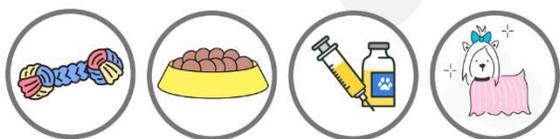


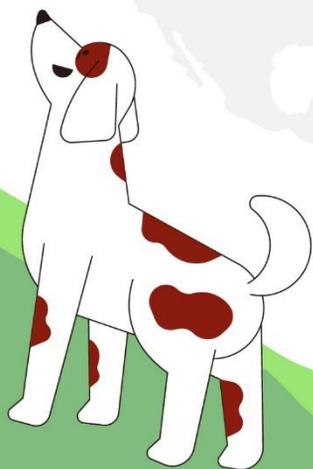


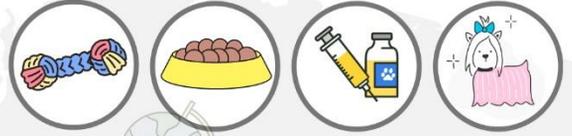
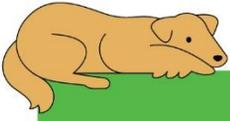
2024 **시장분석형**

반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



No. : 202409-12
품목 : 펫푸드(반려견 간식)
HS CODE : 2309.10 
국가 : 중국(China) 





CONTENTS

I. SUMMARY

1. 요약 04

II. 시장규모

1. 중국 반려동물 식품 시장규모 06

2. 중국 반려견 간식 시장규모 07

3. 중국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모 08

4. 중국 반려가구 유형 09

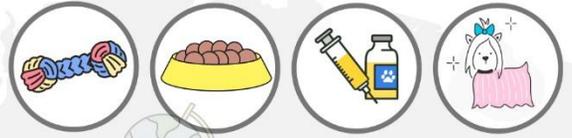
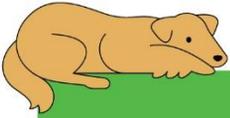
III. 시장트렌드

※ 중국 반려견 간식 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 중국 반려견 간식 브랜드 1위 : '마이푸드' 11

2. 중국 반려견 간식 맛 키워드 1위 : '닭고기' 12

3. 중국 반려견 간식 효능 키워드 1위 : '치아 관리' 13



CONTENTS



IV. 유통채널

※ 중국 반려동물 식품 유통채널 점유율	16
1. 온라인쇼핑몰 	17
2. 반려동물 전문 용품점	21
3. 반려동물 병원	23

V. 진입장벽

※ 중국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황	26
1. 중국 반려동물 사료 수입 등록 제도	28
2. 중국 반려동물 사료 제품 규격	29
3. 중국 반려동물 사료 제품 라벨링	30
4. 중국 반려동물 사료 공장 등록	32
5. 중국 반려동물 사료 품질 인증	33

VI. 전문가 인터뷰

1. 왕이옌쉬안 (网易严选)	35
2. IN마이더스 (IN麦德氏)	38
3. 루이펑지탄 (瑞鹏集团)	41

(*) 참고문헌

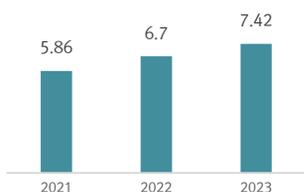


SUMMARY (중국 반려동물 간식 시장분석)

시장 현황

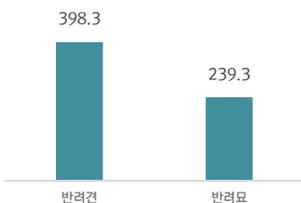
반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



반려동물 간식 시장규모

단위 : 백만 달러 (2022년 기준)



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2309.10 제품 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모

단위 : 천 달러



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 중국 정동 반려동물 간식 제품 100건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
 기본 관세율: 15%
 한중무역협정 세율: 0%
 (원산지 증명서 必)

사전 준비
 수입 기업 등록,
 수입 제품 등록

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
 제품명, 원료 조성, 제품 성분
 보증값, 보관 조건 및 사용법,
 주의사항, 생산 날짜 및
 유통기한, 제조업체 정보,
 라이선스 문서 번호

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상



Point

- (간식수요 高) 반려동물 간식 수요 높으며 건강 효능 관련 성분 포함 간식 인기
- (인증된 간식 선호) 중국 소비자들은 HACCP 인증이나 ISO 인증 등이 들어간 보조제를 더 선호
- (온라인 쇼핑물 인기) 반려동물 간식 주요 구매층이 청년임에 따라 온라인 쇼핑물을 통한 진출 권장





II. 시장규모

1. 중국 반려동물 식품 시장규모
2. 중국 반려견 간식 시장규모
3. 중국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모
4. 중국 반려가구 유형



시장규모

1. 중국 반려동물 식품 시장규모

반려동물 식품
1인당 소비규모 (2023)

중국	5.18 달러
한국	21.65 달러

출처 : Statista

■ 중국 반려동물 식품 시장규모¹⁾, 2023년 기준 74억 2천만 달러

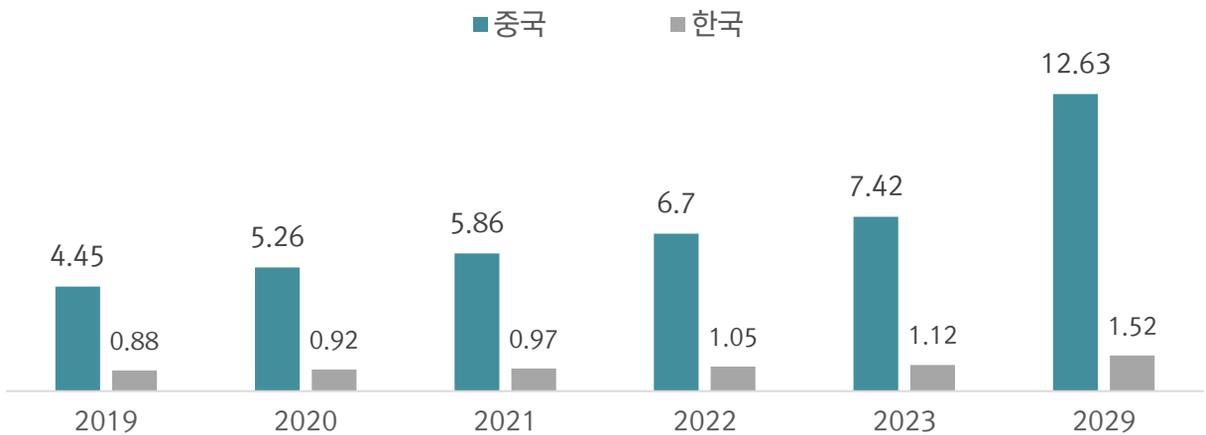
2023년 기준 중국 반려동물 식품 시장규모는 74억 2천만 달러를 기록하였으며, 한국 시장과 비교하여 약 6.6배 높은 수준임. 다만, 중국의 2023년 반려동물 식품의 1인당 소비규모는 5.18달러로, 한국의 21.65 달러 대비 약 4.2배 낮은 것으로 나타남

■ 중국 반려동물 식품 시장, 2023-2029년 고성장 지속 전망

2023년 중국 내 반려동물 개체 수가 2억 마리를 돌파하는 등 청년층을 중심으로 관련 시장이 지속 성장하고 있으며, 과거와는 달리 반려동물이 점차 ‘가족’과 같은 존재로 인식되고 있는 것으로 조사됨. 이와 같은 ‘펫휴머니제이션’ 현상에 힘입어, 중국의 반려동물 식품 시장규모는 2023년부터 향후 6년 간 연평균 9.27% 성장하여 2029년에는 126억 3천만 달러 수준을 달성할 것으로 전망됨

중국 반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	2029(f)	CAGR ²⁾ (23-29)
중국	4.45	5.26	5.86	6.70	7.42	12.63	9.27%
한국	0.88	0.92	0.97	1.05	1.12	1.52	5.22%

출처 : Statista

1) 스테티스타에 따르면 반려동물 식품 시장은 반려견, 반려묘를 포함한 가축의 영양 요구 사항을 충족하기 위해 특별히 만들어진 사료와 설치류 및 파충류와 같은 덜 흔한 가정용 반려동물을 위한 사료 제품을 포함함. 또한, 동물의 건강과 웰빙에 필수적인 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소가 종종 반려동물 사료에 포함됨
 2) 조사제품 '반려견 간식'은 반려견에게 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소 중 하나임. 고객사 제품 유형을 기준으로 '반려견 간식'의 상위 항목인 '반려동물 식품'의 시장규모를 조사함
 3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 반려견 간식 시장규모⁴⁾

■ 중국 반려동물 간식 시장, 반려견 간식 중심으로 형성

2022년 기준 중국 반려동물 간식 시장은 전년 대비 3.1% 성장한 6억 3,760만 달러를 기록했으며, 한국의 2억 3,870만 달러보다 약 2.67배 높은 것으로 조사됨. 중국 청년층의 반려동물에 대한 수요 및 소비가 높아짐에 따라 반려동물 간식 시장도 잇따라 성장 추세를 보이고 있으며, 일반 베이커리점에서 반려동물용 케이크를 출시하는 등 반려동물의 간식 유형이 다변화하고 있는 것으로 나타남

중국 반려동물 간식 시장은 전체 반려동물 사료 시장 중 7.9%를 차지하고 있으며, 해당 간식 시장 내 유형은 반려견과 반려묘 간식으로 구분되고 있는 것으로 조사됨. 반려견 간식은 전체 반려동물 간식 시장 중 62.5%를 차지하고 있으나, 최근 중국 내 반려묘를 기르는 가구들이 많아짐에 따라 전체 반려동물 간식 시장의 성장과 더불어 반려묘 간식의 점유가 상대적으로 높아질 것으로 예상됨

반려동물 간식 시장규모 (2022년)

중국	637.6 백만 달러
한국	238.7 백만 달러

출처 : Euromonitor International

중국 반려동물 유형별 간식 시장규모 (2022년)

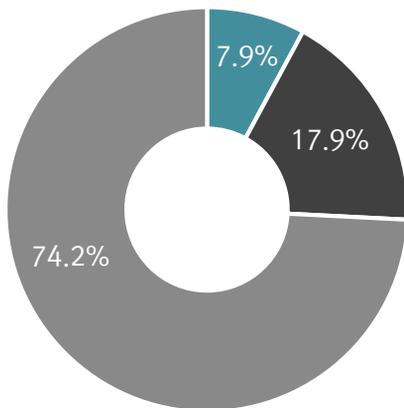
반려견	398.3 백만 달러
반려묘	239.3 백만 달러

출처 : Euromonitor International

중국 반려동물 식품 시장 및 반려동물 유형별 간식 시장 점유율 (2022년)

단위 : %

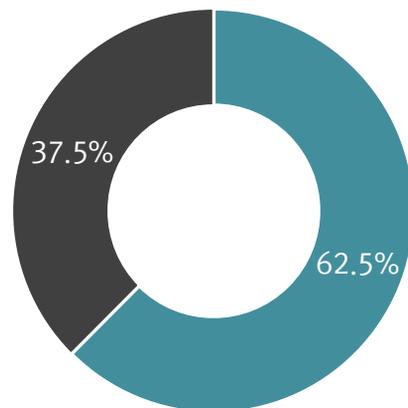
반려동물 식품 시장



■ 간식 ■ 건사료 ■ 습식사료

건사료	습식사료	간식
74.2	17.9	7.9

반려동물 간식 시장



■ 반려견 간식 ■ 반려묘 간식

반려견 간식	반려묘 간식
62.5	37.5

출처 : Euromonitor International

4) 해당 장에서 '중국 반려견 간식'에 대한 시장규모 추이 정보 확인이 불가하여, '2022년 중국 반려동물 유형별 시장규모' 정보와 '2022년 중국 반려동물 식품 시장 및 반려동물 유형별 간식 시장 점유율' 정보를 확인함

3. 중국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

반려동물 간식 HS-CODE ⁵⁾	
2309.10	
개나 고양이용 식품 (소매용으로 한정한다)	
단위 : 천 달러	
중국 HS CODE 2309.10 국가별수입규모	
① 미국	376,734
② 뉴질랜드	76,546
③ 태국	45,999
⑬ 한국	0

■ 중국 對글로벌 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

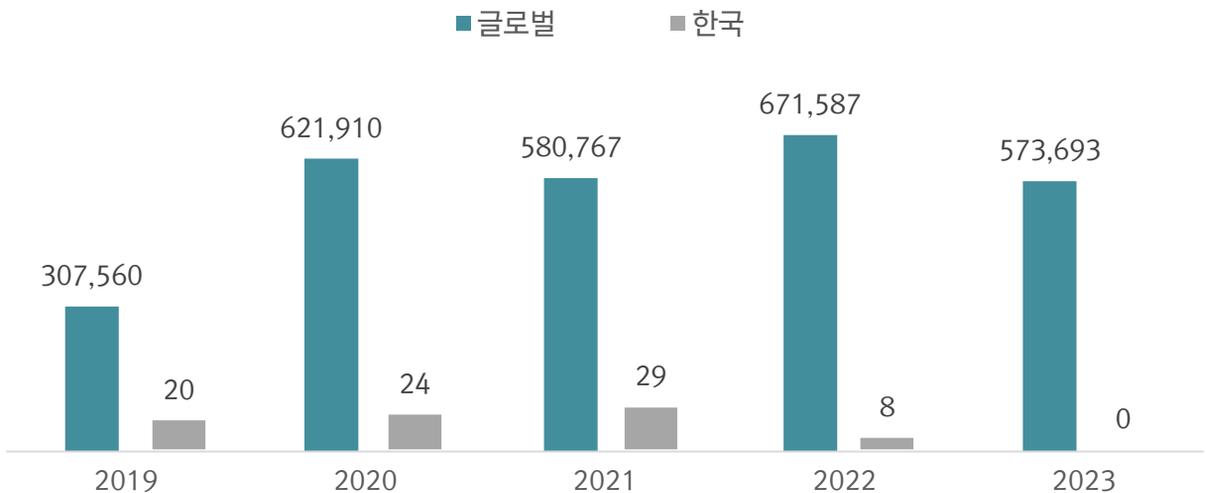
2023년 기준 중국의 HS CODE 2309.10 제품 글로벌 수입규모는 5억 7,369만 달러로, 전년 대비 약 14.5% 감소한 것으로 나타남. 중국 내 HS CODE 2309.10 제품 시장의 주요 수입국으로는 미국을 비롯한 뉴질랜드, 태국 등이 있으며, 관련 글로벌 기업들이 중국 시장을 과점하고 있는 것으로 조사됨. 관련 글로벌 브랜드들이 연간 50% 이상 성장할 것으로 예상되는 한편, 중국 내 현지 브랜드들 또한 가파른 성장세를 보여주고 있어 수입액 감소에 일조한 것으로 분석됨

■ 중국 對한국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모 … 2023년 기준 전무

2023년 기준 중국의 한국 HS CODE 2309.10 제품 수입액은 전무한 것으로 조사됨. 육류가 포함된 한국산 HS CODE 2309.10 제품은 중국 내 수입이 금지되어 있는 것과 더불어 코로나 19 이후 엄격해진 규제 장벽에 의해 시장 진입에 어려움을 겪고 있는 것으로 분석됨

중국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

단위 : 천 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁶⁾ (19~23)
對글로벌 수입액	307,560	621,910	580,767	671,587	573,693	16.87%
對한국 수입액	20	24	29	8	0	(-)

출처 : ITC(International Trade Centre)

5) '반려동물 간식'은 반려견에게 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소 중 하나로, 소매 포장된 형태로 제공되므로 HS CODE 2309.10으로 분류 가능함
6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

4. 중국 반려가구 유형

■ 중국 전체 가구 중 반려가구 비율은 22%

2023년 기준 중국 반려가구 비율은 22%로 나타났으며, 이는 전세계 글로벌 반려가구 평균 비율인 58% 대비 상당히 낮은 수준임. 개, 고양이 등의 동물을 가축이 아닌 반려동물로 생각하게 된 중국의 문화적 인식에 대한 변화가 비교적 최근에 이루어 졌다는 특징이 반영된 것으로 분석되며, 전체 모수가 큰 중국의 특징을 고려하여 해석할 필요가 있음

■ 반려가구 유형은 반려묘(57.5%), 반려견(42.5%), 기타(12.8%) 순

중국 반려가구 유형별 비율은 반려묘(57.5%), 반려견(42.5%), 기타 반려동물(12.8%) 순으로 조사되며, 특히 반려묘 가구 비율은 글로벌 대비 4.5% 높은 것으로 나타남. 이는 중국에서 1인 가구와 덩크족 같은 소규모 가구가 증가하고, 생활방식이 점차 간소화되면서 보살피는 부담이 적은 반려묘를 선호하는 경향이 강해지고 있기 때문임. 특히 젊은 세대를 중심으로 반려묘에 대한 선호도가 높아지면서 이러한 현상이 뚜렷하게 나타남. 이는 반려견 간식 시장(62.5%)이 반려묘 간식 시장(37.5%)보다 점유율이 높은 것과는 대비되며, 가구 수가 반려동물 간식 시장 규모에 미치는 영향은 상대적으로 제한적인 것으로 분석됨

글로벌 평균(2023)

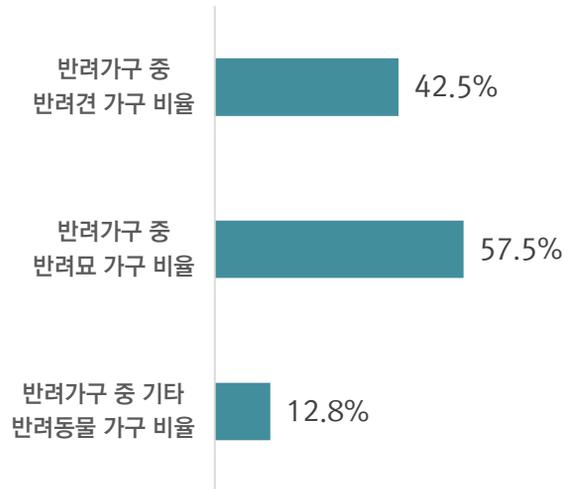
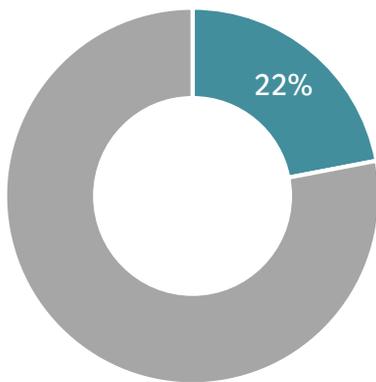
반려가구	58%
반려견	59%
반려묘	53%
기타	21%

출처 : TGM Research

중국 반려가구 유형 (2023년)⁷⁾

단위 : %

■ 전체가구 중 반려가구 비율



국가	전체가구 중 반려가구 비율	반려가구 중 반려견 가구 비율	반려가구 중 반려묘 가구 비율	반려가구 중 기타 반려동물 가구 비율
중국	22	42.5	57.5	12.8

출처 : Statista

7) 해당 설문은 복수 응답 방식으로 진행되어 전체 합계가 100%를 초과하여 집계됨



III. 시장트렌드

※ 중국 반려견 간식 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 중국 반려견 간식 브랜드 1위 : ‘마이푸디’
2. 중국 반려견 간식 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’
3. 중국 반려견 간식 효능 키워드 1위 : ‘치아 관리’



※ 중국 반려견 간식 소비 제품 특징 분석 프로세스

온라인 쇼핑몰 베스트셀러 등록 제품의 특징 정보 분석 제공

■ 중국 온라인 쇼핑몰 데이터 수집

- 정보 수집원 : 징둥
- 수집 카테고리 : 반려견 간식
- 수집 기간 : 2024년 9월
- 수집 정보 : 베스트셀러 제품 100개

■ 중국 온라인 쇼핑몰 데이터 분석 결과

키워드	발생 연관어													
브랜드		<table border="1"> <thead> <tr> <th>키워드</th> <th>빈도</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>마이푸디(麦富迪)</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>크레이지독(疯狂小狗)</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>왕이옌셴(网易严选)</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>레전드샌디(LEGEND SANDY)</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>푸훙(俘获)</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	키워드	빈도	마이푸디(麦富迪)	20	크레이지독(疯狂小狗)	12	왕이옌셴(网易严选)	6	레전드샌디(LEGEND SANDY)	6	푸훙(俘获)	4
	키워드	빈도												
	마이푸디(麦富迪)	20												
	크레이지독(疯狂小狗)	12												
	왕이옌셴(网易严选)	6												
	레전드샌디(LEGEND SANDY)	6												
푸훙(俘获)	4													
맛		<table border="1"> <thead> <tr> <th>키워드</th> <th>빈도</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>닭고기(鸡肉)</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>오리(鸭肉)</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>소고기(牛肉)</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>연어(三文鱼)</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>야채(蔬菜)</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	키워드	빈도	닭고기(鸡肉)	15	오리(鸭肉)	8	소고기(牛肉)	8	연어(三文鱼)	2	야채(蔬菜)	2
	키워드	빈도												
	닭고기(鸡肉)	15												
	오리(鸭肉)	8												
	소고기(牛肉)	8												
	연어(三文鱼)	2												
야채(蔬菜)	2													
효능		<table border="1"> <thead> <tr> <th>키워드</th> <th>빈도</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>치아 관리(洁齿)</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>구취 제거(祛口臭)</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>영양(营养)</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>피부 건강(护肤美毛)</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>장 건강(肠胃调理)</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	키워드	빈도	치아 관리(洁齿)	8	구취 제거(祛口臭)	7	영양(营养)	2	피부 건강(护肤美毛)	1	장 건강(肠胃调理)	1
	키워드	빈도												
	치아 관리(洁齿)	8												
	구취 제거(祛口臭)	7												
	영양(营养)	2												
	피부 건강(护肤美毛)	1												
장 건강(肠胃调理)	1													

시장 트렌드

1. 중국 반려견 간식 브랜드 1위 : ‘마이푸디’

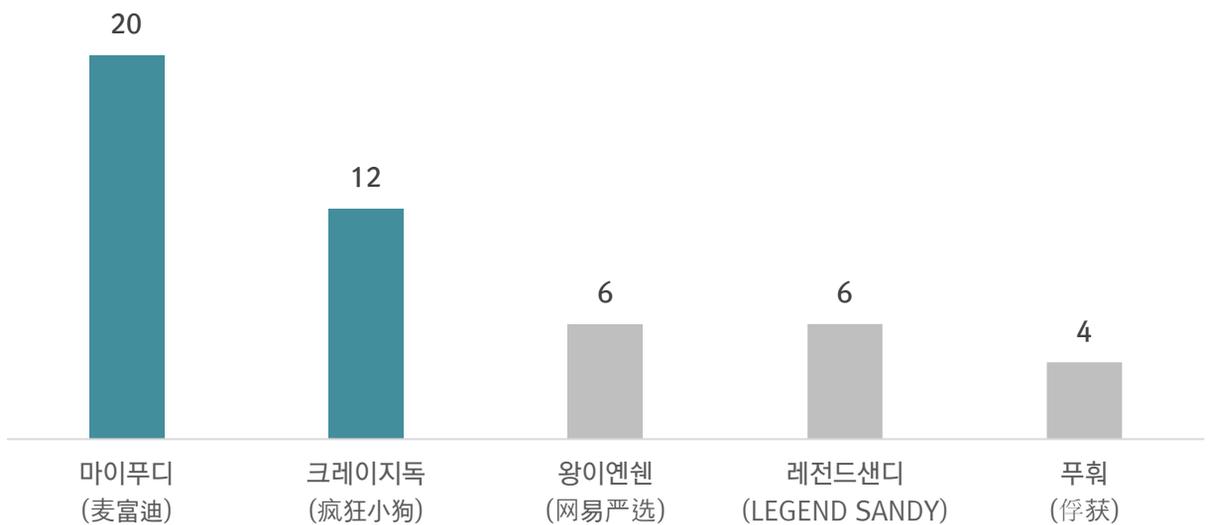
▪ 중국 반려견 간식 현지 브랜드 강세

베스트셀러 상위권에는 중국 현지 브랜드인 ‘마이푸디(麦富迪)’가 가장 두드러지며, ‘크레이지독(疯狂小狗)’이 그 뒤를 이음. 나머지 브랜드 모두 현지 브랜드로 나타남. 이는 중국 반려동물 시장에서 현지 브랜드가 강세를 보이고 있음을 보여주며, 중국 소비자들이 자국 브랜드 제품을 선호하는 경향을 반영함. ‘마이푸디(麦富迪)’는 중국의 대표적인 반려동물 식품 브랜드로, 전 세계 9대 천연 식자재 산지에서 원료를 공급받아 제품을 생산함. ‘크레이지독(疯狂小狗)’은 중국의 반려견 전문 브랜드로, 다양한 제품 라인업을 통해 반려견의 행복한 삶을 추구함

이미지	브랜드	제품명	특성	
			효능	치아갈기, 치석감소, 칼슘보충
 (판매 링크)	마이푸디 (麦富迪)	반려견 간식 치석 제거 스틱, 구강 청결, 혼합 맛 (宠物零食磨牙棒泰迪成幼犬磨牙清新口气咬胶混合味)	효능	치아갈기, 치석감소, 칼슘보충
			중량	220g
			가격	12.00위안 (약 2,250원) ⁸⁾
 (판매 링크)	크레이지독 (疯狂小狗)	반려견 간식 치석 제거 스틱, 치아세정, 내구성 강한 혼합 맛 (宠物零食磨牙棒用于泰迪金毛幼犬成犬齿耐咬混合味)	효능	치석 제거, 구강 관리
			중량	220g
			가격	9.90위안 (약 1,856원)
 (판매 링크)	왕이엔셴 (网易严选)	곡물 없는 쇠고기 및 닭고기 동결 건조 3피스 (网易严选天成狗粮无谷牛肉鸡肉冻干三拼犬粮)	효능	영양 공급
			중량	120g
			가격	9.90위안 (약 1,856원)

중국 반려견 간식 브랜드 관련 키워드

단위 : 발생건수



8) 1위안=187.56원(2024.09.01 KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 중국 반려견 간식 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’

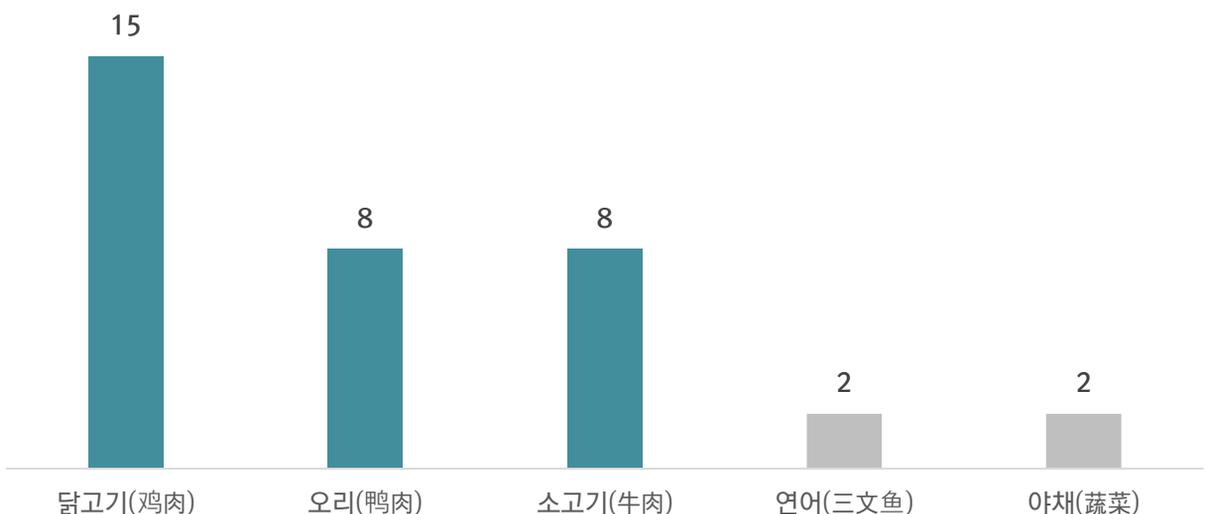
▪ 중국 반려견 간식 맛 닭고기가 우세

중국 반려견 간식 시장에서 가장 많이 사용된 재료는 ‘닭고기’임. 이는 ‘닭고기’가 반려견의 기호도와 건강 모두를 만족시키는 재료로 평가받기 때문으로 보임. 뒤이어 ‘오리’와 ‘소고기’가 나오며, 다양한 육류 간식에 대한 수요를 보여줌. 한편, ‘연어’와 ‘야채’는 상대적으로 낮은 비율을 보였으나, 특정한 영양소 보충이나 차별화된 간식을 찾는 소비층이 존재함을 나타냄

이미지	브랜드	제품명	특성	
			효능	특성
 (판매 링크)	크레이지독 (疯狂小狗)	반려견 간식 치석 제거 스틱, 닭고기, 내구성 강한 천연링용, 치아 세정 도넛 (宠物狗零食磨牙棒, 鸡肉牛皮卷, 耐啃通用, 洁齿甜甜圈)	효능	치석 제거, 구강 관리
			중량	80g
			가격	19.90위안 (약 3,732원)
 (판매 링크)	왕이엔셴 (网易严选)	오리 고기 및 배 반려견 사료 (网易严选网易天成三拼狗粮通用全价三拼鸭肉梨犬粮)	효능	체내 열 감소
			중량	120g
			가격	9.90위안 (약 1,856원)
 (판매 링크)	왕이엔셴 (网易严选)	곡물 없는 쇠고기 및 닭고기 동결 건조 3피스 (网易严选天成狗粮无谷牛肉鸡肉冻干三拼犬粮)	효능	영양 공급
			중량	120g
			가격	9.90위안 (약 1,856원)

중국 반려견 간식 맛 관련 키워드

단위 : 발생건수



3. 중국 반려견 간식 효능 키워드 1위 : ‘치아 관리’

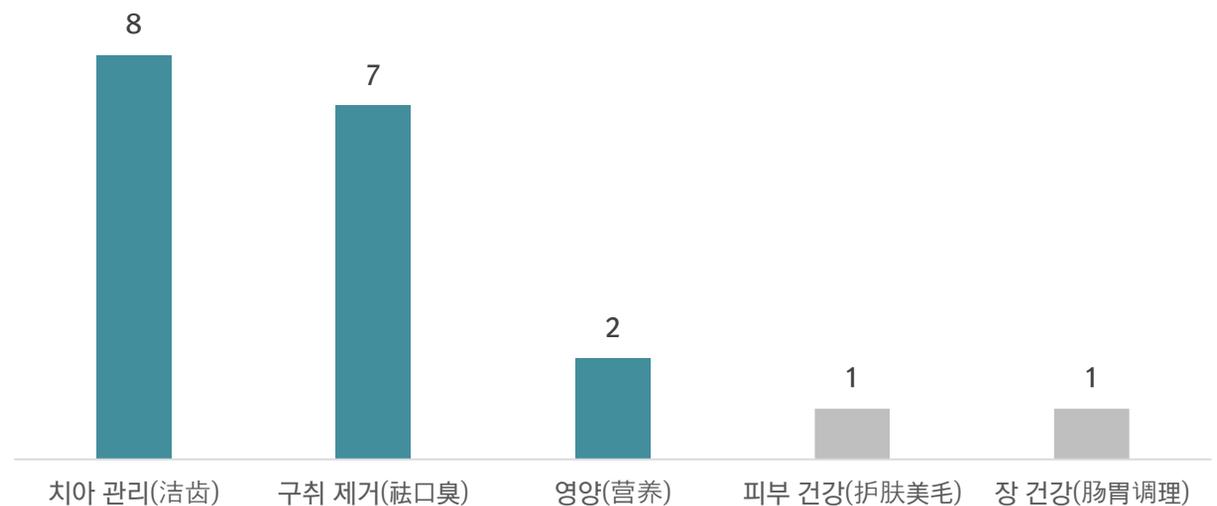
▪ 중국 반려견 간식 구강 건강에 집중

중국 반려견 간식 시장에서 가장 주목받는 기능은 ‘치아 관리’와 ‘구취 제거’로, 반려견의 구강 건강을 중시하는 소비자들의 요구를 반영함. 이어 ‘영양’ 공급이 언급되며 기본적인 영양균형을 고려하는 추세를 보여줌. 또한, ‘피부 건강’과 ‘장 건강’과 같은 특정 건강 문제를 해결하거나 예방하려는 수요도 확인됨. 이는 중국 반려견 간식 시장이 주로 구강 건강과 영양 공급에 집중하면서도 점차 세분화된 기능성 제품으로 확대되고 있음을 나타냄

이미지	브랜드	제품명	특성	
			효능	치석 제거, 구취 제거
 (판매 링크)	마이푸디 (麦富迪)	프레쉬 브레스 반려견 간식 (狗狗零食磨牙棒泰迪幼犬磨牙)	효능	치석 제거, 구취 제거
			중량	220g
			가격	9.89위안 (약 1,854원)
 (판매 링크)	마이푸디 (麦富迪)	성견/자견 겸용 치석 제거반려견간식, 원물오리육포 (成幼犬通用磨牙狗零食原切鸭肉干)	효능	치석 제거
			중량	100g
			가격	17.90위안 (약 3,357원)
 (판매 링크)	미트웨이 (Meatway)	오리 고구마 롤 100g (宠物狗狗零食鸭胸肉缠地瓜干)	효능	영양 공급
			중량	100g
			가격	18.00위안 (약 3,376원)

중국 반려견 간식 효능 관련 키워드

단위 : 발생건수





IV. 유통채널

※ 중국 반려동물 식품 유통채널 점유율

1. 온라인쇼핑몰
2. 반려동물 전문 용품점
3. 반려동물 병원



유통채널

※ 중국 반려동물 식품 유통채널 점유율

신청기업

조사희망 유통채널

- ① 온라인 쇼핑몰
- ② 반려동물 전문 용품점
- ③ 반려동물 병원

■ 중국 반려동물 식품 주요 유통채널은 온라인(50%)으로 확인

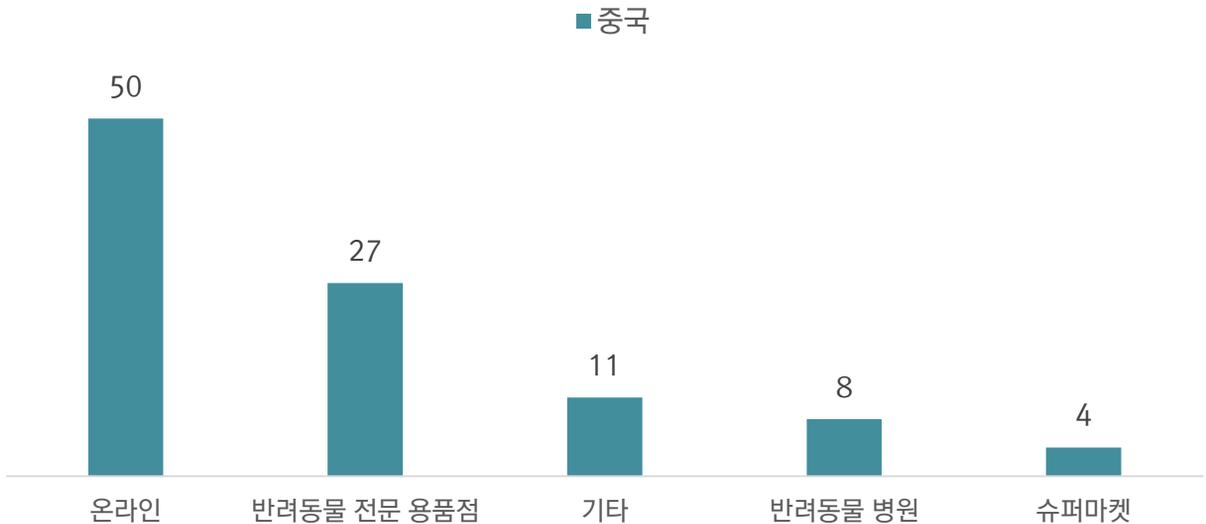
중국 반려동물 식품의 주요 유통 채널은 온라인으로, 50%의 점유율을 기록함. 중국 내 과반을 차지하고 있으므로 중국 반려동물 식품 시장 진출 시 우선 고려할 수 있음. 특히, 반려동물 식품의 주요 소비층이 중국의 2030으로 이루어져 있다는 요소를 고려할 경우 온라인을 통한 제품 유통은 구매의 편리성 및 제품의 다양성을 바탕으로 더욱 확장될 것으로 예상됨

■ 중국 반려동물 전문 용품점 점유율 27% … 두 번째로 큰 채널

중국 유통채널 중 반려동물 전문 용품점을 통해 반려동물 식품을 구매하는 비율은 27%로, 중국의 반려동물 전문 용품점은 단순 구매를 넘어선 직원 상담을 통한 맞춤형 구매가 가능하기에 소비자들의 선호도가 높은 것으로 조사됨

중국 반려동물 식품 유통채널 점유율 (2023년)⁹⁾

단위 : %



국가	반려동물 전문 용품점	온라인	슈퍼마켓	반려동물 병원	기타
중국	27	50	4	8	11

출처 : Statista

9) 해당 장에서 '반려견 간식' 품목에 대한 유통채널 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 '반려동물 식품' 유통채널의 정보를 확인함

1. 온라인 쇼핑몰

① 징동(JD)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	징동(JD)	유형	온라인 쇼핑몰
홈페이지	www.jd.com		
규모	(22년 기준) 1억 2,000만 달러		
요약정보	- 2004년 설립 - 전자상거래 플랫폼 중국의 위챗(WeChat)과 파트너십 체결 - 다양한 제품군 (전자제품, 패션, 뷰티, 식료품, 펫용품 등) 제공		



■ 매장 정보

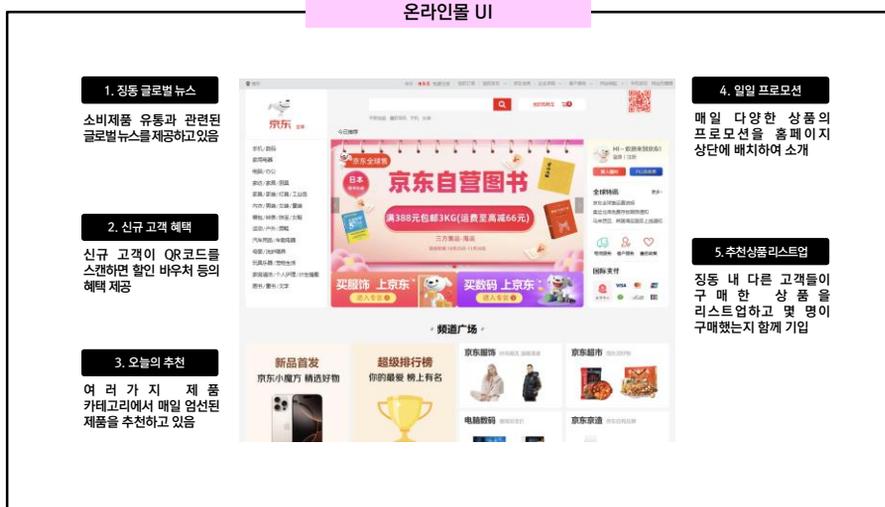
항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 장난감, 의류 및 액세서리, 하우스 등
선호 제품	가격 경쟁력 있는 제품, 공급이 수월한 제품
주요 프로모션 정보	 <p>사용자별 추천 쿠폰 제공, 카테고리별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지 직접 등록 - 홈페이지 접속(cooperation.jd.com/lang/en?showNav=1) - 'join us' 누르기 - 공급업체/온라인 스토어 오픈 중 선택 - 등록 정보 ① 카테고리, 회사 및 상품 정보(회사명, 회사 소개, 웹사이트 등) ② 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 - 자료 검토 영업일 기준 1-3일 소요 (*) 특이사항 - 심사 진행 현황은 '온라인 입점 시스템'으로부터 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격요건의 발각으로 인해 탈퇴당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 (*) 문의사항 연락처 - [Email] jdglobal_bd@jd.com(징동 글로벌)

온라인몰 UI

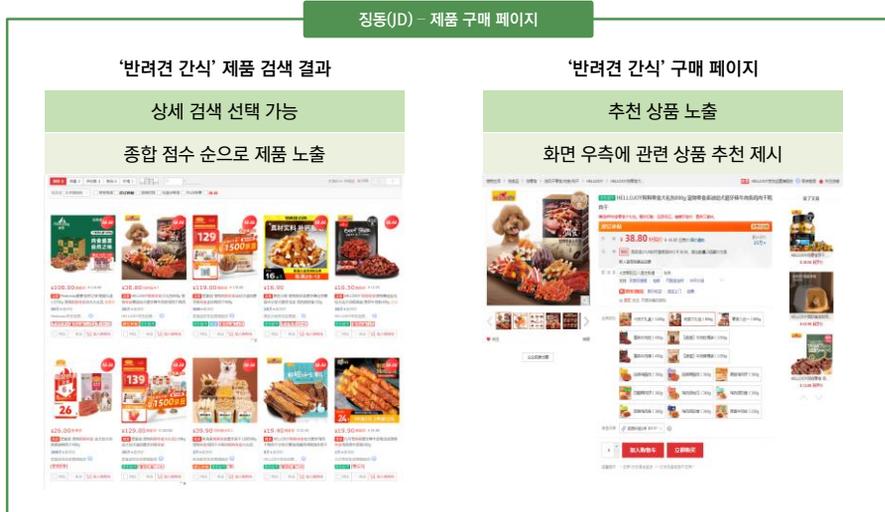
①



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

온라인몰 UI

②



관련성 위주로 검색 결과를 노출시키며, 검색어 기반으로 유사 제품을 추천함

② 타오바오(Taobao)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	타오바오(Taobao)	유형	온라인 쇼핑몰
홈페이지	world.taobao.com		
규모	(23년 기준) 약 181억 7,000만 달러		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 알리바바(Alibaba) 산하의 글로벌 전자상거래 기업 - 홍콩, 마카오, 대만, 싱가포르, 호주, 캐나다 등 200개 이상 국가의 소비자를 대상으로 C2C 서비스 제공 - 자체 물류 공급망을 통해 10개의 국가에 배송 가능 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 장난감, 의류 및 액세서리 등
선호 제품	가격 경쟁력 있는 제품, 공급이 수월한 제품
주요 프로모션 정보	<div style="background-color: #ff9900; padding: 5px; text-align: center;"> <p>1688 严选 真厂货 闭眼买 半价爆款</p> <p>官方精选 大牌平替</p> </div> <p>실시간 할인 상품 소개, 카테고리별 할인 제품 소개 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	<p>(*) 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 중국에 법인 회사 설립 ① 사업자등록증 신청서, 사무실 임대 계약서, 여권 사본, 중국 본토 은행 계좌 - 알리페이(Alipay) 실명 인증을 포함한 개인 계정 인증을 수행 - 상점 등록 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌 정보, 사업자등록번호) ② 공급 제품 정보(제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) - 입점 제품 관련 정보 제출

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

온라인몰 UI

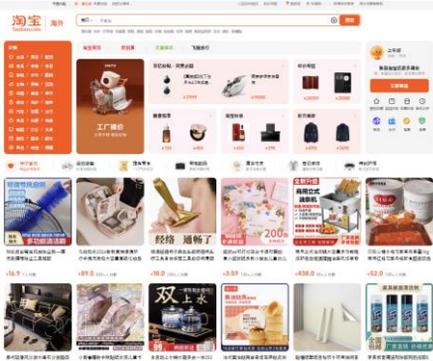
①

온라인몰 UI

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

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

3. 오늘의 추천
여러 가지 제품 카테고리에서 매일 엄선된 제품을 추천하고 있음



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

5. 해외 배송
타 국가에서도 타오바오에서 구매 가능

‘오늘의 추천’ 및 ‘나를 위한 추천’ 등 매일 다양한 상품을 소개

온라인몰 UI

②

타오바오(Taobao) - 제품 구매 페이지

‘반려견 간식’ 제품 검색 결과

‘반려견 간식’ 검색결과 노출

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



‘반려견 간식’ 구매 페이지

제품 정보를 상단에 배치

제품 정보를 세부적으로 기입 하단에 동일 브랜드의 다른 상품 리스팅하여 추천



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

2. 반려동물 전문 용품점

③ 펫파라다이스(宠物乐园)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	펫파라다이스(宠物乐园)	유형	반려동물 전문 용품점
홈페이지	www.pctoc.cn	진출지역	전역
규모	(23년 기준) 매장수 5개		
요약정보	- 식품 공급, 청소 관리, 스마트 장비, 위탁 보호 판매, 기술 훈련, 영양및건강관리,유명개사육관리등을 갖춘매장서비스시스템구축및운영 - 반려동물식품,스마트장비등도매장내구매가능		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 스마트 장비, 목줄 및 하네스 등
선호 제품	품질이 좋은 제품, 환경친화적인 제품
매장 전경	

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 접수 - 홈페이지 하단 ‘문의하기’를 통한 접수 신청 (이름, 휴대폰 번호, 이메일 주소, 제품명, 제품 설명란) - 연락처 : 매장별 별도 연락처 (Jianye 매장 1) +86-180-9420-2768 (Jianye 매장 2) +86-133-2783-1857 (Gulou 매장) +86-2141-2082

④ 펫템(Pet'em)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	펫템(Pet'em)	유형	반려동물 전문 용품점
홈페이지	petem.com.cn	진출지역	전역
규모	(24년 기준) 매출액 약 2,780만 달러		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 2015년에 설립 - 반려동물 건강관리, 미용, 훈련, 호텔, 사료 및 용품 판매 - 반려동물의 건강과 복지를 최우선으로 생각하며, 종합적인 솔루션을 제공하는 것이 목표 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 미용용품, 의료용품 등
선호 제품	인지도가 높은 브랜드, 고품질 제품
매장 전경	

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 직접 연락을 통한 입점 문의 - [Email] (제품협력) sc@petem.com - [Email] (비즈니스) market@petem.com.cn

3. 반려동물 병원

⑤ 루이펑 동물병원(Ruipeng Pet Hospital)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	루이펑 동물병원 (Ruipeng Pet Hospital)	유형	반려동물 병원
홈페이지	www.rp-pet.com	진출지역	중국 전역
규모	(23년 기준) 매장 수 1,000개 이상		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 반려동물 건강 관리 서비스를 제공하는 대기업 - 반려동물 의료와 미용 서비스, 원격 치료 등이 주력 - 스마트 반려동물 의료 용품과 전자상거래 등의 서비스 제공 		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 약품과 영양제, 식품, 스마트 장비 등
선호 제품	스마트 펫 케어 제품
매장 전경	

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	<p>(*) 문의 사항 및 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - [TEL] (선전 사무소) +86-400-020-8888 (베이징 사무소) +86-10-65858827 <p>(*) Runhe Supply Chain을 통한 입점문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - [주소] 深圳市福田区沙头街道下沙社区滨河路9289号下沙村京基滨河时代广场B座十层

⑥ 안안 동물병원(Anan Pet Hospital)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	안안 동물병원 (Anan Pet Hospital)	유형	반려동물 병원
홈페이지	ananpet.com	진출지역	중국 전역
규모	(23년 기준) 매장 수 180개 이상		
요약정보	<ul style="list-style-type: none"> - 상하이 기반의 반려동물병원 체인 브랜드 - 내과와 신장학과, 정형외과, 치과 등 다양한 학과의 진료 수행 - 2022년 중국 반려동물 사업 발전을 위해 '네슬레 퓨리나'와 협력 		



■ 매장 정보

항목	내용	
입점 가능 품목	사료 및 영양제, 간식류 제품, 반려동물 용품 등	
선호 제품	병의원 전문 브랜드로 사료, 영양식품, 그 외 반려동물 용품 소량 입고	
매장 전경		

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 문의사항 및 연락처 - [Tel] +86-400-020-8888 - 홈페이지 상단의 위챗 버튼 클릭 후 QR 스캔하여 상담



V. 진입장벽

※ 중국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

1. 중국 반려동물 사료 수입 등록 제도
2. 중국 반려동물 사료 제품 규격
3. 중국 반려동물 사료 제품 라벨링
4. 중국 반려동물 사료 공장 등록
5. 중국 반려동물 사료 품질 인증



진입장벽

※ 중국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

■ 중국, 반려동물 사료를 별도로 정의하고 관리

중국은 반려동물 사료와 직접 연관되는 법제도를 일반 사료¹⁰⁾와는 별도로 제정하여 관련 품목을 관리하고 있음. 중국의 농업농촌부(MARA)는 ‘반려동물 사료관리대책(宠物饲料管理办法)’을 통해 반려동물의 사료를 복합, 첨가제 및 기타로 구분하여 해당 분류에 해당하는 성분 등을 명시 중임

또한, 중국은 반려동물 사료를 포함한 사료 관련 수출입 규정을 운영하고 있음. 해당 규정의 가장 큰 특징은 사료의 수입 가능 국가를 명시한 화이트 리스트 제도이며, 한국은 제한적 수입 국가에 포함되어 있어 식물성 원료로 제조된 사료만 수출이 가능함

연관 법령 및 제도 현황¹¹⁾

구분	일반 사료	반려동물 사료
품목 법령	○ 사료 및 사료첨가제 관리 조례 (饲料和饲料添加剂管理条例)	○ 반려동물 사료관리대책 (宠物饲料管理办法)
제품 등록	○ 수출입 사료 및 사료첨가제 검사, 검역, 감독 및 관리 방법 (进出口饲料和饲料添加剂检验检疫监督管理办法)	○ 수출입 사료 및 사료첨가제 검사, 검역, 감독 및 관리 방법 (进出口饲料和饲料添加剂检验检疫监督管理办法) (* 반려동물 사료도 포함 명시)
제품 규격 - 공통 규격	○ GB 13087-2017 사료 위생 표준 / 사료 품질 및 안전 관리 사양 (饲料质量安全规范)	○ 반려동물 사료관리대책 (宠物饲料管理办法)
제품 규격 - 특수 규격	X	○ GB 31216-2014 반려견 펫푸드 / GB 31217-2014 반려묘 펫푸드
제품 라벨링 - 사료 일반	○ 사료 및 사료첨가제 관리 조례 (饲料和饲料添加剂管理条例)	○ 반려동물 사료관리대책 (宠物饲料管理办法)
공장 등록	○ 사료 및 사료첨가제 관리 조례 (饲料和饲料添加剂管理条例)	○ 반려동물 사료관리대책 (宠物饲料管理办法)
기타사항	X	X 출처 : 각 정부부처 및 관련 기구

10) 반려동물 사료 법제도 및 규제가 있는 경우는 반려동물 사료 법제도 및 규제를 따르며 없는 경우는 일반 사료 법제도 및 규제를 따름

11) 일반 사료는 가금류(Poultry), 유우 및 육우(Dairy and beef cattle), 돼지(Swine) 등의 사료이며 반려동물 사료는 반려견, 반려묘의 사료임

■ 반려동물 사료 수출 단계별 주요 준비사항

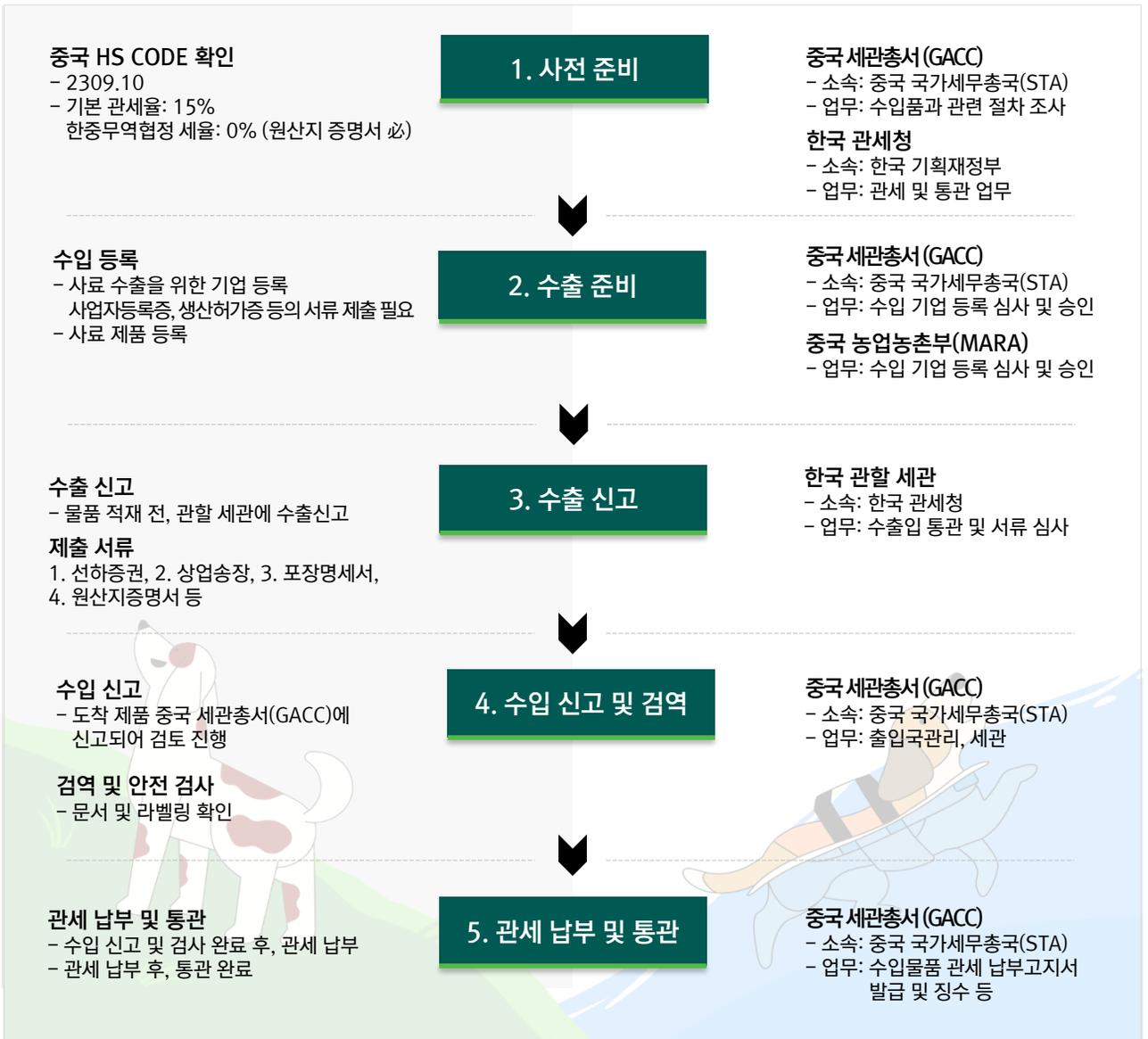
반려동물 간식 HS-CODE

2309.10

개나 고양이용 식품
(소매용으로 한정한다)

- ① 사전 준비 : 중국에 사료 수출을 위해 수입 등록은 중국 농업농촌부(MARA) 및 중국 세관총서(GACC)에서 시행하는 수입 사료, 사료첨가제 기업 등록이 필수로 요구됨
- ② 수출 준비 : 반려동물 간식이 의무적으로 받아야하는 인증은 없으나, ISO 9001, HACCP 등 해당 국가에서 받을 수 있는 품질 인증이 권장됨
- ③ 세관 검역 : 제품이 중국에 도착하면, 중국 세관총서(GACC)에 수입 신고를 진행함. 이때 문서 및 라벨링 확인을 통해 제품이 중국 규정을 준수하는지 확인하고, 인증 여부를 확인함

통관 및 검역 절차



출처 : 각 정부부처 및 관련 기구

1. 중국 반려동물 사료 수입 등록 제도

- 수입 사료, 사료첨가제 기업 등록 제도 (进口饲料和饲料添加剂企业备案)
수입 사료, 사료첨가제 기업 등록 제도는 ‘수출입 사료 및 사료첨가제의 검사, 검역, 감독 및 관리에 관한 조치’를 기반으로 한 수입자 등록 제도임. 해당 등록 제도를 통해 중국 당국은 제품 수출 국가의 화이트 리스트 등재 여부부터 관련 품질 사항들을 확인하여 중국 수입을 허가함

수입 사료, 사료첨가제 기업 등록 제도 (进口饲料和饲料添加剂企业备案)

항목	내용		
명칭	进口饲料和饲料添加剂企业备案		(-)
구분	사료 관련 수입 등록 제도		
제도 목적	수입 사료/첨가제의 품질, 안정성 보장 및 중국 수입 허가		
대상 품목	일반 사료(반려동물 사료 포함)		
신청 URL	shanghai.customs.gov.cn/shanghai_customs/xbszn/dzwyj91/jkslhstjjjcyba/2872967/index.html		
취득 대상	중국에서 사료 수출을 희망하는 제조업체	제도 성격	필수
준비 서류	① 수출입 사료업 등록신청서 ② 수출입 사료 사업 단위 등록 협약서 ③ 영업 허가증 ④ 업무 문서 - 검사번호, 제품명, 수량/무게, 포장, 수출국가 또는 지역, 외국 수출자명, 해외생산기업명 및 등록번호, ‘수입물품 검사 및 검역 증명서’ 등의 정보 기록		
수수료/소요기간	수수료 : 없음 소요기간 : 약 6개월 ~ 12개월		
담당 기관	· 중국 농업농촌부(MARA), 중국 세관총서 (GACC)		

출처 : 중국 세관총서 (GACC)

2. 중국 반려동물 사료 제품 규격

■ 중국 농업농촌부(MARA) 반려동물 복합사료 원료

중국 농업농촌부(MARA)는 반려동물 복합사료의 원료로 인정하는 범위 및 중국의 반려견 사료 성분 관련 지표를 아래 표와 같이 제시하고 있음. 복합사료의 원료를 사용할 경우 이를 라벨링에 표기해야 하며, 복합사료에 포함된 성분의 비교를 표기 시 그 변화율이 15% 이상일때만 ‘높다’ 혹은 ‘낮다’ 표기가 가능함. 또한, 특정 사료 성분이 총 중량의 14%를 초과할 경우 ‘함유’하고 있음을 표기해야 함

중국 농업농촌부(MARA) 반려동물용 복합사료 원료 목록

(*) ‘사료 원료 카탈로그’에 해당하는 원료 유형

항목	내용
시리얼 및 그 제품	“곡물 및 가공품”의 모든 원재료
유지종자 및 그 제품	“지방종자 및 그 가공품”의 모든 원재료
콩과 식물 종자 및 그 제품	“콩과 식물 종자 및 가공품”의 모든 원재료
과일 및 채소 종자와 그 제품	“덩이줄기, 뿌리 및 가공품”의 모든 원재료, “기타 종자, 과제품 및 가공품”의 모든 원재료
천연 식물 및 그 제품	“기타 식물, 조류 및 그 가공품”의 7.1, 7.2, 7.3, 7.4의 원료
마초 및 그 제품	“사료, 조사료 및 가공품”의 모든 원료
조류 및 그 제품	“기타 식물, 조류 및 이들의 가공품” 중 7.5의 원료
유제품 및 그 제품	“유제품 및 그 부산물”의 모든 성분
육류 및 그 제품	“육상동물제품 및 부산물”의 9.1, 9.3, 9.6, 9.7의 원료
곤충 및 그 제품	“육상동물 제품 및 부산물”의 9.2 및 9.5 성분
계란과 그 제품	“육상동물 제품 및 부산물”의 9.4 원료
어류 및 기타 수생생물과 그 제품	“어류, 기타 수생생물 및 그 부산물”의 모든 성분
탄산수	“미네랄”의 모든 성분
미생물 발효제품	“미생물발효산물 및 부산물”의 모든 원료

출처 : 중국 농업농촌부(MARA)

중국 반려견 사료 성분 관련 지표 (GB/T 31216 – 2014)

항목	지표 (%)		실험 방법
	임신/수유/어린 반려견	성견	
조단백질	≥ 22.0	≥ 18.0	GB/T 6432
조지방	≥ 8.0	≥ 5.0	GB/T 6433
조재	≤ 10.0	≤ 10.0	GB/T 6438
조섬유	≤ 9.0	≤ 9.0	GB/T 6434
칼슘	≥ 1.0	≥ 0.6	GB/T 6436
총 인(磷)	≥ 0.8	≥ 0.5	GB/T 6437
염화물 (Cl ⁻)	≥ 0.45	≥ 0.09	GB/T 6439
라이신	≥ 0.77	≥ 0.63	GB/T 18246

출처 : 중국 국가표준관리위원회(SAMR)

■ 중국 반려동물 간식 라벨 샘플



중국 반려동물 간식 라벨 뒷면

[원문]		[한국]	
宠物零食	犬类适用	반려동물 간식	반려견에게 적합
-100%犬零食	·不含大豆和谷物	100% 반려견 간식	대두 및 곡물이 함유되지 않았습니다.
·品质鸡肉和香蕉	大小犬都适用的宠物零食	고급 닭고기와 바나나	대형견과 소형견 모두에게 적합한 보상 간식
品名: 爵宴鸡肉香蕉卷	原料组成: 冻鸡胸肉80%, 香蕉片20%	제품명 Jueyan 치킨 바나나롤	재료: 냉동 닭가슴살 80%, 바나나 슬라이스 20%
货号: CK32-100	添加剂组成: 无	품목 번호: CK32-100	첨가물 구성: 없음
净含量: 100g	生产日期: 见包装背面	순함량: 100g	생산일자: 포장 뒷면 참조
<p>喂食指导: 根据犬的体重决定日常最大喂食量, 0.5-5kg喂食1-2颗/天; 5-10kg喂食2-3颗/天; 10-20kg喂食3-4颗/天; 20kg以上喂食4-5颗/天, 作为日常零食饲喂您的爱犬, 请随餐给您的爱宠提供清洁饮水, 饲喂时用容易/清洁的容器</p>	<p>产品成分分析保证值</p> <p>粗蛋白质 ≥ 30%</p> <p>粗脂肪 ≥ 10%</p> <p>粗纤维 ≤ 4.0%</p> <p>粗灰分 ≤ 4.0%</p> <p>水分 ≤ 16%</p> <p>卡路里含量</p>	<p>자칫 개의 체중에 따라 하루 최대 먹이량을 결정하십시오.</p> <p>0.5-5kg의 경우 하루 1-2개를 먹이십시오.</p> <p>5-10kg의 경우 하루 3-4개를 먹이십시오.</p> <p>-20kg; 20kg 이상인 경우 하루에 5회씩 4개를 먹입니다.</p> <p>반려견에게 매일 간식으로 먹이십시오.</p> <p>먹을땐 물을 함께 제공하고 먹이를 줄 때는 청소가 쉬운 용기를 사용하십시오.</p>	<p>제품 성분 분석 보충값</p> <p>조단백질 ≥ 30%</p> <p>조지방 ≥ 10%</p> <p>조섬유 ≤ 4.0%</p> <p>회분 ≤ 4.0%</p> <p>수분 ≤ 16%</p> <p>칼로리 함량</p>
<p>注意事项: 请不要喂食未满3个月的幼犬; 若发现霉变、异味、胀袋或包装破损等异常情况, 请勿喂食</p>	本产品符合宠物饲料卫生规定	<p>참고: 곰팡이, 냄새, 부풀어오른 봉지 또는 손상된 포장 등의 이상이 발견되면 먹이를 주지 마십시오.</p>	본 제품은 반려동물 사료 위생 규정을 준수합니다.
<p>贮存方法: 请置于清凉、干爽、清洁的地方, 避免阳光直射照射, 开袋后请封口保存</p>	本产品不得饲喂反刍动物	<p>보관방법: 깨끗한 곳에 보관하시고, 개봉 후에는 밀봉하여 보관하시기 바랍니다.</p>	본 제품은 반추동물에게 먹이는 것이 허용되지 않습니다.
<p>保质期: 未开封状态18个月</p> <p>国外运营商: 派迪贸易PETEE TRADING LTD.</p>		<p>유통기한: 미개봉 상태로 18개월</p> <p>외국 운영자: PETEE TRADING LTD.</p>	
<p>国外运营商地址: 4626 11st NE, Calgary, AB, Canada T2E ZW7</p> <p>国内运营商: 佩蒂智创(杭州)宠物科技有限公司</p> <p>国内运营商地址: 浙江省杭州市萧山区宁围街道诺德财富中心 1幢2001室</p> <p>客服电话: 400 836 1508</p> <p>制造商: 江苏康贝宠物食品有限公司</p> <p>制造商地址: 泰州市高港区许庄街道创业大道南侧</p> <p>产品标准编号: Q/321203BKB003</p>		<p>외국 운영자 주소: 4626 11st NE, Calgary, AB, Canada T2E 2W7</p> <p>국내 운영자: Petty Smart (항자우) Pet Technology Co., Ltd.</p> <p>국내 운영자 주소: 절강성 항저우시 샤오산구 닝웨이 거리 노르드 포춘 센터 1호관 2001호</p> <p>고객 서비스 핫라인: 400836 1508</p> <p>제조사: 강소강북반려동물식품유한회사</p> <p>제조업체 주소: 탕저우시 가오강구 쉬팡가 추양에 대로 남쪽</p> <p>제품 표준 번호: Q/321203BKB003</p>	

4. 중국 반려동물 사료 공장 등록

▪ 동물 사료 생산 자격 증명서

중국에서 상업용 동물사료 제품을 판매하기 위해서는 제품 판매를 위한 국내 및 해외 시설에 대해 중국 농업농촌부에서 담당하는 반려동물 복합사료 생산 허가증을 받아야 함

반려동물 복합사료 생산 허가증

항목	내용		
명칭	반려동물 복합사료 생산 허가증 (宠物配合饲料生产许可证)		(-)
구분	반려동물 복합사료 생산시설 운영 허가		
제도 목적	반려동물사료의 품질 및 안정성 보장(관리 감독)		
대상 품목	반려동물 복합사료 및 첨가제 프리믹스 사료		
취득 대상	반려동물 사료 제조 업체	제도 성격	필수
준비 자료	① 기업 서약서: 회사가 제시한 모든 정보의 정확성을 보증하는 서약서 ② 반려동물 사료 생산 허가 신청서: 생산 허가 신청을 위한 공식 양식 ③ 산업 및 상업 영업 허가증: 기업의 합법적 운영을 입증하는 증명서 ④ 기업 조직도: 회사 내 인력 구조를 나타내는 조직도 ⑤ 공장 평면도: 제조 공장의 전체 구조를 설명하는 평면도 ⑥ 생산 공정 흐름도 및 공정 설명: 생산 과정에 대한 세부 설명 ⑦ 컴퓨터자동화제어시스템의배치정확도입증: 자동화된 제어 시스템의 정확성을 입증하는 문서 ⑧ 믹서 혼합 균일성 테스트 보고서: 사료의 균일한 혼합 상태를 증명 ⑨ 기타 (검사실 평면도, 검사 장비 구매 송장, 기업 관리 시스템, 라이선스 및 지원 자료)		
수수료(기간)	수수료 : 지역별로 차이 존재, 일반적으로 약 500 ~ 1,000 위안 수준		
담당 기관	중국 농업농촌개발부 (MARD, MINISTRY OF AGRICULTURAL AND RURAL DEVELOPMENT)		

출처 : 중국 농업농촌부(MARA)

5. 중국 반려동물 사료 품질 인증

▪ HACCP 인증

반려동물 사료 등록 시 추가적으로 품질 관련한 증빙을 위해서는 HACCP을 획득하는 것을 권장함. 해당인증은 식품의약품안전처의 위임을 받은 한국식품안전관리인증원에서 획득할 수 있음. 보통 일반 HACCP 인증의 경우 6개월~1년 정도 소요가 되며, 소규모 HACCP은 3~5개월 소요됨

HACCP 인증

항목	내용		
명칭	HACCP		
구분	식품안전관리 인증기준		
제도 목적	식품의 원재료부터 제조, 가공, 유통, 조리단계까지의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 과학적으로 분석하고 관리		
대상 품목	식품 및 축산물		
신청 URL	fresh.haccp.or.kr		
취득 대상	축산물 및 가공식품 제조업체	제도 성격	선택
준비 자료	① 신청서 ② 식품안전관리인증 계획서 ③ 영업등록증 사본 ④ 사업자등록증		
수수료(기간)	(수수료) 식품영업자의 경우 인증·연장 신청수수료 유형(품목)별 : 20만원 축산물영업자는 인증·연장 심사수수료 업종별·규모별 : 34만~90만원 (기간) 일반 HACCP인증 : 6개월~1년 소규모 HACCP인증 : 3개월~5개월		
담당 기관	한국식품안전관리인증원		

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

VI. 전문가 인터뷰

1. 왕이옌쉬안 (网易严选)
2. IN마이더스 (IN麦德氏)
3. 루이펑지탄 (瑞鹏集团)





왕이엔쉬안 (网易严选)

유형 : 공급업체

업체 특징 :

- 2020년에 설립된 공급업체로 반려동물 사료 및 간식을 취급하고 있음
- 온라인 플랫폼을 통해 다양한 반려동물 제품을 제공하고 있음

담당자 정보 :

Marketing Manager

고객사 제품 정보

소비자 가격 32,000원/개
(약 170.7 위안)

중량 660g

포장 형태 종이 박스

마케팅 슬로건 반려견 구강 건강을 위한 덴탈 케어 간식

Interview ①

왕이엔쉬안 (网易严选, NETEASE YANXUAN)

Q1. 중국 소비자들이 선호하는 반려동물 간식 종류는 무엇인가요?

중국의 반려동물 주인들은 영양적 혜택이 명확한 간식을 선호하는 경향이 있습니다. 예로, 생선 기름이나 글루코사민, 레시틴 등이 성분이 포함된 간식은 꾸준히 높은 판매량을 기록하고 있습니다. 현지 소비자들이 선호하는 반려동물 간식 브랜드는 인지도가 높은 마이디어(Mydear)와 레드독(Reddog) 등이 있으며, 관련 브랜드들의 제품은 시장에서 좋은 판매 성과를 보이는 편입니다.

Q2. 중국 소비자들은 주로 어디서 반려동물 간식을 구매하나요?

반려동물 간식은 대부분 온라인을 통해 이루어지며, 특히 젊은 소비자들은 반려동물을 위한 영양 보충제를 온라인으로 자주 구매합니다. 온라인 쇼핑의 장점인 가격 비교 및 구매의 편리성이 기반이라고 볼 수 있겠습니다. 일부 소비자들은 반려동물 병원이나 케어 센터에서도 구매하는데, 반려동물의 특정 건강 필요에 따라 제품을 구매하거나 해당 매장에서 근무하는 수의사나 판매 가이드가 권장하는 제품을 구매하는 경향이 있습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 가격은 평균 수준이지만 온라인 쇼핑객들에게는 비싸게 느껴질 수 있습니다. 오프라인 매장에서는 반려동물 간식이 일반적으로 제품 크기와 영양적 수준에 따라 100~200위안(약 18,756~37,512원) 사이에 판매되고 있습니다. 예를 들어, 치아 관리 제품의 가격은 최대 100위안(약 18,756원) 정도로 일반적으로 저렴한 편인 반면, 레시틴과 생선 기름과 같은 성분을 포함한 털 관리 제품은 100위안(약 18,756원)을 상회하는 경우가 많습니다.

Q4. 고객사 제품의 성분과 인증(SQF)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 성분은 중국 시장에 적합하여 피드백을 따로 드릴 말이 없습니다. 다만, 인증은 보완할 필요가 있습니다. 현재 보유하고 있는 SQF도 괜찮지만, 중국의 주요 규제 요건에 활용되는 HACCP 인증을 취득하는 것이 이상적입니다. 다른 일반적인 품질 인증으로는 ISO9001와 ISO22000이 있으며, 해당 인증은 소비자들이 제품을 안전하다고 느낄 수 있는 장치로 작용하기에 필요하다고 생각합니다.

Q5. 고객사 제품을 홍보할 수 있는 효과적인 포장과 홍보 문구가 있다면 무엇인가요?

포장은 제품의 영양적 이점을 더 명확하게 강조해야 하며, 일반적인 반려동물 사료와의 혼동을 피할 수 있도록 구분해야 합니다. “사랑스러운 반려견을 위한 껌” 또는 “반려견들이 가장 좋아하는 치아 관리 간식”과 같은 홍보 문구는 제품의 목적을 더 잘 전달하고 소비자에게 소구하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q6. 중국 현지 오프라인 채널 진출 시 권장되는 유통채널은 무엇인가요?

현지 유통업체와 협력하고 온라인 스토어를 개설하는 것이 가장 비용 효율적인 진출 전략이라고 생각합니다. 가령, 타오바오(Taobao)나 핀뉘뉘(Pinduoduo)와 같은 주요 전자상거래 플랫폼에 플래그십 스토어를 개설하여 운영하면 많은 잠재 수요층에게 제품을 알릴 수 있습니다. 오프라인 진출의 경우, 펑루이 그룹(Pengrui Group)이나 펫 홈(Pet Home)과 같은 유명 반려동물 병원이나 케어 센터와 협력하는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다.

Q7. 고객사제품을 중국에서 홍보시 어떤 경로 및 방법으로 진행하면 효과적일까요?

중국의 인플루언서 마케팅에 속하는 샤오홍슈(小红书)는 홍보전략으로 가장 추천하는 편입니다. KOL(Key Opinion Leaders) 마케팅의 일환인 관련 전략은 현재 중국 시장에서 가장 효과적인 마케팅 전략으로 입증되었습니다. 위챗(WeChat)과 틱톡(TikTok) 플랫폼을 운영하는 도우인(抖音)을 통한 SNS 마케팅도 고려할 수 있으나, 전술한 샤오홍슈(小红书) 마케팅 대비 마케팅 효과는 떨어지는 편입니다.

Interview ②



IN마이더스 (IN麦德氏, INMIDAS)

Q1. 중국 소비자들이 선호하는 반려동물 간식 종류는 무엇인가요?

중국 소비자들은 평균적인 가격대의, 맛있는 반려동물 간식을 선호합니다. 예를 들어, 계란 노른자 속의 레시틴 성분을 함유하고 있는 덴탈 스틱과 같은 제품이 인기가 많습니다. 이러한 제품들은 가격이 저렴하고 대량으로 구매하기 용이하기 때문에 소비자들이 반려동물에게 간식으로 주는 경우가 많습니다.

Q2. 중국 소비자들은 주로 어디서 반려동물 간식을 구매하나요?

중국 소비자들은 대부분 온라인을 통해 구매를 합니다. 온라인 쇼핑몰 중 타오바오(Taobao)가 시장을 주도하고 있으며, 최근 몇 년 간 핀뉘뉘(Pinduoduo), 샤오홍슈(小红书), 그리고 도우인(抖音)과 같은 플랫폼들이 경쟁력 있는 가격 및 편의성을 바탕으로 빠르게 성장하고 있습니다. 오프라인 채널은 판매 가격이 투명하지 않다는 인식이 자리잡고 있어 온라인 대비 상대적으로 낮습니다. 최근 새로운 유통 채널로 반려동물 전시회가 떠오르고 있지만, 아직 소비자 도달 범위 및 판매 비중은 제한적인 편입니다.

Q3. 고객사 제품의 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다

고객사 제품인 덴탈 케어 제품의 경우, 가격이 현지 제품 대비 다소 높은 편입니다. 일반적으로 반려견 덴탈 케어 제품은 100위안(약 18,756원) 이하로 가격이 책정됩니다. 만약 온라인에서 판매를 할 경우, 소비자를 끌어들이기 위해 할인이나 프로모션을 제공하는 것을 권장합니다.

IN마이더스 (IN麦德氏)

유형 : 공급업체

업체 특징 :

- 1980 년 에 설 립 된 공급업체로 반려동물 사료 및 간식을 취급하고 있음
- 중국 시장을 대상으로 제품을 수출하고 있음

담당자 정보 :

Purchasing Manager

고객사 제품 정보

소비자 가격 32,000원/개
(약 170.7 위안)

중량 660g

포장 형태 종이 박스

마케팅 슬로건 반려견 구강 건강을 위한 덴탈 케어 간식

Q4. 고객사 제품의 성분과 인증(SQF)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 성분은 피드백이 따로 없으며, 인증은 보완이 필요합니다. ISO 및 HACCP 인증은 중국 시장에서 필수적입니다. 일부 수입 브랜드는 EU 기준을 따르기도 하지만, 이러한 인증은 중국 소비자들에게 크게 강조되는 요소는 아닙니다.

Q5. 고객사 제품을 홍보할 수 있는 효과적인 포장과 홍보 문구가 있다면 무엇인가요?

포장 디자인은 단순하고 깔끔한 기초를 유지하되, 제품의 기능 및 영양적인 이점을 강조한 명확한 텍스트를 포함하는 것이 효과적입니다. 덴탈 케어 제품은 깨끗한 치아를 가진 웃는 반려견의 이미지를 포장에 포함시켜 제품이 치아 청결에 도움을 준다는 점을 강조하는 것이 좋습니다.

Q6. 중국 현지 오프라인 채널 진출 시 권장되는 유통채널은 무엇인가요?

만약 온라인 판매를 고려하고 있다면 입점 자격 요건이 상대적으로 간단한 샤오홍슈(小红书)와 같은 플랫폼에 직접 혹은 현지 벤더를 통해 스토어를 개점하는 방법이 추천됩니다. 오프라인 판매의 경우, 샤우페이펫(Xiao PEI PET)이나 펫홈(Pet Home)과 같은 반려동물 병원 및 케어 센터와 협력하는 것이 이상적입니다. 다만, 이러한 매장들은 입점 자격 요건이 엄격하고, 이들이 강한 협상력을 보유하고 있기 때문에 고객사의 수익률에 영향을 미칠 가능성이 있습니다.

Q7. 고객사 제품을 중국에서 홍보시 어떤 경로 및 방법으로 진행하면 효과적일까요?

고객사는 현지 중국 내 브랜드 인지도가 낮기 때문에, 중국 국제 반려동물 전시회(CIPS)와 같은 오프라인 반려동물 전시회 참가를 통해 초창기 인지도를 높이는 것을 권장합니다. 관련 전시회들은 대규모 인원이 참가하기 때문에 이들에게 제품을 소개할 좋은 기회로 작용할 수 있습니다. 또한, 소셜 미디어 등에서 반려동물 인플루언서와의 협업을 통해 제품을 알리는 것도 하나의 방법이 될 수 있으나, 이는 시간 및 지속적인 투자가 요구되며, 즉각적인 판매로 이어지지 않을 수 있다는 점을 고려해야 합니다.

Interview ③



루이펑지탄 (瑞鹏集团, RUIPENG GROUP)

루이펑지탄 (瑞鹏集团)

유형 : 유통 및 서비스업체

업체 특징 :

- 1998년에 설립된 업체로, 펫 병원 및 펫 의약품을 취급하고 있음
- 중국 내에서 펫 관련 서비스를 제공 중임

담당자 정보 :

Purchasing Manager

고객사 제품 정보

소비자 32,000원/개
가격 (약 170.7 위안)

중량 660g

포장 형태 종이 박스

마케팅 슬로건 반려견 구강 건강을 위한 덴탈 케어 간식

Q1. 중국 소비자들이 선호하는 반려동물 간식 종류는 무엇인가요?

중국 소비자들은 글루코사민, 레시틴 및 여러 비타민이 포함된 영양 보충제 형식의 반려동물 간식을 선호합니다. 부차적으로는 육포 및 덴탈 스틱과 같은 일상 간식이 인기 있습니다. 이러한 제품은 반려동물의 건강에 도움이 되면서도 간단하게 제공할 수 있어 많은 관심을 받고 있습니다.

Q2. 중국 소비자들은 주로 어디서 반려동물 간식을 구매하나요?

중국 소비자들은 대부분 타오바오(Taobao), 핀뉘뉘(Pinduoduo), 징둥(JD)과 같은 온라인 플랫폼을 통해 반려동물 간식을 구매합니다. 오프라인에서는 미용 및 케어 서비스를 제공하는 케어 센터 등을 활용하거나, 전문 반려동물 용품 매장을 통해 구매하는 경우도 많습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다

고객사 제품의 가격은 적절한 편이라고 생각합니다. 중국의 반려동물 간식은 가격대별로 세분화되어 있으며, 현지 브랜드는 주로 100위안(약 18,756원) 미만, 중고가 수입 제품은 100-500위안(약 18,756원~93,780원) 사이입니다. 고객사의 제품이 제공하는 성분과 품질을 고려할 때, 현재 가격은 시장 내에서 포지셔닝 하기에 좋다고 생각합니다.

Q4. 고객사 제품의 성분과 인증(SQF)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

성분 면에서는 좋다고 생각합니다. 반려동물 간식은 일반적으로 단순한 성분으로 구성되며, 고객사 제품의 성분인 전분과 생선 성분은 반려동물에게 안전합니다. 인증 측면에서도 크게 걱정되는 부분은 없지만, HACCP, ISO9001, ISO22000과 같은 인증이 있다면 유리할 것으로 사료됩니다. 다만, 중국에서는 반려동물 사료에 대한 인증 요구사항이 엄격하지 않은 편입니다.

Q5. 고객사 제품을 홍보할 수 있는 효과적인 포장과 홍보 문구가 있다면 무엇인가요?

포장에는 귀여운 반려견을 강조해야 소비자들의 주목을 받을 수 있고, 대상 소비자에게 제품을 명확히 전달할 수 있습니다. 홍보 문구는 안전성과 건강 혜택을 강조해야 하며, 안전한 성분과 덴탈 케어에 초점을 맞추는 것이 좋습니다. 이러한 요소들은 소비자들이 제품을 믿고 구매할 수 있도록 돕는 장치들입니다.

Q6. 중국 현지 오프라인 채널 진출 시 권장되는 유통채널은 무엇인가요?

반려동물 관련 케어 매장이 좋은 선택이 될 수 있습니다. 이러한 매장들은 미용, 의료 관리, 반려동물 제품 판매 등 다양한 서비스를 제공하기 때문에 판매에 유리한 편입니다. 예로, 루이펑 펫 병원(RUIPENG PET HOSPITAL)과 샤오펬이펫(Xiao PEI PET)이 있습니다. 또한, 징리위안 반려동물 용품몰(JINGQIYAN PET SUPPLIES MALL), 광저우 화디완 헌화-조류-어류 시장(GUANGZHOU HUADIWAN FLOWER-BIRD-FISH MARKET), 상하이 동중국 반려동물 용품거리(SHANGHAI EAST CHINA PET SUPPLIES FIRST STREET)와 같은 도매 반려동물 시장도 대량 구매자들에게 매력적이기 때문에 좋은 선택지입니다.

Q7. 고객사 제품을 중국에서 홍보시 어떤 경로 및 방법으로 진행하면 효과적일까요?

소셜 미디어 플랫폼, 특히 샤오홍슈(小红书)와 도우인(抖音)이 제품을 소개하는 데 매우 효과적입니다. 인기 있는 반려동물 인플루언서(KOL)와 협력하면 제품의 가시성과 도달범위를 확장할 수 있습니다. 또한, 반려동물 전문용품점과 협력하여 타겟 프로모션을 진행하는 것도 큰 효과가 있으며, 특히 제품을 덴탈 케어 간식으로 홍보하는 것을 권장합니다.

[참고문헌]

■ 참고사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 티지엠 리서치(TGM Research) (tgmresearch.com)
4. 유로모니터(Euromonitor)
5. 징동(JD) (www.jd.com)
6. 타오마오(<https://www.taobao.com/>)
7. 펫템(pet'em) (petem.com.추)
8. 펫파라다이스(<http://www.pctoc.cn/>)
9. 파이뉘거(<http://www.paiduoge.com/>)
10. 중국 세관총서 (<http://www.customs.gov.cn>)
11. 중국 농업농촌부 (<http://www.moa.gov.cn/>)
12. 루이펑지탄 (瑞鹏集团, RUIPENG GROUP)
13. IN마이티스 (IN麦德氏, INMIDAS)
14. 왕이엔쉬안 (网易严选, NETEASE YANXUAN)

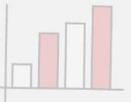


발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2024.09.20



본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다



Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

