

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202312-05  
품목 | 밀가루(Wheat Flour)  
HS CODE | 1101.10-1000  
국가 | 중국(China)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 중국 밀 시장규모	06
2. 중국 빵 시장규모	07
3. 중국 밀가루 수입규모	08
4. 중국 밀가루 수입단가	09

#### III. 시장트렌드

---

1. '통밀가루', '유기농 밀가루' 등 판매	12
2. '우델리' 밀가루 브랜드 인기	13
3. '봉지' 패키징, '5kg' 중량 제품 다수	14
4. 밀가루 제품별 소비 현황	15

#### IV. 유통채널

---

1. 중국 밀가루 유통채널 점유율	17
2. 중국 밀가루 주요 유통채널	18

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 중국 밀가루 통관 및 검역 절차	28
2. 중국 밀가루 품질 인증	31
3. 중국 밀가루 라벨링	35
4. 중국 밀가루 성분 및 유해물질	39

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 싱허국제유한공사(星禾國際有限公司)	45
2. 성품서점(誠品書店)	47
3. 풍천무역유한회사(豐晨貿易股份有限公司)	49

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	52
--------	----

※ 참고문헌	55
--------	----



HS CODE : 1101.10-1000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

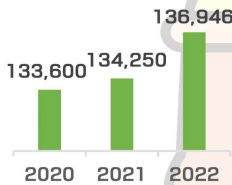
# SUMMARY

# 중국 밀가루 시장

## 시장 현황

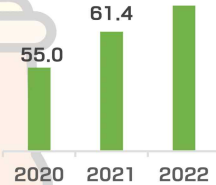
밀 시장규모 (생산량)

단위 : 메트릭 톤



빵 시장규모

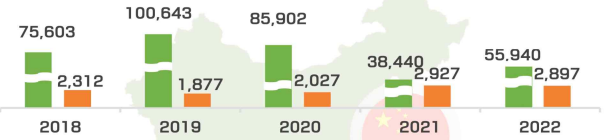
단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1101.10 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모

■ 중국 전세계 ■ 중국 대한민국

Rank	Country	Value (Billion KRW)
1st	일본	347.8
2nd	러시아	179.0
3rd	프랑스	68.6
5th	한국	39.0

## 시장 트렌드

빅데이터 분석



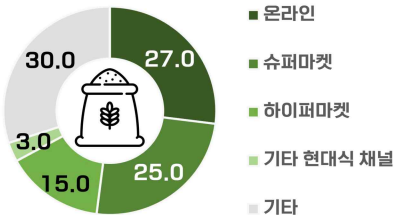
유형별 소비

- 면류
- 짬뽕
- 빵
- 케이크
- 만두
- 페스트리

\* 중국 온라인 쇼핑몰 밀가루 제품 236건 분석 결과

## 주요 유통채널

유통채널 점유율



## 통관 및 제도

수출 통관 유의사항

**세금**  
기본세율: 6.0%(In-quota)  
65.0%(Out-quota)  
증치세: 9.0%

**사전 준비**  
중국 해관 고유번호 발급  
품질감독검사검역중국  
수출업체 등록 必

권장 인증



라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
중국어 표기 必  
제품명, 용량 및 규격, 날짜  
표시, 생산자, 중개 판매자의  
명칭, 주소, 연락처, 보관  
조건, 원산지 표기 등

## 수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 수요 밀가루에 대한 수요는 밀가루의 다양한 활용과 함께 매년 증가 중이지만, 한국산 제품에 대한 인지도는 전무한 수준임  
제품 트렌드 집에서 밀가루를 활용한 요리를 하는 경우가 많아졌으며, 소득 수준 증가와 함께 고급 밀가루에 대한 수요가 증가 중임  
타깃 소비층 고품질이기에 관련 제품 구매를 희망하는 40세 이상의 주부를 타깃층으로 설정하는 것을 권장함

Point 02.

제품 피드백 포장은 친환경 특징을 지니므로 긍정적이지만, 제품 용량은 5kg 제품 출시 등을 통해 현지화가 필요함  
제품 적정 가격 수입 밀가루이므로 수입산 제품들과 경쟁 고려 시 2.5kg 제품 기준, 50-60 위안 수준으로 가격 설정을 권장함  
제품 적정 수출 채널 현지 수입유통업체 및 한국 제품을 전문으로 취급하는 업체들을 통해 시장에 진입할 것을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 중국 밀 시장규모
2. 중국 빵 시장규모
3. 중국 밀가루 수입규모
4. 중국 밀가루 수입단가

## 1. 중국 밀 시장규모

### 중국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	960만 km <sup>2</sup>
인구	14억 1,175만 명
GDP	17조 9,632억 달러
GDP (1인당)	1만 2,970달러

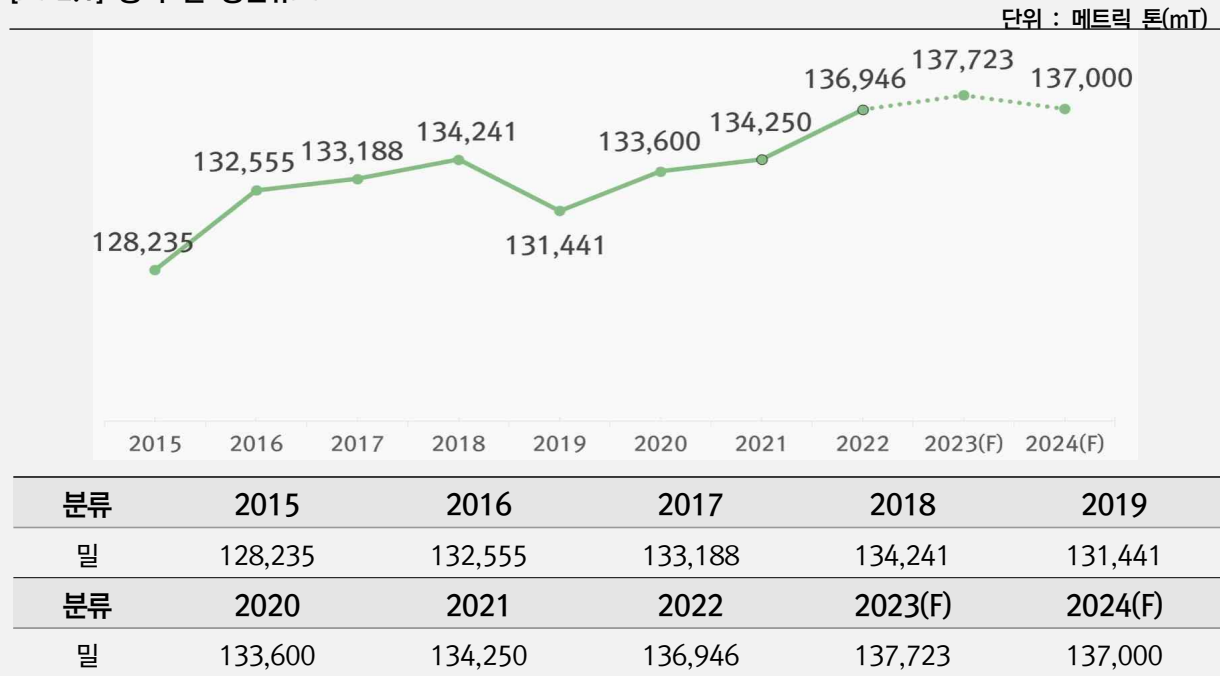
### ▶ 중국 밀 생산규모 14만 8,000메트릭 톤, 글로벌 1위

2022년 중국 밀 생산규모는 13만 6,946메트릭 톤을 기록하며 세계 최대 밀 생산국으로 집계됐으며, 소비량 또한 세계에서 가장 많은 국가인 것으로 나타남. 중국 내 밀 생산량은 2015년 12만 8,235메트릭 톤에서 2019년을 제외하고는 꾸준한 증가세를 보였으며, 헥타르당 밀 생산량 또한 가장 높은 것으로 조사됨<sup>2)3)</sup>

### ▶ 중국 현지 생산 밀 대다수는 면류인 ‘중력분’ 밀가루 제조

중국 현지 생산 밀의 대다수는 중국의 주식인 면에 사용되는 중력분 밀가루로 제조되고 있으며, 중국 밀 시장은 식품가공 기술의 발전과 콜드체인 보급의 영향을 받아 빠르게 성장하는 추세임. 전통적인 급속냉동 밀가루 식품인 물만두, 포자, 탕위안 등의 요리는 젊은 층 소비자의 수요를 만족시키기 위해 변화하고 있는 것으로 조사됨<sup>4)5)</sup>

[표 2.1] 중국 밀 생산규모<sup>6)</sup>



자료: IPAD(International Production Assessment Division)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」
- 2) 자료: IPAD(International Production Assessment Division), 「China Wheat Area, Yield and Production」, 2023.10
- 3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Wheat consumption worldwide in 2021/2022, by country (in 1,000 metric tons)」, 2023.01
- 4) 조사제품 ‘밀가루’는 100% 밀로 제조한 제품으로 음식 조리 시 사용하거나 제빵용으로 활용 가능한 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 ‘밀’의 시장규모와 ‘빵’의 시장규모를 조사함
- 5) 자료: KATI농식품수출정보, 「[시장동향 중국, Z세대의 냉장고를 공략하라.], 2021.12
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



## 2. 중국 빵 시장규모

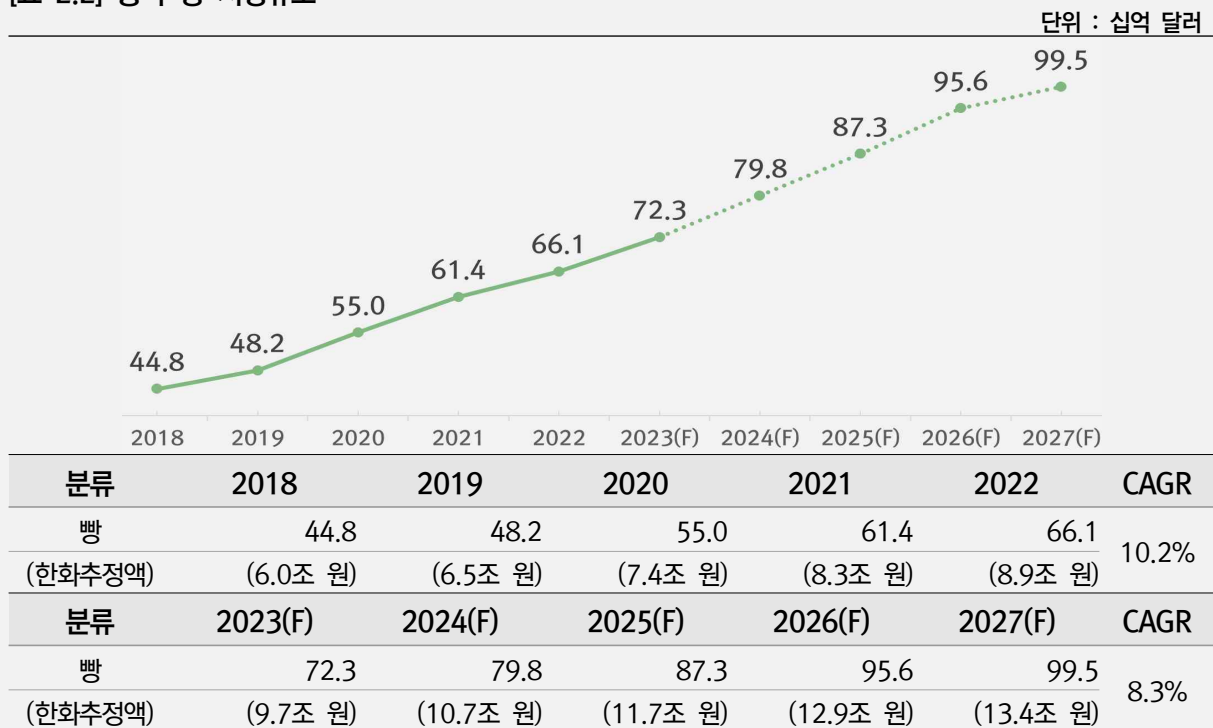
### ▶ 중국 빵 시장규모 8.9조 원, 연평균 10.2% 성장

2022년 기준 중국 내 빵 시장규모는 8.9조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 10.2%인데 비해, 2020년에는 전년 대비 14.2%의 비교적 높은 성장률을 기록함. 특히, 주요 도시들을 중심으로 서양식 레스토랑 및 베이커리 매장들이 증가하고 있으며, 홈 베이커리 또한 시장 증가세에 기여하고 있는 것으로 나타남

