

2024 농식품 국가정보조사 홍콩

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 홍콩 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)	7,297,821명, 전 세계 106위
민족구성 (2021년 추정치)	중국인 91.6%, 필리핀인 2.7%, 인도네시아인 1.9%, 기타 3.7%
언어 (2021년 추정치)	광둥어(공식) 85.4%, 영어(공식) 4.5%, 보통화(공식) 2.2%, 기타 중국어 방언 2.8%, 기타 2%, 5세 미만 또는 언어 불능자 3.2%
종교 (2016년 추정치)	불교 또는 도교 27.9%, 개신교 6.7%, 로마 가톨릭 5.3%, 이슬람교 4.2%, 힌두교 1.4%, 시크교 0.2%, 기타 또는 무종교 54.3%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 13.2% (남성 505,718명/여성 459,956명) 15~64세: 64.8% (남성 2,123,216명/여성 2,609,102명) 65세 이상: 21.9% (2024년 추정) (남성 738,878명/여성 860,951명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 47.2세, 전 세계 7위 남성: 45.3세 여성: 48.6세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$485.559 조 (2023년 추정치) 전 세계 50위 \$470.434 조 (2022년 추정치) \$488.412 조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	3.22% (2023년 추정치), 전 세계 102위 -3.66% (2022년 추정치) 6.45% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$64,400 (2023년 추정치), 전 세계 24위 \$64,400 (2022년 추정치) \$65,900 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	0.1% (2022년 추정치)
주요 생산품	돼지고기, 가금류, 시금치, 채소, 돼지부속, 수렵육, 과일, 상추, 파, 돼지비계 등

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
홍콩의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	해당사항 없음
	발효	해당사항 없음
우리나라와의 체결현황 ²⁾	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	해당사항 없음
	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

홍콩 식품 시장은 2019년 267억 달러에서 연평균 4.2% 성장하여, 2023년 314억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 61억 달러에서 연평균 5.0% 성장하여, 2023년 75억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 23.7%를 차지했다.

수산물

수산물 시장규모는 2019년 45억 달러에서 연평균 3.7% 성장하여, 2023년 52억 달러로 증가했다. 2023년 수산물 시장규모는 전체 식품 시장의 16.7%를 차지했다.

채소류

채소류 시장규모는 2019년 35억 달러에서 연평균 4.1% 성장하여, 2023년 41억 달러로 증가했다. 2023년 채소류 시장규모는 전체 식품 시장의 13.2%를 차지했다.

<홍콩 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	26.7	27.9	29.2	30.1	31.4	100.0	4.3	4.2
육류	6.1	6.5	6.8	7.1	7.5	23.7	4.9	5.0
수산물	4.5	4.7	4.9	5.1	5.2	16.7	3.8	3.7
채소류	3.5	3.7	3.9	4.0	4.1	13.2	4.0	4.1
베이커리 및 곡물류	3.2	3.4	3.5	3.5	3.7	11.7	4.0	3.2
스낵류	2.4	2.4	2.6	2.7	2.8	9.0	6.0	4.4
과일 및 견과류	2.0	2.1	2.2	2.2	2.3	7.3	3.1	3.8
편의식품	1.7	1.7	1.8	1.9	1.9	6.0	2.7	3.3
낙농품	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	5.2	6.5	5.3
소스 및 향신료	0.7	0.8	0.8	0.8	0.9	2.7	3.7	3.9
유지류	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	2.0	3.2	3.4
스프레드 및 당류	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	1.3	5.3	4.1
펫푸드	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.8	4.2	7.1
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4	0.0	2.2

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 홍콩의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 3,564달러에서 연평균 4.2% 증가한 약 4,196달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 819달러에서 연평균 5.0% 증가한 약 994달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 23.7%를 차지했다.

수산물

2023년 수산물 소비액은 2019년 1인당 약 605달러에서 연평균 3.7% 증가한 약 700달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.7%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비액은 2019년 1인당 약 471달러에서 연평균 4.1% 증가한 약 552달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.2%를 차지했다.

<홍콩 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	3,564.0	3,719.0	3,897.0	4,023.0	4,196.0	100.0	4.3	4.2
육류	818.7	859.4	905.8	948.3	994.1	23.7	4.8	5.0
수산물	604.6	630.7	659.2	673.8	699.6	16.7	3.8	3.7
채소류	470.9	491.5	513.9	531.0	552.3	13.2	4.0	4.1
베이커리 및 곡물류	430.5	446.8	464.6	471.4	490.3	11.7	4.0	3.3
스낵류	316.4	325.3	345.6	355.4	376.1	9.0	5.8	4.4
과일 및 견과류	264.6	276.3	289.1	298.3	307.5	7.3	3.1	3.8
편의식품	222.2	231.2	241.0	247.6	254.1	6.1	2.6	3.4
낙농품	179.0	187.4	196.1	206.4	220.8	5.3	7.0	5.4
소스 및 향신료	97.9	101.8	105.9	109.7	114.0	2.7	3.9	3.9
유지류	74.2	77.3	80.7	82.8	85.2	2.0	2.9	3.5
스프레드 및 당류	45.1	47.6	50.5	51.2	53.3	1.3	4.2	4.2
펫푸드	25.5	29.3	29.3	31.7	33.0	0.8	4.2	6.7
영유아식품	14.0	14.4	15.1	15.6	16.1	0.4	3.2	3.5

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 홍콩의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 803kg에서 연평균 1.6% 증가한 약 856kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 275kg에서 연평균 1.4% 증가한 약 292kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 34.1%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 128kg에서 연평균 0.6% 증가한 약 131kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.3%를 차지했다.

과일 및 견과류

2023년 과일 및 견과류 소비량은 2019년 1인당 약 108kg에서 연평균 1.1% 증가한 약 113kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 13.2%를 차지했다.

<홍콩 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	802.6	812.0	827.8	839.0	855.9	100.0	2.0	1.6
채소류	275.4	277.8	282.5	286.6	291.5	34.1	1.7	1.4
베이커리 및 곡물류	128.1	128.4	128.9	128.4	131.3	15.3	2.3	0.6
과일 및 견과류	107.9	109.1	110.4	111.6	112.6	13.2	0.9	1.1
육류	95.1	99.3	103.9	107.7	111.5	13.0	3.5	4.1
낙농품	49.5	50.9	52.2	54.0	56.1	6.6	3.9	3.2
스낵류	39.9	38.6	40.1	39.8	40.4	4.7	1.5	0.3
수산물	29.4	29.9	30.2	30.3	30.8	3.6	1.7	1.1
편의식품	27.4	27.6	27.9	28.1	28.2	3.3	0.5	0.7
소스 및 향신료	16.4	16.6	16.7	17.0	17.3	2.0	1.8	1.2
유지류	12.9	13.1	13.2	13.3	13.4	1.6	0.8	0.9
펫푸드	9.5	9.5	10.3	10.9	11.1	1.3	2.1	4.1
스프레드 및 당류	10.1	10.3	10.5	10.4	10.6	1.2	1.8	1.3
영유아식품	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	0.1	1.9	1.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

홍콩 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.1% 성장하여, 2027년 384억 달러에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.8% 성장하여, 2027년 93억 달러에 달할 전망이다.

수산물

수산물 시장규모는 2023년 이후 연평균 4.2% 성장하여, 2027년 62억 달러에 달할 전망이다.

채소류

채소류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.3% 성장하여, 2027년 44억 달러에 달할 전망이다.

<홍콩 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	31.4	33.3	35.0	36.8	38.4	100.0	4.4	5.1
육류	7.5	7.9	8.4	8.9	9.3	24.3	5.3	5.8
수산물	5.2	5.5	5.8	6.0	6.2	16.1	3.3	4.2
채소류	4.1	4.4	4.6	4.9	5.1	13.2	4.5	5.3
베이커리 및 곡물류	3.7	3.9	4.1	4.3	4.4	11.5	3.8	4.7
스낵류	2.8	3.0	3.2	3.4	3.6	9.2	5.0	5.9
과일 및 견과류	2.3	2.4	2.5	2.7	2.8	7.2	3.4	4.6
편의식품	1.9	2.0	2.1	2.2	2.3	5.9	3.2	4.4
낙농품	1.7	1.8	1.9	2.0	2.1	5.4	5.0	6.1
소스 및 향신료	0.9	0.9	1.0	1.0	1.1	2.7	5.0	5.4
유지류	0.6	0.7	0.7	0.7	0.8	2.0	2.7	4.4
스프레드 및 당류	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	1.3	4.2	5.7
펫푸드	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.8	3.4	4.7
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4	7.7	3.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 홍콩의 식품 수출액은 약 83억 2,957만 달러로 전년 대비 1.9% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 107억 137만 달러에서 연평균 6.1% 감소했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 2.0%로, 수출 상위 6위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 8.3% 증가한 약 1억 6,313만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 16.8% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출 비중은 60.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.3% 감소한 약 50억 4,509만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 6.2% 감소하는 추세를 보인다.

마카오로의 식품 수출 비중은 16.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 20.7% 증가한 약 13억 5,671만 달러로 집계되었다. 마카오로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 4.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 베트남(6.9%), 대만(3.4%), 싱가포르(2.9%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<홍콩 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	10,701,365	8,089,193	8,983,215	8,171,851	8,329,569	100.0	1.9	-6.1
1 중국	6,519,259	5,624,284	6,337,175	5,504,283	5,045,088	60.6	-8.3	-6.2
2 마카오	1,133,948	882,791	1,045,015	1,123,603	1,356,708	16.3	20.7	4.6
3 베트남	1,109,804	262,187	417,669	162,341	572,795	6.9	252.8	-15.2
4 대만	411,509	328,481	185,369	372,087	280,291	3.4	-24.7	-9.2
5 싱가포르	224,143	147,765	204,810	114,393	237,825	2.9	107.9	1.5
6 한국	340,661	131,892	93,818	150,657	163,126	2.0	8.3	-16.8
7 미국	147,471	136,369	149,903	140,753	149,240	1.8	6.0	0.3
8 일본	87,040	66,721	80,814	70,129	54,607	0.7	-22.1	-11.0
9 캐나다	53,345	44,908	47,870	55,203	52,554	0.6	-4.8	-0.4
10 말레이시아	47,441	26,925	35,760	48,689	51,309	0.6	5.4	2.0

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

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 조제식료품, 식용설육(기타), 살구·체리(기타), 빵(기타), 주정음료(기타) 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

조제식료품 수출 비중은 12.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 17.1% 증가한 약 10억 2,495만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 17.5% 증가했다.

식용 설육(기타) 수출 비중은 5.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 123.9% 증가한 약 4억 8,902만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 18.1% 증가했다.

살구·체리(기타) 수출 비중은 5.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 67.5% 감소한 약 4억 1,831만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 14.0% 감소했다.

빵(기타) 수출 비중은 4.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 3.6% 감소한 약 3억 8,355만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.9% 증가했다.

주정음료(기타) 수출 비중은 4.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 82.3% 증가한 약 3억 6,802만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 14.3% 증가했다.

이 밖에도, 포도주(2ℓ이하)(4.3%), 두리안(4.2%), 무첨가우유·크림(3.6%) 등을 수출했다.

<홍콩 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	10,701,365	8,089,193	8,983,215	8,171,851	8,329,569	100.0	1.9	-6.1
1 조제식료품	538,595	743,837	916,145	875,504	1,024,945	12.3	17.1	17.5
2 식용 설육(기타)	251,144	42,254	91,500	218,455	489,019	5.9	123.9	18.1
3 살구·체리(기타)	764,728	849,068	1,074,379	1,288,806	418,309	5.0	-67.5	-14.0
4 빵(기타)	272,755	280,047	325,366	397,900	383,553	4.6	-3.6	8.9
5 주정음료(기타)	215,587	144,954	172,358	201,867	368,017	4.4	82.3	14.3
6 포도주(2ℓ 이하)	184,357	106,928	189,077	280,286	359,142	4.3	28.1	18.1
7 두리안	455,618	585,458	648,695	448,450	350,631	4.2	-21.8	-6.3
8 무첨가우유·크림	944,786	486,062	435,430	354,563	298,292	3.6	-15.9	-25.0
9 신선 포도	396,159	376,597	334,155	218,365	236,388	2.8	8.3	-12.1
10 초콜릿(기타)	185,929	138,929	148,783	128,176	178,113	2.1	39.0	-1.1

*주: HS CODE(2106.90, 0206.29, 0809.29, 1905.90, 2208.90, 2204.21, 0810.60, 0402.21, 0806.10, 1806.90)

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

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 홍콩의 식품 수입액은 약 208억 9,504만 달러로 2022년 대비 0.4% 증가했다. 최근 5년간 수입액은 2019년 약 249억 427만 달러에서 연평균 4.3% 감소했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 1.9%로, 수입 상위 14위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 3.4% 증가한 약 3억 9,975만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 2.5% 증가했다.

주요 수입국

중국에서의 식품 수입 비중은 38.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 14.5% 증가한 약 79억 7,095만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 5.8% 증가했다.

미국에서의 식품 수입 비중은 6.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 9.2% 감소한 약 13억 6,665만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 19.7% 감소했다.

이 밖에도, 일본(5.9%), 태국(4.8%), 브라질(4.8%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<홍콩 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	24,904,268	22,572,499	24,026,315	20,805,027	20,895,042	100.0	0.4	-4.3
1 중국	6,370,170	5,864,391	6,681,006	6,962,091	7,970,945	38.1	14.5	5.8
2 미국	3,284,348	2,140,646	1,903,874	1,505,285	1,366,648	6.5	-9.2	-19.7
3 일본	1,098,876	1,239,102	1,415,317	1,281,103	1,228,573	5.9	-4.1	2.8
4 태국	1,234,977	1,552,647	1,592,382	1,229,894	1,010,647	4.8	-17.8	-4.9
5 브라질	1,982,763	1,982,119	1,685,962	954,979	993,206	4.8	4.0	-15.9
6 호주	1,067,806	946,054	943,887	717,067	816,717	3.9	13.9	-6.5
7 칠레	1,421,788	1,275,363	1,878,897	1,583,257	788,921	3.8	-50.2	-13.7
8 프랑스	778,536	697,107	795,498	539,946	549,354	2.6	1.7	-8.3
9 싱가포르	491,810	362,777	481,167	403,503	525,514	2.5	30.2	1.7
10 인도네시아	480,615	449,559	378,001	450,084	475,884	2.3	5.7	-0.2
:								
14 한국	362,284	380,690	410,137	386,643	399,747	1.9	3.4	2.5

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

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 조제식료품, 포도주(2ℓ 이하), 물(기타), 냉동 쇠고기, 살구·체리(기타) 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

조제식료품 수입 비중은 6.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 19.5% 증가한 약 14억 4,039만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.6% 증가했다.

포도주(2ℓ 이하) 수입 비중은 4.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 6.0% 감소한 약 8억 8,429만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 4.4% 감소했다.

물 기타 수입 비중은 3.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 1.4% 증가한 약 6억 4,084만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 1.1% 증가했다.

냉동 쇠고기 수입 비중은 2.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 1.8% 증가한 약 6억 1,029만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 18.7% 감소했다.

살구·체리(기타) 수입 비중은 2.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 60.1% 감소한 약 5억 3,411만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 14.3% 감소했다.

이 밖에도, 식용 설육(기타)(2.5%), 냉동 돼지고기(2.4%), 무첨가 우유·크림(2.3%) 등을 수입했다.

<홍콩 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	24,904,268	22,572,499	24,026,315	20,805,027	20,895,042	100.0	0.4	-4.3
1 조제식료품	999,137	1,006,193	1,284,419	1,204,908	1,440,386	6.9	19.5	9.6
2 포도주(2ℓ 이하)	1,056,547	893,340	1,258,101	940,453	884,294	4.2	-6.0	-4.4
3 물(기타)	613,539	565,114	620,400	631,900	640,837	3.1	1.4	1.1
4 냉동 쇠고기	1,400,280	1,506,153	1,280,035	599,636	610,294	2.9	1.8	-18.7
5 살구·체리(기타)	989,897	862,291	1,587,255	1,340,018	534,114	2.6	-60.1	-14.3
6 식용 설육(기타)	1,011,098	948,456	951,087	595,802	528,505	2.5	-11.3	-15.0
7 냉동 돼지고기	447,854	556,156	596,045	460,481	510,089	2.4	10.8	3.3
8 무첨가 우유·크림	1,443,525	824,182	695,824	488,608	477,528	2.3	-2.3	-24.2
9 소스(기타)	251,673	267,931	321,703	481,287	452,099	2.2	-6.1	15.8
10 신선·냉장 채소(기타)	131,680	264,103	363,106	362,673	407,182	1.9	12.3	32.6

*주: HS CODE(2106.90, 2204.21, 2201.90, 0202.30, 0809.29, 0206.29, 0203.29, 0402.21, 2103.90, 0709.99)

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

1.7 | 對 홍콩 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對홍콩 수출액은 약 4억 8,541만 달러로 2019년 약 4억 1,331만 달러에서 연평균 4.1% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 82.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.7% 증가한 약 3억 9,885만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 연평균 5.2%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 11.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 21.0% 감소한 약 5,405만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 2.7%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 6.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.6% 증가한 약 3,028만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.1%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 0.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.4% 감소한 약 223만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.5%의 감소세를 보인다.

<한국산 對홍콩 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	413,306	432,218	453,641	445,449	485,413	100.0	9.0	4.1
농산물	326,218	324,835	360,186	347,772	398,854	82.2	14.7	5.2
수산물	60,396	59,512	54,345	68,381	54,049	11.1	-21.0	-2.7
축산물	23,900	45,073	36,655	26,426	30,283	6.2	14.6	6.1
임산물	2,791	2,799	2,454	2,871	2,227	0.5	-22.4	-5.5

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

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對홍콩 주요 수출 품목은 수출액 기준 **고체 자당, 조제식료품(기타), 맥주, 기타 무알코올 음료, 라면** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '기타 무알코올 음료(60.0% ↑)'와 '홍삼 조제품(14.2% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

고체 자당 수출 비중은 11.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.9% 증가한 약 5,469만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 13.0% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 7.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 28.1% 증가한 약 3,427만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.7% 증가했다.

맥주 수출 비중은 6.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.1% 증가한 약 2,945만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.7% 감소했다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 5.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 128.6% 증가한 약 2,837만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 60.0% 증가했다.

라면 수출 비중은 3.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.2% 감소한 약 1,672만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 7.0% 증가했다.

<한국산 對홍콩 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	413,306	432,218	453,641	445,449	485,413	100.0	9.0	4.1
1 고체 자당	33,499	32,306	43,678	44,486	54,688	11.3	22.9	13.0
2 조제식료품(기타)	22,003	22,691	33,067	26,741	34,267	7.1	28.1	11.7
3 맥주	31,497	25,138	27,659	24,120	29,454	6.1	22.1	-1.7
4 기타 무알코올 음료	4,331	4,537	8,249	12,407	28,366	5.8	128.6	60.0
5 라면	12,765	17,520	16,970	19,043	16,716	3.4	-12.2	7.0
6 홍삼(본삼)	14,388	9,277	10,361	8,205	15,878	3.3	93.5	2.5
7 신선 딸기	17,276	17,353	21,671	15,509	15,757	3.2	1.6	-2.3
8 신선 포도	5,452	6,584	8,924	7,595	9,035	1.9	19.0	13.5
9 홍삼조제품	4,568	5,204	5,283	3,206	7,758	1.6	142.0	14.2
10 조미김	1,758	7,327	6,952	6,998	7,321	1.5	4.6	0.4

*주: HS CODE(1701.99-0000, 2106.90-9099, 2203.00-0000, 2202.99-9000, 1902.30-1010, 1211.20-1391, 0810.10-0000, 0806.10-0000, 2106.90-3029, 2008.99-5010)

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

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 홍콩의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 977억 6,800만 홍콩 러에서 연평균 1.6% 성장한 1,042억 9,230만 홍콩달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 416억 5,020만 홍콩달러에서 연평균 0.4% 성장한 423억 1,000만 홍콩달러로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 40.6%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 284억 7,810만 홍콩달러에서 연평균 2.4% 감소한 258억 6,660만 홍콩달러로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 24.8%를 차지했다.

편의점

2023년 편의점의 규모는 2019년 136억 7,180만 홍콩달러에서 연평균 8.6% 성장한 189억 9,030만 홍콩달러로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 18.2%를 차지했다.

<홍콩 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위:백만 홍콩달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	97,768.0	99,715.7	96,159.2	102,237.1	104,292.3	100.0	2.0	1.6
슈퍼마켓	41,650.2	47,123.1	43,237.1	43,799.1	42,310.0	40.6	-3.4	0.4
전문판매점	28,478.1	24,860.5	24,196.3	24,752.8	25,866.6	24.8	4.5	-2.4
편의점	13,671.8	13,073.0	13,249.5	17,264.0	18,990.3	18.2	10.0	8.6
소규모 식료품점	13,472.3	14,179.0	14,980.0	15,913.2	16,597.1	15.9	4.3	5.4
포코트리테일러	495.6	480.2	496.4	508.0	528.3	0.5	4.0	1.6

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

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

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 홍콩의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 1만 6,995개에서 연평균 0.4% 감소한 1만 6,755개로 집계되었다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 1만 945개에서 연평균 0.9% 감소한 1만 556개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 63%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 3,876개에서 연평균 0.8% 감소한 3,754개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 22.4%를 차지했다.

편의점

2023년 편의점 매장 수는 2019년 1,340개에서 연평균 3.8% 성장한 1,554개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 9.3%를 차지했다.

<홍콩 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	16,995	16,465	16,340	16,406	16,755	100.0	2.1	-0.4
전문판매점	10,945	10,528	10,444	10,451	10,556	63.0	1.0	-0.9
소규모 식료품점	3,876	3,728	3,619	3,666	3,754	22.4	2.4	-0.8
편의점	1,340	1,337	1,411	1,412	1,554	9.3	10.1	3.8
슈퍼마켓	687	711	694	695	705	4.2	1.4	0.6
포코트리테일러	147	161	172	182	186	1.1	2.2	6.1

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

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

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Wellcome

DFI Retail Group의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 15.4%로 집계되었다.

② 7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 14.1%로 집계되었다.

③ ParknShop

AS Watson Group의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 12.1%로 집계되었다.

④ Fusion

AS Watson Group의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.8%로 집계되었다.

⑤ Circle K

Alimentation Couche-Tard Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 3.9%로 집계되었다.

<홍콩 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Wellcome	-	17.1	16.2	15.4	-4.9	N/A
2 7-Eleven	8.9	9.4	13.1	14.1	7.6	16.6
3 ParknShop	14.1	13.6	12.9	12.1	-6.2	-5.0
4 Fusion	5.7	5.2	5.1	4.8	-5.9	-5.6
5 Circle K	3.9	4.1	3.6	3.9	8.3	0.0
6 U select	2.9	3.4	3.3	3.2	-3.0	3.3
7 Best Mart 360	1.5	1.9	2.2	2.5	13.6	18.6
8 759 Store	2.1	2.0	1.5	1.4	-6.7	-12.6
9 TASTE	1.4	1.3	1.2	1.2	0.0	-5.0
10 InterNational	1.2	1.1	1.1	1.0	-9.1	-5.9

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

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Wellcome	창립연도	1945년
	점유율	15.4%	브랜드 국적	영국
	웹사이트	www.wellcome.com.hk	매장 수	279개
	- 일반 슈퍼마켓 브랜드로, 홍콩 전역에 위치함 - 매장 위치의 특성에 맞추어 최적화된 품목을 엄선하여 판매하는 등 공간을 효율적으로 활용함 - 2020년 자체 브랜드 Meadows를 출시하고 취급 품목을 확대하는 추세 - 신선식품 온라인 시장에 중점을 두고 온라인 쇼핑 애플리케이션을 강화함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Wellcome 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	7-Eleven	창립연도	1981년
	점유율	14.1%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.7-eleven.com.hk	매장 수	1,012개
	- 홍콩 내 편의점 브랜드 중 점유율 1위를 차지하고 있으며, 홍콩 전역에 위치해 접근이 용이함 - 편의점 택배, 현금인출, 공과금 납부 등 다양한 서비스를 제공하며, 다양한 자체 브랜드 상품을 활발하게 출시			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 7-Eleven 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	ParknShop	창립연도	1972년
	점유율	12.1%	브랜드 국적	홍콩
	웹사이트	www.parknshop.com/en	매장 수	159개
	- 일반 슈퍼마켓 체인점으로 홍콩 전역에 분포함 - 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체 브랜드 상품을 판매 - 온라인 사이트를 운영하며, 500홍콩달러 이상 구매 시 무료배송 서비스 제공			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: ParknShop 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	Fusion	창립연도	2014년
	점유율	4.8%	브랜드 국적	홍콩
	웹사이트	www.parknshop.com/en	매장 수	63개
	- PARKnSHOP과 같은 계열사의 고급 슈퍼마켓 브랜드로, 주거단지 밀집 지역 위주로 위치 - 모든 종류의 식음료 및 가정용품, 자체 브랜드 상품을 취급하고 있으며, 다양한 신선 농산물과 수입산 식료품을 취급함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Fusion 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	Circle-K	창립연도	1985년
	점유율	3.9%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.circlek.hk	매장 수	410개
	- 미국계 편의점 브랜드로 식음료뿐만 아니라, 잡지, 신문 등 다양한 제품을 판매 - 티켓팅, 현금인출, 공과금 납부 서비스 등 다양한 서비스를 제공하고 있음 - 자체 브랜드(Hot and IN)의 빵과 커피를 판매함			
매장 사진				
	외부 전경			
			내부 매대 전경	

*출처: Maxvalu 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 홍콩의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 0.8% 증가한 29억 9,900만 홍콩달러로, 2019년 이후 연평균 23.4%의 증가세를 보인다.

<홍콩 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 홍콩달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
1,292.1	2,182.5	2,436.5	2,975.9	2,999.0	0.8	23.4

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

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① HKTVmall

Hong Kong Technology의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 9.1%로 집계되었다.

② Amazon Marketplace

Venture Co Ltd Amazon.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.3%로 집계되었다.

③ Rakuten Marketplace

Rakuten Group Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.3%로 집계되었다.

④ Sasa

Sa Sa International Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.0%로 집계되었다.

⑤ Tmall Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.8%로 집계되었다.

<홍콩 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2023)>

(단위: %)

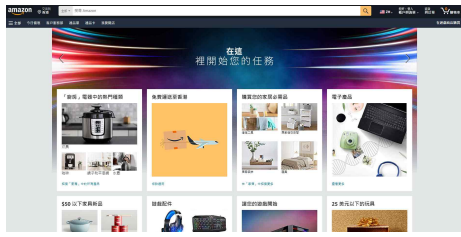
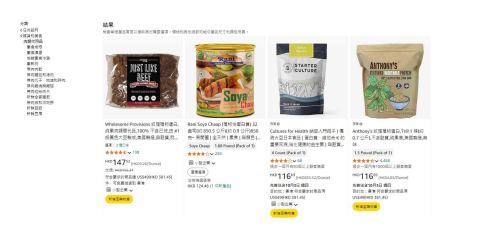
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 HKTVmall	-	8.8	9.1	9.1	0.0	N/A
2 Amazon Marketplace	5.2	4.4	4.3	4.3	0.0	-6.1
3 Rakuten Marketplace	-	0.9	1.1	1.3	18.2	N/A
4 Sasa	0.8	0.9	1.0	1.0	0.0	7.7
5 Tmall Marketplace	0.8	0.8	0.7	0.8	14.3	0.0
6 eBay Marketplace	1.0	0.9	0.6	0.6	0.0	-15.7
7 Watsons	0.2	0.3	0.4	0.4	0.0	26.0
8 ParknShop	0.1	0.1	0.2	0.2	0.0	26.0

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

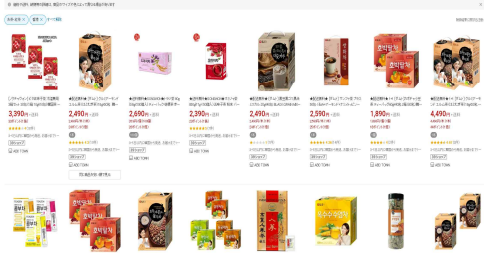
2.2.3 주요 식품 온라인 유통채널

	사이트명	HKTVMall	운영업체	Hong Kong Technology Venture Co Ltd
	점유율	9.1%	웹사이트	www.hktvmall.com
사진	- 홍콩 최대 종합 온라인 쇼핑몰로, 자체 배송 시스템 운영, 냉장·냉동 배송 가능, 배송 트럭 350대 보유 등 물류 인프라가 풍부하며 최근 물류 업체간 제휴를 통한 퀵커머스 'HKTVMall익스프레스' 런칭 - 한국식품을 전반적으로 취급하나, 신선식품의 비중은 낮음 - 셀프 픽업이 가능한 스마트락커 90곳 운영 - 식품, 패션, 미용, 가구, 스포츠, 가전제품을 취급함			
	사이트 화면			
				
		사이트 화면	스마트락커 서비스를 이용하는 소비자	

*출처: HKTVMall 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

	사이트명	Amazon Marketplace	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	4.3%	웹사이트	www.amazon.com
사진	- Amazon.com Inc 산하의 글로벌 B2C 전자상거래 브랜드 - 제과류, 시리얼, 주류, 그리고 냉동 간편식까지 다양한 종류의 식품을 폭넓게 판매			
	사이트 화면			
		사이트 내 식품 카테고리		

*출처: Amazon 홈페이지(www.amazon) 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

	사이트명	Rakuten Marketplace	운영업체	Rakuten Group Inc
	점유율	1.3%	웹사이트	Rakuten.com.hk
	- Rakuten Group Inc가 운영하는 B2C 온라인 유통채널 - 일본 최대의 종합 전자상거래 유통채널로, 홍콩으로 배송을 지원함 - 신선 농수산물, 가공식품, 한국산 식품 등 다양한 식품을 판매함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 한국식품 판매 페이지	

*출처: Rakuten 홈페이지, 「Retail in Hong Kong, China(2024.03.)」(유로모니터)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

홍콩의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 1,042억 9,230만 홍콩 달러에서 연평균 1.9% 성장하여 2027년 1,124억 6,750만 홍콩 달러에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 423억 1,000만 홍콩 달러에서 연평균 1.7% 성장하여 2027년 452억 8,100만 홍콩 달러에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 258억 6,660만 홍콩 달러에서 연평균 1.4% 성장하여 2027년 273억 2,270만 홍콩 달러에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2023년 189억 9,030만 홍콩 달러에서 연평균 3.7% 성장하여 2027년 219억 7,320만 홍콩 달러에 이를 것으로 전망된다.

