

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-13  
품목 | 프로폴리스(Propolis)  
HS CODE | 2106.90-9099  
국가 | 대만(Taiwan)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 대만 일반 의약품 시장규모	06
2. 대만 비타민 및 미네랄 시장규모	07
3. 대만 프로폴리스 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. 대만 프로폴리스 제품, 호주 및 뉴질랜드 브랜드 인기	11
2. 캡슐 및 사탕 제형 제품 다수	12
3. 주로 '프로폴리스 추출물' 성분 함유	13
4. '건강관리' 효능 강조	14

#### IV. 유통채널

---

1. 대만 프로폴리스 유통채널 점유율	16
2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 대만 프로폴리스 통관 및 검역 절차	30
2. 대만 프로폴리스 품질 인증	31
3. 대만 프로폴리스 라벨링	39
4. 대만 프로폴리스 성분 및 유해물질	47

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 롯데이유한공사(樂天利有限公司)	51
2. 나나기술유한공사(拿拿科技行銷股份有限公司)	53
3. 코스메드(統一生活事業股份有限公司)	55

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	58
--------	----

※ 참고문헌	60
--------	----



HS CODE : 2106.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# SUMMARY

# 대만 프로폴리스 시장

## 시장 현황

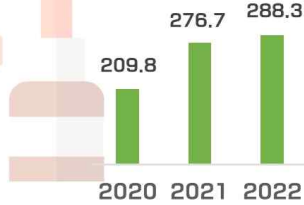
### 일반 의약품 시장규모

단위 : 백만 달러



### 비타민 및 미네랄 시장규모

단위 : 백만 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입 규모



## 시장 트렌드

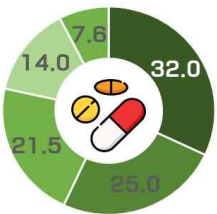
### 빅데이터 분석



\* 대만 온라인쇼핑몰 프로폴리스 제품 413건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



- 온라인
- 건강식품 전문점
- 약국
- 슈퍼마켓
- 기타

## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
기본세율 30%  
부가세율 5%

**사전 준비**  
대만 관세청 기업 등록

### 품질 인증



### 라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
제품명, 성분, 순종량,  
제조업체 및 수입자 정보,  
원산지, 유효기간, 영양성분,  
중국어 표기

## 수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

프로폴리스 제품 수요 증가 대만 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아지며 프로폴리스를 비롯한 건강기능식품에 대한 수요가 증가했음. 특히, 미국 및 호산산 제품의 인지도가 높은 편이며 한국산 제품의 유통이 확대됨에 따라 한국산 제품의 인지도도 높아질 것으로 전망됨  
경쟁사 제품 확인 현지 인기 제품들은 880-7,000타이완달러 사이로 용량에 따라 가격대가 다양하게 형성되어 있음. 주로 캡슐 형태의 제형으로 플라스틱병에 포장되어 온라인쇼핑몰인 '쇼피' 및 약국이나 마트 등 대만 내 다양한 유통채널에서 판매중임

Point 02.

고객사 제품 피드백 합리적인 가격대와 풍부한 과일 맛이 강점이며, 인지도 확보를 위해 온라인 플랫폼을 활용한 적극적인 홍보를 권장함  
인증 및 법적사항 대만 내 프로폴리스 판매를 위한 필수 인증은 없지만 신뢰도 확보를 위해 국제 인증들이 권장됨. 특히, 코스트코 입점을 위해서는 제품의 품질과 인지도가 중요시 되기 때문에 제품 성분에 대한 충분한 검토를 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 대만 일반 의약품 시장규모
2. 대만 비타민 및 미네랄 시장규모
3. 대만 프로폴리스 수입규모



## 1. 대만 일반 의약품 시장규모

### 대만 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	3만 6,000km <sup>2</sup>
인구	2,357만 명
GDP	7,803억 달러
GDP (1인당)	3만 3,565달러

### ▶ 대만 일반 의약품 시장규모 1.8조 원, 연평균 3.7% 하락

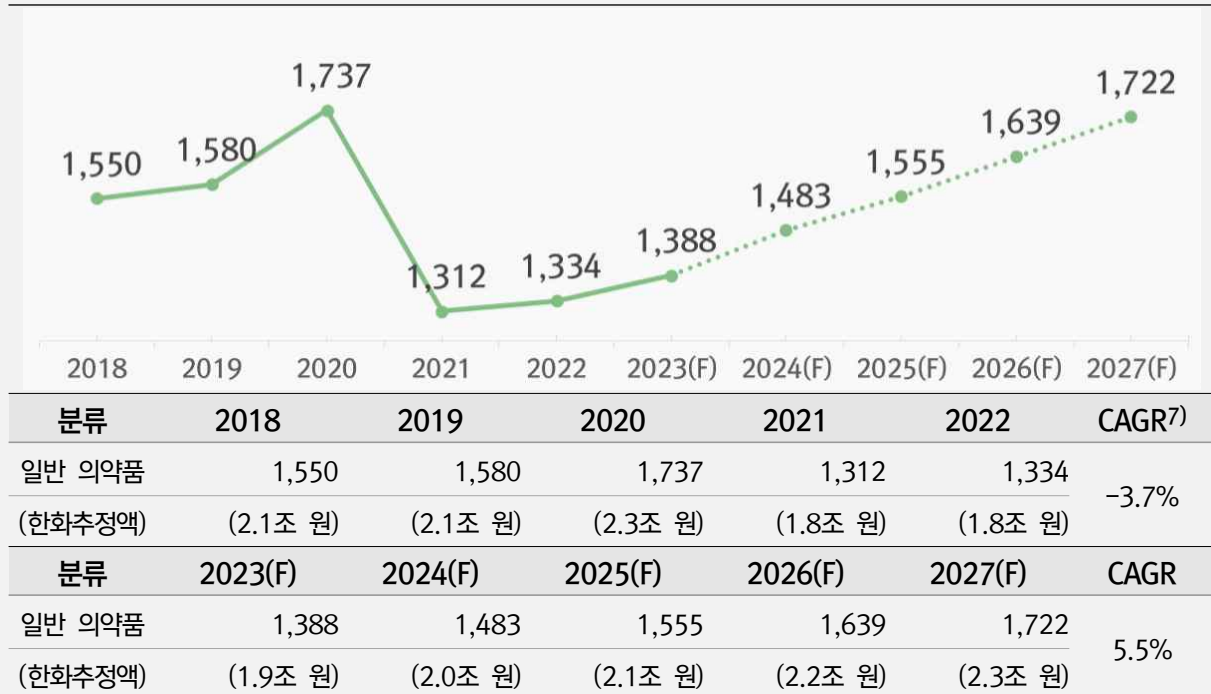
2022년 기준 대만 일반 의약품 시장규모는 1.8조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 3.7% 하락한데 비해, 2020년에는 전년 대비 9.9% 증가했다가 2021년에는 전년 대비 24.5% 감소하는 등 연도에 따른 시장규모 편차가 큰 편임

### ▶ 대만 일반 의약품 시장규모, 향후 5년간 5.5%씩 성장 예상

대만 일반 의약품 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 5.5%씩 성장하여 2027년 2.3조 원을 기록할 것으로 예상됨. 대만과 동남아 국가에서 건강과 웰빙에 대한 관심이 증가하면서 품질 신뢰도가 높은 한국산 건강기능식품의 선호도가 증가함<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 대만 일반 의약품 시장규모<sup>4)5)6)</sup>

단위 : 백만 달러



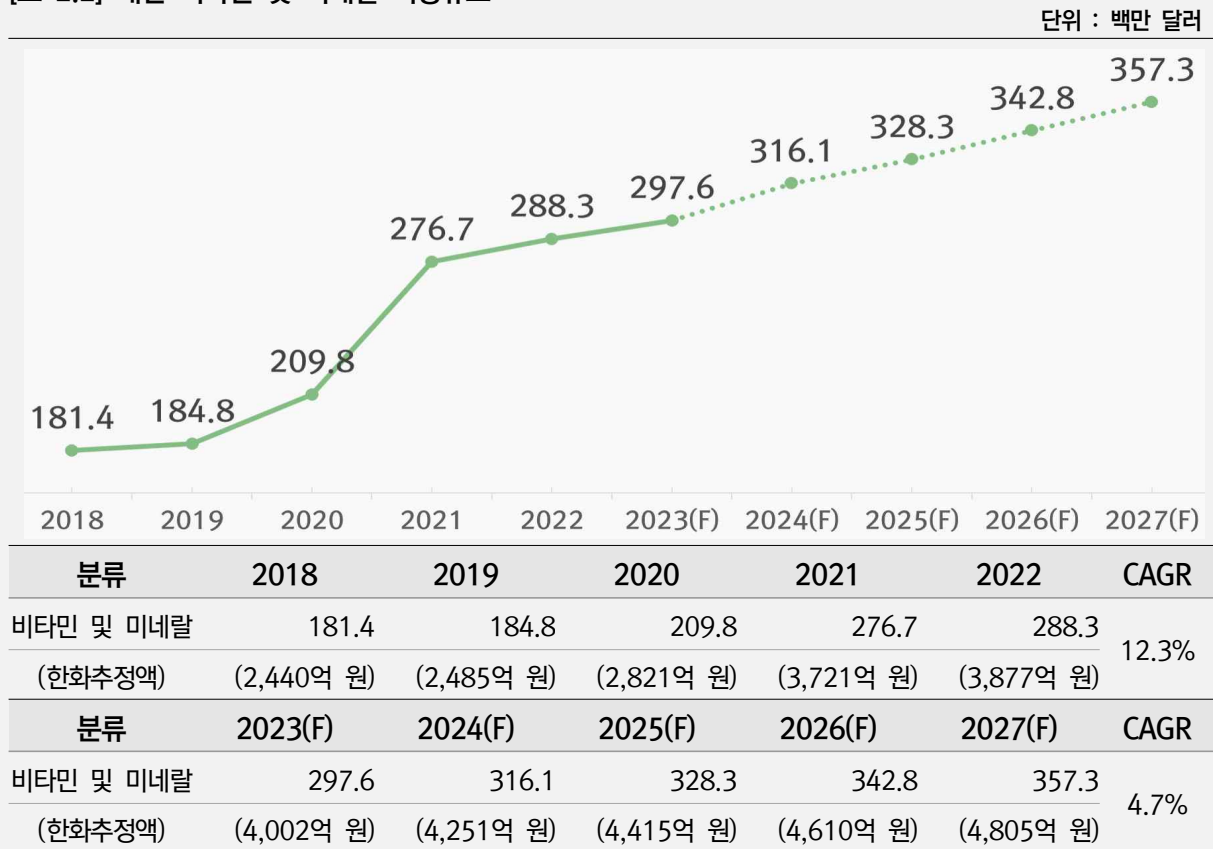
자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 조사제품 '프로폴리스'는 사과향이 가미된 프로폴리스 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 프로폴리스를 포함한 품목인 '비타민 및 미네랄'의 시장규모와 상위 시장인 '일반 의약품'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 쇼피(Shopee), '쇼피코리아, K-건기식으로 동남아-대만 시장 공략 가속', 2023.02
- 4) 자료: 스탯시타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals\_Taiwan」, 2022.07
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 대만 비타민 및 미네랄 시장규모

- ▶ **대만 비타민 및 미네랄 시장규모 3,877억 원, 연평균 12.3% 성장**  
2022년 기준 대만 비타민 및 미네랄 시장규모는 3,877억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 12.3%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 31.9% 증가하면서 2.5배 이상의 높은 성장률을 기록함
- ▶ **대만 비타민 및 미네랄 시장규모, 향후 5년간 4.7%씩 성장 예상**  
대만 비타민 및 미네랄 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.7%씩 성장하여 2027년 4,805억 원을 기록할 것으로 예상됨. 대만에서는 18-70세 소비자 10명 중 8명이 건강기능식품을 섭취하는 것으로 조사됨. 한국산 캡슐 정제 제형 건강기능식품은 전체의 1%에 그치는 반면, 프로바이오틱스, 홍삼 등 분말·액상 제형의 비중은 전체의 약 6%를 차지하면서 대만 시장 내 입지를 구축 중인 것으로 조사됨<sup>8)</sup>

[표 2.2] 대만 비타민 및 미네랄 시장규모<sup>9)</sup>



자료: 스탯스타(Statista)

8) 자료: 뷰티누리 화장품신문, '중화권 건강기능식품 수요 꾸준히 증가', 2023.06

9) 자료: 스탯스타(Statista), 'Vitamins & Minerals\_Taiwan\_', 2022.07

### 3. 대만 프로폴리스 수입규모

#### 프로폴리스 HS CODE

해당 장에서 프로폴리스는 HS CODE 2106.90로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.90-9099의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 대만 HS CODE 2106.90 對글로벌 연평균성장률 6.4%

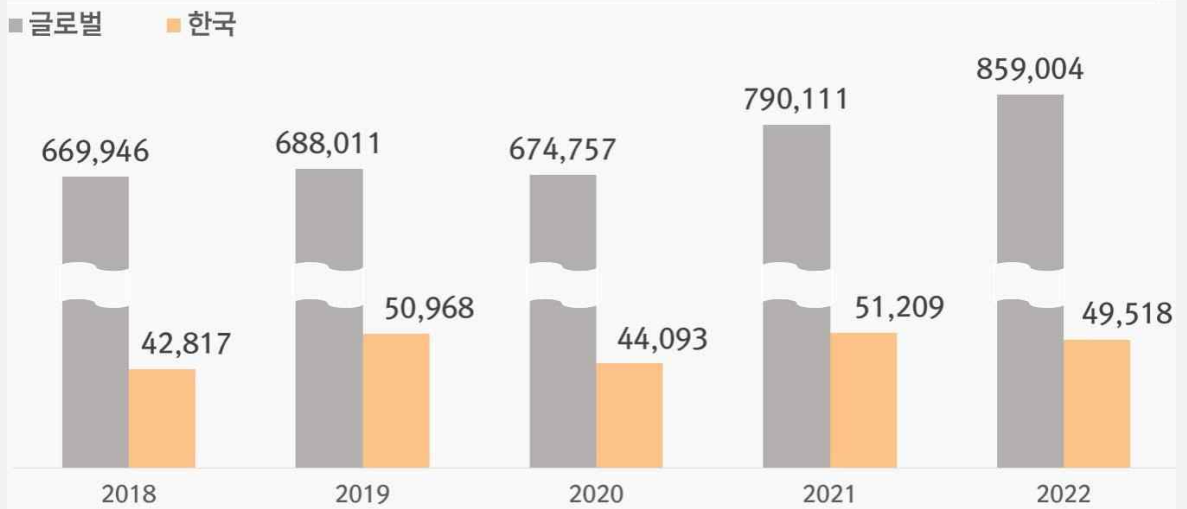
대만 HS CODE 2106.90 품목인 프로폴리스의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 6.4%를 보이면서 2022년도에는 1.2조 원을 기록함. 지난 5년간 연평균 6.4% 성장한데 비해, 2021년에는 전년 대비 17.1%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 대만 내 HS CODE 2106.90 품목 수입, 한국산 상위 3위