### ▶ 중국 빵 시장규모, 향후 5년간 8.3%씩 성장 예상

중국 빵 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 8.3%씩 성장하여 2027년 13.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 중국 베이커리 산업에서는 저당 빵과 무가당 빵과 같이 건강에 좋은 제품이 인기를 끌고 있음. 건강에 관심이 높은 소비자들의 요구에 부응하기 위해 고단백 재료를 활용하거나 유기농 재료, 프로바이오틱스 등을 활용하는 제품이 증가한 것으로 조사됨<sup>7)</sup>

[표 2.2] 중국 빵 시장규모<sup>8)9)10)</sup>



자료: 스탯스타(Statista)

7) 자료: KATI농식품수출정보, 「중국, 저당 빵의 열풍」, 2023.04

8) 자료: 스탯스타(Statista), 「Bread\_China」, 2023.10

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

10) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 중국 밀가루 수입규모

#### 밀가루 HS CODE

해당 장에서 밀가루는 HS CODE 1101.00으로 분류. HS CODE 제1101호의 품명은 밀가루나 메슬린 가루, HS CODE 1101.10-1000의 품명은 밀가루로 확인

#### ▶ 2018-22년 중국 HS CODE 1101.00 對글로벌 수입 연평균 7.3% 감소

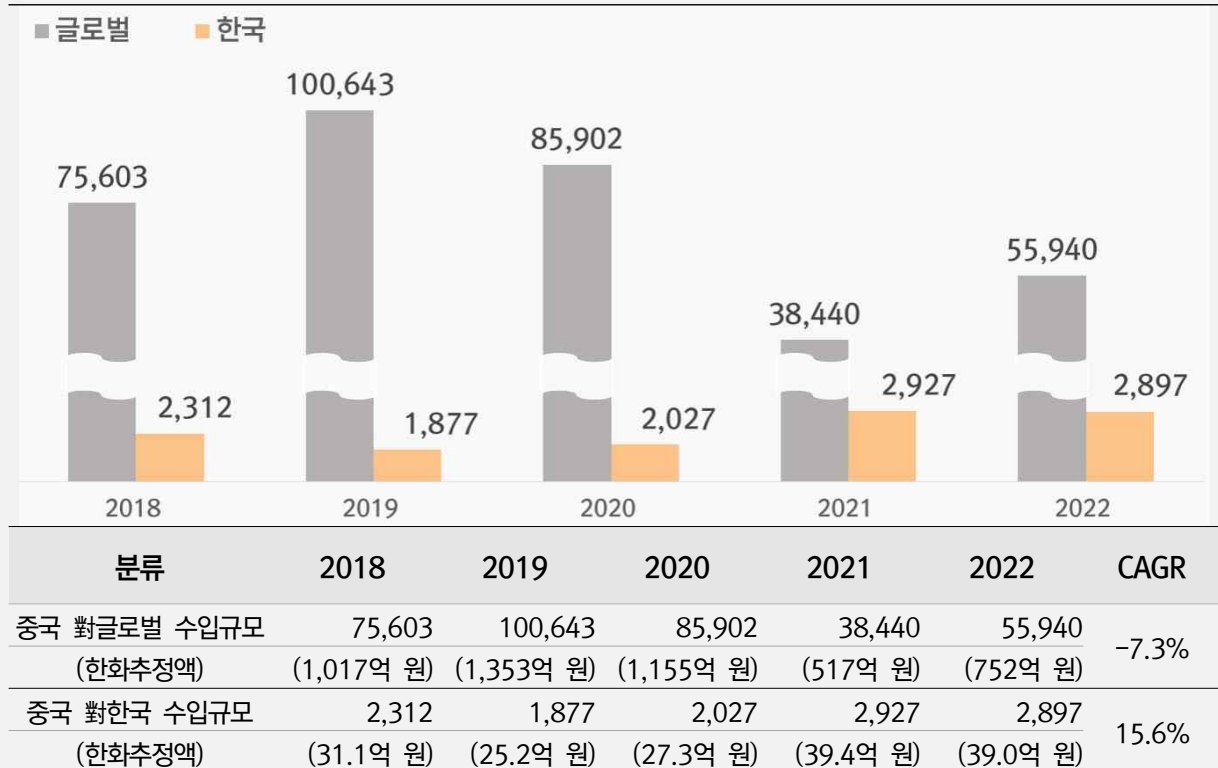
중국 HS CODE 1101.00 품목인 밀가루의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균 7.3% 감소하면서 2022년도에는 752억 원을 기록함

#### ▶ 중국 내 HS CODE 1101.00 품목 수입, 한국산 상위 5위

최근 5년(2018-22년)간 중국 내 밀가루의 對한국 수입규모 평균은 32.4억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 5위를 차지함. 1위국 일본(347.8억 원, 46%)은 연평균성장률 52.4%를 기록했고, 2위국인 러시아(179.0억 원, 24%)는 연평균 13.0% 감소함. 3위국 프랑스(68.6억 원, 9%)는 연평균성장률 62.7% 기록하였고, 5위국 한국(39.0억 원, 5%)도 연평균 15.6% 증가함

[표 2.3] 중국 HS CODE 1101.00 수입규모<sup>11)12)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



## 4. 중국 밀가루 수입단가

### ▶ 2018-22년 중국 HS CODE 1101.00 對글로벌 연평균 17.8% 증가

중국 HS CODE 1101.00 품목인 밀가루의 對글로벌 1톤당 수입단가는 5년(2018-22년)간 연평균성장률 17.8%를 보이면서 2022년도에는 89만 원의 단위당 수입단가를 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 17.8%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 79.0%의 비교적 높은 성장률을 기록함

### ▶ 중국 내 HS CODE 1101.00 품목 수입, 한국산 상위 4위

최근 5년(2018-22년)간 중국 내 밀가루의 對한국 1톤당 수입단가 평균은 93만 원이며 2022년 기준 수입국 상위 4위를 차지함. 1위국인 미국(180만 원)은 12.1%의 연평균성장률을 기록했고, 2위국 네덜란드(160만 원)는 연평균 20.3%를 성장함. 3위국 일본(130만 원)은 연평균 3.8% 증가하였고, 4위국 한국(130만 원)은 연평균 14.2% 증가함

[표 2.4] 중국 HS CODE 1101.00 수입단가<sup>13)14)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre)

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. '통밀가루', '유기농 밀가루' 등 판매
2. '우델리' 밀가루 브랜드 인기
3. '봉지' 패키징, '5kg' 중량 제품 다수
4. 밀가루 제품별 소비 현황

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 중국 온라인매장 입점 밀가루

- 데이터 수집 키워드 : 밀가루(面粉)
- 데이터 수집량 : 236건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰 징둥(京东)

### ▶ 중국 온라인매장 입점 밀가루 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품/종류 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁제품/ 종류	통밀가루	全麦粉	31	강력분	高筋粉	58
	유기농 밀가루	有机	13	중력분	中筋粉	14
	부침가루	煎饼粉	2	박력분	低筋面粉	10
	쌀가루	米粉	1	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	우델리	五得利	228	쓰마이원	丝麦耘	21
	진룽위	金龙鱼	99	신러	鑫乐	18
	허타오	河套	74	바이상	白象	15
	향만원	香满园	57	치허위안	七河源	12
	푸린먼	福临门	39	종유	中裕	12
	진사허	金沙河	39	예에더농장	爷爷的农场	9
	텐산	天山	27	1하오후이위안토텐	1号会员店	9
	추쿠이	初萃	24	(-)	(-)	(-)
패키징	5kg	5kg	381	25kg	25kg	36
	봉지	袋装	203	박스	箱装	20
	2.5kg	2.5kg	127	500g	500g	6
	10kg	10kg	115	1.5kg	1.5kg	1
	1kg	1kg	38	100g	100g	1

## 1. '통밀가루', '유기농 밀가루' 등 판매

### ▶ 밀가루 경쟁제품으로 '통밀가루', '유기농 밀가루' 등 판매

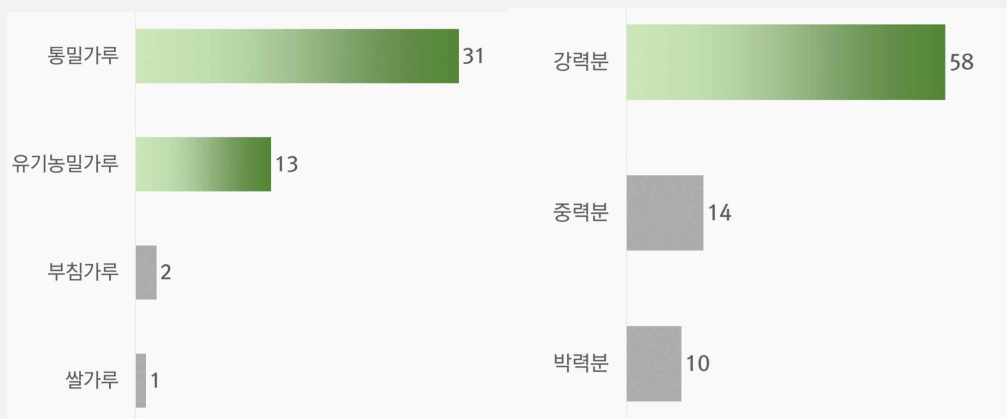
- 중국 밀가루 경쟁제품으로 통밀가루 31건, '유기농 밀가루' 13건 확인됨
- '유기농 밀가루'의 경우, 아이에게 안전한 먹거리로 제품 소개하고 있음
- '부침가루'는 한국의 팬케이크 믹스와 유사한 제품으로, 팬케이크 또는 김치부침개를 조리 예로 설명함

### ▶ 밀가루 종류로 강력분 다수

- 한편, 밀가루 경쟁제품 종류별로는 강력분이 58건 빈출함
- '강력분' 제품은 주로 베이커리 및 피자과 서양식 요리에 활용되며, '중력분' 제품은 국수, 면, 만두 등의 다목적 밀가루로 설명됨
- '박력분'의 경우 케이크, 머핀용으로 설명한 제품이 대부분임

통밀가루		유기농 밀가루		강력분	
					
제품명	통밀가루(全麦粉)	제품명	유기농밀배아영양가루 (有机小麦胚芽营养面粉)	제품명	강력분(高筋粉)
브랜드	1호후이위안텐(1号会员店)	브랜드	치오티안만만(秋田满满)	브랜드	진룡위(金龙鱼)
중량	5kg	중량	980g	중량	5kg
가격	42.90위안(7,905원 <sup>15)</sup> )	가격	31.00위안(5,712원)	가격	24.90위안(4,588원)

[표 3.1] 중국 판매 밀가루 경쟁제품 및 종류 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '밀가루' 관련 게시물 236건 분석

15) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## 2. '우델리' 밀가루 브랜드 인기

### ▶ 밀가루 브랜드로 '우델리' 인기

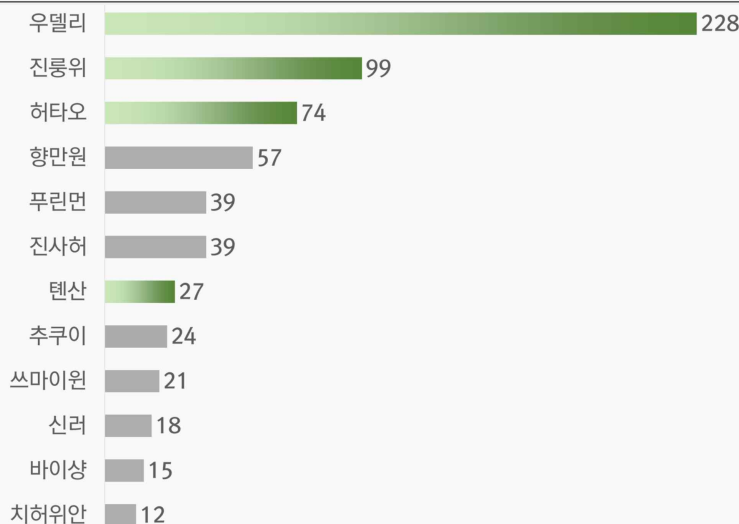
- 중국 밀가루 브랜드로는 '우델리' 228건, '진룽위' 99건 등 확인됨
- 중국 온라인 몰에서 판매 중인 밀가루 브랜드 대다수가 중국 현지 브랜드로, 해외 브랜드 밀가루 제품은 거의 확인되지 않음

