

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-20
품목 | 홍삼가공품(Processed Red Ginseng)
HS CODE | 2106.90-3021
국가 | 대만(Taiwan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 대만 차(Tea) 시장규모	06
2. 대만 스프레드 시장규모	07
3. 대만 홍삼가공품 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 다양한 형태의 홍삼가공품 판매	11
2. 한국 홍삼 브랜드 다수 도출	12
3. '홍삼'과 '사포닌'이 주요 성분	13
4. '포' 형태의 제품 빈출	14

IV. 유통채널

1. 대만 홍삼가공품 유통채널 점유율	16
2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 대만 홍삼가공품 통관 및 검역 절차	30
2. 대만 홍삼가공품 품질 인증	34
3. 대만 홍삼가공품 라벨링	37
4. 대만 홍삼가공품 성분 및 유해물질	45

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 하이라이프(Hi-Life)	50
2. 웨일자이언트(WHALEGIANT)	52
3. 리인국제유한회사(Li Inn International Enterprise Co., Ltd)	54

VII. 시사점

1. 시사점	57
--------	----

※ 참고문헌	59
--------	----



HS CODE : 2106.90-3021

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

대만 홍삼가공품 시장

시장 현황

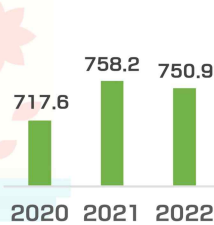
차(Tea) 시장규모

단위 : 십억 달러



스프레드 시장규모

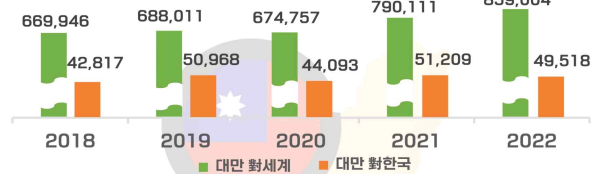
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 대만 온라인 쇼핑몰 홍삼가공품 제품 348건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본세율: 30%
부가세율: 5%

사전 준비
수입업체 등록
AEO 제도 활용

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
중국어 표기 必, 제품명, 성분, 내용량, 제조업체 및 수입자 정보, 원산지, 유효기간, 영양성분 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Li Inn International Enterprise

Point 01.

한국산 홍삼가공품 인지도 대만 내 한국산 홍삼가공품의 인지도가 매우 높은 편이며, 특히 홍삼차나 홍삼액의 수요가 높음
주요 트렌드 대만 내 젊은 소비자들은 새로운 레시피를 좋아하므로 홍삼가공품 제품을 다양하게 활용하는 데 관심이 있을 것으로 보임
주요 타겟층 연령층이나 성별과 관계없이 대만 내 면역력이 많이 떨어지는 소비자들을 겨냥하여 홍보하는 것을 추천함

Point 02.

고객사 제품 피드백 고객사 제품의 포장에 예쁘고 고급스럽기 때문에 선물용으로 인기가 높을 것이라고 답변함
추천 홍보방법 대만 내 소비자들이 쉽게 제품을 접하고 시음할 수 있도록 편의점에서 제품을 판매 및 홍보할 것을 추천함
추천 유통채널 대만 내 주요 편의점 또는 쇼피(Shopee), 라쿠텐(Rakuten), 모모(MOMO) 등의 대만 온라인 플랫폼을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 대만 차(Tea) 시장규모
2. 대만 스프레드 시장규모
3. 대만 홍삼가공품 수입규모

1. 대만 차(Tea) 시장규모

대만 국가 일반 정보¹⁾

면적	3만 6,000km ²
인구	2,357만 명
GDP	7,803억 달러
GDP (1인당)	3만 3,565달러

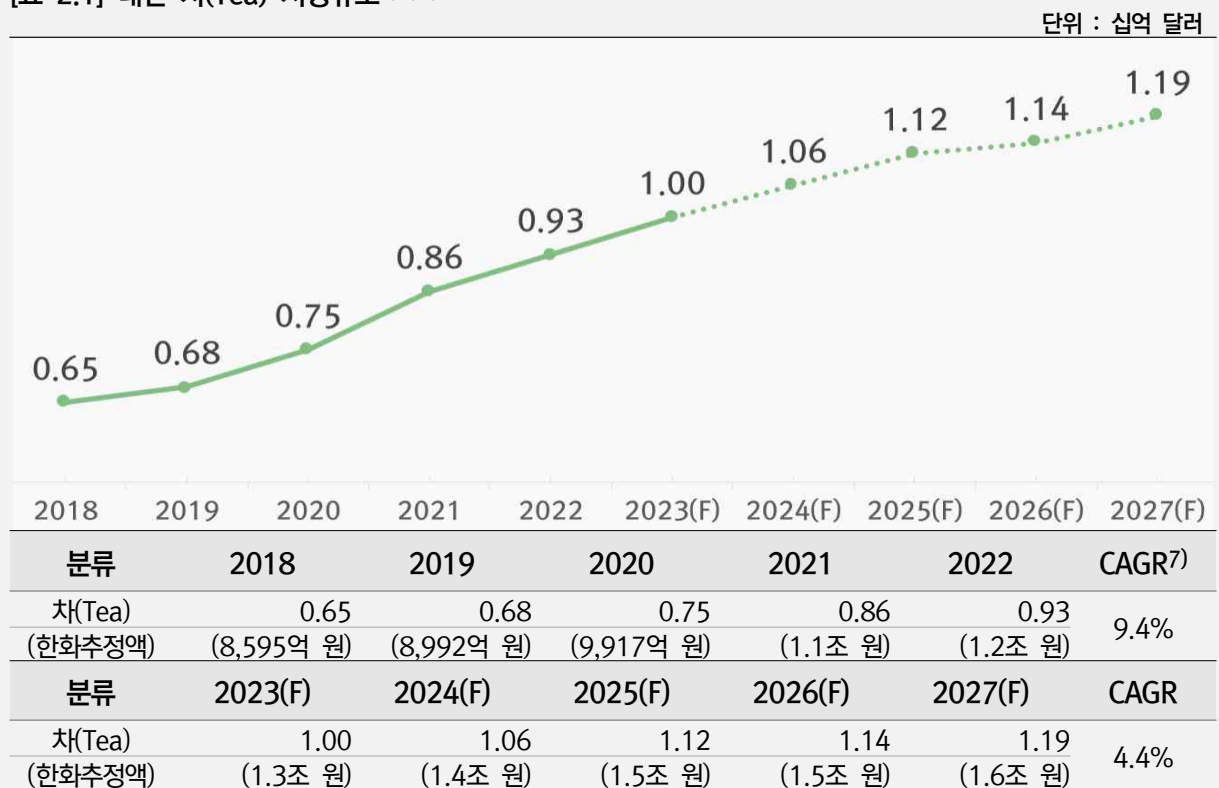
▶ 대만 차(Tea) 시장규모 1.2조 원, 연평균 9.4% 성장

2022년 기준 대만 차(Tea) 시장규모는 1.2조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 1.0조 원의 시장규모를 보이고 있음. 5년간 연평균성장률이 9.4%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 14.7%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ 대만 차(Tea) 시장규모, 향후 5년간 4.4%씩 성장 예상

대만 차(Tea) 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.4%씩 성장하여 2027년 1.6조 원을 기록할 것으로 예상됨. 대만에서는 코로나19 이후 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 인삼 보조 식품과 같은 건강 차(Tea) 수요가 증가함²⁾³⁾

[표 2.1] 대만 차(Tea) 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '홍삼가공품'은 액상차로 섭취할 수 있는 제품임. 이에 고객사 제품의 용도를 기준으로 '차(Tea)'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 야후(Yahoo), 「秋分進補! 7-11紅蔘飲 買1送2」, 2022.09

4) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Tea_Taiwan」, 2023.08

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 대만 스프레드 시장규모

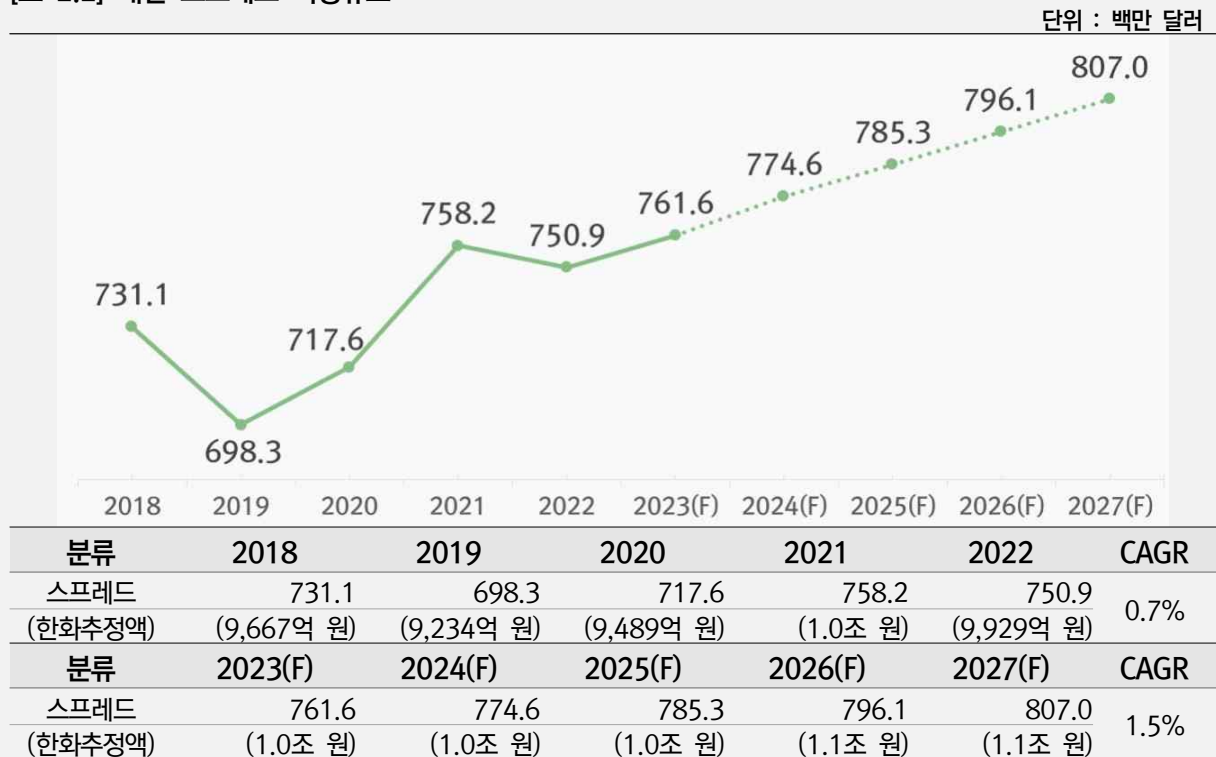
▶ 대만 스프레드 시장규모 9,929억 원, 연평균 0.7% 성장

2022년 기준 대만 스프레드 시장규모는 9,929억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 9,664억 원의 시장규모를 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 0.7%인데 비해, 2019년에는 전년 대비 4.5% 하락하였고, 2021년에는 전년 대비 5.7% 성장하는 등 연도에 따른 성장세 차이가 큰 편임

▶ 대만 스프레드 시장규모, 향후 5년간 1.5%씩 성장 예상

대만 스프레드 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.5%씩 성장하여 2027년 1.1조 원을 기록할 것으로 예상됨. 대만에서는 코로나19 발생 이후 외출을 자제하면서 간편조리식품 시장이 급격하게 성장함. 대만 내 편리함을 중요하게 여기는 소비자 비중이 81%로, 편리하게 곁들여 섭취할 수 있는 스프레드, 잼류의 시장도 향후 성장할 것으로 전망됨⁸⁾

[표 2.2] 대만 스프레드 시장규모¹⁰⁾¹¹⁾



자료: 스탯시타(Statista)

8) 자료: 한국수산물경제, 「대만의 간편조리식품 시장 동향」, 2022.11

9) 조사제품 '홍삼가공품'은 스프레드로 빵 등에 발라 섭취할 수 있는 제품임. 이에 고객사 제품의 용도를 기준으로 '스프레드'의 시장규모를 조사함

10) 자료: 스탯시타(Statista), 「Spreads_Taiwan」, 2023.08

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 대만 홍삼가공품 수입규모

홍삼가공품 HS CODE

해당 장에서 홍삼가공품은 HS CODE 2106.90으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.90-3021의 품명은 홍삼차로 확인