최근 5년(2018-22년)간 대만 내 프로폴리스의 對한국 수입규모는 2022년 기준 수입국 상위 3위를 차지함. 1위국 미국(4,484억 원, 39%)은 연평균 6.4% 증가했고, 2위국 일본(1,264억 원, 11%)은 연평균 10.2% 증가함. 3위국 한국(666억 원, 6%)은 연평균 3.7% 증가하였고, 4위국 태국(659억 원, 6%)은 5.8%의 연평균성장률을 보임

[표 2.3] 대만 HS CODE 2106.90 수입규모<sup>10)</sup>

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
대만 對글로벌 수입규모	669,946	688,011	674,757	790,111	859,004	6.4%
(한화추정액)	(9,009억 원)	(9,252억 원)	(9,074억 원)	(1.1조 원)	(1.2조 원)	
대만 對한국 수입규모	42,817	50,968	44,093	51,209	49,518	3.7%
(한화추정액)	(576억 원)	(685억 원)	(593억 원)	(689억 원)	(666억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## III 시장트렌드



1. 대만 프로폴리스 제품, 호주 및 뉴질랜드 브랜드 인기
2. 캡슐 및 사탕 제형 제품 다수
3. 주로 '프로폴리스 추출물' 성분 함유
4. '건강관리' 효능 강조

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 대만 온라인매장 입점 프로폴리스

- 데이터 수집 키워드 : 프로폴리스(蜂胶)
- 데이터 수집량 : 413건
- 데이터 수집원 : 대만 온라인쇼핑몰 징둥(京东)

### ▶ 대만 온라인매장 입점 프로폴리스 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁브랜드 ② 제형 ③ 성분 ④ 효능

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁브랜드	콤비타	康维他	114	폴리넥타	Polenectar	8
	헬시케어	Healthy Care	81	스프링 리프	Spring Leaf	4
	킹스젤	King's Gel	45	영양스칭스	營養師輕食	2
	스위스	Swisse	36	창서우송	常寿松	2
	오가니카	Organika	14	프라임 네이처	Prime Nature	1
	내추럴 라이프	Natural Life	8	칼소	Kalso	1
제형	캡슐	胶囊	210	스프레이	噴霧	14
	사탕	糖	120	알약	錠	5
	드롭	滴	117	젤리	果冻	0
	파우더	粉	25	(-)	(-)	(-)
성분	프로폴리스 추출물	蜂膠	89	미네랄	礦物質	3
	꿀	蜂蜜	42	비타민C	維生素C	2
	로열젤리	蜂王乳	13	포도당	葡萄糖	2
	민트	薄荷	12	글리세린	甘油	2
	플라보노이드	類黃酮	4	(-)	(-)	(-)
효능	건강관리	健康	93	항산화	抗氧化	3
	면역력 강화	增强免疫力	85	기미제거	祛黃褐斑	3
	영양 공급	營養	50	피부 개선	養顏	2
	미용	美容	6	신진대사 촉진	新陳代謝	2
	구취제거	口氣	4	감기 완화	感冒	2

## 1. 대만 프로폴리스 제품, 호주 및 뉴질랜드 브랜드 인기

### ▶ ‘콤비타’, 대만에서 가장 인기 있는 프로폴리스 브랜드

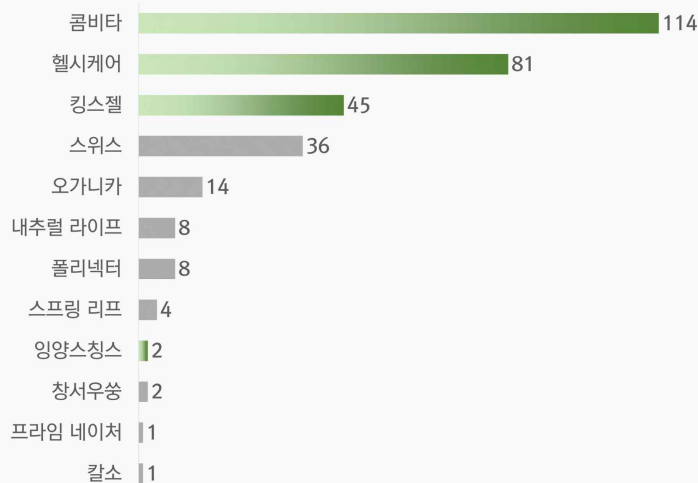
- ‘콤비타’ 키워드 114건, ‘헬시케어’ 81건 확인
- ‘콤비타’는 뉴질랜드에, ‘헬시케어’는 호주에 기반을 둔 건강식품 브랜드로, 타 브랜드와의 빈도수 격차가 큰 것으로 확인

### ▶ 호주, 뉴질랜드 브랜드 강세

- ‘헬시케어’ 외에도 ‘스위스’, ‘내추럴라이프’ 등 호주 브랜드들이 강세를 보이는 가운데 브라질의 ‘킹스젤’, ‘폴리넥터’, 캐나다의 ‘오가니카’ 등 다양한 국가의 제품 판매 중
- 대만 자국 브랜드인 ‘잉양스칭스’와 중국 브랜드 ‘창서우송’ 제품도 일부 확인

콤비타		헬시케어		잉양스칭스	
					
제품명	액상 프로폴리스(蜂胶液滴剂)	제품명	브라질산 그린프로폴리스 드롭 (皇冠巴西绿蜂胶滴液)	제품명	PPN6 골든 프로폴리스 (PPN6 金蜂膠)
브랜드	콤비타(康维他)	브랜드	킹스젤(King's Gel)	브랜드	잉양스칭스(營養師輕食)
중량	25ml	중량	30ml	중량	30ml
가격	917.01타이완달러(38,294원 <sup>1)</sup> )	가격	832.84타이완달러(34,779원)	가격	4651.50타이완달러(194,247원)

[표 3.1] 대만 판매 프로폴리스 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘프로폴리스’ 관련 게시물 413건 분석

11) 1타이완달러=41.76원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 캡슐 및 사탕 제형 제품 다수

### ▶ 프로폴리스 제품 제형, 캡슐 가장 많아

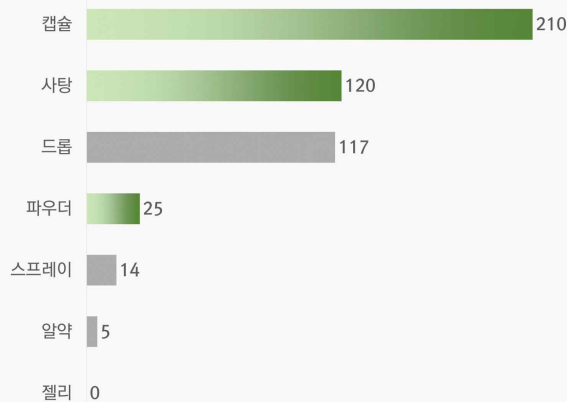
- 대만 프로폴리스 제품 제형 관련 키워드 중 ‘캡슐’ 키워드 210건 도출
- ‘사탕’ 제형은 120건으로, 호주 및 뉴질랜드산 마누카 꿀을 원료로 한 제품이 대부분이며 그 외 ‘환’ 형태의 제품도 일부 확인

### ▶ ‘드롭’, ‘파우더’, ‘스프레이’ 등 제품 제형 다양

- 대다수 제품에 적용된 ‘캡슐’과 ‘사탕’ 외에도 ‘드롭’, ‘파우더’, ‘스프레이’, ‘알약’ 등 다양한 제형으로 프로폴리스 제품 판매 중
- ‘파우더’는 주로 프로바이오틱스 등 다른 원료와 혼합된 제품에서 사용하고, ‘스프레이’ 제형은 구강 건강을 위해 입안에 직접 분사해 사용하는 것으로 확인
- 징동 온라인쇼핑몰 내 프로폴리스를 ‘젤리’ 제형으로 만들어진 제품은 미확인

캡슐		사탕		파우더	
					
제품명	고농축 프로폴리스 캡슐 (高浓度蜂胶胶囊)	제품명	호주산 마누카꿀 목캔디 (澳洲麥蘆卡蜂蜜喉糖)	제품명	브라질 프로폴리스 프로바이오틱스 파우더 (巴西蜂膠益生菌(粉狀))
브랜드	스위스(Swisse)	브랜드	네이처스골드(Nature's Gold)	브랜드	엔푸(恩福)
중량	2000mg * 210정	중량	150g	중량	30포 * 6박스
가격	748.67타이완달러(31,264원)	가격	2206.14타이완달러(92,128원)	가격	22,150타이완달러(924,984원)

[표 3.2] 대만 판매 프로폴리스 제형 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘프로폴리스’ 관련 게시물 413건 분석

### 3. 주로 ‘프로폴리스 추출물’ 성분 함유

▶ ‘프로폴리스 추출물’, ‘꿀’ 등 성분 주로 함유

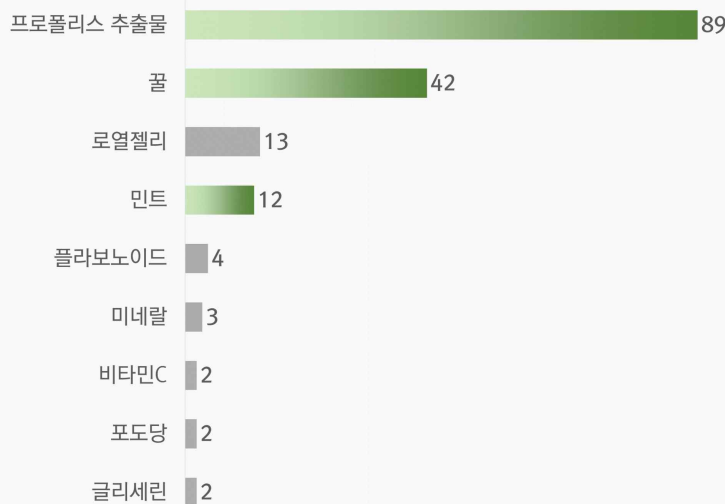
- 성분 관련 키워드 조사 결과, ‘프로폴리스 추출물’ 키워드 89건 도출
- ‘꿀’, ‘로열젤리’ 키워드도 각각 42건, 13건 도출

▶ 프로폴리스 내 함유 성분 다수

- 프로폴리스 제품 성분으로 도출된 키워드는 주로 프로폴리스와 동일하게 양봉 과정에서 생산되는 ‘꿀’, ‘로열젤리’ 또는 ‘플라보노이드’, ‘미네랄’ 등 500종 이상 화합물이 들어 있는 것으로 알려진 프로폴리스 내 자체 성분 등이 해당
- 프로폴리스의 흡수율을 높이기 위해 첨가하는 ‘글리세린’ 키워드도 확인
- 또한 ‘민트’를 첨가한 구강용 스프레이 제품도 판매 중

프로폴리스 추출물		꿀		민트	
					
제품명	천연 고농축 블랙프로폴리스 (類天然高濃度 黑蜂膠)	제품명	프로폴리스 목캔디 (蜂膠潤喉糖)	제품명	민트 프로폴리스 스프레이 (薄荷成人蜂膠噴劑)
브랜드	헬시케어(Healthy Care)	브랜드	트루블루(True Blue)	브랜드	브이에스시(VSC)
중량	2000mg * 200정	중량	800g	중량	30ml
가격	2968.10타이완달러(123,948원)	가격	2609.27타이완달러(108,963원)	가격	1417.60타이완달러(59,199원)

[표 3.3] 대만 판매 프로폴리스 성분 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘프로폴리스’ 관련 게시물 413건 분석

## 4. '건강관리' 효능 강조

### ▶ 주로 '건강관리' '면역력 강화' 효능 강조

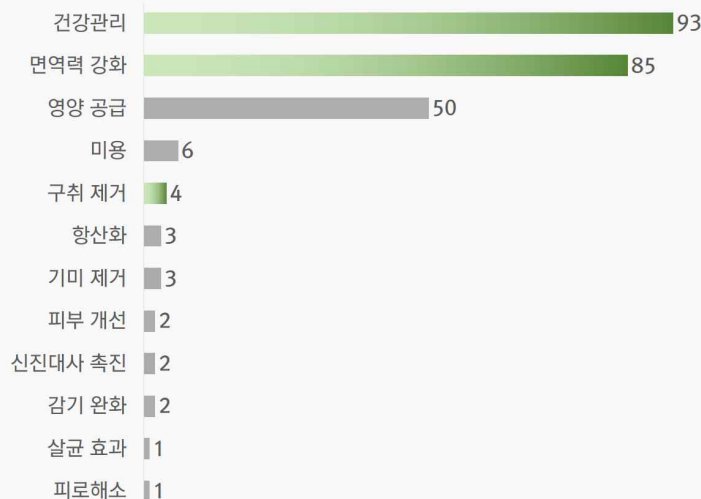
- 프로폴리스 효능 관련 키워드 확인 결과, '건강관리' 93건, '면역력 강화' 85건, '영양 공급' 50건 등 전신 건강 개선 관련 키워드 주로 도출
- 마찬가지로, '신진대사 촉진', '피로해소' 키워드도 확인

### ▶ 피부 건강이나 구강 건강 강조하기도

- 다수 도출된 전신 건강 개선 관련 키워드 외에도 '구취 제거', '감기 완화' 등 주로 스프레이 제형 제품에서 구강 건강 관련 효능 강조
- 또한, '미용', '기미 제거', '피부 개선' 등 피부 건강 개선을 강조한 제품도 일부 확인

건강관리		면역력 강화		구취 제거	
					
제품명	프로폴리스 연질캡슐 (蜂胶软胶囊)	제품명	면역력 강화 프로폴리스 연질캡슐 (蜂胶软胶囊 增强免疫力)	제품명	호주산 프로폴리스 스프레이 (澳洲蜂胶喷雾)
브랜드	굿헬스(Goodhealth)	브랜드	강엔베이(康恩贝)	브랜드	프라임네이처(Prime Nature)
중량	330정	중량	0.5g * 60정	중량	30ml
가격	1900.47타이완달러(79,346원)	가격	217.07타이완달러(9,065원)	가격	2170.70타이완달러(90,648원)

[표 3.4] 대만 판매 프로폴리스 효능 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '프로폴리스' 관련 게시물 413건 분석



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



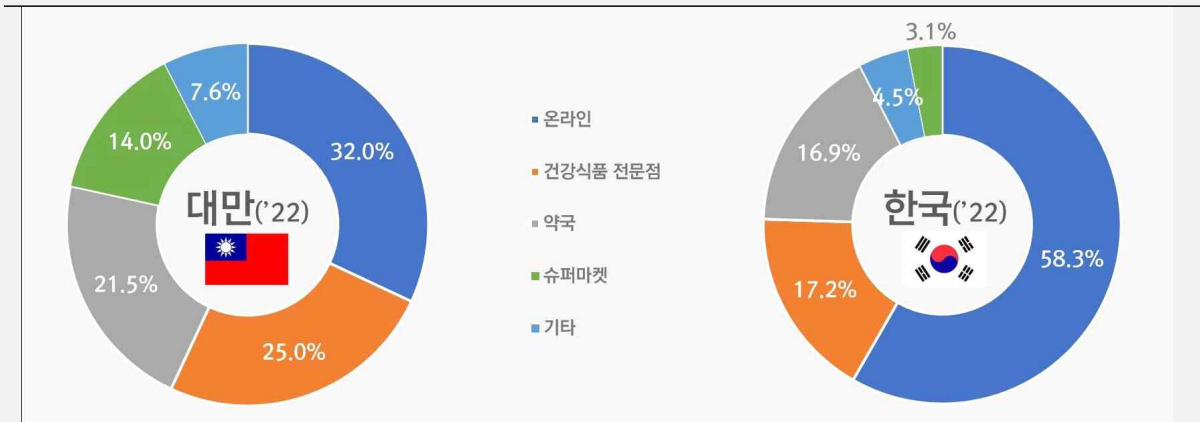
1. 대만 프로폴리스 유통채널 점유율
2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널

## 1. 대만 프로폴리스 유통채널 점유율

### ▶ 대만, 오프라인 채널이 유통 비중 과반수 이상 차지

2022년 대만 내 프로폴리스를 비롯한 식이보충제 유통채널 중 가장 높은 비중을 차지한 채널은 ‘온라인’으로, 32.0%의 점유율을 차지하여 1위를 기록하였음. 한편, 2022년 한국 유통채널 1위 채널도 ‘온라인’으로, 58.3%의 비중을 차지하여 대만의 비중보다 26.3%p 높은 수치를 보였음. 이어서 대만 내 ‘건강식품 전문점’은 25.0%의 점유율로 2위를 차지하여 한국의 건강식품 전문점 채널 비중과 비교했을 때 7.8%p 높은 비중을 보여주고 있음. 대만 내 ‘약국’은 21.5%의 점유율을 차지하여 유통채널 3위를 기록함. 대만에서는 ‘온라인’의 점유율이 1위를 차지하고 있지만, 오프라인 채널의 총합이 과반수 이상을 차지하여 여전히 식이보충제 채널은 오프라인 채널이 우세한 것으로 나타남

[표 4.1] 대만 및 한국 프로폴리스 소매유통채널 점유율 비교<sup>12)</sup>



대만 및 한국 프로폴리스 소매유통채널 점유율 비교<sup>13)14)15)</sup>

대만	유형	한국
32.0%	온라인	58.3%
25.0%	건강식품 전문점	17.2%
21.5%	약국	16.9%
14.0%	슈퍼마켓	4.5%
7.6%	기타 <sup>16)</sup>	3.1%

자료: 스탯시타(Statista)

12) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

13) 해당 장에서 ‘프로폴리스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식이보충제(Dietary supplements)’ 카테고리의 정보를 확인함

14) 자료: 스탯시타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements in Taiwan as of March 2022」, 2022.06

15) 자료: 스탯시타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022」, 2022.06

16) 본 보고서에서 ‘기타’ 항목에는 ‘메일 주문 카탈로그(Mail-order catalogue)’ 등을 포함함

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ① 코스트코 타이완

기업 기본 정보	기업명	코스트코(Costco) 타이완	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.costco.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei) 외	
	규모	매출액('21)	• 1,200억 위안(22조 1,124억 원 <sup>17)</sup> )
	기타 규모	• 매장 수('23): 14개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계 3위, 미국 내 최대 규모의 회원제 창고형 대량 소매판매업체 브랜드</li> <li>• 1983년 미국 워싱턴 주에서 '프라이스 클럽(Price Club)' 브랜드로 시작</li> <li>• 1996년 대만으로 진출하였으며 본사는 가오슝(Kaosiung)시에 위치해 있음</li> <li>• 2017년 포춘(Fortune)지가 선정한 세계 기업 36위 기록</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수입 식음료, 건강 및 미용 제품 등	
	선호 제품	• 무역 윤리와 책임의식을 지닌 공급 기업의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코스트코 전용 공급망 신청 양식을 통해 입점 신청                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 '新廠商新品提案' 클릭</li> <li>- 'PRODUCT PROPOSAL' 클릭</li> <li>- 'New vendor &amp; product proposal' 선택하여 양식 작성</li> <li>- 입력 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급업체 정보 (공급업체명, 사업체 등록번호, 전화번호, 주소, 홈페이지 등)</li> <li>② 브랜드 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 카테고리, 제품 사진, 판매 가격, 라이선스 유형, 성분)</li> <li>③ 제조사 정보(제조사명, 공장 소재지, 공장 취득 인증 정보, 제조사 상세 설명 등)</li> <li>④ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	

자료: 코스트코(Costco) 타이완, 아카이드(Archyde)

기타 자료: 타이페이타임즈(Taipei Times), 티에이치엘(THL)

17) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ② 에이마트

기업 기본 정보	기업명	에이마트(A-mart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.fe-amart.com.tw		
	위치	타이페이(Taipei) 외		
	규모	매출액('22)	• 143억 타이완달러(5,972억 원 <sup>18)</sup> ) <sup>19)</sup>	
		기타 규모	• 매장 수('23): 15개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1990년 설립된 대만의 대규모 소매 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로, 극동 백화점의 재투자로 설립되어 현재 극동그룹의 자회사로 운영됨</li> <li>• 대만 식료품 소매 시장에서 시장 점유율 3위를 차지하고 있으며, 대만 내 주요 경쟁업체에는 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT-Mart)가 있음</li> <li>• 2020년 에이마트 15호점인 '슈이난 지점'을 개장함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등		
	선호 제품	• 대만 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드의 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 메뉴 우측 '聯絡我們' 클릭 (www.fe-amart.com.tw/index.php/contactus)</li> <li>- 입력 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보 (담당자명, 성별, 이메일 주소, 전화번호)</li> <li>② 문의 내용 (문의 카테고리, 문의 매장 지점, 문의 상세 내용)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 유선 전화를 통한 입점 문의</li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +886-800-822-888</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 에이마트(A-mart)

기타 자료: 하우스펀뉴스(HouseFunNews), 진쑤우칸(今周刊)

18) 1타이완달러=41.76원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

19) 에이마트 단독 매출액을 파악하기 어려워 모기업 극동백화점의 총매출액을 기입

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ③ 까르푸 타이완

기업 기본 정보	기업명	까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이페이(Taipei) 외	
	규모	매출액('21)      • 25억 유로(3조 5,543억 원 <sup>20)</sup> 기타 규모        • 매장 수('22): 340개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1959년 프랑스에서 처음 설립됨</li> <li>• 2022년 기준 유럽 1위, 세계 7위의 대규모 유통 기업에 해당함</li> <li>• 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 포맷의 매장을 운영하고 있음</li> <li>• 아시아의 첫 거점으로서 대만을 가장 먼저 선택하였으며, 1989년 가오슝시에 첫 매장을 설립함</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 메뉴 우측에 '顧客服務' 클릭</li> <li>- 하위 메뉴에 '聯絡我們' 클릭 (www.carrefour.com.tw/contact-us)</li> <li>- 페이지 내 두 번째 항목 '新品推薦' 선택하여 양식 작성                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소)</li> <li>② 상품 정보 (상품 카테고리, 입점 지점, 상세 상품 정보)</li> <li>③ 첨부 파일 (제안서, 상품 카탈로그 등)</li> <li>④ 문의 내용</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +886-809-001-365</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)

사진 자료: 아클라스(Aclas), 포커스타이완(Focus Taiwan)

20) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ④ 알티마트

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT MART)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw		
	위치	타이페이(Taipei) 외		
	규모	매출액('20)     • 260억 위안(4조 7,910억 원) 기타 규모       • 매장 수('22): 21개 • 직원 수('22): 6,600명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대만의 대규모 리테일 기업으로, 1996년에 대만 룬타이엔터프라이즈그룹(Runtai Enterprise Group)이 설립함</li> <li>• 2022년에 이르러 대만 리테일 기업 관리안그룹(Quanlian Group)이 알티마트를 인수하여 운영권을 갖게 되었음</li> <li>• 대만의 유통 기업 부문 시장점유율 2위 기업에 해당함</li> <li>• 2022년, 스웨덴 홈퍼니싱 기업 IKEA가 알티마트 자이(Chiayi)점 매장 내 스텐인숍 포맷의 매장을 오픈함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선전화를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 일반적 필요한 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가)</li> <li>② 공급자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호)</li> <li>③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +886-800-010-020</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 알티마트(RT Mart)

사진 자료: 타이완뉴스(Taiwan News), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)



## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ⑤ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	기업구분	H&B(드럭스토어)		
	홈페이지	www.watsons.com.tw		
	위치	대만 전역 외		
	규모	총 자산('22)	• 7억 1,100만 타이완달러(297억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 3,836개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1871년 왓슨스 회사 등록, 1886년 주식 상장함</li> <li>• 1987년 대만 진출 시작, 2005년 대만에 300호점 개점함</li> <li>• 2022년 코로나19로 인해 처음으로 매장 개수가 감소</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 화장품, 의약품, 의약외품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.aswatson.com/our-suppliers/becoming-as-watson-suppliers">www.aswatson.com/our-suppliers/becoming-as-watson-suppliers</a> 접속 후 하단의 'Want to register?' 버튼을 통해 진행 가능</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호(홍콩 부서): +852-2606-8833</li> <li>- 비즈니스 이메일(홍콩 부서): <a href="mailto:grouppr@aswatson.com">grouppr@aswatson.com</a></li> </ul> </li> </ul>		

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 왓슨스(Watsons), 구글맵(Google Maps)

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ⑥ 포아

기업 기본 정보	기업명	포아(Poya)		
	기업구분	H&B(드렉스토어)		
	홈페이지	www.poyabuy.com.tw		
	위치	대만 전역		
	규모	총 자산('22)	• 231억 7,700만 타이완달러(9,679억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 346개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 처음 설립되었으며, 1999년 주식 상장</li> <li>• 2000년 바오야인터내셔널(Baoya International Co., Ltd.)로 이름을 변경함</li> <li>• 2019년 8월 3일 하드웨어 백화점 포야홈(POYA HOME)을 설립</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 건강기능식품, 영양보충제, 건강기능음료, 비타민 등		
	선호 제품	• 건강기능성분이 함유된 제품		
	매장 전경			
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 일반적 필요한 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: fin888@poya.com.tw</li> <li>- 전화번호: +886-6-241-1000</li> <li>- 팩스: +886-6-241-2805</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 포아(Poya)

사진 자료: 포아(Poya), 구글맵(GoogleMaps)

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ⑦ 한신바이화



기업 기본 정보	기업명	한신바이화(漢神百貨)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.hanshin.com.tw		
	위치	가오슝시 주오잉 지구		
	규모	총 매출('22)	• 143억 타이완달러(5,972억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 2개 <sup>21)</sup>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 7월 10일 대만 가오슝시 주오잉 지구에 정식 개장</li> <li>• 2015년 한신백화점그룹은 유명한 '비전 잡지' 평가에서 대만 백화점 서비스 품질 1위를 차지함</li> <li>• '한신플러스(Hanshin Plus)' 앱을 운영하고 있으며, 앱 사용자 대상 할인 혜택 및 포인트 적립 혜택 제공하고 있음</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 건강기능식품, 수입식품, 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품 등		
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 '漢神百貨' 클릭</li> <li>- 홈페이지 좌측 'Find More' 클릭, 合作找我 PARTNERSHIP 카테고리</li> <li>- '廠商提案' 문의 양식 작성</li> </ul> </li> <li>• 등록 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +886-7-215-7266</li> <li>+866-800-018-980 (서비스 센터)</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 한신바이화(漢神百貨)

사진 자료: 한신바이화(漢神百貨)

21) 한신백화점과 한신아레나소핑몰라지를 포함한 총 개수

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ⑧ 웬둥바이화

기업 기본 정보	기업명	웬둥바이화(遠東百貨)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.feds.com.tw	
	위치	가오슝시 등 10개 지구	
	규모	총 매출('22)	• 570억 위안(10조 3,390억 원)
	기타 규모	• 매장 수('23): 13개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1967년 설립된 대만에서 가장 오래된 백화점 브랜드</li> <li>• 1978년(중화민국 67년) 10월 회사의 주식 상장</li> <li>• 2008년 현금 선불카드 형태인 '해피쇼핑카드(Happy Shopping Card)'가 출시되었음</li> <li>• 신설 지점은 2011년부터 FE City 시리즈로 명칭이 변경되었으며, 2019년부터 신규 지점은 웬둥바이화(遠東百貨)으로 칭함</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 최하단 '聯絡我們' 클릭 (www.feds.com.tw/tw/ContactUs)</li> <li>- 매장을 선택하여 유선 전화문의 가능</li> </ul> </li> <li>• 등록 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: 지점별 상이하므로 홈페이지 확인</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 웬둥바이화(遠東百貨)

사진 자료: 웬둥바이화(遠東百貨), 진리신시(今日訊息)

## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ⑨ 모모샵

기업 기본 정보	기업명	모모샵(Momo Shop)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.momoshop.com.tw		
	규모	매출액('22)	• 35억 6,670만 달러(4조 7,965억 원 <sup>22)</sup> )	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 3,270만 회	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2004년에 설립되어, 대만 온라인 소매 산업을 주도함</li> <li>• 5,000개 이상의 상품을 모아 5시간 이내에 도착하는 '5h 슈퍼마켓' 출시</li> <li>• 기업의 자체 물류 센터를 통한 유통구조를 가지고 있음</li> </ul>		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	로비타(Lovita), 내추럴라이프(Natural Life) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행

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 하단 메뉴에서 '招商專區' 클릭하여 입점 문의 양식서 필요 정보 기입</li> <li>- 입점 문의 양식서 제출 후 모모샵 관계자가 이메일로 결과 통지</li> <li>- 판매 수수료 등 기타 세부 사항은 협의 후 결정</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 관련 내용 (제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 종합몰(B2C) 형태 및 오픈마켓(B2B2C) 형태 모두 운영</li> <li>- 이메일: ccshih@fmt.com.tw</li> <li>- 전화번호: +886-880-777-616</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	---

자료: 모모샵(Momo Shop), 한국농수산물유통공사, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)  
사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

22) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

**모모-온라인몰 UI**

**1. 후불제 시스템**  
신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건내는 후불제 시스템(COD) 존재

**2. 구매 내역**  
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공

**3. 인기 상품 게재**  
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

**4. 온라인 플래그십 스토어**  
모모샵 인터넷 라이브 방송과 더불어 온라인 플래그십 스토어 운영

**5. 중국 배송**  
중국에서 모모샵을 통해 구입 및 배송 가능

모모샵 인터넷 라이브 방송과 더불어 온라인 플래그십 스토어 운영

온라인몰 UI ②

**모모-프로폴리스(蜂胶)검색 페이지**

**프로폴리스(蜂胶) 검색 페이지**  
**'蜂胶'로 검색결과 노출**

관련성 순으로 기본 검색결과 노출  
상품 카테고리, 브랜드, 원산지 등에 따라 필터링 가능

**프로폴리스(蜂胶) 구매 페이지**  
**제품 정보를 상단에 배치**


브랜드, 용량, 결제 가능 수단 등의 구매 정보 배치 및  
하단에 다른 고객이 구매한 제품 및 인기 상품을 추천

관련성 순으로 기본 검색 결과를 노출하며, 상품 카테고리, 브랜드, 원산지 등에 따라 필터링 가능함


자료: 모모샵(Momo Shop)  
사진 자료: 모모샵(Momo Shop)



## 2. 대만 프로폴리스 주요 유통채널 ⑩ 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피 타이완(Shopee Taiwan)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.tw	
	규모	매출액('22)	• 73억 달러(9조 8,170억 원) <sup>23)</sup>
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 7,190만 회
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼</li> <li>• 일본, 말레이시아, 중국 등 국가에서 이용 가능</li> <li>• 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름</li> </ul>		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	선야타앤폰리(Sunyata & Ponlee), 내추럴라이프(Natural Life) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	연휴 및 시즌별 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행

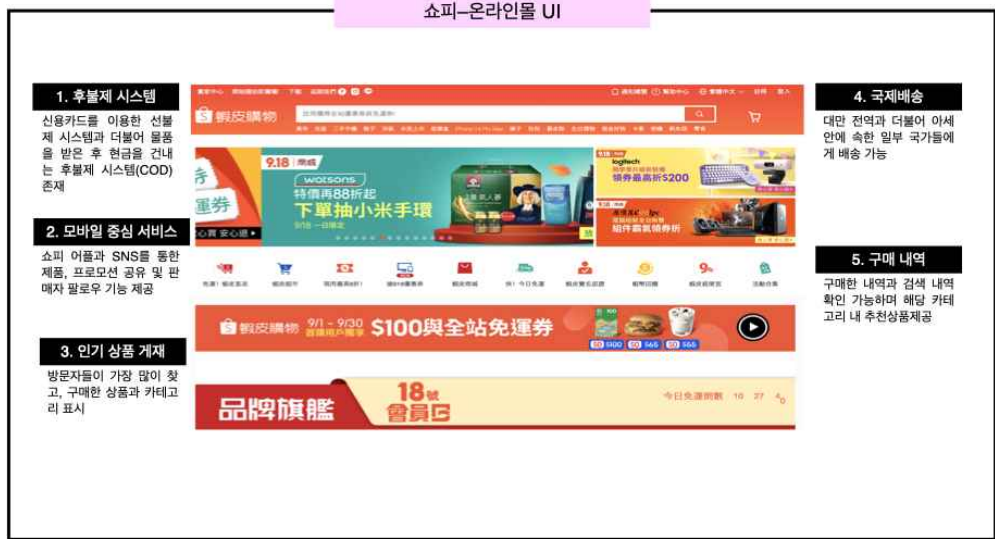
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 입점 등록 (shopee.kr)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 기입 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 사업자등록번호 (10자리)</li> <li>② 운영 담당자 정보 (이름, 전화번호, 이메일)</li> </ul> </li> <li>- 이메일로 발송된 '판매자 정보 제출 양식' 내 정보 기입하여 제출</li> <li>- 판매자 정보 검토 후 쇼피 코리아 담당자로부터 받은 메일을 통해 셀러샵 생성</li> </ul> </li> <li>• 쇼피 대만 셀러 센터를 통한 입점 등록 (seller.shopee.tw)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로그인 후 신청서 작성하여 제출</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 유의사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피 코리아를 통한 셀러샵 생성 시 처음은 싱가포르에서만 가능함. 대만 셀러샵 생성은 싱가포르 샵 생성 이후 '마켓 확장' 과정을 통해 가능함</li> <li>- 전화번호: +886-2-6636-6559</li> </ul> </li> </ul>
----------	---------------	---

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan), 한국농수산물유통공사, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

23) 전 세계 쇼피 통합 매출액임

온라인몰 UI ①



쇼피 어플과 SNS를 통한 제품 쇼핑, 프로모션 공유 및 판매자 팔로우 기능 제공

온라인몰 UI ②



판매량 순으로 기본 검색 결과 노출  
상품 카테고리, 배송 방법, 브랜드, 원산지 등에 따라 필터링 가능

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)  
사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



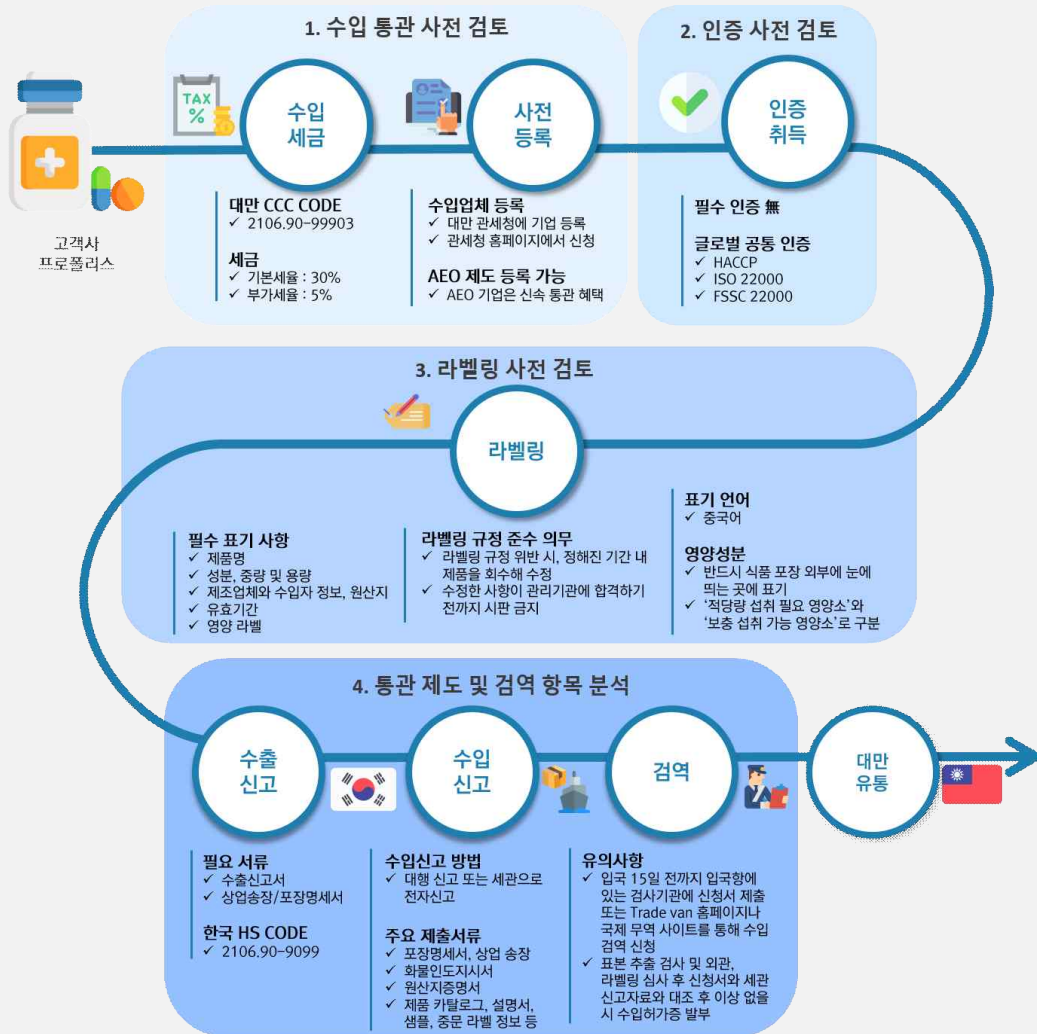
1. 대만 프로폴리스 통관 및 검역 절차
2. 대만 프로폴리스 품질 인증
3. 대만 프로폴리스 라벨링
4. 대만 프로폴리스 성분 및 유해물질

## 1. 대만 프로폴리스 통관 및 검역 절차<sup>24)</sup>

### ▶ 대만 프로폴리스, 수출 통관 단계별 주요사항

대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 하며, 수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator) 등록을 통해 신속통관 혜택을 받을 수 있음. 또한, 대만은 HS CODE를 활용한 CCC코드(Customs Cooperation Council Code)를 운용하고 있으며, 이에 따른 수입 코드를 바탕으로 수입요건이 결정되기 때문에 사전에 품목분류와 수입규정에 대한 철저한 파악이 필요함

[표 5.1] 대만 프로폴리스 통관 및 검역 절차<sup>25)26)</sup>



자료: 관세청, 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI농식품수출정보

24) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

25) 기본세율은 대만과 상호 최혜국조치를 취하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품에 적용되는 세율임

26) 대만에는 우리나라의 부가가치세에 해당하는 영업세가 존재하며, 모든 수입물품에 5%의 세율이 부과됨

## 2. 대만 프로폴리스 수출 전 사전 준비

### ▶ 대만 프로폴리스, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

수출입안전관리 우수공인업체(AEO)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 대만은 한국과 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결한 국가로 우리 수출 물품이 수입통관 시 검사 축소, 우선통관 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택</li> <li>AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음</li> </ul>
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌</li> <li>통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음</li> <li>AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음</li> </ul>
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음</li> <li>내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함</li> </ul>
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청, 대만 공인경제운영자(TW AEO)

▶ **대만 프로폴리스, 수출 전 수입규정 코드 및 수입요건 확인 必**

대만 경제부 대외무역국은 수입 상품의 유형과 위험도 등에 따라 수입코드를 부여하며, 대만으로 수출 시 수입 코드별로 규정된 요건 충족이 필요함. 수입코드에 따라 검역 관할 당국 및 신청인이 다르므로 사전에 조회 및 대비가 필요함. 고객사 제품의 CCC코드 2106.90-99903을 대만 대외무역국 수출입 상품 분류 조회시스템에 조회 시 준수해야 하는 수입코드로 F01와 MP1이 확인됨. 대만 수입코드 및 수입규정 요건은 하기 표와 같음

[표 5.3] 대만 수입코드 및 수입규정 요건

수입코드	수입 규정	신청인
B01	- 대만 행정원 농업위원회 동식물방역검역국(BAPHIQ: Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine)의 '검역대상 동식물 목록'에 따라 검역 시행 - 수입업체는 대만 동식물방역검역국(BAPHIQ)에 검역 신청	수입업체
F01	- 대만 행정원 위생복지부 식품약품관리서(TFDA: Taiwan Food and Drug Administration)의 '수입식품 및 관련 제품 검사에 관한 규정'에 따라 검역 시행 - 수입업체는 대만 식품약품관리서(TFDA)에 검역 신청	수입업체
F02	- 식품, 식품용기, 포장, 식품 세제 등을 포함하는 제품의 수입은 대만 행정원 위생복지부 식품약품관리서(TFDA)의 '수입식품 및 식품관련제품의 수입검사를 위한 조치'에 따라 검역 시행 - 수입업체는 대만 식품약품관리서(TFDA)에 검역 신청	수입업체
111	수입통제품목은 대만 대외무역국의 수입허가 필요	수입업체
MP1	- 중국제품 조건부 수입 - 「대만지구와 대륙지구 인민관계조례」에 따라 중국지역의 물품은 '대륙물품 조건부 수입허가 항목 및 중국제 수입물품 총 리스트'의 규정에 부합되어야 함 - 해당 리스트에 [MXX] 코드가 부여된 품목은 국제무역국의 허가증을 받아야 하며, 코드가 부여되지 않은 품목은 일반수입증명서류로 수입이 가능함	수입업체
465	(1) 수출국, 생산국 또는 관할 당국이 발행한 원산지증명서 (2) 이름과 주소가 기재된 수출국 관할 당국이 발행한 동물검역증명서 (3) CCC 0307에 적용되는 수출국의 관할 당국에서 발행한 건강증명서 (4) 원산지 국가와 대만 대외무역국이 고시한 원산지증명서를 대신하는 문서 (5) 개인 사용을 위한 수입품의 경우, 그 양이 6kg을 초과하지 않는 경우 위의 서류 면제	국내 수출업체
MWO	수입 통제(중국산 수입금지)	(-)
공백	수입 허가(라이선스 없음)	(-)

자료: 대만 경제부 대외무역국 수출입 상품 분류 조회시스템, 대한무역투자진흥공사, 통합무역정보서비스



▶ 대만 프로폴리스 수출업체, 식품이력추적제도 적용

대만은 「식품안전위생관리법」 등의 식품 안전과 관련된 법률·규정 제·개정을 통해 생산자부터 수입자까지의 포괄적인 식품이력추적제도를 시행 중임. 육류제품, 식용유지, 유제품, 식품첨가물 등 식품에 대해 단계별 이력추적 체제를 구축하고 있으며, 공공기관, 식품업자, 소비자 모두가 접근 가능한 일체화된 클라우드형 이력추적제를 도입함으로써 식품 이력추적 정보의 접근성을 향상함. 대만의 식품이력추적제도는 식품이력추적 관리시스템<sup>27)</sup>을 통해 제품 취급 업체가 직접 정보를 입력하는 방식으로 정보를 수집함. 국내 식품 수출업체의 제품 정보 이력에 대한 철저한 관리 요구와 필요성이 제기되고 있으므로 주의가 필요함

[표 5.4] 대만 식품이력추적제도 추적 정보<sup>28)</sup>

구분		내용
기본 설정	기본 정보	수입상 회사, 가공공장 명칭, 주소, 연락처, 규모 등
	제품 정보	품명, 내용물 명칭, 용량 또는 수량, 첨가물 명칭 및 함량, 원산지, 유효기간, 보관조건, 수출업체 정보, 라벨, 영양표시, 제품 사진 등
	거래 대상	거래 상대 회사(국·내외) 명칭, 주소, 연락처 등
	검사증명서	- 동물용의약품 잔류 관련 증명서 <sup>29)</sup> - 중금속, 미생물 등의 검사 증명서
추적 정보	수출상 정보	해외 수출상 회사명, 주소, 연락처, 국가명 등
	거래처 정보	하위 거래처 회사명, 주소, 연락처, 국가명 등

자료: 식품이력관리시스템

27) 대만 식품이력추적 관리시스템 (ftracebook.fda.gov.tw)

28) 식품이력관리시스템, 「GTP3\_0\_식품이력추적정보표준\_V1.1.11」, 2022.03

29) 2023년 7월 13일 「식품 내 동물용의약품 잔류 기준(動物用藥殘留標準)」가 발효됨에 따라, 소, 닭, 돼지 등 육류부속물에 적용되는 부세렐린 등 동물용의약품 잔류 관련 증명서 제출이 요구될 수 있음

## 2. 대만 프로폴리스 품질 인증

### ▶ 대만 프로폴리스, 필수적으로 받아야 하는 인증 無

대만 식품약품관리서(TFDA)는 건강식품, 유전자 변형 식품, 식품첨가물 등의 품목에는 등록을 요구하고 있으나, 그 외의 식품에는 인증을 요구하고 있지 않음. 따라서 대만으로 프로폴리스 수출 시, 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 추가적으로 대만 내 대만품질식품협회 (TQF: Taiwan Quality Food Association) 품질 표준인증, 대만 할랄 무결성 개발 협회(THIDA: Taiwan Halal Integrity Development Association) 할랄인증을 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.5] 대만 프로폴리스 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
TQF	대만 식품 품질 인증	대만 내 민간 인증	대만 식품 품질 협회	
THIDA	대만 할랄인증	대만 국가 인증	대만 할랄 무결성 개발 협회	

자료: 각 인증기관

▶ 대만 프로폴리스, ‘보건식품’ 분류 가능성 有

대만은 보건식품 산업 유형을 하기 표와 같이 7가지로 구분함. 보건식품 수입 시 보건식품에 국한된 특별 규정은 없으며, 일반식품과 같이 ‘식품안전위생관리법’ 및 일반식품 수입 규정에 따라 처리함<sup>30)</sup>. 다만, 보건식품이 캡슐·알약 형태이거나 이미 인증을 받은 건강식품인 경우, 수입 검사 관련 추가 증명을 제출해야 함. 대만 세관에서 샘플 채취와 수입 신청을 받고, 대만 식품약품관리서(TFDA)에서 수입 검사와 증서 발급을 진행함. 대만 세관이 수입 검사 증서와 관련 자료를 검토한 후 수입을 허가하는 방식으로 이루어짐

[표 5.6] 대만 보건식품 및 건강식품 정의

구분	정의
일반식품	• 사람이 먹고 마시거나 씹는 제품 및 그 원료 제공을 말하며, 전통식품 형태와 캡슐 알약 형태로 분류
보건식품	• 건강 및 보건 개념을 갖춘 상품, 일반인이 그렇게 여기거나 신체 일부에 건강적인 도움을 준다고 여겨지는 상품
건강식품	• 법률적 용어로 과학적인 안전 및 보건 효능의 평가 실험을 거쳐 인체 건강에 무해함과 또한 명확한 보건 효능을 증명해 인증을 받은 식품으로 그 효능에 대해 광고나 라벨링 표기를 할 수 있음. 단, 그 효능이 질병의 치료나 교정 등 의료 효능 목적의 식품은 아님. 건강식품신청허가방법(健康食品申請許可辦法)에 근거 위생복지부에 신청 및 심사 허가 후 ‘건강식품’ 용어를 사용할 수 있음

자료: 한국농수산물유통공사, 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 5.7] 대만 보건식품 제품 분류

구분	정의
비식물류보조식품	인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 특수 생리 조절 기능을 갖춘 제품, 재료는 비식물류 재료
종합보조식품	인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 특수 생리 조절 기능을 갖춘 제품, 재료는 식물류와 비식물류를 혼합 사용한 식품
식물류전통 보조식품	인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 보건 기능을 갖춘 제품으로 인삼, 영지 등 전통적으로 사용된 식물류 보조 식품
비타민류식품	종합비타민과 단일비타민 등 비타민 제품
체중관리식품	체중 관리, 몸매 유지 또는 다이어트 관련 제품
아동영양보조식품	영유아용 전용 영양 보조 식품
운동영양보조식품	전문적으로 운동 후 영양 보충 또는 근육 생성 촉진 또는 유지시키는 제품

자료: 한국농수산물유통공사, 대만 식품약품관리서(TFDA)

30) 보건식품은 통상적으로 기능성이 있다고 여겨지나 정부의 인증을 받지 않았기 때문에 일반식품과 같이 ‘식품안전위생관리법’ 규정을 따름. 또한, 일반식품으로 취급해 효능 광고 및 라벨링 표기를 과장하거나 오해할 만한 내용을 표기할 수 없음

▶ **대만 프로폴리스, 캡슐·알약 형태 식품 수입 절차**

보건식품이 캡슐이나 알약 형태의 식품일 경우, 수입 통관을 위해 사전에 캡슐·알약 수입 검사 등록 신청 및 관련 서류 제출이 필수임. 대만우량농산품발전협회(TLFDA: Taiwan Leisure Farms Developing Association)에서 캡슐·알약 수입 심사를 진행하며, 대만 식품약품관리서(TFDA)에서 재심사 후 최종 결과를 통보함. 캡슐·알약 형태의 보건식품을 수출하는 국내 업체는 관련 내용을 숙지 및 준수할 필요가 있음

[표 5.8] 대만 캡슐·알약 형태 식품 필요 서류

구분	정의
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 검사 신청서</li> <li>• 원료 성분 함량표 원본</li> <li>• 원 제조업체의 합법 제조 판매 기업 증명(정부 문서 원본)</li> <li>• 기업의 회사 등록 신청 또는 상업등록증명 문서 복사본</li> <li>• 원 포장식품 샘플(큰 포장, 날개 포장, 재분산포장자: 20개 정도의 샘플)</li> <li>• 관련 식품 명세표 1식 3부</li> <li>• 체결서(진술서)</li> <li>• 검사 등록 자료 표 2부</li> <li>• 기타 관련 자료(예: 성분 가공 프로세스, 위탁제조관계증명문서 원본)</li> </ul>

자료: 한국농수산식품유통공사, 대만 식품약품관리서(TFDA)

▶ 대만 프로폴리스, ‘건강식품’ 등록 가능

대만은 원료나 성분의 기능성을 이용하여 만든 안전성 및 효능성을 확보한 최종제품에 대하여 정부의 심사를 통해 제품을 인정하는 허가제를 운영하고 있음. 또한, 대만 식품약품관리서(TFDA)는 식품의 허위·과대표사·광고에 관한 규정을 개정하며, 2022년 7월부터 대만 건강식품 인증마크를 취득하지 않은 일반식품에 대해 제품명에 ‘건강’ 단어의 사용을 전면 금지함. 이에 따라, 대만에서 식품을 유통하기 위해서는 건강식품 등록 및 일반식품 라벨 규정에 유의할 필요가 있음

[표 5.9] 대만 건강식품 등록 개요

내용	제1트랙(개별형)	제2트랙(규격기준형)
인증 마크		
보건효능 항목	[13종] 골질보건, 면역조절, 혈압조절, 과민체질조정, 체지방형성억제, 치아보건, 노화완화, 위장기능개선, 혈당조절, 혈지질조절, 철흡수촉진, 향피로, 간보호	[2종] 혈지질 조절-어유, 혈지질 조절-홍국
심사 기간	- 초심 60일 - 복심 180일	- 120일(복심 면제)
신청 비용	- 초심 8만 타이완달러 - 복심 17만 타이완달러	- 8만 타이완달러
필수 시험	- 안전성 시험 - 효능 시험 - 안정성 시험 - 규격기준 검사 - 영양성분 분석	- 안정성 시험 - 규격기준 검사 - 영양성분 분석

자료: KGC인삼공사, 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 5.9] 대만 건강식품 등록 개요

내용	제1트랙(개별형)	제2트랙(규격기준형)
제출 서류	[14종] (1) 신청업체 기본 자료 (2) 건강식품 검사등록 자료 (3) 제품 원료 성분의 규격 및 함량표 (4) 제품 안전성 평가 보고서 (5) 제품 보건 효능 평가 보고서 (6) 보건 효능 성분의 평가 보고서 (7) 보건 효능 안정성 시험 보고서 (8) 제품 제조 공정 (9) GMP 증명 자료 (10) 제품 위생 검사 규격 및 검사 보고서 (11) 일반 영양성분 분석 보고서 (12) 관련 연구 보고 문헌 자료 (13) 제품 포장 라벨 및 설명서 (14) 회사 증명 자료 사본	- 제2트랙 제품의 제출 서류에는 안전성과 효능 관련 자료가 면제됨

자료: KGC인삼공사, 대만 식품약물관리서(TFDA)

[표 5.10] 대만 건강식품 등록 과정<sup>31)</sup>

신청자	TFDA(식품팀, 심사위원회)	TFDA(연구팀, 식품팀)
- 초심 신청/보완 - 복심 신청/보완 - 서류 제출	- 접수, 초심, 초심 통지 - 복심(심사, 보완요구, 심의회)	- 제품 검사, 판정, 허가

자료: KGC인삼공사, 대만 식품약물관리서(TFDA)

31) 해당 절차는 제1트랙에 해당하며, 제2트랙의 경우 복심 면제



### 3. 대만 프로폴리스 라벨링

[표 5.11] 대만 프로폴리스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 원료 성분, 원료 품종, 식용 부위, 생산지, 속어 등을 이용해 표기해야 함</li> <li>• 속어에 의해 품명이 명명되어 소비자가 이미 해당 식품에 원료가 함유되지 않음을 이해하고 있는 경우 또는 국제간 통용어가 중문으로 직역된 품명일 경우 제품명에 사용 가능함. 초콜릿(巧克力), 핫도그(熱狗) 등 국제통용 명칭을 중문으로 직역해 표기해야 함</li> <li>• 품명을 영문으로 표기할 경우 공급자가 제공한 영문 표기를 사용하며, 의료효능이 있는 상품이나 공급자가 영문명을 제공하지 않은 경우, 과거에 사용했던 명칭을 사용함</li> <li>• 상품의 영문명이 'SLIM TABLET'과 같이, 신체 외형을 나타내는 경우 영문명만 사용하고, 중문 직역인 '瘦體錠'을 함께 명기해서는 안 됨</li> <li>• 일반식품의 품명으로 '건강'이라는 단어가 포함되어서는 안 됨</li> </ul>
	3. 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품에 포함된 재료가 2종 이상 혼합된 경우, 함량이 높은 것부터 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>• 주성분과 부성분 등 성분을 나눠서 작성하지 않으며 고함량 성분부터 차례대로 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>• 표기 가능한 내용물의 명칭은 식용 가능 원료 어휘 정리 일람(可供食品使用原料彙整一覽表) 규칙을 참고해 작성해야 함</li> <li>• 식품첨가물명은 식품첨가물 사용범위 및 제한규격 기준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)에 따라 사회에서 통용하는 명칭을 사용해야 함</li> </ul>
	4. 중량, 용량, 수량 및 내용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 특성에 따라 식품의 중량·용량·수량을 미터법에 따라 표시해야 함</li> <li>• 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려운 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함</li> </ul>
	5. 제조업체의 이름, 주소, 연락처 및 수입자 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조·가공·분류·위탁판매를 최종으로 담당한 기업을 의미하며 수입신고 시에 세관에 신고한 내용(제조업체·수입자 등) 및 서류를 바탕으로 명확히 표기해야 함</li> <li>• 수입식품의 경우, 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 표기해야 함</li> <li>• 기재해야 하는 기본적인 정보는 기업명, 전화번호, 주소임</li> </ul>

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 5.11] 대만 프로폴리스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입제품 원산지 인정 기준(進口貨物原產地認定標準)에 따라 제조·가공·배합 등 방식으로 완제품을 제조한 국가 또는 지역을 표시해야 함</li> <li>2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 표시함</li> <li>수입산 원료나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우, 원산지는 대만으로 표시함</li> <li>식품 제조사 주소에 원산지 국가를 표시했을 경우 원산지 표기는 생략 가능함</li> </ul>
	7. 유효기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>용기나 포장 상단에 인쇄해야 함</li> <li>작성방법은 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성 가능함</li> <li>액체 상태인 유제품은 보존 기간과 보존 조건을 모두 표기해야 함</li> <li>수입제품의 경우, 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기할 수 있음</li> </ul>
	8. 영양성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>반드시 식품 포장 외부의 눈에 잘 띄는 곳에 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순으로 표기해야 하며, 원하는 요소를 추가할 수 있음</li> <li>영양소 요소는 국민 건강에 부정적인 영향을 미치는 ‘적당량 섭취 필요 영양소(열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 유당 등)’와 국민 건강에 영향을 미치지 않기 때문에 별도의 공급이나 보충이 필요한 ‘보충 섭취 가능 영양소(식이섬유, 비타민, 칼슘, 철분 등)’로 구분함</li> <li>보충 섭취 가능 영양소는 ‘높음’, ‘많음’, ‘강화’ 혹은 ‘다량 함유’와 같은 의미의 단어 표기 가능</li> <li>영양 라벨링에서 열량 및 영양소를 0으로 표기하는 조건은 식품안전위생관리법에 따름</li> <li>영양 표기는 매 분량 및 매 100g/100ml당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함</li> <li>한 개의 영양표시에 ‘1회분’ 및 ‘100g/100ml당’의 표시를 사용하는 제품의 경우, ‘1회분’의 단위는 ‘100g/100ml당’의 단위로 구성함</li> </ul>

자료: 대만 식품약물관리서(TFDA)

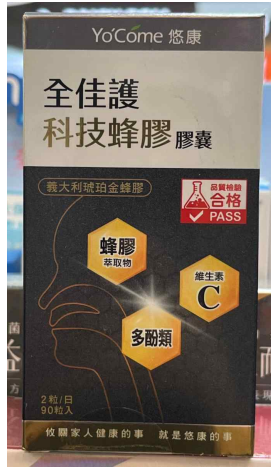
[표 5.11] 대만 프로폴리스 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>9. 표시 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 재수화가능 식품(Rehydratable Food) 또는 희석 후 식품의 영양성분은 ‘적당량 섭취 필요 영양소’와 ‘보충 섭취 가능 영양소’ 구분에 따라 작성해야 함</li> <li>• 수입식품의 중문 라벨링 불합격 기준은 다음과 같음             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입식품의 포장 상단에 원문 또는 중문으로 미표기</li> <li>- 유효기간의 미표기 또는 허위 표기</li> <li>- 모호한 글자 표기로 내용 분별이 어려운 경우</li> <li>- 수입업체명, 주소, 전화번호 미표기 혹은 관련 내용이 신고 사실과 다른 경우</li> <li>- 치료 효능 등 과대 허위 표기</li> <li>- 특정 식품에 ‘경고’ 문구 미표기</li> </ul> </li> <li>• 라벨링 규정 위반 시, 정해진 기한 내 제품을 회수해 수정해야 하며, 수정한 사항이 관리기관에 합격하기 전까지 시판이 금지됨</li> <li>• 벌크 제품을 판매하는 경우 ‘벌크 식품 표시 관련 규정(散裝食品標示相關規定)’에 따라 품명, 원산지, 소고기 원료 원산지, 유전자 변형 식품 원료 여부 등 사항을 표기해야 판매 가능함</li> <li>• 대만 건강식품 인증마크 취득제품 외 일반식품 ‘건강’ 단어 표기 금지<sup>32)</sup></li> </ul>
	<p>10. 라벨 부착 의무 면제</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 분리포장, 포장 변경, 기타 가공 절차를 거쳐야 하는 수입 식품이거나 수입 식품의 원료인 경우</li> <li>• 벌크 형태(최소 단위 포장 중량 3kg 이상)로 수입하고 소비자에게 직접 판매하지 않고 수입 후 재포장 또는 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우</li> <li>• 수입업체가 부착 면제품을 수입할 경우 식품약품관리서(TFDA) 또는 대만 표준검험국(BSMI: Bureau of Standards, Metrology and Inspection)에 서류를 준비한 후 면제 신청</li> <li>• 중문 표기 면제 신청 상품은 수입 시 포장 상자에 원료명칭, 제조업체, 내용물, 유효기간 등 제조 관련 사항이 원문으로 표기되어야 하며, 이는 향후 검험이나 검역 시 근거로 삼음</li> <li>• 단, 수입식품의 최소단위 포장인 1kg 이하로 포장을 밀폐 처리한 제품은 면제 대상에서 제외임</li> </ul>

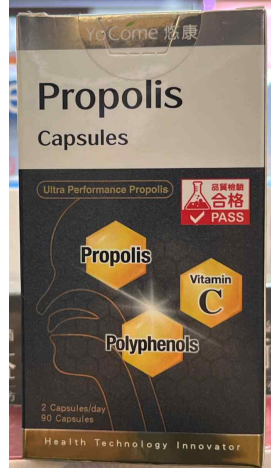
자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

32) 2022년 7월 1일부터 시행, 위반 시 최고 1억 6천만 원 상당 벌금 부과

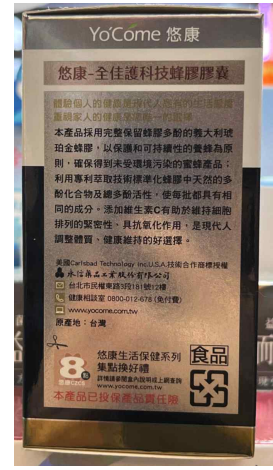
▶ 대만 프로폴리스 라벨 샘플



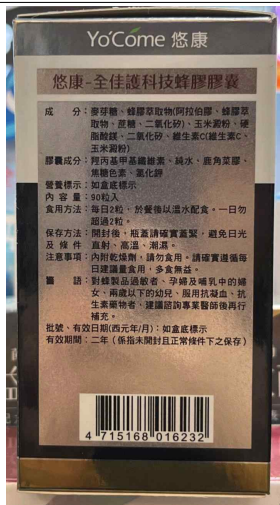
[앞면]



[뒷면]



[옆면1]



[옆면2]



[뒷면]



[밑면]

[앞면 - 중국어, 영어]

[앞면 - 국문]

- ① YoCome 悠康
- ② 全佳護
- ③ 科技蜂膠膠囊
- ④ 義大利琥珀金蜂膠
- ⑤ 品質檢驗合格 PASS
- ⑥ 蜂膠萃取物

- ① YoCome 요우강
- ② 전가호
- ③ 기술 프로폴리스 캡슐
- ④ 이탈리아 엠버 골드 프로폴리스
- ⑤ 품질 검사 합격 PASS
- ⑥ 프로폴리스추출물

- |                   |                                  |
|-------------------|----------------------------------|
| ⑦ 維生素C            | ⑦ 비타민C                           |
| ⑧ 多酚類             | ⑧ 폴리페놀                           |
| ⑨ 2 粒/日           | ⑨ 2 캡슐/일                         |
| ⑩ 90 粒入           | ⑩ 90 캡슐                          |
| ⑪ 攸關家人健康的是 就是悠康的事 | ⑪ 가족의 건강에 중요한 것이 즉<br>요우캉의 사업입니다 |

[뒷면 - 중국어, 영어]

- ① YoCome 悠康
- ② Propolis
- ③ Capsules
- ④ Ultra Performance Propolis
- ⑤ 品質檢驗合格 PASS
- ⑥ Propolis
- ⑦ Vitamin C
- ⑧ Polyphenols
- ⑨ 2 Capsules / day
- ⑩ 90 Capsules
- ⑪ Health Technology Innovator

[뒷면 - 국문]

- ① YoCome 요우캉
- ② 프로폴리스
- ③ 캡슐
- ④ 울트라 퍼포먼스 프로폴리스
- ⑤ 품질 검사 합격 PASS
- ⑥ 프로폴리스
- ⑦ 비타민 C
- ⑧ 폴리페놀
- ⑨ 2 캡슐 / 일
- ⑩ 90 캡슐
- ⑪ 건강 기술 혁신가

[옆면1 - 중국어, 영어]

- ① YoCome 悠康
- ② 悠康 - 全佳護科技蜂膠膠囊
- ③ 體驗個人的健康是現代人應有的生活態度

[옆면1 - 국문]

- ① YoCome 요우캉
- ② 요우캉 - 전가호 기술 프로폴리스  
캡슐
- ③ 개인의 건강을 경험하는 것은  
현대인이 가져야 할 생활 태도입니다

- |   |   |
|---|---|
| <p>④ 重視家人的健康是您唯一的選擇</p> <p>⑤ 本產品採用完整保留蜂膠多酚的義大利琥珀金蜂膠，以保護和可持續性的養蜂為原則，確保得到未受環境污染的蜜蜂產品；利用專利萃取技術標準化蜂膠中天然的多酚化合物及總多酚活性•使每批都具有相同的成分。</p> <p>⑥ 添加維生素C有助於維持細胞排列的緊密性，具抗氧化作用，是現代人調整體質、健康維持的好選擇。</p> <p>⑦ 美國Carlsbad Technology Inc.U.S.A 技術合作商標授權</p> <p>⑧ 永信藥品工業股份有限公司</p> <p>⑨ 台北市民權東路3段181號12樓</p> <p>⑩ 健康相談室 0800-012-678 (免付費)</p> <p>⑪ www.yocome.com.tw</p> <p>⑫ 原產地：台灣</p> <p>⑬ 8點</p> <p>⑭ 悠康CZCS</p> <p>⑮ 悠康生活保健系列集點換好禮</p> <p>⑯ 詳情請參閱合內說明或上網查詢</p> <p>⑰ www.yocome.com.tw</p> <p>⑱ 本產品已投保產品責任險</p> | <p>④ 가족의 건강을 중시하는 것은 당신의 유일한 선택입니다</p> <p>⑤ 본 제품은 이탈리아 호박나무 꿀벌이 만든 벌집 속 프로 폴리페놀을 사용하며, 보호와 지속 가능한 양봉을 원칙으로 합니다. 환경 오염을 받지 않은 꿀벌 제품을 보장합니다 : 특허 출원 기술을 사용하여 자연 발생 폴리페놀 화합물 및 총 폴리페놀 활성을 표준화하여 각 배치마다 동일한 성분을 가지게 합니다.</p> <p>⑥ 추가된 비타민 C는 세포 배열의 밀접함을 유지하고 산화를 방지하는데 도움을 줍니다. 이는 현대인들이 체질 조절과 건강 유지를 위한 좋은 선택입니다.</p> <p>⑦ Carlsbad Technology Inc. U.S.A 기술협력 상표권 취득</p> <p>⑧ 영신약품공업주식회사</p> <p>⑨ 타이베이시 민첸동루 3단 181호 12층</p> <p>⑩ 건강상담실 0800-012-678 (무료)</p> <p>⑪ (홈페이지 주소)</p> <p>⑫ 원산지 : 대만</p> <p>⑬ 8포인트</p> <p>⑭ 요우캉CZCS</p> <p>⑮ 요우캉 생명 건강 시리즈 포인트를 모아 선물로 교환해보세요</p> <p>⑯ 자세한 내용은 패키지 설명을 또는 홈페이지를 검색해 보세요</p> <p>⑰ (홈페이지 주소)</p> <p>⑱ 본 제품은 제품책임보험에 가입되어 있습니다</p> |
|---|---|



⑱ 食品

[옆면2 - 중국어]

- ① YoCome 悠康
- ② 悠康 - 全佳護科技蜂膠膠囊
- ③  
成分：麥芽糖、蜂膠萃取物(阿拉伯膠、蜂膠萃取物、蔗糖、二氧化矽)、玉米澱粉、硬脂酸鎂、二氧化矽、維生素C(維生素C、玉米澱粉)
- ④ 膠囊成分：  
羥丙基甲基纖維素、純水、鹿角菜膠、  
焦糖色素、氯化鉀
- ⑤ 營養標示：如盒底標示
- ⑥ 內容量：90粒入
- ⑦  
食用方法：每日2粒，於餐後以溫水配食。一日勿超過2粒。
- ⑧  
保存方法：開封後，瓶蓋請確實蓋緊，避免日光及條件 直射、高溫、潮濕。
- ⑨  
注意事項：內附乾燥劑，請勿食用。請確實遵循每日建議量食用，多食無益。
- ⑩  
警語：對蜂製品過敏者、孕婦及哺乳中的婦女、兩歲以下的幼兒、服用抗凝血、抗生素藥物者，建議諮詢專業醫師後再行補充。
- ⑪ 批號、有效日期(西元年/月)：如盒底標示

⑱ 식품

[옆면2 - 국문]

- ① YoCome 요우강
- ② 요우강 - 전가호 기술 프로폴리스 캡슐
- ③ 성분 : 맥아당, 프로폴리스추출물(아라비아검, 프로폴리스추출물, 자당, 이산화규소), 옥수수전분, 스테아린산마그네슘, 이산화규소, 비타민C(비타민C, 옥수수전분)
- ④ 캡슐 성분 :  
하이드록시프로필메틸셀룰로오스, 정제수, 녹용검, 캐러멜색소, 염화칼륨
- ⑤ 영양성분표 : 제품 박스 하단에 표기되어 있습니다
- ⑥ 내용량 : 90캡슐
- ⑦ 섭취방법 : 하루 2캡슐을 식후 따뜻한 물과 함께 섭취하세요. 하루에 2캡슐 이상 복용하지 마세요.
- ⑧ 보관방법 : 개봉 후에는 병뚜껑을 꼭 닫아 직사광선, 고온, 습도가 높은 곳을 피해 보관해주세요.
- ⑨ 주의사항 : 패키지 내 포함된 건조제는 드시지 마세요. 많이 섭취해도 도움이 되지 않으니 하루 권장 섭취량을 지켜주세요.
- ⑩ 경고 : 꿀벌 제품에 알레르기가 있는 분, 임산부 및 수유 중인 여성, 2세 미만의 어린이, 항응고제, 항생물질을 복용하고 있는 분은 섭취 전 전문의와 상담하시기 바랍니다.
- ⑪ 일련번호, 사용기한(년/월) : 박스 하단에 표기

⑫  
有效期間：二年（係指未開封且正常條件下之保存）

⑫ 유효기간 : 2년 (정상적인 조건에서 미개봉 보관을 의미함)

[읽면 - 중국어]

[읽면 - 국문]

- ① YoCome 悠康
- ② 悠康 - 全佳護科技蜂膠膠囊
- ③ 本產品由原料篩選、生產製造至產品成品皆經過本公司品檢單位對產品品質進行層層嚴格把關、管控。確認並完成：
- ④ 金黃色葡萄球菌檢測
- ⑤ 沙門氏菌檢測
- ⑥ 重金屬檢測
- ⑦ 塑化劑檢測

- ① YoCome 요우캉
- ② 요우캉 - 전가호 기술 프로폴리스 캡슐
- ③ 원자재 선택부터 생산, 제조까지 완제품에 이르기까지 이 제품은 회사의 품질 검사 부서에서 모든 수준에서 엄격하게 검사하고 관리합니다. 아래 내용을 확인 및 완료했습니다 :
- ④ 황색 포도상구균 검사
- ⑤ 살모넬라균 검사
- ⑥ 중금속 검사
- ⑦ 플라스틱 제조물 검사

[읽면 - 중국어]

[읽면 - 국문]

- ① CZCS Q001
- ② 有效日期
- ③

- ① CZCS Q001
- ② 유효기간
- ③

營養標示		
每一份量2粒		
本包裝含45份		
	每份	每份 每日參考 值百分比
維生素C	10毫克	10%

영양표시		
1회 제공량당 2캡슐		
본 패키지는 45개분을 포함합니다		
	매회	제공량당 일일 참조 백분율
비타민C	10mg	10%

- ④
- |              |       |
|--------------|-------|
| 其他成分(每一份量:2) |       |
| 蜂膠萃取物        | 300毫克 |

- ④
- |                    |       |
|--------------------|-------|
| 기타 성분(1회 제공량당:2캡슐) |       |
| 프로폴리스 추출물          | 300毫克 |

## 4. 대만 프로폴리스 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물 규정

대만 식품약품관리서(TFDA)는 식품에 대하여 '식품첨가물 사용범위 제한 및 규격'을 규정하여 유통되는 모든 식품을 관리하고 있음. 현 대만 정부는 식품 안전 분야의 정책을 계속해서 강화하고 있으므로 주기적으로 업데이트되는 규정을 확인할 필요가 있음. 하기 표는 고객사의 제품에 적용될 수 있는 식품첨가물 목록의 일부임. 더욱 자세한 사항은 대만 식품약품관리서 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.12] 고객사 프로폴리스에 적용 가능한 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	칼슘 사이클라메이트	Calcium Cyclamate	일반사용기준 (특수영양식품에 사용할 때는 반드시 사전에 중앙주관기관의 승인을 받아야 한다.)	특수 영양 식품 (Special dietary foods)
2	구연산 시트르산	Cupric Citrate	필요에 따라 적당량 (식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	
3	몰리브덴산나트륨	Sodium Molybdate	필요에 따라 적당량	
4	루테인	Lutein	필요에 따라 적당량	
5	아세트산	Acetic Acid	필요에 따라 적당량	모든 식품
6	글리신	Glycine		
7	알긴산	Alginic Acid		
8	데실알코올	Decyl Alcohol	필요에 따라 적당량 (향료로만 사용한다.)	일반식품 (영유아용 조제식 제외)
9	제2인산칼슘	Calcium Phosphate, Dibasic	1800mg	
10	락트산	Iron Lactate	22.5mg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

대만에서 식품을 유통하기 위해서는 대만 식품약품관리서(TFDA)의 ‘식품 내 진균 독소 제한량’, ‘방사선 혹은 방사능 오염 허용량’, ‘플리염화 바이페닐 제한량’ 및 ‘식품 분류별 위생 기준’에 따른 규정을 준수해야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 유해물질 기준이며 더욱 자세한 사항은 대만 식품약품관리서 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함. 한편, 건강식품의 경우 중금속(납으로 계산)과 비소의 최대허용량은 각각 20ppm, 2ppm임

[표 5.13] 고객사 프로폴리스에 적용 가능한 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	달걀 흰자 리소자임 가수분해물	Hen Egg White lysozyme Hydrolysate	1g/day	열량 및 영양공급용 식품
2	시트리닌	Citrinin	2ppm (홍국으로 만든 식품에 한함)	홍국 원료 식품 및 식이보충제
3	멜라민	Melamine	2.5mg/kg	
4	아이오딘 131	131 Iodine	100Bq/kg	기타식품 (우유 및 유제품, 영아 식품, 음료 및 포장된 생수 제외)
5	방사능 134Cs + 137Cs	Radioactivity 134Cs + 137Cs	100Bq/kg	
6	부분적으로 수소화된 기름	Partially Hydrogenated Oils, PHOs	모든 식품	사용 금지

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

대만은 2020년 7월 알레르기 유발물질 의무 표시 품목을 11가지로 확대하고, 알레르기 유발 가능성 문구를 사용하여 의무적으로 표시할 것을 법으로 규정하고 있음. 또한, 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 알레르기 유발 가능한 내용물 전부를 제품명에 표기하는 방식을 요구하고 있음. 이를 따르지 않을 경우, 식품 안전위생 관리법에 근거하여 제품 회수 또는 벌금 부과에 적용될 수 있어 각별한 주의가 필요함

[표 5.14] 대만 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	감각류
2	의무	망고
3	의무	땅콩
4	의무	우유
5	의무	알류
6	의무	견과류
7	의무	깨
8	의무	글루텐 함유 곡물
9	의무	대두류
10	의무	어류
11	의무	야황산염

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 롯데이유한공사(樂天利有限公司)
2. 나나기술유한공사  
(拿拿科技行銷股份有限公司)
3. 코스메드(統一生活事業股份有限公司)



## Interview ①


**롯데이유한공사  
(樂天利有限公司)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2016년 설립
  - 타이페이에 위치한 수입 및 유통업체
  - 주요 수입국으로는 한국
  - 취급 품목으로는 건강식품, 화장품, 일반 식료품 등
  - 온라인 유통채널 운영

**담당자 정보**

Manager

33)

**롯데이유한공사(樂天利有限公司)  
Manager**

**Q. 대만에서 건강기능식품과 프로폴리스 제품의 수요는 어떠한가요? 또한, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?**

최근 대만에서 건강기능식품과 프로폴리스 제품의 수요가 많이 늘고 있습니다. 특히 많은 30대 직장인 소비자가 건강관리에 대한 신경을 쓰기 시작하면서 젊은 층 소비자의 비율이 늘어났으며 해당 소비자들은 영양보충, 질병 예방과 같은 효능을 위해 제품을 소비합니다.

**Q. 대만 소비자들 사이에서 제품을 한국산 건강기능식품에 대한 인지도는 어떠한가요?**

최근 대만에서 한국산 건강기능식품이 많이 유통되고 있습니다. 특히 온라인 플랫폼인 ‘쇼피(Shopee)’ 등 대형 쇼핑몰에서 한국산 비타민이나 유산균 같은 제품을 쉽게 구할 수 있습니다.

**Q. 대만에서 인기 있는 프로폴리스 제품은 어디인가요? 또한, 해당 브랜드 제품의 가격대, 원재료, 유통채널은 어떠한가요?**

대만에서 판매되고 있는 프로폴리스 제품 중에서는 미국의 L사 제품이 가장 유명합니다. 해당 제품은 한 통당 프로폴리스 30알을 제공하고 있으며, 프로폴리스 함량은 4000mg입니다. 플라스틱병에 포장되어 있으며 소비자가격은 한 병당 880타이완달러(3만 6,749원<sup>34)</sup>)에 판매되고 있습니다. 원재료는 프로폴리스, 히드록시프로필메틸셀룰로오스(HPMC), 미량의 셀룰로스, 이산화규소(SiO<sub>2</sub>), 마그네슘스테아레이트이며 온라인 브랜드 쇼핑몰과 오프라인은 ‘대창약국(德昌藥局)’, ‘신동약국(信東藥局)’, ‘예스체인약국(躍獅連鎖藥局)’, ‘PX마트 (全聯福利中心)’, ‘그레이트트리약국(大樹連鎖藥局)’, ‘토모드(三友藥妝)’와 같은 약국에서 주로 유통됩니다.

**Q. 고객사 제품은 비타민C와 셀레늄 등의 영양소가 함유되어 있으며 프로폴리스의 쓴맛이 느껴지지 않고 섭취가 편한 사과 맛 츄어블 프로폴리스 제품으로 60정에 7달러(9,414원<sup>35)</sup>)에 판매될 예정입니다. 고객사 제품이 대만 시장에서 경쟁력이 있을까요?**

고객사 제품은 대만 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 보입니다. 제품이 합리적인 가격으로 공급되기 위해서 현지 오프라인 매장에서 판매하는 것을 추천하며, 그렇게 한다면 중간이익을 보장할 수 있을 것입니다. 용량은 약 2개월 분량으로 적당해 보이며, 사과의 단맛이 들어있어 젊은 층 소비자들도 좋아할 것으로 보입니다.

33) 사진 자료: 롯데이유한공사(樂天利有限公司)

34) 1타이완달러=41.76원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

35) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 고객사 제품이 대만 현지 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?**

신제품을 대만에서 판매하기 위해서는 적극적인 홍보가 필요합니다. 대만 소비자들은 페이스북과 인스타그램과 같은 SNS를 많이 사용하기에 SNS를 통한 홍보가 가장 효과적일 것입니다.

**Q. 고객사 제품은 HACCP, GMP, FSSC 22000, ISO 22000, ISO 9001 인증을 받은 제품입니다. 대만에서 프로폴리스 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?**

대만에서 프로폴리스 캡슐 제품이 필수적으로 받아야 하는 인증은 없습니다. 다만 인증을 취득한다면 소비자 구매를 유도하기가 더 수월해질 것입니다.

**Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 구강에서 항균 작용을 하며 면역개선과 항산화에 도움이 된다는 점입니다. 고객사 제품이 대만에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?**

고객사 제품의 구강에서의 항균 작용, 면역개선, 항산화 등의 효능은 판매할 때 강조할 수 있는 기본 셀링 포인트입니다. 이 외에 강조할 점은 해당 제품이 획득한 국제 인증과 제품 원재료 함량이 있습니다.

**Q. 프로폴리스 제품을 대만으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?**

프로폴리스 제품을 대만으로 수입할 때 가장 중요한 것은 제품 성분 검토이므로 수입 전 표본 검사가 필수로 선행되어야 합니다.

Interview ②

36)



나나기술유한공사  
(拿拿科技行銷股份有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2019년 설립
  - 타이페이에 위치한 수입 및 마케팅 업체
  - 주요 수입국으로는 한국, 일본, 미국
  - 취급 품목으로는 화장품, 건강보조식품 등
  - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보  
Business Development  
Manager

나나기술유한공사(拿拿科技行銷股份有限公司)  
Business Development Manager

**Q. 대만에서 건강기능식품과 프로폴리스 제품의 수요는 어떠한가요? 또한, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?**

코로나19 이전에는 50세 이상의 소비자들만 건강기능식품에 관심을 가졌지만, 코로나19 이후 최근 3년 동안 30-50세 소비자 사이에서 건강기능식품에 관한 관심이 지속해서 늘고 있으며, 직장을 다니는 젊은 소비자들도 건강을 우선으로 생각하게 되었습니다. 현지 소비자들은 새로운 건강기능식품에 대해 관심을 가지며 시도해 보고자 합니다.

**Q. 대만 소비자들 사이에서 제품을 한국산 건강기능식품에 대한 인지도는 어떠한가요?**

대만에서 한국산 건강기능식품에 대한 인지도는 그리 높지 않습니다. 대만에서 인기 있는 건강기능식품은 주로 호주나 미국산 제품이며, 해당 제품들은 소비자들 사이에서 높은 신뢰를 받고 있습니다.

**Q. 대만에서 인기 있는 프로폴리스 제품은 어디인가요? 또한, 해당 브랜드 제품의 가격대, 원재료, 유통채널은 어떠한가요?**

대만에서는 현지 프로폴리스 제품 브랜드 P사가 유명합니다. 해당 제품의 원산지는 브라질로 한 상자에 80정 캡슐이 포장되어 있으며 프로폴리스 함량은 500mg입니다. 판매 가격은 한 상자당 1,600타이완달러(6만 6,816원)입니다. 사용되는 원재료는 프로폴리스 분말과 식물 캡슐이 있으며 유통채널은 '쇼피'와 타오위안, 반차오, 타이중, 타이난, 가오슝 지역에 있는 오프라인 매장에서 판매되고 있습니다.

**Q. 고객사 제품은 비타민C와 셀레늄 등의 영양소가 함유되어 있으며 프로폴리스의 쓴맛이 느껴지지 않고 섭취가 편한 사과 맛 츄어블 프로폴리스 제품으로 60정에 7달러(9,414원)에 판매될 예정입니다. 고객사 제품이 대만 시장에서 경쟁력이 있을까요?**

고객사 제품은 비타민이 풍부하여 영양보충제로 사용하기에 좋은 제품이며 제품 용량 역시 적당해 보입니다. 건강기능식품의 공급가격은 기본적으로 소매가의 20-30%이기에 일반 오프라인 채널을 통한 판매를 추천합니다.

36) 사진 자료: 나나기술유한공사(拿拿科技行銷股份有限公司)

**Q. 고객사 제품이 대만 현지 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?**

소비자들의 관심을 받기 위해서는 적극적인 홍보를 해야 합니다. 대만 방송사의 도움을 받아 홍보하는 것을 추천하며, 오프라인으로는 대만 방송국이나 공공장소에서의 프로모션을 통해 홍보하는 것이 제품 판매를 위해 도움이 될 것입니다.

**Q. 고객사 제품은 HACCP, GMP, FSSC 22000, ISO 22000, ISO 9001 인증을 받은 제품입니다. 대만에서 프로폴리스 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?**

대만에는 프로폴리스 캡슐 제품에 대해 필수적으로 요구되는 인증이 없습니다. 하지만 국제적인 인증을 획득하면 소비자를 위한 또 하나의 셀링 포인트가 생길 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 구강에서 항균 작용을 하며 면역개선과 항산화에 도움이 된다는 점입니다. 고객사 제품이 대만에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?**

대만에서 건강기능식품을 판매하기 위해서는 원재료를 강조해야 합니다. 프로폴리스의 함량을 강조하고 설탕, 소금, 합성 착색료, 인공향료, 방부제 등을 넣지 않았다는 점을 적극적으로 홍보해야 합니다.

## Interview ③

37)

COSMED 康是美



코스메드  
(統一生活事業股份有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1995년 설립
  - 타이페이에 위치한 수입 및 유통업체
  - 주요 수입국으로는 미국, 일본, 한국
  - 취급 품목으로는 건강보조식품
  - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Manager

## 코스메드(統一生活事業股份有限公司) Manager

**Q. 대만에서 건강기능식품과 프로폴리스 제품의 수요는 어떠한가요? 또한, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?**

최근 들어 대만에서 건강기능식품의 수요가 높아지고 있습니다. 건강기능식품 중에서 특히 눈 건강 보호 제품과 위 건강 보호 제품의 수요가 커졌습니다. 프로폴리스 제품이 면역력을 강화하고 활성산소를 제거하며 방사선을 막고 노화를 지연시킨다는 점이 소비자들 사이에 알려지면서 인기를 얻게 되었습니다. 대만에서 프로폴리스 제품을 소비하는 주요 소비자층은 40대 이상 여성입니다.

**Q. 대만 소비자들 사이에서 제품을 한국산 건강기능식품에 대한 인지도는 어떠한가요?**

대만에서는 한국산 건강기능식품에 대한 인지도가 전반적으로 높지 않으며, 미국이나 호주산 제품의 인지도가 높습니다. 하지만 최근 3년 동안 CBE(Cross Border E-commerce)무역으로 한국산 건강기능식품이 대만에서 판매되기 시작하면서 한국산 제품의 인지도는 점점 높아질 것으로 보입니다.

**Q. 대만에서 인기 있는 프로폴리스 제품은 어디인가요? 또한, 해당 브랜드 제품의 가격대, 원재료, 유통채널은 어떠한가요?**

대만에서 가장 유명한 프로폴리스 제품 중에는 C사의 프로폴리스가 있습니다. 이 제품의 함량은 한 병당 250알이며 한 알의 프로폴리스 함량은 400mg입니다. 캡슐과 플라스틱병에 포장되어 있으며 판매 가격은 한 병당 7,000타이완달러(29만 2,320원)입니다. 원재료는 미량의 셀룰로스, 프로폴리스, 식물 캡슐, 젤라틴, 글리세라이드, 이산화규소(SiO<sub>2</sub>)이며 유통채널은 '쇼피'와 오프라인 매장인 '소고(遠東百貨)', '시티슈퍼(Citysuper)', '미츠코시백화점(新光三越)', '가오송한신백화점(漢神百貨)' 등이 있습니다.

**Q. 고객사 제품은 비타민C와 셀레늄 등의 영양소가 함유되어 있으며 프로폴리스의 쓴맛이 느껴지지 않고 섭취가 편한 사과 맛 츄어블 프로폴리스 제품으로 60정에 7달러(9,414원)에 판매될 예정입니다. 고객사 제품이 대만 시장에서 경쟁력이 있을까요?**

고객사 제품의 소매 가격은 합리적입니다. 대만에서 판매되는 수입 프로폴리스 캡슐 제품의 평균 가격은 1,000타이완달러(4만 1,760원)이기에 고객사 제품이 경쟁력을 확보하기에 매우 유리합니다. 또한, 제품이 과일 맛이라는 점도 더 많은 소비자가 고객사 제품을 선택하는 주요 요인으로 작용할 수 있을 것입니다.

**Q. 고객사 제품이 대만 현지 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?**

‘쇼피’, ‘라쿠텐(Rakuten)’ 등 대만 소비자가 흔히 사용하는 온라인 플랫폼에 브랜드 채널을 오픈하는 것을 추천합니다. 이를 통해 제품의 신뢰도와 인기를 높일 수 있을 것입니다.

**Q. 고객사 제품은 HACCP, GMP, FSSC 22000, ISO 22000, ISO 9001 인증을 받은 제품입니다. 대만에서 프로폴리스 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?**

현재 프로폴리스 캡슐 제품이 대만에서 판매되기 위해 갖추어야 할 필수 인증은 없지만, 여러 국제 인증을 취득하여 제품의 신뢰성을 확보한다면 현지 소비자의 구매를 유도하기에 더 좋을 것입니다.

**Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 구강에서 항균 작용을 하며 면역개선과 항산화에 도움이 된다는 점입니다. 고객사 제품이 대만에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?**

기본적인 셀링 포인트와 함께 프로폴리스의 미용 효과를 부각하는 것을 추천합니다. 프로폴리스는 색소 분해, 주름 완화, 노화 지연 등 여성에게 좋은 미용 제품이라는 점을 강조해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점





## 시장수요

대만 對한국 프로폴리스 수입, 수입 국가들 중 3위



대만 일반 의약품 시장규모는 향후 5년간 5.5%씩 증가, 비타민 및 미네랄 시장규모 또한 향후 5년간 4.7%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 2106.90(프로폴리스)의 대만 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 6.4%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이보다 다소 낮은 연평균 3.7의 성장률을 보임. 2022년 기준 대만의 프로폴리스 수입 국가들 중 한국은 미국과 일본에 이어 3위로 666억 원의 수입규모를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 대만 내 건강관리에 대한 관심 증가로 프로폴리스를 비롯한 건강기능식품에 대한 수요가 최근 증가하고 있으며, 특히 미국산 및 호주산 제품에 대한 선호도가 높다고 답변함. 한국산 제품 또한 최근 유통이 확대됨에 따라 인지도가 높아지고 있어 앞으로의 성장이 더 기대됨



### 소비 특징 ①

호주 및 뉴질랜드 브랜드 제품이 인기



온라인쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

대만 프로폴리스 시장 내 뉴질랜드와 호주에 기반을 둔 브랜드가 가장 인기있는 것으로 나타남. 특히, 1위인 뉴질랜드의 '콤비타'는 타 브랜드와의 빈도수 격차가 큰 편이었으며, 2위인 호주의 '헬시케어'와도 30건 이상의 격차를 보였음. 이외에도 브라질 브랜드의 제품도 상위권에서 확인되었으며, 대만 자국브랜드나 근접 국가인 중국 브랜드의 경우 약세를 보인 것으로 확인됨



### 소비 특징 ②

'캡슐' 및 '사탕'의 제형에 '프로폴리스 추출물' 성분 함유

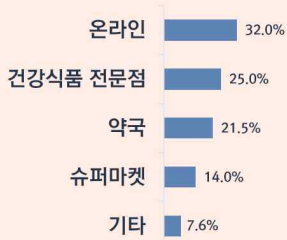


대만 프로폴리스 시장 내 '캡슐' 제품이 최다 빈출되었으며, 호주 및 뉴질랜드산 마누카 꿀을 함유한 '사탕' 제형의 제품도 다수 확인되었음. 이외에도 스포이드 형태로 섭취할 수 있는 '드롭' 제형과 구강 건강을 위해 분사할 수 있는 '스프레이' 형태도 일부 확인되었음

한편, 프로폴리스의 주요 성분으로는 '프로폴리스 추출물'과 '꿀' 등이 확인되었으며, '민트'를 첨가한 구강용 스프레이도 판매 중인 것으로 확인되었음



## 대만 프로폴리스 유통 비중



## 유통채널



대만 프로폴리스를 비롯한 식이보충제 유통채널 점유율 조사 결과 온라인(32.0%)이 가장 높은 비중을 차지하였음. 뒤를 이어 건강식품 전문점(25.0%)이 전체 ¼ 가량을 차지하였고 약국(21.5%) 또한 높은 점유율을 차지하였음. 대만 내 온라인 채널이 전체 점유율 1위를 차지하고는 있지만, 오프라인 채널의 총합이 과반수 이상인 것으로 보아 여전히 오프라인 채널이 우세한 것으로 보임

한편, 전문가 인터뷰 결과 대만 내 온라인 플랫폼을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 대만 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 징둥에서 다수의 프로폴리스 제품이 판매되는 것을 확인함

## 진입장벽

- ▶ Point 1) 대만 관세청 기업 등록 必
- ▶ Point 2) AEO 제도 등록 권장
- ▶ Point 3) HACCP 및 TQF 인증 권장



대만으로 프로폴리스 수출 시, 기본세율 30%와 부가세율 5%가 부과됨. 대만으로 식품 수출 시, 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 하며 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 등록을 통해 신속 통관 혜택을 받을 수 있음. 식품 관련 필수적인 인증은 없지만 HACCP, FSSC 22000, TQF 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 중국어로 표기 되어야하며 영양성분이 반드시 식품 포장 외부에 눈에 띄는 곳에 표기되어야 함

## 수출 확대 전략

주요 트렌드 확인  
&  
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 트렌드 수입유통업체 인터뷰 결과, 코로나19 이후 대만 내 30대 직장인 소비자들 사이에서 건강관리에 대한 관심도가 높아졌으며, 이에 프로폴리스를 비롯한 건강기능식품에 대한 소비가 증가한 것으로 확인됨. 특히, 영양보충 및 질병 예방 등을 목적으로 호주나 미국 등 수입산 제품에 대한 선호도가 높은 것으로 보임. 한국산 제품도 최근 유통이 확대되고 있기에 적극적인 홍보를 통해 제품의 인지도 확보가 필요할 것으로 판단됨

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 프로폴리스 제품의 강점은 합리적인 가격과 풍부한 과일 맛임. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트로 합리적인 가격과 동시에 건강개선에 효과적인 제품임을 강조하는 것이 좋음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 쇼피(Shopee), ‘쇼피코리아, K-건기식으로 동남아-대만 시장 공략 가속’, 2023.02
3. 스태티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals\_Taiwan」, 2022.07
4. 뷰티누리 화장품신문, ‘중화권 건강기능식품 수요 꾸준히 증가’, 2023.06
5. 스태티스타(Statista), 「Vitamins & Minerals\_Taiwan」, 2022.07
6. 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements in Taiwan as of March 2022」, 2022.06
7. 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022」, 2022.06
8. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
9. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020.12
10. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
11. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015
12. KATI농식품수출정보, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황(대만편)」, 2023.07
13. KATI농식품수출정보, 「비관세장벽이슈\_대만, 식품 내 동물용의약품 잔류허용기준(MRL) 개정」, 2023.07
14. 대만 식품약품관리서(TFDA), 「Standards for Pesticide Residue Limits in Foods」, 2023.06
15. KGC인삼공사, 「대만 건강식품 등록 기술」, 2022
16. 한국농수산물유통공사, 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사 대만 편」, 2016.12
17. 한국농수산물유통공사, 「대만 보건식품 시장현황」, 2017.12

### ■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. ITC(International Trade Centre) ([www.intracen.org](http://www.intracen.org))
3. 징둥(京东) ([item.jd.com](http://item.jd.com))
4. KEB하나은행([www.kebhana.com](http://www.kebhana.com))
5. 코스트코(Costco) 타이완 ([www.costco.com.tw](http://www.costco.com.tw))
6. 아카이드(Archyde) ([www.archyde.com](http://www.archyde.com))
7. 타이페이타임즈(Taipei Times) ([www.taipeitimes.com](http://www.taipeitimes.com))
8. THL ([www.thl.com.tw](http://www.thl.com.tw))
9. 진리신시(今日訊息) ([www.jinrih.com](http://www.jinrih.com))
10. 에이마트(A-mart) ([www.fe-amart.com.tw](http://www.fe-amart.com.tw))
11. 하우스펀뉴스(HouseFunNews) ([news.housefun.com.tw](http://news.housefun.com.tw))
12. 진쑤우칸(今周刊) ([www.businesstoday.com.tw](http://www.businesstoday.com.tw))
13. 까르푸(Carrefour) 타이완 ([www.carrefour.com.tw](http://www.carrefour.com.tw))
14. 아클라스(Aclas) ([www.aclas.tw/carrefour/](http://www.aclas.tw/carrefour/))
15. 포커스타이완(Focus Taiwan) ([focustaiwan.tw](http://focustaiwan.tw))
16. 알티마트(RT Mart) ([www.rt-mart.com.tw](http://www.rt-mart.com.tw))
17. 타이완뉴스(Taiwan News) ([www.taiwannews.com.tw](http://www.taiwannews.com.tw))
18. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) ([www.retailnews.asia](http://www.retailnews.asia))
19. 한신바이화(漢神百貨) ([www.hanshin.com.tw](http://www.hanshin.com.tw))
20. 웬둥바이화(遠東百貨) ([www.feds.com.tw](http://www.feds.com.tw))
21. 구글맵(Google Maps) ([google.com/maps](http://google.com/maps))
22. 모모샵(Momo Shop) ([www.momoshop.com.tw](http://www.momoshop.com.tw))
23. 한국농수산물유통공사(aT) ([www.at.or.kr](http://www.at.or.kr))
24. 센서타워(Sensor Tower) ([www.sensortower.com](http://www.sensortower.com))
25. 시밀리웹(similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
26. 쇼피(Shopee) 타이완 ([www.shopee.tw](http://www.shopee.tw))
27. 관세청 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
28. 농림축산식품부 ([www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr))

## [참고문헌]

29. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
30. 대만 식품약품관리서(TFDA) ([www.fda.gov.tw](http://www.fda.gov.tw))
31. 대만 관세청(Taipei Customs) ([etaipei.customs.gov.tw](http://etaipei.customs.gov.tw))
32. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) ([www.trade.gov.tw](http://www.trade.gov.tw))
33. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) ([www.bsmi.gov.tw](http://www.bsmi.gov.tw))
34. 플래티콘(Flaticon) ([www.flaticon.com](http://www.flaticon.com))
35. 국립농산물품질관리원 수출농산물안전성정보 ([www.naqs.go.kr/safeq/info/marPermissioni.do](http://www.naqs.go.kr/safeq/info/marPermissioni.do))
36. 롯데이유한공사(樂天利有限公司) ([www.orikcos.com](http://www.orikcos.com))
37. 나나기술유한공사(拿拿科技行銷股份有限公司) ([take.marketing](http://take.marketing))
38. 코스메드(統一生活事業股份有限公司) ([www.cosmed.com.tw](http://www.cosmed.com.tw))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.10

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea