



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 소주(SOJU)

Country : 홍콩(Hong Kong)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. Market Trend 01	11
2. Market Trend 02	12
3. Market Trend 03	13
4. Market Trend 04	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	21
IV. 경쟁사 분석	29
1. 경쟁사 선정	31
2. 경쟁사별 현황 파악	32
V. 유통구조 현황	35
1. 추천 진출 경로	37
2. 전문가 인터뷰	40
VI. 유통업체 현황	42
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	44

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	48
1. 통관 및 검역 절차	51
2. 관세율 정보	54
3. FTA 정보	55
4. 통관 및 검역 주의사항	56
5. 통관거부사례	57
Ⅷ. 라벨링 정보	58
1. 라벨 표기사항	60
2. 라벨링 예시	61
※ 참고문헌	62

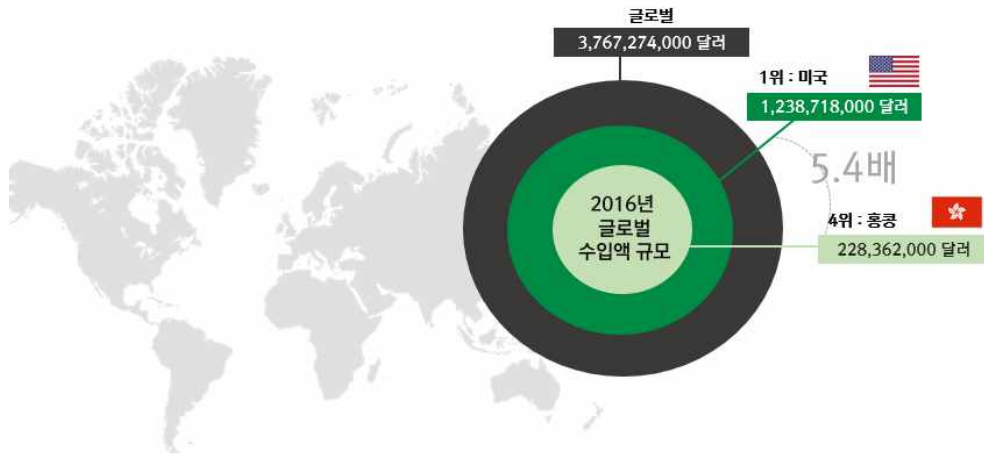


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

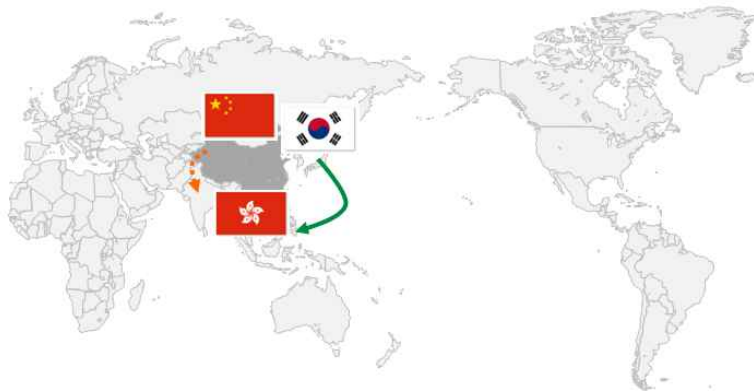
1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

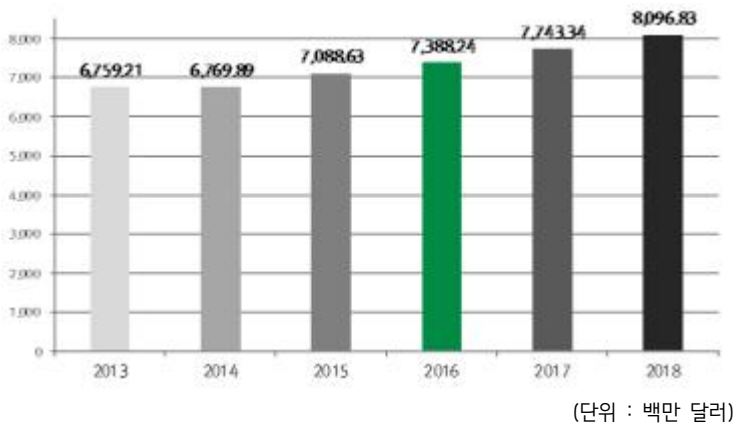


2016년 홍콩 내 HS CODE 2208.90.9000 품목 수입액 규모

(단위 : 달러)



▶ 홍콩 주류(Alcoholic Beverages) 시장규모



※ 2017년과 2018년 수치는 전망치를 의미함

글로벌 수입규모
미국 1위, 홍콩 4위
홍콩 수입상대국,
중국 1위, 한국 16위
2016년 기준 홍콩
주류 시장규모,
73억 8,824만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	홍콩 관세청 www.customs.gov.hk

소주 통계 기준 설정

소주 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 홍콩의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 2208.90.90로 설정

글로벌 및 홍콩 내 소주의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2208.90의 합계를 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2208.90.90 해당 품목은 알코올 함량이 80% 이하인 변성 에틸 알코올, 기타 알코올이 함유된 음료를 기준으로 설정함

표 1.1 : 소주 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2208.90
	홍콩 수입규모 및 성장률		2208.90.90
품목 통계	홍콩 주류 시장 규모	품목 키워드	Alcoholic Beverages
	홍콩 주류별 시장 규모		Types of Alcoholic Beverages

표 1.2 : 홍콩 내 소주 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2208	변성하지 않은 에탄알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주 리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료
	2208.90	기타
	2208.90.4000	소주
홍콩	2208	변성하지 않은 에탄알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주 리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료
	2208.90	기타
	2208.90.20	비터스(Bitters)
	2208.90.90	알코올 함량이 80% 이하인 변성 에틸 알코올, 기타 알코올이 함유된 음료

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '한국 관세청'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2208.90 수입액 규모 및 비중(2014 ~ 2016)

(단위 : 달러, %)



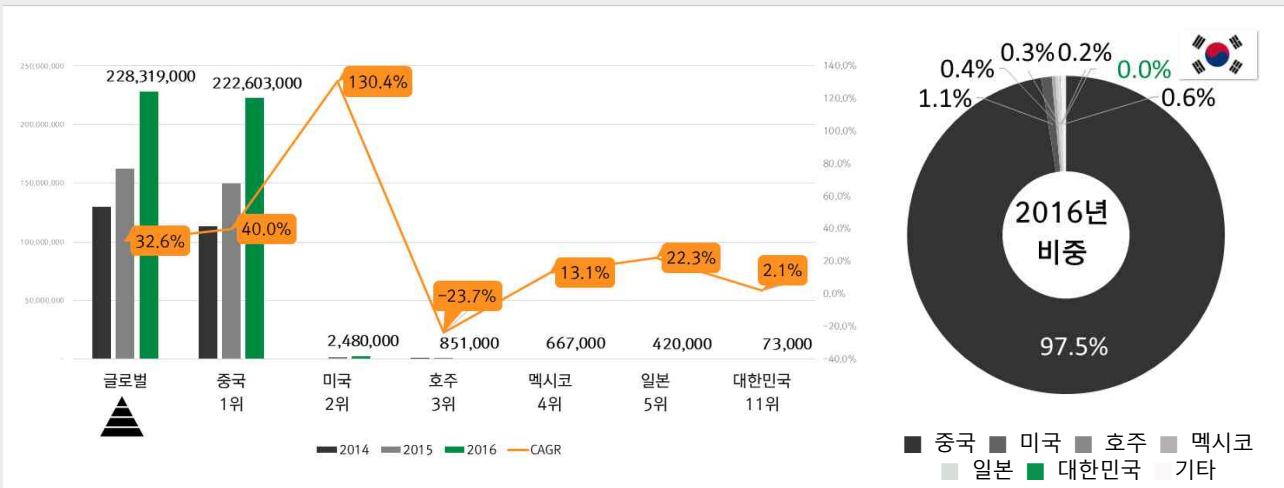
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 2208.90 품목의 글로벌 수입규모는 37억 6,727만 4,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 3.1%의 성장세를 기록함
- 2016년 기준 HS CODE 2208.90 품목의 수입 규모 1위는 미국으로 전체 비중의 32.9%를 차지함. 2016년 홍콩은 해당 품목 수입 규모에서 2억 2,836만 2,000달러를 기록하며 점유율 4위를 차지함

홍콩 수입 통계 분석

표 1.4 : 홍콩 HS CODE 2208.90.90 수입액 규모 및 비중(2014 ~ 2016)

(단위 : 달러, %)



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

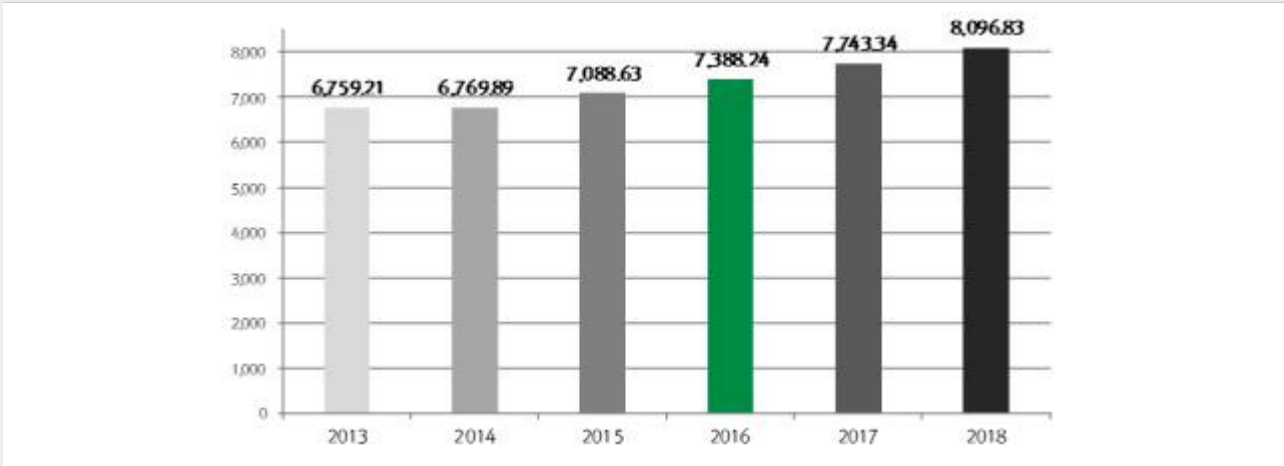
- 2016년 기준 홍콩 내 HS CODE 2208.90.90 품목의 최대 수입국은 중국으로 2억 2,260만 3,000달러를 기록하며 전체 수입 규모 중 97.5%를 차지함. 2014년부터 2016년까지 조사대상 국가들의 연평균 성장률은 호주를 제외하고 모두 상승세를 보였으며 특히 미국은 130.4%로 조사대상 국가 중 가장 높은 연평균 성장률을 기록함
- 2016년 기준 홍콩 내 HS CODE 2208.90.90 한국산 수입 규모는 7만 3,000달러로 전체 수입 규모에서 차지하는 비중은 매우 낮은 것으로 확인됨

3. 품목통계 종합분석

홍콩 주류(Alcoholic Beverages) 시장규모

표 1.5 : 홍콩 주류(Alcoholic Beverages) 시장규모(2013 ~ 2018)