▶ 2018-22년 대만 HS CODE 2106.90 對글로벌 연평균성장률 6.4%

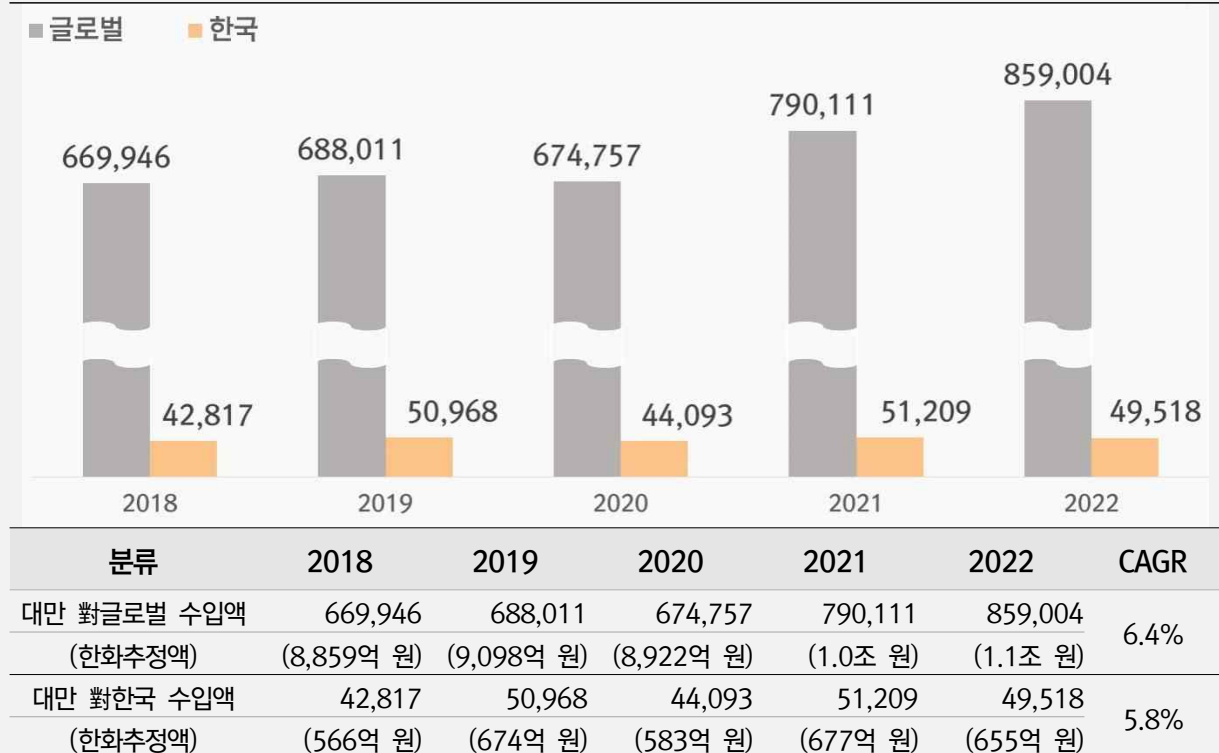
대만 HS CODE 2106.90 품목인 홍삼가공품의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 6.4%를 기록하며 2022년도에는 1.1조 원에 달함. 지난 5년간 연평균성장률인 6.4% 비해, 2021년에는 17.1%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 대만 내 HS CODE 2106.90 품목 수입, 한국산 상위 3위

최근 5년(2018-22년)간 대만 내 홍삼가공품의 對한국 수입규모 평균은 631억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 3위를 차지함. 1위국 미국(4,409억 원, 39%)은 연평균성장률 6.4%를 기록했고, 2위국 일본(1,243억 원, 11%)은 연평균성장률 10.2%를 기록함. 3위국 한국(655억 원, 6%)은 연평균 3.7% 증가하였고, 4위국 태국(648억 원, 6%)은 연평균 5.8% 증가함

[표 2.3] 대만 HS CODE 2106.90 수입규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 다양한 형태의 홍삼가공품 판매
2. 한국 홍삼 브랜드 다수 도출
3. '홍삼'과 '사포닌'이 주요 성분
4. '포' 형태의 제품 빈출

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 대만 온라인매장 입점 홍삼가공품

- 데이터 수집 키워드 : 홍삼가공품(紅參加工品)
- 데이터 수집량 : 348건
- 데이터 수집원 : 대만 온라인쇼핑몰 쇼피(Shopee)

▶ 대만 온라인매장 입점 홍삼가공품 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 성분 ④ 패키징

항목	키워드(국문/중국어 번체)		빈도	키워드(국문/중국어 번체)		빈도
경쟁제품	정제	精	93	대추	紅棗	22
	꿀편	蜜片	64	홍삼사탕	紅蔘糖	16
	홍삼절편	紅蔘片	63	삼음료	蔘飲	16
	(영양)차	茶	44	캡슐	膠囊	10
	인삼절편	人蔘片	40	홍삼분말	蔘粉	6
	녹용	鹿茸	32	홍삼젤리	膠皮	3
경쟁브랜드	정관장	正官庄	98	고려인삼	高麗人蔘	5
	농협	NH	15	청우	CW	4
	광동제약	Kwangdong	11	상아	Sang A	3
	아토미	Atomy	8	팔도	Paldo	2
	정원삼	Jungwonsam	7	보토	Boto	2
성분	홍삼	紅蔘	161	구기자	枸杞	13
	벌꿀	蜜	65	포도당	葡萄糖	8
	인삼	人蔘	44	비타민	維生素	7
	설탕	糖	26	미네랄	礦物質	5
	식물혼합농축액	植物混合	23	프락토올리고당	果寡糖	5
	대추	紅棗	22	덱스트린	糊精	4
	사포닌	皂甘	17	옥수수	玉米	3
	석류	石榴	14	황기	黃耆	2
패키징	70ml	70ml	123	10ml	10ml	27
	10g	10g	84	포	包	68
	500g	500g	82	박스	盒	50
	30ml	30ml	74	스틱	Stick	22
	50g	50g	71	병	瓶	18
	3g	3g	61	캔	罐	9
	15g	15g	42	봉지	袋裝	4
	20g	20g	39	(-)	(-)	(-)

1. 다양한 형태의 홍삼가공품 판매

▶ 홍삼가공품, 다양한 제형으로 판매

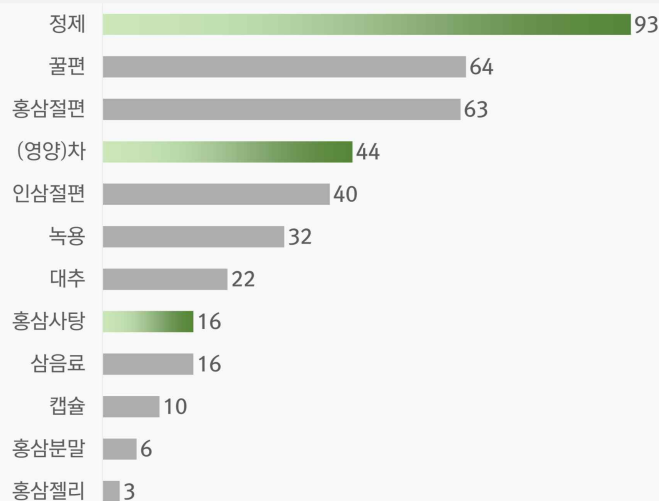
- 홍삼가공품 경쟁제품으로 정제, 캡슐, 분말, 젤리 등 다양한 제형의 제품이 판매 중인 것이 확인됨
- ‘정제’ 관련 키워드는 93건 도출되었으며 ‘홍삼절편’도 63건 확인됨
- ‘홍삼캡슐’과 ‘홍삼분말’, ‘홍삼젤리’도 빈출됨

▶ ‘(영양)차’와 ‘삼음료’, ‘홍삼사탕’ 등 섭취가 쉬운 제품도 확인

- ‘(영양)차’ 관련 키워드 44건 확인되었으며, 데이터 확인 결과 분말형 홍삼차와 여러 가지 약재를 섞은 티백형 영양차인 것으로 확인됨
- ‘삼음료’와 ‘홍삼사탕’ 등 쉽게 먹을 수 있는 홍삼 관련 제품도 각각 16건 도출됨

홍삼절편		(영양)차		홍삼사탕	
					
제품명	장백산홍삼편(長白山紅參片)	제품명	한국식고려홍삼차	제품명	레세네홍삼캔디순
브랜드	(-)	브랜드	고려인삼뿌리방 (Buleebang)	브랜드	정관정(正官庄)
중량	30g	중량	3g x 100봉	중량	600g
가격	140타이완달러(5,817원 ¹⁴⁾)	가격	400타이완달러(16,620원)	가격	1,200타이완달러(49,860원)

[표 3.1] 대만 판매 홍삼가공품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘홍삼가공품’ 관련 게시물 348건 분석

14) 1타이완달러=41.55원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 한국 홍삼 브랜드 다수 도출

▶ ‘정관장’을 비롯한 한국 브랜드 다수 도출

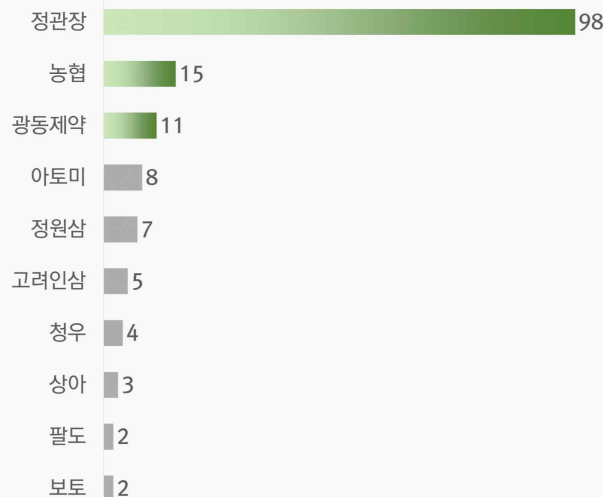
- 홍삼가공품 경쟁브랜드, ‘정관장’ 98건으로 빈출됨
- 홍삼차와 홍삼정 등 다양한 형태의 정관장 홍삼 제품 판매 중임
- 그 외에도 ‘농협’과 ‘광동제약’, ‘정원삼’ 등의 한국 브랜드 다수 확인됨
- 대부분의 제품이 포 형태로 쉽게 섭취할 수 있는 제품인 것으로 확인됨

▶ 브랜드 없는 현지 제품도 다수 확인

- 홍삼절편, 인삼절편 등의 제품의 경우 현지에서 조달된 제품이 대부분임
- 해당 제품들은 특별한 브랜드명을 갖고 있지 않으며, 중국의 장백산 산임을 전면에 강조하여 판매 중임

정관장		농협		광동제약	
					
제품명	홍삼정로얄	제품명	한삼인 기력보강환	제품명	홍삼녹용
브랜드	정관장(正官庄)	브랜드	농협(NH)	브랜드	광동제약(Kwangdong)
중량	240g	중량	3.75g x 25개	중량	10ml x 10개
가격	4,980타이완달러(206,919원)	가격	1,250타이완달러(51,938원)	가격	949타이완달러(39,431원)

[표 3.2] 대만 판매 홍삼가공품 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘홍삼가공품’ 관련 게시물 348건 분석

3. ‘홍삼’과 ‘사포닌’이 주요 성분

▶ 홍삼가공품 성분으로 ‘홍삼’, ‘인삼’, ‘별꽃’ 빈출

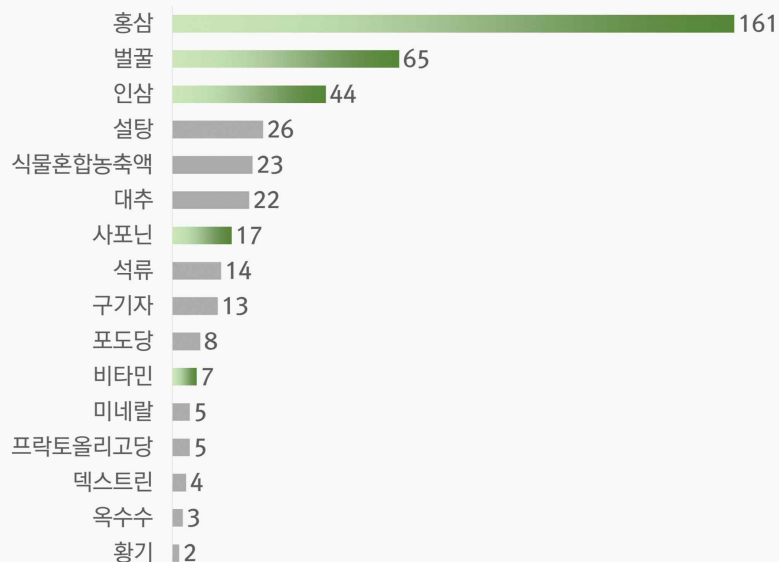
- 성분 관련 키워드 분석 결과 주성분인 ‘홍삼’ 관련 키워드 161건, ‘인삼’ 관련 키워드 44건 도출됨
- 그 외 성분으로는 ‘별꽃’ 관련 키워드 65건 도출되었으며 ‘대추’와 ‘구기자’ 등의 한방 재료 성분도 빈출됨
- 특히, 현지의 영양차 제품에서 여러 가지 한방 성분이 다수 확인되었음

▶ ‘사포닌’과 ‘비타민’ 등 영양 성분 관련 키워드도 확인

- 홍삼의 주요 성분인 ‘사포닌’ 관련 키워드 17건 도출됨
- 외에도 ‘포도당’, ‘비타민’, ‘미네랄’ 등 영양 성분 관련한 키워드 빈출됨

홍삼, 별꽃		사포닌		인삼, 대추	
					
제품명	정성담은 별꽃 홍삼 스틱	제품명	6년근 고려홍삼정 에브리데이 100	제품명	라오공차(老公茶)
브랜드	한국삼(Korginseng)	브랜드	풍년보감 (Poongnyunbogam)	브랜드	(-)
중량	10g x 30개	중량	30개	중량	20개
가격	315타이완달러(13,088원)	가격	489타이완달러(20,318원)	가격	6타이완달러(249원)

[표 3.3] 대만 판매 홍삼가공품 성분 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘홍삼가공품’ 관련 게시물 348건 분석

4. ‘포’ 형태의 제품 빈출

▶ ‘70ml’ 혹은 ‘10g’의 소형 포장 제품 빈출

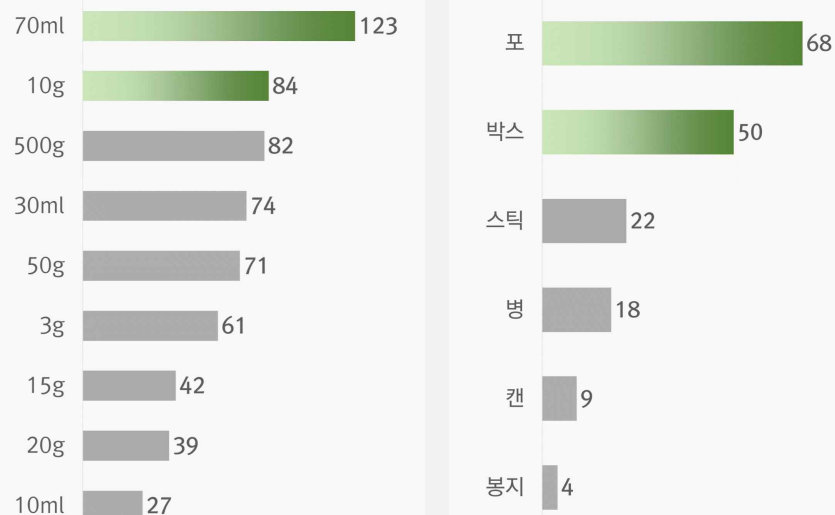
- 패키징 관련 키워드분석 결과 소형 포장 용량인 ‘70ml’와 ‘10g’이 각각 123건, 84건으로 빈출됨
- 1회 섭취량에 맞게 소분해 놓은 포장으로 홍삼정 제품에 주로 활용함
- ‘3g’ 키워드도 61건 도출되었으며, 대부분이 홍삼차로 확인됨
- 절편의 경우 ‘500g’의 대용량으로 판매하는 것도 확인됨

▶ 휴대가 간편한 ‘포’ 형태의 제품 다수

- 패키징 용기 관련 키워드 조사 결과 ‘포’ 관련 키워드 68건 도출됨
- 1회분으로 포장된 제품으로, 휴대가 간편하며 해당 ‘포’는 주로 ‘박스’ 안에 포장되어 판매 중인 것으로 확인됨

70ml, 포		10g, 박스		500g	
					
제품명	장쾌삼홍삼	제품명	6년근고려홍삼농축엑스틱	제품명	8년근홍삼 500g절편 (8年老參 500g 紅參片)
브랜드	웅진(Woongjin)	브랜드	정원삼(正元蔘)	브랜드	자이샤오얼(Zhai Xiaoer)
중량	70ml x 8개	중량	10g x 100포	중량	500g
가격	275타이완달러(11,426원)	가격	1,899타이완달러(78,903원)	가격	955타이완달러(39,680원)

[표 3.4] 대만 판매 홍삼가공품 패키징 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘홍삼가공품’ 관련 게시물 348건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



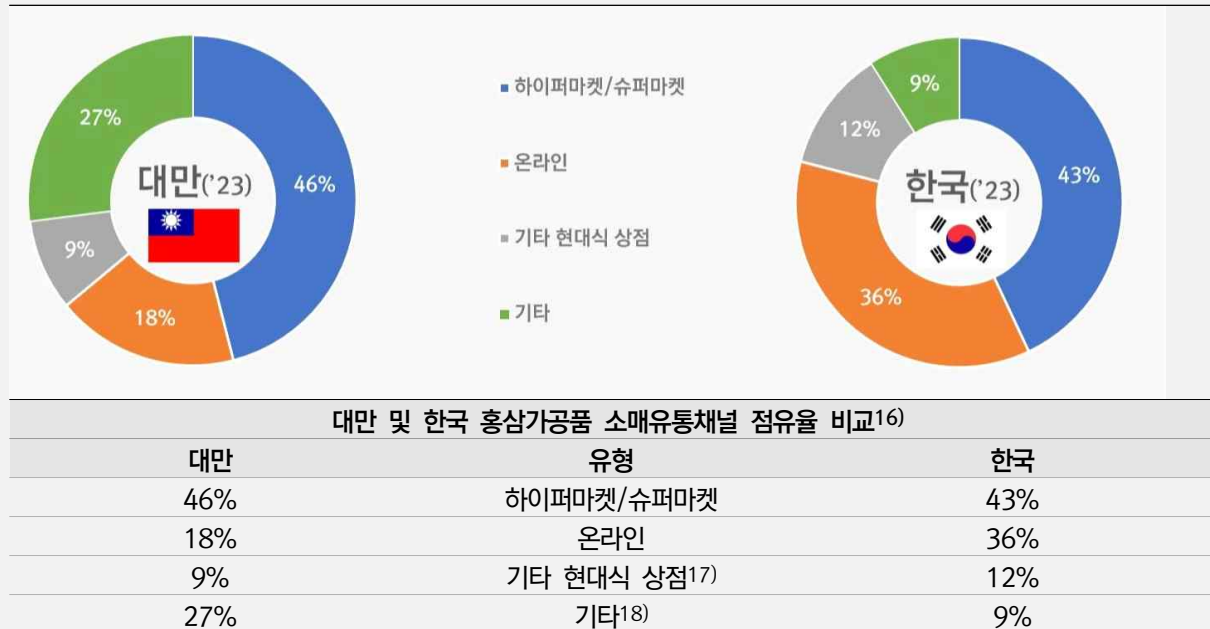
1. 대만 홍삼가공품 유통채널 점유율
2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널

1. 대만 홍삼가공품 유통채널 점유율

▶ 대만 내 홍삼가공품을 포함한 일용소비재, 오프라인 채널 우세

2023년 1분기 기준 대만 내 홍삼가공품을 포함한 일용소비재(FMCG: Fast Moving Consumer Goods) 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 46%로 가장 높은 점유율을 보였으며, ‘온라인’이 18%의 점유율로 뒤를 이었음. 한편, 2023년 1분기 기준 한국 내 홍삼가공품을 포함한 일용소비재 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 43%의 점유율로 대만과 비슷한 비중을 보이며 1위를 차지함. 한국 내 ‘온라인’ 채널의 경우 36%의 점유율을 보이면서 대만의 2배에 해당하는 유통 비중을 차지하고 있어 한국에서는 온라인 채널의 유통 영향력이 매우 큼. 이외에 대만에서는 ‘편의점’, ‘H&B 드럭스토어’를 포함한 ‘기타 현대식 상점’에서 9%의 비중으로 유통이 이루어지고 있으며, 한국에서는 ‘기타 현대식 상점’을 통해 12%의 비중으로 유통되고 있어 대만보다 3%p 높은 비중을 보임

[표 4.1] 대만 및 한국 홍삼가공품 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾



자료: 칸타(Kantar)

15) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

16) 해당 장에서 ‘홍삼가공품’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘일용소비재(FMCG)’ 카테고리의 정보를 확인함

17) ‘기타 현대적 상점’에는 ‘편의점’, ‘H&B 드럭스토어’ 등의 채널이 포함되어 있음

18) ‘기타’에는 ‘직판매(Direct sales)’, ‘전통적 채널(Traditional Trade)’, ‘비매장(Non-store)’ 등의 채널이 포함되어 있음

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ① 한신바이화

기업 기본 정보	기업명	한신바이화(漢神百貨)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.hanshin.com.tw	
	위치	대만 가오슝시 주오잉 지구	
	규모	총 매출('22)	• 143억 타이완달러(5,942억 원 ¹⁹⁾)
		기타 규모	• 매장 수('22): 2개 ²⁰⁾
	기업 요약	• 2008년 7월 10일 대만 가오슝시 주오잉 지구에 정식 개장 • 2015년 한신백화점그룹은 유명한 '비전잡지' 평가에서 대만 백화점 서비스 품질 1위를 차지함 • '한신플러스(Hanshin Plus)' 앱을 운영하고 있으며, 앱 사용자 대상 할인 혜택 및 포인트 적립 혜택 제공하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 건강기능식품, 수입식품, 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 '漢神百貨' 클릭 - 홈페이지 좌측 'Find More' 클릭, 合作找我 PARTNERSHIP 카테고리 - '廠商提案' 문의 양식 작성 • 등록 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-7-215-7266 +866-800-018-980 (서비스 센터)	

자료: 한신바이화(漢神百貨)

사진 자료: 한신바이화(漢神百貨)

19) 1타이완달러=41.55원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 한신백화점과 한신아레나소핑몰라자를 포함한 총 개수

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ② 웬둥바이화

기업 기본 정보	기업명	웬둥바이화(遠東百貨)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.feds.com.tw	
	위치	대만 가오슝시 등 10개 지구	
	규모	총 매출('22)	• 570억 위안(10조 3,370억 원 ²¹⁾)
		기타 규모	• 매장 수('23): 13개
	기업 요약	• 1967년 설립된 대만에서 가장 오래된 백화점 브랜드 • 1978년(중화민국 67년) 10월 회사의 주식 상장 • 2008년 현금 선불카드 형태인 '해피쇼핑카드(Happy Shopping Card)'가 출시되었음 • 신설 지점은 2011년부터 FE City 시리즈로 명칭이 변경되었으며, 2019년부터 신규 지점은 웬둥바이화(遠東百貨)으로 칭함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 최하단 '聯絡我們' 클릭 (www.feds.com.tw/tw/ContactUs) - 매장을 선택하여 유선 전화문의 가능 - 등록 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 • 문의사항 연락처 - 전화번호: 지점별 상이하므로 홈페이지 확인	

자료: 웬둥바이화(遠東百貨)

사진 자료: 웬둥바이화(遠東百貨), 진리신시(今日訊息)

21) 1위안=181.35원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ③ 에이마트

기업 기본 정보	기업명	에이마트(A-mart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.fe-amart.com.tw	
	위치	타이페이(Taipei) 외	
	규모	매출액('22)	• 143억 타이완달러(5,942억 원) ²²⁾
		기타 규모	• 매장 수('23): 15개
	기업 요약	• 1990년 설립된 대만의 대규모 소매 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로, 극동 백화점의 재투자자로 설립되어 현재 극동그룹의 자회사로 운영됨 • 대만 식료품 소매 시장에서 시장 점유율 3위를 차지하고 있으며, 대만 내 주요 경쟁업체에는 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT-Mart)가 있음 • 2020년 에이마트 15호점인 '슈이난 지점'을 개장함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 대만 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 우측 '聯絡我們' 클릭 (www.fe-amart.com.tw/index.php/contactus) - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자명, 성별, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용(문의 카테고리, 문의 매장 지점, 문의 상세 내용) • 유선 전화를 통한 입점 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-800-822-888	

자료: 에이마트(A-mart)

기타 자료: 하우스펀뉴스(HouseFunNews), 진쑤우칸(今周刊)

22) 에이마트 단독 매출액을 파악하기 어려워 모기업 극동백화점의 총매출액을 기입

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ④ 까르푸 타이완

기업 기본 정보	기업명	까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.carrefour.com.tw		
	위치	타이페이(Taipei)		
	규모	매출액('21)	• 25억 유로(3조 5,844억 원 ²³⁾)	
	기타 규모	• 매장 수('22): 340개		
	기업 요약	• 1959년 프랑스에서 처음 설립됨 • 2022년 기준 유럽 1위, 세계 7위의 대규모 유통 기업에 해당함 • 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 포맷의 매장을 운영하고 있음 • 아시아의 첫 거점으로서 대만을 가장 먼저 선택하였으며, 1989년 가오슝시에 첫 매장을 설립함		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 우측에 ‘顧客服務’ 클릭 - 하위 메뉴에 ‘聯絡我們’ 클릭 (www.carrefour.com.tw/contact-us) - 페이지 내 두 번째 항목 ‘新品推薦’ 선택하여 양식 작성 - 공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) - 상품 정보(상품 카테고리, 입점 지점, 상세 상품 정보) - 첨부 파일(제안서, 상품 카탈로그 등) - 문의 내용 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-809-001-365		

자료: 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)

사진 자료: 아클라스(Aclas), 포커스타이완(Focus Taiwan)

23) 1유로=1,433.77원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ⑤ 알티마트

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT MART)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw	
	위치	타이페이(Taipei)	
	규모	매출액('20)	• 260억 위안(4조 7,151억 원)
	기타 규모	• 매장 수('22): 21개 • 직원 수('22): 6,600명	
	기업 요약	• 대만의 대규모 리테일 기업으로 1996년에 대만 룬타이엔터프라이즈그룹(Runtai Enterprise Group)이 설립함 • 2022년에 이르러 대만 리테일 기업 관리안그룹(Quanlian Group)이 알티마트를 인수하여 운영권을 갖게 되었음 • 대만의 유통 기업 부문 시장점유율 2위 기업에 해당함 • 2022년 스웨덴 홈퍼니싱 기업 IKEA가 알티마트 자이(Chiayi)점 매장 내 슝인슝 포맷의 매장을 오픈함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 일반적 필요한 정보 ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 공급자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 • 문의사항 연락처 - 전화: +886-800-010-020	

자료: 알티마트(RT Mart)

사진 자료: 타이완뉴스(Taiwan News), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ⑥ 심플마트

기업 기본 정보	기업명	심플마트(Simple Mart)		 美廉社 Simple Mart
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.simplemart.com.tw		
	위치	대만 전역		
	규모	매출액('22) • 4억 7,642만 달러(6,300억 원 ²⁴⁾) 기타 규모 • 매장 수('23): 816개		
기업 요약		• 2006년 신베이시 루저우구에 심플마트 첫 매장을 개장하였음 • 2013년 산샹그룹(Sanshang Group)의 산하로 편입되었음 • 2017년 심플마트를 운영하는 심플마트리테일(주)는 산샹(Sanshang) 홈쇼핑 사업부의 독립된 자회사가 되었음 • 자체 브랜드와 자체 수입 브랜드를 취급하여 저렴한 가격으로 판매하고 있음 • 2022년 3월 온라인 매장을 오픈함		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등		
	선호 제품	• 대만 소비자들의 수요가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 우측 '고객 서비스' 클릭 (www.simplemart.com.tw/ec99/ushop20097/service.asp) - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용(문의 카테고리, 문의 상세 내용) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-800-42-6666(고객 서비스) +866-2-2792-0501 - 이메일: webservice@simplemart.com.tw		

자료: 심플마트(Simple Mart), 피치북(Pitchbook)

사진 자료: 심플마트(Simple Mart)

24) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ⑦ 백창상회

기업 기본 정보	기업명	백창상회(百昌韓貨商行)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.facebook.com/bckoreastore	
	위치	타이페이(Taipei)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	• 대만 타이페이 완화구에 위치한 한인 식료품 마트 • 페이스북을 통해 제품 문의를 받고 있음 • 다양한 한국산 주류 및 라면을 구비하고 있음 • 유통되는 식료품들은 상대적으로 저렴한 가격대를 형성하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 향신료, 소스류, 라면, 음료류, 주류 등	
	선호 제품	• 한국 식재료	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: yifang1126@gmail.com - 전화번호: +886-2-2382-1833 - 페이스북: @bckoreastore	

자료: 구글맵(Google Maps), 백창상회(百昌韓貨商行) 페이스북

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ⑧ 한귀왕

기업 기본 정보	기업명	한귀왕(韓購網)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.koreashop.url.tw	
	위치	신베이(NewTaipei City)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 2개	
	기업 요약	• 신베이 시에 위치한 한국 식료품 전문점 • 계절맞이 할인 행사를 비롯한 다양한 프로모션을 제공하고 있음 • 페이스북을 통해 다양한 한국 식재료 레시피를 소개하고 있음	

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 향신료, 소스류, 라면, 음료류, 식기, 주류 등	
	선호 제품	• 한국 식재료	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: koreashop88@gmail.com - 전화번호: +886-2-2257-9606 - 페이스북: @Koreashop.CO
-------------	---------------------	--

자료: 한귀왕(韓購網)

사진 자료: 한귀왕(韓購網)

2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ⑨ 모모샵

기업 기본 정보	기업명	모모샵(Momo Shop)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.momoshop.com.tw		
	규모	매출액('22)	• 35억 6,670만 달러(4조 7,162억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 3,270만 회	
기업 요약	• 2004년에 설립되어, 대만 온라인 소매 산업을 주도함 • 5,000개 이상의 상품을 모아 5시간 이내에 도착하는 '5h 슈퍼마켓' 출시 • 기업의 자체 물류 센터를 통한 유통구조를 가지고 있음			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	고려천년수, 미쓰이바이오텍(三井生技) 등	
		해외 판매	일부 국가 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴에서 '招商專區' 클릭하여 입점 문의 양식서 필요 정보 기입 - 입점 문의 양식서 제출 후 모모샵 관계자가 이메일로 결과 통지 - 판매 수수료 등 기타 세부 사항은 협의 후 결정 • 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보(회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일) ② 제품 관련 내용(제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명) • 문의사항 연락처 및 기타 사항 - 종합몰(B2C) 형태 및 오픈마켓(B2B2C) 형태 모두 운영 - 이메일: ccshih@fmt.com.tw - 전화번호: +886-880-777-616		

자료: 모모샵(Momo Shop), 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

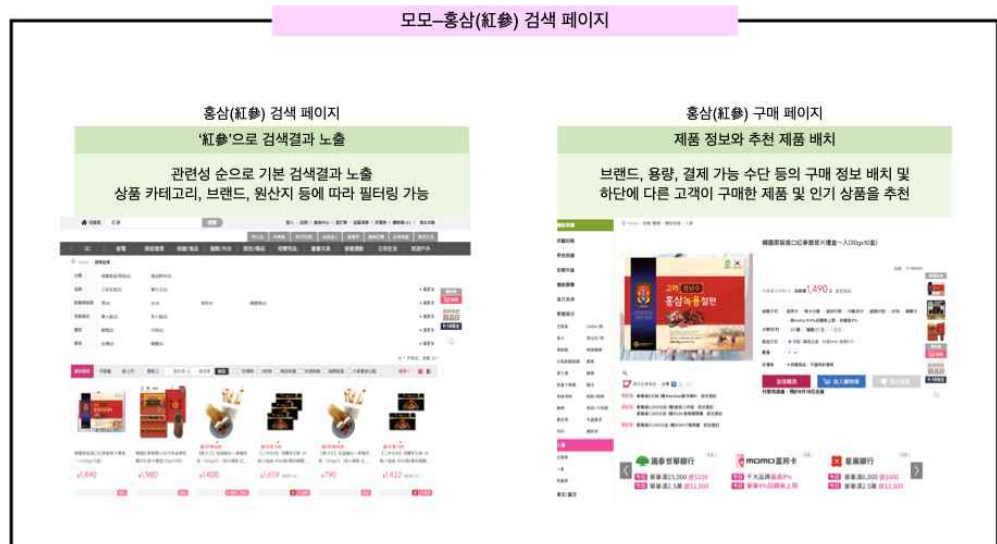
사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

온라인몰 UI ①



모모샵 인터넷 라이브 방송과 더불어 온라인 플래그십 스토어 운영

온라인몰 UI ②



관련성 순으로 기본 검색 결과를 노출하며,
상품 카테고리, 브랜드, 원산지 등에 따라 필터링 가능함

자료: 모모샵(Momo Shop)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

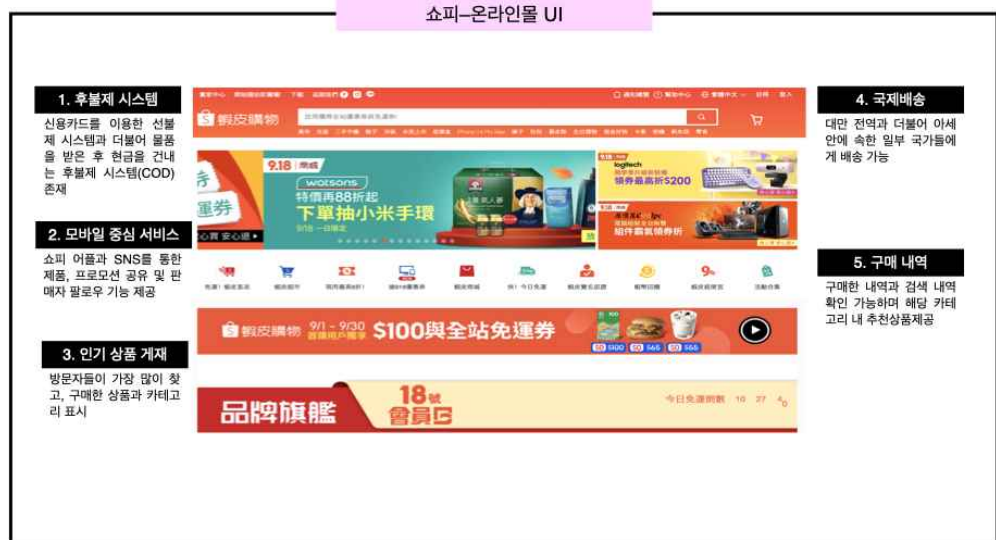
2. 대만 홍삼가공품 주요 유통채널 ⑩ 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피 타이완(Shopee Taiwan)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.tw	
	규모	매출액('22)	
		기타 규모	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	고려홍삼정, 정관장 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	연휴 및 시즌별 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 입점 등록(shopee.kr) - 홈페이지 기입 정보 - 사업자등록번호(10자리) - 운영 담당자 정보(이름, 전화번호, 이메일) - 이메일로 발송된 '판매자 정보 제출 양식' 내 정보 기입하여 제출 - 판매자 정보 검토 후 쇼피 코리아 담당자로부터 받은 메일을 통해 셀러샵 생성 - 쇼피 대만 셀러 센터를 통한 입점 등록(seller.shopee.tw) - 로그인 후 신청서 작성하여 제출 - 문의사항 연락처 및 기타 유의사항 - 쇼피 코리아를 통한 셀러샵 생성 시 처음은 싱가포르에서만 가능함. 대만 셀러샵 생성은 싱가포르 샵 생성 이후 '마켓 확장' 과정을 통해 가능함 - 전화번호: +886-2-6636-6559	

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan), 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

온라인몰 UI ①



쇼피 어플과 SNS를 통한 제품 쇼핑, 프로모션 공유 및 판매자 팔로우 기능 제공

온라인몰 UI ②



판매량 순으로 기본 검색 결과 노출
상품 카테고리, 배송 방법, 브랜드, 원산지 등에 따라 필터링 가능

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)
사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



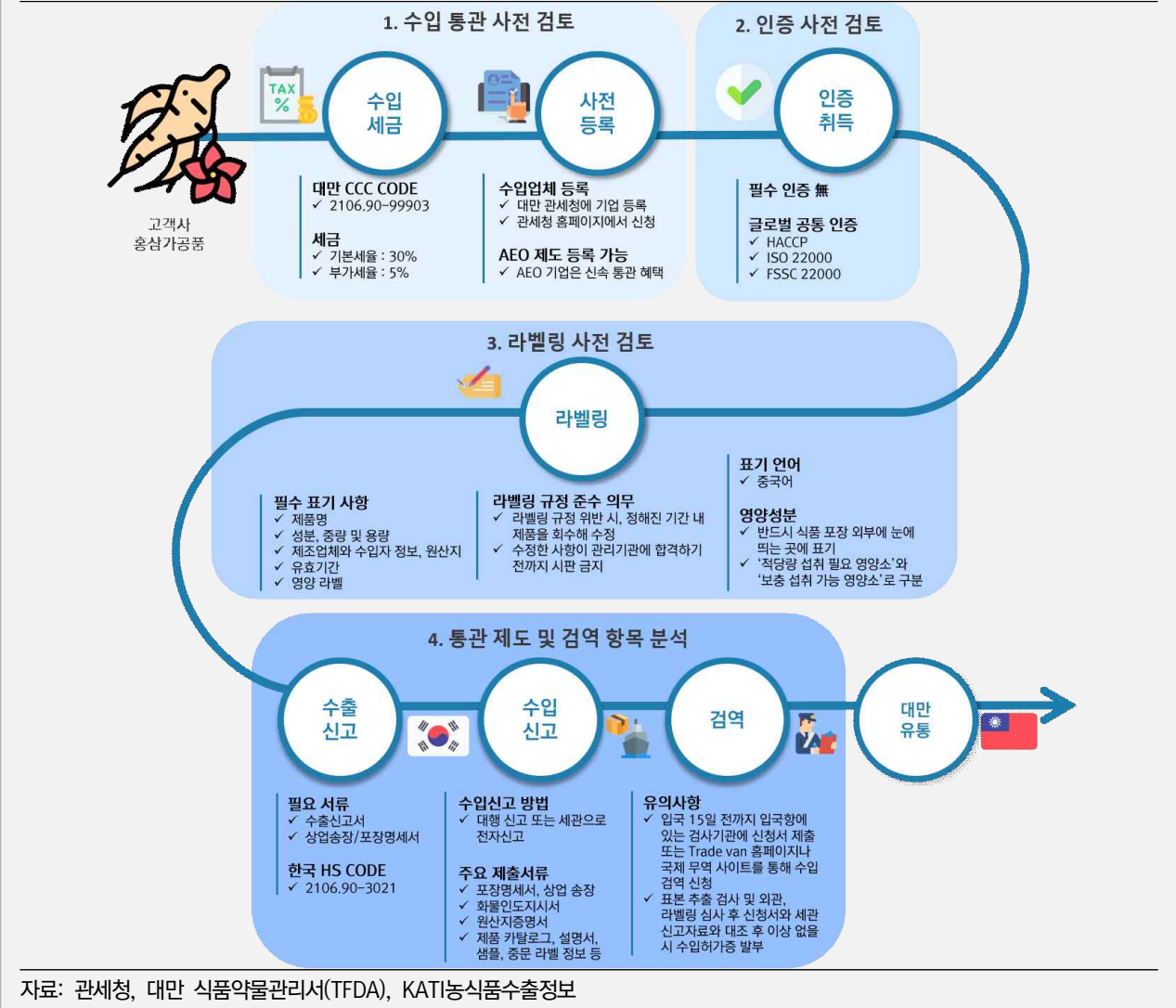
1. 대만 홍삼가공품 통관 및 검역 절차
2. 대만 홍삼가공품 품질 인증
3. 대만 홍삼가공품 라벨링
4. 대만 홍삼가공품 성분 및 유해물질

1. 대만 홍삼가공품 통관 및 검역 절차²⁶⁾

▶ 대만 홍삼가공품, 수출 통관 단계별 주요사항

대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 하며, 공인경제사업자(AEO: Authorized Economic Operator) 제도 등록을 통해 신속통관 혜택을 받을 수 있음. 또한, 대만은 HS CODE를 활용한 CCC CODE(Customs Cooperation Council Code) 제도를 운영하고 있고, 이에 따른 수입 코드를 바탕으로 수입요건이 결정되기 때문에 사전에 품목분류와 수입규정에 대한 철저한 파악이 필요함

[표 5.1] 대만 홍삼가공품 통관 및 검역 절차²⁷⁾²⁸⁾



26) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

27) 기본세율은 대만과 상호 최혜국조치를 취하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품에 적용되는 세율임

28) 대만에는 우리나라의 부가가치세에 해당하는 영업세가 존재하며, 모든 수입물품에 5%의 세율이 부과됨

▶ 대만 홍삼가공품, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

공인경제사업자(AEO)란 ‘수출입안전관리 우수공인업체’라는 뜻으로 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비용이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 대만은 한국과 상호인정약정(AEO MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결한 국가로 우리 수출 물품이 수입통관 시 검사 축소, 우선통관 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 공인경제사업자(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청, 대만 공인경제운영자(TW AEO)

