

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202312-06
품목 | 침출차(Leached tea)
HS CODE | 2101.30-1000
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 중국 유아식 시장규모	06
2. 중국 아기 간식 및 기타 시장규모	07
3. 중국 침출차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '보리차', '메밀차' 등 곡물차 관련 키워드 빈출	11
2. 일본 브랜드가 우세인 중국 유아 보리차 시장	12
3. 유아 전용을 강조한 홍보문구 주효	13
4. 단일 성분으로 한 차 제품이 많아	14

IV. 유통채널

1. 중국 침출차 유통채널 점유율	16
2. 중국 침출차 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 중국 침출차 통관 및 검역 절차	30
2. 중국 침출차 품질 인증	33
3. 중국 침출차 라벨링	37
4. 중국 침출차 성분 및 유해물질	42

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 칭다오승위안래(青岛盛源来商贸有限公司)	48
2. 웨이하이한진(威海韩进贸易有限公司)	50
3. 칭다오전문(青岛全门商贸有限公司)	52

VII. 시사점

1. 시사점	55
--------	----

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 2101.30-1000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

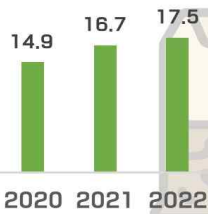
SUMMARY

중국 침출차(유아용) 시장

시장 현황

유아식 시장규모

단위 : 십억 달러



아기 간식 및 기타 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2101.30 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 중국 온라인쇼핑몰 보리차 제품 253건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본세율 15%
증치세 13%

사전 준비
중국 해관 수출업체 사전등록

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
제품명, 내용량 및 규격, 날짜 표시, 생산자, 보관 조건, 원산지, 표준 중국어 표기가 원칙이며 외국어 병기 가능

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

유아용 음료 수요 및 트렌드 중국 내 유아용 음료로는 주스 및 유산균 음료가 다수이며, 영유아를 위한 차 제품은 적은 편임. 인공성분을 첨가하지 않거나 고품질의 천연수원을 사용하는 등 건강에 초점을 두고 생산한 제품이 다수이며 만화 캐릭터가 그려져 있는 것이 특징임

침출차 수요 및 트렌드 한국산 티백 제품이 많은 인기를 얻고 있으며, 특히 녹차, 보리차, 옥수수수염차가 인기가 많은 편임. 유아동보다는 어른들을 위한 제품이 다수이기에, 유아 시장을 대상으로 하며 유기농 인증을 받은 고객사 제품은 확실한 경쟁력이 있을 것이라고 판단됨

Point 02.

고객사 제품 피드백 중량과 가격은 경쟁력이 있으며, 중국어 라벨링과 영유아들이 좋아하는 만화 캐릭터를 패키징에 추가하는 것을 권장함

홍보/유통 피드백 제품 홍보 시, 주요 인증과 유아동을 타깃팅 한 점을 강조하는 것이 좋음. 또한, 샤오홍슈와 같은 SNS 플랫폼이나 타오바오, 징둥 등 온라인 채널에 진출하는 것을 권장함. 오프라인 채널로는 영유아 프랜차이즈나 오델과 같은 고급 슈퍼마켓에 진출하는 것을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 중국 유아식 시장규모
2. 중국 아기 간식 및 기타 시장규모
3. 중국 침출차 수입규모

1. 중국 유아식 시장규모

중국 국가 일반 정보¹⁾

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

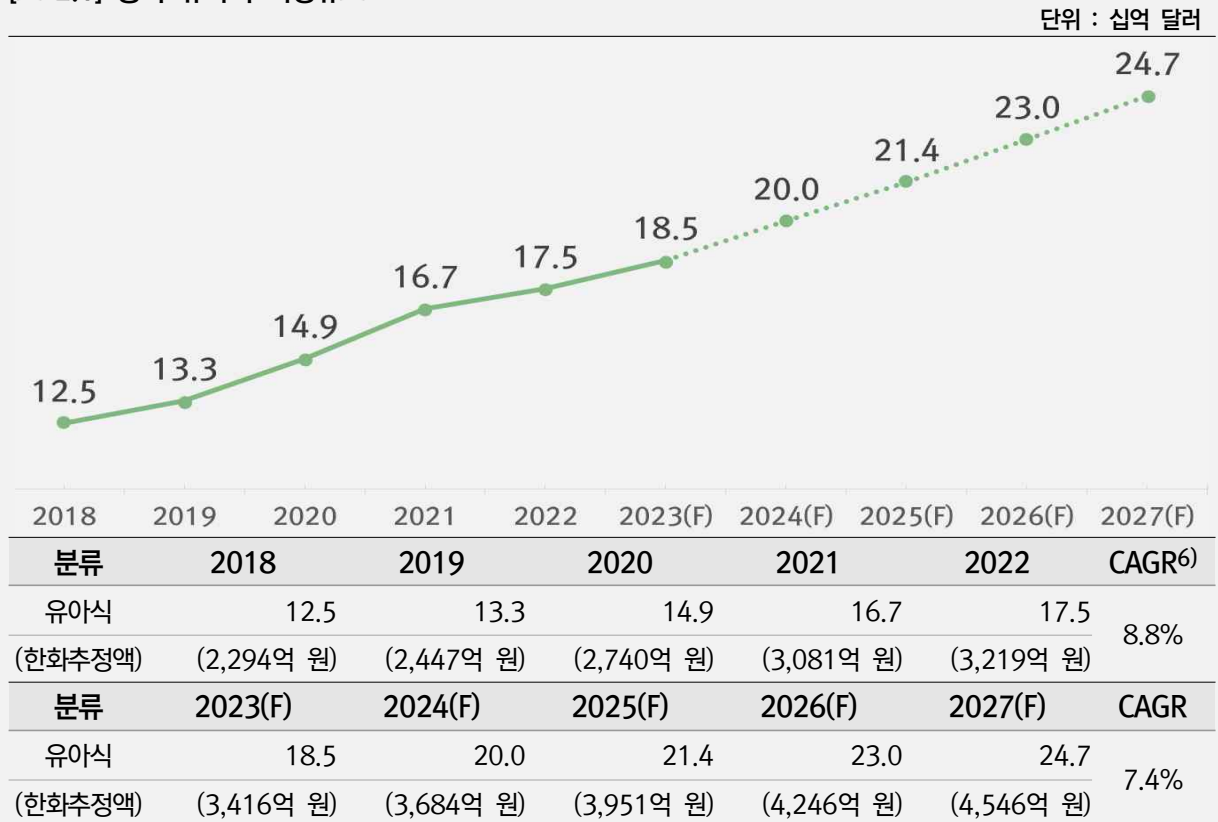
▶ 중국 유아식 시장규모 3,219억 원, 연평균성장률 8.8%

2022년 기준 중국 유아식 시장규모는 3,219억 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 2,756억 원의 시장규모를 보이고 있음. 5년간 연평균 8.8% 성장한데 비해, 2020년과 2021년에는 전년 대비 각각 12.0%, 12.4%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ 중국 유아식 시장규모, 향후 5년간 7.4%씩 성장 예상

중국 유아식 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 7.4%씩 성장하여 2027년 4,546억 원을 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 중국 유아식 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾



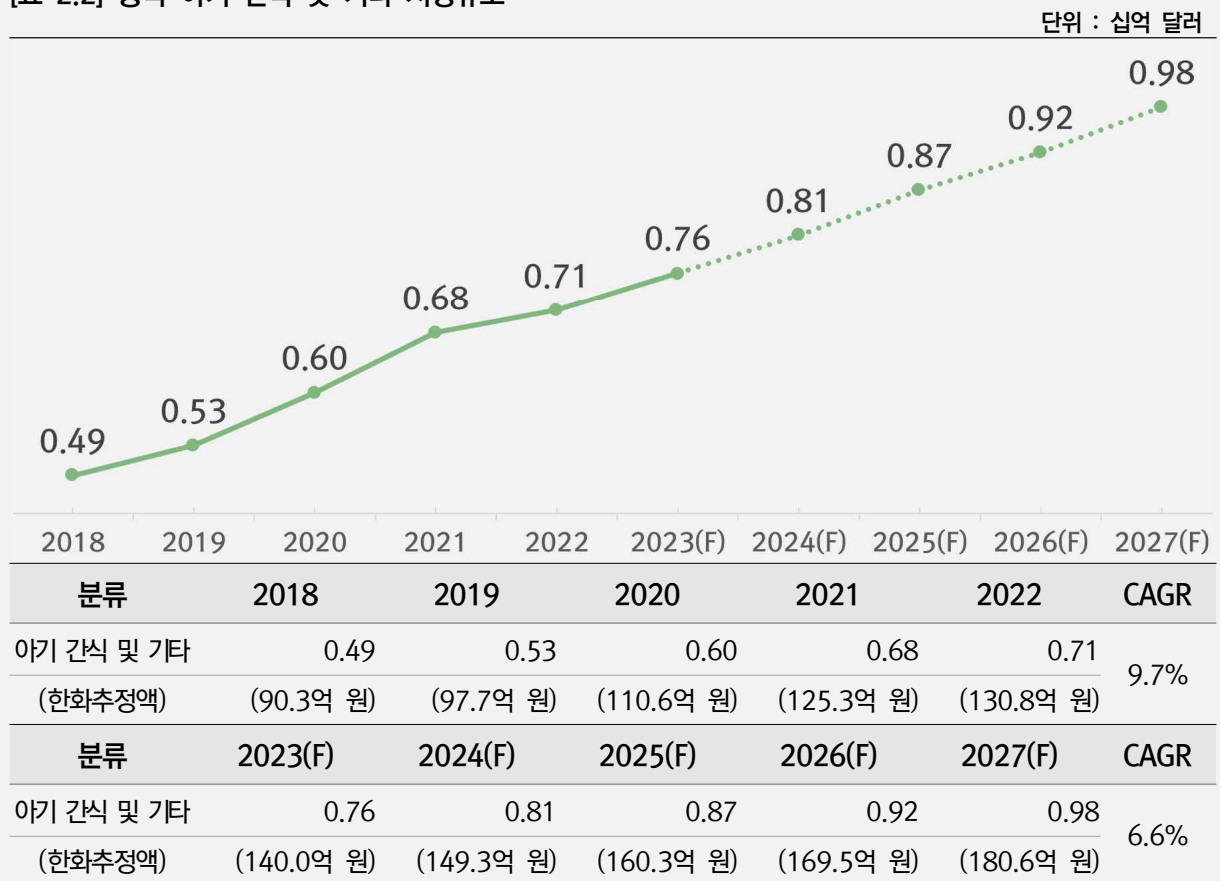
자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」
- 2) 조사제품 '침출차'는 유아용으로 섭취하는 보리차 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 '아기 간식 및 기타'의 시장규모와 상위 항목인 '유아식'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 스탯시타(Statista), 「Baby Food_China_」, 2023.10
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 아기 간식 및 기타 시장규모

- ▶ **중국 아기 간식 및 기타 시장규모 130.8억 원, 연평균 9.7% 성장**
2022년 기준 중국 아기 간식 및 기타 시장규모는 130.8억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 110.9억 원의 시장규모를 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 9.7%인데 비해, 2020년과 2021년에는 전년 대비 각각 13.2%, 13.3%의 비교적 높은 성장률을 기록함
- ▶ **중국 아기 간식 및 기타 시장규모, 향후 5년간 6.6%씩 성장 예상**
중국 아기 간식 및 기타 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 6.6%씩 성장하여 2027년 180.6억 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 중국 전통차 시장에서는 젊은 연령층의 주도로 프리미엄 차 시장이 꾸준히 성장하면서 무가당 차 음료와 같은 차별화된 제품이 연이어 출시되는 추세임⁷⁾

[표 2.2] 중국 아기 간식 및 기타 시장규모⁸⁾



자료: 스탯티스타(Statista)

7) 자료: 식품음료신문, '중국 茶 시장 MZ세대 맞춰 재편', 2023.04

8) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Baby Snacks & Others_China_」, 2023.10

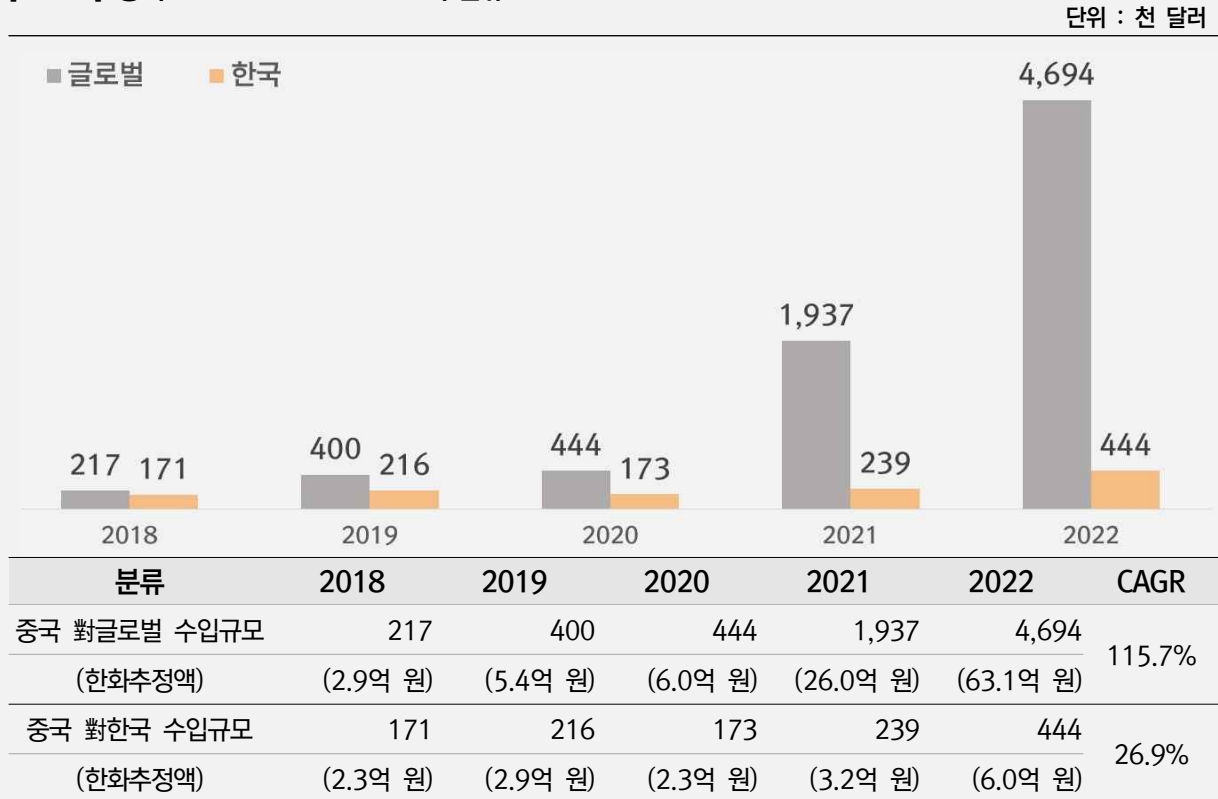
3. 중국 침출차 수입규모

침출차 HS CODE

해당 장에서 침출차는 HS CODE 2101.30으로 분류. HS CODE 제2101호의 품명은 커피·차·마테의 추출물·에센스·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 차커리·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물, HS CODE 2101.30-1000의 품명은 보리의 것으로 확인

- ▶ 2018-22년 중국 HS CODE 2101.30 對글로벌 연평균성장률 115.7%
중국 HS CODE 2101.30 품목인 침출차의 對글로벌 수입규모는 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률 115.7%를 기록하였고, 2022년도에는 63.1억 원을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 115.7%인데 비해, 2021년과 2022년에는 전년 대비 각각 336.3%, 142.3%의 비교적 높은 성장률을 기록함
- ▶ 중국 내 HS CODE 2101.30 품목 수입, 한국산 상위 2위
최근 5년(2018-22년)간 중국 내 침출차의 對한국 수입규모 평균은 3.3억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 2위를 차지함. 1위국 일본(54.6억 원, 86%)은 연평균 277.5% 증가했고, 2위국 한국(6.0억 원, 9%)은 연평균성장률 26.9%로 확인됨. 3위국 러시아(2.1억 원, 3%)는 2021년 대비 7,600% 증가하였고, 4위국 미국(1.2천만 원, 0.2%)은 연평균 8.7% 증가함

[표 2.3] 중국 HS CODE 2101.30 수입규모⁹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '보리차', '메밀차' 등 곡물차 관련 키워드 빈출
2. 일본 브랜드가 우세인 중국 유아 보리차 시장
3. 유아 전용을 강조한 홍보문구 주효
4. 단일 성분으로 한 차 제품이 많아

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 중국 온라인매장 입점 침출차

- 데이터 수집 키워드 : 유아 보리차(婴儿 大麦茶)
- 데이터 수집량 : 253건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰 징둥(JingDong)

▶ 중국 온라인매장 입점 침출차 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 홍보문구 ④ 성분

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁제품	보리차	大麦茶	114	율무차	薏	12
	허브차	花草茶	62	과일주스	果汁	11
	보양차	养生茶	31	옥수수차	玉米	10
	오곡차	五谷	28	결명자차	决明子	2
	메밀차	荞茶	17	녹차	绿茶	2
경쟁브랜드	와코도	Wakodo	59	피전	贝亲	22
	하쿠바쿠	Hakubaku	51	이장난	忆江南	12
	커자아이칭	客家爱情	32	네이팅상용	内廷上用	11
	이텡위안	伊藤园	25	더린먼	德临门	10
	궁위안	贡苑	24	동서	东西	3
홍보문구	아동용	儿童	93	휴대용	便携	18
	향기로운	香	56	한국 수입	韩国	11
	일본 수입	日本	52	임산부를 위한	孕妇	8
	오리지널	原	44	무설탕	无糖	6
	향이 짙은	浓	39	우유향	奶香	4
	개별포장	独立包装	24	엄선된	优选	2
성분	보리	大麦	114	팥	红豆	8
	메밀	荞麦	65	대추	枣	8
	산사나무	山楂	54	현미	玄米	6
	옥수수	玉米	19	단삼	丹参	6
	닭모래주머니	鸡内金	18	귤껍질	橘皮	6
	한약재	中药材	10	말린과일	干货	4

1. ‘보리차’, ‘메밀차’ 등 곡물차 관련 키워드 빈출

▶ ‘보리차’ 관련 키워드 빈출…곡물차 중에는 ‘메밀차’도 확인

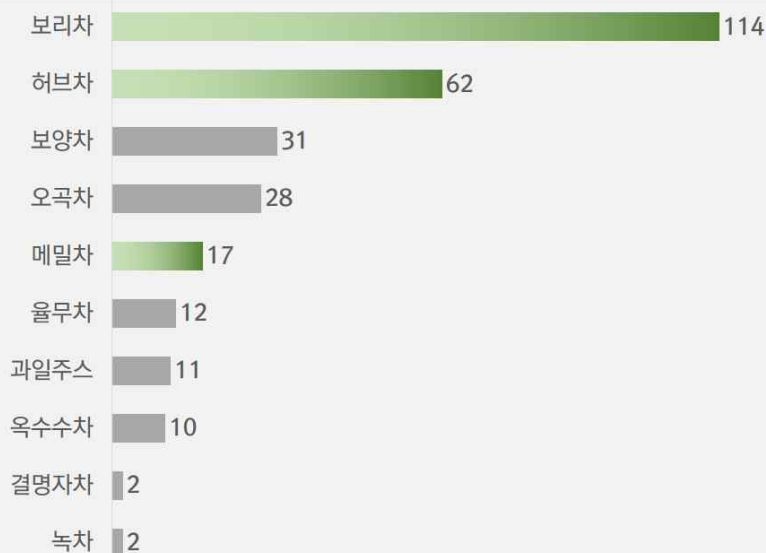
- 경쟁제품 관련 키워드 분석 결과 ‘보리차’가 114건으로 빈출
- 그 외에도 ‘오곡차’와 ‘메밀차’, ‘결명자차’ 등의 곡물을 베이스로 한 제품이 다수 도출되었으며, 유아용 제품으로는 ‘옥수수차’가 확인됨

▶ ‘허브차’ 관련 키워드 다수 확인

- ‘허브차’ 관련 키워드 62건으로 빈출 되었으며, 실제 데이터 확인 결과 국화를 이용한 국화차 제품이 많은 것을 확인
- 그 외에도 ‘녹차’ 등 식물의 잎을 베이스로 한 제품이 도출되었으며, ‘보양차’ 관련 키워드도 다수 확인

보리차		허브티		메밀차	
					
제품명	이장난보리차(忆江南大麦茶)	제품명	황금국화차(金丝皇菊茶)	제품명	흑메밀차(黑苦荞茶)
브랜드	이장난(忆江南)	브랜드	통렌당(同仁堂)	브랜드	실리치아오(晒力荞)
중량	250g	중량	30g	중량	280g x 4개
가격	23.00위안(4,238원 ¹⁰⁾)	가격	79.90위안(14,723원)	가격	46.90위안(8,642원)

[표 3.1] 중국 판매 침출차 경쟁제품 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘침출차’ 관련 게시글 253건 분석

10) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 브랜드가 우세인 중국 유아 보리차 시장

▶ 유아용 보리차 시장, 일본 브랜드 다수 진출

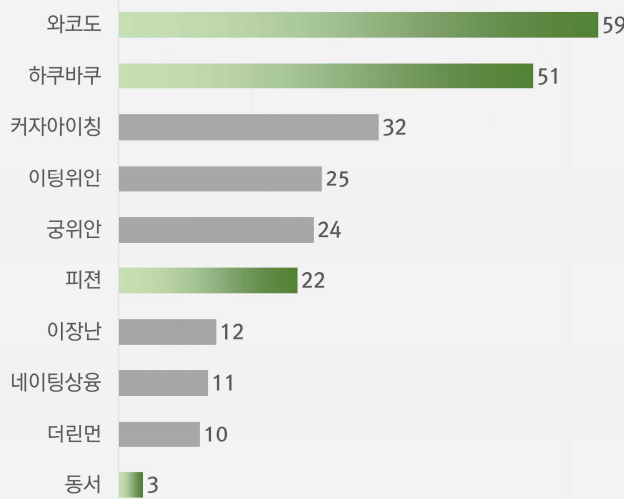
- 경쟁브랜드 분석 결과 일본 브랜드인 ‘와코도’ 관련 키워드가 59건으로 가장 많이 도출되었으며, ‘하쿠바쿠’ 관련 키워드도 51건으로 확인
- 두 브랜드에 대한 실제 데이터 확인 결과, 0세에서 1세를 대상으로 한 무카페인 보리차 제품을 주로 판매 중인 것으로 확인
- 또 다른 일본 브랜드인 ‘피전’도 진출 되었으며, 곡물차를 비롯해 아이들이 먹을 수 있는 과일 주스 등 다양한 음료 제품 판매

▶ 한국 브랜드 ‘동서’ 확인

- 한국 브랜드 중에서는 ‘동서’ 관련 키워드가 도출되었으며, 영유아를 타깃으로 한 ‘엄마순보리차’ 제품을 판매 중인 것 확인

와코도		하쿠바쿠		동서	
					
제품명	아기가 마시는 보리차 (宝宝大麦茶饮料)	제품명	아이가 좋아하는 보리차 (大麦茶婴幼儿童)	제품명	동서엄마순보리차
브랜드	와코도(Wakodo)	브랜드	하쿠바쿠(hakubaku)	브랜드	동서(东西)
중량	1.2g x 8포	중량	8g x 20포	중량	8g x 30포
가격	68.00위안(12,530원)	가격	36.00위안(6,634원)	가격	38.00위안(7,002원)

[표 3.2] 중국 판매 침출차 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘침출차’ 관련 게시물 253건 분석

3. 유아 전용을 강조한 홍보문구 주효

▶ 신세대 부모를 중심으로 커지는 중국 유아 전용 식품시장

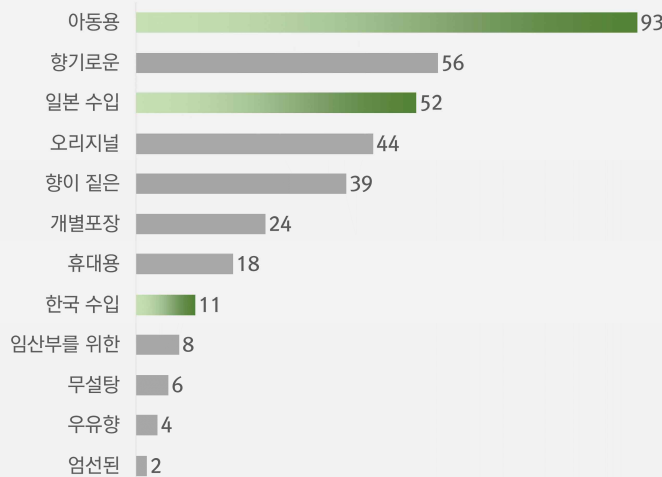
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘아동용’ 관련 키워드 93건으로 빈출
- 80-90년대생들이 부모가 됨에 따라 고급 식재료에 관한 관심이 증가하고 있으며, 저출산 현상에도 불구하고 중국의 어린이 식품시장은 지속적으로 성장
- 특히, 온라인을 통한 소비가 많았기 때문에 온라인 유통채널을 공략하는 것이 주효할 전망¹¹⁾

▶ 수입품임을 강조하는 홍보문구 다수

- 중국 현지에서 ‘일본 수입’과 ‘한국 수입’을 강조하는 제품 다수 판매
- 하지만 최근 자국 브랜드의 시장 지배력도 높아짐에 따라 이에 대응할 방안 모색 필요

아동용		일본 수입		향기로운	
					
제품명	유아아동용옥수수차 (婴幼儿宝宝儿童饮料玉米大麦茶)	제품명	베이비보리차 (宝宝大麦茶)	제품명	임산부 및 어린이용 보리차 (孕妇儿童麦茶浓香型茶叶)
브랜드	피전(贝亲)	브랜드	와코도(Wakodo)	브랜드	이토엔(伊藤园)
중량	500ml x 24개	중량	125ml x 3개	중량	405g x 6봉
가격	299.00위안(55,097원)	가격	51.00위안(9,398원)	가격	120.00위안(22,112원)

[표 3.3] 중국 판매 침출차 홍보문구 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘침출차’ 관련 게시물 253건 분석

11) 자료: 식품음료신문, [글로벌 트렌드] 중국 신세대 고급 육아로 어린이 식품조미료 시장 활황, 2023.03.24

4. 단일 성분으로 한 차 제품이 많아

▶ ‘보리’ 단일 성분 제품이 가장 많아

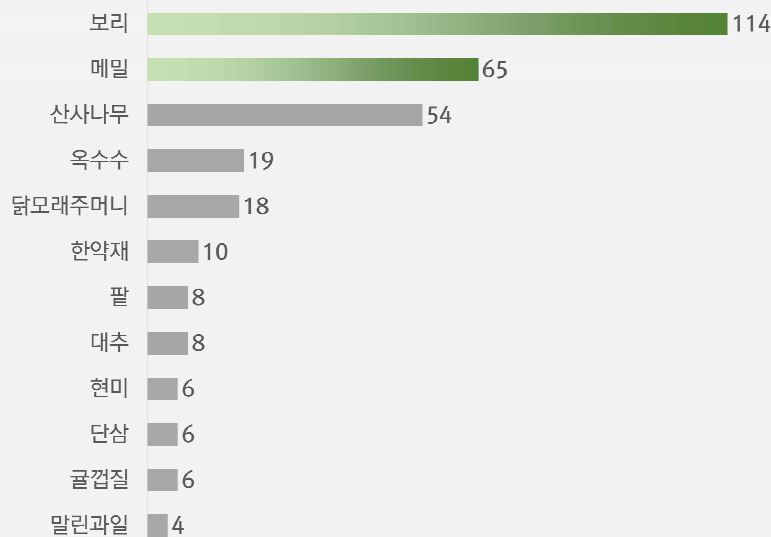
- 성분 관련 키워드 분석 결과 ‘보리’ 관련 키워드 114건 도출
- 데이터 확인 결과, 다른 곡물과 섞기보다는 ‘보리’를 단일 성분으로 한 차 제품을 주로 판매 중

▶ ‘메밀’과 ‘옥수수’ 등을 단일 성분으로 한 제품도 다수

- 곡물차의 경우 대부분이 단일 성분으로 만들어진 것으로 확인되었으며, ‘메밀’ 관련 키워드 65건 도출
- 그 외 ‘옥수수’와 ‘현미’ 관련 키워드도 빈출됨

보리		메밀		현미	
					
제품명	베이비보리차 (幼儿宝宝儿童饮料饮品大麦茶)	제품명	이장남메밀차(忆江南荞麦茶)	제품명	현미차(玄米茶)
브랜드	피전(贝亲)	브랜드	이장남(忆江南)	브랜드	민성(旻盛)
중량	50ml	중량	5g x 50포	중량	6g x 50포
가격	12,800위안(2,359원)	가격	23,000위안(4,238원)	가격	29,800위안(5,491원)

[표 3.4] 중국 판매 침출차 성분 관련 키워드



자료: 중국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘침출차’ 관련 게시물 253건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 중국 침출차 유통채널 점유율
2. 중국 침출차 주요 유통채널

1. 중국 침출차 유통채널 점유율

▶ 중국, 온라인과 현대적 오프라인 공략 필요

2023년 1분기 기준 중국 내 ‘온라인’ 채널은 27% 비중을 차지하여 침출차를 비롯한 일용소비재(FMCG) 유통채널 중 1위를 기록하였음. 한국 또한 같은 기간 동안 ‘온라인’ 채널이 36%의 비중을 차지하며 일용소비재 유통채널 중 1위를 기록하였음. 다음으로, 중국 내 ‘슈퍼마켓’이 25%의 비중을 차지하여 2위를 기록한 반면, 한국에서는 20%의 비중으로 전체 유통채널 중에서 3위를 기록하고 있음. 침출차를 비롯한 일용소비재 제품을 중국에 유통하기 위해 ‘온라인’ 채널과 ‘슈퍼마켓/하이퍼마켓’ 등 현대적 오프라인 채널을 균형 있게 활용하는 것이 중요할 것으로 보임

[표 4.1] 중국 및 한국 침출차 소매유통채널 점유율 비교¹²⁾



중국 및 한국 침출차 소매유통채널 점유율 비교¹³⁾¹⁴⁾

중국	유형	한국
27%	온라인	36%
25%	슈퍼마켓	20%
15%	하이퍼마켓	23%
3%	기타 현대식 채널 ¹⁵⁾	12%
30%	기타 ¹⁶⁾	9%

자료: 칸타(KANTAR)

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

13) '침출차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 'FMCG(일용소비재)'의 정보를 확인함

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

15) '편의점(CVS)' 등 다수의 현대식 유통채널을 포함함

16) '식료품점(Grocery)', '전통식 채널(Traditional Trade)', '비식료품점(Non-Store)' 및 기타 유통채널을 포함함

2. 중국 침출차 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 원17)) 기타 규모 • 매장 수('22): 490개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 대만에 최초의 현대식 대규모 슈퍼마켓으로 개점 • 1998년 중국 본토 내 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈하여, 현재 29개의 성에 매장 보유 • 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail)의 브랜드로 운영 • 2020년 알리바바 그룹이 선아트리테일의 72%의 지분을 보유하게 됨 • 2020년 '중국 100대 체인점(中国连锁百强)'에서 슈퍼마켓 부문 1위 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 신제품, 인지도가 높은 브랜드	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통해 직접 문의 (csspselfre.rt-mart.com.cn/intention/merchant/index) <ul style="list-style-type: none"> - '欢迎合作' 클릭 후, '厂商注册'를 클릭하여 벤더 등록 - 회원가입 및 로그인(사용자 전화번호 인증, 비밀번호 입력) - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국 구매담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 후, 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 신상품 입점 및 판매 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +86-21-3107-8998 +86-21-5665-7857 (상하이점) 	

자료: 알티마트(RT-Mart)

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

17) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

자료: 씨알뱅크(CRVanguard)

사진 자료: 샘파트너스(Sampartners)

2. 중국 침출차 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"> 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 2018년 허마세성 주관 최초의 공급업체 컨퍼런스 개최하여 '새로운 소매 공급망 관계' 제안 디즈니차이나(Disney China)와 협력하여 새로운 콜라보레이션 브랜드 고안 		
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"> 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 '合作招商' 클릭 - 페이지 첫 번째 메뉴 '了解商品供应商' 선택 - 해당 페이지 첫 번째 메뉴 '成为商品供应商' 선택 - '立即入驻' 선택 - 전화번호 입력 및 로그인 후 공급업체 등록 정보 입력 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-951-0217 	

자료: 허마세성(盒马鲜生)

사진 자료: 푸데이일리(Foodaily)

2. 중국 침출차 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 ¹⁸⁾) ¹⁹⁾
	기타 규모	• 매장 수('23): 365개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 미국에 본사를 두고 있는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 • 리테일 기업으로는 세계 최대 규모에 해당 • 1972년 뉴욕 증권 거래소에서 상장 • 1996년 홍콩에서의 사업을 철수하고, 그 해 8월 중국 본토에 사업 진출 • 전 세계 15개국에 진출해 있으며 약 10,600개의 매장(2022년 1월 기준)을 보유하고 있음 		
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"> • 홈페이지를 통한 공급업체 입점 신청 (www.wal-martchina.com/english/supplier/apply.htm) • 이메일을 통한 공급업체 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 후 상단 메뉴 'Supplier Service' 클릭 - Apply to be a Walmart Hypermarket Omni Merchandising Supplier 아래 'Read More' 클릭 - 'Supplier Profile Form' 다운로드 및 양식 작성하여 담당 부서 이메일로 전송 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: China.Supplier.Development@Walmart.com - 전화번호: +86-755-2151-2288 	

자료: 월마트(Walmart) 중국

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

18) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 글로벌 매출액임

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

자료: 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)

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

자료: 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)

2. 중국 침출차 주요 유통채널 ⑦ 시티슈퍼




기업 기본 정보	기업명	시티슈퍼(city'super)	
	기업구분	유기농상점	
	홈페이지	www.citysuper.com.cn	
	위치	상하이(上海)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 9개 ²⁰⁾	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1996년 홍콩에서 설립되었으며, 중국 내륙과 대만에서도 매장 운영 중 시티슈퍼(city'super), 시티슈퍼로그온(city'super LOG-ON), 쿡델리(cookedDeli) 세 개 브랜드를 보유하고 있으며 식음료 포함 와인 및 라이프스타일 제품 취급 상하이(上海) 내 배송 서비스 제공 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 건강식품, 스낵류, 주류, 제과류, 주방용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 수입 식품 및 유기농 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 - 이메일: contact.sh@citysuper.com - 전화번호: +86-21-6013-1722 (상하이 지점) 	

자료: 시티슈퍼(city'super)

사진 자료: 시티슈퍼(city'super), 바이두(百度)

20) 중국 및 홍콩을 포함한 지점의 개수임

2. 중국 침출차 주요 유통채널 ⑧ 메데론

기업 기본 정보	기업명	메데론(麦德龙)	
	기업구분	유기농 상점	
	홈페이지	www.maidelong.com	
	위치	중국 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 103개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 호텔, 레스토랑, 케이터링 업체 및 개별 상인을 타깃으로 하는 독일의 글로벌 식품/비식품 판매 기업 • 중국에는 1996년 상하이에 처음 진출한 후, 채널 소매와 식품 서비스 유통, 복지 및 선물 등 다양한 판매 채널 구축 • 현재 중국 60개 도시, 직원 수 17,000명, 고객 1,700만 명을 확보하여 활발하게 사업 전개 중 • 신선식품에 대한 전문성이 높으며, 따라서 ISO 9001, ISO 22000 및 HACCP 등 다양한 인증 확보 • 높은 수준의 제품 품질과 안정을 보장하며 중국의 식품 안전 시스템 개선에도 크게 기여 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 신선식품, 수입 식품 및 유기농 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: service@maidelong.com - 전화번호: 지점별 연락처 상이하므로 홈페이지 참고 (www.maidelong.com/newmetro-frontend-web/#/stores/165) 	

자료: 메데론(麦德龙)

사진 자료: 메데론(麦德龙), 바이두(百度)

2. 중국 침출차 주요 유통채널 ⑨ 타오바오

기업 기본 정보	기업명	타오바오(淘宝网)			
	기업구분	world.taobao.com			
	홈페이지	온라인 종합 쇼핑몰			
	규모	매출액('21)	• 181억 7,000만 달러(24조 4,350억 원)		
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4억 4,100만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 알리바바(Alibaba) 산하의 글로벌 전자상거래 기업 홍콩, 마카오, 대만, 싱가포르, 호주, 캐나다 등 200개 이상 국가의 소비자를 대상으로 C2C 서비스 제공 중국 내 판매를 위해 중국에 회사를 설립하여야 등록 가능 자체 물류 공급망을 통해 10개의 국가에 배송 가능 				
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	동서, 귀안팡유안(芊芳源) 등		
		해외 판매	일부 국가 해외 배송 가능		
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보	 <p>실시간 할인 상품 소개, 카테고리별 할인 제품 소개 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 - 중국에 법인 회사 설립 <ul style="list-style-type: none"> ① 사업자등록증 신청서, 사무실 임대 계약서, 여권 사본, 중국 본토 은행 계좌 <ul style="list-style-type: none"> - 알리페이(Alipay) 실명 인증을 포함한 개인 계정 인증을 수행 - 본인 인증 완료 및 스토어 생성 - 상점 등록 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) ② 공급 제품 정보 (제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) <ul style="list-style-type: none"> - 입점 제품 관련 정보 제출 			

자료: 타오바오(淘宝网)

사진 자료: 타오바오(淘宝网)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다국가 연계
한국, 일본, 베트남, 태국, 싱가포르 등 다양한 국가에서 쇼핑 서비스 이용할 수 있도록 지원

2. 비회원 가입제도
회원가입이 번거로운 비회원도 연락처와 결제정보 등록 후 가입하여 서비스 이용 가능

3. 오늘의 추천
여러가지 제품 카테고리에서 매일 엄선된 제품을 추천하고 있음



4. 소비자 보증
상품을 받지 못하거나 품질에 이상이 있는 경우 배송비와 상품 가격 전액 환불받을 수 있음

5. 국제배송
타 국가에서도 타오바오에서 구매 가능

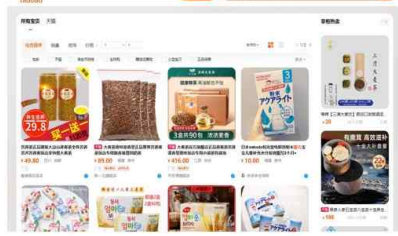
‘오늘의 추천’ 및 ‘나를 위한 추천’ 등 매일 다양한 상품을 소개

온라인몰 UI ②

타오바오-유아용 보리차(婴儿 大麦茶) 검색 페이지


유아용 보리차(婴儿 大麦茶) 검색 페이지
‘婴儿 大麦茶’으로 검색결과 노출

관련성 및 정확성 순으로 기본 검색결과 노출
브랜드, 원산지 등에 따라 필터링 가능



유아용 보리차(婴儿 大麦茶) 구매 페이지
제품 정보를 상단에 배치


제품 정보를 세부적으로 기입
하단에 동일 브랜드의 다른 상품을 리스팅하여 추천



관련성 및 정확성 위주로 검색 결과가 노출되며, 제품 정보를 세부적으로 기입함

자료: 타오바오(淘宝网)
사진 자료: 타오바오(淘宝网)

2. 중국 침출차 주요 유통채널 ⑩ 징동

기업 기본 정보	기업명	징동(京东)		
	기업구분	www.jd.com 		
	홈페이지	온라인 종합 쇼핑몰		
	규모	매출액('22)	• 1억 2,000만 달러(1,614억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 4,630만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2004년에 설립된 중화인민공화국의 전자상거래 플랫폼 • 중국의 위챗(WeChat)과 파트너십을 맺어, 이를 통한 구매 가능 			

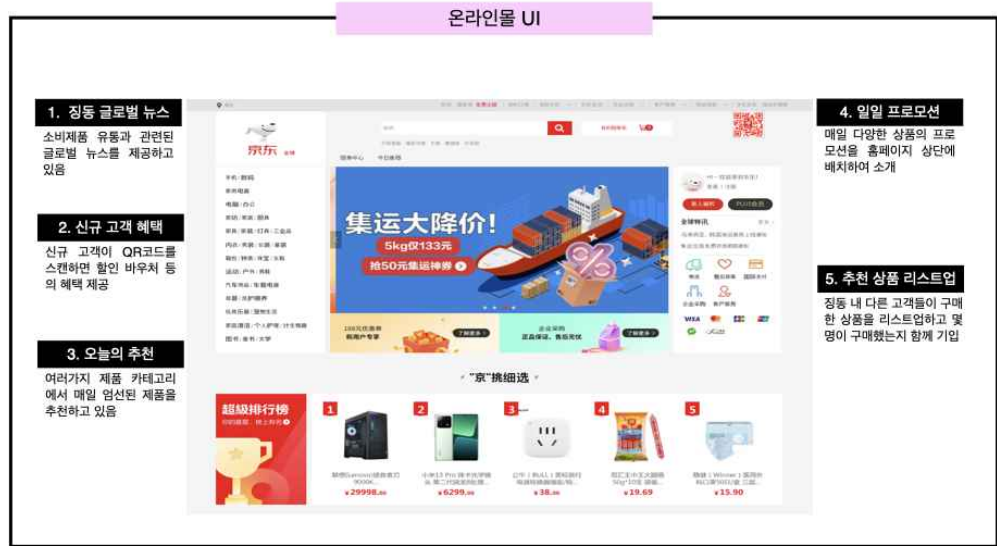
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	하쿠바쿠(Hakubaku), 와코도(Wakodo) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	사용자별 추천 쿠폰 제공, 카테고리별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (cooperation.jd.com/lang/en?showNav=1) - 'join us' 누르기 - 공급업체/온라인 스토어 오픈 중 선택 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 카테고리, 회사 및 상품 정보 (회사명, 회사 소개, 웹사이트 등) ② 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 - 자료 검토 영업일 기준 1-3일 소요 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 심사 진행 현황은 '온라인 입점 시스템'으로부터 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격 요건의 발각으로 인해 탈퇴 당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: jdglobal_bd@jd.com (징동 글로벌)
-------------	---------------------	--

자료: 징동(京东), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

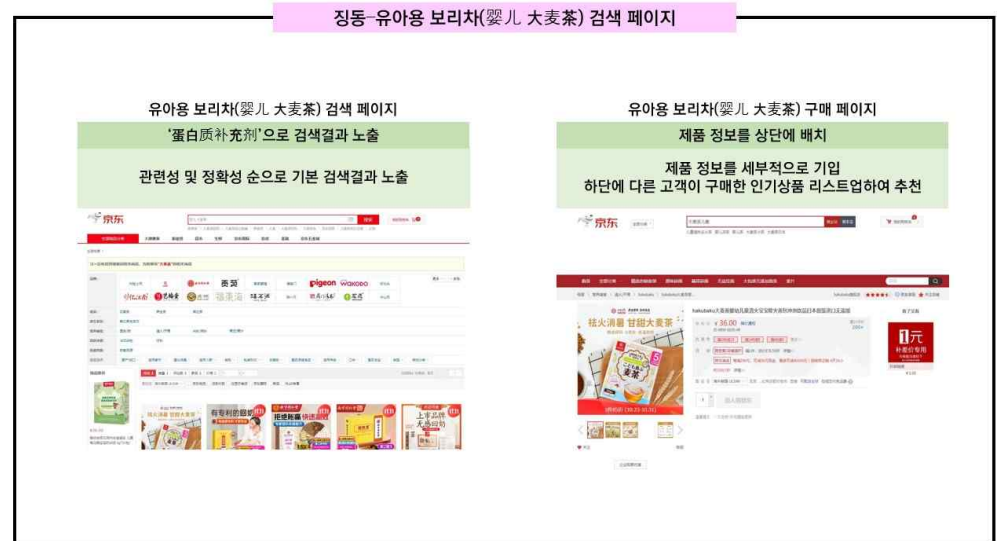
사진 자료: 징동(京东)

온라인몰 UI ①



소비재 유통과 관련된 글로벌 뉴스를 제공하고 있으며, 신규 고객 혜택 제공

온라인몰 UI ②



관련성 위주로 검색 결과를 노출시키며, 검색어 기반으로 유사 제품을 추천함

자료: 징동(京东)
사진 자료: 징동(京东)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



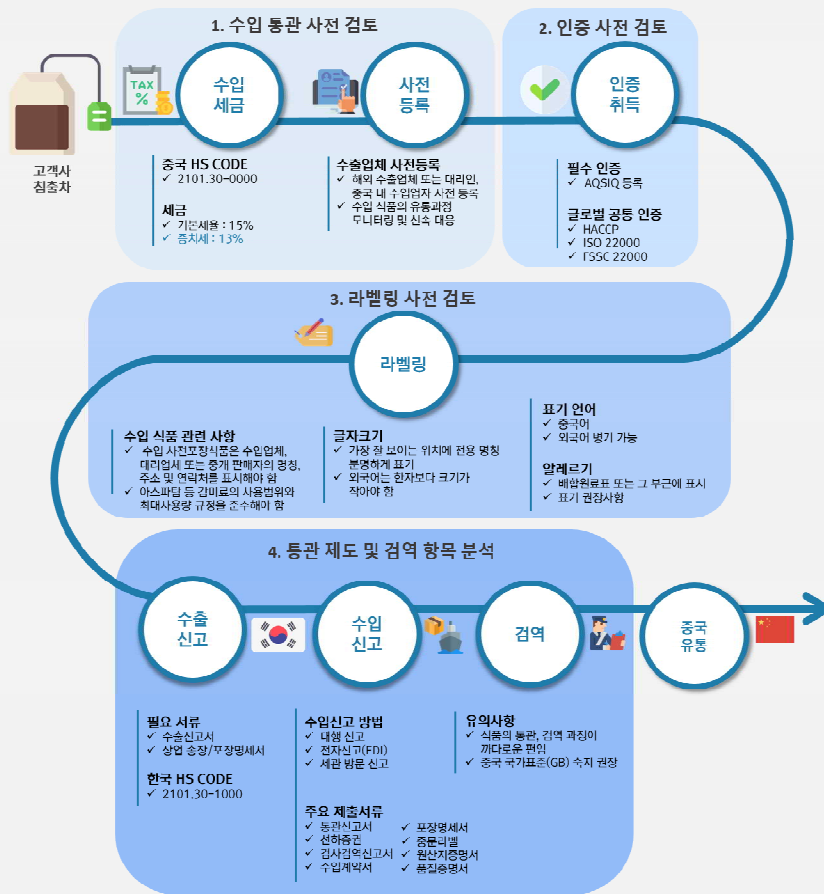
1. 중국 침출차 통관 및 검역 절차
2. 중국 침출차 품질 인증
3. 중국 침출차 라벨링
4. 중국 침출차 성분 및 유해물질

1. 중국 침출차 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 중국 침출차 수출 시, 통관 절차별 주요사항

중국으로 침출차 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 검역²²⁾으로 구분되며, 합격 후 지방 해관에서 입경화물검험검역증명(위생증)을 발급함. 중국은 술·담배, 요트, 석유 등 일부 품목에 소비세를 부과하고, 부가가치세에 해당하는 증치세를 부과함²³⁾

[표 5.1] 중국 침출차 통관 검역 절차²⁴⁾²⁵⁾



자료: 관세청, 중국 해관총서(GACC), KATI농식품수출정보

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

22) 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임

23) 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

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

25) 협정세율은 아시아 태평양 무역협정(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 해관(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 품목²⁶⁾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"> 중국 식품 무역의 안정적인 발전 촉진 중국 내 수입 식품의 급격한 증가 및 수입 식품의 안전에 대한 소비자의 요구 증가로 현행 규정의 미비점 인식
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 해관총서 명령 248호 ‘중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록 및 관리에 관한 규정’
기관	<ul style="list-style-type: none"> 중국 해관총서(GACC)
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> 5년
신청 대상	<ul style="list-style-type: none"> 신청 대상: 중국에 수출하고자 하는 모든 해외 식품 생산, 가공 및 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 외 국가에서 식품 생산, 가공 행위를 하는 모든 기업을 식품기업 범위에 포함 - 식품 보관 안전위생 요구에 따라 식품을 보관하는 기업 또한 발급 대상에 포함 비신청 대상: 식품 첨가물 제조기업, 식품 관련 자재, 도구, 설비 등 생산, 가공, 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 첨가물(영양 강화제 포함) 제조기업은 발급 대상에 불포함 - 식품 포장재료와 용기, 식품 생산도구, 설비 및 식품에 사용하는 세제, 소독제 등 관련기업 역시 발급 대상에 불포함

자료: 중국 해관총서(GACC)

26) 육류 및 육제품, 케이스, 수산물, 유가공품, 제비집 및 제비집 제품, 벌꿀 제품, 알 및 알가공품, 식용유지 및 유지 제조 원료, 소가 있는 침출차 식품, 식용 곡물류, 곡물제분공업제품 및 맥아, 신선 및 탈수 야채, 건조 두류, 조미료, 건과 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"> • 소재국 정부 주무 부처 추천 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 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 • 기업 자체 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 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
아이디 발급 및 로그인 경로	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디 발급 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 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 - 기업 자체 신청(혹은 대리신청): 해외기업 자체 아이디 신청은 18종 식품 기업 외 서류 구비가 완료된 기타 식품 기업만 시스템 접속을 통해 신청 가능 • 로그인 경로 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 국제무역 단일창구 홈페이지(new.singlewindow.cn)에 접속하여 ‘수입식품 해외생산기업 등록’에서 번호 발급 신청 페이지로 접속

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

2. 중국 침출차 품질 인증

▶ 중국 침출차, '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 적용됨²⁷⁾

[표 5.3] 중국 AQSIQ 등록 정보

인증명	취득 정보	
중국 AQSIQ 등록	등록 관할기관	<ul style="list-style-type: none"> 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
	유형	<ul style="list-style-type: none"> 수출 시 필수
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> AQSIQ는 중국의 WTO 가입을 위해 2001년 4월 10일 국가품질기술감독총국과 국가출입국검사검역총국의 합병으로 설립됨 중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 국가질량감독검험검역총국 온라인시스템에 회사 정보를 등록해야 함 AQSIQ 등록은 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁸⁾ <ul style="list-style-type: none"> 수입식품(주류, 설탕 및 감미료 포함), 유제품, 육류, 해산물 등 2021년 10월 기준 65개국 약 27,800개 이상 식품 생산 및 수출업체가 등록함 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 식품 유형에 따라 등록 요구사항 및 등록 신청비에 차이가 있으나 등록 절차는 동일함
	근거규정	<ul style="list-style-type: none"> 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> 중국 식품안전법(2021)(中華人民共和國食品安全法(2021)) GACC/AQSIQ Notic No. 248/249

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 한국농수산물유통공사

27) 중국 AQSIQ 인증 신청 페이지 (www.aqsiq.net/application) 참고

28) 중국 AQSIQ 수입 식품 목록 (www.aqsiq.net/imported-food-list) 참고

▶ 중국 침출차, 글로벌 공통 인증 적용 권장

중국으로 침출차 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 침출차 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 규정의 준수가 필요함²⁹⁾

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

단품 순합량(Q)	공간 비율(b) ³⁰⁾
≤1	≤85
1<Q≤5	≤70
5<Q≤15	≤60
15<Q≤30	≤50
30<Q≤50	≤40
>50	≤30

유의사항	<ul style="list-style-type: none"> 포장 층수가 한 겹인 제품에는 적용되지 않음 종합 상품의 포장 공간 비율은 단품의 순합량이 가장 큰 제품에 해당하는 공간 비율을 기준으로 함
-------------	---

자료: 대한무역투자진흥공사, 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)

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

30) 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 ³¹⁾	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)

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

3. 중국 침출차 라벨링

[표 5.7] 중국 침출차 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것 규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함
	2. 내용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> 법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함 제조 시 사용되는 공정수와 식용 가능한 포장재를 표시해야 함 주류의 경우 ‘%vol’ 단위로 알코올함량을 표기해야 함 ‘과음은 건강을 해칠 수 있습니다.’라는 경고 문구를 반드시 표기해야 하며 기타 경고 문구를 동시에 표기할 수 있음 아스파탐을 첨가한 식품에는 ‘아스파탐(페닐알라닌 포함)’을 표기해야 함
	3. 날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> 일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 년, 월, 일 또는 국가표준 규정에 따라 표시할 것 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 유통기한 표기를 생략할 수 있음
	4. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함³²⁾ 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

32) ‘GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙’ 참고

[표 5.7] 중국 침출차 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	5. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함
	6. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 1.8mm 이상(35cm² 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기할 것 상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 크기가 작아야 함
	7. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 ‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지, 중국 내 대리점 이름, 주소, 연락처를 표기해야 함³³⁾

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

33) 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

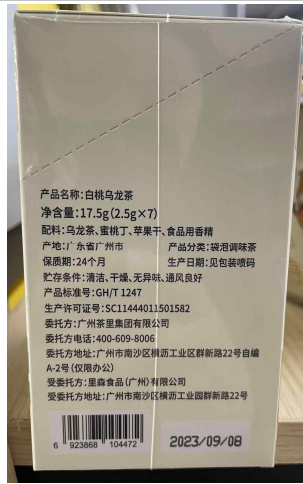
▶ 중국 침출차 라벨 샘플



[앞면]



[뒷면]



[옆면 1]



[옆면 2]

[앞면 - 중국어, 영어]

- ① 原叶茶
- ② ORIGINAL LEAF TEA
- ③ CHALI
- ④ 茶里公司 荣誉出品
- ⑤ 白桃乌龙茶

[앞면 - 국문]

- ① 오리지널 차
- ② 오리지널 리프 티
- ③ 차리 (상표명)
- ④ 차리회사 명예제품
- ⑤ 백도우롱차

⑥ PEACH OOLONG TEA

⑦ 原叶茶 袋泡茶

⑧ 图案仅供参考

⑨ 内含7包

⑩ 净含量 17.5克

⑪ 2.5克×7

⑥ 복숭아 우롱차

⑦ 오리지널 티백

⑧ 도안은 참고용으로만 제공됩니다

⑨ 7봉지 포함

⑩ 함량 17.5g

⑪ 2.5g×7

[읽면 - 영어]

① CHALI

② Be a tea fan.

[읽면 - 국문]

① 차리

② 차 팬이 되세요.

[읽면 1 - 중국어]

① 产品名称：白桃乌龙茶

② 净含量：17.5g(2.5g×7)

③

配料：乌龙茶、蜜桃丁、苹果干、食品用香精

④ 产地：广东省广州市
产品分类：袋泡调味茶

⑤ 保质期：24个月
生产日期：见包装喷码

⑥ 贮存条件：清洁、干燥、无异味、通风良好

⑦ 产品标准号：GH/T 1247

⑧ 生产许可证号：SC11444011501582

⑨ 委托方：广州茶里集团有限公司

⑩ 委托方电话：400-609-8006

[읽면 1 - 국문]

① 제품명：백도우롱차

② 함량：17.5g(2.5g×7)

③

재료：우롱차, 복숭아과육, 말린 사과, 식품용향료

④ 원산지：광둥성 광저우시
제품분류：티백차

⑤ 유통기한：24개월
제조일자：포장겉면 참조

⑥ 보관조건：청결, 건조, 냄새 없고, 통풍이 잘되는 곳에 보관

⑦ 제품규격번호:GH/T 1247

⑧ 생산허가번호: SC11444011501582

⑨ 위탁업체: 광저우차리그룹유한공사

⑩ 위탁업체 전화：400-609-8006

- ⑪ 委托方地址：广州市南沙区横沥工业区群新路22号自编A-2号（仅限办公）
- ⑫ 受委托方：里森食品（广州）有限公司
- ⑬ 受委托方地址：广州市南沙区横沥工业园群新路22号
- ⑭ 2023-09-08

- ⑪ 위탁업체 주소: 광주시 남사구 횡락공단 군신로 22호 자편A-2호 (사무실용)
- ⑫ 위탁업체 주소: 광주시 남사구 횡락공단 군신로 22호 자편A-2호 (사무실용)
- ⑬ 수탁업체 주소: 광주시 남사구 횡락공단군신로 22
- ⑭ 2023-09-08

[옆면 2 - 중국어, 영어]

- ① CHALI
- ② Be a tea fan.
- ③ 冲泡方法
- ④ 取出茶包放入杯中
- ⑤ 倒入200mL200°C热水
- ⑥ 泡2分钟可冲泡3次

[옆면 2 - 국문]

- ① 차리
- ② 차 팬이 되세요.
- ③ 식용방법
- ④ 티백을 꺼내 컵에 담습니다.
- ⑤ 200mL 200°C의 뜨거운 물을 붓습니다,
- ⑥ 2분 담그며 3번 우려낼 수 있습니다.

4. 중국 침출차 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 침출차에 적용 가능한 중국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	아라비아 검 (아카시아 검)	Gum Arabic (Acacia gum)	GMP ³⁴⁾	차음료
2	아세설팜 칼륨	Acesulfame Potassium	0.3g/kg / 고체 음료는 용해 배수로 사용량 증가	
3	아스파탐	Aspartame	0.6g/kg / 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가	
4	벤조산	Benzoic Acid	1g/kg / 안식향산으로 계산, 고체 음료는 희석 배수에 따라 사용량 증가	
5	탄산칼슘	Calcium Carbonate	GMP	
6	염화칼륨	Potassium Chloride		
7	메틸셀룰로스	Methyl Cellulose	GMP	차제품 (향첨가 차 및 차 대체품 포함)
8	락티톨	Lactitol		
9	자일리톨	Xylitol		
10	아스코르브산 나트륨	Sodium Ascorbate		

자료: KATI농식품수출정보

34) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **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 함³⁵⁾³⁶⁾

[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

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

36) 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 진균 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 침출차에 적용 가능한 중국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	주석	Tin(Sn)	150mg/kg / 주석도금으로 된 용기에 포장된 식품에 한한다.	음료류
2	납	Lead(Pb)	0.3mg/L(음용수(포장), 과채주스 및 음료, 우유음료, 고형 음료 제외)	
3	황색포도상구균	Staphylococcus Aureus	n=5, c=1, m=100CFU/g, M=1000CFU/g	음료 (음용수(포장), 탄산음료 제외)
4	살모넬라속균	Salmonella spp.	n=5, c=0, m=0	

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 침출차에 적용 가능한 중국 농약 잔류허용기준(MRL)

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준(mg/kg)	식품유형
1	메티오카브	Methiocarb	0.05* ³⁷⁾	보리(Barley)
2	펜부코나졸	Fenbuconazole	0.2	
3	트리넥사팍-에틸	Trinexapac-Ethyl	3*	
4	피리미카브	Pirimicarb	0.05	
5	퀴녹시펜	Quinoxifen	0.01	
6	비펜트린	Bifenthrin	0.05	
7	아미노피랄리드	Aminopyralid	0.1*	
8	아조시스트로빈	Azoxystrobin	1.5	
9	티아메톡삼	Thiamethoxam	0.4	
10	트리아조포스	Triazophos	0.05	

자료: 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)

37) *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 성분³⁸⁾

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

38) 'GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙' 참고

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 칭다오승위안래
(青島盛源來商貿有限公司)
2. 웨이하이한진(威海韓進貿易有限公司)
3. 칭다오전문(青島全門商貿有限公司)

Interview ①

39)


칭다오승위안래(青岛盛源来商贸有限公司)
Sales Manager
칭다오승위안래
(青岛盛源来商贸有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2005년 설립
 - 칭다오에 위치한 수입유통업체
 - 주요 수입국은 한국
 - 취급 품목으로는 김치, 한국 소스, 신라면, 농심 짜파게티, 고추장 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Sales Manager

Q. 중국 내 유아용 음료 및 차 시장 수요와 트렌드는 어떤가요?

최근 중국의 유아용 음료 시장은 급속한 발전을 거듭했으며, 주로 유산균 음료 품목이 판매되고 있습니다. 중국의 유아용 음료는 최근 몇 년 동안 수입 음료에서 국내 생산 음료를 판매하는 것으로 전환되었으며, 이에 따라 중국의 주요 주스 제조업체는 유아용 시장을 선점하기 위해 유아용 음료 생산에 적극적으로 참여하고 있습니다. 중국에서는 보통 성인이 될 때까지 차를 마시지 않기 때문에 중국 시장에서 영유아용 차 제품은 거의 찾아볼 수 없습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 유아용 음료 및 차는 무엇인가요? 제품의 상세 브랜드 및 특징에 대해 알려주세요.

중국 시장에서 가장 유명한 유아용 음료는 '와하하 AD 칼슘 우유'로 1996년에 출시된 중국의 국민 유산균 음료입니다. 이 제품은 특히 칼슘 보충을 강조한 제품으로 징둥(JingDong)에서 수천만 대의 판매를 기록하고 있습니다. 또한, 오랜 세월 동안 제품 포장이 바뀌지 않아 친숙하기에 많은 부모 고객들이 자녀를 위해 이 제품을 구매합니다.

Q. 중국 내 한국산 티백 차의 인지도는 어떠한가요?

몇몇 한국산 티백 제품이 중국에서 큰 인기를 끌고 있는데, 최근에는 옥수수 수염차가 중국에서 큰 인기를 끌며 젊은이들에게 큰 사랑을 받고 있습니다.

Q. 중국에서 현재 인기 있는 제품 중 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요? 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

현재 중국에는 고객사 제품과 유사한 제품이 없으며, 중국 업체들은 영유아용 보리차는 판매하지 않고 있습니다. 경쟁제품이 없다는 것이 고객사 제품의 강력한 경쟁력입니다.

Q. 해당 경쟁제품은 어떤 홍보/마케팅 전략을 활용하나요?

중국 내 주요 한국 보리차 브랜드로는 T사가 있으며, 해당 제품은 상하이 코스트코(COSTCO)에서 수입하고 있습니다. 이들은 코스트코 오프라인 채널을 통해 홍보 및 판촉 행사를 진행합니다.

Q. 고객사 제품은 티백 형태의 유기농 보리차로 1개당 3g 용량이며 티백 20개가 1박스로 구성되어 있습니다. 1박스당 가격은 5,800원입니다. 고객사 제품이 중국 시장에서 경쟁력이 있을까요?

중국 시장에서 가장 잘 팔리는 한국 보리차인 ‘D사 보리차’는 1봉에 10g이며, 1박스에 30봉이 들어있습니다. 이에 비해 고객사 제품은 한 봉지 용량이 너무 적습니다. 이에 5-7g으로 증량하는 것을 추천해 드립니다. 고객사 제품은 20개 봉지에 고급스럽게 포장되어 있으므로 고급화 전략을 취하기에 적합합니다. 또한, 제품 가격인 5,800원은 충분히 합리적인 가격입니다. 현재 중국 시장에서 ‘D사 보리차’ 가격은 팩당 2위안(369원⁴⁰⁾) 안팎에 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

현재 해당 제품에는 한자가 표기되어 있지 않아 소비자가 한눈에 제품의 내용을 확인할 수 없으므로, 제품 외부 포장에 보리차라는 한자를 추가하는 것이 좋을 것입니다. 또한, 1박스에 10팩의 용량은 소비자의 구매를 유도하기에 좋습니다.

Q. 고객사 제품은 유기농, 비건, HACCP 인증을 보유하고 있는데, 중국에서 침출차(보리차) 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

중국에서 보리차 제품을 판매할 때 필수로 취득해야 하는 인증은 없습니다. 다만 한국 제품은 대부분 HACCP 인증을 보유하고 있으며 해당 인증 문구는 소비자들이 제품을 안심하고 구매할 수 있게 하는 요인 중 하나입니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

HACCP 인증을 셀링 포인트로 활용하는 것이 가장 바람직합니다. 이는 제품의 높은 신뢰성을 보여줄 수 있는 가장 직관적인 요소이기 때문입니다.

Q. 고객사 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인의 경우, 중국 젊은 층이 많이 사용하는 샤오홍슈(小红书) 및 더우인(抖音) 등의 SNS 플랫폼을 통해서 판매하는 것을 추천합니다. 오프라인의 경우 중국 1선 및 2선 도시 영유아 프랜차이즈를 통한 판매를 권장합니다. 예를 들어 하이즈왕(孩子王), 아이잉스(爱婴室), 러유(樂友) 등의 영유아 프랜차이즈를 이용하는 것이 유용할 것입니다.

40) 1위안=184.27원 (2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Interview ②

41)

韩进食品

— HANJIN FOOD —

웨이하이한진
(威海韩进贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2002년 설립
 - 웨이하이에 위치한 수입유통업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 캔디, 비스킷, 초콜릿, 음료, 조미료 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Sales Manager

웨이하이한진(威海韩进贸易有限公司) Sales Manager

Q. 중국 내 유아용 음료 및 차 시장 수요와 트렌드는 어떤가요?

중국의 유아용 음료는 주로 사과주스와 오렌지주스가 많습니다. 최근 판매되는 유아용 NFC 주스의 과즙 함량은 90% 이상이며, 어떠한 인공성분도 첨가되지 않습니다. 중국 시장에 영유아를 위한 차 제품은 거의 없지만, 영유아의 영양분을 조절하기 위해 한약 성분을 함유한 차 제품이 일부 있습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 유아용 음료 및 차는 무엇인가요? 제품의 상세 브랜드 및 특징에 대해 알려주세요.

중국 시장에서 가장 유명한 유아용 음료는 C사 제품이며, 이 브랜드의 대표적인 맛에는 오렌지, 사과, 딸기, 배, 포도 및 기타 향료 제품이 있습니다. 이 제품은 제품 포장에 귀여운 만화 이미지를 삽입하여 청소년들 사이에서 큰 사랑을 받고 있습니다.

Q. 중국 내 한국산 티백 차의 인지도는 어떠한가요?

중국에서는 다양한 한국의 티백 제품들이 판매되고 있습니다. 그중 특히 녹차와 보리차가 인기가 많습니다.

Q. 중국에서 현재 인기 있는 제품 중 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요? 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

현재 중국의 보리차는 주로 어른들을 위한 시장을 겨냥하고 있으며, 출시되는 제품도 매우 보편적이기 때문에 고객사 제품과 비슷한 제품이 없습니다. 고객사 제품의 포장이 매우 고급스럽다는 점과 유아 시장을 대상으로 한다는 점이 중국 시장에 진출하기 위한 확실한 경쟁력입니다.

Q. 해당 경쟁제품은 어떤 홍보/마케팅 전략을 활용하나요?

현재 중국의 보리차 제품은 주로 샤오홍슈(Xiaohongshu) 플랫폼을 통해 홍보되고 있으며 샤오홍슈를 통해 보리차를 좋아하는 소비자와 소통할 수 있습니다. 예를 들어 브랜드는 샤오홍슈 사용자에게 샘플을 보낼 수 있고 사용자는 제품을 받은 후 제품 관련 후기를 샤오홍슈 플랫폼에 올릴 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 티백 형태의 유기농 보리차로 1개당 3g 용량이며 티백 20개가 1박스로 구성되어 있습니다. 1박스당 가격은 5,800원입니다. 고객사 제품이 중국 시장에서 경쟁력이 있을까요?

현재 중국 시장에서 판매량이 가장 많은 홍차와 녹차 티백 제품 1봉의 용량은 약 2g 정도입니다. 따라서 고객사 제품 1개당 3g 정도의 용량은 적당한 것으로 생각됩니다. 또한, 고객사 제품 한 박스당 가격인 5,800원은 유아용 티백으로는 합리적인 가격인 것으로 생각됩니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

우선 고객사 제품의 종이 포장이 매우 고급스럽습니다. 만약 제품 외부 포장에 만화 그림을 추가할 수 있다면 소비자들은 한눈에 유아용 보리차임을 알 수 있을 것입니다. 용량은 적당합니다.

Q. 고객사 제품은 유기농, 비건, HACCP 인증을 보유하고 있는데, 중국에서 침출차(보리차) 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

HACCP 인증 제품 생산 안전성의 보장은 소비자의 구매를 유도하는 중요한 요인으로 작용할 수 있습니다. 해당 인증 문구는 소비자들이 제품을 안심하고 구매할 수 있게 하는 요인 중 하나이기 때문입니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

기존에 중국 시장에서는 영유아용 차 제품을 거의 찾아볼 수 없었습니다. 따라서 기존에 볼 수 없었던 영유아용 제품이라는 점에 중점을 두고 홍보를 하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

중국에 진출하면 먼저 중국 상표를 등록해야 합니다. 이에 온라인 채널 티몰(Tmall), 징둥(JD) 쇼핑몰에 진출하는 것을 추천합니다. 오프라인은 1선 도시 슈퍼마켓 체인 매장에 있는 영유아 식품 판매대에 진출하는 것을 추천합니다. 예를 들어서 시티수퍼(Citysuper), 오엘(Ole), 프레시포(Freshippo) 등 고급 슈퍼마켓 영유아 식품 판매대 판매하면 인기를 얻을 수 있을 것입니다.

Interview ③

42)



칭다오전문(青岛全门商贸有限公司) Manager

칭다오전문 (青岛全门商贸有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년 설립
 - 칭다오에 위치한 수입유통업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 캔디, 비스킷, 초콜렛, 음료, 조미료 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Manager

Q. 중국 내 유아용 음료 및 차 시장 수요와 트렌드는 어떤가요?

최근 중국 시장에서 인기 있는 유아용 음료는 고품질의 천연 수원을 사용하고 있습니다. 또한, 다양한 미네랄과 미량원소를 함유하고 있으며 분유, 주스와 함께 마실 수 있습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 유아용 음료 및 차는 무엇인가요? 제품의 상세 브랜드 및 특징에 대해 알려주세요.

중국 시장에서 가장 유명한 유아용 음료는 한국에서 생산되는 ‘뽀로로 음료’입니다. 이 제품은 총 6가지 맛으로 구성되어 있으며, 만화 캐릭터가 패키지에 그려져 있어 어린이들에게 큰 인기를 얻고 있습니다. 해당 제품은 무지방 제품으로 홍보되고 있습니다.

Q. 중국 내 한국산 티백 차의 인지도는 어떠한가요?

한국의 티백 차들은 중국에서 매우 유명하며 대표적인 제품은 보리차 티백 제품입니다. 소비자들은 한식당에서 보리차를 많이 접해 보리차에 익숙합니다.

Q. 중국에서 현재 인기 있는 제품 중 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요? 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

현재 중국의 유아용 차 시장은 매우 작습니다. 대표적인 제품에는 도라지차, 인동 덩굴차 등이 있으며, 한약재로 구성되어 있습니다. 고객사 제품은 중국 티백에는 기본적으로 없는 인증인 유기농 가공식품 인증과 HACCP 인증을 받았기에 경쟁제품 대비 강력한 경쟁력이 있다고 판단됩니다.

Q. 해당 경쟁제품은 어떤 홍보/마케팅 전략을 활용하나요?

한방성분을 함유한 유아용 차는 주로 어린이 한방클리닉을 통해 오프라인으로 홍보되고 있습니다. 프로모션은 타오바오 플랫폼 내 매장을 통해 온라인으로 진행되며, 브랜드는 제품의 효능을 상세하게 설명하는 제품 상세 페이지를 제작해 소비자가 쉽게 판단하고 구매할 수 있도록 하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 티백 형태의 유기농 보리차로 1개당 3g 용량이며 티백 20개가 1박스로 구성되어 있습니다. 1박스당 가격은 5,800원입니다. 고객사 제품이 중국 시장에서 경쟁력이 있을까요?

현재 중국 시장 판매량이 가장 많은 'D사 티백' 1봉의 용량은 1.5g이고, 고객사 제품 한 봉지의 일반 용량은 3g입니다. 가격의 경우, 한 박스 가격은 5,800원인데, 중국 수입 관세를 포함한다면 7,000원 안팎이 될 것 같습니다. 따라서 전반적으로 가격이 높은 편이라고 생각됩니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

제품은 한국에서 수입한 제품이고, 겉 포장도 한글로 되어있어 아주 좋습니다. 다만 제품 뒷면에는 한자로 성분을 표기하여 소비자가 제품에 대해 잘 알 수 있도록 해야 합니다.

Q. 고객사 제품은 유기농, 비건, HACCP 인증을 보유하고 있는데, 중국에서 침출차(보리차) 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

소비자들은 제품의 위생과 안전성을 의미하는 HACCP 인증을 구매에 있어 주된 요인으로 고려하고, 해당 문구가 있는 제품을 믿고 구매하기 때문에 이를 권장합니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

해당 제품이 유기농 제품이며 HACCP 인증을 획득했다는 점을 특히 강조할 필요가 있습니다.

Q. 고객사 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널로는 가장 대중적인 타오바오, 티몰, 징동 쇼핑몰에 진출하는 것을 추천합니다. 오프라인은 소비자 접근성이 높은 편의점이 가장 좋지만, 오엘 및 비엘티(Blt: Better life together) 같은 수입 식품을 주로 판매하는 고급 마트도 적절할 것으로 생각됩니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점

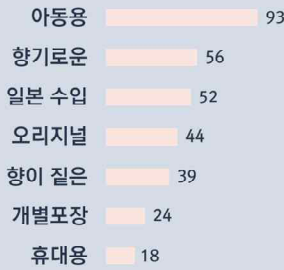


시장수요



중국 유아식 시장규모는 향후 5년간 7.4% 증가, 아기 간식 및 기타 시장규모 또한 향후 5년간 6.6%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 2101.30(침출차)의 중국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 115.7%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 2022년 기준 6억으로 전체 2위를 차지하며 한국산 침출차에 대한 높은 수요를 확인하였음

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 중국 내 침출차 수요가 꾸준히 존재하며, 특히 한국산 보리차, 녹차, 옥수수수염차의 티백이 주요 인기제품이라고 답변함. 또한, 한식당에서 티백을 우려낸 보리차를 많이 접하게 되며 보리차에 익숙해졌다고 함



중국 온라인쇼핑몰 침출차 홍보문구

소비 특징 ①

유아 전용을 강조한 홍보문구 다수



온라인쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

중국 침출차 시장 내 '아동용'과 같은 유아 전용임을 강조한 홍보문구가 최다 빈출되었음. 이는 80-90년대생들이 부모가 됨에 따라 고급 식재료에 관심이 많아진 영향으로 판단되며, 저출산 상황에도 중국의 어린이 식품시장이 지속적으로 성장하게 된 계기로 이어졌음. 또한, 수입품에 대한 선호도가 높아 '일본 수입' 및 '한국 수입' 등 수입품임을 강조하는 홍보문구도 다수 확인되었음



중국 온라인쇼핑몰 침출차 경쟁제품

소비 특징 ②

'보리차', '메밀차' 등 곡물차 관련 키워드 다수



중국 침출차 시장 내 경쟁제품으로 '보리차', '오곡차', '메밀차', '결명자차' 등 곡물을 베이스로 한 제품이 다수 도출되었음. 유아용 제품으로는 '옥수수차'가 확인되었으며, 국화나 녹차 등을 활용한 '허브차' 관련 키워드도 다수 확인되었음

한편 중국 침출차 성분의 경우, 경쟁제품과 동일하게 '보리'를 단일 성분으로 한 제품이 가장 많이 도출되었음. 곡물차의 경우에도 대부분 단일 성분으로 만들어진 것으로 확인되었으며 '메밀' 및 '옥수수'로 만들어진 제품도 다수 확인되었음



중국 침출차 유통 비중

유통채널	비중
온라인	27%
슈퍼마켓	25%
하이퍼마켓	15%
기타 현대식 채널	3%
기타	30%

유통채널

중국 침출차 유통채널 점유율 조사 결과 온라인(27%)이 기타(30%, 식료품점, 전통식 채널, 비식료품점 등) 채널을 제외하고 1위 유통채널을 차지하였음. 뒤를 이어 슈퍼마켓(25%)이 주요 유통채널로 확인되었으며 하이퍼마켓(15%) 또한 상당 비중을 차지하는 것으로 나타남. 한편 기타 현대식 채널(편의점)은 3%의 다소 낮은 점유율을 보였음

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 중국 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 징둥에서 다수의 침출차 제품이 판매되는 것을 확인함

진입장벽

- ▶ Point 1) 중국 해관 사전등록 **必**
- ▶ Point 2) AQSIQ 등록 **必**
- ▶ Point 3) HACCP 및 유기농 인증 권장

중국으로 침출차 수출 시, 중국 해관 시스템 사전등록이 필수적임. 또한, AQSIQ 등록이 필수적으로 진행되어야 함. 식품 관련 필수적인 인증은 없지만, HACCP, FSSC 22000, 중국 유기산품 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 표준 중국어를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함. 중국 내 식품의 통관·검역 과정이 까다로운 편이기 때문에 중국 국가표준(GB)을 숙지할 것을 권장함

수출 확대 전략

셀링 포인트 & 제품 경쟁력 피드백

Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 중국 침출차의 주요 트렌드로는 한국산 제품을 포함한 수입제품이 인기를 얻고 있으며 녹차, 보리차, 옥수수수염차가 인기가 많은 편으로 확인됨. 또한, 유아동을 대상으로 한 제품보다는 어른들을 위한 제품이 대다수인 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '유기농 인증'과 '유아동 전용'을 강조해서 홍보할 것을 권장함

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 침출차 제품의 강점은 평균 이상의 중량과 합리적인 가격임. 중국어 라벨링을 추가해 소비자들의 제품에 대한 이해를 돕고 영유아들에게 인기있는 만화 캐릭터를 패키징을 추가한다면 고객사 제품 경쟁력을 더욱 확보할 수 있을 것으로 보임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」
2. 스태티스타(Statista), 「Baby Food_China」, 2023.10
3. 식품음료신문, 「중국 茶 시장 MZ세대 맞춰 재편」, 2023.04
4. 스태티스타(Statista), 「Baby Snacks & Others_China」, 2023.10
5. 식품음료신문, 「글로벌 트렌드」 중국 신세대 고급 육아로 어린이 식품·조미료 시장 활황, 2023.03.24
6. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준」, 2017.08
8. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2762-2012 식품 중 오염물 제한량」, 2017.08
9. 중화인민공화국 국가표준 「GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량」, 2017.08
10. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2761-2011 식품 중 진균독소 제한량」, 2017.08
11. 중화인민공화국 국가표준 「GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨통칙」, 2017.08
12. 중화인민공화국 국가표준 「GB 28050-2011 사전포장 식품 영양라벨 통칙」, 2017.08
13. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2763-2014 식품 중 농약의 최대 잔류허용기준」, 2017.08
14. 한국농수산물유통공사 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021.12
15. 식품의약품안전처 「식품 수출 안내서(중국편)」, 2021.12
16. KATI농식품수출정보 「2022년 한눈에 보이는 중국 농식품 수출 교역조건 현황」, 2023.07
17. 식품의약품안전처 「국가별 표시사항별 식품표시 규정」, 2016.06
18. 식품의약품안전처 「제외국 식품 중 알레르기 유발성분 표시제도 현황」, 2014.12
19. 미국 농무부(USDA), 「Translation of Maximum Residue Limits for Pesticides in Foods」, 2021.08
20. KATI농식품수출정보, 「중국 농산물 잔류농약허용기준」, 2007.12

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.cn)
5. 씨알뱅가드(CRVanguard) (www.crv.com.cn)
6. 샘파트너스(Sampartners) (sampartners.co.kr/en)
7. 허마세성(盒马鲜生) (www.freshippo.com)
8. 푸데이일리(Foodaily) (www.foodaily.com)
9. 월마트(Walmart) 중국 (walmart.cn)
10. 차이나데일리(China Daily) (global.chinadaily.com.cn)
11. 씨앤비씨(CNBC) (www.cnb.com)
12. 바이두(百度) (www.baidu.com)
13. 시티슈퍼(city'super) (www.citysuper.com.cn)
14. 메데론(麦德龙) (www.maidelong.com)
15. 타오바오(淘宝网) (world.taobao.com)
16. 징둥(京东) (www.jd.com)
17. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
18. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
19. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
20. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
21. 중화인민공화국 해관총서(GACC) (www.customs.gov.cn)
22. 중화인민공화국 시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)
23. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC) (www.nhc.gov.cn)
24. 국제무역청 (www.trade.gov)
25. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
26. 한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)

27. 중화인민공화국 농업농촌부(MOA) (www.moa.gov.cn)
28. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) (www.aqsiq.gov.cn)
29. 농촌진흥청 (www.rda.go.kr)
30. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
31. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
32. KIEP대외경제정책연구원 (www.kiep.go.kr)
33. 칭다오승위안래(青岛盛源来商贸有限公司)
34. 웨이하이한진(威海韩进贸易有限公司)
35. 칭다오전문(青岛全门商贸有限公司)

- 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