### ▶ 원산지 지역명을 브랜드 명칭으로 사용

- 경쟁브랜드 키워드 중 '허타오'는 중서부 내몽고에 위치한 지역명으로, 밀이 생산되는 산지를 브랜드명 그대로 사용 중임
- '텐산' 또한 여러 나라에 걸쳐 있는 '텐산 산맥' 중 신장 지역을 밀의 산지로 하는 밀가루 브랜드로 확인됨

우델리		허타오		텐산	
					
제품명	가정용 강력분 (家庭通用中高筋粉)	제품명	눈꽃 밀가루 (雪花粉)	제품명	신장 밀가루 (新疆面粉特)
브랜드	우델리(五得利)	브랜드	허타오(河套)	브랜드	텐산(天山)
중량	2.5kg	중량	2kg	중량	25kg
가격	14.80위안(2,727원)	가격	58.00위안(10,688원)	가격	207.12위안(38,166원)

[표 3.2] 중국 판매 밀가루 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '밀가루' 관련 게시물 236건 분석

### 3. '봉지' 패키징, '5kg' 중량 제품 다수

#### ▶ 중국 밀가루 제품 대다수 '봉지' 패키징

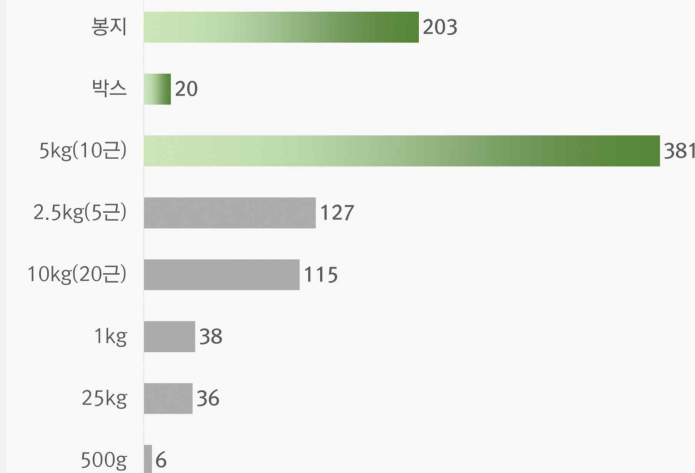
- 패키징 관련 키워드 조사 결과, '봉지' 키워드 203건 도출됨
- 대부분의 제품에 '봉지' 패키징을 적용하였으며, 재밀봉 가능하도록 지퍼백으로 포장된 제품도 다수 확인됨
- '박스' 패키징은 '봉지' 포장 제품을 묶음 판매하는 경우 적용하고 있음

#### ▶ 큰 단위로도 판매

- 중량 관련 키워드로 '5kg' 338건 확인됨
- 다만 대다수 제품이 '1kg'부터 '10kg' 또는 '20kg'까지 다양한 중량으로 선택 구매할 수 있게 판매 중임
- 중국에서 더 친숙한 무게 단위인 근(斤)(1근은 500g과 동일)을 사용해 중량을 표기한 제품도 다수 존재함

봉지		박스		5kg(10근)	
					
제품명	어린이용 영양 박력분 (低筋面粉营养辅食儿童面粉)	제품명	강력분 눈꽃 밀가루 (高筋雪花麦芯小麦粉)	제품명	정제밀가루 중력분 (精制小麦粉中筋粉)
브랜드	바오바오찬러(宝宝馋了)	브랜드	진룡위(金龙鱼)	브랜드	중유(中裕)
중량	1kg	중량	5kg * 4팩	중량	5kg
가격	24.60위안(4,533원)	가격	114.90위안(21,173원)	가격	27.90위안(5,141원)

[표 3.3] 중국 판매 밀가루 패키징/중량 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '밀가루' 관련 게시글 236건 분석



#### 4. 밀가루 제품별 소비 현황

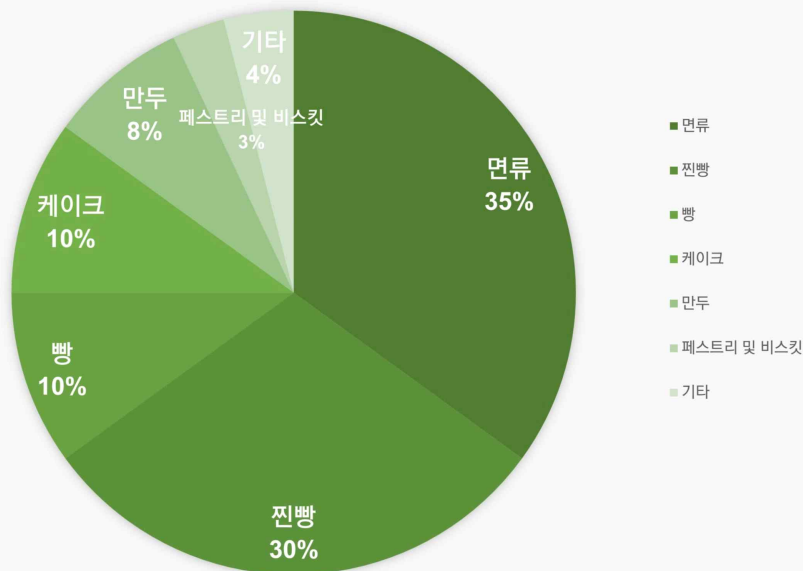
##### ▶ ‘면류’, ‘짬뽕’, ‘만두’ 등 중력분 밀가루로 제조된 소비 가장 많아

중국 소비자들의 밀가루 음식별 소비 트렌드에 따르면, ‘면류’가 35%를 점유하며 1위를, ‘짬뽕’이 30%로 2위를 차지하고 있는 것으로 조사됨. 이외에도, ‘만두’가 8%를 점유하여 중력분 밀가루를 활용한 음식 소비가 전체의 73%를 차지하고 있는 것으로 나타남. 강력분 밀가루와 박력분 밀가루가 주로 활용되는 ‘빵’, ‘케이크’, ‘페스트리 및 비스킷’은 각각 10%, 10%, 3%를 점유하고 있으나, 중국 베이커리 산업 및 피자, 파스타와 같은 서양 요리에 대한 수요가 가파르게 성장함에 따라 관련 점유율은 증가할 것으로 전망됨<sup>16)</sup>

##### ▶ 중국 홈 베이킹 인기에 힘입은 베이킹 밀키트 급성장

코로나19 여파 및 젊은 층의 요리에 대한 관심 증대로 인한 홈 쿠킹 및 홈 베이킹 트렌드가 지속됨에 따라, 베이킹 밀키트 시장 또한 급성장 중인 것으로 나타남. 프리믹스를 포함하는 베이킹 밀키트는 빵이나 도우를 원재료로부터 믹스하는 단계를 건너뛰고, 간단한 조리과정을 통해 음식을 만들 수 있는 편리함을 기반으로 인기를 얻고 있음. 향후 인기를 얻을 것으로 예상되는 베이킹 밀키트는 도넛과 크루아상, 바게트 등이 있는 것으로 조사됨<sup>17)</sup>

[표 3.4] 중국 밀가루 음식 유형별 소비 트렌드



자료: 힌다위(Hindawi), 「Journal of Food Quality」, 2022.07

16) 자료: 힌다위(Hindawi), 「Journal of Food Quality」, 2022.07

17) 자료: 헤럴드경제70, 「‘집빵’에 눈 뜬 중국...홈베이킹 밀키트 시장 급성장」, 2022.07

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



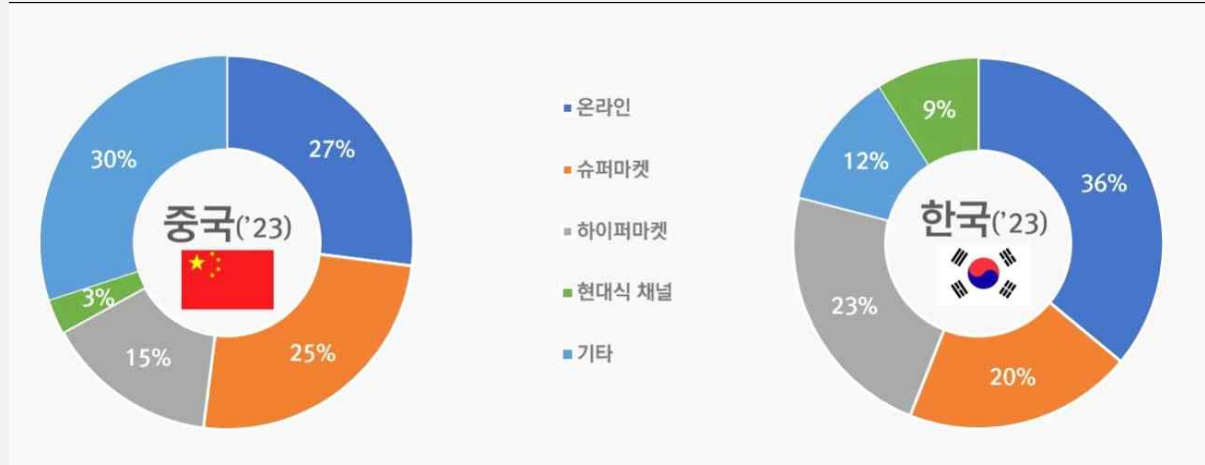
1. 중국 밀가루 유통채널 점유율
2. 중국 밀가루 주요 유통채널

## 1. 중국 밀가루 유통채널 점유율

### ▶ 중국 B2C 밀가루 유통, ‘온라인’ 채널 최대

2023년 기준, 중국에서 밀가루를 비롯한 일용소비재(FMCG) 유통채널 중 ‘온라인’은 27%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 다음으로는 ‘슈퍼마켓’이 25%의 점유율을 보이며 2%p의 근소한 차이로 2위를 기록하였음. ‘하이퍼마켓’은 15%의 점유율을 보여 3위를 기록한 것으로 나타남. 동기간 한국에서 밀가루를 비롯한 일용소비재 유통채널 중 ‘온라인’은 36%로 중국과 마찬가지로 가장 높은 점유율을 보였으나 중국에 비해 유통채널 집중도가 9%p 높은 것으로 나타났으며, ‘하이퍼마켓’이 23%의 점유율로 2위를 기록하였음. 중국에서 2위를 기록한 ‘슈퍼마켓’을 통해서는 20%의 비중으로 유통되어 점유율 3위를 기록하였음

[표 4.1] 중국 및 한국 밀가루 소매유통채널 점유율 비교<sup>18)</sup>



중국 및 한국 밀가루 소매유통채널 점유율 비교<sup>19)20)</sup>

중국	유형	한국
27%	온라인	36%
25%	슈퍼마켓	20%
15%	하이퍼마켓	23%
3%	기타 현대식 채널 <sup>21)</sup>	12%
30%	기타 <sup>22)</sup>	9%

자료: 칸타(KANTAR)

18) 자료: 칸타(KANTAR), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023. 07.

19) ‘밀가루’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘FMCG(일용소비재)’의 정보를 확인함

20) 각 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

21) ‘편의점(CVS)’ 등 다수의 현대식 유통채널을 포함함

22) ‘식료품점(Grocery)’, ‘전통식 채널(Traditional Trade)’, ‘비식료품점(Non-Store)’ 및 기타 유통채널을 포함함

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ① 알티마트



기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT-Mart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn	
	위치	상하이(上海)	
	규모	매출액('22) • 1,900억 위안(35조 113억 원23) 기타 규모 • 매장 수('22): 490개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 대만에 최초의 현대식 대규모 슈퍼마켓으로 개점</li> <li>• 1998년 중국 본토 내 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈하여, 현재 29개의 성에 매장 보유</li> <li>• 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail)의 브랜드로 운영</li> <li>• 2020년 알리바바 그룹이 선아트리테일의 72%의 지분을 보유하게 됨</li> <li>• 2020년 '중국 100대 체인점(中国连锁百强)'에서 슈퍼마켓 부문 1위</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통해 직접 문의 (<a href="http://csspsselfre.rt-mart.com.cn/intention/merchant/index">csspsselfre.rt-mart.com.cn/intention/merchant/index</a>)                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- '欢迎合作' 클릭 후, '厂商注册'를 클릭하여 벤더 등록</li> <li>- 회원가입 및 로그인(사용자 전화번호 인증, 비밀번호 입력)</li> <li>- 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출</li> <li>- 전국 구매담당자의 심사를 거침</li> <li>- 심사 통과한 후, 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달</li> <li>- 신상품 입점 및 판매</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +86-21-3107-8998, +86-21-5665-7857(상하이점)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 알티마트(RT-Mart)

사진 자료: 알티마트(RT-Mart), 구글맵(Google Maps)

23) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ② 씨알뱅크

기업 기본 정보	기업명	씨알뱅크(CR Vanguard)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.crv.com.cn		
	위치	상하이(上海)		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> <li>781억 위안(14조 3,915억 원)</li> </ul>	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('22): 3,240개</li> <li>직원 수('22): 17만 명</li> </ul>		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1984년 홍콩에서 개점하여 중국 본토와 홍콩 시장을 포괄하는 사업 진행</li> <li>중국 내 약 240개의 도시에 매장 보유</li> <li>올레(Ole), 비엘티(BLT), 바이플러스(V+), 브이엔고(VnGO) 등 프리미엄 오프라인 매장 보유</li> <li>'완지아 앱(Wanjia App)', '스마트 리테일(Smart Retail)' 등 새로운 서비스 방식을 통해 온라인과 오프라인 통합 서비스 제공</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 확인 및 이메일을 통한 직접 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지에 상품 모집 공고 확인 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer)</li> <li>공급자 지원 자격 체크 (품목별 상이)</li> <li>일부 품목의 경우 중국 현지에 등록된 업체만 신청 가능</li> <li>공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자 자료 등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일 발송</li> <li>추가 서류 제출 요구 시 제출</li> <li>소요시간: 약 30일(최소)</li> </ul> </li> <li>로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>이메일: crvzbscb@crv.com.cn</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 씨알뱅크(CRVanguard)

사진 자료: 샘파트너스(Sampartners)

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ③ 허마세성

기업 기본 정보	기업명	허마세성(盒马鲜生)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.freshippo.com		
	위치	중국 전역		
	규모	매출액('22) • 610억 위안(11조 2,405억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 300개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장-물류창고 통합 소매업 모델 '허마세성(盒马鲜生)', 창고형 멤버십 소매 대량판매업체 '허마X 멤버십스토어(盒马X会员店)', 지역 사회 기반 소매업 모델 '허마아울렛(盒马奥莱)' 등 다양한 사업 포맷 운영</li> <li>2018년 허마세성 주관 최초의 공급업체 컨퍼런스 개최하여 '새로운 소매 공급망 관계' 제안</li> <li>디즈니차이나(Disney China)와 협력하여 새로운 콜라보레이션 브랜드 고안</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 냉동식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 인지도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 신청                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 메뉴 '合作招商' 클릭</li> <li>- 페이지 첫 번째 메뉴 '了解商品供应商' 선택</li> <li>- 해당 페이지 첫 번째 메뉴 '成为商品供应商' 선택</li> <li>- '立即入驻' 선택</li> <li>- 전화번호 입력 및 로그인 후 공급업체 등록 정보 입력</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-951-0217</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 허마세성(盒马鲜生)

사진 자료: 푸데이일리(Foodaily)



## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ④ 월마트 중국

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart) 중국		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	walmart.cn		
	위치	중국 전역		
	규모	매출액('22) • 5,728억 달러(709조 7,854억 원 <sup>24)</sup> ) 기타 규모 • 매장 수('23): 365개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국에 본사를 두고 있는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업</li> <li>• 리테일 기업으로는 세계 최대 규모에 해당</li> <li>• 1972년 뉴욕 증권 거래소에서 상장</li> <li>• 1996년 홍콩에서의 사업을 철수하고, 그 해 8월 중국 본토에 사업 진출</li> <li>• 전 세계 15개국에 진출해 있으며 약 10,600개의 매장(2022년 1월 기준)을 보유하고 있음</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등		
	선호 제품	• 중국 소비자에게 인지도가 높은 브랜드		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 공급업체 입점 신청 (<a href="http://www.wal-martchina.com/english/supplier/apply.htm">www.wal-martchina.com/english/supplier/apply.htm</a>)</li> <li>• 이메일을 통한 공급업체 입점 신청                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 접속 후 상단 메뉴 'Supplier Service' 클릭</li> <li>- Apply to be a Walmart Hypermarket Omni Merchandising Supplier 아래 'Read More' 클릭</li> <li>- 'Supplier Profile Form' 다운로드 및 양식 작성하여 담당 부서 이메일로 전송</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: <a href="mailto:China.Supplier.Development@Walmart.com">China.Supplier.Development@Walmart.com</a></li> <li>- 전화번호: +86-755-2151-2288</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 월마트(Walmart) 중국

사진 자료: 차이나데일리(China Daily), 씨앤비씨(CNBC)

24) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 글로벌 매출액임

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ⑤ 지마트

기업 기본 정보	기업명	지마트(Gmart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	(-)	
	위치	상하이(上海) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상하이 내 한인 거리(Korean Street)에 위치한 최대 규모의 한인 마트</li> <li>• 난징, 칭다오 등 다른 지역에도 매장이 위치해 있음</li> <li>• 모든 종류의 신선한 야채와 제품들을 구입할 수 있음</li> <li>• 내부 스낵바가 있어, 한국 음식 취식 가능</li> <li>• 위챗(Wechat)을 이용하여, 한국 제품 공동구매 및 온라인 주문 가능</li> <li>• 매주 목요일 회원 포인트 3배 적립 이벤트 진행 중</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 한국 제품, 인지도가 높은 브랜드의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 직접 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-21-6697-1004 +86-131-1716-9608(상하이점)</li> <li>- 위챗 아이디: G66971004(웨이신)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ⑥ 케이마트

기업 기본 정보	기업명	케이마트(Kmart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	(-)	
	위치	상하이(上海)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상하이 내 한인 거리(Korean Street)에서 10년 이상 운영 중인 큰 규모의 한인 마트</li> <li>• 2020년 이전에는 1004 슈퍼마켓으로 불림</li> <li>• 김밥 7종, 핫도그 6종, 프라이드치킨 등의 한국 길거리 음식들 판매 중</li> <li>• 음식뿐만 아니라 한국 화장품 및 생활용품도 판매</li> <li>• 일부 품목 1+1 이벤트 진행</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 한국 제품 및 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 직접 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(참고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +86-21-5889-8282</li> </ul>	

자료: 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ⑦ 빔보

기업 기본 정보	기업명	빔보(宾堡)	
	기업구분	기타(제조 공장)	
	홈페이지	www.bimbochina.com	
	위치	베이징(北京)	
	규모	기타 규모 • 공장 수('23): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1945년 멕시코에서 설립된 제빵 및 식료품 제조업체 브랜드</li> <li>• 멕시코시티 안타마리아(Aanta Maria)에 첫 번째 해외 생산 공장 건설</li> <li>• 인도 제빵 회사인 레디로티인디아(Ready Roti India Private Limited)와 합작 투자 계약을 체결하여 인도 시장 진출</li> <li>• 아이스크림 브랜드 뉘페이자오(多菲角), 제빵 브랜드 허우체(厚切), 제과 브랜드 딥딤(Dip Dip) 등 다양한 식품 브랜드 제품을 제조하고 있음</li> <li>• 2007년 중국에 진출했으며, 티몰(T-Mall)에 빔보 공식 플래그십 스토어를 개설함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 밀가루, 설탕, 유제품, 탈지분유, 코코아 파우더 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질이 보장된 제과제빵 원재료</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 우측 ‘联系我们’ 클릭 (www.bimbochina.com/message/index/tid/6.html)</li> <li>- 입력 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호)</li> <li>② 문의 내용(문의 주제, 문의 상세 내용 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-10-8957-0909, +86-400-6871-717</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 빔보(宾堡)

사진 자료: 인제너(Ingenor), 셔투왕(摄图网)

## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ⑧ 톨리브레드

기업 기본 정보	기업명	톨리브레드(桃李面包)	
	기업구분	기타(제조 공장)	
	홈페이지	www.tolybread.cn	
	위치	둥베이(东北) 등	
	규모	기타 규모 • 공장 수('22): 22개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 중국에서 설립된 제과제빵 제조 및 유통 브랜드</li> <li>• 주로 빵, 페이스트리, 월병 등 제과제빵 제품을 주로 생산하고 있음</li> <li>• 37개의 자회사를 보유하고 있으며 중국 내 약 310,000개 소매 채널 구축</li> <li>• 옹후이슈퍼스토어(永辉超市), 차이나리소스밴가드(China Resources Vanguard), 월마트(Wal-Mart), 알티마트(RT-Mart) 등의 대형 슈퍼마켓 브랜드와 협력 관계를 구축하고 있음</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 밀가루, 설탕, 유제품, 탈지분유, 코코아 파우더 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질이 보장된 제과제빵 원재료</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화를 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +86-400-168-6166</li> <li>- 주소: 랴오닝성 심양시 쑤자툰구 공항로 1066호 (辽宁省沈阳市苏家屯区机场路1066号)</li> </ul>	

자료: 톨리브레드(桃李面包)

사진 자료: 중창상웨(中创商学), 칭다오징화처젠(青岛净化车间)



## 2. 중국 밀가루 주요 유통채널 ⑨ 허베이성성호우식품유한회사

기업 기본 정보	기업명	허베이성성호우식품유한회사 (河北诚厚食品有限公司)	
	기업구분	기타(제조 공장)	
	홈페이지	chenghou.spdl.com	
	위치	허베이(河北)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 잡곡 면, 식물성 면을 전문으로 생산하고 있는 중국 면 제조 공장</li> <li>• 모든 제품은 색소와 방부제를 첨가하지 않는 것을 원칙으로 하며, 식품안전기준을 엄격하게 준수하고 있음</li> <li>• 일본의 텐코(Tenko Co., Ltd) 기업과 전략적 협력 계약을 체결하였으며, 허베이성성호우식품 제조 면으로 만들어진 토마야라멘(Toyama Ramen)은 8년 연속 '일본 라면 대회'에서 수상하였음</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 밀가루, 전분, 설탕, 소금, 시즈닝, 향미증진제 등	
	선호 제품	• 품질이 보장된 제과제빵 원재료, 식물성 원재료	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: dyksj@qq.com</li> <li>- 전화번호: +63-130-1329-2627</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 허베이성성호우식품유한회사(河北诚厚食品有限公司)

사진 자료: 1688



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



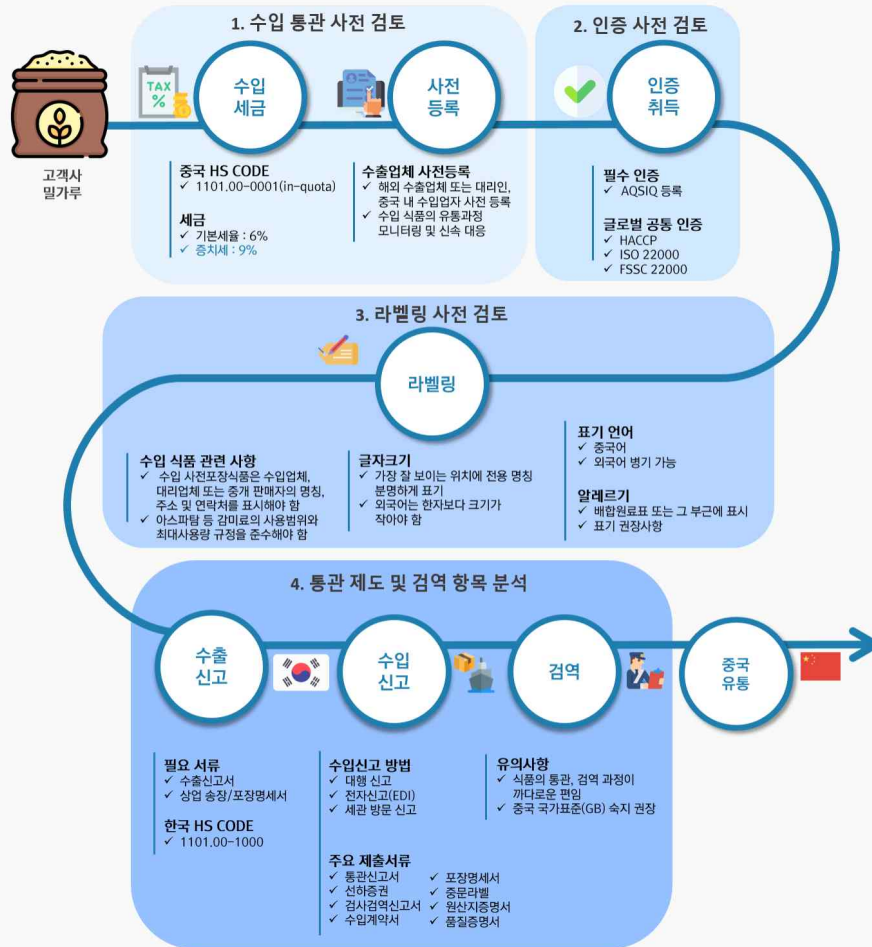
1. 중국 밀가루 통관 및 검역 절차
2. 중국 밀가루 품질 인증
3. 중국 밀가루 라벨링
4. 중국 밀가루 성분 및 유해물질

## 1. 중국 밀가루 통관 및 검역 절차<sup>26)</sup>

### ▶ 중국 밀가루 수출 시, 통관 절차별 주요사항

중국으로 밀가루 수출 시, 제품 수출 전 중화인민공화국 국가표준(GB: Guójiā Biāozhǔn)에 맞춰 검역 요구사항, 포장 및 라벨링 등 사전에 관련 사항을 미리 파악하여 수입 통관을 진행해야 함. 검역의 경우 라벨 검역과 실험실 검역<sup>27)</sup>으로 구분되며, 합격 후 지방 해관에서 입경화물검험 검역증명(위생증)을 발급함. 중국은 술·담배, 요트, 석유 등 일부 품목에 소비세를 부과하고, 부가가치세에 해당하는 증치세를 부과함<sup>28)</sup>

[표 5.1] 중국 밀가루 통관 검역 절차<sup>29)</sup>30)



자료: 관세청, 중국 해관총서(GACC), KATI농식품수출정보

26) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

27) 실험실 검역률은 통상 5~10% 수준임

28) 중국의 수입소비세 과세 품목은 ① 술·담배와 같은 건강에 해로운 상품, ② 요트·골프채 등 사치품, ③ 석유, 일회용 나무젓가락 등 자원 소모형 상품 및 재생 불가능한 소비품 등임

29) 기본세율은 중국과 상호 최혜국조치를 취하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품에 부과되는 세율임

30) 협정세율은 아시아 태평양무역협정(APTA)에 따른 세율임

▶ **식품 해외생산업체, 중국 해관 사전등록 必**

2022년 1월 1일부터 '중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정'이 시행됨에 따라, 중국으로 식품을 수출하는 기업의 중국 해관총서(GACC: General Administration of Customs of the People's Republic of China) 시스템 사전등록이 필수임. 시스템 등록 후 발급된 등록번호는 세관 신고 시 활용되며, 5년간 제품 포장지 등에 의무적으로 표시해야 함. 중국 해관총서(GACC)가 공표한 명령 248호 7조에 해당하는 품목<sup>31)</sup>은 수출국 식품 생산, 안전 및 위생을 관리하는 정부 부처의 추천으로 등록을 해야 하며, 이를 제외한 기타 식품 해외생산업체는 자체적으로 또는 대리인을 통하여 해관총서에 등록 신청할 수 있음

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
배경 및 취지	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 식품 무역의 안정적인 발전 촉진</li> <li>중국 내 수입 식품의 급격한 증가 및 수입 식품의 안전에 대한 소비자의 요구 증가로 현행 규정의 미비점 인식</li> </ul>
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>해관총서 명령 248호 '중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록 및 관리에 관한 규정'</li> </ul>
기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 해관총서</li> </ul>
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>5년</li> </ul>
신청 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>신청 대상: 중국에 수출하고자 하는 모든 해외 식품 생산, 가공 및 보관 기업                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 외 국가에서 식품 생산, 가공 행위를 하는 모든 기업을 식품기업 범위에 포함</li> <li>- 식품 보관 안전위생 요구에 따라 식품을 보관하는 기업 또한 발급 대상에 포함</li> </ul> </li> <li>비신청 대상: 식품 첨가물 제조기업, 식품 관련 자재, 도구, 설비 등 생산, 가공, 보관 기업                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 첨가물(영양 강화제 포함) 제조기업은 발급 대상에 불포함</li> <li>- 식품 포장재료와 용기, 식품 생산도구, 설비 및 식품에 사용하는 세제, 소독제 등 관련기업 역시 발급 대상에 불포함</li> </ul> </li> </ul>

자료: 중국 해관총서(GACC)

31) 육류 및 육제품, 케이스, 수산물, 유가공품, 제비집 및 제비집 제품, 벌꿀 제품, 알 및 알가공품, 식용유지 및 유지 제조 원료, 소가 있는 밀가루 식품, 식용 곡물류, 곡물제분공업제품 및 맥아, 신선 및 탈수 야채, 건조 두류, 조미료, 견과 및 씨앗, 건조 과일, 로스팅을 거치지 않은 커피 원두 및 코코아, 특수선식식품, 보건식품

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소재국 정부 주무 부처 추천 등록 시                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소재국 정부 주무 부처의 추천장, 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업이 소재국 규정에 부합하다는 소재국 정부 주무 부처가 발급한 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 기타 중국 해관에서 요청하는 자료</li> </ul> </li> <li>• 기업 자체 등록 시                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업 제품이 중국 규정에 부합하다는 자체 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 대리인을 통해 해관에 등록 신청을 할 경우 반드시 제품에 대한 수권서와 함께 제출 필요</li> </ul> </li> </ul>
아이디 발급 및 로그인 경로	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아이디 발급 방법                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소재국 정부 주무 부처 추천 등록: 중국 해관에서는 식품 기업 소재국 정부 주무 부처에 기업용 아이디를 제공 예정이며, 기업은 소재국 정부로부터 아이디를 발급받고 시스템에 접속</li> <li>- 기업 자체 신청(혹은 대리신청): 해외기업 자체 아이디 신청은 18종 식품 기업 외 서류 구비가 완료된 기타 식품 기업만 시스템 접속을 통해 신청 가능</li> </ul> </li> <li>• 로그인 경로                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 국제무역 단일창구 홈페이지(<a href="https://new.singlewindow.cn/">https://new.singlewindow.cn/</a>)에 접속하여 '수입식품 해외생산기업 등록'에서 번호 발급 신청 페이지로 접속</li> </ul> </li> </ul>

자료: 중국 해관총서(GACC), 중국출입국검사검역협회(CIQ: China Entry-Exit Inspection & Quarantine Association)

## 2. 중국 밀가루 품질 인증

### ▶ 중국 밀가루, 'AQSIQ' 등록 必

중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 등록을 필수적으로 진행해야 함. AQSIQ 온라인시스템에 회사 정보를 전산 등록한 후 중문 라벨을 인쇄해야 하며, 주류, 설탕 및 감미료를 포함하여 대부분의 식품 품목에 적용됨<sup>32)</sup>

[표 5.3] 중국 AQSIQ 등록 정보

인증명	취득 정보	
중국 AQSIQ 등록	등록 관할기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)</li> </ul>
	유형	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출 시 필수</li> </ul>
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>AQSIQ는 중국의 WTO 가입을 위해 2001년 4월 10일 국가품질기술감독총국과 국가출입국검사검역총국의 합병으로 설립됨</li> <li>중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 국가질량감독검험검역총국 온라인시스템에 회사 정보를 등록해야 함</li> <li>AQSIQ 등록은 대부분의 식품 품목에 적용됨<sup>33)</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>수입식품(주류, 설탕 및 감미료 포함), 유제품, 육류, 해산물 등</li> </ul> </li> <li>2021년 10월 기준 65개국 약 27,800개 이상 식품 생산 및 수출업체가 등록함</li> <li>AQSIQ는 제조업체 및 수출업체가 신청인으로 직접 등록할 것을 권고하고 있으며, 중국 수입업체 및 유통업체가 대신 진행할 경우 통관 및 유통 시 문제가 발생할 수 있음을 안내하고 있음</li> <li>식품 유형에 따라 등록 요구사항 및 등록 신청비에 차이가 있으나 등록 절차는 동일함</li> </ul>
	근거규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>근거규정                             <ul style="list-style-type: none"> <li>중국 식품안전법(2021)(中華人民共和國食品安全法(2021))</li> <li>GACC/AQSIQ Notic No. 248/249</li> </ul> </li> </ul>

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 한국농수산물유통공사

32) 중국 AQSIQ 인증 신청 페이지 ([www.aqsiq.net/application](http://www.aqsiq.net/application)) 참고

33) 중국 AQSIQ 수입 식품 목록 ([www.aqsiq.net/imported-food-list](http://www.aqsiq.net/imported-food-list)) 참고

▶ 중국 밀가루, 글로벌 공통 인증 적용 권장

중국으로 밀가루 수출 시, HACCP, FSSC 22000 등의 식품 생산 안전 글로벌 인증 및 중국 내 유기농 품질 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 또한, 중화인민공화국 시장관리감독총국(SAMR: The State Administration for Market Regulation)은 중국 식품위생법의 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따라 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 대리인에게 관련 정보의 사전 온라인 등록을 요구하고 있음

[표 5.4] 중국 밀가루 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	지방 식품의약품안전처	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
중국 유기산품 인증	유기농 품질 인증	중국 내 인증	중국품질인증센터(CQC: China Quality Certification Center)	

자료: 각 인증기관



▶ **중국, 식품 과대 포장 제한 규정 시행**

2023년 9월 1일부터 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)이 발표한 GB 23350-2021 '식품·화장품 과대 포장 제한에 관한 요구(限制商品过度包装要求-食品和化妆品)' 개정안이 시행됨. 개정안은 식품 31종의 포장에 대해 포장 공간비율(interspace ratio), 포장 층수, 포장 비용 등 기준을 규정함. 해당 표준에 부합하지 않는 제품 및 서비스의 생산, 판매, 수입, 공급은 금지되므로 관련 규정 준수가 필요함<sup>34)</sup>

[표 5.5] 중국 식품 과대 포장 제한 규정식품 - 포장 공간 비율

단품 순합량(Q)	공간 비율(b) <sup>35)</sup>
≤1	≤85
1<Q≤5	≤70
5<Q≤15	≤60
15<Q≤30	≤50
30<Q≤50	≤40
>50	≤30
<b>유의사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>포장 층수가 한 겹인 제품에는 적용되지 않음</li> <li>종합 상품의 포장 공간 비율은 단품의 순합량이 가장 큰 제품에 해당하는 공간 비율을 기준으로 함</li> </ul>

자료: 대한무역투자진흥공사, 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)

34) KOTRA해외시장뉴스, 「중국 식품·화장품 포장 강제성 표준 시행, 기업들의 주요 궁금증과 답변은?」, 2023.09.22

35) 포장 공간 비율(b)은 포장 내 내용물이 차지하는 필요한 공간을 제외한 용적과 포장 총 용적의 비율을 의미함

[표 5.6] 중국 식품 과대 포장 제한 규정 - 식품 상품에 필요한 공간 계수

상품 카테고리	k <sup>36)</sup>	상품 카테고리	k
곡물 및 가공품	4.5	과일 제품	7.0
식용유, 유지 및 유지 제품	4.5	볶은 식품 및 견과류 제품	5.5
조미료	5.0	알류 제품	4.5
육제품	7.0	코코아 및 로스팅 커피 제품	4.5
유제품	4.5	설탕	4.5
음료	5.0	수산제품	4.5
간편식품	9.5	전분 및 전분제품	3.0
과자	10.0	제과류	12.0
통조림	2.5	대두제품	5.0
냉동음료	6.0	꿀 제품	5
냉동식품	5.0	건강식품	18
감자·고구마류 및 팥화식품	20.0	특수의료용 조제식품	3
사탕 제품	10.0	유아용 조제분유	3
차잎 및 관련 제품	13.0	특수용도 식품	3.0
주류	13.0	기타 식품	10
채소제품	7.0		

자료: 대한무역투자진흥공사, 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)

36) K(necessary spatial coefficient of commodity)는 식품을 보호하기 위해 필요한 공간을 측정하는데 사용되는 보정 계수

### 3. 중국 밀가루 라벨링

[표 5.7] 중국 밀가루 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것</li> <li>규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함</li> <li>동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함</li> </ul>
	2. 내용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> <li>법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함</li> <li>내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2~6mm)를 준수해야 함</li> <li>제조 시 사용되는 공정수와 식용 가능한 포장재를 표시해야 함</li> <li>주류의 경우 '%vol' 단위로 알코올함량을 표기해야 함</li> <li>'과음은 건강을 해칠 수 있습니다.'라는 경고 문구를 반드시 표기해야 하며 기타 경고 문구를 동시에 표기할 수 있음</li> <li>아스파탐을 첨가한 식품에는 '아스파탐(페닐알라닌 포함)'을 표기해야 함</li> </ul>
	3. 날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> <li>일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음</li> <li>생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함</li> <li>년, 월, 일 또는 국가표준 규정에 따라 표시할 것</li> <li>알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 유통기한 표기를 생략할 수 있음</li> </ul>
	4. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함<sup>37)</sup></li> <li>위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함</li> </ul>

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

37) 'GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙' 참고

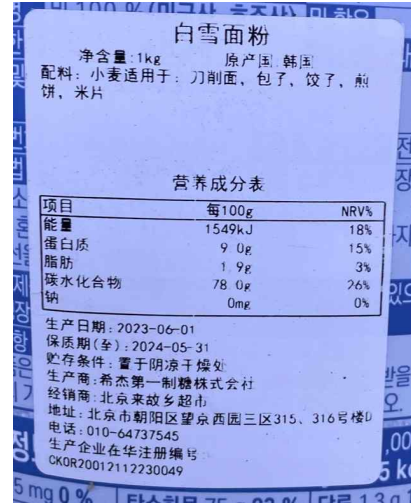
**[표 5.7] 중국 밀가루 라벨링**

라벨 표기 사항 및 기준	5. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함</li> </ul>
	6. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.8mm 이상(35cm<sup>2</sup> 이상 면적 기준)으로 표기해야 함</li> <li>오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기할 것</li> <li>상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 크기가 작아야 함</li> </ul>
	7. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함</li> <li>‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음</li> </ul>
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>원산지, 중국 내 대리점 이름, 주소, 연락처를 표기해야 함<sup>38)</sup></li> </ul>

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

38) 2023년 12월 1일부터 「유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치」의 개정에 따라, 원산국 및 원산지를 비롯하여 중국 내 법적으로 등록된 대리점, 수입업체, 또는 유통업체의 이름, 주소, 연락처를 중국어로 표기해야 함

▶ 중국 밀가루 라벨 샘플



[뒷면 라벨링]

[스티커 라벨 확대]

[뒷면 - 중국어]

[뒷면 - 국문]

- ① 白雪面粉
- ② 净含量: 1kg
- ③ 原产国: 韩国
- ④ 配料: 小麦
- ⑤ 适用于: 刀削面, 包子, 饺子, 煎饼, 米片

- ① 백설 밀가루
- ② 내용량: 1kg
- ③ 원산지: 한국
- ④ 원재료명: 밀
- ⑤ 적용: 칼국수, 만두, 물만두, 부침개, 쌀국수

⑥

营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	1549kJ	18%
蛋白质	9.0g	15%
脂肪	1.9g	3%
碳水化合物	78.0g	26%
钠	0mg	0%

⑥

영양정보

항목	100g당	NRV%
에너지	1549kJ	18%
단백질	9.0g	15%
지방	1.9g	3%
탄수화물	78.0g	26%
나트륨	0mg	0%

⑦ 生产日期: 2023-06-01

⑦ 제조일자: 2023-06-01

⑧ 保质期(至): 2024-05-31

⑧ 유통기한: 2024-05-31

⑨ 贮存条件: 置于阴凉干燥处

⑩ 生产商: 希杰第一制糖株式会社

⑪ 经销商: 北京来故乡超市

⑫ 地址: 北京市朝阳区望京西园三区 315, 316楼D

⑬ 电话: 010-64737545

⑭ 生产企业在华注册编号:  
CKOR20012112230049

⑨ 보관방법: 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.

⑩ 제조업체: CJ제일제당 주식회사

⑪ 유통업체: 베이징 내고향마트

⑫ 주소: 베이징시 차오양구 왕징시위안3구 315, 316층 D

⑬ 전화: 010-64737545

⑭ 생산기업재증등록번호:  
CKOR20012112230049

## 4. 중국 밀가루 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

중국에 수출할 식품의 첨가물은 중화인민공화국 국가표준(GB) ‘식품첨가물 사용표준(GB 2760-2014)’에 따라 중국 국가위생건강위원회(NHC: National Health Commission)가 허가한 첨가물만을 사용할 수 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 식품첨가물 기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준의 식품첨가물 사용 표준 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.8] 고객사 밀가루에 적용 가능한 중국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	아스코르브산	Ascorbic Acid	0.2g/kg	일반 밀가루
2	탄산칼슘	Calcium Carbonate	0.03g/kg	
3	인산수소칼슘	Calcium Hydrogen Phosphate	5g/kg / 단독 또는 혼합 사용 가능, 최대사용량은 인산이온(PO43-)으로 계산	
4	탄산마그네슘	Magnesium Carbonate	1.5g/kg	
5	인산	Phosphoric Acid	5g/kg / 단독 또는 혼합 사용 가능, 최대사용량은 인산이온(PO43-)으로 계산	
6	자당지방산에스테르	Sucrose Esters of Fatty Acid(s)	5g/kg	특별용도 밀가루 (평양 밀가루, 만두 밀가루 등)
7	테트라포타슘 피로인산염	Tetrapotassium Pyrophosphate	5g/kg / 단독 또는 혼합 사용 가능, 최대사용량은 인산이온(PO43-)으로 계산	
8	폴리인산나트륨	Sodium Polyphosphate		
9	이수소인산 칼륨	Dipotassium Hydrogen Phosphate		
10	베타-프럭토실트랜스퍼라제	Beta-Fructosyltransferase	GB1886.174-2016 기준을 따름	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보



▶ **중국 아스파탐 등 감미료 관련 사항**

아스파탐은 국제식품규격위원회(CAC) 및 중국, 미국, 한국 등 다수의 국가에서 합법적 사용을 승인한 식품첨가물이나, 2023년 7월 14일 세계보건기구(WHO) 국제암연구소(IARC)가 아스파탐을 ‘인체 발암 가능 물질’로 분류함에 따라 중국에서 대체감미료의 안정성이 화두로 부상함. 중국 식품업계에서는 식품안전 규제와 생산비용을 고려해 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨 등 인공감미료를 주로 사용해왔으나, 소비자의 정서를 고려해 대체감미료를 찾는 기업이 늘어나고 있음. 중국에서 유통되는 식품에 아스파탐 사용이 불가한 것은 아니나, 중국 식품안전 국가표준(GB)을 통해 아스파탐의 사용범위와 최대사용량 등을 엄격하게 관리하고 있으므로 해당 규정 준수에 유의해야 함<sup>39)40)</sup>

[표 5.9] 중국 대체감미료 분류

천연감미료	인공감미료
감초산암모늄, 스테비아, 나한과 글리코시드	사카린, 아스파탐, 수크랄로스, 아세설팜칼륨
폴리올 (락티톨, 소르비톨, 만니톨, 에리스리톨, 말티톨, 자일리톨)	

자료: KIEP대외경제정책연구원

39) KIEP대외경제정책연구원, 「中 식품시장, 안전한 감미료가 대세」, 2023.08

40) 식품안전정보원, 「중국 국가식품안전위험평가센터, 국제기구가 발표한 아스파탐 평가 결과에 관한 입장」, 2023.07

▶ **유해물질**

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 오염물 제한량 규정(GB 2762-2017)’, ‘식품 중 병원균 제한량 규정(GB 29921-2013)’, ‘식품 중 잔류 독소 제한량 규정(GB 2761-2017)’ 등이 있음. 추가로, 생산업체는 제한량 제정 여부와 상관없이 원칙적으로 식품 중 유해물질의 함량이 최저 수준에 이르도록 하여야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 유해물질 기준이며, 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.10] 고객사 밀가루에 적용 가능한 중국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	제랄레논	Zearalenone	60 $\mu$ g/kg	밀가루
2	수은	Mercury(Hg)	0.02mg/kg	
3	디옥시니발레놀	Deoxynivalenol(DON)	1000 $\mu$ g/kg	
4	비소	Arsenic(As)	0.5mg/kg	
5	납	Lead(Pb)	0.2mg/kg	
6	크롬	Chromium(Cr)	1.0mg/kg	곡물 제분가공품
7	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.1mg/kg	곡물 제분가공품 (현미 쌀 제외)
8	주석	Tin(Sn)	250mg/kg / 주석도금으로 된 용기에 포장된 식품에 한한다. (음료류, 영유아 조제식, 영유아 보조식품 제외)	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보

▶ 중국 농약 최대 잔류허용기준(MRL)

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 농약 최대잔류허용(GB 2763-2021)’이 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국의 농약 최대 잔류허용기준(MRL: Maximum Residue Limits)임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 밀가루에 적용 가능한 중국 농약 잔류허용기준(MRL)

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준(mg/kg)	식품유형
1	페니트로티온	Fenitrothion	1	밀가루 (Wheat flour)
2	델타메트린	Deltamethrin	0.2	
3	피페로닐 부톡사이드	Piperonyl Butoxide	10	
4	이미다클로프리드	Imidacloprid	0.03	
5	글리포세이트	Glyphosate	0.5	
6	클로르피리포스	Chlorpyrifos	0.1	
7	설퍼릴 플루오라이드	Sulfuryl Fluoride	0.1*41)	
8	퍼메트린	Permethrin	0.5	
9	디쿼트	Diquat	0.5	
10	피리미포스-메틸	Pirimiphos-Methyl	2	

자료: KATI농식품수출정보

41) \*MRL은 일시적인 한도임

▶ 알레르겐

중국에서 식품 유통 시 알레르기 유발물질 또는 관련 제품이 사용될 경우, 배합원료표에 식별이 잘 되는 명칭을 쓰거나 배합원료표 부근에 관련 내용을 추가해야 함. 다만, 라벨에 알레르기 유발물질을 표기하는 것이 필수 사항은 아닌 것으로 확인됨. 하기 표는 중국에 식품 유통 시 라벨에 표시하도록 권장하는 알레르겐 성분 목록임

[표 5.12] 중국 알레르겐 표시 성분<sup>42)</sup>

순번	표시 의무 여부	대상
1	권장	글루텐 함유 곡물 및 관련 제품 (밀, 호밀, 보리 등)
2	권장	갑각류 동물 및 관련 제품 (새우, 닭새우, 게 등)
3	권장	어류 및 관련 제품
4	권장	알류 및 관련 제품
5	권장	땅콩 및 관련 제품
6	권장	대두 및 관련 제품
7	권장	우유 및 유제품(유당 포함)
8	권장	견과 및 관련 알맹이류 제품

자료: 한국농수산물유통공사, 식품의약품안전처

42) ‘GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙’ 참고

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 싱허국제유한공사(星禾國際有限公司)
2. 성품서점(誠品書店)
3. 풍천무역유한회사  
(豐晨貿易股份有限公司)

## Interview ①

43)



싱허국제유한공사  
(星禾國際有限公司)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
  - 1999년 설립
  - 상하이에 위치한 식품 수입유통업체
  - 주요 수입국: 한국, 태국, 미국, 프랑스, 독일 등
  - 취급 품목: 잼, 맥주, 간장, 커피, 케첩 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Manager

## 싱허국제유한공사(星禾國際有限公司) Sales Manager

### Q. 중국 소비자들의 한국 밀가루에 대한 수요와 인지도는 어떠한가요?

중국 소비자들은 한국 밀가루에 대해서는 잘 알지 못합니다. 물론 한국의 라면 및 고추장 같은 제품은 중국에서 매우 유명하고 수요가 많지만, 한국 밀가루에 대해서는 인지도가 높지 않습니다.

### Q. 중국 내 밀가루 수요와 최근 트렌드는 무엇인가요?

중국은 인구가 많은 나라이고, 그렇기에 밀가루 수요는 늘 많았습니다. 코로나가 발생한 지 3년이 지나면서 중국 소비자들은 집에서 요리하는 일이 많아지면서 밀가루를 사용할 경우가 많아졌습니다. 최근 몇 년 동안 러시아와 우크라이나 전쟁의 영향으로 중국이 밀 구매 가격을 지속적으로 인상함에 따라 밀가루 가격도 계속 상승하는 추세입니다.

### Q. 밀가루 제품의 공급가를 어느 정도로 설정하면 경쟁력 있을지 알려주세요.

현재 중국 온라인 플랫폼을 통해 판매되는 밀가루의 2.5kg당 가격은 23-30위안(4,238-5,528원<sup>44)</sup>) 정도입니다. 수입 밀가루라는 점을 고려한다면 판매 가격을 2.5kg당 30위안(5,528원) 정도에 설정한다면 경쟁력이 있을 것 같습니다.

### Q. 밀가루 제품 수출 시, 추천하는 유통채널 또는 판매 채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해 주세요.

중국 오프라인 유통채널 중에서는 편의점을 추천합니다. 중국의 대표 편의점인 로손(Lawson)이나 세븐일레븐(7-Eleven)과 같은 편의점에 입점한다면 제품의 홍보 및 판매에 도움이 될 것으로 생각합니다.

### Q. 한국산 밀가루 제품을 중국 내 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해 주세요.

소분되어 판매되는 밀가루 제품은 중국 1선 도시의 젊은 층 소비자에게 적합하다고 생각합니다. 직장인들은 주로 주말에만 요리를 하기에 직장인과 같은 요리를 자주 하지 않는 소비자들에게는 1kg 용량의 제품이 적합합니다.

43) 사진 자료: 싱허국제유한공사(星禾國際有限公司)

44) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 한국산 밀가루 제품을 중국에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해 주세요.**

밀가루 제품 브랜드들은 주로 온라인 쇼핑몰을 통한 다양한 프로모션 활동을 전개합니다. 이들은 추천, 현금 쿠폰 증정 등의 마케팅 전략을 활용하여 소비자의 관심을 유도합니다. 특히 대형 온라인 쇼핑몰의 할인 기간에는 판매량이 급증하기에, 이 시기에 홍보가 효과적으로 이루어진다면 판매량이 지속적으로 증가할 것으로 예상됩니다. 또한, 중국의 인기 소셜 미디어 플랫폼인 샤오홍슈(Xiaohongshu) 및 더우인(Douyin)에서 자체 온라인 매장을 개설하여 제품을 홍보하는 것도 좋은 방법입니다. 이러한 접근은 브랜드의 가시성을 높이고 다양한 고객층에게 도달하는데 도움이 될 것입니다.

**Q. 중국으로 밀가루 제품 수출 시, 현지에 법인이 없을 경우에 추천하는 진출 전략을 이유와 함께 말씀해 주세요. (현지 법인 설립, 에이전시&벤더 확보, 수입유통업체 판매 등)**

한국 기업이 중국에 법인을 두고 있지 않다면 한국 제품을 전문적으로 취급하는 수입업체와의 협력을 권장합니다. 이들의 유통망은 슈퍼마켓, 한인마트, 대형마트 등 다양한 오프라인 매장을 포함하고 있으며, 중국 슈퍼마켓에 입점한다면 브랜드의 홍보 및 판매에 도움이 될 것입니다.



## Interview ②

45)



### 성품서점 (誠品書店)

- 유형: 식품유통판매업체
- 업체 특징:
  - 2010년 설립
  - 칭다오에 위치한 식품 수입유통업체
  - 주요 수입국: 한국
  - 취급 품목: 김, 조미료, 국수, 소스, 과자 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

### 담당자 정보

Manager

## 성품서점(誠品書店) Manager

### Q. 중국 소비자들의 한국 밀가루에 대한 수요와 인지도는 어떠한가요?

중국 소비자들의 한국산 밀가루에 대한 인지도는 낮은 편입니다. 한편, 중국 내에서는 밀가루 생산량이 지속적으로 증가하는 추세를 보이며, 특히 허난성과 산둥성에서의 생산량이 두드러집니다. 2021년 중국의 밀가루 생산량은 약 8,892만 톤에 이를 것으로 예상되며, 수입산 밀가루는 주로 유럽 및 미국을 통해 수입됩니다.

### Q. 중국 내 밀가루 수요와 최근 트렌드는 무엇인가요?

중국 북부와 남부의 음식문화에는 큰 차이가 있습니다. 밀가루는 중국에서 주로 라면, 국수, 찐빵, 튀김, 빵, 만두 등에 사용됩니다. 북부와 남부의 상이한 음식문화로 인해 밀가루를 사용한 음식의 수요는 북부 지역이 더 많습니다. 따라서, 밀가루 수요도 북쪽지역이 더 많은 편입니다.

### Q. 밀가루 제품과 관련하여 중국에서 취득하면 좋은 인증을 말씀해 주세요.

중국에서는 밀가루 제품에 대한 인증과 관련된 요구 사항이 없습니다. 다만 현재 캐나다산 등의 수입산 밀가루는 영국의 글로벌 식품안전표준인 BRC 인증을 보유하고 있습니다.

### Q. 밀가루 제품의 공급가를 어느 정도로 설정하면 경쟁력 있을지 말씀해 주세요.

현재 중국에 수입되는 2.5kg 캐나다산 밀가루의 가격은 70위안(1만 2,899원)입니다. 따라서 한국산 밀가루 제품은 온라인에서는 50위안(9,214원), 오프라인에서는 60위안(1만 1,056원) 정도로 설정하여 판매한다면 경쟁력이 있을 것 같습니다.

### Q. 중국으로 밀가루 제품 수출 시, 추천하는 유통채널 또는 판매 채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해 주세요.

중국의 오프라인 유통채널들의 입점비는 다소 비싼 편이므로 온라인 유통채널을 추천합니다. 중국 젊은 세대들이 많이 사용하는 온라인 샤오홍슈(Xiaohongshu) 플랫폼에서 브랜드 자영점(自營店)을 운영할 수도 있습니다. 샤오홍슈 자영점에서 제품을 직접 판매할 수 있으니, 해당 채널을 활용하는 것을 추천합니다.

**Q. 한국산 밀가루 제품을 중국에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해 주세요.**

밀가루 제품의 경우 TV 광고를 통해서 홍보하는 것이 효과가 가장 빠릅니다. 한국 광고 모델과 함께 홍보 영상을 찍고 중국의 온라인 샤오홍슈 및 더우인(Douyin) 플랫폼에서 사진 및 동영상을 올리며 홍보하는 방법이 좋아 보입니다. 추가적으로 홍보 동영상 하단에는 제품 구매 링크도 같이 들어가면 더 좋을 것 같습니다.

**Q. 중국으로 밀가루 제품 수출 시, 현지에 법인이 없을 경우에 추천하는 진출 전략을 이유와 함께 말씀해 주세요. (현지 법인 설립, 에이전시&벤더 확보, 수입유통업체 판매 등)**

한국산 제품을 수입할 경우, 중국의 관세가 더해지기 때문에 소매가격은 중국산 밀가루 제품보다 훨씬 높을 것입니다. 또한, 화동 지역의 한국 식품 유통업체 등 중국의 지역 유통업체와 협력하는 것을 추천합니다. 중국 전체 오프라인 매장의 약 30%에 달하는 매장들이 화동 지역에 위치하고 있으며, 딜러와의 협력을 통해 중간 유통망을 줄이고 가격 경쟁력을 확보할 수 있습니다.

## Interview ③

46)



### 풍천무역유한회사(豐農貿易股份有限公司) Manager

풍천무역유한회사  
(豐農貿易股份有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2016년 설립
  - 상하이에 위치한 한국 식품 유통사 및 한인마트
  - 주요 수입국: 한국
  - 취급 품목: 음료, 주류, 냉동식품, 과자, 과일 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Manager

#### Q. 중국 소비자들의 한국 밀가루에 대한 수요와 인지도는 어떠한가요?

중국 내 한국에서 수입되는 밀가루의 대부분은 한국 슈퍼마켓에서 판매되고 있으며, 중국 현지 슈퍼마켓에서는 한국 밀가루를 판매하고 있지 않습니다. 중국의 수입 밀가루에는 주로 프랑스산과 캐나다산 밀가루가 있습니다.

#### Q. 중국 내 밀가루 수요와 최근 트렌드는 무엇인가요?

현재 중국 소비자들의 소득이 지속적으로 증가하고 있습니다. 이와 함께 건강과 웰빙에 대한 인식도 높아졌습니다. 소비구조가 점차 편리하고 건강한 식품 중심으로 변화하고 있기에 고급 밀가루에 대한 수요도 지속적으로 증가하고 있습니다.

#### Q. 한국산 밀가루 제품의 공급가를 어느 정도로 설정하면 경쟁력 있을지 말씀해 주세요.

한국에서 수입하는 밀가루의 가격은 50위안(9,214원) 내외로 책정하는 것을 권장합니다. 가격 책정 외에도 소비자가격 100위안(1만 8,427원)의 제품을 구매하면 5위안(921원)을 할인받는 이벤트 등을 티몰 플랫폼을 통해 자주 함께한다면 경쟁력이 생길 것입니다.

#### Q. 한국산 밀가루 제품 수출 시, 추천하는 유통채널 또는 판매 채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해 주세요.

중국 신규 온라인 유통채널 더우인(Douyin)에서 제품을 유통할 수 있습니다. 중국의 대표적인 쇼트(Short) 클립 플랫폼 더우인은 모든 연령대가 사용합니다. 따라서, 더우인의 쇼트 클립을 통해서 한국 밀가루 요리를 만들고 제품 홍보 영상도 찍으면 효과가 있을 것입니다.

#### Q. 한국산 밀가루 제품을 중국 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해 주세요.

한국산 밀가루는 40세 이상의 주부에게 적합합니다. 주부들은 항상 고품질 밀가루를 원하기 때문입니다. 실제로 중국에서는 캐나다와 프랑스산 밀가루의 가격이 높지만, 주부들이 많이 구매하고 있습니다. 한국산 밀가루는 포장부터 제품 품질까지 주부들로부터 높은 선호를 받을 수 있습니다.

**Q. 한국산 밀가루 제품을 중국에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해 주세요.**

위에서 언급했던, 중국의 대표적인 쇼트 클립 플랫폼인 더우인(Douyin)에 한국산 밀가루로 만든 식품을 동영상 혹은 사진을 통해 홍보 글을 작성하여 업로드하는 방법을 사용하면 효과적일 것 같습니다.

**Q. 중국으로 밀가루 제품 수출 시, 현지에 법인이 없을 경우에 추천하는 진출 전략을 이유와 함께 말씀해 주세요. (현지 법인 설립, 에이전시&벤더 확보, 수입유통업체 판매 등)**

한국산 밀가루는 중국 온라인 판매에 적합합니다. 다만, 수입 관세로 인해 소매가격에서는 큰 이점이 없기에 시장 경쟁력이 필요하다면 티몰(Tmall)에서 한국 제품 전문 업체와 협력할 필요가 있습니다. 예를 들어, 칭다오승위안래는 300만 명의 소비자를 보유하고 있으며, 티몰과 징둥닷컴 등의 플랫폼에서 한국 식품 판매를 전문으로 하고 있습니다. 이와 같은 온라인 회사와 직접 협력할 수 있다면 중간 유통 비용을 줄일 수 있기에 이를 고려할 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점





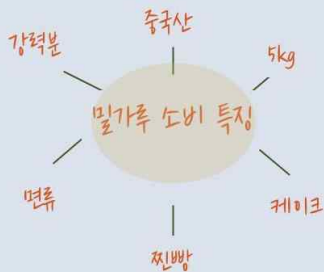
## 시장 수요

중국인 주식 밀가루, 수요는 높지만 수입품 진입은 어려워



2022년 중국의 밀 생산량은 13만 6,946mT를 기록하며 세계 최대 밀 생산국으로 집계되었으며, 밀 소비량 또한 세계에서 가장 많은 국가인 것으로 나타남. 중국은 밀가루를 활용한 식품을 주식으로 삼고 있으며, 밀 생산부터 제분 및 가공 과정까지 대부분이 중국 현지 기업들에 의해 이루어지고 있음. 중국의 밀 생산은 대부분 면류 및 만두 제조에 활용되는 중력분 밀가루이지만, 최근 중국 빵 시장이 급격하게 상승 중인 것으로 조사되어 베이커리에 활용되는 강력분, 박력분 밀가루에 대한 수요가 증가할 것으로 예상됨. 중국의 밀가루 수입은 지속 감소 추세에 있으며, 이는 전술한 바와 같이 중국 현지 생산 시스템이 고도화되어 있어 경제성이 뛰어나고, 민생과 관련이 높은 제품이기에 정부측의 수입 제한 및 현지 생산품 지원 등과 같은 요소에 영향을 받은 것으로 예상됨. 특히, 밀가루는 최종 소비자들이 직접 활용하는 원료가 아닌, 식품 기업들의 중간 원료로 활용하는 B2B 거래 형태가 대다수이기에 B2B 시장에서는 가격 경쟁력이 제품 경쟁력을 결정짓는 핵심 요소임. 다만, 일부 B2B 시장과 더불어 B2C 시장에서는 가격 외 요소들이 구매에 영향을 미칠 수 있으며, 중국 내 베이커리 산업의 증가세와 더불어 1선 도시 내 서양식 레스토랑들의 증가, 홈 베이킹 트렌드는 해당 시장의 긍정적 요소들임. 따라서, 중국의 밀가루의 수요는 긍정적인 것으로 보이며, 고객사는 시장 세분화, 제품 다각화를 고려한 진출 전략을 수립해야 할 것으로 판단함

## 소비 특징



중국의 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 밀가루 경쟁제품 종류, 용량, 원산지를 조사한 결과, '강력분' 및 '5kg' 키워드가 각각 58건, 381건 빈출했으며, 온라인에서 판매되고 있는 제품들은 모두 중국산 제품인 것으로 조사됨. 그러나 중국 현지 소비자들의 밀가루 기반 음식 소비는 '면류', '찐빵', '만두'이 각각 35%, 30%, 8%를 점유, 중력분을 활용한 식품이 과반을 차지하여 온라인 쇼핑물 판매 제품 분석과 상이한 추세를 보이고 있는 것으로 집계됨. 이는 온라인 쇼핑물이 B2C 플랫폼이기에 B2B 거래가 많은 밀가루에 대한 실제 소비 추세를 완전히 반영하지 못한 결과로 판단함. 그러나 이를 통해 강력분 밀가루가 B2C 가정용 밀가루 소비에 있어 강세를 보이고 있음을 예상할 수 있음. 또한, 나아가 중력분 밀가루를 활용한 면류, 찐빵, 만두 등은 가정에서 직접 만드는 게 아닌, 가공 과정을 거친 완제품을 구매하는 경향이 높은 것으로 추측됨. 집에서 빵을 만드는 소비자 및 수타면을 만드는 소비자 중 어느 쪽이 더 높을 것인지 예상하는 것과 유사하며, 이는 제조 과정의 번거로움 정도와 더불어 밀가루를 활용한 식품이 단순 음식 섭취가 아닌, 소비자의 취미 영역으로의 진출 여부로부터 비롯됨. 이에 고객사는 이를 고려한 진출 전략을 고려할 수 있으며, 용량 부분은 5kg 제품 출시 등을 고려할 수 있으나 이는 직접적인 비용 증가에 연관된 사안이기에 보수적인 접근이 필요함





# Export Insights

## 중국 일용소비재 소매유통채널 유통 비중



### 유통채널



중국 내 고객사 밀가루 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, 여러 유통채널들을 포함하는 '기타'를 제외하고, '온라인'의 점유율이 27.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '슈퍼마켓' 유통채널이 25.0%의 점유율을 차지하였음. 이에 중국 소비자들이 단백질 보충제 제품 구매 시 온/오프라인 유통채널을 활용하는 것으로 나타나 온라인의 편의성과 오프라인의 구매 경험을 모두 중시하고 있는 것으로 예상할 수 있음. 따라서 이를 활용한 적정 유통 전략을 수립해야 할 것으로 판단함

- ▶ Point 1) 중국 해관 고유번호 발급 必
- ▶ Point 2) 중국 품질감독검사검역총국  
수출업체 직접 등록 必
- ▶ Point 3) 수입 쿼터제 실시
- ▶ Point 4) 중국어 표기 必

### 진입장벽



중국으로 제품 수출 시, 중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정 시행에 따라 중국에 수입되는 모든 식품의 생산, 가공, 보관 기업은 중국 해관 시스템 등록을 통해 고유번호를 발급받아야 하며, 5년간 제품 포장지에 해당 번호를 표시해야 하는 것으로 나타남. 또한 품질감독검사검역총국 (AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 수출업체 등록을 직접 필수적으로 진행해야 함. 또한, 중국은 주식인 밀가루에 대한 가격 안정 및 국내 농업 발달을 위해 수입 쿼터제를 운영하고 있음. 중국 밀가루 수입은 '인-쿼터(In-quota)'와 '아웃-쿼터(Out-quota)'로 구분되며, 인-쿼터일 경우 세율은 6%이지만, 아웃-쿼터일 경우에는 65%에 달하기 때문에 이를 유의할 필요가 있음. 해당 수입 쿼터제는 전체 밀가루 수입에 대해 선착순으로 운용하고 있으며, 실제로 해당 수입 쿼터를 초과하는 물량이 수입된 사례가 있어 이를 고려한 적정 수출 시기를 정해야 함







## 수출 확대 전략

### 프리미엄화 & 시각적 마케팅

중국 밀가루 시장을 전반적으로 조사 및 분석한 결과, 고객사는 중국 밀가루 시장 진입에 있어 B2C 시장, 그 중 베이커리 시장을 집중적으로 공략하여 진출해야 할 것으로 판단함. 따라서 고객사 가정용 강력분 및 박력분 밀가루를 강조할 필요가 있으며, 타깃 소비자는 홈 베이킹을 즐기는 20대와 더불어 현지 수입유통업체들이 언급한 40대 여성들이 있을 수 있음. 고객사는 제품은 수입품임에 따라 현지 제품 대비 가격이 높을 수 밖에 없으며, 타깃 소비자들의 밀가루 구매 용도(취미, 가정용)를 고려할 경우, 프리미엄 밀가루 제품으로 포지셔닝이 가능할 것으로 판단함. 그러나 프리미엄 제품으로의 포지셔닝을 위한 요소는 다소 부족한 것으로 보이기에 보유 장점을 극대화하여 소비자에게 전달하는 방안과 더불어 추가적인 방안들을 고려할 필요가 있음

한국산 밀가루 제품을 프리미엄 제품으로 포지셔닝 하기 위해 제품 장점을 효과적으로 전달하기 위한 시각적 마케팅 전략에 집중할 필요가 있음. 이에, 오프라인으로는 플래그십 스토어를 통해 소비자들에게 제품 경험을 전달하고, 베이킹 클래스 등과 같은 연계를 통해 초기 소비자 확보에 도움이 될 것으로 예상함. 온라인 마케팅은 중국 진출에 있어 빠질 수 없는 요소로 여러 온라인 플랫폼들이 존재하지만 최대 효과를 위해서는 다수 플랫폼들을 복합적으로 활용하는, 멀티 플랫폼 활용을 권장함. 다만, 온라인 플랫폼별 특징<sup>47)</sup>이 있기에 이를 한국산 밀가루 제품에 대입할 경우, 더우인, 콰이쇼우, 샤오홍슈를 중심으로 온라인 마케팅을 진행하는 것을 권장함. 프리미엄 포지셔닝을 위한 추가적인 방안으로는 제품 가시성을 확대하는 포장 디자인 변경(중국인들이 고급으로 인식하는 금색 활용), 추가 인증 취득(유기농 등)을 고려할 수 있으나, 이는 시간과 비용이 소요되는 부분이기에 보수적인 접근이 필요할 것으로 보임

진출 형태에 있어서는 초기이기에 법인 설립 등의 직접 진출보다는 일반 수출, 에이전시를 통한 판매와 같은 진출 전략을 권장함. 추후 시장 반응이 긍정적인 경우, 현지 법인 설립을 고려할 수 있으나, 중국의 관련 규제를 고려할 경우 경쟁사들과 마찬가지로 합작법인(JV) 형태의 진출이 가장 이상적일 것으로 판단함. 장기적으로는 B2C 시장 내 판매 및 인지도 확보를 통해 B2B 부문(레스토랑 및 베이커리 공장) 진출이 이상적일 것으로 예상됨

47) 한국무역협회, 「최근 중국 온라인 마케팅 플랫폼 비교 및 활용 방안」, 2022.05



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」
2. IPAD(International Production Assessment Division), 「China Wheat Area, Yield and Production」, 2023.10
3. KATI농식품수출정보, 「[시장동향] 중국, Z세대의 냉장고를 공략하라!」, 2021.12
4. 스태티스타(Statista), 「Wheat consumption worldwide in 2021/2022, by country (in 1,000 metric tons)」, 2023.01
5. KATI농식품수출정보, 「중국, 저당 빵의 열풍」, 2023.04
6. 스태티스타(Statista), 「Bread\_China」, 2023.10
7. 힌다위(Hindawi), 「Journal of Food Quality」, 2022.07.
8. 헤럴드경제70, 「'집빵'에 눈 뜬 중국...홈베이킹 밀키트 시장 급성장」, 2022.07
9. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
10. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준」, 2017.08
11. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2762-2012 식품 중 오염물 제한량」, 2017.08
12. 중화인민공화국 국가표준 「GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량」, 2017.08
13. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2761-2011 식품 중 진균독소 제한량」, 2017.08
14. 중화인민공화국 국가표준 「GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨통칙」, 2017.08
15. 중화인민공화국 국가표준 「GB 28050-2011 사전포장 식품 영양라벨 통칙」, 2017.08
16. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2763-2014 식품 중 농약의 최대 잔류허용기준」, 2017.08
17. 한국농수산식품유통공사 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021.12
18. 식품의약품안전처 「식품 수출 안내서(중국편)」, 2021.12
19. KATI농식품수출정보 「2022년 한눈에 보이는 중국 농식품 수출 교역조건 현황」, 2023.07
20. 식품의약품안전처 「국가별 표시사항별 식품표시 규정」, 2016.06
21. 식품의약품안전처 「제외국 식품 중 알레르기 유발성분 표시제도 현황」, 2014.12
22. 미국 농무부(USDA), 「Translation of Maximum Residue Limits for Pesticides in Foods」, 2021.08
23. KATI농식품수출정보, 「중국 농산물 잔류농약허용기준」, 2007.12
24. 싱허국제유한공사(星禾國際有限公司) (shingher.com.tw/en)
25. 성품서점(誠品書店) (www.eslite.com/)
26. 풍천무역유한회사(豐農貿易股份有限公司) (www.s3.com.tw)
27. 한국무역협회, 「최근 중국 온라인 마케팅 플랫폼 비교 및 활용 방안」, 2022.05

### ■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. IPAD(International Production Assessment Division) (ipad.fas.usda.gov)
3. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
4. 징둥(京东) (item.jd.com)
5. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
6. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.cn)
7. 씨알뱅가드(CRVanguard) (www.crv.com.cn)
8. 샘파트너스(Sampartners) (sampartners.co.kr/en)
9. 허마세성(盒马鲜生) (www.freshippo.com)
10. 푸데이일리(Foodaily) (www.foodaily.com)
11. 월마트(Walmart) 중국 (walmart.cn)
12. 차이나데일리(China Daily) (global.chinadaily.com.cn)
13. 씨앤비씨(CNBC) (www.cnb.com)
14. 바이두(百度) (www.baidu.com)
15. 빔보(宾堡) (www.bimbochina.com)
16. 인제너(Ingenor) (ingenor.com)

17. 서투왕(摄图网) (699pic.com)
18. 톨리브레드(桃李面包) (www.tolybread.cn)
19. 중창상학(中创商学) (szcscx.com)
20. 칭다오 정화차젠(青岛净化车间)(www.qdyjhhb.com)
21. 허베이 성성호우 식품유한회사(河北诚厚食品有限公司) (chenghou.spdl.com)
22. 1688 (www.1688.com)
23. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
24. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
25. 중화인민공화국 해관총서(GACC) (www.customs.gov.cn)
26. 중화인민공화국 시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)
27. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC) (www.nhc.gov.cn)
28. 국제무역청 (www.trade.gov)
29. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
30. 한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
31. 중화인민공화국 농업농촌부(MOA) (www.moa.gov.cn)
32. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) (www.aqsiq.gov.cn)
33. 농촌진흥청 (www.rda.go.kr)
34. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
35. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
36. KIEP대외경제정책연구원 (www.kiep.go.kr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.12.01

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea