중국시장뉴스
2018.11.30 (Vol.614)
http://news.kotra.or.kr
click!

Kotra
CHINA WEEKLY

KOTRA BIZ NEWS
중국시장뉴스 위챗 계정: KotraBeijing
상단의 QR코드 스캔 후 구독!

FOCUS

Read on page 1 >

중국 비특수화장품 등록관리제도의 전면 시행

国家药品监督管理局

关于在全国范围实施进口非特殊用途化妆品备案管理有关事宜的公告（2018年第88号）

Field Review 4p

베이징 세계 식품박람회 참관기

Industry 8p

中, 5G를 넘어 6G를 바라보다

Industry 11p

궐련형 전자담배 중국 시장 현황 및 전망

Industry 16p

중국 스테인리스 주방용품 시장 동향

행사안내

[일자리]

1사(社) 1청년 일자리 운동 참가 안내
(KOTRA K-Move 센터)

KOTRA 배배 활용하기~

중국시장뉴스 구독 신청→ 717053@kotra.or.kr

CLICK~~!
한중FTA 활용지원센터
kotra 해외시장뉴스

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

COPYRIGHT© 2017 KOTRA 베이징무역관 ALL RIGHTS RESERVED.
중국시장뉴스는 2006년 5월부터 시작하여 현재 26,000여명에게 발송됩니다.
중국시장뉴스의 저작권은 KOTRA 베이징무역관에 있으며 수신에 동의하신 분께만 발송됩니다.

[포커스] 중국 비특수화장품 등록관리제도의 전면 시행

- 등록관리제의 전국 시행으로 심사허가제 폐지 -
- 정부당국의 감독관리 완화가 아닌 사후관리 강화 조치 -
- 수입 및 판매 중단 등 피해 방지 위한 철저한 이해 필요 -

2018.11.22. 상하이무역관 이윤식

国家药品监督管理局
National Medical Products Administration

关于在全国范围实施进口非特殊用途化妆品备案管理有关事宜的公告（2018年第88号）

为贯彻落实《国务院关于在全国推开“证照分离”改革的通知》（国发〔2018〕35号）要求，现就在全国范围实施进口非特殊用途化妆品备案管理工作有关事宜公告如下：

一、自2018年11月10日起，首次进口非特殊用途化妆品由现行审批管理和自贸试验区试点实施备案管理，调整为全国统一备案管理，国家药品监督管理部门不再受理进口非特殊用途化妆品行政许可申请。

二、进口化妆品生产企业应当在产品进口前，委托境内责任人登录国家药品监管局政务网站（www.nmpa.gov.cn）“网上办事”栏目，通过“进口非特殊用途化妆品备案管理系统”网络平台，办理备案手续，取得电子版备案凭证后方可进口。备案产品按照“国妆网备进字（境内责任人所在省份简称）+四位年份数字+六位顺序编号”的规则进行编号。

三、境内责任人注册地在天津、辽宁、上海、浙江、福建、河南、湖北、广东、重庆、四川、陕西等前期已经开展自贸试验区试点实施进口非特殊用途化妆品备案管理的省（市）行政区域范围内的，在备案系统填报上传完成电子版资料后，向所在地省级食品药品监督管理部门办理备案。有关省级食品药品监管部门应当及时制定本行政区域内备案管理相关办事指南，并向社会公开。境内责任人注册地在其他省（区、市）行政区域范围内的，在网上备案系统填报上传完成电子版资料后，向国家药品监督管理部门办理备案。

자료원: 국가약품감독관리국

□ 비특수용 수입 화장품 등록관리제 전국 확대 시행

○ 비특수용 수입 화장품의 심사허가제에서 등록관리제로의 전환
- 2018년 11월 9일, 국가약품감독관리국은 상하이에서 시범운영되던 비특수용 화장품 등록관리제를 11월 10일부터 전국 범위로 확대해 시행한다고 발표함.
- 현행 행정허가 심사관리와 자유무역구 시범운영 등 2가지 방식의 병행을 종료하고, 국가약품감독관리국은 비특수용 수입 화장품 행정허가 신청을 받지 않는다고 밝힘.
  ·원문 링크: www.nmpa.gov.cn/WS04/CL2138/331915.html
- 규정에 따라 특수용 화장품은 육발(育发), 염색(染发), 파마(烫发), 제모(脱毛), 미유(美乳), 보건미용(健美), 탈취(除臭), 반점제거(祛斑), 선케어(防晒) 등 9종류이며, 이외 화장품은 모두 비특수용 화장품으로 분류됨.

○ 상하이 자유무역구에서 시범운영되던 정책이 전국으로 확대 시행됨.
- 2017년 3월, 상하이 푸둥신구 자유무역시험구에서 비특수용 수입 화장품의 심사허가가 아닌 등록관리제를 시범운영한다고 밝히면서 개시됨.

- 푸둥신구에 소재한 기업법인을 경내 책임자로 지정하고, 2017년 3월 1일부터 2018년 12월 21일까지 푸둥신구 항구를 통해 수입되는 제품은 심사허가가 아닌 등록관리제로 운영함.
- 2018년 10월 말까지 등록관리제로 통관한 기업은 323개사이며 2423개 제품이 통관한 것으로 집계됨.
- 2018년 3월 국무원은 상하이 자유무역시험구 운영방안을 톈진, 랴오닝, 푸젠, 허난, 후베이, 광둥, 충칭, 쓰촨, 산시(陕西) 등 10개 자유무역구에도 확대 운영하도록 비준했으며, 11월 10일부터는 전국으로 확대 적용함.

□ 관련 내용 및 기대 효과

○ 제품의 수입 전, 경내 책임자에게 수권해 국가약품감독관리국 홈페이지에서 온라인으로 신청·등록 후에 제품 수입 가능함.
- 2018년 11월 10일 이전에 심사허가를 신청하고 국가약품감독관리국에서 접수한 건은 신청철회가 가능함. 철회하지 않은 건은 원 수순대로 심사를 진행해 허가증이 발급됨.
- 이미 심사허가를 취득한 경우 유효기간 내에는 해당 허가증을 기반으로 통관이 가능하며, 허가증 수정이나 재발급 등도 기존 규정에 따라 진행하면 됨.
- 기존 허가증의 유효기간 만료 후에는 등록제도 규정에 따라 등록을 진행해야 함.

○ 제출해야 하는 관련 서류는 아래와 같음.
- 재중책임회사는 제품의 최초 수입 전 등록 시스템을 통해 제품의 안전성 관련 자료를 등록해야 함.
- 등록 서류 목록은 다음과 같음(현 위생허가증 구비서류와 동일).
  ① 비특수용도 수입 화장품 등록 신청표(온라인 작성)
  ② 제품 중문명칭 명명근거(온라인 작성)
  ③ 제품 성분표(온라인 작성)
  ④ 제품 포장(라벨, 설명서 포함) 이미지
  ⑤ 제품품질안전관리요구
  ⑥ 제조공정도
  ⑦ 제품기술요구
  ⑧ CFDA에서 지정한 화장품행정허가검험기구에서 발급한 검사보고서 및 관련 자료
  ⑨ 제품 중 존재 가능한 안전위험물질 관련 평가자료
  ⑩ 화장품 사용원료 및 원료원이 광우병 발생지 고위험물질 사용 금지 요구 부합 확인서
  ⑪ 제품 생산국(지역) 또는 원산국(지역) 내 생산 및 판매 증명서(자유판매증명서)
  ⑫ 경외 생산기업 생산품질관리 증빙자료
  ⑬ 화장품 행정허가 신고접수 규정의 요구에 부합하며 등록에 도움될 만한 기타 자료

○ 기업 부담이 크게 경감될 것으로 기대
- 등록관리제 하에서는 서류 제출 후 이상이 없을 시 일단 등록이 완료되는 것으로 간주하고 수입 자격을 부여함.
- 심사허가제 실시 당시에는 2-3-3으로 준비기간 2개월, 검측기간 3개월, 심사기간 3개월이 소요됐으나, 등록관리제 하에서는 심사기간 3개월이 5일로 감축돼 기업의 수출까지 소요시간이 대폭 축소됨.
- 제도를 전국으로 확대했기 때문에 푸둥 외 다른 지역에서도 같은 조건으로 통관이 가능해져 지역 제한도 없어짐.

○ 등록관리제가 정부의 감독관리 완화를 의미하는 것은 아님.
- 공고에 따르면 각급 약품감독관리부서는 등록 수입된 제품의 사중 및 사후감독관리를 강화해야 하고, 해관과 관련

부서와의 협력을 강화해 제품 품질 안전정보 및 위법행위 유무 등을 즉각적으로 알려야 하는 의무를 지니게 됨.

- KOTRA 상하이 무역관이 상하이시 식품약품감독관리국 담당자와 진행한 인터뷰 결과, 이는 관리방법에서의 변화일 뿐 감독관리가 완화되는 것은 아님. 심사·검사를 뒤로 미루어 기업들이 보다 빠르게 시장에 진입할 수 있도록 조치한 것이라고 밝힘.
- 사전에 진행하던 3개월 심사가 없어진 것이 아니고 사후심사 단계로 미뤄진 것으로, 감독관리부서는 제품 안전성 등을 전면 검토하고 문제가 발생할 경우 판매 중지 등 처벌을 받을 수 있음.
- 제출해야 하는 서류 목록은 과거와 동일하고 기업은 자체적인 검험검측과 안전성 평가 등 안전보장의무도 그대로 유지돼 기업의 의무가 경감되는 것이 아님.
- 이번 제도의 변화가 정부의 감독관리 완화가 아님을 이해하고 제도에 대해 철저하게 이해하는 것이 반드시 선행돼야 함.

연관 기사: [상하이시 푸동신구 비특수용 수입 화장품 등록관리제 시행 발표]
http://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/6/globalBbsDataView.do?setIdx=322&dataIdx=156854
자료원: 국가약품감독관리국, 상하이시 식품약품감독관리국, sina, sohu, KOTRA 상하이 무역관 자료 종합

[현장정보] 베이징 세계 식품박람회 참관기

- 건강에 대한 관심도 높아 -

- 다양한 제품개발과 對중국 진출 확대 필요 -

2018.11.27. 베이징무역관 김성애

□ 개요

행사명	베이징 세계 식품 박람회(北京世界食品博览会, anufood China 2018)
일시	2018년 11월 21~23일
장소	베이징 국가회의센터(国家会议中心)
규모	참가기업 수 680개사, 관객 수 26,000명, 전시면적 35,000㎡
홈페이지	http://www.anufoodchina.cn/

○ 지난 11월 21일, 베이징 세계 식품 박람회가 베이징 국가회의센터에서 막을 올렸음.

- 36개국의 680개 사가 인스턴트 식품, 주류, 조미료, 드링크 및 관련 전자제품을 선보임.
- 11월 23일까지 3일간 개최된 박람회에 2만6000여 명 관객이 다녀감.

□ 현장 이모저모

○ 한국식품, 해외식품 중 최대 전시 규모 자랑

- 한국 우수 식품기업 30여 개사가 김치, 김, 유자차, 인삼제품 등 대표적인 K-FOOD와 라면, 한국식 냉동만두 등 인스턴트식품, 주류, 포도 등을 선보임.
- 중국 소비자들은 "한식이라면 김치와 불고기를 떠올리게 되는데, 이번 전시회에서 다양한 한국식품을 접할 수 있었다"며 한식의 품질과 다양성을 높이 평가

한국관 전시 부스

자료원: KOTRA 베이징 무역관

○ 건강·웰빙, 중국 식품소비 트렌드로 부상
- 이번 전시회에 견과류, 발효식품, 인삼제품 등 건강·웰빙 식품 대거 전시됨.
- 젊은 참관객들은 "레저식품도 건강해야 한다"며 "식품은 안전성 이외에도 건강에 유리한 점이 중요하다"고 강조

한국 김치(좌), 발효식품(우)에 흥미를 보이는 관객들

자료원: KOTRA 베이징 무역관

○ 유럽, 특히 폴란드, 슬로바키아 등 동유럽 기업들도 참가
- 베이징과 같은 1선 도시의 소비자들은 와인, 치즈 등 서양음식에 익숙하지만 동유럽 국가의 제품들에는 생소함.
- 한편, 이번 전시회에서 모습을 드러낸 동유럽 식품이 차, 와인 등 일부 품목에 제한된 점에 아쉬움 표시

폴란드(좌), 이탈리아(우), 슬로바키아(하) 전시 부스

자료원: KOTRA 베이징 무역관

○ 아이디어가 돋보이는 가정용 스마트 제품 등장
- 이번 박람회에서 신기능을 탑재한 가전제품(예컨대 야채 재배기)이 선보이고, 전통 가전제품에도 스마트 기능을 탑재해 식생활에 편리함을 더해줌.
  * 많은 관객의 눈길을 사로잡은 가정용 스마트 야채 재배기는 베이징 대기오염과 미세먼지 문제가 심각해지면서 집안에서 유기농 야채를 키우고자 하는 수요를 겨냥한 제품임. 토양과 물, 온도 등을 정확하게 맞추면 야채 재배가 가능하며 스마트폰 애플리케이션을 통해 식물이 자라는 속도와 수분 또는 영양제 보충 여부를 알려줘 편리

가정용 스마트 야채 재배기

자료원: KOTRA 베이징 무역관

□ 현장 인터뷰

중국 바이어 인터뷰

Q: 이번 박람회에서 가장 인상 깊은 전시품은?
A: 야채재배기와 같은 스마트 제품이다. 식품전시회에서 전자제품까지 볼 수 있다는 것이 놀랍다.

Q: 중국 식품시장에 대한 평가는?
A: "서민은 음식을 하늘로 섬기다(民以食为天)"는 말이 있다. 그만큼 중국인은 먹는 걸 중요시하며 시장규모가 크다. 최근 몇 년간 세계 각국 우수식품, 특색 식품이 중국시장에 대거 진입하면서 소비자의 수요가 날로 다양해지고 요구도 날로 까다로워지고 있다. 식품 안전은 기본이고 맛이 좋아야 하며 이에 건강, 웰빙까지 더해졌다. 시장 다변화 추세를 파악하고 날로 까다로워지는 소비자 입맛 맞추기가 중국 식품시장의 과제로 떠오르고 있다.

Q: 한국 식품에 대한 평가는?
A: 중국시장에서 안정적으로 성장하는 수입식품 중 하나이다. 왕징, 우다오커우과 같은 한인 타운의 한식당을 통해 베이징엔 잘 알려져 있다. '별그대'로 '한국 치맥' 열풍이 불어 한국 치킨집 앞에 문전성시를 이루기도 했다. 그러나 최근 몇 년간 새로운 한식 열풍을 일으키지 못해 아쉽다. 신 메뉴 개발이 필요한 것 같다.

관객 인터뷰(30대 여성)

Q: 이번 박람회에서 가장 인상 깊은 전시품은?
A: 발효식품, 건강식품이다. 요즘 베이징은 건조하고 스모그가 심각하다. 독소 제거, 건강한 스낵, 다이어트 등에 관심이 많다.

Q: 평소에 한국식품을 즐겨 먹는가?
A: 두세달에 한번 정도, 한식당에서 외식하는 정도이다.

Q: 이번 전시회의 한국 식품에 대한 평가는?
A: 한식에 생소하지 않지만 이번 전시회에서 다양한 한국 식품을 접할 수 있어 좋았다. 김치 외에 소포장 반찬이 있다는 것도 오늘 전시회에 처음 알았다. 특히 한국 포도가 당도 높고 맛이 좋아 인상적이다. 그러나 많은 제품이 중국에 아직 수입되지 않고 있다고 알고 있다. 이 점이 가장 아쉽다.

□ 전망 및 시사점

ㅇ 중국은 세계 최대 식품 수입국으로 현재 187개 국가(지역)으로부터 식품을 수입하고 있으며 수입품목은 7만여 개, 브랜드는 1만5,000여 개에 달함.
- 올해 중국 수입식품 시장규모 4,800억 위안으로 전망(미국식품공업협회)

ㅇ 정부 정책과 소비자의 눈높이에 맞춰 철저한 시장조사를 통해 제품 개발단계에서부터 반영할 필요가 있음.
- 식품은 성분 요구, 해외생산업체 등록제 등 상대적으로 까다롭고 복잡한 수입규제가 적용되는 품목임.
- 2017 iResearch 수입식품 보고서의 중국 소비자 주요 관심도 조사에 따르면 안전성(47%)과 품질(42%)이 브랜드(33%), 가격(29%)보다 더욱 높은 관심사항으로 나타남.
- 우리 기업은 중국에서 금지된 성분 등을 꼼꼼히 체크하고 가격보다는 안전성 등 품질 요소 및 브랜드 구축에 집중할 필요가 있음.
- 한편, 건강식에 대한 수요가 높아짐에 따라 우리 기업도 저염식, 유기농제품에 주력해야 함.

ㅇ 2~3선 도시의 수입식품 소비 수요가 증가할 것으로 예상돼 이에 대비한 마케팅 및 유통전략 수립 필요
- 현재 중국의 수입식품 소비는 베이징, 상하이 등 1선 도시 및 연해 지역에 집중
- 2~3선 도시의 경제 성장, 도시화 추진, 소득 증가 등 요인의 영향으로 2~3선 도시의 수입식품 소비가 급증 추세를 보임.
- 이에 따라 서부내륙 등 2~3선 도시를 중심으로 한 대형 유통상 및 온라인 플랫폼을 활용해 2~3선 도시 소비자를 타깃으로 한 유통 및 마케팅 전략 수립 필요

자료원: KOTRA 베이징 무역관 종합

[산업/상품] 中, 5G를 넘어 6G를 바라보다

- 中 공신부, 6G 연구 개발의 구체적 청사진 내놔 -

- 2030년까지 상용화시킬 목표 -

2018.11.28. 선양무역관 동흔

□ 중국, 6G 통신인프라 핵심 기술 연구에 착수

○ 최근 중국은 6세대 이동통신(6G) 연구 개발의 구체적인 청사진을 발표함.

- 중국공업정보화부 IMT-2000(5G) 무선기술 사업팀 수신(粟欣) 팀장의 발표에 따르면, 중국은 연내에 6G에 대한 연구를 시작할 것이며 2020년부터 본격 개발에 착수해 2030년 상용화하는 것을 목표로 하고 있음.
- 앞서 중국 정부는 지난해 연말과 올해 초에 걸쳐 이미 6G 연구 개발에 착수했다고 밝힌 바 있으나, 정식 연구시기와 상용화 목표시기에 대한 비교적 구체적인 계획을 드러낸 것은 이번이 처음임.

○ 2030년에 상용화될 것으로 기대되는 6G 통신기술은 100Gbps 이상의 전송속도 구현해 5G의 핵심 기술인 사물인터넷(IoT)의 광범위한 적용을 뛰어넘고 사람과 사물, 공간, 데이터, 프로세스 등을 유기적으로 연결함. 이에 따라 환경 자체가 사물인터넷이 된다는 '만물지능인터넷(AIoE: Ambient IoE)' 시대를 열어줄 전망임.

이동통신 세대별 비교

구분	상용화 시기	접속방식	최고 전송속도	기능/서비스
1G	1980년	ANALOG	-	음성
2G	1990년	GSM, CDMA	64kbp	음성, 텍스트 문자
3G	2000년	WCDMA, CDMA2000	2Mbps	멀티미디어 문자, 음성, 화상통화
4G	2010년	LTD, WIFI	1Gbps	음성, 데이터, 실시간 동영상
5G	2020년	WWWW	>1Gbps	홀로그램, 사물인터넷, 입체 영상
6G	2030년	?	>100Gbps	만물지능인터넷

자료원: KOTRA 선양 무역관 정리

○ 아직 5G 네트워크의 상용화도 이뤄지지 않은 상황에서도 중국, 미국 등 일부 국가들은 발빠르게 6G 개발에 뛰어들고 있음.

- 미국의 국방부 산하 연구기관인 방위고등연구계획국(DARPA)은 작년 7월 6G 연구 프로젝트에 본격 착수했다고 밝혔음.
- 일본 NTT는 지난 5월 세계 최초로 100Gbps 무선전송 시연에 성공했다고 발표했으며, EU와 러시아 등도 관련 작업을 진행하고 있음.
- 한국전자통신연구원(ETRI)이 지난 6월 테라헤르츠(THz) 대역 주파수로 100Gbps 속도를 내는 6G 이동통신기술 개발에 착수한 상태임.

□ 중국 이동통신기술의 현주소

○ 그간 중국의 2G, 3G, 4G 이동통신 서비스의 품질 및 상용화 속도가 다른 나라들에 비해 뒤쳐졌기 때문에 5G 기술부터는 이를 만회하기 위해 연구 개발에 전력을 다하고 있음.

- 2013년 2월 공업정보화부(工业和信息化部), 발전개혁위원회(发展和改革委员会), 과학기술부(科学技术部)는 IMT-2020(5G) 추진팀을 공동 설립하며 본격적인 5G 프로젝트를 가동했음. 2020년 전국 상용화를 목표로 정부 차원에서 다양한 관련 정책을 강화해 오고 있음.

5G 이동통신 관련 중국 정부의 주요 정책 발표 추이

시간	주요 내용
2013.2.	- 5G 상용화 TF팀 IMT-2020(5G) 추진팀 발족
2015.5.	- '중국제조 2025' 10대 핵심산업 중 5G 이동통신기술 포함
2016.10.	- '차세대 정보기술산업 계획(2016~2020)'에서 13.5 규획기간 5G 상용화 목표 제시
2017.1.	- '정보통신산업발전규획(2016~2020)'에서 5G 기술연구 및 상용화에 대한 적극 지원 언급
2017.3.	- 양회의 정부 업무보고 중 AI, 5G 관련 내용이 최초로 포함
2018.2.	- 발개위, 2018년 차세대 정보 인프라 건설 프로젝트 지원 명단 발표(이동통신 3사의 5G 시범 프로젝트 포함)
2018.8.	- '정보소비 확대·업그레이드 3년 행동계획(2018~2020)'에서 2020년 5G 상용화 목표 강조
2018.10.	- '소비 체계·구조의 개편·추진 실시방안(2018~2020)'에서 5G 상용화 가속화 감독

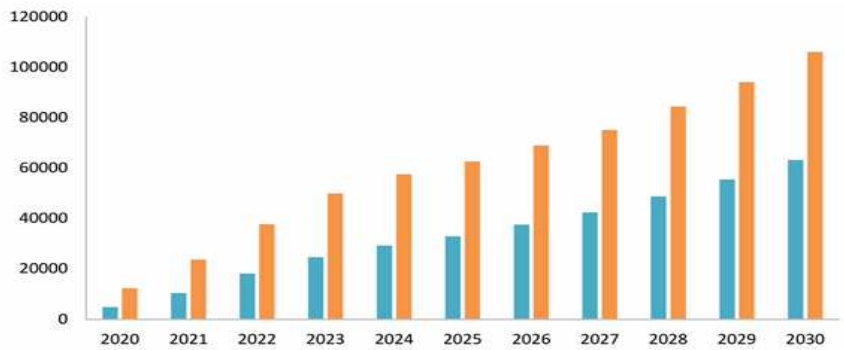
자료원: 중국전문가포럼, KOTRA 선양 무역관 추가 정리

○ 중국의 이동통신업체들도 이러한 정부정책 기조에 적극적으로 호응해 5G 상용화에 속도를 내고 있음.

- 차이나유니콤(中国联通)은 이미 16개 도시에서 잇따라 5G 테스트를 시행하고 있으며, 2019년 시범 상용을 거쳐 2020년에는 상용화를 실현한다는 방침임.
- 차이나텔레콤(中国电信)은 2017년 12월부터 5G 시범 기지국을 개통했으며, 슝안(雄安) 등 6개 도시에 5G 혁신 시범망 구축에 나서고 있음.
- 차이나모바일(中国移动)도 올해 안에 세계 최대 규모의 5G 시험망을 구축할 계획임.
- 중국은 이르면 2019년, 늦으면 2020년 5G의 서비스의 상용화를 실현할 전망임.

○ 5G 상용화에 따라 기대되는 중국의 직접적인 경제효과는 2030년 6조3000억 위안에 달할 전망임.

5G 상용화에 따른 경제효과(단위: 억 위안)



자료원: 중국정보통신연구원(中国信息通信研究院)

□ 시사점

○ 내년 5세대 이동통신의 상용화가 예정된 가운데 중국은 5G를 넘어 6G 핵심 기술을 확보하려는 움직임을 보이고 있음.
- 5G에 이어 6G 서비스에서도 주도권을 잡아 미래 유망산업을 발굴하고 선점하려는 글로벌 경쟁도 한층 치열해질 전망임.

이동통신업계 관계자 인터뷰

Q1. 5G 상용화가 시작되기도 전에 6G 연구에 뛰어들고 있는 이유가 무엇인가?

A1. 과거의 경험에서 미루어봐도 한 세대의 네트워크가 상용화 준비에 들어갈 무렵 차세대 기술에 대한 연구 개발이 동시에 이루어진다. 현재 중국뿐만 아니라 미국, 일본 등 다른 국가들도 6G 기술 개발 작업에 착수했다. 나아가 국가안보나 국제 통신시장에서의 발언권 확보를 위해서도 6G에 기반 기술부터 선점하는 것은 매우 필수적인 과제라고 생각한다.

Q2. 6세대 네트워크 통신망이 우리 사회에 가져올 변화와 혁신은 무엇인가?

A2. 6G의 기술적 우위에 따라 보다 빠른 전송속도와 로딩시간 단축, 보다 큰 주파수 대역, 보다 넓은 범위 커버, 보다 높은 자원 이용률 등의 방향으로 정보화사회가 진행될 전망이다. 현재 사용 중인 4G 서비스보다 100배 이상 빠른 속도의 6G는 모든 사람과 사물이 연결되는 이른바 '만물지능인터넷' 시대를 실현할 수 있을 것이다.

자료원: KOTRA 선양 무역관 자체 진행

자료원: 中国证券报, 科学网, 中国科普网, IT之家, 财经网, 新华网, 中国信息通信研究院, 중국전문가포럼, KOTRA 선양 무역관 자료 종합

[산업/상품] 궐련형 전자담배 중국 시장 현황 및 전망

- '흡연 대국' 중국, 궐련형 전자담배에 대한 방대한 소비 잠재력 존재 -
- 판매 승인은 아직이나 해외 직접 방문 구매 또는 전자상거래 플랫폼에서 암암리에 거래 중 -

2018.11.23. 샤먼무역관 이지현

□ 상품명 및 HS Code

○ 궐련형 전자담배(HS Code 854370), 중국내 명칭: 加热不燃烧电子烟(가열불연소전자담배)

○ 담배 제품. 시가·셔루트·시가릴로 및 궐련(담배 또는 담배 대용물의 것에 한한다), 담배, 담배 상품 및 관련 장비(HS Code 2402)
- 궐련형 전자담배는 전자기기에 연초 고형물(Tobacco Stick)을 끼우고 고열로 가열해 니코틴 증기를 흡입하는 방식

□ 개요

○ '흡연 대국' 중국의 광대한 흡연인구
- 신탄캉발전연구센터(新探健康发展研究中心)의 조사 보고서에 따르면 중국의 흡연자 수는 약 3억 5000만 명으로 세계 총 흡연자의 1/3을 차지하고, 세계 44%의 연초를 소비하고 있다고 발표함.
- 중국은 세계 최대의 담배 생산국이자 흡연 국가. 중국 전체 인국에서 흡연자가 차지하는 비율은 27%로, 세계 평균(22%)보다 더 높음.

○ 궐련형 전자담배에 대한 방대한 소비 잠재력
- 매년 흡연 관련 질병으로 인한 사망자의 수는 100만 명에 달하며, 간접흡연으로 인한 사망자 수도 10만 명에 이름.
- 국가적 차원에서 금연 프로젝트를 진행 중임은 물론 흡연자 개개인들도 흡연으로 인한 건강상의 문제점을 인식. 이에 따라 연초에 비해 인체에 덜 유해함과 동시에 연초에 상응하는 맛과 특성을 지닌 궐련형 전자담배에 대한 수요가 증가하는 추세
- 궐련형 전자담배는 전자기기와 같은 외형으로 인하여 젊은이들 사이에서 큰 인기를 끄는 중임.
- 연초의 경우 특유의 독한 담배 냄새가 몸에 배는 반면, 궐련형 전자담배는 연기도 적고 냄새가 거의 배지 않아 흡연자들에게 각광을 받음.

서울 신라면세점에서 궐련형 전자담배를 찾는 외국인 관광객들

자료원: 아시아경제

□ 중국 궐련형 전자담배 시장 현황

○ 현재 중국에선 궐련형 전자담배 전용 연초 고형물(Tobacco Stick)의 판매 승인이 나지 않은 상황임.
- 기존의 액상형 전자담배와 다르게 궐련형 전자담배는 연초 고형물로 인하여 연초와 같은 취급을 받고 있음.
- 중국의 연초 시장은 중국 정부기관인 "중화인민공화국연초전매국(中国人民共和国烟草专卖局)"이 독점으로 관장하고 있으며 판매를 위해서는 기관의 허가가 필수적임.
- 현재 중국에서 사용되고 있는 궐련형 전자담배의 연초 고형물은 모두 소비자가 직접 해외에 방문하여 구매한 제품들이며 그 외의 연초 고형물은 사실상 모두 불법적인 채널을 통해 유통된 것들임.

○ 해외여행 중 직접 구매 또는 보따리상(다이궁)을 통한 중국 내 유통
- 해외여행을 통한 현지 직접 구매 형식은 당국의 제재가 없기 때문에 한국을 방문하는 요우커를 중심으로 면세 구입
- 중국 보따리상(다이궁)이 면세점에서 대량으로 구매한 뒤 중국에서 웨이신(微信)이나 웨이보(微博)와 같은 SNS 계정을 통해 암암리에 유통
- 타오바오(淘宝), 징동(京东) 같은 전자상거래 플랫폼에서 판매가 합법인 궐련형 전자담배의 부속 액세서리 판매로 위장하여 고객들에게 접근한 뒤 궐련형 전자담배와 연초 고형물을 판매
- 포장된 상태로는 밀수품임을 알 수 없다는 허점을 노려 궐련형 전자담배를 대량으로 밀수한 뒤 일반 택배업체를 통해 배송

타오바오에서 궐련형 전자담배 브랜드 '아이코스'를 검색한 결과 충전기, 전용 홀더와 같은 액세서리 제품만이 검색되는 모습

자료원: 샤먼무역관 직접 촬영

□ 중국 궐련형 전자담배 시장 전망

○ 매년 성장 중인 중국 전자담배 시장 규모
- Ernst & Young ITEM Club(安永统计俱乐部)의 통계 수치에 따르면 현재 중국 전자담배 소비자 규모는 약 150만~200만 명으로 추산되며, 이는 총 흡연자 수의 0.43~0.57%에 해당함.
- 중국 정부는 최근 연초의 유해성을 인식하고 연초 흡연량을 낮추기 위해 연초 한 갑에 54%에 이르는 무거운 세금을 부여하는 등 적극적인 규제에 나섬. 이에 따라 전자담배 시장이 뒤늦게 성장하는 중임.

중국 전자담배 시장 규모 추이
(단위: 억 달러)

자료원: 중상산업연구원(中商产业研究院)

○ 연초 흡연을 가장 만족하게 대체할 수 있는 제품
- 연초 흡연은 중국의 흡연문화에 가장 깊숙이 자리 잡고 있으며 일반 연초처럼 궐련을 사용한다는 점이 중국 시장 상황에 긍정적으로 평가되어, 액상 원료를 사용하는 기존의 전자담배보다 시장 장악에 유리할 것으로 기대
- 액상형 전자담배의 경우 그 흡연감이 만족스럽지 못하여 연초 흡연을 병행하는 '이중 흡연'이 빈번했으나 궐련형 전자담배의 경우 그 맛과 흡연감이 연초 흡연에 상응하여 궐련형 전자담배만으로 만족이 가능한 경우가 다수

○ 궐련형 전자담배의 득과 실
- 궐련형 전자담배는 일반 연초에 비해 담배연기와 역한 냄새가 훨씬 적음. 담배 냄새로 인한 아파트 층간 갈등, 산불 문제와 같은 주변에 대한 피해가 거의 없어 흡연자들에게 환영받고 있음.
- 궐련형 전자담배의 기기는 여러 색깔과 예쁜 모양, 콤팩트함을 가지고 있어 젊은 층에게 패션 아이템으로도 어필이 가능
- 담배연기와 역한 냄새가 적다는 장점이 도리어 무분별한 흡연을 초래하고 있음. 집에서 흡연을 자유롭게 하다 보니 흡연량이 더욱 늘어남은 물론 비행기나 기차 같은 공공장소에서 몰래 궐련형 전자담배를 흡연하다 적발되는 사례가 늘어나고 있음.
- 궐련형 전자담배가 연초에 비해 인체에 덜 유해하다는 사실에 대한 확실한 입증이 되지 않음. 궐련형 전자담배 제조사는 "세계보건기구 지정 9가지 유해물질의 함유량"이 일반 연초보다 평균 90% 적은 것으로 발표하였으나 대한민국 식약청은 타르 함량이 일반 담배보다 더 높다고 결론 내림.

○ 중국 정부의 궐련형 전자담배 전용 연초 고형물(Tobacco Stick) 판매 승인 여부
- 현재 중국 정부는 궐련형 전자담배의 전자기기의 판매는 허용하고 있으나 연초 고형물(Tobacco Stick, 烟弹)의 판매는 허용하지 않고 있음.
- '신형 담배제품 식별검역작업에 관한 통지(关于新型烟草制品识别检查通知)'를 바탕으로 중국에서 담배를 판매하려면 관련 허가증이 필요함.
- 중국의 연초 시장을 독점하고 있는 정부 기구인 "중화인민공화국연초전매국(中国人民共和国烟草专卖局)"은 궐련형 전자담배의 '무해함'과 '금연 효과'의 과학적 근거가 부족함 등을 이유로 아직 생산과 판매에 대한 승인을 하지 않은 상태

□ 궐련형 전자담배 시장 BIG3 제품 비교

제품명	릴(Lil)	아이코스(Iqos)	글로(Glo)
제조사	KT&G	한국필립모리스	BAT코리아
사진			
무게	90g	포켓 충전기: 157g 홀더: 75g	100g
충전시간	2시간	포켓 충전기: 약 90분 홀더: 약 4분	약 2~4시간
사용시간	1회 당 4분 20초 사용 가능 연속 사용 가능(약 20회 이상)	포켓 충전기: 홀더 약 20회 충전 홀더: 약 6분 또는 14모금 사용 연속 사용 불가능	1회당 3분 30초 사용 가능 연속 사용 가능
연초 고형물 종류	핏(Fit)	히츠(Heets)	던힐네오스틱
호환성	아이코스		릴

□ S면세점 궐련형 전자담배 '아이코스(Iqos)' 판매원 J씨와의 인터뷰

Q1. 요새 중국 아이코스의 판매 현황은 어떠한가?
A1. 아이코스의 궐련형 전자담배 기기와 연초 고형물의 대다수 고객은 중국인 관광객들이다. 인당 적게는 기기 1대와 연초 고형물 2보루(20 갑), 많게는 수십 대의 기기와 연초 고형물을 구매하는 손님들도 많다. 올해 초만 해도 아이코스 매장이 개장하기 무섭게 중국인 관광객들이 몰려들어 한 시간이면 물량이 동났었다. 지금도 중국인 손님이 많기는 하지만 이전보다는 확실히 줄어들었다.

Q2. 궐련형 전자담배가 중국인들에게 인기가 많은 이유는 무엇이라 생각하는가?
A2. 가장 큰 이유는 호기심이라고 생각한다. 궐련형 전자담배가 중국에 없고 또 연초의 특성과 전자담배의 특성 모두를 가진 기존에 존재하지 않았던 흡연 방식이 흡연자들의 마음을 사로잡았다고 생각한다. 모양과 색상도 예뻐서 선물용으로도 많이 찾는다. 또한 중국인들이 워낙 애연가이기도 하고 기존의 연초와 비슷한 맛을 가졌으나 일반 담배에 비해 건강에 덜 유해한 점이 궐련형 전자담배의 인기 비결이라고 생각한다.

□ 시사점

○ 중국 전자담배 시장 성장과 함께 궐련형 전자담배에 대한 수요 및 인식 증대
- 연초 흡연이 초래하는 건강상의 문제가 사회적으로 대두됨에 따라 국가적·개인적 차원에서 일반 연초 대체재에 대한 수요 증대
- 중국 흡연인구의 99% 이상이 연초 흡연자인 상황에서 액상형 전자담배로는 일반 연초를 대체하기 쉽지 않음. 그러나 궐련형 전자담배는 담배의 맛과 흡연감이 연초에 상응함은 물론 연기와 냄새가 매우 적어 흡연자들에게 각광받고 있음.

- 중국 전자담배 흡연자 규모가 전체 흡연자의 약 10% 수준까지 성장할 경우 시장규모는 1000억 달러에 육박할 것으로 예상되며 연초 흡연을 선호하는 중국인의 특성상 기존의 액상형 전자담배 이용자의 대다수가 궐련형 전자담배로 유입될 가능성이 높음.

○ 궐련형 전자담배 시장 조기 선점 필요
- 성장하는 중국의 전자담배 시장을 선점하면 향후 막대한 수익 창출 가능
- 먼저 판매가 합법인 궐련형 전자담배 기기의 공급을 늘리고 다양한 마케팅을 통해 궐련형 전자담배를 중국 흡연자들에게 알려야 함.
- 전자담배의 소비재인 궐련의 유통구조를 확립해 안정적인 공급체계를 마련하고, 중국 소비자의 취향에 맞게 다양한 맛의 궐련을 개발해야 함.
- 현재 전자담배(HS Code: 854370 기준)는 한-중 FTA 협정세율 0%이며 관세 외에 부가가치세 16%가 부가됨.

○ 중국 정부의 연초 고형물 판매 허가 여부가 관건
- 현재 중국의 연초 총판을 관장하는 "중화인민공화국연초전매국(中国人民共和国烟草专卖局)"은 궐련형 전자담배의 인체 유해성 유무와 관련하여 확실한 판단을 내리지 않고 있음.
- 궐련형 전자담배의 원활한 중국 시장 진출을 위해서는 궐련형 전자담배의 유해성분을 명확하게 명시하고 금연보조제로서 역할을 수행할 수 있는지에 대한 과학적 사실을 규명해야 함.
- 주변 국가인 한국과 일본에서는 이미 궐련형 전자담배가 전체 담배 시장의 10% 정도를 차지할 정도로 크게 성장하였으며 궐련형 전자담배에 대한 대중들의 인식도 호의적임. 중국 당국의 향후 법적 규제 행보를 지켜봐야 하겠지만 중국 정부도 궐련형 전자담배 승인에 대해 낙관적일 전망

자료원: 중상산업연구원(中商产业研究院), 베이징해관(北京海关), 한국 관세청, 아시아경제, 최덕호 <중국담배시장, 궐련형 전자담배 성공할까>, 샤먼 무역관 자료 종합

[산업/상품] 중국 스테인리스 주방용품 시장 동향

- 전반적으로 빠른 성장보다는 완만한 성장세 보여 -

- 한국, 중국의 수입국 3위이나 주요 브랜드는 적은 것으로 나타나 -

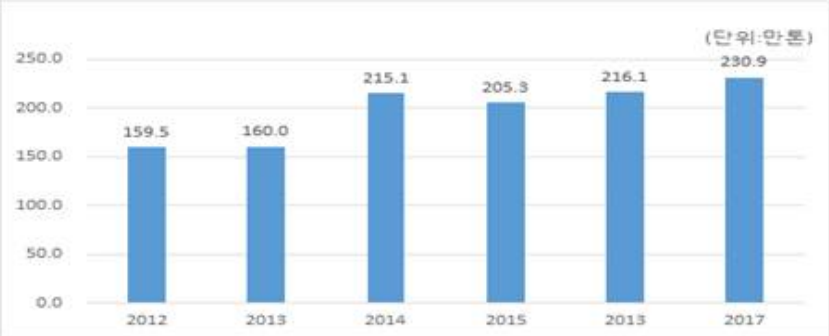
2018.11.26. 정저우무역관 김품소

□ 시장규모

○ 중국 중상산업연구원 통계에 따르면, 2012~2017년 중국 스테인리스 주방용품 생산량은 완만한 성장 추세에 있음.

- 2017년 생산량은 최고치에 달해 230만9000톤을 기록함.

2012~2017년 중국 스테인리스 주방용품 생산량

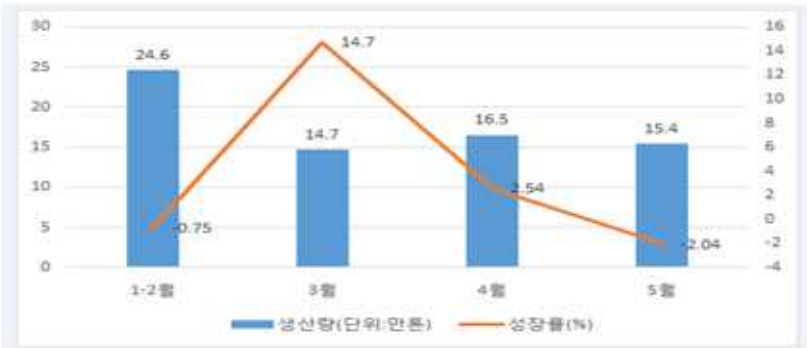


자료원: 중국 중산산업연구원

○ 2018년 1~5월 중국 스테인리스 주방용품 생산 현황

- 2018년 1~5월 스테인리스 주방용품 누적생산량은 71만2000톤을 기록함.
- 해당 수치는 전년대비 1.78% 하락했으며 현재 증가와 감소를 반복하고 있음.

2018년 1~5월 중국 스테인리스 일용품 생산 추이



자료원: 중국 중산산업연구원

□ 현지 경쟁 동향

○ 중국 스테인리스 주방용품 제조기업은 약 1300개사이며 제품 종류는 300개에 달함.
- 현재 글로벌 브랜드 제품은 고가 시장을 점유하고 있지만, 브랜드 간 경쟁이 치열해 시장점유율상 큰 차이는 없음.
- 중국 제품은 현재 중고가 시장진출을 노리고 있는 상황이나 글로벌 브랜드의 점유율이 높아 진입이 어려움.
- 로컬 브랜드 중 경쟁력을 갖춘 중링펑(凌峰), 쉬앙희(双喜) 등은 중국 소도시, 농촌 도시의 중고가 시장 진입에 주력 중임.
- 저가 시장에서는 중국 중소기업이 저렴한 가격을 무기로 3, 4선 도시에서 선전하고 있음.

중국 스테인리스 주방용품 주요 브랜드

연번	브랜드명	사이트	로고
1	ZWILLING	https://www.zwilling.com.cn/	
2	HOMICHEF	http://www.ri-xing.com/html/cn/	
3	LINKFAIR	http://www.linkfair.com.cn/	
4	FISSLER	http://wwwfissler.com.cn/	
5	WMF	https://www.wmf.com/	
6	LAGOSTINA	www.lagostina.com.cn	
7	HZX	http://www.hongzhixing.com/	
8	칭잔(庆展)	https://mall.jd.com/index-35052.html	
9	LXBF	http://www.calxbb.com/	

자료원: 텐센트

□ 현지 수입동향

○ 2017년 중국 스테인리스 주방용품 수입액은 6100만 달러로 전년대비 24.7% 감소했으며, 주요 수입국은 독일, 태국, 한국, 미국 등임.
- 한국산 수입액은 558만 달러로 2016년에 비해 31.7% 감소했으며, 중국 스테인리스 주방용품 전체 수입액의 약 2%를 차지함.

2017년 중국 스테인리스 일용품 국가별 수입 현황

국가명	수입액(만 달러)	수입증감률(%)
독일	1510	-24.7
태국	1469	-31.9
한국	558	-31.7
일본	376	-22.9
베트남	189	+57.5
벨기에	184	+5.4
이탈리아	154	-4.2
미국	125	-85.8
대만	121	+39.2
스위스	111	-42.2

자료원: 한국무역협회

□ 수입절차

○ 중국 스테인리스 주방용품 수입절차
- 중국 '2018년도 중국 세관 세칙'에 따르면, HS Code 7323류의 상품 수입 시 수입통관단을 제출해야 하며 통관 시 상품검역국에서 CIQ 검사를 받음.

□ 세율

상품	HS CODE	한중협정세율	관세	증치세
스테인리스 일용품	732393	7.2%	80%	16%

□ 시사점

○ 스테인리스 일용품 중 대표 품목인 주방용품은 다양한 종류와 우수한 품질로 중국 로컬 브랜드보다는 해외 브랜드가 큰 인기를 얻고 있음.

○ 허난행운구 전자상거래 판러타오 총경리에 따르면, 스테인리스 주방용품은 중국 소비자의 소득 수준이 향상됨에 따라 안전성에 대한 요구가 커지면서 수요가 점차 늘어나고 있는 추세라고 밝힘.

○ 현재 한국산 스테인리스 일용품은 중국 수입 시장에서 3위를 차지할 정도로 큰 인기를 구가하고 있으나, 2017년 수입액이 전년대비 큰 폭으로 감소해 도전에 직면함.

○ 현재 한국 제품은 현지에 유통이 많이 되고 있으나 ZWILLING 등과 같이 고가이면서 대표 브랜드가 적음. 현지에서 지속적 성장을 위해서는 제품의 브랜드화가 선행돼야 함.

○ 중국 1, 2선 시장을 타깃으로 고가 제품을 3, 4선 시장을 목표로 저가 제품을 내놓는 등 시장에 맞는 세분화 전략이 필요함.

자료원: 중국 중산산업연구원, 텐센트, KOTRA 정저우 무역관 자료 종합

KOTRA 1사(社) 1청년 일자리 운동 참가 안내

KOTRA 베이징무역관(K-move 센터)

KOTRA에서는 국내 청년 실업 문제 해결과 우리 청년의 해외취업확대를 위한 **"해외진출기업사 1사 1청년 일자리운동"**을 진행하고 있습니다. 아직 참여하지 않으신 우리 진출기업들의 많은 관심과 동참을 부탁드립니다.

☐ **신청방법**

o 첨부파일 작성 후 이메일 회신

- 1사 1청년 일자리 운동 참가 신청서
- 구인계획, 인턴 채용 조사표

☐ **문의**

o KOTRA 베이징무역관 김윤희 차장, 왕매청 주임

o 연락처: +86-10-6410-6162(내선 58)

o 이메일: 522484@kotra.or.kr

o 신청서 다운로드

① 1사 1청년 일자리 운동 참가 신청서 (http://infomailer.kotra.or.kr/20180507/1%20%282%29.hwp)

② 구인계획 조사표 (http://infomailer.kotra.or.kr/20180507/2.docx)

③ 인턴 채용 조사표 (http://infomailer.kotra.or.kr/20180507/3.docx)

- 항상 중국시장뉴스를 구독해주셔서 감사합니다 - /끝/