

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1806-05

품 목 : 김스낵(Laver Snack)

국 가 : 중국(China)

- 본 보고서는 한국 김 가공업체인 프로티젠의 의뢰에 따라 중국으로의 김스낵 수출과 관련하여 개괄적인 시장현황을 파악하기 위하여 작성되었음
- 해당 업체의 요청사항을 고려하여 중국의 수출 환경, 시장 트렌드, 통관 및 제도, 경쟁제품, 경쟁사 및 유통채널 등 중국 수출 시 고려해야 하는 전반적 사항에 대한 조사를 진행함

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	09
3. 수출입통계	16
II. 중국 김 생산현황	21
1. 김 양식현황	22
2. 김 가공품 생산현황	28
3. 김 교역 동향	31
III. 시장 트렌드	34
1. 정책 트렌드	36
2. 제품 및 소비자 트렌드	40
IV. 통관 및 제도	45
1. 통관 및 검역	47
2. 인증정보	53
3. 라벨링	55
4. 위생요건	57

V. 경쟁제품	61
1. 경쟁제품 선정	62
2. 오프라인 경쟁제품	63
3. 온라인 경쟁제품	78
VI. 경쟁사	88
1. 경쟁사 선정	89
2. 경쟁사 분석	90
VII. 유통채널 현황	95
1. 유통채널 개황	96
2. 주요 유통채널 분석	102
현지 소비자 인터뷰	105
현지 유통채널 담당자 인터뷰	106
참고문헌	107



I. 국가 정보 및 시장통계

- 1. 수출환경 및 경제지표**
- 2. 식품산업 현황**
- 3. 수출입통계**

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 963만 km²로 세계 제 4위이며 한반도의 약 44배에 달함¹⁾. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 장거리 탄도 미사일을 보유하고 있음.

1970년대 후반에 시작된 경제 개혁으로 국제 경제의 강국으로 변모함. 약 1조 달러의 외국인 직접투자(FDI)가 유입되었고, 2012년 이후 상품 수출은 연간 2조 달러가 넘음. 그러나 노동력은 2010년대에 증가세를 멈췄는데, 이는 1979년에 시작되어 2016년 폐지된 한 자녀 정책에서 기인한 것임. 한편, 비록 초기 단계나 대기오염, 부패, 사양산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음.

주요 정보

- ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- ▶ 수도: 베이징
- ▶ 국가원수: 시진핑 주석
- ▶ 인구: 1,391백만 명(2017)
- ▶ 면적: 963,4057만km²(한반도의 약 43배)
- ▶ 공식어: 중국어
- ▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이
- ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 元 (RMB)
- ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09

「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04., 자료 종합

1) 육지 국경선의 총 길이는 약 2만 280km에 달하며 해안선 총 길이는 약 1만 8,000km임

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB4	부정적

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 2010년대에 이뤄진 꾸준한 임금 상승으로 가처분 소득과 도시가구 자산액이 크게 증가함 - 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적
부정적	- 지난 10년 이상의 신용 확대와 자본 배분 실패로, 중국의 금융 순환이 더욱 어려운 국면을 맞음 - 1979-2016년 동안 ‘한 자녀’ 정책의 실시로 세계에서 가장 급속히 노령화가 진행되는 국가가 되었으며, 2020년대에는 경제적 영향이 본격화될 것임 - 미국 무역정책의 변화로 적어도 트럼프 대통령의 임기인 2020년까지는 중기적인 불확실성이 존재함

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

2) D&B의 ‘DB’ 위험 지표는 한 국가에서 비즈니스를 수행하는 위험에 대한 상대적인 국가 간 평가를 제공하는 것으로서, 국가 차원의 요인들이 2년의 기간에 걸쳐 수출 결제 및 투자 수익에 대한 예측가능성에 미치는 위험을 나타냄. ‘DB’ 위험 지표는 국가별 위험 카테고리로서 다음의 4가지 종합 지수로 구성됨. △ 정치위험, △ 상업위험, △ 거시경제위험, △ 외부위험. 첫째, 정치위험은 국내외 안보 상황, 정책 역량 및 일관성, 국가가 비즈니스 환경을 조성하는지 여부를 결정하는 기타 요인을 포함. 둘째, 상업위험은 계약의 신성함, 사법능력, 규제투명성, 체제의 부패정도, 비즈니스 환경이 상업 거래 이행을 용이하게 하는지 여부를 결정하는 기타 요인을 포함. 셋째, 거시경제위험은 물가상승률, 재정적자, 통화공급증가, 국가가 지속 가능한 경제 성장을 제공할 수 있는지 여부와 비즈니스 기회에 상응하는 확장시킬 수 있는지 여부를 결정하는 모든 거시경제 요인을 포함함. 넷째, 외부위험은 경상 수지, 자본 흐름, 외환보유고, 대외채무 규모, 무역 및 대외투자부채를 충당하기에 충분한 외화를 창출할 수 있는지 여부를 결정하는 요인을 포함 - 자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망
 - 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의 2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록
- 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상
 - 위안화 가치 하락에 따른 수입물가 상승, 부동산 및 식료품 가격 상승 등으로 2016년 물가상승률은 2%대를 기록하였으나, 식료품 가격 하락 등으로 인해 2017년 물가상승률은 1.5%로 하락하였음

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지	2.8	1.8	1.3	1.6	1.3	1.6	1.7	1.3
부채상환비율	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.5	-4.7	-4.5	-4.5
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.5	2.8	2.7	3.0	2.8
경제성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.0	5.8	5.5	5.9
도시 실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	3.9	4.0	4.2	3.9

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

□ 무역통상 환경

- 중국의 정책 당국은 미-중 무역 전쟁 뿐만 아니라 기업 재무구조 개선 문제에 대한 대책 마련에 부심하고 있음. 특히 지방정부 및 국유기업과 가계의 부채는 심각한 수준이며, 지난 5년간 상환 능력에 비해 훨씬 빠른 속도로 증가함
 - 저장성은 지난 5월 70억 달러의 부채를 가진 민간기업 부문의 지원요청을 받았으며, 4대 직할 시 중의 하나인 텐진의 금융기관은 4월에 미지급 사태를 맞음
 - 경제의 발전소라 할 만한 텐진과 상하이의 경제 배후지인 저장성의 이러한 침체는 어두운 경제 전망의 징조가 될 것임

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
미-중간 무역갈등	미-중 무역 협상 ▶ 미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공 약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과할지에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨 • 거시경제적으로는 관세가 주는 충격이 크지 않아서 2017년 기준 중국과 미국의 GDP에 미치는 영향은 각각 0.4%, 0.3%에 불과함. 한편, 미국 보복 관세의 파급효과는 거시경제에 매우 부정적이고 심대한 충격을 가져올 전망 ▶ 미국과 중국의 무역 조치는 개별 기업 및 민간 부문에 심각한 영향을 미치며, 전례가 없는 양국 간 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침 • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 팻푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 완전히 해체하여 검사함 ▶ 2017년 중국의 대미 선적 규모는 금액 기준으로 전세계 선적액의 1/3에 해당. 중국 보복관세의 영향은 차치하더라도, 미국의 관세가 유지되면, 중국 수출업자의 약 13%, 미국 수입업자의 약 5%가 영향을 받게 됨

자료: 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

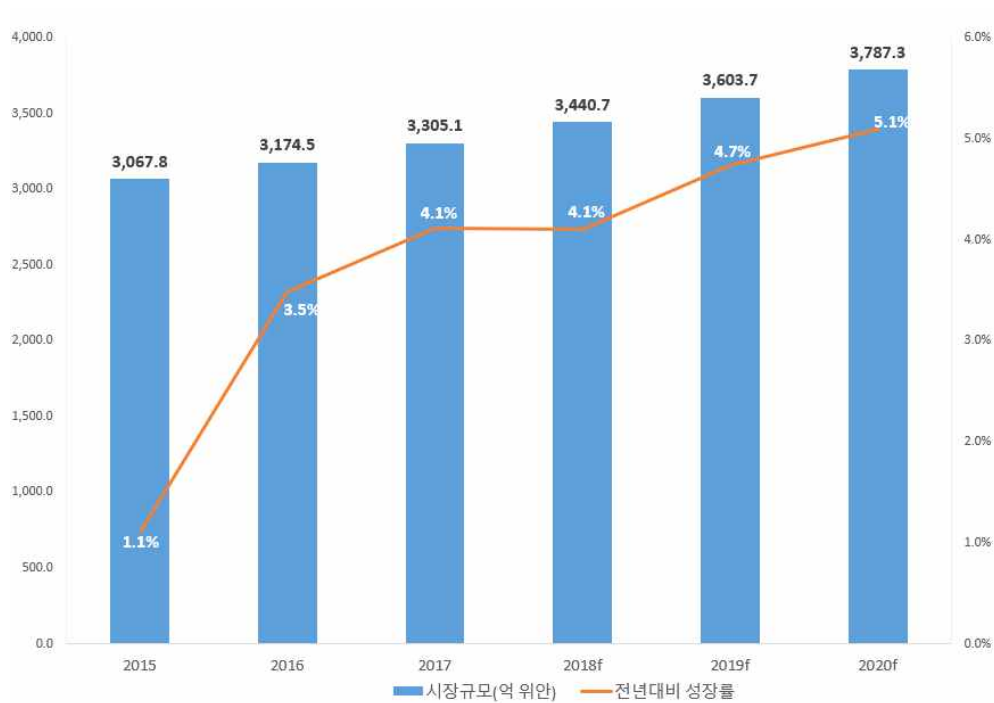
2. 식품산업 동향

1) 스낵산업 동향

□ 스낵산업 규모

- 최근 3년간(2015-2017) 스낵산업의 규모는 연평균 2.9%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 3305억 위안(약 54조 원)³⁾을 기록
- 유로모니터에 따르면 스낵산업의 규모는 온라인 판매에 힘입어 꾸준한 증가세를 이어가고 있으며, 향후 3년간 성장 추세가 유지될 것으로 예상

표 1.2 중국 스낵 시장 규모(2015-2020)

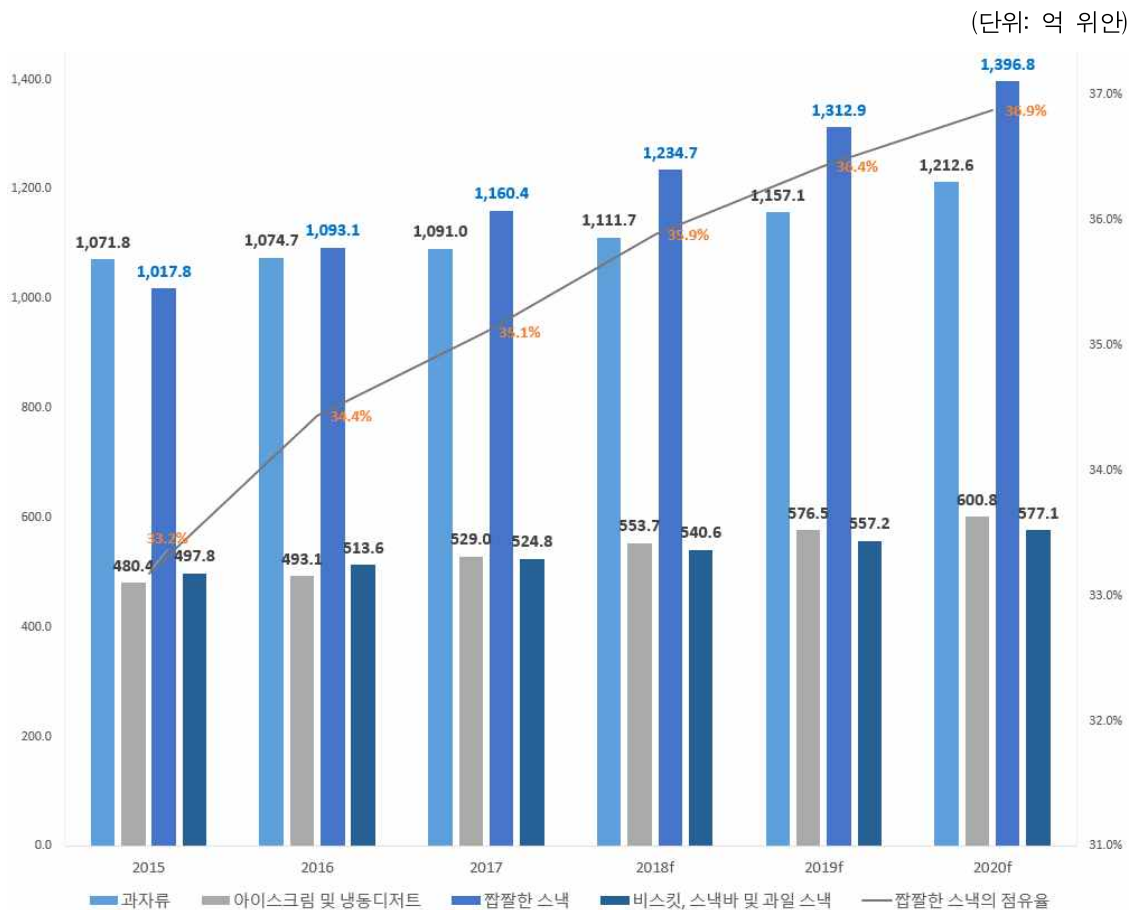


자료: Euromonitor International

3) 1위안 = 164.01원(KEB 하나은행 고시기준, 2018.08.20)을 기준으로 계산

- 중국 스낵산업에서 김 스낵 품목이 포함된 짭짤한 스낵류(Savoury Snacks)의 점유율이 가장 높음
 - 유로모니터에 따르면 짭짤한 스낵류는 2016년부터 과자류를 제치고 시장점유율 1위 품목으로 올라섬

표 1.3 중국 스낵 품목별 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

2) Savoury Snacks 시장 동향

□ Savoury Snacks 시장 규모

- 최근 3년간(2015-2017) Savoury Snacks 시장의 규모는 연평균 6.7%의 성장을 지속한 결과, 2017년 약 1,160억 위안(약 19조 원)을 기록하여 전체 스낵 시장의 35.1% 차지
 - 중국에서 짭짤한 스낵류는 건강에 좋지 않은 이미지를 가지고 있었으나, 최근 몇 년 동안 건강한 재료와 다양한 맛을 결합한 새로운 제품들이 출시됨에 따라 긍정적인 소비자 반응이 나타나기 시작함
 - 건강한 스낵류에 대한 수요 증가로 인해 향후 3년간 짭짤한 스낵류는 6%대의 높은 성장세를 유지하면서 중국의 스낵 시장을 주도할 것으로 전망

표 1.4 중국 SAVOURY SNACKS 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

표 1.5 SAVOURY SNACKS 품목별 정의

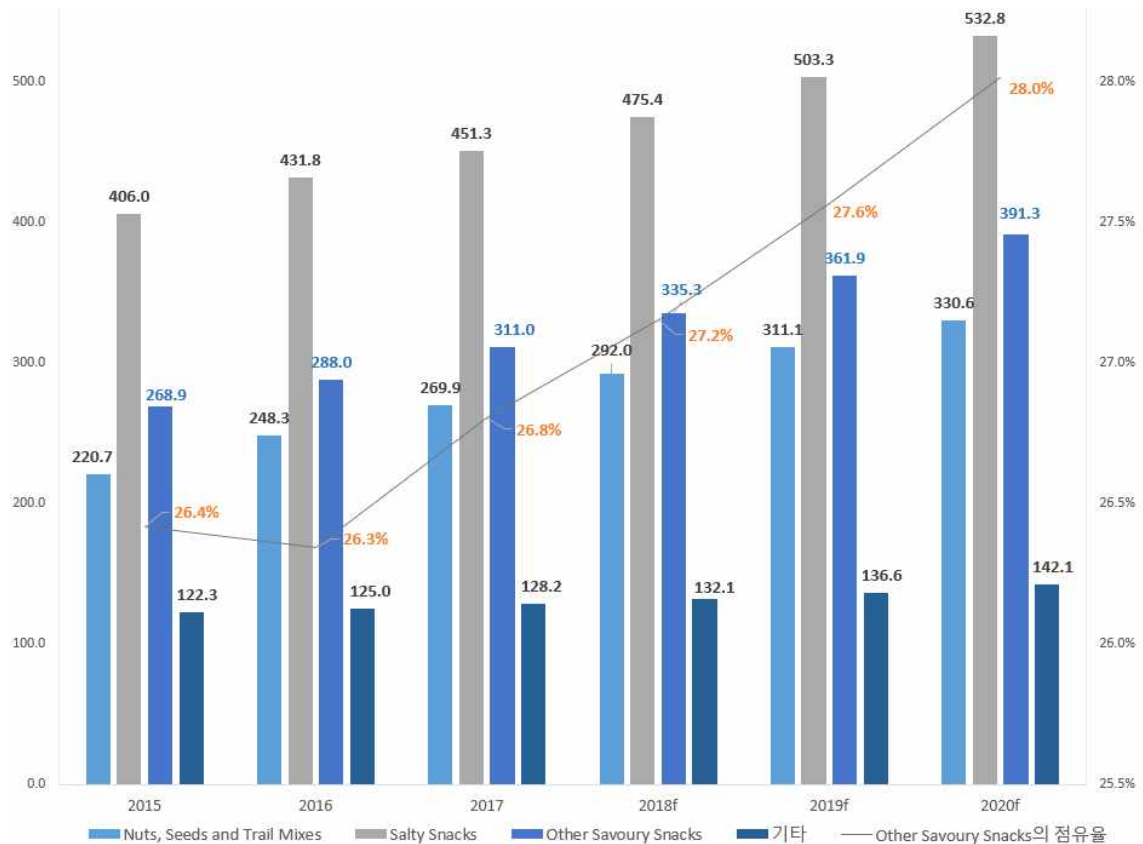
품목명	정의
Savoury Snacks	과일 스낵, 포테이토 칩, 압출 스낵, 옥수수 칩, 팝콘, 프레즐, 건과류 및 기타 달콤하고 짭짤한 스낵
- Nuts, Seeds and Trail Mixes	땅콩, 캐슈, 아몬드, 피스타치오, 해바라기 씨앗, 완두콩, 과일 및 건과류 믹스 또는 트레일 믹스
- Salty Snacks	감자 칩, 토틸라 칩, 퍼프 스낵, 쌀 스낵 및 야채, 빵 칩
- Other Savoury Snacks	해초 스낵, 생선 스낵, 돼지껍질 튀김, 스낵면 등

자료: Euromonitor International

- o Savoury Snacks의 하위품목 중 Salty Snacks의 시장점유율이 가장 높으며, 김스낵이 포함된 Other Savoury Snacks은 두 번째로 높은 시장점유율 기록
- 영양가 높은 스낵에 대한 관심이 증가함에 따라 김스낵을 비롯한 Other Savoury Snacks의 인기가 높아지고 있으며, 2017년 기준 전체 Savoury Snacks 시장의 26.8%를 차지
- 유로모니터에 따르면 수산물 스낵은 비교적 높은 가격에도 불구하고, 체중 증가를 일으키지 않는 간식을 추구하는 젊은 여성 소비자들에게 특히 인기가 많음

표 1.6 중국 SAVOURY SNACKS 품목별 시장 규모(2015-2020)

(단위: 억 위안)



자료: Euromonitor International

□ Savoury Snacks 시장 경쟁 동향

o 중국 Savoury Snacks 시장의 경쟁이 매우 치열

- 상위 10개 기업의 시장점유율이 최근 5년 동안(2013-2017년) 지속적으로 증가한 결과, 2017년 기준 38.6%의 시장점유율을 나타냄

표 1.7 중국 Savoury Snacks TOP10 업체 시장점유율 추이(2013-2017)

(단위: %)

업체명	2013	2014	2015	2016	2017
Want Want Holdings Ltd	9.7	8.1	8.3	7.9	7.6
Bestore Food Co Ltd	1.5	2.3	3.9	4.8	5.6
PepsiCo Inc	5.2	5.4	5.4	5.7	5.9
Anhui Three Squirrels Electronic Commerce Co Ltd	0.5	1.2	2.3	3.9	4.4
Hefei Huatai Food Co Ltd	4.2	4.0	4.0	3.8	3.6
Liwayway Marketing Corp(Oishi)	3.9	3.6	3.2	3.0	2.9
Fujian Dali Food Co Ltd(Copico)	1.7	1.8	2.4	2.4	2.6
Orion Group	3.8	3.8	3.6	3.2	2.5
Shanghai LaiYiFen Co Ltd	2.0	1.9	1.9	1.9	2.0
Guangdong Strong (Group) Co Ltd	1.2	1.5	1.5	1.4	1.5
기타	66.3	66.4	63.5	62.0	61.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

o Savoury Snacks 경쟁업체 중 대부분은 중국 현지 기업이며, 이들 중 특히 후발주자들의 성장세가 뚜렷함

- 1위 기업은 홍콩증권거래소에 상장된 대만 기업인 Want Want Holdings Ltd(旺旺)로 2017년 기준 전체 시장의 7.6%를 차지하였으며, 2013-2017년 간 후발주자들의 부상 으로 인해 시장점유율이 지속적으로 감소
- 유제품, 음료, 쌀과자 및 제과류의 생산 및 유통을 핵심 사업으로 한 Want Want Holdings Ltd는 대만기업이지만 2017년 기준 매출액의 90% 이상이 중국에서 발생⁴⁾
- 2위 업체인 Bestore Food Co Ltd(良品铺子)는 2006년에 설립된 중국 현지 기업으로 2017년 기준 중국에서 체인점 2,200여 개를 오픈하였으며⁵⁾, 주요 생산품은 짭짤한 과자, 견과류 등임

4) Want Want Holdings Ltd in Packaged Food (China), Euromonitor International, 2017.09.28

5) www.517lppz.com, Bestore Food Co Ltd 홈페이지

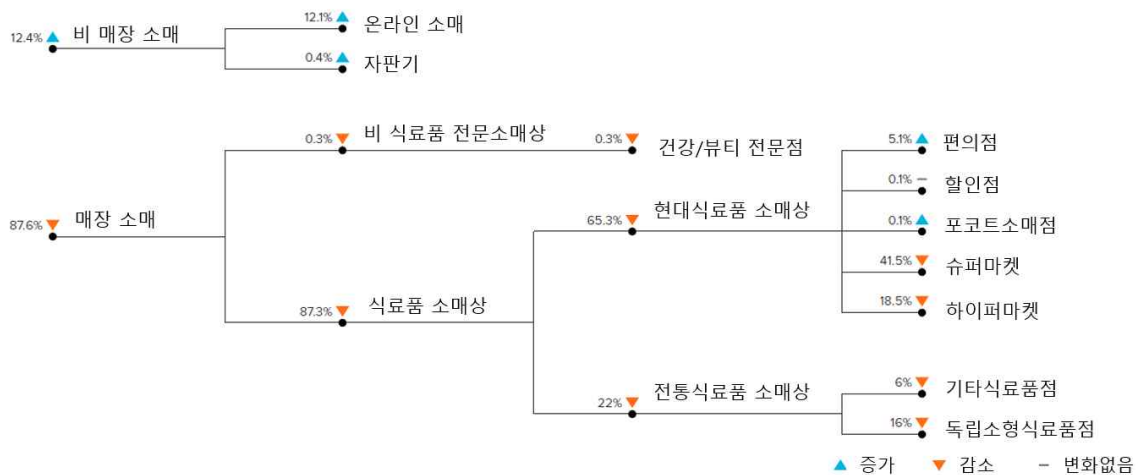
- 3위 업체인 Anhui Three Squirrels Electronic Commerce Co Ltd(三只松鼠, 이하 “Three Squirrels”)는 2012년에 설립된 중국 현지 기업으로 빠른 성장세를 나타내며, 선발주자들의 시장을 잠식하고 있음, 2017년 기준 Three Squirrels는 중국 온라인 스낵시장의 1위 기업임
- TOP10 기업 중 유일한 한국 업체인 Orion Group은 사드 배치 이후 중국 소비자들의 반한 기류와 불매 운동으로 인해 2015년 이후 시장점유율은 하락세

□ Savoury Snacks 유통경로 현황

o Savoury Snacks의 주요 유통경로는 슈퍼마켓

- 2017년 기준 Savoury Snacks는 주로 슈퍼마켓(41.5%), 하이퍼마켓(18.5%), 독립소형 식료품점(16%), 온라인 소매(12.1%) 등을 통해 유통되는 구조이며, 이들 중 특히 온라인 소매유통이 빠른 성장세를 나타내고 있음
- Savoury Snacks 온라인 채널 비중의 확대는 전자상거래의 활성화 외에도 온라인 쇼핑의 편리성에 대한 젊은 소비자층의 인식이 커지고 있기 때문
- 하지만 유로모니터에 따르면 중국 인터넷쇼핑의 이용률이 높아짐에 따라 고객 획득 비용(customer acquisition costs)⁶⁾이 증가하여 온라인 유통채널의 성장률은 더딜 것으로 예상함

그림 1.1 Savoury Snacks 유통경로별 점유율(2017) 및 증감추세(2012-2017)



자료: Euromonitor International

6) 고객을 획득하는 데에 사용된 직접 비용뿐만 아니라 소개비용, 할인판매, 신용판매 등 신규 고객 한 명을 유치하기 위해 지출된 모든 비용을 의미함

3. 수출입통계

수출입통계 및 생산통계 개요

❖ 김 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 2106.90품목의 수입 규모 약 368억 달러(2017년)
- 중국 HS CODE 2106.90.9090품목의 수입 규모 약 18만 달러, 세계 2위(2017년)
- 중국 HS CODE 2106.90.9090품목의 1위 수입국은 미국으로 21.3% 차지(2017년)
- 한국 HS CODE 2106.90.4010품목의 수출량은 약 1.2만 톤, 3억 달러(2017년)

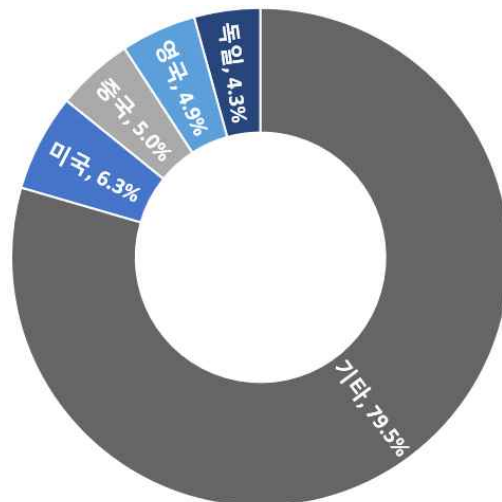
❖ 김 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106.90.4010	김
중국	2106.90.9090	기타

❖ 글로벌 HS CODE 2106.90 수입 규모(2017)

수입국		금액(천 US 달러)
글로벌		36,842,361
1	미국	2,306,001
2	중국	1,835,969
3	영국	1,810,966
4	독일	1,599,703
5	네덜란드	1,491,175

❖ 글로벌 HS CODE 2106.90 수입 비중(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 김 통계 기준 설정

- 김의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁷⁾

□ 김의 HS CODE⁸⁾는 한국 2106.90.4010, 중국 2106.90.9090으로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2106.90, 중국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2106.90.9090, 한국산 김의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2106.90.4010을 통계 기준으로 설정

표 1.8 김 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.4010	김
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.9090	기타

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 중국 해관총서(www.customs.gov.cn)

표 1.9 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	중국 해관총서	www.customs.gov.cn

7) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

8) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국과 중국은 10자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2106.90)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위 국가는 미국(6.3%)이며, 중국은 2위(5%)

- 2017년 2106.90품목의 글로벌 수입 규모는 약 368억 달러로, 2013-2017년 연평균 3.4% 성장
 - 2106.90품목 수입 1위 국가는 미국으로, 2017년 기준 약 23억 달러를 수입하였으며, 2013-2017년 연평균 4.4% 상승
- 2017년 중국의 2106.90품목 수입 규모는 약 18억 달러로 2위를 기록했으며, 2013-2017년 연평균 20.6% 성장

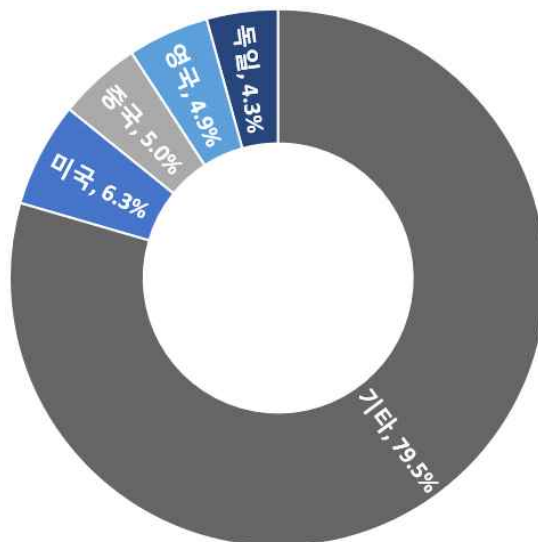
표 1.10 글로벌 HS CODE 2106.90 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	34,308,462	35,393,801	33,918,869	35,037,317	36,842,361	3.4%
1 미국	1,995,452	2,046,535	2,089,805	2,163,542	2,306,001	4.4%
2 중국	917,013	1,011,247	1,294,802	1,481,187	1,835,969	20.6%
3 영국	1,559,532	1,805,835	1,933,794	1,992,973	1,810,966	4.6%
4 독일	1,548,174	1,695,952	1,434,205	1,482,069	1,599,703	3.2%
5 네덜란드	986,911	1,052,832	1,029,615	1,059,129	1,491,175	10%

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.11 HS CODE 2106.90 국가별 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

3) 중국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2106.90.9090)

□ 2017년 중국 내 2106.90.9090품목 수입 시장점유율 1위는 미국으로 21.3% 차지

- 2017년 중국 2106.90.9090품목의 수입액은 약 18억 달러로, 이는 2013년 9억 달러에서 약 2배 성장
- 2017년 기준, 중국 2106.90.9090품목의 1위 수입국은 미국이며, 수입액 약 3.8억으로 중국 내에서 21.3%의 시장점유율을 차지
- 한국은 8위 수입국으로 2013-2016년 수입 규모가 지속적으로 증가하였다가 2017년에 대폭 감소하였으며, 2017년 기준 3.1%의 시장을 차지
 - 2017년의 수입 급감은 사드 배치 이후 중국 소비자들의 반한 기류와 불매 운동으로 인한 것으로 추정됨

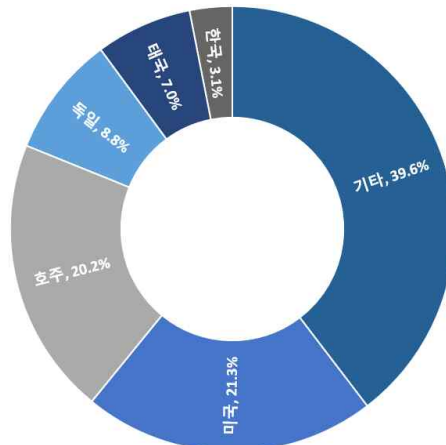
표 1.12 HS CODE 2106.90.9090 중국 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	904,391	980,728	1,260,059	1,448,363	1,793,916	20.4%
1 미국	261,780	243,169	311,928	342,137	382,969	18.6%
2 호주	16,332	13,119	120,029	227,755	362,366	184.4%
3 독일	56,133	81,318	83,301	85,093	157,191	30.4%
4 태국	68,420	80,558	82,582	107,664	125,813	47.4%
5 대만	55,677	67,788	94,495	107,170	114,308	22.2%
8 한국	32,216	39,389	49,614	90,398	55,168	31.8%

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.13 HS CODE 2106.90.9090 중국 수입국별 점유율(2017년)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

4) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2106.90.4010)

- 2017년에 한국 2106.90.4010 품목의 글로벌 수출량은 약 1.2만 톤, 수출액은 약 3억 달러로 전년 대비 대폭 증가

표 1.14 한국 HS Code 2106.90.4010 품목의 글로벌 수출 통계

(단위: 톤, 천 US 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	11,362.8 (10%)	11,229.9 (△1.2%)	12,438.4 (10.8%)	11,403.7 (△8.3%)	12,360.2 (8.4%)
금액 (연 증감률)	180,234.7 (17.8%)	202,465.5 (12.3%)	224,272.4 (10.8%)	236,899.1 (△5.6%)	300,340.6 (26.8%)

자료: 농식품수출정보(www.kati.net)

- 2017년 한국 2106.90.4010 품목의 중국 수출은 5년 만에 하락세

- 2017년 한국이 중국시장으로 수출한 2106.90.4010 품목의 수출량은 전년 대비 15.4% 하락한 1,973톤이며, 수출액은 전년 대비 4.2% 하락한 약 6천만 달러

표 1.15 한국 對중국 HS Code 2106.90.4010 수출 통계

(단위: 톤, 천 US 달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	1,020.4 (15.6%)	1,440.7 (41.2%)	2,139.0 (48.5%)	2,331.3 (9%)	1,973.0 (△15.4%)
금액 (연 증감률)	28,958.8 (28.7%)	41,760.1 (44.2%)	62,226.9 (49%)	64,927.2 (4.3%)	62,168.1 (△4.2%)

자료: 농식품수출정보(www.kati.net)



II. 중국 김 생산현황

- 1. 김 양식 현황**
- 2. 김 가공품 생산현황**
- 3. 중국 김 교역 동향**

1. 김 양식 현황

1) 중국 내 김 양식 품종

□ 중국 내 김 주요 양식 품종은 조반김과 단김

- 김은 세계적으로는 50여 종이 알려져 있으나, 중국 내 주요 양식 품종은 조반김(条斑紫菜, *Porphyra yezoensis*)과 단김(坛紫菜, *Porphyra haitanensis*) 2가지임⁹⁾
 - 조반김은 자동기계에 의해 건조시켜 마른김으로 만들거나 조미김 등 가공제품을 만들어 스낵으로 소비
 - 단김은 원초를 자연 건조하여 원형 또는 장방형으로 만들어 식용할 때 작게 뜯어 물에 넣고 탕이나 볶음재료로 사용

	
조반김 가공품-절편형	단김 가공품-전병형

9) 中國條斑紫菜產業的歷史、現狀與發展趨勢，陸勤勤，周偉，朱建一，閻斌倫，倪建忠，楊立恩，2018.04.30

□ 조반김은 중국 중·북부 지역, 단김은 중국 남부지역에서 양식됨

- 조반김은 1970년대 초 일본으로부터 들어온 외래 양식 품종이며, 주로 강소성, 산둥성 지역에서 양식됨
 - 현재 강소성에 조반김을 재배하고 공급하는 약 500개의 기업이 있고, 약 5만 명의 종사자가 있음
 - 강소성의 조반김은 전 세계 80개 국가에 수출하고, 연 수출액이 2억 달러에 이룸, 주요 수출지로는 미국, EU, 일본, 러시아, 캐나다, 호주와 대만 등임¹⁰⁾
- 단김은 중국의 전통적 품종이며, 복건성, 절강성 연안 등 남부지역에서 양식됨

그림 2.1 중국 김 주요 생산지



자료: 수산물 해외시장동향, 대한무역진흥공사

10) 江蘇出口條斑紫菜產業質量狀況研究, 王志聰, 劉桃英, 胡月珍, 張連軍, 許濤, 賈茹, 2018.04.26

2) 중국 내 김 양식 규모

□ 2016년 중국의 김 양식 규모는 전체 해조류의 6.2% 차지

○ 2016년 중국의 해조류 총생산량은 약 217만 톤

- 이중 다시마(海帶)가 약 146만 톤으로 전체 생산량의 67.4%를 차지하였으며, 다음은 꼬시래기(江蓑)13.5%, 미역(裙帶菜)7%, 김(紫菜)6.2%, 기린(麒麟菜)0.2%의 순으로 나타남

○ 지역별로는 복건성이 전체 해조류 양식의 45.2%를 차지하여 가장 큰 생산 비중을 나타내었으며, 산둥성이 31%로 이 두 지역의 생산량이 전체 지역 생산량의 76.2%를 차지

표 2.1 2016년 중국의 지역별 해조류 생산량 현황

(단위: 톤)

구분	해조류 전체	다시마 (海帶)	미역 (裙帶菜)	김 (紫菜)	꼬시래기 (江蓑)	기린 (麒麟菜)
합계	2,169,262	1,461,058	152,572	135,252	293,179	5,114
요녕성	325,559	218,704	106,855	0	0	0
강소성	28,801	300	4	28,405	0	0
절강성	53,202	10,363	0	32,178	635	0
복건성	979,472	693,533	723	66,440	173,233	0
산둥성	673,036	533,439	43,961	972	51,996	0
광둥성	79,099	4,719	1,029	7,257	55,501	2,000
해남성	30,093	0	0	0	11,814	3,114

자료: 중국어업연감, 2017

□ 2016년 중국의 김 해수 양식 생산량은 13.5만 톤임

- 중량을 기준으로 보면, 최근 4년간(2013-2016년) 중국 김 생산량은 안정적인 성장세를 지속한 결과, 2016년 약 13.5만 톤을 기록
 - 김의 주요 생산지는 복건성, 절강성, 강소성이며, 이들 3개 지역의 생산비중이 전체의 약 90% 이상을 차지하고 있음. 그 중 복건성의 생산량이 전체의 약 49%인 6.6만 톤에 이름
- 면적을 기준으로, 2016년 중국의 김 양식면적은 약 7.3만 헥타르이며, 그 중 강소성의 양식면적이 전체의 54%인 약 4.1만 헥타르를 기록함

표 2.2 2013-2016 중국 김 해수 양식 생산량

(중량: 톤 /면적: 헥타르)

구분	2013		2014		2015		2016	
	중량	면적	중량	면적	중량	면적	중량	면적
합계	113,900	62,376	114,171	64,152	115,875	65,766	135,252	72,977
강소성	27,718	38,885	25,786	39,024	27,575	39,618	28,405	41,066
절강성	19,329	7,782	22,752	8,437	26,373	9,966	32,178	13,694
복건성	56,157	14,962	53,408	15,635	52,908	15,216	66,440	17,008
산둥성	550	115	1,890	265	690	170	972	460
광둥성	10,146	632	10,335	791	8,329	796	7,257	749

자료: 중국어업연감(2014-2017)

□ 광동성의 김 양식 생산성이 가장 높음

- 양식면적 대비 생산량을 비교해 보면, 강소성의 경우 0.69톤/헥타르로 복건성의 3.91톤/헥타르에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타남
 - 이는 두 지역에서 주로 양식되는 품종의 차이에 의한 것으로 분석됨 (강소성-조반김, 복건성-단김)
- 광동성의 경우, 단위면적 김 생산량은 16.05톤/헥타르로 타 지역에 비해 매우 높은 생산성을 보이고 있음
 - 이는 광동성의 김 양식기술의 발달과 생산성이 높은 품종의 도입에 의한 것으로 분석됨

표 2.3 중국 김 해수양식 면적대비 생산량(2016년 기준)

(단위: 톤/헥타르)



3) 중국 내 김 양식의 문제점

□ 노동력 부족

- 중국의 김 생산 및 재배 시기는 주로 늦가을부터 다음 해 초여름까지로, 겨울에 하는 작업이 많아 노동강도가 높은 편임
- 일부 김 생산지역을 조사한 바에 따르면, 40대 이하인 종사자는 1~2%에 불과했고, 대다수가 50대 이상이었음. 이처럼 젊은 노동력의 부족은 현재 김 산업의 심각한 문제가 되고 있음¹¹⁾

□ 가공기술 낙후

- 김은 영양이 풍부한 식용 해조류로서 중국 연해 지역에서는 오래 전부터 양식을 해 왔으나, 현재에도 품목이 단순하고 가공기술이 낙후되어 품질이 떨어짐
- 자반김 양식과정에서 공장 내 위생관리, 인력관리, 교차오염 등과 관련한 비교적 많은 품질 문제가 발생하고 있음
- 현재 중국에서 마른김을 생산하는 기업은 대체로 가내 수공업 방식을 택하고 있어 가공 규모가 작고, 시설이 매우 낙후되어 있으며, 지식 기반이 부족해 품질 안전관리 체계 또한 미흡함. 이로 인해 규모의 경제는 물론, 부가가치 창출 수준도 높지 않음
- 예를 들어 강소성의 자반김 주 생산지 중 하나인 연운항시(连云港市)의 경우, 2016년 기준 김 가공 수출 업체 106개 중 70% 이상은 김 가공기계 1~2대만 보유. 이러한 가내 수공업 형태로는 김에 대한 심층 가공이 어렵기 때문에 대부분 일차적인 가공만 하고 바로 원자재로 수출

11) 中國條斑紫菜產業的歷史、現狀與發展趨勢，陸勤勤，周偉，朱建一，閻斌倫，倪建忠，楊立恩，2018.04.30

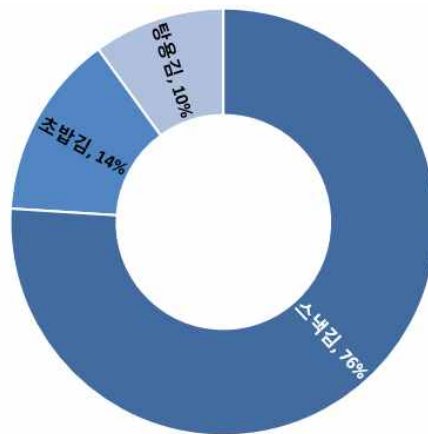
2. 김 가공품 생산현황

1) 중국 내 김 가공품 종류

□ 스낵김, 초밥 김, 탕용 김 등 제품이 개발되어 판매

- 중국에서 판매되는 김 유형 중 스낵김이 76%, 초밥 김이 14%, 탕용 김이 10%를 차지

표 2.4 중국 내 김 유형별 점유율



□ 스낵김 제품은 최초로 수출을 위해 생산되었으나 어린이의 영양간식으로 판매가 되면서 소비가 증가하고 있음

- 한국에서 판매하는 조미김 형태의 김은 주로 스낵용으로 어린이 및 젊은 층이 소비하고 있으며, 기름양 및 염분이 적어 반찬용으로 나오는 한국산 김과는 맛에 차이가 있음
- 조미김 형태의 제품 이외에 김스낵 제품도 있으며, 모양과 맛은 한국에서 판매되는 김스낵과 비슷함

□ 초밥 및 김밥용 김은 한류의 영향으로 주로 한국식 김밥을 만들기 위해 구매하는 경우가 많음

- 초밥 및 김밥용 김의 경우, 대부분은 내용물을 쉽게 알아볼 수 있게 투명한 비닐백으로 포장. 초밥, 구운 김이라는 글씨를 배치하거나 김밥 그림을 넣어 제품의 용도를 알기 쉽게 함

□ 탕용 김은 전병형으로 되어 있으며, 중국 소비자가 가장 익숙한 김의 형태임

- o 탕용 김은 대부분 투명한 비닐에 포장되어 있으며, 앞면에 브랜드 상표나 제품 이름을 나타내는 스티커를 붙이고 뒷면에 상품 정보 라벨을 붙인 단순한 형태를 띠며
- o 최근에 소비자의 간편 요리를 소비하는 추세로 인해 뜨거운 물에 타서 바로 먹을 수 있는 즉석 김 탕 제품들이 연이어 출시

2) 중국 내 김 가공품 종류별 정보

□ 스낵김

이미지				
제품명	김자반 碎海苔	유기 조미김 有机调味海苔	토마토맛 김 番茄味海苔	포리 김 波力海苔
제조사	백사복식품무역(상하이)유한회사	남통해달수산식품유한회사	천진산해관식품유한회사	파력식품공업유한공사
가격	4.8위안(약 787원)	14.8위안(약 2,427원)	12.8위안(약 2,099원)	2.9위안(약 475원)
중량	20g	15g	14g	3g

□ 초밥 김

이미지				
제품명	초밥(손말이) 김 手卷海苔	구운김 烤海苔	스시김 寿司紫菜(分装)	스시김 寿司海苔
제조사	백사복식품무역(상하이)유한회사	백사복식품무역(상하이)유한회사	상하이 해천하 냉동식품유한회사	아일포식품유한회사
가격	6.9위안(약 1,131원)	8.9위안(약 1,459원)	16.9위안(약 2,771원)	7.9위안(약 1,246원)
중량	20g	27g	22g	10g

□ 탕용 김

이미지				
제 품 명	심해김 深海紫菜	유기김 酷爾有机紫菜	김탕(해산물 맛) 紫菜湯 (海鮮味)	김탕 紫菜湯
제 조 사	아일포식품유한회사	상하이삼원실업유 한회사	상하이 해천하 냉동식품유한회사	산동소파식품유한 회사
가 격	15.9위안(약 2,607원)	33.8위안(약 5,543원)	2.9위안(약 475원)	27위안(약 4,428원)
중 량	40g(20gx2)	100g	60g(김3.5gx5;조미 료6gx5;오일2.5gx5)	180g(6gx30)

3. 김 교역 동향¹²⁾

□ 對글로벌 교역

- 중국의 연간 김 교역 규모는 2017년 기준 약 3억 달러로, 수출 중심 시장구조에서 수출입 균형구조로 변하고 있음
 - 김 수출은 2013-2017년 연평균 -7%의 감소세를 나타냈으며, 2017년 수출액은 약 1.7억 달러를 기록
 - 반면 김 수입은 2013-2017년 연평균 249%의 높은 성장세를 나타냈으며, 2017년 수출액은 2013년 대비 4배 이상 증가한 약 1.4억 달러를 기록

표 2.5 중국 김 對세계 교역 규모 추이(2013-2017)

구분		2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
물량 (톤)	수출	7,031	7,183	6,633	6,969	5,805	-16%
	수입	1,315	2,114	3,408	4,433	5,470	125%
금액 (천 달러)	수출	147,166	146,487	134,841	143,026	171,295	-7%
	수입	30,103	52,806	86,502	112,335	140,307	249%

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

□ 마른 김(1212.21.41) 수출 동향

- 2017년에 중국 마른김의 글로벌 수출액은 약 1,458만 달러로 최근 5년 내 최저치 기록
 - 한국, 일본 및 인도네시아의 김 산업 발전 및 수출의 확대는 중국 김 수출 감소의 가장 큰 원인임¹³⁾
- 마른김 수출 1위 지역은 대만(58.1%)이며, 한국은 44위
 - 김 수출 1위 지역은 대만으로, 2017년 기준 약 847만 달러를 수출하였으며, 최근 5년 내 최저치 기록

12) 수출입 통계 기준으로 중국의 김 종류는 HS CODE 1212.21.41(마른김), 1212.21.42(신선김), 2008.99.31(조미김), 1212.21.49(기타김) 등 4가지로 분류되어 있지만, 현재 ITC에는 HS CODE 1212.21.41(마른김)과 2008.99.31(조미김)의 중국 수출입 데이터만 집계되고 있어 본 보고서에서의 김 교역 규모는 HS CODE 1212.21.41(마른김)과 2008.99.31(조미김)으로 산출함

13) www.ocn.com.cn/touzi/chanye/201804/blmqo02090220.shtml

- 반면, 2위 수출대상국인 멕시코의 경우, 2013년 이후 지속적인 증가세를 보이는 가운데 2017년 약 200만 달러를 기록
- 대만, 멕시코 외에 미국, 말레이시아, 태국을 포함한 상위 5개 국가의 수출 비중이 전체 수출액의 86.8%를 차지
- 한국은 최근 5년 중 2016년에만 중국으로부터 약 100만 달러의 마른김을 수입

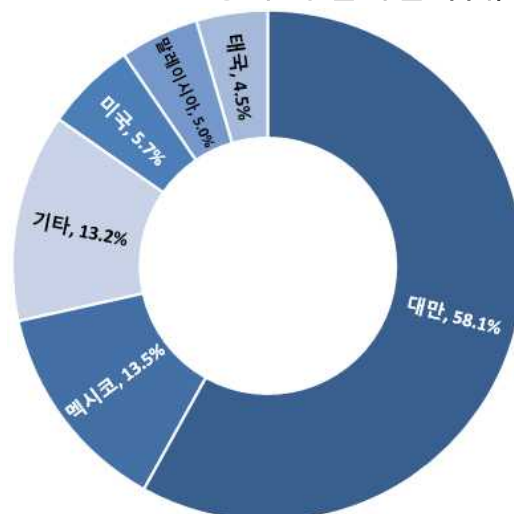
표 2.6 중국 1212.21.41(마른김) 수출 규모 추이(2013-2017)

(단위:천 달러)

수출대상국	2013	2014	2015	2016	2017
글로벌	34,182	39,371	31,026	28,406	14,588
1 대만	19,678	20,519	19,180	14,007	8,471
2 멕시코	19	488	1,011	1,212	1,964
3 미국	1,005	5,320	5,752	4,089	838
4 말레이시아	246	255	251	366	730
5 태국	4,259	3,502	1,728	3,666	661
6 베트남	204	304	931	115	477
7 홍콩	189	229	384	335	317
8 싱가포르	146	246	240	261	284
9 일본	7,939	7,654	881	2,539	279
10 칠레	140	191	126	99	123
44 한국	0	0	0	1,055	0

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 2.7 HS CODE 1212.21.41 중국 수출국별 점유율(2017년)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

□ 조미김(2008.99.31) 수출 동향

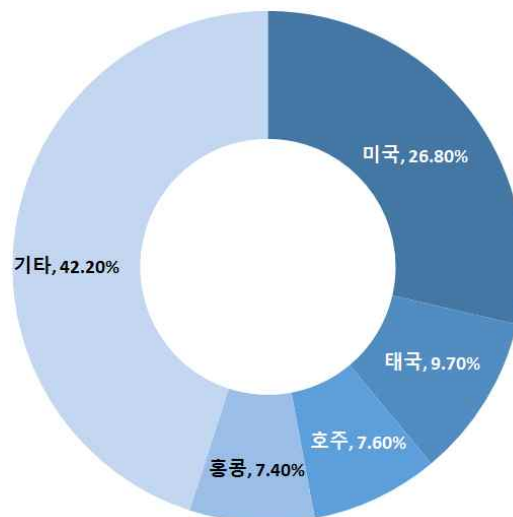
- 2017년에 중국 조미김의 글로벌 수출액은 약 1.6억 달러로 최근 5년 내 최고치 기록
- 조미김 1위 수출국은 미국으로 26.8% 차지
 - 2017년 기준, 중국 조미김의 1위 수출국은 미국이며, 수출액은 약 4,200만 달러로 2014년 이후 지속적 증가세
 - 한국은 2016년부터 중국으로부터 조미김을 수입하였으며, 2017년 기준 수입액은 15만 달러로 42위를 차지

표 2.8 중국 조미김(2008.99.31) 수출 규모 추이(2013-2017) (단위:천 달러)

수출대상국		2013	2014	2015	2016	2017
글로벌		112,984	107,116	103,815	114,620	156,707
1	미국	23,235	16,941	18,153	22,495	41,938
2	태국	12,987	20,086	17,718	15,754	15,275
3	호주	6,535	6,335	8,050	7,328	11,971
4	홍콩	10,480	12,195	11,740	10,379	11,570
5	브라질	6,490	5,346	5,453	2,412	10,054
6	베트남	6,069	9,169	8,685	9,144	9,180
7	캐나다	3,836	3,226	3,513	3,616	6,685
8	러시아	7,405	2,530	1,065	4,527	5,020
9	프랑스	3,091	2,719	2,940	4,102	4,522
10	캄보디아	3,352	4,519	4,803	4,814	4,460
42	한국	0	0	0	40	152

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 2.9 HS CODE 2008.99.31 중국 수출국별 점유율(2017년)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)



Ⅲ. 시장 트렌드

1. 정책 트렌드

2. 제품 및 소비자 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 트렌드

- ❖ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행
- ❖ 높아진 비관세장벽
- ❖ 2018년 7월 1일부터 1,449개 품목의 최혜국대우(MFN) 수입 관세율 인하
- ❖ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행
- ❖ 2017년 6월, 10종 식품 원료에 대한 허가 조치 발표
- ❖ 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용

2. 제품 및 소비자 트렌드

- ❖ 수입식품을 선호
- ❖ 간식을 구매할 때도 웰빙을 추구
- ❖ 매운 간식의 뚜렷한 성장세
- ❖ 한국산 김은 중국에서 인기
- ❖ 김은 영유아 간식으로 각광

1. 정책 트렌드

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행¹⁴⁾

- 통관 일체화 실시 이후 수출 기업이 '선(先)통관 후(後)심사' 방식을 통해 원하는 해관에서 신고와 납세 등을 처리할 수 있음
 - 통관일체화는 통관 절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 해관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감하기 위해 각 항구 해관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임
- 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海關風險防控中心)와 징해관리센터(稅收徵管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집중적이고 통일화되며 스마트한 관리체계를 구축
 - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 받든지 간에 통일된 형식과 기준을 통해 통일된 편리한 통관 서비스를 제공 받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업들이 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요
 - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에게 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서·영수증·운송증빙서류·보험증빙서류·지급증빙서류·회계장부·업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보관에 각별히 주의해야 함
 - 특히 화물의 수출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 해관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표 3.1 통관 일체화 제도 적용 시 변경사항

	해관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	해관 별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 해관에서만 통관 가능	통관 전 '수입신고 서류심사' 및 '세금 납부' 진행	통관 전 해관이 기업 납부 세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 해관이 중국 해관시스템으로 전산 통합되어 어느 해관에서나 통관 가능	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사' 진행	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 해관에 자진 납세

14) 해관총서공고 2017년 제25호(전국 해관 통관일체화 개혁 추진에 관한 공고)(海關總署公告2017年第25号 (關於推進全國海關通關一體化改革的公告))

비고		변경 후 전체 통관 과정은 “신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입 신고 서류심사 → 후속관리 ”	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요 소에 대해 무작위적으로 심 사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사
----	--	---	---

□ 높아진 비관세장벽

- 비관세장벽의 주요 수단으로 과거에는 직접제재나 무역 구제조치가 사용되었으나 최근에는 기술장벽, 위생 및 검역 조치, 통관절차 등으로 큰 흐름이 이동하는 추세
 - 2017년 대중국 한국산 식품 수출은 라벨 및 포장에 의한 통관거부사례가 가장 많이 발생하였으며(109건, 전체대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체대비 20%)
 - 한국을 제외한 4개 경쟁국 가운데 일본이 전체 907건으로 2017년 가장 많은 통관거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 3.2 2017년 거부사유별 통관거부사례¹⁵⁾

구분	한국	미국	홍콩	일본	독일
위생	60건(15%)	18건(3.5%)	7건(2.6%)	5건(0.5%)	8건(3.2%)
성분	78건(19.5%)	216건(42.9%)	17건(6.4%)	179건(19.7%)	60건(24.2%)
서류	62건(15.5%)	57건(11.3%)	21건(7.9%)	484건(53.3%)	91건(36.7%)
라벨 및 포장	109건(27.3%)	85건(16.9%)	159건(60.2%)	56건(6.1%)	35건(14.1%)
유통기한	80건(20%)	88건(17.4%)	12건(4.5%)	28건(3.1%)	23건(9.2%)
기타	10건(2.5%)	39건(7.7%)	48건(18.1%)	155건(17%)	31건(12.5%)
합	399건(100%)	503건(100%)	264건(100%)	907건(100%)	248건(100%)

- 중국은 2016년 3월에 물량 670kg, 금액으로는 2만 달러 수준의 한국산 조미김을 세균 초과검출을 이유로 전량 반송 조치하였음
 - 중국은 현재 김 제품의 균락 수(세균의 집합체)를 3만CFU(세균 개체수)/g 이하로 엄격하게 제한하고 있으며, 2016년 3월에 반송 조치된 조미 김에서 검출된 균락 수는 중국 수입 기준의 최대 17배를 초과한 것으로 나타남
 - 그러나 김이 변질되려면 1g당 세균이 최소 100만CFU를 넘어야 하므로,

15) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

김 1g당 세균 수를 3만CFU로 규정한 것은 과도한 조치로 보임. 또한, 조미김은 가열처리 후 건조 상태로 유통되기 때문에 세균이 번식할 가능성이 크지 않음¹⁶⁾

- 김은 균락 총수 허용치를 넘겨 거부당하는 사례가 매년 꾸준히 발생하고 있으므로, 해당 수출업자들은 사전에 해당 수치를 확인하여 방지할 필요가 있음

□ 2018년 7월 1일부터 1,449개 품목의 최혜국대우(MFN) 수입 관세율 인하¹⁷⁾

- o 2018년 5월 중국 국무원 관세세칙위원회는 《일반 소비자품 최혜국 수입 관세율조정표(进口日用消费品最惠国税率调整表)》를 통해 수입 관세 인하조치를 발표
 - 최혜국으로부터 수입하는 1,449개 품목에 대한 평균 관세율을 15.7%에서 6.9%로 인하
 - 수입 관세율이 조정되는 제품은 주로 식품, 화장품, 의류, 약품, 전기·전자제품, 잡화 등 일용 소비자품임
 - HS CODE 2106.90.90품목은 세율 인하 품목에 포함되어 있으며, 최혜국세율은 기존 20%에서 12%로 인하

□ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행¹⁸⁾

- o 중국 국가질량감독검험검역총국과 국가표준화관리위원회 발표에 따르면, 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드>에 관한 국가표준 GB/T 33993-2017이 시행됨
 - 당국 발표 내용에 따르면, 이번 국가 표준 GB/T 33993-2017의 발표 목적은 QR 코드는 현재 중국에서 홍보, 관리, 어플리케이션 및 서비스 분야에서 중요 요소로 작용하고 있는 만큼 그 의미가 매우 크다고 여기기 때문이라고 밝힘
 - 이번에 발표된 표준은 중국 현지 실상과 국내외 관련 기술 표준을 고려하여 제정된 것으로, 바코드와 구성이 달라 나타나는 문제점들을 해결할 수 있음

16) www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=81210

17) finance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml

18) 중국 국가 QR 코드 종합 서비스 플랫폼의 주소는 2dcode.org임

- 이에 수출업체는 기존의 바코드 방식이 아닌 해당 기준에 맞는 QR 코드 제작을 통해 제품 홍보 및 판매, 관리에 사용할 필요가 있음

□ 2017년 6월, 10종 식품 원료에 대한 허가 조치 발표

- 2017년 6월 중국 정부는 10종의 식품 원료에 대해 허가 조치를 내렸으며, 이로 인해 원료 사용 가능 범위가 넓어지면서 수출 기업들의 진입이 더욱 쉬워질 것으로 예상됨¹⁹⁾

표 3.3 신규 허용한 10종의 식품 원료 리스트

한국어	영어	중국어
쉐어버터	Shea butter (Sheanut oil, Shea oil)	乳木果油
(3R,3'R)-디하이드록시-β-카로틴	Zeaxanthin	(3R,3'R)-二羟基-β-胡萝卜素
보로조 파우더	Borojo powder	宝樂果粉
N-아세틸뉴라민산	Sialic acid	N-乙酰神经氨酸
시스-15-테트라코센산	Cis-15-Tetracosenoic Acid	顺-15-二十四碳烯酸
브로콜리 씨 수용추출액	Aqueous Extract of Seed of Broccoli	西兰花种子水提物
쌀겨 지방알코올	Rice bran fatty alcohol	米糠脂肪烷醇
γ-리놀렌산	Gamma-linolenic Acid Oil	γ-亚麻酸油脂
β-수산화-β-메틸기부티르산 칼슘	Calcium β-hydroxy -β-methyl butyrate (CaHMB)	β-羟基-β-甲基丁酸钙
무장예커(중국 식물명)	Lithocarpus litseifolius folium	木姜叶柯

□ 2018년 2월 13일부터 방부제 니신(Nisin)의 허용기준치 적용²⁰⁾

- 기존에 식용 균류 및 조류 가공품에 사용하는 방부제인 니신에 대한 규정이 없음
- 2018년 2월 13일 이후 니신을 첨가할 경우, 빵류는 0.3 g/kg, 식용 균류 및 조류 가공품을 비롯한 기타 농산물 가공품은 0.5 g/kg의 기준치를 적용
 - 해당 식품첨가물은 미생물 생장 억제 등의 목적으로 사용됨
 - 한국에서는 가공치즈 이외에 사용이 금지되어 있으나, 중국에서는 그 외 식품유형에도 사용기준을 설정하였으므로 수출 시 유의해야 함

19) 새로 허용된 식품원료는 영유아식품 내 사용 불가

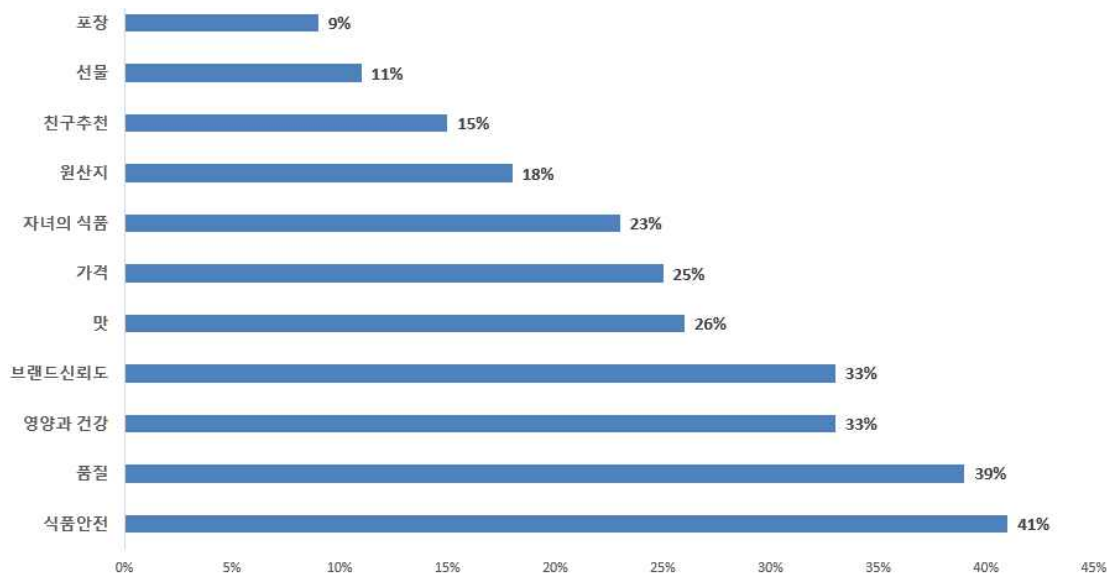
20) 식품산업, fructooligosacchride(β-fructooligosacchride라고도 함) 및 식품 첨가물 모노 및 디 글리세린 지방산 에스테르 등 7가지 새로운 종류의 효소 제제의 사용 범위 확대에 관한 공고(2018년 제2호) [關於食品工業用酶制劑新品種果糖基轉移酶(又名β-果糖基轉移酶)和食品添加劑單, 双甘油脂肪酸酯等7种擴大使用範圍的公告 (2018年第2号)]

2. 제품 및 소비자 트렌드

□ 수입식품을 선호

- 2008년 중국에서 발생한 ‘멜라닌 분유 파동’ 이후 크고 작은 식품안전 사고가 끊이지 않으면서 중국인들의 식품안전에 대한 우려와 의심은 지속되고 있음
- 이에 중국 소비자들은 수입식품으로 눈길을 돌렸고, 분유 파동이 발생한 2008년 이후로부터 중국 수입식품 시장은 꾸준히 증가하고 있음
 - 2017년 중국 소비자가 수입식품을 구매하는 동기에 대한 설문조사 결과를 보면 41%가 식품안전, 39%가 품질인 것으로 나타났음

표 3.4 2017년 중국 소비자의 수입식품 구매동기



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11²¹⁾

21) 2017년 중국 시장조사기관인 iResearch에서 소비자 1515명을 대상으로 설문조사를 한 결과임

- 또한 소득수준이 향상되면서 젊은 중산층을 중심으로 수입식품 소비층이 형성되었는데, 특히 ‘두 자녀 정책’이 도입되면서 유아식, 어린이 간식을 중심으로 고품질 프리미엄 상품이 선호되고 있음

표 3.5 2017년 수입식품 구매자 자녀 유무 현황

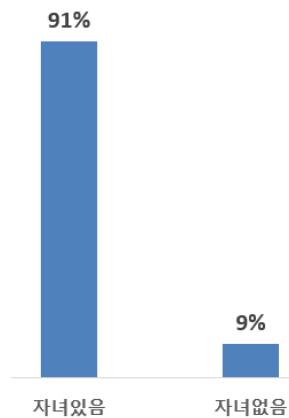
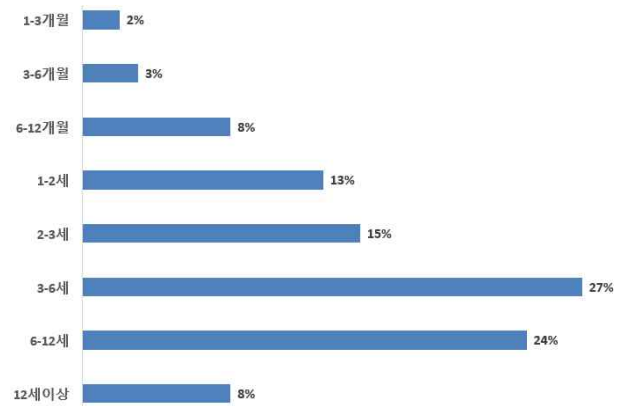


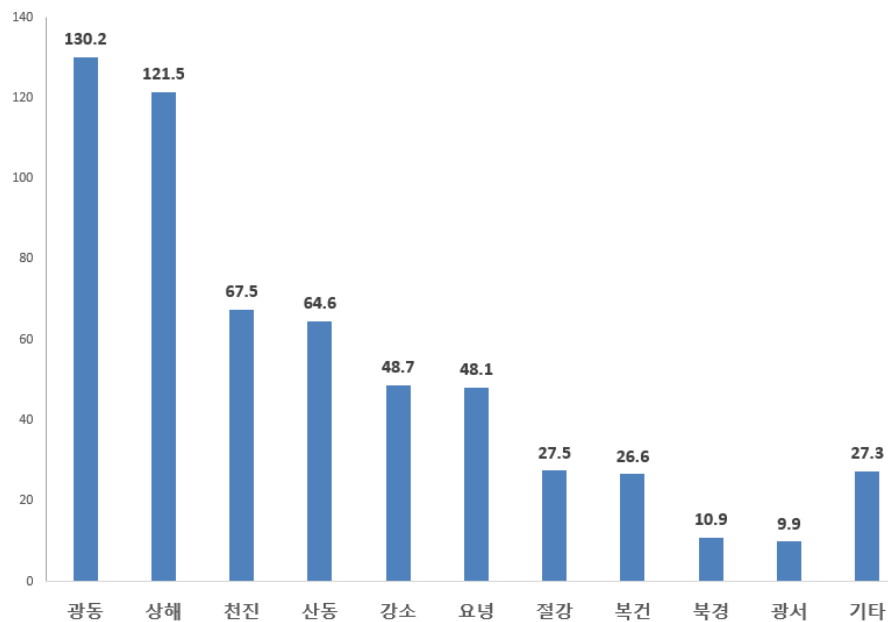
표 3.6 2017년 수입식품 구매자 자녀 연령분포



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 중국의 지역별 수입식품 시장현황을 살펴보면, 광둥, 상하이, 천진 등 동남 연해안 도시가 96%를 차지

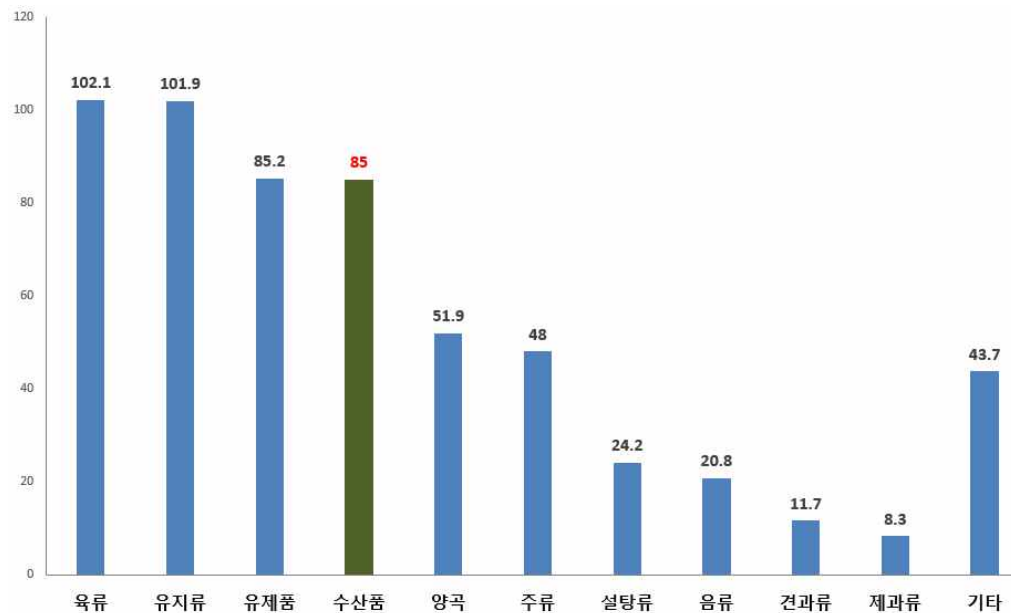
표 3.7 2017년 중국 지역별 식품수입 현황 (단위: 억 달러)



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 2017년 중국에서 수입한 식품 중 김을 포함한 수산물 85억 달러로 전체 품목의 14.6%를 차지

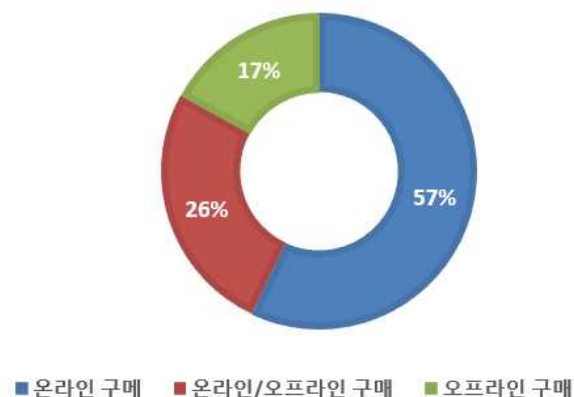
표 3.8 2017년 중국의 품목별 수입현황 (단위: 억 달러)



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 수입식품 구매경로의 57%는 온라인
 - 중국의 온라인 시장 확대는 수입식품 시장 성장의 촉매제 역할을 함
 - 2017년 중국 소비자들의 수입식품 구매경로를 분석한 결과, 온라인이 57%, 온/오프라인 혼용이 26%였으며, 17%만이 오프라인을 활용

표 3.9 2017년 중국 소비자의 수입식품 구매경로별 점유율



자료: 2017 중국 수입식품 소비 연구 백서, iResearch, 2017.12.11

- 수입식품을 판매하는 온라인 쇼핑몰은 대형 플랫폼인 타오바오, 티몰, 아마존, 징둥 등이 있음

대형플랫폼	전문 플랫폼	
   	   	   

□ 간식을 구매할 때도 웰빙을 추구

- o 최근 웰빙을 추구하는 소비자 증가함에 따라, 건강하고 위생적인 간식종류가 인기를 끌고 있음
 - 2016년과 2017년 간식 관련 핫 키워드는 무첨가, 잡곡, 무가당 등이었음
- o 2015-2017년 3년간 화학조미료가 첨가되지 않은 '하루견과(다양한 견과류가 소형 포장된 제품)'가 세 자릿수의 성장률을 기록했음²²⁾

□ 매운 간식의 뚜렷한 성장세²³⁾

- o CBNDData에 따르면, 2017년 맛에 따른 간식 순위 TOP10은 오리지널맛, 매운맛, 크림 맛, 마라(맵고 얼얼한) 맛, 짬맛, 산초 맛, 오향맛, 단맛, 숯불 바비큐 맛, 우유 맛 순임.
 - 그 중 매운맛과 마라 맛 간식 판매량이 최근 1년 간 가장 빠른 성장세를 보임
 - 전체 간식 중 매운맛 간식의 점유율 또한 지속적으로 증가하는 추세임
 - 최근 들어 육포, 건두부, 과자, 견과류 등 다양한 종류의 매운맛 제품들이 연이어 출시되고 있음

22) www.realfoods.co.kr/view.php?ud=20180608000212

23) 자료: 《2018년 중국 온라인 간식 소비 트렌드 보고서》, CBNDData, 2018.04.01

□ 한국산 김은 중국에서 인기

- 조미 김은 한국을 방문한 중국인 관광객이 필수로 구매해야 하는 품목으로 여겨질 만큼 중국인들 사이에서 큰 인기를 얻고 있음
- 한국산 조미 김은 맛도 좋지만 비타민A, 단백질, 칼슘이 풍부한 건강식품으로 알려져 있음

□ 김은 영유아 간식으로 각광

- 2015년 중국에서 온라인으로 판매된 영유아 간식 중 ‘김’은 전년 대비 591% 성장하여 아를(奶片, 몽골식 유제품), 슈크림빵(泡芙)을 제치고 빠링허우²⁴⁾ 부모들에게 가장 인기 있는 영유아 간식으로 자리매김함
 - 중국에서 김은 반찬보다는 고영양 간식 이미지가 강해 자녀들을 위해 구입하는 경우가 많으며, 무방부제, 무첨가 등이 제품의 선택기준이 됨

24) 빠링허우는 중국 말로 1980년 이후 출생한 사함을 지칭함



IV. 통관 및 제도

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 위생요건**

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS CODE 2106.90.9090의 협정세율(2018년 7월 기준)

HS CODE	품명	관세율
2106.90.9090	기타	최혜국세율: 12% (2018.07.01 이후 적용) 한-중 FTA세율: 18.72%

❖ 중국 FTA 정보

2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효. FTA협정품목에 해당하고 원산지 결정 조건에도 부합할 경우, FTA원산지 증명서를 신청 및 발급하여 협정 관세율 적용이 가능함

❖ 중국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 중국을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 중국의 경우 관세율은 '중국 해관 총서사이트'를 통해 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	중국해관총서	www.customs.gov.cn

관세율에 대한 상세한 정보를 얻고자 하면, 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA 콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

1. 통관 및 검역

1) 수입 통관절차

☐ 수출 사전 등록

- o 중국 국가질량감독검험검역총국(国家出入境检验检疫部门, AQSIQ)의 <수입식품 수출입상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定)>(2012년 55호 공고) 법률에 따르면, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 또는 에이전트는 AQSIQ 시스템에 사전등록해야 하며, 등록하지 않은 기업의 제품은 수출이 불가능함
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- o 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)²⁵⁾에 등록 신청을 해야 함. 또한, 영업허가 범위에 ‘식품수입’, 유통범위에 ‘식품’ 이 있는 기업에 한해 수입업체 등록 서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 CIQ²⁶⁾에 제출해야 함

25) 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지: <http://ire.eciq.cn>

26) 出入境检验检疫局, 출입경검험검역국

- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류 및 관련 사항을 준비해야 함

표 4.1 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고
- 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급	-B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 해관 및 CIQ 제출용
- 원산지 증명서 발급	-대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지 증명서 -관세청: 특혜(FTA) 원산지 증명서	
- CIQ 수출자 등록	-등록시스템에서 수출자 등록	CIQ 제출용
- 영문 위생증명서 발급	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산물: 국립수산물 품질관리원	
- 동/식물 검역증 발급 (일부품목)	-농림축산검역본부	
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCIC인증서)	-중국 식품 수출 사전 준비 단계	

□ 농식품 통관절차

① 검역신고

- 화물 도착 후 CIQ에 검역신고 진행, 선적서류, 제품 관련 기본 서류심사가 진행되며, 통상 전문 검역대행업체(통관업체)에 위탁하여 진행

표 4.2 진행 절차

진행순서	비고
CIQ 신고	시스템 신고 및 수리
서류심사	기본선적서류, 제품관련 서류 심사
증명 발급	CIQ 시스템 신고 및 심사 통과 후 해관 신고 가능

② 해관 신고 및 관세 납부

- CIQ 검역신고 수리 및 통과 후 해관에 화물 신고
 - 1단계 검역신고 불합격(선적서류 오류, 제품서류 누락, 성분심의 불합격 등)일 경우 해관 신고가 불가능하므로 유의해야 함

표 4.3 진행 절차

진행순서	비고
해관 신고	CIQ 신고 및 통과 후 해관 신고 (통상 통관대행업체에 위탁)
관세/증치세 납부	신고가격에 따른 관세/증치세 납부
실물검역	서류상 신고 내용과 실물 일치 여부 검역 (검역률은 기업의 신용도에 따라 다름)
통관	보관단(保關單) ²⁷⁾ 발급: 관세 납입 및 해관 통관 완료 후 발급
검역창고 이동	CIQ 지정 검역창고 이동
품목/가격 사후심사	HS CODE, 신고가격 적합성 심사

- 품목/가격 사후심사
 - 해관에서는 통관 과정에서 품목과 가격을 심사하지 않고 우선 통관 완료 후 심사 진행하여 실제 내용과 다를 경우, 행정 처벌 대상이 될 수 있으므로 유의해야 함

③ CIQ 검역

- 해관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨 검역 및 실험실 검역 진행. 최초 실험실 검역은 국가표준에서 정한 항목 및 부정기 리스크 검사 항목에 따라 진행되며, 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임
- 실험실 검역이 없을 경우 라벨 검사 후 이상이 없으면 위생증 발급, 출고 및 판매 가능함

표 4.4 CIQ 검역 항목

구분	내용	비고
라벨 검역	라벨 기재 내용 확인	인쇄상태, 글자크기, 부착위치 등
실험실 검역	대장균군, 균락총수, 중금속, 농약 잔류량, 식품첨가제 등	중국 식품안전 국가표준에 따라 진행(1장 참조)

²⁷⁾ 중국 해관 수입화물 보관단

④ 입경화물검험검역증명(위생증) 발급 및 출고

- o 실험실 검역은 무작위로 진행되며 실험실 검역이나 라벨 검역 후 전 항목 합격일 경우 CIQ에서 입경화물검험검역증명(이하 위생증) 발급이 진행되며, 위생증이 있을 경우 검역창고에서 출고 가능함. 위생증은 판매처에 제공해야 하는 필수 서류임

⑤ 관세 납부 및 수입물품 반출

- o 관세는 중화인민공화국세법 및 수출입 관세조례에 근거하여 모든 수출입화물은 관세가 부과. 관세는 현장 또는 전자납부 형태로 지급이 가능하며, 납부 기한은 해관 서류 심사 후 납부고지서를 발급한 날로부터 15일 이내임
- o 수입신고 및 검역절차가 마무리되면 관세를 납부한 뒤 중국 보세구역에서 판매를 위해 반출 가능함

3) 관세율 정보²⁸⁾

□ HS CODE 2106.90.9090의 최혜국 세율은 12%

- HS CODE 2106.90.9090 최혜국대우에 따른 세율은 12%이며, 한-중 FTA에 따른 세율은 18.72%임

HS CODE	품명	관세율
2106.90.9090	기타	최혜국세율: 12% (2018.07.01 이후 적용) 한-중 FTA세율: 18.72%

- 양허유형 ‘PR-8’에 해당되어 관세율은 협정 발효일을 시작으로 기준관세율의 8퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등하게 인하되고, 이행 5년 차인 2019년 1월 1일부터 2036년까지 기준관세율의 92%인 18.4%로 유지됨

표 4.5 HS CODE 2106.90.9090 세율 스케줄

연도	세율(%)
2017	19.04
2018	18.72
2019	18.40

* 증치세 (Value added tax)²⁹⁾ 세율 17%

- 중국의 증치세(増値税)의 경우 한국의 부가가치세에 해당하는 세율로 수입 물품에는 보통 13% 또는 17%의 세율이 부과됨
- HS CODE 2106.90.9090의 경우 17%가 부과되고 있음

28) 출처: 트레이드네비. 한-중FTA 협정문, 중국해관총서

29) 증치세는 수입물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세표준으로 하여 해당 과세표준에 증치세율을 적용하여 산출됨

4) 한-중 FTA 정보

□ 개요

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능
- 다만, 선적 전/후 7일 근무일 내에 원산지 증명서를 발급하여야 하며 해당 기간 내에 발급받지 못했다면 선적일로부터 1년 이내에 발급을 신청하여 “소급 발급” 문구가 기재되어야 함

□ 한-중 FTA 원산지증명서 발급

구분	내용	비고
발급기관	-관세청 -대한상공회의소	한-중 FTA는 기관발급 대상임
필요서류	-수출신고필증 -인보이스 -패킹리스트 -원산지판정 증빙자료 -C/O 발급 신청서	수출기업이 인증수출자에 해당하는 경우 원산지판정증빙자료는 생략될 수 있음
기간	1일 - 3일	판정 증빙자료가 부족하거나 기타 사유로 연장될 수 있음
신청방법	전자 신청	UNIPASS 또는 상공회의소 홈페이지에서 C/O 접수가능

2. 인증정보

□ 중국의 식품 관련 인증대상은 일반식품, 보건식품, 영유아식품, 특수의학용도조제식품 등 크게 4가지 나눌 수 있으며 각 소분류별로 인증 필요 내용이 서로 다름

- 서류 등에 중문 표시가 미비하거나 구두점 등이 틀리면 통관이 거부되는 등의 문제가 발생하고 있어, 수출 제품이 취득 해야할 필수 인증을 파악함과 동시에, 서류를 준비함에 있어 현지 수입상 및 통관 대행업체의 자문을 구하는 등의 준비가 필요

□ 중국 검사 및 검역(CIQ)(필수)

- 중국으로 가공식품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가 표준에 부합해야 함. 이 때, 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 CIQ마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음

인증명	상품 품질 및 안전성 검사	
발행기관	중국 출입경검험검역국	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	제품 가치에 따라 다름	
소요기간	1 ~1.5개월	
갱신시간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용처리 > 검험검역 진행(미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함) > CIQ 검사증명서 발급	

자료 : 중국 국가질량감독검험검역총국(samr.aqsiq.gov.cn)

□ 유기제품인증(권장)

- o 유기농제품 품질 향상, 유기농제품 인증관리 강화 및 환경보호 및 지속 가능한 발전 추진 등을 목적으로 2001년 4월 인증제도 제정

인증명	중국유기제품인증		
발행기관	CQC(중국품질인증센터), CNCA(중국인증인가관리감독위원회), CIQ(출입국검험검역국)		
비용	품목 및 제품 규격별로 상이		
소요기간	약 3개월		
유효기간	1년(만기 3개월 전 갱신 신청)		
제출서류	신청서, 조사표, 가공공정도, 상품배합 및 생산, 가공과정 중 사용되는 재료 목록 등 * 모든 서류는 중문으로 제출되어야 함		
발급절차	신청서 제출 > 서류심사 > 현장심사 > 제품 테스트 > 최종 평가 > 인증서 발급 > 판매증 발급 > 사후 감독		
유의사항	유기제품인증을 취득한 수출업체가 수입 검사 시 제출해야 하는 서류 : 1) 유기제품인증을 취득한 한국 업체는 수입 검역 신고 시 CNCA & 유기제품 수출국가, 혹은 지역 주관부서와 체결한 비망록에서 요구한 관련 자료 제출 2) 유기제품인증서 사본 제출 3) 유기제품판매증 사본 제출 4) 인증마크(인증마크+인증기관 명칭 두 가지 모두 보유) 5) 제품 라벨 등 관련 문건 제출		

자료 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

3. 라벨링

□ 중문 간체자로 쉽고 명확하게 기재

- 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장 식품라벨 총칙(GB 7718-2011)의 규정을 준수해야 함
- 라벨은 반드시 중문 간체자로 기록되어야 함
 - 외국어 병기도 가능하지만, 중문과의 상응 관계가 있어야 함
- 수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함
- 라벨 표기 시 소비자들이 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함
- 중국 식품 라벨링 금지사항
 - 질병 예방 또는 치료 기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
 - 건강기능식품이 아님에도 건강기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
 - 첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용
 - 문자 또는 도안이 민족 습관을 존중하지 않고 차별하는 내용

□ 중국 식품 라벨링 필수 표기 사항

표 4.6 중국 식품 라벨링 상세 표기사항

구분	세부 사항
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기
글자 크기	포장 용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장 용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
원재료	- 제품에 포함된 모든 원료를 투입량이 많은 순서에 따라 배열 - 식용할 수 있는 포장물(식용할 수 있는 캡슐, 캔디, 찹쌀종이 등)도 표시 - 열량, 핵심영양소의 함량 및 영양소기준치(NRV)에서 차지한 백분비 기재
영양성분표	- 제품의 열량 및 4대 영양소(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨) 표기해야 함 - 영양소 참고치(NRV) 를 백분율로 표기해야함 - 식품원료 배합 및 생산과정에서 수소화합물 혹은 수소지방을 사용했을 경우 반드시 트랜스지방산의 함량을 표시해야함
내용량	- 동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재 - 순중량 이외에 고형물의 함량도 표기
제조업자 및 유통업자 정보	생산업체 및 중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보를 기재

원산지	- 수입 포장식품의 경우 원산지 국가명 반드시 기재
제조일자 및 유통기한	- 연, 월, 일 순으로 기재 - 포장용기 위 지정된 공간에 표기 - 유통기한에 영향을 줄 수 있는 특수한 보관방법이 필요한 경우 해당 방법도 함께 기재
보관법	특별한 보관을 필요로 하는 제품의 경우 해당 내용을 라벨에 기재해야함
품질등급	제품에 해당하는 품질 등급 표시
생산 코드	중국산 제품의 경우 생산 코드가 기재되어야 함
기타	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기 - 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기 - 중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

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

□ 라벨링 예시

그림 4.1 라벨링 예시 - 중국에서 판매 중인 김스낵(한국산)



4. 위생요건

□ 김스낵 국가표준

- 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 <식품안전국가표준(食品安全国家标准)>에 부합해야 함³⁰⁾
- 김스낵의 경우, 2017년 6월 23일부터 시행한 <식품안전국가표준-조류 및 조류제품(GB19643-2016)>의 규정을 준수해야 함
- <식품안전국가표준-조류 및 조류제품(GB19643-2016)>는 조류 및 조류제품의 오염물 사용표준(GB2762), 미생물 사용표준(GB29921), 병(원)균 규정(GB29921), 식품첨가물 사용표준(GB2760)을 명시하고 있음

□ 김스낵 오염물 규정

- 오염물은 GB2762-2017의 규정에 부합해야 함

품목	식품유형	제한량(Pb기준) mg/kg
아연 鉛	조류 및 조류 제품 (스피롤리나류 제외)	1.0(건조 중량 기준) ³¹⁾

□ 김스낵 미생물 규정

- 병(원)균은 GB29921-2013의 규정에 부합해야 함

식품유형	병(원)균 지표	추출 방법 및 제한량 (따로 규정되어 있지 않으면, /25 g 혹은 /25 mL로 표기)				검사방법
		n	c	m	M	
- 수산물 水産製品	살모넬라균 沙門氏菌	5	0	0	-	GB4789.4
- 정제한 수산물 熟制水産製品	장염비브리오균 副溶血性弧菌	5	1	100 MPN/g	1000 MPN/g	GBT4789.7
- 즉식 수산물 即食生制水産製品	황색포도상 구균 金黃色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g	1000 CFU/g	GB4789.10 제2법

30) 국가표준은 중국 위생부 홈페이지에서 다운로드가 가능하며, 제품의 성분, 형태에 따라 적용되는 표준이 다르며, 국가표준은 매해마다 새로 업데이트될 수 있으니 수출 시 최신표준을 확인해야 함

31) 측정방법 : GB5009.12의 규정에 따름

- o 즉석조류제품(即食藻類制品) 미생물 제한량은 미생물 사용표준(GB29921)을 부합해야 함

항 목	추출 방법 및 제 한량				측정 방법
	n	c	m	M	
균락총수(CFU/g) 菌落總數	5	2	3x10 ⁴	10 ⁵	GB 4789.2
대장균군(CFU/g) 大腸菌群	5	1	20	30	GB 4789.3
매균 ^b (CFU/g) ≤ 霉菌	3x10 ²				GB 479.15
a. 샘플 분석 및 처리는 GB 4789.1 법으로 진행함 b. 즉식 조류 건조 제품(即食藻類干制品)에만 한정함					

- 샘플링 방법은 2급과 3급 추출법으로 나뉘며, 2급 샘플링 방법은 각각 n, c, m값, 3급 샘플링 방안은 각각 n, c, m 그리고 M값으로 설정.

n: 동일 로트로 샘플링 한 시료의 수량

c: m의 제한수치 초과 허용 시료의 수

m: 미생물 지표의 허용값(3급 추출법)이나 최대 안전 제한값(2급 추출법)

M: 미생물 지표의 최대안전 제한값

주:

- 2급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사값이 m보다 커도 허용됨
- 3급 추출방안에서 설정한 지표에 대해, n개의 샘플 중, 모든 샘플의 미생물 지표 검사값이 m보다 작거나 같아도 되며, ≤ c개의 샘플의 미생물 지표 검사값이 m값과 M값 사이에 있어도 허용됨. 하지만 M값보다 커서는 안됨
- 예를 들어, n=5, c=2, m=100CFU/g, M=1000CFU/g일 경우, 제품에서 5개의 샘플을 뽑아, 이들 샘플의 검사결과가 m값보다 작거나 같으면 (≤100CFU/g) 허용되고, ≤ 2개의 샘플의 결과가 m값과 M값 사이(100CFU/g < X ≤ 1000CFU/g)일 경우에도 허용됨. 하지만 3개 이상 샘플의 결과치가 m과 M값 사이면 허용되지 않으며, 검사결과가 M값(>1000CFU/g)보다 크면 안됨

□ 김스낵 식품첨가물 규정

- <식품첨가물 사용표준(GB2760-2015)>은 중국에서 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음
- 중국은 2020년부터 현행의 식품첨가물 표준을 국제표준에 맞춰나갈 것이라고 발표함에 따라, 향후 중국 식품첨가물 개정사항이 변동될 것을 사전에 인지해 지속적인 모니터링을 해야 함
- 한편, 중국 ‘식품첨가물사용 위생표준’에 표기되지 않은 식품첨가물은 국제 규격을 기준으로 적용하고, 제품 포장지에 식품첨가물 명칭을 표기하면 유통이 가능함

첨가제(중국어/영어 순)	기능	식품 명칭	최대사용량 (g/kg)
N-[N-(3,3-二甲基丁基)]-L-α-天門冬氨-L-苯丙氨酸1-甲酯(又名紐糖) neotame	감미료	물로 끓이거나 기름으로 튀긴 조류	0.033
		다른 가공한 식용균 및 조류	0.033
二氧化硫, 焦亞硫酸鉀, 焦亞硫酸鈉, 亞硫酸鈉, 亞硫酸氫鈉, 低亞硫酸鈉 sulfur dioxide, potassium metabisulphite, sodium metabisulphite, sodium sulfite, sodium hydrogensulfite, sodium hyposulfite	표백제 방부제 항산화제	건조한 식용균 및 조류	0.05 최대사용량은 이산화황 잔류량으로 계산
β-胡蘿卜素 beta-carotene	착색제	다른 가공한 식용균 및 조류	1.0
ε-聚賴氨酸鹽酸鹽 ε-polylysinehydrochloride	방부제	과일, 채소(덩이 뿌리 포함), 콩, 식용균, 조류, 견과류, 씨드 등	0.30
三氯蔗糖(又名蔗糖素) sucralose	감미료	가공한 식용균 및 조류	0.3
山梨酸及其鉀鹽 sorbic acid, potassium sorbate	방부제 항산화제 안정제	가공한 식용균 및 조류	0.5 소르빈산 기준으로 계산
双乙酰酒石酸单双甘油酯 diacetyl tartaric acid ester of mono(di)glycerides(DATEM)	유화제 점도증진제	물로 끓이거나 기름으로 튀긴 조류	2.5
		다른 가공한 식용균 및 조류	2.5
天門冬酰苯丙氨酸甲酯(又名阿斯巴甜) aspartame	감미료	물로 끓이거나 기름으로 튀긴 조류	1.0
		다른 가공한 식용균 및 조류	1.0
乙酰磺胺酸钾(又名安赛蜜) acesulfame potassium	감미료	가공한 식용균 및 조류	0.3

- 중국으로 수출하는 김이 수출 전 위생 허가를 받았으나, 중국 현지에서 검역 시 균락 수 초과로 인해 통관이 거부되는 경우가 많음으로 주의가 필요함

표 4.7 중국의 한국산 김 통관 거부 유형(2012-2016)

구분	2012	2013	2014	2015	2016
전체	7	7	28	12	45
금지성분 검출	5	7	23	12	45
- 균락총수 기준치 초과	4	5	20	7	39
서류미비	2	-	4	-	-
기타	-	-	1	-	-

자료: 해양수산부(www.mof.go.kr)



V. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 오프라인 경쟁제품**
- 3. 온라인 경쟁제품**

1. 경쟁제품 선정

☐ 오프라인 쇼핑물 선정

- o 현지조사원을 통해 상하이(上海)에 위치한 백화점 Newworld-daimaru, 대형 슈퍼마켓 Wal-Mart, Carrefour매장 등을 방문
- o 상술한 유통채널별로 주요 매장을 방문하여 매대에 가장 많이 진열되어 있는 제품 위주로 제품을 선정

☐ 온라인 쇼핑물 선정

- o 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 타오바오를 통해 진행
 - 인터넷 사이트 트래픽 조사기관인 알렉사(Alexa)에 따르면 중국 온라인 쇼핑물 인기순위 1위는 타오바오(taobao.com)³²⁾

☐ 분석기준 및 지표설정

- o 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

32) www.alexacom

2. 오프라인 경쟁제품

1) 오프라인 경쟁제품 분석

□ 자국산 김스낵 제품이 대부분이며, 한국산, 태국산이 그 다음으로 많음

- 오프라인에서 판매한 중국 국산 김스낵 제품은 대부분 중국 산둥성과 강소성에서 제조한 것으로 확인됨
- 한국 A사의 김스낵 제품은 중국에서만 판매되고 있어 중국시장에 진출하기 위해 현지화된 상품을 개발한 것으로 추정됨

□ 다양한 맛의 김스낵 제품이 판매되고 있음

- 오프라인에서 판매되고 있는 김스낵 제품은 코코넛, 아몬드, 참깨, 호두, 오징어, 생선 등 다양한 맛으로 구성됨

2) 오프라인 경쟁제품 정보

구분		제 품 1	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	광동희지랑그룹(广东喜之郎集團)	
	제 품 명	참깨 스낵김	
	제 품 특성	현지 브랜드이며, 양은 풍부하지만 맛은 평범함	
	포장 용기	비닐	
	성분	김, 말토덱스피린, 참깨, 식용 포도당, 설탕, 소금	
	조사매장	상하이 월마트 전립점 (계림로 402번지)	
	용량(g)	8g	
	제 품 가격	5.9위안(약 968원)	
	유통기한	1년	
	선정사유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품2	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	아일보식품유한회사(阿一波食品有限公司)	
	제 품 명	스낵김 크래커(아몬드맛)	
	제 품 특성	포장이 깔끔하며 가격도 저렴	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	마른 김, 흰 깨, 아몬드, 설탕, 푸코오스, 말토덱스피린, 액상과당, 식물성 기름, 전분, 양조간장, 효모 추출물, 식품 첨가물(글루탐산 나트륨(MSG), 인지질), 식용 향료(MSG)	
	조 사 매 장	까르푸 류주점(Zhongxing City, No. 271, Qinzhou South Road, Xuhui District, Shanghai, B1)	
	용 량(g)	20g	
	제 품 가 격	9.9위안(약 1,624원)	
	유통 기 한	10개월	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품3	
이 미 지	제 품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	남통해달수산식품유한회사(南通海達水產食品有限公司)	
	제 품 명	하이다우 김샌드위치(참깨)	
	제 품 특성	가격이 비교적 비쌘	
	포장 용기	비닐	
	성분	마른 김, 흰 깨, 양조간장, 설탕, 소금, 식품첨가제(5'-리보뉴클레오티드이나트륨)	
	조사매장	까르푸 류주점(Zhongxing City, No. 271, Qinzhou South Road, Xuhui District, Shanghai, B1)	
	용량(g)	4gx5	
	제 품 가격	18위안(약 2,952원)	
	유통기한	1년	
	선정 사유	인기제품(), 신제품(O), 한국제품()	

구분		제 품 4	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	포리식품공업(쿤산)유한회사(波力食品工業（昆山）有限公司)	
	제 품 명	생선 김스낵	
	제 품 특 성	가격이 비교적 비쌘	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	김(김, 표고 버섯즙, 설탕, 소금, 생강, 엿당, 양조 간장), 연육 건조제품{연육(바다 어육, 설탕, 삼인산 나트륨, 피로인산나트륨), 전분, 설탕, 글루텐, 소금, 미원, 분리대두단백, 향신료, 양조간장, 마른대구 가루, 식품첨가제(글리세린, 소르브산칼륨), 설탕, 말토덱스피린}	
	조 사 매 장	까르푸 류주점(Zhongxing City, No. 271, Qinzhou South Road, Xuhui District, Shanghai, B1)	
	용 량 (g)	6g	
	제 품 가 격	14.5위안(약 2,378원)	
	유통 기 한	1년	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품5	
이 미 지	제 품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	웨이하이시아나이다더식품유한회사(威海佳乃德食品有限公司)	
	제 품 명	김 덴푸라(오징어 맛)	
	제 품 특성	내용물이 많고 가격 저렴	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	밀 분말, 감자 전분, 팥유, 옥수수 전분, 쌀 가루, 김, 조미료, 대두단백가루, 마른 오징어, 설탕, 소금, 마늘 가루, 검은 후춧가루, 말토덱스트린 [maltodextrin], 5'-리보뉴클레오티드나트륨 [Disodium 5'-Ribonucleotide], D-시클라민산 나트륨	
	조 사 매 장	RT-MART 양포점 (Huang Xing Road No. 1618 F2)	
	용 량(g)	40g	
	제 품 가격	8.5위안(약 1,394원)	
	유통기한	1년	
	선정사유	인기제품(), 신제품(O), 한국제품()	

구분		제 품 6	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	연운항화형수산유한회사(连云港華恒水產有限公司)	
	제 품 명	호두 김스낵	
	제 품 특 성	가격이 저렴하며, 즉석에서 구워줌, 유통기한 짧음	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	마른 김, 익힌 호두(20%), 양조간장, 깨, 혼합조미료(전분, 엿당, 소금)	
	조 사 매 장	RT-MART 평형관점 (No.11 Yu Jing Port Road, Jingan District, Shanghai)	
	용 량 (g)	66g	
	제 품 가 격	23.5위안(약 3,854원)	
	유통 기 한	1개 월	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(O), 한국제품()	

구분		제 품 7	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	루동창위김유한회사(如東昌鈺海苔有限公司)	
	제 품 명	김스낵 (참깨)	
	제 품 특 성	디즈니 캐릭터를 사용해서 아이들에게 인기 많음	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	마른 김, 설탕, 식용포도당, 깨(≥15%), 소금	
	조 사 매 장	RT-MART 평형관점 (No. 11 Yu Jing Port Road, Jingan District, Shanghai)	
	용 량 (g)	20g	
	제 품 가 격	10.9위안(약 1,788원)	
	유통 기 한	1년	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품 8	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	연운항보우리다식품유한회사(連云港博利達食品有限公司)	
	제 품 명	김스낵 (호두)	
	제 품 특 성	유통기한이 짧지만 가격이 저렴	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	마른 김, 깨, 호두, 엿당, 복합고체조미료(식용포도당 가루, 푸코오스, 설탕, 소금)	
	조 사 매 장	RT-MART 평형관점 (No. 11 Yu Jing Port Road, Jingan District, Shanghai)	
	용 량 (g)	50g	
	제 품 가 격	17.8위안(약 2,919원)	
	유통 기 한	30일	
	선 정 사 유	인기제 품(), 신제품(O), 한국제품()	

구분		제 품9	
이 미 지	제 품 이미지		
	매 장 이미지		
제 품 스 펙	제 조 사	웨이하이 지아나더 식품유한회사(威海佳乃德食品有限公司)	
	제 품 명	김 오징어 덴푸라	
	제 품 특성	김과 덴푸라를 결합시킨 제품임	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	녹말 가루, 팜유, 구운김, 감자 가루, 쌀 가루, 빵가루, 대두단백가루, 소금, 말린 오징어, 조미료, 식품 첨가물 (D-에리소르빈산염나트륨)	
	조 사 매 장	상하이 Newworld-daimaru 지하 쇼핑 센터 (No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai)	
	용 량(g)	40g	
	제 품 가 격	8.5위안(약 1,394원)	
	유통 기 한	9개 월	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품 10	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	Taokaenoi Food&Marketing Public Co.,Ltd	
	제 품 명	샤오라오반 매운 맛 덴푸라김(튀김)	
	제 품 특 성	태국수입품, 가격이 비교적 높음	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	밀가루, 김, 카사바가루, 팜유, 흰자 가루, 소금, 설탕, 고춧가루, 아미노산, 흰 후추, 구아닐산이나트륨, 일인산구아노신, 마늘 가루	
	조 사 매 장	상하이 월마트 전립점 (계림로 402번지)	
	용 량 (g)	40g	
	제 품 가 격	12.9위안(약 2,115원)	
	유통 기 한	450일	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품 11	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	한국A사	
	제 품 명	韓香惠 코코넛 맛 김 스낵	
	제 품 특 성	아몬드, 생선, 쌀 맛도 있음	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	김, 아몬드, 복합 조미료(설탕, 물, 전분 시럽, 다시마 가루, 간장, 소금), 참깨, 가루 치즈	
	조 사 매 장	상하이 Newworld-daimaru 지하 쇼핑 센터 (No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai)	
	용 량(g)	25g	
	제 품 가 격	17.9위안(약 2,935원)	
	유통 기 한	1년	
	선 정 사 유	인기제품(), 신제품(), 한국제품(O)	

구분		제 품 12	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	Tao kae noi	
	제 품 명	샤오라오반 조미김(해산물맛)	
	제 품 특 성	수입식품이지만 가격이 비교적 저렴	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	김, 팜유, 설탕, 해물파우더(오징어 파우더, 새우 파우더), 향신료(마늘, 흰 후추), 아미노산, 소금, 첨가제(5'-일인산구아노신, 5'-구아닐산이나트륨)	
	조 사 매 장	상해 월마트 전립점 (계림로 402번지)	
	용 량 (g)	32g	
	제 품 가 격	12.9위안(약 2,116원)	
	유통 기 한	15개월	
	선 정 사 유	인기제품(O), 신제품(), 한국제품()	

구분		제 품 13	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	남통하이 다 수산식품유한회사(南通海達水産食品有限公司)	
	제 품 명	하이다우 유기농 조미김(海達屋有机調味海苔)	
	제 품 특 성	김을 자르지 않은 채 판매	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	유기농 마른 김, 유기농 간장, 적설탕, 버섯 가루	
	조 사 매 장	까르푸 류주점(Zhongxing City, No. 271, Qinzhou South Road, Xuhui District, Shanghai, B1)	
	용 량 (g)	15g(3gx5)	
	제 품 가 격	17.7위안(약 2,903원)	
	유통 기 한	1년	
	선 정 사 유	인기제품(), 신제품(O), 한국제품()	

구분		제 품 14	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	매 장 이 미 지		
제 품 스 펙	제 조 사	한국G사	
	제 품 명	아기기차 포도씨유 김	
	제 품 특 성	포장에 유아김이라고 표시	
	포 장 용 기	비닐	
	성 분	김, 포도씨유, 참기름, 옥수수유, 카놀라유, 소금	
	조 사 매 장	상해 월마트 전림점 (계림로 402번지)	
	용 량 (g)	21g(2.1gx10)	
	제 품 가 격	14위안(약 2,296원)	
	유통 기 한	1년	
	선 정 사 유	인기제품(), 신제품(), 한국제품(O)	

3. 온라인 경쟁제품

1) 온라인 경쟁제품 분석

□ 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매한 김스낵 제품의 대부분은 자국산임

- 중국의 가장 대표적인 쇼핑몰인 타오바오에서 키워드 夹心海苔, 海苔脆, 烤海苔를 검색한 결과, 구매량 상위 제품 대부분은 중국 복건성 및 강소성에서 제조한 국산 제품임

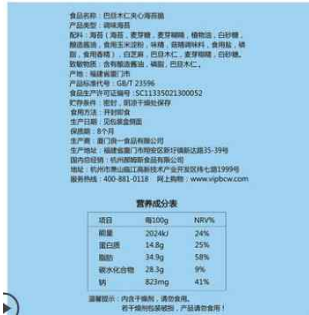
□ 온라인 경쟁제품, 대부분 어린이 간식으로 구매됨

- 온라인 경쟁제품들의 구매 후기를 보면, 대부분 제품은 어린이 간식으로 구매된 것으로 추측됨

표 5.1 일부 온라인 김스낵 제품의 구매 후기

味道不是很好, 不过孩子很喜欢 맛은 별로지만 아이가 매우 좋아해요. 06.16 女儿喜欢 딸이 좋아해요. 06.23	味道还不错。宝宝爱吃 맛은 괜찮고 아이가 아주 잘 먹어요. 04.14 超级好吃, 还会再买, 宝贝很喜欢 너무 맛있어서 또 살 거예요, 아이가 좋아해요. 08.04	好吃, 孩子特喜欢吃 맛있고 아이가 아주 잘 먹어요. 08.08 两个孩子都爱吃, 到家一包吃光光 두 아이가 다 잘 먹고, 받자마자 비웠어요. 04.20
--	--	--

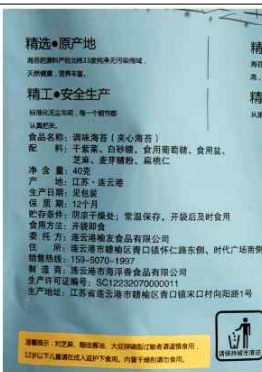
2) 온라인 경쟁제품 정보

구분		제 품 #1	제 품 #2
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내 용 물		
제 품 스 펙	제 조 사	하먼양일식품유한회사 廈門良一食品有限公司	북건신석란식품유한회사 福建申石藍食品有限公司
	제 품 명	김스낵	Three Squirrels 김스낵
	제 품 특 성	호박씨,아몬드 두 가지 맛이 있음	참깨, 아자, 바나나 세 가지 맛이 있음
	유통기 한	8개월	360일
	용량(g)	40gx2	36gx2
	제 품 가 격	22.9위 안(약 3,756원)	22.9위 안(약 3,756원)
월매출량 ³³⁾		73,916	51,755

33) 2018년 7월 3일 타오바오 검색 기준(단위: 개).

구분		제 품 #3	제 품 #4
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제 품 스 펙	제 조 사	포리식품공업(쿤산)유한회사 波力食品工業（昆山）有限公司	연운항문덕식품유한회사 連云港文德食品有限公司
	제 품 명	참깨 김스낵	김스낵
	제 품 특성	- 플라스틱통 포장 - 2 x 36패키지로 구성	- 참깨, 볶은 쌀 두 가지 맛 - 무 방부제, 무 첨가제, 무 기름
	유통기한	12개월	12개월
	용량(g)	96g	40gx2
	제 품 가격	38.9위 안(약 6,380원)	19.9위 안(약 3,264원)
월매출량		43,817	16,761

구분		제 품 #5	제 품 #6
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제 품 스 펙	제 조 사	연운항호서식품유한회사 連云港浩瑞食品有限公司	포리식품공업(쿤산)유한회사 波力食品工業（昆山）有限公司
	제 품 명	김스낵	참깨 김스낵
	제 품 특성	- 어린이/임산부 간식으로 표 시되어 있음 - 아몬드, 참깨, 호박씨, 땅콩 맛이 있음 - 캔 포장	- 4개 x 8패키지로 구성
	유통기한	12개월	12개월
	용량(g)	40gx5	64g
	제 품 가격	35위 안(약 5,740원)	29.9위 안(약 4,904원)
	월매출량	9,931	11,183

구분		제 품 #7	제 품 #8
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내 용 물		
제 품 스 펙	제 조 사	연운항낙발김유한회사 連云港市樂發海苔有限公司	연운항해불식품유한회사 連云港市海浮香食品有限公司
	제 품 명	김스낵	김스낵
	제 품 특성	- 공장 직판 제품 - 어린이, 임산부 간식 - 베이스 맛은 단 맛이며, 참깨, 호두, 호박씨, 볶은쌀, 땅콩, 아몬드 등 맛이 있음	- 어린이 간식 - 참깨, 볶은쌀, 땅콩, 아몬드 맛이 있음
	유통기한	240일	365일
	용량(g)	500g	40gx3
	제 품 가격	46.3위안(약 7,593원)	21.9위안(약 3,592원)
월매출량		9,969	7,865

구분		제 품 #9	제 품 #10
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제 품 스 펙	제 조 사	아일보식품유한회사 阿一波食品工貿有限公司	하문양일식품유한회사 廈門良一食品有限公司
	제 품 명	아몬드 김스낵	호박씨 김스낵
	제 품 특 성	호박씨, 현미 맛도 있음	아몬드 맛도 있음
	유통기 한	300일	240일
	용량(g)	60g	60g
	제 품 가 격	29.9위 안(약 4,904원)	18.9위 안(약 3,100원)
월매출량		15,404	12,147

구분		제 품 #11	제 품 #12
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내용물		
제 품 스 펙	제 조 사	한국아세아식품	애보랜드 愛寶樂園
	제 품 명	쌀 김스낵	칩스칩스 키즈 김 스낵
	제 품 특 성	12개월 이상 어린이 간식이라고 홍보	치즈, 멸치, 참깨, 코코넛 등 4가지 맛이 있음
	유통기 한	12개월	365일
	용량(g)	25g	10gx4
	제 품 가 격	28위 안(약 4,592원)	39.9위 안(약 6,544원)
월매출량		832	322

구분		제 품 #13	제 품 #14
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내 용 물		
제 품 스 펙	제 조 사	한국 S사	북건신석란식품유한회사 福建申石藍食品有限公司
	제 품 명	김	Three Squirrels 김
	제 품 특성	- 한국산 제 품 - 타오바오 조미김 제 품 중 판 매 1위	어린이 간식으로 어필
	유통기한	365일	360일
	용량(g)	16g(2gx8)	33g
	제 품 가격	9.9위안(약 1,623원)	16.9위안(약 2,772원)
월매출량		74,540	23,970

구분		제 품 #15	제 품 #16
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내 용 물		
제 품 스 펙	제 조 사	Tao Kae Noi	대상(북경)식품유한회사 大象（北京）食品有限公司
	제 품 명	오리지널 맛 김	바삭한 김
	제 품 특성	태국산 제품	- 한국산 제품이라고 표시 - 어린이 김으로 어필
	유통기한	360일	360일
	용량(g)	27gx2	32g(2gx16)
	제 품 가격	26.9위안(약 4,412원)	28.9위안(약 4,740원)
월매출량		20,123	12,665

구분		제 품 #17	제 품 #18
제 품 이 미 지	앞면		
	뒷면		
	내 용 물		
제 품 스 펙	제 조 사	일조문신상무유한회사 日照文昕商貿有限公司	청도호선생식품유한회사 靑島好先生食品有限公司
	제 품 명	즉석 참깨 김자반 볶음	김자반볶음
	제 품 특성	어린이 간식으로 어필	- 포장에 한글이 써있지만 현지산 제품임 - 어린이 간식으로 어필
	유통기한	180일	365일
	용량(g)	250g	350g(70g x 5)
	제 품 가격	15.8위안(약 2,591원)	51.9위안(약 8,512원)
월매출량		10,291	5,018



VI. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

○ 방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사

- 온라인 쇼핑물 분석
- 키워드: 夹心海苔, 海苔脆, 烤海苔 등

○ 방법론 02. 오프라인 매장 조사

- 백화점 및 대형마트 위주로 현지유통채널 방문
- ‘夹心海苔, 海苔脆, 烤海苔’ 등 김스낵 제품의 현지조사원 조사 실행

○ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

태 국	중 국			한 국
Taokaenoi	포리식품	광동히지랑	루동창위	한국 A사
				-

2. 경쟁사 분석

□ Taokaenoi (태국)

기업 개요			
	- 태국 김 스낵 시장에서 70%의 점유율을 차지하고 있는 태국에서 가장 큰 김 스낵 제조업체 - Taokaenoi의 연례 보고서에 따르면, 2015년 기준 Taokaenoi은 김 스낵 제품 중 크리스피 김 스낵과 (crispy seaweed)와 구운 김 스낵 (grilled seaweed)이 가장 많이 판매되었음 - 싱가포르, 홍콩, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 마카오, 미국, 캐나다, 호주, 캄보디아, 영국 등 다양한 국가에 진출해 있으며, 특히 중국 김스낵 시장에서 점유율이 높음		
기업 유형	가공식품 제조 및 유통	홈페이지	www.taokaenoi.co.th
취급품목	해조류	대표전화	+66-2-984-0666
소재지	337 Bond street Bangphut Pak kret Nonthaburi, 11120	설립연도	2004년
대표 제품	   		

□ 포리식품공업(쿤산)유한회사(波力食品工业(昆山)有限公司)

기업 개요			
	- 직원이 1,000여 명에 이르며, ‘포리 김’, ‘포리 쥐포’, ‘포리 달걀 전병’ 등 다양한 상품을 제공 - 중국에서 조미김 시장에 가장 먼저 진출함 - 홍보 전략은 광고에 집중하여 전국적으로 영향력을 높이고 있음, 특히 어린이층과 부모층, 고소득층이 주로 시청하는 채널과 시간대를 선정해서 광고를 주로 배치함		
기업 유형	식품제조	홈페이지	www.po-li.com
취급품목	조미김, 스낵, 생선포	대표전화	+86-0512-5753-2658
소재지	No. 126, New South Road, Wu Song Jiang Industrial Park, Kunshan, Jiangsu	설립연도	1993년
대표 제품			

□ 광둥히지랑그룹유한회사(广东喜之郎集团有限公司)

기업 개요			
	- 젤리, 김, 밀크티, 사탕 등 제품을 제공 - 2005년부터 조미김 생산하기 시작 - 전국에 40여 개의 지사, 사무소를 개설하여 1000여 개의 판매상과 10000여 개의 딜러를 거느리고 있으며, 유럽 북미 동남아 등 해외시장에 수출하고 있음		
기업 유형	식품가공	홈페이지	www.strongfood.com.cn
취급품목	젤리 · 푸딩, 조미김, 밀크티	연락처	+86-0755-26835163
소재지	22 floor, Minghua International Conference Centre, 8 turtle Hill Road, Shekou, Shenzhen	설립연도	1993년
대표 제품			

□ 루동창위김유한회사(如东昌钰海苔有限公司)

기업 개요			
	- 양식, 생산, 그리고 가공까지 이르는 조반김 전문 제조업체 - 주요 상품으로는 구운 김, 맛 김, 마른 김 등이 있음 - 현재 하우스 면적이 만 평이 넘고, 해상 양식면적도 1만 헥타르가 넘을 뿐 아니라, 세계적인 수준의 생산 라인 8개를 구축하고 있으며, 매년 김 판매량이 1억 장에 달함 - 미국, 캐나다, 호주, 유럽, 동남아시아 등 국가에 수출하고 있음		
기업 유형	김 가공	홈페이지	www.cyseaweed.cn
취급품목	조반김 가공품	연락처	+86-0513-84180668
소재지	No. 3, Tong Bao Road, industrial park, Rudong Economic Development Zone, Rudong County, Jiangsu	설립연도	2012년
대표 제품			

□ 한국 A사

기업 개요			
-	- 서해안 청정해역인 전남 완도와 충남 서천에서 채취한 재료를 사용해 재래김, 미역, 다시마 관련 제품을 생산		
기업 유형	수산물가공	설립연도	1974년
취급품목	농수산물	연락처	055-323-9912
소재지	경상남도 김해시		
대표 제품	   		



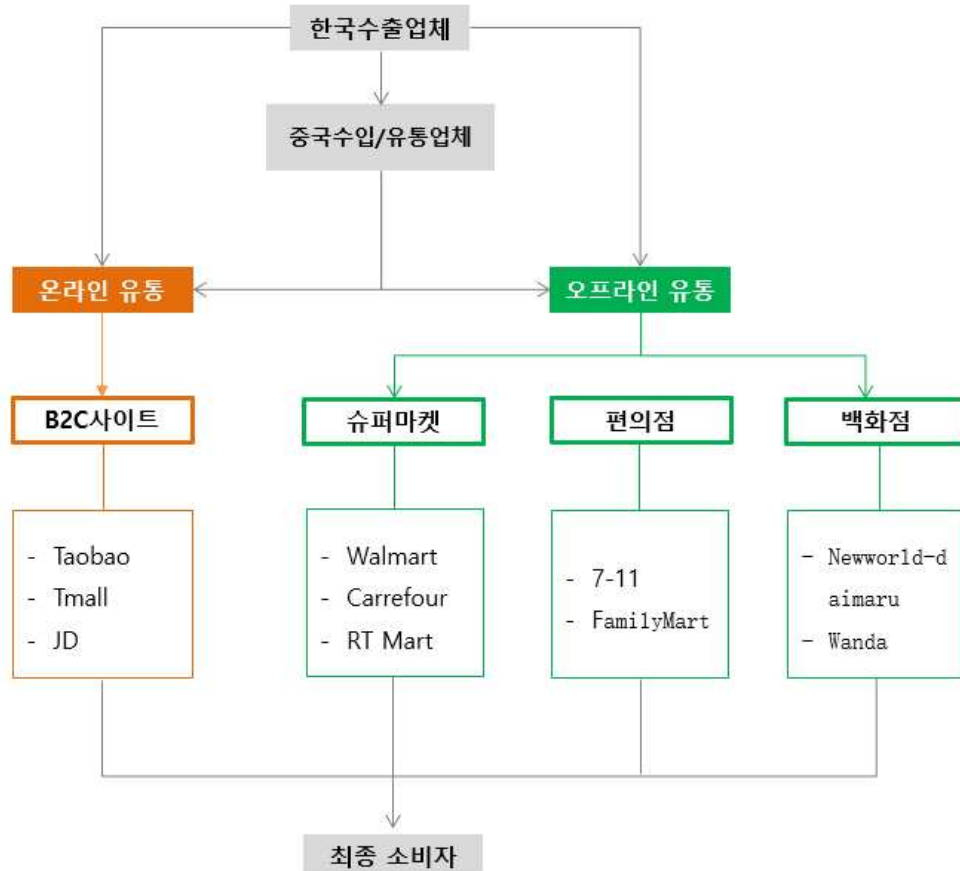
VII. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황

2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

중국 김스낵 유통채널



1) 오프라인 유통채널

□ 식품 시장의 유통, 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 비중이 높음

- 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중이 전체 유통채널 매출액의 약 30%를 차지
 - 중국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통매장으로는 a. 중국 로컬 유통 체인인 RT-Mart(大润发), China Resources Vanguard, Yonghui (永辉), Wumart (物美) 와 b. 외국 유통 체인인 Wal-Mart, Carrefour, Lotus 등이 있음

표 7.1 2017년 중국의 주요 소매점 유통채널 현황

(단위: 개, 만 명, 억 달러)

채널	매장 수	종업원 수	매출액
하이퍼마켓	8,452	53.5	751.2
슈퍼마켓	33,372	42	451.1
백화점	4,987	26.3	573.0
편의점	18,588	8.4	62.1
창고형 도매점	97	1.2	38.1
전문점	118,601	90.0	293.0
할인점	540	0.2	4.4

자료: 중국국가통계국(data.stats.gov.cn)

- 수입식품을 다수 취급하는 프리미엄 슈퍼마켓이 고소득층이 많은 1선 도시를 중심으로 강세를 보이고 있으며, 중·상류층의 소비자들을 타깃으로 함
- 2016년 기준 중국의 주요 외국 자본 소매점 매출액 기준 1, 2, 3위를 기록한 RT Mart, Walmart, Carrefour는 매출액과 매장 수가 전년 대비 모두 증가하는 추세를 보임

표 7.2 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

순위	이름	매출액	매출액 증가율	2015년 매장 수	매장 수 증가율
1	RT Mart	13,987	4.0%	368	9.9%
2	Walmart	11,499	4.3%	439	1.6%
3	Carrefour	7,568	25.9%	319	36.3%
4	Dennis Zhenzhou	3,118	15.6%	411	39.3%
5	Metro Cash & Carry	2,893	1.0%	87	6.1%
6	Watsons	2,778	2.3%	2,929	18.0%
7	Parkson	2,489	-8.3%	53	-8.6%
8	CP Lotus	1,949	-3.7%	82	0.0%
9	Jusco	1,675	4.9%	56	3.7%

자료: 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.

□ 백화점 유통채널

- 일반적으로 중급 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있는 반면 고급 백화점은 식품매장을 운영하지 않는 경우가 많음
 - 식품류는 백화점보다는 대형마트 판매 비중이 압도적으로 높음
- 중국 신화통신의 보도자료에 따르면, 2016년 기준 60%를 초과하는 중국 백화점 유통업체들의 매출액이 하락
 - 이유는 중국의 경기 침체와 중국 온라인 시장의 활성화 때문인 것으로 나타남
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온, 오프라인 결합을 통해 신유통³⁴⁾을 전략 추구
 - 2016년 알리바바는 중국 최대 오프라인 유통기업인 바이리엔 백화점과 협력관계를 구축. 귀메이 백화점은 6개 카테고리에서 온·오프라인 융합을 통해 신유통 전략을 제시

□ 한인 마트를 통한 시장 확대는 제한적

- 한인 마트는 한국의 ‘동네 슈퍼마켓’을 중국에 그대로 옮겨놓은 형태로 대부분 한국어 의사소통이 가능함
- 육류, 어류, 채소 등 신선식품 및 중국 현지 생산 제품은 중국 현지 도매상으로부터, 한국 수입제품은 수입도매상을 통해 공급 받음
- 한국기업이 교민을 상대로 하는 시장에는 쉽게 진입할 수 있으나, 중국인들을 대상으로 하는 시장으로의 확장에는 한계 존재
 - 최근 중국인들의 이용이 증가하고 있으나, 기본적으로 교민을 대상으로 하는 한정된 시장에서 유통되기 때문에 시장 확장에 결정적 한계 있음

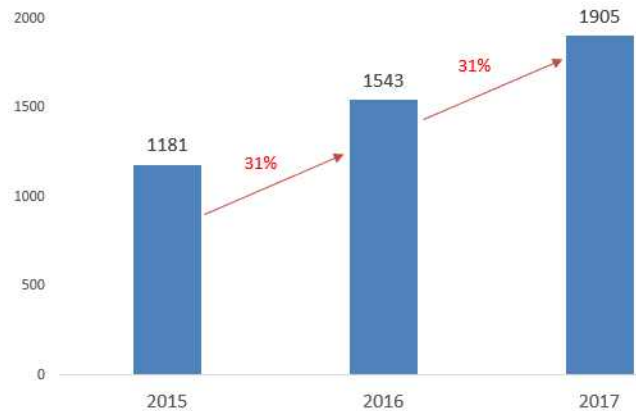
34) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

□ 고속 성장 중인 편의점 채널

- 중국 프랜차이즈 협회에 따르면 2017년 중국 내 편의점 산업은 전년 대비 23% 성장하였고, 편의점 개수가 10만 개를 돌파하였음
- 편의점은 지역별 발전수준과 유사한 양상을 나타내고 있으며, 1선 도시 중 상하이와 선전 지역의 발전 수준이 가장 높음
- 중국 내 편의점 브랜드는 약 260개이며, 1만 개가 넘는 점포를 소유하고 있는 MeiYiJia(美宜佳)가 중국 내 최대 편의점 브랜드임

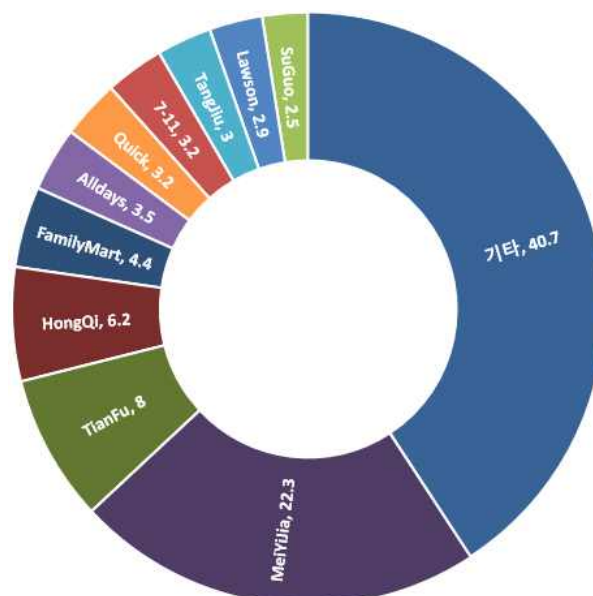
표 7.3 2017년 중국 편의점 산업 매출액 현황

(주유소 편의점 포함, 단위: 억 위안)



자료: China Chain Store & Franchise Association(www.ccfa.org.cn)

표 7.4 2017년 중국 편의점 브랜드별 점유율



자료: China Chain Store & Franchise Association(www.ccfa.org.cn)

2) 온라인 유통채널

□ 온라인 유통채널은 높은 성장세

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

□ 2016년 기준 중국의 B2C 온라인 쇼핑 시장 1, 2위를 기록한 티몰(TMALL)과 징둥(京东)의 점유율은 각각 57.7%, 25.4%임

- 3-10위 기업은 唯品会(VIP), 苏宁易购(Suning), 国美在线(Gome), 当当(Dangdang), 亚马逊中国(Amazon), 一号店(YHD), 聚美优品(Jumei), 拼多多(Pinduoduo) 순임

표 7.5 중국의 주요 종합 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	天猫	Tmall	www.tmall.com	중국 1위 B2C 기업, 약 8.9만개 플래그숍 보유
2	京東	JD	www.JD.com	중국 2위 B2C 기업, 4,000만 종류의 상품 판매
3	唯品會	VIP	www.vip.com	중국 3위 B2C 기업, 브랜드 할인 상품 판매 위주
4	当当	DangDang	www.DangDang.com	도서 위주의 종합 B2C 기업
5	亞馬遜	Amazon	www.Amazon.cn	미국 Amazon의 중국 자회사

자료: 한국무역협회 상하이사무

□ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑몰

- 我买网(Womai)은 글로벌 500대 기업인 중양그룹(中粮集团)이 2009년에 설립한 회사로 2016년 기준 매출액은 50억 위안에 달함
- 顺丰优选(SFBEST)는 중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)이 2012년 설립한 자회사로 주로 식품, 과일 등을 판매하고 있으며, 2016년 기준 매출액은 20억 위안 수준임

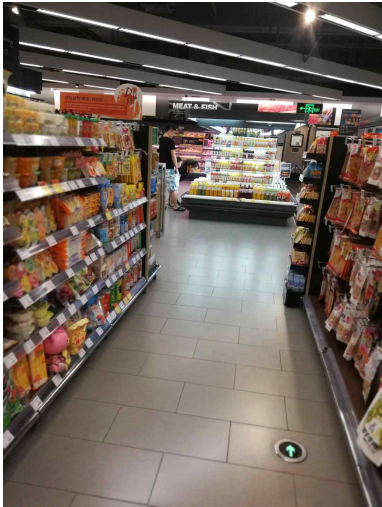
표 7.6 중국의 주요 식품분야 쇼핑몰

구분	기업 명칭		홈페이지	비고
	중문	영문		
1	我買网	COFCO I buy nets	www.womai.com	글로벌 500대 기업인 중양그룹 산하의 B2C플랫폼
2	顺丰优选	sfbest	www.sfbest.com	중국 최대 택배회사인 순펑그룹(顺丰集团)이 설립한 식품 B2C 플랫폼
3	易果生鲜	Yiguo	www.yiguo.com	중국 첫번째 식자재 전자상거래 기업
4	天天果园	FruitDay	www.fruitday.com	과일 전자상거래 플랫폼

자료: 한국무역협회 상하이사무

2. 주요 유통채널 분석

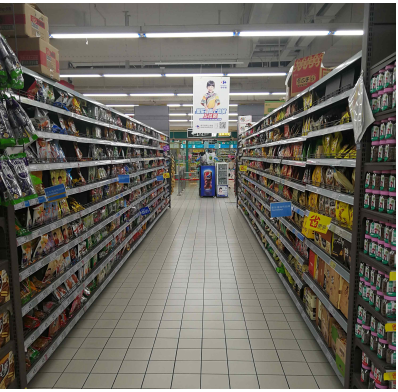
□ Newworld-daimaru

기업개요			
	- 상하이 신세계유한회사와 일본 다이마루마쓰자카야가 합작하여 설립한 백화점임 - 수입상품 종류가 풍부하며, 불닭볶음면, 라면, 김, 김치 등 다양한 한국 식품이 진열되어 있음		
설립연도	1995년	위치	No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai)
홈페이지	www.newworld-daimaru.com	전화	+86-021-6978-8888
매장전경	 		

□ RT-Mart

기업개요			
	- RT-Mart는 1996년에 설립된 종합 대형유통매장임 - 모기업은 대만에서 직물공장을 운영하던 Runtai Group으로 1990년대 대만의 직물공장 실적이 부진해지면서 새로운 사업을 시작한 것이 RT-Mart의 시초임 - 1996년 대만에서 첫 매장을 개점한 것을 시작으로 1998년 상하이에서 Shanghai RT-Mart Co., Ltd.를 설립하여 중국시장 공략에 나섰고, 20년이 지난 지금 중국에서 394개의 매장을 운영하고 있음 - 자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가 세일 진행, O2O 서비스 플랫폼 및 애플리케이션 운영		
	설립연도	1996년	홈페이지 www.rt-mart.com.cn
매출액	1023억 위안(2016)	점포수	394개(2016)
현지조사의견	- 다양한 김 제품을 판매하고 있으며, 한국산 김 제품도 많이 진열되고 있음 - 수입식품 코너가 설치되어 있으며, 많은 종류의 수입식품을 판매 중		
매장전경	 		

□ Carrefour

기업개요			
	- Carrefour는 현재 전 세계 30개 이상 국가에서 약 12,000개의 점포를 운영하고 있음 - 세계 최대 유통업체 중 하나로 프랑스에 본사를 두고 있음		
설립연도	1959년	홈페이지	www.carrefour.com.cn
현지조사의견	사드 논란 이후 Carrefour 매장에 진열된 한국 제품이 대폭 줄었지만, 과자, 라면 등 식품이 많이 진열되고 있음		
입점절차	1. 구매 담당자 컨택 2. 회사소개서 및 샘플, 서류 발송 3. 입점 조건 협의 4. 매장 제공서류 지참하여 계약 체결 5. 매장 전산 등록 6. 발주 및 제품 공급		
매장전경	 		

❖ [현지 소비자 인터뷰]

소비자 1 (30대 초반 여성)
1) 김스낵 구매 시 주요 고려사항 “안전, 건강, 아이 간식으로 구입” 2) 한국 수입식품에 대한 인식 “국내산 제품보다 많이 비싸지 않으면서 맛있고 안전한 것 같음” 3) 한국제품에 대한 경험 여부 및 평가 “화장품을 많이 구매해봤고 식품 중 과자, 초콜릿도 많이 구매해봤음. 지속 구매 의사나 평가는 제품의 종류에 따라 다르지만 식품의 경우, 대체로 맛있고 괜찮았음”
소비자 2 (20대 후반의 여성)
1) 김스낵 구매 시 주요 고려사항 “맛, 가격” 2) 한국 수입식품에 대한 인식 “대체로 가격이 비싸다고 인식함” 3) 한국제품에 대한 경험 여부 및 평가 “구매대행을 통해 화장품을 구매하고 있으며, 식품 중 불닭볶음면, 신라면을 대형 마트에서 구입한 적이 있음. 식품의 경우 맛은 있지만 비싸서 자주 살 수는 없는 것 같음”

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

유통 담당자 (RT-MART 매니저)
1) 소비자 소비 트렌드 “최근 소비자들이 웰빙에 신경을 많이 쓰면서 브랜드 인지도가 높은 국산 식품이나 수입식품을 많이 구매하고 있음” 2) 한국산 제품(or 아시아 제품)의 강점 및 약점과 전망 “한국산 제품은 안전하지만, 정치에 많은 영향을 받은 것 같음. 1년 전까지 한 중 관계 때문에 한국 식품은 잘 안 팔린 적이 있었음, 요즘에 조금 나아졌지만 그래도 이전보다 많이 판매되지 못하고 있음” 3) 전반적으로 한국 식료품 중 어떤 제품이 가장 인기가 많은가 “라면과 과자류가 인기가 가장 많음” 4) 김스백의 주요 타겟층 및 주요 구매 계층 “젊은 여성들이랑 어린이의 부모. 젊은 여성 소비자들은 한류에 영향을 받아 한국 제품을 많이 시도하는 편이며, 어린이의 부모들은 아이 간식으로 주로 구매하는 것 같음”

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28
3. 「ASIAN SPECIALITY IN CHINA」, Euromonitor International, 2018.02
4. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11
5. 「2017 중국 수입식품 소비 연구 백서」, iResearch, 2017.12.11
6. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09
7. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04
8. 「수산물 해외시장동향」, 대한무역진흥공사
9. 「중국어업연감」, 2014-2017
10. 「中国条斑紫菜产业的历史、现状与发展趋势」, 陆勤勤, 周伟, 朱建一, 阎斌伦, 倪建忠, 杨立恩, 2018.04.30
11. 「江苏出口条斑紫菜产业质量状况研究」, 王志聪, 刘桃英, 胡月珍, 张连军, 许涛, 贾茹, 2018.04.26
12. 「Want Want Holdings Ltd in Packaged Food (China)」, Euromonitor International, 2017.09.28
13. 「2018년 중국 온라인 간식 소비 트렌드 보고서」, CBNDDate, 2018.04.01

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. 트레이드내비, www.tradenavi.or.kr
4. International Trade Centre, www.trademap.org
5. 중국해관총서, www.customs.gov.cn
6. 해양수산부, www.mof.go.kr
7. Bestore Food Co Ltd 홈페이지
8. www.517lppz.com
9. inance.sina.com.cn/china/hgjj/2018-05-31/doc-ihcikcev6624724.shtml
10. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
11. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国 国家质量监督检验检疫总局), www.aqsiq.gov.cn
12. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
13. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn
14. www.realfoods.co.kr/view.php?ud=20180608000212
15. www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=81210
16. www.alexa.com
17. China Chain Store & Franchise Association(www.ccfa.org.cn)
18. 중국국가통계국(data.stats.gov.cn)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1806-05

품 목 : 김스낵(Laver Snack)

국 가 : 중국(China)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.