



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-25

품목 | 홍삼 건조식품(Dried Red Ginseng)

국가 | 중국(China)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 중국 홍삼 건조식품 시장규모	13
2. 중국 홍삼 건조식품 수출입 시장규모	14
3. 중국 홍삼 건조식품 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 중국 내 홍삼 가공식품 고려인삼을 사용한 농축액 제품 가장 많아	24
2. 한국산 홍삼 가공식품 효능, 중국산 홍삼 가공식품 원료 강조	25
3. 중국 소비자, 홍삼 건조식품에서 맛을 가장 중요시	26
4. 중국 온라인쇼핑몰 내 한국산 절편 강세	27
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 중국 홍삼 건조식품 유통구조	29
2. 중국 홍삼 건조식품 진출 가능 유통업체	30
3. 중국 홍삼 건조식품 진출 가능 B2C 소매채널	32

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 홍삼 건조식품 인증 취득	53
2. 중국 홍삼 건조식품 사전 절차	55
3. 중국 홍삼 건조식품 라벨 심의	57
4. 중국 홍삼 건조식품 서류 준비	61
5. 중국 홍삼 건조식품 세금 납부	62
6. 중국 홍삼 건조식품 검역 심사 절차	63
7. 중국 관련 규제 정보	64

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① B사	66
Interview ② 관팡치지엔디엔(官方旗舰店)	68
Interview ③ 상하이엔차오탕상마오유오시엔공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司)	70
Interview ④ 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)	72
Interview ⑤ 푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰(佛山市生气元商贸有限公司)	74

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고 문헌	79
---------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
<p>약초 및 전통 건강보조식품/인삼 (약초 및 전통 건강보조식품 시장의 약 7%)</p>	<p>대한국 수입규모 (대한글로벌 수입 규모의 약 26%)</p>	<b>시장규모</b> 약초 및 전통 건강보조식품 인삼 6조 6,862억 원 글로벌 4,554억 원 한국 3,170억 원 59억 원	40~50대 고소득층이 주 타깃층 - 연해 지역 및 남부 지역도 - 홍삼 스틱, 음료 보다 판매량 다
		<b>수입규모</b> 중국 40~50대 인구 4억 3,829만 8,000명 중국 당뇨병 환자 수 1억 1,600만 명 중국 1인당 가처분 소득 520만 원 중국 인삼 시장 점유율 1위 브랜드 B사(30.7%)	

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
	<b>특징</b> 고령인삼, B사, 농축액	1st / 183건 4th / 79건	홍삼 건조식품 가격 50,000~100,000원 - 맛, 품질, 브랜드, 가격 등이 구매고려요인 - 세트형 제품보다는 단품을 선호
	<b>한국 홍삼 가공식품</b> 고령인삼, 면역	1st / 132건 6th / 24건	
<b>중국 홍삼 가공식품</b> 고령인삼, 맛, 효능	1st / 49건 6·7th / 11건		
<b>구매 후기</b> 맛, 품질, 효능	1st / 519건 3rd / 157건		

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	비(非) 식료품점	50.7%	온라인, 드러그스토어, 백화점 등이 적합 유통채널
	온라인	30.8%	
	직접판매	16.9%	
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1.5%	
	홈쇼핑	0.1%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	<b>인증취득</b> 필수 선택	필수인증 없음 GMP, HACCP, ISO2200 등	HACCP, GMP 인증 취득 시 통관 및 판매에 유리하게 작용 - 5년근 이하 인삼은 일반가공식품으로 분류 가능	
	<b>사전 절차</b> 필수 선택	사전 식품 등록 국가질량감독검험검역중국		
	<b>라벨 표기사항</b> 서류 준비사항	선포장식품 라벨 통칙 (GB 28050-2011) 원산지증명서 외 8건		
	<b>세금납부</b>	기본 관세율		90%
		FTA 협정 관세율		21%
	부가가치세/수입세	0-13%		

### ▶Point 01.

중국 홍삼 건조식품의 타깃 소비층은 40~50대 고소득층이며 연해 지역 및 남부 지역에서 홍삼 건조식품의 수요가 많음. 소비자들은 제품 구매 시 맛, 브랜드, 효능, 가격 등을 고려하며 선물세트보다는 단품으로 홍삼 건조식품을 구매함. 5년근 이하 인삼을 사용한 경우 신자원식품 비준 공고에 따라 일반식품으로 수출이 가능함.

### ▶Point 02.

단 현재 제품 광고 시 사용 중인 '4~6년근 인삼 사용' 또는 효능에 대한 홍보를 원할 시 보건식품 인증을 받아야 함

### ▶Point 03.

A제품의 경우 인증 및 가공방법 등으로 품질에 대한 강점을 홍보할 수 있지만, 브랜드 인지도가 진입장벽으로 작용할 수 있기에, 중국 진출 시 온라인을 통해 수요를 파악하고, 백화점, 드러그스토어 등에서 판촉행사로 브랜드 인지도를 높여야 함

# Market Size

(시장규모)

## 중국(China)

### 홍삼 건조식품 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(인삼), 기능(에너지 증진)

- 중국 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 400억 4,700만 위안('19)
- 중국 인삼(Ginseng)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **27억 1,200만 위안('19)**

(\*) Euromonitor International



### 홍삼 건조식품 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(채소), 가공방법(당류에 의한 보존처리)

- HS 2006.00<sup>3)</sup> '당류에 의해 보존처리된 야채, 과일, 견과류, 과일 껍질 등 식용 식물' 중국 對 글로벌 수입규모  
..... 7,663만 8,000달러('19)
- HS 2006.00 '당류에 의해 보존처리된 야채, 과일, 견과류, 과일 껍질 등 식용 식물' 중국 對 한국 수입규모  
..... **1,978만 3,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 홍삼 건조식품 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '홍삼 건조식품'은 주로 40~50대 고소득층이 주로 구매하며, 2019년 4,554억 원 규모의 관련 시장이 형성되어 있음. 이에 예상 소비자 규모, 적합 진출 지역 파악을 위해 '중국 성별 및 연령대별 인구', '중국 지역별 1인당 가처분 소득', '중국 당뇨병 인구 비율'을 조사함. 또한 중국 내 경쟁 브랜드파악을 위해 '중국 인삼 브랜드 시장 점유율'을 조사함

① 중국 성별 및 연령대별 인구('20)	② 중국 지역별 1인당 가처분 소득('19)	③ 중국 당뇨병 인구 비율('19)	④ 중국 인삼 브랜드 시장 점유율('20)
0-9세 ..... 1억 7,067만 명	평균 ..... 30,733위안	2011년 ..... 9.0%	B사 ..... 30.7%
10대 ..... 1억 6,661만 명	상하이 ..... 69,442위안	2013년 ..... 9.6%	홍푸로이 ..... 6.7%
20대 ..... 1억 8,515만 명	베이징 ..... 67,756위안	2015년 ..... 10.6%	골든선 ..... 6.2%
30대 ..... 2억 2,883만 명	저장성 ..... 49,899위안	2017년 ..... 10.9%	리피크 ..... 4.5%
40대 ..... 2억 1,611만 명	텐진 ..... 42,404위안	2019년 ..... 10.9%	바이헬스 ..... 4.4%
50대 ..... 2억 2,277만 명	장쑤성 ..... 41,400위안		완지 ..... 3.1%
60대 ..... 1억 5,166만 명	광둥성 ..... 39,014위안		테이슬리 ..... 3.0%
70대 이상 ..... 9,811만 명	푸젠성 ..... 35,616위안		이글 ..... 1.7%

(\*) 유엔경제사회국, 중국 국가통계국, 스태티스타, 유로모니터

1) 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 주로 식물이나 전통재료로 만든 식이보충제를 포괄함  
 2) 인삼(Ginseng): 면역체계를 유지하고 에너지와 체력을 증진하기 위해 먹는 뿌리 약초의 일종  
 3) HS CODE 2006.00: 조사제품 홍삼 건조식품은 인삼을 당류에 의해 보존 처리한 건조식품임. 이에 제품의 원료(채소), 가공방법(당류에 의한 보존처리)를 바탕으로 '당류에 의해 보존처리된 채소 및 과일'에 해당하는 HS CODE 2006.00을 지표로 설정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 중국 (China)

홍삼 가공식품 소비 실태 분석 결과

### 중국 '홍삼 가공식품' 주요 연관어 분석



#### 중국 '홍삼 가공식품' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
고려인삼	183
B사	126
내복	86
농축액	79
피로 회복	70
절편	38
영양분	35
수입	25
백두산	23
동련	22
면역	22

중국 온라인쇼핑몰 홍삼 가공식품 2,078건 분석



#### 중국 '홍삼 가공식품' 구매후기

연관어	발생량
맛	519
특별한	302
효능	157
품질	101
가격	91
느낌	80
만족감	71
선호	54
생성물	5
인삼	46
몸	41

중국 온라인쇼핑몰 홍삼 가공식품 구매후기 973건 분석

홍삼 가공식품 특징  
**고려인삼 183건**  
**농축액 79건**  
**피로 회복 70건**



한국산 내세워 판매  
 농축액 형태 多  
 피로 회복 강조

한국 홍삼 가공식품 특징  
**고려인삼 132건**  
**면역 24건**



고려인삼 가공식품 多  
 효능 강조

중국 홍삼 가공식품 특징  
**고려인삼 49건**  
**녹용 11건**  
**석곡 11건**



고려인삼 가공식품 多  
 원료 강조

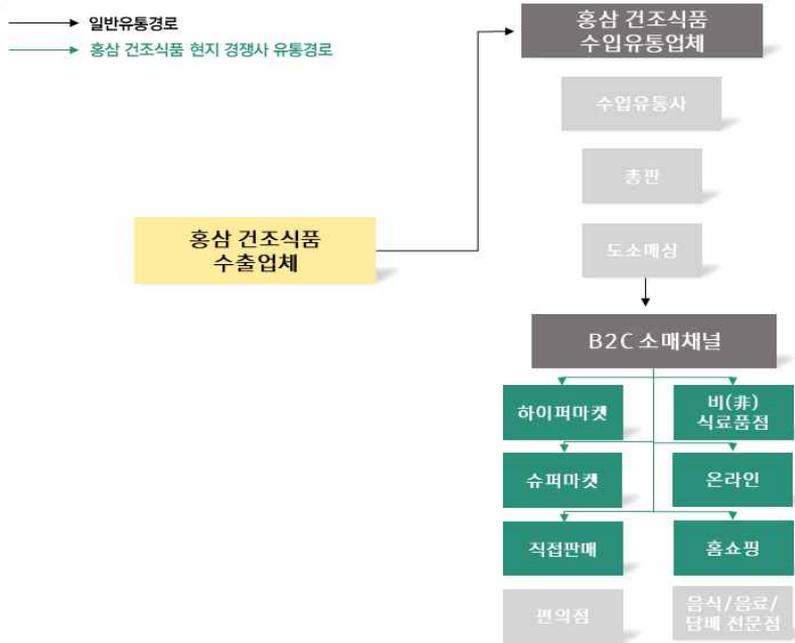
홍삼 가공식품 구매 고려요인  
**맛 519건**  
**효능 157건**



맛을 가장 고려  
 효능, 품질, 가격  
 중요 구매 고려 요인

# Distribution Channel

(유통채널)



## 홍삼 건조식품(China)

### 홍삼 건조식품 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점 <sup>7)</sup>	50.7%	궈다야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 다찬린(大参林), 라오바이싱(老百姓)
	온라인	30.8%	징둥(京东), 수닝이교우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会)
	직접판매	16.9%	우시엔지(无限极), 암웨이(Amway)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1.5%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(Rt Mart)
	홈쇼핑	0.1%	동방(东方), 과이러고(快乐购), 환치우(環球)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

4) 2020년 기준, 중국 내 '약초 및 전통식품(Herbal/Traditional Products)'의 유통채널 점유율임

5) '홍삼 건조식품'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Products)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 중국 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 비(非) 식료품은 드러그스토어를 포함함

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 중국 시장관리감독총국 - [Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China] - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍삼 건조식품 제품 사전 등록 '필요'</li> <li>- 온라인으로 등록 진행</li> <li>• 5년근 이하 인삼은 일반가공식품으로 분류 가능</li> </ul>	(*) 국가질량감독검험검역총국 - 문의처 : www.aqsiq.net
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국국가표준(GB) 준수 의무</li> <li>- 선포장식품 라벨 통칙</li> <li>- 선포장식품 영양라벨 통칙</li> </ul>	(*) 중국 시장관리감독총국 - 중국국가표준(GB) - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 통관을 위한 서류 준비</li> <li>- 일반 서류</li> <li>- 위생 및 원산지증명서</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국 국무원 - 문의처 : www.gov.cn
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 및 화물 심사</li> <li>- 원산지증명서 필요</li> <li>- 수입신고서, 상업송장 등</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국 시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS CODE 2006.00-9090 사용</li> <li>• FTA 협정 관세율 21%</li> <li>• 증치세 0-13%</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행</li> <li>- 중국 식품안전표준에 부합하는지 심사</li> <li>- 중문 라벨 심사</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국 시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Preference and Consumer



· 인터뷰 기업 : B사

유통업체

· 인터뷰 담당자 : Mr. Yan  
(Sales Manager)

### 홍삼 건조식품 40-50대 고소득층이 주로 구매

홍삼 건조식품은 일반적으로 소득수준이 높은 소비자들이 구매하며 개인이나 가족의 건강 증진 또는 선물 용도로 구매합니다. 특히 40-50대 중국인 소비자의 경우 피로 회복, 혈당 조절, 면역력 강화에 관한 관심이 타 연령층에 비해 높기 때문에 홍삼 건조식품을 많이 구매하는 편입니다.

### 세트보다는 절편 단품으로 구매

대부분의 홍삼 전문판매점은 절편과 정과로 구성된 홍삼 건조식품 세트를 판매하지 않습니다. 절편과 정과 모두 홍삼으로 만든 건조식품이기에 두 제품을 동시에 구매하는 소비자는 많지 않습니다. 대부분의 유통채널에서 절편과 정과 각각 단품 형태로 판매하고 있으며, 정과에 비해 절편의 판매량이 더 높습니다.

## Market Preference and Consumer



· 인터뷰 기업 : 관팡치엔디엔  
(官方旗舰店)  
온라인쇼핑몰

· 인터뷰 담당자 : Mr. Qian  
(CEO)

### 홍삼 건조식품 수요 증가세, 절편 판매량은 높은 편

홍삼 가공식품 전체로 봤을 때 홍삼 음료나 홍삼 스틱보다는 판매량이 적지만 홍삼 건조식품의 수요는 계속 증가하고 있으며, 현재에서 인기 있는 홍삼 건조식품은 절편입니다. 특히 한국산 절편 제품은 중국산보다 품질이 높은 것으로 평가되며, 타 홍삼 건조식품에 비해 짙은 식감으로 중년층에게 인기를 끌고 있습니다. 실제로 자사 온라인쇼핑몰 리뷰에는 '한국산 제품이라서 구매했다'라는 후기가 많았습니다.

### 연해 지역 및 남부 지역에서 고소득층이 주 소비층

중국에서 홍삼 건조식품은 중산층 및 고소득층을 중심으로 소비되고 있습니다. 특히 광둥, 푸젠, 상하이 등 연해 지역 및 남부 지역 소비자들이 홍삼 건조식품을 많이 구매합니다. 해당 지역 소비자들은 타 지역에 비해 건강 증진, 피로 회복, 당뇨병 예방 등에 관심이 많고, 예전부터 인삼 및 홍삼 가공식품을 보양식으로 섭취해왔기 때문입니다.

## Market Demand and Consumer



· 인터뷰 기업 : 상하이엔차오탕상마오  
유오시엔공쓰  
(上海燕朝堂商贸有限公司)  
유통업체

· 인터뷰 담당자 : Mr. Chi  
(Sales Manager)

### A사 제품 가격 경쟁력 有

중국 소비자들이 홍삼 가공식품에 대해 합리적이라고 납득할 수 있는 가격 수준은 100g 당 300-600위안(약 50,000-100,000원) 사이입니다. A사 제품의 경우 적정 가격대로 판단되나 선물세트로 묶어서 판매하지 않고, 소량으로 절편이나 정과만 판매한다면 타 한국 제품보다 가격 경쟁력을 가질 수 있을 것입니다.

### 브랜드 인지도 향상을 위한 마케팅 전략 필요

A사 제품의 경우 포장 및 품질 부분은 우수한 것 같지만, 브랜드 인지도가 낮기에 중국 홍삼 건조식품 시장 진출 시 브랜드 인지도를 높일 수 있는 마케팅 전략이 필요할 것 같습니다. 먼저 품질, 맛 등을 마케팅하며 온라인으로 진출하여 제품의 시장성을 확인하는 것이 중요할 것 같습니다. 이후 오프라인에 진출하여 제품의 인지도를 높일 수 있는 판촉행사를 진행하고 동시에 중국에서 성공한 B사의 마케팅 전략을 벤치마킹할 것을 추천합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Channel



- 인터뷰 기업 : 광저우우지아커마오이  
유오시엔공쓰  
(广州五加科贸易有限公司)  
수입·유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang Jie Qin  
(Sales Manager)

### A사 제품의 주 타겟층은 40-50대 고소득층

중국 소비자들이 홍삼 건조식품을 구매할 때 고려하는 요인은 가격, 브랜드, 맛 인증, 용도 등입니다. 이러한 요인 중 소비자의 소득, 취향 등에 따라 구매 고려 요인의 비중이 다릅니다. A사 제품의 경우 가격, 특징, 용도 등을 고려할 때 40-50대 고소득층이 주요 소비층으로 예상되며 해당 연령 때 소비자는 가격보다는 제품의 브랜드와 품질을 우선시합니다.

