



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202008-23

품목 | 인삼(Ginseng)

국가 | 중국(China)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 중국 인삼 시장규모	13
2. 중국 인삼 수출입 시장규모	14
3. 중국 인삼 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 중국 인삼 소비지역, 대도시 또는 연해도시 해당	23
2. 중국 내 고려 인삼, 장백산 인삼보다 고품질 평가	24
3. 중국 인삼 구매 요인, 가격과 면역력 제고	25
4. 중국 인삼 주 소비자, 노년 및 장년층	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 중국 인삼 유통구조	28
2. 중국 인삼 주요 유통업체	29
3. 중국 인삼 B2C 소매채널	31

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 중국 인삼 인증 취득	52
2. 중국 인삼 사전 절차	54
3. 중국 인삼 라벨 심의	56
4. 중국 인삼 서류 준비	60
5. 중국 인삼 세금 납부	61
6. 중국 인삼 검역 심사 절차	62
7. 중국 관련 규제 정보	64

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 통화스선얼터찬핀유오시안공쓰(通化市参尔特产品有限公司)	67
Interview ② 광저우우자커마오이유오시안공쓰(广州五加科贸易有限公司)	69
Interview ③ 상하이엔차오탕상마오유오시안공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司)	71
Interview ④ 광둥싱더룽야오예유오시안공쓰(广东兴德隆药业有限公司)	73
Interview ⑤ 광저우웨이명궁잉렌유오시안공쓰(广州威盟供应链有限公司)	75

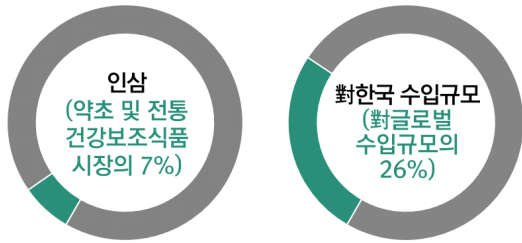
## VII. 시장진출제언(Export Insights) 77

※ 참고문헌	80
--------	----

# I . 요약(Summary)

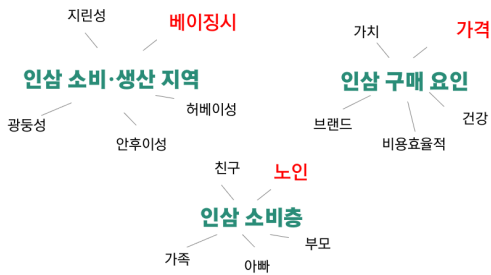
# Summary

## ▶ 수요 분석



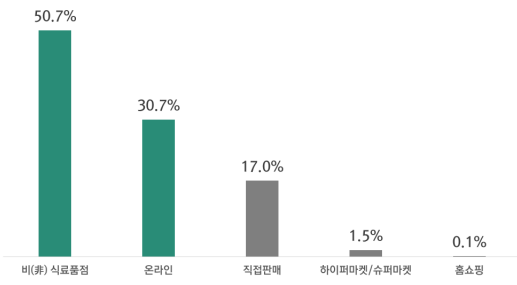
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	약초 및 전통 건강보조식품	6.9조 원	중국산 인삼은 보편적인 제품, 한국산 인삼은 프리미엄 제품으로 인식
	인삼	4,685억 원	
수입규모	글로벌	907억 원	- 주요 생산 지역은 동북 3성이나 2000년 이후 재배 면적 감소
	한국	234억 원	
소비 시장규모	중국 인삼 생산량	5만 164톤	- 주요 소비 지역은 하이난성, 광둥성 등의 남부 지역
	한국산 인삼 수입 상위지역	상하이, 산둥성, 지린성	
	고려 인삼 도매가	232위안	

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



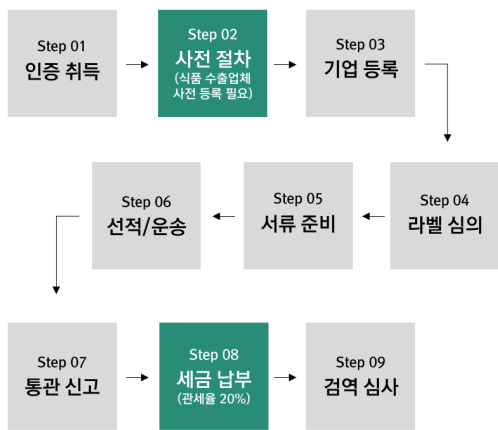
		연관 키워드 순위/건	전문가 인터뷰
소비·생산지역	베이징시	1st / 140건	중국산 인삼은 가정용, 한국산 인삼은 선물용으로 많이 소비
	광둥성	3rd / 27건	
구매 요인	가격	1nd / 424건	- 기타 성분 첨가되지 않은 순수 인삼 선호
	면역력	7nd / 55건	
주 소비층	노인	1st / 135건	- 중국 재배 인삼 중에는 백삼, 홍삼 인기 높음
	친구	2nd / 119건	

## ▶ 유통 채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
유통 채널	비(非) 식료품점	50.7%	인삼 주로 온라인 채널 통해 판매 - 온라인 라이브 방송은 제품 노출 빈도를 높여 소비자층 확대에 효과적 - 중약 약방은 중국 시장만의 특별한 오프라인 유통 채널
	온라인	30.7%	
	직접판매	17.0%	
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1.5%	
	홈쇼핑	0.1%	

## ▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	가공품이 아닌 인삼 혹은 고려삼으로 위생허가 받는 것 추천 - 포장방식 관련 특별 규제는 없으나 멸종위기 품종은 관련 증명 서류 준비해야 함
	선택	GMP, HACCP, ISO22000	
사전절차	필수	사전 식품 등록	
	신청 기관	국가질량감독검험검역총국	
라벨 표기사항		선포장식품 라벨 통칙	
서류 준비사항		원산지증명서 등 9건	
세금납부	기본세율	50%	
	할당세율	20%	
	증치세	9%	

- ▶Point 01. 한국산 인삼, 중국 내 프리미엄 제품으로 인식되어 시장 가치는 높으나 수요 한정적
- ▶Point 02. 중국 인삼 주요 생산 지역은 동북 3성, 주요 소비 지역은 대도시, 연해지역, 남부지역
- ▶Point 03. 중국 고려 인삼 평균 도매가 232위안

# Market Size

(시장규모)

## 중국(China) 인삼 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(인삼), 기능(에너지 증진)

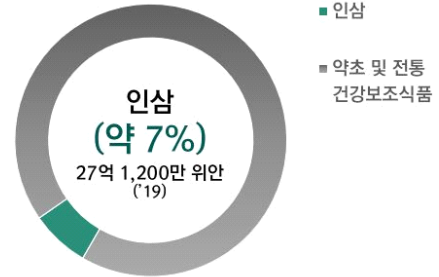
• 중국 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements)<sup>1)</sup> 시장규모

..... 400억 4,700만 위안('19)

• 중국 인삼(Ginseng)<sup>2)</sup> 시장규모

..... **27억 1,200만 위안('19)**

(\*) Euromonitor International



## 인삼 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(인삼)

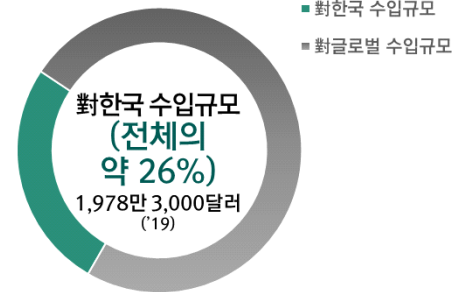
• HS 1211.20<sup>3)</sup> '인삼' 중국 對 글로벌 수입규모

..... 7,663만 8,000달러('19)

• HS 1211.20 '인삼' 중국 對 한국 수입규모

..... **1,978만 3,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



## 인삼 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '인삼'은 비타민C 수용액을 주입 후 원형 그대로 사포닌 함량을 증가시킨 인삼 제품임. 이에 수출 시 경쟁 시장이 될 수 있는 중국의 인삼 생산지와 그 규모 파악을 위해 '중국 지역별 인삼 생산량'을 조사함. 또한, 중국 지역별 인삼 수요 현황을 파악하기 위해 '중국 지역별 한국산 인삼 수입액'을 조사함. 마지막으로, 적정 고려인삼 시장가격 파악을 위해 '중국 고려인삼 도매가'를 조사함

### ① 중국 지역별 인삼 생산량('18)

동북 3성 전체	..... 4만 5,148톤(100.0%)
지린성	..... 3만 6,118톤(80.0%)
헤이룽장성	..... 5,329톤(11.8%)
랴오닝성	..... 3,716톤(8.2%)

### ② 중국 지역별 한국산 인삼 수입액('18)

전체	..... 1,711만 5,000달러
상하이	..... 1,630만 달러
산둥성	..... 35만 4,000달러
지린성	..... 31만 7,000달러
광둥성	..... 12만 6,000달러
베이징	..... 6,000달러
저장성	..... 6,000달러

### ③ 중국 고려인삼 도매가('20)

5성 평균	..... 232.0위안/kg
허베이성	..... 238.3위안/kg
지린성	..... 237.6위안/kg
원난성	..... 232.7위안/kg
안후이성	..... 192.5위안/kg
광둥성	..... 257.5위안/kg

(\*) 전망산업연구원(前瞻产业研究院), 해관총서(海關總署), 후이농망(惠农网)

1) 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 주로 식물이나 전통재료로 만든 식이보충제를 포함함

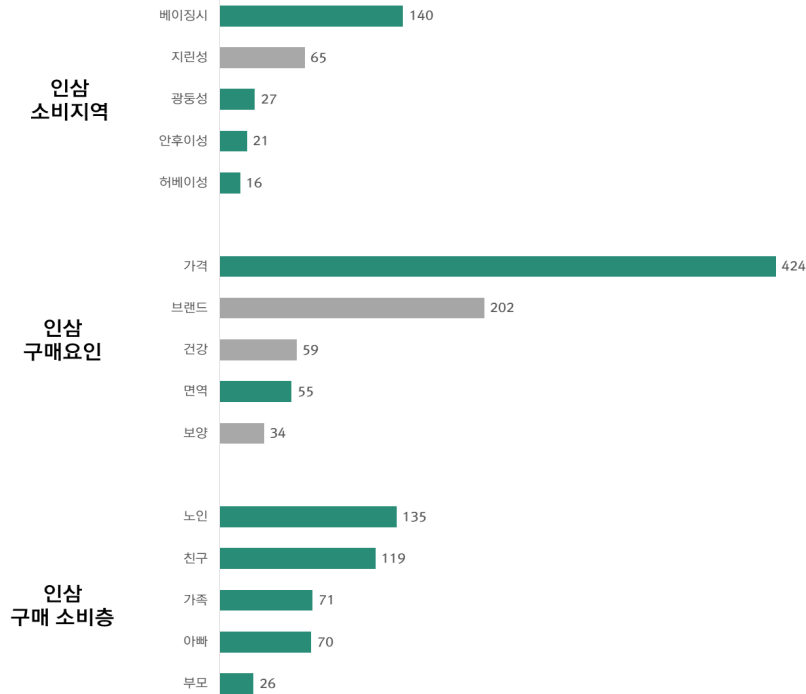
2) 인삼(Ginseng): 면역체계를 유지하고 에너지와 체력을 증진하기 위해 먹는 뿌리 약초의 일종

3) HS CODE 1211.20: 조사제품 인삼은 식물의 부분으로, 인삼(파낙스 퀴쿠에폴리움과 파낙스 진생) : 뿌리에 분류됨. 이에 인삼에 해당하는 HS CODE 1211.20을 지표로 설정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 중국 (China) 인삼 소비 실태 분석 결과



### ■ 중국 인삼 소비 특징

#### 소비지역, 대도시 및 연해지역

인삼 주 생산지 - 지린성  
인삼 주 소비지 - 베이징시, 광둥성

#### 구매 요인, '가격 및 면역력'

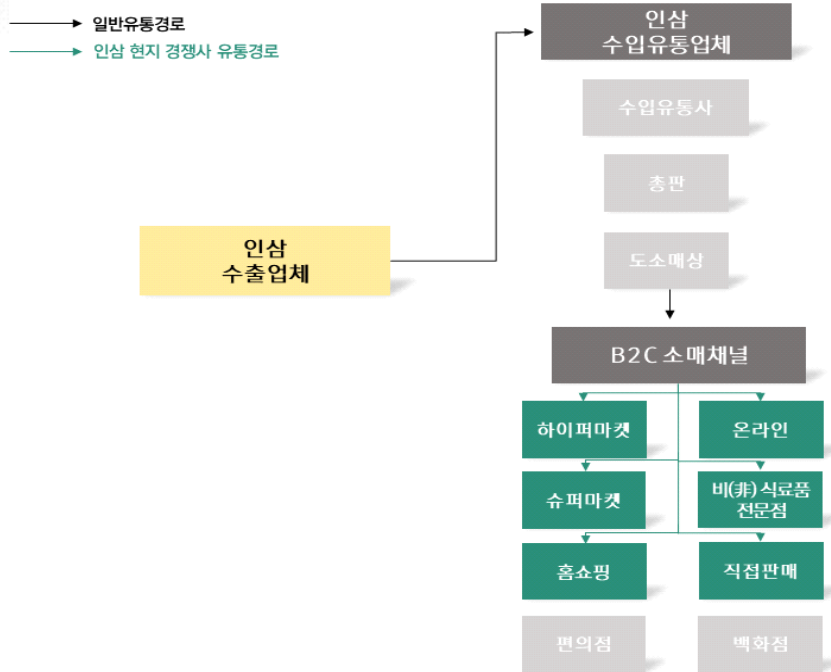
인삼도 합리적 소비  
면역력 강화 위해 구매

#### 주 소비층 '장년·노년층'

면역력 중요한 노년층 주 구매  
가족 또는 친구 간 선물 거래

# Distribution Channel

(유통채널)



## 중국(China) 인삼 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점 <sup>7)</sup>	50.7%	귀다야오팡(国大药房), 이신당(一心堂), 다찬린(大参林)
	온라인	30.7%	징둥(京东), 수닝이교우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 추이핀후이(唯品会)
	직접판매	17.0%	무시엔지(无限极), 암웨이(Amway)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1.5%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(Rt Mart)
	홈쇼핑	0.1%	동방(东方), 과이러고(快乐购), 환치우(環球)

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

4) 2020년 기준, 중국 내 '약초 및 전통식품(Herbal/Traditional Products)'의 유통채널 점유율임  
 5) '인삼'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '약초 및 전통식품(Herbal/Traditional Products)'의 정보를 확인함  
 6) 채널 분류에 따른 중국 유통채널로 외국계 기업도 포함됨  
 7) 비(非) 식료품점은 드러그스토어(H&B), 약국 등을 포괄함



# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 중국시장관리감독총국 - [Regulations on the Implementation of the Food Safety Law of the People's Republic of China] - 문의처 : samr.gov.cn
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 수출업체 사전 등록 '필요'</li> <li>- 온라인으로 등록 진행</li> <li>• 5년근 이하 인삼은 일반식품으로 분류</li> </ul>	(*) 국가질량감독검험검역총국 - 문의처 : aqsiq.net
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국국가표준(GB) 준수 의무</li> <li>- 선포장식품 라벨 통칙</li> <li>- 선포장식품 영양라벨 통칙</li> </ul>	(*) 중국시장관리감독총국 - 중국국가표준(GB) - 문의처 : samr.gov.cn
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 수입 식품은 서류 및 화물 심사</li> <li>- 일반 서류</li> <li>- 위생 및 원산지증명서</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국 국무원 - 문의처 : www.gov.cn
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 및 화물 심사</li> <li>- 원산지증명서 필요</li> <li>- 수입신고서, 상업송장 등</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS CODE 1211.20-9910 사용</li> <li>• 관세율 20%</li> <li>• 증치세 9%</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행</li> <li>- 중국 식품안전표준에 부합하는지 심사</li> <li>- 중문 라벨 심사</li> </ul>	(*) 중국 해관총서 - 문의처 : customs.gov.cn (*) 중국시장감독관리총국 - 문의처 : samr.gov.cn

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Production and Demand



- 인터뷰 기업 : 통화스선얼터찬핀  
유오시안공쓰  
(通化市参尔特产品有限公司)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chen  
(Manager)

### 중국 내 인삼 주요 생산지는 동북 3성에 밀집

중국 내 인삼의 주요 산지는 랴오닝, 지린, 헤이룽장 등 동북 3성에 밀집되어 있습니다. 90년대부터 2000년대 초까지 동북 3성의 인삼 재배업은 빠른 속도로 발전하였고 재배 면적이 해마다 증가하였습니다.

### 높은 가격으로 한국산 인삼에 대한 수요는 비교적 적은 편

한국산 인삼은 중국 시장에서 프리미엄 상품으로 분류되어 가격이 비싸기 때문에 중국 내 한국산 인삼에 대한 수요는 비교적 적은 편입니다. 그러나 가격이 비싼 만큼 영양소가 더욱 풍부할 것이라는 소비자 인식이 있습니다.

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 광저우우자커마오이  
유오시안공쓰  
(广州五加科贸易有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang  
(Sales Manager)

### 건강관리 관심도 및 소득 수준이 높은 남부지역의 인삼 소비량 다

최근 몇 년간 남부지역의 인삼 구매가 증가하고 있는 추세입니다. 남부 지역에 거주하는 소비자들은 건강관리에 대한 관심이 많으며 소득 수준도 북부보다 높은 편입니다. 또한, 남부지역에는 다양한 약재가 들어간 보양식을 즐겨 먹는 관습이 있어 약재에 대한 관심도가 매우 높습니다.

### 중국 내 고려삼과 화기삼의 선호도 높은 편

중국 소비자들은 보편적으로 고려삼과 화기삼을 선호합니다. 이 두 품종은 중국 내에서 재배가 가능하기 때문에 가격이 수입산 동종 제품보다 저렴하여 수요가 많습니다.

## Market Customer and Preference



- 인터뷰 기업 : 상하이엔차오탕상마오  
유오시안공쓰  
(上海燕朝堂商贸有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chi  
(Sales manager)

### 중국 내 한국산 인삼, 좋은 품질과 고급스럽다는 이미지

한국 인삼의 경우 품질이 좋고 포장도 고급스러운 프리미엄 제품이라는 인식이 있습니다. 따라서 일부 개인 사업자들은 연말에 고객 선물용으로 대량 구매하는 경우가 있습니다. 따라서 이런 경우에는 고급스러운 포장 디자인을 중요시합니다.

### 중국 소비자, 기타 성분 첨가하지 않은 순수 인삼 선호

중국 소비자들은 인삼에 기타 성분을 첨가하는 것을 선호하지 않으며 순수 인삼의 품질과 영양 가치를 중요하게 생각합니다. 오히려 첨가물이 함유되지 않은 순수한 인삼을 고품질의 제품으로 생각합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Preference

### 广东兴德隆药业有限公司 GUANG DONG XING DE LONG YAO YE YOU XIAN GONG SI

- 인터뷰 기업 : 광둥싱더롱야오예  
유오시안공쓰  
(广东兴德隆药业有限公司)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Zhang  
(Manager)

### 중국 내 인삼 시장의 규모 꾸준히 증가 추세

2018년을 기준으로 중국 인삼 생산량은 35,000톤을 초과했으며 현재까지 꾸준히 상승하고 있습니다. 중국 동북 지역은 인삼의 주요 산지이며 중국 국내산 인삼 제품의 대부분을 생산하고 있습니다.

### 연령에 따라 인삼 구매요인이 상이함

연령에 따라 인삼 구매목적과 구매 시 고려하는 요소에 차이가 있습니다. 노년층의 소비자들은 주로 자양강장 효과를 위해 구매하며 젊은 소비자층은 가족이나 상사에게 드릴 선물용으로 구매하는 경우가 많습니다.

## Market Barrier and Regulation

### 广州威盟供应链有限公司 天津红参进口报关代理服务

- 인터뷰 기업 : 광저우웨이밍공잉런  
유오시안공쓰  
(广州威盟供应链有限公司)  
통관대행업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Xia  
(Sales Manager)

### 일반무역으로 통관 진행 시 인삼으로 위생허가 신청하는 것을 추천

중국으로 인삼 제품 수출 시, 가공삼이 아닌 인삼 혹은 고려삼으로 위생허가를 받는 것을 추천합니다. 건조된 홍삼 뿌리는 일반 인삼으로 분류되지만, 비타민 등의 성분을 첨가한 인삼 뿌리 제품은 중문 번역본 확인 시 홍삼청, 홍삼스틱과 비슷한 인삼 가공식품(가공삼)으로 분류될 가능성이 있습니다.

### 중국 내 인삼 제품의 포장이나 라벨에 대한 별도의 규제는 없어

포장방식과 포장 디자인에 대한 특별한 규제는 없습니다. 중국 수출입 동식물 검역관리법 및 수입 화물 우드박스 포장 검역 감독관리법 규정에 부합된다면 모든 포장방식이 가능합니다.

## II. 시장규모(Market Size)

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

## 1. 중국 인삼 시장규모

### 중국 국가 일반 정보<sup>10)</sup>

면적	960만km <sup>2</sup>
인구	14억 5만 명
GDP	13조 달러
GDP (1인당)	9,633달러

조사 시장: 조사 제품인 '인삼'은 사포닌, 비타민 등이 함유되었으며, 예전부터 에너지 증진을 위해 뿌리 형태로 섭취해온 제품임. 이에 제품의 기능(에너지 증진)과 종류(인삼)를 기준으로 '인삼' 시장과 상위품목인 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장의 규모를 조사함

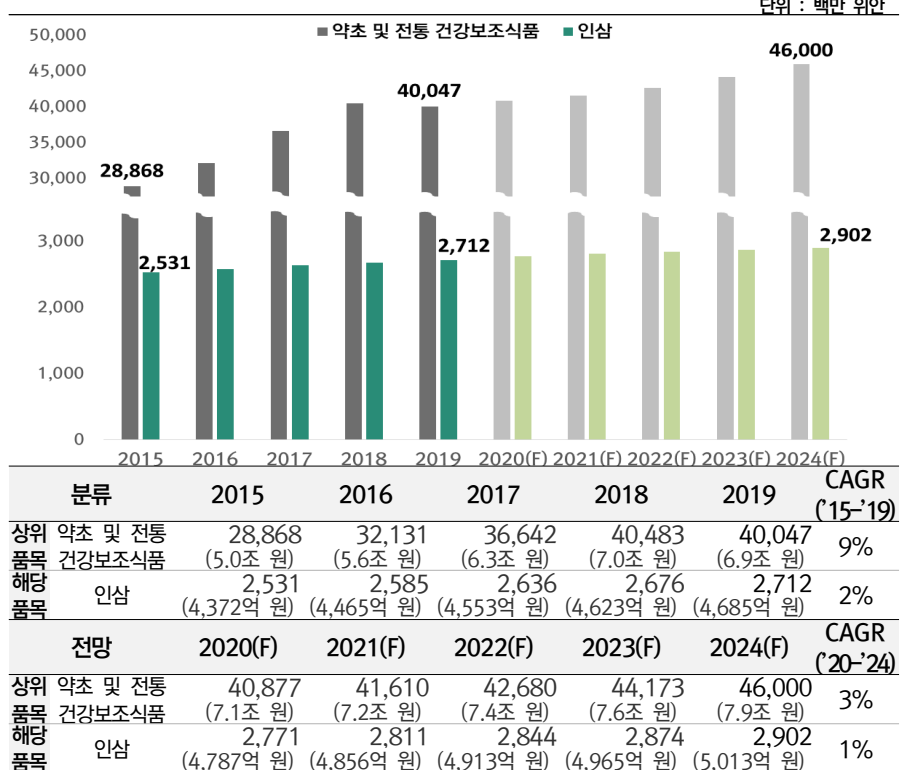
#### ▶ 2015-2019년, 중국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모, 연평균성장률 9%

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

#### ▶ 2020-2024년, 중국 '인삼' 시장규모, 연평균성장률 1%

향후 5년(2020-2024년)간 중국의 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모는 연평균 3% 증가하여 2024년에는 460억 위안을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '인삼' 시장규모는 연평균 1%의 증가율을 보이며 2024년 29억 200만 위안을 기록할 것으로 예상됨

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



8) 1위안=172.74원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 위안)는 모두 반올림됨

10) 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

## 2. 중국 인삼 수출입 시장규모

HS CODE 1211.20 : 조사 제품은 영양성분을 추가하면서도 인삼 본연의 형태를 유지한 제품임. 이에 제품의 종류(인삼)를 바탕으로 ‘인삼’에 해당하는 HS CODE 1211.20을 지표로 설정함

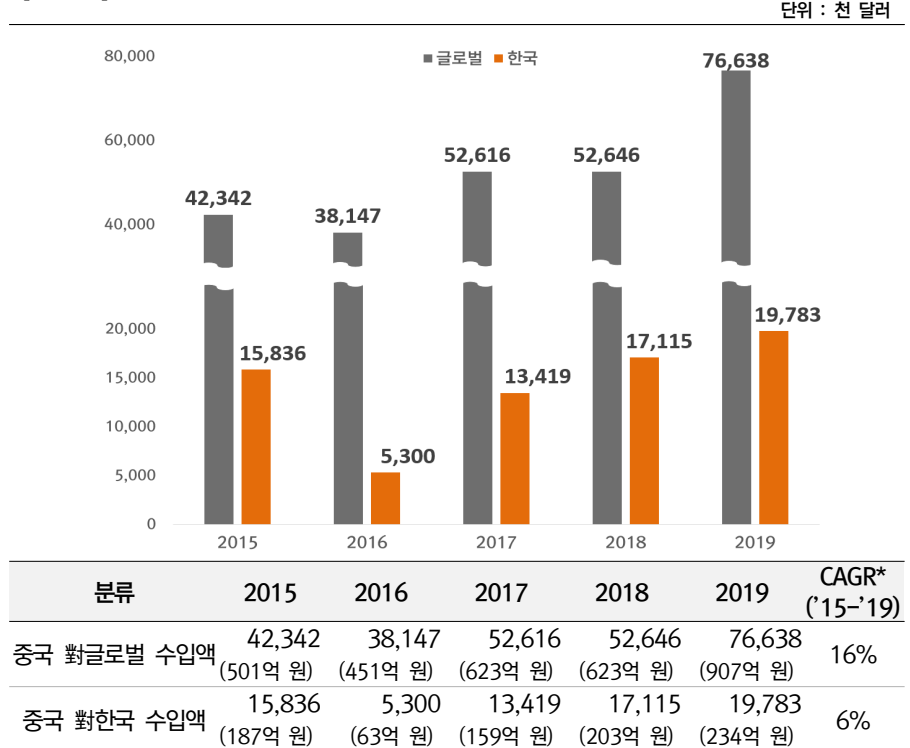
### ▶ 2015-2019년, 중국 對글로벌 수입액 연평균성장률 16%

중국 HS CODE 1211.20 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 16%의 성장세를 보이며 2019년 7,663만 8,000달러를 기록함. 특히 2019년에 전년 대비 가장 가파른 성장세를 보였음. 중국 HS CODE 1211.20 품목의 수입상대국 1위는 캐나다이며, 2019년 기준 4,193만 4,000달러(496억 원)를 기록하여 전체 수입액의 약 55%를 차지함<sup>1)</sup>

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

중국 HS CODE 1211.20 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 6%의 증가세를 보이며 2019년 1,978만 3,000달러를 기록함. 이는 수입액 기준 2위, 對글로벌 수입액의 26%에 해당하는 수치임. 특히, 2017년에 전년 대비 가장 가파른 성장세를 보였음

[표 2.2] 중국 HS CODE 1211.20 수입규모<sup>1)2)13)</sup>



자료 : UN Comtrade HS CODE 1211.20 기준

11) 자료 : ITC 홈페이지(www.trademap.org)

12) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 중국 인삼 소비 시장규모

#### 1) 중국 지역별 인삼 생산량

조사 제품 ‘인삼’은 한국뿐만 아니라 중국 내에서도 재배 중인 작물임. 이에 수출 시 경쟁 상품이 될 수 있는 중국 인삼의 생산지 및 그 생산 규모 파악을 위해 ‘중국 지역별 인삼 생산량’을 조사함

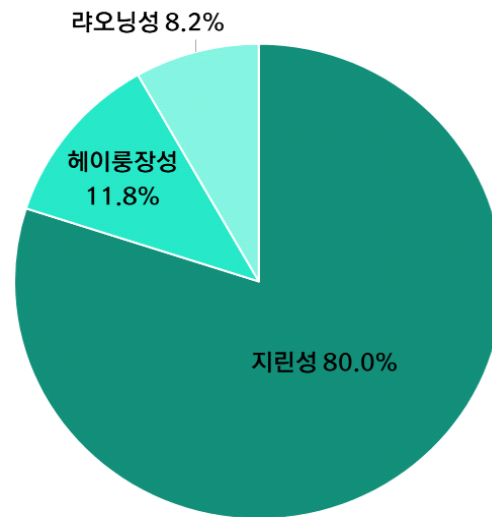
#### ▶ 2018년, 중국 동북 3성 인삼 생산량 중국 총 생산량의 90%

시장조사기관 전망산업연구원(前瞻产业研究院)에 따르면, 2018년 중국 동북 3성 인삼의 총 생산량은 약 4만 5,148톤으로, 중국 전체 생산량인 5만 164톤의 90%를 차지함. 지난 3년(2016-2018년)간, 중국 동북 3성 인삼의 생산량은 매년 증가하고 있으며, 2018년 전년 대비 5.6% 증가한 것으로 나타남

이 중 2018년 지린성의 인삼 생산량은 3만 6,118톤으로, 동북 3성 생산량의 80%에 해당함. 지린성의 주요 생산지는 창바이현, 린장시 등이 있음. 헤이룽장성과 랴오닝성의 인삼 생산량은 각각 5,329톤과 3,716톤으로 확인됨

[표 2.3] 2018년 중국 지역별 인삼 생산량<sup>14)</sup>

단위 : 톤, 퍼센트(%)



지역	인삼 생산량	전체 대비	주요 생산지
지린성 (吉林省)	36,118	80.0%	창바이현(长白县), 린장시(临江市), 창원현(长源县), 지안시(吉安市)
헤이룽장성 (黑龙江省)	5,329	11.8%	무단강시(牡丹江市), 지시시(鸡西市)
랴오닝성 (辽宁省)	3,716	8.2%	신빈현(新宾县), 환련현(桓仁县)

자료 : 전망산업연구원(前瞻产业研究院)

14) 자료 : 전망산업연구원(前瞻产业研究院), 「2020年中国人参行业发展现状分析 吉林省产量占据明显主导地位」, 2020

2) 중국 지역별 한국산 인삼 수입액

조사 제품 ‘인삼’의 중국 시장 점유율 확대를 위해서는 인삼 수요가 많은 지역을 확인할 필요가 있음. 이에 중국 지역별 인삼 수요 정도를 파악하기 위해 ‘중국 지역별 한국산 인삼 수입액’을 조사함

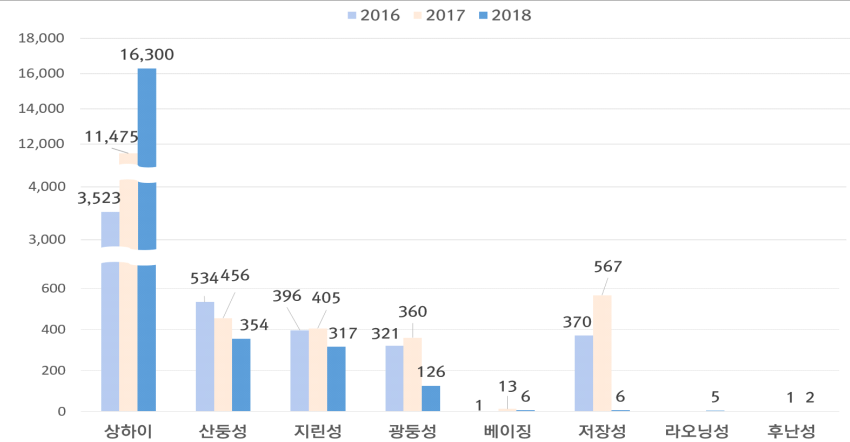
▶ 2018년, 중국 상하이 인삼 수입액 1,630만 달러로 가장 많아

중국해관총서(海關總署)에 따르면, 2019년 중국의 인삼 수출입액은 세계 인삼 수출입액의 24%를 차지하는 2억 1,500만 달러(약 2,544억 원)임. 2016-2018년 동안 중국의 지역별 한국산 인삼 수입액은 꾸준히 증가해왔음. 지역별로는 상하이가 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 2018년 전체 수입액의 95% 차지함. 그 다음으로 산둥성, 지린성의 수입액이 높은 것으로 확인됨

농식품수출정보(KATI)<sup>15)</sup>에 따르면, 인삼 제품생산은 동북지역에서 이루어지거나 소비는 경제가 비교적 발달한 연해지역(상하이, 광둥성 등)에서 발달함. 특히 덥고 습한 남부 연안지역에서 인삼 소비가 활발함

[표 2.4] 2016-2018년 중국 지역별 한국산 인삼 수입액

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018
상하이(上海)	3,523	11,475	16,300
산둥성(山東省)	534	456	354
지린성(吉林省)	396	405	317
광둥성(廣東省)	321	360	126
베이징(北京)	1	13	6
저장성(浙江省)	370	567	6
랴오닝성(遼寧省)	-	-	5
후난성(湖南省)	-	1	2
수입 총계	5,300	13,419	17,115

자료 : 중국 해관총서(海關總署), HS Code 1211.20 기준

15) 자료 : 농식품수출정보(KATI), 「중국 인삼시장 조사」, 2019



3) 중국 고려 인삼  
도매가

조사 제품인 '인삼'은 이미 중국에 수출 중이며, 시장진입을 위한 적정 가격선 파악이 필요함. 이에 중국 내 고려 인삼 시장가격 파악을 위해 '중국 고려 인삼 도매가'를 조사함

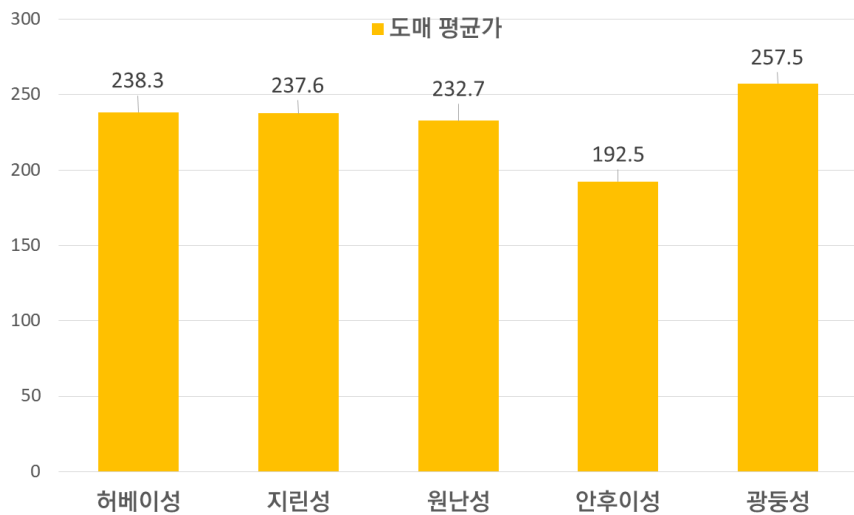
▶ 2020년, 중국 지린성 고려 인삼 도매 평균가 237.6위안

중국 후이농 B2B 플랫폼인 후이농왕(惠农网)에 따르면, 2020년 중국 고려 인삼 도매 평균가가 가장 높은 지역은 광둥성으로 킬로그램당 257.5위안을 기록함. 반면 도매 평균가가 가장 낮은 지역은 안후이성으로 킬로그램당 192.5위안으로 확인됨. 고려 인삼 도매 시장이 형성된 5성 전체의 도매 평균가는 232위안으로 확인됨

도매 평균가 증가율이 가장 높았던 지역은 허베이정안국시(河北保定安国市)로 0.39%를 기록했으며, 하락률이 가장 높았던 지역은 지린창춘쌍양구(吉林长春双阳区)로 7.14%를 기록함<sup>16)</sup>

[표 2.5] 2020년 중국 고려 인삼 도매가

단위 : 위안



분류	허베이성 (河北省)	지린성 (吉林省)	원난성 (雲南省)	안후이성 (安徽省)	광둥성 (广东省)	전체
도매 평균가	238.3 (4만 1,160원)	237.6 (4만 1,050원)	232.7 (4만 200원)	192.5 (3만 3,250원)	257.5 (4만 4,480원)	232.0 (4만 30원)

자료 : 후이농왕(惠农网)

16) 자료 : 후이농왕(惠农网), 9월 3일-10일 도매가 기준, 2020

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 중국 인삼 소비지역, 대도시 또는 연해도시 해당
2. 중국 내 고려 인삼, 장백산 인삼보다 고품질 평가
3. 중국 인삼 구매 요인, 가격과 면역력 제고
4. 중국 인삼 주 소비자, 노년 및 장년층

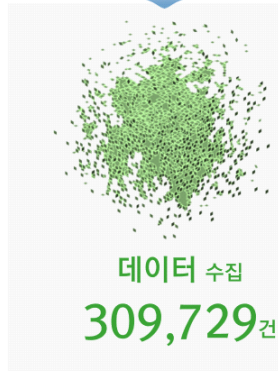
## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### ● 데이터 수집 소스원



농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



- ① 중국 관련 기사 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : 중국 언론 매체 및 온라인쇼핑몰
- ② 중국 인삼 관련 소비자 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : JD (jd.com)
  - YHD (yhd.com)
  - Tmall (www.tmall.com)

#### ● 데이터 분류 키워드집



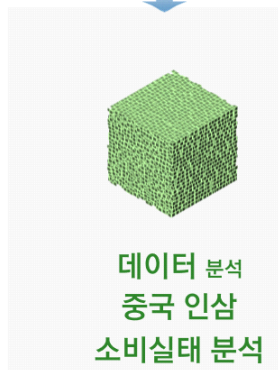
인삼  
(검색어)



- ① 수집 데이터 정의
  - 수집 키워드 : 인삼(红参)
- ② 수집 데이터 정제
  - 정제 데이터 추출 : 인삼 관련 데이터 7,629건 추출

#### ● 데이터 분석 - 연관어 분석

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



- ① 데이터 분석 배경 및 목적
  - 중국 인삼 소비실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
  - 키워드 분석
  - 인삼 관련 키워드집 구축(\*\*)
  - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(\*\*\*)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
  - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.08
수집 데이터	309,729건

데이터 정제

정제 키워드	인삼(红参)
정제 데이터	7,629건

○ 데이터 수집

- 중국 온라인쇼핑몰, 뉴스매체 리스트

[표 3.1] 중국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	JD	jd.com	온라인쇼핑몰
02	YHD	yhd.com	온라인쇼핑몰
03	Tmall	www.tmall.com	온라인쇼핑몰
04	Suning	www.suning.com	온라인쇼핑몰
05	식품친구망	news.foodmate.net	언론매체
06	써우후	www.sohu.com	언론매체
07	인민망	health.people.com.cn	언론매체
08	식품경제망	www.ce.cn	언론매체
09	3490	www.3490.cn/news	언론매체
10	QQ	wxn.qq.com	언론매체
11	중국식품경제망	www.zgspjj.com	언론매체
12	식품과기망	www.tech-food.com	언론매체
13	구글 뉴스	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 인삼 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 중국 인삼 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰  
인삼 판매 특징 및 인식

현지 온라인 쇼핑몰  
인삼 판매 특징 및 인식

현지 언론매체  
인삼 관련 이슈

키워드 ①	지린성 장백산 인삼	키워드 ①	고급	키워드 ①	생산지 - 동북3성
키워드 ②	고려홍삼	키워드 ②	노인, 장년층	키워드 ②	소비지 - 연해지역
키워드 ③	화기삼	키워드 ③	피로회복	키워드 ③	인삼브랜드 육성정책
키워드 ④	면역력	키워드 ④	편의성	키워드 ④	대기업 시장 진출

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 중국 인삼 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 중국 인삼 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드		의미	중국어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	인삼	고려홍삼	高麗參	0	0
			한국	韩国	0	0
			장백산	长白山		0
			지린성	吉林		0
			서양삼	西洋參		0
			절편	切片		0
			대편	大片		0
			원액	原液		0
			농축액	浓缩		0
			차	泡茶		0
			가루	打粉	0	0
인삼 소비 인식		인삼	인삼	红參糖	0	0
			면역력	免疫力	0	0
			노인	老人		0
			보건 의료	保健		0
			피로	疲劳		0
			선물	送禮		0
			부모님	父母		0
			가격	价格		0
			보양	营养	0	0
			활력	精力	0	0
			중의약	中药		0
			소화	消化		0
			암	癌症		0
			심장	心脏		0
브랜드	品牌		0			

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 중국 인삼 소비 실태 분석

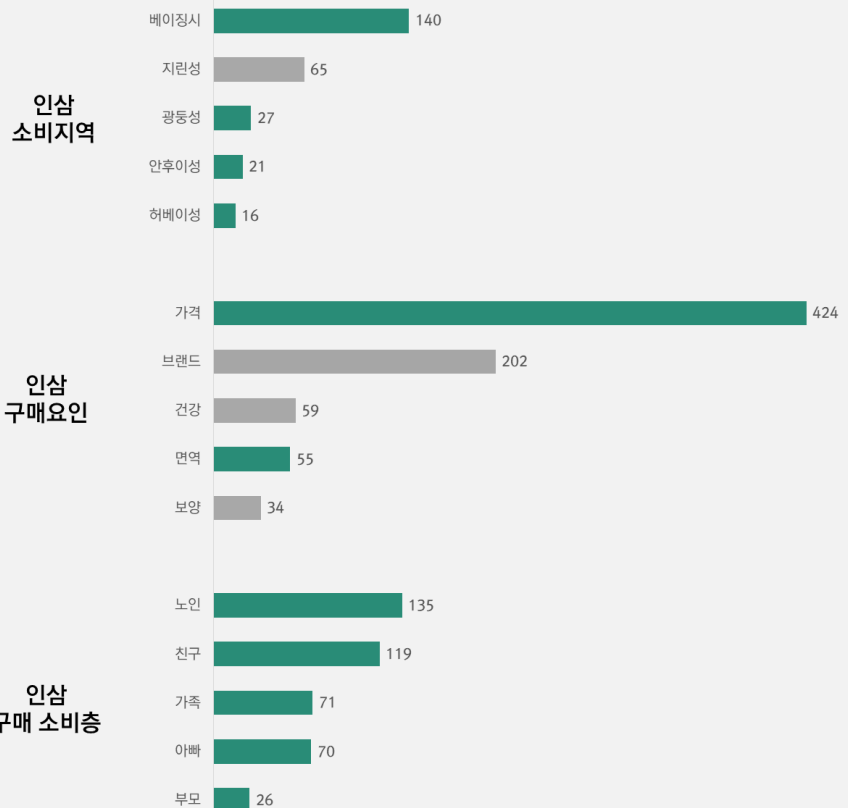
- ① 중국 내 인삼 주요 소비지역
- ② 중국 내 한국산 인삼 인지도
- ③ 중국 내 인삼 구매 요인
- ④ 중국 내 인삼 주요 소비자

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 구매후기 '인삼' 지역 키워드 분석
- ② 온라인쇼핑몰 '인삼' 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 구매후기 '인삼' 구매 요인 키워드 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 구매후기 '인삼' 소비자 키워드 분석

### [중국 인삼 연관어 분석 결과]



## 1. 중국 인삼 소비지역, 대도시 또는 연해도시 해당

### ● 중국 연해지역 인삼닭고기수프 이미지



자료 : 푸젠성요리학교  
(fjprxx.com)

#### ▶ 중국 인삼 주요 생산지역, 지린성 장백산 인근

중국 현지에서 인삼이 생산되는 주요 지역으로는 지린성이 있으며 지린성 장백산 인근에서 재배된 인삼의 품질과 효과가 타 지역에 비해 월등하다는 인식이 높음. 중국 창춘시 관세청에 따르면 2020년 1월부터 2월에 걸쳐 지린성에서 재배한 인삼의 수출 총액은 3,848만 4,000위안(약 66억 원)<sup>17)</sup>으로 전년 대비 39.1% 감소했음. 반면 중국 현지의 인삼 수요는 증가하고 있는 추세이기 때문에 인삼 제품 회사들이 수출에서 현지 판매로 전략을 바꾼 경우가 많음<sup>18)</sup>

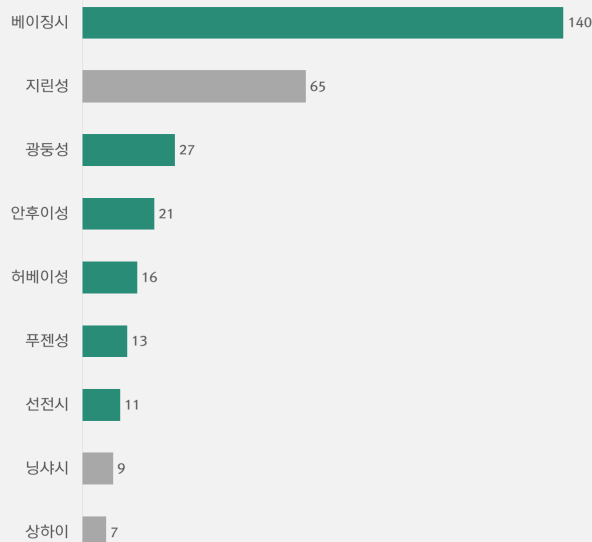
#### ▶ 중국 인삼 주요 소비지역, 연해지역 또는 대도시 부근

중국 현지의 주요 인삼 생산지역은 동부지역이지만 소비는 대부분 베이징시, 광둥성, 안후이성, 허베이성, 상하이 등 비교적 경제가 발달한 대도시나 연해 지역에서 이루어짐. 해당 지역들은 인구분포도와 소득 수준이 높아 인삼과 같은 비싼 건강 제품을 구매할 수 있는 소비자가 많은 것이 주요 이유임. 또한 연해지역의 고온다습한 기후로 사람들이 쉽게 지치고 면역력이 떨어지는 점도 인삼과 같은 건강 제품의 구매 요인 중 하나인 것으로 알려짐

#### ▶ 중국 인삼 소비 장소

① 대도시(베이징시·광둥성 등) ② 연해도시(허베이성·푸젠성 등)

[표 3.4] 중국 인삼 구매후기 분석 - 지역



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 '인삼' 구매후기 5,619건 분석 (18.01 - 20.08)

17) 1위안=172.74원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 시나(Sina), 「吉林人参国内销量稳步上升」, 2020.04.06

## 2. 중국 내 고려 인삼, 장백산 인삼보다 고품질 평가

### 중국 온라인쇼핑몰 인삼 판매 현황

순위	인삼 종류	수량
01	중국 인삼	4300+
02	고려 인삼	700+
03	서양 화기삼	20+

자료 : 징둥(jd.com)

#### ▶ 중국 내 고려 인삼 인지도 높아

중국 현지에서의 고려 인삼에 대해 분석한 결과 중국에서 생산되는 인삼 제품만큼 인지도가 높으며 현지 제품보다 효과와 품질 면에서 수준이 높아 선물용으로 많이 쓰이는 것으로 확인됨. 중국의 한 언론은 중국 지린성 인삼 생산량이 전 세계 인삼 생산량의 70% 이상을 차지하지만 산출 가치는 한국 인삼의 10% 미만으로 산업화 정도가 낮은 점을 지적하기도 함.<sup>19)</sup> 또한 고려 인삼과 장백산 인삼 모두 대면 형태가 많으며, 약, 차, 절편 등 다양한 형태로 판매되는 것을 확인함

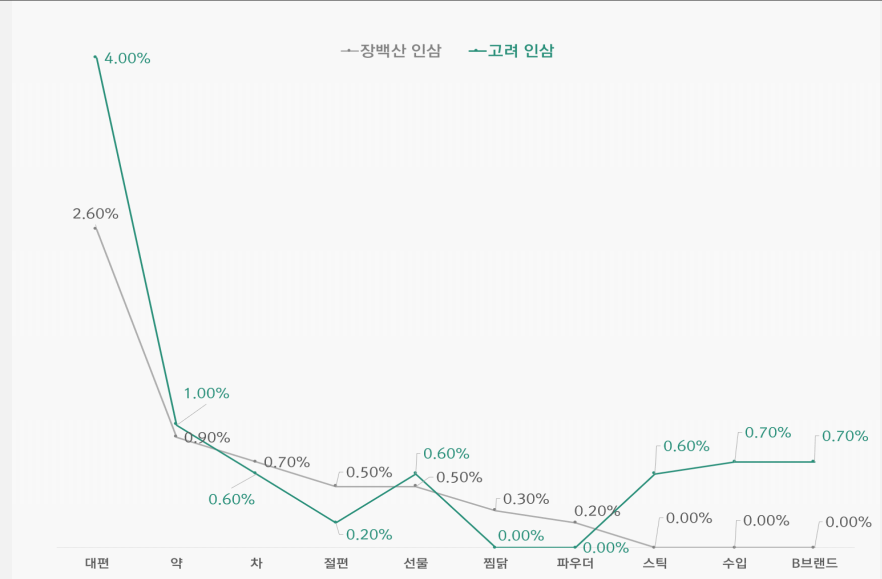
#### ▶ B브랜드 인지도 높아, 중국 '저명 상표' 승인

중국 현지에서 유통되는 한국의 고려 인삼 브랜드 중에서는 B브랜드의 인지도가 가장 높은 것을 확인함. 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 고려 인삼 제품을 분석했을 때 B 브랜드 제품이 독보적으로 많은 비중을 차지함. 또한 B브랜드는 중국 국가공상행정관리총국 특허·상표국에서 2020년 5월 '저명 상표'로 인정받아 타 브랜드의 동일 혹은 유사 상표 사용 금지를 법으로 보장받기도 함. 저명 상표는 중국에서 널리 알려져 있으며 평판이 높은 상표에 한하여 부여받을 수 있음

#### ▶ 중국 인삼 연관어 분석

- ① 한국산 인삼 선물용으로 판매 다 ② 한국 선도 브랜드 인지도 높아

[표 3.5] 중국 인삼 연관어 분석 (장백산 vs 고려)



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 '인삼' 2,010건 분석 (18.01 - 20.08)

19) 시나(Sina), 「中国人参产业发展严重滞后: 产值仅为韩国10%」, 2015.10.09



### 3. 중국 인삼 구매 요인, 가격과 면역력 제고

#### 중국 소비자 인삼 구매후기

- 체력을 많이 소모하는 직업을 가진 사람들에게 좋다. 장기간 섭취하면 체력 증진의 효과가 있다
- 면역력을 키우고 기력을 보충하기 위해 샀는데 만족스럽다

자료 : 장동(jd.com)

#### ▶ 중국 소비자, 인삼 구입 시 가격 많이 고려

중국 온라인 쇼핑몰을 통해 유통되는 인삼 제품의 소비자 구매 요인을 분석한 결과 ‘가격’, ‘가치’, ‘가성비’ 등의 키워드가 빈출되었으며 제품의 가격이 구매를 크게 좌우함을 확인함. 실제 인삼 제품 구매후기에는 전반적으로 오프라인 쇼핑몰보다 값이 저렴하다는 면에서 온라인 쇼핑을 선호하는 소비자들이 많았음. 특히 인삼드링크와 같은 인삼조제품의 경우 합리적인 가격을 우선시하는 소비자들에게 인기가 많으며 휴대하기 간편하여 제품 만족도가 높음

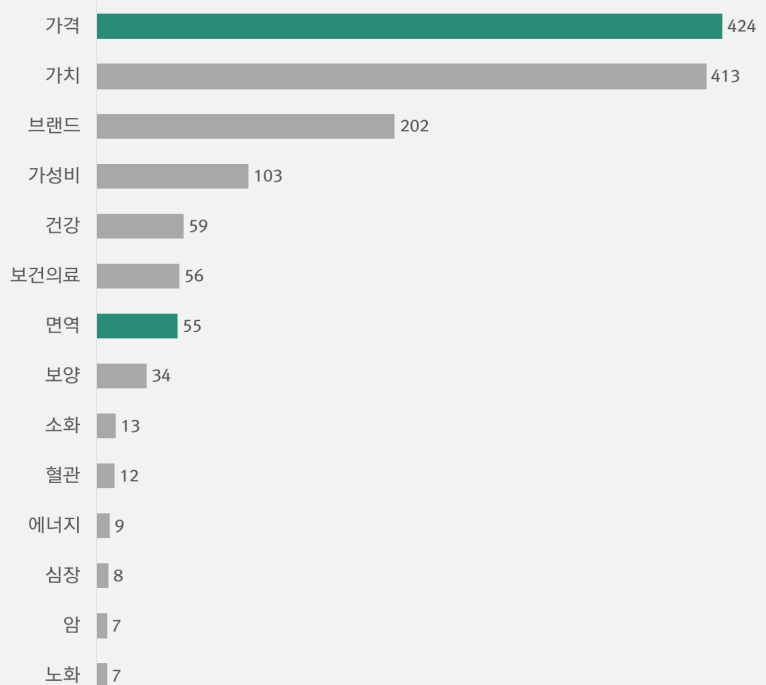
#### ▶ 중국 소비자, 면역력 제고 차원에서 인삼 구입

인삼 제품 구매 요인 분석 키워드에는 가격뿐만 아니라 ‘건강’, ‘면역’, ‘보양’, ‘에너지’ 등 건강과 밀접한 관련이 있는 키워드가 빈출함. 중국 온라인 쇼핑몰에서 판매하는 인삼 제품의 소비자 후기를 분석했을 때 제품을 구매한 이유로 ‘면역력 강화’, ‘기력 보충’, ‘체력 기르기’ 등이 빈출되었음. 또한 일부 소비자들은 인삼 제품의 장기 복용에 따른 건강 증진 효과를 기대하여 지속적인 구매를 하기도 함

#### ▶ 중국 인삼 구매 요인 분석

① 구매 요인 #1. 가격 ② 구매 요인 #2. 면역력 및 건강 제고 차원

[표 3.6] 중국 인삼 구매후기 연관어 분석 - 구매 요인



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 ‘인삼’ 구매후기 5,619건 분석 (18.01 - 20.08)

## 4. 중국 인삼 주 소비자, 노년 및 장년층

### ● 중국 소비자 인삼 구매후기

- 홍삼정을 부모님께 선물로 드렸는데 정말 좋아하십니다. 지나치게 쓰지도 달지도 않아 드시기 좋다
- 어머니가 기력이 약해지셔서 사드렸는데 효과가 좋아 아버지께도 선물했다. 제품에 아주 만족하십니다

자료 : 징둥(jd.com)

### ▶ 중국 인삼 주 소비자, 건강 챙기는 장년층 및 노년층 다수

중국 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는 인삼 제품을 분석했을 때 제품을 선물용으로 소비하는 경우가 많았으며 ‘노인’, ‘부모’, ‘아버지’, ‘할머니’ 등 제품의 주요 소비층 키워드가 빈출됨. 인삼 제품을 부모, 조부모 등 웃어른께 드리는 선물로 구매하는 경우가 많으며 특히 건강 상태가 약해 면역력 강화 및 기력 보충이 필요한 장년층 및 노년층이 주요 소비자임

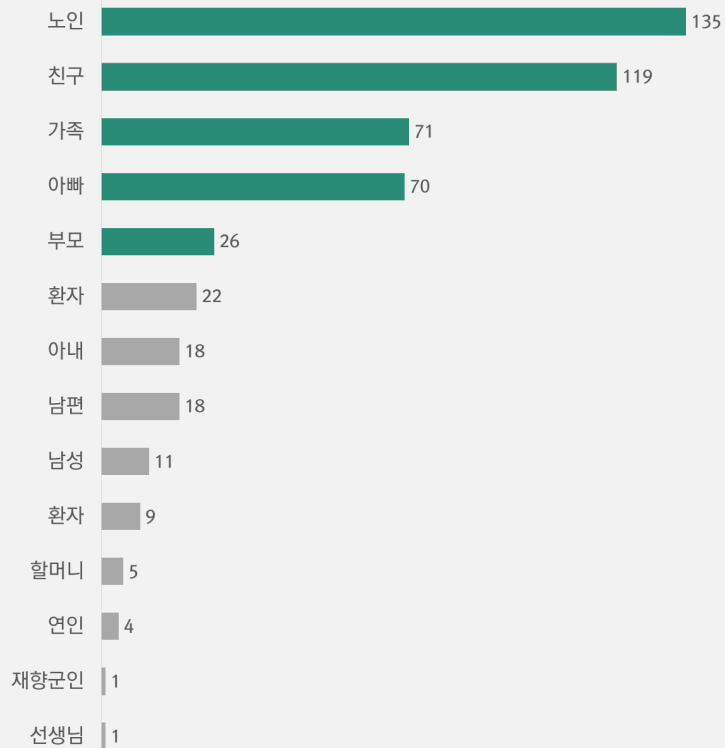
### ▶ 중국 인삼, 가족을 위한 구매 多

중국 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 인삼 제품의 소비자들은 장년층 및 노년층뿐만 아니라 가족이나 가까운 지인에게 선물하기 위해 구매하기도 함. 구매 후기 중 ‘홍삼이 불면증에 효과가 있다고 해 남편을 위해 선물했는데 효과가 있다’, ‘고등학교를 재학 중인 아이들의 체력을 위해 구매했다’ 등의 내용이 확인되어 가까운 가족과 지인에게 선물로 사용되는 경우가 많음을 알 수 있음

### ▶ 중국 인삼 소비층 분석

#### ① 장년층 및 노년층 ② 선물 목적 구입 다수

[표 3.7] 중국 인삼 구매후기 연관어 분석 - 소비자



자료 : 중국 온라인쇼핑몰 ‘인삼’ 구매후기 5,619건 분석 (18.01 - 20.08)

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

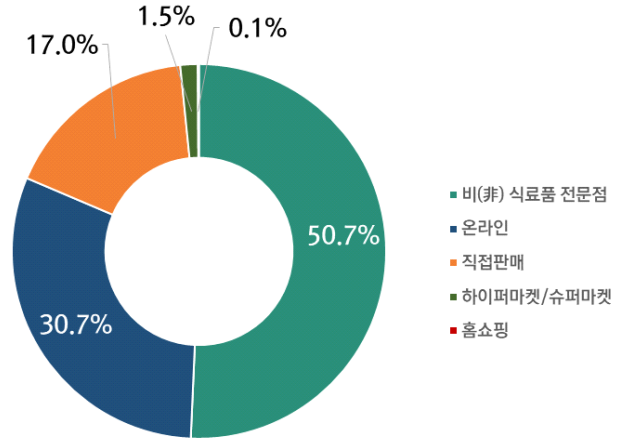
## 1. 중국 인삼 유통구조

### 품목 구분 및 분류

품목	인삼
구분	전통 건강보조식품
범주	약초 및 전통식품 (Herbal/ Traditional Products)

- ▶ 중국 인삼 주요 채널  
'비(非) 식료품점(50.7%), 온라인(30.7%)'

[표 4.1] 중국 인삼 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 중국 인삼 유통채널 현황

채널 유형	인삼 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점	50.7%	궈다야오팡(国大药房), 이신탕(一心堂), 다찬린(大参林)
	온라인	30.7%	징둥(京东), 수닝이고우(苏宁易购), 티엔마오(天猫), 웨이핀후이(唯品会)
	직접판매	17.0%	무시엔지(无限极), 암웨이(Amway)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	1.5%	오우상(欧尚), 옹웨이(永辉), 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 알티마트(Rt Mart)
	홈쇼핑	0.1%	동방(东方), 콰이러고우(快乐购), 환치우(環球)

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

## 2. 중국 인삼 주요 유통업체

- ▶ 비(非) 식료품점, 온라인이 대표적
- ▶ 추가로 인삼 전문판매점, 백화점에서 유통현황이 파악되어 조사함

[표 4.3] 중국 인삼 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>20)21)</sup>	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	궈다야오팡 (国大药房)	드러그스토어	약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,653억 원)	잉파이(鷹牌)	0
2	이신탕 (一心堂)	드러그스토어	약 15억 달러 (약 1조 7,750억 원)	칭웬탕(青源堂), 치바오(池宝)	0
3	다찬린 (大参林)	드러그스토어	약 14억 5,785만 달러 (약 1조 7,251억 원)	화한(华韩), B사	0
4	웨이핀후이 (唯品会)	온라인	약 134억 달러 (15조 8,562억 원)	칭웬탕 (青源堂), B사	0
5	티엔마오 (天猫)	온라인	약 3,202억 위안 (약 55조 3,113억 원)	라오구토우(老谷头), 아오둥(敖东), 후이지(会吉)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

20) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 1위안=172.74원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	징동 (京东)	온라인	약 5,768억 8,800만 위안 (약 99조 6,516억 원)	치바오 (池宝), 강시아오라이 (康笑莱), 시아오시시 (笑熙熙)	0
7	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 963억 3,159달러 (약 113조 9,892억 원)	강푸라이(康富来), 지안캉원아오예지투안 (健康元药业集团)	0
8	지린즈신아오예구이 편오우시엔공사 (吉林紫鑫药业 股份有限公司)	인삼전문 판매점	약 14억 2,696만 위안 (약 2,465억 원)	자체브랜드	0
9	셴상 (神象)	인삼 전문판매점	약 1,870억 위안 (32조 3,024억 원)	자체브랜드	0
10	인쭈오 (银座)	백화점	약 18억 3,256만 달러 (약 2조 1,685억 원)	동구이탕 (东贵堂)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 중국 인삼 B2C 소매채널

#### 1) 드러그스토어



#### ① 귀다야오팡(国大药房)

	기업명	귀다야오팡(国大药房)	
	홈페이지	www.guodadrugstores.com	
	위치	상하이(上海)	
	규모	<p>매출액('18) 약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,653억 원)</p> <p>기타 규모</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 4,600개</li> <li>직원 수('18): 약 2만 명</li> </ul>	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>1997년 설립되어 2004년 시노팜(Sinopharm)에 합병</li> <li>중국 내 19개 성(省)에서 매장 운영</li> <li>중국 북부를 중심으로 매장 위치</li> <li>2018년 미국 최대 드러그스토어</li> <li>월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)가 40% 지분 인수</li> </ul>		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>멤버십 가입 고객수 약 2,184만 명</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019년 11월 지안당(济安堂) 드러그스토어의 지분 60% 인수 계획 발표</li> <li>2019년 상반기 매출액 전년 대비 19% 성장</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	젠메이 시양산 (康美 西洋参)
		종류	인삼 슬라이스
		용량	120g
		원산지	중국

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

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 캔디류, 음료류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의료용품, 의약품, 화장품, 세제류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 뛰어난 상품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 접속하여 상단 메뉴 合作与发展 - 供應商 클릭</li> <li>- 품목별 제출 서류 확인 후 이메일로 송부</li> <li>- 간단한 문의 사항일 경우 홈페이지 合理化建议 클릭하여 진행</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준: 1년 내 실시한 감사 내역</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: gdguoda@gdguoda.com</li> <li>- 전화: +86-21-6039-9000</li> </ul> </li> </ul>

자료: 구오따야오팡(国大药房), 유통채널 담당자와의 인터뷰



# 一心堂

## ② 이신탕(一心堂)

기업 기본 정보	기업명	이신탕(一心堂)	
	홈페이지	www.hxyxt.com	
	위치	윈난(云南)	
	규모	매출액('19)	약 15억 달러 (약 1조 7,750억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 6,600개</li> <li>직원 수('19): 약 2만 7,000명</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>1981년 설립</li> <li>온라인 몰을 운영하며 제품을 도매로 판매</li> <li>10개 성(省) 280개의 도시에서 매장 운영</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 전기 대비 상반기 매출 약 20% 증가</li> <li>2020년 온라인 사업 매출이 빠른 속도로 증가 중</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	시양찬수이허 (西洋参 塑盒)
		종류	인삼뿌리
		용량	50g
		원산지	중국

자료: 이신탕(一心堂), 파이낸스시나(Finance.sina), 바이두(Baidu), 유로모니터(Euromonitor), 차이나골드(Chinaold), 던앤브래드스트리트(D&B)  
사진 자료: 이신탕(一心堂)

**입점 및 협력 정보**

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

자료: 이신탕(一心堂), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 다산린(大参林)

기업 기본 정보	기업명	다산린(大参林)	
	홈페이지	www.dslyy.com	
	위치	광저우(广州)	
	규모	매출액('18)	약 14억 5,785만 달러 (약 1조 7,251억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 4,153개</li> <li>직원 수('19): 약 2만 3,000명</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>1999년 설립</li> <li>2017년 상하이 증권거래소에 상장</li> <li>광둥성(广东省), 구이저우성(贵州省), 허난성(河南省) 등 중국 동남부를 중심으로 매장 운영</li> <li>중국 드러그스토어 기업 중 4년 연속 Top 3 매출액 달성</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 8월 중국 100대 제약회사 중 2위로 선정</li> <li>2020년 5월 광저우 지역에 스마트 약국 개점</li> <li>2020년 5월 일선 노동자들을 위해 방역물자 기증</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	가오리한찬바오셴 (高丽韩参宝参)
		종류	홍삼
		용량	150g
		원산지	대한민국

자료: 다산린(大参林), 웨이보(微博)  
사진 자료: 다산린(大参林)

### 입점 및 협력 정보

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

자료: 다산린(大參林), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인

# 唯品会

① 웨이핀후이(唯品会)

기업 기본 정보	기업명	웨이핀후이(唯品会)	
	홈페이지	www.vip.com	
	위치	광저우(广州)	
	규모	매출액('19)	약 134억 달러 (15조 8,562억 원)
기업 요약	기타 규모	회원 수('19): 약 7,000만 명	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 설립된 온라인 할인 전문점</li> <li>• 3만 개 이상의 브랜드 제품을 취급</li> <li>• 중국 내 3번째로 규모가 큰 이커머스 채널</li> <li>• 선별한 브랜드, 할인 혜택, 시간 제한 판매를 결합한 비즈니스 모델을 보유</li> <li>• 주 고객층이 중산층 여성</li> </ul>		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 허베이(河北) 지역에 오프라인 매장 개장</li> <li>• 2020년 중산층 여성 이외에도 다양한 소비층 공략 선언</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	칭원당홍센피엔 (青源堂红参片)
		종류	말린 홍삼
		용량	100g
		원산지	중국

자료: 웨이핀후이(唯品会), 매크로트렌드(Macro Trend), 디엠알(DMR)  
사진 자료: 웨이핀후이(唯品会)



**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 스낵류, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 의류, 가전제품, 생활용품, 화장품, 스포츠용품, 악세서리류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의류제품</li> <li>- 유명 브랜드 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한정된 시간에 제품 할인을 진행</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일을 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 필요한 정보를 구비하여 회사 이메일로 송부 (viva.vip.com/act/supportInvestment-pc?wapid=vivac_812)</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 영업일 기준 5일 내 응답이 없을 경우 feedback@vipshop.com로 연락</li> </ul>
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 합법적으로 운영하는 회사 또는 법인</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: brand@vipshop.com</li> <li>- 팩스: 020-22330164</li> </ul> </li> </ul>

자료: 웨이핀후이(唯品会)



② 티엔마오(天猫)

	<b>채널명</b>	티엔마오(天猫)								
	<b>홈페이지</b>	www.tmall.com								
	<b>위치</b>	항저우(杭州)								
	<b>규모</b>	<table border="1"> <tr> <td>매출액('20)</td> <td>약 3,202억 위안 (약 55조 3,113억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>오프라인 참고 수('18): 약 28개</td> </tr> </table>	매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 55조 3,113억 원)	기타 규모	오프라인 참고 수('18): 약 28개				
매출액('20)	약 3,202억 위안 (약 55조 3,113억 원)									
기타 규모	오프라인 참고 수('18): 약 28개									
<b>시장 기본 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 알리바바 그룹에서 설립</li> <li>• 2014년 해외직구 플랫폼 및 해외 제품 서비스 개시</li> <li>• 2017년 쇼핑 플랫폼 '럭셔리파빌리온(Luxury Pavilion)' 개시</li> <li>• 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 1위</li> <li>• 서비스 유형에 따라 Tmall.com, Tmall Global, Tmall Luxury Pavilion으로 나누어 운영</li> </ul>									
<b>기업 요약</b>										
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 7월 IOC에서 '2020도쿄올림픽 공식 콘텐츠 포털'을 티엔마오에 론칭하는 계획 발표</li> <li>• 2020년 영국 유명 화장품 브랜드 빅토리아베컴뷰티(Victoria Beckham Beauty) 입점</li> </ul>									
<b>유사제품 정보</b>		<table border="1"> <tr> <td><b>제품명</b></td> <td>라오구도우 장바이산정지인산 (老谷头长白山整只人参)</td> </tr> <tr> <td><b>종류</b></td> <td>인삼뿌리</td> </tr> <tr> <td><b>용량</b></td> <td>80g</td> </tr> <tr> <td><b>원산지</b></td> <td>중국</td> </tr> </table>	<b>제품명</b>	라오구도우 장바이산정지인산 (老谷头长白山整只人参)	<b>종류</b>	인삼뿌리	<b>용량</b>	80g	<b>원산지</b>	중국
<b>제품명</b>	라오구도우 장바이산정지인산 (老谷头长白山整只人参)									
<b>종류</b>	인삼뿌리									
<b>용량</b>	80g									
<b>원산지</b>	중국									

자료: 티엔마오(天猫), 스탯스타(Statista), 올림픽(Olympic), 포브스(Forbes), 유로모니터(Euromonitor)  
사진 자료: 티엔마오(天猫)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 잡화류, 음료류, 간편식품, 즉석식품, 소스류, 냉동식품, 신선식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 잡화류, 액세서리류, 화장품, 전자제품, 주방용품, 서적류, 유아용품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품</li> <li>- 글로벌 인지도가 높은 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점할 상품은 채널 내 분류가 명확히 되어 있어야 함</li> <li>- 건강식품과 유기농 식품의 경우, 판매 지역의 정책에 부합해야 함</li> <li>- 과도한 제품의 효능 홍보 지양</li> </ul> </li> </ul>		
<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>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-commerce China Agency(이커머스기업 전문 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: ecommercechinaagency.com</li> <li>- 이메일: ecommerce@marketingtochina.com</li> <li>- 기업소개: 티엔마오를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 티엔마오(天貓), 유통채널 담당자와의 인터뷰





③ 징동(京东)

기업 기본 정보	기업명	징동(京东)	
	홈페이지	www.jd.com	
	위치	베이징(北京)	
	규모	매출액('19)	약 5,768억 8,800만 위안 (약 99조 6,516억 원)
		기타 규모	직원 수('19): 약 22만 명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2013년 설립</li> <li>• 2019년 중국 내 온라인 B2C 판매 점유율 2위</li> <li>• 약 4,020만 종류의 상품을 취급</li> <li>• 높은 품질과 안정적인 배송으로 소비자 신뢰도가 높은 온라인 플랫폼</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 8월 주가가 62.23달러를 기록하며 분기 평균인 50.34달러보다 24% 높게 거래되어 상승세 전망</li> <li>• 2020년 6월 자사 e-스포츠 유닛인 징동게이밍(JDG)이 소니게이밍(Sony Gaming)과 파트너십 계약</li> <li>• 2020년 3월 버드와이저(Budwiser), 레미마틴(Remy Martin) 등 글로벌 주류회사와 협력하여 '온라인 클러빙' 캠페인 런칭</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	치바오런찬센런송리리허 (池宝人参 鲜人参 送礼礼盒)
		종류	인삼뿌리
		용량	90g
		원산지	중국

자료: 징동(京东), 이스포츠옵저버(E-sports Observer), 더드링크비즈니스(The Drinks Business), 야후파이낸스(Yahoo Finance)

사진 자료: 징동(京东)

**입점 및 협력 정보**

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

자료: 징동(京东), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

	기업명	까르푸(Carrefour)
	홈페이지	www.carrefour.cn
	위치	상하이(上海)
	규모	매출액('19) 약 963억 3,159만 달러 <sup>22)</sup> (약 113조 9,892억 원) 기타 규모 • 매장 수('20): 약 234개 • 직원 수('18): 약 6만 명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>프랑스 기업으로 1995년 중국 진출</li> <li>중국 내 210개의 대형마트 및 24개의 편의점 운영</li> <li>중국 내 22개 성과 51개 도시에 매장 보유</li> <li>납품 업체로부터 상품을 대량 매입 후 고객에게 판매하는 저가 전략으로 시장 선점</li> <li>2013년 온라인 상점과 택배 서비스를 시작하였으나 가격, 서비스의 질, 배송시간의 문제로 점점 인기 감소</li> <li>중국 내 가장 큰 유통채널이었으나 경쟁사들의 성장으로 인하여 인기 및 수익 하락 추세</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 중국 금융기업 선잉홀딩스(苏宁控股集团有限公司)와 파트너십 계약, 매출액 전년 대비 106.7% 집계</li> <li>2020년 매장에서 섭취 가능한 간편식 및 즉석식품 제품군을 늘릴 계획</li> </ul>	
유사제품 정보	제품명	강푸라이찬커우푸예 (康富来洋参口服液)
	종류	홍삼추출액
	용량	800ml
	원산지	중국



자료: 까르푸(Carrefour), 유로모니터(Euromonitor), 아이에스앤머거진(ISN Magazine), 샤인(Shine), 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia), 스탯티스타(Statista), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 현지 매장 조사  
 사진 자료: 까르푸(Carrefour), 글로벌코스메틱스뉴스(Global Cosmetics News)

22) 까르푸 그룹 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 면류, 스낵류, 음료류, 주류, 소스류, 건조식품, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 욕실용품, 영유아용품, 주방용품, 청소용품, 위생용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격 경쟁력이 있는 상품</li> <li>- 공급이 안정적인 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매담당자에게 제공하는 견적이 최저 견적이어야 함 (타 유통채널 대비 가격이 높을 경우 반려)</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 주소: <a href="http://supplierportal.carrefour.com.cn">supplierportal.carrefour.com.cn</a></li> <li>- 회원가입 후 구매부로 제품 정보(샘플, 사진, 견적, 모든 자격증)와 ‘공급자 자료등록표’를 송부</li> <li>- 구매부 논의를 거쳐 관심이 있을 경우, 계약서 작성 및 서비스 계약 체결</li> <li>- 입점 제품 등록 및 제품 프로모션 방법 선택</li> <li>- 상품 판매 및 유통</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 까르푸 공급업체 행동강령 준수</li> <li>- ISO 26000 기반의 CSR 정책 실시</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벤더 등록 제품이 신뢰성이 높다고 판단하는 경향이 있음</li> <li>• 계약서는 매년 1회 새롭게 체결해야 함(체결 날짜와 상관없이 유효 기한은 차년도 1월 1일까지)</li> <li>• 입점 비용이 높은 편</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +86-(0)21-387-845-00</li> <li>- 메일: <a href="mailto:vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn">vivi_yangxiaohua@carrefour.com.cn</a></li> </ul> </li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seo Agency China (식음료, 주류 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +86-21-623-105-20</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:seo@marketingtochina.com">seo@marketingtochina.com</a></li> <li>- 기업소개: 까르푸를 포함한 다양한 슈퍼마켓 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 까르푸(Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 인삼전문판매점



① 지린즈신야오예구이편요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司)

	기업명	지린즈신야오예구이편요우시엔공사 (吉林紫鑫药业股份有限公司)	
	홈페이지	www.jilinzixin.com.cn	
	위치	지린(吉林)	
	규모	매출액(*18)	약 14억 2,696만 위안 (약 2,465억 원)
기타 규모		직원 수(*20): 약 2,000명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995년 설립</li> <li>• 중국 제약회사로 특허 의약품, 인삼제품을 생산 판매</li> <li>• 2007년 선전 증권 거래소에 상장</li> <li>• 홍콩, 미국, 네덜란드 시장에 진출</li> <li>• 2010년 지방 정부의 요청에 따라 길림성에 총 20억 위안을 투자하여 4개의 인삼 생산 공장 설립</li> <li>• 중국 내 상위 100대 제약회사로 등극</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 둔화(敦化)에서 개최된 제약 제품 전시회에 참여</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	바오시엔런찬 (保鮮人參)
		종류	인삼뿌리
		용량	50g
		원산지	중국

자료: 지린즈신야오예구이편요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司)  
사진 자료: 지린즈신야오예구이편요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 인삼제품, 건강보조식품, 건강기능식품 등</li> <li>- 일반: 의약품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의약품, 인삼제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 종류의 인삼제품을 전문적으로 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +86-431-88637055</li> <li>- 홈페이지 내 위챗을 통해 문의 가능</li> </ul> </li> </ul>

자료: 지린즈신야오예구이펀요우시엔공사(吉林紫鑫药业股份有限公司)

② 쉐샹(神象)



	기업명	쉐샹(神象)	
	홈페이지	www.shenxiangjk.com	
	위치	상하이(上海)	
	규모	매출액(*19)	약 1,870억 위안 <sup>23)</sup> (32조 3,024억 원)
기타 규모		매장 수(*20): 약 13개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1958년 설립</li> <li>• 상하이이약오(上海医药)<sup>24)</sup>의 약초 및 인삼 전문 브랜드</li> <li>• 자사 판매 매장을 보유</li> <li>• 백화점 및 대형슈퍼마켓에서 자사 제품을 판매</li> <li>• 티엔마오, 징둥닷컴 등 온라인채널에 자사 플래그십 스토어 오픈</li> </ul>		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019년 중국 정부로부터 식품 관련 첨단 기술 기업 표창</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	쉐샹야산찬 (神象野山参)
		종류	산삼
		용량	10g
		원산지	중국

자료: 쉐샹(神象), 퍼마보드룸(Pharma Boardroom), 상하이이약오(上海医药)  
사진 자료: 쉐샹(神象)

23) 모기업 상하이이약오(上海医药)의 매출액

24) 중국 의약품, 헬스케어 제품, 한의학 제품등을 연구, 제조, 유통하는 기업

**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 산삼, 인삼, 동충하초, 영지 등</li> <li>- 일반: 의약품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한의학 제품</li> <li>- 건강 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 자사 제품을 개발 및 가공하여 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +86-400-820-1297</li> </ul> </li> </ul>

자료: 쉐상(神象)



## 5) 백화점



## ① 인주오(银座)

	기업명	인주오(银座)	
	홈페이지	www.yinzuo100.com	
	위치	산둥(山东)	
	규모	매출액('19)	약 18억 3,256만 달러 (약 2조 1,685억 원)
기타 규모		매장 수('18): 180개 <sup>25)</sup>	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1996년 설립</li> <li>• 산둥성 정부로부터 지원받아 설립</li> <li>• 리우상 재단이 운영하는 백화점으로, 백화점 외에도 슈퍼마켓, 플라자, 아울렛 등 다양한 매장을 운영함</li> <li>• 산둥, 허베이, 허난 등에 위치함</li> <li>• 온라인 몰 운영</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 8월 헌혈 행사 개최</li> <li>• 2020년 8월 26일부터 30일까지 웨이팡(潍坊) 지점에 수출 상품 내수 촉진 대규모 브랜드 행사 개최 예정</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	동구이탕후양평산 (东贵堂煌蜂参)
		종류	인삼뿌리
		중량	230g
		원산지	중국

자료: 인주오(银座), 유로모니터(Euromonitor), 치루완바오(齐鲁晚报), 소후우(搜狐)  
 사진 자료: 인주오(银座), 타오바오(淘宝)

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류가공품, 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 견과류, 캔디류, 유제품, 즉석식품, 건조식품, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 유아용품, 구강용품, 의류, 잡화류, 액세서리류, 가정용품, 식기류, 스포츠용품, 문구류, 전자제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원산지가 명확히 표기되어 있는 제품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등)</li> <li>③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보)</li> <li>④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처(몰 판매 문의)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이름: Mr. Liu</li> <li>- 전화번호: +86-0531-67890992</li> <li>- 이메일: liuziwei@yinzuo100.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 인쑤오(銀座), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

## 1. 중국 인삼 인증 취득

### 인증 취득

중국으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 인삼

인삼 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 중국 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

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

[표 5.1] 중국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 중국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

## 2. 중국 인삼 사전 절차

### 사전 절차

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

### 인삼

인삼 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

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

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

[표 5.3] 중국 사전 식품 등록 절차

신청 기관	국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업명</li> <li>• 국가 및 지역</li> <li>• 연락처</li> <li>• 통관 예정 식품군</li> <li>• 기타 중국으로의 수출 희망 기업 정보</li> </ul>
소요기간	신청일로부터 약 7-8일(서류의 구비에 문제가 없는 경우)
소요비용	230달러(약 27만원) <sup>26)</sup>
유효기간	3년

자료: 중국 질량감독검사검역총국(AQSIQ)

26) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

- ▶ 중국 수출 시 일반식품과 보건식품의 차이점 확인 필요
- ▶ 5년근 이하 인삼은 일반식품으로 분류

중국 수출 시 식품은 ‘일반식품’과 ‘보건식품’으로 분류됨. 일반식품은 중국의 ‘약품이자 식품인 품목 리스트(既是食品又是藥品的物品名單)’에 포함된 원료, 신식품으로 등록된 원료, 기타 일반식품 원료로 제조되었으며 치료 혹은 보건기능을 광고하지 않는 제품을 의미함. 일반식품은 모든 사람을 섭취대상으로 하며 정해진 섭취량이 없는 반면 보건식품은 특정한 보건기능을 강조하고 특정한 섭취대상이 있으며 섭취량이 제한됨

인삼의 경우, 5년 이하의 재배 인삼은 일반식품으로 취급되며 6년근 이상의 인삼은 보건식품으로 취급됨. 따라서 A사의 제품은 일반식품으로 분류되어 수출이 진행될 가능성이 높음

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

[표 5.4] 중국시장관리감독총국(SAMR) 허가 절차 - 보건식품

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

자료: 중국시장관리감독총국(SAMR)

### 3. 중국 인삼 라벨 심의

● 라벨 심의

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

● 인삼

인삼 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 라벨 규정, 중국국가표준(GB) 준수 의무
- ▶ 수입 전 중문 라벨의 사전 검사가 이루어짐

[표 5.5] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 라벨 통칙

규정	GB 7718-2011 선포장식품 라벨 통칙	
라벨 표기사항	필수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 배합원료표</li> <li>• 용량 및 규격</li> <li>• 생산일자 및 보존기한</li> <li>• 원산지</li> <li>• 수입업체 또는 중개판매자의 명칭, 주소 및 연락처</li> <li>• 보관방법</li> <li>• 식품 생산허가증 번호</li> <li>• 제품 표준 코드 및 기타 표시가 필요한 사항</li> </ul>
	권장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로트 번호</li> <li>• 섭취 방법(개봉 방법, 조리 방법 등)</li> <li>• 알레르기 유발물질</li> </ul>
세부 내용	표기 언어	표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응관계가 있어야 함
	글자 크기	1.8mm이상(60cm <sup>2</sup> 이상 면적 기준)으로 표기해야 함
	제품명	상표를 제외한 외국어는 한자보다 작아야 함 규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함
	배합원료표	가장 눈에 띄는 위치에 표시해야 함 첨가량을 내림차순으로 나열해야 함 2% 이하 배합원료는 제외함 중국국가표준(GB)이 규정하는 식품첨가제 통용 명칭으로 표시해야 함
	용량 및 규격	법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2-6mm)를 준수해야 함
	생산일자 및 보존기한	별도의 스티커 라벨 부착은 금지함 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체설탕은 표기 면제가 가능함
		년, 월, 일 또는 국가표준규정에 따라 표기해야 함

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)



[표 5.6] 중국 라벨 관리 규정 - 선포장식품 영양라벨 통칙

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

자료 : 중국시장감독관리총국(SAMR)

▶ 중국 인삼 라벨 샘플



① 제조업체

[앞면 라벨링]



- ① 제품명
- ② 원산지
- ③ 원재료
- ④ 용량
- ⑤ 재배일자
- ⑥ 생산일자
- ⑦ 로트번호
- ⑧ 용량
- ⑨ 품질보증기간
- ⑩ 주요성분
- ⑪ 주의사항
- ⑫ 섭취방법
- ⑬ 보관방법
- ⑭ 제조업체
- ⑮ 제조업체 주소
- ⑯ 수입업체
- ⑰ 대리업체
- ⑱ 대리업체 주소
- ⑳ 대리업체 전화번호

[옆면 라벨링]

[앞면 - 중문]

① 生产商: 正官庄

[앞면 - 국문]

① 제조업체 : 정관장

[옆면 - 중문]

- ① 产品名称 : 正官庄牌高丽红参
- ② 原产国 : 韩国
- ③ 原料 : 6年根高丽红参
- ④ 容量 : 地参20支
- ⑤ 年产 : 2016
- ⑥ 生产日期 : 2019.07.25
- ⑦ 批件号 : JY20170303
- ⑧ 容量 : 300g
- ⑨ 保质期 : 10年
- ⑩ 主要成分 : 皂苷
- ⑪ 注意 : 不宜与藜芦同用, 少年儿童减量
- ⑫ 食用方法 :  
参照盒内说明书P.12, 照附表2所示用量, 将 [正官庄]高丽参切成薄片放入煎药器, 倒入900ml水, 浸泡30分钟左右, 文火熬2个小时至水量减至1/3. 1日1~3回, 每次90~100ml, 温服. 长期服用, 效果更好

[옆면 - 국문]

- ① 제품명 : 정관장고려홍삼
- ② 원산지 : 한국
- ③ 원재료 : 6년근 고려홍삼
- ④ 용량 : 지삼 20지
- ⑤ 재배일자 : 2016년산
- ⑥ 생산일자 : 2019년 7월 25일
- ⑦ 로트번호 : JY20170303
- ⑧ 용량 : 300g
- ⑨ 품질보증기간 : 10년
- ⑩ 주요성분 : 사포닌
- ⑪ 주의사항 : 여로과와 함께 복용을 금지하며 청소년과 어린이는 권장 섭취량보다 적게 복용해야 함
- ⑫ 섭취방법 :  
박스 내 설명서와 부록2의 권장량을 참고하여 복용하십시오. [정관장홍삼을 절편으로 썰어 900ml 물과 함께 약탕기에 넣고 30분가량 담근 후 물의 양이 1/3정도 남게 달아십시오. 하루에 1~3회, 90~100ml 가량 따뜻하게 데워서 마십시오. 장기적으로 마시면 효과가 더욱 좋습니다.

## ⑬ 貯藏方法

: 避光, 阴凉干燥处保存

## ⑭ 生产商: 韩国人参公社

## ⑮ 生产商地址

: 大田广域市大德区樱花路71号 (坪村洞)

## ⑯ 进口商: 上海市药材有限公司

## ⑰ 经销商

: 正官庄六年跟商业 (上海) 有限公司

## ⑱ 经销商地址

: 上海市长宁区中山西路179号4K室

## ⑲ 经销商电话: (021) 6237-2315

## ⑬ 보관방법

: 직사광선을 피하고 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오.

## ⑭ 제조업체: 한국인삼공사

## ⑮ 제조업체 주소

: 대전광역시 대덕구 벚꽃길 71 (평촌동)

## ⑯ 수입업체: 상하이시약자유한회사

## ⑰ 대리업체

: 정관장6년근상업(상하이)유한회사

## ⑱ 대리업체 주소

: 상하이 창닝구 중산서로 179호 4K실

## ⑲ 대리업체 전화번호

: (021) 6237-2315

## 4. 중국 인삼 서류 준비

### 서류 준비

중국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

### 인삼

인삼 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 수입제품, 위생 및 원산지증명서 ‘필요’
- ▶ 일반 수입 식품 품목은 별도의 추가 통관 절차 ‘불필요’

일반 수입 식품은 서류 및 화물 심사만 진행됨. 그러나 육류제품, 수산물, 채소와 과일류, 식량 가공품, 유제품, 약재 및 기능성 식품 등의 품목은 별도의 검역 및 통관 조건과 추가 통관 절차가 필요함

원산지증명서의 경우 기존에는 기관증명방식으로 한국 관세청 또는 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있었으나, 2020년 7월 관세청은 FTA 원산지관리시스템(이하 FTA-PASS)과 전자통관시스템(이하 UNI-PASS)을 연계한다고 밝힘. 이에 따라 수출기업이 FTA-PASS에서 보다 빠르고 정확하게 원산지증명서를 신청할 수 있게 됨. 수출기업이 기관발급 원산지증명서를 신청할 때, UNI-PASS 수출신고 정보가 원산지증명서 신청서에 자동으로 기재됨

[표 5.7] 중국 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서	중국 해관총서(GACC)	
	중문 라벨	(-)	
	입경화물통관단	검역신고 후 국가질량감독검험검역기구에서 발행	
	선적	수입 선하증권	(-)
		상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		무역계약서	(-)
	원산지증명서	관세청(FTA-PASS) / 대한상공회의소	
위생 증명서	식품의약품안전처		

자료 : 중국 해관총서(GACC), 한국 관세청

## 5. 중국 인삼 세금 납부

### 세금 납부

중국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 인삼

인삼 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 중국 인삼 HS-CODE 1211.20-9910, 관세율 20% 적용
- ▶ 한-중 FTA 체결로 '협정 세율' 적용

인삼의 경우 중국에서는 HS-CODE 1211.20의 1211.20-9910 세번을 사용하여 수입됨.<sup>27)</sup> 중국 수입 시 기본 세율은 50%가 적용됨. 해당 품목은 2015년 12월 20일 발효된 한-중 FTA에 따른 관세율 인하 적용 제외대상 품목이지만 일반특혜관세율(MFN) 20%를 적용받을 수 있으며 특정 용도에 따른 감면세율이 존재함. 관세 외에도 증치세(Value Added Tax) 9%를 납부해야 함

- 수입 서류 심사비용에 75달러(한화 약 9만 원)소요
- 수입 서류 심사 기간은 11시간 소요
- 통관 비용은 230달러(한화 약 27만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 37시간 소요

[표 5.8] 한국·중국 HS CODE 비교 및 중국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분	
	1211.20	인삼	
	1211.20-1190	기타	
중국	1211.20-9910	기타 냉동, 냉장, 건조 인삼 뿌리	
관세	기본관세율	50%	
	최혜국 세율	20%	
증치세		9%	

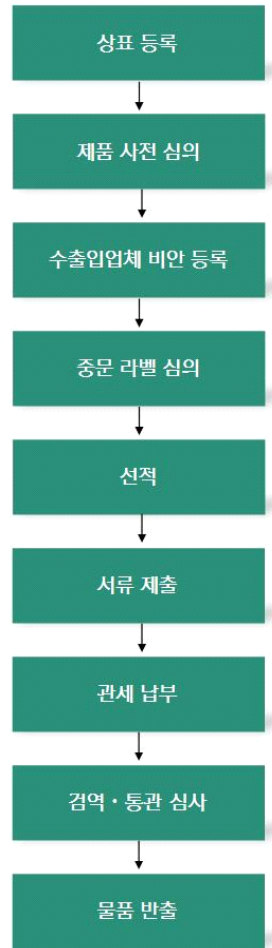
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS)

27) 중국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1211.20 중 인삼에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 중국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 중국 해관총서를 통한 확인이 필요함

## 6. 중국 인삼 검역 심사 절차

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

[표 5.9] 중국 통관 및 검역 프로세스



- ▶ 중국 인삼 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.10] 중국 식품 첨가물 규정 확인 방법

국가	중국
적용 규제	식품첨가물 사용표준(GB2760-2014)

### ▶ 중국 통관 전 포장 라벨 심의

중국 정부는 2011년 4월, 중국으로 수출되는 식품에 대하여 ‘수입 포장 식품 라벨관리 시스템 운영에 관한 공고(关于进出口预包装食品标签检验监督管理有关事宜的公告)’를 발표함. 해당 공고에 따르면 수입되는 모든 포장 식품은 중국어 라벨을 부착해야 하며 원산지, 중국 수입업체명 및 주소, 연락처 등을 반드시 기재해야 함. 라벨 심사는 접수되는데 10일 정도 소요되며 1차 심의 기간 30일을 포함해 공휴일을 제외하고 약 45일이 소요되며 300위안(약 5만원<sup>28)</sup>)을 지불해야 함

### ▶ 중국 수출 절차, 위생·검역증명서 필수 발급 필요

중국 수출 절차 중 검역·통관 심사 시 해당 통관지역의 검역국(CIQ, China Inspection and Quarantine)은 현장 위생검사 및 무작위 샘플 추출 검사를 진행함. 수출업체는 식품의 제품명, 원산지, 규격, 수량 및 중량, 가격, 생산일자 등의 제품 정보를 제공해야 하며 검역국은 사전에 제출한 증문 라벨과 샘플을 비교·검사함. 검역이 종료되면 수입식품 위생합격증이 발급되며 식품 포장에 CIQ 마크를 부착할 수 있음. 위생합격증을 받으면 최종적인 중국 통관 절차가 마무리됨

28) 1위안=172.74원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## 7. 중국 관련 규제 정보

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

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

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

[표 5.11] 중국 인삼류 신식품자원 인정 공고

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

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



### ▶ 중국 전자상거래 규제 강화

중국 법무부(MOJ, Ministry of Justice)는 2018년 8월 중화인민공화국 전자상거래법(中华人民共和国电子商务法)을 제정하여 2019년 1월 1일 시행함. 해당 법령은 전자상거래 경영자의 등기 의무화, 계약체결 및 이행, 보증금 반환 등의 분쟁 해결, 전자상거래 촉진, 법률책임 등 총 5가지로 나누어 규정하였음. 해당 법령의 주요 내용은 다음과 같음

[표 5.12] 중국 전자상거래 규제

적용 규제	중화인민공화국 전자상거래법(中华人民共和国电子商务法)
규제 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 웨이상(微商), 방송판매 등을 전자상거래 경영자로 간주</li> <li>• 타오바오(淘宝网) 자영업자를 포함한 전자상거래 경영자 시장주체 등기 의무화</li> <li>• 평가내역 조작에 대하여 규제하며 소비자의 알 권리 보호</li> <li>• 끼워팔기 등의 설정 금지</li> <li>• 배송시간 엄수, 운송 중 제품 파손 책임 강화</li> <li>• 보증금 반환에 대한 소비자의 불리한 조건 설정 금지</li> <li>• 소비자 권익에 대한 전자상거래 플랫폼 책임 강화</li> <li>• 악성 댓글 임의 삭제 불가</li> <li>• 지적재산권 보호 규칙 확립</li> <li>• 전자결제 관련 안전을 보장 등</li> </ul>

자료 : 중국 법무부(MOJ, Ministry of Justice)

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 통화스선얼터찬핀유오시안공쓰(通化市参尔特产品有限公司)

Interview ② 광저우우자커마오이유오시안공쓰(广州五加科贸易有限公司)

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

Interview ④ 광둥싱더룽야오예유오시안공쓰(广东兴德隆药业有限公司)

Interview ⑤ 광저우웨이멍궁잉렌유오시안공쓰(广州威盟供应链有限公司)

## Interview ① 통화스선얼터찬핀유오시안공쓰 (通化市参尔特产品有限公司)

29)

통화스선얼터찬핀  
유오시안공쓰  
(通化市参尔特产品有限公司)

전문가 소속

통화스선얼터찬핀  
유오시안공쓰  
(通化市参尔特产品有限公司)  
유통업체

연락처

+86 155-0033-3993

전문가 정보

Mr. Chen  
(Manager)



### 통화스선얼터찬핀유오시안공쓰(通化市参尔特产品有限公司) Manager, Mr. Chen

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

통화스선얼터찬핀유오시안공쓰는 2014년에 설립된 유통업체로 주로 인삼, 녹용, 영지, 식용 야생 버섯 등의 약재를 취급하고 있습니다. 약재시장, 약재 도매시장, 약국 등에 유통하고 있으며 주로 중국 전자상거래 플랫폼 1688을 통하여 판매를 진행하고 있습니다.

#### Q. 중국 내 인삼의 총생산량은 어느 정도이며 주요 생산지역은 어디인가요?

중국 내 인삼의 주요 산지는 랴오닝성, 지린성, 헤이룽장성 등 동북 3성에 밀집되어 있습니다. 1990년대부터 2000년대 초까지 동북 3성의 인삼 재배업은 빠른 속도로 발전하였고 재배 면적이 해마다 증가하였습니다. 동북 3성 인삼의 재배 면적, 생산량, 유통형태 등이 중국 및 해외 인삼 시장에 직접적인 영향을 미치고 있습니다. 특히 중의학 분야에 대한 관심이 높아지면서 해외 수출량도 증가하고 있습니다. 그러나 2000년 이후 동북 3성의 인삼 재배 면적은 감소하는 추세입니다.

#### Q. 중국 내 인삼의 주요 구매요인은 무엇입니까?

중국 내 유통업체는 인삼의 원가와 수입가격을 가장 중요시합니다. 중국 국내산 인삼의 소매가는 보통 도매가보다 30% 높게 매기며 수입산 인삼의 경우에는 50% 정도 높게 책정합니다. 동북 지역 유통업체들은 산지와 가깝기 때문에 중국 국내산 인삼을 선호하는 편이며 남부 지역 유통업체들은 자금이 풍부하므로 수입산 인삼을 선호하는 경향이 있습니다. 특히 수입산 인삼 중에서도 한국 고려삼의 인기가 높으며 중국에서 재배되는 인삼 중에서는 백삼과 홍삼의 인기가 가장 높습니다. 백삼의 경우에는 장백산 지역에서 가장 많이 생산되며 소비자들의 수요가 매우 높습니다.

29) 사진 자료 : 1688(阿里巴巴)

### Q. 한국산 인삼에 대한 수요는 어떠하며 주된 유통채널은 무엇인가요?

한국산 인삼은 중국 시장에서 프리미엄 상품으로 분류되어 가격이 비싸기 때문에 중국 내 한국산 인삼에 대한 수요는 비교적 적은 편입니다. 그러나 가격이 비싼 만큼 영양소가 더욱 풍부할 것이라는 소비자 인식이 있습니다. 한편 인삼은 주로 온라인 채널을 통해 판매되는데, 특히 온라인 플랫폼을 통한 라이브 방송은 제품 노출 빈도를 높여 주요 소비자층을 확대하는 데에 매우 효과적입니다.

### Q. 중국 인삼의 평균 도매가격은 얼마인가요?

중국 내 인삼은 프리미엄 제품과 일반제품으로 분류됩니다. 중국에서 재배한 인삼의 경우 일반 농산품으로 분류되어 한 뿌리당 도매가는 10-25위안<sup>30)</sup>(약 1,720-4,310원) 이고 소매가는 40위안(약 6,890원) 정도입니다. 건조 인삼 등의 수입 인삼 가공품은 프리미엄 식재료 또는 약재로 분류되어 1kg당 도매가는 1,000위안(약 172,700원) 정도에 판매되고 있습니다.

30) 1위안=172.74원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ② 광저우우자커마오이유오시안공쓰 (广州五加科贸易有限公司)

31)

광저우우자커마오이  
유오시안공쓰  
(广州五加科贸易有限公司)

전문가 소속

광저우우자커마오이  
유오시안공쓰  
(广州五加科贸易有限公司)  
수입유통업체

연락처

+86 187-18928-8989

전문가 정보

Mr. Zhang  
(Sales Manager)



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

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

광저우우자커마오이유오시안공쓰는 2019년에 설립된 수입유통업체로 본사는 광저우시에 위치하고 있습니다. 취급하는 제품으로는 서양삼, 화기삼, 곰보버섯 등이 있으며 주로 한국, 미국, 캐나다에서 수입하고 있습니다. 자체 오프라인 매장 뿐 아니라 약재시장, 약국 등에 유통하며 주로 중국 전자상거래 플랫폼 1688을 통하여 판매를 진행하고 있습니다.

**Q. 중국 내 인삼을 가장 많이 소비하는 지역은 어디인가요?**

최근 몇 년간 남부지역의 인삼 구매가 증가하고 있는 추세입니다. 남부 지역에 거주하는 소비자들은 건강관리에 대한 관심이 많으며 소득 수준도 북부보다 높은 편입니다. 또한, 남부지역에는 다양한 약재가 들어간 보양식을 즐겨 먹는 관습이 있어 약재에 대한 관심도가 매우 높습니다. 남부지역 중에서도 특히 하이난성과 광둥성 소비자들의 한국산 고려삼에 대한 선호도가 높습니다.

**Q. 중국 인삼의 평균 도매가격은 어떠한가요?**

중국 시장에는 인공재배 인삼 외에 야생산삼이라는 제품이 있습니다. 야생산삼이란 산삼 생태 환경과 유사한 원시 산림을 조성하여 인공적인 기술 없이 자연적으로 재배한 산삼입니다. 해당 품종의 도매가는 인공재배 인삼보다 높습니다. 10년근 야생산삼의 도매가는 한 뿌리 당 40-60위안(약 6,890-10,330원) 정도이고 수확년근이 높아질수록 가격이 높아지며 100위안 이상으로 책정되는 경우도 있습니다.

31) 사진 자료 : 1688(阿里巴巴)

### Q. 중국 내 인기 있는 인삼의 종류와 주요 유통채널은 무엇인가요?

중국 소비자들은 보편적으로 고려삼과 화기삼을 선호합니다. 이 두 품종은 중국 내에서 재배가 가능하기 때문에 가격이 수입산 동종 제품보다 저렴하여 수요가 많습니다. 인삼 제품은 주로 오프라인 채널을 통해 유통되고 있으며 그중에서도 중약 약방이 가장 대표적입니다. 약방과 중의원과 같이 약재를 처방해주는 매장은 중국 시장만의 특별한 오프라인 유통채널입니다.

### Q. 현지 인삼과 수입산 인삼 중 선호도가 높은 제품은 무엇인가요?

중국 국내산 인삼과 수입산 인삼 모두 판매량이 높은 편입니다. 일반적으로 가정에서 섭취할 때는 중국 국내산 인삼을 선호하며 선물용으로는 한국산 고려삼 제품을 선호합니다. 한국산 고려삼은 품질이 우수하고 포장이 고급스러워 프리미엄 제품이라는 인식이 강하기 때문에 선물용으로 인기가 좋습니다. 한국산 고려삼 선물세트 중 소매가가 1kg당 1,000위안(약 172,740원) 이상인 제품도 있을 만큼 국내산 제품 대비 가격이 높습니다. 수입산 말린 인삼 등 인삼 가공품은 프리미엄 식재료로 인식되며 1kg당 소매가는 1,200-1,500위안(약 207,288-259,110원) 정도입니다.

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

32)

●  
상하이옌차오탕상마오  
유오시안공쓰  
(上海燕朝堂商贸有限公司)

전문가 소속

상하이옌차오탕상마오  
유오시안공쓰  
(上海燕朝堂商贸有限公司)  
수입유통업체

연락처

+86 178-0751-2585

전문가 정보

Mr. Chi  
(Sales manager)



### 상하이옌차오탕상마오유오시안공쓰(上海燕朝堂商贸有限公司) Sales manager, Mr. Chi

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

상하이옌차오탕상마오유오시안공쓰는 2011년에 설립되었으며 본사는 상하이에 위치하고 있습니다. 주로 제비집, 동충하초, 서양삼, 홍삼 등을 취급하며 도·소매업체로 납품하고 있습니다. 오프라인 매장뿐만 아니라 중국 전자상거래 플랫폼 1688을 통해서도 판매하고 있습니다.

**Q. 중국 내 한국산 인삼과 현지 인삼의 가격 차이는 어떠한가요?**

중국 국내산 제품과 한국산 제품 모두 뿌리 크기에 따라 가격이 천차만별입니다. 한국산 제품의 경우 6년근 40g 뿌리 2개입 제품의 소매가는 426위안(한화 약 73,590원)입니다. 수입산 제품은 보통 뿌리 단위로 판매하는 반면, 중국 현지 제품은 주로 중량 단위(100g, 500g)로 판매됩니다. 중국 현지 장백산 인삼은 100g 단위로 판매 중이며 100g 당 소매가는 70위안(한화 약 12,090원) 정도입니다.

**Q. 중국 내 한국산 인삼에 대한 인지도 및 수요는 어떠한가요?**

중국 소비자들은 인삼을 주로 자양강장 효과를 위한 약재나 보양식 재료로 사용하기 위해 구매합니다. 그렇기 때문에, 소비자들은 가공된 기능성 인삼 제품보다는 일반 농산물로 분류되어 가격이 저렴한 현지 인삼을 선호합니다. 중국 내 유통업체들은 한국산 인삼을 고품질의 프리미엄 제품으로 분류하여 높은 가격에 판매하고 있습니다.

32) 사진 자료 : 1688(阿里巴巴)

### Q. 인삼 구매 시 중국 내 소비자들이 주로 고려하는 요인은 무엇인가요?

한국 인삼의 경우 품질이 좋고 포장이 고급스러운 프리미엄 제품이라는 이미지가 있습니다. 따라서 일부 개인 사업자들은 연말에 고객 선물용으로 대량 구매하는 경우가 종종 있습니다. 따라서 이런 경우에는 고급스러운 포장 디자인을 중요시합니다. 유통업체는 인삼에 추가로 건강 기능성 성분을 첨가했는지의 여부를 중요하게 생각하며 성분이 첨가되지 않은 무첨가 순수 건조 인삼을 선호합니다. 왜냐하면, 인삼에 첨가물이 함유되면 제품 원가가 높아져 소매가 또한 올라가므로 다양한 소비자층을 확보하기 어렵기 때문입니다.

### Q. 사포닌 함량이 높고 비타민 C를 첨가한 인삼 제품이 중국 내 시장성이 있을까요?

중국 소비자들은 인삼에 기타 성분을 첨가하는 것을 선호하지 않으며 순수 인삼의 품질과 영양 가치를 중요하게 생각합니다. 오히려 첨가물이 함유되지 않은 순수한 인삼을 고품질의 제품으로 인식합니다. 한편 인삼을 통해 섭취하지 못하는 영양소들은 따로 영양제를 구매하여 보충하는 경우가 많습니다. 따라서 사포닌과 비타민 첨가는 중국 내에서 경쟁력 있는 셀링포인트로 작용하기는 어려울 것 같습니다.



## Interview ④ 광둥싱더룽야오예유오시안공쓰 (广东兴德隆药业有限公司)

33)

광둥싱더룽야오예  
유오시안공쓰  
(广东兴德隆药业有限公司)

전문가 소속

광둥싱더룽야오예  
유오시안공쓰  
(广东兴德隆药业有限公司)  
수입유통업체

연락처

+86 20-3616-7730

전문가 정보

Ms. Zhang  
(Manager)

广东兴德隆药业有限公司  
GUANG DONG XING DE LONG YAO YE YOU XIAN GONG SI



광둥싱더룽야오예유오시안공쓰(广东兴德隆药业有限公司)  
Manager, Ms. Zhang

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

광둥싱더룽야오예유오시안공쓰는 2017년에 설립되었으며 본사는 광저시에 위치하고 있습니다. 취급하는 제품으로는 서양삼, 홍삼, 고려삼, 석곡, 제비집, 영지 등이 있습니다. 약재시장, 약재도매시장 등의 오프라인 매장에 주로 유통하며 중국 전자상거래 플랫폼 1688을 통해서도 판매하고 있습니다.

**Q. 중국 내 인삼 시장의 규모는 어떠한가요?**

2018년 기준으로 중국 인삼 생산량은 35,000톤을 초과했으며 현재까지 꾸준히 상승곡선을 그리고 있습니다. 중국 동북 지역은 인삼의 주요 산지이며 중국 국내산 인삼 제품의 대부분을 생산하고 있습니다. 따라서 인삼 관련 산업에 종사하는 업체들은 대부분 동북 지역이나 동북 지역과 가까운 화북 지역에 밀집되어 있습니다.

**Q. 중국 내 수입 인삼을 가장 많이 소비하는 지역은 어디인가요?**

광둥은 중국에서 인삼을 가장 많이 소비하는 지역 중 하나이며 수입산 인삼의 수요 또한 가장 많은 지역입니다. 광둥 주민들은 예로부터 보양식을 즐겨 먹었으며 지금까지 다양한 보양식을 개발하는 연구가 이루어지고 있습니다. 특히 광둥 보양식은 인삼을 원재료로 하는 음식이 많아 인삼 소비량이 많은 편입니다. 따라서 광둥은 수입산 인삼이 중국에 진출하여 초기 시장을 형성하는데 유리한 지역이라고 생각합니다.

33) 사진 자료 : 1688(阿里巴巴)

---

### Q. 중국 소비자들이 선호하는 인삼의 특징은 무엇인가요?

연령층에 따라 인삼 구매목적과 구매 시 고려하는 요소에 차이가 있습니다. 노년층의 소비자들은 주로 자양강장 효과를 위해 구매하며 젊은 소비자층은 가족이나 상사에게 드릴 선물용으로 구매하는 경우가 많습니다. 특히 추석이 인삼 판매량이 가장 많은 시기이며 수입산 프리미엄 인삼이 선물용으로 인기가 많습니다. 따라서 품질과 제품 포장 디자인 등이 주요 고려대상입니다. 반면 중국 소비자들은 사포닌이나 비타민과 같은 건강 성분은 크게 신경 쓰지 않습니다.

### Q. 중국 내 한국산 인삼에 대한 수요는 어떠한가요?

중국 내 한국의 고려삼이 중국 국내산 제품보다 품질이 우수하고 영양성분이 더욱 풍부하다는 소비자 인식이 있어 한국 고려삼의 품질을 선호하는 소비자들의 수요와 재구매율은 높습니다. 그러나 중국 국내산 제품보다 가격이 매우 비싸므로 주요 소비자층이 한정적입니다.

## Interview ⑤ 광저우웨이명궁잉렌유오시안공쓰 (广州威盟供应链有限公司)

34)

광저우웨이명궁잉렌  
유오시안공쓰  
(广州威盟供应链有限公司)

전문가 소속

광저우웨이명궁잉렌  
유오시안공쓰  
(广州威盟供应链有限公司)  
통관대행업체

연락처

+86 139-2959-2775

전문가 정보

Mr. Xia  
(Sales Manager)



广州威盟供应链有限公司

天津红参进口报关代理服务



광저우웨이명궁잉렌유오시안공쓰(广州威盟供应链有限公司)  
**Sales Manager, Mr. Xia**

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

광저우웨이명궁잉렌유오시안공쓰는 2017년에 설립된 통관대행업체로 본사는 광저우에 위치하고 있습니다. 통관 가능 항구로는 상하이, 광저우, 베이징, 선전, 톈진, 쿤산, 닝보, 칭다오, 다롄, 청두, 샤먼, 우한이 있습니다. 해산물, 홍삼, 인삼 등 130여 가지의 다양한 식품을 통관 품목으로 취급합니다.

**Q. A사의 제품을 중국으로 수출 시, 어떤 품목으로 통관 및 위생허가 절차를 진행하면 될까요?**

중국으로 인삼 제품 수출 시, 가공삼이 아닌 인삼 혹은 고려삼으로 위생허가를 받는 것을 추천합니다. 건조된 홍삼 뿌리는 일반 인삼으로 분류되지만, 비타민 등의 성분을 첨가한 인삼 뿌리 제품은 중문 번역본 확인 시 홍삼청, 홍삼스틱과 비슷한 인삼 가공식품(가공삼)으로 분류될 가능성이 있습니다. 그러나 원형삼은 일반식품 또는 약재로 수입이 가능하므로 일반무역으로 통관을 진행한다면 품목을 인삼으로 설정하는 것이 유리합니다. 한편 홍삼 가공식품의 경우, 6년근 이상의 인삼을 원료로 사용한다면 보건식품 인증을 받아야 판매가 가능합니다.

**Q. 인삼 수출 시 유의해야 하는 사항은 무엇인가요?**

만약 인삼을 일반식품, 보건식품, 약재(의약품) 중 약재로 중국에 수출하고자 한다면 먼저 해외 생산, 가공, 보관업체를 중국 해관총서에 등록해야 합니다. 수입업체는 약품 생산 허가증 또는 약품 경영 허가증을 취득하고 약품 감독국 항구 소재 사무처를 통해 통관서류를 준비해야 합니다. 또한, 생산업체는 반드시 동식물 검역 허가증을 취득해야 합니다.

34) 사진 자료 : 광저우웨이명궁잉렌유오시안공쓰(广州威盟供应链有限公司)

### Q. 중국 내 인삼에 대한 별도 포장이나 라벨 규제가 있나요?

포장방식에 관한 특별한 규제는 없습니다. 다만, 포장이 파손 없이 완전한지, 동식물성 포장재를 사용했는지 등 중국 수출입 동식물 검역관리법 및 수입 화물 우드박스 포장 검역 감독관리법 규정에 부합해야 합니다. 포장 디자인 또한 성분, 함량, 효능 등에 대한 허위 또는 과대 표기를 제외한 사항에 대해서는 특별히 정해진 규제가 없습니다. 다만 인삼 품종의 로마자 명칭을 확인하여 멸종위기 품종인지를 판단해야 합니다. 멸종위기 품종에 속할 경우 관련 증명서류를 준비해야 합니다.

### Q. 인삼 수출을 위한 별도의 인증이 있나요?

중국에서 한국, EU, 일본 제품을 수입할 때 우드박스로 포장하는 경우에는 열처리 증명서 혹은 식물검역증명서를 제출해야 합니다. 만약 A사 제품을 중국으로 수출하고자 한다면 인보이스, 패키리스트, 계약서를 무역 실무서에 제출해야 합니다. 추가적으로 한국 공식 원산지증명서, 한국 공식 위생증, 자유 판매 증명서, 중문 라벨이 필요합니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

## 01 시장규모

인삼 시장규모 4,685억 원,  
2015~2019년 연평균성장률 2%  
중국 對한국 인삼 수입액 234억 원

## 02 소비특징

인삼 주요 소비지역, 연해지역이나 대도시 인근  
고려 인삼, 장백산 인삼보다 고품질로 인식  
인삼 구매 요인은 가격과 면역력 향상 기능  
중국 인삼 주 소비자, 노년 및 장년층

## 06 전문가인터뷰

한국산 인삼 프리미엄 선물용으로 구매  
주요 생산지 동북 3성,  
주요 소비지 광둥성 등 남부지역  
기타 성분 첨가되지 않은 인삼 제품 선호

## 03 유통채널

비(非) 식품점점 50.7%  
온라인 30.7%  
직접판매 17.0%

## 05 관세 및 추가 규제

한-중 FTA 체결로 협정세율 20%  
일반식품 규제 확인 필요  
2019년 1월부터 시행된 전자상거래법 확인 필요

## 04 통관/검역

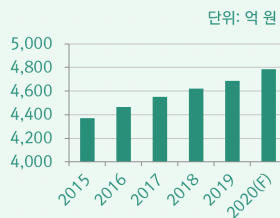
사전 식품 등록 필요  
5년근 이하 인삼은 일반식품으로 분류



중국 인삼 시장규모

**인삼 시장규모  
4,685억 원**

중국 對한국 인삼 수입액 234억 원  
동북 3성 인삼 생산량, 전체의 90%  
한국산 인삼 수입액 1위 지역 상하이



2019년 중국 인삼 시장규모는 4,685억 원이며 지난 5년(2015~2019년)간 연평균 2%의 성장률을 보임. 한편 중국 對한국 인삼 수입액은 234억 원으로 동기간 6%의 증가세를 보임. 중국 인삼의 90%는 동북 3성에서 생산되는 것으로 확인되었으며, 한국산 인삼 수입량은 상하이, 산둥성, 지린성 순으로 큰 것으로 확인됨. 또한, 고려인삼 도매 시장이 형성된 5성 지역의 고려인삼의 kg당 도매 평균가는 232위안(약 4만 원)인 것으로 확인됨

중국 인삼 소비특징

**중국 인삼 주요 소비지역,  
대도시와 연해지역**

중국 내 고려 인삼, 고품질로 인식 돼  
중국 인삼 구매 요인, 가격과 건강 기능  
중국 인삼 주 소비자, 노년 및 장년층



중국 인삼 소비 트렌드를 알아보기 위해 중국 온라인 쇼핑물 키워드를 분석함. 중국 인삼 주요 생산지역은 지리산 장백산, 주요 소비 지역은 베이징시나 광둥성과 같은 대도시나 연해 지역인 것을 확인함. 장백산 인삼과 고려 인삼의 연관어 분석 결과 고려 인삼은 장백산 인삼 대비 선물용으로 많이 쓰이며, 한국 선도 기업인 B브랜드의 인지도가 높은 것을 확인함

중국 인삼 유통채널

**비(非) 식품점점 50.7%  
온라인 30.7%**

이 외에 직접판매 17.0%  
하이퍼마켓/슈퍼마켓 1.5%  
홈쇼핑 0.1%



중국 약초 및 전통식품 유통채널 점유율 분석 결과 비(非) 식품점점의 점유율이 50.7%로 매우 높았으며, 다음으로 온라인 점유율이 30.7%, 직접판매 점유율이 17.0%인 것으로 나타남. 전문가 인터뷰 결과 유통 및 홍보 채널로 온라인 플랫폼 라이브 방송과 중약 약방을 추천하는 답변이 1건씩 확인됨



통관 및 검역

## 5년근 이하 인삼 일반식품으로 분류

식품 수출 위해 사전 식품 등록 필요  
한-중 FTA 체결로 협정세율 20%



중국 인삼 신자원식품 비준 공고에 따르면 인삼 수출 시 5년근 이하 인삼은 일반식품, 6년근 이상 인삼은 보건식품으로 분류됨. 인삼 수출 시 필요한 강제 인증은 없으며 온라인 사전 식품 등록이 필요함. 한-중 FTA 체결로 협정세율은 20%이며 9%의 증치세를 납부해야 함. 또한 온라인 판매 시 2019년 1월 1일부터 시행된 전자상거래법 확인이 필요함

전문가 인터뷰

01. 한국산 인삼, 프리미엄 제품으로 인식돼
02. 주요 생산지는 동북 3성,  
소비지는 광둥성, 하이난성 등 남부지역
03. 기타 성분 첨가되지 않은 인삼 선호

전문가 인터뷰 결과 중국 소비자들은 중국 현지 인삼을 가정용 저렴한 제품, 한국 인삼을 선물용 프리미엄 제품으로 인식하는 것으로 확인됨. 한국산 인삼의 경우 수요는 한정적이거나 시장 가치와 재구매율이 높음. 중국-한국 인삼의 도·소매가에 대한 다양한 답변이 확인되었으나 제품 종류와 뿌리 크기 등에 따라 그 가격이 상이함. 중국 내 인삼 주요 생산지는 동북 3성, 주요 소비지는 광둥성, 하이난성 등의 남부 지역으로 시장규모·시장트렌드 파트와 유사한 답변을 확인함

## 진출제언



Point 01. 중국 현지 인삼 주요 생산지는 동북 3성이며 연간 약 4만 5천 톤 가량 생산함. 생산량은 꾸준히 증가 추세임. 중국 인삼 소매가는 도매가 보다 30%가량 높게 책정되며 한 뿌리당 도매가 10-25위안, 소매가는 40위안 정도로 매우 저렴함

Point 02. 중국 내 인삼 주요 소비 지역은 대도시와 연해지역임. 특히 한국산 인삼 수입액이 큰 지역은 상하이, 산둥성, 지린성이며 광둥성의 경우 한국산 인삼 수요가 가장 큰 지역임

Point 03. 한국 브랜드에 대한 선호도가 높은 것은 시장 진출 시 기회요소이나, 비타민이나 사포닌 등의 성분이 첨가된 인삼에 대한 긍정적인 답변이 확인되지 않았으며, 이미 한국 선도 기업이 시장 독점 중으로 이에 대한 주의가 필요함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 전망산업연구원(前瞻产业研究院), 「2020年中国人参行业发展现状分析 吉林省产量占据明显主导地位」, 2020
2. 농식품수출정보(KATT), 「중국 인삼시장 조사」, 2019
3. 한국무역협회, 「최근 중국의 NMPA 인증제도 변화 동향」, 2019
4. 중국 시장감독관리총국(State Administration for Market Regulation), 「GB 7718-2011」 중국 선포장식품 라벨 통치, 2011
5. 중국 시장감독관리총국(State Administration for Market Regulation), 「GB 28050-2011」 선포장식품 영양라벨 통치, 2011
6. 국가위생건강위원회(NHC, National Health Commission of the PRC), 「재배인삼류의 신식품자원 인정
7. 공고(关于批准人参(人工种植)为新资源食品的公告)」, 2012
8. 한국농수산식품유통공사, 「중국 보건식품 인증 획득 가이드 및 수출 절차별 매뉴얼」, 2017
9. 중국 법무부(MOJ, Ministry of Justice), 「중화인민공화국 전자상거래법(中华人民共和国电子商务法)」, 2018

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 농식품수출정보(Kati) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
5. 후이농왕(惠农网) (<https://www.cnhnb.com>)
6. 징둥(Jindong), [jd.com](http://jd.com)
7. 시나(Sina), [www.sina.com.cn](http://www.sina.com.cn)
8. 푸젠성요리학교(Fujian Cooking School), [fjprxx.com](http://fjprxx.com)
9. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
10. 귀다야오팡(国大药房) ([www.guodadrugstores.com](http://www.guodadrugstores.com))
11. 비즈니스와이어(Business Wire) ([www.businesswire.com](http://www.businesswire.com))
12. 통화순차이펑(同花顺财经) ([www.10jqka.com.cn](http://www.10jqka.com.cn))
13. 39뉴스(39new) ([cw39.com](http://cw39.com))
14. 바이두(百度) ([www.baidu.com](http://www.baidu.com))
15. 이신탕(一心堂) ([www.hxyxt.com](http://www.hxyxt.com))
16. 파이낸스시나(Finance.sina) ([finance.sina.com.cn](http://finance.sina.com.cn))
17. 차이나골드(Cngold) ([www.cngold.com.cn](http://www.cngold.com.cn))
18. 던앤브래드스트리트(D&B) ([www.dnb.com](http://www.dnb.com))
19. 다찬린(大参林) ([www.dslyy.com](http://www.dslyy.com))
20. 추이핀후이(唯品会) ([www.vip.com](http://www.vip.com))
21. 매크로트렌드(Macro Trend) ([www.macrotrends.net](http://www.macrotrends.net))
22. 디엠알(DMR) ([expandedramblings.com](http://expandedramblings.com))
23. 티엔마오(天猫) ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
24. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
25. 올림픽(Olympic) ([www.olympic.cn](http://www.olympic.cn))
26. 포브스(Forbes) ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))
27. 까르푸(Carrefour) ([www.carrefour.cn](http://www.carrefour.cn))
28. 징둥(京东) ([www.jd.com](http://www.jd.com))
29. 이스포츠옵저버(E-sports Observer) ([esportsobserver.com](http://esportsobserver.com))
30. 더드링크비즈니스(The Drinks Business) ([www.thedrinksbusiness.com](http://www.thedrinksbusiness.com))



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

31. 야후파이낸스(Yahoo Finance) ([finance.yahoo.com](http://finance.yahoo.com))
32. 까르푸(Carrefour) ([www.carrefour.cn](http://www.carrefour.cn))
33. 아이에스앤머거진(ISN Magazine) ([internationalsupermarketnews.com](http://internationalsupermarketnews.com))
34. 샤인(Shine) ([www.shine.cn](http://www.shine.cn))
35. 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia) ([insideretail.asia](http://insideretail.asia))
36. 피알뉴스와이어(PR Newswire) ([www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com))
37. 지린즈신야오예구이펀요우시엔공스(吉林紫鑫药业股份有限公司) ([www.jilinzixin.com.cn](http://www.jilinzixin.com.cn))
38. 쉐샹(神象) ([www.shenxiangjk.com](http://www.shenxiangjk.com))
39. 퍼마보드룸(Pharma Boardroom) ([www.sphchina.com](http://www.sphchina.com))
40. 상하이의약오(上海医药) ([pharmaboardroom.com](http://pharmaboardroom.com))
41. 인주오(银座) ([www.yinzuo100.com](http://www.yinzuo100.com))
42. 치루완바오(齐鲁晚报) ([qlwb.com.cn](http://qlwb.com.cn))
43. 소후우(搜狐) ([www.sohu.com](http://www.sohu.com))
44. 타오바오(淘宝) (<https://world.taobao.com>)
45. 중국 국가질량감독검역총국(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine)([aqsiq.net](http://aqsiq.net))
46. 중국 해관총서(General Administration Of Customs People's Republic of China)([customs.gov.cn](http://customs.gov.cn))
47. 관세법령정보포털(Unipass)([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
48. 농식품수출정보(KATI) 홈페이지([www.kati.net](http://www.kati.net))
49. 중국 전국인민대표대회(The National People's Congress of the People's Republic of China)([npc.gov.cn](http://npc.gov.cn))
50. 두잉비즈니스(Doing Business) 홈페이지 ([www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org))
51. 국가위생건강위원회(NHC, National Health Commission of the PRC)([nhc.gov.cn](http://nhc.gov.cn))
52. 중국 시장감독관리총국(State Administration for Market Regulation)([samr.gov.cn](http://samr.gov.cn))
53. 세계법제정보센터 (World Laws Information Center) 홈페이지([world.moleg.go.kr](http://world.moleg.go.kr))
54. 1688(阿里巴巴) (1688.com)
55. 광저우웨이멍공잉렌유시안공쓰(广州威盟供应链有限公司) ([josen.net](http://josen.net))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.23

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.

Printed in Korea