 8.6% 증가하였다. 복합조미료 시장 또한, 성장세가 이어지며 2022년 1,786억 위안 규모로 집계되었다.

이러한 성장은 중국 소비자들의 생활수준 향상과 코로나19 확산 이후 가정 내 조리 빈도가 증가한 것에 기인한다. 특히 복합 조미료는 단일 조미료보다 조리과정을 간소화해 간편하게 전문 요리사 수준의 음식을 만들 수 있어, 지역별로 다양한 요리에 대한 소비자의 욕구를 충족시켜 주고 있다.

#### 시사점

매운맛을 강조한 소스류(조미료) 수요가 꾸준히 발생할 것으로 예상됨에 따라, 이에 부합하는 상품 개발과 적극적인 홍보·마케팅 전략이 필요할 것으로 보인다.



\*출처: KATI, Tmall

#### ▶ 출처

2023. 9. 27. 해외시장동향, 중국 "매운 맛 마케팅" 트렌드, 한국농수산물유통공사  
2022 수출기업 맞춤형 조사 - 중국 고추장, 한국농수산물유통공사

#### ④ 조미김(수출상위 품목)

##### 시장현황

중국 소비자가 주로 소비하는 김 제품으로는 '김 스낵'이 85.3%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 뒤이어 '밥과 함께 먹는 반찬(조미김)'이 45.6%, '스시 혹은 김밥용 김(조미되지 않은 김)'이 44.1% 비중을 차지하였다.

중국 소비자들은 주로 주 1~2회 이상 김을 구매하는 것으로 나타나고 있으며, 이들은 먹기 편한 식감과 조미된 맛을 선호하는 경향을 보이고 있다.

중국 소비자는 김 구매 시 주로 대형마트(79.4%)를 이용하며, 이 외에도 온라인(69.1%)을 통해 김을 구매하고 있다. 특히 여성과 50대 그룹은 대형마트를, 남성과 20대 그룹은 온라인을 선호하는 것으로 나타났다.

또한, 중국 소비자들은 한국산 김에 대해 긍정적 인식을 가지고 있으며, 62.3%가 한국산 김 구매 경험이 있는 것으로 조사되었다.

##### 시사점

중국 소비자는 김 제품에 친숙한 편이며 한국산 제품에 대한 긍정적 이미지를 바탕으로 품질 및 안전성을 강조하는 전략이 유효할 것으로 보인다.



\*출처: KATI, Tmall

##### ▶ 출처

2022 수산식품 수출기업 맞춤형 조사 - 조미김, 한국농수산물유통공사

## ⑤ 소주(수출상위 품목)

### 시장현황

중국의 주류 시장은 2020년 코로나19의 영향으로 감소세를 보였으나, 2021년 다시 성장세로 돌아섰다. 2021년 중국의 백주 시장은 6,434억 위안으로 전년 대비 10.2% 성장했으며, 이어서 맥주 시장이 1,794억 위안으로 전년 대비 22.2% 성장하였다.

주류 수입량도 증가세를 보여 2021년 주류 수입량은 194만 킬로리터, 수입액은 55억 달러로 전년 대비 각각 32.0%, 59.2% 증가했다. 특히 증류주 수입량과 수입액이 역대 최고치를 기록하며 와인을 제치고 최대 수입 주종으로 부상했다.

젊은 세대와 여성 소비자가 새로운 소비군으로 떠오르면서 저도주, 무알콜주, 과일주의 소비가 증가하고 있다.

### 시사점

중국 내 한국 소주 시장은 코로나19로 인한 집콕 트렌드와 젊은 소비자들의 선호로 인해 급성장하였고, 2022년 상반기 한국 소주 중국 수출량은 전년 동기 대비 20% 증가하였다. 젊은 연령의 소비자와 여성 소비자가 선호하는 저도주, 다양한 맛의 리큐르 제품이 향후 중국 주류 시장을 선도할 것으로 예상되므로 이에 대응하여 제품 개발 및 홍보에 주의를 기울일 필요가 있다.

		
한국산 과일 맛 소주		한국산 제로 소주

\*출처: Tmall

#### ▶ 출처

2022 해외시장 맞춤 조사 - 중국 소주시장, 한국농수산물유통공사

## ■ 3.2 | 소비 트렌드

### ① 코로나19 시대의 중국 식품 시장 키워드, 건강, 정서적 가치, 간편함

#### 이슈배경

코로나19의 장기화는 전 세계적으로 소비자들의 가치관과 행동에 변화를 가져왔으며, 중국 소비자의 식품 소비행태 또한, 변화하였다. 특히 건강에 대한 세분화된 수요, 정서적 가치 추구, 그리고 간편식품의 성장 등이 두드러진다.

#### 이슈내용

**건강:** 코로나19 상황에서 건강에 대한 관심이 높아졌으며, 특히 면역력 증진에 초점을 맞춘 제품이 인기를 끌고 있다. 또한, 소비자들은 설탕 또는 지방 함량, 칼로리를 낮춘 제품을 선호하며, 체중 관리, 스트레스 완화, 수면 보조 등의 기능적 장점을 갖춘 식품에 더 높은 관심을 보이고 있다. 이로 인해 유산균, 차아씨드, 콜라겐 등 건강에 좋은 성분을 함유한 식품과 음료의 수요가 증가하고 있다.

**정서적 가치:** DIY 제품과 창의적인 포장 디자인이 소비자들의 정서적 필요를 충족시키고 있다. '기숙사 카페' 트렌드와 같이 집에서 커피를 직접 만들어 마시는 활동이 인기를 끌고 있으며, 이는 사회적 상호작용과 재미를 제공하고 있다.

**간편함:** 코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 늘어나면서, 간편하게 조리하고 섭취할 수 있는 식품의 수요가 증가했으며, 특히, 전자레인지로 조리 가능한 제품과 자체 발열 제품의 인기가 높아지고 있다.

이러한 변화는 한국 식품 기업들에게 새로운 시장 진입 기회를 제공할 것으로 예상되며, 건강, 정서적 가치, 그리고 간편성을 중심으로 한 제품 개발 및 마케팅 전략이 중요해졌다. 특히, 소비자들의 다양화된 요구를 반영한 혁신적인 제품 개발이 경쟁력 강화에 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

#### ▶ 출처

2022. 4. 25 해외시장 동향, 포스트 팬데믹속 새로운 식품 트렌드, 한국농수산물유통공사



## ② 젊은 층을 사로잡은 소용량 캔 주류의 부상

### 이슈배경

중국의 젊은 직장인들 사이에서 소용량 캔 주류가 새로운 스트레스 해소 방법으로 급부상하고 있다. 타오바오에서 발표한 '2023년 저용량 캔 주류 보고서'에 따르면, 330ml 미만의 저용량 주류 판매량이 전월 대비 40% 이상 증가했는데, 이러한 추세는 소비자들의 변화하는 소비 습관과 주류 시장의 동향을 반영한다고 볼 수 있다.

### 이슈내용

저용량 캔 주류는 중국 주류 시장에서 새로운 분야로 급부상하고 있다. 버드와이저, 칭다오 맥주, 아사히, 기린 등 주요 주류 브랜드에서는 135ml부터 255ml까지 다양한 용량의 제품을 출시하며 이러한 트렌드에 적극적으로 대응하고 있다. 소용량 제품들은 맥주뿐만 아니라 백주, 매실주 등 다른 주종에서도 인기를 끌고 있다.

중국의 젊은 소비층이 주류 시장에서 중요한 소비 계층으로 부상하고 있으며, 이들은 주류를 통한 사회활동에 집중하고 취하는 것보다 즐기기 것에 중점을 두고 있어 음주 문화가 변화하고 있다.

이에 따라 제품 용량, 브랜드 문화, 가격 전략 등에서 차별화된 접근이 필요할 것으로 보인다.

#### ▶ 출처

2023. 8. 3. 해외시장 동향, 중국 주류 시장의 새로운 트렌드 : 저용량 캔 주류, 한국농수산물유통공사

### ③ 중장년층 건강기능성 식품에 주목

#### 이슈배경

2021년 중국 정부는 "14차 5개년 계획"을 발표하며 2025년까지 실버경제 활성화를 강조하였다. 이에 따라 중국 중장년층 이상 소비자를 대상으로 한 기능성식품 시장 성장이 가속화될 것으로 예상된다.

#### 이슈내용

중국 내 한국산 기능성식품 시장 점유율을 확대하기 위해서는 전략적 접근이 필요할 것으로 보이며, 특히 식품 유형의 다양화가 요구된다. 최근 간식 형태의 기능성식품이 인기를 끄는 등 중장년층의 입맛과 트렌드를 파악하여 이에 부합하는 제품 개발이 중요할 것으로 예상된다. 이를 위해서는 치아씨드, 오트밀 등 소비자 관심이 높은 기능성 원료를 활용하고 간 보호, 수면의 질 개선 등 소비자의 기능성 필요를 파악할 필요가 있다. 이 밖에도 디지털 마케팅과 온라인 판매 채널 확대 등 중국 중장년층 소비자와의 접근성을 개선해야 한다.

중장년층 기능성식품 시장의 성장은 한국 식품 수출 기업에게 중요한 기회가 될 것으로 보인다. 특히, 칼슘, 비타민 등 전통적인 영양물질에 초점을 맞춘 기존 제품과 차별화된, 맞춤형 홍삼 가공식품과 같은 혁신적인 제품 개발이 필요하며, 한국 특색을 살린 차별화된 제품은 중국 시장에서 경쟁력을 높이고 프리미엄 이미지를 부각시킬 수 있을 것으로 보인다.

#### ▶ 출처

2023. 10. 11. 해외시장 동향, 건강기능식품 시장의 발전, 한국농수산물유통공사

2022. 2. 28. 해외시장 동향, 시장전망, 중국 중장년층 맞춤 기능성식품 전망, 한국농수산물유통공사

#### ④ 간편조리식품(HMR) 성장세 지속

##### 이슈배경

코로나19 팬데믹과 MZ세대의 소비트렌드 변화로 인해 중국 간편조리식품 시장이 급성장하고 있다. 가정에서 쉽고 빠르게 요리할 수 있는 장점을 바탕으로 중국 간편조리식품 시장규모는 2023년 5,000억 위안 이상으로 추정된다. 오미크론 확산이 심화되면서 2023년 3월 중국 내 간편조리식품 판매액은 전년 동기 대비 100% 이상 증가했으며, 상하이 지역의 경우 250% 이상 증가하였다.

##### 이슈내용

미디어리서치의 보고서에 따르면, 중국 간편조리식품 시장의 급부상은 코로나19 사태 확산으로 인한 수요 증가와 소비자의 소득수준 상승에 따른 맛과 편리함에 대한 관심 확대와 높은 연관성을 보인다. 중국 시장에는 다양한 제품들이 출시되고 있으며, 특히 일식 소고기 카레, 자가발열 휘귀, 마라롱샤 등 독특하고 차별화된 제품이 큰 인기를 얻고 있다. 또한, 현재 중국 간편조리식품 시장은 선두 기업이 없어 경쟁이 치열한 것으로 분석되며, 다양한 기업들이 시장점유율 확대를 위해 노력하고 있다.

중국의 간편조리식품 시장은 아직 초기 발전 단계에 있지만, 빠른 성장 잠재력을 보여주고 있다. 국내 기업은 이러한 트렌드를 파악하여 맛과 편리함을 모두 갖춘 새로운 상품 개발에 주목할 필요가 있다. 시장의 빠른 변화에 대응하고, 소비자의 기대와 요구를 충족시킬 수 있는 혁신적인 제품과 마케팅 전략이 중요할 것이다.

##### ▶ 출처

2023. 10. 27. 해외시장 동향 중국 어린이 즉석식품 시장의 미래가 밝다. 한국농수산물유통공사

2022. 4. 28. 해외시장 동향 중국, 젊은층의 사재기 필수아이템인 간편조리식품(HMR), 한국농수산물유통공사

## ⑤ MZ세대 탄산음료만큼 마음껏 즐기자

### 이슈배경

중국 MZ세대는 탄산음료에 대한 높은 선호도를 보이며, 주요 소비층으로 떠오르고 있다. 조사에 따르면, MZ세대의 60% 이상이 탄산음료를 선호하며 이 중 상당수는 주 1회 이상 탄산음료를 섭취하고 있다고 응답하였다. 특히 2000년 이후 출생한 링링허우 세대는 주 4회 이상 탄산음료를 마신다고 응답했으며, 가격 조사에서는 대부분의 MZ세대가 병당 10위안 이하의 가격을 선호한다고 답변했다.

### 이슈내용

MZ세대는 탄산음료 구매 시 과일 맛 외에도 커피 맛, 유제품 맛 등 다양하고 독특한 맛을 고려할 뿐만 아니라 영양성분 함량을 중시하는 경향을 보이고 있다. 설탕과 지방 함량을 줄이고 식품첨가물을 확인하는 등 제품 성분에 주의를 기울이는 소비자들이 증가하고 있다.

뿐만 아니라 남성 소비자는 새로운 맛의 신제품을 선호하는 반면, 여성 소비자는 패키지와 함께 칼로리와 당 함량을 중시하는 등 성별에 따른 차이도 뚜렷하게 나타났다.

MZ세대의 소비 트렌드를 고려할 때, 설탕 함량을 줄이거나 첨가하지 않은 탄산음료 시장이 계속해서 성장할 것으로 예상된다. 중국 제로 탄산음료 시장규모는 연평균 41.13% 성장할 것으로 예측됨에 따라 MZ세대의 건강과 즐거움을 겨냥한 제품 개발에 주목할 필요가 있다.

#### ▶ 출처

2022. 7. 28. 해외시장 동향 중국, MZ세대의 여름나기 - 탄산음료 만큼은 마음껏, 한국농수산물유통공사

# 4

## 수출절차

### 4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
해외 생산업체 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중국으로 식품을 수출하는 모든 식품의 해외 생산·가공업체는 중국 해관총서에 <b>'수입식품 해외생산업체 등록' 진행</b></li> <li>· 등록 유형: ①자체 등록 ②추천 등록               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ①자체 등록: 추천 등록 대상이 아닌 식품</li> <li>- ②추천 등록: △육류 △수산물 △제비집 제품 △알 및 알 제품 △소 함유 밀가루 음식 △보건식품 △조미료 △건조과일 △특수 선식식품 △유제품 등 총 18가지 식품</li> </ul> </li> <li>· 등록 완료 후 <b>등록번호가 교부되며, 이를 식품 내·외포장에 표시</b></li> </ul>	국내 수출업체
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출 품목에 대한 중국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 <b>관련 요건을 사전에 파악</b></li> </ul>	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 <b>전자적으로 세관에 제반서류 제출</b></li> <li>· 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등</li> <li>· 수출신고 완료 후 <b>'수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 이내에 운송수단에 선적 완료</b></li> </ul>	국내 수출업체
적하목록 사전제출	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>운송수단별 기한을 준수해</b> 중국 해관총서에 적하목록 제출</li> <li>· 제출내용: ①도착시간 ②화물 정보(HS코드, 품목명 등) ③운송인 및 수하인 정보</li> </ul>	중국 운송·수입 업체
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중국 도착 후 <b>14일 이내 'Single window 시스템'으로 제반서류를 제출</b></li> <li>· 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③운송서류 ④포장명세서 ⑤검사 검역신고서 ⑥원산지증명서 ⑦중국어 라벨 등</li> </ul>	중국 수입업체
수입검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 'Single window 시스템'을 통해 <b>수입검역 신청</b></li> <li>· 제출서류: ①위생증명서 ②상업송장 ③선하증권 등 운송서류 ④원산지증명서 ⑤무역계약서 ⑥중문라벨 등</li> <li>· 검사내용: ①서류심사 ②현물검사 ③라벨검사               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ①서류심사: 서류상의 이상이 없을 경우 현장검사 진행</li> <li>- ②현물검사: 화물-서류간 일치, 포장 상태, 중문 라벨 존재 여부 검사</li> <li>- ③라벨검사: 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부 검사</li> </ul> </li> </ul>	중국 수입업체
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 납부고지서 발급 15일 이내에 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능</li> </ul>	중국 수입업체

## 4.2 | 통관 및 검역제도

### ① 국내 수출 통관 절차

#### ▶ 수출 전 준비사항

<b>해외생산업체 등록</b>	<p>● 중국으로 식품을 수출하는 모든 식품의 해외 생산·가공·보관 기업은 중국 해관총서(GACC)에 수입식품 해외생산업체 등록 필수</p> <p>· 수입식품 해외생산업체 등록 방식은 ① 자체 등록 및 ② 추천 등록으로 구분</p> <p style="text-align: center;">&lt;수입식품 해외생산업체 등록 방식&gt;</p>																					
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;"> <b>자체 등록</b> </td> <td> <p>· 추천 등록 대상인 18개 식품에 해당하지 않는 식품은 기업이 자체적으로 등록하거나 대리인을 통해 해관총서에 신청</p> <p style="text-align: center;">&lt;자체 등록 신청 시 제출 서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ① 등록 추천서                      ② 업체 신분 증명 서류                      ③ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명                 </div> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;"> <b>추천 등록</b> </td> <td> <p>· 추천 등록 대상 식품은 해당 기업이 소재한 국가 및 지역을 주관하는 당국을 통해 신청</p> <p style="text-align: center;">&lt;해관총서 지정 추천등록 대상 식품 유형&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">① 육류 및 육류 제품</td> <td style="width: 50%;">② 케이싱</td> </tr> <tr> <td>③ 수산물</td> <td>④ 유제품</td> </tr> <tr> <td>⑤ 제비집 및 제비집 제품</td> <td>⑥ 벌꿀</td> </tr> <tr> <td>⑦ 알 및 알제품</td> <td>⑧ 식용유지 및 유지 원료</td> </tr> <tr> <td>⑨ 소(馅) 함유 밀가루 음식</td> <td>⑩ 식용 곡물</td> </tr> <tr> <td>⑪ 보건식품</td> <td>⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두</td> </tr> <tr> <td>⑬ 조미료</td> <td>⑭ 견과 및 씨앗류</td> </tr> <tr> <td>⑮ 건조 과일</td> <td>⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아</td> </tr> <tr> <td>⑰ 특수선식식품</td> <td>⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아</td> </tr> </table> </div> <p>· 중국 국제무역단일창구(Single Window)를 활용하여 다음의 서류를 제출해야 함</p> <p style="text-align: center;">&lt;추천 등록 신청 시 제출 서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ① 소재 국가(지역) 주관 당국의 추천서                      ② 업체 리스트와 업체 등록 신청서                      ③ 업체 신분 증명 서류(주관 당국이 발급한 사업자등록증 등)                      ④ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명                      ⑤ 주관 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사·검사 보고서                 </div> </td> </tr> </table>	<b>자체 등록</b>	<p>· 추천 등록 대상인 18개 식품에 해당하지 않는 식품은 기업이 자체적으로 등록하거나 대리인을 통해 해관총서에 신청</p> <p style="text-align: center;">&lt;자체 등록 신청 시 제출 서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ① 등록 추천서                      ② 업체 신분 증명 서류                      ③ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명                 </div>	<b>추천 등록</b>	<p>· 추천 등록 대상 식품은 해당 기업이 소재한 국가 및 지역을 주관하는 당국을 통해 신청</p> <p style="text-align: center;">&lt;해관총서 지정 추천등록 대상 식품 유형&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">① 육류 및 육류 제품</td> <td style="width: 50%;">② 케이싱</td> </tr> <tr> <td>③ 수산물</td> <td>④ 유제품</td> </tr> <tr> <td>⑤ 제비집 및 제비집 제품</td> <td>⑥ 벌꿀</td> </tr> <tr> <td>⑦ 알 및 알제품</td> <td>⑧ 식용유지 및 유지 원료</td> </tr> <tr> <td>⑨ 소(馅) 함유 밀가루 음식</td> <td>⑩ 식용 곡물</td> </tr> <tr> <td>⑪ 보건식품</td> <td>⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두</td> </tr> <tr> <td>⑬ 조미료</td> <td>⑭ 견과 및 씨앗류</td> </tr> <tr> <td>⑮ 건조 과일</td> <td>⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아</td> </tr> <tr> <td>⑰ 특수선식식품</td> <td>⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아</td> </tr> </table> </div> <p>· 중국 국제무역단일창구(Single Window)를 활용하여 다음의 서류를 제출해야 함</p> <p style="text-align: center;">&lt;추천 등록 신청 시 제출 서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ① 소재 국가(지역) 주관 당국의 추천서                      ② 업체 리스트와 업체 등록 신청서                      ③ 업체 신분 증명 서류(주관 당국이 발급한 사업자등록증 등)                      ④ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명                      ⑤ 주관 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사·검사 보고서                 </div>	① 육류 및 육류 제품	② 케이싱	③ 수산물	④ 유제품	⑤ 제비집 및 제비집 제품	⑥ 벌꿀	⑦ 알 및 알제품	⑧ 식용유지 및 유지 원료	⑨ 소(馅) 함유 밀가루 음식	⑩ 식용 곡물	⑪ 보건식품	⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두	⑬ 조미료	⑭ 견과 및 씨앗류	⑮ 건조 과일	⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아	⑰ 특수선식식품
<b>자체 등록</b>	<p>· 추천 등록 대상인 18개 식품에 해당하지 않는 식품은 기업이 자체적으로 등록하거나 대리인을 통해 해관총서에 신청</p> <p style="text-align: center;">&lt;자체 등록 신청 시 제출 서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ① 등록 추천서                      ② 업체 신분 증명 서류                      ③ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명                 </div>																					
<b>추천 등록</b>	<p>· 추천 등록 대상 식품은 해당 기업이 소재한 국가 및 지역을 주관하는 당국을 통해 신청</p> <p style="text-align: center;">&lt;해관총서 지정 추천등록 대상 식품 유형&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">① 육류 및 육류 제품</td> <td style="width: 50%;">② 케이싱</td> </tr> <tr> <td>③ 수산물</td> <td>④ 유제품</td> </tr> <tr> <td>⑤ 제비집 및 제비집 제품</td> <td>⑥ 벌꿀</td> </tr> <tr> <td>⑦ 알 및 알제품</td> <td>⑧ 식용유지 및 유지 원료</td> </tr> <tr> <td>⑨ 소(馅) 함유 밀가루 음식</td> <td>⑩ 식용 곡물</td> </tr> <tr> <td>⑪ 보건식품</td> <td>⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두</td> </tr> <tr> <td>⑬ 조미료</td> <td>⑭ 견과 및 씨앗류</td> </tr> <tr> <td>⑮ 건조 과일</td> <td>⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아</td> </tr> <tr> <td>⑰ 특수선식식품</td> <td>⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아</td> </tr> </table> </div> <p>· 중국 국제무역단일창구(Single Window)를 활용하여 다음의 서류를 제출해야 함</p> <p style="text-align: center;">&lt;추천 등록 신청 시 제출 서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ① 소재 국가(지역) 주관 당국의 추천서                      ② 업체 리스트와 업체 등록 신청서                      ③ 업체 신분 증명 서류(주관 당국이 발급한 사업자등록증 등)                      ④ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명                      ⑤ 주관 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사·검사 보고서                 </div>	① 육류 및 육류 제품	② 케이싱	③ 수산물	④ 유제품	⑤ 제비집 및 제비집 제품	⑥ 벌꿀	⑦ 알 및 알제품	⑧ 식용유지 및 유지 원료	⑨ 소(馅) 함유 밀가루 음식	⑩ 식용 곡물	⑪ 보건식품	⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두	⑬ 조미료	⑭ 견과 및 씨앗류	⑮ 건조 과일	⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아	⑰ 특수선식식품	⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아			
① 육류 및 육류 제품	② 케이싱																					
③ 수산물	④ 유제품																					
⑤ 제비집 및 제비집 제품	⑥ 벌꿀																					
⑦ 알 및 알제품	⑧ 식용유지 및 유지 원료																					
⑨ 소(馅) 함유 밀가루 음식	⑩ 식용 곡물																					
⑪ 보건식품	⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두																					
⑬ 조미료	⑭ 견과 및 씨앗류																					
⑮ 건조 과일	⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아																					
⑰ 특수선식식품	⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아																					

- 등록 시 서면·영상·현장 검사 등을 통해 평가 심사가 진행되며, 등록 유효기간은 5년으로 만료 3~6개월 전 갱신 신청을 할 수 있음
- 등록 승인 시 등록번호가 교부되며, 수출업체는 이를 식품 내·외포장에 표시해야 함

<p><b>품목별 수입요건 파악</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 중국은 식품 통관 및 검역 절차가 까다로우므로 수출 품목에 대한 중국 국가표준(GB)·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요</li> <li>· 수입식품, 식품첨가제, 식품 관련 제품은 중국 국가표준화관리위원회(SAC)의 식품안전국가표준에 부합해야 하며 모든 원재료, 식품첨가제, 영양강화제는 중국 심의 기준에 부합함이 증명되어야 함</li> <li>· 중문 식품 라벨 및 설명서가 없거나, 규정을 준수하지 않은 경우 수입 불가</li> </ul>
<p><b>원산지증명서 발급</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 중국 수출 시 한·중 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요</li> <li>· FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수</li> <li>· 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 선적일로부터 7영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함</li> </ul>

▶ 국내 수출통관 절차

<p><b>수출신고</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수</li> <li>· 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음</li> <li>· 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;수출신고 수리 유형&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; padding: 5px;">· 서류 심사 후 수리</td> <td style="padding: 5px;">실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 현품 검사 후 수리</td> <td style="padding: 5px;">우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 자동 수리</td> <td style="padding: 5px;">세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함</li> <li>· 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함</li> </ul>	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
<p><b>수출검역</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 중국과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</li> <li>· 중국으로 △쌀 △포도 △파프리카 △중자류 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함</li> <li>· 수출검역 신청 시 UNI-PASS를 통해 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;수출검역 신청 시 제출 서류&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; padding: 5px;">식물검역</td> <td style="padding: 5px;">                     ①수출식물검사신청서                      ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우)                      ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우)                      ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)                 </td> </tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="387 192 566 331">수출물검역</td> <td data-bbox="566 192 1436 331">                     ①수출 검사신청서                      ②선적관련 서류                      ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)                 </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 식물검역요건에 적합하는지 여부를 검사함</li> <li>· 수출검역 결과 합격 시 수출식물검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음</li> </ul>	수출물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
수출물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
<p><b>운송수단 선적</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</li> <li>· 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함</li> </ul>		

**②중국 수입제도 및 통관·검역 절차**

▶중국 수입제도

<p><b>개요</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 중국은 품목에 따라 ①수입금지 ②수입제한 ③쿼터관리 ④수입자유화물 수입통관 제도를 운영</li> <li>· 수출하고자 하는 식품이 어느 품목에 해당하는지 사전에 확인 후 허가증 등 제반 서류를 준비해야 함</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;중국 수입통관 제도&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="387 963 598 1019">· 수입금지</td> <td data-bbox="598 963 1436 1019">마약, 무기, 동물 사체나 뼈 등 법률상 교역을 금지하는 품목 등</td> </tr> <tr> <td data-bbox="387 1019 598 1142">· 수입제한</td> <td data-bbox="598 1019 1436 1142">중고 기계 전자제품, 오존층 소모 물질 등의 수입량을 제한하기 위한 '수입 허가증 관리 화물 목록'을 발표하고 있으며, 해당 물품은 중국 상무부의 '수입허가증'을 반드시 취득하여야 함</td> </tr> <tr> <td data-bbox="387 1142 598 1243">· 쿼터관리</td> <td data-bbox="598 1142 1436 1243">농산품, 양모, 화학비료 등 쿼터 관리 대상은 중국 정부가 할당량을 정하고 초과 시 높은 세율의 관세를 부과함</td> </tr> <tr> <td data-bbox="387 1243 598 1366">· 수입자유화물</td> <td data-bbox="598 1243 1436 1366">수입 제한을 받지 않으나 일부 상품은 화물 수입 현황을 감시하기 위해 '자동수입허가관리대상'이 되며 해당 물품은 '자동수입허가증'을 반드시 취득하여야 함</td> </tr> </table>	· 수입금지	마약, 무기, 동물 사체나 뼈 등 법률상 교역을 금지하는 품목 등	· 수입제한	중고 기계 전자제품, 오존층 소모 물질 등의 수입량을 제한하기 위한 '수입 허가증 관리 화물 목록'을 발표하고 있으며, 해당 물품은 중국 상무부의 '수입허가증'을 반드시 취득하여야 함	· 쿼터관리	농산품, 양모, 화학비료 등 쿼터 관리 대상은 중국 정부가 할당량을 정하고 초과 시 높은 세율의 관세를 부과함	· 수입자유화물	수입 제한을 받지 않으나 일부 상품은 화물 수입 현황을 감시하기 위해 '자동수입허가관리대상'이 되며 해당 물품은 '자동수입허가증'을 반드시 취득하여야 함
· 수입금지	마약, 무기, 동물 사체나 뼈 등 법률상 교역을 금지하는 품목 등								
· 수입제한	중고 기계 전자제품, 오존층 소모 물질 등의 수입량을 제한하기 위한 '수입 허가증 관리 화물 목록'을 발표하고 있으며, 해당 물품은 중국 상무부의 '수입허가증'을 반드시 취득하여야 함								
· 쿼터관리	농산품, 양모, 화학비료 등 쿼터 관리 대상은 중국 정부가 할당량을 정하고 초과 시 높은 세율의 관세를 부과함								
· 수입자유화물	수입 제한을 받지 않으나 일부 상품은 화물 수입 현황을 감시하기 위해 '자동수입허가관리대상'이 되며 해당 물품은 '자동수입허가증'을 반드시 취득하여야 함								

▶중국 수입통관·검역 절차

<p><b>통관 고유번호 발급</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 중국 수입업체는 수입신고 전 중국 해관으로부터 통관고유번호(CN Number) 발급 필수</li> <li>· 통관고유번호는 베이징·상하이·광저우·선전 등 각 관할 해관 사이트를 통해 직접 신청해야 함</li> <li>· 각 관할 세관 사이트는 중국 해관총서 사이트에서 조회할 수 있음 →중국 해관총서 URL : <a href="http://www.customs.gov.cn">www.customs.gov.cn</a></li> <li>· 단, 통관 고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행할 수도 있음</li> </ul>
<p><b>적하목록 사전제출</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 운송업체는 수입국 도착 전 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 중국 해관총서에 제출 필수</li> <li>· 도착 시간, HS CODE·품목명 등의 화물 정보, 운송인 및 수하인 정보 등을 제출해야 함</li> </ul>



	<p style="text-align: center;">&lt;중국 운송수단별 적하목록 제출기한&gt;</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>· 컨테이너 선박</td> <td>선적항에서 선적 24시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 기타 선박</td> <td>목적항 도착 24시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 4시간 이하 항공운송</td> <td>항공기 이륙 4시간 전</td> </tr> <tr> <td>· 4시간 이상 항공운송</td> <td>목적항 도착 4시간 전</td> </tr> </table> <p>· 적하목록을 제출하지 않는 경우 운송수단의 입국 신고절차 수행이 일시 중지되며, 중국 해관은 적하목록이 신고되지 않은 화물에 대해 반송 명령을 내릴 수 있음</p>	· 컨테이너 선박	선적항에서 선적 24시간 전	· 기타 선박	목적항 도착 24시간 전	· 4시간 이하 항공운송	항공기 이륙 4시간 전	· 4시간 이상 항공운송	목적항 도착 4시간 전
· 컨테이너 선박	선적항에서 선적 24시간 전								
· 기타 선박	목적항 도착 24시간 전								
· 4시간 이하 항공운송	항공기 이륙 4시간 전								
· 4시간 이상 항공운송	목적항 도착 4시간 전								
수입신고	<p>● <b>중국 수입업체는 수입항 도착 후 14일 이내 수입신고서 및 기타 서류를 관할 세관에 제출 필요</b></p> <p>· 중국 해관총서의 국제무역 단일창구(Single Window)를 통해 수입신고를 진행할 수 있음 →중국 국제무역 단일창구 URL : <a href="http://www.singlewindow.cn">www.singlewindow.cn</a></p> <p>· 수입신고시 수입신고서를 비롯한 제반 서류를 제출해야 함</p> <p style="text-align: center;">&lt;중국 수입신고 제출서류&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>①수입신고서 ②상업송장 ③선하증권 및 항공화물 운송장 등 운송서류 ④운송보험서류 ⑤포장명세서 ⑥검사검역신고서 ⑦원산지증명서 ⑧품질증명서(건강기능식품의 경우) ⑨수입식품의 중국어 라벨 ⑩특정 물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증) ⑪기타 세관이 필요 시 요구하는 서류(원산지증명서, 위생증명서, 무역계약서 등)</p> </div> <p>· 수입신고 기한을 경과하여 신고하는 경우, 과세 가격의 0.5%에 해당하는 신고 연체료를 납부해야 함</p> <p>· 해관은 수입업체가 제출한 서류에서 다음의 사항을 심사함</p> <p style="text-align: center;">&lt;중국 해관 수입신고 심사 사항&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>①서류의 구비 요건 충족 및 무결성 여부 ②수입신고된 물품이 수입금지 또는 수입제한 품목에 해당하는지 여부 ③운송인이 제출한 적하목록과 수입신고인이 제출한 통관 서류와의 상세 내역 일치 여부 ④신고된 가격의 적정성 여부</p> </div>								
수입검역	<p>● <b>중국 국가시장감독관리총국(AQSIQ)은 수입화물 관련 표준(GB) 준수 및 신고된 서류와 화물 간의 일치 여부를 검사함</b></p> <p>· 국가질량감독검험검역총국은 식품의 품질계량 및 수출입 위생관리를 총괄하는 기관으로, 중국 수입업체가 식품 수입 시 해당 기관의 식품 수입 검사를 받을 수 있음</p> <p>· 중국 수입업체는 국제무역 단일창구를 통해 수입검역을 신청하며, △위생증명서 △상업송장 △선하증권 등 운송서류 △원산지증명서 △무역계약서 △중문라벨</p>								

	<p>등 제반서류를 제출함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입식품에 대해 ①서류검사 ②현물검사 ③라벨검사가 진행될 수 있으며, 서류검사 및 현물검사 합격 시 신청일로부터 7일 이내 '검사검역증명서'를 발급</li> </ul> <p style="text-align: center;">&lt;중국 수입검역 제도&gt;</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; padding: 5px;">· 서류검사</td> <td style="padding: 5px;">수입업체가 제출한 서류를 검토한 뒤, 이상이 없는 경우 현물검사 진행</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 현물검사</td> <td style="padding: 5px;">실제 화물과 서류상의 일치 여부, 포장 상태 및 중문 라벨 존재 여부 등을 검사함 검사 시 이상이 발견될 경우 정밀검사가 추가로 진행될 수 있음 샘플을 추출해 검사할 경우 화물의 0.001%를 채취하며, 품목별 최소 3건이상 채취함</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">· 라벨검사</td> <td style="padding: 5px;">무작위로 진행되며, 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부를 검사함 검사 대상으로 선정된 식품은 원본 라벨, 중문 라벨, 번역 및 설명자료 등을 제출해야 하며, 제출된 자료와 실제 라벨 및 신고된 내용간의 일치 여부를 중점적으로 검사함</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 해관 관리구역에서 진행되는 검사 비용은 수입업체가 부담하지 않으나, 검사 중 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입업체가 부담함</li> </ul>	· 서류검사	수입업체가 제출한 서류를 검토한 뒤, 이상이 없는 경우 현물검사 진행	· 현물검사	실제 화물과 서류상의 일치 여부, 포장 상태 및 중문 라벨 존재 여부 등을 검사함 검사 시 이상이 발견될 경우 정밀검사가 추가로 진행될 수 있음 샘플을 추출해 검사할 경우 화물의 0.001%를 채취하며, 품목별 최소 3건이상 채취함	· 라벨검사	무작위로 진행되며, 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부를 검사함 검사 대상으로 선정된 식품은 원본 라벨, 중문 라벨, 번역 및 설명자료 등을 제출해야 하며, 제출된 자료와 실제 라벨 및 신고된 내용간의 일치 여부를 중점적으로 검사함
· 서류검사	수입업체가 제출한 서류를 검토한 뒤, 이상이 없는 경우 현물검사 진행						
· 현물검사	실제 화물과 서류상의 일치 여부, 포장 상태 및 중문 라벨 존재 여부 등을 검사함 검사 시 이상이 발견될 경우 정밀검사가 추가로 진행될 수 있음 샘플을 추출해 검사할 경우 화물의 0.001%를 채취하며, 품목별 최소 3건이상 채취함						
· 라벨검사	무작위로 진행되며, 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부를 검사함 검사 대상으로 선정된 식품은 원본 라벨, 중문 라벨, 번역 및 설명자료 등을 제출해야 하며, 제출된 자료와 실제 라벨 및 신고된 내용간의 일치 여부를 중점적으로 검사함						
<b>관세 납부 및 물품 반출</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 수입업체는 해관이 납부고지서를 발급한 날로부터 15영업일 이내에 관세를 납부해야 함</li> <li>· 수입업체는 관세 납부를 완료한 뒤 물품을 반출할 수 있으며, 현장 또는 전자적으로 납부할 수 있음</li> <li>· 관세 납부 후 물품을 보세구역에서 반출하면 수입통관 과정이 완료됨</li> </ul>						

## 4.3 | 수출가능·불가능 품목

### 4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 곡 류 : 옥수수, 녹두, 콩, 커피, 쌀</li> <li>- 과실류 : 밤, 포도</li> <li>- 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 양파, 생강, 브로콜리, 수삼, 파프리카</li> <li>- 종자류 : 콩, 잠두콩, 가지, 갓, 고추, 근대, 꽃양배추, 당근, 들깨, 멜론, 무, 박, 배추, 백경채, 부추, 브로콜리, 삼엽채, 상추, 수박, 싹갓, 시금치, 아욱, 양배추, 양파, 오이, 참외, 청경채, 치커리, 콜라비, 토마토, 파, 호박, 겨자, 담배</li> <li>- 버섯류 : 팽이, 새송이(큰느타리), Agaricus속</li> <li>- 절화류 : 심비디움, 장미, 백합, 국화, 거베라, 글라디올러스, 금어초, 튜립, 칼라, 카네이션, 해바라기꽃, 스타치스, 아이리스, 장미, 안개초, 덴드로비움</li> <li>- 화훼묘 : 덴드로비움·심비디움·호접란(묘·분화), 선인장(접목선인장), 칼란코에묘·삽수, 미모사묘, 맨드라미묘, 백합구근</li> <li>- 묘목류: 동백나무, 단풍나무, 모과나무, 목백일홍, 소사나무, 석류나무, 산수유나무, 애기사과나무, 주목나무, 철쭉나무, 피라칸사나무, 향나무(진백) 춘란(Cymbidium forrestii)</li> <li>- 기 타 : 쌀가루, 밀가루, 찹쌀가루, 대두분말, 단풍나무각재, 소나무각재</li> </ul>
-----	--

\*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

### 4.3.2 수출불가능품목

농산물	<p>*상기 품목 외 대부분의 과실류·과채류·소나무묘(접수 포함) 수출이 불가능하며 사전에 수출 가능 여부를 상대국에 확인하여야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 묘목류 : 소나무묘(Pinus densiflora), 곰솔묘(Pinus thunbergii)</li> <li>- 기 타 : 꽃감, 건곤드레, 건대추칩, 냉동딸기, 건조감귤, 냉동홍시, 수수가루, 수수, 누룩, 단호박, 잣(식용), 대두, 보리, 맥아, 참깨, 메밀, 홍화씨, 달맞이꽃씨</li> </ul> <p>**종자류 중 식용의 목적으로 사용하는 경우에도 수입가능 여부 확인 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 단감, 감귤, 참외, 딸기, 토마토 5품목은 중국에 수출허용을 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중임</li> <li>- 흙부착된 단풍나무 등 조경수 수목</li> </ul> <p>*중국은 '03. 2월부터 시행된 수입위험분석 관리제도에 따라 국산 생과실, 과채류, 재식용 식물 등을 수입금지품으로 지정(다만 제도시행 전 상업적 수출실적이 있는 품목에 한해 수출 허용)하고 있어, 국산 농산물의 중국수출을 위해서는 중국에 수입허용 요청 필요</p>
-----	---

\*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

## 5.1 | 라벨링 제도


## 5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 생산자·중개 판매자 정보 · 원료 정보	· 용량 및 규격 · 날짜 표시 · 보관방법 · 영양성분	· 식품 생산허가증 일련번호 · 알레르기 정보
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>표준 중국어(병음 표기 가능) 사용을 원칙으로 하며, 외국어 사용 시에는 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함</li> <li>오해의 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상을 사용하여 표기</li> <li>상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 작게 표기</li> </ul>	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것</li> <li>규정이 있는 경우 관련 규정에 따르는 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함</li> <li>동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방하는 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함</li> </ul>	
	영양성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨의 함량 및 그 영양소 기준치(NRV)를 차지하는 백분비를 필수 표기해야 함</li> <li>트랜스지방(산) 함량은 필수 표기사항</li> <li>소비자에게 제공하는 최소한의 포장단위에 표기해야 함</li> <li>각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 칼슘, 마그네슘 등의 기타 성분은 선택 표기사항임</li> </ul>	
	날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> <li>일자 표시는 별도 스티커나 보충 인쇄물에 표기할 수 없음</li> <li>생산일자과 품질 보증기간을 분명하게 명시할 것</li> <li>년, 월, 일 혹은 국가 표준규정에 따라 표기할 것</li> <li>알코올 함유량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 면제</li> </ul>	
	원료 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가물 통용 명칭으로 표기할 것</li> <li>첨가량 많은 순으로 나열할 것(첨가량 2% 미만은 순서 무관)</li> </ul>	
	보관방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함</li> <li>'보관 조건', '저장 조건', '저장 방법' 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시 가능</li> </ul>	
	생산자·중개 판매자 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 혹은 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 혹은 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처 표기</li> <li>위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체·위탁업체의 명칭 및 주소를 표기</li> </ul>	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것</li> </ul>	
	알레르기정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>알레르겐 유발물질은 배합원료 사용 시 배합원료표에 이해하기 쉬운 명칭을 사용하거나 배합원료표 부근에 추가 설명을 덧붙일 것</li> </ul>	
	용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> <li>법적 계량 단위 ((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함</li> <li>용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2~6mm)를 준수해야 함</li> </ul>	
	기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>필요 시 제품 로트 번호 표시</li> <li>필요 시 개봉 방법, 섭취 방법, 조리 방법 등의 도움말 표기</li> </ul>	

\*출처: KATI농식품수출정보

### 5.1.2 라벨링 예시

#### 가공식품류

라벨링 사진																																						
																																						
표기항목	표기내용																																					
제품명	脆皮炸鸡裹粉	바삭한 치킨파우더																																				
원재료	- 小麦粉 - 食用淀粉 - 香辛料 - 产地: 江苏省泰州市	- 밀가루 - 식용 전분 - 향신료 - 산지: 장쑤성 타이저우시																																				
순중량	500g																																					
유통기한	保质期: 18个月	유통기한 : 18개월																																				
보관방법	贮存条件: 阴凉干燥通风处	서늘하고 건조하며 통풍이 잘 되는 곳에 보관하세요																																				
제조업체	制造商: 江苏吉得利食品有限公司	제조업체: 징수 지더리식품 유한회사																																				
제조원	地址江苏省泰州市兴化市兴东镇工业集中区	주소: 중국 장쑤성 타이저우시 싱화시 싱동진 공업구																																				
위탁업체	委托商: 北京吉得利食品有限公司	위탁업체: 베이징 지더리식품 유한회사																																				
위탁원	地址: 北京市昌平区沙河镇小李庄	주소: 중국 베이징시 창핑구 사허진 샤오리장																																				
전화	(0523) 8389 5098																																					
식품생산허가증번호	SC10332128104226																																					
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>每100克(g)</th> <th>营养素参考值% (NRV%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>能量</td> <td>1495千焦(kJ)</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>蛋白质</td> <td>12.6克(g)</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>脂肪</td> <td>1.3克(g)</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>碳水化合物</td> <td>72.5克(g)</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>钠</td> <td>346毫克(mg)</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table>	项目	每100克(g)	营养素参考值% (NRV%)	能量	1495千焦(kJ)	18%	蛋白质	12.6克(g)	21%	脂肪	1.3克(g)	2%	碳水化合物	72.5克(g)	24%	钠	346毫克(mg)	17%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>항목</th> <th>100g당</th> <th>NRV%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>1,495kJ</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>12.6g</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>1.3g</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>72.5g</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>346mg</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table>	항목	100g당	NRV%	열량	1,495kJ	18%	단백질	12.6g	21%	지방	1.3g	2%	탄수화물	72.5g	24%	나트륨	346mg	17%
项目	每100克(g)	营养素参考值% (NRV%)																																				
能量	1495千焦(kJ)	18%																																				
蛋白质	12.6克(g)	21%																																				
脂肪	1.3克(g)	2%																																				
碳水化合物	72.5克(g)	24%																																				
钠	346毫克(mg)	17%																																				
항목	100g당	NRV%																																				
열량	1,495kJ	18%																																				
단백질	12.6g	21%																																				
지방	1.3g	2%																																				
탄수화물	72.5g	24%																																				
나트륨	346mg	17%																																				

신선 과일류

라벨링 사진




표기항목	표기내용	
명칭	佳沛绿奇异果 (10粒) 제프리 그린키위 (10개)	
원산지	- 原产国: 新西兰	- 원산지: 뉴질랜드
용량 및 규격	10粒	10정
포장일자	包装日期: 2023年7月16日	포장일자: 2023년 7월 16일
보관방법	储存条件: 常温/建议冷藏	보관방법: 상온/냉장 권장
판매업체	上海佳农奇异果实业有限公司	상하이 가농 키위실업유한회사
판매원	地址: 上海市浦东新区曹路镇金海路1809号佳农广场1号楼	주소: 상하이시 푸둥신구 차오루진 김해로 1809호 가농광장 1호실
국내대리상/포장업체	北京雄略佳农食品有限公司	베이징 승뢰가 농식품 유한회사
업체원	地址 北京市大新区永大路1号院14号楼2层212	주소: 베이징시 다싱구 용대로 14호 2층 212
전화	010-61228121	
표준도달 합격증	承诺事项: V 收取并保存该批次农产品的承诺达标合格证或其他质量安全合格证明 V 不违规使用保鲜剂、防腐剂、添加剂等 V 对承诺的真实性负责 V 承诺依据(可以选择一种或多种方式): V 质量安全控制复合要求 V 委托检测合格 V 自行检测合格	승낙사항: V 해당 농산물의 표준도달합격증 또는 기타 품질 및 안전 증명서를 수령하고 보관 V 신선유지제, 방부제, 첨가제 등을 불법적으로 사용하지 않음 V 승낙 진실성에 대한 책임 V 승낙 근거(아래 조항 중 한 가지 또는 여러 가지 방법 선택 가능) V 품질안전관리 복합요구사항 V 위탁검사 합격 V 자체검사 합격

## 5.2 | 인증제도

### ① 유기산제품인증(ORGANIC)

유기농 제품의 품질을 향상하고 안전관리를 강화하고자 유기제품의 생산 및 가공에 대해 심사한다. 유기 원료를 95% 이상 함유한 가공제품의 경우 인증을 취득하여 '유기(Organic)'를 기재하거나 마크를 부착할 수 있다.

인증명	중국 유기제품인증(ORGANIC)	인증로고	
발행·검사기관	· 중국품질인증센터(CQC) · 중국인증인가관리감독위원회(CNCA)	필수 여부	권장
목적	유기농 제품의 품질을 향상하고 안전관리를 강화하는 것		
취득절차	인증 신청 → 현장 심사 → 최종평가 → 인증서 발급		
필요서류	신청서, 기본 농장조사, 비즈니스 자격 문서, 관리시스템 문서, 환경 모니터링 보고서, 생산계획 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

## 5.3 | 통관거부사례

### 월별 통관거부사례

2022년 중국의 한국산 통관거부사례는 총 60건으로 집계되어, 2021년 96건 대비 36건(38%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 39% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 2,758건으로 집계되어, 2021년 3,191건 대비 433건(14%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 15% 증가하였다.

#### <월별 통관거부사례 동향(2022)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)
	'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률		'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률	
1월	1	1	9	8	800	200	124	200	278	78	39	50
2월	0	3	11	8	267	0	77	157	127	-30	-19	28
3월	6	0	7	7	0	8	141	194	223	29	15	26
4월	6	5	8	3	60	15	175	161	339	178	111	39
5월	3	19	3	-16	-84	0	175	176	185	9	5	3
6월	1	0	2	2	0	41	176	262	351	89	34	41
7월	3	8	1	-7	-88	-42	253	193	233	40	210	-4
8월	1	10	2	-8	-80	41	210	370	259	-111	-30	11
9월	2	9	1	-8	-89	-29	219	327	202	-125	-38	-4
10월	3	7	3	-4	-57	0	223	329	234	-95	-29	2
11월	4	2	3	1	50	-13	164	434	237	-197	-45	20
12월	1	32	10	-22	-69	216	159	388	90	-298	-77	-25
합계	31	96	60	-36	-38	39	2,096	3,191	2,758	-433	-14	15

\*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

## 한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, 중국에서 가장 많은 문제사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 음료류(18%)로, 주로 GB7718-2011 라벨링 기준에 적합하지 않아 라벨링/포장 문제로 통관거부되었다.

두 번째로 많은 문제사유가 확인된 품목은 기타조제 농산품(17%)이며, 라벨링 기준을 미준수하여 라벨링/포장 문제가 확인되거나 기준치를 초과한 식품첨가물, 비소 등의 유해물질 검출에 따른 성분 부적합 문제가 확인되었다.

### <한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목				
	음료	기타 조제농산품	어류	과자류	해조류
라벨링/포장	9	5	0	0	0
성분부적합	1	3	3	9	0
위생	0	2	0	0	4
서류미비	1	0	6	0	5
잔류농약 검출	0	0	0	0	0
기타	0	0	0	0	0

\*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

## 한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제사유는 총 60건으로 전년 동기 대비 62.5% 수준으로 감소하였으며, 2021년 대비 모든 문제사유 발생 건수가 감소하였다. 2022년 발생한 한국산 문제사례 중에는 성분 부적합 문제로 인한 사례 건수가 가장 많으며, 지난 3년간 잔류농약 검출 문제사례는 발생하지 않은 것으로 확인된다.

2022년 연간, 성분 부적합 문제사유 발생 건수는 총 19건으로 전년 동기 대비 약 63.3%로 감소하였으나, 전체 통관거부 발생건수의 가장 큰 비중(31.7%)을 차지하였다.

성분 부적합 문제는 주로 기준치를 초과한 식품첨가물, 영양강화제, 무기비소 등이 검출되어 발생하는 것으로, 중국으로 식품을 수출하는 한국 식품 기업은 중국 식품 표준법 GB2760-2014를 사전에 확인하여 식품첨가물의 규격 기준을 준수할 수 있도록 해야 한다.

### <한국산 통관거부 문제사유별 건수(2022)>

(단위: 건, %)

거부사유	2020년 연간		2021년 연간		2022년 연간		전년비(21/22)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	6	19.4	23	24.0	18	30.0	-5	78.3
성분부적합	13	41.9	30	31.3	19	31.7	-11	63.3
위생	8	25.8	21	21.9	7	11.7	-14	33.3
서류미비	4	12.9	17	17.7	14	23.3	-3	82.4
잔류농약 검출	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
기타	0	0.0	5	5.2	2	3.3	-3	40.0
합계	31	100.0	96	100.0	60	100.0	-36	62.5

\*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사



## ■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

### [규정·제도]

#### 농산물 과대 포장 제한 국가표준(GB) 최종안 발표(2024년 4월 1일 시행)

2023년 9월 8일, 중국 시장감독관리총국(SAMR)과 국가표준화관리위원회(SAC)는 2023년 제 10호 국가표준 (GB) 공고를 통해 「신선 식용 농산물 상품 과대 포장 제한 요구사항(GB43284-2023)」 최종안을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98754](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98754)

### [규정·제도]

#### 보건식품의 새로운 건강기능 제안과 기술평가를 위한 시행 세칙 발표(2023년 8월 28일 즉시 발효)

2023년 8월 28일, 중국 시장감독관리총국은 보건식품 산업의 발전과 혁신을 목표로 6월 15일 11차 상무회의에서 채택된 「보건식품의 신기능 및 제품 기술평가 시행 세칙([2023] 37호)」을 공고했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98504](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98504)

### [규정·제도]

#### 동물 전염병 발생으로 한국산 가금류, 돼지, 쇠고기 및 관련 제품에 수입 금지 공고

2023년 8월 25일, 중국 해관총서는 동물 전염병이 발생한 국가와 그 국가로부터 수입을 금지하는 품목의 목록을 공고했다. 해당 목록에는 한국산 가금류 및 관련 제품, 돼지 및 관련 제품과 쇠고기 및 관련 제품 등에 대한 수입 금지 조치가 포함되어 있으며, 해당 조치는 공고일(2023년 8월 25일)부터 시행되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98503](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98503)

### [규정·제도]

#### 차와 영유아 조제 식품의 과대 포장을 제한하는 국가표준 (GB) 수정안에 대한 의견 수렴

2023년 8월 18일, 중국 공업정보화부(MIIT)는 「과잉 포장 식품 및 화장품 제한 요구사항(GB 23350-2021)」에 대한 두 번째 수정안을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98503](https://www.kati.net/board/board/exportNewsView.do?board_seq=98503)

**[규정·제도]****분말 및 과립 형태로 가공된 고체음료의 품질 요구사항 개정 초안에 관한 의견수렴(2023년 9월 26일까지)**

2023년 7월 중국음료산업협회(CBIA)는 「고체음료에 대한 품질 요구 사항」의 공개 초안을 발표하고, 2023년 9월 26일까지 의견을 접수한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98392](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98392)

**[규정·제도]****「차 포장재의 품질에 대한 국가 감독 및 현장 검사 수행 규칙」 발표**

2023년 7월 27일, 중국 시장감독관리총국은 「제품 품질 감독 및 무작위 검사 관리 잠정 방법」에 따라 「차 포장재 품질에 대한 국가 감독 및 현장 검사 수행 규칙」을 편성하고 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98315](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98315)

**[규정·제도]****유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치 고시 (2023년 개정판)**

2023년 7월 24일, 중국 시장감독관리총국은 농산물의 시장 판매 규제, 시장 내 농산물의 품질 및 안전에 대한 관리감독 강화, 농산물의 품질 및 안전성 확보를 위해 「식품안전법», 「농산품 품질 안전법», 「식품안전법 실행조례», 기타 법률 및 규정에 의거하여 「유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치」의 2023년 개정판을 고시했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98279](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98279)

**[규정·제도]****2023년 영유아 조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치 개정판 공시**

2023년 7월 10일, 중국시장감독관리총국은 「영유아 조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치」의 개정안을 발표하며, 현장검사 요구사항 및 등록 불가 8가지 상황, 라벨링 표기 기준, 검사 시간 및 인증서 재발급 기간 등이 수정 및 추가된 개정판(2023)을 공개했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98197](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98197)

**[규정·제도]****분리대두단백 및 유청단백에 대한 건강식품 원료 카탈로그 제정(2023년 10월 1일 발효)**

중국은 「중화인민공화국 식품안전법 - 건강식품 원료 목록 및 건강 기능 목록에 대한 관리 조치」에 따라 건강식품 원료 목록에 분리대두단백과 유청단백을 추가하여 《건강식품 원료 카탈로그-분리대두단백》, 《건강식품 원료 카탈로그-유청단백》을 발표함. 해당 규정은 2023년 10월 1일부터 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=98068](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98068)

**[규정·제도]****관리대상식품 18종 관련 수입식품 해외생산기업에 등록 서류 보완 요청(2023년 6월 30일까지)**

2022년 1월 1일부터 시행된 「중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록관리 규정」(이하 '등록 규정')에 따라, 중국 해관총서는 기존 정부 관리 대상 품목(육류, 수산물, 유제품, 제비집)의 식품을 중국으로 수출했던 해외생산기업에 2023년 6월 30일까지 해관총서 등록시스템에 로그인하여 수입식품 해외생산기업 등록 신청 서류를 보완하여 제출할 것을 요청했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=97947](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97947)

**[규정·제도]****블루베리 안토시아닌 등 3대 신식품 (三新食品) 14종 발표**

중국 국가위생건강위원회(NHC)은 2023년 5월 6일, 「중화인민공화국 식품안전법」에 따라 신식품 원료 2종, 신식품첨가제 6종, 식품 관련 신품종(식품 접촉 물질) 6종의 안전성 평가 자료에 대한 심사가 통과되어 "3대 신식품(三新食品)" 14종을 최종 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=97949](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97949)

**[규정·제도]****영양강화제, 효소제제 등 7가지 식품첨가물의 신규 승인 및 사용 범위 확대**

식품 영양강화제 및 효소 등 식품첨가물이 신규 승인 및 사용 범위가 확대되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=97769&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun=](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97769&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun=)

**[규정·제도]****원숭이두창 바이러스 중국 유입 방지를 위해 방역 강화 조치 시행**

중국 해관총서는 원숭이두창 중국 유입 방지 및 출입국 관계자의 건강과 안전을 위하여 <중화인민공화국 국경위생검역법 및 시행규칙 등에 따라 해당 공고를 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=97417&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun=](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97417&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun=)

**[규정·제도]****베타 아밀라제 포함 신규 식품첨가물 3종 및 사용범위 확대에 관한 의견수렴**

중국은 신규 첨가물 베타 아밀라제(beta-amylase), 리소포스폴리파제(Lysophospholipase), 2'-푸코실락토스(2'-fucosyllactose)에 대한 사용범위 확대에 대한 업계 의견을 수렴중에 있다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=97190&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun=](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97190&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun=)

**[규정·제도]****해관의 영업 비밀 유지 의무와 포장식품의 바코드 표시 관련 Q&A 모음**

해관에 제출하는 상품분류 검토 자료가 영업 비밀과 관련된 경우, 해관의 비밀유지 의무 부담 여부와 포장식품 라벨의 제품 바코드 표시에 대한 질의가 포함되어 있다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=97063](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97063)

**[규정·제도]****'자동수입허가관리 화물 목록(2023)' 발표**

중국 해관총서는 대외무역법과 화물수출입 조례에 의거하여 「자동수입허가관리 화물 목록(2023)」을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=97045&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun=](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97045&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun=)

**[규정·제도]****광저우, 전자증명서를 통한 식품영업허가증 관리 방안 시행**

중국 광저우시 시장관리감독국은 식품영업허가증 전자증명서의 편의성과 실용성을 확대하고 기업 친화적 환경을 조성하기 위한 목적으로, 2023년 2월 1일부터 식품영업허가증을 전자증명서 방식으로 관리한다고 공고했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=97049](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97049)

### [규정·제도]

#### 식품 영양강화제 사용표준의 개정 초안 및 의견수렴 공고

중국 국가식품안전위험평가센터는 《2016년도 식품안전국가표준 프로젝트 계획(제1차)에 관한 통지》를 근거로 개정한 《식품안전국가표준 식품 영양강화제 사용표준》을 공고하고, 이에 대한 의견을 2023년 2월 28일까지 수렴한다고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=97008](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97008)

### [규정·제도]

#### 영유아 조제식품, 가공치즈 등의 신규 국가 표준 시행에 따른 수입 유의사항 공고

중국 해관총서는 영아용 조제식품, 영유아용 조제식품, 유아용 조제식품, 가공치즈 및 치즈 제품, 농축유제품의 신규 국가식품안전표준이 시행됨에 따라, 해당 식품 수입시 준수 기준을 공고했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96921&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun)

### [규정·제도]

#### 2023년 1월 1일부터 수입관세할당제에 대한 온라인 검사 및 통관 전면 시행

중국은 대외무역의 안정성과 품질 개선을 위해 발표한 10대 조치 중 하나로, 2023년 1월 1일부터 수입관세할당에 대한 온라인 검사와 종이 없는 통관을 전면 시행하기로 했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96921&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun)

### [규정·제도]

#### 121개 품목이 추가된 <유기제품 인증목록> 공고(2022년 12월 29일부 시행)

중국 인증인가감독위원회는 2019년 11월 6일 발표되었던 《유기제품 인증목록》에 대한 조정을 시행했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96924](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96924)

**[라벨링]****<식품안전국가표준 기포장 특수식 식품 라벨 통칙> 초안의 개정안 공고**

국가식품안전위험평가센터와 상하이시 품질감독검사 기술연구원은 《식품안전국가표준 기포장 특수식 식품라벨 통칙> 초안의 개정을 완료했다. 본 표준은 GB 13432-2013 《기포장 특수식 식품 라벨 통칙>을 대체할 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96859&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96859&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun)

**[규정·제도]****가공치즈 및 치즈 제품의 개정된 국가표준 시행에 따른 생산허가 변경사항 공고**

2022년 12월 30일부터 새로 수정된 《식품안전국가표준 가공치즈 및 치즈제품(GB 25192-2022)》이 시행되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96860](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96860)

**[규정·제도]****수입 콜드체인 식품 및 비 콜드체인 식품의 코로나 핵산 검사 취소 공고**

중국 해관총서는 코로나바이러스 감염 이후 시행된 위생검역 관련 조치 사항이 더 이상 검역 관리 대상에 포함되지 않는다는 특별 공지를 발표했다. 광고 절대화 용어의 비규제 사례를 포함하는 시행 지침 초안 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96859&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96859&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun)

**[위생·안전]****건강식품에 첨가되는 히알루로산 성분 사용 기준 공고**

중국 식품과학회는 최근 히알루론산 관련 제품의 섭취가 증가함에 따라, 소비자가 히알루론산 관련 제품을 과학적으로 이해하고 합리적으로 섭취할 수 있도록 안내했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96687&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96687&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[규정·제도]****중국, 광고 절대화 용어의 비규제 사례를 포함하는 시행 지침 초안 발표**

국가시장감독관리국은 《중화인민공화국 광고법> 및 <중화인민공화국행정처벌법>에 의거하여, 광고 절대화 용어 시행 지침 초안 및 의견 수렴 기간을 발표했다.

## ▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96687&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96687&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[위생·안전]****식품 금속 용기에 대한 3가지 통칙 발표**

2022년 11월 4일, 국가시장감독관리총국은 식품 금속 용기의 품질 보장을 위해 식품 금속 용기 제조업체가 준수해야 하는 식품 금속 용기의 통칙 3가지를 발표했다.

## ▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96632&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96632&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[규정·제도]****건강식품 신청 서류의 사본 요구사항 조정**

국가시장관리총국 식품심사센터는 기업의 서류 부담을 줄이기 위해 건강식품 신청 시 필요한 서류 요건을 수정했다.

## ▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96632&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96632&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[규정·제도]****2022년 12월 30일 음료 개정안 시행에 따른 변경 사항 종합공고**

중국 국가식품안전위험평가센터는 《2016년도 식품안전국가표준 프로젝트 계획(제1차)에 관한 통지》를 근거로 개정된 《식품안전국가표준 식품 영양강화제 사용표준》을 공고하고, 이에 대한 의견을 2023년 2월 28일까지 수렴한다고 밝혔다.

## ▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96635](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96635)

**[규정·제도]****신선 식품(육류, 과일, 달걀, 수산물)에 대한 과대포장 제한 규정 공고**

중국 농업농촌부는 국가 표준위의 「강제성 국가 표준 수정계획(20220869-Q-326)」에 따라 식품의 과대포장에 대한 관리를 강화하기 위해 《과대포장 제한 식용 농산품(의견수렴 초안)》을 발표하였으며, 이에 대해 공개적으로 의견을 수렴한다고 공고했다.

## ▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96635](http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96635)

**[규정·제도]****영유아 조제분유에 강화된 생산 허가 조건 및 원료 관리 기준 등 적용**

중국 시장감독관리총국은 영유아 조제분유 생산허가 조건에 관한 관리 및 식품 안전에 관한 기업의 책임 강화를 위해 《영유아 조제분유 생산허가 심사세칙》를 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96548](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96548)

**[규정·제도]****동물 전염병 유행 지역에 대한 수입 금지 품목 목록 발표**

중국 해관총서는 《동물 전염병 국가 및 지역으로부터의 수입 금지 동물 및 그 제품 목록》을 고시했다. 해당 목록에는 한국에서의 수입이 금지된 동물 및 관련 제품의 내용이 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96526&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96526&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[규정·제도]****고급인증기업(AEO고급인증)의 평가 항목을 단축한 수정안 발표**

중국 해관총서는 2021년 11월에 발표한 《해관 고급인증기업 표준》(해관총서공고 2021년 제88호 발표)을 수정한 《해관 고급인증기업 표준》(해관총서공고 2022년 제106호)을 발표했다. 해당 규정은 '고급인증기업'을 선정하기 위한 통용 표준, 기업의 유형과 경영 범위에 따른 개별 표준, 그리고 통과 요건을 규정한 것으로, 해당 규정 시행 시 《해관 고급인증기업 표준》(해관총서공고 2021년 제88호 발표)는 폐지되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96467](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96467)

**[규정·제도]****인삼 등 보건의약품 원료 3종의 규격 기준 수정안 공지**

2022년 10월 시장감독총국은 《식품안전법》에 따라 인삼(人參), 서양삼(西洋參), 영지(靈芝)의 규격 기준(정의, 사용범위, 섭취 대상, 주의사항 등)을 설정하고, 「보건의약품 원료 목록」에 이를 추가하는 수정안(의견 수렴안)을 게재했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96401](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96401)



**[규정·제도]****북경시, 곡물가공품, 콩 제품, 식용 농산물 및 비스킷 제품에 표본검사 실시**

북경시 시장감독관리국은 《중화인민공화국식품안전법》등 법률 규정에 따라 곡물가공품, 콩 제품, 식용 농산물, 비스킷 등 4가지 유형의 190개 샘플을 선정하여 식품 표본 검사를 실시함.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board\\_seq=96303&menu\\_dept2=35&menu\\_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun](https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96303&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun)

**[규정·제도]****식품의 포장 용기, 생산 도구 등 식품 관련 제품에 대한 감독 관리 규정 공고**

중국 시장감독관리총국은 식품 관련 제품의 품질 안전 감독 관리를 목적으로 《식품 관련 제품 품질 안전감독관리 잠행방법》을 제정했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

[https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board\\_seq=96306](https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96306)

## 6.1 보고서 소개

중국 식품시장은 2022년 약 1조 3,870억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 7.4% 증가했다.

중국의 식품 수입액은 약 2,173억 달러로, 브라질·미국·태국 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 23위를 차지했다. 주요 수입품은 ①대두 기타 ②냉동 쇠고기 ③옥수수로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 22억 달러로 전년 대비 6.3% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조제식료품 기타 ③기타 무알콜 음료이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 94%, 온라인 유통채널은 6%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①RT Mart ②Easy Joy ③Yonghui, 온라인 유통채널의 경우 ①TMall Marketplace ②JD Marketplace ③JD으로 나타났다.

그래프로 보는 중국 식품시장

