

2019년

해외시장 맞춤형조사



- No. 2001-10
- 품목 : 새싹보리(Barley Grass Powder)
- 국가 : 중국(CHINA)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
· 주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 중국 새싹보리 시장규모	5
2. 중국 새싹보리 수출입 시장규모	6
3. 중국 새싹보리 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 중국, 다이어트 제품 제조 시 다양한 식물성 원료 사용	17
2. 새싹보리 주요 홍보 키워드 '식사 대용', '다이어트', '소화개선'	18
3. 중국 소비자, 새싹보리 제품 구매 시 '맛', '효능' 고려	19
4. 중국, 새싹보리의 건강 효능에 대한 관심 높은 편	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 중국 새싹보리 유통구조	23
2. 중국 새싹보리 주요 유통업체	24
3. 중국 새싹보리 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (세관·검역)

SUMMARY	47
1. 중국 새싹보리 인증 취득	48
2. 중국 새싹보리 업체·제품 등록	50
3. 중국 새싹보리 라벨 심의	53
4. 중국 새싹보리 서류 준비	57
5. 중국 새싹보리 세금 납부	58
6. 중국 새싹보리 검역 심사	59

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	62
Interview ① 선전스웨이청스핀마오이유오시안공쓰(深圳市炜程食品贸易有限公司)	64
Interview ② 쉬저우강후이바이니엔스핀(徐州康汇百年食品)	66
Interview ③ 후난쯔한띠엔즈샹우유오시안공쓰(湖南至涵电子商务有限公司)	67
Interview ④ 안후이이메이캉스핀유오시안공쓰(安徽益美康食品有限公司)	68
Interview ⑤ 이청바오찌엔핀쭈안잉띠엔(屹成保健品专营店)	69

* 참고문헌	71
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 중국 새싹보리 시장규모
2. 중국 새싹보리 수출입 시장규모
3. 중국 새싹보리 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

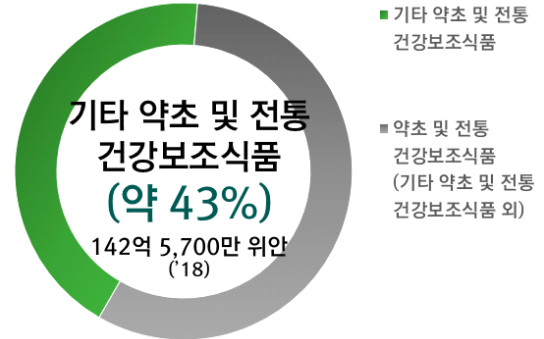
중국 (CHINA)

새싹보리 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(식물성 재료), 기능(다이어트 보조)

- 중국 약초 및 전통 건강보조식품¹⁾ 시장규모
..... 335억 3,500만 위안('18)
- 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품²⁾ 시장규모
..... **142억 5,700만 위안('18)**

(*) Euromonitor International

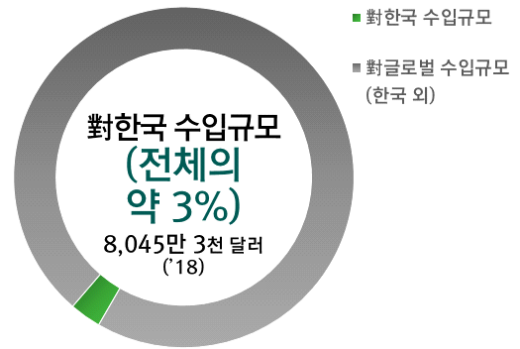


새싹보리 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(기타 곡류 가공품)

- HS 2106.90³⁾
중국 對글로벌 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입규모
..... 27억 1,701만 2천 달러('18)
- HS 2106.90
중국 對 한국 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입규모
..... **8,045만 3천 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre



새싹보리 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '새싹보리'는 다이어트 기능을 보유함. 이에, 중국의 '체중관리 및 웰빙 시장규모'를 조사하여 소비 시장규모를 파악하였고, 다이어트 시장 주 소비자층인 '중국 20-40대 인구 규모'를 조사함. 또한, 구매력을 보유한 소비자 규모 파악을 위해 '중국 소득 수준'을 조사함

- | | |
|---|---|
| <p>① 중국 체중관리 및 웰빙 시장규모 ('18)</p> <p>체중관리 및 웰빙 시장규모 131억 8,700만 위안</p> | <p>② 중국 20-40대 인구 규모 ('18)</p> <p>20-29세 1억 9,580만 7천 명</p> <p>30-39세 2억 958만 7천 명</p> <p>40-49세 2억 2,351만 5천 명</p> |
| <p>③ 중국 고소득층 인구 분포 ('17, '18)</p> <p>초고소득층 3%</p> <p>고소득층 13%</p> | |

(*)Euromonitor, 중국매일경제뉴스, National Bureau of Statistics of China, World Bank

1) 약초 및 전통 건강보조식품 (Herbal/traditional dietary supplements): 식물성 재료, 전통 재료, 전통 의료 제품을 만드는데 쓰이는 동물성 재료로 만들어진 건강보조식품을 뜻함
 2) 기타 약초 및 전통 건강보조식품(Other Herbal/Traditional Dietary Supplements): 단일 요소로 만들어진 약초 건강보조식품을 포함하며, 국가와 보조식품의 대중성에 따라 적용 범위가 달라짐
 3) HS CODE 2106.90: 조사제품 '새싹보리'는 국내산 보리새싹분말 100%로 만들어진 기타 가공품임. 이에 제품의 품목(기타 곡류 가공품)을 반영하여 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'을 지칭하는 HS 2106.90을 지표로 선정함

1. 중국 새싹보리 시장규모

조사 시장: '새싹보리'는 국내산 보리새싹분말을 100% 원료로 하며, 다이어트 보조, 고지혈증 완화 등의 기능을 가진. 이에 제품의 원료(식물성 재료)와 기능을 고려하여 '약초 및 전통 건강보조식품'과 '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장 규모를 조사함

중국 국가 일반 정보⁶⁾

면적	960만 km ²
인구	13억 9,538만 명
GDP	13조 4,573억 달러
GDP (1인당)	9,633달러

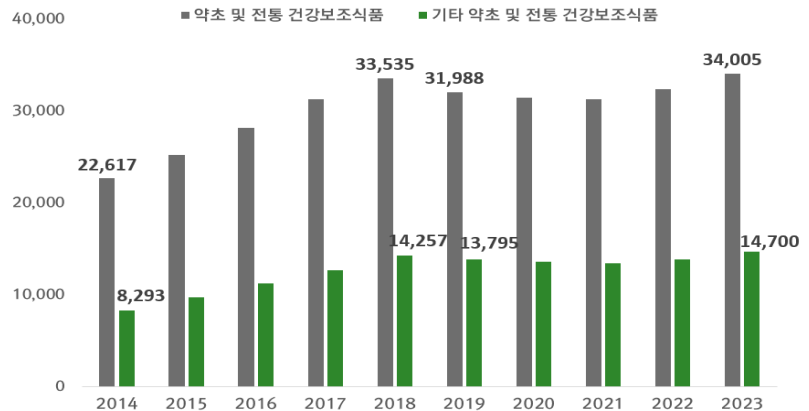
▶ 2014-2018년, 중국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장 연평균성장률 10%

지난 5년(2014-2018년)간 중국의 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 연평균 10%의 성장률로 성장하여 2018년 335억 3,500만 위안의 시장 규모를 기록함. '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 동기간 연평균 15%의 성장률을 기록하였으며 2018년 142억 5,700만 위안의 시장규모를 기록함

▶ 2019-2023년, 중국 '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장 연평균성장률 2% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 중국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장과 '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 연평균 2%로 꾸준히 성장하여 2023년 각각 340억 500만 위안, 147억 위안의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] '약초 및 전통 건강보조식품', '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장 규모⁴⁾⁵⁾
단위: 백만 위안



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (14-'18)
상위 품목 약초 및 전통 건강보조식품	22,617 (3.9조 원)	25,223 (4.4조 원)	28,140 (4.9조 원)	31,214 (5.4조 원)	33,535 (5.8조 원)	10%
해당 기타 약초 및 전통 건강보조식품	8,293 (1.4조 원)	9,683 (1.7조 원)	11,178 (1.9조 원)	12,656 (2.2조 원)	14,257 (2.5조 원)	15%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (19-'23)
상위 품목 약초 및 전통 건강보조식품	31,988 (5.5조 원)	31,433 (5.4조 원)	31,280 (5.4조 원)	32,326 (5.6조 원)	34,005 (5.9조 원)	2%
해당 기타 약초 및 전통 건강보조식품	13,795 (2.4조 원)	13,532 (2.3조 원)	13,385 (2.3조 원)	13,856 (2.4조 원)	14,700 (2.5조 원)	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 1위안=173.04원(2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 중국 새싹보리 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 조사제품 '새싹보리'는 국내산 보리새싹분말 100%로 만들어진 기타 가공품임. 이에 제품의 품목(기타 곡류 가공품)을 반영하여 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'을 지칭하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

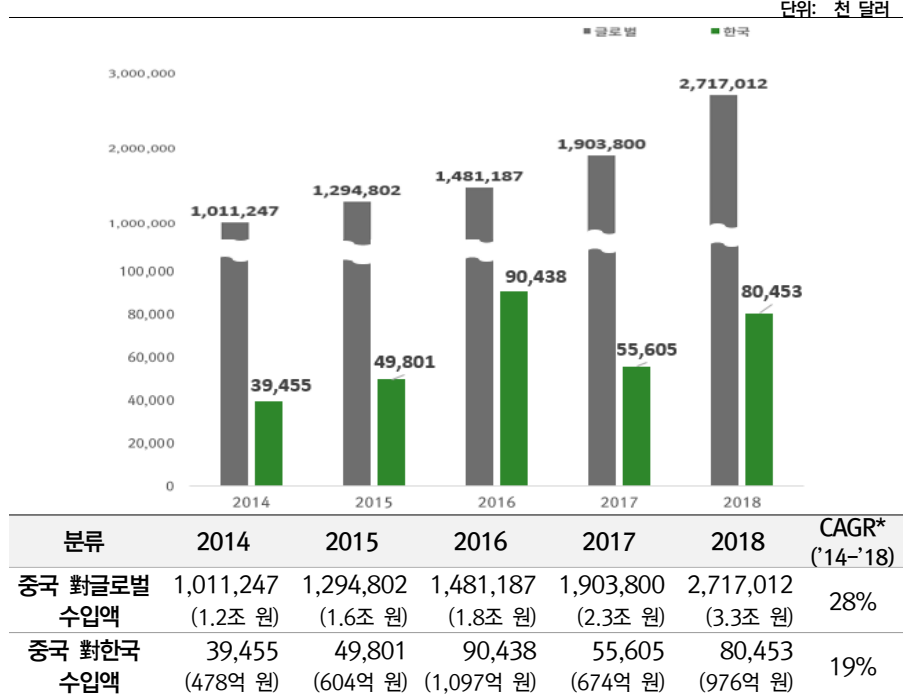
▶ 2014-2018년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 28%

중국 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 28%의 성장률을 기록함. 2015년부터 2018년까지 매년 두 자릿수 성장률을 보였으며, 특히 2018년 전년 대비 43% 급증하여 27억 1,701만 2천 달러의 수입액을 기록함. 이는 2014년 수입액 대비 약 3배 성장한 규모임

▶ 2014-2018년 중국 對한국 수입액 연평균성장률 19%

중국 HS CODE 2106.90 수입액 기준 한국은 7위 수입 국가임. 39%의 감소세를 보인 2017년을 제외하고 對한국 수입액은 매년 20% 이상의 성장률을 보임. 2018년 기준 對한국 수입액은 전년 대비 45% 증가한 8,045만 3천 달러를 기록함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모⁷⁾⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2106.90 기준

7) 1달러=1,212.70원 (2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

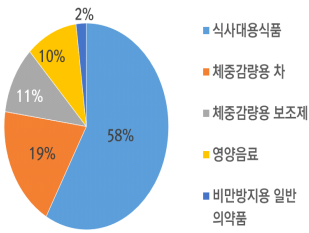
8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 새싹보리 소비 시장규모

1) 중국 체중관리 및 웰빙 시장규모

조사 제품 '새싹보리'는 다이어트 기능을 보유함. 이에, 중국의 '체중관리 및 웰빙 시장규모'를 조사하여 소비 시장규모를 파악하였고, 다이어트 시장 주 소비자층인 '중국 20-40대 인구 규모'를 조사함. 또한, 구매력을 보유한 소비자 규모 파악을 위해 '중국 소득 수준'을 조사함

2018년 중국 '체중관리 및 웰빙' 시장 점유율



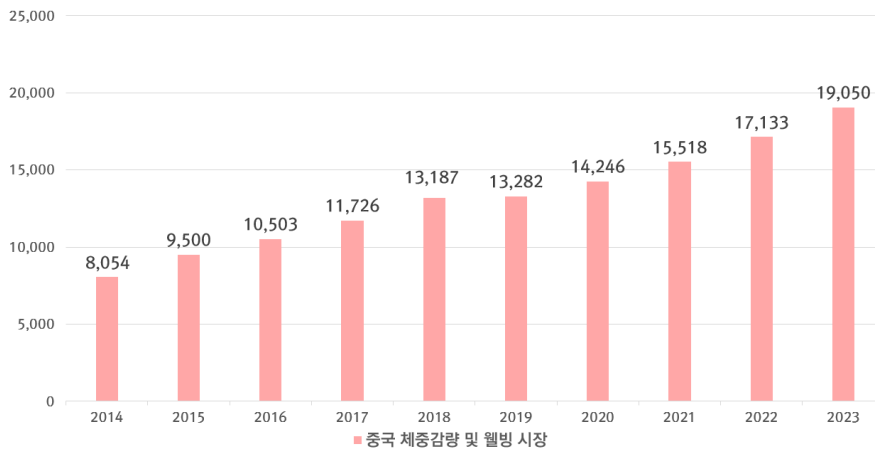
▶ 2014-2018년, 중국 '체중관리 및 웰빙' 시장 연평균성장률 13%

중국 '체중관리 및 웰빙' 시장규모는 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 13%의 성장률을 기록하여, 2018년 131억 8,700만 위안(약 2조 3,000억 원)을 기록함. '체중관리 및 웰빙' 하위시장 중 시장규모 1위는 '식사대용식품' 시장으로, 76억 3,800만 위안(약 1조 3,000억 원)을 기록함. 다음으로 '체중감량용 차(Tea)' 시장이 24억 6,400만 위안(약 4,264억 원)으로 19%를 차지함

유로모니터에 따르면, 중국 과체중 및 비만 인구의 증가로 인해 중국 내 '체중관리 및 웰빙' 시장에 대한 수요가 증가함. 또한 의류, 음식, 주거, 교통 등 생활방식 전반에 걸쳐 '간편성'과 '가벼움'을 추구하는 트렌드가 확산하면서, '식사대용식품' 및 '체중감량 보조제' 시장 성장이 지속될 것으로 전망됨

[표 1.3] 중국 '체중관리 및 웰빙' 시장규모

단위: 백만 위안



자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 체중관리 및 웰빙(Weight Management and Wellbeing): 식사대용식품, 비만 방지용 일반의약품, 체중감량용 차, 영양음료, 체중감량용 보조제를 포함함

10) 식사대용식품(Meal Replacement): 체중감량 또는 건강을 위한 체중감량용, 영양보충용 식품. 보통 셰이크나 바, 수프 형태임

11) 체중감량용 차(Slimming Teas): 체중감량 용도로 제조된 허브, 비(非) 허브차를 포함함. 체중감량 보조제로 만들어진 디톡스 차, 녹차를 포함함

12) 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in China」, 2019.10

▶ 2018년, 중국 20-40대 전체 인구의 45% 차지

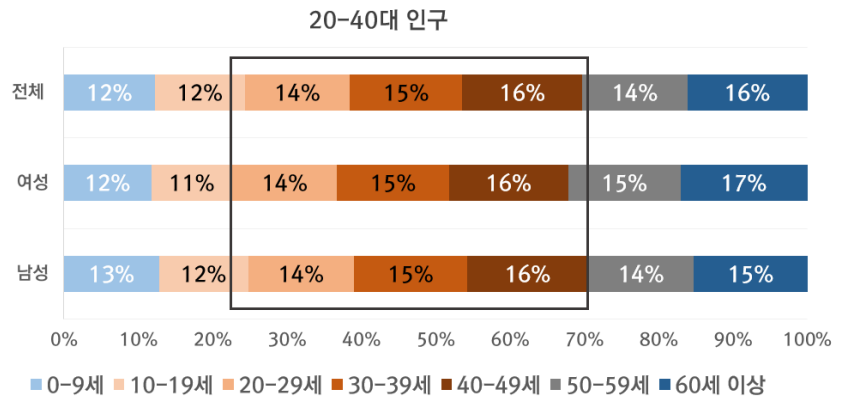
2) 중국 연령대별 인구분포

월드뱅크(World Bank) 자료에 따르면, 2018년 중국 인구는 총 13억 9,273만 명임. 중국의 20-40대 인구수는 총 6억 2,891만 명이며 이는 전체 인구의 45%를 차지하는 규모임. 20-40대 인구 중에서는 40대 인구가 2억 2,351만 5천 명(전체 인구의 16%)으로 가장 많음. 그 다음으로 30대 인구는 2억 958만 7천 명(15%), 20대 인구는 1억 9,580만 7천 명(14%)임

전 연령대 중 60세 이상 인구가 2억 2,732만 5천 명(전체 인구의 16%)으로 가장 많고, 10-19세 인구가 1억 6,174만 1천 명(12%)으로 가장 적음. 전체 인구 규모 순위는 60세 이상, 40대, 30대, 50대, 20대, 10세 이하, 10대 순이며 여성의 인구 규모도 같은 순위를 따름. 남성 인구 규모는 40대, 60세 이상, 30대, 20대, 50대, 10세 이하, 10대 순임

[표 1.4] 2018년 중국 연령대별 인구 분포¹³⁾

단위 :천 명

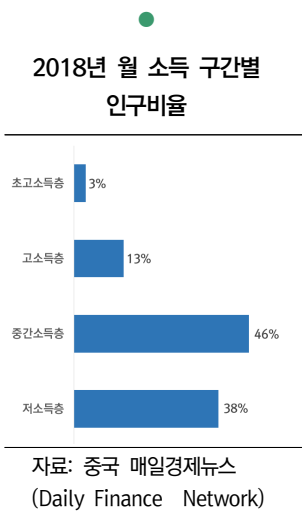


분류	0-9세	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
전체	166,634 (12%)	161,741 (12%)	195,807 (14%)	209,587 (15%)	223,515 (16%)	199,087 (14%)	227,325 (16%)
여성	78,279 (12%)	75,560 (11%)	93,757 (14%)	102,408 (15%)	110,225 (16%)	99,174 (15%)	118,584 (17%)
남성	89,588 (13%)	87,215 (12%)	103,633 (14%)	108,193 (15%)	114,812 (16%)	101,646 (14%)	109,637 (15%)

자료: 월드뱅크(World Bank)

13) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

3) 중국 소득 수준



▶ 2018년 중국 고소득층 인구 13%, 초고소득층 인구 3%¹⁴⁾

중국 매일경제뉴스에 따르면¹⁵⁾, 2018년 평균 월 소득 1만 위안(약 173만 원) 초과 구간에 해당하는 초고소득층 비율은 3%이며, 평균 월 소득 5천 위안 초과-1만 위안 이하(약 87만 원-173만 원) 구간에 해당하는 고소득층 비율은 13%임. 다음으로 2천 위안 초과-5천 위안 이하(약 35만 원-87만 원)구간에 해당하는 중간소득층은 46%, 월 소득 2천 위안 이하인 저소득층은 38%로 확인됨

▶ 2017년¹⁶⁾ 중국 5분위 계층 1인당 가처분소득 6만 4,934위안

중국 국가통계국에 따르면, 2017년 중국 소득 5분위 계층의 1인당 가처분소득은 6만 4,934위안으로, 지난 5년(2013-2017년)간 연평균 8.2%씩 증가함. 동기간 소득 2분위와 3분위 계층의 평균소득이 9.4%의 가장 높은 연평균성장률을 기록함

[표 1.5] 2013년-2017년 소득5분위 계층별 1인당 연간 가처분소득¹⁷⁾¹⁸⁾

소득분위	2013	2014	2015	2016	2017	단위: 위안 CAGR ('13-'17)
1분위	4,402 (76만 원)	4,747 (82만 원)	5,221 (90만 원)	5,529 (96만 원)	5,958 (103만 원)	7.9%
2분위	9,654 (167만 원)	10,887 (188만 원)	11,894 (206만 원)	12,899 (223만 원)	13,843 (240만 원)	9.4%
3분위	15,698 (272만 원)	17,631 (305만 원)	19,320 (334만 원)	20,924 (362만 원)	22,495 (389만 원)	9.4%
4분위	24,361 (422만 원)	26,937 (466만 원)	29,438 (509만 원)	31,990 (554만 원)	34,547 (598만 원)	9.1%
5분위	47,457 (821만 원)	50,968 (882만 원)	54,544 (944만 원)	59,260 (1,025만 원)	64,934 (1,124만 원)	8.2%

자료: 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「China Statistical Yearbook 2018.」, 2018

14) 2018년 중국 인구 48,580명을 대상으로 중국 국가통계국이 시행한 '국가 시간 활용도 조사(National Time Utilization Survey)'는 월 소득 1만 위안 이상인 인구를 '초고소득층', 5천 위안-1만 위안인 인구를 '고소득층'으로 분류함
 15) 중국 매일경제뉴스(Daily Finance Network), 「2018中国中间群体收入划分标准一览」, 2019.01
 16) 해당 자료는 중국 국가 통계국에서 발표한 자료로, 조사일 기준(2020.03.03.) 중국 소득분위별 평균 소득을 파악할 수 있는 가장 최신 자료임
 17) 소득 5분위: 국민의 소득을 5구간으로 나누어서 분류한 계층별 분류. 5분위는 최상위 20%, 4분위는 소득 상위 21~40%, 3분위는 소득 상위 41~60%, 2분위는 하위 21~40%, 1분위는 하위 20%를 나타냄
 18) 1위안=173.04원(2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

II. Market Trend

SUMMARY

1. 중국, 다이어트 제품 제조 시 다양한 식물성 원료 사용
2. 새싹보리 주요 홍보 키워드 '식사 대용', '다이어트', '소화개선'
3. 중국 소비자, 새싹보리 제품 구매 시 '맛', '효능' 고려
4. 중국, 새싹보리의 건강 효능에 대한 관심 높은 편



Market Trend

(시장트렌드)

중국 (CHINA)

새싹보리 시장트렌드



다이어트 보조제와 식사대용식품 많이 찾아
'알약, 다이어트용 차(Tea), 셰이크, 비스킷 多'



파우더 유형의 새싹보리 제품 인기
'주로 새싹보리 분말을 물, 우유 등에 타먹어'

■ China Issue ①

중국, 다이어트 제품 제조 시
다양한 식물성 원료 사용

'녹차, 연잎, 계피 등 다양한 식물성 원료 사용'

■ China Issue ②

새싹보리 주요 홍보 키워드
'식사 대용', '다이어트', '소화개선'

'새싹보리를 주로 건강 및 다이어트 위해 섭취'



'가격' 보다는 '맛'과 '효능' 고려해
'요거트, 꿀 등과 섞어 단 맛을 가미하기도'



일본산 새싹보리 제품의 인지도 높아
'중국 진출 시 경쟁제품으로서 일본산 제품 고려 필요해 보여'

■ China Issue ③

새싹보리 제품 구매 시
'맛', '효능' 고려

'변비 개선 효능에 대한 기대 높은 것으로 나타나'

■ China Issue ④

중국, 새싹보리의
건강 효능에 대한 관심 높은 편

'새싹보리의 다양한 건강 관련 효능에 관한 게시물 多'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(중국 매체 총 5개)

- : 중국 온라인 쇼핑몰 3개
- : 중국 커뮤니티 2개

데이터 분류 키워드집

(새싹보리 연관 키워드집)



데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	5,401건

데이터 정제

정제 키워드	새싹보리 (大麦叶)
정제 데이터	3,071건

○ 데이터 수집

- 중국 새싹보리 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 중국 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD	jd.com	온라인 쇼핑몰
02	Suning	suning.com	온라인 쇼핑몰
03	YHD	yhd.com	온라인 쇼핑몰
04	쯔후(知乎)	zhihu.com	커뮤니티
05	지앤슈(简书)	jianshu.com	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 새싹보리 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 중국 새싹보리 관련 데이터 소스원 리스트

家电狂欢季		好物狂欢购		知乎 有问题 上知乎	
현지 온라인 쇼핑몰, 다이어트 제품 인기 유형		현지 온라인 쇼핑몰, 새싹보리 인기 유형		현지 커뮤니티, 새싹보리 주요 이슈	
키워드 ①	식사 대용	키워드 ①	식사 대용	키워드 ①	효능
키워드 ②	캡슐	키워드 ②	파우더	키워드 ②	건강
키워드 ③	차(Tea)	키워드 ③	체중 감량	키워드 ③	이슈
키워드 ④	녹차	키워드 ④	우유	키워드 ④	일본산

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 새싹보리 관련 데이터 분석 키워드집

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

[표 2.3] 중국 새싹보리 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(중국어)	참여기업	경쟁기업	기타
제품의 효능	체중 감량	减肥	0		
	식사대용식품	代餐	0		
	지방 연소	燃脂	0		
	억제	抑制		0	
	포만감	饱腹		0	
	지방 감소	减脂		0	
	디톡스	排毒		0	
	변비	便秘	0		
	소화	润肠	0		
제품의 유형	파우더	粉末	0		
	캡슐	胶囊		0	
	밀크셰이크	奶昔		0	
	녹즙	青汁	0		
	차	茶叶		0	
제품의 원료 및 성분	카르니틴	肉碱		0	
	효소	酵素		0	
	섬유질	纤维		0	
	폴리페놀	茶多酚		0	
	연잎	荷叶		0	
	계피	决明子		0	
	곤약	魔芋		0	
	녹차	绿茶		0	
제품 구매 요인	맛	味道			0
	효능	效果			0
	포장	包装			0
	가격	价格			0
	편리성	方便			0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '다이어트 제품', '새싹보리', '밀싹'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주, 총 10페이지까지의 상품명을 수집함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

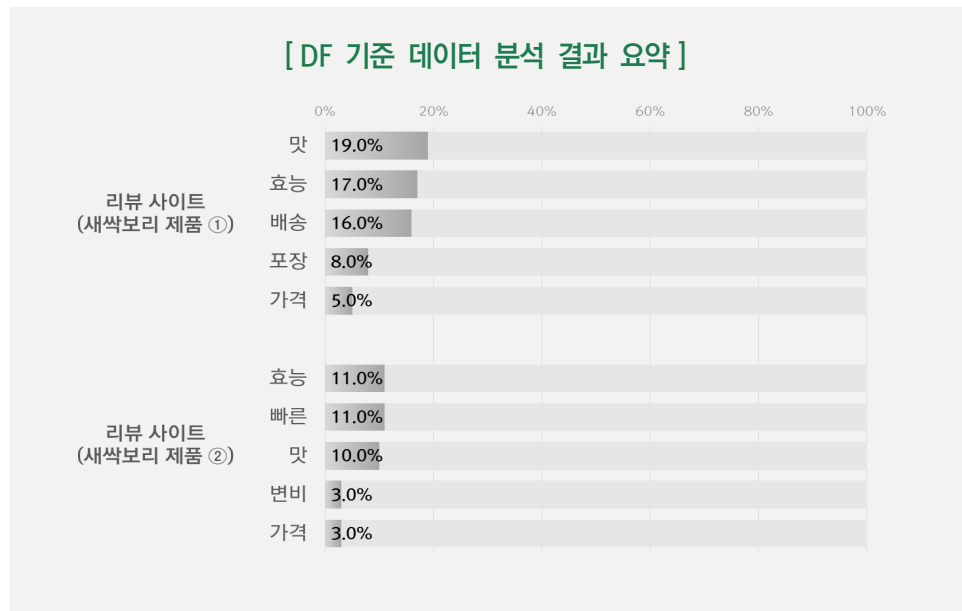
1. 중국 온라인 쇼핑몰에서 ‘새싹보리’ 제품 구매 후기 수집
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF¹⁹⁾와 TF-IDF²⁰⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다……	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? ………	미국 국무청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 방지 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의…

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)



19) TF-DF란 ‘문서 내 특정 키워드 출현 비율’과 ‘전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율’을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

20) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값

1. 중국, 다이어트 제품 제조 시 다양한 식물성 원료 사용

식사 대용 딸기맛 곤약 셰이크



브랜드	루지앤위엔 (绿健园)
제품명	곤약 밀크 셰이크 (딸기맛)
용량	980g(140g*7팩)
가격	59.0위안 (약 10,187원) ²¹⁾

출처: 수닝(suning.com)

다이어트용 연잎차



브랜드	지아롱싸예 (绿健园)
제품명	연잎차
용량	60g(2g*30티백)
가격	25.8위안 (약 4,455원)

출처: 수닝(suning.com)

▶ 중국 소비자, 체중 감량 목적으로 식사대용식품 많이 찾아

중국 내 인기 다이어트 제품 유형을 확인하기 위해 온라인 쇼핑몰에 ‘다이어트 제품’을 검색해 나온 719개 제품의 상품명을 분석함. 데이터 분석 결과, ‘식사대용식품’이 가장 많고, 다이어트 보조제인 ‘지방 연소제’, ‘식욕 억제제’의 인기가 높은 것으로 나타남. 다이어트 보조제 유형으로는 ‘알약’과 ‘다이어트용 차(Tea)’ 키워드 빈도가 높았으며, 다음으로 식사대용식품 유형인 ‘밀크셰이크’, ‘비스킷’도 빈출함. ‘파우더’ 키워드 빈도는 비교적 낮은 편임

▶ 식물성 원료로 조제된 다이어트 제품 多

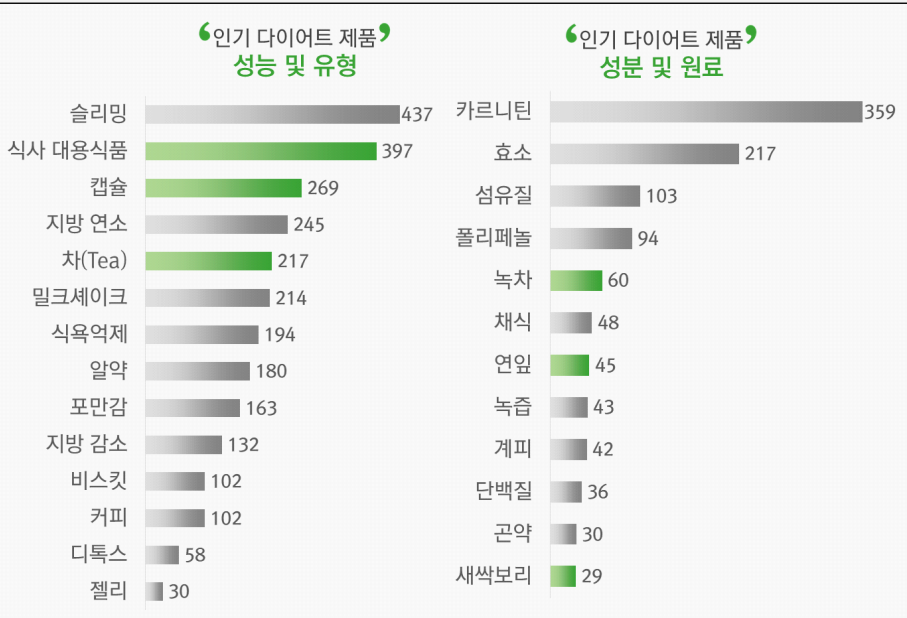
▶ 새싹보리를 활용한 다이어트 제품 시장은 아직 작은 편

다음으로 제품의 성분과 관련해 ‘카르니틴’²²⁾, ‘효소’, ‘섬유질’ 등의 키워드가 출현함. 주목할 점은 ‘녹차’, ‘연잎’, ‘계피’ 등의 식물성 원료 키워드가 빈출했다는 점임. ‘새싹보리’ 키워드도 출현하였으나 그 빈도가 비교적 낮은 편이며 ‘밀싹’ 제품은 발견하지 못함

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 내 다이어트 식품 관련 제품 주요 키워드

① 식사대용식품 ② 캡슐, 다이어트용 차(Tea) ③ 녹차, 연잎

[표 2.4] 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘다이어트 식품’ 관련 제품 주요 키워드



자료: 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘다이어트 식품’ 관련 제품 719건 분석 (18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

21) 1위안=172.66원 (2020.02.26, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 카르니틴: 동물의 대사과정에서 지방산을 미토콘드리아로 옮기는 데 필요한 역할을 하는 효소

2. 새싹보리 주요 홍보 키워드 ‘식사 대용’, ‘다이어트’, ‘소화개선’

밀새싹 파우더



브랜드	하카타 (博多客)
제품명	밀새싹 파우더
용량	500g
가격	38.0위안 (약 6,561원)

출처: 수닝(suning.com)

▶ 중국 소비자, 새싹보리와 밀새싹 제품을 유사하게 인식해

중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘밀새싹’과 ‘새싹보리’를 검색한 후 상품명을 비교·분석함. 밀새싹 제품 검색 시 새싹보리 제품도 일부 출현하여, 밀새싹과 새싹보리 제품의 경계가 모호한 것으로 보임

▶ 파우더 유형의 새싹보리 녹즙 제품 인기

▶ 중국 소비자, 새싹보리를 주로 건강 및 다이어트 목적으로 섭취

밀새싹 제품의 상품명 중 효능을 홍보하는 키워드는 비교적 적은 편이었으며, 제품 유형인 ‘녹즙’, ‘투명 과즙’, ‘파우더’ 등이 빈출함

새싹보리 제품 또한 ‘녹즙’ 유형이 가장 많았으며, ‘청즙’²³⁾, ‘파우더’, ‘우유’, ‘차(Tea)’순으로 빈출함. 실제 제품을 살펴본 결과, 물과 섞어 음료 형태로 섭취하는 ‘파우더’ 유형이 대다수임. 제품 효능 관련 ‘식사 대용’, ‘다이어트’, ‘소화’, ‘완하제’ 등의 키워드가 빈출해, 새싹보리 제품이 다이어트 및 건강 보조 기능 식품으로 이용되고 있음을 알 수 있음

새싹보리 두유



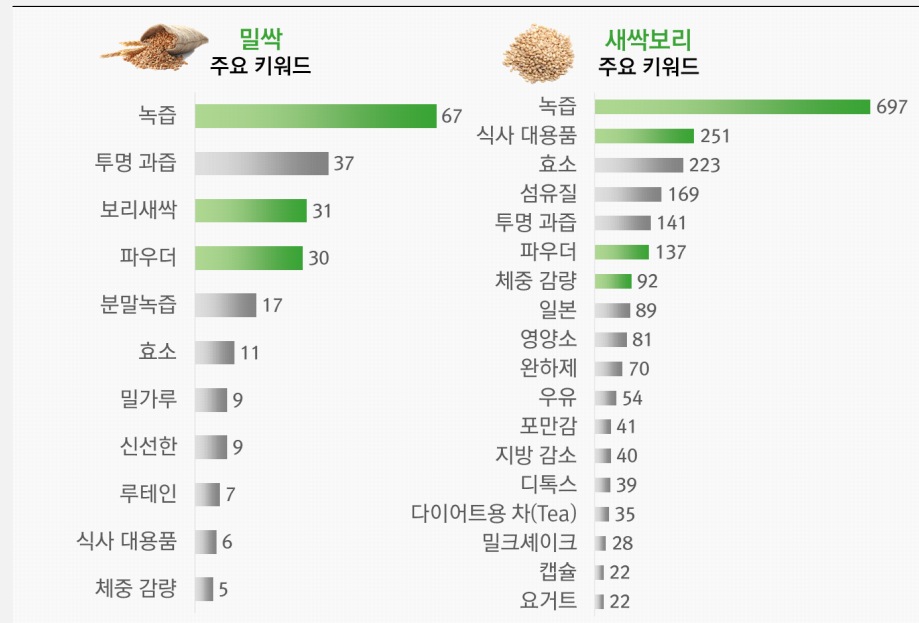
브랜드	커디 (科迪)
제품명	와카바 새싹보리 두유
용량	2.88kg(180ml*16팩)
가격	39.8위안 (약 6,872원)

출처: 장둥(item.jd.com)

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 내 밀새싹·새싹보리 제품 주요 키워드

① 파우더 ② 식사 대용품 ③ 체중 감량

[표 2.5] 중국 온라인 쇼핑몰 사이트 내 ‘밀새싹·새싹보리’ 제품 주요 키워드



자료: 중국 온라인 쇼핑몰 내 ‘밀새싹’ 관련 제품 63개, ‘새싹보리’ 관련 제품 538개 분석 (18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

3. 중국 소비자, 새싹보리 제품 구매 시 '맛', '효능' 고려

구매 후기 분석 대상 제품 ①



브랜드	슈겐 (Sugen)
제품명	새싹보리 파우더
용량	235g
가격	48,000원 (약 8,288원)

출처: 장동(itemjd.com)

구매 후기 분석 대상 제품 ②



브랜드	와카바 (Wakaba)
제품명	야마모토(Yamamoto) 투명 과즙
용량	132g(3g*44포)
가격	75,000원 (약 12,950원)

출처: 장동(itemjd.com)

▶ 새싹보리의 변비 개선 효능에 대한 기대 높아

중국 소비자들이 새싹보리 구매 시 주로 구매하는 요인을 확인하기 위해 인기 상품 2개를 선정해 구매 후기를 분석함. 그 결과 두 제품 모두 '맛'과 '효능'과 관련한 키워드가 빈출함. 특히 제품 효능과 관련하여 '변비', '완하제', '배변' 등의 키워드가 공통적으로 빈출하여, 변비 개선 효능을 기대하고 새싹보리 제품을 구매하는 중국 소비자가 많은 것으로 예상됨

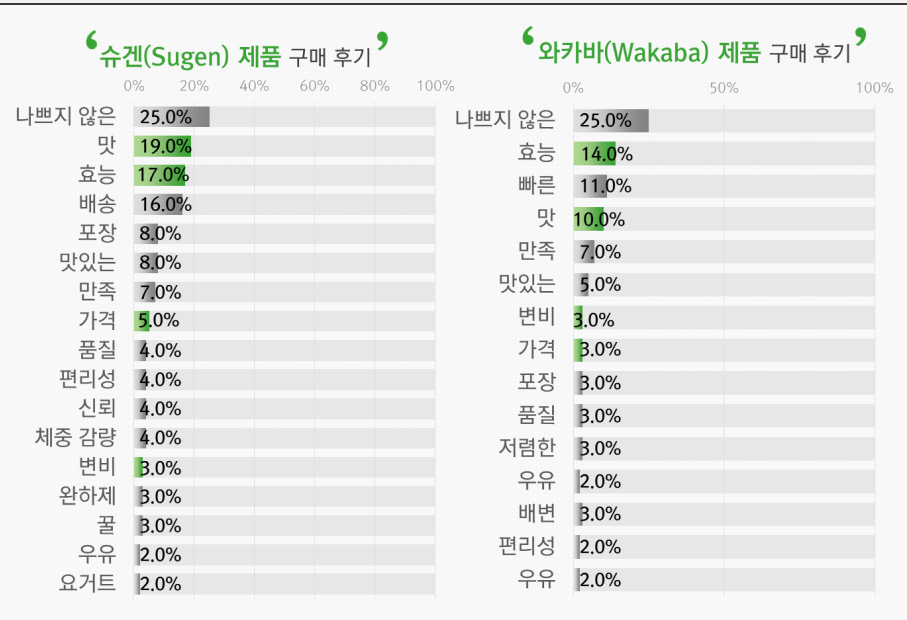
▶ 새싹보리 제품 주요 구매 요인 '가격' 보다는 '맛'과 '효능'

'맛'과 관련된 실제 후기를 살펴본 결과, '요거트나 꿀, 우유와 섞어 마시니 맛있었다'라는 소비자 의견이 일부 있었음. 이를 통해 단순히 녹즙 형태로 섭취하기보다는 소비자 기호에 따라 다양한 방식으로 제품이 활용되고 있음을 알 수 있음. 한편 '맛', '효능' 키워드에 비해 '가격' 키워드 빈도는 비교적 낮은 편임. 이를 통해 새싹보리 제품 구매 시 어느 정도의 맛과 효능이 보장된다면 가격에 크게 민감하지 않은 소비자가 많은 것을 알 수 있음

▶ 중국 리뷰 사이트 내 새싹보리 제품 주요 키워드

- ① 맛 ② 효능 ③ 변비

[표 2.6] 중국 온라인 리뷰 사이트 내 '새싹보리' 제품 주요 키워드



자료: 중국 리뷰 사이트 내 '새싹보리' 관련 리뷰 858건, 606건 분석 (18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/리뷰 사이트 내 총 문건 수(%)

23) 청즙: 생채소나 야초(野草)를 짠 즙

4. 중국, 새싹보리의 건강 효능에 대한 관심 높은 편

새싹보리 녹즙 관련 게시물

“녹즙이란 천연 녹색 식물에 의해 압착된 주스를 지칭한다. 주로 풍부한 영양분이 포함된 새싹보리를 원료로 쓴다. 녹즙을 마시면 **피로개선, 체중감소, 여드름 및 어두운 반점 제거, 심혈관 질환 예방, 혈압 및 혈당 수치 완화** 등의 매우 다양한 효과를 볼 수 있다.”

출처: 지안슈(www.jianshu.com)

“생활방식의 서구화와 함께 중국 내 **대장암** 발병률이 매년 높아지고 있다. 이를 위해 4개의 해결방법을 제시한다. 첫 번째로, 감자, 사과 등 영양소가 풍부한 음식을 섭취하라. 두 번째로, 민들레 녹즙과 **새싹보리 녹즙**을 섭취하라. 새싹보리 녹즙은 많은 **섬유질, 미네랄, 비타민, 효소** 등을 함유한다. 다음으로 차를 마시고 충분한 인정을 취하고, 운동을 하는 것을 추천한다.”

출처: 지안슈(www.jianshu.com)

일본산 새싹보리 녹즙 브랜드 순위

1	아사히(Asahi)
2	야쿠르트(Yakult)
3	니썬(Nissin)
4	히카리(Hikari)
5	세븐프리미엄 (7premium)
6	르지안(Lejian)
7	탑밸류(Topvalu)
8	패비어스(Fabius)
9	클래비스(Clavis)

출처: 주안란지후 (zhuanlan.zhihu.com)

▶ 새싹보리의 건강 관련 효능에 대한 언급 다

중국 커뮤니티 내 새싹보리 관련 게시물을 LDA 기법²⁴⁾으로 분석하여 주로 언급되는 주제를 확인함. 첫 번째로, 새싹보리 주스의 산성 체질 개선, 여드름 개선, 다이어트 등 다양한 효능을 소개하는 게시글을 확인함. 또한, 독소 축적 등의 다양한 질병들에 대한 해결책 중 하나로 운동, 건강한 음식과 함께 새싹보리 녹즙을 권장하는 게시글을 확인함

▶ 중국 내 일본산 새싹보리 제품의 인지도 높은 편

다음으로, 일본산 새싹보리 제품에 대한 게시글을 다수 확인함. 일본산 간식 추천 게시글에 새싹보리 제품이 포함되어 있거나, 새싹보리 제품 소개 시 성분, 건강 효능 방면에서 일본산 제품과 비교하는 게시글을 확인함. 이를 통해, 중국 새싹보리 시장 진입 시 일본산 제품을 경쟁제품으로 고려해야 할 것으로 예상됨

▶ 중국 커뮤니티 내 ‘새싹보리’ 관련 게시물 주요 키워드

① 효능, 영양, 건강 ② 일본산

[표 2.7] 중국 커뮤니티 내 ‘새싹보리’ 관련 게시물 주요 키워드

TOPIC 1		TOPIC 2		TOPIC 3	
보리새싹	0.019	신체	0.012	체중 감량	0.026
영양	0.014	피부	0.010	보리새싹	0.020
음식	0.013	섬유질	0.009	영양	0.014
개선하다	0.013	독소	0.009	섬유소	0.012
산성	0.012	건강	0.009	일본	0.011
알칼리성	0.011	운동	0.009	재료	0.011
섬유질	0.011	변비	0.009	채소	0.011
효과	0.011	음식	0.008	식사	0.009
세포	0.011	보리새싹	0.008	효소	0.007
함유하다	0.010	식사	0.008	음료	0.007
풍부한	0.009	비타민	0.008	효과	0.007
건강	0.009	지방	0.007	우유	0.007
비타민	0.009	혈압	0.007	과일	0.006
변비	0.008	다이어트	0.006	단백질	0.006
보조제	0.008	혈(Blood)	0.006	비교	0.005

자료: 중국 커뮤니티 내 ‘새싹보리’ 관련 게시물 287개 분석 (18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수 (우측 표)

24) LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

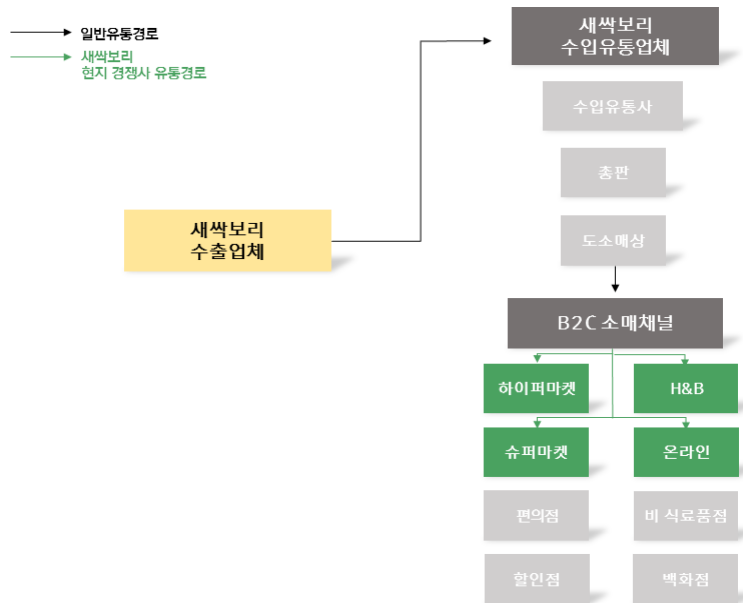
III. Distribution Channel

SUMMARY

1. 중국 새싹보리 유통구조
2. 중국 새싹보리 주요 유통업체
3. 중국 새싹보리 B2C 소매채널

Distribution Channel

(유통채널)



중국 (CHINA)

새싹보리²⁵⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁶⁾	주요 채널 ²⁷⁾
B2C 소매 채널	H&B	54.7%	꾸오따야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 따선린(大参林), 왓슨스(Watsons)
	온라인	22.3%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 웨핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오티엔(Yhd.com)
	방문판매	19.4%	우시안지(无限极), 암웨이(Amway)
	비(非)식료품점	1.9%	보쉬와(Boshiwa)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	1.4%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 씨알뱅크가드(CR Vanguard), 옹후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 우메이(Wumart), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위에(Jiajiayue)

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

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

26) 2019년 기준, 중국 내 '약초 및 건강보조식품(Herbal/Traditional Products)'의 유통채널 점유율임

27) 채널 분류에 따른 중국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

1. 중국 새싹보리 유통구조

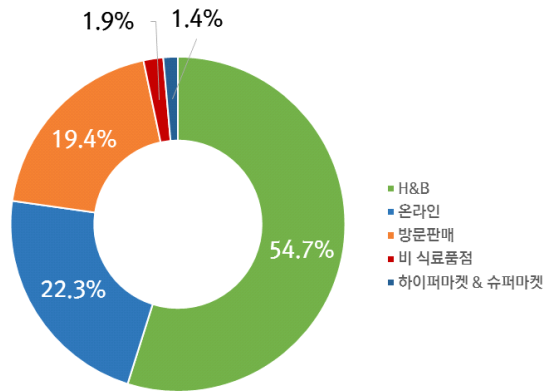
품목 구분 및 분류

품목	새싹보리
구분	건강보조식품
범주	약초 및 건강보조식품 (Herbal/Traditional Products)

▶ 중국 새싹보리 주요 채널

‘H&B(54.7%), 온라인(22.3%), 방문판매(19.4%), 비(非)식료품점(1.9%)’

[표 3.1] 중국 새싹보리 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 중국 새싹보리 유통채널 현황

채널 유형	새싹보리 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	54.7%	꾸오따야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 따선린(大参林), 왓슨스(Watsons)
	온라인	22.3%	징둥(JD), 수닝이꼬우(Suning.com), 웨핑훤(Vipshop), 티몰(Tmall), 아마존(Amazon), 이하오띠엔(Yhd.com)
	방문판매	19.4%	우시안지(无限极), 암웨이(Amway)
	비(非)식료품점	1.9%	보쉬와(Boshiwa)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	1.4%	알티마트(RT Mart), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 씨알뱅크(CR Vanguard), 옹후이(Yonghui), 테스코(Tesco), 우메이(Wumart), 화룬쑤꾸오(CR Sugo), 지아지아위예(Jiajiayue)

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

2. 중국 새싹보리 주요 유통업체

▶ H&B, 온라인이 대표적

추가로, 슈퍼마켓 & 하이퍼마켓에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 3.3] 중국 새싹보리 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁸)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	꾸오따야오팡 (国大药房)	H&B	약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,761억 원)	이팡스지(一方四季)	0
2	이신당 (一心堂)	H&B	약 13억 259만 달러 (약 1조 5,498억 원)	번전(本典), 뤼에이(绿A)	0
3	따선린 (大参林)	H&B	약 14억 5,785만 달러 (약 1조 7,345억 원)	코코강(Cocokang), 웨이웨이(维维)	0
4	티몰 (Tmall)	온라인	약 3,000억 9,972만 달러 (약 357조 586억 원)	엔트팜(蚂蚁农场), 뤼셔우(绿瘦), 즈푸탕(艺福堂)	0
5	징동 (JD.COM/京东)	온라인	약 2,396억 6,297만 달러 (약 285조 1,510억 원)	만송당(万松堂), 장쓰방(长食坊), 뤼도인(绿稻人)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 엘리멘테이션쿠체타드 연간보고서 2019(Alimentation Couche-Tard Annual report 2019), 이터(Eater), 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,212.70원 (2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	수닝이코우 (苏宁易购)	온라인	약 475억 2,376만 달러 (약 56조 5,438억 원)	메이유건취(每优健萃), 멜로스(Melrose), 산뵤한팡(山本汉方)	0
7	이하오티엔 (1号店)	온라인	약 11억 9,230만 달러 (1조 4,186억 원)	전편시잉(珍芬享), 진량(今良), 밍룬야(茗润芽)	0
8	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 147억 1,788만 달러 (약 17조 5,113억 원)	허성위안(合生元), 허베이(禾蓓)	0
9	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 951억 3,234만 달러 (약 113조 1,885억 원)	립톤(Lipton), 웨이웨이(维维), 쇼권자이(寿全斋)	0
10	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 107억 200만 달러 (약 12조 7,547억 원)	따홍샤오뵤뵤스 (大鸿酵博士), 산뵤한팡(山本汉方), 스바오웨이(斯堡维)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 중국 새싹보리 B2C 소매채널

1) H&B



① 꾸오따야오팡(国大药房)

기업 기본 정보	기업명	꾸오따야오팡(国大药房)								
	홈페이지	www.guodadrugstores.com								
	위치	상하이(Shanghai)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,761억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>- 매장 수('19): 약 4,593개 - 직원 수('18): 약 20,000명</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,761억 원)	기타 규모	- 매장 수('19): 약 4,593개 - 직원 수('18): 약 20,000명				
매출액('18)	약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,761억 원)									
기타 규모	- 매장 수('19): 약 4,593개 - 직원 수('18): 약 20,000명									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1997년 설립되어 2004년 시노팜(Sinopharm)에 합병 - 중국 내 19개 성(省)에서 매장 운영 - 중국 북부를 중심으로 매장 위치 - 2018년 미국 최대 약국기업 월그린 부츠 얼라이언스 (Walgreens Boots Alliance)가 40% 지분 인수 - 멤버십 가입 고객수 약 2,184만 명 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 지안탕(济安堂) 드럭스토어의 지분 60% 인수 계획 발표 - 2019년 상반기 매출액 전년 대비 19% 성장 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>이팡스지홍탕지양차 (一方四季红糖姜茶)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>생강분말</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>120g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>중국</td> </tr> </table>	제품명	이팡스지홍탕지양차 (一方四季红糖姜茶)	종류	생강분말	용량	120g	원산지	중국
제품명	이팡스지홍탕지양차 (一方四季红糖姜茶)									
종류	생강분말									
용량	120g									
원산지	중국									

자료: 꾸오따야오팡(国大药房) 홈페이지, 비즈니스와이어(Business Wire), 통화순차이징(同花顺财经), 39뉴스(39new), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 꾸오따야오팡(国大药房) 홈페이지, 바이두(Baidu)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등 - 일반: 의료용품, 의약품, 화장품, 세제류 등 <p>• 선호 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속하여 상단 메뉴 合作与发展 - 供應商 클릭 - 품목별 제출 서류 확인 후 이메일로 송부 - 간단한 문의 사항일 경우 홈페이지 合理化建议 클릭하여 진행 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (사업자 등록증, 위임장, 식품 위생 허가증) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플, 품질 보증서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>등록 조건</p>	<p>· 평가 기준: 1년 내 실시한 감사 내역</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: gduoda@gduoda.com 전화: +86-(0)21-6039-9000 	

자료: 쿠오따야오팡(国大药房) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

一心堂

② 이신탕(一心堂)

기업 기본 정보	기업명	이신탕(一心堂)	
	홈페이지	www.hx8886.com	
	위치	윈난(Yunnan)	
	규모	매출액('18)	약 13억 259만 달러 (약 1조 5,498억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 약 6,216개 - 직원 수('18): 약 32,000명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1981년 설립 - 온라인 몰을 운영하며 제품을 도매로 판매 - 10개 성(省) 280개의 도시에서 매장 운영 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 뉴욕에 미국 내 첫 매장을 오픈하며 미국 진출 - 2019년 1-9월 매장 595개 오픈 - 2019년 기준 약사 면허 보유한 직원 약 5,346명 근무 		
유사제품 정보		제품명	삼칠분 (三七粉)
		종류	삼칠분말 ²⁹⁾
		용량	90g
		원산지	중국

자료: 이신탕(一心堂) 홈페이지, 파이낸스시나(Finance.sina), 신랑커지(新浪科技), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 이신탕(一心堂) 홈페이지

29) 다른 이름은 삼삼칠(參三七)로 오갈피나무과 식물인 삼삼칠(Panax notoginseng (Bruk.) F. H. Chen)의 뿌리를 말린 분말

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 중국 전통약재류, 건강보조식품, 차(茶)류 등 - 일반: 유아용품, 욕실용품, 화장품, 의료용품, 의류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강보조식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내 다양한 카테고리의 중국 전통약재 판매 - 다양한 제품군의 공급업체 모집 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>유선 연락을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 입점 후 공급업체 포탈 Merchant Center 이용 (hxyxt.com/merchantCancelAfterValid/toLogin) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 입점 문의는 유선 연락 선호 - 문의사항 연락처: +86-(0)4009-889-889 	

자료: 이신탕(一心堂) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 따선린(大参林)

기업 기본 정보	기업명	따선린(大参林)	
	홈페이지	www.dslyy.com	
	위치	광저우(Ghangzhou)	
	규모	매출액('18)	약 14억 5,785만 달러 (약 1조 7,345억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 4,153개 직원 수('19): 약 23,000명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1999년 설립 - 2017년 상하이 증권거래소에 상장 - 광둥성, 귀주성, 허난성 등 중국 동남부를 중심으로 매장 운영 - 중국 드럭스토어 기업 중 4년 연속 Top 3 매출액 달성 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 '전국청렴약국(2019 National Integrity Model Pharmacy)'으로 선정 - 2018년 텐센트(腾讯, Tencent)와 파트너십을 체결하여 위챗페이 스마트 파머시 런칭 - 2018년 매출액 전년 대비 약 20% 성장 		
유사제품 정보		제품명	인지통말차 (银葛通脉茶)
		종류	말차분말
		용량	150g
		원산지	중국

사진 자료: 바이두(Baidu) 이미지, 따선린(大参林) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강기능식품 등 - 일반: 의약품, 의료기기류, 바다용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: dashenlinhr@126.com 전화: +86-(0)20-8128-4688

자료: 따선린(大參林) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인



① 티몰(Tmall)

기업 기본 정보	기업명	티몰(Tmall)								
	홈페이지	www.tmall.com								
	위치	항저우(Hangzhou)								
	규모	매출액('18)	약 3,000억 9,972만 달러 (약 357조 586억 원)							
		기타 규모	오프라인 창고 수('18): 28개							
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 설립 - 중국 내 온라인 B2C매장 1위 - 2014년 해외직구 플랫폼 출시 및 해외 제품 서비스 개시 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 전년 대비 총매출액 31% 증가 - 2019년 7월 상하이 내 최초로 티몰 소비자체험센터 개장 - 2019년 고객맞춤서비스 강화 목적의 플래그십스토어2.0(Flagship Store 2.0) 개시 - 미국 의류 브랜드 브이에프코퍼레이션(VF Corporation)과 파트너십 체결 - 2017년 명품 브랜드 유통 플랫폼 '럭셔리파빌리온(Luxury Pavilion)' 개시 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>보리약엽청즙 (大麦若叶青汁)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>새싹보리분말</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>50g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>말레이시아</td> </tr> </table>	제품명	보리약엽청즙 (大麦若叶青汁)	종류	새싹보리분말	용량	50g	원산지	말레이시아
제품명	보리약엽청즙 (大麦若叶青汁)									
종류	새싹보리분말									
용량	50g									
원산지	말레이시아									

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 신랑커지(新浪科技), 유로모니터(Euromonitor), 쿼지(Quartz), 알리질라(Alizila)
 사진 자료: 티몰(Tmall) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 소스류, 김치류, 냉동식품 등 - 일반: 의류, 액세서리류, 전자제품, 주방용품, 식기류, 서적류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확해야 함 - 건강식품과 유기농식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양함 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 알리페이 등록 후, 티몰 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청 - 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록 - 등록이 완료된 후, 티몰 관련 담당자의 최종 심사를 대기 - 심사통과 후, 티몰 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 티몰 공급자 센터에 등록 및 정보 보완 - 티몰에 기업 관련 모든 정보 등록, 티몰 규정학습, 알리페이 출금 협의 체결, 온라인 시험 응시 - 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • E commerce China Agency(이커머스기업 전문 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: ecommercechinaagency.com - 전화번호: +86-(0)21-623-105-20 이메일: ecommerce@marketingtochina.com - 기업소개: 티몰을 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 티몰(Tmall) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 징동(JD.COM/京东)

기업 기본 정보	기업명	징동(JD.COM/京东)	
	홈페이지	www.jd.com	
	위치	베이징(Beijing)	
	규모	매출액(*18) 약 2,396억 6,297만 달러 (약 285조 1,510억 원) 기타 규모 직원 수(*18): 약 17만 8,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 설립 - 중국 내 B2C 온라인 유통업계 순위 2위 - 약 4,020만 종류의 상품을 취급 - 높은 품질과 안정적인 배송으로 소비자 신뢰도가 높은 온라인 플랫폼 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 미국 기술기업인 에이치피(HP), 마이크로소프트(Microsoft), 웨스턴 디지털(Western Digital)과 파트너십 체결 - 2019년 11월 충칭(Chongqing)에 오프라인 매장 JD스페이스(JD E-Space) 개장 - 2019년 베이징 물류센터에 5G 기술과 IIoT³⁰⁾ 기술을 적용하여 효율성 향상 		
유사제품 정보		제품명	샤오수칭즈 (酵素青汁)
		종류	새싹보리분말
		용량	60g
		원산지	중국

자료: 징동(京东) 홈페이지, 제트디넷(ZD Net), 인사이드리테일(Inside Retail), 유로모니터(Euromonitor), 더모틀리폴(The Motly Fool) 홈페이지
 사진 자료: 징동(京东) 홈페이지

30) IIoT(Industrial Internet of Things): 산업용 사물인터넷

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 주류, 소스류, 김치류, 건강보조식품 등 - 일반: 전자제품, 잡화류, 의류, 화장품, 완구류, 의료용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵 및 건강식품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망하는 제품의 품목 분류가 명확해야 함 - 건강식품과 유기농식품 판매는 해당 제품이 판매되는 지역 정책과 부합 - 과도한 제품의 효능 홍보 지양함 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - JD.COM 접속 및 로그인 (계정 없을 시 회원가입 필수) - 입점안내 정독 및 동의 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌정보, 사업자 등록번호) ② 공급 제품 정보 (제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 공급자 자격 심사 7일 / 재검토 1~15일 / 권한부여 1~3일 소요 - 심사진행 현황은 '온라인 입점 시스템'으로부터 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격 요건의 발각으로 인해 JD.COM에서 탈퇴 당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 향후 6개월 안으로 입점 불가 - 문의사항 연락처: +86-(0)400-136-6618 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sinowei(식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: sinowei.com.cn - 이메일: team@sinowei.com.cn - 기업소개: 징동을 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 징동(京东) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 수닝이꼬우 (苏宁易购, Suning.com)

기업 기본 정보	기업명	수닝이꼬우(苏宁易购, Suning.com)	
	홈페이지	www.suning.com	
	위치	항저우(Hangzhou)	
	규모	매출액(*18)	약 475억 2,376만 달러 (약 56조 5,438억 원)
기업 요약	기타 규모	- 소매 클라우드 스토어: 약 1,666개 - 직원 수(*18): 약 25만 명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년 설립 - 중국 대표 B2C 온라인 플랫폼 - 2017년 처음으로 500위 내 기업 순위 기록 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 까르푸 중국의 약 80%에 해당하는 지분을 인수하여 매출이 급격하게 상승 - 2019년 9월 기준 전년 대비 회원 수가 약 6,300만 명 증가하여 약 4억 7,000만 명 달성 		
유사제품 정보		제품명	따메루어예칭즈편 (大麦若叶青汁粉)
		종류	새싹보리분말
		용량	60g
		원산지	중국

자료: 수닝이꼬우(苏宁易购) 홈페이지, 베이꾸오왕(北国网), 펑후앙왕(凤凰网), 진롵지예(金融界), 징지꾸안차빠오(经济观察报), 왕이(网易), 중꾸오징지왕(中国经济网), 유훼로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 수닝이꼬우(苏宁易购) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 수입식품, 음료류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류, 김치류 등 - 일반: 완구류, 전자제품, 의류, 서적류, 주방용품, 유아용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 스낵류 및 건강 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유통기한이 넉넉해야 함 - 건강식품과 같은 경우 과도한 제품 효능 홍보 지양함 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수닝이꼬우 홈페이지 로그인 후, 온라인을 통해 공급자 입점 자료 제출(기업정보, 상점유형/품목, 브랜드정보/자격요건정보, 상점이름, 계약서확인 등) - 공급자 심사 결과 대기: 자격요건 심사와 브랜드 심사 포함 (약 3-6일 정도 소요) - 이푸빠오(易付宝) 서비스 제공: 이푸빠오(易付宝) 계정 활성화 (실명인증/일치성검증, 자동출금협약체결, 비용납부를 포함) (약 10분 소요) - 온라인 상점 등록: 제품 업로드, 유통 및 판매
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 식품제조업 허가증 보유
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Platform merchant(平台商家)와 Suning(苏宁易购) 두 종류 중 선택하여 입점 가능하며 Platform merchant 공급업체일 경우, 중국 현지에서 발급한 사업자등록증을 보유해야 함 (외국 기업의 경우, 현지 지사가 입점 불가능) - 공급자는 소비자에게 정규영수증을 제공하여야 함 (영수증 도장의 명칭은 Suning에 등록된 명칭과 일치해야 함)
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Sinowei(식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: sinowei.com.cn - 이메일: team@sinowei.com.cn - 기업소개: 수닝이꼬우를 포함한 다양한 유통채널 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 수닝이꼬우(苏宁易购) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 이하오피엔(1号店)

기업 기본 정보	기업명	이하오피엔(1号店)		
	홈페이지	www.yhd.com		
	위치	상하이(Shanghai)		
	규모	매출액('19)	약 11억 9,230만 달러 (약 1조 4186억 원)	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 설립 - B2C 마켓플레이스로 주로 생필품과 식료품을 판매 - 상하이, 우한, 청두, 베이징, 광저우에 물류센터 보유 - 2015년 월마트가 지분 100% 인수 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 이하오피엔 트레이드마크인 'No.1 shop yhd.com'에 대해서 법정 소송분쟁 발생 - 2017년 영어 버전의 모바일 어플리케이션 출시 			
유사제품 정보		제품명	따메루어에 (大麦若叶)	
		종류	새싹보리분말	
		용량	60g	
		원산지	중국	

자료: 차이나데일리(Chinadaily), 이커머스디비(Ecommercedb) 홈페이지, 텐센트뉴스(Newsqq) 홈페이지
 사진 자료: 이하오피엔(1号店) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 음료류, 주류, 커피류, 건강보조식품, 유제품, 디저트류 등 - 일반: 가전제품, 주방용품, 의류, 화장품, 위생용품, 서적류, 의약품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식료품, 수입식료품 선호 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>유선전화 또는 이메일을 통한 입점 등록</p> <p>① 필요 자격 및 서류</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현재 외국기업은 중국 내에 법인이 있는 기업으로 한정 (중국 내에 법인이 없는 외국기업의 입주에 대한 지침은 앞으로 준비 예정임) - 영업허가증(营业执照) - 세무등기증(税务登记证) - 조직기구번호증(组织机构代码证) - 상표등록증(商标注册证) - 법인대표 및 신청 담당자의 신분증명 서류 - 타사 브랜드인 경우 브랜드 수권서 필요 <p>② 소요 비용</p> <ul style="list-style-type: none"> - 입주 심사비 300위안, 브랜드가 1개 이상일 경우 브랜드 당 50위안씩 추가(이하오디엔은 외부기관에 의뢰해 심사를 진행) - 보증금 최소 1만 위안(신선 냉장식품의 경우 5만 위안) - 연 회비 8,880위안(월 740위안 기준) - 품목 별로 매출액의 1.0%~6.0%를 커미션으로 받음 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 유선전화: +86-(0)527-88122590, +86-(0)400-007-1111 이메일: complain@yhd.com 	

자료: 이하오띠엔(1号店) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 알티마트(RT Mart)

	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn	
	위치	상하이(Shanghai)	
	규모	매출액(*18) 약 147억 1,788만 달러 (약 17조 5,113억 원) 기타 규모 - 매장 수(*18): 약 408개 - 직원 수(*18): 약 10만 명	
기업 기본 정보	- 1997년 설립 - 1998년 상하이에 첫 슈퍼마켓 오픈 - 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 - 중국 내 29개의 성에 매장 보유 - 약 2,400만 달러(한화 약 282억 원)의 자본금 보유 - 2017년 알리바바(Alibaba) 기업의 선아트 리테일 지분 인수를 통해 온·오프라인 융합 강화		
기업 요약	- 2019년 키톤유업(Keytone) ³¹⁾ 과 대리판매 계약 체결 - 2018년 알리바바(Alibaba) 신기술유통 사업의 일환으로 약 100개 매장에 디지털 기술을 접목		
기업 최근 이슈	- 2019년 키톤유업(Keytone) ³¹⁾ 과 대리판매 계약 체결 - 2018년 알리바바(Alibaba) 신기술유통 사업의 일환으로 약 100개 매장에 디지털 기술을 접목		
유사제품 정보		제품명	허베이유지따메류오여창스판무오 (禾碯有机大麦若叶青汁粉末)
		종류	새싹보리분말
		용량	132g
		원산지	중국

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 신랑신문(新浪新闻), 유로모니터(Euromonitor), 리테일매거진(Retail Magazine), 이컨설턴시(EConsultancy)
 사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지

31) 뉴질랜드 내 유명 유제품 제조업체

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 신선식품, 즉석식품, 냉동식품 등 - 일반: 영유아용품, 의류, 주방용품, 가정용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높은 제품 - 간편하게 즐길 수 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 상하이에 전국 총 구매담당자가 있으며 인지도 높은 벤더를 통해 제품을 소싱함 - 입점 제품에 대해서는 지역 내 구매 담당자가 관리함 - 본사의 경우 특정 지역 매장에만 입점 되는 브랜드보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품을 선호함 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 - 전국의 구매담당자의 심사를 거침 - 심사 통과한 제품은 알티마트부터 상품코드 수취 - 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 - 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 - 신상품 입점 및 판매 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 5주 - 총괄 구매 담당자가 선정한 제품을 신뢰 있게 보는 경향이 있음 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)800-010-020 LINE 아이디: @bvq0787C
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : seoagencychina.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 / 이메일: seo@marketingtochina.com - 기업소개 : 알티마트를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 까르푸(Carrefour)

	기업명	까르푸(Carrefour)								
	홈페이지	www.carrefour.cn								
	위치	상하이(Shanghai)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 951억 3,234만 달러 (약 113조 1,885억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>- 매장 수('18): 약 234개 - 직원 수('18): 약 60,000명</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 951억 3,234만 달러 (약 113조 1,885억 원)	기타 규모	- 매장 수('18): 약 234개 - 직원 수('18): 약 60,000명				
매출액('18)	약 951억 3,234만 달러 (약 113조 1,885억 원)									
기타 규모	- 매장 수('18): 약 234개 - 직원 수('18): 약 60,000명									
기업 기본 정보	<p>기업 요약</p> <ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 기업으로 1995년 중국 진출 - 중국 내 210개의 대형 마트 및 24개의 편의점 운영 - 중국 내 22개의 성(省)과 51개의 도시에 매장 보유 - 납품 업체의 상품을 대량 매입 후 저가에 판매하는 전략으로 시장 선점 - 2013년부터 온라인 상점과 택배 서비스를 시작하였으나 가격, 서비스의 질, 배송시간 문제로 점점 인기 감소 - 중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인기 및 수익 하락 추세 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 까르푸 중국 법인의 약 80%의 지분을 중국 온라인 유통업체인 '쑤닝닷컴(Suning.com)'에 매각하기로 발표 - 2019년부터 수입 신선식품군을 확대 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>재패니스스타일말차밀크티 (Japanese Style Maccha Milk Tea)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>말차분말</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>21g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	재패니스스타일말차밀크티 (Japanese Style Maccha Milk Tea)	종류	말차분말	용량	21g	원산지	미국
제품명	재패니스스타일말차밀크티 (Japanese Style Maccha Milk Tea)									
종류	말차분말									
용량	21g									
원산지	미국									

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 차이나라디오네트워크(China Radio Network) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 글로벌코스메틱스뉴스(Global Cosmetics News), 오프라인 매장 조사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 면류, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품 등 - 일반: 육식용품, 유아용품, 주방용품, 청소용품, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가격 경쟁력이 있는 상품 - 공급이 안정적인 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이여야 함(타 유통채널 대비 가격이 높을 경우 반려) - 계약서에 있는 견적은 고정가격이어야 하며 부득이하게 견적 변동이 있을 경우 까르푸의 허가를 받은 뒤 1개월 후 변동 가능 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <hr/> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록 (supplierweb.carrefour.com.cn)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급 자자료등록표’를 송부 - 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 작성 및 서비스 계약 체결 - 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택 - 상품 판매 및 유통 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
<p>벤더 리스트</p>	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 까르푸 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 제품 안전성 기준 충족 · 평가 기준 ③ ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시 <hr/> <p>특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음 - 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함(체결 날짜와 상관없이 유효 기한은 차년도 1월 1일까지) - 입주 비용이 높은 편 - 문의사항 연락처 전화: +86-(0)21-38784500 메일: vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn
		<ul style="list-style-type: none"> · Seo Agency China (식음료, 주류 브로커) - 홈페이지 : seoagencychina.com - 전화번호 : +86-(0)21-623-105-20 / 이메일: seo@marketingtochina.com - 기업소개 : 까르푸를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동지원

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.wal-martchina.com	
	위치	선전(Shenzhen)	
	규모	매출액('18)	약 107억 200만 달러 (약 12조 7,547억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 443개 - 직원 수('18): 약 220만 명	
	- 1996년 설립 - 중국 내 약 180개 도시에서 매장 운영 - 약 70억 명 이상의 고객 보유 - 샘스클럽(Sam's Club)과 일반 마트 형태로 매장 운영		
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 향후 5-7년간 100개 매장 증설과 약 200개 매장의 리모델링 계획 발표 - 2019년 1월부터 중국 내 오메가8(Omega 8) 프로젝트 운영 개시 ³²⁾ - 2018년 12월, 월마트 회원카드를 온라인과 오프라인 모두에서 쓸 수 있도록 업그레이드 진행		
유사제품 정보		제품명	산뻘한평따메루오예칭즈 (山本汉方大麦若叶青汁)
		종류	새싹보리분말
		용량	432g
		원산지	중국

자료: 월마트(Walmart)홈페이지, 스태티스타(Statista), 아시아프루트(Asiafruit), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 월마트(Walmart)홈페이지, 바이두투피엔(百度图片)

32) 월마트(Walmart) 중국의 내부 프로그램으로, 현지 스타트업 기업을 탐색하고 이들에게 월마트의 400개 이상의 매장에 제품을 판매 할 수 있는 기회 제공

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 냉동식품, 유제품, 소스류, 냉장식품, 주류 등 - 일반: 가정용품, 화장품, 의류, 주방용품, 전자제품, 영유아용품, 애견용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 제품 - 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일을 통한 직접 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에서 절차 확인 후, 해당 제품군 담당 부서로 메일 송부(wal-martchina.com/supplier/apply.htm) - 5가지 제품군으로 분류 : Dry goods, Fresh food, FMCG, Non-food, Private label dedicated mailbox - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자 연락처, 이메일 주소, 회사명, 설립일, 주소, 메일, 홈페이지, 자본금, 경영범위, 회사 유형, 직원 수 등) ② 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기 상품 관련 정보) ③ 상세내용 (현지어 회사소개, 제품소개 자유기재, 서비스 제공범위)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 월마트 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 정보공시기준에 따라 제조시설 관련 정보 제공 · 평가 기준 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 검사 실시
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제품에 대해 관심이 있을 시, 관련 지역 구매담당자가 직접 연락 - 선호 공급자 특징 (자격증 보유/ 완전한 재무제도 보유/합법적으로 생산/인증서류 구비/전담 팀 월마트 창고배송 가능)

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 중국 새싹보리 인증 취득
2. 중국 새싹보리 업체·제품 등록
3. 중국 새싹보리 라벨 심의
4. 중국 새싹보리 서류 준비
5. 중국 새싹보리 세금 납부
6. 중국 새싹보리 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 심사 無 	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 수출(생산)업체 등록 <ul style="list-style-type: none"> Online 시스템 등록 (기업 기본 정보) 수입보건식품허가 <ul style="list-style-type: none"> 건강기능식품 수입을 위해 허가 필요 	(*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.ire.eciq.cn (*) 중국 보건부 - 문의처 : www.zybh.gov.cn
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 식품 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 식품명, 원산지, 영양성분 정보 등 통관 시 라벨 심의 	(*) 중국시장감독관리총국 - GB 7718-2004 (포장 식품) - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 수출 주의 서류 <ul style="list-style-type: none"> 영양 성분 Test Report 국문 및 중문 라벨 견본 제출 필요 	(*) 중국시장감독관리총국 - 영양 성분 테스트 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 서면 또는 전자통관 시스템을 통하여 진행 수입신고서, 라벨견본, 상업송장 등 	(*) 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 검역, 검사 수행 후 관세 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 12% 증치세 9-13% 	(*) 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 물리(관능) 검사 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> 식품 첨가물, 라벨 등 검사 진행 	(*) 해관총서 - 문의처 : www.customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : www.samr.gov.cn

1. 중국 새싹보리 인증 취득

인증 취득

중국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 중국 수입 건강기능식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

새싹보리 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 중국시장관리감독총국(SAMR)은 건강기능식품의 식품 검역을 담당하고 있으며 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

중국 현지에서 생산 공장을 운영하고자 하는 수출 기업은 현지 생산에 관한 사전 등록제도인 SC 인증을 획득해야함

[표 4.1] 중국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
SC 인증	중국 현지 식품 생산 허가증	현지 생산 시 필수	중국시장감독관리총국 (SAMR)	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 중국 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정조치>인증심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원
SC 인증		절차	기간
		신청서제출>서류심사>현장조사>평가>SC허가번호 발급	약 15일
		서류	비용
		사업자등록증사본, 식품위생허가증사본, 대표자 신분증사본, 식품상생공정도, 생산공장전경 사진 등	약 2,200위안

자료 : 각 인증기관

2. 중국 새싹보리 업체·제품 등록

업체·제품 등록

중국으로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
건강기능식품으로
분류하여 건강기능식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 식품 수출을 위한 사전 ‘식품 수출업체 등록 필요’
- ▶ 중국 수출업체 등록 ‘온라인’으로 진행 가능

중국시장관리감독총국(SAMR)은 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 중국식품의약품관리총국(CFDA), 국가공상행정관리총국(SAIC)에서 정한 중국 식품 위생법의 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따른 의무를 수행함. 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 에이전트, 혹은 해외 생산기업들에게 관련 정보의 사전 등록을 요구함. 등록 절차는 국가질량감독검험검역총국에서 운영하는 온라인 포털을 통해 이루어짐. 해당 규정은 기업이 작성한 내용을 토대로 수입되는 식품의 유통과정을 모니터링하고, 발생 가능성이 있는 식품 안전 문제에 대해 신속하게 대응하기 위해 시행됨

중국으로 수출되는 식품 중 건강식품, 신선식품, 유제품, 수산물, 제비집 제품에 대해서는 통관 전 사전 심의를 통하여 수입 허가를 취득해야 하지만, 일반 가공 식품류의 경우 해당 절차를 수행하지 않음. 다만, 중국의 경우 식품의 통관 과정에서 까다로운 통관·검역 심사를 진행하기 때문에, 사전에 식품 라벨, 식품 성분, 식품에 관한 국가표준³³⁾을 숙지하여야 원활한 통관 절차를 수행할 수 있음

[표 4.3] 중국 사전 식품 수출업체 등록 절차

적용 규제	중국 식품 위생법 ‘中华人民共和国食品卫生法’
세부 규정	수입 식품 및 수출 무역 관리 규정
발행 기관	중국시장감독관리총국(SAMR) - 온라인 : ire.eciq.cn - 오프라인 : 8 Sanlihe Donglu, Xicheng District, Beijing 100820
필요 정보	a. 수출업자와 수입자의 기업명 b. 수출업자와 수입자의 기업 주소 c. 수출업자와 수입자의 담당자명 및 연락처 d. 통관 예정 식품 범위
소요기간	신청일로부터 약 5 영업일(서류의 구비에 문제가 없는 경우)
유효기간	4년

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)

33) GB14884-2016 : 과일, 채소 등을 주요 원료로 하고 식품첨가제 및 기타 보조 원료를 첨가 또는 첨가하지 않은 배합, 설탕이나 꿀이나 소금 절임의 가공 공정을 거쳐 생산된 미젠(蜜饯)류, 량과(凉果)류, 화화(话化)류, 과일케이크류, 귀단(果丹)류 등을 포함

- ▶ 중국 새싹보리 수출 ‘수입보건식품허가’ 필요
- ▶ 보건식품으로 수출 시, 까다로운 통관 규정 적용

중국으로 새싹보리 수출 시 중국식품위생법에 따른 사전심사를 통해 제품 허가를 받게 됨. 사전에 등록되어 있지 않은 원료를 사용하는 보건식품의 경우 중국식품위생법에 따라 원료를 먼저 등록해야함. 식품 원료는 식품 또는 약품으로 모두 사용 가능한 원료, 보건식품에 사용되는 원료와 보건식품에 사용 금지된 원료 세 가지로 분류하고 있음. 보건식품으로 제품을 수출하는 경우 검역 시 까다로운 통관규정이 적용됨

일반식품으로 중국에 수출하는 경우 해당 제품의 효능이나 기능에 대한 문구 또는 그러한 내용으로 오인할 수 있는 암시적인 문구를 작성할 수 없음. 다만, 보건식품에 비하여 빠른 통관 절차를 통해 수출이 가능함

[표 4.4] 중국 보건식품 원료 목록

적용 법률	중국식품위생법(中华人民共和国食品卫生法)						
세부 규정	식품 및 약품 분류 기준(既是食品又是藥品的物品名單)						
발행 기관	중국 보건부 보건식품심사평가센터 (www.zybh.gov.cn)						
세부 내용	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>식품 또는 약품으로 사용 가능한 항목</td> </tr> <tr> <td>대추, 칩뿌리 등 120여 가지 항목</td> </tr> <tr> <td>보건식품으로 사용 가능한 항목</td> </tr> <tr> <td>인삼, 황기, 뽕나무 등 120여 가지 항목</td> </tr> <tr> <td>보건식품으로 사용 금지된 항목</td> </tr> <tr> <td>홍두삼, 여로 등 70여 가지 항목</td> </tr> </table>	식품 또는 약품으로 사용 가능한 항목	대추, 칩뿌리 등 120여 가지 항목	보건식품으로 사용 가능한 항목	인삼, 황기, 뽕나무 등 120여 가지 항목	보건식품으로 사용 금지된 항목	홍두삼, 여로 등 70여 가지 항목
식품 또는 약품으로 사용 가능한 항목							
대추, 칩뿌리 등 120여 가지 항목							
보건식품으로 사용 가능한 항목							
인삼, 황기, 뽕나무 등 120여 가지 항목							
보건식품으로 사용 금지된 항목							
홍두삼, 여로 등 70여 가지 항목							

자료 : 중국 보건부 '일반 및 보건식품 첨가물 규정'

- ▶ ‘수입보건식품허가’ 국가시장감독관리총국을 통하여 진행
- ▶ 보건식품허가 약 36개월가량 소요

중국 국가시장감독관리총국을 통해 수입보건식품 허가를 수취하게 되며, 보건식품으로 허가를 신청한 후 허가 획득까지 약 36개월가량이 소요됨. 등록 제품에 해당하는 미네랄 및 비타민 제품의 경우는 12개월로 비교적 짧은 시간이 소요되나 새싹보리 제품의 경우 해당되지 않음

[표 4.5] 중국 수입보건식품허가 정보

적용 법률	중국식품위생법(中华人民共和国食品卫生法)
발행 기관	국가시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)
세부 절차	<ol style="list-style-type: none"> 1. 사전 서류 검토 및 업체 등록 2. 샘플 준비 3. 샘플 테스트 (약 9~24개월 소요) 4. 행정심사 5. 기술심사 및 재시험 (필요한 경우) 6. 허가증 발급
필요 서류	<ol style="list-style-type: none"> a. 수입보건식품허가 신청서 b. 신청인의 사업자 등록증 사본 c. 제품의 통용명이 이미 등록허가를 받은 약품명과 중복되지 않는다는 자료 d. 신청인이 타인의 특허를 침해하지 않는다는 보증서 e. 상표등록증 사본(필요한 경우) f. 제품 연구개발 보고서 g. 제품 정보 (제품 원료배합 및 배합 근거, 원부자재 규격 및 사용 근거, 유효성분/기능성분, 함량, 시험 방법 등) h. 생산공정도 및 생산 공정의 상세 설명 i. 제품표준 및 원부자재 품질 표준 j. 제품 포장재 종류, 명칭, 품질 표준 k. 지정된 시험기관의 시험보고서 l. 제품 라벨, 설명서 샘플 m. 제조 허가증 n. 자유 판매증명서 o. 제품 생산지 또는 국제적인 표준 p. 제조국에서 판매되고 있는 실제 제품의 포장, 라벨, 설명서 및 그 번역본 q. 미개봉 최소포장 완제품 2개 r. 완제품 검사 성적서 s. 기타 제품 심사에 필요한 서류

자료 : 수입보건식품허가 기관

3. 중국 새싹보리 라벨 심의

▶ 중국 라벨 규정

[표 4.6] 중국 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 새싹보리	● 라벨 심의	● 새싹보리
중국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	새싹보리 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (가이드)
적용 규제	중국 식품 위생법 ‘中华人民共和国食品卫生法’		
세부 규정	GB 7718-2011 포장식품 라벨 통칙		
라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> · 식품명 / 원산지 · 생산업체의 명칭 및 주소, 연락처, 대리인 정보 · 생산일, 유통기한, 저장방법 · 순중량, 고형물 함량(정량포장일 경우) · 영양성분 표시 · 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우) · QS 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고 · 생산업체가 적용한 제품 표준코드 		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (가이드)	세부 내용
	표기 언어	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능) 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계 있어야 함 상표의 경우 중문과 외국문자의 동시 사용 가능
	글자 크기	글자 크기	1.8mm이상(35cm ² 이상 면적 기준) 상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함
	식품명	식품명	규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 사용 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙일 것 가장 눈에 띄는 위치에 표시
	순중량	순중량	식품명과 동일한 페이지에 표시
	원료명	원료명	원료, 부형제 및 식품첨가물 명칭 표시 2% 넘지 않은 배합원료 순서대로 나열하지 않아도 됨 첨가량이 많은 순서로 표기
	유통기한	유통기한	별도의 스티커 라벨로 부착 금지 생산일자과 품질 보증기간 분명하게 명시 알콜함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면제 가능
	원산지	원산지	년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기할 것
	생산업체	생산업체	원산지 국가명 또는 지역명 표기 제품의 생산에 책임이 있는 분사 또는 자회사의 명칭과 주소 표기 분할포장 식품의 경우 분할포장업체의 명칭과 주소를 표기할 것

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR), 포장식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)

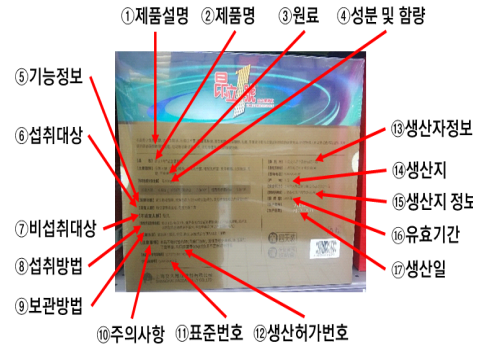
세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	제품표준	가공에 사용된 국가표준, 산업표준, 지방표준번호 또는 등록된 기업표준 번호를 기재할 것
		기타	생산허가증관리 식품인 경우 식품생산허가증번호 및 QS 마크를 표기할 것
			필요한 경우 섭취 시 주의 사항에 관하여 표기할 것
		기타 관련 인증 라벨 등 표기 사항	
	수입업체	수입업체명, 주소, 전화번호(팩스) 표기	
	라벨 표기사항 (영양성분)	영양 성분표	매100그램(g)/100밀리리터(ml)/한 몫 기준
		강제표기	열량(KJ), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 나트륨(g)
		트랜스지방(산)	경화유지 및 부분경화 유지가 포함되거나 생산과정에 사용한 경우 함량 표기
		선택표기	각종 비타민, 엽산, 아연, 칼륨, 마그네슘, 칼슘, 철분, 망간, 불소 등 기타 성분
		기타사항	열량 및 영양성분 설명 시 ‘함유’, ‘고저’, ‘유무’, ‘증감’ 등의 표기에 대한 구체적인 함량·기준조건

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR), 포장식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)

▶ 중국 건강기능식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(중문)

- ① 제품명 : 昂立1号 益生菌颗粒
- ② 순중량(净含量) : 20克 x (16+4)

앞면(국문)

- ① 제품명 : 앙리1호 새싹보리 과립
- ② 순중량 : 20g x (16+4)

뒷면(중문)

- ① 제품설명 : 本品是以低聚木糖、抗坏血酸钠、长双歧杆菌、嗜酸乳杆菌、麦芽糊精、山梨糖醇、乳糖、苹果果汁粉为主要原料制成的保健食品,经动物和人体试食功能试验证明,具有调节肠道菌群的保健功能,经动物功能试验证明,具有增强免疫力的保健功能。
- ② 제품명(品名) : 昂立1号 益生菌颗粒
- ③ 원료(主要原料) : 低聚木糖、抗坏血酸钠、长双歧杆菌、嗜酸乳杆菌、麦芽糊精、山梨糖醇、乳糖、苹果果汁粉
- ④ 성분 및 함량(标志性成分及含量) : 每100g含 低聚木糖 4.40g 长双歧杆菌(cfu) 1.0x10⁹ 嗜酸乳杆菌(cfu) 5.3x10⁹
- ⑤ 기능정보(保健功能) : 调节肠道菌群,增强免疫力(经动物试验评价,具有增强免疫力的保健功能)
- ⑥ 섭취대상(适宜人群) : 肠道菌群紊乱者,免疫力低下者
- ⑦ 비섭취대상(不适宜人群) : 婴儿

뒷면(국문)

- ① 제품설명 : 본 제품은 자일로올리고당, 소듐아스코베이트, 비피도박테리움 롱검, 락토 바실러스 에시드필러스, 말토덱스트린, 소르비톨, 유당, 사과과즙향 가루를 주원료로 만든 건강식품입니다.
- ② 제품명 : 앙리1호 새싹보리 과립
- ③ 원료 : 자일로올리고당, 소듐아스코베이트, 비피도박테리움 롱검, 락토바실러스 에시드필러스, 말토덱스트린, 소르비톨, 유당, 사과과즙향 가루
- ④ 성분 및 함량 : 100g당 자일로올리고당 4.40g 비피도박테리움롱검(cfu) 1.0x10⁹ 락토바실러스 에시드필러스(cfu) 5.3x10⁹
- ⑤ 기능정보 : 대장균 조절, 면역력 증진 (동물대체 시험을 통해 면역력 증진 효과가 검증됨)
- ⑥ 섭취대상 : 대장이 좋지 않은 사람, 면역력이 약한 사람
- ⑦ 비섭취대상 : 영유아

- ⑧ 섭취방법(食用方法及食用量) : 每日1次, 每次1条, 撕开条形包装后将颗粒倒入口中直接服用, 或将条形包装内含物溶于温水、牛奶中食用(水温不宜超过40℃)
- ⑨ 보관방법(贮藏方法) : 置阴凉干燥处, 密闭, 避光, 忌受热及在强烈阳光下曝晒
- ⑩ 주의사항(注意事项) :
本品不能代替药品; 直接口服时, 请注意避免呛咳. 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
- ⑪ 표준번호(产品标准号) : Q/ABAA0001S
- ⑫ 생산허가번호(食品生产许可证编号) : SC12731011703549
- ⑬ 생산자정보(委托方) :
上海交大昂立股份有限公司
委托方地址 上海市松江区环城路666号
- ⑭ 생산지(产地) : 上海
- ⑮ 생산지 정보(受委托方) :
上海交大昂立股份有限公司松江分公司
受委托方地址
上海市松江区明南路453号1、2、3幢
- ⑯ 유효기간(保质期) : 24个月
- ⑰ 생산일(生产日期) : 2019.08.14

- ⑧ 섭취방법 : 1일 1회, 1회 1스틱. 스틱형 포장을 뜯은 후 제품을 입안에 넣고 직접 복용하거나, 미지근한 물이나 우유에 녹여서 섭취(수온 40°C이하)하십시오.
- ⑨ 보관방법 : 강한 직사광선과 강한 열을 피하여 건조하고 밀폐된 곳이나 서늘한 곳에 보관해 주십시오.
- ⑩ 주의사항 : 본 제품은 의약품을 대체할 수 없습니다. 직접 입으로 복용할 때는 기침이 나지 않도록 주의하십시오. 본 제품은 영양소를 첨가하였으므로, 같은 영양소와 동시에 섭취하는 것은 권장량을 초과하기 때문에 추천하지 않습니다.
- ⑪ 표준번호 : Q/ABAA0001S
- ⑫ 생산허가번호 : SC12731011703549
- ⑬ 생산자정보 : 상하이자오따양리주식유한회사
상하이시 송장구 환청로 666호
- ⑭ 생산지 : 상하이
- ⑮ 생산지 정보 : 상하이자오따양리주식유한회사 송장지사
상하이시 송장구 명난로 453호 빌딩1.2.3
- ⑯ 유효기간 : 24개월
- ⑰ 생산일 : 2019.08.14

4. 중국 새싹보리 서류 준비

서류 준비

중국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 영양성분테스트성적서 사전 준비 필요
- ▶ 중국 수입 업무, 수입 업체 또는 에이전트를 통해 진행 가능

중국의 수입신고는 수출입 당사자 또는 해당 업무의 수행을 위임받은 에이전트를 통하여 진행 가능함. 다만, 수출업체가 해당 수입 통관 업무를 직접 진행하기 위해서는 수입 라이선스가 필요하기 때문에, 해당 라이선스를 소지하지 않은 기업은 에이전트나 수입업체를 통해 통관을 진행할 수 있음

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통하여 발급받을 수 있음. 양국 간 통일된 영문 원산지 증명 양식을 사용하기 때문에 해당 양식에 맞는 서류를 발급받아야함. 원산지 증명서는 1회에 한정하여 적용되며, 매 수출 시마다 원산지 증명을 받아야 함

[표 4.7] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	(-)	
	영양성분테스트성적서	(-)	
	국문 라벨 견본	(-)	
	중문 라벨 견본	(-)	
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)	
	선적	포장 명세서	(-)
		계약서	(-)
		선하증권	(-)
		수입 라이선스	(-)
	원산지 증명서	대한상공회의소 / 관세청	

자료 : 중국 해관총서(GACC)

5. 중국 새싹보리 세금 납부

세금 납부

중국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보를 제공함

새싹보리

새싹보리 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 새싹보리 식품 HS CODE 2106.90.90, 관세율 12% 적용
- ▶ 한·중 FTA 발효로 협정세율 적용

새싹보리의 경우 중국에서는 HS CODE 2106.90(따로 분류되지 않은 조제 식료품 중 기타)의 2106.90.90(기타) 세번이 적용되어 수입됨.³⁴⁾ 중국 수입 시 기본 세율은 90%이고 2015년 12월 20일자로 발효된 한·중 FTA 협정으로 협정세율인 18.4%이 적용되나, 최혜국대우(MFN)³⁵⁾의 경우 12%의 관세가 적용되기 때문에 해당 관세를 적용 받는 것이 유리함. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax)를 납부해야하며 항목에 따라 9~13%의 세율이 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 120달러(약 15만 원)³⁶⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 평균 24시간 소요
- 통관 비용은 335달러(약 41만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 평균 48시간 소요

[표 4.8] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.909	기타	
	2106.90.9099	기타	
중국	2106.90.90	기타	
관세	기본관세율	90%	
	최혜국대우	12%	
	협정 세율	18.4%	
증치세		9-13%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

34) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 새싹보리에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 중국 세관당국의 판단과 차이가 있을 수 있음. 중국의 HS Code를 확인하기 위해 문의할 수 있음

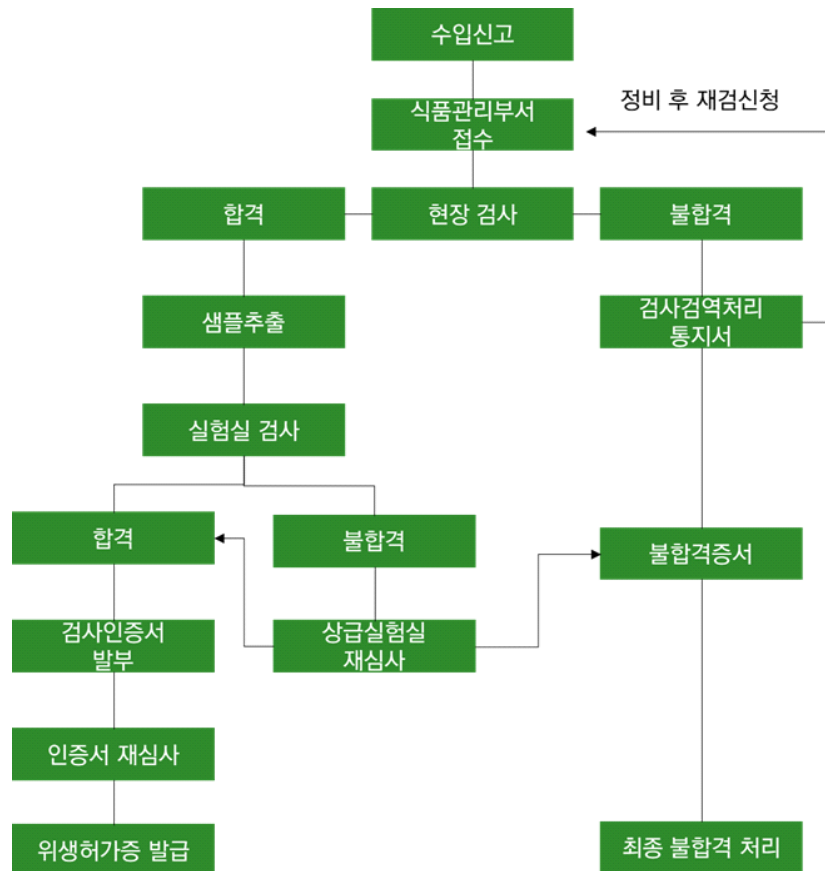
35) 중국과 상호 최혜국조치를 하는 세계무역기구(WTO)의 회원국이 원산지인 수입물품, 중국과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역이 원산지인 수입물품 및 중국의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 관세율을 의미함

36) 1달러=1,212,70원 (2020.02.26., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 중국 새싹보리 검역 심사

- ▶ 중국 수입식품 검사검역기구, 현장검사, 라벨검사, 실험실 검사 진행
- ▶ 수입 식품 위험도에 따라 차등 검사 진행

[표 4.9] 중국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
건강기능식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	D-isoascorbic acid	GMP ³⁷⁾
		Acacia (gum arabic)	GMP
		Agar	GMP

자료 : KATI농식품수출정보

37) 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

- ▶ 중국 식품의약품국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

중국으로 제품 수출 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

새싹보리

새싹보리 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중 그 외
분류의 그 외
식품(식품첨가물,
건강기능식품 등)으로
분류하여 해당 품목에
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 중국 새싹보리 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
안정제, 증점제 등	잔탄검	Xanthan gum	GMP
안정제, 유화제 등	자이리톨	Xylitol	GMP
안정제 등	아세틸아디핀산전분	Acetylated distarch adipate	GMP
산도조절제	아스코르브산	Ascorbic acid	GMP
산화방지제	아스코르브산칼슘	Calcium ascorbate	GMP
산도조절제	아세트산	Acetic acid	GMP
청징제, 유화제 등	알긴산나트륨	Sodium alginate	GMP
점착제, 유화안정제 등	카라기난	Carrageenan	GMP
산도조절제, 향응고제 등	시트르산	Citric acid	GMP
산도조절제 등	탄산칼슘	Calcium carbonate	GMP

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 선전스웨이청스핀마오이유오시안공쓰
(深圳市炜程食品贸易有限公司)

Interview ② 쉬저우캉후이바이니엔스핀
(徐州康汇百年食品)

Interview ③ 후난쯔한띠엔즈상우유오시안공쓰
(湖南至涵电子商务有限公司)

Interview ④ 안후이이메이캉스핀유오시안공쓰
(安徽益美康食品有限公司)

Interview ⑤ 이청바오찌엔핀쭈안잉띠엔
(屹成保健品专营店)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Distribution

深圳市炜程食品贸易有限公司

- 인터뷰 기업 : 선전스웨이칭스핀마오이유오시안공쓰
(深圳市炜程食品贸易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Shen
(Sales Manager)

새싹보리 제품의 주 고객은 18세 이상의 여성과 중노년층

새싹보리 제품은 18세 이상의 여성과 중장년과 노년층에게서 수요가 많습니다. 여성들은 피부 관리, 독소제거, 변비 해결 등의 효능을 위해 제품을 구매하며, 중장년과 노년층은 소화를 돕기 위해 제품을 구매합니다.

최근 온라인 쇼핑몰에서의 제품 수요가 증가하는 추세

최근 온라인 쇼핑몰에서도 정품 인증을 받은 새싹보리 제품을 취급함에 따라, 온라인 쇼핑몰 내 제품의 수요가 증가하는 추세입니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 쉬저우강후이바이니엔스핀
(徐州康汇百年食品)
제조유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Meng
(Sales Manager)

중국 내 새싹보리 제품의 수요는 많은 편

중국 내 새싹보리 제품의 수요는 많은 편이며, 현지인들은 새싹보리에 식이섬유가 풍부해 장운동 개선, 피부 미용 등의 효능이 있다고 생각합니다.

제품 구매 시, 현지인들은 제품 브랜드와 품질을 고려함

현지인들은 새싹보리 제품 구매 시, 제품 브랜드와 품질을 고려합니다. 제품 성분으로는 무엇이 있는지, 몸에 해로운 원료를 사용하지 않았는지 등 제품 품질을 꼼꼼하게 살펴봅니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 후난즈한디엔즈상우유오시안공쓰
(湖南至涵电子商务有限公司)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wang
(Manager)

중국 내 새싹보리 제품의 수요는 증가하는 추세

최근 중국 소비자들 사이에서 채소 섭취의 중요성이 커짐에 따라, 새싹보리 제품 수요가 지속적으로 증가하고 있습니다. 특히 새싹보리 분말 3g으로 일일 채소 섭취 권장량인 350g을 대체할 수 있어, 현지인들 사이에서 인기가 좋습니다.

현지인들은 휴대하기 편리한 제품을 선호

중국 소비자들은 통으로 일관 포장된 새싹보리 제품보다, 1회분으로 나뉘어 휴대하기 편리한 제품을 선호합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend

安徽益美康食品有限公司

- 인터뷰 기업 : 안후이이메이캉스핀유오시안공쓰
(安徽益美康食品有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. You
(Sales Manager)

중국 내 새싹보리 제품 수요는 지속적으로 증가하는 추세

중국 내 새싹보리 제품 수요는 지속적으로 증가하는 추세입니다. 현지인들은 새싹보리 제품이 독소 제거, 혈액 정화, 염증 해소 등의 효능이 있다고 생각하며, 밀치와 맛이 비슷해 남녀노소 새싹보리 제품을 즐겨 먹습니다.

제품 구매 시, 현지인들은 제품 가격을 가장 중시

중국 소비자들은 새싹보리 제품 구매 시, 가격을 가장 중시합니다. 따라서 가격경쟁력이 있다면 중국 내 수요가 있을 것으로 생각합니다.

Market Preference and Trend



官方授权合作品牌
膳食营养 健康全家!

- 인터뷰 기업 : 이청바오쩌엔핀쭈안잉띠엔
(屹成保健品专营店)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Liu
(Sales Manager)

현지인들은 일본산 새싹보리 제품을 선호

중국 사람들은 일본에서 생산된 새싹보리 제품의 성분이 우수하고, 효능이 탁월하다고 생각하여 선호하는 경향이 있습니다.

제품 구매 시, 현지인들은 가격과 휴대성을 고려함

현지인들은 새싹보리 제품 구매 시, 가격과 휴대성을 고려합니다. 따라서 가격경쟁력이 있고, 개별 포장돼 휴대가 편리한 제품의 수요가 많습니다.

Interview ① 선전스웨이청스핀마오이유오시안공쓰 (深圳市炜程食品贸易有限公司)

38)

선전스웨이청스핀마오이유오시안공쓰
(深圳市炜程食品贸易有限公司)

전문가 소속

선전스웨이청스핀마오이유
오시안공쓰
(深圳市炜程食品贸易有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Shen
(Sales Manager)

深圳市炜程食品贸易有限公司



선전스웨이청스핀마오이유오시안공쓰(深圳市炜程食品贸易有限公司) Sales Manager, Mr. Shen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2019년에 설립된 식품 전문 수입유통업체로, 새싹보리, 분말 음료, 스낵류, 견과류 등을 취급하고 있습니다. 취급하는 제품은 한국, 일본, 미국, 태국, 독일로부터 직수입하고 있으며, 알리바바(Alibaba), 티몰(Tmall), 타오바오(Taobao) 등의 온라인 쇼핑몰과 약국, 프랜차이즈 마트 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 중국 내 새싹보리 제품의 수요는 어떠한가요?

중국 내 새싹보리 제품의 수요는 많은 편이며, 특히 봄과 여름에 수요가 많습니다. 새싹보리 제품의 주 고객은 18세 이상의 여성과 중장년 및 노년층입니다. 18세 이상의 여성들은 피부 관리, 독소제거, 변비 해결 등을 통한 다이어트 효과를 위해 새싹보리 제품을 구매하며, 중장년 및 노년층은 소화 기능 개선 효과를 위해 제품을 구매합니다.

Q. 중국 내 인기가 많은 새싹보리 제품에는 무엇이 있나요?

새싹보리 제품 중에서는 일본산 브랜드의 아마모토칸포(山本汉方) 제품이 가장 유명합니다. 해당 제품은 100% 천연 원료를 사용하며, 양약 성분이 전혀 없어 장기적으로 섭취해도 무방합니다. 또한 장 건강 개선, 체내 pH 밸런스 유지, 피부 미용, 다이어트, 체질 변화 등 다양한 효능이 있어, 현지인들 사이에서 수요가 많습니다. 이외에도 중국산으로는 잉화(櫻花), 마이농창(蚂蚁农场), 린허어(仁和) 브랜드의 제품이 인기가 좋습니다.

38) 사진자료: 선전스웨이청스핀마오이유오시안공쓰(深圳市炜程食品贸易有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop6x348e1037002.1688.com)

Q. 새싹보리 제품의 판매처는 어떻게 되나요?

몇 년 전까지만 해도 소비자들은 주로 오프라인 약국이나 왓슨스 매장에서만 새싹보리 제품을 구매했습니다. 이러한 매장에서는 주로 정품 인증을 받은 제품들을 취급하기 때문입니다. 하지만 최근에는 온라인 쇼핑몰에서도 정품을 취급함에 따라, 온라인 쇼핑몰 내 새싹보리 제품 수요가 증가하는 추세입니다. 중국 소비자들은 주로 징동(JD)이나 티몰 등의 플랫폼과 샤오홍슈(小红书) 등의 기타 인터넷 라이브 방송 채널을 통해 제품을 구매합니다.

Interview ② 쉬저우강후이바이니언스핀 (徐州康汇百年食品)

39)

쉬저우강후이바이니언스핀
(徐州康汇百年食品)

전문가 소속

쉬저우강후이바이니언스핀
(徐州康汇百年食品)
제조유통업체

전문가 정보

Mr. Meng
(Sales Manager)



쉬저우강후이바이니언스핀(徐州康汇百年食品)

Sales Manager, Mr. Meng

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1993년에 설립된 제조유통업체로, 새싹보리, 우엉, 과일 및 채소 효소, 메밀 차 등을 취급하고 있습니다. 중국 내 유기농 농장 및 GMP 공장을 보유하고 있으며, 중국 내 온·오프라인 매장에 제품을 납품하고 있습니다.

Q. 중국 내 새싹보리 제품의 수요는 어떠한가요?

새싹보리는식이섬유가 풍부하고, 장건강, 피부 미용, 면역력 향상 등에 도움이 되는 것으로 있어 수요가 많고 안정적입니다. 당사는 당사의 PB 상품인 강후이바이니언스핀(康汇百年)을 한 달에 약 1톤 정도 생산하고 있고, OEM 제품은 연간 20-30톤 정도 생산하여 판매하고 있습니다.

Q. 취급 제품 중 수요가 많은 제품으로는 무엇이 있나요?

당사는 창허어(畅禾), 만시(曼斯), 수건(苏根) 등 8-9개 브랜드를 취급하고 있으며, 그중 인지도가 가장 높은 브랜드는 수건입니다. 해당 제품은 50포(150g)에 소매가 68위안(11,740원)⁴⁰⁾이며, 100% 새싹보리 분말로 되어 있어 소비자들 사이에서 인기가 높습니다.

Q. 현지인들은 새싹보리 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 새싹보리 제품 구매 시, 제품 브랜드와 품질을 가장 고려하며, 제품 성분으로는 무엇이 있는지, 몸에 해로운 원료를 사용하지 않았는지 꼼꼼히 살펴봅니다. 따라서 중국으로의 수출을 생각하고 있다면, 중국 식품영양성분라벨통칙 중 성분 관련 내용을 확인해보는 것을 추천합니다.

39) 사진자료: 쉬저우강후이바이니언스핀(徐州康汇百年食品) 홈페이지 (www.xzkhbn.com)

40) 1위안= 172.66원(2020.02.26.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 후난쯔한띠엔즈상우유오시안공쓰 (湖南至涵电子商务有限公司)

41)

후난쯔한띠엔즈상우유오시안공쓰
(湖南至涵电子商务有限公司)

전문가 소속

후난쯔한띠엔즈상
우유오시안공쓰
(湖南至涵电子商务有限公司)
유통업체

전문가 정보

Mr. Wang
(Manager)



湖南至涵电子商务有限公司
HUNAN ZHIHAN ELECTRONIC COMMERCE CO.,LTD.



후난쯔한띠엔즈상우유오시안공쓰(湖南至涵电子商务有限公司) Manager, Mr. Wang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2014년에 설립된 보건식품 전문 유통업체로, 분말음료와 보건식품을 취급하고 있습니다. 제품은 주로 알리바바, 티몰 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 판매하고 있습니다.

Q. 중국 내 새싹보리 제품의 수요는 어떠한가요?

최근 중국 소비자들 사이에서 채소 섭취의 중요성이 커짐에 따라, 새싹보리 제품의 수요가 지속적으로 증가하고 있습니다. 중국인들은 새싹보리에 비타민, 미네랄, 항산화물질이 풍부하여, 건강에 좋다고 인식합니다. 또한 새싹보리 분말 3g으로 일일 채소 섭취 권장량인 350g을 대체할 수 있어, 소비자들 사이에서 인기가 매우 좋습니다.

Q. 중국 내 수요가 많은 새싹보리 제품의 특징으로는 무엇이 있나요?

현지 소비자들은 중국에서 생산된 새싹보리 제품을 선호합니다. 최근 출시되는 중국산 건강식품은 고품질이면서 가격이 저렴하기 때문입니다. 실제 당사에서 취급 중인 제품 중, 중국산 브랜드인 마이농창(蚂蚁农场)과 런허어(仁和) 제품의 수요가 가장 많으며, 런허어 제품은 50포(150g)에 15-28위안(2,589-4,834)으로 굉장히 저렴합니다. 또한 중국 소비자들은 일괄 포장된 제품보다 1회분으로 나뉘어 휴대가 간편한 제품을 선호합니다.

Q. 새싹보리 제품의 판매처는 어디인가요?

중국 내 다양한 온·오프라인 매장에서 새싹보리 제품을 취급하고 있습니다. 당사는 다이어트 클리닉, 헬스장, 약국 등의 오프라인 매장과 티몰, 징둥, 타오바오, 알리바바 등의 온라인 쇼핑몰로 제품을 납품하고 있습니다. 오프라인 매장보다 온라인 쇼핑몰에서 새싹보리 제품의 수요가 더 많습니다.

41) 사진자료: 후난쯔한띠엔즈상우유오시안공쓰(湖南至涵电子商务有限公司) 알리바바 홈페이지 (hnzhihan.1688.com)

Interview ④ 안후이이메이캉스핀유오시안공쓰 (安徽益美康食品有限公司)

42)

안후이이메이캉스핀유오시안공쓰
(安徽益美康食品有限公司)

전문가 소속

안후이이메이캉스핀유오시안공쓰
(安徽益美康食品有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. You
(Sales Manager)



안후이이메이캉스핀유오시안공쓰(安徽益美康食品有限公司) Sales Manager, Mr. You

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2019년에 설립된 보건식품 전문 수입유통업체로, 새싹보리, 효소, 콜라겐, 식사대용 셰이크 등을 취급하고 있습니다. 일부 제품에 한해 직접 수입을 하고 있으며, 중국 내 알리바바, 티몰 등의 온라인 쇼핑몰과 오프라인 소매업체로 제품을 납품하고 있습니다.

Q. 중국 내 새싹보리 제품의 수요는 어떠한가요?

중국 내 새싹보리 제품의 수요는 지속해서 증가하는 추세입니다. 중국 소비자들은 새싹보리 제품에 식이섬유가 풍부해, 장내 독소 제거, 혈액 정화, 염증 해소, 독소 배출 등의 효과가 있다고 생각합니다. 또한 새싹보리의 맛이 말차와 비슷해 해당 제품의 맛에 거부감이 없고, 중국 남녀노소 새싹보리 제품을 즐겨 먹을 수 있습니다.

Q. 당사에서 취급하는 새싹보리 제품 중, 인기가 많은 제품은 무엇인가요?

밍룬야(茗潤芽) 브랜드의 새싹보리 분말 제품의 인기가 좋습니다. 해당 제품은 마이농창의 브랜드에서 출시되는 제품으로, 브랜드 인지도가 높고 소매가격이 저렴해, 많은 소비자들이 선호합니다. 이 외에도 일본산 새싹보리 제품이 높은 가격에도 불구하고 국제적으로 인지도가 높아 당사에서 판매량 2위를 차지하고 있습니다.

Q. 한국산 새싹보리 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

당사는 최근야야 한국산 새싹보리 제품을 도입했으며, 4월부터 본격적인 판매를 시작할 예정이라 아직 수요를 예측하기 어렵습니다. 하지만 A사의 제품이 다른 제품과 비교했을 때 가격경쟁력이 있다면, 어느 정도 수요가 있을 것입니다. 중국 소비자들은 제품 구매 시 가격을 가장 중시하기 때문입니다. 또한 중국 소비자들 사이에서 한국 건강식품의 인지도가 높아, 소비자들은 한국 제품에 거리감이 없을 것으로 생각합니다.

42) 사진자료: 안후이이메이캉스핀유오시안공쓰(安徽益美康食品有限公司) 알리바바 홈페이지 (shop00w72s796w756.1688.com)

Interview ⑤ 이청바오찌엔핀쥬안잉띠엔 (屹成保健品专营店)

43)

이청바오찌엔핀쥬안잉띠엔
(屹成保健品专营店)

전문가 소속

이청바오찌엔핀쥬안잉띠엔
(屹成保健品专营店)
유통업체

전문가 정보

Mr. Liu
(Sales Manager)



官方授权合作品牌
膳食营养 健康全家!



이청바오찌엔핀쥬안잉띠엔(屹成保健品专营店)

Sales Manager, Mr. Liu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2019년에 설립된 보건 식품 전문 유통업체로, 새싹보리, 효소, 비타민, 다이어트 보조제 등을 취급하고 있습니다. 해당 제품들은 주로 징둥이나 와이에이치디(YHD) 등의 온라인 쇼핑몰로 납품되고 있습니다.

Q. 중국 내 새싹보리 제품의 수요는 어떠한가요?

중국 내 새싹보리 제품의 수요는 많은 편이지만, 구매 대상이 여성과 직장인으로 한정되어 있습니다. 여성들은 주로 다이어트와 피부 관리를 위해 새싹보리 제품을 구매하며, 직장인 역시 다이어트를 위해 새싹보리 제품을 구매합니다.

Q. 중국 현지인들이 선호하는 새싹보리 제품에는 무엇이 있나요?

현지인들은 일본에서 생산된 새싹보리 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 그중에서도 일본산 아이에스디지(ISDG) 제품의 인기가 높습니다. 해당 제품은 식이섬유가 풍부하고, 식사대용, 고알칼리성 식품으로 유명합니다. 또한 20여 가지의 아미노산, 비타민 등이 함유되어 있어 부족한 영양소를 보충할 수 있고, 독소 제거와 피부 미용 등의 다양한 효능이 있어 현지인들 사이에서 수요가 많습니다. 이외에도 일본산 아마모토칸포(山本汉方) 브랜드 인지도가 높은 편입니다. 해당 제품들은 대부분 개당 2-3g의 용량으로 개별 포장되어 있으며, 휴대하기 편리하다는 장점이 있습니다.

43) 사진자료: 이청바오찌엔핀쥬안잉띠엔(屹成保健品专营店) 징둥 홈페이지 (yichengbjp.jd.com)

Q. 한국산 새싹보리 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

중국 내 한국산 새싹보리 제품 판매 시, 수요가 많지 않을 것 같습니다. 한국산 새싹보리 제품은 인지도가 낮고, 한국산 제품에 대한 현지인들의 신뢰도가 낮기 때문입니다. 또한 중국 내 효과적인 판매를 위해서는 왕홍 마케팅 등의 소셜미디어 마케팅 방안이 필요하지만, 한국 제조업체 대부분이 해당 마케팅에 투자하는 것을 꺼립니다. 이외에도 중국 소비자들 사이에서 저렴한 가격과 휴대가 간편한 제품의 수요가 많은 편인데, A사의 제품은 다소 비싸고 개별 포장이 아닌 제품도 있어 현지인들이 선호하지 않을 가능성이 큽니다.

Q. 새싹보리 제품 수출 시, 주의해야 할 사항에는 무엇이 있나요?

중국에서는 대부분의 새싹보리 제품이 일반식품으로 판매되고 있습니다. 하지만 A사에서 제품의 기능을 홍보하기 위해 새싹보리 제품을 보건의료식품으로 수출하고자 한다면, 중국시장감독총국에 보건의료식품 등록을 진행해야 합니다. 보건의료식품 등록 허가를 받는 데에는 신청 기능에 따라 1년 반에서 3년 정도 소요되며, 보건의료식품 인증서는 5년 동안 유효합니다. 이 외에도, 제품 성분과 함량이 중국 국가 표준에 부합해야 하며, 그렇지 않을 경우에는 중국으로 제품을 수출할 수 없습니다.

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 2019.02.22.
2. 「Yixintang 2019 first three quarters: 6216 stores, revenue of 7.66 billion, net profit of 480 million!」, Finance Sina, 2019.10.31.
3. 「Alibaba's Tmall is becoming luxury fashion's online gateway to China」, Quartzly, 2019.10.09.
4. 「药店开到了纽约第五大道 一心堂要干嘛?」, 新浪科技, 2019.10.09.
5. 「Weight Management and Wellbeing in China」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.10
6. 「2018中国中间群体收入划分标准一览」, 중국 매일경제뉴스(Daily Finance Network), 2019.01
7. 「China Statistical Yearbook 2018」, 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 2018

■ 참고 사이트

1. 중국 국가질량감독검험검역총국 (AQSIQ) (english.aqsiq.gov.cn)
2. 중국시장감독관리총국 (SAMR) (www.samr.gov.cn)
3. 중국 해관총서 (GACC) (www.customs.gov.cn)
4. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
5. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
6. 티몰(Tmall) 홈페이지 (tmall.com)
7. 신랑커지(新浪科技) 홈페이지 (tech.sina.com.cn)
8. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
9. 쉐지(Quartzly) 홈페이지 (quartzly.com)
10. 알리질라(Alizila) 홈페이지 (alizila.com)
11. 모틀리폴(The Motley Fool) 홈페이지 (fool.com)
12. 징둥(京东) 홈페이지 (jd.com)
13. 제트디넷(ZD Net) 홈페이지 (zd.net)
14. 인사이드리테일(Inside Retail) 홈페이지 (insideretail.com)
15. 수닝이꼬우(苏宁易购) 홈페이지 (suning.com)
16. 베이꾸오왕(北国网) 홈페이지 (lnd.cim.cn)
17. 평후양왕(凤凰网) 홈페이지 (ifeng.com)
18. 진룽지에(金融界) 홈페이지 (jrj.com.cn)
19. 징지꾸안차빠오(经济观察报) 홈페이지 (eeo.com.cn)
20. 왕이(网易) 홈페이지 (163.com)
21. 중꾸오징지왕(中国经济网) 홈페이지 (ce.cn)
22. 차이나데일리(Chinadaily) 홈페이지 (chinadaily.com.cn)
23. 이커머스디비(Ecommercedb) 홈페이지 (ecommercedb.com)
24. 텐센트뉴스(Newsqq) 홈페이지 (news.qq.com)
25. 꾸오파야오팡(国大药房) 홈페이지 (guodadrugstores.com)
26. 비즈니스와이어(Businesswire) 홈페이지 (businesswire.com)
27. 통화순차이펑(同花顺财经) 홈페이지 (10jqka.com.cn)
28. 39뉴(39new) 홈페이지 (cw39.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

29. 이신탕(一心堂) 홈페이지 (hx8886.com)
30. 파이낸스시나(Finance.sina) 홈페이지 (finance.sina.com.cn)
31. 차이나머니네트워크(China Money Network) 홈페이지 (cnr.cn)
32. 알티마트(RT Mart) 홈페이지 (rt-mart.com.cn)
33. 신랑신원(新浪新闻) 홈페이지 (news.sina.com.cn)
34. 이컨설턴시(Econsultancy) 홈페이지 (econsultancy.com)
35. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.cn)
36. 차이나라디오네트워크(China Radio Network) 홈페이지 (chineseradionetwork.com)
37. 월마트(Walmart) 홈페이지 (wal-martchina.com)
38. 스탯스타(Statista) 홈페이지 (statista.com)
39. 아시아프룻(Asiافruit) 홈페이지 (fruitnet.com)
40. International Trade Center(www.trademap.org)
41. 외교부(www.mofa.go.kr)
42. 월드뱅크(www.worldbank.org)
43. 중국 국가통계국(www.stats.gov.cn)
44. 중국 매일경제뉴스(global.chinadaily.com.cn)
45. 수닝(suning.com)
46. 지안슈(www.jianshu.com)
47. 주안란지후(zhuanlan.zhihu.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.13.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

