

주간 규제 정보

Vol. 244

2019. 05. 20 ~ 2019. 05. 26



목차

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 유망 서비스 업종별 국가표준을 개발해 스타트업·중소기업 성장 지원 3
2. 5월 20일부터 질량, 전류, 온도, 물질량 단위의 정의가 바뀝니다. 4
3. 한국이 개발한「표준전문가 업무능력·요건기준」국제표준으로 확정(5/23조건) 5
4. 24개 우수 신기술·신제품 기업이 기술 혁신에 앞장선다!(5/23석간) 6

식품의약품안전처(<http://mfds.go.kr>)

5. [대만] 식약서, "수입 알류 및 알제품 식품용도로 제공 시 수출국 당국 위생증명서 의무 첨부" 8

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

6. 인도, 유해폐기물 규정 개정에 따른 플라스틱 폐기물 수입 금지 9
7. 중국, 탄소배출권거래제(ETS) 관리에 관한 임시 규정 초안 발표 10
8. 미국, 항공 제정제의 활성물질에 관한 최종 규칙 발표 11

KOTRA 해외시장뉴스(<http://news.kotra.or.kr/>)

9. 몽골 화장품 시장 최신동향 12
10. 러시아 안경 시장동향 19
11. 스킨케어의 일상템으로 자리잡아 가는, 태국 마스크 팩 동향 22
12. UAE 정수기구 시장 동향 28
13. 中 CCC 면제 자동차부품 수입 시 ‘先통관 後점검’ 실시 32
14. 중국 마스크 시장동향 36

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 유망 서비스 업종별 국가표준을 개발해 스타트업·중소기업 성장 지원

- 국표원「4차 산업혁명시대, 유망서비스 표준 발표회」개최 -

□ 차량공유, 모바일뱅킹, 전기차 충전, 맞춤형 3D프린팅 등 4차 산업혁명 시대 서비스 산업 육성을 위해 정부가 유망 서비스 업종별 표준을 개발·보급한다.

- 유망 서비스업 별로 창업이나 사업 확대를 준비하는 스타트업과 중소기업이 활용할 수 있는 가이드라인을 제시하기 위해서다.
- 이를 위해 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 5월 17일(금) 코엑스에서 서비스 업종 종사자 등 150여명이 참석한 가운데 「4차 산업혁명시대, 유망서비스 표준 발표회」를 개최했다.

< 「유망 서비스 표준 발표회」개요 >

- 일시/장소 : '19.5.17.(금) 14:00~17:30 / 코엑스 Conference Room(남) 402
- 주최/주관 : 국가기술표준원 / 한국산업기술시험원
- 참 석 자 : 서비스업종 종사자 및 산·학·연전문가 등 150여명
- 주요 내용 : ① 유망서비스 선정 배경 및 개발 서비스 표준(안) 발표

② 신산업 견인을 위한 서비스 표준 활용 전략

□ 국표원은 우선 ▲차량공유 ▲모바일뱅킹 ▲전기차 충전 ▲맞춤형 3D 프린팅 ▲공간공유 ▲공공 드론지원 등을 4차 산업혁명 시대를 선도하는 유망 서비스 업종으로 선정하고, 업종별 서비스 표준(안)을 발표했다.

□ 서비스 표준은 창업 및 사업 확대 시기에 시장에 대한 이해와 경험 부족으로 어려움을 겪고 있는 스타트업과 중소기업 사업자에게 실제 사업과정에서 일어날 수 있는

- 가입 및 해지, 계약, 보안, 사용자 인증, 품질관리, 고객만족, 클레임 처리 등 서비스 제공에 필요한 제반 사항을 제공하는 것은 물론,
- 업종별 우수 사례를 토대로 서비스 제공 방법을 한 눈에 알아볼 수 있는 참조 모델을 제시함으로써, 기업의 원활한 시장 진출과 사업 확대를 도울 수 있도록 구성됐다.
- 또한, 같은 용어일지라도 의미하는 바가 달라, 서비스 제공자, 고객 및 파트너 간 정보전달시 혼란 발생을 최소화하기 위해 업종별 주요 용어 정의를 제공했다.

□ 이날 발표회에 참석한 전문가들은 “서비스 표준은 소비자를 보호하고, 서비스 품질을 보증하여 산업 경쟁력을 강화시키는 도구로 활용되어 왔다”면서 “ICT 기술을 활용한 4차 산업혁명시대의 서비스는, 소비자 보호를 위해 개인정보 보호와 정보보안이 무엇보다 중요하다”고 말했다.

- 한국산업기술시험원의 송태승 센터장은 “소비자가 믿고 선택할 수 있는 기업이 되기 위해서 사업기획 단계부터 서비스 표준을 활용해 ▲참조 모델을 기반으로 구성요소 전체에 보안 요소가 누락되지 않도록 점검하고, ▲표준에서 요구하는 보안시스템 등 안전성을 확보 할 수 있는 장치를 구축해야 한다”고 말했다.
- 또한, 전기차 충전기 사업에 진출을 준비 중인 ㈜로지시스 관계자는 ‘신산업 견인을 위한 서비스 표준

활용 전략'을 발표하고 서비스 표준 활용 전략을 고객과 함께 공유하는 자리를 마련했다.

□ 국가기술표준원 이상훈 국장은 “4차 산업혁명시대 제조업과 서비스업간 융합을 통한 새로운 사업 모델의 등장은 기업에 기회이자 위협”이라면서 “유망 업종별 서비스 표준을 적기에 개발해 기업의 신시장 진출을 적극 지원하며, 금년 하반기에는 일자리 창출을 지원하는 서비스 표준 전략을 발표 하겠다”고 말했다.

출처([국가기술표준원](#))

2. 5월 20일부터 질량, 전류, 온도, 물질량 단위의 정의가 바뀝니다.

□ 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 국제기본단위의 정의를 규정하고 있는 국가표준기본법 시행령을 개정하고 “세계측정의 날”인 5월 20일자로 시행함

○ 개정내용은 국제기본단위(SI) 7개 중에서 질량, 전류, 온도, 물질의 양 4개 기본단위의 재정의를 반영하였음

○ 국제기본단위의 재정의로 인해 과학기술계의 측정 정밀도가 한층 더 정교해질 것이며, 첨단산업계의 발전이 기대됨

□ 지난해 측정단위의 최고결정기관인 국제도량형총회(CGPM, '18.11월 제26차)에서는 국제기본단위(SI)를 재정의를 하고, 2019년 5월 20일 세계측정의 날을 시작으로 전세계적으로 적용하기로 결정하였음

○ 재정의 되는 국제기본단위는 킬로그램(kg, 질량), 암페어(A, 전류), 켈빈(K, 온도), 몰(mol, 물질의 양)의 4가지 기본단위에 해당함

* 국제도량형총회(CGPM, The General Conference on Weights and Measures) : BIPM(국제도량형국)에서 주관하는 총회로, 글로벌 측정표준의 주요사항을 결의하는 최고 의사결정기구

** 국제기본단위(SI, The International System of Units) : 미터법을 기준으로 1960년 국제도량형총회(CGPM)에서 국제표준으로 확립한 단위 체계로 초(s, 시간), 미터(m, 길이), 킬로그램(kg, 질량), 암페어(A, 전류), 켈빈(K, 온도), 몰(mol, 물질의 양), 칸델라(cd, 광도)가 SI를 구성하는 기본단위

*** 세계측정의 날 : 1875년 5월 20일 미터조약 체결을 기념하기 위해 국제도량형총회에서 매년 5월 20일을 “세계측정의 날(World Metrology Day)”로 지정하여 기념행사 개최

○ 과거에는 이들 기본단위가 실물을 기반으로 하여 변형(질량·kg, 물질의 양·mol)이 생기거나, 특정물질에 의존하여 불안정(온도·K)하며, 애매한 표현의 사용으로 혼란을 야기(전류·A)함에 따라 변하지 않는 상수를 이용한 것임

< 예 시 >

▸ 킬로그램(kg, 질량) : 1889년 백금과 이리듐 합금으로 만든 ‘국제킬로그램원기’가 질량의 기본단위로 정의됐으나, 세월의 흐름에 따라 수십 마이크로그램(μg)의 오차가 발생하였음이 확인됨

▸ 암페어(A, 전류) : 애매한 표현(무한히 길고 무시할 수 있을 만큼 작은 원형 단면적을 가진) 사용으로 혼란 야기 및 실현이 어려움

▸ 켈빈(K, 온도) : 특정물질(물의 삼중점)에 의존하여 불안정해지는 문제점 발생

▸ 몰(mol, 물질의 양) : 탄소의 ‘질량’을 바탕으로 정의한 mol 또한 kg 원기 질량의 변화로 인해 변동성이 발생됨

<국제기본단위 재정의 현황>

단위 (기호, 명칭)단위를 정의하는 상수 재정의 연도

시간 (s, 초)세슘 전이 주파수 ($\Delta\nu_{Cs} = 9\,192\,631\,770\text{ Hz}$)를 이용1967년

길이 (m, 미터)진공에서의 빛의 속력 ($c = 299\,792\,458\text{ m s}^{-1}$)를 이용1983년

광도 (cd, 칸델라)단색광 시감효능 ($K_{cd} = 683\text{ lm W}^{-1}$)를 이용1979년

질량 (kg, 킬로그램)플랑크 상수 ($h = 6.626\,070\,15 \times 10^{-34}\text{ J s}$)를 이용2019년

전류 (A, 암페어)기본 전하 ($e = 1.602\,176\,634 \times 10^{-19}\text{ C}$)를 이용

온도 (K, 켈빈)볼츠만 상수 ($k = 1.380\,649 \times 10^{-23}\text{ J K}^{-1}$)를 이용

물질의 양 (mol, 몰)아보가드로 상수 ($N_A = 6.022\,140\,76 \times 10^{23}\text{ mol}^{-1}$)를 이용

○ 7개의 국제기본단위가 불변의 상수로 재정의가 완료됨에 따라 앞으로 미세오차까지 허용하지 않는 정확한 측정으로 산업계 및 과학기술계의 첨단기술 발전이 기대됨

□ 국가기술표준원은 5월 20일에 개최되는 “2019 세계측정의 날”에 맞춰 국가표준기본법 시행령을 시행함

□ 국가기술표준원 이승우 원장은 “국가표준기본법 시행령 개정안의 변경된 내용이 일상생활에서 직접 느낄 수 있는 변화를 가져오는 것은 아니지만, 첨단과학기술의 기틀인 기본단위의 재정의는 과학기술인들에게 소중한 결실이다. 또한, 한층 더 정밀해진 측정을 바탕으로 국내 첨단산업의 발전으로 국가경쟁력 강화와 국민복지 향상에 이바지할 수 있기를 바란다”고 말하였음

출처([국가기술표준원](#))

3. 한국이 개발한「표준전문가 업무능력·요건기준」국제표준으로 확정(5/23조건)

- 양질의 표준전문가 양성 및 일자리 창출에 기여 -

□ 우리나라가 제안한 ‘표준전문가 직무요건’이 제주에서 개최된 국제표준 워크숍에서 ‘ISO 국제표준 (IWA*)’으로 확정되었다.

* IWA(International Workshop Agreement: 국제워크숍 합의문): ISO 국제표준의 한 유형으로 국제표준 워크숍을 통해 개발

○ 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 5월 21일(화)부터 22일(수)까지 제주 오션스위츠 호텔에서 개최한 ‘제2차 표준전문가 직무요건(ISO/IWA30)* 국제워크숍’에서 동 직무요건이 국제표준으로 확정되었다고 밝혔다.

< 표준전문가 직무요건(ISO/IWA30) 주요내용 >

○ ISO/IWA30 : 기업(기관)에서 표준전문가의 세부 직책별로 업무 수행에 필요한 지식(Knowledge), 기술(Skills), 소양(Attributes)을 정의하고, 이를 부서·직급과 연계하는 경력맵(Career-map)을 제시한 표준 문서

○ 동 프로젝트는 ‘18년 5월 ISO 승인 후, 한국 주도(의장 : 한국표준협회 최동근 수석)로 미국·독일·일본·중국 등과 1년간 개발한 것이다.

□ 표준은 제품의 품질관리 및 인증취득 등에 높이 활용되고 있고, 표준화교육을 통한 품질관리 효과가 높은 것으로 조사되고 있으나, 그간 표준 종사자의 직무 및 필요역량에 대한 정의가 되어있지 않아 기업의 인력채용 및 관련 종사자의 체계적인 교육에 어려움이 있었다.

< 2018년 표준화실태조사 (한국표준협회, 1,000개 기업·단체 조사) >

- * (표준활용 목적) 제품 품질관리 84.8%, 구매자 요구사항 충족 62.1%, 인증취득 47.8%
- * (표준화 교육실시 효과) 제품 품질관리 효과 69.1%, 구매자 요구사항 충족 62.5%, 생산성 향상 및 작업 환경 개선 47.2%
- * (표준화활동 애로사항) 표준화 전담인력 부족 26.9%, 내부 인력의 전문성 부족 25.5%
- 우리나라는 이러한 문제를 해소하기 위해 “아세아태평양경제협력체(APEC) 표준적합성분과위원회(SCSC)”와 공동으로 미국, 독일 등 표준 선진국의 표준전문가 경력개발 경로와 기업의 표준전문가 수요를 조사·분석하고 그 결과를 표준에 반영한 것이다.

○ 주요 내용으로는 표준과 관련된 기업 및 표준 전문기관 종사자의 직무수행에 필요한 지식·기술·소양 등을 직급별로 세분화 하여 정의하고, 부서별로 경력개발 로드맵을 제시한 것이다.

□ 이상훈 국가기술표준원 표준정책국장은 “이번에 확정된 ‘직무요건’에 따라 전문인력을 양성하고, 이를 국내 기업 등에 제공하여 인재 채용에 활용케 함으로써 표준전문가 배출 및 관련 일자리 창출에 기여토록 할 것”이라고 말했다.

○ 또한, 향후 우리 청년의 해외 취업 연계를 위해 국제표준화기구(ISO) 164개 회원국에서도 동 표준을 채택·활용토록 적극 홍보할 것이라고 밝혔다.

출처([국가기술표준원](#))

4. 24개 우수 신기술·신제품 기업이 기술 혁신에 앞장선다!(5/23석간)

- 2019년 신기술(NET)·신제품(NEP) 인증서 수여식 개최 -

□ 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 5월 23일 신기술·신제품 인증기업 대표 및 임직원 등 150여명이 참석한 가운데 24개 신기술(NET)·신제품(NEP)에 대한 인증서 수여식을 개최하였다.