### 수확 연도에 따라 다른 규제 적용

중국의 경우 신자원식품 기준 공고에 따라 원료로 한 인삼의 수확 연도에 따라 일반식품과 보건식품으로 분리됩니다. 5년근 이하의 경우 일반식품으로 판매 가능하나 6년근의 경우 일반적으로 보건식품으로 분리됩니다. 때문에 제품 표기 및 광고 시 수확 연도를 명확히 기입하는게 중요합니다. 인증의 경우 필수인 것은 없으나 HACCP, ISO 등의 인증은 마케팅 시 활용할 수 있기에 취득하는 것이 좋습니다.

## Market Demand and Channel



- 인터뷰 기업 : 푸산시산성치웬상마오  
유오시엔공쓰  
(佛山市生气元商贸有限公司)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Huang  
(Sales Manager)

### 타 한국 제품과 비슷한 가격, 중국산보다는 비싸

중국 소비자들이 홍삼 가공식품에 대해 합리적이라고 납득할 수 있는 가격 수준은 100g 당 300-800위안(약 50,000-134,000원) 사이입니다. 홍삼 건조식품 특성 상 브랜드 및 원료에 따라 가격 차이가 크며 특히 한국산 제품의 경우 400위안(약 67,000원) 이상의 가격에 판매되는 경우가 많습니다. a제품의 경우 적정 가격대로 판단되나 선물세트로 묶어서 판매하지 않고, 소량으로 절편이나 정과만 판매한다면 타 한국 제품보다 가격 경쟁력을 가질 수 있을 것입니다.

### 브랜드 인지도를 높일 수 있는 마케팅 전략 필요

중국 소비자들은 홍삼 건조식품을 구매할 때 가격과 브랜드를 우선적으로 고려합니다. 현지 브랜드의 경우 가격이 우선순위이고, 한국 브랜드의 경우 브랜드가 우선순위입니다. 특히 한국산 홍삼 건조식품 구매 시 개별 포장된 제품을 선호합니다. 이외에도 맛, 품질 등이 주요 고려 요인입니다. a사 제품의 경우 포장, 맛, 품질 부분은 우수한 것 같지만, 브랜드 인지도가 낮기에 중국 시장 진출 시 브랜드 인지도를 높일 수 있는 마케팅 전략이 필요할 것 같습니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 중국 홍삼 건조식품 시장규모
2. 중국 홍삼 건조식품 수출입 시장규모
3. 중국 홍삼 건조식품 소비 시장규모

## 1. 중국 홍삼 건조식품 시장규모

### 중국 국가 일반 정보<sup>10)</sup>

면적	960만 km <sup>2</sup>
인구	14억 5천만명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

조사 시장: 조사제품인 '홍삼 건조식품'은 인삼을 건조하여 만든 식품이며, 에너지 증진 및 건강관리 목적으로 섭취해온 제품임. 이에 제품의 기능(에너지 증진과 원료인삼)을 기준으로 '인삼 시장과 상위품목인 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장의 규모를 조사함

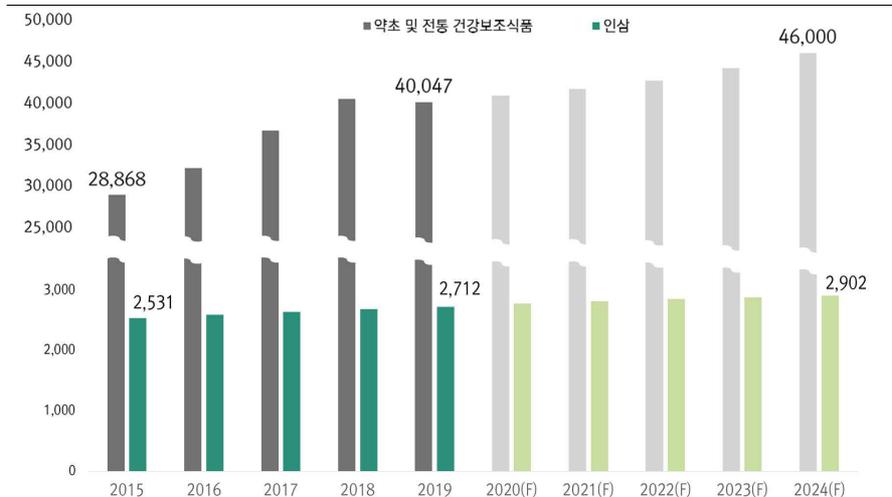
▶ **2015-2019년, 중국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모 연평균 9% 성장**  
 지난 5년(2015-2019년)간 중국의 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모는 연평균 9% 증가하여 2019년 400억 4,700만 위안을 기록함. 동기간 '인삼' 시장규모는 연평균 2%의 성장률을 보이며 2019년 27억 1,200만 위안을 기록함

▶ **2020-2024년, 중국 '인삼' 시장규모 연평균 1% 성장 예상**

향후 5년(2020-2024년)간 중국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 연평균 3%의 성장세를 보이면서, 2024년 460억 위안을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '인삼' 시장규모는 연평균 1% 성장해 2024년 29억 200만 위안을 기록할 것으로 전망됨

[표 2.1] '약초 및 전통 건강보조식품', '인삼' 시장규모<sup>8)9)</sup>

단위: 백만 위안



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목	약초 및 전통 건강보조식품 (4조 8,198억 원)	32,131 (5조 3,646억 원)	36,642 (6조 1,177억 원)	40,483 (6조 7,590억 원)	40,047 (6조 6,862억 원)	9%
해당 품목	인삼 (4,250억 원)	2,531 (4,340억 원)	2,585 (4,426억 원)	2,636 (4,493억 원)	2,712 (4,554억 원)	2%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 품목	약초 및 전통 건강보조식품 (6조 8,248억 원)	40,877 (6조 9,472억 원)	41,610 (7조 1,259억 원)	42,680 (7조 3,751억 원)	44,173 (7조 6,802억 원)	3%
해당 품목	인삼 (4,653억 원)	2,771 (4,721억 원)	2,811 (4,776억 원)	2,844 (4,826억 원)	2,902 (4,873억 원)	1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 1위안=166.96원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 위안, 원)는 모두 반올림됨

10) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

## 2. 중국 홍삼 건조식품 수출입 시장규모

2019년 HS CODE 2006.00  
중국 수입액 상위 5개국

단위: 천 달러

순위	국가명	수입액
1	태국	56,918
2	일본	52,346
3	말레이시아	36,695
4	필리핀	28,936
5	러시아	15,111

자료: ITC

HS CODE 2006.00: 조사제품 홍삼 건조식품은 인삼을 당류에 의해 보존 처리한 건조식품임  
이에 제품의 원료(야채, 과일, 견과류, 껍질 등), 가공방법(당류에 의한 보존처리)을 바탕으로  
'당류에 의해 보존처리된 야채, 과일, 견과류, 과일 껍질 등 식용 식물'에 해당하는 HS CODE  
2006.00을 지표로 설정함

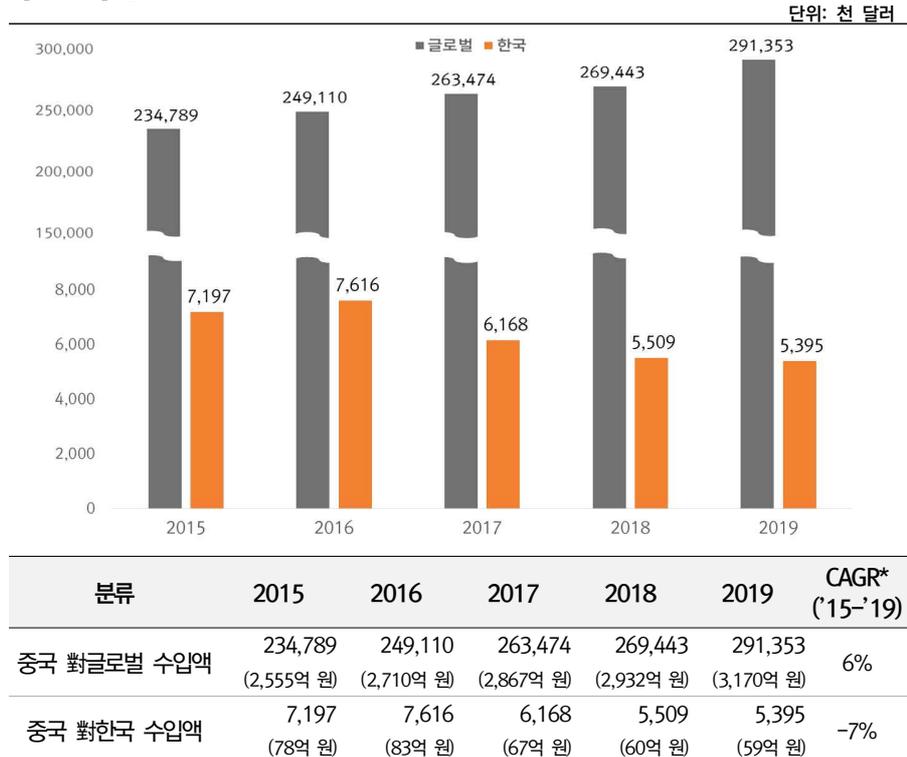
### ▶ 2015-2019년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 6%

중국 HS CODE 2006.00 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 6%의 성장세를 보이며 2019년 2억 9,135만 3,000달러를 기록함. 중국 HS CODE 2006.00 품목의 수입상대국 1위는 태국이며, 2019년 기준 5,691만 8,000달러(616억 원)를 기록하여 전체 수입액의 약 20%를 차지함<sup>11)</sup>

### ▶ 2015-2019년, 중국 對한국 수입액 연평균성장률 7% 감소

중국 HS CODE 2006.00 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 7%의 감소세를 보이며 2019년 539만 5,000달러를 기록함. 이는 2019년 기준 중국 HS CODE 2006.00 품목 對글로벌 수입액의 2%에 해당하며 전체 수입국 중 12위에 해당하는 수치임

[표 2.2] 중국 HS CODE 2006.00 수입규모<sup>12)13)</sup>



자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2006.00 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,088.00원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

### 3. 중국 홍삼 건조식품 소비 시장규모

#### 1) 중국 성별 및 연령대별 인구

조사제품 '홍삼 건조식품'은 중국에서 건강증진 및 선물용으로 판매되고 있으며, 40-50대 소비자가 선호하는 제품임. 이에 제품의 잠재적 소비층이 될 수 있는 40-50대 인구 규모를 확인하기 위해 '중국 성별 및 연령대별 인구'를 조사함

#### ▶ 2020년, 중국 40-50대 남성 인구 2억 1,552만 9,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2020년 중국의 총인구수는 14억 3,932억 377만 4,000명으로 확인되며 영유아나 노년층보다 중년층 인구가 많은 것으로 확인됨

홍삼 건조식품의 주 소비층이 될 수 있는 40-50대 인구는 4억 3,892만 9,000명으로 전체 인구의 약 30%를 차지함. 중국 40-50대 소비자는 중국 경제 성장과 함께 부를 축적해왔으며, 타 연령층과 대비하여 많은 자산을 보유하고 있음. 실제로 중국 내에서 순자산 가치가 높은 기업가의 69%가 40-50대인 것으로 확인됨. 40-50대 소비자의 경우 타 연령층보다 탈모 예방, 혈압 관리, 피로 회복, 면역력 향상 등에 효과가 있는 건강기능식품이나 의약품을 자주 구매하는 것으로 확인됨<sup>14)</sup>

[표 2.3] 중국 성별 및 연령대별 인구<sup>15)</sup>

단위: %



연령대	전체(천 명)	비율(%) <sup>16)</sup>	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
0-9세	170,668	12%	90,776	11%	79,891	12%
10대	166,605	12%	89,453	11%	77,152	12%
20대	185,147	13%	97,797	12%	87,350	13%
30대	228,830	16%	117,789	16%	111,042	16%
40대	216,112	15%	110,463	15%	105,649	15%
50대	222,186	15%	112,306	16%	109,880	15%
60대	151,664	11%	75,444	11%	76,220	10%
70대 이상	98,112	7%	44,220	8%	53,893	6%

자료: 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

14) 자료: 중국산업신사(中国产业信息), 「2019年中国不同年代消费者的消费习惯差异大,理性消费当道,消费强大国内市场正在形成」, 2020

15) 자료: 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

16) 비율(%)은 1의 자리에서 반올림한 값임

## 2) 중국 지역별 1인당 가처분 소득

2019년 중국 연평균 소득  
상위 10개 지역<sup>21)22)</sup>

단위: 위안

지역명	연평균 소득액
베이징	166,803 (2,817만 원)
상하이	149,377 (2,523만 원)
티베트	118,118 (1,995만 원)
톈진	108,002 (1,824만 원)
저장성	99,654 (1,683만 원)
광둥성	98,889 (1,670만 원)
장쑤성	96,527 (1,630만 원)
칭하이	90,929 (1,536만 원)
윈난성	86,585 (1,462만 원)
총칭	86,559 (1,462만 원)

자료: 중국 국가통계국

조사제품 '홍삼 건조식품'은 주로 고소득층이 건강증진 또는 선물용으로 구입하는 제품임. 이에 타지역 대비 구매 가능성이 큰 고소득 지역을 확인하기 위해 '중국 지역별 1인당 가처분 소득'을 조사함

### ▶ 상하이, 6만 9,442위안으로 1인당 가처분 소득 가장 높아

중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China)의 조사에 따르면, 2019년 기준 중국 내 연평균 소득이 가장 높은 지역은 베이징과 상하이로 조사되었으며 각각 16만 6,803위안과 14만 9,377위안으로 집계됨

소비와 직접적으로 연관된 중국의 1인당 평균 가처분 소득은 2019년 기준 3만 733위안(520만 원)으로 확인됨. 1인당 가처분 소득이 가장 높은 지역은 6만 9,442위안을 기록한 상하이이며, 수도인 베이징은 6만 7,756위안으로 2위를 기록함. 특히 상하이는 높은 소득을 바탕으로 건강 증진 또는 선물 용도로 중국 내에서 인삼 제품을 가장 많이 구매하는 지역으로 확인됨<sup>17)</sup>

[표 2.4] 2019년 중국 지역별 1인당 가처분 소득<sup>18)19)20)</sup>

단위: 위안, 원

지역		1인당 가처분 소득		지역		1인당 가처분 소득		
화북구	베이징	67,756	(1,141만 원)	중남구	허난성	23,903	(404만 원)	
	톈진	42,404	(716만 원)		후베이성	28,320	(478만 원)	
	허베이성	25,665	(434만 원)		후난성	27,680	(467만 원)	
	산시성	23,829	(402만 원)		광둥성	39,014	(659만 원)	
	네이멍구 자치구	30,555	(516만 원)		광시성	23,328	(394만 원)	
동북구	랴오닝성	31,820	(537만 원)	서남구	하이난성	26,680	(451만 원)	
	지린성	24,563	(415만 원)		총칭	28,920	(488만 원)	
	헤이룽장성	24,254	(410만 원)		쓰촨성	24,703	(417만 원)	
화둥구	상하이	69,442	(1,172만 원)		서남구	구이저우성	20,397	(344만 원)
	장쑤성	41,400	(699만 원)			윈난성	22,082	(373만 원)
	저장성	49,899	(843만 원)	티베트		19,501	(329만 원)	
	안후이성	26,415	(446만 원)	서북구	산시성	24,666	(417만 원)	
	푸젠성	35,616	(601만 원)		간쑤성	19,139	(323만 원)	
	장시성	26,262	(443만 원)		칭하이성	22,618	(382만 원)	
	산둥성	31,597	(534만 원)		닝샤	24,412	(412만 원)	
				신장	23,103	(390만 원)		

자료: 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China)

17) 자료: 농식품수출정보(Kati), 「중국 인삼시장 조사」, 2019

18) 가처분 소득: 개인소득 중 소비·저축을 자유롭게 할 수 있는 소득

19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

20) 자료: 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020

21) 비영리 단체 소득자 제외

22) 환산된 데이터(단위: 위안, 원)는 모두 반올림됨

### 3) 중국 당뇨병 환자 비율

조사제품 '홍삼 건조식품은 인슐린 분비를 증가 및 혈당 조절에 도움을 주어 당뇨병 환자에게 효과적인 제품임. 이에 '홍삼 건조식품의 소비자가 될 수 있는 중국 내 당뇨병 환자 현황을 파악하기 위해 '중국 당뇨병 환자 비율'을 조사함

