

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 즉석 떡볶이(Instant Topokki)

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	19
2. 경쟁사별 현황 파악	20
IV. 경쟁제품 현지조사	27
1. 분석 제품 및 기준	29
2. 가격 정보	31
3. 포장용기 정보	32
4. 기타(유통기한)	32
5. 현지조사 데이터	33
V. 유통구조 현황	37
1. 현지 유통구조 map	38
2. 추천 진출 경로	39
3. 유통업체 담당자 인터뷰	40

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	41
1. 주요 유통채널 개관	43
2. 주요 유통업체 핫이슈	44
3. 유통업체별 개요	45
- Walmart	
- Carrefour	
- TASTE	
VII. 통관 및 검역 정보	48
1. 통관 및 검역 절차	51
2. HS 코드 및 관세율	54
3. FTA 정보	55
4. 제출서류	56
VIII. 인증 정보	60
1. 필수인증 정보	62
2. 권장인증 정보	64
3. 제출서류	65
IX. 라벨링 정보	66
1. 라벨 표기사항	68
2. 라벨링 예시	69
X. 식품첨가물 정보	70
1. 식품첨가물 규정	72



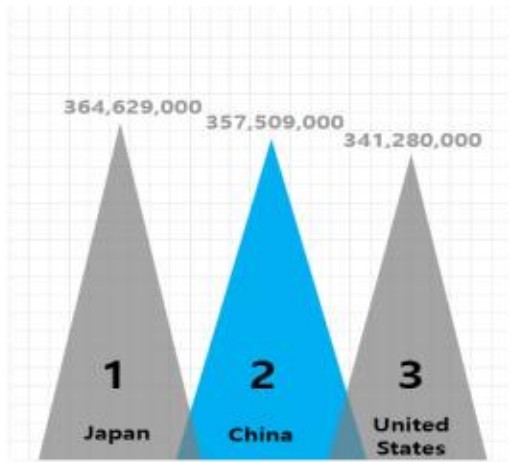
I. 시장 통계

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

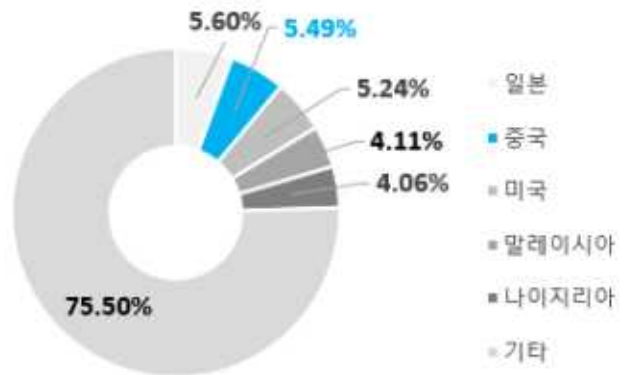
시장통계 OVERVIEW



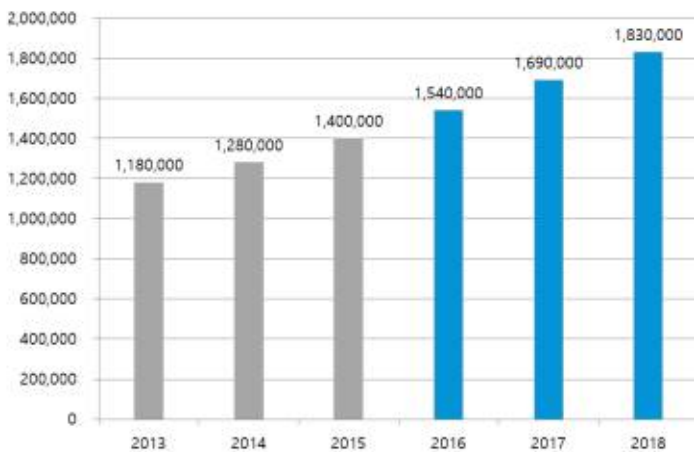
▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 중국 즉석 식품 시장규모, US달러 기준



글로벌 수입 규모 1위, 일본
중국 수입상대국, 한국 7위
2015년 중국 즉석 식품 시장규모,
140만 달러 기록

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

즉석 떡볶이, 글로벌 HS CODE 1901.90에 해당

글로벌 수입 통계 및 중국 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함. 실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국관세무역개발원에서 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

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1901.90
중국 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1901.90.00
중국 시장규모 및 성장률	Dried Ready Meals

표 1.2 중국 내 즉석 떡볶이 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1901	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다]
	1901.90	기타
	1901.90.9091	쌀가루의 것
중국	1901	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다]
	1901.90.00	기타

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

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 규모 1위 국가, 일본

2015년 기준 글로벌 HS CODE 1901.90의 수입규모는 약 65억 979만 6,000달러로 집계됐으며 2013 ~ 2015년 연평균성장률¹⁾ 3.16%의 마이너스 성장을 기록함. HS CODE 1901.90 수입 1위 국가는 일본으로 2015년 기준 3억 6,462만 9,000달러를 수입하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 10.97% 마이너스 성장함

중국, 글로벌 수입비중 5.49% 차지

2015년 기준, HS CODE 1901.90 품목의 중국 수입 규모 비중은 전체 5.49%로 2위를 차지함. 2013 ~ 2015년 연평균성장률은 16.49%의 마이너스 성장률로, 2014년까지 5억 달러의 수준을 유지하다 2015년 3억 달러로 성장 감소세를 보임. 현재 글로벌 수입 규모 1위 국가인 일본과 비교해 봤을 때 약 1,000만 달러의 수입 규모 차이가 나타남

표 1.4 글로벌 HS CODE 1901.90 수입규모

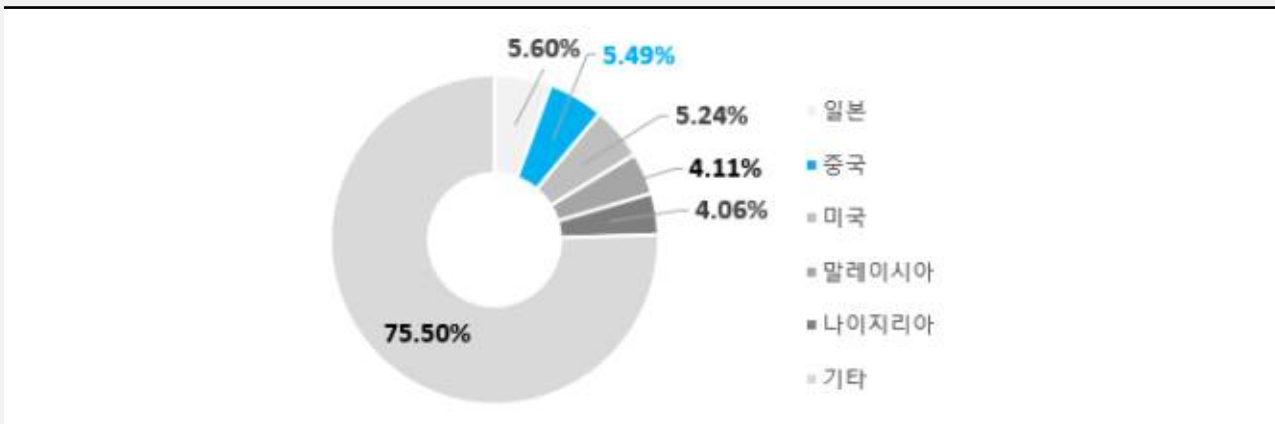
(단위: US 달러)

수입국가	2013	2014	2015	연평균 성장률
글로벌	6,941,009,000	7,521,003,000	6,509,796,000	-3.16%
1 일본	460,070,000	472,632,000	364,629,000	-10.97%
2 중국	512,609,000	529,326,000	357,509,000	-16.49%
3 미국	341,549,000	348,933,000	341,280,000	-0.04%
4 말레이시아	264,572,000	316,655,000	267,815,000	0.61%
5 나이지리아	299,642,000	448,623,000	264,565,000	-6.04%

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

그래프 1.1 글로벌 HS CODE 1901.90 수입규모 비중

(단위: %)



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

1) 2013 ~ 2015년 연평균 성장률 = $(\frac{\text{최신/최초연도}}{1/n-1}) - 1$

3. 중국 수입통계

중국 HS CODE 1901.90 품목 시장, 싱가포르 제품 점유율 1위

중국의 최대 수입상대국은 싱가포르로, 2015년 기준 중국 시장 내 싱가포르의 시장점유율은 32.58%의 점유율을 보이고 있으며 연평균 성장률²⁾ 149.52%의 급성장을 보이고 있음. 중국 HS CODE 1901.90 품목의 시장은 싱가포르를 이어 뉴질랜드, 말레이시아, 네덜란드, 오스트레일리아 등의 순을 보임. 2위국인 뉴질랜드의 2015년 시장 규모는 5,781만 1,000 달러로 16.17%의 점유율 차지하고 있음

중국 HS CODE 1901.90 품목 수입, 한국 7위 차지

HS CODE 1901.90 품목의 중국 수입 규모에서 한국은 7위를 차지함. 2015년 한국 수입규모는 1,204만 3,000 달러로 3.37%의 점유율을 차지하였음. 한국의 2013 ~ 2015년 연평균성장률은 마이너스 성장률을 보이고 있는 글로벌 평균 성장에 비해 56.06%의 성장세를 보이고 있음

표 1.5 중국 HS CODE 1901.90 품목 수입 규모

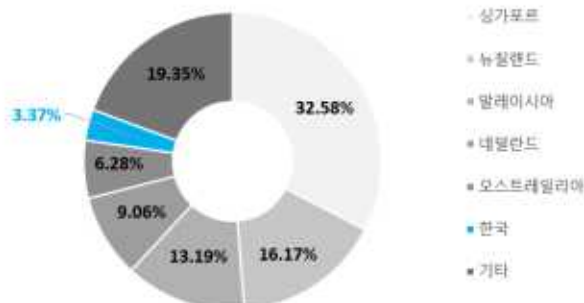
(단위: US 달러)

수입상대국	2013	2014	2015	2013~2015 연평균성장률
글로벌	512,609,000	529,326,000	357,509,000	-16.49%
1 싱가포르	18,707,000	50,017,000	116,468,000	149.52%
2 뉴질랜드	25,819,000	38,084,000	57,811,000	49.64%
3 말레이시아	150,103,000	83,768,000	47,151,000	-43.95%
4 네덜란드	118,740,000	88,523,000	32,390,000	-47.77%
5 오스트레일리아	132,660,000	158,147,000	22,438,000	-58.87%
7 한국	4,945,000	9,201,000	12,043,000	56.06%

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

그래프 1.2 중국 국가별 HS CODE 1901.90 품목 수입 규모 비중 (2015년)

(단위: %)



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

2) 2013 ~ 2015년 연평균 성장률 = 최신훈/최초연도^(1/n-1개년)-1

4. 중국 시장규모 및 성장률

중국 즉석 식품 시장규모 증가 추세

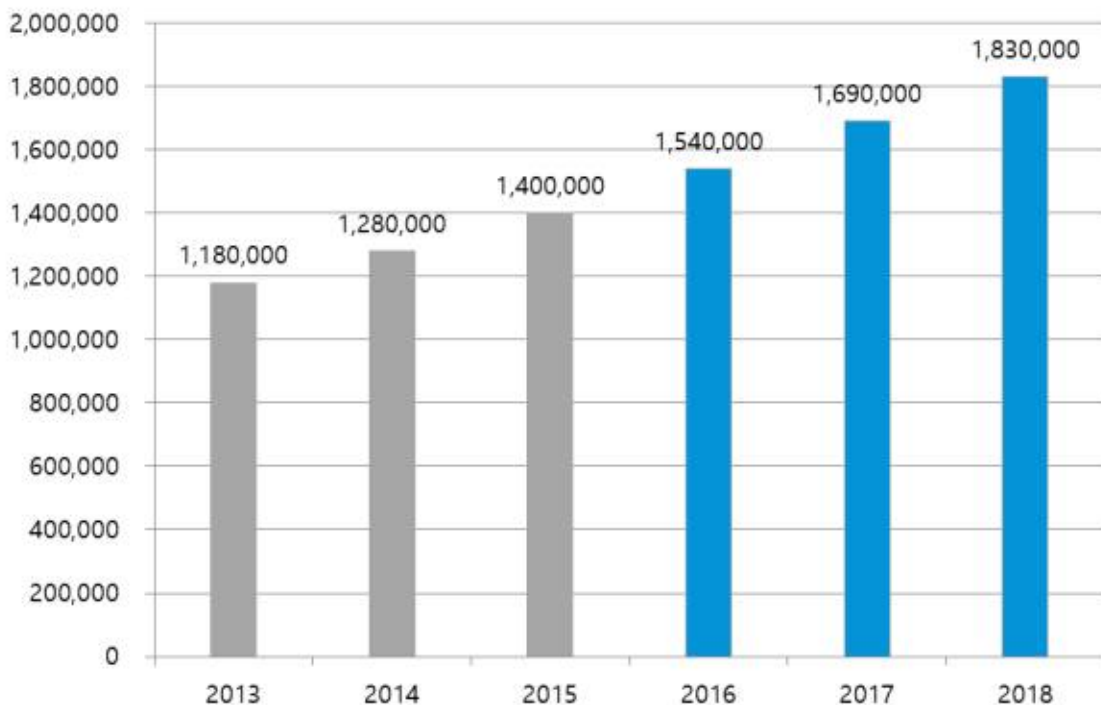
글로벌 시장조사기관인 Canadean Intelligence에서 제공하는 즉석 식품 카테고리는 Canned Ready Meals, Chilled Ready Meals, Dried Ready Meals, Frozen Ready Meals가 있으며, 이 가운데 즉석 떡볶이가 속하는 항목은 Dried Ready Meals로 이에 대한 통계 수치를 분석함

해당 자료에 의하면 2013년 기준 중국 Dried Ready Meals 시장의 규모는 118만 달러로 집계되었으며, 2013년 ~ 2015년 연평균³⁾ 8.92% 증가하여 2015년 140만 달러를 기록함

2016년 중국 Dried Ready Meals 시장규모는 2015년 대비 10% 증가한 154만 달러를 기록할 것으로 전망됨. 또한 2016년 ~ 2018년 연평균 9.01% 성장하여 2018년 183만 달러를 기록할 것으로 보임

그래프 1.3 중국 즉석 식품(Dried Ready Meals) 시장규모

(단위 : US 달러)



출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com), Dried Ready Meals 기준 ※ 2016 ~ 2018년은 전망치

3) 2013 ~ 2015년 연평균성장률 = $(\frac{\text{최신/최초연도}}{\text{최초연도}})^{\frac{1}{n-1}} - 1$



Ⅱ. 시장 트렌드

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

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“ 중국 즉석 식품의 방향성을 논의한 회의 개최 ”

- 제16회 중국 즉석 식품 대회(第十六届中国方便食品大会)가 중국 베이징에서 열림
- 2016년 올해의 즉석 식품 산업키워드는 '경쟁을 통한 다양한 제품(百食争艳)'과 '몸에도 좋고 맛도 좋은 제품(营养美味)'임
- 관계자들은 제품 생산 설비의 연속화, 자동화가 업계 추세로 자리 잡을 것으로 예상함
- 소비자들의 목소리에 귀 기울여 제품 개발에 나설 것을 주문

소비 트렌드

“ 1인 가구와 함께 증가하는 즉석 식품 소비 ”

- 오는 2025년 중국의 1인 가구가 1억 가구를 돌파할 것으로 예상
- 중국 1인 가구의 증가로 즉석식품 시장이 165% 증가함
- 1인 소비자들은 요리로 시간을 소비하는 것보다 간편함을 선호함

“ 중국인들에게 익숙한 쫄깃한 식감 ”

- 중국인들은 단오절에 쫄즈(Zongzi, 粽子)라는 떡을 만들어 먹음
- 찹쌀로 만든 전통 음식을 섭취하는 중국인들이 쫄깃한 식감에 거부감이 없는 것으로 파악됨

제품 트렌드

“ 종이컵 재질의 즉석 떡볶이 제품 ”

- 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 제품은 종이컵 재질의 포장용기로 판매되고 있었음
- 전자레인지에 조리되는 즉석 떡볶이 특성상 열에 강하고 수분을 머금을 수 있는 재질을 선호하는 것으로 사료됨

정책 트렌드

“ 중국 정부의 식품안전법 개정 ”

- 중국 정부는 각종 식품 안전사고로 인한 중국 소비자들의 우려를 잠재우고, 중국 내 식품 안전을 강화하기 위해 2015년 식품안전법을 개정함

“ 온라인 구매 식품 또한 규제 대상 ”

- 인터넷 구매식품 거래 제 3자는 온라인 식품 경영자 등록 시 반드시 실명으로 등록해야 함

1. 시장 메가 트렌드

중국 즉석 식품의 방향성을 논의한 회의 개최

2016년 9월 8일, 중국 식품 과학 기술 학회가 주최한 ‘제16회 중국 즉석 식품 대회(第十六届中国方便食品大会)’가 중국 베이징에서 열림. 이번 모임은 중국 내 즉석 식품 업계 관계자 및 전문가들이 함께 모여 앞으로 중국 즉석 식품 산업의 발전 방향에 대해 논의할 시간으로 인스턴트라면, 냉동식품, 밀가루면 등과 같은 즉석 식품의 현황 및 발전 방향을 공유함

중국 식품 과학 기술 학회가 발표한 2016년 올해의 즉석 식품 산업 키워드는 ‘경쟁을 통한 다양한 제품(百食争艳)’ 과 ‘몸에도 좋고 맛도 좋은 제품(营养美味)’ 임. 이는 중·서양 식문화가 융합된 새로운 제품을 기대하며 중국 소비자들의 더욱더 다양해진 입맛을 사로잡기 위한 키워드로 해석됨

관계자들은 중국 즉석 식품은 전통 식품 공업화의 본보기로써 앞으로 제품 생산 설비의 연속화, 자동화는 업계 추세로 자리 잡을 것으로 예상함

또한 기업들은 앞으로 어떻게 소비자들의 소비 경험¹⁾을 끌어올릴 수 있을지 고민해야 하며, 소비자들의 목소리에 귀 기울여 그들이 원하는 제품을 만들어 낼 수 있도록 노력해야 한다고 덧붙였음

이번 회의로 해당 기업들이 어떠한 변화를 일으키며 중국 즉석 식품 시장을 점유해 나갈지 귀추가 주목되는 바임

표 2.1 제16회 중국 즉석 식품 대회



제 16회 중국 즉석 식품 대회에 참석한 관계자들의 의견을 나누는 모습

출처 : 新浪财经(finance.sina.com.cn)

1) 소비 경험(Consumption Experience) : 제품을 소비하는 동안 경험한 감정을 뜻하며 고객 만족이나 재구매 결정에 결정적 역할을 함

2. 소비 트렌드

1인 가구 증가에 따라 함께 증가하는 즉석 식품 소비

오는 2025년 중국의 1인 가구가 1억 가구를 돌파할 것으로 예상됨. 이에 따라 다인 가구보다 1인당 소비지출 규모가 높고 가족 중심이 아닌 개인 중심의 소비성향을 보이고 있는 1인 소비자들이 중국 내수시장의 새로운 소비주체로 부상하고 있음. 1인 소비자들은 즉석 식품 소비에서도 주요 소비계층으로 떠오르는 것으로 파악됨

시장조사업체 유로모니터에 따르면 중국 1인 가구의 증가로 중국 즉석식품 시장은 2012년 2,000억 위안에서 2015년 5,300억 위안으로 3년 사이에 165%가 증가한 것으로 보임

이와 같이 1인 소비자들이 즉석 식품을 선호하며 증가하게 된 원인으로 간편함을 꼽았으며 많은 시간을 요리하는 데 소비하는 것을 원치 않는 것으로 나타남

중국인들에게 익숙한 쫄깃한 식감

중국인들은 중국 명절 중 하나인 단오절이면 쫄즈(Zongzi, 粽子)라는 삼각형 모양의 떡을 만들어 먹음. 쫄즈는 고기, 견과류, 팥 등 다양한 재료를 속으로 이용하여 찹쌀밥을 대나무 잎과 갈대 잎으로 감싸 찌내는 것이 특징임

쫄즈와 같이 찹쌀로 만든 전통 음식을 섭취하는 중국인들이 쫄깃한 식감을 가진 떡볶이 떡 또한 거부감이 없는 것으로 파악됨

표 2.2 중국 전통 음식 쫄즈(粽子)



중국 명절인 단오절(端午节)에 먹는 쫄즈(粽子)

출처 : 中国日报(www.chinadaily.com.cn)

3. 제품 트렌드

종이컵 재질로 이루어져 있는 즉석 떡볶이 제품

중국 내에서 유통되고 있는 인기 즉석 떡볶이 제품을 파악하기 위해 중국 시장 점유율 상위 3개 온라인쇼핑몰(Taobao, Tmall, JD)을 대상으로 중복되어 나타나는 기업을 도출함

온라인 쇼핑몰을 통해 조사된 4개의 제품들은 모두 종이컵 재질의 본체와 뚜껑이 포함되어 있는 모양으로 판매되고 있었음

즉석 떡볶이는 전자레인지로 통해 조리 해야 하는 방식을 취하고 있기 때문에 열에 강하며 수분을 머금을 수 있는 이와 같은 포장용기를 사용하는 것으로 사료됨

표 2.3 중국 인기 즉석 떡볶이 제품

바로웰 - 즉석 국물 떡볶이		WAOIOBA - 사랑해요 떡볶이	
			
인기 요인	가늘고 긴 떡이 자작한 국물 양념을 빨리 베어 들 게 함	인기 요인	무색소 첨가로 안전하고 맛있는 떡볶이를 즐길 수 있음
단점	양념양에 따라 맛이 싱겁게 느껴질 수 있음	단점	양념이 떡의 양에 비해 많아 자극적임

출처 : Taobao(www.taobao.com), Tmall(www.tmall.com)

4. 정책 트렌드

중국 정부 식품안전법 개정

중국 정부는 기존의 식품안전법을 개정한 新식품안전법을 지난 2015년 발효함. 중국 정부는 식품안전법 개정을 통해 식품 안전사고로 인한 중국 소비자들의 우려를 잠재우고, 중국 내 식품 안전을 강화할 목적임

중국 정부는 개정된 식품안전법을 기준으로 중국 내에서 생산되는 식품에 대한 소비자의 신뢰를 구축하여, 중국산 식음료 시장이 활성화되기를 기대하고 있음

온라인 구매 식품 또한 규제 대상

본 개정법은 인터넷 구매 식품 또한 관리 범위로 지정하였음. 인터넷 구매식품 거래 제 3자는 온라인 식품경영자 등록 시 반드시 실명으로 등록해야 하며, 법에 의거하여 허가증을 취득 및 심의 받도록 규정되어 있음

표 2.4 중국 식품안전법 개정안

항목	내용
관리감독, 허가 일원화	국무원 산하의 4개 부처가 나눠서 처리하던 식품제조, 유통, 식음료 서비스의 허가 및 관리감독 업무를 국가식품의약품감독부문으로 일원화함
신상정보 보관 의무화	식품제조업자 및 판매업자의 신상정보를 의무적으로 보관하도록 함
인터넷 식품판매업자의 실명등록 의무화	인터넷 쇼핑몰 운영자는 개별 판매업자로 하여금 반드시 실명을 등록하고, 판매하는 식품 종류에 따라 필요 허가증을 구비하도록 해야 함
식품 수입검사 강화	식품 수입 시 적용하는 식품안전법 및 관계 법령, 식품위생기준 적합성 기준을 강화하고 해당 기준에 통과된 제품만 수입할 수 있도록 함
유아용분유에 대한 규제 강화	조제분유 제조업자는 분유 배합비율 등 제품 정보를 중국 국가식품의약품감독부문에 제출해야하며, 제품의 공장 출고 시 반드시 검사를 받아야 함

출처 : China Law Translate(www.chinalawtranslate.com), 'Food Safety Law of the PRC(2015)', 2015.04



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

현지조사 기업 (大象社, 韩荣实业社, 丝路晨光社)

#1. 大象 (北京) 食品有限公司 DAESANG(BEIJING)FOOD CO.,LTD

기업 유형	제조 · 판매업	설립년도	1956년	
취급 품목 유형	가공식품, 김치 등	홈페이지	www.daesang.cn	
주요 제품				
	청정원 매콤달콤 쌀떡볶이	청정원 마늘양념맛 쌀떡볶이	청정원 카레맛 쌀떡볶이	

#2. 深圳市韩荣实业有限公司 Shenzhen Han Rong Industrial Co., Ltd.

기업 유형	제조 · 판매업	설립년도	1997년	
취급 품목 유형	가공식품, 김치 등	홈페이지	www.koreanongjang.com	
주요 제품				
	고려농장 떡볶이떡	한국식 떡볶이떡 (500g)	한국식 떡볶이떡 (750g)	

#3. 圃木园食品(株) Pulmuone Foods Co., Ltd.

기업 유형	제조 · 판매업	설립년도	1981년	
취급 품목 유형	가공식품, 김치 등	홈페이지	www.pumeiduo.com	
주요 제품				
	풀무원 매콤달콤순살떡볶이	풀무원 국물떡볶이	풀무원 한입떡볶이	

경쟁사 분석 OVERVIEW

현지조사 기업 (海地村我家食品社, 大象FNF社, 冠军食品社)

#4. 青岛海地村我家食品有限公司 Qingdao My-home Food Co., Ltd.

기업 유형	제조 · 판매업	설립년도	2003년	
취급 품목 유형	가공식품 등	홈페이지	www.haidicun.com	
주요 제품				
	해지촌 한입떡볶이	치즈 떡볶이 떡	고구마떡	

#5. 大象FNF株式会社 DAESANG FNF FOOD CO.,LTD

기업 유형	제조 · 판매업	설립년도	2006년	
취급 품목 유형	가공식품, 반찬류 등	홈페이지	www.daesangfnf.co.kr	
주요 제품				
	종가집 쌀떡볶이	종가집 우리쌀 떡볶이떡	데이즈 떡볶이 치즈맛	

#6. 上海冠军食品有限公司 Shanghai Guan Jun Food, Co.Ltd.

기업 유형	제조 · 판매업	설립년도	1948년	
취급 품목 유형	가공식품 및 떡류	홈페이지	www.changlisheng.com	
주요 제품				
	전자레인지용 한식고추장 떡볶이	전자레인지용 카레맛 떡볶이	전자레인지용 XO해선장맛 떡볶이	

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

- ① 중국 유통매장 조사 시 확인된 기업
- ② 상기 업체, 온라인 쇼핑몰 내 유통 검증

현지조사를 통한 경쟁사 선정

다양한 키워드 및 방법론을 통해 중국 즉석 떡볶이 시장의 점유율 상위 기업의 판매 제품을 분석함

제품 선정기준은 해외 현지 조사된 기업 및 상기 업체 제품이 온라인 쇼핑몰 내 유통되는가에 대해 전수 조사한 후 의뢰사 제품과 동일 유사한 제품만을 분석 대상 제품으로 선정하는 것임

최종 도출된 기업은 6개社로, 6곳 기업 가운데 4개사는 중국 현지 기업이며, 2개사는 한국 기업으로 확인하여 조사에 착수함

표 3.1 현지 조사 매장 내 경쟁사 도출

Walmart	大象 (北京) 食品有限公司 DAESANG(BEIJING)FOOD CO.,LTD
Carrefour	深圳市韩荣实业有限公司 Shenzhen Han Rong Industrial Co., Ltd.
TASTE	圃木园食品(株) Pulmuone Foods Co., Ltd. 青岛海地村我家食品有限公司 Qingdao My-home Food Co., Ltd. 大象FNF株式会社 DAESANG FNF FOOD CO.,LTD
Tmall	上海冠军食品有限公司 Shanghai Guan Jun Food, Co.Ltd.

표 3.2 중국 온라인쇼핑몰 내 유통제품 검증

키워드	炒年糕条
온라인 쇼핑몰	Taobao, Tmall

표 3.3 최종 경쟁제품 도출

최종 경쟁제품	<ul style="list-style-type: none"> - 清净园甜辣炒年糕 (청정원 매콤달콤 쌀떡볶이) - 高丽农庄韩式年糕 (고려농장떡볶이떡) - 韩式宫廷香辣炒年糕 풀무원 매콤달콤 순쌀떡볶이 - 海地村原味粘糕 해지촌 한입떡볶이 - 宗家府炒年糕条 종가집 쌀떡볶이 - 微波年糕 (韩式辣酱) 전자레인지 한식고추장 떡볶이
---------	---

출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10) / Tmall

2. 경쟁사별 현황 파악

大象 (北京) 食品有限公司

DAESANG(BEIJING)FOOD CO.,LTD

大象(北京)社は 大象社の 중국 계열사로써, 大象社は 1956년 설립되어 발효조미료 ‘미원’ 을 통하여 한국 굴지의 식품회사로 성장해왔음

90년대에 접어들면서 사회적으로 ‘삶의 질’ 을 중시하는 경향이 확산됨에 따라, 천연과 건강지향의 트렌드를 지향한 ‘청정원’ 브랜드를 런칭시킴

2011년 ‘청정원’ 은 한국 국가브랜드 대상을 수상하며 브랜드 이미지를 제고하였음. 또한 2014년에는 청정원 BI를 개선하여 카테고리 별 BI를 정해 전문성과 가시성을 더하여 더욱 다양하고 전문화된 제품을 선보임과 동시에 식문화의 새로운 트렌드를 제시하겠다는 의지를 표현하였음

표 3.4 기업 개요

기업 유형	제조 · 판매업
취급 품목 유형	가공식품, 김치 등
설립년도	1956년
국가	한국
주소	北京市朝阳区望京利泽中园二区203号洛娃大厦B座三层301-302室
전화	+86-10-8472-0428
홈페이지	www.daesang.cn
기타 정보	- 기업 홈페이지에 Tmall 전용 판매 사이트 제공중

출처 : 大象食品(www.daesang.cn)

표 3.5 ‘청정원’ 브랜드 BI 변화

		
청정원	청정원	청정원
1996년	2008년	2014년

출처 : 大象食品(www.daesang.cn)

2. 경쟁사별 현황 파악

深圳市韩荣实业有限公司

Shenzhen Han Rong Industrial Co., Ltd.

1997년에 설립된 韩荣实业社는 가공식품 및 김치 제조·판매사로써 김치 제품 브랜드인 ‘멋진남자(爽哥)’와 가공식품 브랜드 ‘고려농장(高丽农庄)’을 보유하고 있음

현재 1,000톤에 달하는 냉동 창고를 보유하고 있으며 이를 통해 중국 전역을 비롯한 홍콩, 마카오, 동남아시아 등지에 제품을 유통시키고 있음

특히 중국 내에서는 월마트, 까르푸 등과 같은 대형 유통매장을 통해 제품을 납품하고 있으며, 이밖에도 편의점, 음식점, 기업 단위의 납품을 하고 있음

표 3.6 기업 개요

기업 유형	제조·판매업
취급 품목 유형	가공식품, 김치 등
설립년도	1997년
국가	중국
주소	广东省深圳市龙岗区横岗街道保安社区坳二路30号厂房1号楼101号
전화	+85-0755-2607-7505
홈페이지	www.koreanongjang.com
기타 정보	- 한국어 브랜드 로고를 사용함으로써 한국 제품의 느낌을 더욱 살리고 있음

출처 : 韩荣实业(www.koreanongjang.com)

표 3.7 제품 소개

기업 판매 제품		
	500克韩式年糕 (한국식 떡볶이 500g)	400克袋装泡白菜 (비닐포장형 김치 400g)

출처 : 韩荣实业(www.koreanongjang.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

圃木园食品(株) Pulmuone Foods Co., Ltd.

풀무원社는 1981년 설립된 한국 최초의 유기농 제품 판매 기업임. 농산품 사업을 시작으로 현재 가공식품, 장류, 김치 등을 제조하여 판매하고 있으며, 북경과 상해에 각각 법인을 두고 있음

2012년부터 가동한 북경공장을 중심으로 5개 협력공장의 생산기지를 확보하여 북경, 심천, 광저우, 중경지역의 할인점, 슈퍼마켓, 백화점 등 유통매장을 통해 사업을 전개해 나가고 있음

2016년에는 글로벌 유통업체인 월마트, 샘스클럽으로부터 ‘최우수 공급상’을 수상하는 성과를 거두기도 하였으며, 제품과 사업영역을 지속적으로 확장하여 로하스 신선 식품 기업으로 자리매김해 나가고 있음

표 3.8 기업 개요

기업 유형	제조 · 판매업
취급 품목 유형	가공식품, 김치 등
설립년도	1981년
국가	한국
주소	서울시 강남구 광평로 280 로즈데일빌딩
전화	080-022-0085
홈페이지	www.pumeiduo.com
기타 정보	- LOHAS 인증 기업으로 ‘바른먹거리’ 캠페인을 벌이고 있음

출처 : Pulmuone(www.pumeiduo.com)

표 3.9 풀무원의 ‘3無첨가제’ 원칙

		
無합성색소	無합성방부제	無합성향료

출처 : Pulmuone(www.pumeiduo.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

青岛海地村我家食品有限公司

Qingdao My-home Food Co., Ltd.

海地村我家食品社는 2003년 중국 청도(靑島)에서 설립된 식품 제조 및 판매 업체임

중국내 주요 유통현황으로는 한인식품마트와 한국요리식당에 식자재를 공급하고 있으며 이외에도 중국 고급 백화점, 대형마트, 유아용품점 식품공급을 통해 기업의 시장 점유율을 늘려나가고 있음

海地村我家食品社와 함께 협력하고 있는 기업들은 약 24개社임. 또한 유통뿐만 아니라 자체적인 브랜드 제품을 생산함으로써 기업의 브랜드 파워를 키워나가고 있음

표 3.10 기업 개요

기업 유형	제조 · 판매업
취급 품목 유형	가공식품, 수산·냉동 식품, 유아식품 등
설립년도	2003년
국가	한국
주소	青岛市城阳区流亭街道双元路西
전화	+86-0532-6773-0135
홈페이지	www.haidicun.com
기타 정보	- 기업 홈페이지에 'e-카달로그'를 제공하고 있음

출처 : 海地村我家食品(www.haidicun.com)

표 3.11 海地村的 'e-카달로그'



출처 : 海地村我家食品(www.haidicun.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

大象FNF株式会社 DAESANG FNF FOOD CO.,LTD

大象FNF社는 2006년 11월 출범 이래, ‘중가집’ 식품 브랜드를 통해 한국 대표 신선식품 기업으로 자리잡음. 현재 ‘525’ 라는 목표를 가지고 2016년까지 영업이익 5배, 매출액 2.5배, 해외수출 2.5배 이상을 바라보고 있음

한국 대표 신선식품 기업을 넘어 세계가 인정하는 신선 식품 기업으로 거듭나기 위해 국내외 외국인을 대상으로 하는 ‘한식 체험 프로그램’ 을 적극적으로 운영하고 있음

또한 식품 안전에 대한 수상 및 인증 마크를 취득하면서 소비자들에게 더욱 안전한 먹거리를 선사하기 위한 노력을 기울이고 있음

표 3.12 기업 개요

기업 유형	제조 · 판매업
취급 품목 유형	가공식품, 반찬류, 김치 등
국가	한국
설립년도	2006년
주소	서울특별시 중랑구 면목로 470, 3층(상봉동)
전화	080-080-8866
홈페이지	www.daesangfnf.co.kr
기타 정보	- 기업 사이트에서 온라인판매를 진행하고 있음

출처 : 大象FNF(www.daesangfnf.co.kr)

표 3.13 大象FNF社의 수상 및 인증 내역

				
브랜드 파워 1위	우수식품 HACCP 지정	LOHAS 인증	HALAL 인증	KOSHER 인증

출처 : 大象FNF(www.daesangfnf.co.kr)

2. 경쟁사별 현황 파악

上海冠军食品有限公司

Shanghai Guan Jun Food, Co.Ltd.

冠军食品社는 1948년 대만에서 설립되어 가공식품 및 떡류 제품을 제조·판매하고 있음

2001년부터 해외시장을 개척을 계획하여 중국 알리바바(Alibaba) ‘성신통(诚信通)’ 자격을 취득하였으며, 2003년 HACCP인증 및 미국 FDA인증 마크를 획득하였음


기업 브랜드 ‘강력생(张力生)’을 통해서 32개국에 수출되고 있음. 주요 판매국으로는 미국, 유럽, 캐나다, 동남아시아, 아프리카 등이 있으며 떡류 산업 내에서 해외시장 점유율 90%이상을 차지하고 있음

표 3.14 기업 개요

기업 유형	제조·판매업
취급 품목 유형	가공식품 및 떡류
국가	중국
설립년도	1948년
주소	上海市崇明县港西镇三双公路1011号
전화	+86-021-5967-2567
홈페이지	www.changlisheng.com
기타 정보	- 100년 이상의 역사를 가지고 있는 기업들에게 수여되는 ‘중화노자호(中华老字号)’ 보유 기업

출처 : 冠军食品(www.changlisheng.com)

표 3.15 성신통(诚信通) 마크

인증 마크	설명
	<ul style="list-style-type: none"> - 알리바바는 2002년부터 10개 파트너사의 추천과 교역 신분 및 평가를 나타내는 신용평가 프로그램 ‘성신통(诚信通)’이라는 소프트웨어를 자체 교역프로그램으로 지정하였음 - 기업회원과 개인회원으로 나누어지며, 기업회원의 신용평가는 제 3자 인증(중국공상국의 합법적 등록자, 기업신용조사기구의 신용인증, 알리바바 활동 기록, 회원평가 등)을 통해 이루어지고 개인회원은 알리페이(支付宝)를 통해 신용조사가 진행됨 - 알리바바의 회원은 이를 필수적으로 구매하여야 하며, 이는 알리바바의 유료서비스 1단계임 - ‘성신통’은 유저가 보유한 각종 기록과 신용도를 나타내며 회사의 자금력과 전문분야의 평가까지 자세히 설명됨

출처 : 冠军食品(www.changlisheng.com)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 기타 (유통기한)
5. 현지조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

- **제품 평균 중량 : 487.4g**

- 즉석 떡볶이 제품은 일반적으로 100 ~ 500g 범위의 중량으로 판매되고 있었으며, 간편성을 추구하는 컵 즉석 떡볶이일수록 200g의 용량을 넘지 않음

- **가격 : 100g 당 평균 5.52위안**

- 최저 가격은 3.70위안을 기록하였으며 최고 가격은 7.44위안으로 확인됨



- **패키지 : 용량에 따라 다양한 포장 용기**

- 현지 조사 결과, 간편성과 경제성을 고려하여 용량에 따라 파우치 타입은 5개, 종이컵 타입은 1개를 차지하고 있었음

- **평균 유통기한 7.66개월**

- 중국 현지에 유통되고 있는 즉석 떡볶이 제품의 유통기한은 최단 4개월부터 최장 12개월까지 확인됨

제품 상세 분석

					
大象 (DAESANG)	韩荣实业 (Han Rong Industrial)	圃木园 (Pulmuone)	东星 (DongSung)	大象FNF (DAESANG FNF)	冠军食品 (Guan Jun Food)
청정원 매콤달콤 쌀떡볶이	고려농장 떡볶이떡	풀무원 매콤달콤 순쌀떡볶이	해지촌 한입떡볶이	종가집 쌀떡볶이	전자레인지용 한식고추장 떡볶이

분석 지표 : 가격, 포장용기, 유통기한, 중량

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 6개 제품

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

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



清净园甜辣炒年糕
청정원 매콤달콤쌀떡볶이



高麗農莊韓式年糕
고려농장 떡볶이떡



韓式宮廷香辣炒年糕
풀무원 매콤달콤순쌀떡볶이

총 6개 경쟁 제품 선정

총 3곳의 현지 매장 방문을 통해 5개의 경쟁제품을 확인하였으나, 모두 파우치 형태의 즉석 떡볶이 제품으로 중국 대형 온라인쇼핑몰 (Tmall)을 조사하여 컵 형태의 즉석 떡볶이 제품 1개를 추가하여 총 6개 경쟁 제품을 선정함

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
沃尔玛 (Walmart)	广州市白云区机场路1111号	2016.10.07
家乐福 (Carrefour)	广州市白云区机场路1339号	2016.10.07
TASTE	广州市越秀区中山三路33号中华广场3楼	2016.10.08

출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10)

경쟁 제품



海地村原味粘糕
해지촌 한입떡볶이



宗家府炒年糕条
종가집 쌀떡볶이



微波年糕 (韩式辣酱)
전자레인지용 한식고추장 떡볶이

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
清净园甜辣炒年糕 (청정원 매콤달콤 쌀떡볶이)	大象 (北京) 食品有限公司 DAESANG(BEIJING)FOOD CO.,LTD
高丽农庄韩式年糕 (고려농장떡볶이떡)	深圳市韩荣实业有限公司 Shenzhen Han Rong Industrial Co., Ltd.
韩式宫廷香辣炒年糕 풀무원 매콤달콤 순쌀떡볶이	圃美多食品 (株) Pulmuone Foods Co., Ltd.
海地村原味粘糕 해지촌 한입떡볶이	东星食品 (株) DONGSUNG FOOD CO.,LTD
宗家府炒年糕条 종가집 쌀떡볶이	大象FNF株式会社 DAESANG FNF FOOD CO.,LTD
微波年糕 (韩式辣酱) 전자레인지 한식고추장 떡볶이	上海冠军食品有限公司 Shanghai Guan Jun Food, Co.Ltd.

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 100g 당 가격(위안), 포장형태, 유통기한 총 4가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10) / Tmall

2. 가격 정보

중국 內 즉석 떡볶이, 100g당 평균 가격 5.52위안

현지방문조사를 통해 확인한 결과, 경쟁 제품들의 평균 용량은 약 487.4g으로 나타났으며, 100g당 평균 가격은 5.52위안으로 도출됨

경쟁 제품 중 清净园甜辣炒年糕(청정원 매콤달콤 쌀떡볶이)와 海地村原味粘糕(해지촌 한입떡볶이)가 500g으로 가장 많은 용량을 나타내었음

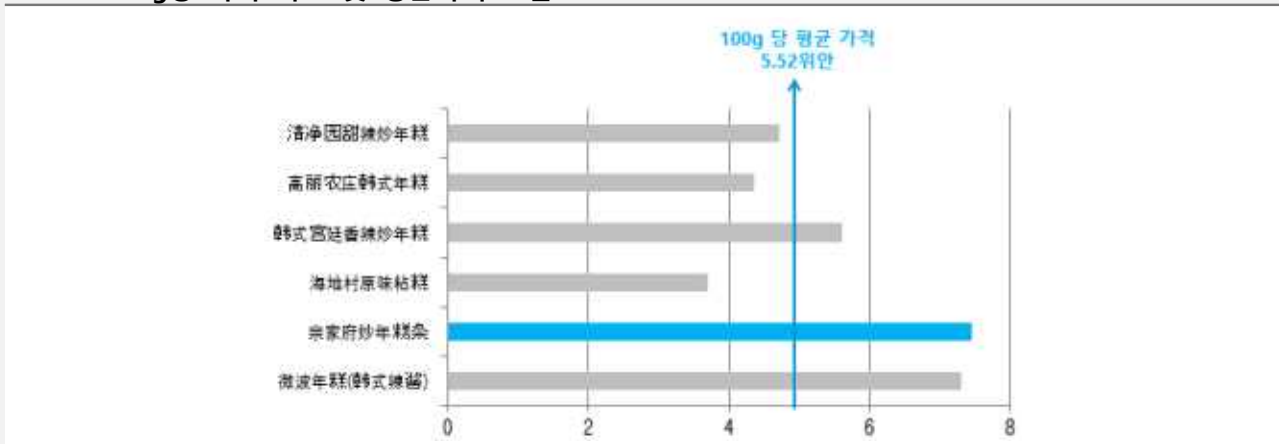
100g당 가장 최고가는 7.44위안의 宗家府炒年糕条 (종가집 쌀떡볶이) 제품이며, 최저가는 3.70위안으로 海地村原味粘糕(해지촌 한입떡볶이) 제품이 차지함

표 4.3 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(위안 ¹⁾)	100g 당 가격(위안)
清净园甜辣炒年糕 (청정원 매콤달콤 쌀떡볶이)	500	23.50	4.70
高丽农庄韩式年糕 (고려농장떡볶이떡)	400	17.40	4.35
韩式宫廷香辣炒年糕 (풀무원 매콤달콤 순쌀떡볶이)	480	26.90	5.60
海地村原味粘糕 (해지촌 한입떡볶이)	500	18.50	3.70
宗家府炒年糕条 (종가집 쌀떡볶이)	422	31.40	7.44
微波年糕(韩式辣酱) 전자레인지용 한식고추장 떡볶이	135	9.90	7.30

출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10) / Tmall

표 4.4 100g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10) / Tmall

1) 1 위안 = 165.04원 (KEB 하나은행 고시기준, 2016.10.11)

3. 포장용기 정보

용량 크기에 따라 다양한 포장 용기 출시

경쟁제품 분석결과 6개 경쟁 제품 중 5개 제품은 파우치 타입으로 포장 되어있었으며, 1개 제품은 종이컵 타입의 포장용기를 사용하고 있었음. 이러한 포장 용기의 차이는 용량의 크기에 따라 달라지는 것으로 확인됨. 100 ~ 200g 미만의 비교적 적은 용량의 제품은 종이컵 타입의 포장용기를 사용하여 간편성을 높이고 200g 이상의 제품들은 한 봉지에 2 ~ 3인분의 양을 한 번에 포장함으로써 경제성을 높인 것으로 사료됨

4. 기타 (유통기한)

경쟁제품의 평균 유통기한 7.66개월

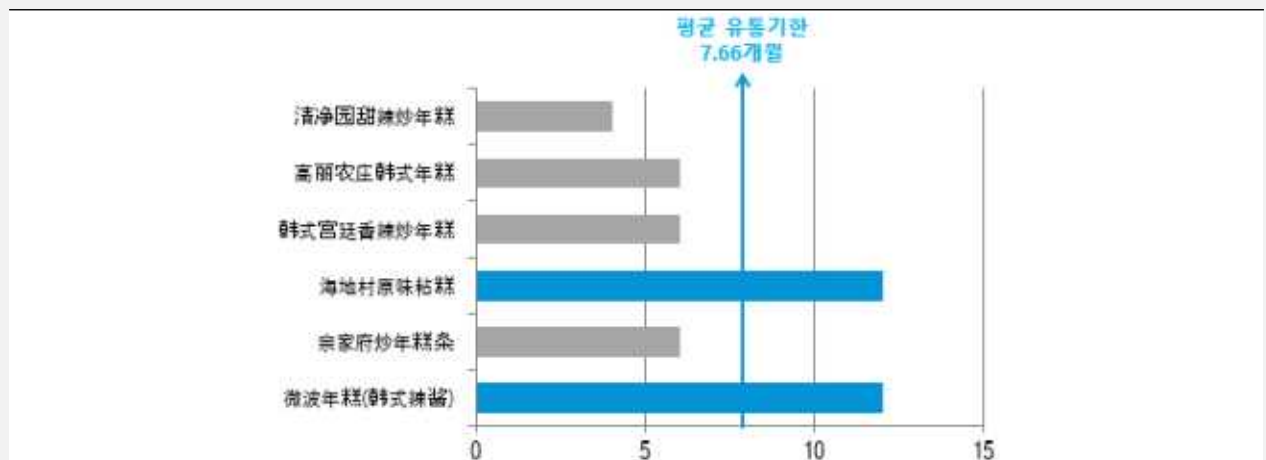
6개 경쟁제품의 평균 유통기한은 7.66개월로 집계됨. 조사한 경쟁제품의 최단 유통기한은 4개월, 최장 유통기한은 12개월로 즉석 떡볶이 제품은 1년 이하의 유통기한을 유지하는 것으로 파악됨

표 4.5 패키지 샘플(경쟁제품 분석)



출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10) / Tmall

표 4.6 유통기한 비교



출처 : 현지방문조사 (Walmart, Carrefour, TASTE 2016.10) / Tmall

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 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	大象 (北京) 食品有限公司 DAESANG(BEIJING)FOOD CO.,LTD	深圳市韩荣实业有限公司 Shenzhen Han Rong Industrial Co., Ltd.
	제품명	清净园甜辣炒年糕 (청정원 매콤달콤 쌀떡볶이)	高丽农庄韩式年糕 (고려농장떡볶이떡)
	용량(g)	500g	400g
	100g 당 가격(위안)	4.70	4.35
	포장형태	파우치	파우치
	유통기한(개월)	4개월	6개월
취급처	판매 확인 매장 沃尔玛 (Walmart)	家乐福 (Carrefour)	

5. 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	圃美多食品 (株) Pulmuone Foods Co., Ltd.	东星食品 (株) DONGSUNG FOOD CO.,LTD
	제품명	韩式宫廷香辣炒年糕 풀무원 매콤달콤 순살떡볶이	海地村原味粘糕 해지촌 한입떡볶이
	용량(g)	480g	500g
	100g 당 가격(위안)	5.60	3.70
취급처	포장형태	파우치	파우치
	유통기한(개월)	6개월	12개월
	판매 확인 매장	TASTE	TASTE

5. 현지조사 데이터

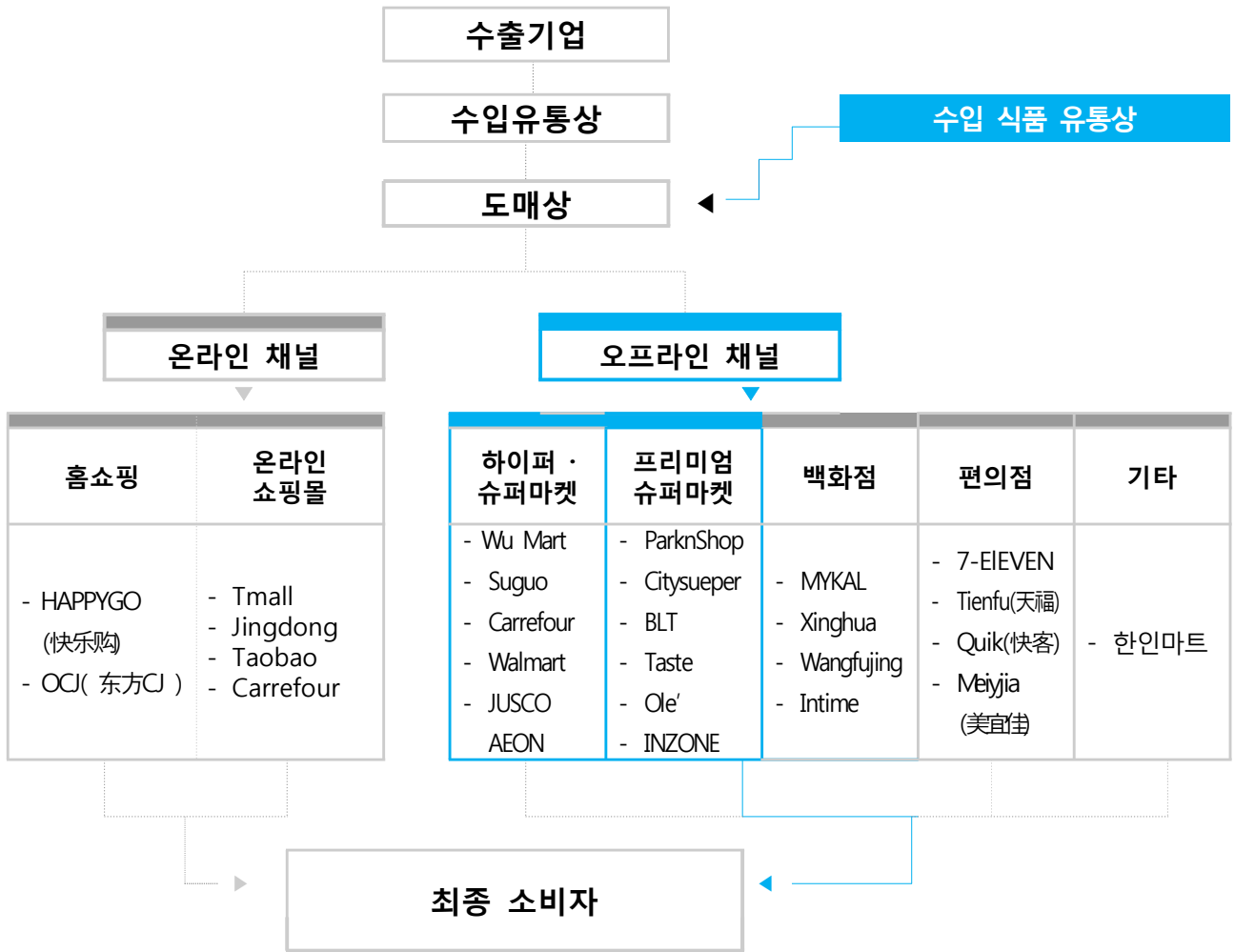
구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	大象FNF株式会社 DAESANG FNF FOOD CO.,LTD	上海冠军食品有限公司 Shanghai Guan Jun Food, Co.Ltd.
	제품명	宗家府炒年糕条 종가집 쌀떡볶이	微波年糕(韩式辣酱) 전자레인지용 한식고추장 떡볶이
	용량(g)	422g	135g
	100g 당 가격(위안)	7.44	7.30
	포장형태	파우치	종이컵
	유통기한(개월)	6개월	12개월
취급처	판매 확인 매장	TASTE	Tmall



V. 유통구조 현황

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

1. 현지 유통구조 map



*출처 : 현지방문조사(Walmart, Carrefour, TASTE 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
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 판매를 하고 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 소비자가 한인이므로 진정한 중국시장 진출을 위한 경로라 할 수 없음

2. 추천 진출 경로

소매 유통채널

1) 프리미엄 슈퍼마켓

식료품 및 일용 잡화를 주로 판매하고 있는 매장으로 타깃 고객층이 중·상류층의 고객임

2) 백화점

수입 브랜드를 판매하는 백화점이 최근 단순한 소비공간에서 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 있고 그 중 30%정도가 수입 제품으로 구성되어 있음.¹⁾ 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 있음²⁾

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

1) 리테일 매거진, '위기에 강한 슈퍼마켓', 2012

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

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

떡볶이 유통업체 및
수출입 통관대행사 대상
인터뷰 진행
(2016년 10월)

- 떡볶이 유통업체
- 수출입통관대행사

Q1. 중국에서 유통하는 즉석 떡볶이의 인기 제품은 무엇인가?

“ 최근 떡볶이 제품이 중국에서 인기가 있고, 판매량도 괜찮은 편이다. 하지만 즉석 떡볶이가 아닌 떡볶이 맛을 대체할 수 있는 떡볶이맛 스낵제품이 인기를 끌고 있는 점이 특이점이다. 즉석 떡볶이는 전자 레인지를 사용해야 하는 불편함 때문에 떡볶이맛 스낵을 더욱 선호하는 것 같다. ”

떡볶이 유통업체 威海福祉贸易有限公司
담당자 Ms. Shao와의 인터뷰 中, 2016.10

“ 당사의 한국 제품 중 떡볶이 제품이 인기를 한국 기업이 중국에서 제조한 즉석 떡볶이 제품을 온라인으로 판매하고 있다. ”

떡볶이 유통업체 沈阳沈一商贸有限公司
담당자 Mr. Li와의 인터뷰 中, 2016.10

Q2. 현재 중국 내에서 즉석 떡볶이 제품 유통 현황은 어떻게 되는가?

“ 당사 떡볶이 제품의 주요 유통채널은 오프라인이며, 웨이하이 주변 지역에만 유통을 하고 있다. 온라인으로는 알리바바 B2B사이트를 이용하고 있다. ”

떡볶이 유통업체 威海福祉贸易有限公司
담당자 Ms. Shao와의 인터뷰 中, 2016.10

“ 현재 떡볶이 제품의 주요 유통채널은 오프라인으로 대형마트에 제품을 공급하고 있다. ”

떡볶이 유통업체 上海安梵商贸有限公司
담당자 Ms. Xu와의 인터뷰 中, 2016.10

Q3. 즉석 떡볶이 제품 수출에 있어 준비해야 할 서류는 무엇인가?

“ 우선 직인이 찍힌 원산지증명서, 위생증명서, 성분분석표와 제조일자 증명, 패키징리스트가 필요하며 이외에도 라벨평면도 및 중문 번역본, B/L(항공사, 선적회사, 포워딩업체 제공), 인보이스, 계약서가 필요하다. 최근 중국 검역이 까다로워 서류 준비 작업부터 꼼꼼히 준비하 시길 바란다. ”

통관대행사 奕亨国际EPH
담당자 Mr. Junly와의 인터뷰 中, 2016.10



VI. 유통업체 현황

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

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트 (프리미엄 슈퍼마켓, 하이퍼마켓)

No.	유통업체	특징
1	Walmart	미국 기업이지만 대부분 중국 현지 인력에 의해 운영되고 있으며 O2O 서비스 통한 원스톱 쇼핑 경험 개발에 주력하고 있음
2	Carrefour	프랑스에서 처음으로 설립되어 하이퍼마켓의 개념을 세우고 유통업체로서 유럽 1위, 글로벌 2위를 차지하고 있는 글로벌 기업
3	TASTE	아시아 최대 부호 리카싱(李嘉誠)회장이 이끄는 A.S.Watson (長江和記實業) 계열의 기업으로 2004년 설립됨. 중산층을 타겟으로 하고 있으며, 홍콩에 본사를 보유함

출처 : Fung Business Intelligence Centre, 'China Retail - Hypermarkets and Supermarkets', 2015.02

주요 유통 업체 최신 이슈

유통업체	최신 이슈
	Walmart <ul style="list-style-type: none"> - 월마트에서 판매된 제품 내에서 발견된 위험균으로 인해 기업 확장을 노리던 기업의 노력이 위태로워짐 - 현지 2위 전자상거래 기업인 JD닷컴과의 제휴를 통해 독자노선을 탈피, 파트너십의 길로 들어섬
	Carrefour <ul style="list-style-type: none"> - 공동합작투자를 통해 1995년 중국 시장에 진출하여 현지화전략으로 고객들의 선호도를 끌고 있음
	TASTE <ul style="list-style-type: none"> - TASTE Mart는 오프라인 매장에서 소비자의 '상품 구매 경험'을 중요시하며 이를 위해 매장 방문 시 유아 돌봄 서비스, 배달 서비스 등을 제공함. 반조리식품, 매장 내 베이커리 분야를 발전시킬 계획임

1. 주요 유통채널 개관

프리미엄 슈퍼마켓 등 수입식품 판매채널 고소득층 타겟의 제품 및 마케팅에 적합

중국 내의 기업들은 2013년부터 하이퍼마켓 매장을 점점 닫고 있으며, 백화점 체인들도 폐점하는 매장이 점차 늘고 있음. 이러한 영향으로 중국의 소매 체인 기업들은 하이퍼마켓으로의 진출을 멈추고 고소득층의 고객으로 타겟을 돌려 프리미엄 슈퍼마켓 매장에 집중하고 있음

프리미엄 슈퍼마켓의 경우, 넓은 범위의 수입 제품을 취급하고 높은 가격을 책정하여 중·상류층의 소비자를 겨냥하였음. 특히 Beijing Hualian Group의 BHG Market Place와 A.S. Watson Group의 TASTE와 GREAT 매장, Yunghui 그룹의 Bravo YH가 주요 프리미엄 슈퍼마켓으로 부상하고 있음

이러한 기업들의 프리미엄 슈퍼마켓 진출은 고객 기반을 확충하고자 하는 노력의 일환이며, 도전이기도 함. 이런 매장은 몇 년 사이 빠르게 확산되었으며, 점진적인 수요를 보이고 있으나 이는 1선 도시에만 국한됨. 아직까지 높은 매출은 올리지 못하고 있으나 2선 도시, 3선 도시의 성장과 함께 더욱 성장할 것으로 예상됨

2013년 이후 중국의 경기 둔화와 온라인 채널의 부상으로 점차 매장 수가 줄어들고 있는 하이퍼마켓과 백화점의 경우, 남은 업체들은 시장에서 살아남기 위한 대책 마련에 열을 올리고 있음. 하이퍼마켓의 경우에는 수입식품에 대한 비중을 늘리고 온라인 판매 채널을 개발하여 소비자들이 모바일을 이용해서 다양한 수입제품을 구매할 수 있도록 돕고 있음

백화점의 경우에는 요식업의 비율을 늘리고, 미용실, 피트니스 센터부터 유아들을 위한 놀이공간을 확충하여, 단순한 소비 공간이 아닌 가족들이 문화를 즐길 수 있는 문화공간으로 매장을 재구성하고 있음

2. 주요 유통채널 핫이슈

Walmart, 중국에서 잇따른 곤욕

2016년 5월 중국 전자상거래 전문매체 이브룬(ebrun)에 따르면 베이징 식약감독국이 최근 검사한 식품 가운데 총 22종에 대해 불합격 통보를 내렸으며 월마트를 비롯한 대형마트에서 판매된 제품이 포함되어 있어 논란이 생김. 월마트에서 판매중인 장조림에서 리스테리아 균이 검출되었으며 이는 패혈증, 폐막염 등을 일으킬 수 있어 위험균으로 분류됨

중국에서 매장 확대 전략을 추진 중인 월마트로서는 이미지에 적지 않은 타격을 받게 됨. 또한 온라인 업체들이 엄청난 속도로 성장하면서 1980년 이후 35년 만에 최악의 실적을 기록하였으며 특히 올 1분기 기준 매출에서 중국 최대 전자상거래 업체인 알리바바(Alibaba)에 자리를 내주는 등 ‘세계 최대 유통업체’ 라는 타이틀마저 위협 받고 있음

2016년 6월 월마트는 이러한 상황을 타개하기 위해 기존에 고수하던 독자노선을 바꿔 파트너십을 택함. 알리바바(Alibaba)의 뒤를 잇는 현지 2위 전자상거래업체 JD닷컴(JD.com·징등)과 손을 잡은 것. 20일 월스트리트 저널에 따르면 월마트는 이하오디엔(一号店)을 JD닷컴에 팔고 15억 달러 상당의 JD 닷컴 지분 5%를 구매함. 이로써 월마트는 수십 개의 창고와 수만명의 배송 인력 등 자체물류망을 갖춘 JD닷컴과 제휴함으로써 새로운 국면을 맞이함

Carrefour

사회적 기업으로써 녹색소비에 앞장서

최근 까르푸가 발표한 2015년 기업의 사회적 책임 보고서에 따르면 올해로 중국 진출 21주년을 맞이하여 앞으로 더욱 중국 녹색 소비에 앞장서겠다는 입장을 밝힘. 이에 따라 “家优鲜(가우선)” 활동과 에너지 절약 활동 계획을 밝힘. ‘家优鲜(가우선)’ 은 지난 2014년 까르푸가 자체적으로 런칭한 농산물 브랜드로써 농산물 이력 추적 시스템을 통해 소비자들에게는 질 좋은 제품을 저렴한 가격으로, 공급자에게는 시장 경쟁력을 높여주는 역할을 하고 있음. 또한 에너지 절약 활동을 통해 소비자가 에너지 효율성을 인식할 수 있도록 에너지 절약 가전제품을 적극적으로 프로모션 하겠다고 밝혔음. 이와 같은 기업의 사회적 활동은 앞으로 중국 소비자들이 녹색 소비에 더욱더 적극적으로 동참할 수 있을 것으로 기대함

TASTE Mart

고객 중심의 각종 서비스 제공

TASTE Mart가 중국에서 자체적으로 실시한 조사 결과에 따르면 소비자는 상품 구매시 상품의 질이나 가격뿐만 아니라 ‘상품 구매 경험’ 자체를 중요시 하는 것으로 나타남. TASTE Mart는 소비자의 이러한 요구를 만족시키기 위해 아시아 전역에서 35,000여개의 상품을 수입해 소비자에게 다양한 선택권을 제공한다는 방침임. 또한 현재 시행 중인 유아 돌봄 서비스, 배달 서비스 외에 소비자 편의를 위한 각종 서비스를 향후 확대할 계획임

3. 유통업체별 개요 - Walmart

글로벌 기업이나 운영은 중국 현지 스타일

Walmart China는 글로벌 기업 Walmart의 중국 법인으로, 대부분의 매장이 중국 현지인에 의해 운영되고 있음. 따라서 중국 Walmart에 진출하기 위해서는 글로벌 기업 특성과 중국 현지 특성 모두를 고려한 전략이 필요함

O2O 서비스, 원스톱 쇼핑 경험

Walmart는 O2O 서비스를 통한 원스톱 쇼핑 경험 제공을 위해 Walmart 앱 출시 및 서비스를 확대하고 있음. 이를 통해 고객의 시간과 노력을 절약하고자 함. 따라서 고객들이 모바일 상으로 상품을 쉽게 이해할 수 있도록 상품 패키지를 가독성 있게 디자인하고 플래그쉽 페이지를 제작하는 등의 전략이 중국 Walmart 진출에 도움이 될 것으로 사료됨

로컬 공급자들과 동반성장 중시

Walmart는 로컬과의 동반성장을 중시하는 기업으로서, 중국 법인 역시 로컬 공급자들과의 윈-윈 관계 구축에 힘쓰고 있음. 이는 곧 해외 식품이 Walmart로 진출하기 위해서는 로컬 제품에 비해 가격, 인지도, 품질 면에서 경쟁력을 더욱 갖추어야 함을 의미함

표 6.1 매장 정보

기업 정보	매출액	약 61억 위안 (2014년 기준) ¹⁾	
	직원수	약 1,700명 (2016년 기준)	
	점포수	약 433개 (2015년 기준)	
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 기업이지만 대부분 중국 현지 인력에 의해 운영 - O2O 서비스 통한 원스톱 쇼핑 경험 개발에 주력 - 로컬 공급자들과 동반성장 중시 	
	주소	广州市白云区机场路1111号	
	전화	+86-020-8643-2878	
주요 판매품목		식품 및 생활용품, 가전제품, 의류	
한국식품 판매 품목		어린이음료, 음료, 우유 등	
매장 전경		 	

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

1) 1 위안 = 165.04원 (KEB 하나은행 고시기준, 2016.10.11)

3. 유통업체별 개요 – Carrefour

현지화전략으로 공략하는 Carrefour

Carrefour는 글로벌 유통업체로서 1995년 중국에 진출하여 현재 236개 매장을 보유하고 있음. 현지 기업과의 공동 협업을 통해 현지화전략을 펼쳐, 현재 식료품으로 판매되고 있는 제품의 99%는 중국 제품으로 판매되고 있음. 또한 대형 마트로써의 형식이 아닌 마트, 할인점, 회원전용점 등 다양한 형태로 운영함으로써 고객들에게 보다 저렴하고 다양한 서비스를 제공하고 있음

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	366억 6,287만 위안 (2014년 기준)	
	점포수	236개 (2014년 기준)	
	컨셉	현지화전략을 통해 외국기업에 대한 고객들의 거리감을 좁히는 동시에 글로벌 기업으로써 갖춰진 탄탄한 유통망으로 고객들에게 다양한 제품을 제공함	
	주소	广州市白云区机场路1339号	
	전화	+86-020-3663-7099	
주요 판매품목		식료품	
한국산 취급여부		스낵, 라면, 소스, 김 등	
매장전경		 	
즉석 떡볶이 판매현황		<p>高丽农庄韩式年糕 (고려농장떡볶이떡)</p> 	

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

3. 유통업체별 개요 - TASTE

TASTE Mart의 'More than a food'

A.S Watson(長江和記實業) 계열사인 TASTE Mart는 2004년 설립됨. 설립 이후 본사가 위치한 홍콩 지역에서 점포 수를 늘리며 성장하였으며, 중국 본토에 진출한 것은 광저우 지점이 처음임

중산층을 주요 타겟으로 삼고 있음. TASTE Mart는 'More than a food' 를 슬로건으로 내세우고, TASTE Mart 매장이 단순한 식품 판매 공간이 아닌 소비자의 생활 트렌드를 고려한 다양하고 편리한 경험을 제공하는 공간이 되도록 한다는 계획임

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	38억 8,226만 위안 ²⁾ (2015년 기준)		
	점포수	64개 (2015년 기준)		
	컨셉	중산층을 타겟으로 하며 소비자 편의를 지속적으로 확대해 편리함을 확대할 방침		
	주소	广州市越秀区中山三路33号中华广场3楼		
	전화	+86-020-8373-9118		
주요 판매품목		식품 및 생활용품, 가전제품, 과일, 의류		
한국산 취급여부		취급(과자, 유자차 등)		
매장전경		 		
즉석 떡볶이 판매 현황	韩式宫廷香辣炒年糕 풀무원 매콤달콤 순살떡볶이		海地村原味粘糕 해지촌 한입떡볶이	
				

출처 : 현지방문조사(TASTE, 2016.10), A.S Watson Group(www.aswatson.com),
The China Chain Store and Franchise Association (www.chinaretail.org)

2) TASTE Mart의 최근 매출액 및 점포수 자료가 존재하지 않아, A.S Watson 그룹이 발표한 A.S Watson 그룹 소속 'PARKnSHOP', 'GREAT', 'TASTE Mart' 3개사 통합 수치를 기입함
1 위안 = 165.04원 (KEB 하나은행 고시기준, 2016.10.11)



VII. 통관 및 검역 정보

1. 통관 및 검역 절차
2. HS 코드 및 관세율
3. FTA 정보
4. 제출서류

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 부가됨 - 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, 위장신고 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 HS-CODE 1901.90.00 품목의 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
1901	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제 0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다]	-
1901.90.00	기타	8.6% (FTA 협정세율)

중국 증치세 (부가가치세) 정보

중국에서 HS CODE 1901.90.00류의 경우 증치세 **13%**가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인방법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '세계HS정보시스템'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 중국 사이트의 경우 중국 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	트레이드 내비	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 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 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.gdciq.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
주중국대사관(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 중국에 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 종류 당 약 300위안을 지불해야 함

Step 02. 통관 신고

일반 식품이 전체 통관절차를 거쳐 운송까지 마치는데 약 한 달 반 (약 45일)의 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 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨견본 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’에 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. 이때, 대상 제품을 제외한 모든 제품은 봉인돼 있어야 하며, 어떠한 사유라도 사용이나 판매가 허용되지 않음

위 절차를 통과하고 나면 검사·검역기관이 발행하는 ‘위생허가증’ 이 라벨¹⁾에 부착되며, 이를 통해 중국 내 판매가 최종적으로 허가됨

검역 심사 단계에서 제출해야 하는 서류

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

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

1) CIQ 인증 : 수입통관 시 국가출입국경검사검역국에 의해 수입검사가 진행되며 검사에서 통과하면 인증라벨이 주어짐

2. HS 코드 및 관세율

HS CODE 1901.90.00품목 FTA 협정관세, 8.6%

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. 2015년 12월 20일 한·중 FTA가 체결되면서 기본 80%였던 관세가 점차 인하되고 있음

즉석 떡볶이 HS CODE 1901.90.00의 경우 기본 세율은 80%이며 2015년 12월 한·중국 FTA 협정이 발효되면서 관세율이 8.6%로 적용됨. 또한 양허유형 15에 해당하기 때문에 FTA발효일을 시작으로 15단계에 걸쳐 매년 균등하게 철폐될 예정임. 이에 따라 이행 15년 차 1월 1일부터는 해당 상품에 대하여 무관세가 적용됨

중국 내 HS CODE 1901.90.00 품목 증치세, 13%

증치세는 한국의 부가가치세와 동일한 개념으로 (CIF Value+수입관세+소비세)×증치세율에 의해 결정됨. HS CODE 1901.90.00 품목의 경우에는 13%의 증치세가 적용됨

표 7.3 중국 즉석 떡볶이 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
중국	1901	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품(코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다), 제 0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품(코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정된 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-
	1901.90.00	기타	기본세율 80% FTA 협정세율 8.6% (2016년 기준)

출처 : 한국 관세청(www.customs.or.kr), 중화인민공화국 해관총서(www.customs.gov.cn)

3. FTA 정보

한·중 FTA 체결, 관세 철폐 예정

HS CODE 1901은 한·중 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 세부 분류에 따라 상이하지만 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐가 이루어짐

HS CODE 1901.90.00은 양허단계 '15'에 해당되기 때문에 15년에 걸쳐 0.7%씩 관세가 철폐되며 2029년부터 무관세를 적용받음

표 7.4 곡류 가공품 한·중 FTA 양허유형

HS CODE	품명	양허유형
1901.10.00	유아용 조제 식료품(소매용으로 한정한다)	E
1901.20.00	제 1905 호의 베이커리제품 제조용 혼합물과 가루반죽	20
1901.90.00	기타	15

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

※ 양허유형 15, 20은 각각 FTA 이행 15년차, 20년차에 관세율이 0%가 됨을 의미하며 E는 기준관세를 유지함을 뜻함

표 7.5 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. 제출서류

수입 영수증

: 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: 32000089567 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 type="checkbox"/> 包装性能结果单	
			<input checked="" type="checkbox"/> 信用证	<input type="checkbox"/> 许可/审批文件	
			<input checked="" type="checkbox"/> 发票	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/> 换证凭单	<input type="checkbox"/>	
			<input checked="" type="checkbox"/> 装箱单	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/> 厂检单	<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"/> 植物检疫证书	1 正 3 副	总金额 (人民币元)	
<input checked="" type="checkbox"/> 重量证书	1 正 3 副	<input type="checkbox"/> 熏蒸/消毒证书	1 正 3 副	计费人	
<input checked="" type="checkbox"/> 数量证书	1 正 3 副	<input type="checkbox"/> 出境货物换证凭单		收费人	
<input type="checkbox"/> 兽医卫生证书	1 正 3 副	<input checked="" type="checkbox"/> 通关单			
<input checked="" type="checkbox"/> 健康证书	1 正 3 副	<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> 卫生证书	1 正 3 副	<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> 动物卫生证书	1 正 3 副	<input type="checkbox"/>			
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)]

4. 제출서류

포장 명세서

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

船名 航次 Ocean Vessel / Voy. No.		收货地点 Place of Receipt □ 场 CY □ 站 CFS □ 门 Door		装货港 Port of Loading	卸货港 Port of Discharge	交货地点 Place of Delivery □ 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/重量 Refr. Temp. Required: F C	
箱主 Owner	货单号码	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.
		封 Print.							
		门 Door.							
						总件数 Total Number of Packages			
						重量及尺码总计 Total Weight & Measurement			
危险物品要注明 危险物品标志分 类及闪点 In case of dangerous goods please enter the label classification and flash point of the goods		重新封号 New Seal No.		开封原因 Reason for Breaking seal		装箱日期 Date of Packing		皮重 Tare weight	
出口 Export		收货人签收 Received by Drayman		堆场签收 Received by CY		装箱人 Packed by		总毛重 Gross Weight	
进口 Import		收货人签收 Received by Drayman		收货人签收 Received by CFS		发货人 货运站 (shipper/CFS)		发货人或货运站留存 I. SHIPPER/CFS	
						签署 Signed		(1) 一式十份 此栏每份不同	

4. 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



Ⅷ. 인증 정보


- 1. 필수인증 정보**
- 2. 권장인증 정보**
- 3. 중국 내 인증 취득제품**
- 4. 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 정보


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 8.1 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 국가출입국경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

표 8.2 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 국가출입국경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 필수인증 정보

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

통관비용은 40피트 컨테이너 당 평균 약 7,500위안의 비용이 들며, 발급 기간은 약 10 ~ 20일이 소요됨

중국 식품위생법에 따르면 식품에는 ‘수입한 식품, 식품첨가제, 식품 용기·포장재료, 식품용 도구 및 설비’가 포함됨

표 8.3 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. 권장 인증 정보

SC(新식품생산허가등록)제도



중국은 그동안 식품안전에 대한 문제를 해결하기 위해서 2008년부터 QS(Quality Safety)인증제도를 실시함. 해당 인증은 식품뿐만 아니라 화장품과 식품가공기기, 치약 등의 개인위생용품에도 시행되고 있음

QS인증의 경우 중국 현지 생산 식품은 필수적으로 획득해야 하지만 수입 식품은 선택사항이었음. 또한 품질 검사, 생산 장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사가 허가되어야 해당 인증마크 부착이 가능했음

그러나 2015년 10월부터 QS인증 대신 SC(新식품생산허가등록제도) 허가를 받아야 함. SC는 ‘生产(ShengChan)’의 약어로 SC허가번호는 14자리 숫자로 구성되어 있으며 각 숫자는 식품분류코드, 제조지역, 등록순서, 인증번호를 의미함

SC(新식품생산허가등록제도)허가의 경우 중국 현지에서 생산되는 제품에만 부여되기 때문에 수입식품은 따로 허가를 받을 필요는 없음

표 8.4 중국 CS허가 vs QS인증

	SC(hengchan)허가	QS(Quality Safety)인증
표시방법		
보유가능	1개 기업 당 1개의 허가번호	1개 기업 품목별 여러 장 보유 가능
갱신기간	5년	3년
특이사항	식품첨가제 생산허가도 SC 관리범위에 포함	2018년 1월 1일부터 사용 불가 (기존에 보유하고 있던 포장지 소진 시, SC허가로 대체해야 함)

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



IX. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

즉석 떡볶이 제품 라벨링 필수 표기사항



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

출처 : 현지방문조사(Walmart), 2016.10), 중국국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

즉석 떡볶이 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능
글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록
순 중량	순 중량 및 소포장 식품 개수 함께 기재
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보
원산지	원산지 국가명 반드시 기재
생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기
영양성분표 및 강제표기사항	식품영양성분의 명칭과 함량 기재 4대 핵심영양소(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)+ 열량(에너지) 표기

1. 라벨 표기사항

중국 라벨 법규 관련기관

- 국가질량감독검험검역총국 (www.aqsiq.gov.cn)
- 국가위생및계획생육위원회 (www.nhfpc.gov.cn)
- 국가인증인가감독관리위원회 (www.cnca.gov.cn)

중문표기 필수

상표를 제외한 라벨의 내용은 반드시 중국어 간체자로 기록되어야 함. 외국어 병기가 가능하지만 반드시 한자와 상응 관계가 있어야 하며 중문보다 크지 않아야 함. 또한, 생산일·유효기한 표시는 붙이거나 추가 인쇄하여 고쳐서는 안 됨

포장식품 영양 라벨링 표기 필수

포장라벨에는 반드시 영양성분표, 영양성분명칭에 관련된 기준을 명시해야하며, 규정에 부합하지 않는 식품은 판매가 불가함. 식품 영양 성분의 명칭과 함량을 표기해야 하며, 4대 핵심영양소(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)와 열량은 강제표기사항으로 구분되어 있음

중국의 포장식품 라벨 표기사항

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| · 식품 명 / 원산지 | · 순 중량 고형물 함량 (정량포장일 경우) | · 식품의 품질등급 가공기술 (식품표준이 요구할 경우) |
| · 생산업체의 명칭 및 주소, 연락처, 대리인 정보 | · 영양성분 표시 | · QS 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우) |
| · 생산일 품질보증기간 저장방법 | · 생산업체가 적용한 제품 표준코드 | · 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	표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 함
2	글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
3	제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
4	구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록 형태가 비편 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
5	순 중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 갯수도 함께 기재. 순 중량 이외에 고형물의 함량도 표기
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보 기재
7	원산지	원산지 국가명 반드시 기재 (중화인민공화국 수출입화물원산지조례 기준)
8	생산일, 유통기한	생산일자란 식품이 최종 완제품이 된 날짜이며, 포장된 날짜도 포함. 즉 식품을 포장재 또는 용기에 넣어 최종 판매 단위로 완성된 날짜임. 국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기
9	영양성분표 및 강제표기사항	포장식품의 경우, 식품영양성분의 명칭과 함량이 기록되어야 하며 4대 핵심영양소 (단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)와 열량(에너지)가 함께 명시되어야 함
10	기타	중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

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

2. 라벨링 예시



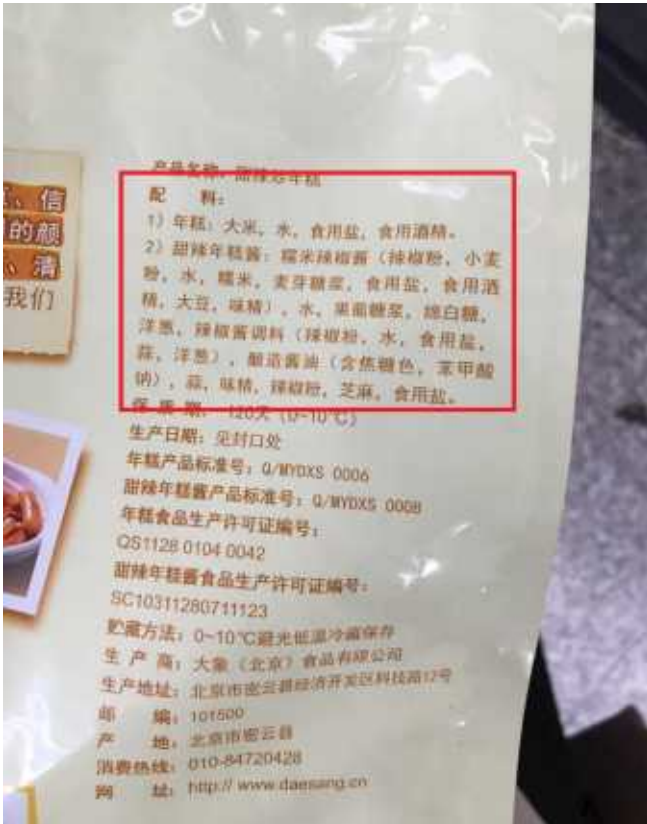
출처 : 현지방문조사(Walmart), 2016.10)



X. 식품첨가물 정보

1. 식품첨가물 규정

식품첨가물 정보 OVERVIEW



▶ 즉석 떡볶이 성분 (예시)

:쌀, 물, 식염수, 주정, 찹쌀고추장(고춧가루, 소맥분, 물, 쌀, 물엿, 소금, 주정, 간장, MSG), 과일 포도 시럽, 설탕, 양파, 칠리소스
 양념(고춧가루, 물, 소금, 마늘, 양파), 간장, 마늘, MSG, 고춧가루, 참깨, 소금

출처 : 현지방문조사(Walmart, 2016.10)

즉석 떡볶이 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

성분	기준(g/kg)
프로피온산, 프로피온산 나트륨, 프로피온산 칼슘 (propionic acid, sodium propionate, calcium propionate)	2.5
녹차 폴리페놀 (tea polyphenol)	0.4
푸마르산 (fumaric acid)	3.0

출처 : 국가위생과계획생육위원회, '식품첨가제사용기준 - GB2760-2014', 2015.05

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 호박산나트륨전분 등의 성분은 식품첨가제로 생산, 경영, 사용될 수 없음

중국 내 유통되는 모든 식품에 대한 식품첨가물은 중국 보건부가 발표한 GB2760-2015에 의거하여 관리되고 있음

표 10.1 중국 식품첨가물 규정 - 떡(糕点)으로 검색한 결과 (1)

성분	기준(g/kg)
프로피온산, 프로피온산 나트륨, 프로피온산 칼슘 (propionic acid, sodium propionate, calcium propionate)	2.5
녹차 폴리페놀 (tea polyphenol)	0.4
푸마르산 (fumaric acid)	3.0
홍국적황색소 (monascus yellow pigment)	제품 생산량에 따라 사용
홍국미, 홍국홍 (red kojic rice, monascus red)	0.9
사이클라민산나트륨, 사이클로헥실설파민산 칼슘 (sodium cyclamate, calciumcyclamate)	1.6
금앵자 (rosa laevigata michx brown)	0.9
트윈 20, 트윈 40, 트윈 60, 트윈 80 polyoxyethylene(20)sorbitan monolaurate, polyoxyethylene(20)sorbitan monolaurate, polyoxyethylene(20)sorbitan monostearate, polyoxyethylene(20)sorbitan monooleate	2.0

출처 : 국가위생과계획생육위원회, '식품첨가제사용기준 - GB2760-2014', 2015.05

1. 식품첨가물 규정

표 10.2 중국 식품첨가물 규정 - 떡(糕点)으로 검색한 결과 (2)

성분	기준(g/kg)
코코아 허스크 피그먼트 (cocoa husk pigment)	0.9
파프리카 오렌지 paprika orange	0.9
파프리카 레드 paprika red	0.9
황산칼슘 (calcium sulfate)	10.0
적무색소 (radish red)	제품 생산량에 따라 사용
말티톨과 말티톨 시럽 (maltitol and maltitol syrup)	제품 생산량에 따라 사용
부들레야황 (buddleia yellow)	제품 생산량에 따라 사용
자일리탄 모노스테아레이트 (xylitan monostearate)	3.0
나타마이신 (natamycin)	0.3
소르비탄 모노라우레이트, 소르비탄 모노팔미테이트, 소르비탄 모노세트레이트, 소르비탄트리스테아레이트, 소르비탄모노올레이트 (sorbitan monolaurate, sorbitan monopalmitate, sorbitan monostearate, sorbitan tristearate, sorbitan monooleate)	3.0
소르빈산, 소르빈산칼륨 (sorbicacid, potassium sorbate)	1.0
소르비톨과 소르비톨 시럽 (sorbitol and sorbitol syrup)	제품 생산량에 따라 사용
이초산나트륨 (sodium diacetate)	4.0
대추색소 (jujube pigment)	0.2
세스퀴탄산나트륨 (sodium sesquicarbonate)	제품 생산량에 따라 사용
아스파탐 (aspartame)	1.7
스테비오사이드 (steviol glycosides)	0.33
디하이드로아세트산, 소듐데하이드로아세테이트 (dehydroacetic acid, sodium dehydroacetate)	0.5
팔라티노오스 isomaltulose(palatinose)	제품 생산량에 따라 사용
스테아르산칼륨 (potassium stearate)	0.18

출처 : 국가위생과계획생육위원회, '식품첨가제사용기준 - GB2760-2014', 2015.05

※ 참고 문헌

1. Food Safety Law of the PRC(2015)	China Law Translate	2015.04
2. 중국 식품통관 절차 및 유의사항	주상하이 대한민국 총영사관	2014
3. 식품의 중국 위생허가제도 이해와 활용방안	한국무역협회 상해지부	2014
4. 식품첨가제사용기준 - GB2760-2014	국가위생과계획생육위원회	2015
5. Maximum Residue Limits for Pesticides in Food (GB 2763-2014)	USDA Foreign Agricultural Service	2014
6. 위기에 강한 슈퍼마켓	리테일 매거진	2012
7. 신창타이' 시대도래, 편의점은 나홀로 성장	리테일 매거진	2015
8. China Retail - Hypermarkets and Supermarkets	Fung Business Intelligence Centre	2015.02

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 중국 관세청	www.customs.gov.cn
3. 중화인민공화국 해관총서	www.gov.cn
4. Canadean Intelligence	intelligence.canadean.com
5. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
6. International Trade Centre	legacy.intracen.org
7. TRADENAVI	www.tradenavi.or.kr
8. 중국 국가질량감독검험검역총국	www.aqsiq.gov.cn
9. 新浪财经	finance.sina.com.cn
10. 中国日报	www.chinadaily.com.cn
11. 한국 산업통상자원부-FTA	www.fta.go.kr
12. 중국 식품약품감독관리국	www.sda.gov.cn
13. Taobao	www.taobao.com
14. Tmall	www.tmall.com
15. 大象食品	www.daesang.cn
16. 韩荣实业	www.koreanongjang.com
17. Pulmuone	www.pumeiduo.com
18. 海地村我家食品	www.haidicun.com
19. 大象FNF	www.daesangfnf.co.kr
20. 冠军食品	www.changlisheng.com
21. Walmart China	www.wal-martchina.com
22. Carrefour	www.carrefour.com.cn
23. A.S Watson Group	www.aswatson.com
24. The China Chain Store and Franchise Association	www.chinaretail.org