

중국 수입 유기식품
현지 시장 동향
조사 및 진출 전략

CONTENTS



요약문

I. 중국 유기식품의 정의 및 분류	1
1. 중국 유기식품 정의	2
2. 중국 유기식품시장 분류	3
II. 중국 유기식품 인증과 수입제도	7
1. 중국 식품 품질안전 관련 법률체계	8
2. 중국 유기식품 인증제도 및 절차	10
3. 국제표준과 연관성	12
4. 중국 유기식품 수입 제도	32
III. 중국 국내 유기식품 시장 분석	72
1. 중국 유기식품 시장 규모	82
2. 중국 유기식품 유형	103
3. 중국 유기식품 유통 현황	133
4. 중국 유기식품 소비 현황	104
IV. 중국 수입 유기식품 시장 분석	74
1. 수입 유기식품 시장 규모	84
2. 수입 유기식품 유형	105
3. 수입 유기식품 유통 현황	135
4. 수입 유기식품 소비 현황	85

V. 한국 유기식품의 대중국 진출 전략4· 6

별첨 & 참고문헌07

<그림 차례>

- ◆ 그림 1-1 중국 품질안전 인증 대상 식품 4
- ◆ 그림 2-1 중국 식품안전체계 및 유기식품 관련 정책법규 9
- ◆ 그림 2-2 중국국가지식재산권 상표국에 등록된 녹색식품 인증표시4..... 1
- ◆ 그림 2-3 중국 유기인증표시의 모양과 색에 관한 규정5..... 1
- ◆ 그림 2-4 중국 유기식품 인증기관 로고(예시)5..... 1
- ◆ 그림 2-5 유기식품 인증 절차6· 1
- ◆ 그림 2-6 외국 유기인증: 수입품 중 본국 유기인증표시2..... 2
- ◆ 그림 2-7 글로벌 전자상거래 업체의 해외직구 수입 절차5..... 2
- ◆ 그림 2-8 글로벌 전자상거래 소비자 주문의 수입통관 절차6..... 2
- ◆ 그림 3-1 중국 유기식품 시장규모 추이 및 전망(2014~2023년)8..... 2
- ◆ 그림 3-2 인증 건수 기준 중국 유기식품 유형별 비중(2019년)0..... 3
- ◆ 그림 3-3 중국 유기식품 유형별 매출액과 비중(2019년)1..... 3
- ◆ 그림 3-4 중국 내 유기식품 오프라인 유통채널4..... 3
- ◆ 그림 3-5 탕산상허구(唐山尚禾谷)의 허마센성 PB상품 사례5..... 3
- ◆ 그림 3-6 유기식품 전문매장 하이퀄리티6... 3
- ◆ 그림 3-7 종합 포털사이트 유기식품 판매 화면7... 3
- ◆ 그림 3-8 신유통방식으로 운영하는 온·오프라인 점포9..... 3
- ◆ 그림 4-1 중국 유기식품 수입 상대국 상위 10위 국가의 수입액(2019년) ...9..... 4
- ◆ 그림 4-2 연도별 중국 유기인증 취득한 국가와 유기식품 기업, 인증서 수 ...0..... 5
- ◆ 그림 4-3 중국 유기인증 취득 수입 유기식품의 유기인증 표기 상황1..... 5

- ◆ 그림 4-4 중국 유기인증을 취득하지 않은 수입 유기식품의 유기인증 표기 상황 …2…… 5
- ◆ 그림 4-5 수입 유기식품의 오프라인 판매경로 ……………4…… 5
- ◆ 그림 4-6 수입 유기식품의 신유통모델 온·오프라인 매장 판매상 ……………5…… 5
- ◆ 그림 4-7 온라인 쇼핑몰에서 수입 유기식품 홍보 방식 ……………7…… 5
- ◆ 그림 4-8 징둥몰의 호주 벨라미스 제품유형별 판매경로 ……………8…… 5
- ◆ 그림 4-9 덴프스 하이고고 어린이 성장분유의 온·오프라인 매장 판매 상황 ……3…… 6

<표 차례>

- ◆ 표 1-1 중국 무공해농산물, 녹색식품, 유기식품의 구분 …………… 5
- ◆ 표 2-1 유기인증 관련 법률법규의 현행 개정판 ……………0…… 1
- ◆ 표 2-2 중국 품질안전 인증 대상 식품 관련 법률법규 ……………2…… 1
- ◆ 표 2-3 유기식품 인증 범위(식품 분야) ……………4…… 1
- ◆ 표 2-4 COFCC의 유기식품 인증 비용(예시) ……………9…… 1
- ◆ 표 2-5 CCIC를 통한 한국 내 중국유기인증 신청 방법 ……………0…… 2
- ◆ 표 3-1 중국 유기식품 종류와 대표 브랜드 ……………1…… 3
- ◆ 표 3-2 영유아 분유 가격 비교 ……………2· 4
- ◆ 표 3-3 저온우유 가격 비교 ……………2· 4
- ◆ 표 3-4 상온우유 가격 비교 ……………3· 4
- ◆ 표 3-5 영유아 식품 가격 비교 ……………4· 4
- ◆ 표 3-6 두유(식물성 우유대체 음료) 가격 비교 ……………5…… 4
- ◆ 표 3-7 조미료(간장) 가격 비교 ……………5…… 4
- ◆ 표 4-1 징둥몰의 영유아 유기분유 상위 10위 매출액 브랜드 제품 ……………0…… 6
- ◆ 표 4-2 징둥몰의 주요 국내외 영유아 제품의 판매가격 비교 ……………2…… 6

요약문

I. 중국 유기식품의 정의 및 분류

- 중국 유기식품(有机食品)은 생산 과정에서 농약, 화학비료, 화학방부제 등 화학자재는 물론이고 성장조정물질, 항생제, 유전자변형(GMO) 기술을 전혀 사용하지 않은 농산물과 가공식품을 가리키며, 국제적으로 사용되는 오가닉푸드(Organic Food)에 해당
 - 중국의 식품 안전문제가 끊임없이 이슈화 되고 중국 소비자의 우려 목소리가 커지자 중국 정부는 ‘녹색식품’, ‘유기식품’ 개념을 도입하여 식품 품질의 안전관리체계를 정비함.
- 중국의 품질안전 인증 대상은 유기식품, 녹색식품(AA등급, A등급), 무공해농산물이 있으며, 유기식품이 가장 높은 품질과 안전성을 보장하고 인증 기준이 엄격함.
 - 중국 내 녹색식품과 유기식품, 세계 각국의 대중국 수출 유기식품이 우리나라 유기식품의 주요 경쟁제품인 것으로 분석

II. 중국 유기식품 인증과 수입제도

- 중국은 <식품안전법>에 근거해 <유기식품 인증관리방법>, <유기식품인증실시규칙>, <유기식품 국가표준(GB/T19630-2019)>를 제정하여 유기식품 인증체제를 마련했으며, 주무기관은 국가시장감독관리총국(SAMR)임.
 - 중국 내에서 유기식품을 생산, 가공, 수입 및 판매하기 위해서는 반드시 유기인증을 취득해야 하며, 중국 유기인증이 없는 제품은 포장에 ‘유기’ 문구를 사용하지 못함.
 - 지정된 인증기관을 통해 신청하며 유기인증 비용은 생산 및 판매규모에 따라 다르나 일반적으로 최소 2만 위안 이상, 신청 소요시간은 약 4-6개월임.
- 현행 중국의 유기식품 인증 시 요구되는 환경과 제품 품질 수준은 국제표준과 유사하며, 유기식품 외 녹색식품 AA등급도 해외 유기인증 수준에 근접
 - 녹색식품 인증제도는 중국 기업의 내수 판매 및 수출용으로 적용범위가 국한되어 있어 해외 기업이 대중국 수출시 받을 수 있는 인증은 유기인증임.
 - 중국과 유기인증 상호 동등성 인정 협약을 체결할 경우, 중국 유기인증 신청 절차 없이 본국의 유기인증이 인정되어 ‘유기’ 로 표시해 수입할 수 있음.

- 중국은 해외 유기식품의 수입 이후 온·오프라인 일반 판매 목적인 수입과 글로벌 전자상거래만을 통한 판매를 목적으로 하는 수입 등 판매 경로가 다름에 따라 각각 다른 제도를 시행하고 엄격한 감독관리를 진행함.
- 국제 혹은 본국 유기인증을 취득했으나 중국 유기인증을 취득하지 않고 일반식품으로 수입된 유기식품은 유기인증 표기를 가리고 일반식품으로 판매해야 함.
- 중국 유기인증을 취득하지 않고 글로벌 전자상거래 판매 목적으로 수입된 유기식품은 온라인을 통해 직접 소비자에게 판매하며, 재판매를 진행할 수 없음.

III. 중국 국내 유기식품 시장 분석

- 중국 유기식품 시장규모는 2019년 말 678억 2000만 위안(약 11조 8,685억 원)으로 전년 대비 7.4% 증가했고, 2024년에 1,000억 위안(약 17조 5,000억 원)을 초과할 전망이다.
- 유기인증제도가 시행된 후 유기인증 발행 건수는 해마다 증가하여 2019년 총 발행수는 2만 여장을 기록, 1만 3천개 기업이 유기인증을 받음.
- 중국의 유기식품 유형은 크게 식물류, 가축가금류, 수산류, 가공류로 나눌 수 있는데, 시장 매출액 기준으로 가공식품류가 시장의 95%를 차지함.
- 중국 현지 브랜드의 주요 유기가공식품은 곡물가공품, 유제품, 장류, 분유 등 영유아 식품에 집중 분포함.
- 중국의 유기식품 유통경로는 오프라인 매장, 온라인 쇼핑몰과 신유통모델 방식으로 나눌 수 있음.
- 오프라인 매장은 프리미엄 고급마트, 대형할인마트, 유기식품 전문매장 등
- 온라인 쇼핑몰에는 티몰, 징둥 등 대표적인 종합 플랫폼과 번라이성취(本来生活), 튀튀궁서(沱沱工社), 메이탄 마이차이(美团买菜), 춘보(春播) 등 전문화된 플랫폼
- 신유통모델 방식에는 허마셴성(盒马鲜生) 등 O2O매장, 더우인(틱톡, 抖音) 등 라이브 방송, 전시회, 왕홍을 통한 직판 등 플랫폼이 있음.
- 유기식품 판매가격이 일반 식품에 비해 최소 20~50% 이상 높은 편으로, 중국의 주요 대도시에서 중산층, 고소득층을 위주로 시장이 형성되어 있음.

IV. 중국 수입 유기식품 시장 분석

- 중국 유기식품 소비시장의 급속 성장, 수입식품 선호 등 추세에 따라 중국의 유기식품 수입은 증가세를 보이고 있음.
 - 2019년 중국 유기제품 수입액은 125억 4,900만 위안(약 2조 1,961억 원)이며, 주요 수입 품목은 분유, 멸균유, 면(noodles) 제품, 곡식, 포도주인 것으로 나타남.
 - 중국의 유기제품 수입 상위 3위 국가는 네덜란드, 아일랜드, 미국이고 최근에는 태국, 말레이시아 등 동남아 국가에서도 수입하고 있음.
- 중국 수입 유기제품 가운데서 영유아 유제품이 가장 많고 영유아 간식류, 파스타, 잼·소스, 올리브유 등 수입 유기식품 판매도 증가하고 있으며, 최근에는 동남아시아의 코코넛오일 등 제품도 중국 유기식품시장에 진출되고 있음.
 - 세계 유명 유기식품 다국적 기업은 대부분 일찍부터 중국 유기인증을 취득해 중국 유기식품 소비시장에서 매출액 기준 상위권을 차지하고 있음.
 - 수입 유기식품은 수입식품, 유기식품이라는 특징으로 중국 내 동종의 유기식품과 비유기 수입식품 대비 높은 가격에 판매되고 있음.
- 중국 수입 유기식품시장에서 한국산 유기식품이 차지하는 비중은 상대적으로 낮은 실정이고 주로 저온살균우유, 영유아 간식류, 조미김류 등이 있음. 이중 저온살균우유, 쌀과자 등 간식류 제품은 한국산이 인기가 있음.

V. 한국 유기식품의 대중국 진출전략

- 세계 유기식품 제4위 소비국가로 부상한 중국, 급증하고 있는 유기식품에 대한 수요 대비 중국의 매년 유기식품 공급 부족량이 30%에 이른다는 사실은 우리의 유기식품이 중국에 진출할 수 있는 좋은 기회가 될 수 있을 것임.
- 반면 중국 녹색식품산업의 빠른 발전과 세계 다국적 유기식품 대기업들이 이미 중국 유기식품시장에서 상당한 비중을 차지하고 있는 등 상황은 우리의 유기식품 대중국 진출에 있어서 경쟁위기를 심화시킴.
- 중국 유기식품산업의 전반 발전상황, 중국 국내산 유기식품시장과 수입 유기식품시장에 대한 심층 조사를 기반으로 다음과 같이 한국 유기식품의 대중국 진출 전략을 제시

-
- 1) 지리적 근접성, 기존 형성된 수출시장 등 비교우위 자원을 적극 활용
 - 2) 중국 수입 유기식품시장에서 한국산 이미지 확립 및 홍보
 - 3) 중국 유기식품 인증제도에 대한 이해 및 대응
 - 4) 수출 유기제품의 중국내 다양한 판매경로와 판매방식 활용
 - 5) 대중국 진출 경쟁우위 유기식품의 발굴, 틈새시장 공략

01

I. 중국 유기식품의 정의 및 분류

- 중국 유기식품 정의
- 중국 유기식품시장 분류

I. 중국 유기식품의 정의 및 분류

1. 중국 유기식품 정의

- 중국 유기식품(有机食品)은 생산 과정에서 농약, 화학비료, 화학방부제 등 화학자재는 물론이고 성장조정물질, 항생제, 유전자변형(GMO) 기술을 전혀 사용하지 않은 농산물 및 가공식품을 가리키며, 국제적으로 사용되는 오가닉푸드(Organic Food)에 해당
 - 중국 정부가 국가적 차원에서 유기식품 개념을 도입한 것은 2001년부터이며, 국가환경보호총국(国家环境保护总局)이 <유기식품인증관리방법(有机食品认证管理办法)>을 제정, 발표함.
 - 2004년 <상무부 등 유기식품산업 발전 추진에 관한 의견>¹⁾이 발표되고 국가인증인가감독관리위원회가 <유기식품인증규범>²⁾을 시행하면서 기관별로 무분별하게 발행하던 유기인증표시를 통일함.
 - 점차 유기 원재료를 이용한 오가닉 의류, 생활용품 등이 증가함에 따라 식품과 비식품류를 통합하여 ‘유기산품(有机产品)³⁾’으로 지칭하고, 2005년 유기식품의 생산, 경영, 인증 시행에 관한 첫 국가표준(GB19630-2005)을 제정한 뒤 현재까지 수차례 개정을 거쳤으며 현행 최신 개정판은 2019년 판임.
 - 유기가공식품은 인증받은 농축산물을 95% 이상 사용한 가공식품 중 위생과 포장 등 전 제조 과정을 검증한 가공식품이라는 점에서 한국과 중국이 동일함.
 - 한국은 유기농과 유기가공식품을 대상으로 별도의 인증표시를 사용하고 유기원료 95% 이상, 70% 이상 가공식품을 대상으로 별도 인증을 추진하고 있지만, 중국은 한 가지 유기인증표시를 유기원료가 95% 이상인 가공식품, 유기농산물을 모두 포괄해 적용함.

1) 商务部 <商务部等11部门关于积极推进有机食品产业发展的若干意见> 2004. 07. 05.

[원문] <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/d/200407/20040700243438.html>

2) 中国国家认证认可监督管理委员会 <有机食品认证规范> 2004

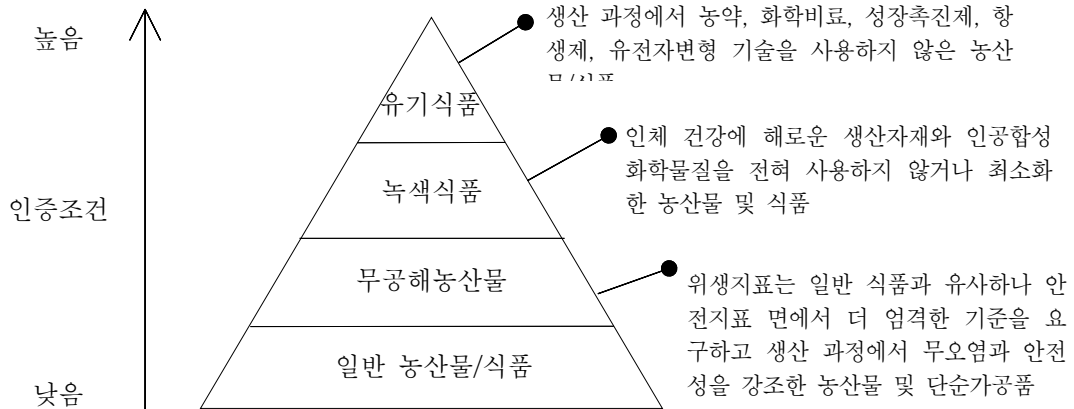
3) 중국의 법령제도에서 사용하는 공식 명칭은 ‘유기산품(有机产品)’이며, 유기산품에는 식품류와 비식품류가 포함됨. 본 보고서는 이해도를 높이기 위해 모두 유기식품으로 번역함.

- 중국의 식품안전 문제가 끊임없이 나타나는 가운데, 식품안전에 대한 중국 소비자의 관심이 커지고 환경보호의 중요성에 관한 인식이 강화됨에 따라 중국 정부는 식품·농산물 품질의 안전 관리체계를 꾸준히 정비함.
 - 중국 정부는 식품안전 문제의 시급성을 인식하고 1990년부터 녹색식품(绿色食品, Green food)이라는 개념을 정립하고 무오염, 안전, 품질이 우수한 식품·농산물의 생산과 소비를 장려함.
 - 이에 따라 중국 소비자들에게 ‘녹색식품’은 오랫동안 식품·농산물 품질 안전의 대명사가 되었고, 인증 여부를 떠나 ‘녹색’이 ‘무오염’, ‘안전’, ‘건강’, ‘고품질’이라는 인식이 팽배함.
- 초기 중국의 식품안전 및 품질 관리체계는 중국 내에 제한된 품질 관리체계에 머물렀으나, 식품과 농산물의 보다 안전한 수출입 관리를 위해 국제표준과 연관성을 높이는 노력이 이어짐.
 - 중국 WTO 가입 이후 중국 농산물의 국제 무역이 잔류농약 검출량 불합격 등 기술적 장벽에 부딪치면서 대외 수출에 큰 타격을 입자 중국 농업농촌부는 2001년 무공해농산물과 유기식품 관리 방안을 제정해 수출을 촉진하는 동시에 중국으로 수입되는 식품의 안전성을 높임.
 - 중국 대내적으로 중국 소비자의 식품 안전에 대한 불신이 점점 커지는 상황에서 소득 증가에 따른 구매력이 뒷받침되어 유기식품 시장이 빠르게 확대되는 추세

2. 중국 유기식품시장 분류

- 중국의 품질안전 인증 대상 식품은 유기식품, 녹색식품(AA등급, A등급), 무공해농산물이 있음.
 - 중국의 품질안전 인증 대상 식품은 한국의 친환경농어업법에 따라 생산되는 친환경 식품과 유사하다고 볼 수 있음.
 - 화학자재 사용 여부, 최저 사용량, 생태친화적 생산농법 등에 따라 구분되며, 유기식품, 녹색식품(AA등급, A등급), 무공해농산물 순으로 보다 엄격한 잣대가 적용되고 있음.

◆ 그림 1-1 중국 품질안전 인증 대상 식품



출처: 인터넷 자료 정리




- 무공해농산물은 국가에서 지정한 최저 안전기준에 부합하는 식용 농산물에 해당하는 것으로 한국의 일반 농산물과 유사함.
 - 중국의 무공해농산물 인증표시는 점차 폐기되는 단계로, 사실상 중국의 녹색식품 A등급은 한국의 저농약⁴⁾·무농약농산물에, 녹색식품 AA등급과 유기식품은 한국의 유기농산물·유기가공식품에 견줄 수 있음.
 - 한국은 농산물(무농약·유기농산물)과 축산물(무항생제⁵⁾·유기축산물)의 인증 종류가 분류돼 있는 반면에 중국은 농축산물에 동일한 인증제도를 적용함.
- 중국은 분류에 따라 별도의 인증절차를 거쳐 인증표시를 부착할 수 있으며, 국제 표준과 연관성이 가장 높은 인증은 유기인증임.
 - 중국의 무공해, 녹색식품 표시허가 업무는 모두 ‘중국녹색식품발전센터(中国绿色食品发展中心)’에서 일괄 책임지고 있으며, 유기식품의 인증 업무는 <국가인증인가조례>에 따라 지정된 인증기관에서 신청이 가능함.
 - 녹색식품 A등급과 AA등급은 인증표시가 서로 비슷해 소비자의 인지도 측면에서 뚜렷한 차이가 없으나, 실제로 품질과 안전 기준 측면에서는 AA등급이 유기식품에 근접함.

4) 한국의 저농약농산물은 2015년도에 폐지되었으나, 중국 녹색식품 A등급 농약을 제한적으로 사용 가능하다는 점에서 저농약과 비슷하다고 판단함.

5) 중국에는 아직까지 시장감독관리총국에서 공식적으로 시행하는 무항생제 인증제도가 없으며, 시장감독관리총국의 승인하에 각 인증기관에서 개별적으로 자율성 인증규칙을 제정해 시행 중임.

- 무공해농산물과 녹색식품 인증은 거의 국내 기업에 국한된 상황이며, 중국산 제품의 수출이나 외국 제품 수입 시 사용되고 국제표준과 유사한 것은 ‘유기식품’ 인증임. 유기전환식품 인증표시는 2014년에 폐지됨⁶⁾.
- 유기식품은 제품 포장에 반드시 ‘유기식품인증표시’, ‘인증기관 명칭’, ‘유기코드’ 등 3가지 요소를 모두 포함해야 함.

◆ 표 1-1 중국 무공해농산물, 녹색식품, 유기식품의 구분

	무공해농산물	녹색식품		유기식품
		A등급	AA등급	
인증품목	농산물(가공하지 않거나 단순가공)	농축산물 및 가공품		농축산물 및 가공품
화학비료	금지 성분 외 사용	사용량 제한	사용 안 함	사용 안 함
농약	사용 잔류기준 미초과	사용량 제한 잔류량 기준 엄격	사용 안 함	사용 안 함
성장촉진제, 식품첨가제	사용	사용량 제한	사용 안 함	사용 안 함
유전자변형	사용	사용 안 함	사용 안 함	사용 안 함
유해물질 함유량	산업표준 함유량 미초과	-	제로	제로
산지환경 품질평가	-	국가환경품질 표준 종합오염지수 <1	지표별* 국가환경 품질표준에 부합	지표별* 국가환경 품질표준에 부합
전환기	없음	없음	없음	3년
인증 유효기간	3년	3년 (연간 검사 시행)	3년 (연간 검사 시행)	1년
인증표시				
한국 인증 비교	일반 식품 (인증 없음)	저농약 (폐기)	  	

주: 산지환경 품질평가 지표(*표시)는 대기, 토양, 수질, 관개수, 공업용수, 어업용수, 지표수 등이 있음.
출처: 인터넷 자료 정리

6) 유기인증 전환기간은 3년으로 유기 전환 인증표시 사용은 폐지되었고 유기전환인증증서만 발급함.

- 중국의 품질안전 인증 대상 중에서 현재 중국 내 녹색식품과 유기식품, 세계 각국의 대중국 수출 유기식품이 우리나라 유기식품의 주요 경쟁제품인 것으로 분석되므로, 본 보고서는 중국의 녹색식품과 유기식품, 수입 유기식품을 주요 조사 대상으로 함.
- 본 보고서의 중국 수입 유기식품시장 조사 부문에서는 수입 품목에서 가장 높은 비중을 차지하는 유기가공식품시장을 중점적으로 파악함.
 - 현지 실사 조사 결과, 현지에서 유통되고 있는 신선 농수산물과 축산물 가운데 유기인증을 받은 수입품은 찾아보기 힘들.
 - 신선 농수산물과 축산물을 대상으로 한 유기인증 수입은 진입이 매우 어려우므로 본 보고서는 유기가공식품에 초점을 맞추어 현지의 수입 유기가공식품의 현황을 알아보고 우리나라 유기가공식품의 진출 방안을 모색하고자 함.

02

II. 중국 유기식품 인증과 수입제도

- 중국 식품 품질안전 관련 법률체계
- 중국 유기식품 인증제도 및 절차
 - 국제표준과 연관성
- 중국 유기식품 수입 제도

II. 중국 유기식품 인증과 수입제도

1. 중국 식품 품질안전 관련 법률체계

- 중국 식품안전 관련 정책은 법률 <식품안전법>, <농산물품질안전법>에 근거하며, 이를 바탕으로 국가표준관리, 식품안전경영시스템, 생산허가관리, 수출입 식품 안전관리가 이루어지고 있음. 2018년 3월 중국 국무원의 조직개편으로 신설된 국가시장감독관리총국(SAMR)⁷⁾이 식품안전에 관한 업무를 총괄함
 - 식품안전관리체계(식품안전경영시스템)하에서 중국은 식품안전과 품질 인증표시로 제조품질관리기준(GMP), 위해요소중점관리(HACCP)⁸⁾를, 농산물 생산 분야에서는 농산물지리표시, 농산물우수관리(GAP)를 사용하고 있음.
 - 식품안전에 관한 국가표준 관리는 국가위생건강위원회가 맡고 있으며, 2020년 <식품안전표준관리방법(의견 수렴안)>을 발표해 관련 법규 개정을 추진함.
 - 식품의 생산안전 방면에서 더욱 엄격해진 <식품생산허가관리방법>이 개정되어 2020년 3월부터 시행되었고, 농업 분야에서는 우수농업규범(GAP) 인증제도를 시행 중임.
 - 2021년 4월 중국해관총서는 <수출입 식품 안전관리방법>을 제정해 중국으로 수입되는 식품의 안전을 보장하고, 수출되는 중국 제품도 수입국의 표준에 적합하도록 보장함(2022. 01. 01. 시행).
 - 제품 포장, 라벨, 제품 설명, 홍보자료에 ‘유기, 오가닉’ 등이 포함된 수입 제품은 모두 <수입 유기인증식품 입경 검증업무가이드(进口有机产品入境验证工作指南)> 규정⁹⁾이 적용되며, 국제유기인증이 있다 하더라도 중국유기인증을 받지 않은 경우 유기식품으로 수입이 불가함.

7) 시장감독관리총국은 기존 국가식품약품감독관리총국, 국가품질감독검험검역총국, 국가공상행정관리총국이 통합된 부서로 산하에 식품 생산안전, 경영안전, 특수식품(건강기능식품, 특수의학용 조제식품, 영유아 조제식품 등) 안전, 인터넷거래감독, 광고감독, 인증감독 관리 관련 부서를 두고 있음.

8) 중국은 2002년부터 HACCP 관리체계 인증관리 규정을 제정해 국제 규정과 동등한 수준으로 국제식품안전협회(GFSI)의 승인 규격임. 일반적으로 수출 기업에 장려되는 권고성 인증에 속하나 영유아용 조제분유에 한해 강제성을 띤. 현행 규정상 HACCP 인증을 받은 기업은 인증증서를 취득하며, 제품 라벨, 외포장에는 HACCP 인증표시를 사용할 수 없음(유제품 제외).

9) 중국인증인가감독관리위원회 <수입 유기인증산품 입경 검증업무가이드(进口有机产品入境验证工作指南)>(2014)

◆ 그림2-1 중국 식품안전체계 및 유기식품 관련 정책법규



주: ()는 최신 개정 연도임.

출처: 인터넷 자료 정리

- 중국 유기식품 인증은 중화인민공화국인증인가조례(中华人民共和国认证认可条例)에 근거하여 비준된 유기인증기관을 통해 유기인증을 신청할 수 있으며, 근거 법률 법규는 <유기식품인증관리방법(有机产品认证管理办法)>과 <유기식품인증실시규칙(有机产品认证实施规则)>, <유기식품국가표준(GB/T 19630-2019)>임.
- 중국 내 유기식품의 생산, 가공, 수입 및 판매 행위 시 <유기식품인증관리방법>에 따라 인증을 받아야 함.

- 중국은 국가적으로 통일된 유기식품인증제도, 인증목록, 표준 및 인증표시제를 시행하며, 인증목록과 시행규칙의 제정 및 개정은 국가인증인가감독관리위원회(CNCA)에서 담당함.
- 중국 유기식품의 현행 국가표준은 2020년 1월 발표된 <유기식품의 생산, 가공, 표시 및 관리체계에 대한 요구(GB/T 19630-2019)>¹⁰⁾로 책임부서는 국가시장감독관리총국 국가표준화관리위원회임.
- 본 국가표준의 적용 범위는 유기식물, 동물, 미생물 제품의 생산, 유기식품, 사료 및 방직품 등의 가공, 유기식품의 포장, 저장, 운송, 표시 및 판매를 포괄함.
- 전국 90여 개의 유기인증 업무 인가를 받은 인증기관¹¹⁾을 통해 유기인증을 신청할 수 있음.

◆ 표 2-1 유기인증 관련 법률법규의 현행 개정판

	명칭	개정 연도	원문 링크
법률	제품질량법	2018. 12. 29.	사법부 [원문]
	수출입상품검역법	2018. 04. 27.	NPC [원문]
행정 법규	인증인가조례	2020. 11. 29.	CNCA [원문]
	유기식품인증관리방법	2015. 08. 25.	CNCA [원문]
	유기식품인증시행규칙	2019. 11. 06.	CNCA [원문]
	국가표준(GB/T 19630-2019)	2019. 08. 30.	SAC [원문]

출처: 각 정부기관 사이트를 토대로 정리

2. 중국 유기식품 인증제도 및 절차

1) 무공해, 녹색, 유기식품의 인증제도 비교

- 무공해농산물과 녹색식품은 산업표준으로, 유기식품은 국가표준으로 서로 다른 관리 체계하에 있음.

10) 이 표준의 발표로 기존 국가표준 생산(GB/T 19630.1-2011), 가공(GB/T 19630.2-2011), 표지 및 판매(GB/T 19630.3-2011), 관리체계(GB/T 19630.4-2011)는 폐지되고, 기존 유기식품 인증서는 2020년 12월 31일부로 효력을 상실함.

11) 유기인증기관 목록 별첨 참고(cx.cnca.cn에서 지역별 인증기관 조회 가능).

- 무공해농산물과 녹색식품의 주무부처는 농업농촌부, 시행기관은 ‘중국녹색식품 발전센터’이며, 산업표준에 해당해 국제표준과 직접적으로 연계되지 않음.
 - 유기식품은 국가표준으로서 국가시장관리감독총국(구 국가품질검사검역총국)과 국가표준화관리위원회의 업무 관할 범위에 속하며, COFCC 유기인증센터 또는 국가인증인가감독관리위원회(CNCA)에서 인가한 민간 전문인증기관의 인증이 필요함.
- 무공해농산물과 녹색식품은 ‘인정(認定)심사’를 거쳐 ‘표시 사용 허가’를 받는 제도로 ‘인증(認證)’ 제도에 포함되지 않으며, 그중 무공해농산물 인증제도는 점차 폐지될 예정임.
- 친환경 농업, 식품안전, 생태보호의 요구가 높아지자 2017년 국무원은 ‘체제 개혁과 농업녹색발전 추진’에 관한 의견¹²⁾을 발표해 2018년 농업농촌부 무공해농산물 인증제도 개혁을 추진한다고 밝힘. 개혁 과도기에는 무공해농산물의 원산지 인정과 제품인증 업무로 통합 시행함.
 - 무공해농산물 인증제도의 구체적인 폐지 시기는 새로운 농산물 품질안전 검사관리제도가 안정적으로 시행되는 시점으로, 적절한 시점에 폐지할 예정임(2019. 12. 농업농촌부 발표).
 - 무공해농산물 인증제도가 폐지됨에 따라 향후 일반 농산물과 식품을 대상으로 한 제품 인허가 요건이 더욱 까다로워질 것으로 전망됨.
 - 무공해표시가 없어도 ‘무첨가’, ‘무설탕’ 등 문구를 제품 포장에 사용하여 소비자에게 건강에 좋다는 인식을 심어주는 사례가 많음.
- 현행 무공해농산물과 녹색식품 인정제도는 생산기술 표준과 제품표준에서 차이점이 존재하는데, 녹색식품에 더욱 엄격한 기준이 적용됨.
- 무공해농산물은 제품 표준과 산지환경 표준만 강제성 표준에 해당하고 생산기술 표준은 권고성에 지나지 않는 반면에 녹색식품은 생산기술표준 면에서 녹색식품 생산자재 사용 규칙과 생산기술 모두 강제성을 띰.
 - 제품표준, 특히 위생지표면에서 큰 차이를 보이며, 녹색식품이 무공해농산물에 비해 위생지표 요구가 훨씬 까다로움.¹³⁾
 - 녹색식품은 포장, 저장, 운송에 관한 일반규칙이 있으나, 무공해농산물은 관련 규정이 없음.

12) 国务院〈关于创新体制机制推进农业绿色发展的意见〉2017

13) 오이를 예로 들면, 무공해농산물의 오이 위생지표는 11개 항목이고, 녹색식품의 위생지표는 18개 항목이며, 항목별 지표기준도 녹색식품이 더욱 엄격함.

◆ 표 2-2 중국 품질안전 인증 대상 식품 관련 법률법규

	무공해농산물	녹색식품	유기식품
시행 연도	2001년 농업농촌부 ‘무공해 농산물 행동계획’ 시행	1991년 <국무원의 ‘녹색식품’ 개발 관련 문제에 관한 허가>	2004년 <상무부 등 유기식품산업 발전에 추진에 관한 의견>
관련 정책	<무공해농산물 인증제도 개혁 관련 업무(关于做好无公害农产品认证制度改革过渡期间有关工作的通知)>(농업농촌부, 2018) <무공해농산물 인정심사규범(无公害农产品认定审核规范)> 중국녹색식품발전센터, 2018	<녹색식품 산지환경품질표준(绿色食品产地环境质量标准)>(농업농촌부, 2014) <녹색식품표시사용허가업무가이드(绿色食品标志使用许可办事指南)>(농업농촌부, 2017)	<유기식품인증관리방법(有机产品认证管理办法)> (국가품질검사검역총국, 2015) <유기식품인증실시규칙(有机产品认证实施规则)>(국가인증인허가관리위원회, 2019)
국가 표준	국가표준 없음 농업 산업표준(NY, NY/T5000)	국가표준 없음 농업 산업표준(NY, NY/T391)	<유기식품국가표준(有机产品国家标准GB/T 19630-2019)> (국가표준화관리위원회, 2019)
유관 기관	농업농촌부 중국녹색식품발전센터	농업농촌부 중국녹색식품발전센터	국가시장관리감독총국, 국가표준화관리위원회, COFCC(中绿华夏)
국제 표준 대비 수준	국제적으로 일반 식용 농산물 관련 규정과 유사하고, 일반 농식품에 비해 산지환경과 화학합성 생산자재 대상의 지표 수준이 높음	[AA등급] 국제유기농업운동연합회(IFOAM)의 유기식품 기본 원칙 및 관련 국가 유기식품인증 참고 [A등급] 선진국 식품위생표준, CAC 표준을 참고하여 제정	IFOAM, CODEX, EEC2092/91 등 국제표준과 미국 NOP, 일본 JAS 등 국가표준을 참고해 제정 FAO/WHO 유기식품 표준제정에 참여
적용 범위	중국	중국, 일부 국가(수출용)	세계(수출입)

주: 산업표준의 NY는 강제성표준, NY/T는 권고성 표준을 의미함.

출처: 중국녹색식품발전센터(greenfood.org.cn), COFCC(中绿华夏) 사이트, 인터넷 자료 정리

2) 녹색식품 인증 절차 및 비용

- 중국 내에서 유통되는 식품안전을 보장하고 중국 식품·농산물의 수출에 편의성을 제공하기 위해 중국녹색식품발전센터에서 발급하는 무공해농산물과 녹색식품 인증 표시가 있음.
- 무공해농산물 인증제도는 현재 개혁 과도기에 있으며, 그에 따라 관련 업무는 성급 농업농촌행정 부문으로 이관되어 관리됨.

- 중국 체인경영협회가 2015~2017년 1~2선 도시와 동부연해도시의 소비자를 대상으로 녹색소비의식을 조사한 결과, 녹색식품 인증표시 인지도가 58%에서 83%로 상승함.¹⁴⁾
- 녹색식품은 유기인증 전환기 단계로 볼 수 있으며, 인증이 까다로운 유기인증에 비해 비교적 쉽고 저렴한 비용으로 인증받을 수 있고, 유효기간이 3년(유기인증 1년)이라는 점에서 강점이 있음.
 - 유기식품은 일반 식품에 비해 가격 경쟁력이 약하며, 광범위한 중산층 소비자의 구매력이 뒷받침되지 않을 때 유기식품보다 일반식품 구매율이 더 높음.¹⁵⁾
 - 중국 소비자의 녹색식품 표시 인지도가 높아지면서 가격이 유기식품보다 저렴하고 일반 식품보다 품질과 안전에서 신뢰도가 높은 녹색식품을 선호하는 소비자가 증가함.
- 녹색식품 심사 관련 규정 및 인증 여부는 농업농촌부 산하기관인 중국녹색식품발전센터(www.greenfood.agri.cn)에서 찾아볼 수 있으며, 신청은 대행기관을 통해서 진행됨.
 - 녹색식품 인증심사 비용은 단순가공 농산물이 6,400위안이며, 제품 분류에 따라 800~2,400위안의 추가 비용이 발생해 일반적으로 1만 위안 내외의 비용이 소요됨.
 - 심사 표준체계는 산지환경품질, 생산기술, 제품, 포장·저장·운송 등 4가지 표준에 따라 총 125개항으로 구성되며, 인증 취득 후 연간 검사를 진행함.
 - 해외에서 녹색식품 인증을 신청할 경우, 대행기관을 거치지 않고 녹색식품발전센터에 직접 신청하고, 상호 <녹색식품 해외검사계약>을 체결 후 검사원을 파견하여 직접 현장 검사를 시행하며, 국제인증기관을 통해 환경 조사 및 제품 샘플 검사로 진행함.
- 녹색식품 상표의 해외 등록을 통해 중국 기업의 수출 활로를 개척하고 있으며, 해외 등록 기업은 대부분 수출을 목적으로 하는 중국 기업으로 외국 기업 사례는 많지 않음.
 - 중국 녹색식품 상표는 2016년부터 한국에서도 등록 사용이 가능하며, 2020년 10월 기준으로 중국 녹색식품 상표를 사용할 수 있는 국가나 지역은 홍콩, 일본, 프랑스, 영국, 싱가포르, 미국 등을 포함한 11곳임.

14) 调查显示消费者绿色产品标识认知度大幅上升, 新华网, 2018-08-31

15) 有机食品市场发展现状及研究, 苗苗(北京赛升药业), 2020. 05.

- 2020년 녹색식품 중국 내 매출액은 5,075억 6,500만 위안, 수출액은 36억 7,800만 달러임(2020년 녹색식품통계연보, 2021. 06.).

◆ 그림 2-2 중국국가지식재산권 상표국에 등록된 녹색식품 인증표시



출처: 녹색식품발전센터(www.greenfood.agri.cn)

3) 유기식품 인증 절차 및 비용

- 유기 원료의 함량이 95% 이상인 가공제품(물과 소금체적 제외)을 대상으로 유기 인증을 취득한 후 제품명과 포장, 라벨에 ‘유기’ 라는 글자 표기 및 유기인증 마크 부착이 가능함.
- <유기식품인증실시규칙>(2019년 11월 개정)에 따르면, 유기인증은 1년 단위로 갱신 하며, 1년 이내에 식품 품질안전 문제 발생 시 인증이 취소됨.
- 중국식품농산물인증정보시스템(food.cnca.cn), 국가인증인가감독관리위원회 전국인증 인가정보공공서비스플랫폼(cx.cnca.cn) 또는 웨이신 공공계정을 통해 인증 취득 여부와 인증증서 유효기간 등 정보를 확인할 수 있음.

◆ 표 2-3 유기식품 인증 범위(식품 분야)

생산물	가공품
곡물, 채소, 과일, 식용 버섯류, 견과류, 축산·가금류, 수산물류	곡물가공품, 육가공품, 수산가공품, 식물성오일류, 유제품, 주류(포도주), 차, 커피, 향신료, 장류·조미료, 영유아 조제식품, 간식, 캔류, 급속냉동식품 등 가공식품

출처: <유기식품인증목록(有机产品认证目录)>, 시장감독관리총국, 2019. 11. 6.

- 유기식품 인증표시 사용 관련 규정에 따르면, 제품명에 ‘유기’ 라고 표시한 유기인증제품은 반드시 제품의 최소 단위 포장지에 중국 유기제품인증표시, 유기코드, 인증기관 혹은 인증기관 로고가 포함되어야 함.

- 중국 유기식품인증표시는 제품 라벨, 설명서, 광고나 전단지에 모두 사용할 수 있으며, 비율에 맞춰 크기를 확대 또는 축소할 수 있음.
- 표시의 모양이나 색을 바꾸면 안 되며, 명확하게 분별이 가능하도록 인쇄해야 함.
- 중국 관련 법규를 위반하여 제품에 ‘유기(有机)’, ‘ORGANIC’ 등 문구나 로고 표시를 사용했을 경우 3만 위안의 벌금이 부과됨.

◆ 그림 2-3 중국 유기인증표시의 모양과 색에 관한 규정



출처: GB-T19630-2019

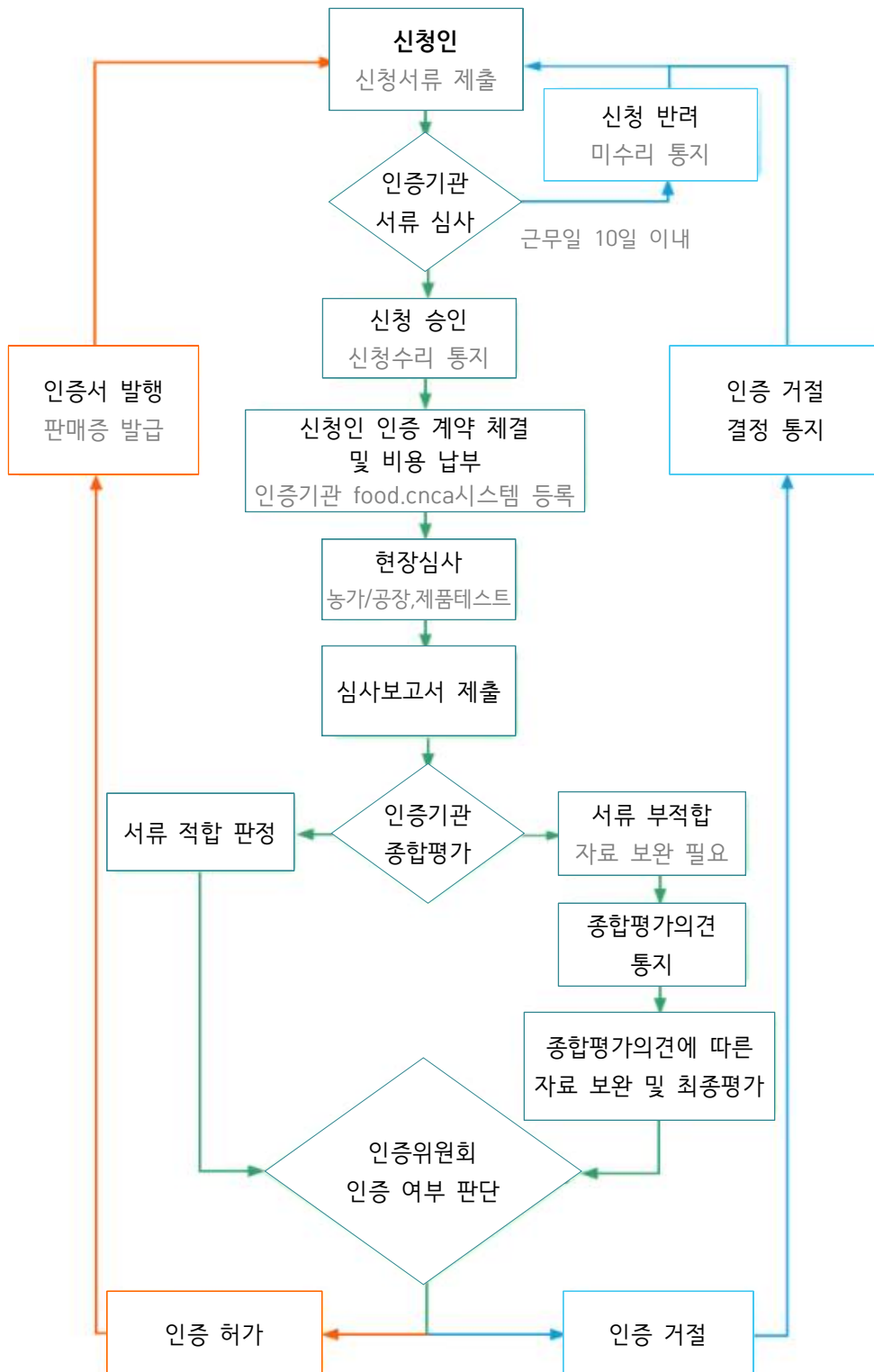
◆ 그림 2-4 중국 유기식품 인증기관 로고(예시)



출처: 바이두(www.baidu.com)

- 유기식품 인증 절차는 ‘유기식품인증시행규칙’에서 규정하고 있으며, 세부 진행 절차는 인증기관마다 요구하는 제출서류나 소요기간, 비용이 상이함.
 - 일반적 유기식품의 인증 절차는 ‘인증 신청 → 인증기관의 서류심사 → (통과 시) → 현장심사 → 심사보고서 작성 → 인증기관의 인증 승인 여부 결정 → (승인 시) → 증서 발급 → 후속관리(판매증 발급, 추후 검사 및 연장 등)’ 순으로 진행
 - 소요기간은 생산기지가 중국 내에 있는 경우 보통 2개월 내외이며, 해외 생산 현장 심사가 필요한 경우 소요기간은 늘어날 수 있음.

◆ 그림 2-5 유기식품 인증 절차



출처: COFCC(www.ofcc.org.cn)

- 제출 서류는 경영허가증, 최근 3년간의 생산 정보, 생산 관리 및 운영 규정, 생산지 환경 자료, 유기제품 생산 가공 경영 계획, 전년도 제품 매출 현황 자료 등이 필요함.
 - 해외 생산, 제품의 출입국 검역요구 등 요인으로 중국 내에서 현장심사를 못하는 경우, ISO/IEC17025의 요구에 부합되는 경우에 한해 해외 제3자 검역검사기관에 위탁할 수 있으나, 산지 환경품질 현황은 중국 국가표준 GB/T19630 규정에 부합해야 함.
- 유기전환기는 보통 2~3년으로, 유기전환 신청인은 유기전환계획을 제정해 사전에 인증기관의 확인을 받아야 함. 전환계획 시행 후 매년 인증기관이 파견한 검사팀의 검사와 확인을 받아야 함.
 - 유기인증을 연장하지 못한 경우, 유기전환기를 다시 충족해야 유기인증을 받을 수 있으며, 이 경우 전환기간을 단축할 수 없음.
 - 해외 유기제품 인증을 연속 4년 이상 받은 수입 유기제품의 해외 재배 기지를 대상으로 인증기관은 현장검사 시 GB/T19630 규정에 부합함을 확인 후 위험평가를 바탕으로 전환기를 면제할 수 있음.
- 유기인증을 취득하면 판매증이나 유기코드¹⁶⁾를 발급받을 수 있으며, 인증기관은 위험평가를 바탕으로 매년 최소 5%의 인증 취득 기관을 대상으로 불시 점검을 시행하며, 현장 검사 전 48시간 내에 해당 업체에 불시 점검을 통보함.
 - (판매증) 유기인증제품 소유자가 판매자에게 제공하는 거래 증명으로, 인증기관이 제정한 판매증 신청 및 처리 절차에 따라 유기제품 판매 증(전) 인증기관에 판매증을 신청함.
 - (유기코드) 제품의 이력 추적을 위해 발급하는 것으로, 유기제품 생산업체는 제품 품목당 하나씩 신청해야 함. 유기제품 경영인증만 취득한 인증신청인에게는 유기코드를 발행하지 않음.
 - (재인증) 해당 제품의 생산, 가공 등 관련 사항에 변동이 없는 경우, 인증기관은 간소화된 신청 절차 및 심사를 통해 재인증 심사를 하며, 반드시 인증서 유효기간 내에 검사를 진행해야 함. 기존 인증서 유효기간 만료 후 3개월 내에 재인증 허가를 취득해야 하며, 3개월을 초과하면 안 됨. 3개월 초과 시 해당 업체는 신규 인증 절차에 따라 다시 신청해야 함.

16) 판매증은 유기제품의 판매 과정 중 판매수량을 관측하고 이력 추적이 가능케 하기 위해 발급하는 것으로, 유기코드를 사용하는 제품은 판매증을 별도로 발급하지 않음.

<참고> 유기코드의 구성



<예시>

001(인증기관 코드)
14(인증표시 발행 연도)
004083060092(인증표시 발행 임의 코드)

▲ 중국이 2012년 '1제품 1코드' 관리제도를 시행하면서 유기식품에 17자리의 유기코드를 부여하고, 2019년 총 21억 2,000만 건의 유기코드 발행했으며, 그중 가장 큰 비중을 차지하는 분야가 '멸균유'로 14억 8,000만 건, 전체의 70%를 차지함.

- 인증비용은 <제품품질 인증비용관리방법과 비용 표준에 관한 통지>¹⁷⁾에 근거해 각 인증기관이 개별적으로 인증비용 세칙을 제정해 시행하므로 인증기관마다 비용 산정 기준이 다소 상이하며, 생산 규모와 판매량에 따라 비용이 산출됨.
 - COFCC를 예로 들면, 유기제품 인증 비용 항목에 신청비, 심사비, 등록비(증서 발급비 포함), 연간 관리비, 증서 변경비, 판매증 발급비, 인증표시 사용비 등이 포함됨.
 - 인증 신청 비용은 최소 2만 위안, 연간 관리비로 5,000위안 이상 소요되는 것으로 추산되며, 인증표시와 인증코드 발급비는 한 개 제품마다 별도의 비용이 부과됨.
 - 그 외 검사원의 해외 생산기지 검사가 필요한 경우, 숙식·교통비(약 4-5일 소요), 통역비가 소요되며, 유기인증 인증기관에 인증 신청 관련 자문을 요청할 경우, 자문 비용이 별도로 추가됨¹⁸⁾.
 - 인증을 2건 이상 신청할 경우 두 번째부터 신청비를 감면하며, 해당 인증항목의 연간관리비 중 5,000위안을 할인해 주는 제도를 시행하고 있으나, 1만 위안 내외의 녹색식품 인증 비용과 비교하면 유기인증에 더 많은 비용이 듭.

17) 国家质量技术监督局 <产品质量认证收费管理办法和收费标准> 2017

18) 신스지검역인증유한회사(新世纪检验认证有限公司) 인터뷰. 2021.08.26.

◆ 표 2-4 COFCC의 유기식품 인증 비용(예시)

	비용항목	비용 책정 기준(단위: 위안)	
1	신청비	2,000위안	
2	심사비	서류심사비	2,000위안
3		검사비	3,000위안×(생산 규모 및 공정지수 등)
4		보고서 작성비	2,000위안/1부
5		보고서 심사비	3,000위안
6	증서 발급비	3,000위안/장	
7	연간 관리비	연간 생산액 1,000만 위안 이하: 5,000위안 1,000만 위안 이상: 연간 생산액의 0.5%/1년 관리비 총액은 최대 5만 위안	
8	증서 변경비	2,000위안/1부	
9	판매증 발급비	0<거래금액≤50만 위안: 200위안/부 50만<거래금액≤100만: 300위안/부 100만<거래금액: 500위안/부	
10	인증표시 사용비(위조 방지)	크기와 포장 규격별 개당 0.3~1위안 유기코드: 1억 개 이하 0.005위안/개 1억 개 이상 2억 개 이하 0.003위안/개 2억 개 이상 0.0025위안/개	

주: 본 가격표는 2017년 기준으로 현행 기준은 미공개, 별도 문의 필요. 생산 규모와 공정 난이도 등에 따라 비용이 상이함.

출처: 바이두(百度), COFCC <有机产品认证收费管理细则>(ver.7/1)

4) 한국 내 중국 유기인증 신청 절차

- 한국 내 중국 유기인증대행기관인 중국검험인증그룹코리아컴퍼니(CCIC)를 통해 CQC 중국 유기인증 신청이 가능하며, 소요기간은 최소 4~6개월(제품별로 상이)임.
- CCIC KOREA는 중국 CCIC(중국검험인증그룹) 내 CQC(China Quality Certification Center, 中国质量认证中心) 인증기관의 유일한 해외 지사로, 중국 진출 시 필요한 강제성 인증과 자율성 인증을 대행하는 기관임.
- 유기인증 외 FSSC22000, China HACCP 인증 등을 대행함.

◆ 표 2-5 CCIC를 통한 한국 내 중국유기인증 신청 방법

<p>신청 절차</p>			
<p>인증 마크</p>			
<p>제출 서류</p>	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> 유기제품인증조사표 유기제품생산관리기준서 유기제품인증신청서 행정위치도 사업자등록증(영문) </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> 대기환경보고서 수질검사보고서 법률법규 리스트 유기제품 생산계획 기 취득한 유기인증서 등 </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> 유기제품인증조사표 유기제품생산관리기준서 유기제품인증신청서 행정위치도 사업자등록증(영문) 	<ul style="list-style-type: none"> 대기환경보고서 수질검사보고서 법률법규 리스트 유기제품 생산계획 기 취득한 유기인증서 등
<ul style="list-style-type: none"> 유기제품인증조사표 유기제품생산관리기준서 유기제품인증신청서 행정위치도 사업자등록증(영문) 	<ul style="list-style-type: none"> 대기환경보고서 수질검사보고서 법률법규 리스트 유기제품 생산계획 기 취득한 유기인증서 등 		

출처: CCIC Korea (<http://ccickorea.com>)

- 중국 유기인증을 신청하는 경우 한국 정부기관의 해외인증지원제도를 활용하면 비용의 일정 부분을 지원 받을 수 있는데, 현재 한국농수산물유통공사(aT)를 비롯해 한국식품연구원, 중소벤처기업부에서 지원제도를 운영 중임.
- aT의 해외인증등록지원사업은 aT수출업체종합지원시스템(global. at.or.kr)의 모집공고를 통해 신청할 수 있으며, 해외 인증 취득 및 연장에 소요되는 비용의 70%를 지원받을 수 있음.
 - 업체당 연간 지원 한도는 2,000만 원이며 지자체, 한국식품연구원 등 유관기관으로부터 지원받은 건과 중복 지원은 불가함.
- 과학기술정보통신부 산하 한국식품연구원은 해외식품인증지원센터(www.foodcerti.or.kr)를 통해 유기인증 취득 지원을 제공하며 인정 소요 비용의 70%를 지원함.

- 해마다 해외인증등록지원사업 신청 기간에 지원 대상 업체를 모집하며, 수출 목적으로만 지원이 가능함. 지원 한도는 업체당 최대 2,000만 원이며 2개 이상 인증을 신청, 취득하는 경우 최대 4,000만 원까지 지원함.
- 지원 범위는 해외 인증 취득 및 갱신에 소요되는 인증비[심사비 및 등록비, 실사비(항공료), 제품분석비]와 대행비(통번역비, 컨설팅비, 예비심사비, 교육비, 인증대행 수수료)임.
- 중소기업부부는 ‘해외규격인증획득 지원사업’ 을 통해 수출 중소기업을 대상으로 수출 대상국이 요구하는 해외 규격 인증 취득에 필요한 인증비, 시험비, 컨설팅비 등 비용의 50~70%를 전년도 수출 실적에 따라 지원함.
- 기업당 최대 4건, 연간 1억 원 한도 내에서 지원하며, 중소기업수출지원센터(www.exportcenter.go.kr)에서 신청할 수 있음.

3. 국제표준과 연관성

- 현행 중국의 유기식품 인증 시 요구되는 환경과 제품 안전 및 품질 수준은 국제 표준과 유사하며, 유기식품 외 녹색식품 AA등급도 해외 유기인증에 근접
- 국가 간 유기인증 상호 동등성 인정 협약을 체결하면 자국의 유기인증만으로도 중국 내에서 유기식품으로 인정받아 수입할 수 있음. 현재 중국과 유기인증 동등성 인정 협약을 체결한 국가는 뉴질랜드(2016년)와 덴마크(2017년) 등 2곳에 불과함.
 - 동등성 인정 협약을 하면 별도의 중국 유기인증 절차 없이 본국의 유기인증이 인정되어 ‘유기’ 로 표시하여 수출입할 수 있음.
 - 한국은 미국(2014년), 유럽연합(2015년)과 유기가공식품 상호 동등성인정 협정을 체결¹⁹⁾했으나 아직 중국과는 동등성인정 협정 미체결 상태
- 그림 2-6의 유기인증 로고는 중국 시장에서 가장 많이 보이는 해외 유기인증 표시로, 글로벌 브랜드 중 다수가 중국 유기인증을 취득하고 수입해 합법적으로 제품 포장 전면에 ‘유기’ 를 표기하거나 해외 유기인증 취득 사실을 홍보함.
 - 중국 유기인증을 받고 수입되는 외국 유기식품이 점점 많아지고 있는데, 그 배경으로 (1) 중국 유기인증 미취득 시 본국의 유기인증로고를 제품에 부착하지 못하고 (2) 중국 내에서 중국 유기인증 로고의 인지도가 높기 때문

19) 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리 정보시스템(www.enviagro.go.kr)

- 중국 소비자의 중국 유기인증 로고에 대한 인지도는 점차 커지고 있는 반면에 외국 유기인증 표시에 대한 인지도와 이해도는 여전히 낮은 편임.
- 현재 한국 유기인증 로고의 인지도는 매우 낮으며 중국 내에서 쉽게 찾아볼 수 없음.
- 중국의 유기인증의 감독관리가 점차 강화되고 있어 비용이 들더라도 중국 유기 인증을 받아서 중국 시장에서 합법적으로 홍보하는 것이 주된 추세가 될 것임.

◆ 그림 2-6 외국 유기인증: 수입품 중 본국 유기인증표시



사진출처: 바이두 사이트(www.baidu.com)

- 홍콩, 대만, 마카오의 경우, 중국 내륙과 별도의 유기인증제도가 적용되므로 수입 시 중국 유기인증을 받지 않아도 되며, 대만은 대만 주무기관에서 승인한 유기인증을 취득해야 함.
 - 홍콩은 아직 유기인증에 관한 관련 법규가 제정되어 있지 않으며, ‘유기’ 라는 이름으로 판매되는 식품은 원산국의 인증기관 또는 관련 당국으로부터 인증을 받은 것임.
 - 대만은 ‘행정원 농업위원회’가 유기식품 관련 법규 제정, 인허가, 처벌, 인증기관 승인 등 업무를 담당하고, <유기농업촉진법>, <유기농산물의 유기전환기 농산물 표시 및 로고 관리 방법> 등 관련 행정법규에 따라 대만 유기인증을 받아야 대만 내에서 ‘유기’로 표시해 판매할 수 있음.
 - 마카오는 대부분이 수입 식품으로, 유기식품을 쉽게 찾을 수 있음. 마카오는 별도의 유기인증 관련 법규가 없으나 중국 <식품안전법> 및 식품안전표준 규정이 적용됨. 마카오로 수입된 유기식품은 원산국 인증표시를 제품 포장에 그대로 사용됨.

4. 중국 유기식품 수입 제도

- 중국은 해외 유기식품의 수입 이후 온·오프라인 일반 판매 목적인 수입과 글로벌 전자상거래만을 통한 판매를 목적으로 하는 수입 등 판매 경로가 다름에 따라 각각 다른 제도를 시행하고 엄격한 감독관리를 진행함.

1) 온·오프라인 일반 판매 목적의 유기식품 수입 규정

- <유기식품인증관리방법(有机產品認證管理辦法)>은 중국에 수출하고자 하는 식품이 국제 유기식품 인증 혹은 본국의 유기인증을 받았고 중국 내에서 온·오프라인 일반 판매를 통해 동등한 유기식품으로 판매를 원할 경우, 수출 전에 반드시 중국의 관련 법률과 행정법규에 따라 중국 유기인증을 취득해야 한다고 명확히 규정함.
 - <방법> 제3장에 유기식품 수입 관리규정이 별도로 있으며, 중국 유기인증 신청, 수입통관 시 제출 자료, 필요시 CIQ(검역국) 샘플링 검사 시행, CNCA 신고(증서 취득 후 30일 이내)등 내용을 포함함.²⁰⁾
- 만약 중국에 수출하려는 식품이 국제 유기식품 인증 혹은 본국의 유기인증을 받았지만 중국의 유기인증을 취득하지 못했고 중국 내에서 온·오프라인 일반 판매를 원할 경우, 수출 제품 포장에 ‘유기’ 라는 문구나 인증마크를 표시할 수 없고 통관 검사는 일반 수입식품 절차로 진행함.
 - 해외 유기인증만 취득하고 중국 유기인증을 받지 못한 경우, 해외 유기인증표시나 기호를 덮어 보이지 않게 시정한 후 일반식품으로 수입이 가능함.
 - <방법>은 일반식품으로 수입된 해외유기식품은 제품 또는 포장과 라벨에 ‘유기’, ‘오가닉(ORGANIC)’ 등 소비자를 오도할 수 있는 문자나 그림은 물론이고 해외 유기인증 표시나 기호도 넣으면 안 된다고 규정함.
- 중국의 유기인증을 취득하지 않은 수입 유기식품의 중국 내 일반 유통과 관련한 엄격한 규제 규정이 있음에도 불구하고 통관, 유통의 감독관리가 미비해 사실상 온·오프라인 매장에서 본국 유기인증을 막지 않고 그대로 사용하는 경우가 많고 향후 이와 관련한 규제가 점차 강화될 것으로 보임(칭다오올게이트컨설팅, 2021).

20) 유기식품산업의 대중국 수출전략에 관한 연구-비관세조치 대응전략 수립을 중심으로-정우경, 김태인, 무역보험연구 제21권 제2호(2020. 04.)

- 현재 의견 수렴 중인 <식품표시감독관리방법(食品標識監督管理辦法)>은 중국의 유기 인증을 취득하지 않은 수입 유기식품의 중국 내 유통 시 외국 유기인증 로고가 보이면 안 될 뿐만 아니라 ‘건강(健康), 친환경(环保), 천연(天然)’ 등 객관적이지 않은 표현²¹⁾과 ‘무항생제(无抗生素), 무첨가(无添加), 영첨가(零添加), OO은 첨가하지 않음(不含有)’ 등 문구도 포장지에 표기할 수 없다²²⁾는 내용을 포함

■ 해외 인증 유기식품의 중국 진출 시 중국 유기인증 취득 절차를 거쳐 유기식품으로서 중국 내에서 판매를 진행하는 데는 중국 유기식품시장에서 다양한 판매경로를 통해 판촉을 진행할 수 있는 장점이 있는 반면에 신청 절차가 복잡하고 많은 시간과 비용이 소요되는 등 단점이 존재함.

- 프랑스 베이비비오(Babybio, 伴宝樂), 독일의 힙(HIPP, 喜宝)분유, 미국의 어스베스트(Earth's Best, 愛思貝) 이유식 등 다양한 세계 유명 유기식품 브랜드 제품은 중국 유기인증을 취득하여 중국 영유아 유기식품시장에서 매출액 기준 상위권을 차지하고 있음.
- 2020년 12월, 칠레 메이포벨리 와인의 중국 지역 담당자는 메이포벨리 와인 브랜드가 중국 시장 확대를 위해 ECOCERT, USDA, JAS, BRC, IMO 등 국제유기인증에 이어 중국 유기인증을 취득했다고 발표하면서 중국 유기인증을 받기 위해 700일이나 되는 장기간 힘든 과정을 거쳤다고 소개했음(搜狐, 2020).

2) 글로벌 전자상거래 판매 목적의 유기식품 수입

■ 글로벌 전자상거래는 글로벌 전자상거래에서만 판매되도록 제한된 보세수입(網購保稅進口, E-Commerce Bounded Import)²³⁾ 방식임. 따라서 글로벌 전자상거래는 재판매가 불가능하고, 글로벌 전자상거래 운영 허가를 받은 온라인 플랫폼에서만 판매가 가능하다는 제한이 있음.²⁴⁾

- 글로벌 전자상거래(跨境電商)와 일반 무역의 차이는 판매 대상에 있음. 일반 무역은 중국 내 수입상에게 물품을 판매하고 그 수입상이 다시 소비자에게 판매하는 방식(B2B)이기 때문에 재판매 행위가 발생할 수 있지만 글로벌 전자상거래는 온라인 플랫폼을 거쳐 바로 소비자에게 판매되는 방식(C2C 혹은 B2C)임.

21) 관련 법규: <예포장식품라벨통칙(預包裝食品標籤通則)>(GB7718)

22) 해당 내용은 <식품표시감독관리방법(食品標識監督管理辦法)>(의견수렴안) 제32조에서 규정하고 있으며, 이는 2020년 7월 발표된 의견수렴안으로 정식 시행되지는 않았으나, 실제 법 집행 시 이 규정이 참고되고 있음.

23) 海關總署公告2018年第194号 (關於跨境電子商務零售進出口商品有關監管事宜的公告)

[원문] http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2018-12/31/content_5447414.htm

24) 징동과 티몰 등 온라인몰은 국내 쇼핑몰과 글로벌 전자상거래 플랫폼을 별도로 운영함. 예: 징동귀지(京東國際, www.jd.hk), 티몰글로벌(天貓國際, www.tmall.hk) 등

- 현재 중국 내 글로벌 전자상거래 운영 허가를 받은 온라인 플랫폼에는 징둥(京東), 티몰(天貓) 등 온라인 종합 쇼핑몰에서 징둥귀지(京東國際), 티몰귀지(天貓國際) 등 글로벌 전자상거래 플랫폼을 동시에 운영하는 방식과 유구(有谷) 같은 수입제품 전문 온라인 쇼핑몰 방식이 있음.
- 아직 글로벌 전자상거래를 통해 판매되는 수입 유기식품에 대해 중국 유기인증 취득 여부에 따른 유기인증 표시를 규제하는 규정이 따로 없음. 따라서 중국 유기인증을 취득하지 않고도 유기식품으로서 홍보 및 판매할 수 있는 경로라 할 수 있음.
 - 본국의 유기식품 포장 그대로 수입, 홍보 및 판매할 수 있음.
 - 제품명과 설명에 ‘유기’ 이라는 문구를 쓰거나 국제 혹은 본국 유기인증 표기, 인증서 원본 등을 홍보할 수 있음.
 - 제품 자체의 포장이나 중문 라벨 스티커 관련 규정은 없으나 상품을 판매하는 온라인 사이트에 반드시 ‘해당 상품은 해외에서 직접 구매하므로 제품에 중문 라벨이 없을 수 있으며, 소비자는 본 웹페이지에 있는 중문 전자라벨을 참고할 수 있다’ 라는 경고문을 넣어야 함.
- 글로벌 전자상거래를 통해 수입한 제품은 모두 세관특수감독관리구역과 보세물류 센터에서 직접 소비자에게 배달되어야 하고 재판매를 진행할 수 없으며 소비자에게 판매하는 방식은 크게 두 가지로 구분할 수 있음.
 - 하나는 글로벌 전자상거래 업체가 직접 해외직구를 진행하는 방식(B2C)이고 다른 하나는 소비자가 글로벌 전자상거래 쇼핑몰의 해외배송 제품을 주문해 구매하는 방식(C2C)임.
- 중국 내 글로벌 전자상거래 업체는 보통 해외에 지사를 설립해 해외 브랜드와 독점 대리계약을 체결하는 등 다양한 방식으로 해외 공급사슬을 구축하고, 냉동물류창고 운영을 통해 신선하고 안전하게 식품의 해외직구를 진행함.

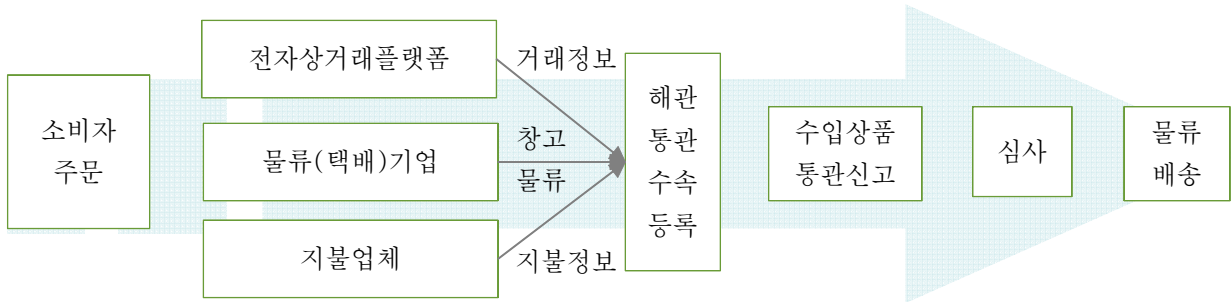
◆ 그림 2-7 글로벌 전자상거래 업체의 해외직구 수입 절차



출처: 中糧我買網 艾瑞諮詢, 2019년 중국수입식품소비백서(2019年中国进口食品消费白皮书), (2020.12)

- 소비자가 글로벌 전자상거래 플랫폼의 해외배송 제품을 주문, 구매하는 방식은 그림 4-2와 같은 절차를 통해 수입통관이 이루어져 소비자에게 배송됨.

◆ 그림 2-8 글로벌 전자상거래 소비자 주문의 수입통관 절차



출처: 해관총서 <글로벌 전자상거래 소매 수출입 상품 관련 감독관리 사항에 관한 공고(关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告)>(2018) 내용 정리

- 해외 인증 유기식품을 글로벌 전자상거래를 통해 수입할 경우 해당 쇼핑몰에서만 홍보, 판매가 가능하고 기타 온·오프라인 매장에서는 판매할 수 없는 등 판매경로가 제한된다는 단점이 있는 반면, 유통단계가 단축되고 중국 유기인증 취득하지 않아도 국제 유기인증 혹은 본국의 유기인증 표기를 부착해 홍보할 수 있는 등 장점이 있음.

- 일반 무역으로 수입하는 경우, 수입 통관 이후 총판과 성시급 대리상, 소매상 등 소비자에게 판매되기까지 유통 절차가 길어지므로 가격 경쟁력이 떨어지고 유통 단계를 제어하기 힘들다는 단점이 있음. 글로벌 전자상거래를 통하면 수입 통관 절차가 크게 간소화되고 좀 더 이른 시일 내에 소비자에게 배송된다는 점에서 식품 분야에 특히 강점이 있음.
- 아직 글로벌 전자상거래 수입에서는 ‘유기인증표시’ 나 ‘해외인증 홍보’ 등을 규제하는 규정이 없으므로, 온라인 사이트에서 국제 유기인증, 본국의 유기인증 사항을 공개적으로 홍보할 수 있어 초기 진출 시 중국 유기인증을 취득하지 않은 상태에서도 자체 유기식품 브랜드 인지도 향상을 위한 판매전략으로 활용할 수 있음.

- 하지만 최근 글로벌 전자상거래로 수입된 제품이 재판매되거나 오프라인으로 유통되는 문제가 불거지고 있어 이러한 문제가 글로벌 전자상거래 플랫폼에서 판매되는 ‘유기인증식품’ 규제로 이어질 가능성도 있으므로 신규 정책을 예의주시할 필요가 있음.

03

III. 중국 국내 유기식품 시장 분석

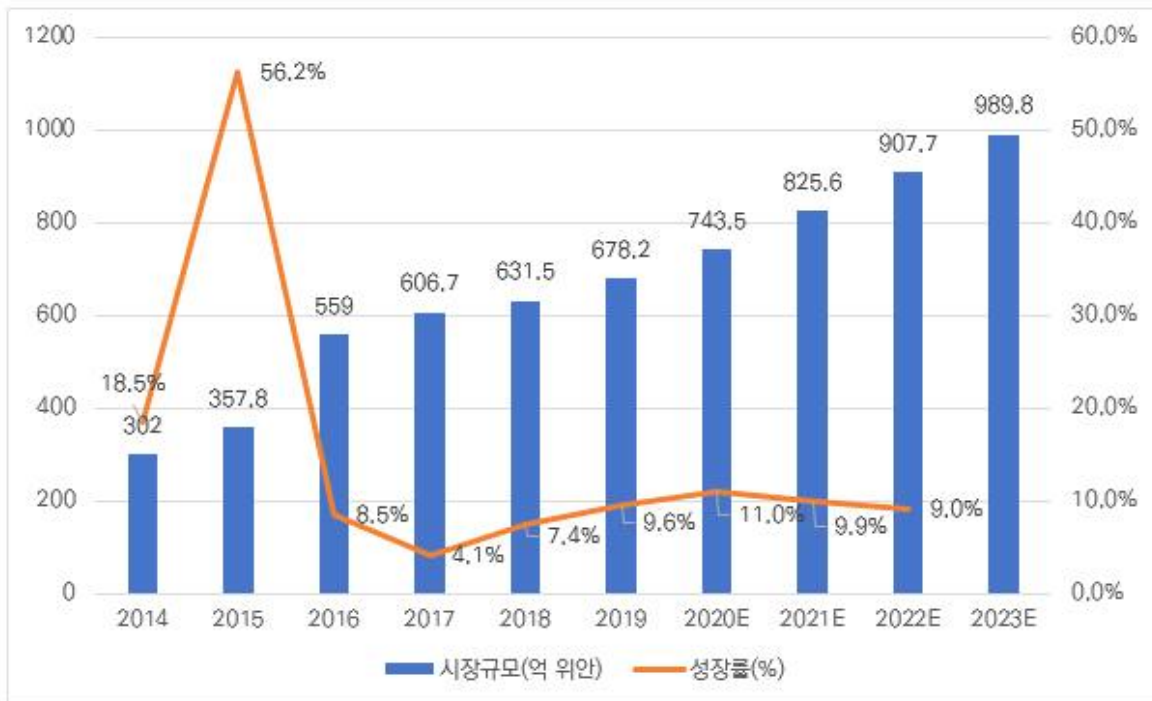
- 중국 유기식품 시장 규모
 - 중국 유기식품 유형
- 중국 유기식품 유통 현황
- 중국 유기식품 소비 현황

III. 중국 국내 유기식품 시장 분석

1. 중국 유기식품 시장 규모

- ‘2020년 중국 유기제품 인증 및 유기산업 발전 보고서’에 따르면 2019년 말 기준으로 중국 유기식품 시장 매출액은 678억 2,000만 위안(약 11조 8,685억 원)으로 전년보다 47억 위안(약 8,225억 원) 증가했음.
- 현재 중국 유기식품 시장은 줄곧 성장세를 지속하고 있으나, 전체 식품시장에서 차지하는 비중은 1%에도 못 미치는 수준이며, 유기농산물 생산 면적은 전체 농산물 생산 면적의 1~1.5%에 불과함.
- 중국 첸잔(前瞻)산업연구원은 중국 유기식품 시장 규모가 향후 연간 10% 내외로 성장해 2023년 989억 8,000만 위안(약 17조 3,215억 원)에 이를 것으로 전망됨(前瞻产业研究院, 2021).

◆ 그림 3-1 중국 유기식품 시장규모 추이 및 전망(2014~2023년) (단위: 억 위안)



주: 2020년 이후 데이터는 전망치임.

출처: CNCA, 前瞻产业研究院 <中国有机农业市场前景与投资战略规划分析报告> 2021.03

- 중국 유기식품 시장은 2015년 이후 크게 도약했고, 중국의 소비력 향상이 뒷받침되면서 연평균 8%의 꾸준한 성장세를 보임.
 - 2015년 유기식품 관련 법규 재정비, 2017년 중앙1호 문건의 친환경 농산물과 식품 안전 강화 언급이 촉진제로 작용함.
- 유기식품 인증 건수의 경우, 2019년 발행된 유기산품²⁵⁾ 인증서는 2만 1,746건(해외 발행 410건), 유기인증 받은 기업은 1만 3,813개사(해외 220개사)임.²⁶⁾
 - 유기인증 발행 건수는 2004년 첫 유기인증 발행 이후 빠르게 증가했으며, ‘유기식품인증관리방법’ 개정과 친환경 농업 발전을 강조한 정책이 다수 발표된 2015년을 분수령으로 2015~2019년 연평균 13.76% 증가함.
 - 유기인증 발행건수가 가장 많은 품목은 곡물(벼, 옥수수, 수수), 채소(토마토, 고추, 오이), 과일(사과, 복숭아, 키위), 오일시드작물(대두, 차 종자, 땅콩)이며, 벼, 사탕수수, 호두, 대두 순으로 재배 면적 규모가 큼.
 - 중국 지역별로 헤이룽장(黑龙江), 네이멍구(内蒙古), 랴오닝(辽宁), 구이저우(贵州)에 유기가공식품 생산이 집중 분포하며, 헤이룽장 지역이 유기인증서 발급 건수의 10.9%를 차지함.
 - 2020년 시장감독관리총국이 시행한 유기인증제품(식품을 포함한 전체 유기식품) 임의추출검사 결과, 인증 불합격률은 5.63%로 나타남.²⁷⁾
- 녹색식품 인증과 비교했을 때 중국 국내 제품의 경우 녹색식품 인증을 받은 기업 수와 제품 수가 유기식품보다 많으나 제품 종류는 유사함.
 - 중국 녹색식품 제품 구조는 크게 농·임산물과 가공품, 축산·가금류 제품, 수산물 제품, 음료류 제품, 기타 제품²⁸⁾으로 분류함(녹색식품통계연보, 2020년).
 - 2020년 말 기준으로 중국 내 유효한 녹색식품 인증을 보유한 기업 수는 1만 9,321개사, 제품 수는 4만 2,739개이며, 제품 구성별로는 농·임산물과 가공품이 80%를 차지함.

25) 중국 유기식품은 유기산품(有機產品, 유기제품)의 하위분류로, 공식적으로 유기산품 관련 통계만 발표됨. 유기산품은 비식품류(면, 마, 대나무, 의류 등)를 포함하나, 비식품류 가공품은 대부분 방직품, 천연섬유에 국한되어 있고 생산량이 극히 적어 유기산품 중 식품이 대부분을 차지함.

26) CNCA, 中国有机产品认证与有机产业发展报告, 2020. 09.

27) 市场监管总局抽检有机产品18批次不合格, 北京青年报, 2021. 01. 11.

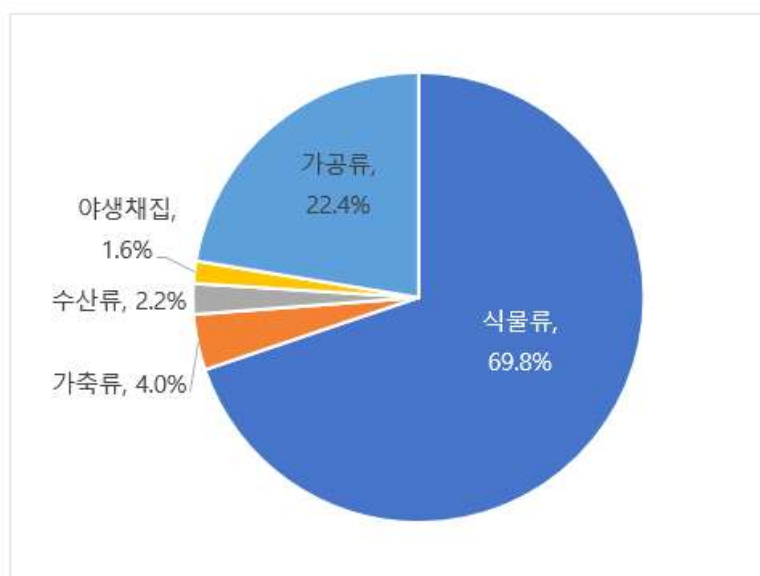
28) 기타제품은 식용소금, 전분, 조미료, 베이커리, 스낵류, 즉석식, 과일정과(꿀에 절여 건조한 과일)와 밀전, 식품첨가제를 포함함.

- 녹색식품 인증 제품은 세부 품목별로 쌀, 채소, 과일 등 신선농산물과 가공차(茶) 위주이며, 가공식품 중에서 식용 식물유제품, 액체우유, 유제품, 맥주, 맥주, 포도주, 조미료의 비중이 가장 높음.

2. 중국 유기식품 유형

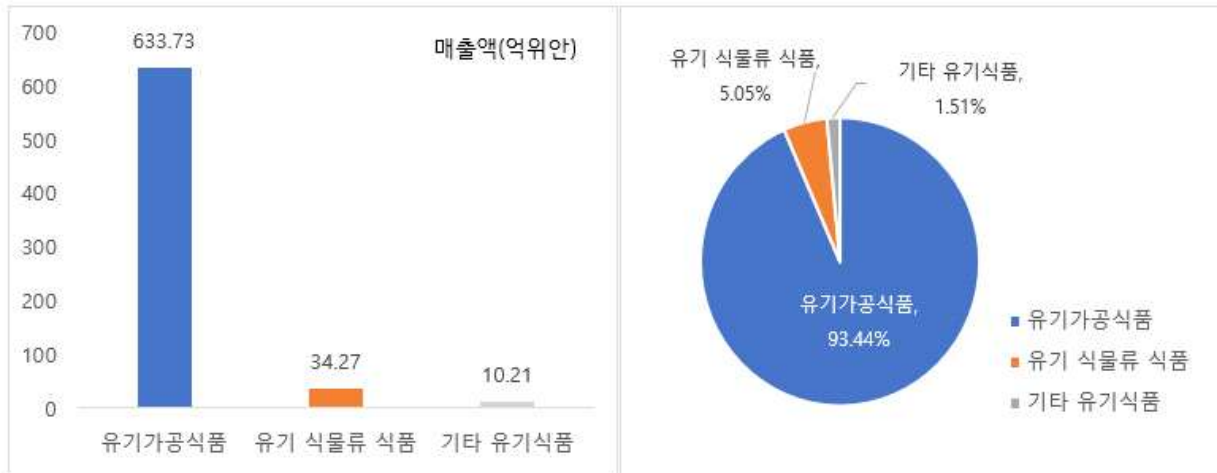
- 중국의 유기식품은 주로 식물류, 가축류, 수산류와 가공류 등 4가지로 구분할 수 있으며, 인증 제품수로는 식물류 비중이 가장 높으나 매출액 기준으로는 가공식품류가 1위임.
- 2019년 인증 건수 기준으로 식물류(69.8%), 가공류(22.4%), 가축류(4.0%), 수산류(2.2%), 야생채집(1.6%) 순으로 비중을 차지하며, 식물류에서 유기인증 발행 건수가 가장 많음.
- 하지만 매출액 기준으로 보면, 유기가공식품의 판매액이 633억 7,300만 위안(약 11조 902억 원)으로 전체 유기식품 판매액의 93%를 차지함.
- 중국 내 유기 신선농산물은 생산량이 많고 빠르게 발전하고 있지만 판매 단가가 가공식품에 비해 저렴하고, 유기가공식품이 고급시장을 공략해 일반 식품보다 비싼 가격에 판매됨. 그 때문에 전체 유기식품 매출액에서 유기가공식품 비중이 신선농산물을 크게 상회함.

◆ 그림 3-2 인증 건수 기준 중국 유기식품 유형별 비중(2019년)



출처: CNCA, <中国有机产品认证与有机产业发展报告>, 2020. 09.

◆ 그림 3-3 중국 유기식품 유형별 매출액과 비중(2019년) (단위: 억 위안, %)



주: 유기산품(有機産品) 관련 통계 자료로 식품 외 유기제품(비식품)을 포함하나, 비중이 매우 낮아 모두 유기식품으로 표기함.

출처: CNCA, <中国有机产品认证与有机产业发展报告>, 2020. 09., 첸잔산업연구원(2021. 03).

■ 중국 유기가공식품은 곡물가공품, 유제품, 장류, 분유와 영유아식품 등 위주로 구성되며, 그중 유기인증을 가장 많이 받은 품목은 우유임. 2019년 발행한 ‘멸균유’ 유기코드는 14억 8,000만 건에 달해 전체 유기코드 발행량의 70%를 차지함(CNCA, 2020. 09.).²⁹⁾

- 유기식품은 일반 식품과 차별성을 강조하기 위해 포장에 ‘유기’ 문구를 넣어 강조하는 한편 친환경과 건강 이미지를 강조하는 이미지를 삽입해 제품의 유기 이미지를 구축함.
- 유기식품 포장은 일반 포장에 비해 고급스러우며, 소포장이나 선물형 포장이 많음.

◆ 표 3-1 중국 유기식품 종류와 대표 브랜드

분류	주요 브랜드	제품 포장
곡물 가공품	쌀 우창쌀(五常大米) 상수이춘(响水村)	  
	밀 가루 위안팡(远方) 신량(新良) 베이다황친민유기 (北大荒亲民有机)	  

29) 유기코드는 제품 1개당 1개의 유기코드가 발행되므로 품목별 제품 생산량을 알 수 있으나, 유기코드 대신 판매증을 발급받을 수 있으므로 해당 부분이 누락될 수 있음.

<p>장류</p>	<p>간장 · 식초 된장 · 고추장</p> <p>첸허(千禾) 허란유기(禾然有机) 잉우(应物)</p> <p>허란(禾然)</p>	 
<p>우유</p>	<p>저온 상온</p> <p>성무(圣牧) 산위안지즈(三元极致) 멍뉴(蒙牛)</p> <p>멍뉴터룬쑤(蒙牛特仑苏) 이리진토텐(伊利金典) 허마(盒马)</p>	 
<p>두유</p>	<p>더우번더우(豆本豆) 통이청스더우(统一诚实豆)</p>	
<p>분유</p>	<p>멍뉴(蒙牛) 밍이(明一) 페이허(飞鹤) 권리바오(君乐宝)</p>	
<p>영유아 식품</p>	<p>간식 이유식</p> <p>왕왕(旺旺) 부라편(布拉粉)</p> <p>싼즈쑹수(三只松鼠)</p>	
<p>간식</p>	<p>허마(盒马) 선리(神栗)</p>	

출처: 허마센성, 징둥 7fresh, BHG 등 매장 및 온라인몰 조사

- 해외 신선농산물의 중국 시장 진입 장벽이 높고 시장 매출액 면에서 중국 유기가공식품 시장 규모가 신선농산물보다 더 큰 점을 고려해 본 보고서는 한국 유기가공식품의 수출 잠재력이 신선농산물보다 큰 것으로 판단함.
- 대중국 수출 한국 유기식품의 경쟁 상대인 중국 현지 유기식품 브랜드는 대부분 신선농산물에 집중 분포함. 실제 중국 오프라인 매장에서 주로 볼 수 있는 중국의 유기식품은 대부분 신선농산물이며, 유기가공식품은 특정 품목에 제한되어 있으므로 한국 유기가공식품이 중국 시장을 공략할 여지가 있음.
- 중국 유기농업 생산 면적과 제품 생산량은 최근 몇 년간 크게 확대되었으나, 유기농 유제품, 포도주, 초콜릿, 과일 같은 식품과 유기 화장품, 방직품의 수입 의존도는 여전히 높은 편임.

3. 중국 유기식품 유통 현황

- 전자상거래의 발전과 함께 신선농산물과 유기가공식품이 현재 중국에서 유통되는 경로는 오프라인 판매에서 온라인으로 빠르게 확대되었으며, 온라인과 오프라인을 결합한 신유통 형태의 고급 식품 전문 매장과 대형 마트가 유기식품 오프라인 유통의 핵심 채널임.
- 중국의 유기식품업계는 신선농산물의 생산과 유통을 위주로 하기 때문에 특히 농산물을 신선한 상태로 소비자에게까지 전달하기 위해 유통체계 개선에 많은 노력을 기울임.

1) 오프라인 유통경로

- 일반적으로 식품의 주요 유통채널은 농산물시장 외에 각종 중소형 마켓, 대형마트, 소매점이 있음.
- 중국 내 대표적인 대형 마트는 우메이(物美), 화련(华联) BHG,³⁰⁾ 다룬파(大润发), 차오스파(超市发), 월마트, 화룬완자(华润万家, VANGUARD) 등이 있음.
- 유기식품은 판매가격이 일반 식품에 비해 높은 편으로 일반 마트보다 주로 고급 쇼핑몰 내에 위치한 프리미엄 마켓, 대형 마트, 프리미엄 편의점에서 유통됨.

30) 화련(华联) BHG: 베이징화련이 경영하는 대형 종합 슈퍼마켓으로 중국의 주요 도시에 널리 퍼져 있으며, 가격이 저렴하면서 품질보장 신뢰도가 높은 슈퍼마켓 브랜드임.

- 대표적인 프리미엄 마켓으로는 BHG, AEON, Olé, 샘스클럽(Sam's Club)³¹⁾ 등이 있음. 특히 화롄 산하 BHG마켓플레이스는 베이징화롄이 고소득층 소비자와 현지 거주 외국인을 대상으로 선보인 프리미엄 마켓임.
- 외국 기업이 투자하거나 수입상품을 많이 취급하는 대형 마트에서 중국 유기식품과 다양한 수입 유기식품을 판매하고 있는데, 그중 Metro가 유기식품의 홍보와 판매를 가장 적극적으로 지원하는 것으로 나타남.
- 중국 현지 프리미엄 편의점은 벤리펑(便利蜂), 711, Family Mart 등이 있으며, 보통 특정 소비층이 모이는 직장이나 생활공간에 인접해 입지를 선정하기 때문에 타깃 소비자 접근이 용이함.

◆ 그림 3-4 중국 내 유기식품 오프라인 유통채널



쇼핑몰 내에 위치한 중국 본토 고급마트 BHG



글로벌기업 대형마트 Metro(麦德龙)



글로벌 마트 AEON의 유기식품 전문 판매대



프리미엄 편의점 벤리펑(便利蜂)

출처: 바이두 홈페이지, 다중롄펑(大众点评), 현장조사 등

- 위에서 언급한 마트나 슈퍼마켓, 편의점에서 유기식품을 판매하는 모델은 크게 ① 일반상품 구별 없이 전시하고 판매 ②유기식품에 해당 슈퍼마켓·마트의 상표를 붙이고 판매 ③쇼핑몰 안에서 유기식품을 판매하는 전문구역을 설정해 판매하는 형태가 있음.

31) 월마트 산하의 고급 회원제 마트로 2020년 말 기준 중국 내 31개 매장을 보유하고 있음.

- 그중 ③처럼 유기식품 전문 판매대를 둔 곳이 유기식품 브랜드가 가장 다양하고 종류도 많은 것으로 나타남.
- 중소형 유기농 식품업체들은 대부분 이러한 고급 쇼핑몰, 슈퍼마켓, 마트와 제휴해 자체 상표를 붙이거나 해당 상점의 상표를 붙여 판매하고 있음.

◆ 그림 3-5 탕산상허구(唐山尚禾谷)의 허마센성 PB상품 사례



허마PB 제품(유기식품)

자사 상표(상허구, 尚禾谷) 제품

주: 탕산상허구(唐山尚禾谷)는 밤 전문회사로 유기생산기지를 보유하고 온·오프라인에서 자사 제품을 판매하며, 허마센성에 유기밤 가공식품을 공급하고 있음.

출처: 현지 허마센성 매장 조사

■ 그 외에 중국 유기식품의 오프라인 유통채널에는 생산기업 직접 판매와 유기식품 전문매장을 통한 판매 방식도 있음.

- 생산기업 직접 판매는 생산·제조 기지에서 소비자에게 직접 판매하는 형태로 고급호텔, 고급음식점, 유치원, 산후조리원, 기업 공동구매 등 자체 판매 채널을 구축하거나 농장이나 재배지를 농장학습 또는 체험단지로 조성해 소비자에게 직접 공급함
- 유기식품 전문매장은 유기식품기업이 직접 설립한 소매점 형태로, 유기농 쌀로 유명한 브랜드인 베이다황친민유기(北大荒亲民有机)가 2006년 상하이를 중심으로 설립한 하이퀄리티(Hiquality, 海客乐)가 대표적인 사례임. 유기농 전문매장은 2015년부터 급증했으나 2019년 유지비용 문제와 판매 실적 부진을 이유로 약 90%가 문을 닫아 현재 남아있는 곳은 많지 않음.

◆ 그림 3-6 유기식품 전문매장 하이퀄리티



주: 유기농 쌀 외 타 브랜드 및 기타 수입 유기식품도 함께 판매하고 있음.
출처: 다중토픽

- 중국은 매년 각종 건강식품과 유기식품과 관련한 전시회를 개최해 수많은 바이어와 판매자에게 거래의 장을 마련해 주는데, 이 같은 전시회는 브랜드 인지도를 제고하고 협력업체를 찾는 좋은 기회로 활용할 수 있음.
- 2021년 중국 제18회 녹색유기식품박람회³²⁾에서 달성한 총 거래액(계약건 포함)은 124억 7,300만 위안(약 2조 1,828억 원)이며, 녹색유기식품과 지역 특산 농산물의 현장 판매액은 1억 5,500만 위안(한화 약 271억 2,500만 원)을 기록함.

2) 온라인 유통경로

- 유기식품의 온라인 유통경로는 알리바바(Alibaba, 阿里巴巴) 계열의 티몰(Tmall: 티몰닷컴, 티몰마트 포함)과 타오바오(淘宝), 징둥(京东)몰과 징둥성셴(京东生鲜), 쑤닝이거우(苏宁易购) 등임.
- 온라인 쇼핑이 점차 중국 소비자의 일상생활 깊숙이 파고들면서 다양한 판매상품, 저렴한 가격과 빠른 배송을 강점으로 유기식품의 중요한 유통채널이 됨.
- 2021년 중국 온라인쇼핑몰 징둥의 ‘6·18데이’ 할인행사³²⁾가 진행된 18일간의 온라인 거래액은 5,784억 8,000만 위안(약 101조 2,340억 원)이었으며, 그중 유기식품 거래액이 전년 동기 대비 315% 증가함.

32) 중국 상반기 최대 온라인 쇼핑 페스티벌 ‘6·18 데이’는 2010년부터 매년 징둥 창립기념일을 기념해 진행하는 할인행사함. 2021년 6.18데이 기간은 6월 1일 00:00~6월 18일 24:00임.

◆ 그림 3-7 종합 포털사이트 유기식품 판매 화면



포털사이트에서 유기농으로 브랜드별 선택 검색 결과
[유기농 쌀 + 차이훤다위안(柴火大院) 브랜드]

출처: 티몰 포털사이트

- 이러한 종합 쇼핑플랫폼을 통해서 품목별, 브랜드별, 유통업체별로 유기식품을 검색할 수 있고, 신선제품은 소비자에게 당일 배송되므로 신선유기농산물도 자주 거래됨.
- 하지만 온라인 쇼핑 종합 플랫폼은 소비자층이 다양하고 취급 제품 범위가 넓어 진입하기는 쉬우나 상품이 너무 많아 단지 온라인 쇼핑몰 입점만으로는 충성고객을 확보하기 어렵다는 단점이 있음.
- 종합 쇼핑플랫폼 외에 온라인 유통채널로 번라이성훤(本来生活), 춘보(春播)³³, 메이르유셴(每日优鲜), 중량 위마이왕(中粮我买网), 튀튀궁서(沱沱公社), 레드베이비(Redbaby), 이궈(YiGuo, 易果网) 등이 있음.
- 자체 유기식품 공급 농장을 보유하면서 타 브랜드의 고품질 유기식품을 선정해 같이 판매하는 전문화된 온라인 쇼핑몰이라는 점에서 종합 쇼핑플랫폼과 차이가 있음.
- 번라이성훤은 ‘고품질 상품’으로, 춘보는 ‘안심하고 건강한 상품’으로, 메이르유셴은 ‘산지 직송 고품질 농식품 및 2시간내 배달’로, 위마이왕은 ‘국가 대기업 중량의 믿음’으로, 튀튀궁서와 레드베이비 그리고 이궈는 ‘유기식품 전문 판매’로 소비자의 관심과 신뢰를 얻고 있음.

33) 춘보(春播)는 처음에는 온라인으로만 운영하다가 중국 우시(无锡)에 춘보성셴(春播生鲜)마트 오프라인 점포를 시작으로 2021년 현재까지 총 7개 오프라인 점포를 구축함.

- 이들은 초기에 대부분 자체 물류 유통채널로 배송했으나, 물류네트워크 유지가 어렵고 비용이 많이 드는 문제가 발생하자 제3자 물류(예를 들면 징둥배송)와 협력해 배송서비스를 제공하기도 함.
 - 이같은 온라인 쇼핑몰은 프리미엄화, 유기농 식자재 등 특색을 부각하며 차별화한 경쟁력으로 고객을 유치하며,³⁴⁾ 일부는 온라인 쇼핑몰에서 오프라인 매장으로 확장하기도 함.
- 자체 오프라인 점포는 없지만, 타깃 소비자층이 모이는 곳에 창고를 많이 설치하고, 소비자들은 온라인(주로 모바일앱 사용)으로 주문하면 단시간에 배송이 이루어지는 즉시 배송 서비스를 갖춘 유통 방식도 있음.
- 메이탄 마이차이(美团买菜), 징둥다오자(京东到家), 덩둥마이차이(叮咚买菜) 등을 사례로 들 수 있음
 - 메이탄 마이차이(美团买菜)는 2019년에 상하이로 시작으로 현재 베이징, 상하이, 우한(武汉)시에서 매장을 운영하고 있음. 2021년 7월 1일 기준으로 메이탄 마이차이 앱의 총 다운로드 수는 70,188,351회임.
 - 덩둥마이차이(叮咚买菜)는 2017년 상하이에서 설립되어 현재 선전(深圳), 항저우(杭州), 쑤저우(苏州), 베이징으로 확장하였고, 2019년 550개 물류창고를 보유함.

3) 신유통 경로

- 온라인으로 주문받고 종합적인 오프라인 점포와 연계해 배송하는 O2O(Online to Offline) 방식이 현재 중국 내에서 크게 발달한 신유통 모델임. 매장에서 반경 3km까지 30분 이내 혹은 1시간 이내로 배송이 가능해 신선식품류 주문에 많이 활용됨.
- 전통 유통경로와 비교했을 때 이 같은 신유통방식은 소비자의 수요를 중심에 두고 소비자 맞춤형 소비 환경을 제공한다는 차별성이 있음.
 - 중국의 신유통방식은 온라인 소비 방식에서 발전해 빅데이터 기술을 활용한 ‘온·오프라인 + 현대 물류시스템’의 최적화를 구현하는 동시에 오프라인 점포에도 더 많은 소비자를 불러오는 효과를 볼 수 있음.

34) 중국 신유통모델 시장 현황조사(2019), 2019년 해외 이슈조사 보고서

◆ 그림 3-8 신유통방식으로 운영하는 온·오프라인 점포



허마(盒马) 오프라인 점포:
허마셴성(盒马鲜生)



허마(盒马) 온라인 점포:
허마이운차오(盒马云超)



춘보(春播) 오프라인 점포:
춘보셴셴(春播生鲜)



춘보(春播) 온라인 점포:
춘보(春播) 앱

출처: 중국 농식품 신유통시장의 현황(2019), 허마app, 춘보app, 바이두 홈페이지

- 이러한 신유통방식은 유기식품의 중요한 유통채널로 알리바바의 허마셴성, 징둥의 7Fresh, 텐센트(Tencent, 騰訊)의 차오지우중(超级物种), 쑤닝의 쑤셴성(苏鲜生), 우시(无锡)에 있는 춘보셴셴(春播生鲜), T11 등이 있으며, 모두 유기식품을 취급하고 있음.
- 알리바바 산하 허마셴성은 농식품 신유통의 상징적 모델로 2016년 상하이 제1호 점³⁵⁾을 시작으로 2021년 8월 기준 전국 21개 도시에서 233개 매장을 운영 중임.
- 징둥의 7Fresh는 2017년 12월 베이징 이좡(亦庄)에서 첫 매장을 열었고, 7Fresh 마트와 소비자에게 한 걸음 더 다가가는 치셴셴(七鲜生活)란 브랜드의 동네 슈퍼마켓 49개를 보유함(2021년 8월 기준).
- 이들 매장은 기존 오프라인 슈퍼마켓과 차별화한 고급스러운 매장 이미지와 매장의 브랜드 파워를 기반으로 소비자에게 품질 보장의 이미지를 심어줌.

35) 허마셴성의 회사 창립연도는 2015년 3월임.

- 그 밖에 최근 몇 년간 중국에서 라이브방송을 통한 생방송 판매 방식이 큰 인기를 끌고 있음.
 - ‘2020 중국 인터넷 광고 데이터 보고서’에 따르면 2020년 라이브방송을 통한 상품 판매 채널의 누적 시청자는 500억 명 이상, 판매 상품은 2,000만 개가 넘었다고 함.
 - ‘6·18데이’ 기간 생방송으로 판매된 매출액은 645억 위안으로 전체 GMV(총 상품 판매량)의 11.1%를 차지해 전자상거래에서 초미의 관심사로 떠올랐음.
 - 중국의 생방송 판매 플랫폼은 주로 전자상거래 플랫폼, 숏클립 플랫폼, 소셜 플랫폼 등 3가지로 구분되며, 대표적 전자상거래 플랫폼은 타오바오 라이브, 징둥 라이브이고 숏클립 플랫폼은 더우인(抖音, 틱톡)·콰이서우(快手)·샤오홍수(小红书)이며 소셜 플랫폼은 웨이보, 텐센트임.

4. 중국 유기식품 소비 현황

- 유기식품의 판매가격은 보통 일반 농식품 가격보다 최소 20~50% 높으며, 심지어 2~3배 이상 차이가 나기도 함. 유기식품은 가격이 높아 주요 대도시의 중·고소득층을 중심으로 소비되고 있으며, 식품안전이 주요 구매 결정 요인으로 작용함.³⁶⁾
 - 오프라인 유통의 경우 유기식품은 아직까지 주요 대도시를 중심으로 소비되고 있으나 점차 내륙지역으로 확산되는 추세이며, 중소도시의 소비력을 갖춘 소비자는 온라인 쇼핑과 라이브 커머스를 통해 구매함.
- 온라인을 통한 식품 소비자를 분석한 결과에 따르면, 1980년대 이후 출생자가 대부분을 차지하며, 이들 소비층의 주요 특징이 유기식품 수용 정도가 높고, 새로운 것에 보이는 호기심이 강하며, 영유아 식품의 안전성과 건강, 천연재료 사용 등을 중시하는 것으로 나타남.
 - 식품 온라인시장의 이용자를 연령대별로 분석한 결과 80허우(后)³⁷⁾, 90허우가 80% 이상을 차지했으며, 소득 수준별로 구분한 결과 중등 이상의 이용자 비중이 85%를 차지하는 것으로 나타났음.³⁸⁾ 2021년에는 95허우까지 주력 소비층에 포함됨.

36) 중국 유기식품의 발전 현황, 문체점 및 시사점, 중국농업동향, 2014. 07.

37) 80허우(后)는 1980년대 이후 출생한 세대, 90허우는 1990년대 이후 출생한 세대, 95허우(后)는 1995년 이후 출생한 세대를 가리킴.

38) 아이메이페이지싱(艾媒北极星) 관측센터 2018년 통계자료, 중국신유통모델 시장의 현황, 2019 해외 이슈조사 보고서.

- 허마셴성의 분석 보고에 따르면, 온라인 쇼핑 이용 빈도가 높은 35세 이하 소비군이 64%를 차지하며, 그중 25~35세 소비군이 핵심 고객층으로 나타남.
- 또한 이들 소비층은 신유통 모델하에 상품의 고품질, 상품 구매의 체험과 편의성, 빠른 배송 등의 서비스를 중시하나 상품 가격 민감도는 높지 않다는 특징이 있음.³⁹⁾
- 중국 유기식품시장의 제품 소비 상황을 현지 조사한 결과⁴⁰⁾를 바탕으로 중국 유기식품을 품목별로 분석해 보면 가장 대표적인 상품은 분유, 우유 등 유제품으로 나타남.
 - 특히 영유아 출산 분야에서 유기식품 소비가 두드러지게 나타남. 2020년 상반기 중국 전체 유기농분유 시장이 전년 동기 대비 20% 이상 성장했는데, 이는 전체 분유시장 성장률의 3배에 해당함. 유기농 이유식의 성장속도도 40%에 육박해 일반 이유식보다 훨씬 높은 성장률을 기록함.
 - 중국 현지 유명 브랜드로 명뉴(蒙牛), 이리(伊利), 썬위안(三元), 광밍(光明) 등이 있음.

1) 분유

- 분유는 중국 유기식품 시장에서 큰 비중을 차지하며, 유제품 계열 중 분유의 브랜드 및 상품 종류가 가장 풍부함. 중국의 대형 유제품 생산업체는 대부분 일반 분유 제품과 유기농분유 제품 라인을 모두 갖추고 있음.
 - 같은 브랜드인 경우, 유기농분유 가격이 일반 분유의 2~2.8배 수준임. 수입 유기농 분유와 중국산 유기농분유는 가격 차이가 크지 않으나 중국 소비자는 수입 유기농 분유를 더 신뢰하는 편임(표 3-2).

2) 우유

- 유기농우유는 크게 상온우유와 저온우유로 나눌 수 있으며, 중국산 유기농 저온우유의 판매가격은 일반 저온우유의 약 1.68배임.
 - 중국산 유기농우유는 해외 원유를 많이 사용하고 있지만, 가격은 수입 일반 우유와 유사함. 수입 유기농우유 가격은 중국산 유기농우유의 1.5~2배 수준임(표 3-3).

39) 중국 농식품 신유통시장의 현황, 2019년 해외 이슈조사 보고서.

40) 시장에서 판매되고 있는 인기 유기식품과 일반농식품, 수입 농식품을 조사하고 비교함. 오프라인으로 주로 허마셴성, 징둥 7fresh, BHG, T11, 벤리핑 등 매장을 조사했고, 온라인으로 티몰, 징둥, 쑤닝 계열 사이트와 번라이성훙, 춘보, 메이르유셴, 중량위마이왕 등을 조사함.

- 일반 우유 중 영양성분을 추가해 고급 우유제품으로 포지셔닝한 경우, 판매가격이 유기농우유와 유사하거나 더 비싼 경우도 있음.

◆ 표 3-2 영유아 분유 가격 비교

분류	제품사진	브랜드	규격	가격 (위안)	단위가격 (원/100g)
일반 분유		멍뉴(蒙牛)	800g	98위안	2,144원
		페이허(飞鹤)	700g	166위안	4,150원
		쥘러바오(君乐宝)	808g	158위안	3,422원
중국 유기농 분유		멍뉴	800g	398위안	8,706원
		밍이(明一)	800g	298위안	6,519원
		페이허	700g	309위안	7,725원
		쥘러바오	800g	349위안	7,634원
수입 유기농 분유		illumia	900g	409위안	7,953원
		Eleva	900g	360위안	7,000원
		Biostime	800g	235위안	5,141원

주: 시판 가격은 시간과 유통경로에 따라 다소 차이가 날 수 있음. 100g당 가격은 위안화를 한화로 환산한 금액임(환율 1위안=175원 적용)

◆ 표 3-3 저온우유 가격 비교

분류	제품사진	브랜드	규격	가격 (위안)	단위가격 (원/100mL)
일반 우유		멍뉴	720mL	20위안	486원
		쥘러바오	780mL	16위안	359원
중국 유기농 우유		성무(圣牧)	1L	40위안	700원
		싼위안지즈	1L	30위안	522원
		멍뉴	720mL	36위안	875원
수입 유기농 우유		한국 Y사 우유	1L	63위안	1,101원

주: 100mL당 가격은 위안화를 한화로 환산한 금액임(환율 1위안=175원 적용)

- 상온우유는 저온우유에 비해 가격이 저렴한 편이며, 같은 브랜드인 경우, 유기농 우유 판매가격은 일반 우유 가격의 1.16~1.47배 수준임(표 3-4).
- 수입 유기농우유 중 프랑스 Weidendorf 우유는 중국산 유기농우유와 가격이 비슷한 수준이나 타 생산국이나 타 브랜드 제품은 중국산 제품의 1.2~1.7배 수준임.

◆ 표 3-4 상온우유 가격 비교

분류	제품사진	브랜드	규격	가격 (위안)	단위가격 (원/100mL)
일반 우유		명뉴	250mL	5.3위안	371원
		이리	250mL	5.4위안	379원
		싼위안지즈	250mL	5.7위안	397원
중국 유기농 우유		명뉴터룬쑤	250mL	7.8위안	546원
		이리 진텐	250mL	6.3위안	443원
		싼위안지즈	1L	6.6위안	461원
수입 유기농 우유		Anchor	250mL	8.6위안	602원
		Veco zuivel	200mL	9.5위안	835원
		Weidendorf	200mL	5.8위안	510원

주: 100mL당 가격은 위안화를 한화로 환산한 금액임(환율 1위안=175원 적용)

3) 영유아 간식

- 영유아 간식의 경우, 중국산 유기농 쌀과자의 가격은 일반 쌀과자의 1.8~2.5배 수준이며, 수입 유기농 쌀과자 가격은 중국산 유기농 쌀과자 가격의 2.88~3.49배임(표 3-5).
- 영유아 식품 구매 선택 시 소비자가 가장 많이 고려하는 요인은 과자 성분의 안전성이며, 그 다음이 과자의 맛임.
- 이에 따라 100% 유기농 쌀로 만든 한국 I사의 쌀과자가 가격이 높음에도 중국 소비자에게 큰 호감과 신뢰를 얻고 있음.

◆ 표 3-5 영유아 식품 가격 비교

분류	제품사진	브랜드	규격	가격 (위안)	단위가격 (원/10g)
일반 쌀과자		바오리천(宝力臣) 싼즈쑹수	50g	10위안	350원
			41g	10위안	427원
중국 유기농 쌀과자		왕왕 베이비마마 (旺旺贝比玛玛) 부라편	60g	22위안	632원
			50g	25위안	862원
수입 유기농 쌀과자		한국 I사 Gerber Happybaby	30g	38위안	2,205원
			48g	50위안	1,823원
			48g	51위안	1,859원

주: 10g당 가격은 위안화를 한화로 환산한 금액임(환율 1위안=175원 적용)

4) 두유

- 중국 내 유기농 두유 가격은 일반 두유 가격의 약 2배 이상이며, 수입 유기농두유 가격은 중국산 유기농두유의 1.75~5.3배임(표 3-6).
- 중국산 유기농두유의 소비자 만족으로 수입 유기농두유는 시장 진입부터 어려움을 겪고 있음.
- 독일 Hofgut Storzeln은 식물성 우유 대체 음료의 제품 다양화 전략으로 중국에서 인기를 끈 귀리우유에 이어 두유도 출시해 매출 상승을 이룸.

5) 조미료

- 일반 조미료 중에서 무첨가 등 건강 이미지를 띤 제품이 개인 소비자에게 인기 많이 끌고 있으며, ‘무첨가 + 유기’ 인 경우 소비자의 호감을 크게 얻음.
- 중국 유기농 간장·식초는 일반 간장보다 판매가격이 2배 이상임(표 3-7).
- 고급 유기농 간장·식초는 브랜드에 따라 가격 차이가 29.6배에 달함.

◆ 표 3-6 두유(식물성 우유대체 음료) 가격 비교

분류	제품사진	브랜드	규격	가격 (위안)	단위가격 (원/ 100mL)
일반 두유		더우번더우 웨이타나이 (维他奶)	250mL	2.7위안	187원
			250mL	2.3위안	163원
중국 유기농 두유		더우번더우 통이(统一)	250mL	4.9위안	343원
			250mL	6.9위안	480원
수입 유기농 두유 (식물유)		Hofgut Storzeln SILK 두유	1L 946mL	48위안 99위안	840원 1,831원

주: 100mL당 가격은 위안화를 한화로 환산한 금액임(환율 1위안=175원 적용)

◆ 표3-7 조미료(간장) 가격 비교

분류	제품사진	브랜드	규격	가격 (위안)	단위가격 (원/100mL)
일반 간장		첸허(千禾) *제품군이 다양함	500mL	16.8위안 ~ 29위안	588원~ 1,015원
중국 유기농 간장		첸허 허란유기(禾然有机) 특급 간장(빨간색표시) 신허 6웨셴(欣和6月鲜) 첸허	500mL	49.7위안	1,740원
			500mL	36위안	1,260원
수입 유기농 간장		리진지(李锦记) JOYSPRING	500mL	40위안	1,400원
			500mL	168위안	5,880원

주: 100mL당 가격은 위안화를 한화로 환산한 금액임(환율 1위안=175원 적용)

6) 기타

- 앞에서 비교한 제품 외에 중국 유기식품에는 쌀, 밀가루, 잡곡, 장류, 오일류 등이 있으며, 이들 품목의 수입품은 흔치 않음. 중국산 일반 제품과 유기농제품의 가격을 비교한 결과, 평균 2배 정도 가격 차이가 있는 것으로 나타남.
 - 중국 내에서 인기가 많은 오상쌀 유기제품은 동일 브랜드 일반 쌀보다 1.2배 높은 가격임.
 - 유기밀가루 제품은 일반 밀가루 가격의 3.4배이며, 유기오일류 제품은 일반 제품 가격의 1.37배임.
 - 중국 유기장류(된장, 고추장 등) 제품은 일반 제품 가격의 2.97배 수준이며, 한국산 수입 일반 된장 가격의 약 1.16배임. 한국에서 수입된 일반 장류는 중국산 유사 일반 장류에 비해 판매 가격이 평균 약 1.5배 높음.
- 종합적으로 보면 중국 국내 유기가공식품은 유제품, 영유아 식품, 쌀, 밀가루, 잡곡, 기름, 장류 위주로 되어 있어 제품 다양성 면에서 향후 발전 기회가 클 것으로 분석됨.

04

IV. 중국 수입 유기식품 시장 분석

- 수입 유기식품 시장 규모
 - 수입 유기식품 유형
- 수입 유기식품 유통 현황
- 수입 유기식품 소비 현황

IV. 중국 수입 유기식품 시장 분석

1. 수입 유기식품 시장 규모

- 1990년대 초반에 유기식품이라는 개념이 다양하게 도입되면서 전 세계 유기제품 시장이 부상하기 시작함. 2008년 세계 유기식품시장 총 매출액은 500억 달러에 달했고 2013년 이후부터는 연 55% 성장률을 보이면서 빠르게 발전해 2018년에는 1000억 달러를 돌파했고 2019년에도 성장세를 이어 1,120억 달러에 달했음(Ecovia Intelligence, 2021).
 - 세계 유기식품 소비시장을 지역별로 구분해 보면, 북아메리카와 유럽 지역은 여전히 주요 소비시장이며 그와 동시에 시장점유율이 감소 추세를 보임. 이들 지역의 유기식품시장 매출액의 세계 비중은 2000년 이전의 97%에서 2019년에는 90%로 축소되었음.
 - 업계는 세계 많은 지역의 유기식품시장이 빠르게 성장하고 있고 특히 중국, 인도, 브라질, 인도네시아 등 개도국의 세계 유기식품시장 점유율이 급성장할 것으로 보고 있음.
 - 2019년 기준, 중국 유기식품 소비시장 매출액 규모는 미국, 독일, 프랑스에 이어 세계 4위로 부상했음.
- 중국 소비자의 생활수준과 건강 관념이 향상되고 안전하고 건강한 식품의 수요 증가, 유기식품 소비시장의 급속 성장, 수입식품 선호 등 추세에 따라 중국의 유기식품 수입은 증가세를 보이고 있음.
 - 국가시장감독관리총국과 중국농업대학이 공동 발표한 <중국유기산품 인증 및 유기산업 발전(2020)>보고서에 따르면, 2019년 중국 유기제품 수입액은 125억 4,900만 위안(한화 약 2조 1,961억 원)이며, 주요 수입 품목은 분유, 멸균우유, 면(noodles) 제품, 곡식, 포도주인 것으로 나타남.
 - 중국의 유기제품 수입통계 수치는 중국 유기인증을 취득하지 않고 글로벌 전자상거래로 수입된 해외 유기식품은 포함하지 않은 것으로, 이 부분을 감안하면 중국 유기식품 소비시장은 상당한 구매력을 유지하고 있다고 볼 수 있음.

- 현재 중국은 유기식품을 북미, 유럽의 많은 유기식품산업 발전 지역에서 수입하고 있고, 한국, 홍콩, 대만 등 아시아 국가에서도 일부 수입함. 최근에는 스리랑카, 태국, 필리핀 등 동남아국가에서도 코코넛오일 등 유기식품이 수입됨.
- 중국의 유기제품 수입 상위 5위 국가는 네덜란드, 아일랜드, 미국, 덴마크와 뉴질랜드임.
- 네덜란드는 중국 유기제품 최대 수입 상대국으로서 2019년도 수입액은 48억 6,000만 위안(약 8,505억 원)으로 기타 수입 상대국 대비 현저히 차이남(搜狐, 2021.2).

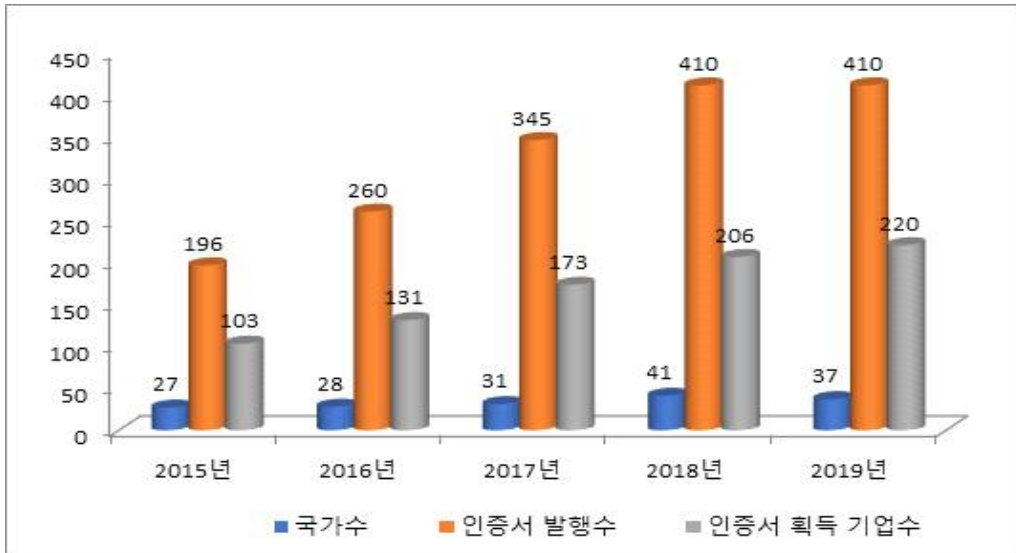
◆ 그림 4-1 중국 유기식품 수입 상대국 상위 10위 국가의 수입액(2019년)



출처: 搜狐, 2021.2

- 중국 유기인증을 취득한 해외 유기제품 기업과 제품 수는 매년 증가 추세를 보이고 있음.
- 2019년 중국 유기제품 인증서 발행 건수가 총 2만 1,746건이며, 그중 중국 내 제품이 2만 1,336건, 해외 유기제품이 410건
- 인증기업 총 1만 3,813개사 중 중국 내 기업 1만 3,593개사, 해외 유기제품 기업이 220개사임(중국 유기식품 인증 및 유기산업발전, 2020).

◆ 그림 4-2 연도별 중국 유기인증 취득한 국가와 유기식품 기업, 인증서 수



출처: 搜狐, 2021.2

- 중국 수입 유기제품에서 영유아 유제품이 많은 비중을 차지하고 주된 소비대상이 영유아인 것으로 나타남. 중국의 2자녀 정책 개방에 이어 3자녀 개방도 발표되면서 영유아 유기제품 수요가 지속 확대될 전망이다.
 - 2016년부터 시행한 중국 정부의 2자녀 정책 개방과 함께 정부의 2자녀 홍보가 강화되면서 2016년 출생아 수가 기존 예상인 1,750만 명보다 증가한 1,786만으로 2000년 이후 가장 많았음.
 - 중국은 2016년 2자녀 정책 개방에 이어 2021년 7월, 3자녀 정책 개방을 발표함으로써 베이비부머가 확대될 것으로 전망됨.

2. 수입 유기식품 유형

- 중국의 해외 유기식품 수입제도에 따라 중국 시중에서 유통되고 있는 수입 유기식품은 중국 유기인증 취득 여부에 따라 크게 세 가지 종류로 구분할 수 있음.
 - 첫째, 중국 유기인증을 취득하고 일반 무역을 통해 수입된 해외 유기식품임.
 - 중국 유기인증을 취득한 해외 유기식품일 경우 중국 유기인증 외에 이미 취득한 국제 유기인증 혹은 본국 유기인증을 동시에 부착하고 홍보할 수 있어, 포장에 중국 유기인증 혹은 중국 유기인증+국제 유기인증+본국 유기인증 등 중국인증을 포함해 두 개 이상 다양한 인증 표기가 부착되어 있음.

- 이 경우 온·오프라인 매장에서 모두 판매 가능함. 간혹 중국 유기인증만 취득하고 기타 국제 혹은 본국의 유기인증을 취득하지 않은 수입 유기식품도 있음.

◆ 그림 4-3 중국 유기인증 취득 수입 유기식품의 유기인증 표기 상황



오프라인매장 미국베이즈온니(贝欧来) 수입유기분유
중국 유기인증+USDA 유기인증

온라인매장 네덜란드 유기 글로브밀크 멸균우유
중국 유기인증+유럽 유기인증+본국 유기인증

출처: 베이징 내 허마센성과 징둥 온라인쇼핑몰

- 둘째, 국제 유기인증 혹은 본국의 유기인증을 취득했으나 중국 유기인증을 취득하지 않고 일반식품으로 수입된 유기식품임.
- 이 경우 유기식품은 일반식품으로 수입되었기 때문에 수입 후 온·오프라인 매장에서 판매할 수 있으나 반드시 유기농이라는 문구, 국제 유기인증, 본국 유기인증 등 인증마크를 가려야 함. 하지만 오프라인 시장에서 중국 유기인증을 취득하지 않고도 본국의 유기인증 표기를 가리지 않고 유통되는 경우가 많음.
- 셋째, 중국 유기인증을 취득하지 않고 글로벌 전자상거래 판매 목적으로 수입되어 B2C와 C2C 방식으로 직접 소비자에게 판매되는 해외 유기식품임.
- 이 경우 자체 유기식품이 이미 취득한 국제 유기인증 혹은 본국 유기인증을 그대로 부착해 홍보할 수 있음. 이런 해외 유기식품 포장에는 중국 유기인증은 없지만 국제 유기인증과 본국 유기인증 등 한 개 이상 다양한 인증 표기가 부착되어 있음. 이런 수입 유기식품은 글로벌 전자상거래 업체의 온라인 구매로만 가능하며 C2C 일 경우 해외배송 방식, 해외직구 B2C일 경우 중국 내 직접 배송이 가능함.

◆ 그림 4-4 중국 유기인증을 취득하지 않은 수입 유기식품의 유기인증 표기 상황

 <p>해외배송</p>	<p>京东国际 跨境进口</p> <p>800g 有机成人乳</p> <p>限时两罐立减10元, 京东价</p> <p>京东价 ¥39.00</p> <p>进口税 预计¥3.55</p> <p>优惠券 满998减15</p> <p>促销 满减 满78</p> <p>加价购 满</p>	  	<p>징둥귀지</p> <p>덴마크알라 성인 유기분유 해외배송(B2C)</p> <p>유럽 유기인증 덴마크 유기인증</p>
	<p>斯里兰卡 Cocomi椰汁油</p> <p>【活动】COCOMI 颗颗迷初榨椰子油 500ml</p> <p>原装进口, 来自斯里兰卡的椰子, 经过冷压榨制, 滴滴清甜!</p> <p>会员价: 106.00 原价: ¥125</p> <p>税费: 暂估 ¥0.00, 实际税费请以提交订单时为准 税费自理</p> <p>优惠: 全场商品满198包邮 (仅限中国大陆地区, 偏远地区除外)</p> <p>配送: 福建福州 (快递: 顺丰)</p> <p>规格: 1瓶</p> <p>数量: 1 (9999件)</p> <p>说明: <input checked="" type="checkbox"/> 破损包赔 <input checked="" type="checkbox"/> 产地直采, 自一研十 <input checked="" type="checkbox"/> 可扫码溯源</p>	<p>具有美国USDA认证等多项国际认证</p> <p>产品上有这些标志表明该产品符合欧盟美国日本对于无化肥, 无有害农药耕作, 无化学添加剂的各项规定</p>    <p>欧盟认证 美国农业部认证 日本JAS认证</p>   <p>斯里兰卡清真认证 伦敦犹太法院认证</p>	<p>유구(有谷) 수입 식품 전문쇼핑몰 스리랑카 유기코코넛오일 국내배송(C2C) 유럽, USDA, 일 본 유기인증 할랄식품 인증</p>

출처: 징둥귀지와 유구(www.bioyougu.com) 온라인쇼핑몰

- 중국 수입 유기식품 시장은 빠른 속도로 성장하고 있지만 여전히 영유아 식품에 한정되어 있어 수입 유기식품 중 영유아 멸균우유, 분유, 이유식 등 영유아 유제품이 절대 비중을 차지함.
 - 영유아 간식류, 파스타, 잼·소스, 올리브유 등 수입 유기식품 판매도 증가하고 있고 최근에는 동남아 지역의 코코넛오일 등 제품도 중국 유기식품시장에 진출하고 있음.
- 세계 유명 유기식품 다국적 기업은 대부분 일찍부터 중국 유기인증을 취득해 중국 유기식품 소비시장에서 매출액 기준 상위권을 차지하고 있음.
 - 프랑스 베이비비오(Babybio, 伴宝樂), 독일 힙(HIPP, 喜宝)분유, 미국의 어스베스트(Earth's Best, 愛思貝) 이유식 등 브랜드 제품은 많은 중국의 아기 엄마들이 선호하는 필수품이 되었음.
 - 한국 저온살균 우유의 경우, 한국기업 Y사의 우유제품이 중국 유기인증을 취득해 중국 현지 온·오프라인의 다양한 판매 경로를 통해 유통되고 있음.

3. 수입 유기식품 유통 현황

- 수입 유기식품은 수입식품과 유기식품이라는 특징에 따라 앞장에서 소개한 중국 유기식품의 유통경로 외에 자체 유통경로를 보유함.
 - 중국 유기식품의 유통경로와 다른 점은 오프라인 매장의 경우 유기식품 전문매장보다는 수입식품 전문매장 이용 비중이 더 높고, 온라인 거래 방식이 주를 이룬다는 점임.
- 중국의 해외 유기식품 수입제도에 따라 중국 수입 유기식품의 중국 내 유통은 크게 오프라인 판매와 온라인 판매로 나뉘며, 온라인 판매는 다시 일반 온라인 거래와 글로벌 전자상거래 방식으로 구분할 수 있음.

1) 오프라인 유통 경로

- 수입 유기식품은 주로 중·고급 수준인 백화점, 대형 할인마트, O2O매장과 수입식품 전문매장, 출산육아 제품 전문매장 등 판매경로를 통해 유통됨(그림 4-7).
 - 중·고급 오프라인 매장은 수입식품 코너와 유기식품 코너를 별도로 설치하고 제품 차별화를 강조해 판매함.
 - 수입 유기식품은 보통 수입식품 코너에 전시하고 유기식품 코너에는 대부분 신선농산물을 위주로 하고 있고 가공식품류를 전시하는 경우는 적음.
 - 중국 수입 유기농제품 중에서 영유아 유제품이 가장 많은 비중을 차지하고 있어 출산육아 전문매장도 영유아 수입 유기농제품의 중요한 오프라인 판매경로임.
- 수입식품 전문매장은 세계 수입식품을 판매하는 전문매장과 특정 국가의 수입식품을 주로 판매하는 전문매장이 있음.
 - 전자는 대부분 체인점 방식으로 운영되고 있고 후자는 외국인이 집단 거주하는 지역에 소규모 독립매장 혹은 쇼핑몰 내 매장운영 방식으로 보통 개인기업으로 운영
 - 중국의 수입식품 소비 수요가 급증함에 따라 master(瑪拾特), 즈유즈짜이(自由自在), Q커자(Q客家) 등 수입식품 전문매장 유통 주체가 상하이, 광저우, 베이징 등 1선 도시에서 시작해 확산되고 있음.
 - 중국 지역별로 한국인이 집단 거주하는 곳에는 한국식품 전문매장이 다양한 방식으로 운영되고 있음.

◆ 그림 4-5 수입 유기식품의 오프라인 판매경로



사진출처: 바이두

- 중국 신유통모델로 불리는 허마셴성(盒馬鮮生), 7Fresh, T11 등 O2O 매장은 프리미엄 상품 판매를 특징으로 하며, 온라인 인기상품, 수입상품이 큰 비중을 차지함.
 - 그동안 소비자의 주된 수입식품 구매경로가 온라인 구매였던 점을 감안하면 O2O 매장은 다양한 수입식품을 오프라인 매장에서도 구매할 수 있는 편의를 제공함.
 - 기존 온라인 쇼핑몰이 오프라인 매장으로 확대한 대표적인 O2O 매장은 허마셴성과 7Fresh가 있으며, 이들의 주요 공급원은 티몰과 징둥임.
 - 허마셴성 매장 내 영유아 분유 판매 코너에는 티몰 온라인 쇼핑몰 수입 유기분유 매출액 상위권 제품이 진열되어 있음(그림 4-6 참조).

- 징둥, 티몰 등 온라인 쇼핑몰의 매출액 상위권 수입 유기제품은 O2O 매장에서조차 온라인과 비슷한 가격에 판매되며, APP 주문을 통해 3km 이내 30분 배송이라는 편의를 제공함(그림 4-6 참조).

◆ 그림 4-6 수입 유기식품의 신유통모델 온·오프라인 매장 판매상



오프라인 매장 내 영유아 멸균우유 전문판매 구역



중국 유기인증 취득 아일랜드 Wyeth illumina 1단계 영유아분유
징둥몰 온라인 판매가격: 행사할인가 399위안(원가 489위안) 허마센성 오프라인 판매가격: 489위안

출처: 베이징 허마센성, 징둥몰 자체 조사

2) 온라인 유통 경로

- 최근 신유통 O2O매장 오프라인 유통경로가 활성화되기 전, 수입 농식품의 주요 유통경로는 온라인 판매였음. 타오바오(淘宝), 징둥, 티몰, 바이두(百度) 등 중국 유명 온라인 사이트는 글로벌 전자상거래를 통해 해외 농식품 직구입 혹은 직배송 서비스를 개통해 산지로부터 직접 수입 농식품을 공급할 수 있다는 홍보를 진행해 왔음.
- 2019년 6월 19일 중국 매체 평파이(澎湃)신문에 따르면 6.18데이 행사 기간 징둥 온라인 수입 농식품 판매량은 6,700t에 달했음. 가장 인기였던 태국·베트남산 블랙타이거새우(黑虎蝦, 헤이후샤)가 400만 마리 판매를, 제스프리키위는 1억 위안(약 180억 원) 이상의 매출을, 체리는 315t의 판매 실적을 기록했음.

- 해외 수입 유기식품의 온라인 판매는 중국 유기인증 취득 여부에 따라 일반 온라인 거래와 글로벌 전자상거래 방식으로 구분함. 글로벌 전자상거래는 다시 해외배송 방식인 C2C와 해외직구 방식인 B2C로 구분함.
 - 중국 유기인증을 취득한 수입 유기식품일 경우, 수입업체가 일반무역을 통해 제품을 수입한 후 중국 내 모든 온라인 쇼핑몰에서 판매할 수 있음.
 - 반면에 중국 유기인증을 취득하지 않고 글로벌 전자상거래를 통한 수입 유기식품일 경우, 해외배송 방식인 C2C든 해외직구 방식인 B2C든 모두 보세물류센터에서 직접 소비자에게 배송되어야 하고 재판매를 진행할 수 없음.

- 현재 중국 내 글로벌 전자상거래 운영 허가를 받은 온라인 플랫폼에는 징둥, 티몰, 바이두 등 중국 유명 온라인 업체가 자체 메인 플랫폼에 징둥귀지, 티몰귀지, 바이두아이차이거우(百度愛采購) 등 글로벌 플랫폼을 동시에 운영하는 방식과 유구(有谷) 같은 수입 유기제품 전문 온라인 쇼핑몰 방식이 있음.
 - 전자는 자체 플랫폼 지명도와 방대한 고객자원 우위를, 후자는 특정 고객의 다양한 수요를 만족시킬 수 있는 차별화의 우위를 점하고 있음.
 - 전자를 통해 판매되고 있는 수입 유기제품은 대부분 중국 소비자에게 잘 알려져 있는 다양한 브랜드나 제품이 많은 반면에 특정 고객층의 소량 수요를 만족시킬 수 있는 특이한 유기식품이 적음. 따라서 해당 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 수입 유기식품도 대부분 분유, 멸균우유, 이유식, 간식 등 영유아 제품임.
 - 후자는 전자의 글로벌 플랫폼과 차별화를 진행하는 수입 유기식품 전문 쇼핑몰로서 대부분의 수입 유기제품은 기타 종합 온라인 쇼핑몰에서 판매되지 않는 국가별 다양한 유기식품이 판매되고 있음.

- 온라인 판매 경로는 오프라인 판매 경로 대비 상세한 홍보를 할 수 있는 장점이 있어 수입식품, 유기식품이라는 안전하고 고품질임을 강조할 수 있다는 점에서 수입 유기식품의 유리한 유통경로임.
 - 특히 글로벌 전자상거래 플랫폼에서는 중국 유기인증을 취득하지 않은 수입 유기식품도 유기식품임을 확인해 줄 수 있는 문구 혹은 국제 유기인증, 본국 유기인증을 홍보할 수 있기 때문에 중국 유기인증 미취득 수입 유기식품의 판촉에 유리함.
 - 온라인 플랫폼에서 판매되고 있는 수입 유기식품은 보통 원산지 국가, 중국 혹은 국제, 본국 유기인증 등 인증서 전시, 제품 원료의 성분 등 내용으로 수입 유기식품의 홍보를 진행함.

◆ 그림 4-7 온라인 쇼핑몰에서 수입 유기식품 홍보 방식

<p>世界见证丹麦有机</p> <ul style="list-style-type: none"> 有机立法 早在1987年就建立有机领域国家立法 有机监管 早在1987年就建立政府有机管控 有机市场 全球有机食品市场占有率名列前茅 <p>有机监管 比欧盟更严格</p>	
<p>제품 원산지가 유기산업 선두국인 덴마크임을 강조하는 덴마크 Abbott Eleva 분유 홍보</p>	<p>중국 유기인증을 포함한 각종 국제 유기인증을 취득한 네덜란드 글로브 밀크 인증서 홍보</p>
<p>品牌故事</p> <p>SalzburgMilch</p> <p>萨尔茨堡牛奶全部来自海拔1450米的阿尔卑斯高山牧场，天然牧草为奶牛提供充足的营养，使奶牛能够吸取足够的营养，故而萨尔茨堡能够生产出优良的乳制品。萨尔茨堡牛奶口感丝滑香醇，挑剔的味觉，在此刻得到满足！</p>	
<p>오스트리아 잘츠부르크 멸균우유 제품 브랜드 스토리텔링 홍보</p>	<p>호주 벨라미스 영유아 이유식의 풍부한 영양분 함유, 아동 성장 촉진 작용 등 홍보</p>

출처: 징동몰

- 징둥, 티몰 등 글로벌 전자상거래 수입 권한이 있는 종합 온라인쇼핑몰에서는 중국 유기인증을 취득한 수입 유기식품을 판매할 뿐만 아니라 글로벌 플랫폼을 통해 중국 유기인증을 취득하지 않은 수입 유기식품도 동시에 판매함. 따라서 동일 온라인 쇼핑몰에서 동일 브랜드 수입식품은 다양한 제품들을 다양한 방식으로 동시에 판매할 수 있음.
- 호주 벨라미스(Bellamy's, 貝拉米) 유기농 제품중 프리미엄 유기농 아기 이유식 제품은 중국 유기인증을 취득했고 분유, 푸레 등 제품은 아직 중국 유기인증을 취득하지 않았음.

- 벨라미스는 징동물에서 자체 브랜드 플래그숍을 통해 유기농 이유식 제품은 일반 무역으로, 벨라미스 유기농 분유와 푸레 제품은 글로벌전자상거래로 판매를 진행하고 있음(그림 4-8).

◆ 그림 4-8 징동물의 호주 벨라미스 제품유형별 판매경로

		
<p>중국 유기인증 취득한 벨라미스 유기농 이유식 제품 징동물 일반거래</p>	<p>중국 유기인증을 취득하지 않은 벨라미스 유기농 분유 제품 징동물 글로벌 전자상거래</p>	<p>중국 유기인증을 취득하지 않은 벨라미스 유기농 바나나푸레 징동물 글로벌 전자상거래</p>

출처: 징동물

4. 수입 유기식품 소비 현황

- 수입 농식품시장의 양호한 발전 환경 하에 2008년 멜라닌 분유 파동으로 아기가 있는 중국 엄마의 중국 내 유제품에 불신이 불거지면서 수입 유기분유, 멸균우유, 이유식 등 영유아 유기제품은 동종 중국 내 유기제품, 비유기농 수입제품 대비 고가임에도 불구하고 수요가 급증했음.
- 멜라민 분유 파동으로 중국 영유아 수입 유기농 유제품 시장은 폭발적으로 증가하며 세계 각국의 다양한 브랜드별 유기농 유제품을 맹목적으로 수입하는 상황이 발생했음.
- 중국 정부의 수입 유기식품의 감독관리 정책을 강화하고 해외 유기식품의 수입 인증제도를 강력하게 추진함에 따라 세계 유명 유기식품 다국적 기업이 중국 수입 유기유제품 시장에 진출하면서 수입 유제품시장은 무질서한 다수 업체의 경쟁에서 점차 소수의 세계 유기식품 유명 브랜드 기업 경쟁 구도로 변화했음.

- 중국 수입 유기농제품 가운데서 영유아 유제품이 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났고, 중국 내 수입 유기농제품의 소비 특징은 첫째, 구매고객은 임신부와 영유아 자녀가 있는 젊은 고소득층이고, 둘째, 소비 대상은 임신부와 영유아로서 특히 영유아가 주된 소비 대상임.
- 수입 유기농제품의 주요 구매고객인 임신부와 영유아 자녀가 있는 젊은 층은 대부분이 90허우(1990년대 출생), 00허우(2000년대 출생)로, 이들은 가격보다 제품의 안전성, 실용성, 고품질을 중시하는 고소득층임.
- 세계 유명 유기식품 다국적 기업은 대부분 일찍부터 중국 유기인증을 취득해 중국 유기식품 소비시장에서 매출액 기준 상위권을 차지하고 있음. 특히 중국 영유아 유기농 분유에서는 상위 10위권에서 수입 유기농 분유가 절대 비중을 차지하고 있음.

◆ 표 4-1 징둥몰의 영유아 유기분유 상위 10위 매출액 브랜드 제품

1위: 와이즈	2위: 페이허	3위: 엘레바	4위: 벨라미스	5위: 권러바오
				
아일랜드 수입 중국, IOA인증 900g 1단계: 489 2단계: 410	중국산 중국, 유럽 인증 700g 1단계: 351 2단계: 313	덴마크 수입 중국, 덴마크, 유럽 인증 900g 1단계: 437 2단계: 424	호주 해외배송 NASAA, ACO 인증 900g 3단계: 328	중국산 565g 2단계: 237 800g 1단계: 351 2단계: 334
6위: 이리	7위: 힙	8위: 알라	9위: 바이오스트립	10위: 아타밀
				
중국산 중국, 유럽 인증 800g 1단계: 418 2단계: 338	독일 수입 유럽, 네덜란드 인 증 800g 1단계: 149 2단계: 149	덴마크 수입 중국, 유럽, 덴마크 인증 800g 1단계: 356 2단계: 356	프랑스 해외배송 유럽, 프랑스 인증 800g 1단계: 224 2단계: 214	뉴질랜드 해외배송 자체농장 유기인증 900g 1단계: 330 2단계: 330

출처: 징둥몰

- 2021년 8월 기준, 정동물에서 ‘유기분유’ 를 검색어로 매출액 순위를 조사한 결과, 상위 10위권 중 수입 유기분유가 7건, 중국 유기분유가 3건이었음.
 - 상위 10위권에 진입한 중국 브랜드는 중국 내 유제품업체의 유명 기업인 페이허(飛鶴), 이리(伊利), 권러바오(君樂寶) 등 브랜드 제품으로서 페이허와 이리 제품은 중국 유기인증을 취득했으며 그 외에도 유럽 인증을 보유하고 있음. 중국산 고품질 유기농 분유는 수입 분유보다 가격이 다소 저렴한 것으로 나타남.
 - 상위 10위권 중 글로벌 전자상거래를 통한 해외배송 제품이 3건인 것으로 글로벌 전자상거래가 활성화되어 있음을 보여준다고 할 수 있음. 글로벌 전자상거래를 통해 판매되고 있는 제품 가격은 중국 유기인증을 취득한 수입 분유 대비 저렴하고 중국 고품질 유기분유와 비슷한 상황을 보이고 있음.
 - 수입 분유는 대부분 800g 혹은 900g 규격 포장이 일반적인 반면에 중국산 유기농 분유는 405g, 565g, 585g, 700g 등으로 다양함.
- 중국의 유기식품 시장가운데서 영유아 유기농 분유 시장은 이미 수입품이 절대 비중을 차지하고 있고 영유아 이유식과 간식류, 파스타, 잼·소스, 올리브유 등 수입 유기식품 판매도 증가하고 있으며, 최근에는 동남아시아의 코코넛오일 등 제품도 중국 유기식품시장에 진출되고 있음.
- 수입 유기농 멸균우유의 인기 브랜드는 네덜란드의 비코주벨(vecozuivel, 樂荷), 글로브 밀크(Globemilk, 荷高), 덴마크의 알라(Arla, 阿爾樂), 독일의 위텐도르프(Weidendorf, 德亞), 뉴질랜드의 앙코르(Anchor, 安佳) 등임.
 - 저온살균 우유는 영양소가 덜 파괴되는 장점이 있지만 유통기한이 15일 내외로 짧기 때문에 수입 유기농 저온살균우유시장은 수입 유기농 멸균우유시장과 비교할 때 활발하지 못함. 현재 중국 수입 유기농 저온살균우유시장은 한국의 Y사 우유와 뉴질랜드의 오라비타(Oravida, 蘭維樂)뿐임.
 - 수입 유기농 분유의 인기 브랜드에는 아일랜드의 와이즈(Wyeth, 惠氏) 치프(啓賦), 덴마크의 압봇(Abbott, 雅培), 엑스트라 엘레바(Eleva, 菁摯), 프랑스의 바이오스트림(BIOSTIME, 舍生元), 베이비비오(Babybio, 伴寶樂), 덴마크의 알라(Arla, 阿爾樂), 독일의 힙(HIPP, 喜寶) 등이 있음.
 - 수입 유기농 영유아 이유식과 간식의 인기 브랜드로는 미국의 거버(Gerber, 嘉寶), 해피베이비(Happy BABY, 禧貝), 캐나다의 베이비맘(Baby Mom, 貝比瑪瑪), 영국의 리틀프레디(little freddie, 小皮), 미국의 어스베스트(Earth’s Best, 愛思貝) 등이 있음.

- 수입 유기농 파스타의 인기 브랜드는 이탈리아의 알체네로(ALCE NERO), 카스타 그노(Castagno), 기롤로모니(Girolomoni), 그레나노 그라나롤로(Granarolo)와 독일의 나투라타(Naturata), 미국의 비오나투라(Bionaturae)가 주를 이룸.
 - 수입 유기농 쿠키의 인기 브랜드는 미국의 메리스곤크래커스(Mary's Gone Crackers), 레이트줄리(Late July), 줄리안베이커리(Julian Bakery), 독일의 슈니처(Schnitzer), 대만의 톱모스트(TOPMOST), 태국 글루텐프리(gluten free) 등임.
 - 수입 유기농 올리브유의 인기 브랜드는 스페인의 솔레로메로(Soler Romero, 莎羅萊), 뮤엘로리바(MUELOLIVA, 品利), 보르제(BORGES, 伯爵), 스타(STAR, 星牌)와 이탈리아의 벨루치(Bellucci, 貝魯奇), 코스타도로(costa d'oro, 蔻多樂) 등이 있음.
- 수입 유기식품의 중국내 경쟁력을 살펴보기 위해 멸균우유, 분유, 이유식, 간식 등 제품별로 동종의 중국 유기인증을 받은 수입 유기제품, 중국 유기인증을 받지 않은 해외 유기식품, 비유기농 수입식품, 중국산 유기식품 등 판매 특징을 종합해 보면 다음과 같음.
- 수입 유기농제품 유명브랜드는 온라인 쇼핑몰에서 자체 브랜드 플래그숍을 운영해 온라인 쇼핑몰의 일반 거래 방식과 글로벌 전자상거래 중 B2C와 C2C 방식을 동시에 사용함.
 - 네덜란드, 호주 등 국가의 수입 유기식품 판매가격은 대체로 타국가 동종 제품 대비 높은 것으로서 이는 수입 유기식품시장에서 수입내원국의 영향이 큰 것으로 사료됨.
 - 수입 유기식품은 수입식품, 유기식품이라는 특징으로 중국 내 동종의 유기식품과 비유기농 수입식품 대비 높은 가격에 판매되고 있음. 또한 비유기농 수입식품의 판매가격은 수입 유기식품보다 낮고 동종의 중국산 유기식품보다는 높은 것으로 나타났음.
- 수입 유기식품 중 멸균우유와 분유 제품은 수입 국가별, 제품 유형별로 다양한 반면 이유식, 간식 등 영유아 유기농 식품은 제품유형이 적음.
- 수입 유기 간식류에는 쌀과자(米餅)류가 주를 이루고 한국산이 인기가 있음. 한국의 영유아 쌀과자 제조기업 I사는 중국 유기인증을 받은 유기농 제품뿐만 아니라 동종의 비유기농 제품도 동시에 판매하고 있음.

◆ 표 4-2 징동물의 주요 국내외 영유아 제품의 판매가격 비교

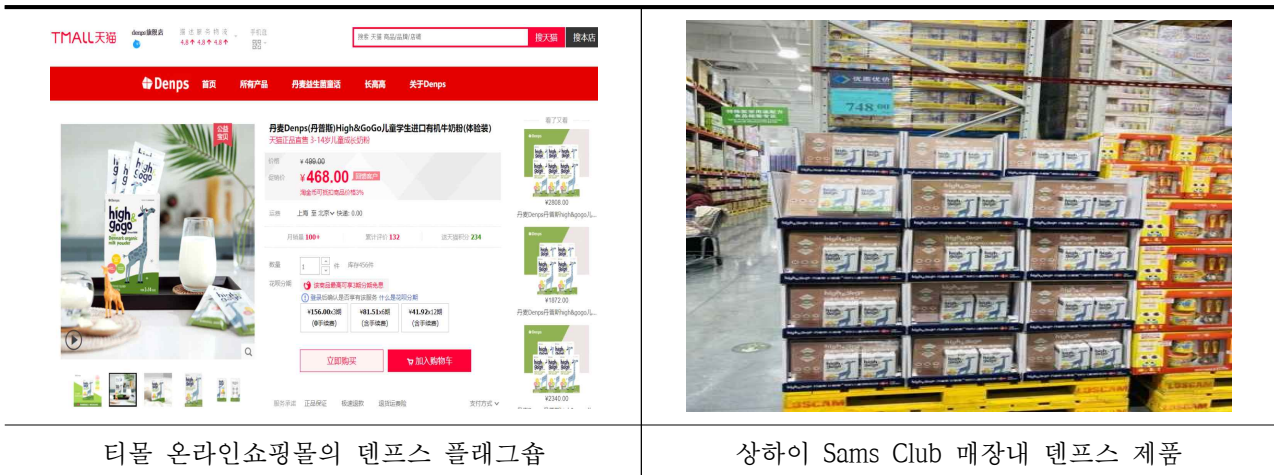
제품 종류	유기농 수입제품	유기농 해외배송제품	비유기농 수입제품	유기농 중국산 제품
멸균우유				
	원산지: 네덜란드 중국, 유럽, 네덜란드 인증 용량: 1l×12 단가: 299위안	원산지: 네덜란드 중국, 유럽, 네덜란드 인증 용량: 200ml×24 단가: 209.0위안	원산지: 한국 용량: 200ml×12 단가: 95위안	원산지: 중국 중국, 유럽 인증 용량: 200ml×24 단가: 128.0위안
분유				
	원산지: 아일랜드 중국, IOA 인증 900g 3단계: 385	원산지: 호주 NASAA, ACO 인증 해외배송 900g 3단계: 328	원산지: 네덜란드 용량: 3단계, 800g 단가: 376.0위안	원산지: 중국 중국 인증 용량: 3단계 700g 단가: 293.0위안
이유식				
	원산지: 호주 중국, NASAA, ACO인증 용량: 6개월이상 225g, 단가: 89.0위안	원산지: 미국 미국 USDA 인증 용량: 6개월이상 198g 단가: 55.0위안	원산지: 미국해외배송 용량: 227g×1 단가: 39.0	원산지: 중국: 중국 인증 용량: 225g(25×9) 단가: 58.0위안
간식 (쌀과자)				
	원산지: 한국 중국, 한국 인증 용량: 30g 단가: 42.0위안	원산지: 미국 UDSA 인증 용량: 48g 단가: 60위안	원산지: 한국 용량: 30g 단가: 38.0위안	원산지: 중국 중국 인증 용량: 50g 단가: 24.9위안

자료출처: 징동물

■ 중국 수입 유기식품시장의 특징으로부터 볼 수 있듯이 영유아 유제품시장은 중국 국내외 유제품 기업들이 치열한 경쟁을 벌이는 레드오션임. 반면 기타 유기농 식품시장은 제품유형이 적어 향후 발전 여지가 큰 블루오션이 될 수 있음. 덴마크의 덴프스(Denps, 丹普斯)는 유기식품 대중국 진출에 있어서 치열한 경쟁을 피해 틈새시장을 공략, 차별화 판매전략으로 성공한 사례라 할 수 있음.

- 덴프스는 덴마크의 건강식품 브랜드로 130년의 오랜 역사와 20여 년간 유기농 인증을 유지해 온 덴마크 유기농 목장의 원료를 바탕으로 엄선된 유기농 포물러를 보유
- 덴프스는 중국 수입유기식품 틈새시장을 발굴해 덴프스의 다양한 제품 가운데 단일제품 덴프스 하이고고(Denps High&GoGo, 丹普斯长高高) 하나로 경쟁 제품이 상대적으로 적은 성장분유 시장을 공략했음.

◆ 그림 4-9 덴프스 하이고고 어린이 성장분유의 온·오프라인 매장 판매 상황



티몰 온라인쇼핑몰의 덴프스 플래그숍

상하이 Sams Club 매장내 덴프스 제품

자료출처: 티몰, 상하이 Sams Club 매장

- 덴프스 하이고고 어린이 성장분유는 3~14세 어린이를 대상으로 개발, 특히 영양소가 키 성장에 미치는 결정적인 영향 요인임을 중시해 ‘유기농’, ‘영양균형’, ‘성장촉진’ 등 특징을 내세움.
 - 덴프스는 중국 시장 진출 이후 징둥, 티몰 등 온라인 쇼핑몰에서 플래그숍을 운영할 뿐만 아니라 전국 100여 개의 프리미엄 출산육아 전문매장과 고급 회원제 마트인 Sams Club 회원점 32개 등 5000여 개 오프라인 매장 유통경로를 확보.
- 덴프스 하이고고 어린이 성장분유의 대중국 진출 차별화 전략으로 ①틈새시장 공략 ②제품 단일화로 홍보비용 절감 ③타깃 소비자층의 판매경로 확보에 집중 등을 꼽을 수 있음.

05

V. 한국 유기식품의 대중국 진출 전략

V. 한국 유기식품의 대중국 진출 전략

- 중국의 현재 매년 급증하고 있는 유기식품 수요 대비 공급 부족량이 30%에 이르는 사실은 우리나라 유기식품이 중국에 진출할 수 있는 좋은 기회가 됨.
 - 중국 소비자의 소비 수준이 향상되면서 자국 일반 농식품에 대한 불신이 불거지고 유기식품에 대한 관심과 소비가 크게 증가해 중국은 세계 유기식품 제4위 소비 국가로 부상했음.
 - 특히 세계적으로 만연하고 있고 있는 코로나19 팬데믹의 장기화가 예상되면서 중국 유기식품의 소비는 지속적인 증가가 전망됨.
- 중국의 유기식품 소비는 현재 베이징, 상하이 등 특대도시의 중산층을 중심으로 이뤄지고 있으며, 이들 지역이 한국과 상대적으로 인접하고 한국의 농식품이 이미 중국의 특대도시, 2선 도시에서 활발한 판매구도가 형성된 점을 감안하면 비교우위를 발휘할 수 있을 것임.
- 반면 중국 녹색식품산업의 빠른 발전과 세계 각국 유기식품 대기업이 이미 중국 유기식품시장에 진출해 활발하게 시장 개척을 진행하고 있고 특정 분야에서 시장을 독점하고 있는 상황 등은 우리의 유기식품 대중국 진출에서 경쟁 위기를 심화함.
- 중국 유기식품산업의 전반적인 발전 상황, 중국산 유기식품시장과 수입 유기식품 시장을 대상으로 한 심층 조사를 기반으로 다음과 같이 한국 유기식품의 대중국 진출 전략을 제시함.

1) 지리적 근접성, 기존 형성된 수출시장 등 비교우위 자원을 적극 활용

- 대중국 농식품 수출 시 지리적 근접성과 칭다오 지역의 물류집산지역 등 우위 효과를 충분히 활용해 수출제품의 가격경쟁력을 향상시킬 수 있음.
 - 한국은 중국과 지리적으로 가깝고 특히 유기식품 주요 소비 지역인 베이징, 상하이 등 특대도시, 북방지역과 남방지역으로 분산 기능에 적합한 물류기지 역할을 할 수 있는 칭다오 지역 등과 인접해 있어 세계 기타 국가, 중국 내 내륙지역과 비교할 때 지리적인 우위가 있음.

- 한국의 저온살균우유가 중국 내 저온살균 수입우유시장에서 높은 비중을 차지할 수 있는 점도 지리적 우위를 충분히 활용한 사례라 할 수 있음. 한국 Y사의 저온살균우유는 한국 내 원유 채취로부터 중국 내 베이징, 상하이 지역의 고급매장에 전시되기 까지 3일이 소요된다는 점을 홍보해 중국 소비자에게 원산지 국가의 고품질 우유의 직접 수출이라는 점과 짧은 수출유통기간에 따른 신선도를 강조함.
- 중국 칭다오(靑島) 지역은 한국과 인접해 있고 항공 운송, 선박 운송이 모두 용이함. 칭다오 지역에는 한국농수산물유통공사(aT)가 주관하는 한국 농식품의 대 중국 수출을 지원하기 위한 한국농식품물류센터가 운영되고 있음. 칭다오 한국농식품물류센터 시설과 관련 지원 사항을 적극 활용해 유기식품시장이 소재하는 중국 전역의 소비도시 진출이 바람직함.

■ 한국의 가공식품은 이미 중국 내 특대도시와 2선 도시의 젊은층, 중산층을 중심으로 다양한 유통경로를 통한 시장이 형성되어 있고, 그와 동시에 중국 소비자가 즐겨 찾는 수입 농식품으로 자리매김했음.

- 중국 해외유기식품 수입시장의 판매 방식에서 볼 수 있듯이 해외수입유기식품은 수입농식품 중 특수제품으로 홍보, 판매되고 있는 것으로 기존의 중국 내 한국 식품 유통망을 적극 활용할 수 있음.
- 중국 내 한국산 일반 농식품의 유통경로와 전시회, 라이브방송 판매 등 기존 한국 농식품 판촉경로를 활용해 한국 일반 농식품 대비 고품격, 고품질인 한국 유기식품의 홍보를 적극 진행할 수 있음.

2) 중국 수입유기식품시장에서 한국산 이미지 확립과 홍보

■ 세계적으로 소비 수요가 증가하고 있는 유기식품은 안전, 고품질이라는 특징 외에 일반 식품 간 가장 중요한 차별화는 자체 유기농법 이념이라 할 수 있음. 세계 유기농산업에서 생산과 소비가 성숙한 북미, 유럽 등의 국가는 유기농산업을 인류와 자연을 지킬 수 있는 생명산업으로 발전시켜 온 이념을 강조하고 있음.

- 덴마크, 스위스 등 유기산업 발전 선두국은 본국의 우월한 유기농 재배 환경뿐만 아니라 일찍부터 유기농법 이념을 확립해 유기산업을 발전시킨 선두국 역할을 자랑함.
- 세계적 유명 유기식품기업도 자체 유기식품을 홍보하는 데 유기농법 이념을 중시하는 사례를 볼 수 있음. 예를 들면 덴마크는 중국 소비자에게 ‘유기농 왕국’이라는 이미지로 각인되어 있음.

- 유기식품 온라인 유통경로에서 유기식품 홍보, 소개를 보면 인증서 취득 상황 외에 유기농법이라는 특징을 소개하고 원산지 국가와 유기제품기업의 유기농법 이념을 홍보하는 경우가 많은 것을 볼 수 있음.
- 한국의 대중국 수출농식품은 고품질이면서 웰빙이라는 이미지 부각에 노력해 왔고 한류 드라마 열풍 등에 힘입어 자리매김해 가고 있음. 하지만 한국의 유기농산업 혹은 유기식품의 인지도는 낮아 한국의 대중국 진출 유기식품은 일반 수출 식품의 고품질, 웰빙이라는 특징 외에 유기농이라는 이미지 확립을 모색할 필요 있음.

3) 중국 유기식품 인증제도의 이해와 대응

- 중국의 유기식품산업은 2005년 유기식품인증제도를 확립한 이래 지속적인 제도 개선을 통한 질적 성장을 모색하고 있으며, 최근에는 소비 수요가 급증하고 있는 유기식품시장의 가짜 혹은 무인증 유기식품의 유통, 해외수입유기식품 인증과 수입 방식 등을 중심으로 관리감독과 단속을 강화하고 있음.
- 우선 한국 유기식품의 대중국 진출을 위해 중국의 유기식품인증 관련 제도, 해외 수입유기식품의 인증과 수입 관련 제도를 숙지해야 할 것임. 현재 aT를 비롯해 한국식품연구원, 중소벤처기업부에서 운영 중인 행정서비스와 비용지원제도를 충분히 활용할 수 있음.
 - aT의 해외인증등록지원사업은 aT수출업체종합지원시스템(<https://global.at.or.kr>)의 모집 공고를 통해 신청할 수 있으며, 해외 인증 취득 및 연장에 소요되는 비용의 70%를 지원받을 수 있음.
 - 한국식품연구원은 해외식품인증지원센터(www.foodcerti.or.kr)를 통해 유기인증 취득 지원을 제공하며 인정 소요 비용의 70%를 지원함.
 - 중소벤처기업부는 ‘해외규격인증획득 지원사업’을 통해 수출 중소기업을 대상으로 수출 대상국이 요구하는 해외 규격 인증 취득에 필요한 인증비, 시험비, 컨설팅비 등 비용의 50~70%를 전년도 수출 실적에 따라 지원함.
- 중국의 유기식품인증제도의 감독관리가 강화되고 중국 소비자의 중국 유기인증 인식이 확대되고 있으며, 글로벌 유기식품 대기업이 중국 유기인증을 취득하고 수입하는 사례가 증가하는 최근 추세를 보면, 장기적으로 수출 확대를 위해서는 중국 유기인증을 취득해 정식 수출 절차를 거쳐 중국시장 진입을 시도하는 것이 바람직함.

4) 수출유기제품의 중국 내 다양한 판매경로와 방식 활용

- 한국의 대중국 수출 유기식품은 기존 한국 농식품의 중국 내 유통경로를 충분히 활용하는 방법 외에 기타 국가의 수입유기식품의 전문 판매경로 방식도 참고해 활용하는 방안이 바람직함.
 - 중국 내 해외유기식품의 다양한 판매경로와 방식 가운데서 자체 기업의 상황에 적합한 판매경로와 방식을 선정할 수 있음.
 - 중국 유기인증을 취득할 수 있는 여건을 보유한 기업은 장기적인 추세를 감안해 기업의 대표적인 제품을 대상으로 중국 유기인증 취득을 시도할 수 있음.
- 중국 유기인증을 취득하는 데 절차가 까다롭고 많은 시간과 비용이 소요되는 점을 감안해 글로벌 전자상거래를 통한 해외배송 진출 방식을 적극 활용할 수 있음.
 - 수입 유기식품 온라인 판매 실적을 보면, 글로벌 전자상거래를 통한 해외배송 제품도 상위권에 포함됨. 해외배송 시 한국은 중국과 인접해 있어 배송기간도 기타 국가 유기제품 대비 경쟁우위에 있음.
 - 글로벌 전자상거래를 통해 제품 브랜드 로고와 같이 한국 유기인증 로고 홍보도 적극 진행해야 함.
- 한국의 유기식품 대중국 진출 기업은 대표적인 제품의 중국 유기인증 신청, 중국 유기인증 취득 제품의 온·오프라인 매장을 통한 적극적인 판매, 중국 인증을 취득하지 않고 글로벌 전자상거래를 통한 해외배송 방식, 동일 브랜드 비유기 제품을 곁들인 판매 등 다양한 전략을 동시에 진행할 수 있음.
 - 유기식품업체의 다양한 제품 중 우선 중국 유기식품시장에 적합하고 경쟁우위에 있는 대표 유기제품을 선정해 중국 유기인증을 취득한 이후 브랜드 홍보를 적극 진행하고, 그와 동시에 기타 중국 유기인증 미취득 유기제품의 글로벌 전자상거래를 통한 판매를 겸하는 방식이 효과적일 것임.
 - 중국 수입 유기식품시장에 진출한 호주 벨라미스(Bellamy's, 貝拉米) 오가닉은 해당 브랜드 제품 중 프리미엄 유기농 아기 이유식 제품에 대해서만 중국 유기인증을 취득하여 일반 무역을 통해 중국 내에서 판매하고 있으며, 동시에 벨라미스 분유, 벨라미스 퓨레 등 아직 중국 유기인증을 취득하지 않은 제품은 글로벌 전자상거래 플랫폼에서 판매하고 있음.

5) 대중국 진출 경쟁우위 유기식품의 발굴, 틈새시장 공략

- 중국 내 해외수입유기식품 시장을 보면 조제분유, 멸균우유, 이유식 등 영유아식품시장에 집중되어 있고 간식류, 파스타, 잼소스, 올리브유 등 제품으로 다양하게 발전하는 추세임.
 - 그중 조제분유, 멸균우유의 경우, 북미 유명 글로벌 유기식품 대기업들이 장악하고 있는 실정임.
- 한국은 해외 수입 유기식품시장에서 본국 제품의 경쟁우위를 발휘할 수 있는 차별화 유망 품목을 발굴하고 차별화 판매 전략을 통해 틈새시장을 공략해야 함.
 - 한국 Y사 우유는 저온살균 우유가 유통기한이 15일 이내로 짧은 점을 이용해 적극적인 중국 진출을 진행하면서 중국산 동종 유기제품보다 훨씬 높은 가격에 판매됨에도 불구하고 수요가 많은 등 실적을 보이는 성공사례라 할 수 있음.
 - 한국과 중국의 식문화가 비슷하기 때문에 우리나라 이유식, 간식 등은 기타 국가 제품 대비 중국인의 입맛에 적합하다는 우위 요건이 있으며, 실제 중국 해외유기식품시장에서 한국산 이유식, 간식 등은 경쟁력이 있는 것으로 나타남.
 - 코로나 확산에 따른 안전, 면역력 강화 제품 수요가 크게 확대될 것으로 전망되는 점을 감안해 기존의 쌀과자, 김 등 단일 유기농제품에서 식사대용 미숫가루, 비타민 C음료 등 기능성 추가, 면역력 강화 등을 통해 다양한 제품으로 확대할 수 있음.

06

별첨 & 참고문헌

- 중국 유기가공식품 인증 목록
- 중국 유기식품 인증기관 목록
- 유기식품 가공에 사용 가능한 첨가제 목록
 - 유기식품인증서 양식
 - 참고문헌

중국 유기가공식품 인증 목록(가공식품 분류번호 61~128)

분류 번호	제품 유형	제품 범위
61~64	농작물 가공품	소맥분(밀가루), 쌀(찹쌀, 쌀겨), 건면, 곡물가공품, 곡물 분말 및 이를 원료로 하는 제품
65~69	고기 및 육가공품	냉장·냉동육, 식용 부산물, 열가공한 고기제품, 발효제품, 조리가공제품, 절인고기·육포
70~72	식용유, 유지 및 유지제품	식용 식물유, 식용 동물유지, 식물유 가공부산물(콩깻묵 등)
73~76	조미품	간장, 식용 소금, 장류, 조미료(반고체 및 고체)
77~79	유제품	액체유(파스퇴르유, 조제유, 멸균유, 발효유), 분유, 기타 유제품
80~84	음료	차(류)음료, 과채주스 및 그 음료, 단백질음료(우유 함유 음료), 고체음료(분말가루), 기타음료(커피, 식물 음료, 곡물류 음료)
85~87	간편 식품	라면, 기타 간편 식품(식사 대용 간편식, 셰이크류), 조미 면제품
88	과자류	과자
89~91	캔류	축산·가금·수산물 캔제품, 과일·채소 캔제품, 기타 캔제품(죽 등)
92~94	급속냉동식품	급속냉동 곡물원료제품(밀가루, 쌀, 잡곡 등 곡물을 주원료로 만든 제품), 조제식품(비조리, 조리제품), 기타(급속냉동육, 수산물, 과채제품 등)
95, 96	감자류 및 팽화(膨化) 식품	팽화식품(베이커리형, 가압압출형 등), 감자류 식품(감자류 건조식품, 냉동식품, 매시드포테이토, 가루식품 등)
97	당과제품	초콜릿 및 초콜릿 제품
98~101	차잎 및 관련 제품	차잎, 차제품[가루형, 고체형, 차농축액, 차고(茶膏)], 조미차(팔보차, 삼포대, 구기녹차 등 여러 원료가 혼합된 차제품), 대용차(代用茶: 연잎, 빙잎, 박하잎, 보리차, 인삼, 감초, 레몬편, 구기국화차 등)
102~107	주류	맥주, 포도주 및 과일주, 맥주, 황주, 기타(카테일, 기타 증류차, 기타 발효차), 식용 알코올
108~110	채소제품	절임 채소, 건조 채소(자연건조, 열풍건조, 급속냉동건조 등), 식용균 제품
111	과일제품	과일제품(과일 건조제품, 과일잼)
112	볶음건과 및 건과제품	볶거나 튀긴 식품 및 건과제품
113	난제품	재제조품[피단(皮蛋) 등] 장이나 소금에 절인 달걀제품]
114~115	코코아 및 로스팅커피원두 제품	코코아제품, 로스팅커피원두(홀빈, 가루)
116	식용 설탕	당(백설탕, 황설탕, 얼음설탕 등)
117~118	수산제품	비즉석 섭취 수산제품(건조, 염지, 어육제품), 즉석 섭취제품(익힌 수산식품, 생식 수산식품)
119	전분 및 전분제품	전분 및 전분제품(녹말 당면, 녹말묵 등)

120~122	케이크 빵류	열가공제품, 냉간가공제품, (빵 안에 넣는) 소
123	콩 제품	발효제품(두유 등), 비발효제품(두부 등), 기타 콩제품(팽화콩제품, 콩단백 제품, 식물성고기 등)
125	영유아 조제식품	영유아 조제분유, 액체분유
126	특수식사식품	영유아 곡물류 보조식품(곡물보조식품, 간식 등), 영유아 캔류 보조식품 (캔으로 포장된 이유식, 과립형 식품, 과일 푸레 등)
128	기타 식품	도코사헥사엔산, 로키돈산 오일, 뉴클레오티드, 프락토올리고당(FOS), 갈 락토올리고당(GOS), 우유 함유 고체형 제품(우유과자, 우유절편 포함) 등

출처: <有机产品认证目录(2019)> 시장감독관리총국, 중국인증감독관리위원회(cnca.gov.cn), 2019. 11. 6.

중국 유기식품 인증기관 목록

지역	인증기관명	주소	홈페이지
베이징	中国质量认证中心	北京市丰台区南四环西路188号9区	www.cqc.com.cn
	方圆标志认证集团有限公司	北京市海淀区增光路33号	www.cqm.com.cn
	新世纪检验认证有限责任公司	北京市西城区国英园1号楼11层1101室	www.bcc.com.cn
	北京中大华远认证中心	北京市西城区阜成门外大街乙22号1号楼6层	www.zdhy.net
	北京中安质环认证中心有限公司	北京市朝阳区东三环南路58号富顿中心1号楼22层	www.zazh.com
	北京联合智业认证有限公司	北京市朝阳区北苑路170号3号楼17层	www.uicec.com
	北京大陆航空质量认证中心股份有限公司	北京市海淀区玉泉路甲12号七层	www.hxqc.cn
	北京恩格威认证中心有限公司	北京市朝阳区东四环中路82号2-1座10层2单元1101	www.ngv.org.cn
	凯新认证(北京)有限公司	北京市东城区新中西街2号楼3层309室	www.kcb-china.com
	北京中绿华夏有机产品认证中心	北京市海淀区学院南路59号办公楼409室	www.ofcc.org.cn
	中环联合(北京)认证中心有限公司	北京市朝阳区育慧南路1号A座10层	www.meecec.com
	北京东方纵横认证中心有限公司	北京市海淀区中关村科技园通州园金桥科技产业基地景盛南四街17号121号楼一层	www.eacc.com.cn
	北京五洲恒通认证有限公司	北京市丰台区角门18号枫竹苑二区1号楼3层303室	www.bjhtc.com
	北京华夏沃土技术有限公司	北京市通州区榆景东路5号院63号楼4层402	www.bjhc.com.cn
	中食联盟(北京)认证中心	北京市东城区崇文门外大街9号正仁大厦8层	www.cadc.bj.cn
	北京华测农食认证服务有限公司	北京经济技术开发区科创十四街99号22幢2层203	rz.cti-fda.com
	北京中合金诺认证中心有限公司	北京市丰台区南四环西路188号十六区3号楼1至11层101内11层1101室(园区)	www.co-ic.com
华信创(北京)认证中心有限公司	北京市昌平区鼓楼南街6号8层二单元802	www.hxccc.org	

	北京新纪源认证有限公司	北京市朝阳区南湖东园122楼7层北区805	www.xjyrz.com
	华余国际标准检验认证(北京)有限公司	北京市朝阳区北苑东路19号院2号楼11层1102	www.ysic.org.cn/
	谱尼测试集团股份有限公司	北京市海淀区锦带路66号院1号楼5层101	www.ponytest.com
	中标合信(北京)认证有限公司	北京市西城区德胜门东滨河路11号4号楼5层502至512室	www.cscac.com.cn
	北京绿林认证有限公司	北京市东城区建国门内大街18号办三912室	www.bgfcservice.com
	北京中农绿安有机农业科技有 限公司	北京市海淀区天秀路10号中国农大国际创业园3号 楼6层6014、6016	www.lvankeji.cn
	中绿国证(北京)认证中心	北京市海淀区马甸东路17号8层916	www.cgc-zlgz.com
	博物风土(北京)认证服务有 限公司	北京市通州区新华西街60号院2号楼23层2305	zichen72215@126.com
	北京卓冠盈国际检验认证服务 有限公司	北京市朝阳区建国路93号院5号楼6层701	www.zgy-ia.com
	北京联食认证服务有限公司	北京市海淀区阜外亮甲店1号恩济西园10号楼二层 东一门东223室	www.ufcert.com
	北京爱科赛尔认证中心有限 公司	北京市海淀区天秀路10号中国农大国际创业园3号 楼2051室	www.ecocert.cn
허베이	河北晟标质检技术服务有限 公司	河北省石家庄市裕华区建设南大街235号金如意商 务大厦1909室	www.sqt-cert.com
랴오닝	辽宁方园有机食品认证有限 公司	辽宁省沈阳市皇姑区黄河北大街56-39号1609	www.fofcc.org.cn
	欧希蒂认证有限责任公司	辽宁省沈阳市大东区东北大马路382号1305	www.ocdrzgs.com
	辽宁通正检测有限公司	辽宁省沈阳市铁西区北一西路52甲3号	www.gftest.cn
지린	吉林省农产品认证中心	吉林省长春市朝阳区吉林省长春市高新区宜居路 2699号	www.jlsyjcrpz.com
헤이룽장	黑龙江省龙技检验校准认证中心	黑龙江省哈尔滨市香坊区香顺街49号	www.hljqts.gov.cn
	黑龙江斯坦得认证有限公司	黑龙江省哈尔滨市南岗区哈西大街948号	www.hljstd.com
	黑龙江省信和认证有限责任公司	黑龙江省哈尔滨市道外区先锋路218号13栋1-2层02号	-
	黑龙江省国泰产品质量安全认 证中心有限公司	黑龙江省哈尔滨市南岗区哈尔滨大街640号1栋1单 元23层8号	-
상하이	挪亚检测认证集团有限公司	上海市浦东新区自由贸易试验区锦绣东路2777弄26 号3层	www.noagroup.org
	上海英格尔认证有限公司	上海市徐汇区中山西路2368号801室	www.icas.org.cn
	普研(上海)标准技术服务股 份有限公司	上海市浦东新区芙蓉花路500弄12号	www.gratech.com.cn
	上海时迎认证服务有限公司	上海市杨浦区定海路150号378幢底层115室	www.srs-cert.com
	上海鸿越认证服务有限公司	上海市松江区九亭镇沪亭北路199弄5号401室-12	-
	上海天祥质量技术服务有限 公司	上海市浦东新区自由贸易试验区张杨路707号二层 西区	www.intertek.com.cn

	上海禾邦认证有限公司	上海市长宁区武夷路258号	www.nsf.org
	美安康质量检测技术(上海)有限公司	上海市浦东新区自由贸易试验区川桥路1295号2幢302室	www.acclab.cn
장주	南京国环有机产品认证中心有限公司	江苏省南京市玄武区蒋王庙8号	www.ofdc.org.cn
	南京农大认证服务有限公司	江苏省南京市玄武区童卫路20号	naucc.njau.edu.cn
	江苏天圭认证有限公司	江苏省南京市雨花台区软件大道172号408室	www.jstgc.com.cn
	中农慧眼(苏州)有机产品认证有限公司	江苏省苏州市吴中区长蠡路366号	-
저장	浙江公信认证有限公司	浙江省杭州市拱墅区密渡桥路15号	www.gac.org.cn
	杭州万泰认证有限公司	浙江省杭州市滨江区江虹路1750号信雅达国际创新中心1幢1301-1308	www.wit-int.com
	杭州中农质量认证中心有限公司	浙江省杭州市西湖区梅灵南路9号	www.organicteachina.com
	杭州格律认证有限公司	浙江省杭州市西湖区西溪路525号A楼西区406室	WWW.GRIT-CERT.COM
	杭州锐德认证技术有限公司	浙江省杭州市滨江区长河街道南环路1568号寰诺大厦1102室	www.rid-lab.cn
	浙江中航认证有限公司	浙江省杭州市滨江区长河街道秋溢路288号1幢10层1008室	www.acc-cert.com
	浙江清华长三角研究院	浙江省嘉兴市南湖区亚太路705号创新大厦	-
안후이	安徽国科检测科技有限公司	安徽省合肥市包河区延安路7号	www.guoketest.com
푸젠	福建东南标准认证中心有限公司	福建省福州市鼓楼区西门外山头角121号	www.fjsec.com
	亿盛认证有限公司	福建省福州市仓山区城门镇潘墩路190号-018(自贸试验区内)	www.ycrenzheng.org
장시	华中国际认证检验集团有限公司	江西省南昌市西湖区江西省南昌市西湖区站前路96号天集大厦2206室	www.hzjt666.com
산둥	山东世通国际认证有限公司	山东省青岛市城阳区高新区竹园路2号	www.seatone.net.cn
	山东国鉴认证有限公司	山东省济南市市中区山东省济南市市中区舜耕路217号九城尚都办公楼801室	www.ccsqc.cc
	潍坊海润华辰检测技术有限公司	山东省潍坊高新技术产业开发区清池街道宝通社区惠贤路4939号景泰铭城11号楼2-501	www.harrens.com
	山东海峡质量技术服务有限公司	山东省潍坊市峡山区太保庄街道凤凰岭街197号5号楼506室	www.sdhaixia.com
	山东诚标认证技术有限公司	山东省济南市历城区花园路154号嘉馨商务大厦407室	-
	青岛格夫认证有限公司	山东省青岛市市北区龙城路31号卓越世纪中心3号楼2112-2113	www.gfs-global.cn
후베이	国中欣认证检测有限公司	湖北省武汉市江汉区唐家墩路197号顶琇国际城C区10栋/单元36层商23号	www.gzxrzjc.com

후난	湖南欧格有机认证有限公司	湖南省长沙市芙蓉区长沙市芙蓉区隆平高科技园隆平路869号东科园第13栋1701	www.kiwa-bcschina.com
광둥	中鉴认证有限责任公司	广东省广州市越秀区广州大道中路227号4楼	www.gzcc.org.cn
	深圳华凯检验认证有限公司	广东省深圳市罗湖区桂园街道松园社区笋岗东路3019号百汇大厦北座25B	www.hicgroup.com.cn
	中正国际认证(深圳)有限公司	广东省深圳市南山区粤海街道科技南路16号深圳湾科技生态园11A座24层07号	www.zozen.com.cn
	深圳汇鑫达国际认证有限公司	广东省深圳市龙华区观湖街道新田社区环观南路72-6号创客大厦1511室	www.hxdgj.org.cn
	广东中之鉴认证有限公司	广东省广州市天河区黄埔大道路163号15I房	www.iso2ccc.com
충칭	重庆金质质量认证有限公司	重庆市渝北区杨柳北路1号	www.cqjzlrz.com
	奥鹏认证有限公司	重庆市江北区红原路169号14-13、14-14	www.aopengrz.com
쓰촨	中欧联合检验认证有限公司	四川省成都高新技术产业开发区中国(四川)自由贸易试验区成都市高新区天府二街138号2栋9层902号	www.seic.org.cn
	华鉴国际认证有限公司	四川省成都市武侯区成都高新区天府大道南段1399号3栋1单元5层501号	www.isocicc.com
	亿信标准认证集团有限公司	四川省成都市成华区建材路37号隆鑫九熙广场三期1栋1711室	www.etciso.com
	西南商检国际认证有限公司	四川省成都市锦江区永兴巷15号四川省政府综合楼1幢508号	www.3gov.cn
	华兴检验认证有限公司	四川省成都天府新区华阳街道天府大道南段2039号18栋1层103号	www.huasin.org.cn
	贵州奥博特认证有限公司	贵州省贵阳高新技术产业开发区兴义路7号润鑫广场A栋23楼2305号	www.obt-int.com
산시(陝西)	西北农林科技大学认证中心有限责任公司	陕西省咸阳市杨陵区杨凌示范区西农路28号	ylofcc.nwsuaf.edu.cn
	杨凌食品农产品质量安全认证中心	陕西省咸阳市杨陵区杨凌大道种业国际大厦B座10-11层	www.yfac.org.cn
시장	新疆生产建设兵团环境保护科学研究所	新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市红山路159号	-
	新疆中信中联认证有限公司	新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市新市区新疆乌鲁木齐高新技术产业开发区(新市区)昆明路158号野马大厦B座	www.xjoa.com

출처: 전국인증인허가정보공공서비스플랫폼(<http://cx.cnca.cn/CertECloud/institutionBody/authenticetionList>)

유기식품 가공에 사용 가능한 첨가제 목록

번호	명칭	사용조건 적용 범위	INS번호
1	arabic gum	점증제, GB2760 규정에 부합	414
2	karaya gum	안정제, GB2760 규정에 부합	416

3	silicon dioxide	몽침 방지(antitackiness agent), GB2760 규정에 부합	551
4	sulfur dioxide	표백제, 방부제, 항산화제로, 당 미첨가 과일주의 최대 사용량은 50mg/L, 당 첨가 과일주의 최대 사용량은 100mg/L, 적포도주의 최대 사용량은 100mg/L, 백포도주와 로제 포도주의 최대 사용량은 150mg/L임. 최대 사용량은 잔류량으로 계산	220
5	glycerine	보습제, 유화제, GB2760 규정에 부합	422
6	guar gum	점증제, GB2760 규정에 부합	412
7	pectins	유화제, 안정제, 점증제, GB2760 규정에 부합	440
8	potassium alginate	점증제, GB2760 규정에 부합	402
9	sodium alginate	점증제, GB2760 규정에 부합	401
19	carob bean gum	점증제, GB2760 규정에 부합	410
11	xanthan gum	안정제, 점증제, GB2760 규정에 부합	415
12	potassium metabisulphite	표백제, 방부제, 항산화제로, 맥주는 GB2760 규정에 따라 사용. 당 첨가 과일주의 최대 사용량은 100mg/L, 적포도주의 최대 사용량 100mg/L, 백포도주와 로제 포도주의 최대 사용량은 150mg/L, 칵테일의 최대 사용량은 250mg/L임. 최대 사용량은 sulfur dioxide 잔류량으로 계산	224
13	L(+)-tartaric acid, di-tartaric acid	산도조절제, GB2760 규정에 부합	334
14	potassium bitartrate	팽창제, 밀가루나 그 제품, 베이커리 제품에 사용함. GB2760 규정에 부합 결정제, 포도주에 사용	336
15	carrageenan	점증제, GB2760 규정에 부합 유화제, 안정제, 점증제, GB2760 규정에 부합	407
16	ascorbic acid(Vitamin C)	항산화제, 밀가루 개량제, GB2760 규정에 부합	300
17	calcium hydrogen phosphate	팽창제, GB2760 규정에 부합	341ii
18	calcium sulfate	안정제, 응고제, 점증제, 산도조절제, GB2760 규정에 부합	516
19	calcium chloride	응고제, 안정제, 점증제, GB2760 규정에 부합	509
20	potassium chloride	GB2760 규정에 부합	508
21	magnesium chloride	안정제와 응고제, GB2760 규정에 부합	511
22	gelatin	점증제, GB2760 규정에 부합	-

23	citric acid	산도조절제, GB2760 규정에 부합	330
24	tripotassium citrate	산도조절제, GB2760 규정에 부합	332ii
25	trisodium citrate	산도조절제, 안정제, GB2760 규정에 부합	331iii
26	DL-malic acid	산도조절제, GB2760 규정에 부합	-
27	L-malic acid	산도조절제, GB2760 규정에 부합	-
28	calcium hydroxide	산도조절제, GB2760 규정에 부합	526
29	agar	점증제, GB2760 규정에 부합	406
30	lactic acid	산도조절제, GB2760 규정에 부합	270
31	sodium lactate	보습제, 산도조절제, 항산화제, 팽창제, 점증제, 안정제, GB2760 규정에 부합	325
32	calcium carbonate	팽창제, 밀가루 개량제, GB2760 규정에 부합	170i
33	potassium carbonate	산도조절제, GB2760 규정에 부합	501i
34	sodium carbonate	산도조절제, GB2760 규정에 부합	500i
35	ammonium hydrogen carbonate	팽창제, GB2760 규정에 부합	503ii
36	potassium nitrate	보색제, 방부제로 육류제품에 사용. 최대사용량은 80mg/kg, 최대 잔류치 30mg/kg(sodium nitrate로 계산)	252
37	sodium nitrate	보색제, 방부제로, 최대 사용량은 80mg/kg, 최대 잔류치 30mg/kg(sodium nitrate로 계산)	250
38	annatto extract	착색제, GB2760 규정에 부합	160b
39	sulphur	구약나물로 곤약을 만들 때만 사용함. 최대 사용량은 900mg/kg(sulfur dioxide 잔류량으로 계산)	-
40	phospholipid	항산화제, 유화제, GB2760 규정에 부합	322
41	gellan gum	점증제 GB2760 규정에 부합	418
42	lo-han-kuo extract	감미료, GB2760 규정에 부합	-
43	sodium hydrogen carbonate	팽창제, 산도조절제, 안정제, GB2760 규정에 부합	500ii

주: 사용조건 참고 법규는 GB2760-2014 <식품안전국가표준: 식품첨가제 사용표준>임.

출처: GB/T 19630-2019 <유기산품 생산 가공 표시와 관리체계 요구>, 2019. 08.



证书编号: *****

有机产品认证证书

认证委托人(证书持有人)名称: *****

地址: *****

生产(加工/经营)企业名称: *****

地址: *****

有机产品认证的类别: 生产/加工/经营(生产类注明植物生产、野生采集、食用菌栽培、畜禽养殖、水产养殖具体类别)

认证依据: GB/T 19630 有机产品 生产、加工、标识与管理体系要求

认证范围:

序号	基地(加工 厂/经营场 所)名称	基地(加工 厂/经营场所) 地址	基地面积	产品 名称	产品 描述	生产 规模	产量

(可设附件描述,附件与本证书同等效力)

注: 1. 经营是指不改变产品包装的有机产品储存、运输和/或贸易活动。

2. 产品名称是指对应产品在《有机产品认证目录》中的名称;产品描述是指产品的商品名(含商标信息)。

3. 生产规模适用于养殖,指养殖动物的数量。

以上产品及其生产(加工/经营)过程符合有机产品认证实施规则的要求,特发此证。

初次发证日期: 年 月 日

本次发证日期: 年 月 日

证书有效期: 年 月 日至 年 月 日

负责人(签字): (认证机构印章)

认证机构名称:

认证机构地址:

联系电话:

(认证机构标识)

(认可标志)

참고문헌

- KATI 농식품수출정보. 2020. 「중국. 산모 - 신생아 유기농 제품시장 전망」
- 농림축산식품부 aT. 2018. 「중국 유기농 영유아식품 시장조사 (2018년 해외 이슈조사 보고서)」. KATI 농식품수출정보
2019. 「중국 농식품 신유통시장의 현황 (2019년 해외 이슈조사 보고서)」
2020. 「2020 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」
2020. 「2020 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사」
- 농축유통신문. 2020. 「국내 우유수출 선봉 'oo유업' 만리장성 넘어 세계로. FTA시대. 전세계 누리는 K-FOOD 시리즈」
- 식품음료신문. 2014. 「[2014 중국 식품 소비 트렌드]유기농 등 신선식품·고급 식자재 각광」
2015. 「중국 2차녀 정책에 '유기농 분유' 시장 '들썩」
- 전형진. 2012. 「중국의 식품안전관리체계」. 해외농업시리즈 9: 중국농업. 한국농촌경제연구원
2014. 「중국 유기식품 인증제도」. 세계농업 제161호(45-60). 한국농촌경제연구원
2015. 「중국의 수입농식품 시장조사 연구」. 해외농업시리즈 9: 중국농업(6). 한국농촌경제연구원
2017. 「중국 녹색식품산업의 발전현황」. 결과세미나자료. 한국농촌경제연구원
- 정우경 외. 2020. 「유기농 식품 산업의 대중국 수출전략에 관한 연구 -비관세조치 대응전략 수립을 중심으로-」. 貿易保險研究 제21권 제2호
- 정지형. 2015. 「중국 유기농 식품시장 현황과 제주의 향후과제」. JDI정책이슈브리프
- 한국농촌경제연구원. 2014. 「중국 유기식품의 발전 현황. 문제점 및 시사점」. <중국농업동향> 2014 가을
- 艾媒网. 2020. 「生鲜电商行业数据分析：2020年1月22日-2月6日京东到家日活用户规模突破100万」
- 艾瑞咨询. 2020. 「2019年中国进口食品消费白皮书」. 中粮我买网. 艾瑞咨询 °
- 爱开淘网. 2021. 「天猫双十一数据统计（2021年淘宝全年销售额）」
- 北京晨报. 2018. 「中国跻身有机食品销售前四」
- 北京市农业绿色食品办公室. 2006. 「中国有机食品发展现状、问题及对策分析」
- 产业信息网. 2015. 「中国有机食品行业市场现状分析」. 智妍咨询 °
2020. 「2019年中国互联网零售行业营业收入、销售额、市场规模及行业未来发展趋势分析」
2021. 「2020年中国网络零售主要平台成交额及百强企业销售额分析」
2021. 「2020年中国有机食品行业发展现状分析（附企业数量、认证面积、产品数量及产量）」
- 陈新建 외. 2014. 「城市消费者有机食品认知与购买决策」. 华中农业大学学报(社会科学版). 2014 (2)
- 百度百科TA说. 2018. 「酱油界的后起之秀」
- 东方财富网. 2021. 「2020年中国有机食品行业市场现状及发展前景分析未来市场规模有望持续稳定增长」
- 国家认监委. 2020. 「中国有机产品认证与有机产业发展报告」
- 黑龙江省人民政府. 2018. 「中国（齐齐哈尔）第十八届绿色有机食品博览会落幕 签约和交易额124.73亿元. 增长14.22%」
- 金融界. 2020. 「千禾味业2020年上半年净利1.57亿增长79.85% 调味品产品销量提升」
- 科技快报网. 2021. 「京东超市618有机食品热销 6月1-18日有机杂粮成交额同比增长471%」
- 粮油调味营销. 2019. 「净利增长创4年新高. 千禾味业2018年报透露这些讯号!_调味品」
- 刘宗岸. 2020. 「国内外有机产品标准发展现状（上）」. 《有机慢生活》杂志 2020年第2期 °
- 南方财富网. 2021. 「618销售额排名2021新消息：天猫京东拼多多排行对比」
- 农业农村部. 2019. 「将适时取消无公害农产品认证制度」

前瞻产业研究院. 2020. 「2020年中国有机食品行业市场现状及发展前景分析」
 2020. 「中国有机农业市场前瞻与投资战略规划分析报告」

食品伙伴网. 2013. 「进口有机产品的监督管理概述」
 2019. 「进口食品监管常见问题解答---跨境电商零售篇」
 2020. 「有机食品监管及标签标识规定（国内篇）」

食品伙伴网会展中心. 2020. 「2021第21届广州国际营养品·健康食品及有机产品展览会」

搜狐. 2019. 「千禾味业会成为下一个龙头吗？_行业」
 2020. 「酱油行业三巨头：海天味业. 中炬高新. 千禾味业. 谁更有潜力？_市场」
 2020. 「重磅！智利魔狮获得6大国家组织有机认证. 拿到中国有机认证的通行证」

天极网. 2020. 「《中国互联网发展报告2020》出炉：13亿网民在线支付交易额达249万亿元」

头豹研究院. 2020. 「食品饮料行业 有机食品研究：食品赛道的“有机”潮流」

网易科技. 2020. 「易观分析：2020年Q3生鲜电商活跃用户稳步攀升. 盒马、每日优鲜稳坐行业排头兵」

小食代网. 2021. 「天猫未来三年有大动作！将重点打造有机婴童食品赛道」

有机农业食品网. 2020. 「疫情期间有机食品逆势增长」
 2021. 「2020年中国有机食品市场达260亿元人民币」
 2021. 「到2028年有机零食市场预计将实现两位数的复合年增长率」
 2021. 「互联网让有机食品步入营销新时代」
 2021. 「加工有机食品未来将大放异彩」

智研咨询. 2020. 「2019年中国有机食品市场运行现状及未来发展趋势分析」

中国国家认证认可监督管理委员会. 2014. 「2014年全国“有机宣传周”活动启动」

中国互联网协会. 2019. 「中国互联网发展报告（2019）精华版」

中国绿色食品发展中心. 2019. 「绿色食品认证及标志使用费收费标准」
 2020. 「2019年中国有机食品发展现状」
 2021. 「2020年中国有机食品发展现状」

中投顾问. 2017. 「2017-2021年中国有机食品市场投资分析及前景预测报告」

中研普华研究院. 2021. 《2021-2025年中国有机农产品行业深度调研及投资预测研究报告》

中研网. 2021. 「国内外有机食品市场前景广阔“十四五”中国有机农产品行业投资规模战略研究」

참고사이트

<녹색식품통계연보> (<http://www.greenfood.org.cn/ztzl/tjnb/lssp/>)
 CCIC KOREA (www.ccickorea.com)
 OFCC 유기산품 인증기관 (<http://www.ofcc.org.cn/index.php?optionid=697>)
 SINOCERT 국제유기인증기관 (www.sinocert.org.cn)
 国家认证认可监督管理委员会 (www.cnca.gov.cn)
 国家市场监督管理总局 (www.samr.gov.cn)
 千禾味业食品股份有限公司官网 (<http://www.qianhefood.com/>)
 中国绿色食品发展中心 (<http://www.greenfood.org.cn/>)
 인증허가 표준화 정보서비스 플랫폼 (<http://rbtest.cnca.cn/portal/xxcx/std>)