<홍콩 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	104,292.3	106,399.5	108,594.5	110,571.9	112,467.5	100.0	1.7	1.9
슈퍼마켓	42,310.0	42,784.8	43,656.5	44,485.4	45,281.0	40.3	1.8	1.7
전문판매점	25,866.6	26,297.9	26,670.9	27,000.0	27,322.7	24.3	1.2	1.4
편의점	18,990.3	19,965.6	20,723.0	21,368.3	21,973.2	19.5	2.8	3.7
소규모 식료품점	16,597.1	16,806.2	16,984.2	17,143.5	17,299.7	15.4	0.9	1.0
포코트리테일러	528.3	544.9	559.9	574.7	591.0	0.5	2.8	2.8

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

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

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

홍콩의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 18.6% 성장하여, 2027년 59억 2,360만 홍콩 달러에 이를 것으로 전망된다.

<홍콩 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
2,999.0	3,340.4	3,567.5	5,200.0	5,923.6	13.9	18.6

*출처: 「Retail in Hong Kong, 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 홍삼(수출상위 품목)

2023년 한국산 홍삼 제품의 對홍콩 수출액은 전년 대비 114.6% 증가한 1,977만 6,500달러로 집계되었다. 면역력, 건강에 대한 관심이 높아지며 홍삼 제품의 수요가 증가하고 있으며, 한국산 홍삼은 높은 품질로 좋은 평가를 받고 있다.

홍콩에서 홍삼은 건강한 식재료로 인식되어 스틱이나 차와 같은 다양한 형태로 소비되며, 중산층이나 중장년층의 소비자가 주로 구매하는 것으로 나타났다. 홍삼은 프리미엄 식품이라는 인식이 강해 보편적으로 고급스러운 포장을 사용하고 있으며 한국산 제품의 경우 한국어를 포장에 사용해 한국산 제품이라는 사실을 강조한다.

홍콩에서 판매되는 중국산 홍삼 제품은 한국산에 비해 2배에서 4배 정도 저렴한 가격에 판매되고 있어 한국산 제품 대비 가격 경쟁력을 확보하고 있다. 홍콩 소비자들은 한국산 홍삼의 품질을 높게 생각하고 있지만 비싼 가격을 부담스럽게 느끼는 것으로 나타난다. 최근 경제 불황이 지속되며 홍콩 소비자들은 가성비 좋은 건강식품을 선호하는 추세이므로 고품질의 한국산 홍삼 성분을 활용한 가공품을 내세운 시장 확대 전략이 주효할 것으로 보인다.



*출처: HKTV Mall

▶ 출처

2023.03.17. 품목별 조사 보고서, 2022 홍콩 홍삼 (경쟁력 분석형), 한국농수산물유통공사
2024.04.18. 해외시장동향, [홍콩] 경기침체로 인한 식품소비 동향, 한국농수산물유통공사

② 라면(수출상위 품목)

2022년 기준 홍콩 면류 시장에서 인스턴트 면류의 비중이 92%에 달하는 것으로 나타났다. 홍콩으로의 한국 라면 수출액은 2023년 약 1,672만 달러로 집계되었으며 2019년 이후 연평균 7.0%의 성장세를 보이고 있다.

홍콩의 대표적인 라면 ‘공쯔아이미엔(公仔面)’의 가격이 가장 저렴한 것으로 나타났으나 현지 소비자는 공쯔아이미엔 면발이 쉽게 붙어 선호하지 않는 것으로 보인다. 대신 더 비싸더라도 일본산 ‘데마에잇초(出前一丁)’ 라면이나 쫄깃한 면발을 자랑하는 한국산 라면을 구매한다.

홍콩 소비자는 매운맛보다는 고소한 맛을, 고기 육수보다는 해산물이나 닭 육수를 선호하며 바지락, 달걀 등 실제 식재료의 모습을 담고 있는 라면을 선호한다. 또한 건강한 라면의 수요도 증가하고 있어 비유탕면(건면), 채소 토핑이 올라간 라면이 유행할 것으로 전망된다.

이에 매운 음식을 선호하지 않는 홍콩 소비자의 입맛을 고려한 제품이나 건강한 식재료를 사용한 제품 등으로 다양화해 홍콩 시장 내 경쟁력을 확보할 필요가 있다.



*출처: Parknshop

▶ 출처

2023.12.20. 기타보고서, 2023 지구촌리포트 138호(2023.12), 한국농수산물유통공사

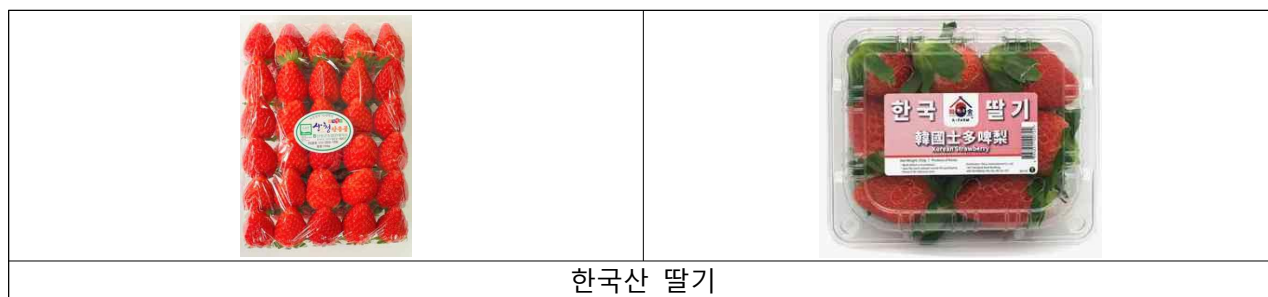
2022.07.18. 기타보고서, 2022 지구촌리포트 123호(2022.07), 한국농수산물유통공사

③ 딸기(수출상위 품목)

홍콩은 협소한 국토 면적으로 신선 농산물의 재배에 적합한 환경이 아니며, 이에 따라 신선 과일 수요의 대부분을 수입에 의존하고 있다. 이 중에서도 한국산 딸기는 홍콩 내 고평가되는 품목 중 하나로, 2023년 한국산 딸기의 對홍콩 수출액은 전년 대비 1.6% 증가한 1,576만 8,000달러로 집계되었다.

한국산 딸기는 설향, 매향, 금실 등 다양한 신품종과 우수한 품질이 장점으로 홍콩의 겨울 과일 시장에서 큰 인기를 얻고 있다. 한국산 딸기의 가장 큰 경쟁국은 맛과 품질이 비슷한 일본산 딸기이나, 홍콩 정부에서 오염수를 방류한 일본의 수산물의 수입을 금지하며 일본산 농수산물에 대한 방사능 오염 우려가 증가하였고, 이에 일본산을 대체할 수 있는 딸기로 한국산 딸기에 대한 관심이 더욱 커지고 있다.

홍콩 최대 베이커리 업체인 Maxim과 홍콩 유통업체 ParknShop에서는 2023년 한국산 딸기의 판촉전을 진행해 홍콩 소비자에게 좋은 반응을 얻었다. 이처럼 현지 업체와 협력을 이어가고 적극적으로 SNS와 인플루언서를 통한 홍보를 이어가 한국산 딸기의 인지도를 높일 수 있을 것으로 예상된다.



*출처: New World Mart

▶ 출처

2023.12.11. 품목별조사 보고서, 2023 홍콩 딸기 (시장 분석형), 한국농수산물유통공사

2023.01.31. 해외시장동향, 지금 홍콩, 인기 만발 한국산 딸기애플 중..., 한국농수산물유통공사

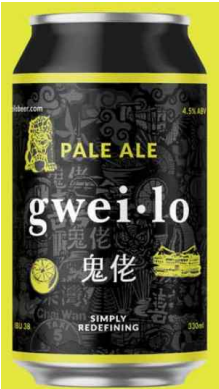
Fresh Fruits - Hong Kong, Statista

④ 주류(맥주)(수출상위 품목)

홍콩 주류시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 주류는 맥주와 와인으로, 2023년 기준 맥주의 시장규모는 9,500만 달러에 달한 것으로 파악된다. 홍콩의 높은 맥주 수요에 힘입어 2023년 한국산 맥주의 對홍콩 맥주 수출액은 2,945만 달러로 2022년 대비 22.1% 증가하였으며 수출액 기준 상위 3위에 올랐다.

최근 홍콩에서 주류의 양조 과정과 재료에 관심을 가지는 소비자가 많아져 수제 맥주(Craft Beer)의 인기도 높아지고 있다. 현지 매체 Business Direct에 따르면 지난 10년 동안 홍콩은 수제 맥주의 전성기를 맞고 있으며 25개가 넘는 로컬 양조장, 수많은 펍이 생기고 있다. 수제 맥주의 수입도 확대되고 있으며 현지에서 판매되는 한국산 맥주도 수제 맥주를 제품에 표시해 판매하는 모습이 보인다.

홍콩에서는 매해 10월 다양한 맥주 축제가 열리고 있으며 2022년 Tong Chong Street Market(糖廠街市集)에서 열린 맥주 축제에서는 다양한 현지 수제 맥주와 한국식 치킨을 포함한 세계의 요리가 제공되었다. 홍콩에서 한국 맥주를 맥주 축제와 접목한다면 좋은 홍보 기회가 될 것으로 보이며 다양한 한식 요리와 함께하는 이벤트를 통해 한국 주류의 인지도를 높일 수 있을 것으로 예상된다.

		
'수제맥주(Craft Beer)'가 표시된 한국산 맥주	홍콩 수제 맥주 'Gweilo'	홍콩 수제 맥주 'Young Master'

*출처: Parknshop, 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2024.06.12. 해외시장동향, [홍콩] 무알코올 음료시장 현황 및 전망, 한국농수산물유통공사

2024.02.19. 해외시장동향, [홍콩] 2024년 홍콩식품 트렌드, 한국농수산물유통공사

2022.10.26. 해외시장동향, 2022년 홍콩의 맥주 행사, 한국농수산물유통공사

【本地啤酒】探索香港本地啤酒市場！熱門香港啤酒牌子一覽, Business Direct

⑤ 우유제품(현지 소비 이슈 품목)

스태티스타(Statista)의 자료에 따르면 2024년 홍콩 우유 시장 규모는 약 7억 8,000만 달러로 예측되며, 2029년까지 연평균 약 5%의 성장률을 보일 전망이다. 2024년 8월 집계된 홍콩의 1인당 우유제품 소비량은 26.4kg으로, 연간 약 104달러를 소비하는 수준이다.

음용유로 소비되는 우유는 신선도와 안전성을 갖춘 자국산 제품에 대한 선호도가 높은 편이다. 홍콩은 지리적 특성상 우유의 원료를 대부분 수입에 의존하고 있으나, 홍콩 소비자는 원유를 수입해 자국에서 생산한 제품에 높은 신뢰를 보인다.

홍콩 슈퍼마켓 체인 ParknShop의 온라인 물에서는 홍콩산 우유제품이 강세를 보이고 있고 뒤를 이어 일본산, 한국산 등 수입 제품의 판매량이 많은 것으로 나타난다. 홍콩산 제품은 판매 페이지에 홍콩산이라는 사실을 강조하고 있으며 제품에도 홍콩에서 제조되었다는 원산지표시를 하며 자국에서 생산된 제품임을 강조하고 있다.

또한 홍콩에서는 우유를 활용한 다양한 간식이 소비되고 있으며, 이 중에서도 슈앙피나이(双皮奶)라고 불리는 우유푸딩은 홍콩에서 인기 있는 대표적인 우유 디저트 중 하나이다. 또한 홍차에 우유를 섞은 밀크티 소비가 활발해 하루에 홍콩에서 소비되는 홍콩식 밀크티는 약 250만 잔에 이를 것으로 추정된 바 있다. 이 외에도 홍콩 소비자는 따뜻하게 데운 우유를 간식이나 간단한 식사 대용으로 소비하는 등 음용유 소비 외 다양한 방법으로 우유를 소비하는 특징을 지니고 있다.



*출처: ParknShop

▶ 출처

2024.08.14. 해외시장동향, [홍콩] 성장세를 이어가는 홍콩의 우유 시장과 원산지표시 문제, 한국농수산물유통공사

2023.11.10. Where to find the best milk tea in Hong Kong, TimeOut
Milk, Statista

■ 3.2 | 소비트렌드

① 경기침체로 저가 식품을 찾는 홍콩 소비자들

홍콩의 경제 불황으로 저렴한 식료품에 대한 수요가 증가하는 추세이다. 또한 코로나19 기간 동안의 외출 통제로 배달 음식이나 도시락 전문점의 수요가 급격히 증가하였고, 이후 가성비 높은 식품 소비를 선호하는 양상으로 음식 소비문화가 변모하였다.

합리적인 소비 패턴을 선호하는 현상이 강해지며 홍콩 소비자들은 물가가 저렴한 지역을 방문해 식료품을 구매하는 모습을 보이기도 한다. 최근 홍콩에서 중국으로의 입국 절차가 간편해져, 소비자들은 지리적으로 인접한 중국 심천의 대형 할인매장에서 가성비 높은 식료품을 구매하는 행태를 보인다.

또한 유통기한이 임박한 상품을 저렴하게 판매해 가성비를 추구하는 소비자 요구에 부합하는 판매 전략도 주효하게 작용하고 있다. 홍콩 슈퍼마켓 브랜드 그린프라이스(GreenPrice)는 유통기한이 임박한 식품을 50% 이상 할인된 가격으로 판매해 홍콩 소비자 사이에서 인기를 끌고 있다. 이와 같은 판매 전략은 경제적으로 매력적이면서 환경을 보호할 수 있는 소비트렌드에 부합하며 영향력이 부상하는 추세이다.

이 외에도 비용 절약을 위해 고가의 프리미엄 제품 소비를 지향하는 반면, 가성비를 갖춘 양질의 식사를 선호하는 소비 패턴의 변화가 발생했다. 따라서 홍콩 내 고급 레스토랑을 방문하는 소비자는 줄어드는 반면, 합리적인 가격에 양질의 식사를 제공하는 식당은 매출이 증가하는 모습을 보인다.

▶ 출처

2024.04.18. 해외시장동향, [홍콩] 경기침체로 인한 식품소비 동향, 한국농수산물유통공사

2024.08.13. 해외시장동향, [홍콩] 2024년 홍콩 식품 트렌드

2023.12.22. 해외시장동향, [홍콩] 샘스클럽의 간편식품 인기, 한국농수산물유통공사

Hong Kong seafood demand "grim," as distributors warn situation could get worse, SeafoodSource

② 식품 낭비 방지를 위한 다양한 애플리케이션 출시

환경 보호에 대한 소비자의 인식이 높아지고 '지속가능성'이 새로운 소비트렌드로 떠오르며 홍콩에서 식품 낭비를 최소화하는 방안에도 많은 눈길이 모이고 있다. 이러한 추세에 발맞춰 홍콩에서는 소비자들이 합리적으로 식품을 소비하면서 식품 낭비를 방지할 수 있도록 서비스를 제공하는 식품 낭비 방지 애플리케이션이 출시되며 관심을 받고 있다.

츄프(CHOMP)는 2021년 홍콩에서 출시된 애플리케이션으로, 약 4,500여 명의 회원을 보유하고 있다. 홍콩 내 150개 이상 지역의 레스토랑 및 슈퍼마켓 등과 협력하여 이용자가 유통기한이 임박한 식품을 최소 25% 할인된 가격으로 구매할 수 있도록 한다.

굿테이크(GOODTAKES)는 홍콩의 소규모 식당이나 공공기관과 협력해 매일 판매되지 않은 한정된 제품을 최대 50%까지 할인해 판매하는 서비스를 제공한다. 해당 애플리케이션은 2022년 홍콩의 기술 창업 아이디어 대회인 테크톤(Techathon)의 사회 및 과학기술 분야에서 1등을 수상하였다.

2020년 태국에서 개발된 인디(Yindii)는 2023년 초 홍콩 시장에 진출하였고, 약 300개 이상의 현지 식품매장과 연계하여 유통기한이 임박한 고급 식품매장이나 호텔 식당의 프리미엄 식품을 최대 50% 할인하여 판매한다.

홍콩의 식품 낭비 방지를 위한 애플리케이션은 판매 식품 종류나 협력 업체에 약간의 차이가 있으나 궁극적으로는 유통기한이 임박한 식품을 폐기하는 대신 저렴한 가격에 소비자에게 연결해 주는 역할을 한다. 이러한 서비스는 최근 경기 불황으로 가성비 높은 식품을 선호하는 트렌드와 부합하며 인기를 얻고 있으며, 식품업계에서도 매일 유통기한이 초과되어 폐기되는 식품을 매출로 전환할 수 있어 효용이 발생하고 있다.

▶ 출처

2024.03.28. [홍콩] 식품 낭비 방지를 위한 식품 판매앱 출시, 한국농수산물유통공사

珍惜食物/善用惜食應用程式 優惠價享美食, Takungpao

惜食, GovHK

③ 홍콩의 K-레스토랑 열풍

홍콩에서 한국 음식에 대한 수요 증가와 더불어 한국 문화에 대한 관심과 선호가 증가하며 한국식 경험을 홍콩에서 체험할 수 있는 레스토랑이 인기이다. 최근 홍콩에서는 식재료부터 식당의 인테리어까지 한국식으로 구현한 레스토랑이 소비자의 큰 관심을 받고 있다.

기존 홍콩의 한식당들은 한국식 퓨전 요리를 판매하는 곳이 많았지만, 한국 음식에 대한 홍콩 소비자의 호기심과 수요가 증가하며 최근에는 감자탕, 닭볶음탕, 치킨 등 한국식 메뉴 그대로를 판매하는 식당이 많아졌다. 또한 한국의 유명 식당 프랜차이즈도 홍콩 변화가에 진출해 큰 인기를 끌고 있다.

주요 식재료를 한국에서 공급받아 고급 식사메뉴를 제공하는 파인다이닝 레스토랑도 생겨나고 있다. 해당 식당은 한국산 식재료를 사용함은 물론 메뉴의 이름도 한글 발음을 그대로 영어로 표기해 한국적인 이미지를 내세우며 주목받고 있다.

젊은 세대 소비자에게 한국식 '포차'도 좋은 반응을 얻고 있다. 코로나19 이전 한국식 포차는 주로 교민들이 찾는 장소였으나, 최근 젊은 소비자의 한국 문화에 대한 관심이 증가하며 한국 포차 분위기를 그대로 재현한 식당이 생겨나고 있다. 한국식 포차 형태의 주점에는 주로 홍콩의 젊은 세대가 주 고객층으로, 소비자들은 마치 한국으로 여행을 온 듯한 분위기를 느낄 수 있다는 점을 매력으로 느끼는 것으로 나타났다.



한국식 파인다이닝 레스토랑 메뉴



홍콩의 한국식 포차 매장

▶ 출처

2024.05.31. [홍콩] 파인다이닝, 프랜차이즈, 포차 등 스토리텔링으로 MZ감성 소비자 유혹, 한국농수산물유통공사

The best Korean restaurants in Hong Kong, Time out

④ 무알코올 음료 소비 확대

홍콩 소비자의 알코올 소비량이 꾸준히 감소함과 동시에 무알코올 주류를 더 선호하는 모습을 보이고 있다. 음주가 건강에 미치는 영향에 대한 인식이 확산되고 '책임감 있는 음주' 문화가 형성되며 과음을 지양하거나 금주하는 소비자들이 늘어나고 있으며, 이러한 추세는 특히 젊은 세대에서 주로 나타난다. 홍콩 보건국의 조사에 따르면 15세에서 24세의 홍콩 시민 중 '지난 일 년 동안 과음을 했다'고 응답한 비중은 2020~2022년 3.6%로 집계되어 2018~2019년 15.3% 대비 크게 감소한 것으로 나타났다.

이러한 음주 소비트렌드 변화에 맞춰 홍콩 내 주류회사와 주류를 판매하는 외식업소에서도 무알코올 주류를 출시 및 판매하고 있다. 홍콩의 무알코올 주류시장은 무알코올 맥주와 무알코올 와인의 비중이 높게 나타난다. 또한 무알코올 주류에 대한 소비자 관심 증가로 무알코올 샴페인이나 무알코올 칵테일 등 무알코올 주류의 유형이 다양화되는 추세이다.

홍콩 맥주 브랜드 칼스버그(Carlsberg)는 알코올 도수 0.0%의 무알코올 맥주를 출시했고, 칭다오에서는 무알코올 맥주에 레몬을 첨가해 풍미를 높인 제품을 출시해 소비자로부터 호평을 받았다. 홍콩 고급 레스토랑에서도 무알코올 주류를 찾는 소비자의 요구에 부합하기 위해 무알코올 칵테일이나 샴페인 등을 판매하고 있다.

 Carlsberg 0.0	 TSINGTAO LEMON	
칼스버그에서 출시한 무알코올 맥주	칭다오에서 출시한 레몬 첨가 무알코올 맥주	홍콩 외식업소로 유통되는 고급 무알코올 음료

▶ 출처

2024.06.12. 해외시장동향, [홍콩] 무알코올 음료시장 현황 및 전망, 한국농수산물유통공사

2024.02.19. 해외시장동향, [홍콩] 2024년 홍콩식품 트렌드, 한국농수산물유통공사

As more Gen Z in Hong Kong go alcohol-free and booze consumption falls, new luxury zero-alcohol drinks pairings are on the rise at restaurants, South China Morning Post

Carlsberg Alcohol Free Beer - Probably The Best Alcohol Free Beer In The World!, Carlsberg

As more Gen Z in Hong Kong go alcohol-free and booze consumption falls, new luxury zero-alcohol drinks pairings are on the rise at restaurants, South China Morning Post

⑤ 운영 효율화 위해 로봇 도입하는 홍콩 외식업계

홍콩 외식업계에서는 인건비 및 운영비 상승, 인력난 등에 대응하기 위해 푸드테크를 도입하는 추세이다. 조리, 주문 접수, 서빙, 배달을 로봇에 맡겨 비용을 절감하고 운영 효율화를 도모하려는 목적이다.

홍콩 최초의 로봇 주방 레스토랑인 헤스티아 키친(Hestia Kitchen, 燧记厨房)은 로봇이 조리한 매운 치킨, 마파두부, 사천식 소고기볶음, 계란찜 등 6가지 요리를 만들어 손님에게 제공한다. 해당 조리 로봇은 2시간 내 약 200가지 요리를 완성할 수 있어 주방 운영 비용을 30~50%까지 줄일 수 있고, 영업이익률 또한 9~15% 증가할 수 있는 것으로 나타났다.

중국 로봇제조업체 푸두로보틱스(Pudu Robotics, 普渡科技)의 레스토랑용 서빙 로봇은 홍콩 외식업계에서 사용되는 로봇의 약 95% 이상을 차지한다. 해당 기업에서 출시한 소형 로봇은 55cm 폭의 통로도 무리 없이 지나다닐 수 있어, 주로 면적이 작은 홍콩의 식당에서 선호되고 있다. 해당 로봇은 차량용 독립 서스펜션 시스템, 지능형 감응 트레이, 3D 장애물 회피, 듀얼 슬램(SLAM) 위치 인식 및 내비게이션 시스템 등 기술을 탑재하고 홍콩의 지형적 특성을 잘 파악하고 있어 레스토랑 내 서빙뿐만 아니라 배달까지 가능해 홍콩 식당에서 쓰기에 안성맞춤이라는 평가를 받는다.



푸두로보틱스의 서빙로봇



푸두로보틱스의 서빙로봇

▶ 출처

2024.06.11. 홍콩 최초 로봇 식당, "3분이면 치킨 요리 똑딱", 로봇신문

2023.08.10. 中 푸두로보틱스, 홍콩 시장 잠식...점유율 95%, 로봇신문

新經濟浪潮/港食肆機器人炒菜 做到米芝蓮標準, TaKungPao

《香港01》报道：普渡在香港送餐机器人市场占有率达95%, Pudu

走訪香港首間機器人廚房餐廳, Bauhinia Magazine

人手短缺 | 提升顧客體驗、改善管理 機械人紓人手荒食肆食客齊得益, Hket

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 홍콩의 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
식품안전청 업체 등록	· 홍콩 식품 수입·유통업체는 'Food Trade 포털'을 통해 업체등록 완료 · 제출서류: ①식품 수입 및 판매업자 등록 신청서(FEHE 245) ②냉동 당과류, 육류·가금류·계란, 우유 및 유제품의 경우 별도로 요구하는 서류	홍콩 수입업체
수입허가 취득	· 홍콩 도착 후 7일 이내에 수입허가 취득 및 수입허가증 발급 완료 · 대상품목: ①냉동육 ②동물 ③쌀 ④인삼 등 특정 한약재 ⑤멸종위기 식물 및 동물 ⑥오리, 닭 등 가금류	홍콩 수입업체
수입신고	· 입항일로부터 14일 이내 홍콩 해관에 수입신고서 및 제반서류 제출 · 제출서류: ①세관신고서 ②수입허가증(필요시) ③상업송장 ④선하증권 ⑤포장명세서 ⑥수출계약서 등	홍콩 수입업체
수입검사	· 물품명·HS코드에 따라 일부 물품을 임의로 선별한 뒤 현장검사 진행 · 수입검사 비율은 높지 않은 편이며, 고위험식품에 대해 임의로 검사 실시 - 고위험식품: ①식육 및 가금류(달걀 포함) ②외래 식육 ③우유 및 우유 음료 ④냉동 제과 ⑤수산물 ⑥식물 ⑦살아있는 동물 ⑧멸종 위기종 · 검사 완료시까지 약 2~3일이 소요	홍콩 수입업체
관세 납부 및 반출	· 주류·담배 등 일부 품목에 대해서만 관세를 납부하고 물품 반출 가능	홍콩 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 홍콩 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
----------------	--

▶ 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"> <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	● 홍콩 수입요건으로 지정된 품목을 수출하거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 홍콩으로 육류 및 가금류, 유제품 등을 수출하거나 홍콩 수입업체의 요구가 있는 경우, 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 UNI-PASS를 통해 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td><td> ①수출식물검사전청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td></tr> <tr> <td>축산물검역</td><td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td></tr> </table>	식물검역	①수출식물검사전청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사전청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	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

② 홍콩 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 홍콩 수입통관 제도

개요	● 홍콩은 자유무역항으로 수입통관·검역 절차가 원활하게 진행되며, 자국 식품 수입 업체에게 수출국에서 발행한 위생증명서를 취득한 식품을 유통할 것을 권장 · 전체 품목 중 97% 이상, 즉 대부분의 식품을 무관세로 수입할 수 있음 · 일반적으로 수출 후 14일 이내 통관 절차가 완료됨 · 홍콩 식품안전청(Centre for Food Safety, CFS)은 홍콩 수입업체에게 식품의 위생 기준을 보장하기 위해 '섭취용으로 적합하다'는 것을 증명할 수 있는 원산지 국가 발행 위생증명서를 취득하는 것을 권장함 · 또한, 부패 등 식품 위험성이 높은 식품군(육류, 가금류, 달걀, 유제품, 아이스크림, 수산물)에 대해 별도의 행정 조치를 시행 중임
----	---

▶ 홍콩 수입통관·검역 절차

수입 및 유통업체 등록	● 홍콩 수입업체는 식품 수입 전 홍콩 식품안전청에 '수입 및 유통업체 등록' 완료 필수 · 홍콩 식품안전청(CFS)은 홍콩으로 수입되는 대부분의 가공식품에 대해 별도의 수입허가와 필수적인 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음 · 다만, 홍콩으로 가공식품을 반입하기 위해서는 수입자가 현지 보건 당국에 식품 수입 및 유통업체등록을 완료해야 함 · 홍콩 수입업체는 식품 수입 및 판매업자 등록신청서(양식 FEHE 245)를 '식품무역 포털(Food Trade Portal)'을 통해 제출해야 함 · 등록은 3년간 유효하며, 만료 전 갱신 신청서(양식 FEHE 248)를 제출하여 갱신할 수 있음 · ①냉동 당과제품 ②육류 및 가금류 ③우유 및 유제품을 수입하는 홍콩 수입업체는 업체 등록 시 다음의 서류를 제출해야 함 <품목별 업체등록 제출서류> <table border="1"> <tr> <td>냉동 당과 제품</td><td> ① 원산지 관할 당국이 발행한 생산 공장 등록 증명서류 ② 제조사가 발행한 공급증명서, 및 생산시설 제조공정도 ③ 대장균균, 유리잔류염소 등의 결과를 포함한 생산공정에 사용되는 물의 품질검사 결과지 ④ 식품 화학적·미생물학적 품질검사 결과지 ⑤ 식품 빈 용기 샘플 ⑥ 식품 포장지 사진(상표명, 성분 등 라벨 필수표기사항을 식별할 수 있을 것) ⑦ 제품이 적절한 열처리와 위생적으로 취급·포장되었음을 증명하는 식품 원산지 당국이 발행한 인증서 </td></tr> </table>	냉동 당과 제품	① 원산지 관할 당국이 발행한 생산 공장 등록 증명서류 ② 제조사가 발행한 공급증명서, 및 생산시설 제조공정도 ③ 대장균균, 유리잔류염소 등의 결과를 포함한 생산공정에 사용되는 물의 품질검사 결과지 ④ 식품 화학적·미생물학적 품질검사 결과지 ⑤ 식품 빈 용기 샘플 ⑥ 식품 포장지 사진(상표명, 성분 등 라벨 필수표기사항을 식별할 수 있을 것) ⑦ 제품이 적절한 열처리와 위생적으로 취급·포장되었음을 증명하는 식품 원산지 당국이 발행한 인증서
냉동 당과 제품	① 원산지 관할 당국이 발행한 생산 공장 등록 증명서류 ② 제조사가 발행한 공급증명서, 및 생산시설 제조공정도 ③ 대장균균, 유리잔류염소 등의 결과를 포함한 생산공정에 사용되는 물의 품질검사 결과지 ④ 식품 화학적·미생물학적 품질검사 결과지 ⑤ 식품 빈 용기 샘플 ⑥ 식품 포장지 사진(상표명, 성분 등 라벨 필수표기사항을 식별할 수 있을 것) ⑦ 제품이 적절한 열처리와 위생적으로 취급·포장되었음을 증명하는 식품 원산지 당국이 발행한 인증서		

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="387 190 539 472">육류, 가금류, 계란</td><td data-bbox="539 190 1434 472"> ①동물 질병 상황 ②육류, 가금류, 계란의 위생 기준을 규율하는 법률 ③육류, 가금류, 계란의 취급·가공·생산·보관 및 운송을 위한 시설정보 ④생산 후 육류·가금류 검사에 대한 세부사항과 검사 과정을 담당하는 직원의 자격 ⑤위생증명서 ⑥위생증명서 발급기관명 </td></tr> <tr> <td data-bbox="387 472 539 936">우유 및 유제품</td><td data-bbox="539 472 1434 936"> ①원산지 관할 당국이 발행한 생산 공장 등록 증명서류 ②제조사가 발행한 공급증명서, 및 생산시설 제조공정도 ③대장균균, 유리잔류염소 등의 결과를 포함한 생산공정에 사용되는 물의 품질검사 결과지 ④식품 화학 검사 결과지 ⑤식품 미생물학적 검사 결과지 ⑥식품 유통기간에 대한 제조업체의 선언 ⑦식품 빈 용기 샘플 ⑧식품 포장지 사진(상표명, 성분 등 라벨 필수표기사항을 식별할 수 있을 것) ⑨제품이 적절한 열처리와 위생적으로 취급·포장되었음을 증명하는 식품 원산지 당국이 발행한 인증서 </td></tr> </table> ● 또한, 유리병 포장 음료를 수입할 경우, 홍콩 환경보호서에 업체 등록 필요 · 유리병 포장 음료의 공급업체(제조 및 수입업체)는 홍콩 환경보호서에 등록완료 후 홍콩에서 유리병 포장 음료를 유통할 수 있음 · 등록되지 않은 공급업체의 제품은 위법 사항으로 간주함 · 유리 용기 폐기물을 보관·처리·재가공 또는 재활용하는 경우, 시행일로부터 모두 폐기물 처리 허가증을 발급받아야 하며 수입 또는 수출 시에도 관련 허가증을 발급받아야 함 <홍콩 공급업체의 구비서류> ①등록 신청서 ②보관 및 신고 관련 기록 ③용기 재활용 부담금 납부 ④연간 감사보고서(음료 제품의 유리병 회수 및 재활용 계획이 있는 공급업체의 경우, 환경 보호서의 부담금 면제 신청 가능)	육류, 가금류, 계란	①동물 질병 상황 ②육류, 가금류, 계란의 위생 기준을 규율하는 법률 ③육류, 가금류, 계란의 취급·가공·생산·보관 및 운송을 위한 시설정보 ④생산 후 육류·가금류 검사에 대한 세부사항과 검사 과정을 담당하는 직원의 자격 ⑤위생증명서 ⑥위생증명서 발급기관명	우유 및 유제품	①원산지 관할 당국이 발행한 생산 공장 등록 증명서류 ②제조사가 발행한 공급증명서, 및 생산시설 제조공정도 ③대장균균, 유리잔류염소 등의 결과를 포함한 생산공정에 사용되는 물의 품질검사 결과지 ④식품 화학 검사 결과지 ⑤식품 미생물학적 검사 결과지 ⑥식품 유통기간에 대한 제조업체의 선언 ⑦식품 빈 용기 샘플 ⑧식품 포장지 사진(상표명, 성분 등 라벨 필수표기사항을 식별할 수 있을 것) ⑨제품이 적절한 열처리와 위생적으로 취급·포장되었음을 증명하는 식품 원산지 당국이 발행한 인증서
육류, 가금류, 계란	①동물 질병 상황 ②육류, 가금류, 계란의 위생 기준을 규율하는 법률 ③육류, 가금류, 계란의 취급·가공·생산·보관 및 운송을 위한 시설정보 ④생산 후 육류·가금류 검사에 대한 세부사항과 검사 과정을 담당하는 직원의 자격 ⑤위생증명서 ⑥위생증명서 발급기관명				
우유 및 유제품	①원산지 관할 당국이 발행한 생산 공장 등록 증명서류 ②제조사가 발행한 공급증명서, 및 생산시설 제조공정도 ③대장균균, 유리잔류염소 등의 결과를 포함한 생산공정에 사용되는 물의 품질검사 결과지 ④식품 화학 검사 결과지 ⑤식품 미생물학적 검사 결과지 ⑥식품 유통기간에 대한 제조업체의 선언 ⑦식품 빈 용기 샘플 ⑧식품 포장지 사진(상표명, 성분 등 라벨 필수표기사항을 식별할 수 있을 것) ⑨제품이 적절한 열처리와 위생적으로 취급·포장되었음을 증명하는 식품 원산지 당국이 발행한 인증서				
수입허가 취득	● 홍콩 식품환경위생부(Food and Environmental Hygiene Department, FEHD)에서 수입 허가 취득을 요구하는 품목은 사전에 수입허가증 취득 필요 · 홍콩 수입업체는 수입허가증 필수 발급 대상을 수입한 경우, '식품무역포털(Food Trade Portal)'을 통해 수입허가신청서를 홍콩 식품환경위생부에 제출해야 함 <홍콩 수입허가 취득대상 품목> ①냉동육 ④인삼 등 특정 한약재 ②동물 ⑤멸종위기 식물 및 동물 ③쌀 ⑥오리, 닭 등 가금류				
수입신고	● 홍콩 수입업체는 입항일로부터 14일 이내 홍콩 해관에 수입신고서 및 기타 서류를 제출해야 함 · 수입신고 시, 식품 수입신고서 양식(Form 1A)을 사용해야 함				

	<홍콩 수입신고 제출서류> ①수입허가증(필요 시) ②상업송장 ③선하증권 등 운송서류 ④포장명세서 ⑤수출계약서 ⑥성분분석표(필요 시) ⑦세관신고서 ⑧원산지 증명서(필요 시) · 수입신고 건당 0.2홍콩달러의 비용을 지불해야 하며 홍콩 정부가 지정한 서비스 업체를 통해 해당 절차를 수행해야 함 <홍콩 정부가 지정한 수입신고 서비스 업체> Brio Electronic Commerce Limited Global e-Trading Service Limited Tradelink Electronic Commerce Limited
수입검사	● 홍콩 해관의 수입식품 검사 비율은 매우 낮으나 물품명·HS Code에 따라 일부 물품을 임의로 추출해 현장검사를 시행 · 검사 비율이 낮으므로 사전 제출한 수입식품에 대한 정보를 바탕으로 위험성이 낮은 화물은 신속하게 통관하도록 하고 있음 · 홍콩 식품안전센터는 어류 및 수산물, 냉동육류, 가금류, 달걀, 유제품, 냉동당과류 등 위험성이 높은 식품에 대해 임의로 검사를 실시할 수 있음 <홍콩 고위험 식품 예시> ①식육 및 가금류(달걀 포함) ②외래 식육 ③우유 및 우유 음료 ④냉동 제과 ⑤수산물 ⑥식물 ⑦살아있는 동물 ⑧멸종 위기종 ⑨건강기능식품 ⑩식용 지방 및 식용유 · 검역 완료까지는 2~3일이 소요되며, 해관 관리구역에서 진행되는 검사 비용은 수입업체가 부담하지 않으나, 검사 중 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입업체가 부담함 · 일반 식품의 경우, 식품 품질 확인이 가능한 수출국의 위생증명서를 사전에 수출입 서비스를 통해 온라인으로 제출할 경우 신속한 통관이 가능함
관세 납부 및 물품 반출	● 홍콩은 일반 수출입 화물에 대해 비관세 정책 유지 중 · 자유무역항인 홍콩은, 주류 및 담배 등을 제외한 일반 수출입 화물에 대한 관세 및 기타 제세가 부과되지 않음 · 관세 납부 후 물품을 보세구역에서 반출하면 수입통관 과정이 완료됨

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 신선 과채류 등 식용 농산물은 식물검역증명서(Phytosanitary Certificate) 없이 휴대·화물 수출가능 - 재식용인 경우에는 수출검역조건에 대해 상대국에 사전 확인 필요
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 주요 신선·건조 농산물 중 수출이 금지되어 있는 품목은 없음
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원료 정보 · 유통기한	· 섭취방법 · 보관조건(필요 시) · 제조사 정보	· 용량 · 알레르기 정보 · 영양성분
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	- 포장식품의 표기 및 라벨링은 영문 혹은 중문으로 표기하거나, 공용 가능 - 식품 표기 및 라벨링에 영문과 중문이 혼용되었을 경우엔 성분목록 또한, 영문과 중문을 혼용하여 표기	
	제품명	- 포장식품은 식품의 이름 및 명칭을 명료하게 표기 - 식품의 특성과 관련하여 오해의 소지가 있는 경우 이름 뒤 '상표' 또는 'TM 3mm 높이 이상으로 표기	
	원료 정보	- 포장된 식품은 성분 목록을 읽기 쉽게 표기 혹은 라벨링하되, "Ingredients", "Composition", "Contents" 또는 유사한 의미를 가진 단어로 표기 - 제품에 포함되어 있는 원료의 중량 또는 용량에 따라 내림차순으로 작성 - 식품 내 함유된 각 성분(물은 식품 전체 부피의 5%보다 적게 차지할 경우 제외함)은 식품 포장 당시 무게 또는 부피가 큰 것에서 작은 순으로 열거 - 식품첨가물이 사용된 경우 해당 식품 첨가물의 기능 분류와 정확한 명칭 또는 INS 번호 또는 'E'+INS ID번호 성분을 기능 등급별로 나열 - 식품의 특정 성분이 성분 목록에 중량 백분율 또는 실제 양에 대한 선언이 이루어지지 않은 이상 특별히 강조할 수 없음	
	제조사 정보	포장식품은 표기 및 라벨링에 제조업자 또는 포장업자의 업체명, 사업명과 주소 또는 자세한 거주지 또는 주요 사무실 명시	
	수량, 무게, 부피	포장식품에 명확하게 수량, 총 무게 또는 총 부피를 표시	
	유통기한	- 포장식품은 적절한 유통기한을 지칭할 수 있는 읽기 쉬운 표기 또는 라벨링을 해야 함 - 영문 "Best before"와 "此日期前最佳(차일기전최가)" 표기에 이어 유효날짜를 표기하되 날짜는 적절한 식품 저장을 전제로 무리 없이 뚜렷한 가치를 존속할 수 있는 기간을 의미	
	보관방법	포장된 식품에 특별한 저장 조건이 요구될 시 해당 조건을 읽기 가능하게 표기하거나 라벨링에 기술	
	알레르기 정보	- 알레르기 항원이 포함된 경우, 성분목록에 알레르기 항원을 반드시 표시 - 알레르기 항원: 글루텐을 함유한 곡물(밀, 호밀, 보리, 귀리 및 이들의 교배종과 부산물)을 포함하는 곡류, 또한, 갑각류, 어류, 난류, 땅콩, 대두류, 견과류 및 우유(락토오스 포함)와 그 부산물	

		등이 알레르기 유발 성분에 해당함
	영양성분	• 칼로리와 주요 7대 영양소(단백질, 탄수화물, 지방, 포화지방산, 트랜스지방산, 염분, 당류)의 함유량을 표시해야 하며 그 외의 요소는 자발적 기재 가능 • 탄수화물이 식이섬유가 포함되어 있지 않은 함유량이면, 식이섬유 함유량도 반드시 별도로 표시해야 함 • 영양성분표는 영어 또는 중국어로 표기할 수 있으나 함유량은 아라비아 숫자로 표시해야 함 • '저지방', '고섬유질', '낮은 콜레스테롤'과 같은 영양소와 관련된 표현은 식품의 유형에 따라 사용할 수 있는 기준이 규정되어 있음 • 영양성분은 표로 만든 형태로 제품의 눈에 잘 띄는 위치에 제공되어야 하며 표면적이 200cm²인 경우 선형으로 표시 가능
	기타	• 일부 방부제, 색소를 비롯한 식품 첨가물의 남용이 건강을 해칠 수 있다는 이유로 식품 제조 과정에서 사용된 식품첨가물 종류를 라벨링하도록 규정함 • GMO 식품에 대한 사전 평가제도를 도입하고 있으며, 유전자조작 식품 첨가물이 3%이상 함유되어있을 경우 의무적으로 라벨 표시 • 제조사명 및 소재지가 명시되어있을 경우 수입자 정보·원산지의 표기는 선택 사항

*출처: 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

비스킷류

라벨링 사진



표기항목	표기내용																																							
제품명	Chiffon Cake Orange Flavour 雪芳蛋糕 香橙味(쉬폰 케이크 오렌지 맛)																																							
원재료명(원료원산지명)/ 첨가물	- 蛋 - 糖 - 小麥粉 - 粟米油 - 鮮奶(5.7%) - 水 - 玉米澱粉 - 乳清粉 - 膨脹劑 - (含有酸度調節劑(170)) - 鹽含有抗結劑(536)) - 調味劑含有抗氧化劑(307) - 防腐劑(202) - 酸度調節劑(330) - 色素(160a)含有穩定劑(1450) - 抗氧化劑(316, 451) - 酸度調節劑(330)	- 계란 - 설탕 - 밀가루 - 옥수수기름 - 우유(5.7%) - 물 - 옥수수전분 - 유청가루 - 팽창제(450,500) - (산도조절제 포함(170)) - 소금(고화방지제 포함(536)) - 조미료(향산화제 포함(307)) - 방부제(202) - 산도조절제(330) - 색소(160a), (온정제 포함(1450)) - 향산화제(361, 451) - 산도조절제(330)																																						
순중량	淨重：60克	중량: 60g																																						
유통기한	외부 포장지 참조																																							
보관방법	存儲條件：Please store in a cool and dry place 請儲存放陰涼幹爽處	그늘지고 건조한 곳에 보관하십시오																																						
제조사 정보	進口商 The Garden Company Limited 58 Castle Peak Road, Kowloon, Hong Kong.																																							
전화	Customer Service Hotline 顧客服務熱線 (852) 2360 3160	(고객서비스정보) (852) 2360 3160																																						
영양성분	<table><tr><th colspan="2">Nutrition Information 營養資料</th></tr><tr><th colspan="2">Per 每100g克</th></tr><tr><td>Energy能量</td><td>367kcal千卡</td></tr><tr><td>- Protein蛋白質</td><td>7.5g克</td></tr><tr><td>Total Fat總脂肪</td><td>12.8g克</td></tr><tr><td>- Saturated Fat</td><td>2.2g克</td></tr><tr><td>- Trans Fat</td><td>0.0g克</td></tr><tr><td>Carbohydrate總碳水化合物</td><td>54.3g克</td></tr><tr><td>- Sugars</td><td>34.9g克</td></tr><tr><td>Sodium鈉</td><td>374mg毫克</td></tr></table>	Nutrition Information 營養資料		Per 每100g克		Energy能量	367kcal千卡	- Protein蛋白質	7.5g克	Total Fat總脂肪	12.8g克	- Saturated Fat	2.2g克	- Trans Fat	0.0g克	Carbohydrate總碳水化合物	54.3g克	- Sugars	34.9g克	Sodium鈉	374mg毫克	<table><tr><th colspan="2">영양 성분 100g 당</th></tr><tr><td>에너지</td><td>367kcal</td></tr><tr><td>단백질</td><td>7.5g</td></tr><tr><td>총 지방</td><td>12.8g</td></tr><tr><td>- 포화 지방</td><td>2.2g</td></tr><tr><td>- 트랜스 지방</td><td>0.0g</td></tr><tr><td>탄수화물</td><td>54.3g</td></tr><tr><td>- 설탕</td><td>34.9g</td></tr><tr><td>나트륨</td><td>374mg</td></tr></table>	영양 성분 100g 당		에너지	367kcal	단백질	7.5g	총 지방	12.8g	- 포화 지방	2.2g	- 트랜스 지방	0.0g	탄수화물	54.3g	- 설탕	34.9g	나트륨	374mg
Nutrition Information 營養資料																																								
Per 每100g克																																								
Energy能量	367kcal千卡																																							
- Protein蛋白質	7.5g克																																							
Total Fat總脂肪	12.8g克																																							
- Saturated Fat	2.2g克																																							
- Trans Fat	0.0g克																																							
Carbohydrate總碳水化合物	54.3g克																																							
- Sugars	34.9g克																																							
Sodium鈉	374mg毫克																																							
영양 성분 100g 당																																								
에너지	367kcal																																							
단백질	7.5g																																							
총 지방	12.8g																																							
- 포화 지방	2.2g																																							
- 트랜스 지방	0.0g																																							
탄수화물	54.3g																																							
- 설탕	34.9g																																							
나트륨	374mg																																							

■ 5.2 | 인증제도

① 홍콩 Societe Generale de Surveillance S.A.

식품안전에 관한 인증

인증명	Societe Generale de Surveillance S.A.	인증로고	
발행·검사기관	SGS-CSTC 지사	필수 여부	권장
목적	식품유통 단계의 투명성과 제품의 추적성을 높이기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서(RFI), 선적 서류(인보이스, 패킹리스트 신청서, 신용장, 위생증, 검역성적표 등)		

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

② HACCP 인증

식품생산 과정에서의 위생에 관한 인증이다.

인증명	HACCP 인증	인증로고	
발행·검사기관	홍콩 품질 보증 기관 (Hong Kong Quality Assurance Agency)	필수 여부	선택
목적	농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서, 성분 검역성적표 등		

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

⑤ GMP 인증

식품의 생산 안전성과 생산 품질을 보증하기 위한 인증이다.

인증명	GMP 인증	인증로고	
발행·검사기관	홍콩 SGS 지점 또는 타 공인인증기관	필수 여부	선택
목적	식품의 생산 안전성과 생산 품질을 보증하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서 및 인증기관에서 요청하는 서류 등		

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

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[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 다르다. 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=%ED%99%8D%EC%BD%A9&page=1&srchGubun=427

[위생·안전]

2023년 6월 1일부터 진균독소 3종 및 유해물질 5종의 강화된 최대 함량 기준 발효

2023년 6월 1일부터《2021년 식품 중 유해 물질(개정) 규제》의 (*)진균독소 3종(아플라톡신, 데옥시니발레놀, 파툴린)과 기타 유해물질 5종(벤조피렌, 글리시딜 지방산 에스테르, 멜라민, 3-MPCD, 에루스산)의 최대 함량 기준을 강화한 조항이 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97948

[규정·제도]

가금육 및 가금류 제품에 대한 한국의 수입 중단 조치 지역 및 수입 중단 조치 해제 지역 공고

강화군, 상주시, 성주시 생산 가금육 수입 불가, 이외 일부 지역은 수입 중단 조치가 해제되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97662

[규정·제도]

유리 음료 용기 생산자 책임 계획 시행(2023년 5월 1일 시행)

홍콩은 유리 음료 용기의 재활용 촉진을 위하여 《유리 음료 용기의 생산자 책임 계획》을 발표하고, 2023년 5월 1일부터 시행한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97057

[규정·제도]

한국 일부 지역의 가금육 및 가금류 제품에 수입 잠정 중단 공고

고병원성 H5N1 조류독감 발생이 확인된 해당 지역의 가금육과 가금류 제품(계란 포함)에 대해 수입 잠정 중단 조치가 시행되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96954&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

한국 경상북도 예천군의 가금육 및 가금류 제품 잠정 수입 중단

2022년 10월 21일, 홍콩 식품환경위생서는 고병원성 H5N1 조류독감이 발생한 경상북도 예천군의 가금육과 가금류 제품(계란 포함)에 대해 수입 잠정 중단 조치를 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96400&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun