



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 콜라겐(Collagen)

Country : 대만(Taiwan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	26
1. 경쟁사 선정	28
2. 경쟁사별 현황 파악	29
V. 유통구조 현황	32
1. 추천 진출 경로	34
2. 전문가 인터뷰	37
VI. 유통업체 현황	38
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	40

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	46
1. 통관 및 검역 절차	49
2. 관세율 정보	52
3. FTA 정보	53
4. 통관 및 검역 주의사항	54
5. 통관거부사례	55
Ⅷ. 인증 정보	56
1. 인증 취득정보	58
2. 인증 취득제품	59
3. 제출서류	60
4. 전문가 인터뷰	61
Ⅸ. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	65
X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
2. 기타 위생기준 규정	70
※ 참고 문헌	71

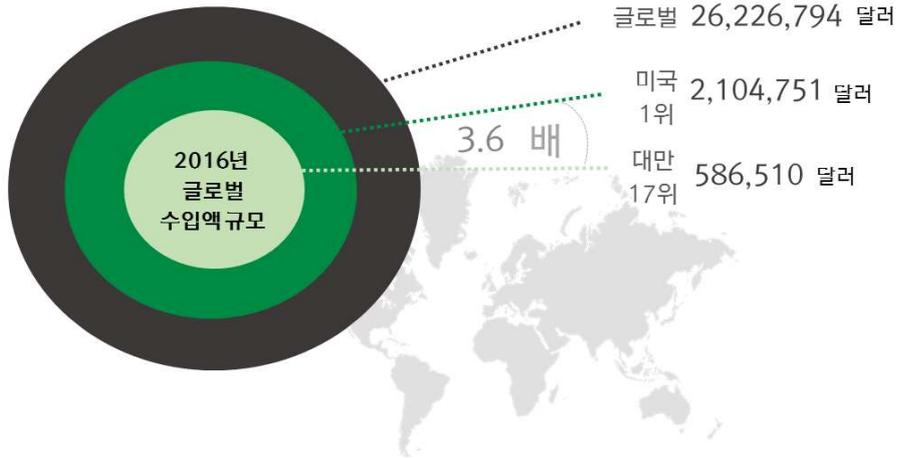


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

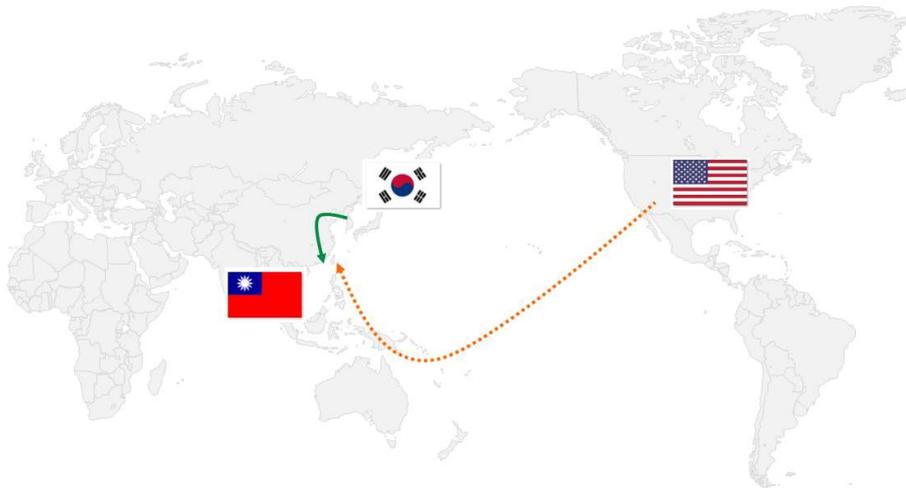
1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

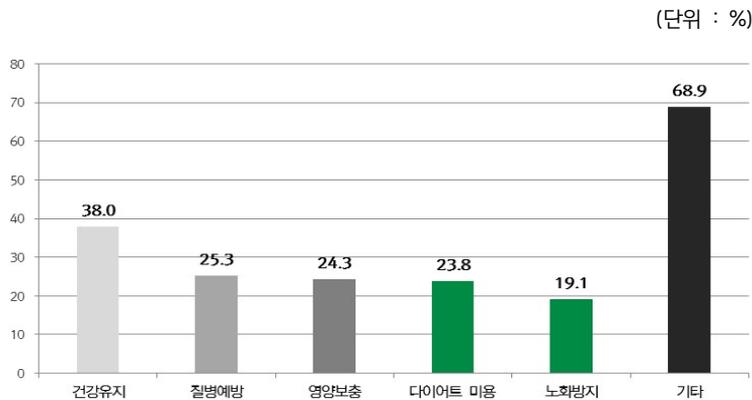


2016년 대만 내 HS CODE 2106.90 품목 수입액 규모

(단위 : 천 달러)



▶ 대만 건강보조식품 구매 목적(2014)



글로벌 수입규모
1위 미국, 17위 대만
대만 수입상대국, 한국 3위
2014년 기준
건강보조식품 구매 목적,
1위 건강유지(38.0%)

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr /clip/index.do
3	대만 관세청 www.customs.gov.tw

콜라겐 통계 기준 설정

콜라겐 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 대만의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 2106.90으로 설정

글로벌 및 대만 내 콜라겐의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2106.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2106.90의 해당 품목은 따로 분류되지 않은 조제 식료품 기타에 해당됨

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2106.90
	대만 수입규모 및 성장률		2106.90
품목 통계	대만 건강보조식품 구매 목적	품목 키워드	건강보조식품
	대만 여성 경제활동 참가율		건강 제품, 주 소비자

표 1.2 : 대만 내 콜라겐 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.909	기타
	2106.90.9099	기타
대만	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.9920.8	정제, 캡슐형 조제품
	2106.90.9990.3	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

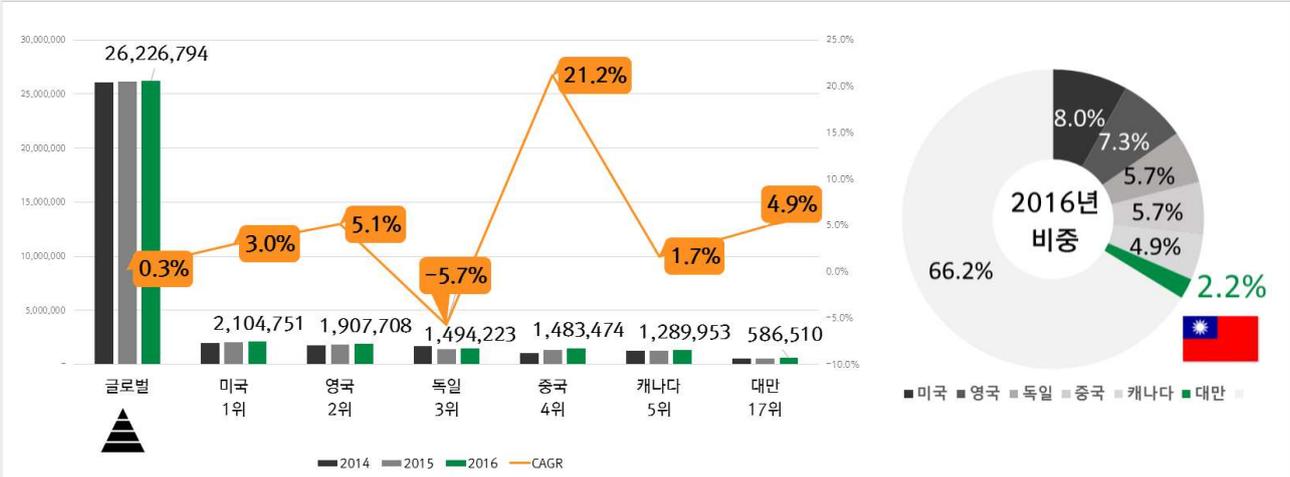
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2106.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)



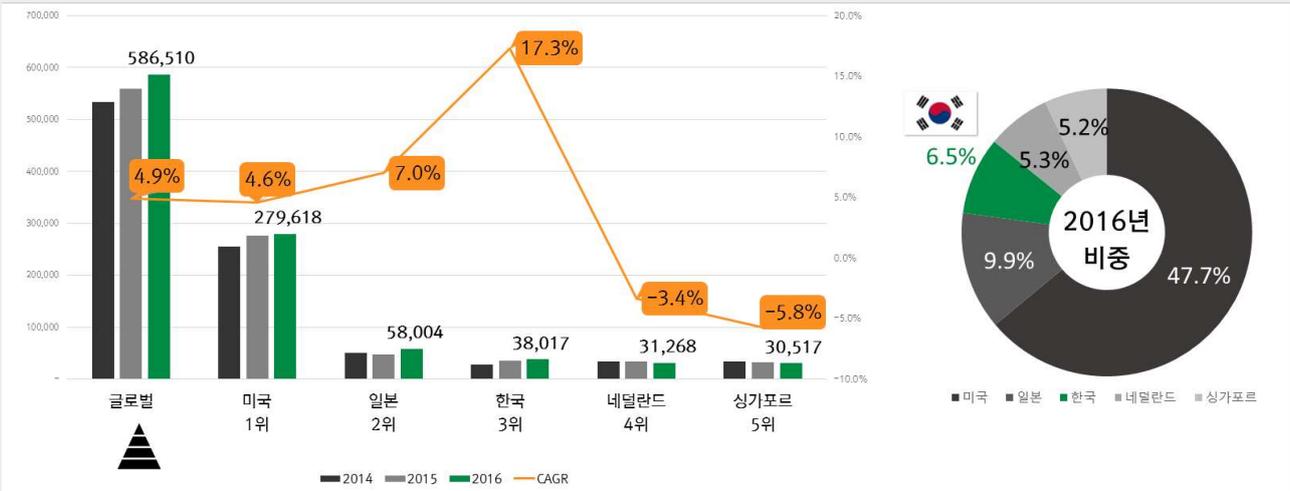
출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

- 2016년 기준 HS CODE 2106.90 품목의 수입규모는 262억 2,679만 4,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 성장률 0.3%를 기록하며 소폭 상승함. 중국의 수입액 규모는 연평균 21.2%의 높은 성장률을 보여 다른 국가 대비 괄목할만한 성장세를 기록함
- 대만의 수입규모는 5억 8,651만 달러로 전체 수입액의 2.2%를 차지하여 17위를 기록했으며, 2014년부터 2016년까지 연평균 4.9% 증가함

대만 수입 통계 분석

표 1.4 : 대만 HS CODE 2106.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

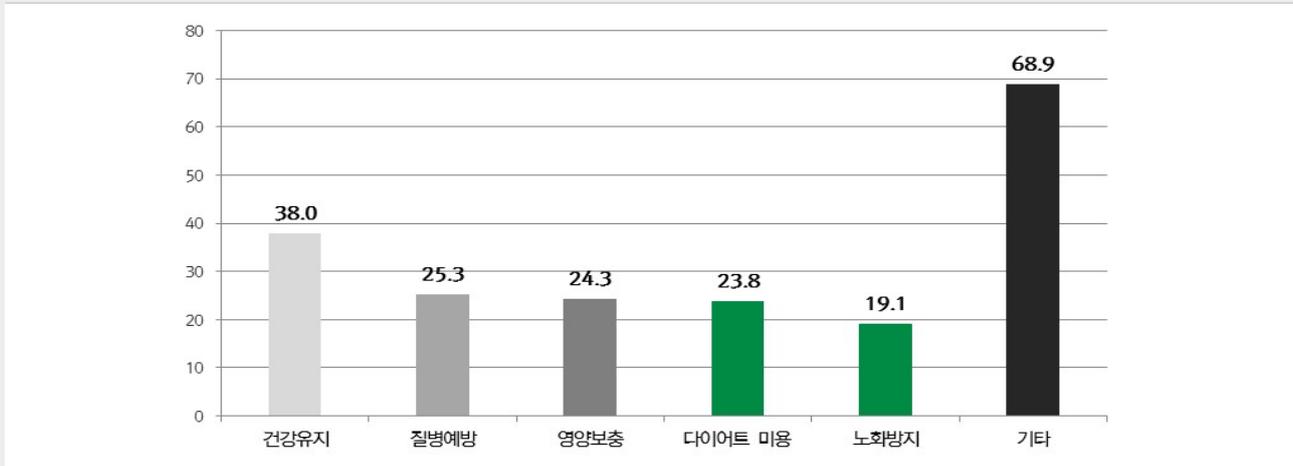
- 대만 내 HS CODE 2106.90 품목의 글로벌 수입규모는 2014년부터 2016년까지 연평균 4.9% 성장하여 2016년 5억 8,651만 달러를 기록함. 해당 품목의 대만 내 최대 수입국은 미국으로 2016년 2억 7,961만 8,000달러를 기록하며 수입비중의 47.7%를 차지함
- 2016년 기준 한국산의 수입규모는 3,801만 7,000달러로 집계되었으며 전체 수입액 중 6.5%를 점유하여 3위에 등극함. 또한 2014년부터 2016년까지 연평균 17.3%의 높은 성장률을 기록함

3. 품목통계 종합분석

대만 건강보조식품 구매 목적

표 1.5 : 대만 건강보조식품 구매 목적(2014)^{2,3}

(단위 : %)



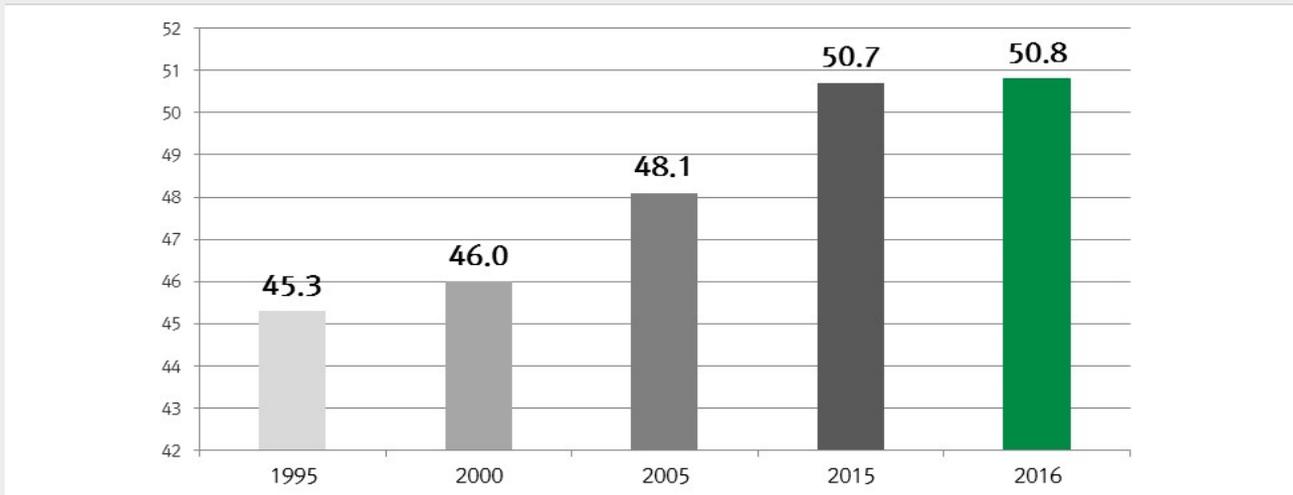
출처 : comeScore Media Metrix(www.comscore.com)

- comeScore Media Metrix에 따르면, 2014년 9월 기준 대만의 대다수 소비자들은 건강 유지 및 미용의 목적으로 건강보조식품을 찾고 있는 것으로 조사됨
- 대만 소비자들의 건강보조식품 구매 시 가장 큰 목적은 건강유지 38%로 조사되었으며, 다이어트 미용과 노화방지가 각각 23.8%, 19.1%를 차지함

대만 여성 경제활동 참가율

표 1.6 : 대만 여성 경제활동 참가율(1995~2016)

(단위 : %)



출처: 대만 노동부(english.mol.gov.tw)

- 대만에서는 피부미용 및 건강 제품의 주 소비자는 젊은 여성층이며 대만 여성의 경제활동 참가율은 2015년부터 50%를 넘어 초과하여 2016년 기준 50.8%를 기록함

2. 건강보조식품 온라인시장 방문 대상 1,855명 설문 참여, 중복선택 가능
 3. 2015년 이후 통계치가 존재하지 않아 최신 2014년을 기준으로 함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	Sohu	www.sohu.com
2	未来family	gfamily.cwgv.com.tw
3	每日頭條	kknews.cc
4	China times	www.chinatimes.com
5	소비자보호	www.consumer.gov.mo

Keyword	
분류	주요 키워드(영문, 중문)
소비	- 콜라겐(Collagen, 胶原蛋白) - 콜라겐 구매(Collagen Purchase, 购买胶原蛋白) - 콜라겐 소비(Collagen Consumption, 胶原蛋白消费)
제품	- 인기 콜라겐(Popular Collagen 热销胶原蛋白) - 선호 콜라겐(Prefer Collagen, 喜欢胶原蛋白)
유통	- 콜라겐 유통(Collagen Retail, 胶原蛋白配送) - 콜라겐 채널(Collagen Channel, 胶原蛋白频道) - 콜라겐 홍보(Collagen Promotion, 胶原蛋白促销)
정책	- 콜라겐 허가(Collagen Permit, 胶原蛋白批准) - 건강식품 규제(Health Food Regulation, 胶原蛋白法规) - 건강식품 위생(Health Food Hygiene, 胶原蛋白卫生)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 여성시장에서 큰 인기를 얻고 있는 콜라겐 - 대만 소비자들, 콜라겐의 성분 구분하지 않고 구매 - 콜라겐 제품의 Top4 구매요인 : 함량, 분자량, 가격 및 품질
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 천연소재 추출 콜라겐 효과 高 - 콜라겐, 음료 형태를 선호하는 추세 · 정제 형태보다 음료 형태를 선호
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 뷰티 제품은 드럭스토어에서 구입 · 대만에서 뷰티 제품을 취급하고 있는 채널
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 대만 정부, 콜라겐의 효능과 콜라겐 제품의 실상에 대한 정보 발표 · FDA의 콜라겐 효능에 대한 발표 이후 쇄도하는 문의로 인해 콜라겐에 대한 정보 공식발표

1. 소비 트렌드

여성시장에서 큰 인기를 얻고 있는 콜라겐

일반적으로 만 35세 이후부터는 콜라겐 합성이 급속히 감소되어 주름이 생기고 탄력이 떨어지기 때문에 주로 외모를 가꾸고자 하는 여성소비자들이 콜라겐 제품의 효능을 믿고 구매하는 경향이 있음. 최근 몇 년간 대만 소비자들은 전통식품, 일반 요리에 콜라겐을 자주 사용하면서 이를 찾는 사람들이 증가하고 있음⁴.

대만 소비자들, 콜라겐의 성분 구분하지 않고 구매

외모를 중요하게 생각하는 대만 소비자들은 ‘콜라겐’ 단어만 포함되어 있으면 피부의 탄력을 높여주고 영양이 풍부하다고 인식하는 경향이 있음. 하지만 시중에 판매되고 있는 콜라겐 제품들은 식물성 콜라겐과 동물성 콜라겐으로 구분되며, 동물성 콜라겐이 피부 미용에 효과가 있음. 반면, 식물성 콜라겐의 경우 주로 과일, 유제품, 야채에 함유되어 있으며 소화와 변비예방에 도움을 주지만 피부미용과는 전혀 상관이 없음. 하지만, 대부분의 소비자들은 동식물성에 관계없이 콜라겐이 피부에 좋다고 인식하고 있음

콜라겐 제품의 Top 4 구매요인 : 함량, 분자량, 가격 및 품질

콜라겐의 효과는 대만에 널리 알려져 있고 이미 다양한 제품들이 출시됨. 대만 소비자들은 주로 4가지 요소를 고려하여 제품을 선택하는데, 첫 번째로 콜라겐의 함량에 따라 효과가 상이하기 때문에 함량을 가장 중요한 요소로 고려함. 다음으로는 콜라겐의 품질을 결정할 수 있는 분자량, 부담되지 않는 가격, 마지막으로 제품의 품질을 주요 요소로 꼽고 있음⁵.

표 2.1 : 브랜드별 구매요인 4가지 비교분석⁶.

브랜드명	芳凱爾	LUMI	H2O	DHC	自然之寶	新肌飲
함량	1	1.85	2.9	2.6	3.7	4.9
분자량	0.48	1	1	0.49	0.56	0.42
가격	1	1	1	1	1	0.42
품질	中	中	高	高	中	高

출처: 每日頭條(kknews.cc)

4. 未来family, '식자재에 있는 콜라겐, 효능이 진짜 있는 것인가? (食材中的胶原蛋白, 真有效吗?)', 2017.04.25

5. 每日頭條, '콜라겐 어떤 브랜드가 좋은가?(胶原蛋白那個牌子好?)', 2017.02.13

6. 해당자료는 유통되고 있는 6개 브랜드 제품의 4가지 구매요인을 비교 분석한 지표로 고정지표 1을 기준으로 상대평가를 실시한 자료임

2. 제품 트렌드

천연소재 추출 콜라겐 효과 高

온라인 언론매체 SOHU는 콜라겐의 효능에 대해 강조하면서, 일반적으로 흔히 알려진 육류에 콜라겐 성분이 많다고 알고 있으나 실제로 판매되고 있는 제품 타입은 천연소재에서 추출한 콜라겐 성분이 많다고 보도함. 프랑스 Rousselot제품은 심해 어패류와 100% 천연추출물로 구성된 제품이며, 특히 대만에서는 체리에 대한 수요가 높은 만큼 체리에서 추출한 콜라겐이 동물성 콜라겐보다 효능이 더 뛰어나다고 소개하고 있음⁷.

음료형태 콜라겐 제품의 선호도 높아

대만의 커피소비량은 700억 대만 달러(한화 약 262억원)이며, 매년 2,885억 잔을 소비할 만큼 커피에 대한 수요가 큼. 실제로 대만에 위치한 AiiBeaute Cafe에서는 콜라겐을 함유한 아이스커피를 출시하기도 함. 대만의 많은 커피 소비량에 맞춰 커피에 콜라겐을 첨가하면서 여성 소비자를 공략하는 새로운 마케팅을 실시함⁸.

대만에 콜라겐 제품이 처음 출시됐을 때, 소비자들은 콜라겐 제품을 이너뷰티보다 건강식품으로 인식하여 일반 약과 유사한 정제타입으로 출시됨. 하지만 콜라겐 제품이 미용 제품으로 알려지면서 소비자들에게 거부감이 없고 섭취하기 편리한 음료 제형으로 변형·출시되면서 소비자들의 선호도가 높아짐

대만의 Carrefour, Wellcome 매장 방문 및 대만 유명 온라인 쇼핑몰 Yahoo에서 콜라겐 제품 조사결과 음료형태인 콜라겐 제품의 비중이 높았으며, 판매량 상위권을 차지하고 있음

표 2.2 : 대만 신제품 출시 카페 현황

 <p><신제품 출시 행사></p>	카페명	AiiBeaute Cafe
	기업명	就是愛文化發展股份有限公司
	주소	台北市大安区忠孝东路三段1号1楼(亿光大楼)
	Tel	886 2 2741 7598
	홈페이지	www.facebook.com/AiiBeauteCafe
	마케팅 방법	'여성의 아름다움은 지속된다' 라는 슬로건으로 커피의 주요 소비층인 여성을 대상으로 커피와 미용을 결합한 마케팅을 진행하고 있음

출처: Chinatimes(www.chinatimes.com)

7. SOHU, '我的胶原蛋白我做主', 2017.07.05

8. Chinatimes, '愛美新商機 膠原飲咖啡店全球首發開幕', 2017.09.20

3. 유통 트렌드

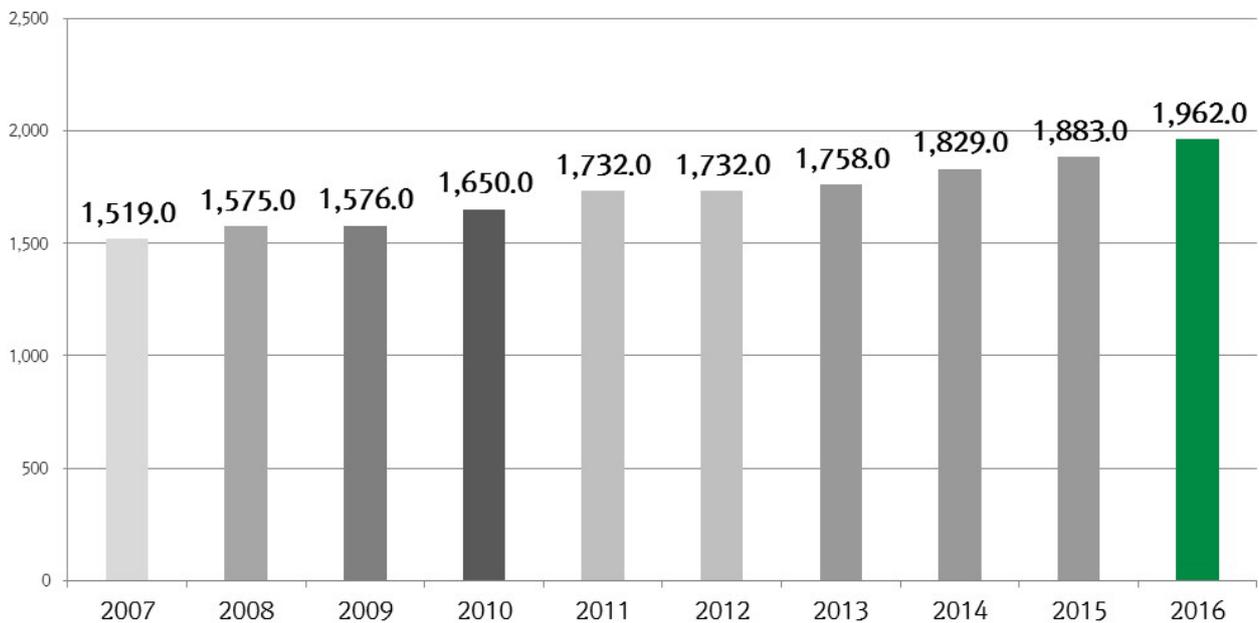
뷰티 제품은 주로 드럭스토어에서 구입

중국 언론매체 Yibada 보도에 따르면 대만 여성 소비자들의 74%가 뷰티 제품 구매 시 드럭스토어를 선호하는 것으로 나타남. 또한 현재 대만 드럭스토어에는 어피우(Apieu), 클리오(Clio), 페리페라(Peripera), 더페이스샵(The Face Shop) 등의 한국 브랜드가 입점해있으며 왓슨스(Watsons)의 경우 2013년부터 K Beauty 전용코너를 마련함

대만 드럭스토어의 매출액은 최근 10년간 연평균 성장률 3.2%를 기록하며 2016년 기준 1,962억 대만 달러(한화 약 7조 3,476억 9000만 원)로 꾸준히 상승세를 보이고 있음. 대만 드럭스토어의 양대산맥인 왓슨스(Watsons)와 코스메드(Cosmed)의 매장 수 역시 2017년 2월 기준 각각 520개, 401개점으로 늘어남. 각 드럭스토어는 회원제를 운영하고 있으며, 상시로 이벤트를 진행하고 있어 대만 소비자에게 친근한 이미지로 자리 잡음⁹.

표 2.3 : 대만 드럭스토어 Watsons 매출액 추이

(단위 : 억 대만 달러)



출처 : CK Hutchison Holding Limited (www.ckh.com.hk)

9. Yibada, '长江和记实业集团日前公布了 2016 年业绩报告', 2017.03.23

4. 정책 트렌드

대만 정부, 콜라겐의 효능과 콜라겐 제품의 실상에 대한 정보 발표

미국 식품의약품안전처(FDA)는 ‘콜라겐은 48시간 내 근육과 피부를 재생할 수 있다’ 라는 기업 광고를 공언함. 이후 대만 식품약품관리처에 해당 광고 내용에 대한 소비자들의 문의가 쇄도함. 이로 인해 대만 식품약품관리처는 2015년 12월 14일 관련 사실을 발표함

첫 번째, 콜라겐은 자체적으로 합성물질로 변형이 가능하며 피부, 뼈, 근육, 혈관 등 다양한 형식으로 신체에 존재함. 또한 근육과 피부의 탄력을 유지시켜주는 요소 중 하나임

두 번째, 섭취할 수 있는 콜라겐 제품은 소화를 통해 미세분자의 아미노산으로 변형되며, 반드시 신체 내에서 다시 콜라겐으로 합성되는 것은 아님

세 번째, 콜라겐이 함유되어 있는 화장품을 피부에 바를 경우, 단지 표면상으로 보습, 광택 효과가 있을 뿐 흡수되거나 재활용은 불가함

실제로 언론매체에서는 콜라겐 시술이나 섭취보다는 소비자들에게 상기 시킬 사항은 오직 기름진 음식을 줄이고 균형 잡힌 식습관, 비타민 섭취 등의 방식이 콜라겐 감소를 방지할 수 있는 가장 좋은 방법이라고 추천함¹⁰.

10. 소비자보호, '콜라겐, 미모여성의 비애?(膠原蛋白, 美顏人士的悲哀?)', 2016.07.22



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조 국가 구분 없이 도출된 결과임

구분	제품명	제조사	제조국가
1	Meiji Amino Collagen (明治膠原蛋白粉補充包42日份)	Meiji Co., Ltd. (株式會社明治)	일본
2	EX Placenta (5 Beauty ingredients) (日本井藤ITOH季緻煥顏胎盤粉)	ITOH KANPO PHARMACEUTICAL Co., Ltd. (井藤漢方製藥株式會社)	일본
3	DHC Collagen (DHC膠原蛋白·錠狀食品)	DHC Corporation	일본
4	DHC Collagen Powder (DHC膠原蛋白粉)	DHC Corporation	일본
5	ASTALIFT PURE COLLAGEN POWDER (ASTALIFT艾詩緹膠原蛋白粉)	ALIMENT INDUSTRY CO., LTD.	일본
6	ONCE Collagen Peptide (ONCE膠原蛋白粉)	TCI Co., Ltd. (大江生醫股份有限公司)	프랑스
7	NutriPlus Collagen (活沛多膠原蛋白錠)	Synmosa Biopharma Corporation (健喬信元醫藥生技(股)公司光復廠)	대만
8	NutriPlus Daily (Daily膠原水嫩凍)	Health Flow Biotechnology Co., LTD (康順生物科技(股)公司)	대만
9	Tian Di He Bu Collagen Rose (天地合補膠原蛋白玫瑰四物飲)	Standard Foods Corporation (佳格食品股份有限公司)	대만
10	Fullycare VitaminC + Collagen (維樂康維他命C+膠原蛋白咀嚼錠)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	대만
11	Fullycare Pearl Collagen (維樂康珍珠膠原錠)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	대만
12	Royal Jelly Extract Collagen (蜂王乳精萃膠原凍)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	대만

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

Carrefour	Wellcome	Watsons	Cosmed
			
No. 1111, Zhonghua 5th Road, Qianzhen District, Kaohsiung City, Taiwan	No. 182, Section 2, Hankou Road, Xitun District, Taichung City, Taiwan	No. 959, Section 3, Jishan Road, Zhushan Township, Nantou County, Taiwan	Miaoli County, Zhunan Township, Yanping Road, No. 10, Taiwan

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 12개 선정¹¹⁾

구분	제품명	제조사	제조국가
1	Meiji Amino Collagen (明治膠原蛋白粉補充包42日份)	Meiji Co., Ltd. (株式會社明治)	일본
2	EX Placenta (5 Beauty ingredients) (日本井藤ITOH季緻煥顏胎盤粉)	ITOH KANPO PHARMACEUTICAL Co., Ltd. (井藤漢方製藥株式會社)	일본
3	DHC Collagen (DHC膠原蛋白·錠狀食品)	DHC Corporation	일본
4	DHC Collagen Powder (DHC膠原蛋白粉)	DHC Corporation	일본
5	ASTALIFT PURE COLLAGEN POWDER (ASTALIFT艾詩緹膠原蛋白粉)	ALIMENT INDUSTRY CO., LTD.	일본
6	ONCE Collagen Peptide (ONCE膠原蛋白粉)	TCI Co., Ltd. (大江生醫股份有限公司)	프랑스
7	NutriPlus Collagen (活沛多膠原蛋白錠)	Synmosa Biopharma Corporation (健喬信元醫藥生技(股)公司光復廠)	대만
8	NutriPlus Daily (Daily膠露水嫩凍)	Health Flow Biotechnology Co., LTD (康順生物科技(股)公司)	대만
9	Tian Di He Bu Collagen Rose (天地合補膠原蛋白玫瑰四物飲)	Standard Foods Corporation (佳格食品股份有限公司)	대만
10	Fullycare VitaminC + Collagen (維樂康維他命C+膠原蛋白咀嚼錠)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	대만
11	Fullycare Pearl Collagen (維樂康珍珠膠原錠)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	대만
12	Royal Jelly Extract Collagen (蜂王乳精萃膠原凍)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	대만

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(g)	4	포장형태
2	100g 가격(원)	5	제조 국가
3	유통기한(개월)		

11. HS CODE인 2106.90 품목 수입 통계의 경우, 따로 분류되지 아니한 조제식품 중 기타로 집계된 수치임. 본 현지조사는 제품 형태와는 상관없이 의뢰 제품인 콜라겐이 함유된 제품을 대상으로 조사하였기 때문에 수출입통계에서 수입 상위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

대만 내 유통 중인 콜라겐 제품, 100g당 가격 평균 2만 9,352원¹².

대만 현지매장 4개 방문 조사 시, 한국산 콜라겐 제품 조사가 되지 않았으며, 주로 현지산 혹은 일본산 제품을 취급하고 있음. 수입산 중량 100g당 최고가 가격과 최저가 가격의 편차가 약 2배로 집계됨. 수입산 제품의 경우 평균가는 2만 3,475원으로 확인됨. 현지산 제품의 중량 100g당 평균 가격은 3만 5,230원이며, 최고가 제품은 9만 3,687원으로 조사됨

경쟁 제품의 중량 평균은 160g으로 나타났으며, 유통기한의 평균은 27개월로 최대 36개월에서 최소 18개월로 확인됨

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

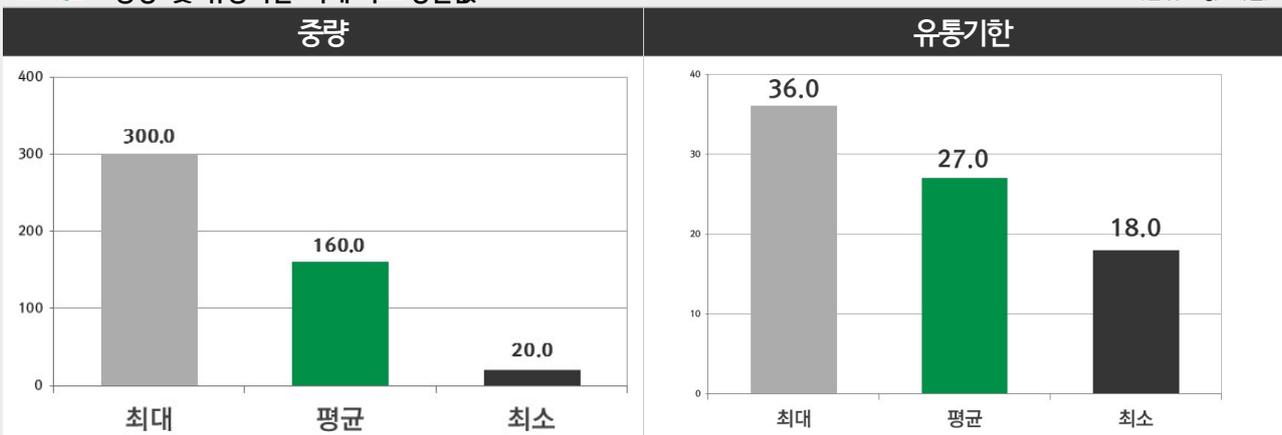
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹³.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

12. 1대만 달러(TWD) = 37.55원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.06.22), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '대만 달러'를 한화로 전환하여 제시함

13. 중량과 유통기한의 평균값은 제조 국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

경쟁제품 대부분 플라스틱과 종이 패키지로 포장

대만 내 12개 경쟁제품의 외장재는 플라스틱 혹은 종이 패키지임. 음료 형태인 제품은 주로 플라스틱 재질로 포장되었으며, 정제형태 제품의 경우 종이 패키지로 포장됨

일본제품 시장 점유율 고

대만 콜라겐의 현지 매장 방문 조사결과 일본산 5개, 프랑스산 1개, 현지산 6개로 다수의 일본산 및 현지산 제품을 취급하고 있음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원료	제조국가 비중
Meiji Amino Collagen (明治膠原蛋白粉補充包42日份)	일본	<p>■ 대만 ■ 일본 ■ 프랑스</p>
EX Placenta (5 Beauty ingredients) (日本井藤ITOHI季緻煥顏胎盤粉)	일본	
DHC Collagen (DHC膠原蛋白·錠狀食品)	일본	
DHC Collagen Powder (DHC膠原蛋白粉)	일본	
ASTALIFT PURE COLLAGEN POWDER (ASTALIFT艾詩緹膠原蛋白粉)	일본	
ONCE Collagen Peptide (ONCE膠原蛋白粉)	프랑스	
NutriPlus Collagen (活沛多膠原蛋白錠)	대만	
NutriPlus Daily (Daily膠原水嫩凍)	대만	
Tian Di He Bu Collagen Rose (天地合補膠原蛋白玫瑰四物飲)	대만	
Fullycare VitaminC + Collagen (維樂康維他命C+膠原蛋白咀嚼錠)	대만	
Fullycare Pearl Collagen (維樂康珍珠膠原錠)	대만	
Royal Jelly Extract Collagen (蜂王乳精萃膠原凍)	대만	

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

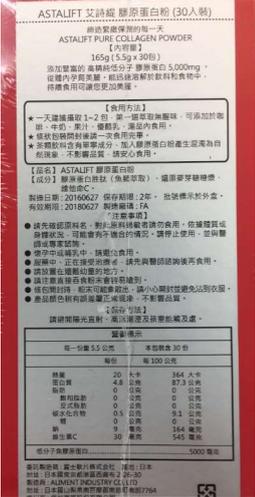
대만 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Meiji Co., Ltd. (株式會社明治)	ITOH KANPO PHARMACEUTICAL Co., Ltd. (井藤漢方製藥株式會社)
	제품명	Meiji Amino Collagen (明治膠原蛋白粉補充包42日份)	EX Placenta (5 Beauty ingredients) (日本井藤ITOH季緻煥顏胎盤粉)
	용량(g)	300	42
	가격 (대만 달러)	1,199	1,380
	포장 재질	플라스틱	종이 패키지
	배합원료	부레콜라겐, 맥아덱스트린, 식물유(꽃 종자 기름), 비타민C, 포도당아민, L-정아민산, 아라비아고무, 향료, 유화제(지방산글리세리드), 대두레시틴	일본 SPF 안심돼지 태반분말, 저분자 콜라겐, 저분자 히알루론산, 코엔자임Q10, 쌀 배아추출물, 향료
	유통기한 (개월)	18	36
제조국가	일본	일본	
취급처	수입사 정보	Falken Co., Ltd.	Ever Bridge International Development Ltd.
	판매확인 매장	Watsons	Cosmed

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	DHC Corporation	DHC Corporation
	제품명	DHC Collagen (DHC膠原蛋白 錠狀食品)	DHC Collagen Powder (DHC膠原蛋白粉)
	용량(g)	60	192
	가격 (대만 달러)	520	990
	포장 재질	플라스틱	플라스틱
	배합원료	콜라겐(생선추출물), 미결정 셀룰로오스, 지방산그리세리드, 점성제(메틸셀룰로오스), 비타민B1, 비타민B2	콜라겐펩티드(생선추출물), 덱스트린, 비타민C, 증점제(플루검), 사탕수수폴리페놀추출물, 자당지방산에스테르
	유통기한 (개월)	30	24
	제조국가	일본	일본
취급처	수입사 정보	DHC TAIWAN INC.	DHC TAIWAN INC.
	판매확인 매장	Watsons	Watsons

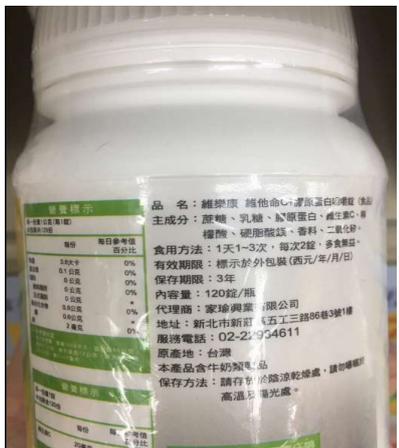
4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	ALIMENT INDUSTRY CO., LTD.	TCI Co., Ltd. (大江生醫股份有限公司)
	제품명	ASTALIFT PURE COLLAGEN POWDER (ASTALIFT艾詩緹膠原蛋白粉)	ONCE Collagen Peptide (ONCE膠原蛋白粉)
	용량(g)	165	121
	가격 (대만 달러)	1,290	680
	포장 재질	종이 패키지	플라스틱
	배합원료	콜라겐펩티드(생선추출물), 환원 맥아 물엿, 비타민C	콜라겐
	유통기한 (개월)	24	24
제조국가	일본	프랑스	
취급처	수입사 정보	FUJIFILM Taiwan	Zhong Shi Tong Lu Integration Co., Ltd
	판매확인 매장	Cosmed	Watsons

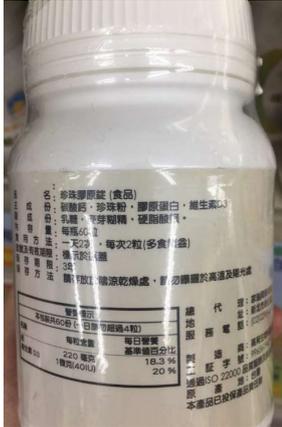
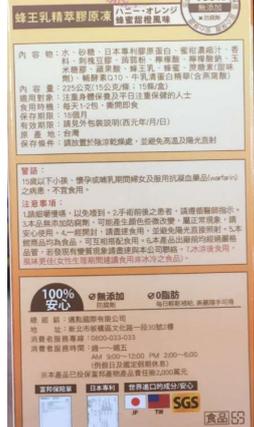
4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Synmosa Biopharma Corporation (健喬信元醫藥生技(股)公司光復廠)	Health Flow Biotechnology Co., LTD (康順生物科技(股)公司)
	제품명	NutriPlus Collagen (活沛多膠原蛋白錠)	NutriPlus Daily (Daily膠原水嫩凍)
	용량(g)	45	20
	가격 (대만 달러)	425	499
	포장 재질	플라스틱	종이 패키지
	배합원료	콜라겐, 미정셀룰로오스, 옥수수 녹말, 스테아르산 마그네슘	물, 키실리톨(감미료), 수밀도나무즙, 부레콜라겐, 레몬즙, 옥수수당, 야카시야나무 콩, 한천분, 시트르산, 비타민C, 동백꽃종자추출, 비타민E
	유통기한 (개월)	36	18
제조국가	대만	대만	
취급처	판매처인 매장	Watsons	Watsons

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #010
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Standard Foods Corporation (佳格食品股份有限公司)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)
	제품명	Tian Di He Bu Collagen Rose (天地合補膠原蛋白玫瑰四物飲)	Fullycare Vitamin C + Collagen (維樂康維他命C+膠原蛋白咀嚼錠)
	용량(g)	120	120
	가격 (대만 달러)	305	399
	포장 재질	종이 패키지	플라스틱
	배합원료	추출액(물, 대추, 용안, 당귀, 천궁, 숙지황, 백작약뿌리, 구기, 고욤나무, 파리, 꿀, (계수나무가지), 얼음설탕, 콜라겐, 장미추출액, 등골나무	당, 유당, 콜라겐, 비타민C, 시트르산, 스테아르산 마그네슘, 향료, 이산화규소
	유통기한 (개월)	24	36
제조국가	대만	대만	
취급처	판매확인 매장	Wellcome	Wellcome

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)
	제품명	Fullycare Pearl Collagen (維樂康珍珠膠原錠)	Royal Jelly Extract Collagen (蜂王乳精萃膠原凍)
	용량(g)	60	225
	가격 (대만 달러)	399	1,280
	포장 재질	플라스틱	종이 패키지
	배합원료	탄산칼슘, 펄 파우더, 콜라겐, 비타민D3, 말토덱스트린, 스테아린산 마그네슘, 유당	물, 설탕, 일본특허 콜라겐, 밀감농축액, 향료, 로커스트빈검, 곤약, 구연산, 구연산나트륨, 잔탄검, 사과산, 로열젤리, 꿀, 수크랄로스(감미료), 코엔자임Q10, 우유 청 단백질(시알산 함유)
유통기한 (개월)	36	18	
제조국가	대만	대만	
취급처	판매확인 매장	Wellcome	Cosmed



IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Standard Foods Corporation (佳格食品股份有限公司)	Meiji Co., Ltd. (株式会社明治)	SENTOSA (三多士股份有限公司)
		대만	일본	대만
기업 개요	설립년도	1986년	1917년	1978년
	매출액	약 200억 대만 달러(2012년) 한화 약 74억 원	10조 8,250억 엔(2017년 3월) 한화 약 109조 1,257억 원	-14.
	직원수	1,850명(2012년) ^{15.}	1만 6,784명(2017년 3월)	-16.
	취급품목	건강기능식품, 장류, 스낵, 가공식품 등	건강기능식품, 유제품, 가공식품 등	건강기능식품
콜라겐 제품 정보				
				
홍보 전략	홍보채널	· 제품 광고 홍보	· 자사 홈페이지 내 홍보	· 건강기능식품을 전문적으로 판매
	캐치프레이즈	· 건강을 챙기자	· 아름다움의 기본은 콜라겐부터 시작	· 쉽게 녹고, 흡수력 우수

14. SENTOSA(en.sentosa.com.tw) 홈페이지 조사 시 확인되지 않음

15. 해당 자료가 최신 자료임

16. SENTOSA(en.sentosa.com.tw) 홈페이지 조사 시 확인되지 않음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : 콜라겐(胶原蛋白)
- 온라인 쇼핑물 분석
 - Yahoo(tw.yahoo.com)
 - PChome(mall.pchome.com.tw)
 - Payeasy(www.payeasy.com.tw)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 대만 현지 하이퍼마켓, 대형마트 방문(2017.06)
 - Carrefour
 - Wellcome
 - Watsons
 - Cosmed

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 조사)
+ 방법론 02(오프라인 방문 조사)

글로벌 1개사, 현지 기업 2개사
총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과¹⁷.

현지(대만)	글로벌(일본)	현지(대만)
		
· 온라인 판매 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 판매 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 판매 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>

17. SENTOSA의 경우 오프라인 매장에서는 확인되지 않았으나 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업으로 확인되어 경쟁사로 추가 선정하여 분석함

2. 경쟁사별 현황 파악

Standard Foods Corporation 정보

- 대표 전화: +886-800-006-600
- 업태: 생산 및 유통
- 소재지: 타이베이

출처 : Standard Foods Corporation
(www.stdf.com.cn)

현지 기업 분석 : Standard Foods Corporation

1986년에 설립된 대만 최대 식품 기업 중 하나이며, 대만의 최대 건강 영양 식품 회사임. MIGHTY, GREAT DAY, FRESH DELIGHT, TIANDIHEFU 브랜드를 보유하고 있으며 2012년 기준 매출액 200억 대만 달러¹⁸를 기록함

[기업 개요]

- | | | |
|--------|-------|-------------------|
| ① 설립년도 | | 1986년 |
| ② 매출액 | | 200억 대만 달러(2012년) |
| ③ 직원수 | | 1,850명(2012년) |
| ④ 취급품목 | | 건강기능식품, 장류, 스낵 등 |



출처 : Standard Foods Corporation(www.stdf.com.cn)

[제품 정보]

콜라겐 음료 포함 건강기능 음료



출처: Yahoo(tw.yahoo.com)

[홍보 전략]

광고 홍보	캐치프레이즈
<p>“제품 광고 홍보”</p>  <p>TIANDIGEFU 홈페이지에 제품 시리즈 별로 광고를 찍어 제품 홍보</p>	<p>“건강을 챙기자”</p>  <p>‘건강하고 싶다면 행동으로 실천해라’를 강조함</p>

출처 : TIANDIHEFU(tdhb.sfworldwide.com)

18. 해당 자료가 최신 자료로 확인됨

2. 경쟁사별 현황 파악

Meiji Co., Ltd. 정보

- 대표 전화: +81-120-598-369
- 업태: 유통 및 수출
- 소재지: 도쿄

출처 : Meiji Co., Ltd.(www.meiji.com)

일본 기업 분석 : Meiji Co., Ltd.

Meiji Co., Ltd.는 1917년 설립되었으며 2002년부터 아미노 콜라겐을 출시함. 또한 해당 회사의 콜라겐은 2005년에 홍콩 수출을 시작으로 아시아 주요 국가인 싱가포르, 태국, 베트남, 대만 등으로 진출함. 일본 시장에서 높은 점유율을 가지고 있는 만큼, 콜라겐 제품 이외에도 다양한 건강기능식품과 가공식품을 유통하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1917년
- ② 매출액 10만 8,250억 엔(2017년 3월)
- ③ 취득인증 1만 6,784명(2017년 3월)
- ④ 취급품목 건강기능식품, 유제품, 가공식품 등



출처 : Meiji Co., Ltd.(www.meiji.com)

[콜라겐 제품 정보]

정제타입	음료타입

출처 : Meiji Co., Ltd.(www.meiji.com)

[홍보 전략]

홈페이지 홍보	캐치프레이즈
<p>“자사 홈페이지 내 홍보”</p> <p>홈페이지에 상세한 제품정보, 매출액, 최신 활동 내용을 주기적으로 업로드하여 회사 홍보</p>	<p>“아름다움의 기본은 5,000mg의 콜라겐부터 시작”</p> <p>“아름다움의 기본은 5,000mg의 콜라겐부터 시작”을 강조하며 콜라겐 함유량을 강조함</p>

출처 : Meiji Co., Ltd.(www.meiji.com), Yahoo(tw.yahoo.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

SENTOSA 정보

- 대표 전화: +886-2-2708-0888
- 업태: 생산 및 유통
- 소재지: 타이베이

현지 기업 분석 : SENTOSA

SENTOSA는 1978년 10월에 회사명 BINBIN으로 설립됐으며, 1998년 1월에 SENTOSA로 사명을 변경함. 대만에서 최초로 병원 환자가 섭취할 수 있는 식품을 전문적으로 연구 개발한 건강식품 회사임. 현재 특수 영양 식품 인증, 건강식품 인증, 유기농인증 등을 보유하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1978년
② 매출액	-19.
③ 직원수	-20.
④ 취급품목	건강식품



출처 : SENTOSA(www.sentosa.com.tw)

[콜라겐 제품 정보]

정제타입	음료타입

출처 : SENTOSA(www.sentosa.com.tw)

[홍보 전략]

건강식품 홍보	캐치프레이즈
<p>“전문적으로 건강식품 판매”</p> <p>홈페이지에 전문적으로 건강식품을 판매하고 있으며 이와 관련된 인증을 취득하여 소비자들에게 신뢰도 상승</p>	<p>“쉽게 녹고, 흡수력 우수”</p> <p>분말형태 제품으로 용해성과 체내 흡수력이 뛰어난을 강조함</p>

출처 : SENTOSA(www.sentosa.com.tw)

19. SENTOSA(en.sentosa.com.tw) 홈페이지 조사 시 확인되지 않음

20. SENTOSA(en.sentosa.com.tw) 홈페이지 조사 시 확인되지 않음



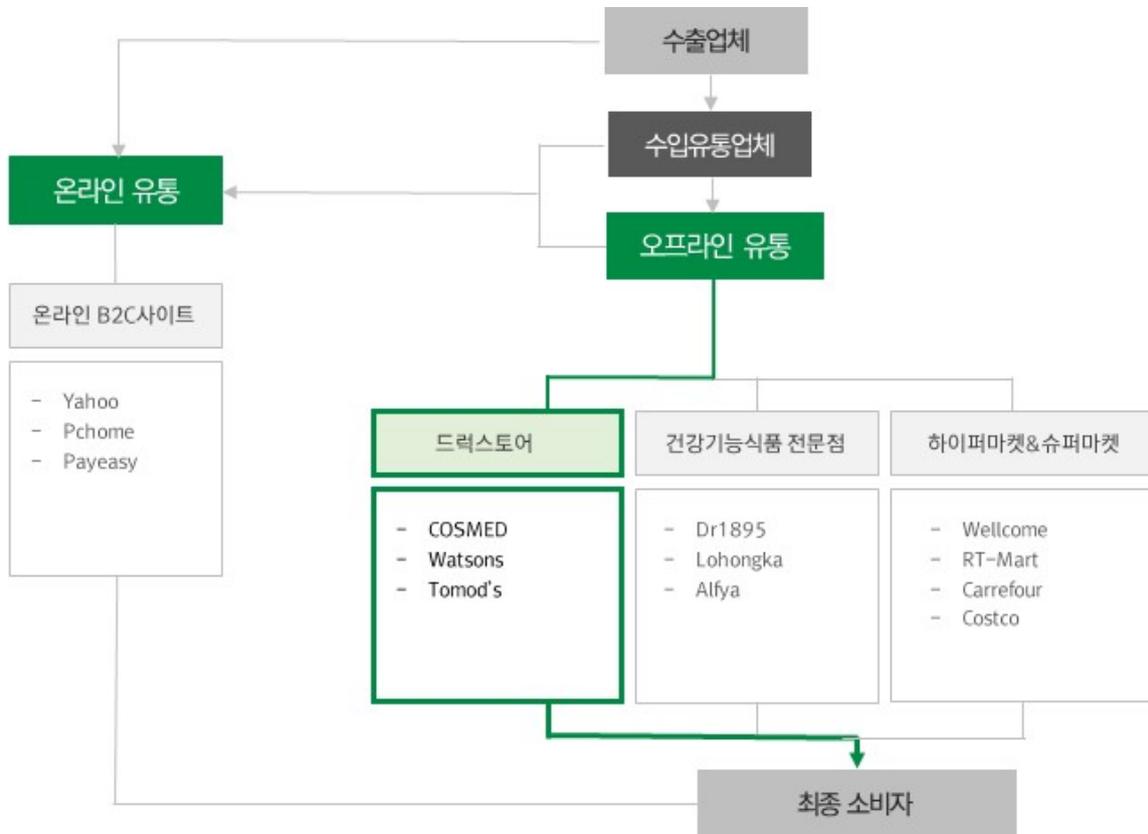
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 특징

유통구조	특징
하이퍼마켓·슈퍼마켓	대표적인 현대 유통채널로서, 해외 투자를 기반으로 성장하였음. 대만인들이 일반적으로 식품을 구매하는 경로임. 대형 물류 체인의 경우 온라인 쇼핑몰도 운영함
드럭스토어	화장품, 의약품, 의료용품, 식품, 개인위생용품 등 다양한 품목을 판매하는 채널임
건강기능식품 전문 판매점	건강식품을 전문적으로 취급하고 있으며 다수 자체 직영매장 운영함

※ 대만 유통채널 점유율은 Global Data에서 집계되지 않았으므로 제외함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 다양성을 추구하는 대만의 하이퍼마켓·슈퍼마켓

대만 국민의 소득수준 향상에 따라 소비구조도 변함. 대만의 대형마트는 최근 몇 년간 꾸준히 성장하고 있으며 2016년 기준 Carrfour와 Costo가 대만 전체 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 약 70% 이상을 차지하고 있음. 이로 인해 관련 업체들은 매출 확대를 위한 공격적인 마케팅 전략을 펼치고 있음

대만의 슈퍼마켓인 Wellcome, Taiwan Fresh Supermarket, PX Mart 등은 상권의 발전정도에 따라 매장을 개점하는 경우가 많기 때문에 주로 타이베이와 같은 인구가 밀집된 대도시 지역에 분포해 있음. 대만의 대표 하이퍼마켓으로는 RT-Mart, Costco, Carrefour가 있으며 대부분 교외지역에 위치하고 있음. 하지만 하이퍼마켓은 치열한 경쟁 속에서 우위 선점을 위해 PB 제품을 개발 혹은 수입식품을 대량으로 취급함. 예를 들어, Costco는 보건식품을 대량으로 구매하는 방식으로 원금을 낮춰 소비자들에게 값싸고 품질 좋은 자사 브랜드 제품을 판매하고 있음

ROUTE #2. 드럭스토어

: 16년 기준 사상 최고 매출액 기록

대만 소비자들의 약 70%가 드럭스토어에서 미용관련 제품을 구매하는 것으로 나타남. 중국 화장품 전문 신문사 C2CC 보도에 따르면 대만의 뷰티 시장 규모는 15년 기준 2016년의 매출액은 1,962억 대만 달러로 최고 수준을 기록함

Watsons처럼 대만 소비자들에게 친근한 드럭스토어에서는 한국 브랜드 뷰티 제품 구입이 잦으며, Watsons의 경우 2013년부터 K Beauty 전용코너를 마련함

ROUTE #3. 건강기능식품 전문판매점

: 소비자들의 수요에 따라 증가하고 있는 전문판매점

1999년까지 대만은 건강기능 식품 단독의 관리법이 존재하지 않아 검증되지 않은 제품이 시중에 빈번히 유통되었음. 대만 정부는 1999년에 ‘건강식품관리법’ 제정, 2006년 수정등의 과정을 거쳐 건강식품을 새롭게 정의함. 이로 인해 소비자들의 건강식품 구매 욕구 및 신뢰도가 증가함에 따라 건강기능 식품 전문판매점의 점유율도 확대됨

1. 추천 진출 경로

주요 뷰티 제품 유통처

C2CC에 따르면 대만 여성 소비자들의 74%는 뷰티 제품을 구매할 때 드럭스토어를 선호하는 것으로 조사됨. 또한 대만의 드럭스토어 매출액은 최근 10년간 연평균 3.2%씩 지속적으로 성장하고 있으며, 2016년 기준 1,962억 대만 달러의 매출액을 기록하면서 4년째 최고 매출액을 경신하고 있음. 그 외 하이퍼마켓·슈퍼마켓, 건강기능 식품 전문판매점의 경우 상대적으로 소비자 선호도가 낮은 뷰티 제품 구매처로 확인됨

콜라겐 및 수입 콜라겐 제품 취급 여부

현지조사 결과 슈퍼마켓인 Wellcome과 드럭스토어인 Watsons, Cosmed에서 콜라겐 제품을 취급하고 있음을 확인함. 그 중 Wellcome에서 2가지, 드럭스토어에서 10가지 콜라겐 제품이 확인됨. Wellcome의 경우 대만산 콜라겐 제품 2종만을 취급하고 있었으며 Watsons와 Cosmed는 현지 제품과 일본, 프랑스에서 수입된 콜라겐 제품을 취급하고 있었음

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

		지표	세부 내용	적합	부적합
 하이퍼마켓·슈퍼마켓	1. 진출가능성	뷰티 제품 구매처	뷰티 제품 구매율 50% 이상		
		콜라겐 제품 취급여부	콜라겐 제품 취급 유무		
		수입제품 취급여부	수입 콜라겐 제품 취급 유무		
		뷰티 제품 구매처	뷰티 제품 구매율 50% 이상		
 드럭스토어	1. 진출가능성	콜라겐 제품 취급여부	콜라겐 제품 취급 유무		
		수입제품 취급여부	수입 콜라겐 제품 취급 유무		
		뷰티 제품 구매처	뷰티 제품 구매율 50% 이상		

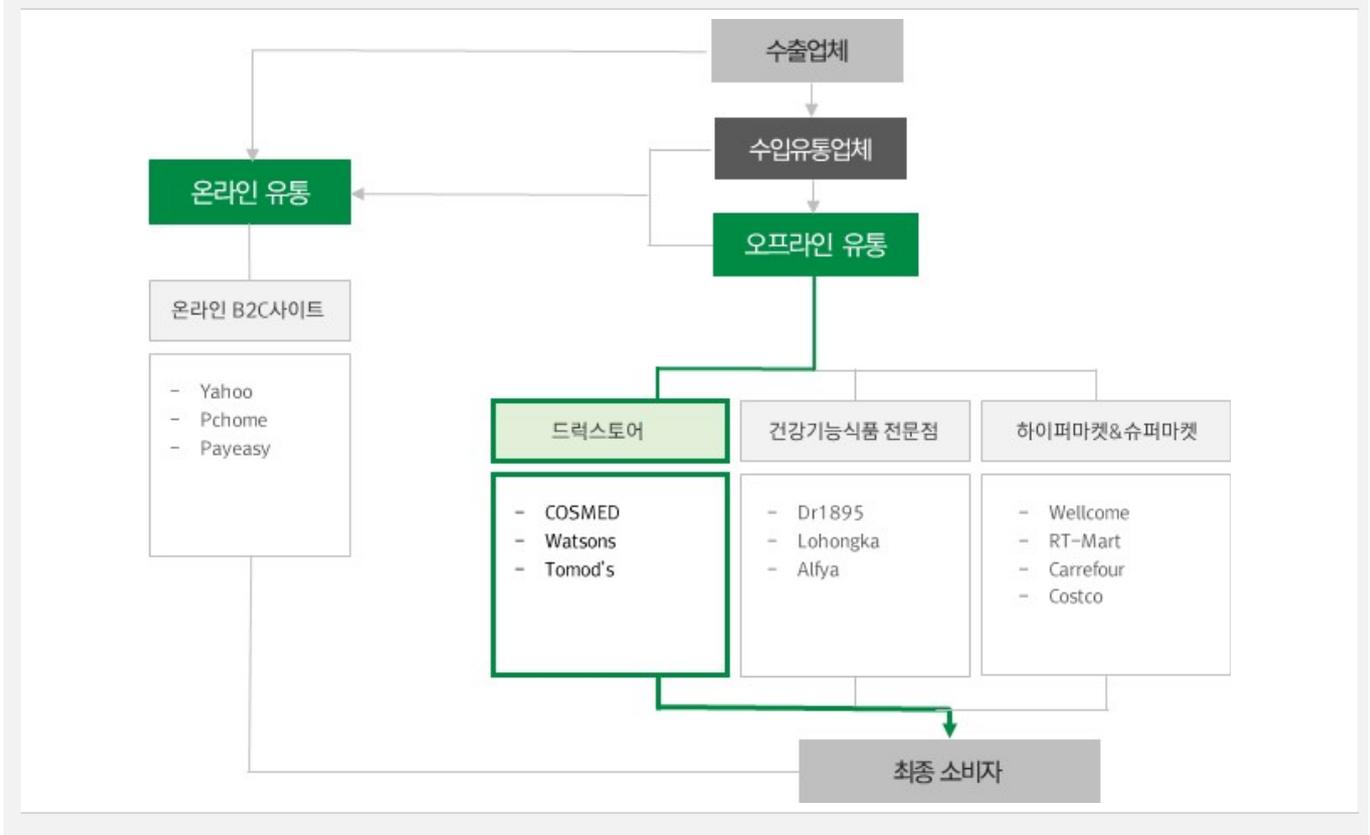
1. 추천 진출 경로

드럭스토어, 추천 진출 경로로 선정

대만 경제부 통계에 따르면, 2016년 기준 대만 드럭스토어 매출액은 전년 대비 4.2% 증가한 1,962억 대만 달러를 기록함. 드럭스토어의 품목별 매출은 화장품이 47%로 1위를 차지하였으며, 그 다음은 의약품·의료용품 26%, 식품 16.9%가 각각 2위, 3위로 등극함. 또한 대만은 최근 고령화 심화와 여성 구매력 증가 현상을 의미하는 ‘타징지(她經濟, She Economy)’가 소비시장에 이슈가 되고 있음. 특히 여성 소비가 증가하면서 주로 의료미용, 피부 관리에 집중되어 관련 업계에서는 이들을 중요 소비 주체로 여기고 있음²¹.

게다가, 미용 목적의 건강기능식품을 찾는 사람들이 증가하고 있음. 대만 소비자들은 미용에 도움을 주는 수입산 건강기능식품에 대해 개방적인 태도를 보이고 있으며 일부 소비자들은 오히려 수입 제품을 더 선호하고 있는 것으로 나타남. 드럭스토어에서는 소비자가 실제로 샘플을 사용해보고 선택할 수 있기 때문에 한국 제품이 대만 시장에 진출한다면 소비자에게 쉽게 접근할 수 있을 것으로 사료됨

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



21. Epochtimes, '台2017药妆零售年营业额上看2千亿', 2017.04.18

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 수입 식품 취급 바이어,
콜라겐 제조업체, 수입업체, 유통업체
대상 인터뷰 진행

(2017년 6월)

- 콜라겐 제조업체
- 콜라겐 유통업체
- 콜라겐 수입업체

Q1. 현재 인기 제품은 무엇인가요?

“당사에서는 콜라겐 제품의 경우, 한국 및 일본 제품을 수입하여 유통합니다. 취급 제품 중에서는 분말형태의 일본제품 판매량이 높습니다.”

-수입 및 유통업체 대의생기유한공사(大醫生技有限公司)
담당자와의 인터뷰 중, 2017.06

“콜라겐 제품은 대만 시장에서 보편화되어 있습니다. 아직까지 판매량이 매우 높은 편은 아니지만 분말형태 혹은 캡슐형태의 콜라겐이 비교적 인기가 많습니다.”

-식품 수입, 유통, 제조업체 행강기업유한공사(幸康企業有限公司)
담당자 Ms. Zhang과의 인터뷰 중, 2017.06

Q2. 제품의 주요 소비층은 누구인가요?

“콜라겐 제품은 건강기능식품이기 때문에 40세 이상 중년여성의 선호도가 높습니다. 콜라겐은 특히 재구매율이 높은 제품입니다.”

-식품 수입 및 유통업체 부양생기(富陽生技)
대표자 Ms. Chou와의 인터뷰 중, 2017.06

“콜라겐 제품은 모든 연령층에서 선호하고 있습니다. 이에 당사에서는 각 연령층별로 맞춤형 제품을 취급하고 있습니다.”

-식품 수입 및 유통업체 미육생물과기유한공사(美陸生物科技有限公司)
담당자와의 인터뷰 중, 2017.06



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Watsons	Cosmed	Tomod's
		드럭스토어[홍콩]	드럭스토어[대만]	드럭스토어[일본]
유통업체 개요 (대만 기준)	진출년도	1987년	1995년	2012년
	연매출	1,962억 대만 달러(2016년) 한화 7조 3,476억 9000만 원	110억 대만 달러(2016년) 한화 4,119억 5,000만 원	-22.
	본사	홍콩	타이베이	도쿄
	점포 수	520개(2017년 2월)	401개(2017년 2월)	140개(2016년 일본)
	취급품목	뷰티 제품, 식품	뷰티 제품, 식품	뷰티 제품, 식품, 의약품
매장 전경	매장 사진			
	제품 사진			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 마이크로비즈에 대한 Watsons의 입장 - 마이크로비즈는 다수 미용 관련 제품에 사용되고 있어 판매 금지 조치 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 결제방식 확대 - 소비자들의 편리를 위해 다양한 결제방식을 도입함 	<ul style="list-style-type: none"> · 대만 내 매장 확대 - 인지도가 상승함에 따라 Tomod's의 매장 수도 확대 중임
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 여름 맞이 세일 - 여름 계절에 필수 제품을 선별하여 프로모션 진행함 	<ul style="list-style-type: none"> · 건강을 위해 다이어트 - 정해진 기간 안에 자신만의 다이어트 방식을 공유한 후 2kg가 빠지면 푸짐한 선물 추첨 진행함 	<ul style="list-style-type: none"> · 회원에게 특별한 혜택 - 구매액에 따라 포인트를 적립할 수 있으며 지정한 요일에는 배로 적립됨

22. Tomod's(www.tomods.jp) 홈페이지 조사 시 확인되지 않음

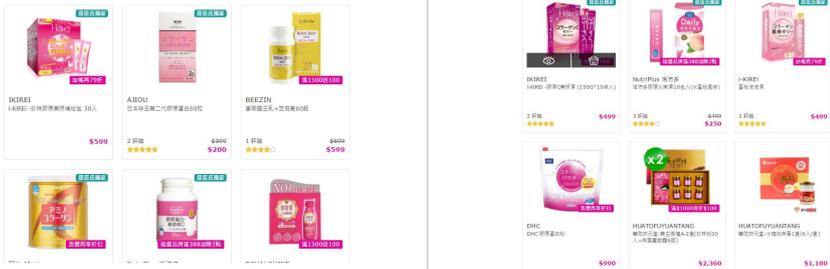
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Watsons

Watsons는 1987년 대만에 설립되어 현재 대만 전국에 500개 이상, 전 세계 1만 2,800개의 점포를 보유하고 있음. 매년 30억 명 고객이 방문하며 아시아 및 유럽에서 가장 큰 글로벌 보건의·미용 지점으로 등극함. Watsons는 전문적으로 뷰티, 헬스, 개인용품의 관련된 제품을 소비자들에게 제공하고 있음

