

2024 농식품 국가정보조사 중국

2024.10.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對중국 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	1,416,043,270명, 전 세계 1위
민족구성 (2021년 추정치)	한족 91.1%, 소수민족 8.9% (장족, 후이족, 만주족, 위구르족, 먀오족, 이족, 투자족, 티베트족, 몽골족, 동족, 부이족, 야오족, 바이족, 조선족, 하니족, 리족, 카자흐족, 다이족 및 기타 민족 포함) (2021년 추정)
언어	중국어, 광둥어, 상하이어, 푸저우어, 대만어, 샹/간/하카족 방언, 소수민족 언어(장족, 몽고족, 위그르족 티베트족)
종교 (2021년 추정치)	민속 종교 21.9%, 불교 18.2%, 기독교 5.1%, 이슬람교 1.8%, 힌두교 < 0.1%, 유대교 < 0.1%, 기타 0.7% (도교 포함), 무종교 52.1%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 16.3% (남성 122,644,111명/여성 107,926,176명) 15~64세: 69.3% (남성 505,412,555명/여성 476,599,793명) 65세 이상: 14.4% (2024년 추정) (남성 94,144,838명/여성 109,315,797명)
중위연령 (2024년 추정치)	총: 40.2년, 전 세계 61위 남자: 39년 여자: 41.5년

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$31.227조 (2023년 추정치) \$29.683조 (2022년 추정치) \$28.822조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	5.2% (2023년 추정치), 전 세계 46위 2.99% (2022년 추정치) 8.45% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$22,100 (2023년 추정치), 전 세계 97위 \$21,000 (2022년 추정치) \$20,400 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	7.3% (2023년 추정치)
주요 생산품	옥수수, 쌀, 채소, 밀, 사탕수수, 감자, 오이, 토마토, 수박, 고구마 등

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
중국의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	칠레, ASEAN, 마카오, 홍콩, 파키스탄, 호주, 아이슬란드, 싱가포르, 스위스, 뉴질랜드, 페루, 코스타리카, 한국, 조지아, 모리셔스, 캄보디아, 니카라과
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-중 FTA, RCEP
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	한·중·일 FTA, 중국 서비스·투자 후속협상
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

중국 식품 시장은 2019년 1조 220억 달러에서 연평균 9.6% 성장하여, 2023년 1조 4,740억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 1,992억 달러에서 연평균 6.9% 성장하여, 2023년 2,604억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 17.7%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 1,695억 달러에서 연평균 10.4% 성장하여, 2023년 2,521억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 17.1%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 1,023억 달러에서 연평균 10.9% 성장하여, 2023년 1,548억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 10.5%를 차지했다.

<중국 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,022.0	1,144.0	1,271.0	1,368.0	1,474.0	100.0	7.7	9.6
육류	199.2	215.4	231.0	248.8	260.4	17.7	4.7	6.9
베이커리 및 곡물류	169.5	193.3	215.5	231.9	252.1	17.1	8.7	10.4
낙농품	102.3	116.4	129.8	141.3	154.8	10.5	9.6	10.9
채소류	100.4	112.2	129.7	136.9	146.6	9.9	7.1	9.9
편의식품	89.0	102.5	115.5	126.5	138.2	9.4	9.2	11.6
스프레드 및 당류	89.1	101.7	113.8	121.1	129.9	8.8	7.3	9.9
과일 및 견과류	71.2	81.4	91.0	99.3	108.1	7.3	8.9	11.0
스낵류	81.2	84.9	92.2	99.4	106.8	7.2	7.4	7.1
수산물	59.3	67.4	75.0	80.7	88.1	6.0	9.2	10.4
소스 및 향신료	27.8	31.7	35.3	38.3	41.4	2.8	8.2	10.5
유지류	15.3	17.4	19.4	19.5	22.1	1.5	13.2	9.6
영유아식품	13.3	14.9	16.7	17.5	18.5	1.3	6.1	8.7
펫푸드	4.5	5.3	5.9	6.7	7.4	0.5	10.7	13.6

*출처: STATISTA(2024.07.)

■ 1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 중국의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 715달러에서 연평균 9.5% 증가한 1,029달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 139달러에서 연평균 6.9% 증가한 약 182달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.7%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 119달러에서 연평균 10.4% 증가한 약 176달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 17.1%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 72달러에서 연평균 10.8% 증가한 약 108달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 10.5%를 차지했다.

<중국 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	714.9	799.0	886.5	954.2	1,029.0	100.0	7.8	9.5
육류	139.3	150.4	161.2	173.6	181.7	17.7	4.7	6.9
베이커리 및 곡물류	118.6	134.9	150.3	161.8	175.9	17.1	8.7	10.4
낙농품	71.6	81.3	90.6	98.6	108.0	10.5	9.5	10.8
채소류	70.3	78.3	90.5	95.5	102.3	9.9	7.1	9.9
편의식품	62.2	71.6	80.6	88.3	96.4	9.4	9.3	11.6
스프레드 및 당류	62.3	71.0	79.4	84.5	90.7	8.8	7.3	9.8
과일 및 견과류	49.8	56.8	63.5	69.3	75.5	7.3	8.9	10.9
스낵류	56.8	59.3	64.3	69.4	74.5	7.2	7.4	7.0
수산물	41.5	47.1	52.4	56.3	61.5	6.0	9.2	10.3
소스 및 향신료	19.5	22.1	24.6	26.7	28.9	2.8	8.2	10.4
유지류	10.7	12.2	13.5	13.6	15.4	1.5	13.2	9.5
영유아식품	9.3	10.4	11.7	12.2	12.9	1.3	6.2	8.6
펫푸드	3.1	3.7	4.1	4.7	5.2	0.5	10.9	13.6

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 중국의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 194kg에서 연평균 5.6% 증가한 약 242kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 46kg에서 연평균 7.1% 증가한 약 61kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 25.1%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 45kg에서 연평균 2.1% 증가한 약 48kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 20.0%를 차지했다.

과일 및 견과류

2023년 과일 및 견과류 소비량은 2019년 1인당 약 20kg에서 연평균 7% 증가한 약 27kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 11.0%를 차지했다.

<중국 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	194.3	206.7	217.5	228.5	241.7	100.0	5.8	5.6
베이커리 및 곡물류	46.2	50.4	53.9	57.0	60.8	25.1	6.6	7.1
채소류	44.6	45.6	45.3	46.3	48.4	20.0	4.5	2.1
과일 및 견과류	20.3	21.8	23.3	25.0	26.6	11.0	6.7	7.0
스프레드 및 당류	20.2	22.2	24.0	25.0	26.3	10.9	5.4	6.9
낙농품	19.0	20.8	22.3	23.9	25.5	10.5	6.7	7.6
육류	16.5	17.0	17.4	18.4	19.0	7.8	2.9	3.6
스낵류	10.5	10.3	11.0	11.6	12.2	5.0	5.4	3.8
편의식품	7.5	8.3	9.0	9.6	10.3	4.3	7.3	8.2
소스 및 향신료	3.7	4.1	4.3	4.6	4.9	2.0	6.3	7.0
수산물	2.2	2.4	2.6	2.7	2.9	1.2	7.4	7.2
유지류	2.1	2.3	2.5	2.4	2.7	1.1	12.1	6.8
펫푸드	1.2	1.3	1.5	1.6	1.8	0.7	7.3	10.5
영유아식품	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2	2.4	3.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

중국 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.0% 성장하여, 2027년 2조 40억 달러에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.6% 성장하여, 2027년 3,501억 달러에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 4.8% 성장하여, 2027년 3,136억 달러에 달할 전망이다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.4% 성장하여, 2027년 2,215억 달러에 달할 전망이다.

<중국 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	1,474.0	1,607.0	1,742.0	1,887.0	2,004.0	100.0	6.2	8.0
베이커리 및 곡물류	252.1	277.6	303.1	331.8	350.1	17.5	5.5	8.6
육류	260.4	273.1	286.2	299.8	313.6	15.6	4.6	4.8
낙농품	154.8	170.7	187.3	205.2	221.5	11.1	7.9	9.4
편의식품	138.2	153.7	169.5	185.5	198.8	9.9	7.2	9.5
채소류	146.6	158.7	171.3	184.7	196.2	9.8	6.2	7.6
스프레드 및 당류	129.9	144.2	158.4	174.1	185.6	9.3	6.6	9.3
과일 및 견과류	108.1	119.1	130.3	142.6	152.0	7.6	6.6	8.9
스낵류	106.8	114.8	123.2	131.9	140.1	7.0	6.2	7.0
수산물	88.1	97.1	106.2	114.3	121.1	6.0	5.9	8.3
소스 및 향신료	41.4	45.6	49.8	54.4	58.0	2.9	6.6	8.8
유지류	22.1	24.4	26.8	29.5	31.8	1.6	8.0	9.6
영유아식품	18.5	20.0	21.4	23.0	24.7	1.2	7.1	7.4
펫푸드	7.4	8.2	9.0	9.9	10.8	0.5	8.9	9.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 중국의 식품 수출액은 약 885억 6,581만 달러로 전년 대비 2.9% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 660억 6,601만 달러에서 연평균 7.6% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 5.6%로, 수출 상위 5위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 2.4% 증가한 약 49억 7,777만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 8.7% 증가했다.

주요 수출국

홍콩으로의 식품 수출 비중은 11.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 1.7% 감소한 약 99억 7,578만 달러로 집계되었다. 홍콩으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 3.8% 증가했다.

미국으로의 식품 수출 비중은 10.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 2.0% 증가한 약 90억 6,333만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 15.3% 증가했다.

이 밖에도, 일본(9.6%), 베트남(5.7%), 말레이시아(5.5%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<중국 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	66,066,013	65,309,212	73,287,109	86,034,755	88,565,806	100.0	2.9	7.6
1 홍콩	8,609,283	7,876,315	9,382,647	10,152,108	9,975,778	11.3	-1.7	3.8
2 미국	5,132,717	5,395,786	6,368,753	8,886,331	9,063,331	10.2	2.0	15.3
3 일본	8,310,449	7,912,263	8,525,369	8,750,019	8,518,219	9.6	-2.6	0.6
4 베트남	5,188,629	5,202,868	5,101,269	5,248,426	5,073,838	5.7	-3.3	-0.6
5 한국	3,559,827	3,568,084	3,988,527	4,859,355	4,977,769	5.6	2.4	8.7
6 말레이시아	2,757,049	3,261,113	3,956,726	5,122,444	4,884,052	5.5	-4.7	15.4
7 태국	3,040,829	3,377,995	4,052,590	4,303,573	4,326,114	4.9	0.5	9.2
8 인도네시아	2,506,206	2,258,684	2,386,494	2,628,550	2,915,085	3.3	10.9	3.9
9 네덜란드	1,505,317	1,660,084	2,093,406	2,847,418	2,632,040	3.0	-7.6	15.0
10 영국	856,630	891,184	970,798	2,079,974	2,485,930	2.8	19.5	30.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **조제식료품, 냉장 마늘, 동·식물성 유지, 소스(기타), 식물성 추출물(기타)** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

조제식료품 수출 비중은 4.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.5% 증가한 약 35억 664만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 18.7% 증가했다.

냉장 마늘 수출 비중은 2.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 31.9% 증가한 약 23억 6,890만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.4% 증가했다.

동·식물성 유지 수출 비중은 2.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 9.2% 감소한 약 20억 558만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 40.1% 증가했다.

소스(기타) 수출 비중은 2.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 5.2% 감소한 약 19억 7,051만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 15.1% 증가했다.

식물성 추출물(기타) 수출 비중은 1.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.7% 감소한 약 15억 2,187만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 12.4% 증가했다.

이 밖에도, **설탕과자(기타)(1.7%), 조제·보존 채소(기타)(1.6%), 조제·보존 토마토 (기타)(1.6%)** 등을 수출하고 있다.

<중국 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	66,066,013	65,309,212	73,287,109	86,034,755	88,565,806	100.0	2.9	7.6
1 조제식료품	1,769,265	1,962,399	2,346,525	2,862,350	3,506,640	4.0	22.5	18.7
2 냉장 마늘	1,991,142	2,063,351	2,033,585	1,796,197	2,368,902	2.7	31.9	4.4
3 동·식물성 유지	521,056	751,875	1,304,893	2,207,766	2,005,580	2.3	-9.2	40.1
4 소스(기타)	1,121,916	1,393,985	1,866,749	2,078,016	1,970,510	2.2	-5.2	15.1
5 식물성 추출물(기타)	954,981	1,039,559	1,403,907	1,724,203	1,521,874	1.7	-11.7	12.4
6 설탕과자(기타)	910,610	802,979	990,911	1,299,043	1,484,911	1.7	14.3	13.0
7 조제·보존 채소(기타)	1,510,769	1,379,359	1,570,257	1,697,241	1,425,939	1.6	-16.0	-1.4
8 조제·보존 토마토(기타)	708,061	674,395	626,783	912,383	1,406,579	1.6	54.2	18.7
9 닭고기 조제품	1,069,627	913,826	1,069,145	1,236,929	1,161,056	1.3	-6.1	2.1
10 조제·보존 버섯(기타)	629,573	658,786	747,820	1,242,217	1,074,315	1.2	-13.5	14.3

*주: HS CODE(2106.90, 0703.20, 1518.00, 2103.90, 1302.19, 1704.90, 2005.99, 2002.90, 1602.32, 2003.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 중국의 식품 수입액은 전년 대비 0.6% 감소한 약 2,160억 1,453만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 12.6% 증가했다.

對한국 수입

한국산 식품 수입 비중은 0.7%로, 수입 상위 20위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 12.3% 증가한 약 14억 2,867만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.3% 증가했다.

주요 수입국

브라질에서의 식품 수입 비중은 27.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 11.8% 증가한 약 585억 8,529만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 18.8% 증가했다.

미국에서의 식품 수입 비중은 15.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 20.8% 감소한 약 324억 1,001만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 25.1% 증가했다.

이 밖에도, 태국(5.9%), 호주(5.6%), 뉴질랜드(4.5%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<중국 수입국 현황2019~2023>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	134,476,131	158,506,834	206,021,971	217,274,123	216,014,532	100.0	-0.6	12.6
1 브라질	29,447,643	35,240,926	45,240,101	52,397,686	58,585,292	27.1	11.8	18.8
2 미국	13,221,615	22,965,983	38,077,136	40,924,231	32,410,013	15.0	-20.8	25.1
3 태국	6,555,270	7,477,992	11,516,621	12,211,701	12,734,329	5.9	4.3	18.1
4 호주	10,422,516	8,977,106	9,154,148	11,109,283	12,073,539	5.6	8.7	3.7
5 뉴질랜드	8,410,591	8,546,216	10,848,275	11,352,607	9,649,628	4.5	-15.0	3.5
6 캐나다	6,108,254	6,399,976	7,659,152	6,387,616	8,925,417	4.1	39.7	9.9
7 인도네시아	5,190,430	5,124,443	8,682,169	9,589,415	8,912,844	4.1	-7.1	14.5
8 프랑스	4,413,503	4,995,409	6,855,921	5,450,560	6,570,929	3.0	20.6	10.5
9 베트남	2,320,138	2,940,633	3,331,446	4,394,532	5,992,158	2.8	36.4	26.8
10 러시아	1,408,565	2,240,052	2,428,057	3,356,919	5,912,122	2.7	76.1	43.1
:								
20 한국	1,036,619	1,079,773	1,297,856	1,272,160	1,428,665	0.7	12.3	8.3

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **대두(기타), 냉동 쇠고기, 옥수수(기타), 두리안, 조제식료품** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

대두(기타) 수입 비중은 28.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 1.3% 감소한 약 604억 6,280만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 14.4% 증가했다.

냉동 쇠고기 수입 비중은 5.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 22.2% 감소한 약 121억 2,424만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 13.9% 증가했다.

옥수수(기타) 수입 비중은 4.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 27.0% 증가한 약 90억 1,509만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 70.9% 증가했다.

두리안 수입 비중은 3.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 66.2% 증가한 약 67억 726만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 43.0% 증가했다.

조제식료품 수입 비중은 2.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 15.6% 증가한 약 54억 3,186만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 14.8% 증가했다.

이 밖에도, **팜유(기타)(2.4%), 영유아 조제식료품(2.0%), 절단한 냉동 닭고기(1.9%)** 등을 수입하고 있다.

<중국 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	134,476,131	158,506,834	206,021,971	217,274,123	216,014,532	100.0	-0.6	12.6
1 대두(기타)	35,342,019	39,545,567	53,528,180	61,235,988	60,462,797	28.0	-1.3	14.4
2 냉동 쇠고기	7,192,463	9,003,220	10,630,155	15,593,703	12,124,241	5.6	-22.2	13.9
3 옥수수(기타)	1,056,442	2,477,666	8,019,585	7,098,844	9,015,089	4.2	27.0	70.9
4 두리안	1,604,484	2,305,027	4,205,405	4,034,867	6,707,257	3.1	66.2	43.0
5 조제식료품	3,122,560	3,835,344	4,070,764	4,700,789	5,431,862	2.5	15.6	14.8
6 팜유(기타)	4,082,862	4,114,489	5,945,918	5,839,443	5,099,607	2.4	-12.7	5.7
7 영유아 조제식료품	5,330,701	5,218,026	4,453,193	4,544,292	4,294,845	2.0	-5.5	-5.3
8 절단한 냉동 닭고기	1,967,277	3,428,706	3,459,472	4,097,349	4,126,695	1.9	0.7	20.3
9 보리(기타)	1,561,390	1,880,255	3,556,255	2,052,273	3,770,443	1.7	83.7	24.7
10 유채씨(기타)	1,133,389	1,207,080	1,480,562	1,506,837	3,465,571	1.6	130.0	32.2

*주: HS CODE(1201.90, 0202.30, 1005.90, 0810.60, 2106.90, 1511.90, 1901.10, 0207.14, 1003.90, 1205.10)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.7 | 對중국 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對중국 수출액은 약 20억 4,616만 달러로, 2019년 약 16억 2,871만 달러에서 연평균 5.9% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 59.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.3% 증가한 약 12억 2,074만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.6%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 31.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 28.5% 감소한 약 6억 4,481만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.4%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 5.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.7% 증가한 약 1억 204만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.4%의 증가세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 3.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.9% 감소한 약 7,856만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 13.6%의 감소세를 보인다.

<한국산 對중국 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,628,705	1,580,481	2,065,983	2,197,039	2,046,159	100.0	-6.9	5.9
농산물	878,928	953,329	1,150,856	1,106,604	1,220,741	59.7	10.3	8.6
수산물	522,722	442,384	726,375	901,554	644,813	31.5	-28.5	5.4
임산물	85,784	70,125	62,665	79,892	102,042	5.0	27.7	4.4
축산물	141,272	114,643	126,087	108,989	78,563	3.8	-27.9	-13.6

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對중국 주요 수출 품목은 수출액 기준 **라면, 조제식료품(기타), 기타 무알코올 음료, 고체자당, 건조김** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '조제식료품(기타) (46.0% ↑)'과 '곡류조제품(45.0% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

라면 수출 비중은 10.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.0% 증가한 약 2억 1,545만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 14.7% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 8.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 39.6% 증가한 약 1억 8,045만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 46.0% 증가했다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 5.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 44.6% 증가한 약 1억 1,022만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.7% 증가했다.

고체자당 수출 비중은 5.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.8% 증가한 약 1억 747만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.4% 증가했다.

건조김 수출 비중은 2.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 2.5% 증가한 약 5,011만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.5% 증가했다.

<한국산 對중국 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,628,705	1,580,481	2,065,983	2,197,039	2,046,159	100.0	-6.9	5.9
1 라면	124,435	149,096	149,898	188,920	215,449	10.5	14.0	14.7
2 조제식료품(기타)	39,738	82,310	109,899	129,285	180,448	8.8	39.6	46.0
3 기타무알코올음료	50,203	53,511	73,391	76,237	110,222	5.4	44.6	21.7
4 고체 자당	69,698	81,876	85,087	96,130	107,473	5.3	11.8	11.4
5 건조김	38,953	21,886	45,674	48,873	50,106	2.4	2.5	6.5
6 조미김	17,171	78,978	93,703	47,415	46,983	2.3	-0.9	28.6
7 홍삼(본삼)	34,225	34,483	43,834	43,859	45,915	2.2	4.7	7.6
8 조제분유	73,774	62,050	72,889	73,794	45,348	2.2	-38.5	-11.5
9 과실주스 음료	21,709	21,652	43,797	41,116	41,324	2.0	0.5	17.5
10 곡류 조제품	8,302	15,953	30,882	29,096	36,705	1.8	26.2	45.0

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 1701.99-0000, 1212.21-1010, 2008.99-5010, 1211.20-1391, 1901.10-1010, 2202.99-2000, 1904.10-9000)

**출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 중국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 9조 1,419억 5,750만 위안에서 연평균 0.5% 성장한 9조 3,106억 9,290만 위안으로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 5조 6,991억 5,550만 위안에서 연평균 0.7% 감소한 5조 5,399억 5,940만 위안으로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 59.5%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 2조 3,203억 3,790만 위안에서 연평균 3.7% 성장한 2조 6,826억 5,820만 위안으로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 28.8%를 차지했다.

하이퍼마켓

2023년 하이퍼마켓의 규모는 2019년 6,344억 9,580만 위안에서 연평균 5.4% 감소한 5,085억 6,470만 위안으로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 5.5%를 차지했다.

<중국 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 위안, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	9,141,957.5	8,823,449.4	9,407,856.6	9,185,513.3	9,310,692.9	100.0	1.4	0.5
소규모 식료품점	5,699,155.5	5,414,197.8	5,844,121.5	5,528,180.9	5,539,959.4	59.5	0.2	-0.7
슈퍼마켓	2,320,337.9	2,298,563.0	2,485,054.1	2,577,001.1	2,682,658.2	28.8	4.1	3.7
하이퍼마켓	634,495.8	616,936.3	539,908.4	520,537.1	508,564.7	5.5	-2.3	-5.4
전문판매점	280,383.0	266,364.0	287,515.2	271,971.8	274,787.8	3.0	1.0	-0.5
편의점	115,593.9	123,470.0	138,043.9	152,317.3	167,853.6	1.8	10.2	9.8
포코트리테일러	77,212.2	87,354.7	89,883.8	108,759.4	105,605.4	1.1	-2.9	8.1
창고형 매장	12,836.2	14,845.0	21,081.4	24,225.6	28,655.4	0.3	18.3	22.2
할인점	1,943.0	1,718.6	2,248.2	2,520.2	2,608.4	0.0	3.5	7.6

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

**출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 중국의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 1,128만 2,505개로 연평균 2.4% 감소한 1,022만 3,750개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 1,087만 4,331개에서 연평균 2.5% 감소한 980만 8,267개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 95.9%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓 매장 수는 2019년 14만 1,012개에서 연평균 1.2% 감소한 13만 4,591개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 1.3%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 13만 6,521개에서 연평균 2.1% 감소한 12만 5,386개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 1.2%를 차지했다.

<중국 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	11,282,505	10,563,267	10,502,029	10,357,734	10,223,750	100.0	-1.3	-2.4
소규모 식료품점	10,874,331	10,170,808	10,097,675	9,949,938	9,808,267	95.9	-1.4	-2.5
슈퍼마켓	141,012	126,113	129,271	131,565	134,591	1.3	2.3	-1.2
전문판매점	136,521	127,688	126,770	125,945	125,386	1.2	-0.4	-2.1
편의점	63,169	70,721	79,933	81,298	85,703	0.8	5.4	7.9
포코트리테일러	60,558	61,022	61,484	62,126	62,809	0.6	1.1	0.9
하이퍼마켓	6,230	6,229	5,869	5,787	5,897	0.1	1.9	-1.4
할인점	560	558	849	906	927	0.0	2.3	13.4
창고형 매장	124	128	178	169	170	0.0	0.6	8.2

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

**출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Easy Joy

Sinopec Corp의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.8%로 집계되었다.

② Walmart Supercenter

Walmart Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.8%로 집계되었다.

③ RT Mart

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.6%로 집계되었다.

④ Yonghui

Yonghui Superstores Group의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.6%로 집계되었다.

⑤ Meiyijia

Dongguan Sugar & Wine (Group) Co Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.4%로 집계되었다.

<중국 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Easy Joy	0.7	0.7	0.9	0.8	-11.1	4.6
2 Walmart Supercenter	0.7	0.6	0.7	0.8	14.3	4.6
3 RT Mart	0.9	0.7	0.7	0.6	-14.3	-12.6
4 Yonghui	0.9	0.7	0.7	0.6	-14.3	-12.6
5 Meiyijia	0.3	0.3	0.4	0.4	0.0	10.1
6 CR Vanguard	0.5	0.4	0.4	0.4	0.0	-7.2
7 Freshippo	0.3	0.3	0.4	0.4	0.0	10.1
8 Wumart	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
9 CR Sugo	0.3	0.2	0.2	0.2	0.0	-12.6
10 Jia Jia Yue	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0

*출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Easy Joy	창립연도	2008년
	점유율	0.8%	브랜드 국적	중국
	웹사이트	www.ejoy365.com	매장 수	28,151개
	- 편의점 브랜드로, Sinopec Corp 산하 브랜드 - Sinopec의 주유소 내 입점된 형태로 운전자를 주 소비자로 함 - 앱을 통한 셀프 계산 서비스 등 스마트 무인 편의점으로서의 변화 추구 및 시범 운영 중임			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				
			셀프계산 서비스	

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 Easy Joy 홈페이지(ejoy365.com)

	브랜드명	Walmart Supercenter	창립연도	1988년
	점유율	0.8%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.walmart.cn	매장 수	336개
	- 대형 할인매장 브랜드로, Walmart Inc 산하 브랜드 - 신선식품, 의류, 가전 등 1만 여종의 제품군을 판매하고 있으며 '매일 특가'를 추구 및 실현하고 있음 - 타이어, 애완동물 샴, 약국, 살롱 등 다양한 시설을 구축하여 고객을 유인함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 Walmart Supercenter 홈페이지(www.walmart.cn)

	브랜드명	RT Mart	창립연도	1996년
	점유율	0.6%	브랜드 국적	대만
	웹사이트	www.rt-mart.com.cn	매장 수	490개
	- 대형 슈퍼마켓(마트) 브랜드로, Alibaba Group Holding Ltd 산하 브랜드 - 의류, 전자제품, 일용잡화, 대중 소비품 및 신선제품 등의 제품 판매 및 여가시간을 위한 쇼핑거리, 레스토랑, 약국 등 다양한 상가 입점 - 인구 밀집 도시상가 및 주택가의 전략적 위치에 자리하고 있으며 옴니채널 형태로 운영됨			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 RT Mart 홈페이지(www.rt-mart.com.cn)

	브랜드명	Yonghui	창립연도	2001년
	점유율	0.6%	브랜드 국적	중국
	웹사이트	www.yonghui.com.cn	매장 수	979개
	- 슈퍼마켓 브랜드로, Yonghui Superstores Group 산하 브랜드 - 생필품, 의류, 신발 등 다양한 제품군을 보유하고 있으나 도매업자로부터 직접 조달받는 방식으로 인해 신선 농산물 사업의 매출이 대부분을 차지함 - 가성비에 초점을 두되 상품력 또한 보장된 '정품 할인점' 매대를 전국 매장에 확대할 계획			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	'정품 할인점' 매대

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 yonghui 홈페이지(www.yonghui.com.cn)

	브랜드명	Meiyijia	창립연도	1984년
	점유율	0.4%	브랜드 국적	중국
	웹사이트	www.meiyijia.com.cn	매장 수	26,168개
	- 편의점 브랜드로, Dongguan sugar & Wine (Group) Co Ltd 산하 브랜드 - 2~3만종의 제품을 판매하고 있으며 대도시로의 확장 계획 예정 - 옴니채널 형태로 운영되고 있으며 'Dada'와의 협업을 통해 배송 서비스 또한, 시행하고 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				옴니채널 배송 서비스

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 CR Meiyijia 홈페이지(www.crv.com.cn)

■ 2.2 | 중국 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 중국의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 5.8% 증가한 6,381억 1,300만 위안으로, 2019년 이후 연평균 20.5%의 증가세를 보인다.

<중국 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 위안, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
302,852.7	409,166.3	485,209.4	603,209.1	638,113.0	5.8	20.5

*출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Tmall Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 29.4%로 집계되었다.

② JD Marketplace

JD.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 18.0%로 집계되었다.

③ Douyin Marketplace

ByteDance Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 16.4%로 집계되었다.

④ Pinduoduo Marketplace

Pinduoduo Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 14.8%로 집계되었다.

⑤ JD

JD.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 9.4%로 집계되었다.

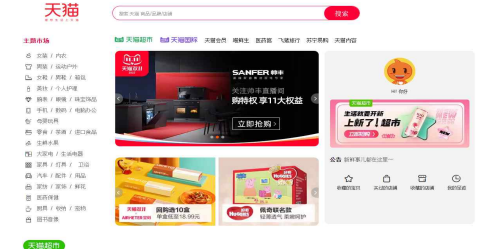
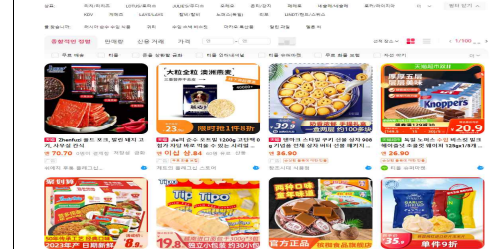
<중국 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

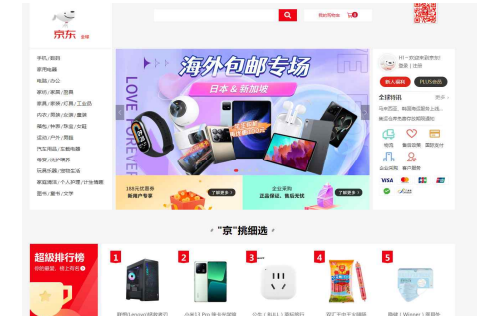
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Tmall Marketplace	40.1	39.7	34.6	29.4	-15.0	-9.8
2 JD Marketplace	20.7	22.8	19.6	18.0	-8.2	-4.6
3 Douyin Marketplace	-	-	11.3	16.4	45.1	N/A
4 Pinduoduo Marketplace	6.4	8.2	11.8	14.8	25.4	32.2
5 JD	11.0	11.9	10.0	9.4	-6.0	-5.1
6 Tmall	1.1	1.3	1.2	1.1	-8.3	0.0
7 Suning	2.9	1.5	0.9	0.9	0.0	-32.3
8 Suning Marketplace	1.9	1.1	0.9	0.8	-11.1	-25.0
9 Vipshop	1.6	1.5	0.7	0.7	0.0	-24.1
10 Freshippo	0.3	0.6	0.7	0.6	-14.3	26.0

*출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

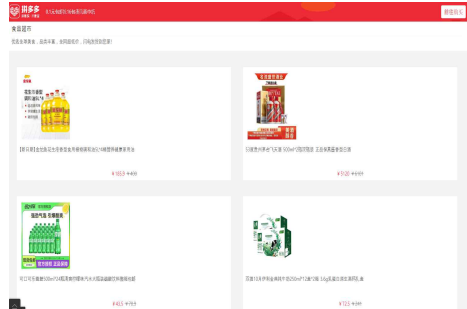
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Tmall	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	29.4%	웹사이트	www.tmall.com
사진	- Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 스낵류, 차 및 음료, 신선과일, 수입식품 등의 식품군뿐만 아니라 수입의류, 신발, 주얼리, 디지털 제품 등 다양한 제품을 판매 - 중국 및 글로벌 판매자들의 상품들을 접할 수 있으며 직접 소통할 수 있는 메신저 기능도 제공하고 있음			
	사이트 화면			
		수입식품 카테고리		

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 Tmall 홈페이지(www.tmall.com)

	사이트명	JD	운영업체	JD.com Inc
	점유율	18.0%	웹사이트	global.jd.com
사진	- JD.com Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트로, 고가의 전자제품을 중점적으로 판매하였으나 럭셔리, 신선식품 등 비가전 제품으로의 판매제품 다변화 시행 - 아마존과 비슷한 물류 시스템 방식을 제공하여 자동화된 800개 이상의 창고 네트워크 구축 - 대부분의 중국 지역에 1일 배송 서비스 보장			
	사이트 화면			
		식품 카테고리(징동 슈퍼마켓)		

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터), 중국 JD 홈페이지(global.jd.com)

	사이트명	Pinduoduo Marketplace	운영업체	Pinduoduo Inc
	점유율	14.8%	웹사이트	m.pinduoduo.com
- Pinduoduo Inc에서 운영하는 C2M(Consumer-to-Manufacturer) 전자상거래 사이트 - 농산물 및 식품이 주요 판매제품이나, 의류 및 잡화 또한, 판매되고 있음 - 공동구매를 통한 초저가 소비에 초점을 두어 중국 내 중소도시의 주부들을 주 소비층으로 겨냥함 - 모바일 메신저 위챗에 해당 앱 서비스를 탭으로 삽입하여 구매자가 직접 다른 구매자들을 모집할 수 있음				
사진				
	사이트 화면		판매 제품 탭	

*출처 : 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터) 중국 Pinduoduo Marketplace(m.pinduoduo.com)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

중국의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 9조 3,106억 9,290만 위안에서 연평균 1.7% 성장하여 2027년 9조 9,647억 8,790만 위안에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 5조 5,399억 5,940만 위안에서 연평균 0.3% 감소하여 2027년 5조 4,847억 5,980만 위안에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 2조 6,826억 5,820만 위안에서 연평균 4.8% 성장하여 2027년 3조 2,414억 3,900만 위안에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2023년 5,085억 6,470만 위안에서 연평균 1.8% 성장하여 2027년 5,467억 6,890만 위안에 이를 것으로 전망된다.

<중국 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 위안, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	9,310,692.9	9,454,142.5	9,617,374.2	9,792,703.7	9,964,787.9	100.0	1.8	1.7
소규모 식료품점	5,539,959.4	5,526,663.5	5,520,245.5	5,502,919.4	5,484,759.8	55.0	-0.3	-0.3
슈퍼마켓	2,682,658.2	2,805,457.9	2,938,911.7	3,088,094.3	3,241,439.0	32.5	5.0	4.8
하이퍼마켓	508,564.7	518,136.1	526,866.9	539,685.6	546,768.9	5.5	1.3	1.8
전문판매점	274,787.8	275,690.3	278,265.5	283,387.7	287,557.6	2.9	1.5	1.1
편의점	167,853.6	182,623.0	197,711.2	212,881.9	227,995.1	2.3	7.1	8.0
포코트리테일러	105,605.4	110,638.5	116,897.4	123,287.6	129,580.9	1.3	5.1	5.2
창고형 매장	28,655.4	32,245.3	35,716.0	39,617.5	43,799.8	0.4	10.6	11.2
할인점	2,608.4	2,687.9	2,759.9	2,829.7	2,886.8	0.0	2.0	2.6

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

**출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

중국의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 8.3% 성장하여 2027년 8,779억 3,360만 위안에 이를 것으로 전망된다.

<중국 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 위안, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
638,113.0	706,637.8	757,913.5	816,869.9	877,933.6	7.5	8.3

*출처: 「Retail in China(2024.03.)」(유로모니터)

3

수출품목 및 소비트렌드

■ 3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 라면(수출상위 품목)

2023년 한국산 라면의 對중국 수출액은 전년 대비 14.0% 증가한 2억 1,544만 9,200달러로, 2019년 이후 수출액은 연평균 14.7%의 성장세를 보인다. 중국에서 한국 라면은 자국산보다 품질과 기술력이 앞선 제품으로 인식되고 있으며, 중국 소비자는 자국산 라면과는 다른 한국식 매운맛에 매력을 느끼는 것으로 나타났다.

중국에서 '면'은 가장 대중적으로 많이 소비되는 주식 중 하나로, 라면은 면류 시장에서 빠질 수 없는 존재이다. 세계라면협회(WINA)의 2023년 통계에 따르면 중국의 연간 인스턴트 라면 소비량은 422억 1,000만 개로 전 세계 1위 수준으로 나타났다.

바쁜 일상에서 간편히 섭취할 수 있는 라면의 수요는 지속되고 있으며, 최근 건강 지향 트렌드로 튀기지 않은 비유탕면(건면) 제품에 대한 관심이 증가하고 있다. 중국의 건면 시장 규모는 2021년 700억 위안으로 2011년 220억 위안에서 연평균 12% 성장했다. 2023년 출시된 진마이랑의 녹색우육면(绿色的红烧牛肉面)은 저칼로리, 건면을 내세워 건강한 라면으로 제품을 홍보하였으며, 중국 소셜네트워크서비스(SNS) 웨이보에서 관련 영상이 조회 수 3억 8,000건을 넘기며 많은 관심을 받았다.

	
쇠고기 토마토 맛 건면 라면	건면을 사용한 저칼로리 라면

*출처: Jingdong, Taobao

▶ 출처

2023.07.17. 지구촌 리포트, 2023 지구촌리포트 133호(2023.7), 한국농수산물유통공사
方便面行业上演“物竞天择”，让红牛面瑟瑟发抖的“绿牛”面来了, Sina

② 음료(수출상위 품목)

2023년 한국의 對중국 음료 수출액은 1억 2,153만 7,200달러로 전년 대비 39.6%, 2019년 이후 연평균 20.5%의 높은 성장률을 기록했다. 시장조사 기관 아이메이(艾媒) 리서치의 조사에 따르면 중국인의 소비 수준이 향상되고 소비 구조가 발전함에 따라 중국의 음료 산업은 성장세를 보이고 있다.

최근 중국의 음료 시장 트렌드는 크게 ▲건강지향 및 ▲가성비 추구로 분류될 수 있다.

글로벌 시장조사 기관 닐슨에 따르면 건강 지향 트렌드로 2023년 중국 내 차 음료 판매량은 탄산음료 판매량을 초과하여 포장 음료 중 가장 판매량이 높은 품목이 되었다. 최근 물 대신 차 음료와 같은 건강한 음료를 섭취하는 소비 동향으로 차 음료의 수요가 급격히 증가하고 있으며, 이 중에서도 무설탕 차 음료에 대한 선호가 높게 나타난다. 2023년 중국의 무설탕 차 음료 시장 규모는 전년 대비 110%가량 성장해 전체 무설탕 음료 시장의 49%를 차지한 것으로 나타났다.

또한 지속적인 경기 불황으로 같은 가격이면 더 큰 용량을 선호하는 소비자가 증가함에 따라 600~1,250ml의 중·대용량 음료 수요가 증가하고 있다. 물 대신 무설탕·저칼로리 음료를 소비하는 젊은 소비자가 증가한 것 역시 중·대용량 음료 소비 증가에 기여했다.

		
900ml 대용량, 저당 차음료	저당 레몬차	저당, 저칼로리 과일 차 음료

*출처: Jingdong

▶ 출처

2024.08.09, 해외시장동향, [중국] 음료업계 4가지 발전 추이

2024.07.19, 해외시장동향, [중국] 젊은이들이 여름에 선호하는 대용량 음료, 한국농수산물유통공사

2023.04.13., 해외시장동향, [중국] 중국, 음료 산업의 현황

③ 스낵(현지 소비 이슈 품목)

2023년 한국 과자류의 對중국 수출액은 전년 대비 14.0% 증가한 2억 1,544만 9,200달러로, 2019년 이후 연평균 14.7%의 증가세를 보이고 있다.

중국의 과자 시장 규모가 커지며 한국산 과자 수입액도 증가하는 추세로, 중국 산업건설팅업체 공연망(共研网)에 따르면 2023년 상반기 기준 2억 8,000만 달러 규모의 중국 과자 수입시장에서 한국산의 비중은 약 15%(4,400만 달러)로 나타났다. 특히 곡물로 만든 스낵 수입액은 전년 동기간 대비 50% 증가한 것으로 집계되었다. 중국 소비자는 한국 과자를 '수입 과자 중에서 가격이 비싸지 않고 맛이 좋은 제품'으로 평가하고 있으며 높은 선호를 보이고 있다.

최근 중국 스낵 시장에서는 영양과 맛을 모두 충족하는 제품이 인기로, 건강에 해로운 소금, 당류, 지방, 기름, 식품첨가제를 줄이거나 사용하지 않은 스낵이 각광받고 있다.

중국 시장에 진출한 감자칩 브랜드 Lay's는 불포화지방산을 함유한 카놀라유를 사용해 제품의 포화지방 함량을 기존 제품 대비 50% 낮춘 건강한 감자칩을 출시했다. 중국의 스낵 브랜드 량핀푸쯔(良品铺子)는 튀기지 않아 트랜스지방 함량이 0%인 제품이나 무지방 야생 죽순 스낵 등 건강과 풍미를 모두 사로잡을 수 있는 제품을 출시했다.



Lay's의 포화지방 함유량을 낮춘 감자칩



량핀푸쯔(良品铺子) 바삭한 과자

*출처: Sohu, Yum's box

▶ 출처

2024.06.21. 해외시장동향, [중국] '감법주의(减法主义)', 스낵시장의 잠재력을 깨우다, 한국농수산물유통공사

消费者需求转变, "减法主义"才是解题关键?, 163

饱和脂肪减半*的新薯片, 乐事入局零食新赛道, Sohu

④ 소스(수출상위 품목)

2023년 한국의 對중국 소스류 수출액은 전년 대비 13.0% 증가한 4,984만 4,700달러로 집계되었으며, 2019년 이후 연평균 2.0%의 완만한 성장세를 보이고 있다.

코로나19 당시 집에서 밥을 해 먹는 소비자가 증가하며 집에서 간편하게 조리할 수 있는 소스류의 수요가 증가했고 이색적인 소스류를 찾는 소비자가 증가하며 한국식 소스에 대한 관심이 크게 증가하였다. 이후 한국 문화 콘텐츠의 영향력이 증가함과 동시에 한식에 대한 수요가 대중화되며 양념치킨 소스, 떡볶이 소스, 불고기 및 불닭 소스 등 한국식 소스류의 對중국 수출 성장에 기여했다.

최근 중국 시장에서는 1인 가구 증가와 가족 구성원의 감소로 소포장 소스류의 수요가 증가하고 있다. 직접 만든 음식은 배달 음식이나 즉석식품보다 저렴하고 건강하다는 장점이 있으나, 요리에 익숙하지 않은 1인 가구 소비자는 음식을 직접 만드는 부담을 줄이고 맛을 극대화하기 위해 소스류를 즐겨 사용하는 것으로 나타났다.

또한 1인 가구 및 소규모 가족 구성원에 적합한 소용량 소스류에 대한 선호가 증가하는 추세이다. 소용량 소스류는 기존 제품 대비 판매 단가가 높은 편이나, 유통기한 내 모두 사용할 수 있어 더 실용적인 것으로 인식되고 있다.

		
소용량 식초, 간장, 참기름 세트	100ml 간장	1인용 전골 베이스

*출처: Jingdong, Taobao

▶ 출처

2023.06.02. 해외시장동향, 중국, 1인식 시장 확대 전망, 한국농수산물유통공사

2022.06.29. 해외시장동향, 중국, 더 이상 비매품이 아닌 미니 사이즈 조미료, 한국농수산물유통공사

2021.06.09. 해외시장동향, 마법 조미료, 즉석식품, DIY식품 - 중국 젊은 층의 주방을 사로잡은 품목들, 한국농수산물유통공사

⑤ 아이스크림(현지 소비 이슈 품목)

2023년 한국의 對중국 아이스크림 수출액은 전년 대비 155.8% 증가한 812만 9,200달러로 집계되었다. 중국 소비자의 소득수준이 증가하며 아이스크림이 계절성 간식이 아닌 일상 간식으로 자리 잡았고, 이에 2016년부터 2022년까지 중국의 아이스크림 시장 규모는 연평균 10%대의 성장세를 기록했다.

지속적인 경제불황으로 최근 지속되었던 고가(高價) 아이스크림 열풍이 막을 내림과 동시에 중저가 아이스크림에 대한 관심이 증가하는 추세이다. 최근 중국 소비자는 품질과 가성비를 중시하는 태도를 보여 대중적이고 저렴한 아이스크림의 수요가 증가하고 있다. 이러한 추세를 반영하듯 고급 아이스크림 브랜드인 중쉐가오(钟薛高), 마오타이 아이스크림(茅台冰淇淋) 등의 판매가 급격히 감소하였고, 2024년 6월 소셜네트워크서비스(SNS)에서는 '#아이스크림이 5위안 시대'로 돌아왔다(#冰淇淋重回5元时代)'는 해시태그가 유행처럼 퍼지기도 했다.

또한 건강을 생각해 아이스크림의 성분이나 열량을 고려하는 소비자가 증가하고 있다. 이에 중국 아이스크림 브랜드에서는 기존의 맛을 유지하면서도 설탕 함량이나 칼로리를 낮춘 신제품을 출시하는 추세이다. 또한 식물성 성분을 주재료로 만든 아이스크림은 저유당, 저트랜스 지방산과 같이 보다 건강한 아이스크림 이미지를 구축하며 건강을 중시하는 소비자 요구에 부합하고 있다. 징둥마트에 따르면, 2022년 저당 아이스크림의 판매가 300%를 증가했으며 그중 귀리 식물성 아이스크림의 매출은 340배 이상 증가했다.



*출처: Jingdong

▶ 출처

2024.08.16. 해외시장동향, [중국] 중저가 아이스크림의 인기, 한국농수산물유통공사

2024.08.09. 해외시장동향, [중국] 여름의 대표주자, 아이스크림의 웰빙 트렌드, 한국농수산물유통공사

2024.06.07. 해외시장동향, [중국] 아이스크림, 5위안 시대가 돌아왔다!

■ 3.2 | 소비트렌드

① 건강과 즐거움을 동시에 추구하는 무알코올 주류 소비 증가

중국 소비자의 건강에 대한 인식이 강화됨과 동시에 관련 수요가 세분화되며 무알코올 주류시장의 성장 가능성이 엿보인다.

중국에서 무알코올 음료는 식용 원료에 부자재, 식품 첨가물, 식품 영양강화제의 첨가 유무와 관계없이 정량 포장하여 직접 음용하거나 혹은 물에 타서 음용하며, 첨가 에탄올 함량이 제품 질량의 0.5% 이하인 제품을 의미하며, 무알코올 주류는 알코올 함량이 없거나 알코올 함량이 1% vol 미만이지만 술의 향이나 맛을 보존한 제품으로 정의된다. 현재 중국에서 판매 중인 무알코올 맥주 제품은 알코올 성분이 전혀 포함되지 않았거나, 0.5% vol 이하로 포함된 제품들로 구성되어 있다.

최근 중국에서는 건강과 즐거움을 동시에 추구하는 현대 소비자 사이에서 무알코올 주류는 건강에 대한 욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 책임 있는 음주라는 개념에도 부합하며 소비가 증가하는 추세이다. 그간 무알코올 주류는 소수의 특정 소비자가 선호하는 제품으로 인식되어 왔으나, 건강 중시 트렌드가 지속되며 알코올이 건강에 미치는 영향에 민감하게 반응하는 소비자도 점차 증가하는 추세이다. 또한 무알코올 주류는 특히 과음과 숙취보다는 가벼운 음주를 즐기는 여성 소비자와 젊은 층 사이에서 인기를 끌고 있다.

이러한 트렌드에 부합하기 위해 중국 현지 맥주 브랜드 쉘화(雪花), 연경(燕京), 주장(珠江), 칭다오(靑島) 등 주요 맥주 브랜드에서는 무알코올 제품을 출시했다. 그동안 중국에서 출시된 무알코올 맥주는 알코올의 맛이 부족하다는 평가를 받아왔으나, 생산기술의 발달로 무알코올 주류 역시 기존 주류의 맛과 유사한 수준으로 개선되었다. 또한 중국 내 유통되는 무알코올 주류 제품이 다양화되며 소비자의 수요를 충족하고 있다.

▶ 출처

2024.06.14. 해외시장동향, [중국] 무알코올 주류 시장 트렌드, 한국농수산물유통공사
중국 맥주 시장, 무알코올 제품으로 활기, 식품음료신문

② 간편한 식사 준비 선호로 밀키트 인기

식품 소비 시 편의성과 다양성이 중시되며 밀키트 시장이 성장하고 있다. 인구 고령화, 핵가족화, 1인 가구의 증가로 식품 조리의 간편성이 중요한 구매 요소로 떠오르며, 복잡한 조리 과정을 거치지 않아도 간편하게 조리 및 섭취가 가능한 밀키트의 인기가 증가하는 추세이다.

중국에서 밀키트는 1개 이상의 식용 농산물 및 관련 제품을 주재료로 하여 조미료 등 부재료를 필요에 따라 추가한 후 절임, 굽기, 볶기, 튀기기 등 사전 가공을 통해 조미료 팩을 추가하여 만들어진 제품으로, 가열하거나 조리 후에 섭취할 수 있는 사전 포장 식품을 의미한다.

최근 중국에서 밀키트는 신흥 산업으로 급성장하는 추세로, 2023년 밀키트 시장규모는 약 5,200억 위안으로 전년 대비 23.1% 증가했으며, 2026년에는 1조 720억 위안에 달할 전망이다. 텐옌(天眼) 조사 데이터에 따르면, 2023년 1월 기준 중국 내 밀키트 관련 기업은 모두 6만 4,000여 개로 집계되었으며, 아이메이(艾媒) 리서치에 따르면 2023년 춘절(春节) 시즌 중국 전체 밀키트 판매액은 약 1307.53억 위안(한화 약 23조 8,035억 원)으로 전년 대비 43.6% 증가했다

시장조사기관 허마(盒马)에 따르면, 응답자의 54%가 밀키트 음식을 구매할 것이라고 응답했고, 2022년 바이두(百度) 지수에 따르면 '밀키트' 관련 키워드 검색량은 전년 대비 87% 증가했으며, 그 중 1995년도 이후 출생자들의 비중이 30%를 차지했다.

밀키트는 소비자의 구매 결정의 핵심 고려 요소인 맛, 비용, 효율성, 편리성, 시간 절약의 장점을 모두 갖춘 것으로 평가된다. 중국인들의 생활 수준 향상, 간편 음식의 수요 증가, 식당의 프랜차이즈화 추세에 따라 중국의 밀키트 산업은 급속도로 발전하였고, 콜드체인의 발전과 공급망의 효율화로 밀키트의 유통기한 연장, 배달범위 확대가 가능해지며 수요를 더욱 부추기고 있다.

▶ 출처

2024.05.03. 해외시장동향, [중국] 밀키트 시장의 발전과 도전, 한국농수산물유통공사

2023.01.31., 공지사항, 밀키트, 중국의 식탁을 차지하다, 한국농수산물유통공사

2024.03.28, 中 밀키트 시장 산업화 관리 방침 발표...2026년 시장 규모 200조 원 전망, CSF

③ 영유아용 간식 시장 고도화

중국의 젊은 세대가 영유아식품의 주력 소비층으로 부상하면서 영유아의 건강과 발달을 모두 챙기는 영유아용 간식 시장이 성장하고 있다. 빠른 경제성장 시대에서 비교적 좋은 식생활을 경험한 젊은 세대의 부모 소비자는 영유아용 간식을 단순히 자신의 자녀를 배불리 먹이기 위함이 아니라 아이의 성장과 발달을 위한 영양 공급 측면으로 인식하고 있다.

중국 시장조사 기관 아이리서치(艾瑞咨询)에 따르면 중국의 Z세대 부모 소비자는 영유아의 성장과 인지 발달을 돕기 위해 건강한 간식을 섭취해야 한다고 인식하는 것으로 나타났다. 1990년대생 부모 소비자는 다른 세대에 비해 특히 영유아용 간식을 많이 구매하고 있으며, 쌀과자나 과일칩과 같은 간식을 자녀의 영양 보충이나 정서 안정을 위해 먹고 있는 것으로 나타났다. 또한 1995년생 이후의 소비자는 자녀에게 간식을 줌으로써 편식을 예방하고 저작 능력을 향상할 수 있다고 여기고 있다. 대체로 젊은 세대의 부모 소비자는 영유아 식품 구매 시 영양 균형과 지적 발육, 면역력 강화, 장 건강 등 기능성에 주목하고 있으며, 특히 코로나19 이후에는 면역력 증강 기능을 함유한 간식류에 대한 수요가 높아졌다.

경제력과 구매력을 갖춘 젊은 세대의 부모 소비자는 영유아용 간식의 품질과 영양, 브랜드에 대해 높은 수준을 요구하고 있으며, 이에 따라 천연 성분이나 유기농 및 친환경 원재료를 사용한 프리미엄 영유아용 간식 수요가 증가하는 추세이다. 또한 젊은 세대의 부모 소비자들은 제품의 영양성분을 가장 중요한 구매 요소로 인식하고 있으며, 가격이 비싸더라도 영양성분과 흡수율이 높은 제품에 대해 구매 의사를 보여주는 것으로 나타났다.

높은 성장 잠재력으로 중국의 전통적인 스낵 대기업뿐만 아니라 유제품, 육류, 수산물 등 식품 기업에서도 영유아용 간식 시장에 진입하는 추세로, 건강과 영양 혁신에 중점을 둔 제품을 출시하며 고품질 영유아 스낵에 대한 소비자 요구에 부합하고 있다.

▶ 출처

2024.06.21. 해외시장동향, [중국] 영유아간식 필수품이 되고 있다, 한국농수산물유통공사

2023.12.15. 중국 영유아 식품시장 고도화...다국적 기업 빠른 진입, 식품음료신문

China Baby Food Market: Navigating Cultural Traditions and Modern Demands for Nutritional Excellence, Dairy News Today

④ 중국 음료업계의 플라스틱 감소를 위한 노력

플라스틱 식품 포장에 환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 중국 정부는 음료병 및 포장의 플라스틱 절감 정책을 시행하며 2025년까지 탄소 배출량을 10% 감축하겠다는 목표를 발표했다. 음료병은 생산 과정에서 많은 자원으로 소모하며 탄소를 배출하고, 폐기 후에는 분해가 어려워 환경에 장기적으로 악영향을 미친다. 따라서 음료병의 감량화는 환경 보호와 지속 가능한 발전을 위해 매우 중요한 과제로 인식되고 있다.

2023년 중국에서 소비된 신차¹⁾ 음료는 약 213억 잔으로, 이와 관련해 43만 톤의 플라스틱 쓰레기가 발생한 것으로 나타났다. 현재 추세가 지속될 경우 2030년까지 중국 내 신차 음료 소비로 발생하는 연간 폐기물 총량은 124만 톤으로 2023년 대비 2.8배 증가할 전망이다. 이에 중국 음료 업계에서는 플라스틱 감량과 탄소배출 감소 운영을 실시하고 있다. 각 음료 브랜드에서는 PET 소재를 적극적으로 활용하여 음료병을 더 쉽게 회수하여 재활용이 가능하도록 하고 있다. 또한 병 형태의 개선 외 라벨 크기 감소 및 무라벨 제품 출시, 병뚜껑 디자인 개선, 묶음 포장 등으로 탄소배출을 감소하기 위해 노력하고 있다.

2022년 3월 3일, 중국 음료 브랜드 Master Kong은 중국 식음료업계 최초로 라벨이 없는 PET병 포장의 아이스티 음료 제품을 출시했으며, 펩시 차이나 역시 음료 병 본체의 플라스틱 라벨과 병뚜껑의 잉크 인쇄를 제거한 제품을 출시했고, 멀티팩 외부 포장에도 재활용 PET 함량이 20% 이상인 소재를 활용하며 플라스틱 감소를 위한 노력에 앞장섰다.



▶ 출처

2024.06.14. 해외시장동향, [중국] 음료업계, 탄소 절감을 위한 움직임, 한국농수산물유통공사

2024.09.05. 一年213亿杯现制茶背后的塑料垃圾增长, 报告揭示行业减塑路径, 光明网

2022.04.21. 低碳、无标签、植物基.....可持续食品包装也内卷, FBIF食品饮料创新

【双11观察】把绿色消费融入生活方式 这届年轻人争做环保达人, 中国经济网

1) 차원, 생우유, 생과일, 견과류, 치즈 등 신선한 식재료를 다양하게 조합하여 만든 중국식 차음료

⑤ 중국 식물성 대체육 시장 성장 전망

중국 소비자의 환경 및 건강에 대한 인식이 향상되며 식물성 단백질을 사용해 만든 '식물성 대체육' 시장 성장이 전망되는 추세이다. 첸잔산업연구원에 따르면, 중국의 식물성 대체육 시장 규모는 2020년 80억 위안에서 2022년 104억 위안으로 확대되었고, 2025년에는 약 154억 위안에 달할 전망이다.

2020년 4월 글로벌 대체육 브랜드 비욘드미트는 중국 스타벅스와 협업해 중국 식물성 대체육 시장의 포문을 열었다. 중국 전역 스타벅스 매장 약 3,300개소에 식물성 대체육을 사용한 쇠고기 파스타와 라자냐를 출시하였고, KFC, 피자헛, 타코벨 등 식품 프랜차이즈에서도 기간 한정으로 식물성 대체육으로 만든 햄버거 등을 판매했다. 그러나 해외 기업에 대한 중국 정부의 강도 높은 규제와 대규모 봉쇄 조치를 촉발한 코로나19의 확산 등의 영향으로 해당 브랜드는 중국 식물성 대체육 시장에 성공적으로 안착하지 못했다.

중국의 식물성 단백질 기반 대체육 시장은 발전 초기 단계로, 현재 중국 시장에서 유통되는 식물성 대체육은 비교적 비싸고, 실제 고기에 익숙한 소비자의 입맛을 사로잡기에는 아직 맛과 식감이 부족하다는 평을 받고 있다. 그러나 지속적인 연구 개발과 투자 확대, 식품가공 기술의 혁신, 소비자 인식 변화 등으로 시장 발전 가능성이 높은 것으로 전망된다. 또한 건강을 중시하는 의식 향상과 중산층 확대, 콩과 두부 등 식물성 단백질을 기반으로 한 전통 식품 분야의 소비 경험 등에 따라 성장 잠재력이 높은 시장 중 하나로 꼽힌다.

중국 4개 주요 도시의 소비자를 대상으로 진행한 설문조사에 따르면 식물성 대체육을 소비하는 이유는 '새로운 시도'가 58%로 제일 많았고, 건강(56%)과 환경문제(31%)가 그 뒤를 이었다. 대체육에 대해 49%의 소비자가 긍정적인 인식을 지니고 있으며, '대체육의 영양성분이 일반 육류의 영양성분을 대체할 수 있다'고 인식하는 것으로 나타났다. 응답자의 대부분은 식물성 대체육 선택 시 가성비보다는 맛과 품질을 우선적으로 고려하였고, 건강과 환경을 위해 기꺼이 전통 육류보다 많은 비용을 지출할 의사가 있는 것으로 나타났다.

▶ 출처

2024.03.18., 해외시장동향, [중국] 식물성 대체육 시장, 한국농수산물유통공사

2023.03.01. 대체육 중국 진출, 온라인은 B2C-오프라인은 편의점 공략을, 식품음료신문

2023.09.13. "14억 인구가 한입씩만 먹어도..." 중국시장 도전했다 폭망한 이 음식, 매일경제

观点：中国的替代蛋白质市场为何重要, Dialogue Earth

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
해외 생산업체 등록	· 중국으로 식품을 수출하는 모든 식품의 해외 생산·가공업체는 중국 해관총서에 ‘수입식품 해외생산업체 등록’ 진행 · 등록 유형: ① 자체 등록 ② 추천 등록 - ① 자체 등록: 추천 등록 대상이 아닌 식품 - ② 추천 등록: △육류 △수산물 △제비집 제품 △알 및 알 제품 △소 함유 밀가루 음식 △보건식품 △조미료 △건조과일 △특수 선식식품 △유제품 등 총 18가지 식품 · 등록 완료 후 등록번호가 교부되며, 이를 식품 내·외포장에 표시	국내 수출업체
생산업체 및 수출업체 등록	· 對中 수출식품의 생산·수출업체는 중국 ‘수입식품 및 화장품 수출입업자 등록 시스템’에 ‘수입식품 생산·수출업체 등록’ 필수 - 제출내용: ①업체명 ②업체 소재 국가 및 주소 ③담당자 정보 ④식품업 유형 등	국내 수출·생산업체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 중국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 ‘수출신고필증’이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 이내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
적하목록 사전제출	· 운송수단별 기한을 준수해 중국 해관총서에 적하목록 제출 · 제출내용: ①도착시간 ②화물 정보(HS코드, 품목명 등) ③운송인 및 수하인 정보	중국 운송·수입업체
수입신고	· 중국 도착 후 14일 이내 ‘Single window 시스템’으로 제반서류를 제출 · 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③운송서류 ④포장명세서 ⑤검사 검역신고서 ⑥원산지증명서 ⑦중국어 라벨 등	중국 수입업체
수입검사	· ‘Single window 시스템’을 통해 수입검역 신청 · 제출서류: ①위생증명서 ②상업송장 ③선하증권 등 운송서류 ④원산지증명서 ⑤무역계약서 ⑥중문라벨 등 · 검사내용: ①서류심사 ②현물검사 ③라벨검사 - ①서류심사: 서류상의 이상이 없을 경우 현장검사 진행 - ②현물검사: 화물-서류간 일치, 포장 상태, 중문 라벨 존재 여부 검사 - ③라벨검사: 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부 검사	중국 수입업체
관세 납부 및 반출	· 납부고지서 발급 15일 이내에 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능	중국 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

해외생산업체 등록	● 중국으로 식품을 수출하는 모든 식품의 해외 생산·가공·보관 기업은 중국 해관총서 (GACC)에 수입식품 해외생산업체 등록 필수 · 수입식품 해외생산업체 등록 방식은 ① 자체 등록 및 ② 추천 등록으로 구분 <수입식품 해외생산업체 등록 방식>																					
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; text-align: center; vertical-align: middle;">자체 등록</td><td style="padding: 10px;"> · 추천 등록 대상인 18개 식품에 해당하지 않는 식품은 기업이 자체적으로 등록하거나 대리인을 통해 해관총서에 신청 <자체 등록 신청 시 제출 서류> ① 등록 추천서 ② 업체 신분 증명 서류 ③ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명 </td></tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">추천 등록</td><td style="padding: 10px;"> · 추천 등록 대상 식품은 해당 기업이 소재한 국가 및 지역을 주관하는 당국을 통해 신청 <해관총서 지정 추천등록 대상 식품 유형> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>① 육류 및 육류 제품</td><td>② 케이싱</td></tr> <tr> <td>③ 수산물</td><td>④ 유제품</td></tr> <tr> <td>⑤ 제비집 및 제비집 제품</td><td>⑥ 벌꿀</td></tr> <tr> <td>⑦ 알 및 알제품</td><td>⑧ 식용유지 및 유지 원료</td></tr> <tr> <td>⑨ 소(肉) 함유 밀가루 음식</td><td>⑩ 식용 곡물</td></tr> <tr> <td>⑪ 보건식품</td><td>⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두</td></tr> <tr> <td>⑬ 조미료</td><td>⑭ 견과 및 씨앗류</td></tr> <tr> <td>⑮ 건조 과일</td><td>⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아</td></tr> <tr> <td>⑰ 특수 식이용 식품</td><td>⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아</td></tr> </table> · 중국 국제무역단일창구(Single Window)를 활용하여 다음의 서류를 제출해야 함 <추천 등록 신청 시 제출 서류> ① 소재 국가(지역) 주관 당국의 추천서 ② 업체 리스트와 업체 등록 신청서 ③ 업체 신분 증명 서류(주관 당국이 발급한 사업자등록증 등) ④ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명 ⑤ 주관 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사·검사 보고서 </td></tr> </table> · 등록 시 서면·영상·현장 검사 등을 통해 평가 심사가 진행되며, 등록 유효기간은 5년으로 만료 3~6개월 전 갱신 신청을 할 수 있음 · 등록 승인 시 등록번호가 교부되며, 수출업체는 이를 식품 내·외포장에 표시해야 함	자체 등록	· 추천 등록 대상인 18개 식품에 해당하지 않는 식품은 기업이 자체적으로 등록하거나 대리인을 통해 해관총서에 신청 <자체 등록 신청 시 제출 서류> ① 등록 추천서 ② 업체 신분 증명 서류 ③ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명	추천 등록	· 추천 등록 대상 식품은 해당 기업이 소재한 국가 및 지역을 주관하는 당국을 통해 신청 <해관총서 지정 추천등록 대상 식품 유형> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>① 육류 및 육류 제품</td><td>② 케이싱</td></tr> <tr> <td>③ 수산물</td><td>④ 유제품</td></tr> <tr> <td>⑤ 제비집 및 제비집 제품</td><td>⑥ 벌꿀</td></tr> <tr> <td>⑦ 알 및 알제품</td><td>⑧ 식용유지 및 유지 원료</td></tr> <tr> <td>⑨ 소(肉) 함유 밀가루 음식</td><td>⑩ 식용 곡물</td></tr> <tr> <td>⑪ 보건식품</td><td>⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두</td></tr> <tr> <td>⑬ 조미료</td><td>⑭ 견과 및 씨앗류</td></tr> <tr> <td>⑮ 건조 과일</td><td>⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아</td></tr> <tr> <td>⑰ 특수 식이용 식품</td><td>⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아</td></tr> </table> · 중국 국제무역단일창구(Single Window)를 활용하여 다음의 서류를 제출해야 함 <추천 등록 신청 시 제출 서류> ① 소재 국가(지역) 주관 당국의 추천서 ② 업체 리스트와 업체 등록 신청서 ③ 업체 신분 증명 서류(주관 당국이 발급한 사업자등록증 등) ④ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명 ⑤ 주관 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사·검사 보고서	① 육류 및 육류 제품	② 케이싱	③ 수산물	④ 유제품	⑤ 제비집 및 제비집 제품	⑥ 벌꿀	⑦ 알 및 알제품	⑧ 식용유지 및 유지 원료	⑨ 소(肉) 함유 밀가루 음식	⑩ 식용 곡물	⑪ 보건식품	⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두	⑬ 조미료	⑭ 견과 및 씨앗류	⑮ 건조 과일	⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아	⑰ 특수 식이용 식품
자체 등록	· 추천 등록 대상인 18개 식품에 해당하지 않는 식품은 기업이 자체적으로 등록하거나 대리인을 통해 해관총서에 신청 <자체 등록 신청 시 제출 서류> ① 등록 추천서 ② 업체 신분 증명 서류 ③ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명																					
추천 등록	· 추천 등록 대상 식품은 해당 기업이 소재한 국가 및 지역을 주관하는 당국을 통해 신청 <해관총서 지정 추천등록 대상 식품 유형> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>① 육류 및 육류 제품</td><td>② 케이싱</td></tr> <tr> <td>③ 수산물</td><td>④ 유제품</td></tr> <tr> <td>⑤ 제비집 및 제비집 제품</td><td>⑥ 벌꿀</td></tr> <tr> <td>⑦ 알 및 알제품</td><td>⑧ 식용유지 및 유지 원료</td></tr> <tr> <td>⑨ 소(肉) 함유 밀가루 음식</td><td>⑩ 식용 곡물</td></tr> <tr> <td>⑪ 보건식품</td><td>⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두</td></tr> <tr> <td>⑬ 조미료</td><td>⑭ 견과 및 씨앗류</td></tr> <tr> <td>⑮ 건조 과일</td><td>⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아</td></tr> <tr> <td>⑰ 특수 식이용 식품</td><td>⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아</td></tr> </table> · 중국 국제무역단일창구(Single Window)를 활용하여 다음의 서류를 제출해야 함 <추천 등록 신청 시 제출 서류> ① 소재 국가(지역) 주관 당국의 추천서 ② 업체 리스트와 업체 등록 신청서 ③ 업체 신분 증명 서류(주관 당국이 발급한 사업자등록증 등) ④ 해당 기업이 중국 규정 및 요건에 부합한다는 성명 ⑤ 주관 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사·검사 보고서	① 육류 및 육류 제품	② 케이싱	③ 수산물	④ 유제품	⑤ 제비집 및 제비집 제품	⑥ 벌꿀	⑦ 알 및 알제품	⑧ 식용유지 및 유지 원료	⑨ 소(肉) 함유 밀가루 음식	⑩ 식용 곡물	⑪ 보건식품	⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두	⑬ 조미료	⑭ 견과 및 씨앗류	⑮ 건조 과일	⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아	⑰ 특수 식이용 식품	⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아			
① 육류 및 육류 제품	② 케이싱																					
③ 수산물	④ 유제품																					
⑤ 제비집 및 제비집 제품	⑥ 벌꿀																					
⑦ 알 및 알제품	⑧ 식용유지 및 유지 원료																					
⑨ 소(肉) 함유 밀가루 음식	⑩ 식용 곡물																					
⑪ 보건식품	⑫ 신선 및 탈수 채소, 건조 대두																					
⑬ 조미료	⑭ 견과 및 씨앗류																					
⑮ 건조 과일	⑯ 로스팅을 하지 않은 원두 및 코코아																					
⑰ 특수 식이용 식품	⑱ 곡물 제분 공업 제품 및 맥아																					

생산업체 및 수출업체 등록	● 중국으로 수입되는 식품의 생산업체 및 수출입업체는 '수입식품 및 화장품 수출입업자 등록 시스템'에 업체 등록 필수 · '수입식품 및 화장품 수출입업자 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)'에 업체명, 주소 등의 정보를 제출하여 등록 가능 <업체 등록 시 필요 정보> ① 생산·수출업체 이름 ② 생산·수출업체 소재 국가 및 주소 ③ 담당자 이름, 전화번호 ④ 식품업 유형
품목별 수입요건 파악	● 중국은 식품 통관 및 검역 절차가 까다로우므로 수출 품목에 대한 중국 국가표준 (GB)·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 수입식품, 식품첨가제, 식품 관련 제품은 중국 국가표준화관리위원회(SAC)의 식품안전국가표준에 부합해야 하며 모든 원재료, 식품첨가제, 영양강화제는 중국 심의 기준에 부합함이 증명되어야 함 · 중문 식품 라벨 및 설명서가 없거나, 규정을 준수하지 않은 경우 수입 불가
원산지증명서 발급	● 중국 수출 시 한·중 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 선적일로부터 7영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>위법성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	위법성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	위법성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						

수출검역	● 중국과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요	
	· 중국으로 △쌀 △포도 △파프리카 △종자류 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 UNI-PASS를 통해 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함	
	<수출검역 신청 시 제출 서류>	
식물검역	①수출식물검사신청서	
	②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우)	
축산물검역	③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우)	
	④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	
	①수출 검사신청서	
	②선적관련 서류	
	③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)	
· 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음		
운송수단 선적	● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요	
	· 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함	

②중국 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 중국 수입 전 준비사항

수입품목 유형 확인	● 중국은 품목에 따라 ①수입금지 ②수입제한 ③쿼터관리 ④수입자유화물 수입통관 제도를 운영	
	· 수출하고자 하는 식품이 어느 품목에 해당하는지 사전에 확인 후 허가증 등 제반 서류를 준비해야 함	
	<중국 수입품목 유형에 따른 통관제도>	
	· 수입금지	마약, 무기, 동물 사체나 뼈 등 법률상 교역을 금지하는 품목 등
	· 수입제한	중고 기계 전자제품, 오존층 소모 물질 등의 수입량을 제한하기 위한 '수입 허가증 관리 화물 목록'을 발표하고 있으며, 해당 물품은 중국 상무부의 '수입허가증'을 반드시 취득하여야 함
	· 쿼터관리	농산품, 양모, 화학비료 등 쿼터 관리 대상은 중국 정부가 할당량을 정하고 초과 시 높은 세율의 관세를 부과함
	· 수입자유화물	수입 제한을 받지 않으나 일부 상품은 화물 수입 현황을 감시하기 위해 '자동수입허가관리대상'이 되며 해당 물품은 '자동수입허가증'을 반드시 취득하여야 함

▶ 중국 수입통관·검역 절차

통관 고유번호 발급	● 중국 수입업체는 수입신고 전 중국 세관으로부터 통관고유번호(CN Number) 발급 필수 · 통관고유번호는 베이징·상하이·광저우·선전 등 각 관할 해관 사이트를 통해 직접 신청해야 함 · 각 관할 세관 사이트는 중국 해관총서 사이트에서 조회할 수 있음 →중국 해관총서 URL : www.customs.gov.cn · 단, 통관 고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행할 수도 있음												
적하목록 사전제출	● 운송업체는 수입국 도착 전 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 중국 해관총서에 제출 필수 · 도착 시간, HS CODE·품목명 등의 화물 정보, 운송인 및 수하인 정보 등을 제출해야 함 <table><tr><th colspan="2"><중국 운송수단별 적하목록 제출기한></th></tr><tr><td>· 컨테이너 선박</td><td>선적항에서 선적 24시간 전</td></tr><tr><td>· 기타 선박</td><td>목적항 도착 24시간 전</td></tr><tr><td>· 4시간 미만 항공운송</td><td>항공기 이륙 전</td></tr><tr><td>· 4시간 이상 항공운송</td><td>중국 공항 도착 4시간 전</td></tr></table> · 적하목록을 제출하지 않는 경우 운송수단의 입국 신고절차 수행이 일시 중지되며, 중국 해관은 적하목록이 신고되지 않은 화물에 대해 반송 명령을 내릴 수 있음	<중국 운송수단별 적하목록 제출기한>		· 컨테이너 선박	선적항에서 선적 24시간 전	· 기타 선박	목적항 도착 24시간 전	· 4시간 미만 항공운송	항공기 이륙 전	· 4시간 이상 항공운송	중국 공항 도착 4시간 전		
<중국 운송수단별 적하목록 제출기한>													
· 컨테이너 선박	선적항에서 선적 24시간 전												
· 기타 선박	목적항 도착 24시간 전												
· 4시간 미만 항공운송	항공기 이륙 전												
· 4시간 이상 항공운송	중국 공항 도착 4시간 전												
수입신고	● 중국 수입업체는 수입항 도착 후 14일 이내 수입신고서 및 기타 서류를 관할 세관에 제출 필요 · 중국 해관총서의 국제무역 단일창구(Single Window)를 통해 수입신고를 진행할 수 있음 →중국 국제무역 단일창구 URL : www.singlewindow.cn · 수입신고시 수입신고서를 비롯한 제반 서류를 제출해야 함 <table><tr><th><중국 수입신고 제출서류></th></tr><tr><td>①수입신고서</td></tr><tr><td>②상업송장</td></tr><tr><td>③선하증권 및 항공화물 운송장 등 운송서류</td></tr><tr><td>④운송보험서류</td></tr><tr><td>⑤포장명세서</td></tr><tr><td>⑥검사검역신고서</td></tr><tr><td>⑦원산지증명서</td></tr><tr><td>⑧품질증명서(건강기능식품의 경우)</td></tr><tr><td>⑨수입식품의 중국어 라벨</td></tr><tr><td>⑩특정 물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증)</td></tr><tr><td>⑪기타 세관이 필요 시 요구하는 서류(원산지증명서, 위생증명서, 무역계약서 등)</td></tr></table> · 수입신고 기한을 경과하여 신고하는 경우, 과세 가격의 0.5%에 해당하는 신고 연체료를 납부해야 함 · 해관은 수입업체가 제출한 서류에서 다음의 사항을 심사함	<중국 수입신고 제출서류>	①수입신고서	②상업송장	③선하증권 및 항공화물 운송장 등 운송서류	④운송보험서류	⑤포장명세서	⑥검사검역신고서	⑦원산지증명서	⑧품질증명서(건강기능식품의 경우)	⑨수입식품의 중국어 라벨	⑩특정 물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증)	⑪기타 세관이 필요 시 요구하는 서류(원산지증명서, 위생증명서, 무역계약서 등)
<중국 수입신고 제출서류>													
①수입신고서													
②상업송장													
③선하증권 및 항공화물 운송장 등 운송서류													
④운송보험서류													
⑤포장명세서													
⑥검사검역신고서													
⑦원산지증명서													
⑧품질증명서(건강기능식품의 경우)													
⑨수입식품의 중국어 라벨													
⑩특정 물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증)													
⑪기타 세관이 필요 시 요구하는 서류(원산지증명서, 위생증명서, 무역계약서 등)													

	<중국 해관 수입신고 심사 사항> ①서류의 구비 요건 충족 및 무결성 여부 ②수입신고된 물품이 수입금지 또는 수입제한 품목에 해당하는지 여부 ③운송인이 제출한 적하목록과 수입신고인이 제출한 통관 서류와의 상세 내역 일치 여부 ④신고된 가격의 적정성 여부						
수입검역	● 중국 국가시장감독관리총국(AQSIQ)은 수입화물 관련 표준(GB) 준수 및 신고된 서류와 화물 간의 일치 여부를 검사함 · 국가질량감독검험검역총국은 식품의 품질계량 및 수출입 위생관리를 총괄하는 기관으로, 중국 수입업체가 식품 수입 시 해당 기관의 식품 수입 검사를 받을 수 있음 · 중국 수입업체는 국제무역 단일창구를 통해 수입검역을 신청하며, △위생증명서 △상업송장 △선하증권 등 운송서류 △원산지증명서 △무역계약서 △중문라벨 등 제반서류를 제출함 · 수입식품에 대해 ①서류검사 ②현물검사 ③라벨검사가 진행될 수 있으며, 서류 검사 및 현물검사 합격 시 신청일로부터 7일 이내 '검사검역증명서'를 발급 <중국 수입검역 제도> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">· 서류검사</td><td>수입업체가 제출한 서류를 검토한 뒤, 이상이 없는 경우 현물검사 진행</td></tr> <tr> <td>· 현물검사</td><td>실제 화물과 서류상의 일치 여부, 포장 상태 및 중문 라벨 존재 여부 등을 검사함 검사 시 이상이 발견될 경우 정밀검사가 추가로 진행될 수 있음 샘플을 추출해 검사할 경우 화물의 0.001%를 채취하며, 품목별 최소 3건 이상 채취함</td></tr> <tr> <td>· 라벨검사</td><td>무작위로 진행되며, 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부를 검사함 검사 대상으로 선정된 식품은 원본 라벨, 중문 라벨, 번역 및 설명 자료 등을 제출해야 하며, 제출된 자료와 실제 라벨 및 신고된 내용간의 일치 여부를 중점적으로 검사함</td></tr> </table> · 해관 관리구역에서 진행되는 검사 비용은 수입업체가 부담하지 않으나, 검사 중 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입업체가 부담함	· 서류검사	수입업체가 제출한 서류를 검토한 뒤, 이상이 없는 경우 현물검사 진행	· 현물검사	실제 화물과 서류상의 일치 여부, 포장 상태 및 중문 라벨 존재 여부 등을 검사함 검사 시 이상이 발견될 경우 정밀검사가 추가로 진행될 수 있음 샘플을 추출해 검사할 경우 화물의 0.001%를 채취하며, 품목별 최소 3건 이상 채취함	· 라벨검사	무작위로 진행되며, 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부를 검사함 검사 대상으로 선정된 식품은 원본 라벨, 중문 라벨, 번역 및 설명 자료 등을 제출해야 하며, 제출된 자료와 실제 라벨 및 신고된 내용간의 일치 여부를 중점적으로 검사함
· 서류검사	수입업체가 제출한 서류를 검토한 뒤, 이상이 없는 경우 현물검사 진행						
· 현물검사	실제 화물과 서류상의 일치 여부, 포장 상태 및 중문 라벨 존재 여부 등을 검사함 검사 시 이상이 발견될 경우 정밀검사가 추가로 진행될 수 있음 샘플을 추출해 검사할 경우 화물의 0.001%를 채취하며, 품목별 최소 3건 이상 채취함						
· 라벨검사	무작위로 진행되며, 식품 라벨의 라벨링 규정 준수 여부를 검사함 검사 대상으로 선정된 식품은 원본 라벨, 중문 라벨, 번역 및 설명 자료 등을 제출해야 하며, 제출된 자료와 실제 라벨 및 신고된 내용간의 일치 여부를 중점적으로 검사함						
관세 납부 및 물품 반출	● 수입업체는 해관이 납부고지서를 발급한 날로부터 15영업일 이내에 관세를 납부해야 함 · 수입업체는 관세 납부를 완료한 뒤 물품을 반출할 수 있으며, 현장 또는 전자적으로 납부할 수 있음 · 관세 납부 후 물품을 보세구역에서 반출하면 수입통관 과정이 완료됨						

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 곡 류 : 옥수수, 녹두, 콩, 쌀 - 과실류 : 밤, 포도 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 양파, 생강, 브로콜리, 수삼, 파프리카 - 종자류 : 콩, 잠두콩, 가지, 갓, 고추, 근대, 꽃양배추, 당근, 들깨, 멜론, 무, 박, 배추, 백경채, 부추, 브로콜리, 삼엽채, 상추, 수박, 숙갓, 시금치, 아욱, 양배추, 양파, 오이, 참외, 청경채, 치커리, 콜라비, 토마토, 파, 호박, 겨자, 담배 - 버섯류 : 팽이, 새송이(큰느타리), Agaricus속 - 절화류 : 심비디움, 장미, 백합, 국화, 거베라, 글라디올러스, 금어초, 튜립, 칼라, 카네이션, 해바라기꽃, 스타치스, 아이리스, 장미, 안개초, 덴드로비움 - 화훼묘 : 덴드로비움·심비디움·호접란(묘·분화), 선인장(접목선인장), 칼란코예묘·삽수, 미모사묘, 맨드라미묘, 백합구근 - 묘목류: 동백나무, 단풍나무, 모과나무, 목백일홍, 소사나무, 석류나무, 산수유나무, 애기사과나무, 주목나무, 철쭉나무, 피라칸사나무, 향나무(진백) 춘란(Cymbidium forrestii) 등 - 기 타 : 쌀가루, 밀가루, 찹쌀가루, 대두분말, 단풍나무각재, 소나무각재
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	*상기 품목 외 대부분의 과실류·과채류·소나무묘(접수 포함) 수출이 불가능하며 사전에 수출 가능 여부를 상대국에 확인하여야 함 - 묘목류 : 소나무묘(Pinus densiflora), 곰솔묘(Pinus thunbergii) - 기 타 : 꽃감, 건곤드레, 건대추칩, 냉동딸기, 건조감귤, 냉동홍시, 수수가루, 수수, 누룩, 단호박, 잣(식용), 대두, 보리, 맥아, 참깨, 메밀, 홍화씨, 달맞이꽃씨 **종자류 중 식용의 목적으로 사용하는 경우에도 수입가능 여부 확인 필요 - 단감, 감귤, 참외, 딸기, 토마토 5품목은 중국에 수출허용을 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중임 - 흙부착된 단풍나무 등 조경수 수목 *중국은 '03. 2월부터 시행된 수입위험분석 관리제도에 따라 국산 생과실, 과채류, 재식용 식물 등을 수입금지품으로 지정(다만 제도시행 전 상업적 수출실적이 있는 품목에 한해 수출 허용)하고 있어, 국산 농산물의 중국수출을 위해서는 중국에 수입허용 요청 필요
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 | 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 생산자·중개 판매자 정보 · 원료 정보	· 용량 및 규격 · 날짜 표시 · 보관방법 · 영양성분	· 식품 생산허가증 일련번호 · 알레르기 정보(권장)
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능) 사용을 원칙으로 하며, 외국어 사용 시에는 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함	
	제품명	- 규정이 있는 경우 관련 규정에 따르는 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 - 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방하는 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함 - 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것	
	영양성분	- 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨의 함량 및 그 영양소 기준치(NRV)를 차지하는 백분율을 필수 표기해야 함 - 트랜스지방(산) 함량은 필수 표기사항 - 소비자에게 제공하는 최소한의 포장단위에 표기해야 함 - 각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 칼슘, 마그네슘 등의 기타 성분은 선택 표기사항임	
	날짜 표시	- 일자 표시는 별도 스티커나 보충 인쇄물에 표기할 수 없음 - 생산일자과 품질 보증기간을 분명하게 명시할 것 - 년, 월, 일 혹은 국가 표준규정에 따라 표기할 것 - 알코올 함유량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 면제	
	원료 정보	- 중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가물 통용 명칭으로 표기할 것 - 첨가량 많은 순으로 나열할 것(첨가량 2% 미만은 순서 무관)	
	보관방법	- 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 '보관 조건', '저장 조건', '저장 방법' 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시 가능	
	생산자·중개 판매자 정보	- 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 혹은 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 혹은 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처 표기 - 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체·위탁업체의 명칭 및 주소를 표기	
	원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것	
	알레르기정보	- 알레르겐 유발물질은 배합원료 사용 시 배합원료표에 이해하기 쉬운 명칭을 사용하거나 배합원료표 부근에 추가 설명을 덧붙일 것 - 글루텐 함유 곡물 및 해당 제품(밀, 호밀, 보리, 귀리, 스펠트밀 또는	

		교배종 계열, 갑각류 동물 및 갑각류 동물 제품, 어류 및 어류 제품, 계란류 및 계란류 제품, 땅콩 및 땅콩 제품, 대두 및 대두 제품, 우유 및 우유제품(유당 포함), 견과류 및 씨앗류 제품
	용량 및 규격	• 법적 계량 단위 ((밀리)리터, (킬로)그램)을 사용해야 함 • 용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2~6mm)를 준수해야 함
	기타	• 필요 시 제품 로트 번호 표시 • 필요 시 개봉 방법, 섭취 방법, 조리 방법 등의 도움말 표기

*출처: 중국 시장감독관리총국, GB 7718-2011 사전포장식품 라벨 통칙, GB 28050-2011 포장식품영양라벨통칙, 식품안전정보원

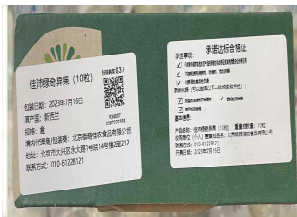
5.1.2 라벨링 예시

가공식품류

라벨링 사진																																						
																																						
표기항목	표기내용																																					
제품명	脆皮炸鸡裹粉	바삭한 치킨파우더																																				
원재료	- 小麦粉 - 食用淀粉 - 香辛料 - 产地: 江苏省泰州市	- 밀가루 - 식용 전분 - 향신료 - 산지: 장쑤성 타이저우시																																				
순중량	500g																																					
유통기한	保质期: 18个月	유통기한 : 18개월																																				
보관방법	贮存条件: 阴凉干燥通风处	서늘하고 건조하며 통풍이 잘 되는 곳에 보관하세요																																				
제조업체	制造商: 江苏吉得利食品有限公司	제조업체: 장쑤 지더리식품 유한회사																																				
제조원	地址江苏省泰州市兴化市兴东镇工业集中区	주소: 중국 장쑤성 타이저우시 싱화시 싱동진 공업구																																				
위탁업체	委托商: 北京吉得利食品有限公司	위탁업체: 베이징 지더리식품 유한회사																																				
위탁원	地址: 北京市昌平区沙河镇小李庄	주소: 중국 베이징시 창핑구 사허진 샤오리창																																				
전화	(0523) 8389 5098																																					
식품생산허가증번호	SC10332128104226																																					
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th>项目</th><th>每100克(g)</th><th>营养素参考值% (NRV%)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>能量</td><td>1495千焦(kJ)</td><td>18%</td></tr> <tr> <td>蛋白质</td><td>12.6克(g)</td><td>21%</td></tr> <tr> <td>脂肪</td><td>1.3克(g)</td><td>2%</td></tr> <tr> <td>碳水化合物</td><td>72.5克(g)</td><td>24%</td></tr> <tr> <td>钠</td><td>346毫克(mg)</td><td>17%</td></tr> </tbody> </table>	项目	每100克(g)	营养素参考值% (NRV%)	能量	1495千焦(kJ)	18%	蛋白质	12.6克(g)	21%	脂肪	1.3克(g)	2%	碳水化合物	72.5克(g)	24%	钠	346毫克(mg)	17%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>항목</th><th>100g당</th><th>NRV%</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td><td>1,495kJ</td><td>18%</td></tr> <tr> <td>단백질</td><td>12.6g</td><td>21%</td></tr> <tr> <td>지방</td><td>1.3g</td><td>2%</td></tr> <tr> <td>탄수화물</td><td>72.5g</td><td>24%</td></tr> <tr> <td>나트륨</td><td>346mg</td><td>17%</td></tr> </tbody> </table>	항목	100g당	NRV%	열량	1,495kJ	18%	단백질	12.6g	21%	지방	1.3g	2%	탄수화물	72.5g	24%	나트륨	346mg	17%
项目	每100克(g)	营养素参考值% (NRV%)																																				
能量	1495千焦(kJ)	18%																																				
蛋白质	12.6克(g)	21%																																				
脂肪	1.3克(g)	2%																																				
碳水化合物	72.5克(g)	24%																																				
钠	346毫克(mg)	17%																																				
항목	100g당	NRV%																																				
열량	1,495kJ	18%																																				
단백질	12.6g	21%																																				
지방	1.3g	2%																																				
탄수화물	72.5g	24%																																				
나트륨	346mg	17%																																				

신선 과일류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
명칭	佳沛绿奇异果 (10粒) 제프리 그린키위 (10개)	
원산지	- 原产国: 新西兰	- 원산지: 뉴질랜드
용량 및 규격	10粒	10정
포장일자	包装日期: 2023年7月16日	포장일자: 2023년 7월 16일
보관방법	储存条件: 常温/建议冷藏	보관방법: 상온/냉장 권장
판매업체	上海佳农奇异果实业有限公司	상하이 가농 키위실업유한회사
판매원	地址: 上海市 浦东新区 曹路镇 金海路 1809号 佳农广场 1号楼	주소: 상하이시 푸둥신구 차오루진 김해로 1809호 가농광장 1호실
국내대리상/포장업체	北京雄略佳农食品有限公司	베이징 숭뢰가 농식품 유한회사
업체원	地址 北京市大新区永大路1号院14号楼2层212	주소: 베이징시 다싱구 용대로 14호 2층 212
전화	010-61228121	
표준도달 합격증	承诺事项: V 收取并保存该批次农产品的承诺达标合格证或其他质量安全合格证明 V 不违规使用保鲜剂、防腐剂、添加剂等 V 对承诺的真实性负责 V 承诺依据(可以选择一下一种或多种方式): V 质量安全控制复合要求 V 委托检测合格 V 自行检测合格	승낙사항: V 해당 농산물의 표준도달합격증 또는 기타 품질 및 안전 증명서를 수령하고 보관 V 신선유지제, 방부제, 첨가제 등을 불법적으로 사용하지 않음 V 승낙 진실성에 대한 책임 V 승낙 근거(아래 조항 중 한 가지 또는 여러 가지 방법 선택 가능) V 품질안전관리 복합요구사항 V 위탁검사 합격 V 자체검사 합격

■ 5.2 | 인증제도

① 유기제품인증(ORGANIC)

유기농 제품의 품질을 향상하고 안전관리를 강화하고자 유기제품의 생산 및 가공에 대해 심사한다. 유기 원료를 95% 이상 함유한 가공제품의 경우 인증을 취득하여 '유기(Organic)'를 기재하거나 마크를 부착할 수 있다.

인증명	중국 유기제품인증(ORGANIC)	인증로고	
발행·검사기관	· 중국품질인증센터(CQC) · 중국인증인가관리감독위원회(CNCA)	필수 여부	권장
목적	유기농 제품의 품질을 향상하고 안전관리를 강화하는 것		
취득절차	인증 신청 → 현장 심사 → 최종평가 → 인증서 발급		
필요서류	신청서, 기본 농장조사, 비즈니스 자격 문서, 관리시스템 문서, 환경 모니터링 보고서, 생산계획 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

한국산 통관거부사례

2023년 중국의 한국산 통관거부사례는 총 123건으로 집계되어, 2022년 60건 대비 63건(105.0%) 증가한 것으로 나타났다. 또한, 최근 3년간 연평균 13.2% 증가하였다.

2023년 전체 수입산 통관거부사례는 총 2,372건으로 집계되어, 2022년 2,758건 대비 386건(14.0%) 감소한 것으로 나타났다. 또한, 최근 3년간 연평균 13.8% 감소하였다.

<분기별 통관거부사례 동향(2023)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			YoY(B/C)		CAGR (A/C)	연도			YoY(B/C)		CAGR (A/C)
	'21(A)	'22(B)	'23(C)	건수	증감률		'21(A)	'22(B)	'23(C)	건수	증감률	
1분기	4	27	19	-8	-29.6	117.9	547	601	307	-294	-48.9	-25.1
2분기	24	13	15	2	-15.4	-20.9	603	902	516	-386	-42.8	-7.5
3분기	27	4	45	41	1,025.0	29.1	890	694	593	-101	-14.6	-18.4
4분기	41	16	44	28	175.0	3.6	1,151	561	956	395	70.4	-8.9
합계	96	60	123	63	105.0	13.2	3,191	2,758	2,372	-386	-14.0	-13.8

*출처: 2023년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 상위품목

2023년 연간 중국에서 가장 많은 문제 사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 면류(34%)로, 라면 제품에서 검역 승인을 받지 않은 동물 유래 성분 포함, 성분 부적합(식품첨가물) 문제, 서류 미비 문제가 확인되었다.

두 번째로 많은 문제 사유가 확인된 품목은 음료류(18%)로 과일 주스 제품에서 유통기한 초과로 인한 불합격(기타), 성분 부적합 문제, 라벨링 문제가 확인되어 통관거부되었다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2023)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목				
	면류	음료	과자류	기타조제 농산물	포유 가축 육류
라벨링/포장	4	2	0	6	0
성분부적합	10	5	5	1	0
위생	0	0	1	5	0
서류미비	0	0	1	0	0
잔류농약 검출	0	0	0	0	0
기타	28	15	10	0	7

*출처: 2023년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 문제사유

2023년 연간 한국산 통관거부 문제 사유는 라벨링/포장, 성분 부적합, 위생, 서류

미비와 기타 문제로 확인되며, 라벨링/포장 및 서류 미비 문제 사유의 발생 건수가 전년 대비 감소하고 성분 부적합, 위생, 그리고 기타 문제 사유의 발생 건수가 전년 대비 증가하였다.

2023년 연간 기타 문제 사유 발생 건수는 총 65건으로 전체 사례의 53%를 차지하며, 이는 전년 대비 약 3,150% 증가한 것으로 확인된다.

기타 문제의 유형은 검역 승인을 받지 않은 동물 유래 성분 검출, 유통기한 초과로 인한 불합격 문제가 확인되었다. 중국으로 동물성 성분이 포함된 식품 수출 시에는 검역허가증명서를 발급받아야 한다. 이에 한국 식품 기업은 중국 수출입식품 안전관리에 대한 세부 지침 규정에 유의해 수출을 준비해야 한다.

<한국산 통관거부 문제사유별 건수(2023)>

(단위: 건, %)

거부사유	2021년 연간		2022년 연간		2023년 연간		YoY(22/23)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	23	24.0	18	30.0	12	9.8	-6	-33.3
성분부적합	30	31.3	19	31.7	27	22.0	8	42.1
위생	21	22.9	7	11.7	12	9.8	5	71.4
서류미비	17	17.7	14	23.3	7	5.7	-7	-50.0
잔류농약 검출	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	N/A
기타	5	5.2	2	3.3	65	52.8	63	3,150.0
합계	96	100.0	60	100.0	123	100.0	63	105.0

*출처: 2023년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

사전포장식품의 전면 영양 표시 가이드라인 초안 발표

2024년 8월 6일, 중국 시장감독관리총국(SAMR)은 「사전포장식품의 영양성분 그래픽 표시 지침(预包装食品营养成分图形化标示指南)」 초안을 발표했다. 포장 전면에 표시되는 영양 정보를 통해 소비자들이 지방, 나트륨, 설탕의 섭취를 합리적으로 조절할 수 있도록 돕고자 했다.(2024년 10월 4일까지 의견 수렴)

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100907&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

사전 포장 식품 라벨링에 대한 국가 표준 개정안 초안 공개

중국 국가보건위원회(NHC)는 2024년 6월 27일, 「사전 포장 식품 라벨링에 관한 일반 표준 GB 7718」(이하 GB 7718)을 포함한 14개의 식품 표준 초안을 공개했다. 개정된 GB 7718 초안에서는 식품 라벨링 요구사항이 수정되어, 필수 포함 항목을 구체적으로 명시한 내용이 삭제되었고, 해당 내용은 「식품 라벨링 감독 행정 조치」에서 별도 규정됐다. 또한, 사전 포장 식품, 유통기한, 생산일자 정의가 수정되었으며, 식품 표시 요건 등이 수정됐다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100612&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

한국 식품 수출 시 주의해야 하는 포장 전면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준 종합(3)

식품 포장의 앞면에 기호, 색상 코드, 기타 그래픽 형식을 사용하여 필수 영양소의 정보를 표시하는 포장 전면(FOP, Front of Package) 영양 라벨 제도는 국가마다 표시 대상 영양 성분의 종류, 표시 방식 및 의무 적용 여부가 다름. 이에 한국의 주요 식품 수출 대상국 중 중국, 홍콩, 대만의 포장 전면(FOP) 영양 라벨링 제도 시행 현황을 정리하여 제공했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98963&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=2&srchGubun=427

[라벨링]**가당음료의 건강 경고 라벨 및 설치 표준 발표**

2023년 9월 27일 상하이시 위생건강위원회는 「가당음료의 건강 경고 라벨 제작 및 설치 표준(초안)(含糖饮料健康提示标识的制作样式及设置规范(征求意见稿))」에 대한 의견을 공개적으로 요청하는 통지를 발표했다. 위생건강위원회는 10월 31일까지 해당 표준에 대한 의견을 수렴했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98962&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=2&srchGubun=427

[위생·안전]**상하이시, 알레르기 유발물질 관리 지침 발표(2024년 8월 12일 시행)**

2024년 8월 12일, 상하이시 시장감독관리국은 《상하이시 식품 생산 과정에서의 알레르기 유발 물질 관리 지침》을 발표했다. 이 지침은 상하이시의 식품 생산 기업들이 알레르기 유발 물질을 관리하여 소비자의 건강 위험을 줄이고 공공의 건강과 생명 안전을 보장하기 위해 마련됨.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100987&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[위생·안전]**세관 위험 관리 방법 공포 (2024년 12월 1일 시행)**

2024년 7월 30일, 중국 해관총서는 「해관 위험 관리 방법(해관총서 제271호령)(中华人民共和国海关风险管理办法(海关总署第271号令))」을 공포했다. 총 21개 조항으로 구성되어 있으며, 2024년 12월 1일부터 시행된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100835&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[위생·안전]**식품 첨가물 6종 신규 승인(2023년 10월 7일 공식 승인)**

2023년 10월 7일, 중국 국가위생건강위원회(NHC)는 별도 고시를 통해 '식품 첨가물 사용에 대한 국가 식품 안전 표준《GB 2760》'을 개정하여 새로운 식품 첨가물 6종을 승인했다. 승인 첨가물 목록에는 조제분유에 사용이 허용된 신규 영양강화제 3종이 포함된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98832&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=3&srchGubun=427

[규정·제도]**식품 포장용 종이, 유리병 원료 및 용기 제품 품질 검사 규정 발표**

2024년 9월 18일, 시장 감독 총국은 「제품 품질 감독 및 무작위 검사 관리를 위한 잠정 조치(시장 감독 총국 명령 제18호)」 등의 요구 사항에 따라, 목재 가구를 포함한 100가지 제품 품질 감독 및 무작위 검사에 대한 시행 규칙을 작성하여 발표했다. 본 기사에서는 이중 「식품 포장용 종이 및 판지 제품 품질 감독 검사 세부 규정(2024년판)」과 「유리 식품병 및 용기 제품 품질 감독 검사 세부 규정(2024년판)」의 주요 내용을 요약하여 제공했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101239&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**유전자 변형 미생물 포함 신식품원료 안전성 평가 요건 강화**

2024년 9월 13일, 중국 국가위생건강위원회는 유전자 변형 미생물이 포함된 식품 원료 신제품, 새로운 식품첨가물, 식품 관련 신제품의 기술 검토를 담당하는 국가식품 안전위험평가 센터의 안전성 강화 조치에 대해 발표했다. 신식품 원료 및 식품 관련 신제품의 경우 생산 공정에 대한 자세한 데이터를 제출해야 하며, 새로운 식품 첨가물의 경우 자세한 데이터는 안전성 평가 항목으로 제출해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101152&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**수입 화물 출발일 신고 요건 조정 발표(2024년 7월 9일 시행)**

2024년 7월 9일, 중국 해관총서는 수출입 화물의 '출발일' 신고 요건을 조정하는 2024년 제81호 공고를 발표했다. 이번 조정은 수하인 및 위탁자의 수출입 화물의 신고 행위를 표준화하기 위한 조치로, 새로운 요구 사항은 공고 발표 즉시 시행된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100690&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**수입 식용 농산물 원포장 및 재포장 유통기한 표기 여부**

2024년 6월 18일, 베이징시 시장감독관리국은 과일, 채소 등 수입 식용 농산물(비육류)의 원포장 및 재포장 후 유통기한 표기 여부에 대한 질문에 대해 답변했다. 원포장된 수입 식용 농산물(비육류)의 유통기한 표기는 중국 해관총서(GACC)에서 발행한 법률 및 식품 안전 기준에 따라야 하며, 재포장된 경우에는 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)의 『식용 농산물 시장 판매 품질 및 안전 감독 관리에 따른 규정』에 따라 원래의 모든 정보를 포함하여 유통기한을 표기해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100561&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**수입 유기배지에 대한 검역 요구 사항 발표(2024년 12월 1일부터 적용)**

중국은 「중화인민공화국 생물안전법」 및 「중화인민공화국 출입국 동식물 검역법」에 의거하여 수입 유기 배지(Organic growing media)* 수입 시 검역 요구사항을 신설하고 발표했다. 중국으로 유기배지를 수출하기 위해서는 배지에 유해생물이 없어야 하고, 식물위생조치에 관한 국제표준 제12호에 따른 식물위생증명서를 갖춰야 한다.

*배지: 미생물, 식물 등을 배양하기 위해 혼합한 영양 물질로 생육에 필요한 탄소, 질소, 무기질 및 비타민 등을 공급하는 것

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100242&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**인삼 · 화기삼 · 영지 버섯 포함한 건강식품 신고 요건 공식 발표(2024년 5월 1일부터 시행)**

2024년 4월 30일, 중국 시장감독관리총국(SAMR)은 「인삼, 화기삼, 영지 버섯을 포함한 건강식품 원료에 대한 기술 요구 사항」을 공식 발표했다. 이 규정은 건강식품에 첨가될 수 있는 보조재료, 제품 형태, 제조 공정, 기술 요구 사항을 다루며, 수입식품에도 해당된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100165&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**수입 건강식품 등록 및 신고 신청 서류 간소화(2024년 4월 29일부터 적용)**

2024년 4월 25일, 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)은 수입 건강식품 등록 및 신청 시 필요한 영사 확인 절차를 간소화 하였으며, 「외국공문서인증요건폐지협약(取消外国公文书认证要求的公约)」에 따른 조치로 한국을 포함한 협약 당사국은 제출 문서에 대한 아포스티유 인증만 추가로 신청하면 된다. 금번 발표를 통해 중국으로 건강식품 수출 시 절차가 간소화되어 시간 및 비용이 절감될 것으로 전망된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100094&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=2&srchGubun=427

[규정·제도]**저온 살균 우유, 멸균 우유, 고온 살균 우유에 대한 국가 식품 위생 표준 개정안 공고**

2023년 12월 중국 국가위생건강위원회(NHC)는 21개의 국가 식품 위생 표준을 제정 또는 개정된 규정 목록을 공고하고, 2024년 2월 10일까지 의견을 수렴한다고 밝혔다. 해당 목록에는 식품 접촉 물질(FCM), 유제품, 건강식품의 GMP(우수제조품질관리기준), 식품 첨가물 등의 국가 식품 위생 표준이 포함되며, 본 기사는 유제품(저온 살균 우유, 멸균 우유, 고온 살균 우유)의 국가 식품 위생 표준 변경 사항을 정리하여 제공했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=99290&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=2&srchGubun=427

[규정·제도]**특수식이 식품의 아미노산류 사용 요건 공고(2023년 12월 1일 발효)**

2023년 12월 1일, 중국 국가위생건강위원회(NHC)와 국가시장감독관리총국(SAMR)은 「특수식이 용도 식품에 대한 아미노산 사용 요건 공고(关于特殊膳食用食品中氨基酸管理的公告)」를 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=99289&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=2&srchGubun=427

[규정·제도]**아포스티유 협약 발효(2023년 11월 7일부터)**

중국은 지난 2023년 3월 8일 외국 공문서에 대한 인증 요구 폐지 협약인 아포스티유 협약에 가입하였으며, 2023년 11월 7일 정식 발효된다고 발표했다. 이에 따라 식품 수출 및 등록 서류가 간소화될 것으로 기대된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98961&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=3&srchGubun=427

[규정·제도]**식품 수출 시 주의해야 하는 식품 표시 기준 종합 공고**

2023년 1월~ 8월까지 중국으로 수출된 한국 식품 중 기타 조제 식료품과 면류 제품 총 7건이 중국의 식품 라벨링 규정을 미준수하여 통관 거부된 것이 확인됐다. 이에 한국 식품 기업이 중국으로 식품을 수출 시 주의해야 하는 주요 식품 표시 기준을 종합하여 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98907&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=3&srchGubun=427

[규정·제도]**농산물 과대 포장 제한 국가표준(GB) 최종안 발표(2024년 4월 1일 시행)**

2023년 9월 8일, 중국 시장감독관리총국(SAMR)과 국가표준화관리위원회(SAC)는 2023년 제 10호 국가표준 (GB) 공고를 통해 「신선 식용 농산물 상품 과대 포장 제한 요구사항(限制商品过度包装要求 生鲜食用农产品, GB43284-2023)」 최종안을 발표했다. 해당 국가표준(GB)은 상품의 과도한 포장을 막고, 신선 식용 농산물의 포장에 대한 시장 감독을 표준화하고자 2024년 4월 1일 시행되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98754&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%A4%91%EA%B5%AD&page=3&srchGubun=427

[규정·제도]**농산물 과대 포장 제한 국가표준(GB) 최종안 발표(2024년 4월 1일 시행)**

2023년 9월 8일, 중국 시장감독관리총국(SAMR)과 국가표준화관리위원회(SAC)는 2023년 제 10호 국가표준 (GB) 공고를 통해 「신선 식용 농산물 상품 과대 포장 제한 요구사항(GB43284-2023)」 최종안을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98754

[규정·제도]**보건식품의 새로운 건강기능 제안과 기술평가를 위한 시행 세칙 발표(2023년 8월 28일 즉시 발효)**

2023년 8월 28일, 중국 시장감독관리총국은 보건식품 산업의 발전과 혁신을 목표로 6월 15일 11차 상무회의에서 채택된 「보건식품의 신기능 및 제품 기술평가 시행 세칙([2023] 37호)」을 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98504

[규정·제도]**동물 전염병 발생으로 한국산 가금류, 돼지, 쇠고기 및 관련 제품에 수입 금지 공고**

2023년 8월 25일, 중국 해관총서는 동물 전염병이 발생한 국가와 그 국가로부터 수입을 금지하는 품목의 목록을 공고했다. 해당 목록에는 한국산 가금류 및 관련 제품, 돼지 및 관련 제품과 쇠고기 및 관련 제품 등에 대한 수입 금지 조치가 포함되어 있으며, 해당 조치는 공고일(2023년 8월 25일)부터 시행되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98503

[규정·제도]**차와 영유아 조제 식품의 과대 포장을 제한하는 국가표준 (GB) 수정안에 대한 의견 수렴**

2023년 8월 18일, 중국 공업정보화부(MIIT)는 「과잉 포장 식품 및 화장품 제한 요구사항(GB 23350-2021)」에 대한 두 번째 수정안을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/board/exportNewsView.do?board_seq=98503

[규정·제도]**분말 및 과립 형태로 가공된 고체음료의 품질 요구사항 개정 초안에 관한 의견수렴**

2023년 7월 중국음료산업협회(CBIA)는 「고체음료에 대한 품질 요구 사항」의 공개 초안을 발표했다.(2023년 9월 26일까지 의견수렴)

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98392

[규정·제도]**「차 포장재의 품질에 대한 국가 감독 및 현장 검사 수행 규칙」 발표**

2023년 7월 27일, 중국 시장감독관리총국은 「제품 품질 감독 및 무작위 검사 관리 잠정 방법」에 따라 「차 포장재 품질에 대한 국가 감독 및 현장 검사 수행 규칙」을

편성하고 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98315

[규정·제도]

유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치 고시 (2023년 개정판)

2023년 7월 24일, 중국 시장감독관리총국은 농산물의 시장 판매 규제, 시장 내 농산물의 품질 및 안전에 대한 관리감독 강화, 농산물의 품질 및 안전성 확보를 위해 「식품안전법」, 「농산품 품질 안전법」, 「식품안전법 실행조례」, 기타 법률 및 규정에 의거하여 「유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치」의 2023년 개정판을 고시했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98279

[규정·제도]

2023년 영유아 조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치 개정판 공지

2023년 7월 10일, 중국시장감독관리총국은 「영유아 조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치」의 개정안을 발표하며, 현장검사 요구사항 및 등록 불가 8가지 상황, 라벨링 표기 기준, 검사 시간 및 인증서 재발급 기간 등이 수정 및 추가된 개정판(2023)을 공개했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98197

[규정·제도]

분리대두단백 및 유청단백에 대한 건강식품 원료 카탈로그 제정(2023년 10월 1일 발효)

중국은 「중화인민공화국 식품안전법 - 건강식품 원료 목록 및 건강 기능 목록에 대한 관리 조치」에 따라 건강식품 원료 목록에 분리대두단백과 유청단백을 추가하여 《건강식품 원료 카탈로그-분리대두단백》, 《건강식품 원료 카탈로그-유청단백》을 발표함. 해당 규정은 2023년 10월 1일부터 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98068

[규정·제도]

관리대상식품 18종 관련 수입식품 해외생산기업에 등록 서류 보완 요청(2023년 6월 30일까지)

2022년 1월 1일부터 시행된 「중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록관리 규정」(이하 '등록 규정')에 따라, 중국 해관총서는 기존 정부 관리 대상 품목(육류,

수산물, 유제품, 제비집)의 식품을 중국으로 수출했던 해외생산기업에 2023년 6월 30일까지 해관총서 등록시스템에 로그인하여 수입식품 해외생산기업 등록 신청 서류를 보완하여 제출할 것을 요청했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97947

[규정·제도]

블루베리 안토시아닌 등 3대 신식품 (三新食品) 14종 발표

중국 국가위생건강위원회(NHC)은 2023년 5월 6일, 「중화인민공화국 식품안전법」에 따라 신식품 원료 2종, 신식품첨가제 6종, 식품 관련 신품종(식품 접촉 물질) 6종의 안전성 평가 자료에 대한 심사가 통과되어 “3대 신식품(三新食品)” 14종을 최종 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97949

[규정·제도]

영양강화제, 효소제제 등 7가지 식품첨가물의 신규 승인 및 사용 범위 확대

식품 영양강화제 및 효소 등 식품첨가물이 신규 승인 및 사용 범위가 확대되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97769&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun=

[규정·제도]

원숭이두창 바이러스 중국 유입 방지를 위해 방역 강화 조치 시행

중국 해관총서는 원숭이두창 중국 유입 방지 및 출입국 관계자의 건강과 안전을 위하여 <중화인민공화국 국경위생검역법 및 시행규칙 등에 따라 해당 공고를 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97417&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun=

[규정·제도]

베타 아밀라제 포함 신규 식품첨가물 3종 및 사용범위 확대에 관한 의견수렴

중국은 신규 첨가물 베타 아밀라제(beta-amylase), 리소포스폴리파제(Lysophospholipase), 2'-푸코실락토스(2'-fucosyllactose)에 대한 사용범위 확대에 대한 업계 의견을 수렴하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97190&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun=

[규정·제도]**해관의 영업 비밀 유지 의무와 포장식품의 바코드 표시 관련 Q&A 모음**

해관에 제출하는 상품분류 검토 자료가 영업 비밀과 관련된 경우, 해관의 비밀유지 의무 부담 여부와 포장식품 라벨의 제품 바코드 표시에 대한 질의가 포함되어 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97063

[규정·제도]**'자동수입허가관리 화물 목록(2023)' 발표**

중국 해관총서는 대외무역법과 화물수출입 조례에 의거하여 「자동수입허가관리 화물 목록(2023)」을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97045&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**광저우, 전자증명서를 통한 식품영업허가증 관리 방안 시행**

중국 광저우시 시장관리감독국은 식품영업허가증 전자증명서의 편의성과 실용성을 확대하고 기업 친화적 환경을 조성하기 위한 목적으로, 2023년 2월 1일부터 식품영업허가증을 전자증명서 방식으로 관리한다고 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97049

[규정·제도]**식품 영양강화제 사용표준의 개정 초안 및 의견수렴 공고**

중국 국가식품안전위험평가센터는 《2016년도 식품안전국가표준 프로젝트 계획(제1차)에 관한 통지》를 근거로 개정한 《식품안전국가표준 식품 영양강화제 사용표준》을 공고하고, 이에 대한 의견을 2023년 2월 28일까지 수렴하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97008

[규정·제도]**영유아 조제식품, 가공치즈 등의 신규 국가 표준 시행에 따른 수입 유의사항 공고**

중국 해관총서는 영아용 조제식품, 영유아용 조제식품, 유아용 조제식품, 가공치즈 및 치즈 제품, 농축유제품의 신규 국가식품안전표준이 시행됨에 따라, 해당 식품 수입시

준수 기준을 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

2023년 1월 1일부터 수입관세할당제에 대한 온라인 검사 및 통관 전면 시행

중국은 대외무역의 안정성과 품질 개선을 위해 발표한 10대 조치 중 하나로, 2023년 1월 1일부터 수입관세할당에 대한 온라인 검사와 종이 없는 통관을 전면 시행하기로 했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

121개 품목이 추가된 <유기제품 인증목록> 공고(2022년 12월 29일부 시행)

중국 인증인가감독위원회는 2019년 11월 6일 발표되었던 《유기제품 인증목록》에 대한 조정을 시행했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96924

[라벨링]

<식품안전국가표준 기포장 특수식 식품 라벨 통칙> 초안의 개정안 공고

국가식품안전위험평가센터와 상하이시 품질감독검사 기술연구원은 《식품안전국가표준 기포장 특수식 식품라벨 통칙> 초안의 개정을 완료했다. 본 표준은 GB 13432-2013 《기포장 특수식 식품 라벨 통칙》을 대체할 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96859&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

가공치즈 및 치즈 제품의 개정된 국가표준 시행에 따른 생산허가 변경사항 공고

2022년 12월 30일부터 새로 수정된 《식품안전국가표준 가공치즈 및 치즈제품(GB 25192-2022)》이 시행되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96860

[규정·제도]**수입 콜드체인 식품 및 비 콜드체인 식품의 코로나 핵산 검사 취소 공고**

중국 해관총서는 코로나바이러스 감염 이후 시행된 위생검역 관련 조치 사항이 더 이상 검역 관리 대상에 포함되지 않는다는 특별 공지를 발표했다. 광고 절대화 용어의 비규제 사례를 포함하는 시행 지침 초안 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96859&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[위생·안전]**건강식품에 첨가되는 히알루로산 성분 사용 기준 공고**

중국 식품과학회는 최근 히알루론산 관련 제품의 섭취가 증가함에 따라, 소비자가 히알루론산 관련 제품을 과학적으로 이해하고 합리적으로 섭취할 수 있도록 안내했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96687&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**중국, 광고 절대화 용어의 비규제 사례를 포함하는 시행 지침 초안 발표**

국가시장감독관리국은 《중화인민공화국 광고법》 및 <중화인민공화국행정처벌법>에 의거하여, 광고 절대화 용어 시행 지침 초안 및 의견 수렴 기간을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96687&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[위생·안전]**식품 금속 용기에 대한 3가지 통칙 발표**

2022년 11월 4일, 국가시장감독관리총국은 식품 금속 용기의 품질 보장을 위해 식품 금속 용기 제조업체가 준수해야 하는 식품 금속 용기의 통칙 3가지를 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96632&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**건강식품 신청 서류의 사본 요구사항 조정**

국가시장관리총국 식품심사센터는 기업의 서류 부담을 줄이기 위해 건강식품 신청 시 필요한 서류 요건을 수정했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96632&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**2022년 12월 30일 음료 개정안 시행에 따른 변경 사항 종합공고**

중국 국가식품안전위험평가센터는 《2016년도 식품안전국가표준 프로젝트 계획(제1차)에 관한 통지》를 근거로 개정한 《식품안전국가표준 식품 영양강화제 사용표준》을 공고하고, 이에 대한 의견을 2023년 2월 28일까지 수렴하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96635

[규정·제도]**신선 식품(육류, 과일, 달걀, 수산물)에 대한 과대포장 제한 규정 공고**

중국 농업농촌부는 국가 표준위의 「강제성 국가 표준 수정계획(20220869-Q-326)」에 따라 식품의 과대포장에 대한 관리를 강화하기 위해 《과대포장 제한 식용 농산물(의견수렴 초안)》을 발표하였으며, 이에 대해 공개적으로 의견을 수렴한다고 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96635

[규정·제도]**영유아 조제분유에 강화된 생산 허가 조건 및 원료 관리 기준 등 적용**

중국 시장감독관리총국은 영유아 조제분유 생산허가 조건에 관한 관리 및 식품 안전에 관한 기업의 책임 강화를 위해 《영유아 조제분유 생산허가 심사세칙》을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96548

[규정·제도]**동물 전염병 유행 지역에 대한 수입 금지 품목 목록 발표**

중국 해관총서는 《동물 전염병 국가 및 지역으로부터의 수입 금지 동물 및 그 제품 목록》을 고시했다. 해당 목록에는 한국에서의 수입이 금지된 동물 및 관련 제품의 내용이 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96526&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**고급인증기업(AEO고급인증)의 평가 항목을 단축한 수정안 발표**

중국 해관총서는 2021년 11월에 발표한 《해관 고급인증기업 표준》(해관총서공고 2021년 제88호 발표)을 수정한 《해관 고급인증기업 표준》(해관총서공고 2022년 제106호)을 발표했다. 해당 규정은 '고급인증기업'을 선정하기 위한 통용 표준, 기업의 유형과 경영 범위에 따른 개별 표준, 그리고 통과 요건을 규정한 것으로, 해당 규정 시행 시 《해관 고급인증기업 표준》(해관총서공고 2021년 제88호 발표)는 폐지되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96467

[규정·제도]**인삼 등 보건의료 원료 3종의 규격 기준 수정안 공지**

2022년 10월 시장감독총국은 《식품안전법》에 따라 인삼(人參), 서양삼(西洋參), 영지(靈芝)의 규격 기준(정의, 사용범위, 섭취 대상, 주의사항 등)을 설정하고, 「보건의료 원료 목록」에 이를 추가하는 수정안(의견 수렴안)을 게재했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96401

[규정·제도]**북경시, 곡물가공품, 콩 제품, 식용 농산물 및 비스킷 제품에 표본검사 실시**

북경시 시장감독관리국은 《중화인민공화국식품안전법》등 법률 규정에 따라 곡물가공품, 콩 제품, 식용 농산물, 비스킷 등 4가지 유형의 190개 샘플을 선정하여 식품 표본 검사를 실시하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96303&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**식품의 포장 용기, 생산 도구 등 식품 관련 제품에 대한 감독 관리 규정 공고**

중국 시장감독관리총국은 식품 관련 제품의 품질 안전 감독 관리를 목적으로 《식품 관련 제품 품질 안전감독관리 잠행방법》을 제정했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96306