

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 그래놀라

Country : 중국(China)

CONTENTS

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입통계	7
3. 중국 수입통계	8
4. 중국 시장규모 및 성장률	9
II. 시장 트렌드	10
1. 시장 메가 트렌드	12
2. 소비 트렌드	13
3. 제품 트렌드	14
4. 정책 트렌드	15
III. 경쟁사 분석	16
1. 경쟁사 선정	18
2. 경쟁사별 현황 파악	19
IV. 경쟁제품 현지조사	23
1. 분석 제품 및 기준	25
2. 가격 정보	27
3. 포장용기 및 유통기한 정보	28
4. 원료정보	29
5. 현지조사 데이터	30
V. 유통구조 현황	34
1. 현지 유통구조 map	35
2. 추천 진출 경로	36
3. 유통업체 담당자 인터뷰	37

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	38
1. 주요 유통채널 개관	40
2. 주요 유통채널 핫이슈	41
3. 유통업체별 개요	42
- Walmart	42
- Carrefour	43
- RT-Mart	44
VII. 통관 및 검역 정보	45
1. 통관 및 검역 절차	48
2. HS 코드 및 관세율	51
3. FTA 정보	52
4. 통관거부사례	53
5. 제출서류	54
VIII. 인증 정보	62
1. 필수인증	64
2. 선택인증	66
3. 제출서류	67
IX. 라벨링 정보	69
1. 라벨 표기사항	71
2. 라벨링 예시	72
X. 식품첨가물 정보	73
1. 식품첨가물 규정	75
2. 잔류농약 규정	76



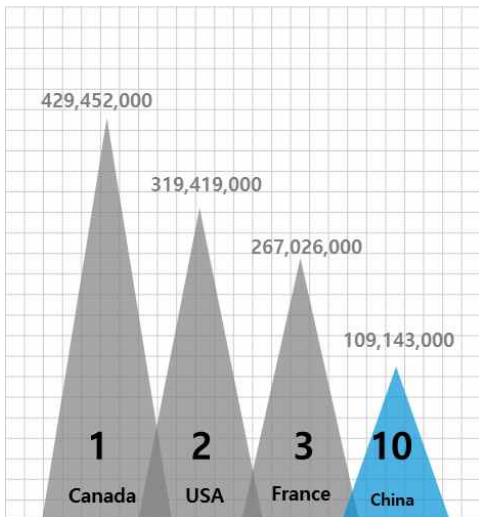
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 중국 수입통계
4. 중국 시장규모 및 성장률

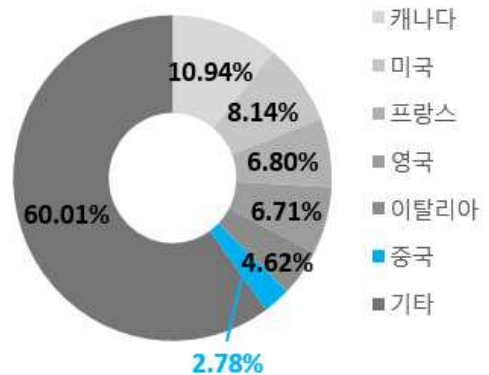
시장통계 OVERVIEW



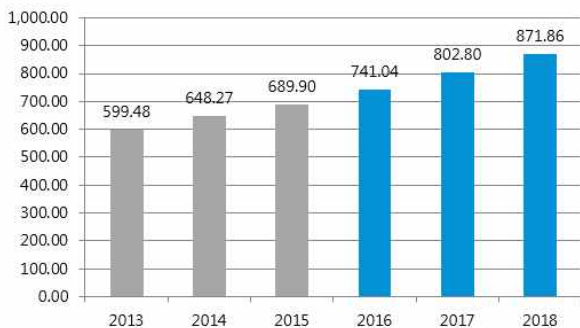
▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 중국 시리얼 제품 시장 규모, 백만 US달러 기준



※ 2016 ~ 2018년은 전망치

글로벌 수입 규모 1위, 캐나다
중국, 글로벌 수입 10위
중국 수입상대국 한국, 3위
2015년 기준 중국 시리얼 제품
시장 규모 6억 8,990만 달러

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

시리얼 제품, HS CODE 1904.10에 해당

글로벌 수입 통계 및 중국 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 중국 관세청(www.customs.gov.cn)에서 상세 HS CODE 확인이 가능함

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1904.10
중국 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1904.10.00
중국 시장 규모 및 성장률	Cereals

표 1.2 중국 시리얼 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 [예: 콘 플레이크]과 낱알 모양이나 플레이크 모양인 곡물(옥수수는 제외)과 그 밖의 가공한 곡물
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품
	1904.10.9000	기타
중국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 [예: 콘 플레이크]과 낱알 모양이나 플레이크 모양인 곡물(옥수수는 제외)과 그 밖의 가공한 곡물
	1904.10.00	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

2. 글로벌 수입통계

글로벌 시리얼 제품¹⁾ 연평균 성장률²⁾ -1.83%

2015년 글로벌 시리얼 제품 수입액은 39억 2,464만 9,000달러로 2013년부터 3년간 연평균 성장률 -1.83% 기록함. 시리얼 제품 수입 1위 국가는 캐나다로, 2015년 기준 4억 2,945만 2,000달러를 수입하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 13.73% 증가함

2015년 기준 중국의 시리얼 제품 수입액은 1억 914만 3,000달러로 글로벌 순위 10위를 차지함. 중국 최근 3개년 연평균 성장률 40.11%를 기록함

중국, 2015년 對글로벌 시리얼 제품 수입액 비중 2.78%

2015년 기준, 중국의 시리얼 제품 수입액은 전체 중 2.78%를 차지하는 것으로 파악됨. 가장 큰 비중을 차지하는 캐나다는 10.94%로 나타남

표 1.4 글로벌 시리얼 제품(HS CODE 1904.10) 수입 규모

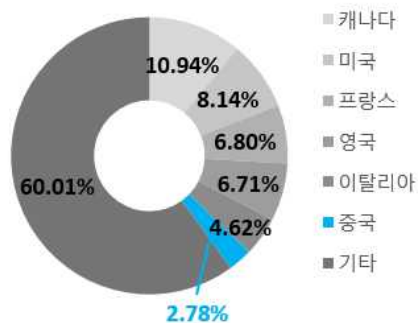
(단위 : US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015 ³⁾	2013 ~ 2015 연평균성장률
글로벌	4,072,435,000	4,148,120,000	3,924,649,000	-1.83
1 캐나다	332,038,000	380,720,000	429,452,000	13.73
2 미국	387,846,000	373,204,000	319,419,000	-9.25
3 프랑스	263,086,000	267,894,000	267,026,000	0.75
4 영국	224,656,000	239,010,000	263,430,000	8.29
5 이탈리아	210,332,000	209,884,000	181,329,000	-7.15
10 중국	55,595,000	71,511,000	109,143,000	40.11

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.1 국가별 시리얼 제품(HS CODE 1904.10) 수입규모 비중 (2015년)

(단위 : %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

1) 시리얼 제품에 대한 HS CODE가 국가별로 상이한 부분이 있어, 상위항목인 HS CODE 1901.10으로 국가별 시리얼 제품 수입 현황을 분석함(아래 표 참고)

2) 연평균 성장률 = 최신폭최초연도^(1/n-1개년)-1

3. 중국 수입통계

대만과 미국, 높은 수입 규모 비중 차지

중국의 2015년 기준 글로벌 시리얼 제품 수입액은 1억 914만 달러로, 2013년 ~ 2015년 3개년 연평균 성장률 40.13%로 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

수입 상대국 1위는 대만으로, 2015년 기준 중국 수입에서 대만의 비중이 17.97%를 차지하는 것으로 나타남. 2위인 미국도 유사한 점유율로 17.53%를 점유하여, 두 국가에서 중국의 시리얼 제품 수입이 가장 활발하게 이루어지고 있는 것으로 파악됨

한국산 제품 수입액 기준 3위 차지

2015년 중국의 한국산 시리얼 제품 수입액은 3위이며, 1,205만 3,000 달러로 집계됨. 2015년 기준 중국의 시리얼 제품 수입은 대만, 미국, 한국 등 어느 한 국가의 독점이 없이 다양한 국가로부터 수입이 이루어지고 있는 것으로 파악됨

표 1.5 중국 시리얼 제품(HS CODE 1904.10.00) 수입 규모

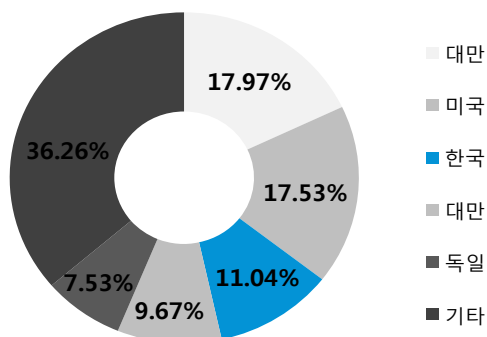
(단위 : US 달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2015 시장점유율
글로벌	55,581,000	71,586,000	109,143,000	100.00
1 대만	4,076,000	5,294,000	19,618,000	17.97
2 미국	15,719,000	18,941,000	19,129,000	17.53
3 한국	5,801,000	7,928,000	12,053,000	11.04
4 태국	7,981,000	8,746,000	10,549,000	9.67
5 독일	6,077,000	6,868,000	8,214,000	7.53

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.2 국가별 시리얼 제품(HS CODE 1904.10.00) 수입규모 비중 (2015년)

(단위 : %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

4. 중국 시장규모 및 성장률

중국 시리얼 제품(Cereals) 시장, 꾸준한 성장세

시장조사 전문기관인 Canadean Intelligence의 조사에 따르면 중국의 시리얼 제품(Cereals) 시장 규모는 2013년 5억 9,948만 달러에서 점차 증가하여 2015년에는 6억 8,990만 달러를 기록하였음. 2013년부터 2015년까지 3개년 연평균 성장률은 7.28%로 상승세를 보이고 있음

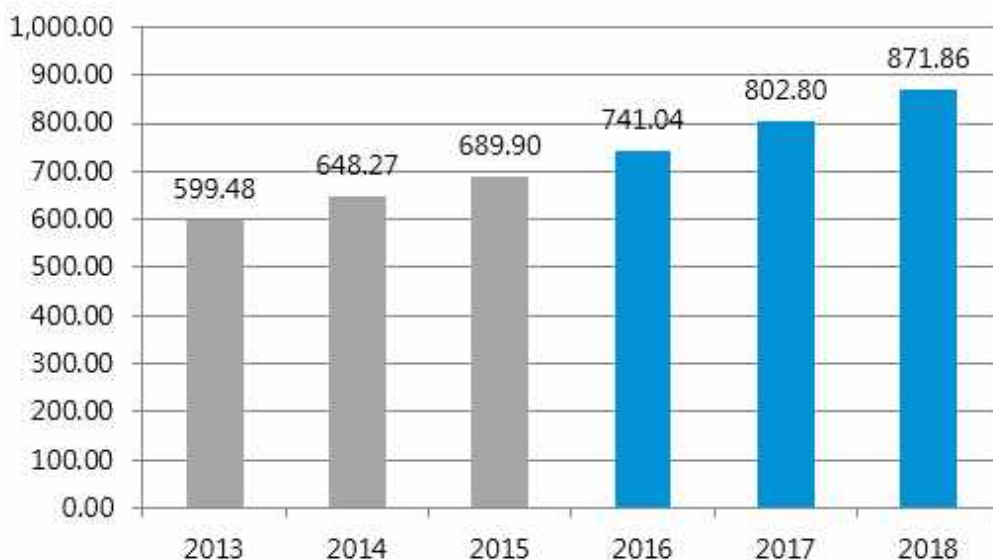
중국 시리얼 제품(Cereals) 시장 성장 전망

Canadean Intelligence는 중국의 시리얼 제품(Cereals) 시장이 2016년 ~ 2018년 3개년 연평균 8.47%의 성장률을 기록하며, 2018년까지 8억 7,186만 달러 규모로 성장할 것으로 예측함

중국인들 사이에 영양 밸런스, 편의성을 갖춘 음식에 대한 수요가 늘면서 중국 시리얼 제품 시장은 높은 성장률을 유지할 전망이다. 또한 경제가 발전하면서 중국 도시인들의 생활 패턴이 빨라지고 있고, 이러한 점 때문에 시리얼로 아침 식사를 대신하는 중국 도시인들이 크게 증가하고 있음

그래프 1.3 중국 시리얼 제품 (Cereals) 시장규모

(단위 : 백만 US 달러)



출처 : Canadean intelligence(intelligence.canadean.com)

※ 2016년~2018년은 전망치



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“간편하고 영양 밸런스를 맞추는 식단 선호도 높아”

- 중국인들은 영양 밸런스를 갖춘 식단에 관심이 높음
- 시리얼은 도시화로 바쁜 생활을 영위하는 중국 현대인들의 간편한 아침 식사로 각광받고 있음

“중국 수입식품 규모 폭발적으로 성장 중”

- 중국에서는 식품안전 사고가 잇따르면서 수입 식품이 소비자 사이에서 큰 인기를 끌고 있음

소비 트렌드

“화이트칼라의 20-30대가 주요 소비층”

- 중국 시리얼 주요 소비군은 바쁜 도시 생활을 영위하는 화이트칼라 직군임
- 연령별로는 20~30대가 가장 많음

“그레놀라 시리얼을 직접 만들어 먹기도”

- 중국에서는 그레놀라를 직접 구워 건강식을 만드는 레시피 및 요리 동영상이 요리 블로그, SNS 등에 소개되는 경우가 많음

제품 트렌드

“중국 시리얼, 가열형과 인스턴트 형으로 나뉘어”

- 중국에서는 가열형 시리얼이 전체 시장 내 80% 이상일 정도로 다수를 차지하는 것으로 알려짐

“말린 과일 및 비타민 첨가한 건강형 제품 다수”

- 말린 과일, 다양한 영양소 첨가제를 추가한 시리얼 제품이 다수 판매 중임

정책 트렌드

“AQSIQ 등록 필수”

- 2012년 10월부터 중국에 식품을 수출하는 모든 업체는 AQSIQ 등록 절차를 거쳐야 함

“중국 정부, 제과류 미생물 기준 완화”