- * 행사명 : 2019년 신기술(NET)·신제품(NEP) 인증서 수여식(매년 3회 실시)
- * 일시/장소 : 2019.5.23(목) 11:30~13:00 / 더케이호텔서울(거문고C홀)
- 이번에 인증 받은 신기술은 우리나라 주력 수출상품의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 기술(반도체 공정용 건식진공펌프의 세정을 위한 플라즈마 장치 제조 기술), 중소기업 간 협업을 통해 개발된 사회적 비용을 절감시킬 수 있는 기술(일체형 드럼블레이드를 이용한 포장도로 노면 파쇄기술) 등 12개이며,

사례 1 반도체 공정용 건식진공펌프의 세정을 위한 플라즈마 장치 제조 기술

- 업체명 : (주)플랜(대표 이인철)
- 특 징 : TCP(Transformer Coupled Plasma) 방식의 플라즈마 발생 장치로 페라이트 코어(Ferrite

Core)를 이용하여 자기장의 밀도를 증가시킴

- 반도체, LCD 및 OLED 제조 증착 공정 중 가혹공정에서 사용되는 100,000 L/min 용량까지의 건식진공 펌프 시스템 내부에 탑재되어 공정부산물 처리

사례 2일체형 드럼블레이드를 이용한 포장도로 노면 파쇄기술

- 업체명 : 디티에스(대표 송영철), 이든컴퍼니(대표 김동현), (주)대박건설(대표 노정복)
- 특 징 : 노면(아스팔트) 커팅 공정과 노면 파쇄공정을 하나의 공정으로 결합한 기술로 보수대상-비보수 대상 노면의 경계면을 정확하게 구분하여 작업 가능
- 공사 기간 단축, 공정 간소화, 공사비용 절감, 유지보수공사로 인하여 발생하는 교통통제 등 경제적 비용 절감 효과
- 인증 신제품은 보안 관련 혁신기술을 적용한 제품(근적외선을 이용한 실내용 얼굴인식단말기 (1,000~25,000lux)), 최근 사회적 이슈인 폐기물 처리 관련 제품(끈과 이물질의 축말림 방지 및 축간조절 기술이 적용된 생활 재활용 폐기물 파봉기(시간당 처리용량 12톤)) 등 중소기업이 개발한 12개 제품이다.

사례 1 근적외선을 이용한 실내용 얼굴인식단말기(1,000~25,000lux)

- 업체명 : (주)슈프리마(대표 송봉섭, 문영수)
- 특 징 : 25,000lux 이내 외부 환경에서도 얼굴 인식이 가능한 외부광 제어기술 및 얼굴 템플릿 향상 특허기술로 실내·외 환경에서 얼굴 인증 가능
- Multi-Scale LBP 기술을 적용으로 대용량 초고속 인증을 통해 대규모 사용자 이용시설에서 활용 가능한 출입 통제 및 근태 관리용 얼굴인식 단말기

사례 2 끈과 이물질의 축말림 방지 및 축간조절 기술이 적용된 생활 재활용 폐기물 파봉기(시간당 처리용량 12톤)

- 업체명 : (주)다원산업(대표 이재만)
- 특 징 : 재활용선별장에 반입되는 재활용봉투, 마대 등을 재활용이 용이하도록 자동 개봉시켜 주는 장치로 파봉률을 높이는 제품(파봉률 98%, 공병 훼손율 2%)
- 끈, 이물질 등의 말림 현상을 억제하고, 파봉 시 발생하는 비산먼지를 포집·집진하며, 파봉작업 과정을 실시간 영상으로 확인 및 녹화 가능

□ 신기술·신제품 인증제도는 국내에서 최초로 개발된 우수한 기술을 신기술(NET)로 인증하고, 신기술을 적용하여 실용화가 완료된 제품을 신제품(NEP)으로 인증하는 것으로,

* NET(New Excellent Technology), NEP(New Excellent Product)

○ 인증제품은 450여개 공공기관의 우선·의무구매 등을 통해 판로지원 혜택을 받을 수 있으며, 금융지원 및 정부 R&D 사업 신청시 우대 등을 받을 수 있다.

□ 실제 작년 한해 공공기관이 구매한 신제품(NEP) 인증제품의 구매총액은 2,098억원에 달했으며, 한 개 제품당 평균 구매액은 21억원으로 중소기업 신제품의 초기 판로개척에 기여하고 있다.

○ 또한, 국내 기업이 신기술(NET)·신제품(NEP)인증을 획득하기 위해 기술행정 전문인력을 채용함으로써 양질의 일자리가 만드는데, 신기술, 신제품 인증은 각각 8.3명, 5.5명의 일자리 창출 효과를 가지는 것으로 나타났다(신기술제품인증 실태조사 결과, '18.10).

□ 이승우 국가기술표준원장은 이날 축사에서 신기술·신제품을 개발하고 인증을 획득한 기업 대표와 직원

들을 격려하면서,

○ 더 많은 혁신 기술·제품이 신기술(NET)·신제품(NEP) 인증을 받도록 지원을 확대하여 신산업분야 스타트업 기업의 매출 증대와 일자리 창출에 기여하는 한편, 우리 기업이 기술혁신을 통해 세계적인 기업으로 성장할 수 있도록 인증기업 지원책을 강화해 나가겠다고 밝혔다.

출처([국가기술표준원](#))

식품의약품안전처(<http://mfds.go.kr>)

5. [대만] 식약서, "수입 알류 및 알제품 식품용도로 제공 시 수출국 당국 위생증명서 의무 첨부"

수입 알류 및 알제품의 식품안전 위생관리를 강화하기 위해 위생복지부 식품약물관리서는 금일(20일) "수입 알류 및 알제품 식품용도로 제공 시 수출국 당국 위생증명서 의무 첨부"를 제정 발표했으며, 2019년 8월 1일부터 실시함.

식약서는 식품안전위생관리법 제35조 규정에 의거하여 2019년 1월 1일부터 수입 알류에 대한 체계성 조사(2018년 9월 17일 위수식자(衛授食字) 제1071302119호령)를 이미 실시하고 있음. 금일 식약서는 식품 및 관련 제품 수입 검사방법에 의거하여 2019년 8월 1일부터 "수입 알류 및 알제품 식품용도로 제공 시 수출국 당국 위생증명서 의무 첨부"의 식품 수입 관리조치(2019년 5월 20일 FDA식자(食字) 제1081301311호령, 원문 첨부)를 정식으로 실시함. 이를 통해 수입 알류 및 알제품의 원천적 관리를 강화하고 수입 알류 및 알제품의 식품안전 위생을 확보할 것임.

이번 신규 조치의 실시 범위는 HS ? Codes ? 0407, 0408, 350211 및 350219 항목 내의 수입 규정이 F01 인 알류 및 알제품이며, 신선달걀, 전란액, 난백액, 난황액, 달걀가루, 난황가루 등의 제품이 포함됨. 2018년 각국에서 약 2,662톤이 대만으로 수입됨.

식약서는 2018년 초부터 수출국 주무 기관과 수출업체가 사전에 준비할 수 있도록 WTO/SPS를 통해 WTO 각 회원국에게 통지하였고, 해외주재 대만 기관을 통해 각국 주무 기관에 신규 조치 규정에 부합하는 당국의 증명서를 제공해 줄 것을 요청했음. 또한 대만 식품 수입업체와 각 관련 협회에도 2019년 8월 1일부터 신규 조치가 실시된 이후에는 대만에 수입되는 알류 및 알제품에 반드시 수출국 당국 위생증명서가 첨부되어야 하며, 수입 검사에 합격한 제품이 수입될 수 있음을 통지하였음.

(관련 정보) "수입 알류 및 알제품 식품용도로 제공 시 수출국 당국 위생증명서 의무 첨부" 제정, 2019년 8월 1일 발효(식약서, <https://www.fda.gov.tw/TC/newsContent.aspx?cid=3&id=25205>)

- 정보출처: <https://www.fda.gov.tw/TC/newsContent.aspx?cid=4&id=t488725>

출처 ([식품의약품안전처](#))

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

6. 인도, 유해폐기물 규정 개정에 따른 플라스틱 폐기물 수입 금지

2019년 3월 6일, 환경산림기후변화부(MEFCC*)는 플라스틱 폐기물의 수입을 금지하고자 유해 폐기물 규정 개정**을 발표하였습니다.

* Ministry of Environment, Forest and Climate Change

** Amendment in Hazardous Waste (Management & Transboundary Movement) Rules, 2016

동 개정은 ‘사업 용이성(Ease of Doing Business)’을 고려하고 절차를 간소화하여 ‘메이크 인 인디아(Make in India)’ 정책을 강화하는 한편 지속 가능한 발전의 원칙을 유지하고 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 마련되었으며, 주요 개정 내용은 다음과 같습니다.

○ 경제특구(SEZ*) 내 수입, 수출전용기업(EOU**)에 의한 수입 등을 포함하여 인도 내 고형 플라스틱 폐기물의 수입이 금지됨

* Special Economic Zone

** Export Oriented Unit

○ 실크 폐기물 수출업자는 MEFCC의 허가를 받아 예외적으로 허용

○ 인도에서 제조되거나 인도로부터 수출된 전기 전자 조립품 및 부품에 하자가 발견될 경우 MEFCC의 허가 없이도 수출 후 1년 이내에 인도로 재 수입될 수 있음

○ 1974년 물(오염 방지 및 통제)법*, 1981년 대기(오염 방지 및 통제)법**에 따라 허가가 필요 없는 기업의 경우 유해 폐기물 및 기타 산업 폐기물이 승인 받은 실제 사용자, 폐기물 수거자, 폐기 시설로 인도된다는 조건 하에 동 2016 유해 폐기물 및 기타 산업 폐기물(관리 및 국가간 이동) 규칙에 의거하여 승인 대상에서 예외

* Water (Prevention and Control of Pollution) Act 1974

** Air (Prevention and Control of Pollution) Act 1981

동 개정은 2019년 3월 1일부로 시행되었습니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<http://pib.nic.in/PressReleaseDetail.aspx?PRID=1567682>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처([국제환경규제기업지원센터](http://www.compass.or.kr))

7. 중국, 탄소배출권거래제(ETS) 관리에 관한 임시 규정 초안 발표

2019년 4월 3일, 중국 생태환경부(MEE*)는 탄소배출권거래제 관리에 관한 임시 규정** 초안을 발표하였습니다.

* Ministry of Ecology and Environment

** Interim Regulations on the Management of Carbon Emissions Trading(碳排放权交易管理暂行条例)

동 규정은 탄소배출권거래제(ETS, Emissions Trading System) 구축을 포함한 기후 변화 정책을 추진하고자 2018년 3월 신규 설립된 생태환경부의 주요 추진 과제 중 하나로 중국의 ETS를 규제하고 온실가스 배출에 대한 통제 및 관리를 강화하며 지속 가능한 경제 사회적 발전을 촉진하고자 마련되었습니다.

2016년 3월에 발표한 국가발전개혁위원회의 ETS 규정안과 비교하면 동 MEE 규정은 다음 사항이 개정되었습니다.

- 규정 조항을 통합하여 총 조항 수를 35개에서 27개로 조정
- 규정 미준수 시 평균 시장 가격의 2~3배의 과태료가 부과됨(이전 규정에는 3~5배의 과태료)
- 이전 규정에는 배출 상한(cap) 설정 및 할당에 관한 세부 정책이 명시되어 있었으나 현재 규정에는 없음
- 특정 기준에 부합하는 기관 및 개인에게 ETS 참여를 허용

동 규정에서는 탄소 시장에 관한 주요 쟁점사항을 연구하고 조정할 수 있는 중앙 배출권 거래 조정 기구를 설립할 것을 요구하고 있습니다. 또한 발생 수익이 중앙 정부의 일반 예산으로 사용되도록 하여 배출권 경매(allowance auction)가 시장 안정화에 이용될 수 있도록 할 것을 명시하고 있습니다.

감시보고검증(MRV, Monitoring, Reporting, Verification) 및 시행에 관해서는 감시, 보고에 관한 구체적인 일정을 명시하지 않고 연간 MRV 주기만을 명시하고 있습니다. 해당 대상 기업은 MEE 승인 목록에서 검증기관을 선정할 수 있으며 배출량 검증 보고서 수취 후 30일 이내에 지방 정부는 배출량 데이터에 대한 추가 검증 및 승인을 하여야 합니다. 해당 대상자는 2019년 12월 31일까지 탄소 배출권을 추가 구매, 양도하여 2018년도 부족분을 충당해야 합니다. 위반 시 해당 기업, 검증기관, 거래소 및 정부기관이 특정 처벌을 받게 됩니다.

동 초안에 대한 의견 수렴이 2019년 5월 2일까지 진행됩니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://icapcarbonaction.com/ko/news-archive/628-china-releases-draft-interim-regulations-on-the-management-of-carbon-emissions-trading>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처(국제환경규제기업지원센터)

8. 미국, 항균 세정제의 활성물질에 관한 최종 규칙 발표

2019년 4월 12일, 미국 식품의약국(FDA)는 소비자용 항균 세정제 활성 물질에 관한 최종 규칙*을 발표하였습니다.

* Safety and Effectiveness of Consumer Antiseptic Rubs: Topical Antimicrobial Drug Products for Over-the-Counter Human Use

동 규칙은 소비자용 항균 물티슈, 소독제(rub), 리브온(leave-on) 제품, 손 세정제(sanitizer) 등의 소비자용 항균 세정제에 사용되는 활성물질에 적용됩니다.

동 규칙에 따라 처방전 없이 살 수 있는 OTC(Over-the-Counter) 의약품 사용 평가 결과에 따라 소비자용 항균 세정제에 적합하지 않는 28종의 활성물질 중 하나 이상이 함유된 의약품을 판매 또는 유통하고자 하는 경우 해당 제조업체는 신약 승인 신청(NDA, New Drug Application) 또는 제네릭 의약품 품목 허가 신청(ANDA, Abbreviated New Drug Application)에 따른 승인을 받아야 합니다.

28종의 부적격 활성물질은 다음과 같습니다.

○ Benzethonium chloride, Chloroxylenol, Chlorhexidine gluconate, Cloflucarban, Fluorosalan, Hexachlorophene, Hexylresorcinol, Iodine complex (ammonium ether sulfate and polyoxyethylene sorbitan monolaurate), Iodine complex (phosphate ester of alkylaryloxy polyethylene glycol), Methylbenzethonium chloride, Nonylphenoxypoly (ethyleneoxy) ethanoliiodine, Phenol (1.5% 이하 또는 초과), Poloxamer iodine complex, 5~10%의 Povidone-iodine, Secondary amyltricresols, Sodium oxychlorosene, Tribromsalan, Triclocarban, Triclosan, Triple dye, Undecylium chloride iodine complex, Polyhexamethylene biguanide, Benzalkonium cetyl phosphate, Cetylpyridinium chloride, Salicylic acid, Sodium hypochlorite, Tea tree oil, Combination of potassium vegetable oil solution, phosphate sequestering agent, and triethanolamine

동 규칙은 2020년 4월 13일부로 시행됩니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://www.federalregister.gov/documents/2019/04/12/2019-06791/safety-and-effectiveness-of-consumer-antiseptic-rubs-topical-antimicrobial-drug-products-for>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처(국제환경규제기업지원센터)

KOTRA 해외시장뉴스(<http://news.kotra.or.kr/>)

9. 몽골 화장품 시장 최신동향

- 몽골 화장품(3304) 수입의 82%가 스킨케어제품으로 색조보다 기초화장품이 유망 -
- 향수를 제외한 화장품 수입 비중으로는 한국이 선두 -

□ 시장규모 및 동향

○ 몽골은 인구 323만 명에 불과한 작은 시장이지만 다채로운 브랜드가 치열한 각축전을 벌이는 경쟁시장

- 고가 제품군은 SHISEIDO, ESTEE LAUDER, L'OCCITANE, CHANEL, DIOR, CLARINS, YVES ROCHER 등이, 중저가 제품군은 AVON, MARYKAY, ORIFLAME, NIVEA 등을 포함한 수많은 브랜드가 진출해 있음.

○ 시장규모를 가늠할 공식 통계가 없어 현지 생산분을 포함한 정확한 시장규모를 파악할 수는 없으나 화장품 수입액 기준으로는 몽골 화장품 시장은 매년 꾸준히 성장 중

- 2018년 몽골 화장품 시장 규모는 4100만 달러로 추산되며, 이중 수입화장품이 화장품 전체 규모의 약 88%를 점유하고, 국내 제조업체들은 나머지 12%를 점유한다는 비공식적인 통계가 있음.

○ 2016년부터 경기 회복이 이루어짐에 따라 대체적으로 모든 품목들이 완만한 우상향 추세를 보임.

- 품목별로는 기초 색조화장품(HS Code 3304, 이하 HS Code 생략)이 1,991만 달러로 수입액이 가장 많고, 이어 모발용제품(3305) 1,249만 달러, 위생용화장품(3307) 465만 달러 순임.

최근5년간 몽골 화장품 품목별 수입동향
(단위: 천 달러, %)

품목(HS Code)	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
향수·화장수(3303)	4,127(0.1)	2,931(0.16)	2,919(0.08)	3,613(0.3)	4,528(0.4)
기초·색조화장품(3304)	18,393(8.4)	13,651(9.8)	13,284(14.8)	17,739(14.3)	19,919(14.4)
모발용제품(3305)	13,342(20)	10,939(15.2)	9,954(17.2)	12,839(13.4)	12,499(11.6)
위생용화장품(3307)	3,449(12)	2,906(18)	2,704(22.5)	3,621(21.3)	4,651(21.1)
계	39,311(11.8)	30,428(11.6)	28,861(14.9)	37,812(13.3)	41,597(12.8)

주: ()는 대한수입 점유율

자료: 몽골 관세청

○ 상기 분류 기준상 가장 대표적인 화장품 품목인 기초 색조화장품(3304) 하위 품목별 점유율을 분석해 보면, 스킨케어제품(82.4%), 눈화장품류(6.1%), 입술 화장품류(5.9%) 등이 대부분을 차지하고 있을 뿐 아니라 지속적인 성장세를 유지중

최근 3년간 몽골 기초 색조화장품 수입동향
(단위: 천US달러, %)

품목(HS Code)	수입액			점유율			증감률
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
입술화장제품(3304.10)	837.6	1139.0	1169.0	6.3	6.4	5.9	2.6
눈화장제품(3304.20)	1005.2	1111.2	1221.3	7.6	6.3	6.1	9.9
매니큐어류(3304.30)	233.0	270.4	299.0	1.8	1.5	1.5	10.6
파우더류 (3304.91)	565.0	660.0	813.0	4.2	3.7	4.1	23.2
스킨케어제품(3304.99)	10,643.1	14,558.4	16,416.7	80.1	82.1	82.4	12.8
계(3304)	13,283.9	17,739.1	19,919.1	100	100	100	12.3

자료원: 몽골 관세청

□ 최근 3년간 수입규모 및 상위 10개국 수입동향

○ HS Code33 하위 품목 중 향수·화장수(3303), 기초·색조화장(3304), 기타 화장품(3307.90) 3종을 화장품으로 정의해 교역 데이터를 분석한 결과는 아래와 같음.

- 상위 10개국으로부터의 수입은 전체 화장품 수입의 약 86%를 구성하고 있음.

최근 3년간 몽골 화장품 상위 10개국 수입동향
(단위: 천 달러, %)

순위	국명	수입액			점유율			증감률
		2016년	2017년	2018년	2016년	2017년	2018년	
1	프랑스	3508.9	4210.0	4,985.5	20.4	18.4	18.7	18.4
2	한국	2519.3	3269.6	3,803.7	14.6	14.3	14.3	16.3
3	폴란드	2823.9	2608.6	3,257.6	16.4	11.4	12.2	24.9
4	일본	1624.9	3059.5	2,811.4	9.4	13.3	10.6	-8.1
5	러시아	835.7	1656.0	2,246.9	4.8	7.2	8.4	35.7
6	미국	903.7	1206.6	1,772.0	5.2	5.3	6.6	46.8
7	독일	987.9	1214.0	1,442.6	5.7	5.3	5.4	18.8
8	이탈리아	586.8	901.7	1,172.2	3.4	3.9	4.4	30.0
9	인도	197.4	247.1	914.0	1.1	1.1	3.4	269.9
10	스위스	899.2	1056.6	635.3	5.2	4.6	2.4	-39.9
상위 10개국 합계		14,887.7	19,429.7	23,041.2	86.4	84.8	86.4	18.6
전체		17,228.6	22,900.3	26,644.6	100	100	100	16.3

주: HScode3303, 3304, 3307.90 기준

자료: 몽골 관세청

○ 무역관 자체적으로 주재국 관세청을 통해 받은 자료를 분석한 결과, 아래와 같은 사례들이 국별 수출액에 반영된 것으로 파악

- (프랑스) 향수 및 화장수의 나라 프랑스 수출액에는 약 35%를 향수 수출이 차지하며, 특히 CHANEL, L'OCCITANE, CALVIN KLEIN, DOLCE&GABBANA 등 고가브랜드 수출이 높은 것으로 나타남.

- (한국) 약75%를 기초·색조화장품 수출이 차지하며, 그 중 스킨케어제품 수출 비중이 높은 것으로 나타남.

- (일본) 일본의 수출도 한국과 같이 기초·색조화장품 점유율이 높으며, 따라서 몽골 여성들은 같은 아시아인으로서 한국과 일본의 기초·색조화장품을 선호하는 것으로 판단됨.

- (러시아) 화장품 수출 중 약 50%가 FABERLIC 브랜드의 제품이며, 그 외에 JOHNSON&JOHNSON, ORIFLAME 등 중저가 제품 수출이 지속적으로 이뤄지고 있음.

□ 대한 수입규모 및 동향

○ 한국산 연간 수입은 2018년 기준 380만 달러로 프랑스 다음으로 2위를 차지하며, 전체 화장품 수입액 중 약 14%대를 3년간 유지

- 품목별로 기초·색조화장품(3304) 수입이 절대적으로 많고 한국산 화장품 수요는 스킨케어용 화장품에 집중

- 일부 개인사업자는 정식 수입유통과정을 거치지 않는 경우도 있어 실제 유통되는 물량은 아래 통계보다 훨씬 많을 것으로 추정

최근5년간 몽골 화장품 대한 수입동향
(단위: 천 달러)

구분(HS Code)	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
향수·화장수(3303)	4.3	4.7	2.3	12.0	20.7
기초·색조화장품(3304)	1,551.3	1,338.5	1,964.5	2,547.0	2,864.8
기타 화장품(3307.90)	355.4	478.1	552.5	710.6	918.2
합계	1,911.0	1,821.3	2,519.3	3,269.6	3,803.7

주: HScode3303, 3304, 3307.90 기준

자료: 몽골 관세청

□ 경쟁동향 및 경쟁기업

몽골 화장품 브랜드별 시장점유율(단위: %)

스킨케어제품(점유율)	ORIFLAME(11.8), FABERLIC(4.9), L'OREAL(4.5), SHISEIDO(2.8), CLARINS(2.2), THEFACESHOP(1.7), DIOR(1.6), TONYMOLY(1.4), NATUREREPUBLIC(1.2)
향수·화장수제품(점유율)	ORIFLAME(25.3), CHANEL(11.0), FABERLIC(4.0), BVLGARI(2.2), DIOR(2.5), Coty(1.8) *(점유율 1% 이하)HUGO BOSS, KENZO,

자료: KOTRA 울란바토르 무역관 자체 조사

□ 주요 수입유통업체

주요 수입업체 개요

업체명	홈페이지(2018년 점유율)	비고
ORIFLAME MONGOLIA	www.oriflame.mn (64%)	○ 화장품 전문 수입업체 ○ 취급 브랜드: ORIFLAME
TUSHIG PRESTIGE	www.tushig.mn (5.6%)	○ 고가 브랜드를 수입유통하는 업체로 수도 울란바토르의 백화점에 입점 ○ 주력 상품은 향수이나 기초 및 색조 화장품도 판매 중 ○ 취급 브랜드: GUCCI, CHANEL, LACOSTE, CLARINS, HUGO BOSS, L'OREAL, ESTEE LAUDER

NARAN BEAUTY WORLD	www.naranbeauty.mn (0.8%)	○화장품 수입유통 전문업체이며, 자체 매장을 통해 판매 중 ○ 취급 브랜드: BVLGARI, GUESS, MAUBOUSSIN, AGATHA, KENZO, PUPA MILANO
TAVAN BOGD TRADE	www.tavanbogd.mn (0.4%)	○프랑스에서 L'OCCITANE브랜드의 화장품을 수입 유통 중 ○ 취급 브랜드: L'OCCITANE,
AMAR STARS	https://www.facebook.com/tonymolymgl/ (0.7%)	○한국으로부터 TONY MOLY브랜드의 몽골 공식 딜러이며, 현재 6개 지점 운영 ○ 취급 브랜드: TONY MOLY
BISHRELT INTERNATIONAL	www.bishreלטgroup.mn (2.8%)	○울란바토르시 쇼핑몰에서 제품을 판매 중. 주로 일본 SHISEIDO브랜드를 수입유통 ○ 취급 브랜드: SHISEIDO, BULGARI
NOMIN TRADING	www.nomin.mn (2.9%)	○ 중가 브랜드의 화장품을 수입하여 자체 슈퍼마켓(36개)을 통해 판매중 ○ 취급 브랜드: FLORMAR, CANDOL, L'OREAL
NANO INTERNATIONAL	www.nanointernational.mn (3.6%)	○ 화장품 및 생활용품 전문수입업체 ○ 취급 브랜드: NIVEA, DOVE, VASELINE, VEET

자료원: KOTRA 울란바토르 무역관 자체 조사

□ 유통구조



□ 몽골 화장품 인증 및 통관절차

○ 관련 인증

- 현재 화장품 수입관련 특별한 규제는 존재하지 않고, 세관에 수입품 샘플 검사 결과 및 GMP 증명서를 기타 필요서류와 같이 제출하면 됨.
- 기타 서류에는 Korean Cosmetic Association에서 발급되는 자료들로 충분하며, 제조 회사에서 발급한 Health certificate, Quality certificate, Analysis certificate가 반드시 있어야 함.
- 또한 몽골에 처음으로 수입되는 화장품의 경우 수출하기 전에 샘플 검사를 현지 신임연구소에서 미리 실시해야 함.
- 샘플 검사 시 품목에 따라 총5가지 검사를 실시하고 있으며 검사 비용은 20US달러 이내임.

품목별 샘플 검사 필요용량

품목	검사 종류					합계
	세균학적 검사	Parazitology	화학적	방사선	보관용	
립제품	10ml	10ml	10ml	-	10ml	40ml
파우더, 새도	15ml	15ml	20ml	-	15ml	65ml
크림	50ml	50ml	100ml	250ml	50ml	500ml
토닉 및 알코올 함유 제품	50ml	50ml	100ml	-	50ml	250ml
향수, 데오도란트	30ml	30ml	100ml	-	30ml	190ml
마스카라, 아이라이너	10ml	10ml	15ml	-	10ml	45ml
아이브로우 펜슬, 입술 라이너	1개	2개	4개	-	1개	8개
염색약	1개/60ml	1개/60ml	1개/60ml	-	1개/60ml	4개/240ml
매니큐어 제품	-	1개	2개	-	1개	4개
아세톤	-	30ml	60ml	-	30ml	120ml

자료원: 몽골 전문 감독청(www.inspection.gov.mn)

- 몽골 신임 연구소 정보는 아래와 같음.

기관명	식품 안전 확인 연구소		
연구 품목	의약품, 화장품, 식품, 식물 등		
설립연도	2013	직원수	150명
대표번호	+976-70005972		
주소	Uildverchin street-75, Khan-Uul district, Ulaanbaatar, Mongolia		

자료원: 몽골 전문감독청

○ 관세율

- 몽골은 물품 수입 시 관세 외에 부가세가 부과되며, 일부 물품(차량, 담배, 주류 등)에 특별소비세를 부과하고 있음. 화장품의 경우 관세 및 부가세를 납부해야 함. 부가세는 모든 물품 동일한 10%며, 화장품 HScode33에 해당하는 모든 품목 관세율은 5%로 총 세금 15.5%를 납부하면 됨.

HS code	부가세	관세
제33류(정유와 레지노이드, 조제향료와 화장품·화장용품)	10%	5%

자료원: 한국HScode 조회 사이트

○ 화장품 통관 절차

- 수입 화장품은 인증과 등록이 필요없으며, 세관에 신고하면 됨. 통관절차는 다음과 같음.

- (1) 통관 신고
- (2) 통관 서류 검토
- (3) 물품 및 운송 수단 확인
- (4) 관세 및 기타 세금을 책정한 후 납부 확인
- (5). 신고자에게 허가 발급

참고: 신고는 국가 관세규역을 통과하는 물품과 차량에 관한 정보를 통관신고서 양식에 따라 작성하고 구비서류와 세관에 제출하는 것을 의미함.

□ 몽골 화장품 제조업체

- 현지 화장품 제조업체들은 현지 특수 식물 및 원료를 사용하여 화장품을 제조하는 것이 특징
- Seaberry, Khalgai, 낙타유, 마유 등으로 마스크팩, 샴푸, 크림을 제조하고 있음.

몽골 주요 화장품 제조업체 개요

순위	기업명	브랜드	이미지
1	Monos Cosmetic (Монос косметик) 설립연도: 1990 제조품목: 여성 및 남성 기초 화장품, 핸드와 푸트케어 제품, 샴푸, 린스 등 홈페이지: www.monosc cosmetics.mn	Biomon (Биомон)	
2	Mandukhai Khatan (Мандухай Хатан) 설립연도: 1990 제조품목: 기초화장품, 핸드크 림, 베이비 크림 등 홈페이지: www.mandukhai-khatan.mn	Mandukhai (Мандухай)	
3	Ich Cream (Ич Крем) 설립연도: 2003 제조품목: 기초 화장품 홈페이지: https://www.facebook.com/IchCreamLLC/	Ich Cream (Ич Крем)	
4	Goo Mongol (Гуу Монгол) 설립연도: 2014 제조품목: 바디로션, 비누, 스크 랫, 기초화장품, 마스크 등 홈페이지: www.goo.mn	Goo (Гуу)	

자료: KOTRA 울란바토르 무역관 자체 조사

□ 바이어 인터뷰

한국 중저가 E브랜드 매장 매니저와 인터뷰

Q. 매장에서 주로 잘 팔리는 제품 및 주요 소비자는?

A. 본 브랜드 매장에서는 스킨케어제품이 가장 잘 팔리는 제품이다. 몽골 여성들은 전체적으로 메이크업보다 스킨케어제품 수요가 높으며, 한편 현지인 피부에 더 잘 맞는다고 생각한다. 이유는 같은 아시아인이기 품질이 좋다고 알려져 있기 때문이라고 판단된다.

Q. 로컬 브랜드와 비교했을 때 당사의 강점은?

A. 한국산 제품 경쟁 상대는 로컬 브랜드가 아니라 일본 브랜드이다. 로컬 브랜드는 한국산보다 저가 제품이고 기능성 및 품질면에서 한국산이 좋기 때문에 로컬 브랜드가 경쟁상대가 되지 않는다. 한국산 제품을 사용하는 소비자들은 일본산 제품으로 바뀌 사용하는 것으로 파악되나 한국산은 가격 경쟁력이 있기 때문에 소비자들이 더 선호한다.

한국 제품 드렉스토어Z매장 직원과 인터뷰

Q. 몽골에서 한국 브랜드에 대한 인식은?

A. 한국 브랜드는 품질이 좋다고 이미 알려져 있으며, 한국 드라마 및 KPOP 등 한류 영향력도 큼. 일본 제품보다 더 가격 경쟁력이 있으면서 향, 포장 등 면에서 우수하다. 한국산이라는 사실이 한국 제품의 강점이지만 제품이 현지어로 너무 짧게 설명되어 있어 소비자들이 가장 불만스러워하고 있다. 최근 들어 블로거, 뷰티 SNS, 인스타그램 등 SNS에서 유명인들이 많이 사용하고 언급하는 브랜드를 구매하는 경향이 강해지고 있다. 따라서 유명 SNS스타가 특정 제품을 사용한다고 어플하면 해당 제품의 홍보 효과가 큰 것으로 판단된다.

Q. 매장 직원 입장에서 봤을 때 이 매장의 애로사항은?

A. 특정 제품을 소셜미디어에서 광고가 이뤄지면 어떨 때 구입량이 급증해 재고가 부족하는 경우 종종 생기고 있음. 인구상 시장이 작기 때문에 한 제품에서 소량으로 반복되어서 수입하는 방식으로 이뤄지고 있는 점도 문제가 되기도 한다.

□ 시사점

○ 몽골 경제 성장과 국민 소득 및 구매력 증가로 시장 규모가 지속적으로 확대되고 있으나, 몽골은 유럽산 고가 제품부터 중저가 제품까지 수많은 브랜드들이 진출한 완전 개방 경쟁시장으로 고가와 중저가 제품 사이에 틈새시장에 맞춘 포지셔닝이 필요

- 아직은 소비시장이 주요 수출국 대비 상대적으로 작은 편이라 한국기업들의 최소수입물량을 맞출 수 있는 바이어가 드물다는 한계가 있음.

- 주문 수량이 적더라도 시장 잠재력을 감안해 이곳 바이어의 요청에 적극 응하고 시장진출 기회를 잡는 것이 바람직함.

○ 현지 소비자들이 한국산 피부관리 제품에 관심을 보이고 있으며, 색조화장품보다 스킨케어제품을 선호

- 몽골은 전형적인 대륙성 기후로 극히 건조하고 바람이 많이 불며, 고지대의 강한 햇빛으로 인해 피부에 노화, 기미, 주근깨가 생기기 쉬운 특성으로 미백과 수분 공급 및 주름개선 효과가 있는 제품이 시장성이 큼.

○ 몽골 화장품 시장에서 중저가 브랜드 시장이 고가 브랜드 시장보다 크기 때문에 중저가 브랜드 시장에 진출하는 것도 충분히 유의미한 전략

- 현재 한국 화장품 브랜드 MISSHA(2013), ETUDE HOUSE(2014), THE FACESHOP(2014), TONY MOLY(2014), ITS SKIN(2014), SKINFOOD(2015), NATURE REPUBLIC(2017) 등 진출되어 매장수를 늘려 성공적으로 영업 중임.

정보원: 몽골 관세청, 전문감독청, KOTRA 울란바토르 무역관 보유자료 종합

2019-05-20 Nandintsatsral Amarsanaa 몽골 울란바토르무역관

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

10. 러시아 안경 시장동향

- 경제위기 이전 시장 규모를 회복하며 소매시장 성장세 -
- 안경 프레임 패션 소품으로 인식, 한국산 수요 증가 전망 -

□ 시장 규모

□ ○ 경제위기 이전 수준으로 시장 규모 회복

- GfK Rus의 자료에 따르면 러시아의 안경 소매 시장은 2018년 기준으로 6200억 루블 규모로 전년대비 9% 성장했음.

□ ○ 90%에 달하는 수입의존도

- 러시아의 안경 시장은 수입 의존도가 높아 수입제품이 전체 시장의 90% 이상을 차지함.

□ 수입동향

□ ○ 중국, 이탈리아가 최대 수입국을 차지

- 러시아 HS 코드 9003(안경·고글이나 이와 유사한 물품의 테와 장착구, 이들의 부분품, 테와 장착구)에 해당하는 안경 프레임의 경우는 상위 1, 2위 국가가 전체 수입금액의 약 80%를 차지하고 있음.
- 중국, 이탈리아를 제외하면 나머지 비중을 오스트리아, 독일, 일본이 각 3% 가량 차지하고 있음.
- 한국은 2018년 전체 수입국 중 10위를 기록했으며, 수입 비중은 1% 미만이지만 3년 연속 증가세가 지속되고 있음.

러시아 안경 프레임 수입 통계(HS코드 9003)

(단위: 천달러, %)

순위	국가명	수입금액			비중			증감률
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	2018/2017
	전 세계	28,132	40,921	42,670	100	100	100	4.27
1	중국	13,650	23,643	25,246	48.52	57.78	59.16	6.78
2	이탈리아	7,357	9,813	9,242	26.15	23.98	21.66	- 5.81
3	오스트리아	1,303	1,239	1,478	4.63	3.03	3.46	19.24
4	독일	1,216	1,433	1,318	4.32	3.50	3.09	- 7.97
5	일본	307	514	1,228	1.09	1.26	2.88	138.75
6	프랑스	1,036	1,083	974	3.68	2.65	2.28	- 10.07
7	홍콩	479	581	664	1.70	1.42	1.56	14.41
8	터키	9	811	632	0.03	1.98	1.48	- 22.07
9	덴마크	659	303	562	2.34	0.74	1.32	85.76
10	대한민국	114	271	309	0.41	0.66	0.72	13.94

자료: <https://www.gtis.com/gta/>

□ ○ 안경 제품은 중국, 이탈리아, 대만 순으로 수입

- 러시아 HS 코드 9004(시력교정용·보호용이나 그 밖의 용도의 안경·고글과 이와 유사한 물품)의 경우 한국산 제품의 수입 비중은 0.1% 수준으로 안경 프레임 제품에 비해 수입량이 적음.

러시아 안경 제품 수입 통계(HS코드 9004)

(단위: 천달 러, %)

순위	국가명	수입금액			비중			증감률
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	2018/2017
	전 세계	74,043	78,322	87,521	100.00	100.00	100.00	11.75
1	중국	34,124	38,564	45,916	46.09	49.24	52.46	19.06
2	이탈리아	18,453	20,171	22,138	24.92	25.75	25.29	9.76
3	대만	5,363	6,561	6,230	7.24	8.38	7.12	- 5.04
4	독일	2,391	3,218	2,488	3.23	4.11	2.84	- 22.70
5	일본	1,198	2,028	2,409	1.62	2.59	2.75	18.74
6	오스트리아	1,176	2,164	2,158	1.59	2.76	2.47	- 0.29
7	체코	610	830	928	0.82	1.06	1.06	11.88
8	프랑스	690	646	780	0.93	0.83	0.89	20.69
9	벨라루스	234	335	715	0.32	0.43	0.82	113.39
10	미국	595	466	603	0.80	0.59	0.69	29.32
16	대한민국	135	119	125	0.18	0.15	0.14	5.18

자료: <https://www.gtis.com/gta/>

□ 유통구조

□ ○ 소매 판매는 대형화, 전문화 추세

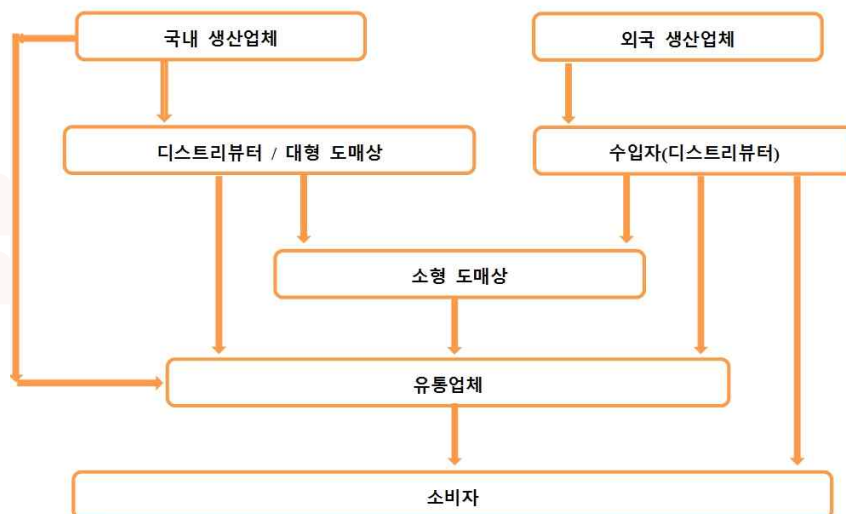
- 러시아에서 안경제품의 판매 방식은 크게 두 가지로 볼 수 있음. 첫 번째 가장 소규모 형태로 주로 개인이 전문상점이 아닌 일반 시장에서 평균 500~700루블 정도의 저가 제품을 판매하는 것임.

- 두 번째는 대형 체인점이나 안경 전문점에서 판매하는 방식으로 단독 매장이나 대형 쇼핑몰 등에 입점해서 판매 중임. 이들 전문점들은 안과 의사 매장에 상주하고 있어서 직접 시력을 확인하고 전문 컨설팅을 통해 개인별 안경을 주문하는 것임.

- 전문점에서 판매되는 안경제품의 가격은 평균 최저 2000루블부터 시작해서 5만 루블이 넘는 제품도 판매되고 있음.

- 안경제품은 소비자의 신체 부분과 직접 연관이 있는 제품이기 때문에 대형 전문점에서의 판매 비중이 점점 높아지고 있음.

안경제품 유통구조



자료: KOTRA 노보시비르스크 무역관 자체 조사

□ 관세 및 인증

□ ○ 관세

HS코드	제품명	수입관세	부가세
9003	안경·고글이나 이와 유사한 물품의 테와 장착구, 이들의 부분품, 테와 장착구	12.5%	20%
9003 900009	기타	0.0%	
9004	시력교정용·보호용이나 그 밖의 용도의 안경·고글과 이와 유사한 물품	5.0%	

자료: www.tks.ru

□ ○ 인증

- 러시아 연방 법안에 따라 안경과 안경테는 의료기기로 간주돼 의료제품 감독을 위한 연방 서비스 (Roszdravnadzor)에 등록이 필수적이며 한 번 등록이 되면 기한 제한 없이 유효함.
- 기본적으로 안경, 콘택트렌즈 및 안경테는 GOST R 12.4.230.1에 따라 적합성 및 의무적 인증에 대한 세부적인 검증을 거친 후에 인증서를 취득해야 함.
- 인증은 Rosstandart의 인가를 받은 특별 인증기관에서 할 수 있으며, 판매를 위한 적합성 인증서를 취득해야 함.

□ 시사점

□ ○ 안경 프레임 수요가 확대될 것으로 전망

- 노보시비르스크에서 안경 전문점을 운영하는 EXPERT-OPTIKA의 Andrey Anatolievich Kazakov 대표에 의하면, “칼라렌즈를 거래하려는 한국 기업들이 있었는데 러시아 시장의 경우 칼라렌즈보다는 안경 프레임에 대한 수요가 더 많다”고 함. “지금은 안경 프레임도 의료기기로 포함돼 인증을 취득해야 하는 절차가 있어 수입량이 많지는 않지만 앞으로 안경 프레임을 패션소품으로 인식하게 되면 법규도 개정될 수 있지 않을까 기대한다”고 밝힘.
- 러시아에 진출한 프랑스계 다국적기업 ‘Essilor’의 조사에 의하면 러시아 전체 인구 중 약 3000만 명 가량이 시력교정이 필요한 것으로 추산됨. 이에 따라 안경 관련 제품 수요는 증가할 것으로 전망됨.

자료: GfK Rus, www.tks.ru, <https://www.weboptica.ru/pro/articles/488>, [/www.gtis.com](http://www.gtis.com), <http://www.itigris.ru>, <http://sert.swrit.ru> 및 KOTRA 노보시비르스크 무역관 자료 종합

2019-05-20 박은희 러시아 노보시비르스크무역관

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

11. 스킨케어의 일상템으로 자리잡아 가는, 태국 마스크 팩 동향

- 태국 내 마스크 팩 사용의 인기도는 K-뷰티의 영향이 커 -
- 미백(美白)에 관심 높은 태국인, 마스크 팩도 미백기능 포함 제품 선호 -
- 바이어들의 주 고려요소는 브랜드, 제조사, 성분, 가격 임 -

□ 시장규모 및 동향

○ 글로벌 시장조사기관 유로모니터에 따르면, 마스크 팩은 태국 화장품 스킨케어 품목 중 성장률이 가장 높은 품목에 해당

- 2018년 태국 스킨케어 시장규모는 전년 대비 6.2%증가한 810억 5250만 바트(25억 6090만 달러)을 기록했으며, 이 중 마스크 팩 시장규모는 28억 1430만 바트(8908만 4089달러)으로 전년 대비 22.1%성장

- 마스크 팩은 프리미엄 마스크 시장과 매스 마스크 시장이 고루 성장하고 있으나 특히 K-Beauty의 영향으로 마스크 팩이 점차 스킨케어의 루틴으로 자리잡아 감에 따라 매스 마스크 시장의 성장세가 두드러짐.

태국 마스크 팩 및 스킨케어 시장 규모

(단위: 백만 바트, %)

	2014	2015	2016	2017	2018(f)	증감률 ('17-'18)
스킨케어 전체	61,050.0	66,544.5	71,139.0	76,355.9	81,052.5	6.2
- 마스크	1,095.1	1,431.7	1,849.1	2,305.2	2,814.3	22.1
--프리미엄 마스크	233.3	268.3	301.9	340.2	377.6	11.0
--매스 마스크	861.8	1,163.4	1,547.3	1,965.1	2,436.7	24.0

자료: 유로모니터

○ 태국인들은 미백(Whitening)제품에 대한 관심이 높아 클렌저와 토너류를 제외한 스킨케어 제품의 경우 미백 제품 선호도가 높으며 마스크 팩도 예외가 아님.

- 2017년 기준 미백 효능이 있는 마스크 팩의 판매 비중은 52.0%로 미백 효능 미포함 제품보다 높은 비중으로 판매

2017년 스킨케어 제품군별 미백 기능 포함 제품 판매 비중

(단위: %)

구분	모이스처라이저	마스크 팩	안티 에이징	클렌저	토너
미백기능 포함	53.0	52.0	50.7	47.3	26.4
미백기능 미포함	47.0	48.0	49.3	52.7	73.6

자료: 유로모니터

□ 경쟁동향 및 제품 동향

○ 태국인들 사이에서 마스크 팩 사용시 스킨케어 루틴의 여러 단계를 건너뛸 수 있다는 인식이 확산되면서 인기를 얻자 다수의 로컬 브랜드 및 외국계 브랜드의 신규 진입, 기존 브랜드의 제품 라인 확대가 이루어지며 시장 경쟁이 치열해지고 있음.

- 유로모니터에 따르면 2017년 기준 마스크 제품의 단위당 가격은 4%하락한 것으로 나타남.

- 태국 기업 중에서는 스네일 화이트(Snail White), 뮤니크(My-nique)제품이 널리 유통되고 있으며, 특히 뮤니크의 경우 한국업체와의 OEM으로 생산한 마스크 팩 제품 30 여종이 소개되고 있음.

-우리나라 제품이 태국 마스크 팩 시장을 주도하는 가운데 이니스프리,리더스클리닉,로주키스 등의 제품이 좋은 반응을 얻고 있음.

-글로벌 브랜드 중에서는 로레알사의 가르니에(Garnier)제품이 태국 내 클렌징,크림류 등 기초 스킨케어 인지도에 힘입어 마스크 팩 시장에서 입지를 굳혀나가고 있음.

○ 마스크 팩은 효능,원료,가격대 별로 매우 다양한 제품들이 시중에 판매 중이며,태국에서 판매 중인 마스크 팩의 상당수는 한국산 OEM 제품 또는 한국 브랜드 제품들로 확인됨.

-기능 측면에서는 수분공급,습윤,미백,주름개선(안티 에이징),유분 조절 등 다양한 개선기능을 갖춘 제품들이 시장에 판매됨.

-특정 성분관련 달팽이 추출물,알로에 베라 제품들이 광범위하게 판매되고 있으며,금성분,히알루론산,식물성 오일 등 매우 다양

-마스크 팩 가격은 개당 30~40 бат(1~1.3달러)대의 제품이 온라인 할인가로 10бат(0.3달러)에 판매되는가 하면, 1000бат(31.7달러)이상대까지 다양한 가격대의 제품들이 소개됨.

태국 내 인기 마스크 팩 제품 정보

분류	브랜드	특징	수량	가격(бат)	이미지
외국계 브랜드	Garnier	- 히알루론산 함유 - 사용시점에 시트에 적셔 사용	1	79	Garnier New Hyaluron Shot Fresh-Mix Booster Mask 
	Olay	- 취침 전 15분간 사용으로 생기있고 광채나는 피부 연출 가능	1	99 (3개에 199)	Olay Magnemasks Infusion Whitening Sheet Mask 
	LuLuLun	- 일본 3개년 판매 1위 제품으로 100% 순면 시트사용 - 미백용, 수분공급용, 노화방지용 등	7	165~245 5бат	Lululun Facial Mask 
	Senka	- Senka는 Perfect Whip 클린저로 유명세를 탄 뒤 수분공급을 중심으로 한 마스크 팩 출시	1	65	Perfect Aqua Rich 
한국 브랜드	Innisfree	- 3겹으로 보다 오랜 시간 보습력 지속 -생기와 보습을 더하는 촉촉한 에센스 타입의 마스크 팩	1	50	Innisfree My Real Squeeze Mask Tomato 
	Leaders Clinic	- PH 5.5,주름개선, 영양공급, 집중보습, 윤기 부여 - 달팽이 점액 함유	1	69 (2개에 99)	Leaders Clinic Regeneration Mask 

	Rojukiss	- 다크서클 개선에 효과적 - 알부틴, 비타민 B3, B6, C, E 함유	2	69	Rojukiss White Poreless 5X Intensive Mask 
태국 브랜드	Snail White	- 멕시코 부채선인장 추출물, 나노기술 사용 - 미세주름, 홍조, 붓기 개선에 효과	7	350	Snail White Seven Days Mask 
	Myu-nique	- 포장에 디즈니 프린세스 캐릭터 사용 - 셀룰로오스 시트사용, 식물 유래성분 다수 사용	1	39~99	Myu-nique Black Pearl Mask 

자료: Watsons, KOTRA 방콕무역관 직접촬영

○ Snail White(태국), Lululun(일본)에서는 일주일 용으로 1팩에 7개의 마스크 팩을 담아 판매 하기도 하며, 화장품 전문 매장 세포라(Sephora)에서는 신체부위별 헤어, 얼굴, 손, 발 전용 마스크 팩을 선보이며 기타 매장들과의 차별성 확보에 주력하기도 함.

세포라(Sephora)매장 내 부위별 마스크 진열 모습



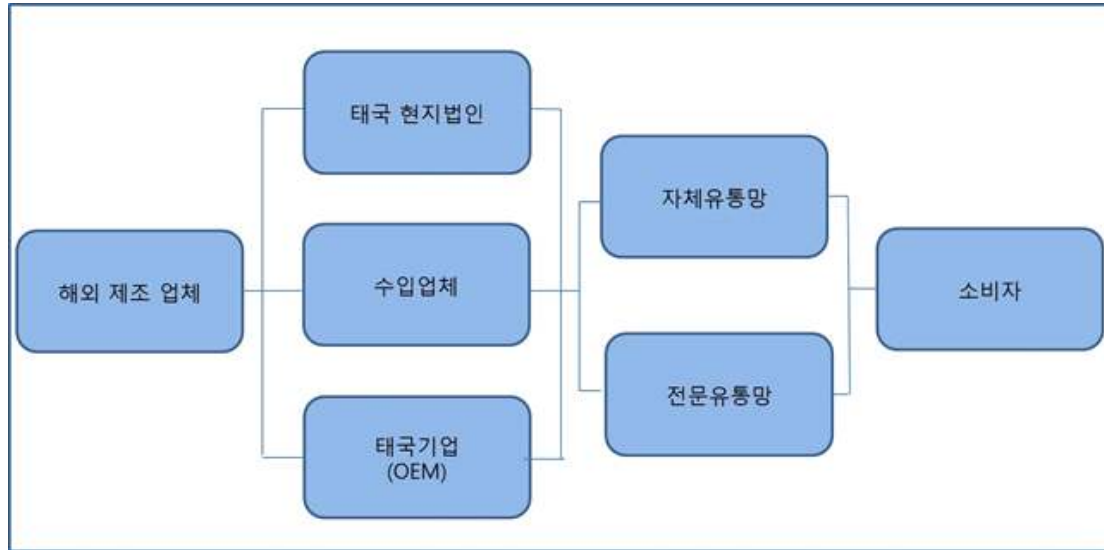
자료: KOTRA 방콕무역관 직접촬영

□ 유통구조

○ 해외에서 제조된 마스크 팩 제품은 태국 내 지사나 현지법인을 통해 직접 수입되거나 화장품 수입업체를 통해 수입된 뒤 자체 유통망을 통해 판매하거나 각종 온·오프라인 유통망을 통해 공급

- 또는 OEM 방식으로 태국 업체에서 수입한 뒤 업체 고유 브랜드로 유통되는 경우도 많음.

태국 마스크 팩 유통구조



자료: KOTRA 방콕무역관

○ 태국 내 화장품 판매의 80%이상은 매장형 유통망을 통해 이루어지고 있으며, 특히 화장품 전문매장과 드러그스토어에서는 마스크 팩 코너를 고객의 눈에 잘 띄는 장소에 배치하여 판매를 유도하고 있음.

- 태국인들의 온라인 쇼핑이 활성화되어 가고 있으며, 온라인 쇼핑몰의 경우 인기도, 브랜드, 가격대, 효능 등에 따른 검색이 가능하고 할인율이 높아 점차 중요 유통수단으로 부상할 것으로 기대

태국 내 마스크 팩 제품 유통망

구분	매장명
1. 백화점 및 쇼핑몰	Central Group(Central, Robinsons), the Mall Group(The Mall, Siam Paragon, Emporium, Emquartier), Isetan (Thailand), Bangkok-Tokyu, Icon Siam 등
2. 마트	Tops, Big C, Tesco Lotus, Gourmet Market, Max Valu, Villa Market 등
3. 편의점	7-eleven, Mini Big C, Lotus Express, Family Mart, Lawson 등
4. 전문매장 및 드러그스토어	Watson, Boots, Eve and Boy, Sephora, Karmart, Beauty Buffet, BEAUTRIUM, LASHES, STARDUST, Tsuruha, Matsumoto Kiyoshi 등
5. 온라인	Lazada, Shopee, KONVY, Shopat24, Sephora, Central JD, Facebook/Instagram

자료: KOTRA 방콕무역관 자료 종합

□ 수입동향

○ 지난 3년 간 태국의 마스크 팩(기타 따로 분류되지 않은 화장품, HS 3307.90) 수입은 크게 증가하는 모습을 보이면서 2018년 수입액은 전년대비 66.8% 증가한 6230만 달러를 기록

- 태국의 마스크 팩 최대 수입국은 중국으로 특히 2018년 수입액은 전년 대비 229.2% 증가한 2189만 달러를 기록하면서 수입 비중이 35.1%로 급상승하며 2017년 1.2위였던 미국과 한국을 제침.

- 우리나라로부터의 수입액 또한 꾸준한 증가세로 2018년 수입금액은 전년대비 55.7% 상승한 1538만 달러, 수입비중은 24.7%를 기록하면서 2위에 오름.

- 2018년 중 수입 증가가 두드러진 국가는 베트남(159.7%), 싱가포르(116.1%), 일본(84.1%)으로 각각 수입순위 10위, 5위, 4위를 기록

- HS 3307.90 항목의 10대 주요 수입국은 미국, 호주, 프랑스를 제외하고 모두 아시아 국가에 해당

태국 마스크 팩(HS 3307.90) 수입동향(2016~2018년)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	금액			비중			증감
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	
	세계	27,268	37,351	62,299	100.0	100.0	100.0	66.8
1	중국	3,283	6,649	21,887	12.0	17.8	35.1	229.2
2	한국	6,084	9,878	15,378	22.3	26.5	24.7	55.7
3	미국	8,878	11,142	11,467	32.6	29.8	18.4	2.9
4	일본	1,996	1,979	3,643	7.3	5.3	5.9	84.1
5	싱가포르	986	1,016	2,196	3.6	2.7	3.5	116.1
6	말레이시아	1,275	1,241	1,917	4.7	3.3	3.1	54.5
7	대만	1,506	1,058	1,130	5.5	2.8	1.8	6.8
8	호주	869	732	1,030	3.2	2.0	1.7	40.8
9	프랑스	378	766	847	1.4	2.1	1.4	10.6
10	베트남	216	230	598	0.8	0.6	1.0	159.7

주: HS 3307.90은 면도용 제품류·인체용 탈취제·목욕용 조제품·탈모제와 그 밖의 조제향료·따로 분류되지 않은 화장품이나 화장용품·실내용 조제 탈취제의 기타 품목으로 태국 내 마스크 팩은 해당 HS코드로 수입되고 있음.

자료: Global Trade Atlas

□ 수입관세, 규제 및 인증

○ 마스크 팩(HS 3307.90) 수입 시 일반관세는 20%이나 원산지 증명서(Form AK)를 구비할 경우 한-아세안 FTA 협정에 따라 수입관세가 면제됨.

마스크 팩(HS 3307.90) 수입관세

HS 코드	3307.90
품목명	면도용 제품류·인체용 탈취제·목욕용 조제품·탈모제와 그 밖의 조제향료·따로 분류되지 않은 화장품이나 화장용품·실내용 조제 탈취제의 기타 품목
관세율	- 일반관세: 20% - 한-아세안 FTA 협정 세율: 0%
부가세(VAT)	7%

자료: 태국 관세청

○ 마스크 팩은 태국 식약청(FDA)의 제품분류 상 화장품에 해당하여 수입 전 태국 식약청을 통한 제품사전등록절차(Product Notification)를 거쳐야 함.

- 제품등록은 온·오프라인 모두 가능하나 식약청에서는 온라인제출(E-Submission)을 장려하고 있으며, 서류 완비 시 제품등록에는 3영업일이 소요됨. 제품 등록은 3년간 유효하고 등록비용은 품목당 1000바트(32달러)이 부과

- 단, 전시회 참가, 학술연구 등의 목적으로 샘플 수입 시에는 제품 사전 등록을 거칠 필요 없음.

- 또한 제품 수입 통관 후 30일 이내에 필수적으로 태국어 라벨을 부착한 뒤 소비자에게 판매가 가능

□ 시사점

○ 태국의 마스크 팩 시장은 화장품 스킨케어 제품 군 중에서도 가장 높은 성장세를 나타내고 있으며, 앞으로도 이러한 추세는 지속될 것으로 보임.

- 유로모니터는 2017년~2022년 사이 태국의 스킨케어 시장은 연평균 6.4%, 마스크팩 시장은 18.3% 성장할 것으로 전망하면서 2022년 마스크 팩 시장규모는 50억 바트(1억 5827만 달러)를 넘어설 것으로 예상

태국 마스크 팩 및 스킨케어 예상 시장 규모(2019~2022년)
(단위: 백만 바트)

구분	2019	2020	2021	2022
스킨케어 전체	86,157.4	91,712.7	97,687.8	104,220.5
- 마스크	3,390.0	4,024.6	4,673.1	5,344.1
--프리미엄 마스크	417.3	457.3	499.4	544.3
--매스 마스크	2,972.7	3,567.3	4,173.7	4,799.8

자료: 유로모니터

○ 방콕무역관 마케팅 팀에서는 사절단 또는 화장품 전시회의 1:1 비즈니스 매칭을 위해 마스크 팩에 관심 있는 바이어들을 다수 접촉한 경험을 바탕으로 다음과 같은 이야기를 전함.

- 마스크 팩은 이미 태국 시장에 한국 제품이 다수 포진해 있는 시장으로 마스크 팩 관련 태국 바이어 접촉 시 관심 바이어 확보율은 약 20% 수준임.

- 바이어들의 마스크 팩 관심도를 결정짓는 4대 평가요소로 브랜드 인지도, 제조사, 성분, 가격을 꼽을 수 있으며 이 중 한가지 이상에 특징점이 있는 경우 여전히 바이어들의 관심을 끌 수 있음.

- 브랜드 인지도가 높은 제품일수록 마케팅이 용이하고, 기존 마스크 팩 시장에서 찾아보기 힘든 새로운 성분 또는 신기술이 적용된 경우 관심을 받을 수 있음.

- 그러나, 제품의 가격이 너무 높게 설정되어 있거나 한국 제조업체의 최소주문수량(MOQ)이 1만개 이상 등으로 너무 많은 경우 관심이 있더라도 성약이 어려운 편이므로 이를 고려할 필요가 있음.

○ 무역관의 태국 부츠매장 방문을 통한 판매원과의 인터뷰에 따르면 고가의 마스크 팩 구매는 주로 중국인 등 외국인 관광객들에 의해 이루어지고 있으며, 태국인 매스고객층은 30바트~50바트(1~1.6달러)를 적정 마스크 팩 구매 가격으로 생각하고 있으며, 1+1등 할인 행사 진행 시에 구매율이 높다고 전함.

- 태국은 연간 3800만 명 이상의 관광객을 유치하는 관광대국으로 화장품 매출에 있어 외국인 소비자들도 고려할 필요가 있으며, 일반 소비자들은 가격민감도가 매우 높다는 사실을 염두에 두어야 함.

- 단, 마스크 팩은 이미 가격 경쟁이 치열한 제품으로 가격인하를 통해 보다 많은 판매를 올리는 박리다매 정책을 취하기에도 한계가 있으므로 기존제품 또는 브랜드의 충성고객을 유치하고 차별성 있는 제품 공급을 위한 끊임없는 노력이 필요한 시점임.

자료: 유로모니터, 태국 관세청, 태국 식약청, Global Trade Atlas, Watsons 홈페이지, Boots, Sephora 매장방문 및 KOTRA 방콕무역관 자료종합

2019-05-20 김민수 태국 방콕무역관

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

12. UAE 정수기구 시장 동향

- 무더운 기후적 특성으로 1인당 물 소비량이 높아 식수 관련 제품의 잠재도가 높은 시장 -
- 가구 가처분 소득 증가에 따라 건강·위생에 대한 관심이 높아지며 수요 증가 전망 -

□ 상품개요

○ 상품정보

- 상품명 : 정수기구 (Machinery and apparatus for filtering or purifying water)
- HS Code : 842121
- 선정사유 : 경제성장 및 가구 가처분 소득 증가로 건강 및 위생에 대한 관심이 높아지며 수요가 점차 증가하고 있음.

□ 관련 시장동향

○ UAE에는 정수기구 외에도 병 생수와 수돗물이 식수원으로 활용되고 있으며 특히나, 인구 증가와 UAE 기후적 특성 및 접근성 등을 이유로 온·오프-트레이드 모두에서 병 생수 소비가 활발함.

- 글로벌 시장조사 기관인 유로모니터 측 관련 보고서에 따르면 병 생수 오프 트레이드(마켓, 면세점 등) 거래규모는 2018년부터 2023년까지 연평균 9%의 성장을 보일 것으로 예상됨.

- UAE 내에는 여전히 수돗물(tap water)을 식수로 활용하는 주민들의 수가 적지 않으며 두바이와 아부다비 정부에서도 수돗물이 식수 사용에 적합하다는 입장을 내놓은 바 있음.

○ 최근 경제성장과 가구별 가처분 소득이 증가하며 건강 및 위생에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있으며 이에 따라 정수기구에 대한 수요도 증가하고 있음.

- 정수기구는 크게 'Filter'와 'Purifier'로 구분할 수 있으며 통상, Filter는 카트리지를 여과를 통해 불순물과 오염물질 등을 정화하는 방식이며 Purifier는 역삼투(Reverse Osmosis)이나 증류(distillation)를 통해 순도 높은 물을 얻는 방식.

- 시장 초기에는 비교적 가격이 높은 Purifier에 비해 Filter류가 높은 선호를 보였으나, 최근에는 Purifier 제품도 소비자들에게 접근 가능한 가격대로 판매되며 수요가 점차 높아지고 있음. (현지 기업들 중 일부는 병 생수에 대한 수요 증가에 정수기구 공급사들이 시장성을 유지하기 위해 가격을 인하하기 시작했다는 의견을 내놓기도 함.)

○ 2017년 기준 UAE의 정수기구 (HS Code : 8421.21) 제품 수입 규모는 연 1.3억 달러 수준이며 이외에 UAE 자체시장의 규모 및 전망에 대해서는 확인 가능한 공식 통계와 자료가 없었으나 UAE를 포함한 중동·아프리카 정수기구 시장은 2014년부터 연평균 7.6%의 성장을 이룰 것이라 예상되고 있음.

□ 수입동향

○ 3개년 UAE 정수필터 제품 (HS Code : 8421.21) 수입내역 (단위 : US\$1,000 , %)

연번	국가	2015년		2016년		2017년	
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
1	미국	17,216	+ 45.9	14,917	- 13.4	36,821	+ 146.8
2	한국	29,811	+ 45.1	44,162	+ 48.1	18,137	- 58.9
3	독일	6,478	+ 33.6	5,816	- 10.2	14,320	+ 146.2
4	인도	4,954	+ 40.6	8,242	+ 66.4	10,045	+ 21.9
5	스페인	10,828	- 34.4	4,606	- 57.5	7,841	+ 70.2
총 수입액 (From World)		107,268	- 38.6	117,040	+ 9.1	139,048	+ 18.8%

자료원 : ITC Trade Map

- UAE의 필터제품의 수입규모는 2014년 1.7억 달러까지 규모까지 증가한 후 2015년에 이르러 전년 대비 약 38%가 감소한 1억 달러 규모로 감소했으나 이후 '17년까지 꾸준한 회복세를 보이고 있음.
- 미국과 한국이 UAE 수입비중에 있어 1·2위를 다투고 있으며 전체 수입규모의 40% 이상을 차지하고 있으며 독일과 인도, 스페인, 일본 등이 UAE에 꾸준히 제품을 수출하고 있음.
- 미국·유럽산 브랜드 및 제품들이 강세를 보이는 UAE 시장에서 최소 5년 이상 한국산 제품에 대한 수요가 꾸준히 지속되고 있음.

□ 경쟁동향

○ 시장규모와 점유율을 가늠할 공식 통계가 없어 정확한 경쟁동향을 파악할 수는 없으나, 해외 브랜드가 시장을 주도하는 가운데, 현지 생산이 가능한 일부 UAE 기업들도 시장 내 인지도를 넓혀가고 있음.

- 인도 및 중국산 저가 제품들에 대한 수요도 점차 증가하고 있으며 중국산 제품의 경우 Filter 제품군이 다수를 이룸.

○ 다양한 타입의 필터와 정수기구 중 RO 제품에 대한 수요가 가장 높으며 현지 기업들에 따르면 매출 또한 해당 제품에서 가장 많이 발생한다고 함.

- RO 제품은 여과 횟수에 따라 5~8단 필터로 구분되며 5·6단 제품이 가장 흔히 사용되나 최근에는 7단 필터 제품도 관심을 끌기 시작함.

○ 현지 기업들 중 일부는 고객 유치와 만족도 제고를 위해 다양한 무료 서비스를 제공하고 있음.

- 1년간 무상 서비스 제공, 제품 구입 시 샤워기 필터와 같은 무료 사은품 제공, 카트리지를 추가 제공, 연중 On-call 서비스 시행 등

○ 한국 제품의 경우 UAE로 수출되는 물량이 적지 않으나, 실제로 자체 브랜드를 가지고 시장에 출시되는 경우는 드물.

주요 브랜드별 Filter 및 Purifier 제품 현황

브랜드명	제품타입	사진	가격 (US\$)
RO Plant (USA)	Reverse Osmosis 7 Stage		US \$ 531.33

	Reverse Osmosis 5 Stage		US \$ 367.84
Aqua Gold (USA)	Reverse Osmosis 6 Stage	N/A	US \$ 476.68
Puretech (USA)	Reverse Osmosis 6 Stage		US \$ 476.68
Doulton (UK)	Single Filter		US \$ 32.56
	Double Filter		US \$ 38.69
National Water Purification Systems (UAE)	Reverse Osmosis 6 stage		US \$ 326.97
So Safe (UAE)	Reverse Osmosis 7 Stage		US \$ 953.67
	Reverse Osmosis 5 Stage		US \$ 531.33
	Reverse Osmosis 6 Stage with UV		US \$ 599.41
	UV - One Stage UV System		US \$ 325.61
	UV - Two Stage UV System		US \$ 340.59
	UV - Three Stage UV System		US \$ 380.10
Smart Tech (Taiwan)	Reverse Osmosis 5 Stage		US \$ 340.59
Eureka Forbes (India)	Reverse Osmosis 7 stage		US \$ 517.71

자료원 : 두바이무역관 자체조사

□ 수입규제 및 유통구조

○ (관세율) HS Code 8421.21 기준 5%가 부과되며, 2003년 1월부터 발효된 GCC(걸프협력회의) 관세 협정에 따라 GCC 회원국 외 국가로부터 수입되는 대부분에 제품에 공통 관세율 5%를 적용하고 있음

- 첫 도착 기항에서만 관세가 부과되며 GCC 역내 이동 시에는 이중과세되지 않음.

○ (인증) UAE 표준측량청(ESMA)과 현재 UAE로 관련 제품을 수출하고 있는 기업을 통해 확인한 결과, 현재까지 Filter 및 Purifier 제품은 별도의 현지인증 취득 없이 UAE로 유통이 가능함. 다만, UAE로 수출 중인 많은 업체들이 국제적인 인증을 취득함으로써 현지 수출 시 마케팅적 요소로 활용하고 있음.

- 정수기구 관련 주요 인증 : NSF (미국위생협회), FDA (미국식품의약국), WQA (국제수질협회) 등

○ (ESMA) 2013년까지만 해도 대부분의 제품들이 별다른 인증과 규제 없이 UAE 내로 유통되었음. 하지만, UAE 연방 차원에서 통일된 기준이 필요하다는 인식이 높아지며 2014년부터 UAE 표준측량청(Emirates Authority for Standardization & Metrology)을 통해 ECAS(Emirates Conformity Assessment Scheme)로 알려진 현지 적합성 인증을 도입. 필터 및 정수기구의 경우 아직까지 ECAS 취득 대상이 아니나 일반 소비자가 사용하며 인체로 유입되는 식수와 관련된 품목인 만큼 향후 ECAS 취득 필요 물품으로 변경될 수 있는 바, 동향 주시 필요

- 현재 병 생수와 전기 정수기(Electric Drinking Water Dispenser)는 EQM(Emirates Quality Mark) 및 ECAS 인증 취득 대상 품목

○ (유통) 통상, UAE로 제품 수출 및 유통 시에는 현지 에이전트를 선정하며 정수기구의 경우 소비자들의 A/S 등 구매 후 요청사항에도 즉각 대응할 수 있어야하므로 시장 내 넓은 유통망과 함께 서비스 역량을 갖춘 공급사를 에이전트로 선임하는 것이 중요할 것으로 보임.

- 카르푸 등 일부 하이퍼마켓에서도 정수기구를 취급하나 고가의 제품은 드물며 필터 등의 소형 정수기구 위주로 취급

- 최근에는 아마존(UAE)이나 noon.com과 같은 현지 온라인 마켓플레이스에서도 제품이 일부 취급되고 있음.

□ 시사점

○ (시장) 중동·아프리카·서남아 지역의 진출거점으로 UAE 시장 활용

- 외국인이 전체 인구의 80% 이상을 차지하는 UAE는 중동과 아프리카 및 서남아 지역 기업들의 비즈니스 장이자 국제 물류허브로써 활용되고 있으며 실제로 수입된 제품들이 인도와 이라크, 이란, 이집트 등지로 재수출되기도 함.

* 2017년 기준, 전체 수입액의 50% 이상 규모인 US\$ 72,240,000의 제품이 수출됨.

○ (제품) 경쟁심화에 따른 품질 향상 등 제품 경쟁력 강화 필요

- 인도와 중국 등 저가 제품들의 시장 진입이 활발해지고 있으며 실제로 2017년까지 UAE의 Filter & Purifier 제품 수입 비중이 있어 상위권을 다투던 한국과 독일이 2018년에 와서는 인도와 중국에 자리를 내주었음.

- 2018년 對 UAE 수입규모 : 미국 (1위, US\$ 16,514,000), 중국 (2위, US\$ 15,285,000), 이탈리아 (3위, US\$ 10,969,000), 인도 (4위, US\$ 8,707,000)

- 향후 저가 제품의 공세가 더욱 치열해질 것으로 예상되는 가운데, 경쟁력을 제고를 위해서는 품질 향상 등 제품 자체의 경쟁력을 확보하는 것이 중요할 것이라 생각됨.

○ (마케팅) 현지 전시회 참가 등 UAE 시장과의 접점 확대

- 두바이 수전력청인 DEWA(Dubai Electricity and Water Authority)가 주최하는 WETEX 전시* 등 UAE에서 개최되는 관련 국제전시회에 참가함으로써 현지시장의 동향과 바이어들의 수요를 지속적으로 파악할 필요가 있음.

* 2019년 WETEX는 두바이 월드트레이드센터에서 10월 21일(월)부터 23일(수)까지 개최 예정

자료원 : 유로모니터, ITC Trade Map, 두바이무역관 자체조사 및 자료종합

2019-05-21 황준혁 아랍에미리트 두바이무역관

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

13. 中 CCC 면제 자동차부품 수입 시 ‘先통관 後점검’ 실시

- 안전벨트 등 총 11개 품목 포함, 5월 16일부터 시행 -
- 통관효율 제고 위한 무역편리화 조치로 사후 관리 강화 예상 -

□ 개요

○ 중국 해관총서는 5월 16일부터 중국강제인증(CCC) 면제 자동차 부품 수입 시 ‘先통관, 後점검’을 실시한다고 발표

* 해관 2019년 87호 공고문 <关于对免于办理强制性产品认证的进口汽车零部件试点实施“先声明后验证”便利化措施的公告>

- ‘강제성 인증 면제 부품 리스트’ 중 자동차 부품 수입 시 기업이 성명문 제출하면 통관토록 조치

□ 주요 내용

○ ‘강제성 인증 면제 부품 리스트’에는 안전벨트(HS 8708.2100.00), 차량용 제동기 부품 등 총 11개 품목(HS 10단위) 포함

- 공고문에 따라 리스트 중 11개 품목을 수입하는 기업이 성명문을 제출하면 통관토록 함.

강제성 인증 면제 부품 리스트

연번	HS Code 10단위	품목
1	8708.2100.00	차량용 안전벨트
2	8708.2941.00	자동 선루프
3	8708.2942.00	수동 선루프
4	8708.2990.00	기타 자동차 부품
5	8708.3091.00	견인차, 트럭 제동기 부품
6	8708.3092.00	대형 버스 제동기 부품
7	8708.3094.00	소형 화물차 제동기 부품
8	8708.3095.00	대형 화물차 제동기 부품
9	8708.3096.00	특수차량 제동기 부품
10	8708.3099.90	기타 차량 제동기 부품
11	8708.9959.00	≥14톤 디젤유 화물차 부품

자료: 중국 해관총서

○ 2018년 중국의 '강제성 인증 면제 부품 리스트'에 해당하는 품목의 중국 수입시장 규모는 53억3652만 달러(HS 8단위 기준)

- 이중 대한민국 수입규모는 2억7600만 달러 수준

강제성 인증 면제 부품 수입동향

연번	HS 10단위	HS 8단위	품목	2018년 수입		2018 대한민국 수입		한국 중 수입시장 순위
				수입액(천불)	증가율	수입액(천불)	증가율	
1	8708210000	87082100	차량용 안전벨트	202,134	5.8	5,261	-71.8	6위
2	8708294100	87082941	자동 선루프	30,200	-26.2	719	-75.7	5위
3	8708294200	87082942	수동 선루프	294	30.3	2	-71.6	5위
4	8708299000	87082990	기타 자동차 부품	4,201,693	9.6	208,374	-34.8	4위
5	8708309100	87083091	견인차, 트럭 제동기 부품	17,576	118.1	128	79.5	10위
6	8708309200	87083092	대형 버스 제동기 부품	24,153	24.7	9	55.8	19위
7	8708309400	87083094	소형 화물차 제동기 부품	2,269	-34.8	320	-81.1	4위
8	8708309500	87083095	대형 화물차 제동기 부품	12,457	18.3	122	320.8	12위
9	8708309600	87083096	특수차량 제동기 부품	688	35.4	10	-19.5	11위
10	8708309990	87083099	기타 차량 제동기 부품	838,514	14.9	60,983	-14.0	3위
11	8708995900	87089959	≥14톤 디젤유 화물차 부품	6,538	-25.0	113	-63.0	13위
합계(천 불)				5,336,516		276,041		

주: 중국 무역통계는 HS Code 8단위까지 조회 가능

자료: GTA

□ 先통관 後심사 개요

○ '선통관, 후심사'는 기존 통관 전 시행되던 수입신고 서류 검사가 물품 통관 완료 후로 변경됐음을 의미

○ 2014년까지 일반 무역화물의 경우 지역 해관에 수입신고를 하면 품목 분류와 원산지 심사 시행

- 화물검사를 통해 화물과 서류 일치 여부 확인, 관세와 수입증치세 등 세금 징수 후 통관 완료됨.

- 서류심사 과정에서 과세가격, 품목 분류 등 검토에 따라 화물통관 지연 빈발

- 또한 현장에서의 진행과 운영이 상이해 기업들이 지역별로 각기 다른 인허가 서류 준비 등 추가비용 부담 발생

○ 2014년부터 중국 통관일체화 개혁 시행, 일부 품목에 대해 '선통관, 후심사' 조치

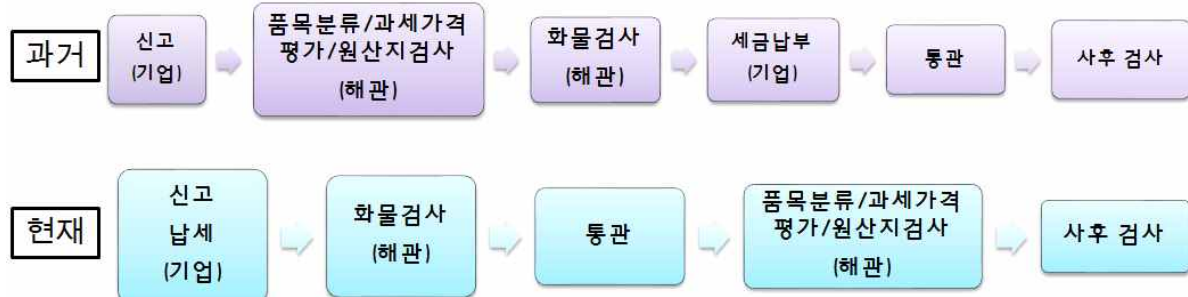
- 2014년 7월, 중국 해관총서는 개방형 경제체제 요구에 적응하기 위해 전국 세관 통관일체화 개혁 단행

- 이에 따라 기업은 임의로 통관 혹은 신고 항구를 선택할 수 있으며 통관 업무 신고 가능

- 기업의 자진수입신고를 통해 세금 부과, 세금고지서 발부, 세금 납부 후 간소화된 화물검사만 거치면 통관 완료

- 그 이후에 품목 분류와 원산지 심사 등 서류심사가 진행되고 그 결과에 따라 후속 검사나 조사가 진행됨

선통관, 후심사 시행 전후 통관절차 비교



자료: KOTRA 베이징 무역관

□ 전망 및 시사점

- 11개 CCC 면제 자동차 부품을 수입하는 기업의 입장에서 ‘선통관, 후심사’는 통관시간 단축 및 비용 절감 등 긍정적 효과가 예상
 - 일반화물 통관은 해관 서류 확인과 화물점검으로 3~5일(근무일 기준)이 소요됐으나 ‘선통관, 후심사’ 시행 후 1~2일이면 통관 완료
 - 현지 통관대리업체 관계자는 일부 지역의 해관에서는 기업 성명문에 따라 당일 통관도 가능하다고 답변함 (KOTRA 베이징 무역관 인터뷰 결과)
 - 표준화된 시스템을 통해 통관이 이뤄져 해관 관계자 재량권 개입 여지가 대폭 줄어들면서 절차의 투명성 제고
- 통관절차가 기업의 자진신고 및 자진납세로 변경되면서 사후관리가 엄격해지는 추세이기 때문에 우리 기업들의 철저한 사전준비가 더욱 중요해짐.
 - 규정대로 이행하지 않았거나 사후 검사에서 문제가 발견될 경우 행정처분을 받거나 기업 신용등급이 하락될 수 있음.
 - 기업 신용등급 하락 시 그 이후 수입과정에서 검사를 확대, 수출입서류 심사, 화물점검 등이 집중적 심사대상으로 될 수 있음.

자료: 중국 해관총서 등 KOTRA 베이징 무역관 종합

첨부파일: 강제성 인증 면제 수입 자동차 부품 신청 가이드라인

[참고] 강제성 인증(CCC)

강제성 국가표준과 강제성 인증 그리고 CCC 인증마크

- 국가표준은 표준과 인증을 법적으로 의무화한 강제성 국가표준과 자율적으로 선택 가능한 추천성 국가표준으로 구분
 - 강제성 국가표준 표시법: GB(Guojia Biaozhun)품목번호-제정연도로 구성

예: 국가표준 → GB 20074 - 2017
(오토바이)품목번호 제정년도

- 국민건강, 생명/재산 안전에 관련된 제품은 강제성 표준이 있는데, 이러한 제품들은 반드시 강제성 표준에 부합해야 하며 강제성 인증(CCC)을 거쳐야 함.

CCC 대상품목(20개 유형)

1. 전선케이블	2. 전기부품	3. 저전압제품	4. 소출력 전동기
5. 전동공구	6. 전기용접기	7. 가전기기	8. AV기기
9. IT 기기	10. 조명기기	11. 자동차 부품	12. 타이어
13. 안전유리	14. 농기구 기기	15. 전자단말기	16. 소방설비
17. 안전방범제품	18. 무선 LAN 제품	19. 인테리어 제품	20. 아동용품

○ 강제성 인증에서 합격 판정을 받은 제품은 'CCC' 마크를 반드시 부착해야 함.



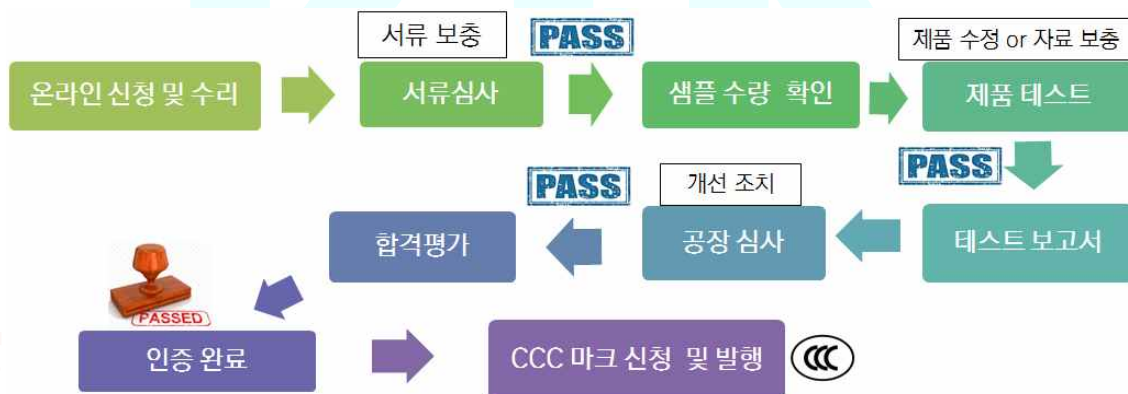
○ CCC(China Compulsory Certification)는 2002년 도입된 이래 수입품과 중국에서 제조된 상품에도 적용하는 강제성 인증제도임.

- 완성차와 내장트림부품, 연료탱크, 시트, 브레이크호스 등 자동차 부품과 타이어는 CCC 대상품목
- CCC 대상 품목은 반드시 해당 국가표준에 따라 인증절차를 거쳐 CCC 마크를 부착해야만 수입, 유통, 판매가 가능함.

○ 제품의 종합 성능 평가 및 제조국에서 수행되는 철저한 공장 심사를 포함해 총 5단계의 절차 필요

- 1) CCC 신청: 필요한 모든 서류 준비 및 중국 관련 부처에 인허가 신청서 제출
- 2) 신청서 승인: 신청 문서 접수 후 신청자는 제품 시험 요구사항과 함께 특정 제품에 대한 CCC 공장 코드를 받게 됨.
- 3) 제품 시험: GB(Chinese Guobiao) 표준에 따라 각각의 인증에 대한 개별 제품 시험이 반드시 수행되어야 하며 모든 제품 시험은 반드시 중국 내의 공인 실험기관에서 진행되어야 함.
- 4) 공장 심사: CCC 요구사항에 따라 제조 설비가 품질 관리를 충족하고 있음을 보장하기 위해 공장 심사가 수행되며 중국 정부로부터 심사원이 파견됨.
- 5) CCC 마크 인쇄 권한 부여: 승인이 완료되면 CCC 마크가 부여됨. 인증받은 제품을 중국에 수출하기 위해서는 반드시 CCC 마크를 부착해야 함.

CCC 마크 신청절차



자료: KOTRA 베이징 무역관

2019-05-23 김성애 중국 베이징무역관

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

14. 중국 마스크 시장동향

- 대기 오염 악화, 국민 건강 의식 수준 향상 등으로 마스크 시장 지속 확대 -
- 용도·연령별 제품 세분화 경향, 맞춤형 제품 개발로 대응해야 -

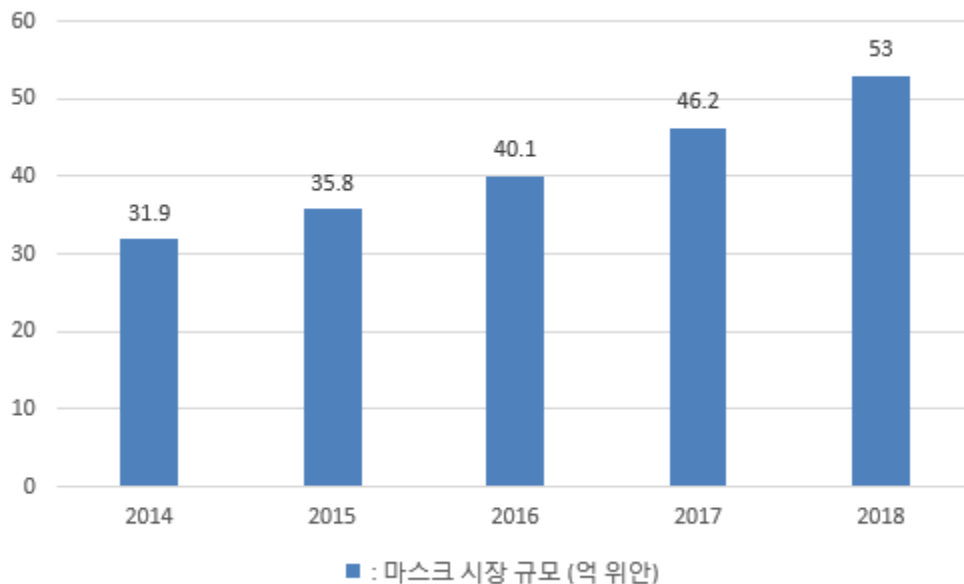
□ 상품명 및 HS코드

- 상품명: 마스크 (HS Code 6307.90 : 기타 방직용 섬유제품)

□ 시장규모 및 동향

- 2018년, 마스크 산업 시장규모 53억 위안 돌파
 - 중국 마스크 산업 시장규모는 2014년부터 꾸준한 성장을 기록하고 있으며, 2018년 시장규모는 53억 위안으로 2017년 46억 2000만 위안 대비 14.7% 성장함
 - 중국산업정보망(中国产业信息网)에 따르면, 2017년 중국 내 마스크 (공업용, 의료용, 민간용 마스크) 소비량은 약 35억 개로 집계되었으며, 국민소득 증가, 건강의식 수준 제고 등으로 관련 제품 수요가 꾸준히 증가할 것으로 전망함

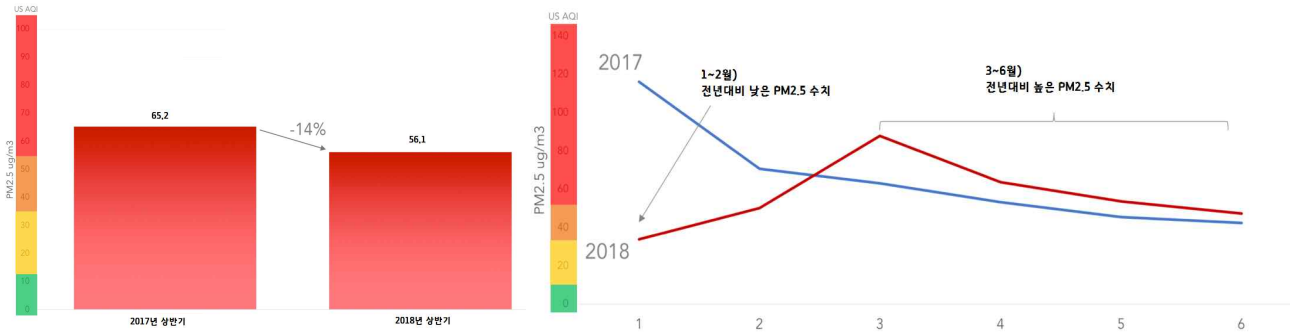
중국 마스크 산업 시장 규모
(단위: 억 위안)



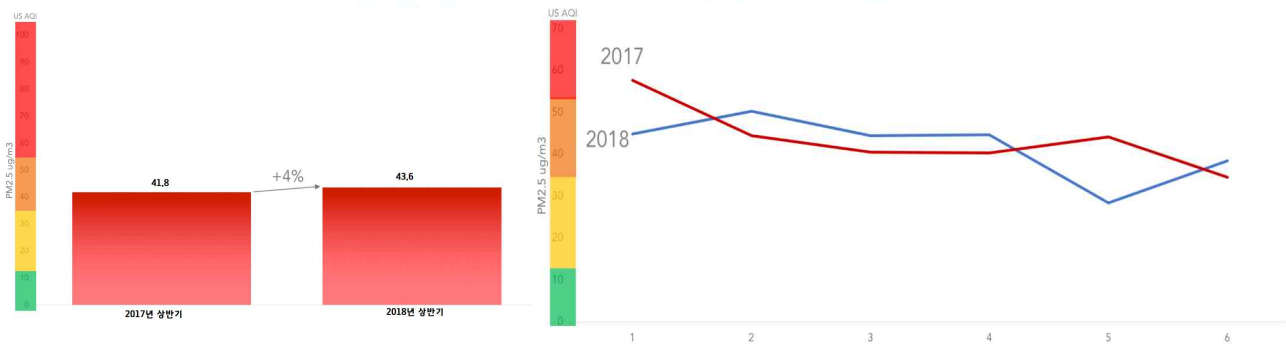
자료: 썬엔컨설팅그룹(智研咨询)

- 중국 대기 오염정도 여전히 심각
 - 2018년 중국 정부는 국무원이 발표한 ‘푸른 하늘 수호 3개년 행동계획(打赢蓝天保卫战三年行动计划)’을 통해 오는 2020년까지 전반적인 환경개선을 위해 관련 정책 수립 및 산업 지원에 주력하겠다고 공식 발표
 - 2019년 1월 중국 생태환경부는 2018년 중국 전체적으로 공기의 질이 전반적으로 개선되어 PM2.5와 PM10 농도가 각각 $39\mu\text{g}/\text{m}^3$ (전년대비 9.3%↓), $71\mu\text{g}/\text{m}^3$ (전년대비 5.3%↓)를 기록했다고 발표
 - 하지만 공기 측정 전문기관 Smart Air에 따르면, 2018년 상반기 베이징 PM2.5수치는 $56.1\mu\text{g}/\text{m}^3$ 로 2017년 상반기 $65.2\mu\text{g}/\text{m}^3$ 대비 14% 하락한 것이 맞지만, 3~6월은 2017년 대비 오히려 더 높은 미세먼지 수치를 기록했다고 분석

베이징 PM2.5 수치 비교 (2017 vs 2018)



상하이 PM2.5 수치 비교 (2017 vs 2018)



자료: Smart Air

○ 마스크 현지 생산량 증가 추세, 품질에 대해서는 여전히 의문

- 현지 건강관련 산업 분석가는 “2013년 이전 중국 내 마스크 생산 기업은 약 500개가 있었으나 대기 질 악화, 국민 의료 인식 수준 향상 등의 이유로 마스크 수요가 급증하면서, 2017년 기준 약 1000 여개의 기업이 각종 의료기기 및 마스크 생산을 하고 있는 것으로 분석된다.”고 언급함

- 2016년 장수성 품질관리국은 중국 내 마스크 제품 품질 모니터링을 실시함. 총 160건의 샘플 품질검사 결과, 마스크 제품 99건(61.9%)이 합격 기준에 미달했다고 발표함. 불합격 제품 가격대 분석 결과, 10위안 미만 제품이 88건으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 10~30위안 제품이 11건으로 뒤를 이었으며, 30위안 이상 제품은 모두 합격기준을 통과함

○ 마스크 착용 비중 증가 추세

- 중국 국민 건강 의식 수준이 향상되면서 점차 많은 대중들이 대기오염 심각성과 마스크 착용 필요성을 인지하고, 당일 공기 상태에 따라 마스크를 착용하는 비중이 증가

- 일기예보 앱이 나오고, 중국 대기오염경보 제도가 도입됨에 따라 일반 대중의 대기 질 관련 정보 접근성이 강화됨

- 실제로, QQ빅데이터연구소에서 실시한 2016년 11월 17일~12월 23일 베이징 충원문(崇文门), 난리쓰루(南礼士路) 지역 마스크 착용자 수 조사에서는 과거 마스크 착용에 대해 무관심했던 중국 국민들이 AQI 지수, 대기오염경보 등에 따라 점차 마스크를 착용하는 비중이 증가했다고 분석 결과를 발표함

- 한편, 현지 건강관련 산업 분석가는 “일반 대중의 마스크 착용 비중은 늘었지만, 미세먼지, 초미세먼지를 걸러주는 방진용 마스크와 일반 마스크에 대한 구분 인식은 다소 낮다. 하지만 일반 마스크와 방진용 마스크의 기능 차이에 대한 인식이 점차 보편화됨에 따라 마스크 수요가 방진용 마스크로 큰 폭으로 옮겨갈 것으로 예상한다.”고 언급함

베이징 충원문(崇文门), 난리스루(南礼士路) 마스크 착용자 수



자료: QQ빅데이터

□ 수입 동향 (HS Code 6307.90 기준)

○ 수입 시장 규모 지속 확대

- 2018년 중국 마스크 수입 시장 규모는 1억 9325만 달러로 2017년 1억 6130만 달러 대비 19.8% 확대
- 2018년 기준 중국 마스크 품목 주요 수입 상위 5개국은 대만(10.25%), 일본(10.05%), 베트남(10.05%), 한국(6.55%), 미국(5.58%)임

중국 마스크 (HS Code: 6307.90 기준) 수입 현황
(단위: 천 달러)

구분	2016	2017	2018
수입액	128,573	161,309	193,259

자료: KITA (2019.5.16)

최근 3년간 중국 마스크 (HS Code: 6307.90 기준) 상위 10개국 수입 동향
(단위: 천 달러, %)

순위	국가	연도별 수입액			증감률(%) (18/17)
		2016	2017	2018	
1	대만	18,520	17,827	19,818	11.2
2	일본	17,442	20,465	19,428	-5.1
3	베트남	10,305	15,133	19,424	28.4
4	한국	10,451	15,129	12,666	-16.3
5	미국	12,080	11,264	10,798	-4.1
6	멕시코	4,057	4,180	8,205	96.3
7	도미니카 공화국	4,231	5,364	7,325	36.5
8	싱가포르	6,504	10,699	5,860	-45.2
9	독일	4,102	5,149	5,746	11.6
10	프랑스	2,062	3,173	4,327	36.4
총액		128,573	161,309	193,259	19.8

자료: KITA (2019.5.17)

□ 대한 수입규모 및 동향 (HS Code 6307.90 기준)

- 2018년 대한 수입 규모는 전년 대비 16.3% 하락
 - 2018년 기준, 한국으로부터의 마스크 수입 규모는 전년 대비 16.3% 하락하여, 3위 베트남과의 수입 규모 격차가 2017년 4000달러에서 2018년 675만 8000달러로 크게 벌어짐

마스크 (HS Code: 6307.90 기준) 대한 수입 동향
(단위: 천 달러)

구분	2016	2017	2018
수입액	10,451	15,129	12,666

자료: KITA (2019.5.17)

□ 경쟁 동향 및 주요 경쟁 기업

- 외국 브랜드, 현지 생산을 통한 시장 점유율 확보
 - 중국 브랜드 조사 기관 MAIGOO에서 2만 5317명의 마스크 소비자를 대상으로 마스크 브랜드 평가를 실시하여 2018년 마스크 우수 브랜드를 발표함. 그 결과 미국 브랜드 3M이 총 5082표(전체 20%)로 종합 평가 1위를 차지함
 - 미국, 대만, 일본 등 해외 브랜드가 소비자들의 높은 신뢰도를 바탕으로 종합 평가에서 상위권에 위치함. 또한, 해당 브랜드들은 대부분 중국 현지 법인과 공장을 보유한 것으로 분석됨

중국 내 대표 마스크 브랜드

국가	브랜드	대표 제품 및 특징
미국	3M	 모델명: 9501V+ 가격: 79위안 / 15매 - KN95 (PM2.5 여과효율 $\geq 95\%$) - 3M 쿨플로우 배기밸브로 습기와 열을 신속하게 배출 - 3M 고성능 정전기 여과면 - 3D 입체 디자인으로 편안한 착용감 - 조절 가능한 노우즈 클립
대만	宝工	 모델명: MS-701 가격: 6위안 / 1매 - KN95 (PM2.5 여과효율 $\geq 95\%$) - 외피, 2중 필터, 내피로 구성된 4층 면 구조 - 안면부 밀착형 디자인 - 유해성 테스트를 통과한 부드러운 부직포 내피 - 스펀지형 노우즈 클립 - 헤드형 클립으로 마스크 착용시 귀 통증 완화

일본	白元	 모델명: 白元口罩 가격: 표준형(大) 19.9위안, 소형(컬러) 29위안 / 7매 - 고밀도 여과필터로 PM2.5 99% 차단 - 호흡 저항 최소화 설계 - 소프트 노우즈 클립으로 마스크 자국이 안생김 - 스펀지형 귀고리 - 통기성 우수
중국	绿盾	 모델명: 绿盾口罩 가격: XS-S 26위안, M-L 29.9위안 / 외피1매, 내피 3매 - GB/T 32610-2016 A등급 - 외피, 2중 필터, 내피로 구성된 4층 면 구조 - 아시아인의 얼굴형을 고려한 3D 입체 디자인 - 안경 김서림 방지 - 호흡 저항 최소화 설계 - 귀고리 길이 및 사이즈 조절 가능
중국	稳健	 모델명: 604-005060 가격: 39위안 / 50매 - 1회용 의료 마스크 - 향균 필터 포함 3층 면 구조 - 안면부 밀착 디자인 - 독립 포장  모델명: 604-006161 가격: 19.5 위안 / 5매 - 외피, 2중필터, 내피로 구성된 4층 면 구조 - 독립 포장 - 면 재질 귀고리 - 마스크 사이즈 조절 가능

자료: MAIGOO, 징둥(京东)

□ 유통구조

○ 마스크 용도에 따른 유통방식 차이

- 마스크는 크게 공업용, 의료용, 민간용으로 나뉨. 공업용과 의료용의 경우, 전문 대리상 혹은 현지 기업·기관과의 직접 계약을 통해 납품하는 경우가 대부분이며, 민간용은 대리상을 통해 오프라인 상점과 온라인 플랫폼을 활용하는 경우가 대부분임

○ 외국 브랜드, 현지 법인과 공장을 통한 유통단계 최소화

- 외국 마스크 브랜드의 경우, 현지 법인과 공장을 설립하여 유통단계를 최소화하고 현지 기업들에게 제품을 직접 납품하거나 온, 오프라인을 통해 판매하는 경우가 다수

□ 관세율 및 인증제도

○ 2019년 MFN세율 6%, 한·중 FTA 협정세율 9.3%로 MFN세율 활용이 유리

- 2019년 마스크 (HS Code: 6307.90 기준) 한·중 FTA 협정세율은 9.3%로 향후 세율이 점차 내려갈 예정이나, 2022년(한·중 FTA 협정세율 6.5%)까지는 MFN세율(6%)을 활용하는 것이 유리

- 중·아세안 FTA(중국-라오스, 말레이시아, 베트남, 싱가포르, 태국 등) 협정관세율은 0%로 한·중 FTA 보다 유리한 조건임

마스크 (HS Code: 6307.90 기준) 관세율 비교 (2019년 기준)

HS Code	MFN	APTA	한·중 FTA
6307.90	6%	미 양허품	9.3%

자료: Trade NAVI

한·중 FTA 마스크 (HS Code: 6307.90 기준) 연도별 관세율

2019.01.01~2019.12.31	9.3%
2020.01.01~2020.12.31	8.4%
2021.01.01~2021.12.31	7.4%
2022.01.01~2022.12.31	6.5%
2023.01.01~2023.12.31	5.6%
2024.01.01~2024.12.31	4.6%

자료: Trade NAVI

○ 방진용 마스크 중국 수출 필수 관문, GB/T

- 방진용 마스크 (HS Code: 6307.90 기준)의 중국 시장 진출을 위해서는 중화인민공화국국가규범《日常防护型口罩技术规范》에 따라 GB 2626-2006 및 GB/T 32610-2016 인증 취득 필수
- 방진용이 아닌 일반 부직포 재질 마스크는 별도의 검역 절차가 필요하지 않음
- 해당 테스트의 평가항목은 크게 외관디자인 적합성, 호흡편의성(들·날숨 2가지 항목), 마스크 구조 내구성, 필터 효율성(여과율, 방호율), pH지수, 포름알데히드 함량, 미생물함량지수 9가지 항목으로 구성되어 있음
- 마스크 필터 방호율을 기준으로 A등급($\geq 90\%$), B등급($\geq 85\%$), C등급($\geq 75\%$), D등급($\geq 65\%$)으로 구분됨
- 현지 진출한 마스크 업체에 따르면 GB/T 인증 취득은 빠르면 1~2개월, 평균 3~6개월 정도 걸린다고 함

방진마스크 기술 규범 《日常防护型口罩技术规范》

ICS 93.080.30
W 55



中华人民共和国国家标准

GB/T 32610—2016

日常防护型口罩技术规范

Technical specification of daily protective mask

2016-04-25 发布

2016-11-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

자료: 바이두 바이커(百度百科)

□ 시사점

○ 중국 마스크 시장 규모의 확대 가능성 다대

- 국민 소득 수준 향상, 의료 및 건강의식 수준 제고, 대기 오염 악화 등 향후 소비자들의 마스크 착용 필요성에 대한 인식이 강화되어 마스크 수요 및 소비량은 지속 확대될 전망

○ 기능 우위를 통한 시장 점유율 확대

- 필터링 효율성, 착용감, 내구성 등 기능 부분에 있어 중국 로컬기업 제품 대비 외국 브랜드 제품이 경쟁 우위가 존재함. GB/T 등급제도 및 관련 인증 제도를 활용한 제품의 기능적 우위를 내세운 마케팅 필요

- 민간용 마스크 외 공업용, 의료용 마스크의 경우, 제품의 기능적인 요소가 보다 중요한 점을 감안하여 건설업, 제조업 등 마스크 필요성이 높은 기업이나 의료 기관과의 지속적인 접촉을 통해 유통 채널 개척 필요

○ 사용자 특성을 고려한 맞춤형 상품 개발 전략 필요

- 일반 성인과 구분되는 노인, 아동 및 청소년의 호흡능력, 얼굴형, 피부 민감도 등 신체적 특성을 감안한 사용자 맞춤형 상품 개발 필요

- 실제로 다수의 마스크 브랜드가 성인용/청소년용/아동용을 구분하여 판매하는 경우가 대부분이었으며, 아동용 제품의 경우 캐릭터 디자인, 우수한 재질의 내피, 귀고리, 노우즈 클립 등을 사용하여 성인용 제품 대비 다소 비싼 경향을 보임

자료원: 중국산업정보망(中国产业信息), 썬엔컨설팅그룹(智研咨询), Smart Air, QQ빅데이터, KITA, MAIGOO, 징둥(京东), 통합무역서비스 Trade NAVI, 바이두 바이커(百度百科), KOTRA 텐진무역관 자료 종합

2019-05-24 이유열 중국 텐진무역관

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))



한국화학융합시험연구원