MINI Market Report

국가	중국
제품	매실원액

주관사 : aT 한국농수산식품유통공사

CONTENTS

Ⅰ. 중국 마케팅 방안 ····· 1

1. 중국 시장 특징 ····· 1
2. 중국 시장 진출 TIP ····· 1

Ⅱ. 중국 시장 정보 ····· 3

1. 중국 과실주스 수입추이 ····· 3
2. 중국 과실주스 시장동향 ····· 4

Ⅲ. 중국 가격 정보 ····· 7

Ⅳ. 중국 유통 정보 ····· 8

1. 중국 유통 구조 ····· 8
2. 중국 유통 채널 ····· 9

Ⅴ. 중국 통관 정보 ····· 14

1. 관세율 ····· 14
2. 통관거부사례 ····· 14
3. 통관절차 ····· 16
4. 통관유의사항 ····· 17

Ⅵ. 중국 검역 정보 ····· 19

1. 수입 식품의 검험검역 ····· 19
2. 수출 식품의 검험검역 ····· 22

Ⅶ. 중국 라벨링 정보 ····· 23

1. 식품 라벨 관리 규정 ····· 23
2. 수출입 정량 포장식품 라벨 검험 감독 관리 규정 ····· 26

Ⅷ. 중국 바이어 정보 ····· 33

※ 참고자료

Ⅰ 중국 마케팅 방안

1. 중국 시장 특징

□ 과실주스 수요 증가

- 중국인이 건강을 중시하면서 과일주스가 인기를 모으고 있음

- 산업전망연구원이 2012년 발표한 '중국 과일주스 건강소비 조사 보고(中国果汁健康消费调查报告)'에 따르면, 베이징(北京), 상하이(上海), 광저우(广州), 우한(武汉), 칭다오(青岛), 청두(成都) 등 6대 도시 거주자를 대상으로 조사한 결과, 조사 대상의 30% 이상이 생과일주스를 섭취해 비타민과 미네랄을 보충하고 있으며, 이들은 100% 생과일주스를 마시는 것으로 나타남

□ 과실주스 수입액 증가세

- 중국의 2013년 과실주스 수입액은 전년 대비 25% 증가한 것으로 집계되었음

- 특히, 중국의 2013년 한국 과실주스 수입액은 전년 대비 80% 급증한 것으로 조사되었음

□ 중국 시장에서 매실원액과 유사 제품이 많지 않음

- 온라인 조사 결과 유사 매실원액 제품들은 대부분 대만이 주를 이뤘고, 중국내에서 생산되는 제품은 극소수

- 물과 희석하여 마시는 타입의 원액보다는 농축액 타입의 매실정 제품들이 많은 것으로 조사

2. 중국 시장 진출 TIP

□ 중국산 대비 고급 이미지 부각

- 중국 로컬 및 범용 식품과의 가격경쟁을 지양하고 고품질 및 고부가가치 제품 생

산을 위한 연구개발 강화 필요

- 식품첨가물에 대한 고급화와 친환경적이고 세련된 제품 디자인 연구 등을 통해 고급 브랜드 이미지 확보가 중요

□ 한류 등 활용한 다양한 마케팅 방안 강구

- 한류열풍으로 한국 제품 선호도가 높아지는 가운데, 중국 내 한국 드라마 방영이 증가하면서 한국 식품에 대한 관심이 더욱 확대되고 있음

- 한국 중소기업의 경우 기업 및 제품의 인지도가 낮기 때문에 한국산 제품이라는 점을 부각해야 할 것임

□ 중국 진출 앞서 홍콩 선 진출하는 방법도 고려 필요

- 중국의 경우 자국 산업 육성을 우선시 하기 때문에 수입산에 대한 진입장벽이 매우 까다로운 편으로, 인적/물적 재원이 부족한 중소기업에게는 어려움이 존재

- 이에 따라, 자유무역지대인 홍콩으로 선 진출한 후 중국으로 후 진출하는 전략도 바람직할 것으로 판단됨

- 특히, 홍콩은 중국으로 진출하려는 기업들의 테스트마켓의 성격을 지닌 시장으로 한국 식품 대기업들의 경우에도 홍콩 시장에서의 소비자 반응을 확인 한 후 중국 시장 진출 및 법인 설립을 검토하는 경우가 많음

Ⅱ 중국 시장 정보

1. 중국 과실주스 수입 추이

□ 과실주스는 전체체 식품 카테고리에서 「기타 과실주스」으로 분류되며 가장근접한 HS CODE는「2009.89」로 파악되었음

- 과실주스 HS CODE 2009 : 과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)

□ 중국의 과실주스 수입량은 2013년 1,709만 2,898만 달러로 전년 대비 25% 증가한 것으로 집계되었음

- 중국의 과실주스 최대 수입국은 인도로 2013년 인도산 과실주스를 416만 6,294 달러 수입하였으며 이는 전년 대비 100% 증가한 수치임

- 중국은 2013년 한국으로부터 41만 5,903 달러의 과실주스를 수입하였으며 이는 전년 대비 80% 증가한 것임

< 중국 과실주스 수입 통계 >

Partner Country		US Dollars		% Share		% Change 2013/2012
		2012	2013	2012	2013	
1	World	13,681,197	17,092,898	100.00	100.00	24.94
2	India	2,079,840	4,166,294	15.20	24.37	100.32
3	United States	2,424,993	2,354,458	17.73	13.77	- 2.91
4	Philippines	1,016,474	1,704,936	7.43	9.97	67.73
5	Hong Kong	160,422	1,238,459	1.17	7.25	672.00
6	Brazil	689,201	803,847	5.04	4.70	16.63
7	Vietnam	295,866	735,543	2.16	4.30	148.61
8	Canada	306,716	635,657	2.24	3.72	107.25
11	Ecuador	356,419	428,135	2.61	2.50	20.12
12	**Korea South**	**231,117**	**415,903**	**1.69**	**2.43**	**79.95**

출처 : GTA (http://www.tradestatistics.com/gta/)

2. 중국 과실주스 시장 동향

□ 과일주스 인기

- 산업전망연구원이 2012년 발표한 '중국 과일주스 건강소비 조사 보고(中国果汁健康消费调查报告)'에 따르면, 베이징(北京), 상하이(上海), 광저우(广州), 우한(武汉), 칭다오(青岛), 청두(成都) 등 6대 도시 거주자를 대상으로 조사한 결과, 조사 대상의 30% 이상이 생과일주스를 섭취해 비타민과 미네랄을 보충 한다고 알고 있으며, 이들은 100% 생과일주스를 마시는 것으로 나타남

- 중국인이 건강을 중시하면서 과일주스가 인기를 모으고 있지만 중국인의 과일 주스 소비는 아직 전 세계 평균 수준에 비해 크게 낮은 실정

  ▪ 중국인의 일인당 연평균 과일주스 소비량은 1리터 미만이나 전세계 평균은 7리터에 달함
  ▪ 미국은 일인당 연평균 과일주스 소비량이 45리터, 독일은 46리터, 일본과 싱가포르는 16~19리터임

□ 소비층 동향

- 과일주스는 주로 80년대나 90년대 이후 출생자가 주요 소비층으로, '건강, 아름다움'이라는 이미지를 내세워 탄산, 스포츠음료와는 별개의 시장을 공략하여 젊은 여성 소비자들에게 인기가 있는 것으로 관측

- 중국의 유명 음료회사인 후이웬(汇源)은 생과일(纯果实)'을 핵심 상품으로 내세워 브랜드파워를 확장해 왔음

- 대만계 식품업체 퉁이(统一)그룹이 '마실수록 예뻐진다(多喝多漂亮)'를 슬로건으로 내걸며 출시한 오렌지주스 '시엔청뚜어(鲜橙多)'와 코카콜라의 '미닛메이드(Minute Made)',캉스푸(康师傅)(康师傅)의 '매일C(每日C)' 등 과일음료가 시장에서 경합하고 있음

□ 과일주스 시장의 구분

- 과일주스 시장은 크게 100%와 희석과즙으로 나뉘는데, 희석과즙이 과일주스시장의 주류를 이루고 있으며 전국 주요 도시 침투율이 70%에 달함

- 희석과즙은 브랜드 집중도가 높아 8개 브랜드가 전체 희석과즙시장의 80%를 차지하고 있으며 미닛메이드와 시엔청뚜어의 시장점유율이 전체의 약 40~45%를 차지하는 등 업계를 선도하고 있음

- 2선 브랜드는 캉스푸(康师傅)의 '캉스푸(康师傅) 과일주스(康师傅果汁)', '신선한 매일C(鲜的每日C)',후이웬(汇源)의 '진짜(真)' 시리즈 과일주스, '궈시엔메이(果鲜美)', '키위왕궈(奇异王国)', '레몬ME(柠檬ME)',눙푸산췐그룹(农夫山泉集团)의 과일 야채주스(果蔬汁) ', '수이룽C100(水溶C100)' 등이 5~15 %의 시장공간에서 치열한 접전을 펼치고 있음

