

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1810-39

품목: 인지기능개선 보건의약품(Cognitive Enhancing Supplements)

국가: 중국(China)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	09
3. 수출입통계	20
II. 시장 트렌드	21
1. 정책 이슈	23
2. 제품 트렌드	24
3. 소비 트렌드	27
III. 통관 및 제도	29
1. 통관 및 검역	32
2. 인증정보	50
3. 라벨링	53
4. 위생요건	56
IV. 경쟁제품	58
1. 경쟁제품 선정	59
2. 오프라인	60
3. 온라인	60



V. 경쟁사	71
1. 경쟁사 선정	72
2. 경쟁사 분석	72
VI. 유통채널 현황	74
1. 유통채널 개황	75
2. 주요 유통채널 분석	82



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

중국의 인구는 2017년 기준 약 13억 9,100만 명으로 세계 1위이고, 면적은 약 963만 km²로 세계 제 4위이며 한반도의 약 43배에 달함¹⁾. 인구의 80% 이상이 동부지역의 50%를 차지하는 해안지방에 집중되어 있음. 인도, 파키스탄, 러시아를 포함해서 14개국과 접경을 이루며 정치·경제적으로 매우 큰 영향력을 가짐. 핵확산금지조약(NPT)에 가입한 유일한 아시아 핵보유국이며, 장거리 탄도 미사일을 보유하고 있음.

1970년대 후반에 시작된 경제 개혁으로 국제 경제의 강국으로 변모함. 약 1조 달러의 외국인 직접투자(FDI)가 유입되었고, 2012년 이후 상품 수출은 연간 2조 달러가 넘음. 그러나 노동력은 2010년대에 증가세를 멈췄는데, 이는 1979년에 시작되어 2016년 폐지된 한 자녀 정책에서 기인한 것임. 한편, 비록 초기 단계나 대기오염, 부패, 사량산업 및 에너지 체계 개혁에 대해 중앙정부의 적극적 대응이 이루어지고 있음.

주요 정보

- | | |
|---|---|
| ▶ 국명: 중화인민공화국(The People's Republic of China: P.R.C.) | ▶ 주요 도시: 베이징, 톈진, 충칭, 상하이 |
| ▶ 수도: 베이징 | ▶ GDP: 12.2조 US달러(2017) |
| ▶ 국가원수: 시진핑 주석 | ▶ 1인당 GDP: 8,688 US달러(2017) |
| ▶ 인구: 1,391백만 명(2017) | ▶ 경제성장률: 6.9%(2017) |
| ▶ 면적: 963,4057만 km ² (한반도의 약 43배) | ▶ 화폐단위: 위안(元, RMB) |
| ▶ 공식어: 중국어 | ▶ 인터넷 보급률: 54.3%(2017) |
| | ▶ 환율기준: 1 RMB = 165.95 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.22. 검색) |

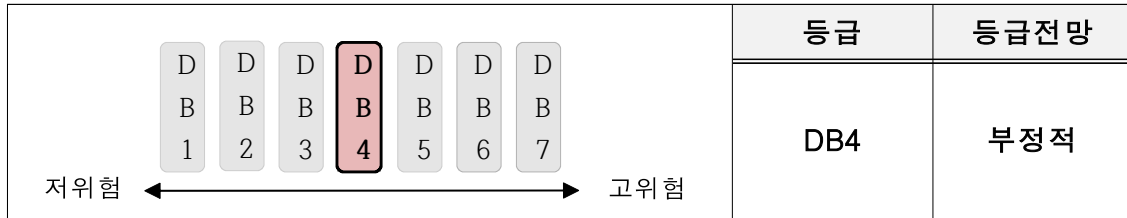


자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11., 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09., 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04. 자료 종합

1) 육지 국경선의 총 길이는 약 2만 280km에 달하며 해안선 총 길이는 약 1만 8,000km임

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾



자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 2010년대에 이뤄진 꾸준한 임금 상승으로 가처분 소득과 도시가구 자산액이 크게 증가함 - 많은 주요 도시에서 서비스와 소비재 관련 매출 전망은 여전히 긍정적
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 지난 10년 이상의 신용 확대와 자본 배분 실패로, 중국의 금융 순환이 더욱 어려운 국면을 맞음 - 1979-2016년 동안 ‘한 자녀’ 정책의 실시로 세계에서 가장 급속히 노령화가 진행되는 국가가 되었으며, 2020년대에는 경제적 영향이 본격화될 것임 - 미국 무역정책의 변화로 적어도 트럼프 대통령의 임기인 2020년까지는 중기적인 불확실성이 존재함

자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

□ 주요 거시경제 지표

- 뉴노멀의 중저속 성장을 지속하여, 중국의 2018년 경제성장률은 6.5% 내외 전망
 - 글로벌 경기회복에 따른 수출 호조와 정부의 확장적 재정정책에 힘입어 중국의

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 ‘정치적 환경’, GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 ‘경제 및 상업환경’, 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 ‘사회적/제도적 환경’ 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨 - 자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

2017년 경제성장률은 2015년 이후 최고 수준인 6.9%를 기록

○ 물가상승률은 환율 상승 등으로 2%대 회복 예상

- 위안화 가치 하락에 따른 수입물가 상승, 부동산 및 식료품 가격 상승 등으로 2016년 물가상승률은 2%대를 기록하였으나, 식료품 가격 하락 등으로 인해 2017년 물가상승률은 1.5%로 하락함

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	2.8	1.8	1.3	0.5	0.3	-0.1	0.5	0.5
재정수지/GDP	-2.8	-3.7	-4.0	-4.3	-4.6	-4.9	-4.7	-4.9
물가상승률	1.5	2.1	1.5	2.1	2.7	2.7	3.0	2.8
경제성장률	6.9	6.7	6.9	6.5	6.1	5.8	6.2	5.9
도시 실업률	4.1	4.0	3.9	4.0	4.1	4.1	4.2	4.2

자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

□ 무역통상 환경

- 중국의 정책 당국은 미-중 무역 전쟁뿐만 아니라 기업 재무구조 개선 문제에 대한 대책 마련에 부심하고 있음. 특히 지방정부 및 국유기업과 가계의 부채는 심각한 수준이며, 지난 5년간 상환 능력에 비해 훨씬 빠른 속도로 증가함
 - 저장성은 지난 5월 70억 달러의 부채를 가진 민간기업 부문의 지원요청을 받았으며, 4대 직할 시 중의 하나인 텐진의 금융기관은 4월에 미지급 사태를 맞음
 - 경제의 발전소라 할 만한 텐진과 상하이의 경제 배후지인 저장성의 이러한 침체는 어두운 경제 전망의 징조가 될 것임

□ 위험 및 기회요소

구분	세부내용
미-중간	미-중 무역 협상

무역갈등	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 미국이 중국 수출품 1,333개에 25% 관세를 부과하고, 이에 대하여 중국이 미국 항공, 농산물, 화공 약품 및 자동차 수출품에 25% 보복 관세를 부과할지에 관한 불확실성이 5월까지 계속됨 • 거시경제적으로는 관세가 주는 충격이 크지 않아서 2017년 기준 중국과 미국의 GDP에 미치는 영향은 각각 0.4%, 0.3%에 불과함. 한편, 미국 보복 관세의 파급효과는 거시경제에 매우 부정적이고 심대한 충격을 가져올 전망 ▶ 미국과 중국의 무역 조치는 개별 기업 및 민간 부문에 심각한 영향을 미치며, 전례가 없는 양국 간 무역 갈등은 중국의 국가 위험 전망에 더욱 부정적 영향을 미침 • 2017년 양국 간 무역적자인 3,370억 달러를 2년 안에 2,000억 달러 수준으로 낮추라는 미국측 요구와 중국의 수출 자율규제는 해결될 가능성이 희박함 ▶ 301조 관세장벽이 계속되면 미국 선사들은 비관세장벽에서 적대적 환경을 맞이하게 될 것임. 5월에 그러한 암시가 있었고 실제로 포드의 2017 매출의 5%를 차지하는 중국 수출분 포드 링컨 자동차 및 SUV, 팻푸드, 농산물 수출에 대해 수입차를 완전히 해체하여 검사함 ▶ 2017년 중국의 대미 선적 규모는 금액 기준으로 전세계 선적액의 1/3에 해당. 중국 보복관세의 영향은 차치하더라도, 미국의 관세가 유지되면, 중국 수출업자의 약 13%, 미국 수입업자의 약 5%가 영향을 받게 됨
------	---

자료: 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11

2. 식품 산업현황

1) 보건식품 시장 동향

□ 개요

- GB16740-97<<보건(기능)식품통용표준(保健(功能)食品通用标准)>> 제3.1조에 의하면 '보건(기능)식품은 식품의 한 종류로서, 일반식품의 공통적인 특성을 가지며, 인체의 기능을 조절하고, 특정 집단의 식용에 적합하나, 단, 질병 치료의 목적으로는 쓰이지 않는다'라고 정의됨
- 제품의 홍보상, 유효율(有效率)³⁾, 성공률(成功率) 등과 관련된 단어는 사용할 수 없음
- 보건식품은 크게 식이보충제와 전통적인 보양품류로 구분됨. 전통 보양품류 시장은 점유율이 감소하는 추세이며 동아오지아오(东阿阿胶, Dong-E-E-Jiao)가 대표적인 기업이며, 식이보충제의 대표적인 기업은 탕청배이지엔(汤臣倍健)임
- 보건식품은 중국에서는 일반적으로 '보건품(保健品)'으로, 홍콩, 대만, 마카오 등에서는 '식이보충제(DietarySupplements)'라 칭함

□ 주요 보건식품 제품

- 가장 인기가 많은 제품은 단백질 가루이며, 뒤를 이어 칼슘제, 비타민 C를 비롯한 비타민류, 벌꿀제품, 서양삼 순으로 수요가 높은 것으로 보임
- 인지개선 보건식품 제품에 주로 많이 함유된 원료인 피쉬오일은 8위를 기록함

표 1.2 중국의 주요 보건식품

순위	제품명	순위	제품명
1	단백질 가루	9	비타민E
2	칼슘제	10	식이섬유
3	비타민C	11	스피룰리나

3) Effective rate

4	종합비타민	12	베타카로틴
5	비타민B	13	아미노산류
6	벌꿀제품	14	콜라겐
7	서양삼	15	레시틴
8	피쉬오일	16	동충하초

자료: 중국의약보건품수출입상회

□ 중국의 보건식품⁴⁾ 시장 현황

- 중국산업정보망의 2018년 보고서에 따르면, 보건식품 시장규모는 약 2,000억 위안(약 33조 1,900억 원)⁵⁾에 달하며 이는 미국에 이어 세계에서 두 번째이며, 향후 발전 가능성도 매우 높음
 - 1인당 소비액을 비교해 보면 미국(214 달러⁷⁾), 일본(148 달러)에 비해 중국의 1인당 소비액은 매우 낮은 수준(26 달러)임
- 2017년 식이보충제(Dietary supplement) 범주에 해당하는 중국 보건식품 시장 규모는 약 893억 위안⁸⁾이며, 최근 5년간(2013~2017년)의 연평균 성장률은 약12%임
 - 보건식품 시장 규모는 2018년부터 향후 5년간 연평균 약 9%의 성장이 예상되는 바, 2022년 시장 규모는 약 1,378억 위안에 이를 것으로 전망됨

4) 보건식품이란 '보건식품 사용가능 원료' 등을 사용하여 보건기능(면역력 강화 등)을 갖춘 식품

5) 1 RMB=165.95 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.22. 검색)

6) <http://www.chyxx.com/industry/201808/666934.html>

7) 본 보고서의 달러는 미달러화를 기준으로 함

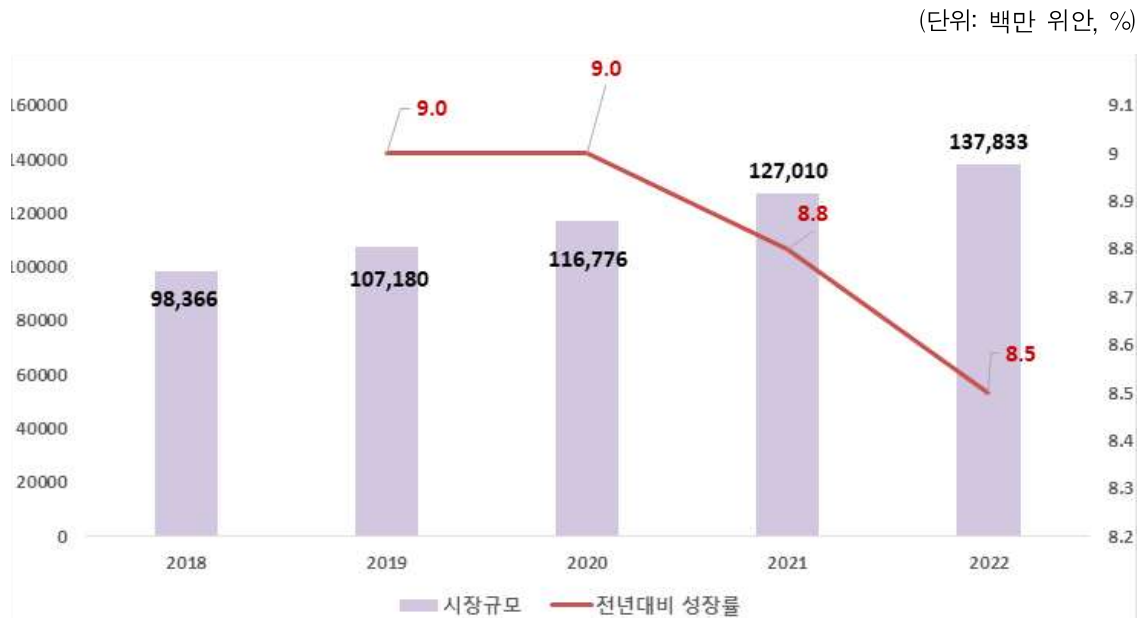
8) 유로모니터의 Dietary Supplements in China, 2018.09. 자료를 인용

표 1.3 중국 보건식품⁹⁾ 시장 규모 (2013-2017년)



자료: Euromonitor International

표 1.4 중국 보건식품 시장 전망 (2018-2022년)



자료: Euromonitor International

9) 본 보고서에서는 보건식품 시장 규모를 유로모니터의 Dietary Supplements(식이보충제)의 시장 규모로 집계하였으며, 이하 보건식품으로 약칭함

□ 보건식품 기능별 시장 점유율

- 가장 큰 비중을 차지하고 있는 뼈 및 관절, 면역체계와 관련된 보건식품의 비중은 2013년과 2017년이 비슷한 수준임
- 여성건강과 관련된 기능성 보건식품의 매출 비중은 증가세를 보임
- 인지개선에 효과와 관련된 기억력 개선 보건식품의 매출 비중은 11위를 차지하고 있으며, 최근 5년간 소폭의 감소세를 나타냄

표 1.5 보건식품 기능별 매출액 비중 추이

(단위: %)

순위	기능	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
1	뼈 및 관절	25.8	25.1	24.7	24.5	24.9
2	면역체계	22.7	23.2	22.7	22.9	23.1
3	건강전반	12.9	13.4	13.7	13.0	12.4
4	여성건강	8.3	8.6	8.8	9.1	9.4
5	감정조절	6.1	6.2	6.2	6.1	5.8
6	심장건강	6.5	6.1	5.7	5.8	5.8
7	미용기능	5.1	4.7	4.7	4.7	4.8
8	소화기능	4.6	4.5	4.4	4.5	4.5
9	기타	2.7	3.2	3.8	4.4	4.4
10	활력	3.0	2.8	3.0	2.9	2.9
11	기억력개선	2.3	2.3	2.2	2.1	2.0
총합		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

□ 경쟁동향

- 2017년 중국의 5대 보건식품 브랜드는 Perfect, By-Health, Nutrilite, Dong-E E-Jiao, Guozhen이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 7.3%, 7.2%, 6.3%, 5.7%, 4.4%임
 - 식이보충제 시장에서는 암웨이 뉴트리라이트(Amway Nutrilite), 화이자제약(Pfizer), 완메이중국(Perfect China), 인피니투스 등의 해외 브랜드 인지도가 높음
 - 직접 판매 분야 선두기업인 암웨이 뉴트리라이트는 중국에 1998년에 진출하였으며, 주요 제품군으로는 비타민제, 운동영양품, 다이어트 제품 등이 있음
 - 완메이 중국은 1994년에 진출하여 직접 판매 분야 주요 업체로 자리매김하였으며, 주요 제품군으로는 알로에 등 식물 추출물 보충제, 와인, 건강식품 등이 있음
 - 브랜드 점유율 2위를 차지한 By-Health社는 로컬 브랜드로서 특히 중국 남서부 지역에서 약국, 온라인, 직접판매망 등 다양한 채널을 통해 높은 시장 점유율을 유지
 - Guangzhou By-Health社는 미국 건강보조식품 업체인 NBTY社와 합병해 Nature's Bounty 및 MET-Rx 제품을 By-Health社의 유통망을 통해 중국에서 판매 중임
- * 새로 합병된 기업의 지분은 By-Health社와 NBTY社가 각각 60%, 40% 보유

표 1.6 중국 보건식품 시장 브랜드별 점유율(2017년)

(단위: %)

순위	회사명칭	주요브랜드	점유율
1	Perfect (China) Co Ltd	Perfect (Perfect Resources (M) Sdn Bhd)	7.3
2	By-health Co Ltd	By-Health	7.2
3	Amway (China) Co Ltd	Nutrilite (Amway Corp)	6.3
4	Dong-E-E-Jiao Co Ltd	Dong-E E-Jiao	5.7
5	New Era Health Industry (Group) Co Ltd	Guozhen	4.4
6	Wyeth Pharmaceutical Co Ltd	Caltrate (Pfizer Inc)	3.1

7	Infinitus (China) Co Ltd	Infinitus	2.8
8	Tianjin Tianshi Biological Development Co Ltd	Tiens (Tiens Group Co Ltd)	1.7
9	Pro-Health (China) Co Ltd	Pro-health	1.4
10	Swisse Wellness Pty Ltd	Swisse (Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd)	1.4

자료: Euromonitor International

표 1.7 해외 주요 브랜드의 중국시장 진출 현황

업체명	진출시기	진출방식	유통채널	제품군	발전현황
Amway Nutrilite	1998년	Nutrilite 브랜드 출시(Amway중국)	직접 판매 ¹⁰⁾ , 온라인 판매	비타민제, 운동영양품, 다이어트제품	직접 판매분야 선두기업
Perfect China	1994년	2006년부터 보건식품, 화장품, 청결용품 다이렉트 개시	직접 판매, 점포 판매, 온라인 판매	알로에 등 식물 추출물 보충제, 와인, 건강식품	직접 판매분야 주요업체
GNC	2011년	자회사 GNC(무역) 유한 회사 설립	슈퍼, 약국 및 점포 판매, 온라인 판매	비타민, 운동영양품, 다이어트제품	신규 진출, 발전단계
NBTY	2006년	자회사 NBTY(중국)무역 유한회사 설립	온라인 판매	비타민, 미네랄, 초본(草本)제품, 특수보충제	발전단계

자료: 중국의약보건품수출입상회

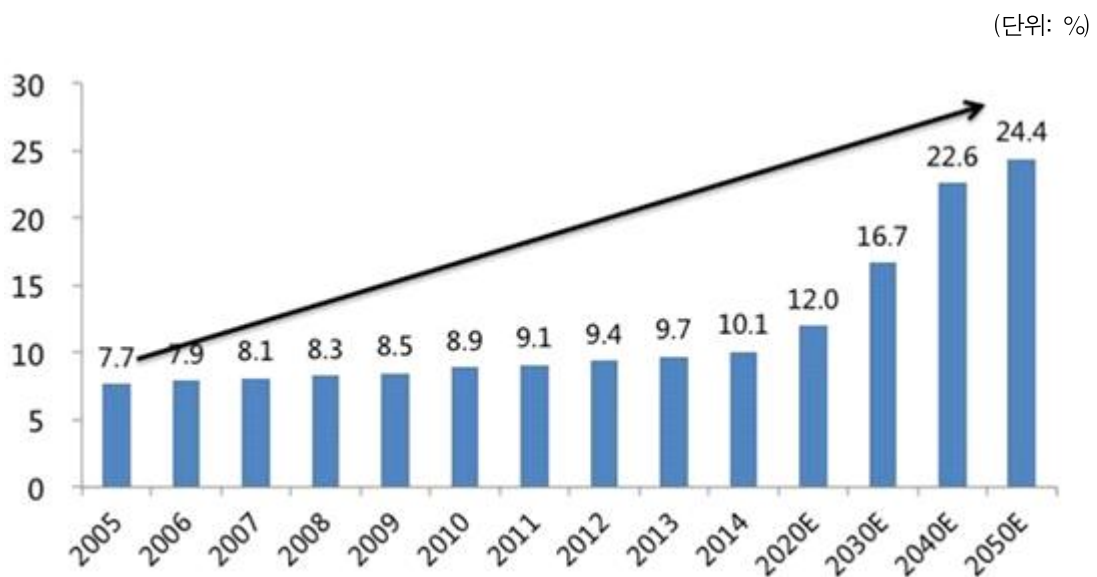
10) direct selling, 제조업자가 총판·도매상 등의 중간 유통망을 거치지 않고 소매업자나 소비자에게 직접 판매하는 방식(출처: 한경 경제용어 사전)

2) 치매 관련 시장 동향

□ 인구의 고령화 추이 및 전망

- 중국은 2001년에 65세 이상 노인 인구가 전체 인구의 7%를 상회하며 고령화 사회로 진입
 - 유엔은 고령화 사회의 기준을 65세 이상 노인 인구가 전체 인구의 7% 이상이면 고령화 사회, 14% 이상은 고령사회, 20% 이상은 초고령 사회로 분류
- 2005년 65세 이상 노인 인구가 1억 명을 돌파하였으며, 65세 이상 노인 인구의 비중이 7.7%를 기록
- 2014년 65세 이상의 노인 인구는 1억 4,000만 명으로, 10.1%의 비중을 기록하며 고령화 가속화
- 현 추세를 고려할 때 2050년 중국의 65세 이상 노인 인구는 24.4%에 달하여 초고령 사회로 진입할 것으로 예상됨

표 1.8 65세 이상 노인 인구 비중 추이(2005-2050E)



자료: 중상정보왕(中商情報网)

□ 치매 관련 보건식품의 수요 증가 전망

- 기능장애 및 만성질환을 앓는 고령인구의 급속한 증가에 따라 보건식품, 의약품, 재활보조기구, 의료기기, 간병용품 등의 수요가 증가
- 노인 만성질환 유병률은 고혈압(331.1%), 당뇨병(79.3%), 뇌혈관 질환(33.4%) 순
 - 2030년 뇌혈관 질환 관련 만성병 환자 수는 2015년 대비 약 1.7배 증가하여 1,400만 명에 이를 것으로 추정됨
 - 국제 노인성 치매 협회 및 베이징 노인성 치매 방지 협회 관계자는 해당 질환에 대한 돌봄 및 교육 서비스와 가정 및 양로시설의 전문성이 떨어짐을 언급함
- 노인성 뇌혈관 질환을 앓는 만성질환 환자 수의 급증으로 뇌혈관 관련 보건식품의 시장이 확대될 것으로 예상됨

표 1.9 중국 노인 만성질환 환자 수 추정

(단위: %, 만 명)

No	병명	유병률 ¹¹⁾	2015년	2020년	2025년	2030년
1	고혈압	331.1	4358.1	5028.6	6073.8	7316.1
2	당뇨병	79.3	813.3	938.4	1133.4	1365.3
3	뇌혈관	33.4	850.9	981.8	1185.8	1428.4
4	빈혈성심장병	27.8	674.1	777.8	939.4	1131.6
5	만성폐질환	24.5	755.8	872.1	1053.4	1268.8

자료: 중국 위생서비스 조사연구(2008, 2013년), 중국노령산업발전보고

□ 인지개선 보조제¹²⁾ 시장 분류 및 규모

- 유로모니터 자료에 따라 보건식품 시장은 세부적으로 식물성 전통 식이 보충제 (Herbal/Traditional Dietary supplement)와 비식물성 전통 식이보충제 (Non-Herbal/Traditional Dietary supplement) 시장으로 분류됨
 - 손바닥 선인장을 원료로 만든 인지개선 보조제는 식물성 전통 식이 보충제 시장으로 분류

11) 유병률은 도시와 농촌의 60세 이상 노인인구의 유병률을 나타냄. 조사 대상인구 중 60세 이상 노인 인구 가구수는 40,801가구, 노년인구수는 61,057명이며, 유병률 수치는 2013년 중국 위생서비스 조사연구 자료에서 인용함

12) 본 보고서에서는 유로모니터의 보건식품 시장의 세부 카테고리 중 Herbal/Traditional Dietary Supplements(식물성 전통 식이 보충제)의 시장규모로 인지개선 보조제 시장 규모를 집계함

표 1.10 중국 보건식품 세부 카테고리별 규모(2017년)

(단위: 백만 위안)

No	산업분류 카테고리	영문	규모
1	보건식품 시장	Dietary Supplements	89,387
2	- 식물성 전통 식이 보충제	Herbal/Traditional Dietary Supplements	31,214
3	- 비 식물성 전통 식이 보충제	Non-Herbal/Traditional Dietary Supplements	58,173

자료: Euromonitor International

- 중국의 인지개선 보조제 시장 규모는 2017년 기준 약 312억 위안이며, 2013-2017년 약 13%의 연평균 증가율을 기록. 향후 5년간(2018~2022년) 연평균 증가율은 약 10%를 기록할 것으로 예상되어, 2022년 시장 규모는 약 497억 위안에 달할 것으로 전망됨

표 1.11 중국 인지개선 보조제 시장 규모(2013-2017년)

(단위: 백만 위안, %)



자료: Euromonitor International

표 1.12 중국 인지개선 보조제 시장 전망(2018-2022년(f))

(단위: 백만 위안, %)



자료: Euromonitor International

□ 중국의 인지개선 보조제 브랜드 시장 점유율

- 유로모니터에 따르면, 2017년 중국의 인지개선 보조제 시장 5대 브랜드는 Guozhen, By-Health, Nutrilite, Pharmanex, Infinitus이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 11.3%, 3.4%, 2.1%, 1.2%, 1.1%임
- 중국의 대표적인 직접판매 기업인 암웨이 뉴트리라이트 은행추출물 기억력 개선 제품의 시장 점유율은 최근 감소세를 보임
 - '13년 22.1% → '14년 13.5% → '15년 16.7% → '16년 16.7% → '17년 15.0%

표 1.13 중국 인지개선 보조제 브랜드별 점유율(2017년)

(단위: %)

순위	회사명칭	주요브랜드	점유율
1	New Era Health Industry (Group) Co Ltd	Guozhen (New Era Health Industry (Group) Co Ltd)	11.3
2	By-health Co Ltd	By-Health	3.4
3	Amway (China) Co Ltd	Nutrilite (Amway Corp)	2.1
4	Nu Skin (China) Daily-Use & Health Products Co Ltd	Pharmanex (Nu Skin Enterprises Inc)	1.2
5	Infinitus (China) Co Ltd	Infinitus	1.1
6	Tianjin Tianshi Biological Development Co Ltd	Tiens (Tiens Group Co Ltd)	1.1
7	Swisse Wellness Pty Ltd	Swisse (Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd)	1.0
8	General Nutrition Centers Inc	GNC (General Nutrition Centers Inc)	0.9
9	Pro-Health (China) Co Ltd	Pro-health	0.8
10	Herbalife (China) Health Products Ltd	Herbalife Nutrition (Herbalife Ltd)	0.7

자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

□ 인지개선 기능 보건식품 통계 기준 설정

- 손바닥 선인장 원료로 만든 인지개선 기능을 가진 보건식품의 글로벌 및 중국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS Code를 통계 기준으로 설정하고자 했으나, 인지개선 기능 보건식품에 특화된 HS Code가 부재하여 HS Code에 따른 수출입 통계분석이 불가능한 것으로 판단됨
 - 수출입 통관을 목적으로 인지개선 기능 보건식품을 분류하는 한국과 중국의 HS Code 모두 인지개선 기능 보건식품뿐만 아니라 여러 다양한 품목을 포괄하고 있음
 - 한국의 HS Code인 2106.90.9099의 경우, 2106호(따로 분류되지 않은 조제식료품) 중에서도 별도로 나열하지 않은 기타물품이 해당하는 세번으로서, 관세율표상 어디에도 분류되지 않은 각종의 조제식료품들이 모두 포함됨(예를 들어, 따로 분류되지 않은 각종 식이보조제와 따로 분류되지 않은 각종 조제된 식물성 식품 등)
 - 따라서 중국 및 한국의 해당 코드로 수출입 통계를 확인할 경우, 제품에 해당하는 정확한 시장 규모를 파악할 수 없을 것이라 판단하여 수출입 통계 분석은 본 조사에서 제외함

표 1.14 인지개선 기능 보건식품의 HS Code 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문/중문)
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	Food preparations not elsewhere specified or included.
	2106.90	기타	Other
	2106.90.9099	기타	Other
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	其他稅号未列名的食品：
	2106.9	기타	- 其他：
	2106.90.90.90	기타	—— 其他

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 중국관세청(customs.gov.cn)



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 수입규제 및 인증 완화

2. 제품 트렌드

- ❖ 보건식품 전문 온라인 쇼핑몰에서는 다양한 연령대를 타겟팅한 인지개선 보건식품을 판매 중
- ❖ 포스파티딜세린 성분을 함유한 인지개선 보조제 제품 출시

3. 소비 트렌드

- ❖ 인지개선 보조제 중국 유통채널 담당자 인터뷰
- ❖ 인지개선 보조제 중국 현지조사원 의견

1. 정책 이슈

□ 수입규제 및 인증 완화

- 중국으로 보건식품을 수출하고자 하는 기업은 국가 시장감독관리총국 국가약품감독관리국(SAMA 내 NMPA)으로부터 등록 허가 취득이 필요함
 - 2016년 7월 1일부터 CFDA인증제를 허가제 대상(注册)과 등록제 대상(备案) 등 2가지로 구분하며 규제가 완화됨
 - 등록제의 경우 기존 허가제에 비해 비교적 간소
 - 심사평가 관련 신규 규정¹³⁾이 연이어 발표되면서 인증절차, 심사평가 방법, 기술적인 요구사항 등이 크게 변화됨
 - ※ 비타민·미네랄 등 영양소 보충용 보건식품은 등록제, 기타 보건식품은 허가제로 관리
 - 2017년 5월부터 ‘보건식품 등록 업무지침’이 시행되었으며, 등록제 해당 제품의 등록기간이 과거 2~3년에서 1년으로 단축

▶ 보건식품 등록 업무지침(CFDA [2017] 37호)
• 업무 지침에는 △등록제 적용 범위 △등록주체 △등록절차 △등록서류 양식요구 △등록 구비서류 항목 △등록변경 △등록 신청표(양식) △기술요구(양식) △등록 검사 신청표(양식) △기능성분 및 안전성 검사보고서(양식) 등이 포함됨

- 한편 허가제가 적용되는 보건식품은 연구개발 및 생산공정에 대한 요구가 더욱 엄격해졌으며, 그로 인해 인증 난이도가 상승

13) 보건식품 심사평가 관련 ‘보건식품 인증 심사기준 업무세칙’(CFDA [2016] 139호), ‘보건식품 인증 신청서비스지침’(CFDA [2016] 167호), ‘보건식품 등록관리 유관사항 공고’(CFDA [2017] 16호), 보건식품 등록 업무지침(CFDA [2017] 37호) 등 규정 발표






2. 제품 트렌드

□ 보건식품 전문 온라인 쇼핑몰에서는 다양한 연령대를 타겟팅한 인지기능 개선 보건식품을 판매 중

- 후이토우상청(回头鱼商城, www.huitouyu.com)은 중국 최대의 프리미엄 보건식품 전문 온라인 쇼핑몰임
 - 2011년에 설립되어 북미, 호주 및 유럽 각국의 수입제품을 취급하고 있음. 회원수는 2012년 이미 10만명을 넘었으며, 하루 주문량은 2,000여건에 달함. 매출액은 연평균 300%이상 성장 중이며, 고객의 회전율은 80%임
- 인지기능 개선 보건식품을 아동청소년, 성인, 노년층에 맞게 연령별로 분류하여 관련 제품을 소개하고 있음
 - 아동청소년은 DHA성분의 제품이, 성인 및 노년층은 은행추출물과 대두레시틴 성분의 제품이 주를 이룸

