

# 중국 구기자 가공품 시장조사



Product : Fructus Lycii

# Content

I. 시장통계	2
---------	---

---

II. 시장트렌드	8
-----------	---

---

III. 경쟁제품 현황	13
--------------	----

---

IV. 유통구조	24
----------	----

---

# I

## 시장통계

1. 글로벌 HS CODE 1211.90 수입추이
2. 중국 HS CODE 1211.90.99 수입추이
3. 중국 차(茶) 시장규모
4. 중국 차(茶) 시장 기업별 점유율
5. 중국 차(茶) 시장 소비연령대

※ 구기자 가공품의 전반적인 시장규모 및 기업별 점유율, 시장 소비 연령대의 정보는 존재하지 않아, 중국 내 대표적인 구기자 가공품인 차(茶)로 조사를 대체함

# 1. STATISTICS ANALYSIS - 글로벌 HS CODE 1211.90 수입추이

## “2014년 중국 HS CODE 1211.90 수입시장 4위 규모”

□ 중국의 구기자 가공품 HS CODE는 「1211.90.99」에 해당하는 것으로 파악되었음

### < 수국차 HS CODE 정보 >

한국	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용 기타 이와 유사한 용도에 적합한 식물 및 그 부분
	1211.90	기타
	1211.90.9092	구기자
중국	1211.90.99	기타 식물이나 그 부분(주로 살충용)

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

### KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표  
HS CODE 1211.90 적용

수입규모가 가장 큰 국가  
- 미국(3억 4,199만 7,154 달러)

성장률이 가장 높은 국가  
- 독일(14.26%)

성장률이 가장 저조한 국가  
- 싱가포르(-9.72%)

□ 2014년 글로벌 HS CODE 1211.90<sup>1)</sup>의 총 수입액은 44억 7,604만 5,962 달러로 전년 대비 8.08% 증가하였으며, 주요 수입국에는 미국, 독일, 일본, 중국, 싱가포르 등이 있음

- 최대 수입국은 미국으로, 3억 4,199만 7,154 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 4.93% 증가한 수치임

- 2014년 중국은 전년 대비 3.54% 증가한 1억 7,128만 4,544 달러를 수입하여 글로벌 수입 추이 4위를 기록하였음

### < HS CODE 2202.90 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

수출상대국	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	3,704,882,394	4,141,413,475	4,476,045,962	8.08
1 미국	297,565,682	325,926,864	341,997,154	4.93
2 독일	209,935,303	226,161,726	258,416,043	14.26
3 일본	211,608,235	225,931,187	227,872,828	0.86
4 중국	91,304,721	165,423,425	171,284,544	3.54
5 싱가포르	108,765,987	154,808,008	139,754,329	-9.72

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

1) 국가별로 HS CODE가 일곱 번째 자리부터 상이하기 때문에, 글로벌 수입 통계는 같은 품목의 상위 범주인 HS CODE 2202.90으로 조사함



## 2. STATISTICS ANALYSIS - 중국 HS CODE 1211.90.99 수입추이

### “중국 HS CODE 1211.90.99 수입시장, 한국 11위”

- 2014년 HS CODE 1211.90.99의 총 수입액은 241만 6,313 달러로 전년 대비 5.03% 증가하였으며, 주요 수입국에는 인도네시아, 인도, 미국, 불가리아, 페루 등이 있음
- 중국의 최대 수입상대국은 인도네시아로, 2014년 61만 9,462 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 128.72% 증가한 수치임
- 한국은 11위로, 2014년 중국은 한국에서 4,839 달러 규모의 HS CODE 1211.90.99품목을 수입하였음

KEY INFO

**주요 수입국 별 핵심지표**  
HS CODE 1211.90.99 적용

**수입규모가 가장 큰 국가**  
- 인도네시아(61만 9462 달러)

**성장률이 가장 높은 국가**  
- 미국(345.55%)

**성장률이 가장 저조한 국가**  
- 페루, 한국

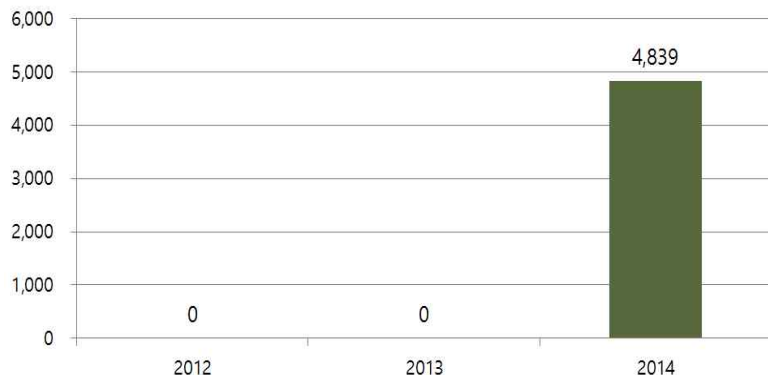
< 중국 HS CODE 1211.90.99<sup>2)</sup> 수입 추이 >

