

수입제도 및 현안 모니터링 (수시)

(2013년 3월 15일)

(상하이 aT)

구분	항 목	일자 및 출처	주 요 내 용	대처 및 처리방향
I. 통관	1.통관 제도 일반	3월1일 홍콩 위생국	□ 홍콩 정부, 여행객 분유 반출량 제한 조치 ○ 주요내용 - 2013년 2월 22일 홍콩정부에서는 <2013년 수출입 조례(개정안)> 발표 - 동 조례에는 홍콩에서 출국하는 개인이 반출 가능한 분유를 2통까지로 제한하는 내용이 포함되어 있음 ✓ 홍콩정부 분유 반출 제한 내역 ○ 16세 이상인 출국자가 분유 1.8kg 이상을 소지하고 출국하는 것을 금지 - 분유의 제일 큰 통의 무게가 0.9kg인 것을 감안하면 1인당 2통까지만 소지 가능 - 연령제한은 어린이를 이용하여 분유를 추가적으로 반출하는 것을 막기 위함 ○ 동 조례는 2013년 3월 1일부터 발효	□ 한국산 분유 대 중국 수출확대의 호기 ○ 중국 분유 시장은 연간 500억위안(약 9조원)으로 추산되고, 이중 수입브랜드가 70%이상 장악하고 있음 ○ 한국산 분유의 경우 '12년 약 23백만불이 수출되어 급격하게 확대되고 있으나 전체 시장규모에 비하면 미미한 상황 - 한국산 분유는 인지도가 낮아 주요 분유 판매처인 대형유통매장 입점율이 매우 낮고 대도시 및 지방도시 베이비샵 및 교민시장 위주로 판매되고 있음 ○ 홍콩정부의 동 조치로 중국 내 분유 대체 소비가 늘어날 것으로 전망되어 대 중국 마케팅 강화 필요

홍콩 정부, 여행객 분유 반출량 제한 조치

(2013.3.14/상하이AT센터)

1. 홍콩정부 분유 반출 조치 개요

- 2013년 2월 22일 홍콩정부에서는 <2013년 수출입 조례(개정안)> 발표
 - 동 조례에는 홍콩에서 출국하는 개인이 반출 가능한 분유를 2통까지로 제한하는 내용이 포함되어 있음

<홍콩정부 분유 반출 제안관련 공고>

The screenshot shows the official website of the Hong Kong Government, specifically the Food and Hygiene Department. The header includes the Hong Kong Government logo and the text '香港特別行政區政府 食物及衛生局'. Below the header, there is a navigation bar with links to 'GovHK 香港政府一站通', '简体纯文字', '繁體版', and 'ENGLISH'. A search bar and a '网页指南' (Website Guide) link are also present. The main content area features a '最新消息' (Latest News) section with a globe icon. The headline reads '《2013年进出口(一般)(修订)规例》' (The 2013 Import and Export (General) Regulations (Amendment)). The text below the headline states: '政府于二零一三年二月二十二日在宪报刊登《2013年进出口(一般)(修订)规例》(修订规例), 规定除非获工业贸易署署长发出许可证, 否则禁止从香港输出供36个月以下婴幼儿食用的配方粉。修订规例由二零一三年三月一日起生效。' (The Government published the '2013 Import and Export (General) Regulations (Amendment)' in the Gazette on 22 February 2013. The amended regulations stipulate that it is prohibited to export from Hong Kong formulae for infants and young children under 36 months of age for consumption, unless a license is issued by the Director of Industrial Trade Regulation. The amended regulations will come into effect on 1 March 2013.) A sub-headline below reads '任何人若违反修订规例, 即属犯罪, 一经定罪, 可处罚款50万元及监禁两年。' (Any person who contravenes the amended regulations commits an offence. Upon conviction, he/she may be fined \$500,000 and imprisoned for two years.)

✓ 홍콩정부 분유 반출 제한 내역

- 16세 이상인 출국자가 분유 1.8kg 이상을 소지하고 출국하는 것을 금지
 - 분유의 제일 큰 통의 무게가 0.9kg인 것을 감안하면 1인당 2통까지만 소지 가능
 - 연령제한은 어린이를 이용하여 분유를 추가적으로 반출하는 것을 막기 위함
- 동 조례는 2013년 3월 1일부터 발효
- 동 조례발표는 중국인들이 홍콩에서 분유를 사재기 하여 홍콩 내 분유 품귀현상 발생을 막기 위한 조치임
 - 중국에서는 자국산 분유에 대한 불신으로 인하여 많은 중국 여행자와 보따리상들이 홍콩에서 분유를 구매, 중국으로 반입하고 있음
 - 동 조례를 어길 시에는 최고 HKD 50만 (약 75백만원) 혹은 2년의 구속의 처벌 가능

2. 조례 발효 이후 동향

- 2013년 3월 1일부터 2일까지 이틀간 홍콩인 26명과 중국인 19명을 비롯하여 총 45명이 홍콩에서 중국으로 수입 분유를 반출하려다 적발

3. 향후 전망

- 중국인들의 자국산 분유에 대한 불신이 뿌리 깊어 외국산분유에 대한 선호도가 높음
 - 중국 분유 시장은 연간 500억위안(약 9조원)으로 추산되고, 이중 수입 브랜드가 70%이상 장악하고 있음
 - * 2008년 멜라민 분유사건 발생 전 중국산 분유의 시장점유율은 약 60%였으나 갈수록 수입 분유의 시장점유율이 높아지는 상황.
- 그동안 상당한 양의 분유가 홍콩에서 중국으로 유입되었던 것을 감안하면 중국내 분유 판매량이 증가 할 것으로 전망됨
 - 동 조치로 인하여 보따리상들이 주로 찾는 일부 홍콩 상가의 분유 판매량이 최고 80% 감소
- 한국산 분유의 대 중국 수출에도 긍정적으로 향후 현지 인지도 제고를 통한 대형유통매장 입점 판매 확대를 위한 노력이 요구됨

<홍콩정부 분유 반출 제한관련 공고>

Import and Export (General)(Amendment) Regulation 2013
(Effective on 1 March 2013)

Regulation The new Regulation prohibits the unlicensed export of powdered formula, including milk powder and soya milk powder, for infants and children under 36 months.

Exemption Those aged 16 or above are exempt on their first departure within a 24-hour period, and each may take two cans of powdered formula with a total net weight up to 1.8 kilograms out of Hong Kong.

Offenders may face a fine of \$500,000 and imprisonment for 2 years

離境 Departures →

離境新例已實施 限帶兩罐你要知
离境新例已实施 限带两罐你要知
New Regulation has Commenced
Observe the Two-Can Limit

《2013年進出口(一般)(修訂)規例》
由二零一三年三月一日起生效
《2013年進出口(一般)(修訂)規例》
由二零一三年三月一日起生效

Import and Export (General)(Amendment) Regulation 2013 - Effective on 1 March 2013

配方粉
Powdered Formula
淨重 0.9公斤
Net Weight: 0.9 KG

食物及衛生局
Food and Health Bureau
www.fhb.gov.hk

중국 유아용 분유 시장현황

(2013.3.14/상하이aT센터)

1. 중국 분유시장 규모

- 중국 분유 시장은 연간 500억 위안(약 9조원)으로 추산되고, 이중 수입브랜드가 70%이상 장악하고 있음
- 2008년 멜라민 분유사건 발생 전 중국산 분유의 시장점유율은 약 60%였으나 갈수록 수입 분유의 시장점유율이 높아지는 상황

2. 중국 분유 국가별 수입현황

- 관세코드 : 19011000
- 제 품 : 유아용 분유제품
- 세 율 : 최혜국관세(5%), 보통관세(40%), 증치세(17%)
- 2012년 국가별 분유 수입액

	국가별	수입액(달러)
1	네덜란드	242,415,370
2	싱가포르	221,411,140
3	뉴질랜드	190,287,796
4	프랑스	136,842,556
5	아일랜드	81,080,354
6	덴마크	42,015,353
7	호주	39,700,502
8	한국	31,273,411
9	미국	19,147,287
10	독일	15,738,556
11	스위스	11,621,093
총 계		1,031,533,418

* 자료원 : 해관통계

- 대 중국 분유 수출(완제품) 1위 국가는 네덜란드(Friso), 2위는 싱가포르(Abbott) 등의 순이며 한국은 대 중국 수출 8위임
- 완제품 수입이외에도 수입분유를 수입하여 현지에서 재포장 판매하는 업체가 많아 총 수입액은 통계 보다 훨씬 많은 것으로 추정

3. 중국 분유시장 주요 브랜드

- 2011년 전국 분유 10대 브랜드 중에서 중국산 브랜드는 5개
 - 중국산 분유 주요 브랜드 : 이리(伊利), BeingMate(貝因美), Synutra(圣元), Yashily (雅士利), FIRMUS(飛鶴)
- * 자료원 : 中国行业研究网
- 수입 분유 주요 브랜드 : Dumex, Meadjohnson, Nestle, Abbott, Wyeth

4. 중국 분유시장 점유율

- 2011년 5대 외국브랜드의 시장점유율은 60%에 달하며 중국 1선도시에서는 수입 분유가 주도적인 시장 점유율을 가지고 있음
 - 1선도시에서의 외국산 분유 시장점유율은 90%이상
 - 1선시장에서 중국산브랜드의 점유율은 약 2% 정도로 추산되며 중국산브랜드는 대부분 2, 3선 도시에서 판매됨.

* 자료원 : 中国行业研究网

5. 중국 분유시장 유통현황

- 최근 중국산 분유 브랜드도 고가 전략을 추진하고 있으나 뿌리깊은 중국 소비자들의 자국산 분유 불신으로 쉽지 않은 상황
 - 외국분유의 이윤율은 60%, 70%에 달하며 심지어 프리미엄상품들은 80%에 달하나 중국산 분유의 이윤율은 40, 50% 대에 불과
 - 중국산 고가 분유 유통현황
 - 보통 300위안이상인 중국산 고가분유는 생산원가가 약 85위안정도
 - 생산자는 100위안정도에 경소상에게 판매, 경소상들은 200위안 정도에 판매상에게 판매, 리테일가격은 300위안정도의 가격
 - 중국산 분유들도 외국브랜드와 비슷하게 네이밍을 하여 외국산 분유인 것처럼 포장을 하거나 외국에서 생산하는 등의 수단으로 판매가격을 높이려 노력하고 있지만 "가짜외국브랜드" 스캔들에 휩싸이는 등 쉽지 않은 상황

6. 중국 분유시장 주요 브랜드 현황

순위	수입 분유 브랜드	Logo	시장점유 율(2011)	홈페이지	비고
1	多美滋 Dumex		16.76%	http://www.dumex.com.cn/index.htm	100년 넘는 프랑스브랜드. 2012년 별래가 검출되는 등 사고 발생. 중국시장 1위 브랜드
2	美贊臣 MeadJohnson		12.06%	http://www.meadjohnson.com.cn/	100여년 역사가 있는 미국기업. 2007년에 이미 중국에서 30억 위안의 판매액을 기록.
3	雀巢 Nestle		10.58%	http://www.nestle.com.cn/	145년 역사가 있는 스위스 브랜드. 2012년 Wyeth 인수함.
4	雅培 Abbott		7.29%	http://www.abbottnutrition.com.cn/	120년 되는 미국 브랜드.
5	惠氏 Wyeth		4.72%	http://www.wyethbb.com.cn/web/guest	세계500대 기업 중 하나. 2012년 118억달러로 Nestle에 합병. Wyeth분유시장의 60%는 아시아, 30%는 유럽(대부분 영국), 남은 10%는 남미에 있음.
출처: 大衆网 http://paper.dzwww.com/jjdb/data/20120427/html/12/content_4.html					
순위	국산 분유 브랜드	Logo	매출액 (2011)	홈페이지	비고
1	伊利 Yili		56억	http://www.yilibabyclub.com/	중국유제품최대기업 중 하나. 본부는 내몽골에 설립. 2012년 수입 329.09억 위안(전부 상품)을 실현했으며 그중 분유와 분유유관 상품의 매출액은 56억 위안에 달함.
2	貝因美 BeingMate		42억	http://www.beingmate.com/	중국본토브랜드, 본부 항주에 설립. 2010년 1-10월 중국분유시장 10.8% 차지하고 3위로 등극. 국산 브랜드 중 성장속도가 제일 빠름
3	圣元 Synutra		24~25억	http://www.shengyuan.com.cn/	칭다오 국산브랜드. 2008년 5월까지 시장점유율이 최고로 10.66%까지 갔다고 함.
4	雅士利 Yashili		18억	http://www.yashili.com/	중국 본토 광둥분유브랜드.
5	合生元 BiosTime		17억	http://www.biostime.com.cn/	프랑스브랜드라고 주장하지만 사실은 국산브랜드. 2012년 매출액 30억 위안을 초과. "가짜 외국브랜드" 스캔 들 많이 나고 있음.
출처: 中國經濟网 http://china.ec.com.cn/article/cnchanjing/cncjupdates/201206/1199583_1.html					