표 6.1 : Watsons 매장 정보

기업 정보	컨셉	뷰티, 헬스, 개인용품으로 자신을 더 빛나게 하다
	대표 주소	No. 760, Section 4, Bade Road, Songshan District, Taipei City, Taiwan
	대표 전화	+886-800-051-148
주요 판매품목		뷰티 제품, 식품
매장전경	 	
매장 이슈	<p>마이크로비즈에 대한 Watsons의 입장</p> <p>마이크로비즈(microbeads)는 죽음의 알갱이라고 불리며 플라스틱으로 형성된 제품임. 크기가 5mm보다 작기 때문에 오염물 처리장의 필터 시스템에 걸리지 않음. 이는 해양 동물이 쉽게 섭취할 수 있어 안전 위험이 있는 것으로 알려짐. 이에 따라 대만 Watsons는 새로 개발되는 뷰티 제품에 마이크로비즈 첨가를 금지함. 더 나아가 최근 환경보호를 위해 마이크로비즈가 함유된 전체 뷰티 제품을 2019년까지 전면 판매 중지할 예정임</p>	
프로모션 전략	<p>여름 맞이 특가 세일</p> <p>여름 휴가철을 맞이하여 대만 Watsons는 특가 세일을 진행하고 있음. 소비자들이 선택어 제품을 388대만 달러에 구매할 경우 100대만 달러를 증정하고 있으며, 전 지점에서 1,500대만 달러를 소비할 경우 추가로 100대만 달러 상당의 제품을 구매할 수 있음. 본 행사는 6월 한달간 진행됨</p>	
제품 판매현황		

출처 : Watsons(www.watsons.com.tw)

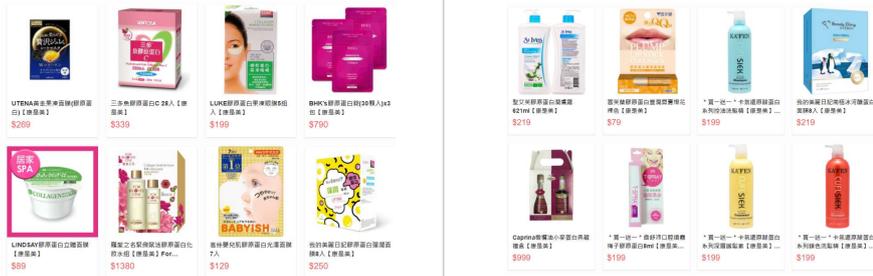
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Cosmed

대만 로컬 브랜드인 Cosmed는 1995년 설립되어 2017년 2월 기준 401개 지점을 보유하고 있으며 현재 대만 내 드리스토어 매장 점유율 2위에 등극함. 또한 Cosmed는 내·외적인 아름다움을 추구하여 화장품 외에도 건강식품을 취급하고 있음. 대만의 젊은 여성소비자들이 선호하는 매장 중 하나로 꼽히고 있음

표 6.2 : Cosmed 매장 정보

기업 정보	컨셉	일상생활에서 건강과 아름다움을 추구하다
	대표 주소	No. 25, Alley 15, Lane 120, Section 1, Neihu Road, Neihu District, Taipei City, Taiwan
	대표 전화	+886-800-051-148
주요 판매품목		뷰티 제품, 식품
매장전경	 	
매장 이슈	<h3>다양한 결제방식 확대 중</h3> <p>2017년부터 대만 Cosmed는 소비자들의 편리를 위해 다양한 결제방식을 확대하고 있음. 현재 Android Pay, Apple Pay, Samsung Pay, Wechat Pay 등이 있음. 다만, 지점마다 적용할 수 있는 결제 방식이 상이하기 때문에 홈페이지에서 확인이 필요함</p>	
프로모션 전략	<h3>건강을 위해 다이어트 도전</h3> <p>6월 14일부터 7월 25일까지 다이어트 프로모션을 진행함. 진행방식은 4단계로 하기와 같음</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 신청서 제출 ② 관계자가 방문하여 체중 기록 ③ 자신만의 다이어트 방식을 공유 ④ 7월 25일 전 매장 방문하여 측정, 2kg가 빠졌을 경우 추천 진행 	
제품 판매현황		

출처 : Cosmed(www.cosmed.com.tw)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Tomod's

Tomod's는 1993년 일본 도쿄에서 창립되어 2012년 대만에 진출함. Tomod's는 아름다움 건강을 목표로 약품 및 건강식품을 취급하고 있을 뿐만 아니라 화장품도 판매함. 이외에도, Tomod's만의 깨끗하고 맑은 분위기로 차별화를 두어 소비자들의 지지를 받고 있음

표 6.3 : Tomod's 매장 정보

기업 정보	컨셉	깨끗하고 맑은 컨셉으로 의약품 및 식품을 판매
	대표 주소	No. 4, Lane 421, Section 1, Wenhua Road, Banqiao District, New Taipei City, Taiwan
	대표 전화	+886-222-559-065
주요 판매품목		뷰티 제품, 식품, 의약품
매장 전경		 
매장 이슈		<p>2017년, 대만 매장 지속적으로 확대</p> <p>최근 Tomod's는 현지인, 관광객들에게 인지도가 상승하고 있어 매장 수도 확대하고 있음. 2017년 3월부터 6월까지 타이중(台中), 중리(中坜), 가오슝(高雄), 타이베이(台北) 등 지역에 총 7개 점포를 오픈함</p>
프로모션 전략		<p>회원에게 특별한 혜택</p> <p>Tomod's는 회원들에게만 매주 화요일과 토요일에 최대 5% 환급 이벤트를 진행하고 있음. 소비자들은 1위안 당 1포인트를 적립하여 200포인트가 되었을 경우 할인을 적용받아 구매할 수 있으며, 매주 화요일과 토요일에는 추가로 10배의 포인트 적립을 받을 수 있음</p>
제품 판매현황		 

출처 : Tomods(www.tomods.com.tw)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 대만 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Wellcome		
매장 수	240개(2017년)	
홈페이지	www.wellcome.com.tw	
매장 개요	Wellcome 마트는 중화권 최대 슈퍼마켓이며 소비자들에게 신선한 제품을 제공하기 위해 지속적인 전략 수립과 제품 관리를 진행함. Wellcome 홈페이지에 일간 농약 검사보고를 업데이트하며 소비자들의 꾸준한 신뢰를 얻고 있음	
RT-Mart		
매장 수	31개(2016년)	
홈페이지	www.rt-mart.com.tw	
매장 개요	RT-Mart는 1996년 설립되었고 대만 내 보유 유통망을 활용해 '6시간' 내에 소비자들에게 제품을 배달하는 서비스를 제공하고 있음. 이러한 서비스도 바쁜 현대인들에게 호평을 받고 있으며, 최근 초고속 무선 인터넷을 개통하여 서비스 품질을 향상시키고 있음	
Carrefour		
매장 수	88개(2017년)	
홈페이지	www.carrefour.com.tw	
매장 개요	프랑스 기업인 Carrefour는 1959년 설립되어 전세계 30개국에 1만개 이상의 매장을 보유함. 1989년 아시아에서 첫 번째 지사를 대만에 설립하였으며, 현재 자사 PB 상품으로 경쟁력을 확보하고 있음	

출처 : Wellcome Taiwan(www.wellcome.com.tw), RT Mart Taiwan(www.rt-mart.com.tw), Carrefour taiwan(www.carrefour.com.tw),

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 대만 주요 건강기능식품 전문점 현황

Dr1895		
매장 수	2개(2017년)	<p>Dr1895는 주로 유기농 식품, 천연 의약품을 취급했었으나 식품 가공업이 발달함에 따라 가공품을 포함한 건강기능식품을 판매하고 있음. 현재 대만 타이베이시와 신베이시에 오프라인 매장은 운영하고 있으며 온라인 홈페이지를 통해서도 구매 가능함</p>
홈페이지	dr1895.com.tw	
매장 개요		
Lohongka		
매장 수	51개 (2017년)	<p>1993년 설립되어 중국 양생(養生) 문화를 아시아에 널리 전파시킴. 현재 대만에 51개 지점을 보유하고 있으며, 말레이시아, 싱가포르까지 진출함. Lohongka는 주로 천연 식자재를 취급하며 소비자들에게 고품질의 제품을 제공하기 위해 노력 중임</p>
홈페이지	www.lohongka.com.tw	
매장 개요		
Aifya		
매장 수	88개(2017년)	<p>Aifya는 대만에 본사가 위치해있으며, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아, 태국 등 국가로 수출하고 있음. 주로 보건식품 및 생활건강용품을 취급하고, 최근 '인체자연균형학'을 추구하며 소비자들의 건강을 개선할 수 있는 절차를 홈페이지에 공개하고 있음</p>
홈페이지	www.aifya.com	
매장 개요		

출처 : Dr1895(dr1895.com.tw), Lohongka(www.lohongka.com.tw), Aifya(www.aifya.com),

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 대만 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Yahoo	
취급 품목	건강기능식품, 가공식품, 미용제품, 의류 등
홈페이지	tw.yahoo.com
매장 개요	2002년 설립되어 13종류의 제품군과 40만개 이상의 제품, 2,500개의 공급상을 보유하고 있음. 이를 통해 소비자들의 접근성을 높여 효율적으로 쇼핑할 수 있도록 돕고 있으며 식품, 미용, 전자제품 등 다양한 제품군을 보유함
PChome	
취급 품목	식품, 가전, 운동용품, 생활용품 등
홈페이지	mall.pchome.com.tw
매장 개요	1996년 설립되어 자회사인 PChome24h Shopping이 대만 내 최대 B2C사이트로 등극하였으며, PChome은 전 세계 104개국 대상으로 판매하고 있음. 2016년 공상시보의 '대만서비스업 평가'에서 대형온라인쇼핑몰 부문에서 1위를 차지한 바 있음
Payeasy	
취급 품목	건강식품, 미용, 가전, 화장품 등
홈페이지	www.payeasy.com.tw
매장 개요	2000년에 설립되어 전국에 402만 명의 회원을 보유하고 있으며 전체 소비자들 중 31%가 젊은 여성 직장인 것으로 집계됨. 이에 따라 Payeasy는 해당 소비자층을 겨냥한 제품을 취급함

출처 : Yahoo(tw.yahoo.com), PChome(mall.pchome.com.tw), Payeasy(www.payeasy.com.tw)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 통관거부사례

통관 및 검역 절차 OVERVIEW

대만 통관 검역 절차도



통관절차별 주의사항

통관절차	주의사항
수입 신고 전	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 물품을 수입하기 위해서는 대만 관세청에 기업정보를 등록하여야 함 - 수입자가 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관으로부터 등록된 업체 이어야 함 - 해당 수입 물품이 허가/규제/금지품목 해당 여부 및 규제 내용을 재정부 관세국을 통해 사전에 확인하여야 함
수입 신고	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자는 정해진 방법으로 관련증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함
물품 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 대만으로 수입되는 화물은 일부 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물이 검사대상이며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시함
관세 납부 및 통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고된 화물의 품목분류 및 과세가격 산정이 완료된 이후 세관에서 관세 및 제세를 산출하여 납부 고지서를 발송함. 일반적으로 해당 관세를 납부한 이후에 수입화물을 반출할 수 있음

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 대만 관세율 정보

HS CODE 2106.90.9990.3 품목의 경우 **기본세율 30%**가 적용됨

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	영업세
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-	-
2106.90	기타	-	-
2106.90.9920.8	정제, 캡슐형 조제품	-	-
2106.90.9990.3	기타	30%	5%

대만 부가가치세 정보

HS CODE 2106.90.9990.3 품목의 경우 **영업세 5%**가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 대만 사이트의 경우 대만 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	Tradenavi	www.tradenavi.or.kr
	대만 관세청	www.customs.gov.tw

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역절차

대만 건강식품 수출 시 확인해야 할 사항

대만의 건강식품은 식품 범주에 속하므로 행정원 위생서에서 규정한 ‘수입 식품검역법(輸入食品查驗辦法)’에 의거하여 경제부 표준검사국(經濟部標準檢驗局)에서 수입 검사를 실시함

만약 제품에 기능성 원료가 함유되어 있다면 정량적 및 정성적 시험을 모두 수행해야 함. 시험방법은 과학적으로 신빙성이 있어야 하며 또한 정확한 방법을 적용해야 함. 예외적으로 기능성분을 확인하지 못한 경우에는 해당 효과가 있는 성분 혹은 관련 보조 문헌자료를 제출해야 함. 제품 문구는 보건효과를 의미하는 기능성 원료 대신에 품질 관리를 위한 지표물질은 기재 가능함

심사 및 표시 허가 등의 처리가 필요할 시 진행되는 개별심사는 전체 심사 과정에 180일이 소요됨. 하지만 규격 표준 심사는 성분규격표준에 부합할 경우 바로 발급할 수 있어 개별심사에 비해 수속시간 및 심사과정이 단축되어 약 60일정도 소요됨. 허가에 신청에 필요한 비용은 약 7만 4,000원이며 건강 식품의 분석 비용은 제품 특성에 따라 상이하며 대략 1만 2,000원~12만원으로 확인됨

표 7.1 : 개별심사 제출 서류

신청서	기능성분에 대한 검증 보고서와 시험방법	제품위생관련 사항 및 검사 보고서
원재료의 상세한 명칭과 특성, 원재료 및 식품첨가물의 명칭과 함량	원료의 안정성보고	일반 영양성분분석 보고서
안전성평가 보고서	제조공정 요약	관련 연구 보고서 및 문헌
기능성평가 보고서	GMP에 대한 증거 서류	제품 포장, 표지, 제품 설명서
신청자 사업자등록증 사본	제품 샘플 및 심사비용	

출처: 식품의약품안전처(www.mfds.go.kr)

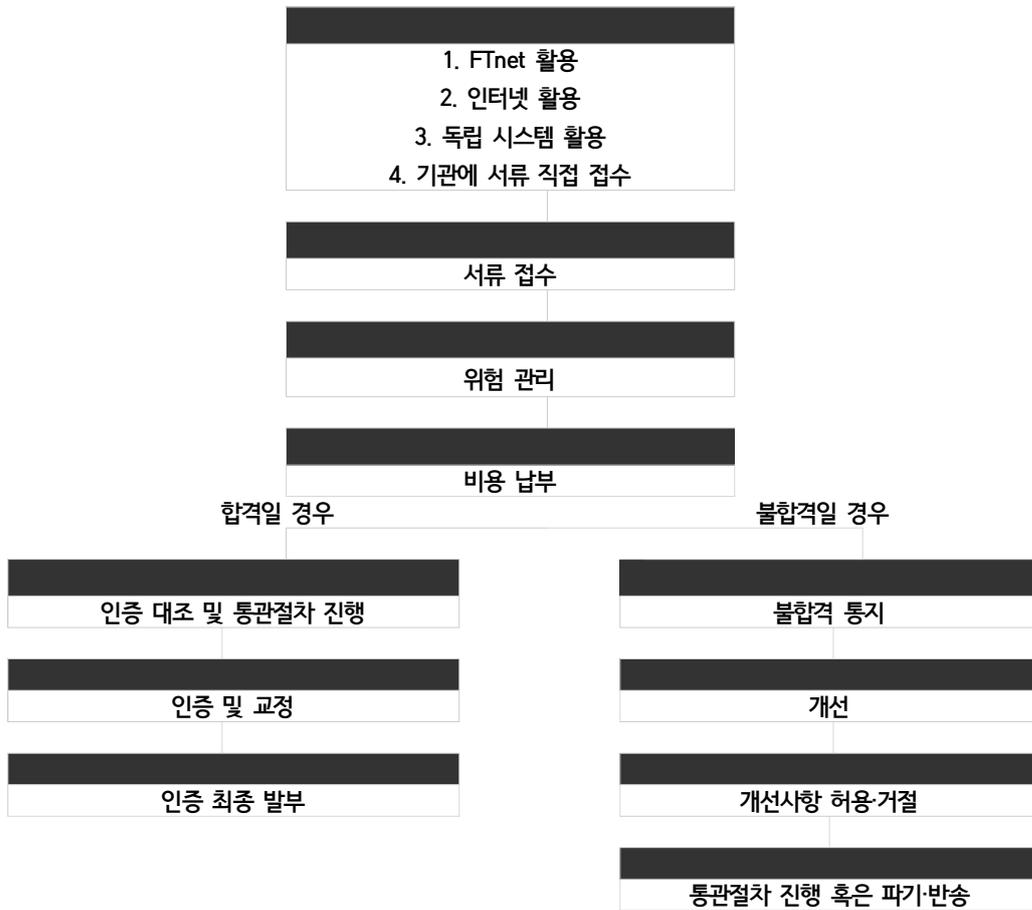
1. 통관 및 검역절차

Step 04. 관세납부 및 통관완료

관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 14일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함. 납부방법은 현금납부, 은행송금, EDI 온라인 자동이체 등의 방법으로 납부가능하며 시기는 다음과 같이 세 가지 방법으로 나눌 수 있음

- ① 즉시납부 : 일반적인 납부형태로서 수입화물이 반출되기 전에 해당 관세를 납부하는 방법
- ② 사후납부 : 수입화물의 과세가격 산정이 즉시 이루어지지 않는 경우 예상되는 관세에 상응하는 담보를 제공함으로써 화물을 반출하고 이후 관세액이 확정되면 그에 따른 관세를 납부하는 방법
- ③ 담보제공 : 수입화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입화물 개별 혹은 월단위의 포괄 관세액을 납부하는 방법

표 7.3 : 대만 통관검역 세부절차



출처 : 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

2. 관세율 정보

대만, 모든 수입 제품에 5%의 영업세 부과

대만은 모든 수입 물품에 대해 5%의 영업세가 부과되고 있으며 이는 한국의 부가가치세에 해당됨. 영업세의 산출방법은 수입물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세표준으로 하여 해당 과세표준에 영업세를 적용한 것임

건강기능식품은 정제 및 캡슐형과 정제 및 캡슐형이 아닌 두 품목으로 수입 검사가 이루어지고 있으며 대만은 자체적으로 각 수입 품목당 총 11자리의 C.C.C.코드를 사용하고 있음. 제품의 수입상은 화물과 관련해 정확한 세칙과 세율을 적용하여 수입 신고서를 작성해야 함. 가격산정의 경우 수입신고서에 의거하여 세금을 부과하고 징수한 것을 반출 후 다시 심사하여 가격조사를 진행함. 또한 세금 추징 및 환급은 물품 반출 후 6개월 이내에 처리해야 하며 건강기능식품의 경우 기본세율 30%가 적용되며, 영업세 5%가 부과됨

표 7.4 : 한국 및 대만 내 콜라겐 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명	기본세율	영업세
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		-
	2106.90	기타		
	2106.90.909	기타		
	2106.90.9099	기타		
대만	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-	
	2106.90	기타	-	
	2106.90.9920.8	정제, 캡슐형 조제품	-	
	2106.90.9990.3	기타	30%	5%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

3. FTA 정보

대만 FTA 추진 포인트

대만과 중국은 ECFA 체결로 인해 ECP가 발효되어 일부 품목에 한정되어 있음. 현재 단기적 영향은 제한적일 것으로 보이고 있으나 ECFA 확대 협상 추진에 따라 양안(兩岸)간 협력이 강화될 것으로 전망됨. 현재 대만은 해당 협약체결 이후 제 3국과의 FTA 추진 가능성에 대해 타진 중이며 싱가포르와의 FTA 협상이 개시된 것으로 알려짐. 그 외 인도, EU, ASEAN에 소재한 일부 국가들과의 FTA를 타진하고 있음

대만 FTA 추진 현황

대만과의 최대 교역국은 중국이지만 이러한 상황에서 중-ASEAN FTA 발효 등으로 중국과의 교역에서 대만의 입지가 줄어들 것을 방지하고자 대만-중국 ECFA를 체결함. 한편 대만은 제3국과 FTA 추진 시 수많은 어려움을 겪은 바 있으며 금번 대만-중국 ECFA를 계기로 적극적인 FTA 추진 의사를 밝힘

표 7.5 : 대만 FTA 체결현황

	기체결	협상중	검토중
대만	파나마 FTA, 과테말라 FTA, 니카라과 FTA, 뉴질랜드 ECA, 온두라스·엘살바도르 FTA, 싱가포르 ASTEP, 중국 ECTA	(협상중) 도미니카공화국 FTA, 파라과이 FTA (협상중단) EU FTA	인도 FTA, 말레이시아 FTA, 이스라엘 FTA, 필리핀 FTA, TPP, 미국 FTA, 호주FTA, EU FTA, 인도네시아 FTA, ASEAN FTA, FTAAP

출처 : FTA 강국 KOREA(www.fta.go.kr)

4. 통관 및 검역 주의사항

보건음료 수입 시 주의해야할 사항

대만에서 건강기능식품과 유사한 용어로 ‘건강식품(Health Food)’ 이 있음. 이는 특정 영양소나 법령상 보건효과를 가진 식품으로 정의되며, 일반 식품의 경우 효과를 표기하거나 광고할 수 없음

대만 건강식품은 건강식품관리방법 법규에 따라, 대만위생복지부에서 심사를 거쳐 등록된 제품만 인정됨. 이에 따라 일반식품은 보건기능으로 광고할 수 없음. 현재 대만 위생서에서 인정하는 보건효과는 총 11가지 항목임

대만에서 콜라겐 음료 제품은 보건식품으로 분류되어 보건품 및 식품에 관련된 규정을 준수해야 함. 제품의 수입상 혹은 대리상은 신청서, 원산지 및 국가에서 규정하고 있는 관련된 기준, 생산, 판매처에 대한 증명 허가 자료도 함께 제출해야함

표 7.6 : 대만 위생서에서 인정하는 11가지 보건효과

No	기능	No	기능
1	혈중지질조정기능(regulate blood lipids)	7	노화예방(anti-aging)
2	치아건강(maintain dental health)	8	피로개선기능(anti-fatigue)
3	골지도 저하개선(alleviate osteoporosis)	9	알레르기완화기능 (the allergy-alleviating function)
4	간장보호(protect liver)	10	체지방축적저하기능 (the functions to lower body fat formulation)
5	혈당조절(regulate blood sugar level)	11	면역조절기능(regulate immune system)
6	위장기능개선기능 (improve gastrointestinal functions)	/	

출처: 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

5. 통관거부사례

대만 과거 미국산 콜라겐 제품 통관거부 발생

최근에는 대만 내 콜라겐 제품 통관거부 사례가 발생하지 않았으나, 2013년 4월에 미국산 수해 콜라겐 제품(HS CODE 2106.90.9500) 2개에서 방부제가 검출되어 통관이 거부됨. ‘식품첨가물사용범위 및 제한량규격기준’에 따르면 방부제는 벤조산은 0.6g/kg, 소르빈산 0.5g/kg를 사용해야하나 관련 규정에 부합하지 않아 2,040kg와 1,020kg 전체가 반송 혹은 소각으로 거부된 바 있음

표 7.7 : 콜라겐 제품 통관거부사례(HS CODE 2106.90.9500)

품목	수해 콜라겐	
국가	미국	
통관 거부일자	2013년 4월	
물량	2,040kg	
위반	방부제 검출	
조치상황	반품 혹은 소각	
품목	수해 콜라겐	
국가	미국	
통관 거부일자	2013년 4월	
물량	1,020kg	
위반	방부제 검출	
조치상황	반품 혹은 소각	

출처 : 위생복지부식품약품관리서(consumer.fda.gov.tw)

VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : TQF(Taiwan Quality Food Association)상품인증제도

인증 설명	대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 TQF상품인증제도로 대체됨. 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음	
발행기관	TQF협회(대만 경제 발전부 산하 공업국 소속)	
성격	권장인증	
제출서류	사업자 등록증, 약품 생산 허가증 및 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서	
소요기간	약 75일 (영업일 기준)	
발급절차	인증 신청> 자료 심사> 현장 검사> 제품 검수> 결과 발표> 계약 체결> 발급	
주의사항	2015년 6월 공식적으로 GMP(Good Manufacture Practice)에서, TQF(Taiwan Quality Food Association)로 변경됨	

출처 : 대만 Word(www.twword.com)

● 권장인증 : 건강식품 인증

인증 설명	보건 기능을 과학적으로 증명할 수 있어야하며 전문가의 심사, 평가를 통해 건강식품으로 인증이 가능함		
발행기관	위생복지부		
성격	권장인증		
제출서류	신청서, 제품 원료 성분 규격 함량, 안전 평가 보고서, 보건기능 평가 보고서, 영양성분 분석 보고서 등		
소요기간	개별심사	규격표준심사	
	180일	120일	
비용	250,000대만 달러	80,000대만 달러	
발급절차	실험 혹은 과학적 검증을 통해 위생복지부에 신청서 제출> 심사> 결과> 건강식품 허가 인증		
주의사항	심사를 통해 보건식품으로 허가 받은 제품은 5년 후 갱신이 필요하며, 연장할 시 최소 3개월 내 중앙주관기관에 신청해야 함. 다만, 매 신청 시 5년 이상할 수 없으며 연장하지 않을 경우 자동적으로 효력이 없어짐		

출처 : 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

1. 인증 취득정보

GMP 인증



권장인증 : 식품 TQF 인증

2015년 6월, 대만 우량식품 인증인 GMP(Good Manufacturing Practice)가 공식적으로 TQF(Taiwan Quality Food Association)로 변경됨

기존 GMP는 대만의 건강하고 안전한 식품을 대표하는 제도였으나 사후 관리 미흡으로 신뢰도가 떨어져 TQF로 개정함. 현재 TQF는 식품 안정성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 인증기관의 산하에 있음

표 8.1 : 대만 식품 TQF 인증 발급절차

신청절차	내용
STEP 01. 인증 신청	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출
STEP 02. 서류 심사	평균 2개월 소요
STEP 03. 현장 조사	공업부, 검역부, 위생부, 농업부 및 학자 등 참석
STEP 04. 제품 검수	샘플 검사
STEP 05. 결과 발표	제품 인증 번호 부여
STEP 06. 계약 체결	경제부와 농업위원회 및 위생복지부 담당
STEP 07. 발급	식품 GMP인증서 발급

출처 : TQF(Taiwan Quality Food Association, www.tqf.org.tw/en)

권장인증 : 건강식품 인증

대만 건강식품 인증은 과학적 근거를 통해 제품의 안정성과 기능을 나타내야함. 기본 서류 외에도, 신청자는 반드시 제품이 무해하며 뚜렷한 보건 기능이 있다는 것을 과학적 평가 보고서를 통해 증명해야 함. 또한 해당 내용은 반드시 중앙주관기관에서 지정한 보건효능평가방법과 안전평가방법에 부합해야 함

표 8.2 : 건강식품 인증 발급절차

신청절차	내용	소요기간	
		개별심사	규격표준 심사
STEP 01. 신청서 제출	건강기능 실험 혹은 과학적 검증을 통해 위생복지부에 신청서 제출	180일	120일
STEP 02. 서류 심사	중앙주관기관에서 지정한 방법으로 심사 진행		
STEP 03. 결과	합격 혹은 불합격		
STEP 04. 건강식품 허가 인증	심사 통과 시 건강식품허가증 취득		

출처 : 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

2. 인증 취득제품

대만, 콜라겐 제품 인증 취득하지 않은 제품 多

2017년 6월 현지 매장 Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed 매장 방문 결과, 한국산 제품은 조사되지 않았으며 현지산 6개, 수입산 6개 제품이 조사됨. 그 중 현지산 1개 제품이 건강식품 인증을 취득했으며 이외에 제품들은 취득한 인증이 없는 것으로 확인됨

표 8.3 : 건강식품 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Tiandihebu Jiaoyuandanbai Meiguisiwuyin (天地合補膠原蛋白玫瑰四物飲) - 기업 : Tiandihebu(天地合補) - 국가 : 대만 - 가격 : 302대만 달러 - 용량 : 120g 	 <p>健康食品 衛署健食字第 A00201號</p>	 <p>天地合補 含鐵四物飲 紅露光采</p>

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Wellcome, Watsons, Cosmed, 2017.06)

3. 제출서류

보건식품 인증 신청서(TQF 신청서)

1. 一、基本資料(同一生產線之同類產品得併案申請)

公司	名稱	電話	公司或行號登記字號		
		傳真	營利事業登記字號		
	地址	工廠登記證統一編號		創立日期	資本額 元
工廠	名稱	電話	工廠登記證產品項目		
		傳真			
	地址				
工廠負責人姓名		職稱			
與本制度有關之連絡人姓名		職稱	申請認證產品類別		
銷售通路			是否為分裝或改裝產品		
工廠產品項數			欲申請驗證產品數		
工廠員工人數					
申請台灣優良食品驗證產品名稱					
產品名稱	自有或代工	主要原料	產品規格	內包裝材質與包裝型態	

출처 : 대만 TFQ협회 (www.cgprdi.org.tw)

“ 수입 캡슐형 및 태블릿형 식품 검사 등록 필요 ”

Q1. 대만에 콜라겐 제품을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증이 있습니까?

“대만으로 콜라겐 제품을 수출할 때 분말형태와 액체형태(경구복용) 제품은 별도의 인증이 필요 없으나 태블릿형태(약정) 제품의 경우 대만 정부의 규정에 따라 등록이 필요합니다. 따라서 태블릿형태로 된 콜라겐 제품은 ‘수입 캡슐형 및 태블릿형 식품 검사 등록’ (필수) 항목에 해당됩니다. 이밖에 건강기능제품 유통 시 일반적으로 진행되는 인증에는 ‘건강기능식품인증(Health Food)과 한국에서도 흔히 취득하는 ‘할랄(Halal) 인증이 있습니다. SNQ 인증은 있으면 좋고 없어도 문제가 되지 않는 인증으로 필수는 아닙니다. 또한, 분말형태와 태블릿형태의 제품은 수입 시 성분 평가를 받아야 하는데 수입 금지 성분이 포함되어 있을 경우 원료 교체가 필요할 수도 있습니다. 액체형태 제품에 대해서는 성분 평가를 진행하지 않습니다.”

- Greenlink Biotech Consulting Service
담당자 Mr. Wu 와의 인터뷰 中 2017. 07

“대만으로 콜라겐 제품 수출 시 분말형태와 액체형태(경구복용) 제품은 별도의 인증이 필요하지 않고 일반 통관 검사 신청 절차에 따라 진행하면 됩니다. 하지만 태블릿형태 (약정) 제품의 경우 반드시 ‘수입 캡슐형 및 태블릿형 식품 검사 등록’을 거쳐야 합니다.”

- 국가 식품 및 의약품 감독관리 총국
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

▶ 대만 콜라겐 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 성분
- 용량
- 보관방식
- 유효기간
- 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소
- 영양성분표
- 섭취방법
- 주의사항

출처 : 현지방문조사(Carrefour, 2017.06)

출처: 위생복지부식품약물관리서(www.fda.gov.tw)

▶ 대만 콜라겐 라벨링 주요 상세 표기사항

1	제품명
2	'식품첨가물' 또는 '식품첨가물원료' 글자 기입
3	식품첨가물 명칭: 2종 이상의 혼합물일 경우 구분하여 명기하여야 함. 그 표기는 제 18조 제 1항에서 규정하는 품명 또는 중앙주관기관의 공고에 의거한 통용명칭에 따름
4	중량, 용량, 수량
5	제조업체 또는 대만 국내 담당업체 명칭, 전화번호 및 주소
6	유효기간
7	사용범위, 용량표준 및 사용제한
8	원산지(국가)
9	유전자 개조 식품 첨가물 원료
10	기타 중앙 담당기관이 공고한 사항

출처: 위생복지부식품약물관리서(www.fda.gov.tw)

1. 라벨 표기사항

중문으로 제작된 라벨 필수

대만으로 수입되는 건강식품의 라벨은 반드시 중국어 간체자로 표기해야 하며 오류 혹은 미기입 시 부적합 판정을 받게 됨. 또한 위생서에 의해 승인된 내용 이외의 과장 혹은 거짓된 정보는 기재를 금지하고 있음

대만 식품 라벨 법규 주요사항

대만 '식품안전위생관리법' 라벨링 관련 규정에 의하면 식품첨가물 및 이에 해당하는 원료의 용기 또는 외포장의 10개 사항을 상세하게 중문 또는 통용 부호로 관련사항을 명확하게 표기해야 함. 예를 들어, 라벨지에는 품명, 제조업체 또는 대만 국내 담당업체 명칭, 전화번호 및 주소, 기타 중앙담당기관이 공고한 사항 등을 기재해야 함

표 9.1 : 대만 콜라겐 라벨링 주요 상세 표기사항

1. 제품명
2. '식품첨가물' 또는 '식품첨가물원료' 글자 기입
3. 식품첨가물 명칭: 2종 이상의 혼합물일 경우 구분하여 명기하여야 함. 그 표기는 제 18조 제 1항에서 규정하는 품명 또는 중앙주관기관의 공고에 의거한 통용명칭에 따름
4. 중량, 용량, 수량
5. 제조업체 또는 대만 국내 담당업체 명칭, 전화번호 및 주소
6. 유효기간
7. 사용범위, 용량표준 및 사용제한
8. 원산지(국가)
9. 유전자 개조 식품 첨가물 원료
10. 기타 중앙 담당기관이 공고한 사항

출처 : 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

1) 품명
식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭

2) 영양성분표
열량, 4대 영양소 필수 표시

3) 회사 정보
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

3) 주의사항
기타 중앙당당기관이 공고한 사항

영양성분표시

: 열량, 4대 영양소 필수 표시
(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨)

營養標示		
每一份量60毫升 本包裝含8份		
	每份	每100毫升
熱量	28.8大卡	44.8大卡
蛋白質	1.3公克	2.2公克
脂肪	0公克	0公克
飽和脂肪	0公克	0公克
反式脂肪	0公克	0公克
膽固醇	0毫克	0毫克
碳水化合物	5.4公克	9公克
糖	1.7公克	2.9公克
鈉	28毫克	47毫克
鉀	29.3毫克	48.8毫克

營養標示		
每一份量120毫升 本包裝含6份		
	每份	每100毫升
熱量	64.8大卡	54大卡
蛋白質	1.4公克	1.2公克
脂肪	0公克	0公克
飽和脂肪	0公克	0公克
反式脂肪	0公克	0公克
碳水化合物	14.8公克	12.3公克
糖	12.7公克	10.6公克
鈉	27毫克	23毫克

保健功效之相關成分含量
每120毫升含亞鐵 3.9~6.5毫克
健康食品 衛署健食字第A00197號

인증

: 보건식품 인증마크

含鐵四物飲

紅潤光采

健康食品
衛署健食字第A00197號

含鐵四物飲 更紅潤更漂亮
嚴選滋補素材·強化鐵質並添加膠原蛋白·
獲得國家健康食品促進鐵吸收認證
經動物實驗結果證實:
•有助於促進鐵吸收·
•有助於增加血紅素生成·

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input checked="" type="checkbox"/>
음료	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input checked="" type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양강화제	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

● 대만 식품첨가물 대표 17종

물질명	
방부제	품질 개량제, 양조용 및 식품 제조용제
살균제	영양첨가제
항산화물질	착색제
표백제	향신료
보색제	증미제
팽창제	접착제
식품공업용화학약품	용제
유화제	기타
결착제	

출처: 위생복지부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

● 건강식품 중금속 함량 기준치

중금속 종류	최대 허용 기준치(ppm)
납	20
비소	2

출처: 식품약품소비자지식서비스사이트(consumer.fda.gov.tw)

1. 식품첨가물 규정

대만 건강식품 식품 첨가물 준수 필요

대만에서 식품 첨가물에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있음. 이로 인해, 각종 식품첨가물 명칭, 사용범위 및 제한량은 해당하는 규정에 부합해야하며 식품 품목에 해당되지 않을 경우 식품 첨가물을 사용할 수 없음

식품첨가물은 17종류로 분류, 총 691항목으로 구성되어있으며 대만 위생서 식품약품관리국(www.fda.gov.tw) 사이트 → 법규자문 → 식품·식음료 및 영양류 → ‘첨가물’ 분류에서 확인 가능함

표 10.1 : 대만 식품첨가물 함량정보

물질명	
방부제	품질개량제, 양조용 및 식품 제조용제
살균제	영양첨가제
항산화물질	착색제
표백제	향신료
보색제	증미제
팽창제	접착제
식품공업용화학약품	용제
유화제	기타
결착제	

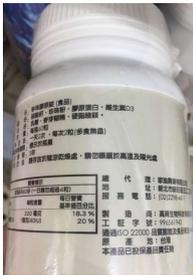
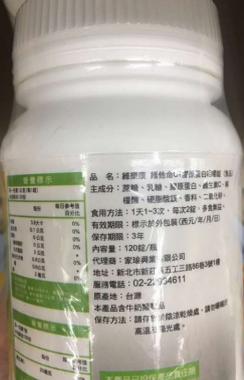
출처: 위생복리부식품약품관리서(www.fda.gov.tw)

1. 식품첨가물 규정

콜라겐 주요 식품첨가물

현지방문조사를 통해 파악한 현지산 및 수입산 콜라겐 경쟁제품들의 식품첨가물 성분을 조사한 결과, 스테아르산 마그네슘, 각종 비타민을 사용한 콜라겐 제품들이 다수 확인되었음. 이외에도 유당, 옥수수농말, 레몬즙 등이 첨가되어 있음

표 10.2 : 콜라겐 식품첨가물 정보 예시

사진	제품명	제조사	식품첨가물
	Zhenzhujiaoyuanding (珍珠膠原錠)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	탄산칼륨, 펄파우더, 콜라겐 , 비타민D3 , 말토덱스트린, 스테아르산 마그네슘 , 유당
	Daily	Kangshun Shengwu Keji (康順生物科技公司)	물, 키실리톨(감미료), 수밀도나무즙, 부레콜라겐 , 레몬즙, 옥수수당, 아카시아나무공, 한천분, 시트르산, 비타민C , 동백꽃종자추출, 비타민E
	Huoeiduo Jiaoyuandanbaiding (活沛多膠原蛋白錠)	Jianqiaoxinyuan Yiyao Shengji Songsi Guangfuchang (健乔信元医药生技(股)公司 光伏厂)	콜라겐, 미정셀룰로오스, 옥수수 녹말, 스테아르산 마그네슘
	Weilekangweitaming C+ Jiaoyuandanbaijujueding (維樂康維他命C+膠原蛋白咀嚼錠)	Gaoyuyushengwu Keji (高育生物科技有限公司)	자당, 유당, 콜라겐, 비타민C , 시트르산, 스테아르산 마그네슘 , 향료, 이산화규소

2. 기타 위생규정

대만 건강식품 위생기준

대만의 건강식품 위생기준에 대해서 ‘건강식품 방사진 및 방사능 오염 안전 허용 기준’, ‘건강식품 기구·용기·포장 위생기준’, ‘건강식품 잔여농약 안전 허용기준’, ‘건강식품 위생기준’ 을 식품약품 소비자 지식 서비스 사이트(consumer.fda.gov.tw)에 공시함

건강식품의 위생기준은 형태와 성질 기준은 원래의 색과 맛이 있어야 하며 부패, 변색, 이물질 등이 함유되어 있지 않아야 함. 이외에도 세균 제한량은 평균이 검출되지 않아야하고 중금속은 최대 납 20ppm, 비소 2ppm까지 허용함

표 10.3 : 건강식품 방사진 및 방사능 오염 안전 허용기준

종류	I-131	Cs-134 +Cs-137
유제품	55 Bq/kg	50 Bq/kg
유아식품	55 Bq/kg	50 Bq/kg
음료 및 포장형태의 물	100 Bq/kg	10 Bq/kg
기타	100 Bq/kg	100 Bq/kg

출처 : 식품약품소비자지식서비스사이트 (consumer.fda.gov.tw)

표 10.4 : 중금속 최대 허용 기준치

중금속 종류	최대 허용 기준치(ppm)
납	20
비소	2

출처 : 식품약품소비자지식서비스사이트 (consumer.fda.gov.tw)

※. 참고 문헌

※ 참고 자료

1. Yibada	대만 왓슨스의 지난 성적과 새로운 활동 (屈臣氏的业绩还是很差, 但今年的新动作倒是不少)	2017
2. 未来family	식자재에 있는 콜라겐, 효능이 진짜 있는 것인가? (食材中的胶原蛋白, 真有效吗?)	2017
3. toutiao	콜라겐 어떤 브랜드가 좋은가?(胶原蛋白那个牌子好?)	2017
4. 소비자보도	콜라겐, 미모여성의 비애?(胶原蛋白, 美颜人士的悲哀?)	2016

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
2. Global Trade Atlas	tradestatistics.com/gta
3. comeScore Media Metrix	www.comscore.com
4. 타이베이 무역관	www.kotra.or.kr/KBC/taipei
5. 대만 노동부	english.mol.gov.tw
6. Sohu	www.sohu.com
7. Yahoo	tw.yahoo.com
8. PChome	mall.pchome.com.tw
9. Payeasy	www.payeasy.com.tw
10. Standard Foods Corporation	www.stdfood.com.cn
11. TIANDIHEFU	tdhb.sfworldwide.com
12. Meiji Co., Ltd.	www.meiji.com
13. SENTOSA	www.sentosa.com.tw
14. Watsons	www.watsons.com.tw
15. Cosmed	www.cosmed.com.tw
16. Tomods	www.tomods.com.tw
17. Wellcome Taiwan	www.welcome.com.tw)
18. RT Mart Taiwan	www.rt-mart.com.tw
19. Carrefour taiwan	www.carrefour.com.tw
20. Dr1895	dr1895.com.tw
21. Lohongka	www.lohongka.com.tw
22. Aifya	www.aifya.com
23. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
24. 식품의약품안전처	www.mfds.go.kr
25. Customs Administration, Ministry of Finance	web.customs.gov.tw
26. 위생복지부식품약품관리서	www.fda.gov.tw
27. FTA 강국 KOREA	www.fta.go.kr
28. 위생복지부식품약품관리서	www.fda.gov.tw
29. 대만 Word	www.twword.com
30. TQF	www.tqf.org.tw/en