#### 중국 당뇨병 환자 수

단위: 백만 명

연도	환자 수
2015	110
2017	114
2019	116
2030(F)	141

자료: 국제당뇨병연맹

#### 중국 1인당 당뇨병 관련 의료 지출

단위: 달러

연도	지출비용
2013	333
2015	466
2017	549
2019	936

자료: 스태티스타

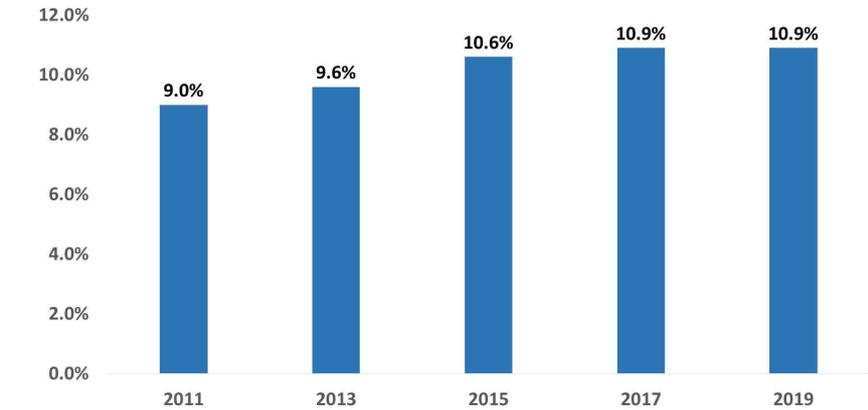
#### ▶ 2019년, 중국 당뇨병 인구 10.9%, 1인당 의료 지출비 936.2 달러

국제당뇨병연맹(International Diabetes Federation)의 조사에 따르면, 지난 5년(2015-2019년)간 중국 당뇨병 환자는 1억 1,000만 명에서 1억 1,600만 명으로 5,000만 명 증가하였으며, 이는 전체 성인인구(약 10억 명)의 10.9%에 해당하는 수치임. 당뇨병 인구의 수는 계속 증가하여 2030년에는 1억 4,100만 명에 이를 것으로 예측됨<sup>23)24)</sup>

스태티스타(Statista)에 따르면, 중국의 1인당 당뇨병 관련 의료비용은 2013년 333달러(약 36만 원)에서 2019년 936달러(약 102만 원)로 2.8배 증가함.<sup>25)</sup> 당뇨병 환자 및 당뇨병 관련 의료 지출이 증감함에 따라, 혈당 조절에 효과적인 '홍삼 건조식품'을 포함한 인삼 시장규모의 증가가 예측됨

[표 2.5] 중국 당뇨병 환자 비율

단위: %



분류	2011	2013	2015	2017	2019
당뇨병 환자 비율	9.0%	9.6%	10.6%	10.9%	10.9%

자료: 스태티스타(Statista)

23) 자료: 국제당뇨병연맹(International Diabetes Federation), 「IDF Centres of Education」, 2020

24) 자료: 스태티스타(Statista), 「Prevalence Rate of Diabetes Mellitus Among Adults in China Between 2015 and 2019」, 2020

25) 자료: 스태티스타(Statista), 「Total Diabetes-Related Health Expenditure per Person in China From 2013 to 2019」, 2020

#### 4) 중국 인삼 브랜드 시장 점유율

조사제품 '홍삼 건조식품'은 2019년 기준 4,554억 원의 시장규모가 형성되어 있으며, 경쟁 브랜드가 다수 존재함. 이에 중국 시장 내 인기 브랜드를 파악하기 위해 '중국 인삼 브랜드 시장 점유율'을 조사함

##### ▶ B사, 중국 인삼 브랜드 점유율 30.7%로 1위

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2020년 정관장이 중국 인삼 시장의 30.7%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. B사는 한국 연예인을 활용한 마케팅 전략으로 브랜드 인지도를 높여 3년(2018-2020년)간 20-30%대 시장 점유율을 유지하고 있음

중국 인삼 브랜드  
시장 점유율('18-'19)

단위: %

브랜드	2018	2019
B사	23.5	26.4
홍푸로이	7.3	7.0
골든선	6.7	6.4
리피크	4.4	4.4
바이헬스	3.3	3.9
완지	4.2	3.6
케이슬리	3.9	3.3
이글	1.8	1.8
기타	44.9	43.3

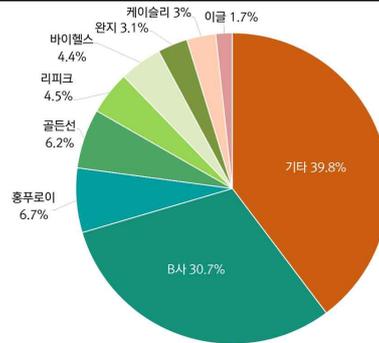
자료: 유로모니터

##### ▶ B사, 중국 시장을 겨냥하여 스틱형 젤리, 홍삼 석류 주스 등 다양한 신제품 출시

중궈파전왕(中国发展网)에 따르면, B사는 동아아지아오(东阿阿胶)와 협력하여 선물용 스틱형 젤리 제품을 출시하였음.<sup>26)</sup> 뿐만 아니라 홍삼 석류 주스, 홍삼 농축액 선물 세트 등 다양한 신제품을 출시하여 유행에 민감한 중국 고소득층 소비자의 수요를 충족시키며 점유율을 확대하고 있음

[표 2.6] 2020년 중국 인삼 브랜드 시장 점유율

단위: 백만 위안, %



브랜드명	대표제품	매출액	점유율
B사	에브리타임 (Everytime)	852	30.7
홍푸로이 (Hong Fu Loi)	비페너지 (BPENERGY)	185	6.7
골든선 (Golden Sun)	멀티비타민캡슐 (Multivitamin Capsules)	171	6.2
리피크 (Leephick)	아메리칸진생로즈 (American Ginseng Loz)	124	4.5
바이헬스 (By-Health)	드래곤파워맨즈페이보릿 (Dragon Power Men's Favorite)	121	4.4
완지 (Wan Ji)	아메리칸진생태블릿 (American Ginseng Tablet)	86	3.1
케이슬리 (Tasly)	진생RH2캡슐 (Ginseng RH2 capsule)	84	3.0
이글 (Eagle)	하이에아메리칸진생로젠시스 (Hiyeah American Ginseng Lozenges)	47	1.7
기타		1,102	39.8

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 자료: 중궈파전왕(中国发展网), 「正官庄东阿阿胶联名新品首批口碑出炉! 评价过于真实!」, 2020

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 중국 내 홍삼 가공식품 고려인삼을 사용한 농축액 제품 가장 많아
2. 한국산 홍삼 가공식품 효능 및 특징, 중국산 홍삼 가공식품 원료 강조
3. 중국 소비자, 홍삼 가공식품에서 맛을 가장 중요시
4. 홍삼 건조식품, 한국산 절편 강세

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
11,451건

① 중국 관련 기사 데이터 수집(\*)

◦ 수집원 : 중국 온라인쇼핑몰

② 중국 홍삼 가공식품 관련 소비자 데이터 수집(\*)

◦ 수집원 : Taobao(taobao.com)

JD (jd.com)

#### 데이터 분류 키워드집



(홍삼 가공식품 연관 키워드집)

홍삼, 절편, 중국, 한국  
(검색어)



데이터 정제  
6,131건

① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 홍삼(红参), 절편(片), 중국(中国), 한국(韩国)

② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 홍삼, 절편, 중국, 한국  
관련 데이터 3,703건 추출

#### 데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
중국 홍삼 가공식품  
소비 실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 중국 홍삼 가공식품 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석  
◦ 홍삼 가공식품 관련 키워드집 구축\*\*  
◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석\*\*\*

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	21.01 - 21.02
수집 데이터	11,451건

데이터 정제

정제 키워드	홍삼(紅參), 절편(片), 중국(中國), 한국(韓國)
정제 데이터	3,703건

○ 데이터 수집

- 중국 홍삼 가공식품 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 중국 온라인쇼핑몰 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Taobao	www.taobao.com	온라인쇼핑몰
02	JD	www.jd.com	온라인쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 홍삼 가공식품 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 홍삼 가공식품 관련 키워드 추출



현지 온라인쇼핑몰  
중국 홍삼 관련 트렌드

현지 온라인쇼핑몰  
중국 홍삼 가공식품 트렌드

현지 온라인쇼핑몰  
한국 홍삼 가공식품 트렌드

키워드 ①	고려인삼	키워드 ①	중국	키워드 ①	한국
키워드 ②	한국	키워드 ②	고려인삼	키워드 ②	고려인삼
키워드 ③	인삼	키워드 ③	인삼	키워드 ③	인삼
키워드 ④	정관장	키워드 ④	선물	키워드 ④	정관장

## 2) 데이터 분류

## ○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 홍삼 가공식품 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 중국 홍삼 가공식품 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	중국어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	제품 특징	홍삼	红参	0	0
		제품 구매 요인	홍삼, 한국	红参, 韩国	0	0
			홍삼, 중국	红参, 中国	0	0
		제품 홍보 포인트	절편(1)	切糕	0	0
			절편(2)	片糕	0	0
			절편(3)	切片	0	0
			절편(4)	片	0	0
			정과	蜜饯	0	0
			홍삼 절편	红参片	0	0
		제품 후기	홍삼, 한국	红参, 韩国	0	0
			절편	片	0	0

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 중국 소비자의 홍삼 가공식품 소비 실태 분석

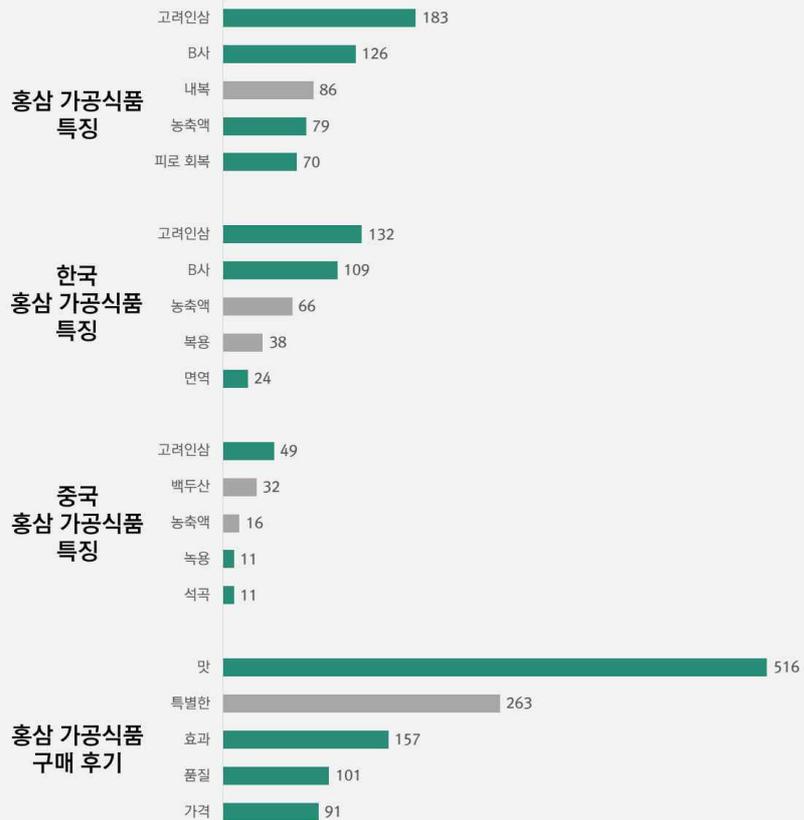
- ① 홍삼 전체 가공식품 관련 연관어 분석
- ② 한국산 홍삼 가공식품과 중국산 홍삼 가공식품 비교
- ③ 홍삼 가공식품에 대한 인식 및 구매고려 요인
- ④ 홍삼 건조식품 가격대 및 인기 상품 유형

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 ‘홍삼’ 연관 기능 키워드 분석
- ② 온라인쇼핑몰 ‘한국산 홍삼 가공식품’ vs ‘중국산 홍삼 가공식품’ 연관 제품 키워드 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘홍삼 가공식품’ 리뷰 키워드 분석
- ④ 온라인커뮤니티 ‘홍삼 건조식품’ Top 5 제품 리뷰 분석

### [중국 홍삼 가공식품 분석 결과]



## 1. 중국 내 홍삼 가공식품 고려인삼을 사용한 농축액 제품 가장 많아

### ▶ 홍삼 가공식품, ‘고려인삼’을 가장 많이 사용

중국 온라인쇼핑몰에서 내 홍삼 가공식품 원료를 조사한 결과, ‘고려인삼’이 183건으로 가장 많이 빈출되었음. 또한 한국 브랜드인 B사가 126건으로 확인되어 중국 내에서 한국산 홍삼 가공식품이 강세를 보이는 것으로 확인됨

### ▶ 홍삼 가공식품, ‘농축액’ 형태 제품 가장 많아

중국 온라인쇼핑몰에서 내 홍삼 가공식품 형태를 조사한 결과 ‘농축액’ 형태의 제품이 가장 많은 것으로 확인됨. 농축액의 경우 스틱, 유리병, 플라스틱병 등 다양한 형태로 판매되고 있음. 두 번째로 많은 형태는 홍삼 건조식품인 ‘절편’으로 38건의 연관어가 도출됨

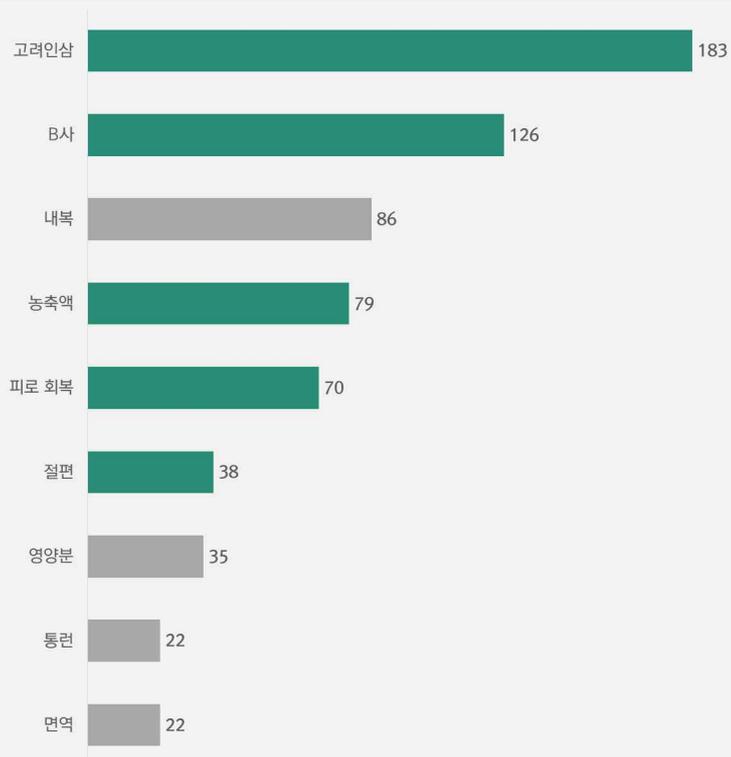
### ▶ 홍삼 가공식품 판매 시, ‘피로 회복’, ‘영양분’, ‘면역’ 강조

중국 온라인쇼핑몰에서 내 ‘홍삼 가공식품’ 효능을 조사한 결과, ‘피로 회복’이 70건으로 가장 많이 강조된 것으로 확인됨. 이외에 ‘영양분’과 ‘면역’ 등의 키워드가 빈출됨

### ▶ 중국 홍삼 가공식품 특징

① 고려인삼 ② 농축액 ③ 피로 회복

[표 3.4] 중국 온라인쇼핑몰, ‘홍삼’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘홍삼 가공식품’ 연관키워드 2,078건 분석

## 2. 한국산 홍삼 가공식품 효능, 중국산 홍삼 가공식품 원료 강조

### ▶ 한국 및 중국 홍삼 가공식품 ‘고려인삼’을 사용한 ‘농축액’이 가장 많아

중국 온라인쇼핑몰에서 판매되고 있는 한국산과 중국산 홍삼 가공식품을 나눠 조사한 결과, 공통적으로 ‘고려인삼’을 원료로 한 제품이 많은 것으로 확인됐으며, ‘농축액’ 제품이 가장 많이 판매되고 있음. 중국의 경우 ‘고려인삼’ 이외에 ‘백두산(장백산)’에서 생산된 인삼이 많이 사용되는 것으로 확인됨