□ 중국내 브랜드

- 후이웬(汇源), 예수(椰树), 눙푸궈웬(农夫果园), 와하하(娃哈哈) 등이 있으며, 후이웬(汇源)은 중국 최초이자 가장 전문적인 과일주스 제조업체로, 상품 종류가 다양할 뿐만 아니라 100% 과즙 시리즈, 과육음료시리즈, 과일주스시리즈 등 시리즈 상품이 있음

- 100% 과즙시리즈와 2013년 신상품인 빙탕후루주스(冰糖葫芦汁)는 후이웬의 효자상품, 후이웬(汇源)과 비슷한 과일주스업체로는 눙푸산췐그룹(农夫山泉集团) 산하의 눙푸궈웬(农夫果园)이 있음

- 2013년 AC닐슨 자료에 따르면, 후이웬(汇源) 과일주스는 100%과즙시장(고농도 과즙)과 중농도 과즙시장의 각각 60.8%와 44.6%를 차지하며 수년 연속 시장에서 주도적 지위를 점함

□ 대만 브랜드

- 대만의 양대 식품기업인 퉁이(统一)와 캉스푸(康师傅)는 일찍부터 과일주스시장에 진출하였음

- 퉁이(统一)의 저농도 희석과즙브랜드인 '시엔청뚜어(鲜橙多)'는 2000년 출시되어 대학생과 젊은 화이트칼라를 위주로 빠르게 확산되었으며, 캉스푸(康师傅)가 출시한 신선한 매일C' 역시 큰 인기를 끌며 시장을 주도하면서 현재까지도 캉스푸(康师傅)는 과일주스시장에서 높은 점유율을 점함

□ 국외 브랜드

- 코카콜라와 펩시콜라그룹 산하 브랜드가 대표적이며, 퉁이(统一)가 ‘시엔청뚜어鮮橙多)’를 출시하자 2005년 코카콜라는 중국에서 ‘미닛메이드’를 출시함

- 미닛메이드는 과육펄프를 그대로 살려 과즙의 풍미가 살아있고 건강에 좋다는 점을 강조하였고, 출시 후 얼마 지나지 않아 과일주스 시장의 주류 브랜드로 자리잡았으며, 최근 저농도 희석과즙 시장점유율이 20%가 넘으며 업계 1위로 부상

□ 향후 전망

- 중국 소비자가 가장 선호하는 주스는 오렌지주스로, 오렌지주스 선호도가 약 58%에 육박하고 있으며, 뒤를 이어 사과주스와 포도주스의 점유율이 상대적으로 높으나, 다른 주스에 대한 선호도도 무시할 수는 없음

- 과일주스의 맛이 다양하게 발전하고 있으며, 가격이 소비자에게 미치는 영향력이 낮아지고 현상이 나타나고 있고, 고품질, 고농도의 순수 과일주스가 인기를 끔

- 일부 저농도 과즙소비자가 고농도 과즙소비자로 바뀔 가능성이 있으나, 저농도 과즙 소비시장의 규모가 큰 편이고 차세대 젊은 소비계층이 저농도 과즙을 선호할 수 있기 때문에 고농도와 저농도로 시장이 양분화되어 발전할 가능성이 높음

- 최근에는 혼합 과일주스와 과일야채주스시장이 가파른 성장세를 보이며, 시중에서 흔히 판매되는 파인애플주스, 오렌지주스와 같은 과일주스에 각기 다른 야채를 섞은 혼합형 과일주스가 인기를 끔

- 요오드 성분 강화주스, 식이섬유 강화주스, 기타 새로운 원료를 접목시킨 건강주스 등 다양한 기능성 과일주스가 식품영양 인식에 새로운 바람을 불러오며 발전하고 있으며, 최근 중국에서는 과일야채 주스와 우유가 결합한 과일주스우유에 대한 수요가 매우 큼

- 중국 주스시장 경쟁구도와 소비자 기호변화를 눈여겨보고 제품 개발에 참고할 필요가 있음

Ⅲ 중국 가격 정보

□ 온라인 조사 결과 유사 매실원액 제품들은 대부분 대만이 주를 이뤘고, 중국내에서 생산되는 제품은 극소수였으며, 물과 희석하여 마시는 타입의 원액보다는 농축액 타입의 매실정 제품들이 많은 것으로 조사

1) 一号店(www.yhd.com)매장 유사제품 판매 현황

업체명	达心堂(대만)	冠品园(대만)	百格利股份有限公司(대만)
제품 이미지			
제품명	青梅精(100g)	梅精(55g)	元每层(300g)
가격	108	196	259

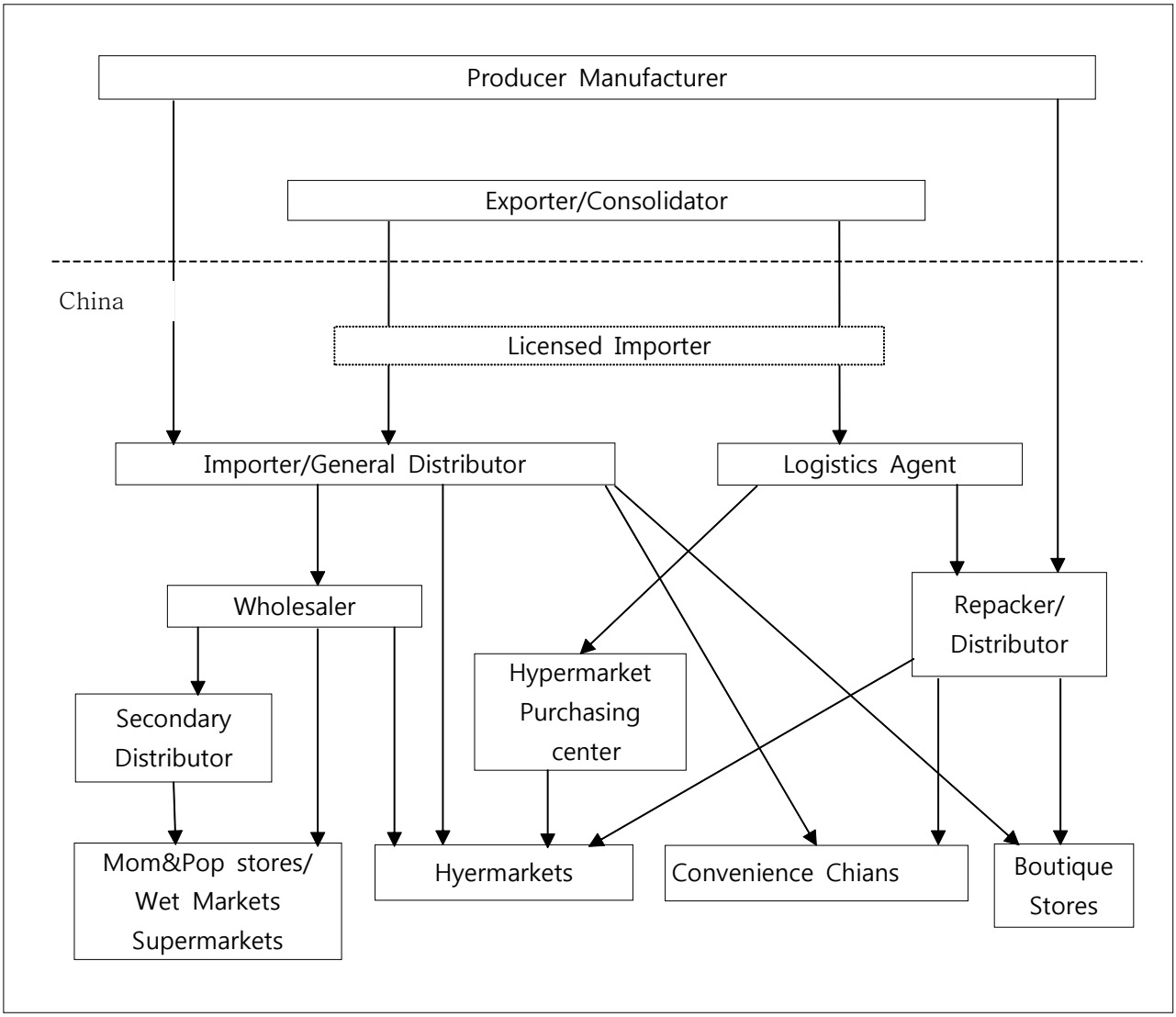
2) 淘宝(www.taobao.com)매장 유사제품 판매 현황

업체명	台湾梅园农场(대만)	香港楼上燕窝庄(홍콩)	九寨天绿青梅合作社 (중국사천)
제품 이미지			
제품명	紫苏梅汁(600g)	紫苏梅汁(500g)	青梅精(600g)
가격	185	88	62.2

Ⅳ 중국 유통 정보

1. 중국 유통 구조

< 중국 내부 유통 경로 >



– 중국은 전 지역에 걸친 복잡한 유통 구조를 보이고 있으나 상하이, 광저우, 베이징과 같은 주요도시에는 기반시설이 잘 갖추어져 있으며 역사가 긴 유통업체들도 많음

– 일반적으로 식품은 온도변화나 특성 상 목적지인 소비자에 도달하기 전까지 다양한 유통 채널을 거치게 됨

- 대부분의 도시는 단일 식품 유통업체가 담당하여 수입과 적하, 보존과 운송 등의 여러 가지 일을 도맡음

2. 중국 유통 채널

□ 권역별로 유통망 현황 파악 및 현지 유력 유통망과의 협력 추진

- 중국은 각 지역별로 지역기반을 둔 대형 유통업체가 있으며, 이들 소매유통 업체에 물품을 공급하는 벤더 역시 지역별로 따로 자리 잡고 있는데 유의해야 함

- 예를 들어 청두에서는 일본계 백화점 이토요카도伊藤洋華堂가 지역 내 식품유통에서 독보적인 위치를 차지, 정저우鄭州는 대만계 데니스백화점, 창사는 일본계 평화당백화점이 핵심 유통망으로 자리 잡고 있음

□ 한국 식품점(교민슈퍼)

- 한국의 '동네 슈퍼마켓' 을 중국에 그대로 옮겨놓은 형태로 대부분 한국어 의사소통이 가능함. 위안화로 거래하며 중국 현지생산 제품의 비중이 크고 배달서비스가 가능하다는 점이 특징

- 육류, 어류, 채소 등 신선식품 및 중국 현지생산 제품은 중국 현지 도매상에서 납품 받고, 한국 수입제품은 수입도매상을 통해 공급 받음

- 유통체인의 대형화, 전문화 추세에 따라 대형 수입상(도매업 병행), 지역별 거점 도매상, 소매상으로 역할 분담 한국기업이 교민을 상대로 하는 시장에는 쉽게 진입할 수 있으나, 중국인들을 대상으로 하는 시장으로의 확장에는 한계 존재

- 교민시장은 한국기업이 시장 상황을 예측하기 용이하며, 단기간 내 고정 물량 확보 가능

- 최근 중국인들의 이용이 증가하고 있으나 기본적으로 교민을 대상으로 하는 한정된 시장에서 유통되기 때문에 시장 확장에 결정적 한계 존재

- 교민슈퍼는 유통단계가 단순하여 소매가가 비교적 낮게 책정되나 중국 대형마트와 백화점은 수수료 및 기타 비용이 추가되어 가격이 높아짐

□ 수입식품 전문매장

- 한국식품 전문매장과는 별도로 중국인을 타겟으로 한 수입식품 전문매장이 확산 중이며, 한국 식품점이 한국 교민을 주타겟으로 하기 때문에 주식 및 반찬, 양념 및 조미료가 많이 팔리는 반면 수입식품 전문매장은 '슈센식품休閑食品'을 중심으로 판매되고 있음

- 수입식품 전문매장은 동남아시아, 한국, 일본, 유럽 제품을 취급하는데, 한국 제품은 유자차 등의 액상차 제품, 음료수 및 주류, 고추장, 김, 사탕 및 스낵류 등이 판매되고 있음

- 동남아시아 제품은 커피류, 과자류, 견과류, 유럽 제품은 파스타 및 파스타 소스, 초콜릿, 맥주 등이 판매되며, 일본 제품은 연겨자, 간장 등의 소스류, 주류, 과자류가 판매되고 있음

- 중국 바이어는 슈센식품을 중심으로 각 나라의 대표 식품을 결합시킨 품목을 선호함

- 현재 수입식품 전문매장은 시장 진입 초기단계이지만, 외국음식점을 대상으로 식자재 납품 등 사업영역을 확대하고 있고 대도시를 중심으로 체인화를 추진하고 있음

□ 슈센식품(休閑食品) 전문매장

- 최근 중국 대도시 주거 지역의 상권에는 소형 슈퍼마켓과 함께 신선식품 전문매장과 슈센식품(休閑食品) 전문매장이 자리를 잡고 있음

- 신선식품 전문매장은 소형 슈퍼마켓이 취약한 과일 및 채소류, 육류 등을 전문적으로 판매하고 있으며 독특한 간식 제품들로 틈새시장에 진입하고 있음

- 슈센식품 자체가「중산층을 타겟으로 한 독특하고 특별한 간식」으로 의미가 확장되고 있기 때문에 수입식품 또는 외국계 식품도 취급하고 있으며, 새로운 트렌드로 자리잡고 있음

□ 대형마트(大超市)

- 대기업 현지 생산 제품: 오리온, 농심, CJ, 롯데 등 대기업들의 중국 현지법인이

생산한 제품들은 탄탄한 현지 영업망을 통해 마트에 입점

- 한국 신선식품 전문코너-Shop In Shop(專櫃: 전문매대) 방식: 일부 마트에는 한국식품 전문코너가 전문매대(專櫃) 방식으로 운영되고 있음. 김치류 등 신선식품과 함께 김밥, 떡볶이 등을 현장에서 조리-판매하며, 양념 및 조미료 제품도 판매. 신선식품 유통에 가장 적합한 방식임

- 수입식품 전문코너-Shop In Shop(專櫃: 전문매대) 방식: 일부 마트에는 수입식품 전문코너가 있으며 그 중 한국 제품도 판매되고 있음. 유자차 등 액상차, 일부 과자류, 고추장, 된장, 음료수, 소주 등이 판매되고 있음

- 대형마트 계열의 무역법인을 통한 직접 수출, 기존 벤더를 통한 대리 판매, 현지 유통법인 설립 후 직접 입점 등의 방식으로 대형마트 유통망 진입이 가능

- 월마트, 메트로 등은 무역법인을 자회사로 두고 직수입도 진행하고 있는데, 대형마트 계열의 무역법인에 직접 수출하는 방식이 한국업체에 가장 이상적인 모델임

- 중국 이마트, 중국 롯데마트가 한국에서 직접 수입하여 물품을 판매한 사례도 있으나 대형마트가 리스크를 감수하면서 한국식품을 대량 수입하는 경우는 거의 없으며, 벤더를 통해 통관이 끝난 제품을 입점하는 것이 일반적

□ 백화점

- 일반적으로 중급 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있으며, 한국식품의 입점이 가능 (입점 형태는 대형마트와 유사), 이에 반해 고급 백화점은 식품매장을 운영하지 않는 경우가 많음

- 식품류는 백화점보다는 대형마트 판매 비중이 압도적으로 높음

□ 복합쇼핑센터

- 복합쇼핑센터는 일반적으로 임대 매장으로 운영되고 있음. 각각의 매장이 독립적으로 상품을 판매하고 수금하는 형태이며, 쇼핑센터에 임대료 및 관리비를 납부함

- 유동인구가 많은 복합쇼핑센터 내에 수입식품 전문매장 또는 슈센식품(休閑食品) 전문매장이 로드샵 형태로 운영되는 경우가 많음

□ 온라인쇼핑몰

- 연간 30% 이상의 높은 성장세를 보이고 있는 전자상거래 시장에서 소비자들의 농식품 구매가 빠르게 확대되고 있으며, 진입장벽이 낮고 유통비용이 적게 들어 오프라인보다 낮은 판매가를 강점으로 빠르게 확산 중

- 진입장벽이 낮고 저렴한 가격이 강점이나, 소비자의 신뢰도와 브랜드 형성 수준은 아직 상대적으로 미흡

- 중국은 타오바오(淘寶網) 온라인쇼핑몰이 C2C, B2C 부문 모두에서 독주하고 있으며, 품목별로 특화된 전문 사이트들이 틈새 영역 구축 중이며, 타오바오에서 '한국식품(韓國食品)'을 검색하면 수천 가지 품목이 나오며, 동일한 상품을 다수의 판매자가 판매하고 있음. 대부분 소규모로 운영됨

- 온라인 쇼핑에서 가장 중요한 부분은 '신뢰 확보' 인데, 현재 한국제품을 브랜드화하고 높은 신뢰도를 구축한 전문쇼핑몰은 거의 없는 상황임

- 중국어로는 '퇀거우(團購)' 라 불리는 공동구를 중심으로 2011년 이후 중국 온라인 유통업계에서도 '소셜커머스' 가 주목받았고, 400여 개의 업체가 속속 뛰어들면서 폭발적으로 성장 하고 있으며, 식품을 전문으로 취급하는 공동구매 사이트도 등장함

- 소비자 소비성향 결과에 따르면 전체 응답자의 20.9%가 온라인 쇼핑몰 또는 홈쇼핑 등을 통해 한국 농식품을 구매하고 있는 것으로 나타남

□ 단일 무역상(수입총판 또는 에이전트)을 통해 수출하는 경우

- 중국 내 1개 수입상과 수입총판 계약을 체결하는 방식. 제품을 수출하면 수입총판은 물품 통관 후 각 지역 도매상에게 물품을 판매하고, 각 지역 도매상이 소매상을 통해 유통시키는 형태

- 가장 단순한 모델로, 한국 측은 쉽게 수출이 가능하고 중국 측 파트너도 단독으로 공급받는 품목에 대한 동기유발이 이루어져 적극적인 영업활동을 펼칠 수 있다는 장점이 있음

- 한국 측은 유통망을 통제할 수 있는 권한이 거의 없어 수입총판과 분쟁이 일어날 경우 많은 피해를 볼 수 있음. 특히 중국 측 파트너가 성의가 없고 무능하면서 중국 내 독점권을 요구할 경우에는 난감한 상황이 발생할 수 있음

- 브랜드 인지도가 낮은 제품의 경우 중국 측 파트너가 영업망을 구축한 후 터무니없는 거래조건을 요구하거나 유사제품을 판매하는 등의 위험부담이 존재함

V 중국 통관 정보

1. 관세율

< 2013년 중국 음료 관세율>

HS Code	명칭	관세율		
		최소치	평균치	최대치
2009	과실주스/채소주스	7.5%	19.0%	30.0%
220110	광수, 탄산수 (무첨가)	20.0%	20.0%	20.0%
2202	광수, 탄산수 (첨가)	20.0%	27.5%	35.0%

출처 : WTO tariff data

2. 통관 거부사례

< 헛개 음료수(**枳椇子液态饮温和型**) >

구분	내용
통관거부일자	2014년 2월
담당 검역소	江苏 (장쑤성)
조치상황	폐기
물량	0.8 kg
통관 거부 사유	쌀 배아즙 사용 위반
HS code	2202.90.00 (기타 비알코올 음료)

출처 : KATI (www.kati.net)

< 해초 고체 음료(固体饮料) >

구분	내용
통관거부일자	2014년 2월
담당 검역소	江苏 (장쑤성)
조치상황	폐기
물량	0.72 kg
통관 거부 사유	필수 인증서 미제출
HS code	2008.99.39 (가공 및 보관처리한 해초 및 해조류)

출처 : KATI (www.kati.net)

< 유산균 딸기음료(草莓乳酸菌饮料) >

구분	내용
통관거부일자	2013년 6월
담당 검역소	山东
조치상황	폐기
물량	6.84 kg
통관 거부 사유	미생물(콜로니(colony)) 기준 초과 검출
HS code	2202.90.00(과즙류와 야채즙을 제외한 기타 무알코올 음료)

출처 : KATI (www.kati.net)

< 스포츠음료 (运动饮料) >

구분	내용
통관거부일자	2013년 8월
담당 검역소	上海 (상하이)
조치상황	반환
물량	24 kg
통관 거부 사유	라벨링 부적합
HS code	2202.90(기타 알콜이 함유되지 않은 음료, HS 코드 2009의 주스를 제외함)

출처 : KATI (www.kati.net)

3. 통관절차

□ 중국 통관 절차 순서

- 식품수출입계약을 체결

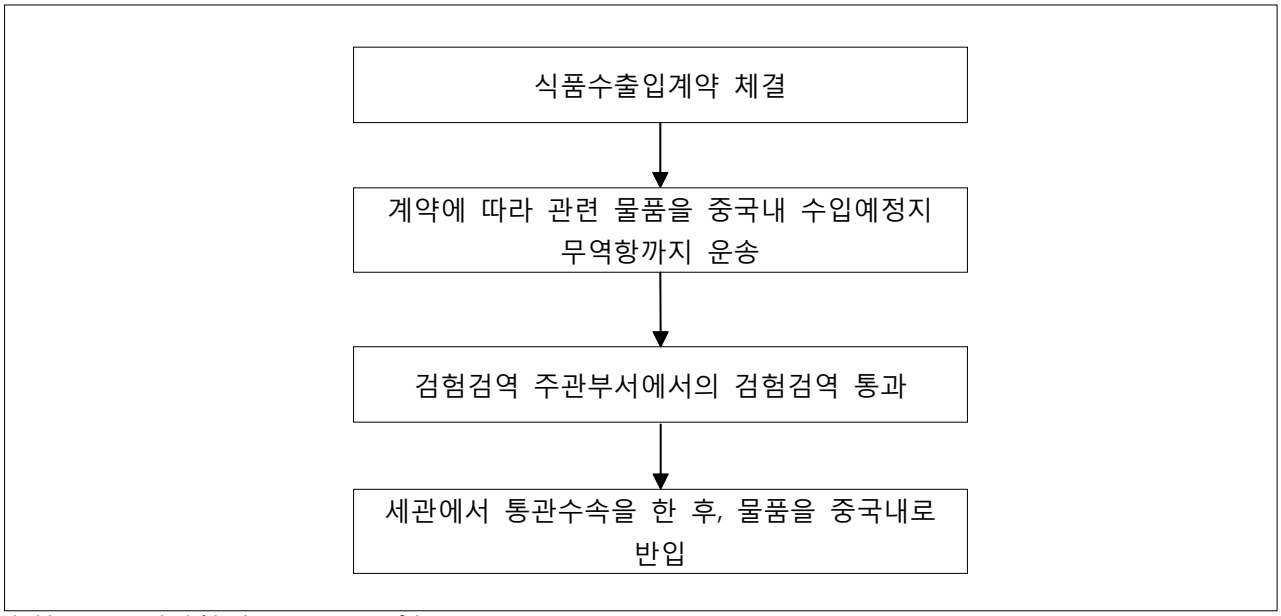
- 계약에 따라 관련 물품을 중국내 수입예정지 무역항(口岸)까지 운송

- 검험검역주관부서에서의 검험검역(檢驗檢疫)에 통과

- 세관에서 통관수속을 한 후, 물품을 중국내로 반입

□ 중국의 식품 수입하는 일반 절차는 다음과 같음

< 식품 수입 절차 >



출처 : 중국식약청 (http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0001/)

- 수입업체 또는 대리상은 통관신청서, 계약서 또는 신용장, 영수증과 포장명세서, 포장 기능표, 원산지 증명, 위생평가서류, 생산업체 합격증, 중문 라벨 샘플, 라벨 중문 번역본 등을 제출해야하며 검사검역원이 서류심사를 진행한 후 검사검역을 진행

4. 통관 유의사항

□ 소요서류

- 검험검역과 세관 신고절차에서의 소요서류는 구체 수입지역에 따라 일정한 차이가 있을 수는 있지만, 크게 다르지는 않을 것으로 사료되는바, 아래서는 북경시를 예로 들어 식품 수입 시의 관련 절차에서의 소요서류에 관하여 검토

- 검험검역 시의 소요서류

  ■ 수입물품세관신고서
  ■ 무역계약
  ■ 포장명세서(装箱单)
  ■ B/L
  ■ 운송증빙서류(货运发票)
  ■ 원산지증명
  ■ 위생평가자료
  ■ 기타 요청서류

- 한편, 예포장식품(预包装食品) 수입 시, 상기 서류를 제출하여야 하는 외에 또 아래 조건에도 부합되야함

- 물품주 또는 그 대리인이 이미 북경검험검역부서에서 수출입예포장식품표식의 등록을 하여 등록코드를 취득하였을 경우, 동 등록코드로 신고할 수 있음

- 물품주 또는 그 대리인이 북경검험검역부서에서 수출입예포장식품표식을 등록하지 않았을 경우, 신고 시, 상기 서류를 제출하는 외에, 다음과 같은 서류도 제출하여야 함: 중문표식샘플, 샘플의 번역본 및 부서에서 요구하는 기타 관련 서류. 그중, 중문표식의 샘플은 GB7718-2004(预包装食品标签通则)의 관련 규정에 따라 작성하여야 함

- 세관 통관 시의 소요서류

  ■ 수출입물품세관신고서
  ■ 发票
  ■ 무역계약

- 포장리스트
- B/L
- 적하목록(舱单)
- 세관신고대행 권한위임장
- 수출입 관련 허가증서
- 기타 서류

□ 수입 규제 제도

– 규제내용 (관세 및 비관세 규제 등)

- 해당사항 없음

□ 필수 인증

< 필수 인증 >

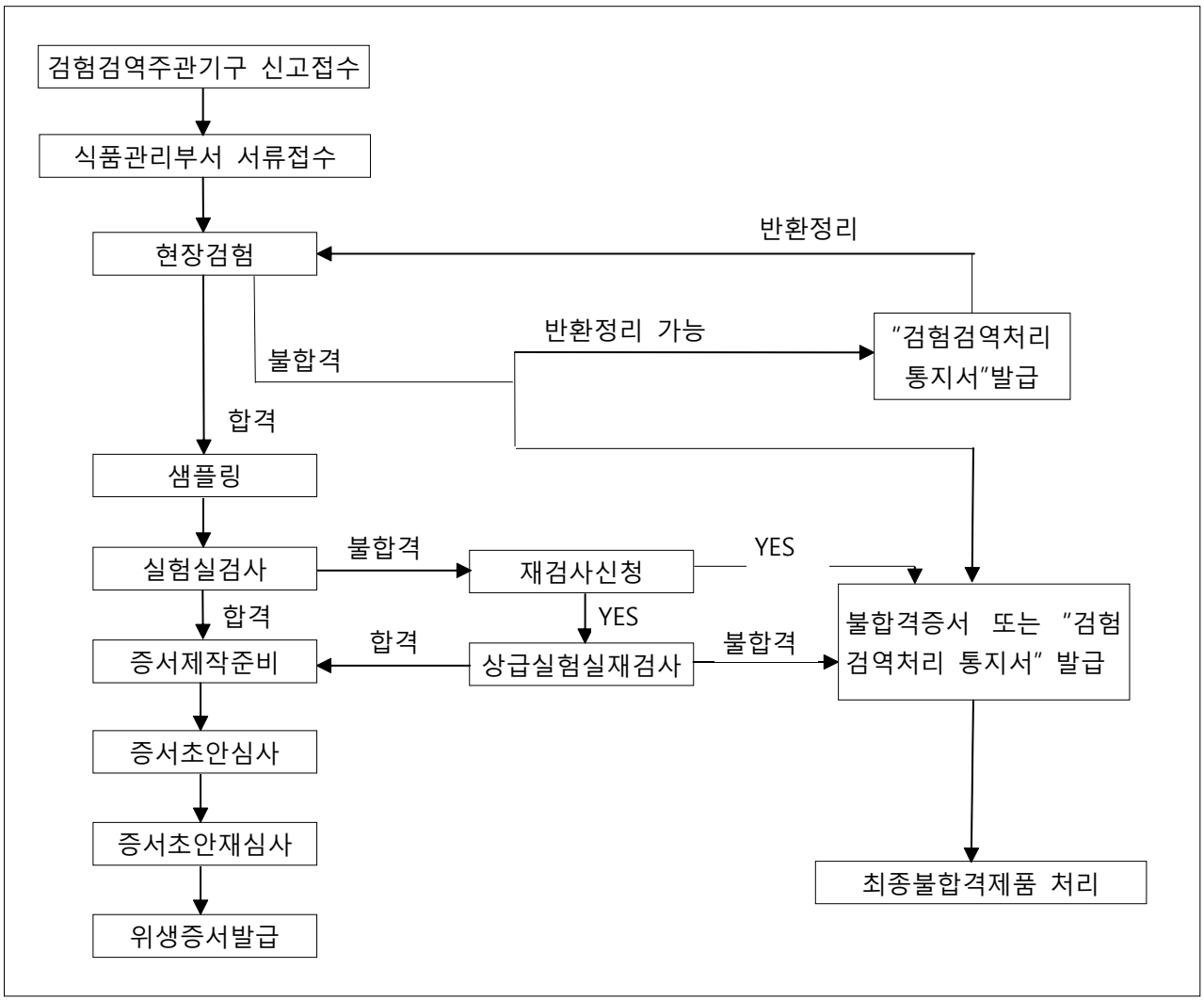
검사검역 카테고리	인증서 명칭	감독관리조건	인증서 명칭
P	수입동식물 및 동식물제품검역 (进境动植物、动植物产品检疫)	A	수입제품통관증 (入境货物通关单)
R	수입식품위행감독검증 (进口食品卫生监督检验)	B	수출제품통관증 (出境货物通关单)
Q	수출동식물 및 동식물제품검역 (出境动植物、动植物产品检疫)		

출처 : 중국식약청 (http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0001/)

Ⅵ 중국 검역 정보

1. 수입 식품의 검험검역

< 수입식품 검험검역절차 >



출처 : KATI (www.kati.net)

□ 수입 식품의 검험검역

- 검험검역범위: 수입 식품, 식품첨가제, 식품용기, 포장재료, 식품용도구 및 설비, 기타 식품과 관련된 물품

- 제출서류: "입국화물검험검역신고서", 수출입계약서, 상업송장, 포장명세서, 선하증권, 수입식품 원산지증명서, 수출국가에서 사용한 농약, 화학비료, 살초제, 훈증제 및 생산식품의 원료, 첨가제, 가공방법 등 관련 서류와 표준

□ 수입식품 관련 중국 규정

- 지난 2011년 9월 13일 중국 국가식품약품감독검험검역국은 ‘수입출식품 안전관리 방법(총국령 제 144호)’을 발표함

- 방법은 식품수입절차 및 요구기준을 상세히 명시함

- 이 방법이 시행되면 식품안전관리체계 및 식품안전평가에 대한 명확한 기준, 식품 수입 기업 등록여부, 수출상 및 대리상, 검역심사, 항구검역검사, 수령인, 안전검사, 위법기업리스트, 리콜제도 등 관리체계가 더욱 명확히 확립될 것임

- 방법은 2012년 3월 1일부터 시행됨

- 2010년 8월 9일 위생부가 발표한 ‘안전 국가표준이 없는 식품수입허가 및 관리규정’에는 중국에 처음 수입되는 식품에 대한 감독관리기준이 명시돼 있음

- 이 규정이 정의하는 ‘식품안전 국가표준이 없는 식품’이란 해외에서 생산·경영되고 수입된 전례가 없는 식품으로 중국정부가 제정한 별도의 식품안전 국가표준에 해당되지 않는 식품임

- 이러한 식품의 수입허가를 받기 위해서는 심사기관인 위생부 위생감독센터에 신청서, 배합 및 성분, 생산공정, 기업표준 및 검사방법, 기준에 부합하는 샘플 및 포장, 해외 생산허가 증명서 등을 제출해야 함

□ 식품 검사 검역 보고서의 발행 절차

< 식품 검사 검역 보고서 발행 절차 >

구분	자세한 내용
1	입국지 출입국 검사 검역국에 검사, 검역을 신고함
2	현장 검사 검역 : 식품에 농약, 화학 비료, 화학품이 뒤섞여 오염, 부패, 이물질, 곰팡이, 벌레 등이 있는지의 여부, 냉동식품의 상태, 포장 정비 정도, 위생 요구의 부한 정도 등을 살핌. 포장식품의 경우, 상표 라벨, 생산일, 유효기한, 품종, 수량 검사 등이 신청한 상황 일치하는 지를 봄. 화물의 현장 상황을 기본적으로 판단 한 후, 샘플링 조사를 실시함. 샘플의 상태를 유지하기 위해 실험실에 보냄. 수입 식품은 원칙적으로 천 분의 1의 비율로 샘플을 모으며, 품종 마다, 3개 이상 샘플을 모음

3	실험실 검사
4	검사 결과의 판정 : 국가의 법률, 법규, 규정 및 표준에 따라 현장 검역 상황, 제공된 재료와 실험실 검사 결과에 대해 종합 판정을 내림

출처 : 농수산식품 수출지원정보 (www.kati.net)

□ 소요시간 및 비용

- 중국 기관이 한국기업이 발송한 자료를 토대로 중문 라벨을 제작하는 데 일주일이 소요됨

- 일반화물이 전체 통관절차를 거쳐 운송까지 마치는데 걸리는 시간은 한달반 가량임

- 표본검사가 필요하지 않은 10여 종의 수출품은 전체 절차에 10~15일(공휴일 제외)이 소요됨

- 화물이 항구에 도착해 통관완료 약 3일, 통관 후 중문라벨검사에 열흘, 라벨 초보검사합격후 무작위추출검사에 10~15일, 위생허가증과 라벨합격증을 받는데 3일이 소요됨

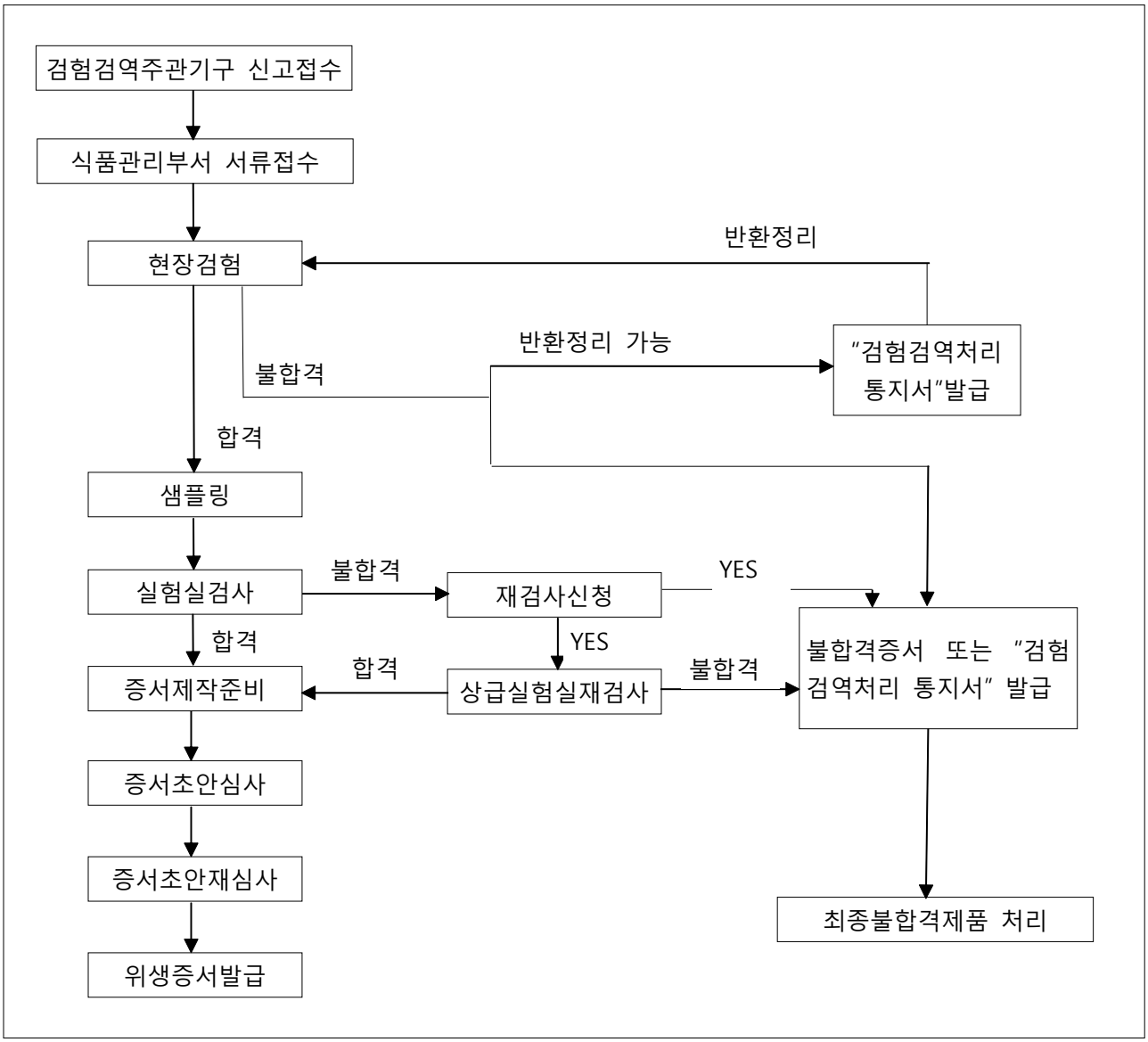
- 중국 국가발전개혁위원회와 재정부가 발표한 '수출입 검사·검역 비용방법'이 규정된 바는 다음과 같음

  - 식품 검역비용은 일반적으로 400위안을 넘지 않음
  - 수출입 식품라벨의 경우 300위안/장이며, 유효기간은 2년임
  - 통관비는 300위안임
  - 상품검사비용은 수출품 가격의 0.0045%로 부과됨
  - 컨테이너 검사비용은 400위안/20 STD(26~28㎥)임
  - 건설비, 보안비 등은 160위안/20 STD임
  - 부두사용료는 141달러/20 STD임

- 대행비의 경우 수출품 가격의 1% 내외로 책정되며, 최소 2,000위안임

2. 수출식품의 검험검역

< 수출식품 검험검역절차 >



출처 : KATI (www.kati.net)

□ 검험검역범위

– 수출식품(예를 들면: 각종 식용, 음용의 제품과 원료, 전통적 습관에 의해 약품에 포함된 식품)과 수출식품에 사용되는 식품첨가제 등

□ 제출서류

– "출국화물검험검역신고서",수출입계약서 또는 판매확인서, 상업송장, 포장명세서, 선하증권, 생산업체(가공공장, 냉장창고, 창고 등을 포함)의 위생등록 또는 등기번호

Ⅶ 중국 라벨링 정보

1. 식품 라벨 관리 규정

□ 총칙

– 본 규정은 중화인민공화국 경내에서 생산, 판매하는 식품의 라벨표기와 관리에 적용(2조)

– 본 규정의 식품라벨은 식품 혹은 포장에 부착, 인쇄, 표기하여 식품의 명칭, 품질등급, 중량, 식용 혹은 사용방법, 생산자 혹은 판매자 등 관련 정보를 나타내는 문자, 부호, 수자, 도안 및 기타 설명의 총칭(3조)

– 국가질검총국은 직책범위내에서 전국 식품라벨의 감독관리사업을 책임조직하며 현급이상 지방질량기술감독부문에서 관할지역 식품라벨 감독관리사업을 책임(4조)

□ 식품라벨의 표기내용

– 식품명칭 : 식품의 진실한 속성을 표명하는 식품명칭을 표기(6조)

< 식품명칭 표기요구 >

1. 국가표준, 산업표준이 식품명칭에 규정이 있는 경우 규정명칭을 사용
2. 규정이 없는 경우 소비자의 오해와 혼동을 불러일으키지 않는 상용명칭 혹은 속명 을 사용
3. 창신, 특이, 음역, 메이커, 지역속어, 상표 등 오해가 쉬운 식품명칭을 사용시 식품명칭 옆에 동일 글자크기로 1~2항이 규정한 명칭 혹은 분류명칭을 표시
4. 2종 혹은 이상 식품을 혼합하여 외관이 균일하여 호상 분리가 어려운 식품은 식품의 혼합속성과 분류)명칭을 반영하는 명칭을 사용
5. 동, 식물을 원료로 특정 가공공정으로 제조하여 기타 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정을 모방한 식품은 명칭 앞에 인조(人造), 모방(仿) 혹은 소(素) 등 문자를 붙여야하며 식품의 진실속성을 나타내는 분류명칭을 명시해야함

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

– 산지 : 식품 산지 표기(7조)

– 생산자&주소표기 : 법에 따라 등록, 등기한 품질책임을 감당할 수 있는 생산자명칭과 주소를 표기(8조)

< 생산자&주소 기타규정 >

1. 독자 법률책임을 감당할 수 있는 본사 혹은 자회사는 각자 명칭과 주소로 표기 2. 독자 법률책임을 감당할 수 없는 지사 혹은 생산기지는 본사와 지사 혹은 생사기지명칭, 주소 혹은 본사 명칭과 주소로 표기 3. 위탁생산으로 판매를 담당하지 않는 경우 위탁기업의 명칭과 주소로 표기, 생산허가증관리를 하는 식품은 위탁기업에 관련 생산허가증이 있어야하며 양자명칭, 주소 혹은 위탁기업의 명칭과 주소로 표기 4. 분할포장(分裝)식품은 분할포장업체의 명칭주소를 표기하고 분할포장(分裝)문자 명시

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

- 생산일자&유통기한표기 : 생산일자와 유통기한은 선명하게 표기해야하며 특수저장조건 표기. 알콜함량 10%(포함)이상 음료주, 식초, 식염, 고체설탕은 유통기한 표기면제가능. 일자표기방법은 국가표준 규정 혹은 년, 월, 일로 표기(9조)

- 정량포장식품 내용량 표기 : 고체와 액체가 각각 포함된 식품은 내용량 외 고형물 함량 표기. 내용량은 식품명칭과 동일 포장면에 표기. 내용량은 <정량포장상품계량감독관리방법> 규정에 따라 표기(10조)

- 배합원료 표기 : 배합원료는 생산가공시 사용량 순서에 따라 표기. 감미료, 방부제, 착색제를 식품에 직접 사용시 식품첨가제항목에 명칭표기. 기타 식품첨가제 사용시 명칭과 종류 혹은 코드 표기(11조)

- 집행표준 표기 : 집행한 국가표준, 산업표준, 지방표준번호 혹은 등록한 기업표준번호 표기(12조)

- 식품집행표준에 식품의 품질등급, 가공공정 표기를 요구시 식품라벨에 표기(13조)

- 생산허가증관리 식품은 식품라벨에 식품생산허가증번호와 QS마크 표기(14조)

- 비 식용제품이 혼입되어 부주의로 인체상해를 조성할 가능성이 있는 경우 식품라벨에 경고표기와 함께 중문경고설명 표기(15조)

< 중문설명을 표기해야하는 상황 >

1. 의학임상에서 특수사용자에서 쉽게 위해를 조성하는 것으로 증명된 경우 2. 이온화 방사선 혹은 이온화 에너지 처리를 한 경우 3. 유전자변형식품 혹은 법정유전자변형원료가 함유된 경우 4. 법률, 법규와 국가표준에 중문설명을 규정한 경우

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

– 명칭 혹은 설명에 <영양(营养)>, <강화(强化)> 표기시 국가표준의 관련규정에 따라 영양소와 칼로리를 표기(17조)

< 식품라벨의 표기 금지사항(18조) >

1. 질병예방, 치료작용 명시 혹은 암시
2. 비 보건식품이 보건작용 명시 혹은 암시
3. 사기 혹은 오도 방식으로 식품을 묘사 혹은 소개
4. 제품 설명서에 근거 사실을 증명하지 못하는 경우
5. 문자 혹은 도안이 민족습관을 존중하지 않거나 차별성 묘사
6. 국기, 국장 혹은 인민폐 사용
7. 기타법률, 법규와 표주이 표시를 금지하는 내용

