

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2016년 3월 넷째주
주 소 서울특별시 영등포구 국회대로
750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
문 의 Tel : 02-785-7985
Fax : 02-782-6659
E-mail : jacklbs@kcia.or.kr



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association

CONTENTS

화장품 정보 03

中, 해외 직구에 '세금 장막' 친다
역직구 확대지원으로 화장품 등 수출활로 뚫는다
웨어러블, 뷰티시장의 새로운 시대 연다

법령 정보 18

협회 업무추진현황 21

회원사 뉴스 26

화장품 정보

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n



국내 화장품 산업계 동향

中, 해외 직구에 '세금 장막' 친다('16.3.26)

- 중국 재정부 "개인 물품으로 분류했던 해외 직구를 오는 4월 8일부터 수입 화물에 준해 정식 과세하겠다"고 24일 발표했음
- 기업형 해외 직구에 대해 행우세를 폐지하고, 품목마다 증치세(우리의 부가가치세)와 소비세, 관세(2000위안·36만원을 초과한 경우)를 매기며, 개인의 해외 직구는 계속 행우세만 적용하되 대신 세율을 크게 높였음

-관련링크:

<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&oid=023&aid=0003158015&sid1=001&lfrom=kakao>

‘유럽 소비자 “한국 화장품-식료품, 선진국 수준”('16.3.22)

- 유럽 소비자들 사이에서 한국 화장품과 식료품은 평가가 좋은 반면 자동차나 가전제품은 상대적으로 낮은 평가를 받고 있는 것으로 나타났다
- KOTRA가 21일 발간한 ‘유럽연합(EU) 시장 특성에 따른 우리 기업 진출 전략’ 보고서에 따르면 유럽 소비자들은 미국, 일본, 독일 제품과 비슷한 가격에 한국 화장품과 식료품을 구매할 용의가 있다고 답했음

- 관련링크:

<http://news.donga.com/3/all/20160321/77128331/1>

중국 다자녀 정책, 임신부 스킨케어 시장을 노려라('16.3.16)

- 2016년 1월 1일부터 전면적인 두 자녀 정책 시행으로 향후 4년 안에 2,500~5,212만명의 신생아가 태어나고 매년 1,600억 위안의 임신부 관련 소비시장이 열릴 전망이다
- 최근 중국 스킨케어 시장은 빠르게 팽창하고 있으며, 유로모니터의 최근 조사 결과에 따르면 중국 스킨케어 시장 총 교역액은 이미 2,000억 위안을 돌파했는데, 이 중 임신부 관련 시장이 두드러지게 성장하고 있는 추세임

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/71283/cat/10>

역직구 발목잡는 '중국 짝퉁 화장품'...국내 업계 타격('16.3.23)

- 설화수를 설안수로, 아모레 퍼시픽을 아모레 퍼시픽으로. 중국에서 우리나라 인기 화장품 브랜드를 이렇게 한글자만 고친 가짜, 이른바 짝퉁으로 만들어 팔고 있으며, 이에 정부가 대책 마련에 나섰다
- 정부는 역직구로 수출되는 제품에 제조사와 상표 이름 등이 담긴 위조 방지 코드를, 오는 6월부터 부착할 계획임

-관련링크:

<http://news.jtbc.joins.com/html/417/NB11198417.html>

역직구 확대지원으로 화장품 등 수출활로 뚫는다('16.3.23)

- 2015년 역직구 시장이 전년 대비 600%에 가까운 폭발적인 성장률(건수)을 기록한 가운데 관세청이 포괄적인 역직구 확대 지원 대책을 발표했음
- △역직구(전자상거래 수출) 수출통관 인증제 도입 △역직구 물품 반품 지원을 위한 전자상거래 수출신고 플랫폼 확대 △창업 희망기업 육성을 위한 유망산업 맞춤형 무역통계 제공 등 역직구 활성화를 중심으로 한 수출지원 종합대책이 공개됐음

-관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/71378/cat/10/page/1>

KOTRA, 中企 화장품으로 美·中 시장 동시 공략('16.3.23)

- 코트라(KOTRA)는 23일 미국의 아마존과 중국의 알라바바(타오바오) 등 G2 최대 전자상거래 유통망 입점을 동시에 추진하고 우리 중소 화장품 기업의 수출역량 단계별 지원 사업을 추진한다고 밝혔음
- KOTRA는 우리 화장품 기업의 미국시장 진출을 지원하기 위해 24일 국내 중소화장품 브랜드 40여개사를 초청해 아마존 본사의 화장품 직매입을 통한 글로벌셀링을 소개하는 '케이뷰티 서밋(K-Beauty Summit)' 설명회를 개최하고, 이를 시작으로 입점, 마케팅, 반품 물류까지 단계별로 지원하는 '온라인 수출 인큐베이팅 프로그램'을 추진해 우리 기업의 온라인 수출을 복합 지원할 예정임

-관련링크:

<http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=JC41&newsid=02158246612586272&DCD=A00304&OutLnkChk=Y>

화장품은 유망산업 0순위...준비없으면 백전백패('16.3.25)

- 한국예탁결제원은 2015년 12월 결산 상장법인 1,975사의 실질주주는 475만명(중복 실질주주 제외)으로 2014년 442만명 보다 33만명(7.6%) 증가했으며, 이번 주주총회에서는 신성장 동력을 찾기 위해 타 산업 분야로 진출하거나 화장품 분야에 뛰어든 기업이 눈에 띄며, 화장품기업도 타 분야로 사업영역을 확대 했음

-관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/71384/cat/10/page/1>

[글로벌 'K뷰티'] '화장품 한류' 수출 날개 달고 아시아 넘어 세계로('16.3.15)

- 'K뷰티' (beauty)가 경제 불황 속에서도 수출액 3조원을 넘어서며 수출의 핵으로 우뚝 섰으며, 전통적인 내수업종이던 화장품이 수출을 견인하는 한국 경제의 성장동력으로 자리 잡았음
- 중국을 중심으로 폭발적 성장세를 보이고 있는 한국 화장품 업계는 지난해 수출액이 역대 최고 기록을 달성했으며, 관세청에 따르면 2015년 한국의 화장품 수출액은 29억2948만달러(약 3조8405억원)로, 2014년 수출액 19억1842만달러(약 2조2001억원)보다 52.7% 성장했음

-관련링크:

http://www.womennews.co.kr/news/92065#.VvuRk_tf2Ai

웨어러블, 뷰티시장의 새로운 시대 연다 ('16.3.28)

- KOTRA가 공개한 자료에 따르면 2016년 미국 화장품시장 규모는 약 620억 달러를 기록할 전망이며, 글로벌 시장조사기업 마켓리서치는 미국은 세계에서 가장 큰 화장품시장으로 올해 약 625억 달러 규모까지 성장할 것으로 예상했음
- 시장통계 전문 글로벌기업인 스타티스타의 자료에 의하면 웨어러블의 시장 규모는 2018년까지 약 58억 달러를 기록할 것으로 예측되며, 2015년까지는 스마트워치와 건강(Fitness) 트래커와 같은 시계용 웨어러블이 매출의 약 90%를 차지했지만, 앞으로는 스마트 주얼리, 스마트 패션, 스마트 뷰티 등의 품목들도 두드러진 성장세를 나타낼 것으로 전망됨

-관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/71410/cat/10/page/1>

퍼스널케어 패키징 세계시장 2022년 372억弗('16.3.24)

- 글로벌 퍼스널케어 패키징 마켓이 오는 2022년에 이르면 총 372억5,000만 달러 규모를 형성할 수 있을 것이라는 전망이 나왔음
- 지난 2014년에 가장 큰 마켓셰어를 점유했던 패키징 유형은 가공성이 뛰어난 플렉서블(flexible) 플라스틱이었던 것으로 나타났으며, 더욱이 플렉서블 플라스틱 부문은 차후에도 시장이 괄목할 만한 오름세를 과시할 수 있을 것으로 보고서는 예상했음

-관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/71413/cat/10/page/1>

[500억弗 중남미 온라인시장 공략법-브라질] 화장품 큰손 女心잡아라('16.3.28)

- 28일 KOTRA가 펴낸 '중남미 주요국 온라인시장현황과 우리 기업 진출전략'보고서에 따르면 중남미 가운데 브라질은 온·오프라인 시장규모 및 성숙한 인프라 측면에서 매력적 시장으로 꼽힘
- 브라질은 세계 3위의 화장품 시장으로, 여성 소비자들의 외모에 대한 관심이 크며, 불황에도 불구하고 미용수요 지속 증가 전망이며 화려한 화장을 즐겨하는 특성상 색조화장품 수요가 높음

-관련링크:

<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxn=2016032807250404684>

○ 국내외 정보

2015년 화장품 수출입 현황

- 2015년 화장품 수출은 전년 대비 55.3% 증가한 2,910,136천불, 수입은 전년대비 0.8% 증가한 1,397,171천불을 기록하였다.
- 2015년 화장품 무역수지는 1,512,965천불 흑자를 기록하였다.

(단위: 천불, %)

연도	수출		수입		무역수지
	수출금액	전년대비 증감률	수입금액	전년대비 증감률	
2005년	271,897	6.0	596,900	9.9	-325,003
2006년	289,448	6.5	693,399	16.2	-403,951
2007년	313,823	8.4	762,360	9.9	-448,537
2008년	383,076	22.1	860,287	12.8	-477,211
2009년	451,152	17.8	859,175	-0.1	-408,023
2010년	791,399	75.4	1,032,429	20.2	-241,030
2011년	813,978	2.9	1,203,465	16.6	-389,487
2012년	977,866	20.1	1,239,181	3.0	-261,315
2013년	1,231,289	25.9	1,275,188	2.9	-43,899
2014년	1,873,570	52.2	1,386,355	8.7	487,215
2015년	2,910,136	55.3	1,397,171	0.8	1,512,965

* 자료: 관세청 수출입 통계

국가별 수출입 현황

- (수출) 중국, 홍콩, 미국 수출 상위 3개국이 전체 72.1%를 차지하였다.

〈상위 10대 수출 국가〉

(단위: 천불, %)

순위	2014년			2015년			
	국가명	금액	점유율	국가명	금액	점유율	전년대비 증감률
1	중국	581,708	31.0	중국	1,172,166	40.3	101.5
2	홍콩	410,752	21.9	홍콩	687,200	23.6	67.3
3	미국	154,130	8.2	미국	238,084	8.2	54.5
4	일본	144,727	7.7	대만	139,419	4.8	11.4
5	대만	125,201	6.7	일본	137,788	4.7	-4.8
6	태국	86,982	4.6	태국	93,321	3.2	7.3
7	싱가포르	47,945	2.6	싱가포르	65,737	2.3	37.1
8	말레이시아	44,941	2.4	베트남	53,656	1.8	22.2
9	베트남	43,896	2.3	말레이시아	47,989	1.6	6.8
10	러시아 연방	37,628	2.0	러시아 연방	35,591	1.2	-5.4

- (수입) 미국, 프랑스, 일본 수입 상위 3개국이 전체 67.6%를 차지하였다.

