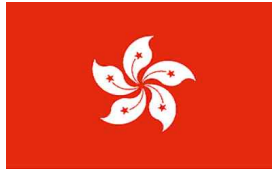


# 2021년 농식품 수출 국가조사보고서(홍콩)



2021.09.

**aT** 한국농수산물유통공사  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

홍콩지사

## 목차

I. 농업 및 농식품 수출입현황	
1. 농업 현황	
(1) 농업 규모	3
(2) 주요 생산품목 및 규모	4
2. 농식품 수출입 현황	
(1) 농식품 수출입 규모	6
(2) 한국의 對 홍콩 농식품 수출 현황	9
II. 농식품 시장현황	
1. 시장 개요	
(1) 시장규모 및 특성	11
(2) 소비 인구 및 특성	13
2. 시장 트렌드	
(1) 주요 트렌드	15
(2) 이슈 품목	18
3. 농식품 관련 정책	
(1) 농식품 관련 현지 정부 정책 동향	23
III. 농식품 유통현황	
1. 유통현황 및 특징	
(1) 유통현황	25
(2) 유통구조	28
2. 주요 유통채널 현황	
(1) 오프라인 유통 채널	29
(2) 온라인 유통 채널	35
IV. 농식품 수출 프로세스	
1. 수출 프로세스	
(1) 수출 프로세스	37
(2) 대표 품목별 수출 프로세스	38
2. 수입제도	
(1) 통관제도	39
(2) 검역 제도	40
(3) 라벨링 규정	42
3. 비관세 장벽 관련 이슈	
(1) TBT 통보 현황	45
(2) SPS 통보 현황	45
(3) 홍콩 식품 안전 센터 통보 현황	45

# 요약

## I. 농업 및 농식품 수출입현황

### 1. 농업현황

- **(농업규모)** '19년 홍콩 경작지 면적은 전년 대비 2.7% 증가한 755ha로 전체 홍콩 면적의 0.27%에 해당. 농업인구는 4,300명으로 전체 노동인구의 0.1%에 불과함. 농업 인구가 적고 경지 면적이 제한적이므로 고부가 가치 신선 농산물 재배와 첨단 농업에 집중하고 있으며, 자급률이 매우 낮아 수입식품에 대한 의존도가 높음. '19년 홍콩 농축산물 생산액은 전년대비 27.9% 증가한 13억 4,115만 홍콩달러(한화 약 2,020억 원)임
- **(농산물)** '19년 생산액은 전년대비 3.9% 증가한 3억6,160만 홍콩달러(한화 약 544억 1,238만 원)임. 채소류 생산 규모(51.6%)가 가장 크며, 화훼류(42.6%), 과일류(5.3%), 농작물(0.5%)순임
- **(축산물 및 가공류)** '19년 기준 축산물 생산액은 약 6억 홍콩달러(한화 약 906억 6,557만 원)로 돼지가 홍콩에서 유일하게 생산되는 축산물임. 닭은 3억 6,738만 홍콩달러(한화 약 553억 2,713만 원), 계란은 147만 홍콩 달러(한화 약 2억 2,153만 원) 규모로 생산됨

### 2. 수출입 현황

#### (1) 농식품 수출입규모

- '20년 수출액은 전년대비 23.9% 감소한 약 79억 달러(한화 약 9조 2,845억 원)로 자체 농식품 생산량이 거의 없어 중국, 마카오, 대만 등 인접 국가 중심으로 재수출 비중이 높음
- 홍콩은 자체 농식품 생산량이 거의 없어 농식품 수입 의존도가 매우 높음. '20년 수입 금액은 전년대비 8.1% 감소한 약 223억 달러(한화 약 26조 1,140억 원)로 주요 수입국은 중국, 미국, 브라질, 호주, 칠레로 주요 수입 품목은 소고기(냉동), 기타 조제식품, 소부속물(냉동), 와인, 체리(신선)등이 있음

#### (2) 한국의 對 홍콩 농식품 수출현황

- '20년 對 홍콩 농림축산식품 수출액은 전년대비 4.6% 증가한 3억 2,484만 달러(한화 약 4,362억 원)로 수출 상위 품목은 자당, 맥주, 인삼류, 라면, 딸기 순임

## II. 농식품 시장현황

### 1. 시장 개요

#### (1) 시장 규모 및 특성

- '20년 홍콩 식음료 시장 규모는 전년대비 11.1% 증가한 1,324억 홍콩달러(한화 약 19조 9,239억 원)임
- **(신선식품)** 육류 소매시장 규모는 전년대비 8.2% 증가한 약 93억 홍콩 달러(한화 약 1조 4,024억 원)로 가장 큰 비중을 차지하며, 과일류(약 38.9억 홍콩달러), 채소류(28.5억 홍콩달러), 견과류(15억 홍콩달러), 계란(약 9.9억 홍콩달러)등이 뒤를 이음
- **(가공식품)** 스낵류(75억 홍콩달러), 쌀·파스타·면류(65억 홍콩달러), 빵류가 높은 비중을 차지함

#### (2) 소비 인구 및 특성

- '20년 기준 홍콩 인구는 약 747만 명이며, 가구당 월 평균 지출 금액은 30,230홍콩 달러(한화 약 455만 원), 월 평균 식비 지출액은 8,107홍콩 달러(한화 약 122만 원)로 전체 지출 금액의 26.8%에 해당함. 외식비용은 월 평균 식비 지출액의 62.2%를 차지해 외식에 대한 높은 선호도를 반영함

### 2. 시장 트렌드 - 주요 소비 트렌드 및 이슈 품목

- 코로나19 확산으로 건강에 대한 관심과 가정 요리가 증가함에 따라 건강한 식재료에 대한 관심이 증가함. 이에 무(無)호르몬·무(無)항생제 신선 육류 제품, 수경 재배된 홍콩산 농산물, 합리적인 가격에 품질이 보장되는 슈퍼마켓 자체 브랜드 신선식품에 대한 수요가 증가함
- 외식, 간편 조리식품, 배달 음식에 대한 선호도는 전 세계 평균 이상으로 높음. 최근에는 탄수화물을 줄인 ‘저칼로리·저탄수화물’ 간편 조리식품, 에어프라이어 전용 프라이닝 스낵, 식물성 대체 육류 간편 조리 식품, 프리미엄 인스턴트 면 등이 주목 받음

### 3. 농식품 관련 정책

- 2025년부터 식당에서 플라스틱 식기 사용 금지 및 쓰레기 종량제 법안이 입법회 통과하는 등 생활 쓰레기 줄이기 관련 방침이 중시되고 있음
- 「2021년 식품 내 유해물질(개정) 규정」을 발표하고 유해 물질 규제를 강화함

## III. 농식품 유통현황

### 1. 유통 현황 및 특징

- 수입 유통업체를 통해 수출하는 구조가 가장 일반적이나 유통업체는 PB 상품군의 확대, 원가 절감, 유행 상품의 신속한 입점 등의 이유로 유통업체와 수출업체가 직접 거래하는 형태가 확대되고 있음
- 홍콩은 단위면적당 슈퍼마켓 및 편의점 수가 많아 식료품 구매가 용이하며, 협소한 주거 및 주방 환경으로 직접 조리보다는 외식 및 식료품 필요시 소량씩 자주 구입하는 식문화를 가짐. 식품 유통은 주로(97.4%) 오프라인 유통을 통해 이루어지며, 온라인 유통 채널 비중은 2.6%로 낮음. 그러나 최근 전자 상거래 및 배달 시스템 구축에 적극 투자, 배송 시간 단축, 모바일 결제 이용 증가 등으로 온라인 식음료 시장 성장 전망

### 2. 주요 유통 채널 현황

- 홍콩은 빈부격차가 매우 커 양극화된 소비 경향이 두드러짐. 유통업체는 같은 계열사의 다양한 브랜드 매장을 운영함으로써 효율적으로 모든 소비자의 요구를 만족시킴
- 대형유통매장은 웰컴(Wellcome), 파칸샵(ParknShop), 편의점은 세븐일레븐(7-Eleven), 서클케이(Circle K)의 시장 점유율이 높음
- 홍콩 전자 상거래 업계는 종합 온라인 쇼핑몰 선발 주자인 홍콩티비몰(HKTVmall)이 주도하고 있으며, 씨도(Ztore), 빅빅샵(BigBigShop)등 후발업체는 성장 단계에 있음

## IV. 농식품 수출 프로세스

- 홍콩은 일반 상품 수입에 대해 자유방위적 정책을 펴고 있어 일반 수출입 화물이나 환적 화물의 세관절차는 매우 간소함
- 일반 프로세스는 “수입 신고 전 (적하목록/ 허가증 획득) → 수입 신고 (수입 신고서 제출) → 물품검사 → 관세 납부 및 통관 완료” 임
- 냉동·냉장 육류, 냉동·냉장 가공류, 냉동제과류, 유제품 수입 시 사전 허가 필요함
- 30도 이상 주류 및 담배를 제외한 식품의 관세는 없음. 모든 식품류 제품은 위생 검역을 받을 가능성이 있으며, 문제가 없을 경우 검사 완료 까지 2-3일이 소요됨

# I. 농업 및 농식품 수출입현황

## 1. 농업 현황

### (1) 농업 규모<sup>1)</sup>

#### □ 농업 환경 및 규모

- 2019년 농축산물 생산액은 13억 4,115만 홍콩 달러(한화 약 2,019억 7,719만원)로 전년(10.3억 홍콩달러) 대비 27.9% 증가함
- (농산물) 신선 채소의 자급률은 1.6%로 대부분 업체류와 절화류임
- (축산물 및 가공류) 축산업의 전체 규모는 점점 축소되는 추세이나 규모화가 진행되고 있음. 축산업에서 가장 중요한 가축은 돼지이며, 가공류는 대부분 닭임. 살아있는 닭의 자급률은 100%이며, 살아있는 돼지의 자급률은 19.2%임

#### □ 재배면적

- 2019년 말 기준 경작지 사용면적은 755ha로 채소류 347ha, 화훼128ha, 농작물 7ha, 과수원 273ha로 조사됨
- 홍콩의 경작지는 전체 홍콩 면적 275,400ha의 0.27%에 불과함. 이에 정부는 노동력 부족, 협소한 농지의 문제점을 극복하고자 고부가 가치 작물 재배와 완전 환경제어 수경재배기술(full environmental control hydroponic technology)등의 첨단 농법을 지원하고 있음
- 주요 작물은 업체류와 고가 절화류로 해당 작물 경작지 면적은 최근 5년간 증가세임

<홍콩 농경지 면적(2015~2019)>

(단위 : ha, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
전체	685	698	714	735	755	2.7	2.0
채소류 및 화훼류	408	419	429	429	475	10.7	3.1
과수원	265	270	270	278	273	△1.8	0.6
농작물	12	9	15	28	7	△75	△10.2

\* 출처 : 홍콩 농업수산 보존국([www.afcd.gov.hk](http://www.afcd.gov.hk))

#### □ 농업 인구 및 특성

- 2020년 기준 2,500개소의 농가수가 등재되어 있고, 농업인구는 4,300명으로 조사됨
- 농가인구가 적고 경지 면적이 제한적이므로 고부가가치 신선 농산물 생산 및 공급에 집중하고 있으며, 수입 식품에 대한 의존도가 높음

## (2) 주요 생산품목 및 규모

### □ 주요 생산품목 및 생산 환경 규모

- 2019년 농축산물 생산액은 13억 4,115만 홍콩 달러(한화 약 2,019억 7,719만원) 로 집계됨
- 농산물 생산액은 최근 5년간 증가하는 추세로 2019년 생산규모는 전년대비 3.9% 증가한 3억6,160만 홍콩달러(한화 약 544억 1,238만 원)임
- 축산물(가공류 포함) 생산액은 전년 대비 42.8% 증가한 9억7,985만 홍콩달러(한화 약 1,475억 6,480만)로 전체의 73%를 차지하여 농산물보다 2.7배 가량 큰 규모임

<홍콩 농축산물 생산규모(2015~2019)>

(단위 : 천 홍콩달러, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
전체 <sup>1)</sup>	945,456	1,044,561	965,758	1,033,951	1,341,150	29.7	7.2
농산물	291,720	331,249	349,356	347,823	361,304	3.9	4.4
축산물	653,736	713,312	616,402	686,128	979,846	42.8	8.4

\* 주1 : 생산액이 집계된 품목들의 총합만을 포함한 값임

\* 출처 : 홍콩 농업수산보존국 연간보고서([www.afcd.gov.hk](http://www.afcd.gov.hk))

### □ 농산물

- 주요 생산 품목은 신선 채소로 2019년 기준 14.8천 톤, 1억 8,650만 홍콩달러(한화 약 280억 8,750만 원)규모임. 농산물 생산액 중 채소류 생산 규모가 51.6%를 차지해 가장 큰 규모이며 뒤이어 화훼류(42.6%), 과일류(5.3%), 농작물(0.5%) 순으로 나타남
- 화훼류의 생산규모는 약 1억 5,389만 홍콩달러(한화 약 231억 7,538만 원), 과일류 약1,907만 홍콩달러(한화 약 28억 7,164만원), 기타 농작물 약 185만 홍콩달러(한화 약 2억 7,786만 원)로 집계됨

<홍콩 농산물 생산규모(2015~2019)>

(단위 : 톤, 천 홍콩달러)

구분	2015년		2016년		2017년		2018년		2019년	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
전체	-	291,720	-	331,249	-	349,356	-	347,823	-	361,304
채소류	15,000	123,330	14,200	158,485	14,900	164,137	14,900	172,458	14,800	186,504
화훼류	-	147,100	-	154,350	-	158,480	-	149,405	-	153,887
과일류	1,200	20,640	1,100	17,600	1,460	25,550	1,380	23,800	1,000	19,068
농작물	180	650	220	814	290	1,189	480	2,160	440	1,845

\* 출처 : 홍콩 농업수산보존국 연간보고서([www.afcd.gov.hk](http://www.afcd.gov.hk))

1) Agriculture, 「Fisheries and Conservation Department, Agriculture in HK」, 2021.03.29

## □ 축산물 및 가금류

- **(돼지)** 홍콩에서 유일하게 생산되는 축산물은 돼지이며, 2019년 기준 109,260마리, 약 6억 203만 홍콩달러(한화 약 906억 6,557만 원)규모로 생산 됨. 생산 두수는 전년대비 3.1% 증가 하였으나 2019년 중국 및 아시아 전역에 퍼진 아프리카돼지열병으로 인한 돼지고기 가격 폭등으로 생산액은 전년대비 72.6% 증가함
- **(닭)** 홍콩에서 생산되는 가금류는 닭으로 2019년 기준 약 425만 마리, 3억 6,738만 홍콩달러(한화 약 553억 2,713만 원)규모임
- **(계란)** 계란 생산량은 2019년 기준 486천개, 147만 홍콩 달러(한화 약 2억 2,153만 원)로 2017년 까지는 증가세를 유지했으나 최근 3년간 생산량 및 생산액 모두 감소세임

<홍콩 축산물 생산규모(2015~2019)>

(단위 : 마리, 천 개, 천 홍콩달러)

구분	2015년		2016년		2017년		2018년		2019년	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
전체	-	653,736	-	713,312	-	616,402	-	686,128	-	979,846
돼지	85,733	259,499	87,948	312,888	104,248	313,902	105,981	348,729	109,260	602,029
닭	4,055,016	376,897	4,041,960	386,345	4,199,354	288,331	4,255,909	324,471	4,246,862	367,378
부화란 (천 개)	5,185	16,070	4,896	12,139	4,512	12,182	4,039	10,966	3,203	8,968
계란 (천 개)	583	1,270	774	1,940	836	1,987	720	1,962	486	1,471

\* 출처 : 홍콩 농업수산물보존국 연간보고서([www.afcd.gov.hk](http://www.afcd.gov.hk))

## 2. 농식품 수출입 현황

### (1) 농식품 수출입 규모

#### □ 전체 수출입 현황

##### ○ 홍콩 농식품 수출입 실적 동향

- **(수출)** 자체 농식품 생산이 거의 없어 재수출 비중이 높음. 2020년 농식품 수출 금액은 약 79억 달러(한화 약 9조 2,845억 원)로 전년 대비 23.9% 감소함
- **(수입)** 2019년 홍콩 시위, 2020년 코로나19로 관광객 수요가 감소해 최근 2년간 수입 규모 감소. 지난해 농식품 수입 규모는 약 223억 달러(한화 약 26조 1,140억 원)로 전년 대비 8.1% 감소함

<홍콩 농식품 수출입 실적 동향(2016~2020년)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	전년비 (19/20)	연평균 (16/20)
수출 금액	10,115,180	10,885,697	11,581,224	10,418,518	7,928,744	△23.9	△4.8
수입 금액	24,135,082	24,533,610	25,647,990	24,278,462	22,304,485	△8.1	△1.6

\* 출처 : Global Trade Atlas

#### □ 국가별 수출입 현황

##### ○ 주요 수출국

- 홍콩은 자체 농식품 생산기반이 절대적으로 부족한 반면 일반상품의 수출입에 대해 무관세 정책을 펼치고 있으며, 수입 쿼터 제도가 없고 육류 및 채소류 등 식품 수입 시 검역절차가 비교적 간단하고, 물류 시스템이 잘 발달되어 있어 환적(재수출) 물량이 많음
- 2020년 기준 홍콩의 농식품 수출 규모는 전년 대비 23.9% 감소한 약 79.3억 달러(한화 약 9조 2,845억 원)로, 주요 수출국은 중국, 마카오, 대만, 베트남, 싱가포르 순으로 인접 국가를 중심으로 수출하고 있음
- 對중국 수출 금액은 약 55.6억 달러(한화 약 6조 5,110억 원)로 전체 수출 금액의 70%를 차지함. 주요 수출 품목은 체리, 두리안, 포도 등의 신선 과일과 기타 조제 식품의 비중이 높음
- 한국은 수출 금액(약 1.3억 달러)기준 6위를 차지함

<국가별 농식품 수출현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
<b>전체</b>	<b>10,115,180</b>	<b>10,885,697</b>	<b>11,581,224</b>	<b>10,418,518</b>	<b>7,928,744</b>	<b>100.0</b>	<b>△23.9</b>	<b>△4.8</b>
1 중국	4,875,080	5,004,163	5,906,905	6,376,586	5,561,202	70.1	△12.8	2.7
2 마카오	1,085,323	1,075,736	1,100,520	1,072,877	837,658	10.6	△21.9	△5.0
3 대만	1,066,849	2,355,381	1,459,786	408,347	328,483	4.1	△19.6	△21.0
4 베트남	1,889,068	1,259,683	1,885,821	1,071,973	247,306	3.1	△76.9	△33.4
5 싱가포르	228,570	238,884	221,578	217,070	142,513	1.8	△34.3	△9.0
6 한국	121,693	127,176	144,172	340,646	131,963	1.7	△61.3	1.6
7 미국	160,761	137,321	146,766	138,880	130,201	1.6	△6.2	△4.1
8 일본	65,657	62,216	68,664	85,823	61,858	0.8	△27.9	△1.2
9 필리핀	50,707	50,564	47,457	49,633	56,406	0.7	13.6	2.2
10 호주	59,642	67,872	60,848	74,149	52,681	0.7	△29.0	△2.5

\* 출처 : Global Trade Atlas

○ 주요 수입국

- 중국산 농식품이 가장 높은 수입 비중(22.6%)을 차지하며 미국(9.5%), 브라질(9.5%) 순 한국은 15위 수입국으로 전체 수입 금액의 1.6%를 차지함
- 중국은 내륙 운송을 이용해 생수, 돼지, 신선 채소 등이 주로 수입되며, 미국은 냉동 육류(소고기, 닭고기, 돼지 부속물), 견과류, 브라질은 육류 수입이 많음
- 한국산 농식품 수입액은 약 3.5억 달러(한화 약 4,159억 원)로 전년 대비 6.2% 증가하였으나 최근 5년간 연평균 2.4% 감소함

<국가별 농식품 수입현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
<b>전체</b>	<b>24,135,082</b>	<b>24,533,610</b>	<b>25,647,990</b>	<b>24,278,462</b>	<b>22,304,485</b>	<b>100.0</b>	<b>△8.1</b>	<b>△1.6</b>
1 중국	4,875,605	4,967,429	5,219,017	5,107,981	5,047,699	22.6	△1.2	0.7
2 미국	4,022,910	4,278,694	4,178,891	3,306,305	2,127,583	9.5	△35.7	△12.0
3 브라질	2,029,565	2,191,347	2,432,267	2,000,434	1,992,836	8.9	△0.4	△0.4
4 호주	1,242,785	1,255,336	1,268,039	1,627,733	1,573,737	7.1	△3.3	4.8
5 칠레	1,016,658	963,286	1,047,251	1,176,940	1,506,414	6.8	28.0	8.2
6 태국	791,643	677,430	1,178,179	1,415,736	1,271,032	5.7	△10.2	9.9
7 프랑스	895,485	872,642	980,193	985,775	1,109,845	5.0	12.6	4.4
8 일본	1,433,805	1,407,453	1,513,856	1,155,322	976,899	4.4	△15.4	△7.4
9 네덜란드	1,227,906	1,085,251	1,002,512	863,299	619,324	2.8	△28.3	△12.8
10 뉴질랜드	395,971	508,142	579,213	685,193	541,936	2.4	△20.9	6.5
<b>15 대한민국</b>	<b>402,031</b>	<b>342,043</b>	<b>379,845</b>	<b>334,519</b>	<b>355,187</b>	<b>1.6</b>	<b>6.2</b>	<b>△2.4</b>

\* 출처 : Global Trade Atlas

□ 품목별 수출입 현황

○ 주요 수출품목

- 2020년 홍콩의 주요 수출품목으로 체리(신선), 조제식품 기타, 두리안(신선), 껌, 밀크와 크림 등이 있음. 특히 중국에서 선호도가 높은 신선 체리와 두리안의 수출 비중이 높음. 체리 수출액은 전년대비 10.7% 증가한 8.4억 달러(한화 약 9,912억 원)로 전체 수출액의 10.7%를 차지했으며, 두리안 수출액은 전년대비 28.7% 증가한 5.8억 달러(한화 약 6,861억 원)로 전체 수출액의 7.4%에 해당하는 규모임
- 홍콩은 일반상품 대부분의 수출입에 대해 무관세 정책을 쓰고 있으며, 수입 쿼터 제도가 없고, 육류 및 채소류 등 식품 수입 시 검역절차가 비교적 간단하여 재수출이 용이한 조건이므로 홍콩에서 생산된 품목의 수출보다는 재수출이 대부분임

<품목별 농식품 수출현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
<b>전체</b>	<b>10,115,180</b>	<b>10,885,697</b>	<b>11,581,224</b>	<b>10,418,518</b>	<b>7,928,744</b>	<b>100.0</b>	<b>△23.9</b>	<b>△4.8</b>
1 체리(신선)	347,152	302,102	649,103	764,848	846,427	10.7	10.7	19.5
2 조제식품 기타	306,970	460,197	584,294	538,655	745,711	9.4	38.4	19.4
3 두리안(신선)	377,864	293,359	342,863	455,292	585,878	7.4	28.7	9.2
4 껌	1,123,012	1,000,385	1,137,721	1,098,441	512,330	6.5	△53.4	△14.5
5 밀크와 크림	453,646	729,228	992,167	944,721	489,563	6.2	△48.2	1.5
6 포도(신선)	354,601	363,878	369,044	395,666	376,385	4.7	△4.9	1.2
7 베이커리 제품	167,939	203,526	246,351	272,841	280,478	3.5	2.8	10.8
8 증류주, 리큐르와 그 밖의 주정음료	256,713	262,182	287,567	227,294	173,254	2.2	△23.8	△7.6
9 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료(기타)	159,531	168,017	165,452	171,901	157,859	2.0	△8.2	△0.2
10 증류주, 리큐르와 그 밖의 주정음료(기타)	227,959	176,668	223,360	215,648	145,727	1.8	△32.4	△8.6

\* 출처 : Global Trade Atlas

○ 주요 수입품목

- 주요 수입 품목은 냉동 육류, 조제 식품, 포도주, 체리 및 두리안, 생수 등으로 나타남
- 2020년 수입액 기준 규모가 가장 큰 품목은 냉동 소고기로, 수입액은 전체의 6.8%에 해당하는 약 15억 달러(한화 약 1조 7,694억 원)이며, 이는 전년 대비 7.9% 증가한 수치임
- 그 뒤를 이어 조제식품 기타(약 10억 달러), 소 내장 부위 및 기타(냉동)(약 9.4억 달러), 포도주(약 8.9억 달러), 신선 체리(약 8.4억 달러), 밀크와 크림(약 8.2억 달러), 신선 두리안(약 6.3억 달러), 닭 절단 육과 설육(냉동)(약 6.3억 달러) 등이 주로 수입됨

<품목별 농식품 수입현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체	24,135,082	24,533,610	25,647,990	24,278,462	22,304,485	100.0	△8.1	△1.6
1 소고기(냉동, 뼈 없는 것)	1,390,345	1,570,257	1,770,175	1,400,600	1,510,811	6.8	7.9	1.7
2 조제식품 기타	877,529	904,249	1,143,234	999,232	1,006,924	4.5	0.8	2.8
3 소 내장 부위 및 기타(냉동)	789,090	982,149	1,132,813	1,011,260	949,555	4.3	△6.1	3.8
4 와인(2L 이하 용기)	1,482,837	1,470,832	1,466,086	1,056,691	893,843	4.0	△15.4	△9.6
5 채리(신선)	534,443	445,554	836,828	990,251	864,321	3.9	△12.7	10.1
6 밀크와 크림(설탕, 감미료 무첨가)	1,377,249	1,205,880	1,428,360	1,443,519	824,059	3.7	△42.9	△9.8
7 두리안(신선)	403,181	297,526	351,683	482,045	629,167	2.8	30.5	9.3
8 닭 절단육과 설육(냉동)	1,085,942	1,143,890	1,068,223	918,372	627,154	2.8	△31.7	△10.4
9 생수(기타)	579,398	613,965	611,710	613,387	565,147	2.5	△7.9	△0.5
10 돼지고기 기타(냉동)	673,025	830,761	552,229	447,991	556,814	2.5	24.3	△3.7

\* 출처: Global Trade Atlas

(2) 한국의 對 홍콩 농식품 수출 현황

□ 對 홍콩 수출 규모

- 2020년 농림축산식품 수출액은 3억 2,484만 달러(한화 약 4,362억 원)로 전년대비 4.6% 증가함
  - (농산물) 수출금액 중 가장 높은 비중(87.2%)을 차지함. 수출액은 3억 2,484억 달러(한화 약 3,800억 원)로 전년대비 0.4% 감소했으나 최근 5년간 연 평균 2.5%의 성장세를 보임
  - (축산물) 수출금액은 4,507만 달러(한화 약 527억 원)로 전년대비 88.6% 증가함. 돼지고기는 전년 대비 441.5% 증가한 953만 달러, 닭고기는 전년대비 84.4% 증가한 790만 달러, 소고기는 전년 대비 11.5% 증가한 349만 달러를 기록함. 특히 장기 보관이 가능하고 활용도가 다양한 스펀 등 돈육 가공품과 가정 간편식 수요 증가로 닭 가슴살 간편 조리식품과 치킨, 너겟 등 에어프라이어 전용 제품의 인기가 급증함
  - (임산물) 수출금액은 약 280만 달러(한화 약 33억 원)로 전년 대비 0.3% 증가함

<對 홍콩 농림축산식품 수출금액>

(단위 : 천 달러, %)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체	330,236.7	340,243.0	371,380.7	352,909.8	372,706.0	100	4.6	2.2
농산물	287,167.2	316,864.4	349,192.7	326,218.4	324,835.0	87.2	△0.4	2.5
축산물	39,732.1	19,551.1	18,888.9	23,900.4	45,072.5	12.1	88.6	2.6
임산물	3,337.4	3,827.5	3,299.1	2,791.0	2,798.5	0.8	0.3	△3.5

\* 출처 : KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 對 홍콩 수출 상위 품목

- 2020년 수출 상위품목은 자당, 맥주, 인삼류, 라면, 딸기 순임
  - (설탕) 관광객 감소, 식당 영업 제한으로 케이터링, 베이커리 등 주 유통처의 수요 감소로 전년 대비 3.6% 감소한 32,30만 달러(한화 약 378억 원)임
  - (맥주) 관광객 감소, 맥주의 주요 유통처인 술집 등 주류 판매점의 장기간 영업 제한 조치로 전년 대비 20.2% 감소한 25,14만 달러(한화 약 294억 원)임
  - (인삼류) 비교적 저렴한 홍삼조제품 판매는 증가했으나, 중국인 관광객 감소 및 고가품 수요 하락으로 뿌리삼 판매 급감해 전년 대비 17.9% 감소한 23,73만 달러임
  - (라면) 코로나19로 인한 식당 이용 제한으로 집에서 장기 보관이 가능하고 간편하게 요리할 수 있는 라면 소비 증가로 전년 대비 37.2% 증가한 1,752만 달러임

<對 홍콩 수출 상위 5개 품목>

(단위 : 천 달러, %)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체	388,594.2	392,546.3	424,184.7	413,305.5	432,217.7	100	4.6	2.2
1 자당	46,600.8	49,434.3	38,449.4	33,499.3	32,306.2	7.5	△3.6	△7.1
2 맥주	34,838.9	34,739.0	36,203.6	31,496.6	25,138.1	5.8	△20.2	△6.3
3 인삼류	18,593.8	21,335.5	28,997.2	28,899.2	23,734.2	5.5	△17.9	5.0
4 라면	12,535.4	12,295.2	13,972.1	12,765.1	17,519.5	4.1	37.2	6.9
5 딸기	12,424.1	17,349.5	17,448.9	17,282.4	17,359.8	4.0	0.4	6.9

\* 출처 : KATI농식품수출정보(www.kati.net)

## II. 농식품 시장현황

### 1. 시장 개요

#### (1) 시장규모 및 특성

##### □ 홍콩 식음료 시장 규모

- 유로모니터 자료에 따르면, 2020년 기준 홍콩 식음료 시장 규모는 전년 대비 11.1% 증가한 1,324억 홍콩달러(한화 약 19조 9,239억 원)임

##### □ 신선식품 소매 시장 규모

- 신선식품에서 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 육류
  - 2020년 금액 기준 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 육류로 소매시장 규모는 전년대비 8.2% 증가한 약 93억 홍콩 달러(한화 약 1조 4,024억 원)로 집계됨. 2016년부터 2018년까지는 감소세를 보였으나, 돼지고기 가격 급등, 2019년부터 홍콩 시위, 코로나19 영향으로 가정식 증가와 함께 육류 소매시장 규모도 증가함
  - 육류 다음으로 큰 비중을 차지하는 카테고리는 과일류(약 38.9억 홍콩달러), 채소류(28.5억 홍콩달러), 견과류(15억 홍콩달러), 계란(약 9.9억 홍콩달러) 등으로 집계됨

##### □ 가공식품 소매 시장 규모

- 스낵류, 쌀·파스타·면류, 빵류가 높은 비중을 차지함
  - 스낵류는 전년대비 11.7% 감소한 약 75억 홍콩달러(한화 약 1조 1,355억 원) 규모로 2019년부터 급감한 관광객 수에 영향으로 시장 규모가 감소함
  - 쌀, 파스타, 면류는 전년대비 20.7% 증가한 약 65.7억 홍콩달러규모로 코로나19로 인한 가정식의 증가와 불안 심리로 인한 사재기 등의 영향으로 소매 수요가 증가함
  - 가공 육류·해산물과 가공 과채류의 소매 시장 규모는 전년 대비 각각 16.8%, 15.1%의 높은 증가율을 기록하며 각각의 2020년 소매 판매액은 약 23.5억 홍콩달러, 약 5.6억 홍콩달러로 집계됨. 가공 육류·해산물 및 가공 과채류는 보관 및 재고 관리가 쉽고, 별도의 손질이 필요 없이 조리가 용이하여 2020년 가정식 수요 및 사재기 증가와 맞물려 성장함
  - 커피 및 차 제품의 역시 전년 대비 각각 10.3%, 13.9% 증가한 27.8억 홍콩달러, 4.3억 홍콩달러를 형성하였는데, 코로나19로 인한 외식업계의 제한적 운영과 재택근무 증가 등으로 해당 카테고리 소매 판매가 증가함
  - 영유아 식품은 출산율 감소 영향으로 최근 5년간 연평균 27.6% 감소함. 특히 2020년에는 전년대비 68.2% 감소한 18.4억 홍콩달러를 기록하였는데, 코로나19로 인한 국경의 제한으로 홍콩에서 분유를 사가는 중국 관광객이 급감하자 영유아 식품이 직격타를 입음

### □ 펫푸드 소매 시장 규모

- 펫푸드 시장은 최근 5년간 연평균 6.9%의 성장률을 보이고 있으며, 2020년에는 전년 대비 12% 증가한 약 47억 홍콩달러(한화 약 7,089억 원)의 소매시장 규모를 형성함. 특히 코로나19 확산으로 가정에서 머무는 시간이 증가하자 외로움을 해소하기 위해 반려동물을 양육하는 가정이 증가하고 반려동물의 건강을 고려해 프리미엄 사료를 선택하는 소비자가 증가하면서 펫푸드 시장도 함께 성장함

<주요 품목 소매시장 규모(2016~2020)>

(단위 : 백만 홍콩 달러)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	전년비 ('19/20)	연평균 ('16/20)
<b>신선식품</b>							
-육류	10,176.1	9,660.4	8,193.9	8,604.9	9,313.0	8.2	△1.8
-과일	3,696.0	3,870.2	3,990.2	4,022.9	3,896.8	△3.1	1.1
-채소	2,701.7	2,401.9	2,670.4	2,558.0	2,856.8	11.7	1.1
-견과류	1,353.7	1,407.4	1,458.7	1,459.1	1,507.6	3.3	2.2
-계란	878.4	844.3	891.9	942.4	996.4	5.7	2.6
-근채류	682.8	676.8	672.7	699.4	765.2	9.4	2.3
-두류	70.8	69.9	71.8	72.3	80.5	11.3	2.6
<b>가공 식품</b>							
-스낵류	8,778.9	9,007.3	9,243.6	8,550.4	7,552.6	△11.7	△3.0
-쌀, 파스타, 면류	4,859.0	4,865.0	5,027.5	5,445.4	6,574.8	20.7	6.2
-빵류	4,938.1	5,121.7	5,369.7	5,619.7	5,416.4	△3.6	1.9
-유제품	4,450.6	4,572.4	4,736.5	4,772.6	4,836.4	1.3	1.7
-커피	2,067.8	2,202.7	2,350.3	2,524.3	2,784.8	10.3	6.1
-가공육류·해산물	1,860.3	1,895.1	1,924.1	2,013.6	2,351.8	16.8	4.8
-영유아 식품	9,240.5	8,151.2	7,066.8	5,799.9	1,843.4	△68.2	△27.6
-소스 및 조미료	1,300.8	1,332.4	1,360.8	1,384.5	1,447.8	4.6	2.2
-간편 조리식품	1,188.0	1,265.0	1,344.8	1,391.9	1,433.6	3.0	3.8
-식용유	1,083.2	1,076.3	1,069.6	1,060.3	1,104.7	4.2	0.4
-가공 과채류	475.0	474.6	474.5	491.1	565.2	15.1	3.5
-아침 시리얼	400.9	421.6	437.2	457.5	496.2	8.5	4.4
-차	340.6	352.9	368.2	385.0	438.7	13.9	5.2
<b>펫푸드</b>	<b>3,374.5</b>	<b>3,627.7</b>	<b>3,915.4</b>	<b>4,203.9</b>	<b>4,709.5</b>	<b>12.0</b>	<b>6.9</b>

\* 소매 판매액 (Retail Value RSP) 기준, 주요 품목 기준으로 집계함. 수산물·주류 시장 규모 제외

\*출처 : Euromonitor, Market Sizes in Hong Kong, China 자료를 바탕으로 재가공

## (2) 소비 인구 및 특성

### □ 소비 인구<sup>2)</sup>

- (연령) 2020년 말 기준 홍콩의 인구수는 약 747만 명이며, 50대가 전체 인구의 15.9%를 차지하고, 40대(15.4%), 30대(15.3%), 60대(14.3%), 20대(11.2%), 70대(7.3%), 80대 이상(5.4%) 순의 인구분포도를 보임

- (성별) 남성 약 340만명, 여성 약 406만 명으로 여성 비율(54.4%)이 남성보다 높음

<2020년 말 기준 연령별 홍콩 인구수>

(단위: 천명, %)

연령	0~9세	10~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세	70~79세	80세 이상	합계
인구수	551.9	580.7	838.2	1,143.5	1,148.6	1,190.1	1,066.4	549.2	405.6	7,474.2
비율	7.4	7.8	11.2	15.3	15.4	15.9	14.3	7.3	5.4	100.0

<2020년 말 기준 성별 홍콩 인구수>

(단위: 천명, %)

연령	남성	여성	합계
인구수	3,409.7	4,064.5	7,474.2
비율	45.6	54.4	100.0

\*출처 : Census and Statistics Department, 「Population by Sex and Age」 2021.02.18.

### □ 소비 성향<sup>3)</sup>

- 홍콩 가구 월 평균 식비에 26.8% 지출

- 2020년 홍콩 가구의 월 평균 지출 금액은 30,230홍콩 달러(한화 약 455만원)이며, 월 평균 식비 지출 금액은 8,107홍콩 달러(한화 약 122만원)로 전체 지출 금액의 26.8%를 차지해, 주거비(11,865홍콩 달러) 다음으로 높은 비중을 차지함

<홍콩 가구 월 평균 지출 금액>

(단위: 홍콩달러, %)

	2010년		2015년		2020년	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
전체	21,623	100.0	27,627	100.0	30,230	100.0
- 식비	5,859	27.1	7,554	27.3	8,107	26.8
- 주거비	7,093	32.8	9,894	35.8	11,865	39.3
- 공과금(전기 가스 수도 등)	630	2.9	740	2.7	688	2.3
- 주류 및 담배	133	0.6	151	0.5	157	0.5
- 의류 및 신발	861	4.0	955	3.5	748	2.5
- 내구재(가구, 식기 등)	886	4.1	892	3.2	1,312	4.3
- 잡화(책, 신문, 생필품 등)	920	4.3	1,038	3.8	1,062	3.5
- 교통	1,792	8.3	2,081	7.5	2,033	6.7
- 서비스(교육비, 의료, 여가 등)	3,449	16.0	4,323	15.6	4,257	14.1

\*출처 : Census and Statistics Department, 「Household Expenditure Survey」, 2021.06, 2016.04, 2011.04

- 홍콩소비자의 높은 외식 선호도 - 식비에서 외식비용 62.2% 차지

- 2020년 홍콩 가구의 월 평균 식비는 8,107홍콩 달러(한화 약 122만원)이며, 외식비용이 5,045홍콩 달러(한화 약 76만원)로 전체 월 평균 식비의 62.2%를 차지해 외식에 대한 높은 선호도를 반영함

- 육류 구매에 가장 많은 비용 지출

- 돼지고기, 냉동 육류, 가금육, 소고기 등 육류 구매에 월 957홍콩달러(한화 약 14만원)를 지출해 월 평균 식비의 11.8%를 차지함. 돼지고기 월 지출 비용은 392홍콩달러(한화 약 6만원)로 단일 품목으로 가장 지출 비용이 높은 항목임
- 수산·곡물 가공 식품 및 음료 등 가공식품에 월 평균 식비의 8.4%에 해당하는 670 홍콩달러(한화 약 10만원)를 지출하는 것으로 집계됨

<홍콩 가구 월 평균 식품 지출 금액>

(단위: 홍콩달러, %)

	2010년		2015년		2020년	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
식품	5,859	100.0	7,554	100.0	8,107	100.0
- 외식(포장 포함)	3,695	63.1	4,948	65.5	5,045	62.2
- 신선식품	1,462	25.0	1,775	23.4	2,208	27.1
- 돼지고기	242	4.1	296	3.9	392	4.8
- 채소(신선)	245	4.2	303	4.0	371	4.6
- 육류(냉동)	92	1.6	117	1.5	270	3.3
- 바닷고기	161	2.7	230	3.0	260	3.2
- 신선 과일	152	2.6	196	2.6	231	2.8
- 가금류	86	1.5	94	1.2	124	1.5
- 유제품	101	1.7	103	1.4	102	1.3
- 소고기	49	0.8	61	0.8	96	1.2
- 기타 해산물	63	1.1	94	1.2	92	1.1
- 민물고기	86	1.5	97	1.3	80	1.0
- 기타 육류	88	1.5	90	1.2	75	0.9
- 쌀	69	1.2	60	0.8	64	0.8
- 계란	28	0.5	34	0.5	51	0.6
- 가공 식품	534	9.1	631	8.5	670	8.4
- 수산 가공식품	104	1.8	142	1.9	175	2.2
- 기타 곡물·곡물 가공품	56	1.0	62	0.8	87	1.1
- 기타 무알콜 음료	67	1.1	74	1.0	79	1.0
- 식용유	34	0.6	38	0.5	33	0.4
- 조미료	29	0.5	31	0.4	33	0.4
- 당과류	32	0.5	36	0.5	22	0.3
- 탄산음료	17	0.3	13	0.2	18	0.2
- 통조림 육류	14	0.2	14	0.2	17	0.2
- 가공 채소	11	0.2	12	0.2	15	0.2
- 가공 과일	6	0.1	8	0.1	7	0.1
- 설탕	5	0.1	5	0.1	5	0.1
- 기타	159	2.8	196	2.6	179	2.3

\*출처 : Census and Statistics Department, 「Household Expenditure Survey」, 2021.06, 2016.04, 2011.04

2) Census and Statistics Department, 「Population by Sex and Age」 2021.02.18

3) Census and Statistics Department, 「Household Expenditure Survey」, 2021.06, 2016.04, 2011.04



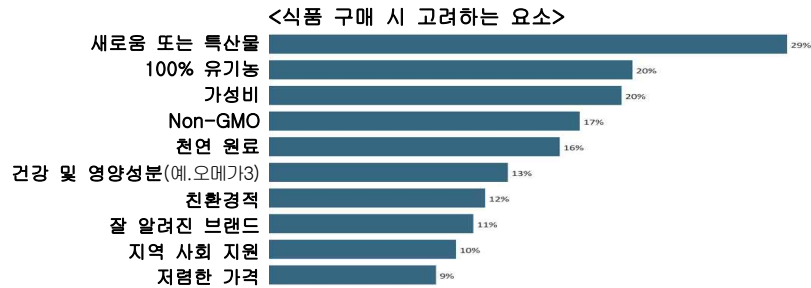
## 2. 시장 트렌드

### (1) 주요 트렌드

#### □ 건강한 식재료에 대한 관심 증가<sup>4)5)6)</sup>

##### ○ 가격보다 중요한 새로움과 건강

- 코로나19 확산으로 건강에 대한 관심과 가정 요리가 증가함에 따라 홍콩 소비자는 자신이 섭취하는 식품에 더 많은 관심을 가짐. 식품 구매 시 주요 고려 요소에는 ‘새로움 또는 특산물(29%)’이 가장 높았으며, ‘저렴한 가격(9%)’보다 ‘100% 유기농(20%)’, ‘Non-GMO(17%)’, ‘천연 원료(16%)’, ‘건강 및 영양성분(13%)’, ‘친환경적(12%)’과 같은 식품의 안정성과 건강관련 요소를 더욱 중시하는 것으로 집계됨



\*출처: Euromonitor, 「Consumer Lifestyles in Hong Kong」, 2021.7

##### ○ 지속 가능한 식재료에 대한 인식 증가

- 건강과 지속 가능한 식재료에 대한 인식 증가와 함께 육류 섭취를 줄이고 채식에 대한 수요가 증가함. 음식 배달 회사 딜리버루는 최근(21.4) 채식 식품 주문이 1년 사이에 160% 증가했다고 전함
- 동물복지, 환경 등이 주요 이슈로 떠오르면서 채식에 대한 관심이 고조되고, 레스토랑 등으로 공급이 확대되면서 식물성 대체육류를 시도해보는 소비자도 증가함에 따라 식물성 대체 육류제품의 수요가 증가함

##### ○ BFY 식품 인기

- ‘무(無)첨가’, ‘저(低)첨가’ 및 ‘저(低)칼로리’ 등 일반적으로 더 건강하다고 인식되는 BFY(Better for you) 식품의 수요가 증가함. 특히 건강에 이로운 식재료를 찾으려는 저지방 및 무지방, 저설탕 및 무설탕, 저나트륨, 저칼로리, 무호르몬, 무항생제 식품에 대한 수요가 증가함

4) Euromonitor, 「Consumer Lifestyles in Hong Kong」, 2021.7

5) Euromonitor, 「Better For You Packaged Food in Hong Kong, China」, 2021.01

6) Euromonitor, 「Free From in Hong Kong, China」, 2021.01

#### □ 간식 섭취 증가<sup>7)</sup>

##### ○ 홍콩 소비자 43% 코로나19기간 간식 섭취 증가

- 2020년 선라이프(Sun Life)가 20~55세 홍콩인 916명을 대상으로 실시한 ‘코로나19 기간 홍콩인의 식습관 변화’ 조사에 따르면 응답자의 43%가 코로나19 기간 간식의 섭취가 증가했다고 답함
- 간식을 더 많이 섭취하는 주된 이유는 ‘집에 머무는 스트레스 완화 및 즐거움(58%)’, ‘코로나19기간 슈퍼마켓 쇼핑 횟수 증가로 간식을 구매 횟수 증가(43%)’로 집계
- 선호 간식은 감자 칩(56%), 비스킷(46%), 아이스크림(39%), 초콜릿(32%), 케이크(31%) 순임

**<코로나19 확산 기간 홍콩의 인기 스낵>**

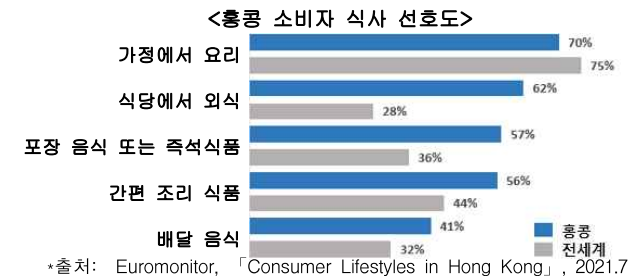
순위	스낵	응답률	주당 평균 섭취 횟수
1	감자 칩/새우 크래커	56%	3.2회
2	비스킷/쿠키	46%	3.7회
3	아이스크림	39%	2.7회
4	초콜릿	32%	3.3회
5	케이크	31%	2.5회

\*출처: Sun Life, 「Survey Reveals Hong Kongers Obtain Happiness from Food During Pandemic」, 2020.10.21.

#### □ 외식, 포장 음식, 간편 조리식품, 배달 음식에 대한 선호도는 전 세계 평균 이상<sup>8)</sup>

##### ○ 가정 요리, 고품질 테이크 아웃 음식 및 프리미엄 간편 조리식품에 대한 수요 증가

- 홍콩은 협소한 주방시설과 발달된 외식산업으로 외식 및 테이크아웃 음식 문화가 잘 발달되었으나, 최근 코로나19가 지속되면서 소비자들은 가정에서의 요리가 증가하고, 고품질 테이크아웃 음식 및 프리미엄 간편 조리식품에 대한 수요가 증가함
- 유로모니터가 2021년 실시한 홍콩 소비자의 식사 선호도 조사에 따르면, ‘가정에서 요리’에 대한 선호도는 70%로 가장 높았으나 전 세계 평균 75%보다는 낮은 것으로 조사됨. 반면, ‘식당에서의 외식(62%)’, ‘포장 음식 또는 즉석 식품(57%)’, ‘간편 조리 식품(56%)’, ‘배달 음식(41%)’에 대한 선호도가 전 세계 평균 이상으로 높은 것으로 나타남



\*출처: Euromonitor, 「Consumer Lifestyles in Hong Kong」, 2021.7

7) Sun Life, 「Survey Reveals HongKongers Obtain Happiness from Food During Pandemic」, 2020.10.21

8) Euromonitor, 「Consumer Lifestyles in Hong Kong」, 2021.7

□ **코로나19 이후 전자 상거래 시장 빠르게 성장<sup>9)</sup>**

○ 온라인 식음료 시장 전년대비 79% 급증

- 2020년 온라인 식음료 시장규모는 전년 대비 79% 증가한 약 34억 홍콩달러(한화 약 5,120억 원)임
- 홍콩은 높은 수준의 디지털 도시이자 오랜 전자 상거래 역사를 가졌으나, 오프라인 쇼핑 선호, 전자 결제 비선호, 물류서비스 부족 등으로 전자 상거래 시장발전은 더딘 편이었음. 그러나 코로나19의 여파로 온라인 구매 선호 및 디지털 지갑 이용이 증가하고 유통업계의 온라인 시장 투자 증가, 배송 시간 단축 경쟁 등에 힘입어 식료품 온라인 시장은 빠르게 성장함
- 2020년 기준 식품을 포함한 온라인 플랫폼별 전체 매출 규모는 홍콩티비몰(HKTVmall)이 56.4억 홍콩달러(한화 약 8,376억원)로 1위, 아마존(Amazon), 지마켓(GMarket), 티몰(Tmall) 등 직구몰이 그 뒤를 이음
- 홍콩티비몰(HKTVmall)의 2020년 매출액은 전년 대비 110%증가한 56.4억 홍콩달러로 홍콩 전자 상거래 시장의 11.8%해당함. 특히 식료품 매출은 전년 대비 154% 증가한 27.2억 홍콩 달러(한화 약 4,039억원)로 전체 매출액의 약 47%를 차지함

□ **저칼로리 식품 인기**

○ 탄수화물을 줄인 ‘저칼로리·저탄수화물’ 간편 조리식품

- 코로나19 확산 이후 활동량이 급격히 줄어들면서 하루에 필요한 총 칼로리도 달라지자, 젊은 소비층을 중심으로 저탄수화물·저칼로리에 대한 높은 관심 및 수요와 함께 다양한 저칼로리 제품이 등장함
- 탄수화물의 섭취를 줄이고자하는 소비자를 겨냥해 브로콜리 및 콜리플라워, 곤약 등을 활용한 쌀·면 대체 간편 식품이 다양하게 출시되고 있음

<탄수화물을 줄인 저칼로리·저탄수화물 식품>



YOUNI/홍콩산 콜리플라워 밥 치킨 커리 HK\$38/370g

Full Green/영국산 콜리플라워& 브로콜리 밥 HK\$79/200g\*2

Better than foods/중국산 곤약밥 HK\$70/385g\*2

Heodak/한국산 닭가슴살김치곤약볶음밥 HK\$60/250g

9) Euromonitor, 「Food and Drink E-Commerce in Hong Kong, China」, 2021.02

(2) 이슈 품목

□ **신선식품**

○ **8424 수박<sup>10)</sup>**

- 2020년 부터 홍콩에서 중국산 ‘8424수박’ 이 인기를 얻기 시작함. 1984년 중국 ‘신장농업과학원(新疆農業科學院)’ 은 최고의 수박을 연구하기 위해 당도·수분·과육·맛 등이 다른 30종의 수박을 개발했으며 그중 24번 샘플이 모든 면에서 높은 점수를 받아 84년도 24번 품종이란 뜻의 ‘8424’ 브랜드가 탄생함
- 8424수박은 달고 부드러운 과육으로 인기가 많지만, 껍질이 0.4~1cm 정도로 얇아 운송 중 ‘파열’ 이 일어나기 쉬워 수출이 용이하지 않았음. 그러나 최근 수박을 감쌀 수 있는 종이상자 포장으로 포장·운송이 개선됨에 따라 홍콩 수출 및 취급 유통 채널이 증가하고 홍콩에서 큰 인기를 얻고 있음. 8424 스티커, 전용 박스 등을 활용해 타국산 수박 및 품종과 차별화해 나가고 있음
- 계절은 5월~9월로 60~80홍콩달러에 판매됨. 1개당 평균 무게는 4~7kg이며, 중앙 당도는 12~14 브릭스임

<홍콩 재래시장 및 슈퍼마켓 등에서 판매되는 8424 수박>



| 8424수박 |

| 제품포장용 상자 |

| 재래시장 판매 |

| 슈퍼마켓 판매 |

○ **태국산 무(無)호르몬·무(無)항생제 신선 육류 제품**

- 태국산 돼지고기, 닭고기 등 육류 제품은 무호르몬 및 무항생제 냉장 제품임에도 불구하고 합리적인 가격으로 판매해 인기가 높음. 일부 브랜드는 공신력 있는 인증 기관으로부터 무(無)항생제 사육 인증을 받아 소비자의 신뢰를 높이고, 부위 및 용도 별로 제품 라인을 세분화 하여 소비자의 편의성을 높임
- 뿐만 아니라 100g 당 10~19홍콩 달러에 냉장 돼지고기를 판매하고 있어 경쟁국의 일반 냉동 돼지고기와 유사한 가격대를 형성해 가격 경쟁력도 매우 높음

10) hket, 【夏天必食】「8424」西瓜今年大熱 營養師：一碗約45卡路里有助抗癌抗衰老, 2020.07.24

<태국산 브랜드 'S-Pure' 냉동 가금류 제품>



| 부위별로 세분화한 위생적인 포장 |



| 미국 위생협회의 무(無)항생제 인증 |

○ 슈퍼마켓 자체 브랜드 상품<sup>11)</sup>

- 홍콩 주요 슈퍼마켓은 차별화 및 경쟁력 강화를 위해 자체 브랜드 상품을 다양하게 출시하고 있음. 웰컴은 1985년에 저렴한 가격에 초점을 맞춘 자체 브랜드 ‘특혜패(特惠牌)’를 처음으로 출시한 이후 지속적인 경제 발전과 소비자의 제품에 대한 요구 수준이 높아지자 2020년에는 합리적인 가격의 고품질을 특징으로 한 자체 브랜드 ‘메도우즈(Meadows)’를 새롭게 출시하고 진열대에 취급 비중을 높여나감
- 일반 브랜드 제품 보다 20~30% 저렴한 가격과 우수한 품질을 앞세워 전 세계 26개국에서 직접 소싱한 450종의 제품을 런칭함. 원산지를 국기로 표시하고 대형 슈퍼마켓에서 품질을 보증하여 소비자에게 신뢰감을 형성함. 특히 네덜란드산 방울토마토, 호주산 소고기, 미국산 견과류가 인기가 높음. 한국산 제품은 팥이 버섯 등이 있음

<대형 슈퍼마켓 자체 브랜드 신선 식품>



| 호주산 소고기 |



| 네덜란드산 방울 토마토 |



| 미국산 견과류 믹스 |



| 프랑스산 사과 |



| 한국산 팥이 버섯 |

○ 실내 농장에서 재배된 홍콩산 농산물

- 홍콩의 좁은 농경지와 안전한 먹거리에 대한 수요로 실내 농장이 증가함. 실내에서 재배된 농산물은 철저히 관리된 환경에서 재배되어 식품 안전성이 보장될 뿐만 아니라, 외부 요인과 무관하게 연중 생산이 가능해 가격 변동성이 낮음. 최근 친환경에 대한 소비자의 높아진 관심과 맞물려 푸드마일(food miles)이 낮고 지속가능한 방법으로 재배된 홍콩산 농산물의 인기가 높음

- (무공해 셀러드 채소) 싱가포르 농업 기술 스타트업 기업 ‘Sustenir Agriculture’는 홍콩에 수경 재배 시설을 구축하고 토스카노 케일(Toscana Kale), 컬리 케일(Curly Kale) 베이비 케일(Baby Kale) 등을 생산, 현재('21.08) 1팩(125g)당 35홍콩달러에 판매함
- (홍콩산 버섯) 버섯은 계절이나 기후에 영향을 받지 않고 실내에서 연중 재배가 가능해 홍콩의 실내 농장에서 생산하기 적합한 작물임. 홍콩 내 버섯 재배 업체 수와 규모는 증가하고 있으며 유통매장에서도 홍콩산 버섯을 쉽게 찾을 수 있음

<홍콩의 실내 농장에서 재배되는 홍콩산 농산물>



홍콩산 토스카노 케일  
HK\$35/125g



홍콩산 컬리 케일  
HK\$35/125g



유기농 포터벨로 버섯  
HK\$36.9/250g



유기농 갈색 양송이버섯  
HK\$26.9/200g

□ 가공 식품

○ 한국산 프라이밍 스낵 인기

- 가정에서 식사가 증가하면서 한국산 냉동 간편 조리 제품의 수요도 급증함. 특히 만두, 피자 등 한정적인 구성에 그쳤던 냉동식품이 조리가 쉬운 에어프라이기 보급이 확대됨에 따라 핫도그, 치킨, 베이커리 생지, 돈가스 등 프라이밍 스낵(Frying snack)으로 확대됨. 유통매장은 매장 내 주요 동선에 한국산 냉동 간편 조리 제품을 집중 배치하거나 냉동 제품 진열대에 한국산의 비중을 넓히는 등 한국산 프라이밍 스낵 취급을 확대해 나가고 있음
- 홍콩의 주방은 매우 협소하며, 조리 시설을 갖추지 않은 가정도 많음. 미국, 유럽 등의 피자, 냉동 생지 등 냉동 간편식 제품은 주로 오븐 전용으로 출시되어 소비자 확대에 한계가 있지만, 에어 프라이어 등 소형 가전을 사용하는 한국산 프라이밍 스낵은 조리 과정이 간편하고 활용도가 높아 향후에도 인기가 지속될 전망

<한국산 프라이밍 스낵>



| 불고기 피자 |  
HKD25.9/120g



| 핫도그 |  
HKD63.9/400g



| 돈가스 |  
HKD53/320g



| 너비아니 |  
HKD75/390g



| 피자 |  
HKD56.9/425g

11) HK01, 「「特惠牌」年底逐淡出 惠康大手革新自家品牌 雙線搶攻市場」, 2021.07.17

○ **홍콩산 수제 맥주와 저알콜 맥주<sup>12)</sup>**

- 코로나19 확산으로 식당·술집이 제한적으로 운영되자 주류의 소매 유통이 증가했으며, 특히 수제 맥주 소비와 저알콜 맥주 소비가 증가함
- 홈(Home)술족이 증가하면서 술을 즐기고 싶지만 높은 도수와 건강을 염려하는 젊은 세대들이 프리미엄 수제맥주를 선호하거나 저알콜 맥주를 소비하는 것으로 조사됨
- 특히 홍콩산 제품을 선호하는 분위기로 홍콩산 수제맥주의 인기도 높아지고 있는데, '20년 기준 홍콩 소재 18개의 양조장에서 재료와 제조 과정에 창의성을 더해 색다른 맛과 향을 가진 수제 맥주를 생산중임

<저알콜 맥주 및 홍콩산 수제 맥주>



○ **프리미엄 인스턴트면<sup>13)</sup>**

- 간단하게 한끼를 해결할 수 있는 인스턴트 면이 꾸준히 사랑받는 가운데, 중저가형 라면보다 프리미엄 인스턴트면에 대한 선호도가 높음
- 특히 대만 제품의 판매가 눈에 띄는데, 대만의 인스턴트 면은 가격이 비싸지만, 세련된 포장과 독특하고 다양한 맛, 풍부한 건더기 등 높은 품질로 집에서든 식당에서 주문한 것과 같은 맛과 식감을 느낄 수 있으며, 대만 여행에서 즐겨먹던 맛을 그리워하는 소비자들의 사랑을 받음

<대만산 프리미엄 인스턴트 면>



○ **식물성 대체 육류 및 식물성 대체 육류 간편 조리 식품**

- 코로나19의 확산과 함께 건강에 대한 관심이 고조되면서, 채식 위주로 식사하고 필요에 따라 육류나 생선을 먹는 '플렉시테리언(flexitarian) 식단'에 대한 선호도가 증가한 것으로 나타남. 특히 사회적 거리두기 조치로 가정에서 요리가 증가하자 식물성 대체 육류를 시도해보는 소비자가 증가함
- 요리에 익숙하지 않고 바쁜 현대인들을 위해 식물성 대체 육류 주재료로 한 만두, 볶음밥, 볶음면 등 간편 조리 식품 출시 및 유통이 활발함. 유니포크를 활용한 '옵니이트(OmniEat)'는 홍콩 전역에 위치한 800개의 세븐일레븐 매장에서 판매를 시작해 대중화되고 있으며, 임파서블 역시 자사 제품을 활용한 간편 조리식품을 출시해 시장을 확대해 나가고 있음

<식물성 대체 육류 간편 조리 식품>



12) Euromonitor, 「Beer in Hong Kong, China」, 2021.05

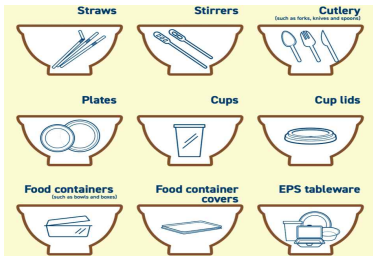
13) Euromonitor, 「Rice, Pasta and Noodles in Hong Kong, China」, 2021.05

### 3. 농식품 관련 정책

#### (1) 농식품 관련 현지 정부 정책 동향<sup>14)15)</sup>

##### □ 2025년부터 식당에서 플라스틱 식기 사용 금지 및 쓰레기 종량제 입법회 통과

- 2021년7월9일 홍콩 정부는 케이터링(catering)에서 모든 종류의 일회용 플라스틱 식기 금지를 목표로 일회용 플라스틱 사용을 줄이기 위한 2단계 계획을 발표함. 2025년부터 단계별로 시행될 예정이며, 1단계에는 홍콩 현지에서 폴리스티렌(polystyrene, EPS) 식기 판매를 금지하고, 케이터링 시설에서 일회용 플라스틱 빨대·수저·접시 제공을 금지하며, 2단계에는 테이트 아웃 서비스로 확대해 일회용 플라스틱 컵·뚜껑과 식품 용기에 접목할 예정임
- 2021년8월26일 쓰레기 배출 요금제도 법안이 입법회를 통과함. 시스템 마련을 위해 약 18개월 간의 준비기간을 거친후 본격적으로 시행될 예정임. 주거단지, 건물, 상점 등 정부의 쓰레기 수거 서비스를 이용하는 주민과 사업체는 향후 지정된 쓰레기봉투를 사용해 쓰레기를 배출해야함. 지정 쓰레기봉투는 정부가 제작하며 15리터 쓰레기봉투는 장당 1.7홍콩달러로 책정되었으며 크기에 따라 총 9종이 공급될 예정임



| 홍콩 정부가 금지하려는 플라스틱 식기의 종류 |



| 도입 예정인 지정 쓰레기 봉투 |

##### □ 「식품 내 유해 물질(개정) 규정 2021」 공보

- 공고 일자 : 2021년 6월 11일
- 시행 일자 : 2023년 6월 1일 (일부 2023년 12월 1일)
- 주요내용
  - 「2021년 식품 내 유해물질(개정) 규정」을 발표하고 산업적으로 생산되는 트랜스 지방 및 미코톡신(mycotoxin)과 같은 유해 물질 규제를 강화함
  - 식품 내 유해 물질 규제 업데이트 및 강화 (시행 일자: 2023년 6월 1일)
    - 식품 내 3가지 유형의 미코톡신(아플라톡신(aflatoxin), 디옥시니발레놀(deoxynivalenol), 파툴린(patulin))의 규제를 업데이트하고 강화함

14) SCMP, 「Hong Kong to ban plastic cutlery at restaurants in four years, but green groups call for faster action」, 2021.07.09  
 15) am730, 「垃圾徵費懶人包 | 違規罰款幾多錢? 按量收費垃圾袋分9種大細」, 2021.08.26

- 식용유지, 조미료 또는 영유아용 조제분유 등에서의 5가지 유해 물질(벤조피렌(benzo[a]pyrene), 글리시딜 지방산 에스터(glycidyl fatty acid esters), 멜라민(melamine), 3-MCPD(3-monochloropropane-1,2-diol), 에루신산(erucic acid))에 대한 최대 허용치를 설정하거나 업데이트함

#### <업데이트 및 강화 된 식품 내 유해 물질 규제 규정>

유해 물질	적용 식품	최대 허용치
아플라톡신 B1 (Aflatoxin B1)	영유아 분유	0.1 µg/kg
	36개월 미만용 기타 식품	0.1 µg/kg
아플라톡신 M1 (Aflatoxin M1)	영유아 분유 (12개월 미만용)	0.025 µg/kg
	기타 우유 및 분유	0.05 µg/kg
아플라톡신 (B1, B2, G1, G2 합)	아몬드, 브라질넛, 헤이즐넛, 땅콩, 피스타치오	15 µg/kg
	땅콩, 아몬드, 브라질넛, 헤이즐넛, 피스타치오 가공 식품	15 µg/kg
	조미료(Spices) 기타 식품	10 µg/kg
벤조피렌 (benzopyrene)	유지 또는 유지 혼합물	5 µg/kg
	영유아 분유 (12개월 미만용)	1 µg/kg
디옥시니발레놀 (deoxynivalenol)	36개월 미만 영유아용 곡류 기반 식품	200 µg/kg
에루신산 (Erucic acid)	카놀라유 (Low erucic acid rapeseed oil)	전체 유지함량의 2%
	유지 또는 유지 혼합물	전체 유지함량의 5%
	유지 또는 유지 혼합물 첨가 식품	전체 유지함량의 5%
글리시딜 지방산 에스터 (Glycidyl fatty acid esters)	영유아 분유 (12개월 미만용)	50 µg/kg
	영유아 액상 분유 (12개월 미만용)	6 µg/kg
멜라민 (Melamine)	우유	0.15 µg/kg
	36개월 미만 영유아용 기타 식품	1mg/kg
	임산·수유부용 식품 기타 식품	1mg/kg 2.5mg/kg
파툴린 (patulin)	사과 주스 및 사과 주스 첨가 음료	50 µg/kg
3-MCPD (3monochloropropane 1,2-diol)	산 가수분해 된 식물성 단백질을 함유 한 고체 조미료	1mg/kg
	산 가수 분해 된 식물성 단백질을 포함하는 기타 조미료	0.4mg/kg

\* 출처 : 홍콩식품 안전센터 ([www.cfs.gov.hk](http://www.cfs.gov.hk))

- 식품 내 경화유 사용 제한 (시행 일자: 2023년 6월 1일)
  - ‘부분 경화유(partially hydrogenated oil)’ 즉 산업적으로 생산된 트랜스지방산의 주요 공급원을 식품 금지 물질로 지정함
  - ‘완전 경화유(fully hydrogenated oil)’ 가 포함된 식품은 개정된 「식품 및 의약품 (구성 및 라벨링(개정) 2021(Food and Drugs(Composition and Labelling)(Amendment) Regulation 2021)」에 따라 라벨링의 성분 목록(list of ingredient)에 표시해야 함
  - 2023년까지 산업적으로 생산된 트랜스 지방을 제거하겠다는 WHO의 목표를 반영함

### Ⅲ. 농식품 유통현황

#### 1. 유통 현황 및 특징

##### (1) 유통 현황

###### □ 홍콩 유통 시장 규모

- 식품 유통은 주로(97.4%) 오프라인 유통을 통해 이루어지며, 온라인 유통 채널 비중은 2.6%로 매우 낮음
- (오프라인 시장 규모) 2020년 규모는 약 1,290억 홍콩 달러(한화 약 19조 4,045억 원)로 전년대비 10%증가함
  - 2020년 매출 금액에 따른 유통 채널별 점유율은 슈퍼마켓이 668억 홍콩 달러로 50.5%의 점유율을 차지하며, 전통 식료품점(460억 홍콩달러, 34.7%), 편의점(153억 홍콩달러, 11.5%), 기타(59.6억 홍콩달러, 0.8%) 순으로 나타남
- (온라인 시장 규모) 2020년 규모는 34억 홍콩달러(한화 약 5,118억 원)로 전체 식품 시장 규모의 2.6%를 차지함. 전염병 확산에 따른 소비자의 구매패턴 변화, 유통업계의 적극적인 전자 상거래 투자, 모바일 결제 확대 등이 맞물려 전년대비 78.9% 증가함

<홍콩 소매 형태별 식음료 시장 규모(매출액)>

(단위 : 백만 홍콩달러, %)

소매 형태	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년		전년비 (19/20)	연평균 (16/20)	
	매출액	매출액	매출액	매출액	비율	비율			
식음료 소매 매출액	108,429	110,121	114,388	118,829	100	132,414	100	11.4	4.1
- 슈퍼마켓	52,450	52,345	54,083	56,599	47.6	66,824	50.5	18.1	5.0
- 전통소매점	39,701	40,924	42,611	43,675	36.8	45,966	34.7	5.2	3.0
- 편의점	14,447	14,658	15,072	15,655	13.2	15,257	11.5	△2.5	1.1
- 기타	912	929	981	999	0.8	965	0.8	3.4	1.1
- 전자 상거래 시장	920	1,265	1,642	1,902	1.6	3,403	2.6	78.9	29.9

\*출처: 유로 모니터, 「Retailing in Hong Kong」, 2021.02

###### □ 오프라인 유통 시장

- 홍콩에는 800개 이상의 슈퍼마켓과 약 1,300개의 편의점이 있으며, 100개 이상의 재래시장이 있어 전반적으로 오프라인 매장에서 식료품의 구매가 매우 용이함
- 전통 재래시장
  - 신선 농산물·육류·살아있는 가금류 등 주로 공급하며 인근 주민 이용률이 높음
  - 슈퍼마켓 및 대형유통 체인점보다 상대적으로 가격이 저렴하나 편리성 측면에서 침체를 겪고 있음

###### - 슈퍼마켓 및 대형유통 체인점

- 대기업이 운영하며 주식, 스낵, 음료 및 가정용품과 같은 광범위한 제품을 제공함
  - 카드사 제휴 할인 및 할부 혜택, 적립금 적립, 사은품 제공 등 다양한 프로모션 제공
  - 매장 수가 많아 접근성이 용이하고 식품에서 생활용품 및 개인용품 등 모든 것을 한 번에 살 수 있으며 재래시장보다 운영 시간이 길어 편리함
- ###### - 독립 식료품점
- 전형적으로 크기가 작은 매장으로 운영되며, 신선 농산물보다는 재고관리가 용이한 기본 품목을 제공함

###### ○ 슈퍼마켓 체인점과 편의점이 발달

- 홍콩은 좁은 면적과 높은 인구 밀도로 인해 가정 내 주방 면적이 매우 좁고 집에 식품을 보관할 수 있는 공간도 부족하기 때문에 직접 조리하기보다는 외식을 하거나 필요한 식료품을 필요할 때마다 소량으로 자주 구입하는 식문화를 가지고 있음
- 주거단지 주변에는 다양한 슈퍼마켓 체인과 편의점, 재래시장 등 식료품 구매가 가능한 점포들이 자리 잡고 있어 식료품 구매가 용이함

###### □ 온라인 쇼핑물

###### ○ 매출액은 상승세이나 점유율은 아직 미미

- 홍콩은 단위면적당 슈퍼마켓 및 편의점 수가 많아 전반적으로 오프라인 매장에서 식료품의 구매가 매우 용이하여 타 국가 대비 온라인 유통은 비교적 늦게 발달했으나 최근 5년 동안 꾸준히 성장하고 있음
- 대형 오프라인 슈퍼마켓도 자체 온라인 상거래 웹 사이트 개발·활성화 및 배달 시스템 구축에 투자하고 있음
- 소규모 오프라인 슈퍼마켓도 온라인 쇼핑물을 운영하며 식품 배달 서비스 업체와 제휴하여 배달서비스를 제공하는 등 O2O시장이 성장 중임 유통 현황 및 특징

###### ○ 전자 상거래 시장에서 식음료 매출이 차지하는 비중은 6.9%

- 코로나19로 슈퍼마켓 방문을 자제하고, 모바일 사용시간이 증가하면서 식음료 전자 상거래 시장 매출액은 전년 대비 79% 성장한 34억 홍콩달러(한화 약 5,054억원) 규모
- 유로모니터는 2025년까지 연평균 7% 성장을 전망하며 약 48억 홍콩달러(한화 약 7,128억원) 규모로 성장할 것으로 전망함

**<홍콩 내 전자 상거래 시장 규모 및 식음료 카테고리 시장 규모>**

(단위 : 백만 홍콩달러(HKD))

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
전체 전자 상거래 시장 매출액	22,689.7	27,329.8	32,313.1	38,821.6	49,315.0
- 식음료 전자 상거래 시장 매출액	920.0	1,265.3	1,641.6	1,901.7	3,403.2
(전자 상거래 시장 내 비중)	4.1	4.6	5.1	4.9	6.9
(전년대비 증가율)	14.9	37.5	29.7	15.8	79.0

\* 출처 : 유로모니터, 「Food and Drink E-Commerce in Hong Kong, China」, 2021.02

**<2020년 주요 품목별 유통 채널 판매 규모>**

(단위 : 백만 홍콩달러)

품목	2020년					
	전체	슈퍼마켓	편의점	전통 식료품점	기타 소매점	온라인
포장 식품	38,061.2	22,637.9	3,493.3	7,624.2	3,098.5	1,207.3
비율(%)	100%	59.5%	9.2%	20.0%	8.1%	3.2%
쌀, 파스타 및 면류	6,574.8	4,909.6	135.7	972.1	207.5	349.9
비율(%)	100%	74.7%	2.1%	14.8%	3.1%	5.3%
마시는 유제품	3,779.2	2,825.1	423.9	300.7	186.2	43.3
비율(%)	100%	74.8%	11.2%	8.0%	4.9%	1.1%
가공 육류 및 해산물	2,351.8	1,648.5	0	524.3	144.1	34.9
비율(%)	100%	70.1%	0%	22.3%	3.1%	1.5%
스낵	2,005.7	737.9	533.5	420.3	159.7	154.3
비율(%)	100%	36.8%	26.6%	21.0%	7.9%	7.7%
소스 및 조미료	1,447.8	959.5	10.8	396.5	34.4	46.6
비율(%)	100%	66.3%	0.7%	27.4%	2.4%	3.2%
간편 조리식품	1,433.6	470.5	722.6	166.9	19.8	53.8
비율(%)	100%	32.8%	50.4%	11.6%	1.4%	3.8%
식용유	1,104.7	959.3	2.7	75.4	38.6	28.7
비율(%)	100%	86.8%	0.2%	6.8%	3.6%	2.6%
탄산음료	799.4	482.2	189.3	87.6	33.2	7.1
비율(%)	100%	60.3%	23.7%	11.0%	4.1%	0.9%
가공 과일 및 채소	565.2	411.9	0	142.3	6.6	4.4
비율(%)	100%	72.9%	0%	25.2%	1.1%	0.8%
아침대용 씨리얼	496.2	432.7	16.3	10.3	17.2	19.7
비율(%)	100%	87.2%	3.3%	2.1%	3.4%	4.0%
생수	309.1	191.7	70.8	34.0	9.1	3.5
비율(%)	100%	62.0%	22.9%	11.0%	3%	1.1%
맥주	104.0	51.4	27.6	14.0	0	11.0
비율(%)	100%	49.4%	26.5%	13.5%	0%	10.6%
고양이 사료	2,416.3	243.9	-	-	1,800.4	372.0
비율(%)	100%	10.1%	-	-	74.5%	15.4%
개 사료	2,274.9	317.7	-	-	1,589.3	368.3
비율(%)	100%	14%	-	-	69.8%	16.2%

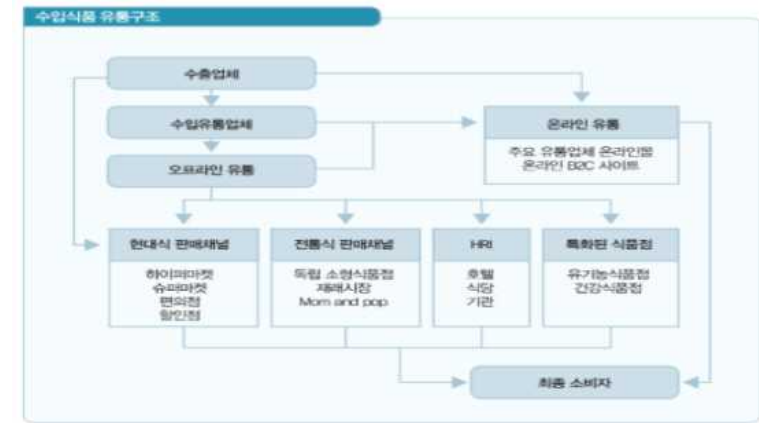
\* 출처 : 유로모니터 「Packaged Food in Hong Kong」 2020.12 「Bottled Water in Hong Kong」 2020.12, 「Ready Meals in Hong Kong」 2020.11, 「Processed Meat and Seafood in Hong Kong」 2020.12, 「Processed Fruit and Vegetables in Hong Kong」 2020.12, 「Rice, Pasta and Noodles in Hong Kong」 2020.12, 「Soft Drinks in Hong Kong」 2020.12, 「Sauces, Dressings and Condiments in Hong Kong」 2020.11, 「Savoury Snacks in Hong Kong」 2021.06, 「Beer in Hong Kong」 2021.05, 「Breakfast Cereals in Hong Kong」 2020.12, 「Edible Oils in Hong Kong」 2020.11 「Drinking Milk Products in Hong Kong」 2020.09, 「Dog Food in Hong Kong, China」 2021.04, 「Cat Food in Hong Kong, China」 2021.04

\* 고양이 사료 기타소매점 : 반려 동물 용품점(68.4%), 동물병원(5.9%), 잡화점(0.2%)

\* 개 사료 기타소매점 : 반려 동물 용품점(62.7%), 동물병원(6.9%), 잡화점(0.2%) 순임

**(2) 유통 구조**

**□ 유통 경로**



**□ 판매유형별 유통구조**

**○ 홍콩의 수입 유통업체를 통해 홍콩에 수출하는 경우**

- 가장 일반적인 유통 구조로 한국 수출업체는 홍콩 현지의 수입유통 업체/에이전트를 통해 슈퍼마켓, 편의점, 외식업체 등에 수입한 농식품을 공급함
- 슈퍼마켓 및 편의점 등과 같은 체인화된 유통경로들은 본사에서 주문을 취합하여 이를 수입업자/유통업자에게 전달하며, 수입업자/유통업자들은 도매상 혹은 제조업체에 주문함

**○ 홍콩의 유통업체에 직접 수출하는 경우**

- 최근 웰컴, 파켄샵, 759스토어 등 대형유통업체에서는 PB 상품군의 확대와 원가 절감 및 유행하는 식품의 신속한 입점 등을 위해 수입유통업체를 거치지 않고 직접 수출업체와 계약은 맺고 거래하는 경향이 높아지고 있음
- 759스토어와 베스트마트360은 홍콩 소비자들에게 차별화된 제품과 저렴한 가격의 제품을 제공함으로써 틈새시장을 개척한 비교적 새로운 유통 업체로 자체 구매팀을 통해 직접 수출업체와 계약을 맺고 거래함
- 대형 유통업체에 직접 수출하는 경우 홍콩(또는 일정 지역)에서의 독점권을 요구하는 경우도 있으며, 이러한 경우 입점비용을 절약할 수 있음
- 일반적으로 대형 슈퍼마켓에 새로운 상품 입점 시 진열 비용 명목으로 입점비용을 부과하며 이외에도 할인행사 요청, 물류창고에서 각 매장별 유통비용(Distribution Allowance, D.A), 인센티브 리베이트(incentive rebates), 연말 수입(back-end income)등의 명목으로 추가 요청 사항이 발생 할 수 있음

## 2. 주요 유통채널 현황

### (1) 오프라인 유통 채널

#### □ 슈퍼마켓<sup>16)</sup>

- 코로나19기간 식당이용 제한, 식료품 비축, 가정식 수요 증가로 전년대비 18% 증가
  - 2020년 코로나19의 확산으로 식료품 사재기 현상, 외식 자제 및 가정에서의 요리 증가로 슈퍼마켓 매출이 급증함. 매출액은 전년대비 18% 증가한 약 668억 홍콩달러 (한화 약10조 509억 원)임
  - 코로나19 기간 소비자는 식료품 구매 횟수를 줄이는 대신 한 번에 대량으로 구매하여 편의점보다는 슈퍼마켓의 이용률이 증가함

#### <홍콩 내 슈퍼마켓 시장규모(매출액) 추이>

(단위: 백만 홍콩 달러, %)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
매출액	52,450.0	52,345.1	54,083.0	56,598.9	66,824.2
전년대비 증가율	0.8%	△0.2%	3.3%	4.7%	18.1%

\* 출처: 유로 모니터, 「Supermarkets in Hong Kong, China」, 2020.02

#### ○ 슈퍼마켓 종류

- 홍콩 내 주요 유통업체는 데어리팜 인터내셔널 홀딩스(Dairy Farm International Holdings Ltd)와 AS 왓슨스 그룹(AS Watson Group)으로 두 업체는 홍콩 슈퍼마켓의 70% 이상의 점유율을 차지하고 있음
- 홍콩은 빈부격차가 매우 크고, 저소득층과 고소득층 간의 양극화된 소비 경향이 두드러짐. 유통업체는 같은 계열사의 다양한 브랜드 매장을 운영함으로써 효율적으로 모든 소비자의 요구를 만족시킴
- 주요 유통업체는 매장의 위치(주거지역, 상업지역), 이용고객(외국인 비율, 소득수준)의 특징에 따라 일반 슈퍼마켓, 고급 슈퍼마켓, 최고급 슈퍼마켓으로 분류하여 다양한 브랜드를 운영하고 취급품목에 차별화를 두어 한정된 공간을 효율적으로 운영함
- **(일반 매장)** 웰컴(Wellcome, 매장 수 약 280개)과 파크앤샵(ParkNShop, 매장수 약 270개)이 홍콩 내 전역에 있어 방문이 용이하여 55% 이상의 점유율을 차지하고 있음. 모든 종류의 식료품 및 생필품을 판매하며, 합리적인 가격의 제품을 취급함
- **(프리미엄 매장)** 홍콩의 중산층과 홍콩 거주 외국인들이 많이 이용하며 주요 거주 지역 및 시내 유명 중심가에도 매장이 자리 잡고 있음. 해외에서 수입해 온 신선 식품의 비중이 높으며, 다양한 국가의 식재료를 판매함. 유기농 식품, 글루텐 프리 제품, 기능성 식품, 친환경 제품 등 프리미엄 제품군을 확대하는 추세임

### <홍콩 내 대형 슈퍼마켓 매출액에 따른 순위 및 특징>

(단위: 백만 홍콩 달러(2020년 기준), 개, %)

순위	매장명 (유통업체)	매출액	매장수	시장 점유율
1	<b>Wellcome (Dairy Farm International Holdings Ltd)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 일반 슈퍼마켓 체인점</li> <li>· 홍콩에서 매출이 가장 많으며 홍콩 전역에 위치함</li> <li>· 매장위치의 특성에 맞추어 최적화된 품목을 엄선하여 판매하는 등 공간을 효율적으로 활용함</li> <li>· 2020년 자체 브랜드 Meadows를 출시하고 취급 품목을 확대해 나감</li> <li>· 신선식품 온라인 시장에 중점을 두고 온라인 쇼핑앱을 강화함</li> <li>· 주 고객 : 현지인, 중산층, 국외 거주자</li> <li>· 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체브랜드 상품</li> <li>· 온라인몰 : 영문·중문 사이트 운영 /HK\$500이상 시 무료 배송</li> <li>· 홈페이지 : <a href="http://www.wellcome.com.hk">www.wellcome.com.hk</a></li> </ul>	19,613.2	약280	29.4
2	<b>PARKnSHOP (AS Watson Group)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 일반 슈퍼마켓 체인점</li> <li>· 홍콩에서 매출이 두 번째로 많으며 홍콩 전역에 위치함</li> <li>· 매장위치의 특성에 맞추어 최적화된 품목을 엄선하여 판매함으로써 공간을 효율적으로 활용함</li> <li>· 주 고객 : 현지인, 중산층, 국외 거주자</li> <li>· 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체브랜드 상품</li> <li>· 온라인몰 : 영문·중문 사이트 운영 /HK\$500이상 시 무료 배송</li> <li>· 홈페이지 : <a href="https://www.parknshop.com/en">https://www.parknshop.com/en</a></li> </ul>	15,325.4	약270	22.9
3	<b>Fusion (AS Watson Group)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· PARKnSHOP과 같은 계열사의 고급 슈퍼마켓 체인점</li> <li>· 위치 : 주거단지 밀집 지역 위주</li> <li>· 주 고객 : 현지인, 중산층, 국외 거주자</li> <li>· 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체브랜드 상품</li> <li>· 다양한 신선 농산물과 서양 식료품을 취급함</li> <li>· 온라인몰 : PARKnSHOP 온라인 쇼핑몰 함께 사용</li> <li>· 홈페이지 : <a href="http://www.parknshop.com/en">www.parknshop.com/en</a></li> </ul>	6,460.3	62	9.7
4	<b>TASTE (AS Watson Group)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· PARKnSHOP 과 같은 계열사의 고급 슈퍼마켓 체인점</li> <li>· 위치 : 주거단지 밀집 지역 위주</li> <li>· 주 고객 : 현지인, 중산층</li> <li>· 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체브랜드 상품</li> <li>· 보다 다양한 아시아제품을 판매하며 즉석조리식품, 베이커리판매</li> <li>· 홈페이지 : <a href="http://www.parknshop.com/en">www.parknshop.com/en</a></li> </ul>	1,506.8	14	2.3
5	<b>InterNational (AS Watson Group)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· PARKnSHOP 과 같은 계열사의 고급 슈퍼마켓 체인점</li> <li>· 위치 : 고급 주거단지 밀집 지역 위주</li> <li>· 주 고객 : 현지인, 중산층, 국외 거주자</li> <li>· 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체브랜드 상품</li> <li>· 보다 다양한 아시아 및 서양제품을 판매</li> <li>· 홈페이지 : <a href="http://www.parknshop.com/en">www.parknshop.com/en</a></li> </ul>	1,289.5	9	1.9

16) Euromonitor, 「Supermarkets in Hong Kong, China」, 2020.02



6	<b>Market Place by Jasons (Dairy Farm International Holdings Ltd)</b> · 고급 슈퍼마켓 체인점(Dairy Farm계열의 프리미엄 매장)/2007년 설립 · 위치 : 고급 주거지역 / 24시간 운영매장 2곳 운영 · 주 고객 : 현지인, 중산층, 국외 거주자 · 취급품목 : 고품질, 고가의 수입품 중심의 제품구성 · 모바일을 : 영문·중문 사이트 운영 /HK\$250이상 시 무료 배송 2시 이전 주문건은 당일 배송 서비스를 제공, 신선 식품 강화 · 홈페이지 : www.marketplacebyjasons.com	1,128.5	40	1.7	
7	<b>AEON (AEON Group)</b> · 일본계 종합 슈퍼마켓 체인점 · 위치 : 주거 밀집지역 · 주 고객 : 현지인, 중산층, 국외 거주자 · Aeon Style 3곳 포함 종합 백화점 10곳 운영 · 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 즉석 조리식품 · 샵인샵 개념으로 슈퍼마켓 내에 식당, 꽃집 등 입점 · 홈페이지 : www.aeonstores.com.hk	481.4	10	0.7	
8	<b>City'Super (City Super Ltd)</b> · 고급 슈퍼마켓 체인점 / 1996년 설립 · 위치 : 고급 주거지역 및 번화가 · 주 고객 : 중산층, 국외 거주자 · 취급품목 : 고품질, 고가의 수입품 중심의 제품구성 유기농 제품 및 주류를 포함하여 전반적인 수입 농식품 취급 해외 고급 신선식품 비중이 높음, 한우 취급 · 온라인을 : 영문·중문 사이트 운영 /HK\$600 이상 시 무료 배송 · 쿠팡 클래스 운영 등 다양한 서비스 제공 · 홈페이지 : www.citysuper.com.hk	395.8	4	0.6	
9	<b>U select (China Resources Holdings Co Ltd)</b> · 일반 슈퍼마켓 체인점 · 중국계 유통 체인점으로 중국, 홍콩, 마카오에 매장이 있음 · 2015년부터 CR Vanguard Supermarket을 U select로 전환하기 시작하여 2020년 완전히 전환함 · 주 고객 : 현지인, 중산층 소비자 · 취급품목 : 모든 종류의 식음료 및 가정용품 · 영국 슈퍼마켓 Tesco와 MOU체결, Tesco제품 비중이 높음 · 홈페이지 : www.crvanguard.com.hk	328.2	75	0.5	
10	<b>ThreeSixty (Dairy Farm International Holdings Ltd)</b> · 최고급 슈퍼마켓 체인점(Dairy Farm계열의 최고급 유통매장) · 위치 : 최고급 주거지역 · 주 고객 : 홍콩 상류층과 외국인이 주요 소비자임 · 취급품목 : 유기농 제품 및 주류를 포함하여 전반적인 고급 수입 농식품 취급, 해외 고급 신선식품 비중이 높음 · 홈페이지 : www.threesixtyhk.com	317	2	0.4	
기타		19,978.1	-	29.9	
합계		66,824.2	-	100.0	

\*출처: 유로 모니터, 「Supermarkets in Hong Kong」, 2021.01 / 해당 업체 홈페이지

## □ 전통 식료품 소매점<sup>17)</sup>

### ○ 주거 지역 인근에 위치한 지리적 이점으로 코로나19기간 수혜

- 2020년 전통 식료품점의 매출액은 약 450억 홍콩달러(한화 약 6조 9,136억 원)로 전년 대비 5.2%증가했으며 이는 최근 5년 내 가장 높은 성장률임
- 전통 식료품점은 주거 지역 인근에 위치하는 경우가 많아 코로나19 기간 이용이 증가했으며, 가정식 수요 증가 및 사재기 등으로 매출이 증가함
- 한편, 관광객 방문 감소로 중국 관광객 의존도가 높은 스낵 전문점은 매출이 감소함

### ○ 직접 소싱·빠른 의사 결정을 통한 신제품의 적시 수입이 최대 강점

- 직접 소싱·수입을 통해 가격 경쟁력을 높이고, 대형 유통 매장에 비해 빠른 의사 결정이 가능해 빠르게 변화하는 현지 소비자의 취향과 선호도에 신속하게 대응해 고품질의 경쟁력 있는 새로운 식품을 적시에 수입가능 함

#### <홍콩 전통 식료품점 시장규모(매출액) 추이>

(단위 : 백만 홍콩달러)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
매출액	39,700.6	40,924.4	42,610.9	43,674.7	45,965.6
전년대비 증가율	2.0%	3.1%	4.1%	2.5%	5.2%

\* 출처: 유로 모니터, 「Traditional Grocery Retailers in Hong Kong, China」, 2021.02

#### <홍콩 주요 전통 식료품점 개요 및 특징>

(단위 : 백만 홍콩달러)

매장명	759 Store	Best Mart 360	Prizemart
매장 사진			
유통업체	CEC International Holdings Limited	Best Mart 360 Holdings Ltd	Prizemart Limited
점포수	206개	95개	34개
'20 매출액	2,138.8	1,301.8	176.3
점유율	4.7%	2.8%	0.4%
특징	·2010년 설립 ·홍콩 실속 상품매장의 시초로 오픈 시 선풍적인 인기를 얻음 ·한국, 일본, 유럽 등 60개국에서 직접 수입하여 유행을 빠르게 반영함 ·스낵, 식료품, 개인용품취급 ·우동면, 김치 등 자체브랜드 한국제품 판매 ·일본·한국산 식품 비중 높음	·2013년 설립, 멤버십제도, 적립금 등 프로모션 운영 ·자체 구매팀을 통해 직접수입 유행을 빠르게 반영함 ·일본, 미국, 유럽산 제품의 비중이 높으며 한국산 가공 식품도 입점 됨 ·스낵, 음료, 개인용품 취급 ·홍콩 수입상 및 해외공급업체를 통한 직접 수입 비중 높음	·중국계 수입 전문 업체로 중국산 제품 비중이 높음 ·중개자 없이 직접 대량 구매하며, 광고를 하지 않는 전략으로 가격 경쟁력을 높임 ·일부 매장을 제외하고 냉동 식품 취급 ·홍콩 현지인이 주 고객임
홈페이지	www.759store.com	www.bestmart360.com	www.prizemart.com

\* 출처: 유로 모니터, 「Traditional Grocery Retailers in Hong Kong, China」, 2021.02/ 해당 홈페이지

17) 유로 모니터, 「Traditional Grocery Retailers in Hong Kong, China」, 2021.02

□ 편의점<sup>18)</sup>

○ 코로나19기간 편의점보다 슈퍼마켓 구매 선호로 매출 감소

- '20년 편의점 매출액은 약 153억 홍콩달러(한화 약2조 2,948억 원)로 전년 대비 2.5% 감소
- 코로나19로 인한 관광객 감소, 재택근무·온라인 수업으로 편의점 매출은 직접적인 타격을 입음. 또한 외출 자제로 쇼핑 횟수를 줄이면서 편의점보다는 슈퍼마켓 선호도가 높아짐

<홍콩 편의점 시장규모(매출액) 추이>

(단위 : 백만 홍콩달러)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
매출액	14,446.6	14,658.3	15,071.8	15,655.3	15,256.9
전년대비 증가율	4.9%	1.5%	2.8%	3.9%	△2.5%

\* 출처: 유로 모니터, 「Convenience Store in Hong Kong」, 2021.02

○ 코로나19의 확산으로 제품 구성 변경

- 코로나 확산 기간 식당의 제한적 운영으로 가정에서 식사를 해결하는 소비자가 증가하자 즉석 간편 조리 식품 및 제빵류 비중을 늘림
- 마스크, 손소독제, 물티슈 등 위생용품의 비중을 늘림에 따라 상대적으로 식품의 비중은 감소하기도 함

<홍콩 편의점 개요 및 특징>

(단위 : 백만 홍콩달러)

매장명	7-eleven Hong Kong	Circle K	VanGo
매장 사진			
유통업체	Dairy Farm International Holdings Ltd.	Convenience Retail Asia Ltd.	China Resources Enterprise Ltd.
점포수	약 900개	약 300개	27개
'20매출액	10,169.4	4,781.9	305.6
점유율	66.7%	31.3%	2%
특징	·1981년 설립, 미국계 편의점 ·홍콩 내 편의점 선두주자 ·약900개의 많은 매장으로 홍콩 전역에 위치, 접근이 용이함 ·편의점택배, 현금인출, 공과금 납부 등 다양한 서비스 제공 ·자체브랜드 제품 출시 활발함	·1985년 설립 ·자체 모바일 앱을 통해 무료 쿠폰 지급, 신상품 홍보함 ·식음료 및 잡지, 신문 판매 ·티케팅, 현금인출, 공과금 납부 서비스 등 다양한 서비스 제공 ·자체브랜드(Kit and In) 빵 커피 판매	·2007년 설립 ·U select와 같은 계열사의 중국계 편의점 ·홍콩 변화가에 주로 위치함

\* 출처: 유로 모니터, 「Convenience Store in Hong Kong」, 2021.02 및 해당 업체 홈페이지

□ 백화점<sup>19)</sup>

○ 매출 현황

- 2019년 홍콩 시위 및 코로나19로 관광객 감소가 감소하고 홍콩 소비자는 인근 지역에서 쇼핑을 선호함에 따라 최근 2년간 매출은 감소함. 2020년 전년대비 29.1% 감소한 349억 홍콩달러(한화 약 5조 2,512억 원)의 매출을 기록함
- 식료품관을 비중 있게 운영하는 백화점은 야타(YATA), 이온(AEON), 소고(SOGO)임

<홍콩 내 백화점 시장규모(매출액) 추이>

(단위 : 백만 홍콩달러)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
매출액	52,259.7	53,536.6	58,571.4	49,258.5	34,912.5
전년대비 증가율	△4.9	2.4	9.4	△15.9	△29.1

\* 출처: 유로 모니터, 「Department Store in Hong Kong」, 2021

\* 식품을 포함한 모든 품목의 매출액

<홍콩 백화점 개요 및 특징>

(단위: 백만 홍콩달러, 2020년 기준, %)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
매장명	YATA		SOGO		AEON
매장 사진					
유통업체	Sun Hung Kai Properties Ltd		Seven & I Holdings Co Ltd		AEON Group
점포수	백화점 3개 슈퍼마켓 9개		백화점 2개		백화점10개(플래그십 스토어 3개 포함) 독립 슈퍼마켓 2개
매출액	6,645.6		5,032.7		4,418.4
점유율	19.0%		14.4%		12.7%
특징	·현대 일본스타일의 백화점 ·삼인삼 개념으로 매장 내 식품코트를 운영하기도 함		·일본계 유통회사 ·선물용의 고급 과일 고급 식료품의 비중이 큼		·일본계 유통회사 ·인구 밀집 지역에 백화점 10곳, 독립 슈퍼마켓 2곳, 잡화점 등을 운영함
홈페이지	www.yata.hk		www.sogo.com.hk		www.aeonstores.com.hk

\* 출처: 유로 모니터, 「Department Store in Hong Kong」, 2021/ 해당 업체 홈페이지

18) 유로모니터, 「Convenience Stores in Hong Kong, China」, 2021.02

19) 유로모니터, 「Department Stores in Hong Kong, China」, 2019.01

## (2) 온라인 유통채널

### □ 온라인(전자상거래) 시장<sup>20)21)</sup>

#### ○ 매출 현황

- 2020년 홍콩 온라인 시장 전체 매출액은 약 493억 홍콩달러(한화 약 7조 4,174억 원)로 전년 대비 27% 증가하였으며 최근 5년 동안 꾸준히 증가하고 있음. 특히 코로나19 영향으로 외출을 자제하고, 모바일 사용시간이 증가하면서 홍콩의 온라인 시장은 가장 높은 성장률을 기록함
- 온라인 식음료 시장의 매출액은 약 34억 홍콩달러(한화 약 5,119억 원)로 전년 대비 79% 증가함. 코로나19로 인해 전자 상거래가 급증함. 특히 기존에 온라인 쇼핑 이용률이 저조했던 노년층 소비자는 전염병에 대한 우려로 온라인 쇼핑을 이용하기 시작함. 유로모니터는 2025년까지 연평균 7% 성장을 전망하며, 약 48억 홍콩달러(한화 약 7,220억 원)규모로 성장할 것으로 예상함

<홍콩 내 온라인 시장규모(매출액) 추이>

(단위 : 백만 홍콩달러, %)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
전체 매출액	22,689.7	27,329.8	32,313.1	38,821.6	49,315.0
- 식음료 매출액	920.0	1,265.3	1,641.6	1,901.7	3,403.2
- 식음료 시장 전년대비 증가율	14.9%	37.5%	29.7%	15.8%	79.0%

\* 출처: 유로 모니터, 「Food and Drink E-Commerce in Hong Kong, China」, 2021.02

#### ○ 최근 동향

- 배송 시간 단축 경쟁
  - 유통매장 기반의 온라인 쇼핑몰은 홍콩 전역에 있는 오프라인 매장을 활용해 당일~익일 배송 서비스를 실시
  - 일부 업체는 자체 배송 네트워크에 투자하는 대신 딜리버루(Deliveroo), 푸드판다(Foodpanda) 등 주문형 배송 서비스와 제휴를 통해 1시간 이내 배송
- 디지털 지갑 이용 소비자 증가
  - 월드페이(Worldpay) 보고서에 따르면 2020년 모바일 등 디지털 지갑을 이용한 결제 금액은 홍콩 POS(Point of Sale) 전체의 22%를 차지함, 2023년에는 36%까지 증가할 것으로 예측. 결제법이 간편해 질수록 전자 상거래 시장에 긍정적으로 작용할 전망이다
- D2C(Direct to Consumer) 식품 업체 증가 추세
  - 유통 마진을 높이고, 고객 정보 확보, 소비자와 직접 소통할 수 있기 때문에 자체 온라인 쇼핑몰을 운영하는 식품 브랜드가 증가하고 있음
  - 코카콜라는 자사 온라인 몰을 통해 대량 판매 서비스를 제공하며, 네슬레(Nestlé)도 자체 온라인 몰을 운영하고 일정 금액 이상 구매 고객에게 무료 배송 서비스를 제공함

20) Euromonitor, 「E-Commerce in Hong Kong, China」, 2021.02

21) Euromonitor, 「Food and Drink E-Commerce in Hong Kong, China」, 2021.02

#### - 주요 유통매장, 온라인 사업 확장

- 웰컴(Wellcome), 파캔샵(PARKnSHOP) 등 홍콩의 대형 유통매장의 전자 상거래 투자 및 고객 유치 활동이 활발함
- 아직 전자상거래를 통한 매출은 전체 슈퍼마켓 매출의 1% 미만 수준이나, 향후 성장 가능성을 높게 평가하여 자체 온라인 웹사이트 개발·할인·프로모션 등 이벤트 추진과 배달 시스템 구축 등에 적극 투자함

#### ○ 홍콩티비몰(HKTvmall)이 주도하는 전자 상거래 시장

- 현재 홍콩 전자 상거래 업체는 종합 온라인 쇼핑몰 선발 주자인 홍콩티비몰이 주도하고 있으며, 씨도(Ztore), 빅빅샵(BigBigShop) 등 후발업체는 성장 단계에 있음

<홍콩 온라인 몰 개요 및 특징>

업체명	HKTvmall	www.hktvmall.com
웹사이트		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2015년 설립, 증시 상장, 홍콩 최대 종합 온라인 쇼핑몰</li> <li>· 전반적인 한국산식품을 취급하나 가공 식품 비중이 높음</li> <li>· 자체 배송 시스템 운영, 배송 트럭 350대 보유</li> <li>· '20년 기준 직원 수 2,013명(비정규직 포함)</li> <li>· '17년 O2O매장 런칭, '21년 기준 95개 O2O 매장 운영</li> <li>· 셀프 픽업이 가능한 스마트 전자 사물함 90곳 운영</li> <li>· '20년 7월 시티은행 파트너십, 공동브랜드 신용카드 출시</li> <li>· '20년 10월 디지털 지갑'HKTvpay'출시</li> <li>· '21년 쿼커머스, C2C모델 운영으로 재공 서비스 확대</li> </ul>
업체	Hong Kong Television Network Limited	
배송	HKD500 이상 시 무료배송	
업체명	Ztore	www.ztore.com
웹사이트		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2015년 식료품 전문 온라인 몰 설립</li> <li>· 취급 품목: 상온 보관 식품, 생필품, 소형 가전제품</li> <li>· 한국산 제품은 가공 식품 위주의 상온 보관 식품 취급</li> <li>· '19년 냉동식품 전문 유통업체 다총홍(大昌食品)과 협업 O2O형태의 매장'다총씨도(大昌士多)'1곳 운영</li> <li>· '21년 중국은행(中國銀行) 모바일 결제 시스템 'BoC Pay'와 전략적 파트너 체결</li> <li>· '21년 기준 홍콩 전역 300곳 셀프 픽업 포인트 운영</li> </ul>
업체	Ztore HK Limited	
배송	HKD499이상 시 무료배송	
업체명	bigbigshop	www.bigbigshop.com
웹사이트		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홍콩 방송국 TVB(Television Broadcasts Limited)가 2018년 새롭게 론칭한 온라인 쇼핑몰</li> <li>· 취급 품목 식품, 패션, 미용, 가구, 스포츠, 가전제품 등</li> <li>· 전반적인 한국 가공 식품 취급</li> <li>· 방송국 소속 연예인·KOL을 활용한 TV쇼핑 방송채널 진행</li> <li>· '19년 서클케이 편의점과 픽업 매장 파트너십 체결</li> <li>· '19년 중국 진출을 위해 타오바오, 위챗 공식 상점 설립</li> <li>· '20년 기준 1회 평균 구매 금액 589홍콩 달러</li> </ul>
업체	Television Broadcasts Limited	
배송	HKD450 이상 시 무료배송	

\* 출처: 해당 업체 홈페이지

# IV. 농식품 수출 프로세스

## 1. 수출 프로세스

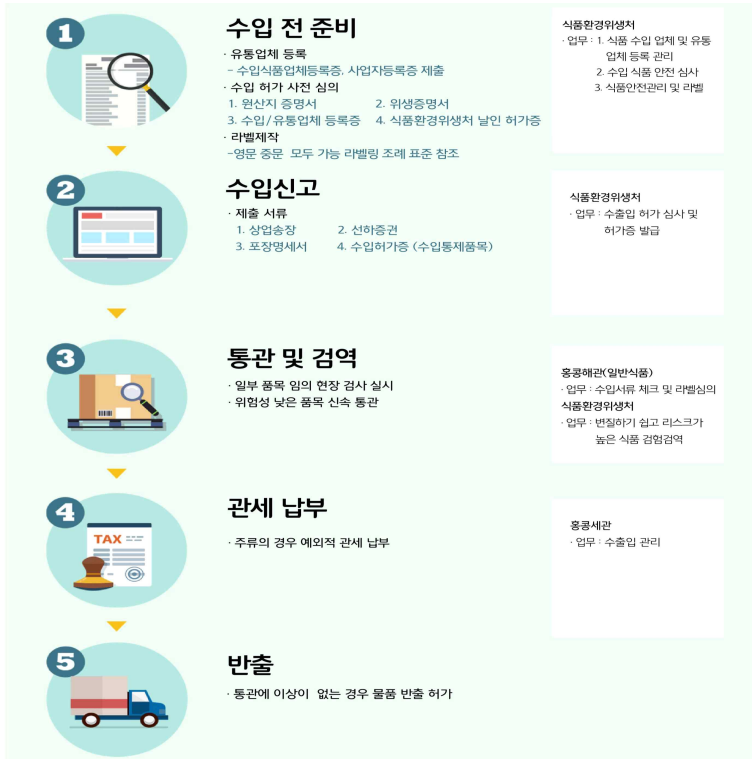
### (1) 수출 프로세스

#### □ 홍콩 식품 수입 및 유통업체 등록제도

- 홍콩은 수출입 자유 방임정책으로 수입된 물품에 대한 특별한 조항이 없으나 식품 수입 및 유통업체는 홍콩 정부에 사전 등록해야 하며, 식품 수입업자는 수출국과 긴밀한 연락을 통해 조달하는 식품 품목이 현지 법규를 준수하도록 해야 함

**<식품 수입 및 유통업체 면허 신청>**

- 식품 수입 및 유통업체 면허 신청서  
[https://www.cfs.gov.hk/english/whatsnew/whatsnew\\_fstr/FSO\\_application.html](https://www.cfs.gov.hk/english/whatsnew/whatsnew_fstr/FSO_application.html)
- 식품 수입 및 유통업체 면허 신청 가이드 라인  
[https://www.cfs.gov.hk/english/whatsnew/whatsnew\\_fstr/files/Guide\\_to\\_Application\\_e.pdf](https://www.cfs.gov.hk/english/whatsnew/whatsnew_fstr/files/Guide_to_Application_e.pdf)



## (2) 대표 품목별 수출 프로세스

### □ 냉동·냉장 육류, 냉동·냉장 가금류, 냉동제과류, 유제품

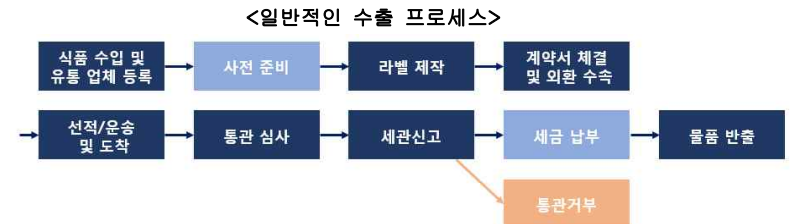
- 홍콩 식품안전센터 지정 품목 사전 허가 필요
  - 냉동·냉장 육류, 냉동·냉장 가금류, 냉동제과류, 유제품 사전 허가 필요
  - 해당 품목의 수입허가는 홍콩 식품환경위생부(FEHD, Food and Environmental Hygiene Department)가 담당함
  - 냉동 제과류와 유제품의 경우 사전에 당국의 허가를 받은 제조시설을 통해 제조된 제품만 홍콩으로 반입할 수 있으며 식품환경 위생부를 통해 허가받을 수 있음

### □ 신선 농산물

- 식용 농산물 식물 검역증명서 불필요
  - 신선 과채류 등의 식용 농산물은 식물검역증명서(Phytosanitary Certificate) 없이 수출이 가능함. 다만, 종자용, 묘목, 구근류 등의 재식용 식물인 경우 홍콩 식품안전센터 (CFS)의 확인이 필요함
- 위생 증명서 요구하는 경우도 있으므로 미리 발급받는 것이 효과적
  - 신선 농산물은 사전 허가 품목에는 제외되지만, 수입 시 수출국 또는 식품의 원산지에서 발행한 위생증명서(Health Certification)를 요구하는 경우도 있기 때문에 미리 발급받는 것이 효과적임. 위생증명서는 지방 식품의약품안전청에서 식품 수입에 관한 영문증명서를 신청한 후 발급받을 수 있음

### □ 알코올 30%이상 주류 관세 있음

- 술, 담배, 메틸 알코올, 탄화수소 4가지 제품 제외 관세 없음
  - 홍콩의 경우 술, 담배, 메틸알코올, 탄화수소 등 4가지 제품을 제외하고 일반 수출입 화물에 대한 관세 및 제세를 부과하고 있지 않음. 일반 식품은 0%의 관세율이 적용됨. 또한 부가가치세나 판매세와같은 별도의 세금도 부과하고 있지 않음
- 알코올 30% 이상 주류 수출 시 관세가 발생하며, 관세율은 100% 임



## 2. 수입 제도

### (1) 통관제도<sup>22)</sup>

#### □ 관리·법률 체계

- 홍콩은 일반 수출입화물이나 환적 화물의 세관절차가 없음
  - 일부 품목에 한해 수입허가증 제도를 실시하고 있으며, 통관 시 검사가 필요한 물품의 경우 수입자 또는 대리인이 홍콩세관의 지시사항을 따라 진행하거나, 관련 절차를 선사나 운송사, 관할 세관 등에 문의할 수 있음
- 홍콩의 통관 및 검역관련 규정은 크게 세 가지로 구분
  - 수출입 일반 : Import and Export(Registration) Regulations(Cap. 60)
  - 관세 일반 : DUTIABLE COMMODITIES ORDINANCE(Cap. 109)
  - 식품검역 일반 : Public Health and Municipal Services Ordinance(Cap. 132)

#### <수출입통관 기본 가이드라인>

- [https://www.customs.gov.hk/filemanager/common/pdf/Book\\_2018\\_EDC.pdf](https://www.customs.gov.hk/filemanager/common/pdf/Book_2018_EDC.pdf)

- 관련기관 : 홍콩 관세청 (HK Customs and Excise Department ([www.customs.gov.hk](http://www.customs.gov.hk)))
  - 주요업무 : 수출입 통관, 소비자 보호, 관세부과 물품 확인, 라이선스 및 허가 신청, 수출입 신고, 지식 재산권 보호, 마약류 검사

#### □ 통관 절차

- 홍콩은 거의 모든 식품에 관세를 부과하지 않는 국가로, 수입신고 후 3~7일 내 수입 허가증이 자동 발급됨
- 수출 물품이 항구에 도착한 후로부터 14일 내 적하목록을 제출
  - 쌀, 냉동육, 가금류 등 일부 품목은 도착일로부터 7일 내 수입 허가증 발급 필요
- 전자 세관 시스템 통해 세관신고서 및 수입 물품 관련 서류 전송
  - 송장, 선하증권, 포장명세서, 수입허가증(필요 시) 등을 제출
- 일부 품목은 임의로 추출하여 현장 검사를 실시할 수 있으며, 반입 전 위험성 평가를 통해 위험도 낮은 품목은 신속 통관
- 일반 수출입 화물에 대한 관세 및 제세는 부과되지 않으나, 주류의 경우 관세 부과
  - 30도 이상의 주류의 경우 세관에서 공시한 계좌로 관세 납부
- 통관 절차 완료 후 화물 반출이 가능함

#### □ 통관 시 제출 서류

- 통관 시 통관신고서(Bill of Entry, 관세사나 통관 에이전트 작성), 상업 송장(Invoice), 구매 주문서(Purchase Order, P/O), 포장명세서(Packing List, P/L), 선하증권(Bill of Lading, B/L) 혹은 항공화물운송장(Airway Bill, AWB), 원산지증명서(필요시), 화물 검사 증명서(필요시)가 요구됨
- 수출입 시 어떤 품목이든 홍콩 관세청(Customs and Excise)의 감독관에게 해당품목의 수입 및 수출 후 14일 이내에 관련사항을 신고해야함
  - 필요한 신고는 도착신고(Arriva declaration)와 수입신고(Import declaration)로 14일 이내에 완료하지 않으면 벌금이 부과됨

#### <수출입통관 관련 서류 양식>

- [https://www.customs.gov.hk/en/trade\\_facilitation/public\\_forms/index.html](https://www.customs.gov.hk/en/trade_facilitation/public_forms/index.html)

### (2) 검역제도

#### □ 관리 법률 체계

- 식품과 관련된 기본법은 「공중보건법령 제5조(Part V of the Public Health and Municipal Services Ordinance (Cap. 132))」 및 「식품 안전 조례(Food Safety Ordinance (Cap. 612))」에 기반을 두고 있음
  - 관련 문건 : 홍콩 식품 수입 안내서(Guide to Import of Food into Hong Kong), 식품 리콜 가이드(Food recall Guidelines), 식품 안전 수칙(Code of Practice on Food Safety Orders)
- 자유무역국가인 홍콩은 수출입 화물에 대한 통관절차상 검사·검역 비율이 타국에 비해 현저히 낮음. 홍콩세관은 수입화물에 대해 일부 물품을 임의로 추출하여 현장 검사를 실시함
- 현장 검사 비율이 낮으므로 운송수단별로 화물정보 제공 시스템을 구축하여 화물이 홍콩으로 반입되기 전에 물품에 대한 정보를 전자적으로 미리 제출하도록 하여 사전에 입수된 정보를 바탕으로 위험성이 낮은 화물은 신속히 통관하도록 하고 있음

#### □ 검역 절차

- 홍콩으로 수입되는 모든 식품류 제품은 위생 검역을 받을 가능성이 있으며, 문제가 없을 경우 검사 완료까지 2~3일 정도 소요됨
- 위생검역을 위해 샘플이 일부 차출될 경우 수입자는 홍콩식품환경위생부로부터 관련 통지서를 받게 됨

22) 수출입통관 기본 규정([https://www.censtatd.gov.hk/FileManager/EN/Content\\_93/B8XX0022.pdf](https://www.censtatd.gov.hk/FileManager/EN/Content_93/B8XX0022.pdf))

- 홍콩 식품환경위생부는 미생물 검사 등을 위해 입국 시 식품 견본을 채취함
- 검역 완료 후, 수입자는 통지서와 인보이스를 홍콩 식품 환경 위생부 제출 시 샘플로 차출된 상품에 대한 비용을 환급 받을 수 있음

### □ 검역 시 제출 서류

- 홍콩식품 위생환경부(Food and Environmental Hygiene Department)는 홍콩 식품 안전관리 정책 및 식품 관련 입법 시행을 담당하며, 홍콩 내에서 판매되는 식품의 수입업체가 원산국의 보건 당국에서 발행한 보건 증명서를 획득할 것을 요구하고 있음

냉동 당과제품 (Frozen Confections)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입 업체는 제조원 허가 신청 절차를 거쳐야 하며, 신청 시 다음의 정보를 서면 제출해야함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 냉동 당과류 처리 공장의 이름과 주소</li> <li>- 생산국의 법률, 라벨이 붙은 포장 또는 빈 용기</li> <li>- 공장의 열처리 방법</li> <li>- 처리 공장의 설비</li> <li>- 급수 설비 등을 포함한 정보</li> <li>- 생산국의 관할 기관으로부터 발급받은 위생 및 식품안전 인증서</li> </ul> </li> </ul>
육류 및 가금류 (Game, Meat, Poultry)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 식품환경위생부가 공식적으로 인정하는 관할 기관의 증명서를 가진 육류와 가금류만 수입이 가능</li> <li>· 공인되지 않은 정부가 식품환경위생부에서 서면으로 수입신청, 해당 국가에 대한 다음 정보를 제출해야함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동물 질병 상황 및 육류와 가금류의 위생 기준을 규정하는 법률</li> <li>- 육류·가금류 처리 공장 위치, 시설 및 처리 과정과 생산, 저장 및 운송 정보</li> <li>- 공인된 수의과의 건강증명서 샘플</li> <li>- 수의과의 건강증명서 발급을 담당하는 기관의 공식 명칭</li> </ul> </li> </ul>
우유 및 유제품 (Milk and Milk Beverages)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홍콩 도착 전 홍콩 식품환경위생부의 허가를 받아야 함</li> <li>· 홍콩에 우유·유제품을 수입하고자 하는 수입 업체는 제품 수입 전 다음의 정보를 제출해야 함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우유·유제품을 생산하는 공장의 정확한 명칭과 주소</li> <li>- 우유·유제품 생산에 관한 생산국의 법률</li> <li>- 라벨이 첨부된 우유 또는 유제품의 빈 용기</li> <li>- 가공 공장의 생산 설비와 급수 시설, 열처리 방법 등에 관한 정보</li> <li>- 생산국의 관할 기관으로부터 발급받은 인증서</li> <li>- 우유·유제품의 살균, 가공, 포장, 열처리 방법에 관한 위생 및 품질보증서</li> <li>- 제품의 유통기한을 증명하는 제조업체의 인증서</li> </ul> </li> </ul>

\* 출처 : 홍콩 식품환경위생부(www.cfs.gov.hk)

### (3) 라벨링 규정

#### □ 필수 기재 사항은 영문 또는 중문으로 명확히 기재해야 함

- (표기 언어) 포장식품의 표기 및 라벨링은 영문 또는 중문으로 표기하거나 공용 가능
- (표기 글자 크기) 영문 글자 크기는 영어 소문자 'x' 높이를 기준으로 1.2mm 이상, 중문 글자 크기는 모든 글자의 크기가 1.8mm 이상
- 홍콩 라벨링 규정은 크게 식품의약품(Food and Drug)과 포장식품(Prepackaged food)으로 나뉘며 포장식품 라벨링에는 아래의 기본 표시사항을 기재해야함

구 분	필수/선택
1) 제품명 Product Name 食物名稱	필수
2) 성분목록 List of ingredients 配料表	필수
3) 보존기한 Best before/ use by 保質期的說明	필수
4) 보관방법 및 섭취방법 Special conditions for storage or instruction for use 特別貯存方式或使用指示別	필수
5) 식품용량 또는 수량 Count, weight or volum/數量、重量或體積	필수
6) 제조사명 및 소재지 Name and address of manufacturer or packer 製造商或包裝商的姓名或名稱及地	일부 유형 선택
※ 식품 원산지 및 홍콩 유통업체 또는 브랜드 소유주의 이름과 등록된 사무소나 주요 사무소의 주소가 명시된 경우 생략가능 ※	
7) 영양소 함유 표시 Nutrition label 營養標籤	필수

#### 샘플 사진

<p><b>제품명</b></p> <p><b>성분목록</b></p> <p><b>보관방법 및 섭취 방법</b></p> <p><b>원산지</b></p> <p><b>제조사명</b></p> <p><b>소재지</b></p> <p><b>보존기한</b></p>	<p>• Product Name: Korea YDK Crab Paste</p> <p>• Ingredients: Korea Crab Paste(Korea Crab Soft Roe) Refined Sugar, Salt, Potato Starch, Flavour Enhancer(E640, E631) Antioxidant(E385) → 식품 첨가물 표시</p> <p>• Storage: Store at a cool and dry place and avoid direct sunlight. Once opened, consume immediately. After opening, keep it refrigerated and tightly covered.</p> <p>• Country of Origin : South Korea</p> <p>• Manufacturer: YD Korea</p> <p>• Address:187, Gangyeong-ro, Ganggu-myeon, Yeongdeok-gun Gyeongsangbuk-do, Korea</p> <p>• Best Before(Y/M/D) shown on package</p>	<p>용량/수량(Net Weight:90g)</p> <p>영양소 함유 표시</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Nutrition Information</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Per 100g</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy</td> <td>95kcal</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>9g</td> </tr> <tr> <td>Total fat</td> <td>3.1g</td> </tr> <tr> <td>-Saturated fat</td> <td>1.3g</td> </tr> <tr> <td>-Trans fat</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrates</td> <td>8g</td> </tr> <tr> <td>-Sugars</td> <td>1g</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>630mg</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>120mg</td> </tr> </tbody> </table>	Nutrition Information		Per 100g		Energy	95kcal	Protein	9g	Total fat	3.1g	-Saturated fat	1.3g	-Trans fat	0g	Carbohydrates	8g	-Sugars	1g	Sodium	630mg	Cholesterol	120mg
Nutrition Information																								
Per 100g																								
Energy	95kcal																							
Protein	9g																							
Total fat	3.1g																							
-Saturated fat	1.3g																							
-Trans fat	0g																							
Carbohydrates	8g																							
-Sugars	1g																							
Sodium	630mg																							
Cholesterol	120mg																							

- 영양소 라벨링 규정의 경우, ‘저지방(low fat)’, ‘고 식이섬유(high fibre)’, ‘저 콜레스테롤(low cholesterol)’ 등 건강 기능에 대해 오해를 유발할 수 있는 문구는 제품의 영양성분 및 기준에 상응함이 명확할 경우에만 사용 가능함

□ 통조림 식품 표기 사항 예시

표기 항목	표기내용																						
1) 제품명	Korea YDK Crab Paste, 영덕 대게 게살																						
2) 성분	Korea Crab Paste(Korea Crab Soft Roe), Refined Sugar, Salt, Potato Starch, Flavour Enhancer(E640, E631), Antioxidant(E385) *This product contains crustacea and crustacean products *알레르기 유발 성분 함유표시 한국 게살 페이스트, 정제 설탕, 소금, 감자 전분, 글리신, 지미료, 산화방지제 *이 제품은 갑각류 및 갑각류 가공품을 함유함																						
3) 유통기한	Best Before(Y/M/D) Shown on package 유통기한 (년도/월/일) 제품 상면에 표기																						
4) 보관방법 및 섭취방법	Store at a cool and dry place and avoid direct sunlight. Once opened, consume immediately. After opening, keep it refrigerated and tightly covered. 직사광선을 피해 서늘하고 건조한 곳에 보관. 개봉 시 즉시 섭취 또는 밀봉 후 냉장 보관																						
5) 식품용량 또는 수량	Net Weight : 90g / 용량: 90g																						
6) 제조사명 및 소재지	YD Korea 187, Gangyeong-ro, Ganggu-myeon, Yeongdeok-gun, Gyeongsangbuk-do, Korea																						
6-1) 원산지	South Korea 한국																						
7) 영양소 함유 표시	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Nutrition Information 영양정보</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Per 100ml/100ml당</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy/열량</td> <td>: 95kcal</td> </tr> <tr> <td>Protein/단백질</td> <td>: 9g</td> </tr> <tr> <td>Total fat/지방</td> <td>: 3.1g</td> </tr> <tr> <td>-Saturated fat/포화지방</td> <td>: 1.3g</td> </tr> <tr> <td>-Trans fat/트랜스 지방</td> <td>: 0g</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrates/탄수화물</td> <td>: 8g</td> </tr> <tr> <td>-Sugars/설탕</td> <td>: 1g</td> </tr> <tr> <td>Sodium/나트륨</td> <td>: 630mg</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol/콜레스테롤</td> <td>: 120mg</td> </tr> </tbody> </table>	Nutrition Information 영양정보		Per 100ml/100ml당		Energy/열량	: 95kcal	Protein/단백질	: 9g	Total fat/지방	: 3.1g	-Saturated fat/포화지방	: 1.3g	-Trans fat/트랜스 지방	: 0g	Carbohydrates/탄수화물	: 8g	-Sugars/설탕	: 1g	Sodium/나트륨	: 630mg	Cholesterol/콜레스테롤	: 120mg
Nutrition Information 영양정보																							
Per 100ml/100ml당																							
Energy/열량	: 95kcal																						
Protein/단백질	: 9g																						
Total fat/지방	: 3.1g																						
-Saturated fat/포화지방	: 1.3g																						
-Trans fat/트랜스 지방	: 0g																						
Carbohydrates/탄수화물	: 8g																						
-Sugars/설탕	: 1g																						
Sodium/나트륨	: 630mg																						
Cholesterol/콜레스테롤	: 120mg																						

라벨링 사진



□ 김치류 표기사항 예시

표기 항목	표기내용																				
1) 제품명	Squid Kimchi 오징어 김치																				
2) 성분	Cabbage, Squid, Radish, Fructose, Clutinous Rice Flour(Cereal Containing Gluten), Garlic, Red Pepper Powder, Leek, Korean Leek, Onion, Salt, Anchovy Sauce(Fish Product), Bonito (Fish), Fish Sauce(Fish product), Flavor Enhancer(621), Ginger, Shrimp Sauce(Crustacean product) 배추, 오징어, 무, 과당, 중가집김치전용분(호화쌀혼합분말(글루텐함유 곡류), 마늘, 고춧가루), 대파, 양파, 소금, 새우액젓(갑각류가공품), 젓갈(생선가공품), 기다랑어(생선가공품), 멸치젓(생선가공품), 생강																				
3) 유통기한	Shown On Package (Y-M-D)																				
4) 보관방법 및 섭취방법	Must be kept refrigerated 0℃~4℃ 냉장(0℃~4℃) 보관																				
5) 식품용량 또는 수량	150g																				
6) 제조사명 및 소재지	Manufacturer: Daesang Corporation, Daesang Building, 26, Cheonho-daero, Dongdaemun-gu, Seoul, Republic of Korea																				
6-1) 수입자	※ 제조사명 및 소재지 기입 시 수입자 정보 및 원산지 표기는 선택 KOFECO Enterprise(Asia) Co., Ltd./ Room 803, HK Worsted MillsInd, Bldg, Kwai Chung, N.T																				
6-2) 원산지	Country of Origin : Republic of Korea, 원산지 : 한국																				
7) 영양소 함유 표시	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Nutrition Information 영양정보</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Per 100g/100g당</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy/열량</td> <td>: 90kcal</td> </tr> <tr> <td>Protein/단백질</td> <td>: 8.2g</td> </tr> <tr> <td>Total fat/지방</td> <td>: 0.8g</td> </tr> <tr> <td>-Saturated fat/포화지방</td> <td>: 0.1g</td> </tr> <tr> <td>-Trans fat/트랜스 지방</td> <td>: 0g</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrates/탄수화물</td> <td>: 12.5g</td> </tr> <tr> <td>-Sugars/설탕</td> <td>: 6.7g</td> </tr> <tr> <td>Sodium/나트륨</td> <td>: 1706mg</td> </tr> </tbody> </table>	Nutrition Information 영양정보		Per 100g/100g당		Energy/열량	: 90kcal	Protein/단백질	: 8.2g	Total fat/지방	: 0.8g	-Saturated fat/포화지방	: 0.1g	-Trans fat/트랜스 지방	: 0g	Carbohydrates/탄수화물	: 12.5g	-Sugars/설탕	: 6.7g	Sodium/나트륨	: 1706mg
Nutrition Information 영양정보																					
Per 100g/100g당																					
Energy/열량	: 90kcal																				
Protein/단백질	: 8.2g																				
Total fat/지방	: 0.8g																				
-Saturated fat/포화지방	: 0.1g																				
-Trans fat/트랜스 지방	: 0g																				
Carbohydrates/탄수화물	: 12.5g																				
-Sugars/설탕	: 6.7g																				
Sodium/나트륨	: 1706mg																				

라벨링 사진



### 3. 비관세 장벽 관련 이슈<sup>23)</sup>

#### (1) TBT 통보 현황

- 2015년부터 2020년까지 식품 부문에서 홍콩이 통보한 TBT는 총 3건으로 집계
  - 유아용 식품(2건), 식용유(1건)에 대한 통보를 하였으며, 특정국을 대상으로 통지된 사례는 없음
  - 2020년 통보 내용 없음

<식품 부문 TBT 통보 품목 및 내용>

통보 일자	품목	내용
2015.01.29	유아용 식품	36개월 미만의 유아용 조제식, 성장기용 조제식 및 사전 포장된 식품의 영양 및 건강 강조 표시의 규제
2015.10.06	식용유	식용유지 규정 및 “폐 조리용 기름”의 재활용에 관한 입법안
2017.06.21	유아용 식품	조제 우유와 관련 제품의 품질과 판매에 관한 홍콩 법령

\* 출처 : 해외기술규제정보 시스템([www.knowtbt.kr](http://www.knowtbt.kr))

#### (2) SPS 통보 현황

- 2015년부터 2020년까지 식품 부문에서 홍콩이 통보한 SPS는 총 5건으로 집계
  - 식품 전반에 대한 통보문이 3건으로 가장 많았으며, 뒤이어 가축, 축산 및 낙농품이 1건으로 집계됨. 특정국을 대상으로 통지된 사례는 없음
  - 2020년 12월(문서번호 :G/SPS/N/HKG/45), 식품 내 유해 물질(3가지 곰팡이 독소, 5가지 식품 유해물질, 부분 경화유, 트랜스 지방) 규정 통보

<식품 부문 SPS 통보 품목 및 대상국가>

품목	건수	대상국가	
		전 세계	특정국
일반 식품	3	3	-
가축, 축산물 및 낙농품	1	1	-
기타	1	1	-
계	5	5	-

\* 출처 : WTO

#### (3) 홍콩 식품 안전센터 통보 현황

- 한국산 식품의 식품 규정 위반 사례
  - 2020년 5건의 한국산 식품에 대해 식품 규정 위반 사례 발표함. 5건 모두 가공 식품이며 라벨링 규정 위반으로 리콜 조치가 요구됨

<한국산 식품의 홍콩 식품 규정 위반 사례>

분류	발표 일자	제품	원산지	문제 사유	내용	수입 물량	조치
가공	4.2	아기용 면 (시금치) (Baby Noodles (Spinach))	한국	비타민A 함량 불일치	라벨링: 90µg RE/30g 검출치:100µg RE/100g	-	리콜
가공	6.10	말린 무화과 (Taylor Dried Figs)	한국	설탕 함량 불일치 나트륨 함량 불일치	라벨링: 19.6g/100g 검출치: 44.3g/100g 라벨링:105 mg/100g 검출치:190 mg/100g	슈퍼마켓 (Tsim Sha Tsui)	리콜
가공	6.16	랍스타살 & 게딱지장 (Lobster Meat with Crab Paste)	한국	이산화황 (sulphur dioxide) 라벨링 미기입	라벨링에는 기입 정보 없으나 검출됨	슈퍼마켓 (Quarry Bay)	리콜
가공	7.21	새우 칩 (Shrimp Chip)	한국	나트륨 함량 불일치	라벨링: 0mg/100g 검출치: 840mg/100g	슈퍼마켓 (North Point)	리콜
가공	11.30	김밥용 김	한국	포화 지방산 함량 불일치	라벨링: 0g/25g 검출치: 1.1 g/100g	완차이 슈퍼마켓	리콜

\* 출처 : 홍콩식품 안전센터([www.cfs.gov.hk](http://www.cfs.gov.hk))

#### □ 한국 일부 지역 가금류 및 가금류 알 제품 수입 잠정 중단('20.12~)

- 홍콩 식품안전센터는 2020년 12월부터 공중 보건을 보호하기 위해 한국의 고병원성 조류 인플루엔자(H5N8) 발생 지역으로 부터 가금류 및 가금류 알 제품의 수입을 잠정 중단하기로 함
- 가금류 및 가금류 알 제품의 수입을 잠정 중단 지역
  - ('20년12월) 경상북도 상주시·구미시· 임실군/전라남도 영암군·나주시·장성군/전라북도 정읍시·고창군/충청남도 천안시/충청북도 음성군/경기도 여주시·김포시/화성시
  - ('21년1월) 전라남도 곡성군·무안군·보성군/전라북도 부안군·김제시/세종시 경상남도 진주시·거창군·하동군·고성군/경상북도 문경시/경기도 인천시·포천시·남양주시·안성시/충청남도 홍성군
  - ('21년2월) 전라남도 함평군/경상남도 통영시/경상북도 포항·영주시/경기도 파주/충청북도 충주시·괴산군/제주도
  - ('21년4월) 전라남도 장흥군/강원도 원주시

#### □ 한국산 가금류 및 가금류 가공제품 수입 중단 해제('21.7.7/'21.7.19)

- 식품안전센터(CFS)는 2020년 12월부터 고병원성 조류 인플루엔자 발생한 한국 일부 지역에 한해 가금류 및 가금류 알 제품에 대한 수입을 잠정적으로 중단했으나, 7월 7일부터 단계적으로 가금류 및 가금류 제품 수입 중단을 해제함
- (7월7일) 한국 45개 지역의 가금류 및 가금류 가공 제품 수입 중단 해제
  - \* 수입 재개 지역: 정읍시, 상주시, 영암군, 여주시, 음성군, 장성군, 김포시, 임실군, 천안시, 구미시, 화성시, 고창군, 용인시, 남원시, 구례군, 예산군, 경주시, 평택시, 고양시, 익산시, 논산시, 곡성군, 무안군, 부안군, 세종시, 진주시, 거창군, 안성시, 포천시, 홍성군, 문경시, 고성군, 하동군, 김제시, 보성군, 이천시, 함평군, 포항시, 파주시, 충주시, 괴산군, 제주시, 영주시, 통영시, 원주시
- (7월19일) 한국 3개 지역의 가금류 및 가금류 가공 제품 수입 중단 해제
  - \* 수입 재개 지역: 장흥군, 나주시, 남양주시

23) 비관세장벽 관련 이슈는 KATI 농식품수출정보 홈페이지([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 수시 업데이트하여 제공