

2023 농식품 수출국가 정보조사 「마카오」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對마카오 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

- 3-1 오프라인 유통채널 전망
- 3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	639,971명, 전 세계 169위
민족구성 (2016년 추정치)	중국인 88.7%, 포르투갈인 1.1%, 혼혈 1.1%, 기타 9.2%
언어	광둥어 80.1%, 중국어 5.5%, 기타 중국 방언 5.3%, 타갈로그어 3%, 영어 2.8%, 포르투갈어 0.6%, 기타 2.8%
종교 (2020년 추정치)	민간 종교 58.9%, 불교 17.3%, 기독교 7.2%, 기타 1.2%, 무교 15.4%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 14.42% (남성 47,202/여성 45,056) 15~64세: 70.73% (남성 211,278/여성 241,366) 65세 이상: 14.86% (남성 44,657/여성 50,412)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 40.8세, 전 세계 49위 남성: 40.7세 여성: 40.9세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$44.49십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 117위 \$37.303십억 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$81.511십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	19.27% (2021년 추정치), 전 세계 6위 -54.24% (2020년 추정치) -2.51% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$64,800 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 14위 \$55,200 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$122,800 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	0% (2016년 추정치)	농업 인구 비중	2.5% (2013년 추정치)
주요 생산품	돼지고기, 가금류, 쇠고기, 돼지 비계, 돼지 내장 계란, 후추, 소 내장, 소 가죽, 거위, 꿩고기 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<마카오의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 소매 시장규모

식품 시장 특성

마카오 경제는 관광 및 카지노 산업에 높게 의존하고 있다. 코로나19의 확산으로 인해 관광수요가 감소하며 마카오 경제 성장 및 식품 수요 역시 함께 감소했다. 그러나, 마카오 소비자 수요가 주도하는 농산물 수입 금액은 전년 대비 14.7% 감소한 약 128억 7,700만 마카오달러로 코로나19 영향은 상대적으로 적은 것으로 나타났다.

식품 소매시장 규모

2020년 마카오의 식품 소매시장 규모는 전년대비 4.1% 증가한 6억 4,400만 달러로 집계되었다. 동년 전체 소매시장 규모는 56억 5,000만 달러이며 이 중 식품 소매 시장이 차지하는 비중은 약 11%로 나타났다.

외식시장 규모

2019년 마카오 외식시장 규모는 약 122억 마카오달러로 전년 대비 4.1% 증가했으며, 자재 구매비용은 42억 7000만 마카오달러로 전년 대비 1.3% 증가했다.

2019년 식당 및 유사시설은 2,341개로 전년 대비 76개 증가하였으며, 관련 종사자 수는 33,885명으로 전년 대비 412명이 증가한 것으로 집계되었다.

<마카오 식당 및 유사 시설 주요 지표(2019년)>

(단위: 개, 명, 백만 마카오달러(MOP))

메뉴에 따른 분류	매장 수	종사자 수	총 수익	자재 구매비
2019년	2,341	33,885	12,198	4,274
- 중식 식당	671	14,325	5,411	2,102
- 로컬 식당	896	9,124	2,699	858
- 서양식 식당	191	3,353	1,230	398
- 한식·일식 식당	145	2,364	882	334
- 기타 아시아 식당	110	1,196	362	126
- 패스트 푸드점	47	1,100	827	216
- 커피 전문점	120	830	321	74
- 바&라운지	34	319	73	30
기타	78	149	38	16

* 출처: DSEC, 「Restaurants and similar establishments survey, 2019」, 2020.10

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

1.3.2 1인당 식품 소비량

1.4 | 식품 시장전망

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 마카오의 식품 수출액은 약 8,610만 달러로 2021년 대비 56.0% 증가하였다. 그러나 2018년 약 1억 4,973만 달러에서 연평균 12.9% 감소하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 13만 달러로 집계되었다.

주요 수출국

홍콩으로의 식품 수출액은 72.4%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6,237만 달러로 2021년 대비 33.8% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 12.0% 감소하는 추세를 보인다.

중국으로의 식품 수출액은 21.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,872만 달러로 2021년 대비 261.0% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 15.6% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 싱가포르(4.7%), 미국(0.4%), 대만(0.2%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<마카오 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	149,739	30,200	30,545	55,209	86,107	100.0	56.0	-12.9
1 홍콩	104,210	17,997	20,165	46,599	62,372	72.4	33.8	-12.0
2 중국	36,920	3,543	8,639	5,188	18,727	21.7	261.0	-15.6
3 싱가포르	201	20	401	34	4,033	4.7	11,761.8	111.6
4 미국	600	169	202	201	321	0.4	59.7	-14.5
5 대만	133	72	46	679	208	0.2	-69.4	11.8
6 대한민국	0	0	0	-	133	0.2	N/A	N/A
7 캐나다	282	82	99	63	85	0.1	34.9	-25.9
8 캄보디아	23	7,514	190	1,045	61	0.1	-94.2	27.6
9 말레이시아	390	29	78	159	61	0.1	-61.6	-37.1
10 프랑스	184	477	312	-	52	0.1	N/A	-27.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 포도주(2% 이하), 빵 기타, 위스키류, 포도 증류주, 조제식료품 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

포도주(2% 이하) 수출액은 37.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 3,258만 달러로 2021년 대비 7.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 28.0% 증가하는 추세를 보인다.

빵 기타 수출액은 12.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 1,094만 달러로 2021년 대비 105.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 2.4% 증가하는 추세를 보인다.

위스키류 수출액은 9.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 810만 달러로 2021년 대비 174.3% 증가하였다.

포도 증류주 수출액은 7.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 603만 달러로 2021년 대비 8.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 75.9% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수출액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 271만 달러로 2020년 대비 361.0% 증가하였다.

이 밖에도, **발포성 포도주(1.8%)**, **식용 곤충 기타(1.3%)**, **볶은 커피(1.3%)** 등을 수출하였다.

<마카오 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	149,739	30,200	30,545	55,209	86,107	100.0	56.0	-12.9
1 포도주(2% 이하)	12,141	19,642	13,468	30,284	32,583	37.8	7.6	28.0
2 빵 기타	9,935	6,199	1,930	5,314	10,942	12.7	105.9	2.4
3 위스키류	0	187	34	2,956	8,109	9.4	174.3	N/A
4 포도 증류주	630	0	86	6,587	6,036	7.0	-8.4	75.9
5 조제식료품	0	0	589	0	2,715	3.2	N/A	N/A
6 발포성 포도주	282	296	87	1,206	1,515	1.8	25.6	52.2
7 식용 곤충 기타	0	0	0	0	1,098	1.3	N/A	N/A
8 볶은 커피	1,235	125	163	1,169	1,097	1.3	-6.2	-2.9
9 견과류·땅콩 기타	71	0	0	191	1,002	1.2	424.6	93.8
10 홍차 기타	0	0	0	801	814	0.9	1.6	N/A

*주: HS CODE(2204.21, 1905.90, 2208.30, 2208.20, 2106.90, 2204.10, 0410.90, 0901.21, 2008.99, 0902.40)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 마카오의 식품 수입액은 약 23억 2,472만 달러로, 2021년 대비 16.5% 증가하였다. 또한, 2018년 약 16억 6,993만 달러에서 연평균 8.6% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.9% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2,122만 달러로 2021년 대비 3.0% 감소하였다. 그러나 2018년 약 2,077만 달러에서 연평균 0.5% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

중국에서의 식품 수입액은 29.3%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 6억 8,178만 달러로 2021년 대비 19.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 4억 6,700만 달러에서 연평균 9.9% 증가하는 추세를 보인다.

