

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

No. 1810-40

품목: 통풍 개선 건강기능식품

(Dietary Supplement for Gout)

국가: 대만(Taiwan)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품 산업현황	09
3. 수출입통계	19
II. 시장 트렌드	21
1. 소비 트렌드	21
2. 소비자 트렌드	24
III. 통관 및 제도	27
1. 통관 및 검역	29
2. 인증정보	35
3. 라벨링	37
4. 위생요건	40
IV. 경쟁제품	42
1. 경쟁제품 선정	43
2. 경쟁제품 분석	43
V. 경쟁사	49
1. 경쟁사 선정	50



2. 경쟁사 분석..... 51

VI. 유통채널 현황..... 53

1. 유통채널 개황..... 54

2. 주요 유통업체 분석..... 59



## **I. 국가 정보 및 시장통계**

- 1. 수출환경 및 경제지표**
- 2. 식품산업 현황**
- 3. 수출입통계 및 생산통계**

## 국가 개요

중국 대륙의 동남쪽, 일본 열도의 남서쪽에 위치한 민주 공화국. 1949년 장제스는 공산주의 세력에 패배하여 대만으로 망명함. 이후 UN으로부터 독립 정부의 지위를 인정받고자 노력하였으나 중국이 국제적인 경제 대국으로 성장함에 따라 이러한 노력이 모두 무산됨. 현재까지도 대만 내에 독립 선언을 지지하는 목소리가 존재하지만, 중국은 대만의 독립 움직임을 전쟁행위로 간주할 것이라는 입장을 견지. 중국과 대만 간 정치적 긴장은 2008년 중국국민당<sup>1)</sup>이 집권하며 해소되는 듯했으나, 2016년부터 대만 독립을 지지하는 민주진보당<sup>2)</sup>이 집권하게 되면서 더욱 악화됨

대만의 수출주도형 경제는 중국의 경제 발전과 연관이 깊은 것으로, 중국국민당은 대만의 가장 큰 무역 파트너인 중국과의 협약을 연속 체결함. 이는 양안 관계에 있는 양국 간 관광, 무역, 투자를 활성화하고자 체결한 2010년 경제협력기본협정<sup>3)</sup>을 포함하는 것임. 그러나 후속 무역 협약인 은행, 의료, 관광, 영화, 통신, 출판 서비스에 대한 사항은 많은 논란을 불러일으켰고 급기야 2014년엔 대규모 시위가 발생함. 결국 이 협약은 대만 입법부에 계류 중이며, 2016년 민주진보당의 차이잉원이 여성 최초로 총통에 당선된 이후 중국과 대만 간 경제 관계와 정치 담론은 교착상태에 빠짐

### 주요 정보

- ▶ 국명: 대만(臺灣, Taiwan)
- ▶ 수도: 타이베이(Taipei·台北, 서울의 약 1/3 크기)
- ▶ 국가원수: 차이잉원(蔡英文·Tsai Ing-wen)
- ▶ 인구: 23.6백만 명(2017)
- ▶ 면적: 35,980km<sup>2</sup>(한반도의 1/6배, 남한의 1/3배)
- ▶ 공식어: (공용어)중국어/(통용어)민남어, 객가어
- ▶ 주요 도시: 타이베이, 뉴타이베이, 가오슝, 타이중, 타이난
- ▶ GDP: 5,726억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 24,291 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 신 타이완 달러(NT\$)
- ▶ 인터넷 보급률: 79.7%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15, 한국수출입은행 해외경제연구소 자료 종합

- 1) 친중 성향의 대만 정당
- 2) 대만 독립을 지향하는 대만 정당
- 3) ECFA: 2010년 6월 중국과 대만이 중국 총칭에서 체결. 상품무역의 관세 및 비관세 장벽을 철폐하고, 서비스무역개방, 투자보장, 분쟁해결, 지식재산권 보호 등까지 포괄하는 광범위한 무역협정

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>4)</sup>

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

## □ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 양호한 국가신용상태가 유지되고 있으며, IT부문의 역동성과 통화 관리의 건전성 등의 경제적 강점 보유</li> <li>- 견고한 대외 금융 여건과 세계 최고 수준의 외환보유고</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수직적·통합적 공급체인을 구축하려는 중국 제조기업의 전략적 행보가 대만 제조업에 지속적인 타격을 가하는 중</li> <li>- 양안관계 긴장상태에 따른 국제사회에 대한 중국의 영향력 행사로 대만의 국제적·정치적·경제적 입지 제약</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

## □ 주요 거시경제 지표

- 대만 국가발전위원회(행정원 산하 정책수립기관)는 2017년 대만 경제를 ‘걸(교역)은 뜨겁고 속(내수)은 차가운 상태’ 라고 진단함
  - 2018년에 정부 주도 인프라 투자 확대, 투자유치 확대, 산업육성정책 등으로 내수를 확대해 경제성장을 견인한다는 방침임
  - 2018년 경제성장률 목표치는 2.4~2.6%
- 대만 경제가 ‘속(내수)이 차갑다’ 는 진단을 받는 것은 경제 발전의 지속 가능성

4) 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 측정된 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)

과 관련된 것으로 산업체질 개선 노력이 중요 해결과제로 남아 있음을 의미

- 저임금, 가계부채 등 경제 역동성을 저해하는 문제가 해결되지 않고 있음
- o 다만 정부는 내수 확대를 위해 총 8,825억 신 타이완 달러(약 32조 1,800억 원<sup>5)</sup>의 특별예산을 편성했고, 2024년까지 사회간접시설 투자 확대 정책을 시행하기로 함
  - 철도, 수도, 디지털 인프라, 신재생에너지, 지역균형발전·농촌개발 관련 각종 프로젝트가 2018년부터 본격 추진
  - 이와 함께 국내외 기업의 투자를 촉진하기 위해 투자 인센티브 제도(‘산업혁신타조례’)를 개정<sup>6)</sup>한 데 이어, ‘외국인투자조례’ 개정안<sup>7)</sup>을 준비 중

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	14.2	13.7	14.5	18.0	13.0	10.8	9.7	14.9
재정수지/GDP	0.1	-0.3	0.0	-0.7	-1.0	-1.1	-1.5	-1.3
물가상승률	-0.3	1.4	0.6	1.5	2.2	2.0	2.5	2.0
경제성장률	0.8	1.4	2.9	2.5	2.1	2.8	2.0	1.8
실업률	3.8	3.9	3.8	3.8	3.9	4.2	4.0	4.0

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

## □ 무역통상 환경

- o 2018년 4월 제조업 구매자관리지수(PMI)<sup>8)</sup>가 소폭 증가하여 58.1 포인트를 기록
  - 비제조업 부문은 확장되고 있지만, 아직 제조업 부문에 비해 약세를 보이고 있으며 전월 대비 55.6 포인트에서 53.7 포인트로 하락
- o 고정투자는 2017년 하반기 전년 대비 하락세를 보였으며, 2018년 1분기에는 전년 대비 성장세를 나타냈으나 성장폭은 1%p 이하
- o 애플 관련 기업들이 소비자 수요를 반영하여 생산계획을 재조정함에 따라, 사업변동성의 불확실성이 확대됨

5) 1TWD = 36.4KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.05.)

6) 스톡옵션 소득세 납부시기 탄력 운용, 엔젤투자자 소득세 감면, 합자기업(有限合伙, Limited Partnership) 법인세 혜택 등을 부여

7) 100만 달러 이하 외국인투자 건은 사후신고제로 전환, 행정절차 간소화, 투자심사 기준과 판단근거 공개 등이 골자임

8) 구매자관리지수(PMI·Purchasing Managers' Index)는 기업의 구매 담당자를 대상으로 신규 주문, 생산, 재고 등을 조사한 후 가중치를 부여해 0-100 사이의 수치로 나타낸 값을 말함. 통상 PMI가 50 이상이면 경기의 확장을, 50 미만일 경우에는 경기의 위축을 의미

- 글로벌 경쟁 심화와 불확실한 제품의 수명 주기로 인해 개별 기업의 사업전망은 불투명하지만, 스마트폰에 이은 사물 인터넷이 새로운 성장동력으로 부각되고 있음

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 안정적 경제 성장               <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 GDP 성장률은 2.5%를 기록하여 전년 대비 0.4%p 하락이 예상되는데, 이는 기저효과의 영향으로 분석됨</li> <li>• 전자/부품산업의 수출 성장 지속</li> </ul> </li> <li>- 미 달러화 대비 통화 약세에 따른 수출경쟁력 개선(다만, 한국 수출기업에는 위험 요인이 될 수 있음)</li> <li>- 2017년 3월부터 착수된 약 8,800억 신 타이완 달러(약 288억 US달러) 규모의 인프라 개발 프로그램</li> </ul>
위험	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중미 간 무역전쟁(보복관세 부과 등)에 따른 중국 연관 제조기업의 실적 악화 (다만, 중국산 제품과 경쟁관계에 있는 기업에는 기회 요인)</li> <li>- 전자부품(반도체) 제조기업 및 애플 등 거대 다국적 기업에 대한 높은 의존도</li> <li>- 글로벌 기술산업의 경쟁 심화, 가계부채·빈곤율·지속적 임금 상승</li> <li>- 인구 고령화와 출산율 감소에 따른 성장 동력 약화</li> <li>- 2018년 법인세율을 20%로 인상(경쟁국과 유사한 수준)</li> <li>- 양안관계의 긴장고조 가능성</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

## 2. 식품 산업현황

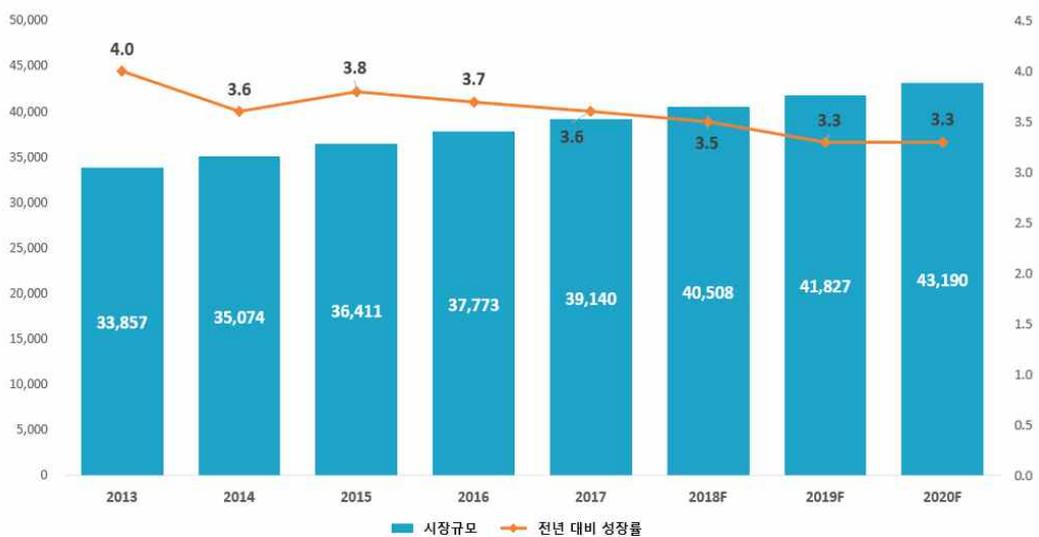
### 1) 보건식품 산업현황

#### □ 시장 규모 및 전망

- 2017년 보건식품(保健食品)<sup>9)</sup> 시장규모는 약 391억 달러<sup>10)</sup>(약 1조 4,244억 원)로, 지난 5년간(2013-2017년) 3.7%의 연평균성장률을 보이며 지속적인 성장세를 이어감
  - 건강 트렌드 확산, 노년층 증가, 30-40대 직장여성의 미용에 대한 관심 증가 등이 보건식품의 성장을 견인하는 주요 요인
- 보건식품 시장은 향후 3년간(2018-2020년) 3%대의 성장세를 유지하며, 2020년에는 약 431억 달러(약 1조 5,701억 원)에 달할 것으로 전망됨

표 1.2 보건식품 시장 규모 및 전년 대비 성장률

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International

9) 보건식품(保健食品):건강 및 보건 개념을 갖춘 상품, 일반인이 그렇게 여기거나 또는 신체 일부에 건강적인 도움을 준다고 여겨지는 상품으로 '건강식품' 외에도 보건 혹은 기능성을 갖춘 식품임. 정부의 품질인증을 받은 제품은 아니지만, 기능성 효과는 인정되는 식품임

10) 본 보고서에 명시된 '달러'는 '신 타이완 달러(新臺幣, New Taiwan dollar)'를 의미함

□ 시장 현황

표 1.3 보건식품 품목별 시장동향(2013-2020F)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International

- 식물류 전통 보건식품, 2017년 전체 보건식품 시장의 54.1% 차지
  - 보건식품은 성분에 따라, 식물류 전통 보건식품<sup>11)</sup>과 비식물류 전통 보건식품<sup>12)</sup> (Non-Herbal/Traditional Dietary Supplements)으로 분류됨
  - 식물류 전통 보건식품에 속한 대표적인 성분에는 영지버섯류, 인삼류, 동충하초류, 달맞이꽃유, 마늘류 등이 있음
- 품목별 향후 3년간(2018-2020f) 연평균성장률은 비식물류 전통 보건식품 4.7%, 식물류 전통 보건식품 1.9% 순
  - 비식물류 전통 보건식품 중 가장 큰 시장규모를 형성하고 있는 제품은 프로바이오틱스 보조제임(2017년 기준 시장점유율 26%를 차지)
  - 대만 시장조사 업체인 i-Buzz Research가 총 929개의 SNS 채널에서 지난 1년간 (2017.10-2018.09) 언급된 보건식품 관련 내용을 분석한 결과, 프로바이오틱스 제품이 2,280개로 가장 많음<sup>13)</sup>

11) 식물류 전통 보건식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 보건 기능을 갖춘 제품으로 인삼, 영지 등 전통적으로 사용된 식물류 보조 식품

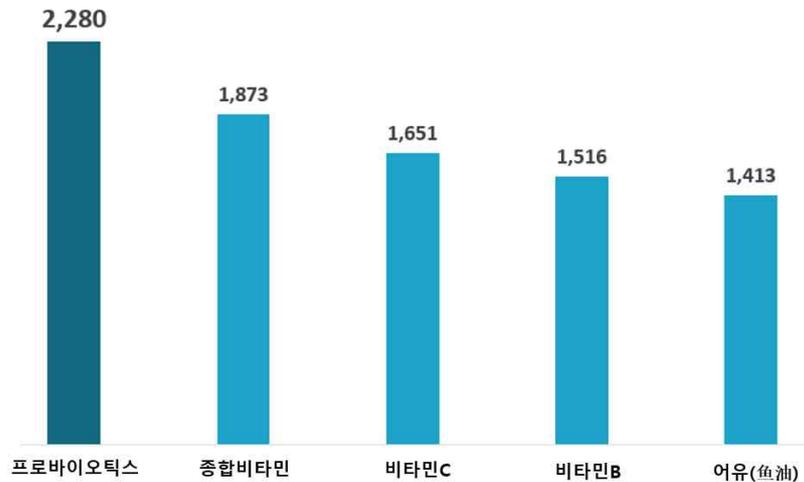
12) 비식물류 전통 보건식품(Non-Herbal/Traditional Dietary Supplements): 인체에 필요한 영양소(광물질 위주 위주) 보충 또는 특수 생리 조절 기능을 갖춘 제품, 재료는 비식물류 재료

13) I-buzz Research(www.i-buzz.com.tw, 게시일자: 2018.11.06.)

- 대만 의료진은 현대인에게 흔한 질병인 비염, 이상성(異常性) 피부염증, 변비 등의 치료법으로 충분한 프로바이오틱스 성분 섭취를 권장하는 것으로 확인됨

표 1.4 대만 인기 보건식품 TOP5

(단위: 언급횟수)



자료: i-Buzz Research(口碑研究中心)

o 보건식품 내 판매 비중 1위는 종합건강관리 제품이며, 눈 건강 제품에 대한 수요는 빠르게 증가하는 추세

- 2017년 기능별 보건식품 판매 비중은 종합건강관리 37.4%, 소화 15.6%, 뼈 8.7%, 관절 8.4%, 미용 6.6%, 면역체계 3.8%, 에너지보충 0.2%, 눈 건강 0.2%, 심장 건강 0.2% 순임
- 눈 건강 기능성 제품의 판매 비중은 2017년 기준 0.2%로 미미한 수준이나, 최근 5년간(2013-2017년) 전체 기능별 보건식품 평균 성장률(3.1%)에 비해 2배 이상의 빠른 성장률(7.5%)을 보임. 최근 전자기기 사용 시간 및 빈도가 증가하면서, 눈 건강 개선을 위해 ‘루테인’ 이 함유된 기능성 제품을 찾는 소비자가 증가하는 추세임

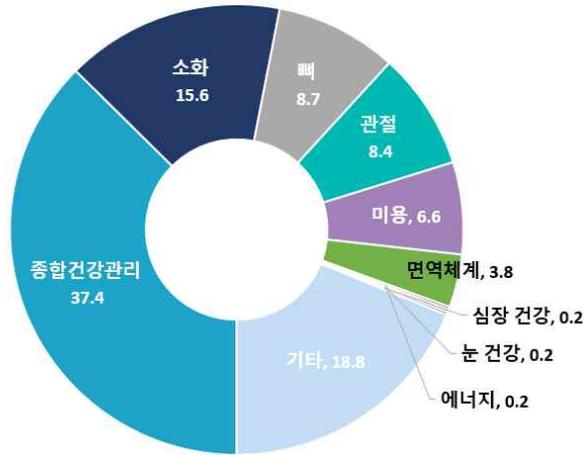
o 보건식품은 사회 트렌드에 직접적인 영향을 받는 특성이 있음

- 2018년 65세 이상 노년층이 전체 인구의 14%를 넘어서면서 고령화 사회로 진입함<sup>14)</sup>. 노년층의 보건식품 구매목적은 ‘뼈 건강 개선, 심혈관 질병 예방, 노화 지연’ 등으로, 관련 제품의 수요가 더욱 증가할 것으로 전망됨
- 최근 외모에 대한 관심이 높아지면서, 구매력이 있는 30-40대 직장인 여성을

14) 연합뉴스(www.yna.co.kr, 게시 일자: 2018.08.31.)

중심으로 ‘미용’ 기능성 보건식품의 수요가 증가하는 추세임. 직장 및 육아를 병행하며 나타난 수면부족이 건강한 피부를 위한 콜라겐 및 Q10 성분의 제품 소비로 이어지는 것으로 확인됨

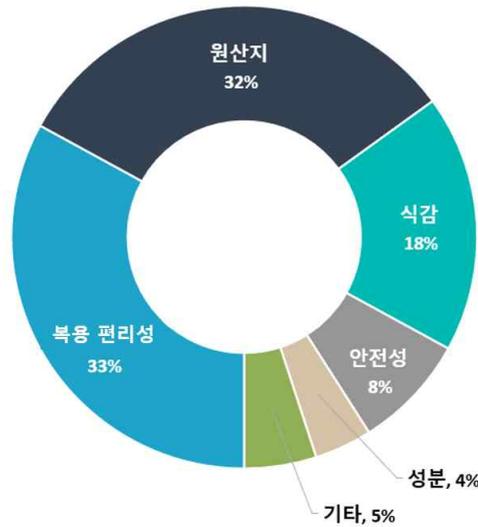
표 1.5 기능별 보건식품 판매 비중(2017년)



자료: Euromonitor International

- 구매 시 ‘복용 편리성’ 이 높은 ‘캡슐’ 제형 선호
  - i-Buzz Research(口碑研究中心)에 따르면, 보건식품 구매 시 고려사항은 복용 편리성 33%, 원산지 32%, 식감 18%, 안전성 8%, 성분 4% 순임
  - 알약에 비해 삼키기 쉬워 복용이 편리한 ‘캡슐(胶囊)’ 제형에 대한 선호도가 높음
  - 원산지별로는 일본산, 대만산, 미국산 순으로 선호도가 높았으며, 성분으로는 ‘종합형’ 제품을 선호하는 것으로 확인됨. 그 외, 구매 시 건강식품 인증 마크(小绿人的健康食品标章, 녹색인 인증마크) 유무를 확인하는 소비습관이 확인됨

표 1.6 보건식품 구매 시 고려사항(2018년)



자료: i-Buzz Research(口碑研究中心)

#### □ 경쟁 업체 동향

- 2017년 기준 업체별 시장점유율은 14개 대기업의 시장점유율이 51.6%로, 그 중 대만 기업의 시장점유율이 19.3%, 외국 기업이 32.3%를 차지함. 제품별 과열 경쟁이 심화됨에 따라 광고비를 늘리고 마케팅전략을 강화하는 추세임
  - 글로벌 최대 직접판매회사(Direct Selling Company) Amway Corp은 대만 보건식품 시장점유율 1위 업체임. 1982년 대만시장 진출 이후, 건강기능식품, 화장품, 생활용품 등 400개가 넘는 다양한 제품군을 판매함. 2017년 기준 매출액 108.7억 달러, 직접판매상 및 회원 33만 명을 보유하는 것으로 확인됨<sup>15)</sup>
  - Sanyo Pharmaceutical Co Ltd(三洋藥業)는 대만 식물류 전통 보건식품 시장 1위 업체임. 대표적인 건강음료인 웨이스비(維士比)와 바이마마리펀(白馬馬力奔) 제품은 현장 근로자 및 트럭 운전자 등에게, 전통적인 한약재를 현대식 음료에 결합한 음료인 쓰우인(四物飲)은 여성 소비자에게 인기가 많음
  - 한국 기업인 K社(J브랜드)는 대만 보건식품 14위 업체로, 2017년 시장점유율은 1.2%임

15) Amway 자사홈페이지(www.amway.com.tw)

표 1.7 주요 보건식품 업체 시장점유율 추이(2013-2017년)

회사명	국가	2013	2014	2015	2016	2017
Amway Corp	미국	8.4	8.5	8.6	8.6	8.6
Sanyo Pharmaceutical Co Ltd	대만	7.5	7.7	7.8	7.8	7.8
Grape King Enterprise Inc	대만	5.4	5.7	6.0	6.0	6.0
Suntory Holdings Ltd	일본	5.8	5.9	6.0	6.0	5.9
Pfizer Inc	미국	4.2	4.2	4.2	4.2	4.1
Taiwan Sugar Corp	대만	4.0	4.1	3.9	3.7	3.6
Herballife Ltd	미국	3.0	2.9	2.8	2.8	2.8
Nu Skin Enterprise Inc	미국	2.7	2.6	2.5	2.5	2.4
PepsiCo Inc	미국	2.2	2.2	2.2	2.2	2.3
Uni-president Enterprises Corp	대만	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9
Taisho Pharmaceutical Holdings Co Ltd	일본	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8
Mylan Inc	미국	-	-	-	1.6	1.6
USANA Health Sciences Inc	미국	1.7	1.6	1.6	1.5	1.5
K사	한국	1.6	1.5	1.4	1.3	1.3
<b>합계</b>		<b>50.0</b>	<b>50.3</b>	<b>50.5</b>	<b>51.9</b>	<b>51.6</b>

자료: Euromonitor International

□ 유통 현황

○ 완제품 시장의 온·오프라인 채널 비중은 59:41

- 무점포소매점은 직접판매, TV홈쇼핑, 온라인 쇼핑 순
- 오프라인 점포는 약국, 드럭스토어, 회원제 창고형 할인매장(코스트코), 슈퍼마켓, 대형마트 순

○ 원료는 전문 무역·유통업체를 통해 제조사에 납품되는 것이 일반적

- 대만 현지 기업도 ‘원료 제조사 → 원료 전문 무역·유통업체 → 보건식품 제조사’ 구조를 따르는 편
- 원료 수출자가 중간 단계를 생략하고 직접 보건식품 제조사와 접촉하는 것은

현실적으로 어려움

- 수입 규정에 따라 대만 FDA의 검사도 거쳐야 하므로 전문 바이어를 통해 진행하는 것이 적합

표 1.8 보건식품 유통채널별 판매비중(2017)

유형	유통채널 분류	비중(%)
무점포소매점	직접판매	35.1
	TV홈쇼핑	13.8
	온라인 쇼핑	10.5
점포소매점	약국	19.5
	드럭스토어	12.2
	회원제 창고형 할인마트	5.0
	슈퍼마켓	1.3
	대형마트	0.5
	기타	2.1

자료: Euromonitor International

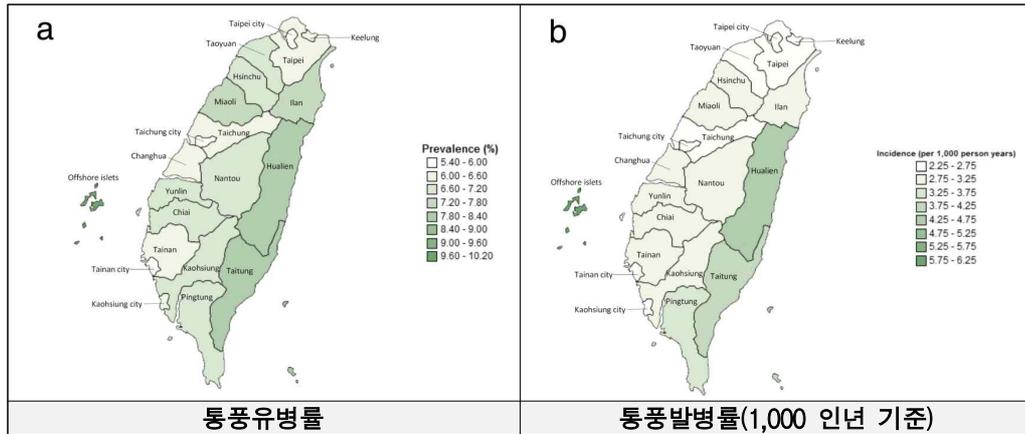
## 2) 통풍 개선 보건식품 산업 현황

### □ 시장 현황

- 대만건강보험자료(據台灣健保資料)에 따르면, 2012년 통풍유병률은 총인구의 1.2%, 그 중 85%가 남성이며, 통풍환자의 평균 나이는 40.5세(±14.8세)인 것으로 확인됨
  - 인구 1,000명당 통풍환자 수는 남성(3.09명)이 여성(0.53명)에 비해 약 6배 높았으며, 여성의 경우 폐경 후 통풍 발생률이 1000명당 1.29명으로 증가하는 것으로 확인됨
  - 1993-1996년 실시된 대만 영양 및 건강조사(台灣營養與健康調查, Nutrition and Health Study in Taiwan)에 따르면 남성의 약 42.1%, 여성의 27.4%가 고요산혈증을, 남성의 3.3%, 여성의 1.1%가 통풍을 진단받은 것으로 확인됨
  - 지난 10년간(2002-2011년) 성별 통풍 발생률은 남성의 경우 7.02%에서 0.33%로, 여성은 3.42%에서 0.11%로 감소함
- 통풍유병률은 대만 원주민이 한족(漢族)에 비해 약 10배 이상 높음
  - 대중영민총의원(臺中榮總全球資訊網)에 따르면, 전 세계 민족별 통풍유병률은 대만원주민(Taiwanese Aborigines)과 뉴질랜드 마오리족(Maoris, New Zealand)이 각각 11.7%, 6.4%로 가장 높은 수치를 나타냄
  - 대만 원주민의 통풍유병률은(11.7%) 한족(0.7%)에 비해 10배 이상 높은 수치임

- 통풍유병률(Prevalence) 및 발병률(Incidence) 모두 타이중(台中), 화롄(花蓮) 등 대만 동부지역에서 높게 나타남

표 1.9 지역별 통풍유병률 및 발병률(2010년)



자료: Arthritis Research&Therapy,2015

## □ 시장 및 소비 특성

- 식이요법을 통한 통풍치료가 일반적
  - 대만은 통풍환자가 많기 때문에 식이요법의 필요성에 대한 국민들의 인식이 높은 편임. 급성 통풍이 아닌 대부분의 경우 대만의 의료진은 일상에서 식습관 조절을 통한 자가 치유를 권장함
  - 보편적인 통풍 개선 식이요법으로는 맵고 자극적인 음식 및 해산물, 샤브샤브(火鍋), 내장류 등 퓨린(Purine) 함유량이 높은 음식섭취 자제, 통풍 개선 및 예방에 도움이 되는 양배추와 샐러리 섭취 등이 있음. 특히 양배추는 통풍치료제를 장기간 섭취 시 발생할 수 있는 위병 질환, 노화 방지 등에 효과가 좋은 것으로 알려져 있어 대만 소비자들은 하루에 한 번 이상 섭취하는 식습관이 있음
  - 현지조사 결과, 통풍 개선 보건식품 및 의사 처방이 필요한 통풍치료제는 약국에서만 판매되는 것으로 확인됨
- 가장 보편적인 통풍치료제는 산배출촉진제인 벤즈브로마론(benzbromarone)
  - 통풍 및 고요산 환자를 위한 건강생활보조 모바일 플랫폼업체인 bietongfeng(別痛風)이 전문의<sup>16)</sup>와 진행한 인터뷰 내용에 따르면, 고요산 및 통풍치료제로 벤즈브로마론(benzbromarone)을 처방하는 비중은 70% 이상임
  - 고요산혈증 발생 원인의 80% 이상이 요산 배출 불량이므로, 산배출촉진제인 벤

16) 대만 카오슝 의과 대학 진중인(陳忠仁) 교수(2016.12.28)

즈브로마론이 주로 처방됨. 대만에서 벤즈브로마론이 수년간 사용되면서 부작용의 사례가 거의 없고, 안정성이 높으며, 가격이 낮기 때문에 가장 선호도가 높음

- 2003년 유럽에서 벤즈브로마론(benzbromarone) 복용으로 인한 간독성 사례가 언론에 보도된 적이 있지만, 유럽의 경우 복용량이 100-200mg인 반면, 대만은 급성환자를 제외하고 50mg 이하의 복용량을 유지하고 있음. 25mg-50mg 이하 복용 시, 대부분의 환자가 요산 수치 감소 효과를 경험한 것으로 확인됨

그림 1.1 벤즈브로마론(benzbromarone)



#### o 고노산혈증 및 통풍 증상별 처방법 상이

- 고노산혈증 및 통풍 약물치료는 급성형과 만성형에 따라 각기 다른 약품을 처방함. 급성형의 경우, 소염제 및 진통제나 콜히친(colchicine)을 처방하고, 만성형의 경우 요산 수치를 감소시키는 약물을 통해 혈노산을 6.0mg/dL 미만으로 유지시켜 통풍재발 방지 및 통풍석 제거를 목표로 함

##### 1) 급성 통풍관절염 처방

- 급성 통풍관절염은 보통 1주 내에 호전되기 시작하여 자연치유가 가능하지만 초기에 약물을 복용하면 빠른 효과를 볼 수 있음
- 주로 사용하는 약품은 3종으로 비스테로이드 항염증제(NSAID), 콜히친(Colchicine), 코르티코스테로이드(Corticosteroid)가 있음

##### 2) 만성 통풍관절염 처방

- 만성 통풍관절염은 요산이 관절 주위에 쌓여 통풍결절을 유발하는 질병으로, 관절 손상뿐만 아니라 관절 변형까지 일으킴
- 주로 사용하는 약품은 4종으로 비스테로이드 알로푸리놀(Allopurinol), 페북소스타트(Febuxostat), 벤즈브로마론(Benzbromarone), 설핀파이라존(Sulfipyrazone)이 있음

- 그 외, 통풍 및 고노산혈증 치료방침은 하기 표와 같음

표 1.10 통풍 및 고노산혈증 치료방침<sup>17)</sup>



자료: Taiwan Rheumatology Association.2016

- 전문의 진료를 받거나 요산저하 치료제(Urate-lowering treatment)를 복용하는 통풍환자 비율은 35.3%에 불과
  - 영국 관절 전문학술지인 Arthritis Research & Therapy에 따르면, 2010년 145만 8,569명의 통풍환자 중 약 35.3%(51만 5,000명)만이 통풍치료와 관련하여 전문의 상담 진행 혹은 요산저하 치료제(ULT)를 복용한 것으로 확인됨
  - 그 외, 통풍환자의 22.9%가 요산저하 치료제(ULT)만을, 28.5%가 요산배설촉진제(Uricosuric Agent)만을, 11.4%가 잔틴산화효소 억제제(Xanthine Oxidase Inhibitor)만을 복용한 것으로 확인됨

17) 합병증의 경우 만성 신장병, 고혈압, 허혈성 심장질환, 당뇨병, 대사증후군 등을 포함할 수 있음

### 3. 수출입통계

#### 1) 통계분석 기준 설정

##### □ 통계분석 기준 설정

- 섬쑥부쟁이 제품의 글로벌 및 대만의 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 2106.90을 조사 기준으로 설정함

표 1.11 섬쑥부쟁이 제품 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영어)
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	Food preparations not elsewhere specified or included
	2106.90	기타	Other
	<b>2106.90.9099</b>	<b>기타</b>	<b>Other</b>
대만	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	Food preparations not elsewhere specified or included
	2106.90	기타	Other
	<b>2106.90.9990.3</b>	<b>기타</b>	<b>Other</b>

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만 관세청(eweb.customs.gov.tw)

#### 2) 통계자료

##### □ 섬쑥부쟁이 제품 관련 수출입통계

- 한국과 대만 모두 섬쑥부쟁이 제품을 별도로 구분하여 통계자료를 입력한 HS CODE가 없으므로 자료 추출 및 분석은 생략함
  - 한국 2106.90.9099 분류를 통해 섬쑥부쟁이만이 포함된 통계자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨
  - 대만 2106.90.9990.3 분류를 통해 섬쑥부쟁이만이 포함된 통계자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨



## II. 시장 트렌드

1. 소비 트렌드

2. 소비자 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 소비 트렌드

- ❖ '흑체리, 셀러리씨, 우엉' 성분의 통풍 개선 보건의식품 인기
- ❖ 여성 소비자, 보건의식품의 주력 소비 계층으로 부상
  - 대만 여성 인구의 22%에 해당하는 200만 명은 보건의식품을 자주 구매
  - 선호 품목은 엽황소(葉黃素), 쓰우인(四物飲), 치킨에센스(雞精) 순
  - 건강과 외모에 대한 관심 증가로 최근 수면 보조제 인기
  - 보건의식품 주요 구매경로는 '약국 및 드럭스토어, 온라인몰, 대형할인점' 순

### 2. 소비자 트렌드

- ❖ 통풍 개선 보건의식품 구매 시, '의사 및 약사의 추천'을 우선적으로 고려
- ❖ 선호 제형은 '캡슐 혹은 알약', 원산지는 '독일산'
- ❖ 의료진 및 전문가의 추천을 마케팅 전략으로 활용하여 한국산 통풍 개선 보건의식품에 대한 소비자 인지도 및 신뢰도를 제고할 필요성이 있음

## 1. 소비 트렌드

### □ '흑체리, 셀러리씨, 우엉' 성분의 통풍 개선 보건의식품 인기

- 흑체리, 셀러리씨, 우엉차가 해외에서 인기 있는 통풍 개선 건강기능식품으로 알려지면서, 대만의 해외 직구가 늘어나는 추세
- 체리에 풍부하게 함유된 안토시아닌은 요산으로 인해 발생된 염증을 제거하여 통풍 발작의 위험을 감소시키며 요산을 배출할 수 있도록 도와주는 효과가 있음
  - 류마티스 학회(ACR)의 저널인 관절염&류마티즘에 따르면, 체리를 섭취한 통풍 환자는 그렇지 않은 환자에 비해 통풍위험이 35% 낮은 것으로 밝혀짐
  - 색이 어둡고 신맛이 강한 체리일수록 안토시아닌 함유량이 높아 통풍 치료에 효과적임
- 셀러리 씨앗은 아피제닌(apigenin)을 포함한 여러 항염증 물질을 함유하여, 통풍으로 인한 통증 완화에 효과가 있음. 특히, 염증 감소뿐만 아니라 통풍 통증의 주요 원인인 요산 수치를 낮추는 기능을 함
- 우엉에 함유된 아르기닌산은 대사 작용의 부산물로 생기는 요산과 독소를 분리해 몸 밖으로 배출하기 때문에 통풍 예방에 효과가 있음
- 그 외, 미국산 천연성분의 요산수치 관리제인 솔라레이 요산배출제(Solaray Uri Acid Total Cleanse)의 인기가 높은 편

그림 2.1 인기 통풍개선 보건의품

사진			
제품명	Puritan Black Cherry	Blackmores Celery 3000	야마모토한방우엉차 (山本漢方牛蒡茶, Yamamoto Kanpoh Gobou Tea)
원산지	미국	호주	일본

자료: 毎日頭條(kknews)

□ 여성 소비자, 보건의품의 주력 소비 계층으로 부상

- 대만 여성 인구의 22%인 200만 명은 보건의품을 자주 구매
  - 2015년 3분기 닐슨의 Life Index 조사(尼尔森生活型態大調查)에 따르면, 12-65세 전체 대만 인구 중 320만 명이 보건의품을 자주 구매하는 것으로 확인됨
  - 성별 기준으로는, 전체 남성 인구의 13%인 120만 명이, 전체 여성 인구의 22%인 200만 명이 보건의품 구매의 빈도수가 높은 것으로 확인됨
- 선호 품목은 엽황소(葉黃素), 쓰우인(四物飲), 치킨에센스(雞精) 순
  - 성별 선호 품목의 경우 여성은 엽황소(葉黃素), 쓰우인(四物飲), 치킨에센스(雞精) 순, 남성은 치킨에센스(雞精), 어유(魚油), 엽황소(葉黃素) 순으로 선호도가 높은 것으로 확인됨
  - 쓰우인(四物飲)은 대만 여성의 90% 이상이 섭취한 경험이 있을 만큼 대중적인 여성용 보충제로, 호르몬 밸런스 조절, 월경 후 원기 보충 등에 효과가 있음. 주로 로즈힙, 용안, 대추 등 약재 성분으로 구성되며, 천지합보(天地合補)가 쓰우인 제품의 1위 브랜드임
  - 남성의 경우, 치킨에센스에 대한 선호도가 압도적으로 높았으며, 닐슨의 ‘대만 양생산품수요보고서(台灣健康養生產品需求報告)’에 따르면, 남성의 1/3은 자주 치킨에센스를 구매하는 것으로 확인됨
- 건강과 외모에 대한 관심 증가로 최근 수면보조제 인기
  - 대만건강정책과관리연구소(台大健康政策与管理研究所)에서 발간한 《전국수고인

조사연구(全国受僱者調査研究)》자료에 따르면, 30-40대 여성 직장인의 피로지수(Burnout Score)가 남성에 비해 훨씬 높은 수준인 것으로 확인됨. 산업경제 및 트렌드 연구센터(産業經濟與趨勢研究中心)의 2012년 자료에 따르면, 직장인 여성은 업무와 가사를 병행하면서 발생한 수면 부족 문제가 건강에 영향을 미치는 주요 원인이라고 생각함

- 수면에 도움을 주어 피로감 및 피부 트러블 완화, 불안감 완화, 원기회복 등의 효과를 볼 수 있는 기능성 보건의식에 대한 수요가 증가하는 추세임

그림 2.2 대만 인기 수면보조제 제품

		
<p>삼영유업파요산포도음료 (森永乳業玻尿酸葡萄飲料)</p>	<p>마루만주식회사 여성에너지음료 (マルマン株式會社女性能量飲料)</p>	<p>강기고력과 초콜릿제품 GABA (江崎固力果巧克力產品 GABA)</p>

자료: 푸드넥스트(foodnext)

- o 보건의식품 구매 시 주요 고려사항은 ‘맛·기능·용도’, 보건의식품 관련 정보 획득 주요 경로는 ‘지인 소개’
  - 여성의 보건의식품 구매 시 고려사항은 맛·기능·용도, 원료·성분·재질, 가격, 브랜드, 원산지·국가 순
  - 여성은 ‘지인 소개’ 를 통해, 남성은 ‘매장 내 전시 및 직원 소개’ 를 통해 보건의식품 관련 정보를 파악하는 것으로 확인됨
- o 보건의식품 주요 구매 경로는 ‘약국 및 드럭스토어, 온라인몰, 대형할인점’ 순
  - 여성의 온라인을 통한 보건의식품 구매 시 영향을 미치는 요소는 ‘가격, 제품규격·기능, 가격할인방법, 지불 방식, 소비자 후기’ 순
  - 온라인 구매 시 ‘가격’ 및 ‘가격 할인 방법’ 등을 주로 고려하는 등 가격에 민감한 소비 특성을 보임
- o 보건의식품의 주력 소비층인 여성의 선호 품목, 구매 시 주요 고려사항, 구매경로 등의 소비특성을 이해하고, 최근 여성의 생활패턴을 반영한 제품 개발 및 마케팅 활동이 요구됨

## 2. 소비자 트렌드

### [참고] 통풍 개선 보건의품 대만 소비자 및 판매직원 인터뷰

<p><b>소비자 #1(20대 여성)</b></p> <p>1) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 시 주요 고려사항 → 가격, 안전성(임산부도 섭취 가능한 제품 선호)</p> <p>2) 선호하는 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 제형? → 크지 않은 알약 제형</p> <p>3) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 기대 효과? → 개선 효과</p> <p>4) 한국산 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 경험 여부 및 만족도 → 매장에서 본 경험 없음</p> <p>5) 한국산 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품)에 대한 인식 → 한국 방문 시, 약국에서 추천해준 약을 복용했지만 대만에서 복용했던 약에 비해 효과가 좋지 않아 재구매하지 않음</p>
<p><b>소비자 #2(40대 여성)</b></p> <p>1) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 시 주요 고려사항 → 통풍이 심하지 않아 별다른 약품 혹은 식품을 구매해본 경험 없음</p> <p>2) 선호하는 보건의품은?(만약 통풍 개선 보건의품 구매 경험이 없을 시) → 해산물을 삼가고 고기 섭취 횟수를 줄이는 등 2년간의 식이요법을 통해 자가 관리함</p> <p>3) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 기대 효과? → 증상의 점진적인 호전</p> <p>4) 한국산 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 경험 여부 및 만족도 → 구매 경험 없음</p> <p>5) 한국산 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품)에 대한 인식 → 독일산 제품은 다수 목격했지만, 한국산은 본 경험이 없음. 부작용이 우려됨</p>
<p><b>소비자 #3(50대 남성)</b></p> <p>1) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 시 주요 고려사항 → 약사 및 지인 추천</p> <p>2) 선호하는 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 제형? → 알약 혹은 캡슐. 비위가 약해서 빨리 삼킬 수 있는 제형을 선호함</p> <p>3) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 기대 효과? → 짧은 시간 내에 확실한 치료 효과를 원함</p> <p>4) 한국산 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 경험 여부 및 만족도 → 약국에서 종합비타민을 구매한 경험이 있는데, 가격이 비쌌음</p> <p>5) 한국산 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품)에 대한 인식 → 포장에 세련되고, 효과가 좋을 것 같지만 가격이 높은 편이라는 인식이 있음</p>
<p><b>소비자 #4(60대 여성)</b></p> <p>1) 통풍 개선 보건의품(혹은 기타 보건의품) 구매 시 주요 고려사항 → 의사의 처방</p>

<p>2) 선호하는 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 제형? → 고체형</p> <p>3) 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 기대 효과? → 통증 완화</p> <p>4) 한국산 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 구매 경험 여부 및 만족도 → 구매 경험 없음</p> <p>5) 한국산 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품)에 대한 인식 → 텔레비전에서 홍삼 광고를 본 경험이 있음. 지인이 한국의 홍삼 제품을 복용하고 면역력이 높아졌다는 이야기를 들은 적 있어, 구매해볼 의향이 있음</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><b>소비자 #5(50대 여성)</b></p> <p>1) 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 구매 시 주요 고려사항 → 약사의 추천, 합리적인 가격</p> <p>2) 선호하는 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 제형? → 점도가 높은 고체형. 고체형이 원료가 잘 정제되어 있어 효과가 좋을 것 같다고 생각함</p> <p>3) 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 기대 효과? → 증상의 점진적인 호전</p> <p>4) 한국산 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 구매 경험 여부 및 만족도 → 구매 경험 없음</p> <p>5) 한국산 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품)에 대한 인식 → 마트에서 한국산 종합비타민 제품을 본 적이 있는데 라벨링 번역이 잘 되어 있지 않아 구매하지 않음. 종업원에게 문의해도 제품에 대해 잘 알지 못해 설명을 들을 수 없었음</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**드럭스토어 Cosmed 둔남(敦南)지점 매니저 인터뷰**

<p>※ 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 건강기능식품) 소비 트렌드</p> <p>→ Cosmed에는 통풍과 관련된 약품 및 건강기능식품이 판매되고 있지 않음</p> <p>→ 통풍은 식문화가 서구식으로 변화되면서 야채보다 육류 및 해산물을 과다섭취해 발생하는 질병이기 때문에 식이요법으로 조절 가능함</p> <p>→ 급성통풍 치료를 받는 환자들 대부분은 약품이나 보조식품을 구매하지 않음. 식습관을 바꾸고 체중 관리를 하는 등 자가관리를 통해 치료함. 병원에서 의사들은 증상을 보고 심각하지 않으면 약품 대신 식이요법을 권장하기도 함</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**영성약국(永誠藥局) 약사 인터뷰**

<p>1) 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 소비 트렌드 → 통풍류 약품은 의사의 처방전이 필요함. 또한 통풍 개선 보건식품은 취급하지 않음</p> <p>2) 판매량이 높은 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) 브랜드 및 제품(종류 및 맛 포함) → 통풍 개선 보건식품을 찾는 소비자들은 브랜드나 가격보다는 성분을 우선적으로 고려하며, 약사의 설명을 듣고 꼼꼼히 따진 후 구매함 → 구매 시 브랜드를 고려하는 소비자의 경우, 인지도가 높고 전통 있는 브랜드를 선호함. 그 외, 지인이 복용하는 브랜드를 추천받은 후 구매하는 경우도 있음</p> <p>3) 가장 인기가 많은 한국산 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품) → 텔레비전 광고의 영향으로 J브랜드의 홍삼 제품을 찾는 소비자가 증가하는 추세임</p> <p>4) 통풍 개선 보건식품(혹은 기타 보건식품)에 대한 소비자 평가 → 보건식품의 제형은 연질캡슐류를 선호함. 의약품의 경우 섭취가 편리한 작은 원형의 정 및 캡슐을</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>선호함</p> <p>→ 원산지의 경우, 독일산에 대한 선호도가 가장 높음</p>
<p><b>시사점</b></p> <p><b>1. 통풍 개선 보건식품 구매 시, ‘의사 및 약사의 추천’을 우선적으로 고려</b></p> <p>→ 소비자들은 가격과 브랜드보다 제품의 성분을 우선적으로 고려하며, 전문의의 설명을 들은 후 제품을 구매하는 습관이 있음</p> <p><b>2. 선호 제형은 ‘캡슐 혹은 알약’, 원산지는 ‘독일산’</b></p> <p>→ 복용하기 편리하고 크기가 작은 ‘연질캡슐’ 혹은 ‘알약’을 선호하는 소비자가 대다수</p> <p>→ 독일산 의약품 및 건강기능식품에 대한 소비자 선호도가 가장 높음</p> <p><b>3. 의료진 및 전문의 추천을 마케팅 전략으로 활용하여 한국산 통풍 개선 보건식품에 대한 소비자 인지도 및 신뢰도를 제고할 필요성이 있음</b></p> <p>→ 대만 소비자는 통풍치료를 위해 식이요법 등 자가치료를 선호하며, 별도의 의약품이나 보건식품을 섭취하지 않음. 그러나 관련 제품 구매 시, 의사, 약사 및 지인 추천을 우선적으로 고려하는 소비 행태가 확인됨</p> <p>→ ‘의사 및 약사’ 등 의료진 및 전문의를 적극 활용한 마케팅 및 판매전략을 통해 한국산 통풍 개선 보건식품의 효능에 대해 소비자 신뢰도를 구축할 필요성이 있음</p>

자료: 대만 현지조사원 인터뷰



### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

## 통관 및 검역 개요

### ❖ 대만 통풍 개선 건강식품 통관 및 검역 프로세스

통풍 개선 건강식품의 통관에는 인보이스(Commercial invoice) 1부, P/L(Packing List) 1부, 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin), 영문 위생증명서, 동·식물 검역증 등이 필요하며, 기타 규정상 검사가 필요하다고 판단되는 경우 추가로 서류를 요청할 수 있음

번호	프로세스	주요내용	담당기관
1	수입 신고 전	- 기업정보 등록 - 규제 확인	- 담당기관: 대만 관세청 - 담당기관: 재정부 관세국
2	수입신고	- 신고서 제출 • EDI를 통한 신고 • EDI를 통하지 않은 신고 - 신고서 검사 - 신고서 처리 • C1: 서류원본검사 및 화물 검사 면제 대상 • C2: 서류원본검사 대상 • C3: 서류원본검사 및 화물 검사 대상	- 담당기관: 관할 세관  - 담당기관: 대만 관세청
3	물품검사	- 검사 면제 - 표본 추출검사 - 전량 검사	- 담당기관: 식품약품관리서
4	관세납부 및 통관 완료	- 관세 납부 • 즉시 납부 • 사후 납부 • 담보 제공 - 통관 완료	-
5	화물반출	-	-

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 대만 CCC CODE 2106.90.9990.3 품목의 관세율<sup>18)</sup>

CCC CODE	품명	관세율
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	기본세율: 30% 부가가치세: 5%
2106.90	기타	
2106.90.9990.3	기타	

### ❖ 대만 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) 대만의 경우 해당 품목의 관세율은 '대만 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
	대만 관세청	www.customs.gov.tw

## 1. 통관 및 검역

### 1) 통관 및 검역 절차

- 대만의 건강식품은 영양소나 법령상의 “보건효과”를 가진 식품(정제, 캡슐, 분말, 액상형태)으로 정의되며 대만위생복지부식품약품관리서(Food and Drug Administration 이하 “FDA”)의 심사를 거쳐 승인됨<sup>19)</sup>
  - 승인된 물품만이 허가증을 발급받고 “건강식품 마크”를 부착할 수 있으며, 관련 효과에 대한 표기 및 광고를 할 수 있음

### □ 수출 전 준비서류

- 대만으로 건강식품을 수출하고자 하는 경우 수출기업은 다음의 사항을 준비하여야 함. 수출기업은 수출 전 아래의 명시된 서류를 준비하여야 함

선적서류 준비 항목	발급처	비고
패킹리스트 인보이스 계약서 선하증권(B/L)	B/L은 화물 운송주선업자 또는 항공/해운사를 통하여 수취가능하며 기타 서류는 수출자가 직접 작성하여야 함	대만 세관 제출용
원산지증명서	대한상공회의소 - 일반/비특혜(FTA) 원산지증명서	
영문 위생증명서	농식품의 경우 식품의약품안전처에서 발급받을 수 있음	대만 FDA 제출용
동/식물 검역증	농림축산검역본부 (대만 FDA 요청 시)	

18) 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

19) 자료: 08권\_대만\_건강기능식품 수출가이드, 식품의약품안전처, 2016.6.28

□ 건강식품 통관 절차

- 대만의 건강식품 통관 절차는 통관준비 → 수입신고 → 화물검사 → 관세납부 → 수입허가의 5단계를 거침

표 3.1 대만 건강식품 통관 절차 개요

통관절차	세부 절차	유의사항	
① 통관 준비	기업정보 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입자는 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 관세사가 세관으로부터 등록된 업체이어야 함</li> <li>해당 수입 물품이 허가 또는 규제, 금지품목 해당 여부 및 해당 사항에 대하여 재정부 관세국을 통하여 사전에 확인하도록 하여야 함. 건강식품(녹용함유식품)의 경우 대만 검역국(BAPHIQ)으로부터 수출국에서 발행된 검역증명서를 요구받게 됨</li> </ul>	
	건강식품 등록	1. 허가신청서 제출(FDA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>최초심사용 제출정보 부족 시 FDA에서 보완 요청, 그 후 1달 이내에 1회에 한하여 보완 가능</li> <li>신청접수 후 개별 심사(행정심사)와 규격표준 심사로 분류되며 규격표준 심사의 경우 성분 규격에 대한 확인 검사 시행</li> </ul>
		2. 건강식품 심사	*개별심사 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 신청업체의 서류제출</li> <li>2) 행정심사</li> <li>3) 건강식품심의위원회 재심(전문심사)</li> <li>4) 위생서 심사결과(통과, 서류보완, 철회)</li> <li>5) 상품검사 통지(위생서약물식품검험국에서 기능성분 확인검사)</li> <li>6) 허가증 발급                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-심사기간: 약 180일</li> <li>-심사비용: 약 30만원 내외</li> </ul> </li> </ul>
			* 규격표준심사 <ul style="list-style-type: none"> <li>학술이론상 명확한 보건효능이 확인되어 효능에 대한 심사 진행은 불필요함</li> <li>현재 <b>홍국(Red Yeast Rice)</b>과 <b>어유</b>에 한하여 규격표준 심사 진행됨                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-심사기간: 약 120일</li> </ul> </li> </ul>
		3. 건강식품 인증	
			규격표준심사 인증시 마크

	<b>개별심사 및 규격표준심 사 제출 자료</b>	<b>공통(8)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신청서</li> <li>- 제품원료 성분 규격 함량표</li> <li>- 제품 제조공정도</li> <li>- 양호한 작업 규범 증명자료</li> <li>- 제품 위생검사 규격 및 그 검사보고서</li> <li>- 일반 영양성분 분석 보고서</li> <li>- 제품 포장 상표 및 설명서</li> <li>- 신청자 회사 등록 또는 상업 등록 증명서</li> </ul>
		<b>개별심사(5)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 안전평가보고서</li> <li>- 제품 보건효능 평가 보고서</li> <li>- 제품 보건효능 성분 감정 보고서 및 검사방법</li> <li>- 관련 연구 보고 문헌 자료</li> <li>- 제품과 그 보건효능 성분 안전성 실험보고서</li> </ul>
		<b>규격표준 심사(2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 성분 규격 실험보고서</li> <li>- 제품 및 건강효능 성분 안전성 시험 보고서</li> </ul>
<b>② 수입 신고</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입자는 전자문서교환(EDI, Electronic Data Interchange)을 통한 신고 혹은 EDI를 통하지 않은 신고 방법으로 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출하여야 함</li> <li>• EDI를 통해 신고할 경우 수입화물의 수하인 혹은 위탁받은 통관기업이 전산 시스템을 통해 세관에 수입신고서 및 관련 서류를 전자적 방법으로 제출하여야 함. EDI를 통하지 않고 수입신고하는 경우 관련 증빙서류를 갖추어 세관에 직접 제출할 수 있음</li> <li>• 수입신고서가 세관에 제출되면 관할 세관의 심사처에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부, 과세가격 적정성 여부를 판단하여 이를 심사함</li> </ul>		
<b>③ 화물 검사</b>	<b>검사유형</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입신고서를 심사한 후 이상 여부가 발견되지 않은 경우 대만 관세청의 자동선별 시스템에 따라 수입화물이 하기 3가지 형태로 분류되어 수입자에게 통보됨 <ul style="list-style-type: none"> <li>- C1: 서류원본검사 및 화물검사 면제 대상</li> <li>- C2: 서류원본검사 대상</li> <li>- C3: 서류원본검사 및 화물검사 대상</li> </ul> </li> <li>• C2 대상인 경우 전자적 방법으로 신고된 수입신고서 및 관련 서류 원본을 관할 세관에 제출해야 하며 C3 대상인 경우 서류원본 접수와 함께 관할 세관 담당자가 화물 검사를 실시함</li> </ul>	
	<b>검사방법</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검사대상 화물로 선별된 경우 수입자는 세관에 검사신청서 및 관련 증빙서류를 제출하고 이에 따라 세관원이 서류상 검사를 실시함</li> <li>• 이후 세관 검사요원과 함께 화물이 적재된 서류상의 화물과 실</li> </ul>	

		<p>제 수입된 화물의 일치 여부, 서류상의 수량과 실제 화물의 수량 일치 여부, 원산지 표시 위반 여부 및 포장의 파손 및 훼손 여부 등이 있음. 검사방법은 검사면제, 표본추출검사, 전량검사 세 가지 종류가 있음</p>						
		<table border="1"> <tr> <td>1. 검사 면제</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 검사가 면제되는 품목</li> <li>• 총통 또는 부총통의 필요에 의해 수입하는 물품</li> <li>• 외국 영사관 및 외교 기관에서 수입하는 물품</li> <li>• 기타 법률기관에서 검역면제 승인을 받은 물품</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>2. 표본 추출검사</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 대부분의 수입화물은 표본검사 대상임</li> <li>• 일반적으로 전체화물의 5-10%가 표본추출검사 대상임</li> <li>• 세관에서는 수입자를 저위험, 고위험, 일반적으로 분류하여 고위험 수입자에게 검사를 강화하고 있음</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>3. 전량 검사</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 정부 기관에서 규정한 전량검사 대상 화물 및 고위험 수입자가 수입하는 화물 중 일부 세관에서 임의로 정한 화물의 경우 수입한 화물을 전부 검사함</li> </ul> </td> </tr> </table>	1. 검사 면제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검사가 면제되는 품목</li> <li>• 총통 또는 부총통의 필요에 의해 수입하는 물품</li> <li>• 외국 영사관 및 외교 기관에서 수입하는 물품</li> <li>• 기타 법률기관에서 검역면제 승인을 받은 물품</li> </ul>	2. 표본 추출검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대부분의 수입화물은 표본검사 대상임</li> <li>• 일반적으로 전체화물의 5-10%가 표본추출검사 대상임</li> <li>• 세관에서는 수입자를 저위험, 고위험, 일반적으로 분류하여 고위험 수입자에게 검사를 강화하고 있음</li> </ul>	3. 전량 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 정부 기관에서 규정한 전량검사 대상 화물 및 고위험 수입자가 수입하는 화물 중 일부 세관에서 임의로 정한 화물의 경우 수입한 화물을 전부 검사함</li> </ul>
1. 검사 면제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검사가 면제되는 품목</li> <li>• 총통 또는 부총통의 필요에 의해 수입하는 물품</li> <li>• 외국 영사관 및 외교 기관에서 수입하는 물품</li> <li>• 기타 법률기관에서 검역면제 승인을 받은 물품</li> </ul>							
2. 표본 추출검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대부분의 수입화물은 표본검사 대상임</li> <li>• 일반적으로 전체화물의 5-10%가 표본추출검사 대상임</li> <li>• 세관에서는 수입자를 저위험, 고위험, 일반적으로 분류하여 고위험 수입자에게 검사를 강화하고 있음</li> </ul>							
3. 전량 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 정부 기관에서 규정한 전량검사 대상 화물 및 고위험 수입자가 수입하는 화물 중 일부 세관에서 임의로 정한 화물의 경우 수입한 화물을 전부 검사함</li> </ul>							
④ 관세납부	납부 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관세는 세관이 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 다음 날로부터 14일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함. 납부시기에 따라 다음 세 가지 방법으로 나눌 수 있음</li> </ul>						
		1. 즉시 납부	일반적인 납부형태로서 수입화물이 반출되기 전에 해당 관세 등을 납부하는 방법					
		2. 사후 납부	수입화물의 과세가격 산정이 즉시 이루어지지 않는 경우 예상되는 관세에 상응하는 담보를 제공함으로써 화물을 반출하고 이후 관세액이 확정되면 그에 따른 관세를 납부하는 방법					
		3. 담보 제공	수입화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입화물 개별 혹은 월 단위의 포괄 관세액을 납부하는 방법					
⑤ 통관 완료		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨</li> <li>• 이후 세금 완납 여부 및 금액의 오차 유무, 검사 시 요구 서류 구비 여부 확인 등의 사항이 확인되고 나서 물품이 반출됨</li> </ul>						

## 2) 관세율 정보

### □ 대만 관세율표의 CCC Code는 11자리

- CCC Code란, HS CODE와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어짐
- CCC Code 또한, 국제 공통인 HS CODE의 6자리 숫자를 동일하게 사용

Tariff Number 8자리	통계번호	체크코드
2106.90.99	90	3

### □ 대만 섬쑥부쟁이 제품은 CCC Code 2106.90.9990.3에 해당

- 섬쑥부쟁이는 혈중 요산의 농도를 감소시켜 통풍 등의 치료에 도움을 주는 식물로, 건조 및 정립, 혼합 등의 과정을 거친 후 타정한 물품이므로 건강기능식품으로 분류됨. 한국의 경우 건강기능식품을 별도로 분류하는 세번이 존재하지 않고 제 2106.90.9099호(기타 조제 식료품)로 분류
- 대만의 경우에도 건강기능식품을 별도로 분류하지 않고 기타 세번인 제 2106.90.9990.3호로 분류함
- 대만의 경우 한국과 FTA협정을 체결하지 않았기 때문에 FTA 협정세율을 적용할 수 없음. 따라서 수입자는 ‘기본관세+부가가치세’ 를 산출하여 납부해야 함
  - 관세는 CIF가격<sup>20)</sup>에서 기본세율(MFN)인 30%를 곱하여 산출함
  - 부가가치세가 5%이며 이는 (CIF가격 + 관세)\*5%를 적용하여 산출함

표 3.2 대만 섬쑥부쟁이 제품 수입 관세율

국가	HS Code/ CCC Code	품명	관세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	<b>2106.90.9099</b>	<b>기타</b>	
대만	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	기본세율: 30% 부가가치세: 5%
	2106.90	기타	
	<b>2106.90.9990.3</b>	<b>기타</b>	

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만 관세청(www.customs.gov.tw)

20) 일반적으로 쓰이는 FOB(Free On Board)가격에서 해상운임, 보험료를 포함하는 가격으로 FOB가격에 비해 과세가격이 큼. 따라서 관세의 부담이 커짐

### 3) FTA 정보 및 AEO 체결사항

#### □ 한-대만 FTA 추진 현황에 따른 관세율

- 2018년 6월 기준, 한-대만 FTA는 체결되지 않은 상태임. 따라서 대만으로 녹용가공품 수출 시, 대만 수입업자는 특혜세율을 적용받을 수 없으며 기본 관세율 30%를 적용받음

#### □ 한-대만 AEO MRA 체결

- 현재 한-대만 FTA는 체결되지 않았으나, 2015년 12월 22일 관세·통관절차 간소화를 위한 ‘성실무역업체 상호인정약정(AEO MRA)’ 이 체결
- AEO(Authorized Economic Operator, 수출입안전관리우수공인업체)란 수출입업체, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 업체 중 관세청이 법규준수, 재무건전성, 내부통제, 안전관리 수준에 대한 심사를 실시하고 공인한 업체를 의미
- AEO MRA에 따라 우리나라 AEO 인증을 받은 수출업자가 대만으로 물품을 수출할 경우, 대만 세관 통관과정에서 화물 검사 축소, 검사, 우선 처리, 통관 애로사항 해소 등의 신속통관 혜택을 부여받을 수 있음
  - 대만 관세청은 한국 관세청이 한국 AEO 업체의 공인번호를 통보하면, 대만 수입업자가 신고한 수입신고서의 AEO 공인번호와 한국의 통보자료를 대조 및 확인하여 자동으로 혜택을 부여
- AEO MRA 특혜를 부여받기 위해서는 한국 관세청으로부터 AEO 인증을 부여받아야 하며, AEO 업체로 지정받기 위해서는 AEO 공인신청서 및 관련 서류를 관세청에 제출해야 함

표 3.3 AEO 공인 절차



자료: 관세청

## 2. 인증정보

### □ TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도(권장)

- 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월 부터 공식적으로 TQF(Taiwan Quality Food)협회 관할로 변경
  - 명칭도 TQF상품인증제도(TQF product certification scheme)로 변경
  - 현재 TQF는 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며, 국제적으로 인정받는 인증 기관인 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음
- TQF 인증을 추진하는 주된 목적은 가공식품의 품질과 안전 위생을 높이고, 식품 제조업자의 자주 관리 체제를 강화하며, 소비자와 제조업자의 합법적인 권익을 보장해 식품공업의 건전한 발전을 촉진하기 위함임

인증마크		
인증명	TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도	
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 TQF 상품인증제도로 대체</li> <li>- 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음</li> </ul>	
발행기관	TQF 협회(대만 경제 발전부 산하 공업국 소속)	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업자등록증</li> <li>- 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서 등</li> </ul>	
발급절차	1. 인증 신청	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출
	2. 서류 심사	평균 2개월 소요
	3. 현장 조사	공업부, 검역부, 위생부, 농업부 및 학자 등 참석
	4. 제품 검수	샘플 검사
	5. 결과 발표	제품 인증 번호 부여
	6. 계약 체결	경제부와 농업위원회 및 위생복지부 담당
	7. 발급	식품 GMP 인증서 발급
소요기간	약 75일(영업일 기준)	
유의사항	2015년 6월 공식적으로 GMP에서 TQF로 변경	

□ ISO 22000(Food Safety Management System)<sup>22)</sup>

인증마크	
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 <sup>21)</sup>	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
유효기관	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

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

인증 마크	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 <sup>23)</sup>
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고)증 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>

21) 한국표준협회, 한국표준협회 인증서비스본부 국제인증심사센터

22) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), BizCare(biz-care.kr)

<b>비용</b>	수수료 20만 원
<b>소요기간</b>	1년 전후
<b>유효기간</b>	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)
<b>인증절차</b>	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 흐름도 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) 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치
<b>이점</b>	- 식품안전성 향상, 식품 안전성 지속, 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격

### 3. 라벨링

□ 대만으로 수입되는 건강식품은 ‘건강식품관리법(健康食品管理法)’의 라벨링 표기 및 품질안전관리에 관한 규정을 준수

○ 1999년 9월 3일부터 시행된 ‘건강식품관리법’의 규정에 따르면, ‘건강식품’이란 “보건 효능을 가지고 있고 그 효능 표기 또는 광고가 가능하며, 실질적인 과학 증거가 있어야 함. 단, 인류 질병의 치료·교정 등 의료 효능을 목적으로 하지는 않음”을 의미함

- 대만 위생복지부는 건강식품관리법에 의거해 ‘건강식품관리법시행세칙(健康食品管理法施行細則)’, ‘건강식품신청허가방법(健康食品申請許可辦法)’, ‘홍국 건강식품규격표준(紅麴健康食品規格標準)’, ‘어유건강식품규격표준(魚油健康食品規格標準)’, ‘건강식품안전성평가방법(健康食品安全性 評估方法)’, ‘건강식품의보건효능평가방법(13항)(健康食品之保健功效評估方法)(13項)’, ‘건강식품기구용기포장위생표준(健康食品器具容器包裝衛生標準)’, ‘건강식품 원자진 방사능오염 안전허용량표준(健康食品原子塵放射能污染之安全容許量標準)’, ‘건강식품 잔류농약 안정전용량표준(健康食品殘留農藥安全容許量標準)’, ‘건강식품위생표준(健康食品衛生標準)’, ‘건강식품공장양호작업규범(健康食品工廠良好作業規範)’ 등의 규정을 후속적으로 개정함

23) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고: [mfds.go.kr/brd/m\\_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&multi\\_itm\\_seq=0&company\\_cd=&company\\_nm=&page=1](http://mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1)

□ 건강식품 라벨링 필수 표기사항

- 식품 포장 라벨링 표기는 중국어와 통용 부호로 나타내야 하며, 표기 의무 사항은 다음과 같음
  - 품명
  - 내용물 명칭과 중량 또는 용량: 두 가지 이상 혼합물일 경우는 구분해 명기
  - 식품첨가물 명칭
  - 유효기간, 보관 방법 및 조건
  - 제조사 명칭 및 주소, 수입 업체 또는 대만 기업 명칭 및 주소
  - 원산지(국가)
  - 유효기간
  - 영양 성분 및 함량
  - 허가 인증된 효능
  - 허가증 번호<건강식품> 문구 및 표준 도안(인증 마크)
  - 섭취량, 복용 시 주의사항 및 기타 필요 문구
  - 기타: 중앙 담당 기관 공고를 통한 지정 표기 사항(‘건강식품관리법(健康食品管理法)’ 건강식품 표기 사항 규정에 의거)
- 건강식품관리법 제3조 규정에 의거, 보건식품은 두 가지 요건을 갖춰야 함
  - 명확한 보건효능 성분이 있어야 하고 식품의 섭취 권장량은 반드시 과학적 근거가 있어야 함
  - 과학적 안전 및 보건 효능평가 시험을 거쳐 인체 건강에 무해함을 증명하고, 성분은 명확한 보건효능을 갖추고 있어야 함
- 건강식품의 표기 또는 광고는 허위 부실, 과장 내용이 있어서는 안 됨. 보건 효능 광고는 허가 범위를 초과해서는 안 되며, 건강식품의 표기 또는 광고는 치료 목적의 효능에 대한 내용을 포함해서도 안 됨

□ ‘건강식품 추가 표기 사항(健康食品應加標示事項)’ 제정

공고 일자	2017년 8월 30일, 대만 위생복지부 식품약물관리서 - 공고(문서 번호 : 衛授食字第1061301896號公告)
제정 의거 규정	건강식품관리법(健康食品管理法) 제13조 제1항 제10항
내용	• 캡슐 및 알약 형태의 보건식품인 경우 반드시 용기 포장상 주의 사항 중 ‘본

	<p>상품은 약품이 아닌 보건용으로, 환자는 여전히 의사와 상의하십시오’, ‘제한된 섭취량만 음용하고 과다 투여 시 효과는 없습니다’라는 문구를 삽입해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캡슐 및 알약 형태가 아닌 보건식품인 경우 반드시 용기 포장상 주의사항 중 ‘본 제품은 보건용이며 의료 효능은 없습니다’, ‘제한된 섭취량만 음용하고 과다 투여 시 효과는 없습니다’라는 문구를 삽입해야 함</li> <li>• 위 두 개의 주의 사항은 반드시 굵은 글씨로 표기하고, 글씨체는 기타 문자 및 바탕색과 명확히 구분해야 함</li> </ul>
시행일자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 1월 1일 이후 건강식품 허가증을 받은 제품은 본 공고의 규정에 따라 시행하고, 2017년 12월 31일 이전 건강식품 허가증을 받은 제품은 2018년 6월 30일까지 유효기간 적용</li> <li>• 2018년 7월 1일 이후부터 제작된 제품은 반드시 본 공고 규정에 따라 시행해야 함</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강식품관리법 제7조 규정에 근거, 보건식품의 제조, 수입은 그 성분, 규격, 작용 및 효능, 제조 절차 및 개요, 검사 규격 및 방법 관련 자료와 증명서, 상표와 샘플이 있어야 함</li> <li>• 대만 중앙 담당기관에 증명비용, 검사비용을 납부하고 검사 등록을 신청하며, 허가증 발급 후 제조 및 수입이 가능함</li> <li>• 해외의 건강식품 인증 마크는 대만 내에서 인정되지 않기 때문에 ‘건강식품 수입 관련 규정’은 없음. 보건식품으로 대만 내에서 광고·홍보를 하려면 사전에 수입업체에서 대만 내 건강식품 허가증을 신청한 후 수입해야 함. 또는 일반 식품으로 수입한 뒤 건강식품 허가증을 신청해야 함</li> </ul>

#### □ 영양 표기 관련 규정

o 대만 건강식품의 영양성분 및 함유량 표기 방식과 내용은 중앙 담당기관이 정하며 식품안전관리법의 관련 규정을 따름

- 비타민 광물질류의 알약·캡슐 포장식품의 영양 표기는 대만위생복지부가 2015년 1월 23일 공고한 ‘비타민 광물질류의 알약캡슐 포장식품 영양 표기 시행 사항(包裝維生素礦物質類之錠狀膠囊狀食品營養標示應遵行事項)’ 표기 기준을 따름
- 기타 식품 표기 사항은 ‘포장식품 영양 표기 시행 사항(包裝食品營養宣稱應遵行事項)’, ‘식품 표기 또는 광고 문구 과장 및 오해 또는 의료 효능의 인정 기준(食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準)’을 따름

□ 판매 중인 통풍 개선 보건식품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명</li> <li>- 중량</li> <li>- 식품첨가물 명칭</li> <li>- 성분</li> <li>- 영양성분</li> <li>- 제조사</li> <li>- 원산지</li> <li>- 유통기한</li> </ul>	

자료: 대만 현지조사원

## 4. 위생요건

□ 대만 건강식품 식품첨가물 관련 규정 준수 필요

- 대만은 식품첨가물에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있음. 이로 인해 각종 식품첨가물 명칭 사용범위 및 제한량은 해당하는 규정에 부합해야 하며 식품 품목에 해당되지 않을 경우 식품첨가물을 사용할 수 없음
- 식품첨가물은 17종류로 분류되며, 총 691항목으로 구성되어 있으며 대만 위생복지부 식품약품사이트([www.fda.gov.tw](http://www.fda.gov.tw)) → 법규자문 → 식품·식음료 및 영양류 → ‘첨가물’ 분류에서 확인 가능함
  - 식품첨가물 사용범위, 허용량 및 규격기준에 의하면 식품첨가물은 용도에 따라 방부제, 살균제, 향산화제, 표백제, 보색제, 팽창제, 품질개선용제·양조용제·식품제조용제, 영양첨가제, 착색제, 향료, 조미제, 점조제(호료), 결착제, 식품공업용 화학약품, 용제, 유화제 등으로 분류 가능
  - 홍삼조제품에 첨가된 ‘식품첨가물 사용범위 및 제한량규격표준’에 관해서는 대만 위생복지부 식품약품 사이트에서 조회 가능함<sup>24)</sup>

24) 식품첨가물 사용범위 및 제한량규격표준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準) 조회 사이트 [consumer.fda.gov.tw/Law/FoodAddressitivesList.aspx?modelD=521](http://consumer.fda.gov.tw/Law/FoodAddressitivesList.aspx?modelD=521)

□ 기타 위생 규정

- 대만의 건강식품 위생기준에 대해서 ‘건강식품 방사진 및 방사능 오염 안전 허용 기준(健康食品原子塵放射能污染之安全容許量標準)’, ‘건강식품 기구·용기·포장 위생기준(健康食品器具容器包裝衛生標準)’, ‘건강식품 잔여농약 안전 허용기준(健康食品殘留農藥安全容許量標準)’ 을 소비자 지식 서비스 사이트(consumer.fda.gov.tw)에 공시함

표 3.4 건강식품 방사진 및 방사능 오염 안전 허용기준

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

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

- 건강식품의 위생 기준상, 형태와 성질 기준은 원래의 색과 맛이 있어야 하며 부패 변색 이물질 등이 함유되어 있지 않아야 함. 이외에도 세균 제한량은 평균이 검출 되지 않아야 하고 중금속은 최대 납 20ppm, 비소 2ppm까지 허용됨

표 3.5 건강식품 중금속 허용 기준치

중금속 종류	최대 허용 기준치(ppm)
납	20
비소	2

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



## **IV. 경쟁제품**

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

## 1. 경쟁제품 선정

### o 분석기준 및 지표설정

- 온·오프라인 각 채널에서 가장 인기 있고, 브랜드 인지도가 높으며, 리뷰 수가 많은 제품 중에서 선별함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

### o 대표 방문 및 조사 매장

약국			
	구전약국 (玖田藥局)		천복약국 (千福藥局)
	장청세무약국 (長靑世貿藥局)		용강약국 (永康藥局)
	건보특약약국 (健保特約藥局)		박육약국 (博昱藥局)
온라인			
			
PChome24h	야후 구매중심(Yahoo購物中心)	모모 구매망(momo購物網)	

## 2. 경쟁제품 분석

### □ 통풍 개선 보건식품의 주요 유통채널은 '약국'

- o 드럭스토어, 편의점, 대형 마트 등 15개의 유통채널<sup>25)</sup>을 방문했으나 약국에서만 통풍 개선 보건식품이 판매 중임

<sup>25)</sup> 드럭스토어(Cosmed, Watsons, Tomod's), 편의점(Seven Eleven, Family Mart, OK 편의점), 대형마트(PX Mart, Carrefour, RT Mart) 등

- 드럭스토어, 편의점, 대형 마트의 경우 종합비타민 등의 보건식품은 판매되고 있으나 통풍 기능성의 보건식품 및 약품은 판매하고 있지 않음
  - 7개의 약국을 방문 및 현지조사한 결과, 총 9개 품목의 통풍 개선 보건식품이 판매 중임을 확인함. 약사의 추천이 가장 많은 제품은 독일산 Basentabs(衡穩錠) 과 캐나다산 Seliline Capsules(泄力寧膠囊)
  - 통풍 개선 보건식품을 판매하지 않는 약국의 경우, 통풍은 일상에서 식이조절로 치료가 가능하므로 약이나 보건식품을 별도로 복용하지 않아도 된다는 약사의 의견이 공통적임
- o 대만의 주요 3대 쇼핑몰인 PChome24h, 야후 구매중심(Yahoo购物中心), 모모 구매망(momo购物网)에서 ‘통풍(痛风)’, ‘고요산(高尿酸)’ 등을 키워드로 검색했으나, 관련 제품이 검색되지 않음
- 다만, 통풍 개선에 효과가 있다고 밝혀진 특정 성분 혹은 제품을 해외에서 직구 하는 추세임. 인기 제품으로는 Blackmores Celery 7000, Puritan’s Pride Black Cherry가 확인됨

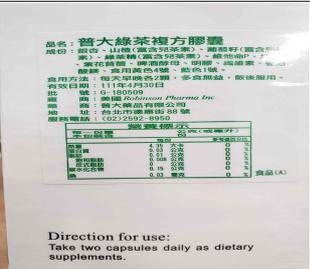
#### □ 독일, 미국, 캐나다, 일본 순으로 인기가 높음

- o 현지 조사한 9개 품목 중 6개 품목은 해외 브랜드 제품인 것으로 확인됨
- 미국산이 3개, 독일·캐나다·일본산 제품은 각각 1개씩 판매되고 있음
  - 약사 및 소비자 인터뷰 결과, 통풍 개선을 포함한 모든 보건식품의 경우, 독일산, 미국산, 캐나다산, 일본산 순으로 인기가 많음. 한국산 보건식품은 거의 취급되지 않고 있는 것으로 확인됨. 현지 유통업자와의 인터뷰 내용에 따르면, 한국산 보건식품은 기타 국가에 비해 수입 절차가 까다롭고 복잡함
  - 독일산의 선호도가 높은 이유는 보건식품 복용 후 뚜렷한 효과를 경험한 소비자가 많기 때문임

#### □ 인기 제형은 ‘연질캡슐’

- o 현지조사한 9개 품목 중 6개 품목의 제형은 ‘연질캡슐’ 임
- 대만 소비자가 선호하는 보건식품의 제형은 말랑말랑하여 삼키기 쉬운 ‘연질캡슐’ 임. 의약품의 경우 일반 알약 및 캡슐인 것으로 확인됨
  - 그 외, 알약, 액상형, 가루형의 제형이 확인됨

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2	제품 #3
제품 이미지	앞면			
	뒷면			
제품 스펙	제품명	성활력장홍화효소 (盛活力藏紅花酵素)	개홍해원낭캡슐 (展閱海源軟膠囊)	Catechin (普大綠茶複方膠囊)
	제조사	Drallforu(歐思佛)	육원기업유주식유한공사 (昱沅企業股份有限公司)	보대약품유하공사 (普大藥品有限公司)
	원산지	대만	대만	미국
	포장 용기	종이 박스	종이 박스	종이 박스
	조사매장	일범약국(逸帆藥局)	장청세무약국(長靑世貿藥局)	용강약국(永康藥局)
	제품가격	1,700달러 (약 62,000원)	1,500달러 (약 54,600원)	3,000달러 (한화 약 109,200원)
	중량	50ml*10개	1.45g*100정	200정
	제형	액상형	연질캡슐	연질캡슐
	유통기한	3년	2년	4년
	성분	사프란, 라목엽, 담죽엽, 대만산 계피, 밀싹레몬식초, 정제수	가디랑어추출물, 효소, 비타민B1, 밀눈오일	은행, 산사(아가위), 포도씨, 녹차, 비타민P, 정제수, 자주개자리, 맥주효모, 젤라틴, 섬유소, 식용색소(황색4호, 남색1호)
기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>최대 복용량은 일일 기준 100ml</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>매일 2번 아침과 저녁 식후에 복용</li> </ul>	
구분		제품 #4	제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면			

	뒷면			
제품스펙	제품명	Seliline Capsules (泄力寧膠囊, )	Catechin (美國綠茶複方膠囊)	Fruit Acid (果酸)
	제조사	NATURO AID PHARMACEUTICAL, INC.	NORTHRIDGE LAB INC(Robinson Pharma Inc)	력미건생물능고과기주식유한 공사 (力美健生物能高科技股份有限 公司)
	원산지	캐나다	미국	대만
	포장 용기	종이 박스	종이 박스	종이 박스
	조사매장	일성약국(一誠藥局)	건보특약약국(健保特約藥局)	박약약국(博彙藥局)
	제품가격	1,000달러 (약 36,400원)	3,000달러 (약 109,500원)	1,600달러 (약 58,200원)
	중량	0.6g*60정	200정	18g*40개
	제형	연질캡슐	연질캡슐	가루형
	유통기한	2년	2년	2년
성분	가다랑어추출물, 호소, 비 타민B1, 밀눈오일	녹차, 비타민P, 홍화자(원산 지는 주로 중국이며 자운영 이라고도 함)분말, 포도씨분 말, 은행, 산사, 자주개자리, 맥주효모	감귤류과산, 레몬산, 사과산, 과실즙, 천연향료, 나트륨 카 르복시 메틸 셀룰로오스	
기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>하루 세 번 식후 복용 권장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매일 2번 아침과 저녁 식 후에 2알씩 복용 권장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1포 기준, 5,000-10,000cc의 미지근한 물에 섞은 후 식후복용 권장</li> <li>통풍 증상이 미미할 경우 하루 1-2포 복용, 증상이 심할 경우 하루 3포 복용 권장</li> </ul>	
구분	제품 #7	제품 #8	제품 #9	
제품이미지	앞면			

				
	뒷면			
제품스펙	제품명	초강B캡슐 (醋康B膠囊)	Sao Essence Capsule (維利健)	BASENTABS (衡穩錠)
	제조사	TOYO CAPSULE Co.,LTD	普大藥品有限公司 (Robinson Pharma Inc)	PASCOE pharmazeutische Preparate GmbH
	원산지	일본	미국	독일
	포장 용기	종이 박스	종이 박스	종이 박스
	조사매장	박옥약국(博昱藥局)	일범약국(逸帆藥局)	용성약국(永誠藥局)
	제품가격	1,350달러 (약 49,000원)	3,300원 (약 120,300원)	1,500원 (약 54,600원)
	중량	440mg*120정	200g	112g(200정)
	제형	연질캡슐	연질캡슐	알약
	유통기한	2년	2년	1년
	성분	홍화씨오일, 젤라틴, 흑초 추출물(90mg), 글리세린, 밀랍, 비타민E, 비타민B1, 비타민6	녹차, 산사, 포도씨, 맥주효모, 은행, 홍화자(자운영이라고도 함), 비타민P, 자주개자리	탄산칼슘, 탄산나트륨, 탄산 마그네슘, 인산수소이나트륨, 중탄산칼륨, 황산아연
기타 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>일일 최대 복용량은 3-4알</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일일 아침과 저녁에 2알씩 복용 권장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일일 1-3번 식후에 복용, 1회 복용량은 2-3알</li> <li>임산부가 복용해도 인체에 무해함</li> </ul>	

□ 온라인 경쟁제품

구분	제품 #1	제품 #2	
이미지			
제품스펙	제품명	Blackmores Celery 7000	Puritan's Pride Black Cherry
	제조사	Blackmores	Puritan's Pride
	원산지	호주	미국
	제품가격	822달러	350달러
	중량	60g	1,000mg*100정
	기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>알약 1정당 7,000mg의 셀러리씨 추출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puritan's Pride는 전 세계에 1,200개 이</li> </ul>

	특징	<p>농축액 함유</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 셀러리씨는 몸의 불순물 배출, 신장의 요산 제거 등을 통해 통풍 예방 및 증상 완화에 도움을 줌</li> <li>• 호주의 건강기능식품 1위 브랜드</li> </ul>	<p>상의 고품질 건강기능식품을 생산 및 유통하는 미국 업체</p>
--	----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

## □ 경쟁사 선정 기준

- 현지조사원의 실사와 온라인 검색 결과, 현재 대만 내 높은 인지도와 판매량을 기록한 통풍 개선 보건의품 브랜드는 Pascoe Natural Healthcare, Naturo Aid Pharmaceutical Inc, Blackmores로 확인됨
  - 따라서 상기 세 브랜드를 경쟁사로 선정

표 5.1 통풍 개선 보건의품 주요 경쟁사

Pascoe Natural Healthcare 독일산	Naturo Aid Pharmaceutical Inc 캐나다산	Blackmores 호주산
 <p>Natural Healthcare since 1895</p>		

## 2. 경쟁사 분석

### □ Pascoe Natural Healthcare

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1895년 약사 Friedrich H. Pascoe에 의해 설립된 이후, 3대에 걸쳐 가족 경영 체제로 운영 중임. 본사는 독일 중부 도시인 기센(Gisen)에 있으며, 비엔나, 오스트리아, 캐나다 토론토에 각각 해외 지사가 있음</li> <li>• 200개가 넘는 자연 요법 기반 의약품(naturopathic drugs) 및 건강기능식품을 취급함. 현재 30개가 넘는 국가에 수출 중임</li> <li>• 대표 인기 제품으로는 스트레스 완화 및 수면 보조제 Pascoflair, 기분 안정제 Neurapas Balance, 비타민C 제품 Pascorbin 등이 있음</li> <li>• 류머티즘 증상 및 관절 개선 제품으로는 Rheuma-Pasc SL, Pascoe-Agil이 판매 중임</li> </ul>			
	기업 유형	건강기능식품 브랜드	홈페이지	www.pascoe.de
	취급품목	비타민류, 종합 건강기능식품, 약제품 등	연락처	+49 0641 79 60 0
	소재지	Schiffenberger Weg 55 35394 Giessen	설립연도	1895년
대표 제품	  			

자료: Pascoe 홈페이지

### □ Naturo Aid Pharmaceutical Inc

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1998년 캐나다에서 설립된 건강기능식품 OEM 업체로, 영양보충제, 비타민류, 식물성 제품 등을 제조함. 자사브랜드를 보유하고 있으며, 전 세계로 수출 중</li> </ul>			
	기업 유형	건강기능식품 브랜드	홈페이지	www.naturoaid.com
	취급품목	비타민류, 종합 건강기능식품, 의약품 등	연락처	+1 604-465-1688
	소재지	302-20285 Stewart Crescent Maple Ridge, B.C. V2X 8G1 Canada	설립연도	1998년

대표 제품	 
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: Naturo Aid 홈페이지

□ Blackmores

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>85년 전통의 호주 제1위 건강기능식품 브랜드로, 600개 이상의 비타민, 미네랄류, 식물성 영양보충제 등을 취급함</li> <li>2007년 대만 드럭스토어 왓슨스 매장에 15개 제품을 납품하며 대만 시장에 진출함</li> <li>대만 내 인기 품목으로는 Omega Daily, 아마인유(亞麻仁油), 비타민 B&amp;C 제품 등이 있음</li> </ul>		
기업 유형	건강기능식품 브랜드	홈페이지	www.blackmores.com
취급품목	비타민류, 종합 건강기능식품, 의약품 등	연락처	+61 2 9910 5000
소재지	20 Jubilee Avenue, Warriewood, NSW 2102, Australia	설립연도	1930년
대표 제품	  		

자료: Blackmores 홈페이지

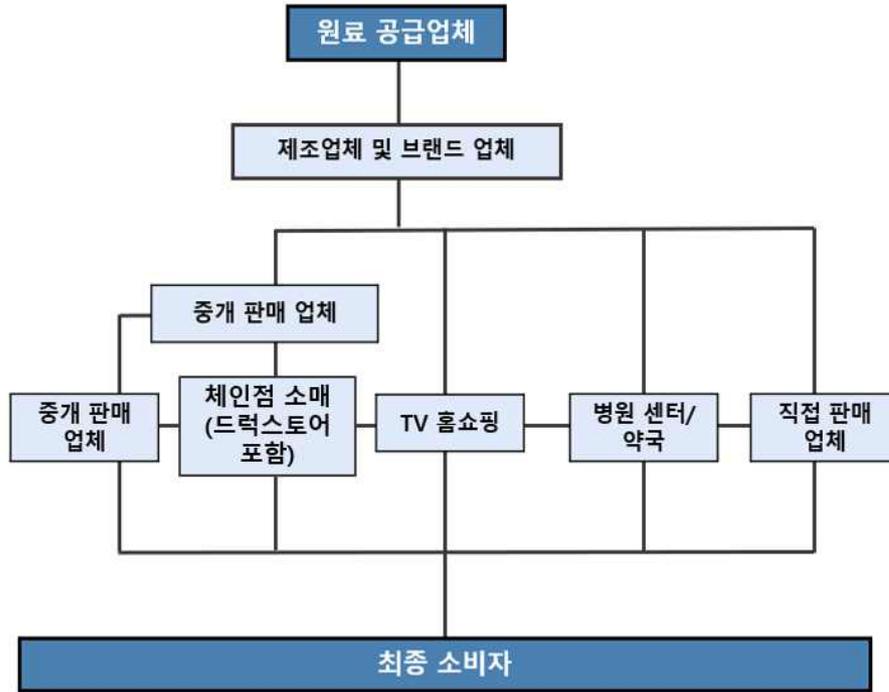


## **VI. 유통채널 현황**

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통업체 분석**

# 1. 유통채널 개황

표 6.1 대만 보건식품 유통채널

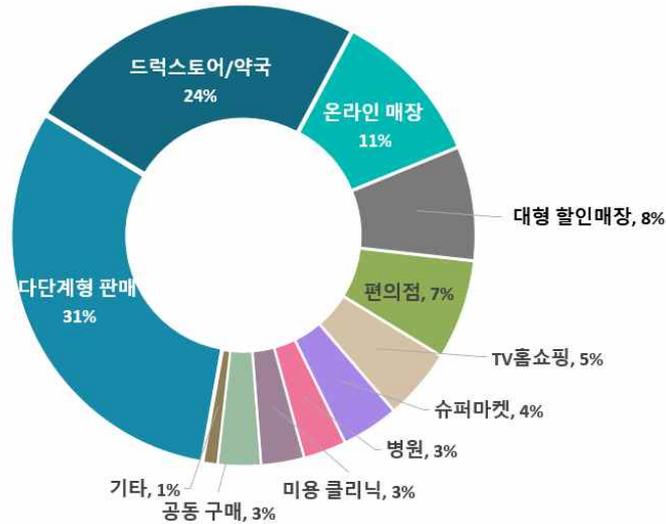


자료: 상업발전연구원(商業發展研究院)

## □ 보건식품의 주요 유통채널은 다단계형 판매 및 드럭스토어/약국

- 식품공업발전연구소(食品工業發展研究所) 및 상업발전연구원(商業發展研究院)의 자료에 따르면, 대만의 주요 보건식품 유통채널의 시장점유율은 다단계형 판매 31%, 드럭스토어/약국 24%, 온라인매장 11%, 대형 할인매장 8%, 편의점 7% 순
  - 대만 식품약품관리서(食品藥物管理署)의 규정 제한으로 보건식품의 효능, 효용 등을 문자로 마케팅할 수 없고, 부적절한 문자 표현도 법 규정에 위반될 수 있음. 따라서 대만 내 건강보건식품은 인터넷 쇼핑 등 신규 채널보다는 일대일 다단계형 판매가 여전히 대다수를 차지
  - 약품과 화장품, 잡화 등을 함께 판매하지만 약국처럼 약 조제·처방을 하지 못하는 드럭스토어(Watsons, Cosmed 등)는 매장 내 전문 약사를 배치해 상담서비스를 제공

표 6.2 대만 보건식품 유통채널별 시장점유율(2016)



자료: 상업발전연구원(商業發展研究院), 식품공업발전연구소(食品工業發展研究所)

## 1) 다단계형 판매

### □ 대만 최대 규모 다단계 판매 업체는 암웨이(Amway)

- 2016년 주요 브랜드인 Amway(118.5억 달러), 포중(81.7억 달러)의 매출 합계가 200.2억 달러(약 6.6억 US달러)으로 다단계 매출액의 22.7%를 차지함
  - 암웨이는 1982년 대만에 처음으로 보건식품 제품을 들여온 다단계 판매 브랜드로, 2016년 기준 다단계 직판업 총 338개, 매출액은 881.2억 달러의 최대 보건식품 유통기업임. 보건식품 판매 비중은 40%로 대만 다단계 시장점유율의 20%를 차지
  - 포중(Pro-Partner)의 2016년 매출액은 86.6억 달러(2.8억 US달러)를 기록하였으며, 이는 대만 내에서 두 번째로 큰 다단계형 판매기업임. 모회사인 포도왕 (grapeking)의 투자로 설립되었으며, 약 30여 종의 보건식품을 9개의 영업점 및 온라인 사이트를 통해 판매 중
- 제품당 평균 매출액은 포중(pro-partner)이 1위
  - Cmoney(理財寶)에 따르면, 포중(Pro-Partner)의 제품당 평균 매출액은 약 2.8억 달러로, 암웨이의 7배 이상임. 제품 수가 30개에 불과하지만, 개별 제품의 판매 실적이 상당히 우수한 것으로 분석됨

표 6.3 TOP5 다단계형 업체 매출액 추이(2014-2016년)

(단위: 달러)

순위	2014		2015		2016	
	회사명	연간 매출액	회사명	연간 매출액	회사명	연간 매출액
1	Amway(安麗)	11.8억	Amway(安麗)	117.6억	Amway(安麗)	118.5억
2	Pro-partner (葡眾)	61.4억	Pro-partner (葡眾)	71억	Pro-partner (葡眾)	86.6억
3	Melaleuca (美樂家)	57억	Melaleuca (美樂家)	48억	Market America (美安)	46.5억
4	Nuskin (如新)	46억	Herbalife (賀宝芙)	46억	Total Swiss	46억
5	Market America (美安)	40.5억	Nuskin (如新)	45억	Herbalife (賀宝芙)	41억

자료: 직영세기(直銷世紀)

표 6.4 주요 다단계형 업체 제품당 평균 매출액 비교(2016년)

(단위: 천 명, 백만 달러)

회사명	회원 수(천 명)	제품 수	제품당 평균 매출액 (백만 달러)
Pro-partner (葡眾)	200	30	288.7
Herbalife (賀宝芙)	66	91	50.5
Amway(安麗)	350	289	41.0
Nuskin (如新)	120	219	21.9
Melaleuca (美樂家)	180	502	7.6

자료: Cmoney(理財寶)

## 2) 드럭스토어 및 약국

□ 대만의 3대 약품, 화장품 등 드럭스토어 전문 체인점은 Watsons, Cosmed, 일약 본포(日藥本舖)이며 최근 일본 Tomod's가 대만 내 신규 설립되어 판매점을 확장 중임

○ Watsons는 1987년 대만 시장에 진출한 대만 최대의 드럭스토어 체인점임. 대만 내 520개 매장을 통해 5,000개 이상의 제품을 판매 중임. 보건식품의 경우 대만

브랜드 상품이 주를 이루며, 이어 일본, 미국, 호주산 순

- o Cosmed(康是美)는 대만 통일그룹 계열사로 1995년 설립된 대만 2대의 드럭스토어 체인점임. 대만 전역에 395개의 매장을 보유하며 보건식품은 대만산 브랜드가 주를 이룸
- o 일약본포(日藥本舖)는 2011년 대만에 첫 매장을 개설한 일본 화장품, 약품 전용 판매 체인점으로, 일본산 약품을 90% 이상 직수입하며 현재 31개점이 영업 중

표 6.5 주요 드럭스토어의 업체별 시장점유율 비교(2016년)

브랜드	매장 수	주요 지역	시장점유율(%)	보건식품 판매 비율(%)
Watsons	520	전국	9	15-20
Cosmed	395	전국	5.1	15-20
일약본포 (日藥本舖)	31	북부 위주	0.7	30

자료: Euromonitor, 상업발전연구원(商業發展研究院)

□ 2017년 대만 내 약국 점포 수 7,678개, 영양보건제품 성장률 13%

- o 고령화 현상 등의 영향으로 약국의 성장세가 돋보임
  - 대만의 약국 수는 2015년 7,480개에서 2017년 7,678개로, 최근 3년간 약 6.7% 증가함. 매출액은 일용소비재(FMCG) 중심으로 12.5%의 성장률을 보임
- o 보건, 미용, 유아동용품, 여성용품, 유기농 제품, 체중 관리 제품, 의료기구 등 다양한 상품을 취급
  - 닐슨(Nielsen)의 ‘2018 대만 소매유통의 전국시대(台灣零售通路的 戰國時代)’ 보고서에 따르면, 2017년 의약품의 매출액은 전년 대비 3.8% 감소한 반면, 영양보건품(營養保健品) 제품은 13% 증가함
  - 최근 약국은 전통적인 방식과는 달리 약품만을 취급하지 않고, 다양한 소비자의 수요를 반영한 보다 다각화된 제품을 판매하는 추세임

표 6.6 주요 약국 및 관련 업체 시장점유율

구분	매장 명	주요 지역	매장 수	점유율	보건식품 판매비율	특징
의료 기재	위강 (維康)	각 대형 의료원 주변	175	1.9%	11%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전문적으로 소비자에게 의료 자문을 제공</li> <li>• 대만 주요 종합병원의 간호원, 약사, 식</li> </ul>

						<p>품 영양사를 초빙해 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 대만 최대의 전문 의료 보호팀이 이끄는 의료용품 약국 체인점</li> <li>• 2015년 제품 판매 비중은 의료관리 70%, 건강관리 14%, 보건식품 포함</li> </ul>
	행일 (杏一)	각 대형 의료원 주변	226	1.8%	13%	
전문 약국	장청 (長靑)	전국 지역형 약국	373	2.1%	23%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 약품, 보건식품 외 영유아 브랜드 상품관 (Kodomo 유아관, Love baby care 임신부 유아용품 등)이 있음</li> </ul>
	약사 (躍獅)	신이북 지역에 집중	84	0.7%	20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1989년 약사가 직접 설립한 약국 체인점으로, 2012년 영국령 스칸디나비아반도의 Zuellig 의약그룹과 제휴해 주택가 지역에 많이 개설</li> </ul>
	박등 (博登)	전국 지역형 약국	57	0.5%	22%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 염색약을 제조하는 Maywufa의 자회사로 1992년 설립됨</li> <li>• 고객사용 약품의 전산화 관리, 건강 자문, 무료 정보 제공, 합리적 가격, 친절 신속 서비스 제공</li> </ul>
영유아	대수 (大樹)	전국 지역형 약국	76	1.7%	1.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품목별 점유율은 주부·유아용품 46%, 의료 보험 처방 약품 20%, 보건식품 19% 임</li> <li>• 주부가 주요 고객층</li> </ul>
	정정 (丁丁)	타오위엔, 타이중 및 가오슝 지역 위주	74	1.9%	20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1983년 설립된 주부·유아용품 중심의 복합 약국으로 화장품, 약품, 의료기기를 주로 취급</li> </ul>

자료: Euromonitor, 상업발전연구원(商業發展研究院)

## 2. 주요 유통업체 분석

### □ Amway

기업로고	
업체개요 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>1982년에 대만 시장에 진출한 이후 대만 최대 규모의 다단계 업체로 성장함. 2017년 108억 달러의 매출액을 기록하였고, 470명의 직원, 33만 명의 직판상 및 회원을 보유함</li> <li>인기 브랜드로는 건강기능식품 및 비타민 세계 판매 1위 브랜드 뉴트리라이트(Nutralite), 피부미용 브랜드 아티스트리(Artistry), 정수기 전문 브랜드 이스프링(eSpring) 등이 있음</li> </ul>
취급 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강보조제, 피부미용제품, 두발 관리 제품, 정수기, 공기청정기, 주방도구류, 세제, 에너지음료 등</li> </ul>
컨택포인트	<p>Tel: +886 2 2546 7566</p> <p>Address: 台湾台北市敦化北路168号11樓</p> <p>Website: www.amway.com.tw</p>
제품 사진	

자료: Amway Taiwan 홈페이지

### □ Pro-partner(葡眾)

기업로고	
업체개요 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>모회사인 Grape King Bio(葡萄王生技)가 1993년에 설립한 프리미엄 건강식품 다단계 판매 업체임. 2018년 Pro-partner(葡眾)는 그룹사 매출액(약 92억 달러)의 80.5%인 74억 달러(약 2,690억 원)를 기록함</li> <li>설립 이후, 지난 9년간(2008-2016년) 연평균성장률 25%를 보이며 빠른 속도로 성장함. 다단계 판매 시장점유율은 2008년 3.1%에서 2016년 9.8%로, 약 3배 이상 증가함</li> <li>2017년 2분기 기준 프로바이오틱&amp;프리바이오틱 제품 강패아(康貝兒) 32.7%, 발효 제품 995생기영양품(生技營養品) 15.1%, 장지역균사체(樟芝益菌絲体) 12.0% 순으로 전체 매출에서 차지하는 비중이 높음</li> <li>지난 2년간(2015-2016년) 회원유보율은 80% 이상으로 직판 업계 중 높은 수준임</li> </ul>
취급 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품, 피부미용제품 등</li> </ul>
컨택포인트	<p>Tel: +886 2 2792 2103</p> <p>Address: 台北市內湖區金莊路18號3樓</p> <p>Website: www.pro-partner.com.tw</p>

제품 사진	
-------	------------------------------------------------------------------------------------

자료: Pro-partner 홈페이지

□ Melaleuca(美乐家)

기업로고	
업체개요 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 멜라루카(Melaleuca Inc)는 1985년 멜라루카 오일 제품으로 사업을 시작하여, 현재 건강기능식품, 건강관리용품, 화장품, 의약품 등 400여 개 이상의 품목을 판매하는 연매출 17억 US달러(2017년)의 미국 기업임</li> <li>• 1997년 최초의 해외법인을 대만에 개설, 소화 기능 개선 보조제인 Provex CV의 판매를 시작으로 대만 시장에 진출함</li> <li>• 2016년 기준 대만 전역에 30개의 건강생활관(健康生活館), 400명의 직원, 약 18명의 회원을 보유하고 있는 것으로 확인됨</li> </ul>
취급 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조제, 피부미용제품, 애완용품제품, 생활용품 등</li> </ul>
컨택포인트	<p>Tel: +886 800 077 955</p> <p>Address: 台北市松山區八德路四段762号1樓(松山火車站旁)</p> <p>Website: tw.melaleuca.com</p>
제품 사진	

자료: Melaleuca 홈페이지

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15
2. 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15
3. 「Dietary Supplements in Taiwan」, Euromonitor International, 2018.11
4. 「消費者最注重保健食品方便性, 品牌宜加強溝通產品族群」, i-Buzz Research(口碑研究中心), 2018
5. 「2017 대만 보건식품 시장현황」, aT한국농수산물유통공사&농림축산식품부, 2018.03.14
6. 「통풍 및 고노산혈증(痛風與高尿酸血症)」, 대중영민총의원(臺中榮總全球資訊網), 2013
7. 「Epidemiology and Management of Gout in Taiwan: a nationwide population study」, Arthritis Research&Therapy, 2015
8. 「Taiwan Guideline for the Management of Gout and Hyperuricemia updated 2016」, Taiwan Rheumatology Association, 2016

### ■ 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. 한국수출입은행 해외경제연구소
6. 관세평가분류원
7. 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)
8. 대만 상업발전연구원(商業發展研究院, www.cdri.org.tw)
9. 대만경제부국제무역국(經濟部國際貿易局, cus93.trade.gov.tw)
10. 대만관세청(www.customs.gov.tw)
11. i-Buzz Research(口碑研究中心, www.i-buzz.com.tw)
12. 대만경제신문(經新聞, www.economic-news.tw)
13. Bietongfeng(別痛風, www.bietongfeng.com)
14. 산리뉴스네트워크(三立新聞網, www.setn.com)
15. 푸드넥스트(Food Next, www.foodnext.net)
16. IEK 산업정보망(IEK 產業情報網, ieknet.iek.org.tw)
17. Taiwan Rheumatology Association(www.rheumatology.org.tw)
18. 매일두조(每日頭條, kknews.cc)
19. 직영세기(直銷世紀, www.ettoday.net)

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-40

품목: 통풍 개선 건강기능식품  
(Dietary Supplement for Gout)

국가: 대만(Taiwan)

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 한국농식품유통공사 농식품수출정보 사이트 [www.kati.net](http://www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.