(단위 : 달러, %)

수출상대국	2012	2013	2014	2014/2013 성장률
글로벌	1,976,401	2,300,641	2,416,313	5.03
1 인도네시아	85,879	270,836	619,462	128.72
2 인도	587,661	465,916	602,181	29.25
3 미국	81,059	80,622	359,214	345.55
4 불가리아	81,851	147,954	178,361	20.55
5 페루	52,136	0	141,480	-. <sup>3)</sup>
11 한국	0	0	4,839	-

< 중국 HS CODE 1211.90.99 한국산 수입 추이 >

(단위 : 달러)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

2) 기타 식물이나 그 일부분(주로 살충용)  
3) 전년도 수입통계가 0일 경우, 성장률 분석에 오류가 발생할 확률이 높으므로 조사에서 제외함

### 3. STATISTICS ANALYSIS - 중국 차(茶) 시장규모

#### “중국, 차 시장규모 계속 증가세”

□ 글로벌 리서치 기관 데이터모니터에 따르면, 2014년 기준 중국 차 제품은 143억 5,030만 달러의 시장규모를 형성하고 있으며 2010년에 비해 23.74% 증가한 수치임

- 중국의 차 시장은 지속적인 증가세를 보이고 있으며 지난 5년간 연평균 성장률은 5.47%로 나타남

- 전년 대비 가장 높은 성장률을 보인 해는 2014년이며, 2013년 대비 5.84% 성장한 양상을 띠

□ 중국은 인근 아시아 12개국 중에서는 가장 큰 규모의 차 시장규모를 나타내며, 2014년 기준 143억 5,030만 달러를 기록함

#### KEY INFO

#### 2014년 아시아 12개국 차 시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	중국	1,4350.32
2	일본	1,942.18
3	인도	1,763.84
4	인도네시아	1,002.18
5	베트남	600.39
6	대만	555.58
7	한국	535.0
8	말레이시아	204.2
9	태국	37.75
10	싱가포르	21.28
11	홍콩	12.57
12	필리핀	10.49

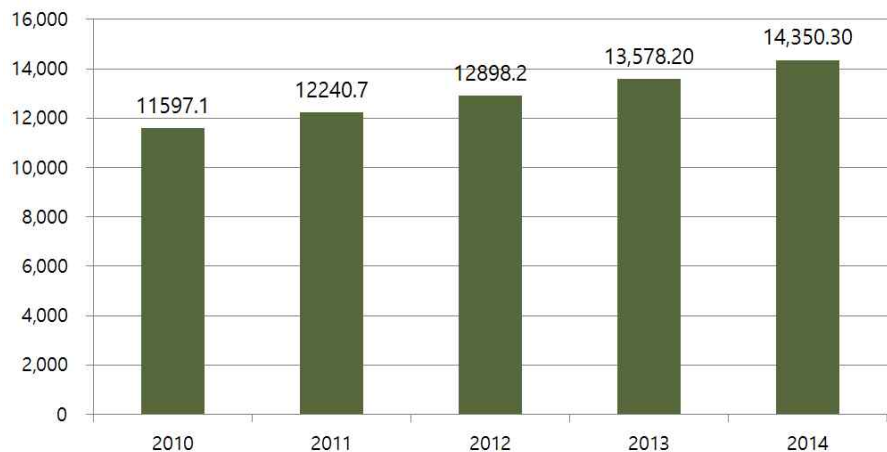
출처 : Data Monitor

#### < 중국 차 시장규모 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2010	2011	2012	2013	2014	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	11,597.1	12,240.7	12,898.2	13,578.2	14,350.3	23.74	5.47

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

## 4. STATISTICS ANALYSIS - 중국 차(茶) 시장 기업별 점유율

## “중국 차 제품 시장 기타기업이 1위”

## KEY INFO

중국의 차 제품 시장은 기타기업이 대부분을 차지했고, 중소기업체가 경쟁하고 있는 것으로 판단됨

□ 데이터모니터 통계자료에 따르면, 2014년 중국의 차 시장에서 기타 다수의 기업이 81.84%의 점유율을 차지하고 있어 경쟁이 치열한 시장으로 파악됨

- 기타 기업에 이어 점유율 2위를 차지한 Unilever社は 중국에서 차 제품을 포함해 아이스티 및 음료 등 다양한 음료제품을 제조 및 판매하고 있음

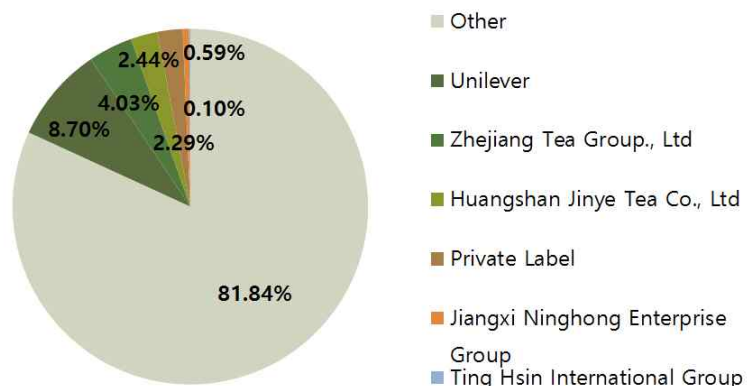
- 중국 차 시장의 점유율 2위 기업부터는 5% 미만의 점유율을 보이고 있어 그 영향력이 크지 않은 것으로 사료됨

## &lt; 중국 차 시장 기업별 점유율 &gt;

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100.00	100.00	100.00	100.00
Other	82.58	82.33	82.09	81.84
Unilever	8.33	8.45	8.57	8.70
Zhejiang Tea Group., Ltd	3.91	3.95	3.99	4.03
Huangshan Jinye Tea Co., Ltd	2.38	2.40	2.42	2.44
Private Label	2.15	2.20	2.24	2.29
Jiangxi Ninghong Enterprise Group	0.55	0.57	0.58	0.59
Ting Hsin International Group	0.10	0.10	0.10	0.10

## &lt; 2014년 중국 차 시장 기업별 점유율 그래프 &gt;



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

## 5. STATISTICS ANALYSIS - 중국 차(茶) 시장 소비연령대

### "중국 차 제품 소비, 20~40대가 가장 많아"

**KEY INFO**

**중국 인구 피라미드**

출처 : Population Pyramid

2015년 기준 중국 인구는 약 14억 명이며 25세부터 44세 이하의 연령층이 32.1%를 차지하고 있는 구조를 확인할 수 있음

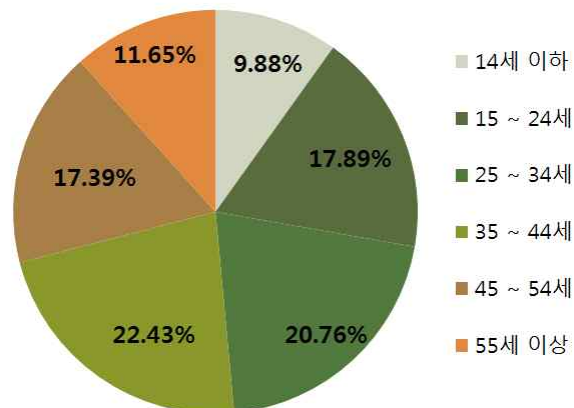
- 데이터모니터에 따르면, 2012년 중국의 차 소비시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 35세 ~ 44세 의 연령층으로 파악됨
- 중국 차 소비시장에서 2위의 점유율을 보이는 연령대는 25세 ~ 34세로 나타났으며, 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 14세 이하였음
- 전체적인 소비연령대를 볼 때 14세 이하의 연령층을 제외한 나머지 연령대별 점유율은 큰 편차 없이 고르게 분포하고 있음

< 중국 차 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2011	2012
14세 이하	9.89	9.88
15세 ~ 24세	17.87	17.89
25세 ~ 34세	20.75	20.76
35세 ~ 44세	22.41	22.43
45세 ~ 54세	17.39	17.39
55세 이상	11.68	11.65

< 2012년 중국 차 시장 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)



# II

## 시장트렌드

1. 한눈에 보는 중국 구기자 가공품 시장트렌드
2. 중국 구기자 가공품 시장 이슈

# 1. MARKET TREND - 한눈에 보는 중국 구기자 가공품 시장트렌드

<b>KEY NEWS 1</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 중국에서 구기자를 이용한 다이어트는 효과가 탁월하다고 알려져 있음. 주로 차로 하루에 세 잔 정도 섭취하는 방법이 가장 많이 알려짐</li><li>✓ 중국의 연예인들이 구기자를 이용한 다이어트로 10kg을 감량해 화제가 되면서 구기자를 이용한 다이어트 열풍이 거세지고 있음</li></ul>
<b>KEY NEWS 2</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 구기자를 차로 마실 때 말린 대추와 국화차 등 기타 건조식품과 함께 우려먹기도 함</li><li>✓ 끓는 물에 30g의 구기자를 넣고 우려낸 뒤 아침, 저녁으로 한 컵씩 음용하면 효과가 있다고 함</li></ul>
<b>KEY NEWS 3</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 중국에서 흑구기자는 일반 구기자보다 면역력, 노화방지 등에 대한 효능이 탁월하고 재배량이 적어 가격도 높게 측정되어 있음</li><li>✓ 이러한 흑구기자를 얻기 위해 중국 칭하이에서는 무단으로 흑구기자 재배지역을 침범해 도둑질하는 사건이 발생하기도 함</li></ul>
<b>KEY NEWS 4</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 구기자 주 재배지인 중국 닝샤의 닝샤홍구기자 산업단체에서 고품질의 구기자 와인을 판매하고 있음. 중국에서 구기자주는 대표적인 보양식 중에 하나로 손꼽힘</li></ul>
<b>Marketing Point 1</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 중국에서 닝샤산 구기자제품의 인지도가 높으므로 닝샤의 구기자제품 대비 강점을 확보하는 것이 중요함</li><li>✓ 현지 유통매장을 통해 닝샤 구기자제품의 가격대를 분석한 결과 1g 당 0.11~0.22위안인 것으로 확인됨</li></ul>
<b>Marketing Point 2</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 중국에서 구기자는 차로 음용하는 경우가 대다수이므로 차 관련 제품 개발이 필수적임</li><li>✓ 근래 구기자를 담근 술이나 건조 제품과 섞어 먹는 경우도 많으므로 제품라인을 다각화할 필요가 있음</li></ul>

## 2. MARKET TREND - 중국 구기자 가공품 시장 이슈

### “다이어트에 효과적인 구기자”

- 중국에서는 구기자를 이용한 다이어트 효과가 입증되어 있어 다양한 구기자차 다이어트법이 온라인에 다양하게 소개됨
  - 구기자를 사용한 다이어트 방법에는 여러 가지 방법이 있지만 가장 대중적인 방법은 30g의 구기자를 끓는 물에 넣고 아침, 저녁으로 한번씩 7일 동안 연속으로 복용하는 방법이 있음. 이는 몸에 독소뿐만 아니라 지방을 연소하는데 도움을 준다고 알려짐
  - 중국 온라인 뉴스사이트인 신랑(新浪)은 일반 직장인들을 위한 다이어트 방법으로 구기자 다이어트를 추천함. 신랑이 추천한 구기자 다이어트 방법은 하루 3끼를 먹을 때마다 구기자 물 한 컵을 섭취하는 방식임
- 중국 내 여러 유명 여성 연예인들도 구기자를 통해 다이어트에 성공한 것이 알려지면서 구기자 다이어트를 시도하는 중국인들이 늘어나고 있음
  - 2013년 중국 여배우 양미(杨幂)는 한 달간 대추와 인삼, 꿀껌질을 섞은 구기자차를 음용해 10kg을 감량하는 데 성공하였음. 유시시(刘诗诗) 역시 자신의 몸매 유지 비결로 구기자차를 꼽음
- 구기자를 차로 마실 때 구기자만 우려내서 먹기도 하지만 국화차와 대추 등 다른 건조식품과도 함께 우려먹기도 함

#### < 구기자를 이용한 다이어트 차 >



출처 : 바이두(www.baidu.com)

## “부드러운 황금(軟黃金)이라 불리는 흑(黑)구기자 ”

□ 흑구기자는 해발 2,800~3,200미터에서 자라는 야생식물로써 노화방지, 암 예방, 면역력 강화 등 일반 구기자보다 몇 배 이상의 효능을 갖고 있어 중국에서는 “부드러운 황금” 이라 불리고 있음. 흑구기자는 1kg당 4,000위안의 고가제품으로 중국에서 귀한 음식으로 자리매김함

- 중국에서 흑구기자는 주로 끓는 물에 우려먹는데 차로 마실 때 몸에 더 흡수가 잘되기 때문임

□ 중국 포털사이트 평선뉴스(鹏讯新闻) 보도에 따르면, 2015년 8월 중국 칭하이(青海)지역의 거얼무사원(格尔木草原)에서 자라나는 흑(黑)구기자를 채취하기 위해 5,000명의 중국인들이 300만㎡ 재배지를 도둑질했다고 보도함

- 흑구기자의 재배지역 담당자는 매년마다 흑구기자 수확 계절이 오면 흑구기자를 서리하려는 사람이 많다고 전함. 몇 년 전에는 도둑질하려는 이들이 300~400명 정도이었으나 올해는 몇 천 명이 몰려와 흑구기자 재배지를 쑥대밭으로 만들어 왔다고 함

- 이러한 사태는 최근 흑구기자의 수요가 증가함에 따라 가격이 8배 이상 폭등한 것에서 기인했음

### < 흑 구기자 이미지 >



출처 : 21CN News(www.news.21cn.com)



## “중국 구기자 술(酒) 수요 급증”

- 최근 중국에서는 구기자를 이용해 술을 담그는 소비자가 급증하고 있음. 구기자 술은 불면증 완화, 피로회복 등의 효능이 있으며 하루에 두 번 정도 마시는 것이 일반적임
  - 구기자, 인삼, 설탕, 백주 등과 함께 술을 담구며 밀봉한지 14일 후 섭취가 가능함
- 중국 Ningxia(宁夏) 지역에서 재배되고 있는 구기자는 건조 가공품으로 판매하고 있을 뿐만 아니라 술과 와인으로도 만들어 판매하고 있음
  - 구기자 주 제조업체는 중국 Ningxia 홍구기자 산업단체(宁夏红枸杞产业集团公司)가 거의 독점으로 제조하고 있음. 이 Ningxia 홍구기자주는 중국의 황진주, 예다오루구이주와 함께 중국을 대표하는 보양주로 알려짐
  - 이 Ningxia 지방의 구기자 와인은 한국으로 작년엔 2,330만 달러 수출되기도 함

### < 중국 구기자 와인 제품 정보 >

사진		
제품명	닝샤홍	닝샤홍
가격	78위안	99.90위안
용량	500ml	375ml
도수	12도	12도

출처 : 중국 지우산왕([www.jiuxian.com](http://www.jiuxian.com))

#### 시장트렌드 출처

- 평신뉴스([www.news.qq.com](http://www.news.qq.com))
- 알리바바([www.1688.com](http://www.1688.com))
- 중국 바이두([www.baidu.com](http://www.baidu.com))
- 중국 신라뉴스([www.sina.com.cn](http://www.sina.com.cn))
- 21CN뉴스([www.news.21cn.com](http://www.news.21cn.com))

# III

## 경쟁제품 현황

1. 중국 방문매장 정보
2. 중국 구기자 가공품 경쟁제품 가격현황
3. 중국 구기자 가공품 매장 담당자 인터뷰
4. 중국 경쟁제품 현황 조사결과

# 1. PRODUCT INFORMATION - 중국 방문매장 정보

## SHOP #1. 우메이마트 (物美)



< 매장 전경 >

이미지



< 매장 내 구기자 가공품 판매대 전경 >

Contact Point

Tel : +86 10 8222 4880

Add : 1 Xin Jie Kou Bei Da Jie, BeiTaiPingZhuang, Xicheng Qu, Beijing Shi

기업 정보

규모

- 2012년 12월 31일 중국 내 103개 매장 설립. 그중 11개는 화동지역, 92개는 화북지역에 설립됨
- 2006년 2월 중국 체인점 마트인 메이리엔메이(美廉美) 매입

- 중국 북경과 화북지역에서 가장 인지도 있는 마트 체인
- 북경 내 시장점유율 35% 차지
- 1994년 최초로 북경에 설립되었고 1995년 설립 1년 만에 매출액 1억 위안 달성

매장 정보

- 제품 구매 시 포인트를 적립할 수 있는 회원카드제 실시
- 일반 유제품부터 냉동식품, 한국 브랜드 제품들도 판매하고 있음

인터뷰 내역

“구기자 가공품은 중년 및 노년층이 건강을 위해 많이 찾는다.”

베이징 우메이 식품 판매원

SHOP #2. RT-Mart

		
<p>이미지</p>	<p>&lt; 매장 전경 &gt;</p>	
		
	<p>&lt; 매장 내 구기자 가공품 판매대 전경 &gt;</p>	
<p>Contact point</p>	<p>TEL : +86 10 5199 4053</p> <p>Address : No.2 Minzhu yuan Road, Chaoyang District, Beijing</p>	
<p>기업 정보</p>	<p><b>규모</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2013년 기준 335억 6,700만 위안의 매출규모를 기록함</li> <li>- 185개 매장을 보유하고 있으며 2, 3, 4선 도시로 적극 확장하고 있음</li> </ul> <p>- 대만 룬타이그룹(潤泰集團) 계열의 마트로 영문명인 Run Tai를 축약하여 RT-Mart라고 불림</p> <p>- 1997년 상하이에 처음 점포를 열었으며, 중국에 진출한 외국 유통업체 중 후발주자에 속함</p> <p>- 본사 경영과는 별개로 지역 특색에 맞춰 지점별 경영방식을 취할 수 있도록 운영되고 있음</p>	
<p>매장 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 푸드코트, 명품 진열대, 어린이를 위한 놀이방, 약국, 우체국, 오토바이 및 자전거 주차장 등을 통해 편리성을 강조함</li> </ul>	
<p>인터뷰 내역</p>	<p>“구기자의 경우 수입산 보다는 국내산 제품을 더 선호하는 편이며 닝샤산 제품이 대다수를 차지함.”</p> <p style="text-align: right;"><b>베이징 RT마트 식품 판매원</b></p>	



SHOP #3. 롯데마트 (乐天玛特)



< 매장 전경 >

이미지



< 매장 내 구기자 가공품 판매대 전경 >

Contact Point

Tel : +86 10 6219 6869

Add : No 2, Jingguo Plaza Sidaokou Road Haiding District, Beijing

기업 정보

- 규모**
- 2006년 한국 대형마트 업종에서 2위 달성
  - 2018년 해당 매장은 약 300개로 늘어날 것이며 매출액은 2,000억 달러로 예측함
  - 매년 300억 달러를 달성함

- 1998년 중국 내 최초로 롯데마트가 설립됨
- 2008년 북경 왕징에 개업하면서 천진, 산둥, 하오닝 등에도 영역을 확장함

매장 정보

- 식품, 음료, 물류, 여행 등 다양한 비즈니스를 하고 있음

인터뷰 내역

"구기자는 국화와 함께 차로 끓여먹거나 요리의 식재료로 쓰이고 있다."

베이징 롯데마트 매장판매원

SHOP #4. Uni-Mart



< 매장 전경 >

이미지



< 매장 내 구기자 가공품 판매대 전경 >

Contact

Tel : +86 10 6229 0119

Point

Add : No 32, Fenglan Shopping Center Xizhimen beida Road Xicheng District, Beijing

기업  
정보

규모

- 약 500 ~ 1,000m<sup>2</sup>의 매장 규모
- 단지 및 상업단지 내 주로 설립되어 있으며 비교적 소규모의 마트가 대부분임

- 대만계 마트로 베이징에 최초로 설립했으며 약 3,900개 마트 개설
- 2015년 북경에 10개 마트가 입점 될 예정임

매장  
정보

- 과일, 식품, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 팩스, 금융 및 기타 서비스도 가능함

인터뷰  
내역

"구기자 수입산은 취급한 적은 없었으며 요리의 식재료로 많이 쓰이고 있다."

베이징 Uni Mart 매장판매원

## 2. PRODUCT INFORMATION - 중국 구기자 가공품 경쟁제품 가격현황

## 중국 우메이마트 가격 현황 (2015년 10월 1일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Fructus Lycii					
특상 구기자	Beiwei Natural Food Company	중국	200g	35.80위안 (g당 0.179위안)	
자오캉 닝샤 구기자	Ningsha Zaochen Fructus Lycii Company	중국	200g	39.90위안 (g당 0.199위안)	
닝샤 구기자	Beijing wudeming Company	중국	200g	45.90위안 (g당 0.22위안)	
쌍다 구기자	Shuangda Food Company	중국	200g	42.86위안 (g당 0.214위안)	

2015년 10월 1일 기준 중국 1엔 = 187.26원



중국 RT-Mart 가격 현황 (2015년 10월 1일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
<b>Fructus Lycii</b>					
닝샤 구기자	Xuedou yifu Food Company	중국	138g	26.20위안 (g당 0.189위안)	
닝샤 구기자	Dafeng Company	중국	150g	16.9위안 (g당 0.112위안)	
닝샤 구기자	Huahaishunda Seasoning Company	중국	250g	42.60위안 (g당 0.174위안)	

중국 롯데마트 가격 현황 (2015년 10월 1일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
<b>Fructus Lycii</b>					
대추 구기자	Sanjiang Food Company	중국	700g	25.90위안 (g당 0.037위안)	
닝샤 구기자	Haiying Trade Industry Co.,LTD	중국	200g	36.8위안 (g당 0.184위안)	
구기자	Weiduobao Food Company	중국	200g	37.90위안 (g당 0.184위안)	
구기자	Shouxiang Business Company	중국	80g	8.8위안 (g당 0.11위안)	
금은화 구기자차	Lezhifu Business Company	중국	108g	14.90위안 (g당 0.137위안)	



중국 Uni-Mart 가격 현황 (2015년 10월 1일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
<b>Fructus Lycii</b>					
구기자	Sibaobao Company	중국	100g	10.50위안 (g당 0.105위안)	
야지우 구기자	Yajiufa Company	중국	100g	14.90위안 (g당 0.149위안)	
디에싱왕 구기자	Shuntianhengfeng Company	중국	250g	27위안 (g당 0.108위안)	
디에싱왕 구기자	Shuntianhengfeng Company	중국	200g	31위안 (g당 0.155위안)	

### 3. PRODUCT INFORMATION - 중국 구기자 가공품 매장 담당자 인터뷰

#### ※ 중국 우메이마트 구기자 가공품 판매 담당자 인터뷰

구기자 가공품이 있는지

- 해당 매장에서 구기자는 꾸준히 판매되고 있는 품목 중 하나로 중년층 이상의 연령대가 많이 찾는다. 또한 해당 제품은 건조 버섯들과 같은 진열대에서 판매하고 있다.

셀링포인트 및 어떤 방식으로 구기자 가공품이 사용되고 있는지

- 구기자는 중국 닝샤(宁夏)가 가장 유명하며 중국 소비자들은 구기자를 건조 버섯 등 기타 식재료와 함께 탕으로 끓여 먹는다.

#### ※ 중국 RT-Mart 구기자 가공품 판매 담당자 인터뷰

구기자 가공품이 있는지

- 본 매장에는 구기자를 판매하고 있으며 국내산을 가장 선호한다.

셀링포인트 및 어떤 방식으로 구기자 가공품이 사용되고 있는지

- 구기자는 재배지역이 대부분 닝샤이기 때문에 원산지보다는 가격경쟁력에 신경을 써야 할 것 같다. 구기자는 중국에서 차나 음식을 조리할 때 사용된다.

#### ※ 중국 롯데마트 구기자 가공품 판매 담당자 인터뷰

구기자 가공품이 있는지

- 당사는 구기자 가공품을 판매하고 있으며 구기자 20%, 황화채(黄花菜)<sup>9)</sup> 50%, 부죽(腐竹)<sup>10)</sup> 25%, 기타 5%의 점유율을 나타내고 있다.

셀링포인트 및 어떤 방식으로 구기자 가공품이 사용되고 있는지

- 주 소비자층은 노년층으로 건강을 위해 주로 구매하고 있다. 중국 국민들은 구기자를 죽이나 탕에 넣는 등 요리의 식재료로 다양하게 쓰이고 있다.

#### ※ 중국 Uni-Mart 구기자 가공품 판매 담당자 인터뷰

구기자 가공품이 있는지

- 본 매장에는 구기자 가공품을 판매하고 있으며 전체 건조식품 중에서 약 20%를 차지하고 있다. 수입산은 취급하지 않으며 자국산 제품의 선호도가 높은 편이다

셀링포인트 및 어떤 방식으로 구기자 가공품이 사용되고 있는지

- 해당 제품은 주로 건강에 가장 신경 쓰는 중년 및 노년층이 주로 구매하고 있다. 중국 소비자들은 구기자를 차나 탕으로 끓여 먹거나 요리의 식재료로 쓰인다.

9) 황화채 : 말린 원추리의 꽃으로 중국에서 나는 것인데, 잠깐 불리어 음식에 넣기도 하고 고명으로도 사용함

10) 부죽 : 한국에서 머느리 두부라고 불리우는 것으로, 콩으로 만들어진 식물 원료임

## 4. PRODUCT INFORMATION - 중국 경쟁제품 현황 조사결과

### ※ Summary

- 중국의 주요 대형마트 우메이마트, 롯데마트, RT-Mart, Uni-Mart 4곳을 방문 조사한 결과, 구기자 가공품은 모든 마트에서 판매하고 있었으나 수입산은 찾아볼 수 없었음. 이를 볼 때 중국 구기자 시장에서 자국산 제품이 인지도가 높은 것으로 나타남
- 구기자는 제품의 상태를 판별하는데 용이한 투명 비닐포장 타입으로 판매되고 있었고 포장 디자인은 구기자 열매 사진이 첨가되어 있었음. 용량은 80g~700g으로 다양하게 판매하고 있음
- 현지 매장을 답사하며 조사한 구기자 제품의 80~90%는 중국 닝샤산 제품이었음. 이를 미루어볼 때 중국 진출 시 예상되는 경쟁제품은 닝샤산 구기자 제품일 것으로 판단됨
- 중국 구기자 제품은 g당 0.037~0.214위안으로 다양한 가격대로 판매되고 있음

# IV

## 유통구조

1. 중국 구기자 가공품 유통구조 및 현황
2. 중국 차(茶) 유통채널별 점유율

※ 구기자 가공품 전체에 대한 유통채널별 점유율은 조사되지 않아  
중국 내 대표적 구기자 가공품인 차(茶)로 조사를 대체함

# 1. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 구기자 가공품 유통구조 및 현황

## “유통구조가 점차 복잡해지고 있는 중국”

- 중국의 빠른 경제성장과 개방, 개혁으로 식품 유통구조는 복잡한 구조로 변화하고 있음
- 북경, 광저우, 상하이 등 1선 도시의 경우, 유통시설이 비교적 잘 갖춰져 있으며 2선 도시에도 유통시설이 발전하고 있음
- 최근 편리함과 가격 경쟁력을 내세운 온라인 쇼핑몰이 급부상 하면서 대형 유통업체 뿐만 아니라 소매업체들도 자체 온라인 쇼핑몰을 운영함. 구기자 가공품이 일부 유통되는 것을 확인할 수 있음
- 중국에서는 구기자를 차로 많이 마시기 때문에 차 전문점에서도 판매가 되고 있음
- 중국 음식점에서는 손님에게 물 대신 차로 많이 대접하기 때문에 음식점에서도 차 수요가 많은 편이며 구기자 차 개발시 진출하기 적절한 경로일 것으로 판단됨
- 이외에도 구기자는 약재로 일부 사용되기 때문에 중약재 시장에서 거래가 있을 수도 있을 것으로 판단됨

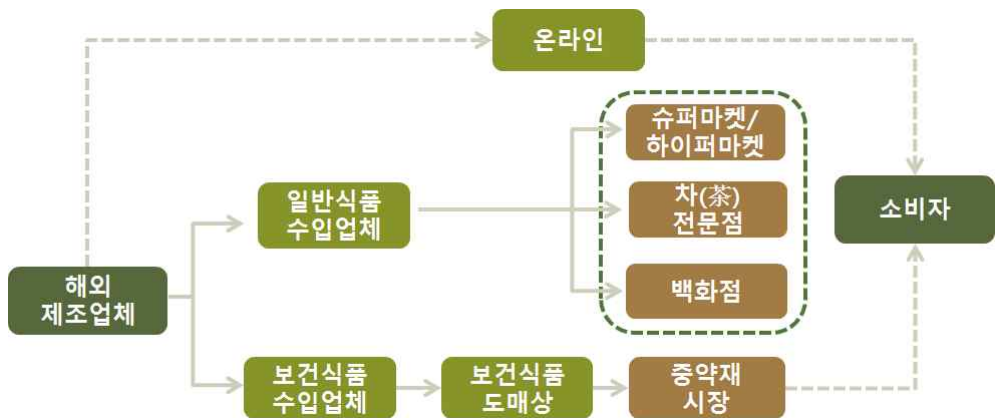
**KEY INFO**

**중국 10대 한약재 도매시장**

- 보저우 중약재 시장
- 위저우 중약재 시장
- 허화츠 중약재 시장
- 안귀 중약재 시장
- 칭핑 중약재 시장
- 순왕청 중약재 시장
- 산커수 중약재 시장
- 위린 중약재 시장
- 가오차오 중약재 시장
- 푸송창바이산 인삼 시장

출처: 한국농수산물유통공사

### < 중국 구기자 가공품 유통구조 >

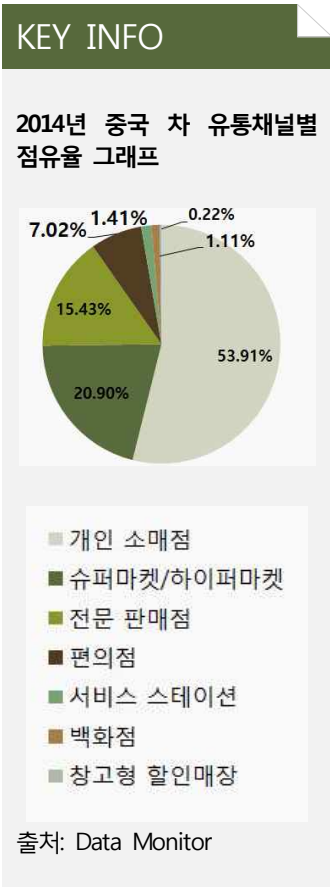


출처 : 자체조사 종합



## 2. DISTRIBUTION INFORMATION - 중국 차(茶) 유통채널별 점유율

### “중국 차(茶)11) 유통채널, 독립 소매점이 강세”



□ 글로벌 리서치 기관인 데이터모니터에 따르면, 2014년 기준 중국 차 시장에서 개인 소매점이 53.91%로 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 것으로 집계됨

- 중국의 차 유통하는 채널은 다양하지만 가장 비중이 많이 차지하는 유통채널은 개인 소매점, 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 편의점, 전문 판매점임
- 2014년 기준 개인 소매점과 전문 판매점은 소폭씩 감소하고 있는 반면, 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 편의점, 서비스 스테이션은 증가하고 있음

#### < 중국 차(茶) 유통채널별 비중 >

(단위 : %)

유통채널 <sup>12)</sup>	2011	2012	2013	2014
개인 소매점	54.57	54.43	54.17	53.91
슈퍼마켓/하이퍼마켓	19.73	20.23	20.57	20.90
전문 판매점	16.21	15.81	15.62	15.43
편의점	6.89	6.93	6.97	7.02
서비스 스테이션	1.24	1.25	1.33	1.41
백화점	1.13	1.12	1.12	1.11
창고형 할인매장	0.22	0.22	0.22	0.22

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

11) 중국에서 구기자 가공품은 주로 차로 많이 사용되기 때문에 차에 대한 유통채널을 조사하였음

- 개인 소매점 (Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 슈퍼마켓/하이퍼마켓 (Supermarkets/Hypermarkets) : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 E-Mart를 예로 들 수 있음
- 전문 판매점 (Specialist Retailers) : 한 가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점을 예로 들 수 있음
- 편의점 (Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션 (Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 백화점(Department Stores) : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 MARKS & SPENCER를 예로 들 수 있음
- 창고형 할인매장 (Cash & Carry and Warehouse clubs) : 매장을 단순화해 창고 형으로 꾸미고 식품, 생활용품 등 각종 상품들을 시중가보다 파격적으로 싼값에 묶음 형으로 판매하는 매장으로 Costco를 예로 들 수 있음

