

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-41
품목 | 침향차(Agarwood Tea)
HS CODE | 1211.90-9090
국가 | 독일(Germany)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 독일 온음료 시장규모	06
2. 독일 차 시장규모	07
3. 독일 침향차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 독일 침향차 성분 키워드 1위, '녹차'	11
2. 독일 침향차 효능/홍보문구 키워드 1위: '유기농'	12
3. 독일 침향차 패키징 키워드 1위: '티백'	13

IV. 유통채널

1. 독일 침향차 유통채널 점유율	
2. 독일 침향차 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 독일 침향차 통관 및 검역 절차	23
2. 독일 침향차 품질 인증	26
3. 독일 침향차 라벨링	33
4. 독일 침향차 성분 및 유해물질	40

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 티게슈벤드너(Teegschwendner)	44
2. 볼렌하우프트(Wollenhaupt)	46
3. 티하우스(Tea House)	48

※ 참고문헌	50
--------	----





HS CODE : 1211.90-9090

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

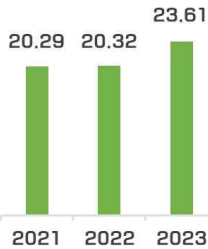
SUMMARY

독일 침향차 시장

시장 현황

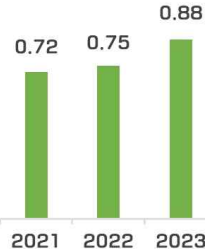
온음료 시장규모

단위 : 십억 달러



차 시장규모

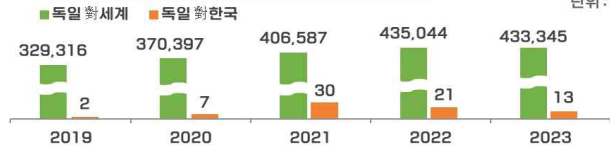
단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1211.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 독일 아마존 침향차 제품 194건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-EU 협정 세율 0%

사전 준비
직접 수출 시 EORI 번호 발급 必
수출업체 AEO 등록 시
통관 절차 간소화 등 혜택 多

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 원재료명, 첨가물, 순종량, 보관방법, 원산지, 조리방법, 사업자 정보, 영양 정보, 유통기한, 알레르기 유발물질 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :

Tee Gschwendner

Wollenhaupt



Point 01.

소비자 수요 주로 녹차와 홍차가 꾸준히 선호되며 미국적인 맛과 향을 가진 제품에 대한 관심도 많은 편, 티백보다 잎차를 선호함
구매 시 고려 요소 ①차의 맛과 향 ②건강 상의 효능 ③원산지 ④생산 과정상 환경 및 윤리 문제 등
예상 반응 침향에 대한 인지도는 낮은 편이나, 흥미롭게 여겨질 수 있을 것, 차의 효능과 생산 과정에 대한 충분한 설명이 요구될 것임

Point 02.

판매 전략 소셜 미디어 등을 활용한 적극적인 홍보 전략 요구되며, 생소함을 이용한 고급화 전략이 도움이 될 수 있을 것으로 보임
유통채널 유명 차 전문점 체인, 아시아 슈퍼마켓, 약국과 드럭스토어 등 다양한 오프라인 채널과 온라인 채널 모두 활용하는 것이 권장됨
인기 제품/브랜드 루이보스차, 말차, 재스민 녹차, 마테차, 보이차, 아쌈차, 우롱차 등이 인기 있는 유사 제품

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 독일 온음료 시장규모
2. 독일 차 시장규모
3. 독일 침향차 수입규모

1. 독일 온음료 시장규모

독일 국가 일반 정보¹⁾

면적	35만 7,580km ²
인구	8,460만 명
GDP	4조 7,282억 달러
GDP (1인당)	5만 6,664달러

▶ 독일 온음료 시장규모 30.9조 원²⁾³⁾⁴⁾

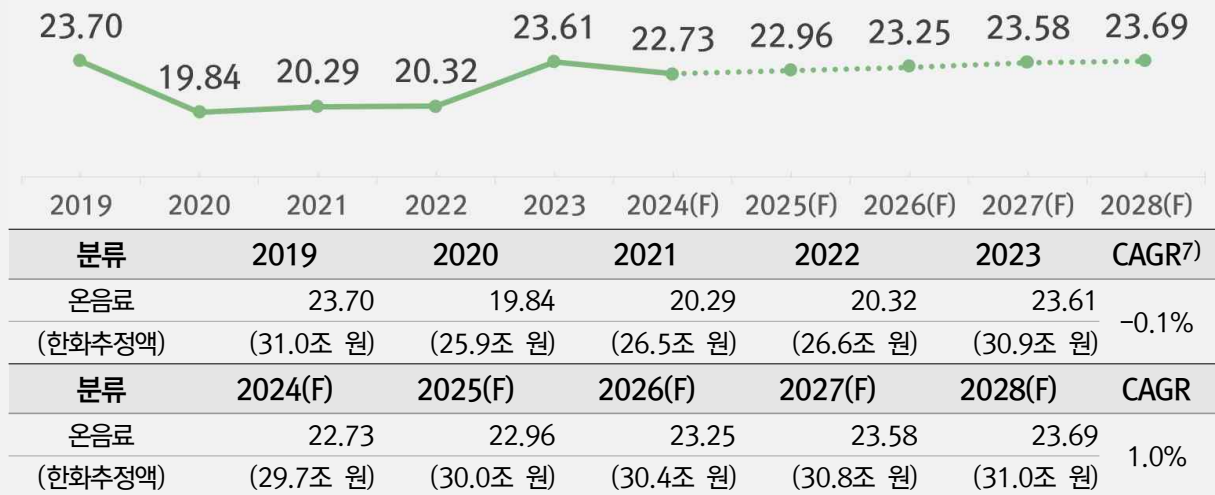
2023년 기준 독일 온음료 시장규모는 30.9조 원으로, 이는 한국 시장의 약 1.5배에 해당함. 독일 온음료 시장규모는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률 -0.1%로 미미한 감소를 보임. 특히, 2020년은 전년 대비 16.3% 감소하며 성장이 정체됨. 이는 코로나19 및 러시아의 우크라이나 침공에 의한 에너지 비용 상승과 인플레이션 등 경제 위기로 인해 유럽 소비자들이 소비 습관을 변경한 데 기인한 것으로 추측이 가능함. 그러나 2021년부터 상승세를 회복했으며, 2023년에는 전년 대비 16.2% 성장함

▶ 독일 온음료 시장규모, 향후 5년간 1.0%씩 성장 예상

독일 온음료 시장은 향후 5년간(2024-28년) 연평균 1.0% 성장률을 기록하며, 2028년에는 약 31.0조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 이는 비교적 낮은 성장률이지만, 시장 내 프리미엄 제품과 지속가능성을 강조한 제품군의 수요 증가가 긍정적인 영향을 미칠 가능성이 있음

[표 2.1] 독일 온음료 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스탯시타(Statista), 「Hot Drinks - Germany」, 2024.10
- 3) 스탯시타에 따르면, '온음료(Hot Drinks)' 시장은 커피, 차, 코코아로 구성되며, 가루, 원두, 잎 등 건조 형태의 제품을 포함함
- 4) 조사제품 '침향차'는 침향을 물에 침출하여 음용하는 제품임. 제품의 유형에 따라, '차' 시장과 상위 시장인 '온음료' 시장의 규모를 조사함
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 독일 차 시장규모

▶ 독일 차 시장규모 1.15조 원⁸⁾⁹⁾

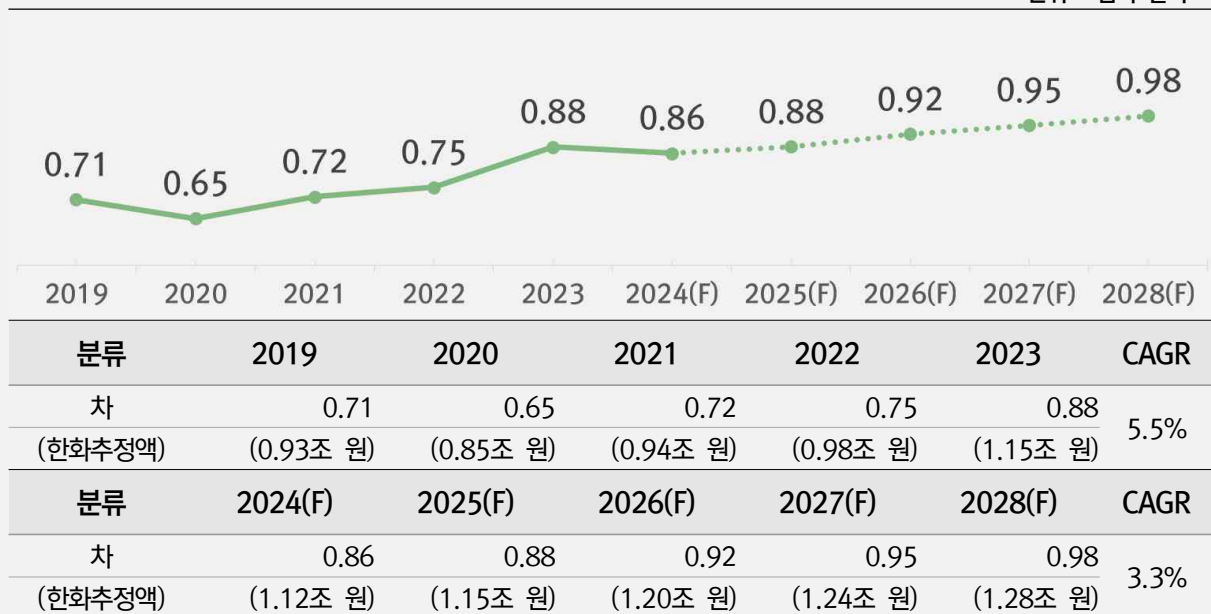
2023년 기준 독일 차 시장규모는 1.15조 원으로, 이는 한국 시장의 약 2배에 해당함. 독일의 차 시장은 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.5%의 성장률을 기록함

▶ 독일 차 시장규모, 향후 5년간 3.3%씩 성장 예상

독일 차 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.3% 성장하여 2028년에는 약 1.28조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 유럽에서는 설탕 및 색소 무첨가, 유기농, 건강, 재활용 가능 및 분해 가능한 용기 사용 등 친환경적 요소에 대한 선호가 뚜렷하게 나타나고 있으며, 이러한 트렌드가 시장 성장을 이끄는 주요 요인으로 작용할 것으로 보임¹⁰⁾

[표 2.2] 독일 차 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 「Tea - Germany」, 2024.10

9) 스태티스타에 따르면, '차(Tea)' 시장은 티백 또는 잎차 형태로 판매되는 홍차, 녹차, 마테차로 이뤄짐

10) 자료: KATI농식품수출정보, 「[유럽] 차 시장 동향」, 2023.09

3. 독일 침향차 수입규모

HS CODE 1211.90

해당 장에서 조사제품 침향차는 HS CODE 1211.90으로 분류됨. HS CODE 제1211호의 품명은 '주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분'이며, HS CODE 1211.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 1211.90 독일의 對글로벌 수입액, 5,663억 원

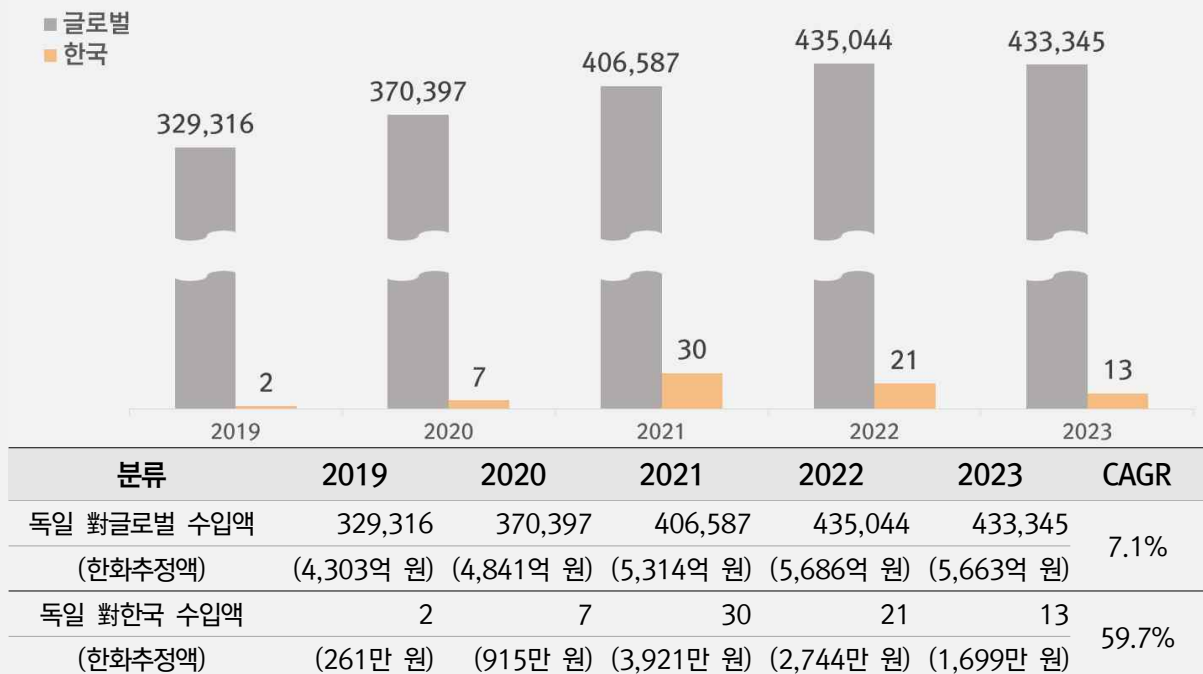
2023년 기준 HS CODE 1211.90 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액은 전년 대비 0.4% 감소한 5,663억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 7.1%의 성장률을 기록하며 전체적으로 꾸준한 증가세를 보임

▶ HS CODE 1211.90 독일의 對한국 수입액, 글로벌 96위

2023년 기준 HS CODE 1211.90 품목에 대한 독일의 對한국 수입액은 전년 대비 38.1% 감소한 1,699만 원으로, 독일의 전체 수입국 중 96위를 차지함. 해당 품목에 대한 지난 5년(2019-23년)간 독일의 對한국 수입액은 연평균 성장률 59.7%를 기록했으나, 여전히 점유율은 미미한 수준임. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 독일의 對글로벌 수입액 중 1위는 인도(687억 원), 2위는 캐나다(551억 원), 3위는 폴란드(529억 원)인 것으로 확인됨

[표 2.3] 독일 HS CODE 1211.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 독일 침향차 성분 키워드 1위, '녹차'
2. 독일 침향차 효능/홍보문구 키워드 1위: '유기농'
3. 독일 침향차 패키징 키워드 1위, '티백'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 독일 온라인 쇼핑몰 입점 침향차

- 데이터 수집 키워드 : 침향차(Kräutertee)
- 데이터 수집량 : 194건
- 데이터 수집원 : 독일 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 독일 온라인 쇼핑몰 입점 침향차 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 성분 ② 효능/홍보문구 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/독일어)		빈도	키워드 (국문/독일어)		빈도
성분	녹차	Green tea	24	꿀	Honey	7
	생강	Ginger	14	계피	Cinnamon	7
	카모마일	Chamomile	12	민들레	Dandelion	6
	히비스커스	Hibiscus	11	센차	Sencha	3
	레몬그라스	Lemongrass	10	바질	Basil	3
	강황	Turmeric	8	박하	Peppermint	3
	감초	Liquorice	7	(-)	(-)	(-)
효능/ 홍보문구	유기농	Organic	119	소화	Digestive	3
	천연	Natural	78	무설탕	No Added Sugar	3
	선물	Gift	8	체중감량	Weight Loss	3
	무설탕	Sugar Free	5	균형	Balancing	2
	휴식	Relaxing	4	스트레스	Stress	1
	출산 준비	Birth Preparation	4	매콤한	Spicy	1
패키징	티백	Tea Bags	48	30g	30g	4
	상자	Box	19	1000g	1000g	4
	100g	100g	9	60g	60g	3
	250g	250g	9	스틱	Sticks	2
	봉지	Beutel	7	싱글팩	Einzelpack	1
	병	Bottled	5	개별포장	Individually Wrapped	1

1. 독일 침향차 성분 키워드 1위: ‘녹차’

▶ 독일 침향차 성분 키워드로 ‘녹차’ 빈출

- 독일에서 판매 중인 침향차 성분 관련 키워드로 ‘녹차’가 24건 도출되며 1위를 기록했음
- 코로나19로 면역력의 중요성이 강조됨에 따라 최근 독일에서는 녹차가 면역력 증진에 도움이 되는 식품으로 각광받고 있음¹¹⁾

▶ ‘생강’과 ‘카모마일’ 등 키워드 빈출

- 독일에서 판매 중인 침향차 성분으로 ‘생강’이 14건 도출되며 2위를 기록하였으며, 데이터 확인 결과 여러 허브 성분과 함께 사용되는 것으로 나타남
- 그 외에도 허브 성분으로 ‘카모마일’이 12건, ‘히비스커스’가 11건, ‘레몬그라스’가 10건 도출되었음

녹차		생강		카모마일	
					
제품명	오가닉 센차 우치야마 (Organic Sencha Uchiyama)	제품명	7X7 허벌티 (7x7 Herbal Tea)	제품명	커퍼 리틀 드리머 (Copper Little Dreamer)
브랜드	아자프란(Azafraan)	브랜드	P.젠슈라(P. Jentschura)	브랜드	커퍼Copper)
용량	500g	용량	1.8g x 100티백 x 7박스	용량	20티백
가격	25.99유로(37,585원 ¹²⁾)	가격	27.54유로(39,827원)	가격	2.40유로(3,471원)

[표 3.1] 독일 판매 침향차 성분 관련 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘침향차’ 관련 게시물 194건 분석

11) KOTRA해외시장뉴스, ‘독일 녹차 시장동향’, 2024.07

12) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 효능/홍보문구 키워드 1위: '유기농'

▶ 독일 침향차 효능 및 홍보문구 키워드로 '유기농' 빈출

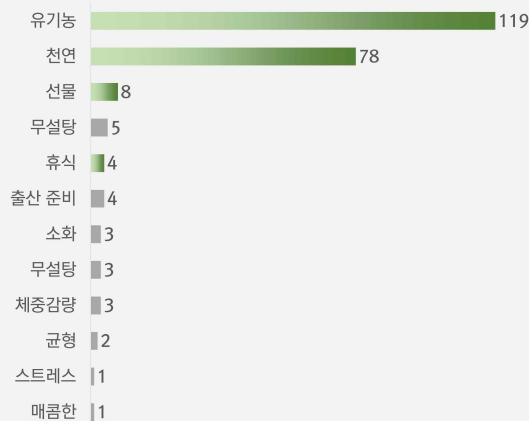
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 독일 침향차 효능 및 홍보문구 관련 키워드로 '유기농'이 119건, '천연'이 78건으로 가장 많이 도출되었음
- EU에 등재된 한국 인증기관에서 유기농 인증을 획득한 경우 독일에서도 동등하게 인정받아 수출에 유리하게 작용할 수 있음

▶ '선물' 제품으로 홍보하기도... '휴식'과 '출산 준비' 강조

- 독일 침향차 홍보문구 키워드로 '선물' 관련 키워드가 8건 도출되었으며, 선물 용도의 침향차 제품을 다수 판매 중인 것으로 확인됨
- 효능 관련 키워드로는 '휴식', '출산 준비' 등의 키워드가 확인되었으며, 휴식과 안정을 위한 목적을 주로 강조함

유기농		선물		휴식	
					
제품명	서니 그리팅 더블 챔버 (Sunny Greetings Double Chamber)	제품명	허벌 셀렉션 티 어소트먼트 (Herbal Selection Tea Assortment)	제품명	오가닉 레몬 멜리사 티 (Organic Lemon Melissa Tea)
브랜드	소넨터(Sonnentor)	브랜드	아코루스(Acorus)	브랜드	오리진스(Origens)
용량	45g	용량	56티백	용량	100g
가격	7.43유로(10,745원)	가격	16.29유로(23,558원)	가격	8.99유로(13,001원)

[표 3.2] 독일 판매 침향차 효능/홍보문구 관련 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '침향차' 관련 게시물 194건 분석

3. 독일 침향차 패키징 키워드 1위: '티백'

▶ 독일 침향차 패키징 키워드로 '티백' 빈출

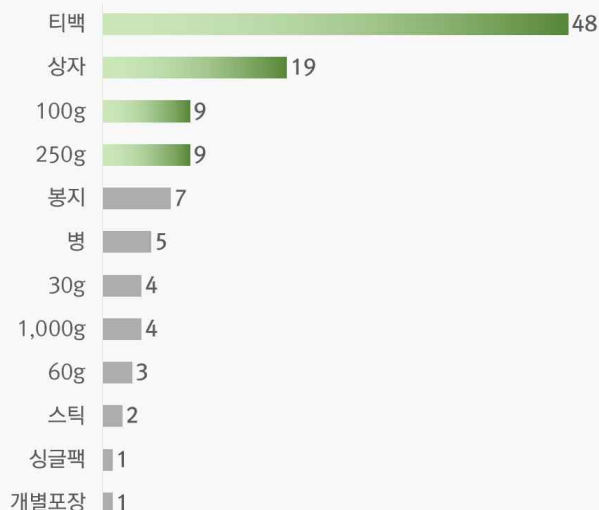
- 독일 온라인 매장에서 판매 중인 침향차 패키징 키워드 중 '티백'이 48건으로 최다 빈출됨
- 다음으로 '상자' 키워드가 19건 도출되었으며, 대부분의 티백 포장 제품이 상자 안에 포장되어 판매되는 것으로 확인됨

▶ 중량 관련 키워드로 '100g' 빈출

- 중량 관련 키워드로는 '100g'과 '250g' 키워드가 각 9건으로 가장 많이 도출되었음
- 데이터 확인 결과, 해당 중량은 대부분 말린 잎 형태의 제품으로 지퍼백 형태의 봉지에 판매 중인 것으로 나타났음

티백		상자		100g	
					
제품명	파이니스트 그린티 (Finest Green Tea)	제품명	티 다이아몬드 허브 가든 (Tea Diamonds Herb Garden)	제품명	드라이드 로즈 페탈 (Dried Rose Petal)
브랜드	메스머(Meßmer)	브랜드	에일리스(Eilles)	브랜드	알피네이처(Alpi Nature)
용량	50티백	용량	20티백	용량	100g
가격	4.70유로(6,797원)	가격	9.99유로(14,447원)	가격	9.99유로(14,447원)

[표 3.3] 독일 판매 침향차 패키징 관련 키워드



자료: 독일 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '침향차' 관련 게시물 194건 분석

IV 유통채널



1. 독일 침향차 유통채널 점유율
2. 독일 침향차 주요 유통채널

1. 독일 침향차 유통채널 점유율

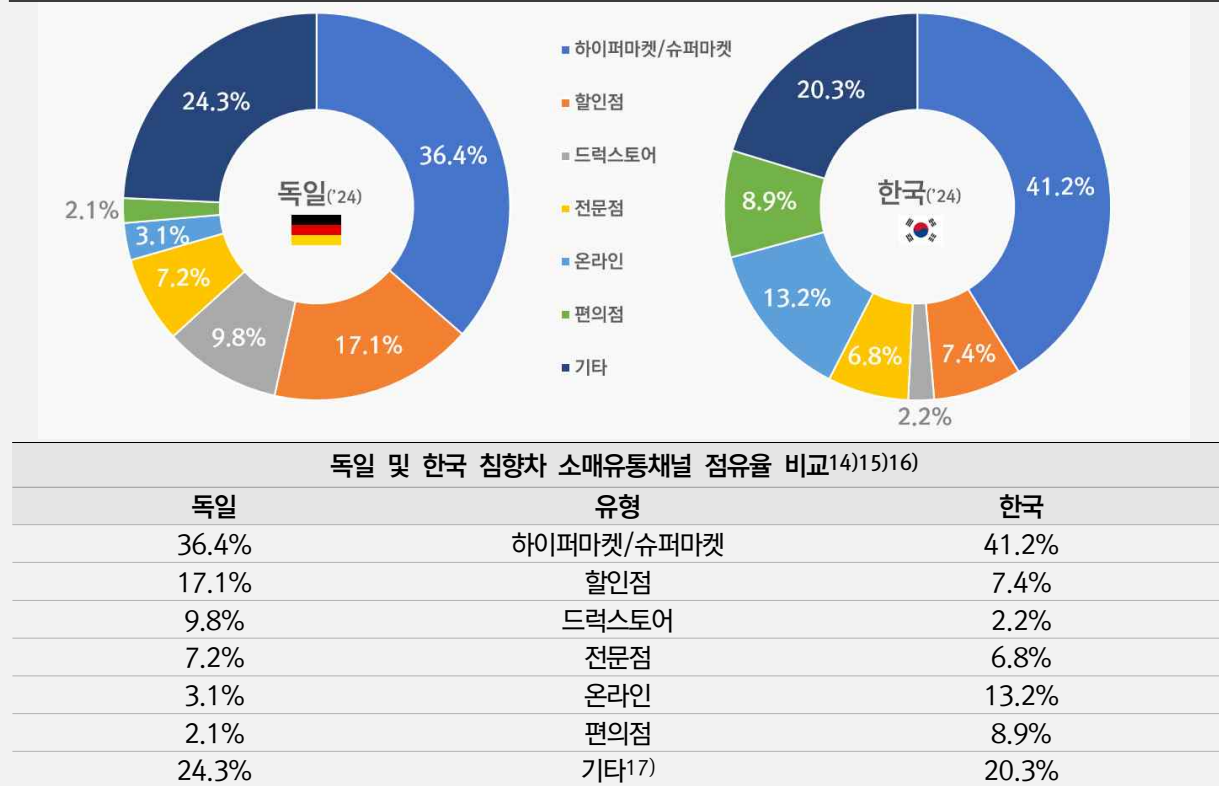
▶ 독일 내 침향차 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준 독일 내 침향차를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 36.4%로 가장 높은 점유율을 보였음. 2위는 24.3%의 ‘기타’, 3위는 17.1%의 ‘할인점’, 그리고 9.8%의 ‘드렉스토어’와 7.2%의 전문점이 그 뒤를 잇는 것으로 나타남. 한국 역시 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.2%로 1위, ‘기타’가 20.3%로 2위를 차지했으나 ‘온라인’의 점유율이 13.2%로 독일에 비해 높았으며, 8.9%의 ‘편의점’과 7.4%의 ‘할인점’이 그 뒤를 이음

▶ 독일, 유럽 최대 식품 유통망 보유

독일 유통업체 체인은 유럽 내 최대 규모의 유통망을 보유하고 있으며, 독일을 비롯한 동유럽 등 인근 국가들까지 진출해 있음. 이에 유럽 시장 진출을 준비하는 업체들에게 독일은 반드시 고려해야 할 중요한 관문으로 평가됨¹³⁾

[표 4.1] 독일 및 한국 침향차 소매유통채널 점유율 비교



자료: 스탯ISTA(Statista)

13) 자료: KATI농식품수출정보, 「[유럽] 독일 식품유통시장 규모와 전망 : 유통매장과 소비자 트렌드 분석」, 2024.01

14) ‘침향차’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 식료품(Grocery) 유통채널 정보를 확인함

15) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Grocery shopping by store type in Germany as of June 2024」, 2024.08

16) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024」, 2024.08

17) ‘기타’는 유기농 식품 매장, 농산물직판장 등을 포함함

2. 독일 침향차 주요 유통채널 ① 갤러리아

기업 기본 정보	기업명	갤러리아(Galeria)		 GALERIA
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.galeria.de		
	위치	독일 전역		
	규모	순 매출액('23) • 30억 달러(3조 9,207억 원 ¹⁸⁾) 기타 규모 • 매장 수('23): 83개 • 직원 수('23): 1만 2,000명		
기업 요약	• 갤러리아 카우프호프(Galeria Kaufhof)와 카르슈타트(Karstadt)의 합병으로 탄생한 독일의 대표 백화점 • 도심에 위치한 매장들과 온라인 쇼핑물을 통해 옴니채널 쇼핑 경험을 제공함 • 지역 특성에 맞춘 제품 큐레이션과 옴니채널 서비스로 차별화된 쇼핑 환경을 조성함			
매장정보	입점 가능 품목	• 의류, 미용, 식품, 생활용품, 가구 등		
	선호 제품	• 신선식품, 즉석식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 입점 문의 - 온라인과 오프라인 매장 모두 입점 가능하며, 이메일을 통해 입점 문의를 접수받음 - 등록 시 필요한 일반 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: Partner@galeria-marktplatz.de		

자료: 갤러리아(Galeria), 로켓리치(RocketReach), 대륙간백화점협회(IGDS)

사진 자료: 갤러리아(Galeria)

18) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 독일 침향차 주요 유통채널 ② 카데베

기업 기본 정보	기업명	카데베(KaDeWe)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.kadewe.de		
	위치	베를린(Berlin)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 1개		
	기업 요약	1907년 베를린 서부에 처음 설립된 럭셔리 백화점 - 카데베 그룹(KaDeWe GmbH)에 의해 운영되고 있으며, 이 그룹은 베를린의 카데베, 함부르크(Hamburg)의 알스터하우스(Alsterhaus), 뮌헨(Munich)의 오버폴링거(Oberpollinger)까지 총 세 개의 백화점을 소유하고 있음 100년 이상의 역사를 지닌 카데베는 유럽에 존재하는 백화점 중 가장 큰 규모로 운영되고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	의류, 미용, 식품, 생활용품		
	선호 제품	브랜드 신뢰도가 높은 제품, 신제품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 및 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.kadewe.de/kontakt) - 홈페이지 기입 정보 ① 담당자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소 등) ② 문의 내용 - 문의사항 연락처 - 이메일: kundenservice@kadewe.de		

자료: 카데베(KaDeWe), 대륙간백화점협회

사진 자료: 카데베(KaDeWe), 아크데일리(Arch Daily)

2. 독일 침향차 주요 유통채널 ③ 레베투고

기업 기본 정보	기업명	레베투고(Rewe To Go)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	togo.rewe.de		
	위치	독일 전역		
	규모	매출액('23)19) • 848억 유로(125조 249억 원20)) 기타 규모 • 매장 수('24): 905개		
기업 요약		• 독일의 소매유통기업 레베그룹(Rewe Group)의 편의점 체인 브랜드 • 도시의 젊은 세대를 겨냥한 것이 특징이며, 주로 공항, 기차역 등 유동 인구가 많은 지역에 입지함 • 식사 대용의 즉석식품 및 신선식품을 폭넓게 취급하며, 신선하고 건강한 식품을 취급하는 것에 초점을 두고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 커피, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 신선식품 등		
	선호제품	• 독일 내 소비자 선호도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 – 홈페이지 접속(togo.rewe.de) – 하단 ‘Unternehmen(기업)’-‘Kontakt(연락)’ – 문의사항 입력 및 제출 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 설명 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +43-2236-6000 – 이메일: office@rewe-group.at		

자료: 레베투고(Rewe To Go), 레베그룹(Rewe Group)

사진 자료: 레베투고(Rewe To Go)

19) 레베그룹 전체 매출액

20) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 독일 침향차 주요 유통채널 ④ 스파익스프레스

기업 기본 정보	기업명	스파익스프레스(Spar Express)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	spar-express.de	
	위치	독일 전역	
	규모	매출액('22) • 1억 5,400만 유로(2,270억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 334개	
	기업 요약	• 1932년 네덜란드에서 시작된 글로벌 소매유통기업의 편의점 체인 브랜드 • 스파(Spar)는 주로 주거지역에 넓은 슈퍼마켓의 형태로 존재하나, 스파익스프레스의 경우 주로 유동인구가 많은 공항, 기차역, 도심 등에 소형 편의점의 형태로 입지함 • 독일 내 대부분의 상점과는 달리 주 7일, 24시간 운영되는 지점도 존재함	
매장정보	입점 가능 품목	• 커피, 베이커리, 스낵, 음료, 주류, 즉석식품 등	
	선호 제품	• 브랜드 인지도가 높은 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통해 입점 문의 - 글로벌 홈페이지 접속(spar-international.com/contact) - 'Become a Supplier(공급 문의)' 클릭 - 제품 카테고리 선택 후 기업 및 제품정보 첨부해 제출 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 설명 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +49-800-333-5201 - 이메일: Marketing@edeka-convenience.de	

자료: 스파익스프레스(Spar Express), 스파인터내셔널(Spar International)

사진 자료: 스파익스프레스(Spar Express), 스파인터내셔널(Spar International)

2. 독일 침향차 주요 유통채널 ⑤ 고아시아

기업 기본 정보	기업명	고아시아(Go Asia)
	기업구분	아시안마트
	홈페이지	www.goasia.net
	위치	독일 전역
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 54개
	기업 요약	2009년 설립된 중국계 아시아 식료품 전문점으로, 중국산 제품을 중심으로 7,000종 이상의 한국과 일본 등 다양한 아시아 제품을 취급함 - 독일 16개 주 중 12개 주에 진출한 독일 내 최대 아시안마트이며, 현재도 빠른 속도로 매장을 늘리고 있음 - 온라인몰을 운영하며, 39유로(56,400원) 이상 구매 시 무료 배송을 지원함 - 매달 첫째주 토요일에 전품목 10% 할인 행사를 진행하며, 학생증을 소지한 학생에게는 상시 5%의 할인을 제공함
매장정보	입점 가능 품목	• 아시아산 가공식품 및 냉동식품, 아시아산 식재료, 아시아산 주류 등
	선호 제품	• 현지인에게 선호도가 높은 아시아 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: service@goasia.net - 전화번호: +49-30-3988-2855

자료: 고아시아(Go Asia)

사진 자료: 고아시아(Go Asia)

2. 독일 침향차 주요 유통채널 ⑥ 와이마트

기업 기본 정보	기업명	와이마트(y-mart)		
	기업구분	한인마트		
	홈페이지	www.y-mart.de		
	위치	프랑크푸르트(Frankfurt)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('24): 2개	
	기업 요약	- 독일 내 한인이 가장 많은 도시인 프랑크푸르트에 위치한 한인마트 - 다양한 한국산 수입 가공식품과 냉동식품뿐 아니라 다양한 즉석식품과 베이커리 제품을 제조·판매함 - 최근 도심 지역에 ‘와이마트 시티(y-mart city)’라는 이름의 2호점을 오픈함 - 온라인몰을 운영하고 있으며, 70유로(101,231원) 이상 주문 시 무료배송을 지원함		
매장정보	입점 가능 품목	한국산 가공식품 및 냉동식품, 한국산 식재료 등		
	선호 제품	교민과 현지인에게 선호도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: info@y-mart.de - 전화번호: +49-69-3003-8990		

자료: 와이마트(y-mart)

사진 자료: 페이스북(Facebook)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 독일 침향차 통관 및 검역 절차
2. 독일 침향차 품질 인증
3. 독일 침향차 라벨링
4. 독일 침향차 성분 및 유해물질

1. 독일 침향차 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 독일 침향차 수출 시 통관 절차별 주요사항

독일은 유럽연합(EU: Europe United) 회원국으로서, 유럽연합의 모든 지침, 규정 및 의무를 준수함. 유럽연합은 관세동맹에도 해당되기 때문에 유럽연합 역내로 수입되는 동일한 상품에 대해 동일한 세율이 적용됨. 또한, 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화 추세이므로, 현지 긴급 검역, 검사 강화 및 통관 지연을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 독일 침향차 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

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

▶ 독일 침향차, 직접 통관 진행 시 EORI 번호 발급必

EORI(Economic Operator Registration Identification) 번호는 경제사업자 등록 및 식별번호로, 유럽연합 회원국으로 직접 통관을 진행하고자 하는 사업체와 개인은 모든 세관 절차에서 EORI 번호를 사용해야 함. 유럽연합 회원국 세관 당국에 등록된 번호는 전 유럽연합 회원국에서 통용되므로, 다른 회원국으로 수출입 시 해당 회원국 세관에서 다시 EORI 번호를 발급받을 필요가 없음. 그러나 EORI 번호가 없는 경우, 독일의 세관 당국에 EORI 번호 할당을 요청해야 함

[표 5.2] 유럽연합 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

번호명	EORI	발급 성격	EU 내 수출입업체 식별번호
양식	국가코드 2자리 + SIRET 번호	발급 기관	해당 국가 관세 당국 또는 유럽연합 관세 당국
신청 절차	- 독일 세관(ZOLL) 홈페이지²²⁾에서 계정 생성 후 온라인으로 신청 또는 서면을 통하여 신청 가능 - 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급 - EORI 번호 발급 이후, 사전에 해당 번호가 유효한지 확인한 후 수입 통관 및 검역 절차를 진행해야 함		
소요기간	- 신청 완료 시점으로부터 최대 30일 - EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급받은 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청이 불가함		

자료: 유럽연합 집행위원회, 독일 관세청

22) www.zoll.de

▶ 독일 침향차, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

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 대해서는 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하고, 사회 안전과 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

[표 5.3] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역 운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사를 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Agreement)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 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	- 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	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스(Uni-pass)를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(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, 공인경제운영자(TW AEO), 유럽연합 집행위원회(EC)

2. 독일 침향차 품질 인증

▶ 독일 침향차, 유럽 식품안전청 식품안전관리제도 준수 필요

유럽 식품안전청 식품안전관리제도(European Food Safety Authority)는 EU의 식품안전기본법에 따른 식품 위생 기준, 라벨링 규정, 오염물질 허용 기준 등의 준수 여부를 확인하는 인증 제도임. 가공, 부분 가공, 비가공 등 모든 제품에 적용되며, 독일을 포함한 EU 역내국으로 수출 시 준수해야 하는 인증사항임

[표 5.4] 유럽 식품안전청 식품안전관리제도

유럽 식품안전청 식품안전관리제도 	발행 및 검사기관	유럽 식품안전청(EFSA: European Food Safety Authority)
	강제 유무	필수
	제출 서류	인증 신청서
	비용	없음
	소요기간	없음
	절차	별도의 신청 절차는 없으나, 불시검사를 통해 EU 식품 관련 규칙 위반 시 수입거부 및 반송, 폐기될 수 있음

자료: 한국농수산물유통공사, 유럽 식품안전청(EFSA)

▶ 독일 침향차, 필수 인증 無

독일로 침향차 수출 시 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 식품 생산 안전과 관련하여 FSSC 22000, ISO 22000, IFS 인증 등을 취득하여 소비자들로부터 신뢰를 얻을 수 있음. 또한 고객사 침향차 제품이 동물성 성분을 포함하지 않는다면, V-Label 비건 인증을 받아 활용하기를 권장함

[표 5.5] 독일 침향차 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
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	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	영국 소매업 협회 (BRC: British Retail Consortium Standard) 지정 인증기관	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

▶ 독일, ESG 경영 실천 식품 인증

유럽연합(EU)의 각종 환경 관련 규제가 강화되며, 식품기업의 ESG(환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)) 경영²³⁾에 대한 필요성이 증대함. 또한, ESG 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 홍보하기 위한 식품인증을 취득하는 기업이 증가하고 있음. 대표적으로, 탄소저감라벨(Carbon Reduction Label), 공정무역 인증, 비콥(B Corp) 인증 등이 있음

[표 5.6] 독일 침향차 인증 취득

탄소저감라벨 (Carbon Reduction Label)	공정무역 인증	비콥(B Corp) 인증
		

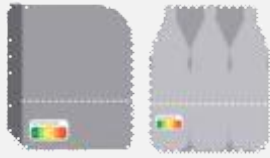
자료: KATI농식품수출정보, Ecolabel Index, Fairtrade International, Benefit Corporation

23) 기업의 친환경 경영(E), 사회적 책임(S), 투명한 경영·지배구조(G)를 지향함으로써 지속가능한 발전을 추구하는 것

▶ 독일 뉴트리-스코어 사용 가능

독일은 유럽연합(EU)의 회원국으로 EU의 농식품 수입 규정과 표준을 따르고 있으나, 독일이 국내에 추가로 적용하는 규정과 표준이 있음. 그 예시로는 뉴트리-스코어, 포장재 폐기물 재활용, 유럽연합 기준과 조화되지 않은(not yet harmonized) 특정 오염물질/제품 조합의 최대치가 있음. 그중 뉴트리-스코어(Nutri-Score)는 프랑스에서 개발된 자발적인 추가 영양성분 표시 시스템으로, 소비자가 더 건강한 식료품을 구입할 수 있도록 도와줌. 제품 100g당 설탕, 지방, 섬유질, 단백질 등 성분을 종합하여 5단계의 점수를 부여함. 2020년 11월 6일부터 독일에서 판매되는 식품에는 뉴트리-스코어 시스템을 자율적으로 선택하여 사용할 수 있음²⁴⁾

[표 5.7] 뉴트리-스코어 사용 방법

목적	• (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려 • (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려
표시 대상	• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011에 따른 의무 영양표시 대상 식품 - 아로마 허브, 차, 커피, 효모 등을 제외한 모든 가공식품
표시 제외 대상	• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품 - 비가공식품(예: 신선 채소, 꿀), 0~3세 영유아용 식품 등
표시 방법	• 수직 버전이 기본이며 포장 전면 하단 1/3에 배치  • 로고 너비 = (포장 길이 + 포장 너비) / 10 • 로고 너비 최소 17mm, 최대 45mm

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

24) 독일 유로저널, 「독일, 건강한 식생활에 도움을 주는 뉴트리-스코어 기준 변경」, 2022.07.31

[표 5.7] 뉴트리-스코어 사용 방법

등록 주체	식품 생산업자 또는 유통업자
등록 방법	관련 사이트 (https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)를 통해 등록 후 무료 사용
등급 부여 방법	- 제품 100mg 또는 100ml당 좋지 않은 성분과 좋은 성분의 각 항목별 점수를 토대로 산출된 최종점수에 따라 A~E등급 부여 - 좋지 않은 성분(0~40점) - 좋은 성분(0~15점) = 최종점수 - A: -1 이하 / B: 0~2 / C: 3~10 / D: 11~18 / E: 19 이상 - 좋지 않은 성분: 열량(KJ), 설탕(g), 포화지방산(g), 나트륨(g) - 점수: 각 0~10점(총 40점) - 좋은 성분: 과일·채소·콩류·견과류·과일껍질·특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g) - 점수: 각 0~5점(총 15점)
표시 형태	

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

▶ 독일 침향차, 포장재 안정성 확인 권장

EU는 플라스틱 쓰레기 문제를 해결하기 위해 대체 가능한 소재가 있는 일회용 플라스틱의 시판을 금지하고 있음. 2019년 6월, Directive (EC) 2019/904 「환경을 위한 특정 플라스틱 제품 영향 저감에 관한 지침(이하 플라스틱 지침)」을 제정해 유럽 해변에서 가장 많이 발견되는 일회용 플라스틱 제품 상위 10개와 어구를 제한함. 각 규정은 순차적으로 적용되고 있으며, 유럽 내 식품유통업계는 단계적으로 대체 포장재를 개발해 사용하고 있음. 앞으로도 플라스틱 사용 규제가 강화될 것으로 보임에 따라, 환경문제 소지가 있는 제품의 일회용 플라스틱 용기에 대한 사용 제한 규정을 숙지해 대비할 필요가 있음

[표 5.8] 식품 포장재와 관련된 유럽 플라스틱 지침

규정	Directive (EU) 2019/904
정의	- 플라스틱: 천연 폴리머를 제외한 첨가제나 Regulation (EC) No 1907/2006의 3조 5항에 정의된 폴리머로 구성된 재료 - 일회용 플라스틱 제품: 전체 또는 일부가 플라스틱으로 만들어지고 재활용을 위해 생산자에게 반납되어 수명이 다할 때까지 여러 차례 순환하도록 고안 또는 설계되지 않은 제품 - 어구: 어업 또는 양식업에 사용되어 해양 생물 자원을 포획하거나 그와 관련된 모든 장비 - 산화분해성 플라스틱: 산화를 통해 플라스틱 재료를 미세 조각으로 분해하거나 화학적 분해를 일으키는 첨가제를 포함하는 플라스틱 재료 - 생분해 플라스틱: 물리적, 생물학적 분해를 거쳐 최종적으로 이산화탄소, 바이오매스 및 물로 분해될 수 있는 플라스틱. 유럽 포장 표준에 따라 퇴비화 또는 혐기성 소화를 통해 회수될 수 있음
지침 지정품목	- 면봉 막대 - 식품 용기 - 음료 컵 (뚜껑 포함) - 식기 도구, 접시, 빨대, 음료 젓는 막대 - 풍선, 풍선 막대 - 판매용 음료 용기 (겉 포장지와 뚜껑 포함) - 담배꽂초 - 비닐봉지 - 포장물 및 포장지 - 물티슈, 위생용품

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

[표 5.9] 유럽 플라스틱 포장재 규제 사항

규정 목록	• 제4조 일회용 플라스틱 소비 저감 • 제5조 시판(시장 출시) 제한 • 제6조 제품 요구사항 • 제7조 제품 표시 요건 • 제8조 생산자 책임확대 • 제9조 분리수거 강화 • 제10조 소비자 인식 제고 조치
주요사항	• 회원국은 일회용 플라스틱, 산화분해성 플라스틱 소재의 제품이 시판하는 것이 금지됨 • 시장에 대체품이 나와 있는 제품들을 선별하여 시장 출시를 금지하고 있음 • 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소비자에게 정보를 제공하고 책임 있는 소비자 행동을 장려하도록 지정품목에 대한 조치를 취해야 함 • 일회용 플라스틱 제품의 적절한 폐기물 관리 방법, 그 제품이 피해야 하는 폐기물 처리방법, 제품의 플라스틱 함유 여부, 해당 제품을 쓰레기로 버리거나 다른 부적합한 폐기물 처리방법을 사용하는 경우 자연환경에 미치는 부정적인 영향에 대해 소비자가 알 수 있도록 눈에 띄고 평화하게 읽을 수 있으며 지워지지 않도록 표시해야 함

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

3. 독일 침향차 라벨링²⁵⁾²⁶⁾

[표 5.10] 독일 침향차 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	- 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함 - 정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함
	2. 원재료명	- 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시 - 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘파’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순증량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 - 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기
	3. 첨가물	- 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 - 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순증량	- 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시 - 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	- 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시 - 필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재
	6. 원산지	- 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재 - 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임
	7. 조리방법	조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용하도록 안내
	8. 사업자 정보	- 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 - 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

25) EU 전체의 지침 및 규정을 기반으로 하며, 모든 EU 회원국에게 적용됨

26) EU 법령포털(EUR-LEX), 「소비자에 대한 식품 정보 제공에 관한 규정」(EU) No 1169/2011

[표 5.10] 독일 침향차 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	- 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 - 의무 기재사항은 포장지 겉면에 눈에 띄게 표로 만들어 한눈에 다 들어오도록 표시해야 함. 포장지 겉면에 충분한 공간이 없을 경우, 단순한 일직선의 형태로 영양 정보를 기재. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시해야 함(예: 100g당 나트륨 1g). 영양 정보는 비율(%)로 표시할 수 있으며, 성인 일일 영양 권장량과 함께 표시 가능함(권장 영양소 함량은 100g 또는 100ml 당, 또는 비율(%)로 표시) - 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 - 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	- 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재 - 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재
	11. 알레르기 유발물질	- 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함 - 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 'Contains'라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기 - 유럽연합 표시대상 알레르기 유발물질: ①글루텐 함유 곡물, ②갑각류, ③난류, ④어류, ⑤땅콩, ⑥대두, ⑦우유, ⑧견과류, ⑨셀러리, ⑩겨자, ⑪참깨, ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀, ⑭연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	- 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능 - 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 I로 시작 - 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	- 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 - 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 - 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	- 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 - 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 독일 침향차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 독일에]

[앞면 - 국문]

- ① Natur & Mensch
- ② Lebensbaum
- ③ Sencha
- ④ Grüntee
- ⑤ aromatisch - frisch Asiens Favorit
- ⑥ Bio seit 1979

- ① 자연과 인간
- ② 생명의 나무
- ③ 센차
- ④ 녹차
- ⑤ 향기로운 - 신선한 아시아인이 가장 좋아하는 향
- ⑥ 1979년부터 유기농

[뒷면 - 독일어]

- ① Sollte es einmal Grund zur Beanstandung geben, kontaktieren Sie uns gern: info@lebensbaum.de
- ② Hersteller: Ulrich Walter GmbH Dr.
- Jürgen-Ulderup-Straße 12
49356 Diepholz, Deutschland
www.lebensbaum.de

[뒷면 - 국문]

- ① 불만 사항이 있는 경우
info@lebensbaum.de로 문의해 주시기 바랍니다.
- ② 제조업체: Ulrich Walter GmbH 박사.
- Jürgen-Ulderup-Straße 12
49356 독일 디에폴츠
www.lebensbaum.de

[뒷면 - 독일어]

- ① Weich und frisch mit aromatischen Noten, so schmeckt Sencha, der am meisten getrunkene Tee Asiens
- ② Sencha wird nach dem Ernten schonend gedämpft, gewalzt und getrocknet. Er wird traditionell für Teezeremonien verwendet. Im Teebeutel verspricht er ein kurzes Abtauchen aus dem Alltag
- ③ Lebensbaum steht für: :
100% Bio-schon immer natürlichen Geschmack ökologische Weitsicht verantwortungsvolle Lieferketten
- ④ Information unter:
www.lebensbaum.de/markenversprechen
- ⑤ Sencha Grüntee
aus ökologischem Anbau

[뒷면 - 국문]

- ① 부드럽고 신선하며 향긋한 향을 지닌, 아시아에서 가장 인기있는 차, 센차의 맛
- ② 센차는 수확 후 부드럽게 증기 처리되고, 압착되어 건조됩니다. 전통적으로 차 의식에 사용됩니다. 티백은 일상에서 잠시 벗어날 수 있는 짧은 휴식을 제공합니다.
- ③ 생명의 나무는 다음을 의미합니다 :
100% 유기농 - 항상 자연스러운 맛 생태학적 예지력 책임있는 공급망
- ④ 정보:
www.lebensbaum.de/markenversprechen
- ⑤ 센차 녹차
유기농업으로

⑥ Zubereitung: Einen Teebeutel pro Tasse mit nicht mehr kochendem Wasser übergießen und den Tee 2 Minuten ziehen lassen

⑦ 200ml 1 Beutel; 90°C ; 2 Min.; 1 Liter 5 Beutel

⑧ Ideen für klimaschonenden Teegenuss:
Mit dem Rad zum Einkaufen fahren
Nicht mehr Wasser als nötig kochen
Wasserkocher mit Ökostrom betreiben
Verpackung sachgerecht entsorgen

⑨ 30g

⑥ 준비: 컵당 티백 1개에 끓는 물을 붓고 2분간 우려냅니다.

⑦ 200ml 1봉지; 90°C; 2분; 1리터 5봉지

⑧ 기후 친화적인 차를 즐기기 위한 아이디어:

자전거로 가게에 가기
필요한 만큼만 물 끓이기
친환경 전기로 가동되는 주전자
포장재를 올바르게 폐기하기

⑨ 30g



[옆면1 라벨링]	[옆면2 라벨링]
[옆면1 - 독일어] ① Zum Öffnen Lasche eindrücken ② Gut verpackt, weil... Schachtel aus Recyclingkarton Mineralölfreie Druckfarben Teebeutel aus Naturfasern, ohne Klammer Faden aus Bio-Baumwolle 100% recyclingfähig ③ We Care Das Siegel für ganzheitlich nachhaltiges Handeln entlang der Lieferkette ④ Träger ist das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) Deutschland e.V. ⑤ Mehr Informationen unter: www.we-care-siegel.org	[옆면1 - 국문] ① 탭을 눌러 엽니다. ② 잘 포장된 이유는... 재활용 판지로 만든 상자 미네랄 오일 프리 인쇄 잉크 사용 철사 없이 천연 섬유로 만든 티백 유기농 면으로 만든 실 100% 재활용 가능 ③ 우리는 신경 씁니다 공급망 전반에 걸친 지속 가능한 행동을 위한 인증 마크 ④ 후원 기관은 독일 유기농업연구소 (FiBL) e.V. 입니다. ⑤ 자세한 정보: www.we-care-siegel.org에서 확인하세요

[옆면2 - 독일어]

- ① Recyclinghinweis
Teebeutel => Biomüll Kompost
Schachtel => Altpapier
- ② Oft länger gut
Bitte trocken lagern
Mindestens haltbar bis Ende
07/2027
- ③ DE-Öko-001
China Landwirtschaft

[옆면2 - 국문]

- ① 재활용 안내
티백 => 유기 폐기물 비료
상자 => 폐지
- ② 종종 오랫동안 좋음
건조한 곳에 보관해주세요.
최고의 소비 기한은 2027년 7월 말까
지입니다.
- ③ DE-Eco-001
중국 농업

4. 독일 침향차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

EU는 (EC) No. 1333/2008에 의해 식품첨가물 기준치를 규정하고 있음. 'EUR-LEX'는 EU의 기존 조약, 현행 법령 및 유럽법원의 판례를 검색할 수 있는 사이트로, 식품별 첨가물 규정을 상세하게 공시함. EU의 식품첨가물 목록에 등재되어 있지 않은 첨가물은 EU 위원회의 사용허가를 받아 E-번호를 부여받은 후에만 사용이 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 독일을 포함한 EU의 식품첨가물과 사용 기준 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 침향차에 적용 가능한 독일 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	아르곤	Argon	GMP ²⁷⁾	커피, 차, 허브티 및 과일 인퓨전; 차, 허브 및 과일 티백, 치커리 추출물; 인퓨전 제조용 차, 식물, 과일 및 곡물, 이의 믹스 및 인스턴트 믹스
2	벤조산	Benzoic acid	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	
3	벤조산 칼슘	Calcium benzoate		
4	이산화탄소	Carbon dioxide	GMP / 영유아 식품에 사용 가능	
5	β-사이클로덱스트린	β-cyclodextrin	GMP	
6	인산칼슘	Calcium phosphates	10,000(mg/l or mg/kg)	
7	이인산염	Diphosphates		
8	탈피된 디기타리아 엑실리스(키피스트) 스타프 알갱이	Decorticated grains of Digitaria exilis (kippist) stapf	모든 식품에 이용 가능	
9	헬륨	Helium	GMP	
10	수소	Hydrogen		

자료: KATI농식품수출정보

27) 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

독일을 포함한 EU 회원국은 (EC) No. 2073/2005에 의하여 식품 중 미생물에 관하여 규정함. 또한, (EC) No. 1881/2006에 의해 식품 중 오염에 관하여 규정하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 독일 유해물질 및 잔류허용기준의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.12] 고객사 침향차에 적용 가능한 독일 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	톨클로포스-메틸	Tolclofos-methyl	0,05mg/kg	차
2	티아벤다졸	Thiabendazole	0,05mg/kg	
3	메타플루미존	Metaflumizone	0,1mg/kg	
4	플루피라디푸론	Flupyradifurone	0,05mg/kg	
5	페나자퀸	Fenazaquin	9mg/kg	
6	이소페타미드	Isofetamid	0,05mg/kg	
7	포세틸-AL	Fosetyl-AL (포세틸의 합, 포스폰산과 그의 염, 포세틸로 표현되는 것)	5mg/kg	
8	보스칼리드	Boscalid	40mg/kg	
9	벤조빈디플루피르	Benzovindiflupyr	0,05mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

독일은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정하고 있으므로, 특정 알레르기 유발물질은 반드시 라벨에 표기해야 함. 또한, 성분 대부분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록되어야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 회수 조치가 적용됨

[표 5.13] 독일 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 포함한 곡물
2	의무	갑각류
3	의무	계란
4	의무	어류
5	의무	땅콩
6	의무	대두
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	셀러리
10	의무	겨자
11	의무	참깨
12	의무	이산화황
13	의무	루핀
14	의무	연체동물

자료: EU 법령포털(EUR-LEX)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 티게슈벤드너(Teegschwendner)
2. 볼렌하우프트(Wollenhaupt)
3. 티하우스(Tea House)

Interview ①

28)

Tee Gschwendner

티게슈벤드너
(Teegschwendner)

- 유형: 차 전문점
- 업체 특징:
 - 1976년에 설립된 독일의 대형 차 전문점 체인
 - 다양한 차와 액세서리를 취급하며, 이국적인 차 제품을 주로 판매하고 있음

담당자 정보

Store Worker

티게슈벤드너(Teegschwendner)
Store Worker

Q. 독일 시장에서 이국적인 향과 맛을 가진 차 제품에 대한 소비자 수요는 어떻게 평가되나요?

소비자들은 이국적인 새로운 맛을 찾는 것에도 흥미가 있습니다. 독일 시장에서 녹차와 홍차는 항상 가장 인기 있고 수요가 많은 차종입니다. 그러나 최근 소비자들은 독특한 성분이 포함된 차나 건강에 도움이 되는 차에도 점점 더 관심을 보이고 있습니다.

Q. 독일 소비자들이 차를 선택할 때 가장 중시하는 요소는 무엇이라고 생각하시나요?

독일 소비자들이 차를 선택할 때 가장 중시하는 요소는 차의 효능입니다. 많은 소비자들은 차가 건강이나 에너지에 미치는 영향을 알고 싶어 합니다. 또 다른 중요한 요소는 맛과 풍미입니다. 차 애호가들은 티백보다는 차의 잎 그대로 판매되는 잎차를 선호하는데, 이는 차의 농도를 자유롭게 조절할 수 있고, 차를 우려내는 과정을 더 즐길 수 있기 때문입니다.

Q. 독일 소비자들은 침향의 독특한 향과 맛에 대해 어떻게 반응할 것이라고 보십니까?

독일 소비자들은 독특한 향과 맛에 대해 관심이 많고, 이러한 제품을 찾는 경향이 있어 제품에 긍정적인 반응을 보일 것입니다. 다만, 침향차는 잘 알려져 있지 않기 때문에 효능과 준비 과정, 원산지와 역사에 대한 설명이 필요합니다.

Q. 고객사 제품은 생분해성 필터를 사용하는데, 독일 시장에서 환경친화적 포장에 대한 수요는 어느 정도인가요?

독일 소비자들은 환경 친화적인 포장을 선호합니다. 일부 소비자들은 개별 티백보다 잎차 형태의 제품을 선호하기도 합니다. 생분해성 필터는 강력한 판매 포인트가 될 수 있으며, 친환경 및 재활용 가능한 포장에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있습니다.

Q. 독일 차 시장에서 침향차와 유사한 제품 중 인기 제품은 무엇이며 제품 특징은 무엇인가요?

독일 차 시장에서 침향차와 유사한 인기 제품으로는 루이보스차, 일본 말차, 재스민 녹차가 있습니다. 루이보스차는 남아프리카산으로 카페인 없이 자연스러운 단맛과 고소한 풍미가 특징입니다. 과일이나 바닐라와 혼합된 다양한 종류로 인기가 많으며 항산화 성분을 함유하고 있습니다. 일본의 말차는 강렬하고 약간 풀 맛이 나는 풍미와 녹색 색상을 가지고 있으며, 항산화 성분이 풍부하고 전통적으로 가루 형태로 판매됩니다. 크림미한 질감으로 최근 인기가 증가하고 있으며, 라떼 등 다양한 음료에 혼합되어 제공되기도 합니다. 재스민 녹차는 향기로운 꽃 향과 섬세한 단맛을 특징으로 하며, 자연스럽고 깔끔한 맛을 선호하는 소비자들 사이에서 높은 수요가 나타나고 있습니다.

Q. 침향차를 독일 내에서 홍보할 때 가장 효과적인 판매 전략이나 마케팅 방법은 무엇일까요?

침향차는 독일 내에서 잘 알려지지 않은 만큼, 제품에 대한 명확한 설명과 투명한 정보 제공이 필수적입니다. 독일 소비자들은 특히 건강 효능과 원산지에 대한 정보를 중시하므로, 차의 전통적 배경과 역사에 대한 설명도 포함하는 것이 중요합니다. 또한, 차의 준비 및 보관 방법에 대한 정보를 제공하면 소비자들의 관심을 더 효과적으로 끌 수 있습니다. 이러한 내용을 전달할 때 인포그래픽, 동영상, 블로그 게시물과 같은 다양한 형식을 활용하면 좋습니다. 소셜 미디어와 웹사이트를 통해 이러한 콘텐츠를 홍보하면 더 큰 효과를 볼 수 있습니다.

Q. 독일에서 인기 있는 차류 판매 채널(온라인 또는 오프라인)은 무엇이 있나요?

독일에서 인기 있는 차 판매 채널로는 티게슈벤드너와 로네펠트(Ronnefeldt)가 있습니다. 이 상점들은 독일의 주요 도시에서 오프라인 매장을 운영하며, 온라인 쇼핑몰도 제공합니다. 이 곳들에서는 일반 슈퍼마켓보다 더 높은 품질의 차를 유통하며, 특별한 차들도 취급합니다. 따라서 침향차의 경우, 특별 에디션으로 출시되어 프리미엄 고품질 차로 마케팅할 수도 있을 것입니다.

Interview ②

29)

Wollenhaupt

볼렌하우프트(Wollenhaupt)
Customer Service볼렌하우프트
(Wollenhaupt)

- 유형: 차 전문점
- 업체 특징:
 - 1881년에 설립된 차 전문점으로 다양한 국가의 차와 관련 액세서리를 취급하고 있음
 - 개인 고객과 산업 고객을 대상으로 오프라인 및 온라인 판매를 진행하고 있음

담당자 정보

Customer Service

Q. 독일 시장에서 이국적인 향과 맛을 가진 차 제품에 대한 소비자 수요는 어떻게 평가되나요?

독일 시장에서는 녹차와 홍차 같은 차에 대한 수요가 가장 높습니다. 소비자들은 차가 재배될 때 친환경적으로 재배됐는지, 윤리적 문제는 없었는지를 매우 중요하게 여기며, 이러한 요소의 중요성은 점점 더 커지고 있습니다. 특히 이국적인 차를 구매할 때는 원산지와 재료의 생산 과정에 대한 상세한 정보를 기대합니다. 특히 유기농 차의 경우 윤리적으로 생산된 친환경적 제품을 찾는 경향은 더욱 뚜렷하게 나타나며, 특히 젊은 소비자들은 환경과 건강에 대한 높은 인식 덕분에 이러한 요소에 더욱 관심을 기울입니다.

Q. 독일 소비자들이 차를 선택할 때 가장 중시하는 요소는 무엇이라고 생각하시나요?

독일 소비자들이 차를 선택할 때 가장 중요하게 여기는 요소는 건강 및 웰빙 효과와 차의 맛입니다. 또한, 원산지와 환경적 측면도 고려 대상입니다. 포장 형태에 있어서는 티백 형태이든 잎차 형태이든 큰 차이를 두지 않지만, 반드시 친환경적인 포장이어야 합니다.

Q. 독일 소비자들은 침향의 독특한 향과 맛에 대해 어떻게 반응할 것이라고 보십니까?

독일 소비자들은 침향차의 건강 효능과 천연 성분을 흥미롭게 여길 가능성이 큼니다. 소비자들이 침향의 강하고 우디한 향미를 선호할 것으로 예상되지만, 일부 소비자들에게는 다소 생소하게 느껴질 수도 있습니다. 침향차를 고급스럽고 특별한 제품으로 마케팅하면, 독특하고 품질 높은 차를 선호하는 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 생분해성 필터를 사용하는데, 독일 시장에서 환경친화적 포장에 대한 수요는 어느 정도인가요?

이러한 친환경적 접근은 독일 시장에서 큰 장점으로 작용하며, 높은 수요를 끌어내고 있습니다. 이는 폐기물 감소와 재활용 가능한 포장을 장려하는 포장 관련 법에도 부합합니다. 또한, 생산과 제품에 친환경적인 방식을 도입한 그린 브랜드의 인기도 꾸준히 증가하고 있습니다. 이러한 브랜드는 윤리적이고 신뢰할 수 있으며, 매력적인 이미지로 소비자들에게 다가갈 수 있습니다.

Q. 독일 차 시장에서 침향차와 유사한 제품 중 인기 제품은 무엇이며 제품 특징은 무엇인가요?

독일 차 시장에서 침향차와 유사한 인기 제품으로는 라파초 차, 중국 보이차, 마테가 있습니다. 라파초 차는 남미 전통 차로 나무 껍질에서 추출되며, 항염, 해독 및 정화 효과가 있으며, 독일에서는 널리 알려지지 않았지만 침향차와 가장 유사한 특성을 지닌 차입니다. 중국 보이차는 흑차로, 부드럽고 흙 내음이 나는 풍미와 풍부한 맛이 특징입니다. 독특한 발효 과정이 특징이며, 장 건강에 좋은 프로바이오틱 효과를 제공합니다. 마테는 초록색 차로, 약간 쓴 풀 맛이 나는 특징이 있으며, 카페인을 포함하고 있어 커피 대용으로 마시고 건강을 증시하는 소비자들 사이에서 인기가 많습니다.

Q. 침향차를 독일 내에서 홍보할 때 가장 효과적인 판매 전략이나 마케팅 방법은 무엇일까요?

침향차를 독일 내에서 홍보할 때 가장 효과적인 판매 전략은 건강 관련 인플루언서와의 협업을 통해 차에 대한 인지도를 높이는 것입니다. 점점 더 많은 소비자들이 이국적이고 독특한 차를 찾고 있기 때문에, 프리미엄 요소와 독특한 맛을 강조하는 것이 중요합니다. 침향차는 프리미엄 차로 포지셔닝해야 할 것이며, 고급스러운 특별 포장과 한정판 정책이 이러한 포지셔닝에 도움을 줄 수 있습니다. 또한, 샘플과 시음 행사를 통해 시장을 확대할 수 있습니다.

Q. 독일에서 인기 있는 차류 판매 채널(온라인 또는 오프라인)은 무엇이 있나요?

독일에는 이국적이고 독특한 차를 판매하는 인기 있는 온라인 차 판매점들이 많아, 침향차 판매에 적합한 채널이 될 수 있습니다. 오프라인 채널로는 약국과 드럭스토어가 효과적입니다. 이러한 매장들은 건강 효능이 있는 기능성 차를 주로 취급하며, 특히 약국은 천연 허브와 건강 차에 중점을 두고 있어 침향차와 잘 맞아떨어진다고 볼 수 있을 것입니다.

Interview ③

30)

티하우스
(Tea House)

- 유형: 온-오프라인 유기농 차 매장
- 업체 특징:
 - 2018년에 설립된 매장으로 다양한 국가의 바이오 차를 취급하고 있음
 - 다양한 식료품을 취급하며, 독일 전역에 걸쳐 매장을 운영하고 있음

담당자 정보

Store Owner

티하우스(Tea House)
Store Owner

Q. 독일 시장에서 이국적인 향과 맛을 가진 차 제품에 대한 소비자 수요는 어떻게 평가되나요?

독일 시장에서는 이국적인 향과 맛을 지닌 차에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 특히 건강상의 효능이 있는 차에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이러한 경향은 온라인 소비자들 사이에서 더욱 두드러집니다. 한편, 오프라인 매장에서는 주로 높은 연령대의 소비자들 방문해 독특한 차를 찾고 있습니다.

Q. 독일 소비자들이 차를 선택할 때 가장 중시하는 요소는 무엇이라고 생각하시나요?

독일 소비자들이 차를 선택할 때 가장 중시하는 요소는 맛과 풍미입니다. 이들은 독특한 허브와 맛의 조합을 선호하며, 차를 통해 특별한 건강 효과를 얻고자 하는 경우가 많습니다. 예를 들어, 숙면을 돕거나 소화를 촉진하는 차와 같은 기능성 차가 특히 인기가 있습니다.

Q. 독일 소비자들은 침향의 독특한 향과 맛에 대해 어떻게 반응할 것이라고 보십니까?

우선 상점에서는 침향차를 잘 알지 못하고, 주로 방향 오일만 알고 있을 것입니다. 또한, 침향차가 독일에서 합법적으로 판매될 수 있는지에 대한 확신이 없을 수 있습니다. 소비자들도 침향차에 대한 인식이 부족하지만, 독특하고 고품질의 차에 흥미를 가질 가능성은 있습니다. 그러나 지나치게 높은 가격은 판매에 어려움을 줄 수 있으며, 충분한 수요가 없고 가격 리스크가 크기 때문에 상점에서는 제품을 취급하지 않으려 할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 생분해성 필터를 사용하는데, 독일 시장에서 환경친화적 포장에 대한 수요는 어느 정도인가요?

독일 소비자들은 생분해성 필터에 주의를 기울이며, 이를 선호하는 경우가 많습니다. 소비자들은 제품의 성분뿐만 아니라 포장도 자연 친화적인 제품을 찾습니다. 실제로 많은 주요 차 브랜드들이 기존 제품의 티백과 포장을 생분해성으로 변경하고 있습니다.

Q. 독일 차 시장에서 침향차와 유사한 제품 중 인기 제품은 무엇이며 제품 특징은 무엇인가요?

독일 차 시장에서 침향차와 유사한 인기 제품으로는 마테, 백차, 아쌈 차, 숯불로 구운 그린 우롱차인 포모사 아리산(Formosa Ali Shan)이 있습니다. 마테는 초록색의 흙 내음과 약간 쓴 풀 맛이 특징이며, 카페인 포함되어 커피 대용으로 마시며, 건강을 중시하는 사람들 사이에서 인기가 많습니다. 백차는 가장 적게 발효된 차로, 항산화 성분이 풍부하고 부드러운 맛을 지니며, 낮은 혈압과 혈액 순환 개선, 심장 질환 예방에 도움이 되어 건강 효능 덕분에 인기가 증가하고 있습니다. 아쌈 차는 금색 잎이 특징인 차로 부드럽고 가벼운 몰트 맛을 지니며 프리미엄 차로 특별한 인기를 끌고 있습니다. 포모사 아리산은 달콤하고 부드러운 맛을 지니며 숯불에 구워져 특별한 풍미를 제공합니다.

Q. 침향차를 독일 내에서 홍보할 때 가장 효과적인 판매 전략이나 마케팅 방법은 무엇일까요?

침향차를 독일 내에서 홍보할 때 가장 효과적인 판매 전략은 소셜 미디어, 특히 인스타그램(Instagram)을 활용하는 것입니다. 독일 소비자들은 제품을 주로 온라인에서 조사하고, 독특하고 특별한 제품을 구매할 때 온라인 쇼핑몰을 자주 이용합니다. 따라서 온라인에서의 마케팅이 중요합니다. 침향차는 아시아에서 온 제품이므로, 아시아와의 연관성이 있거나 동남아시아에 관심이 있는 소비자들을 타겟팅할 수 있습니다. 아시아 시장에서 샘플링을 하거나, 소셜 미디어나 아시아 음식 관련 사이트 등을 통해 홍보하는 것도 효과적일 것입니다.

Q. 독일에서 인기 있는 차류 판매 채널(온라인 또는 오프라인)은 무엇이 있나요?

독일에서 인기 있는 차류 판매 채널은 아시안 슈퍼마켓입니다. 아시안 슈퍼마켓에는 아시아 제품에 관심있는 소비자들이 많기 때문에 전통적인 아시아 차를 구매할 가능성이 높습니다. 따라서 아시안 슈퍼마켓은 침향차와 같은 제품을 판매하기에 좋은 채널이 될 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Hot Drinks - Germany」, 2024.10
2. 스탓티스타(Statista), 「Tea - Germany」, 2024.10
3. KATI농식품수출정보, 「[유럽] 차 시장 동향」, 2023.09
4. KOTRA해외시장뉴스, 「독일 녹차 시장동향」, 2024.07
5. KATI농식품수출정보, 「[유럽] 독일 식품유통시장 규모와 전망 : 유통매장과 소비자 트렌드 분석」, 2024.01
6. 스탓티스타(Statista), 「Grocery shopping by store type in Germany as of June 2024」, 2024.08
7. 스탓티스타(Statista), 「Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024」, 2024.08
8. EU 법령포털(EUR-LEX), 「REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL」, 2011
9. 한국농수산식품유통공사, 「2020년 EU 식품 라벨링 제도」, 2020.11
10. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, 「글로벌 식품안전 브리프 제3호」, 2021.08
11. 한국농수산식품유통공사, 「2021 농식품 수출국가정보 독일」, 2021.12
12. 한국농수산식품유통공사, 「2021 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드」, 2021.12
13. 한국농수산식품유통공사, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황」, 2023.07
14. 한국농수산식품유통공사, 「유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망」, 2022.11
15. 한국농촌경제연구원, 「독일의 농식품 수입 규정과 표준」, 2022.12

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
6. 아마존(Amazon) 독일 (amazon.de)
7. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
8. 갤러리아(Galeria) (www.galeria.de)
9. 로켓리치(Rocket Reach) (rocketreach.co)
10. 대륙간백화점협회(IGDS) (www.igds.org)
11. 카데베(KaDeWe) (www.kadewe.de)
12. 아크데일리(Arch Daily) (www.archdaily.com)
13. 레벤투고(Rewe To Go) (togo.rewe.de)
14. 레벤투그룹(Rewe Group) (www.rewe-group.com)
15. 스파익스프레스(Spar Express) (spar-express.de)
16. 스파인터내셔널(Spar International) (spar-international.com)
17. 고아시아(Go Asia) (www.goasia.net)
18. 와이마트(y-mart) (www.y-mart.de)
19. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
20. 관세청 (www.customs.go.kr)
21. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
22. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
23. 영국 비건소사이어티(Vegan Society) (www.vegansociety.com)
24. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
25. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
26. 독일 연방식품농업부(BMEL) (www.bmel.de)
27. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
28. 독일 세관(ZOLL) (www.zoll.de)
29. 티게슈벤드너(Teegschwendner) (www.teegschwendner.de)
30. 볼렌하우프트(Wollenhaupt) (www.wollenhaupt.com/produkt/lapacho-4305042/)
31. 티하우스(Tea House) (www.teahouse.de)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.22

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