

2015 농식품 해외시장 맞춤조사

중국 죽염 시장조사



Product : Bamboo Salt

Content

I. 시장통계	2
---------	---

II. 시장트렌드	8
-----------	---

III. 경쟁제품 현황	13
--------------	----

IV. 유통구조	27
----------	----

V. 통관검역	31
---------	----

VI. 관세 및 세금	41
-------------	----

VII. 인증 및 허가등록	43
----------------	----

VIII. 라벨링 및 식품첨가물	47
-------------------	----

I

시장통계

1. 글로벌 HS CODE 2501.00 품목 수입 추이
2. 중국 HS CODE 2501.00.11 품목 수입 추이
3. 중국 소금 시장규모
4. 중국 조미료 기업별 점유율
5. 중국 조미료 소비 연령대

1. STATISTIC ANALYSIS - 글로벌 HS CODE 2501.00 품목 수입 추이

“2014년 중국 소금 수입 세계 5위 규모”

- 중국의 HS Code 분류 기준에 따르면, 식용으로 먹는 모든 소금은 HS Code 「2501.00.11」으로 분류됨

< 소금 HS CODE 정보 >

한국	2501.00	소금(식탁염과 변성염을 포함한다), 순염화나트륨[수용액(水溶液)인지 또는 고결(固結)방지제나 유동제를 첨가한 것인지에 상관없다]과 바닷물
	2501.00.90	기타
	2501.00.9010	식염
중국	2501.00.11	식염

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 2501.00 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 미국 (589,069,588 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 미국 (68.88%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 한국 (-12.23%)

- 2014년 글로벌 HS CODE 2501.00 품목¹⁾의 총 수입액은 39억 2,685만 4,996 달러로 전년 대비 10.51% 감소하였으며, 주요 수입국에는 미국, 일본, 중국, 한국 독일이 있음

- 최대 수입국은 미국으로, 2014년 5억 8,906만 9,588 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 68.88% 증가한 수치임
- 중국은 전년 대비 4.42% 감소한 2014년 3억 4,069만 7,545 달러를 수입하며 글로벌 수입 추이 3위를 기록하였음

< HS CODE 2501.00 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	3,585,974,761	4,388,192,911	3,926,854,996	- 10.51
1 미국	290,972,994	348,811,200	589,069,588	68.88
2 일본	460,187,669	479,622,743	428,025,041	- 10.76
3 중국	258,302,704	356,454,782	340,697,545	- 4.42
4 한국	194,732,796	209,139,790	183,564,816	- 12.23
5 독일	168,773,625	190,655,243	183,220,914	- 3.90

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

1) 국가별로 HS CODE가 7째 자리부터 상이하기 때문에, 글로벌 수입 통계는 같은 품목의 상위 범주인 HS CODE 2204.21으로 조사함

2. STATISTIC ANALYSIS – 중국 HS CODE 2501.00.11 품목 수입 추이

“중국 HS CODE 2501.00.11 수입시장, 한국 1위”

- 2014년 중국의 HS CODE 2501.00.11의 총 수입액은 541만 3,952 달러로 전년 대비 70.04% 증가하였으며, 주요 수입국에는 한국, 호주, 미국, 일본, 대만 등이 있음
- 중국의 최대 수입상대국은 한국으로, 2014년 201만 3,746 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 95.79% 증가한 수치임
- 한국 다음으로 수입을 많이 하는 국가는 호주로 2014년 기준 145만 894달러를 수입했으며 이는 전년대비 61.08% 증가한 수치임

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 2501.00.11 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 한국 (2,013,746 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 미국 (456.86%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 일본 (33.82%)

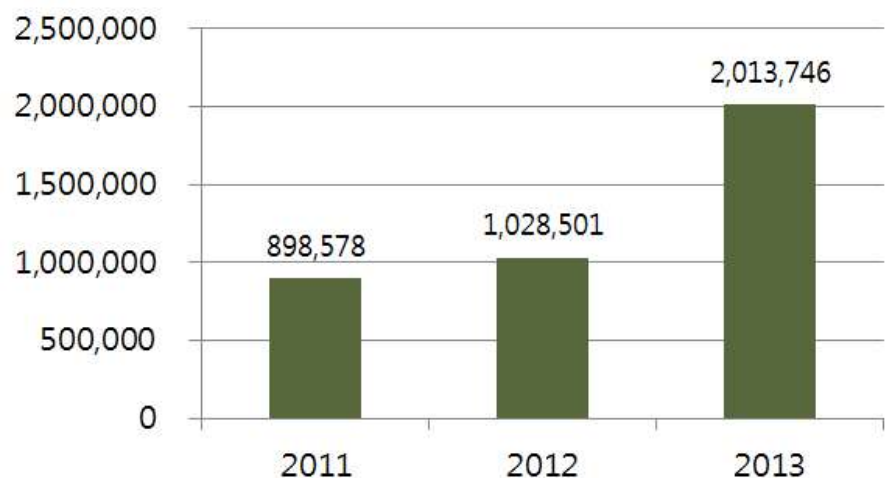
< HS CODE 2501.00.11 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가		2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌		2,178,383	3,184,017	5,413,952	70.04
1	한국	898,578	1,028,501	2,013,746	95.79
2	호주	159,279	900,716	1,450,894	61.08
3	미국	68,718	149,741	833,853	456.86
4	일본	529,289	264,148	353,474	33.82
5	대만	23,309	104,798	146,466	39.76

< 중국 HS CODE 2501.00.11 한국산 수입 추이 >

(단위 : 달러)



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

3. STATISTICS ANALYSIS – 중국 소금 시장규모

“꾸준히 성장 중인 중국 소금 시장”

□ 글로벌 리서치 기관 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국의 소금 시장규모는 2,042만 달러로 4년 전에 비해 15.20% 증가한 수치를 기록함

– 중국 전체 소금 시장규모는 높은 성장세를 보이고 있으며, 연평균 성장률은 3.60%로 나타남

□ 중국은 아시아 12개 국가 중 인도에 이어 2번째로 큰 시장규모를 나타내고 있으며, 이는 12위를 기록한 홍콩에 비해 75배 이상 큰 규모임

KEY INFO

2014년 아시아 12개국 소금 시장규모

(단위 : 백만 달러)

순위	국가	규모
1	인도	294.79
2	중국	20.42
3	일본	19.73
4	말레이	12.17
5	인니	4.83
6	태국	3.02
7	필리핀	2.62
8	한국	2.58
9	싱가포르	2.01
10	베트남	1.42
11	대만	1.08
12	홍콩	0.27

출처 : Data Monitor

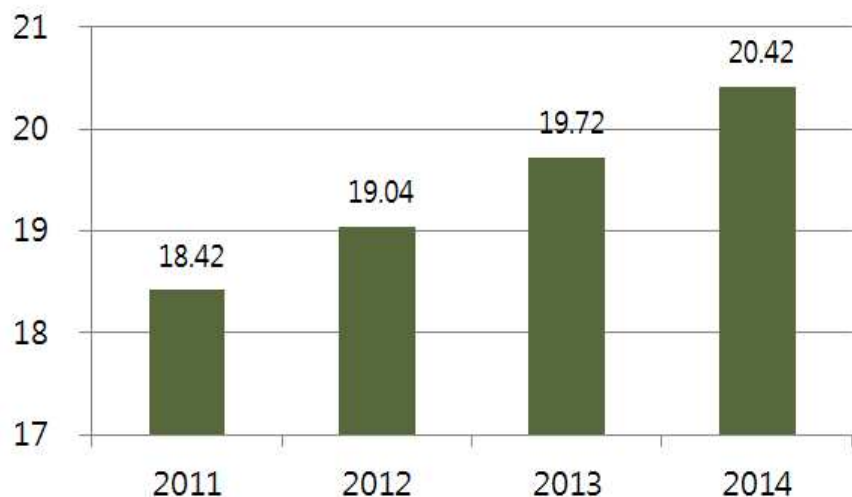
< 중국 소금 시장규모 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2011	2012	2013	2014	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	18.42	19.04	19.72	20.42	15.20	3.60

< 중국 소금 시장규모 및 성장률 추이 >

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4. STATISTICS ANALYSIS – 중국 조미료 기업별 점유율

“Nestle社 중국 조미료 시장 점유율 1위”

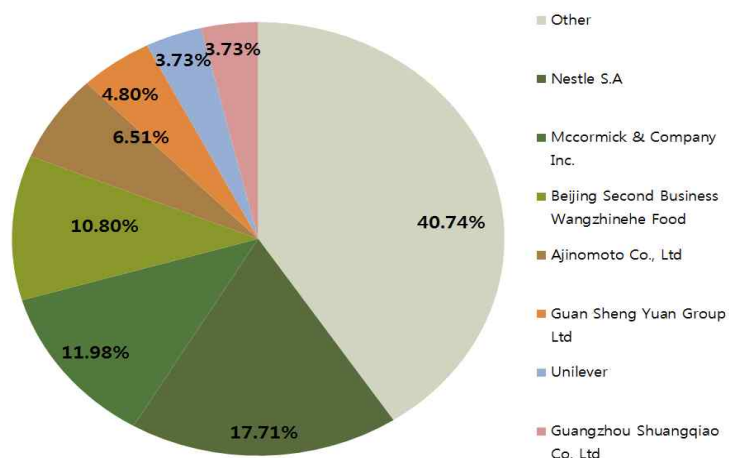
- 데이터모니터에 따르면, 2014년 소금을 포함한 중국 조미료 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 기업은 Nestle SA社로 집계됨
- Nestle SA社는 스위스에 위치한 세계 최대 식품업체로 음료, 제과 등을 중점적으로 판매함. Totole과 Haoji라는 조미료 브랜드를 앞세워 중국 조미료 시장 점유율 1위를 석권함
 - 2014년 기준 중국 조미료 시장 점유율 2위는 11.98%를 차지한 McCormick & Company Inc, 3위 기업은 10.80%를 차지한 Beijing Second Business Wangzhinhe Food社로 파악됨

< 중국 조미료 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100.00	100.00	100.00	100.00
기타	32.25	30.78	29.31	27.84
Nestle S.A	16.71	17.04	17.37	17.71
Mccormick & Company. Inc	11.21	11.47	11.72	11.98
Beijing Second Business Wangzhinhe Food	10.24	10.43	10.61	10.80
Ajinomoto CO., Ltd.	6.09	6.23	6.37	6.51
Guan Sheng Yuan Group Ltd	4.49	4.59	4.70	4.80
Unilever	3.49	3.57	3.65	3.73
Guangzhou Shuangqiao Co.Ltd	3.49	3.57	3.65	3.73

< 2014년 중국 조미료 시장 기업별 점유율 그래프 >



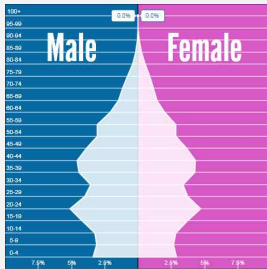
출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5. STATISTICS ANALYSIS – 중국 조미료 소비연령대

“조미료 소비연령, 전반적으로 고른 편”

KEY INFO

중국 인구 피라미드



2014년 기준 중국 인구는 약 13억 5,569 만명이며 25세 미만의 연령층이 약 22%를 차지하고 있는 구조를 확인할 수 있음

출처 : Population Pyramid

□ 데이터모니터에 따르면, 2012년 소금을 포함한 중국 조미료 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 35 ~ 44세로 파악됨

– 중국 조미료 소비시장에서 2위의 점유율을 보이는 연령대는 25세 ~ 34세로 나타났으며, 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 45 ~ 54세로 확인됨

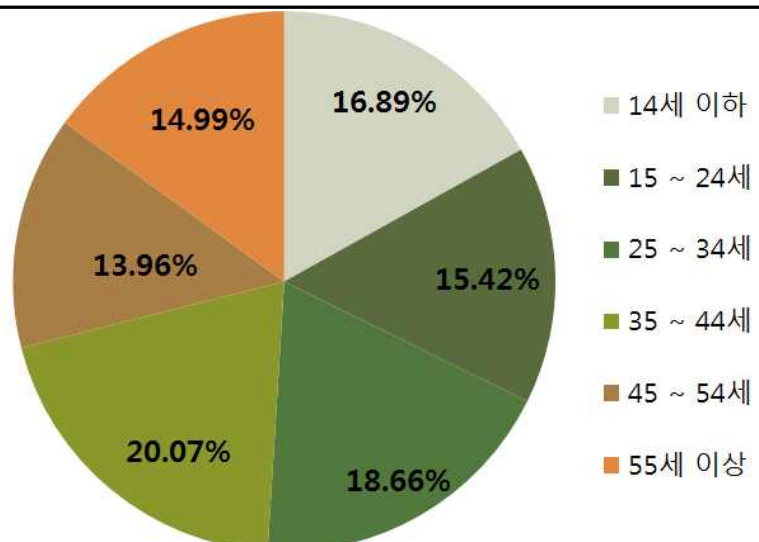
– 전반적으로 중국 조미료 연령대별 소비 점유율은 13 ~ 20% 사이의 고른 분포를 보임

< 중국 조미료 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2011	2012
0 ~ 14세	16.92	16.89
15 ~ 24세	15.40	15.42
25 ~ 34세	18.69	18.66
35 ~ 44세	20.04	20.07
45 ~ 54세	13.94	13.96
55 이상	15.02	14.99

< 2012년 중국 조미료 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

II

시장트렌드

1. 한눈에 보는 중국 죽염 시장트렌드
2. 중국 죽염 시장 이슈

1. MARKET TREND - 한눈에 보는 중국 죽염 시장트렌드

KEY NEWS 1

- ✓ 중국 내 식염은 바다에서 나는 해염(海鹽), 굴착을 통해 얻는 정염(井鹽), 내륙의 호수에서 얻는 호염(湖鹽)으로 구분되며 정염의 비중이 46.1%로 가장 높음

KEY NEWS 2

- ✓ 중국 식염의 생산량은 약 800만 톤에 이르나 13억 인구의 수요를 충족시키기에는 부족한 실정임
- ✓ 부족한 공급량으로 인해 중국 내 소금 품귀현상이 종종 발생하고 있으며 꾸준히 소금 가격과 수입량은 상승하고 있음

KEY NEWS 3

- ✓ 중국 정부는 수급문제를 해결하기 위해 소금 전매제도의 폐지를 고려하고 있으며 예상 발효 시기는 2016년이 될 것으로 예상되고 있음
- ✓ 소금시장이 개방됨에 따라 많은 수출업체들에게 활로가 열릴 것으로 기대를 모음

KEY NEWS 4

- ✓ 죽염은 송나라 시대 승려가 개발했으며 유기성분이 많은 것으로 알려져 건강한 소금으로서의 이미지를 구축하고 있음
- ✓ LG 생활건강은 프리미엄 전략으로 죽염 치약을 출시해 중국 시장에서 대 성공을 거둠

KEY NEWS 5

- ✓ 하지만 현대의학 및 과학이 발전함에 따라 죽염의 효능에 대해 비과학적이라는 비판의 목소리가 일부 일고 있음
- ✓ 죽염의 다이어트 효능과 부종예방효과가 비판의 주 대상이 되고 있으며 과학자들은 과다한 섭취는 오히려 고혈압 및 나트륨 중독으로 직결될 수 있다고 경고함

Marketing Point 1

- ✓ 현재 중국 내 소금 공급량이 수요를 충족시키지 못해 수입량이 늘어나고 있는 시점임
- ✓ 특히 소금 전매제도의 철폐가 예상되는 2016년부터 수입량이 급증할 것으로 판단됨. 따라서 전매제도 철폐 동향을 예의주시하여 중국 진출 시기를 수립하는 것이 중요함

Marketing Point 2

- ✓ 죽염의 무분별한 과학적 효능 홍보는 오히려 독이 될 수 있으므로 구체적인 성분과 과학적 근거의 제시가 필요할 것으로 판단됨

2. MARKET TREND – 중국 축염 시장 이슈

“중국 식염 산업동향”

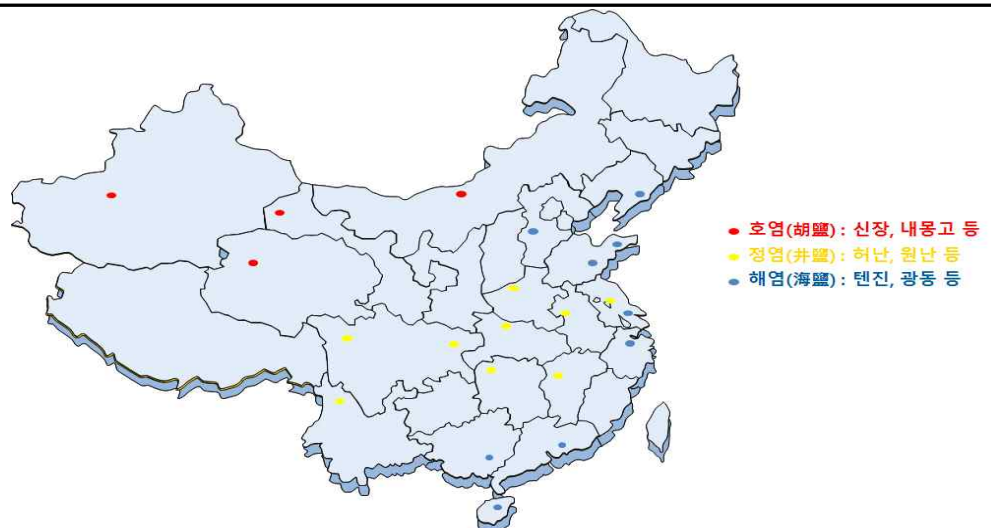
- 중국산업통찰망(中國產業洞察網)이 발표한 자료에 따르면 중국의 식염은 정염(井鹽)의 비중이 가장 큼
 - 중국의 소금은 바다에서 나는 해염(海鹽), 굴착을 통해 파내는 정염(井鹽), 내륙의 호수에서 얻어지는 호염(湖鹽) 세 종류로 구분됨. 2012년 기준 생산비중은 정염이 46.1%, 해염이 42.8%, 호염이 11.1%임
 - 기후에 영향을 적게 받고 생산이 안정적인 정염의 비중이 가장 높으며 그 뒤를 긴 해안선을 기반으로 한 해염이 잇고 있음. 내륙지역의 호수를 생산기지로 하는 호염의 생산량은 11%에 그침
 - 해염의 생산기지는 주로 해안선을 따라 랴오닝, 텐진, 산둥, 장수 등의 위치하고 있으며, 내륙지역의 허난, 안후이, 윈난 등은 정염을 생산하며 신장, 간쑤, 내몽고 등 지역에서는 내륙호에서 호염을 생산하고 있음
 - 이러한 넓고 균형적으로 분포된 제염 생산기지에서 중국 식염은 안정적인 생산량을 유지하고 있음. 2009년에서 2013년까지 중국 식염은 약 720만 톤에서 795만 톤의 생산량을 유지하고 있음

KEY INFO

중국 식염 생산기지

- 해염
: 랴오닝, 텐진, 산둥, 장수 등
- 정염
: 허난, 안후이, 윈난 등
- 호염
: 신장, 간쑤, 내몽고 등

< 중국 소금 생산기지 >



- 약 800만 톤에 달하는 소금 생산량으로도 중국 13억 인구의 수요를 충족시키고 있지 못한 실정임
- 지난 2011년 4월 일본 쓰나미 사태 및 원전사고 발생했을 때 요오드 칼륨이 들어있는 소금을 먹으면 방사능 피폭을 방지할 수 있다는 소문이 돌며 따라 가격이 폭등하였으며 중화권 전역에 소금 품귀현상이 빚어짐
- 소금 품귀현상이 정체한 이후에도 소금 가격은 꾸준히 상승하고 있으며 수입량 또한 증가하고 있음
- 중국 정부는 이러한 문제점을 해결하기 위해 2600년간 유지해온 소금 전매제도를 폐지해 완전 자유시장을 만들 것을 계획하고 있음

“기원전 7세기부터 존재한 소금 전매제도 폐지되나”

- 2014년 11월 중국 염업주관부처인 공신부(工业和信息化部)는 식염전매제도 폐지를 목표로 하는 개혁방안을 연구 중인 것으로 알려짐
- 식염 전매는 중국 정부가 식염판매를 독점하고 염업시장의 판매, 경영, 유통을 독점하는 제도로 2600여년 전의 춘추시대로 거슬러 올라감
- 공신부에 따르면 개혁 방안의 핵심 내용은 2016년부터 기존 식염전매제도를 폐지하고 모든 소금에 대한 가격 규제를 철폐하는 것임. 식염유통업체가 지역 제한 없이 경영을 영위할 수 있도록 식염 유통 및 경영에 대한 규제를 완화함
- 이러한 중국 식염전매제도의 철폐에 대해 세계 식염 수출업체들은 높은 관심을 보이고 있음
- 영국 시장조사기관 Roskill에 따르면 중국은 2012년에 세계 식염 시장의 1/4을 차지하고 있으나 고급 식염은 아직 미성숙한 상태임. 하지만 중국인들의 생활수준 개선으로 인해 고급 식염시장이 성장할 것으로 전망함

“중국 죽염... 건강 논란 휩싸여”

- 중국에서 죽염은 고대 송나라 시대 승려가 개발한 이후 널리 퍼져 나갔으며 건강한 소금으로 널리 알려져 있음
 - 최대 1,000 ~ 1,300도 사이의 온도로 대나무에 넣고 구워 미네랄, 철, 아연, 칼슘 등 유기성분이 많은 것으로 알려져 있음
 - 중국은 귀족 등 상류층이 집중적으로 죽염을 소비하였으나 소금 기술이 발전하고 치약이나 샤워 젤 등의 제품이 출시됨에 따라 그 수요가 감소하고 있음
- 하지만 이런 죽염의 건강에 대한 효능이 ‘만병통치약’ 처럼 무분별하게 남발됨에 따라 현대 과학자들은 반박에 나서고 있음
 - 먼저 죽염의 다이어트 효능에 대한 비판의 목소리가 일고 있음. 중국의 일부 과학자들은 현대 과학에 따르면 죽염의 과다 섭취는 고혈압의 위험을 가중시킬 우려가 있으며 일반적으로 성인 기준 하루에 소금을 6g 이상 섭취해서는 안 된다고 반박함
 - 죽염의 부종 예방 효과 역시 도마에 올랐음. 일부 죽염업체가 말하는 미네랄 섭취를 통한 부종 예방은 전혀 앞뒤가 맞지 않으며 오히려 과다섭취는 나트륨 중독 등으로 직결될 우려가 있다고 전문가들은 비판하고 있음
- 한편, 한국 죽염이 중국시장에서 성공한 케이스는 찾아볼 수 없었으나 LG 생활건강이 죽염치약으로 큰 성공을 거두었음
 - LG 생활건강의 죽염 치약은 프리미엄 전략으로 중국 진출 12년 만에 매출 1억 달러를 돌파하는 데 성공함. 이러한 성공에는 중국 소비자들에게 친숙한 죽염과 호랑이풀 등 일곱 가지 약초를 섞은 것이 주효했음

III

경쟁제품 현황

1. 중국 방문매장 정보
2. 중국 죽염 경쟁제품 가격현황
3. 중국 현지방문 매장 담당자 인터뷰
4. 중국 죽염 경쟁제품 현황 조사결과

1. PRODUCT INFORMATION - 중국 방문매장 정보

SHOP #1. Walmart

이미지	  < 매장 전경 >   < 매장 내 소금 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +86 21 5094 5881 / +86 21 5094 5882 Add : 沃尔玛南浦大桥店 (上海市浦东新区临沂北路252-262号)
기업 정보	규모 - 매출액 : 4,700억 (2014년 기준) - 직원 수 : 140만 명 (2015년 기준) - 매장 수 : 1만 1,505개 (2015년 기준) - 미국에 본사를 두고 있는 세계 최대의 유통업체임 - 세계의 여러 국가에 진출하였으나 유일하게 한국과 독일에서 실패함 - 중국 내에서 다양한 식료품과 잡화들을 판매하고 있음
매장 정보	- 소금 점유율 : 죽염 5%, 암염(육지소금) 35%, 맛소금 40%, 천일염 20%
인터뷰 내역	"중국 소금시장에서는 가격과 브랜드가 관건이다. 상해 매장 내 소금의 대부분은 중염그룹(中盐集团)의 판매상을 통해 위탁판매되고 있다." - 판매원 Ms. 刘淑芬 (유숙분)

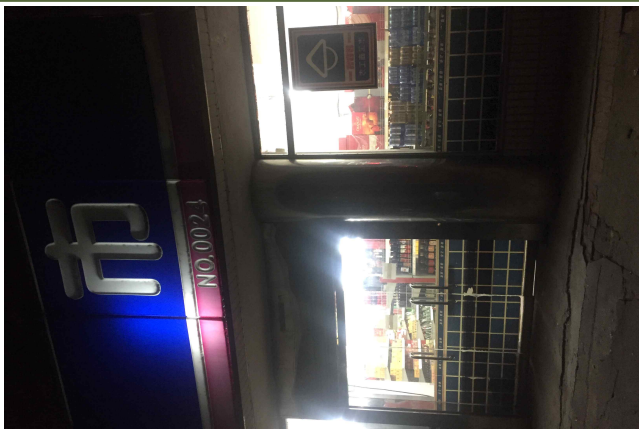
SHOP #2. RT-마트

				
이미지	< 매장 전경 >			
				
	< 매장 내 소금 판매대 전경 >			
Contact Point	Tel : +86 21 6852 0001 Add : 上海浦东新区长青路1200号			
기업 정보	<table border="1"><tr><td>규모</td><td>- 매출액 : 134억 달러 (2014년 기준) - 매장 수 : 323 개 (2014년 기준)</td></tr></table> - 대만의 대형유통업체로 중국 본토에 300개 이상의 점포를 보유하고 있음 - B2C 사이트를 개설하여 운영 중임 - 식료품, 생활용품, 스포츠용품 등 3만 가지 이상의 제품들을 판매하고 있음		규모	- 매출액 : 134억 달러 (2014년 기준) - 매장 수 : 323 개 (2014년 기준)
규모	- 매출액 : 134억 달러 (2014년 기준) - 매장 수 : 323 개 (2014년 기준)			
매장 정보	- 소금 점유율 : 죽염 10%, 암염(육지소금) 15%, 맛소금 55%, 천일염 15%, 화염 5%			
인터뷰 내역	"25 ~ 35세의 젊은 사람들이 죽염의 주 소비자층이며 조미료용으로 쓰거나 세안을 하는 데 사용한 다." - 판매원 Ms. 王春霞(왕춘하)			

SHOP #3. Carrefour

이미지	 	
	< 매장 전경 >	
기업 정보	 	
	< 매장 내 소금 판매대 전경 >	
Contact Point	Tel : +86 21 5033 6887	
	Add : 上海市浦东新区丁香路1188号证大·大拇指广场1层	
기업 정보	규모	- 매장 수: 하이퍼마켓 236개(2013년 기준) - 직원 수: 6만명(2013년 기준) - 계약 체결한 중국 현지 공급업체 수: 2만개 이상(2013년 기준)
	기업 정보	- 프랑스계 유통기업으로 국제적 하이퍼마켓 체인점을 갖고 있는 다국적 기업임 - 1995년 북경에 최초로 설립되었으며 본 매장과는 별도로 2016년까지 6개의 물류 배송센터를 추가 건설할 예정임 - 중국 소비자들의 문화 등을 연구, 확실한 현지화 전략을 꾀하여 중국 내 대형마트 시장 점유율을 확대해 나감
매장 정보	- 소금 점유율 : 죽염 10%, 암염(육지소금) 30%, 맛소금 30%, 천일염 20%, 화염 10%	
인터뷰 내역	"죽염의 주 소비자층은 청년층임으로 그들을 대상으로 전략을 추진할 필요가 있겠다." -매니저 Mr. 张 (장)	

SHOP #4. 농공상마트 (农工商)

이미지	 	
	< 매장 전경 >	
	 	
	< 매장 내 소금 판매대 전경 >	
Contact Point	Tel : +86 21 5830 5589	
	Add : 浦东新区南泉路26号 (近潍坊路)	
기업 정보	규모	- 매장 수 63개(2015년 2월 기준)
	- 상해에 입지한 지역 매장으로 식품, 음료 등 다양한 일용소비재를 유통함 - 2015년도 공급업체 만족도에서 8년 연속 대상을 수상함	
매장 정보	- 소금 점유율 : 죽염 5%, 암염(육지소금) 35%, 맛소금 50%, 천일염 5%, 화염(바닷물에 끓인 소금) 5%	
인터뷰 내역	"맛이 중요하다. 상해 소비자들은 먹는 것에 인색해하지 않는다. 맛이 좋으면 시장도 자연스럽게 따라올 것으로 판단된다." -농공상마트 스태프	

SHOP #5. 화리엔 (华联)

이미지		
		
	< 매장 전경 >	
이미지		
	< 매장 내 소금 판매대 전경 >	
Contact Point	Tel :+86 21 5050 0269	
	Add : 上海市浦东新区灵山路1761号	
기업 정보	규모	- 2007년 중국 35개 자치구 중 80여개의 대형마트 보유 - 매장면적은 약 2만 1,000㎡(6,342.5평), 주차장은 3,500㎡(1058.75평)가 설립됨
	기업 정보	- 1996년 6월 북경에 처음으로 설립됨 - 북경 화리엔단체투자회사에서 설립한 체인점 마트로 해외 브랜드 마트와 계약 체결한 유일한 마트 - 대형 종합마트, Shop in Shop, 백화점 등 보유
매장 정보	- 본 매장에는 죽염을 유통하지 않고 있음. 60대 이상의 노년층이 주 고객층임 - 소금 점유율 : 암염(육지소금) 55%, 맛소금 25%, 천일염 15%, 화염(바닷물에 끓인 소금) 5%	
인터뷰 내역	"해당 매장에는 죽염이 없다. 일반 주택단지 근처에 입지해 연세가 많은 소비자들이 방문하며 그들 대부분은 죽염에 대해 잘 알지 못하는 편이다.." -화리엔 매장담당자	

2. PRODUCT INFORMATION – 중국 죽염 경쟁제품 가격현황

중국 Wal-Mart 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (100g 기준)	이미지
Bamboo Salt(or Edible Salt)					
죽염 竹盐(低碘竹盐)	절강송강제염 과학기술유한회사 (浙江颂康制盐 科技有限公司)	중국	225g	5.10 위안 (2.26 위안)	
죽염 竹盐(竹香低钠盐)	절강송강제염 과학기술유한회사 (浙江颂康制盐 科技有限公司)	중국	225g	6.00 위안 (2.26 위안)	
보도해염 (宝岛海盐)	태염실업주식 유한회사 철야정염공장 (台盐实业股份有 限公司通宵精盐厂)	대만	500g	5.80 위안 (1.16 위안)	
해성 海星(加碘精制低 钠盐)	상해중염모르톤 염업유한회사 (上海中盐莫顿盐 业有限公司)	중국	300g	3.40 위안 (1.13 위안)	
천산호수염 (天山湖盐)	하미염업 유한회사 (哈密盐业有限 责任公司)	중국	300 g	3.20 위안 (1.06 위안)	

2015년 10월 29일 기준 1 위안(CNY) = 179.99원

중국 RT-Mart 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (100g 기준)	이미지
Bamboo Salt(or Edible Salt)					
죽염 竹盐(竹香低钠盐)	절강송강제염 과학기술유한회사 (浙江颂康制盐 科技有限公司)	중국	225 g	6.00 위안 (g 2.66 위안)	
죽염 竹盐(美鲜富竹盐)	절강송강제염 과학기술유한회사 (浙江颂康制盐 科技有限公司)	중국	225 g	5.10 위안 (g 2.26 위안)	
모르톤 요드소금 (MORTON 莫顿牌加碘盐)	상해중염모르톤 염업유한회사 (上海中盐莫顿盐 业有限公司)	네덜란드	737 g	28.00 위안 (g 3.80 위안)	
해표 THE SALT STORY 구운소금	주 사조해표 (株 思潮海牌)	한국	300 g	15.00 위안 (g 5.00 위안)	
해표 꽃소금	주 사조해표 (株 思潮海牌)	한국	500 g	10.00 위안 (g 2.00 위안)	

중국 Carrefour 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (100g 기준)	이미지
Bamboo Salt(or Edible Salt)					
죽염 竹盐(竹香低钠盐)	절강송강제염 과학기술유한회사 (浙江颂康制盐 科技有限公司)	중국	225 g	6.00 위안 (g 2.66 위안)	
요드첨가 정제염 (加碘精制盐)	상해중염모르톤 염업유한회사 (上海中盐莫顿盐 业有限公司)	중국	100 g	7.50 위안 (g 7.50 위안)	
요드첨가 천연칼슘염 (加碘天然钙盐)	중경합천염화 공업유한회사 (重庆合川盐化 工业有限公司)	중국	300 g	3.90 위안 (g 1.30 위안)	
Coarse Mediterranean Salt	DROGHERIA E ALIMENTARI	이탈리아	580 g	28.00 위안 (g 4.82 위안)	
해표 THE SALT STORY 구운소금	주 사조해표 (株 思潮海牌)	한국	300 g	15.00 위안 (g 5.00 위안)	

중국 농공상마트 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (100g 기준)	이미지
Bamboo Salt(or Edible Salt)					
버섯소금 고체복합조미료 (菇盐固态复合调味料)	상해미미사조미료 식품유한회사 (上海味美思调味 食品有限公司)	중국	250 g	13.80 위안 (1g당 5.52 위안)	
무요드 버섯소금 고체복합조미료 (无碘菇盐固态复 合调味料)	상해미미사조미료 식품유한회사 (上海味美思调味 食品有限公司)	중국	250 g	13.80 위안 (1g당 5.52 위안)	
순정죽염 (纯精竹盐)	절강송강제염 과학기술유한회사 (重浙江颂康制盐 科技有限公司)	중국	225 g	5.50 위안 (1g당 2.44 위안)	
Roasted Solar Salt	절강림안삼화원 죽염식품유한회사 (浙江临安三和园 竹盐食品有限公司)	중국	300 g	4.80 위안 (1g당 1.60 위안)	
Potassium Stone Salt	상해중염모르톤 염업유한회사 (上海中盐莫顿盐 业有限公司)	중국	300 g	3.90 위안 (1g당 1.30 위안)	

중국 화리엔 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (100g 기준)	이미지
Bamboo Salt(or Edible Salt)					
Tianshan Lake Salt	하미염업 유한회사 (哈密盐业有限 责任公司)	중국	300g	3.50 위안 (1g당 1.16 위안)	
Sodium and Potassium Mixed Salt	상해중염모르톤 염업유한회사 (上海中盐莫顿盐 业有限公司)	중국	360g	3.90 위안 (1g당 1.08 위안)	
Healthy & Balanced Salt	절강람해성 염제품유한회사 (浙江蓝海星 盐制品有限公司)	중국	300g	3.90 위안 (1g당 1.08 위안)	
No Iodine Refined Salt	중염동성염화 주식유한회사 (中盐东兴盐化 股份有限公司)	중국	400g	3.50 위안 (1g당 0.88 위안)	
해초해염 (海藻海盐)	중염상하이 염업회사 (中盐上海市 盐业公司)	중국	400g	3.90 위안 (1g당 0.98 위안)	

3. PRODUCT INFORMATION - 중국 현지방문 매장 담당자 인터뷰

※ 중국 Walmart 소금 판매 담당자 인터뷰

☐ 중국 내 죽염 제품 판매 추이가 어떠한지

- 별로 좋지 않다. 하루에 10봉지 판매되는 정도이다. 중국에서 죽염을 볼 일이 많지 않은 편이다.

☐ 죽염제품의 주 소비자층은 누구이며 어떠한 용도로 쓰는지

- 25 ~ 35세의 젊은 소비자들이 구입하며 밑반찬용이나 목욕할 때 주로 쓴다.

☐ 매장 내 소금 점유율은 어떻게 되는지

- 죽염 5%, 암염 35%, 맛소금 40%, 천일염 20%로, 맛소금이 저렴한 가격 덕에 인기가 많다.

☐ 중국 소금시장에 진출하기 위해 무엇이 중요한지

- 가격과 브랜드가 중요하다. 특히 상해에서의 소금은 중염그룹 판매상에 의해 위탁판매되는 경우가 대부분이다.

※ 중국 RT-Mart 소금 판매 담당자 인터뷰

☐ 중국 내 죽염 제품 판매 추이가 어떠한지

- 특수한 수요가 있는 경우를 제외하면 일반 소금과 비교해서 큰 차이가 없다.

☐ 죽염제품의 주 소비자층은 누구이며 어떠한 용도로 쓰는지

- 25 ~ 35세의 젊은 소비자들이 구입하며 조미료 및 식용으로 쓰인다.

☐ 매장 내 소금 점유율은 어떻게 되는지

- 죽염 10%, 암염 15%, 맛소금 55%, 천일염 15%, 화염 5%이다.

☐ 중국 소금시장에 진출하기 위해 무엇이 중요한지

- 가격이 주 구매요인으로 대중들이 수용할 수 있는 가격대여야 한다.

※ 중국 Carrefour 소금 판매 담당자 인터뷰

☐ 중국 내 죽염 제품 판매 추이가 어떠한지

- 전반적인 매출은 괜찮은 편이다. 주변에 고급주택단지가 있어 고소득층을 대상으로 판매되고 있다.

☐ 죽염제품의 주 소비자층은 누구이며 어떠한 용도로 쓰는지

- 외국인이나 유학파 젊은이들이 주 구매층이며 조미료 및 양치질에 주로 쓴다.

☐ 매장 내 소금 점유율은 어떻게 되는지

- 죽염 10%, 암염 30%, 맛소금 30%, 천일염 20%, 화염 10%이다.

☐ 중국 소금시장에 진출하기 위해 무엇이 중요한지

- 소비자층을 주로 고려해야한다. 중국 노년층들은 죽염에 관심이 없으며 대개 잘 모른다.

※ 중국 농공상마트 소금 판매 담당자 인터뷰

☐ 중국 내 죽염 제품 판매 추이가 어떠한지

- 보통이다. 중국 소비자들은 죽염의 효능에 대해 크게 관심이 없어 일반 금과 매출에 큰 차이가 없다.

☐ 죽염제품의 주 소비자층은 누구이며 어떠한 용도로 쓰는지

- 고소득 화이트칼라계층이나 부자가 주 고객층이며 조미료 및 목욕용으로 쓴다

☐ 매장 내 소금 점유율은 어떻게 되는지

- 죽염 5%, 암염 35%, 맛소금 50%, 천일염 5%, 화염 5%이다

☐ 중국 소금시장에 진출하기 위해 무엇이 중요한지

- 맛이 좋아야한다. 상해 소비자들은 먹는 것에 인색해 하지 않는다. 맛이 좋으면 시장성 또한 있을 것으로 생각한다.

※ 중국 화리엔 소금 판매 담당자 인터뷰

☐ 중국 내 죽염 제품 판매 추이가 어떠한지

- 해당 매장은 죽염을 취급하지 않고 있다. 일반 주택단지로 노년층이 주 고객층이기 때문에 죽염을 취급하지 않고 있다.

☐ 매장 내 소금 점유율은 어떻게 되는지

- 암염 55%, 맛소금 25%, 천일염 15%, 화염 5%이다.

☐ 중국 소금시장에 진출하기 위해 무엇이 중요한지

- 중국에서 식품안전문제가 심각해지고 있으므로 식품의 안전성과 건강성을 확보하는 것이 중요하다.

4. 중국 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 중국 상해의 Walmart, Carrefour, RT-Mart, 농공상마트, 화리엔을 방문한 결과, 화리엔을 제외한 4개 매장에서 죽염제품이 유통되고 있음을 확인할 수 있었음
- 확인할 수 있었던 죽염제품들은 모두 절강송강제염과학기술유한회사(浙江颂康制盐科技有限公司)에서 제조한 죽염제품이었음. 가격대는 100g에 7.50 위안 또는 225g에 6.00위안이다.
- 소금매대에서 죽염이 차지하는 비중은 약 5 ~ 10%였음. 가장 많은 비중을 차지하는 소금제품은 암염과 맛소금인 것으로 확인됨
- 유통매장 인터뷰 결과, 죽염의 주 소비자층은 연령대는 25 ~ 35세의 젊은 층인 것으로 조사됨. 노년층의 경우 죽염을 잘 모르는 경우가 많았음. 소득층은 고소득층이 주로 구입하는 경우가 다수임
- 매장 내 중국 소금과 수입산 소금의 가격 차이는 천차만별이었음. 중국산 소금은 보통 100 ~ 250g 기준 6 ~ 8위안대의 가격이었으며 수입산 소금은 10 ~ 15위안대의 가격대를 보임

IV

유통구조

1. 중국 소금 유통구조 및 현황
2. 중국 조미료 유통채널별 점유율

※ 데이터모니터는 소금의 유통채널별 점유율을 제공하지 않고 있어 그 상위단계인 조미료 유통채널별 점유율 정보를 수록함

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 소금 유통구조 및 현황

“국영기업 또는 일반 수입업체를 통한 진출”

- 중국 내 자국 소금업체들의 경우, 소수의 국영 전매기업을 통해 유통되고 있는 경우가 대부분임
 - 중국 내 국영 소금업체로는 중국 염업총공사(中鹽總公司), 중국 염업협회(鹽總協會), 중염상하이염업공사(中鹽上海鹽業公司) 등이 있으며 대부분 재정난으로 인해 경영에 어려움을 호소하고 있음
 - 이러한 재정난을 극복하기 위해 외국 자본업체들은 중국 염업공사와 제휴를 통해 중국 시장의 진출을 시도하고 있음
 - 일례로, 작년 미국 최대 소금회사 모튼 솔트(Morton Salt)는 중염상하이염업공사와의 제휴를 체결해 천연해염 및 저염소금 등을 중국 중고급 소금시장에 진출하는데 성공했음
- 수입업체의 경우 중국 염업공사와의 체결하지 않고도 수입업체를 통해 진출이 가능함
 - 수입업체를 통해 진출하는 경우 일반적인 유통구조와 큰 차이가 없음. 단, 중국에서 죽염은 매우 고가라는 인식이 강하므로 고소득층이 주로 방문하는 백화점이나 유기농 전문 식품점, 면세점 등을 최종 수요처로 삼을 필요가 있음

INTERVIEW

“식용 소금은 국가에서 전문적으로 관리하고 있어 지정업체만 생산이 가능하다. 자국 생산에 규제는 까다롭지만 중국 수입에는 큰 제재사항이 없으며 일반 식품 수입업체가 수입을 실시하고 있다”

- 절강전자구안유한공사
(浙江电子口岸有限公司)

< 중국 죽염 유통구조 >



출처 : 자체조사 종합

< 중국 업종별 주요 소매기업 (소매체인 브랜드명) >

구분	현지기업	외자계 기업
백화점	· 왕푸징(王府井) · 옌샤(燕莎)	· Lotte
하이퍼마켓	· RT Mart	· Carrefour · Wal-Mart
유기농 식품 전문점	· Green & Safe · 유궈상점(有机商店)	

출처: 자체조사 종합

□ 죽염 제품의 예상 소비자층이 방문할 가능성이 높은 수요처로는 백화점, 하이퍼마켓, 유기농 전문점으로 압축됨

- 중국의 대표적인 백화점으로는 현지의 왕푸징(王府井)과 옌샤(燕莎)와 외자 백화점인 Lotte 등을 꼽을 수 있음
- 중국의 하이퍼마켓으로는 현지의 RT 마트와 외자기업의 카르푸(Carrefour), 월마트(Wal-Mart) 등이 있음. 백화점과 비교하였을 때 비교적 다양한 가격대의 소금을 유통하고 있으며 할인 행사를 자주 개최함
- 중국의 유기농 식품 전문점으로는 green&safe, 유궈상점(有机商店) 등을 꼽을 수 있으며 대부분 온라인 판매를 병행하고 있음

< 중국 매장별 매대 전경 >



출처 : 매장별 홈페이지

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 조미료 유통채널별 점유율

“중국 유통매장 내 슈퍼/하이퍼마켓 강세”

□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 중국 조미료(Seasonings)시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 유통채널은 59.80%를 차지한 개인 소매점으로 집계됨

－ 슈퍼마켓/하이퍼마켓이 31.99%로 개인 소매점의 뒤를 잇고 이어 소금을 포함한 조미료가 많이 유통되는 것으로 조사됨

－ 지난 4년간 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 편의점, 서비스 스테이션의 점유율이 증가했으며 개인 소매점과 백화점의 점유율은 감소하는 경향을 보임

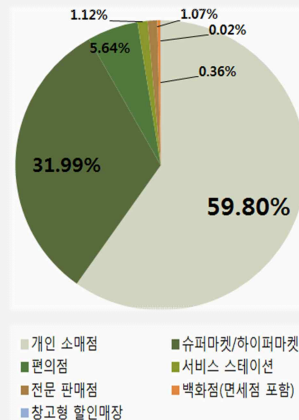
< 중국 조미료 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널 ²⁾	2011	2012	2013	2014
개인 소매점	60.18	60.05	59.93	59.80
슈퍼마켓/하이퍼마켓	31.64	31.79	31.94	31.99
편의점	5.54	5.57	5.60	5.64
서비스 스테이션	0.96	1.01	1.07	1.12
전문 판매점	1.29	1.19	1.08	1.07
백화점(면세점 포함)	0.37	0.36	0.36	0.36
창고형 할인 매장	0.02	0.02	0.02	0.02

KEY INFO

2014년 중국 조미료
유통채널별 점유율 그래프



출처 : Data Monitor

1) 유통채널

- 개인 소매점 (Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 슈퍼마켓/하이퍼마켓 (Supermarkets / Hypermarkets) : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 E-Mart를 예로 들 수 있음
- 편의점 (Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션 (Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 전문 판매점 (Specialist Retailers) : 한 가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점을 예로 들 수 있음
- 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 소금 검역 정보
3. 중국 소금 통관거부사례
4. 중국 소금 수입통관 제출서류

1. TRADING INFORMATION - 중국 식품 수입통관 절차

< 중국 식품 수입통관 절차 >



KEY INFO

중국 수입통관

중국 수입 절차는 크게 통관 준비, 수입 신고, 통관 검역, 관세 납부, 통관 완료의 순서를 거침

서류준비

소요기간	15일
소요금액	260 달러

통관수속

소요기간	4일
소요금액	80 달러

항만, 터미널 처리

소요기간	3일
소요금액	140 달러

내륙운송

소요기간	2일
소요금액	135 달러

출처 : Doing Business

01

통관 준비

- 중문 라벨링 및 선적 서류 준비
- 중국 항구 도착 시 화물 확인 및 대리인 관련 서류를 해당 항구 지역 세관에 제출 후 통관 신청

02

수입 신고

- 수입 신고 시기는 보통 보세구역 혹은 특허보세구역 등의 장소에 반입 후 이루어짐
- 기본적으로 통관신고서, 포장 명세서, 선하증권 등을 제출함

03

통관 검역

- 중국으로 수입되는 식품의 주요 검역 대상은 식품첨가물, 포장 용기, 재료를 비롯한 기타 식품 관련 제품을 들 수 있음
- 제출 서류 내용과 실제 수입화물 일치여부 대조 및 허위 기재, 과장 여부 등 심사

04

관세 납부

- 중화인민공화국해법 및 수출입관세조례에 의거한 관세, 부가세, 통관수수료 등 납부

05

통관 완료

- 중국 세관담당자가 전 단계를 재확인하여 특별한 이상이 없을 시 확인 완료 후 수입허가 승인

□ 수입신고 시 필요 서류로는 선하증권, 수출입 계약서, 원산지 증명서, 위생 증명서 등이 있으며 이 외에 필요한 서류의 종류는 하기와 같음

< 중국 통관 서류 >

- | | |
|---------------------|---------------|
| ■ 통관신고서 | ■ 포장 명세서 |
| ■ 선하증권 (또는 항공화물운송장) | ■ 원산지 증명서 |
| ■ 검사검역 신고서 | ■ 위생 증명서 |
| ■ 검사검역 위탁서 | ■ 품질 증명서 |
| ■ 수출입 계약서 | ■ 수입 대리업자 승낙서 |
| ■ 수입 영수증 | ■ 중문 라벨링 |

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

2. TRADING INFORMATION - 중국 소금 검역 정보

- ☐ 중국으로 수출되는 모든 식품 등은 <중화인민공화국 식품위생법>에 근거해 위생검사를 거쳐야 함
 - 중국으로 가공식품 및 주류 수출 시, 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가 표준에 부합해야 함. 이때, 중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함
 - 검험검역총국의 심사 후 수입식품 위생 허가증이 발부되며, 해당 허가증이 위생 증명서와 동일하게 사용됨
 - 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ 마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음
 - 중국 국가발전개혁위원회와 재정부의 「수출입 검사·검역 비용 방법」에 따르면 식품 검역 비용은 400위안을 초과하지 않고, 상품 검사 비용은 수출품 가격의 0.0045%로 부과됨
- ☐ 식용 소금의 경우 일반식품과 이외에 검역 절차상의 큰 차이는 없으며 일반적인 상품 검사의 절차를 거치게 됨
 - 소금의 경우, 2003년에 중국 중국경공업연합회(中国轻工业联合会)가 발간한 <GB 2020-2003>에 의거해 검역을 실시함

INTERVIEW

“수입 식용소금은 조미료에 해당하며 해관검역자료, 원산지 증명서, 위생증명서 등을 준비해야 한다.”

- 절강성 전자 해관
(浙江电子口岸有限公司)

3. TRADING INFORMATION - 중국 소금 통관거부사례

발표일	2014년 1월			
상품명	소금(香辛調味盐)			
수출국	한국			
항구	산동성	중량	5kg	
통관거부사유	대장균 및 균락총수 기준치 초과			
지침가이드	GB 2020-2003에 의거 - 조미소금의 대장균 최대허용치는 30개/100g임 - 조미소금의 균락총수 최대허용치는 3만개/g임			
처리	소각			

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국 (国家质量监督检验检疫总局)

발표일	2013년 9월			
상품명	소금 (瀬戸内盐)			
수출국	일본			
항구	산동성	중량	200kg	
통관거부사유	인증서류미비			
지침가이드	<국외식품생산기업 등록관리규정>에 의거 - 상품 수입 및 검역 검증시, 포함상품의 품질증서, 산지증명서, 안전위생증명서, 살충제 및 농약, 첨가제사용증명서 등을 준비해야 함. 상품수입 신고 시에는 위의 서류와 함께 거래서류 및 선적서류를 첨부하여 검증검역기관에 제출해야 하며 해당 사항에 대한 합격을 받아야 함.			
처리	반품처리			

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국 (国家质量监督检验检疫总局)

: 물품의 수출, 수입 또는 반송을 신고하고 그 허가를 요청하는 서류임

- 35 -

□ 검역신고서

: 중국 내 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 위한 신고서로 신고자명, 연락처 정보 등을 기재하는 서류임



**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 Sex Nationality

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

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

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

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 symptoms or illness if you have any now

☐ 发热 Fever	☐ 腹泻 Diarrhoea
☐ 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

146/2000.1.111

□ 검역신고 위탁서

: 수출입화물수화인의 위임을 받은 대리인이 검역신고를 수속함을 증명하기 위해 검험검역국에 제출하여야 하는 서류임

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,愿承担相关法律和行政责任。

联 系 人: _____

联系电话: _____

受托人(加盖公章)

年 月 日

□ 수입영수증

: 수입을 증명하는 영수증으로 화물명칭, HS CODE, 원산지, 중량 등의 정보가 기입되어 있음

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/代码		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 1 正 3 副 ☒ 重量证书 1 正 3 副 ☒ 数量证书 1 正 3 副 ☐ 兽医卫生证书 1 正 3 副 ☒ 健康证书 1 正 3 副 ☐ 卫生证书 1 正 3 副 ☐ 动物卫生证书 1 正 3 副				☒ 植物检疫证书 1 正 3 副 ☐ 熏蒸/消毒证书 1 正 3 副 ☐ 出境货物换证凭单 ☒ 通关单 ☐ ☐ ☐			
				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)]

□ 포장 명세서

: 포장 내 들어있는 상품의 목록을 기술한 서류로 수출업자가 수입업자 앞으로 작성함

装 箱 单

装 箱 单 CONTAINER LOAD PLAN				集装箱号 Container No.	集装箱规格 Type of Container: 20 40				
				铅封号 Seal No.	冷藏温度 Refr. Temp. Required				
船名 Ocean Vessel	航次 Voy. No.	收货地点 Place of Receipt	装货港 Port of Loading	卸货港 Port of Discharge	交货地点 Place of Delivery				
		☐ 场 CY ☐ 站 CFS ☐ 门 Door			☐ 场 CY ☐ 站 CFS ☐ 门 Door				
箱主 Owner	提单号码	1. 发货人 Shipper	2. 收货人 Consignee	3. 通知 Notify	标志和号码 Marks & Numbers	件数及包装种类 No. & Kind of Pkgs.	货名 Description of Goods	重量 (公斤) Weight kg.	尺码 (立方米) Measurement Cu. M.
危险品要注明 危险品标志分 类及闪点 In case of dangerous goods please enter the label classification and flash point of the goods.	重新铅封号 New Seal No.	开封原因 Reason for Breaking seal			装箱日期 Date of Vanning	装箱地点 at (地点及国名 Place & Country)		皮重 Tare weight	
	出口 Export	堆场签收 Received by Drayman	堆场签收 Received by CY		装箱人 Packed by			总毛重 Gross Weight	
	进口 Import	堆场签收 Received by Drayman	货运站签收 Received by CFS		发货人 (shipper/CFS)			发货人或货运站留存 1. SHIPPER/CFS	
					签署 Signed			(1) 一式十份 此栏每份不同	

□ 원산지 증명서

: 수출상품이 해당 산지에서 재배, 사육, 제조 또는 가공된 것임을 증명하는 문서임

1. Expéditeur (nom, adresse, pays) - Expéditeur / Destinataire المرسل / المستلم: 北京人, Dreyersheim		N° 1010 97	ORIGINAL
FRANCE		COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE EUROPEAN COMMUNITY مجموعة دول EUROPEAN COOPERATION CERTIFICAT D'ORIGINE CERTIFICATE OF ORIGIN شهادة المنشأ CERTIFICAT D'ORIGINE	
2. Destinataire (nom, adresse, pays) - Destinataire / Destinataire المرسل / المستلم: DREYERSHEIM LTD Mr. J. J. J. J. J. 2nd Floor of the cargo agent building N°11, Street 8 Airport Logistics base Shunyi District Beijing - CHINA 101300		3. Pays d'origine - Country of origin - País de origen المصدر / المصدر: Communauté européenne - France	
4. Informations relatives au transport (nature, destination) المرسل / المستلم: 101300		5. Remarque - Remark - Observación الملاحظة / الملاحظة: N° de facture: FA 001233	
6. N° d'origine - Origine, numéro, nombre et nature des lots - Désignation des marchandises المرسل / المستلم: 101300		7. Quantité - Quantity - Cantidad الكمية / الكمية: 800 kgs bruts	
1 - Château de La Genesière, Arques-Villages 2008, 750 ml, 500 bottles, 13.5 % alcohol		300 kgs bruts	
2 - Château Lapeyron Bordeaux, 2008, 1500 ml, 100 bottles, 13.5 % alcohol		300 kgs bruts	
3 - Château du Comte St Pierre, Muscadet, 2008, 750 ml, 240 bottles, 12 % alcohol		300 kgs bruts	
4 - Comte de Sévres, Muscadet, 2008, 750 ml, 240 bottles, 12 % alcohol		300 kgs bruts	
5 - Château Chaplin, Bordeaux AOC 2008, 750 ml, 240 bottles, 13.5 % alcohol		300 kgs bruts	
6 - Château Caillet de Rons, Bordeaux AOC 2010, 750 ml, 1200 bottles, 13.5 % alcohol		1 000 kgs bruts	
7 - Château Julien, Bordeaux AOC 2010, 750 ml, 1200 bottles, 13.5 % alcohol		1 000 kgs bruts	
8. L'autorité compétente certifie que les marchandises décrites ci-dessus ont été produites dans le pays indiqué dans la case N° 3. THE COMPETENT AUTHORITY CERTIFIES THAT THE GOODS DESCRIBED ABOVE ORIGINATE IN THE COUNTRY INDICATED IN BOX 3. LA AUTORIDAD COMPETENTE CERTIFICA QUE LAS MERCANCIAS DESCRITAS SON ORIGINARIAS DEL PAÍS INDICADO EN LA CABELLA N° 3. المصدر / المصدر: 101300			
9. Lieu et date de délivrance - Délivrance, signature et cachet de l'autorité compétente Lieu et date de délivrance: 101300 Signature: 101300 Date: 11 FEB 2008			
N° 062992460			

VI

관세 및 세금

1. 중국 소금 관세 및 세금

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

< 중국 소금 관세율 >

형태	HS CODE	기본 관세율	부가가치세율
식염	2501.10.11	0%	13%

출처 : 중국 국세청

INTERVIEW

"죽염이 식염으로 분류된 경우 HS Code 2501.00.11.00으로 관세는 0%에 부가가치세 13%가 부과된다. 기타염으로 분류될 시 HS Code 2501.00.19000에 해당하며 관세율은 0% 부가가치세는 17%이다"

- 절강성 전자 해관
(浙江电子口岸有限公司)

- ☐ 중국에서 죽염은 식염의 형태로 HS Code 2501.10.11.로 분류되며 기본 관세율은 0%임
 - 무관세이나 부가가치세율로 13%가 부과되고 있음
- ☐ 만약 죽염이 기타염으로 분류될 경우 HS Code 2501.00.1900에 해당하며 기본 관세율은 0%에 부가가치세는 17%임
- ☐ 한·중 FTA는 현재 국회 비준 처리 중으로, 정확한 발효일은 미정이나 곧 발효될 것으로 예상되고 있음
 - 한국 정부는 지난 6월 4일 국회에 한·중 FTA 비준안을 국회에 제출함으로서 행정절차를 모두 마친 상태임
 - 그러나 한·미 FTA가 타결에서 발효까지 5년 이상 소요된 만큼 한·중 FTA 역시 향후 실질적인 발효에도 상당한 시간이 요구될 것이라 사료됨

VI

인증 및 허가등록

1. 중국 식품 인증 정보

※ '식품 안전 국가 표준이 없는 식품 수입허가 및 관리 규정'에 의하여 중국에 처음 수입되는 식품에 대해서는 허가가 필요하나, 소금은 이에 해당되지 않음

1. CERTIFICATION INFORMATION - 중국 식품 인증 정보

주요 식품인증정보 1

	인증 명	식품안전관리인증 (HACCP)	내용	· 식품의 원자재에서 제조, 가공, 보존, 유통까지 위험성 있는 요소들을 방지하고 관리하는 인증임
	발행기관	중국식품의약품안전청		
식품안전 인증	성격	선택		

□ 식품안전관리 인증정보 절차 및 비용

- 인증신청 비용은 1,000 위안이며 신청일 한 달 이내에 지불하여야 함
- 추가로 인증을 발부받으려면 납품 매장 당 50 위안을 지불하여야 하며 연 1회 2,000 위안의 지속 비용을 납부하여야 함
- 식품안전관리인증 절차 및 비용에 대한 세부 사항은 하기 주소에서 확인할 수 있음

KEY INFO

중국 식품안전관리 인증 정보를 취득하기 위해서는 서류 심사 및 현장 검사가 진행되며 초기 신청비용은 1,000위안임

<http://www.foodmate.net/zhiliang/haccp/21.html>

< 중국 식품안전관리 인증 취득 절차 >



주요 식품인증정보 2

	인증 명	QS인증	내용	· 2008년부터 중국 내 유통되는 모든 중국산 식품이 취득하여야 하는 인증으로, 안전한 품질을 보증하는 인증임 · 수입식품의 경우 인증 취득은 선택사항임
	발행기관	중국 국가품질감독검험검역총국		
QS마크	성격	선택 (수입식품)		

□ QS마크 인증정보

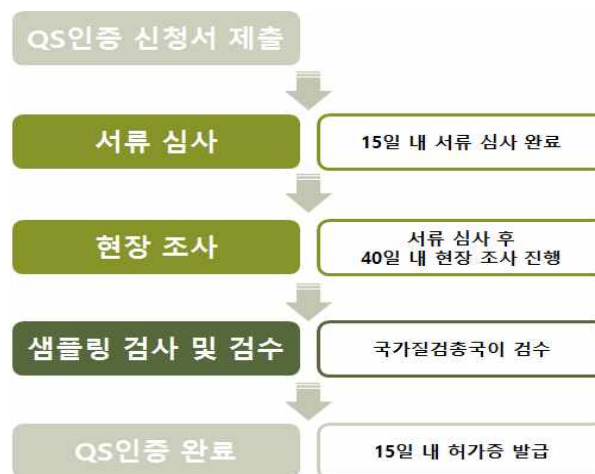
- 2008년부터 중국에서 유통되는 모든 식품은 안전한 품질을 인증하는 QS인증(企业生产许可)을 취득해야함. 마크를 부착하지 않을 시 유통이 중단됨
- 식품뿐 아니라 화장품에도 적용이 되며, 플라스틱 및 종이 컨테이너와 식품 가공 기기 및 치약 품목에 대해서도 적용이 됨
- 중국제품은 필수인증이며, 수입제품은 필수는 아니지만 인증취득 시 중국 내 판매가 용이함
- 한국의 식약처와 비슷한 역할을 하는 중국의 품질감독검역총국에서 주관하고 있음

INTERVIEW

“한국은 중국 수출입검역기관에서 규정한 동물역병리스트 국가에 포함되어 삼계탕을 수출할 수 없다.”

- Ms. Jing
(상해검역국)

< 중국 QS인증 취득 절차 >



출처 : 중국 국가감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 품질검사, 생산 장비 등에 대한 허가를 받은 후 QS마크를 부착할 수 있으며 3년마다 재심사를 받아야함

－ 신청비용은 단위당 2,000 위안이며 2개 이상의 제품을 동시에 신청할 시에는 개당 20%가 가산됨

－ 검사 비용은 지역 기준에 따라 모두 다르고, 일반적으로 기업 자문 비용을 포함한 1만 2,000 ~ 1만 5,000 위안의 컨설팅 비용이 추가로 필요함

－ 특히 식품생산허가증 취득 단계에서 중요한 요소는 각 창고, 건조장, 직원 복지시설 등이 제대로 갖추어졌는지 여부임

－ 인증 유효기간 내에 사명(社命)이 변경된 경우는, 3개월 이내에 변경 신청을 하여야 함

KEY INFO

중국 QS인증 초기 신청비용은 2,200위안이며, 동시에 두 개 항목 이상을 신청할 경우, 신청비용의 20%를 추가로 지불하여야 함

< QS코드 인증관련 정보 >



STEP 01 생산허가증 신청	· 서류 신청 후 15일 이내로 접수가 되며, 부적합 사유 혹은 미비점 발견 시 20일의 보완 기간 제공
STEP 02 검토	· 접수 이후 40일 내로 품질감독검역총국 지역본부가 생산 시설을 방문하여 검토를 시행하며, 검토 후 10일 이내로 당국의 보고서가 작성되어 인증이 발급됨
STEP 03 인증 취득	· 허가 취득 15일 내로 생산허가증의 사본이 발급되며, 해당 인증은 3년간 유효
STEP 04 갱신	· 인증 만료 기간 6개월 전에 품질감독검역총국에 갱신을 신청해야 함
STEP 05 연간 심사	· 식품생산허가를 받은 업체는 1년에 한번 심사를 진행 하며, 이때 인증이 유효한 상태여야 함 · 지역본부가 심사를 진행함

출처 : Baidu Library(www.baik.baidu.com)

VIII

라벨링 및 식품첨가물

1. 중국 소금 라벨링 정보
2. 중국 소금 식품첨가물 정보

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

□ 중국 식품 라벨링 정보

- 포장형태로 판매되는 소금 제품들은 중국 위생부에서 발표한 GB 7718-2004에 의거하는 기준을 부합해야 함
- 라벨 표시 항목에는 원산지, 주소, 연락처, 중국 내 대리상 등이 기재되어야 하고 중국어 간체자로 표기되어야 함
- 중문라벨을 표시할 때 샘플 및 제출된 라벨 내용과 일치해야 하고 불일치 시 전체적인 라벨링 절차를 다시 거쳐야 하므로 사전에 점검이 요구됨

< 중국 식품 라벨링 표시사항 >

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| - 식품 명칭/원산지 | - 생산업체가 적용하는 제품 표준코드 |
| - 생산업체의 명칭 및 주소와 연락 방식 | - 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준 요구 기준에 있을 경우) |
| - 식품의 생산날짜, 품질보증기간, 저장 조건 | - 식품생산허가증 번호 및 QS마크 (생산 허가증이 필요한 경우) |
| - 순함량, 고형물 함량 (정량포장 식품일 경우) | - 수출국 식품위생인증로고 |
| - 식품의 성분 또는 배합원료 리스트 | - 경고마크 또는 중문 경고설명 |

< 수입식품 라벨 심사(進口食品標籤備案) >

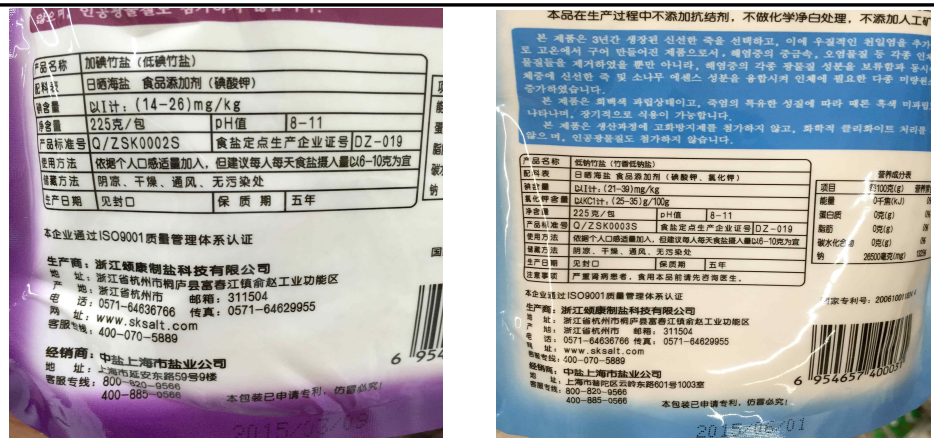


< 중국 소금 라벨 사진 >

KEY INFO

유의사항

보건의료품으로 등록하지 않는 이상 라벨에 죽염의 치료 역할이나 건강역할을 명시하는 것은 금지되어 있음



< 중국 라벨링 표시사항 상세 >

	항목	설명
1	표기 언어	중문 간체. 외국어를 동시에 사용할 수는 있으나 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함(상표, 수입 식품의 제조자 및 주소, 해외 판매자의 명칭 및 주소, 웹사이트 제외)
2	글자 크기	모든 외국어 표기는 외국어에 상응하는 한자보다 커서는 안 됨 (상표 제외)
3	제품명 또는 설명	식품 라벨에서 가장 잘 보이는 위치에 식품의 속성을 반영하는 전용 명칭을 분명하게 표기해야 함
4	구성 성분	첨가량이 많은 순서로 하나씩 나열함. 첨가량이 2%를 넘지 않는 배합원료는 순서대로 나열하지 않아도 됨
5	순 중량	액체 식품은 리터(L, l), 밀리리터(mL, ml)를 사용하거나 또는 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용함 고체 식품은 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용함 반고체 또는 점성 식품은 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용하거나 부피단위인 리터(L, l), 밀리리터(mL, ml)를 사용함
6	제조자, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	중국에 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 하고 생산자 명칭, 주소 및 연락처는 표시하지 않음
7	원산지	수입 식품은 원산지 국가명 또는 지역명을 표기함
8	포장일자, 유통기한	식품의 생산일자 및 품질 보증 기간을 분명하게 표시해야 함. 만일 '포장재 어떤 부분을 참조하세요'의 형식이라면 해당 포장재의 구체적인 위치를 표시해야 함 일자 표시는 절대 별도의 스티커 부착, 보충인쇄, 수정을 할 수 없음
9	보관 조건	식품 라벨은 보관조건을 표시해야 함
10	식품 생산허가증 일련번호	사전포장 식품 라벨은 식품 생산허가증 일련번호를 표시해야 함
11	제품 표준코드	수입 식품의 경우 표준코드 및 시퀀스 번호를 표시하지 않아도 됨
12	표시 위치	포장 용기에서 쉽게 눈에 띄는 면을 표시면으로 함

출처 : 중화인민공화국국가표준 식품안전 국가표준 사전포장 식품 라벨 통칙

2. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 중국 소금 식품첨가물 정보

- ☐ 다른 식품 내 함유되어 있는 소금이나 나트륨을 규제하는 경우는 있지만 별도로 소금 자체에 대한 중국 내 식품첨가물에 대한 규제는 없음
- ☐ 식용 소금의 경우, 2003년에 중국 중국경공업연합회(中国轻工业联合会)가 발간한 <QB 2020-2003>의 기준을 따르며 대장균 및 균락총수에 대한 것이 주 내용임

< 중국 소금 함량 기준 변경사항 >

항목	시행 법령	최대 허용치
균락총수	QB 2020-2003	30개/100g
대장균군	QB 2020-2003	3만개/g

출처 : QB 2020-2003