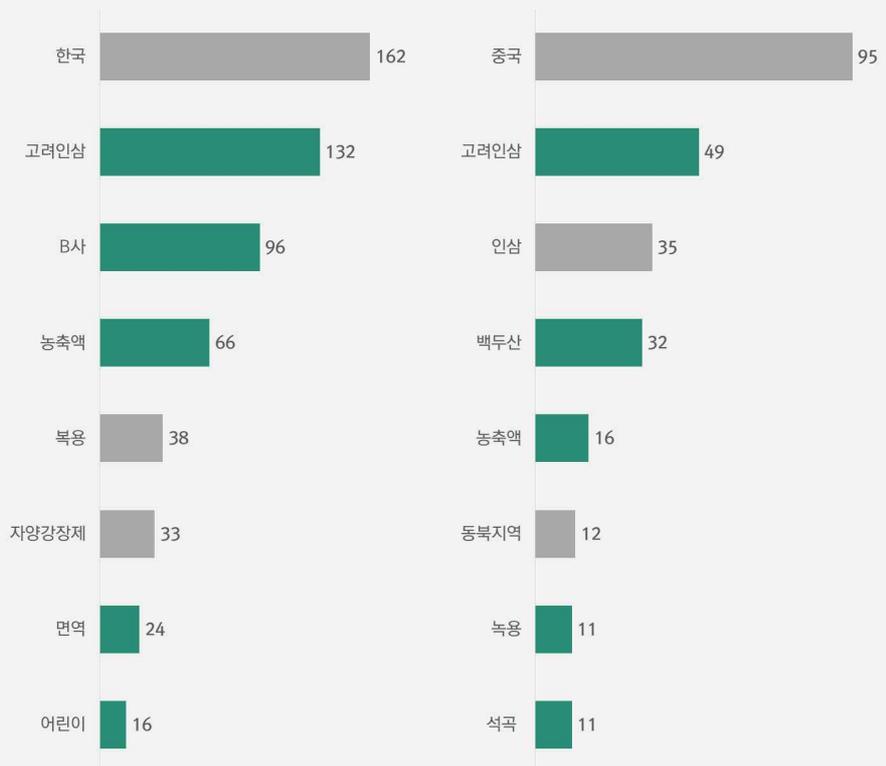
### ▶ 한국산 제품 효능 및 용도, 중국산 제품 원료 강조

한국산 홍삼 가공식품의 경우 제품 판매 ‘면역’과 같은 제품의 효능을 강조하였으며, ‘어린이’를 대상으로 한 홍삼 가공식품도 판매 중인 것으로 확인됨. 반면 중국산 홍삼 가공식품의 경우 제품 판매 시 녹용, 석곡 등 제품의 원료를 강조하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 중국 내 홍삼 가공식품 비교

① 고려인삼 ② 한국산 제품 ‘면역’ ③ 중국산 제품 ‘녹용·석곡’

[표 3.5] 중국 온라인쇼핑몰, ‘한국, 중국’ 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 ‘홍삼 가공식품, 한국, 중국’ 연관키워드 1,834건 분석

### 3. 중국 소비자, 홍삼 가공식품에서 맛을 가장 중요시

#### ▶ '맛'에 대한 만족도 높은 것으로 나타나

중국 온라인쇼핑몰 내 판매되는 홍삼 가공식품 제품 구매 후기를 분석한 결과, 519건으로 '맛'에 대한 언급이 가장 많았음. 특히 '만족감', '선호', '매우 좋아하다' 등과 함께 쓰이며 타 연관어보다 2배 이상 빈출되며 '맛'에 대한 만족도가 구매에 가장 중요한 요소로 확인됨

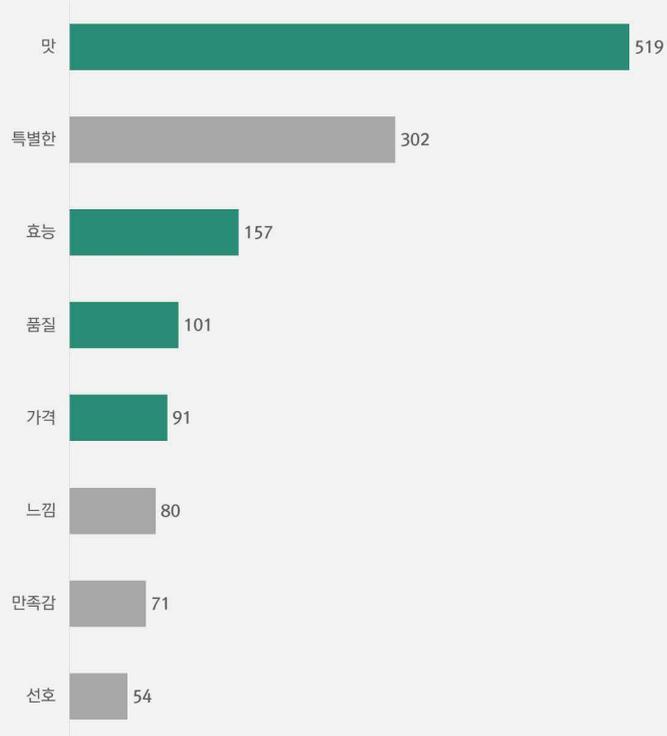
#### ▶ '효능', '품질', '가격' 등이 주요 구매 고려요인

'맛' 다음으로 소비자 후기에서 많이 언급된 연관어는 '효능'으로 157건이 확인됨. 특히 '피로 회복', '뽕' 등을 강조한 후기에 자주 언급되었음. 이 외에도 '품질' 101건, '가격' 91건으로 확인되며 해당 연관어가 중국 홍삼 가공식품 소비자들의 주요 구매 고려요인이라 판단됨

#### ▶ 중국 홍삼 가공식품 구매 요인

① 맛 ② 효과 ③ 품질 ④ 가격

[표 3.6] 중국 온라인쇼핑몰, '홍삼, 절편' 연관어



자료: 중국 온라인쇼핑몰 '홍삼 가공식품' 구매 후기 973건 분석

#### 4. 홍삼 건조식품, 한국산 절편 강세

##### ▶ 상위 5개 중 4개 제품이 한국산 절편

중국 온라인쇼핑몰에서 판매되고 있는 상위 5개 홍삼 건조식품을 선정한 결과, 5개중 4개가 ‘한국산 절편’으로 확인됨. 또 제품의 원료는 모두 ‘고려인삼’을 사용하고 있으며, 제품 광고 시 ‘피로 회복’, ‘면역력 향상’ 등의 효능을 가장 많이 강조하고 있음. 가격의 경우 용량, 제품의 형태, 브랜드 등에서 차이가 있지만 보통 300-400위안(약 50,000-67,000원)대의 제품이 많이 판매되는 것을 확인할 수 있음

제품별로 확인했을 때 B사 제품은 중국 내 인지도가 높기 때문에 브랜드를 강조하였으며, 루오상 홍찬피엔의 경우 중국 제품이지만 ‘고려인삼’을 사용했음을 강조함. 브랜드 인지도가 상대적으로 낮은 C사와 D사 제품의 경우 품질, 휴대성 등을 강조함

##### ▶ 중국 인기 홍삼 건조식품 특징

- ① 고려인삼 ② 피로 회복, 면역력 증가 강조 ③ 300-400위안

[표 3.8] 중국 인기 ‘홍삼 건조식품’ 제품

순위	이미지	제품명	가격 <sup>27)</sup>	특징
1		B사 良50支 (리양우슈지)	436위안 (약 72,494원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용량: 37.5g</li> <li>• 주요 효능: 피로 회복, 면역력 향상</li> <li>• 기타: 브랜드, 6년근 홍삼 강조</li> <li>• 포장: 플라스틱 상자</li> </ul>
2		楼上 红参片 (루오상홍찬피엔)	390위안 (약 65,114원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용량: 150g</li> <li>• 주요 효능: 피로 회복, 면역력 향상</li> <li>• 기타: 고려인삼, 브랜드 강조</li> <li>• 포장: 유리병</li> </ul>
3		B사 봉밀절편 홍삼	315위안 (약 52,592원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용량 : 80g</li> <li>• 주요 효능: 피로 회복, 면역력 향상</li> <li>• 기타: 브랜드 및 선물용 강조</li> <li>• 박스 및 플라스틱 파우치 포장</li> </ul>
4		C사 고려홍삼절편	360위안 (약 60,105원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용량: 200g</li> <li>• 주요 효능: 피로 회복, 면역력 향상</li> <li>• 기타: 휴대성 및 원료 강조</li> <li>• 포장: 박스 및 플라스틱 파우치</li> </ul>
5		D사 홍삼절편	350위안 (약 58,436원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용량: 200g</li> <li>• 주요 효능: 피로 회복, 면역력 향상</li> <li>• 기타: 품질 및 선물용 강조</li> <li>• 포장: 박스 및 플라스틱 파우치</li> </ul>

자료: 타오바오(淘宝)

27) 1위안=166.96원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 중국 홍삼 건조식품 유통구조
2. 중국 홍삼 건조식품 진출 가능 유통업체
3. 중국 홍삼 건조식품 진출 가능 B2C 소매채널

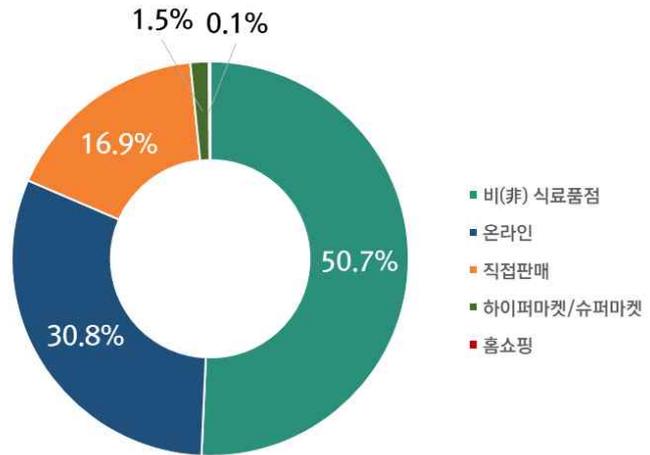
## 1. 중국 홍삼 건조식품 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	홍삼 건조식품
구분	인삼
범주	약초 및 전통식품 (Herbal/Traditional Products)

### ▶ 중국 홍삼 건조식품 주요 유통채널

‘비(非) 식료품점(50.7%), 온라인(30.8%)’

[표 4.1] 중국 홍삼 건조식품 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 중국 홍삼 건조식품 유통채널 현황

채널 유형	홍삼 건조식품 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	비(非) 식료품점	50.7%	귀다야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 다산린(大参林), 라오바이싱(老百姓)
	온라인	30.8%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会), 타오바오(淘宝)
B2B 소매채널	직접판매	16.9%	우시엔지(无限极), 암웨이(Amway)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1.5%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(Rt Mart)
	홈쇼핑	0.1%	동방(东方), 과이러고(快乐购), 환치우(環球)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

## 2. 중국 홍삼 건조식품 진출 가능 유통업체

- ▶ 비(非) 식료품점, 온라인이 대표적
- ▶ 추가로 건강보조식품 생산 및 판매업체, 백화점에서 유통현황이 파악되어 조사함

[표 4.3] 홍삼 건조식품 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>28)</sup> 29), 매장수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	이신당 (一心堂)	비(非) 식료품점 (드러그스토어)	약 15억 달러 (약 1조 6,320억 원)	홍시양(鸿翔), 러타오타오(乐陶陶)	0
2	다찬린 (大参林)	비(非) 식료품점 (드러그스토어)	약 15억 8,349만 달러 (약 1조 7,228억 원)	화한(华韩), 통런탕(同仁堂)	0
3	라오바이싱 (老百姓)	비(非) 식료품점 (드러그스토어)	134억 1,000만 위안 (약 2조 2,389억 원)	통런탕(同仁堂), 야오션탕(药圣堂)	0
4	티엔마오 (天猫)	온라인	약 3,202억 위안 (약 53조 4,605억 원)	B사, E사, 반산농(半山农), 통런탕(同仁堂)	0
5	징둥 (京东)	온라인	약 5,768억 8,800만 위안 (약 96조 3,172억 원)	통런탕(同仁堂), B사, 반산농(半山农)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,088.00원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 1위안=166.96원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	우시엔지 (无限极)	직접판매	약 45억 달러 (약 4조 8,960억 원)	양구지엔(养固健)	0
7	광저우우지아커 마오이유오사엔공쓰 (广州五加科贸易 有限公司)	건강보조식품 제조 및 판매업체	매장 수(21): 1개	선후이(森辉)	0
8	지린즈신아오예구이 편요우시엔공쓰 (吉林紫鑫药业 股份有限公司)	건강보조식품 제조 및 판매업체	약 1억 9,200만 달러 (약 2,088억 9,600만원)	즈신홍(紫鑫红)	0
9	션상 (神象)	건강보조식품 제조 및 판매업체	약 1,870억 위안 (31조 2,215억 원)	션상(神象)	0
10	인주오 (银座)	백화점	약 18억 3,256만 달러 (약 1조 9,938억 원)	치찬(杞参), 동귀이탕 (东贵堂)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 중국 홍삼 건조식품 진출 가능 B2C 소매채널

1) 비(非) 식료품점  
(드러그스토어)



① 이신탕(一心堂)

기업 기본 정보	기업명	이신탕(一心堂)	
	홈페이지	www.hxyxt.com	
	위치	윤난(云南)	
	규모	매출액('19)	약 15억 달러 (약 1조 6,320억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('20): 약 6,911개</li> <li>• 직원 수('19): 약 2만 7,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1981년 설립</li> <li>• 온라인쇼핑몰을 운영하며 제품을 도매로 판매</li> <li>• 10개 성(省) 280개의 도시에서 매장 운영</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 온라인쇼핑몰 내 입점 제품 및 카테고리 다양화 발표</li> <li>• 2020년 코로나19 관련 위생품목 판매 증가로 3분기 매출액 전년대비 증가 발표</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	홍시양시양선 (鸿翔 西洋参)
		종류	인삼 건조식품
		용량	130g
		원산지	중국

자료: 이신탕(一心堂), 신리양이칭(新浪财经), 바이두(百度), 유로모니터(Euromonitor), 던앤브래드스트리트(D&B)  
사진 자료: 이신탕(一心堂)

**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 약재류, 건강보조식품, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 욕실용품, 화장품, 의료용품, 의약품, 의류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강보조식품</li> <li>- 한국산 및 일본산 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인몰 내 다양한 카테고리의 중국 전통 약재 판매</li> <li>- 다양한 제품군의 공급업체 모집 중</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> <li>- 입점 후 공급업체 포탈 Merchant Center 이용 (www.hxyxt.com/merchantCancelAfterValid/toLogin)</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +86-4009-889-889</li> <li>- 입점 문의 시 유선 연락 선호</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 이신탕(一心堂), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## ② 다산린(大参林)

기업 기본 정보	기업명	다산린(大参林)		
	홈페이지	www.dslyy.com		
	위치	광저우(广州)		
	규모	매출액('19)	약 15억 8,349만 달러 (약 1조 7,228억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 4,153개</li> <li>직원 수('19): 약 2만 3,000명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1999년 설립</li> <li>2017년 상하이 증권거래소에 상장</li> <li>광둥성(广东省), 구이저우성(贵州省), 허난성(河南省) 등 중국 동남부를 중심으로 매장 운영</li> <li>중국 드럭스토어 기업 중 4년 연속 Top 3 매출액 달성</li> </ul>			
 				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 순이익이 전년대비 약 50% 증가할 것으로 발표</li> <li>2020년 8월 중국 100대 제약회사 중 2위로 선정</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	가오리한선바오션 (高丽韩参宝参)	
		종류	홍삼 건조식품	
		용량	150g	
		원산지	한국	

자료: 다산린(大参林), 웨이보(微博), 던앤브래드스트리트(D&B), 신리양이칭(新浪财经), 웨이보(微博)  
 사진 자료: 다산린(大参林)

### 입점 및 협력 정보

<b>입점 제품 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강기능식품, 음료류, 차(茶)류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 의약품, 의료기기류, 바다용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시</li> </ul> </li> </ul>		
	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<b>입점 등록 절차</b>	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 문의 (www.dslyy.com)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 联系我们 클릭</li> <li>- 홈페이지 양식대로 정보 기입 후 제출 (담당자명, 전화번호, 이메일, 문의내용)</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일 : dashenlinhr@126.com</li> <li>- 전화 : +86-20-8128-4688</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 다산린(大參林), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 라오바이싱(老百姓)

	기업명	라오바이싱(老百姓)	
	홈페이지	www.lbxdrugs.com	
	위치	창사(长沙)	
	규모	매출액('19)	134억 1,000만 위안 (약 2조 2,389억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 6,177개</li> <li>직원 수('19): 약 2만 3,110명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>2002년 항저우(杭州)에서 설립</li> <li>2004년 다른 지역으로 확장</li> <li>2005년 주식회사 상장</li> <li>2009년 이후 해외투자 유치 성공과 약 20개의 소규모 약국 브랜드를 인수하며 급속 성장</li> <li>티엔마오(天猫)와 징둥(京东) 등의 플랫폼을 통해 온라인 판매 중</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021년 1월 쓰촨 지역 약국 점포들을 인수하며 점포 수 확장 가속</li> <li>2021년 1월 시에즈룽(谢子龙) 대표가 O2O 의약품 시장 진출할 것을 발표</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	베이징통런탕홍선피엔 (北京同仁堂 红参片)
		종류	홍삼 절편
		용량	200g
		원산지	중국

자료: 라오바이싱(老百姓), 동방차이푸왕(东方财富网), 파이낸셜타임즈마켓데이터(Financial Times Market Data)  
사진 자료: 라오바이싱(老百姓), 징둥(京东)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강기능식품</li> <li>- 일반: 의약품, 의료기기류, 구강 청결 용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경쟁성 있는 가격을 가진 제품</li> <li>- 품질이 우수한 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문 의약품 기관과 함께 제약 세미나 개최</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +86-40-0625-2888</li> </ul> </li> </ul>

자료: 라오바이싱(老百姓)

2) 온라인



① 티엔마오(天猫)

	<b>채널명</b>	티엔마오(天猫)								
	<b>홈페이지</b>	www.tmall.com								
	<b>위치</b>	항저우(杭州)								
	<b>규모</b>	<table border="1"> <tr> <td>매출액('20)</td> <td>약 3,202억 위안 (약 53조 4,605억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>오프라인 참고 수('18): 약 28개</td> </tr> </table>	매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 53조 4,605억 원)	기타 규모	오프라인 참고 수('18): 약 28개				
매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 53조 4,605억 원)									
기타 규모	오프라인 참고 수('18): 약 28개									
<b>시장 기본 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 알리바바 그룹에서 설립</li> <li>• 2014년 해외직구 플랫폼 및 해외 제품 서비스 개시</li> <li>• 2017년 명품 쇼핑 플랫폼 'Luxury Pavilion' 개시</li> <li>• 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 1위</li> <li>• 서비스 유형에 따라 Tmall.com, Tmall Global, Tmall Luxury Pavilion으로 나뉘어 운영</li> </ul>									
<b>기업 요약</b>										
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 1월 곧 다가올 명절 연휴를 대비해 티엔마오가 론칭한 슈퍼마켓인 티엔마오차오슈(天猫超市)에서 신규 직원 약 10,000명 채용</li> <li>• 2021년 1월 프랑스 명품 브랜드 에르메스(Hermes)에서 티엔마오(天猫)에 첫 온라인 플래그쉽 스토어 오픈</li> </ul>									
<b>유사제품 정보</b>		<table border="1"> <tr> <td><b>제품명</b></td> <td>반산농정지홍선 (半山农 整枝红参)</td> </tr> <tr> <td><b>종류</b></td> <td>홍삼 건조식품</td> </tr> <tr> <td><b>용량</b></td> <td>80g</td> </tr> <tr> <td><b>원산지</b></td> <td>중국</td> </tr> </table>	<b>제품명</b>	반산농정지홍선 (半山农 整枝红参)	<b>종류</b>	홍삼 건조식품	<b>용량</b>	80g	<b>원산지</b>	중국
<b>제품명</b>	반산농정지홍선 (半山农 整枝红参)									
<b>종류</b>	홍삼 건조식품									
<b>용량</b>	80g									
<b>원산지</b>	중국									

자료: 티엔마오(天猫), 스탯스타(Statista), 시나차이칭(新浪财经), 시나시상(新浪时尚)  
사진 자료: 티엔마오(天猫)

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 음료류, 간편식품, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 신선식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 집화류, 액세서리류, 화장품, 전자제품, 주방용품, 식기류, 서적류, 유아용품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> <li>- 글로벌 인지도가 높은 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함</li> <li>- 건강식품과 유기농 식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리페이 등록 후, 티엔마오 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청</li> <li>- 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록</li> <li>- 등록이 완료된 후, 티엔마오 관련 담당자의 최종 심사를 대기</li> <li>- 심사 통과 후, 티엔마오 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 티엔마오 공급자 센터에 등록 및 정보 보완</li> <li>- 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 진행</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보증금 동결 및 기술서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보 필요</li> <li>• 입점 후 3개월이 지난 상품에 대해 프로모션 실시</li> <li>• 중국 법인 사업자(기업)만 입점 가능 (개인판매자는 입점 불가)</li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-commerce China Agency(이커머스기업 전문 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : ecommercechinaagency.com</li> <li>- 이메일 : ecommerce@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개 : 티엔마오를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 티엔마오(天貓), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## ② 징동(京东)



기업 기본 정보	기업명	징동(京东)		
	홈페이지	www.jd.com		
	위치	베이징(北京)		
	규모	매출액('19)	약 5,768억 8,800만 위안 (약 96조 3,172억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	직원 수('19): 약 22만 명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2013년 설립</li> <li>• 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 2위</li> <li>• 약 4,020만 종류의 상품을 취급</li> <li>• 높은 품질과 안정적인 배송으로 소비자 신뢰도가 높은 온라인 플랫폼</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 1월 'JD', 'JD Tech', '징동커지(京东科技)' 등 국내외 사업용 신규 상표명 다수 등록</li> <li>• 2021년 1월 제 1회 중국 소비자 엑스포 박람회에 징동(京东)그룹과 징동(京东)에 입점한 브랜드 플래그십 스토어 다수 참여</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	봉밀절편홍삼	
		종류	홍삼 절편	
		용량	120g	
		원산지	한국	

자료: 징동(京东), 야후파이낸스(Yahoo Finance), 유로모니터(Euromonitor), 시나차이칭(新浪财经), 소후(搜狐)  
 사진 자료: 징동(京东)

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 간편식품, 주류, 스낵류, 소스류, 김치류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 전자제품, 잡화류, 의류, 약세서리류, 침구류, 화장품, 영유아용품, 완구류, 위생용품, 청소용품, 의료용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스낵 및 건강식품</li> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강식품과 유기농식품 판매는 해당 제품이 판매되는 지역 정책과 부합해야함</li> <li>- 식품보다 일반 품목 비중이 큼</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- JD.COM 접속 및 로그인 (계정 없을 시 회원가입 필수)</li> <li>- 다음 웹 주소에서 采销业务 카테고리 선택 (www.about.jd.com/contact/)</li> <li>- ‘입점안내’ 정독 및 동의</li> <li>- 입점 제품 관련 정보 제출</li> <li>- 심사 통과 후 절차에 따라 입점</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요시간: 공급자 자격 심사 7일 / 재검토 1-15일 / 권한 부여 1-3일 소요</li> <li>• 심사 진행 현황은 ‘온라인 입점 시스템’에서 조회 가능</li> <li>• 규범 위반과 허위자격요건 발각으로 인한 탈퇴 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 박탈</li> <li>• 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴 일자로부터 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가</li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +86-400-136-6618</li> <li>- 이메일 : service@jd.com</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>벤더리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinowei(식음료 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : sinowei.co.cn</li> <li>- 이메일 : team@sinowei.co.cn</li> <li>- 전화번호 : +44-289-023-3642, +44-289-581-2627</li> <li>- 기업소개 : 징둥을 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 징둥(京东), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 직접판매



① 우시엔지(无限极)

	기업명	우시엔지(无限极)	
	홈페이지	www.infinitus.com.cn	
	위치	베이징(北京)	
	규모	매출액('18)	약 45억 달러 (약 4조 8,960억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1992년 설립</li> <li>• 헬스케어 및 건강기능식품 제조 및 판매 기업</li> <li>• 중국 전통 약재를 사용한 제품을 주로 제조 및 판매</li> <li>• 총 170개 이상의 자체제작 상품 판매 중</li> <li>• 케임브리지대학교(Cambridge University)와 협동 연구 진행 유명 대학과 연구 진행</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 10월 방콕에서 개최하는 월드다이렉트셀링컨퍼런스(World Direct Selling Conference) 참여 예정</li> <li>• 2021년 1월 중국 과학기술부가 주관하는 '중국 전통 의약품의 현대화' R&amp;D 프로젝트에 참여</li> </ul>		
유사제품 정보	제품명	양구지엔미치엔런션피엔 (养固健 蜜饯人参片)	
	종류	인삼 건조식품	
	용량	50g	
	원산지	중국	
			

자료: 우시엔지(无限极), 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News), 신량차이칭(新浪财经)  
사진 자료: 우시엔지(无限极)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 구강청결용품, 가전제품, 세제류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강증진을 위한 식품 및 제품</li> <li>- 뷰티 및 웰빙 관련 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 7개 자체제작 브랜드와 170여개의 자체제작 상품 보유</li> <li>- 직접판매 업체이지만, 오프라인 매장 보유</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위챗(WeChat)을 통한 24시간 문의사항 접수센터 영업중                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 위챗(WeChat)에서 无限极服务 검색</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처(중국 사업부)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +86-400-800-1188</li> <li>- 팩스 : +86-020-3816-8000</li> <li>- 이메일 : saleservice@infinitus-int.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 우시엔지(无限极)

4) 건강보조식품 제조 및 판매업체



① 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)

	기업명	광저우우지아커마오이유오시엔공쓰 (广州五加科贸易有限公司)	
	홈페이지	www.shop67v728316gz27.1688.com	
	위치	광저우(广州)	
	규모	기타 규모	매장수('21) : 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1998년 설립</li> <li>• 미국, 캐나다, 한국산 홍삼 제품 판매</li> <li>• 해외에서 원자재 수입 후 제조</li> <li>• 오프라인 판매보다는 온라인 판매 중심</li> <li>• 광저우(广州)시의 난샤(南沙) 지역에서 홍삼 제품 제조 및 판매</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 2월 미국산 인삼 건조식품 할인 판매</li> </ul>	
유사제품 정보	제품명	선후이시양션 (森辉 西洋参)	
	종류	인삼 절편	
	용량	125g	
	원산지	중국	

자료: 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)

사진 자료: 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능 품목                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 약재류 등</li> </ul> </li> <li>• 선호제품                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍삼 및 홍삼으로 만든 제품</li> </ul> </li> <li>• 특이사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자체 공장 보유</li> <li>- 도매 판매 선호</li> <li>- 수입제품이 인기가 많음</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화를 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처(영업 관리자)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 담당자명 : 장지에친(张杰钦)</li> <li>- 전화번호 : +86-187-1828-8989</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)



② 지린즈신야오예구이편요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司)

기업 기본 정보	기업명	지린즈신야오예구이편요우시엔공사 (吉林紫鑫药业股份有限公司)		
	홈페이지	www.jilinzixin.com.cn		
	위치	지린(吉林)		
	규모	매출액('20)	약 1억 9,200만 달러 (약 2,088억 9,600만원)	
		기타 규모	직원 수('20): 약 2,685명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995년 설립</li> <li>• 중국 제약회사로 특허 의약품, 인삼제품을 생산 판매</li> <li>• 2007년 선전 증권 거래소에 상장</li> <li>• 홍콩, 미국, 네덜란드 시장에 진출</li> <li>• 2010년 지방 정부의 요청에 따라 길림성에 총 20억 위안을 투자하여 4개의 인삼 생산 공장 설립</li> <li>• 중국 내 상위 100대 제약회사로 등극</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 1월 중국 전통 약재를 사용한 관상 동맥 폐렴 치료 프로그램 개발 중</li> <li>• 2020년 12월 지린(吉林)성 정부에게 약 16만 위안의 보조금 지원받음</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	즈신홍시엔런션미피엔 (紫鑫红 鲜人参蜜片)	
		종류	홍삼 절편	
		용량	100g	
		원산지	중국	

자료: 지린즈신야오예구이편요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司), 줌인포(Zoominfo), 진론키에(金融界)  
사진 자료: 지린즈신야오예구이편요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 약재류 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인삼 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인삼 제품의 경우 자사 판매점뿐만 아니라 여러 온라인쇼핑몰에 납품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 홈페이지 채팅을 통해 문의 가능</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화 : +86-431-8863-7055</li> </ul> </li> </ul>

자료: 지린즈신야오예구이펀우시엔공스(吉林紫鑫药业股份有限公司)



③ 선상(神象)

	기업명	선상(神象)	
	홈페이지	www.shenxiangjk.com	
	위치	상하이(上海)	
	규모	매출액('19)	약 1,870억 위안 <sup>30)</sup> (31조 2,215억 원)
기타 규모		매장 수('20): 약 13개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1958년 설립</li> <li>• 상하이이아오(上海医药)의 약초 및 인삼 전문 브랜드</li> <li>• 자사 판매 매장을 보유</li> <li>• 백화점 및 대형슈퍼마켓에서 자사 제품을 판매</li> <li>• 티엔마오, 징둥 등에 자사 플래그십 스토어 오픈</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 1월 조사 결과 2020년 모기업 상하이이아오(上海医药)의 순이익 증가폭은 8-13% 정도로 추정</li> <li>• 2021년 1월 모기업 상하이이아오(上海医药)가 출시한 세프라진(Cefradine) 캡슐 정이 안정성 심사 통과</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	선상시양선 (神象 西洋参)
		종류	인삼절편
		용량	80g
		원산지	중국

자료: 선상(神象), 퍼마보드룸(Pharma Boardroom), 상하이이아오(上海医药), 신리양차이징(新浪财经)  
사진 자료: 선상(神象)

30) 모기업 상하이이아오(上海医药)의 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강기능식품, 약재류 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한의학 제품</li> <li>- 건강 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 자사 제품을 개발 및 가공하여 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +86-400-820-1297</li> <li>- 이메일 : shenxiangkf@126.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 선상(神象)

## 6) 백화점



## ① 인주오(银座)

	<b>기업명</b>	인주오(银座)	
	<b>홈페이지</b>	www.yinzuo100.com	
	<b>위치</b>	산둥(山东)	
	<b>규모</b>	<b>매출액('19)</b>	약 18억 3,256만 달러 (약 1조 9,938억 원)
<b>기업 기본 정보</b>	<b>기업 요약</b>	<b>기타 규모</b>	매장 수('18): 180개 <sup>31)</sup>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1996년 설립</li> <li>• 산둥성(山东省) 정부로부터 지원받아 설립</li> <li>• 리우상 재단이 운영하는 백화점으로, 백화점 이외에도 슈퍼마켓, 플라자, 아울렛 등 다양한 매장을 운영함</li> <li>• 산둥(山东), 허베이(湖北), 허난(河南) 등에 위치함</li> <li>• 온라인쇼핑몰 운영</li> </ul>		
		 	
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 연말을 맞아 2016년에 기획했던 쉬싼우(十三五) 5개년 개발 계획 마무리 발표</li> <li>• 2020년 8월 26일부터 30일까지 웨이펑(潍坊) 자점에 수출 상품 내수 촉진 대규모 브랜드 행사 개최</li> </ul>		
<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	동구이당황평선 (东贵堂煌峰参)
		<b>종류</b>	인삼 가공식품
		<b>중량</b>	230g
		<b>원산지</b>	중국

자료: 인주오(银座), 유로모니터(Euromonitor), 치루완바오(齐鲁晚报), 소후(搜狐)  
 사진 자료: 인주오(银座)

31) 기업에서 운영되는 슈퍼마켓, 백화점, 플라자 등 모든 리테일 매장을 합친 매장 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류가공품, 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 견과류, 캔디류, 유제품, 즉석식품, 건조식품, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 유아용품, 구강용품, 의류, 잡화류, 약세서리류, 가정용품, 식기류, 스포츠용품, 문구류, 전자제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원산지가 명확히 표기된 제품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처(몰 판매 문의)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이름 : Mr. Liu</li> <li>- 전화번호 : +86-531-6789-0992</li> <li>- 이메일 : liuziwei@yinzuo100.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 인주오(銀座), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 홍삼 건조식품 인증 취득
2. 중국 홍삼 건조식품 사전 절차
3. 중국 홍삼 건조식품 라벨 심의
4. 중국 홍삼 건조식품 서류 준비
5. 중국 홍삼 건조식품 세금 납부
6. 중국 홍삼 건조식품 검역 심사 절차
7. 중국 관련 규제 정보

## 1. 중국 홍삼 건조식품 인증 취득

### 인증 취득

중국으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 홍삼 건조식품

홍삼 건조식품 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 중국 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

중국으로 수출하고자 하는 홍삼 건조식품 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 검역을 담당하고 있는 중국 시장관리감독총국(State Administration for Market Supervision)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 통관 시 활용할 수 있음

[표 5.1] 중국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

[표 5.2] 중국 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원

자료: 각 인증기관

## 2. 중국 홍삼 건조식품 사전 절차

### 사전 절차

중국으로 제품 수출 시,  
품목에 대한 사전 규제 및  
심사제도 정보 제공

### 홍삼 건조식품

홍삼 건조식품 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 식품 수출을 위해 사전 식품 등록 ‘필요’
- ▶ 식품 등록, ‘온라인’으로 진행

중국 국가질량감독검험검역총국(General Administration of Quality Supervision Inspection & Quarantine)과 해관총서(General Administration of Customs)는 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 혹은 해외 제조업체들에게 기업 정보의 사전 등록을 요구함. 신청서 작성 후 기관으로부터 등록번호를 부여받아 이후 관세 절차에 사용함

기업 사전 등록은 2019년 1월 1일부로 시행되었으며 매년 신청서 갱신이 필요함. 등록 절차는 국가질량감독검험검역총국에서 운영하는 온라인 포털을 통해 이루어짐. 해당 규정은 기업이 작성한 내용을 토대로 수입되는 식품의 유통과정을 모니터링하고, 발생 가능성이 있는 식품안전 문제에 대해 신속하게 대응하고자 실시됨. 중국의 경우 식품의 수출 과정에서 까다로운 통관·검역 심사를 진행하기 때문에 사전에 식품 라벨, 식품 성분 등에 관한 중국국가표준(GB)을 숙지한다면 원활한 통관 절차를 수행할 수 있음

[표 5.3] 중국 사전 식품 등록 절차

신청 기관	국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업명</li> <li>• 국가 및 지역</li> <li>• 연락처</li> <li>• 통관 예정 식품군</li> <li>• 기타 중국으로의 수출 희망 기업 정보</li> </ul>
소요기간	신청일로부터 약 7-8일(서류의 구비에 문제가 없는 경우)
소요비용	230달러(약 25만원) <sup>32)</sup>
유효기간	3년

자료: 중국 질량감독검험검역총국(General Administration of Quality Supervision Inspection & Quarantine)

32) 1달러=1,088.00원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 중국 수출 시 일반식품과 보건식품의 차이점 확인 필요

중국 수출 시 식품은 ‘일반식품’과 ‘보건식품’으로 분류됨. 일반식품은 중국의 ‘약품이자 식품인 품목 리스트’에 포함된 원료, 신식품으로 등록된 원료, 기타 일반식품 원료로 제조되었으며 치료 혹은 보건기능을 광고하지 않는 제품을 의미함. 일반식품은 모든 사람을 섭취대상으로 하며 정해진 섭취량이 없는 반면 보건식품은 특정한 보건기능을 강조하고 특정한 섭취대상이 있으며 섭취량이 제한됨

중국으로 수출되는 식품 중 보건식품, 신선식품, 유제품, 수산물, 제미집 등의 경우, 통관 전 사전 심의를 통하여 수입 허가를 취득해야 함. 특히 보건식품의 경우 중국시장관리감독총국의 허가가 있어야 수입이 가능하며, 인증 받고자 하는 보건식품에 따라 인증제 또는 등록제로 구분됨. 그러나 일반가공식품류의 경우 해당 절차를 수행하지 않음

따라서 보건기능에 대하여 광고하고자 하는 상품의 경우 별도의 등록이 필요하지만 그렇지 않은 제품에 대해서는 별도의 등록 절차를 거치지 않아도 됨. 다만 홍삼 건조식품의 경우 원료로 사용한 인삼의 연도에 따라 보건식품으로 분류되는 경우가 많으므로 사전 확인 절차가 필요함

[표 5.4] 중국시장관리감독총국(SAMR) 허가 절차 - 보건식품

분류	인증제	등록제
적용대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>최초로 수입되는 보건식품 (비타민, 미네랄 보충제 제외)</li> <li>중국 당국이 규정한 원료목록에 해당되지 않는 원료를 사용하여 제조한 보건식품</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>보건식품 원료목록에 해당되는 원료를 사용하여 제조한 경우</li> <li>비타민, 미네랄 보충제(22종)</li> </ul>
절차	인증대행 계약체결 →1차 심의 →샘플 검사→자료 검토 →기술심사평가 →샘플 대조 심사 →심사평가 결론 및 제안 →증명서 교부 혹은 인증 각하	등록대행 계약체결 →1차 심의 →샘플 검사→자료 검토 →현장 등록 또는 자료 보충

자료: 중국 시장관리감독총국(State Administration for Market Supervision)

### 3. 중국 홍삼 건조식품 라벨 심의

● 라벨 심의

중국으로 제품 수출 시,  
요구되는 제품에 대한  
라벨 규정 정보 제공

● 홍삼 건조식품

홍삼 건조식품 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 라벨 규정, 중국국가표준(GB) 준수 의무

중국의 식품 제품 라벨링은 영유아 대상의 특수 용도 통조림 제품(GBT 13432-2013)을 제외하고는 선포장식품 영양라벨 통칙을 따름(GB 28050-2011). 중국 국가질량감독검험검역총국에서는 각 제품 유형별로 표준 라벨 자동 생성 서비스를 제공하고 있으며 해당 서비스는 120달러(한화 약 13만 원)에 제공됨

[표 5.5] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 라벨 통칙

규정	GB 7718-2011 선포장식품 라벨 통칙	
라벨 표기사항	필수	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품명칭</li> <li>배합원료표</li> <li>내용량 및 규격</li> <li>원산지</li> <li>수입업체 또는 중개판매자의 명칭</li> <li>주소 및 연락처</li> <li>생산일자 및 보존기한</li> <li>저장조건</li> <li>식품 생산허가증 번호</li> <li>제품 표준 코드 및 기타 표시가 필요한 사항</li> </ul>
	권장	<ul style="list-style-type: none"> <li>로트 번호</li> <li>섭취 방법(개봉 방법, 조리 방법 등)</li> <li>알레르기 유발물질</li> </ul>
세부 내용	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계가 있어야 함
	글자 크기	1.8mm이상(35cm <sup>2</sup> 이상 면적 기준)으로 표기해야 함
	라벨 표기사항 (가이드)	상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함
	식품명칭	규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함 가장 눈에 띄는 위치에 표시해야 함

자료: 중국 시장관리감독총국(State Administration for Market Supervision)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	배합원료표	첨가량을 내림차순으로 나열해야 함 2% 이하 배합원료는 제외함 중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가제 통용 명칭으로 표시해야 함
		내용량 및 규격	법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함
		생산일자 및 보존기한	별도의 스티커 라벨 부착은 금지함 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 알콜함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면제가 가능함 년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기해야 함

자료: 중국 시장관리감독총국(State Administration for Market Supervision)

[표 5.6] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 영양라벨 통칙

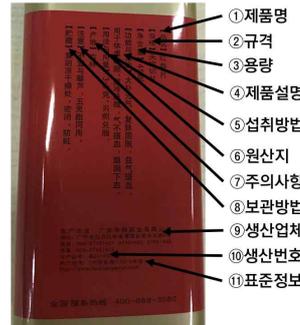
규정	GB 28050-2011 선포장식품 영양라벨 통칙		
세부 내용	라벨 표기사항	필수	<ul style="list-style-type: none"> <li>열량</li> <li>핵심 영양소의 함량 및 영양소 기준치의 백분율 (열량(KJ), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g))</li> <li>트랜스지방(산) 함량</li> </ul>
		선택	각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 마그네슘, 칼슘, 철분, 망간, 불소 등 기타 성분
	라벨 표기사항 (가이드)	영양성분	매 100그램(g)당 혹은 100밀리리터(mL)당 혹은 한몫의 식용가능량 중 구체적인 수치로 표기해야 함
		트랜스지방(산)	경화유지 및 부분경화유지가 포함되거나 생산과정에 사용될 경우 함량을 표기해야 함
	수소 첨가	수소가 첨가 또는 수소화된 지방을 사용하는 경우, 트랜스지방(산)과 함께 표기해야 함	
	기타사항	열량 및 영양성분 설명 시 '함유', '고저', '유무', '증감' 등의 표기에 대한 구체적인 함량 및 기준조건을 명시해야 함	

자료: 중국 시장관리감독총국(State Administration for Market Supervision)

▶ 중국 홍삼 건조식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 중문]

- ① 切片
- ② 韓參王高麗
- ③ 广东华韩药业有限公司

[앞면 - 국문]

- ① 절편
- ② 한삼왕고려
- ③ 광동화한약업유한회사

[옆면 - 중문]

- ① 【品名】红参片
- ② 【规格】天字切片
- ③ 【净含量】45克
- ④ 【功能与主治】大补元气，复脉固脱，益气摄血，用于体虚欲脱，肢冷脉微，气不摄血，崩漏下血。
- ⑤ 【用法与用量】3~9克，另煎兑服。
- ⑥ 【产地】吉林
- ⑦ 【注意】不宜与藜芦、五灵脂同用。
- ⑧ 【贮藏】置阴凉干燥处，密闭，防蛀。
- ⑨ 生产企业：广东华韩药业有限公司  
地址：广州市白云区钟落潭镇金盘安路 8号  
电话：020-87451491 87451492 87451493  
传真：020-87451423

[옆면 - 국문]

- ① 【품명】홍삼편
- ② 【규격】천우절편
- ③ 【함량】45g
- ④ 【효능 및 주치】 대보원기, 복맥고탈, 익기섭혈, 주치: 체허옥탈, 지맥맥미, 기불섭혈, 붕루하혈
- ⑤ 【복용방법 및 복용량】 3~9g, 따로 달여서 복용
- ⑥ 【원산지】 길림
- ⑦ 【주의】 명아주와 오령자와 함께 복용하지 마세요.
- ⑧ 【보관】 그늘지고 건조하며 밀폐된 곳에 보관하여 손상을 방지하세요.
- ⑨ 생산업체 : 광동화한약업유한회사  
주소 : 광저우시 바이윈구 중뤄단진 진판안러로 8호  
전화 : 020-87451491 87451492 87451493  
팩스 : 020-87451423

- ⑩ 生产证号：粤20160102  
 ⑪ 执行标准：《中国药典》2015年版一部

- ⑩ 생산증번호：워20160102  
 ⑪ 집행표준：《중국약전》2015년 1부 버전

#### [윗면 - 중문]

- ① 产品批号：200502  
 ② 生产日期：2020.05.18  
 ③ 有效期至：2028.05.17  
 ④ 如图所示，将拉环拉起与罐顶成90°角，食指勾住拉环，拇指下压罐顶，用力上提，慢慢将盖揭起。  
 注意：请小心勿伤到手指。

#### [윗면 - 국문]

- ① 제품번호：200502  
 ② 생산일자：2020.05.18  
 ③ 유효기간：2028.05.17  
 ④ 그림과 같이 당김고리를 캔 윗부분과 90° 각도로 들어 올립니다.  
 검지로 당김고리를 걸고 엄지 손가락으로 캔의 윗부분을 내리 누른 후, 힘껏 들어 올려 천천히 뚜껑을 엽니다.  
 주의：손가락이 다치지 않게 조심하세요.

#### 4. 중국 홍삼 건조식품 서류 준비

##### 서류 준비

중국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

##### 홍삼 건조식품

홍삼 건조식품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 홍삼 건조식품 수입제품, 산지증명서 ‘필요’
- ▶ CNCA 사전 등록 및 등록 번호 필요

일반 수입 식품은 국가질량감독검험검역총국 사전 등록 및 화물 심사만 진행됨. 그러나 육류 제품, 수산 동물, 채소와 과일류, 식량 가공품, 유제품, 약재 및 기능성 식품 등의 품목은 사전 심사 절차 결과 서류가 이후 통관 절차에 필요함

원산지증명서의 경우 기존에는 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있었으나, 2020년 7월 FTA 원산지관리시스템(FTA-PASS)과 전자통관시스템(UNIPASS)이 연계됨에 따라 수출기업이 원산지관리시스템에서 기존 보다 빠르고 정확하게 원산지증명서를 신청할 수 있게 됨. 수출기업이 기관발급 원산지증명서를 신청할 때, 전자통관시스템 수출신고 정보가 원산지증명서 신청서에 자동으로 기재됨

[표 5.7] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	(-)	
	중문 라벨	(-)	
	입경화물통관단	국가질량감독검험검역기구	
	보건식품 등록/인증 서류	중국시장관리감독총국	
	선적	수입 선하증권	(-)
		상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		무역계약서	(-)
	원산지증명서	관세청(FTA-PASS) / 대한상공회의소	

자료: 중국 해관총서(General Administration of Customs), 한국 관세청

## 5. 중국 홍삼 건조식품 세금 납부

### 세금 납부

중국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 홍삼 건조식품

홍삼 건조식품 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 홍삼 건조식품 HS-CODE 2006.00-9090, 관세율 21% 적용
- ▶ 중국 수출 시 'FTA 협정세율' 적용

홍삼 건조식품의 경우 중국에서는 HS-CODE 2006.00의 2006.00-9090(당류에 의해 보존된 기타 채소, 과일, 너트, 과일박(식물의 기타의 부분품을 포함하여)) 세번을 사용하여 수입됨.<sup>33)</sup> 중국 수입 시 기본 세율은 90%를 적용함. 그러나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일 발효된 한-중 FTA 협정세율을 적용받아 21%의 관세율이 적용됨. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야 하며 항목에 따라 0-13%의 세율을 적용받게 됨

- 수입 서류 심사비용에 75달러(약 8만 원) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 11시간 소요
- 통관 비용은 230달러(약 25만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 37시간 소요

[표 5.8] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2006	설탕으로 보존처리한 채소·과실·견과류·과피와 식물의 그 밖의 부분[드레인한(draind) 것, 설탕을 입히거나 설탕에 절인 것]	
	2006.00	설탕으로 보존처리한 채소·과실·견과류·과피와 식물의 그 밖의 부분[드레인한(draind) 것, 설탕을 입히거나 설탕에 절인 것]	
	2006.00-90	기타	
	2006.00.9090	기타	
중국	2006.00-90	기타	
	2006.00-9090	당류에 의해 보존된 기타 채소, 과일, 너트, 과일박 (식물의 기타의 부분품을 포함하여)	
관세	기본관세율	90%	
	FTA 협정세율	21%	
증치세		0-13%	

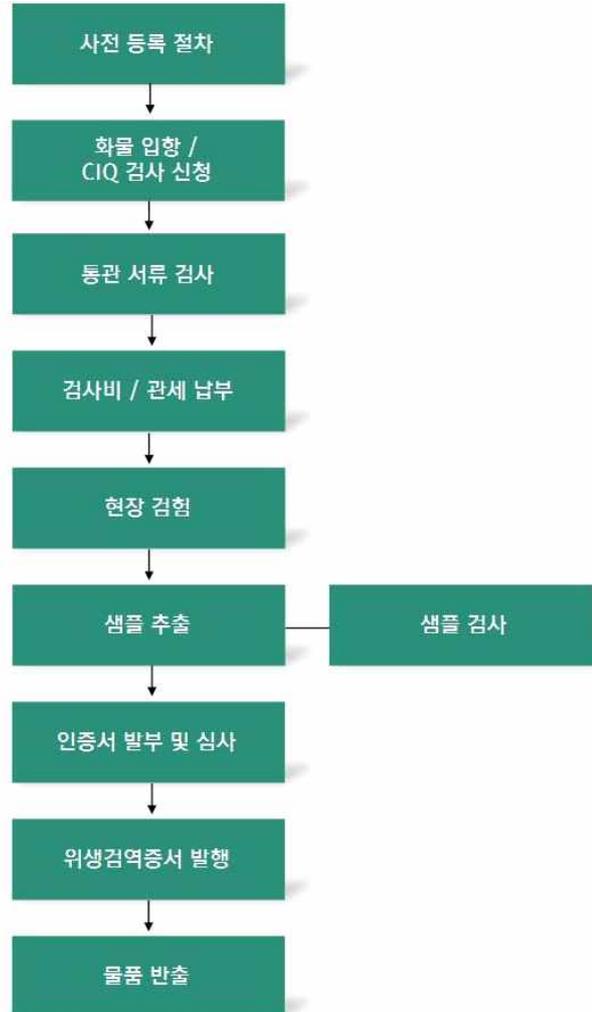
자료: 관세법령정보포털(UNIPASS)

33) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2006.00 중 홍삼 건조식품 제품에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 중국 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 중국 해관총서를 통한 확인이 필요함

## 6. 중국 홍삼 건조식품 검역 심사 절차

- ▶ 검역검험절차 간소화로 통관 효율 제고
- ▶ 수입 신고 물품이 중국의 식품안전표준에 부합하는지 심사

[표 5.9] 중국 통관 및 검역 프로세스



- ▶ 중국 홍삼 건조식품 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.10] 중국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	중국
식품유형	농산가공식품류 > 기타 농산가공품류

## 7. 중국 관련 규제 정보

### ▶ 중국, 인삼 수출 시 일반식품과 보건식품으로 분류하여 규제

중국은 2012년 ‘인삼 신자원식품 비준 공고(关于批准人参(人工种植)为新资源食品的公告)’를 발표하여 인삼류의 수입 규제를 추가 발표하였음. 해당 공고에 따르면 5년근 이하의 인삼은 신자원식품으로 분류하였으며 해당 인삼을 사용한 인삼제품은 일반식품으로 분류하고 6년근 이상의 인삼은 보건식품으로 분류함

5년근 이하의 인삼을 일반식품으로 수출하기 위해서는 식품류의 수입 및 유통 관련 규제, 인삼원료 성분에 대한 증명, 성분표기, 1일 섭취량 3g 이하 등의 규제를 따라야 함

다만 홍삼의 경우 해당 규정 상 별도로 정하고 있지 않으나 인삼을 원료로 하는 제품인 만큼 수출 전 보건식품 적용 여부에 대하여 사전 확인이 필요함

[표 5.11] 중국 인삼류 신자원식품 인정 공고

해당 공고	재배인삼류의 신자원식품 인정 공고 (关于批准人参(人工种植)为新资源食品的公告)
명칭	인삼(인공재배, Panax Ginseng C.A.Meyer) - 종속: 두릅나무과, 인삼속
적용 대상	5년근 및 5년근 이하의 인공재배 인삼
식용 가능 부위	뿌리 및 줄기
식용 가능 용량	성인 기준 1일 3g 이하
기타 요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 관련 위생안전지표 기준에 부합되어야함</li> <li>임산부, 수유기 여성 및 14세 이하의 아동은 식용이 부적합하며 라벨, 설명서 중 식용 부적합자와 식용 제한 수량을 표기해야 함</li> </ul>

자료: 중국 국가위생건강위원회(National Health Commission of the PRC)

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① B사

Interview ② 관팡치지엔디엔(官方旗舰店)

Interview ③ 상하이옌차오탕상마오유오시엔공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司)

Interview ④ 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)

Interview ⑤ 푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰(佛山市生气元商贸有限公司)

## Interview ① B사

34)

B사

전문가 소속

B사

유통업체

연락처

+86-177-6510-5651

전문가 정보

Mr. Yan

(Sales Manager)



B사

### Sales Manager, Mr. Yan

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

정관장은 2009년에 상하이에 진출하여 현재 화동, 화북, 동북, 서부 등 중국 전역에 매장을 보유하고 있습니다. 베이징, 상하이 등 1선 도시에서 자사 매장을 운영하고 있으며, 2선 도시에서는 백화점에 입점하여 한국산 홍삼 가공식품을 판매하고 있습니다. 또한 중국 내 유명 온라인쇼핑몰인 티엔마오(天貓)와 징둥(京東)에 온라인 플래그쉽 스토어를 오픈하여 다양한 홍삼 가공식품을 판매하고 있습니다.