프랑스에서의 식품 수입액은 14.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 3억 3,494만 달러로 2021년 대비 7.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1억 8,221만 달러에서 연평균 16.4% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 호주(9.4%), 인도네시아(7.2%), 일본(5.5%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<마카오 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)	
전체	1,669,939	1,659,262	1,442,805	1,995,816	2,324,725	100.0	16.5	8.6	
1 중국	467,001	495,544	526,193	572,857	681,786	29.3	19.0	9.9	
2 프랑스	182,217	134,769	96,415	312,282	334,948	14.4	7.3	16.4	
3 호주	47,888	61,787	37,678	93,100	217,714	9.4	133.8	46.0	
4 인도네시아	10,208	24,584	16,958	34,373	166,755	7.2	385.1	101.0	
5 일본	70,697	79,999	88,252	138,796	128,522	5.5	-7.4	16.1	
6 홍콩	108,832	110,981	100,196	122,189	97,673	4.2	-20.1	-2.7	
7 미국	95,273	104,578	87,276	104,511	91,036	3.9	-12.9	-1.1	
8 영국	36,305	33,768	30,461	84,931	87,371	3.8	2.9	24.6	
9 브라질	53,500	61,185	51,922	53,436	55,604	2.4	4.1	1.0	
10 태국	55,941	60,509	53,127	52,769	52,042	2.2	-1.4	-1.8	
:									
18 대한민국	20,775	18,683	18,175	21,888	21,222	0.9	-3.0	0.5	

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **포도주(2% 이하)**, **주정음료 기타**, **식용 곤충 기타**, **포도즙 증류주**, **위스키류** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

포도주(2% 이하) 수입액은 15.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 3억 5,939만 달러로 2021년 대비 70.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 34.0% 증가하는 추세를 보인다.

주정음료 기타 수입액은 9.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 2억 1,712만 달러로 2021년 대비 74.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 62.1% 증가하는 추세를 보인다.

식용 곤충 기타 수입액은 7.1% 비중을 차지하며, 2022년 1억 6,558만 달러로 집계되었다.

포도즙 증류주 수입액은 7.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 6,477만 달러로 2021년 대비 10.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 22.0% 증가하는 추세를 보인다.

위스키류 수입액은 4.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 9,527만 달러로 2021년 대비 4.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 38.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **조제식료품(4.0%)**, **영유아 조제식료품(3.0%)**, **빵 기타(2.2%)** 등을 수입하였다.

<마카오 식품 수입품목 현황(2018~2022)>-

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,669,939	1,659,262	1,442,805	1,995,816	2,324,725	100.0	16.5	8.6
1 포도주(2% 이하)	111,625	109,929	74,882	211,332	359,394	15.5	70.1	34.0
2 주정음료 기타	31,440	53,497	107,201	124,193	217,127	9.3	74.8	62.1
3 식용 곤충 기타	0	0	0	0	165,589	7.1	N/A	N/A
4 포도즙 증류주	74,296	23,892	21,229	149,451	164,777	7.1	10.3	22.0
5 위스키류	25,711	32,777	30,512	90,901	95,279	4.1	4.8	38.7
6 조제식료품	76,943	81,842	71,242	98,559	93,552	4.0	-5.1	5.0
7 영유아 조제식료품	242,633	181,653	100,788	87,251	69,006	3.0	-20.9	-27.0
8 빵 기타	41,753	47,840	58,265	62,046	51,006	2.2	-17.8	5.1
9 물 기타	36,370	37,222	34,810	36,741	37,795	1.6	2.9	1.0
10 냉동 쇠고기	29,246	32,126	23,890	38,004	35,994	1.5	-5.3	5.3

*주: HS CODE(2204.21, 2208.90, 0410.90, 2208.20, 2208.30, 2106.90, 1901.10, 1905.90, 2201.90, 0202.30)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對마카오 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 100만 달러로 2018년 약 386만 달러에서 연평균 28.6% 감소하였다.

농산물

농산물 수출액은 86.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 86만 달러로 2021년 대비 3.1% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 9.5%의 감소세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 7.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7만 달러로 2021년 대비 41.3% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 57.7%의 감소세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 6.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6만 달러로 2021년 대비 26.6% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 7.9%의 감소세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 0.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 4천 달러로 2021년 대비 97.1% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 59.8%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對마카오 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,861	3,128	1,499	1,160	1,005	100	-13.4	-28.6
농산물	1,291	1,216	905	840	866	86.1	3.1	-9.5
수산물	2,326	1,546	493	126	74	7.4	-41.3	-57.7
축산물	85	75	97	48	61	6.1	26.6	-7.9
임산물	160	291	3	146	4	0.4	-97.1	-59.8

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **소스 조제품 기타, 홍삼조제품, 베이커리 제품, 페이스트리와 케이크, 기타 무알콜 음료** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '페이스트리와 케이크'와 '기타 제과용 혼합물' 등이 있으며, 2022년 '페이스트리와 케이크'는 최근 5년간 연평균 성장률 228.4%를 기록했다. '기타 제과용 혼합물' 역시 같은 기간 동안 연평균 205.4%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

소스 조제품 기타 수출액은 13.5%의 비중을 차지하며, 2022년 약 13만 달러로 2021년 대비 9.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.0% 증가하는 추세를 보인다.

홍삼조제품 수출액은 12.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 12만 달러로 2021년 대비 623.7% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 11.0% 감소하는 추세를 보인다.

베이커리 제품 수출액은 8.8%의 비중을 차지하며, 2022년 약 8만 달러로 2021년 대비 68.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 67.6% 증가하는 추세를 보인다.

페이스트리와 케이크 수출액은 8.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 8만 달러로 2021년 대비 22.4% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 1위를 차지하였다.

기타 무알콜 음료 수출액은 7.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 7만 달러로 2021년 대비 43.2% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 7.9% 감소하는 추세를 보인다.

<한국산 對마카오 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,861	3,128	1,499	1,160	1,005	100.0	-13.4	-28.6
1 소스 조제품 기타	89	116	110	124	135	13.5	9.4	11.0
2 홍삼조제품	195	31	8	17	122	12.2	623.7	-11.0
3 베이커리 제품	11	36	45	52	88	8.8	68.5	67.6
4 페이스트리와 케이크	1	0	15	67	81	8.1	22.4	228.4
5 기타 무알콜 음료	103	201	107	130	74	7.3	-43.2	-7.9
6 조제식료품 기타	108	113	39	20	50	4.9	26.0	-17.8
7 조제·보존 유자	193	175	38	24	44	4.4	81.0	-31.0
8 인삼 액즙	N/A	N/A	N/A	0	36	3.6	N/A	N/A
9 영유아 맥아 조제품 기타	39	22	39	50	33	3.3	-33.1	-4.1
10 기타 제과용 혼합물	0	0	5	8	26	2.6	239.0	205.4

*주: HS CODE(2103.90-9090, 2106.90-3029, 1905.90-1090, 1905.90-1030, 2202.99-9000, 2106.90-9099, 2008.30-1000, 1302.19-1900, 1901.90-9099, 1901.20-9000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

마카오의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 17억 2,190만 달러에서 연평균 7.0% 성장하여 2022년 22억 5,590만 달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 6억 4,740만 달러에서 연평균 5.5% 성장하여 2022년 8억 200만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 35.6% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 3억 1,640만 달러에서 연평균 9.2% 성장하여 2022년 4억 4,990만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 19.9% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 규모는 2018년 3억 1,119만 달러에서 연평균 9.2% 성장하여 2022년 3억 5,930만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 15.9% 비중을 차지하고 있다.

<마카오 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 달러, %)

마카오	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,721.9	1,774.9	1,702.0	2,025.1	2,255.9	100.0	31.0	7.0
슈퍼마켓	647.4	673.6	671.2	801.3	802.0	35.6	23.9	5.5
하이퍼마켓	316.4	320.0	273.7	315.4	449.9	19.9	42.2	9.2
전문 판매점	311.9	282.7	264.1	291.6	359.3	15.9	15.2	3.6
소규모 식료품점	156.3	196.2	207.3	255.9	278.0	12.3	77.9	15.5
편의점	209.7	216.9	189.3	256.7	258.0	11.4	23.0	5.3
창고형마트	65.9	70.1	79.2	86.4	91.6	4.1	39.0	8.6
할인점	14.4	15.4	17.2	17.8	17.1	0.8	18.8	4.4

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 유로모니터

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

마카오의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 1,175개에서 연평균 0.7% 증가하여 2022년 1,207개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 594개에서 연평균 3.7% 감소하여 2022년 511개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 42.3%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 298개에서 연평균 7.3% 증가하여 2022년 395개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 32.7%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 197개에서 연평균 1.9% 증가하여 2022년 212개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 17.6%를 차지하고 있다.

<마카오 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

마카오	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,175	1,175	1,150	1,180	1,207	100.0	2.7	0.7
전문 판매점	594	525	485	471	511	42.3	-14.0	-3.7
소규모 식료품점	298	365	381	413	395	32.7	32.6	7.3
편의점	197	200	200	208	212	17.6	7.6	1.9
슈퍼마켓	79	78	77	81	82	6.8	3.8	0.9
하이퍼마켓	4	4	4	4	4	0.3	0.0	0.0
할인점	2	2	2	2	2	0.2	0.0	0.0
창고형마트	1	1	1	1	1	0.1	0.0	0.0

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 유로모니터

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	ParknShop	창립연도	1973년
	점유율	-	브랜드 국적	홍콩
	웹사이트	www.parknshop.com/en/	매장 수	-
	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩 유통업체가 운영하는 슈퍼마켓으로 매장 규모가 크며 다양한 식품을 판매함 - 다른 슈퍼마켓에서 찾기 힘든 유럽과 미국산 제품을 판매함. 특히, 유제품, 베이킹 재료, 향신료와 파스타 및 신선한 과일, 채소를 많이 판매함 - 한국 가공 식품, 신선식품, 냉장·냉동식품 판매 코너를 별도로 마련하여 판매함 - 슈퍼마켓 매장 옆에 베이커리류를 판매하는 카페 'PARKnSHOP cafe' 운영함 - 한국 편의점 체인 GS25의 자체 브랜드 제품 'You Us' 전용 브랜드 제품을 판매하고 있으며 전용 진열대가 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : ParknShop 홈페이지, 2021년 농식품 수출 국가조사보고서(마카오)(한국농식품유통공사)

	브랜드명	Grand Mart	창립연도	-
	점유율	-	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.grandmart.com.mo	매장 수	1개
	<ul style="list-style-type: none"> - 일본계 슈퍼마켓으로, Royal group에서 운영하는 고급 슈퍼마켓 브랜드 - 신선 과일, 채소, 육류, 햄, 치즈 등 다양한 프리미엄 제품 판매 - 유럽·미국·일본·한국산 수입 제품 위주로 판매하며, 일본산 식품의 비중이 높음 - 시즌별 다양한 선물용 고급제품을 판매함 - 중추절을 앞두고 한국 홍삼조제품을 특별판매하고 있으며, 장류, 수산가공품, 냉장 냉동식품, 인스턴트 면, 주류, 과자류 및 한국산 신선식품을 판매함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : Grand Mart 홈페이지, 2021년 농식품 수출 국가조사보고서(마카오)(한국농식품유통공사)

	브랜드명	Royal Supermarket	창립연도	1997년
	점유율	-	브랜드 국적	마카오
	웹사이트	royalsupermarket.com.mo	매장 수	약 30개
	<ul style="list-style-type: none"> - 중저가 슈퍼마켓으로 마카오에서 많은 종류의 식료품을 판매하고 있음 - 중국산, 동남아산 제품의 비중이 높음 - 한국산 식품의 경우 가공 식품 위주로 판매되고 있으며 신선 농산물의 비중은 낮은 편임 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : Royal Supermarket 홈페이지, 2021년 농식품 수출 국가조사보고서(마카오)(한국농식품유통공사)

	브랜드명	San Miu Supermarket	창립연도	1990년
	점유율	-	브랜드 국적	마카오
	웹사이트	www.sanmiu.com/index.asp	매장 수	약 20개
	<ul style="list-style-type: none"> - 여러 종류의 신선 과일 및 야채를 판매하고 있으며 다른 경쟁 슈퍼마켓보다 가격대가 저렴함 - 자체적으로 유기농 코너를 운영하며 마카오 및 중국산 유기농 채소를 판매함 - 한국산 김치, 쌀 가공품, 인스턴트 면, 신선 농산물(복숭아, 배 등)을 판매함 - 일부 매장은 24시간 운영됨 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : San Miu Supermarket 홈페이지, 2021년 농식품 수출 국가조사보고서(마카오)(한국농식품유통공사)

	브랜드명	Supreme Food Market	창립연도	1997년
	점유율	-	브랜드 국적	마카오
	웹사이트	supremefoodmarket.com.mo	매장 수	1개
	<ul style="list-style-type: none"> - Royal group에서 운영하는 수입식품 전문 매장임 - 수입식품 전문매장으로 일반 슈퍼마켓에서 구하기 어려운 다양한 수입 향신료 및 식자재 구비 - 고급 주거 지역에 위치하고 있으며 외국인의 방문이 많음 - 한국산은 쌀 가공품, 라면, 맥주, 소스류 등이 판매되고있지만 다양하지 않고 소규모로 판매되고 있음 - 슝인슝 개념으로 매장 내에 에그타르트, 닭 날개·닭다리 튀김, 핫도그, 생과일 주스 등 다양한 즉석 분식류를 판매함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : Supreme Food Market 홈페이지, 2021년 농식품 수출 국가조사보고서(마카오)(한국농식품유통공사)

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2020년 기준, 마카오 성인 인터넷 사용자의 66%는 온라인 쇼핑을 이용하는 것으로 나타났다. 온라인 쇼핑을 이용하는 소비자의 연령층은 주로 18~34세로, 해당 연령층 소비자는 86%가 온라인 쇼핑을 이용하고 있다. 반면 55세 이상 소비자의 이용률은 26%에 불과해, 연령이 높을수록 인터넷 쇼핑 이용률이 낮음을 알 수 있다.

온라인 유통채널 규모

2022년 마카오의 식품을 포함한 온라인 유통채널 규모는 2억 7,340만 달러 규모로 전년 대비 11.6% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 13.8% 성장했다.

식품 온라인 유통채널 구매 비중

온라인 쇼핑을 통해 식품을 구매하는 소비자는 15% 수준이며, 온라인 쇼핑을 통해 가장 많이 구매하는 품목에서 ①화장품 및 생활용품(54%) ②의류제품(41%) ③가구 및 가전용품(16%)의 뒤를 이어 ④식품(12%)로 4위를 차지했다.

<마카오 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 달러, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
237.4	272.8	292.4	356.6	397.8	11.6	13.8

*출처: 유로모니터

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

현재 마카오는 온라인 시장 도입기로 마카오를 기반으로 한 온라인 쇼핑 플랫폼은 발달하는 단계에 있으며, 인구수 역시 약 68만 명 수준으로 시장규모가 크지 않아 마카오 시장만을 겨냥한 온라인 유통채널 플랫폼은 개발 단계에 있다.

따라서 마카오 소비자는 중국에서 대중적으로 이용되는 타오바오(Taobao), 징동(JD.com), Tmall, 알리바바(Alibaba), 등의 온라인 유통채널 브랜드를 주로 이용하는 것으로 추정된다.

<중국 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Tmall Marketplace	39.5	40.1	39.7	37.5	-5.5	-1.7
2 JD Marketplace	20.0	20.7	22.8	23.4	2.6	5.4
3 JD	10.3	11.0	11.9	11.9	0.0	4.9
4 Pinduoduo Marketplace	4.5	6.4	8.2	9.4	14.6	27.8
5 Tmall	0.6	1.1	1.3	1.3	0.0	29.4
6 Vipshop	1.7	1.6	1.5	1.2	-20.0	-11.0
7 Suning	2.8	2.9	1.5	1.1	-26.7	-26.8
8 Suning Marketplace	1.4	1.9	1.1	1.0	-9.1	-10.6
9 Freshippo	0.2	0.3	0.6	0.7	16.7	51.8
10 Vipshop Marketplace	0.9	0.7	0.7	0.6	-14.3	-12.6

*출처: 「Retail in China」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Tmall	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	38.8%	웹사이트	www.tmall.com
<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 스낵류, 차 및 음료, 신선과일, 수입식품 등의 식품군뿐만 아니라 수입의류, 신발, 주얼리, 디지털 제품 등 다양한 제품들 판매 - 중국 및 글로벌 판매자들의 상품들을 접할 수 있으며 직접 소통할 수 있는 메신저 기능도 제공하고 있음 				
사진				
	사이트 화면		수입식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 Tmall 홈페이지(www.tmall.com)

	사이트명	JD	운영업체	JD.com Inc
	점유율	35.3%	웹사이트	global.jd.com
<ul style="list-style-type: none"> - JD.com Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트로, 고가의 전자제품을 중점적으로 판매하였으나 럭셔리, 신선식품 등 비가전 제품으로의 판매제품 다변화 시행 - 아마존과 비슷한 물류 시스템 방식을 제공하여 자동화된 800개 이상의 창고 네트워크 구축 - 대부분의 중국 지역에 1일 배송 서비스 보장 				
사진				
	사이트 화면		식품 카테고리(징동 슈퍼마켓)	

*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 JD 홈페이지(global.jd.com)

	사이트명	Pinduoduo Marketplace	운영업체	Pinduoduo Inc
	점유율	9.4%	웹사이트	m.pinduoduo.com
	<ul style="list-style-type: none"> - Pinduoduo Inc에서 운영하는 C2M(Consumer-to-Manufacturer) 전자상거래 사이트 - 농산물 및 식품이 주요 판매제품이나, 의류 및 잡화 또한, 판매되고 있음 - 공동구매를 통한 초저가 소비에 초점을 두어 중국 내 중소도시의 주부들을 주 소비층으로 겨냥함 - 모바일 메신저 위챗에 해당 앱 서비스를 탭으로 삽입하여 구매자가 직접 다른 구매자들을 모집할 수 있음 			
	사진			
		사이트 화면	판매 제품 탭	

*출처 : 「Retail in china」(유로모니터), 중국 Pinduoduo Marketplace(m.pinduoduo.com)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

마카오의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 22억 5,590만 달러에서 연평균 10.5% 성장하여 2026년 33억 6,750억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 8억 200만 달러에서 연평균 15.7% 성장하여 2026년 14억 3,720만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 4억 4,990만 달러에서 연평균 4.8% 성장하여 2026년 5억 4,300만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2022년 2억 5,800만 달러에서 연평균 18.0% 성장하여 2026년 5억 1만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<마카오 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 달러, %)

마카오	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	2,255.9	2,521.6	2,915.8	3,195.0	3,367.5	100.0	5.4	10.5
슈퍼마켓	802.0	930.4	1,181.6	1,345.5	1,437.2	42.7	6.8	15.7
하이퍼마켓	449.9	484.6	500.1	523.5	543.0	16.1	3.7	4.8
편의점	258.0	314.9	407.1	466.3	500.1	14.9	7.2	18.0
전문 판매점	359.3	400.8	425.0	444.0	458.9	13.6	3.4	6.3
소규모 식료품점	278.0	273.8	275.8	281.7	287.1	8.5	1.9	0.8
창고형 마트	91.6	97.4	103.8	109.9	115.6	3.4	5.2	6.0
할인점	17.1	19.8	22.4	24.1	25.5	0.8	5.8	10.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 유로모니터

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

마카오의 식품을 포함한 온라인 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 15.8%로 성장하여, 2026년 7억 1,530만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<마카오 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 달러, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
397.8	477.6	564.6	638.9	715.3	12.0	15.8

*출처: 유로모니터

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

마카오 식품 유통구조 (2021.09)	- 유통 현황 및 특징 · 식품 유통현황 · 식품 유통구조
마카오 오프라인 식품 유통채널 (2022.07)	- 오프라인 유통채널 유형 · 백화점: ①뉴 야오한 백화점 ②그랜드 마트 ③슈프림 푸드 마켓 · 슈퍼마켓: ①로얄 슈퍼마켓 ②산미우 슈퍼마켓 ③파크앤샵 · 편의점: ①7-Eleven ②Circle K Store · 재래시장 및 노점
마카오 온라인 식품 유통채널 (2022.07)	- 온라인 유통채널 · 온라인 쇼핑 이용률 증가 · 온라인 쇼핑 플랫폼 발달은 미미 · 쇼핑 및 배달 플랫폼 마카오 현지 기업 '브루 바스켓'

2.4.2 품목보고서

마카오 가공식품 유통정보	
마카오 건강기능식품 유통정보	
마카오 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

마카오	
-----	--

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 냉동식품(수출상위 품목)

시장현황

마카오는 중국, 포르투갈, 홍콩 등 다양한 문화가 공존하는 도시로 2020년 19만 9,700가구 중 1~2인 가구가 전체 가구의 41%를 차지할 만큼 비중이 높다.

마카오 경제는 관광 및 카지노 산업 의존도가 높아 코로나19로 인해 큰 타격을 입었으나 팬데믹 종식 이후 2023년에 회복세를 보이고 있다. 경제 회복과 더불어 식품 소비 또한, 점차 증가 추세로 전환되고 있다.

마카오의 젊은 소비자들은 팬데믹을 겪으면서 배달과 간편식에 의한 편의성을 경험하였고, 팬데믹 종식 이후 이러한 편의성에 더해 영양가 높고 편리한 식사를 찾는 소비자들이 냉동식품 시장의 성장을 주도하고 있다. 이러한 부분에서 한국 냉동식품은 젊은 소비자들에게 좋은 선택지가 되고 있다. 냉동 만두, 냉동 볶음밥, 냉동 나물밥, 떡볶이 등 한국 냉동식품은 위생적이고 신선한 재료를 사용하여 만들었다는 인식이 확산하면서 젊은 소비자들의 선택을 받고 있다.

시사점

한류로 인해 한국 식품에 대한 인지도가 높은 만큼 이에 걸맞은 현지 소비자들의 건강과 편의성을 중시하는 트렌드에 맞게 제품을 출시할 필요가 있다. 최근 수요가 증가하고 있는 특히 고단백 저지방 냉동식품이나 신선한 재료를 사용한 채식 위주의 냉동식품 등 새로운 제품에 주목해야 한다.



*출처: taobao.com

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

② 가공식품(수출상위 품목)

시장현황

마카오의 경제는 2023년에 강력한 회복세를 보이고 있다. 관광객 수의 증가와 함께 서비스 수출이 크게 증가하고 있으며, 이는 마카오 경제의 전반적인 성장을 견인하고 있다. 특히, 마카오의 GDP는 2023년에 47.0% 성장할 것으로 예상되며, 이는 지역 내 소비지출의 증가와 밀접한 관련이 있다.

이러한 경제적 환경은 가공식품 시장에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 아시아 태평양 지역에서는 건강과 웰빙에 대한 소비자의 관심이 증가하고 있으며, 이는 특히 NOLO(저알코올 또는 무알코올 음료)와 같은 카테고리에서 새로운 제품 혁신의 기회를 제공하고 있다. 또한, 청정 라벨 및 지속가능한 식품에 대해서도 소비자의 요구가 증가하고 있어, 이러한 트렌드를 반영한 제품 개발이 필요하다.

시사점

건강과 환경에 대한 소비자의 인식을 고려하여 제품의 이점을 강조하고 건강과 웰빙에 중점을 둔 NOLO 음료나 청정 라벨 등 소비자 요구를 반영한 제품을 통해 입지를 강화하는 전략을 고려해야 한다.



*출처: taobao.com

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

③ 채식식품(수출상위 품목)

시장현황

마카오 채식 문화 협회(Macau Association of Vegetarian Culture, MACV)에 따르면, 마카오 거주자의 1.3%가 완전한 채식주의자이며, 31%는 주 1회 이상 채식 식단을 유지하는 '플렉시테리언(flexitarian)'인 것으로 나타났다.

마카오 소비자는 채식 식단을 선호하는 이유로 '건강(55%)'을 꼽았으며, 이 외에도 '환경 및 동물 복지 등 가치 추구(10%)', '종교적 이유(8%)' 등을 꼽았다. 최근에는 채식주의자가 아니더라도 건강과 환경, 신제품에 대한 호기심 등의 이유로 채식 식품을 구매하는 소비자가 증가하고 있다.

식물성 대체 육류, 식물성 우유, 채식 스낵 등 다양한 제품이 마카오 시장에 진출했으며, 채식 식품 카테고리는 더욱 다양화 및 대중화되고 있다. 고급 유통 매장인 슈프리엄 푸드마켓(Supreme Food Market)은 매장 내 채식 식품 코너를 별도로 마련하여 식물성 대체 육류, 친환경 유기농 식품 등을 판매하기도 한다.

시사점

현지 타깃 소비층은 완전 채식주의자보다는 유연한 채식주의자(플렉시테리언)에 가까우며, 이들이 접근하기 편한 식품 유형으로 마카오 소비자들에게 어필할 필요가 있다.



*출처: taobao.com

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

④ 유기농 식품(수출상위 품목)

시장현황

팬데믹 이후 건강한 식품 섭취를 통해 건강을 관리하고자 하는 욕구가 크게 증가하였다. 화학적 농약을 사용하지 않고 생태 균형 및 생물다양성 보존을 지향하는 유기농 식품 생산 방식이 소비자들 사이에서 주목받는 이유이다.

최근 QR코드 또는 제품 포장을 활용해 제품의 사육(사료 정보, 무항생제, 무호르몬 강조) 및 재배 방법과 과정을 투명하게 공개하는 유기농 및 친환경 신선식품을 찾는 소비자가 증가하고 있다.

마카오의 고급 슈퍼마켓 및 대형 슈퍼마켓을 위주로 수입산(대부분 중국산) 및 마카오 생산 유기농 채소 및 제품을 판매하는 전용 진열대가 생기기 시작하였다. 또한, 유기농 제품 전문 유통 매장이 늘어나는 등 유기농 식품 시장이 확대되는 추세를 보인다.

시사점

유기농 제품의 소비자 건강 및 환경적 관심을 고려하여 제품 개발과 다양화에 주력해야 한다. 온라인 유통 채널과 O2O 모델이 가장 효과적인 판매 채널로 부상하고 있기 때문에 소비자들의 접근성을 높이기 위해 온라인 유통채널의 적극적인 활용을 고려해야 한다.

		
유기농인증을 취득한 오트밀	유기농인증을 취득한 건조 버섯	유기농인증을 취득한 두부

*출처: taobao.com

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

⑤ 주류(현지시장 이슈품목)

시장현황

2023년 2분기 기준 마카오 음료 시장규모는 약 1억 5,900만 리터로, 소프트 드링크, 유제품 음료, 뜨거운 음료, 그리고 주류(알코올 음료) 등으로 구성된다.

마카오에서는 △증류주 △맥주 △향미가 첨가된 알코올 음료 △와인 △브랜디 △진 △럼 △스파클링 와인 △데킬라 △보드카 △위스키 등 다양한 종류의 주류가 유통되고 있다.

코로나19로 여행 및 여가 활동에 제한이 생기자 집에서 새로운 맛을 경험하며 즐거움을 찾는 소비자가 증가하였다. 특히 합리적인 가격으로 새로운 경험이 가능한 수제 맥주 및 수제 음료의 인기가 높다. 최근에는 초콜릿, 벚꽃, 쌀, 사과, 레몬, 오렌지, 로즈마리 등 새로운 원료로 만든 제품이 다양하게 출시되고 있다.

시사점

마카오 주류 시장에서는 맥주가 강세를 보이고 있으며 이 외에도 다양한 종류의 주류가 소비자를 사로잡고 있다. 시장 진출을 위해서는 다양한 주류 브랜드와 소비자 선호도 분석을 토대로 타깃 마케팅 전략을 세우는 것이 매우 중요할 것으로 보인다.



*출처: taobao.com

▶ 출처

Macau Beverages Consumption Trends and Forecasts Tracker, Q3 2023, Global Data
2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 마카오, 빠르게 성장하는 즉석식품

이슈배경

마카오의 즉석식품 시장은 최근 몇 년간 눈에 띄게 성장하고 있다. 이는 간편하게 끼니를 해결하고자 하는 소비자 수요가 증가하였기 때문이다. 아시아 태평양 지역의 즉석식품 시장은 향후 2023년부터 2030년까지 연평균 5.7%의 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 이는 마카오 시장에도 영향을 미칠 것으로 보인다.

이슈내용

팬데믹 종식 이후 마카오 경제는 관광객 유입과 카지노 산업 성과에 힘입어 2023년 회복세를 보이면서 빠르게 즉석식품 수요가 증가하고 있다.

마카오의 즉석식품 시장은 여러 요인에 의해 빠르게 성장하고 있다. 첫째로, 마카오의 소비자는 경제 회복에 따른 바쁜 생활 방식에 맞춘 빠르고 편리한 식사를 원한다. 즉석식품의 주 소비층인 젊은 직장인들 사이에서 큰 인기를 끌고 있는 이유이기도 하다.

둘째, 고품질의 재료와 건강 지향적인 식품에 대한 소비자들의 관심 증가가 즉석식품 시장의 성장을 촉진하고 있다. 건강에 좋고 영양가 있는 식품을 선호하는 소비자들은 고단백 및 저칼로리 식품을 찾고 있으며, 이는 즉석식품 제조업체들이 이러한 수요에 부응하는 제품을 신속하게 시장에 제공함으로써 시장 확대를 자극하고 있다.

세 번째 요인은 디지털화와 온라인 쇼핑의 증가이다. 온라인 식료품 쇼핑의 증가는 즉석식품의 접근성과 가시성을 높이는 데 기여하고 있다. 특히, 젊은 소비자들 사이에서 온라인 구매가 증가하고 있는 추세이다. 이는 즉석식품 시장의 성장에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 기업들은 이를 활용하여 자사 제품의 온라인 유통채널을 확장하고 있다.

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

② 온라인 식품구매 증가

이슈배경

마카오의 젊은 소비층, 특히 MZ 세대는 최근 몇 년간 온라인 식품구매에 있어 뚜렷한 증가 추세를 보이고 있다. 이러한 변화는 젊은 세대의 라이프스타일 변화와 밀접한 관련이 있으며, 온라인 쇼핑의 증가와 함께 그들의 소비 패턴이 더욱 다양화되고 있음을 시사한다.

이슈내용

온라인 식품구매 증가 추세는 편의성과 다양성이다. 마카오의 젊은 소비자들은 쇼핑의 편리함을 중요하게 여기며, 이는 특히 온라인 식품 쇼핑의 증가로 이어지고 있다. 또한, 이들은 이국적 음식에 대한 호기심이 많아 이국적이고 다양한 종류의 식품을 접해보고 싶은 경향이 높아 수입식품 성장에 기여하고 있다.

소비자들의 변화를 반영해 크래프트 맥주 회사나 유명 식품 브랜드들이 팝업 스토어와 같이 온라인과 오프라인을 결합하는 새로운 마케팅 전략을 취하고 있다. 이를 통해 MZ세대와의 접점을 늘리고 있으며, 이들에게 다양한 경험을 제공하여 제품에 관한 관심을 높이는 데 노력하고 있다.

마카오의 온라인 식품 시장은 지속적으로 성장하고 있으며, 특히 젊은 세대의 소비 증가는 시장의 성장을 견인할 것이다. 이들은 편의성, 다양성, 환경친화적인 제품에 대한 선호도가 높으며, 해당 요소들이 식품 시장의 미래에 동향에 중요한 영향을 미칠 것으로 전망된다.

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

③ 가정요리 문화 확산

이슈배경

팬데믹 당시 외출 제한 뿐만 아니라 경기 침체로 인한 식비 지출을 줄이기 위해 마카오 소비자들은 가정요리로 전환하는 경향을 보였다. 종식 이후에도 직접 요리하고자 하는 소비층이 유지되고 있어 이들 소비자에 주목할 필요가 있다.

이슈내용

팬데믹 기간 동안 마카오의 주민들은 외식보다는 집에서 요리하는 것을 선호했다. 이는 건강과 안전에 대한 우려를 증식시킬 뿐만 아니라, 요리를 통하여 스트레스를 해소하고 가족 간의 유대감을 강화하는 장점이 있다. 이러한 문화로 인해 다양한 요리법이 온라인을 통해 전파되었고, 새로운 식재료에 대한 관심이 증대되었다.

가정요리 확산 트렌드는 식품 산업에도 긍정적인 영향을 미쳤으며, 마카오의 식료품 매장과 온라인 식품 배달 서비스는 증가하는 수요에 부응하기 위해 다양한 상품과 서비스를 제공하기 시작했다. 마카오의 많은 식료품점들은 고객들이 집에서 쉽게 요리할 수 있는 다양한 식재료와 반조리 식품을 제공하고 있다.

이에 따라 가정간편식과 소스류 등 가정 내에서 간편하게 조리하거나 조리를 돕는 제품과 관련한 시장이 계속해서 성장할 것으로 보이며, 수출 기업은 이에 주목해야 한다.

▶ 출처

2021년 농식품 수출 국가조사 보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

④ 코로나19 이후 경기 회복세 지속

이슈배경

마카오 경제는 관광 및 카지노 산업 의존도가 높아 코로나19 유행으로 경제 성장 및 소비 수요가 급감하였다. 그러나 코로나19 종식 이후 2023년 1분기 국내 총생산은 약 92억 8,000만 달러를 기록하였고 실질 GDP 성장률은 전년 동기 대비 38.8% 증가하면서 큰 폭의 반등세를 보였다.

이슈내용

마카오 통계청(DSEC)에 따르면 국경 통제가 완화되고 물자 및 관광객 이동이 활발해지면서 마카오 경제가 회복세로 돌아선 것으로 나타났다.

전통적으로 마카오 경제는 카지노 및 관광산업 중심으로 전체 GDP의 25.8%를 차지하고 있다. 이들 산업이 경제 회복을 주도하며 2023년 1분기 기준 상품 수출이 40.6% 감소하였음에도 서비스 수출이 71.5% 증가하였다.

2023년 1분기 기준 마카오 방문한 인원수는 약 495만 명으로 전년 동기간 대비 1.6배 증가한 수준으로 코로나 팬데믹 이전의 약 48% 수준까지 회복된 것으로 마카오 통계청은 밝히고 있다.

경제 회복으로 소비 심리가 되살아난 것으로 분석할 수 있으며, 이에 따라 한국 식품의 시장 진출이 보다 용이할 것으로 보인다.

▶ 출처

마카오 통계청(www.dsec.gov.mo)

2021년 농식품 수출 국가조사보고서(마카오), 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 마카오의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
수입허가 취득	· ' 수입 시 심사 대상 품목 ' 수입 시 민정총서로부터 수입허가증 발급 필요 · 대상품목: 채소류, 가금류, 어류, 냉동육, 계란, 과일 및 통조림, 주류	마카오 수입업체
수입신고	· 마카오 전자통관시스템(TEDMEV)을 통해 화물 인수 당일 제반서류 제출과 함께 수입신고 진행 필요 · 제출서류: ①발급받은 허가증 또는 작성 완료된 세관 신고서 ②선하증권 ③신분증명서 ④영수증, 공문, 위탁서, 화물명세서 등	마카오 수입업체
수입검사	· 농산물 수입 시 민정총서 위생감독부에 위생검역 신청 - 제출서류: ①수입신고서 ②원산지 정부가 발급한 농약사용보고서 또는 위생증명서 ③증명서 및 목적 명시 · 육류 수입 시 민정총서 위생감독부에 위생검역 신청 - 제출서류: ①수입신고서 ②화물의 국제위생증명서류 ③조류 인플루엔자 검사증명서(필요 시) ④해당 제품의 장소 등기(필요 시)	마카오 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	마카오 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 마카오 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
------------------------	---

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 마카오 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 마카오 수입업체가 수출검역을 요구할 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						

	<ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 마카오 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 마카오 수입통관·검역 절차

수입허가 취득	<ul style="list-style-type: none"> ● 마카오 수입업체는 수입 시 심사 대상 품목 수입 시 수입허가 취득 필요 · 채소류, 가금류, 어류, 냉동육, 계란, 과일 및 통조림, 주류는 수입 시 심사 대상 품목으로 분류됨 · 민정총서에 식품 수입신청서 제출 후 수입허가증이 발급됨
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 마카오 수입업체는 마카오 전자통관시스템(TEDMEV)을 통해 화물 인수 당일 수입신고 진행 필요 <p style="text-align: center;"><수입통관 시 제출 서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ol style="list-style-type: none"> ① 발급받은 허가증 또는 작성 완료된 세관 신고서(관련활동에 근거) ② 해상운송/항공운수 선하증권 또는 기타 유사문서 ③ 신분 증명서 ④ 영수증, 공문, 위탁서, 화물명세서, 기타 문서(필요 시) </div>
수입검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 식용 농산물 수입 지침에 따른 절차 수행 필요 · 식용 농산물의 경우, 민정총서 위생감독부에 수입 신고 및 위생검역을 예약해야 함 · 필요한 서류는 다음과 같음 <p style="text-align: center;"><식용 농산물 수입 검역 신고 시 제출 서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ol style="list-style-type: none"> ① 수입신고서 및 복사본 1부(신고서류 번호란에 경제국에서 부여한 대외무역 활동 등기번호 표기) ② (엽채류) 원산지 정부가 발급한 농약사용보고서 및 감독카드 혹은 관련 위생 증명서 ③ 도매를 위한 수입이 아닌 경우, 반드시 증명서 및 목적 명시 </div> <ul style="list-style-type: none"> ● 육류, 수렵육 및 기타 동물 수입 지침에 따른 절차 수행 필요 · 수입상은 제출 서류를 준비하여 사전 1일 전에 민정총서 위생감독부에 수입 신고 및 위생검역 예약을 할 수 있음 · 필요한 서류는 다음과 같음 <p style="text-align: center;"><육류 수입 검역 신고 시 제출 서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ol style="list-style-type: none"> ① 수입허가서 및 수입신고서 및 복사본 1부(신고서류 번호란에 경제국에서 부여한 대외무역활동 등기번호 표기) ② 화물의 국제위생증명서류 ③ 살아있는 가금류의 경우, 반드시 조류 인플루엔자 검사 증명서 제출 ④ 냉장육류, 급속냉동육류 또는 육류제품의 경우, 반드시 본서에서 발급한 해당 제품의 장소 등기 제출 ⑤ 도매를 위한 수입이 아닌 경우, 반드시 증명서 및 목적 명시 </div>

**관세납부 및
물품 반출****● 관세 납부 후 물품 반출 가능**

- 마카오는 자유무역항으로서 일반 수출입 상품에 대해서는 자유방임적 태도를 취하고 있어 일반 수출입 화물이나 환적 화물의 세관 절차가 간단하고 수입상품에 대한 수량 규제가 없으며 일반 수입제품에 대한 관세 또한, 부과되지 않음. 일부품목에 대해 증가세 또는 소비세 부과함
- 주류, 담배, 자동차에 대하여 소비세가 부과되고 자동차에 대해서는 20~50%의 증가세가 부과됨

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 옥수수, 녹두, 콩, 커피, 쌀 - 과실류 : 밤, 포도 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 양파, 생강, 브로콜리, 수삼, 파프리카 - 종자류 : 콩, 잠두콩, 가지, 갓, 고추, 근대, 꽃양배추, 당근, 들깨, 멜론, 무, 박, 배추, 백경채, 부추, 브로콜리, 삼엽채, 상추, 수박, 싹갓, 시금치, 아욱, 양배추, 양파, 오이, 참외, 청경채, 치커리, 콜라비, 토마토, 파, 호박, 겨자, 담배 - 버섯류 : 팽이, 새송이(큰느타리), Agaricus속 - 절화류 : 심비디움, 장미, 백합, 국화, 거베라, 글라디올러스, 금어초, 튜립, 칼라, 카네이션, 해바라기꽃, 스타치스, 아이리스, 장미, 안개초, 덴드로비움 - 화훼묘 : 덴드로비움·심비디움·호접란(묘·분화), 선인장(접목선인장), 칼란코에묘·삽수, 미모사묘, 맨드라미묘, 백합구근 - 묘목류: 동백나무, 단풍나무, 모과나무, 목백일홍, 소사나무, 석류나무, 산수유나무, 애기사과나무, 주목나무, 철쭉나무, 피라칸사나무, 향나무(진백) 춘란(Cymbidium forrestii) - 기 타 : 쌀가루, 밀가루, 찹쌀가루, 대두분말, 단풍나무각재, 소나무각재
-----	--

*주: 중국의 수출가능품목을 준용

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<p>*상기 품목 외 대부분의 과실류·과채류·소나무묘(접수 포함) 수출이 불가능하며 사전에 수출 가능 여부를 상대국에 확인하여야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 묘목류 : 소나무묘(Pinus densiflora), 곰솔묘(Pinus thunbergii) - 기 타 : 꽃감, 건곤드레, 건대추칩, 냉동딸기, 건조감귤, 냉동홍시, 수수가루, 수수, 누룩, 단호박, 잣(식용), 대두, 보리, 맥아, 참깨, 메밀, 홍화씨, 달맞이꽃씨 <p>**종자류 중 식용의 목적으로 사용하는 경우에도 수입가능 여부 확인 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 단감, 감귤, 참외, 딸기, 토마토 5품목은 중국에 수출허용을 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중임 - 휴부착된 단풍나무 등 조경수 수목 <p>*중국은 '03. 2월부터 시행된 수입위험분석 관리제도에 따라 국산 생과실, 과채류, 재식용 식물 등을 수입금지품으로 지정(다만 제도시행 전 상업적 수출실적이 있는 품목에 한해 수출 허용)하고 있어, 국산 농산물의 중국수출을 위해서는 중국에 수입허용 요청 필요</p>
-----	---

*주: 중국의 수출가능품목을 준용

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 · 유통기한 · 보관방법 및 섭취방법	· 원산지 · 식품용량·수량 · 영양성분 · 제조사명 및 소재지	· 식별자료(로트 번호)
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 중국어 그리고 영어로 기재 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 소비자가 제품의 특성을 식별할 수 있어야 하고, 허위성이 있어서는 안되며 제품 혼동을 일으켜서는 안됨 제조상표, 상업상표 및 가칭을 사용해서는 안됨 - 유명한 혹은 관련된 상품을 연상시키는 브랜드는 제외 판매명에 혼제, 농축, 재조합, 분말형, 건조 등의 표기가 있어 소비자의 혼동을 일으킬 때, 해당 제품의 특정 처리 방법을 표기해야 함 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 쉽게 변질되는 식품은 '유통기한 전 섭취' 기재 일자를 명시하였을 경우 '유통기한 전에 가장 맛있게 섭취 가능'(Best before) 일자 기재 	
	순중량	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장식품의 순 중량은 도량형 제도에 따라야 하며 액체 제품은 용량으로, 기타 제품은 중량으로 함 	
	로트번호	<ul style="list-style-type: none"> 상황에 따라 식품생산자, 제조자 또는 포장하는 자가 정함 - 식별 식품에 속하는 로트에 "L"을 표기하고 관련 라벨자료에 정확히 표기되어 있을 경우에는 제외 	

*출처: KATI농식품수출정보


5.1.2 라벨링 예시

라벨링 사진																																						
																																						
표기항목	표기내용																																					
제품명	脆皮炸鸡裹粉	바삭한 치킨파우더																																				
원재료	<ul style="list-style-type: none"> - 小麦粉 - 食用淀粉 - 香辛料 - 产地: 江苏省泰州市 	<ul style="list-style-type: none"> - 밀가루 - 식용 전분 - 향신료 - 산지: 장쑤성 타이저우시 																																				
순중량	500g																																					
유통기한	保质期: 18个月	유통기한 : 18개월																																				
보관방법	贮存条件: 阴凉干燥通风处	서늘하고 건조하며 통풍이 잘 되는 곳에 보관하세요																																				
제조업체	制造商: 江苏吉得利食品有限公司	제조업체: 장쑤 지더리식품 유한회사																																				
제조원	地址: 江苏省泰州市兴化市兴东镇工业集中区	주소: 중국 장쑤성 타이저우시 싱화시 싱동진 공업구																																				
위탁업체	委托商: 北京吉得利食品有限公司	위탁업체: 베이징 지더리식품 유한회사																																				
위탁원	地址: 北京市昌平区沙河镇小李庄	주소: 중국 베이징시 창핑구 사허진 샤오리장																																				
전화	(0523) 8389 5098																																					
식품생산허가증번호	SC10332128104226																																					
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th> <th>每100克(g)</th> <th>营养素参考值% (NRV%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>能量</td> <td>1495千焦(kJ)</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>蛋白质</td> <td>12.6克(g)</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>脂肪</td> <td>1.3克(g)</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>碳水化合物</td> <td>72.5克(g)</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>钠</td> <td>346毫克(mg)</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table>	项目	每100克(g)	营养素参考值% (NRV%)	能量	1495千焦(kJ)	18%	蛋白质	12.6克(g)	21%	脂肪	1.3克(g)	2%	碳水化合物	72.5克(g)	24%	钠	346毫克(mg)	17%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>항목</th> <th>100g당</th> <th>NRV%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>1,495kJ</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>12.6g</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>1.3g</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>72.5g</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>346mg</td> <td>17%</td> </tr> </tbody> </table>	항목	100g당	NRV%	열량	1,495kJ	18%	단백질	12.6g	21%	지방	1.3g	2%	탄수화물	72.5g	24%	나트륨	346mg	17%
项目	每100克(g)	营养素参考值% (NRV%)																																				
能量	1495千焦(kJ)	18%																																				
蛋白质	12.6克(g)	21%																																				
脂肪	1.3克(g)	2%																																				
碳水化合物	72.5克(g)	24%																																				
钠	346毫克(mg)	17%																																				
항목	100g당	NRV%																																				
열량	1,495kJ	18%																																				
단백질	12.6g	21%																																				
지방	1.3g	2%																																				
탄수화물	72.5g	24%																																				
나트륨	346mg	17%																																				

5.2 | 인증제도

① 유기산제품인증(ORGANIC)

유기농 제품의 품질을 향상하고 안전관리를 강화하고자 유기제품의 생산 및 가공에 대해 심사한다. 유기 원료를 95% 이상 함유한 가공제품의 경우 인증을 취득하여 '유기(Organic)'를 기재하거나 마크를 부착할 수 있다.

인증명	중국 유기제품인증(ORGANIC)	인증로고	
발행·검사기관	· 중국품질인증센터(CQC) · 중국인증인가관리감독위원회(CNCA)	필수 여부	권장
목적	유기농 제품의 품질을 향상하고 안전관리를 강화하는 것		
취득절차	인증 신청 → 현장 심사 → 최종평가 → 인증서 발급		
필요서류	신청서, 기본 농장조사, 비즈니스 자격 문서, 관리시스템 문서, 환경 모니터링 보고서, 생산계획 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

월별 통관거부사례

2022년 중국의 한국산 통관거부사례는 총 60건으로 집계되어, 2021년 96건 대비 36건(38%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 39% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 2,758건으로 집계되어, 2021년 3,191건 대비 433건(14%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 15% 증가하였다.

<월별 통관거부사례 동향(2022)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)
	'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률		'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률	
1월	1	1	9	8	800	200	124	200	278	78	39	50
2월	0	3	11	8	267	0	77	157	127	-30	-19	28
3월	6	0	7	7	0	8	141	194	223	29	15	26
4월	6	5	8	3	60	15	175	161	339	178	111	39
5월	3	19	3	-16	-84	0	175	176	185	9	5	3
6월	1	0	2	2	0	41	176	262	351	89	34	41
7월	3	8	1	-7	-88	-42	253	193	233	40	210	-4
8월	1	10	2	-8	-80	41	210	370	259	-111	-30	11
9월	2	9	1	-8	-89	-29	219	327	202	-125	-38	-4
10월	3	7	3	-4	-57	0	223	329	234	-95	-29	2
11월	4	2	3	1	50	-13	164	434	237	-197	-45	20
12월	1	32	10	-22	-69	216	159	388	90	-298	-77	-25
합계	31	96	60	-36	-38	39	2,096	3,191	2,758	-433	-14	15

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, 중국에서 가장 많은 문제사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 음료류(18%)로, 주로 GB7718-2011 라벨링 기준에 적합하지 않아 라벨링/포장 문제로 통관거부되었다.

두 번째로 많은 문제사유가 확인된 품목은 기타조제 농산품(17%)이며, 라벨링 기준을 미준수하여 라벨링/포장 문제가 확인되거나 기준치를 초과한 식품첨가물, 비소 등의 유해물질 검출에 따른 성분 부적합 문제가 확인되었다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목				
	음료	기타 조제농산품	어류	과자류	해조류
라벨링/포장	9	5	0	0	0
성분부적합	1	3	3	9	0
위생	0	2	0	0	4
서류미비	1	0	6	0	5
잔류농약 검출	0	0	0	0	0
기타	0	0	0	0	0

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제사유는 총 60건으로 전년 동기 대비 62.5% 수준으로 감소하였으며, 2021년 대비 모든 문제사유 발생 건수가 감소하였다. 2022년 발생한 한국산 문제사례 중에는 성분 부적합 문제로 인한 사례 건수가 가장 많으며, 지난 3년간 잔류농약 검출 문제사례는 발생하지 않은 것으로 확인된다.

2022년 연간, 성분 부적합 문제사유 발생 건수는 총 19건으로 전년 동기 대비 약 63.3%로 감소하였으나, 전체 통관거부 발생건수의 가장 큰 비중(31.7%)을 차지하였다.

성분 부적합 문제는 주로 기준치를 초과한 식품첨가물, 영양강화제, 무기비소 등이 검출되어 발생하는 것으로, 중국으로 식품을 수출하는 한국 식품 기업은 중국 식품 표준법 GB2760-2014를 사전에 확인하여 식품첨가물의 규격 기준을 준수할 수 있도록 해야 한다.

<한국산 통관거부 문제사유별 건수(2022)>

(단위: 건, %)

거부사유	2020년 연간		2021년 연간		2022년 연간		전년비(21/22)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	6	19.4	23	24.0	18	30.0	-5	78.3
성분부적합	13	41.9	30	31.3	19	31.7	-11	63.3
위생	8	25.8	21	21.9	7	11.7	-14	33.3
서류미비	4	12.9	17	17.7	14	23.3	-3	82.4
잔류농약 검출	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
기타	0	0.0	5	5.2	2	3.3	-3	40.0
합계	31	100.0	96	100.0	60	100.0	-36	62.5

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

6 요약

6.1 | 보고서 소개

마카오의 식품 수입액은 약 23억 달러로, 중국·프랑스·호주 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 18위를 차지했다. 주요 수입품은 ①포도주(2% 이하) ②주정음료 기타 ③식용 곤충 기타로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 100만 달러로 전년 대비 13.4% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①소스 조제품 기타 ②홍삼 조제품 ③베이커리 제품이다.

그래프로 보는 마카오 식품시장