표 2.1 연령대별 인지기능 개선 보건식품 순위

구분	순위	1위	2위	3위	4위	5위
① 아동 및 청소년	제품 사진					
	원산지	미국	미국	호주	호주	미국
	제품명	Childlife Pure DHA 250mg×90 Soft Gel Caps	GNC Triple Strength DHA 90 Softgels	Bio Island DHA 60 Softgel Capsules	Bio Island Cod Liver + Fish Oil 90 Softgel	Lifes DHA Great For Kids 90 Vegetarian Softgels
	가격	89위안	188위안	106위안	129위안	149위안
② 성인	제품 사진					
	원산지	호주	미국	미국	독일	중국
	제품명	Spring Leaf Ginkgo Biloba	Puritans Pride Ginkgo Biloba	GNC Ginkgo Biloba 60mg×300	Doppelherz Aktiv Ginkgo+B-Vit	Walnut Micromolecular

		(2000mg) 120 Tablets	120mg×200 Capsules	Capsules	amine+Cholin 40 Kapseln	Peptide/Solid drink
	가격	179위안	128위안	179위안	79위안	780위안
③ 노 년 층	제 품 사 진					
	원산지	호주	미국	캐나다	호주	미국
	제 품 명	Swisse Lecithin 1200mg×150 Capsules	Source Naturals Lecithin 1200mg×200 Softgels	Health Balance Lecithin 1200mg×400 Softgels	Careline Lecithin 200 Capsules	GNC Triple Lecithin 1200mg×180 Softgels
	가격	138위안	198위안	179위안	198위안	149위안

자료: 후이투우상청(回头鱼商城, www.huitouyu.com)

□ 포스파티딜세린 성분을 함유한 인지기능 개선 보건의식품 출시

- 포스파티딜세린은 대두에서 추출한 성분으로 DHA¹⁴⁾ 성분에 이어 신홍 ‘지능영양소’로 불리움. 중국에서는 2010년 국가 신자원 식품 명부에 포함됨
- 미국이나 일본에서는 이미 오래전부터 기억력 감퇴 예방과 치매개선에 효능이 있는 안전한 성분으로 알려짐
 - 포스파티딜세린은 인지질로서 세포막을 구성하는 중요 성분이며 뇌의 신경세포막에 많이 포함됨. 이 성분은 나이가 들어감에 따라 체내에서 충분히 합성되지 않기 때문에 체내의 포스파티딜세린을 유지하기 위해서는 외부공급이 필요함
- 중국의 산둥 바이안루이 생물 약업 유한공사(山东佰安瑞生物药业有限公司)는 중국 내에서 최초로 포스파티딜세린 성분의 약품 제조를 허가받은 기업
 - 동일한 포스파티딜세린 성분을 함유한 인지개선 보조제를 학생용, 중년층, 노년층을 대상으로 출시 중

표 2.2 Baianrui Biological에서 판매 중인 인지개선 보조제 제품라인

제품명	佰安瑞生物 菽氏 璠力源(Baianrui Biological Shushi Naoliyuan)		
사진			
	학생용	중년층	노년층
특징	포스파티딜세린 성분을 함유한 제품		

자료: 佰安瑞生物(Baianrui Biological) 홈페이지

- 또한, 최근 출시된 ‘즈리100 포스파티딜세린 젤리(智励100 磷脂酰丝氨酸软胶糖果)’ 제품은 학부모들 사이에서 큰 인기를 누리고 있음
 - 해당 제품 한 알갱이에 100mg의 포스파티딜세린을 함유하고 있으며, 30mg의 DHA도 포함하고 있음. 두 가지 성분은 상호 흡수를 촉진하는 것으로 알려짐

14) 뇌에서 정보를 전달할 때 세포간 신경 물질이 옆 세포의 세포 막에 묻어 있는 수용체에 잘 결합을 해야 전달 능력이 커지는데 DHA가 바로 세포막의 유동성을 증가시켜 주는 물질임. DHA가 많을수록 두뇌 개발이 잘 된다고 볼 수는 있지만 과연 인간의 두뇌에 얼마만큼의 양이 적정량인지는 아직 밝혀지지 않았음.

3. 소비 트렌드

❖ 인지기능 개선 보조식품 중국 유통채널 담당자 인터뷰

<p>유통담당자 2명¹⁵⁾의 인터뷰를 종합하여 작성</p> <p>■ 소비 트렌드</p> <p>Q: 인지기능 개선 관련 보조식품을 구매하는 주 소비층은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기억력 관련 제품은 보통 학생, 아이들 혹은 임산부가 자주 구매 - 기억력, 주의력과 관련된 인지기능 개선 보조식품은 보통 청소년이나 자녀들에게 주려는 학부모들이 많이 구매하는 편임 <p>Q: 가장 인기있는 인지기능 개선 관련 보조식품은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일반 보조식품은 면역력에 좋은 제품들이 판매가 높은 편. 인지기능 개선 관련 보조식품은 물고기 기름이나 해초류 기름 등 DHA 성분을 함유한 제품의 인기가 많음 <p>Q: 하루 매출은 어느 정도인지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 통상 보조식품은 필요 시 구매하는 품목으로 한 번에 구매하는 수량은 많지 않음. 일 매출을 정확히 파악하기 힘든 상품군 - DHA 성분 함유 제품의 경우 대입시험에 가까운 시점의 판매량이 높음. 대입시험 기간이 임박하면 제품이 매진이 될 정도로 인기가 높은 편 <p>Q: 소비자가 선호하는 의약품 및 건강기능제품 형태는?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 루안지아오낭(软胶囊)이라는 소프트 캡슐 안에 액체나 가루 등이 들어있는 형태임. 보통 대부분의 보조식품의 제품 형태가 소프트 캡슐 형태 <p>Q: 소비자가 한달에 인지기능 개선 관련 보조식품을 구매하는 데 소비하는 비용은 얼마인지?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 필요에 의해서 구매하기에 정해진 기준은 없는 듯함
--

자료: 중국 현지조사원 인터뷰 내용, 2018.12.

15) 동인당, 111 의약관 등 유통채널의 담당자 2명

❖ 인지기능 개선 보건식품 중국 현지조사원 의견

현지조사원 의견
<ul style="list-style-type: none"> - 베이징에서 기억력 개선 보건식품은 크게 두가지로 나눌 수 있음. 학부모와 학생들을 대상으로 하는 DHA성분을 함유한 제품과 노인층을 대상으로한 노년 치매 관련 제품임 - 베이징 현지의 오프라인 매장에서 판매하고 있는 기억력 관련 보건식품은 DHA성분을 함유한 제품이 대다수로, 학부모와 청소년들을 타겟팅하여 학습 보조 보건식품으로 집중 홍보함. 한편, 노인 치매 관련 보건식품은 대부분 수입산이며 온라인 쇼핑몰에서 다양한 종류의 제품이 판매되고 있음 - 현지인 인터뷰 및 주변 중국 지인들에게 의견을 구한 결과, 한국산 보건식품을 사용해본 적이 없는 이유는 접할 기회가 없어서임. 특히 중년 이상의 소비자의 경우, 제품 구매 시 약국 등의 오프라인 매장을 이용하거나 TV광고를 많이 참고하는 편인데, 한국 제품은 약국에 입점해 있지 않고, TV광고에도 노출이 되지 않아 한국산 제품을 접할 기회가 없는 것으로 파악됨 - 중국인들은 보통 본인보다는 선물용으로 제품을 구매하며, 현지 인터뷰 결과로도 보건식품은 중년층 이상에서 선물용으로 구매하는 경향이 파악됨 - 몇 년 전 나오바이진(腦白金)이라는 제품이 크게 유행한 바 있는데, 당시 TV광고로 '새해 선물은 나오바이진(腦白金)이 아니면 받지 않는다'라는 뜻의 홍보 문구로 크게 성공한 사례가 있음 - 치매 예방 제품의 주 소비층이 중년층 이상임을 고려할 때, 제품 디자인에 이러한 타겟소비층의 특성이 반영되어야 할 것으로 보이며, 고령의 소비자가 쉽게 접할 수 있는 TV매체 혹은 약국 등의 광고가 효과적일 것으로 판단됨 - 포스파티딜세린 성분을 함유한 제품의 경우, 온라인 쇼핑몰을 통해 판매 중인 제품을 확인할 수 있었는데, 대부분이 우울증 개선 관련 제품이었으며, 포스파티딜세린 성분을 기억력 개선 효과와 연관지어 광고하는 제품은 많지 않았음

자료: 중국 현지조사원, 2018.12.



Ⅲ. 통관 및 제도

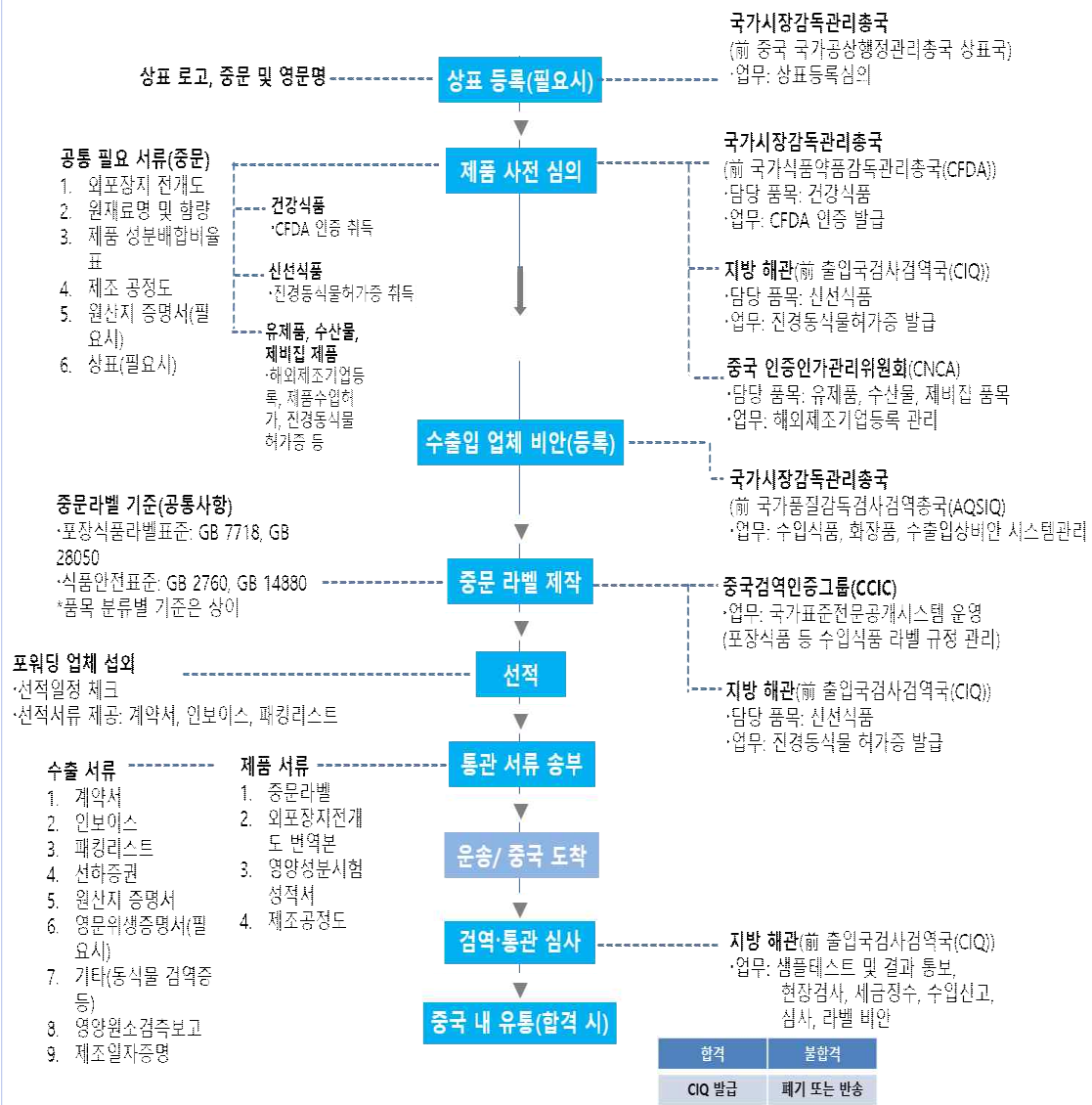
1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ 중국 인지기능 개선 보건식품 통관 및 검역 프로세스

수입 통관 시 필요한 서류는 서명된 상업송장(Signed Invoice), 포장명세서 (Packing list), 선하증권 또는 항공화물운송장 (Bill of Lading or Delivery Order/Airway Bill), 운송보험서류, 소포명세서(우편운송의 경우), 화물수취증(육상운송의 경우), 일부 해당물품의 경우 관련 수입 라이선스(동식물 수입허가증, 약품 수입허가증 등) 및 기타 세관이 필요 시 요구하는 서류 등임

표 3.1 중국 통관 및 검역 절차도



자료: 농식품수출정보(www.kati.net)

관세 및 세금 개요

❖ 중국 HS-CODE 2106.90.9090의 관세율¹⁶⁾

HS CODE	품명	관세율
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-
2106.90.9090	기타	- MFN 세율 12% - 한-중 FTA 세율 18.7% - 아-태 협정세율 18.4% - 증치세 16%

❖ 중국 FTA 정보

2015년 12월 20일 한-중 FTA가 발효. FTA협정품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우, FTA원산지 증명서를 신청 및 발급하여 협정 관세율 적용이 가능함

- 단, 제2101.30.0000호 인지기능 개선 보건의약품의 경우 MFN(최혜국 대우)세율이 한-중 FTA 세율 보다 낮음으로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음

❖ 중국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 중국의 경우 해당 품목의 HS CODE 및 관세율은 '중국 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

¹⁶⁾ 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 중국관세청(www.customs.gov.cn)

1. 통관 및 검역

1) 보건식품 수출절차

□ 보건식품 정의

- 특정 보건 기능이 있다고 표명하거나 비타민, 광물질 등의 보충을 목적으로 하는 식품. 질병 치료를 목적으로 하지 않으며 인체에 어떤 급성 또는 만성 위해를 가하지 않는 식품을 말함
- 한국 식품의약품안전처에서는 보건식품의 기능별 분류표에서 기억력 개선과 인지 능력 개선을 따로 분류하고 있음
 - 중국의 CFDA에서는 기억력 개선 보조로 같이 분류

표 3.2 인지개선 보조제 한중 보건식품 세부 분류 비교

기능서(한국)	기능서(중국)
기억력 개선	기억력 개선 보조
인지 능력 개선	

자료: 한국 식품의약품안전처 및 중국 CFDA 관련 자료에 근거하여 작성

표 3.3 보건식품 분류

보 건 식 품	영양 보충제	비타민, 광물질 보충제이고 '보건식품 원료 목록(1)保健食品原料目录--부록 1참조-에 따라 정해진 원료 및 일 섭취량이 있는 제품
	특정 보건 기능 식품(27개 유형)	면역력 증강 기능, 수면 개선 기능, 체력 피로 해소 기능, 산소 부족 내구력 향상, 방사선 위해에 대한 보조·보호 기능, 간 기능 보호 (기능 검증 시험 진행 시 동물 시험만 진행)
		시력 피로 완화 기능, 여드름 제거 기능, 기미 제거 기능, 피부 수분 개선 기능, 피부 유분 개선 기능(기능 검증 시험 진행 시 인체 시험만 진행) 혈중 지질 강하 보조 기능, 혈당 강하 보조 기능, 항산화 기능, 기억력 개선 보조 기능 , 납 배출 촉진 기능, 목을 상쾌하게 하는 기능, 혈압 강하 보조 기능 등

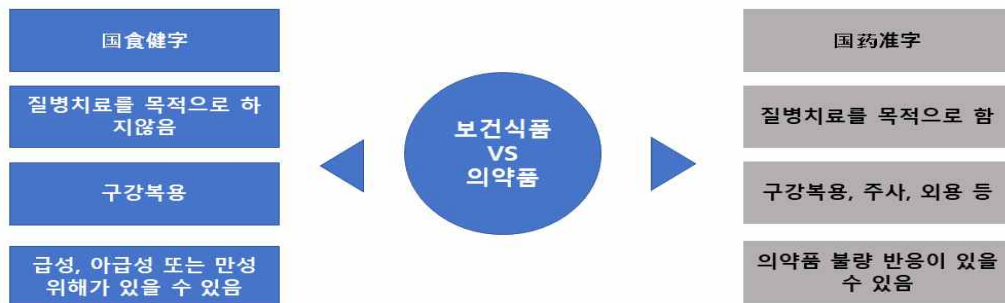
□ 보건식품 비교

- 일반 식품은 제품이 일반식품 형태를 갖추었고, 원료는 '약품이면서도 식품인 품목 리스트'에 포함된 원료, 등록된 신식품 원료 또는 기타 일반 식품 원료를 사용. 어떤 치료 또는 보건 기능도 광고하지 않는 것을 말함
 - 신식품 원료란 중국에 식용 습관이 없거나 개별 지역에만 식용 습관이 있는 식품 원료 중 중국 위생부의 안전성 평가를 거쳐 일반식품 원료로 인정받는 것(예: 5년 및 5년근 이하의 인삼)을 뜻함
 - SAMR(국가시장감독관리총국, 前 CFDA) 사전 비준이 필요하지 않음
- 보건 식품은 통관 전 SAMR 등록 혹은 비안 허가를 사전에 취득해야 함
- 보건식품은 질병치료를 목적으로 하지 않으며 구강으로 복용
 - 의약품은 질병치료를 목적으로 하며 구강복용 위에 주사, 외용 등의 방법으로 사용

표 3.4 보건식품과 일반식품 비교

보건식품	일반식품
통관 전 SAMR(국가시장감독관리총국)(前 CFDA) 등록(注册) 혹은 비안(備案) 허가 사전 취득 필요	SAMR(국가시장감독관리총국)(前 CFDA) 사전 비준 필요 없음
특정한 보건 기능 강조	특정 기능 강조할 수 없음
특정한 대상에 적용	모든 사람에게 적용
정해진 섭취량(일)	일반적으로 정해진 섭취량(일) 없음

표 3.5 보건식품¹⁷⁾과 의약품 비교



자료: 경제부 통계처(2017.10)

17) 국외의 보건식품이 중국 시장에 진출하려면 '国食健字'라는 일련번호가 있어야만 중국 내에서 판매 가능. 실제로 온라인 쇼핑몰인 징둥상청에서 판매중인 기억력개선 보건식품을 보건식품(食健字), 비보건식품(非食健字)으로 분류하고 있음

□ 수출(생산)업체 등록

- 질검총국 (2012년 55호 공고) 수입식품수출입상비안 관리규정(进口食品进出口商备案管理规定) 법률에 근거하여, 중국으로 식품 수출을 하고자 하는 수출업체와 생산자, 중국에서 수입을 하고자 하는 수입자는 중국 국가시장감독관리총국(前 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)) 시스템에 관련 정보를 등록해야 함
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행하여 등록하여도 무방함
- 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统)에 등록 신청을 해야 함. 또한, 영업허가 범위에 '식품수입', 유통범위에 '식품'이 있는 기업에 한해 수입업체 등록 서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 지방해관(前 CIQ18)에 제출해야 함

표 3.6 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 주소 및 기재내용

구분	설명
홈페이지 이름 및 주소	수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), http://ire.eciq.cn
수출(생산)업체 기재내용	기업영문명, 영문주소, 연락처, 담당자명, E-MAIL 주소 등

그림 3.1 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템 홈페이지 그림



자료: <http://ire.eciq.cn>

18) 出入境檢驗檢疫局, 출입검검검역국

□ 수출 전 준비서류

- 한국에서 생산된 식품을 중국으로 수출하여 유통을 하고자 하는 경우 중국의 ‘수출입 식품 안전관리방법’ 및 ‘수입식품 경외생산기업 등록관리규정’을 반드시 준수해야 함. 또한 중국 내 각 지역을 관할하는 성별 출입경 검사 검역국 식품안전 감독처의 검사과정을 따라야 정상적인 수출입 업무가 이루어질 수 있음
 - 현재 중국은 어느 때보다 식품위생을 강조하는 시기이므로, 식품별 관련 규정 및 검사과정에 필요한 서류, 증거물 및 상품수출 계약서를 꼼꼼하게 확인해야 하며 식품제조에 있어 중국 식품안전법에 위배되는 식재료 사용 등의 위반행위를 하지 않아야 함
- 중국으로 식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비해야 함

표 3.7 對중국 식품 수출기업 기본 선적서류 목록 및 발급처

선적서류 준비 항목	발급처	비고
- 패킹리스트 - 인보이스 - 계약서 - B/L 발급	-B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통해 수취가능하며, 기타 서류는 수출업체가 직접 작성	중국 세관 및 지방해관(前CIQ) 제출용
- 원산지 증명서 발급	-대한상공회의소: 일반/특혜(FTA) 원산지 증명서 -관세청: 특혜(FTA) 원산지 증명서	
- 지방해관 수출자 등록	-등록시스템에서 수출자 등록	지방해관 제출용
- 영문 위생증명서 발급	-농식품: 식품의약품안전처에서 발급 가능 -수산물: 국립수산물 품질관리원	
- 동/식물 검역증 발급 (일부품목)	-농림축산검역본부	
- 성분배합 비율표 - 제조공정도 - 영양성분시험성적서 - 외포장지 라벨 번역본 및 중문라벨(CCIC인증서)	-중국 식품수출 사전 준비 단계	

□ 보건식품 통관 절차

- 시험, 검역 허가 필수 식품 및 보건식품의 경우 수출 전 관련 증거 취득이 필수
 - 다음의 5단계를 거쳐 수출통관이 완료되어 중국 내 유통 및 판매가 됨

표 3.8 통관 절차도



표 3.9 통관 절차별 법적 근거 및 주의사항

단계	절차	내역	근거
1	사전검토	통관, 배합, 위생 표준, 포장	해당 제품의 GB표준, GB2760-2011 식품첨가물 사용 표준, GB14880-2011 식품영양강화제 사용표준, 비준을 받은 신식품원료공고, 각 배합원료의 표준, 신식품원료안전성심사관리방법, 식품첨가물신품종관리방법 등
2	증문 라벨 설계	증문 라벨 초안 설계	GB7718-2011 예포장식품라벨 통칙, GB28050-2011 예포장식품영양 라벨통칙, 관련 제품의 국가표준
3	첫 수출 시 생산업체 및 수출업체 중국 국가시장감독관리총국 (前AQSIQ) 시스템 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 수출 기업은 수출 전 등록해야 중국에 식품 수출 가능 • 온라인 신고 • 사이트 주소 http://ire.eciq.cn 	수출입식품안전관리방법, 수입식품수출입업체등록관리규정
4	사전 시험/허가	<ul style="list-style-type: none"> • 보건식품 수출 전 국가시장감독 	수출입식품안전관리방법,

	(일부 품목)	관리총국 등록 허가증 취득 필요	보건식품등록 및 비안관리방법
5	세관 검사 및 통관	-	중화인민공화국세관법, 수출입관세조례
6	지방해관 검사 검역	<ul style="list-style-type: none"> 해당 제품의 중국 국가 GB표준에 따라 검사검역 진행 	관련 제품의 국가표준 및 위생 표준, GB7718-2011 예포장식품라벨 통칙 GB28050-2011 예포장식품영양 라벨통칙 *합격 시 중문 라벨 등록허가 번호 발급
	지방해관 라벨 심사	라벨 심사 <ul style="list-style-type: none"> 양식 심사 '예포장 식품 라벨 통칙(預包裝食品標籤通則)'에 따라 표시 여부 적합성 심사: 표시 내용의 적합성 및 진실성에 대한 심사 	

o 사전 검토 및 중문 라벨 등록

- '식품안전법'에 근거해 중국으로 수출하는 예포장식품은 중문 라벨이 필요. 중문 라벨은 식품안전법, GB7718-2011 예포장식품라벨통칙, GB28050-2011 예포장식품영양라벨통칙, GB13432-2013 예포장특수영양식품 라벨통칙 및 중국 기타 관련 법률, 행정 법규의 규정, 식품안전국가표준의 요구에 부합해야 함. 중문 라벨이 없거나 이 조항의 규정에 부합하지 않으면 수출이 불가능

- 절차

- 1) 통관 사전 검토, 위생 표준 사전 검토 : 제품 분류, HS코드 및 FTA 관세율 확인, 해당하는 검사검역 표준 및 제품 중국 국가표준 확인 및 분석
- 2) 라벨 사전 검토(배합, 포장)
 - 성분(식품 원료와 식품첨가제) 및 함량의 중국 표준 적합 여부, 포장 표시 문구의 적합성 여부 확인
 - 제품에 신식품 원료 및 신식품 첨가물을 넣었을 경우, NHFPC(국가위생과계 학생육위원회)에 비준 신청 필요(난이도 높음, 배합 변경 권장)
- 3) 필수 서류 번역 및 정리, 중문 라벨 초안 제작(2~3주 소요, 제품당 대행비는 200~3,000위안): 일반 예포장 식품의 중문 라벨에 품명, 원산지, 성분, 생산 일자, 유통 기한, 보관 조건, 국내 판매 업체 정보 표시 필수

4) 중문 라벨 지방해관(前CIQ) 시스템 등록: 화물이 중국 항구에 도착하면 지방해관 신고 후 진행, 등록번호 발급(3~7일 소요, 제품당 대행비 200~800위안)

※ 주의

- 한국에서 요구하지 않는 일부 품목의 영양 라벨이 중국에서 요구됨(예: 김치)
- 제출한 배합표에 날인 필요, 제품 포장에 표시된 배합과 일치 필요
- 일반식품 포장에 숙취 해소, 피로 해소 등 표시 불가
- 중국 유기농 인증이 없는 경우 '유기농' 표시 불가

□ SAMR 보건식품 허가 및 등록

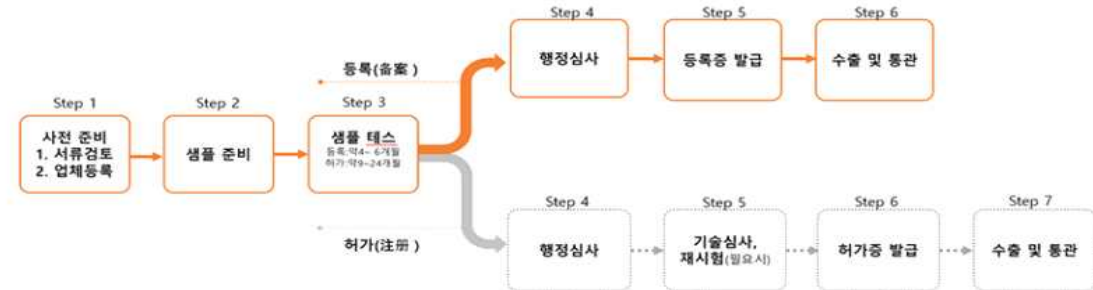
○ SAMR 보건식품 허가 및 등록은 보건식품을 중국으로 수출 시 반드시 준비해야 하는 필수적인 절차로 국가시장감독관리총국(SAMR)에서 허가한 보건식품만이 중국에서 정식 판매가 가능

○ 대상품목

구분	등록(备案)	허가(注册)
해당제품	최초 중국으로 수입되는 보건식품 중 비타민 및 미네랄 보충제	비타민 및 미네랄 보충제 외 하기 기능성을 가진 수입 보건식품 1. 면역력 증가 2. 혈중 중성지방 개선 3. 혈당 조절 도움 4. 항산화 작용 5. 기억력 개선 6. 눈 피로 완화 7. 납 배출 촉진 8. 목 건강 개선 9. 수면 장애 개선 10. 모유 분비 촉진 11. 피로 개선 12. 저산소증 내성 증가 13. 다이어트 보조 14. 골밀도 증가 15. 영양성 빈혈 개선 16. 화학적 간 손상 보호 17. 피부 건강 촉진 18. 위장기능 개선

o 신청 절차

- 허가 제품



- 등록 제품: 허가 제품 절차에서 CFDA심사단계 생략

o 제출 서류

1. 수입 보건식품 등록 신청표
2. 신청인 사업자등록증 사본
3. 보건식품의 통용명이 이미 등록허가를 받은 약품명과 중복되지 않다는 검색 자료
4. 신청인이 타인의 특허를 침해하지 않는다는 보증서
5. 상표등록증 사본(상표등록 안 했을 시, 제공 안 함)
6. 제품 연구개발 보고서
7. 제품 원료배합 및 배합 근거, 원부자재 규격 및 사용근거
8. 유효성분/기능성분, 함량 및 유효성분/기능성분의 시험방법
9. 생산공정도, 생산공정 상세 설명 및 관련 연구 자료
10. 제품표준(기업표준) 및 제작 설명, 원부자재 품질표준
11. 식품 접촉 제품의 포장재 종류, 명칭, 품질표준 및 선택 근거
12. 지정 시험소에서 제출한 시험보고서
 - 12-1. 시험 신청표 및 접수 통지서
 - 12-2. 안전성 평가 시험보고서
 - 12-3. 기능성 시험보고서
 - 12-4. 유효성분, 안정성, 위생학 시험보고서
13. 제품 라벨, 설명서 샘플
14. 제조허가증
15. 대행기관의 사업자등록증 사본 및 위임장
16. 자유판매증명서(1년이상 판매)
17. 해당 제품 생산국 혹은 국제 표준
18. 제조국에서 판매되고 있는 실제제품의 포장, 라벨, 설명서 및 중문 번역본
19. 기타 제품 심사에 유용한 자료
20. 미개봉 최소포장 완제품 2개
21. 제품 기술 요구
22. 완제품 검사 성적서

자료 : 중국검험인증그룹코리아

o 마크 예시



o 손바닥 선인장 원료 인지기능 개선 보건식품은 수출 시, 허가제(注册) 적용 대상

- 비타민류로 수출 시 등록제(备案, 중문명 비안제)가 적용되어 시간이나 비용을 절감할 수 있음. 하지만, 등록제로 수출 시에는 라벨링에 인지개선 기능의 효과가 있다는 홍보 문구를 표기할 수 없음

o 허가제(注册)와 등록제(备案)의 소요 시간 및 비용 비교

- 허가제와 비교 시, 등록제는 ‘안정성(독리학)시험’, ‘기능 검증 시험’, ‘CFDA 기술 심사, 재시험’ 절차가 생략됨
- 다만, 피로 해소·다이어트·다이어트 기능·성장 발육 개선 기능 신청 시 홍보 제시험 추가 진행 필요


표 3.10 허가제와 등록제 비교

구분	허가제		등록제	
	소요시간	소요 비용 (단위: 위안)	소요시간	소요 비용 (단위: 위안)
제품분류	3-6개월	0.2-2만	3-6개월	0.2-1만
시험 신청, 서류 및 제품 샘플 제출	9-24개월 (임상 필요 시 약 18개월 추가)	-	4-6개월	6-12만
위생학, 안정성, 기능 성분 시험		6-12만		
안전성(독리학)시험		7-12만	-	
기능 검증 시험	8-30만			
CFDA(등록/비안) 신청	12-18개월	-	1-6개월	-
CFDA 행정 심사			-	
CFDA 기술 심사, 재시험, 서류 보충				
(등록/비안) 허가증 발급			CFDA 비안 신청·행정 심사·허가증 발급 포함 1-6개월	
합계	24개월 이상 (대기 시간 제외)	21.2만 이상 (대행비 제외)	8-18개월	6.2만 이상 (대행비 제외)

2) 검역 신고 및 절차

□ 검역 신고

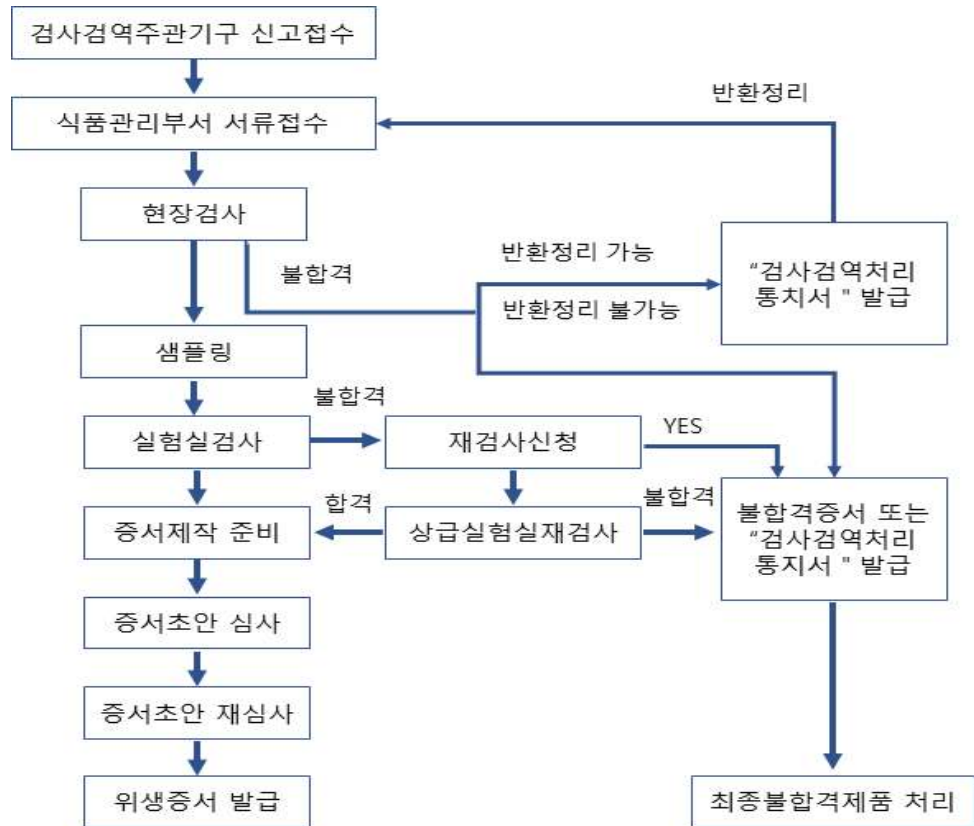
- <수출입상품검사법>의 규정에 근거하여 수출입상품 검사종류표에 규정되어 있거나 기타 법률, 행정법규에 의해 상품검사기구의 검사를 거쳐야 하는 수출입상품은 수출입통관 수속 전 검사기구에 검역을 신청
 - 중국에서 보건식품을 포함한 모든 수입식품은 통관 검역 시 식품 검사 검역 보고서를 발행받아야 함
 - 중국으로 가공식품 수출 시 식품첨가제 등 관련 제품 성분이 중국 식품 안전 국가표준에 부합해야 함. 이때, 국가시장감독관리총국(前AQSIQ)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함
- 세관 통관 완료 후 지방해관(前CIQ) 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관 방문 후 샘플링, 라벨 검역 및 실험실 검역을 진행
 - 최초 실험실 검역은 국가표준에서 정한 항목 및 부정기 리스크 검사 항목에 따라 진행되며, 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임
 - 실험실 검역이 없을 경우 라벨 검사 후 이상이 없으면 위생증 발급, 출고 및 판매가 가능함
- 수입식품 위생 허가증이 발급된 제품은 포장에 CIQ 마크를 사용할 수 있음. CIQ 마크는 수입식품이 품질 검사를 통과했음을 보증하는 마크이며, 중국 내 수입식품의 안전성을 검증한 결과라고 볼 수 있음
 - 지방해관(前CIQ)에서 위생증 발급까지 소요되는 시간은 보통 업무일 기준으로 실험실 검역이 없는 경우 약 3-4일, 실험실 검역 시 약 7-10일이 소요됨

인증명	상품 품질 및 안전성 검사	
발행기관	중국 출입경검험검역국	
제출서류	통관신고서, 선화증권, 검사검역 신고서, 검사검역 위탁서	
비용	제품 가치에 따라 다름	
소요기간	1 -1.5개월	
갱신시간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용처리 > 검험검역 진행 (미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함) > CIQ 검사증명서 발급	

자료 : 국가질량감독검험검역총국(samr.aqsiq.gov.cn)

□ 검역 절차

표 3.11 검역 절차 흐름도



3) 관세율 정보

- 손바닥 선인장을 원료로 한 인지기능 개선 보건식품은 한국 HS CODE는 2106.90.9099 호로 분류되고, 중국 HS CODE는 2106.90.90.90호에 분류되는 것이 적정함
 - 손바닥 선인장을 원료로 한 보건식품은 인지개선능력을 향상시키기 위해 손바닥 선인장으로부터 얻은 추출물을 건조 및 혼합 후 타정의 과정을 거쳐 정제형태로 만든 물품임
 - 한국의 경우 해당 보건식품을 분류하는 특계된 세 번은 존재하지 않고 기타 조제 식료품이 분류되는 제2106.90.9099호로 분류됨
 - 중국의 경우에도 특계된 세번은 존재하지 않고 기타 조제 식료품이 분류되는 제 2106.90.90.90호로 분류됨
 - 인지기능 개선 보건식품은 기본세율이 12%, 한-중 FTA 협정세율이 18.7%, 아-태 협정세율이 18.4%이므로, 2019년 현재 기준 기본세율을 적용하는 것이 유리함
 - 다만, 한-중 FTA 협정세율의 경우 2034년까지 점진적으로 특혜관세율이 균등 철폐되므로 수출자와 중국 수입자는 주기적인 관세율 현황을 검토할 필요가 있음
 - * 2027년 기준 한-중 FTA 협정세율이 11.2%로 기본세율보다 낮아짐
 - 또한, 중국의 경우 수입물품에 우리나라의 부가가치세에 해당하는 증치세(VAT)가 부과. 증치세율은 16%이며, 증치세 계산식은 다음과 같음
 - 증치세액 : (CIF 가격¹⁹) + 수입관세 + 소비세) × 증치세율 16%

표 3.12 인지기능 개선 보건식품의 HS Code 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	관세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
중국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	

19) CIF 가격이란 수출자가 작성한 인보이스 상 물품금액에 중국 목적항까지 소요된 운임과 보험료를 더한 금액을 의미

	2106.9	기타	
	2106.90.90.90	기타	<ul style="list-style-type: none"> - 기본세율 : 12% - 한-중 FTA 협정세율 : 18.7% - 아태 협정세율 : 18.4% - 증치세 : 16%

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 중국관세청(customs.gov.cn)

※ 중국 증치세(增値稅)²⁰⁾

- 한국의 부가가치세(Value Added Tax)와 유사한 개념으로 생산과 유통의 각 단계에서 생성되는 부가가치에 대해 부과되는 조세
- 상품 판매, 용역 제공, 해외로부터 상품수입 시 발생하고 모든 업종에 적용되며 전 단계 매입세액 공제방식을 취함
- 납세자는 중국 내 상품 판매, 가공(보수) 서비스를 제공하거나 상품을 수입하는 법인 또는 개인이며, 결국 최종 소비자가 최종 판매가격에 대한 세금을 부담하게 되는 구조
- 2018년 5월 1일 기준, 중국 국무원 기업투자 활성화를 목표로 증치세율 1% 인하 발표
- 수출기업은 해외로부터 물품수입의 경우 16%의 증치세가 부과된다는 사실과 최종 소비자가 부담하게 되는 최종 판매가격에 반영된다는 점을 인지해야 함

표 3.13 세부업종별 증치세율 변동내역

업종	변경 내용
제조업 - 물품판매, 물품수입(정감세율분 제외) - 가공, 수선교체용역(이하 '과세용역'이라 함)을 제공 - 교통운송, 건축, 부동산·토지사용권·무형자산 양도 - 기초통신·우편 서비스 - 양식, 식용식물유 - 수돗물, 열기, 냉기, 온수, 석탄가스, 액화석유가스, 천연가스, 메탄가스, 가정용 연탄제품 - 도서, 신문, 잡지 - 사료, 화학비료, 농약, 농기계, 농업용 비닐필름 등	17% → 16%
서비스업 - TV 방송·부가가치 증가형 통신·금융·현대 생활 서비스 등	현행유지 (6%)

자료: 국가세무총국(國家稅務總局)

20) <http://www.cncnews.co.kr> 와 <http://cnworldmoney.com>의 중국 증치세 기사를 바탕으로 작성

4) FTA 정보

□ 중국 수입자가 FTA 특혜세율을 적용받고자 하는 경우 원산지증명서 발급이 필요

- 한-중 자유무역협정이 2015년 12월 20일부로 발효되면서 FTA 협정품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능
- 다만, 선적 전/후 7일 근무일 내에 원산지 증명서를 발급하여야 하며 해당 기간 내에 발급받지 못했다면 선적일로부터 1년 이내에 발급을 신청하여 “소급 발급” 문구가 기재되어야 함

표 3.14 한-중 FTA 원산지 증명서 발급방법

구분	내용	비고
발급기관	-관세청 -대한상공회의소	한-중 FTA는 기관발급 대상임
필요서류	-수출신고필증 -인보이스 -패킹리스트 -원산지판정 증빙자료 -C/O 발급 신청서	수출기업이 인증수출자에 해당하는 경우 원산지판정증빙자료는 생략될 수 있음
기간	1일 - 3일	판정 증빙자료가 부족하거나 기타 사유로 연장될 수 있음
신청방법	전자 신청	UNIPASS 또는 상공회의소 홈페이지에서 C/O 접수 가능

□ 손바닥 선인장 원료의 인지기능 개선 보건식품 FTA 협정 정보²¹⁾

- 인지기능 개선 보건식품(제 2106.90.9090호) 제품의 경우, 한-중 FTA의 적용을 받을 수 있으나, 2018년 현재 시점 기준으로는 MFN(최혜국대우) 세율이 12%로 한-중 FTA 세율인 18.7%보다 낮으므로 MFN 세율로 수입 신고한다면 관세를 절감할 수 있음
 - FTA 세율을 적용될 경우, 양허유형 PR-822)에 해당하여 협정 2036년에도 관세율 18.4%를 적용받을 예정이므로 MFN세율을 적용하는 것이 유리함
- HS CODE 2106.90.9090 품목의 원산지 기준(Product specific rule)은 2106호의 기준

21) 참고: 아시아-태평양 무역협정(APTA)은 대한민국, 중국, 방글라데시, 인도, 라오스, 스리랑카의 다자간 무역협정으로, 협정에 명시된 원산지 기준 및 일정 요건을 충족하면 6개의 회원국을 원산지로 하는 특정 수입물품에 대하여 저 세율의 양허세율을 적용함
 22) 협정 발효일을 시작으로 기준관세율의 8퍼센트를 5단계에 걸쳐 매년 균등하게 인하, 이행 5년차 1월 1일부터 기준관세율의 92퍼센트 유지

인 「다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것」의 조건을 따름

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율 ²³⁾	FTA협정세율 ²⁴⁾
대한민국	중국	한-중국 FTA	2015년 12월 20일 발효	12%	18.7%

표 3.15 HS CODE 2101.30.0000 연도별 세율

연도	세율(%)
2015	19.6
2016	19.3
2017	19.0
2018	18.7
2019	18.4
2020	18.4
2021	18.4
2022	18.4
2023	18.4
2024	18.4
2025	18.4
2026	18.4
2027	18.4
2028	18.4
2029	18.4
2030	18.4
2031	18.4
2032	18.4
2033	18.4
2034	18.4
2035	18.4
2036	18.4

23) 기본세율: 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 중국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 최혜국관세율(MFN Rate)로 한국에서 수출하는 물품에도 적용 (한국 1995년 1월 1일 WTO가입)

24) 협정세율: FTA협정세율(FTA Preferential rate)은 MFN세율의 예외로써 FTA 체결국 간의 협상 결과에 따라 기본세율보다 낮은 세율을 우선적으로 상호 적용

5) 수입 통관 이슈

□ 2017년 7월 1월부터 해관 통관 일체화 개혁을 시행²⁵⁾

- 통관 일체화 실시 이후 수출 기업이 '선(先)통관 후(後)심사' 방식을 통해 원하는 해관에서 신고와 납세 등을 처리할 수 있음
 - 통관일체화는 통관 절차 간소화를 위해 마련한 해법으로, 지역별 해관의 집행기준이 상이해 통관이 용이한 일부 지역에 업무가 몰리는 문제를 해소하고, 기업의 수출입 통관·운송비용을 경감하기 위해 각 항구 해관의 통관 수속을 통합화·전산화시킨 제도임
- 해관통관 일체화와 함께, 중국 해관은 전국적으로 리스크통제센터(海關風險防控制中心)와 징해관리센터(稅收徵管中心)를 운영하여, 리스크통제, 세금 징수 등 중요한 업무에 대해 집중적이고 통일화되며 스마트한 관리체계를 구축
 - 기업은 어떤 도시에서 통관절차를 거치든 간에 통일된 형식과 기준을 통해 통일된 편리한 통관 서비스를 제공 받을 수 있게 됨
- 통관 일체화 제도로 수출기업들이 통관절차 간소화, 비용 절감 등 긍정적인 효과가 기대되나, 사후심사와 신용관리는 더욱 강화되는 만큼 주의가 필요
 - 통관 후 관세 심사를 위한 수입신고 서류검사와 관련하여 해관은 기업에게 관련 서류에 대해 감사를 요구할 수 있으므로, 기업은 계약서·영수증·운송증빙서류·보험증빙서류·지급증빙서류·회계장부·업무문서 등 무역과 관련된 자료의 보관에 각별히 주의해야 함
 - 특히 화물의 수출입 전에 특정상품 혹은 무역 방식에 관하여 해관이 특수하게 요구하는 자료가 있는지를 사전에 파악 필요

표 3.16 통관 일체화 제도 적용 시 변경사항

	해관 선택	통관 과정	납세 과정
기존	해관 별 신고 구역 제한으로 기업은 소재 지역 하나의 해관에서만 통관 가능	통관 전 '수입신고 서류심사' 및 '세금 납부' 진행	통관 전 해관이 기업 납부 세액을 계산하여 기업으로부터 징수
변경 후	각 해관이 중국 해관시스	통관 전 '자진세금납부', 통	통관 전 기업이 스스로 세

25) 해관총서공고 2017년 제25호(전국 해관 통관일체화 개혁 추진에 관한 공고)(海關總署公告2017年第25号 (關於推進黨國海關通關一體化改革的公告))

	템으로 전산 통합되어 어느 해관에서나 통관 가능	관 후 '수입신고 서류심사' 진행	금을 계산해 해관에 자진 납세
비고		변경 후 전체 통관 과정은 “신고 + 자진세금납부 → 현장검사 → 통관 → 수입 신고 서류심사 → 후속관리”	해관은 통관 이후 통관된 수입 물품의 세금 징수 요소에 대해 무작위적으로 심사를 진행하여 세금 납부 합법성을 검사

□ 높아진 비관세장벽

- 비관세장벽의 주요 수단으로 과거에는 직접제재나 무역 구제조치가 사용되었으나 최근에는 기술장벽, 위생 및 검역 조치, 통관절차 등으로 큰 흐름이 이동하는 추세
 - 2017년 대중국 한국산 식품 수출은 라벨 및 포장에 의한 통관거부사례가 가장 많이 발생하였으며(109건, 전체 대비 27.3%), 유통기한 초과에 의한 통관 거부사례가 그 뒤를 이음(80건, 전체 대비 20%)
 - 한국을 제외한 4개 경쟁국 가운데 일본이 전체 907건으로 2017년 가장 많은 통관 거부사례를 기록하였으며, 주로 서류로 인한 불합격이 대다수를 차지함(484건, 53.3%)

표 3.17 2017년 거부사유별 통관거부사례²⁶⁾

구분	한국	미국	홍콩	일본	독일
위생	60건(15%)	18건(3.5%)	7건(2.6%)	5건(0.5%)	8건(3.2%)
성분	78건(19.5%)	216건(42.9%)	17건(6.4%)	179건(19.7%)	60건(24.2%)
서류	62건(15.5%)	57건(11.3%)	21건(7.9%)	484건(53.3%)	91건(36.7%)
라벨 및 포장	109건(27.3%)	85건(16.9%)	159건(60.2%)	56건(6.1%)	35건(14.1%)
유통기한	80건(20%)	88건(17.4%)	12건(4.5%)	28건(3.1%)	23건(9.2%)
기타	10건(2.5%)	39건(7.7%)	48건(18.1%)	155건(17%)	31건(12.5%)
합	399건(100%)	503건(100%)	264건(100%)	907건(100%)	248건(100%)

자료: 2017년 연간 중국 농식품 통관검역 동향분석(2018)

26) 한국을 제외한 국가는 대중국 수출 상위국 순위임

□ 한국식품에 대한 라벨링 심사 강화²⁷⁾

- 중국 국가질검총국 보도 자료에 따르면 2016년부터 2018년까지 중국으로 수입되는 식품에 대하여 식품첨가물 과다 또는 과소 함유, 영양소 수치초과, 중국어 라벨링 미흡 등의 사유로 통관을 거부한 사례가 안내되었음
- 수출기업은 원활한 대 중국 식품 수출을 위하여 수출의 사전준비단계에서 중국 식품안전 국가표준을 확인하고 국가표준에서 규정한 검역항목을 확인해야 함. 동시에 중국어 라벨을 사전에 제작하여 중국 내 수입통관 단계에서 통관거부를 당하지 않도록 미리 준비해야 함²⁸⁾

27) 트레이드내비 보도자료 및 통관거부사례 자료

28) 중국 국가표준은 중국 위생부 홈페이지(<http://www.moh.gov.cn>)에서 다운로드 가능함

2. 인증정보

□ 중국의 식품 관련 인증대상은 일반식품, 보건식품, 영유아식품, 특수의학용도조제식품 등 크게 4가지로 나눌 수 있으며 각 소분류별로 인증에 필요한 내용이 상이함

○ 서류 등에 중문 표시가 미비하거나 구두점 등이 틀리면 통관이 거부되는 등의 문제가 발생하고 있어, 수출 제품이 취득 해야할 필수 인증을 파악함과 동시에, 서류를 준비함에 있어 현지 수입상 및 통관 대행업체의 자문을 구하는 등의 준비가 필요


□ 주요 가공식품 인증정보

○ 중국 유기농 제품 인증

유기인증	
인증/검사명	중국 유기농 제품 인증
인증 설명	유기 원료의 함량이 95%이상인 가공제품(물과 소금체적을 제외한)에 대해 유기인증을 취득한 후 제품 혹은 제품포장 및 라벨상에 “유기” 라는 글자를 표기할 수 있고 유기인증마크를 부착 가능함.
주관기관	중국 품질인증센터 중국 인증인가관리감독위원회 출입국검험검역기구
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 유기제품 인증 조사표 - 유기제품 생산관리 기준서 - 인증 신청서 - 유기제품 생산계획서 - 기 취득한 유기인증서 등
소요기간	최소 6개월(평균 24개월 ~ 36개월)
유효기간	1년
발급절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) 신청서류 제출 2) 서류심사

	3) 현장조사 + 제품 테스트 4) 최종평가 5) 인증서 발급 6) 유기마크 및 판매증 발급
--	--


o ISO 22000 (Food Safety Management System)²⁹⁾

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용 ³⁰⁾	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량 (Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함.(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

29) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com)

30) 한국표준협회 인증서비스본부 국제인증심사센터

o HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적인 규정을 말함	
발행/검사기관	한국식품안전관리인증원	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기관	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치 	
이점	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전성 향상 - 식품 안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격임 	

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

○ 중국 ‘포장식품 라벨통칙(预包装食品标签通则) GB 7718-2011’

- 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장식품 라벨 총칙인 GB 7718-2011의 규정을 준수해야 함. 수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함. 라벨은 반드시 중문 간체자로 기록되어야 하며, 외국어 병기도 가능하지만 중문과의 상응 관계가 있어야 함
- 제품의 라벨은 소비자를 혼동시킬 우려가 있는 단어를 금지하고 있으며, 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함
- 중국 식품 라벨링 금지사항
 - 질병 예방 또는 치료 기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
 - 건강기능식품이 아님에도 건강기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용
 - 첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용
 - 문자 또는 도안이 민족 습관을 존중하지 않고 차별하는 내용

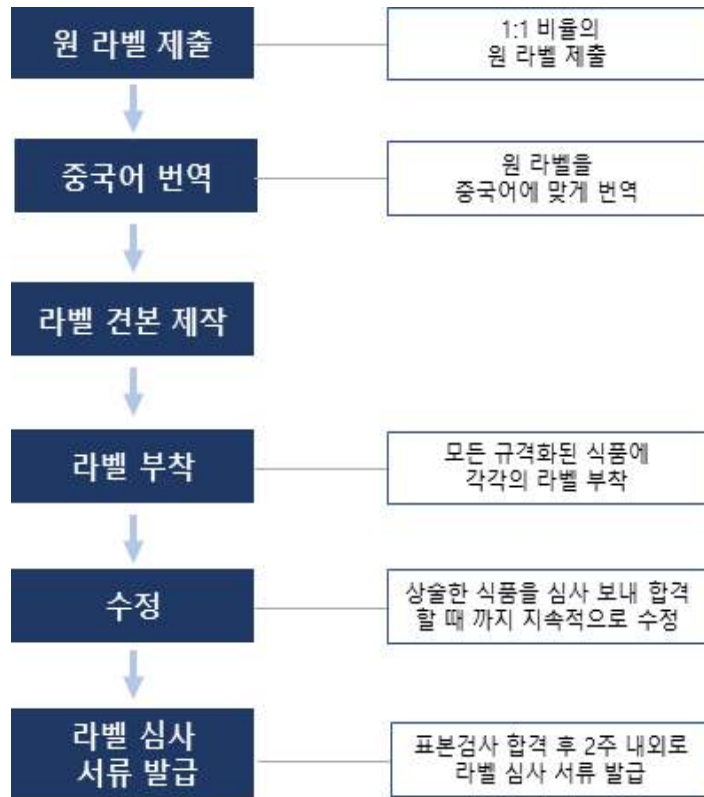
□ 라벨링 심의 제출서류

- 심의 기간: 접수기관³¹⁾(10일), 1차 심의기간(30일) 등 총 45일(공휴일 제외)
- 심의 비용: 식품 종류당 약 30위안
- 필요 서류:

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. 수인 식품라벨 심의 신청서2. 식품라벨의 설명 및 사용증명자료3. 식품라벨상의 표식내용에 대한 설명자료4. 식품생산과정, 라벨상의 수치근거(검험기구의 검험결과서, 품질분석 보고) 및 검험방법5. 안전성 여부의 평가자료6. 작용효능성분, 성과 증명자료 및 검험방법7. 생산국에서 발행한 제품의 생산, 판매허가증 및 위생허가증(혹은 문건)8. 컬러 프리트한 식품라벨 견본 8부(원문과 중문, 단, 라벨견본 제출이 힘든 경우 사진으로 제출)9. 식품견본10. 수출국의 식품라벨에 관한 규정11. 기존 라벨은 라벨심의 및 등록 증명자료 제출 |
|---|

31) 중국 식품허가 및 관리 감독기관과 관련하여 국무원 산하의 국가수출입검역국(CIQ)에서 식품 수입상 등기관리, 통관검역검사, 식품라벨심의 및 품질검사를 담당

표 3.18 수입식품 라벨 심사 절차 흐름도



□ 중국 포장식품 라벨링 필수 표기사항

표 3.19 중국 보건식품 라벨 의무 표기사항 상세

번호	항목	설명
1	제품명	- 구체적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기 - 제품의 본질을 명확히 드러내는 명칭을 기재
2	원재료명	- 식품첨가제를 비롯하여 제품에 포함된 모든 성분을 중량 기준으로 배열
3	내용량	- 공식적인 측정 단위를 사용하여 표기 - 액체일 경우 ml, 고체일 경우 g 또는 kg으로 표시
4	제조업자 및 유통업자 정보	- 수입 포장식품의 경우 원산지명과 중국에 등록된 수입자 또는 유통업자의 정보를 기재
5	제조일자 및 유통기한	- 연, 월, 일 순으로 기재 - 포장용기 위 지정된 공간에 표기 - 유통기한에 영향을 줄 수 있는 특수한 보관방법이 필요한 경우 해당 방법도 함께 기재
6	품질등급	- 제품에 해당하는 품질 등급 표시
7	방사능 처리 여부	- 전리방사선 처리를 한 원재료를 포함한 경우 'irradiated food' 문구를 제품명 근처에 표기
8	유전자 변형 여부	- 유전자 변형 제품일 경우 행정부 규제에 맞게 표기

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

□ 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 중량 - 식품첨가물 명칭 - 성분 - 영양성분 - 제조사 - 원산지 - 유통기한 	<p>The image shows three bottles of 'Tangji' DHA soft capsules. The labels are annotated with yellow boxes and blue arrows pointing to specific information:</p> <ul style="list-style-type: none"> 제품명 (Product Name): Points to the front label of the first bottle, which reads '汤臣倍健 鱼油牛磺酸软胶囊 DHA'. 중량 (Weight): Points to the bottom of the first bottle's label, which indicates '净含量: 100g'. 성분 (Ingredients): Points to the '成分' section on the back label of the second bottle. 영양성분 (Nutrition Facts): Points to the '营养成分表' table on the back label of the second bottle. 제조사 (Manufacturer): Points to the '生产厂家' information on the back label of the third bottle. 원산지 (Origin): Points to the '产地' information on the back label of the third bottle. 유통기한 (Expiration Date): Points to the '保质期' information on the back label of the second bottle. 보건식품 기능 (Health Food Function): Points to the '保健功能' section on the back label of the second bottle.

자료: 중국현지조사원, 2018.12.

4. 위생요건

□ 보건식품 위생요건 관련 법률 및 식품첨가물 규제

- 중국으로 식품을 수출하기 위해서는 중국 국가질량감독검험검역총국에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 <식품 안전국가표준(食品安全国家标准)>에 부합해야 함³²⁾
- 중국 인지기능 개선 보건식품은 ‘식품안전국가표준 보건식품(食品安全国家标准 保健食品) GB 16740-2014’를 준수해야 함

표 3.20 인지기능 개선 보건식품 관련 국가표준(법률) 목록

GB명칭	관련 위생요건
GB 16740-2014<<食品安全国家标准 保健食品(식품안전국가표준 보건식품)>>	식품첨가물

○ 검사 요구 사항

표 3.21 인지기능 개선 보건식품 검사 요구 사항

항목	요구사항	검사방법
색·광택	내용물, 컵티 또는 캡슐 껍데기(Capsule Shell)가 해당 제품 고유의 색과 광택을 갖출 것	적정 양의 샘플을 50ml 비커 또는 백색 사기 접시에 놓고 자연광 아래에서 색·광택 및 상태를 관찰. 냄새를 맡고, 따뜻한 물로 입을 행군 후 맛을 봄
맛·냄새	제품 고유의 맛과 냄새를 갖추었고, 이 미(異味)가 없을 것	
상태	내용물이 제품 고유의 상태를 갖추었고, 적상 시력으로 보이는 외부 이물질이 없을 것	

자료: 중화인민공화국 국가위생화계획생육위원회

○ 오염물 제한 기준

표 3.22 인지기능 개선 보건식품 오염물 제한 기준

항목	최대 허용치(mg/kg)	검사방법
납(Pb)a.	2.0	GB 5009.12 참고

32) 국가표준은 중국 위생부 홈페이지에서 다운로드가 가능하며, 제품의 성분, 형태에 따라 적용되는 표준이 다르며, 국가표준은 매해마다 새로 업데이트될 수 있으니 수출 시 최신표준을 확인해야 함

총 비소(As)b.	1.0	GB/T 5009.11
총 수은(Hg)c.	0.3	GB/T 5009.17

a. 티백류 제제의 납 \leq 5.0ma/ka. 액체 제품의 납 \leq 5.0mg/kg, 영유아 고체 또는 반고체 보건식품의 납 \leq 0.3ma/ka. 영유아 액체 보건식품의 납 \leq 0.02ma/ka
b. 액체 제품의 총 비소 \leq 0.3ma/kg, 영유아 보건식품의 총 비소 \leq 0.3ma/ka
c. 액체 제품(영유아 보건식품 제외)은 총 수은을 측정하지 않음. 영유아 보건식품의 총 수은 \leq 0.02mg/kg

자료: 중화인민공화국 국가위생화계획생육위원회

o 미생물 제한 기준

표 3.23 인지기능 개선 보건식품 미생물 제한 기준

항목	샘플 채취 방안a. 및 제한 기준		검사방법
	지표	고체 또는 반고체 제품	
균락총수b./(CFU/g 또는 ml) \leq	10 ³	3x10 ⁴	GB4789.2
대장균군(MPN/g 또는 ml) \leq	0.43	0.92	GB4789.3 MPN 계산법
곰팡이 및 효모(CFU/g 또는 ml) \leq	50		GB4789.15
황색포도상구균 \leq	0/25g		GB4789.10
살모넬라균 \leq	0/25g		GB4789.4

a. 샘플 채취 및 처리는 GB4789.1을 따름

b. 최종산물에 활성균(호기성, 혐기성 프로바이오틱스)이 함유된 제품에는 적용하지 않음

자료: 중화인민공화국 국가위생화계획생육위원회



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 오프라인**
- 3. 온라인**

1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인

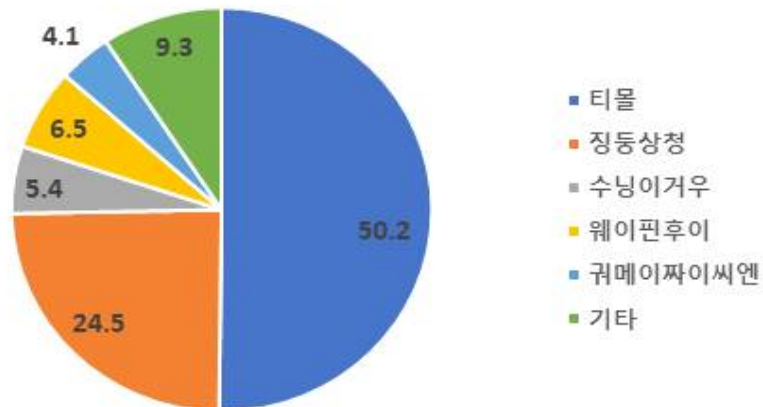
- 중국의 인지기능 개선 보건식품 시장의 경우 업체의 의뢰에 따라 중국 베이징의 드럭스토어, 방문판매 채널을 중심으로 현지조사를 진행하려 하였으나 중국 내 보건식품은 주로 약국을 중심으로 판매가 되고 있어 약국을 대상으로 조사

□ 온라인

- 중국의 주요 B2C 온라인 쇼핑몰인 티몰 및 징둥상청에서 판매중인 인지기능 개선 보건식품 제품을 조사
- 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율 1, 2위는 각각 티몰(50.2%)과 징둥상청(24.5%)
- 중년층(중년 남성 포함)을 타겟으로 한 제품을 포함하여 판매중인 인지기능 개선 보건식품을 조사

표 4.1 2017년 상반기 중국 B2C 인터넷 소매 시장 점유율

(단위: %)



자료: 중국 전자상거래 연구센터(中国电子商务研究中心)

□ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 원산지, 용량, 가격, 포장형태 등의 항목으로 분석함

2. 오프라인

□ 베이징의 프랜차이즈 약국을 대상으로 조사



- 프랜차이즈 약국인 동인당(同仁堂), 111의료점(111医疗店), 정당쾌약(叮当快药), 달혜당약국(达慧堂药房), 약국망(药房网), 평기당(平骥堂)등을 조사
- 상술한 약국에서는 표 4.2(p.59) 오프라인 인지기능 개선 보건식품 제품 현황의 제품 1과 2의 두가지 종류는 모두 취급하고 있음
 - 제품 1, 2는 모두 청소년층을 대상으로 한 제품
- 치매 예방 혹은 중년층(중년 남성)을 타깃으로 한 제품을 문의 시, 보통 2,000위안 이상의 중의약 제품을 추천함
 - 혹은 표 4.2(p.59)의 물고기 기름으로 만든 제품 3, 4의 두 가지 제품을 추천
- 오프라인에서 판매 중인 인지기능 개선 보건식품 제품은 크게 청소년층을 타깃으로 한 제품과 치매 예방용으로 중년층을 겨냥한 제품 2가지로 구분됨

3. 온라인

□ 티몰과 징둥상청 온라인 쇼핑몰을 대상으로 조사



- 쇼핑몰에서 인지기능 개선 보건식품으로 검색했을 때 아동 및 청소년, 성인층을 대상으로 하는 제품이 다수 검색됨
- 중년층을 대상의 치매 예방을 목적으로 하는 인지기능 개선 보건식품은 온라인 채널에서 더욱 다양한 제품을 취급하고 있는 것으로 보임
- 판매하고 있는 인지기능 개선 보건식품 제품은 수입산 비중이 높은 가운데 자국산 기억력 증강 브랜드들인 캉푸라이, 왕부리아오와 보건식품 브랜드인 By-Health에서도 다양한 관련 제품을 선보이고 있음
- 포스파티딜세린 성분을 함유한 제품은 대부분 우울증 개선과 관련된 보건식품이 다수
- 표 4.3의 제품 11은 포스파티딜세린 성분을 포함하며 기억력 개선 및 노인성 치매 예방에 효과적임을 홍보

표 4.2 중국의 인지기능 개선 보건식품 오프라인 제품 현황

구분		제품 #1	
제품 이미지	제품 사진		
		앞면	뒷면
제품 스펙	원산지	중국	
	제품명(영어로만 표기)	Algal Oil DHA(藻油软胶囊 DHA)	
	제조사	By-Health(汤臣倍健)	
	포장 용기	박스 패키징(내부는 플라스틱 패키징)	
	조사매장	동인당 약국	
	제품가격	298 위안(약 49,450 원) ³³⁾	
	중량	24g	
	성분	해초유, 아마씨유, 천연 비타민 E, 젤라틴, 글리세린, 정제수	
	유통기한	제조일로부터 24개월	
	인증	국가 식약품 감독 관리 총국 비준 '보건식품' 인증	
	제품특성	마블 캐릭터를 포장지에 광고로 사용(기억력 관련 건강보조식품의 주 고객층이 청소년인 것과 연관)	





33) 1 RMB=165.95 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.22. 검색)

구분		제품 #2											
제품 이미지	제품사진	 <p>앞면</p>	<p>本品是以鱼油、牛磺酸、葡萄糖酸锌、蜂蜡、维生素E、明胶、甘油、水、焦糖色、二氧化钛为主要原料制成的保健食品，经动物功能和人体试食试验证明，具有辅助改善记忆的保健功能。</p> <p>主要原料：鱼油、牛磺酸、葡萄糖酸锌、蜂蜡、维生素E、明胶、甘油、水、焦糖色、二氧化钛</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">标志性成分及含量</th> </tr> <tr> <th>项目</th> <th>每100g含</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DHA</td> <td>15g</td> </tr> <tr> <td>牛磺酸</td> <td>17g</td> </tr> <tr> <td>锌</td> <td>440mg</td> </tr> </tbody> </table> <p>保健功能：辅助改善记忆 适宜人群：需要改善记忆的少年儿童 食用方法及食用量：每日1次，每次3粒 产品规格：500mg/粒 保质期：24个月 贮藏方法：避光，密封，置阴凉干燥处 注意事项：本品不能代替药物；本品添加了营养素，与同类营养素同时食用不宜超过推荐量 批准文号：国食健字G20090418 执行标准：Q/HSL 0105S 汤臣倍健股份有限公司生产 珠海市金湾区三灶科技工业园星汉路19号 卫生许可证：GD·FDA健证字[2005]第0404S0140号 产地：广东省珠海市</p>   <p>뒷면</p>	标志性成分及含量		项目	每100g含	DHA	15g	牛磺酸	17g	锌	440mg
		标志性成分及含量											
项目	每100g含												
DHA	15g												
牛磺酸	17g												
锌	440mg												
제품스펙	원산지	중국											
	제품명(영어로만 표기)	Tuna Oil&Taurine(鱼油牛磺酸 软胶囊)											
	브랜드	By-Health(汤臣倍健)											
	포장 용기	박스 패킹(내부는 플라스틱 패킹)											
	조사매장	111 의약품 약국											
	제품가격	188 위안(약 31,200 원)											
	중량	45g											
	성분	물고기 기름, 타우린, 글루콘산아연, 밀랍, 천연 비타민 E, 젤라틴, 글리세린, 정제수, 카라멜색소, 티타니아											
	유통기한	제조일로부터 730 일											
	인증	국가 식약품 감독 관리 총국 비준 '보건식품' 인증											
	제품특성	첫 번째 제품과 동일한 회사인 湯臣倍健의 제품으로 동일하게 마블 히어로로 제품을 광고											

구분		제품 #3							
제품 이미지	제품사진		 <table border="1" data-bbox="991 533 1305 622"> <thead> <tr> <th>标志性成分</th> <th>每100g含</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>二十二碳六烯酸 (DHA)</td> <td>104g</td> </tr> <tr> <td>二十碳五烯酸 (EPA)</td> <td>144g</td> </tr> </tbody> </table>	标志性成分	每100g含	二十二碳六烯酸 (DHA)	104g	二十碳五烯酸 (EPA)	144g
		标志性成分	每100g含						
二十二碳六烯酸 (DHA)	104g								
二十碳五烯酸 (EPA)	144g								
		앞면	뒷면						
제품스펙	원산지	중국							
	제품명(영어로만 표기)	SURBEX FISH OIL(鱼油软胶囊)							
	제조사	Abbott(雅培)							
	포장 용기	박스 패킹(내부는 플라스틱 패킹)							
	조사매장	인화약병넷 약국							
	제품가격	218 위안(약 36,200 원)							
	중량	90g							
	성분	물고기 기름, 비타민 E, 콜라겐, 글리세린, 정제수							
	유통기한	제조일로부터 24 개월							
	인증	국가 식품감독 관리 총국 비준 '보건식품' 인증, GMP, ISO, NSFGMP, TGAGMP, BFC 등							
제품특성	수입산 원료를 사용한 제품임을 강조								

구분		제 품 #4	
제 품 이 미 지	제 품 사 진		
		앞면	뒷면
제 품 스 펙	원산지	중국	
	제품명(영어로만 표기)	Tuna Fish Oil Softgel(纽斯葆牌金枪鱼油软胶囊)	
	제조사	Nuspower(纽斯葆)	
	포장 용기	플라스틱 병 패킹	
	조사매장	인화약병넷 약국	
	제품가격	148 위안(약 24,560 원)	
	중량	50g	
	성분	참치 기름, 콜라겐, 글리세린, 정제수	
	유통기한	제조일로부터 24 개월	
	인증	국가 식품감독 관리 총국 비준 '보건식품' 인증	
제품특성	-		

표 4.3 중국의 인지기능 개선 보건식품 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	미국	미국
	제품명	Therabotronics 미국 특허 Cebria 두뇌발달 기억력 개선 보건식품(Therabotronics 美國專利 Cebria 補腦健提高記憶力保健品)	K-Max DHA
	제조사	Therabotronics	Kang Long Group Corp.
	제품가격	258위안(약 42,800원)	298위안(약 49,450원)
	중량	35g	약 42g
	유통기한	-	24개월
	성분	-	물고기 기름, 비타민 E, 글리세린, 젤라틴, 물
특징	징동상청 기억력 개선 보건식품 판매량 1위 제품	기억력 개선 효과 홍보	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	중국 광둥성	호주
	제품명	생명일호 영양환(生命一号 營養丸)	Swisse MEMORY+FOCUS
	제조사	광둥생명일호 약업유한주식회사(廣東生命一号藥業股份有限公司)	Swisse Vitamins Pty Ltd
	제품가격	596위안(약 98,900원)	95위안(약 15,760원)
	중량	약 648g	1kg
	유통기한	18개월	24개월
	성분	아미노산, 타우린, 케팔린(cephalin), 심해동물 추출물, 옹안육(桂圓肉), 산약, 구기자, 대추 등	비타민 B1, B2, B5, B6, B12
	특징	제품 안에 드링크제와 먹는 환, 2가지 제품 형태가 있음	성인용 인지개선 보건식품

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	노르웨이	중국 광둥성
	제품명	Triomar 두뇌 발달 기억력 개선 물고기 오일 (Triomar 補腦明目改善記憶力魚油)	물고기 오일 타우린 소프트 캡슐 DHA (魚油牛黃酸軟膠囊)
	제조사/브랜드	Orkla Health/Triomar	湯臣倍健股份有限公司 / BY-HEALTH/湯臣倍健
	제품가격	209위안(약 34,600원)	376위안(약 62,400원)
	중량	400g	45g
	유통기한	36개월	24개월
	성분	물고기 오일, 젤라틴, 글리세린, 황산화제(비타민E)	DHA, 타우린, 아연 등
	특징	제품의 주요성분은 DHA, 적용대상은 성인층	어린이 및 청소년 대상의 인지개선 보조제 보건의약품

	구분	제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	중국 광둥성	미국
	제품명	해조류오일 소프트캡슐 (藻油軟膠囊)	Extra Strength WELLNESS Ginkgo Complex Caps
	제조사/브랜드	湯臣倍健股份有限公司/BY-HEALTH H/湯臣倍健	Arnet Pharmaceutical
	제품가격	468위안(약 77,600원)	318위안(약 52,700원)
	중량	24g	230g
	유통기한	24개월	36개월
	성분	DHA	마그네슘, 염화마그네슘, 로즈마리 잎, 은행나무잎 엑스
	특징	인지개선이 필요한 청소년 및 아동 대상 제품	징등상청에서 키워드를 인지개선제고(로 검색한 후 제품 대상을 성인층으로 검색했을 시 판매량 1위 제품, GMP인증 획득 제품

구분		제 품 #9	제 품 #10
제 품 이 미 지	제 품 이미지 (앞면)		
	제 품 이미지 (뒷면 및 내부)		
제 품 스 펙	원산지	중국	중국
	제 품명	Brain Stronger Capsule(腦輕松)	왕부리아오의 3A브레인영양환, 황금열쇠브랜드의 황금열쇠환("忘不了"3A腦營養膠丸 , 金钥匙牌金钥匙丸)
	브랜드	캉푸라이(康富來)	왕부리아오(忘不了)/ 山東禹王制藥有限公司
	제 품가 격	75위안(약 12,450원)	896위안(약 148,700원)
	중량	16g	-
	유통기 한	24개월	24개월
	성분	은행잎, 물고기 오일, 오미자, 바위들꽃(紅景天), DHA	물고기 기름, 비타민 E, 젤라틴, 글리세린
제 품 및 기 타 특 징	캉푸라이는 기억력 증강 보건식품의 대표적인 브랜드 중 하나임	왕부리아오는 기억력 증강 보건식품의 대표적인 브랜드 중 하나임	

구분		제품 #11
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면 및 내부)	
제품 스펙	원산지	미국
	제품명	Puritan's Pride NEURO-PS
	브랜드	Puritan's Pride
	제품가격	199위안(약 33,000원)
	중량	150g
	유통기한	24개월
	성분	포스파티딜세린, DHA, 은행잎추출물, 빈포세틴 등
	제품 및 기타 특징	포스파티딜세린 성분을 하여 기억력 증강에 도움이 됨을 홍보하는 보건식품

자료: 티몰, 징둥상청 종합 정리



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 선정기준

- 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 중국 현지 유통채널에서 판매 중인 제품 및 온라인 채널에서 판매량 상위 제품의 제조사를 중심으로 조사

2. 경쟁사 분석

□ Swisse Wellness Pty Ltd.

	<ul style="list-style-type: none"> - 스위스의 웰니스 선도 브랜드 - 제품 범주에는 남성 및 여성용 멀티비타민, 식이보충제, 스포츠 영양제, 스킨케어, 기능성 식품 등이 있음 - 뉴질랜드, 중국, 싱가포르, 영국, 이탈리아, 네덜란드 등에 매장이 있으며, 향후 30여개 국가에 진출할 예정 			
기업개요	기업형태	멀티비타민 브랜드	설립년도	1969년
	취급품목	비타민, 스포츠 영양제, 스킨케어 제품, 슈퍼푸드 등	국가	호주
	전화번호	1800-794-773(호주) +61(3) 9418 6767(Rest of World)	홈페이지	https://swisse.com
	이메일	홈페이지 내부에서 이메일 발송 가능	주소	111 Cambridge Street Collingwood Victoria 3066 Australia
제품				

□ By-Health(汤臣倍健)

	<p>- 1995년에 설립된 바이헬스(By-Health)는 제품의 연구개발, 제조, 판매에 주력하고 있음. 2010년 중국 NBA 스타인 야오밍을 홍보 모델로 내세웠으며, 같은 해에 선전거래소 상장</p> <p>- GMP 최우수 등급인 AAA를 취득. 품질 및 브랜드 이미지에 대한 신뢰를 구축</p>			
<p>기업개요</p>	<p>기업형태</p>	<p>보건식품 및 일용품 제조기업</p>	<p>설립년도</p>	<p>1995년</p>
	<p>취급품목</p>	<p>보건식품</p>	<p>국가</p>	<p>중국</p>
	<p>전화번호</p>	<p>86-20-38372402-129</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.by-health.com</p>
	<p>이메일</p>	<p>-</p>	<p>주소</p>	
<p>제품</p>				



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

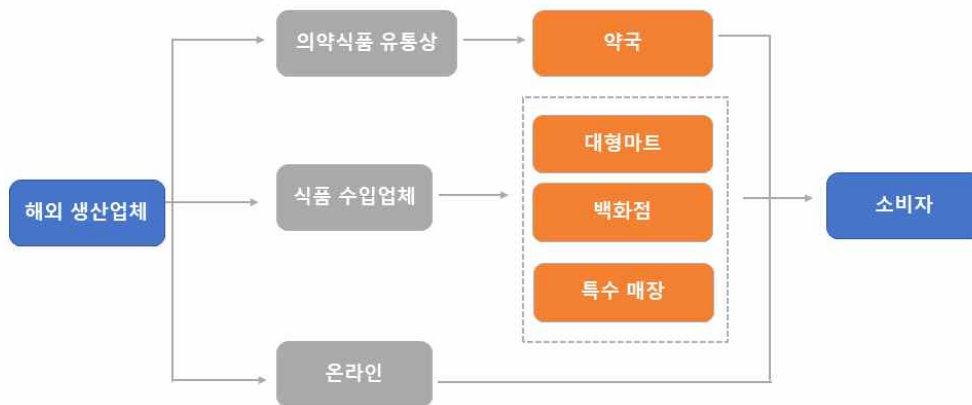
1. 유통채널 개황

1) 보건식품 유통구조

□ 구매경로

- 중국의 보건식품 유통은 다층적인 구조를 통해 이루어짐
 - 보건식품은 일반적으로 식품 수입업체, 의약품 유통상이 제품을 구매하여 각 지역의 유통상을 통해 지방으로 유통
- 보건식품은 다양한 구매처로부터 구입이 가능함
 - 백화점, 온라인, 약국, 대형마트, 스포츠 매장 등과 같은 특수 매장에서 구입 가능
 - 비타민류 제품은 약국, 대형마트, 백화점, 온라인 등 다양한 채널을 통해 구매 가능함

표 6.1 중국의 보건식품 유통구조



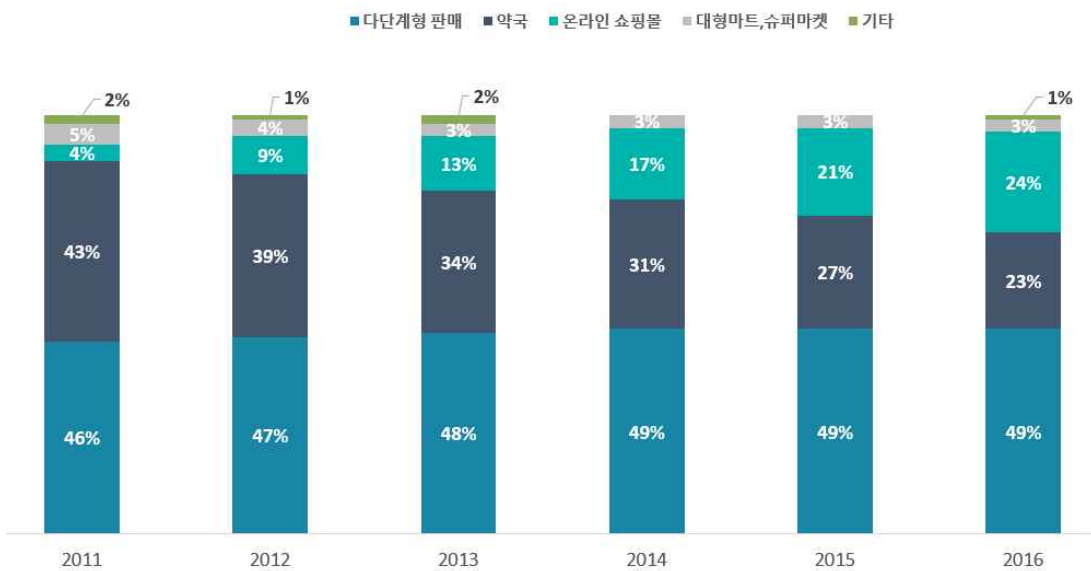
자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 보건식품의 주요 유통채널은 직접판매, 온라인 쇼핑몰, 약국

- 중국산업정보망에 따르면 2016년 보건식품의 유통채널별 비중은 직접판매 49%, 온라인 쇼핑몰 24%, 약국 23%, 마트 3%임
- 현재 보건식품은 직접판매 채널 위주로 유통되고 있으나, 최근 몇 년간 성장률이 둔화되는 추세로, 향후 시장 점유율이 낮아질 것으로 예상

- 인피니투스, 암웨이, 퍼펙트 차이나로 대표되는 직접판매의 매출액이 전체 시장의 약 49%를 차지하며, 브랜드 점유율 기준 상위 10대 기업 중 절반 이상이 직접판매 기업임
- o 주요 전통채널인 약국의 점유율은 최근 몇 년간 지속적인 하락세를 보임. 전문성 및 서비스가 향후 경쟁우위 지속 여부를 결정할 요인으로 보임
 - 약국의 시장 점유율은 2011년 43%에서 2016년 23%로 하락하였고, 동기간 온라인 시장 점유율은 4%에서 24%로 증가하였으며, 직접판매의 시장 점유율은 유사한 수준이 유지됨
 - 현지조사를 위해 방문한 약국에서는 다양한 인지개선 보조제 제품을 판매하고 있음
- o 온라인 전자상거래 채널은 최근 몇 년간 비약적인 성장이 이루어지고 있는 바, 향후 시장 점유율 또한 크게 확대될 것으로 예상됨
 - 노년층의 인터넷 사용률 증가에 따라 온라인 쇼핑몰은 향후 실버마켓의 주요 유통 채널로 성장할 것으로 전망됨

표 6.2 중국 보건식품 유통채널 시장점유율 추이(2011-2016년)



자료: 중국산업정보망(中国产业信息网)

2) 오프라인 유통채널

□ 직접판매(Direct selling)

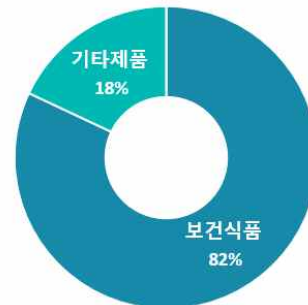
- 2017년 직접판매 시장규모는 2,180억 위안, 시장점유율 1위 기업은 인피니투스
- 중국산업정보망에 따르면, 2017년 직접판매 시장규모는 약 2,180억 위안이며, 최근 3년간(2015-2017년)의 연평균성장률은 9.1%임
 - 중국 상무부(商務部)가 2016년 9월 21일에 발표한 《직판제품 유형 및 생산 안내(直销产品类别及生产指引)》에 따르면, 2016년 직접 판매 산업의 주요 6대 품목은 화장품·보건식품·청소용품·보건기기·소형 주방도구·가전제품임
 - 2016년 83개의 합법적 직접판매 기업 중 한 품목만을 취급하는 기업의 수가 38개로 가장 많고, 보건식품 관련 제품을 취급하는 기업의 수는 68개로, 전체 직접 판매 기업의 82%에 달함

표 6.3 직접판매 기업 취급 품목수 현황(2016년)

취급 품목 수	기업 수
1개	38개
2개	20개
3개	11개
4개	9개
5개	4개
6개	1개

자료: 중국 상무부(商務部)

표 6.4 보건식품 판매 기업 비중(2016년)



자료: 중국 상무부(商務部)

- 2017년 중국 최대 규모 직접판매 업체는 매출액 249억 위안을 기록한 인피니투스(无限极)임
 - 2017년 매출액 기준 주요 직접판매 기업은 Infinitus(无限极), Amway(安利), Percept(完美), Percept(完美), Quanjian(权健), Sun Hope(权健) 순이며, 상위 5개 기업 중 Sun Hope(权健)가 유일하게 전년 대비 큰 폭의 성장률을 보임(33.3%)
 - 2017년 전년 대비 매출액이 가장 많이 증가한 상위 5개 기업은 Greenleaf(绿叶, 37억 위안), Melaleuca(美乐家, 26.6억 위안), CNI(长青, 26억 위안), Sun Hope(尚赫, 25억 위안), Yofoto(三生, 19억 위안) 순

표 6.5 TOP5 직접판매 기업 매출액 추이(2016-2017년)

(단위: 억 위안, %)

순위	회사명	매출액		증감율(%)
		2016	2017	
1	Infinitus	270	249	-7.8
2	Amway	230	230	-
3	Perfect	220	200	-9.1
4	Quanjian	192	176	-8.3
5	Sun Hope	75	100	33.3

자료: 세계직판중국연구중심(世界直销国研究中心)

○ 최다 품목의 보건식품 판매기업은 암웨이

- 2016년 직접판매 기업이 판매 중인 보건식품 개수를 조사한 결과, Amway(安利)가 총 44개로 가장 많음. 다음으로는 Avon(雅芳)·태양신(太阳神)·TIENS(天狮)가 각각 28개, Shuangdi(双迪)·Jinri(金日)가 각각 20개 순임

표 6.6 TOP5 직접판매 기업 취급품목별 개수(2016년)

(단위: 개수, %)

순위	회사명	보건식품 제품 수	전체 제품 수	비중(%)
1	Amway	44	449	9.8
2	Avon	28	681	4.1
3	태양신(太阳神)	28	28	100.0
4	TIENS	28	75	37.3
5	Shuangdi	20	115	17.4
6	Jinri	20	36	55.6

자료: 세계직판중국연구중심(世界直销国研究中心)

□ 약국

- 2017년 중국의 의약품 소매점 프랜차이즈 기업 수는 5,409개, 상위 100개 기업의 매출액은 1,602억 위안
- 중국산업정보망에 따르면, 2017년 전체 약국의 의약품 총 판매액은 3,723억 위안임. 상위 100개의 의약품 소매업 프랜차이즈 기업의 의약품 총 판매액은 1,602억 위안임

로, 전체의 43%를 차지함

- 《2017년 식약품감독관리 통계연보(2017年食品药品监管统计年报)》에 따르면, 2017년 11월 기준 의약품 소매업 프랜차이즈 기업 수는 5,409개에 달함. 체인점의 점포 수는 2012년 15만3000개에서 2017년 22만9000개로 약 50% 증가함

- o 2017년 기준 중국 의약품 소매업 프랜차이즈 상위 10개 기업의 시장점유율은 18.6%
- 2017년 판매액 기준 1위 의약품 소매업 프랜차이즈 기업은 GuoDa Drugstore(国大药房)임. 2017년 판매액이 약 111억 위안에 달하며 중국 의약품 소매업 중 최초로 100억 위안을 돌파하는 기록을 세움

표 6.7 중국 프랜차이즈 약국 TOP10(2017년 판매액 기준)

순위	약국명	로고	매출액	점포수	설립년도
1	GuoDa Drugstore (国大药房)		약 111억 위안	3,834개	2004년
2	T R T (同仁堂)		약 91억 위안	2,121개	1669년
3	YI XIN TANG (一心堂)		약 85억 위안	5,376개	1981년
4	LBX PHARMACY (老百姓大藥房)		약 85억 위안	3,000여 개	2001년
5	dashen (大參林)		약 83억 위안	3,234개	1999년
6	TONG JUN GE (桐君閣)		약 72억 위안	10,000여 개	1987년
7	YiFeng Pharmacy (益丰大藥房)		약 56억 위안	2,233개	2001년
8	HUASHI PHARMACY (華氏大藥房)		약 41억 위안	600여 개	1994년
9	READY (同濟堂)		약 38억 위안	3,700여 개	2000년
10	CDFY PHARMACY (成大方圓)		약 36억 위안	1000여 개	2000년

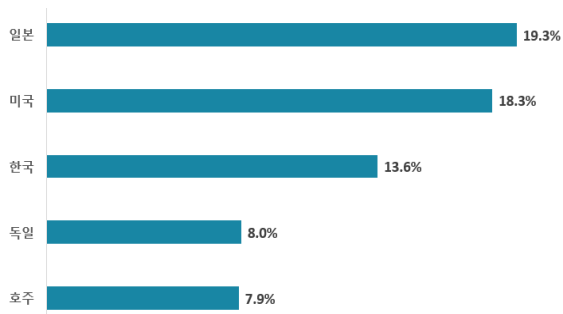
자료: 중국 상무부(商務部), 각 브랜드 홈페이지

3) 온라인 유통채널

□ 해외 직구 사이트를 통해 유통되는 비중이 높음

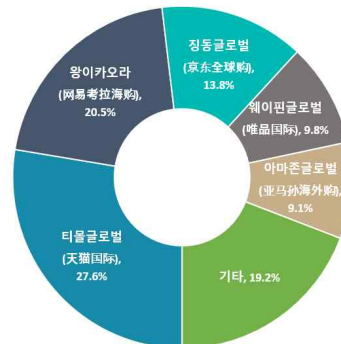
- 2016년 중국의 해외 직구 시장 규모 3,055억 위안, 이용자 수는 4,100만 명
- 중국 시장조사기관 이관(易觀)이 발표한 《과징수입전자상거래 2016년 및 2017년(跨境进口电商的2016与2017)》에 따르면, 2016년 전자상거래 해외 직구 시장규모는 전년 대비 약 48% 증가한 3,055억 위안임
 - 향후 두 자릿수의 고속성장을 이어가며 2019년에는 2016년 대비 3배 이상인 약 6,203억 위안에 달할 전망임
 - 소비수준의 향상으로 제품 구매 시 품질·다양성·정품 보장 등을 종합적으로 고려하는 소비습관이 형성되면서, 고품질 제품을 해외 직구 플랫폼에서 구매하는 소비자가 증가하는 추세
- 해외 직구 시장 점유율 1위 플랫폼 '티몰글로벌(天猫国际)', 해외 직구 원산지 선호도 1위는 일본
 - 2017년 4분기 기준, 국제 전자상거래 b2c 플랫폼별 판매액 점유율은 티몰글로벌(天猫国际) 27.6%, 왕이카오라(网易考拉海购) 20.5%, 징둥글로벌(京东全球购) 13.8%, 웨이핀글로벌(唯品国际) 9.8%, 아마존글로벌(亚马孙海外购) 9.1% 순
 - 2017년 소비자가 티몰글로벌(天猫国际)에서 직구한 제품 중 주요 3대 수입국인 일본·미국·한국의 점유율이 50% 이상을 차지함
 - 인기 해외 직구 품목은 유아용품·화장품·식품·의류 등이며, 보건의약품은 주로 미국·호주·독일 등에서 수입하는 것으로 확인됨

표 6.8 티몰글로벌(天猫國際) 해외 직구 제품 주요 수입국(TOP5)



자료: 알리 데이터(阿里数据)

표 6.9 국제 전자상거래 b2c 플랫폼별 판매액 점유율(2017년)





자료: 이관(易觀)

- 인기 해외 직구 보건식품 브랜드 1위는 By-Health
 - 시장조사 기업 지연컨설팅(智研咨询)에서 발표한 《2018-2024년 중국보건식품시장산업형세 및 전략컨설팅연구보고서(中国保健食品市场运行态势及战略咨询研究报告)》에 따르면, 2018년 1월 매출 기준 해외 직구 보건식품 브랜드별 시장점유율은 by health 6.2%, Swisse 5.6%, xiuzheng(修正) 2.0%, muscletech(麦斯泰克) 1.6% 순
- 해외 직구 플랫폼을 통해 중국으로 수출되는 보건식품이 '일반 식품'으로 판매되는 경우, 별도 인증이 필요하지 않으므로, 중국 현지 해외 직구 플랫폼과의 협업을 통한 수출 확대 전략을 고려할 필요성이 있음

2. 주요 유통채널 분석

□ 동인당 약국

기업개요				
 北京同仁堂	- 중국 베이징 동인당(그룹) 유한책임공사는 독자적인 기업으로 현재 6개의 그룹, 3개의 연구원 및 교육기관, 5개의 직속 자회사로 구성됨 - 2017년 말 기준 보건식품, 의약품 등 크게 6개 종류의 약 2,600여종의 제품을 보유. 36개의 생산기지와 105개의 현대화된 생산라인을 갖추			
	주소	중국 베이징시 송안구 인민중로	설립연도	1669년
대표전화	+86-4006061669	홈페이지	https://www.tongrentang.com/	
이메일	홈페이지 내부에서 로그인 후 이용가능			
입점 절차	1) 유통 경로 및 컨택 포인트 - 본사에 문의 2) 제품 입점을 위해 필요한 구체적 정보 - 국가 식약품 규정을 통과한 후 동인당 본점에 연락해야 함. 지점 개별적으로는 임의로 판매가 불가함			
매장전경			-34)	

34) 매대사진 촬영 거부

□ 111의약관(111医药馆)

기업개요			
		- 111의약관은 2012년 10월에 설립된 간쑤덕생당약국(甘肅德生堂大藥房)의 온라인 약국 브랜드이며, 300개 이상의 오프라인 매장을 보유	
주소	북경시 조양구 이택중1로 박아 국제 중심 a좌 5동	설립연도	2012년
대표전화	+86-400-606-3111	홈페이지	www.111yao.com
이메일	kefu@111yao.com		
입점 절차	- 국가의 보건식품 관련 심의를 통과한 후, 관련 문서를 구비하고 111의료점 본사의 구매부에 문의→ 구매부에서 심의 통과 관련 문서를 본사 품질관리부에 보내 검열→ 통과하면 상품을 각 지점에 입점 가능		
매장 전경	 		

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot China September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.11.
2. 「China: Retail Foods」, USDA, 2017.12.28.
3. 「Food Service Industry Sector Overview-China-2018」, USDA, 2018.09.28.
4. 「Dietary Supplements in China」, Euromonitor Intenational, 2018.09.
5. 「Herbal/Traditional Dietary Supplements in China」, Euromonitor Intenational, 2018.09.
6. 「2018 세계국가편람(중국 국가개황)」, 한국수출입은행 해외경제연구소, 2018.02.09.,
7. 「제 40차 중국 인터넷 발전상황 보고서」, 중국 인터넷 정보 센터(CNNIC), 2017.08.04.
8. 「2017 중국 농식품 수출 통관 가이드북」, 한국농수산물유통공사, 2017.12.
9. 「2017 중국 보건식품 인증 획득 가이드 및 수출 절차별 매뉴얼」, 한국농수산물유통공사, 2017.12.
10. 「2015 농식품 해외시장 맞춤조사 중국 비타민 조사」, 한국농수산물유통공사, 2015.10.
11. 「중국의 보건식품 시장 및 인증현황」, KITA Market Report, 2017.06.
12. 「중국 업종별 CFDA 인증제도 변화 동향」, KITA Market Report, 2018.04.
13. 「중국 실버산업을 주목하라」, 국제무역연구원, 2015.01.
14. 「중국 건강보조식품 - 고령화 사회의 건강 동반자」, 국제무역연구원, 2017.06.
15. 「2008 中国卫生服务调查研究」, 중국위생부통계정보센터, 2009.09.
16. 「2013 第五次国家卫生服务调查分析报告」, 중국국가위생계획출산위통계정보센터, 2015.11.
17. 「직판제품 유형 및 생산 안내(直销产品类别及生产指引)」, 중국 상무부(商务部), 2016.09.21.
18. 「콰징수입전자상거래 2016년 및 2017년(跨境电商进口电商的2016与2017)」, 이관(易观), 2017
19. 「2017년 중국보건식품산업개황 및 발전동향분석(2017年中国保健品行业概况及发展趋势分析)」, 중국산업정보망(中国产业信息网), 2017.09.19
20. 「2017년 텐몰글로벌 연도소비동향보고(2017天猫国际年度消费趋势报告)」, CBNDData&天猫国际, 2018.02.8

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0, unipass.customs.go.kr
2. 세계 HS 정보시스템, www.customs.go.kr
3. 트레이드내비, www.tradenavi.or.kr
4. International Trade Centre, www.trademap.org
5. 중국관세청, www.customs.gov.cn
6. 티몰(天猫), www.tmall.com
7. 징둥상청, www.jd.com
8. 한국수출입은행 해외경제연구소
9. 수입식품/화장품 수출입상 등록 시스템(进口食品化妆品进出口商备案系统), ire.eciq.cn
10. 국가시장감독관리총국(前 중화인민공화국 국가품질감독검사검역총국(AQSIQ, 中华人民共和国 国家质量监督检验检疫总局)/ 前 국가식품약품감독관리총국(CFDA)), <http://samr.saic.gov.cn/>
11. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(中华人民共和国 国家卫生健康委员会), www.nhc.gov.cn

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-39

품목: 인지기능 개선 보강식품(Cognitive Enhancing Supplements)

국가: 중국(China)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.