한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KaTi 농식품수출정보

시장 분석형

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-51

품목 | 잎차(Leaf tea)

HS CODE | 0902.20-0000

국가 | 홍콩(Hong Kong)

시장
분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅰ. 요약

1. 요약 04

Ⅱ. 시장규모

1. 홍콩 뜨거운 음료 시장규모 06
2. 홍콩 차 시장규모 07
3. 홍콩 잎차 수입규모 08

Ⅲ. 시장트렌드

1. 홍콩 허브티 음용 문화 11
2. 인기 브랜드 1위: '푸밍위안' 12
3. 홍콩 잎차 제품 키워드 1위: '녹차' 13
4. 홍보문구 키워드 1위: '선물용 박스' 14

Ⅳ. 유통채널

1. 홍콩 잎차 유통채널 점유율 16
2. 홍콩 잎차 주요 유통채널 17

시장
분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅴ. 진입장벽

1. 홍콩 잎차 통관 및 검역 절차 24
2. 홍콩 잎차 품질 인증 26
3. 홍콩 잎차 라벨링 30
4. 홍콩 잎차 성분 및 유해물질 36

Ⅵ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 신성차장(Sun Sing Tea) 40
2. 중국차방(Chinese Tea HK) 42
3. 윙유엔티(Wing Yuen Tea) 44

※ 참고문헌 46

SUMMARY

HS CODE : 0902.20-0000

2024 수출기업 맞춤형 조사

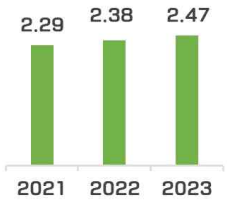
시장 분석형

홍콩 잎차 시장

시장 현황

뜨거운 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



차 시장규모

단위 : 십억 달러

수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 0902.20 기준)

단위 : 천 달러

국가별 수입규모

	1위	2위	3위	미집계
2023년	중국	대만	일본	한국
	403억 원	31억 원	11억 원	(-)

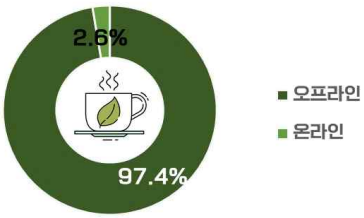
시장 트렌드

빅데이터 분석

* 홍콩 징동닷컴 차잎 제품 304건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금

협정세율 0%

사전 준비

수입업체 식품환경위생부 (FEHD) 사전 등록 확인 必

수출입안전관리 우수공인업체 (AEO) 인증 권장

권장 인증

- FSSC 22000
- ISO 22000
- HACCP

유의사항

라벨 필수 표기사항

상품명, 성분, 보관 및 사용방법, 순중량, 제조사 정보, 유통기한, 영양성분, GMO 정보 등 영어 또는 중국어로 표기 가능

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 : 新星茶莊 www.sunsingtea.com / Chinese Tea Enterprise Limited 中國茶坊有限公司 / 榮源 WING YUEN TEA HOUSE

Point 01.

가격 피드백 고객사 잎차의 FOB 가격대(5.5-7.5달러)는 홍콩 시장에서 합리적인 수준으로 평가되며, 중간 가격대 차 시장에서 경쟁력을 가질 수 있음. 다만, 저가형 차를 선호하는 소비자들에게는 매력적이지 않을 수 있어 명확한 시장 포지셔닝이 중요함

인증 피드백 비건 및 무농약 인증 절차에는 사업자 등록증, 품질 검사 보고서, 농약 관리 문서 등 서류가 필요하며, 일부 경우 현장 농약 검사가 요구될 수 있음

Point 02.

현지 차 시장 현황 홍콩 차 시장은 전통적인 중국 차가 주류를 이루지만, 허브차와 특수 수제 차가 점차 인기를 얻고 있음. 녹차와 허브차는 건강 효능과 독특한 맛으로 소비자에게 어필하며, 한국과 일본산 제품이 높은 선호도를 보임

마케팅 전략 젊은 직장인을 주요 타겟으로 소셜 채널과 KOL(Key Opinion Leader)을 활용한 홍보가 효과적이며, 오프라인 시음 행사와 인플루언서 협업이 소비자 관심을 끌고 구매를 촉진할 수 있음

II
시장규모

1. 홍콩 뜨거운 음료 시장규모
2. 홍콩 차 시장규모
3. 홍콩 잎차 수입규모

1. 홍콩 뜨거운 음료 시장규모

홍콩 국가 일반 정보[1)]

면적	1,113.76㎢
인구	750만 3,000명
GDP	3,835억 달러
GDP (1인당)	5만 889달러

▶ 홍콩 2023년 뜨거운 음료 시장규모 3.2조 원[2)3)4)]

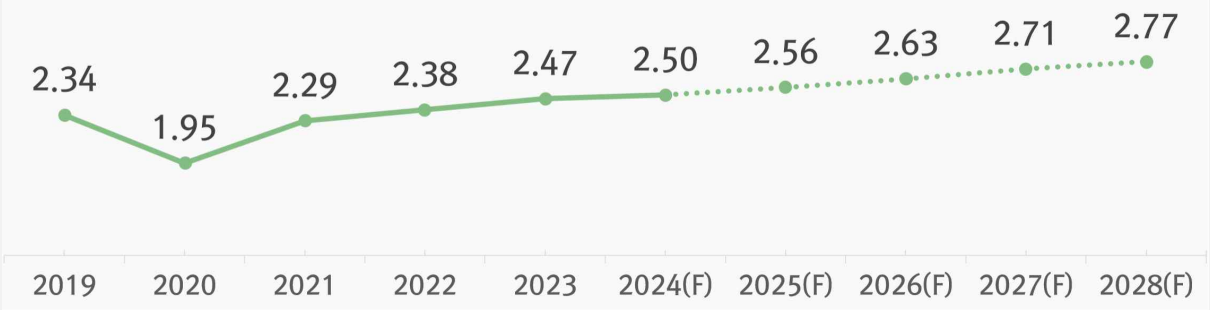
홍콩의 뜨거운 음료 시장규모는 2023년 기준 3.2조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.4%씩 증가한 수치임. 홍콩의 뜨거운 음료 시장은 같은 해 20.6조 원 규모로 집계된 한국 뜨거운 음료 시장의 약 15% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 홍콩 뜨거운 음료 시장, 향후 연평균 2.6% 성장 전망

홍콩의 뜨거운 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.6%씩 성장하여 2028년에는 3.6조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 홍콩의 뜨거운 음료 시장은 2020년 코로나19 봉쇄 당시 외식 업소에서의 소비 급감을 중심으로 전년 대비 약 17%의 시장 위축이 발생함. 그러나 이듬해 곧바로 반등에 성공한 뒤 안정적 성장세가 관측되었으며, 이러한 성장세는 향후 일정 기간 유지될 것으로 전망됨

[표 2.1] 홍콩 뜨거운 음료 시장규모[5)6)]

단위 : 십억 달러



분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR[7)]
뜨거운 음료	2.34	1.95	2.29	2.38	2.47	1.4%
(한화추정액)	(3.1조 원)	(2.5조 원)	(3.0조 원)	(3.1조 원)	(3.2조 원)	
분류	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**2028(F)**	**CAGR**
뜨거운 음료	2.50	2.56	2.63	2.71	2.77	2.6%
(한화추정액)	(3.3조 원)	(3.3조 원)	(3.4조 원)	(3.5조 원)	(3.6조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지
2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Hot Drinks - Hong Kong', 2024.10
3) 스태티스타에 따르면, '뜨거운 음료(Hot Drinks)'는 커피, 차, 코코아 등을 포함함
4) 조사제품 '잎차'의 제품 유형을 고려해 '차(Tea)'의 시장과 상위 시장인 '뜨거운 음료' 시장을 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. 홍콩 차 시장규모

▶ 홍콩 2023년 차 시장규모 8,887억 원[8)9)]

2023년 기준 홍콩의 차 시장규모는 8,887억 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.5%씩 증가한 수치임. 홍콩의 차 시장은 같은 해 5,881억 원 규모로 집계된 한국의 차 시장의 약 1.5배 수준으로 확인됨. 전체 뜨거운 음료 시장에서 차 시장이 담당하는 비중은 2023년 기준 한국은 약 3%, 홍콩은 약 28% 수준으로 나타남

▶ 홍콩 차 시장, 향후 연평균 4.3% 성장 전망

홍콩의 차 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.3%씩 성장하여 2028년에는 1.10조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 홍콩의 차 시장 또한 상위 시장과 마찬가지로 2020년 시장 위축을 경험하였으나, 그 감소 폭은 약 13%로 커피 등 여타 뜨거운 음료 시장에 비해 작았음. 이후의 회복세 또한 비교적 가팔랐던 것으로 나타나, 홍콩 소비자들이 음료 소비에 있어 비교적 건강한 옵션인 차의 소비를 늘리고 있는 것으로 파악됨[10)]

[표 2.2] 홍콩 차 시장규모

단위 : 십억 달러

분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
차	0.64	0.56	0.61	0.64	0.68	1.5%
(한화추정액)	(8,364억 원)	(7,319억 원)	(7,972억 원)	(8,364억 원)	(8,887억 원)	
분류	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**2028(F)**	**CAGR**
차	0.71	0.74	0.78	0.81	0.84	4.3%
(한화추정액)	(9,279억 원)	(9,671억 원)	(1.02조 원)	(1.06조 원)	(1.10조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 'Tea - Hong Kong', 2024.10
9) 스태티스타에 따르면, '차(Tea)'는 주로 티백이나 잎차 형태로 판매되는 홍차, 녹차, 마테차 등을 포함함
10) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '홍콩 무알코올 음료 시장 동향', 2024.06

3. 홍콩 잎차 수입규모

HS CODE 0902.20

해당 장에서 조사제품 잎차는 HS CODE 0902.20으로 분류됨. HS CODE 제0902호의 품명은 '차류'이며, HS CODE 0902.20의 품명은 '그 밖의 녹차'로 확인됨

▶ HS CODE 0902.20 홍콩의 對글로벌 수입액, 446억 원

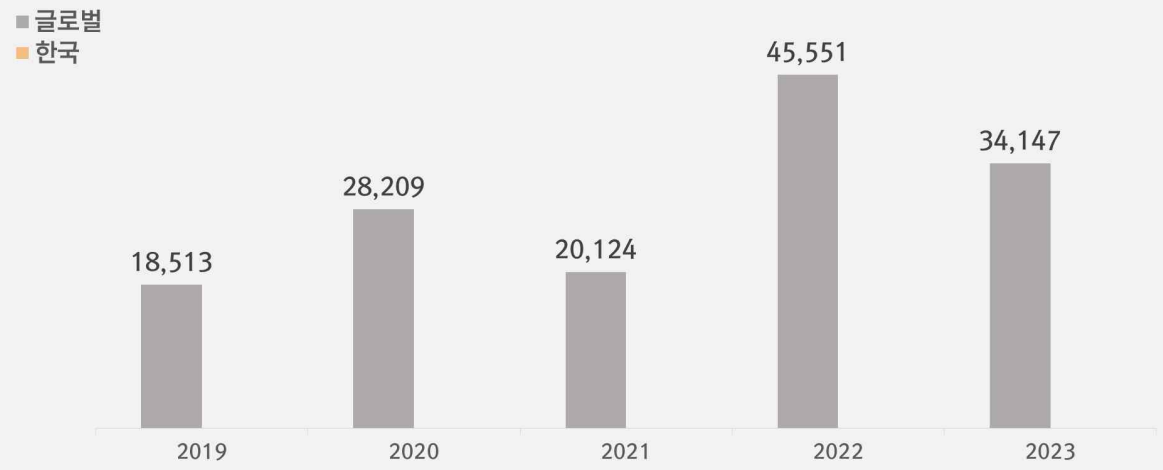
2023년 기준 HS CODE 0902.20 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액은 446억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 큰 폭의 증가와 감소를 거쳐 연평균 16.5%씩 증가한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 0902.20 홍콩의 對한국 수입액, 미집계

2023년 기준 해당 품목에 대한 홍콩의 對한국 수입액은 집계되지 않음. 한편, 해당 품목에 대한 홍콩의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 중국 본토(403억 원), 2위 대만(31억 원), 3위 일본(11억 원) 순으로 확인되어, 세계 최대의 차 수출국인 중국 본토로부터의 수입액이 전체 수입액의 90%가량을 담당하는 것으로 나타남

[표 2.3] 홍콩 HS CODE 0902.20 수입규모

단위 : 천 달러



분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
홍콩 對글로벌 수입액	18,513	28,209	20,124	45,551	34,147	16.5%
(한화추정액)	(242억 원)	(369억 원)	(263억 원)	(595억 원)	(446억 원)	
홍콩 對한국 수입액	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
(한화추정액)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	

자료: ITC(International Trade Centre)

Ⅲ 시장트렌드

1. 홍콩 허브티 음용 문화
2. 인기 브랜드 1위: ‘푸밍위안’
3. 홍콩 잎차 제품 키워드 1위: ‘녹차’
4. 홍보문구 키워드 1위: ‘선물용 박스’

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 홍콩 온라인 쇼핑몰 입점 잎차

- 데이터 수집 키워드 : 차잎(茶叶)
- 데이터 수집량 : 304건
- 데이터 수집원 : 홍콩 온라인 쇼핑몰 징동닷컴(JD.com)

▶ 홍콩 온라인 쇼핑몰 입점 잎차 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 브랜드 ② 제품 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
브랜드	푸밍위안	福茗源	36	쭈이란샹	醉然香	14
	치춘	七春	31	인랑	音朗	11
	천이판	陈一凡	22	러핀러차	乐品乐茶	7
	빠마차예	八马茶业	19	장이위안	张一元	4
	장제	匠界	15	핀구루	品如故	1
제품	녹차	绿茶	68	백차	白茶	33
	우롱차	乌龙茶	58	흑차	黑茶	32
	보이차	普洱	45	철관음차	铁观音	32
	용정차	龙井	34	재스민차	茉莉花茶	31
	홍차	红茶	33	귤피차	陈皮茶	5
홍보문구	선물용 박스	礼盒	145	노인을 위한	长辈	26
	최상급 품질	特级	85	신선한 향	清香型	19
	직접 마실 용도	自己喝	82	중추절	中秋	10
	강한 향기	浓香型	49	명전춘차	明前春茶	9

1. 홍콩 허브티 음용 문화

▶ 홍콩 허브티의 역사와 종류

홍콩에서는 무더운 여름철 더위를 식히기 위해 허브티를 즐겨 마시는 경향이 있음. 홍콩에서 허브티는 씁쓸하면서도 달콤한 맛으로 갈증 해소에 효과적일 뿐 아니라 영양소 공급에도 도움을 주는 흔한 음료임. 허브티가 홍콩에서 무형문화 유산에 지정된 사실만으로도 홍콩 사람들이 얼마나 허브티를 중요하게 생각하는지 알 수 있음. 중국의 광동 지역을 포함하는 링난 지역은 해안을 따라 매우 습하고 더운 날씨를 지니고 있음. 고대 중국인들은 열을 제거하고 해독할 수 있는 약초를 연구하여 이를 끓여 마시기 시작한 것이 이 지역 허브티의 시초라는 의견이 있음. 실제 약처럼 강력한 효과를 내기는 어렵지만, 마시면 상쾌한 기분을 주고 쉽게 접할 수 있어 일상생활에서 흔히 마시는 음료로 자리잡았음. 통계에 따르면, 현존하는 허브티의 종류는 무려 50여 종에 이르며, 10여 종의 허브티가 주로 판매되고 있음. 허브티는 쓴 맛과 달콤한 맛으로 구분되며, 쓴맛이 강할수록 열 제거에 효과적이라는 것이 현지인들의 평가임

▶ 홍콩 찻집 문화와 허브티 소비

홍콩의 찻집 문화는 허브티 소비에 중요한 역할을 하고 있음. 특히 1950년대에서 1970년대까지 허브티 찻집은 사람들을 모이게 하는 커뮤니티 역할을 했음. 허브티 찻집에는 앉아서 먹을 수 있는 자리와, 당근 케이크 등의 간식을 제공했으며, 손님들이 즐길 수 있도록 라디오나 축음기를 틀어 놓기도 했음. 허브티 찻집은 다른 카페나 찻집에 비해 상대적으로 가격이 저렴해 서민들을 중심으로 인기가 많았음. 현재도 홍콩에서는 많은 허브티 찻집이 있으며, 허브티를 병이나 캔에 담아 판매하고 이와 어울리는 스낵을 함께 제공하고 있음[11)]

11) 시나(Sina), '字裡人 | 香港非物質文化遺產之走進百年老店飲涼茶', 2024.08

2. 인기브랜드 1위: '푸밍위안'

▶ 홍콩 잎차 브랜드 키워드 '푸밍위안' 빈출

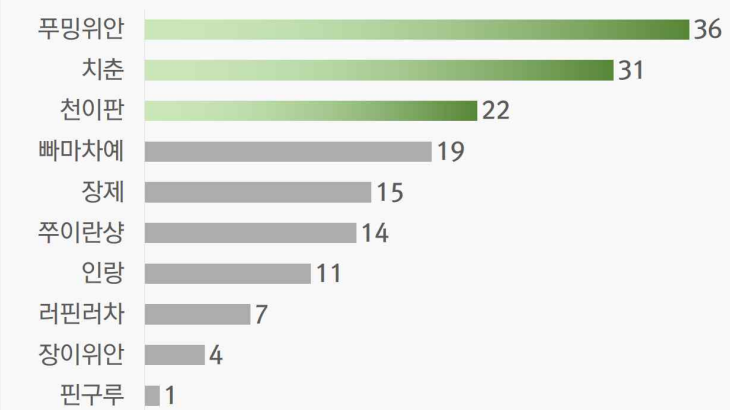
- 홍콩 잎차 시장에서 브랜드 관련 키워드로 '푸밍위안'이 36건으로 1위를 기록함
- '푸밍위안'은 중국차 가공 유통 전문 브랜드로, 다양한 종류의 잎차를 비교적 합리적인 가격대에 판매하고 있음

▶ 잎차 브랜드로 중국 브랜드 선전

- 홍콩 현지에서 판매 중인 잎차의 대부분은 중국 본토의 브랜드 제품인 것으로 확인됨
- 중국 푸젠성의 샤먼을 기반으로 한 브랜드 '치춘'이 31건 도출되었으며, 간쑤성 안시 기반의 '천이판' 키워드가 22건 도출됨

푸밍위안		치춘		천이판	
제품명	롱징차 특급(龙井茶叶 特级)	**제품명**	안지바이차(安吉白茶)	**제품명**	운무녹차(云雾绿茶)
브랜드	푸밍위안(福茗源)	**브랜드**	치춘(七春)	**브랜드**	천이판(陈一凡)
용량	125g x 2개	**용량**	125g	**용량**	250g
가격	122.35홍콩달러(20,572원[12])	**가격**	98.78홍콩달러(16,609원)	**가격**	143.68홍콩달러(24,158원)

[표 3.1] 홍콩 판매 잎차 브랜드 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '잎차' 관련 게시글 304건 분석

12) 1홍콩달러=168.14원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

3. 홍콩 잎차 제품 키워드 1위: '녹차'

▶ 홍콩 잎차 제품 키워드로 '녹차' 빈출

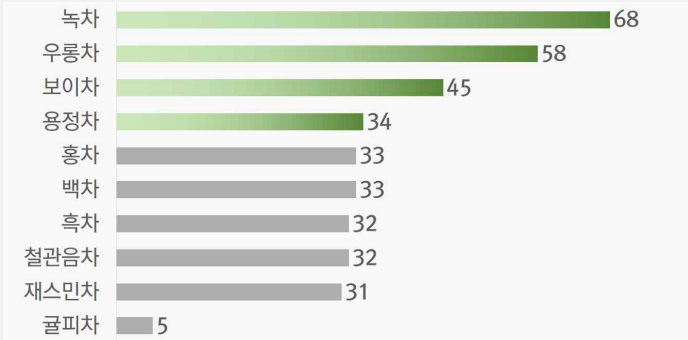
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 홍콩 잎차 제품 관련 키워드로 '녹차'가 68건으로 가장 많이 도출됨
- 뒤이어 녹차보다 발효 정도가 높은 '우롱차'가 58건 도출되었으며 '홍차'가 33건, 항저우 지역에서 재배하는 녹차 종류인 '용정차'가 34건으로 빈출됨

▶ 홍콩 사람들이 즐겨먹는 '보이차'

- '보이차'는 홍콩 사람들이 가장 즐겨 먹는 잎차 중 하나로, 현지에서 판매 중인 제품 키워드로 '보이차'가 45건 도출됨
- 보이차는 습도가 높은 환경에서 발효와 숙성을 거쳐 제조되는 차로, 카페인의 함량이 비교적 낮고 항산화 물질이 들어 있어 건강 유지에 도움을 준다는 인식이 있음[13)]

녹차		우롱차		보이차	
제품명	밍치엔비루오춘 (明前嫩芽碧螺春)	**제품명**	봉황단콩 (凤凰单枞)	**제품명**	즈이란샹 (醉然香)
브랜드	잇베이샹(一杯香)	**브랜드**	푸밍위안(福茗源)	**브랜드**	보이숙차(普洱茶熟茶)
용량	250g	**용량**	250gx2개	**용량**	500g
가격	177.36홍콩달러(29,821원)	**가격**	121.23홍콩달러(20,384원)	**가격**	143.68홍콩달러(24,158원)

[표 3.2] 홍콩 판매 잎차 제품 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '잎차' 관련 게시글 304건 분석

13) 홍콩수요저널, '[이승권 원장의 생활칼럼] 차 마시며 읽는 홍콩의 차 이야기', 2022.03

4. 홍보문구 키워드 1위: '선물용 박스'

▶ 홍콩 잎차 홍보문구로 '선물용 박스' 빈출

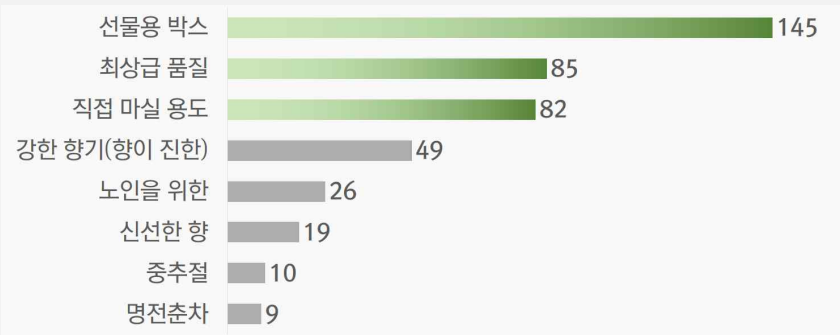
- 홍콩 온라인 매장에서 판매 중인 홍콩 잎차 제품 홍보문구로 '선물용 박스'가 145건으로 최다 빈출됨
- 이를 통해 홍콩 사람들은 선물용으로 차 세트를 구매하며, 이를 타깃으로 선물용 제품 구성을 추가하는 것이 주효할 것으로 보임

▶ '최상급 품질'과 '직접 마실 용도' 키워드 빈출

- 선물용 키워드 이외에도 '직접 마실 용도'가 82건 도출되었으며, 데이터 확인 결과 작은 용량의 저렴한 제품들을 판매 중인 것으로 확인됨
- 홍콩에서 판매 중인 잎차 홍보문구로 '최상급 품질'이 85건 도출되었으며 향 관련 키워드로 '강한 향기'와 '신선한 향'이 확인됨

