

중국 김치시장 현황 및 한국산 수출확대 방안

자료작성 : aT베이징지사

주요 내용 및 시사점

□ 김치 위생기준 개정현황

- 한국산 김치는 중국 내 별도 위생기준이 없어 대중국 수출시 ‘열처리된’ 파오차이(泡菜) 위생기준을 적용해 사실상 수출이 불가능한 상황
 - 기존 위생기준(GB 2714-2003)에 의하면 대장균군(coliform group) 100g당 30마리 이하가 검출되어야 하나, 자연 발효식품인 김치의 경우 해당 위생기준 통과가 불가
 - * 파오차이 : 소금에 절인 채소를 다듬어 탈염, 조미료 첨가, 밀봉을 거쳐 만든 절임채소

- 중국의 신규 김치 위생표준인 절임채소식품안전국가표준"(醬腌菜食品安全國家標準 GB 2714-2015)에는 한국산 김치 수출에 장벽이었던 대장균군 기준이 비열균발효형 제품(김치)에는 적용되지 않음

* 한국 김치는 자연발효를 거쳐 제품원료가 열균처리를 거치지 않은 제품

항목	표본채취 ^a 및 제한수치(CFU/g로 표시)				검사방법
	n	c	m	M	
대장균군 ^b	5	2	10	10 ³	GB 4789.3 평판통계법

^a샘플채취 및 처리는 GB4789.1에 따름

^b비열균발효형제품은 제외

□ 중국 김치생산 현황

- 중국은 연간 약 30만 톤의 김치를 생산하여 그중 24만톤은 한국 등 해외 수출 6~7만톤은 내수용으로 소비하는 것으로 추정
- 제조업체는 한국독자기업, 한중합자기업, 교포기업 등의 형태가 있으며, 산둥성, 랴오닝성, 지린성을 중심으로 공장형 한국식 김치 생산이 증가
 - * 30만 톤 중 약 20만 톤이 산둥성에서 생산되며, 그중 산둥성 칭다오에서 약 8만톤 생산
 - * 김치 생산업체는 중국 전역에 100여 개로 추산되며, 그중 산둥성에 약 70% 이상 밀집

□ 유통 및 판매현황

- 한국산 김치는 대형마트, 프리미엄 마켓, 백화점, 슈퍼마켓, 한식당 등에 유통되며, 소비량이 많지 않아 전용매대가 아닌 냉장 코너에 타 절임식품과 같이 진열·판매
 - * 유통방식은 현지 대리상을 통한 유통과 직판형태가 있음
- 중국 소비자는 김치를 요리용이 아닌, 생김치를 밥, 면 등과 함께 먹으며, 남은 김치는 냉장고에 보관했다가 맛이 변질(신맛 등)될 경우 버리는 경우가 많아 소포장 제품 선호
 - * 포장단위는 40g, 80g의 미니 포장부터 200g, 300g, 400g, 500g, 1kg이상까지 다양
- 제품은 배추김치, 맛김치를 선호(소비량의 70~75%) 차지하며, 20~30대 여성층 구매가 많은 편임
- 생산 후 유통기한은 보통 3개월이나 실제 유통 가능기간은 45일 정도. 실제 생산 후 한달 이상된 제품은 과숙하여 판매 애로
 - * 생산 후 바로 출하되어 대리상 등의 유통경로를 거쳐 매장에 진열되기까지는 약 7일 소요
 - * 숙성이 많이 진행된 제품은 소비자 판매가 어렵고, 다른 활용방안이 없어 대부분 폐기처분

<베이징 까르푸 냉장코너에 판매 중인 한국김치>

		
CJ 백옥 배추김치 4.9위엔/200g	아리랑 배추김치 11.3위엔/400g	수이탕 배추김치 15.9위엔/480g

□ 김치 수출절차

- 수입 HS코드 : 2005.9999.90 (관세 25%, 증치세 17%)
 - * 타 미냉동 채소, 식초 혹은 산 이외의 방법을 이용한 제조 혹은 저장한 제품의 기타제품
- 한국산 김치가 수출이후 현지 매장까지 납품되는 기간은 약 20~25일 전후가 소요
 - 선적 전 사전준비
 - * 중국 CIQ(중국출입경관리검험검역국) 홈페이지를 통한 수출업체 등록(업체명, 연락처, 취급품목 등)
 - * 중국 CIQ(중국출입경관리검험검역국) 리벨링 등록(리벨링은 사전에 심사 및 등록필요 / 영업일 기준 10~20일소요)
 - 수입항구 도착
- 수입항구 도착이후
 - 보관단(報關單) 발급, 중국해관 관세납부
 - * 보관단(報關單) : 중국 해관(세관)에 신고하는 수입신고서(물량, 금액 등)
 - CIQ 지정 창고입고 및 성분검사용 샘플채취
 - 샘플 시험검사 및 위생증서 발급(위생증 발급은 영업일 기준 5~10일 내외)
 - * 다만 샘플 성분검사 강화 및 검사항목 전수조사 시에는 7~20영업일 내외 소요
 - CIQ 지정 창고에서 제품반출

□ 수출확대 전략

- 제품 및 포장방면
 - 중국 현지산 김치와 제품 맛 차별화 필요(배추의 아삭함, 매운 맛 차별화 등)
 - 국내 배추, 양념채소류 수급안정화 → 제품 수출가격 안정화
 - 발효과정에서 생기는 부풀어 오른 현상에 대한 설명 포장 삽입 → 제품 폐기량 감소 효과
 - 현지인 소비성향에 맞게 소포장(1회용) 제품 개발(소매가 기준 10위엔 이내)
 - 김치 요리 레시피 소개 추가, 유리용기 및 캔슈머 용기 사용
- 유통방면
 - 1인당 소비단가가 높은 고급 백화점, 대형마트 위주 입점
 - 현지 수입상, 대리상 발굴 및 매장 내 전용 냉장매대 확보
 - 냉장의 경우 비용절감을 위해 위탁물류를 이용하고 운송 시 온도 체크 철저필요
- 마케팅 등
 - 김치에 대한 인지도는 높으나, 재료, 발효 등 세부적인 정보에 대해 현지 소비자 이해 부족. 김치 세부정보 전달을 위한 온라인, TV 등 광고 필요
 - 정기적인 유통매장 판촉 및 시식행사를 통한 신규 소비층 확보
 - 중국 김치시장 개방에 따른 경쟁적인 수출(저가·저품질 제품공급 등) 조절 필요