



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 인삼음료(Ginseng Beverage)

Country : 중국(China)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	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	27
1. 경쟁사 선정	29
2. 경쟁사별 현황 파악	30
V. 유통구조 현황	33
1. 추천 진출 경로	35
2. 전문가 인터뷰	38
VI. 유통업체 현황	39
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	41

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	44
1. 통관 및 검역 절차	47
2. 관세율 정보	50
3. FTA 정보	51
4. 통관 및 검역 주의사항	52
5. 통관거부사례	54
Ⅷ. 인증 정보	55
1. 인증 취득정보	57
2. 인증 취득제품	59
3. 제출서류	60
4. 전문가 인터뷰	61
Ⅸ. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	65
X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
2. 기타 위생기준 규정	69
※ 참고문헌	70

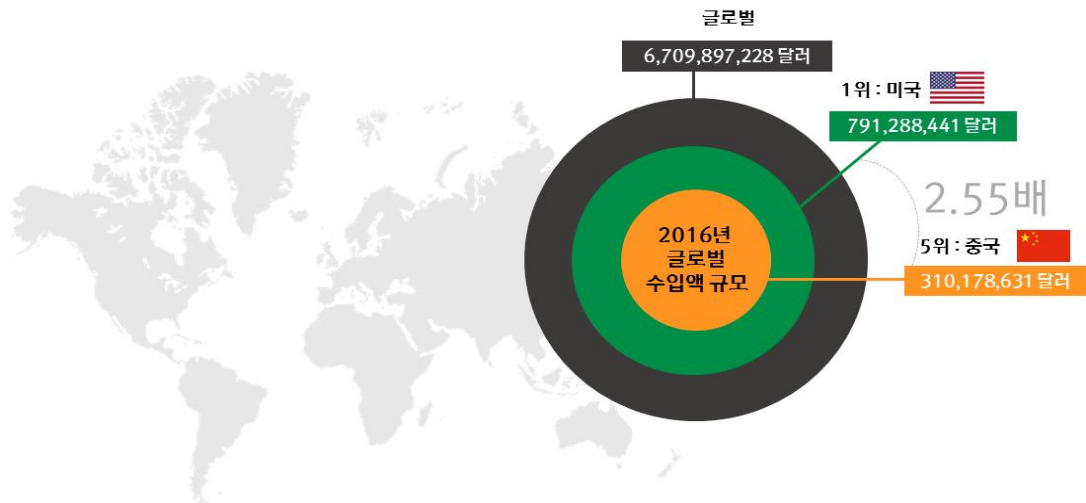


I. 시장 통계

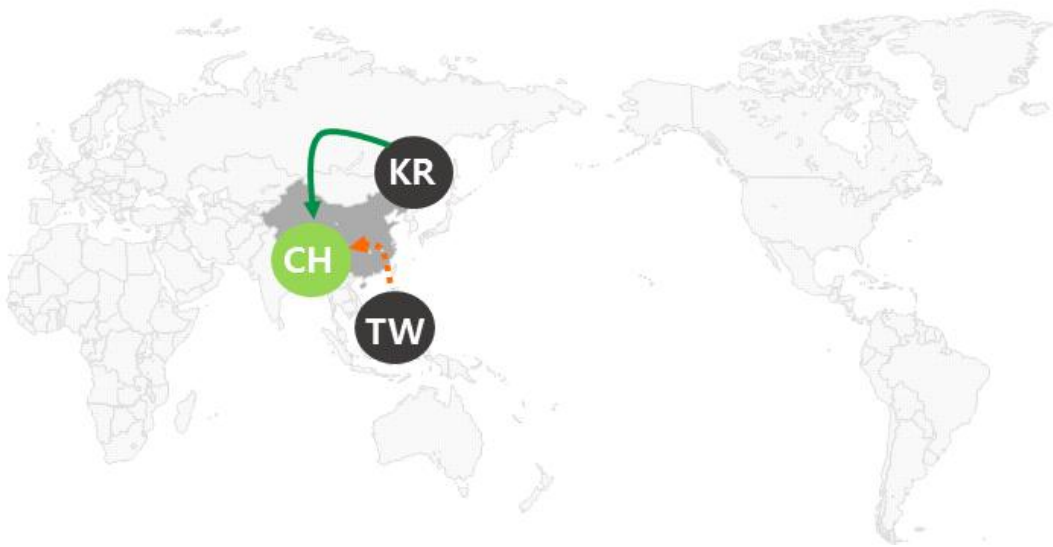
※ 시장 통계 OVERVIEW

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

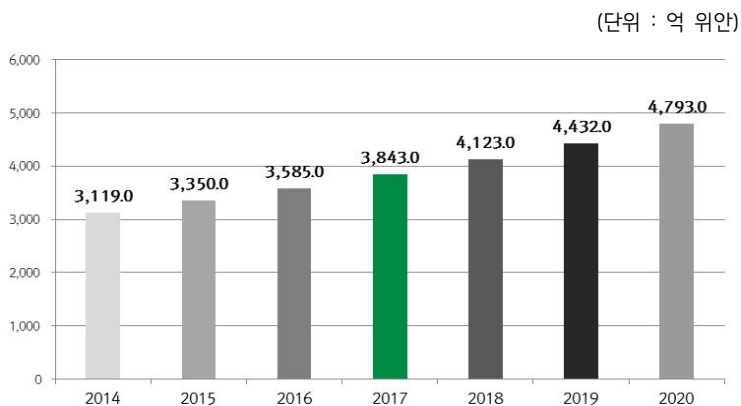
시장 통계 OVERVIEW



2016년 중국 내 HS CODE 2202.99 품목 수입액 규모



▶ 중국 건강음료 시장규모



※ 2016 ~ 2019년 수치는 전망치임

글로벌 수입규모
1위 미국, 5위 중국
중국 수입상대국
1위 대만, 2위 한국
2015년 기준 건강음료 시장규모
3,350억 위안

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr /clip/index.do
3	중국 관세청 www.customs.gov.cn

인삼음료 통계 기준 설정

인삼음료 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 중국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.²

수입 통계 기준, HS CODE 2202.99로 설정

글로벌 및 중국 내 인삼음료의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2202.99를 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2202.99 해당품목은 주로 무알콜 음료제품에 해당됨

표 1.1 : 인삼 음료 조사 항목별 통계 기준 설정³.

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2202.99
	중국 수입규모 및 성장률		2202.99
품목 통계	중국 건강음료 시장규모	품목키워드	Healthy Drink
	중국 기능성음료 시장규모		Functional Drink, Specialty Drink

표 1.2 : 중국 내 인삼 음료 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.1000	인삼음료
	2202.99.9000	기타
중국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99.0099	기타 예포장(Pre-packed) 무알콜 음료

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

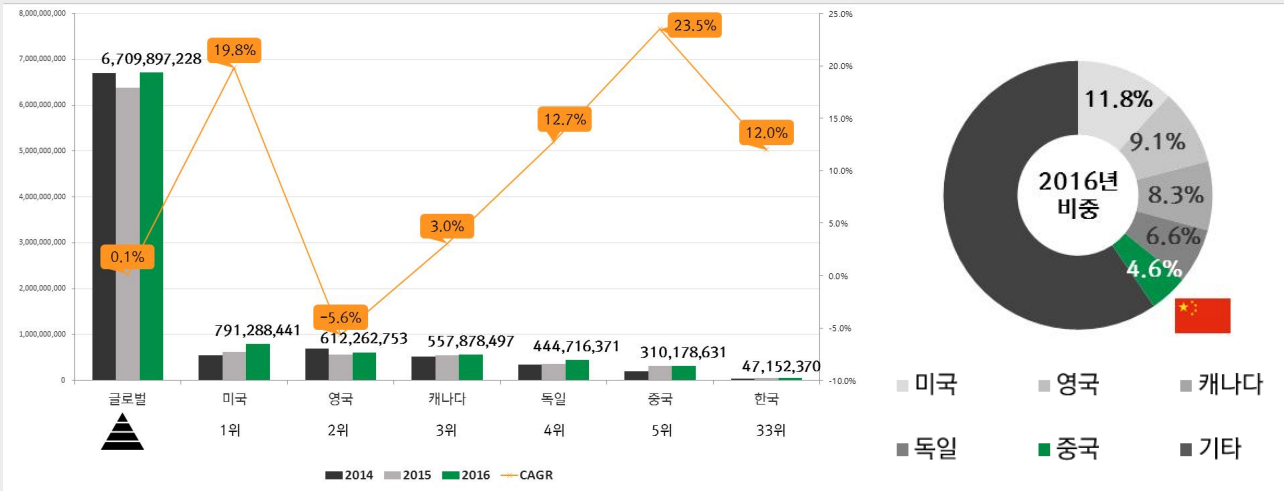
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
2. 분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 중국 내 분류 신청 가능함. 중국 성(省)급 해관 상품분류중심에 신청서를 제출하여 '수출입상품 사전분류 결정서'를 교부받을 수 있음
3. 2017년 HS CODE개편 기준으로 HS CODE 분류를 작성하였지만, 정보 확인은 개편전인 2012년 HS CODE2022.90기준으로 진행함

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2202.99 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



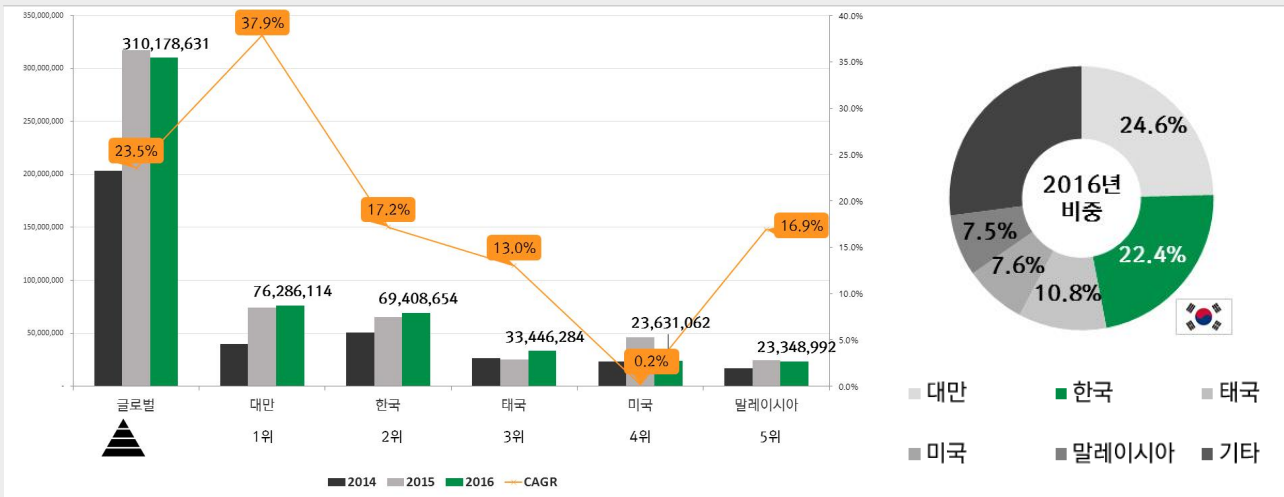
출처 : Global Trade Atlas(tradestatics.com/gta)

- 2016년 기준 HS CODE 2202.99 품목의 수입규모는 67억 989만 7,228달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 0.1%의 성장세를 보임. 중국의 수입액 규모는 3억 1,017만 8,631달러로 연평균 23.5%의 높은 성장률을 보였으며 이는 동종제품 수입 TOP5 국가 중 가장 높은 성장률임
- HS CODE 2202.99의 중국 수입규모는 전체 수입액의 4.6%로 5위를 차지하였으며, 한국은 0.7%로 33위를 기록함

중국 수입 통계 분석

표 1.4 : 중국 HS CODE 2202.99 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



출처 : Global Trade Atlas(tradestatics.com/gta)

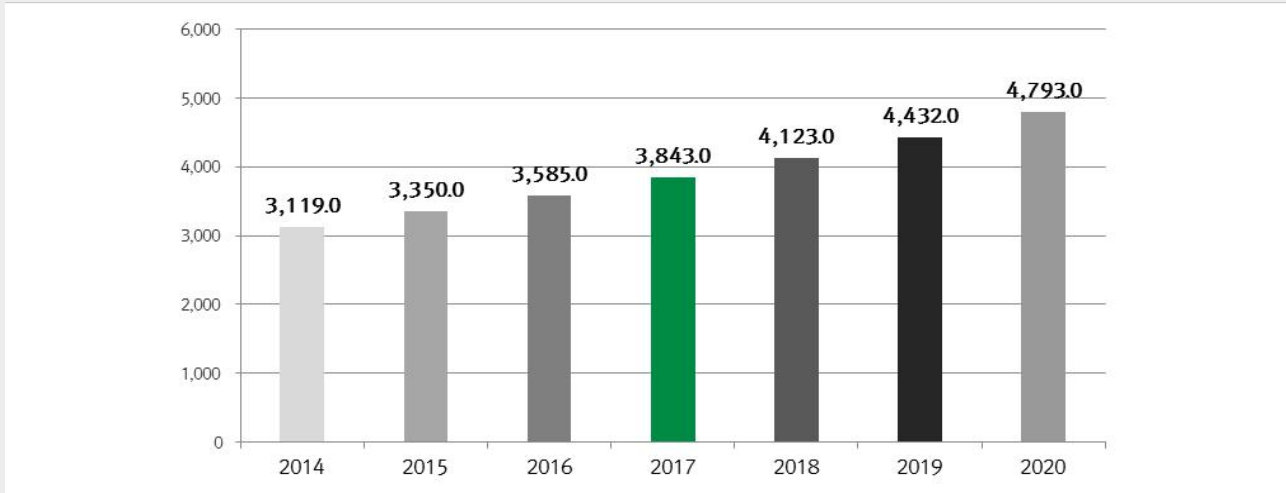
- 2016년 기준 중국 내 HS CODE 2202.99 품목의 최대 수입국은 대만으로 수입 전체의 24.6%를 차지하고 있음. 2016년 수입액은 7,628만 6,114달러로 2014년부터 3개년 간 연평균 37.9% 성장함
- HS CODE 2202.99의 2016년 한국산 수입 규모는 6,940만 8,654달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 17.2%의 성장세를 보이고 있음

3. 품목통계 종합분석

중국 건강음료 시장규모

표 1.5 : 중국 건강음료 시장규모⁴.

(단위 : 억 위안)



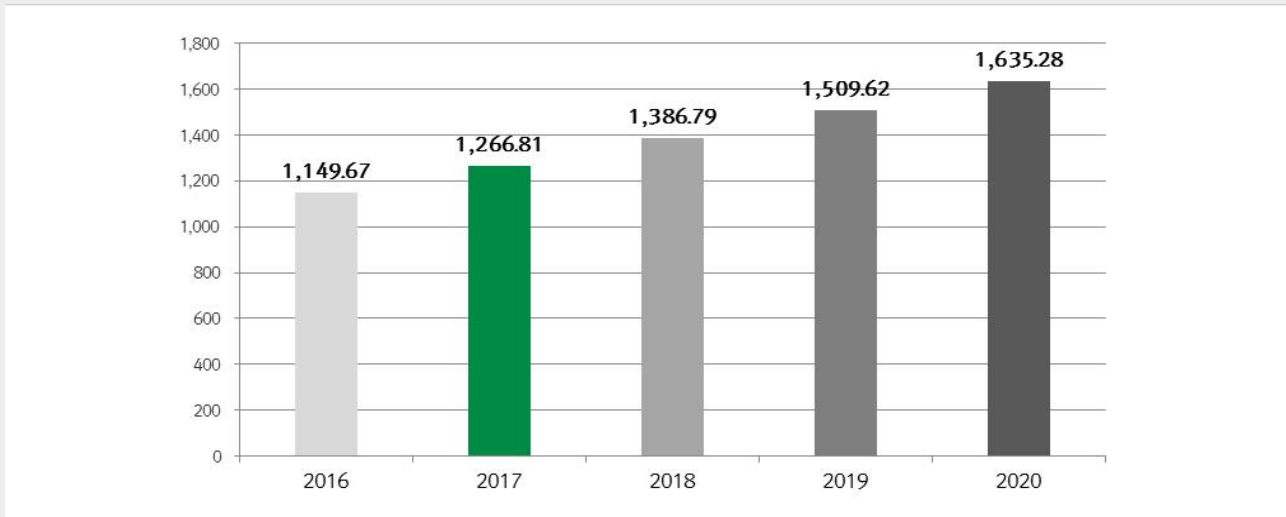
출처 : 한국농수산물유통공사, '2016 수출업체 해외시장조사 지원사업] 중국 기능성 인삼음료 보고서', 2017.01.03

- 2015년 중국의 건강음료 시장규모는 3,350억 위안으로 집계됨. 2016년 건강음료 시장은 2015년 대비 약 7.2% 상승한 3,585억 위안 규모로 성장할 것으로 예측되며 2020년 4,793억 위안 규모로 성장할 것으로 관측됨

중국 기능성음료 시장규모 전망

표 1.6 : 중국 2016년 ~ 2020년 기능성 음료 매출액 전망⁵.

(단위 : 억 위안)



출처 : 중국산업연구원(中国产业研究院), '2016년 중국 기능음료 업체 시장 보고', 2016

- 기능성 음료의 시장 규모는 2016년 1,149억 6,700만 위안에서 2017년 1,266억 8,100만 위안 상당의 규모에 달할 것으로 예상됨. 또한 2016년부터 2020년까지 시장규모는 꾸준히 성장하여 2020년 1,635억 2,800만 위안을 기록할 것으로 전망됨

4. 2016년 자료를 기반으로 작성하였으며, 2016년 ~ 2019년의 데이터는 전망치임

5. 2016년 자료를 기반으로 작성하였으며, 2016년 ~ 2020년의 데이터는 전망치임



Ⅱ. 시장 트렌드





※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	징둥(Jing Dong)	ww.jd.com
2	타오바오(Tao Bao)	www.taobao.com
3	텐마오(Tian Mao)	www.tmall.com
4	Baidu	www.baidu.com
5	Focus on Datanews	news.xinhuanet.com
6	CCTV	www.cctv.com
7	Food Mate	www.foodmate.net

Keyword	
분류	주요 키워드(영문, 중문)
소비	- 인삼음료(Ginseng Beverage, 人參飲料) - 인삼음료 소비(Trend of Ginseng Beverage, 人參飲料購買)
제품	- 인기 인삼음료(Popular Ginseng Beverage, 有名人參飲料) - 인삼음료 추세(Trend of Ginseng Beverage, 人參飲料趨勢)
유통	- 인삼음료 유통(Concentrate Retail, 人參飲料流通) - 인삼음료 판매(Sell Ginseng Beverage, 人參飲料銷售)
정책	- 신자원식품(新資源食品) - 음료 규제(Beverage Regulation, 飲料法規)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 2017년 중국 음료 소비 트렌드 '저당(低糖), 영양, 건강' · 건강에 대한 인식 증가로 천연첨가물 함유 제품 각광
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 중국에서 유통 중인 대다수 인삼음료는 보건식품인증 취득 · 일반식품으로 유통 가능하나 보건식품인증을 취득하고 있는 제품 다수 존재 - 중국, 5년근 이하 인공재배 인삼은 '신자원식품(新資源食品)'으로 분류
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 떠오르는 인삼음료 유통채널 : 온라인 쇼핑몰
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 신자원식품으로 지정된 품목은 약 140개 - 중국, 한국의 사드배치 결정에 따른 통관절차 강화 · 대중(對中)거래가 많은 한국 기업의 피해 확산, 택배업계까지 영향 미쳐

1. 소비 트렌드

2017년 중국 음료 소비 트렌드, '저당(低糖), 영양, 건강'

최근 중국 소비자들이 건강을 더욱 중시하는 경향을 가지게 되면서 인공 감미료, 색소, 사카린 등 음료수에 주로 함유되던 성분들에 대한 경각심이 커지면서 인공성분이 아닌 자연성분을 찾는 소비자가 늘고 있음. 전 세계 시장 트렌드 및 마케팅 서비스를 제공하는 Ipsos의 'Trends in Food, Beverage & Consumer Insights in China 2016' 보고서에 따르면 1선 및 2선 도시에 거주하는 소비자들의 88%는 식품 첨가물에 대한 부정적인 반응을 나타냄

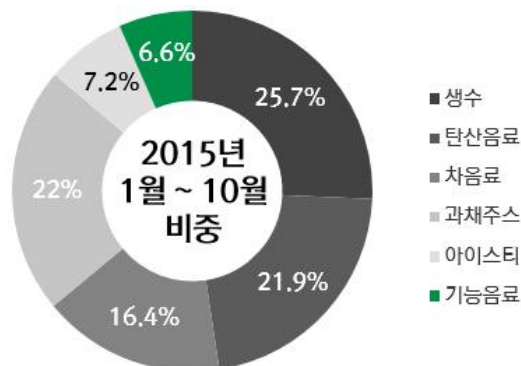
중국에서 음료베이스를 수입 및 유통 중인 Qingdao Yuehaichang International Trade회사의 대표 Mr. Fu에 따르면 천연색소나 천연 감미료를 사용한 제품은 인공 감미료나 식품첨가물을 사용한 제품보다 약 5배 정도의 가격이 차이가 난다고 설명함. 그럼에도 불구하고 최근 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지면서 비용보다는 몸에 좋은 제품을 고르는 손님들이 늘어났기에 잘 팔린다고 전함

그는 이런 트렌드에 발맞추고자 최근 천연감미료나 색소를 이용한 제품을 주로 소싱하고 있으며, 기존 협력업체에는 인공색소나 식품첨가물을 천연 재료로 바꿔달라고 요청하고 있다고 전함. 또한 Mr. Fu는 소비자들 및 카페 담당자들의 마음을 끌기 위해 천연재료로 만들어졌다는 것을 증명하기 위해 검사까지 의뢰하고 있다고 밝힘

식품 및 식품안전에 대한 기사를 다루는 중국식품망(中国食品网)에 따르면 '2016년도 음료업계 전체 운영 보고' 에서 소비자들의 개성화와 품질에 대한 경각심이 커지면서 유기농 음료를 찾는 고객수가 빠르게 증가할 것으로 예측함. 또한 저열량음료, 건강영양음료, 식물성 유제품 음료 및 기능성 음료 시장 또한 비교적 빠른 속도로 성장할 것으로 예상함

표 2.1 : 2015년 1월 ~ 10월 음료별 시장 점유율

(단위 : %)



출처 : 중국산업정보망(中国产业信息网), '2016년 중국 건강음료 업계 고속 발전 추세 분석', 2016.05.17

2. 제품 트렌드

중국에서 유통 중인 대다수 인삼음료는 보건식품인증 취득

2012년부터 인삼은 신자원식품으로 분류되어 5년근 이하의 인공재배 된 인삼에 한해 보건식품인증을 취득하지 않아도 됨⁶. 그러나 현지조사결과 중국의 인삼음료 제품은 대부분 보건식품인증을 취득하고 있음. 이는 보건 식품의 경우 기능개선과 관련한 문구를 광고 및 표지 상에 표시할 수 있지만 일반식품은 불가능하기 때문인 것으로 사료됨

각종 한국 화장품과 정관장 제품을 주력으로 다루는 재홍무역(상해)유한공사(载鸿贸易(上海)有限公司)회사의 담당자 Mr. Tian은 인삼 제품의 경우 5년근 이하의 인공재배 인삼이라면 보건식품이나 일반식품으로 수입가능하다고 밝힘. 그는 5년근 이하 인공재배 인삼으로 만든 제품은 고객의 요구나 자사의 목적에 따라 보건식품 인증을 취득하여 보건식품으로 유통 가능하지만, 시간과 비용이 부담이 된다면 일반식품으로 수입할 수 있다고 전함

중국, 5년근 이하 인공재배 인삼은 '신자원식품(新资源食品)⁷'으로 분류

중국국가위생및계획생육위원회(이하 중국 위생부)는 2012년 5월부터 5년근 이하 인공재배 인삼은 '신자원식품'으로 분류하여 보건식품 인증을 받지 않아도 수입될 수 있도록 허용함

단 5년근 이하라도 자연 인삼은 신자원식품으로 분류되지 않으며, 6년근 이상 인삼은 보건식품인증을 취득해야 함. 또한 신자원식품으로 분류되는 것은 인삼의 뿌리부분만 해당되며 열매, 잎, 줄기 등은 신자원식품이 아님

중국에서 인삼은 14세 미만의 유아, 임산부 및 모유수유 중인 여성은 섭취할 수 없는 식품으로 소개하고 있음. 중국의 대표적인 언론매체인 CCTV에서 2017년 3월에 유아들이 섭취하기 부적합한 식품 10종에 인삼을 소개함⁸. CCTV는 최근 인삼사탕, 인삼맥아분유, 인삼분유, 인삼과자 및 인삼로열젤리 등 유아를 타겟으로 한 다양한 인삼제품이 출시되고 있지만, 인삼은 분비 기능을 촉진하는 기능을 가진 식품이라 정상적인 발육에 영향을 줄 수 있으므로 유아가 섭취하기 부적합한 식품이라고 소개함

6. 중국국가위생및계획생육위원회, '인삼(인공재배) 신자원식품 분류에 관한 공고(2012년 제17호)关于批准人参(人工种植)为新资源食品的公告(2012年 第17号)', 2012.09.04

7. 신자원식품 : 과거 중국에서 일반적으로 섭취되지 않던 식품이나 재료가 검사를 통해 인체에 무해한 것이 판명되어 식용으로 사용이 허가된 식료

8. CCTV, '유아가 섭취하기 부적합한 식품 10가지(儿童不宜多吃的10种食物)', 2017.03.30

3. 유통 트렌드

떠오르는 인삼음료 유통채널 : 온라인 쇼핑몰

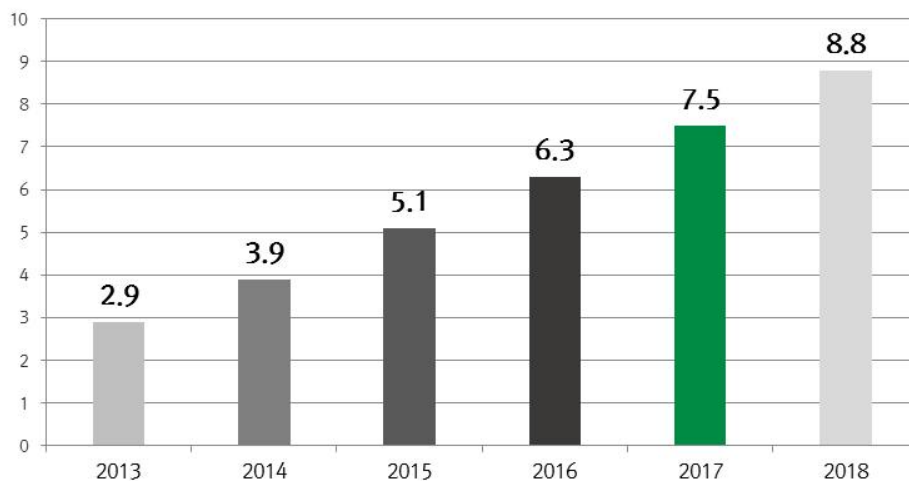
중국에서 인삼 음료제품을 유통하는 업체들과의 인터뷰 및 온라인 조사 결과, 최근 온라인을 통해 관련제품을 판매하고 있음. 의약품에 관련된 뉴스를 게시하는 삼구양생당(三九養生堂)의 ‘보건제품 시장 빠른 성장, 10년 산업 데이터 심도분석’ 기사에 따르면 절반에 가까운 보건식품은 여전히 오프라인 채널을 통해 유통되고 있으나 온라인 유통채널로 유통되는 보건식품은 나날이 늘고 있음. 2007년 온라인으로 거래된 보건식품은 0.7%에 불과했으나 2015년 20.7%로 급성장함

iiMedia Research Group에서 발표한 ‘2016 ~ 2017 China Importing E-business Market Research’ 에 따르면 2016년 중국에서 전자상거래를 이용한 수입식품 수출입 거래 규모는 6만 3,000억 위안을 기록하였으며 2017년에는 7만 5,000억 위안, 2018년에는 8만 8,000억 위안까지 치솟을 것으로 전망됨.

위해에서 정관장 제품을 취급하고 있는 위해명교국제무역유한공사(威海茗桥国际贸易有限公司)회사의 담당자 Mr. Wang은 인터뷰에서 인삼제품은 온라인 쇼핑몰, 백화점, 대형마트, 편의점과 약국 등으로 유통된다고 답변함. 그는 홍삼제품의 경우 중국 내 정관장 대리상으로부터 제품을 공급받는다고 밝힘. 그러나 사드문제가 발발한 이후로 거래량이 줄었으며, 최근에 들어서 통관도 되지 않고 있는 것으로 알고 있다고 전함

표 2.2 : 중국 해외 전자상거래 규모 및 전망치

(단위 : 만 억 위안)



출처 : iiMedia Research Group, '2016-2017 China Importing E-business Market Research', 2017.01.09

4. 정책 트렌드

중국, 신자원식품으로 지정된 품목은 약 140개

현재 중국에서 신자원식품으로 분류되고 있는 품목은 약 140개로 인삼은 2012년 제17호 공고 시 신자원식품으로 분류됨. 중국의 신자원식품은 4개류로 분류됨 :

- 1) 중국에서 이전에는 식용으로 사용되지 않았던 동물, 식물 및 미생물로써, 연구를 통해 인체에 무해한 것으로 밝혀진 식품을 의미함. 동물의 의미는 가축·가금류, 수생동물류 및 곤충류이며, 식물은 두류, 곡류 및 과일류, 미생물은 균류와 조류를 뜻함
- 2) 중국에서 이전에는 식용으로 사용되지 않았던 동물, 식물 및 미생물로부터 추출된 식품원료로써, 면역력 개선 등 인체 기능에 영향을 줄 수 있는 성분을 지칭함
- 3) 식품가공과정 중 사용되는 새로운 종류의 미생물로써, 예를 들어 유제품에 첨가되는 비피더스균같은 미생물을 뜻함
- 4) 신규 생산 공법의 도입으로 식품 원료의 성분이나 구성에 변화가 생긴 식품원료를 지칭함

중국, 한국의 사드⁹배치 결정에 따른 통관절차 강화

사드 배치와 관련하여 중국 정부의 보복성 조치가 확산되며 중국 의존도가 큰 한국 기업들은 수출 감소세를 이어가고 있음. 특히 일반적인 화물뿐만 아니라 택배까지 까다로운 검사를 받고 있어 과거 2일 안에 중국 목적지까지 도착하던 특송택배화물도 최소 5일에서 일주일 이상 걸리는 상황이 발생함. 중국의 거대 택배업체 중 하나인顺丰(顺丰)택배의 한 담당자는 인터뷰에서 사드문제 발발이후 중국 정부에서 모든 화물을 검사한다고 전함. 인터뷰에 따르면 물건뿐만 아니라 서류 택배까지 검사대상에 포함되면서 불편이 초래되고 있다고 밝힘

Interview Info

“사드문제가 발발하기 이전에는 특송 택배화물의 경우 대부분 2 ~ 3일이면 중국 도착지까지 배송되곤 했지만, 최근 중국 정부에서 한국에서 들어오는 모든 화물에 대해 검사를 진행하고 있다. 특히 일반 물건뿐만 아니라 서류에도 적용되고 있어 불편함이 많다. 최근엔 화물 1개를 배송하는데 약 5일 ~ 7일 정도 소요될 수 있으며, 화물에 따라 더 길어질 수도 혹은 조금 더 짧아질 수도 있다. 이는 모든 화물에 검사를 하고 있다 보니 검사순서가 지연되기 때문에 발생하고 있는 현상인 것으로 생각한다.”

- 중국 유명 택배업체顺丰(顺丰)택배
담당자와의 인터뷰 中, 2017. 04

9. 사드(THAAD Terminal High Altitude Area Defense)는 고고도 미사일 방어체계로, 미국이 추진하고 있는 미사일 방어체계의 핵심요소 중 하나임

Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	원산국가
1	정관장 홍삼원	한국인삼공사	한국
2	홍삼차	한국인삼공사	한국
3	정관장 홍삼차	한국인삼공사	한국
4	정관장 인삼추출액	한국인삼공사	한국
5	정관장 홍삼정	한국인삼공사	한국
6	정관장 홍삼분	한국인삼공사	한국
7	홍삼음품	길림한정인삼유한공사(吉林韩正人参有限公司)	중국
8	Goldensun American Ginseng Oral Solution	Pharmaceutical(China) Co., LTD.	중국
9	력보건인삼왕장형(力保健人参王浆型)	상해정대력보건유한공사 (上海正大力保健有限公司)	중국
10	Hong Fu Loi Essence of Ginseng	Hong Fu Loi Pharmaceutical	중국
11	Hong Fu Loi Essence of Ginseng	Hong Fu Loi Pharmaceutical	중국
12	Eagle's American Ginseng Tea	건강원약업집단 (健康元药业集团)	중국

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

프리미엄마트	대형유통매장	대형유통매장	편의점
Ole	Carrefour	Walmart	Quik
			
Unit NB--01 , North District , Jing An Kerry Centre , No.1563, West Nanjing Road , Jingan District , Shanghai	No.328, Taopu Road, Putuo District, Shanghai	F2, Wanda PLAZA, No.600,Handan Road,Yangpu District,Shanghai	No.91, Taopu Road, Putuo District, Shanghai

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 12개 선정

	제품명	제조사	제조국가
1	정관장 홍삼원	한국인삼공사	한국
2	홍삼차	한국인삼공사	
3	정관장 홍삼차	한국인삼공사	
4	정관장 인삼추출액	한국인삼공사	
5	정관장 홍삼정	한국인삼공사	
6	정관장 홍삼분	한국인삼공사	
7	홍삼음품	길림한정인삼유한공사(吉林韩正人参有限公司)	중국
8	Goldensun American Ginseng Oral Solution	Pharmaceutical(China) Co., LTD.	
9	력보건인삼왕장형(力保健人參王漿型)	상해정대력보건유한공사(上海正大力保健有限公司)	
10	Hong Fu Loi Essence of Ginseng	Hong Fu Loi Pharmaceutical	
11	Hong Fu Loi Essence of Ginseng	Hong Fu Loi Pharmaceutical	
12	Eagle's American Ginseng Tea	건강원약업집단(健康元药业集团)	

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04)

분석 지표 설정 - 7개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	보유인증
2	가격 (원)	5	포장형태
3	유통기한 (개월)	6	주원료
		7	제조국가

2. 정량 분석

중국 내 유통 중인 인삼홍삼 음료제품, 100g당 가격 평균 38,405원¹⁰.

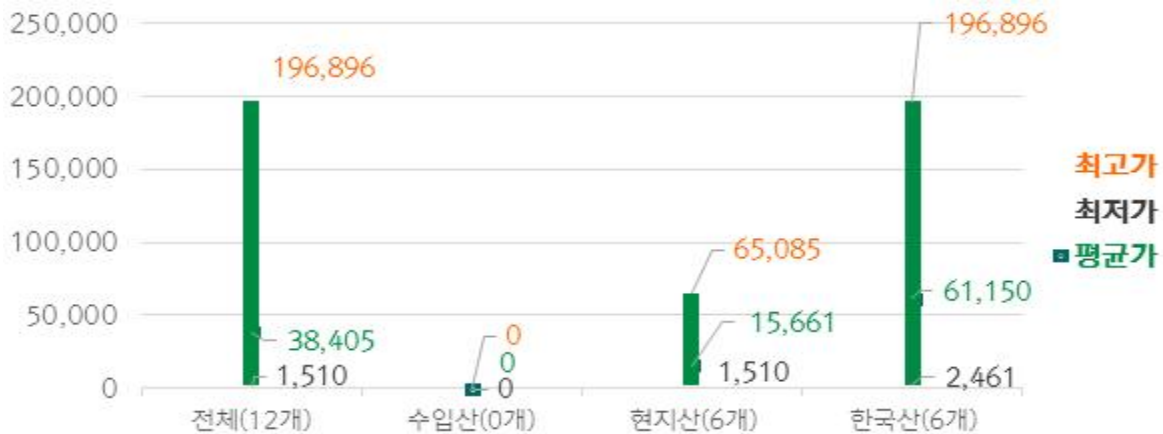
중국 현지 프리미엄마트, 대형마트 및 편의점 방문 결과 중국 내 판매 중인 인삼·홍삼 음료제품의 100g당 평균 가격은 38,405원으로 확인됨. 한국산 인삼음료 제품과 현지산의 가격 차이는 약 4배로 매우 큰 격차를 보임. 한국산 제품의 100g당 평균 가격은 61,150원, 중국산은 15,661원을 기록함

100g당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 정관장의 홍삼정 제품으로 100g당 가격은 196,896원임. 반면 가장 저렴한 제품은 상해정대력보건유한공사(上海正大力保健有限公司)의 력보건인삼왕장형(力保健人參王漿型)으로 동량 대비 홍삼정보다 약 130배 저렴한 1,510원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 12개 경쟁 제품의 중량 평균은 522.9g이며, 유통기한은 평균 25.5개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

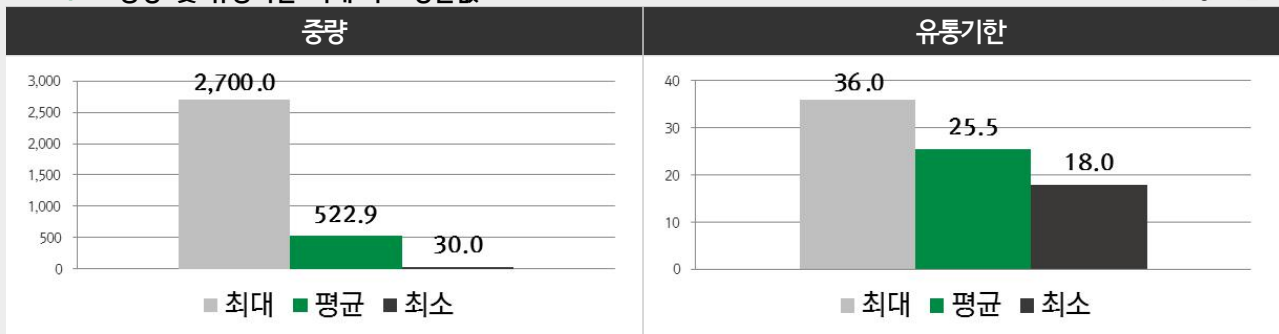
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04), 12개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹¹.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04), 12개 제품 기준

10. 1위안(CNY) = 164.1원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.05.02.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '위안'을 한화로 전환하여 제시함

11. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

인삼음료 제품, 종이상자 외장재 사용 중

중국 내 12개 경쟁제품 중 11개 제품은 종이상자를 외장재로 사용하고 있음. 그 중 5개 제품은 유리병, 4개 제품은 파우치 형태의 내장재를 채택하고 있음. 그 외 3개 제품은 내장재 형태를 확인할 수 없었음. 11개 제품은 종이 상자 속에 세트로 포장되어 있으며, 1개 제품은 단품으로 판매 중임

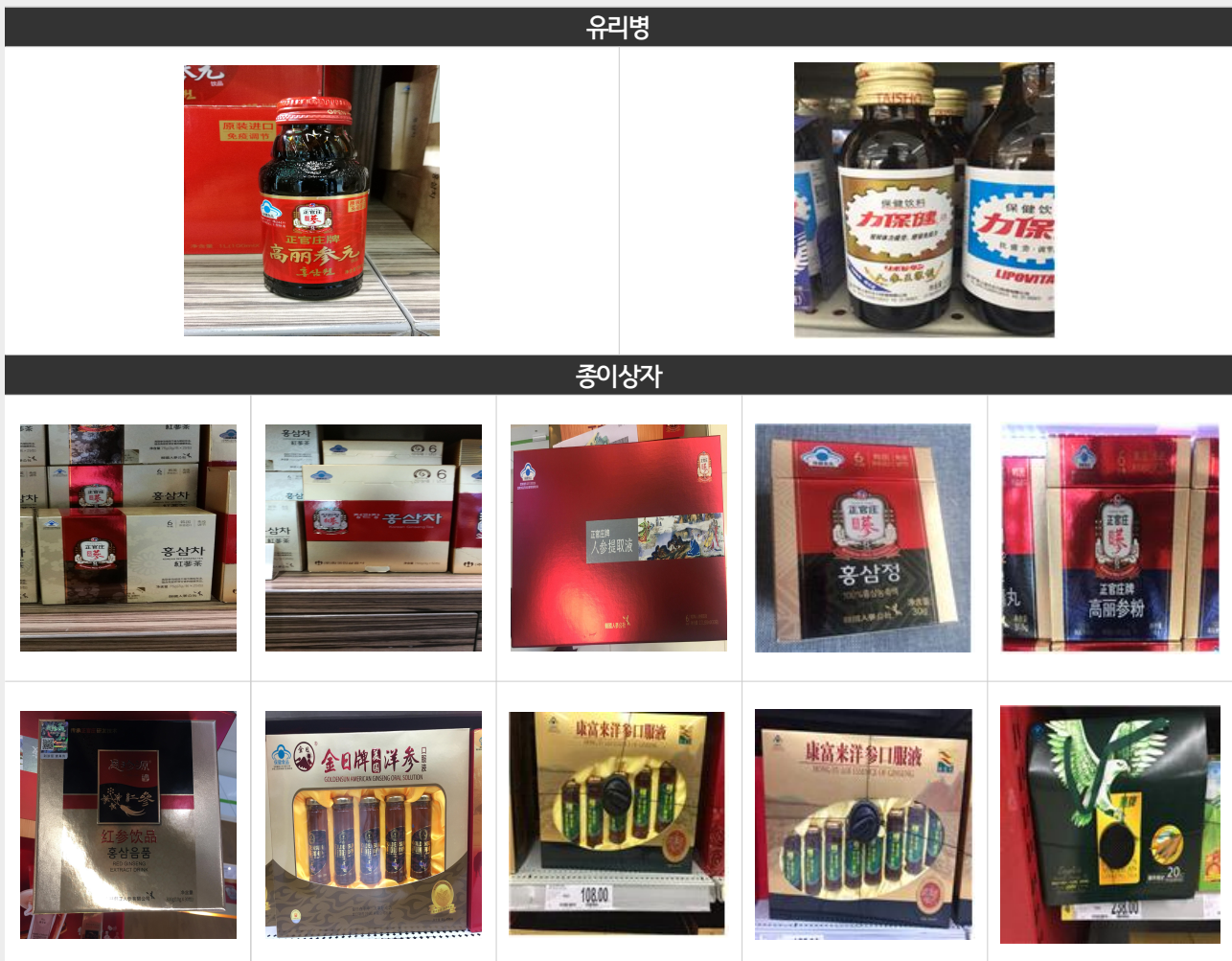
보건식품 인증 취득 제품 11개

중국에서 판매되고 있는 인삼 및 홍삼음료 제품을 조사한 결과, 1개 제품을 제외하고 모두 보건식품 인증을 취득한 것으로 확인됨. 보건식품 인증을 취득하지 않은 1개 제품은 할랄 인증을 취득하고 있음

제조국가

중국 현지조사결과 한국산 6개, 현지산 6개로 수입산은 확인되지 않음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04)

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
정관장 홍삼원	고려인삼, 계수나무, 구기자, 대추, 생강, 과당, 레몬산, 정제수
홍삼차	고려인삼, 포도당, 젖당, 감초
정관장 홍삼차	고려인삼, 포도당, 젖당, 감초
정관장 인삼추출액	인삼, 정제수
정관장 홍삼정	고려홍삼(주요성분)
정관장 홍삼분	고려인삼(주요성분)
홍삼음품	물, 홍삼(인공재배/5년근)
Goldensun American Ginseng Oral Solution	정제수, 서양삼, 백설탕
력보건인삼왕장형(力保健人參王漿型)	타우린, 인삼추출물, 비타민 B2, 비타민 B1, 설탕, 레몬산, 정제수, 시트러스향, 동결건조꿀, 이노시톨, 니코틴아미드, 무수카페인, 소르브산칼륨
Hong Fu Loi Essence of Ginseng	서양삼, 백설탕
Hong Fu Loi Essence of Ginseng	서양삼, 백설탕
Eagle's American Ginseng Tea	서양삼, 포도당

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04)

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원산지	제조국가 비중
정관장 홍삼원	한국	<p>50% 한국, 50% 중국</p>
홍삼차		
정관장 홍삼차		
정관장 인삼추출액		
정관장 홍삼정		
정관장 홍삼분		
홍삼음품	중국	
Goldensun American Ginseng Oral Solution		
력보건인삼왕장형(力保健人參王漿型)		
Hong Fu Loi Essence of Ginseng		
Hong Fu Loi Essence of Ginseng		
Eagle's American Ginseng Tea		

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04), 12개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 인삼 또는 홍삼의 함유량은 확인이 가능한 제품에 한하여 표기함

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	한국인삼공사	한국인삼공사
	제품명	정관장 홍삼원	홍삼차
	용량	1,000ml	75g
	가격(위안)	150	130
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	고려인삼, 계수나무, 구기자, 대추, 생강, 과당, 레몬산, 정제수	고려인삼, 포도당, 젖당, 감초
	유통기한(개월)	24	24
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	정관장 6년근 상업(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)	정관장 6년근 상업(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)
	판매확인매장	Ole	Ole

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	한국인삼공사	한국인삼공사
	제품명	정관장 홍삼차	정관장 인삼추출액
	용량	150g	2,700ml
	가격(위안)	220	1,380
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	고려인삼, 포도당, 젓당, 감초	인삼, 정제수
	유통기한 (개월)	24	24
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	정관장 6년근 상업(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)	정관장 6년근 상업(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)
	판매확인 매장	Ole	Ole

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	한국인삼공사	한국인삼공사
	제품명	정관장 홍삼정	정관장 홍삼분
	용량	30g	60g
	가격(위안)	360	390
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	고려홍삼(주요성분)	고려인삼(주요성분)
	유통기한(개월)	24	36
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	정관장 6년근 상엽(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)	정관장 6년근 상엽(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)
	판매확인 매장	Ole	Ole



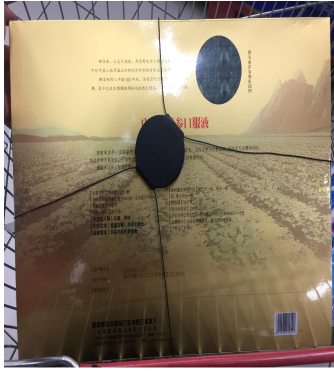

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	길림한정인삼유한공사 (吉林韩正人参有限公司)	Pharmaceutical(China) Co., LTD.
	제품명	홍삼음품	Goldensun American Ginseng Oral Solution
	용량	300g	500ml
	가격(위안)	250	150
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	물, 홍삼(인공재배/5년근)	정제수, 서양삼, 백설탕
	유통기한 (개월)	18	24
	제조국가	중국	중국
취급처	수입사 정보	정관장 6년근 상업(상해)유한회사 (正官庄六年根商业(上海)有限公司)	-
	판매확인 매장	Ole	Walmart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	상해정대력보건유한공사 (上海正大力保健有限公司)	Hong Fu Loi Pharmaceutical
	제품명	력보건인삼왕장형 (力保健人參王漿型)	Hong Fu Loi Essence of Ginseng
	용량(g)	100ml	500ml
	가격(위안)	9.2	108
	외장재	유리병	종이상자
	원료	타우린, 인삼추출물, 비타민 B2, 비타민 B1, 설탕, 레몬산, 정제수, 시트러스향, 동결건조꿀, 이노시톨, 니코틴아미드, 무수카페인, 소르브산칼륨	서양삼, 백설탕
	유통기한 (개월)	24	24
취급처	판매확인 매장	Quik	Carrefour

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Hong Fu Loi Pharmaceutical	건강원약품집단 (健康元药业集团)
	제품명	Hong Fu Loi Essence of Ginseng	Eagle's American Ginseng Tea
	용량	800ml	60g
	가격(위안)	255	238
	외장재	종이상자	종이상자
	원료	서양삼, 백설탕	서양삼, 포도당
	유통기한 (개월)	24	36
취급처	판매확인 매장	Carrefour	Carrefour

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		심양천락보화품유한공사 (沈阳天乐保化妆品有限公司) 가복건 (佳福健)	길림한정인삼유한공사 (吉林韩正人参有限公司) 은진원 (恩珍源)	KGC인삼공사 정관장
		로컬	로컬	한국
기업 개요	설립년도	1998년	2011년	1899년
	공장부지	4만㎡	-	38만 8,342㎡(2개 공장)
	취득인증	GMP, 보건식품인증, ISO 9001, ISO 14001	ISO 9001, ISO22000, HACCP, KOSHER, HALAL	GMP, 보건식품인증
	취급품목	홍삼절편, 홍삼액, 홍삼젤, 화장품 등	홍삼차, 홍삼절편, 홍삼꿀, 홍삼캔디 등	홍삼뿌리, 홍삼농축액, 홍삼캔디, 홍삼양갱 등
제품 정보		홍삼젤		홍삼 달임액
		홍삼액plus+		홍삼정(홍삼농축액)
				
사용 인삼 연수		· 5년근 이상	· 5년근	· 6년근
홍보 전략	캐치 프레이즈	· 제품생산 기술 및 안전성 강조	· 품질을 강조 · 엄격한 상품생산관리 강조 · '정관장' 제조기술 사용 강조	· 장인정신 정관장 · 세계적 명품 정관장 · 신뢰의 이름 정관장

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 조사¹². 온라인 조사

- 키워드 : 인삼음료 업체, 인삼음료 브랜드(人参饮料企业, 人参饮料牌子)
- 뉴스 분석
 - 중국성시문화망(中国城市文化网)(www.citure.net)
 - CCTV(www.cctv.com)
 - 인민일보(人民日报)(www.people.com.cn)

방법론 02. 업체 홈페이지 조사¹³. 업체 홈페이지 조사

- 심양천락보화품유한공사(www.tenllegroup.com)
- 길림한정인삼유한공사(www.enzhenyuan.com)
- KGC인삼공사(www.kgc.co.kr)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 현지 매장 방문
 - Carrefour
 - Walmart
 - Ole
 - Quik

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 조사)
 방법론 02(업체 홈페이지 조사)
 + 방법론 03(오프라인 방문 조사)

현지, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

로컬	로컬	한국
		
· 인삼·홍삼제품 온라인 판매율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 인삼·홍삼제품 온라인 판매율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 인삼·홍삼제품 온라인 판매율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 자사 온라인 쇼핑몰 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 자사 온라인 쇼핑몰 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 자사 온라인 쇼핑몰 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

12. 유명 언론사 기사를 활용하여 중국 내 판매 중인 유명 인삼브랜드 인지도 파악을 통해 1 ~ 3순위 브랜드 도출함

13. 업체 홈페이지 조사를 통해 해당 기업의 유통·생산 인프라를 검증하고 자체 배급력에 대한 조사를 진행함

2. 경쟁사별 현황 파악

심양천락보화품유한공사 정보

- 대표 전화 : +86-571-8892-0016
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 항저우(杭州)

출처 : 심양천락보화품유한공사
(www.tenllegroup.com)

현지 기업 분석 : 심양천락보화품유한공사(沈阳天乐保化妆品有限公司)

1998년에 설립되어 홍삼절편, 홍삼액, 홍삼젤 등 홍삼관련 제품 외에도 화장품 및 건강음료제품, 수입음료제품 등을 다루고 있는 업체임. 중국 내 홍삼 브랜드명은 가복건(佳福健)으로 5년근 이상의 인삼만을 사용하여 제조하고 있으며 중국 보건식품인증을 취득하였음. 중화인민공화국 문화부 산하 언론업체인 중국성도문화당은 2017년 인삼보건품 10대 브랜드에서 가복건을 1위 브랜드로 꼽음¹⁴.

[기업 개요]

- ① 설립년도 1998년
- ② 공장부지 4만㎡
- ③ 취득인증 GMP, 보건식품인증, ISO 9001, ISO 14001
- ④ 취급품목 홍삼절편, 홍삼액, 홍삼젤, 화장품 등



출처 : 심양천락보화품유한공사(www.tenllegroup.com)

[제품 정보]

홍삼제품			
	홍삼액plus+	홍삼절편	홍삼젤plus+
건강음료제품			
	딸기과육음료	418녹차	418홍차
			30% 오렌지주스

출처 : 심양천락보화품유한공사(www.tenllegroup.com)

[홍보 전략]

캐치프레이즈

“제품생산 기술 및 안전성 강조”

技术实力 \ TECHNICAL STRENGTH



- 고반응성홍삼제조방법 중국발명권리(ZL200510136799.8) 취득
- ISO 9001(품질관리시스템인증), ISO 14001(환경품질관리시스템 인증), GB/28001-2011(직업건강안전관리시스템인증)
- 한국 토니모리 및 한국 바산고려홍삼의 중국 파트너

출처 : 심양천락보화품유한공사(www.tenllegroup.com)

14. 중국성시문화당, '2017년 인삼보건품 10대 브랜드, 누가 소비자 마음의 No.1(2017年人参保健品10大品牌 谁才是消费者心中的NO.1)', 2017.03.17

2. 경쟁사별 현황 파악

길림한정인삼유한공사 정보

· 대표 전화 : +86-400-885-3131
· 소재지 : 상해(上海)

출처 : 은진원(www.enzhenyuan.com)

현지 기업 분석 : 길림한정인삼유한공사(吉林韩正人參有限公司)

길림한정인삼유한공사는 2011년 KGC인삼공사와 합작투자로 설립된 업체로 홍삼 관련제품을 주력으로 다루고 있음. 특히 자사 제품의 품질에 대해 ‘정관장’의 기술이 적용되어 있다며 자부심을 표함. 경쟁 3사 중 유일하게 보건식품 인증을 취득하지 않은 홍삼제품을 판매하는 업체로 5년근 인공재배 인삼을 사용하여 제품을 생산하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	2014년
② 공장부지	-
③ 취득인증	ISO 9001, ISO 22000, HACCP, KOSHER, HALAL
④ 취급품목	홍삼차, 홍삼절편, 홍삼꿀 등



출처 : 은진원(www.enzhenyuan.com)

[제품 정보]

홍삼제품				
	홍삼차	홍삼절편	홍삼꿀	홍삼캔디

출처 : 은진원(www.enzhenyuan.com)

[홍보 전략]

캐치프레이즈

“제품품질 강조”

恩珍源
En Zhen Yuan

恩珍源象征着
[高贵的自然恩惠]

恩 [恩赐, 爱心, 善良, 友情]
自然和上天恩赐的人参,
KGC技术栽培包含真诚与企业对品质的追求

珍 [珍贵, 贵重, 稀少, 宝贵]
珍贵、贵重的大自然恩赐, 体现高端形象,
传达品牌形象

源 [根源, 起源, 开始]
天地灵气汇聚一身、纯洁能量源泉,
韩国人参公社110多年技术的传承

- 외길고집정신 : ‘세계에서 유용되는 고품질의 홍삼제품’을 추구
- 엄격한 품질관리 : 제품 안전 보증을 위해 36개 항목에 대해 4번 검사를 진행
- 국제인증 취득 : ISO 9001, ISO 22000, HACCP, KOSHER, HALAL 인증 취득
- 고급기술 보유 : 인삼제품 관련 110년 이상의 노하우를 보유한 KGC인삼공사로부터의 기술 전수 취득

출처 : 은진원(www.enzhenyuan.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

KGC인삼공사 정보

- 대표 전화 : 080-041-0303
- 소재지 : 대전광역시 대덕구 벚꽃길 71(평촌동)

출처 : KGC인삼공사(www.kgc.co.kr)

한국 기업 분석 : KGC인삼공사

KGC인삼공사는 1899년 설립되어 현재 전세계 60여개국으로 인삼제품을 수출하고 있음. 대표 브랜드로는 정관장이 있으며, 정관장은 국내산 6년근 인삼만을 사용하여 제품을 생산함. 또한 취득하기 까다롭기로 유명한 중국보건식품 인증을 취득하였고, 한국에서도 260가지 이상의 검사를 7회 통과한 고품질 제품임을 홍보하고 있음. 정관장은 중국 성시문화왕에서 뽑은 2017년 인삼보건품 10대 브랜드 중 2위를 차지함

[기업 개요]

- ① 설립년도 1899년
- ② 공장부지 38만 8,342㎡(2개 공장 합산)
- ③ 취득인증 GMP, 보건식품인증
- ④ 취급품목 홍삼뿌리, 홍삼농축액, 홍삼캔디 등



출처 : 정관장(www.kgcshop.co.kr)

[제품 정보]

홍삼제품				
	홍삼뿌리	홍삼농축액	홍삼캔디	홍삼양갱

출처 : 정관장(www.kgcshop.co.kr)

[홍보 전략]

캐치프레이즈

“장인정신/세계적 명품/신뢰의 이름 정관장”



1. 오직 국내산 6년근만을 고집
2. 100% 계약 재배한 인삼만을 사용
3. 260가지 이상 검사를 7회 통과해야하는 까다로운 품질관리
4. 안전한 원료 확보를 위해, 연 3천억원의 경작관리비 지원
5. 국민 건강을 위해, 매년 이익의 20%를 홍삼연구개발비에 투자

출처 : 정관장(www.kgcshop.co.kr)

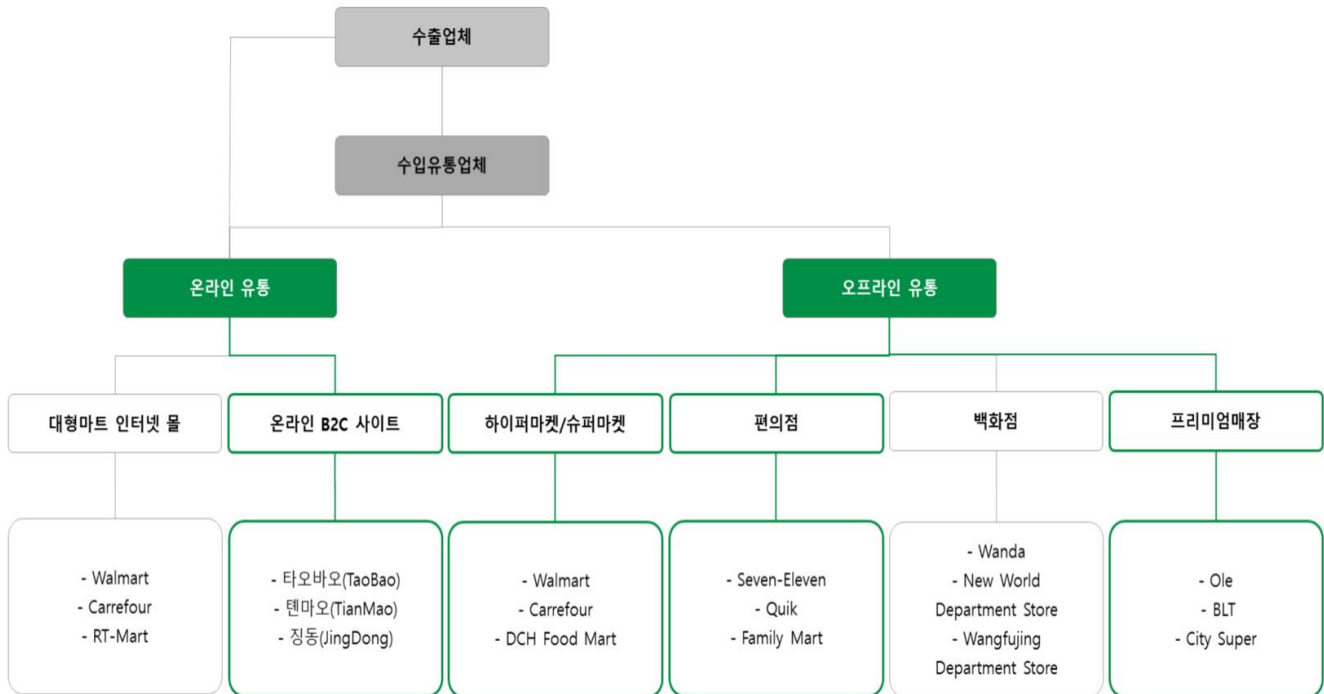
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

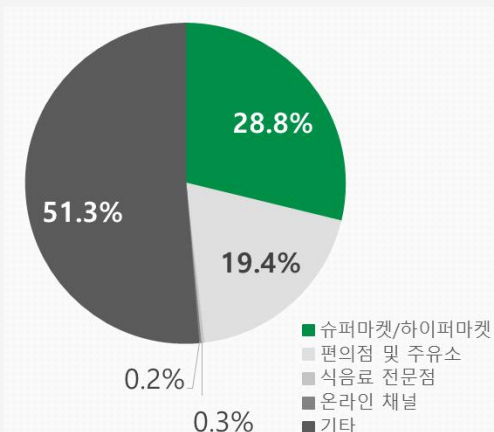
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 무알코올 음료 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- 슈퍼 및 하이퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~ 2,300㎡ 이상
- 편의점 및 주유소 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- 식음료 전문점 : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점
- 온라인 채널 : 해외직구, 온라인 쇼핑물을 뜻함
- 기타 : 드럭스토어, 재래시장, 기타 일반 소매점을 포함

출처 : Global Data(2015), 'Industry includes Non-Alcoholic Beverages' 유통채널 기준

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 유통업계의 리더 중국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓

Global Data의 ‘Industry includes Non-Alcoholic Beverages’ 유통채널 기준에 따르면, 중국 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 유통점유율은 전체 무알콜 음료 품목의 28.8%를 차지하고 있음. 이는 음료제품의 유통채널 중 유통량이 가장 많은 단일 유통경로임. 이로 인해 중국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 다양한 소비자의 수요를 만족시키고자 국내산뿐만 아니라 수입산 제품도 취급하고 있음. 또한 오프라인 유통채널 중 비교적 싼 가격에 물건을 살 수 있다는 것을 장점으로 내세움

ROUTE #2. 온라인 유통채널 : 중국의 온라인 유통채널 성장 중

중국 마케팅 전문 컨설팅 업체이자 중국의 디지털 트렌드 및 혁신에 대한 기사를 게재하고 있는 China Internet Watch에 따르면 2017년 1분기 중국의 온라인 쇼핑은 전년 동기대비 32.1% 성장한 1조 4,045억 위안을 기록함¹⁵. 또한 삼구양생당(三九養生堂)의 ‘보건제품 시장 빠른 성장, 10년 산업 데이터 심도분석’ 기사에 의하면 2015년 온라인으로 유통된 보건식품은 20.7%에 달함¹⁶.

중국 산업 동향에 대한 기사를 전문적으로 배포하는 중국산업정보망(中国产业信息网)은 2016년 상반기 조사결과에 따르면 중국 전국에서 인터넷을 사용하는 인구는 7.1억 명, 핸드폰 인터넷을 사용하는 인구는 6.56억 명으로 조사됨¹⁷. 2011년부터 2016년까지 온라인 쇼핑규모 복합성장률은 43%에 달하며, 2016년의 온라인쇼핑규모는 동기대비 23.9% 성장함

ROUTE #3. 편의점 : 지속적으로 성장 중인 음료 유통채널

중국 편의점에서 음료 판매율은 지속적으로 상승하는 추세에 있음. 모든 분야의 뉴스를 다루는 SOHU의 ‘2016년 상반기 중국 편의점 영업상황 데이터(2016上半年中国便利店行业经营情况数据)’ 기사에 따르면 2016년 상반기 42.9%의 편의점에서 2015년 동기대비 판매액이 1% ~ 10% 정도 증가했다고 답함. 또한 판매액이 10%이상 증가했다고 답변한 업체도 23.8%로 나타나 긍정적인 답변이 66.7%로 집계됨. 판매량이 줄었다고 응답한 곳은 9.5%로 조사되었으며, 23.8%는 전년과 비슷한 수준이라고 답함

15. China Internet Watch, ‘China online retail hit US\$204 bn in Q1 2017, 12.4% of total retail’, 2017.04.18

16. 삼구양생당, ‘보건제품 시장 빠른 성장, 10년 산업 데이터 심도분석(保健品市场增长快 10年产业数据深度分析)’, 2016.06.27

17. 중국산업정보망, ‘2017년 중국 전자상거래 시장 현황 및 발전 전망 예측(2017年中国电商行业市场现状及发展前景预测)’, 2017.01.22

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준 중국 무알콜 음료 시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓 28.8%, 편의점 19.4%, 식음료 전문점 0.3%, 온라인 쇼핑몰이 0.2%를 차지함. 그 외 레스토랑, 호텔, 바, 백화점 등의 기타 유통업체가 51.3%에 달하는 점유율을 차지하고 있음

제품 컨셉

중국에서 판매 중인 인삼음료 현지조사결과 제품에 주로 사용되고 있는 캐치 프레이즈는 ‘면역력 증가, 홍삼 100%와 수입 제품’ 이라는 광고 문구임. 현지조사로 확인된 12개 제품 중 유일하게 보건식품 인증을 취득하지 않은 1개 제품은 제품 기능을 직접적으로 표현하지 않되 ‘장인기술로 만든 청정 인삼으로 생명의 비결을 전합니다.’ 라는 문구로 홍보 중임

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓에서 한국 제품이 다수 유통되고 있었음. 편의점의 경우 한국의 박카스와 유사한 제품을 판매하고 있었음. 중국 프리미엄 매장인 Ole의 경우 인삼을 전시하고 있는 코너가 별도로 존재하고 있었으며 최다 품목인 7개 제품이 확인됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권		■
	시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장		■	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 취급여부, 보건식품 취급여부		■	
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 인삼음료 제품 취급 유무		■	

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권		
	시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장		■	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 취급여부, 보건식품 취급여부		■	
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 인삼음료 제품 취급 유무		■	

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율 상위권		■
	시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장			■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 취급여부, 보건식품 취급여부		■	
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 인삼음료 제품 취급 유무			■

1. 추천 진출 경로

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 및 온라인 쇼핑몰 진출 추천

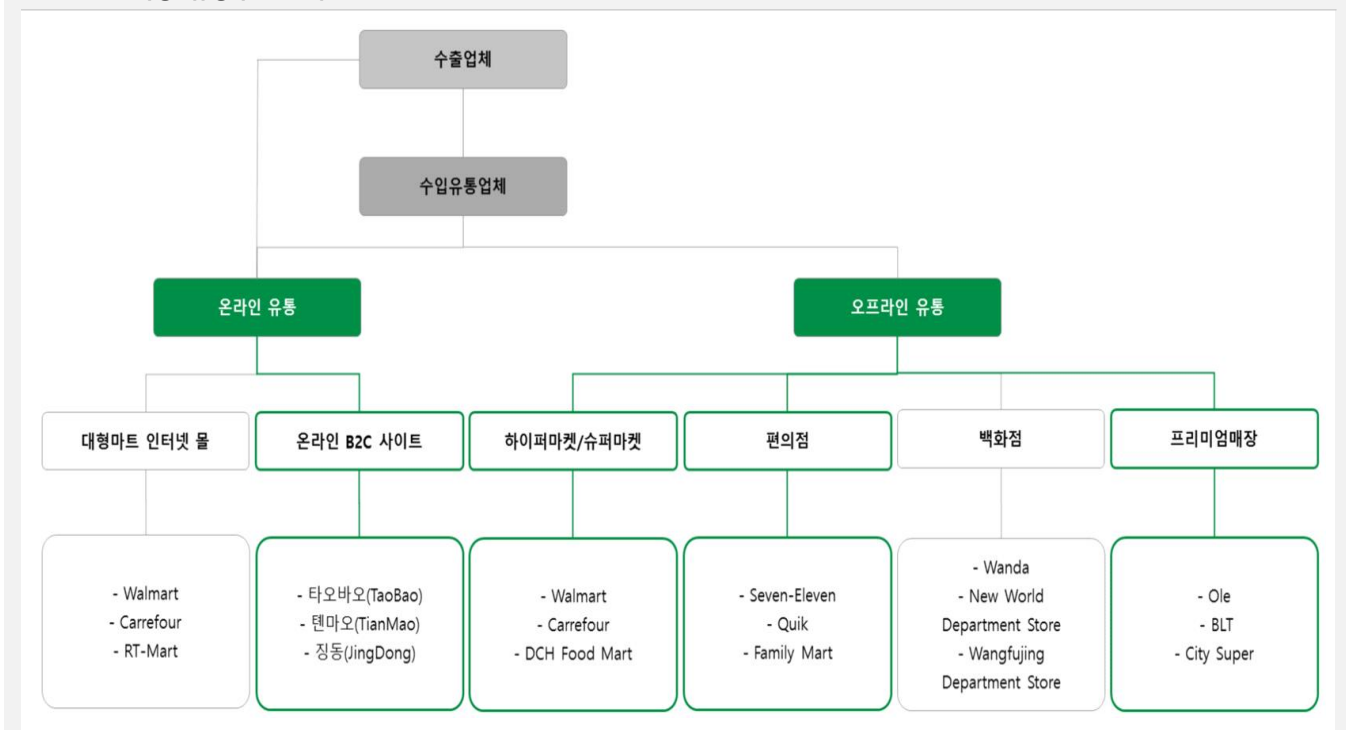
2015년 기준 Global Data의 무알콜 음료 유통채널 분석, 온라인 조사 및 현지조사 결과, 참여 기업이 진출하기에 최적의 유통채널은 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 분석되며 차순위로 온라인 쇼핑몰, 편의점으로서의 진출을 고려할 수 있음

하이퍼마켓·슈퍼마켓 진출 시 일반 매장보다 프리미엄 매장을 통해 진출하는 것을 추천함. 이는 프리미엄 매장의 경우 동종 및 유사 제품이 다량 판매되고 있으며, 전문적인 인삼 코너가 별도로 마련되어 있어 인삼제품을 찾는 소비자를 정확하게 겨냥할 수 있기 때문임. 또한 제품들이 단품보다는 세트로 팔리는 경향이 많아 상자에 라벨을 붙이는 방법으로 제품을 판매할 수 있음

온라인 쇼핑몰의 경우 대형매장 입점과 달리 입점비, 광고비, 바코드 부착비 등의 추가비용이 없어 상대적으로 부담이 적음. 또한 제품을 세트로 판매할 경우 단품마다 라벨을 부착할 필요가 없어 수출자의 부담이 적음

편의점의 경우 무알코올 음료 제품 유통채널 2위로 중국산 인삼음료를 판매 중임. 젊은 고객층을 타깃으로 할 경우 진출하기 적합한 경로이나 상품은 주로 단품으로 판매되기에 각각의 상품에 중문라벨을 부착해야하는 번거로움이 있음

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 수입 식품 취급
바이어, 인삼음료 수입업체, 유통
업체 대상 인터뷰 진행
(2017년 4월)

- 인삼음료 유통업체
- 인삼음료 수입업체

Q1. 현재 취급하고 있는 제품은?

“KGC인삼공사의 제품만 취급하고 있으며, 그 외 한국의 치약이나 가글, 화장품 등을 취급하고 있다.”

-수입식품 유통업체 위해송유국제화운대리유한공사(威海荣裕国际货运代理有限公司)
담당자와의 인터뷰 중, 2017.04

“정관장과 협력관계에 있어 한국에서 정관장 제품을 직수입하여 유통하고 있다.”

-한국식품 수입 및 유통업체 재홍무역(상해)유한공사(载鸿贸易(上海)有限公司)
담당자 Mr. Tian과의 인터뷰 중, 2017.04

“주로 정관장 홍삼원 제품을 취급하고 있으며, 과거에는 정신당 제품도 취급한
경험이 있다.”

-홍삼음료 유통업체 위해명교국제무역유한공사(威海茗桥国际贸易有限公司)
담당자 Mr. Wang과의 인터뷰 중, 2017.04

Q2. 제품의 주요 납품처는 어디인가?

“온라인과 오프라인 채널을 모두 사용하고 있으며, 오프라인은 주로 다른 홍삼음료
취급 도매상에게 제품을 판매하거나, 마트, 백화점 등으로 납품하고 있다. 또한
호텔에도 일부 물건을 납품 중인데, 이는 위해지역의 특성으로 한국인 방문객이
많아 호텔에서 홍삼제품을 방에 미리 구비해두는 경우가 있기 때문이다.”

-수입식품 유통업체 위해송유국제화운대리유한공사(威海荣裕国际货运代理有限公司)
담당자와의 인터뷰 중, 2017.04

“예전에는 오프라인 채널로만 유통했었지만, 최근 들어 알리바바에서 온라인
판매를 주로 한다.”

-한국식품 수입 및 유통업체 재홍무역(상해)유한공사(载鸿贸易(上海)有限公司)
담당자 Mr. Tian과의 인터뷰 중, 2017.04

“제품은 온라인 및 오프라인 양쪽으로 모두 유통 중이다. 납품중인 오프라인
채널로는 백화점, 슈퍼마켓, 편의점과 약국이 있다. 수입권이 없어 정관장 대리상에서
제품을 공급받고 있지만 사드 문제가 발발한 이후 제품 판매량도 줄어들었고 들리는
소문으로는 통관도 제대로 되지 않고 있다고 한다.”

-홍삼음료 유통업체 위해명교국제무역유한공사(威海茗桥国际贸易有限公司)
담당자 Mr. Wang과의 인터뷰 중, 2017.04



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Carrfour	Ole	Quik
		하이퍼마켓[프랑스]	프리미엄 매장[중국]	편의점[중국]
유통업체 개요 (중국 내)	설립년도	1995년(중국 진출년도)	2004년	1991년
	매장 소재지	상해, 북경 등 73개 도시	상해, 심천 등 중국 내 8개 이상의 성(省)	22개 성(省) 및 자치구
	직원 수	6만 명(2013년)	-	-
	점포 수	236개(2013년)	20개 ¹⁸ .	4,930개 ¹⁹ .
	취급품목	식품 및 음주류, 일용품 등	신선식품, 수입식품 등	일용품, 음료수, 간편식 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> 편의점·온라인 쇼핑몰 사업 확장 2017년 상해 및 기타 도시에 새로운 편의점 오픈 	<ul style="list-style-type: none"> 고급 유통매장의 정점 2만개 제품 중 70% ~ 80%는 수입식품 전문화된 서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 젊은 고객을 사로잡아라 수입식품 및 PB제품 비중을 늘리는 방안 추구
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> 마트 및 APP 회원용 특별 이벤트 마트 회원전용 4가지 이벤트 APP 회원전용 쿠폰 이벤트 	<ul style="list-style-type: none"> 기념일별 특별 이벤트 3월, '식품안전의달', VIP 고객 식품창고 투어 4월, 부활절 쿠키 만들기 이벤트 	<ul style="list-style-type: none"> We Chat Pay 이용 시 할인 행사 진행 중 We Chat Pay로 5위안 이상 구매 시 임의로 최대 55위안까지 할인해주는 프로모션 진행 중

18. Baidu Baike 정보 상 매장 수 기준년도를 기재하지 않아 기준년도를 생략함

19. Baidu Baike 정보 상 매장 수 기준년도를 기재하지 않아 기준년도를 생략함

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Carrefour

세계 최대 유통업체 중 하나로 프랑스에 본사를 두고 있음. 현재 전 세계 30개 이상 국가에서 12,000개에 가까운 점포를 운영 중임. Carrefour는 세계 2위 유통업체인 만큼 기업의 사회적 도의에 민감하여 협력업체도 국제수준의 사회적 책임을 질 수 있도록 다방면으로 지원하고 있음

표 6.1 : Carrefour 매장 정보

기업 정보	컨셉	사회적 책임을 지는 세계 대형유통업체의 2인자
	대표 주소(중국)	No. 2860, Middle Gaoliao Rd, New Pudong District, Shanghai, China
	대표 전화(중국)	+86-4008-512-51
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경	 	
매장 이슈	<p>편의점·온라인 쇼핑몰 사업 확장</p> <p>중국 내 생산 및 유통업체에 대한 정보를 제공하는 Linkshop에서 발표한 기사²⁰에 따르면 중국에서 테스트 오픈한 Carrefour의 편의점 브랜드인 'Easy Carrefour'가 고객만족을 이끌어냈다고 함. 이에 따라 Carrefour는 2017년 상해 및 기타 도시에 더 많은 편의점을 개점할 계획이라고 밝힘. 온라인 쇼핑몰의 경우, 현재 12개 도시에서 사용할 수 있는 Carrefour 온라인 마켓(家乐福网上商城)이 출시되었음. Carrefour는 활성화 프로모션의 일환으로 현재 오프라인 매장을 방문하는 고객들을 대상으로 APP전용 쿠폰을 나눠주고 있음</p>	
프로모션 전략	<p>마트 및 APP 회원용 특별 이벤트</p> <p>현지조사원에 따르면 중국 Carrefour에서 마트 및 APP 회원용 특별 이벤트를 각각 진행하고 있음. 마트 회원용 이벤트로는 적립금 2배 증정, 2시간 무료 주차 서비스, 무료 세탁 및 두유 쿠폰을 나눠주고 있음. APP의 경우, 매장을 방문한 고객이 제품을 구매 시 APP 전용 쿠폰을 나눠줌으로써 APP 활성화를 시키고자 노력하고 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Carrefour(www.carrefour.com.cn), 현지방문조사(Carrefour, 2017.04)

20. Linkshop, 'Carrefour 2017년 개점에 박차, 특히 편의점에 집중 (家乐福2017将加大开店力度 尤其是便利店业态)', 2017.04.20

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Ole

Ole는 중국 화룬완가(Vanguard, 华润万家)의 자회사 중 하나로 주력상품은 세계 400개국 이상에서 수입된 포도주, 신선식품, 유럽식 베이커리 외 각종 수입식품임. Ole는 기존 대형 유통마트와는 달리 고급화 전략을 추구하고 있으며, 인삼제품의 경우 별도의 코너를 마련하여 판매하고 있음

표 6.2 : Ole 매장 정보

기업 정보	컨셉	세계 각지의 고급 식재료를 구할 수 있는 프리미엄 매장
	본사 주소	28/F., China Resources Building, 5001 East Shennan Road, Shenzhen, China
	본사 전화	+86-755-8266-8888
주요 판매품목		포도주, 신선 채소, 빵, 수입식품 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>고급 유통매장의 정점</p> <p>중국 Ole는 평균 2만개 이상의 상품을 다루고 있으며, 그 중 70% ~ 80%의 제품이 수입제품임. Ole는 전 세계의 고급 식품을 손쉽게 구매할 수 있으며 유럽식 베이커리, 탁아소, 헬스센터 및 미용센터를 보유하여 한 장소에서 다양한 업무를 한꺼번에 해결할 수 있다는 점을 매장의 강점으로 내세우고 있음. 또한 제품 특화 코너를 운영하여 고객들이 원하는 제품을 손쉽게 찾을 수 있도록 배려하고 있음. 현지조사결과 인삼 제품의 특화 코너를 운영하고 있는 것을 확인함</p>
프로모션 전략		<p>기념일별 프로모션 진행</p> <p>중국 Ole의 경우 기념일별 혹은 월별로 특별한 프로모션이 진행되고 있는 것으로 확인됨. 일례로 3월은 Ole에서 지정한 '식품안전의 달'로 Ole의 VIP고객들을 위한 Ole 원료 저장창고 투어를 진행했었음. 조사가 진행된 4월은 부활절을 기념하며 쿠키 만들기 이벤트를 진행함</p>
제품 판매현황		 

출처 : Baidu(www.baidu.com), Vanguard(www.crv.com.cn), Ole(www.crvole.com.cn), 현지방문조사(Ole, 2017.04)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



我的快乐时刻

Quik

1991년 첫 개점한 Quik은 Lianhua Supermarket Holdings Co., Ltd.의 자회사 중 하나로 약 5,000개 정도의 점포를 운영하고 있음. ‘고객이 제일, 유일한 제일’이라는 슬로건을 걸고 영업하고 있으며, 우수한 품질의 제품과 서비스를 경쟁력으로 내세움. 청년층 고객을 대상으로 영업하고 있으며, 매일 다른 종류의 도시락, 신선한 오렌지주스 제공 등 경쟁사와 차별화된 서비스를 제공하고자 노력하고 있음

표 6.3 : Quik 매장 정보

기업 정보	컨셉	고객이 제일, 유일한 제일
	대표 주소	No.91, Taopu Road, Putuo District, Shanghai
	대표 전화	+86-21-5285-0278
주요 판매품목		간편식, 음료수, 스낵류, 일용품 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>젊은 고객을 사로잡아라</p> <p>유통업계에 대한 소식을 전하는 Linkshop은 지난해 8월 Quik의 성공스토리를 전하면서 18세 ~ 39세의 청년층 소비자를 대상으로 영업하고 있다고 전함²¹. Quik의 대변인은 여타 편의점과 자사 편의점을 차별화하기 위해 제품의 독창성을 유지해야 한다고 강조함. 그는 젊은 고객층을 매료시키기 위해 수입상품과 PB상품의 비중을 늘리고 있다며, 새로운 트렌드를 받아들이고 고객의 요구를 만족시키기 위해 노력하고 있다고 전함</p>
프로모션 전략		<p>We Chat Pay 이용 시 할인 혜택</p> <p>현재 Quik에서는 봄 시즌 맞이 세일을 진행하고 있으며, 그 중 하나가 We Chat Pay를 이용하여 5위안 이상 제품 구매 시 결제 금액에 따라 최대 55위안을 할인해주는 이벤트임. 최근 Quik은 자사 We Chat 공식 계정 QR코드를 포스터에 노출 시키며 팔로워들을 모으고 있으며, We Chat Pay 할인 이벤트도 팔로워를 더욱 모으기 위한 맥락에서 진행하고 있는 것으로 사료됨</p>
제품 판매현황		 

출처 : Baidu(www.baidu.com), 현지방문조사(Quik, 2017.04)

21. Linkshop, ‘총이익률 30%근접, Quik 편의점의 차별화 전략은(毛利率接近30% 快客便利店如何打造差异化竞争)’, 2016.08.12

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

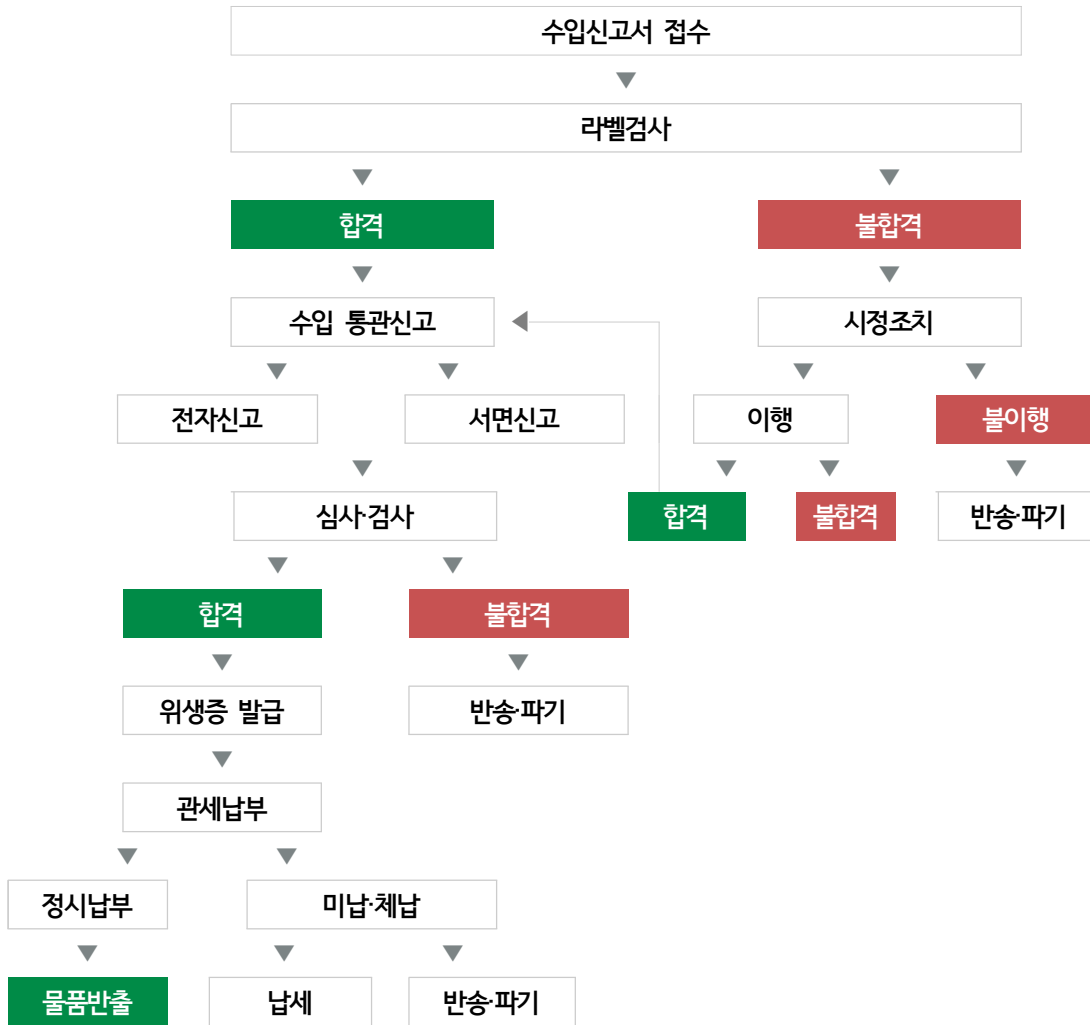
※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 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

중국 통관 검역 절차도



출처 : 중국관세청, 'Customs Law of the People's Republic of China', 2014

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
수입신고 전	- 운송수단에 따라 정해진 시간 내 적하목록 제출
수입신고	- 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 필수 - 신고의무기간 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부 - 세관으로부터 서류제출심사를 통보 받을 경우 10일 이내 요구서류 구비하여 관할지 세관에 서면제출 - 세관은 필요에 따라 담보제공 요청 가능. 수입화물의 담보기한은 통상 20일을 초과하지 않으며 특수한 상황의 경우 담보기한 내 관할세관에 연기 신청 가능
심사검사	- 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것이 원칙이며 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독 구역 내에서 실시
관세납부	- 세금납부서 교부 후 15일 이내 납세

출처 : 중국관세청, 'Customs Law of the People's Republic of China', 2014

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 중국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율		
		기본	최혜국	FTA
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외한다)		-	
2202.90.0099	기타 예포장(Pre-packed) 무알코올음료	100%	35.0%	29.7%

중국 부가가치세 정보

HS CODE 2202.90.0099 품목의 경우 부가세 **17%**가 부과되고 있음

중국 FTA 세율 정보

HS CODE 2202.90.0099 품목의 경우 2017년 한중 FTA로 협정세율 **29.7%**가 적용

되며 양허유형 '20'에 해당되어 **2034년**에 이르러 완전 철폐됨

TIP_제품 관세율 확인법

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

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

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
: 042-472-2197
주중한국대사관(관세관)
: +86-10-8531-0700
주상해총영사관(관세관)
: +86-21-6295-5000
중국 세관
: +86-755-8439-8000

식품 수출 전 준비사항

식품수출기업은 수출 전 중국 수입통관 시 필요한 서류를 미리 구비해야 함.
수출업체가 준비해야할 서류는 다음과 같음

- 1) 수출업체 소재국가 관련당국에서 발행한 위생증명서
- 2) 수출업체 소재국가 관련당국에서 발행한 원산지 증명서 혹은 자유판매 증명서
- 3) 상품의 성분 분석표
- 4) 상품의 검사 합격서 혹은 검사 보고서
- 5) 상품의 판매허가 증명자료
- 6) 원본 라벨 1장 및 중·영문 라벨 샘플 3장
- 7) 생산업체 소재국가 관련당국에서 발행한 생산업체 검사증명서
- 8) 상업송장(Commercial Invoice), 포장명세서(Packing List) 및 무역 계약서
- 9) 생산일자 증명서

중국 내 수입업체 역시 상품 수입 전 식품수입비준을 신청해야 함. 중국 해관에서 발급한 수입 라이선스를 보유하고 있는 업체는 자가 통관이 가능하지만, 라이선스 미(未)보유업체는 통관대행업체 혹은 라이선스 보유업체와의 계약을 통해 수입절차를 진행함

표 7.1 : 중문 라벨 심의 기관 정보

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

Interview Info

“가격신고 관련 오류로 인한 분쟁 방지를 위해 수입신고가격의 진실성 및 정확성에 대한 입증자료를 준비해야 한다. 해관이 신고가격을 인정하지 않을 때를 대비하여 과세가격의 결정방법을 명확히 파악하고 있어야 한다.”

- 중국 해관총서 수입 1과
Mr. Wang(王先生)과의 인터뷰 中, 2016. 06

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 수입신고 전

중국은 중국 해관으로부터 수입 라이선스를 취득한 업체만 자사 명의로 수입신고를 진행할 수 있음. 만약 라이선스가 없을 경우, 라이선스를 보유한 에이전트(주로 통관대행업체)와 계약하여 수입통관을 진행해야 함. 단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우 발급 면제가 가능함

적하목록의 제출 방법은 해상운송, 항공운송, 육상운송이 있으며 적하목록을 제출하지 않은 경우 운송수단의 입국 신고절차의 수행이 일시 중지될 수 있음. 또한, 적하목록이 신고 되지 않은 화물은 세관에서 화물반송 명령을 내릴 수 있음

Step 02. 수입 신고

수입자는 적하목록 제출 후, 관련증빙서류와 함께 수입신고서를 EDI²²(Electronic Data Interchange)를 통해 제출하거나 직접 관할 해관에 접수해야함. 수입자는 화물도착 후 14일 이내 수입신고를 해야 하며 신고 의무기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료가 부과됨. 또한 세관은 필요에 따라 화폐, 어음, 보증서 등 납부해야 할 세액에 상응하는 담보 제공을 요구할 수 있음

Step 03. 물품 검사

관할해관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것을 원칙으로 하며, 검사는 해관이 정한 시간에 해관관리 및 감독구역 내에서 실시함. 검사방법은 전수 검사, 표본 추출검사 및 외장검사가 있음. 해관 관리구역 내에서 검사가 이뤄질 경우 해관은 검사비용을 부담하되 화물의 재포장 및 이동비용은 수입자에게 청구됨. 만약 해관 관리구역 외에서 화물이 검사될 경우 검사비용은 수입자 부담임

표 7.2 : 중국 수입식품 통관 서류

- | | |
|--|---|
| - 서명된 상업송장 (Signed Commercial Invoice) | - 소포명세서 (우편운송의 경우) |
| - 포장명세서 (Packing list) | - 화물수취증 (육상운송의 경우) |
| - 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill) | - 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) |
| - 운송보험서류 (Cargo Insurance) | - 기타 세관이 요구하는 서류 |

출처 : TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)

22. EDI(Electronic Data Interchange) : 데이터와 문서를 표준화하여 컴퓨터 통신망으로 담당자가 직접 데이터를 전송 수신하는 정보전달 시스템임

1. 통관 및 검역절차

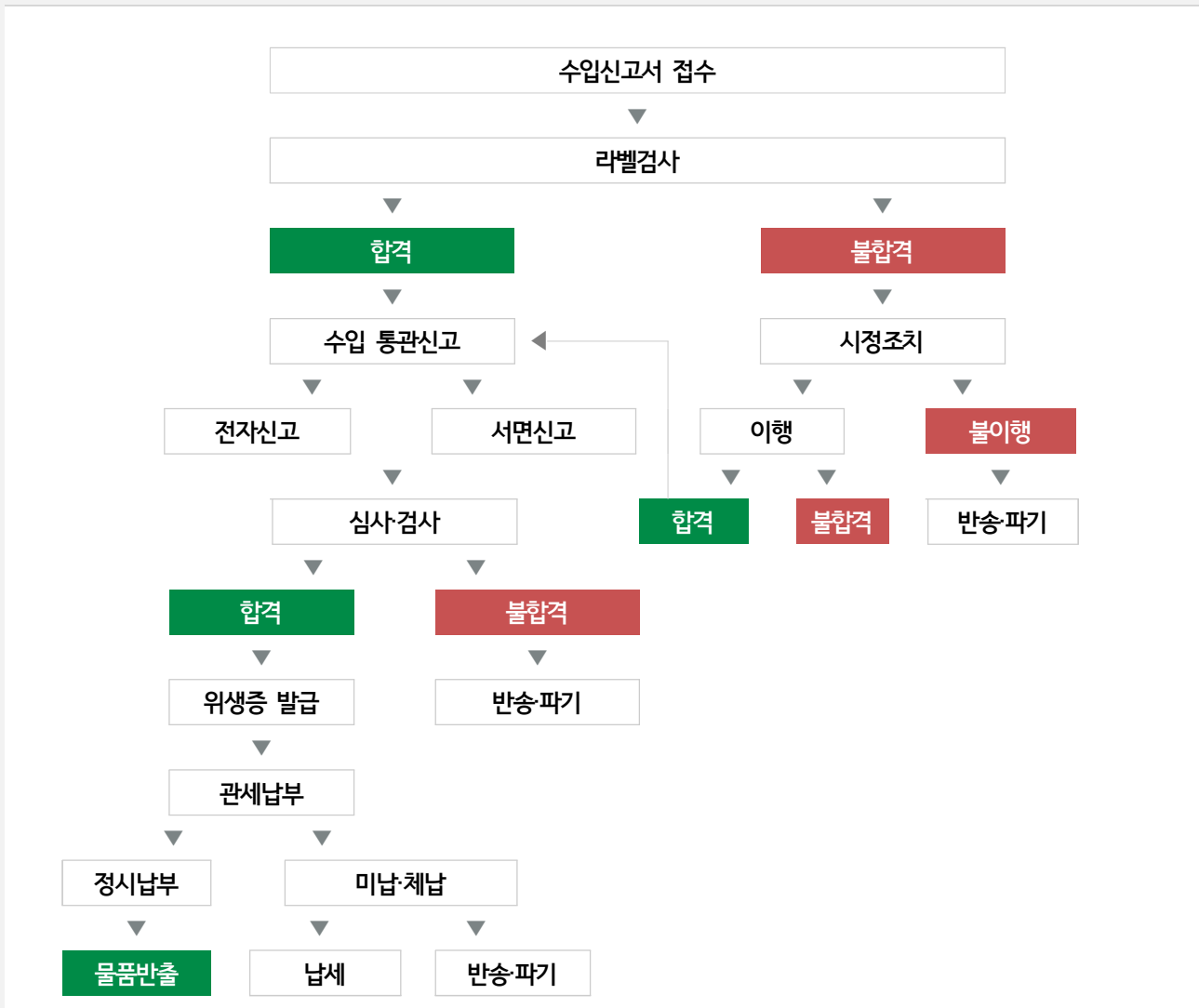
Step 04. 관세납부 및 통관완료

중국 해관에서 서류 심사 후 적용되는 관세율에 따라 납부고지서를 수입 신고인에게 발급함. 수입 신고인은 고지서 수령일로부터 15일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 관세를 납부하여야 함

납세의무자는 해관에서 발급받은 납부고지서를 통해 해관에서 지정한 은행의 관세납부용 특별 계좌로 납부하는 현장 납부 혹은 E-Payment System을 통해 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세를 납부하는 전자 납부 방식을 선택할 수 있음. 추가로 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음

수입신고 통과 및 관세 납부 완료 후 해관에서 화물보관해제 명령이 내려오면 수입통관이 완료됨

표 7.3 : 중국 통관검역 세부절차



출처 : 중국관세청, 'Customs Law of the People's Republic of China', 2014

2. 관세율 정보

HS CODE 2202.90.0099, 기타 예포장(Pre-packed) 무알코올 음료로 분류

중국 내 품목분류체계에 따라 음료 제품은 HS CODE 2202류로 분류되며 이는 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)제품을 포함함. 인삼음료의 경우 중국 내 고유 HS CODE가 없어 HS CODE 2202.90.0099으로 분류함

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

중국, HS CODE 2202.90.0099 증치세(VAT) 17%

중국 내 수입 물품에는 보통 13% 또는 17%의 증치세(VAT)가 부과되며, HS CODE 2202.90.0099에 적용되는 중국 내 증치세는 17%임

표 7.4 : 중국 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율		
			기본	최혜국	FTA
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)		-	
	2202.90	기타			
	2202.90.1000	인삼음료			
중국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)		-	
	2202.90.0099	기타 예포장(Pre-packed) 무알코올 음료	100%	35%	29.7% ^{23.}

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr)

23. 중국 HS CODE 2202.90.0099의 한-중FTA 양허유형은 20으로, 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐하여, 이행 20년차 1월 1일부터 무관세 적용

3. FTA 정보

HS CODE 2202.90.0099 한·중 FTA 체결로 2034년 관세 철폐

HS CODE 2202류 제품은 한·중 FTA 체결 혜택을 받을 수 있음. HS CODE 2202.90.0099의 경우, 협정 발효일을 시작으로 20단계에 걸쳐 관세가 균등 철폐되며 이행 20년차 1월 1일이 되면 무관세가 됨. 2017년 현재는 29.7%로 2034년에 이르러 완전 철폐됨

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

한중 FTA 관세율을 적용받기 위해서는 수입 신고 시 한중 FTA 원산지 증명서를 중국 해관에 제출해야함. 원산지증명서는 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서이며, 물품을 생산한 나라 혹은 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서임. 한국에선 한·중 FTA 원산지증명서를 관세청, 대한상공회의소에서 발급 받을 수 있음

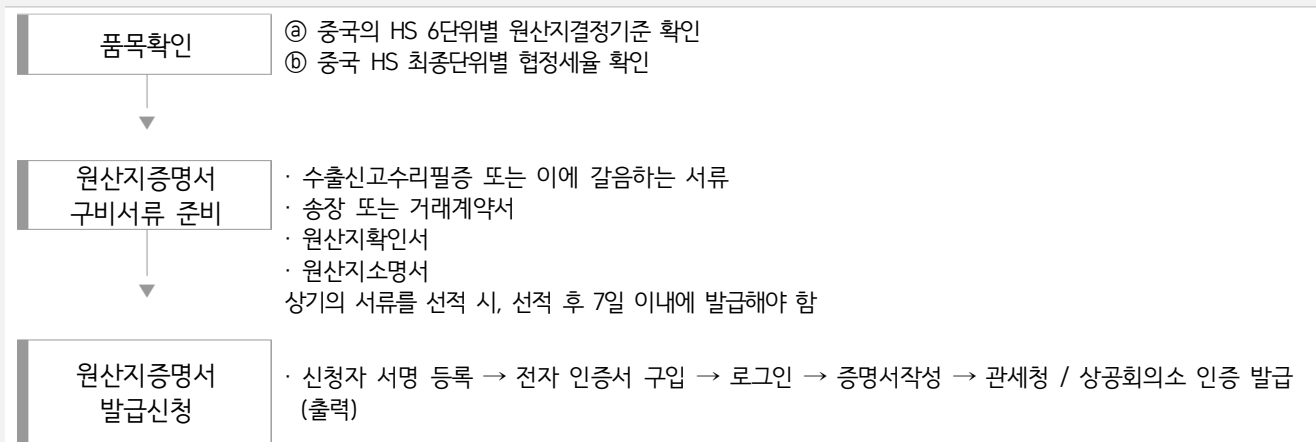
만일 FTA 원산지 증명서를 발급받지 못했을 경우, 한중 FTA 혜택을 받을 수 없음. 이 경우 잠정관세, 최혜국 관세, 일반 관세 등을 적용받을 수 있으며 적용받고자 하는 혜택에 따라 추가 서류가 요구될 수 있음

표 7.5 : HS CODE 2202.90 한·중 FTA 연도별 협정 세율

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
33.2%	31.5%	29.7%	28%	26.2%	24.5%	22.7%	21%	19.2%	17.5%
2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
15.7%	14%	12.2%	10.5%	8.7%	7%	5.2%	3.5%	1.7%	0%

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr)

표 7.6 : 한중 FTA 원산지 증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

4. 통관 및 검역 유의사항

중국의 신자원식품(新资源食品)

중국의 ‘신자원식품관리방법’은 2006년 12월 26일 발표되었으며, 2007년 12월 1일 정식 발효되었음. 신자원식품관리법은 과거 중국에서 식용으로 사용되지 않던 동식물 및 미생물이 연구를 통해 인체에 무해하며, 식용에 적합한 것으로 판명된 식품 및 식품원료를 의미함. 특히 식품에 함유되어 식품의 성질을 변화 시킬 수 있는 미생물 또한 신자원식품으로 분류되는 것이 특징임

인삼의 경우 2012년 8월 29일에 중국위생부로부터 신자원식품으로 인정받음. 단, 신자원식품으로 인정되는 인삼은 5년근 및 5년근 이하의 인공재배 인삼 뿌리 및 뿌리 줄기부분이며, 5년근 초과 인삼, 자연산 산삼 및 인삼 뿌리 외 부분은 신자원식품으로 분류되지 않음. 일일 섭취량은 3g을 초과할 수 없고 임산부·모유수유 중인 산모 및 14세 이하의 어린이는 섭취할 수 없음. 생산업체 및 공급업체는 제품을 섭취하기 부적합한 대상을 라벨 및 설명서에 반드시 표기해야 함

판매단위에 따라 라벨을 부착할 것

인터뷰 결과에 따르면 라벨의 경우 중국 내 판매단위에 따라 라벨을 부착할 수 있음. 예를 들어, 상자 단위로 판매 시 상자에만 라벨을 부착하면 되지만, 단품으로 소비될 경우엔 반드시 제품마다 라벨을 부착해야함. 이 경우에는 상자에 라벨을 부착할 필요가 없음. 그러나 통관 시 상자에 라벨을 부착하여 수입된 제품의 경우 단품으로 팔 수 없음을 숙지하여야함. 인터뷰에 응한 대부분의 바이어 및 통관사 의견은 보통 단품으로 소비되는 식품의 특성상 단품에 라벨을 부착하는 것을 추천하였음

또한 라벨의 경우 최초 수입 시 중국 세관에서 라벨 심사를 거친 후 관련 정보가 중국 세관 시스템 상에 등록됨. 그러므로 라벨검사에서 불합격될 수 있는 상황을 대비하여 첫 수입 시에는 라벨등록을 마친 후 중국에서 라벨을 부착할 것을 권장함

Interview Info

“5년 근 이하의 인삼은 수입이 가능하다. 단, 라벨을 부착할 경우에는 단품에 붙이는 것을 추천한다. 왜냐하면 식품의 경우, 대부분 제품이 단품으로 고객에게 팔리는 경우가 많기 때문이다. 이 경우 상자에는 라벨을 붙일 필요가 없다.”

- 중국 인삼제품 통관사 닝보천성공공응연관리유한공사(宁波千盛供应链管理有限公司)
담당자 Ms. Zhang과의 인터뷰 중, 2017.04

4. 통관 및 검역 유의사항

인삼 제품 : 일반식품 vs. 보건의품

인터뷰 결과 신자원식품으로 분류 가능한 인삼 제품의 경우, 제조사의 역량 및 수입사의 요청에 따라 보건의품 혹은 일반식품으로의 수입이 가능함. 단, 보건의품으로 수입할 경우 중국 국가식품약품감독관리총국(CFDA: China Food and Drug Administration)로부터 보건의품 허가를 취득해야 함. 또한 중국은 보건의품의 기능을 표시할 수 있는 문구를 27가지로 제한하고 있음. 일반식품으로 수입 시 일반식품과 유사한 통관절차를 거쳐 수입되지만, 포장 및 광고 내 어떠한 기능문구도 표기할 수 없음을 숙지해야 함

표 7.7 : 중국 내 사용가능한 보건의품 기능문구

1	면역력 강화 기능(增强免疫力)
2	혈 지질 감소 기능(辅助降血脂)
3	혈당 감소 기능(辅助降血糖)
4	항산화 기능(抗氧化)
5	기억력 개선 향상 기능(辅助改善记忆)
6	피로회복 기능(缓解视疲劳)
7	납 배출 촉진 기능(促进排铅)
8	인후 청량 기능(清咽)
9	혈압 감소 보조 기능(辅助降血压)
10	수면개선 기능(改善睡眠)
11	유량 분비 촉진 기능(促进泌乳)
12	체력·피로회복 기능(缓解体力疲劳)
13	산소 결핍 시 인내력 제고 기능(提高缺氧耐受力)
14	방사선 피해 보조보호 기능(对辐射危害有辅助保护功能)
15	다이어트 기능(减肥)
16	성장발육 개선 기능(改善生长发育)
17	골밀도 증가 기능(增加骨密度)
18	영양성 빈혈 개선 기능(改善营养性贫血)
19	화학적 유해물질로부터의 간 보호 기능(对化学性肝损伤的辅助保护作用)
20	여드름 제거 기능(祛痤疮)
21	기미 제거 기능(祛黄褐斑)
22	피부수분 개선 기능(改善皮肤水份)
23	피부유분 개선 기능(改善皮肤油份)
24	내장 균 조절 기능(调节肠道菌群)
25	소화촉진 기능(促进消化)
26	변비 개선 기능(通便)
27	위점막 손상에 보조보호기능(对胃粘膜损伤有辅助保护功能)

출처 : 중국국가식품약품감독관리국(www.sda.gov.cn)

5. 통관거부사례

3월 HS CODE 2202.90.0099 제품 23건 수입통관 거부

중국 국가질량감독검험검역총국에서 4월 24일 발표한 ‘2017년 3월 수입거부된 식품화장품정보’에 따르면 3월에 HS CODE 2202.90.0099 제품 중 수입거부된 제품은 23건으로, 그 중 9건이 한국 제품인 것으로 확인됨. 그 중 2건은 요구되는 서류를 제대로 제출하지 않았기에 통관이 거부되었으며 7건은 라벨 불합격으로 통관이 거부됨. 그 외 미국 제품과 태국제품이 1건씩 각각 자당아세트산 과다검출 및 미생물 초과검출로 통관 거부되었음

표 7.8 : HS CODE 2202.90.0099 통관거부사례

품목	유기농 오렌지 음료	제조사
국가	한국	P 社
통관 거부 항구	산둥(山东)	
위반	필수 구비 서류를 제대로 제출하지 않음	
조치상황	소각	
품목	딸기맛(味) 음료	제조사
국가	한국	S 社
통관 거부 항구	요녕(辽宁)	
위반	라벨 불합격	
조치상황	소각	
품목	헛개나무 음료	제조사
국가	한국	C 社
통관 거부 항구	상해(上海)	
위반	라벨 불합격	
조치상황	반송	
품목	파인애플맛(味) 탄산음료	제조사
국가	미국	K 社
통관 거부 항구	하문(厦门)	
위반	자당아세트산 과다검출	
조치상황	소각	
품목	코코넛 음료(코코넛 과육 함유)	제조사
국가	태국	T 社
통관 거부 항구	심천(深圳)	
위반	미생물 초과검출	
조치상황	소각	

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


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰


인증 정보 OVERVIEW

필수검사 : CIQ(China Entry-Exit Inspection and Quarantine, 상품검사)

인증 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질 검사	
발행기관	중국출입경검험검역국	
성격	필수 검사	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
소요기간	1~1.5 개월	
갱신기간	수입 시 마다 검사 필요	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > 위생증명서 발급	
유의사항	1) 중국으로 식품 수출 시 상품검사 필수 진행 2) 첫 화물 검사 통과 후, 두 번째 화물부터는 절차 간략화 → 단, 검사 통과된 항구 진행 시에만 적용되며, 기타 항구로 수입 시 재검사 진행	

출처 : 중국국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

권장인증 : 보건식품 인증

인증 설명	특정한 기능 개선에 사용가능한 식품을 증명하는 인증 (단, 질병을 치료하는 약품적인 특성을 보유한 식품은 예외)	
발행기관	중국국가식품약품관리국	
성격	선택 인증	
제출서류	21개 서류(하단 상세설명 참조)	
소요기간	제품 및 성능별로 상이	
유효기간	5년	
발급절차	국가식품약품감독관리국에서 지정한 연구소에서 검사 진행 > 수입보건식품등록신청서, 샘플 및 검사보고서를 국가식품감독관리국에 제출 > 심의 및 재검사 > 증서발행	
유의사항	1) 인증 취득 후, 마크를 포장 상 전체 면적의 1/36 이상 크기로 인쇄 2) 제품 광고 상 보건식품 인증 마크 1cm 이상으로 표기 필수	

출처 : 중국식품약품감독관리총국(www.sfda.gov.cn)

1. 인증 취득정보

CIQ 검사·인증발급 기관

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

필수검사 : 상품검사(CIQ)

중국 상품검사(CIQ)이란 국가질량감동검사검역총국 산하 국가출입국경검사 검역국(CIQ)에서 식품 수입통관 시 상품에 대한 품질을 검사하여 발급하는 중국의 위생증명서임. CIQ 검사를 통과하지 못할 시 위생증명서가 발급되지 않으며 중국으로의 수입 및 판매가 금지됨. CIQ 검사 중 제품의 유통기간이 넘을 경우 자동으로 탈락 처리되기에 한국 수출업체는 중국으로 수출되는 제품의 유통기간이 너무 짧지 않도록 유의해야 함

표 8.1 : 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)
- 물량 별 상이	
STEP 03. 검험검역 진행	1 ~ 2일
- 미생물 검사, 중금속 검사 등	
STEP 04. CIQ인증 라벨 발급	
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가출입국경검사검역국에서 제품실험을 하고 그 결과에 따라 발급되며, 두 번째 화물부터는 절차 간소화 * 단, 동일한 항구로 수입될 경우에 국한되며, 검사 통과된 항구와 다른 항구로 수입될 경우 재검사 진행	

출처 : 중국국가질량감동검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

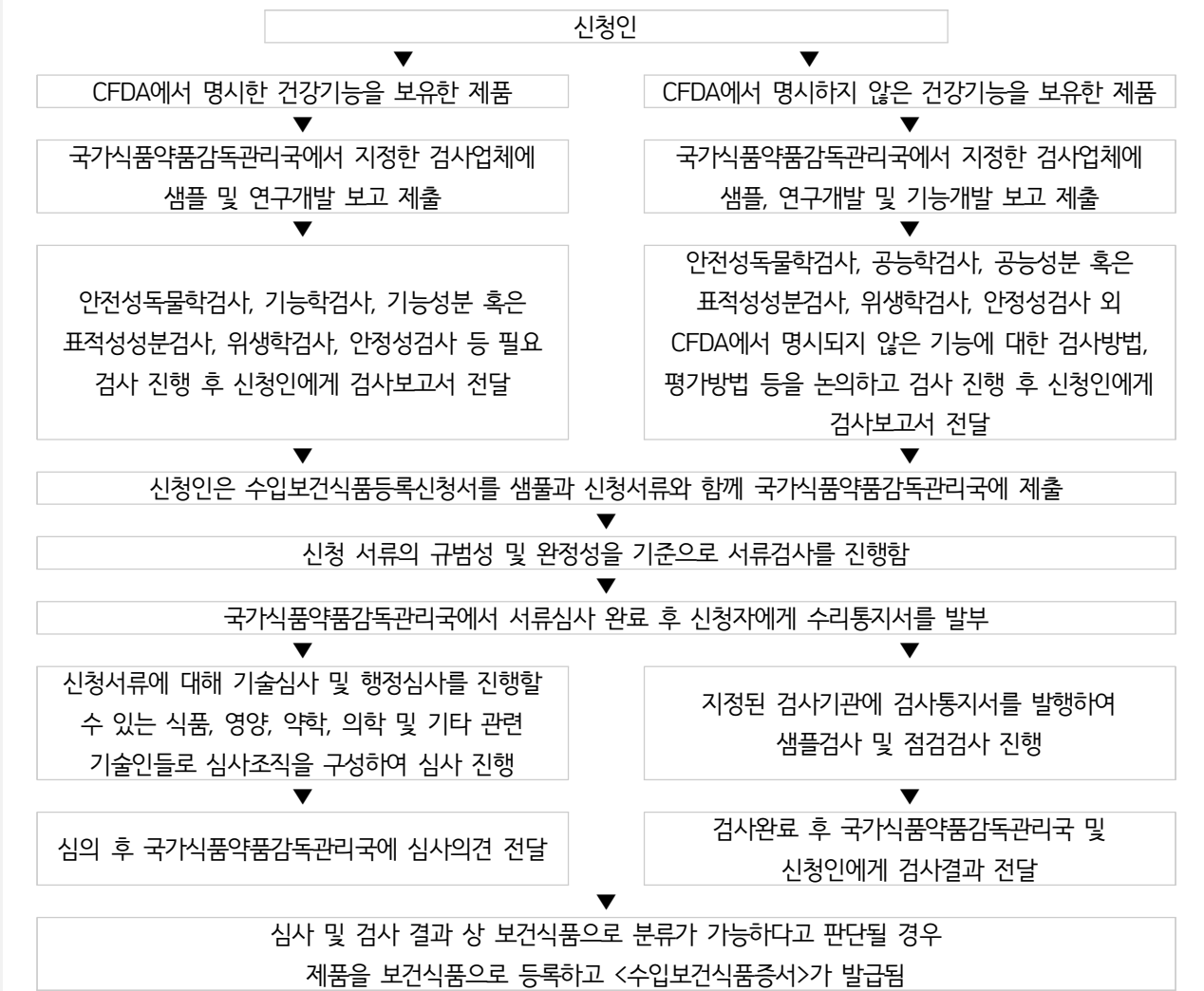
권장인증 : 보건식품 인증

중국에서 보건식품으로 인정받는 식품은 특정한 보건기능(단, 질병을 치료하는 약용 식품은 포함하지 않음)을 가지거나 영양소·미네랄을 보충코자 하는 목적으로 섭취하는 식품을 지칭함. 또한 본 식품은 특정 집단만 섭취 가능하며, 급성·아급성·만성적으로 위험을 유발하지 아니하는 식품을 가리킴

수입 보건식품의 경우 중국 국가식품약품감독관리총국(CFDA: China Food and Drug Administration)으로부터 보건식품 인증을 취득해야만 보건식품으로 판매될 수 있음. 보건식품 인증을 취득하는데 소요되는 시간은 제품별·기능별로 상이하며 필요에 따라 인체검사, 동물검사 혹은 흥분제검사가 진행될 수 있음. 일반적으로 검사에 소요되는 시간은 1년 반 이상이 걸리며 비용이 비싼데다 검사도 굉장히 까다롭기 때문에 신청업체의 철저한 준비가 필요함

1. 인증 취득정보

표 8.2 : 중국 수입 보건식품 인증 발급절차



출처 : 중국식품약품감독관리총국(www.sfda.gov.cn)

표 8.3 : 중국 수입 보건식품 인증 발급에 필요한 서류

보건식품등록신청서	신청인신분증 및 사업자등록증	보건식품 명칭
특허권 불침해 증서	라벨 등록 문서(없을 시 생략 가능)	상품개발보고서
상품배합 및 조제근거	원재료·부재료의 원천 및 사용 근거 증서	기능성분 표적성분 및 함량, 기능성분 표적성분의 검사방법
생산 공정 설명서 및 연구자료	상품 질량표준 및 재료설명(원재료 및 부재료 질량 등)	상품과 직접 닿는 포장재의 종류, 명칭, 질량표준 및 선택근거
연구기관에서 발행한 검사보고서 및 유관자료	상품 라벨 및 설명서 견본	심의 시 참고 가능한 유관자료
최소 판매단위로 포장된 미개봉 샘플 2개	생산국가 유관기관에서 발행한 생산 기업이 생산질량관리범위에 부합함을 증명하는 서류	생산국가 유관당국에서 발행한 생산 기업이 1년 이상 영업함을 증명하는 서류
생산국 혹은 국제기구가 본 상품에 대해 사용하고 있는 유관 표준	생산국에서 판매 중인 상품의 포장, 라벨, 설명서 원본	3개의 로트번호가 연속되는 샘플 (검사에 필요한 양 3배 준비)

출처 : 중국식품약품감독관리총국(www.sfda.gov.cn)

2. 인증 취득제품

대부분의 경쟁제품은 보건식품 인증 취득

2017년 4월 현지 매장 방문조사에서 확인된 12개 경쟁제품 중 11개 제품은 보건식품 인증을 취득함. 이는 비록 5년근 이하 인공재배 된 인삼이 신자원 식품으로 분류되어 일반식품으로 유통이 가능하게 되었지만 효능선전을 위해 취득한 것으로 사료됨. 또한 인증을 취득하지 않은 1개 제품은 할랄인증 등 제품의 품질에 대한 인증을 취득하고 있지만 보건식품 인증을 취득한 제품은 별도의 품질 인증을 부착하지 않음

표 8.4 : 인증 취득 인삼음료 제품 4개 예시

인증 취득제품 정보		취득 인증	제품 이미지
제품명	정관장 홍삼원		
기업	한국인삼공사		
원산지	한국		
가격	150위안		
용량	1000ml(100ml*10ea)		
제품명	정관장 인삼추출액		
기업	한국인삼공사		
원산지	한국		
가격	1380위안		
용량	2700ml(90ml*30ea)		
제품명	Goldensun American Ginseng Oral Solution		
기업	Pharmaceutical(China) Co., LTD.		
원산지	중국		
가격	150위안		
용량	500ml(100ml*5ea)		
제품명	홍삼음품		
기업	길림한정인삼유한공사(吉林韩正人参有限公司)		
원산지	중국		
가격	250위안		
용량	300g(10ml*30ea)		

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Walmart, Ole, Quik 2017.04)

3. 제출서류

보건식품 인증신청서

: 보건식품 인증 신청 시 제출해야하는 신청서로, 인증 취득을 위해 신청서 외 20개 이상의 서류²⁴를 함께 제출해야 함

기업명칭	중문			
	영문			
사업장 등록주소	중문			
생산 공장주소	중문			
	영문			
보건식품 생산기업 위생허가증 번호				
등록지 우편번호				
기업 설립일			최근 개명 시기	
기업유형			중외 합작 기업 국가 혹은 지역	
직원수			기술자 수 비례	
법정대표인		직위		전공
기업책임자		직위		전공
품질책임자		직위		전공
생산책임자		직위		전공
담당자		전화번호		핸드폰 번호
FAX			E-mail	
고정 자산 원가(만 위안)			고정 자산 정가(만 위안)	
공장부지 면적(m ²)			건축 면적(m ²)	
전년 총 생산량(만 위안)			영업이익(만 위안)	
생산제품 종류(개)			일반 생산 제품 종류(개)	
신청 심사 범위	중문			
	영문			
생산제형 및 품종	도표(신청서 후면 참조), 보건식품 명칭, 제형, 규격, 비준번호 및 비준현황			
이번 심사는 본 기업의 []번 째 심사 요청임			보건식품 GMP 인증 유효기간 만료로 신청함 <input type="checkbox"/>	

24. p58 표 8.3 참고

4. 전문가 인터뷰

“ 위생검역증 / 중문 라벨 ”

Q1. 중국에 인삼음료를 수출할 때 필수적으로 요구되는 서류는 무엇인가요?

“중국에서 식품(일반가공식품 및 보건식품)은 중국 국가식품약품감독관리총국(CFDA)에서 관할합니다. 전 세계 국가들은 식품 수입에 있어 원산지(수출국)에서 발급된 위생검역증만을 요구하지만, 중국은 먹거리에 대한 불안 때문에 세계에서 유일하게 원산지(수출국) 뿐만 아니라 수입국(중국)에서도 위생검역증 발급을 요구하는 나라입니다. 모든 식품은 제품에 중문 라벨 부착 후 라벨 검사를 통과해야 중국으로 수입할 수 있습니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

Q2. 중국에 인삼음료를 수출할 때 필수적으로 진행되는 검사는 무엇인가요?

“중국으로 식품 수입 시 중문라벨검사가 필수이며, 경우에 따라 동식물 위생 검사(포장검사, 샘플링검사)를 거친 후 수입허가를 취득해야하며 원산지 국가와 중국 모두에서 위생증서를 발급받아야만 시장 내 판매가 가능합니다. 수입상은 식품영업등록증과 식품위생허가증이 있어야 식품 수입이 가능합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

Q3. 중국에 인삼음료를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인 증은 무엇인가요?

“중국에서 6년근 이상의 인삼을 이용한 식품은 일반식품이 아닌 보건식품으로 분류되어 중국 국가식품약품감독관리총국에 보건식품 비준을 신청하고 등록이 완료되어 제품번호를 획득한 후에야 수출이 가능합니다. 보건식품인증을 취득하기 위해서는 제품이 생산 및 판매를 시작한지 1년 이상이어야 하며 수출국의 관련 표준 및 위생관리부서의 허가증 및 판매증을 요구하는 등 절차가 매우 까다롭고 비용도 많이 소요됩니다. 그래서 일부업체들은 중국 수출 시 보건식품 규제를 면제받기 위해 보건 기능을 표방하지 않고 일반 식품으로 판매하는 경우도 있습니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中 2017, 04

“6년근 이상 인삼은 보건식품”

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

중국 인삼음료 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 식품유형
- 원료
- 순 중량
- 식용 제한량
- 보관방법
- 사용 부적합 대상
- 유통기한
- 생산자 정보
- 영양성분표

출처 : 현지방문조사(Ole, 2017.04)

출처 : 중국국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

중국 인삼음료 라벨링 주요 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능
원료	제품 가공 시 첨가량의 감소 순서로 표시
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
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 국가 명 반드시 기재
생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기
기타	1) 중문 주의사항 또는 경고마크 필수 표기(필요 시) 2) 신자원식품의 경우 사용 부적합 고객층 표기 필수 3) 보건식품인증을 취득한 제품의 경우 포장 상 1/36크기 이상으로 인증 마크 인쇄 4) 보건식품인증을 취득한 제품의 경우 광고 상 1cm크기 이상으로 인증 마크 표기

출처 : 중국국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 라벨 표기사항

라벨 표기 법령

운영기관 : 국가질검총국(AQSIQ)
 라벨 법령 :
 <포장식품영양라벨총칙>
 (GB28050-2011)

판매단위에 따라 라벨 부착

라벨은 판매 단위에 따라 부착할 수 있음. 예를 들어 한 상자도 판매되는 세트의 경우 상자 상 라벨을 부착하면 되나 단품으로 판매될 경우 개별 라벨 부착이 필수임. 개별 부착한 경우 상자에는 별도의 라벨을 부착할 필요는 없음. 단, 상자에만 라벨을 부착한 경우 단품으로 제품을 판매할 수 없음

신자원식품, 사용 부적합 고객군 필수 표기

신자원식품의 경우 라벨 및 설명서 상 사용이 부적합한 고객군을 반드시 표기해야 함. 인삼제품의 경우 14세 미만의 영유아, 임산부 및 모유수유 중인 산모가 부적합 고객군에 포함됨

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 배합원료 · 식품첨가물 · 원산지 · 저장방법 · 유통기간/ 생산일/ 품질보증기간 · 생산자 및 유통자 정보 	<ul style="list-style-type: none"> · 영양성분표 · 순 중량 · 섭취방법 · 식품의 품질등급, 가공기술(식품표준이 요구할 경우) · 보건식품 인증 번호(보건식품 인증 취득한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고
--	--

출처 : 중국국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 9.2 : 중국 라벨 상세 표기사항

항목	설명	
1	표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며, 외국어는 중문보다 작게 표기. 또한 소비자들이 혼동할 수 있는 단어 사용금지
2	글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이 1.8mm 이상으로 표기
3	제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
4	구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
5	순 중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 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	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기
9	기타	1) 중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과 2) 신자원식품의 경우 사용 부적합 고객층 필수 표기 3) 보건식품인증을 취득한 제품의 경우 포장 상 1/36크기 이상으로 인증 마크 인쇄 4) 보건식품인증을 취득한 제품의 경우 광고 상 1cm크기 이상으로 인증 마크 표기

출처 : 중국국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

1) 제품명

제품명 증은 표기

2) 식품 유형

식품 유형 표기

3) 원료

제품 가공 시 첨가량의 감소 순서로 표시

4) 순 중량

순 중량 및 소포장 식품 개수 병행 기재

5) 식용 제한량

신자원식품 및 건강기능 식품의 경우 일일 식용 제한량 표기 필수

6) 보관방법

제품의 보관방법 표기



7) 사용 부적합 대상

신자원식품 및 건강기능 식품의 경우 사용 부적합 대상 필수 표기

8) 유통기한

국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기

9) 식품생산허가번호

식품생산허가증이 필요한 경우

10) 생산업체

제조사 명칭, 주소, 생산지 및 연락처 기재

11) 영양성분표

열량 및 4대 영양소 필수 표시

12) 인증마크

SC마크 및 기타 인증마크

영양성분표시

: 열량, 4대 영양소 필수 표시
(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)



인증

: 보건식품인증마크



X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음료	<input checked="" type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양강화제	<input checked="" type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

● 음료 수출 시 주의해야 하는 이화학지표(理化指标)

항목	지표	검사 방법
아연(Zn), 구리(Cu), 철(Fe) 총합 a / (mg/L)	≤ 20	GB 5009.13
		GB 5009.14
		GB/T 5009.90
사이안화물(Cyanide) HCN으로 계산 시 b / (mg/L)	≤ 0.05	GB/T 5009.48
우레아제 실험 c	음성(阴性)	GB/T 5009.183

※주의사항: 고체음료, 농축액 음료는 제품의 라벨 표시의 혼합비율로 희석 후 해당 기준 적용

출처 : 중국위생부, 'GB 7101-2015'

● 중국 식품안전국가기준 음료 규정

분류	규정
오염물	GB 2762
진균독소	GB 2761
농약잔여물	GB 2763
미생물	GB 29921 / GB 4789.26
식품첨가물	GB 2760
식품 영양 강화제	GB 14880

출처 : 중국위생부, 'GB 7101-2015'

1. 식품첨가물 규정

GB 7101-2015<중국 식품안전국가기준 음료 규정>²⁵.

GB 7101-2015는 2016년 11월 13일에 정식 발효되었으며, 기존의 GB 04262-2003<탄산음료위생기준>, GB 7101-2003<고체음료위생기준>, GB 11673-2003<우유성분 함유음료 위생기준>, GB 16321-2003<유산균음료위생기준>, GB 16322-2003<식물단백질음료위생기준>, GB 19296-2003<차음료위생기준>, GB 19297-2003<과채음료위생기준> 및 GB 19642-2005<코코분말고체음료위생기준>을 대체하는 법령임

본 법령의 적용범위는 ‘음료수’ 에만 국한하며, 포장된 식용수는 본 법령의 적용대상이 아님. ‘음료수’ 는 알코올 함유량이 0.5%를 넘지 않는 제품을 지칭함

표 10.1 : GB 7101-2015 감관요건(感官要求) 상세설명

항목	요건	검사방법
색깔 및 광택	해당제품이 가져야 하는 색깔 및 광택	액체음료: 50ml의 샘플을 무색투명한 잔에 넣고 자연광 아래서 색을 관찰함. 향기 검사 후, 따뜻한 물로 양치질 한 후 맛을 검사하고, 기타 이물질 검사를 진행함. 농축액의 경우 라벨상의 비율대로 희석 후 검사를 진행함 고체음료: 5g의 샘플을 흰 접시위에 놓은 후 자연광 아래서 색 및 외관을 관찰함. 라벨상의 사용방법대로 음료제조 후 향기검사를 하고, 양치 후 맛을 봄. 섞은 뒤 2분이 지난 후 컵 하단에 이물질 존재여부를 파악함
맛 및 향기	이취 및 악취가 없어야함	
상태	육안으로 구분 가능한 이물질이 없어야함. 액체음료의 경우 액체상태가 균일해야하며, 고체음료는 덩어리가 없어야함	

출처 : 중국위생부, 'GB 7101-2015'

표 10.2 : GB 7101-2015 이화학지표 상세설명

항목	지표	검사방법	적용대상
아연(Zn), 구리(Cu), 철(Fe) 총합/(mg/L)	≤ 20	GB 5009.13	강통 포장된 과채음료에만 적용
		GB 5009.14	
		GB/T 5009.90	
사이안화물(Cyanide) HCN으로 계산/(mg/L)	≤ 0.05	GB/T 5009.48	아몬드를 원료로 만들어진 음료수에만 적용
우레아제 실험	음성(阴性)	GB/T 5009.183	대두를 원료로 만들어진 음료수에만 적용

※주의사항: 고체음료, 농축액 음료는 제품 라벨 표시의 혼합비율로 희석 후 해당 기준 적용

출처 : 중국위생부, 'GB 7101-2015'

25. Food Mate, 'GB 7101-2015 식품안전국가기준 음료(GB 7101-2015 食品安全国家标准 饮料)', 2016.08.26

2. 기타 위생규정

GB 14880-2012<식품영양강화제사용표준>²⁶.

GB 14880-2012는 식품에 사용될 수 있는 영양강화제에 대한 법령으로 특정 식품에 함유될 수 있는 영양강화제 최대 허용량을 확인 할 수 있음. 특히 식품별로 영양강화제 최대 허용치 및 사용금지 품목이 존재함. 사용제한이 심한 품목은 유아용 식품으로, 대부분의 영양강화제를 사용할 수 없음

표 10.3 : GB 14880-2012 <식품영양강화제사용표준> 中 과채음료에 적용되는 항목

항목	사용량
비타민D	2 µg/kg ~ 10 µg/kg
비타민E	10 mg/kg ~ 40 mg/kg
비타민B12	0.6 µg/kg ~ 1.8µg/kg
비타민C	250 mg/kg ~ 500 mg/kg
니코틴산	3 mg/kg ~ 18 mg/kg
엽산	157 µg/kg ~ 313 µg/kg
이노시톨	60 mg/kg ~ 120 mg/kg
철분	10 mg/kg ~ 20 mg/kg
칼슘	1000 mg/kg ~ 1800 mg/kg
아연	3 mg/kg ~ 20 mg/kg
마그네슘	30 mg/kg ~ 60 mg/kg
L-카르니틴	600 mg/kg ~ 3000 mg/kg
γ-리놀렌산	20 g/kg ~ 50 g/kg
카제인 칼슘 펩타이드	≤1.6 g/kg
카제인 인산펩타이드	≤1.6 g/kg

출처 : 중국위생부, 'GB 14880-2012'

26. Food Mate, 'GB 7101-2015 식품안전국가표준 식품영양강화제사용표준(GB 14880-2012 食品安全国家标准 食品营养强化剂使用标准)', 2016.11.18

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 2017人参保健品10大品牌 谁才是消费者心中的NO.1	중국산업정보망(中国产业信息网)	2017.03.17
2. China online retail hit US\$204 bn in Q1 2017, 12.4% of total retail	China Internet Watch	2017.04.18
3. 2017年中国电商行业市场现状及发展前景预测	중국산업정보망(中国产业信息网)	2017.01.22
4. 2016上半年中国便利店行业经营情况数据	SOHU	2016.09.02
5. 家乐福2017将加大开店力度 尤其是便利店业态	Linkshop	2017.04.20
6. 毛利率接近30% 快客便利店如何打造差异化竞争	Linkshop	2016.08.12
7. GB 1880-2012	중국위생부	2012
8. GB 7101-2015	중국위생부	2015
9. 중국 식품통관 절차 및 유의사항	주상하이 대한민국 총영사관	2014
10. [2016 수출업체 해외시장조사 지원사업] 중국 기능성 인삼음료 보고서	한국농수산식품유통공사	2017.01.03
11. 2016年中国功能饮料行业市场报告	중국산업연구원(中国产业研究院)	2016
12. 2016年中国健康饮料行业将迎高速发展趋势分析	중국산업정보망(中国产业信息网)	2016.05.17
13. 2016-2017 China Importing E-business Market Research	iiMedia Research Group	2017.01.09
14. 保健品市场增长快 10年产业数据深度分析	삼구양생당(三九养生堂)	2016.06.27
15. 2017年中国电商行业市场现状及发展前景预测	중국산업정보망(中国产业信息网)	2017.01.22
16. Customs Law of the People's Republic of China	중국관세청	2014

※ 참고 문헌

※ 참고 사이트

1. 한국관세청	www.customs.go.kr
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3. 중국 관세청	www.customs.gov.cn
4. Global Trade Atlas	gtis.com/gta
5. Global Data	consumer.globaldata.com
6. Tao Bao	www.taobao.com
7. Tian Mao	www.tmall.com
8. Jing Dong	www.jd.com
9. Focus on Datanews	news.xinhuanet.com
10. 중국성시문화망(中国城市文化网)	www.citure.net
11. CCTV	www.cctv.com
12. 인민일보(人民日报)	www.people.com.cn
13. 심양천락보화품유한공사(沈阳天乐保化妆品有限公司)	www.tenllegroup.com
14. 길림한정인삼유한공사(吉林韩正人参有限公司)	www.enzhenyuan.com
15. KGC인삼공사	www.kgc.co.kr
16. China Internet Watch	www.chinainternetwatch.com
17. 중국산업정보망(中国产业信息网)	www.chyxx.com
18. SOHU	mt.sohu.com
19. Carrefour	www.carrefour.com.cn
20. Linkshop	www.linkshop.com.cn
21. Baidu	www.baidu.com
22. Vanguard	www.crvole.com.cn
23. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
24. 대한상공회의소	cert.korcham.net
25. 중국국가식품약품감독관리국	www.sda.gov.cn
26. 중국국가질량감독검험검역총국	www.aqsiq.gov.cn
27. Food Mate	www.foodmate.net
28. Vanguard	www.crv.com.cn