선물용 박스		최상급 품질		직접 마실 용도	
제품명	원랑(音朗)	제품명	비루오춘(碧螺春)	제품명	마오지안 녹차(毛尖绿茶)
브랜드	차이니즈티기프트 (Chinese Tea Gift)	브랜드	준장난 (骏江南)	브랜드	바쉬에피아오쉬에 (八窖飘雪)
용량	250g	용량	250g	용량	125g
가격	188.58홍콩달러(31,708원)	가격	144.80홍콩달러(24,347원)	가격	33.56홍콩달러(5,643원)

[표 3.3] 홍콩 판매 잎차 홍보문구 관련 키워드



자료: 홍콩 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '잎차' 관련 게시글 304건 분석

Ⅳ 유통채널

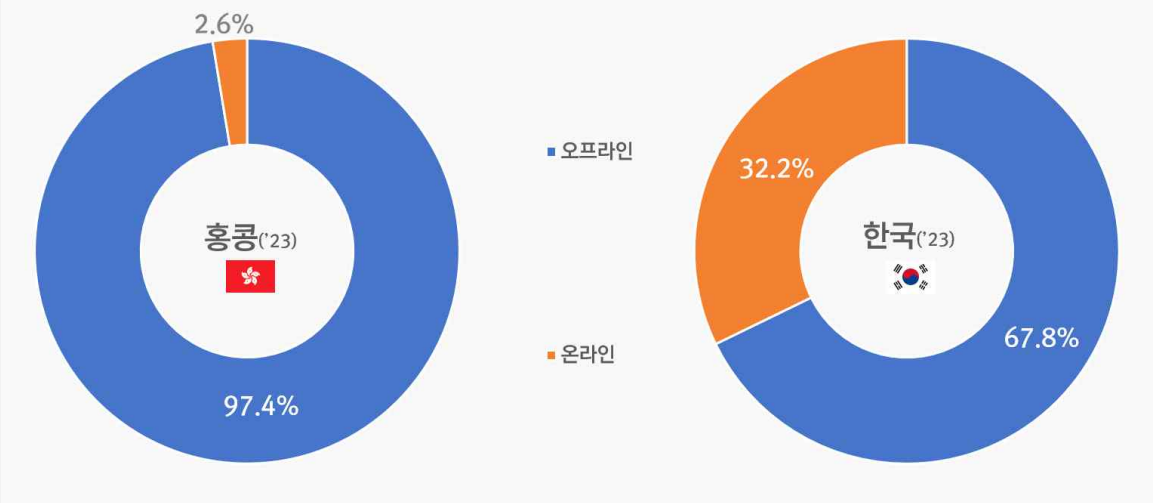
1. 홍콩 잎차 유통채널 점유율
2. 홍콩 잎차 주요 유통채널

1. 홍콩 잎차 유통채널 점유율

▶ 홍콩 잎차 유통채널, 오프라인 비율이 압도적

2023년 기준 홍콩 내 잎차를 포함한 차 유통에 있어 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 백화점 등을 포함한 오프라인 채널은 97.4%, 온라인 채널은 2.6%를 각각 점유한 것으로 확인됨. 그중 온라인 채널의 점유율 2.6%는 한국의 온라인 점유율인 32.2%에 비해 현저히 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 익일 배송이 표준화된 한국과는 달리 고도로 발달하지는 못함. 최근 코로나19로 인해 온라인 쇼핑 경험이 홍콩 내에서 널리 보급되기도 하였으나, 식품의 경우 여전히 오프라인 채널을 통한 유통이 대부분을 차지하고 있음[14)]

[표 4.1] 홍콩 및 한국 잎차 소매유통채널 점유율 비교[15)16)]



홍콩 및 한국 잎차 소매유통채널 점유율 비교		
홍콩	유형	한국
97.4%	오프라인	67.8%
2.6%	온라인	32.2%

자료: 스태티스타(Statista)

14) 자료: aT한국농수산식품유통공사, '[K-Food 현장] 우리가 주목해야 할 홍콩 식품시장 트렌드', 2021.11
15) 해당 장에서 '잎차' 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 '차(Tea)'의 유통채널 점유율을 조사함
16) 자료: 스태티스타(Statista), 'Sales Channels of Tea - Hong Kong', 2024.10

2. 홍콩 잎차 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 홍콩달러(약 1,039억 원[17])
		기타 규모 • 매장 수('24): 7개
	기업 요약	• 1996년 설립된 홍콩의 프리미엄 슈퍼마켓 체인 • 상류층 소비자들을 타겟으로 삼으며, 고급화 전략에 초점을 맞춰 성장해 왔음 • 홍콩 외에도 대만과 중국 등에 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	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 등록 시 필요한 일반 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +852-2736-3866 – 이메일: contact@citysuper.com

자료: 시티슈퍼
사진 자료: 시티슈퍼

17) 1홍콩달러=168.14원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍콩 잎차 주요 유통채널 ② 마켓플레이스

기업 기본 정보	기업명	마켓플레이스(Market Place)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.marketplacehk.com
	위치	홍콩 전역
	규모	**매출액('23)**[18] • 33억 달러(약 4조 3,128억 원[19])
		기타 규모 • 매장 수('24): 40개 이상
	기업 요약	• 홍콩 최대 슈퍼마켓 체인인 웰컴(wellcome)을 소유한 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)이 운영하는 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 • 웰컴에 비해 비교적 수입품의 비중이 높고 가격이 높음 • 2007년부터 전개 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	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 제품 상세정보, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 이메일: marketplaces@DFIretailgroup.com – 전화번호: +852-2299-3966

자료: 디에프아이리테일그룹
사진 자료: 디에프아이리테일그룹

18) 모기업 디에프아이리테일그룹의 식품 부문 글로벌 매출액
19) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍콩 잎차 주요 유통채널 ③ 하비니콜스

기업 기본 정보	기업명	하비니콜스(Harvey Nichols)
	기업구분	백화점
	홈페이지	www.harveynichols.com/en-hk
	위치	퀸즈웨이(Queensway)
	규모	**매출액('23)** • 16억 352만 홍콩달러(약 2,695억 원)
		기타 규모 • 매장 수('24): 1개
	기업 요약	• 1831년 영국 런던(London)에 처음 설립된 고급 백화점 체인 • UAE, 홍콩, 튀르키예, 사우디아라비아 등 과거 영국과 밀접한 관계의 국가를 중심으로 해외 진출을 진행해 왔음 • 일부 하비니콜스 지점에는 고급 식료품 코너인 'Foodmarket'이 운영됨 • 퍼스널 쇼핑 어드바이저 서비스 등 고객 맞춤형 서비스를 제공함
매장정보	입점 가능 품목	• 의류, 악세서리, 선물용 제품, 고급 수입 식품 등
	선호 제품	• 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 선물용 제품 등
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 이메일: pp_customerrelations@harveynichols.com.hk – 전화번호: +852-3968-2668

자료: 하비니콜스
사진 자료: 랜드마크(Landmark), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

2. 홍콩 잎차 주요 유통채널 ④ 소고

기업 기본 정보	기업명	소고(SOGO)
	기업구분	백화점
	홈페이지	www.sogo.com.hk
	위치	코즈웨이베이(Causeway Bay), 카이탁(Kai Tak)
	규모	**매출액('21)**[20] • 22억 8,957만 홍콩달러(약 3,850억 원)
		기타 규모 • 매장 수('24): 2개
	기업 요약	• 일본 기업 소고&세이부(SOGO & Seibu)가 설립한 일본식 백화점 브랜드 • 현재는 홍콩의 소매 및 부동산 개발 기업 라이프스타일인터내셔널(Lifestyle International Holdings)이 소유 및 운영함 • 1985년 홍콩에 처음 진출했으며, 2024년 하반기 카이탁 지역에 2호점을 개장함 • 온라인몰을 운영하며, 600홍콩달러(100,884원) 이상 구매 시 무료배송을 지원함
매장정보	입점 가능 품목	• 의류, 화장품, 전자제품, 가전제품, 식품 등
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품, 수입식품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +852-2833-8338, +852-2838-2030 – 이메일: csteam@sogo.com.hk

자료: 소고, 라이프스타일인터내셔널
사진 자료: 소고, 미뉴브(Minube)

20) 모기업 라이프스타일인터내셔널 매출액

2. 홍콩 잎차 주요 유통채널 ⑤ 신세계마트

기업 기본 정보	기업명	신세계마트(新世界韓國食品)
	기업구분	한인마트
	홈페이지	coreanmart.com
	위치	홍콩 전역
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 7개
	기업 요약	• 1995년 한국 교민들을 대상으로 설립된 홍콩의 한인마트 • 현재 온/오프라인 한인마트 외에도 정육점, 반찬 가게, 한식당 등을 운영 중임 • 한국의 온라인 식재료 판매업체 컬리(Kurly)와 제휴해 다양한 가정간편식, 디저트 등을 유통 중임 • 500홍콩달러(84,070원) 이상 주문 시 무료배송을 지원함
매장정보	입점가능품목	• 한국산 식재료, 반찬류, 냉동식품, 즉석식품, 음료 및 주류, 생활용품 등
	선호제품	• 현지 수요가 높은 한국 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 홈페이지 상단 '신세계고객센터' 클릭 – 이름 및 연락처, 문의 내용 작성해 제출 – 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +852-3905-2803 – 이메일: neo@korean.com.hk

자료: 신세계마트
사진 자료: 신세계마트, 홍콩수요저널

2. 홍콩 잎차 주요 유통채널 ⑥ 한인홍

기업 기본 정보	기업명	한인홍(韓印紅)
	기업구분	한인마트
	홈페이지	www.hanyinhong.co.kr
	위치	홍콩 전역
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 35개
	기업 요약	• 2009년 당초 한국의 인삼 수출을 위해 홍콩에 처음 설립된 한인마트 • 2016년부터 인삼 외의 신선 농산물과 기타 식품류를 유통하기 시작함 • 홍콩 전역에 35개의 매장을 운영 중이며, 교민을 주 고객층으로 하는 여타 한인마트에 비해 현지인 고객 비중이 높은 것으로 알려짐 • 높아진 구매력을 바탕으로 2023년부터 홍콩 현지에서 도매업을 전개 중이며, 최근 도매 고객 전용 쇼룸을 오픈함[21] • 한국 생활용품 전문점 '한인홍 HOME'을 하위 브랜드로 전개 중임
매장정보	입점가능품목	• 한국산 신선 농·수산물, 냉동식품, 즉석식품, 음료 및 주류 등
	선호제품	• 현지 수요가 높은 한국 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +852-2703-0273 - 왓츠앱(WhatsApp): 6134-9676

자료: 한인홍, 홍콩수요저널
사진 자료: 페이스북(Facebook)

21) 자료: 홍콩수요저널, '한인홍, 도매전시 쇼룸 열고 도매업 본격 시작', 2023.09

V
진입장벽

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

1. 홍콩 잎차 통관 및 검역 절차[22)]

▶ 홍콩 잎차 수출 통관 단계별 주요사항

홍콩은 자유무역항으로 주류, 담배 등 일부 품목을 제외한 대부분의 수입품에 대해 관세가 부과되지 않음. 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 절차가 다를 수 있으므로, 수출하기 전 홍콩의 식품 수입 제도에 대해 숙지하여 수출하는 품목이 통제 대상인지 사전에 확인하고 유의할 필요가 있음

[표 5.1] 홍콩 잎차 통관 검역 절차

자료: 관세청, 홍콩 해관, KATI농식품수출정보

22) 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 대해서는 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 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	• 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	• 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 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 잎차 품질 인증

▶ 홍콩 잎차, 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 잎차등의 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	• 홍콩 식품환경위생부(FEHD)	
	적용 품목	• 냉동 · 냉장육, 가금류, 계란, 우유와 유제품 및 빙과류 등의 가공식품	
	유효기간	• 품목마다 상이	
	등록 대상	• 홍콩에 식품 등 수입(예정)업체	
	취득 방법	• 국내 검사 결과를 인정하여 홍콩 식품안전위생부(FEHD)에서 허가증 발급	
	통용 국가	• 홍콩 국내 한정	
	등록 소요 시기	• 약 15일 내외(국내 위생증명서 발급 기간 제외)	
	도입 취지	• 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	• 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 – 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)[23] 사이트에서 24시간 제출 가능
비용 및 갱신	• 3년간 195홍콩달러, 갱신 시 180홍콩달러 • 갱신 시 등록 방법과 동일하게 진행함
정보 업데이트	• 등록된 정보에 변경이 발생한 경우, 변경 정보 발생 후 30일 이내에 홍콩 식품환경위생부(FEHD)에 서면으로 통지해야 함
벌금	• 등록 면제 대상이 아님에도 등록을 하지 않고 합당한 이유 없이 식품을 수입 또는 유통하는 사업을 영위하는 자는 최고 50,000홍콩달러의 벌금과 6개월의 징역에 처할 수 있음

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS), KATI농식품수출정보

23) (www.ftp.cfs.gov.hk)

▶ 홍콩 잎차, 권장 인증 사항

홍콩으로 잎차 수출 시, 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 인증 외에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 추가로, 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 잎차 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	
BOT	할랄 인증	홍콩 내 할랄 인증	홍콩 정부 지정 인증기관	
SGS (Societe Generale de Surveillance S.A.)	식품 생산 안전 인증	홍콩 내 식품 생산 안전 인증	SGS-CSTC 지사	

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)의 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

[표 5.5] 홍콩 포장 전면(FOP) 영양 라벨 표시 기준

내용	• 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	
정의	저염(Low salt)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 나트륨(소금) 함량이 0.12g 이하인 경우
	무염(No salt)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 나트륨(소금) 함량이 0.005g 이하인 경우
	저당(Low sugar)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 당(설탕) 함량이 5g 이하인 경우
	무당(No sugar)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 당(설탕) 함량이 0.5g 이하인 경우
라벨링 예시		

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

3. 홍콩 잎차 라벨링

[표 5.6] 홍콩 잎차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 상품명	• 상품명이 잘못되거나 오해를 불러일으키거나 거짓되면 안되고, 소비자에게 상품의 본질을 전달할 수 있어야 함 • 관습적으로 사용되었던 전통적인 상품명은 당국에서 금지하지 않는 한 사용이 가능함
	2. 성분	• '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(ex. 유화제, 산화방지제)와 함께 특정 이름이나 번호 또는 기능의 등급별로 나열해야 함
	3. 보관 및 사용 방법	• 식품의 보관을 위해 특별한 조건이 필요한 경우, 그 조건에 대한 설명을 식품에 읽기 쉽게 표시해야 함
	4. 순중량	• 내용물의 수치(개수, 무게 또는 부피)나 순중량을 명확하게 표시해야 함 • 순중량과 순부피는 국제 단위계에 따라 표시해야 함
	5. 제조사 정보	• 제조업체 또는 포장업체의 등록된 이름 및 전체 주소를 읽기 쉽도록 표시해야 함
	6. 유통기한	• 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 라벨상 유통기한이 명시된 위치를 기술해야 함

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 잎차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	**7. 영양성분**	• 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 • 탄수화물이 식이섬유가 포함되어 있지 않은 함유량이라면, 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 200cm^2 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	• 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 잎차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	9. 라벨 표시 기준	• 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 Description 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 모둠 포장 식품은 각 영양성분을 여러 개의 표에 구분해 표기하거나 각 영양성분을 한 표 안에 구분해 표기해야 함. 또한, 소포장 제품이 여러 개 포함된 모둠 포장 식품의 성분 표기는 최종 포장지에 해야 함

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 잎차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	10. 라벨링 면제가 허용되는 경우	• 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 100cm^2 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 모둠 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 모둠 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	• 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 잎차 라벨 샘플

[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
[앞면 – 중국어] ① 香片 中國名茶 ② 日月牌	**[앞면 – 국문]** ① 잎차 중국 유명 차 ② 해와달
[뒷면 – 중국어/영어] ① 香片即茉莉花茶, 是用新鮮含蕊初放的茉莉花加入上好綠茶調制而成, 一杯在手, 春風撲面齒頰留香。 It is made from a variety of green tea together with Jasmine so as to absorb natural flower perfumes. ② 此日期前最佳(日/月/年): 见封口处 Best Before(D-M-Y): Described in sealed part below ③ 偉財有限公司 WAY CHOY CO.LTD 香港沙田火炭黃竹洋街5號富昌中心12樓A座 Unit A, 12/F,Fu Cheung Centre,5 Wong Chuk Yeung St.,Fotan, Shatin, N.T.,Hong Kong	**[뒷면 – 국문]** ① 자스민 차는 신선한 자스민 꽃과 좋은 녹차로 만들어집니다. 컵을 손에 들면 봄바람이 얼굴에 불어오고 입과 뺨에 향기가 남습니다. ② 유통기한: 하기 밀봉 부분 표시 ③ 웨이 초이(주) WAY CHOY CO.LTD Tower A, 12/F, Future Centre, 5 Wong Chuk Yeung Street, Fo Tan, Sha Tin, 홍콩

Tel: (852) 2699-0022
Fax: (852) 2693-2155
e-mail: waychoyc@netvigator.com

④ 中國制造 Product of China

⑤ 成份: 香片茶
Ingredient: Jasmine Tea

⑥ 淨含量: 200克
NET WT: 200g

⑦

Nutrition Information 营养资料	
Servings Per Package / 每包装所含食用分量数目: 40 Serving Size / 食用分量: 5g/克	
Per Serving / 每食用分量	
Energy/能量	0kcal
Protein/蛋白质	0g
Total fat/总脂肪	0g
- Saturated fat/饱和脂肪	0g
- Trans fat/反式脂肪	0g
Carbohydrates/碳水化合物	0g
-Sugars/糖	0g
Sodium/纳	0mg

전화: (852) 2699-0022
팩스: (852) 2693-2155
이메일: waychoyc@netvigator.com

④ 중국산 제품

⑤ 성분: 자스민차

⑥ 순중량: 200g

⑦

영양정보	
패키지 당 제공량: 40 1회 제공량: 5g	
1회 제공량 당	
열량	0kcal
단백질	0g
총 지방	0g
- 포화지방	0g
- 트랜스지방	0g
탄수화물	0g
당	0g
나트륨	0mg

4. 홍콩 잎차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

홍콩의 식품첨가물에 대한 규정은 홍콩 식품안전위생처(FEHD)의 식품안전센터(CFS)에서 규정 및 관리되고 있음. 제품에 사용된 식품첨가물은 라벨링 규정에 따라 구체적 명칭과 기능 및 등급 등을 명확하게 기재해야 함. 하기 표는 홍콩 내 잎차에 적용될 수 있는 식품첨가물과 사용 기준 중 일부임. 더욱 자세한 홍콩 식품첨가물 규정 및 사용 기준은 홍콩 식품안전센터(CFS) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 홍콩 잎차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	벤조산	Benzoic Acid	1,000ppm	커피, 커피 대체품, 차, 허브차 및 기타 핫시리얼 및 곡물 음료: 커피 제품 제조용 원두 포함, 코코아 제외
2	디메틸디카보네이트	Dimethyl Dicarbonate	250ppm	
3	에틸렌다이아민테트라아세트산 이나트륨	Disodium Ethylenediaminetetraacetate (Disodium Edta)	35ppm	
4	에틸 파라하이드록시벤조에이트	Ethyl *P*-Hydroxybenzoate	450ppm	
5	메틸 파라하이드록시벤조에이트	Methyl *P*-Hydroxybenzoate		
6	브릴리언트 블랙	Brilliant Black	GMP[24]	모든 식품
7	카르모아신	Carmoisine		
8	카로틴	Carotene		
9	커큐민	Curcumin		
10	사이클라믹산	Cyclamic Acid		

자료: KATI농식품수출정보

24) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용 기준이 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 진균독소 3종과 기타 유해물질 5종의 최대 함량 기준을 설정하고 있으므로 해당 부분을 참고할 필요가 있음. 하기 표는 고객사 잎차에 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 잎차 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	멜라민	Melamine	2.5mg/kg	기타 모든 식품 (우유, 영유아용, 임산·수유부용 식품 유형 제외)
2	아플라톡신	Aflatoxin	15μg/kg	모든 식품 (땅콩 및 땅콩가공품 제외)
3	아보파르신	Avoparcin	불검출	모든 식품 (살아있는 생선, 파충류 및 가금육 포함)
4	클로람페니콜	Chloramphenicol		
5	클렌부테롤	Clenbuterol		
6	디에노에스트롤	Dienoestrol		
7	디에틸스틸베스트롤 및 그 염과 에스터	Diethylstilboestrol Including Salts And Esters Thereof		
8	헥소에스트롤 및 그 염과 에스터	Hexoestrol Including Salts And Esters Thereof		
9	말라카이트 그린 및 그 염	Malachite Green And Its Salts	식품 kg당 0μg	
10	살부타몰	Salbutamol	불검출	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

홍콩 식품안전센터(CFS)는 '식품 및 의약품(구성 및 표시) 규정 제132장'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

VI
수입·유통업체 인터뷰

1. 신성차장(Sun Sing Tea)
2. 중국차방(Chinese Tea HK)
3. 윙유엔티(Wing Yuen Tea)

Interview ①

25)

新星茶莊 www.sunsingtea.com

신성차장(Sun Sing Tea) Manager

신성차장
(Sun Sing Tea)

- **유형: 수입·유통업체**
- **업체 특징:**
  - 2002년에 설립된 홍콩 기반의 차 수입 및 유통업체
  - 중국 본토와 대만에서 차를 수입하여 취급하고 있음

담당자 정보

Manager

Q. 홍콩 차 시장에서 카모마일, 로즈마리 같은 허브차에 대한 소비 트렌드와 선호도는 어떻게 형성되고 있습니까?

홍콩 차 시장은 여전히 전통적인 중국 차가 주류를 이루고 있지만, 허브차 부문은 점진적으로 성장세를 보이고 있습니다. 특히, 카모마일, 페퍼민트, 로즈마리와 같은 특정 허브 종류에 대한 소비자 선호도가 점차 뚜렷해지고 있으며, 한국산 허브차의 수입 또한 성장 가능성이 높은 시장으로 평가받고 있습니다.

Q. 홍콩 소비자들이 허브차를 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요? (예: 맛, 건강 효능, 인증 등)

홍콩 소비자들이 허브차를 선택할 때 가장 우선적으로 고려하는 요소는 맛입니다. 이어서 건강 효능이 구매 결정에 중요한 영향을 미치는 요소로 작용하고 있습니다.

Q. 유리병에 든 허브잎차의 주요 소비층은 누구인가요? 해당 소비층을 타겟으로 한 효과적인 마케팅 전략이 있을까요?

유리병에 담긴 허브잎차의 주요 소비층은 건강한 식단을 추구하는 소비자들입니다. 이를 타겟으로 한 효과적인 마케팅 전략으로는, 제품의 건강 효능과 자연 및 유기농 성분을 강조하는 것이 중요합니다. 특히, 슬로건과 포장 디자인을 통해 이러한 메시지를 명확히 전달해야 합니다. 또한, TV 광고와 같은 매체를 활용해 제품의 고품질 성분과 제공하는 건강상의 이점을 효과적으로 홍보할 수 있습니다.

Q. 유리병에 든 잎차의 가격대(FOB 5.5-7.5달러(7,188-9,802원[26]))에 대해 홍콩 소비자들의 반응은 어떨 것으로 예상하시나요? 또한, 12,000-15,000원의 소비자 가격대가 홍콩 시장 내 경쟁력을 가질 수 있다고 보십니까?

유리병에 담긴 고객사 잎차 제품의 FOB 가격대는 홍콩 소비자들의 기대를 충족하는 합리적인 수준으로 평가됩니다. 또한, 소비자 가격대가 12,000-15,000원인 이 제품은 홍콩의 중간 가격대 차 시장에서 충분한 경쟁력을 가질 것으로 보입니다.

25) 사진 자료: 신성차장(Sun Sing Tea)
26) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q. 홍콩에서 허브차를 수입할 때 포장과 관련된 특별한 규제가 있나요? 특히 병포장 제품에 대한 규제가 있다면 무엇인가요?

홍콩에서 허브차를 수입할 때 포장과 관련된 특별한 규제는 없습니다. 다만, 식품 안전 기준을 준수하고 포장재에 유해물질이 포함되지 않을 것이 요구됩니다. 유리병 포장은 이러한 기준을 충족하는 안전한 포장 방식으로 평가됩니다.

Q. 홍콩에서 비건 인증이나 무농약 인증을 획득할 때 추가적인 등록 절차나 요구되는 서류는 무엇인가요?

비건 인증이나 무농약 인증을 획득하기 위해서는 관련 당국에 등록 및 인증을 요청해야 하며, 필요한 서류로는 회사의 사업자 등록증 사본, 상표 등록 증명서 사본, 제품 품질 검사 보고서, 생산 공정 흐름도 및 설명서, 원재료 출처 목록과 공급업체 자격 증명서, 제품 포장 라벨 샘플 등이 포함됩니다.

Q. 홍콩 차 시장의 최근 동향은 무엇인가요? 특히 잎차 제품 중에서 가장 인기 있는 제품은 무엇인지 설명해 주실 수 있을까요?

홍콩 차 시장은 점차 다양성을 중시하는 방향으로 발전하고 있습니다. 전통적인 잎차 외에도 허브차와 특수 수제 차가 인기를 얻으며, 시장 선택지가 확대되고 있습니다. 특히, 녹차는 여전히 높은 선호도를 유지하고 있으며, 맛차와 현미차는 독특한 풍미와 건강 효능으로 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다. 또한, 밀크티, 차-커피 블렌드, 순수 차와 같은 퓨전 차 음료를 선보이는 차 전문점이 증가하고 있습니다. 이 트렌드의 대표적인 사례로는 '바왕차지(BaWang Chaji, 霸王茶姬)'와 같은 인기 브랜드가 있으며, 소비자들에게 차별화된 경험을 제공하고 있습니다.

Interview ②

27)

중국차방(Chinese Tea HK) Manager

중국차방
(Chinese Tea HK)

- **유형: 유통업체**
- **업체 특징:**
  - 2009년에 설립된 수입업체 및 유통업체로 차와 차 세트를 취급하고 있음
  - 중국 본토와 대만에서 제품을 수입하여 홍콩에서 유통하고 있음

담당자 정보

Manager

Q. 홍콩 차 시장에서 카모마일, 로즈마리 같은 허브차에 대한 소비 트렌드와 선호도는 어떻게 형성되고 있습니까?

홍콩 시장에서 한국의 전통차는 독특한 맛과 고품질의 재료로 인해 특히 인기가 높습니다. 홍콩의 전통차 주요 공급원은 중국 본토, 일본, 그리고 한국이며, 이 중에서도 한국의 전통차는 그 특별한 맛과 품질로 두각을 나타내고 있습니다.

Q. 홍콩 소비자들이 허브차를 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요? (예: 맛, 건강 효능, 인증 등)

홍콩 소비자들은 허브차를 선택할 때 맛을 가장 중요한 요소로 고려합니다. 또한, 건강 효능 역시 구매 결정에 중요한 영향을 미치는 요소로 작용하며, 두 가지가 주요 구매 기준으로 자리 잡고 있습니다.

Q. 유리병에 든 허브잎차의 주요 소비층은 누구인가요? 해당 소비층을 타겟으로 한 효과적인 마케팅 전략이 있을까요?

전문적인 차 애호가들은 유리병 포장에 더 많은 관심을 보입니다. 이들은 차 제품에 대한 폭넓은 지식과 경험을 가지고 있기 때문에, 제품의 독특한 판매 포인트와 전통차에 비해 갖는 장점을 강조하는 것이 중요합니다. 이들을 끌어들이기 위해 오프라인 시음회나 샘플 체험 행사를 개최하고, 유명한 차 전문가를 초청하여 리뷰와 추천을 받는 것이 효과적입니다. 이러한 접근 방식은 소비자들이 제품을 직접 경험할 수 있게 할 뿐만 아니라, 구매 결정에도 긍정적인 영향을 미칠 것입니다.

Q. 유리병에 든 잎차의 가격대(FOB 5.5-7.5달러(7,188-9,802원))에 대해 홍콩 소비자들의 반응은 어떨 것으로 예상하시나요? 또한, 12,000-15,000원의 소비자 가격대가 홍콩 시장 내 경쟁력을 가질 수 있다고 보십니까?

홍콩 소비자들은 해당 가격대를 합리적인 수준으로 평가할 가능성이 높습니다.

27) 사진 자료: 중국차방(Chinese Tea HK)

Q. 홍콩에서 허브차를 수입할 때 포장과 관련된 특별한 규제가 있나요? 특히 병포장 제품에 대한 규제가 있다면 무엇인가요?

홍콩은 자유무역 도시로서 대부분의 상품에 대한 수입 규제가 비교적 완화되어 있습니다. 허브차의 포장에 대해서도 특별한 규제는 없으며, 유리병 포장 역시 일반적인 포장 재료로 사용되고 있습니다.

Q. 홍콩에서 비건 인증이나 무농약 인증을 획득할 때 추가적인 등록 절차나 요구되는 서류는 무엇인가요?

홍콩에서 비건 인증이나 무농약 인증을 획득하려면 관련 인증 기관에 신청해야 하며, 필요한 서류로는 사업자 등록증 사본, 상표 등록 증명서 사본, 제품 품질 검사 보고서, 생산 공정 흐름도 및 설명서, 원재료 출처 목록 및 공급업체 자격 증명서, 제품 포장 라벨 샘플 등이 있습니다. 무농약 인증의 경우 추가적으로 농약 관리와 관련된 문서가 필요할 수 있습니다. 인증 절차와 요구 서류는 인증 기관마다 상이할 수 있으므로, 신청 전에 해당 기관의 지침을 확인하는 것이 중요합니다.

Q. 홍콩 차 시장의 최근 동향은 무엇인가요? 특히 잎차 제품 중에서 가장 인기 있는 제품은 무엇인지 설명해 주실 수 있을까요?

홍콩 차 시장은 건강을 중시하는 소비자들의 영향으로 다양화되고 있습니다. 특히, 카모마일 차와 히비스커스 차는 카페인이 없고 진정 효과가 있어 인기를 끌고 있습니다. 이러한 허브차는 가볍고 달콤한 맛으로 소비자들의 선호를 받고 있으며, 광둥 지역의 식습관과도 잘 어울려 최우선 선택으로 자리 잡고 있습니다.

Interview ③

28)

윙유엔티(Wing Yuen Tea) Manager

윙유엔티
(Wing Yuen Tea)

- **유형: 수입·유통·제조업체**
- **업체 특징:**
  - 1981년에 설립된 차 수입 및 유통, 제조업체
  - 중국 본토, 대만, 일본, 한국에서 차를 수입하여 홍콩에서 유통하고 있음

담당자 정보

Manager

Q. 홍콩 차 시장에서 카모마일, 로즈마리 같은 허브차에 대한 소비 트렌드와 선호도는 어떻게 형성되고 있습니까?

홍콩 식음료 시장에서 차 음료는 매우 인기 있는 카테고리 중 하나입니다. 특히 젊은 소비자층의 증가와 건강한 식습관을 중시하는 트렌드 확산에 따라, 건강에 이로운 허브차의 인기가 지속적으로 상승하고 있습니다. 이 중에서도 한국과 일본산 허브차 제품이 독창성과 품질로 인해 가장 높은 선호도를 보이고 있습니다.

Q. 홍콩 소비자들이 허브차를 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요? (예: 맛, 건강 효능, 인증 등)

홍콩 소비자들은 허브차를 선택할 때 건강상의 이점을 가장 중요하게 고려합니다. 이어서 가격이 중요한 선택 요소로 작용하며, 소비자 구매 결정에 영향을 미치고 있습니다.

Q. 유리병에 든 허브잎차의 주요 소비층은 누구인가요? 해당 소비층을 타겟으로 한 효과적인 마케팅 전략이 있을까요?

유리병에 담긴 허브잎차의 주요 소비층은 젊은 직장인들입니다. 특히, 홍콩의 화이트칼라 근로자들은 건강을 우선시하며, 차 음료와 커피를 주로 소비하는 강력한 구매력을 가진 그룹입니다. 이 그룹을 타겟팅하기 위해서는 브랜드 인지도를 구축하고 효과적인 소셜 채널을 활용한 프로모션이 필수적입니다. 인스타그램과 틱톡과 같은 플랫폼은 KOL(Key Opinion Leader)과의 협업에 이상적입니다. 특히 식음료 분야에 특화된 인플루언서와의 협업은 매우 효과적일 수 있습니다. 라이브 스트리밍, 사진, 동영상 콘텐츠를 통해 이들 KOL은 제품을 홍보하며, 화이트칼라 소비자들의 관심을 유도하고 구매를 촉진할 수 있습니다.

Q. 유리병에 든 잎차의 가격대(FOB 5.5-7.5달러(7,188-9,802원))에 대해 홍콩 소비자들의 반응은 어떨 것으로 예상하시나요? 또한, 12,000-15,000원의 소비자 가격대가 홍콩 시장 내 경쟁력을 가질 수 있다고 보십니까?

고객사 제품의 가격대는 중간 가격대로, 주로 중고가형 차를 선호하는 애호가들에게 경쟁력을 가질 수 있습니다. 다만, 저가형 차를 선택하는 소비자들에게는 매력적이지 않을 수 있습니다. 제품의 성공 여부는 시장에서의 명확한 포지셔닝과 타겟 소비층에 적합한 마케팅 전략에 달려 있습니다.

28) 사진 자료: 윙유엔티(Wing Yuen Tea)

Q. 홍콩에서 허브차를 수입할 때 포장과 관련된 특별한 규제가 있나요? 특히 병포장 제품에 대한 규제가 있다면 무엇인가요?

홍콩의 수입 식품 포장에는 두 가지 주요 요구 사항이 있습니다. 첫째, 포장은 식품 안전 기준을 준수해야 하며, 유해 물질이 포함되어서는 안 됩니다. 둘째, 환경 기준을 충족해야 하며, 재활용 가능성이 있는 포장이 이상적입니다. 이러한 기준을 충족하는 유리 포장은 안전성과 친환경성을 갖추고 있어, 허브차 제품의 병포장으로 적합하며, 안심하고 사용할 수 있습니다.

Q. 홍콩에서 비건 인증이나 무농약 인증을 획득할 때 추가적인 등록 절차나 요구되는 서류는 무엇인가요?

홍콩에서 비건 인증이나 무농약 인증을 획득하기 위해서는 관할 당국이 요구하는 서류를 제출하면 됩니다. 경우에 따라 현장 농약 검사가 필요할 수 있습니다. 요구되는 주요 서류로는 회사 사업자 등록증 사본, 상표 등록 증명서 사본, 제품 품질 검사 보고서, 생산 공정 흐름도 및 상세 설명서, 원재료 출처 목록 및 공급업체 자격 증명서, 농약 관리 조치 문서, 제품 포장 라벨 샘플 등이 있습니다. 이 서류들은 제품의 품질과 안전성을 입증하며, 인증 절차를 원활히 진행하기 위한 필수 요건입니다.

Q. 홍콩 차 시장의 최근 동향은 무엇인가요? 특히 잎차 제품 중에서 가장 인기 있는 제품은 무엇인지 설명해 주실 수 있을까요?

홍콩 차 시장은 빠르게 변화하고 있으며, 소비자들은 점점 더 편리하고 효율적인 차 음용 경험을 선호하고 있습니다. 이러한 트렌드는 오프라인 차 전문점의 성장을 촉진했으며, 이들 전문점은 홍차와 녹차와 같은 잎차(Loose-Leaf Tea)를 기반으로 다양한 음료를 제공하며 시장 점유율을 확대하고 있습니다. 특히, 느슨한 잎차를 선호하는 소비자들 사이에서는 수제 특산 차가 꾸준히 인기를 얻고 있습니다. 보이차와 우롱차는 독특한 로스팅 및 가공 기술을 통해 다양한 풍미를 제공하며, 원재료의 건강 효능을 유지하는 동시에 매력적인 맛을 제공합니다. 이러한 차들은 소비자들의 관심을 끌며, 프리미엄 차 시장에서 강력한 입지를 확보하고 있습니다. 결과적으로, 건강과 품질을 중시하는 소비자들의 니즈를 충족시키며, 홍콩 차 시장 내에서 지속적인 성장 가능성을 보여주고 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Hot Drinks market - Hong Kong', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Tea market - Hong Kong', 2024.10
3. KOTRA해외시장뉴스, '홍콩 무알코올 음료 시장 동향', 2024.06
4. 시나(Sina), '字裡人 | 香港非物質文化遺產之走進百年老店飲涼茶', 2024.08
5. 홍콩수요저널, '[이승권 원장의 생활칼럼] 차 마시며 읽는 홍콩의 차 이야기', 2022.03
6. aT한국농수산식품유통공사, '[K-Food 현장] 우리가 주목해야 할 홍콩 식품시장 트렌드', 2021.11
7. 스태티스타(Statista), 'Sales Channels of Tea - Hong Kong', 2024.10
8. 홍콩수요저널, '한인홍, 도매전시 쇼룸 열고 도매업 본격 시작', 2023.09
9. aT한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 홍콩', 2023
10. aT한국농수산식품유통공사, '농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
11. KATI 농식품수출정보, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 징동닷컴(JD.com) (jd.com)
7. aT한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
8. 시티슈퍼(city'super) (online.citysuper.com.hk)
9. 마켓플레이스(Market Place) (www.marketplacehk.com)
10. 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group) (www.dfiretailgroup.com)
11. 하비니콜스(Harvey Nichols) (www.harveynichols.com/en-hk)
12. 랜드마크(Landmark) (www.landmark.hk)
13. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
14. 소고(SOGO) (www.sogo.com.hk)
15. 라이프스타일인터내셔널(Lifestyle International Holdings) (www.lifestylehk.com.hk)
16. 미뉴브(Minube) (www.minube.net)
17. 신세계마트(新世界韓國食品) (coreanmart.com)
18. 홍콩수요저널 (www.hksooyo.com)
19. 한인홍(韓印紅) (www.hanyinhong.co.kr)
20. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
21. 홍콩 해관 (www.customs.gov.hk)
22. 홍콩 통계청(C&SD) (www.censtatd.gov.hk)
23. 홍콩 공업무역부(TID) (www.tid.gov.hk)
24. 홍콩 식품안전센터(CFS) (www.cfs.gov.hk)
25. 홍콩 식품환경위생부(FEHD) (www.fehd.gov.hk)
26. 홍콩 전자법률포털 (www.elegislation.gov.hk)
27. 관세청 (www.customs.go.kr)
28. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
29. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
30 KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
31. 신성차장(Sun Sing Tea) (sunsingtea.com)
32. 중국차방(Chinese Tea HK) (chineseteahk.com)
33. 윙유엔티(Wing Yuen Tea) (www.wingyuentea.hk)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2024.11.29

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

Copyright 2024 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KATI 농식품수출정보