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

< 식품라벨의 표기 위법행위(19조) >

1. 생산일자, 유통기한 위조 혹은 허위표시
2. 식품산지위조, 기타 생산자의 명칭, 주소 위조 혹은 사칭
3. 생산허가증 표기와 번호 위조, 사칭, 변조
4. 법률, 법규가 금지한 기타행위

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

□ 주의사항

– 식품라벨의 표시형식

1. 식품라벨은 식품 혹은 포장과 일체로 분리되지 말아야함(20조)
2. 식품라벨은 최소 판매단위 식품 혹은 포장에 직접 표기(21조)
3. 한 개 판매단위 포장에 부동한 품종, 다양한 독립포장 식품이 포함된 경우 매개 독립포장의 식품라벨은 본 규정에 따라 표기(22조)
4. 식품라벨은 분명하고 선명해야함(23조)
5. 식품라벨은 규범화 중문 사용, 단 상표는 제외, 식품라벨은 중문과 외국문자 동시 사용 가능하며 외국문자는 중문과 대응관계를 이루고 크기는 ≤중문, 단 등록상표는 제외(24조)
6. 식품 혹은 포장 최대표면면적>20㎠인 경우 식품라벨 강제성 표기내용의 문자, 부호, 수자의 높이는 1.8㎜보다 커야하며 최대표면면적<10㎠인 경우 식품라벨에 식품명칭, 생산자, 주소, 내용량, 생산일자와 유통기한만 표기할 수 있음, 단 법률, 행정법규가 규정한 표기내용은 규정에 따름(25조)

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

2. 수출입 정량 포장식품 라벨 검험 감독 관리 규정

□ 총칙

- 본 규정은 수출입정량포장식품라벨(설명서 포함)의 검험과 감독관리업무에 적용(2조)

- 국가질량감독검험검역총국(이하 질검총국)은 전국의 수출입정량포장식품라벨검험감독관리업무를 주관. 국가질검총국이 각 지역에 설치한 출입경검험검역기구(이하 검험검역기구)는 관할지역 수출입정량포장식품라벨검험감독관리업무를 책임(4조)

□ 라벨검험

< 처음으로 수입하는 정량포장식품 제공자료(6조) >

1. 원본 라벨 샘플과 번역본 2. 정량포장식품의 중문라벨 샘플 3. 라벨에 표기한 수입상, 경소상 혹은 대리상의 공상영업집조 사본 4. 수입정량포장식품라벨에 내용을 강조, 예로 수상, 증서획득, 법정산지, 지리표기 혹은 기타내용을 강조하거나 특수성분 함유를 강조한 경우 관련 증명자료를 제공하여야하며 영양성분 함량을 표기한 경우 부합성 증명자료를 제출 5. 첨부해야할 기타증서 혹은 증명문서

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

- 검험검역기구는 라벨에 대하여 격식, 지면검사를 진행하고 라벨의 표기내용의 부합여부 검측을 진행. 부합여부 검측은 수출입정량포장식품의 일상검험감독업무와 결합하여 진행하며 단독으로 샘플을 채취하지 않음(7조)

- 처음으로 수입하는 정량포장식품의 중문라벨은 검사합격 후 검사를 시행한 검험검역기구에서 등록증빙을 발급(8조)

< 라벨 불합격 상황(9조) >

1. 수입정량포장식품이 중문라벨이 없는 경우 2. 수입정량포장식품 격식, 지면검사결과 중국의 법률, 행정법규, 규정 및 식품안전표준요구에 부합되지 않은 경우 3. 부합여부검사결과 라벨표기내용이 부합되지 않은 경우

출처 : 중국위생부(http://www.moh.gov.cn)

- 수입정량포장식품라벨검사에서 불합격된 경우 검험검역기구는 1회적으로 수입상 혹은 대리인에게 부합되지 않은 항목의 전부내용을 고지. 안전, 건강, 환경보호 항

목 불합격 경우 수입상 혹은 대리인에 폐기처분을 명하거나 반품처리통지서를 발급하여 반품처리. 기타항목이 불합격인 경우 수입상 혹은 대리인은 검험검역기구의 감독 하에 기술처리를 진행하며 기술처리가 불가능하거나 기술처리 후 여전이 불합격인 경우 반품 혹은 폐기처리(10조)

- 처음으로 수입하여 라벨검사에서 합격한 정량포장식품은 재수입에서 라벨등록증빙과 중국어, 외국어 라벨샘플만 제출(12조)

□ 감독관리

- 국가질검총국은 정보화 플랫폼을 이용하여 수입정량포장식품라벨검사업무에 대하여 관리하며 각 지역 검험검역기구에서 구체적으로 실시하며 검사 합격된 수입포장식품라벨에 대하여 등록(14조)

- 수출입정량포장식품라벨이 검사 불합격이나 기술처리가 가능한 경우 재검사합격전까지는 검험검역기구가 지정한 장소 혹은 인가한 감독관리장소에 보관(15조)

- 각 지역 검험검역기구는 라벨검험감독관리업무에서 불합격 사례 발견 시 관련규정에 따라 국가질검총국에 보고(16조)

□ 정량포장식품라벨통칙

- 범위

- 동 기준은 소비자에게 직접 제공하는 정량포장식품라벨과 소비자에게 직접 제공되지 않는 정량포장식품라벨에 적용하며 정량포장식품을 저장 운송하는 과정 중 보호하기 위한 식품저장 표기, 벌크 식품 및 즉석판매식품의 표기에는 적용하지 않음

□ 용어의 정의

- 정량포장식품 : 정량 포장되거나 포장재 및 용기 속에 제작된 식품, 그리고 일정량의 범위 내에서 통일된 품질 혹은 부피 표기를 지니고 있는 식품을 포함

- 식품라벨 : 식품포장상의 문자, 도형, 부호와 모든 설명물

- 성분 : 제조 혹은 가공식품을 사용하는 상품에 존재(성질을 바꾼 형식존재도 포함)하는 그 어떤 물질, 식품첨가제도 포함

- 생산일자/제조일자 : 식품이 최종상품으로 되는 일자, 포장일자나 캔에 든 일자도 포함. 즉 식품 포장물 혹은 용기 중에 포장된 후 최종판매단위로 가는(완성)날짜

- 품질보증기간 : 정량포장식품라벨에 표시한 저장조건하에 품질을 보존하는 기한. 기한 내 상품은 판매에 적합하며 라벨에 설명할 필요가 없거나 이미 설명한 특수 품질을 유지함

- 규격 : 동일한 포장 안에 여러 포장식품이 들어가 있을 경우, 순함량과 내포된 개수에 관계에 대한 설명

- 주요전시면 : 소비자가 정량포장식품을 구매할 때 포장물 혹은 포장용기에서 가장 쉽게 관찰할 수 있는 면

□ 기본요구

- 정량포장식품의 모든 내용은 반드시 국가법률, 법규규정에 부합되어야 하고 관련 상품표준 규정에 부합되어야 함

- 정량포장식품 라벨의 모든 내용은 반드시 명확하고 뚜렷하고 오래 유지되어야 하며, 소비자들이 구매할 때 쉽게 알아볼 수 있어야 함

- 정량포장식품 라벨의 모든 내용은 통속적이고 이해하고 쉽고 정확하고 과학적인근거가 있어야 함. 봉건미신, 선정성과 기타식품을 헐뜯거나 혹은 과학 영양상식을 위반하는 내용을 표시해서는 안됨

- 정량포장식품 라벨의 모든 내용은 허위여서는 안되며 소비자의 오해를 불러일으키거나 기만성 문자, 도형 등 방식으로 식품을 소개해서는 안되며, 글자크기 혹은 색깔차이로 소비자의 오해를 불러일으키지 않아야 함

- 정량포장식품라벨의 모든 내용은 직접 혹은 간접적으로 암시적인 언어, 도형, 부호로 소비자들로 하여금 식품을 구매하게 하거나 모종의 성질이 다른 상품과 혼돈되게 해서는 안됨

- 예방과 치료 효과에 대한 내용을 표시하거나 암시하면 안됨. 비보건식품은 보건효과가 있다고 명시하거나 암시하면 안됨

- 정량포장식품의 라벨은 포장물(용기)과 분리되지 않아야 함

- 정량포장식품의 라벨내용은 규범화된 한자를 사용하여야 하지만 등록된 상표는 이

에 해당되지 않음

- ■ 병음 및 소수민족문자를 동시에 사용 가능하나 상응한 한자보다 크지 않아야 됨
- ■ 동시에 외국어 사용이 가능하나 한자와 상응관계가 있어야 함.(수입식품의 제조자와 주소, 외국 판매대리상의 명칭과 주소, 홈페이지 제외)모든 외국어 문자는 상응하는 한자보다 크지 않아야 함(국외등록상표 제외)

- 포장물 혹은 포장용기 최대표면 면적이 35㎠보다 클 때 강제표시 내용의 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm보다 작아서는 안됨

- 한 판매단위의 포장 안에 다른 종류, 낱개로 판매할 수 있는 독립포장이 있을 경우, 낱개포장식품마다 각각 표시하여야 함

- 외포장물을 통해 뚜렷하게 내포장물 혹은 용기상의 모든 혹은 부분 강제표시내용을 식별할 수 있을 경우 외포장물에 관련되는 내용을 중복적으로 표시하지 않아도 됨

□ 표시내용

- 소비자에게 직접 제공되는 정량포장식품 라벨 내용

- ■ 일반요구 : 식품명칭, 배합원료, 내용량, 규격, 제조상과(혹은)판매자, 주소, 연락처, 생산일자, 유통기한, 저장조건, 식품위생허가증번호, 제품기준번호와 기타 필요한 표시내용을 포함하여야 함

- 식품명칭(食品名称)

- ■ 식품라벨의 뚜렷한 위치에 명확하게 식품의 진실속성을 반영하는 전용명칭을 표시하여야 함
- ■ 국가표준 혹은 산업표준에서 이미 모 식품의 한 개 혹은 몇 개 명칭을 규정하였을 경우 그중의 하나 혹은 등효(等效) 명칭을 선택하여야 함.
- ■ 국가표준 혹은 산업표준규정에 없는 명칭을 사용할 경우 소비자가 오해하는 상용명칭 혹은 통속명칭을 사용하지 말아야 함
- ■ “새로 창조한 명칭”, “특이명칭”, “음역명칭”, “상호명칭”, “지역사투리명칭” 혹은 “상표명칭” 속에 사람들이 식품속성을 오해하는 문자 혹은 용어(단어)가 들어있을 때 표시한 명칭의 옆에 동일한 문자크기로 식품진실속성을 나타내는 전용명칭을 표시하여야 함

· 식품진실속성이 전용명칭이 문자크기로 인해 사람들이 식품속성에 오해를 가지게 하였을 경우 동일한 문자크기로 식품 진실속성의 전용명칭을 표시하여야 함. 예를 들면 '주스음료'의 '주스'가 반드시 동일한 글자크기로 하여야 함

■ 소비자들이 식품의 진실속성, 물리상태 혹은 제조방법에 대하여 오해를 가지지 않기 위하여 식품명칭 앞 혹은 식품명칭 뒤에 상응하는 단어 혹은 구절을 붙일 수 있음. 예를 들면 "건조한, 농축한, 복원한, 훈제한, 기름에 튀긴, 가루상태인, 알갱이 모양인" 등이 있음

□ 라벨링 사례

< 막걸리 등록 사례 >

중문 표기내용 : 제품명칭, 배합원료, 제품유형, 알코올도수, 원산국, 저장조건, 생산업체, 포장일자, 품질보증기한, 수입사&주소&연락처, 내용량

출처 : KATI(www.kati.net)

< 커피음료 등록사례 >

중문 표기내용 : 제품명칭, 제품류형, 배합원료표, 내용량, 원산국, 제조사, 수입사&주소&전화, 생산일자, 품질보증기한, 저장방법, 영양성분,

출처 : KATI(www.kati.net)

< 고추장 & 탄산음료 등록사례 >

	○ 중문 표기내용 – 제품명칭 – 상표 – 무색소, 방부제표기 – 내용량 – 수입표기 – 배합원료 – 원산국 – 생산일자 – 품질보증기한 – 생산업체&주소 – 수입상&주소&전화 – 주의사항 – 식용방법 – 영양성분		○ 중문 표기내용 – 제품명칭 – 제품류형 – 내용량 – 수입표기 – 배합원료 – 원산국 – 생산일자 – 품질보증기한 – 생산업체 – 수입상&주소&전화 – 영양성분

출처 : KATI(www.kati.net)

□ 라벨링규정 변동사항

– 국가품질감독검험검역총국은 2009년 10월 22일에 “식품 안전법” 과 그 실시조례 등 관련 규정에 따라 2007년 8월 27일에 발표한 “식품라벨관리규정” 을 수정

< 라벨링규정 변동사항 >

조항	수정 전	수정 후
제1조	식품라벨 감독관리를 강화, 식품라벨 표기를 규범화, 품질사기를 방지, 기업과 소비자의 합법적 권익을 보호하기 위해, “제품품질법”, “식품위생법”, “국가품질감독검험검역총국이 식품라벨관리규정을 수정할 데 관한 결정” 및 “공업제품생산허가증관리조례” 등 법률법규에 따라 본 규정을 제정함	식품라벨 감독관리를 강화, 식품라벨 표기를 규범화, 품질사기를 방지, 기업과 소비자의 합법적 권익을 보호하기 위해, “식품안전법”, “제품품질법”, “국가품질감독검험검역총국이 식품라벨관리규정을 수정할 데 관한 결정” 등 법률법규에 따라 본 규정을 제정함
제8조 제1항	식품라벨은 반드시 생산업체의 명칭과 주소를 표기해야 함. 생산업체의 명칭과 주소는 반드시 법에 따라 등록등기하고 제품품질의 책임을 부담할 수 있는 생산업체의 명칭과 주소이어야 함	식품라벨은 반드시 생산업체의 명칭, 주소와 연락방식을 표기해야 한함 생산업체의 명칭과 주소는 반드시 법에 따라 등록등기하고 제품품질의 책임을 부담할 수 있는 생산업체의 명칭과 주소이어야 함
제9조	식품라벨은 반드시 뚜렷하게 식품의 생산날짜	식품라벨은 반드시 뚜렷하게 식품의 생산날짜

제1항	와 품질보증기간을 표기해야 함	와 품질보증기간을 표기해야 하며, 관련 규정의 요구에 따라 저장조건을 표기해야 함
제9조 제2항	식품의 품질보증기간이 저장조건과 연관될 경우에 반드시 식품의 특정 저장조건을 표기해야 함. 에틸알코올의 함량이 10% 이상(10%를 포함)인 음료주, 식포, 식용소금, 고태 설탕류는 품질보증기간의 표기를 면제할 수 있음	에틸알코올의 함량이 10% 이상(10%를 포함)인 음료주, 식포, 식용소금, 고태 설탕류는 품질보증기간의 표기를 면제할 수 있음
제10조 제1항	정량포장의 식품라벨은 반드시 순함량을 표기해야 함. 고체, 액체의 2가지 상태 물질의 식품에 대해 순함량을 표기하는 외에 고형물의 함량도 표기해야 함	정량포장의 식품라벨은 반드시 순함량을 표기해야 하고, 관련 규정의 요구에 따라 규격을 표기해야 함. 고체, 액체의 2가지 상태 물질의 식품에 대해 순함량을 표기하는 외에 고형물의 함량도 표기해야 함
제11조 제1항	식품라벨은 반드시 식품의 배합원료리스트를 표기해야 함	식품라벨은 반드시 식품의 성분 또는 배합원료리스트를 표기해야 함
제11조 제4항	없음	영아와 유아, 기타 특정 소비자에게 제공하는 주식과 보조 간식은 그 라벨에 주요 영양성분과 함량도 표기해야 함
제12조	식품라벨은 반드시 기업이 적용하는 국가표준, 산업표준, 지방표준의 번호 또는 등록한 기업표준의 번호를 표기해야 함	식품라벨은 반드시 기업이 적용하는 제품표준의 코드를 표기해야 함
제26조	본 규정의 제5조 제1항을 위반하여 식품 또는 그 포장에 라벨을 부착하지 않을 경우에 기한 내에 시정할 것을 명령하며 1만 위안 이하의 벌금을 부과함	본 규정을 위반하여 "식품안전법"과 그 실시조례 등 법률법규 규정의 불법행위를 구성할 경우에 관련 법률법규의 규정에 따라 벌금을 부과함
제28조	본 규정의 제9조, 제15조를 위반하여 생산날짜와 품질보증기간, 경고마크 또는 중문 경고설명을 표기하지 않을 경우에 "제품품질법" 제54조의 규정에 따라 벌금을 부과함	본 규정의 제15조를 위반하여 경고마크 또는 중문 경고설명을 표기하지 않을 경우에 "제품품질법" 제54조의 규정에 따라 벌금을 부과함
제30조	생략	삭제

Ⅷ 중국 바이어 정보

※ 최종 바이어 리스트 및 컨택 내역은 별도 엑셀 파일(바이어 상담내역)로 첨부하였습니다.

중간보고서에 기재된 바이어 리스트와 동일하지 않은 이유는 유효성 검증 작업 등을 진행하면서 축소/변경/추가되었기 때문입니다.

※ 참고자료

- 관세청 :www.customs.go.kr
- 중소기업 수출입지원센터 : http://www.tradeok.co.kr
- GTA : http://www.tradestatistics.com/gta/
- 중국통계국 : http://www.stats.gov.cn
- 중국 타오바오 : www.taobao.com
- 제약산업정보포털 : http://epharmakorea.or.kr/
- 중국식약청 : http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0001/
- KATI : www.kati.net