- 중국 베이징에서 열린 제 7차 ‘한·중식품기준전문가 협의회’를 통해 중국 정부가 ‘제과류’의 세균 수 기준을 개정

1. 시장 메가 트렌드

간편하고 영양 밸런스를 맞추는 식단 선호도 높아

중국은 빠른 도시화와 생활 수준의 향상으로 중국의 식품시장 규모가 증가세를 보이고 있음. 또한 중국인들의 소득 수준이 증가하면서 건강에 대한 관심도 나날이 높아지고 있음. 이러한 가운데 바쁜 생활 내에서 식사를 해결하면서도 건강을 챙길 수 있는 식단에 대한 관심이 높아지고 있음

한편, 현재 중국사회에는 영양이 부족하거나 영양이 과다하거나 두 가지 극단적인 건강 상태의 사람들이 늘면서 영양밸런스를 갖춘 식단이 선호되고 있음

시리얼은 영양 밸런스를 잡아주는 장점이 있고 도시화로 바쁜 생활을 영위하는 중국 현대인들에게 간편한 아침 식사로 각광을 받고 있음

중국 수입식품 규모 폭발적으로 성장 중

중국에서는 식품안전 사고가 잇따르면서 안전한 수입식품이 소비자 사이에서 큰 인기를 끌고 있음. 또한 징둥왕 티엔마오, 타오바오, 중량위마이왕, 예마이왕, 이하오디엔 등 대형 온라인 쇼핑 사이트도 수입식품 취급을 늘리고 있음

KOTRA 중국 현지 무역관에 따르면, 2015년 기준 중국 식품 수입 규모는 562억 달러로 2006년의 110억 달러 대비 411% 성장함. 또한 미국 식품공업협회는 2018년 중국 수입식품 시장규모가 약 770억 달러로 세계 최고 규모를 기록할 것으로 내다보고 있음

올해에는 호주의 시리얼 ‘위트빅스’가 중국에서 사재기 현상이 발생할 만큼 대유행을 한 바 있음. 이는 방송을 통한 인지도 향상도 원인이 있지만, 그 저변에는 중국 내 수입식품에 대한 뿌리깊은 선호도가 영향을 미쳤다는 분석임

식품 안전성과 더불어, 바쁜 생활 패턴에 알맞은 간편함과 영양밸런스를 갖춘 건강한 식품임을 강조한다면 중국 현대인들의 식품 니즈를 충족할 수 있을 것으로 보임

표 2.1 중국에서 큰 인기를 끈 호주 시리얼 ‘위트빅스’



2. 소비 트렌드

화이트칼라의 20-30대가 주요 소비층

시장 조사 전문 기관 AC닐슨에 따르면, 시리얼 제품은 현재 노령층 외 모든 중국 소비자들에게 인지도가 높은 식품임. 주요 소비군은 바쁜 도시 생활을 영위하는 화이트칼라 직군이며 연령별로는 20~30대가 가장 많음. 인스턴트 시리얼 제품에서 어린이가 주요 소비자이며 전체 시리얼 제품 시장의 11% 정도를 차지하는 것으로 추산함

지역별로는 중국 동부, 북부, 남부 등 라이프스타일의 변화가 빠르며 소비자 수용력이 높은 지역에 소비가 집중됨. 가열형 시리얼 제품은 동부, 북부, 동북, 남부시장에 집중되어 있고 인스턴트 시리얼 제품은 동부지역 소비가 40% 이상으로 여타 지역보다 많이 소비하고 있음

그레놀라 시리얼, 직접 만들어 먹기도

중국에서는 그레놀라 시리얼을 시판 중인 제품으로도 섭취하지만, 직접 원재료를 구입해 그레놀라 시리얼을 만들어 먹는 경우도 있음. 중국에서는 곡류를 직접 구워 견과류, 꿀, 계피, 말린 과일 등을 섞어 건강식을 만드는 레시피 및 요리 동영상 요리 블로그, SNS 등에 소개되는 경우가 많음

해당 레시피를 통해 그레놀라 시리얼은 온 가족이 다 같이 먹을 수 있는 영양이 풍부한 음식, 오랫동안 저장할 수 있는 먹기 편리한 음식 등으로 소개되고 있으며, 건강식에 관심이 많은 중국의 네티즌들로부터 많은 호응을 얻고 있음

표 2.2 중국 요리 정보 사이트에 소개된 그레놀라 시리얼 레시피

格兰诺拉燕麦片 Homemade Granola的做法

1 准备食材



2 量杯量勺



6 麦片烤好后趁热拌入水果干，放凉后即可食用。



7 早餐时麦片配牛奶非常健康。



출처 : Xiachufang(www.xiachufang.com)

3. 제품 트렌드

중국 시리얼 제품, 가열형과 인스턴트형으로 나뉘어

시장조사 전문기관 AC닐슨 조사에 따르면, 중국 시리얼 제품은 크게 가열형 제품과 인스턴트형 제품 2가지로 나누어 짐. 중국인의 식습관에는 가열형 제품이 더 알맞아 가열형 제품이 전체 시장 내 80% 이상일 정도로 다수를 차지하는 것으로 알려짐

또한 인스턴트형 제품 내에서도 일반 아동용 시리얼 제품이 2/3 정도 차지하며, 일반 가정형 시리얼 제품 시장 대비 2배 이상 시장 규모가 큰것으로 알려짐. 가열형 제품 내에서는 중국 로컬 브랜드의 점유율이 높으며, 영국 퀘이커 제품의 점유율 역시 높은 것으로 알려짐

인스턴트 시리얼 제품의 경우 네슬레, 켈로그 등 중국 내 생산지를 둔 외자재 구매 업체의 제품들이 시장을 장악하고 있는 것으로 알려짐

말린 과일 및 비타민 첨가한 건강형 제품 다수

중국 유통매장 현지조사에 따르면 시판 중인 시리얼 제품들은 밀, 쌀, 옥수수, 오트밀 등 다양한 곡류를 원재료로 하고 있음

그레놀라를 포함한 제품의 경우, 중국 내에서도 건강을 중요시 하는 트렌드에 맞추어 건강 지향형 제품으로 포지셔닝되어 있음. 또한 포도, 바나나, 베리류, 건포도 등 말린 과일을 그레놀라와 섞은 제품이 다수 시판되고 있음

말린 과일 외에 비타민B, 비타민C, 아연, 철분 등 다양한 영양소 첨가제를 추가하여 영양소 보충을 어필하는 제품들이 판매되고 있음

표 2.3 중국 유통매장에서 판매 중인 시리얼 제품

			
Poppies wheat chip	Rasin bran cereal	Crocant muesli	10 fruits muesli

출처 : 현지방문조사(Carrfour, RT-Mart 2016.10)

4. 정책 트렌드

AQSIQ 등록 필수⁴⁾

AQSIQ(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine)는 중화인민공화국국가질량감독검험검역총국으로, 상품의 품질·개량·수출입·상품의 상품검사·출입국 위생 검역·수출입 동식물 검역 및 품질인증 인정·기준화 등의 행정업무를 수행하는 기관임

2012년 10월부터 중국으로 식품을 수출하고자 하는 모든 업체는 AQSIQ 등록 절차를 거쳐야 함

수입업체를 통해서도 AQSIQ 등록이 가능하며 자세한 사항은 Registration System for Importers and Exporters of Imported Food(ire.eciq.cn)에서 확인 가능함. 등록절차 중 중국 수입업자에 대한 정보를 반드시 중국어로 작성 및 제출해야 하므로 중국 수입업체와 협력 관계를 견고히 맺어두는 것이 좋음

중국 정부, 제과류 미생물 기준 완화

기존에 중국에서는 ‘제과류’에 대한 엄격한 세균 수 기준(소 없는 과자 : 750cfu/g)을 적용하여 국내산 제과류의 중국 수출이 어려웠음

2016년 5월 25일, 중국 베이징에서 열린 제 7차 ‘한-중 식품기준 전문가 협의회’를 통해 중국 정부가 ‘제과류’의 세균 수 기준을 개정함에 따라 한국 제과류의 對중국 수출이 더 수월해 짐

중국 내 제과류 미생물 규제 개정 전 및 개정 후 기준치는 표 2.4와 같음. 통관 검역 시 5개의 검체에서 세균이 모두 10,000이하 검출되는 경우 기준치 적합 판정이 내려짐. 5개의 검체 중 2개까지는 세균이 100,000이하 검출되는 경우에도 적합 판정을 받게 됨

표 2.4 중국 내 제과류 미생물 기준

항목	국가	개정 전	개정
세균수	중국	750 cfu/g(소 없는 과자 기준)	n=5, c=2, m=10,000, M=100,000 (고시: '15.09.22, 시행: '16.09.22)
	한국	10,000 cfu/g 이하	n=5, c=2, m=10,000, M=50,000 (고시: '16.03.31, 시행: '17.04.01)

4) EU SME, 'The Food and Beverage in China', 2015.07



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

현지조사 시 확인된 제조사 : SCHNEEKOPPE, bio-familia, Kellogg's, Nestle 社
 온라인 스토어 조사 시 확인된 제조사 : Kellogg's, Nestle

#1. Kellogg's

기업유형	제조업	설립년도	1854년	
취급 품목 유형	시리얼, 과자류	홈페이지	www.kelloggs.com	
관련 제품	 <p>시리얼, 과자, 쿠키, 크래커 등</p>			

#2. Nestle

기업유형	제조업	설립년도	1905년	
취급 품목 유형	시리얼, 음료 등	홈페이지	www.nestle.com	
관련 제품	 <p>음료, 커피, 냉동식품, 시리얼</p>			

#3. SCHNEEKOPPE

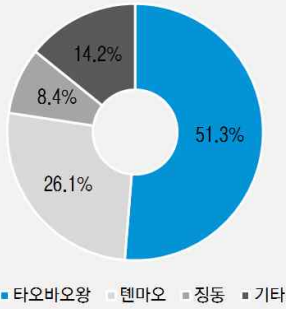
기업유형	제조업	설립년도	1927년	
취급 품목 유형	시리얼, 과자류	홈페이지	www.schneekoppe.com	
관련 제품	 <p>음료, 과자, 시리얼, 스프</p>			

#4. bio-familia

기업유형	제조업	설립년도	1954년	
취급 품목 유형	곡물 가공품	홈페이지	www.bio-familia.com	
관련 제품	 <p>곡물 가공품, 식사 대체품</p>			

1. 경쟁사 선정

중국내 온라인쇼핑몰 점유율(2014년 기준)



출처 : CNNIC(중국인터넷정보센터)

경쟁사 선정 방법

- ① 현지조사 시 확인된 제조 기업
- ② 중국 온라인 스토어 내 제품 유통 중인 기업

중국 온라인 스토어 내 판매량 1,2위 기업, 현지 유통매장에서 중복되는 제품의 제조사

중국 온라인 스토어 점유율 상위 2개社(Taobao, Tmall)를 대상으로 해당 사이트에서 판매되는 시리얼 제품 중 판매량이 높은 2개社를 도출함

추가로 중국 현지유통매장에서 판매되고 있는 제품의 경쟁사를 확인하기 위해 유통매장에서 중복으로 판매되고 있는 제품의 제조사 2곳을 경쟁사로 선정함

표 3.1 중국 온라인스토어 내 유통제품 도출

조사 키워드(Keyword)	谷类, 燕麦, muesli
온라인 스토어	Taobao(www.taobao.com) Tmall(www.tmall.com)

표 3.2 중국 시리얼 제품 유통제품 도출

현지 방문 조사기업	bio-familia, SCHNEEKOPPE, Kellogg's, HAHNE, Venosta, Nestle	
온라인 스토어 조사기업	Taobao	The museli company, Kellogg's, Quaker, Nestle
	Tmall	Kellogg's, Quaker, Calbee, Sea Mild(西麦)

2. 경쟁사별 현황 파악



Kellogg's

1854년 설립된 이래 ‘건강한 세상을 만든다’ 는 신념으로 계속해서 제품을 개발하고 있음. 세계 최초로 시리얼을 만든 회사이며 한국에는 1980년 농심과의 합작투자로 ‘농심 켈로그’ 라는 회사를 설립해 제품을 판매하고 있음







시리얼 뿐 아니라 과자, 쿠키, 크래커 등을 판매하고 있으며 26개의 브랜드를 보유함. 18개국에 지사를 두고 180개국에 제품을 수출하고 있음

표 3.3 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	시리얼, 과자, 쿠키, 크래커
설립년도	1854년
대표전화	+1-800-962-1413
주소	Kellogg's Consumer Affairs, P.O. Box CAMB, Battle Creek, MI 49016
홈페이지	www.kelloggs.com

출처 : Kelloggs(www.Kelloggs.com)

표 3.4 제품 소개

과자류			
	뉴트리그레인 하베스트 바	팝 타르트	시슬트 크래커 칩
시리얼			
	콘플레이크	프룻룹스	스페셜케이 그레놀라

출처 : Kelloggs(www.Kelloggs.com)

2. 경쟁사별 현황파악



Nestlé

Nestlé는 스위스에서 설립된 식품 제조기업으로 음료, 유제품, 식재료 및 시리얼 등을 제조하여 판매함. 2015년 매출은 887억 8,500만 스위스 프랑이며 335,000명을 고용하고 있음

주력 제품군은 분말음료 등이며 시리얼 제품의 경우 General Mills와의 합작회사인 CPW(Cereal Partners WorldWide)를 설립해 130개국에 시리얼을 판매하고 있음

표 3.5 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	음료, 커피, 냉동식품, 시리얼
설립년도	1905년
대표전화	+41-21-924-1111
주소	Nestlé S.A., Avenue Nestlé 55, 1800 Vevey, Switzerland
홈페이지	www.nestle.com

출처 : Nestlé(www.nestle.com)

표 3.6 제품 소개

음료류			
	네스카페 커피메이트	네슬레 마일로	네스티
시리얼			
	치리오스	피트니스	허니골드플레이크

출처 : Nestlé(www.nestle.com)

2. 경쟁사별 현황파악



SCHNEEKOPPE

독일의 식품가공품 제조기업으로 식사대체 음료, 글루텐 프리 식품 등 건강하고 자연적인 식품을 만들고자 함. 식사류, 주스, 식재료 및 뮤즐리 제품을 주로 제조하고 있음

온라인 스토어를 운영하고 있으며 미국, 아시아, 스페인, 터키, 독일, 호주 등 30개국에 제품을 수출하고 있음

표 3.7 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	음료, 과자, 시리얼, 스프 등 가공식품
설립년도	1927년
대표전화	+49-4181-6828-0
주소	Schuetzenstrasse 31 A, 21244 Buchholz, Germany
홈페이지	www.schneekoppe.com

출처 : SCHNEEKOPPE(www.schneekoppe.com)

표 3.8 제품 소개

과자류			
	유기농 쌀과자 7-Cereals	크리스피 스낵 초콜릿	뮤즐리 바 사과-배
시리얼			
	베리 뮤즐리	과일 뮤즐리	허니골드플레이크

출처 : SCHNEEKOPPE(www.schneekoppe.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

bio-familia



스위스 기업인 bio-familia는 1954년 스위스에서 설립되었으며, 1998년 스위스 최초로 BRC식품 인증을 받고 2013년 ISO9001을 취득함. 금속탐지기와 비GMO선언 등을 강조하며 친환경적이고 건강한 제품 공정을 고수하고 있음

스포츠용, 유아용 등 건강한 곡물 가공품을 제조하고 있으며 Coop Natureplan이라는 자사 제품라인을 통해 유기농 제품을 판매하고 있음

표 3.9 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	곡물 가공품, 식사 대체품
설립년도	1954년
대표전화	+41-41-666-25-55
주소	bio-familia AG, Brüningstrasse 141, CH-6072 Sachseln, Switzerland
홈페이지	www.bio-familia.com

출처 : Familia(www.bio-familia.com)

표 3.10 제품 소개

시리얼			
	신선 뮤즐리	유아용 뮤즐리	프룻x 뮤즐리-딸기
			
	유기농 뮤즐리	기능성 뮤즐리-바디 밸런스	초코 크런치 뮤즐리

출처 : Familia(www.bio-familia.com)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 원료 정보
5. 현지조사 데이터








경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

제품 분석 결과



출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

분석 제품 상세

			
kellogg's corn flakes	cheerios	corn flakes	traditional cereal
			
granola	cereal	nutri grain	

분석 지표 : 용량, 중량 당 가격, 포장형태, 유통기한, 원료

분석 제품 : 현지 매장 방문 조사를 통한 7개 제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 확인으로, 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

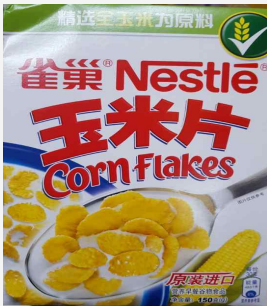
경쟁 제품



kelloggs corn flakes



cheerios



corn flakes



traditional cereal

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Walmart	wuwei Road , NO 1178 , putuo District , shanghai	2016.10
Carrefour	fengxiang Road No.3178. nanxiangzhen jiadingDistrict shanghai	2016.10
RT-Mart	south moyu Road , NO1055 , jiatinghuiPlaza , jiading District , shanghai	2016.10

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

1. 분석 제품 및 기준



표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
kellogg's corn flakes	Kellogg's
cheerios	Nestle
corn flakes	Nestle
traditional cereal	bio-familia
granola	Kellogg's
cereal	SCHNEEKOPPE
nutri grain	Kellogg's

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 100g당 가격 (위안), 포장형태, 원료정보, 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

2. 가격 정보

중국 내 유통되는 그래놀라 시리얼류 100g당 평균 가격 10.6중국 위안⁵⁾

최종 도출된 7개의 경쟁 제품 모두 용량의 단위가 그램(g)으로 표기되어 있음

경쟁제품들의 평균 용량은 319.3g으로 나타났으며, 100g당 평균 가격은 10.6위안인 것으로 파악됨

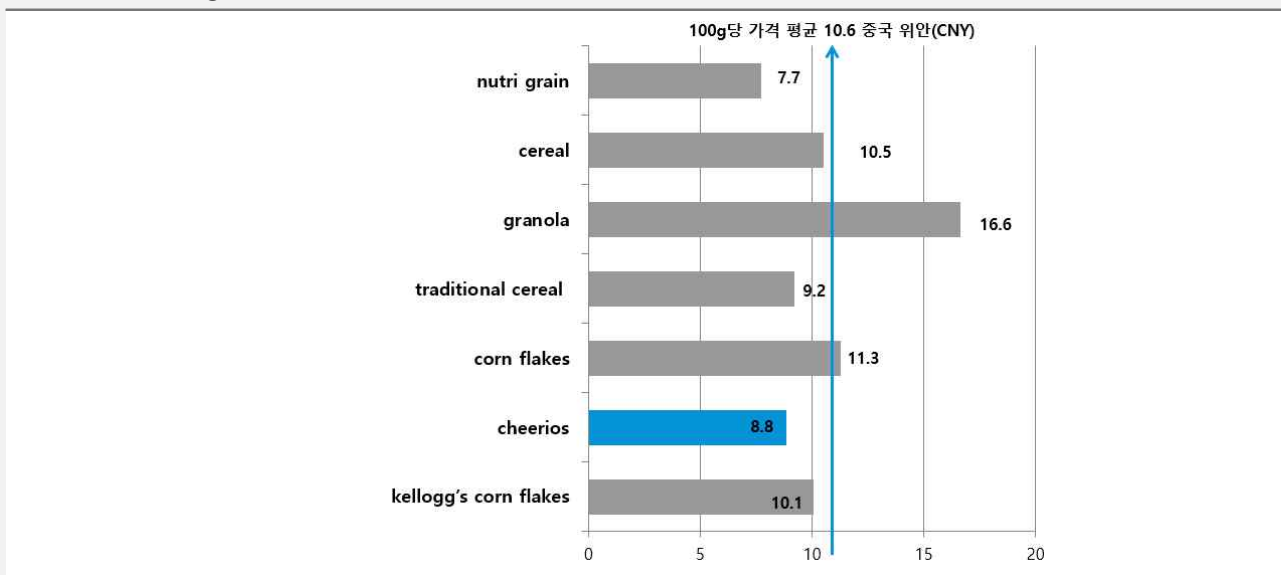
경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 SCHNEEKOPPE의 cereal제품이었으며 100g당 가장 높은 가격을 보인 제품은 Kellogg's의 granola 제품이었음

표 4.3 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(위안)	100g 당 가격(위안)
kellogg's corn flakes	175	17.6	10.1
cheerios	300	26.5	8.8
corn flakes	150	16.9	11.3
traditional cereal	340	31.3	9.2
granola	210	34.9	16.6
cereal	750	79.0	10.5
nutri grain	310	23.9	7.7

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

그래프 4.1 100g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

5) 1위안 = 168.44원(KEB 하나은행 고시 기준, 2016.11.07)

3. 포장용기 정보








분석 제품 모두 종이박스 사용

실제 판매 중인 경쟁 제품 7개 중 모두 종이박스 용기를 사용하는 것으로 조사됨. 이는 경제적이고 사용하기 간편하며 용도가 다양한 종이박스를 시리얼 포장용기로 많이 활용한다는 것을 알 수 있음

유통기한은 개월 수가 아닌 만기일자 표기








중국 현지자료조사 결과, 경쟁제품의 유통기한은 개월 수가 아닌 만기일자 표기 방식을 채택하고 있음. 날짜로 표기된 경우, 해당 유통업체 방문일자를 고려하여 유통기한 정보를 추정은 가능하나, 제조일자 정보를 확인할 수 없어 정확한 유통기한은 알 수 없음

표 4.4 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

종이 상자						
						
kellogg's corn flakes	cheerios	corn flakes	traditional cereal	granola	cereal	nutri grain

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

표 4.5 경쟁제품 유통기한 비교

제품명	kellogg's corn flakes	cheerios	corn flakes	traditional cereal	granola	cereal	nutri grain
이미지							
표기방법	만기일자	만기일자	만기일자	만기일자	만기일자	만기일자	만기일자
실표기	2017년 03월 15일	2017년 03월 14일	2017년 03월 14일	2017년 06월 15일	2017년 09월 10일	2017년 10월 10일	2017년 07월 15일

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

4. 원료 정보

시리얼류에 포함된 원료 분석

원료 분석 결과, 7개 제품 모두 곡류가 포함된 것으로 나타났으며 대부분 비타민 원료를 함유하고 있었음

또한, 가장 곡류가 적게 들어가는 제품은 kellogg's의 kellogg's corn flakes 제품으로 곡류가 옥수수 밖에 포함되어 있지 않았음

가장 많은 과일류가 함유된 제품은 SCHNEEKOPPE의 cereal 제품으로 5개 이상의 과일류가 함유되어 있을 뿐 아니라 옥수수, 귀리, 호밀같이 다양한 곡류를 함유하고 있음

표 4.6 제품별 원료 비교

제품명	원료
kellogg's corn flakes	옥수수 (69 %), 설탕, 맥아 추출물, 비타민 A, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6, 비타민 B12, 비타민 C, 니아신, 엽산, 철, 아연, 산화방지제
cheerios	시리얼, 설탕, 무기질, 식물성 기름, 소금, 니아신, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 식용 에센스, 우유, 계란, 곡물 51.7 %, 쌀가루 25.4%, 밀가루 17.6%, 귀리 분말 5.9 %, 보리 가루 2.7%
corn flakes	옥수수 가루 27.5 %, 설탕, 미네랄, 소금, 맥아 추출물, 글루코오스 시럽, 식품 첨가물, 니아신, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 아몬드, 헤이즐넛, 우유, 밀, 콩
traditional cereal	귀리, 밀가루 플레이크, 해바라기씨유, 백설탕, 곡물 가루, 건포도, 코코넛, 헤이즐넛, 꿀, 포도당, 맥아, 식용 소금
granola	시리얼 (귀리, 옥수수, 쌀, 밀) 70 %, 말린 과일 (포도, 바나나, 딸기, 블루베리) 13.5 %, 설탕, 팜유, 코코넛 소, 옥수수 시럽, 맥아 추출물, 소금, 꿀, 향료
cereal	말린 과일 (포도, 무화과, 사과, 바나나, 배, 파인애플, 살구, 복숭아, 자두, 딸기), 오토밀, 옥수수, 밀, 호밀, 비타민 C, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산
nutri grain	오토밀 가루, 설탕, 옥수수 가루, 아몬드 가루, 소금, 꿀, 베이킹소다, 비타민 C, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 철, 니아신, 아연, 산화방지제

출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10)

5. 현지조사 데이터

현지 조사 정보


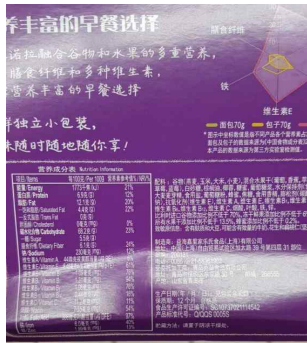

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업자 정보를 다음과 같이 제공함

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	업체명	kellogg's corn flakes	Nestle
	제품명	Kellogg's	cheerios
	원산지	태국	중국
	중량(g)	175	300
	100g 당 가격(위안)	10.1	8.8
	포장형태	종이상자	종이상자
	구성성분	옥수수 (69 %), 설탕, 맥아 추출물, 비타민 A, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6, 비타민 B12, 비타민 C, 니아신, 엽산, 철, 아연, 산화 방지제	시리얼, 설탕, 무기질, 식물성 기름, 소금, 니아신, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 식용 에센스, 우유, 계란, 곡물 51.7 %, 쌀가루 25.4%, 밀가루17.6%, 귀리 분말 5.9 %, 보리 가루 2.7%
유통기한 (만기일자)	2017년 03월 15일	2017년 03월 14일	
취급처 및 판매확인매장	Walmart		

5. 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	업체명	Nestle	bio-familia
	제품명	corn flakes	traditional cereal
	원산지	중국	스위스
	중량(g)	150	340
	100g 당 가격(위안)	11.3	9.2
	포장형태	종이상자	종이상자
	구성성분	옥수수 가루 27.5 %, 설탕, 미네랄, 소금, 맥아 추출물, 글루코오스 시럽, 식품 첨가물, 니아신, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 아몬드, 헤이즐넛, 우유, 밀, 콩	귀리, 밀가루 플레이크, 해바라기씨유, 백설탕, 곡물 가루, 건포도, 코코넛, 헤이즐넛, 꿀, 포도당, 맥아, 식용 소금
유통기한 (만기일자)	2017년 03월 14일	2017년 06월 15일	
취급처 및 판매확인매장	Walmart	Carrefour	

5. 현지조사 데이터

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	업체명	Kellogg's	SCHNEEKOPPE
	제품명	granola	cereal
	원산지	중국	독일
	중량(g)	210	750
	100g 당 가격(위안)	16.6	10.5
	포장형태	종이상자	종이상자
	구성성분	시리얼 (귀리, 옥수수, 쌀, 밀) 70 %, 말린 과일 (포도, 바나나, 딸기, 블루베리) 13.5 %, 설탕, 팥유, 코코넛 소, 옥수수 시럽, 맥아 추출물, 소금, 꿀, 향료	말린 과일 (포도, 무화과, 사과, 바나나, 배, 파인애플, 살구, 복숭아, 자두, 딸기), 오트밀, 옥수수, 밀, 호밀, 비타민 C, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산
유통기한 (만기일자)	2017년 09월 10일	2017년 10월 10일	
취급처 및 판매확인매장	RT-Mart		

5. 현지조사 데이터

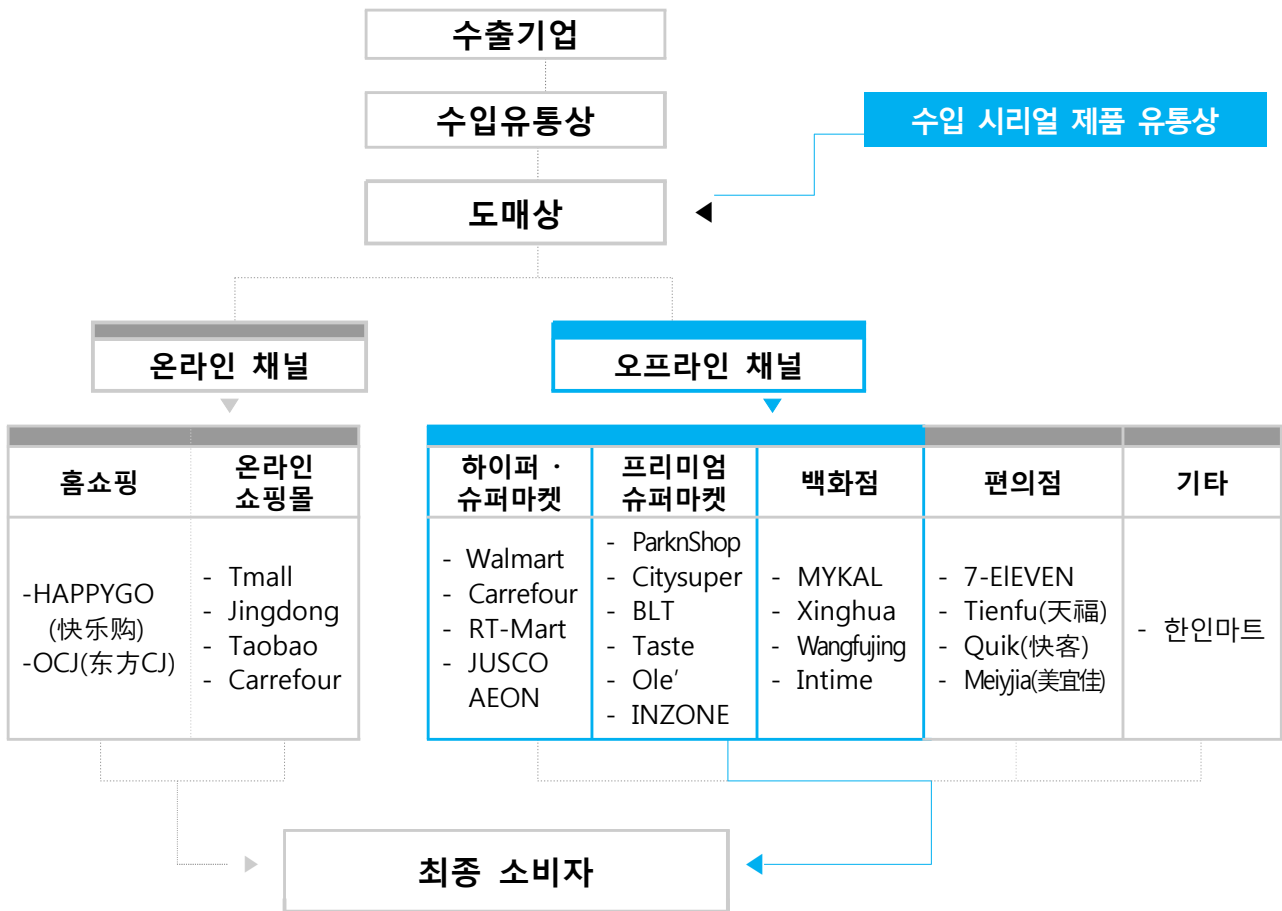
구분		제품 #7
제품 이미지	제품 앞면	
	제품 뒷면	
제품스펙	업체명	Kellogg's
	제품명	nutri grain
	원산지	태국
	중량(g)	310
	100g 당 가격(위안)	7.7
	포장형태	종이상자
	구성성분	오트밀 가루, 설탕, 옥수수 가루, 아몬드 가루, 소금, 꿀, 베이킹소다, 비타민 C, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 철, 나이아신, 아연, 산화방지제
유통기한 (만기일자)	2017년 07월 15일	
취급처 및 판매확인매장		RT-Mart



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



*출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, RT-Mart, 2016.10) 및 온라인 조사

유통구조 유형	설명
프리미엄 슈퍼마켓	중·상류층의 고객을 타깃 군으로 하여 고가의 제품들을 판매하고 있으며, 매장 내 수입 제품에 대한 비중이 타 매장에 비해 높음. 홍콩과 같은 대도시를 중심으로 위치해 있음
온라인 쇼핑몰	중국 온라인 B2B, B2C 시장의 강자인 알리바바의 등장과 함께 매년 3억 명 이상의 이용자가 이용하는 구매 플랫폼으로 신선식품부터 가공식품까지 다양한 제품을 판매하고 있음
홈쇼핑	수입제품에 대한 판매가 활발히 진행되고 있는 플랫폼으로 프리미엄 제품 위주로 판매하고 있음. 식품은 아직 물류상의 문제로 활발한 유통이 이루어지고 있지는 않음
편의점	권역별로 다양한 브랜드의 편의점이 존재함. 24시간 영업을 하며, 간편하게 먹을 수 있는 식품 위주를 판매하고 있음. 주류와 위생용품 등도 소량이지만 함께 판매하고 있음
하이퍼마켓·슈퍼마켓	하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 경우, 오프라인 채널 중에서는 가장 활발히 판매하고 있으며, 온라인 채널을 운영하는 업체도 있음
백화점	백화점에 입점해 있는 식품관은 고가의 제품을 판매하고 있으며 해당 채널의 경우, 수입제품을 다량 판매하고 있음. 신선식품의 경우도 일반 매장에서는 판매하지 않는 수입 채소류와 과일류를 판매하고 있음
기타	한인마트가 이에 해당됨. 제품은 다수 유통되고 있으나 주요 소비자가 한국인으로 진정한 중국 진출이라고 보기에 다소 무리가 있음

2. 추천 진출 경로

소매 유통채널

1) 프리미엄 슈퍼마켓

식료품 및 일용 잡화를 주로 판매하고 있는 매장으로 타깃 고객층이 중상류층의 고객임

2) 백화점

수입 브랜드를 판매하는 백화점이 최근 단순한 소비 공간에서 문화 공간으로 탈바꿈하고 있으며, 아이가 있는 가족단위의 손님들이 방문하고 있음. 해당 채널의 식품관에는 수입 식료품이 다수 판매되고 있기 때문에 분유도 수입제품으로 판매할 수 있을 것으로 사료됨

ROUTE #1. 프리미엄 슈퍼마켓

홍콩, 상해 등의 고소득 도시에서 강세

수입식품을 다수 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓이 고소득층이 많은 1선 도시를 중심으로 강세를 보이고 있음. 중·상류층의 소비자들을 타깃으로 하며, 해외 경험이 있는 젊은이들과 도시에 거주하는 직장인들도 해당 매장을 찾고 있음. 취급품목의 90%는 식품으로 구성되어 있으며, 그 중 30%정도가 수입 제품으로 구성되어 있음.⁶⁾ 세련되면서도 고급스러운 인테리어로 소비자들에게 쾌적한 쇼핑 환경을 제공함

최근 점포를 줄이고 경쟁사들 간의 인수합병이 이루어지고 있는 가운데 고소득층을 타깃으로 한 도심형 프리미엄 슈퍼마켓으로 사업방향을 전환하고 있는 업체들이 다수로 나타나고 있음⁷⁾

ROUTE #2. 백화점 식품관

백화점 요식업 비율 증가추세

백화점은 고급 패션 의류를 주로 판매하는 전통적인 오프라인 채널임. 하지만 최근 몇 년 사이 중국에서는 온라인 채널을 통한 구매가 증가하였고, 소비자들의 이런 수요에 따라서, 많은 백화점 매장이 문을 닫았음. 남아 있는 백화점의 경우, 매장 내 요식업 비중을 점차 늘리고, 영유아 제품과 교육기구 등을 늘리고 있어 상류층의 소비 공간에서 가족들의 문화 공간으로 탈바꿈하고 있음. 요식업 매장의 비율 증가와 먹거리를 중시하는 현지 소비자들을 위해 식품관의 수입 식품비율도 함께 증가할 것으로 사료됨

ROUTE #3. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

일부 대형매장 수입 식품 코너 운영

같은 유통업체를 모기업으로 하는 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 매장의 경우, 위치해 있는 도시나 구역에 따라 매장의 크기나 취급하고 있는 제품이 조금씩 다른 것으로 나타남. 특히 수입 제품 코너에서 판매 중인 수입품은 매장별로 다른 것으로 나타났음

6) 리테일 매거진, '위기에 강한 슈퍼마켓', 2012

7) 리테일 매거진, '신창타이 시대도래, 편의점은 나홀로 성장', 2015

3. 유통업체 담당자 인터뷰

대표 유통경로: 중국 내 대형 유통매장

인터뷰 대상 및 일시

시리얼 제품 취급 바이어

대상 인터뷰 진행(2016년 10월)

- 시리얼 제품 수입·유통업체
- 식품 수입 유통업체
- 아시아식품 유통업체

Q1. 시리얼 제품을 주로 어디로 납품하고 있는가?

“당사는 일본에서 시리얼 제품을 직수입하고 있으며, 중국 내 오프라인 매장, 홍콩 제품 종합매장, 무역유통회사, 온라인매장 등으로 해당 제품을 유통하고 있다.”

식품 수입유통업체 深圳市经典仁源贸易有限公司社
(심천시경전인원무역유한공사)
담당자와의 인터뷰 中, 2016.10

“당사는 시리얼 제품의 중국 총 대리상으로, 주로 마트, 백화점으로 해당 제품을 납품하고 있으며 자체 운영 중인 온라인 매장을 통해서도 유통하고 있다.”

식품 수입유통업체 宁波昕威美贸易有限公司社
(닝보흔위미무역유한공사)
인터뷰 中, 2016.10

“당사는 도매업자로서 마트, 백화점, 온라인매장 등의 유통채널을 보유하고 있다.”

식품 수입유통업체 厦门市心之味进出口有限公司社
(하문시심지미수출입유한공사)
인터뷰 中, 2016.10

“당사는 도매업자로서 중국 내륙, 홍콩, 마카오, 대만 등 중국 전역으로 시리얼 제품을 공급하고 있다.”

식품 수입유통업체 深圳市亨誉科技有限公司社
(심천시형예과학기술유한공사)
인터뷰 中, 2016.10

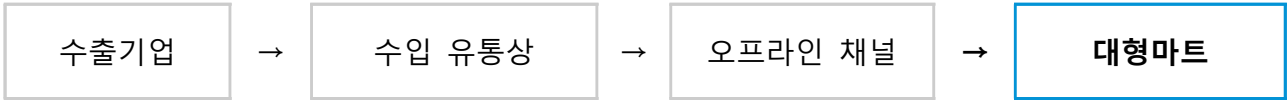


VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - Walmart
 - Carrefour
 - RT-Mart

유통 업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(대형마트)

No.	유통업체	특징
1	Walmart	세계에서 가장 큰 마트 유통기업이 갖는 체계적인 유통 시스템을 바탕으로 중국에 400개 이상의 점포를 보유. 현재 온라인과 오프라인 매장을 연계하는 O2O 서비스 플랫폼을 운영하고 있는 Walmart는 Yihaodian社의 물류력을 앞세워 중국 소비시장을 공략하고 있음
2	Carrefour	현지화 전략에 중점을 두고 약 2만여 개 현지 업체, 그리고 120만 농가와 협력하고 있음. 식품안전 문제에 높은 관심을 가지고 유통 사업을 진행하고 있으며, 소매 산업의 건전한 발전을 위해 사회활동 및 공공복지에 참여하여 4년 연속 중국 최고 외국 투자기업으로 선정됨
3	RT-mart	중국 고객의 특성과 수요에 대한 이해를 바탕으로 저렴한 가격을 주된 경쟁력으로 삼아 중국 시장에서 활약하고 있음. 현재 RT-Mart는 중국 내 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있으며 다양한 브랜드와 제품 라인업으로 소비자에게 긍정적인 반응을 얻고 있음
4	Yonghui(永輝超市)	중국 로컬 대형마트로, 대형 할인 마트와 슈퍼마켓이 주력 사업이며 보조 사업으로 편의점 가맹을 진행하고 있음. 2015년 상반기 기준 매출의 47%가 식품 및 일용품, 44.08%가 신선식품 및 가공식품으로 집계되어 전체 매출에서 식품의 비중이 매우 높음

주요 유통 업체 최신 이슈

유통업체	최신 이슈
Walmart 	알리바바 모바일 결제시스템인 '알리페이'를 도입함. 이를 통해 판매율이 6개월 전에 비해 2배 이상 성장하였으며, 올해 말 모바일 어플리케이션을 통한 해외직구 서비스를 출시할 예정
Carrefour 	핵심 공략 시장에 중화권 포함, 사업 형태를 다각화 하고 있음. 현재 Carrefour는 유럽, 중남미, 중화권 등 핵심 시장에 사업을 집중하고 있음. 특히 중국에서는 로컬 대형마트의 활약에 대응하여, 사업 포맷을 확장하는 모습을 보임
RT-Mart 	중국 소비자의 선호도가 높은 RT마트가 온라인 B2C 사이트 페이뉴왕을 오픈함. 페이뉴왕에서는 수입 제품을 따로 분류하여 한국, 일본 제품들을 판매하고 있음. 수입 카테고리에는 수입 음료, 건강 기능 식품, 유제품, 비스킷, 쌀, 사탕 등이 있음

출처 : 현지 매체 및 각 사 홈페이지 종합

1. 주요 유통 채널 개관

대형마트, 사업 형태 다각화를 통한 성장 전망

SK증권이 발표한 ‘2015년 중국 소매시장 정보’에 따르면 지난 2015년 중국 대형마트 시장은 약 7.6% 성장하였음. 중국은 본래 1선 도시 및 연안 도시 중심으로 유통 채널이 발달하였음. 하지만 최근 대형마트를 중심으로 오프라인 유통 채널들이 3, 4선 도시로의 사업 범위 확대를 지속하고 있는 것으로 조사됨

중국 대형마트들은 모바일 및 온라인을 통한 전자상거래 플랫폼 사업으로의 다각화도 꾀하고 있으며, 이로 인해 다른 오프라인 유통 업체와 비교하여 매출액 성장이 높을 것으로 전망됨

Canadean Intelligence에 따르면, 중국 식품 오프라인 유통업은 2018년까지 연평균 5.6% 성장할 전망이다. 한국이 그랬듯이 전통 시장은 축소되고 기업형 유통업이 시장을 잠식하는 추세가 강화될 것으로 예상됨. 중국 기업형 유통업에서 유망한 세부 업태는 편의점과 대형마트 등이 있음. 2018년까지 대형마트와 편의점의 연평균 성장률은 각각 8.9%, 8.7%를 기록할 것으로 전망됨

하기 그래프는 대형마트를 포함한 전체 소매업의 매출액 성장률 전망치로, 아시아 주요국 중 중국과 인도의 성장률이 월등히 높음을 확인할 수 있음

표 6.1 아시아 주요국 소매업 매출액 성장률 전망(2014)

(단위 : %)

국가명	2014	2015(E)	2016(E)	2017(E)	2018(E)
중국	8.8	8.7	8.6	8.0	7.9
홍콩	3.1	2.0	-1.0	0.4	1.3
인도	4.0	5.6	6.2	6.2	6.6
일본	0.2	0.0	0.3	0.4	0.6
싱가포르	1.7	2.5	2.9	2.4	2.9
한국	1.6	2.9	3.1	2.8	2.9
대만	2.9	2.5	2.4	2.7	2.3

출처: The Economist Intelligence Unit(www.eiu.com)

2. 주요 유통 채널 핫이슈

Walmart

모바일을 통한 온라인 쇼핑 시작

중국 월마트는 2015년 11월 중국 내 400여개 점포에 알리바바 모바일 결제시스템인 ‘알리페이’를 도입했다고 전함. 이를 통해 판매율이 6개월 전에 비해 2배 이상 성장하였으며, 올해 말 모바일 어플리케이션을 통한 해외직구 서비스를 출시할 예정임

또한 모바일 어플리케이션을 론칭함으로써 온라인, 오프라인, 모바일 등 모든 플랫폼을 활용하는 중국 최초의 유통업체의 반열에 오름. 모바일 어플리케이션 서비스는 현재 광저우 지역에서만 가능하지만 점차 확장할 예정임

Carrefour

핵심 공략 시장에 중화권 포함, 사업 형태 다각화

유럽, 중남미, 중화권 등 핵심 시장에 사업을 집중하고 있음. 특히 중국에서는 로컬 대형마트의 활약에 대응하여, 사업 포맷을 확장하는 모습을 보임

2014년 말 ‘이지 까르푸(Easy Carrefour)’를 탄생시키며 편의점 업계에 진출하였으며, 2015년에는 상하이로 거점으로 자체 온라인몰(carrefour.cn)을 오픈함. 한편 기존에 자체 오프라인 매장을 건설하는 데 주력했던 것과는 달리, 2015년 중국에서만 25개 매장이 문을 닫는 등 오프라인 매장은 축소 혹은 철수시키는 추세임

RT-Mart

'페이뉴왕' 전자상거래 사이트 진출

네티즌 설문조사 중 ‘향후 5년 안에 어떤 기업이 중국 소매 유통업체 중 최고가 될 것인가’라는 질문에 1위를 할 정도로 중국 소비자가 선호하는 RT마트가 온라인 B2C 사이트 페이뉴왕을 오픈함. 페이뉴왕에서는 수입 제품을 따로 분류하여 한국, 일본 제품들을 판매하고 있음. 수입 카테고리에는 수입 음료, 건강 기능 식품, 유제품, 비스킷, 쌀, 사탕 등이 있음

3. 유통업체별 개요 – Walmart

Walmart, 서비스 모바일 어플리케이션 운영

Walmart는 세계에서 가장 큰 마트 유통기업이 갖는 체계적인 유통 시스템을 바탕으로 중국에 400개 이상의 점포를 보유하고 있음. 현재 온라인과 오프라인 매장을 연계하는 O2O 서비스 플랫폼을 운영하고 있는 Walmart는 Yihaodian社의 물류력을 앞세워 중국 소비시장을 공략하고 있음. 모바일 어플리케이션도 개발하여 소비자들에게 더욱 가깝게 자사의 O2O 서비스를 어필하고 있음

표 6.2 매장 정보

기업 정보	순매출액	4,587억 달러(2015년 기준)	
	직원수	약 10만 명 이상	
	점포수	433개 ⁸⁾ (2015년 12월 31일 기준)	
	특징	자사 PB 브랜드 개발, O2O 서비스 플랫폼 및 어플리케이션 운영	
	주소	wuwei Road , NO 1178 , putuo District , shanghai	
	전화	+86-21-59579990	
주요 판매품목		과일, 생선류, 육류, 생필품 등	
한국제품 취급		김, 김치, 과자 등	
매장전경			
판매현황			

출처 : Walmart(www.wal-martchina.com), 현지방문조사(중국 Walmart, 2016.10)

8) Walmart는 Walmart와 Supercenter, Sam's Club이라는 포맷으로 중국 내 169개 도시, 19개 주, 2개 자치구, 4개의 지방 자치구역에 433개의 소매점포를 운영 중임

3. 유통업체별 개요 – Carrefour

Carrefour, 신선식품 및 수입상품에 초점

Carrefour는 1995년 중국에 진출하였으며, 현지화 전략에 중점을 두고 약 2만여 개 현지 업체, 그리고 120만 농가와 협력하고 있음. 식품 안전 문제에 높은 관심을 가지고 유통 사업을 진행하고 있으며, 소매 산업의 건전한 발전을 위해 사회활동 및 공공복지에 참여하여 4년 연속 중국 최고 외국 투자기업으로 선정됨

까르푸는 중국시장을 미래 까르푸 영업 확장의 중요한 거점으로 두고 있으며 발전 속도가 빠른 중소도시로 기업을 확장하고자 함

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	2015년 기준 870억 달러	
	직원수	2015년 기준 약 38만명	
	점포수	중국 내 236개 (동북 26/화북 41/화동 87/화남 29/화중 15/서남 35/서북 3)	
	기타 정보	모바일 및 온라인 소매 유통 시장 진출에 박차를 가하고 있으며, 기존 전자상거래 서비스와의 차별화를 위해 신선식품과 수입상품 분야에 초점을 맞추고자 함	
	주소	fengxiang Road No.3178. nanxiangzhen jiading Distric shanghai	
	전화	+86-21-39925252	
주요 판매품목	과일, 생선류, 육류, 생필품 등		
한국산 취급여부	김, 김치, 과자 등		
매장전경	 		
판매현황			

출처 : Carrefour(www.carrefour.com/cn), 현지방문조사(중국 Carrefour, 2016.10)




3. 유통업체별 개요 – RT-Mart

RT-Mart, 온라인 쇼핑몰 보유

대만의 룬타이그룹(潤泰集團)이 설립한 RT-Mart는 중국 고객의 특성과 수요에 대한 이해를 바탕으로 저렴한 가격을 주된 경쟁력으로 삼아 중국 시장에서 활약하고 있음. 최대 유통업체인 까르푸와 동일한 상품으로 저가의 경쟁력을 확보할 수 없다고 인식한 RT-Mart 내부비용 관리, 구매량 증대, 협상능력 제고, 공급업체와의 잦은 접촉으로 저가 상품 공급에 성공함

현재 RT-Mart는 중국 내 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있으며 다양한 브랜드와 제품라인업으로 소비자에게 긍정적인 반응을 얻고 있음

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	4,587억 달러(2015년 기준)	
	직원수	N/A	
	점포수	159개(2015년 기준)	
	특징	자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행, O2O 서비스 플랫폼 운영	
	주소	south moyu Road , NO.1055 , jiatinghuiPlaza , jiading District , shanghai	
	전화	+86-21-5782-5678	
주요 판매품목	과일, 생선류, 육류, 생필품 등		
한국제품 취급	김, 김치, 과자 등		
매장전경			
판매현황			

출처 : RT-Mart(www.rt-mart.com.cn), 현지방문조사(중국 RT-Mart, 2016.10),



VII. 통관 및 검역 정보

1. 통관 및 검역 절차
2. HS 코드 및 관세율
3. FTA 정보
4. 통관거부사례
5. 제출 서류

통관 및 검역 정보 OVERVIEW

절차	기간	비용	담당 기관	총 기간
통관 전 포장라벨 심의	신청	10일	지정 검험검역기관	45일
	심의	30일		
통관 신고	3일	2,000위안 (최소)	통관업무 위탁업체	45일
세금 납부			각 지역 세관	
검역 심사	라벨	10일	출입경검험검역국 식품안전감관처	
	샘플	10~15일		
	위생허가증 라벨합격증	3일		
통관 허가		300위안		

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 '중국 식품통관 절차 및 유의사항', 2014

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
통관 전 포장 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> - 중국어(간체) 라벨 작성 필수 - 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출
통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> - 통관업무 위탁업체를 통해 세관에 관련 증빙서류 제출 - 통관 시, 기본/특수/예비 3단계의 서류를 준비해야 함
세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> - 수산물 가공식품의 경우 일반식품으로 분류되어 17%의 증치세가 부과됨 - 세관수출입세칙 등의 법규에 근거하여 관세, 증치세(부가가치세), 통관 수수료, 보관비 등 제반비용을 납부해야 세관통관 절차 완료
검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입 검험검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출해 통관수속을 마쳐야 함 - 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제화물 부합여부 확인, 허위기재, 위장 신고 등 규정위반에 대한 검사 진행
통관 허가	<ul style="list-style-type: none"> - 심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후, 위생허가증을 발급받아야 통관완료

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 '중국 식품통관 절차 및 유의사항', 2014

관세 및 세금 OVERVIEW

2016년 중국 시리얼 제품 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크]과 낱알 모양이나 플레이크 모양인 곡물(옥수수는 제외)과 그 밖의 가공한 곡물	-
1904.10.00	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	기본세율 80% 한중 FTA 협정 세율 22.5%

중국 부가가치세 정보

중국에서 HS CODE 1904류의 경우 증치세 **17%**가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음.

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

보다 더 정확한 품목별 HS코드 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담서비스를 이용하거나, 전문 관세사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역 절차

수입식품 중국 수출 전 준비사항

식품을 중국으로 수출하기 위해서 한국 수출기업은 위생관리, 원산지 및 제품등록 여부, 판매비준 여부 등을 증명할 수 있는 자료를 준비해야 함

수입관련 절차는 해당 기업의 중국지사 또는 대리상이 진행할 수 있으나 중국지사나 대리상이 수입권한이 없을 경우 별도의 통관 대리기업을 통해 진행할 수 있음

수출상(대리상, 해당 기업 중국지사 및 수출대행기업)은 우선 상품 검사관리국에 수출과 관련한 신청서를 접수해야 함

신청서 접수에 필요한 서류는 수입상 등록신청서 · 상공업 허가증 · 법정대리인 신분증명 · 대외무역 담당자 신분확인증 등의 복사본 및 원본, 기업안전관리제도 자료, 판매식품 종류, 판매지점, 2년 내 수입 · 가공 · 판매한 식품에 대한 상세 설명 등임

신청서 접수를 완료 후, 접수번호를 받아야 라벨 신청과 관련된 다음 절차를 밟을 수 있음

표 7.1 중문 라벨 심의 기관 정보

라벨심의기관	홈페이지	연락처 / 메일주소
북경검험검역국식품검험감독처	www.bjciq.gov.cn	+86-10-5861-9900
상해검험검역국위생감독처	www.shciq.gov.cn	shciqweb@shciq.gov.cn
광둥검험검역국위생감독처	www.gdcic.gov.cn	-
중국검험인증유한공사	www.ccickorea.com	02-6393-5800

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 7.2 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외 통관 지원센터	- 전화 : 042-472-2197
주중한국대사관(관세관)	- 전화 : +86-10-8531-0700
주상해총영사관(관세관)	- 전화 : +86-21-6295-5000
중국 세관	- 전화 : +86-755-8439-8000

1. 통관 및 검역 절차

Step 01. 통관 전 포장라벨 심의

2011년 4월에 발표한 ‘수입 포장식품 라벨관리 시스템 운영에 관한 공고’에 따르면 수입되는 모든 포장식품은 중국어 라벨을 부착해야 함

라벨에는 원산지과 중국 내 대리상 명칭, 주소, 연락처 등을 기재해야 하며 중문라벨은 보통 수입대행사를 통해 신청함

라벨 심사의 경우 신청서가 접수되는데 10일 정도가 소요되며, 1차 심의기간 30일을 포함해 공휴일을 제외하고 약 45일 정도가 걸림. 라벨심의 비용의 경우 식품은 제품 한 종류당 약 300위안 정도를 지불해야 함

Step 02. 통관 신고

일반 식품이 전체 통관절차를 거쳐 운송까지 마치는데 약 한 달 반 (약 45일) 정도의 시간이 소요됨

화물이 항구에 도착해 통관절차를 통과하는데 약 3일 정도가 필요하며, 통관 후 중문 라벨 심사에 10일 정도 걸림. 라벨 1차 검사 합격 후 무작위 샘플 추출검사에서 10~15일, 위생허가증과 라벨합격증을 받는데 3일이 소요됨

라벨 심사 시 준비해야 하는 서류

- 수입 식품라벨 심의 신청서
- 식품라벨의 설명 및 사용증명자료
- 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료
- 식품 생산 공정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법
- 안전성 여부의 평가자료
- 효능성분 및 상관 증명자료 및 검험방법
- 생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)
- 컬러 프린트한 식품라벨 건본 8부(원문과 중문, 단, 라벨건본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)
- 식품 샘플
- 수출국의 식품라벨에 관한 규정, 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

통관 단계에서 제출해야 하는 서류

- 기본 : 상품명세서(INVOICE), 포장명세서, 선하증권 등 증빙
- 특수 : 국가질량검험검역총국 식품검역소 발급 "식품위생검역증서"
- 예비 : 수출입계약서, 식품원산지증명서, 수입회사사업자등록증 등

출처 : 중국 국가질량검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 통관 및 검역 절차

Step 03. 세금 납부

중국 국가발전개혁위원회와 재정부가 발표한 ‘수출입 검사·검역 비용방법’ 이 규정된 바는 다음과 같음

- 식품 검역비용은 일반적으로 400위안을 넘지 않음
- 수출입 식품라벨의 경우 300위안/장이며, 유효기간은 2년
- 통관비는 300위안
- 상품검사비용은 수출품 가격의 0.0045%로 부과됨
- 컨테이너 검사비용은 400위안/20 STD(26~28m³)
- 건설비, 보안비 등은 160위안/20 STD
- 부두사용료는 141달러/20 STD
- 라벨 심사 대행비의 경우 수입 가격의 1% 내외로, 최소 2000위안

Step 04. 검역 심사

검역 심사 시 수입상이나 대리인은 수입하고자 하는 식품의 제품명, 원산지, 규격, 수량 및 중량, 가격, 생산일자 등 국가 질량검험검역총국에서 요구하는 내용을 보고해야 함

수입관세 등을 납부한 후에도 검역국에서 제품과 라벨을 다시 검사할 수 있으며, 세관의 허가를 받은 이후에 제품을 반입할 수 있음

반입된 제품은 우선 검사검역기관에서 현장 위생검사를 받게 되며, 이와 동시에 무작위로 추출한 제품에 대해 샘플검사가 진행됨

샘플검사는 제품이 중국 식품규정에 적합한지 여부 및 중문 라벨에 포함된 내용 확인을 위주로 진행됨

해당 제품을 제외한 모든 제품은 봉인돼 있어야 하며, 어떠한 사유라도 사용이나 판매가 허용되지 않음

위 절차를 통과하고 나면 검사·검역기관이 발행하는 ‘위생허가증’ 이 라벨에 부착되며, 이를 통해 중국 내 판매가 최종적으로 허가됨

검역 심사 단계에서 제출해야 하는 서류

- 계약서 · 청구서 · 패키리스트 · 출고증
- 수출국 관련 법률규정 · 쌍무협정 증빙자료 등 국가 검역기관에 제출용 증빙자료
- 수입식품라벨건본 및 번역본

출처 : 주상하이 대한민국 총영사관 ‘중국 식품통관 절차 및 유의사항’, 2014

2. HS 코드 및 관세율

시리얼 제품, 관세율 22.5% 적용

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

수입관세는 CIF Value×수입관세율에 의해 결정됨. 시리얼 제품은 HS CODE 1904.10.00에 해당하며 관세정보포털 3.0에 의하면, 해당 HS CODE에 해당하는 품목을 수입할 시 부과되는 관세 및 세금은 22.5%로 확인됨

HS CODE 1904.10.00의 기본 세율은 80%이나, 한·중 FTA 체결로 인해 한국은 협정 세율 22.5%에 해당함

표 7.3 시리얼 제품 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크]과 낱알 모양이나 플레이크 모양인 곡물(옥수수는 제외)과 그 밖의 가공한 곡물	-
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	-
	1904.10.9000	기타	-
중국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크]과 낱알 모양이나 플레이크 모양인 곡물(옥수수는 제외)과 그 밖의 가공한 곡물	-
	1904.10.00	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	기본세율 80% 한중 FTA 협정 세율 22.5%

출처 : 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

3. FTA 정보

사후검증 프로세스

한·중 FTA 협정문 제3.23조에 따라 수입 당사국의 관세당국은 원산지 사후 검증을 실시할 수 있음. 수입국 관세당국은 우선 수출국 관세당국에 생산업체 방문 검사 요청을 한 후, 원산지 검증 여부가 미흡할 경우 수입국 관세당국이 수출자 또는 생산자를 직접 방문하여 검증 절차를 수행함. 따라서 중국에 식품을 수출하는 업체는 원산지 사후검증에 항상 대비해 두어야 함

표 7.4 한·중 FTA 관련 정보

의의		중국 내 우리 이익 보호를 위한 제도적 기반 구축
추진현황	협상개시	2007년 3월 22일
	서명	2015년 11월 20일
	발효	2015년 12월 20일
원산지 증명서	발급방식	기관발급
	발급자	중국(세관) 한국(세관, 상공회의소, 자유무역관리원)
	증명서식	국가별 증명서식
	유효기간	1년

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

4. 통관거부사례

시리얼 제품

제품명	시리얼(丹蒂葡萄干果仁燕麦片)
품목	가공식품
국가	캐나다
통관 거부일자	2015년 01월
HS 코드	1904100000
담당 검역소	상하이
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
위반	수분 기준치 초과
관련법규 정보	GB 19640-2005에 의거 - 시리얼류의 수분 최대허용치는 혼합형 시리얼의 경우 5g/100g, 보통 시리얼의 경우 10g/100g임

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

제품명	시리얼(麦克可可米球)
품목	가공식품
국가	미국
통관 거부일자	2015년 06월
HS 코드	1904100000
담당 검역소	베이징
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
위반	알루라 레드 기준치 초과
관련법규 정보	GB 2760-2014에 의거 - 시리얼의 알루라 레드 최대허용치는 0.07g/kg임

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

5. 제출서류

통관신고서

: 물품의 수출, 수입 또는 반송을 신고하고 그 허가를 요청하는 서류임

中华人民共和国海关 进境旅客行李物品申报单				
请先阅读背面的填表须知，然后在空格内填写文字信息或划√				
1. 姓名	拼音	<input type="text"/>		
	中文正楷	<input type="text"/>		
2. 出生日期		<input type="text"/> 年	<input type="text"/> 月	<input type="text"/> 日
3. 性别	男	<input type="checkbox"/>	女	<input type="checkbox"/>
4. 进出境证件号码	<input type="text"/>			
5. 国籍(地区)	中国	<input type="checkbox"/>	(香港 <input type="checkbox"/> 澳门 <input type="checkbox"/> 台湾 <input 3"="" type="checkbox/>)</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>外国</td> <td colspan="/> <input type="text"/>	
6. 进境事由	公务	<input type="checkbox"/>	商务	<input type="checkbox"/>
	定居	<input type="checkbox"/>	探亲访友	<input type="checkbox"/>
	返回居住地	<input type="checkbox"/>	其他	<input type="checkbox"/>
7. 航班号/车次/船名	<input type="text"/>	8. 同行未满16周岁人数	<input type="text"/>	
我(我们)携带(有):				
9. (居民旅客)在境外获取的总值超过人民币5,000元的物品	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
10. (非居民旅客)拟留在中国境内的总值超过人民币2,000元的物品	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
11. 超过1,500毫升酒精饮料(酒精含量12度以上),或超过400支香烟,或超过100支雪茄,或超过500克烟丝	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
12. 超过20,000元人民币现钞,或超过折合5,000美元外币现钞	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
13. 动植物及其产品、微生物、生物制品、人体组织、血液及其制品	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
14. 无线电收发信机、通信保密机	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
15. 中华人民共和国禁止和其它限制进境的物品	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
16. 分离运输行李	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
17. 货物、货样、广告品	是	<input type="checkbox"/>	否	<input type="checkbox"/>
我已阅知本申报单背面所列事项,并保证所有申报属实。				
携带有9-15项下物品的,请详细填写如下清单:				
品名/币种	数量	金额	型号	海关批注
旅客签名			年 月 日	

5. 제출서류

검역신고 위탁서

: 수출입화물수화인의 위임을 받은 대리인이 검역신고를 수속함을 증명하기 위해 검험검역국에 제출하여야 하는 서류임

代理报检委托书

编号:

_____ 出入境检验检疫局:

本委托人(备案号/组织机构代码_____)保证遵守国家有关检验检疫法律、法规的规定,保证所提供的委托报检事项真实、单货相符。否则,愿承担相关法律责任。具体委托情况如下:

本委托人将于_____年_____月间进口/出口如下货物:

品名		HS 编码	
数(重)量		包装情况	
信用证/合同号		许可文件号	
进口货物 收货单位及地址		进口货物提/ 运单号	
其他特殊要求			

特委托_____ (代理报检注册登记号_____),
代表本委托人办理上述货物的下列出入境检验检疫事宜:

1. 办理报检手续;
2. 代缴纳检验检疫费;
3. 联系和配合检验检疫机构实施检验检疫;
4. 领取检验检疫证单。
5. 其他与报检有关的相关事宜:_____

联系人: _____

联系电话: _____

本委托书有效期至_____年_____月_____日 委托人(加盖公章)
年 月 日

受托人确认声明

本企业完全接受本委托书。保证履行以下职责:

1. 对委托人提供的货物情况和单证的真实性、完整性进行核实;
2. 根据检验检疫有关法律法规规定办理上述货物的检验检疫事宜;
3. 及时将办结检验检疫手续的有关委托内容的单证、文件移交委托人或其指定的人员;
4. 如实告知委托人检验检疫部门对货物的后续检验检疫及监管要求。

如在委托事项中发生违法或违规行为,愿承担相关法律责任和行政责任。

联系人: _____

联系电话: _____

受托人(加盖公章)
年 月 日

5. 제출서류

수입영수증

: 수입을 증명하는 영수증으로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음

出境货物报检单

报检单位 (加盖公章): 艾格进出口贸易公司

*编 号 EC0000055

报检单位登记号: 3200089567 联系人 张艾格

电话: 86-21-23501213

报检日期: 2011年 08月 29日

发货人	(中文) 艾格进出口贸易公司					
	(外文) AIGE IMPORT & EXPORT COMPANY					
收货人	(中文) 日清进出口贸易公司					
	(外文) RIQING EXPORT AND IMPORT COMPANY					
货物名称 (中/外文)		H.S. 编码	产地	数/重量	货物总值	包装种类及数量
荔枝罐头 CANNED LITCHIS		2008991000	中国	1000 箱	JPY 1200000	1000 纸箱
运输工具名称号码		TBA	贸易方式	一般贸易	货物存放地点	SHANGHAI, CH
合同号	contract01		信用证号	002/0000025		用途
发货日期	2011-08-29	输往国家(地区)	日本	许可证/审批号		
启运地	上海	到达口岸	名古屋	生产单位注册号		
集装箱规格、数量及号码		20' CONTAINER X 1				
合同、信用证订立的检验检疫条款或特殊要求		标记及号码		随附单据 (划“/”或补填)		
		CANNED LITCHIS JAPAN C/NO.1-1000 MADE IN CHINA		<input checked="" type="checkbox"/> 合同 <input checked="" type="checkbox"/> 信用证 <input checked="" type="checkbox"/> 发票 <input type="checkbox"/> 换证凭单 <input checked="" type="checkbox"/> 装箱单 <input type="checkbox"/> 厂检单		<input type="checkbox"/> 包装性能结果单 <input type="checkbox"/> 许可/审批文件 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
需要证单名称 (划“/”或补填)				*检验检疫费		
<input checked="" type="checkbox"/> 品质证书 1 正 3 副 <input checked="" type="checkbox"/> 重量证书 1 正 3 副 <input checked="" type="checkbox"/> 数量证书 1 正 3 副 <input type="checkbox"/> 兽医卫生证书 1 正 3 副 <input checked="" type="checkbox"/> 健康证书 1 正 3 副 <input type="checkbox"/> 卫生证书 1 正 3 副 <input type="checkbox"/> 动物卫生证书 1 正 3 副		<input checked="" type="checkbox"/> 植物检疫证书 1 正 3 副 <input type="checkbox"/> 熏蒸/消毒证书 <input type="checkbox"/> 出境货物换证凭单 <input checked="" type="checkbox"/> 通关单 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		总金额 (人民币元)		
				计费人		
				收费人		
报检人郑重声明: 1. 本人被授权报检。 2. 上列填写内容正确属实, 货物无伪造或冒用他人的厂名、标志、认证标志, 并承担货物质量责任。 签名: 张艾格				领 取 证 单		
				日期		
				签名		

注: 有“*”号栏由出入境检验检疫机关填写

◆国家出入境检验检疫局制

[1-2 (2000.1.1)]

5. 제출서류

포장 명세서

: 포장 내 들어있는 상품의 목록을 기술한 서류로 수출업자가 수입업자 앞으로 작성함

装 箱 单

CONTAINER LOAD PLAN

船名 航次 Ocean Vessel / Voy. No.		收货地点 Place of Receipt □ 场 CY □ 站 CFS □ 门 Door		集装箱号 Container No.		集装箱规格 Type of Container: ... 20 ... 40	
				铅封号 Seal No.		件数保险 Refr. Temp. Required	
船主 Owner		1. 发货人 Shipper		2. 收货人 Consignee		3. 通知 Notify	
标志和号码 Marks & Numbers		件数及包装种类 No. & Kind of Pkgs.		货名 Description of Goods		重量 (公斤) Weight kg.	
						尺码 (立方米) Measurement Cu. M.	
		前 Front					
		后 Door					
				总件数 Total Number of Packages			
				重量及尺码总计 Total Weight & Measurement			
危险品要注明 危险品种类及闪点 In case of dangerous goods please enter the label classification and flash point of the goods		重新铅封号 New Seal No.		开箱原因 Reason for Breaking seal		日期 Date of Opening	
						地点及国名 Place & Country	
出口 Export		接收人签收 Received by Drayman		接收人签收 Received by CY		重量 Tare weight	
进口 Import		接收人签收 Received by Drayman		接收人签收 Received by CFS		总毛重 Gross Weight	
				装箱人 Packed by			
				发货人 发货站 (shipper/CFS)		发货人或收货站留存 I. SHIPPER/CFS	
				签署 Signed		(1) 一式十份 此栏每份不同	

5. 제출서류

입경화물검사검역증명서

: 검역절차를 통과했다는 증명서로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음

出入境检验检疫健康申明卡 (样卡)

中华人民共和国出入境检验检疫 出/入境健康申明卡

根据《中华人民共和国国境卫生检疫法》有关规定,为了您和他人的健康,请如实逐项填报,如有隐瞒或虚假填报,将依据有关法律追究相关责任。

姓名_____ 性别: 男 女
出生日期_____年_____月_____日 国籍/地区_____
护照(回乡证、通行证)号码_____ 目的地_____
航班(船、车次)号_____ 座位号_____

1. 在中国 7 天内的行程_____

继续旅行乘坐的航班(船、车次)号_____ 日期_____
中国境内详细联系地址_____

真实有效的联系电话_____

2. 如 7 天内离开中国,请填写离开日期____月____日,目的地国家_____

所乘交通工具的航班(船、车次)号_____

3. 过去 7 天内您到过的国家和城市: _____

4. 过去 7 天内您是否与流感或有流感样症状的患者有过密切接触?

是 否

5. 您如有以下症状和疾病,请在“”中划“”

发热 咳嗽 嗓子痛(喉咙痛) 肌肉痛和关节痛 鼻塞

头痛 腹泻 呕吐 流鼻涕 呼吸困难 乏力

其它症状_____

我已阅知本申明卡所列事项,并保证以上申报内容正确属实。

旅客签名:

日期:

体温(检疫人员填写): _____°C

检疫人员签名: _____

5. 제출서류

위생증명서

: 해당 식품에 문제가 없다는 것을 증명하는 서류로 식품첨가물, 관능검사 결과 등이 기입됨



中华人民共和国出入境检验检疫
ENTRY-EXIT INSPECTION AND QUARANTINE
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

正本 ORIGINAL

共 2 页 (共 Page 1 of 2)

卫生证书
SANITARY CERTIFICATE

编号 No.: JTI-KD11N11009

Name and Address of Consignor: 嘉里集团(中国)有限公司
嘉里集团(中国)有限公司
Name and Address of Consignee: ***

Name and Address of Consignor: ***

品名: 嘉里 嘉里牌复合食品添加剂 (详见规格单)

Description of Goods: 嘉里 嘉里牌复合食品添加剂 (详见规格单)

数量/净重/包装: 详见规格单
Mark of No.: 30M

包品种类及数量: 详见规格单

Number and Type of Packages: 详见规格单

产地: 嘉里

Place of Origin: 嘉里

合同号: 73F2014-312

Contract No.: 73F2014-312

到货地点: 天津保税
Place of Arrival: 天津保税

到货日期: 2015年03月30日
Date of Arrival: 2015年03月30日

装运地: 嘉里
Place of Dispatch: 嘉里

装运日期: 2015年03月30日
Date of Completion of Dispatch: 2015年03月30日

运输工具: 汽车(载 2000 磅)
Means of Conveyance: 汽车(载 2000 磅)

检验检疫日期: 2015年04月24日
Date of Inspection: 2015年04月24日

检验检疫: 检验检疫 嘉里牌复合食品添加剂 (共 2 项, 详见下列清单) 两批均符合中华人民共和国食品安全要求。

品名	规格	单位	数量	重量	生产日期	保质期
嘉里 嘉里牌 复合食品添加剂	嘉里 1千克×12包 /箱	箱	**96 箱	**480 千克	2014年12月29日	2016年12月28日
嘉里 嘉里牌 (复合添加剂)	嘉里 1千克×12包 /箱	箱	**96 箱	**720 千克	2015年03月04日	2017年03月04日



官方印章 Official Stamp

签发地点 Place of Issue: 嘉里
签发日期 Date of Issue: 2015年04月24日

授权签字人 Authorized Officer: 陈耀志
Signature: 陈耀志

中华人民共和国出入境检验检疫局
General Administration of Customs and Quarantine of the P. R. of China
(CNF2000.1.1)



5. 제출서류

수입화물위탁서

: 위/수탁 업체의 명칭, 세관등록번호, 주소, 법인대표 및 대행 내역, 권한, 기한, 위수탁자 간의 책임 등을 기재

代理报关委托书

编号: 00015657799

我单位现 (A 逐票, B 长期)委托贵公司代理 等通关事宜。(A、填单申报 B、辅助查验 C、垫缴税款 D、办理海关证明联 E、审批手册 F、核销手册 G、申办减免税手续 H、其他)详见《委托报关协议》。

我单位保证遵守《海关法》和国家有关法规,保证所提供的情况真实、完整、单货相符,否则,愿承担相关法律责任。

本委托书有效期自签字之日起至 年 月 日止。

委托方(盖章)

法定代表人或其授权签署《代理报关委托书》的人(签字)

年 月 日

委托报关协议

为明确委托报关具体事项和各自责任,双方经平等协商签定协议如下:

委托方	被委托方
主要货物名称:	+报关单编码 No.
HS编码: □□□□□□□□□□	收到单证日期 年 月 日
货物总价:	收到单证情况
进出口日期 年 月 日	合同 <input type="checkbox"/> 发票 <input type="checkbox"/>
提单号:	装箱清单 <input type="checkbox"/> 提(运)单 <input type="checkbox"/>
贸易方式:	加工贸易手册 <input type="checkbox"/> 许可证件 <input type="checkbox"/>
原产地/货源地:	其他
其他要求:	报关收费 人民币: 元
背面所列通用条款是本协议不可分割的一部份,对本协议的签署构成了对背面通用条款的同意。	承诺说明:
委托方业务签章:	被委托方业务签章:
经办人签章:	经办报关员签章:
联系电话: 年 月 日	联系电话: 年 月 日

(白联: 海关留存、黄联: 被委托方留存、红联: 委托方留存)

中国报关协会监制



Ⅷ. 인증 정보


1. 필수인증
2. 선택인증
3. 제출서류

인증정보 OVERVIEW

▶ 필수인증 : 상품검사 인증 (CIQ)

인증 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질 검사	
발행기관	중국출입경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	7,500위안 (40피트 컨테이너 당)	
소요기간	10~20일 이내	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ인증 라벨 발급	

▶ 권장인증 : 식품생산허가등록제도(SC)

인증 설명	국가질량감독검험검역총국, 공상국 등에서 분할하여 관할하던 식품생산, 식품유통, 요식서비스 관련 행정 허가를 식품 생산허가 및 식품 경영허가로 통합하여 CFDA에서 일괄적으로 관할	
발행기관	CFDA	
성격	중국제조업체 필수, 수입식품제조기업 해당 없음	
제출서류	사업사등록증사본, 식품위생허가증사본, 법인대표 신분증사본, 생산공장전경사진, 식품생산공정도 등	
비용	2,200위안	
소요기간	서류제출 이후 5일, 현장실사 이후 10일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	식품생산허가(SC) 신청서 제출 > 서류 심사 > 현장 조사 > SC허가번호발급	

1. 필수인증


상품검사 인증(CIQ)

중국에서 수입식품은 별도의 허가등록 없이 상품검사(CIQ 검사)만으로 통관 및 판매 가능(건강기능식품 제외)

상품검사란 국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 상품의 품질 검사(위생증 발급)임

중국에서는 식품 통관 시에 모든 수입식품의 포장지에 검사검역에 통과하였다는 것을 증명하기 위하여 화물에 CIQ 표시를 부착토록 함

표 9.1 중국 CIQ 인증 주요정보

인증명	CIQ (수입화물표시제도)	
발행기관	중국출입국경검험검역국	
성격	필수 인증	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	7,500위안 (40피트 컨테이너 당)	
소요기간	10~20일 이내	
갱신기간	수입 시 마다 부착 필요	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 9.2 중국 CIQ 인증 발급절차

STEP 01. 위생검역 서류 심사 및 신고 접수	소요기간
- 수출국 위생증, 원산지 증명서 등 제출	5일
STEP 02. 검사 비용 처리	14일 (2주)
- 7,500위안 비용 제출 (40피트 컨테이너 당)	
STEP 03. 검험검역 진행	1~2일
- 미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함되어 있음	
STEP 04. CIQ인증 라벨 발급	
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가출입국경검사검역국에서 제품실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 필수인증

한국화학융합시험연구원, 산동 CIQ와 인증 시험업무 추진

한국화학융합시험연구원(이하 KTR)이 중국 산둥출입경검험검역국 검험검역기술센터(이하 산동CIQ)와 중국으로 수출하는 식품농산품의 CIQ 인증 시험업무를 추진하기로 협의

협약에 따라 한국에서 중국으로 수출하는 식품 농산품에 대해 본 기관에서 통관 전 시험검사를 맡게 되며, 산동 CIQ는 이에 따른 기술지원 및 검측 보고서를 발급하게 됨

KTR의 이번 시험인증 현지화 사업으로 중국 수출과 중국을 통한 제3국 진출을 추진하는 식품 기업들이 시간 측면에서 높은 혜택을 누릴 수 있게 되었음

CIQ인증 발급, 자가 통관도 가능

식품의 경우 CIQ 상품검사만으로 중국 내 통관 및 판매가 가능하기 때문에 위생허가는 필요 없음

중국에 처음으로 수입되는 제품에 대해서 국가출입국경검사검역국이 상품 검사를 진행 하고 그 결과에 따라 위생증(명서)가 발급됨. 이후 수입되는 물량은 5회 중 1회 정도만 검사를 진행함

계장과 같은 일반 가공식품은 위생허가가 필요 없으므로 다른 기관에 위탁 대행할 필요 없이 자체적으로 통관이 가능함. 또한 중국 식약청의 검역검사 절차에 대비하여 수입대행도 진행할 수 있음

통관비용은 40피트 컨테이너 당 평균 약 7,500위안의 비용이 들며, 발급 기간은 약 10~20일이 소요됨. 중국 식품위생법에 따르면 식품에는 ‘수입한 식품, 식품첨가제, 식품용기·포장재료, 식품용 도구 및 설비’가 포함됨

표 9.3 중국 CIQ 인증 발급기관 개요

기관명	중국출입경검험검역국
주소	중국 북경시 개발구 한수로 9호
전화번호	+86-10-5838-6678
담당업무	중국 내 식품, 화장품 수출입 업무 등을 담당하는 국무원 직속기관
관련부서	수입식품처

출처 : 한국무역협회 상해지부 '식품의 중국 위생허가제도 이해와 활용방안', 2014

2. 권장인증

사라지는 QS(Quality Safety) 인증, SC허가로 대체

QS 인증이란 중국에서 식품안전에 대한 문제가 불거지면서 안전에 대한 불감증을 해결하기 위해 2008년 실시한 인증제도로, 식품뿐만 아니라 화장품 식품가공기기, 치약 등의 개인 위생용품에도 적용되는 인증 제도였음. 이는 수입품에 대한 필수사항은 아니나 권장되는 사항이었음

그러나 2018년 1월 1일부로 QS 인증 사용이 금지되어 사용이 불가하며 중국 내 제조기업들은 기업이 가지고 있는 품목별로 여러 개의 허가를 받을 수 있는 SC허가로 대체해야함. 다만 수입업체에는 해당 되지 않음

그 외에 가공식품에 권장되는 인증으로는 유기농식품에 해당하는 중국 유기농 인증, 식품안전관리인증인 HACCP, 고품질 인증을 증명하는 녹색식품인증 등이 있음

표 9.4 주요 가공식품 인증정보

	인증명	SC허가	특징	<ul style="list-style-type: none"> 기업이 가지고 있는 품목별로 여러 개의 허가를 받을 수 있으며 3년 마다 갱신이 필요함 2018년 1월 1일부터 사용 불가하며 기존에 보유하고 있던 포장지를 모두 소진할 경우 SC허가로 대체해야함 중국제조업체 필수, 수입식품제조기업은 해당 없음
	발행기관	CFDA		
식품생산허가등록	성격	선택	특징	<ul style="list-style-type: none"> 기업 당 1개의 허가번호, 5년마다 갱신이 필요함 식품첨가제 생산허가도 SC 관리범위에 포함
	인증명	QS인증		
발행기관	중국검역총국			
QS허가	성격	선택	특징	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 원자재에서 제조, 가공, 보존, 유통까지 위험성이 있는 요소들을 방지하고 관리함
	인증명	식품안전관리인증 (HACCP)		
발행기관	식품의약품안전청			
식품안전 인증	성격	선택	특징	<ul style="list-style-type: none"> 2005년 <유기농제품인증관리방법>을 개정하며 설립된 인증 인증을 받기 위해 유기농의 95%이상의 함량이 있어야 하고 위법 시 5년간 인증신청을 할 수 없고 3만 위안의 벌금이 부과됨
	인증명	유기농제품 인증		
발행기관	국가인증인가 감독관리위원회			
중국 유기농 인증	성격	선택	특징	<ul style="list-style-type: none"> 농산품품질안전인증시스템 생산 및 품질관리를 통해 취득가능, 인증기준 총 126개 항목으로 검수과정이 엄격함 중국의 녹색식품 마크는 미국, 러시아 등 11개 국가에서 국제인증으로 등록할 만큼 신뢰도가 높은 마크
	인증명	녹색식품		
발행기관	유기농색식품유한공사			
고품질 인증	성격	선택		

출처 : 중국 식품약품감독관리국(www.sda.gov.cn)

3. 제출서류

SC 인증신청서

: SC 인증 신청 시 제출해야하는 서류로, 회사명 주소, 사업자등록번호 등 필수 사항을 기재해야 함

(8) 审查细则要求提供的其他材料。

8. 本申请书用于生产许可证首次申请、扩项申请和期满换证申请。

企 业 基 本 情 况	企业名称			
	食品生产许可证编号	新换证、重新申请时 填写		
	法人代表 或企业负责人		经济性质	
	营业执照编号		卫生许可证编号	
	企业代码		建厂时间	
	企业总人数		专业技术人员数	
	占地面积	米 ²	建筑面积	米 ²
	固定资产(现值)	万元	流动资金	万元
	年产总值	万元	年销售额	万元
	年缴税金额	万元	年利润	万元
	主导产品名称			
	是否取得出口食品卫生注册 证、登记证(证书号)		是否通过HACCP体系 认证、验证(证书号)	
申 报 产 品 情 况	产品名称及其品种			
	产品执行标准			
	项目总投资	万元	(注册)商标	
	批量投产时间		商标注册号	
	年设计能力(吨)		年实际产量(吨)	
	生产值	万元	年销售额	万元
	年缴税额	万元	年利润	万元

3. 제출서류

QS 인증신청서

: QS 인증 신청 시 제출해야하는 서류로, 회사명 주소, 사업자등록번호 등 필수 사항을 기재해야 함


中国国家强制性产品认证证书
CERTIFICATE FOR CHINA COMPULSORY PRODUCT CERTIFICATION


证书编号:

委托人名称:
委托人所在地:
商标:
制造商名称:
制造商所在地:
生产厂名称:
生产厂所在地:
产品名称和系列、型号、规格:
覆盖产品型号:
产品标准和技术要求:

样 本

证书的生效日期:
换发日期:
《证书》的有效性靠定期的监督获得保持。

 产品认证
CNAS C093-P

 中国安全技术防范认证中心


中心主任(签名)

证书有效性查询: www.cqcil.gov.cn, www.csqd.gov.cn 电话: 010-51651890-815

A 0002687

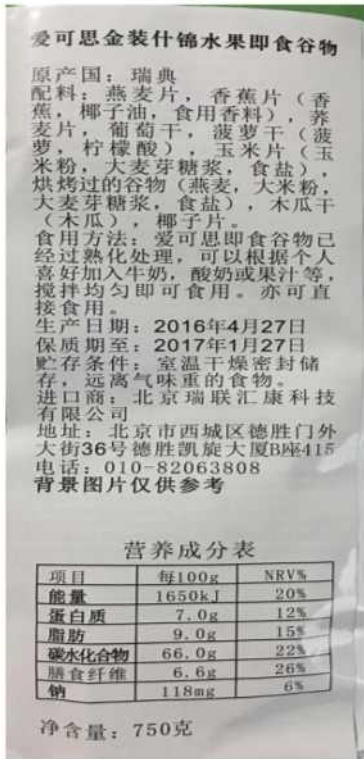


IX. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

시리얼 제품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 원산지
- 영양성분표시
- 순중량
- 생산일자
- 생산코드
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 주의사항

출처 : 현지방문조사(Walmart, 2016.10)

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

시리얼 제품 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
제품명	제품의 특징을 명확히 나타낼 수 있는 제품의 명칭을 잘 보이는 곳에 부착해야함
원재료	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표기해야함
순 중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 갯수도 함께 기재. 순 중량 이외에 고형물의 함량도 표기되어야함
제조사 및 유통사 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보가 기재되어야함
유통기한	생산일과 유통기한이 년, 월, 일 순으로 표기 되어야함
보관법	특별한 보관을 필요로 하는 제품의 경우 해당 내용을 라벨에 기재해야함
생산 코드	중국산 제품의 경우 생산 코드가 기재되어야 함
영양 성분	제품의 열량 및 4대 영양소 표기해야함

1. 라벨 표기사항

중문으로 제작된 라벨 필수

중국으로 수입되는 모든 가공식품은 2011년 발효된 수입 포장식품 라벨관리시스템 규정에 따르도록 되어 있음. 라벨은 반드시 중국어 간체자로 기록되어야 하며 외국어 병기가 가능하지만 한자와 상응 관계가 있어야 함

스티커 부착 금지, 인쇄 포장 필수

기존에는 스티커 라벨 부착도 허용되어 왔으나, 2012년부터는 개정된 규정에 따라 중문 라벨 스티커 부착을 금지하고 있어 제품 포장 시 반드시 중문으로 라벨을 인쇄하여야 함

포장식품 라벨 표기사항

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> · 식품 명 / 원산지 · 생산업체의 명칭 및 주소, 연락처, 대리인 정보 · 생산일, 품질보증기간, 저장방법 · 순 중량, 고형물 함량
(정량포장일 경우) · 영양성분 표시 · 생산업체 제품 생산 코드 | <ul style="list-style-type: none"> · 식품의 품질등급, 가공기술
(식품표준이 요구할 경우) · QS 인증 및 식품생산허가증 번호
(생산허가증이 필요한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고 |
|--|--|

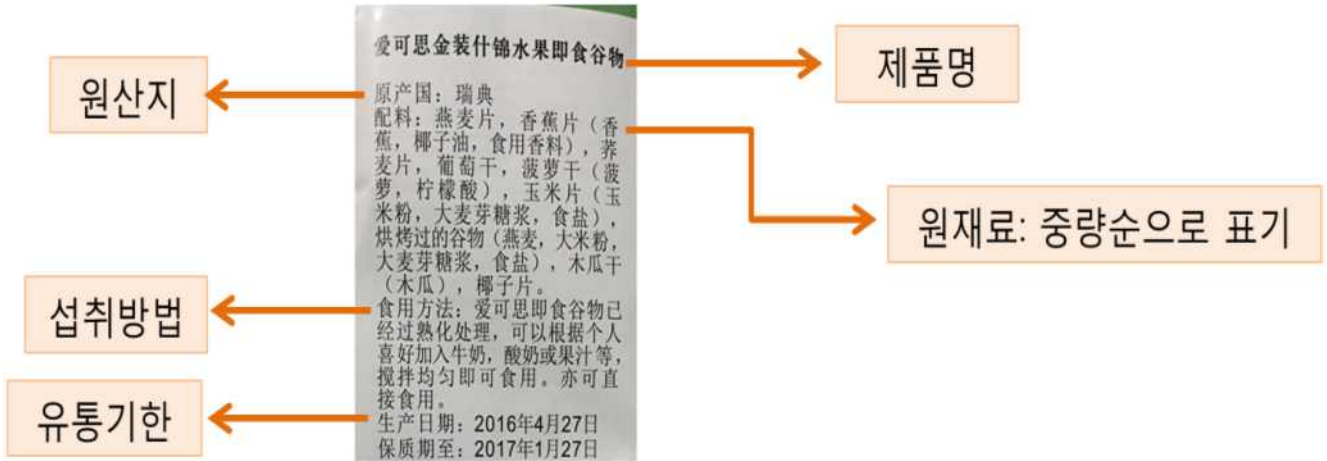
출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 9.1 중국 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	제품명	제품의 특징을 명확히 나타낼 수 있는 제품의 명칭을 잘 보이는 곳에 부착해야함
2	원재료	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표기해야함
3	순 중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재. 순 중량 이외에 고형물의 함량도 표기되어야함
4	생산·유통업체 상호 및 주소	생산업체 및 중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보가 기재되어야함
5	유통기한	생산일과 유통기한이 년, 월, 일 순으로 표기 되어야함
6	보관법	특별한 보관을 필요로 하는 제품의 경우 해당 내용을 라벨에 기재해야함
7	생산 코드	중국산 제품의 경우 생산 코드가 기재되어야 함
8	영양 성분	제품의 열량 및 4대 영양소 표기해야함
9	기타	중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

2. 라벨링 예시



출처 : 현지방문조사(Walmart, 2016.10)



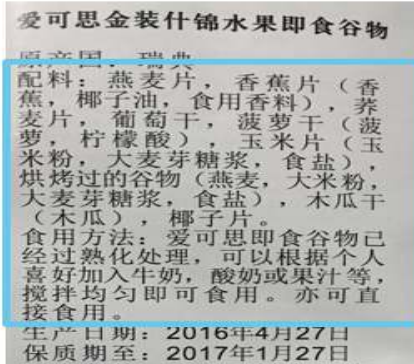
출처 : 현지방문조사(Walmart, 2016.10)



X. 식품첨가물 정보

1. 식품첨가물 규정
2. 잔류농약 규정

식품첨가물 정보 OVERVIEW



▶ 시리얼 바 성분(예시)

: 오토밀, 바나나칩(바나나, 코코넛오일, 식용향료), 메밀칩, 건포도, 건파인애플(파인애플, 구연산), 콘플레이크(옥수수가루, 맥아당물엿, 식염), 볶은 곡물(귀리, 쌀가루, 맥아당물엿, 식염), 건파파야(파파야), 코코넛 슬라이스

출처 : 현지방문조사(Walmart, 2016.10)

● 시리얼 제품 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

성분	기준(g/kg)
비타민 E	0.085g/1kg
아스파탐	1.0g/1kg
라이코펜	0.05g/1kg
폴리글리세롤 지방산 에스테르	10g/1kg

출처 : 중국 보건부, 'GB2760-2015', 2015.04.28

● 가공된 곡물 잔류농약 허용량 기준

성분	용도	기준치(mg/kg)
클로르피리포스메탈(Chlorpyrifos-methyl)	살충제, 농약(pesticide)	5mg/kg
인화알루미늄(Aluminium phosphide)		0.05mg/kg
델타메트린(Deltamethrin)		0.5mg/kg
앨드린(Aldrin)		0.02mg/kg
디디티(DDT)		0.05mg/kg
딜드린(Dieldrin)		0.02mg/kg
에이치씨비(HCB)		0.05mg/kg
헵타클로르(Heptachlor)		0.02mg/kg
브롬화메틸(Methyl bromide)	훈증제(소독용, fumigant)	5mg/kg

출처 : USDA Foreign Agricultural Service, 'Maximum Residue Limits for Pesticides in Food', 2014.04.30

1. 식품첨가물 규정

중국 NHFPC,

식품 첨가물표시 및 식용향료 등 관련규정 제정

중국 국가위생가족계획위원회(NHFPC)는 식품 첨가물표시 통칙 및 식품향료통칙 등 75개 신규 식품 안전국가기준을 발표함

식품향료통칙에는 식품의 검사방법 관련 식품안전국가기준 8개 및 식품첨가물 품질 규격 분야의 식품안전국가기준 65개를 공표함

‘중국 식품첨가물 사용 표준’에 따르면 중국에서 사용을 허가하고 국가표준이 있는 첨가물은 보존료, 향산화제, 표백제, 산미료, 증점제 등임

2014년 7월 1일 이후로 중국에서 알루미늄 함유 식품첨가제는 일부 식품 생산에 한해 사용 범위가 조정되거나 금지되었기 때문에 산성 알루미늄, 인산나트륨, 규산알루미늄나트륨, 옥테닐 호박산나트륨 전분 등의 성분은 식품첨가제로 사용될 수 없음

표 10.1 중국 식품첨가물 규정 (Cereal에 해당하는 제품으로 검색한 결과)

용도	성분	기준(g/kg)
산화제	차 폴리페놀(Tea Polyphenol, TP)	0.2g/1kg
	산화 방지제(Butylated hydroxyanisole, BHA)	0.2g/1kg
	부틸히드록시톨루엔(Butylated hydroxytoluene, BHT)	0.2g/1kg
	비타민 E (dl- α -tocopherol, d- α - tocopherol, mixed tocopherol concentrate)	0.085g/1kg
	죽엽 추출 산화제(Antioxidant of bamboo leaves)	0.5g/1kg
감미료	네오탐(Neotame)	0.16g/1kg
	수크랄로스(Sucralose)	1.0g/1kg
	아스파탐(Aspartame)	1.0g/1kg
색소	라이코펜(Lycopene)	0.05g/1kg
	카르타민 황색(Carthamins yellow)	0.5g/1kg
	베타 카로틴(Beta-carotene)	1.0g/1kg
	강황(Turmeric)	0.03g/1kg
	카라멜 색소 3호(Caramel colour class III – ammonia process)	GMP 기준에 따름
	카라멜 색소 1호(Caramel colour class I – plain)	GMP 기준에 따름
	카라멜 색소 4호(Caramel colour class IV – ammonia sulphite process)	2.5g/1kg
	타르트라진(Tartrazine, tartrazine aluminum lake)	0.08g/1kg
	코치닐 카민(Carmine cochineal)	0.3g/1kg
	안나토 색소(Annatto extract)	0.012g/1kg
유화제, 안정제, 농축제, 고화방지제	루테인(Lutein)	0.15g/1kg
	폴리글리세롤 지방산 에스테르(Polyglycerol esters of fatty acids, polyglycerol fatty acid esters)	10.0g/1kg
	팔미트산 아스코빌(Ascorbyl palmitate)	0.2g/1kg
	브릴리언트 블루(Brilliant blue, brilliant blue aluminum lake)	0.015g/1kg

출처 : 중국 보건부, 'GB2760-2015', 2015.04.28

2. 잔류농약 규정

중국 고농도 농약 사용 제한

중국 정부는 중국 내 유통되는 식품에 대해 맹독, 고농도 및 고잔류 농약의 사용 자제를 촉구하고 대체제품의 연구개발 및 사용을 추진하고 있음

이에 따라 고효능, 저농도, 저잔류 농약의 사용을 장려하고 채소, 과일, 찻잎, 약재 등 국가가 규정한 특정 농작물에 대해 맹독, 고농도 농약의 사용을 금지함

농약잔류량 제한치 기준은 중국 농산품의 안정성 확보 및 자국화를 실천하는 중요한 조치 중 하나임. 시진핑 중국 국가주석은 ‘중국인의 밥그릇은 중국인 손에, 그리고 밥그릇에는 중국 농산품’ (中國人的飯碗要牢牢地端在自己手中, 而且我們的飯碗主要裝中國糧⁹⁾)라는 슬로건으로 중국 내 식품 안전을 강화하기 위해 정부 차원에서 농약 관련 규제를 강화하고 있음

중국은 병해충별 또는 사용방법별로 농약의 종류, 사용 적기, 사용량, 안전사용기준 등을 규정하고 있기 때문에 농약 뿌리는 횟수와 최종적으로 뿌리는 시기 등 규정 사항을 정확하게 따라야 할 필요가 있음

표 10.2 중국 가공된 곡물(processed grain)¹⁰⁾ 잔류농약 허용량 기준

성분	용도	기준치(mg/kg)
클로르피리포스메탈(Chlorpyrifos-methyl)	살충제, 농약(pesticide)	5mg/kg
인화알루미늄(Aluminium phosphide)		0.05mg/kg
델타메트린(Deltamethrin)		0.5mg/kg
앨드린(Aldrin)		0.02mg/kg
디디티(DDT)		0.05mg/kg
딜드린(Dieldrin)		0.02mg/kg
에이치씨비(HCB)		0.05mg/kg
헵타클로르(Heptachlor)		0.02mg/kg
브롬화메틸(Methyl bromide)	훈증제(소독용, fumigant)	5mg/kg

출처 : USDA Foreign Agricultural Service, 'Maximum Residue Limits for Pesticides in Food', 2014.04.30

9) 신화(新华)통신(big5.xinhuanet.com) '중국인의 밥그릇은 중국인 손에, 그리고 밥그릇에는 중국 농산품', 2015.03

10) 시리얼 제품에 대한 잔류농약 허용량 기준을 제공하고 있지 않아, 상위항목인 가공된 곡물의 잔류농약 허용량 기준을 기반으로 작성함

※ 참고 문헌

1. The Food and Beverage in China	EU SME	2015.07
2. 위기에 강한 슈퍼마켓	리테일 매거진	2012
3. 신창타이 시대도래, 편의점은 나홀로 성장	리테일 매거진	2015
4. 중국 식품통관 절차 및 유의사항	주상하이 대한민국 총영사관	2014
5. 식품의 중국 위생허가제도 이해와 활용방안	한국무역협회 상해지부	2014
6. GB2760-2015	중국 보건부	2015.04.28
7. Maximum Residue Limits for Pesticides in Food	USDA Foreign Agricultural Service	2014.04.30
8. 중국인의 밥그릇은 중국인 손에, 그리고 밥그릇에는 중국 농산품	신화(新华)통신	2015.03

※ 참고 사이트

1. International Trade Centre	www.trademap.org
2. Canadean Intelligence	intelligence.canadean.com
3. Xiachufang	www.xiachufang.com
4. Kelloggs	www.Kelloggs.com
5. Nestle	www.nestle.com
6. SCHNEEKOPPE	www.schneekoppe.com
7. Familia	www.bio-familia.com
8. The Economist Intelligence Unit	www.eiu.com
9. Walmart	www.wal-martchina.com
10. Carrefour	www.carrefour.com/cn
11. RT-Mart	www.rt-mart.com.cn
12. 중국 국가질량검험검역총국	www.aqsiq.gov.cn
13. 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
14. 한국 산업통상자원부-FTA	www.fta.go.kr
15. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
16. 중국 식품약품감독관리국	www.sda.gov.cn
17. CCOF	www.ccof.org