

2015 농식품 해외시장 맞춤조사

중국 원두커피 시장조사



Product : Roasted Coffee Beans

Content

I. 시장통계	2
---------	---

II. 시장트렌드	10
-----------	----

III. 경쟁제품 현황	16
--------------	----

IV. 유통구조	31
----------	----

V. 통관검역	35
---------	----

VI. 관세 및 세금	47
-------------	----

VII. 인증 및 허가등록	49
----------------	----

VIII. 라벨링 및 식품첨가물	52
-------------------	----

I

시장통계

1. 글로벌 HS CODE 0901.21 품목 수입 추이
2. 중국 HS CODE 0901.21.00 품목 수입 추이
3. 중국 커피 소비 추이
4. 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장규모
5. 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장전망
6. 중국 커피 시장 기업별 점유율
7. 중국 커피 소비연령대

1. STATISTIC ANALYSIS - 글로벌 HS CODE 0901.21 품목 수입 추이

“2014년 중국 원두커피 수입 세계 30위 규모”

- 중국의 HS CODE 분류체계내의 원두커피는 ‘카페인을 제거하지 않은 볶은 커피’ 라는 속성에 따라 「0901.21.00」으로 선정하였음

< 원두커피 HS CODE 정보 >

한국	0901	커피(볶은 것인지 또는 카페인을 제거한 것인지의 여부를 불문한다)·커피의 각과 피 및 커피를 함유한 커피 대용물
	0901.2	커피(볶은 것)
	0901.21.0000	카페인을 제거하지 아니한 것
중국	0901.21.00	카페인을 제거하지 아니한 볶은 커피

출처 : 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 0901.21 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 프랑스(1,684,594,707 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 네덜란드(54.96%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 캐나다(-0.66%)

- 2014년 글로벌 HS CODE 0901.21 품목¹⁾의 총 수입액은 154억 88만 1,715 달러로 전년 대비 6.57% 증가하였으며, 주요 수입국에는 프랑스, 독일, 캐나다, 미국, 네덜란드 등이 있음

- 최대 수입국은 프랑스로, 2014년 16억 8,459만 4,707 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 7.3% 증가한 수치임
- 중국은 전년 대비 32.59% 증가한 2014년 4,674만 4,711 달러를 수입하며 글로벌 수입 추이 30위를 기록하였음

< HS CODE 0901.21 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	13,508,467,853	14,451,801,192	15,400,881,715	6.57
1 프랑스	1,312,024,642	1,569,958,715	1,684,594,707	7.3
2 독일	703,497,876	698,767,483	777,075,442	11.21
3 캐나다	688,665,958	619,234,401	615,124,356	-0.66
4 미국	614,950,000	588,579,225	597,282,926	1.48
5 네덜란드	438,047,620	303,763,028	470,711,730	54.96
30 중국	31,207,706	35,254,083	46,744,711	32.59

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

1) 국가별로 HS CODE가 일곱 번째 자리부터 상이하기 때문에, 글로벌 수입 통계는 같은 품목의 상위 범주인 HS CODE 0901.21으로 조사함

2. STATISTIC ANALYSIS – 중국 HS CODE 0901.21.00 품목 수입 추이

“중국 HS CODE 0901.21.00 수입시장, 한국 9위”

□ 2014년 중국의 HS CODE 0901.21.00의 총 수입액은 4,674만 4,711 달러로 전년 대비 32.59% 증가하였으며, 주요 수입국에는 미국, 이탈리아, 말레이시아, 영국, 스위스 등이 있음

– 중국의 최대 수입상대국은 미국으로, 2014년 1,223만 6,912 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 27.14% 감소한 수치임

– 한국은 9위로, 2014년 중국은 47만 6360 달러의 HS CODE 0901.21.00 품목을 수입하였으며 이는 전년대비 64.05% 증가한 수치임

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 0901.21.00 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 미국(12,236,912 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 말레이시아(10,706.62%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 미국(-27.14%)

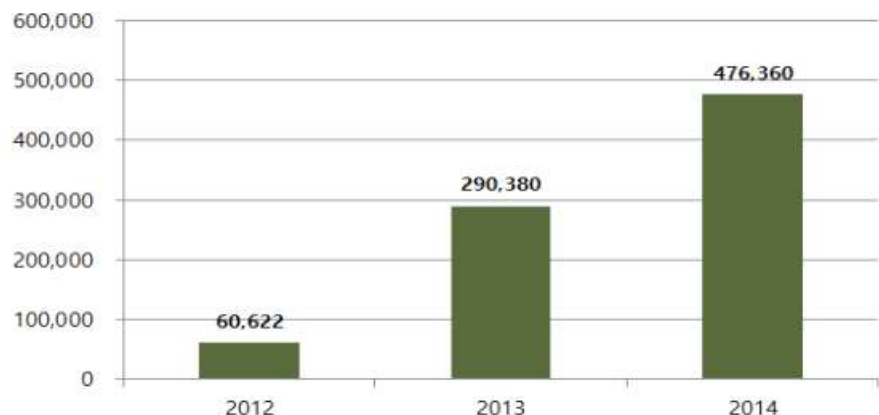
< 중국 HS CODE 0901.21.00 수입 추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	31,207,706	35,254,083	46,744,711	32.59
1 미국	18,422,247	16,795,298	12,236,912	- 27.14
2 이탈리아	3,802,281	7,205,299	11,803,574	63.82
3 말레이시아	73,485	95,760	10,348,424	10,706.62
4 영국	3,947,896	5,005,431	4,902,998	- 2.05
5 스위스	863,782	1,145,813	1,456,306	27.10
9 한국	60,622	290,380	476,360	64.05

< 중국 HS CODE 0901.21.00 한국산 수입추이 >

(단위 : 달러)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

3. STATISTIC ANALYSIS – 중국 커피 소비 추이

“지속적인 성장세의 중국 커피 소비 시장”

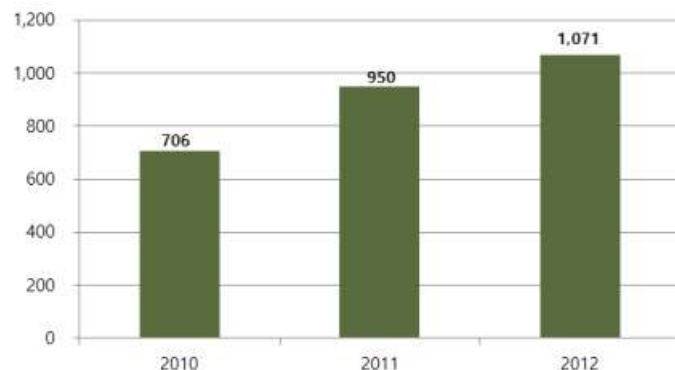
KEY INFO

중국의 커피 소비 시장은 최근 지속적으로 성장하고 있으며 큰 잠재력을 가지고 있는 것으로 판단됨

- 상하이커피교역센터에 따르면 중국의 커피 소비량은 오는 2020년 커피 소비 시장 규모가 1조 위안(약 185조원)까지 성장해 세계 최대 커피 시장이 될 것으로 전망함
- 2013년 ICO(International Coffee Organization)에서는 중국의 커피 소비 연평균 성장률이 세계의 커피 소비 연평균 성장률의 10배인 12.8%라고 보고함
- 한국의 식품 유통 미디어 ‘The buyer’ 는 커피 소비 주류계층에 대해 화이트칼라 직업군을 비롯한 중국의 상위계층 또는 중국에 거주하는 외국인이라고 밝혔음

< 중국 커피 총 소비 추이 >

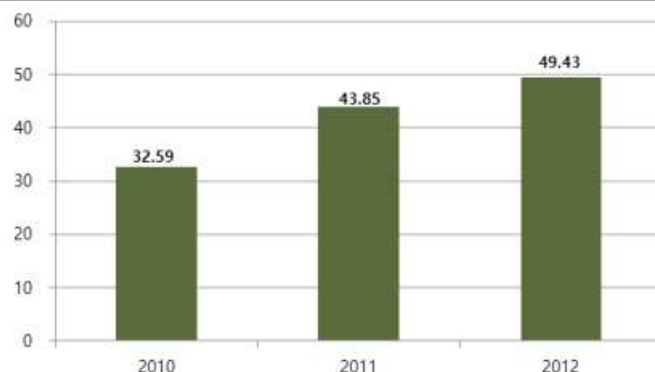
(단위 : 1,000 bags)



출처 : International Coffee Organization 2013

< 중국 인당 커피 총 소비 추이 >

(단위 : grams)



출처 : International Coffee Organization 2013

4. STATISTICS ANALYSIS – 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장규모

“안정적인 성장세를 보이는 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장”

□ 글로벌 리서치 기관 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국의 볶은 커피 및 분쇄 커피의 시장규모는 7,844만 달러로 4년 전에 비해 65.26% 증가한 수치를 기록함

– 중국의 볶은 커피 및 분쇄 커피의 시장규모는 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 연평균 성장률은 18.23%로 나타남

– 전년 대비 가장 높은 성장률을 보인 해는 2013년이며, 2012년 대비 19.24% 성장한 양상을 띠

□ 중국은 인근 아시아 4개 국가 중 세 번째로 큰 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장규모를 나타내고 있으며, 이는 4위를 기록한 한국에 비해 2배 가까이 큰 규모임

KEY INFO

2014년 아시아 4개국
볶은 커피 및 분쇄 커피
시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	일본	944.63
2	인도	133.5
3	중국	78.44
4	한국	48.14

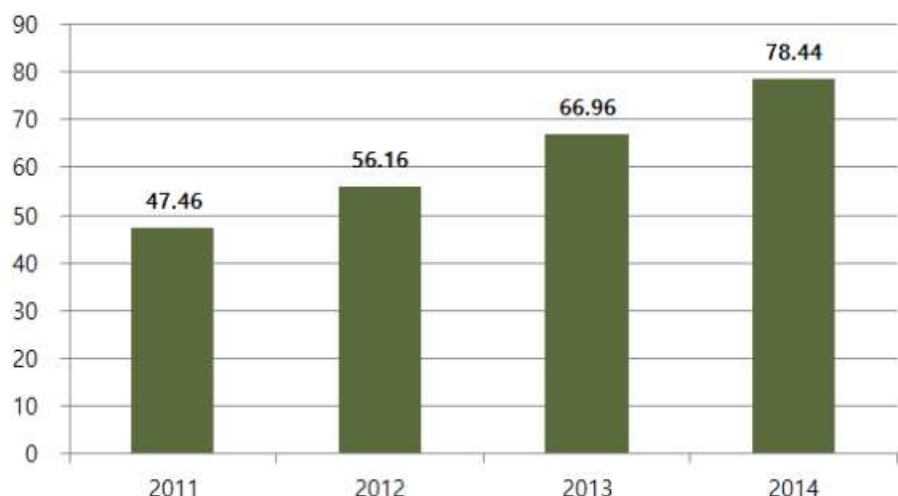
출처 : Data Monitor

< 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피의 시장규모와 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2011	2012	2013	2014	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	47.46	56.16	66.96	78.44	65.26	18.23

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5. STATISTICS ANALYSIS – 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장전망

“중국 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장, 2019년까지 성장세 이어갈 것”

□ 데이터모니터에 따르면, 2015년 중국의 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장규모는 9,122만 달러에 이를 것으로 전망됨²⁾

– 중국의 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장규모는 4년 후인 2019년에는 2015년도보다 77.21% 증가한 1억 6,166만 달러에 달할 것으로 보임

□ 중국의 볶은 커피 및 분쇄 커피 시장규모는 지속적인 성장세가 예상되고, 향후 2019년까지 15.38%의 연평균 성장률을 보일 것으로 전망됨

– 중국의 연평균 성장률 전망치는 아시아 4개국 중 가장 높은 수치를 나타내고 있음

– 4개국 중 가장 낮은 연평균 성장률 전망치를 기록한 국가는 0.20%를 나타낸 일본으로 집계됨

KEY INFO

2015 ~ 2019년 아시아 4개국
볶은 커피 및 분쇄 커피
시장규모 연평균 성장률
전망

(단위 : %)

	국가	성장률
1	중국	15.38
2	인도	4.90
3	한국	3.50
4	일본	0.20

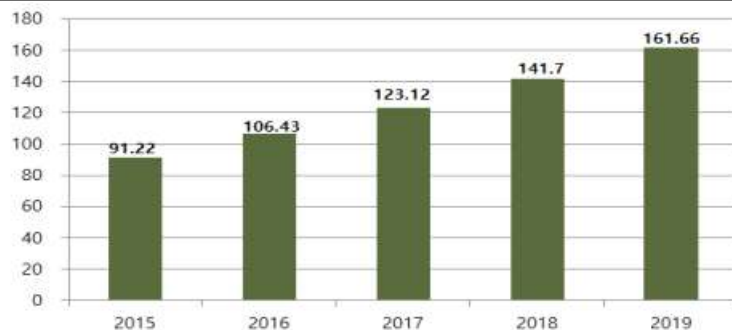
출처 : Data Monitor

< 중국 볶은 커피 및 분쇄 커피의 시장전망과 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2015	2016	2017	2018	2019	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	91.22	106.43	123.12	141.7	161.66	77.21	15.38

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

2) 2015년의 수치부터 전망치임

6. STATISTICS ANALYSIS – 중국 커피 시장 기업별 점유율

“Nestle S.A.社 중국 커피³⁾ 시장 점유율 1위”

KEY INFO

2014년 중국 커피 시장 내 점유율 1위 기업

Nestle S.A.社(64.01%)
- 1866년 설립됨
- 커피, 유제품, 생수, 과자
등을 취급하는 다국적
식품 기업임

□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국 커피 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 기업은 Nestle S.A.社로 집계됨

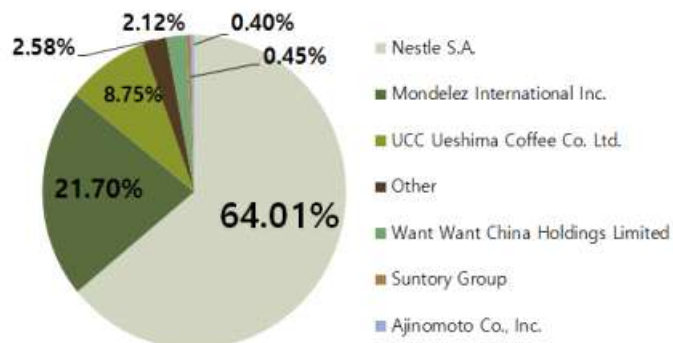
- Nestle S.A.社は 1866년 설립된 스위스 기업으로, 다양한 브랜드를 구축하여 커피 및 각종 유제품, 생수, 과자와 같은 식품들을 생산하며 전 세계 여러 국가에 활발히 수출하고 있는 다국적 식품 기업임
- 2014년 기준 중국 커피 시장 점유율 2위는 21.70%를 차지한 Mondelez International Inc.社, 3위 기업은 8.75%를 차지한 UCC Ueshima Coffee Co. Ltd.社로 파악됨

< 중국 커피 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100	100	100	100
Nestle S.A.	63.16	63.44	63.73	64.01
Mondelez International Inc.	0.00	21.31	21.51	21.70
UCC Ueshima Coffee Co. Ltd.	8.43	8.54	8.64	8.75
Other	4.50	3.82	3.20	2.58
Want Want China Holdings Limited	2.09	2.10	2.11	2.12
Suntory Group	0.40	0.41	0.43	0.45
Ajinomoto Co., Inc.	0.36	0.38	0.39	0.40

< 2014년 중국 커피 시장 기업별 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

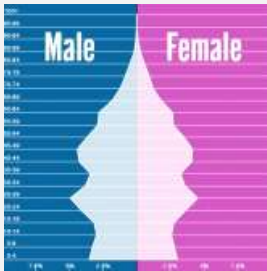
3) 관련 자료 조사를 위해 '볶은 커피 및 분쇄 커피'의 상위 분류인 '커피'로 진행함

7. STATISTICS ANALYSIS – 중국 커피 소비연령대

“중국 커피 시장, 35 ~ 44세 연령층 소비 가장 高”

KEY INFO

중국 인구 피라미드



2015년 기준 중국 인구는 약 14억 158만 6,000명이며, 35 ~ 44세 연령층은 총 인구의 15.1%를 차지하고 있는 것으로 나타남

출처 : Population Pyramid

□ 데이터모니터에 따르면, 2012년⁴⁾ 중국의 커피 소비시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 35 ~ 44세으로 파악됨

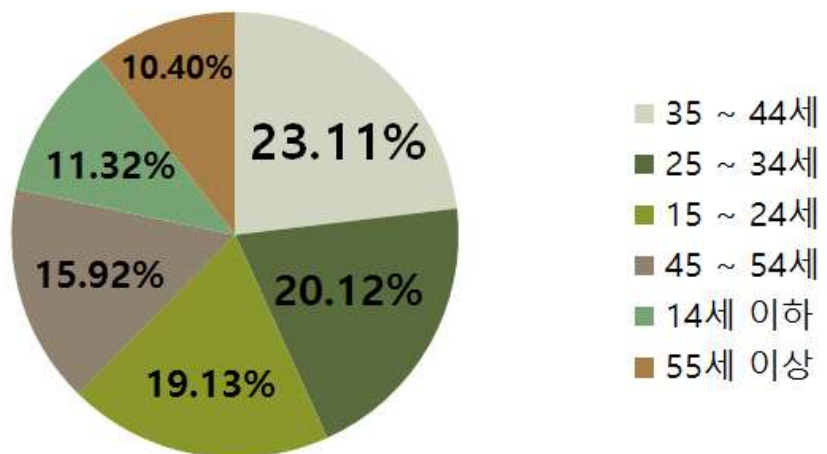
- 동년도 기준 소비 점유율 중 2위를 기록한 연령대는 25 ~ 34세로 나타남
- 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 55세 이상의 연령층으로, 10%대의 점유율을 보임

< 중국 커피 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2009	2010	2011	2012
35 ~ 44세	23.04%	23.05%	23.08%	23.11%
25 ~ 34세	20.13%	20.12%	20.12%	20.12%
15 ~ 24세	19.21%	19.17%	19.15%	19.13%
45 ~ 54세	15.94%	15.94%	15.93%	15.92%
14세 이하	11.32%	11.32%	11.32%	11.32%
55세 이상	10.36%	10.40%	10.39%	10.40%

< 2012년 중국 커피 시장 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4) Data Monitor(www.datamonitor.com) 내 가장 최신 수치를 인용함

II

시장트렌드

1. 한눈에 보는 중국 커피 시장트렌드
2. 중국 커피 시장 이슈

1. MARKET TREND - 한눈에 보는 중국 커피 시장트렌드

KEY NEWS 1

- ✓ 중국은 차를 즐기는 문화를 가지고 있어 커피 시장 규모가 아직 크지 않음
- ✓ 리서치 전문 기관 Euromonitor에 따르면 최근 커피 판매량이 크게 성장하며 큰 잠재수요를 보이고 있음

KEY NEWS 2

- ✓ 인스턴트커피, 원두커피, RTD커피로 이루어진 중국의 커피 시장은 인스턴트커피가 72%에 달하는 압도적인 점유율을 차지하고 있음
- ✓ 최근 소비자의 소득과 삶의 질이 상승하며 고급 커피인 원두커피에 대한 관심이 높아지는 추세임

KEY NEWS 3

- ✓ 인스턴트커피의 시장 점유율이 점점 하락하여 2019년 66%까지 떨어질 것으로 전망
- ✓ 인스턴트커피가 하락하는 이유로는 증가한 원두커피의 수요와 포화된 인스턴트커피 시장 등으로 분석됨

KEY NEWS 4

- ✓ 중국 내 커피 전문점이 베이징, 상하이, 광저우 등 대도시를 중심으로 빠르게 늘어나며 강세를 보이고 있음
- ✓ 스타벅스, UBC 커피, 코스타 커피 등의 외국 커피 전문점이 인기가 있음

KEY NEWS 5

- ✓ 포화된 한국 커피 시장을 떠나 잠재력이 큰 중국 시장으로 진출하는 한국 커피 프랜차이즈 기업들이 늘고 있는 추세임

Marketing Point 1

- ✓ 커피의 맛과 향을 중요하게 생각하는 소비자 트렌드를 겨냥해, 좋은 품질의 원두를 제공하여 인스턴트커피나 RTD커피와의 차별화가 필요할 것으로 보임

Marketing Point 2

- ✓ 엘리트적인 분위기와 향상된 삶의 질을 추구하는 커피 소비자들에게 고급커피로서의 이미지 소구를 노려 볼 것을 추천함

2. MARKET TREND - 중국 커피 시장 이슈

“중국 커피 시장 주요 현황”

- 차를 마시는 문화를 가지고 있는 중국의 커피 시장은 현재 세계 시장 규모의 0.6%에 불과하지만 그 커피 소비량이 매년 15%, 1인당 커피 소비량은 30%이상씩 증가하고 있어 2020년에는 미국에 이은 세계 2대 커피시장으로 부상할 전망이다
- 중국에서 현재 시판되고 있는 커피의 종류로는 크게 인스턴트커피, 원두커피, RTD커피가 있다.
- 가장 인기 있는 커피유형으로 인스턴트커피를 꼽을 수 있으며 한국농수산식품유통공사의 ‘2013년 중국내력지역수출시장 중국편’ 보고서에 의하면 그중에서도 설탕과 크림이 섞인 인스턴트커피인 ‘3 in 1’ 제품이 중국 소비자들의 가장 선호하는 커피맛으로 조사됨
- RTD(Ready To Drink)커피는 캔과 컵으로 된 커피제품으로 구입 즉시 마실 수 있는 커피를 말함
- 중국의 커피 소비자는 대략 2억 5,000만 명으로 세계 최대 커피 소비국인 미국과 동일한 수치를 기록하고 있으며, 최근 중국의 커피 소비자들의 취향이 고급화되면서 원두커피의 소비가 증가하고 있음
- 유럽 선진국들의 커피 소비량은 매년 1인당 500 ~ 1,000잔 사이인 반면 중국은 4 ~ 5잔 내외에 불과하며, 커피 시장 규모의 잠재력이 매우 큼
- 전체 커피시장 규모에서 10%를 차지하고 있는 원두커피는 현재 높은 비중을 점유하고 있지 않지만, 작년 대비 그 판매량이 22% 증가하였으며, 한동안 계속 성장할 것으로 전망함

KEY INFO

중국 커피 시장 특징

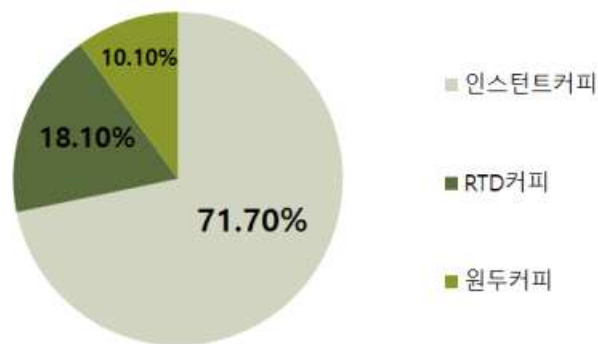
현재 가장 인기 있는 커피 유형은 인스턴트커피지만 원두커피가 가파른 상승세를 보이고 있음

“인스턴트커피의 하락세와 원두커피의 상승세”

- 한국 뉴스 포털사이트 헤럴드경제의 ‘중국 커피 시장, 인스턴트에서 고급화로 틈새 노려야’ 기사에 따르면 현재 중국 커피시장 점유율은 인스턴트커피가 71.7%, 원두커피와 RTD커피가 각각 10.1%, 18.1%를 차지함
- 그러나 영국의 시장조사 기관 Mintel에서는 향후 중국 인스턴트커피의 시장 점유율은 하락해 2019년에 현재보다 5% 하락한 66%에 머무를 것이라고 전망함
- 중국 인스턴트커피 시장 성장이 부진한 원인으로는 원두커피 소비량 및 커피 전문점의 증가와 하겐다즈, KFC등 대형 브랜드의 인스턴트커피 시장 진출로 인한 시장 포화 상태 등으로 분석됨

< 중국 커피 시장 점유율 >

(단위 : %)



출처 : 중국망(www.china.com.cn)

KEY INFO

커피의 맛과 향을 중시하는 소비자의 대세에 따라 저렴하고 낮은 퀄리티의 인스턴트커피보다 고급 원두커피의 수요가 증가하고 있음

- 최근 중국에서 원두커피를 찾는 소비자가 늘면서 2014년 인스턴트커피 판매량은 6.6% 증가한 반면, 원두커피 판매량은 22.1% 증가함
- 연합조보(联合早报)의 설문조사에 따르면, 응답자의 72%가 커피를 선택할 때 맛과 향을 중시하는 것으로 나타나 고급 커피에 대한 수요가 늘고 있는 것으로 파악됨

“고급 커피의 인기와 함께 원두커피 소비 증가”

KEY INFO

최근 중국 소비자들의 고급 커피에 대한 관심이 증가함에 따라 신선한 원두커피의 소비가 증가함

- 소비자의 수입이 증가하고 삶의 질이 향상됨에 따라 기존 압도적인 비율로 차지하고 있던 인스턴트커피 위주의 시장에서 고급 커피에 대한 관심도가 증가함
- 중국의 뉴스 매체 중국망(中国网)의 설문조사에 따르면, 응답자의 65%가 ‘커피를 자주 마신다’고 대답했으며, 이 가운데 47%는 인스턴트커피를, 30%는 원두커피를 즐겨 마신다고 응답함
- 이와 같이 시장 대부분의 소매 판매가 인스턴트커피 위주였지만, 최근 커피 전문점의 증가와 커피를 즐기는 문화가 발달하면서 신선한 로스트 커피의 성장이 두드러짐
- 현재 커피 전문점은 베이징, 상하이, 광저우 등 경제적으로 여유가 있고 해외 문화의 유입이 빠른 도시들을 중심으로 매년 25% 증가하고 있음

< 2014년 기준 중국 진출 주요 외국 커피 전문점 >

(단위 : 개)

순위	기업	점포 수	국적
1	UBC 커피	1,300	대만
2	스타벅스	1,164	미국
3	카페베네	457	한국
4	코스타 커피	324	영국
5	마나베	221	일본

< 중국 점포 수 1위 외국 커피 전문점인 UBC 커피 >



출처 : International Coffee Brand(<http://www.guojicoffee.com/>)

“한국 프랜차이즈 커피 전문점들의 중국 진출”

KEY INFO

잠재 수요가 많은 중국의 커피 시장을 공략한 한국 프랜차이즈 커피 전문 기업들의 진출이 활발하게 이루어지고 있음

- 최근 급성장하고 있는 중국의 커피 시장을 공략하기 위한 국내 커피 프랜차이즈 업체들의 중국 시장 진출이 활발하게 진행되고 있음
 - 한국 프랜차이즈 커피 업체들의 중국 진출 요인으로는 중국의 잠재 수요에 주목했다는 점, 성공 전략으로는 다양한 이미지 구축을 통한 현지화에 주력하는 점으로 분석됨
 - 한국무역협회에 따르면 국내 프랜차이즈 커피 업체들의 중국 매장 숫자는 2014년 9월 말 기준 700개에 이르는 것으로 보고되며 업체별로는 2012년 중국에 진출한 카페베네의 현지 매장이 2015년 초 기준 600개에 달하며 가장 많음
 - 주커피 · 할리스 커피 · 더 카페 카카오 · 망고식스 · 투썸 플레이스 등의 국내 브랜드들 역시 10 ~ 100개씩 매장을 운영 중임
- 한국 프랜차이즈 커피 업체들은 중국 현지의 기업과 마스터프랜차이즈(MF; Master Franchise)계약을 통해 진출해 비용부담을 줄인데다 한류를 적절히 활용하면서 중국 시장에 빠르게 안착하고 있음
 - 마스터프랜차이즈는 가맹사업자가 가맹희망자에게 일정 지역 내 가맹점 운영권을 판매할 수 있는 권리를 부여하는 것으로, 중국 현지기업과 손을 잡고 그들의 관리 하에 해외 진출하여 실패에 대한 부담을 줄일 수 있음
 - 한류 드라마의 열풍은 중국 젊은 소비자들이 한국 커피전문점에 친근함을 느낄 수 있게 돕는 역할을 하며 여러 한류 스타를 광고 모델로 채용하는 등 그 방법을 다양하게 활용할 수 있음

시장트렌드 출처

- 錢江晚報(<http://qjwb.zjol.com.cn>)
- Euromonitor(www.euromonitor.com)
- 한국무역협회(<http://www.kita.net>)
- International Coffee Organization(<http://www.ico.org>)
- 헤럴드경제(<http://biz.heraldcorp.com>)
- Mintel(<http://www.mintel.com>)
- 聯合早報(<http://www.zaobao.com.sg>)

III

경쟁제품 현황

1. 중국 방문매장 정보
2. 중국 원두커피 경쟁제품 가격현황
3. 중국 현지방문 매장 담당자 인터뷰
4. 중국 현지 조사 결과

1. PRODUCT INFORMATION - 중국 방문매장 정보

SHOP #1. Ole'超市(港汇店)

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 원두커피 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +86-21-64470007			
	Add : 徐汇区虹桥路1号港汇恒隆广场B1楼(华山路口)			
기업 정보	규모	- 중국 현지 내 서브점포까지 총 31개 매장 - 베이징, 상하이, 광저우 등 17개 도시에 28억 위안 매출 달성		
	- 2004년 심천에 설립, 중국 국유 유통업체인 화룬집단(华润集团 huárùnjítuán)의 고급 슈퍼마켓 체인점으로 일반 슈퍼마켓에서 볼 수 없는 특색 있는 상품과 수입제품을 다양하게 선보임 - 수입제품이 많아 고소득층 중산층 고객을 주 타겟으로 함			
매장 정보	- 일반 슈퍼마켓과 달리 고급 소비자와 외국인 소비자의 비중이 높음			
인터뷰 내역	“원두커피 자체는 인기상품이 아니지만, 최근 들어 첨가제 함량이 많은 인스턴트커피보다 원두커피가 건강에 더 좋다고 생각해 구매하는 사람이 점점 많아지고 있다.” -판매사원 Ms.赵			

SHOP #2. 百盛购物中心超市

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 원두커피 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +86-21-64153957			
	Add : 上海市黄浦区淮海中路918号			
기업 정보	규모	- 중국에서는 1994년 베이징의 첫 점포를 시작으로 37개 주요 도시에 위치한 최고의 백화점 중 하나임 - 전 세계 123개의 점포를 가지고 있음		
	- 말레이시아계 기업인 라이온社소속 백화점으로, 말레이시아를 비롯해 중국, 베트남 등에 지점을 둔 아시아 최대의 유통 및 쇼핑 체인이며 명품 브랜드들이 많이 입점해 있는 최고급 백화점 중 하나임			
매장 정보	- 고급 백화점 내 식품 매장으로 수입 식품 및 고가의 제품들이 많음			
인터뷰 내역	“주로 마셔오던 맛을 찾아 구매하는 고객이 많고 보통 씹쓸하며 향기로운 커피가 인기 있다. 중국인에게 익숙한 커피 입맛을 파악하는 것이 중요한 것 같다.” -판매사원 Ms.王			

SHOP #3. City' Super(环贸广场店)

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 원두커피 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +86-21-501209881			
	Add : 上海市卢湾区淮海中路999号环贸广场一期B1层			
기업 정보	규모	- City' Super와 LOG-ON, CookedDeli 세 가지 브랜드 매장을 홍콩 내 20개, 중국 상하이 7개, 대만에 6개 가지고 있음		
	- 1996년 City Super社에서 오픈한 럭셔리, 웰빙 컨셉의 슈퍼마켓으로 다소 높은 가격이나 다양한 품목을 구비하고 있음			
매장 정보	- 음식 애호가들을 타겟으로 고급 수입 식재료를 취급함			
인터뷰 내역	“커피보다는 차를 즐겨 마시는 중국인들의 특성상 판매가 많이 이루어지지 않고 있으며 너무 쓴 맛을 좋아하지 않는 고객이 많다.”			
-판매사원 Ms.郑				

SHOP #4. 家乐福(南方店)

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
	< 매장 내 원두커피 판매대 전경 >			
Contact Point	Tel : +86-21-64128056, +86-21-64132138			
	Add : 闵行区 沪闵路7388号南方商城2-3楼			
기업 정보	규모	- 전 세계에서 두 번째로 큰 유통 기업으로, 35개국에 약 11,900개의 점포를 가지고 있음 - 중국 현지 내 25개 도시에 109개 점포를 오픈함		
	- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점을 비롯한 다양한 채널을 통해 전 세계에서 연간 1,000억 유로의 매출을 올리고 있음 - 1995년 중국에 오픈해 철저한 현지화 전략을 통해 성공적인 정착을 함			
매장 정보	- 규모가 큰 업체로 모든 식품류를 포함, 생활 전반적으로 필요한 다양한 물품들을 제공함			
인터뷰 내역	"원두커피는 그 특성상 인스턴트커피에 비해 편리성이 떨어지기 때문에 인기가 적은 것 같다. 매장 내 원두커피는 인기 있는 상품이 아니며 아직까지는 인스턴트커피의 판매가 많다." -판매사원 Ms.陈			

SHOP #5. COSTA COFFEE(友谊商城店)

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 원두커피 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +86-21-64122191			
	Add : 上海市闵行区沪闵路7388号友谊百货1层			
기업 정보	규모	- 전 세계 30개국에 약 2,900개의 점포를 오픈했고 영국 1,755개 레스토랑에 납품 및 3,500개 이상의 커피 자판기를 소유하고 있음 - 2006년 중국 진출 이래 현지 내 약 300개의 매장을 오픈함		
	- 1971년 런던에서 설립돼 영국에 본사를 두고 있는 다국적 커피 전문점으로 세계적으로 2위, 영국 내에서 1위의 커피 프랜차이즈 기업임			
매장 정보	- 일반적인 커피 전문점의 형태로 작은 커피 원두제품 판매 섹션을 가지고 있음			
인터뷰 내역	“원두커피 판매는 주로 매장에서 커피를 즐기는 단골손님들을 대상으로 이루어지는 편이다.” - 카페 스태프			

SHOP #6. 星巴克咖啡黄浦新苑店

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 원두커피 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +86-21-63526369			
	Add : 黄浦区西藏南路1118号			
기업 정보	규모	- 전 세계 60여 개국 20,000개 이상의 매장을 보유하고 있음 - 중국 현지 내 90개 이상의 도시에서 약 1,700개의 점포를 오픈함		
	- 세계 1위의 커피 프랜차이즈 전문점으로 1971년 미국에서 설립된 이래 현재 매출액 약 150억 달러를 기록하고 있음			
매장 정보	- 일반적인 커피 전문점 매장으로 자체의 커피 원두를 판매하고 있음			
인터뷰 내역	“다양한 종류의 원두를 판매하고 있지만 그 중 매장에서 사용하는 것과 같은 원두의 판매가 압도적인 비율로 이루어지고 있으며 고객들은 향기롭고 달콤한 맛이 나는 커피를 선호한다.” -카페 매니저 Ms.夏涵斐			

2. PRODUCT INFORMATION – 중국 원두커피 경쟁제품 가격현황

중국 Ole'超市(港汇店) 마트 가격 현황 (2015년 10월 19일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Roasted Coffee Beans					
牙买加蓝标沃伦 芬蓝山烘培咖啡 豆	Jamaica Standard products Co.,Ltd	자메이카	113g	218위안 (g당 약 1.92위안)	
太平洋早餐拼配 咖啡豆	Pacific coffee Co.Ltd	미국	250g	88위안 (g당 약 0.35위안)	
ILLY咖啡豆	Illycaffè s.p.a.	이탈리아	250g	99위안 (g당 약 0.39위안)	
乐维萨欧罗金咖 啡豆	LUIGI LAVAZZA S.P.A.	이탈리아	250g	88위안 (g당 약 0.35위안)	
阿切加瑶阿拉比 卡咖啡豆	Java Coffee & Tea Co.	인도네시아	150g	118위안 (g당 약 0.78위안)	

2015년 10월 19일 기준 1 위안(CNY) = 175.80원

중국 百盛购物中心超市 마트 가격 현황 (2015년 10월 19일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Roasted Coffee Beans					
牙买加蓝标沃伦 芬蓝山烘培咖啡 豆	Jamaica Standard products Co.,Ltd	자메이카	113g	198위안 (g당 약 1.75위안)	
ILLY咖啡豆	Illycaffè s.p.a.	이탈리아	250g	108.5위안 (g당 약 0.43위안)	
魔克经典浓缩风 味咖啡粉	CAFFE MOAK S.P.A	이탈리아	250g	75위안 (g당 약 0.3위안)	
乐维萨意式浓缩 咖啡粉	LUIGI LAVAZZA S.P.A.	이탈리아	250g	89.9위안 (g당 약 0.35위안)	
卡拉莉斯意大利 浓缩咖啡(紫标)	意大利金杯咖啡 有限公司	이탈리아	250g	110위안 (g당 약 0.44위안)	

중국 City' Super(环贸广场店) 마트 가격 현황 (2015년 10월 19일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Roasted Coffee Beans					
ILLY咖啡豆	Illycaffe s.p.a.	이탈리아	250g	110위안 (g당 약 0.44위안)	
极睿培炒系列咖啡	极睿咖啡(北京)有限公司	케냐	250g	135위안 (g당 약 0.54위안)	
爱妮庄园咖啡(焙炒咖啡豆)	普洱桑菜特咖啡有限公司	중국 운남	500g	100위안 (g당 약 0.2위안)	
楠榜罗布斯塔咖啡豆	Artcofie	인도네시아	150g	108위안 (g당 약 0.72위안)	
悠诗诗综合咖啡豆	UCC上岛咖啡株式会社	일본	360g	105위안 (g당 약 0.29위안)	

중국 家乐福(南方店) 마트 가격 현황 (2015년 10월 19일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Roasted Coffee Beans					
“金盞”橙标意大利特浓咖啡豆	意大利金杯咖啡有限公司	이탈리아	500g	99.9위안 (g당 약 0.19위안)	
乐家精选阿拉伯咖啡粉	LEGAL LE GOUT SAS	프랑스	250g	135위안 (g당 약 0.54위안)	

중국 COSTA COFFEE(友谊商城店)카페 가격 현황 (2015년 10월 19일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Roasted Coffee Beans					
意式香浓咖啡豆	COSTA Limited	영국	250g	118위안 (g당 약 0.47위안)	

중국 星巴克咖啡黄浦新苑店 카페 가격 현황 (2015년 10월 19일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Roasted Coffee Beans					
星巴克周年纪念 综合咖啡豆	美国星巴克	미국	250g	105위안 (g당 약 0.42위안)	
星巴克首选综合 咖啡豆	美国星巴克	미국	250g	85위안 (g당 약 0.34위안)	
星巴克肯亚咖啡 豆	美国星巴克	미국	250g	95위안 (g당 약 0.38위안)	
星巴克维罗纳咖 啡豆	美国星巴克	미국	250g	85위안 (g당 약 0.34위안)	
星巴克浓缩烘培 咖啡豆	美国星巴克	미국	250g	85위안 (g당 약 0.34위안)	

3. PRODUCT INFORMATION - 중국 현지방문 매장 담당자 인터뷰

※ 중국 Ole'超市(港汇店) 원두커피 판매 담당자 인터뷰

☐ 원두커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 원두커피는 매장에서 인기 있는 상품은 아니지만 전에 비해 찾는 고객이 점점 많아지는 추세이다. 원두 자체 보다는 조금 더 편리하게 마실 수 있는 원두 믹스 제품이 더 인기가 있다.

☐ 수입산 원두커피 제품의 비율과, 고객들이 선호하는 원두커피 제품은 어느 것인지

- 이탈리아 70%, 자메이카 20%, 기타(독일, 프랑스, 일본, 인도네시아) 10%이며, 아라비카 함량이 높은 원두를 선호한다.

☐ 어떤 판매 전략이 효과적일 것이라고 생각하는지

- 인스턴트커피보다 건강에 좋은 원두커피의 장점을 부각시켜야 하며, 소비자가 원하는 맛을 잘 파악해야 할 것 같다. 시음 후 구매로 이어지는 경우가 많다.

※ 중국 百盛购物中心超市 원두커피 판매 담당자 인터뷰

☐ 원두커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 인기가 좋은 편이며 Blue Mountain의 판매가 특히 높다.

☐ 수입산 원두커피 제품의 비율과, 고객들이 선호하는 원두커피 제품은 어느 것인지

- 이탈리아 70%, 자메이카 20%, 일본 10%이며, 쓰고 향기로운 맛의 커피를 좋아한다. 주로 마시던 커피를 구매하며 아라비카 함량이 높은 것을 선호하는 손님들이 많다.

☐ 어떤 판매 전략이 효과적일 것이라고 생각하는지

- 중국은 사람들이 지역별로 입맛이 다르기 때문에 이에 맞는 판매 제품의 세분화가 이루어져야 할 것 같다.

※ 중국 City' Super(环贸广场店) 원두커피 판매 담당자 인터뷰

☐ 원두커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 인기가 별로 없다. 커피보다 차를 더 많이 구매한다.

☐ 수입산 원두커피 제품의 비율과, 고객들이 선호하는 원두커피 제품은 어느 것인지

- 이탈리아 80%, 인도네시아 20%이며, 시식 후 커피가 너무 쓰다고 구매하지 않는 경우가 있다.

☐ 어떤 판매 전략이 효과적일 것이라고 생각하는지

- 매장 내 좋은 위치를 잘 선점하여 판매하는 것이 중요하다.

※ 중국 家乐福(南方店) 원두커피 판매 담당자 인터뷰

☐ 원두커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 인스턴트커피에 비해 좋지 않다. 찾는 사람이 많지 않은 편이다.

☐ 수입산 원두커피 제품의 비율과, 고객들이 선호하는 원두커피 제품은 어느 것인지

- 이탈리아 50%, 프랑스 50%이며, 판매가 잘 이루어지지 않아 선호도를 파악하기 힘들다.

☐ 어떤 판매 전략이 효과적일 것이라고 생각하는지

- 마시기 편리하게 구성될 필요가 있는 것 같다.

※ 중국 COSTA COFFEE(友谊商城店) 카페 스태프 인터뷰

☐ 원두커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 카페의 단골손님들에게 판매가 종종 이루어지는 편이다.

☐ 수입산 원두커피 제품의 비율과, 고객들이 선호하는 원두커피 제품은 어느 것인지

- 본사에서 유통되는 제품 意式香浓咖啡豆 하나만 취급, 판매하고 있다.

☐ 어떤 판매 전략이 효과적일 것이라고 생각하는지

- 커피 맛과 종류가 다양한 것이 좋다.

※ 중국 星巴克咖啡黄浦新苑店 카페 매니저 인터뷰

☐ 원두커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 매장에서 사용되는 원두와 같은 제품의 판매가 주로 이루어지고 있다.

☐ 수입산 원두커피 제품의 비율과, 고객들이 선호하는 원두커피 제품은 어느 것인지

- 모두 미국산을 사용하고 있으며 Medium Roast 커피 House Blend와 Kenya, Dark Roast 커피 Cafe Verona와 Espresso Roast 중 Espresso Roast의 판매가 압도적이다.

☐ 어떤 판매 전략이 효과적일 것이라고 생각하는지

- 계절성 한정 상품이나 다양한 종류의 원두에도 불구하고 한 가지 제품의 판매가 압도적인 것으로 보아 소비자들은 익숙한 맛을 찾아 구매하는 경향이 높은 것 같다. 새로운 시도 보다는 소비자들이 익숙해진 맛을 찾는 것이 중요한 것 같다.

4. FIELD RESEARCH RESULTS - 중국 현지조사 결과

※ Summary

- 수입산 원두커피 제품은 이탈리아산의 비중이 가장 높은 것으로 보이며 이 밖에는 자메이카, 프랑스, 인도네시아, 일본 등이 있다.
- 특유의 편리성으로 인해 인스턴트커피의 판매가 원두커피에 비해 현저히 높지만 인스턴트커피는 건강에 좋지 않다는 인식이 퍼지면서 원두커피의 인기가 점점 높아지고 있다.
- 원두커피를 구매하는 소비자들은 주로 평소에 습관적으로 마시던 원두를 찾아 구매하는 경향이 높다.
- 넓은 대륙의 특성상 지역별로 소비자들의 입맛 또한 다르므로 이를 파악하는 것이 중요하다.
- 중국의 커피시장은 커피 브랜드간의 경쟁뿐만 아니라 차나 음료수와 같은 대체 상품과의 경쟁이 매우 치열하다. 게다가 탄산음료나 주스는 커피에 비해 가격이 훨씬 저렴하기 때문에 소비자의 구매 결정에 있어서 가격이 중요한 요인이 될 수 있다.
- g당 가격은 0.19위안부터 1.92위안으로 매우 다양하게 분포되어 있다.

IV

유통구조

1. 중국 커피 유통구조 및 현황
2. 중국 커피 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 커피 유통구조 및 현황

“유통채널이 다양해지고 있는 중국의 커피 시장”

INTERVIEW

"커피 원료 및 가공원두 제품을 호텔 및 식품매장, 오락실 등에 납품하고 있다"

- Mr. Rao
(금비카식품무역회사
담당자)

- 일반적으로 중국의 수입상이나 에이전트를 거쳐 수입된 후에 소매점으로 유통되어 소비자에게 전달되는 경로
- 중국 내에서 커피의 주요 유통채널은 일반 음료와 비슷하여 대부분 대형마트, 백화점, 편의점 등이며 최근에는 스타벅스, 맥도날드, UBC 커피 등 커피 전문점들을 통해 많이 유통되고 있음
- 커피 원료 및 가공원두 제품이 오락편의시설에 납품되기도 하며, 소비되는 채널이 점점 다양화되고 있음

KEY INFO

중국 커피의 오프라인 유통 경로는 수입상이나 한인 벤더를 통해 소매업체를 거쳐 소비자에게 전달되는 경로와 카페를 통해 독자적인 레스토랑 및 커피 전문점으로 전달되는 경로 두 가지로 나뉨

- 중국 수입업체는 유통 관련 인프라가 열악하므로 바이어와 충분한 소통을 거쳐 신뢰할만한 업체를 선택해야 하는 것이 중요함
- 카페를 통해 레스토랑 및 커피 전문점으로 유통되는 경로는 다른 경로에 비해 가격이 다소 높게 추정될 가능성이 있음
- 최근 특유의 편리성으로 인해 온라인을 통한 해외 식품 거래수가 높아져 온라인 유통 채널이 각광받고 있음

< 중국 커피 유통구조 >



INTERVIEW

"커피원두 제품을 자체적으로 생산하며 주요 유통경로는 온라인 쇼핑몰 타오바오 및 프렌차이즈 카페에서 판매하고 있다."

- Mr. Chen
(디아오커시광 커피전문점
구매담당자)

KEY INFO

중국 내 주요 유통업체에는
렌화 슈퍼마켓 주식
유한공사, 베이징 화렌그룹
투자 지주 회사, 상하이
농공상 슈퍼마켓 유한공사,
우메이 지주 그룹 유한공사
등이 있으며 주요 외국계
슈퍼마켓으로는 Wal-Mart,
Carrefour, RT-Mart,
Trust-Mart 등이 있음

□ 중국 내 주요 유통업체

- 联华超市股份有限公司 (렌화 슈퍼마켓 주식 유한공사)
: 1991년 설립, 현재 중국 최대 상업 소매 기업으로 대형 종합 슈퍼마켓, 편의점 등을 형성한 소비자가 가장 믿는 상업 브랜드임
- 北京华联集团投资控股有限公司 (베이징 화렌그룹 투자 지주 회사)
: 국가 상무부가 중점적으로 지원하는 15대 전국 대형 소매 기업 중 하나로, '국제 백화점 협회'의 유일한 중국 소매 기업 회원임
- 上海农工商超市有限公司 (상하이 농공상 슈퍼마켓 유한공사)
: 1994년 설립, 2002년 상하이 통계국이 발표한 제12차 상하이 100대 기업 중 12위를 차지한 기업으로 8개 회사로 구성됨
- 物美控股集团有限公司 (우메이 지주 그룹 유한공사)
: 슈퍼마켓 영역에서 빠르게 발전한 그룹 회사로, 1994년 종합 슈퍼마켓이 설립되어 크게 성장함

□ 주요 외국계 슈퍼마켓

- 沃尔玛 (Wal-Mart)
: 1962년 설립, 40년의 발전을 통해 세계에서 가장 큰 연쇄 소매상으로 현재 전 세계 15개 국가에 8,400개 상점을 설립함
- 家乐福 (Carrefour)
: 1995년 중국에 진출 후, 국제 선진적인 슈퍼마켓 관리 방식을 통해 사회 각계 우수한 상품과 서비스를 제공하는데 주력해 현재 중국 25개 도시에 109개의 대형 슈퍼마켓을 설립함
- 大润发 (RT-Mart)
: 타이완의 룬타이社가 1997년 설립한 슈퍼마켓 브랜드로 2008년 중국 100대 연쇄 기업 중 7위를, 외자 연쇄 기업 중에서는 2위를 차지함
- 好又多 (Trust-Mart)
: 1996년 설립된 중국 대형 슈퍼마켓 산업의 개척자 중 하나로 16개성의 34개 도시에 101개의 상점을 열었으며, 중국 종합 슈퍼마켓 산업 중 지역 분포가 가장 넓은 소매 기업임

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 커피²⁾ 유통채널별 점유율

“중국 커피 유통 시장, 개인 소매점이 강세”

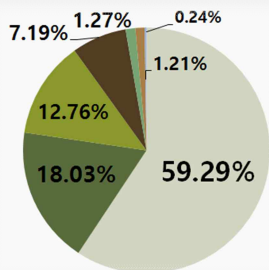
□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국 내 커피 유통채널 점유율에서 개인 소매점이 59.29%의 점유율로 1위 차지

－ 2011 ~ 2014년 유통채널별 점유율은 4년 모두 같은 수치를 보이며 개인 소매점이 꾸준하고 압도적인 강세를 보여줌

－ 슈퍼마켓/하이퍼마켓의 점유율이 꾸준히 소폭 상승하며 2위를 기록했고 그 밑으로 전문 판매점, 편의점, 서비스 스테이션 순으로 점유율을 기록하고 있음

KEY INFO

2014년 중국 커피
유통채널별 점유율 그래프



- 개인 소매점
- 슈퍼마켓/하이퍼마켓
- 전문 판매점
- 편의점
- 서비스 스테이션
- 백화점
- 창고형 할인매장

출처 : Data Monitor

< 중국 커피 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널 ³⁾	2011	2012	2013	2014
개인 소매점	59.41	59.40	59.35	59.29
슈퍼마켓/하이퍼마켓	16.96	17.39	17.71	18.03
전문 판매점	14.33	13.63	13.20	12.76
편의점	6.68	6.93	7.06	7.19
서비스 스테이션	1.16	1.19	1.23	1.27
백화점(면세점 포함)	1.22	1.22	1.21	1.21
창고형 할인매장	0.24	0.24	0.24	0.24

2) 인스턴트커피, 원두커피, 분쇄 커피 포함

3) 유통채널

- 슈퍼마켓/하이퍼마켓(Supermarkets / Hypermarkets) : 식품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 E-Mart를 예로 들 수 있음
- 개인소매점(Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 편의점(Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 전문 판매점(Specialist Retailers) : 한 가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점을 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션(Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 백화점(Department Stores) : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 MARKS & SPENCER를 예로 들 수 있음
- 창고형 할인매장(Cash & Carry and Warehouse clubs) : 매장을 단순화해 창고 형으로 꾸미고 식품, 생활용품 등 각종 상품들을 시중가보다 파격적으로 싼값에 묶음 형으로 판매하는 매장으로 Costco를 예로 들 수 있음



통관검역

1. 중국 식품 수입통관 절차
2. 중국 커피 검역 정보
3. 중국 커피 통관거부사례
4. 중국 커피 수입통관 제출서류

1. TRADING INFORMATION - 중국 식품 수입통관 절차

KEY INFO

중국 수입 통관 기본절차

세관신고 → 화물검사 →
관세징수 → 통관 및 반출입

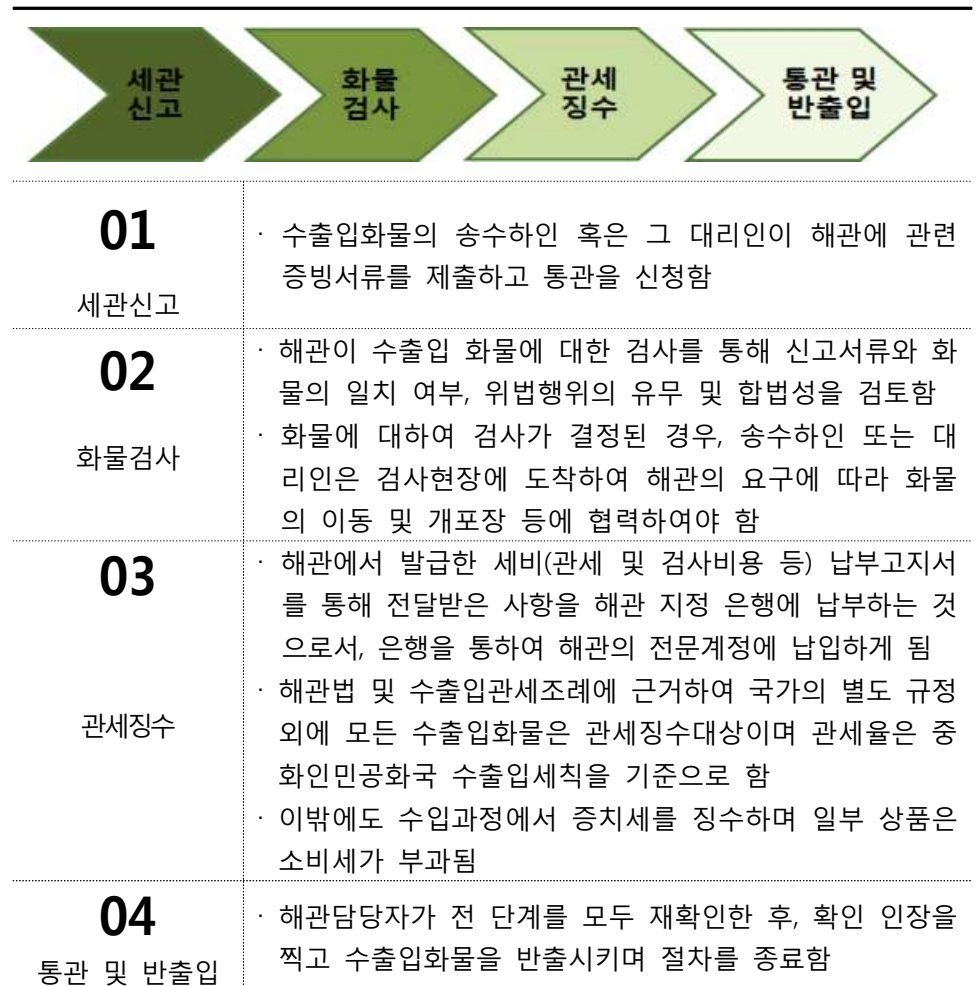
□ 열악한 유통 관리시스템

- 중국 내 냉장 컨테이너나 냉장 기능을 갖춘 운송 시설이 부족해 운송시스템이 열악한 상황임. 또한 명확한 유통체계와 품질기준이 정해져있지 않아 사기행위 발생이 잦음. 그러므로 유통업체 선별 시 신중한 검증을 통하는 것이 바람직함

□ 중국인민공화국해양법에 따르면, 세관은 수출입이 집중된 지역에 설치되어 있으며 수출입화물 및 운송수단은 필수적으로 세관 설립지를 거쳐야함. 특수 상황의 경우에는 임시로 수출입이 가능하나 이 경우에도 세관수속은 필수임

□ 중국 통관 기본절차

< 중국 수입통관 절차 >



출처 : 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

INTERVIEW

"통관 시 해관에 수입화물통관증을 제출해야 하며 중국에 처음으로 수출시 위생감독당국에 증명서 및 제품명 제작방법 저장방법 커피 품종, 브랜드 등의 자료를 제출해야 한다."

- Mr. Chang
(정웨이물류회사 담당자)

□ 제출서류

- 통관 신고 시 세관 관련 서류는 통관신고서, 운송서류, 포장명세서, 위생증명서가 있고 그 외에 해당하는 예비서류는 무역계약서, 원산지 증명서, 비목재 포장증명서, 위탁업체의 영업허가증이 있음

< 중국 통관 서류 >

- | | |
|---------------|-----------------|
| ■ 통관신고서 | ■ 패키리스트 |
| ■ 검사검역 신고서 | ■ 수입 식품의 중국어 라벨 |
| ■ 검사검역 신고 위탁서 | ■ 원산지 증명서 |
| ■ 계약서 | ■ 품질 증명서류 |
| ■ 화물 상환서 | ■ 수입대리업자 승낙서 |
| ■ 수입 영수증 | |

출처 : 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

□ 중국 신고제도

- 통관신고방식은 구두, 서면 그리고 EDI의 전자신고 총 3가지로 구성되어있음
- 신고내용은 수출입의 대상 경영업체, 무역방식, 대상국, 화물설명, 송수확인 등으로, 수출입화물 통관신고서와 수출입허가증 등 제출

□ AEO(Authorized Economic Operator)

- AEO는 수출입 안전관리 우수 공인업체로, 무역의 안전과 원활화를 조화시키기 위해 마련됨. AEO로 선정된 화물에 대해선 입항에서 통관까지 복잡한 세관절차를 하나로 통합해서 처리됨. 화물보안 관리와 정비체제가 우수한 업체로 분류되어 중국 통관 시 전용 창구에서 우선적으로 심사 및 통관이 진행됨

서류준비

소요기간	15일
소요금액	260 달러

통관수속

소요기간	4일
소요금액	80달러

항만, 터미널 처리

소요기간	3일
소요금액	140 달러

내륙운송

소요기간	2일
소요금액	135 달러

출처 : Doing Business 2014

2. TRADING INFORMATION - 중국 커피 검역 정보

□ 수입 식품의 검역

- 커피 수출의 경우 중국 검험검역 범위에 포함되므로 반드시 검역을 거쳐야 함
- 제출 서류로는 입국화물검험검역신고서, 수출입계약서, 상업송장, 포장명세서, 선하증권, 수입식품 원산지 증명서, 수출국가에서 사용한 농약, 화학비료, 살충제, 훈증제 및 생산식품의 원료, 첨가제, 가공 방법 등의 설명서 등이 있음

□ 소요시간 및 비용

KEY INFO

통관 대행비의 경우에는 수출품 가격의 1% 내외로 책정되고 있으며 최소 2,000위안임

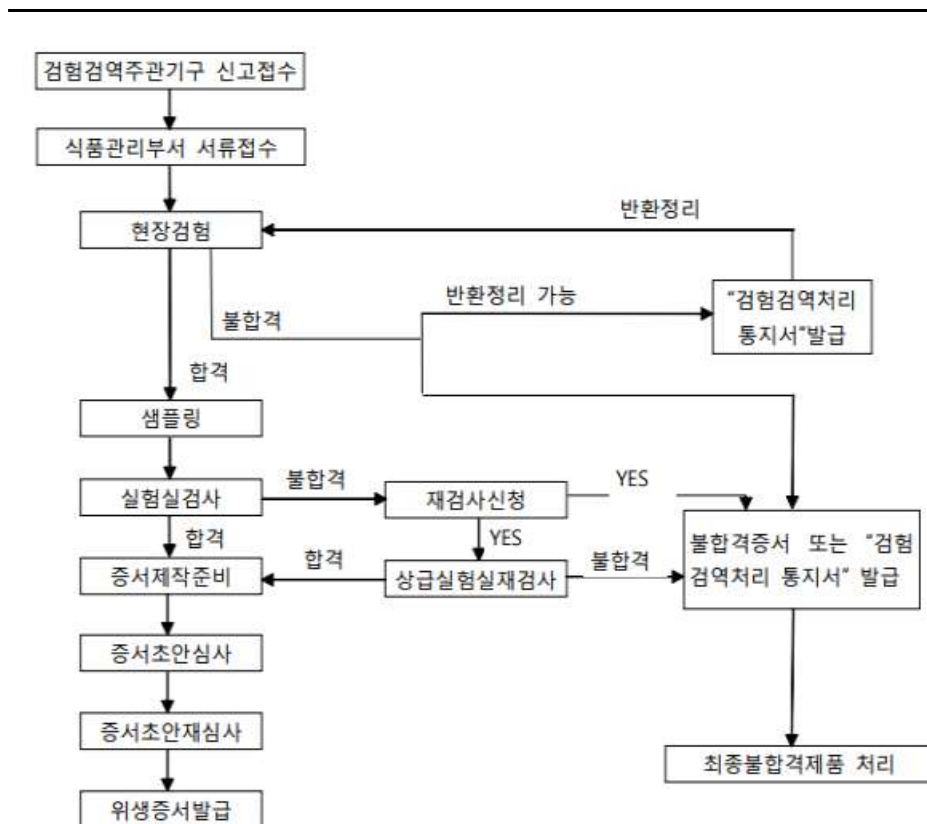
- 중국 기관에서 한국 기업에서 발송한 자료를 토대로 중문 라벨을 제작하는 데에 일주일의 소요됨
- 일반 화물이 전체 통관절차와 운송완료까지 걸리는 시간은 약 50일 내외임
- 화물이 항구에서 도착해서 통관이 완료되기까지 약 3일이 걸리고, 통관 후 중문라벨 검사에 약 10일, 라벨 초보 검사 합격 후 무작위 추출검사에 10일에서 15일, 위생허가증과 라벨 합격증을 받는데 3일, 모든 절차를 거치는 데 총 한 달 여 간의 기간이 소요됨
- 중국 국가발전개혁위원회와 재정부에서 발표한 ‘수출입 검사 및 검역 비용방법’의 규정된 바는 아래와 같음

< 수출입 검사 및 검역 비용 >

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 식품 검역비용 400위안⁴⁾ 이하 ■ 수출입 식품라벨 300위안/장, 유효기간 2년 ■ 통관비 300위안 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 상품검사비 수출품 가격의 0.0045% ■ 컨테이너 검사비 400위안/20STD ■ 건설비, 보안비 160위안/20STD ■ 부두 사용료 141달러/20STD |
|---|---|

4) 2015년 10월 16일 1위안 = 0.16달러

< 수입식품 검험검역절차 >



출처 : 한국농수산물유통공사

< 식품 검사 검역 보고서 발행 절차 >

KEY INFO

식품 검사 검역 보고서 발행 절차

1. 검역 신고
2. 현장 검사 검역
3. 실험실 검사
4. 검사 결과 판정

구분	상세 내용
1	입국지 출입국 검사 검역국에 검사, 검역을 신고함
2	현장 검사 검역 : 식품에 농약, 화학 비료, 뒤섞여 오염, 부패, 이물질, 곰팡이, 벌레 등이 있는지의 여부와 냉동식품의 상태, 포장 정비 정도, 위생 요구의 부한 정도 등을 살핌. 포장 식품의 경우 상표 라벨, 생산일, 유효기한, 품종, 수량 검사 등이 신청한 상황에 일치하는 지를 확인함. 화물의 현장 상황을 기본적으로 판단한 후 샘플링 조사를 실시함. 샘플의 상태를 유지하기 위해 실험실에 보냄. 수입 식품은 원칙적으로 1,000 분의 1의 비율로 샘플을 모으며 품종 마다, 3개 이상 샘플을 수집함
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 : 한국농수산물유통공사

3. TRADING INFORMATION - 중국 커피 통관거부사례

발표일	2014년 3월	
상품명	커피(제조사, 브랜드 미상)	
수출국	한국	
내용	서류 미비 - 2014년 중국 산둥성으로 290kg의 한국산 커피제품이 입항되었는데 이때 상품수입 및 검역검증 시 품질 증서, 원산지 증명서, 안전위생증명서, 살충제 및 농약, 첨가제 사용증명서 등이 준비되지 않아 통관이 거부됨	
처리	입항된 산둥항에서 반송 통지를 받음	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

☐ 통관 신고서

中华人民共和国海关 进境旅客行李物品申报单									
请先阅读背面的填表须知，然后在空格内填写文字信息或划√									
1. 姓名	拼音	1							
	中文 正顺								
2. 出生日期		2		年		月		日	
3. 性别	男	3	女	☐					
4. 进出境证件号码		4							
5. 国籍(地区)	中国	☐	(香港	☐	澳门	☐	台湾	☐	)
	外国	5							
6. 进境事由	公务	☐	商务	☐	旅游	☐	学习	☐	
	定居	☐	探亲访友	6	返回居住地	☐	其他	☐	
7. 航班号/车次/船名		7	8. 同行未满16周岁人数				8		
我(我们)携带(有):									
9. (居民旅客)在境外获取的总值超过人民币5,000元的物品	是	☐	否	☐					
10. (非居民旅客)如留在中国境内的总值超过人民币2,000元的物品	是	☐	否	☐					
11. 超过1,500毫升酒精饮料(酒精含量12度以上),或超过400支香烟,或超过100支雪茄,或超过500克烟丝	是	☐	否	☐					
12. 超过20,000元人民币现钞,或超过折合5,000美元外币现钞	是	☐	否	☐					
13. 动植物及其产品、微生物、生物制品、人体组织、血液及其制品	是	☐	否	☐					
14. 无线电收发信机、通信保密机	是	☐	否	☐					
15. 中华人民共和国禁止和其它限制进境的物品	是	☐	否	☐					
16. 分离运输行李	是	☐	否	☐					
17. 货物、货样、广告品	是	☐	否	☐					
我已通知本申报单背面所列事项,并保证所报申报属实。									
携带有9-15项下物品的,请详细填写如下清单:									
品名/币种	数量	金额	型号	海关批注					
旅客签名				年 月 日					

□ 검역 신고서



**中华人民共和国出入境检验检疫
入境检疫申明卡**
QUARANTINE DECLARATION FORM ON ENTRY
Entry-Exit Inspection and Quarantine of the P. R. of China

① 姓名 HONG GIL DONG 性别 男 / 女 国籍 KOREA
 Name HONG GIL DONG Sex Male / Female Nationality KOREA

④ 证件号码 BS1234567 ⑤ 到达日期 2002.2.6
 Passport No. BS1234567 Date of Arrival 2002.2.6

⑥ 来自国家或地区 BUSAN KOREA ⑦ 交通工具名称号码 MA5043
 From (country/region) BUSAN KOREA No. and Name of Conveyance MA5043

⑧ 在华联系地址 LAN SHENG HOTEL
 Contact Address in China LAN SHENG HOTEL

⑨ 到达前四周内您到过的城市和国家
 Please describe the countries and cities (towns) where you stayed within 4 weeks before arrival BUSAN KOREA

1. 如患以下症状或疾病, 请在项目前的□内划“√”
 Please mark “√” in the items of following symptom or illness if you have any now

☐ 发热 Fever	☐ 腹泻 Diarrhea
☐ 咳嗽 Cough	☐ 呕吐 Vomiting
☐ 精神病 Mental psychosis	☐ 艾滋病 (包括病毒携带者) AIDS (inc. HIV carrier)
☐ 性传播疾病 STD	☐ 开放性肺结核 Active pulmonary tuberculosis
☐ 其他疾病 Other diseases	

2. 如携带以下物品, 请在项目前的□内划“√”
 Please mark “√” in the items of following articles if you bring any of them

☐ 动物 Animals	☐ 植物 Plants
☐ 动物产品 Animal products	☐ 植物繁殖材料 Plant propagating materials
☐ 动物尸体、标本 Animal carcasses and specimens	☐ 植物产品 Plant products
☐ 生物制品 Biological products	☐ 土壤 Soil
☐ 血液或血液制品 Blood or blood products	☐ 废旧衣服 Waste clothing

我已阅知本申明卡所列事项, 并保证以上申报内容正确属实。
 I declare all the items given are true and correct.

⑩ 旅客签名 Signature of Passenger 홍길동

[4-0/2000.1.11]

□ 검역신고 위탁서

代理报检委托书

编号:

_____出入境检验检疫局:

本委托人(备案号/组织机构代码_____)保证遵守国家有关检验检疫法律、法规的规定,保证所提供的委托报检事项真实、单货相符。否则,愿承担相关法律责任。具体委托情况如下:

本委托人将于_____年_____月间进口/出口如下货物:

品 名		HS 编码	
数(重)量		包装情况	
信用证/合同号		许可文件号	
进口货物 收货单位及地址		进口货物提/ 运单号	
其他特殊要求			

特委托_____ (代理报检注册登记号_____),
代表本委托人办理上述货物的下列出入境检验检疫事宜:

1. 办理报检手续;
2. 代缴纳检验检疫费;
3. 联系和配合检验检疫机构实施检验检疫;
4. 领取检验检疫证单。
5. 其他与报检有关的相关事宜:_____

联 系 人: _____

联系电话: _____

本委托书有效期至_____年_____月_____日 委托人(加盖公章)
年 月 日

受托人确认声明

本企业完全接受本委托书。保证履行以下职责:

1. 对委托人提供的货物情况和单证的真实性、完整性进行核实;
 2. 根据检验检疫有关法律法规规定办理上述货物的检验检疫事宜;
 3. 及时将办结检验检疫手续的有关委托内容的单证、文件移交委托人或其指定的人员;
 4. 如实告知委托人检验检疫部门对货物的后续检验检疫及监管要求。
- 如在委托事项中发生违法或违规行为,愿承担相关法律责任和行政责任。

联 系 人: _____

联系电话: _____

受托人(加盖公章)

年 月 日

□ 수입 영수증

出境货物报检单

报检单位 (加盖公章): 艾格进出口贸易公司

* 编号 EC0000055

报检单位登记号: 3200000567

联系人

张艾格

电话: 86-21-23501213

报检日期: 2011年 08 月 29 日

发 货 人	(中文) 艾格进出口贸易公司				
	(外文) AIGE IMPORT & EXPORT COMPANY				
收 货 人	(中文) 日清进出口贸易公司				
	(外文) RIQING EXPORT AND IMPORT COMPANY				
货物名称 (中/外文)	H.S. 编码	产地	数/重量	货物总值	包装种类及数量
荔枝罐头 CANNED LITCHIS	2008991000	中国	1000 箱	JPY 1200000	1000 纸箱
运输工具名称号码	TBA	贸易方式	一般贸易	货物存放地点	SHANGHAI, CH.
合 同 号	contract01	信用证号	002/0000025	用途	
发货日期	2011-08-29	输往国家(地区)	日本	许可证 / 审批号	
启 运 地	上海	到 达 口 岸	名古屋	生产单位注册号	
集装箱规格、数量及号码	20' CONTAINER X 1				
合同、信用证订立的检验 检疫条款或特殊要求	标 记 及 号 码		随 附 单 据 (划 “√” 或补填)		
	CANNED LITCHIS JAPAN C/NO.1-1000 MADE IN CHINA		☒ 合同 ☒ 信用证 ☒ 发票 ☐ 换证凭单 ☒ 装箱单 ☐ 厂检单 ☐ 包装性能结果单 ☐ 许可/审批文件 ☐ ☐ ☐		
需要证单名称 (划 “√” 或补填)			* 检验检疫费		
☒ 品质证书 ☒ 重量证书 ☒ 数量证书 ☐ 兽医卫生证书 ☒ 健康证书 ☐ 卫生证书 ☐ 动物卫生证书	1 正 3 副 1 正 3 副 1 正 3 副 1 正 3 副 1 正 3 副 正	☒ 植物检疫证书 ☐ 熏蒸/消毒证书 ☐ 出境货物换证凭单 ☒ 通关单 ☐ ☐	1 正 3 副 正	总金额 (人民币 元) 计费人 收费人	
报检人郑重声明: 1. 本人被授权报检。 2. 上列填写内容正确属实, 货物无伪造或冒用他人的厂名、 标志、认证标志, 并承担货物质量责任。 签名: 张艾格			领 取 证 单 日期 签名		

注: 有 “*” 号栏由出入境检验检疫机关填写

◆国家出入境检验检疫局制

[1-2 (2000.1.1)]

- 45 -

□ 원산지 증명서

1. Exporteur (nom, adresse, pays) - Exporteur (nom, adresse, pays) 1. 出口商 (姓名, 地址, 国家) - 出口商 (姓名, 地址, 国家) FRANCE		N° 1010 97	ORIGINAL
2. Destinataire (nom, adresse, pays) - Destinataire (nom, adresse, pays) 2. 收货人 (姓名, 地址, 国家) DAVSUN LOGISTICS (Beijing) LTD Mr. JIAKE RAO 3rd Floor of the cargo agent building No. 1, Street 8 Airport Logistics base Shuangzi District Beijing, CHINA 101300		COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE EUROPEAN COMMUNITY - COMUNIDAD EUROPEA 歐洲共同體 EUROPEAN COOPERATION CERTIFICAT D'ORIGINE CERTIFICATE OF ORIGIN - CERTIFICADO DE ORIGEN 證明書 CERTIFICADO DE ORIGEN (COMUNIDAD EUROPEA)	
3. Informations relatives au transport (nom, adresse) 3. 運輸信息 (姓名, 地址) (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)		3. Pays d'origine - Country of origin - País de origen 1. 原产国 (名称) Communauté européenne - France	
4. Informations relatives au transport (nom, adresse) 4. 運輸信息 (姓名, 地址) (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)		4. Numéro de transport - Transport number 4. 運輸號碼 (號碼) N° de facture - FA 001332	
5. Description des produits, nom, adresse, numéro d'identification de l'exportateur 5. 產品描述 (姓名, 地址, 產品識別號碼) (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur) 5. 產品描述 (姓名, 地址, 產品識別號碼) (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)		6. Quantité - Quantity - Cantidad 6. 數量 (數量) 6. 數量 (數量)	
1 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 750 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
2 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 1000 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
3 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 750 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
4 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 750 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
5 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 750 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
6 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 750 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
7 - Chateau de La Grande-Vallée, Jura, France, 2000, 750 kg, 100 kg, 10.0 % alcohol		1000 kg, 100 kg	
8. Signature, nom, adresse, numéro d'identification de l'exportateur 8. 簽名, 姓名, 地址, 產品識別號碼 (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)		8. 簽名, 姓名, 地址, 產品識別號碼 (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)	
9. Signature, nom, adresse, numéro d'identification de l'exportateur 9. 簽名, 姓名, 地址, 產品識別號碼 (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)		9. 簽名, 姓名, 地址, 產品識別號碼 (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)	
10. Signature, nom, adresse, numéro d'identification de l'exportateur 10. 簽名, 姓名, 地址, 產品識別號碼 (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)		10. 簽名, 姓名, 地址, 產品識別號碼 (Nom, adresse et numéro d'identification de l'exportateur)	

N° 062992460

VI

관세 및 세금

1. 중국 원두커피 관세 및 세금

1. TAX & DUTY INFORMATION - 중국 원두커피 관세 및 세금

KEY INFO

HS CODE 0901.21.00에 해당하는 제품의 기본세율은 80%, 최혜국(MFN - Most Favored Nation) 세율은 15%, VAT(부가가치세율)은 17% 임

< 중국 원두커피 관세율 >

HS CODE	형태	최혜국 세율	VAT
0901.21.00	카페인을 제거하지 않은 볶은 커피	15%	17 %

출처 : 중국 관세청 (www.customs.gov.cn)

□ 중국의 관세는 WTO 가입 이전에는 우대관세율과 일반관세율 두 가지뿐이었으나, 가입 이후 최혜국대우 원칙을 토대로 우대세율을 세분화함

－ 최혜국세율은 <중화인민공화국 수출입세칙> 제 10조에서 규정한 WTO 회원국 및 지역의 수입화물, 원산지 그리고 중국과 관세 호혜협정을 맺은 국가 및 지역에 허용함

□ 중국 커피의 기타 세금

－ 커피 성분과 카페인 유무, 볶은 상태 등에 따라 관세율이 달라짐. 관세가 가장 높게 책정된 제품은 인스턴트커피 조제품으로 30%가 부과되고, 가장 낮게 책정된 제품은 볶지않고 카페인이 없는 제품으로 8%의 관세가 부과됨. 종류별 관세율은 다음과 같음

< 중국 커피 기타 세금 >

	명칭	관세율(%)		
		최소	평균	최대
커피	볶지 않고 카페인 없음	8.0	8.0	8.0
	볶지 않고 카페인 있음	8.0	8.0	8.0
	볶음, 카페인 없음	15.0	15.0	15.0
	볶음, 카페인 있음	15.0	15.0	15.0
	인스턴트커피 농축물	17.0	17.0	17.0
	인스턴트커피 조제품	30.0	30.0	30.0
	커피 크림	3.0	17.0	35.0

출처 : WTO Tariff Data(www.tariffdata.wto.org)

VII

인증 및 허가등록

1. 중국 커피 허가등록
2. 중국 식품 인증 정보

1. LICENSE INFORMATION - 중국 커피 허가등록

INTERVIEW

"해관에서 통관이 된 단계에서 식품위생증서만 있으면 유통이 가능하다."

- Mr. Bai
(상해 후지아오
국제물류회사 담당자)

KEY INFO

QS(Quality Safety)마크

중국 품질감독검역총국에서 담당하며 중국 수입 식품이 취득 시 현지 판매에 유리함



□ 원두커피는 해관에서 통관을 거친 후에는 식품위생증서만으로도 유통이 가능하고 필수적인 인증은 없지만 QS마크를 취득 시 더 유리함

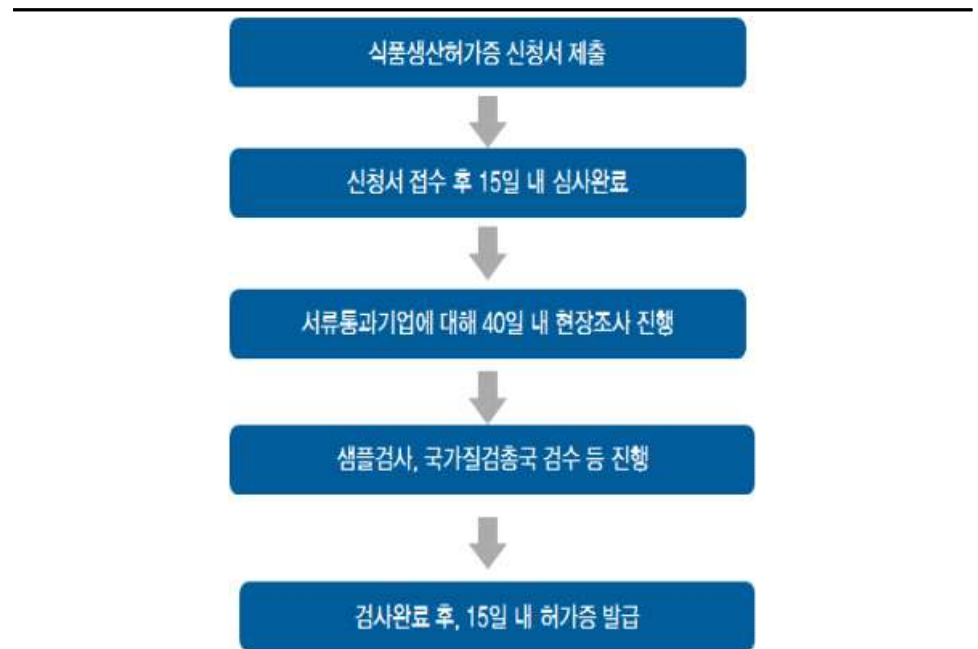
□ 허가인증제도

- 중국에서 생산되는 식품은 QS마크(企业生产许可)를 필수적으로 획득해야하고 미 부착 시 판매 및 유통이 즉각 중단됨. 중국으로 수입되는 식품의 경우 QS마크가 의무는 아니지만 취득 시 중국 내 판매 시 유리하게 작용함

- 품질검사 및 생산 장비와 직원의 건강상태 등에 대한 심사를 거친 후 QS마크를 부착 가능하고 3년마다 재심사를 받아야함

- 인증허가에서 가장 중요한 요소는 '규정 규모 이상의 가공장' 여부로, 창고시설이나 복지시설, 유념시설 등을 갖춰야 획득할 수 있음

< 중국 QS마크 취득 절차 >



출처 : 중국 국가감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

2. CERTIFICATION INFORMATION - 중국 식품 인증 정보

주요 식품인증정보

	인증명	유기농제품 인증	내용	- 중국 내 유기농 식품 매출 상승과 함께 2005년 <유기농제품인증관리방법>을 개정하면서 설립된 인증 - 유기농 인증을 받기 위해 95%이상의 유기농 식품 함량이 있어야 하고 위법 시 5년간 인증신청을 할 수 없고 3만 위안⁵⁾의 벌금이 부과됨
	발행기관	국가인증인가 감독관리위원회		
중국 유기농 인증	성격	선택		
	인증명	식품안전관리인증 (HACCP)	내용	식품의 원자재부터 제조와 가공, 보존, 유통까지 모든 단계에서 발생할 수 있는 위험 요소들을 방지하고 관리하여 안전함을 뜻하는 마크임
	발행기관	식품의약품안전청		
식품 안전 인증	성격	선택		
	인증명	녹색식품마크	내용	1990년부터 시행된 농산품 품질 안정 인증시스템으로 중국 소비자들의 식품에 대한 불신이 커지며 생긴 인증제도 - 녹색식품의 규격대로 생산 및 품질관리를 통해 취득가능하고 인증 기준은 총 126개 항목으로 검수과정이 매우 엄격함 - 중국의 녹색식품 마크는 미국, 러시아, 호주 등 11개 국가에서 국제인증으로 등록할 만큼 신뢰도가 높은 마크임
	발행기관	유기녹색식품유한공사		
고품질 인증	성격	선택		

- 유기농인증 절차(<http://www.cnoa360.com/news/18860765.html>)
 - 유기농인증 비용(http://www.51ofc.com/1/feiyong_1.html)
 - 식품안전관리인증 절차(<http://www.foodmate.net/zhiliang/haccp/21.html>)
 - 식품안전관리인증 비용(http://www.cait.cn/xbxz_1/rzlb/HACCP/rzfy/200911/t20091103_29355.shtml)
 - 녹색식품인증 절차(<http://www.greenfood.org.cn/sites/MainSite/DetailD.aspx?StructID=2107>)
 - 녹색식품인증 비용(<http://www.21food.cn/html/news/26/71189.htm>)

VIII

라벨링 및 식품첨가물

1. 중국 커피 라벨링 정보

※ 원두커피의 경우 식품첨가물 해당사항이 없어 관련 정보는 제외하였음

1. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 중국 커피 라벨링 정보

□ 중국 식품 라벨링 규정

- 2011년 4월 발표한 ‘수입 포장식품 라벨관리 시스템 운영에 관한 공고’에 따르면 모든 포장식품의 표기 사항에 중국어 라벨이 부착되도록 하고 있음
- 심의기간은 접수기간 10일, 1차 심의기간 30일 등 총 45 정도가 소요되며, 비용은 식품 종류 당 약 300위안 정도임
- 라벨은 반드시 포장 면에 인쇄하도록 의무화되어 있으며 스티커를 부착하여 라벨링한 경우에는 통관을 거부당할 수 있음
- 식품 특징 설명 시 절대적인 표현을 지양해야 하며, 효능에 대한 설명에서도 의료기능표기를 자제하여 의약품으로 분류되어 통관이 거부되지 않도록 주의가 필요함

KEY INFO

중국 식품 라벨링 표기 사항 - 중국어 간체 必

- 원산지
- 중국내 대리상 명칭
- 주소
- 연락처
- 생산 일자
- 품질 보증 기간
- 내용량 및 규격

< 중국 식품라벨 표기사항과 금기사항 >

구분	세부사항
표기사항	- 식품명칭 - 식품원산지 - 생산업체의 명칭, 주소, 연락방식 - 식품의 생산날짜, 품질보증기간, 저장조건 - 순함량, 고형물 함량(정량포장 식품일 경우) - 식품의 성분 또는 배합원료 리스트 - 생산업체가 적용하는 제품표준코드 - 식품의 품질등급, 가공기술(식품표준이 요구할 경우) - 식품생산허가증 번호 및 QS마크(생산허가증이 필요할 경우) - 경고마크 또는 중문 경고설명
금지사항	- 질병 예방 또는 치료 역할이 있다고 명시하거나 암시하는 내용 - 건강식품이 아니지만 건강 역할이 있다고 명시하거나 암시하는 내용 - 오도하는 방식으로 식품을 설명하거나 소개하는 내용 - 첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용 - 문자 또는 도안이 민족습관을 존중하지 않고 차별 설명하는 내용 - 국기, 국장 또는 인민폐 등으로 표기하는 내용 - 기타 법률, 법규와 표준에서 표기를 금지하는 내용

INTERVIEW

"중문표기는 필수이며 제품명 원산지 제조업체 정보, 제품 성분리스트, 유통기한 수입상 정보 등의 내용이 표기되어야 한다."

- Mr. Bai
(상해 후지아오
국제물류회사 담당자)

출처 : 중국 해관총서, 한국농수산물유통공사(2011)에서 재인용

KEY INFO

중국 수입상품의 라벨링

수입자 내지 중국 내 판매자의 이름과 주소가 명확하게 표시되어야 함

- 수입상품의 경우에는 원생산자의 이름과 주소 대신 생산품의 원산지, 수입자 내지 중국 내 판매자의 이름과 주소가 명확하게 표시되어야 함
- 식품라벨은 식품 또는 그 포장과 분리하지 못하며, 반드시 최소판매단위의 식품 또는 그 포장에 직접 표기해야 하고, 반드시 뚜렷하고 명확해야 하며, 라벨 뒷면과 바탕색은 서로 비교가 되는 색깔을 채택하여 소비자가 쉽게 식별할 수 있도록 해야 함
- 식품라벨에 외국어를 사용할 수도 있지만 반드시 중문과 대응관계가 있어야 하며(상표, 수입 식품의 제조자 및 주소, 해외 판매자의 명칭 및 주소, 웹사이트 제외) 외국어는 대응되는 중문보다 크지 않아야 하나 등록상표의 경우에는 제외함
- 사전포장 식품 포장재 및 포장 용기의 최대 표면적이 35cm² 이상이면 강제 표시 내용의 크기는 1.8mm보다 커야함

< 원두커피 라벨 예시 >



출처 : 중국 현지 촬영, 2015년 10월 19일