#### Q. 현지 내 홍삼 건조식품의 주요 소비층은 누구인가요?

홍삼 건조식품은 일반적으로 소득수준이 높은 소비자들이 구매하며 개인이나 가족의 건강 증진 또는 선물 용도로 구매합니다. 특히 40-50대 중국인 소비자의 경우 피로 회복, 혈당 조절, 면역력 강화에 대한 관심이 타 연령층에 비해 높기 때문에 홍삼 건조식품을 많이 구매하는 편입니다.

#### Q. 중국 내에서 수요가 많은 홍삼 가공식품은 무엇인가요?

중국 소비자들은 섭취하기 편리한 제품을 선호합니다. 매장이나 지역마다 다르겠지만, 저희가 취급하는 제품 중 인기 있는 제품은 홍삼 음료와 홍삼 스틱입니다. 홍삼 스틱의 경우 이러한 중국 소비자들의 니즈를 충족한 제품이며, 예전부터 한국 드라마에 많이 노출되면서 한류에 익숙한 젊은 층이 많이 구매하고 있습니다. 홍삼 절편과 정과의 경우 홍삼 스틱보다는 판매량이 낮은 편이지만, 섭취하기 편하게 소량 포장된 절편의 경우 판매가 많이 되고 있습니다.

### Q. 중국 소비자들이 홍삼 건조식품을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

중국 소비자들은 홍삼 건조식품 구매 시 브랜드, 포장, 가격, 맛, 품질 등을 모두 고려합니다. 그 중 홍삼 건조식품은 타 식품보다 가격이 높기에 브랜드 인지도가 매우 중요합니다. 당사 제품의 경우 브랜드 인지도를 높이기 위해 유명 연예인을 모델로 하여 온라인 마케팅을 하고 있습니다. 또한 HACCP, GMP 등 인증을 받아 마케팅에 활용하고, 쫄득한 맛을 강조하고 있는데 이러한 점이 중국 소비자들에게 관심을 받아 많은 소비로 이어지고 있습니다.

### Q. 중국 내 한국산 홍삼 건조식품 세트의 판매는 어떠한가요?

대부분의 홍삼 전문판매점은 절편과 정과로 구성된 홍삼 건조식품 세트를 판매하지 않습니다. 절편과 정과 모두 홍삼으로 만든 건조식품이기에 두 제품을 동시에 구매하는 소비자는 많지 않습니다. 대부분의 유통채널에서 절편과 정과 각각 단품 형태로 판매하고 있으며, 정과에 비해 절편의 판매량이 더 높습니다.

## Interview ② 관팡치지엔디엔(官方旗舰店)

35)

### 관팡치지엔디엔 (官方旗舰店)

전문가 소속

 관팡치지엔디엔  
(官方旗舰店)  
온라인쇼핑몰

연락처

+86-156-1196-7029

전문가 정보

 Mr. Qian  
(CEO)


### 관팡치지엔디엔(官方旗舰店) CEO, Mr. Qian

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

관팡치지엔디엔은 2016년에 설립되었으며, 홍콩에 본사를 두고 있습니다. 주로 인삼 정과, 뿌리삼, 인삼 절편, 인삼차, 홍삼 절편, 홍삼 스틱, 홍삼 음료, 홍삼 젤리 등을 취급하며 티엔마오(天猫)에서 홍삼 가공식품을 판매하고 있습니다.

**Q. 중국 내에서 홍삼 건조식품은 수요는 어떠한가요?**

홍삼 가공식품 전체로 봤을 때 홍삼 음료나 홍삼 스틱보다는 판매량이 적지만 홍삼 건조식품의 수요는 계속 증가하고 있으며, 현지에서 인기 있는 홍삼 건조식품은 절편입니다. 특히 한국산 절편 제품은 중국산보다 품질이 높은 것으로 평가되며, 타 홍삼 건조식품에 비해 쫄쫄한 식감으로 중년층에게 인기를 끌고 있습니다. 실제로 자사 온라인쇼핑몰 리뷰에는 ‘한국산 제품이어서 구매했다’라는 후기가 많았습니다.

**Q. 현지 내 홍삼 건조식품 주요 소비자층은 누구인가요?**

중국에서 홍삼 건조식품은 중산층 및 고소득층을 중심으로 소비되고 있습니다. 특히 광둥, 푸젠, 상하이 등 연해지역 및 남부지역 소비자들이 홍삼 건조식품을 많이 구매합니다. 해당 지역 소비자들은 타 지역에 비해 건강 증진, 피로 회복, 당뇨병 예방 등에 관심이 많고, 예전부터 인삼 및 홍삼 가공식품을 보양식으로 섭취해왔기 때문입니다.

### Q. 중국 소비자들이 홍삼 건조식품을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

중국 소비자들은 주로 주변 친구나 영양사의 추천을 통해 홍삼 건조식품을 구매합니다. 지인의 평가 외에도 브랜드, 맛, 품질, 가격 등이 구매요인으로 작용합니다. 특히 맛을 고려해 부드러우면서 쫄득한 식감을 가진 제품을 선호합니다. 중산층의 경우 가격이 중요한 고려요소이지만, 고소득층에게는 가격보다는 브랜드와 품질이 중요하며, 특히 브랜드의 B사처럼 인지도 있는 브랜드를 선호하고 있습니다.

### Q. A사 제품이 중국 홍삼 건조식품 시장에서 경쟁력 있다고 생각하나요?

먼저 당사에서 취급하는 제품 중 판매량이 높은 홍삼 건조식품을 예시로 들면 해당 제품의 셀링포인트는 6년근 홍삼을 끝에 재워 제조하는 전통방식을 고수한 한국산 제품이라는 점입니다. 달지만 느끼하지 않고 쫄득한 식감이 강점이며, HACCP, GMP 인증 등을 활용하여 고품질 제품임을 강조하고 있습니다. A사 제품의 경우 한국산 제품이고 여러 인증을 받은 제품이며 2차 저온 건조를 통해 쫄득한 식감을 살린 제품이기에 중국 홍삼 건조식품 시장에서 경쟁성이 있다고 생각합니다. 하지만 홍삼에 대해 꼼꼼한 일부 소비자들은 6년근 홍삼을 선호하기에 마케팅 시 5년근 홍삼이라는 문구는 지양하는 것이 좋습니다. 또 중국 시장으로 신규 진출하다 보니, 아무래도 브랜드 인지도가 낮을 것으로 예상하는 데, 온라인 광고 오프라인 판촉 행사 등으로 극복하는 것이 중요할 것 같습니다.

## Interview ③ 상하이옌차오탕상마오유오시엔공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司)

36)

상하이옌차오탕상마오  
유오시엔공쓰  
(上海燕朝堂商贸有限公司)

전문가 소속

상하이옌차오탕상마오  
유오시엔공쓰  
(上海燕朝堂商贸有限公司)  
유통업체

연락처  
+86-21-6142-8511

전문가 정보

Mr. Chi  
(Sales Manager)


 상하이옌차오탕상마오유오시엔공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司)  
 Sales Manager, Mr. Chi

## Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

상하이옌차오탕상마오유오시엔공쓰는 2011년에 설립되어 상하이에 본사를 두고 있으며 한국 브랜드인 B사의 제품과 제비집, 인삼 절편, 뿌리삼, 동충하초, 해삼 등을 취급합니다. 약국, 보건의약품 전문점, 하이퍼마켓을 오프라인 유통채널로, 티엔마오(天猫)를 온라인 채널로 보유하고 있습니다.

## Q. 한국산 홍삼 건조식품에 대한 인식 및 수요는 어떠한가요?

한국산 홍삼 건조식품에 대한 중국 소비자들의 인지도는 타 홍삼 가공식품에 비해 높지 않습니다. 그럼에도 홍삼 건조식품 중 절편에 대한 수요는 많으며 날개로 포장된 제품에 대한 수요가 많습니다. 정과의 경우 오프라인 유통채널에서 찾아보기 어려우며 판매량 또한 많지 않습니다.

## Q. 현지 홍삼 건조식품의 평균 가격은 어느 정도입니까?

홍삼 건조식품 중 가장 인기가 많은 절편 형태의 경우 일반적으로 100g 당 300-600위안(약 50,000-100,000원<sup>37)</sup>선에서 판매되고 있습니다. 그러나 브랜드 및 용량에 따라 가격이 다 다르며, 고소득층을 대상으로 한 제품이 많기에 가격에 대한 진입장벽은 높지 않은 편입니다. A사 제품의 가격은 한국산 제품이며, 선물세트형 제품이라는 점을 감안 했을 때 적합한 가격이라고 생각합니다.

36) 사진자료: 상하이옌차오탕상마오유오시엔공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司)

37) 1위안=166.96원(2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 중국 홍삼 건조식품 주요 유통채널은 어떠한가요?

홍삼 건조식품의 적합 유통채널은 백화점, 드러그스토어, 온라인입니다. 만약 오프라인으로 첫 진출을 할 경우 홍삼 건조식품에 대한 선호도가 높은 연해 지역 및 남부지역의 백화점, 드러그스토어에 진출하는 것을 추천합니다. 온라인 판매의 경우 대부분의 업체가 플래그쉽스토어를 보유하고 있으며, 많은 소비자들이 이용하는 유통채널이기에 티엔마오(天貓)와 징둥(京东)과 같은 주요 온라인쇼핑몰 진출은 필수적이라고 생각합니다.

### Q. 중국 소비자들이 홍삼 건조식품을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

중국 소비자들은 홍삼 건조식품을 구매할 때 브랜드, 인증, 가격, 맛을 모두 고려합니다. 이 중에서 판매 시 가장 중요한 요소는 맛과 브랜드입니다. 건조식품임 만큼 입에서 씹었을 때 쫄득한 맛이 나는 제품을 선호합니다. 또한 브랜드의 경우 온라인 및 오프라인에서 마케팅 활동을 자주하고, 인지도가 높은 브랜드 선호합니다. 앞서 언급했던 바와 같이 가격은 100g 당 300-600위안(약 50,000-100,000원) 사이가 합리적이며 전반적인 판매량도 많지만, 고소득층만을 타깃으로 한 제품은 가격이 구매요소 크게 작용하지 않습니다.

## Interview ④ 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)

38)

광저우우지아커마오이  
유오시엔공쓰  
(广州五加科贸易有限公司)

## 전문가 소속

광저우우지아커마오이  
유오시엔공쓰  
(广州五加科贸易有限公司)  
수입·유통업체

## 연락처

+86-187-1828-8989

## 전문가 정보

Mr. Zhang  
(Sales Manager)



광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司)  
Sales Manager, Mr. Zhang Jie Qin

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

광저우우지아커마오이유오시엔공쓰는 2019년 설립된 수입·유통업체로 본사는 광저우시에 위치하고 있습니다. 서양인삼, 화기인삼, 고려인삼을 취급하며 자체 오프라인 매장뿐 아니라 약재시장, 약국 등에 유통하며 주로 중국 전자상거래 플랫폼 알리바바(阿里巴巴)를 통해 판매를 진행하고 있습니다.

**Q. 한국산 홍삼 건조식품 선물세트에 대한 인식 및 수요는 어떠한가요?**

당사가 위치한 광저우 지역에서는 홍삼 건조식품 선물세트에 대한 수요가 거의 없으며 인지도도 낮습니다. 실제로 많은 광저우 소비자들은 홍삼 건조식품 선물세트를 구매하지 않으며 인삼을 뿌리채로 구매하고 있습니다. 단 한국 B사 절편 제품의 경우 40-50대 소비자들인 선물 및 개인 건강 증진을 이유로 구매하고 있습니다. 광저우보다는 상하이 지역에서는 홍삼 건조식품에 대한 구매가 활발하며 선물세트에 대해서는 모르겠으나, 절편 제품의 경우 중국 내에서 판매가 가장 많이 되고 있습니다.

**Q. 현지 시장 내 홍삼 가공식품의 주요 소비층과 유통채널은 어떠한가요?**

홍삼 가공식품의 경우 고가의 제품이 많으므로 고소득층 소비자가 많이 구매하는 편입니다. 제품의 형태에 따라 주요 소비층이 다른데, 홍삼 스틱의 경우 20-30대 소비자에게 인기가 많으며, 홍삼 절편의 경우 40-50대 소비자에게 인기가 많습니다.

### Q. 중국 소비자들이 홍삼 건조식품을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

중국 소비자들이 홍삼 건조식품을 구매할 때 고려하는 요인은 가격, 브랜드, 맛 인증, 용도 등입니다. 이러한 요인 중 소비자의 소득, 취향 등에 따라 구매 고려 요인의 비중이 다릅니다. A사 제품의 경우 가격, 특징, 용도 등을 고려할 때 40-50대 고소득층이 주요 소비층으로 예상되며 해당 연령 때 소비자는 가격보다는 제품의 브랜드와 품질을 우선시합니다.

### Q. 중국 내에서 홍삼 건조식품 수출 및 판매 시 유의할 사항은 무엇인가요?

중국의 경우 신자원식품 비준 공고에 따라 원료로 한 인삼의 수확 연도에 따라 일반식품과 보건식품으로 분리됩니다. 5년근 이하의 경우 일반식품으로 판매 가능하나 6년근의 경우 일반적으로 보건식품으로 분리됩니다. 때문에 제품 표기 및 광고 시 수확 연도를 명확히 기입하는게 중요합니다. 또 보건식품으로 분리될 경우 중국 시장관리감독총국의 까다로운 인증을 받아야 하기에 수출 전 관련 절차에 대해 미리 확인해두는 것이 좋습니다. 인증의 경우 필수인 것은 없으나 HACCP, ISO 등의 인증은 마케팅 시 활용할 수 있기에 취득하는 것이 좋습니다.

## Interview ⑤ 푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰(佛山市生气元商贸有限公司)

39)

푸산시성치웬상마오  
유오시엔공쓰  
(佛山市生气元商贸有限公司)

전문가 소속

푸산시성치웬상마오유오  
시엔공쓰  
(佛山市生气元商贸有限公司)  
유통업체

연락처

+86-156-2277-2465

전문가 정보

Mr. Huang  
(Sales Manager)



푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰(佛山市生气元商贸有限公司)  
Sales Manager, Mr. Huang Jian Zhu

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰는 2017년 설립되어, 광둥 지역에 본사를 두고 있습니다. 주로 캐나다산, 인도네시아산, 한국산의 인삼, 인삼 가공식품, 홍삼 건조식품 등을 취급하는 도매·유통업체입니다.

**Q. 한국산 홍삼 건조식품에 대한 인식 및 수요는 어떠한가요?**

중국 소비자들은 한국산 홍삼 건조식품이 고급 영양식품이라고 생각합니다. 그렇기에 소득이 낮은 소비자는 한국산 홍삼 건조식품보다는 중국산 뿌리삼을 선호합니다. 또한 광둥 소비자들은 가공되지 않은 인삼을 요리에 넣어서 먹는 것을 선호하기 때문에 절편이나 정과 형태의 홍삼 건조식품의 수요는 많지 않습니다. 당사도 예전에 한국산 홍삼 건조식품을 취급한 적이 있으나 판매량이 많지 않았기 때문에 현재는 뿌리삼 제품 위주로 판매하고 있습니다. 다만 40-50대 고소득층 소비자의 경우 선물 및 건강 증진 용도로 한국산 홍삼 건조식품을 자주 구매하고 있습니다. 홍삼 건조식품에 대한 수요가 활발한 지역은 상하이로 타 지역에 비해 절편, 정과 등의 건조식품의 거래가 활발한 것으로 알고 있습니다.

**Q. 홍삼 건조식품 판매 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요?**

코로나19로 인해 온라인 구매가 증가하면서 온라인에서의 홍삼 건조식품 판매량도 증가하고 있습니다. 또한 중국의 경우 타 국가보다 온라인 플래그십 스토어 시스템이 잘 되어 있기에 상대적으로 진출이 용이한 온라인 진출을 추천합니다. 오프라인의 경우 드럭스토어와 백화점을 추천합니다. 실제로 당사도 홍삼 건조 식품을 유통할 시 도매로 드럭스토어에 제품을 유통하였습니다.

39) 사진자료: 푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰(佛山市生气元商贸有限公司)

### Q. 현지 경쟁제품에 비해 A사 제품은 가격 경쟁력이 있나요?

중국 소비자들이 홍삼 가공식품에 대해 합리적이라고 납득할 수 있는 가격 수준은 100g 당 300-600위안(약 50,000-100,000원) 사이입니다. 홍삼 건조식품 특성 상 브랜드 및 원료에 따라 가격 차이가 크며 특히 한국산 제품의 경우 400위안(약 67,000원) 이상의 가격에 판매되는 경우가 많습니다. A사 제품의 경우 적정 가격대로 판단되나 선물세트로 묶어서 판매하지 않고, 소량으로 절편이나 정과만 판매한다면 타 한국 제품보다 가격 경쟁력을 가질 수 있을 것입니다.

### Q. A사 제품이 중국 홍삼 건조식품 시장 진출 시 유의할 점이 있나요?

소비자들은 홍삼 건조식품을 구매할 때 맛과 브랜드를 우선적으로 고려합니다. 특히 한국산 홍삼 건조식품의 경우 브랜드가 중요한 구매요소로 작용합니다. A사 제품의 경우 포장, 맛, 품질 부분은 우수한 것 같지만, 브랜드 인지도가 낮기에 중국 시장 진출 시 브랜드 인지도를 높일 수 있는 마케팅 전략이 필요할 것 같습니다. 지금까지 많은 한국 홍삼 건조식품이 진출했지만, B사와 같은 성공을 거두지는 못했기 때문입니다. 그렇기에 먼저 품질, 맛 등을 마케팅하며 온라인으로 진출하여 제품의 시장성을 확인하는 것이 중요할 것 같습니다. 이 후 오프라인에 진출하여 제품의 인지도를 높일 수 있는 판촉행사를 진행하고 동시에 중국에서 성공한 B사의 마케팅 전략을 벤치마킹할 것을 추천합니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights

## 01 시장규모

2019년 중국 인삼 시장규모  
'4,554억 원'  
10년(2015-2024년) 연속  
시장규모 성장 예측



## 02 소비 시장규모

40-50대 인구: 4억 3,829만 8,000명  
남부 연안 지방 인삼 및 홍삼 가공식품 수요 다  
면역력 향상, 혈당 조절, 피로 회복 등 건강관리의 중요성 대두로  
향후 홍삼 건조식품 관련 시장 성장 예측



## 06 전문가피드백

40-50대 고소득층이 타깃층  
선물세트보다 홍삼 절편 단품 판매 추천  
홍삼 절편 100g 당 : 50,000원~100,000원  
온라인 후기를 통해 품질, 맛 홍보  
오프라인 판촉 행사를 통해 맛, 브랜드 홍보



A사 홍삼 건조식품

## 03 시장트렌드

고려인삼을 활용 농축액 홍삼 가공식품 다  
홍삼 가공식품의 판매 시 한국은 '효능' 중국 '원료' 강조  
가장 중요한 구매고려요인 '맛'  
'효능', '품질', '브랜드'도 중요한 구매 고려요인



## 05 통관/검역

FTA 협정 관세율 21%  
5년근 이하 인삼 일반식품으로 분류 가능  
보건 기능 홍보 시 보건식품 등록 필요



## 04 유통채널

비(非) 식료품점 50.7% 점유  
온라인 30.8% 점유



중국 홍삼 건조식품 시장규모('19)

'4,554억 원'

단위: 백만 위안



지속적인 시장규모 성장으로  
잠재성 유

홍삼 건조식품이 포함 된 중국 '인삼' 시장규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2% 성장하며 2019년 27억 1,200만 위안(약 4,545억 원)을 기록했음. 2019년 이후에도 5년(2020-2024년)간 1%의 연평균 성장률을 보이며 2024년에 29억 200만 위안(약 4,873억 원)의 시장규모를 기록할 것으로 예측됨. 또한 코로나19 및 당뇨병 환자 증가로 건강관리에 대한 중국 소비자들의 관심이 증가함에 따라 면역력 향상과 혈당 조절에 도움이 되는 홍삼 건조식품에 대한 수요 증가, 시장규모 확대가 예상됨

중국 홍삼 건조식품 소비자 특징

'40-50대 고소득층'  
'연해 및 남부 지역 거주자'



면역력 향상, 혈당 조절 등의 이유로 구매  
상하이 평균소득 높고 홍삼 건조식품 수요 다

시장규모 조사, 전문가 인터뷰 결과 홍삼 건조식품의 주 소비자는 40-50대 고소득층으로 확인됨. 40-50대 고소득층의 타 연령층에 비해 많은 순자산을 보유하고 있으며, 피로 회복, 혈당 조절, 면역력 향상 등 건강 관리를 목적으로 홍삼 건조식품을 구매하고 있음

인삼과 관련 식품의 경우 중국 내에서 연해 지역 및 남부 지역에서 보양식으로 많이 판매되고 있음. 중산층의 경우 가공하지 않은 인삼을 음식에 넣어 섭취하는 것을 선호하며, 고소득층의 경우 홍삼 건조식품 구매하여 섭취하는 것을 선호함. 연해 및 남부 지역 중 상하이의 경우 평균소득이 가장 높으며, 홍삼 건조식품 구매가 많은 것으로 확인되어 진출 지역으로 추천함

중국 홍삼 가공식품 소비 트렌드

'고려인삼', 'B사'  
'맛', '효능', '품질', '브랜드'



'고려인삼', 'B사' 등 한국산 식품 강제  
한국 홍삼 가공식품 효능 강조  
중국 홍삼 가공식품 원료 강조  
'맛', '효능', '품질', '브랜드'가 구매고려요인



트렌드 분석 결과 중국 내 홍삼 가공식품의 경우 '고려인삼', 'B사' 등이 반출되어 한국산 식품이 강제임을 확인할 수 있음. 제품 형태의 경우 '농축액' 제품이 가장 많이 판매되고 있는 것으로 확인되며, 두번째로 '절편'이 확인됨. 한국 홍삼 가공식품의 경우 판매 시 '면역', '어린이' 등 제품 효능과 특성을 강조한 반면, 중국 홍삼 가공식품의 경우 '녹용', '석곡' 등의 원료를 강조함

관련 후기를 분석 한 결과 '맛'이 519건으로 가장 중요한 구매 고려요인으로 확인됨. 특히 홍삼 건조식품의 경우 짙은 맛을 선호한다는 후기가 많았음. 이외에도 원기 회복과 관련된 '효능'과 인증을 포함한 '품질' 등이 자주 언급되며 주요 구매고려요인으로 확인됨. 또한 판매량이 많은 상위 5개 제품 중 2개가 B사로 확인되며 '브랜드' 역시 중요 구매 고려요인인 것을 확인할 수 있음



# Export Insights

중국 홍삼 건조식품 유통채널  
‘드러그스토어’  
‘온라인’  
‘백화점’

一心堂

天猫  
TMALL.COM

银座

비(非) 식료품점 50.7% 점유  
온라인 30.8% 점유

홍삼 건조식품이 포함된 ‘약초 및 전통식품’ 주요 유통채널은 비(非) 식료품점(50.7%), 온라인(30.8%)임. 전문가 인터뷰 결과 적합 유통채널은 비(非) 식료품 중 드러그스토어, 온라인, 백화점으로 확인됨

홍삼 건조식품 주요 유통채널이 될 수 있는 중국 드러그스토어는 이신탕(一心堂), 다산린(大参林) 등이 있으며, 온라인의 경우 티엔마오(天猫), 징둥(京东), 타오바오(淘宝) 등이 있음. 백화점의 경우 인쑤오(银座), 왕푸징바이허다루(王府井百货大楼)가 있으며, 백화점에 입점한 브랜드 스토어를 통해 판매가 가능함

통관 및 검역

‘5년근 이하 인삼,  
일반식품으로 수출 가능’  
‘6년근 이상 인삼,  
보건식품으로 별도의 인증 필요’



FTA 협정 관세율 21% 적용  
사전 식품 등록 필요

중국으로 홍삼 건조식품 수출 시 신자원식품 비준 공고에 따라 원료인 인삼의 수확 연도를 기준으로 식품의 분류가 달라질 수 있음. 5년근 이하 인삼의 경우 ‘일반식품’과 ‘보건식품’ 중에서 제품에 맞게 선택하여 수출 가능하나, 6년근 이상 인삼의 경우 ‘보건식품’으로 분류됨. ‘일반식품’과 다르게 ‘보건식품’의 경우 제품의 효능에 대해 홍보가 가능하지만 까다로운 중국 시장관리감독총국의 인증을 받아야함

‘일반 식품’으로 수출 시 필요한 강제 인증은 없으나, HACCP, GMP, ISO22000 등의 인증 획득 시 통관에서 유리하게 적용될 수 있음. 제품 수출 전 중국 질량감독검사검역총국 온라인 포털을 통해 사전 식품 등록이 필요하며, 선포장식품 라벨 통칙을 준수해야함. 관세의 경우 한-중 FTA체결로 협정 관세율 21%가 적용됨. 인삼을 원료로 한 식품 중 가공 방식 및 제품 형태에 따라 HS CODE 및 관세율이 달라지므로 제품 수출 시 수입업자 또는 세관에 문의해야함

전문가피드백

‘선물세트보다 절편 단품 판매 추천’  
‘브랜드 인지도 향상을 위한 마케팅 필요’



홍삼 건조식품으로 구성 된 선물세트 수요 소  
홍삼 절편 100g 50,000-100,000원  
맛, 인증 등이 제품의 셀링포인트  
고소득층의 경우 브랜드가 주요 구매 고려요인  
브랜드 인지도 향상을 위한 오프라인 판촉행사 추천

중국 홍삼 건조식품 중 가장 수요가 많은 제품은 절편이며, 정과의 수요는 많지 않음. 홍삼 건조식품으로 이루어진 선물 세트는 많지 않으며 판매량도 적은 편임. 홍삼 절편의 경우 100g 당 50,000-100,000원 정도가 일반적이지만 고소득층이 이 주요 소비자이기에 때문에 가격에 대한 진입 장벽은 낮은 편임. 40-50대 고소득층 소비자들은 홍삼 건조식품 구매 시 쓴뜬한 맛을 가진 제품을 선호하며, 높은 브랜드 인지도를 가진 품질 좋은 제품을 구매함

A사 제품의 경우 절편과 정과가 혼합된 선물세트이나, 중국에서 판매 시 절편만 단품으로 판매할 것을 추천함. A사 제품의 경우 가공방식, 인증 등을 통해 프리미엄 제품으로 소비자들에게 인식 될 수 있으나, 브랜드 인지도가 낮은 편임. 홍삼 건조식품의 경우 맛 다음으로 효능과 브랜드 인지도가 중요함. 따라서 중국 시장 진출 시 먼저 온라인으로 진출하여 시장성을 파악하고, 오프라인으로 진출하게 될 경우 주요 유통채널인 백화점 또는 드러그스토어를 활용하여 오프라인 판촉행사를 할 것을 추천함

## 진출제언



- Point 01. 중국 홍삼 건조식품의 타깃 소비층은 40-50대 고소득층이며 주로 면역력 강화, 혈당 조절, 피로 회복 등을 위해 구매함. 또한 소득이 높은 연해 지역 및 남부 지역에서 홍삼 건조식품에 대한 수요가 많음
- Point 02. 중국 홍삼 건조식품 소비자는 제품 선택 시 맛을 우선시 하며 쫄깃한 식감의 홍삼 건조식품을 선호함. 이 외에 브랜드 인지도, 효능, 품질, 가격 등을 고려하여 제품을 구매함. 또한 절편과 정과가 혼합된 선물 세트보다 소량의 절편 제품에 대한 수요가 높음
- Point 03. 5년근 이하 인삼을 사용한 경우 신자원식품 비준 공고에 따라 일반식품으로 수출이 가능함. 단 현재 제품 광고 시 사용 중인 ‘4-6년근 인삼 사용’ 또는 효능에 대한 홍보를 원할 시 중국 시장관리감독총국으로부터 보건식품 인증을 받아야함
- Point 04. 홍삼 건조식품의 적합 유통채널은 드러그스토어, 온라인, 백화점으로 확인됨. A제품의 경우 인증 및 가공방법 등으로 품질에 대한 강점을 홍보할 수 있지만, 브랜드 인지도가 진입장벽으로 작용할 수 있음. 따라서 중국 시장 진출 시 먼저 온라인으로 진출하여 시장 진출 가능성을 파악할 것을 추천함. 오프라인으로 진출하게 될 경우 주요 백화점, 드러그스토어에서 맛과 브랜드 홍보에 집중한 판촉행사를 하면서, 동시에 중국에서 성공한 B사의 마케팅 전략을 벤치마킹 할 것을 추천함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 중귀찬예신시(中国产业信息), 「2019年中国不同年代消费者的消费习惯差异大,理性消费当道,消费强大国内市场正在形成」, 2020
3. 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
4. 농식품수출정보(Kati), 「중국 인삼시장 조사」, 2019
5. 중국국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2020」, 2020
6. 국제당뇨병연맹(International Diabetes Federation), 「IDF Centres of Education」, 2020
7. 스태티스타(Statista), 「Prevalence Rate of Diabetes Mellitus Among Adults in China Between 2015 and 2019」, 2020
8. 스태티스타(Statista), 「Total Diabetes-Related Health Expenditure per Person in China From 2013 to 2019」, 2020
9. 중귀파전왕(中国发展网), 「正官庄东阿阿胶联名新品首批口碑出炉! 评价过于真实!」, 2020
10. 농림축산식품부, 「검역정책과 공보-2955호」, 2016
11. 중국 국무원(The State Council), 「GB 28050-2011」 선포장식품 영양라벨 통칙, 2011
12. 중국 국무원(The State Council), 「GB 7718-2011」 선포장식품 라벨 통칙, 2011
13. 중국 국무원(The State Council), 「GB-T 27341-2009」, 2009
14. 중국 국민건강가족계획위원회(National Health and Family Planning Commission), 「GB 2760-2014」, 2014
15. 중국 시장관리감독총국(State Administration for Market Regulation), 「Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China」, 2005
16. 지안스춘(智研咨询), 「2019-2025年中国午餐肉行业市场格局及投资价值评估研究报告」, 2019
17. 농식품수출정보(Kati), 「중화인민공화국국가표준」, 2014
18. 한국무역협회(Kita), 「중국 식품안전 규정 강화에 따른 한국 식품기업 수출전략」, 2019
19. 중국 국가위생건강위원회(National Health Commission of the PRC), 「关于进一步规范保健食品原料管理的通知」, 2012

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
5. 타오바오(淘宝) ([www.taobao.com](http://www.taobao.com))
6. 징둥(京东) ([www.jd.com](http://www.jd.com))
7. 이신탕(一心堂) ([www.hxyxt.com](http://www.hxyxt.com))
8. 시나차이칭(新浪财经) ([www.finance.sina.com](http://www.finance.sina.com))
9. 바이두(百度) ([www.baidu.com](http://www.baidu.com))
10. 덴앤브래드스트리트(D&B) ([www.dnb.com](http://www.dnb.com))
11. 다찬린(大参林) ([www.dslyy.com](http://www.dslyy.com))
12. 라오바이싱(老百姓) ([www.lbxdrugs.com](http://www.lbxdrugs.com))
13. 동방차이푸잉(东方财富网) ([www.eastmoney.com](http://www.eastmoney.com))
14. 파이낸셜타임즈마켓데이터(Financial Times Market Data) ([www.markets.ft.com](http://www.markets.ft.com))
15. 신량시상(新浪时尚) ([www.fashion.sina.com](http://www.fashion.sina.com))
16. 야후파이낸스(Yahoo Finance) ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com))
17. 소후(搜狐) ([www.sohu.com](http://www.sohu.com))
18. 우시엔지(无限极) ([www.infinitus.com.cn](http://www.infinitus.com.cn))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

19. 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News) ([www.directsellingnews.com](http://www.directsellingnews.com))
20. 광저우우지아커마오이유오시엔공쓰(广州五加科贸易有限公司) ([www.shop67v728316gz27.1688.com](http://www.shop67v728316gz27.1688.com))
21. 지린즈신야오예구이펀요우시엔공쓰(吉林紫鑫药业股份有限公司) ([www.jilinzixin.com.cn](http://www.jilinzixin.com.cn))
22. 줌인포(Zoominfo) ([www.zoominfo.com](http://www.zoominfo.com))
23. 진룽지에(金融界) ([www.hk.jrj.com](http://www.hk.jrj.com))
24. 셴상(神象) ([www.shenxiangjk.com](http://www.shenxiangjk.com))
25. 퍼마보드룸(Pharma Boardroom) ([www.sphchina.com](http://www.sphchina.com))
26. 상하이의야오(上海医药) ([www.pharmaboardroom.com](http://www.pharmaboardroom.com))
27. 인주오(银座) ([www.yinzuo100.com](http://www.yinzuo100.com))
28. 치루완바오(齐鲁晚报) ([qlwb.com.cn](http://qlwb.com.cn))
29. 중국 국가질량감독검험검역총국(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) ([www.aqsiq.net](http://www.aqsiq.net))
30. 중국 해관총서(General Administration Of Customs People's Republic of China) ([www.customs.gov.cn](http://www.customs.gov.cn))
31. 한국 식품의약품안전처 ([www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr))
32. 농식품수출정보(Kati) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
33. 관세법령정보포털(Unipass) ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
34. 정관장(正官庄) ([www.zhengguanzhuangbjp.tmall.com](http://www.zhengguanzhuangbjp.tmall.com))
35. 관팡치지엔디엔(官方旗舰店) ([www.ginssen.tmall.hk](http://www.ginssen.tmall.hk))
36. 상하이엔차오탕상마오유오시엔공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司) ([www.shop314x508z23121.1688.com](http://www.shop314x508z23121.1688.com))
37. 푸산시성치웬상마오유오시엔공쓰(佛山市生气元商贸有限公司) ([www.shop2990416161851.1688.com](http://www.shop2990416161851.1688.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.19

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.

Printed in Korea