〈상위 10대 수입 국가〉

(단위: 천불, %)

순위	2014년			2015년			
	국가명	금액	점유율	국가명	금액	점유율	전년대비 증감률
1	미국	449,760	32.4	미국	434,936	31.1	-3.3
2	프랑스	348,183	25.1	프랑스	339,048	24.3	-2.6
3	일본	162,735	11.7	일본	170,680	12.2	4.9
4	이탈리아	64,926	4.7	이탈리아	62,810	4.5	-3.3
5	영국	61,587	4.4	태국	55,443	4.0	18.3
6	태국	46,849	3.4	영국	55,111	3.9	-10.5
7	독일	43,505	3.1	독일	47,803	3.4	9.9
8	캐나다	34,938	2.5	캐나다	37,266	2.7	6.7
9	중국	28,777	2.1	중국	31,599	2.3	9.8
10	스웨덴	21,793	1.6	아일랜드	26,397	1.9	50.8

* 자료: 관세청 수출입 통계

해외 화장품 시장 동향

중국 4월 8일부터 해외직구 행우세 폐지

- 행우세 및 50위안 미만 세금 면제 폐지 -
- 분유, 식품 등 소액 상품 세율 증가...화장품, 디지털상품, 의류 등은 감소 전망 -
- 해외직구 세율 우위 상실로 보세수입, 일반무역 등의 방식 세율 비교 필요 -

□ 해외직구(보세구 수입과 EMS 우편수입 포함) 행우세 폐지에 따른 영향

- 중국 재정부는 3월 24일 해외직구의 행우세를 포함한 세수정책 조정 방안(4月8日起實施跨境電子商務零售進口稅收政策并調整行郵稅政策)을 공식으로 발표함.
- 관련 정책 조정의 기본 취지는 해외직구의 발전을 규범화하고 전통무역과의 과세 방식 차이를 줄이는 한편, 적절한 수준에서 업계의 발전을 도모하는 것임.
 - 행우세를 폐지하고, 일정한 비율을 기준으로 관세, 증치세(부가가치세) 및 소비세를 부과하는 방안이 포함된 이번 조치는 지역별(도시별) 선 시행 후, 최종적으로 전국에 걸쳐 일괄 적용하려는 것임.
- ※ 행우세 : 중국 해관이 소량의 가자사용물품(여행객의 휴대물품, 증정품, 비상업 목적으로 우편을 통해 국내 반입되는 물품 등)에 징수하는 일종의 수입관세로, 간이통관세 혹은 우편세로 해석할 수 있음.

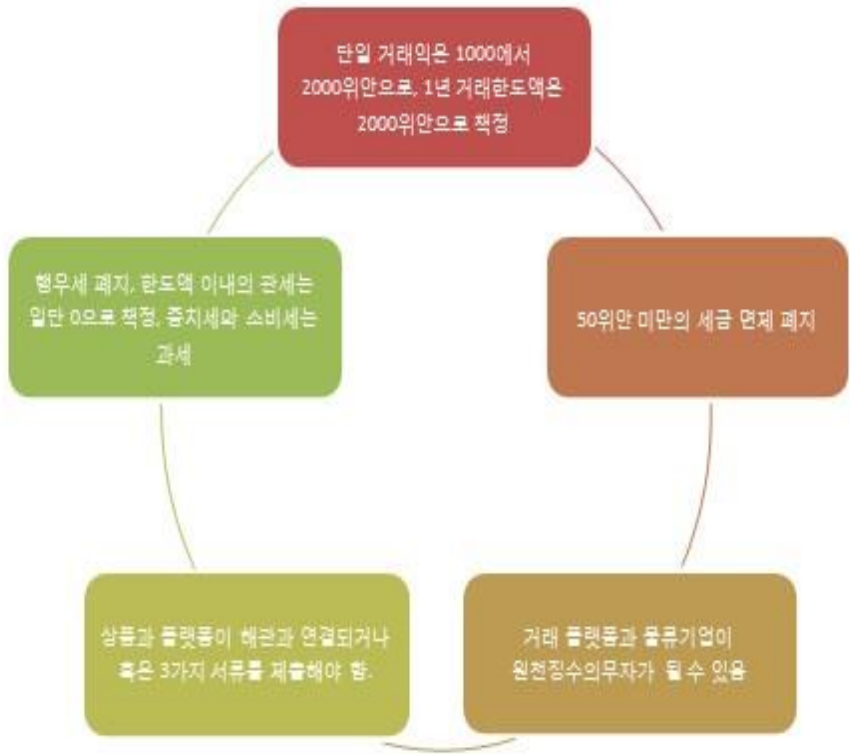


자료원: 다허왕(大河网)

□ 해외직구 세수정책 왜 바뀌었나?

- 현재 중국의 해외직구 소매품 수입(B2C)은 크게 보세구 수입과 우편 수입 방식으로 나뉨. 상하이 등 8개 시범도시에서 임시적으로 시행 중인 행우세는 증치세와 관세를 통합해 과세하는 방식임. 수입물품의 종류에 따라서 해관에서는 10%, 20%, 30%, 50%로 분류해 적용하고 있음. 1회 거래당 1000위안을 넘지 못하며, 단일불가분상품(不可分割商品)*은 단독으로 세관신고가 가능함.
 - 대다수 상품들의 행우세는 10%이며, 일반적인 무역에 비해 세금 폭이 매우 낮고 세액이 50위안 미만일 경우 세금을 면제해 줌. 따라서 그동안 단가가 높은 사치품 이외에 대부분의 중저가 물품들은 과세를 피할 수 있었음.
 - 단일불가분상품: 스마트폰, 태블릿 PC, TV 등 고가의 분리가 불가능한 1개의 단일 상품을 의미
- 이는 해외전자상거래에 통일된 과세기준이 없어 임시적으로 마련된 정책임. 해관 관계자에 따르면 이러한 정책은 과세율이 너무 낮을 뿐 아니라, 소비자의 실제 물품구매량이 면세조건을 초과하는 것을 피하기 위해 물품을 나누어 과세를 피하는 등 정책의 허점이 드러나고 있는 상황이라고 함.
 - 예를 들면 100위안의 화장품에 적용되는 소비세는 50위안(50%의 소비세율 적용)인데, 세액이 50위안보다 낮을 시 면제해주는 기존 행우세 정책으로 인해 상품 판매가를 99위안으로 낮추어 세수 면제를 받는 방식이 통용돼 옴.
 - 이 밖에도 많은 해외전자상거래 플랫폼에서도 전자상거래사업자, 특히 자영업자들이 비용을 고려해 면세가 적용되는 상품, 예를 들어 행우세율이 제일 낮은 식품, 100위안 이하의 화장품 등을 집중적으로 구매하고 있음. 이는 결국 품질이 좋지만 단가 가격이 높은 브랜드들의 접근성을 낮추는 결과를 낳고 있으며, 해외소비를 국내로 전환하려는 정부의 본래 의도와는 거리가 먼 결과임.

□ 신규 세수정책의 세부 내용은



자료원: KOTRA 상하이 무역관

- 해외직구 소매품 개인 기준 1회 거래액은 2000위안 이하, 1년 거래한도액은 20000위안으로 제한
 - 기존 행우세 정책과 비교하면 1회 거래액은 1000에서 2000위안으로 상향조정됐으며, 500~1000위안 사이의 상품들이 올해 해외수입의 주요 상품이 될 것으로 예상됨.
- 세율을 살펴보면 다음과 같음.
 - 2000위안 한도 이내의 해외전자상거래를 통한 소매수입상품은 관세율을 0%로 조정
 - 수입과정에서의 증치세, 수입세에 관해서는 면세정책을 취소하고, 법이 지정한 세율의 70%만 과세
 - 50위안 미만 면세정책을 폐지하고, 증치세 및 소비세 합 70%를 과세함.

- 예를 들어 화장품의 일반무역 소비세율은 30%이므로, 해당 물품의 해외전자상거래 소비세율 표준은 30%의 70%가 적용된 21%가 될 것임.
- 한도를 초과한 부분은 일반무역과 같은 세율을 부과함. 단일불가분상품(單口不可分割商品)이 2000위안 한도를 초과할 경우, 일반무역 수입화물과 같은 금액을 과세함.
- 다만 세부 상품별 세수 적용 기준과 세율은 실제 적용 과정에서 다소 변동이 있을 수 있음.

○ 납세자가 소비자라는 것을 명확히 하기 위해 실제거래가격(물품의 소매가격, 운송비, 보험비)을 관세지급필가격으로 책정하고, 전자상거래기업, 전자상거래플랫폼 혹은 물류기업이 원천징수의무자가 될 수 있게 조치함.

- 해외직구는 B2C 거래를 의미하나, B2B에서도 이를 이용하는 사례가 발생하면서 납세자가 개인 소비자라는 점을 분명히 할 필요가 있어 취해진 조치로 보임.

○ 신규 세수정책이 적용된 상품은 해당 플랫폼과 상품이 해관과 연결돼 아래와 같은 3가지 서류의 내용과 대조할 수 있도록 해야 함.

- 해관의 3가지 서류란 주문서, 운송장, 지출서(支出單)을 뜻함.
- 다른 방법으로는 택배 혹은 우편회사가 3가지 서류를 제공하며, 관련 법규를 준수한 상품이라는 것을 책임져야 함.
- 위의 증빙이 없을 경우 예를 들면 개인의 우편물은 행우세 폐지 대상에 속하지 않음.

□ 해외직구 상품에 적용되는 3가지 과세방식

○ 이번에 조정된 정책은 해외직구 보세구 방식에 대한 세부적인 일정과 방향성을 확정한 것임. EMS 방식은 개정을 시사하는 방향으로만 발표된 상황으로 세부 시행령이 나오기 전까지는 기존 정책을 유지할 전망이다.

- 통관 수입 상품은 세 가지 과세방식으로 나뉨: ① 개인 물품(행우세), ② 신 세제개정법(新稅改), ③ 일반무역법(관세+증치세(VAT)+소비세)

○ 새로운 정책에 따라 해외전자상거래 실제 징수액 산식은 아래와 같음.

- 징수액 = 상품 소매가격*70%*(증치세율+소비세율)
- 化妆품을 예로 들면 아래 두 가지의 경우를 들 수 있음.

① 화장품 소매가격이 100위안 미만(99위안으로 가정)인 경우

(현재) 행우세가 49.5위안으로 50위안 미만 기준에 부합, 행우세 면제. 최종 소매가 99위안

(변경) 징수액이 32.9위안으로 최종 소매가 132.9위안

* 징수액: $100 \times 70\% \times (17\% + 30\%) = 32.9$ 위안

② 화장품 소매가격이 100위안 이상(500위안으로 가정)인 경우

(현재) 화장품 해외직구 세율 50% 적용하면 최종 소매가 750위안

(변경) 징수액이 164.5위안으로 최종 소매가 664.5위안

* 징수액: $500 \times 70\% \times (17\% + 30\%) = 164.5$ 위안

품목별 행우세율 (기준)

징수분류	품목	세율
1	서적, 교육용 영화, 슬라이드 영화, 정품 비디오, 금은제품, 식품, 음료 2, 3번 징수 분류에 포함되지 않은 기타 상품	10%
2	방직품 및 방직완제품, 사진기, 자전거, 손목시계, 시계(부품, 부속품 포함), 캠코더, 촬영기기, 디지털 카메라, 기타 가전 용구	20%
3	골프공 및 공세트, 고급 손목시계	30%
4	담배, 술, 화장품	50%

자료원: KOTRA 상하이 무역관

일부 상품의 소비세율(일반무역 기준)

품목		세액
화장품		30%
귀금속 및 보석류	1. 금·은·백금과 다이아, 다이아급의 액세서리	5%
	2. 기타 귀금속 및 보석류	10%
오일류	윤회유	1.52위안/ℓ
	연료용기름	1.2위안/ℓ
골프공 및 골프장비		10%
고급 손목시계		20%
식품류		10~20%

자료원: 다허왕(大河网)

새로운 세수정책 전후의 해외직구 상품 세율 비교(행우세 면세 범위 안 구매금액 기준)

상품(구매금액)	세수정책 변경 전	세수정책 변경 후	비교
분류(<=500위안)	행우세 면세	11.9% 증치세	상향
식품(<=500위안)	행우세 면세	11.9% 증치세	상향
화장품(<=100위안)	행우세 면세	11.9% 증치세+21% 소비세	상향
디지털제품(<=250위안)	행우세 면세	11.9% 증치세	상향
의류(<=250위안)	행우세 면세	11.9% 증치세	상향

주1: 11.9% = 증치세 17%*70%

주2: 화장품 21% 소비세는 색조류에만 해당

자료원: 다허왕(大河网)

새로운 세수정책 전후의 해외직구 상품 세율 비교(행우세 면세 범위 밖 구매금액 기준)

상품(구매금액)	세수정책 변경 전	세수정책 변경 후	비교
분유(>=500위안)	10% 행우세	11.9% 증치세	상향
식품(>=500위안)	10% 행우세	11.9% 증치세	상향
화장품(>=100위안)	50% 행우세	11.9% 증치세+21% 소비세	하향
명품가방(>=500위안)	10% 행우세	11.9% 증치세	상향
디지털제품(250위안 이상 2000위안 이하)	20% 행우세	11.9% 증치세	하향
의류(250위안 이상 2000위안 이하)	20% 행우세	11.9% 증치세	하향

자료원: 다허왕(大河网)

□ 영향 및 전망

○ 기존 행우세 면제 품목 중 소비세 미부과 품목은 보세수입 방식이 더 유리할 전망

- 기존에는 높은 행우세율이 적용된 일부 상품이 EMS와 같은 고속우편(express) 방식을 이용했으나, 새로운 정책 하에서는 우편방식이 별다른 세금 감면 혜택을 보지 못하게 됨. 화장품이나 디지털 상품 등 높은 행우세율의 적용을 받는 일상용품에 대해서는 보세구 수입방식을 택하는 것이 가격 면에서 나은 결과를 가져옴.
- 10%의 낮은 행우세의 적용을 받았거나 단가가 낮은 유제품이나 식품의 경우, 새로운 정책이 쇼핑 비용(소비자가)을 증가시키는 결과를 가져옴.

○ 상품가격이 2000위안 이하일 경우 해외직구와 일반무역 세율 비교 필요

- 일반무역은 CIF 가격을 기준으로 증치세, 소비세, 관세를 모두 과세하는 반면, 해외직구는 판매가격을 기준으로 과세를 한다는 차이점이 있음. 특히 이번 해외직구 세수정책의 개편으로 해외직구 소매품의 관세는 모두 0%로 조정함.
- 따라서, 2000위안 하에서의 해외직구 수입세 과세액은 일반무역에 비해 낮으며 납부 세액도 적음.

- 상품의 CIF 가격이 소매가보다 큰 폭으로 낮지 않은 이상, 일반무역과 해외직구 방식 중 어느 것이 더 가격 경쟁력이 있을지 구체적으로 비교할 필요가 있음.
- 예를 들어 관세 5%, 증치세 17% 과세(소비세 없음)가 적용되는 분유의 경우, CIF가격을 100위안, 소매가를 200위안으로 가정했을 때 아래와 같은 차이가 발생
 - ① 일반무역 종합세액: 관세율+증치세율+(관세율*증치세율)
 - $0.05+0.17*(0.05*0.07) = 22.85$ 위안, 소매가 122.95위안
 - ② 해외직구 종합세액: 증치세율*70%
 - $0.17*0.7 = 11.9$ 위안, 최종 소비자가 111.9위안

○ 상품의 가격대별로 하락 효과 차이 발생

- 가격상품 세분화를 했을 때, 본래 세액이 50위안 미만인 상품, 건강식품, 분유 및 기저귀 및 100위안 이하의 상품에 대해서는 수입 세율 조정으로 최종 상품가격이 상승하는 결과를 가져오게 됨. 그러나 중형 가전제품, 250위안 이상의 의류, 고급 화장품과 같은 2000위안 이하면서 기존 세액이 50위안을 초과하는 상품은 가격 하락의 효과가 있을 것으로 예상함.
- ※ 앞의 ‘해외직구상품에 적용되는 세 가지 과세방식 및 표’ 내용 참조
- 특히 화장품의 경우, 증치세 17% 외에도 소비세 21%도 과세로 바뀌면서 저가 메이크업 상품의 해외직구 수요에 영향을 줄 것으로 보임. 반대로 행우세 50위안 미만 면제 조건과 관계 없었던 중고가(150~300위안 대) 기초 제품의 수요는 확대될 전망
- 배송비를 고객이 부담해야 할 경우, 50위안 이하 메이크업 상품들의 경쟁력은 크게 감소될 것임.

○ 기존의 해외 직구가 갖고 있던 낮은 문턱 어려움

- 그러나 해외 직구산업의 총체적 발전 측면에서 보면, 이번 세수정책은 상품 플랫폼, 가격대의 다양화, 산업의 장기적인 양성 발전에 도움이 될 것임.
- 업계 전문가들은 장기적으로 중국 정부가 해외직구 판매량 1, 2위 상품군인 화장품과 식품 판매조건에 일반무역과 같은 위생허가증 취득 여부를 부여할 가능성도 있다고 보고 있음.

- 새로운 세수정책이 확정되면서 중국 정부는 전자상거래종합시험구 발전에 주력할 것임.
 - 항저우의 성공 사례를 선례로, 2016년 1월 12곳의 국경간 전자상거래(Cross Boder) 종합시험구*가 국무원 비준을 받고 정식으로 운영에 들어감.
 - * 닝보, 선전, 텐진, 상하이, 충칭, 항저우, 광저우, 허페이, 청두, 다롄, 칭다오, 쑤저우(자료원: ‘중국 국경 간전자상거래 산업 발전 전망’ (KOTRA 상하이 무역관, 2016년 1월 21일 보고서))
- 향후에도 국경 간 전자상거래 정책의 변동 가능성은 계속 남아있으며, 재정부(財政部)에서 발표하는 ‘국경 간 전자상거래 소매 수입상품 명단(跨境電子商務零售進口商品清單)’에 지속적인 관심을 기울여야 함.
- 해외직구 세금 혜택이 감소하면서 그간 해외직구에 몰렸던 수요의 급성장세는 다소 진정될 것으로 보임. 그러나 중국 정부가 해외직구 세수 확보를 위한 정상채널을 구축하면서 해외직구의 안정성은 강화될 것임. 더불어 해외직구와의 격차가 줄어들면서 정상수입도 증가할 전망이다.

자료원: 중국왕상(中國網商), 경제참고보(經濟參考報), 전자상거래온라인(電子商務在線), 다허왕(大網網) 및 KOTRA 상하이 무역관 자료 종합

〈저작권자 © KOTRA & globalwindow.org 상하이무역관 2016. 3. 25〉

법령정보

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

○ 국내 법령 정보

「식품의약품안전처 과징금 부과처분 기준 등에 관한 규정」 일부개정훈령 안내(식품의약품 안전처 훈령 제86호, 2016.03.16.)

- 식품의약품안전처에서는 「화장품법」 위반자 중 과징금 부과대상을 추가하고, “전 업무정지처분” 대상 중 품목별 위반행위에 따라 일부 과징금 처분을 할 수 있는 대상에 “전 판매업무정지”와 “전 수리업무정지”를 추가하는 등 현행제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하고자 「식품의약품안전처 과징금 부과처분 기준 등에 관한 규정」을 다음과 같이 일부개정 함
- 제조판매업자가 소재지 변경등록을 해태한 경우 과징금 부과가 가능하도록 함(안 별표 2항 개별기준 중 화장품 라목)
- 유통화장품 안전관리 기준에서 정한 사항 중 내용량 등 부적합 정도가 경미한 경우에는 과징금 부과가 가능하도록 규정함(안 별표 2항 개별기준 중 화장품 마목)
- 제조판매업자가 안전성 및 유효성에 관한 심사를 받지 않거나 그에 관한 보고서를 식약처 장에게 제출하지 않고 기능성화장품을 제조 또는 수입하였으나 유통이나 판매에 이르지 못한 경우 영업정지에 갈음하여 과징금 처분이 가능하도록 함(안 별표 2항 개별기준 중 화장품 바목)
- 「화장품법」 제10조 내지 제12조에 따른 기재·표시를 위반한 경우 과징금 부과가 가능하도록 함(안 별표 2항 개별기준 중 화장품 사목 신설)
- 「화장품법」 제15조제4호를 위반하여 이물질이 혼입 또는 부착된 화장품을 판매한 경우 인체유해성이 인정되지 않은 경우 과징금 부과가 가능하도록 함(안 별표 2항 개별기준 중 화장품 아목 신설)
- 기능성화장품에서 주원료의 함량이 심사 또는 보고한 기준치에 대해 5% 미만으로 부족한 경우 과징금 부과가 가능하도록 함(안 별표 2항 개별기준 중 화장품 자목 신설)

※ 상기 훈령은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

**“자외선차단제품의 사용 시의 주의사항 관련 건의”에 대한 식품의약품안전평가원의 회신
안내(2016.03.28.)**

- 식품의약품안전평가원에서는 협회에서 건의한 “자외선차단제품의 사용 시의 주의사항 기재 사항”에 대해 검토한 결과를 다음과 같이 회신함
 - 자외선차단제의 사용 시의 주의사항에는 「화장품법 시행규칙」 “별표 3”의 화장품 유형에 따른 “사용 시의 주의사항”을 기재
 - 위 기재사항 이외에 “자외선차단지수 및 자외선A차단등급 측정방법”을 “사용 시의 주의사항”에 추가로 기재하지 않음

※ 상기 회신 내용은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

협회 업무추진현황

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

○ 성분명표준화위원회

우리 협회 '성분명표준화위원회'에서는 2016년 3월 6차회의에서 아래와 같이 20개의 화장품 성분명을 표준화하였다.

성분명위원회 표준화 명칭 (2016. 6차)

연번	성분명	영문명
1	감마-노나락톤	Gamma-Nonalactone
2	니코티노일다이펩타이드-26	Nicotinoyl Dipeptide-26
3	모란꽃추출물	Paeonia Suffruticosa Flower Extract
4	무늬갈대뿌리줄기추출물	Phragmites Australis Rhizome Extract
5	소듐소이에이트	Sodium Soyate
6	소포카핀	Sophocarpine
7	솔버섯균사체/오미자추출발효여과물	
8	아이소바바칼콘	Isobavachalcone
9	어란추출물	Roe Extract
10	에이치이아이/아이피디아아아소시아누레이트트라이머/피지크로스폴리머	HEA/IPDI Isocyanurate Trimer/PG Crosspolymer
11	율무뿌리추출물	Coix Lacryma-Jobi Ma-yuen Root Extract
12	캥거루애플열매추출물	Solanum Aviculare Fruit Extract
13	코코넛야자열매	Cocos Nucifera (Coconut) Fruit
14	테트라펩타이드-4	Tetrapeptide-4
15	티모사포닌A3	Timosaponin A3
16	포타슘소이에이트	Potassium Soyate
17	피세틴	Fisetin
18	하이드로제네이티드해바라기씨오일	Hydrogenated Sunflower Seed Oil
19	화초과피추출물	Zanthoxylum Bungeanum Pericarp Extract
20	흰무늬영경귀에틸에스터	Silybum Marianum Ethyl Ester

◦ 화장품 사후관리 교육 및 대표자 교육

우리 협회는 3월 24일(목) 중소기업중앙회 제1대연회실에서化粧品の 제조 및 유통관리 등에 대한 사후관리에 대비하고자 하는 「화장품 사후관리 교육」 실시하여, 총 59개사 69명이 교육을 수료하였다. 한편, 3월 29일(화) 협회 회의실에서 화장품 제조업자 및 제조판매업자 준수사항 등을 위반하여 식품의약품안전처장으로부터 교육명령을 받은 제조업자·제조판매업자 및 교육 희망자를 대상으로 대표자 교육을 실시하였다.

현재 협회 홈페이지에서는 광주광역시, 부산광역시를 방문하여 실시하는 지역별 순회 교육(화장품 제조판매관리자 교육)을 포함하여 4~5월 개최 예정인 교육에 대한 사전접수를 진행중에 있다.



※ 교육 대상자는 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr → 교육마당 → 교육 및 세미나 신청)를 통해 수강하고자 하는 교육 일자를 선택하여 신청하시기 바랍니다.

◦ 식약처) 2016 원 아시아 화장품·뷰티 포럼 개최 및 참가신청 안내

□ 2016 원 아시아 화장품·뷰티 포럼

- 일 시 : 2016. 4. 23. (토) (1일간)
- 장 소 : 인터콘티넨탈 아시아나 사이공 호텔(베트남 호치민)
* ‘코스뷰티베트남’ 박람회 기간 중 개최(Saigon Exhibition & Convention Center)
- 참석자 : 한국, 베트남 공무원 및 업계 관련자 약 200명 예상
- 주 최 : 식품의약품안전처
- 주 관 : 코이코
- 포럼 및 교류행사(만찬) 안

시 간			내 용
23일 (토)	09:30~ 10:00	30	등록
	10:00~ 10:30	30	귀빈소개, 개회사 및 축사
	10:30~ 12:00	90	Session 1. 아시아 화장품 분야 동반성장 ① 아시아화장품 시장 동반 성장을 위한 모델 제시(‘45) ② 베트남 등 아시아 화장품 시장 특성(‘45)
	12:00~ 13:30	10 0	점심식사
	13:30~ 15:00	90	Session 2. 베트남 화장품 시장 진출 노하우 ① 베트남 시장 진출 노하우(‘45) ② 베트남 화장품 시장 규모 및 특성(‘45)
	15:00~ 15:30	30	COFFEE BREAK
	15:30~ 17:00	90	Session 3. 한-베트남 화장품 규제 동향 ① 베트남 화장품 수출입 절차 및 안전관리(‘45) ② 한국 화장품 수출입 절차 및 안전관리(‘45)
	17:00~ 17:30	30	COFFEE BREAK
	17:30~ 19:30	12 0	교류행사(만찬)

※ 세부 일정은 변경될 수 있습니다.

※ 한국어-베트남 동시통역 제공

- 포럼 등록비 및 만찬 : 무료
- 참가신청 방법

다음 페이지의 참가 신청서를 작성하여 4월 8일(금)까지 식품의약품안전처 화장품정책과 대표메일 (mfdscos@korea.kr)로 제출

※ 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ '16년 K-BRAND 보호 사업관련 침해실태조사단 모집 안내의 건

- 일 정 : 2016. 4. 27.(수) ~ 29.(금)
- 장 소 : 홍콩
- 지원사항 : 출장자 소요경비의 80% 지원(항공·숙박·교통·체제비 일체 지원)
- 선정공고 : 신청사 선정 기준에 따라 협회에서 선정하여 2016.4.6.(수) 개별 통보 예정

※ 신청사가 많은 경우 홍콩 해관 지재권 등록사 우선 선정

※ 문의 : 대한화장품협회 고정은 대리(jenko@kcia.or.kr, 02-761-4203)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항을 확인하시기 바랍니다.

○ 「2016 화장품관련 디렉토리」(국문/영문) 발행 안내

- 우리 협회에서는 국내·외 바이어 등과의 교류 활성화를 통한 국내 화장품 수출증진에 도움을 드리고자 화장품 제조업자·제조판매업자, 원료생산·취급자를 비롯하여 화장품 연구기관 등에 대한 기관의 정보를 취합하여“2016년 화장품관련 디렉토리”(국문/영문)를 발행하였습니다.
- 디렉토리 국문판은 인쇄물로 발행되었으며, 디렉토리 영문판은 해외 바이어들의 접근성을 높이고자 웹사이트(<http://directory.kcia.or.kr>)로 구축하였으니 동 자료에 많은 관심 부탁드립니다.

* 각 책자의 세부 목차 확인과 구매 신청은 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr → ‘대한화장품협회’ → ‘발간물’)에서 하시기 바랍니다. (구매관련 문의 : 070-7858-0564)

회원사 뉴스

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

◦ 신규 회원사 소개



(주)젠피아

회사명 : (주)젠피아

대표자명 : 정진오

설립일자 : 2007년 9월 1일

종업원수 : 40명

품목 및 브랜드 : 화장품, 시크릿키

2015년 매출액 : 12,308 (단위 : 백만원)

자 본 금 : 500 (단위 : 백만원)

유통채널 : 시판

웹사이트 : www.secretkey.co.kr

연 락 처 : 070-4060-5483

회사소개

- 화장품 제조판매 회사로서 천연화장품 브랜드인 “secretkey”, 마스크팩 전문브랜드로서 강남 의 피부과와 공동개발한 “gung solution”, 향전문브랜드인 “page boutique” 등의 화장품 브랜드 사업을 전개하고 있으며, 대표적인 제품은 달팽이점액 추출물을 원료로 사용한 화장품 ‘달팽이라인 13종’ 꿀벌의 독을 응용한 ‘봉독라인 4종’ 및 머리가 빨리자라는 샴푸인 “소 패스트 샴푸” 그리고 효모발효 여과물인 갈락토미세스 성분의 ‘효모라인 3종’ 외 각종 색조 화장을 제조하여 판매하는 회사입니다. 국내에서는 직영매장, 면세점, HNB 샵 온라인 마켓(자사몰, 오픈마켓, 소셜마켓) 등 모든채널을 전개하고 있으며, 해외 20개국(일본, 러시아, 홍콩, 싱가포르, 베트남, 태국 등)에 수출하고 있습니다. 중국시장은 2012년 상하이 법인을 설립하여 비즈니스를 확장하고 있습니다.

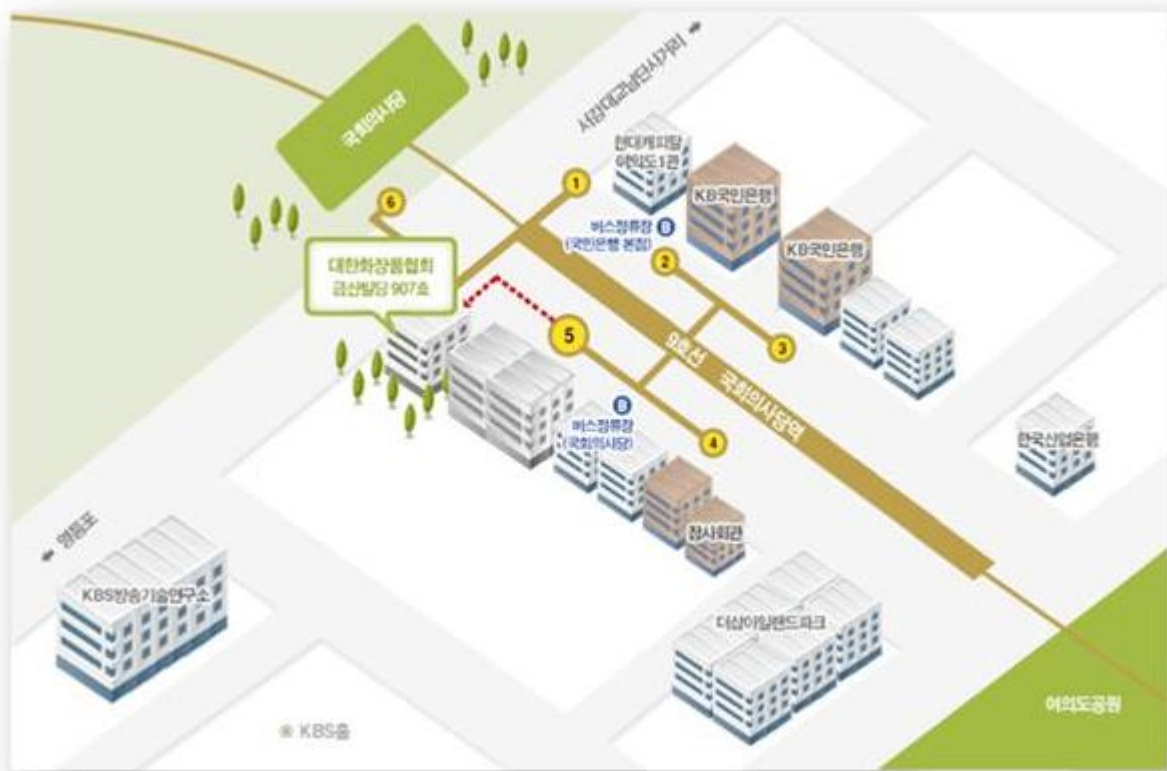
주요 연혁

2003. 02 ZENCOS 창업
 2005. 01 한방화장품 ‘옥잠화’ 출시
 2006. 08 SECRETKEY 브랜드 ‘비비크림런칭’
 2007. 09 (주)젠피아 설립 (자본금 5천만원)
 2011. 12 환경경영시스템 ISO14001 인증 획득
 2012. 04 중국 상해 현지법인 설립
 2013. 09 자본금 3억원으로 증자
 2014. 01 벤처기업인증(기술보증기금)
 2014. 01 이노비즈 인증(중소기업청)
 2014. 12 자본금 5억원으로 증자
 2015. 01 Hi-Seoul 브랜드 기업 지정(서울특별시)
 2015. 02 기업부설연구소 설립
 2015. 02 경영혁신형 중소기업(Main-Biz) 확인서(중소기업청)

- 추후 발행되는 코스메틱리포트에 협회 회원사 소식을 홍보하는 내용을 추가할 예정입니다. 기업의 행사나 구인, 신제품에 대한 홍보 등 코스메틱리포트에 게재할 내용이 있는 회사의 담당자께서는 아래의 사항을 참고하시어 내용을 작성한 후 아래의 연락처로 송부하여 주시기 바랍니다.

- 작성내용 : 진행된 행사 및 진행 예정 행사, 신제품 소개, 구인 등
- 작성방법 : A4 1매 이내(줄간격 180, 글씨 12포인트 기준)
- 자료제출 및 문의 : 대한화장품협회 이병수(02-785-7985, jacklbs@kcia.or.kr)

● 협회 주소 및 연락처



Tel 02-785-7984 Fax 02-782-6659
주소 서울특별시 영등포구 국회대로 750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
홈페이지 www.kcia.or.kr

협회 SNS를 통해서도 함께해요~!



www.facebook.com/hikca



twitter.com/kocosmetic

QR코드를 통해
협회 홈페이지에 접속해 보세요~!



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association