▶ **대만 홍삼가공품, 수출 전 수입규정 코드 및 수입요건 확인 필수**

대만 경제부 대외무역국은 수입 상품의 유형과 위험도 등에 따라 수입코드를 부여하며, 대만으로 수출 시 수입 코드별로 규정된 요건 충족이 필요함. 수입코드에 따라 검역 관할 당국 및 신청인이 다르므로 사전에 조회 및 대비가 필요함. 고객사 제품의 CCC코드 2106.90-99903을 대만 대외무역국 수출입 상품 분류 조회시스템에 조회 시 준수해야 하는 수입코드로 F01와 MP1이 확인됨. 대만 수입코드 및 수입규정 요건은 하기 표와 같음

[표 5.3] 대만 수입코드 및 수입규정 요건

수입코드	수입 규정	신청인
B01	- 대만 행정원 농업위원회 동식물방역검역국(BAPHIQ: Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine)의 '검역대상 동식물 목록'에 따라 검역 시행 - 수입업체는 대만 동식물방역검역국(BAPHIQ)에 검역 신청	수입업체
F01	- 대만 행정원 위생복지부 식품약품관리서(TFDA)의 '수입식품 및 관련 제품 검사에 관한 규정'에 따라 검역 시행 - 수입업체는 대만 식품약품관리서(TFDA)에 검역 신청	수입업체
F02	- 식품, 식품용기, 포장, 식품 세제 등을 포함하는 제품의 수입은 대만 행정원 위생복지부 식품약품관리서(TFDA)의 '수입식품 및 식품관련제품의 수입검사를 위한 조치'에 따라 검역 시행 - 수입업체는 대만 식품약품관리서(TFDA)에 검역 신청	수입업체
111	- 수입통제품목은 대만 대외무역국의 수입허가 필요	수입업체
MP1	- 중국제품 조건부 수입	수입업체
465	(1) 수출국, 생산국 또는 관할 당국이 발행한 원산지증명서 (2) 이름과 주소가 기재된 수출국 관할 당국이 발행한 동물검역증명서 (3) CCC 0307에 적용되는 수출국의 관할 당국에서 발행한 건강증명서 (4) 원산지 국가와 대만 대외무역국이 고시한 원산지증명서를 대신하는 문서 (5) 개인 사용을 위한 수입품의 경우, 그 양이 6kg을 초과하지 않는 경우 위의 서류 면제	국내 수출업체
MW0	- 수입 통제(중국산 수입금지)	(-)
(-)	- 수입 허가(라이선스 없음)	(-)

자료: 대만 경제부 대외무역국 수출입 상품 분류 조회시스템, 대한무역투자진흥공사

▶ 대만 홍삼가공품 수출업체, 식품이력추적제도 적용

대만은 「식품안전위생관리법」 등의 식품 안전과 관련된 법률·규정 제·개정을 통해 생산자부터 수입자까지의 포괄적인 식품이력추적제도를 시행 중임. 육류제품, 식용유지, 유제품, 식품첨가물 등 식품에 대해 단계별 이력추적 체제를 구축하고 있으며, 공공기관, 식품업자, 소비자 모두가 접근 가능한 일체화된 클라우드형 이력추적제를 도입함으로써 식품 이력추적 정보의 접근성을 향상함. 대만의 식품이력추적제도는 식품이력추적 관리시스템²⁹⁾을 통해 제품 취급 업체가 직접 정보를 입력하는 방식으로 정보를 수집함. 국내 식품 수출업체의 제품 정보 이력에 대한 철저한 관리 요구와 필요성이 제기되고 있으므로 주의가 필요함

[표 5.4] 대만 식품이력추적제도 추적 정보³⁰⁾

구분		내용
기본 설정	기본 정보	수입상 회사, 가공공장 명칭, 주소, 연락처 규모 등
	제품 정보	품명, 내용물 명칭, 용량 또는 수량, 첨가물 명칭 및 함량, 원산지, 유효기간, 보관조건, 수출업체 정보, 라벨, 영양표시, 제품 사진 등
	거래 대상	거래 상대 회사(국·내외) 명칭, 주소, 연락처 등
	검사증명서	- 동물용의약품 잔류 관련 증명서 ³¹⁾ - 중금속, 미생물 등의 검사 증명서
추적 정보	수출상 정보	해외 수출상 회사명, 주소, 연락처, 국가명 등
	거래처 정보	하위 거래처 회사명, 주소, 연락처, 국가명 등

자료: 식품이력관리시스템

29) 대만 식품이력추적 관리시스템 (ftracebook.fda.gov.tw)

30) 식품이력관리시스템, 「GTP3_0_식품이력추적정보표준_V1.1.11」, 2022.03

31) 2023년 7월 13일 「식품 내 동물용의약품 잔류 기준(動物用藥殘留標準)」가 발효됨에 따라, 소, 닭, 돼지 등 육류부속물에 적용되는 부세렐린 등 동물용의약품 잔류 관련 증명서 제출이 요구될 수 있음

2. 대만 홍삼가공품 품질 인증

▶ 대만 홍삼가공품, 필수적으로 받아야 하는 인증 無

대만 식품약물관리서(TFDA: Taiwan Food and Drug Administration)는 건강식품, 유전자 변형 식품, 식품첨가물 등의 품목에는 등록을 요구하고 있으나, 그 외의 식품에는 인증을 요구하고 있지 않음. 따라서 대만으로 홍삼가공품 수출 시, 건강식품 인증 외 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 추가적으로 대만 내 대만 식품품질협회(TQF: Taiwan Quality Food Association) 품질 표준인증, 대만 할랄 무결성 개발협회(THIDA: Taiwan Halal Integrity Development Association) 할랄인증 등을 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.5] 대만 홍삼가공품 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
TQF	식품 생산 안전 인증	대만 내 민간 인증	대만 식품품질협회	
THIDA	대만 할랄인증	대만 국가 인증	대만 할랄 무결성 개발협회	

자료: 각 인증기관

▶ 대만 홍삼가공품, 건강식품 등록 권장

대만은 원료나 성분의 기능성을 이용하여 만든 안전성 및 효능성을 확보한 최종제품에 대하여 정부의 심사를 통해 제품을 인정하는 허가제를 운영하고 있음. 또한, 대만 식품약품관리서(TFDA)는 식품의 허위·과대표사·광고에 관한 규정을 개정하며, 2022년 7월부터 대만 건강기능식품 인증마크를 취득하지 않은 일반 식품에 대해 제품명에 ‘건강’ 단어의 사용을 전면 금지함. 이에 따라, 대만에서 식품을 유통하기 위해서는 건강식품 등록 또는 일반 식품 라벨 규정에 유의할 필요가 있음

[표 5.6] 대만 건강식품 등록 개요

내용	제1트랙(개별형)	제2트랙(규격기준형)
인증 Mark		
보건효능 항목	[13종] 골질보건, 면역조절, 혈압조절, 과민체질조정, 체지방형성억제, 치아보건, 노화완화, 위장기능개선, 혈당조절, 혈지질조절, 철흡수촉진, 향피로, 간보호	[2종] 혈지질 조절-어유, 혈지질 조절-홍국
심사 기간	초심 60일 복심 180일	120일(복심 면제)
신청 비용	초심 8만 NT\$ 복심 17만 NT\$	8만 NT\$
필수 시험	- 안전성 시험 - 효능 시험 - 안정성 시험 - 규격기준 검사 - 영양성분 분석	- 안정성 시험 - 규격기준 검사 - 영양성분 분석

자료: KGC인삼공사, 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 5.6] 대만 건강식품 등록 개요

내용	제1트랙(개별형)	제2트랙(규격기준형)
제출 서류	[14종] (1) 신청업체 기본 자료 (2) 건강식품 검사등록 자료 (3) 제품 원료 성분의 규격 및 함량표 (4) 제품 안전성 평가 보고서 (5) 제품 보건 효능 평가 보고서 (6) 보건 효능 성분의 평가 보고서 (7) 보건 효능 안정성 시험 보고서 (8) 제품 제조 공정 (9) GMP 증명 자료 (10) 제품 위생 검사 규격 및 검사 보고서 (11) 일반 영양성분 분석 보고서 (12) 관련 연구 보고 문헌 자료 (13) 제품 포장 라벨 및 설명서 (14) 회사 증명 자료 사본	제2트랙 제품의 제출 서류에는 안전성과 효능 관련 자료가 면제됨

자료: KGC인삼공사, 대만 식품약물관리서(TFDA)

[표 5.7] 대만 건강식품 등록 과정³²⁾

신청자	TFDA(식품팀, 심사위원회)	TFDA(연구팀, 식품팀)
초심 신청/보완 복심 신청/보완 서류 제출	접수, 초심, 초심 통지 복심(심사, 보완요구, 심의회)	제품 검사, 판정, 허가

자료: KGC인삼공사, 대만 식품약물관리서(TFDA)

32) 해당 절차는 제1트랙에 해당하며, 제2트랙의 경우 복심 면제

3. 대만 홍삼가공품 라벨링

[표 5.8] 대만 홍삼가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함
	2. 제품명	- 식품 원료 성분, 원료 품종, 식용 부위, 생산지, 속어 등을 이용해 표기해야 함 - 속어에 의해 품명이 명명되어 소비자가 이미 해당 식품에 원료가 함유되지 않음을 이해하고 있는 경우 또는 국제간 통용어가 중문으로 직역된 품명일 경우 제품명에 사용 가능함. 초콜릿(巧克力), 핫도그(熱狗) 등 국제통용 명칭을 중문으로 직역해 표기해야 함 - 품명을 영문으로 표기할 경우 공급자가 제공한 영문 표기를 사용하며, 의료효능이 있는 상품이나 공급자가 영문명을 제공하지 않은 경우, 과거에 사용했던 명칭을 사용함 - 상품의 영문명이 'SLIM TABLET'과 같이, 신체 외형을 나타내는 경우 영문명만 사용하고, 중문 직역인 '瘦體錠'을 함께 명기해서는 안 됨 - 일반 식품의 품명으로 '건강'이라는 단어가 포함되어서는 안 됨
	3. 성분	- 식품에 포함된 재료가 2종 이상 혼합된 경우, 함량이 높은 것부터 내림차순으로 표시해야 함 - 주성분과 부성분 등 성분을 나눠서 작성하지 않으며 고함량 성분부터 차례대로 내림차순으로 표시해야 함 - 표기 가능한 내용물의 명칭은 식용 가능 원료 어휘 정리 일람(可供食品使用原料彙整一覽表) 규칙을 참고해 작성해야 함 - 식품첨가물명은 식품첨가물 사용범위 및 제한규격 기준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)에 따라 사회에서 통용하는 명칭을 사용해야 함
	4. 중량, 용량, 수량 및 내용량	- 제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 미터법에 따라 표시해야 함 - 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려운 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함
	5. 제조업체의 이름, 주소, 연락처 및 수입자 정보	- 제조·가공·분류·위탁판매를 최종으로 담당한 기업을 의미하며 수입신고 시에 세관에 신고한 내용(제조업체·수입자 등) 및 서류를 바탕으로 명확히 표기해야 함 - 수입식품의 경우, 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 표기해야 함 - 기재해야 하는 기본적인 정보는 기업명, 전화번호, 주소임

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 5.8] 대만 홍삼가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 원산지	- 수입제품 원산지 인정 기준(進口貨物原產地認定標準)에 따라 제조·가공·배합 등 방식으로 완제품을 제조한 국가 또는 지역을 표시해야 함 2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 표시함 - 수입산 원료나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우, 원산지는 대만으로 표시함 - 식품 제조사 주소에 원산지 국가를 표시했을 경우 원산지 표기는 생략 가능함
	7. 유효기간	- 용기나 포장 상단에 인쇄해야 함 - 작성방법은 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성 가능함 - 액체 상태인 유제품은 보존 기간과 보존 조건을 모두 표기해야 함 - 수입제품의 경우, 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기할 수 있음
	8. 영양성분	- 반드시 식품 포장 외부의 눈에 잘 띄는 곳에 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순으로 표기해야 하며, 원하는 요소를 추가할 수 있음 - 영양소 요소는 국민 건강에 부정적인 영향을 미치는 ‘적당량 섭취 필요 영양소(열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 유당 등)’와 국민 건강에 영향을 미치지 때문에 별도의 공급이나 보충이 필요한 ‘보충 섭취 가능 영양소(식이섬유, 비타민, 칼슘, 철분 등)’로 구분함 - 보충 섭취 가능 영양소는 ‘높음’, ‘많음’, ‘강화’ 혹은 ‘다량 함유’와 같은 의미의 단어 표기 가능 - 영양 라벨링에서 열량 및 영양소를 0으로 표기하는 조건은 식품안전위생관리법에 따름 - 영양 표기는 매 분량 및 매 100g/100ml 당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함 - 한 개의 영양표시에 ‘1회분’ 및 ‘100g/100ml 당’의 표시를 사용하는 제품의 경우, ‘1회분’의 단위는 ‘100g/100ml 당’의 단위로 구성함

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 5.8] 대만 홍삼가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 표시 기준 • 재수화가능 식품(Rehydratable Food) 또는 희석 후 식용 식품의 영양성분은 ‘적당량 섭취 필요 영양소’와 ‘보충 섭취 가능 영양소’ 구분에 따라 작성해야 함 • 수입식품의 중문 라벨링 불합격 기준은 다음과 같음 - 수입 식품의 포장 상단에 원문 또는 중문으로 미표기 - 유효기간의 미표기 또는 허위 표기 - 모호한 글자 표기로 내용 분별이 어려운 경우 - 수입업체명, 주소, 전화번호 미표기 혹은 관련 내용이 신고 사실과 다른 경우 - 치료 효능 등 과대 허위 표기 - 특정 식품에 ‘경고’ 문구 미표기 • 라벨링 규정 위반 시, 정해진 기한 내 제품을 회수해 수정해야 하며, 수정한 사항이 관리기관에 합격하기 전까지 시판이 금지됨 • 벌크 제품을 판매하는 경우 ‘벌크 식품 표시 관련 규정(散裝食品標示相關規定)’에 따라 품명, 원산지, 소고기 원료 원산지, 유전자 변형 식품 원료 여부 등 사항을 표기해야 판매 가능함 • 대만 건강기능식품 인증마크 취득제품 외 일반 식품 ‘건강’ 단어 표기 제한³³⁾
	10. 라벨 부착 의무 면제 • 분리포장, 포장 변경, 기타 가공 절차를 거쳐야 하는 수입 식품이거나 수입 식품의 원료인 경우 • 벌크 형태(최소단위 포장 중량 3kg 이상)로 수입하고 소비자에게 직접 판매하지 않고 수입 후 재포장 또는 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우 • 수입업체가 부착 면제품을 수입할 경우 식품약품관리서(TFDA) 또는 대만 표준검험국(BSMI, Bureau of Standards, Metrology and Inspection)에 서류를 준비한 후 면제 신청 • 중문 표기 면제 신청 상품은 수입 시 포장 상자에 원료명칭, 제조업체, 내용물, 유효기간 등 제조 관련 사항이 원문으로 표기되어야 하며, 이는 향후 검험이나 검역 시 근거로 삼음 • 단, 수입 식품의 최소단위 포장인 1kg 이하로 포장을 밀폐 처리한 제품은 면제 대상에서 제외임

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

33) 2022년 7월 1일부터 시행, 위반 시 최대 1억 6천만 원 상당 벌금 부과

▶ 대만 홍삼가공품 라벨 샘플



[앞면]



[옆면]

[뒷면]

[앞면 - 중국어, 영어]

- ① B 군 인삼
濃縮精華飲
5X
5倍蔘 給力人生
- ② QUAKER
- ③ Q10
B 군
精胺酸
- ④ B 군 인삼濃縮精華飲

[앞면 - 국문]

- ① B군 인삼
농축 에센스 드링크
5X
5배 더 많은 인삼으로 생명력 강화
- ② 퀘이커(상표명)
- ③ Q10
그룹 B
아르기닌
- ④ B군 인삼 농축 에센스 드링크

⑤ 15mL x 16包

[뒷면 좌측 - 중국어, 영어]

- ① 5X B群人蔘濃縮精華飲 讓您提振能量, 驅動精氣神!
- ② 規格5X B群人蔘濃縮精華飲, 由人蔘領導品牌「桂格」, 專為追求效率的現代人設計的保健飲品 5倍人蔘精華加上B群, 補充能量更有感, 搭配提振精神三角配方, 幫您即使提神, 常保專注, 隨時擁有能量! 溫潤少負擔, 適合長期飲用.
- ③ 5倍珍貴人蔘濃縮精華 提振精神, 加乘專注 隨身攜帶, 即時補充 完整B群調節生理機能 液態濃縮, 好吸收 風味佳, 好入口
- ④ 規格5X B群人蔘濃縮精華飲, 為「桂格」養氣人蔘 滋補液之人蔘精華5倍濃縮
- ⑤ 提振精神三角
Q10
B群
精胺酸

⑤ 15mL x 16팩

[뒷면 좌측 - 국문]

- ① B군 인삼 농축 에센스 드링크 5X로 에너지를 높이고 활력을 불어넣어 드립니다!
- ② 사양 인삼 브랜드 "퀘이커"의 B복합 농축 진액 5X, 효율성을 추구하는 현대인을 위한 건강 음료 에너지 부스팅 트라이앵글 포뮬라는 상쾌함을 느끼고 집중력을 유지하며 항상 에너지를 유지하는 데 도움이 됩니다! 순하고 부담감이 적어 장기간 마시기에 적합합니다.
- ③ 귀한 농축 인삼 진액이 5배 기운을 북돋우고 집중력을 높이세요. 가지고 다니며 즉시 보충하세요. 완전한 B복합체는 생리적 기능을 조절합니다. 농축된 액상으로 흡수가 용이합니다. 맛이 좋아요. 먹기 좋아요.
- ④ 사양 "퀘이커" 기 영양 진생 토닉액의 인삼 진액을 5배 농축한 그룹 B 인삼 농축 진액 음료 5X
- ⑤ 기운을 북돋아주는 트라이앵글 Q10
B군
아르기닌

- ⑥ 1. 即時提神 > 精胺酸幫助能量補充
 2. 持續專注 > 完整B群調節生理機能, 搭配可可多酚*, 讓精神更專注
 3. 精神續航 > 人蔘補氣穩氣, 加上Q10 幫助產生能量, 好精神源源不絕
 *可可多酚來自於可可亞種子萃取物

⑦ 桂格5X B群人蔘濃縮精華飲

- ⑧ 成分: 人蔘濃縮液(水, 西洋蔘, 人蔘, 蓮子, 百合), 冰糖, 黑糖, 異麥芽寡糖, 海藻糖, 輔酵素Q10(糊精, 阿拉伯膠, 輔酵素Q10), L-精胺酸, 可可亞種子萃取物(含可可多酚), 菸鹼醯胺, 維生素B12, 維生素B2, 維生素B6, 維生素B1, 葉酸, 本多酸鈣, 生物素

- 咖啡因含量: 20mg/100mL以下
- 容量: 15毫升 X 16包
- 食用方式: 小心撕開包裝袋後, 請立即飲用完畢。
- 建議攝取量: 每日建議飲用一包 (15毫升), 可視個別需要調整。
- 警語: 十五歲以下小孩, 懷孕或哺乳期間婦女及服用抗凝血藥品 (warfarin) 之病患, 不宜食用

- ⑥ 1. 즉각적인 활력 > 아르기닌은 에너지 보충에 도움을 줍니다.
 2. 지속적인 집중력 > 컴플리트 B 복합체는 생리 기능을 조절하고 코코아 폴리페놀*과 결합하여 정신을 더욱 집중하게 만듭니다.
 3. 정신건강 > 인삼은 기(氣)를 보충하고 기(氣)를 안정시키며, Q10은 기운을 발생시켜 기분을 좋게 해줍니다.
 *코코아 폴리페놀은 테오브로마 종자 추출물에서 나옵니다.

⑦ 웨이커 SX B군 인삼 농축 에센스 드링크

- ⑧ 원재료명: 인삼농축액(물, 화기삼, 인삼, 연꽃씨, 백합), 흑설탕, 흑설탕, 이소말토올리고당, 트레할로스, 코엔자임Q10(덱스트린, 아라비아검, 코엔자임Q10), L-글루코스 아미노산, 테오브로마추출물(코코아 폴리페놀 함유), 니코틴, 비타민 B12, 비타민 B2, 비타민 B6, 비타민 B1, 엽산, 판다네이트 칼슘, 비오틴

- 카페인 함량: 20mg/100mL 미만
- 용량: 15ml x 16팩
- 섭취방법: 포장백을 조심스럽게 찢은 후 즉시 드세요.
- 권장섭취량: 하루 1포(15ml) 섭취를 권장하며, 개인의 필요에 따라 조절 가능합니다.
- 주의사항: 15세 미만 어린이, 임신 중이거나 수유 중인 여성, 항응고제(와파린)를 복용 중인 환자는 섭취하지 마세요.

● 注意事項:

1. 請洽詢醫師或營養師有關於食用本產品之意見，均衡的飲食及適當的運動為身體健康的基礎。2. 本產品具有天然植物萃取精華，偶有沈澱或色差屬正常現象，請搖勻後飲用。3. 本包裝袋為鋁箔材質，不可直接微波食用。4. 本產品經高溫滅菌處理。

● 保存期間: 二年

● 有效日期: 標示於盒上(西元年/月/日)

● 保存方式: 請置於陰涼乾燥處
(避免置於潮濕, 高溫或暴曬等場所)

● 本產品之品質經嚴格管控, 如因運送, 陳列, 保存等過程致產品受損, 破裂或膨包等現象, 請勿食用, 並請與客服專線聯絡。

● 消費者免費客服專線: 0800-006600

⑨ 桂格食品股份有限公司出品

地址: 桃園市大園區和平西路一段369號

原產地: 台灣

網址: www.quaker.com.tw

QUAKER 桂格 為註冊商標,

係由美商桂格麥片公司授權使用

QUAKER 桂格 are the registered trademarks of The Quaker Oats Company.

● 참고:

1. 이 제품 섭취에 대한 조언은 의사 또는 영양사와 상담하십시오. 균형 잡힌 식단과 적절한 운동은 건강의 기초입니다. 2. 본 제품은 천연식물추출물을 함유하고 있으므로 간헐적으로 침전이 생기거나 색 차이가 나타나는 현상은 정상입니다. 3. 본 포장백은 알루미늄 호일로 제작되어 직접 전자레인지에 사용하실 수 없습니다. 4. 본 제품은 고온 멸균 처리된 제품입니다.

● 유통기한: 2년

● 유통기한: 박스에 표기(년/월/일)

● 보관방법: 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.(습도가 높은 곳, 직사광선에 노출되는 곳은 피해주세요)

● 본 제품은 품질을 엄격히 관리하고 있는 제품으로, 운송, 전시, 보관 등의 사유로 제품이 파손, 갈라짐, 부풀어 오른 경우에는 드시지 마시고 고객센터로 연락주시기 바랍니다.

● 소비자 무료 고객 서비스 핫라인: 0800-006600

⑨ 퀘이커 푸드(Quaker Foods, Inc.)에서 생산

주소: 타오위안시 다위안구 허핑서로 1단 369호

원산지: 대만

웹사이트: www.quaker.com.tw

QUAKER는 미국 Quaker Oats Company의 라이선스 하에 사용되는 등록 상표입니다.

QUAKER는 미국 Quaker Oats Company의 라이선스 하에 사용되는 등록 상표입니다.

⑩ 瞭解產品更多 立刻加入桂格健康GO

[뒷면 우측 - 중국어]

①

營養標示		
每一份量 15毫升 本包裝含16份		
	每份	每100毫升
熱量	16.5大卡	109.4大卡
蛋白質	0.4公克	2.7公克
脂肪	0.1公克	0.6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	3.5公克	23.3公克
糖	2.7公克	18公克
鈉	3毫克	20毫克
維生素B1	0.1毫克	0.4毫克
維生素B2	0.9毫克	6.1毫克
維生素B6	1.2毫克	7.8毫克
維生素B12	0.1微克	0.5微克
菸鹼素	4.8毫克NE	32毫克NE
泛酸	0.1毫克	0.9毫克
葉酸	0.8微克	5微克
生物素	21.6微克	144微克
精胺酸	80毫克	533毫克

[옆면 - 중국어, 영어]

① QUAKER

② 桂格 SX B群人蔘 濃縮精華飲

⑩ 제품에 대해 자세히 알아보기

지금 Quaker Health GO에
가입하세요.

[뒷면 우측 - 국문]

①

營養표시		
1회 제공량당 15ml 이 팩에는 16인분이 들어있습니다.		
	매회	100ml당
칼로리	16.5kcal	109.4kcal
단백질	0.4g	2.7g
지방	0.1g	0.6g
포화지방	0g	0g
트랜스지방	0g	0g
탄수화물	3.5g	23.3g
설탕	2.7g	18g
나트륨	3g	20mg
비타민B1	0.1g	0.4mg
비타민B2	0.9g	6.1mg
비타민B6	1.2g	7.8mg
비타민B12	0.1g	0.5μg
니코틴	4.8mgNE	32mgNE
판토텐산	0.1mg	0.9mg
엽산	0.8μg	5μg
비오틴	21.6μg	144μg
아르기닌	80mg	533mg

[옆면 - 국문]

① 퀘이커(상표명)

② 퀘이커 SX B군 인삼 농축 에센스
드링크

4. 대만 홍삼가공품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

대만 식품약품관리서(TFDA)는 식품에 대하여 '식품첨가물 사용범위 및 제한 및 규격'을 규정하여 유통되는 모든 식품을 관리하고 있음. 현 대만 정부는 식품 안전 분야의 정책을 계속해서 강화하고 있으므로 주기적으로 업데이트되는 규정을 확인할 필요가 있음. 하기 표는 고객사의 제품에 적용될 수 있는 식품첨가물 목록의 일부임. 더욱 자세한 사항은 대만 식품약품관리서 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.9] 홍삼가공품에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	규산 알루미늄	Aluminum Silicate	5g/kg (식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	기타 모든 식품 (캡슐형, 정제형 식품 제외)
2	이산화 규소	Silicon Dioxide	2% (식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	
3	유동파라핀	Liquid Paraffin	0.10% (식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	
4	아세트산	Acetic Acid	필요에 따라 적당량 (식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	모든 식품
5	글리신	Glycine		
6	데실글루코사이드	Decyl Alcohol	필요에 따라 적당량 (향료로만 사용한다.)	
7	알긴산	Alginic Acid	필요에 따라 적당량	
8	제2인산칼슘	Calcium Phosphate, Dibasic	1800mg	일반식품 (영유아용 조제식 제외)
9	락트산	Iron Lactate	22.5mg	
10	칼슘 싸이클라메이트	Calcium Cyclamate	일반사용기준 (특수영양식품에 사용할 때는 반드시 사전에 중앙주관기관의 승인을 받아야 한다.)	특수 영양 식품 (Special dietary foods)
11	구연산 시트르산	Cupric Citrate	필요에 따라 적당량 (식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

대만 식품약품관리서(TFDA)가 규정하고 있는 유해물질 관련 규정으로 ‘식품 내 진균 독소 제한량’, ‘방사선 혹은 방사능 오염 허용량’, ‘폴리염화 바이페닐 제한량’ 및 ‘식품 분류별 위생 기준’을 법으로 규정하고 있어 이를 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 유해물질과 잔류허용기준 목록의 일부임. 더욱 자세한 사항은 대만 식품약품관리서 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.10] 홍삼가공품에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아зок시스트로빈	Azoxystrobin	5.0ppm	기타 농산가공품
2	베날락실	Benalaxyl	0.2ppm	
3	아이오딘-131	131 Iodine(131)	100Bq/kg	기타식품(우유 및 유제품, 영아 식품, 음료 및 포장된 생수 제외)
4	방사능 134Cs + 137Cs	Radioactivity 134Cs + 137Cs	100Bq/kg	
5	부분적으로 수소화된 기름(PHO)	PHOs: Partially Hydrogenated Oils	사용 금지	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보

▶ 대만 농약 최대 잔류허용기준(MRL)

대만 식품안전위생관리법 제15조 「농약 잔류물 허용 표준」에 따라, 대만에서 식품을 유통하기 위해서는 식품 내 잔류 농약 성분이 해당 규정을 반드시 준수해야 함. 2023년 4월 대만으로 수입된 한국산 인삼류 제품이 피라클로스트로빈 초과 검출로 통관에 문제를 겪었음.³⁴⁾ 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 대만의 농약 최대 잔류허용기준(MRL: Maximum Residue Limit)임. 더욱 자세한 규정 및 기준은 대만 식품약품관리서 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.11] 홍삼가공품에 적용될 수 있는 대만 농약 잔류허용기준(MRL)

순번	물질명(한글)	농약명(영문)	작물 유형	최대 잔류허용기준(ppm)
1	아зок시스트로빈	Azoxystrobin	인삼(신선) ³⁵⁾	0.1
2	클로로탈로닐	Chlorothalonil		1.5
3	디메토모르프	Dimethomorph		0.9
4	플루디옥소닐	Fludioxonil		0.75
5	만디프로파미드	Mandipropamid		0.1
6	클로르단 ³⁶⁾	Chlordane		0.02

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

34) KATI농식품수출정보, 「[대만] 4월 중 한국에서 수입된 성분 기준 위반 식품 배, 사인머스켓 등 6개 제품에 반송 또는 폐기 조치」, 2023-05-16

35) Ginseng(fresh)

36) 외부 잔류허용기준(Extraneous Residue Limits): 한때 농약으로 사용되었던 환경 내 잔류성 화합물에서 발생하는 잔류물질의 기준을 말함

▶ 알레르겐

대만은 2020년 7월 알레르기 유발물질 의무 표시 품목을 11가지로 확대하고, 알레르기 유발 가능성 문구를 사용하여 의무적으로 표시할 것을 법으로 규정하고 있음. 또한, 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 알레르기 유발 가능한 내용물 전부를 제품명에 표기하는 방식을 요구하고 있음. 이를 따르지 않을 경우, 식품 안전위생 관리법에 근거하여 제품 회수 또는 벌금 부과에 적용될 수 있어 각별한 주의가 필요함

[표 5.12] 대만 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	갑각류
2	의무	망고
3	의무	땅콩
4	의무	우유
5	의무	알류
6	의무	견과류
7	의무	깨
8	의무	글루텐 함유 곡물
9	의무	대두류
10	의무	어류
11	의무	야황산염

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 하이라이프(Hi-Life)
2. 웨일자이언트(WHALEGIANT)
3. 리인국제유한회사(Li Inn International Enterprise Co., Ltd)

Interview ①

37)



하이라이프
(Hi-Life)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1989년 설립
 - 타이베이시에 위치한 편의점 프랜차이즈
 - 취급 품목: 간식, 음료, 주류, 냉동식품 등
 - 주요 수입국: 일본
 - 1500여 개의 편의점을 통한 오프라인 유통

담당자 정보

Business Development
Manager

하이라이프(Hi-Life) Business Development Manager

Q. 대만 소비자들에게 한국산 홍삼가공품에 대한 인지도 및 수요는 어느 정도인가요?

대만에서는 한국산 홍삼가공품이 아주 유명합니다. 특히 홍삼차와 홍삼액의 수요가 많습니다. 오래전부터 대만에 진출해 있던 한국의 브랜드들은 대만 소비자들에게도 잘 알려져 있습니다. 하이라이프에서도 1,500개 이상의 오프라인 편의점에서 한국 브랜드의 홍삼가공품 제품을 판매하고 있으며, 대만 소비자들에게 인기가 많습니다. 이러한 이유로 대만 소비자들은 한국산 홍삼가공품에 대한 인지도 및 수요가 매우 높습니다.

Q. 대만 소비자들은 홍삼가공품 제품을 주로 어떤 용도로 소비할 것으로 예상하시나요?

대만에서는 주로 홍삼가공품 제품을 차로 섭취합니다. 특히 날씨가 추울 때는 뜨거운 물과 홍삼액을 함께 섞어 마심으로써 면역력을 높이고자 합니다. 또한, 감기를 예방하는 효능이 있어 액상차 방식으로 섭취하는 것이 대만 사람들에게 가장 익숙한 홍삼가공품 제품 섭취 방식입니다. 또한, 포장에 예쁘고 고급스러운 제품은 주로 선물용으로 소비하기에 적합합니다.

Q. 홍삼가공품 제품과 같은 건강기능식품은 대만에서 어떤 유통채널로 주로 유통이 되고 있나요?

현재 저희 편의점에서는 한국의 홍삼가공품 제품을 판매하고 있습니다. 판매는 기본적으로 날개로 구분하여 판매하고 있습니다. 소비자가 날개로 구매하면 제품을 시식할 기회가 생깁니다. 또한, 날개 판매 시 제품의 가격도 저렴하여 소비자 부담이 없으므로 재구매율도 높습니다. 따라서, 더 많은 대만 소비자들에게 홍삼가공품 제품을 맛볼 수 있도록 대만 편의점에서의 개별 판매를 권장합니다.

Q. 현재 대만에서 가장 인기 있는 홍삼가공품 브랜드가 있다면 포장 방식, 홍보 및 마케팅 방식에 대해 알려주세요.

첫 번째로는 J사의 홍삼가공품 제품입니다. 선물용 상자에 포장되어 있으며, 자사의 페이스북 페이지를 통해 온라인 홍보를 진행하고 있습니다. 또한, 해당 제품의 모델인 배우의 이미지를 통해 마케팅 자료를 제작하거나 SNS상에서 홍보를 이어가곤 합니다. 두 번째 인기 홍삼가공품은 종이 박스를 이용해 포장을 하며, 쇼피(Shopee) 대만 온라인 쇼핑몰의 상세 페이지를 통해 제품을 홍보합니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 대만에서 판매할 시 선호되는 유통기한을 알려주세요.

현재 대만 시장에서 유통하는 유사한 제품의 유통기한은 대부분 2년 이상입니다. 이를 참고하여 고객사에서 유통기한을 잡을 수 있도록 하는 것이 좋아 보입니다.

Q. 대만으로 홍삼가공품 제품 수출 시, 현지에서 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

홍삼액 제품의 경우 추천하는 첫 번째 유통채널은 편의점입니다. 편의점에서는 제품의 날개 판매도 가능하므로, 소비자들이 1개씩 시음해보고 대량으로 구매하기에도 부담이 없기 때문입니다. 실제로 자사는 대만 최초의 현지 편의점 프랜차이즈이며, 현재 대만에 1,500개의 매장을 보유하고 있습니다. 만약에 우리의 주요 매장에서 홍삼가공품 제품을 판매할 수 있다면 제품의 인기는 빠르게 높아질 것으로 보입니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 현지에서 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

홍삼가공품 제품은 주로 선물용으로 많이 사용될 수 있을 것으로 기대되는 제품입니다. 그래서 타겟 소비층은 대만 내에서 소득 수준이 중산층 이상이 되는 소비자들로 예상됩니다. 주로 타이페이 수도권 직장인을 집중하여 홍보하면 좋을 것으로 생각합니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 대만에서 홍보할 경우, 어떤 경로 및 방법을 통해 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

오프라인에서 홍보를 진행할 경우 편의점을 먼저 추천합니다. 자사와 같이 1,500여 개의 매장이 있는 프랜차이즈 회사에서 제품 홍보 배너를 제작하고 고객사 제품의 셀링 포인트 및 배경을 소개한다면, 편의점에 방문한 소비자들은 쉽고 짧은 시간 안에 제품을 경험하고 이해할 수 있어서 가장 효과적일 것입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 홍삼가공품 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

대만에서는 모든 제품에 대해 수입 전 성분 심사 및 샘플 테스트 검사가 필요합니다. 제품 샘플을 대만에 보내고 식품 기관에서 제품 테스트를 먼저 진행할 것입니다. 이 테스트를 통과한다면 수입유통업체에서도 대량 수입이 가능해집니다.

Interview ②

38)

웨일자이언트
(WHALEGIANT)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년 설립
 - 타이베이시에 위치한 소비자 제품 수입유통업체
 - 취급 품목: 건강식품, 생활용품, 액세서리 등
 - 주요 수입국: 한국, 일본
 - 온라인 쇼핑몰(Rakuten, Shopee, Pchome)을 통한 온라인 유통, 개인 식품 가게를 통한 오프라인 유통 진행

담당자 정보

Manager

웨일자이언트(WHALEGIANT)
Manager

Q. 대만 소비자들에게 한국산 홍삼가공품에 대한 인지도 및 수요는 어느 정도인가요?

대만에서 홍삼 제품은 뿌리삼과 홍삼가공품으로 나누어집니다. 대부분의 홍삼가공품 제조업체의 제품은 비슷하며, 심지어는 포장까지도 유사합니다. 그래서 대만 소비자들은 한국 홍삼가공품 제품에 대해 잘 알고 있습니다. 이러한 홍삼가공품 제품은 편의점 같은 곳에서 쉽게 구할 수 있습니다.

Q. 대만 소비자들은 홍삼가공품 제품을 주로 어떤 용도로 소비할 것으로 예상하시나요?

대만에서 현재 많이 판매되고 있는 홍삼가공품 제품은 홍삼농축액에 정제수가 포함된 제품으로, 스틱에 들어있는 내용물을 그대로 먹는 방식의 제품입니다. 소비자들은 일상생활에서 쉽고 편리하게 홍삼가공품 제품을 섭취할 수 있으며, 이는 습관화되어 제품의 판매를 촉진합니다.

Q. 홍삼가공품 제품과 같은 건강기능식품은 대만에서 어떤 유통채널로 주로 유통이 되고 있나요?

대만 내 오프라인 공간을 통해 판매한다면 편의점을 추천합니다. 대만의 주요 편의점으로는 세븐일레븐(SevenEleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-life), 오케이(OK) 등 4개의 대형 편의점이 있습니다. 편의점에서 제품을 낱개로 판매하면, 제품의 단가도 높게 판매할 수 있고, 소비자도 쉽게 제품을 경험해볼 수 있는 장점이 있습니다. 온라인 유통채널로는 주로 쇼피(Shopee), 라쿠텐(Rakuten), 모모(MOMO) 등의 플랫폼을 추천합니다. 실제로 90% 이상의 대만 소비자들이 이 온라인 쇼핑 플랫폼을 이용하여 제품을 구매하고 있습니다.

Q. 현재 대만에서 가장 인기 있는 홍삼가공품 브랜드가 있다면 포장 방식, 홍보 및 마케팅 방식에 대해 알려주세요.

대만에서 인기 있는 홍삼가공품 제품은 종이 박스에 포장 되어있고, 온라인 사이트인 쇼피(Shopee) 대만을 통해 제품을 판매 및 홍보하고 있습니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 대만에서 판매할 시 선호되는 유통기한을 알려주세요.

현재 대만 시장에서 유통하는 유사한 홍삼가공품 제품의 유통기한은 대부분 2-3년입니다. 고객사에서도 해당 내용을 참고하여 제품 생산을 하면 좋을 것입니다.

Q. 홍삼가공품 제품 수출 시, 현지에서 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

대만 내 홍삼가공품 제품의 유통채널로 코스트코와 같은 오프라인 대형 매장을 추천합니다. 실제로 코스트코는 대만 내 13개 이상의 매장을 가지고 있습니다. 코스트코에 있는 제품의 품질이 모두 좋습니다. 매장 일일 유통 인구도 많아, 제품이 빠르게 판매됩니다. 따라서, 단기적으로 매출을 늘리고 싶다면 코스트코는 좋은 오프라인 채널 옵션이 될 것입니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 현지에서 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

홍삼가공품 제품은 대만의 직장인 및 학생들을 대상으로 홍보할 수 있습니다. 대만의 직장인 및 학생들은 평소에 스트레스를 많이 받습니다. 따라서, 면역력이 많이 저하되어 있을 가능성이 크고, 이 경우 홍삼가공품 제품을 섭취하여 면역력을 향상할 수 있습니다. 또한, 홍삼가공품은 일일 보조 식품으로도 홍보될 수 있습니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 대만에서 홍보할 경우, 어떤 경로 및 방법을 통해 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

최근 대만의 라이브 방송이 많이 발전하고 있습니다. 대만 내 많은 연예인들이 라이브 방송을 진행합니다. 따라서 대만 연예인과 협력하여 홍삼가공품 제품 시식 및 설명 동영상을 제작하는 것을 추천합니다. 다음으로는 대만 젊은 층이 많이 사용하는 인스타그램 플랫폼에 고객사의 공식 계정을 만들고 제품의 사진 및 동영상을 다수 업로드하여 홍보할 수 있습니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 홍삼가공품 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

대만에서는 모든 제품의 수입 전 성분 심사 및 샘플 테스트가 필요합니다. 제품 샘플을 대만에 보내면, 식품 기관에서 제품 테스트를 진행하게 됩니다. 이 테스트를 통과한다면, 제품 수입이 가능해집니다.

Interview ③

39)

Li Inn International Enterprise

리잉귀지치에유센공쓰
(利盈國際企業有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2020년 설립
 - 타오위안시에 위치한 식품수입상
 - 취급 품목: 식품, 화장품
 - 주요 수입국: 한국, 일본
 - Shopee, Rakuten, Pchome, Momo 온라인 쇼핑몰을 통한 온라인 유통, 마트를 통한 오프라인 유통 진행

담당자 정보

Manager

리인국제유한회사(Li Inn International Enterprise Co., Ltd)

Manager

Q. 대만 소비자들에게 한국산 홍삼가공품에 대한 인지도 및 수요는 어느 정도인가요?

대만의 홍삼가공품 시장은 주로 대기업 중심의 유통이 이루어지고 있습니다. 한국의 홍삼가공품 브랜드들은 대만의 온라인 및 오프라인 유통채널에 모두 진출하였고, 인기가 굉장히 높습니다. 또한, 한국 홍삼가공품 브랜드들은 오프라인 행사를 자주 진행하여 대만 소비자들에게 자사 제품을 홍보했습니다.

Q. 대만 소비자들은 홍삼가공품 제품을 주로 어떤 용도로 소비할 것으로 예상하시나요?

대만의 젊은 소비자들은 새로운 레시피를 좋아하는 경향이 있습니다. 요거트 및 음료에 활용할 수 있는 이색 홍삼가공품 제품이 젊은 소비자들 사이에서 선호도가 높을 것으로 예상됩니다.

Q. 홍삼가공품 제품과 같은 건강기능식품은 대만에서 어떤 유통채널로 주로 유통이 되고 있나요?

대만 오프라인 유통채널 중에서는 일단 한인마트에 먼저 입점하는 것을 추천합니다. 대만 한인마트에는 중/대형마트보다 소규모 점포가 많습니다. 한인마트에 방문하는 소비자들 중 한국 식품을 선호하는 사람이 많기에 전국의 한인마트를 통해 제품을 홍보하는 것을 추천합니다. 또한, 온라인 유통채널로는 대만의 1위 온라인 쇼핑몰인 쇼피(Shopee)를 통한 판매를 추천합니다. 쇼피 내의 한국 음식 혹은 건강식품 전문 셀러와 협력하여 판매하는 방식을 추천합니다.

Q. 현재 대만에서 가장 인기 있는 홍삼가공품 브랜드가 있다면 포장 방식, 홍보 및 마케팅 방식에 대해 알려주세요.

대만에서 인기 있는 홍삼가공품 제품은 원통형 박스로 포장을 하고, 쇼피, 라쿠텐 등의 온라인 쇼핑몰 매장을 통해 홍보 및 판매를 하고 있습니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 대만에서 판매할 시 선호되는 유통기한을 알려주세요.

현재 대만 시장에서 유통하는 유사한 제품의 유통기한은 대부분 2년 이상입니다. 이를 참고하여 고객사에서 유통기한을 설정하는 것이 좋습니다.

Q. 홍삼가공품 제품 수출 시, 현지에서 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

홍삼가공품 제품의 경우, 대만에 진출한다면 우선 온라인 쇼핑몰을 통한 유통을 추천합니다. 쇼피는 대만에서 가장 많이 사용하는 쇼핑몰이기에, 쇼피 내 건강식품 매장과 협력하면 제품의 피드백도 빨리 수취할 수 있는 장점이 있습니다. 그 외에 라쿠텐, 피시홈 등의 온라인 쇼핑몰도 있습니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 현지에서 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

고객사의 홍삼가공품 제품을 대만 내 면역력이 많이 떨어지는 소비자들을 겨냥하여 홍보하는 것이 좋아 보입니다. 초등학생부터 노년층까지 면역력은 남녀노소를 가리지 않고 매우 중요한 요소입니다. 그래서 면역력을 높일 수 있다는 제품의 장점을 중심으로 제품의 영양 함량 및 효능에 대한 홍보 및 이벤트가 있으면 좋을 것으로 보입니다.

Q. 홍삼가공품 제품을 현지에서 홍보할 경우, 어떤 경로 및 방법을 통해 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

대만의 인스타그램 및 페이스북 플랫폼을 통해 홍보한다면 좋은 효과를 얻을 것으로 예상합니다. 대만의 소비자들의 대부분이 기본적으로 페이스북을 사용하고 있습니다. 페이스북 광고를 계획하고 진행한다면 인지도가 많이 올라갈 것입니다. 예를 들어서 페이스북 광고 세팅에서 지역 및 대상 선택 시, 스린구(士林區) 및 송산구(松山區) 지역의 20-40대 여성을 대상으로 제품 홍보 및 광고를 진행하면 효과적일 것입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점



Export Insights

시장수요

한국, 대만의 홍삼가공품 수입 국가들 중,
수입규모 3위



대만의 차(Tea) 시장규모는 향후 5년간 4.4%씩 증가할 것으로 전망되었으며, 스프레드 시장규모는 향후 5년간 1.5%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2106.90의 대만 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 6.4%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 5.8%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 대만의 홍삼가공품 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 미국의 연평균성장률은 6.4%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 대만 내 홍삼가공품에 대한 수요는 높은 편임. 특히 한국산 홍삼이 유명하며, 홍삼차와 홍삼액의 수요가 매우 높은 편임. 또한, 대만에서는 홍삼가공품을 주로 액상차로 섭취하며, 날씨가 추울 때는 뜨거운 물과 홍삼액을 함께 섞어 마시며 면역력을 높이고자 함



대만 온라인 쇼핑물 홍삼가공품 경쟁제품

소비 특징 ①

대만 홍삼가공품 시장 내
절편 인기 높음



대만 온라인 쇼핑물 판매 홍삼가공품 경쟁제품 키워드 분석 결과, 정제, 캡슐, 분말, 젤리 등 다양한 제형의 제품이 판매 중인 것으로 확인됨. 또한, 꿀편, 홍삼절편, 인삼절편 등 절편 종류의 제품도 인기가 높았음

대만 홍삼가공품 시장 내 경쟁브랜드 관련 키워드 분석 결과, 정관장이 98건으로 최다 빈출됨. 그 외에도 농협, 광동제약, 정원삼 등의 한국 브랜드들이 다수 확인됨. 대부분의 경쟁브랜드들은 포 형태의 쉽게 섭취할 수 있는 홍삼가공품을 판매하고 있었음. 또한, 대만 내 브랜드가 없는 현지 제품도 다수 확인됨



대만 온라인 쇼핑물 홍삼농축액 성분

소비 특징 ②

'홍삼', '벌꿀' 등의 제품
성분 다수

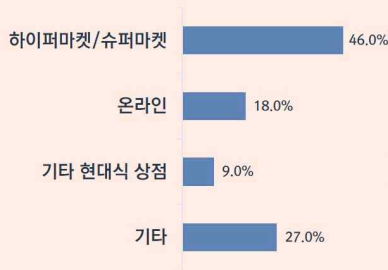


대만 홍삼가공품 시장 내 성분 관련 키워드 분석 결과, '홍삼', '인삼' 등 주성분 관련 키워드가 빈출됨. '벌꿀' 관련 키워드도 빈출되었으며, '대추'와 '구기자', '황기' 등 여러 가지 한방 성분도 다수 확인됨

대만 온라인 쇼핑물 판매 홍삼가공품 제품 패키징 키워드 분석 결과, 소형 포장 용량인 '70ml'와 '10g'이 각각 123건, 84건으로 가장 많이 도출됨. 일반적으로 1회분으로 포장된 '포' 형태의 제품을 주로 '박스' 안에 포장하여 판매 중인 것으로 확인됨. 또한, 절편의 경우, '500g'의 대용량으로도 판매하는 것으로 확인됨



대만 홍삼가공품 유통 비중



유통채널



대만 홍삼가공품 유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓 (46.0%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 온라인 (18.0%), 편의점, H&B 드럭스토어 등의 채널이 포함된 기타 현대식 상점(9.0%), 직판매, 전통적 채널, 비매장 형태 등의 채널이 포함된 기타(27.0%) 채널이 대만 내 홍삼가공품의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 대만 내 홍삼가공품의 주요 오프라인 유통채널로는 편의점인 세븐일레븐(SevenEleven), 패밀리마트 (Family Mart), 하이라이프(Hi-life), 오케이(OK) 등이 있다고 답변함. 또한, 주요 온라인 유통채널로는 쇼피(Shopee), 라쿠텐 (Rakuten), 모모(MOMO) 등의 플랫폼을 언급함

진입장벽

- ▶ Point 1) 수입업체 기업정보 등록
- ▶ Point 2) AEO 제도 활용
- ▶ Point 3) 대만 CCC CODE 유의



대만으로 홍삼가공품 수출 시, 기본세율은 30%가 적용됨. 또한, 대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 함. 대만은 HS CODE를 활용한 CCC CODE 제도를 운영하고 있고, 이에 따른 수입 코드를 바탕으로 수입요건이 결정되기 때문에 사전에 품목분류와 수입규정에 대한 철저한 파악이 필요함

품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 또한 대만 식품품질협회의 품질 표준인증, 대만 할랄 무결성 개발협회의 할랄인증을 취득하여 활용할 수 있음. 라벨의 경우, 반드시 중국어 및 공통 기호로 명확하게 표기해야 함

수출 확대 전략

설팅 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 홍삼가공품의 주요 구매 요인 중 하나는 효능이므로, 고객사 제품의 효능과 성분을 강조하여 제품을 홍보할 것을 추천함. 또한, 대만 내 면역력이 많이 떨어지는 소비자들을 겨냥하여 홍보하는 것을 추천함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 제품의 패키징이 고급스럽기 때문에 선물용으로 적합할 것이라고 언급함. 다만, 고객사 제품의 용량은 일반적으로 대만 내 유통되는 홍삼가공품 제품의 용량 대비 다소 많은 편이라고 언급하며, 대만 소비자들이 기존 용량에 익숙할 것이므로 제품의 용량을 변경하는 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 야후(Yahoo), 「秋分進補! 7-11紅蔘飲 買1送2」, 2022.09
3. 스태티스타(Statista), 「Tea_Taiwan」, 2023.08
4. 한국수산물경제, 「대만의 간편조리식품 시장 동향」, 2022.11
5. 스태티스타(Statista), 「Spreads_Taiwan」, 2023.08
6. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
8. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020.12
9. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
10. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015
11. KATI농식품수출정보, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황(대만편)」, 2023.07
12. KATI농식품수출정보, 「비관세장벽이슈_대만, 식품 내 동물용의약품 잔류허용기준(MRL) 개정」, 2023.07
13. 대만 식품약품관리서(TFDA), 「Standards for Pesticide Residue Limits in Foods」, 2023.06
14. KGC인삼공사, 「대만 건강식품 등록 기술」, 2022

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 야후(Yahoo) 타이완 (tw.news.yahoo.com)
4. 쇼피(Shopee) 타이완 (shopee.tw)
5. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
6. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
7. 한신바이화(漢神百貨) (www.hanshin.com.tw)
8. 웬둥바이화(遠東百貨) (www.feds.com.tw)
9. 진리신시(今日訊息) (www.jinrih.com)
10. 에이마트(A-mart) (www.fe-amart.com.tw)
11. 하우스펀뉴스(HouseFunNews) (news.housefun.com.tw)
12. 진쑤우칸(今周刊) (www.businesstoday.com.tw)
13. 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan) (www.carrefour.com.tw)
14. 아클라스(Aclas) (www.aclas.tw/carrefour/)
15. 포커스타이완(Focus Taiwan) (focustaiwan.tw)
16. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.tw)
17. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com.tw)
18. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) (www.retailnews.asia)
19. 심플마트(Simple Mart) (www.simplmart.com.tw)
20. 피치북(Pitchbook) (pitchbook.com)
21. 백창상회(百昌韓貨商行) 페이스북 (www.facebook.com/bckoreastore)
22. 구글맵(Google Maps) (google.com/maps)
23. 한귀왕(韓購網) (www.koreashop.url.tw)
24. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
25. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
26. 센서타워(Sensor Tower) (www.sensortower.com)
27. 시밀러웹(similarweb) (www.similarweb.com)
28. 관세청 (www.customs.go.kr)
29. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
30. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
31. 대만 식품약품관리서(TFDA) (www.fda.gov.tw)
32. 대만 관세청 (Taipei Customs) (etaipei.customs.gov.tw)

33. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) (www.trade.gov.tw)
34. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) (www.bsmi.gov.tw)
35. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
36. 국립농산물품질관리원 수출농산물안전성정보 (www.naqs.go.kr/safeq/info/marPermissioni.do)
37. 하이라이프(Hi-Life) (www.hilife.com.tw)
38. 웨일자이언트(WHALEGIANT) (www.WHALEGIANT.com.tw)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사

· 발 행 일 자 | 2023.10.20

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea