
2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1806-14

품목: 들기름(Perilla Oil)

국가: 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품 산업현황	09
3. 수출입통계	17
II. 시장 트렌드 및 정책 동향	24
1. 정책 동향	26
2. 제품 트렌드	28
3. 소비 트렌드	31
III. 통관 및 제도	33
1. 통관 및 검역	35
2. 인증정보	45
3. 라벨링	47
4. 식품첨가물 규정	50
IV. 경쟁제품	53
1. 경쟁제품 선정	55
2. 오프라인	56
3. 온라인	61



V. 경쟁사.....	66
1. 경쟁사 선정.....	67
2. 경쟁사 분석.....	68
VI. 유통채널 현황.....	71
1. 유통채널 개황.....	72
2. 주요 채널 분석.....	78



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 960만 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, 장거리탄도 미사일을 보유하고 있음.

1970년대 후반에 시작된 경제 개혁으로 국제 경제의 강국으로 변모함. 약 1조 달러의 외국인 직접 투자(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 단계이나 대기오염, 부패, 사양산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음

주요 정보

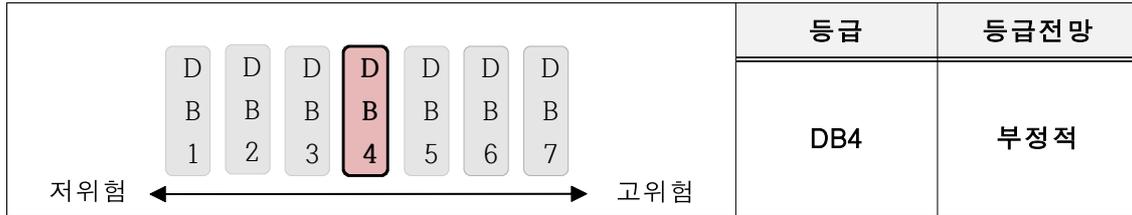
- ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.)
- ▶ 수도: 베이징
- ▶ 국가원수: 시진핑 주석
- ▶ 인구: 1,391백만명(2017)
- ▶ 면적: 9,598천 km²(한반도의 약 43배)
- ▶ 공식어: 중국어
- ▶ 주요 도시: 4대 직할시(베이징, 톈진, 충칭, 상하이)
- ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 元 (CNY)
- ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017)



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

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾



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

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 2010년대에 이뤄진 꾸준한 임금 상승으로 가처분 소득과 도시가구 자산액이 크게 증가함 - 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 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 July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05.11

□ 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

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정하는 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨 (자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet)

- 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 하락함

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	2.8	1.8	1.3	1.0	0.9	1.3	1.4	1.3
재정수지/GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.6	-4.7	-4.5	-4.5
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.2	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
실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.2	4.0

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

□ 무역통상 환경

- 중국의 정책 당국은 미-중 무역전쟁 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 직할시 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

구분	세부내용
미-중간 무역갈등	<p>미-중 무역 협상</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 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 <ul style="list-style-type: none"> • 거시 경제적으로는 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 미

	<p>치며, 전례가 없는 양국 간 무역갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국 측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017년 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 팰파드, 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. 식품 산업현황

1) 중국 식용유 산업 동향

□ 시장 규모

- 2017년 시장규모는 약 980억 위안(약 16조 739억원³⁾)이며, 최근 3년간(2015-2017) 연평균성장률은 2%임
 - 2014년 경기침체로 인한 소비 위축으로 식용유 시장 성장률은 전년 대비 5.2% 감소하였으나 2015년부터 성장세를 회복함
- 중국 식용유 시장은 향후 5년간(2018-2022년) 연평균 2.9%로 성장하여 2018년에는 1,000억 위안, 2022년에는 약 1,131억 위안(약 18조 5,461억원)에 달할 것으로 전망함

표 1.1 2013-2017년 중국 식용유 시장규모 및 성장률

(단위: 백만 위안, %)



주: 무침·샐러드·볶음용 식용유로 사용되는 옥수수유, 대두유, 유채유, 올리브유, 해바라기씨유 등의 합계임(튀김용으로 사용되는 팜유(Palm oil)는 제외함)

3) 1RMB = 164.02 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.08.27.검색)

표1.2 중국 식용유 시장규모 및 성장률 전망(2018-2022)

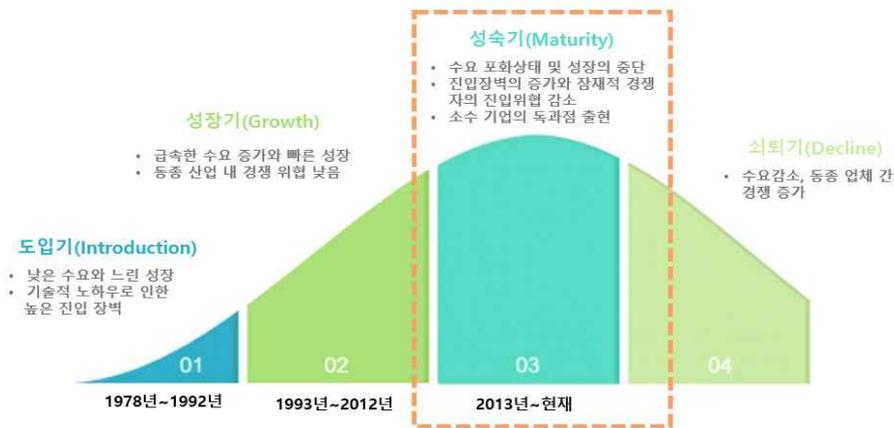
(단위: 백만 위안)

년도	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
시장규모	100,354	102,951	106,030	109,423	113,155
연간 성장률(%)	2.4	2.6	3.0	3.2	3.4

자료: Euromonitor International

□ 시장 특성

표1.3 중국 식용유 산업 수명 주기⁴⁾



자료: INC닷컴(www.inc.com)

○ 중국 식용유 시장은 완만한 성장세를 보이는 성숙기 단계임

- 1987-1992년은 중국 사회주의 계획경제 체제가 탈피되는 시점이자 식용유 시장의 도입기임
- 1993-2012년은 식용유 시장이 빠른 속도로 성장하고 다수의 경쟁자가 출현하는 성장기 단계로, 2003-2012년의 연평균성장률은 18.5%임
- 2013년부터 현재까지의 연평균성장률은 1.3%로 완만한 성장을 이어가는 성숙기 단계로서, 소수 기업의 독과점, 제품의 동질화 현상, 경쟁으로 인한 수익성 악화 등의 현상이 발생함

○ 도시화율, 인구 증가율 및 1인당 개인소득 증가율 감소 등이 중국 식용유 시장의

4) 산업수명주기: 산업발전단계에 관한 개념적인 모형으로 각 단계와 그 특징은 다음과 같다. ① 개발단계 : 신제품, 높은 투자 욕구, 손실가능성 ② 성장단계 : 소비자의 수용, 판매액 신장, 높은 수익, 진입의 용이성 ③ 성숙단계 : 낮은 판매신장속도, 초과 가동률, 가격과 이익의 하락 ④ 쇠퇴기 : 대체품 등장, 매출액성장률 감소, 생존을 위한 합병압력 등이 있다. (출처: 매일경제)

성장둔화에 영향을 미침

- 더불어 건강한 식단에 관한 관심 및 외식 횟수 증가 등도 성장률 둔화에 영향을 주었던 것으로 분석됨
- 건강을 중시하는 트렌드의 영향으로, 튀기기보다는 저염식 및 소량의 식용유 첨가를 특징으로 한 찜(steaming)과 스튜(stew) 요리 방식이 인기를 얻으면서 향후 식용유 시장 전망 역시 부정적임

표1.4 중국 식용유 시장 연평균 성장률(2003-2017)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

o 지역별로 시장 발달 수준 및 선호 품목 상이

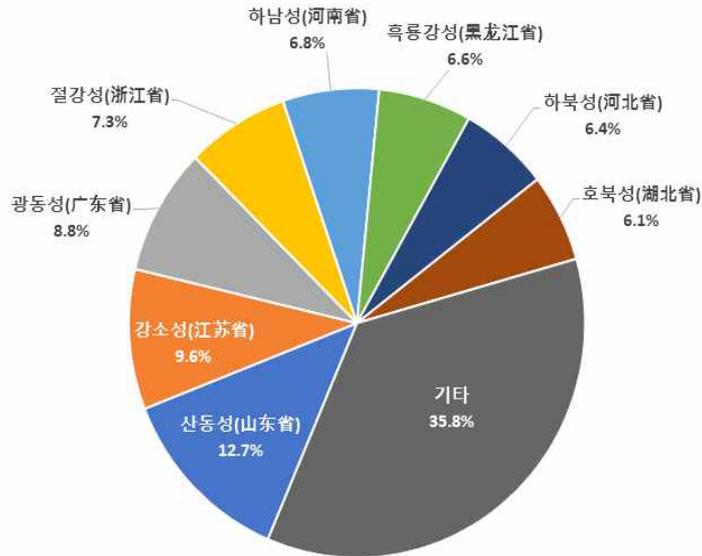
- 지역 단위로는 화동지역이, 성(省) 단위로는 산둥성이 식용유 시장 규모 1위를 차지함
- 중국 지역별 식용유 시장규모는 각각 화동지역(38% 이상), 화중지역(17.5%), 화북지역(13.2%), 동북지역(12.4%), 화남지역(11.9%), 서남지역(4.9%), 서북지역(1.8%)등 지역별로 상이하며 경제 수준이 높은 화동지역 중심으로 시장이 발달해 있음⁵⁾
- 산둥성은 성(省) 단위 기준 최대 식용유 시장규모(12.7%)를 형성하고 있으며, 2017년 중국 전체 식물성 식용유의 10%가 산둥성에서 생산되었음⁶⁾
- 중국질량협회(中国质量协会)에서 발표한 《2017년 중국식용유산업만족도》 보고

5) 첸잔산업연구원(前瞻産業研究院, bg.qianzhan.com)

6) 중상정보망(中商情報网, www.askci.com)

서에 따르면 중국 동북부 지역은 땅콩유와 대두유, 서남부 지역은 유채유에 대한 수요가 높았음

표2.5 중국 식용유 성(省)별 시장분포



자료: 첸잔산업연구원(bg.qianzhan.com)

□ 품목별 시장 동향

- 중국 전통 식용유(대두유, 옥수수유, 유채유) 시장 규모는 약 575억 위안으로 전체 시장의 59% 차지
- 대두유는 2017년 기준 전체 시장의 약 39%를 차지하고 있으나 2013년 대비 -1.5% 감소
 - 중국은 전 세계에서 유전자변형(GMO) 대두를 가장 많이 수입하는 국가로 GMO 식품에 대한 소비자의 불안이 성장둔화에 영향을 주었을 것으로 분석됨
- 올리브유의 시장 점유율은 4%로 대두유의 약 1/10 수준이나, 2017년 성장률은 약 31배 이상임
 - 경제 발전, 생활 수준 개선, 식품가공업 및 요식업 등 관련 산업의 성장으로 프리미엄 식용유인 올리브유에 대한 소비자 수요 증가
 - 단일 불포화지방산의 비중이 높아 혈중 콜레스테롤 농도를 낮춰주는 효과가 입증되면서 전 세계적으로 불었던 올리브유 열풍이 중국에서도 나타남

- 올리브유의 가격이 다른 식용유보다 약 5-10배 이상 높기 때문에 북경, 상해 등 경제 수준이 높은 1선 도시를 중심으로 소비가 이루어짐)

표1.5 중국 식용유 품목별 시장규모(2013-2017)

(단위: 백만 위안)



주: 무침·샐러드·볶음용 식용유로 사용되는 옥수수유, 대두유, 유채유, 올리브유, 해바라기씨유 등의 합계임(튀김용으로 사용되는 팜유(Palm oil)는 제외함)

자료: Euromonitor International

표1.6 2017년 중국 식용유 품목별 비중



주: 무침·샐러드·볶음용 식용유로 사용되는 옥수수유, 대두유, 유채유, 올리브유, 해바라기씨유 등의 합계임(튀김용으로 사용되는 팜유(Palm oil)는 제외함)

자료: Euromonitor International

7) 중국 산업정보망(中國產業信息, www.chyxx.com)

표1.7 중국 올리브유 및 대두유 시장 연평균 성장률(2013-2017)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

□ 산업 경쟁 동향

- 중국 식용유 시장 상위 10개 기업 모두 현지 기업으로, 상위 3개 기업의 점유율이 59.7%에 달함
- 이하이 케리(Yihai Kerry Oils)는 2017년 전체 시장의 약 40.1%를 차지하며 지난 5년간(2013-2017년) 식용유 시장에서 부동의 1위를 유지함
 - 1991년 중국에 최초로 포장 식용유(packaged oil)⁸⁾를 도입한 회사이며 대표 브랜드인 진룡위(金龙鱼)의 연평균 판매량은 500억 개가 넘음⁹⁾
- 중량그룹(COFCO)는 15개가 넘는 계열사를 보유한 중국 최대 식량·식용유 식품 기업으로 최근 시장 세분화 전략을 통해 제품군을 다양화하는 추세임
 - 대표 브랜드 푸린먼(福临门)은 광둥 및 광서 지역을 목표시장으로 한 땅콩유 제품 출시하여 고객층 확대 및 제품 다양화에 성공함
- 시왕식품(Xiwang Foodstuffs)은 2017년 전년 대비 약 16% 성장, 2014-2017년 연평

8) 유로모니터 자료에 따르면, 중국은 1991년 이전까지 미포장된 저가의 산유(散油)가 주로 유통되었으나 위생과 안전상의 문제로 상해, 우한 등 대도시에서는 유통을 금지하기 시작했음. 1991년 진룡위(金龍魚)의 포장 식용유 판매를 시작으로 현재는 포장 식용유가 전체 시장의 약 31%차지 ('15년 기준)

9) 바이지아하오(baijiahao.baidu.com/s?id=1571833541186565&wfr=spider&for=pc)

균 성장률 11.6%를 기록하며 상위 기업 중 가장 빠른 속도로 성장함¹⁰⁾

- 2016년 광고비로 약 1억3,500위안을 투자하여 인기리에 방영된 “하오시엔성(好先生)”, “타이타이완수에이(太太万岁)” 등 드라마에 제품을 노출시킴으로써 브랜드 이미지 및 호감도 제고에 성공함¹¹⁾

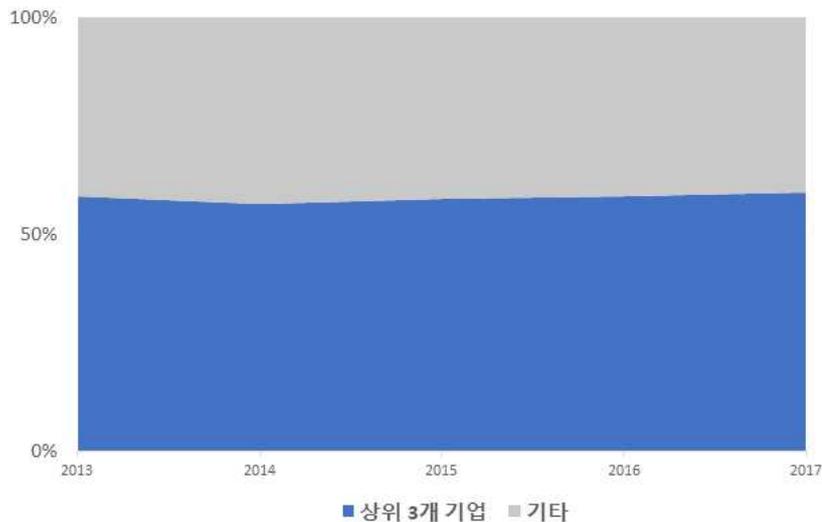
표1.6 중국 식용유 시장 TOP10 기업 점유율 추이(2012-2017)

(단위: %)

업체명	2013	2014	2015	2016	2017
Yihai Kerry Oils & Grains (China) Co Ltd	41.7	39.9	40.5	40.2	40.1
China National Cereals, Oils & Foodstuffs Imp & Exp Corp (COFCO)	11.4	10.7	11.0	12.0	12.9
Shandong Luhua Peanut Oil Ltd	5.8	6.5	6.7	6.7	6.7
Shanghai Liangyou Haishi Oils & Fats Industrial Co Ltd	3.5	3.3	3.4	3.4	3.3
Xiwang Foodstuffs Co Ltd	2.2	1.7	2.3	2.7	3.1
Changshouhua Food Co Ltd	2.7	2.6	2.7	2.9	3.1
Shanghai Standard Foods Co Ltd	2.1	2.4	2.5	2.5	2.5
Xiamen Zhongsheng Oil & Grain Co Ltd	1.3	1.4	1.5	1.5	1.5
Zhongshan Eagle Brand Food Co Ltd	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4
Quanzhou Jin Hua Oil Co Ltd	0.9	1.0	0.9	0.8	0.7
기타	27.4	29.4	27.3	26.0	24.7
합계	100	100	100	100	100

자료: Euromonitor International

표1.7 2017 중국 식용유 시장 TOP3 기업 점유율 추이



자료: Euromonitor International

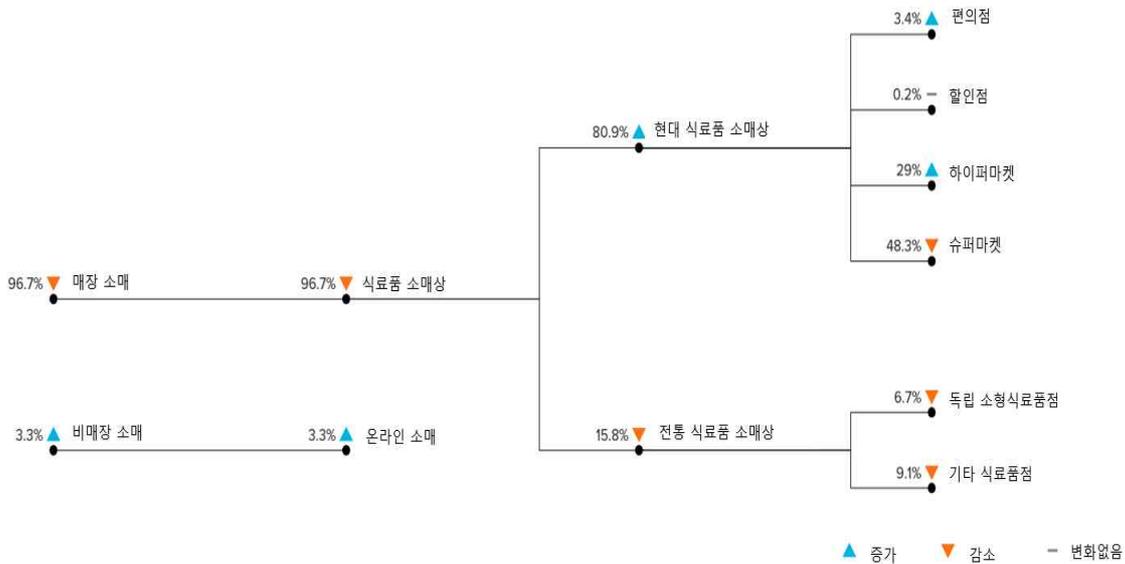
10) 유로모니터 인터내셔널(www.euromonitor.com)

11) 식품정보망(news.spzs.com/newsview/90454.html)

□ 유통채널 현황

- 중국 식용유는 주로 현대적 유통채널을 통해 판매되고 있음
 - 2017년 중국 식용유는 주로 슈퍼마켓(48.3%) 및 하이퍼마켓(29%) 통해 유통되는 구조이며, 전통 식료품 소매상 유통 비중은 감소하는 추세임
- 중국 소비자는 식용유 구매 시 온라인보다 오프라인 매장을 선호하고 있으며 이는 주요 고객층의 소비특성과 관련이 있음
 - 식용유를 구매하는 주요 소비층은 주부와 고연령층으로 이들은 식품 구매 시 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 주로 이용
- 온라인 유통채널은 향후 성장을 지속할 전망이나 높은 운송·배달 비용에 대한 부담이 성장을 제약하는 요소로 작용할 수 있음

그림 1.1 식용유 유통경로별 점유율(2017) 및 증감추세(2012-2017)



자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 들기름 관련 주요 수치

- HS Code 1515.90 글로벌 수입 규모 19.1억 달러(2017년)
- HS Code 1515.90 글로벌 수입 규모 중 중국의 수입 규모는 3,893만 달러, 세계 16위(2017)
- 중국의 HS Code 1515.90 국가별 수입 규모를 살펴보면, 1위 호주, 2위 미국, 3위 프랑스 순(2017)
- 한국의 HS Code 1515.90.1000 수출량은 약 168.2톤, 수출액은 222만 달러(2017)

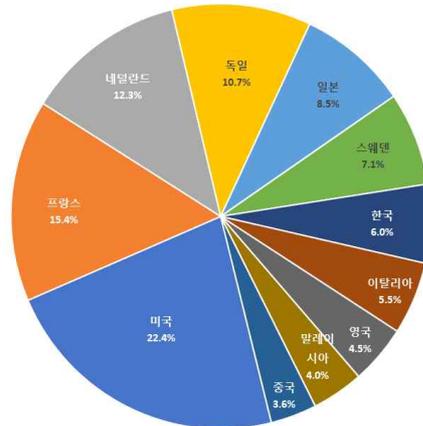
❖ 들기름 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1515.90.1000	들기름과 그 분획물
중국	1515.90.9090	기타 고정 식물성 식용유, 기름 및 그 분획물

❖ HS Code 1515.90 글로벌 수입 규모(2017)

수입국		2017 금액(US 천 달러)
글로벌		1,912,877
1	미국	245,674
2	프랑스	168,365
3	네덜란드	135,071
4	독일	117,498
5	일본	92,669
6	스웨덴	77,901
7	한국	65,569
12	영국	49,195
16	중국	38,933

❖ HS Code 1515.90 글로벌 수입 비중(2017)



❖ 중국 HS Code 1515.90 국가별 수입 규모(2017)

수입국		2017 금액(US 천 달러)
1	호주	9,625.0
2	미국	4,814.0
3	프랑스	4,107.0
4	스페인	3,368.0
5	말레이시아	2,604.0
9	캐나다	1,336.0
12	독일	1,001.0
18	한국	426.0

❖ 중국 HS Code 1515.90 국가별 수입 규모 비중(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 통계분석 기준 설정

- 들기름의 글로벌 및 중국의 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 1515.90을 조사 기준으로 설정함
 - 들기름의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 1515.90.1000 기준으로 통계조사를 진행함

표 1.10 들기름 통계 기준 설정

조사항목	분류	HS CODE
글로벌 수입 규모 및 성장률	무역통계	HS Code 1515.90 기준
중국 수입 규모 및 증감률		HS Code 1515.90 기준
한국 수출 규모 및 증감률		HS Code 1515.90.1000 기준

표 1.11 들기름 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	1515	그 밖의 비취발성인 식물성 지방과 기름 [호호 바유(jojoba oil)를 포함한 대과 그 분획물 (정제했 는지에 상 관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)	
	1515.90	기타	
	1515.90.1000	들기름과 그 분획물	Perilla oil and its fractions
중국	1515	그 밖의 비취발성인 식물성 지방과 기름 [호호 바유(jojoba oil)를 포함한 대과 그 분획물 (정제했 는지에 상 관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)	
	1515.90	기타	
	1515.90.9090	기타 고정 식물성 식용유, 기름 및 그 분획물	其他固定植物油、脂及其分离品

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 중국관세청(customs.gov.cn)

표 1.2 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 관세청	customs.gov.cn

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1515.90)

□ 글로벌 수입통계

- 2017년 HS Code 1515.90의 글로벌 수입 규모는 19.1억 달러이며, 2013-2017년의 연평균성장률은 4%임. 2017년 기준 최대 수입국인 미국의 수입규모는 약 2억 4,567만 달러로 연평균성장률은 14%임
- 중국은 2017년 기준 16위 수입국으로 수입규모는 약 3,893만 달러이며, 2013년 이후 최근 5년간 23%의 두 자릿수 성장세를 기록. 한편, 2017년 7위 수입국인 한국의 수입규모는 약 6,557만 달러로, 2013년 이후 연평균 -5%의 마이너스 성장을 나타냄
- 2017년 HS Code 1515.90의 글로벌 수입 시장 국가별 점유율은 순위별로, 미국 (22.4%), 프랑스(15.4%), 네덜란드(12.3%)임
 - 7위 수입국인 한국과 16위 수입국인 중국의 글로벌 수입 시장 점유율은 각각 약 3.4%, 2.0% 임

표 1.13 HS Code 1515.90 글로벌 수입 규모 추이(2013-2017)

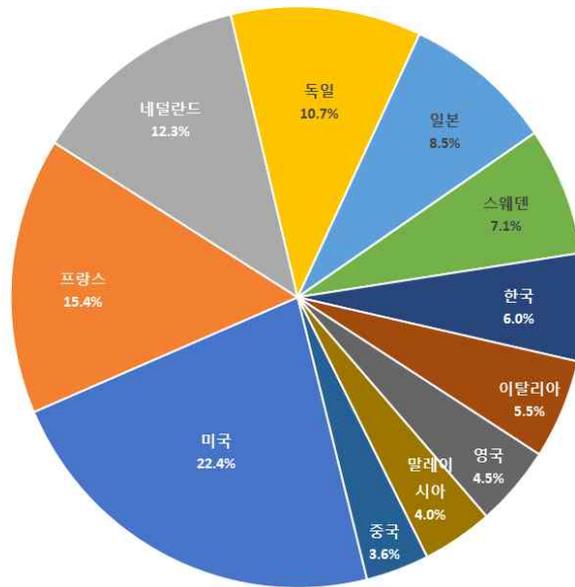
(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013 -2017 CARG(%)
글로벌	1,662,699	1,794,524	1,663,260	1,806,931	1,912,877	4
1 미국	146,154	173,547	196,676	225,948	245,674	14
2 프랑스	173,160	183,702	158,935	171,385	168,365	-1
3 네덜란드	91,069	118,943	107,361	114,420	135,071	8
4 독일	106,672	103,992	96,730	110,760	117,498	3
5 일본	65,828	75,161	113,493	103,257	92,669	11
6 스웨덴	36,664	92,098	67,624	64,592	77,901	12
7 한국	81,093	71,841	71,620	67,245	65,569	-5
9 이탈리아	55,583	60,385	49,493	46,993	60,691	-1

12	영국	46,824	65,722	52,193	46,828	49,195	-2
14	말레이시아	35,816	64,451	46,912	48,516	43,558	1
16	중국	17,169	17,994	23,989	27,434	38,933	23

주: HS Code 1515.90기준
 자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.14 2017 HS Code 1515.90 글로벌 수입 비중



주: HS Code 1515.90기준
 자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

3) 중국 수입 통계 (통계기준: HS CODE 1515.90)

□ 중국 수입통계

- 중국의 HS Code 1515.90 수입은 2013년 1,716.2만 달러에서 2017년 3,886.8만 달러로 약 2.3배 증가함
 - 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 약 18.9%로, 2015년 이후 두 자릿수의 성장세를 보임

표 1.15 중국의 HS Code 1515.90 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 US 달러, %)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 수입액	17,162	17,994	24,196	26,833	38,868
증감률	-0.8	4.8	34.5	10.9	44.9

주: HS Code 1515.90기준
 자료: 한국무역협회(K-stat) 중국무역통계

- 국가별로 살펴보면 2017년 중국의 HS Code 1515.90의 최대 수입국은 호주로, 수입액은 전년 대비 약 157.8% 증가한 962.5만 달러를 기록
 - 호주의 HS Code 1515.90 對 중국 수출액은 2015년 580.9%의 폭발적인 성장을 하면서 수입 규모 1위 국가였던 미국과의 간격을 좁히기 시작하였고 2017년에 순위가 역전됨
 - 말레이시아는 2017년 HS Code 1515.90 對 중국 수출액 약 260만 달러를 기록 하며 단숨에 수입 규모 5위 국가로 도약함
 - 한국은 HS Code 1515.90의 對 중국 수출 규모 18위로, 수출액은 2013년 18.2만 달러에서 2017년 42.6만 달러로 약 2.3배 증가함

표 1.16 중국의 HS Code 1515.90 국가별 수입 동향

(단위: 천 US 달러, %)

순위	국가	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
1	호주	768	21.7	482	-37.2	3,282	580.9	3,733	13.7	9,625	157.8
2	미국	4,030	-32.0	2,776	-31.1	3,719	34.0	4,884	31.3	4,814	-1.4
3	프랑스	1,181	-3.7	1,744	47.7	2,441	40.0	2,676	9.6	4,107	53.5

4	스페인	2,445.0	82.7	3,070.0	25.6	2,950.0	-3.9	2,613.0	-11.4	3,368.0	28.9
5	말레이시아	1.0	-	1	0.0	0	-100.0	135.0	-	2,604.0	1,828.9
8	아르헨티나	1,090.0	38.9	1,445.0	32.6	1,258.0	-12.9	2,763.0	119.6	2,338.0	-15.4
9	캐나다	167.0	-70.0	27.0	-83.8	422.0	1,463.0	1,477.0	250.0	1,336.0	-9.5
12	독일	443.0	100.5	462.0	4.3	568.0	22.9	853.0	50.2	1,001.0	17.4
16	일본	391.0	-44.9	389.0	-0.5	707.0	81.7	421.0	-40.5	889.0	111.2
17	네덜란드	165.0	-46.3	136.0	-17.6	536.0	294.1	675.0	25.9	512.0	-24.1
18	한국	182.0	-16.9	300.0	64.8	366.0	22.0	455.0	24.3	426.0	-6.4

주: HS Code 1515.90 기준, 2017년 기준 내림차순 정렬

자료: 한국무역협회(K-stat) 중국무역통계

4) 한국산 수출 통계 (통계기준 HS CODE 1515.90.1000)

□ 한국 수출통계

- 2017년 한국의 HS Code 1515.90.1000의 對 글로벌 수출량 및 수출액은 168.2톤과 222만 달러를 기록하였는데, 이는 전년 대비 각각 51.5%, 59.9% 감소한 수치임
- 한국의 글로벌 수출 실적은 2016년에 절반이 넘는 수준(52%)까지 감소한 이후 마이너스 성장세를 보이고 있는데 이는 對 일본 수출 실적의 감소와 연관이 있는 것으로 분석됨
 - 2015년 이후 일본은 한국의 HS Code 1515.90.1000 최대 수입국으로 부상하였고, 2017년 전체 수출액의 83.7%를 차지함
 - 2015년 일본 TV 프로그램에서 들기름이 건강식품으로 소개되고 여러 요리연구가가 TV에 나와 들기름을 사용하면서 한국산 들기름이 일본에서 선풍적인 인기를 끌게 되었으며 그 결과, 2015년 1-4월 들기름 수출액은 전년 동기 대비 20배(2074%) 증가한 것으로 확인됨¹²⁾
 - 그러나 2016년 일본 수출액은 전년 대비 58.2% 감소한 514만 달러를 기록하며 한국의 HS Code 1515.90.1000 글로벌 수출 실적 급감의 직접적인 원인으로 작용함. 그 이유에 대해서는 미디어 효과에 따른 반짝인기 소멸, 일본 소비자 고발 프로그램에서 저질 들기름에 관한 내용 방영 등이 수요 급감의 원인으로 지목됨¹³⁾

12) 연합뉴스(www.yonhapnews.co.kr, 2015.05.13.)

13) 브릿지경제(www.viva100.com, 2018.02.25.), 국제신문(www.kookje.co.kr, 2018.03.26.)

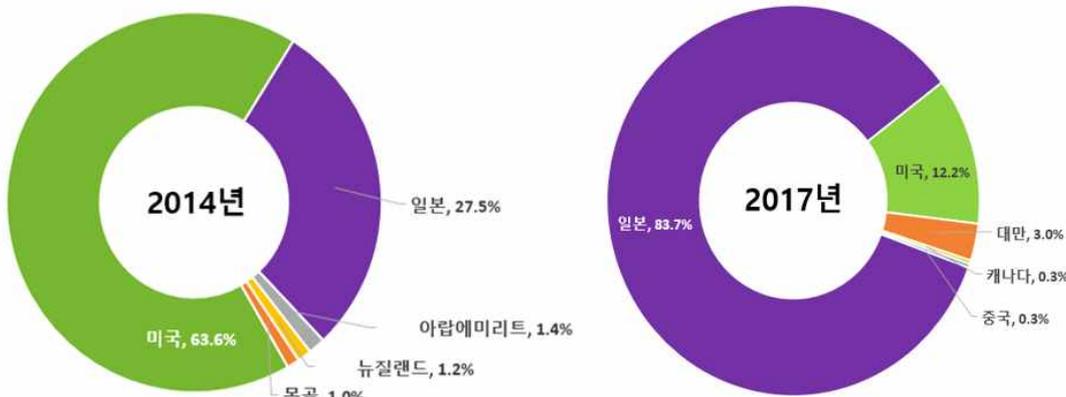
표 1.17 한국의 HS Code 1515.90.1000 글로벌 수출 동향

(단위: kg, US\$)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	16,027	33,102	723,661	347,260	168,287
증감률	89.3	106.5	2,086.2	-52.0	-51.5
총 수출액	157,196	419,385	12,612,213	5,537,729	2,220,543
증감률	12.7	166.8	2,907.3	-56.1	-59.9

주: HS Code 1515.90.1000기준
 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표1.17 한국의 HS Code 1515.90.1000 수출대상국 규모 비교(2014-2015)



주: HS Code 1515.90.1000기준
 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

- o 2017년 한국의 HS Code 1515.90.1000 對중국 수출량 및 수출액은 13.6톤과 33,228달러로, 이는 전년 대비 각각 636.6%, 798.1% 증가한 수치임
 - HS Code 1515.90.1000 對중국 수출액이 일시 감소한 2016년을 제외하고는 매년 빠른 속도로 증가하는 추세이나 수출규모는 여전히 크지 않음

표 1.18 한국의 HS Code 1515.90.1000 對중국 수출 동향

(단위: US\$, Kg)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	84.5	427.7	2,725.9	1,851.4	13,637.9
증감률	0	406.2	537.3	-32.1	636.6
총 수출액	1,087.0	2,154.0	10,181.0	3,700.0	33,228.0
증감률	0	98.2	372.7	-63.7	798.1

주: HS Code 1515.90.1000기준
 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 정책 동향
2. 소비 트렌드
3. 소비자 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 동향

❖ 혼합유 표기 규정 의무화

- 2018년 12월 21일부터, 혼합유의 경우 '식물성 식용 혼합유'로 표기 및 혼합 비율을 명시해야 함

❖ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행

2. 제품 트렌드

- ❖ 식용유 시장의 트렌드 키워드는 “다양화”와 “건강함”
- ❖ 소포장 식용유 인기

3. 소비 트렌드

❖ [참고] 들기름 중국 소비자 및 유통담당자 인터뷰

- “안정성”과 “건강함”이 식품 구매의 중요 요인으로 작용
- 한국산 식용유에 대한 이미지는 “위생적”, “믿을 수 있는”, “가성비가 좋은”
- 한국산 식용유의 적절한 포지셔닝이 필요함

1. 정책 동향

□ 혼합유 표기 규정 의무화, 2018년 12월 21일부터 실시 예정

- 2018년 6월 22일 중국 국가위생건강위원회(国家卫生健康委员会)와 국가 시장감독 관리총국(国家市场监督管理总局)은 기존의 《식용식물유 위생표준(食用植物油卫生标准)》(GB2716 -2005)과 《식용식물유 전작과정중의 위생표준(食用植物油煎炸过程中的卫生标准)》(GB7102.1-2003)을 대체할 새로운 규정인 《식품안전국가표준식용유(食品安全国家标准植物油)》(GB2716-2018) 발표
- 2018년 12월 21일부터, 혼합유(Cooking Oil)의 경우 ‘식물성 식용 혼합유(食用植物调和油)’ 로 표기하고 혼합 비율도 명시해야 함
 - 혼합유는 두 종류 및 그 이상의 식물성 식용유를 배합하여 만든 식용유지로 기존에는 표기 기준이 없어서 표기가 통일되지 않았기 때문에 실제 성분의 함량 측정이 어려웠음
 - 개정된 식품안전표준에서는 혼합유의 각 성분 배합비율을 분명히 밝히도록 규정함
- 개정 내용을 반영하여 라벨링 표기를 변경하는 기업들이 증가하고 있음
 - 푸린면(福临门)은 신제품 출시 시 외부 포장 라벨에 옥수수유(37%), 유채유(35%), 쌀기름(13%), 땅콩유(10%) 등 각종 식용유지의 함량을 표기
- 《식품안전국가표준식용유(食品安全国家标准植物油)》(GB2716-2018)의 개정 내용은 하기와 같음

표2.1 《식품안전국가표준식용유(食品安全国家标准植物油)》 개정 내용

개정항	내용
2.3	식물성 식용 혼합유(食用植物调和油)는 두 종류 이상의 식물성 식용유를 배합해 만든 식용유지를 의미함
4.2	식물성 식용 혼합유와 식용유 제품은 ‘식물성 식용 혼합유’라고 명명해야 함
4.3	식물성 식용 혼합유의 라벨에는 각종 식물성 식용유의 비율을 표기해야 함
4.4	식물성 식용 혼합유의 라벨에는 2%를 넘는 지방산(fatty acid) 구성의 명칭과 함유량을 표기할 수 있음 (총 지방산량 대비 차지 비중)

자료: 국가시장감독관리총국(www.saic.gov.cn)

□ 2018년 2월 1일부터 <상품 QR 코드> 시행¹⁴⁾

- 중국 국가질량감독검험검역총국과 국가표준화관리위원회 발표에 따르면 2018년 2월 1일부터 《상품 QR 코드》에 관한 국가표준 GB/T 33993-2017이 시행됨
 - 국가표준 GB/T 33993-2017의 시행 원인은 소비자가 보다 더 수월하게 기업정보, 상품 및 프로모션 정보 등을 얻을 수 있기 위함임
 - 이번에 발표된 표준은 중국 현지 실상과 국내외 관련 기술 표준을 고려하려 제정된 것으로, 바코드와 구성이 달라 나타나는 문제점들을 해결할 수 있음
- 현재 수출 상품의 QR 코드 표준 준수에 대한 요구는 없지만, 중국 수출을 보다 편리하기 진행하기 위해서 상품 QR 코드 이용에 대한 사전 준비가 필요함
 - 지속적인 모니터링을 통해 중국 현지에서 규격화된 QR코드의 형태나 부착 위치 등을 파악하여 향후 의무화되었을 때 통관 상에 문제가 생기지 않도록 해야함
 - 상품 QR 코드 시행 예정에 대한 세부 내용은 하기 주소에서 확인 가능함
(자료 주소: dcode.org/downresouce.aspx)

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

2. 제품 트렌드

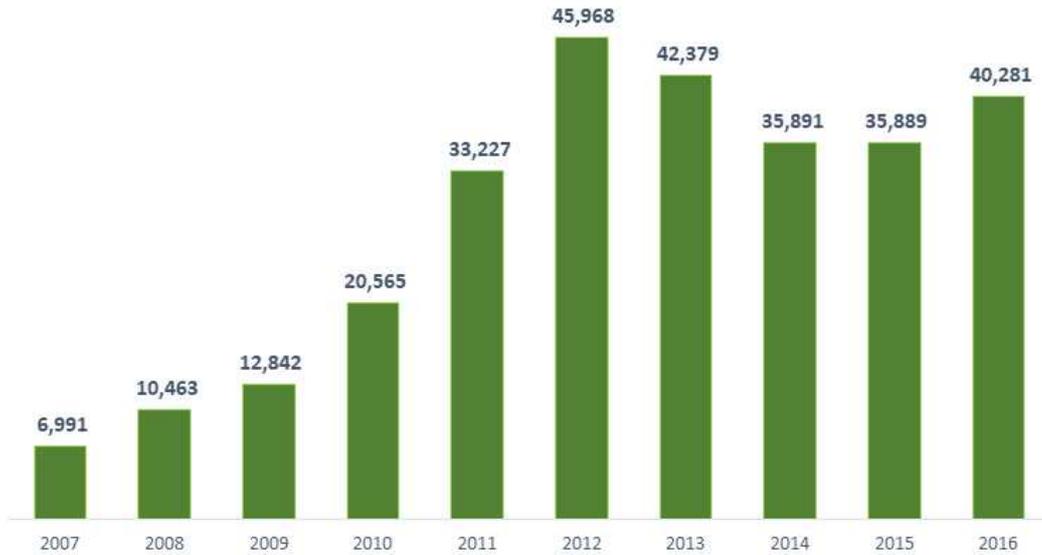
□ “다양화”와 “건강”을 주축으로 한 프리미엄 식용유 인기

- 중국 소비자의 소득 증가는 “건강”, “천연”, “영양” 을 만족하는 제품에 대한 수요로 이어졌고 프리미엄 식용유 시장의 성장을 촉진하는 계기가 됨
- 중국의 프리미엄 식용유 시장은 크게 수입 올리브유와 현지 프리미엄유로 구분됨
- 2016년 중국의 올리브유 수입량은 약 4만 톤으로 아시아 최대 올리브유 소비시장으로 부상함¹⁵⁾
 - 중국 중산층의 증가로 올리브유 주요 수입국인 스페인, 이탈리아, 터키 등 지중해 연안 지역으로의 여행 기회가 늘어나면서 올리브유에 대한 인지도 및 관심 증가
 - 2008-2012년 간 올리브유 제품 수입량 증가율은 연평균 46.5%로 2012년 최대 수입량을 기록(45,968톤)한 이후 소폭의 감소세를 나타내다가 다시 증가세로 전환
 - 국제올리브유협회(International Olive Oil Council)의 자료에 따르면, 전 세계 올리브유 수입량은 미국, 브라질, 영국, 독일, 호주 다음으로 중국이 6위를 차지하고 있으며 향후 중국이 미래에 가장 잠재력 있는 올리브유 소비시장이 될 것으로 예측함
- 중국의 현지 프리미엄유는 지역 특산물을 원료로 제조되며 전통 식용유보다 영양이 풍부한 고가의 제품임
 - 대표적인 예로 신장의 서홍화자유(西红花籽油), 광서의 화마유(火麻油), 강서의 산차자유(山茶籽油) 등이 있음
 - 산차자유(山茶籽油)는 동방의 올리브유라 불릴 만큼 압, 뇌심혈관질환 예방 효과 및 아동성장 촉진 효과 등 탁월한 효과를 인정받음
- 전통 식용유 원료 가격이 상승하면서, 전통 식용유 선두기업들이 프리미엄 식용유 시장에서 새로운 성장 동력을 찾고 있음
 - 중량그룹은 미국 ADM 회사와 합작하여 프리미엄유 브랜드 “자체(滋采)” 를 출시하여 現 중국 국빈 호텔인 조어대국빈관(钓鱼台国宾馆)에 연회용 식용유로 공급 중임

15) 중국식품보망(www.cnfood.cn/xinjingji128702.html)

표2.2 중국 올리브유 및 올리브 포마스유 수입량 변화(2007-2016)

(단위: ton)



자료: 국제올리브위원회(International Olive Council)

표2.3 수입 올리브유 및 중국 현지 프리미엄유 브랜드 비교

구분	수입 올리브유 브랜드			중국 현지 프리미엄유		
그림						
제품명	MUELOLI VA(品利)	Andasaludsia (安達露西)	Princess Morocco (福發斯世家)	중량 열윤 홍화자유 (中糧悅潤紅花籽油)	도심원 광서화마유 (道心園 广西火麻油)	추미방 산차유 (秋味坊 山茶油)
원산지	스페인산	스페인산	모로코	중국 신장	중국 광서	중국 강서
가격 (용량)	68위안 (1,000ml)	69위안 (200ml)	216위안 (1,000ml)	88위안 (1,000ml)	55위안 (250ml)	98위안 (1,000ml)

자료: 경동상청(www.jd.com)

□ 소포장 식용유 인기

- 2015년 전체 식용유 시장의 약 31% 차지, 매년 20~30% 고속 성장 중임
 - 소포장 식용유(小包装油)는 5L 이하의 포장된 가공 기름을 의미하며 보통 가정용으로 많이 쓰임
 - 위생과 건강에 대한 인식 제고로 중국 소비자들의 소비습관이 저가의 대용량 산유(散装)에서 소포장 식용유로 옮겨가는 추세임
 - 중국 소포장 식용유 시장은 매년 20~30% 속도로 성장하여 2015년 기준 전체 식용유 시장의 31%를 차지함¹⁶⁾
 - 소포장 식용유의 비율이 전체의 50~60% 수준인 일본, 싱가포르 등의 선진국과 비교했을 때 중국의 소포장 식용유 시장은 향후 성장 잠재력이 높은 것으로 분석됨¹⁷⁾
 - 소포장 식용유 시장의 브랜드별 점유율은 각각 진룡위(金龙鱼,41.8%), 푸린먼(福临门,11.3%), 루화(鲁花,5.4%)이며, 기타 600개 이상의 브랜드가 나머지 41.5%를 점유하고 있음

표2.4 중국 소포장 식용유 시장 발전동향(2010-2015)

(단위: 만톤, %)



자료:국가양식축비국시안유지과학연구설계원(www.oilfat.com)

16) 국가양식축비국시안유지과학연구설계원(國家糧食儲備局西安油脂科學研究設計院, www.oilfat.com)

17) 환구식품박람회(環球食品博覽網, www.ifooday.cn)

3. 소비 트렌드

[참고] 들기름 중국 소비자 및 유통담당자 인터뷰

소비자 1 (40대 여성)
<p>1) 해당 제품(or 관련 제품) 구입 시 주요 고려사항</p> <p>→ “건강함”이 제품 구매 시 우선 고려사항으로 열량이 상대적으로 낮거나 유해하지 않은 식품 첨가물이 함유된 제품 선호함</p> <p>→ 특히 기름에 튀긴 식품은 건강에 좋지 않기 때문에 제품의 조리방법 및 영양 정보를 주의 깊게 살펴봄</p> <p>2) 한국산 들기름 구매 경험 여부</p> <p>→ 구매 경험 없음. 그러나 한국산 들기름은 중국산보다 안전하고 가격대가 높을 것이라는 인식이 있음</p> <p>3) 한국산 수입 식품 구매 경험 여부 및 재구매 의사</p> <p>→ 구매의향은 있으나, 안전성과 가성비가 중국산과 크게 차이가 나지 않는다면 중국산을 구매할 것 같음</p> <p>4) 한국산 수입 식품의 위생 수준 및 맛에 대한 신뢰도</p> <p>→ 중국산과 비교하면, 위생 문제가 거의 없을 것으로 생각하나 100% 신뢰하지는 않음</p>
소비자 2 (20대 남성)
<p>1) 해당 제품(or 관련 제품) 구입 시 주요 고려사항</p> <p>→ “제조업체, 가공방식, 유전자 변형 식품 여부, 생산일자” 등을 우선적으로 고려함</p> <p>2) 한국산 들기름 구매 경험 여부</p> <p>→ 매장에서 한국산 식용유를 본 경험이 없음. 주로 국내산 식용유를 구매함</p> <p>3) 한국산 수입 식품 구매 경험 여부 및 재구매 의사</p> <p>→ 한국산 수입 식품에 대한 인지도 및 구매 경험 모두 없음. 그러나 한국산 전자제품 및 화장품의 품질과 기술력은 중국에서 매우 유명하므로, ‘한국산’ 제품에 대한 이미지는 좋은 편임</p> <p>4) 한국산 수입 식품의 위생 수준 및 맛에 대한 신뢰도</p> <p>→ SNS에서 인기 BJ(Broadcaster Jockey로 인터넷 방송인을 의미함)들이 한국산 음료, 김치, 라면 등을 소개하는 영상을 보았음. 한국산 제품은 안전성과 위생성이 중국산보다 훨씬 우수할 것 같음</p>
유통담당자 1 (신세계 대원 백화점 판매원)
<p>1) 한국산 식품 소비 트렌드</p> <p>→ 사드 사태 발발 이후 한국산 식품에 대한 소비자의 수요가 줄어들어 판매실적이 부진한 편임</p>

→ 그러나 한국산 김과 김치에 대한 수요는 여전히 높은 편임

2) 한국산 (혹은 아시아산) 제품 평가 및 판매 전망

→ 한국산 식용유는 제품이 많이 판매되고 있지 않으나 가성비가 좋은 편임

→ 중저가 식용유 시장은 중국 브랜드가 거의 독점하고 있으나 올리브유와 같은 프리미엄 식용유 시장은 유럽 및 미국 수입산 식용유가 주를 이룸. 따라서 이런 프리미엄 시장을 공략하는 것이 좋을 것 같음

유통담당자 2 (중국 따룬파 대형마트 양포점 판매원)

1) 한국산 식품 소비 트렌드

→ 한국산 김, 라면 등의 판매량이 매우 높은 편임

→ 최근 인터넷에서 인기를 얻은 S社의 볶음면의 판매실적이 좋음

2) 식용유 소비 트렌드

→ 중국인들의 생활 수준이 개선됨에 따라, 프리미엄 식용유를 찾는 소비자가 많아졌음. 특히 상해에서는 프리미엄 식용유 사용이 일상화되고 있음

→ 일반 소비자들은 중저가의 땅콩유, 대두유, 참깨기름 등을 구매하며 중상위계층 이상 소비자는 올리브유와 같은 프리미엄 식용유를 구매함

3) 한국산 (혹은 아시아산) 제품 평가 및 판매 전망

→ 한국산 식용유는 기타 해외 수입산(미국, 유럽)에 비해 판매량이 높지 않은 편임. 중국산 식용유는 가성비가 좋고 마케팅 및 광고를 효율적으로 할 수 있으나 안전성에 대한 문제가 있음

→ 프리미엄 시장에 진입하는 경우, 미국 및 유럽 브랜드와 경쟁해야 하고, 중저가 시장에 진입하는 경우에는 중국산 브랜드와 경쟁해야 함. 따라서 이를 고려한, 한국산 브랜드의 적절한 포지셔닝이 필요함

시사점

1. 안전성과 건강함이 식품 구매의 주요 요인으로 작용

→ 영양성분표, 제조업체, 가공방식, 유전자변형식품 여부 등 라벨링을 상세히 확인하여 제품의 안전성을 검증한 후 제품을 구매하는 소비습관이 확인됨

→ '튀기지 않은', '저칼로리' 등 건강한 식품에 대한 수요가 있음

2. 한국산 식용유에 대한 이미지는 '위생적', '믿을 수 있는' '가성비가 좋은'

→ 해외 수입산 식용유에 비해 가격대는 저렴하고, 중국산 식용유에 비해서 위생성과 안전성이 높다는 한국산 식용유에 대한 중국 소비자의 인식이 형성되어있음

→ SNS상에서 인기BJ가 소개한 한국산 식품을 간접적으로 경험한 소비자들이 존재하므로 온라인 마케팅 및 광고를 활용하여 한국산 식용유에 대한 이미지 제고 및 홍보할 필요성이 있음

3. 한국산 식용유의 적절한 포지셔닝이 필요함

→ 유통담당자의 인터뷰 내용을 종합해보면, 현재 한국산 식용유는 판매량이 높지 않은 상황이며 수입산 식용유의 경우 대부분이 미국 혹은 유럽산 프리미엄 식용유임

→ 중저가 식용유 시장 진입 시 중국산 브랜드와, 프리미엄 식용유 시장 진입 시 미국 및 유럽 등 글로벌 브랜드와 경쟁해야 하므로 한국산 식용유의 강점을 최대한 발휘할 수 있는 틈새시장을 공략하여 적절한 포지셔닝을 할 필요성이 있음



Ⅲ. 통관 및 제도

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

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS-CODE 1515.90.9090의 관세율¹⁸⁾

HS CODE	품명	관세율
1515	그 밖의 비휘발성인 식물성 지방과 기름 [호호바유(jojoba oil)를 포함한다]과 그 분획물 (정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)	-
	其他固定植物油、脂(包括希蒙得木油)及其分离品, 不論是否精制, 但未經化學改性	
1515.90	기타	-
	其他	
1515.90.9090	기타 고정 식물성 식용유, 기름 및 그 분획물	<ul style="list-style-type: none"> • 보통세율 70% • 최혜국대우세율: 20% • 한-중 FTA세율: 미양허
	其他固定植物油、脂及其分离品	

❖ 중국 FTA 정보

2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효. FTA협정품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우, 관세청 전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 '신고작성목록(FTA) 사용지침서'를 참고하여 전자 원산지증명서(e-CO)를 등록하면 됨

❖ 중국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 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 해당 품목의 HS CODE 및 관세율은 '중국 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함

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

¹⁸⁾ 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 중국관세청(www.customs.gov.cn)

1. 통관 및 검역

1) 농식품 통관 절차

□ 수출(생산)업체 등록

- 질검총국 (2012년 55호 공고) 수입식품수출입상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定) 법률에 근거하여, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 수입을 하고자 하는 수입자는 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 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)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 CIQ¹⁹⁾에 제출해야 함

표 3.1 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 주소 및 기재내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), http://ire.eciq.cn
수출(생산)업체 기재내용	기업영문명, 영문주소, 연락처, 담당자명, E-MAIL 주소 등

그림 3.1 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 그림



자료: ire.eciq.cn

19) 出入境檢驗檢疫局, 출입경검험검역국

□ 수출 전 준비서류

표 3.2 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고
<ul style="list-style-type: none"> - 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급 	-B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취 가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 세관 및 CIQ 제출용
<ul style="list-style-type: none"> - 원산지 증명서 등록 	-관세청전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 '신고작성목록(FTA) 사용지침서'를 참고하여 전자 원산지 증명서(e-CO)를 등록하면 됨	
<ul style="list-style-type: none"> - CIQ 수출자 등록 	-등록시스템에서 수출자 등록	CIQ 제출용
<ul style="list-style-type: none"> - 영문 위생증명서 발급 	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산물: 국립수산물 품질관리원	
<ul style="list-style-type: none"> - 동/식물 검역증 발급 (일부품목) 	-농림축산검역본부	
<ul style="list-style-type: none"> - 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCIC인증서) 	-중국 식품 수출 사전 준비 단계	

□ 통관 절차

- 중국의 수입 식품 통관 절차는 통관준비 → 수입신고 → 화물검사 → 관세납부 → 수입허가 5단계를 거침

표 3.3 중국 수입 식품 통관 절차 개요

통관절차	세부 절차	유의사항
① 통관 준비	수입적하 목록 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 선박회사 또는 그 대리점에서 도착항에 전체화물에 대한 적하목록(Manifest)을 세관에 신고 • 제출 기한은 해상, 항공, 육상에 따라 다음과 같이 구분됨 <ul style="list-style-type: none"> - 해상운송: 선적 24시간 전(컨테이너선), 목적항 도착 24시간 - 항공운송: 항공기이륙 전(4시간 이하 단거리항공), 목적항 도착 4시간 전(장거리 항공) - 육상운송: 목적역 도착 2시간 전(열차), 목적지 도착 1시간 전(차량) <p>※ 미제출 시 운송수단의 입국 신고절차 수행이 일시 정지되거나 화물이 반송되는 제재를 받을 수 있음</p>
② 수입 신고	수입 신고 기한	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 수입 신고서를 입항일로부터 14일 이내에 제출해야함 (마지막 날이 법정휴일 또는 휴일인 경우 익일까지顺延) • 14일 내 미신고시 과태료를 입항 후 15일부터 계산하여 신고일까지 매일 CIF 가격의 0.05% 징수
	수입 신고서 제출	<ul style="list-style-type: none"> • 수입화물의 수하인, 송하인 또는 그 대리인이 전자데이터교환(Electronic Data Interchange) 또는 서면 방식으로 세관에 수출입 화물 상황 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 전자데이터교환(EDI)을 통한 신고: 수입화물의 수하인이나 위탁을 받을 통관기업이 전산 시스템(S/W)를 통해 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 - 서면 신고: 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입 신고서 3부를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하려 세관에 직접 제출
	수입신고 시 필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 서명된 상업송장 (Signed Invoice) • 포장명세서 (Packing list) • 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order / Airway Bill) • 운송보험서류 • 소포명세서 (우편운송의 경우) • 화물수취증 (육상운송의 경우) • 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스 (동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등)

		<ul style="list-style-type: none"> • 기타 세관이 필요 시 요구하는 서류
	심사 결과	<ul style="list-style-type: none"> • 관할 세관은 제출된 수입신고서와 증빙서류 심사 후 수입자 또는 통관기업에게 반출허가 또는 서류제출심사 통보 • 반출허가 통지하는 화물은 수입신고인의 신용이 높거나 수입화물에 대한 세금을 징수 할 필요가 없는 물품임 • 서류제출심사를 통보받은 수입자는 통보일로부터 10일 이내 요구서류를 구비하여 관할지 세관에 서면 제출
③ 화물 검사		<ul style="list-style-type: none"> • 관할세관 내 감관통관처(監管通關處)에서는 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물에 대해 검사하는 것을 원칙으로 하며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시 • 검수 방법은 대상 품목 및 기준을 근거로 3가지로 구분될 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 전수검사(Thorough Inspection): 법규 위반 가능성이 높은 수입품이나 세관이 수입물품 전량을 검사할 필요가 있다고 결정하는 화물의 경우 수작업 또는 기계를 이용하여 검사 - 표본추출검사(Sampling Inspection): 세관이 임의로 추출한 샘플 화물을 개봉하여 검사함으로써 전수검사를 갈음하는 방법 - 외장검사(Packing Inspection): 화물의 겉포장의 개폐 여부, 파손 흔적 및 수량 등을 화물을 개봉하지 않은 상태로 검사. 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관감독 장소에서 진행됨 • 단, 화물 특성상 부득이하다고 인정되는 경우 세관에 신청하여 세관 관리 및 감독구역외에 세관검사직원이 파견되어 검사 진행 • 검사가 세관관리구역 내부에서 이루어질 경우 수입자는 검사로 인해 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용을, 외부에서 이루어질 경우 검사비용을 부담
④ 관세 납부	관세 계산법	<ul style="list-style-type: none"> • 중화인민공화국해법 및 수출입관세조례에 의거한 관세, 부가세, 통관수수료 등 납부 <ul style="list-style-type: none"> - 수입관세 = 과세가격 × 세율 - 과세가격 = 화물 CIF가격(FOB가격 + 운송비 + 보험료) × 환율 • 한국산 식품 수입 관세는 대부분 10-35%로 책정돼 있으며, 별도로 규정된 식품 외에는 17%의 증치세를 납부하고, 주류인 경우는 소비세가 부과 • 중국 정부는 2018년 5월 1일부로 증치세(增值稅)를 1% 인하함. (중국 국무원, 3월 28일 발표)

		<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>대상 품목</th> <th>기존 세율</th> <th>변경 후 세율</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">증치세 인하</td> <td> 매매 또는 수입품 농산물, 상수도, 난방, LPG, 천연가스, 식물성식용유, 냉각 공기, 온수 액화석유가스, 주민용 석탄제품, 식용염, 농기계, 사료, 농약, 농업용 비닐, 화학비료, 메탄가스, 디메틸에테르(DME), 도서류, 잡지, 신문, 음향기기, 전자 출판물 </td> <td>17%</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>교통, 통신, 건축 서비스</td> <td>11%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>증치세 면제</td> <td> 농업생산자가 판매한 자가농산물, 피임약품·기구, 고서, 과학연구·과학실험 및 교육 목적으로 수입한 기기설비, 외국 정부 및 국제기구 무성원조 목적으로 수입한 물자와 설비, 장애인단체가 직접 수입한 장애인전용용품, 중고품 판매 </td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				구분	대상 품목	기존 세율	변경 후 세율	증치세 인하	매매 또는 수입품 농산물 , 상수도, 난방, LPG, 천연가스, 식물성식용유, 냉각 공기, 온수 액화석유가스, 주민용 석탄제품, 식용염, 농기계, 사료, 농약, 농업용 비닐, 화학비료, 메탄가스, 디메틸에테르(DME), 도서류, 잡지, 신문, 음향기기, 전자 출판물	17%	16%	교통, 통신, 건축 서비스	11%	10%	증치세 면제	농업생산자가 판매한 자가농산물, 피임약품·기구, 고서, 과학연구·과학실험 및 교육 목적으로 수입한 기기설비, 외국 정부 및 국제기구 무성원조 목적으로 수입한 물자와 설비, 장애인단체가 직접 수입한 장애인전용용품, 중고품 판매		
		구분	대상 품목	기존 세율	변경 후 세율															
증치세 인하	매매 또는 수입품 농산물 , 상수도, 난방, LPG, 천연가스, 식물성식용유, 냉각 공기, 온수 액화석유가스, 주민용 석탄제품, 식용염, 농기계, 사료, 농약, 농업용 비닐, 화학비료, 메탄가스, 디메틸에테르(DME), 도서류, 잡지, 신문, 음향기기, 전자 출판물	17%	16%																	
	교통, 통신, 건축 서비스	11%	10%																	
증치세 면제	농업생산자가 판매한 자가농산물, 피임약품·기구, 고서, 과학연구·과학실험 및 교육 목적으로 수입한 기기설비, 외국 정부 및 국제기구 무성원조 목적으로 수입한 물자와 설비, 장애인단체가 직접 수입한 장애인전용용품, 중고품 판매																			
	관세 납부 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)에 납부하여야 함 • 납부절차에는 현장납부 및 전자 납부가 있으며 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 현장 납부: 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부 고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부 - 전자 납부: e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정 은행의 계좌에 관세 납부 																		
⑤ 통관 완료		<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨 																		

□ 통관일체화제도 농수산물식품 검역업무까지 확대

- 중국 제13기 전국인민대표대회 1차 회의에서 국무원기구 개혁방안의 결정이 표결됨에 따라 질검총국 수출입 검역업무가 세관으로 이전하였고 통관일체화제도(通関一体化制度)가 농수산물식품 검역까지 확대되었음
 - 2017년 7월부터 시행된 통관일체화 제도는 통관절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 세관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감 하기 위해 각 항구 세관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임
- 이에 따라 농수산물식품 통관 및 운송비가 절감될 전망이나, 사후감사 및 처벌 강도 강화될 예정
 - 국내 수출업체는 과세 심사에 대응하기 위한 철저한 사전 준비가 필요함
 - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 세관은 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 수 출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 세관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표3.4 통관일체화제도 적용 시 변경사항

	세관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	세관 별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 세관에서만 통관 가능	통관 전 '수입신고 서류심사' 및 '세금납부'진행	통관 전 세관이 기업 납부세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 세관이 중국 세관시스템으로 전산 통합되어 어느 세관에서나 통관 가능	통관 전 '자진세금납부', 통관 후 '수입신고 서류심사'진행	통관 전 기업이 스스로 세금을 계산해 세관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 "신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입신고 서류심사 → 후속관리"	세관은 통관 이후 통관된 수입물품의 세금징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

2) 가공식품 검역 규정 및 절차

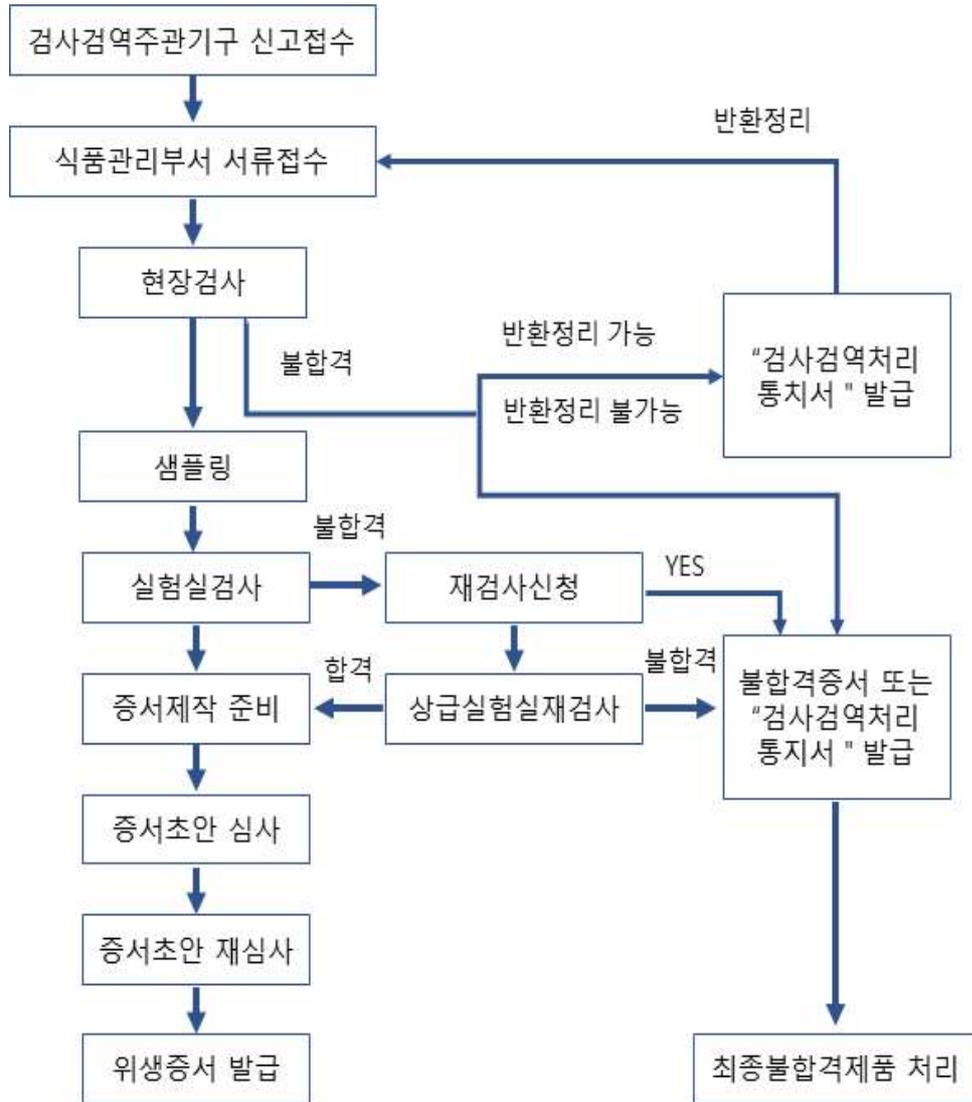
□ 검역 규정

- 가공식품 對 중국 수출 시, 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품안전국가 표준에 부합해야 함. 이때, 중국 국가질량감독검험검역총국(國家質量監督檢驗檢疫總局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함
- 세관 통관 완료 후 CIQ 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨검역 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
 - 중국 국가발전개혁위원회와 재정부의 「수출입 검사·검역 비용 방법」에 따르면 식품 검역 비용은 수출품 가격의 0.0045%로 최대 400위안을 초과하지 않음
- 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ 마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입 식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음
 - CIQ에서 위생증 발급까지의 소요 시간은 보통 실험실 검역이 없는 경우 업무일 기준 3-4일, 있는 경우 7-10일 소요됨

상품 품질 및 안전성 검사		
발행시관	중국 출입경검험검역국	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	제품 가치에 따라 다름	
소요기간	1 -1.5개월	
갱신시간	수입 시마다 발급	
검역 항목	1. 라벨검역: 라벨 기재 내용 확인 (인쇄상태, 글자크기, 부착위치 등) 2. 실험실 검역: 대장균군, 균락총수, 중금속, 농약잔류량, 식품첨가제 등	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용처리 > 검험검역 진행(미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함) > CIQ 검사증명서 발급	

□ 검역 절차

표3.5 검역 절차 흐름도



3) 관세율

□ 들기름은 중국 HS CODE 1515.90.9090호로 분류, 최혜국대우세율 20% 적용

- 들기름은 경우 한국 HS CODE는 제 1515.90.1000호에 특계되어 분류되나 중국에서는 특계된 세번은 없고 기타 세 번으로서 1515.90.9090호에 분류하고 있음
- 최혜국대우에 따른 비특혜적용세율은 20%, 한-중 FTA의 미양허 품목으로 별도의 협정세율은 없음

표3.6 중국 들기름 HS CODE 및 수입 관세율

국가	HS코드	품명	관세율
한국	1515	그 밖의 비휘발성인 식물성 지방과 기름 [호호 바유(jojoba oil)를 포함한다과 그 분획물 (정제했 는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)	-
	1515.90	기타	
	1515.90.1000	들기름과 그 분획물	
중국	1515	그 밖의 비휘발성인 식물성 지방과 기름 [호호 바유(jojoba oil)를 포함한다과 그 분획물 (정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)	<ul style="list-style-type: none"> • 보통세율 70% • 최혜국대우세율: 20% • 한-중 FTA세율: 미양허
	1515.90	기타	
	1515.90.9090	기타 고정 식물성 식용유, 기름 및 그 분획물	

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 중국관세청(www.customs.gov.cn)

3) FTA 정보

□ 2015년 12월 20일 한-중 FTA발효, 협정품목 원산지 증명서 발급 면제

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지결정기준을 충족하는 경우 특혜세율을 적용받기 위해서는 기존에는 FTA 원산지증명서 발급이 필수였음
- 세관총서 2016년 제 85호 공고(중한 FTA 원산지증명서 제출요구 간소화 관련 공고)에 따르면 2016년 12월 28일부터 중국 세관은 중한 FTA 협정세율의 신고 화물에 대하여 수입신고 시 화주 또는 대리인(이하 “수입자”)에게 원산지증서 원본 제

출을 요구하지 않음

- 다만, 세관이 필요하다고 인정한 경우 수입자는 추가로 관련 원산지 원본을 제출해야 하여야 함
- 관세청 전자통관시스템(unipass.customs.go.kr)에서 '신고작성목록(FTA) 사용지침서'를 참고하여 전자 원산지증명서(e-CO)를 등록하면 됨
 - 신고서 사전입력자란에 원산지증서 전자데이터 상황이 제시되지 않는 경우 수입자는 세관 총서령 229호의 관련 규정에 따라 원산지 관련 보충신고를 해야 함. 즉, 협정세율 적용신청을 하고 관련 화물에 대한 담보를 제공하여 통관 수속을 진행해야 함

□ 1515.90.9090 들기름의 원산지 결정 기준은 다음과 같은 조건을 충족하여야 함

- 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것
- 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로, 직접 운송된 것으로 간주
 - 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것
 - 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것
 - 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하는 데 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것
- 상품이 비당사국에서 일시보관되는 경우, 그 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관 당국의 통제하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

2. 인증정보

□ 주요 가공식품 인증정보

① 중국 유기농 인증	인증마크	
	발행기관	국가인증인가 감독관리 위원회
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> 유기농제품 품질 향상, 유기농제품 인증관리 강화 및 환경보호 및 지속가능한 발전 추진 등을 목적으로 2001년 4월 인증제도 제정 가공 식품은 원료(물·염화나트륨 제외) 중 95% 이상이 유기농 식품 인증을 받아야 함 가공식품 기준 유기농식품 인증 소요 기간은 약 1년 반~2년 유기농 식품 인증 소요 비용은 약 8백만원 이상이나 원료의 종류·지배지 면적·생산량 등에 따라 소요 비용이 상이 중국에서 유기농식품 인증을 받은 한국 제품은 단 9개 ('16년 기준)
② 식품안전관리 인증 (HACCP)	인증마크	
	발행기관	식품의약품안전청

	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • HACCP는 Hazard Analysis and Critical Control Point의 약자로 식품의 생산, 가공, 제조, 준비 및 식용 등에 있어 소비자의 안전을 확보하고, 위험한 요소를 식별, 평가 및 제한하는 일종의 과학적이고 합리적이며 체계적인 인증 • 위험요소는 생물적, 화학적, 물리적 조건이 가지고 오는 건강에 유해한 영향을 말하며, 식품 생산 과정 중의 위험 예로 금속 찌꺼기, 살충제, 미생물 오염 등이 있음 • 가공 과정의 매 단계별 감시와 제한을 진행함으로써 위험 발생 확률을 낮춤
③ 녹색식품	인증마크	
	발행기관	유기녹색식품유한공사
	성격	선택
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • 1990년대 초에 추진된 농산품품질안정인증시스템으로 중국 소비자들이 식품에 대한 불신을 줄이기 위해 생긴 인증제도 • 생산 및 품질관리를 통해 취득가능하고 인증기준이 총 126개 항목으로 검수과정이 엄격함 • 전문기관의 인증에 따라 A급과 AA급으로 구분됨. A급은 일정 양의 화학품 사용이 허용되지만 AA급은 국제 유기농 제품과 같은 기준으로 적용받기 때문에 화학품의 사용이 금지됨 • 중국의 녹색식품 마크는 미국, 러시아, 호주 등 11개 국가에서 국제인증으로 등록할 만큼 신뢰도가 높음

3. 라벨링

□ 식품 라벨링 법률 근거: 식품안전법 제97조 중문라벨 규정

- 수입 예포장식품²⁰⁾과 식품첨가제는 반드시 중문라벨이 있어야 하며, 중국의 관련 법률, 행정법규의 규정과 식품안전 국가표준의 내용을 준수해야 함 중문라벨, 설명서가 없거나 규정을 따르지 않을 경우 수입할 수 없음
- 중국의 모든 포장 식품에는 중국어 라벨이 부착되어야 하고, 중국으로 수입되는 모든 식품에는 중국 위생부에서 발표한 GB 7718-2004의 기준에 부합해야 함
- 생산품의 이름, 생산자 명칭 및 주소가 중국어로 표시되어 있어야 하나, 수입상품의 경우에는 원생산자의 이름과 주소 대신 생산품 원산지, 수입자 내지 중국 내 판매자의 이름과 주소가 명확하게 표시되어야 하고 중국어 간체자로 표기되어야 함
- 해당 라벨을 표시하는 방법은 포장지 직접 인쇄 혹은 스티커 부착방식으로 구분되며, 포장지 직접 인쇄 시, 외국어가 중국어 문자 크기를 초과하지 못함
- 중문 라벨을 표시할 때 샘플 및 제출된 라벨 내용과 일치해야 하고 불일치 시 전체적인 라벨링 절차를 다시 거쳐야 하므로 사전에 점검이 필요함

□ 수입 식품 라벨 정보

표 3.7 중국 식품 라벨링 필수 표시사항

<ul style="list-style-type: none">• 식품 명칭/ 원산지• 생산업체의 명칭 및 주소와 연락 방식• 식품의 생산날짜, 품질보증기간, 저장조건• 순함량, 고형물 함량 (정량포장 식품일 경우)• 식품의 성분 또는 배합원료 리스트	<ul style="list-style-type: none">• 생산업체가 적용하는 제품 표준코드• 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준 요구 기준에 있을 경우)• 식품생산허가증 번호 및 QS 마크(생산허가증이 필요한 경우)• 수출국 식품위생인증로고• 경고마크 또는 중문 경고설명
---	--

20) 예포장식품(預包裝食品)은 벌크 상태가 아닌 일정 규격으로 정량 포장이 된 중량이나 체적이 일정한 식품을 말함

표3.8 수입식품 라벨 심사 절차 흐름도

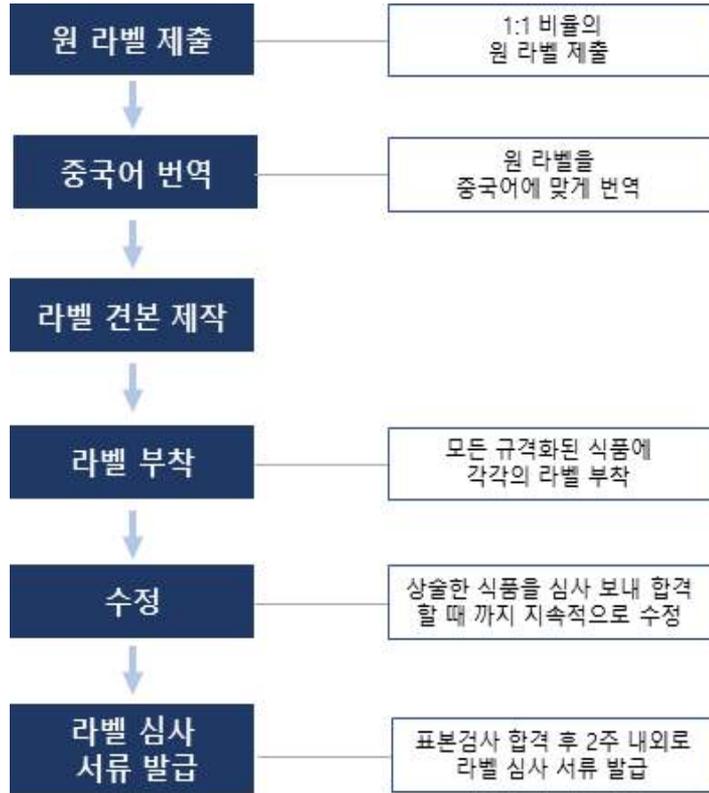


표 3.9 중국 라벨링 표시 상세

	항목	설명
1	표기 언어	중문 간체. 외국어를 동시에 사용할 수는 있으나 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함(상표, 수입 식품의 제조자 및 주소, 해외 판매자의 명칭 및 주소, 웹사이트 제외)
2	글자 크기	모든 외국어 표기는 외국어에 상응하는 한자보다 커서는 안 됨 (상표 제외)
3	제품명 또는 설명	식품 라벨에서 가장 잘 보이는 위치에 식품의 속 성을 반영하는 전용 명칭을 분명하게 표기해야 함
4	구성 성분	첨가량이 많은 순서로 하나씩 나열함. 첨가량이 2%를 넘지 않는 배합원료는 순서대로 나열하지 않아도 됨
5	순 중량	액체 식품은 리터(L, l), 밀리리터(mL, ml)를 사용하거나 또는 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용함 고체 식품은 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용함. 반고체 또는 점성 식품은 질량 단위인 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용하거나 부피단위인 리터(L, l), 밀리리터(mL, ml)를 사용함
6	제조자, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	중국에 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 하고 생산자 명칭, 주소 및 연락처는 표시하지 않음
7	원산지	수입 식품은 원산지 국가명 또는 지역명을 표기

8	포장일자, 유통기한	식품의 생산 일자 및 품질 보증 기간을 분명하게 표시해야 함. 만일 '포장재 어떤 부분을 참조하세요'의 형식이라면 해당 포장재의 구체적인 위치를 표시해야 함 일자 표시는 절대 별도의 스티커 부착, 보증인쇄, 수정을 할 수 없음
9	보관 조건	식품 라벨은 보관조건을 표시해야 함
10	식품생산허가증 일련번호	식품 생산허가증 일련번호 사전포장 식품 라벨은 식품 생산허가증 일련번호를 표시해야 함
11	제품 표준코드	수입 식품의 경우 표준코드 및 시퀀스 번호를 표시하지 않아도 됨
12	표시 위치	포장 용기에서 쉽게 눈에 띄는 면을 표시면으로 함

자료 : 중화인민공화국국가표준 식품안전 국가표준 사전포장 식품 라벨 통칙

□ 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 원료배합 - 유통기한 - 보관방법 - 제조일자 - 원산지 	

자료: 중국 현지 조사원

4. 식품첨가물 규정

□ 식품 첨가물 정의 및 식품 유형

- 중국의 모든 식품첨가물은 국가식품약품감독관리국에서 제시한 중국의 강제성 표준인 'GB2760-2014 식품첨가물 사용기준(食品添加剂使用标准)'에 반드시 부합해야 함
 - 식품첨가물이란 식품의 품질, 색, 맛, 부패를 개선하고 가공과정의 수요로 식품에 첨가하는 화학합성 혹은 천연물질을 말함. 영양강화제, 식품용 향신료, 껌베이스 캔디기 초제 물질, 식품공업용 보조제도 포함됨
- 식용유는 식품첨가물 규정에 나오는 식품유형목록 중 02.0류에 속하며 세부 분류는 다음과 같음
- 들기름은 식물성 기름에 분류되므로 식품 세부 분류 유형 중 02.01.01.01에 해당됨

표3.10 02.0류 세부 분류표

식품유형 분류번호	세부 분류번호	중국식품유형	중국식품 유형(번역)
02.0	02.01	基本不含水的脂肪和油	물 함유하지 않은 지방 및 기름
	02.01.01	植物油脂	식물성 유지
	02.01.01.01	植物油	식물유
	02.01.01.02	氢化植物油	수소화된 식물유
	02.01.02	動物油脂(包括猪油、牛油、魚油和其他動物脂肪等)	동물성 유지(돼지기름, 소기름, 생선 기름 및 기타 동물성 지방 등)
	02.01.03	无水黄油,无水乳脂	무수 버터, 무수 유지
	02.02	水油狀脂肪和乳化制品	수용성 지방 유화 제품
	02.02.01	脂肪含量80%以上的乳 化制品	지방 함량 80% 이상의 유화 제품
	02.02.01.01	黄油和濃縮黄油	버터 및 농축 버터
	02.02.01.02	人造黄油(人造奶油)及其類似制品(如黄油和 人造黄油混合品)	인공 버터 및 유사제품 (버터와 인공 버터 혼합품)
	02.02.02	脂肪含量80%以下的乳 化制品	지방 함량 80% 이하의 유화 제품
	02.03	02.02類以外的脂肪乳 化制品,包括混合的和(或)調味的脂肪乳 化制 品	02.02류 이외의 지방 유화 제품, 혼합 및(또는) 조미된 지방 유화 제품 포함
	02.04	脂肪類搗品	지방류 디저트
	02.05	其他油脂或油脂制品	기타 유지 또는 유지 제품

자료: 국가식품약품감독관리국(samr.cfda.gov.cn)

□ 식품 첨가물 사용 규정

- 식품첨가물의 사용 원칙, 사용이 허가된 식품첨가물 품목, 사용 범위 및 최대사용량 또는 잔류량을 규정하였음
- 식품첨가물 사용 원칙은 다음과 같음
 - 인체 건강에 어떠한 해도 끼쳐서는 아니 됨
 - 식품의 부패 변질을 은폐해서는 아니 됨
 - 식품 자체 또는 가공과정 중의 품질 결함 또는 혼합, 불량, 위조를 목적으로 식품첨가물을 사용해서는 아니 됨
 - 식품 자체의 영양 가치를 떨어뜨려서는 아니 됨
- 최대사용량은 식품첨가물 사용 시 허가된 최대 첨가할 수 있는 양을, 최대 잔류량은 식품첨가물 또는 해당 분해산물이 최종 식품에 잔류할 수 있도록 허락한 잔류량을 의미함
- 식용유 중국 수출 시 적용되는 식품첨가물 사용 규정은 표 <3.10>와 같음

표3.11 들기름 식품첨가물 사용 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량 (g/kg)	비고
항산화제	녹차 폴리페놀	tea polyphenol(TP)	0.4	유지 중 카테킨으로 계산
	녹차 폴리페놀 팔미테이트	tea polyphenol palmitate	0.6	
	테아플라빈	theaflavins	0.4	
	뷰틸레이트이드하이드록시애니졸	butylated hydroxyanisole (BHA)	0.2	유지 중의 함량으로 계산
	뷰틸레이트이드하이드록시톨루엔	butylated hydroxytoluene (BHT)	0.2	유지 중의 함량으로 계산
	감초 항산화제	antioxidant of glycyrrhiza	0.2	감초산으로 계산
	팔미트산아스코빌	ascorbyl palmitate	0.2	
	팔미트산아스코빌(효소)	ascorbyl palmitate (enzymatic)	0.2	
	프로필갈레이트	propyl gallate (PG)	0.1	유지 중의 함량으로 계산
	로즈메리추출물	rosemary extract	0.7	
	로즈메리추출물 (초임계 이산화탄소 추출법)	rosemary extract	0.7	
	옥시스테아린	oxystearin	0.5	

	솔비탄 모노라우레이트, 소르비탄 모노팔미테이트, 솔비탄 모노세트레이트, 소르비탄트리 스테아레이트, 폴리소베이트 80	Sorbitan monolaurate, sorbitan monopalmitate, sorbitan monostearate, sorbitan tristearate, sorbitan monooleate	15.0	
	삼차부틸하이드로퀴논	tertiary butylhydroquinone(TBHQ)	0.2	유지 중의 함량으로 계산
	비타민 E	vitamine E (dl- α -tocopherol ,d- α - tocopherol ,mixed tocopherol concentrate)	생산 수요에 따라 적량 사용	
	이노시톨헥사인산, 소듐파이테이트	phytic acid (inositol hexaphosphoric acid) ,sodium phytate	0.2	
	죽엽 산화방지제	antioxidant of bamboo leaves	0.5	
유화제	숙시닐 모노글리세라이드	succinylated monoglycerides	10.0	
	자당지방산에스터	sucrose esters of fatty acids	10.0	
유화제, 안정제	프로필렌글리콜지방산에스터	propylene glycol esters of fatty acids	10.0	
유화제, 안정제, 증점제, 항결제	폴리글리세롤 지방산	polyglycerol esters of fatty acids (polyglycerol fatty acid esters)	10.0	
유화제, 안정제	스테아릴젯산나트륨	sodium stearyl lactylate, calcium stearyl lactylate	0.3	

자료: 국가식품약품검역관리국(samr.cfda.gov.cn)



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 오프라인
3. 온라인

경쟁제품 개요

1. 유통채널별 가격 현황

❖ 오프라인

- 하이퍼마켓은 주로 올리브유가 10-20위안/100ml의 중간가격대로 판매되고 있음
- 백화점은 다양한 종류의 프리미엄 오일이 중고가 가격대에 판매되고 있음

❖ 온라인

- 중국산 들기름이 다양한 가격대(10-60위안/100ml)에서 판매되고 있음
- 한국산 참기름 및 포도씨유 제품이 중저가(9-11위안) 가격대에 판매되고 있음
- 올리브유는 하이퍼마켓에서 유통되는 가격대와 비슷한 수준임

❖ 유통별 제품 가격 분포표

(단위: 위안, 100ml 기준 가격)



2. 제품 포장 현황

- ❖ 현지 조사한 온·오프라인 유통 제품 중 2개 품목을 제외하고 모두 유리병 용기 사용

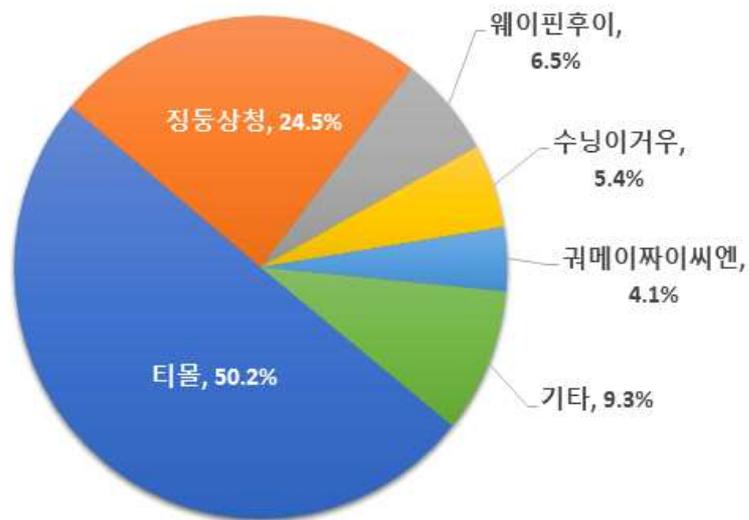
유리병						캔	

1. 경쟁제품 선정

- 중국의 들기름 오프라인 시장의 경우 중국 현지의 백화점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓을 현지 조사함
 - a.백화점의 경우 상해 신세계대완백화점 b.하이퍼마켓의 경우 월마트(Wal-Mart), 까르푸(Carrefour), 따룬과(大润发) 등을 방문함
 - 상술한 유통채널별로 주요 매장을 방문하여 매대에 가장 많이 진열되어 있는 제품 위주로 제품을 선정함

- 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율 1, 2위는 각각 티몰과 징둥상청
 - 온라인 채널의 경우 중국 티몰과 징둥상청 웹사이트를 참고하여 판매량이 많은 순으로 경쟁제품을 선정하여 조사를 진행

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中國電子商務研究中心)

2. 오프라인

□ 중국 상해의 오프라인 매장을 현지 조사한 결과 들기름이 판매되고 있지 않음

- 방문한 백화점 및 하이퍼마켓에서는 해당 제품을 판매하고 있지 않음
 - 수입산 식용유 대부분은 지중해 연안산의 프리미엄 식용유로 이탈리아, 스페인, 그리스산의 올리브유가 주를 이룸
- 프리미엄 식용유로는 대마유, 야자유, 호두유, 아보카도유, 올리브유, 포도씨유 등이 판매되고 있으며 100ml 당 평균 가격은 29.7위안임
 - 100ml 당 평균 가격이 가장 비쌌던 제품은 프랑스 라 투랑겔社의 야자유임 (60.2위안)
 - 프리미엄 식용유 중 올리브유가 비교적 저렴한 가격대를 형성하고 있으며, 수입산(캉스란)과 중국산(루화그룹)의 가격 차이가 미미한 수준임
- 동일 제품이 온라인에서 판매되는 경우, 오프라인 가격보다 평균 59% 저렴함
 - 경동상청(JD)의 판매가격 기준, 올리타리아 포도씨유는 오프라인보다 온라인에서 51%, 그로브 아보카도유는 74%, 라뚜란 야자유는 73%가 저렴하는 등 주로 수입산 브랜드의 경우 온·오프 상의 가격 차이가 크게 남

표4.2 100ml 당 경쟁제품 가격 비교 및 평균가격 도출

(단위: 위안)



자료: 중국 현지조사원

□ 오프라인 경쟁제품 정보

구분		제품 #1	제품 #2
이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품스펙	제조사	뉴질랜드 아보카도 오일 유한책임회사 (Avocado Oil New Zealand Ltd)	프랑스 라 투랑젤 (LA TOURANGELLE)
	제품명	그로브 엑스트라 버진 아보카도 오일 (柯羅芙 初榨牛油果油)	라두란 월넛 오일 (拉杜藍 喬核桃油)
	포장 용기	유리병	캔 용기
	성분	아보카도 오일	100 % 순수 호두 기름
	조사매장	상해시 신세계대원백화점 (上海市新世界大丸百貨)	상해시 신세계대원백화점 (上海市新世界大丸百貨)
	용량(g)	250ml	500ml
	제품가격	148위안(약 24,035원)	198위안(약 32,155원)
	유통기한	3년	2년
기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 불포화 지방산 77%, 오메가-6 9%, 오메가-3 0.5% 등 건강한 성분 다량 함유 강조 • 온라인에서는 영유아에 이상적인 식용유로 마케팅하며 영유아 식품관에서 판매 중 • 경동상청(JD)에서는 109위안(250ml)에 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> • 150년 전통방식을 고수하여 호두유를 수제제작함 • 풍부한 영양성분 함유로 임신부 및 영유아가 섭취하기 이상적임을 홍보 • 경동상청(JD)에서는 79위안(500ml)에 판매 중 	

구분		제품 #3	제품 #4
이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	제조사	이탈리아 올리타리아 유한주식회사 (意大利奧尼股份有限公司)	스페인 아세이메 이바라 (Aceites Ybarra S.A)
	제품명	오우니 포도씨유 (奧尼 葡萄籽油)	칸스란 엑스트라 버진 올리브 오일 (康仕蘭 特級初榨橄欖油)
	포장 용기	유리병	유리병
	성분	포도씨유	엑스트라 버진 올리브 오일
	조사매장	따룬파 평형관점(大潤發平型關店)	따룬파 평형관점(大潤發平型關店)
	용량(g)	500ml	750ml
	제품가격	78위안(약 12,667원)	78위안(약 12,667원)
	유통기한	2년	2년
기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> 천연 성분인 안토시아(O.P.C), 약 68% 불포화지방산 등 건강 성분 다량 포함 현재 120개국에서 제품 판매 중 경동상청(JD)에서는 동일 품목 79위안에(1,000ml) 판매 중 	-	

구분		제품 #5	제품 #6
이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품 스펙	제조사	산동루화그룹유한회사 (山東魯花集團有限公司)	산동루화그룹상무유한회사 (山東魯花集團商貿有限公司)
	제품명	루화 엑스트라 버진 올리브 오일 (魯花 特級初榨橄欖油)	구어얼 엑스트라 버진 올리브 오일 (果爾 特級初榨橄欖油)
	포장 용기	유리병	유리병
	성분	스페인산 원료의 100% 엑스트라 버진 올리브유 (산도 $\leq 0.6\%$)	엑스트라 버진 올리브 오일
	조사매장	따룬파 평형관점(大潤發平型關店)	따룬파 평형관점(大潤發平型關店)
	용량(g)	258ml	750ml
	제품가격	31위안(약 5,034원)	96위안(약 15,590원)
	유통기한	3년	2년
	기타 특징	-	-

구분		제품 #7	제품 #8
이미지	제품 앞면		
	제품 뒷면		
제품스펙	제조사	프랑스 라 투랑젤 (LA TOURANGELLE)	광서바마인상생활체험산업 유한회사 (广西巴馬印象生活體驗產業 有限公司)
	제품명	라뚜란 버진 야자유 (拉杜藍 喬初榨椰子油)	바마 대마유 (巴馬 火麻油)
	포장 용기	유리병	캔 용기
	성분	100% 버진 야자유	대마유
	조사매장	상해시 신세계대완백화점 (上海市新世界大丸百貨)	상해시 신세계대완백화점 (上海市新世界大丸百貨)
	용량(g)	314ml	500ml
	제품가격	189위안(약 30,694원)	139위안(약 22,574원)
	유통기한	2년	1년 6개월
기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> 라우르산, 중쇄지방산, 비타민E 등 영양 성분다량 함유 경동상청(JD)에서 최저가 138위안(314ml)에 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> 알파리놀렌산 55%이상 함유 야생채취하여 농약 및 중금속 잔류물이 없음 	

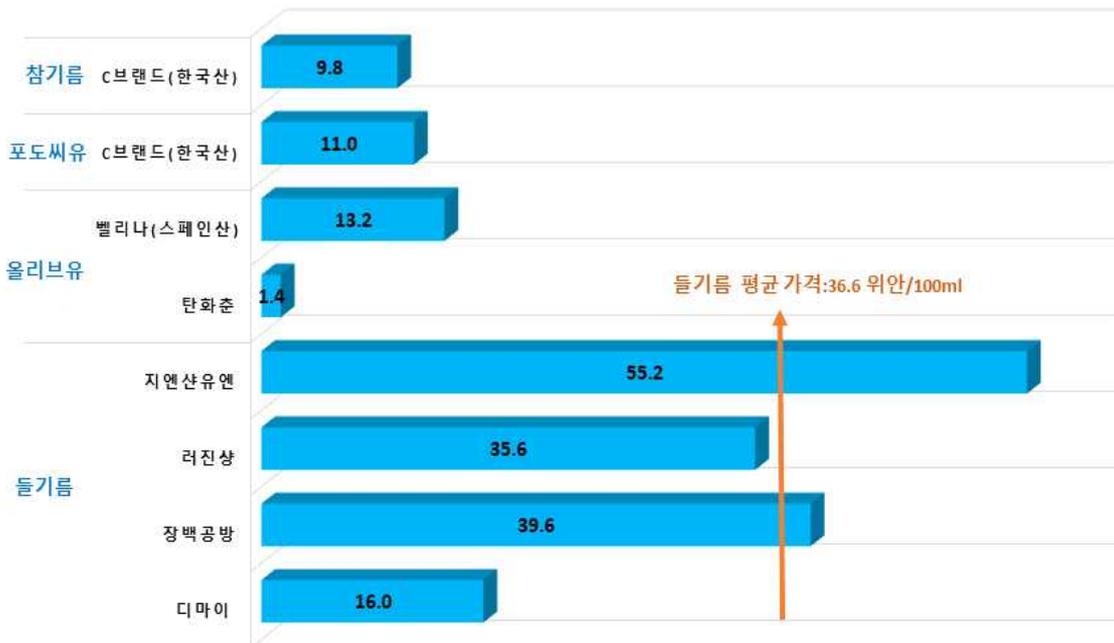
3. 온라인 경쟁제품

□ 중국 온라인 들기름 평균 가격은 148.5위안(약 24,116원), 평균 용량은 437.5g

- 중국산 들기름 제품들의 100ml당 평균 가격은 36.6위안
- 인기 프리미엄유인 올리브유의 경우, 중국산과 수입산(스페인산) 제품의 100ml 당 가격 차이는 9배 이상임
- 한국산 참기름 및 포도씨유가 각각 49위안, 99위안으로 판매되고 있으며 모두 C 브랜드의 제품임
 - 참기름과 포도씨유의 100ml 당 가격은 각각 9.8위안, 11.0위안으로 현지산 들기름 100ml 당 평균 가격의 1/3 보다 낮은 수준임

표4.2 100ml 당 경쟁제품 가격 비교 및 평균가격 도출

(단위: 위안)



자료: 티몰(Tmall), 경동상청(JD)

□ 국제인증 다수 보유 및 알파리놀렌산 함유율 강조

- 조사한 중국산 들기름 제품 중 3개 품목이 미국 FDA 인증, USDA 유기농인증, 일본 및 중국 유기농인증, 할랄인증 등의 국제인증을 다수 보유한 것으로 확인됨
- 모든 제품이 평균 60~70%의 알파리놀렌산 함유하고 있으며 이를 강조하여 홍보함

□ 온라인 경쟁제품 정보

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국/허베이성	중국/길림성
제품 스펙	제품명	디마이 들기름(帝麥 蘇子油)	장백공방 유기농 들기름(長白工坊 有机紫蘇籽油)
	제조사	하북가풍식물유유한공사(河北家丰植物油有限公司)	길림시성기실업유한공사(吉林市圣基實業有限公司)
	유통기한	1년	1년 6개월
	제품가격	80위안(약 13,136원)	198위안(약 32,512원)
	중량	500ml	500ml
	성분	들기름	유기농 들기름
	관련 인증	SC인증(SC10213042500074)	<ul style="list-style-type: none"> SC인증(SC10222028320678) USDA 유기농 인증 유럽유기농 인증(ECOCERT) 중국 유기농 인증 일본 유기농 인증(JAS) 할랄인증
	기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> 저온 냉압착 방식으로 가공 알파리놀렌산 60-70% 함유 경동상청 판매량 1위('18.09.1 기준) 	<ul style="list-style-type: none"> 알파리놀렌산 66.7% 함유 유럽, 미국, 호주, 일본 등 20개국에 수출 중 일본 고급 백화점(이세탄, 도큐백화 등)에 진열된 제품 사진을 홍보하며 품질이 우수함을 강조 티몰 판매량 1위('18.09.11 기준)로, 누적리뷰 수가 13,000개가 넘음

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국/길림성	중국/광시성
제품 스펙	제품명	러진상 들기름(樂金香 蘇子油)	지엔산유엔 들기름 (康膳源 蘇籽油)
	제조사	길림성백리생물과기유한공사 (吉林省百利生物科技有限公司)	강서건선원유지유한공사 (江西康膳源油脂有限公司)
	유통기한	1년 6개월	1년 6개월
	제품가격	178위안(약 28,907원)	138위안(약 22,411원)
	중량	500ml	250ml
	성분	들기름	들기름
	관련 인증	<ul style="list-style-type: none"> • SC인증(SC10213042500074) • 미국 FDA 인증 • NSF 인증 • 코셔 인증(Kosher certificate) • 할랄인증 등 	<ul style="list-style-type: none"> • QS인증(QS360002010128) • USDA 유기농 인증 • 유럽 유기농 인증 (ECOCERT) • 중국 유기농 인증 • 일본 유기농 인증(JAS) • 할랄인증
	기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 저온 냉압착 방식으로 가공 • 리놀렌산 64% 이하 함유 • 글로벌 건강식품 및 약품 회사와 파트너 관계를 구축하고 있음을 강조(Black mores, Swisse, Jamieson 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 저온냉압착방식으로 가공 • 리놀렌산 66.7% 함유 • 아플라톡신 등과 같은 화학 잔류물이 없고 천연영양 성분이 풍부함을 강조 • 영양이 풍부한 흑토로 유명한 내몽고산 원료를 가공해서 만들었음을 강조

구분		제 품 #5	제 품 #6
제 품 이 미 지	제 품 이 미 지		
	원산지	한국	한국
제 품 스펙	제품명	C 브랜드 포도씨유 (希杰 葡萄籽油)	C 브랜드 참기름 (希杰 芝麻油)
	제조사	C사	C사
	유통기한	2년	2년
	제품가격	99위 안(약 16,077원)	49위 안(약 7,958원)
	중량	900ml	500ml
	성분	포도씨유	참기름
	관련 인증	-	-
	기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> 티몰(Tmall)과 경동상청(JD)에서 모두 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> 티몰(Tmall)에서 판매 중

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지		
	원산지	중국/길림성	중국/광시성
제품 스펙	제품명	탄화춘 동백 올리브유 (探花村 山茶橄欖)	베리나 특급 버진 올리브유 (蓓琳娜 特級初榨橄欖油)
	제조사	태화현황지차유개발유한공사 (泰和縣皇脂茶油開發有限公司)	스페인 벨리나 (Spain Bellina)
	유통기한	1년 6개월	2년
	제품가격	69.9위안(약 11,352원)	99위안(약 16,078원)
	중량	5,000ml	750ml
	성분	옥수수유(55%), 유채유(43%), 동백유(1%), 올리브유(1%)	특급 버진 올리브유 (산도 ≤ 0.8%)
	관련 인증		유럽 PDO(원산지보호)인증
	기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> GMO 제품이 아님을 강조 올리브유 제품으로 판매되고 있으나 절반 이상이 옥수수유이며, 실제 올리브유 함유율은 1%에 불과함 티몰(Tmall) 올리브유 판매량 1위('18.09.11기준) 	<ul style="list-style-type: none"> 스페인 남부의 대규모 올리브 재배 지역인 Baena에서 생산되었음 강조 2018년 4-6월에 생산된 신선한 제품임을 강조



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

o 방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사

- 온라인 쇼핑몰 분석
- 키워드: 들기름(苏子油, 紫苏籽油, Perilla Seed Oil 등)

o 방법론 02. 오프라인 매장 조사

- 현지 유통채널 방문
- ‘들기름’의 현지조사원 조사 실행

(※ 들기름이 판매되고 있지 않아, 업체의 요청대로 ‘프리미엄 식용유’를 중점적으로 현지조사함)

o 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

프랑스	이탈리아	중국	한국
La Tourangelle	Olitalia	魯花	C사
			

2. 경쟁사 분석

□ La Tourangelle (라 투랑겔)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 중세시대 때부터 장인인 Maître Moulinier에 의해 전수된 기술을 사용하여 수공방식으로 원료 채취 및 가공을 하는 프랑스 프리미엄 오일 제조 및 가공업체 - 호두유, 아보카도유, 호박씨유 등 다양한 종류가 있으며 중국에서는 영유아 전용의 식용유 제품도 판매되고 있음 - 한국에서는 C 브랜드와 기술 협업하여 2016년 프리미엄 코코넛 오일을 출시한 사례가 있음 		
	기업명	라 투랑겔 (La Tourangelle)	설립년도
국가	프랑스	위치	Zac De La Ronde Neuille, Maine Et Loire, 49680 France
취급품목	쇼트닝, 식용유, 마가린 등	홈페이지	latourangelle.com
제품			

□ Olitalia (올리타리아)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 이탈리아 식품 기업인 쥬세페 크레모니니(Giuseppe Cremonini)의 계열 브랜드로, 대표적인 올리브유 생산 기업으로 널리 알려져 있음 - 현재 전세계 118개국에 수출 중이며 탄탄한 글로벌 유통망과 판매력을 보유하고 있음 		
	기업명	Olitalia (올리타리아)	설립년도
국가	이탈리아	위치	Via Antonio Meucci 22/A Forlì, Forlì-Cesena, 47122 Italy

취급품목	각종 식용유(포도씨유, 올리브유, 해바라기씨유, 호두유 등)	홈페이지	www.olitalia.it
제품			

□ 鲁花 (루화)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 농산품 분야의 대형 민영기업으로 2만명이 넘는 종업원 수, 33개가 넘는 생산기지를 보유하고 있으며 식용유생산 능력은 연간 150만톤임 - 루화그룹은 2008년 이후 땅콩유 식용유를 생산 및 판매하기 시작했으며 현재 중국의 대표적인 땅콩유 브랜드로 자리잡음. 대표제품은 '루화 5S 1급압축 땅콩유' 		
기업명	산동루화그룹유한회사 (山東魯花集團有限公司)	설립년도	2001년
국가	중국	위치	No. 39 Longmen East Road, Laiyang, Shandong
취급품목	식용유, 간장 등	홈페이지	www.luhua.cn
제품			

□ C사(한국)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - C그룹의 식품과 바이오 사업 부문을 담당하고 있는 핵심 계열사이자 한국 1위의 종합식품회사로 한식의 세계화를 목표로 연구개발 및 제품생산에 주력함 - 식품사업으로는 밀가루, 양념장, 감미료, 유지류 등의 제품을, 바이오 사업으로는 발효제 및 아미노산 사료 제품을 생산하고 있음 - 한국에서는 1979년부터 식용유 사업을 시작했으며 1995년 처음 중국에 진출하여 현재 베이커리, 사료, 식품 분야의 중국 법인을 보유하고 있음 		
기업명	C사	설립년도	1953년
국가	한국	위치	-
취급품목	설탕, 밀가루, 식용유등 첨가물, 의약품 등	홈페이지	-
제품			

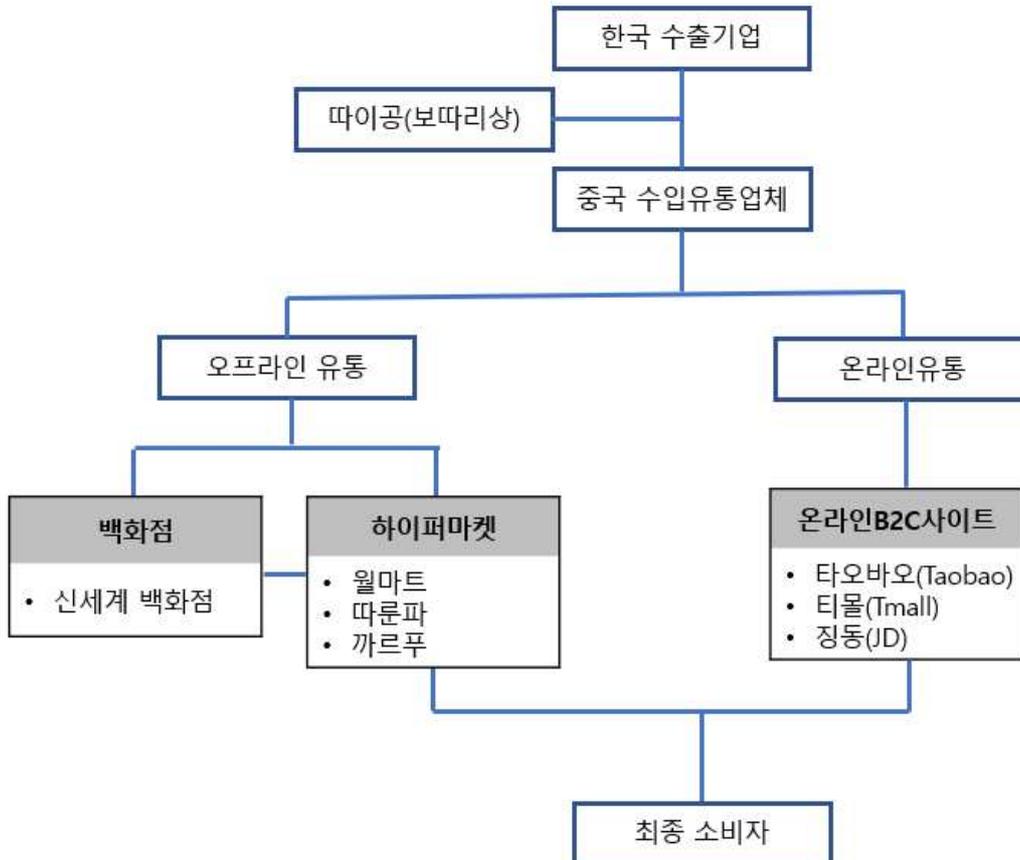


VI. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 채널 분석**

1. 유통채널 개황

표 6.1 들기름 유통채널



1) 오프라인 유통채널

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 채널이 주요 유통채널

- 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 등을 들 수 있음
 - 2017년 기준 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액 비중은 전체 유통채널 매출액의

약 59.3%를 차지함

- 월마트, 까르푸, 메트로와 같은 외국 유통 체인은 국내 선도 유통 체인인 백가드, 용후이 마트와 치열한 경쟁을 하고 있음
 - 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
- 현지 조사를 위해 방문한 유통채널에서는 모두 들기름을 판매하고 있지 않았음

표 6.2 2017년 유통채널별 시장 점유율

(단위: %)

유통채널명		2014년	2015년	2016년	2017년(f)
일반유통	합계	58.5	60.1	62.3	63.8
	편의점	3.4	3.5	3.6	4.2
	할인점	0.3	0.3	0.3	0.3
	하이퍼마켓	15.9	16.5	17.3	17.9
	슈퍼마켓	38.9	39.9	41.0	41.4
전통 소매점	합계	35.6	33.0	29.5	27.1
	식품,음료,담배판매상	0.8	1.0	1.2	1.3
	개인소매점	19.2	17.7	15.5	14.0
	기타 소매점	15.6	14.3	12.8	11.8
온라인 유통	합계	5.9	6.9	8.2	9.1

자료: Euromonitor International

표 6.3 2016년 중국의 주요 외국 자본 소매점 체인점 순위

(단위: 백만 달러, %)

매출액 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%	2929	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: USDA보고서(www.fas.usda.gov)

□ 백화점 유통채널

- 일반적으로 중급 백화점은 매장 내에 중소형 슈퍼마켓을 운영하고 있는데 반해 고급 백화점은 식품매장을 운영하지 않는 경우가 많음
 - 식품류는 백화점보다는 대형마트 판매 비중이 압도적으로 높음
- 중국 신화통신의 보도자료에 따르면, 2016년 기준으로 매출이 하락한 중국 백화점 유통업체비율이 60%를 상회함
 - 이유는 중국의 경기침체와 중국 온라인 시장의 활성화 때문인 것으로 분석됨
- 이를 타개하기 위해 최근 오프라인 대형 매장은 온·오프라인 결합을 통해 신유통²¹⁾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 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 대상으로 하는 시장에는 쉽게 진입할 수 있으나, 현지인을 대상으로 하는 시장으로의 확장에는 한계 존재
 - 최근 중국인들의 이용이 증가하고 있으나, 기본적으로 교민을 대상으로 하는 한정된 시장에서 유통되기 때문에 시장 확장에 결정적 한계 있음

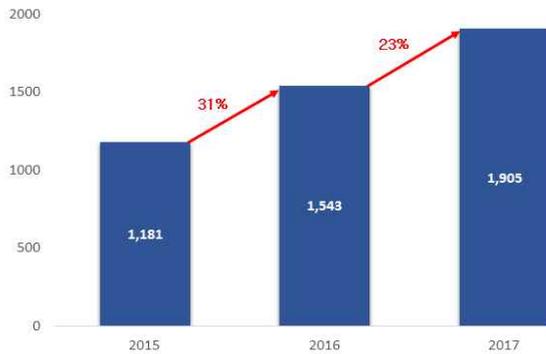
21) ICT 기술 또는 온·오프라인의 결합을 통해 고객의 관심을 유도하는 새로운 유통형태

□ 고속 성장 중인 편의점 채널

- 2017년 중국 내 편의점 산업은 전년 대비 23% 성장하였고, 편의점 개수가 10만 개를 돌파함
 - 시장조사기관인 리서치앤마켓츠의 2017년 6월 보고서에 따르면 편의점 산업은 향후 중국에서 가장 유망한 산업이 될 전망이다
 - 중국 내 편의점 브랜드는 약 260개이며, 약 1만 개가 넘는 점포를 보유하고 있는 메이자(美宜佳)가 중국 내 최대 편의점 브랜드임

표 6.4 중국 편의점 산업 매출현황(2017)

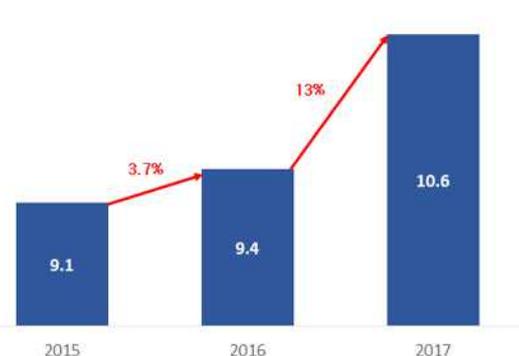
(주유소 편의점 포함, 단위: 억 위안)



자료: 중국연소경영협회(CCFA, www.cdfa.org.cn)

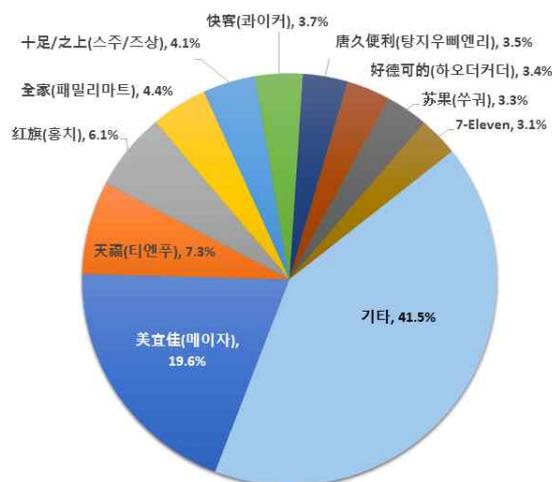
표 6.5 2017년 중국 내 편의점 개수

(주유소 편의점 포함, 단위: 만 개)



자료: 중국연소경영협회(CCFA, www.cdfa.org.cn)

표 6.6 2017년 중국 편의점 브랜드별 점유율



※주유소 편의점 제외

자료: 중국연소경영협회(CCFA, www.cdfa.org.cn)

- 편의점은 지역별 발전수준과 유사한 양상을 나타내는 바, 남쪽 연안지역에 주로 분포
 - 1선 도시 중 상하이와 선전 지역의 편의점 발전수준이 가장 높음
 - 홍치(红旗)는 청두, 탕지우(唐久)는 타이위안, 메이자(美宜佳) 및 티엔푸(天福)는 광둥 등 각 브랜드마다 점포가 특정 지역에 집중되어 분포하고 있는 양상을 띠고 있음
 - 수입식품의 소비는 주로 동부 연해 지역을 중심으로 장쑤, 저장, 광둥, 베이징, 상하이가 가장 많음

2) 온라인 유통채널

□ 2016년 기준 중국의 B2C 온라인 쇼핑 시장 1, 2위를 기록한 티몰(TMALL)과 경동(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 6.8 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 상해지부

□ 중국의 식품 분야 온라인 쇼핑몰

- 我买网(Womai)은 글로벌 500대 기업인 중양그룹(中糧集團)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 위안에 달함

표 6.9 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 顺丰그룹이 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 상해지부

2. 주요 유통채널 분석

□ 상해 신세계 대원백화점 (上海新世界大丸百货)

기업개요				
	<ul style="list-style-type: none"> • 상해신남동항목관리 유한회사와 일본 다이마루 마츠자카야 온라인 쇼핑몰과 합작하여 만들어진 백화점으로, 남경동로 하남중로에 위치하고 있음 • GUCCI, Dolce & Gabbana, Tiffany & Co, Bottega Veneta, Salvatore Ferragamo, Burberry 등 유명 브랜드의 제품이 입주하고 있고, 총 면적 12만평의 규모임. • 한국산 제품으로는 불닭볶음면, 컵라면, 김, 김치 등이 진열되어 있었으며 들기름은 판매되고 있지 않음 • 수입산 브랜드인 Borges, Pietro coricelli, Grove, Brändle, La Tourangelle 등의 프리미엄 식용유가 주로 70-150위안 대에 판매되고 있음 			
	D-U-N-S® Number	65-440-1652	설립연도	1996년
	매장 위치	No. 228 Nanjing East Road, Huangpu District, Shanghai	종업원 수	1,000명 이상
	매출액	약 4억 달러	매장 수	-
	대표전화	+86-021-69788888	홈페이지/이메일	www.newworld-daimaru.com/index.asp
매장전경				

□ 大润发平型分店 (따론과 평형관점)

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 수입식품 코너가 있으며 한국산 김 제품이 많이 진열되어 있으나 들기름은 판매되고 있지 않음 • 수입산 브랜드인 Olitalia, Borges, Filippo Berio, Mueloliva, Farchioni 등의 프리미엄 식용유가 주로 50-100위안 대에 판매되고 있음 		
	D-U-N-S® Number	65-725-5956	설립연도
매장 위치	Rt-Mart Office, No.255, Jiangchang (W) Rd., Zhabei Dist., Shanghai, Shanghai, 200436 China	종업원 수	약 56,000명
매출액	약 7억 달러	매장 수	-
대표전화	+86-021-56657857	홈페이지/이메일	www.rt-mart.com.cn
매장전경	 		

□ Carrefour (까르푸 상해 류주점)

기업개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Carrefour는 현재 전 세계 30개 이상 국가에서 약 12,000개의 점포를 운영하고 있음 - 세계 최대 유통업체 중 하나로 프랑스에 본사를 두고 있음 - 사드 논란 이후 Carrefour 매장에 진열된 한국 제품이 대폭 줄었지만, 과자, 라면 등 식품이 많이 진열되고 있음 		
D-U-N-S® Number	52-967-9595	설립연도	1959년(본사)
매장 위치	Zhongxing City, No. 271 Qinzhou South Road, Xuhui District, Shanghai B1	종업원 수	1,000명 이상
매출액	약 300만 달러 (전체 상해 매장 기준)	점포 수	11,000여개 이상
대표전화	+86-021-62544494	홈페이지/ 이메일	www.carrefour.com.cn
매장전경			

[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. 「China: Oilseeds and Products Update」, USDA, 2017.11.07
4. 「Edible Oils in China」, Euromonitor International, 2017.11.
5. 「중국 온라인 쇼핑 시장 현황 및 시사점」, KITA Market Report, 2017.11.
6. 「2017 중국 신유통 채널현황」, 한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2018.03.13
7. 「중국 통관일체화(通関一体化) 제도 분석 및 시사점」, aT한국농수산물유통공사, 2018.02.08
8. 「2017 중국 농식품 수출 통관가이드북」, aT한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2018.01
9. 「유전자변형농산물(GMO)의 현황 및 제도 : EU, 미국, 일본, 중국을 중심으로」, aT한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2015.02.02
10. 「중국 국가표준화관리위원회 상품 QR코드 국가 표준화 발표」, aT한국농수산물유통공사, 2017.11.13
11. 「2015 중국식품인증제도와 중국수출절차」, aT농식품수출정보(KATI), 2015.12.31
12. 「2018년 중국편의점발전보고」, CCFA&BCG, 2018.05

■ 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. 한국수출입은행 해외경제연구소, keri.koreaexim.go.kr
5. International Trade Centre, www.trademap.org
6. 중국관세청, www.customs.gov.cn
7. 티몰(天猫), www.tmall.com
8. 경동상청(京东商城), www.jd.com
9. 중상정보망(中商情报网), www.askci.com
10. 매구망(买购网), www.maigoo.com
11. 중국질량망(中国质量网), www.caq.org.cn
12. 소후닷컴(搜狐), www.sohu.com
13. 중량집단유한공사(COFCO, China National Cereals, Oil Foodstuffs Import Export), www.oilfat.com
14. 글로벌식품전람망(环球食品博览网), www.ifooday.cn
15. 미국유지화학회(AOCS, American Oil Chemists' Society), www.aocs.org
16. 국제올리브협회(IOC, International Olive Council), www.internationaloliveoil.org
17. 중국산업정보망(中国产业信息网), www.chyxx.com
18. 중국보고망(中国报告网), www.chinabaogao.com
19. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
20. 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
21. 중화인민공화국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA, 国家食品药品监督管理总局), samr.cfda.gov.cn
22. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhfpc.gov.cn

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1806-14

품목: 들기름(Perilla Oil)

국가: 중국(China)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 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 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.