(단위 : 백만 달러)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

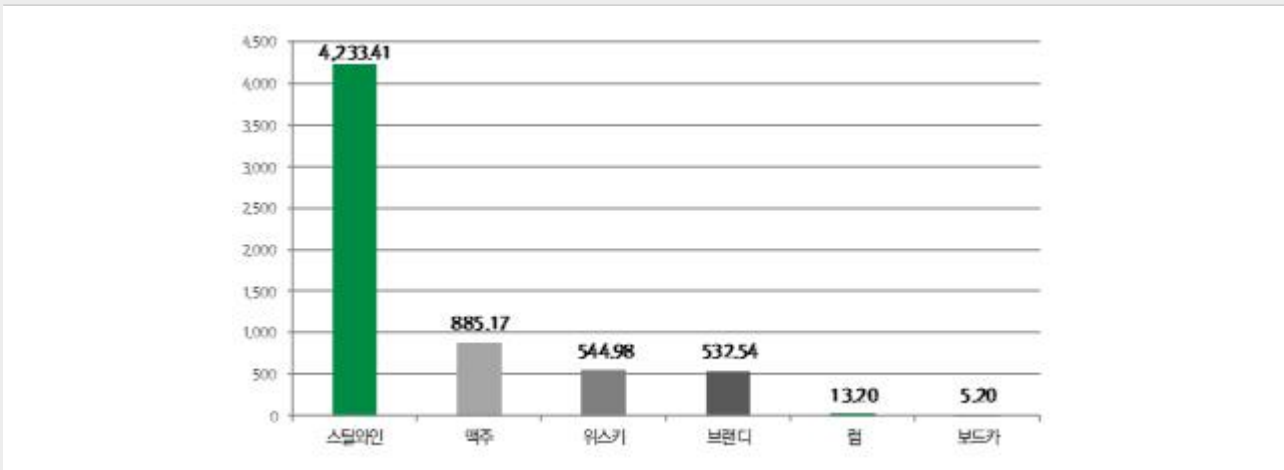
- 글로벌 리서치기관 Global data에 의하면, 2016년 기준 홍콩의 주류 시장규모는 73억 8,824만 달러로 집계되었으며 2014년 이후 지속적인 성장세를 보이고 있음. 2016년 이후 홍콩 주류 시장규모는 2017년 77억 4,334만 달러, 2018년 80억 9,683만 달러의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨

※ 본 자료는 2016년 기준 자료로, 2017년과 2018년도 수치는 전망치임

홍콩 주류(Alcoholic Beverages) 품목별 시장규모

표 1.6 : 홍콩 주류(Alcoholic Beverages) 품목별 시장규모(2016)

(단위 : 백만 달러)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 글로벌 리서치기관 Global data에 의하면, 2016년 기준 홍콩의 주류 품목별 시장규모에서 스틸와인이 42억 3,341만 달러로 가장 높은 규모로 집계되었으며 맥주의 시장규모는 8억 8,517만 달러로 두 번째로 높은 시장 규모를 보임. 반면 보드카는 520만 달러로 가장 낮은 시장규모를 기록함

※ 홍콩 소주 시장은 데이터 집계되지 않아 주류의 세부품목별 시장규모를 조사함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 아시아 주류시장 허브

Market Trend 02. 한국 주류 인식 증가

Market Trend 03. 다양한 주류 행사 개최

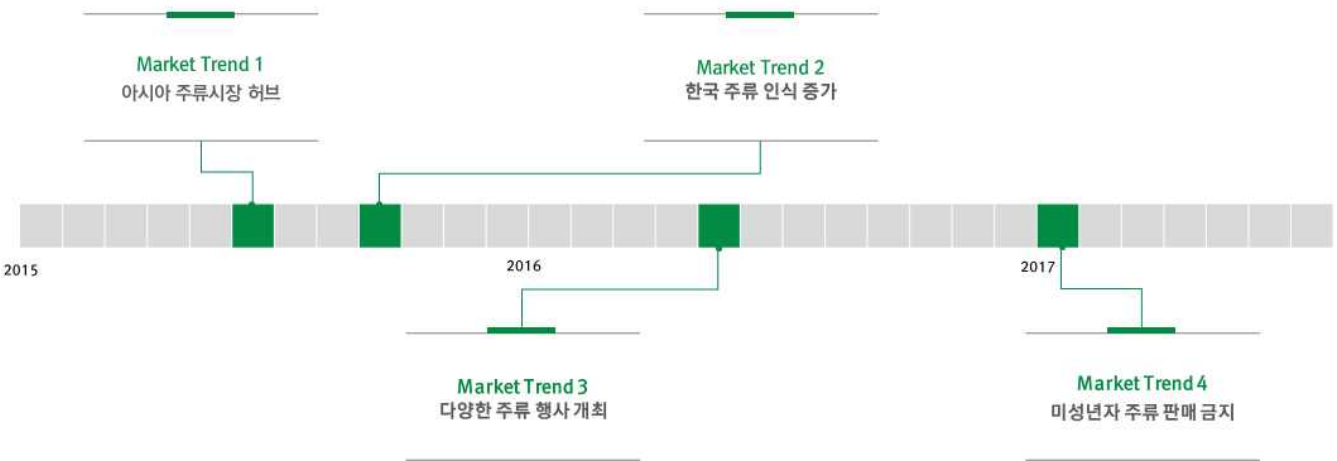
Market Trend 04. 미성년자 주류 판매 금지

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	홍콩 주류 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2015.01.01. ~ 2017.07.12.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	홍콩 식품사업정보원
입력 키워드	醇, alcohol, drink, Soju
도출 기사	총 492건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 아시아 주류시장 허브

- 홍콩 정부의 주류시장에 대한 개방적인 정책으로 인해 대부분의 와인, 맥주, 증류주 주요 생산 업체들이 홍콩에 진출해 있음
- 홍콩 현지 소비자들 가장 선호하는 주류는 맥주이며 이유는 타 주류와 비교하였을 때 저렴하며 쉽게 구입이 가능하기 때문임

Market Trend 03. 한국 주류 인식 증가

- 한국 드라마와 예능 프로그램과 같은 한류 열풍으로 인해 홍콩 현지 내 한국산 주류의 인식이 증가하고 있음
- 최근 홍콩에서는 알코올 향이 진한 도수가 높은 제품보다는 가볍게 칵테일류를 즐기는 소비자가 증가하고 있음. 국내 주류 업체들을 이러한 트렌드를 반영하여 홍콩 시장 내 제품을 출시 중임

Market Trend 04. 다양한 주류 행사 개최

- 홍콩 내 주류업계 사이에서 다양한 이벤트 및 마케팅 프로모션이 진행되고 있음
- 따라서 국내 주류 업체들은 관련 행사를 통해 홍콩 시장 진출 인지도를 높이는데 도움이 될 것으로 전망됨

Market Trend 04. 미성년자 주류 판매 금지

- 홍콩 정부는 무분별하게 증가하는 청소년 음주 문제를 해결하기 위해 편의점과 슈퍼마켓에서 미성년자들에게 주류 판매 금지 법안을 올해 안에 시행할 계획임
- 홍콩 식품보건국은 "18세 미만 미성년자 대상 주류 판매 금지법은 온라인 판매, 자판기 등을 망라한 모든 소매 상업 분야에 적용될 것"이라고 전함

주류시장 허브로 자리 잡은 홍콩, 접근성을 바탕으로 다양한 주류 저렴하게 구매 가능

홍콩 정부는 홍콩을 와인 및 기타 주류의 무역허브로 홍보하고 있음. 이러한 인식을 소비자들도 갖게 하기 위해 홍콩 정부는 최대 80% 정도 부과하던 주류에 대한 관세를 감면함

현재 홍콩은 와인과 알코올함량이 30% 미만인 주류에 대해 관세를 부과하지 않고 있으며 수입, 수출, 제조, 보관, 유통업체들을 대상으로 주류를 취급하는데 별도의 면허나 허가를 요구하지 않음.² 또한 홍콩 내 주류 가격이 타 국가에 비해 낮은 수준으로 주류 구매 시 소비자들의 부담이 적은 편임

홍콩 정부의 주류시장에 대한 개방적인 정책으로 인해 유명한 글로벌 와인, 맥주, 증류주 생산 업체들이 홍콩에 다수 진출해 있음. 하이트진로, 화요와 같은 한국 소주 제조업체들 또한 홍콩 시장 내 진출해 있음

표 2.1 : 홍콩 현지 내 판매되고 있는 다양한 주류



출처 : SouthChinaMorningPost(www.scmp.com)

2. GOV UK, 'Doing business in Hong Kong: Hong Kong trade and export guide', 2015.06.09

한류 열풍으로 인한 한국 음주 문화 확산

홍콩 현지인들은 TV와 스마트폰을 통해 한국 드라마와 예능을 즐겨 보며 홍콩의 어린이, 청소년들은 물론 성인들 사이에서도 홍콩의 한류 열풍이 지속되고 있음. 홍콩 내에서 방영된 드라마 내 장면으로 인해 치킨과 맥주를 먹는 것은 하나의 문화처럼 유행해 홍콩 소비자들의 한국 맥주 소비에 큰 영향을 끼침³.

저도주·칵테일·프리미엄 제품 판매 증

최근 홍콩에서는 알코올 향이 진한 도수가 높은 제품보다는 가볍게 칵테일류를 즐기는 소비자가 증가하고 있음⁴. 국내 주류 생산업체인 하이트진로는 홍콩 현지 소비자들의 소비 추세를 반영하여 ‘이슬톡톡’과 ‘망고링고’ 제품을 홍콩에 출시함. 홍콩 내 식당 및 주점에서는 이러한 트렌드를 반영하여 소주를 다른 재료와 섞어 칵테일 형태로 판매하고 있음. 화요의 경우 이와 다르게 홍콩 내 프리미엄주 소비층을 타깃으로 고급화 전략을 통해 타 주류업체 제품들과 차별점을 둠

표 2.3 : 고급화·차별화를 통해 진출한 한국 주류 제품

하이트진로	망고링고	화요
 <p>이슬 톡톡</p>	 <p>망고 링고</p>	 <p>화요</p>

출처 : 각 업체 홈페이지

표 2.4 : 홍콩 현지 주점 내 판매되고 있는 소주 칵테일



출처 : SouthChinaMorningPost(www.scmp.com)

3. SouthChinaMorningPost, 'The 9 Best Korean Fried Chicken Restaurants in Hong Kong', 2015.02.04

4. SouthChinaMorningPost, 'Bar review: K-Pocha Soju Bar - well-crafted Korean cocktails and a fun vibe', 2015.09.22



현지 내 다양한 주류 관련 전시회·페스티벌 개최

Vinexpo는 홍콩에서 개최되는 아시아 태평양 시장에서 유일한 와인 및 주류 무역 전시회임. 해당 전시회에서는 각국의 주류 브랜드가 주얼리, 패션 브랜드와 콜라보레이션한 제품들을 전시하는 등 다양한 볼거리를 제공함⁵.

Beertopia는 2012년도에 시작된 홍콩에서 가장 큰 수제 맥주 페스티벌임. 2015년 기준으로 글로벌 주류 업체 500여 개의 맥주업체들과 1만여 명의 관련 참가자들이 참여함. 단순히 맥주 시음뿐만 아니라 다양한 먹거리, 라이브 음악, 게임 등을 제공해 홍콩의 주요 이벤트로 자리매김하고 있음⁶.

이 외에도 Wine & Dine, 국제주류박람회 등 홍콩 내 다양한 주류 행사들을 플랫폼으로 이벤트 및 마케팅 프로모션이 진행되고 있음. 따라서 국내 주류 업체들은 관련 행사를 통해 홍콩 시장 진출 인지도를 높이는데 도움이 될 것으로 전망됨

표 2.5 : 홍콩 내 주류 관련 행사

Vinexpo	Beertopia
	
	

출처 : Vinexpo(www.vinexpohongkong.com), Beertopia(beertopiahk.com)

5. Travel Daily Media, 'Vinexpo 2016 opens in Hong Kong', 2016.05.25

6. South China Morning Post, 'Hong Kong's growing love of craft beer reflected at Beertopia, the festival that keeps getting bigger', 2017.09.16

편의점, 슈퍼마켓 대상으로 미성년자 주류 판매 금지 법안 시행

홍콩 정부는 무분별하게 증가하는 청소년 음주 문제를 해결하기 위해 편의점과 슈퍼마켓에서 미성년자들에게 주류 판매 금지 법안을 올해 안에 시행할 계획임. 홍콩은 다른 선진국들에 비해 미성년자 대상 주류 판매가 지나치게 관대하여 당국이 이를 제대로 규제하지 않고 있다는 비난을 받아옴

현재 홍콩 현지 식당과 주점에서는 18세 미만 청소년에게 주류 판매가 금지되어 있으나 소매상들은 규제 대상에서 제외되어 있음. 현지 편의점 업체들은 자체적인 규제를 통해 미성년자에게 알코올 판매를 하지 않고 있지만 판매 직원들이 제대로 신분증 확인을 하지 않아 미성년자 주류 구입이 가능함

2014년 홍콩 식품보건국의 설문조사에 의하면 현지 미성년자의 56.2%가 술을 마신 적이 있으며 이 중 10세 미만이 21.9%인 것으로 확인됨. 2016년 설문조사에서도 전체 1,630명 응답자 중 41.3%가 18세 이전에 처음으로 술을 접했다고 응답함⁷.

홍콩 식품보건국은 “18세 미만 미성년자 대상 주류 판매 금지법은 온라인 판매, 자판기 등을 망라한 모든 소매 상업 분야에 적용될 것” 이라고 전함. 한편 홍콩 와인 협회는 미성년자 주류 판매 제한 연령을 16세로 더 낮춰야 한다고 주장함⁸.

7. South China Morning Post, 'Easy access to booze for minors in Hong Kong', 2017.01.21

8. South China Morning Post, 'Alcoholic Drinks in Hong Kong, China', 2017.01.25

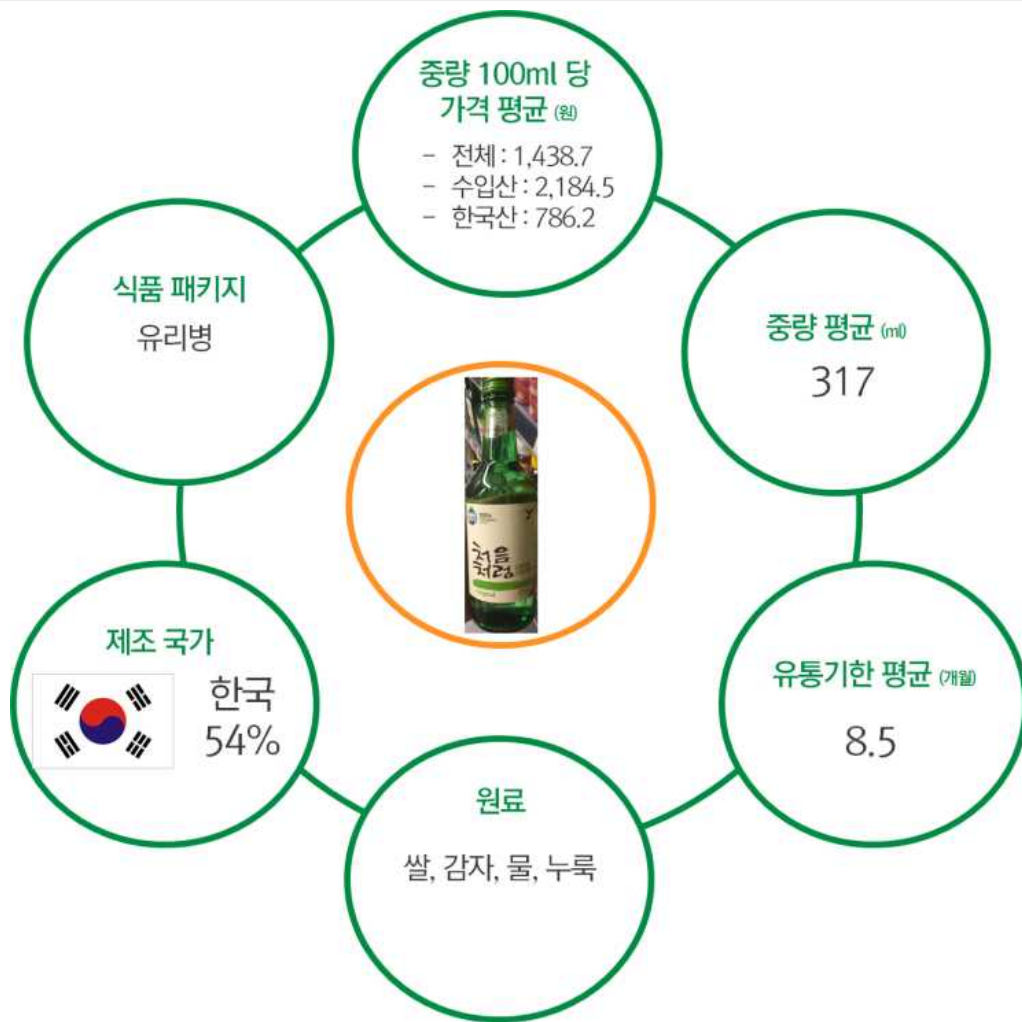


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Kiku-Masamune Sake	Kiku-Masamune	일본
2	Nihonsakari Japanese Sake	Nihonsakari	
3	Eikun Warm Sake	Eikun	
4	Shotoku Natsu-No Tawamure JM Ginjo	Shotoku Natsu-No Tawamure JM	
5	Gekkeikan Sake	Gekkeikan	
6	Chamisul Soju	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	한국
7	Chum-Churum Soju (Peach)	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	
8	Jinro Soju 25	Hitejinro Co., Ltd	
9	Chung Ha Cold Sake	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	
10	Muhak Soju	Muhak Co., Ltd	
11	Hite Jinro Peach Bubbles Drink	Hitejinro Co., Ltd	
12	Chum-Churum Soju	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	
13	Muhak Good Day Soju (Citron Flavor)	Muhak Co., Ltd	
14	Pearl River Bridge Shuang Jin Chiew	GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd	중국
15	Pearl River Bridge KwangTung MiJiu	GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

슈퍼마켓 Market Place	슈퍼마켓 City Super	슈퍼마켓 ParkNShop
		
Shop No. 8, B2, Langham Place, 8 Argyle St, Mong Kok, Kowloon	G/F, Hilton Towers, 96 Granville Road, Tsim Sha Tsui, Kowloon	Gateway Arcade Level 3, Shop 3001, Harbour City, Tsim Sha Tsui

출처 : 현지방문조사(Market Place, City Super, ParkNShop, 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정⁹⁾

	제품명	제조사	제조국가
1	Kiku-Masamune Sake	Kiku-Masamune	일본
2	Nihonsakari Japanese Sake	Nihonsakari	
3	Eikun Warm Sake	Eikun	
4	Shotoku Natsu-No Tawamure JM Ginjo	Shotoku Natsu-No Tawamure JM	
5	Gekkeikan Sake	Gekkeikan	
6	Chamisul Soju	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	한국
7	Chum-Churum Soju (Peach)	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	
8	Jinro Soju 25	Hitejinro Co., Ltd	
9	Chung Ha Cold Sake	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	
10	Muhak Soju	Muhak Co., Ltd	
11	Hite Jinro Peach Bubbles Drink	Hite Jinro Co., Ltd	
12	Chum-Churum Soju	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	
13	Muhak Good Day Soju (Citron Flavor)	Muhak Co., Ltd	중국
14	Pearl River Bridge Shuang Jin Chiew	GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd	
15	Pearl River Bridge KwangTung MiJiu	GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd	

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(ml)	4	포장형태
		5	주원료
2	가격(원)	6	제조국가

9. 본 현지조사는 소주 및 유사 제품만을 대상으로 하며 대표적인 B2C 유통채널만을 기반으로 조사를 진행하기 때문에 수출입 통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

홍콩 내 유통 중인 소주, 100ml당 가격 평균 1,438.7원¹⁰.

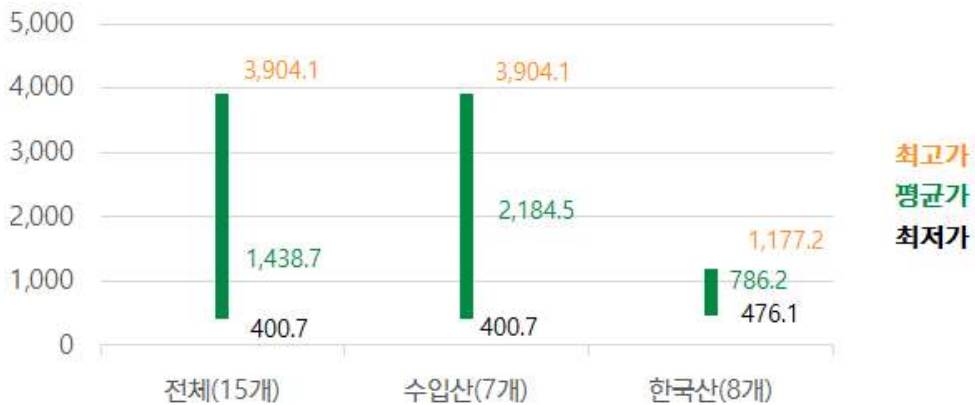
홍콩 현지 대표 슈퍼마켓 3곳 방문 조사 결과 현재 판매 중인 주류상품 100ml당 평균 가격은 1,438.7원으로 확인됨. 한국제품을 기준으로 수입제품 평균 제품가격 차이가 약 3배 더 높은 것으로 나타남. 높은 평균 가격 순위로 수입산 제품의 100ml당 평균 가격이 2,184.5원, 한국산은 786.2원 으로 나타남

100ml당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 Shotoku Natsu-No Tawamure JM 업체의 Shotoku Natsu-No Tawamure JM Ginjo제품으로 100ml당 가격은 3,904.1원임. 반면 가장 저렴한 제품은 GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd의 Pearl River Bridge KwangTung MiJiu로 동량 대비 약 9.7배 저렴한 400.7원으로 조사됨

현지 슈퍼마켓에서 조사된 15개 경쟁 제품의 중량 평균은 317ml로 나타남

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100ml) 당 가격

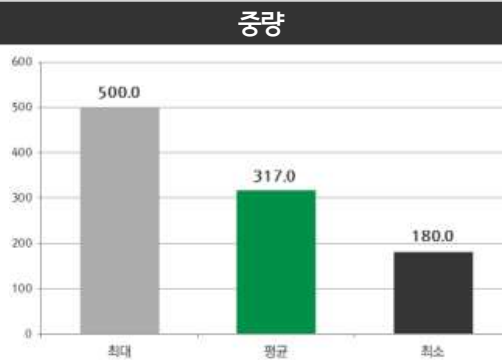
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Market Place, City Super, ParkNShop, 2017.07), 15개 제품 기준

표 3.2 : 중량 최대·최소·평균값¹¹.

(단위 : ml, 개월)



출처 : 현지방문조사(Market Place, City Super, ParkNShop, 2017.07), 15개 제품 기준

10. 1 홍콩달러(HKD) = 144.15원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.08.03 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '위안'을 한화로 전환하여 제시함

11. 중량의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

소주 및 주류제품, 외장재 유리병 사용 중

홍콩 내 15개의 경쟁제품 모두 유리병 형태로 확인됨. 주로 투명한 유리병이었지만, 일부 수입 제품의 경우 무광택 유리병이기도 함. 현지 조사된 다수의 제품들이 돌려서 병마개를 여는 ‘Twist cap’ 방식으로 마감되어 있음
















경쟁제품의 주원료

경쟁제품의 주원료로 쌀 또는 감자가 확인됨. 두 가지의 원료를 증류하거나 희석하는 단계를 걸쳐 주원료의 풍미를 살림. 일본에서 수입되는 제품 모두 누룩 성분을 찾을 수 있었음. 한국산 제품의 경우 복숭아나 유자향미료를 첨가하여 과일 맛을 내기도 함

제조국가

홍콩 현지조사 결과 한국산 8개, 일본산 5개, 그리고 중국산 2개로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류

유리병				
				
				
				

출처 : 현지방문조사(Market Place, City Super, ParkNShop, 2017.07)

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
Kiku-Masamune Sake	쌀, 이스트
Nihonsakari Japanese Sake	쌀, 이스트
Eikun Warm Sake	쌀, 이스트
Shotoku Natsu-No Tawamure JM Ginjo	쌀, 이스트
Gekkeikan Sake	쌀, 이스트
Chamisul Soju	쌀, 물
Chum-Churum Soju (Peach)	쌀 증류수
Jinro Soju 25	물, 감자, 보리
Chung Ha Cold Sake	물, 쌀, 옥수수시럽, 이스트
Muhak Soju	물, 감자
Hite Jinro Peach Bubbles Drink	물, 화이트와인, 액상과당, 설탕, 알코올, 탄산염 에이전트
Chum-Churum Soju	물, 알코올, 곡주, 액상과당, 스테비오사이드, DL-알라닌
Muhak Good Day Soju (Citron Flavor)	물, 감자, 농축시트론주스, 시트론 향미료
Pearl River Bridge Shuang Jin Chiew	쌀
Pearl River Bridge KwangTung MiJiu	쌀

출처 : 현지방문조사(Market Place, City Super, ParkNShop, 2017.07)

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원산지	제조국가 비중
Kiku-Masamune Sake	일본	<p>■ 한국 ■ 일본 ■ 중국</p>
Nihonsakari Japanese Sake		
Eikun Warm Sake		
Shotoku Natsu-No Tawamure JM Ginjo		
Gekkeikan Sake		
Chamisul Soju	한국	
Chum-Churum Soju (Peach)		
Jinro Soju 25		
Chung Ha Cold Sake		
Muhak Soju		
Hite Jinro Peach Bubbles Drink		
Chum-Churum Soju		
Muhak Good Day Soju (Citron Flavor)	중국	
Pearl River Bridge Shuang Jin Chiew		
Pearl River Bridge KwangTung MiJiu		

출처 : 현지방문조사(Market Place, City Super, ParkNShop, 2017.07), 15개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 소주 제조일자와 수입사 정보는 확인이 가능한 제품에 한하여 표기함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Kiku-Masamune	Nihonsakari
	제품명	Kiku-Masamune Sake	Nihonsakari Japanese Sake
	용량	180	300
	가격 (HKD)	39	49
	외장재	유리병	유리병
	원료	쌀, 이스트	쌀, 이스트
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Market Place	Market Place

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Eikun	Shotoku Natsu-No Tawamure JM
	제품명	Eikun Warm Sake	Shotoku Natsu-No Tawamure JM Ginjo
	용량	180	240
	가격 (HKD)	30	65
	외장재	유리병	유리병
	원료	쌀, 이스트	쌀, 이스트
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	City Super	City Super

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Gekkeikan	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd
	제품명	Gekkeikan Sake	Chamisul Soju
	용량	300	360
	가격 (HKD)	52	29.4
	외장재	유리병	유리병
	원료	쌀, 이스트	쌀, 물
	제조국가	일본	한국
취급처	판매확인 매장		
		ParkNShop	Market Place

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	Hitejinro Co., Ltd
	제품명	Chum-Churum Soju (Peach)	Jinro Soju 25
	용량	360	375
	가격 (HKD)	18.5	19.9
	외장재	유리병	유리병
	원료	쌀 증류수	물, 감자, 보리
	제조국가	한국	한국
취급처	판매확인 매장	Market Place	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd	Muhak Co., Ltd
	제품명	Chung Ha Cold Sake	Muhak Soju
	용량	300	360
	가격 (HKD)	19.9	12.5
	외장재	유리병	유리병
	원료	물, 쌀, 옥수수시럽, 이스트	물, 감자
제조국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	Market Place	ParkNShop



4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	Hite Jinro Co., Ltd	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd
	제품명	Hite Jinro Peach Bubbles Drink	Chum-Churum Soju
	용량	330	360
	가격 (HKD)	10.9	21.9
	외장재	유리병	유리병
	원료	물, 화이트와인, 액상과당, 설탕, 알코올, 탄산염 에이전트	물, 알코올, 곡주, 액상과당, 스테비오사이드, DL-알라닌
제조국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장		
		ParkNShop	ParkNShop

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Muhak Co., Ltd	GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd
	제품명	Muhak Good Day Soju (Citron Flavor)	Pearl River Bridge Shuang Jin Chiew
	용량	360	250
	가격 (HKD)	19.9	10.5
	외장재	유리병	유리병
	원료	물, 감자, 농축시트론주스, 시트론 향미료	쌀
	제조국가	한국	한국
취급처	판매확인 매장	ParkNShop	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 15
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	GuangDong PRB Bio-Tech Co., Ltd
	제품명	Pearl River Bridge KwangTung MiJiu
	용량	500
	가격 (HKD)	13.9
	외장재	유리병
	원료	쌀
	제조국가	중국
취급처	판매확인 매장	ParkNShop

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Gekkeikan Sake Co., Ltd.	Hitejinro	Muhak
		일본	한국	한국
기업 개요	설립년도	1637년	1924년	1929년
	본사 소재지	일본 교토(Kyoto)	한국 서울(Seoul)	한국 창원(Chang-won)
	직원 수	436명(2016년)	3,045명(2016년)	670명(2016년)
	매출액	약 27억 9,000만 엔(2014년) (한화 약 280억 6,000만 원)	약 1조 8,900억 원(2016년)	약 2,541억 원(2016년)
	취급품목	사케, 소주 등	소주, 위스키, 와인 등	소주, 과일주, 리큐르 등
제품 정보				
		니고리(소주)	참이슬(소주)	좋은데이(소주)
판매 전략	홍보전략 및 진출전략	<ul style="list-style-type: none"> SNS 등 온라인 홍보 Instagram을 통해 제품 및 브랜드 홍보 제품을 활용한 칵테일 레시피 등을 홈페이지에 게시 	<ul style="list-style-type: none"> SNS를 통한 제품 홍보 페이스북에 "소맥", "Wish-luck mix drink"와 같은 레시피 업로드 한국 소주 및 가벼운 칵테일 소비자를 겨냥하여 과일주 제품 홍보 업로드 	<ul style="list-style-type: none"> 적극적인 해외 마케팅 진행 식품 박람회 참가, 현지 통신판매업체를 통한 홍보와 현지 대형할인점 입점에 주력중
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> Quality Firsts 전통 방식과 현대 방식의 적절한 조합을 통한 맛을 찾기 위한 연구를 꾸준히 진행하고 있다는 것을 강조함 	<ul style="list-style-type: none"> Pure Chamisul 독한 소주의 이미지를 부드럽고 깨끗한 이미지로 소비자들에게 각인함 	<ul style="list-style-type: none"> 좋은날엔 좋은데이 제품명을 캐치프레이즈에 사용하여 기분 좋은 날에 제품을 떠올릴 수 있도록 함

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 경쟁제품 취급 업체¹². 업체 홈페이지 조사

- Gekkeikan Sake(www.gekkeikan.co.jp)
- Hitejinro(www.hitejinro.com)
- Muhak(www.muhak.co.kr)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 방문 조사

- 현지 매장 방문을 통한 제품 취급 여부 확인
 - Market Place
 - ParkNShop
 - City Super

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(업체 홈페이지 조사)
방법론 02(오프라인 방문 조사)

일본, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

일본	한국 ¹³ .	한국
 GEKKEIKAN SAKE KYOTO SINCE 1637		
· 증류주 제품 취급여부 <input checked="" type="checkbox"/>	· 증류주 제품 취급여부 <input checked="" type="checkbox"/>	· 증류주 제품 취급여부 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

12. 업체 홈페이지 조사를 통해 의뢰사 주요 제품인 증류주 취급 여부를 확인함

13. Hitejinro 및 Muhak은 1% 미만의 점유율을 가지고 있으나 동종 경쟁 제품을 주력으로 삼고 있어 경쟁사로 선정함

2. 경쟁사별 현황 파악

Gekkeikan Sake Co., Ltd.

- 대표 전화 : +81-75-623-2056
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 도쿄(Tokyo)

출처 : Gekkeikan Sake
(www.gekkeikan.co.jp)

일본 기업 분석 : Gekkeikan Sake Co., Ltd.

당사는 후시마 지역의 사케 양조장으로 출발하여, 1927년 합자회사 전환 이후 1987년 현재의 이름인 Gekkeikan Sake Co., Ltd가 됨. 사케가 주요 취급 제품이며 소주, 미림 등을 생산하여, 아시아, 미주, 유럽 등지에 판매하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1997년
- ② 직원수 436명(2016년)
- ③ 매출액 약 27억 9,000만 엔(2014년)
- ④ 취급품목 사케, 소주 등



출처 : Gekkeikan Sake(www.gekkeikan.co.jp)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



소주



사케

출처 : Gekkeikan Sake(www.gekkeikan.co.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보

캐치프레이즈

SNS 등 온라인 홍보

"Quality First"



During the "Economic Revival" of the last half of 2016, and the first half of 2017, Gekkeikan Sake has been able to increase sales and production. The owners of this brand and Gekkeikan are now accepting the same great marketing as their competitors, in response to the big change to come. This means that there are more and more people who are looking for high quality sake, and that our customers are getting more and more.

Owner of this substance: Since in 1987, Gekkeikan Sake has been producing sake in the same way as the traditional Japanese sake. Our sake is made in the same way as the traditional Japanese sake, and it is made in the same way as the traditional Japanese sake.

Since 1987, we have been producing sake in the same way as the traditional Japanese sake. Our sake is made in the same way as the traditional Japanese sake, and it is made in the same way as the traditional Japanese sake.

In the sake industry, it is increasingly common for producers to be focusing on high quality sake after checking the quality of their sake. We are also focusing on high quality sake after checking the quality of our sake.



- Instagram에 제품의 자세한 설명보다 축제 사진 등을 게시하여 일본의 문화적인 부분을 부각시키는 홍보 전략 사용
- 홈페이지에 자사 제품을 활용한 칵테일 레시피와 요리 레시피를 게시하여 제품 설명과 더불어 소비 장려

- 1909년 사케 연구소 설립이후 품질 증대를 위해 노력을 기울임
- 전통 방식과 현대 방식의 적절한 조합을 통한 맛을 찾기 위한 연구를 꾸준히 진행하고 있다는 것을 강조함

출처 : Gekkeikan Sake(www.gekkeikan.co.jp)

2. 경쟁사별 현황파악

Hitejinro 정보

- 대표 전화 : +82-02-3219-0114
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 서울(Seoul)

출처 : Hitejinro (www.hitejinro.com)

한국 기업 분석 : Hitejinro

2005년 하이트맥주가 진로를 합병하며 출범함. 다양한 브랜드의 소주, 맥주 및 위스키 등을 생산하고 있음. 2007년부터 해외 진출을 본격화하기 시작하여 73개국 100여개가 넘는 제품을 수출하고 있음. 2013년 강원 공장에 식품안전경영시스템인 국제규격 ISO22000인증을 획득하는 등 생산 환경에도 신경을 쓰고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1997년
② 직원수	3,045명(2016년)
③ 매출액	약 1조 8,900억 원(2016년)
④ 취급품목	소주, 맥주, 위스키 등



출처 : Hitejinro(www.hitejinro.com)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



참이슬



이슬톡톡



참이슬 오리지널

출처 : Hitejinro(www.hitejinro.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

SNS를 통한 제품 홍보 및 콜라보레이션



- 페이스북을 통하여 다양한 홍보물 업로드
- '소맥', 'Wish-luck mix drink'와 같은 레시피 업로드
- 한국 소주 및 가벼운 칵테일 수요에 대응 하여 과일주 제품 등 가벼운 제품 위주로 홍보

캐치프레이즈

"Pure Chamisul"



- 독한 소주의 이미지를 부드럽고 깨끗한 이미지로 소비자들에게 각인함

출처 : Hitejinro(www.hitejinro.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

Muhak 정보

- 대표 전화 : +82-02-1588-2226
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 창원(Chang-won)

출처 : Muhak (www.muhak.co.kr)

한국 기업 분석 : Muhak

1929년 설립된 무학은 소주, 과일주, 리큐르 등의 다양한 주류 제품을 판매하고 있음. 한국 동남권 지역에서 판매를 시작하여, 전국 단위로 시장을 넓히고 있음. 미국과 일본에 수출을 하고 있으며, 중국 및 베트남을 비롯한 동남아 시장으로 판로를 확대하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1929년
② 직원수	670명(2016년)
③ 매출액	약 2,541억 원(2016년)
④ 취급품목	소주, 맥주, 리큐르 등



출처 : Muhak(www.muhak.co.kr)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



좋은데이



화이트



좋은데이 유자

출처 : Muhak(www.muhak.co.kr)

[홍보 전략]

진출 전략

한류를 통한 수출지역 확대로 적극적인 해외 마케팅 진행¹⁵.

- 중국, 홍콩, 대만 등 중화권, 일본, 미주지역이 주요 수출 대상 지역이었지만 최근엔 몽골, 싱가포르, 말레이시아, 베트남, 캄보디아, 인도네시아, 미얀마, 라오스, 호주와 뉴질랜드 등지로 확대함
- 수출 호조에 힘입어 일본과 중국지역 식품 박람회 등에 자사 제품을 출품하는 한편 현지 통신판매업체를 통한 홍보와 현지 대형할인점 입점에 주력중

캐치프레이즈¹⁴.

“좋은 날엔 좋은 데이”



- 제품명을 캐치프레이즈에 사용하여 기분 좋은 날에 제품을 떠올릴 수 있도록 함

출처 : Muhak(www.muhak.co.kr)

14. 현지조사 및 온라인 조사 결과 현지어의 캐치프레이즈는 확인되지 않음

15. 연합뉴스, '소주도 新한류' 중화권 등 수출 날개 달았다', 2016.11.12



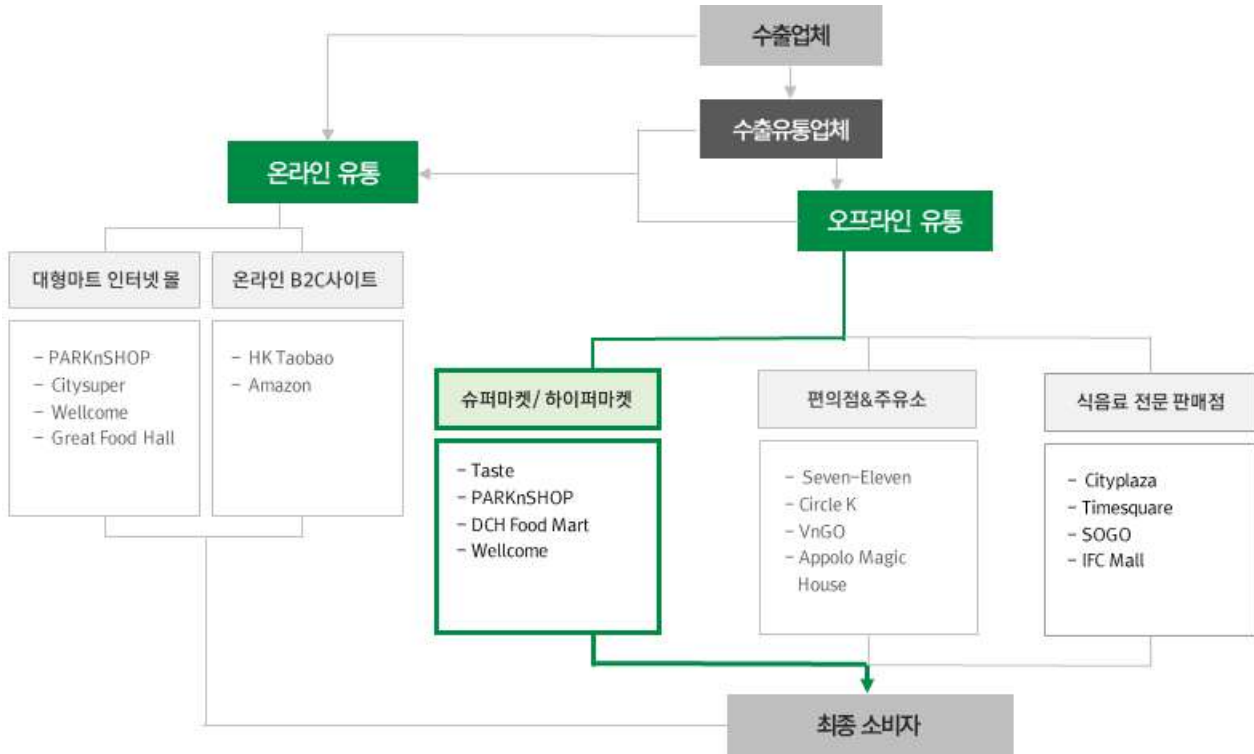
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

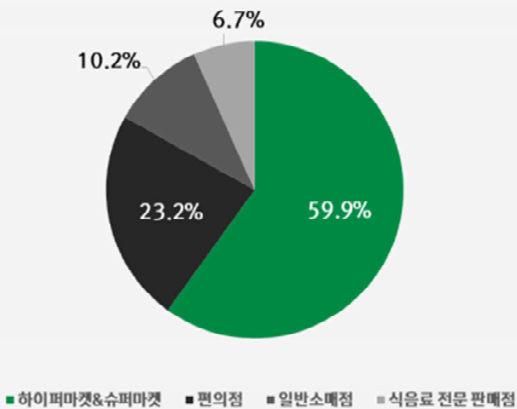
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



소매유형별 점유율(주류 전반)



유통채널별 정의 및 특징

- On trade¹⁶ : 바, 호텔, 레스토랑과 같은 음식이 제공되는 외부 음식점
- Off trade : 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 등의 소매유통 채널
 - 슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~ 2,300㎡ 이상
 - 하이퍼마켓 : 일용잡화류 외 공산품도 판매, 면적 2,300㎡ 이상
 - 식음료 전문 판매점(Food & Beverage Specialist)
 - : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점 (ex. 냉동식품 전문점 등)
 - 편의점/주유소 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 집화점

출처 : Global Data(2015), United States of America 'Alcoholic Beverages' 유통점유율 기준¹⁷.

16. On-Trade는 레스토랑, 호텔 등의 유통채널로, 'Non-Alcohol Beverage'제품에 대해 미국에서 가장 높은 점유율을 보였으나, 지정된 하나의 유통채널이 아닌 호텔, 레스토랑 등 다양한 유통채널을 통해 완제품 혹은 가공을 거치므로 추천 경로에서 제외함

17. 유통채널별 점유율의 경우 2016년도 자료가 없어, 가장 최신 자료인 2015년도 자료로 대체함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 다양한 제품이 유통되는 하이퍼마켓·슈퍼마켓

Global Data를 통하여 조사된 홍콩 내 대형유통매장의 식품 전체 유통점유율은 약 60%임. 이와 마찬가지로 주류 품목의 제품의 수요가 가장 많은 유통채널도 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로, 2016년 기준 59.9%의 점유율을 차지함

홍콩은 식품 대외의존도가 90% 이상인 국가이며 대형유통매장에서 다양한 수입 식품들이 유통되고 있음. 공간이 한정적이고 임대료가 비싼 홍콩의 특성상 월마트와 같은 대형 하이퍼마켓 체인점은 거의 존재하지 않음¹⁸.

ROUTE #2. 편의점

: 홍콩 내 늘어나는 편의점의 수

아시아 유통업계의 소식들과 트렌드를 전문적으로 다루는 Inside Retail Asia에 따르면 홍콩의 편의점은 꾸준한 성장세를 이어가고 있음. 홍콩 내 약 449개 이상의 매장을 운영하고 있는 Circle K의 회장 Dr. Victor는 일일 소비재에 대한 현지 고객들의 안정적인 수요로 인하여 해당 매장의 성장세를 이어갈 수 있었다고 전함

최근 홍콩 도심 및 주변 편의점들의 수가 증가하고 있음. 홍콩 내 편의점들은 PB 상품 등의 적극적인 개발과 홍보 전략을 통해 소비자들의 발길을 이끌기 위해 노력하고 있음¹⁹.

ROUTE #3. 식음료 전문 판매점

: 와인 전문 판매점 다수

홍콩은 낮은 진입장벽으로 인해 주류 전문 판매점이 홍콩 전역에 위치하고 있음. 특히 홍콩은 아시아 내 와인 소비규모가 가장 높아 타 아시아 국가들에 비해 와인 전문 판매점들이 발달해 있음. 홍콩 내 주요 와인 전문 판매점으로는 왓슨즈 와인(Watson's Wine)이 있으며 개별매장 혹은 대형 마트 내에 입점해 있으며 판매 뿐만 아니라 와인저장업도 병행함²⁰.

18. USDA, 'Retail Food Sector Annual 2016', 2017.01.10

19. Inside retail Asia, 'Convenience Retail Asia achieves strong growth' 2016.04.06

20. Inside retail Asia, 'Convenience Retail Asia achieves strong growth' 2016.04.06

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

2016년 기준 Global data의 자료에 의하면 소매유형별 주류 제품 시장의 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 59.9%로 가장 높게 나타남. 다음으로는 편의점(23.2%), 일반소매점(10.2%), 식음료 전문 판매점(6.7%) 순으로 나타남

제품 컨셉

홍콩 내 소비자들의 트렌드를 살펴보면 도수가 높은 술뿐만 아니라 가볍게 즐길 수 있고 과일 향이 첨가된 주류의 수요가 높아지는 것을 알 수 있음. 따라서 제조하고 있는 소주 제품들 중 다양한 맛(종류)을 지닌 주류는 제품의 다양성을 선호하는 슈퍼마켓·하이퍼마켓과 편의점, 식음료 전문 판매점 모두 적합한 유통채널로 사료됨

한국산 취급 여부

홍콩은 자유무역항이자 식품의 대외의존도가 매우 높기 때문에 대부분의 유통매장에서 수입식품을 찾아보기 쉬움. 현지 매장 방문 조사 결과, 슈퍼마켓·하이퍼마켓에서 한국산 소주를 취급하고 있었으며 현지 내 편의점과 식음료 전문 판매점에서도 판매 중임

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	다양한 수입식품 선호		
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 소주 취급 유무		
 편의점	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	다양한 수입식품 선호		
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 소주 취급 유무		
 식음료 전문 판매점	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	다양한 수입식품 선호		
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 소주 취급 유무		

1. 추천 진출 경로

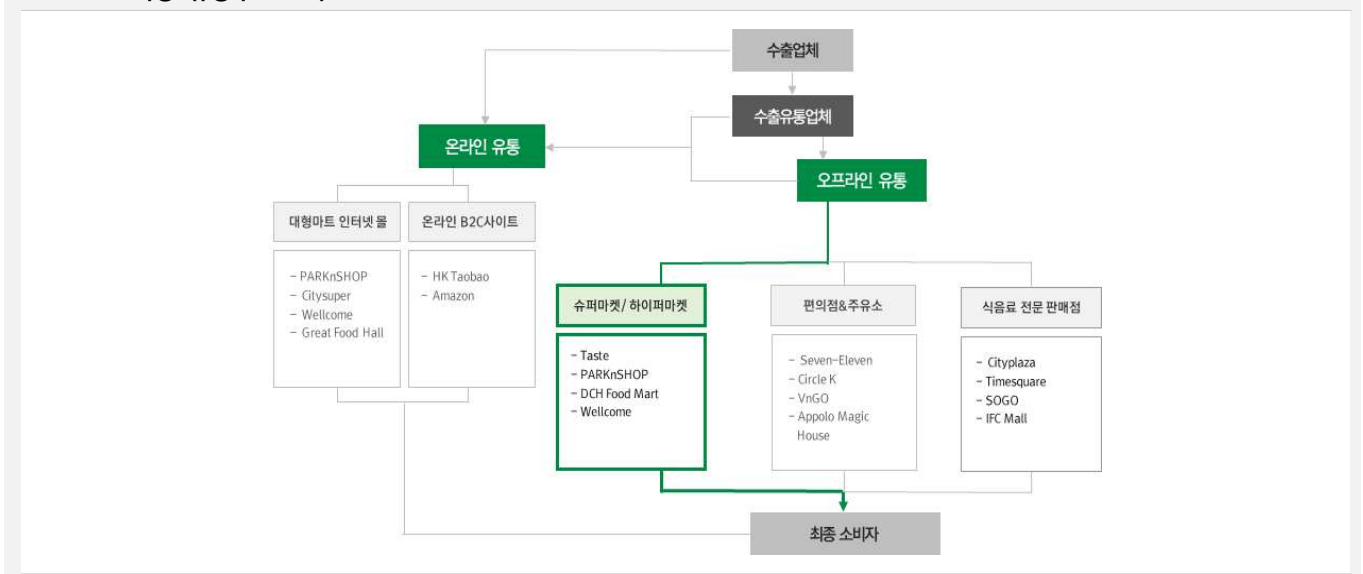
슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓·하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 편의점의 경우, 유통 규모가 2번째로 크지만 취급하는 소주 제품의 다양성이 슈퍼마켓·하이퍼마켓 대비 많이 부족함. 한편 현지조사 결과 한국산 주요 소주 브랜드와 일본산 제품의 경우 ParkNShop, Market Place, City Super 등 주요 대형유통채널에서 판매가 확인되어 해당 진출경로를 주력 채널로 고려해 볼 수 있음

2016년 미국농무부(USDA, United States Department of Agriculture)에서 발표한 ‘Retail Food Sector 2016’ 보고서에 따르면 홍콩의 소비자들은 더욱 다양한 종류의 제품을 찾고 있으며 이에 맞춰 대형 유통업체들이 더 많은 제품을 유치하고자 매장 규모를 넓히고 있다고 함. 따라서 참여 기업의 다양한 과일 및 소주제품들이 가격적인 경쟁력을 갖춘 뒤 슈퍼마켓·하이퍼마켓으로의 진출을 고려한다면 시장성이 있다고 사료됨²¹.

홍콩 내 대형마트들은 온라인 쇼핑물 등에게 입지를 빼앗기면서 고객들에게 저가, 할인 판매를 주로 하고 있음. 이에 따른 손실을 최소화하기 위해 판매업자들에게 물건 가격을 깎아줄 것을 요청하는 사례가 늘고 있어 대형마트로 입점 시 제품 가격 협상에 신중을 기해야 함

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



21. USDA, 'Retail Food Sector Annual 2016;', 2017.01.10

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

소주 및 주류 수입·유통업체 대상
인터뷰 진행

(2017년 7월)

Q1. 홍콩 내 주류제품의 시장성은 어떠한가요?

“홍콩 소비자들은 주류 중, 소주보다 맥주를 선호하는 경향이 있습니다. 이유는 맥주를 마셨던 역사가 길고 그로 인해 일상생활에서 맥주를 마시는 문화가 강하게 형성되었기 때문입니다.”

한국 식품 수입·유통업체
Goldtop Century Limited(金達世紀有限公司) 담당자와의 인터뷰 중, 2017.07

“홍콩은 예로부터 외국문화의 영향을 많이 받은 국가로 홍콩에는 다양한 주류상품이 있으며, 그 중 가장 인기 있는 상품은 양주입니다. 양주를 취급하는 대부분의 유통업체에서는 기존에 유통되고 있는 다양한 주류와 양주에 대한 홍콩 소비자들의 독보적인 선호도로 인해 소주 유통의 필요성을 느끼지 못하고 있습니다.”

한국, 일본 식품 수입·유통업체
(주)피코(홍콩)유한회사(峰一(香港)實業有限公司) 담당자와의 인터뷰 중, 2017.07

“홍콩에는 다양한 주류상품들이 있지만 소주에 한해서는 한국 소주가 홍콩산 소주보다 더 인기가 좋은 편입니다. 한국 소주는 마실 때 자극이 적고 부드러운 반면에 홍콩 소주는 중국의 바이주(白酒)와 유사한 맛으로 조금 쓴 편이며 부드럽지 않기 때문입니다. 이에 홍콩 소비자들 중 주로 젊은층과 중년의 남성들이 한국 소주를 즐겨 마시는 편입니다.”

한국 식품 수입·유통업체
강남한국식품(江南韓國食品) 담당자와의 인터뷰 중, 2017.07

Q2. 홍콩 내 주류제품의 구매요인은 무엇인가요?

“당사의 인기제품으로는 롯데주류의 처음처럼이 있습니다. 이 제품은 홍콩 소비자들 사이에서 홍콩산 소주 대비 부드럽고 자극이 적어 맛이 좋다는 이유로 환영받고 있습니다. 당사에서는 제품 취급요인으로 맛을 가장 최우선으로 고려하고 있기 때문에 최근 인기몰이 중인 과일맛 소주 제품을 구매해볼 계획도 보유하고 있습니다.”

한국 식품 수입·유통업체
강남한국식품(江南韓國食品) 담당자와의 인터뷰 중, 2017.07

“당사에서는 제품의 인지도와 현지인이 선호하는 맛을 중요하게 생각하고 있어 제품 구매 시 인지도와 현지인 입맛을 가장 중요하게 생각합니다. 하이트진로의 참이슬과 롯데주류의 처음처럼 오리지널 맛이 가장 인기제품으로 현지인들은 단 맛의 주류를 선호하지 않는 경향이 있어 자몽맛 및 기타 과일맛보다 오리지널 제품을 지속적으로 조달하고 있습니다.”

한국 식품 수입·유통업체
강남한국식품(江南韓國食品) 담당자와의 인터뷰 중, 2017.07

Q3. 제품의 유통경로는 어떠한가요?

“한국의 과자, 라면, 주류 제품을 판매하고 있으므로 제품은 한국에서 직접 수입하고 있습니다. 대부분의 제품들은 슈퍼마켓으로 유통하고 있으며, 온라인, 식당 및 술집으로도 납품 중입니다.”

한국 식품 수입·유통업체
Goldtop Century Limited(金達世紀有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“홍콩에서 한국 소주를 판매하고 있어 제품은 한국에서 직접 수입해오고 있습니다. 운영 중인 마트로 제품을 주로 유통 중입니다.”

한국 식품 수입·유통업체
강남한국식품(江南韓國食品) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

Q4. 홍콩의 주류품목에 대한 통관절차는 어떠한가요?

“홍콩의 통관절차는 수입신고 전 적하목록을 작성하고 수입신고서를 제출하며, 물품 검사를 거쳐 최종적으로 관세 납부 시 통관이 완료됩니다. 수입신고서 및 관련 증빙 서류제출 시에는 홍콩 정부가 지정한 서비스 업체를 통하여 전자로 제출해합니다.

이 때 필수 구비서류로는 수출 통관신고 서류, 선하증권(B/L), 인보이스, 원산지증명서가 있습니다. 특히 물품검사 시에는 운송수단별 화물정보 제공 시스템을 구축하여 홍콩으로 반입되기 전 사전에 물품 정보를 입수하여 위험성이 낮은 화물의 경우 신속히 통관 되도록 조치하고 있습니다

그리고 관세의 경우, 홍콩은 자유무역항으로 일반 수출입 화물에 관세 및 기타제세가 부과되지 않고 있지만, 물품세 성격으로 술, 담배, 메틸알코올, 탄화수소의 4가지 품목에 대해서는 관세가 부과됩니다.

주류는 섭씨 20°C의 온도에서 알코올 함량 30%이상의 주류에만 100%의 관세가 붙으며, 섭씨 20°C의 온도에서 알코올 함량 30%미만의 주류 및 와인은 비관세 품목입니다.”

한국 식품 수입·유통업체
Goldtop Century Limited(金達世紀有限公司) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Wellcome	PARKnSHOP	CR Vanguard
		홍콩	홍콩	홍콩
유통업체 개요	설립년도	1945년	1973년	1984년
	매장 소재지	홍콩	홍콩, 중국, 마카오	29개 성(省), 241개 도시
	직원 수	약 5,000명(2013년)	약 9,700명(-) ²²	약 25만 명(2016년)
	점포 수	280개(2016년)	350개(2016년)	3,224개(2016년)
	취급품목	식품, 음료, 와인 등	식품, 전자제품, 음료 등	식품, 음료, 생활용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 고급 유통매장 오픈 - 2007년 싱가포르에 진출한 자매회사인 Cold Storage의 매장 고급 매장 홍콩 내 오픈 	<ul style="list-style-type: none"> · Apple pay 서비스 - ATLANTA(결제 솔루션 기업)와 협력을 통해 Apple 모바일 결제시스템 추가 	<ul style="list-style-type: none"> · Joint Venture 설립 - 세계적인 유통기업인 Tesco와 Joint Venture 설립을 통해 편의점, 슈퍼마켓 등의 비즈니스 수행
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 노인층 할인 프로모션 - 매주 수요일마다 노인층에 대해 10% 기본 할인 - 자사 브랜드에 대해 15% 할인 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 할인 프로모션 - 2주간 여름 할인 행사 진행 - 소비자의 구매 가격에 따라 차등 가격의 상품권 증정 	<ul style="list-style-type: none"> · 할인 행사 및 멤버십 - 주말마다 할인 프로모션 진행 - 멤버십을 통해 포인트 제공 - 포인트에 따라 할인 혹은 사은품 증정

22. PARKnSHOP 홈페이지 조사 결과 기준년도가 확인되지 않음

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Wellcome

1945년 설립되어 70여 년간 이어져온 홍콩 내 최대·최장 슈퍼마켓 체인임. 홍콩 내에 280개의 매장을 운영하며 매달 1,600만 명의 고객이 이용하고 있음. 홍콩에서 최초로 온라인 서비스를 시작하였으며, 2013년 플랫폼 업그레이드를 통해 온라인 쇼핑 사업을 강화한 바 있음. 환경 보호에 관한 상을 수상하는 등 사회공헌 활동에도 힘쓰고 있음

표 6.1 : Wellcome 매장 정보

기업 정보	컨셉	친근한 서비스를 제공과 One-Stop 쇼핑 서비스 제공
	대표 주소	Wellcome Supermarket, 5/F Devon House, Taikoo Place, Quarry Bay, Hong Kong
	대표 전화	+852-2299-1133
주요 판매품목		식품, 음료, 와인 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>고급 유통매장 오픈</p> <p>Wellcome은 고급 슈퍼마켓 브랜드 Market Place by Jasons를 런칭함. 이 매장들은 싱가포르의 자매회사인 Cold Storage에 의해 처음으로 소개된 바 있으며, 고급 수입 제품들을 판매하는 매장임. 총 15개의 매장이 홍콩 곳곳에 분포되어 있음</p>	
프로모션 전략	<p>노인층 할인 프로모션</p> <p>매주 수요일마다 Wellcome 매장에서는 'Senior Citizen Card'를 제시한 고객에 대해서 구매 가격의 10% 만큼의 할인 이벤트를 시행하고 있음. 추가적으로 'Yu Pin King', 'FIRST CHOICE', 'SureBuy' 및 자사 브랜드 제품을 구매한 고객에 대해서는 70달러 이내의 15% 할인을 제공하고 있음</p> <p>"SAVEMORE" 프로모션</p> <p>"SAVEMORE"에 해당하는 제품을 두 개 구매할 때 마다 15%의 추가 할인을 제공하며, 이 때 소비자는 여러 가지 제품을 섞어서 할인 혜택을 누릴 수 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Wellcome (www.wellcome.com.hk), 현지방문조사(Wellcome, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



PARKnSHOP

CK Hutchison Holdings Limited의 자회사로 1972년에 설립되어 현재 홍콩의 대형 유통 업체 중 하나로 성장하였으며, 홍콩뿐만 아니라 마카오, 중국 본토에 350여개의 매장을 보유하고 있음. PARKnSHOP은 ‘MoneyBack’ 포인트 보상 제도를 도입하여 소비자들에게 다양한 서비스를 제공하고 있으며, 다양한 형태의 매장을 통해 여러 소비자에 대한 수요를 충족시켜 주고자 함

표 6.2 : PARKnSHOP 매장 정보

기업 정보	컨셉	다양한 가격과 다양한 종류의 제품을 다양한 소비자에게 제공
	대표 주소	Lower G/F, CC Wu Building, 302-308 Hennessy Road, Wanchai, Hong Kong
	대표 전화	+852-2606-8658
주요 판매품목		식품, 전자제품, 음료 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>결제 시스템의 효율화</p> <p>PARKnSHOP은 결제 시스템 솔루션 제공 업체인 ATLANTA와 파트너십을 체결함. 이를 통하여 모바일 결제 시스템인 Apple pay의 서비스가 가능해짐. 소비자는 PARKnSHOP의 온라인 매장 이용 시 Apple pay를 통해 간편하게 결제 할 수 있으며, 결제 정보 및 개인 정보 보호, 결제 편리성 등의 효과를 누리게 됨</p>	
프로모션 전략	<p>다양한 할인 프로모션</p> <p>PARKnSHOP은 2주간의 할인 행사를 정기적으로 진행하고 있음. 이 때 소비자는 구매 가격에 따라 200 ~ 400 달러에 달하는 차등된 가격의 상품권을 증정 받아 추가 할인을 받을 수 있음</p> <p>카드사와 협력을 통한 할인 프로모션</p> <p>VISA, HSBC와 같은 카드사와 협력을 하고 있으며, 구매 가격에 따른 할인제공 및 공휴일 카드 이용 시 상품권을 지급하는 프로모션 또한 진행하고 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : PARKnSHOP(www.parknshop.com), 현지방문조사(PARKnSHOP, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



CR Vanguard

CR Vanguard는 1984년 설립되어 홍콩 내 점유율 3위 유통업체로 성장함. 1991년 중국 본토에 슈퍼마켓을 열었고, 현재 3,224개의 마트를 운영하며 Bit, Ole, VanGo 등 하이퍼마켓뿐만 아니라 편의점, 슈퍼마켓 등의 유통 체인을 보유함. 2015년 세계적 유통기업인 Tesco의 중국 지사를 인수하였으며, Joint Venture의 형태로 시장 영역을 넓혀가고 있음

표 6.3 : CR Vanguard 매장 정보

기업 정보	컨셉	One-Stop 쇼핑 서비스와 소비자에 대한 헌신으로 지속적인 품질 발전 추구
	대표 주소 대표 전화	Unit B, 8/F, Pak Sik Godown No.2, 15-29 Wo shui Street, Fotan, Shatin, Hong Kong +852-2827-8333
주요 판매품목		식품, 음료, 생활용품 등
매장전경		 
매장 이슈		<h3>Joint Venture의 설립</h3> <p>CR Vanguard는 세계적인 유통 체인인 Tesco의 중국 지사를 인수하며 업무 협약을 체결하고, 합자 회사를 설립하기로 합의하였음. CR Vanguard는 Tesco로부터 넓은 범위의 유통 체인 운영에 대한 노하우를 얻음으로써, 하이퍼마켓뿐만 아니라 슈퍼마켓, 편의점 등의 사업 부문에서 시너지 효과를 얻을 수 있을 것으로 전망됨</p>
프로모션 전략		<h3>할인 행사 및 멤버십 서비스 제공</h3> <p>CR Vanguard는 멤버십 서비스를 제공하고 있으며, 가입된 소비자는 사용 가격에 따른 포인트를 얻게 됨. 적립된 포인트에 따라서 가격의 할인이나 사은품이 제공됨</p> <h3>주말 할인 프로모션</h3> <p>매주 특정 제품에 대하여 할인 행사를 진행하고 있으며, 특정 제품의 경우 구매 가격에 따라 일정 금액을 상환해 주는 프로모션을 진행함</p>
제품 판매현황		 

출처 : Vanguard (www.crvanguard.com.hk)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 홍콩 주요 편의점 현황

7ELEVEN		
취급품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.7-eleven.com.hk	
매장개요	일본의 세븐&아이 홀딩스가 소유하고 있는 미국의 편의점 체인임. 다양한 권역에 위치하며, 아시아 지역으로는 필리핀, 대만, 싱가포르, 태국, 말레이시아 등의 다양한 동남아시아 국가에 분포 되어있음. 홍콩 7ELEVEN은 Dairy Farm International Holdings에 의해 운영되고 있음	
Circle K		
취급품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.circlek.hk	
매장개요	Circle K는 미국에 본사를 둔 편의점 체인으로 미국, 캐나다, 동유럽, 아시아 등 세계 전역에 분포 되어있음. 홍콩 Circle K는 1985년부터 시작되었으며, 350여 매장을 운영하고 있음. 식품, 신문, 음료에서부터 현금 인출 등의 다양한 서비스를 제공하고 있음. 피자, 빵과 같은 PB 제품도 출시하며 더 많은 서비스를 제공하고자 노력하고 있음	

출처 : 7ELEVEN (www.7-eleven.com.hk), Circle K(www.circlek.hk)

표 6.5 : 홍콩 주요 대형마트 인터넷 물 현황

Wellcome		
취급품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.wellcome.com.hk	
매장개요	홍콩 내 최대 슈퍼마켓 체인인 Wellcome의 온라인 스토어로, 오프라인 매장의 인지도를 바탕으로 매출을 올리고 있음. 음료, 신선식품과 같은 식품을 위주로 한 제품군을 보유하고 있으며, 기본적인 생활용품을 추가로 판매하고 있음. 모바일 환경에서도 이용이 가능하며, 온라인 스토어를 위한 프로모션도 진행함	
PARKnSHOP		
취급품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.parknshop.com	
매장개요	PARKnSHOP은 홍콩 내 50여개 매장을 보유하고 있는 대형 유통 체인으로 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음. 판매하는 제품은 식품부터 의류, 전자 제품까지 다양하게 구비하고 있어, 경쟁사인 Wellcome에 비해 강점을 가지고 있음. 온·오프라인 양쪽에서 프로모션을 동시에 진행을 하여, 고객 유입을 위해 지속적으로 노력하고 있음	

출처 : Wellcome(www.wellcome.com.hk), PARKnSHOP(www.parknshop.com)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항
5. 통관거부사례

통관 및 검역절차 OVERVIEW

홍콩 통관 검역 절차도

절차	기간	담당 기관	특이사항
적하목록 제출 및 증명·허가 발급	화물 도착 후 2주 이내	홍콩 세관	일부 품목은 화물 수취 전 홍콩세관을 통해 수입허가증을 구비必
수입신고	수입 후 2주 이내 *초일은 불산입, 공휴일은 포함	관세청 지정 서비스업체	지정 서비스 업체를 통한 전자서류제출
물품검사	-	홍콩 세관 (전자시스템)	입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 일부 품목만 검사진행
위생검역	-	홍콩 세관	[합격] 수입검역 통과 및 인증서 발급 [불합격] 파기 혹은 반환
관세납부	-	홍콩 세관	일반적으로 수입화물에 대한 관세·내국세 없음
화물반출	-	도착항	수입통관 완료 후 물품 반출 가능

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
적하목록 제출 및 증명·허가 발급	- 일부 수입허가증을 발급받아야 하는 품목은 화물 수취 전 홍콩세관을 통해 수입허가증 구비 필수
수입신고	- 14일째에 해당되는 날이 공휴일일 경우 다음날을 만기일로 간주 - 수입신고서 및 관련 서류는 홍콩 관세청에서 지정한 서비스 업체를 통한 전자제출이 의무적임
물품검사	- 입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 한 화물검사제도가 존재하여 사전에 입수된 정보를 바탕으로 일부 화물만 선별하여 검사함 - 홍콩 관세청 화물정보 사전신고 전자시스템 : ① 해상 : EMAN(Electronic System for Cargo Manifest) ② 항공 : ACCS(Air Cargo Clearance System) ③ 내륙 : ROCARS(Road Cargo System)
위생검역	- 수출국가의 건강관련 당국에 의해 발급된 위생검역 관련 증서를 제공해야 함 - 만약 홍콩 내에서 검역을 위해 샘플이 차출된 경우 홍콩 식품 환경 위생부(Food and Environmental Hygiene Department)에서 샘플 차출 통지서를 수입자에게 발행하며, 수입자는 검역 후 통지서와 인보이스를 위생부에 제출하여 샘플로 차출된 상품에 대한 비용을 환급 받을 수 있음
관세납부	- 일부 주류, 담배, 탄화수소 오일 및 메틸알코올을 제외한 제품은 관세 면제

출처 : 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 홍콩 소비세(관세율) 정보

HS CODE	품명	세율
2208	변성하지 않은 에탄알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주 리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료	-
2208.90	기타	
2208.90.20	비터스(Bitters)	
2208.90.90	알코올 함량이 80% 이하인 변성 에틸 알코올, 기타 알코올이 함유된 음료	0%

홍콩에서는 섭씨 20°C의 온도에서 알코올 함량을 측정하여, 30% 미만의 주류(와인제외)함량일 경우 별도의 소비세를 부과하지 않음
 이에 따라 HS CODE 2208.90.90 품목은 관세율 **0%**가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

관세율 및 FTA 협정세율을 확인하는 방법에는 한국무역협회 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 홍콩 사이트의 경우 홍콩 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	홍콩 관세청	www.customs.gov.hk

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 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 검역절차

Step 01. 수입신고 전 준비

홍콩은 자유무역항으로 수입 절차가 비교적 간편함. 일부 품목을 제외하고 선통관 후신고 제도를 운영하고 있어, 수입자 혹은 화주는 수입 물품이 입항지에 도착 후 14일 이내에 적하 목록(Manifest)을 제출해야 함

상품 대부분은 수입허가 없이 화물의 수취가 가능하지만, 일부 규제품목(마약류, 의약품, 동물, 살충제, 냉동육 등)에 한해 홍콩 도착 7일 이내에 수입허가증을 발급받아야 함. 소주의 경우 규제품목에 해당하지 않음

홍콩은 자유무역항으로서 일반 수출입 상품에 대해 관세가 없으나 담배, 술(알코올 30도 이상), 메틸알코올, 탄화수소 등 4개 품목에 대해서는 물품세 성격으로 관세가 부과되고 있음. 알코올 30% 이하 주류의 관세율은 0%로 소주를 수출할 경우 무관세가 적용됨. 알코올 30% 이상의 주류는 원산지 증명서(Certificate of Origin)를 제출해야 하며, 제품의 종류(type), 원산지(nature), 연산(age of liquor) 정보를 보증하여야 함

Step 02. 수입신고서 제출

수입자는 수입신고면제대상 화물 이외의 수입화물에 대해 수입신고서를 제출하여야 함. 수입신고서 제출 면제 대상이 아닌 수입화물은 입항일로부터 14일 이내에 수입신고서를 제출하여야 함. 수입신고서 및 관련 증빙서류는 홍콩 정부가 지정한 서비스 공급업체 Brio, Ge-Ts, Tradelink의 EDI망²³을 통해 전송함. 소주는 면제 대상이 아니므로 수입신고서를 준비하여야 함

식품류의 경우 수입신고 비용은 수입 물품 가격에 상관없이 수입신고 건당 0.2홍콩달러(약 28원)임. 신고지연으로 인한 벌금은 수입금액과 연체 기간에 따라 20 ~ 200홍콩달러인 것으로 확인됨

표 7.1 : 수입신고 시 증빙서류

수입신고 시 증빙서류

- | | |
|--|---------------------------------|
| - 적하목록(Manifest) | - 수입신고서(Import Declaration) |
| - 상업송장(Commercial Invoice) | - 원산지증명서(Certificate of Origin) |
| - 포장명세서(Packing List) | - 위생증명서(Health Certificate) |
| - 선하증권/항공화물운송장(Bill of Lading/Airway Bill) | - 수입허가증(필요시 제출) |

출처 : 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

23. EDI(Electronic Data Interchange) 망이란 전자문서교환으로 표준화된 상거래 서식 또는 공공서식을 서로 합의된 통신 표준에 따라 컴퓨터 간에 교환하는 정보전달방식임

1. 통관 및 검역절차

Step 03. 물품검사

자유무역 국가인 홍콩은 수출입 화물에 대한 통관 절차상 검사·검역 비율이 다른 국가에 비해 낮은 편임. 홍콩은 입항 전 제출된 적하목록을 기반으로 화물검사제도가 존재하여 사전 입수된 정보를 바탕으로 일부 화물만 임의로 선별하여 현장 검사를 시행함

사전에 입수한 정보를 바탕으로 위험성이 낮다고 판단되는 화물들의 경우 신속한 통관이 이루어지는 것이 특징임

한편, 홍콩 관세청 화물정보 사전신고 전자시스템의 명칭이 화물 운송수단에 따라 세 가지로 구분됨

- 적하목록 전산체계(EMAN, Electronic System for Cargo Manifests) : 해상 운송수단으로 수입되는 화물의 정보를 홍콩 도착 전에 세관에 전자적으로 미리 제출하도록 하는 시스템
- 항공화물 통관시스템(ACCS, Air Cargo Clearance System): 항공기로 수입되는 화물의 정보를 홍콩 도착 전에 세관에 전자적으로 미리 제출하도록 하는 시스템
- 육상 화물시스템(ROCARS, Road Cargo System) : 육상운송수단으로 수입되는 화물의 정보를 홍콩 도착 전에 세관에 전자적으로 미리 제출하도록 하는 시스템

표 7.2 : 홍콩 관세청 지정 수입신고 서비스 업체

기관	연락처
Brio Electronic Commerce Limited	☎ +852-2581-1111
Global e-Trading Service Limited	☎ +852-8123-8122
Tradelink Electronic Commerce Limited	☎ +852-2599-1600

출처 : 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

1. 통관 및 검역절차

Step 04. 위생검역

홍콩 식품환경위생부(FEHD, Food and Environmental Hygiene Department)는 국내 식품 안전관리 정책 및 식품 관련 입법 시행을 담당하며, 홍콩 내 판매되는 식품류의 수입업체가 원산 국가의 보건 당국에서 발행하는 보건 증명서를 획득할 것을 요구함

보건증명서는 식품이 인체 소비에 적합함을 입증하는 서류로 수입업자가 수입품과 함께 소지해야 함. 식품환경위생부는 박테리아 검사 및 각종 시험을 위해 입국 시 식품 견본을 채취함. 홍콩으로 수입되는 모든 식품류는 위생검역을 받을 가능성이 있으며, 문제가 없으면 검사 완료까지 2 ~ 3일 정도의 시간이 소요됨

만약 홍콩 당국에서 위생검역을 위해 샘플을 일부 차출하게 될 경우 수입자는 샘플 차출 통지서를 받게 됨. 검역 후, 수입자는 통지서와 인보이스를 위생부에 제출하여 샘플로 차출된 상품에 대한 비용을 환급받을 수 있음

Step 05. 관세납부

홍콩은 일부 주류, 담배, 탄화수소 오일 및 메틸알코올 4가지 품목에만 관세를 부과하고 있으며, 그 외의 제품들은 무관세가 적용됨. 알코올 함량이 30% 이하인 주류의 관세율은 0%로 소주 또한 이에 포함됨

관세부과대상 물품을 수입하는 경우 수입자는 세관에서 정한 계좌에 관세를 납부하고, 이에 대한 증빙서류(은행 전표 등)를 제출하면 화물을 반출할 수 있음

Step 06. 화물반출

수입신고 시 필수 서류가 모두 제출되고, 관세 및 내국세를 적절하게 납부한 이후 통관이 완료되고 화물의 반출이 가능함

2. 관세율 정보

HS CODE 2208.90.90 제품, 무관세 적용

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 통합무역정보서비스 TradeNAVI 홈페이지 내 ‘FTA/관세’ 를 활용하는 방법이 있음

홍콩 내 품목분류체계에 따라 주류는 HS CODE 2208류로 의뢰품목인 소주는 HS CODE 2208.90.90(알코올 함량이 80% 이하인 변성 에틸알코올, 기타 알코올이 함유된 음료)로 분류됨

홍콩 내 주류는 과세대상에 포함되나 소주는 알코올 함량이 30% 이하이므로 과세대상에서 제외됨. 따라서 HS CODE 2208.90.90 품목에 부과하는 세율은 0%인 것으로 조사됨

표 7.3 : 홍콩 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2208	변성하지 않은 에틸알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주·리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료	-
	2208.90	기타	
	2208.90.4000	소주	
홍콩	2208	변성하지 않은 에탄알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주 리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료	
	2208.90	기타	
	2208.90.20	비터스(Bitters)	
	2208.90.90	알코올 함량이 80% 이하인 변성 에틸 알코올, 기타 알코올이 함유된 음료	0%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 홍콩 관세청(www.customs.gov.hk)

3. FTA 정보

홍콩-아세안 FTA 협정 추진

홍콩은 2013년 4월 아세안과의 FTA 협정에 동의한 후 2014년 7월 아세안과 FTA 협상을 시작함. FTA 협상의 주요 내용은 아세안 회원국들이 홍콩에서 수입된 제품에 대한 관세 폐지 혹은 인하에 대한 세부 원칙을 협의할 것이며, 홍콩은 아세안 국가에서 들어온 모든 제품에 대한 관세를 0%로 유지한다는 것임

홍콩은 2003년에 중국과 포괄적 경제 파트너십 협정(CEPA)을 체결하였으며, 2010년에 뉴질랜드와 자유무역협정을 체결함. 이어 2011년 6월에는 EFTA(European Free Trade Association, 아이슬란드, 리히텐슈타인, 노르웨이, 스위스)국가와, 2012년에는 칠레와 자유무역협정(FTA)를 체결해 무역·서비스 산업·투자의 활발한 교류를 도모함

4. 통관 및 검역 유의사항

알코올 함량 30% 미만인 음료, 면허 및 허가 필요 無

알코올 함량 30% 미만의 제품의 수입, 수출, 제조, 보관, 유통 등에는 면허 또는 허가가 필요하지 않음. 섭씨 20도에서 측정된 알코올 함량이 30% 이상인 음료는 면허 및 허가의 규제를 받음

관세가 적용되는 주류를 포함해 모든 관세대상의 물품을 수입·수출, 제조 혹은 보관하려는 모든 업자는 홍콩 관세국이 발급하는 해당의 면허를 신청하여야 함. 면허료는 면허의 유형에 따라 다르며 수입·수출면허는 1,200홍콩달러(약 17만 2,500원), 주류제조면허는 2만 2,700홍콩달러(약 326만 2,600원)임

면허를 갖춘 수입업자만이 관세가 적용되는 주류를 수입할 수 있으며 선적 물품이 도착하기 이전에 각각의 수입허가를 받아야 함. 승인은 통상적으로 모든 정보 및 서류가 제출되고 관세 납부가 완료된 이후 만나절 이내에 처리됨

수입 주류, 위생증명서 권장사항

홍콩은 수입 주류에 대하여 위생 증명서를 요구하지 않음. 그러나 홍콩 식품안전처는 식품·음료 유형과 관계없이 모든 화물에 위생증명서를 첨부하는 것을 권장함

5. 통관거부사례

제품의 파손으로 인한 통관거부

조사 결과 홍콩 내 소주의 통관거부 사례는 조사되지 않음. 따라서 주류에 속하고 유사품목인 맥주의 통관거부 사례를 조사함. 홍콩의 경우 식품이라도 100% 검역을 받지 않기 때문에 홍콩 당국에서 주기적으로 유통 중인 제품들에 위생 검사를 실시함. 홍콩 식품안전처에 따르면 2013년 2건의 맥주제품이 검사를 통과하지 못함. 두 가지 사례 모두 제품의 파손으로 인한 유리 성분의 검출로 통관이 거부된 것으로 조사됨

표 7.4 : 주류 통관거부사례

품목	주류(Alcoholic beverages)
국가	프랑스
통관 거부일자	2015.11.11
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	카르바산 에틸(Ethyl carbamate)의 기준치 초과

품목	주류(Alcoholic beverages)
국가	홍콩
통관 거부일자	2015.09.07
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	제품의 결함(제품의 파손으로 인한 유리성분 내부 검출)
관련법규 정보	Part V and Part VA of the Public Health and Municipal Services Ordinance ²⁴ .

품목	맥주 (Carlsberg beer (glass bottled))
국가	홍콩
통관 거부일자	2013년
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	제품의 결함(제품의 파손으로 인한 유리성분 내부 검출)
관련법규 정보	Part V and Part VA of the Public Health and Municipal Services Ordinance

출처 : 홍콩 식품안전처(www.cfs.gov.hk)

24. 해당 법안에 따르면 음식물이 건강에 해를 주는 물질을 포함하거나 혹은 그런 원료로 만들어져서는 안 됨


VIII. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

홍콩 라벨링 권고 표기사항

	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 원재료 및 성분 · 유통기한·품질유지기한 · 보관 및 사용방법 · 순증량 · 원산지 · 생산자, 유통자 정보
출처 : 현지방문조사(Market Place, 2017.07)	출처 : 홍콩 소비자협의회(www.consumer.org.hk)

홍콩 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	영어, 중국어 모두 사용 가능(영어, 중국어 병기 가능) 제품명, 원재료명 목록, 영양표시라벨은 반드시 영문/중문을 병기해야 함
제품명	구매자가 명칭을 보고 식품의 특성과 유형을 확인할 수 있는 명칭을 사용해야 함
원재료 및 성분	Ingredients, Composition, Contents 등 동일한 뜻을 가진 단어를 제목으로 하며, 식품의 구성물을 무게나 부피에 대한 내림차순으로 나열함 제품 내 첨가제가 포함된 경우, 국제식품규격표준(CODEX)기준에 근거한 식품첨가물의 식별 번호(INS, International Numbering System)를 명시함
유통기한·품질유지기한	영문과 중문을 병기하여 기재하며, Best Before와 Use By의 의미상 차이에 유의해야 함 - Best Before (此日期前最佳) + 날짜 : 저장수명이 18개월 이하인 식품 - Use by (此日期或之前食用) + 날짜 : 단기간 내에 부패하여 인체에 즉각적인 위험을 줄 수 있는 포장 식품
보관 및 사용방법	사용 또는 품질 보존에 특별한 조건이 필요한 경우 함께 표시함
순증량	수량, 무게 및 부피를 명확히 표기함
원산지	원산 국가를 명확히 기재함
알코올 함량	주류 내 알코올 함량을 기재함
생산자, 유통자 정보	제조업체 또는 포장업체의 회사명과 주소지 정보를 식별할 수 있도록 표기함 홍콩 식품환경위생부에 서면 신고 된 정보와 일치하는 정보 표기함

출처 : 홍콩 소비자협의회(www.consumer.org.hk)

1. 라벨 표기사항

주류 라벨링 규정

‘Food and Drugs (Composition and Labelling)(Amendment) Regulation 2014’ 에 따라 모든 식품 제조업자와 포장 업자가 알아볼 수 있도록 모든 항목을 영어나 중국어 혹은 두 언어 모두를 이용해 표시하도록 요구됨

홍콩 내 알코올 함량 10% 이상의 음료 대부분은 라벨링 규정에 명시된 필수 표기사항의 의무에서 제외됨. 단 주류의 라벨링에 구성 재료를 표기하였다면 구성 재료의 표시 요구조건을 충족하여야 함

알코올 함량 1.2% 이상이면 10% 미만의 음료 또한 라벨링 규정을 준수하지 않아도 되지만 음료의 라벨링에 ‘유효기한’ 또는 ‘사용기한’ 등을 의무적으로 표시하여야 하며 구성 재료의 표시 요구조건을 충족하여야 함. ‘관세대상품목(개정) 규정 2003’ 은 홍콩 내 소비를 목적으로 수입 및 제조되는 모든 주류의 용기에 알코올 함량 (주류의 알코올 도수 등)의 표시를 의무화함. 라벨링에 표시되는 정보는 영어 또는 한자, 그리고 아라비아숫자 및 % 등으로 선명하게 기재되어야 함

표 8.1 홍콩 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
1	표기 언어 영어, 중국어 모두 사용 가능(영어, 중국어 병기 가능) 제품명, 원재료명 목록, 영양표시라벨은 반드시 영문/중문을 병기해야 함
2	제품명 구매자가 명칭을 보고 식품의 특성과 유형을 확인할 수 있는 명칭을 사용해야 함
3	원재료 및 성분 Ingredients, Composition, Contents 등 동일한 뜻을 가진 단어를 제목으로 하며, 식품의 구성물을 무게나 부피에 대한 내림차순으로 나열함 제품 내 첨가제가 포함된 경우, 국제식품규격표준(CODEX)기준에 근거한 식품첨가물의 식별 번호(INS, International Numbering System)를 명시함
4	유통기한/품질유지기한/생산일 영문과 중문을 병기하여 기재하며, Best Before와 Use By의 의미상 차이에 유의해야 함 - Best Before(此日期前最佳) + 날짜 : 저장수명이 18개월 이하인 식품 - Use by(此日期或之前食用) + 날짜 : 단기간 내에 부패하여 인체에 즉각적인 위험을 줄 수 있는 포장 식품
5	보관 및 사용방법 사용 또는 품질 보존에 특별한 조건이 필요한 경우 함께 표시함
6	순중량 수량, 무게 및 부피를 명확히 표기함
7	원산지 원산 국가를 명확히 기재함
8	알코올 함량 주류 내 알코올 함량을 기재함
9	생산자, 유통자 정보 제조업체 또는 포장업체의 회사명과 주소지 정보를 식별할 수 있도록 표기함 홍콩 식품환경위생부에 서면 신고 된 정보와 일치하는 정보 표기함

출처 : HKEL(www.elegislation.gov.hk)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



1) 제품명

제품명 표기

2) 원재료 및 성분

중량, 비율 순으로 기재

3) 보관 방법

제품 보관 방법 표기

4) 순중량

무게 및 부피 표기

5) 원산지

원산지 표기

6) 알코올 함량

주류 알코올 함량 기재

7) 제조회사 정보

제조회사 이름 및 주소 표기

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. Retail Food Sector Annual 2016	USDA	2017.01.10
-----------------------------------	------	------------

※ 참고 사이트

1. TradeNavi	www.tradenavi.or.kr
2. 홍콩 관세청	www.customs.gov.hk
3. 한국 관세청	www.customs.go.kr
4. 홍콩 식품안전처	www.cfs.gov.hk
5. 홍콩 소비자협의회	www.consumer.org.hk
7. SouthChinaMorningPost	www.scmp.com
8. Global Data	www.globaldata.com
9. Wellcome	www.wellcome.com.hk
10. PARKnSHOP	www.parknshop.com
11. Vanguard	www.crvanguard.com.hk
12. 조선일보	www.chosun.com
13. 연합뉴스	www.yonhapnews.co.kr
14. HKeL	www.elegislation.gov.hk