

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-32
품목 | 가공우유(Processed Milk)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 홍콩(Hong Kong)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 홍콩 유제품 및 계란류 시장규모	06
2. 홍콩 우유 시장규모	07
3. 홍콩 가공우유 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위 : '비타소이'	11
2. 홍콩 가공우유 성분 키워드 1위 : '칼슘'	12
3. 효능/홍보문구 키워드 1위 : '저당'	13

IV. 유통채널

1. 홍콩 가공우유 유통채널 점유율	15
2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널	16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 홍콩 가공우유 통관 및 검역 절차	25
2. 홍콩 가공우유 품질 인증	27
3. 홍콩 가공우유 라벨링	31
4. 홍콩 가공우유 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 에이치케이티비몰(HKTVmall)	42
2. 체리샵 HK(Cherryshop HK)	44
3. 유에싱(Yueshing)	46

※ 참고문헌	48
--------	----





HS CODE : 2202.99-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

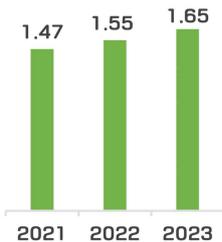
SUMMARY

홍콩 가공우유 시장

시장 현황

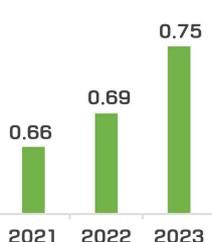
유제품 및 계란류 시장규모

단위 : 십억 달러



우유 시장규모

단위 : 십억 달러

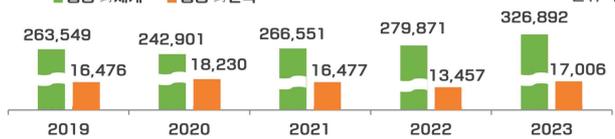


수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

■ 홍콩 對 세계 ■ 홍콩 對 한국

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

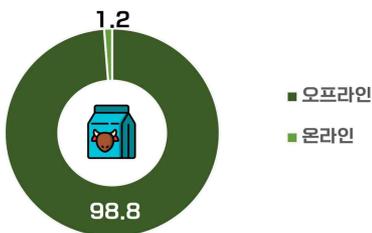
빅데이터 분석



* 홍콩 에이치케이데이터빌 우유 355건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본 세율 0%

사전 준비
AEO 제도 활용 시 통관 혜택 有
식품환경위생부(FEHD)에
사전 등록 확인 필요

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
상품명, 성분, 보관 및 사용 방법,
순종량, 제조사 정보, 유통기한,
영양성분, GMO 정보 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



YUE SHING TRADING COMPANY LIMITED

Point 01.

시장 수요 최근 다양한 맛의 가공우유 제품이 인기를 끌고 있음. 특히, 바나나 맛이 주요 중요한 트렌드로 부각되고 있음
유통채널 고급 슈퍼마켓 및 온라인 판매 채널을 권장함. 또한, 우유 제품은 무게가 무거우므로 온라인에서 구매하는 경향이 높음
홍보 전략 소셜 미디어의 시딩 캠페인 등으로 제품 인지도를 높이는 것이 중요함. 인기 캐릭터를 활용한 광고 및 프로모션 전략도 효과적임

Point 02.

패키징 피드백 홍콩 소비자들은 대체로 테트라팩 포장을 선호하며, 일회용 빨대는 필수로 포함되어야 함
제품 가격 피드백 홍콩 내 가공우유의 평균 가격은 5-10 홍콩달러임. 고객사 제품의 가격은 합리적이지만 온라인 판매 시 다소 비쌀 수 있으므로, 대량 구매 시 할인을 제공하는 전략이 필요함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 홍콩 유제품 및 계란류 시장규모
2. 홍콩 우유 시장규모
3. 홍콩 가공우유 수입규모

1. 홍콩 유제품 및 계란류 시장규모

● 홍콩 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,113.76km ²
인구	750만 3,000명
GDP	3,835억 달러
GDP (1인당)	5만 889달러

▶ 홍콩 2023년 유제품 및 계란류 시장규모 2.2조 원²⁾³⁾⁴⁾

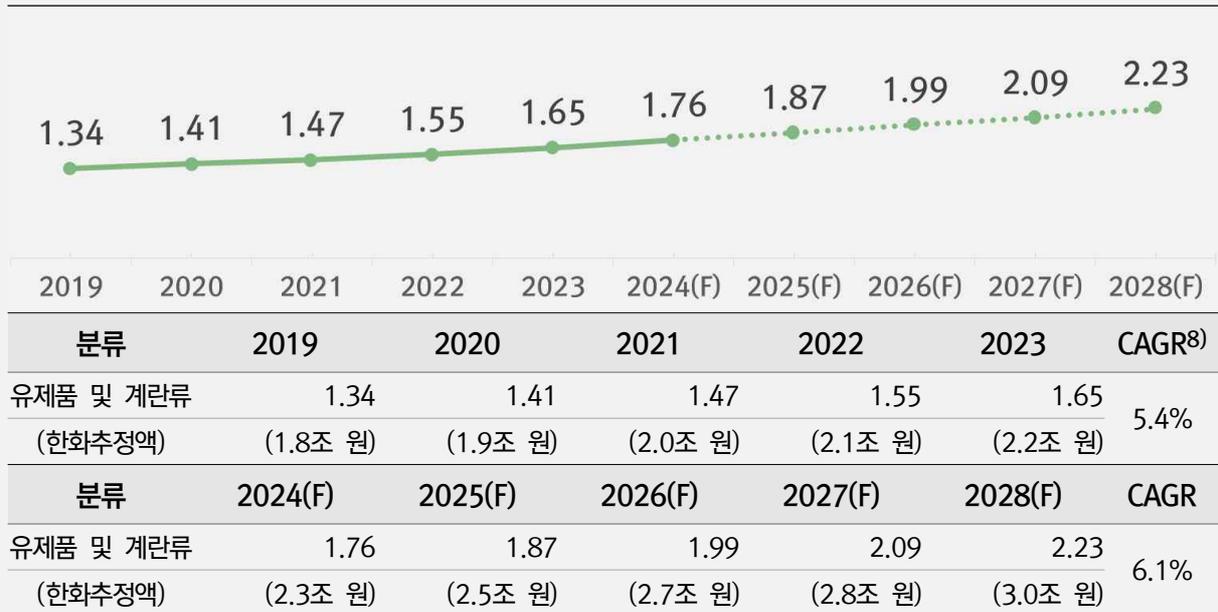
2023년 기준 홍콩의 유제품 및 계란류 시장규모는 2.2조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.4%씩 증가한 수치임. 홍콩의 유제품 및 계란류 시장은 14.5조 원 규모인 한국 유제품 및 계란류 시장의 약 15% 수준의 규모를 가진 것으로 나타남

▶ 홍콩 유제품 및 계란류 시장, 향후 연평균 6.1% 성장 전망

홍콩의 유제품 및 계란류 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 6.1%씩 성장하여 2028년에는 3.0조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 최근 홍콩 내에서는 건강 측면에서 이점이 있는 유기농, 저당, 저칼로리, 식물성 제품 등이 각광받고 있음. 또한, 최근 물가 상승으로 인해 중국 본토에서의 식료품 구입이 증가하는 등 홍콩 소비자들의 가격 민감도가 높아진 상황⁵⁾이므로, 건강과 가격 요인을 충족하는 제품군의 증가가 향후 시장의 성장을 주도할 것으로 전망됨⁶⁾

[표 2.1] 홍콩 유제품 및 계란류 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 주홍콩대한민국총영사관, '1.홍콩 약황', 2024.03
- 2) 자료: 스탯시타(Statista), 'Dairy Product & Eggs - Hong Kong', 2024.09
- 3) 스탯시타에 따르면, '유제품 및 계란류(Dairy Product & Eggs)'은 각종 유제품과 계란을 포함함
- 4) 조사제품 '가공우유'의 제품 유형을 고려해 '우유(Milk)'의 시장규모와 상위시장인 '유제품 및 계란류'의 시장규모를 조사함
- 5) 자료: KATI농수산물수출정보, '[홍콩] 2024년 홍콩 식품 트렌드', 2024.08
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 홍콩 우유 시장규모

▶ 홍콩 2023년 우유 시장규모 1.0조 원⁹⁾¹⁰⁾

2023년 기준 홍콩의 우유 시장규모는 1.0조 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 6.2%씩 증가한 것으로 확인됨. 홍콩의 우유 시장규모는 6.4조 원 규모인 한국 우유 시장의 약 15% 수준이며, 소비의 절반가량을 국내에서 생산하는 한국과 달리 홍콩은 지역 특성상 원유 및 유제품의 원료를 전량 수입에 의존하고 있음¹¹⁾

▶ 홍콩 우유 시장, 향후 연평균 4.8% 성장 전망

홍콩의 우유 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.8%씩 성장하여 2028년에는 1.3조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 아시아에서 구매력이 가장 높은 축에 속하는 홍콩 소비자들의 프리미엄 및 수입 유제품에 대한 꾸준한 수요 증대가 홍콩 우유 시장의 성장을 주도하고 있으며, 좁은 면적 위에 밀도 높게 발달한 홍콩의 유통망은 이러한 우유 시장의 성장을 뒷받침할 것으로 전망됨¹²⁾

[표 2.2] 홍콩 우유 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

9) 자료: 스탯시타(Statista), 'Milk - Hong Kong', 2024.09

10) 스탯시타에 따르면, '우유(Milk)'는 소, 양, 염소 등 포유동물에게서 유래한 우유를 포함함

11) 자료: KATI농수산물수출정보, '[홍콩] 성장세를 이어가는 홍콩의 우유 시장과 원산지표시 문제', 2024.08

12) 스트래티지헬릭스(StrategyHelix), 'Hong Kong Milk Market 2024', 2024

3. 홍콩 가공우유 수입규모

● HS CODE 2202.99

해당 장에서 조사제품 가공우유는 HS CODE 2202.99으로 분류됨. HS CODE 제2202호의 품명은 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료'이며, HS CODE 2202.99의 품명은 '기타로 확인됨'

▶ HS CODE 2202.99 홍콩의 對글로벌 수입액, 4,363억 원

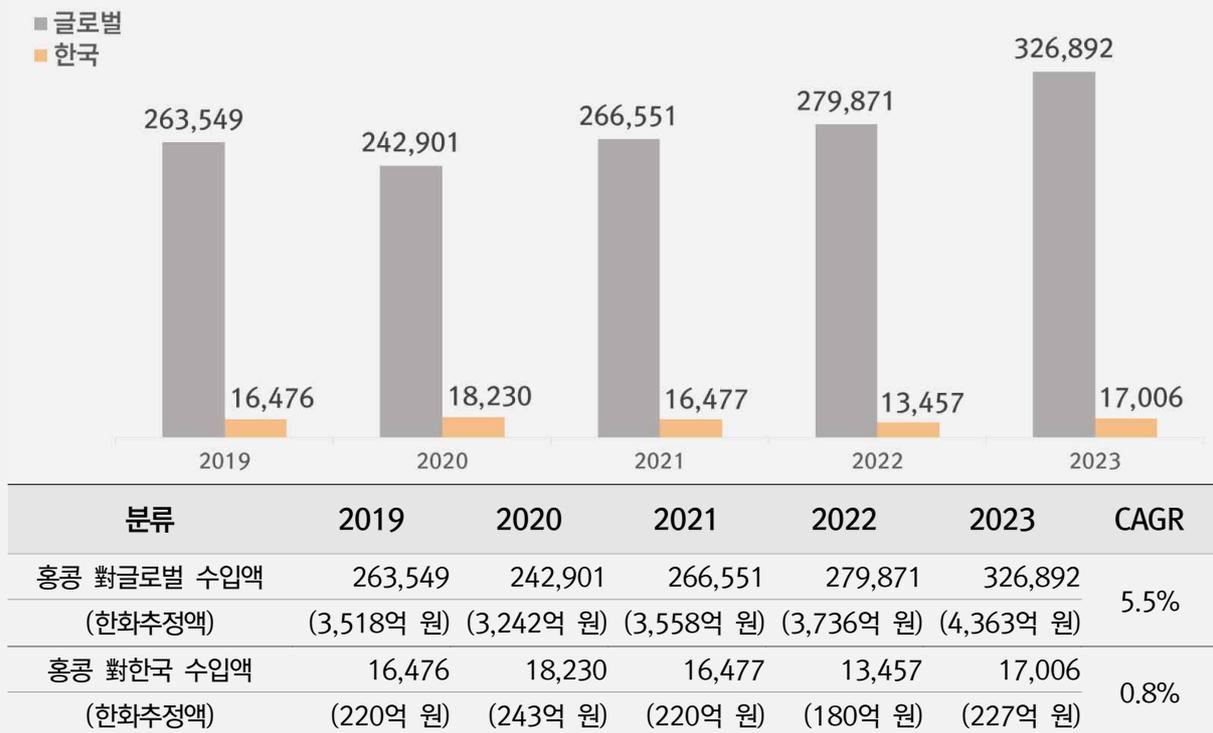
2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액은 4,363억 원으로 집계되었으며, 이는 지난 5년(2019-23년)간 연평균 5.5%씩 증가한 수치임. 해당 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액은 2020년 코로나19 봉쇄 등의 영향으로 전년 대비 8%가량 감소하기도 했으나, 이듬해 공장 반등한 후 꾸준히 증가해 왔음

▶ HS CODE 2202.99 홍콩의 對한국 수입액, 글로벌 5위

2023년 기준 해당 품목에 대한 홍콩의 對한국 수입액은 227억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 5위에 해당하는 수치임. 홍콩의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 증가와 감소를 반복해 연평균 0.8%씩 증가한 것으로 확인되었으며, 전체 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 5%가량임. 한편, 해당 품목에 대한 홍콩의 국가별 수입액 순위는 2023년 기준 1위 중국 본토(1,839억 원), 2위 일본(539억 원), 3위 독일(438억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 홍콩 HS CODE 2202.99 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위 : '비타소이'
2. 홍콩 가공우유 성분 키워드 1위 : '칼슘'
3. 효능/홍보문구 키워드 1위 : '저당'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 홍콩 온라인 쇼핑몰 입점 가공우유

- 데이터 수집 키워드 : 우유(Milk)
- 데이터 수집량 : 355건
- 데이터 수집원 : 홍콩 온라인 쇼핑몰 에이치케이티비몰(HKTVmall)

▶ 홍콩 온라인 쇼핑몰 입점 가공우유 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 브랜드 ② 성분 ③ 효능/홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
브랜드	비타소이	Vitasoy	142	광천	Kuang Chuan	6
	더치레이디	Dutch Lady	36	의미식품	義美食品	4
	마루산	Marusan	11	데본데일	Devondale	2
	트라피스트데어리	Trappist Dairy	9	스위트가든	Sweet Garden	2
	연세우유	Yonsei Milk	8	(-)	(-)	(-)
성분	칼슘	Calcium	112	쌀	Rice	10
	비타민	Vitamin	46	바나나	Banana	7
	초콜릿	Chocolate	46	흑미	Black Rice	3
	귀리	Oat	33	호두	Walnut	2
	콩	Soybean	20	복숭아	Peach	2
	아몬드	Almond	12	(-)	(-)	(-)
효능/ 홍보문구	저당	Low Sugar	51	무방부제	No Preservatives	8
	건강	Healthy	39	무설탕	No Sugar	7
	저지방	Low Fat	34	고단백	High Protein	3
	유기농	Organic	21	에너지	Energy	2
	프리미엄	Premium	16	할랄	Halal	2
	천연	Natural	11	소화	Digestion	1
	Non GMO	Non gmo	9	(-)	(-)	(-)

1. 인기브랜드 1위 : ‘비타소이’

▶ ‘비타소이’, 홍콩에서 가장 인기 있는 가공우유 브랜드

- 홍콩 가공우유 브랜드 키워드 분석 결과, ‘비타소이’ 브랜드가 142건 도출되었음
- ‘비타소이’는 홍콩의 대형 식품 회사로, 칼시플러스(Calci-Plus)와 비타(Vita) 등 다양한 우유 제품을 판매하고 있음

▶ ‘더치레이디’와 ‘마루산’ 등 해외 브랜드도 다수 확인

- 또 다른 브랜드로 말레이시아 브랜드인 ‘더치레이디’가 36건으로 빈출되었으며, 일본 브랜드 ‘마루산’이 11건 확인됨
- 국내 브랜드 중에는 ‘연세우유’가 8건 도출되었으며, 데이터 확인 결과, 아몬드&호두 우유와 검은콩 두유 제품 등을 판매 중임

비타소이		더치레이디		마루산	
					
제품명	칼시플러스(Calci-Plus)	제품명	하이칼슘 레스팻 밀크 (High Calcium Less Fat Milk)	제품명	몰트소이밀크 (Malt Soy Milk)
브랜드	비타소이(Vitasoy)	브랜드	더치레이디(Dutch Lady)	브랜드	마루산(Marusan)
용량	250ml x 9개	용량	946ml x 3개	용량	1,000ml x 3개
가격	34.20홍콩달러(5,857원 ¹³⁾)	가격	60.00홍콩달러(10,275원)	가격	48.90홍콩달러(8,374원)

[표 3.1] 홍콩 판매 가공우유 브랜드 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인 쇼핑물 판매 제품 내 ‘가공우유’ 관련 게시물 355건 분석

13) 1홍콩달러=171.25원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍콩 가공우유 성분 키워드 1위 : ‘칼슘’

▶ 영양성분 키워드로 ‘칼슘’, ‘비타민’ 도출

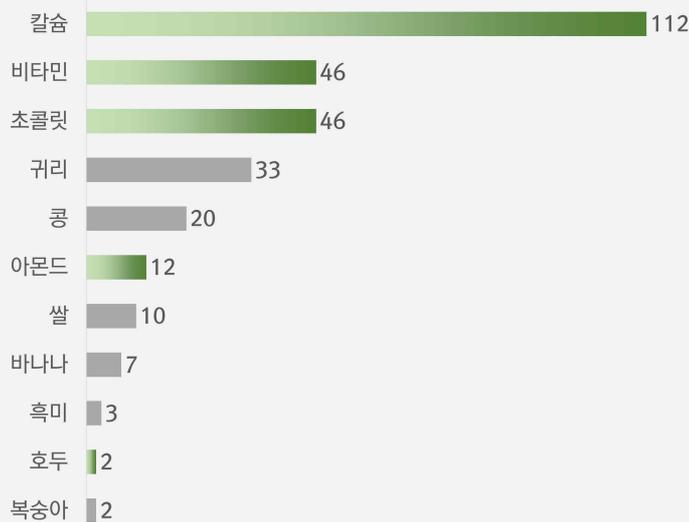
- 홍콩에서 판매 중인 가공우유 성분 관련 키워드로 ‘칼슘’이 112건 도출되었음
- ‘비타민’ 관련 키워드도 46건 확인됨. 홍콩 내 판매 중인 가공우유 제품 중 영양성분을 전면에 내세우는 제품이 많은 것을 확인함

▶ ‘초콜릿’과 ‘아몬드’, ‘호두’ 등 재료 성분 도출

- 홍콩에서 판매된 가공우유의 성분 중 활용된 재료와 관련된 키워드로 ‘초콜릿’이 46건 도출됨
- 곡물 관련 키워드도 다수 확인되었는데, ‘귀리’와 ‘콩’, ‘아몬드’ 관련 키워드가 각각 33, 20, 12건 도출됨

칼슘		비타민, 아몬드, 호두		초콜릿	
					
제품명	하이칼슘 로우팻 밀크 (High Calcium Low Fat Milk)	제품명	연세두유	제품명	비타 초콜릿 밀크 (Vita Chocolate Milk)
브랜드	안레네(Anlene)	브랜드	연세우유(Yonsei Milk)	브랜드	비타소이(Vitasoy)
용량	180ml x 6개	용량	190ml x 6개	용량	125ml x 8개
가격	28.90홍콩달러(4,949원)	가격	48.00홍콩달러(8,220원)	가격	22.90홍콩달러(3,922원)

[표 3.2] 홍콩 판매 가공우유 성분 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘가공우유’ 관련 게시물 355건 분석

3. 효능/홍보문구 키워드 1위 : ‘저당’

▶ 홍콩 내 건강한 식습관 트렌드 부상

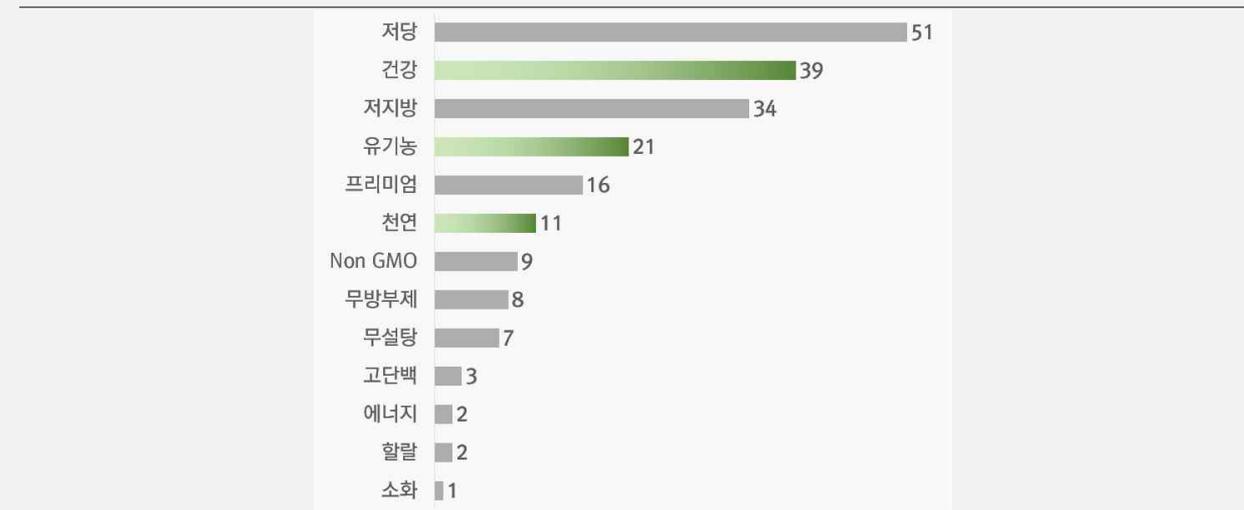
- 코로나19 이후 건강에 대한 관심이 높아지면서 ‘건강한 식습관’이 2024년 주요 식품 트렌드로 떠오름
- 무알코올이나 무설탕 등의 건강식품이 인기를 끌면서 홍콩 가공우유 및 홍보문구로 ‘저당’이 51건 도출되었으며 ‘건강’ 키워드가 39건 확인됨¹⁴⁾

▶ ‘저당’, ‘건강한’ 등의 홍보문구 다수

- ‘유기농’과 ‘Non GMO’ 등 건강한 재료가 사용되었음을 강조하는 홍보문구도 다수 확인되었음
- 홍콩 내 건강한 식습관 트렌드에 맞춰 제품과 재료의 건강함을 강조하는 홍보문구가 주효할 것으로 보임

저당		건강한		유기농	
					
제품명	로우슈거 소야빈 밀크 (Low Sugar Soya Bean Milk)	제품명	오트밀크 오리지널 (Oat Milk Original)	제품명	오가닉 카우 밀크 팻 3.5% (Organic Cows Milk Fat 3.5%)
브랜드	비타소이(Vitasoy)	브랜드	플랜트베이스크루 (Plant Based Crew)	브랜드	다이오니오가닉 (Daioni organic)
용량	250ml x 12개	용량	1L x 3개	용량	1L x 3개
가격	39.60홍콩달러(3,922원)	가격	95.00홍콩달러(16,269원)	가격	85.00홍콩달러(14,556원)

[표 3.3] 홍콩 판매 가공우유 효능/홍보문구 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘가공우유’ 관련 게시물 355건 분석

14) KATI농식품수출정보, [홍콩] 2024년 홍콩 식품 트렌드, 2024.08

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



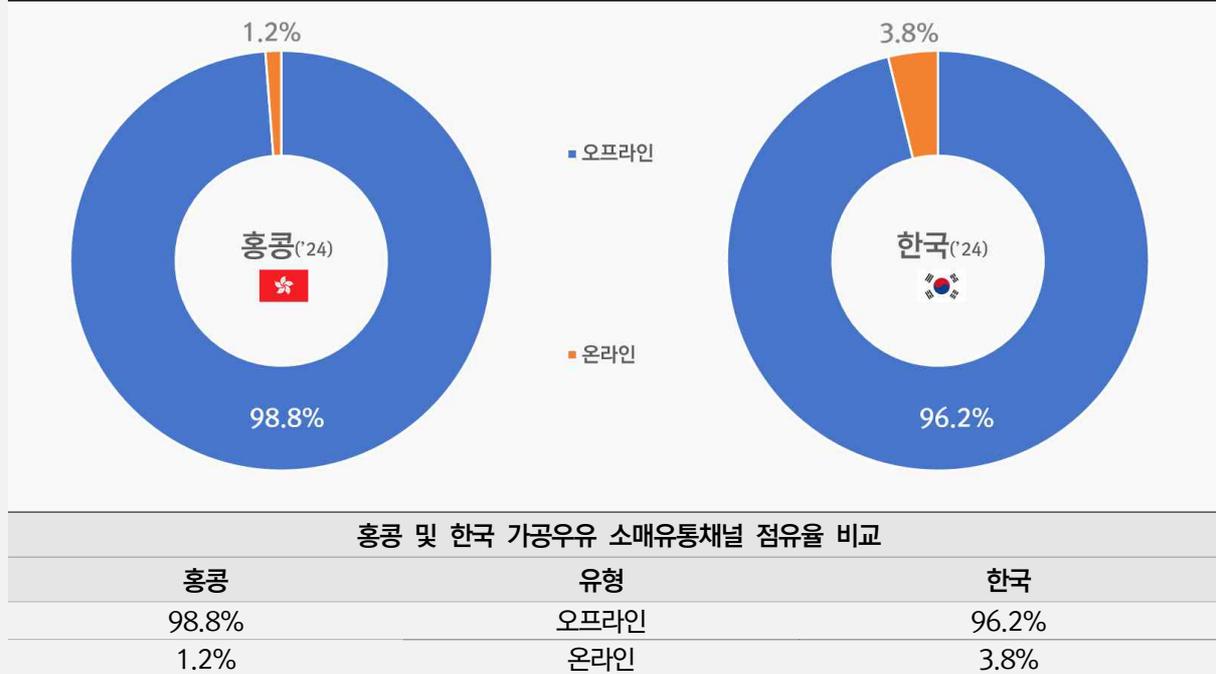
1. 홍콩 가공우유 유통채널 점유율
2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널

1. 홍콩 가공우유 유통채널 점유율

▶ 홍콩 가공우유 유통채널, 오프라인 비율이 압도적

2024년 기준 홍콩 내 가공우유를 포함한 우유 제품 유통에 있어 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 백화점 등을 포함한 오프라인 채널은 98.8%, 온라인 채널은 1.2%를 각각 점유한 것으로 확인됨. 그중 온라인 채널의 점유율 1.2%는 온라인이 3.8%를 점유한 한국에 비해 낮은 수치임. 이에는 홍콩 소비자들의 경우 다른 국가에 비해 모바일, 온라인 등을 이용한 결제 시스템을 비교적 신뢰하지 않는다는 점, 주거지역과 상업지역의 분리가 적어 오프라인 유통매장에 대한 접근성이 매우 뛰어나다는 점 등이 원인으로 분석됨. 이에 따라 온라인 배송 시스템 또한 익일배송이 표준화된 한국과는 달리 발달하지 못함. 최근 코로나19로 인해 온라인 쇼핑 경험이 홍콩 내에서 널리 보급되기도 하였으나, 식품의 경우 여전히 오프라인 채널을 통한 유통이 대부분을 차지하고 있음¹⁵⁾

[표 4.1] 홍콩 및 한국 가공우유 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾



자료: 스탯티스타(Statista)

15) 자료: at한국농수산물유통공사, '[K-Food 현정] 우리가 주목해야 할 홍콩 식품시장 트렌드', 2021.11

16) 해당 장에서 '가공우유' 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 '우유(Milk)'의 유통채널 점유율을 조사함

17) 자료: 스탯티스타(Statista), 'Milk - Hong Kong, South Korea', 2024.09

2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널 ① 시티슈퍼

기업 기본 정보	기업명	시티슈퍼(city'super)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	online.citysuper.com.hk		
	위치	홍콩 전역		
	규모	매출액('23)	• 6억 1,790만 달러(약 8,248억 원 ¹⁸⁾)	
		기타 규모	• 매장 수('24): 7개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립된 홍콩의 프리미엄 슈퍼마켓 체인 • 상류층 소비자들을 타겟으로 삼으며, 고급화 전략에 초점을 맞춰 성장해 왔음 • 홍콩 외에도 대만, 상해에 지점을 운영하고 있음 • 수입 식품 진열 코너와 해외의 음식들을 조리해 판매하는 코너를 운영하는 등 가격대가 비교적 높은 수입 식품과 식재료를 적극적으로 취급하고 있음 			

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 음료류, 주류, 문구류, 화장품 등	
	선호 제품	• 고급 수입 식품 및 식재료	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +852-2736-3866 - 이메일: contact@citysuper.com
-------------	---------------------	--

자료: 시티슈퍼(city'super)

사진 자료: 시티슈퍼(city'super)

18) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널 ② 마켓플레이스

기업 기본 정보	기업명	마켓플레이스 (Market Place)		MARKET PLACE	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.marketplacehk.com			
	위치	홍콩 전역			
	규모	매출액('23) ¹⁹⁾	• 33억 달러(약 4조 4,048억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('24): 40개 이상		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 최대 슈퍼마켓 체인인 웰컴(Wellcome)을 소유한 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)이 운영하는 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 • 웰컴(Wellcome)에 비해 비교적 수입품의 비중이 높고 가격이 높음 • 2007년부터 운영 중이며, 현재 홍콩 전역에 40개 이상의 매장을 보유함 • 와인을 폭넓게 취급하는 것으로 유명하며, 전 세계의 와인을 다루는 '마켓플레이스와인어워드(Market Place Wine Awards)'를 운영 중임 				
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 음료류, 주류 등			
	선호 제품	• 고품질 수입 식품 및 식재료			
	매장 전경				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: marketplaces@DFIretailgroup.com - 전화번호: +852-2299-3966 			

자료: 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)

사진 자료: 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)

19) 모기업 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)의 식품 부문 글로벌 매출액

2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널 ③ 씨클케이 홍콩

기업 기본 정보	기업명	씨클케이 홍콩 (Circle K Hong Kong)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.hk	
	위치	홍콩 전역	
	규모	매출액('23) ²⁰⁾ • 23억 8,670만 달러(약 3조 1,858억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 389개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1951년 미국 텍사스에서 시작된 글로벌 편의점 브랜드 • 현재 캐나다의 글로벌 편의점 기업 쿠슈타르(Couche-Tard)가 소유함 • 1985년에 홍콩에 진출했으며, 북미 지역에서 흔히 찾아볼 수 있는 주유소와 결합된 형태가 아닌 한국과 유사한 도심형 편의점의 형태로 운영됨 • 대부분 매장이 한국과 유사하게 24시간 운영되며, 즉석식품에 특화되어 있음 		

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 건강식품 등
	선호 제품	• 독점 유통이 가능한 제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +852-2991-6337 - 이메일: costumerservice@ckhk.com
-------------	---------------------	---

자료: 씨클케이 홍콩(Circle K Hong Kong), 쿠슈타르(Couche-Tard)

사진 자료: 씨클케이 홍콩(Circle K Hong Kong), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

20) 모기업 쿠슈타르(Couche-Tard)의 북미 외 기타 지역 매출액

2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널 ④ 베이비다인

기업 기본 정보	기업명	베이비다인(Baby Dine)	
	기업구분	영유아용품점	
	홈페이지	babydine.com	
	위치	츄완(Tsuen Wan)	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩의 유기농 이유식 전문점 • 온라인 주문과 배송으로 운영되며, 대부분 가열만으로 완성할 수 있는 유기농 비조리 식품을 판매함 • 모든 제품에 설탕과 소금이 들어가지 않은 것이 강조됨 • 발달 단계별 영유아용 이유식과 함께 온가족을 위한 완제품도 판매 중임 • 비빔밥, 계란말이 등 한국 음식과 쌀가루 등 한국산 식재료도 취급됨 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 이유식, 유기농 식품, 유기농 식재료 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 고품질 유기농 제품, 온라인 유통이 가능한 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +852-5725-1112 - 이메일: info@babydine.com 	

자료: 베이비다인(Baby Dine)

사진 자료: 인스타그램(Instagram)

2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널 ⑤ 힙

기업 기본 정보	기업명	힙(HiPP)	
	기업구분	영유아용품점	
	홈페이지	shop.hipp.com.hk	
	위치	구룡(Kowloon)	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 독일에 본사를 둔 글로벌 영유아 식품 브랜드 유기농 식품을 주력으로 유통하며, 유럽 내 자체 농장을 운영 중임 홍콩 내에서는 주로 온라인으로 유통되고 있으며, 슈퍼마켓이나 드럭스토어 유아용품 코너에 다수 입점해 있음 지속 가능한 농업과 환경 보호, 윤리경영에 높은 우선순위를 두고 있음 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 이유식, 유기농 식품, 유기농 식재료 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 고품질 유기농 제품, 온라인 유통이 가능한 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +852-2156-9986 - 이메일: info@hipp.com.hk 	

자료: 힙(HiPP)

사진 자료: 힙(HiPP), 페이스북(Facebook)

2. 홍콩 가공우유 주요 유통채널 ⑥ 에이치케이티비몰

기업 기본 정보	기업명	에이치케이티비몰(HKTVmall)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 	
	홈페이지	www.hktvmall.com	
	규모	매출액(*23)	• 3억 1,180만 달러(약 4,162억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 373만 회 ²¹⁾
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년 설립되어 자체 배송을 운영 중인 홍콩의 최초이자 최대 전자상거래 플랫폼²²⁾ • 홍콩의 미디어 및 통신기업 ‘홍콩텔레비전네트워크(Hong Kong Television Network, HKTV)’에 의해 설립되어 운영되고 있음 • 한국산 제품으로는 가공식품, 건강기능식품, 가정용품 등이 취급되고 있음 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	더치레이디(Dutch Lady), 엠미(Emmi) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 <p>VIP 회원 할인, HKTVmall 제휴 카드 적립, 기획 프로모션 등 다양한 상시 프로모션 실시</p>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 (mms.shoalter.com/mms/#/main/newMerchant) - 등록 시 필요한 입력 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 기업 정보(기업명 영문, 기업명 중문, 소재지, 사업 증명 번호) ② 브랜드 정보(주소, 사업 등록 인증번호, 브랜드 소개서 파일, 회사 소개서 파일) ③ 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 팩스, 부서명) • 연락처 및 기타 참고 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: aog.merc@hktv.com.hk - 한국을 포함한 해외 판매자의 경우, 각 해당 국가의 사업자등록증, 사무실 및 창고 주소, 회사 웹사이트 등이 요구됨 - 현재 연간 이용료는 프로모션 기간으로 3,000홍콩달러(52만 9,950원)임 - 기타 자세한 사항은 홈페이지에서 확인할 수 있음 	

자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall), 이커머스디비(eCommerceDB), 시뮬러웹(SimilarWeb)
사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall)

21) 2024년 9월 한 달간 집계된 홈페이지 방문횟수에 해당함
22) KOTRA해외시장뉴스, ‘홍콩의 10대 전자상거래 플랫폼은?’, 2022.03

입점 등록 절차
UI ①

New Merchant

Basic Info

Company Name (English) *

Company Name (Chinese) *

Place of Incorporation *

Certificate of Incorporation No. *

BR Address

Floor & Room *

Street & Building *

District *

Country *

Business Registration Certificate No. *

(Please key in ALL numbers without hyphen(-). E.g. 31382617-000-11-08-9, simply key in 313826170)

BR Expiry Date *

BR File Upload * Upload File

Contact

Title(Mr./Mrs./Miss) * Mr. Mrs. Miss

Last Name *

First Name *

Position *

Email (For Login Use) *

International Code * Hong Kong +852

Phone * Ext.

Fax

Mobile

Department * Sales Department
 Top Management
 Marketing Department
 Warehouse and Operation Department
 Finance / Accounting Department

① 입점 신청서 작성 및 제출

- 기업 정보, 브랜드 정보, 담당자 정보 등을 입력하여 신청서 제출

입점 등록 절차
UI ②



자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall), 더플레이스(The Place)
 사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall), 더플레이스(The Place)

▶ **에이치케이티비몰 가공우유 베스트셀러**

- 검색 키워드 : 우유(Milk)

- 등록 제품 수 : 5,604건

에이치케이티비몰 가공우유 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	종량	판매 가격	판매 건수(누적)	리뷰 건수	이미지
1	라쿠노마더 (Rakunoh Mother)	오하소 우유 (Ohaso Milk)	일본	1,000ml	22.50 홍콩달러 (3,975원)	10만 건 이상	2,675건	
2	북해도 (北海道)	스페셜리 셀렉트 3.6 우유 (Specially Select 3.6 Milk) 4개입	일본	1,000ml (각)	96.00 홍콩달러 (16,958원)	10만 건 이상	1,932건	
3	더치레이디 (Dutch Lady)	오리지널 우유 (Original Milk) 4개입	베트남	110ml (각)	34.00 홍콩달러 (6,006원)	10만 건 이상	573건	
4	엠미 (Emmi)	스위스산 프리미엄 우유 (Swiss Premium Milk) 18개입	스위스	250ml (각)	165.00 홍콩달러 (29,147원)	10만 건 이상	1,361건	
5	더치레이디 (Dutch Lady)	초코맛 우유 (Chocolate Flavour Milk) 4개입	베트남	110ml (각)	14.00 홍콩달러 (2,473원)	10만 건 이상	378건	
6	비타소이 (Vitasoy)	비타 초코우유 (Vita Chocolate Milk) 9개입	중국	250ml (각)	42.00 홍콩달러 (7,419원)	8만 건 이상	588건	
7	안린 (Anlene)	흑임자 고칼슘 저지방 우유 (Black Sesame High Calcium Low Fat Milk) 6개입	태국	180ml (각)	28.90 홍콩달러 (5,105원)	8만 건 이상	690건	
8	안린 (Anlene)	고칼슘 저지방 우유 (High Calcium Low Fat Milk) 6개입	태국	180ml (각)	28.90 홍콩달러 (5,105원)	8만 건 이상	467건	
9	블랙앤화이트 (Black&White)	순수 우유 (Pure Milk)	벨기에	1,000ml	25.00 홍콩달러 (4,416원)	7만 건 이상	266건	
10	폴스 (Paul's)	순수 우유 (Pure Milk) 6개입	호주	250ml (각)	40.00 홍콩달러 (7,066원)	6만 건 이상	254건	

자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall)

사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 홍콩 가공우유 통관 및 검역 절차
2. 홍콩 가공우유 품질 인증
3. 홍콩 가공우유 라벨링
4. 홍콩 가공우유 성분 및 유해물질

1. 홍콩 가공우유 통관 및 검역 절차²³⁾

▶ 홍콩 가공우유 수출 통관 단계별 주요사항

홍콩은 주류, 담배 등 일부 품목을 제외한 대부분의 수입품에 대해 관세를 부과하지 않음. 또한, 일반적으로 수출 후 14일 이내 통관 절차가 완료되는 등 간단한 화물 수출입 절차가 장점임. 다만, 식품은 품목에 따라 수입허가 신청 요건이나 위생 검역 요건 등 수입 요건이 다를 수 있으므로, 수출하기 전 홍콩의 식품 수입 제도에 대해 숙지하여 수출하는 품목이 통제 대상인지 사전에 확인하고 유의할 필요가 있음

[표 5.1] 홍콩 가공우유 통관 검역 절차



자료: 관세청, 홍콩 해관, KATI농식품수출정보

23) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ **홍콩 AEO 제도 활용 시 통관 혜택**

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)는 수출입 기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하고, 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 홍콩은 2012년 4월부터 AEO 제도를 도입해 활용하고 있으며, AEO 등록 시 상대국 수입 검사 생략 및 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 홍콩 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	<ul style="list-style-type: none"> 1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출 2단계(공인심사): 서류심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내) 3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정 4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함) 	

자료: 관세청

2. 홍콩 가공우유 품질 인증

▶ 홍콩 가공우유, 수입업체 식품환경위생부(FEHD) 사전 등록

홍콩 식품안전센터(CFS: Centre for Food Safety)에 따르면, 홍콩으로 식품을 수입하거나 유통하는 모든 업체는 홍콩 식품환경위생부(FEHD: Food and Environmental Hygiene Department)에 등록되어 있어야 함. 따라서 홍콩으로 가공우유 등의 가공식품 수출 시, 수출업체는 사전에 현지 수입업체의 식품환경위생부(FEHD) 등록 여부에 대한 확인이 필요함. 기등록된 현지 수입업체 목록은 홍콩 식품안전센터(CFS) 홈페이지를 통해 확인할 수 있음

[표 5.3] 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 등록 정보

홍콩 식품환경위생부 (FEHD) 사전 등록	등록 기관	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 	
	적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 냉동 · 냉장육, 가금류, 계란, 우유와 유제품 및 빙과류 등의 가공식품 	
	유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 품목마다 상이 	
	등록 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩에 식품 등 수입(예정)업체 	
	취득 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 검사 결과를 인정하여 홍콩 식품안전위생부(FEHD)에서 허가증 발급 	
	통용 국가	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 국내 한정 	
	등록 소요 시기	<ul style="list-style-type: none"> • 약 15일 내외(국내 위생증명서 발급기간 제외) 	
	도입 취지	<ul style="list-style-type: none"> • 식품이 인체 소비에 적합함을 증명하는 기본적인 등록으로, 식품 안전관리를 위해 시행 	

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS), KATI농식품수출정보

[표 5.3] 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 등록 정보

등록 정보	내용
등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 사업자 등록증에 표시된 사업의 상태를 기반으로 함 • 개인, 파트너십 또는 법인이 승인한 파트너의 이름으로 이루어져야 함 • 서류 양식: 홍콩 식품안전센터(CFS)에 게시된 지정 양식 FEHE 245A • 제출 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 직접 우편 발송: 식품 수입/유통업체 등록 및 수입허가 사무소 주소(Room 119, 1/F, 258 Queen's Road East, Wan Chai, Hong Kong) - 온라인 등록: FTP(Food Trader Portal)²⁴⁾ 사이트에서 24시간 제출 가능
비용 및 갱신	<ul style="list-style-type: none"> • 3년간 195홍콩달러, 갱신 시 180홍콩달러 • 갱신 시 등록 방법과 동일하게 진행함
정보 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • 등록된 정보에 변경이 발생한 경우, 변경 정보 발생 후 30일 이내에 홍콩 식품환경위생부(FEHD)에 서면으로 통지해야 함
벌금	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 면제 대상이 아님에도 등록을 하지 않고 합당한 이유 없이 식품을 수입 또는 유통하는 사업을 영위하는 자는 최고 5만 홍콩달러의 벌금과 6개월의 징역에 처할 수 있음

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS), KATI농식품수출정보

24) www.ftp.cfs.gov.hk

▶ **홍콩 가공우유, 권장 인증 사항**

홍콩으로 가공우유 수출 시, 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 인증 외에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 그러나 식품 안전에 관한 인증인 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 인증, SGS(Societe Generale de Surveillance S.A) 인증 및 종교적 인증인 홍콩 BOT(The Board of Trustees) 할랄 인증 등을 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.4] 홍콩 가공우유 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
SGS (Societe Generale de Surveillance S.A.)	식품 생산 안전 인증	홍콩 내 식품 생산 안전 인증	SGS-CSTC 지사	
BOT	할랄 인증	홍콩 내 할랄 인증	홍콩 정부 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

▶ **홍콩, 포장 전면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준**

홍콩 식품환경위생부(FEHD)와 식품안전센터(CFS)는 자국민의 건강 증진을 위해 소금이나 설탕이 함유된 사전 포장된 가공식품에 대하여 포장 전면(FOP: Front of Package) 라벨링을 권고하고 있음. ‘저염(Low salt)’, ‘무염(No salt)’, ‘저당(Low sugar)’, ‘무당(No sugar)’의 정의에 해당하는 식품은 홍콩 식품안전센터(CFS)에 신고 후 해당 표시를 제품 포장에 인쇄하거나 라벨을 부착할 수 있음

[표 5.5] 홍콩 포장 전면(FOP) 영양 라벨 표시 기준

<p>내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 ‘식품 및 의약품(구성 및 라벨링) 규정(Food And Drugs (Composition and Labelling) Regulations)’에 따라 ‘저염(Low salt)’, ‘무염(No salt)’, ‘저당(Low sugar)’, ‘무당(No sugar)’의 정의를 충족하는 사전 포장 식품은 홍콩 식품안전센터(CFS)에 신고 후 제품 포장 전면(FOP)에 라벨을 부착할 수 있음 • 라벨의 크기는 자유롭게 결정할 수 있지만 명확하고 읽기 쉬워야 함 • 의무 표기 여부: 자발적 표기 사항(의무 사항 아님) • 표시 언어: 중국어 또는 영어, 중국어와 영어로 이중 표기도 가능함 • 표시 유형: 컬러 로고 또는 흑백 로고로 표기 가능함 	
<p>정의</p>	<p>저염(Low salt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml 당 나트륨(소금) 함량이 0.12g 이하인 경우
<p></p>	<p>무염(No salt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml 당 나트륨(소금) 함량이 0.005g 이하인 경우
<p></p>	<p>저당(Low sugar)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml 당 당(설탕) 함량이 5g 이하인 경우
<p></p>	<p>무당(No sugar)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml 당 당(설탕) 함량이 0.5g 이하인 경우
<p>라벨링 예시</p>	<p>■ 70C 25Y ■ 50M 100Y ■ 35M 85Y</p> 	

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

3. 홍콩 가공우유 라벨링

[표 5.6] 홍콩 가공우유 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 상품명	<ul style="list-style-type: none"> • 상품명에 잘못되거나 오해를 불러일으키거나 거짓이면 안되고, 소비자에게 상품의 본질을 전달할 수 있어야 함 • 관습적으로 사용되었던 전통적인 상품명은 당국에서 금지하지 않는 한 사용이 가능함
	2. 성분	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Ingredients’, ‘Composition’, ‘Contents’ 또는 동일한 의미의 단어를 사용해 적절한 제목을 붙인 후, 성분의 목록을 함유량이 높은 순서대로 읽기 쉽도록 표시함 • 글루텐을 함유한 곡물(밀, 호밀, 보리, 귀리 및 이들의 혼합 품종), 대두, 우유 및 유제품(유당 포함), 콩 및 땅콩, 견과류, 아황산염 농도 10ppm 이상인 것 등 알레르겐 성분을 포함한 경우 성분 목록에 포함되어야 함 • 식품 전체 부피의 5% 미만을 구성하는 물을 제외하고, 제품의 모든 성분을 중량 내림차순으로 표기해야 함 • 식품의 특정 성분의 중량 백분율 또는 실제 양에 대한 선언이 이루어지지 않은 이상 특별히 강조할 수 없음 • 식품의 식품첨가물은 기능의 부류(예: 유화제, 산화방지제)와 함께 특정 이름이나 번호 또는 기능의 등급별로 나열해야 함
	3. 보관 및 사용 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의 보관을 위해 특별한 조건이 필요한 경우, 그 조건에 대한 설명을 식품에 읽기 쉽게 표시해야 함
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 내용물의 수치(개수, 무게 또는 부피)나 순중량을 명확하게 표시해야 함 • 순중량과 순부피는 국제 단위계에 따라 표시해야 함
	5. 제조사 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체 또는 포장업체의 등록된 이름 및 전체 주소를 읽기 쉽도록 표시해야 함
	6. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한(Use By, Best Before 등) 단어 뒤에 날짜를 아라비아 숫자 또는 중국어, 영어로 표시해야 함 • 식품이 적절하게 보관된 경우, 식품의 특성이 유지되는 합리적인 날짜를 표시해야 함 • 유통기한은 라벨이 아닌 다른 위치에 표기할 수 있으며, 이 경우에는 라벨 상 유통기한이 명시된 위치를 기술해야 함

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 가공우유 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	7. 영양성분	<ul style="list-style-type: none"> • 칼로리와 주요 7대 영양소인 단백질, 탄수화물, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 당류의 함유량을 표시해야 하며, 그 이외의 요소는 자발적으로 기재 가능함 • 식품의 라벨이나 광고에 영양 강조 표시가 있는 영양소의 함량을 표시해야 함 • 탄수화물 함유량에 식이섬유가 포함되어 있지 않으면, 식이섬유 함유량도 반드시 별도로 표시해야 함 • 영양성분표는 영어 또는 중국어로 표시할 수 있으나, 함유량은 아라비아 숫자로 표시해야 함 • 필수 표기 영양성분은 0.5g(5mg) 이하 소량인 경우 0.1g(1mg)으로 표기할 수 있음. 그 외 영양소는 g 단위인 경우 소수점 첫째 자리, mg 단위인 경우 1의 자리로 반올림해 표시함. 백분율의 경우 소수점 첫째 자리에서 반올림해 소수점 없이 표시함 • 소비자를 현혹할 수 있는 ‘저지방’, ‘고섬유질’, ‘낮은 콜레스테롤’과 같은 영양소와 관련된 표현은 식품의 유형에 따라 사용할 수 있는 기준이 규정되어 있음 • 규정에 맞게 라벨에 표시된 성분 목록이나 영양소 및 함유량은 언급 가능함 • 영양성분은 표로 만든 형태로 제품의 눈에 잘 띄는 위치에 제공되어야 하는 것이 원칙이나, 총 표면적이 200cm² 이하인 경우, 선형으로 나열하여 표기해도 무관함 • 하루 권장량 기준은 공신력 있는 식품·건강 관련 국제기관(ex. CODEX 등) 또는 홍콩 식품·건강 관련 기관에서 인정한 권장량(ex. Chinese Nutrient Reference Value)을 사용해 %NRW, %DV 또는 %DI로 표기함
	8. GMO 정보	<ul style="list-style-type: none"> • GMO 성분이 5% 이상 포함된 모든 식품은 성분 기재란에 ‘genetically modified’ 문구를 표시해야 함. 또한, 특정 성분이 유전자 조작을 통해 다른 특성을 갖거나 식품 또는 식품 일부 성분에 동물 유전자가 함유된 경우, 관련 사실을 표기해야 함 • GMO 성분을 5% 이하로 함유한 식품에 대해 ‘GMO free’ 및 이와 유사한 라벨 이외의 다른 방식으로 Negative labelling 방식을 적용하려는 경우, 이를 증명할 수 있는 서류를 구비하는 것을 권고함

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 가공우유 라벨링

<p style="text-align: center;">라벨 표시 사항 및 기준</p>	<p style="text-align: center;">9. 라벨 표시 기준</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 언어는 영어 또는 중국어(간체자 또는 번체자)로 표기되어야 하며, 두 언어 모두 기재해도 됨 • 식품 표기 및 라벨링에 영어와 중국어가 함께 사용되었을 경우, 성분 목록 또한 영어와 중국어로 표기해야 함 • 당국에서 특정한 사안에 대해 요구하지 않는 이상, 제조국가의 국가적인 또는 전통적인 음식이거나 타 국가에서 생산되지 않는 경우, 원산지 국가의 언어로 표기할 수 있음 • 일반적으로 글자의 크기는 최소 1.2mm 이상(영문 소문자 x의 높이 기준)으로 제작되어야 하는 것이 원칙임 • 다만, 소형 포장 등의 사유로 여의치 않을 경우, 영어의 글자 크기는 최소 0.8mm 이상, 중국어 글자 크기는 1.8mm 이상으로 표시할 수 있음 • 라벨은 검정색 글씨, 투명하지 않은 밝은 바탕으로 적절한 대비를 이루어야 함 • 라벨의 배경에 패턴이나 어두운 바탕은 사용할 수 없으며 흰 바탕에 밝은색의 글자로 표시해서는 안 됨 • 포장이 투명할 경우, 영양성분표의 배경은 색을 입히는 것을 추천함 • 글자의 전후 또는 상하가 겹쳐서는 안 됨 • 라벨링은 한국 수출업체에서 부착하거나 수입업체에서 수입한 상품을 현지에서 스티커를 이용해 부착 가능함 • 대규모 수출업체의 경우 필요한 라벨링을 포함한 수출용 포장 용지를 별도로 제작해 수출할 수 있음 • 홍콩 해관은 자국민 소비자 보호를 위해 제품 설명 관련 법안(Trade Deion Ordinance)을 규정해 허위 과장 광고에 대한 단속을 진행하고 있음 • 광고 게재 시 단속하기보다는 광고 배포 이후 무작위로 뽑아 단속하며 적절한 증빙을 제시하지 못할 경우, 위법으로 단속되어 광고 회수, 벌금 조치 등의 제재를 당할 수 있음 • 서로 다른 종류의 소포장이 함께 포장된 모듬 포장 식품은 각 영양성분을 여러 개의 표에 구분해 표기하거나 각 영양성분을 한 표 안에 구분해 표기해야 함. 또한, 소포장 제품이 여러 개 포함된 모듬 포장 식품의 성분 표기는 최종 포장지에 해야 함
--	--	---

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 가공우유 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	10. 라벨링 면제가 허용되는 경우	<ul style="list-style-type: none"> • 알코올 도수 1.2% 이상의 포장 제품 • 즉석 음용을 목적으로 한 테이크아웃 포장 제품 • 단일 판매를 목적으로 한 과자류의 개별 포장 제품 • 단일 판매를 목적으로 하고 다른 추가 포장이 되지 않은 방부 처리한 과일 개별 포장 제품 • 포장의 표면적이 100cm² 미만인 포장 제품 • 다른 첨가 재료가 없는 과일이나 야채(신선 제품, 냉장/냉동 제품, 건조 제품) • 다른 첨가 재료가 없는 탄산수 • 용천수 및 광천수(미네랄 성분 인공 첨가 제품 포함) • 총열량이 0이거나 핵심 영양성분이 없는 포장 제품 • 가공되지 않은 식용 육류 및 해산물(민물고기 및 모든 어류 포함) 단일 포장 제품 • a) 같은 조건으로 최종 소비자에게 판매되고, b) 즉시 소비를 목적으로 판매하지 않으며, c) 식용 제품 제조를 위한 조리 과정에 필요한 모듬 재료들의 포장 제품 • a) 제조 과정에 어떠한 가열 처리가 되지 않았으며, b) 즉시 소비를 목적으로 판매하지 않고, c) 식용 수프 제조를 위한 조리 과정에 필요한 모듬 재료들의 수프 포장 제품 • 자선 판매 포장 제품 • a) 같은 조건을 최종 소비자에게 가공돼 판매되고, b) 최종 소비자에게 판매되는 조건에 인접한 장소에서 가공된 포장 제품 • 식품공급업체에 단일 상품으로 판매한 포장 제품 • 연간 판매량이 3만 건을 넘지 않는 포장 제품(사전 승인 필요)
	11. 기타 권고사항	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 식품환경위생부(FEHD)와 식품안전센터(CFS)는 자국민의 건강 증진을 위해 소금, 설탕이 함유된 사전 포장 식품에 대해 라벨링을 권고하고 있음 • ‘저염(Low salt)’, ‘무염(No salt)’, ‘저당(Low sugar)’, ‘무당(No sugar)’의 정의에 해당하는 식품은 홍콩 식품안전센터(CFS)에 신고 후 제품 포장에 인쇄하거나 라벨을 부착할 수 있음

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

▶ 홍콩 가공우유 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[앞면 - 중국어, 영어]

- ① 生産地
- ② 北海道
特選3.6牛乳
- ③ 種類別 牛乳
- ④ 常温保存可能品
- ⑤ 生乳100%使用
- ⑥ MILK LAND Hokkaido
- ⑦ 200ml
- ⑧ 日本製造
無脂乳固形分 8.5%以上
乳脂肪分 3.6%以上"

[앞면 - 국문]

- ① 생산지
- ② 홋카이도
특선 3.6우유
- ③ 카테고리 우유
- ④ 실온에서 보관 가능
- ⑤ 100% 생우유 사용
- ⑥ 밀크랜드 홋카이도
- ⑦ 200ml
- ⑧ 일본산
무지방 우유 고형분 8.5% 이상
유지방 함량은 3.6% 이상"

[옆면 1 - 영어]

①

NUTRITION INFORMATION	
Per 100ml	
ENERGY	69 kcal
PROTEIN	3.5 g
TOTAL FAT - SATURATED FAT - TRANS FAT	4.0 g 2.5 g 0.07 g
CARBOHYDRATES - SUGARS	4.8 g 4.6 g
SODIUM	40 mg
CALCIUM	112 mg

[옆면 1 - 국문]

①

영양정보	
100ml당	
에너지	69 kcal
단백질	3.5 g
총 지방 - 포화지방 - 트랜스지방	4.0 g 2.5 g 0.07 g
탄수화물 - 설탕	4.8 g 4.6 g
나트륨	40 mg
칼슘	112 mg

[옆면 2 - 영어]

- ① Hokkaido Specially Select 3.6 MIK (URT Processed Whole Milk)
- ② Ingredient: 100% Fresh Milk
- ③ Net Content : 200ml
- ④ Minimum Fat Content: 3.6% by Weight
- ⑤ Product of Japan
- ⑥ Recyclable Paper Used
- ⑦ Storage Method: Store under 10°C once opened
- ⑧ Manufactured by Kumiai Daines Ltd

[옆면 2 - 국문]

- ① 홋카이도 특선 3.6 우유 (URT 가공 전유)
- ② 성분: 100% 신선한 우유
- ③ 내용량 : 200ml
- ④ 최소 지방 함량: 중량 기준 3.6%
- ⑤ 일본산
- ⑥ 재활용 종이 사용
- ⑦ 보관방법: 개봉 후 10°C 이하에서 보관
- ⑧ Kumiai Daines Ltd에서 생산

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ⑨ 10-1-6,Nagayama Kitano,
Asahikawa Hokkaido, Japan ⑩ Imported by Itohu Hong Kong Ltd. ⑪ 28th Floor, United Centre ,95
Queensway, Hong Kong ⑫ Distrbuted by Shin Tai Ho (HK)
Co Ltd ⑬ Rm 401 Riley House No.88 Lel
MUK Road, Kwai Chung, NT.,Hong
Kong. ⑭ Tel: 2647 1138 | <ul style="list-style-type: none"> ⑨ 일본 홋카이도 아사히카와 나가야마
키타니오 10-1-6 ⑩ Itohu Hong Kong Ltd.를 통해서
수입 ⑪ 28th Floor, United Centre ,95
Queensway, Hong Kong ⑫ Shin Tai Ho (HK) Co Ltd 를 통해서
유통 ⑬ Rm 401 Riley House No.88 Lel
MUK Road, Kwai Chung, NT.,Hong
Kong. ⑭ 전화: 2647 1138 |
|---|--|

4. 홍콩 가공우유 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

홍콩의 식품첨가물에 대한 규정은 홍콩 식품안전위생처(FEHD: Food and Environmental Hygiene Department)의 식품안전센터(CFS)에서 규정 및 관리되고 있음. 제품에 사용된 식품첨가물에 대해서는 라벨링 규정에 따라 물질의 구체적 명칭과 기능 및 등급 등을 명확하게 기재해야 함. 홍콩 내 ‘가공우유’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 38건이 나오며, 하기 표는 그 중 일부를 다름. 더욱 자세한 홍콩 식품첨가물 규정 및 사용기준은 홍콩 식품안전센터(CFS) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 홍콩 가공우유 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	식물성 탄소	Vegetable Carbon	GMP ²⁵⁾	모든 식품
2	토마틴	Thaumatococin		
3	네오탐	Neotame		
4	산화 철	Iron Oxide		
5	캐러멜	Caramel		
6	커쿠민	Curcumin		
7	아나토	Annatto		
8	알리탐	Alitame		
9	사카린	Saccharin		
10	카로틴	Carotene		

자료: KATI농식품수출정보

25) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **유해물질**

홍콩으로 식품을 수입하고 유통하려는 기업은 홍콩 식품안전센터(CFS)의 식품별 유해물질 규정을 준수해야 함. 추가로 2023년 12월부터 시행된 ‘2021년 식품 중 유해물질(개정) 규례’에서 강화된 잔류독소 3종과 기타 유해물질 5종의 최대 함량 기준을 설정하고 있으므로 해당 부분을 참고할 필요가 있음. 하기 표는 고객사 가공우유에 적용될 수 있는 홍콩 유해물질 목록과 그 잔류허용기준의 일부임. 더욱 자세한 홍콩 유해물질 규정 및 잔류허용기준은 KATI농식품수출정보 또는 홍콩 식품안전센터(CFS) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 홍콩 가공우유 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	타이로신	Tylosin	50µg/kg	우유
2	트리메토프림	Trimethoprim	50µg/kg	
3	스펙티노마이신	Spectinomycin	200µg/kg	
4	린코마이신	Lincomycin	150µg/kg	
5	납	Lead (Pb)	0.02mg/kg	
6	겐타마이신	Gentamicin	200µg/kg	
7	에리트로마이신	Erythromycin	40µg/kg	
8	바시트라신	Bacitracin	500µg/kg	
9	암피실린	Ampicillin	4µg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

홍콩 식품안전센터(CFS)는 ‘식품 및 의약품(구성 및 표시) 규정 제 132장’에서 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 명시하고 있음. 홍콩 식품안전센터(CFS)는 홍콩에서 수입 및 유통되는 식품이 하기 표의 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표기하도록 함

[표 5.9] 홍콩 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 곡물 (밀, 호밀, 보리, 귀리, 스펠트밀, 이들의 혼합 품종 및 제품)
2	의무	갑각류 및 갑각류 제품
3	의무	생선 및 생선 제품
4	의무	계란 및 계란 제품
5	의무	땅콩, 대두 및 그 제품
6	의무	유제품 및 유가공품(락토스 포함)
7	의무	견과류 및 견과류 제품
8	의무	10ppm 이상의 아황산염

자료: KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 에이치케이티비몰(HKTVmall)
2. 체리샵 HK(Cherryshop HK)
3. 유에싱(Yueshing)

Interview ①

26)



에이치케이티비몰
(HKTVMall)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1990년에 설립된 유통업체로 한국산 식물성 음료를 취급하고 있음
 - 다양한 국가의 제품을 온라인 플랫폼을 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Manager

에이치케이티비몰(HKTVMall) Manager

Q. 홍콩 내 가공우유에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 가장 인기있는 가공우유 제품은 무엇인가요?

홍콩에서 가공우유의 판매량은 꾸준히 증가하고 있습니다. 가장 인기 있는 브랜드는 비타소이(維他奶)로, 현지에서 좋은 평판을 가지고 있으며 다양한 맛을 제공합니다. 특히 초콜릿 우유는 꾸준히 많이 판매되는 가공우유 제품으로, 6팩에 평균 40홍콩달러(6,850원²⁷⁾)입니다.

Q. 홍콩에서 어린이 가공우유에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 효과적인 마케팅 방법은 무엇일까요?

주요 트렌드는 지속적으로 맛을 혁신하는 것 입니다. 대표적인 예로 한국의 바나나 우유가 인기를 끌면서 많은 현지 모방 제품들이 잘 팔리고 있습니다. 마케팅 전략으로는 주로 유명한 광고, IP 협업, 프로모션 활동이 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 홍콩 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 홍콩 내 가공우유의 평균 가격대는 어떤가요?

수입 제품이므로 단가는 적절합니다. 바나나 우유 브랜드는 개당 10홍콩달러(1,713원) 이상에 판매된 적이 있습니다. 홍콩에서 가공우유의 평균 가격은 팩당 5-10홍콩달러(856-1,713원)입니다.

Q. 홍콩 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징은 무엇일까요?

대부분 테트라팩으로 포장되어 있으며, 봉지 우유는 거의 없습니다. 일반적으로 6팩 또는 12팩 상자이며, 이보다 많은 경우 유통기한이 지나기 쉽습니다. 대부분 일회용 빨대가 포함되어 있지만, 부모들은 부상을 우려하여 제품 내장형 빨대도 선호하고 있습니다.

26) 사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall) 홈페이지

27) 1홍콩달러=171.25원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품이 홍콩 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 문구는 대부분 적절하지만, 일반 맛을 ‘튼튼’ 키워드로 설정하는 것 현지 소비자들의 공감을 얻지 못할 수 있습니다. ‘순수(純甄)’, ‘클래식(經典)’, ‘리치(濃郁)’로 하는 것이 현지 선호도에 더 맞출 수 있습니다.

Q. 홍콩 내 고객사의 제품 진출 시 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋을까요?

중상류층 소비자를 대상으로 하는 고급 슈퍼마켓을 고려하는 것이 좋습니다. 이러한 매장에는 수입 및 한국 식품 전용관이 많이 있어 제품의 타겟층과 가격에 적합합니다. 홍콩 최대 유제품 단일 판매 채널인 에이치케이티비몰(HKTVmall)과 같은 온라인 채널은 판매량이 높으므로 함께 고려하면 좋습니다.

Q. 고객사 제품을 홍콩에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

소셜 미디어 마케팅이 대세로 자리 잡으면서 페이스북(Facebook), 샤오홍슈(Xiaohongshu), 틱톡(TikTok)과 같은 플랫폼이 제품 인지도 향상을 위한 주요 채널이 되었습니다. 시음 행사와 할인 및 1+1 행사 프로모션도 인기 있습니다.

Interview ②

28)

체리샵 HK
(Cherry Shop HK)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1996년에 설립된 유통업체로 한국산 식물성 음료를 취급하고 있음
 - 다양한 한국 및 일본 제품을 온라인을 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Founder

체리샵 HK(Cherry Shop HK)
Founder

Q. 홍콩 내 가공우유에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 가장 인기있는 가공우유 제품은 무엇인가요?

가공우유 판매량은 상대적으로 정체 상태입니다. 어린이들 사이에서 여전히 인기 있고 부모들은 계속 구매하고 있지만, 최근 저출산 영향으로 판매량에 큰 변화는 없습니다. 또한, 뉴질랜드와 호주와 같은 대표 낙농업 국가의 경쟁이 증가하고 있으며, 앞으로 시장 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예상됩니다.

Q. 홍콩에서 어린이 가공우유에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 효과적인 마케팅 방법은 무엇일까요?

가장 두드러진 트렌드는 영양성분에 대한 강조가 커지고 있다는 점입니다. 특히, 가공우유에서 유기농이나 저지방 같은 옵션도 중요해지고 있습니다. 또한, 가장 효과적인 마케팅 전략은 부모들에게 영양상의 이점을 부각시키거나, 젊은 소비자들을 끌어들이기 위해 맛을 강조하는 것입니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 홍콩 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 홍콩 내 가공우유의 평균 가격대는 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 합리적이라고 생각합니다. 홍콩에서 가장 많이 팔리는 가공우유는 보통 한 개당 6-8홍콩달러(1,028-1,370원)입니다.

Q. 홍콩 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징은 무엇일까요?

소비자들은 선물용으로 가공우유 제품을 많이 구매하기 때문에 들고 다니기 편한 손잡이가 있는 포장입니다. 또한, 일회용 빨대는 필수로 포함해야 합니다.

Q. 고객사 제품이 홍콩 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 포장지 이미지는 어린이들의 이목을 끌 수 있을 것입니다. 부모들은 영양성분을 기준으로 구매하므로 영양 정보를 명확히 표시하는 것이 중요합니다.

Q. 홍콩 내 고객사의 제품 진출 시 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋을까요?

소비자들이 선물과 어린이 제품을 주로 구매하는 대형 체인 편의점이 좋습니다. 홍콩 전역에 편의점이 널리 퍼져 있어 고객사의 제품이 시장에 빠르게 자리 잡을 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품을 홍콩에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

고객사 제품의 캐릭터 라이선스를 보유하고 있다면 방송국이나 스트리밍 플랫폼과 협력하여 만화에 제품 광고를 삽입할 수 있습니다. 이는 어린이들을 끌어들이는 데 매우 효과적입니다. 프로모션으로는 제품을 대량으로 구매하면 캐릭터 장난감을 제공하는 전략을 추천합니다.

Interview ③

29)



유에싱
(Yueshing)

- 유형: 공급업체
- 업체 특징:
 - 2009년에 설립된 공급업체로 과자류(사탕, 초콜릿, 비스킷, 빵 등)를 취급하고 있음
 - 일본, 말레이시아, 프랑스, 폴란드, 영국, 튀르키예, 이탈리아, 대만 등 다양한 국가에서 수입하고 있음

담당자 정보

CEO

유에싱(Yueshing) CEO

Q. 홍콩 내 가공우유에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 가장 인기있는 가공우유 제품은 무엇인가요?

가공우유 판매량이 현재 강세를 보이고 있습니다. 어린이들만 소비하는 것이 아니라, 젊은 층도 음료로서 많이 즐기고 있기 때문입니다. 이러한 트렌드로 자모우유(子母奶)와 비타소이(维他奶)와 같은 어린이용 우유를 중심으로 하는 브랜드가 성장하게 되었습니다.

Q. 홍콩에서 어린이 가공우유에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 효과적인 마케팅 방법은 무엇일까요?

젊은 층이 많이 먹기 시작하면서 다양한 맛들이 나오게 되었습니다. 이전에는 초콜릿 같은 기본적인 맛만 있었으나, 최근에는 바나나, 산사, 심지어 두리안 맛까지 출시되었습니다. 어린이 가공우유의 마케팅 전략은 소셜 미디어를 통한 광고가 좋습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 홍콩 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 홍콩 내 가공우유의 평균 가격대는 어떤가요?

고객사 제품의 오프라인에서의 가격은 적당하지만 온라인 판매에는 약간 비쌀 수 있습니다. 온라인 판매를 공략하려면 대량 구매 할인을 제공하는 것이 좋습니다. 일반적으로 가공우유 한 상자(6-8병)의 가격은 약 40홍콩달러(6,850원)입니다.

Q. 홍콩 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징은 무엇일까요?

온라인 판매의 경우 포장의 크기가 중요하지 않으므로 간단하게 구성해도 괜찮습니다. 그러나 오프라인 판매, 특히 프리미엄 제품으로 포지셔닝할 경우 종이 상자가 고급스러운 느낌을 줄 수 있습니다. 또한, 일회용 빨대는 필수입니다.

Q. 고객사 제품이 홍콩 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다.

제품이 전반적으로 적합합니다. 우유 원산지나 영양성분에 대한 인증이 있다면 더욱 좋을 것입니다.

Q. 홍콩 내 고객사의 제품 진출 시 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋을까요?

온라인 판매 채널에 주력해야 합니다. 우유 한 상자는 무겁기 때문에 오프라인에서 직접 구매하는 것을 선호하지 않는 추세입니다. 온라인 쇼핑이 더 편리하므로 온라인 채널에 집중적으로 진출하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품을 홍콩에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

페이스북, 왓츠앱(WhatsApp) 등에서 시딩 캠페인 마케팅을 권장합니다. 또한, 온라인 스토어에서의 플랫폼 내 광고와 검색 결과 최적화를 고려해야 합니다. 프로모션은 온라인 플랫폼을 통해 할인코드를 제공하거나 1+1 증정 행사를 진행할 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 주홍콩대한민국총영사관, '1.홍콩 약황', 2024.03
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Dairy Product & Eggs market - Hong Kong', 2024.09
3. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Milk market - Hong Kong', 2024.09
4. KATT농식품수출정보, '[홍콩] 2024년 홍콩 식품 트렌드', 2024.08
5. KATT농식품수출정보, '[홍콩] 성장세를 이어가는 홍콩의 우유 시장과 원산지표시 문제', 2024.08
6. 스트래티지헬릭스(StrategyHelix), 'Hong Kong Milk Market 2024', 2024
7. aT한국농수산물유통공사, '[K-Food 현장] 우리가 주목해야 할 홍콩 식품시장 트렌드', 2021.11
8. 스태티스타(Statista), 'Milk - Hong Kong, South Korea', 2024.09
9. KOTRA해외시장뉴스, '홍콩의 10대 전자상거래 플랫폼은?', 2022.03
10. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 홍콩', 2023
11. aT한국농수산물유통공사, '농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
12. KATT농식품수출정보, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023

■ 참고 사이트

1. 주홍콩대한민국총영사관 (overseas.mofa.go.kr/hk-ko/index.do)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KATT농식품수출정보 (www.kati.net)
5. 스트래티지헬릭스(StrategyHelix) (www.strategyh.com)
6. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
7. 에이치케이티비몰(HKTVMall) (hktvmall.com)
8. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
9. 시티슈퍼(city'super) (online.citysuper.com.hk)
10. 마켓플레이스(Market Place) (www.marketplacehk.com)
11. 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group) (www.dfiretailgroup.com)
12. 씨클케이 홍콩(Circle K Hong Kong) (www.circlek.hk)
13. 쿠슈타르(Couche-Tard) (corpo.couche-tard.com)
14. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretail.asia)
15. 베이비다인(Baby Dine) (babydine.com)
16. 인스타그램(Instagram) (www.instagram.com)
17. 힙(HiPP) (shop.hipp.com.hk)
18. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
19. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
20. 이커머스디비(eCommerceDB) (ecommercedb.com)
21. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
22. 더플레이스(The Place) (business.theplace.shop)
23. 홍콩 해관 (www.customs.gov.hk)
24. 홍콩 통계청(C&SD) (www.censtatd.gov.hk)
25. 홍콩 공업무역부(TID) (www.tid.gov.hk)
26. 홍콩 식품안전센터(CFS) (www.cfs.gov.hk)
27. 홍콩 식품환경위생부(FEHD) (www.fehd.gov.hk)
28. 홍콩 전자법률포털 (www.elegislation.gov.hk)
29. 관세청 (www.customs.go.kr)
30. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
31. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
32. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)
33. 수산물수출정보포털 (kfishinfo.co.kr)
34. 체리샵 HK(Cherryshop HK) (cherryshophk.com)
35. 유에싱(Yueshing) (yue-shing.com.hk)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.10.25

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea