

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-14
품목 | 건강즙(Health Juice)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 러시아(Russia)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모	06
2. 러시아 건강보조식품 가격대별 시장규모	07
3. 러시아 건강보조식품 효능별 성장률	08
4. 러시아 건강즙 수입규모	09

III. 시장트렌드

1. 코로나19로 건강보조식품 인기	12
2. '통' 패키징을 주로, 다양한 용량 제품 판매	13
3. 건강 기능 강조하는 홍보문구	14
4. 면역력 증강 성분 다수 확인	15

IV. 유통채널

1. 러시아 건강즙 유통채널 점유율	17
2. 러시아 건강즙 주요 유통채널	18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 러시아 건강즙 통관 및 검역 절차	31
2. 러시아 건강즙 품질 인증	34
3. 러시아 건강즙 라벨링	38
4. 러시아 건강즙 성분 및 유해물질	45

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 세레나컴퍼니(Serena Company)	49
2. 쥐에프시(GFC)	51
3. 바이오스파샵(Biospashop)	53

VII. 시사점

1. 시사점	56
--------	----

※ 참고문헌	58
--------	----



HS CODE : 2202.99-9000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

러시아 건강즙 시장

시장 현황

생물학적 활성 첨가제 시장규모

건강보조식품 효능별 시장규모

수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 십억 루블



단위 : 백만 루블



단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 러시아 온라인 쇼핑몰 건강즙 제품 526건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본세율 8%

사전 준비
TR-CU(EAC) 인증 필수
공인경제운영인(AEO) 취득

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
러시아어 표기 必, 제품명, 성분 목록, 식품 용량, 제조일자 및 유통기한, 보관방법, 제조자/수입자, 영양 정보 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



BIOSPASHOP

Point 01.

러시아 내 건강보조식품 수요 증가 러시아 내 건강보조식품에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있으며, 특히 한국 제품의 인기가 높음
주요 트렌드 코로나19 이후 러시아 소비자들 내 건강에 대한 관심이 높아지며 건강 관리를 위해 건강보조식품에 대한 소비가 증가함
제품 구매요소 러시아 내 건강보조식품 구입 시 성분과 제조 국가를 중요하게 생각하며, 한국 제품 품질에 대한 인식이 좋은 편임

Point 02.

고객사 제품 피드백 고객사 제품의 가격은 현지 제품 대비 약간 높은 편이며, 제품 성분이 차별점이 될 수 있을 것으로 보임
타깃 소비층 소득이 높고, 건강, 스포츠, 뷰티 산업에 종사하거나 관심이 많은 20-45세 소비자들을 타깃하는 것을 추천함
추천 홍보방법 제품 샘플 배포, 건강보조식품 관련 컨퍼런스 참여, 제품 시음 행사, 팝업 스토어 운영, 1+1 프로모션 등의 홍보방법을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모
2. 러시아 건강보조식품 가격대별 시장규모
3. 러시아 건강보조식품 효능별 성장률
4. 러시아 건강증 수입규모

1. 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모

러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,709만 km ²
인구	1억 4,275만 명
GDP	1조 7,785억 달러
GDP (1인당)	1만 4,665달러

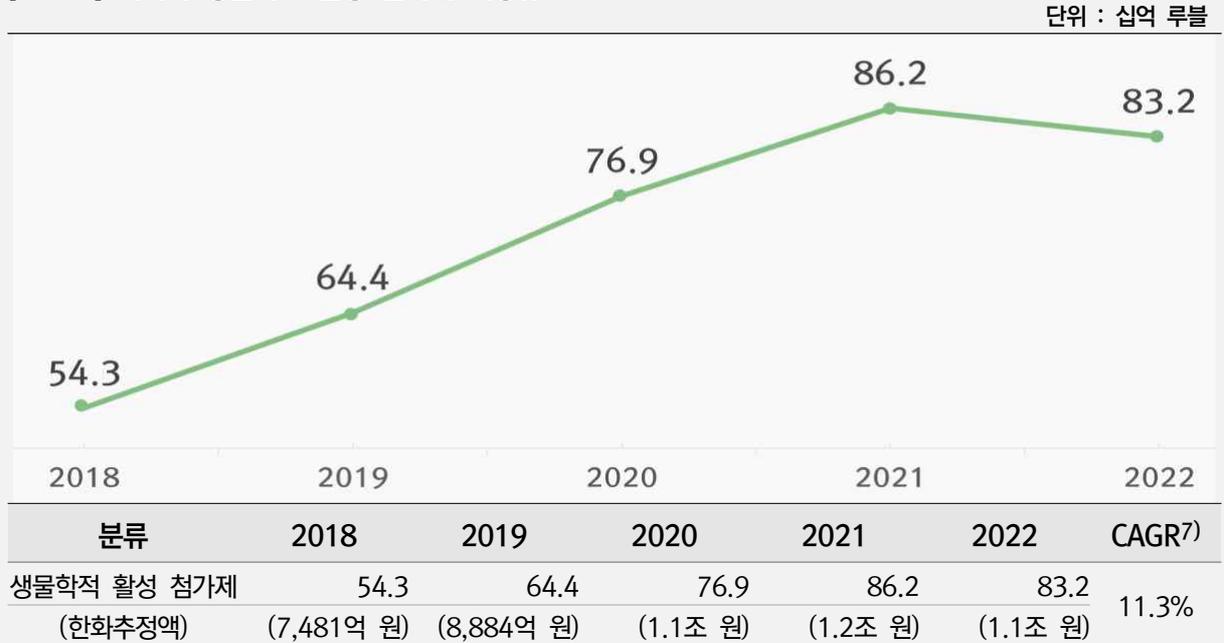
▶ 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모 1.1조 원, 연평균 11.3% 성장

2022년 기준 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모는 1.1조 원이며, 최근 5년(2018~22년)간 평균 1.0조 원의 규모를 보임. 5년간 연평균성장률이 11.3%인데 비해, 2019년과 2020년에는 전년 대비 각각 18.7%, 19.4%의 비교적 높은 시장 성장을 보임

▶ 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장, 글로벌 추세 따라 지속 성장

러시아 소비자는 건강보조식품을 크게 ‘기능성식품(Functional Foods)’와 ‘생물학적 활성 첨가제(Biologically Active Additives, 건강 보조제)’로 구분하는데, 1994년 의약품 분류에서 생물학적 활성 첨가제가 제외되면서 시장이 성장하기 시작함²⁾³⁾

[표 2.1] 러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 ‘건강즙’은 파우치 형태의 식용 달팽이를 이용한 한방 진액 및 홍삼 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 한방 진액을 포함한 품목인 ‘생물학적 활성 첨가제’의 시장규모를 조사함

3) 자료: KHIDI 제약산업정보포털, 「러시아 건강보조식품 시장 동향」, 2019.06

4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Retail sales of biologically active additives(BAAs) in pharmacies in Russia from 2016 to October 2022」, 2023.07

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1루블=13.79원 (2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

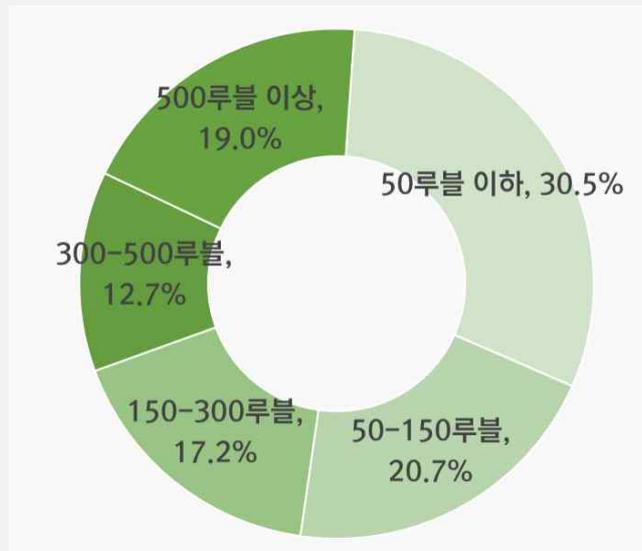
7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 러시아 건강보조식품 가격대별 시장규모

- ▶ 러시아 건강보조식품 ‘50루블 이하’ 제품 30.5%로 가장 높은 비중
2022년 기준 러시아 건강보조식품의 시장규모는 가격대별로 ‘50루블 이하’ 제품이 전체의 30.5%로 가장 높은 비중을 차지하였고, ‘50-150루블’은 20.7%, ‘500루블 이상’의 비교적 고가 제품이 19.0%를 차지함. ‘150-300루블’ 사이 제품은 17.2%, ‘300-500루블’ 사이 제품은 12.7%로 가장 낮은 점유율을 기록함
- ▶ 러시아 면역력에 대한 관심 증가로 건강보조식품 시장규모 성장
코로나19로 인해 면역력에 대한 관심이 증가하면서 건강보조식품 시장도 성장하고 있으며, 가격 경쟁력이 높은 자국 건강보조식품이 시장의 50% 이상을 차지하고 있음. 저렴한 제품이 높은 비중을 차지하고 있으나, 최근 3년간 1달러 미만의 저가 제품 점유율은 지속적으로 하락하는 추세임

[표 2.2] 러시아 건강보조식품 가격대별 시장규모 비중⁸⁾

단위 : %



분류	50루블 이하	50-150루블	150-300루블	300-500루블	500루블 이상
건강보조식품	30.5	20.7	17.2	12.7	19.0

자료: 디에스엠(DSM)

8) 자료: 디에스엠(DSM), 「Russian Pharmaceutical Market 2022」, 2023.03

3. 러시아 건강보조식품 효능별 성장률

▶ 러시아 건강보조식품 중 ‘비뇨기 기능 강화 제품’ 최대 성장률 55.6%

2021년 러시아 건강보조식품 효능별 성장률은 ‘비뇨기 기능 강화 제품’이 55.6%로 가장 높았고, ‘심장 및 혈관 강화 제품’이 43.7%로 2위를 기록함. 또한, 효능별 구분 중 ‘전반적인 인체 기능 보조 제품’의 점유율이 32.30%로 가장 높았고, ‘중추신경계 강화 제품’이 점유율 9.4%를 기록하며 2위를 차지함

[표 2.3] 러시아 건강보조식품 효능별 성장률 순위⁹⁾

순위	효능	성장률	판매규모 (백만 루블)	점유율
1위	비뇨기 기능 강화 제품	55.6%	1,846	1.8%
2위	심장 및 혈관 강화 제품	43.7%	2,657	2.5%
3위	호흡기 질환 치료 보조제품	35.9%	4,417	4.2%
4위	면역력 강화 제품	34.4%	2,411	2.3%
5위	감각기관 강화 제품	23.5%	2,001	1.9%
6위	중추신경계 강화 제품	20.2%	9,900	9.4%
7위	내분비선 기능 강화 제품	20.1%	807	0.8%
8위	골밀도 강화 제품	19.6%	7,947	7.6%
9위	전반적인 인체 기능 보조 제품	19.2%	33,892	32.3%
10위	피부 및 모발 상태 치료 제품	18.6%	3,358	3.2%

자료: 디에스엠(DSM)

9) 자료: 디에스엠(DSM), 「Russian Pharmaceutical Market 2022」, 2023.03

4. 러시아 건강즙 수입규모

건강즙 HS CODE

해당 장에서 건강즙은 HS CODE 2202.99으로 분류. HS CODE 제2202호의 품명은 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료, HS CODE 2202.99-9000의 품명은 기타로 확인

▶ 2017-21년 러시아 HS CODE 2202.99 對글로벌 연평균성장률 10.2%

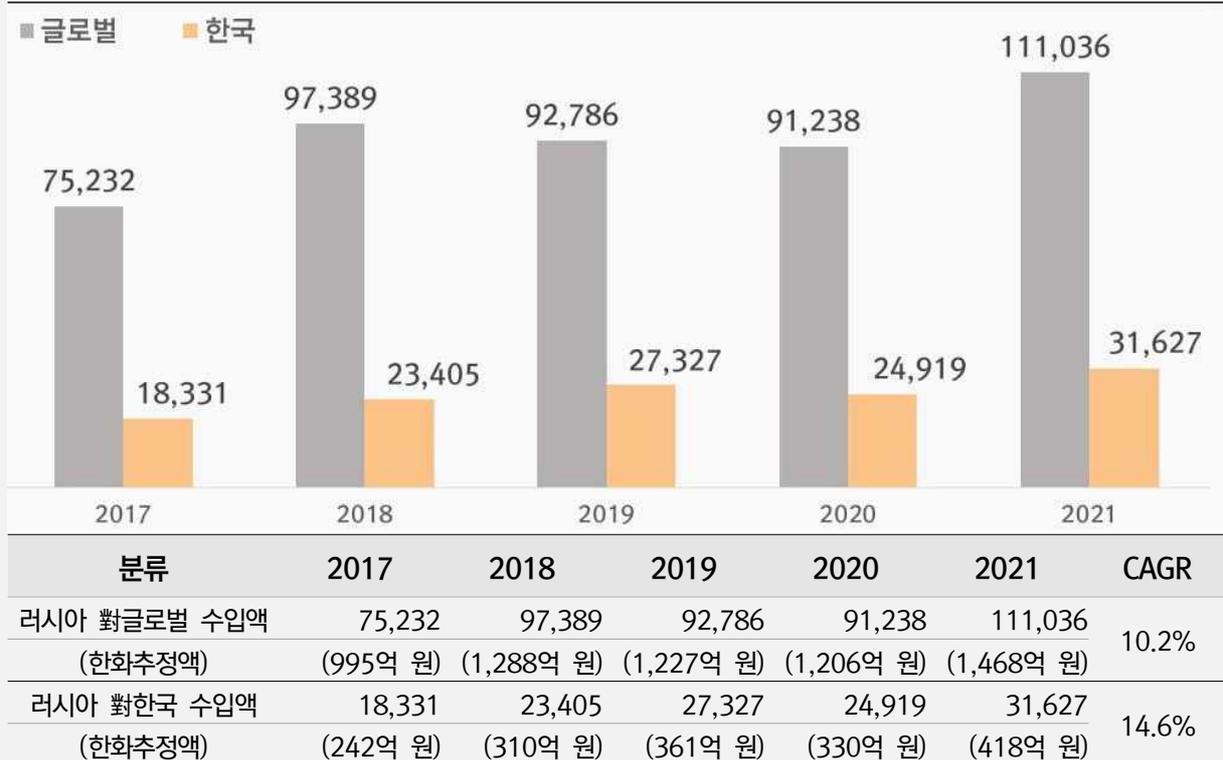
러시아 HS CODE 2202.99 품목인 건강즙의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2017-21년)간 연평균 10.2% 성장하여 2022년도에는 1,468억 원을 기록함. 지난 5년간 연평균 10.2% 성장한데 비해 2021년에는 전년 대비 21.7%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 러시아 내 HS CODE 2202.99 품목 수입, 한국산 상위 1위

최근 5년(2017-21년)간 러시아 내 건강즙의 對한국 수입규모 평균은 332억 원이며 수입국 상위 1위를 차지함. 2021년 기준 1위국 한국(418억 원, 28%)은 연평균성장률 14.6%을 기록했으며 2위국 독일(191억 원, 13%)은 연평균 20.1% 증가함. 3위국 벨기에(159억 원, 11%)는 연평균 33.8% 증가하였고, 4위국 벨라루스(118억 원, 8%)는 연평균 2.2% 감소함

[표 2.4] 러시아 HS CODE 2202.99 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 코로나19로 건강보조식품 인기
2. '통' 패키징을 주로, 다양한 용량 제품 판매
3. 건강 기능 강조하는 홍보문구
4. 면역력 증강 성분 다수 확인

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 건강즙

- 데이터 수집 키워드: 건강즙(НАПИТОК С ЭКСТРАКТОМ)
- 데이터 수집량: 526건
- 데이터 수집원: 러시아 온라인쇼핑몰 와일드베리스(Wildberries), 안덱스마켓(Yandex Market)

▶ 러시아 온라인매장 입점 건강즙 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 및 경쟁브랜드 ② 패키징 ③ 맛/성분 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/러시아어)		빈도	키워드 (국문/러시아어)		빈도
경쟁제품 및 경쟁브랜드	비타민	витами́н	279	얼라이브	жива	94
	항산화제	антиоксидант	92	시비르스카야 클레차카	сибирская клетчатка	52
	독소제거식품	detox	16	바칼레이나야랍카	бакалейная лавка	51
	아스코르브산	аскорбиновая кислота	11	프쿠스노이폴레즈노	вкусно и полезно	25
	엽산	фолиевая кислота	7	비올리트	биолит	33
	항염증제	противовоспалительными	6	헬리오스	гелиос	20
	인삼	женьшенья	5	베다바이오틱스	ведабиотика	10
패키징	30ml	30ml	95	통	банка	27
	300ml	300ml	25	상자	коробка	11
	330ml	330ml	15	병	флакон	8
	150g	150г	11	플라스틱 병	пластиковая бутылка	6
	10g	10г	6	(-)	(-)	(-)
맛/성분	레몬	лимона	84	차가버섯	чаги	15
	철	железо	37	허브	трава	13
	자몽	грейпфрут	28	산사나무	боярышника	7
	마그네슘	магний	23	유칼립투스 추출물	эвкалипта	6
	칼슘	кальций	22	인삼	женьшенья	5
	비건	вегетарианцев	22	석류	граната	3
홍보문구	면역력향상	иммунитет	170	혈압조절	давление	32
	체중 감량	похудени	86	선물로 좋은	подарок	30
	간 건강	печени	62	강장제	общеукрепляющее	19
	소화계 기능 향상	жкт	37	쓸개 건강	желчного пузыря	12
	콜레스테롤 수치 감소	холестерина	36	당뇨병 예방	диабета	10

1. 코로나19로 건강보조식품 인기

▶ ‘비타민’, ‘항산화제’ 등 건강보조식품 빈출

- 러시아 소비자에게 건강보조식품은 크게 기능성식품(Functional Foods)과 생물학적 활성 첨가물(Biologically Active Additives)로 인식됨
- 코로나19의 확산으로 ‘비타민’과 ‘항산화제’의 일종인 오메가3의 판매도 증가하였으며 관련 키워드 각각 279건, 92건으로 빈출됨

▶ 현지 브랜드 ‘시비르스카야 클레챗카’와 외국 브랜드 ‘얼라이브’ 빈출

- 러시아 건강보조식품 시장 브랜드는 현지 브랜드와 외국산 브랜드가 골고루 점유율을 차지하고 있음
- 현지 브랜드 ‘시비르스카야 클레챗카’는 52건 도출되었으며, 미국 브랜드 ‘얼라이브’는 94건 도출됨

비타민		항산화제		시비르스카야 클레챗카	
					
제품명	콜라겐정제비타민C (Коллаген с витамином C)	제품명	오메가3캡슐 (Омега-3 капс)	제품명	삼나무섬유포르테 (Кедровая клетчатка ФОРТЕ)
브랜드	에발라(Эвалар)	브랜드	미롤라(Mirolla)	브랜드	시비르스카야 클레챗카 (сибирская клетчатка)
중량	90정	중량	100정	중량	150정
가격	1,248루블(17,210원 ¹²⁾)	가격	60루블(827원)	가격	218루블(3,006원)

[표 3.1] 러시아 판매 건강즙 경쟁제품 및 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시물 526건 분석

12) 1루블=13.79원 (2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘통’ 패키징을 주로, 다양한 용량 제품 판매

▶ 알약 제형 제품은 ‘통’ 패키징 다수

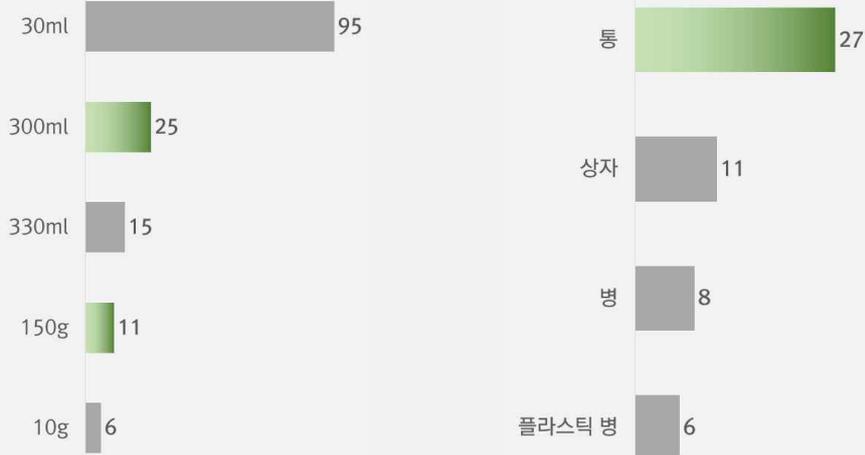
- 러시아에서 판매 중인 건강보조식품 중, 알약 제형의 제품의 경우 ‘통’ 형태의 패키징이 다수임
- 데이터 분석 결과 ‘통’ 관련 키워드 27건 확인되었으며, ‘상자’ 관련 키워드도 11건 도출됨

▶ 액상 제품의 경우 ‘300ml’, 가루 제품은 ‘150g’ 용량 확인

- 용량 관련 키워드에서는 300ml가 25건 도출됨
- 실제 제품 확인 결과, 액상형 제품으로 1포에 10ml인 제품이 총 30개 담긴 패키지 전체 용량을 표시한 것으로 확인됨
- ‘150g’ 관련 키워드도 빈출되었으며, 가루 등의 제형으로 확인됨

통		300ml		150g	
					
제품명	프로바이오틱스-10 (Probiotic-10)	제품명	홍삼담은 석류 스틱	제품명	밸런스그룹라이프인스턴트 (Напиток Balance Group Life растворимый)
브랜드	나우푸드(NOW Foods)	브랜드	정관장	브랜드	밸런스그룹라이프 (Balance Group Life)
중량	50정	중량	300ml(10ml x 30개)	중량	150g
가격	2,415루블(33,303원)	가격	5,400루블(74,466원)	가격	630루블(8,688원)

[표 3.2] 러시아 판매 건강즙 패키징 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시물 526건 분석

3. 건강 기능 강조하는 홍보문구

▶ **코로나19 확산 이후 ‘면역력향상’ 강조 증가**

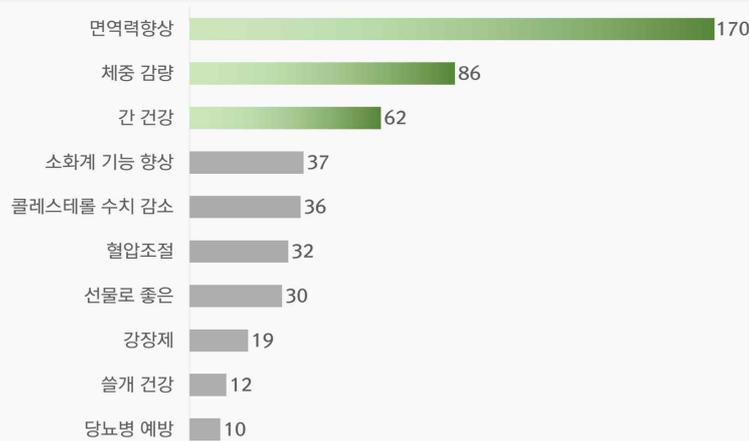
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘면역력향상’이 170건으로 빈출됨
- 러시아 소비자들은 코로나19 확산 이후 면역력 증진을 위해 건강보조식품에 대한 관심이 더욱 높아진 것으로 보임

▶ **그 외에도 ‘체중 감량’과 ‘간 건강’ 등 다양한 건강 기능 홍보**

- 그 외에도 건강보조제 제품 대부분이 보조제 성분이 함유한 독자적인 기능을 홍보하는 것을 다수 확인함
- ‘체중 감량’ 키워드가 86건 확인되었으며, ‘간 건강’ 키워드도 62건 도출됨
- 일부 제품에서는 ‘선물로 좋은’ 키워드도 도출되며 러시아 내에서 건강보조제가 선물로 많이 주고받는 제품인 것을 확인함

면역력향상		체중 감량		간 건강	
					
제품명	코드리버오일 (Cod Liver Oil)	제품명	타우린 (Taurin)	제품명	푸나르나바 (Punarnava)
브랜드	네이처스바운티 (Nature's Bounty)	브랜드	나우푸드 (NOW Foods)	브랜드	히말라야 (Himalaya)
중량	100정	중량	100정	중량	60정
가격	1,006루블(13,873원)	가격	2,279루블(31,427원)	가격	495루블(6,826원)

[표 3.3] 러시아 판매 건강즙 홍보문구 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시글 526건 분석

4. 면역력 증강 성분 다수 확인

▶ ‘레몬’과 ‘마그네슘’ 등 면역력 증강 관련 키워드 확인

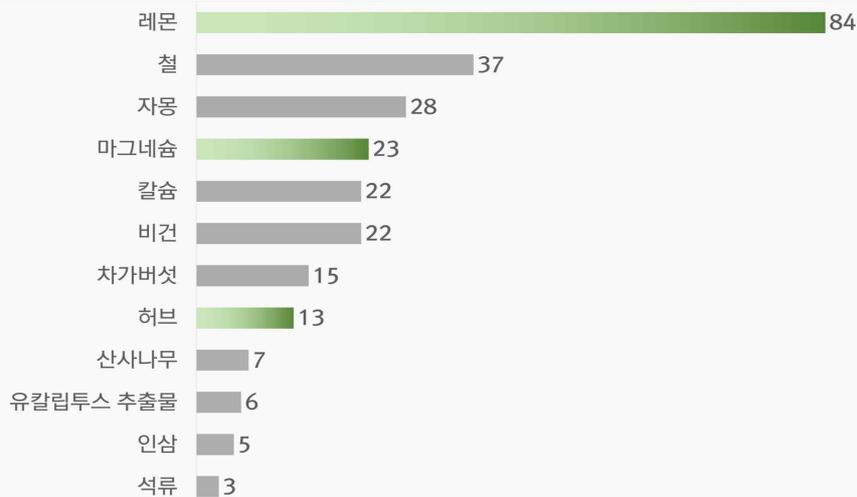
- 비타민 C가 풍부한 ‘레몬’ 관련 키워드 84건으로 빈출되었으며, ‘마그네슘’ 키워드도 23건 도출됨

▶ ‘허브’와 ‘차가버섯’, ‘산사나무’ 등 건강에 유용한 식품 성분도 도출

- 러시아 건강보조식품에는 자연 유래 성분이 함유된 제품도 다수 확인됨
- ‘허브’ 관련 키워드는 13건 도출되었으며 ‘차가버섯’과 ‘산사나무’ 등의 키워드도 빈출됨

레몬		마그네슘		허브	
					
제품명	에코나드레모네이드 (лимонад тонкой газации ЭКОНАД®)	제품명	과라나추출물1000 (Гуарана экстракт 1000)	제품명	비타민젤리 (Кисель витаминизированный)
브랜드	에코나드 (ЭКОНАД)	브랜드	GLS파마슈티컬 (GLS pharmaceuticals)	브랜드	하노니 (Гармония)
중량	500ml x 8병	중량	60정	중량	150g
가격	1,400루블(19,306원)	가격	457루블(6,302원)	가격	250루블(3,448원)

[표 3.4] 러시아 판매 건강즙 맛/성분 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시글 526건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



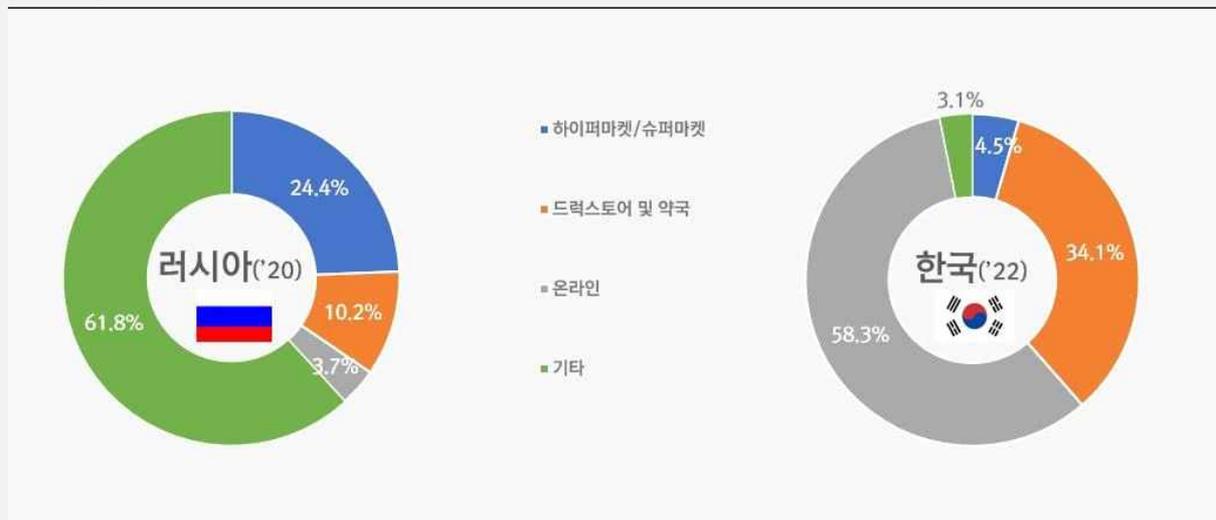
1. 러시아 건강즙 유통채널 점유율
2. 러시아 건강즙 주요 유통채널

1. 러시아 건강즙 유통채널 점유율

▶ 러시아 건강즙 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 강세

2020년 기준 러시아에서 건강즙을 비롯한 일용소비재(FMCG: Fast-Moving Consumer Goods) 유통 채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 24.4%의 비중을 차지하여 1위 유통채널로 나타남. 2022년 기준 한국에서 건강즙을 포함한 건강보조식품은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 4.5%의 비중을 차지하여 상대적으로 낮은 순위로 확인됨. 러시아의 2위 유통채널은 ‘드럭스토어 및 약국’으로 10.2%의 비중을 차지함. 한국은 해당 채널을 통한 유통 비중이 34.1%로 2위를 달성한 것으로 나타남. ‘온라인’ 채널을 통한 유통 비중은 러시아는 3.7%, 한국은 58.3%로 건강즙을 비롯한 일용소비재의 경우 러시아에서는 한국과 비교했을 때 온라인 시장이 활성화되지 않은 것으로 나타남

[표 4.1] 러시아 및 한국 건강즙 소매유통채널 점유율 비교



러시아 및 한국 건강즙 소매유통채널 점유율 비교¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

러시아	유형	한국
24.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.5%
10.2%	드럭스토어 및 약국	34.1%
3.7%	온라인	58.3%
61.8%	기타 ¹⁷⁾	3.1%

자료: 스태티스타(Statista)

13) 해당 장에서 ‘건강즙’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 인접 카테고리인 러시아의 ‘일용소비재(FMCG)’, 한국의 ‘건강보조식품 및 영양제(dietary supplements or nutraceuticals)’의 정보를 확인함

14) 자료: 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channel for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022」, 2023.03.

15) 자료: 스태티스타(Statista), 「FMCG turnover share in Russia 2011–2020, by channel」, 2021.06.

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

17) 기타 채널에는 전통시장, 할인점, 소형 상점 등의 채널들이 포함되어 있음

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ① 굼

기업 기본 정보	기업명	굼(GUM)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	gumrussia.com	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수: 1개 • 일 방문자 수: 6만 명 • 직원 수: 2,000명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1893년 모스크바 중심부에 설립된 백화점 브랜드 • 러시아 최대 규모의 백화점 • 러시아 국가 소유 백화점이며, 러시아 문화유산으로 등록되어 있음 • 2059년까지 보스코 디 킬리에기(Bosco di Ciliegi) 사가 임대 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 일반적으로 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사 소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-788-4343 - 이메일: info@gum.ru 	

자료: 굼(GUM)

사진 자료: 굼(GUM)

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ② 줌

기업 기본 정보	기업명	줌(Tsum)			
	기업구분	백화점			
	홈페이지	www.tsum.ru			
	위치	모스크바(Moscow) 외			
	규모	매출액('22)	• 3억 9,220만 달러(5,186억 원 ¹⁸⁾)		
		기타 규모	• 매장 수('23): 12개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1908년에 모스크바에 설립된 백화점 브랜드 • 2002년에 머큐리(Mercury) 그룹이 인수하여 자회사로 편입되었음 • 2011년부터 온라인 쇼핑몰을 개장하였음 • 2015년 애플(Apple) 사의 애플워치(Apple Watch) 러시아 최초 판매점이 줌 내에 개장하였음 				
매장정보	입점 가능 품목	• 수입식품, 신선식품, 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등			
	선호 제품	• 고급 수입 식품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 일반적으로 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사 소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: 지점마다 상이하여 홈페이지 참조 (www.tsum.ru/contacts) - 이메일: hotline@tsum.ru 			

자료: 줌(Tsum), 줌인포(Zoominfo)

사진 자료: 줌(Tsum)

18) 1달러=1,322.30원 (2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ③ 꼬르샵

기업 기본 정보	기업명	꼬르샵(Korshop)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.korshop.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품과 그 외 중국, 베트남, 태국, 일본 제품을 취급하는 아시안 마트 • 온라인 판매 시 모스크바 지역에 한해 직접 배송 서비스를 운영하며 제품 온라인 구매 시 구매 가격별 차등 할인율과 배송비 무료 혜택 • 타 한인마트 대비 비교적 저렴한 가격에 판매 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 유제품, 건강식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 건강식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 일반적으로 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(참고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트를 통한 소싱 및 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: korshop@inbox.ru - 전화: +7-985-255-4544 	

자료: 꼬르샵(Korshop)

사진 자료: 꼬르샵(Korshop)

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ④ 자스민

기업 기본 정보	기업명	자스민(Jasmin)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.jasmin-cafe.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	기타 규모 • 매장 수(*22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한식당, 베이커리와 함께 식료품점 운영 • 마트 내에서 한국 식료품과 함께 러시아 제품도 취급하고 있음 • 배송 서비스(8시-22시) 제공 • 온라인 쇼핑몰을 함께 운영하고 있음 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건강식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 식료품, 건강식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 'Контакты' 클릭 - 홈페이지 양식대로 정보 기재하여 제출 (www.jasmin-cafe.ru/contacts) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보(담당자 이름, 연락처 또는 이메일) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@jasmin-cafe.ru - 전화번호: +7-495-438-2366 / +8-499-749-6702 - 카카오톡: stayinmoscow 	

자료: 자스민(Jasmin)

사진 자료: 자스민(Jasmin) 페이스북

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ⑤ 오존

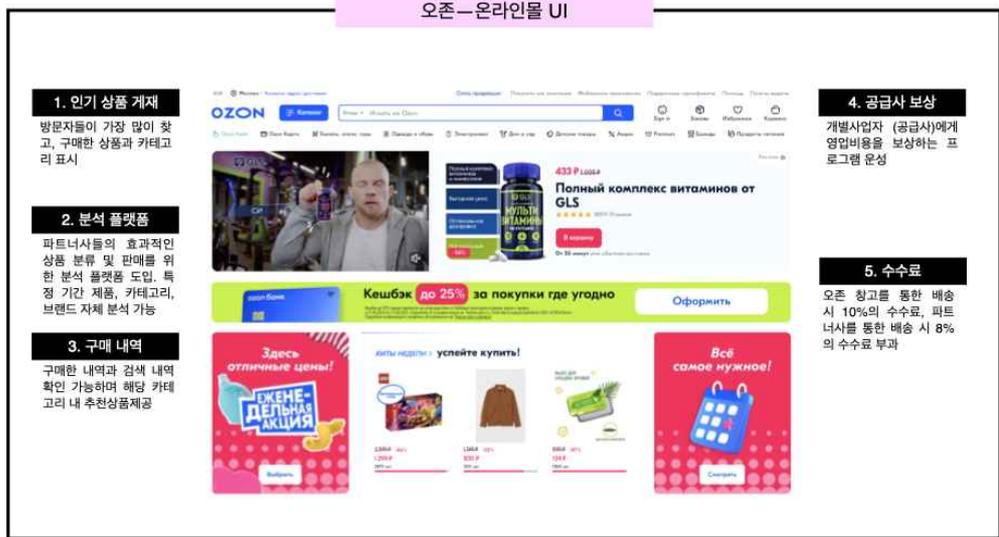
기업 기본 정보	기업명	오존(Ozon)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.ozon.ru		
	규모	매출액('22)	2,770억 루블(3조 8,198억 원 ¹⁹⁾)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 활성 고객 수('22): 3,700만 명 • 방문 횟수(최근 1개월): 4억 1,160만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 러시아 2위 규모의 온라인 마켓플레이스 플랫폼 • 1998년 온라인 서점으로 시작하여 현재 러시아의 대표적인 이커머스 기업 중 하나로 손꼽히고 있음 • 2020년 포브스(Forbes)가 선정한 가장 가치 있는 러시아 인터넷 기업 3위로 선정됨 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	부코(Buko), 아습쿠스(AzVKUS) 등	
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시간대별 할인 이벤트, 3+1 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'Стать продавцом' 클릭 - 계정 생성 및 로그인 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(담당자 이름, 이메일, 연락처, TIN, 주소, 지불 세부정보, 여권 사본) ② 제품 정보(품목, SKU 번호, 브랜드명) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) - 유튜브(Youtube)를 통해 영상 지침 공유 (www.youtube.com/channel/UCUmXgYb4ex6zGjkrZsKQEcA/featured?reload=9) 		
		<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-933-99-77 - 이메일: help@ozon.ru 		

자료: 오존(Ozon), 시밀러웹(Simlarweb)

사진 자료: 오존(Ozon)

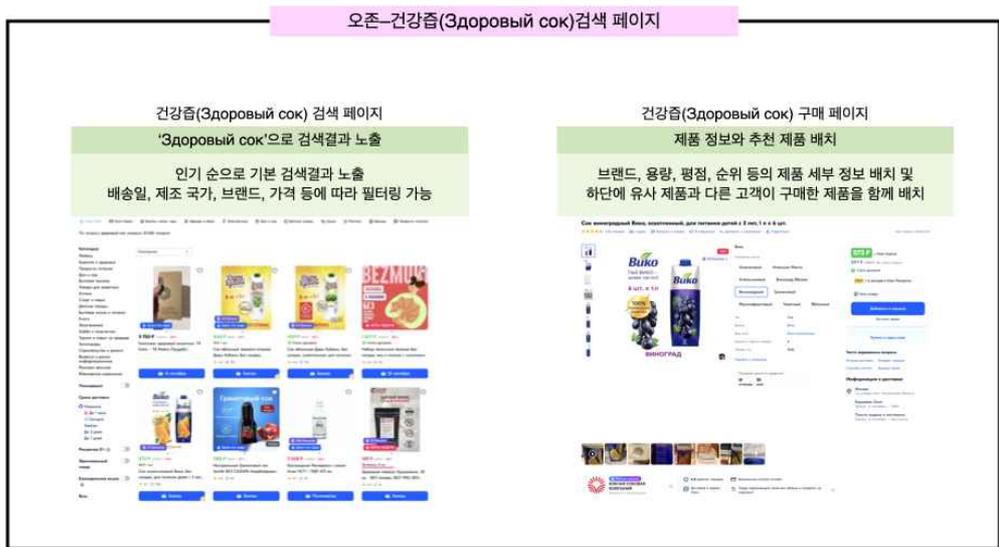
19) 1루블=13.79원 (2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



방문자들이 가장 많이 검색하고 구매한 상품과 카테고리 표시
파트너사들의 효과적인 상품 분류 및 판매를 위한 분석 플랫폼 도입

온라인몰 UI ②



검색 시 인기순으로 기본 검색 결과를 노출하며,
구매 페이지에서 제품 세부정보 제공, 유사 제품 및 다른 고객이 구매한 제품 추천

자료: 오존(Ozon)
사진 자료: 오존(Ozon)

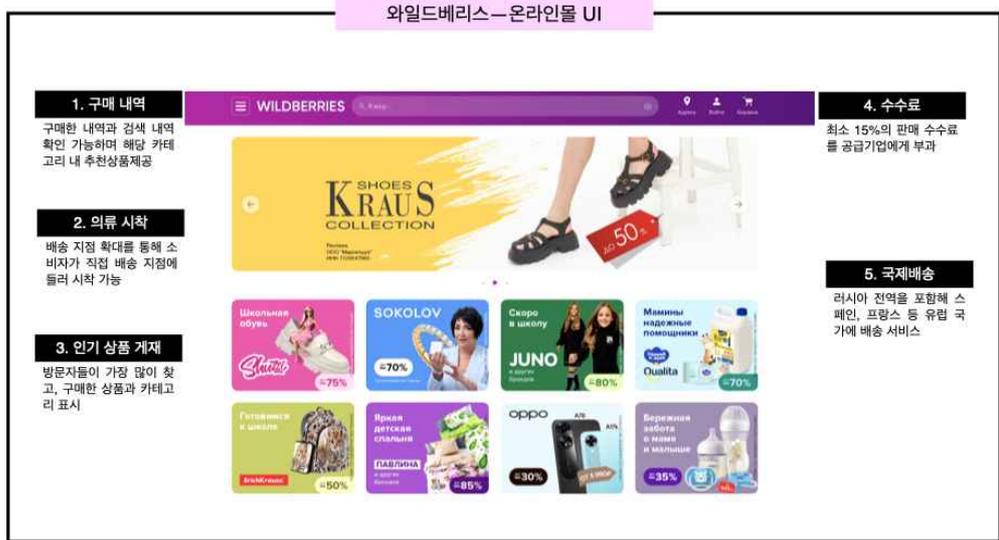
2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ⑥ 와일드베리스

기업 기본 정보	기업명	와일드베리스(Wildberries)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.wildberries.ru		
	규모	매출액('22)	44억 루블(607억 원)	
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월): 3억 8,250만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 1위 규모의 온라인 마켓플레이스 플랫폼 2004년에 설립되어 현재 러시아의 대표적인 이커머스 기업에 해당 러시아 외에도 우크라이나, 벨라루스, 카자흐스탄, 폴란드 등 해외로 진출하였음 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	류비미(Любимый), 톨코(Только) 등	
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	카테고리별 프로모션 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 내 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 포털 로그인 페이지 내 회원가입 (seller.wildberries.ru/promo/partners) <ol style="list-style-type: none"> 1) 견적서 작성 2) 협력 조건 확인 3) 상대방 설문지 양식 작성 4) 법적 문서 포털에 업로드 5) EDI(Electronic Data Interchange) 제출 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱, 로컬 에이전트를 통한 등록 - 등록정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(이름, 연락처, 이메일 주소, 카테고리) ② 필수 법적 문서(회사의 국가 등록 증명서, 세무 당국 등록 증명서, CEO 여권 사본, 창고 또는 사무실 임대 계약서 사본, 가격표 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sales@wildberries.ru 		

자료: 와일드베리스(Wildberries), 시밀러웹(Similarweb), 스태티스타(Statista), 이커머스디비(ecommerceDB)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

온라인몰 UI ①



구매 내역과 검색 내역을 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공
러시아 전역을 포함해 스페인, 프랑스 등 유럽 국가 배송 서비스

온라인몰 UI ②



키워드 검색 시 관련성 순으로 기본 검색 결과를 노출하며,
구매 페이지 내 제품 세부 정보와 제품 실제 후기를 배치

자료: 와일드베리스(Wildberries)
사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

2. 러시아 건강증 주요 유통채널 ⑦ 삐초로취까

기업 기본 정보	기업명	삐초로취까(Пятёрочка)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.5ka.ru	
	위치	상트페테르부르크(Saint-Petersburg) 외	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> • 2조 1,200억 루블(29조 2,348억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 1만 9,164개 • 직원 수('22): 17만 6,000명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년 상트페테르부르크에 첫 매장이 설립됨 • 2001년 러시아 모스크바에 매장을 확장하기 시작함 • 러시아의 대규모 유통 기업 엑스파이브그룹(X5 Group)의 일부로 운영 • 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계약 조건 및 회사 정책 숙지 (www.x5.ru/ru/suppliers/submitting-commercial-offer) - 해외 공급업체의 경우 제안서를 X5 Group 유통 담당 부서 이메일로 전송 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(회사명, 회사 설립연도, 매출액, 연락처) ② 제품 관련 내용(러시아 내 유통채널, 연간 예상 입고량) ③ 상세 내용(회사 소개서, 제품 카탈로그 등 자유 기재) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: import_fv@x5.ru (신선식품 카테고리) direct_import@x5.ru (식료품/비식품 카테고리) 	

자료: 삐초로취까(Пятёрочка)

사진 자료: 삐초로취까(Пятёрочка), 칼리닌그라드(Калининград)

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ⑧ 렌따

기업 기본 정보	기업명	렌따(Лента)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lenta.com	
	위치	상트페테르부르크(Saint-Petersburg)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 5,374억 루블(7조 4,107억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 385개 직원 수('22): 4만 4,660명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 내 최대 규모의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 러시아 내 약 88개의 도시에 매장 보유 7개의 자체 유통센터, 3,000개의 협력 공급 업체 보유 다양한 자체 브랜드 상품 보유 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품, 신제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 'Поставщикам' 클릭 페이지 내 Оставить коммерческое предложение 눌러 입점 지원서 작성 (lenta.com/postavshchikam/ostavit-kommercheskoe-predlozhenie) 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(회사명, 회사 설립연도, 매출액, 연락처) 제품 관련 내용(러시아 내 유통채널, 연간 예상 입고량) 상세 내용(회사 소개서, 제품 카탈로그 등 자유 기재) 로컬 에이전트를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> 소요시간: 약 2주 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +7-812-380-61-31 이메일: info@lenta.com 	

자료: 렌따(Лента)

사진 자료: 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today), 모스크바타임즈(The Moscow Times)

2. 러시아 건강즙 주요 유통채널 ⑨ 오키

기업 기본 정보	기업명	오키(O'key)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.okmarket.ru	
	위치	모스크바(Moscow), 상트페테르부르크(St. Petersburg)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 77개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 상트페테르부르크에 첫 하이퍼마켓 매장을 설립함 • 러시아에서 보유 지점 수 3위를 기록한 하이퍼마켓 브랜드 • 2013년 올해의 브랜드 상을 수상함 • 2021년 옴니 채널형 모바일 어플리케이션을 도입하여 온 오프라인 경계 없이 식료품 구매가 가능하도록 함 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 가공식품, 스낵류, 소스류, 의약외품, 화장품, 위생용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰도가 높은 수입제품, 품질 검증을 통과한 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.okmarket.ru/partners/providers/form) - 홈페이지 내 설문지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사 정보(회사 이름, 주소, 연락처, 이메일, 담당자 이름, 웹사이트 등) ② 소매점 및 유통 센터로의 운송 가능성 ③ 제품 정보 업로드(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +8-495-970-00-08 - 이메일: purchase.all@okmarket.ru 	

자료: 오키(O'key)

사진 자료: 오키(O'key)

2. 러시아 건강증 주요 유통채널 ⑩ 빼레크로스막

기업 기본 정보	기업명	빼레크로스막(Перекрёсток)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.perekrestok.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	순수익('22)	• 3,650억 루블(5조 334억 원)
		기타 규모	• 매장 수('22): 971개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 모스크바에서 첫 매장이 설립되었으며, 2002년부터 모스크바 외 지역에 출점하였음 • 2019년 러시아의 Best for Life Design Award 수상 • 2006년에 파이아테로치카(Pyaterochka)와 합병되어 엑스파이브리테일 그룹(X5 Retail Group)이 되었으며, 브랜드명 빼레크로스막(Perekrestok)을 그대로 유지하여 소매 체인 사업을 전개함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 생활용품, 건강식품 등	
	선호 제품	• 품질이 검증된 수입식품, 소비자 수요가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +7-926-288-38-24 - 이메일: mail@perekrestok.info 	

자료: 빼레크로스막(Перекрёсток)

사진 자료: 빼레크로스막(Перекрёсток), 키오스크솔루션(Kiosk Solutions)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



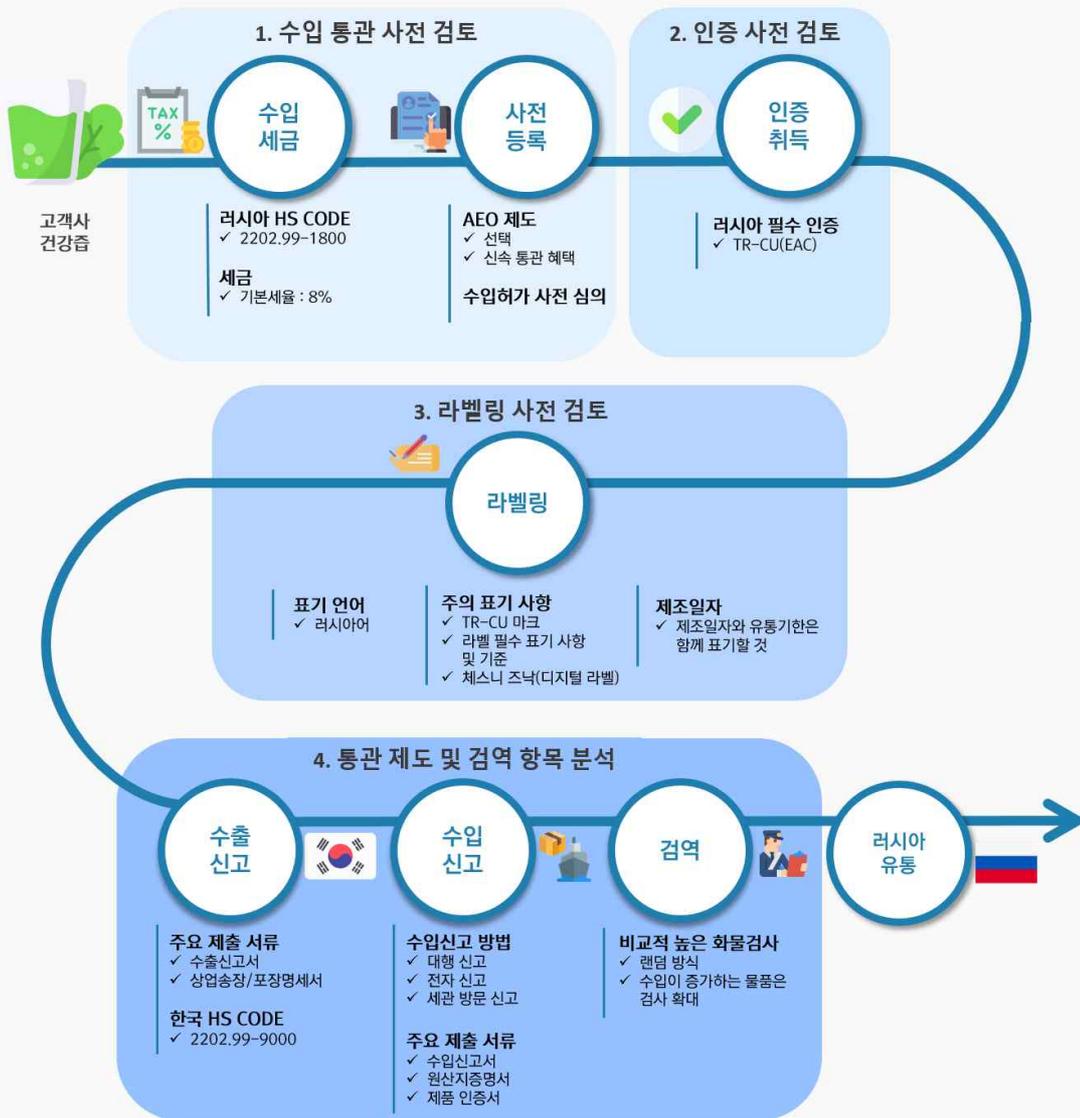
1. 러시아 건강증 통관 및 검역 절차
2. 러시아 건강증 품질 인증
3. 러시아 건강증 라벨링
4. 러시아 건강증 성분 및 유해물질

1. 러시아 건강즙 통관 및 검역 절차²⁰⁾

▶ 러시아 건강즙 수출 시 통관 및 검역 주요사항

러시아로 식품 수출 시 통관 및 검역 절차는 하기 표와 같음. 러시아에서 식품을 유통하기 위해서는 유라시아 관세동맹 인증인 'TR-CU(EAC)'을 반드시 취득해야 함. 또한, 러시아는 식품 수입 시 임의 화물검사가 비교적 높은 확률로 시행되므로 이에 대비할 필요가 있음

[표 5.1] 러시아 건강즙 통관 검역 절차²¹⁾



자료: 관세청, 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보, 대한무역투자진흥공사

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

21) 러시아에서 유통되는 기본 식료품비, 아동 용품, 특정 의약품, 의약, 신문, 잡지 등에는 10%의 부가세율이 적용될 수 있습니다.

▶ 러시아 건강즙 수출 시, 수입허가 사전 심의 필요

러시아로 수입되는 식품은 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국으로 식품위생 검사를 신청해 검사 증명서를 발급받은 후, 세관에서 증명서와 관세 납부 확인 후에 통관이 가능함. 한편, 러시아로 반입 시, 육상 반입은 2시간 전, 해상 반입은 6시간 전에 연방 세관에 사전 신고 해야함. 러시아 연방 관세위원회(Federal Customs Service of Russia)에 모든 서류 사본이 송부되고 연방 관세위원회의 승인을 받아야 최종 통관 결정이 내려지며, 그 후 반출이 가능함

[표 5.2] 러시아 식품검사 절차

<p>식품검사 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국에 식품검사신청서 제출 보건부 위생 및 전염병 검사국에서 안전 인증서와 CU(Customs Union) 인증서를 확인하여 보건부 위생 및 전염병 검사센터에 식품위생 검사를 요청함 서류 검사와 식품위생 검사가 진행됨 위생 및 전염병 검사국에서 적합 또는 부적합 판정 결정을 내림
<p>제출서류</p>	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 담당 세관에 운송 계약, 송장, 패키징 리스트를 첨부한 수입신고서 제출 출하 원산지, 용량, 도착일, 가격을 표시한 구매자와 공급자 간의 계약서 물건이 저장될 장소 가공공장이나 도매업자가 물건을 받을 장소 포장목록, 선정방법을 표시한 화물계획 세관에 화물 가격을 표시하는 신고서
<p>인증서 목록</p>	<ul style="list-style-type: none"> 국가등록증명서(State Registration Certificate): 종전의 위생 증명서가 강화된 형태로 2010년 7월부터 발효되어 시행 중이며 일부 농식품의 경우 GOST-R을 발급받는 데 필요한 서류임. 사람이 직접 섭취하거나 접촉하는 제품에 대하여 인체에 해가 없다는 것을 증명하는 위생검사로 표본 테스트가 필요함. 국가등록 대상 품목은 러시아 연방 소비자 보호 기구에 등록해야 함. 국가등록증명서는 인증서 유효기간이 없고 발급일부터 제품 공급 또는 생산 중단일까지 사용 가능함. 국가등록증명서는 관세 동맹국에서도 모두 사용이 가능함 감정서(Expert Conclusion): 국가등록 대상 품목에 해당하지 않는 제품은 국가등록 증명서를 발급받을 필요가 없으며 위생 감독을 받아야 함. 해당 그룹의 식품은 통합 위생요구에 제품이 적합한지 확인해주는 감정서를 발급받게 됨. 감정서는 러시아 연방 소비자 보호 기구 또는 그 산하 지역 감독국에서 발급하며, 유효기간이 없고 발급일부터 제품 공급 또는 생산 중단일까지 관세동맹 전 영토에서 사용 가능함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보

[표 5.2] 러시아 식품검사 절차

인증서 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 안전 인증서(Safety Certificate): 러시아 연방 기술표준청에서 발행하는 안전규격 인증서로, 강제인증과 자율인증으로 구분되는데 식품은 강제인증품목에 해당함. 러시아 연방 표준위원회는 해외에서 SGS, MERTCONTROL 등으로 인증 업무를 위임하고 있음²²⁾ • 원산지증명서: 관세를 결정하는 데 이용되며, 인증서는 위생 인증서를 발급하는 국가 위생 역학 검사부처의 지역 사무소에서 발급받을 수 있음
통관 조치	<ul style="list-style-type: none"> • 적합 판정이 되면 검사 증명서가 발급되며, 러시아 세관은 출하 가격에 따라 관세 입금을 증명하는 은행 서류 등을 확인하여 통관 조치를 함 • 부적합일 경우, 반송, 폐기, 재처리 등의 조치를 함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보

22) 수입이 지속적으로 진행되고 있는 품목은 하루 만에 확인증을 발급받을 수 있으나, 신규 진출 품목은 통상 2주 정도 소요

2. 러시아 건강증 품질 인증

▶ 러시아 건강증, 'TR-CU 인증' 필수

유라시아 경제위원회(EEC: Eurasian Economic Commission) 회원국인 러시아, 벨라루스, 카자흐스탄, 아르메니아와 키르기스스탄이 관세동맹으로 공통 인증체제를 도입하면서, 기존의 러시아 필수 인증이었던 GOST-R 인증에서 TR-CU(Technical Regulation of the Customs Union)(EAC) 인증으로 통합됨. 현지 법인이 없는 경우, TR-CU 인증을 취득하기 위해 한국 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음. 식품의 경우에는 적합성 선언(DoC: Declaration of Conformity)을 통해 인증을 취득할 수 있음²³⁾

[표 5.3] 러시아 건강증 TR-CU 인증 취득

인증명	취득 정보	
러시아 TR-CU(EAC) 인증	마크	
	인증기관	• 유라시아 경제위원회(EEC: Eurasian Economic Commission) ²⁴⁾
	유형	• 수출 시 필수 ²⁵⁾
	인증 내용	<ul style="list-style-type: none"> • TR-CU 인증 취득 시 유라시아 공통 인증마크(EAC: Eurasian Conformity 마크)를 부착함 • 식품과 관련된 12개 규정을 기반으로 적합성을 증명하여 TR-CU 인증을 취득함
	도입취지 및 근거규정	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자의 권리를 보호하고 저품질 제품의 수입을 피하기 위해 표준과 규범을 설정하여 인증을 실시하고 있음 • 기존의 러시아 인증제도였던 GOST-R 제도에서 2011년 12월 9일에 결정된 N880에 따라 2013년 7월 1일 도입에 식품 관련 규정이 도입됨 • 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> - 식품안전 기술규정 채택에 대한 유라시아 경제연합 관세동맹 결정(CCC No.880, 2011.12.09.) (Решение КТС от 09.12.2011 No. 880)

자료: 러시아 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

23) 적합성 선언(DoC)이란 신청자 스스로 제품이 유라시아 공통 기술규정기준에 적합함을 알리고 제품의 안정성과 관련된 모든 정보에 대한 책임을 지는 것으로, 일반적으로 서류심사 및 샘플 시험으로 인증 취득이 가능함

24) EEC 홈페이지 참고 (eec.eaeunion.org)

25) 러시아 정부 법령 No. 353 「적합성 확인 절차의 간소화 결정」에 따라 2024년 9월 1일까지 러시아 수입 식품은 EAC 마크 뿐만 아니라 식품 라벨의 필수 표기 정보가 모두 표기되지 않아도 통관 검역 절차를 통과할 수 있음. 그러나 'TR CU 022/2011'에 규정된 필수 라벨 표기 정보는 소비자에게 판매되기 이전까지 반드시 표시되어야 하므로, 이에 주의하여 간소화된 수출 절차를 활용할 수 있도록 해야 함

[표 5.3] 러시아 건강증 TR-CU 인증 취득

러시아 TR-CU(EAC) 인증	적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 곡물, 일반 식품, 야채 및 과일, 지방 및 유제품, 다이어트 식품을 포함한 특정 유형 식품, 식품첨가물, 향료, 우유 및 유제품, 육류 및 육류제품, 어류 및 어류제품, 생수, 광천수, 주류 • TR-CU 021/2011 규정 및 기타 12개의 식품 관련 규정은 가공식품에만 해당되며, 비가공 제품의 경우에는 발행되지 않음 • 연체동물 생해산물 생산자 식품은 DoC 대상이 아닌, 국경에서 수의학 증명서(Veterinary Certificate) 발행 대상임. 수의학 증명서는 수입자가 직접 발행해야 하며, 러시아 정부 기관 (Rosselkhozadzor)에 사전에 등록되어 있어야 함
	취득방법	<ul style="list-style-type: none"> • 유라시아경제연합(EAEU: Eurasian Economic Union)에 소재한 시험기관 및 인증기관을 통해 취득이 가능함 • TR-CU 인증은 권한을 위임받은 시험기관 및 공인인증기관에 의해서만 발급됨. 유라시아경제연합에 속한 국가 내에만 해당 기관이 존재하며, 국내에서는 국내지사 또는 대행기관을 이용해야 함
	타국가 통용 여부	<ul style="list-style-type: none"> • 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 아르메니아, 키르기스스탄 내에서 통용됨
	소요기간	<ul style="list-style-type: none"> • 인증서 준비 및 발행 약 2~3주 소요(샘플 발송기간 제외)
	유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 유효기간에 따라 단일(ONE-SHIPMENT) 인증과 연속(SERIAL PRODUCTION) 인증으로 구분할 수 있음 • 단일인증은 제품 1개의 배치에 해당되며, 계약서에 명시된 기간까지만 유효하므로 일회성 계약에 적합하며 인증서는 수출업체 및 수입업체 간 계약서를 바탕으로 발행됨 <ul style="list-style-type: none"> - 수출업체는 실질적인 수출업체 또는 제조업체를 의미하며 수입업체는 관세동맹국 내 등록된 현지법인 또는 지사 등을 포함함 • 연속인증은 수출이 지속될 것으로 예상되거나 다수의 딜러 또는 수입업자와 거래할 것으로 예상되는 경우 적합하며, 1년에서 5년까지 유효함
인증비용 (등록비용)	<ul style="list-style-type: none"> • 인증기관별 상이 	

자료: 러시아 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

[표 5.3] 러시아 건강즙 TR-CU 인증 취득

러시아 TR-CU(EAC) 인증	인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 적합성 선언서 초안 준비(신청자) <ul style="list-style-type: none"> - 적합성 선언서는 제조사 및 EAEU 국가 영토의 대리인이나 제조업체 현지 법인과 직접 등록하거나, 인증기관을 통한 인증 등록으로 준비 가능함 • 인증서 발행에 필요한 자료 준비(신청자, EAEU 영토에 승인된 시험소) <ul style="list-style-type: none"> - 제조사 및 신청자 간의 계약서 - 해당 규정을 준수함을 입증 가능한 자료 - 제품 샘플에 대한 시험성적서 • 해당 서류를 인증기관에 제출하거나 러시아 인증을 위한 연방 서비스(FSA: Federal Service for Accreditation) 사이트²⁶⁾에 직접 등록 진행(신청자, 인증기관) • 서류 평가 수행(인증기관, FSA) • 인증서 발행 또는 거부(FSA)
	필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 인증 취득 시, 현지에 사업자등록증이 있는 러시아 대리인이나 제조업체 현지 법인이 있어야 하며, 대리 위임장을 제출할 수 있음 • 모든 서류는 러시아어로 작성되어야 함 • (필수 서류) <ul style="list-style-type: none"> - TR-CU 인증 신청서 - 국/영문 제조자 정보(회사명, 주소, 연락처, 메일 주소 등) - 제품 정보(HS CODE, 제품명 국/영문, 필요시 러시아어 제품명, 브랜드명) - 제품 시험 성적서 - 대리인 계약서(승인된 대리인이 별도로 있을 경우) • (추가 서류) <ul style="list-style-type: none"> - HACCP, 기타 식품 관련 인증서 또는 시험 성적서 - 단일인증(One-shipment)을 위한 러시아 수입업체와의 계약서 사본

자료: 러시아 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

26) (pub.fsa.gov.ru)

▶ 러시아 건강증, 권장 인증 사항

2020년 1월 1일부터 러시아로 수출하는 제조업체들은 적합성 인증서 (CoC: Certificate of Conformity)가 있는 경우에만 ‘유기농’ 마크를 표기할 수 있음. 적합성 인증서는 러시아 연방 승인청(FSA: Federal Service for Accreditation) 및 러시아 품질관리원(Roskachestvo)이 인증한 기관의 검증을 거쳐 발급됨. 따라서 ‘그린’, ‘에코’, ‘바이오’와 같은 단어를 제품 포장에 사용하려는 기업은 해당 제품의 적합성 인증서를 취득해야 함. 또한, GOST-R 70401-2022 ‘할랄 식품 생산 프로세스. 할랄 식품에 대한 일반 요구사항’에 따라 러시아로 식품 수출 시 할랄인증을 취득하여 활용할 수 있음. 추가로, 식품 생산 안전 인증도 취득해 활용할 수 있음

[표 5.4] 러시아 건강증 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (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	
HALAL	할랄인증	러시아 인증	러시아 품질관리원 할랄 센터	

자료: 각 인증기관

3. 러시아 건강증 라벨링

▶ 러시아 건강증, 체스니 즈낙 라벨링 시스템 등록

체스니 즈낙(Chestniy ZNAK)은 디지털 라벨을 제품에 부착하여 제품의 생산, 판매 및 유통 정보를 추적할 수 있도록 하는 라벨링 시스템임. 식품의 경우 2023년 4월부터 맥주와 저알코올 음료 등을 대상으로 선 시행되고 있음. 고객사 제품의 경우 건강보조식품으로 분류될 수 있으며, 이에 따라 2023년 9월 1일부터 체스니 즈낙에 제품을 등록하고 디지털 라벨을 발급받아야 함. 하기 표는 체스니 즈낙 등록 절차이며, 관련 사항을 사전에 숙지할 필요가 있음

[표 5.5] 러시아 체스니 즈낙 등록

체스니 즈낙 (Chestniy ZNAK) 등록 절차	STEP 1. 러시아 연방 세무 당국에서 '디지털 서명' 발급 STEP 2. 러시아 연방 세무 당국에서 제공하는 디지털 서명으로 작동하는 소프트웨어 설치 STEP 3. 국가 상품 모니터링 시스템에 등록 STEP 4. 국가 상품 모니터링 시스템 내 상품 설명 등록 STEP 5. 국가 상품 모니터링 시스템 또는 API 계정을 통해 디지털 라벨(데이터 매트릭스 코드) 주문 STEP 6. 디지털 라벨 코드 발급 비용 지불(코드 한 개당 약 0.6루블(VAT 포함)) STEP 7. 라벨링 구현을 위한 기술 솔루션 선택(예: 소기업은 간단한 인쇄 장치를 사용하여 자체적으로 라벨을 인쇄할 수 있으며, 중대형 기업의 경우 활판 인쇄술로 라벨을 주문하는 것이 더 적절함) STEP 8. 라벨이 부착된 상품의 샘플 테스트
------------------------------------	--

자료: KATI농식품수출정보

▶ 러시아 건강증, 수입업체와 체스니 즙낙 적용 사항 협의 권고

제품군 및 제품 포장 유형에 따라 체스니 즙낙 라벨링의 의무 적용 시점이 상이함. 의무 적용 기한이 시행되면 해당 라벨링이 없는 상품을 생산 또는 판매한 사업자에 과태료가 부과되므로, 러시아 수출 전 수입업체와 제도의 적용 사항을 협의할 것을 권고함

[표 5.6] 러시아 체스니 즙낙 적용 일시

포장 유형	의무 적용 일시
유리, 폴리머 포장 청량음료 (주스, 과일즙, 두유 등 식물성 음료 및 콩포트 제외)	2023년 12월 1일
알루미늄을 포함한 캔 음료 (주스, 과일즙, 두유 등 식물성 음료 및 콩포트 제외)	2024년 3월 1일
모든 유형의 포장에 담긴 비알콜성 음료	2024년 6월 1일

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.7] 러시아 건강증 라벨링²⁷⁾

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 구분이 가능하도록 명확한 명칭을 사용할 것 • 특수가공 처리된 제품의 경우 해당 명칭을 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용할 것 • 향미증진제를 함유하는 경우 해당 내용을 표시할 것
	2. 식품 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 성분의 양이 많은 것부터 순서대로 기재할 것 • 복합 성분이 포함된 경우 해당 내용은 괄호로 기재할 것 • 단일 성분으로 구성된 제품의 경우 미표기 가능
	3. 식품 용량	<ul style="list-style-type: none"> • 용량 및 중량의 단위는 ml, cl, l, g, kg으로 표기할 것
	4. 제조일자 및 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 제조일자와 유통기한은 함께 표기할 것 • 유통기한이 72시간 미만인 경우: 시간, 일, 월 • 72시간에서 3개월인 경우: 일, 월, 년 • 3개월 이상인 경우: 월, 년 또는 일, 월, 년
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사가 제시하는 보관방법 또는 EAEU의 표준에 따른 보관방법을 작성할 것 • 제품 개봉 이후 제품의 안전성이나 그 품질에 변화가 초래되는 경우, 개봉 후 보관방법에 대해 작성할 것
	6. 제조자/수입자	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사의 등록된 공식적인 상호명을 사용할 것 • 여러 업체에 의해 제조된 경우 업체 정보를 모두 기입할 것 • 제3국에서 생산된 경우 해당 제조사에 대한 정보도 표기할 것 • 제3국에서 수입된 제품의 경우 수입자의 이름과 주소를 표기할 것
	7. 권고사항 및 제한사항	<ul style="list-style-type: none"> • 권고사항이나 제한사항이 없는 경우, 섭취가 어렵거나 소비자의 건강에 영향을 미치는 경우, 또는 식품의 성분이 손상될 수 있는 경우 권고사항이나 제한사항을 표기해야 함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

27) 2023년 10월 1일부터 건강보조식품 제조업체들은 체스니 즈낙(Chestniy ZNAK) 라벨링 제도에 따라 제품에 의무적으로 데이터 매트릭스 코드(디지털 라벨)를 부착해야 함(www.chestnyznak.ru)

[표 5.7] 러시아 건강증 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄에 대한 정보를 표기해야 함 • 관세동맹의 품목별 규정에서 별도 규제가 없을 시에는 향미증진제, 껌, 커피, 천연 미네랄워터, 병포장 생수, 식품첨가물, 신선 농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등에는 표기하지 않아도 됨 • 식품 영양값은 100g, 100ml 또는 1회 제공량 기준으로 표기할 것
	9. GMO 정보	<ul style="list-style-type: none"> • GMO 원료의 함유량이 0.9% 이상인 식품은 ‘유전자변형식품(Genetically modified products)’, ‘유전자변형물질에서 나온 식품(Products obtained from genetically modified organisms)’, ‘유전자변형물질을 포함하고 있음(The product contains components of genetically modified organisms)’이라는 문구를 기재해야 함
	10. EAC 마크	<ul style="list-style-type: none"> • 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 ‘E’, ‘A’, ‘C’를 합하여 ‘EAC’로 표기할 것 • 유라시아 적합성을 의미해야 함 • 제품이 관세동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차를 통과했을 경우에만 사용 가능함 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>
	11. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 러시아어로 표기해야 함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ 러시아 건강증 라벨 샘플



[앞면]

[옆면]

[앞면 - 프랑스어]

[앞면 - 국문]

- ① GINSENG GELEE ROYALE
- ② 20 ampoules de 10 ml
- ③ L'extrait de Ginseng aide a maintenir une vigueur et une vitalite optimales.
- ④ Il aide a maintenir de bonnes performances cognitives et a reduire la fatigue physique et mentale.

- ① 인삼 로열젤리
- ② 10ml 앰플 20개
- ③ 인삼 추출물은 최적의 활력과 활력을 유지하는 데 도움이 됩니다.
- ④ 좋은 인지 능력을 유지하고 신체적, 정신적 피로를 줄이는 데 도움이 됩니다.

[옆면 - 러시아어]

[옆면 - 국문]

- ① Женьшень и маточное молоко емкость в ампулах по 10 мг, 20 ампул
- ② Поддерживает сопротивляемость организма. Снижает усталость. Тонирует физическое и интеллектуальное состояние.

- ① 인삼과 로열제리 10mg 짜리 20개 앰플
- ② 면역력을 강화. 육체 피로감을 줄여주고 신체적, 정신적 상태를 강화합니다.

- ③ Не является лекарственным средством. Биологической добавкой к пище.
- ④ Рекомендации по применению:
Перед употреблением разболтать. Перелить содержимое 1 ампулы в стакан, отлить последовательно оба конца ампулы. Взрослым принимать 1 раз в день утром. Натощак в чистом виде или растворе в половине стаканы воды. Продолжительность приема 20 дней. При необходимости према можно повторить через 1-2 месяца. Срок годности 36 месяцев.
- ⑤ Состав: вода, Фруктоза, молочко маточное, экстракт корня женьшеня ароматизаторы пищевые апельсин и лимон E955

- ③ 의약 제품이 아니고 건강식품 보조제입니다.

- ④ 복용 권장 사항:
복용 전 앰플을 잘 흔들어 컵에 앰플 1개를 붓고 앰플의 양쪽 끝을 순차적으로 부으세요. 성인은 하루에 1번, 식전 복용을 권장합니다. 물 반 컵에 희석해서 복용도 가능합니다. 20일간 복용할 것을 권장하며 1-2달 이후 반복 복용해도 됩니다. 유통기한은 36개월입니다.

- ⑤ 성분: 물, 과일, 로열젤리, 인삼 뿌리 추출물, 오렌지 및 레몬 맛 E955

⑥ Хранить в сухом защищенном от попадания прямых лучей солнца и недоступном для детей месте при температуре не выше 25°C.

⑦ Противопоказание и индивидуальная непереносимость, беременность кормление грудью аллергические реакции, не продукты пчеловодства повышенная нервная возбудимость, бессонница повышенное артериальное давление нарушение сердечной деятельности выраженный атеросклероз. Перед применением рекомендуется проконсультироваться с врачом.

⑧ Свидетельство о государственной регистрации ru 77 99 88 003 E 002511 05 17 от 02.06.2017 Годен до см на упаковке , Номер партии указан ea упаковке

⑥ 직사광선이 닿지 않는 25°C 이하의 건조한 곳에 보관하고 어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하십시오.

⑦ 개인에 따라 부작용이 있을 수 있으며 임산부, 모유 수유 시 알레르기 반응을 일으킬 수 있습니다. 불면증과 심근경색으로 인한 고혈압 장애를 일으킬 수 있으므로 복용 전 의사와 상담하는 것이 좋습니다.

⑧ 국가 등록 번호 Ru 77 99 88 003 E 002511 05 17 박스 포장 위에 유통기한(2017년 6월 2일)과 배송번호가 표기되어 있음

4. 러시아 건강증 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

러시아의 식품첨가물 규정은 ‘관세동맹 기술규정 TR-CU 029/2012 식품첨가물, 향료, 가공보조제 안전규정’에 따라 시행됨. 이 규정은 사용 가능한 첨가물과 허용 한도, 사용 불가능한 첨가물 등을 규제함. 식품첨가물 사용이 해당 규정에 부합하지 않을 시 제품에 EAC 마크 부착이 불가하며, 제품을 시장에 유통할 수 없음. 고객사 건강증에 적용되는 식품첨가물 기준의 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 식품첨가물 기준은 해당 관세동맹 기술규정 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.8] 고객사 건강증에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	디아세틴 (글리세릴 디아세테이트)	Diacetin (Glyceryl Diacetat)	TD 기준 ²⁸⁾ : 3g/kg(향료: 음식용): 1g/kg(크림 리큐어를 제외한 음료용 프로필렌글리콜)	모든 식품
2	프로필렌 글리콜	Propylene Glycol		
3	베타-사이클로덱스트린	β -Cyclodextrin	TD 기준 적용	모든 식품: 정제식품
4	에리스리톨	Erythritol	TI 기준(부록 N 12 , N 13)	모든 식품: 청량음료 제외
5	이소말트	Isomalt		
6	락티톨	Lactitol		
7	만니톨	Mannitol	TI 기준(부록 N 12 , N 13)(부록 15 노트 참조)	
8	인산 암모늄	Ammonium Phosphates	5g/kg	특수용도식품
9	인산	Phosphoric Acid		

자료: 러시아 관세동맹 기술규정, KATI농식품수출정보

28) 해당 식품첨가물의 사용기준을 제조업체의 기술사양을 따른다는 의미로 제조업체에서 정한 식품첨가물, 향신료, 가공보조제 규정 등의 사용기준을 포함하며, 기술 효과를 이루는데 반드시 필요한 양을 초과하지 않는다는 의미

[표 5.8] 고객사 건강증에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
10	인산염	Sodium Phosphates	5g/kg	특수용도식품
11	안식향산칼슘	Calcium Benzoate	1.5g/kg(Benzoic acid, benzoates, salts there of: individually or in combination benzoic acid equivalent) (부록 08 노트 참조)	식사요법식품: 치료 및 예방용(아동용 제외), 체중조절용 혼합 식품
12	플루란	Pullulan	TD 기준 적용	
13	폴리바이닐 알코올	Polyvinyl Alcohol	18g/kg	

자료: 러시아 관세동맹 기술규정, KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

러시아로 식품 수출 시, ‘관세동맹 기술규정 TR-CU 022/2011’에 따라 아스파탐 및 아스파탐-아세실팜염에 대한 정보를 제외하고, 기타 알레르기 특성에 대한 정보를 식품 라벨에 표시할 필요가 없음. 다만, 성분 지정 후 식품의 생산이 이루어져야 하는 경우, ‘페닐알라닌 원료 함유’라는 문구를 표시해야 함. 또한, 곡류 성분을 함유한 식품의 경우, 글루텐을 함유한 곡류 성분을 사용하지 않았거나 글루텐을 제거한 경우에는 제품의 구성 성분을 표시한 후 ‘글루텐을 함유하지 않음’이라고 표시할 수 있음. 하기 표는 러시아 알레르겐 성분 목록이며, 고객사 건강증 제품에 해당하는 표시 의무 대상 물질은 없는 것으로 확인됨

[표 5.9] 러시아 알레르겐 성분 정보

순번	표시 의무 여부	대상	건강증 해당 여부
1	의무	아스파탐과 아스파탐-아세실팜염	-
2	권장	땅콩	-
3	권장	겨자	-
4	권장	이산화황, 황산염 (kg 혹은 L당 10mg 이상인 경우)	-
5	권장	글루텐 및 글루텐을 함유한 곡물	-
6	권장	깨	-
7	권장	루핀	-
8	권장	조개류	-
9	권장	우유	-
10	권장	견과류	-
11	권장	갑각류	-
12	권장	어류 (비타민 및 카로티노이드에 함유된 어류 젤라틴 제외)	-
13	권장	셀러리	-
14	권장	콩	-
15	권장	달걀	-

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 세레나컴퍼니(Serena Company)
2. 쥐에프시(GFC)
3. 바이오스파샵(Biospashop)

Interview ①

29)



세레나컴퍼니
(Serena Company)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2011년 설립
 - 블라디보스토크에 위치한 수입 및 유통업체
 - 주요 수입국: 한국
 - 취급 품목: 건강 음료, 영양제, 커피 등
 - 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Manager

세레나컴퍼니(Serena Company) Sales Manager

Q. 러시아에서 건강보조식품의 수요는 어떠한가요?

작년부터 건강보조식품에 대한 수요가 매우 빠르게 증가하고 있습니다. 많은 러시아 소비자들이 건강보조식품에 관심을 가지기 시작했으며, 특히 피부나 시력 개선을 위한 제품의 수요가 높습니다. 일반적으로 현지 소비자들은 건강보조식품을 온라인과 오프라인에서 자주 구매하며, 특히 한국상품을 찾는 경우가 많습니다. 한국은 다양한 종류의 비타민과 건강보조식품으로 인기가 많기에 러시아 소비자들은 건강을 위해 좋은 품질의 한국 제품을 찾으려고 노력합니다.

Q. 최근 러시아 건강보조식품 시장의 주요 트렌드는 어떠한가요?

러시아에서 건강보조식품 소비가 증가하는 데에는 크게 두 가지 이유가 있습니다. 첫 번째는 건강한 생활 방식에 대한 인식이 높아졌기 때문입니다. 러시아 사람들은 인기 있는 블로거들의 비타민 섭취, 건강 음료나 물 마시기, 운동하기 등 좋은 건강 습관에 영향을 많이 받습니다. 두 번째 이유는 질병과 전염병이 급격히 증가했기 때문입니다. 코로나19 이후 사람들은 자신의 건강에 더 많은 관심을 가지기 시작했고 건강 관리를 위해 건강보조식품 더 많이 소비하게 되었습니다.

Q. 러시아 소비자들이 건강증 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

러시아 소비자들은 무엇보다 성분을 중요하게 고려합니다. 주성분이 무엇인지와 그 안에 들어있는 비타민의 양, 그리고 해당 성분이 어떻게 건강에 도움이 되는지에 대한 설명을 꼼꼼하게 읽어보는 편입니다. 또한, 제조 국가를 중요하게 생각합니다. 한국 제품은 러시아에서 매우 인기가 있으며, 한국산 제품의 품질에 대한 인식이 매우 좋습니다.

Q. 러시아에서 가장 인기 있는 건강보조식품 브랜드는 무엇인가요?

러시아에서 가장 인기 있는 건강보조식품 브랜드는 S사입니다. 해당 브랜드는 건강 보조제, 다이어트 보조제, 프로바이오틱스, 건강 보조 비타민과 같은 다양한 종류의 제품을 판매합니다. 일반적으로 플라스틱병에 약 100알이 담긴 제품을 판매하며, 어린이를 위한 다양한 맛의 비타민도 제공하고 있습니다. 어린이 비타민 제품의 경우, 딸기 맛이 나는 씹어먹는 비타민 C와 같은 제품들이 있습니다. 주로 인스타그램이나 페이스북, 틱톡을 사용하여 제품을 홍보합니다.

Q. 러시아에서 건강즙을 오프라인에서 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

가장 좋은 방법은 현지 유통업체를 이용하는 것입니다. 또한, 지역 오프라인 매장에 제품을 유통한다면 다양한 소비자에게 제품을 알리고 판매할 수 있을 것입니다.

Q. 러시아에서 건강즙 제품을 판매하기 위해서 타깃 소비층은 누가 적합할까요?

러시아에서 건강즙을 판매하기 위한 타깃 소비층은 20-45세의 소비자입니다. 성별과 관계없이 해당 연령대의 소비자들은 고품질의 건강보조식품을 구매할 수 있는 충분한 재정적 여유가 있으며 건강 관리에 관심이 있는 연령대이기 때문입니다.

Q. 러시아 소비자들에게 건강즙을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

러시아 소비자들에게 건강즙을 홍보하기 위해서 소셜 미디어에서 사람들에게 제품을 알릴 수 있는 인기 블로거와 협력하는 것을 추천합니다. 상대적으로 러시아에서 인지도가 적은 고객사 제품을 인기 인플루언서와 함께 홍보를 한다면, 단기간에 좋은 효과를 볼 것입니다.

Interview ②

30)



쥐에프시(GFC)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2008년 설립
 - 블라디보스토크에 위치한 공급 및 수입업체
 - 주요 수입국: 한국
 - 취급 품목: 콜라겐, 비타민, 영양보충제 등
 - 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Manager

쥐에프시(GFC) Sales Manager

Q. 러시아에서 건강보조식품의 수요는 어떠한가요?

건강한 생활습관에 대한 러시아 소비자들의 관심이 커지고 있음과 동시에 건강보조식품의 수요도 함께 증가하고 있습니다. 또한, 현지 소비자들은 자신의 영양 습관들을 바꾸기를 원하며, 건강보조식품이 건강 유지에 있어서 가장 안전하고 효과적인 방법이라고 생각합니다. 그렇기에 러시아에서 건강보조식품의 수요가 매우 높으며, 특히 해외제품의 수요가 높습니다. 현지 소비자들은 러시아의 생산기술이 부족하다고 생각하는 경향이 있습니다. 따라서, 현지 건강보조식품보다 수입 제품을 더 많이 소비합니다. 실제로 좋은 품질의 제품을 생산하는 현지 브랜드는 일부에 불과합니다.

Q. 최근 러시아 건강보조식품 시장의 주요 트렌드는 어떠한가요?

지난 3년간 러시아에서 건강보조식품 소비가 빠르게 증가하고 있으며 향후 10년의 빠른 성장을 기대하고 있습니다. 러시아의 운동선수나 스포츠를 즐기는 소비자들 이 몸의 회복을 위해 건강보조식품을 많이 소비합니다. 또한, 많은 트레이너와 의사들이 건강보조식품 섭취를 권장하기에 운동선수 외에 일반인에게도 수요가 높습니다.

Q. 러시아 소비자들이 건강증 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

러시아 소비자들은 건강증 제품을 구매할 때 포장에 가장 먼저 관심을 둡니다. 또한, 포장이 마음에 들면, 꼭 가격을 확인합니다. 따라서 제품의 효능과 더불어 포장을 신경 쓰고, 가격이 합리적인 편인지를 따지는 것이 중요합니다.

Q. 러시아에서 가장 인기 있는 건강보조식품 브랜드는 무엇인가요?

B사는 러시아에서 인기 있는 건강보조식품 브랜드입니다. 해당 브랜드에서는 식물 원료를 기반으로 한 천연 식품첨가물과 건강보조식품을 제조하여 판매하고 있습니다. 대부분 제품은 벌꿀 추출물을 기반으로 하며, 포장에는 항상 꿀벌 그림이 있습니다. 해당 업체는 남녀의 피부, 눈, 폐와 같은 신체의 건강을 위한 건강보조식품을 알약과 시럽 제품 형태로 판매합니다. 메가마켓과 같은 온라인 유통채널을 통해 판매를 합니다.

30) 사진 자료: 쥐에프시(GFC)

Q. 러시아에서 건강즙을 오프라인에서 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

가장 효과적인 유통 방법은 여러 종류의 식료품점에 유통하는 것입니다. 건강식품을 전문으로 하는 지역 상점에 유통하는 것을 추천합니다. 또한, '페어프라이스(Fair Price)'와 같은 대형 슈퍼마켓에 입점한다면 더 많은 판매로 이어질 수 있습니다.

Q. 러시아에서 건강즙 제품을 판매하기 위해서 타깃 소비층은 누가 적합할까요?

고객사 제품의 가격이 경쟁사 제품의 평균 가격보다 높기에 소득이 높고, 큰 도시에 살며, 좋은 직장을 갖고 있는 40대 소비자층을 겨냥하는 것이 적합합니다. 해당 조건을 가진 대상은 건강보조식품을 구매할 경제력이 뒷받침될 것이며, 건강에 관심이 많아질 시기이므로 위 조건을 가진 소비층을 대상으로 판매하는 것이 가장 적합해 보입니다.

Q. 러시아 소비자들에게 건강즙을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

고객사 제품의 장점을 널리 알리기 위해 건강보조식품 관련 컨퍼런스나 행사에 적극적으로 참여하거나 사은 행사를 열어 고객사 제품을 나눠주는 것도 좋은 홍보 방법입니다. 또한, 관련 행사에 참여하게 된다면 유용한 정보도 얻을 수 있고, 고객사의 제품도 홍보할 수 있으므로 추천합니다.

Interview ③

31)

BIOSPASHOP 바이오스파샵(Biospashop)
Marketing & Sales Manager

바이오스파샵
(Biospashop)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2011년 설립
 - 블라디보스토크에 위치한 수입 및 공급업체
 - 주요 수입국: 스페인, 일본, 한국, 독일, 미국, 폴란드
 - 취급 품목: 비타민, 콜라겐, 영양보충제
 - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

Marketing & Sales Manager

Q. 러시아에서 건강보조식품의 수요는 어떠한가요?

최근 들어 건강보조식품의 수요가 늘어났습니다. 이전보다 건강보조식품의 효능이 소비자들 사이에서 잘 알려지면서 그동안은 의약품으로만 여겨져 왔으나 이제는 보충제로서 받아들여지고 있습니다. 또한, 그동안은 60세 이상의 연령층에서만 인기가 있었지만, 요즘에는 젊은 세대의 관심도 많이 받고 있습니다. 화장품에 관심이 많은 여성 소비자들도 건강보조식품을 자주 구매합니다. 건강함이 아름다운 여성으로 가는 시작이라고 생각하기에, 보통 외모에 신경 쓰는 소비자들이 건강에도 많은 투자를 합니다.

Q. 최근 러시아 건강보조식품 시장의 주요 트렌드는 어떠한가요?

현재 건강보조식품 시장에서 특별한 트렌드는 없습니다. 보통 의사나 부모, 어른들이 건강을 위해 건강보조식품을 섭취하거나 아이들에게 나눠줍니다. 하지만, 앞으로 건강보조식품에 대한 수요는 점점 증가할 것으로 생각합니다.

Q. 러시아 소비자들이 건강증 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

러시아 소비자는 가격을 중요시합니다. 제품을 구매할 때 항상 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격에 구매하기를 원하며, 할인 행사에 민감합니다. 물론, 현지 소비자들은 제품의 맛도 중요하게 생각합니다. 또한, 대부분의 건강보조식품은 맛과 냄새가 좋지 않기에 소비자들은 대개 구매 전에 샘플을 체험을 해보거나 다양한 후기를 찾아보곤 합니다.

Q. 러시아에서 가장 인기 있는 건강보조식품 브랜드는 무엇인가요?

러시아에서 가장 인기 있는 건강보조식품 브랜드는 T사입니다. T사는 생명 연장에 중점을 둔, 소비자들의 건강을 개선하고 지원해주는 것을 목표로 하는 브랜드입니다. 주로 단백질, 콜라겐 등이 포함된 혼합 셰이크나 기타 건강보조식품을 판매하고 있습니다. '인스타그램(Instagram)'을 통해 제품을 홍보하며, 자체 온라인 쇼핑몰도 운영하고 있습니다. 또한, 제품 홍보와 고객 유치를 위해 종종 할인 혜택을 제공하기도 합니다.

31) 사진 자료: 바이오스파샵(Biospashop)

Q. 러시아에서 건강즙 제품을 판매하기 위해서 타깃 소비층은 누가 적합할까요?

러시아에서 건강즙 제품을 판매하기 위한 타깃 소비층으로는 25-45세의 건강, 스포츠, 뷰티 산업에 종사하거나 관심이 많은 소비자들이 적합합니다. 해당 소비자들은 건강보조식품에 관심이 많고, 피부 관리와 피로 해소를 원하는 대상군입니다.

Q. 러시아 소비자들에게 건강즙을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

고객사 제품은 러시아에서 완전히 새로운 제품이기에 크고 작은 매장에 제품 샘플을 배포하는 것이 가장 효과적인 홍보 방법일 것입니다. 또한, 슈퍼마켓에서 브랜드 팝업 스토어를 운영하여 소비자들이 고객사 제품을 시음해 볼 수 있게 하면 좋을 것 같습니다. 다른 건강제품과 1+1 프로모션은 좋은 홍보 방법이 될 수 있으며, 러시아 시장에서 건강제품으로서의 입지를 강화하는 데 도움이 될 것입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요

한국, 러시아 건강증
수입규모 1위



러시아 생물학적 활성 첨가제 시장규모는 2018-22년 5년간 연평균 11.3%씩 증가함. 러시아 건강보조식품 가격대별 시장규모는 '50루블 이하' 제품이 전체의 30.5%로 가장 높은 비중을 차지함. HS CODE 2202.99의 러시아 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 10.2%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 14.6%씩 증가함. 한편, 2021년 기준 러시아의 건강증 수입 국가들 중 수입규모 1위국은 한국인 것으로 확인됨

수입유통업체 인터뷰 결과, 러시아 내 건강한 생활습관에 대한 소비자들의 관심이 커지고 있음과 동시에 건강보조식품의 수요도 함께 증가하고 있다고 답변함. 또한, 러시아 내 소비자들은 현지 건강보조식품보다 수입 제품을 더 선호하는 것으로 확인됨. 그동안은 건강보조식품이 60세 이상의 연령층에서만 인기가 있었으나, 요즘에는 젊은 세대의 관심도 높아졌다고 답변함



소비 특징 ①

러시아 건강보조식품 시장 내
'비타민', '항산화제'
인기 높음



러시아 온라인 쇼핑몰 판매 건강증 경쟁제품 키워드 분석 결과, 비타민이 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이외에도 항산화제와 독소제거식품 관련 제품도 인기가 있는 것으로 확인됨

러시아 건강보조식품 시장 내 경쟁브랜드 관련 키워드로는 미국 브랜드인 얼라이브가 빈출됨. 또한, 러시아 현지 기업인 시비르스카야 클레차카가 빈출됨. 러시아 건강보조식품 시장 브랜드는 수입 브랜드와 현재 브랜드가 골고루 점유율을 차지하고 있는 것으로 확인됨

러시아 온라인 쇼핑몰 건강증 경쟁제품



소비 특징 ②

'면역력향상', '체중 감량'
등의 제품 홍보문구 키워드 다수



러시아 온라인 쇼핑몰 판매 건강증 제품 홍보문구 키워드 분석 결과, '면역력향상' 관련 키워드가 가장 많이 도출됨. 특히 러시아 소비자들은 코로나19 확산 이후 건강보조식품 섭취를 통해 면역력 증진과 코로나 감염 예방 등을 기대하는 것으로 확인됨

러시아 내 판매 중인 건강보조식품 중, 알약 제형의 제품의 경우 '통' 형태의 패키징을 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 또한, 용량 관련 키워드에서는 300ml 가 가장 많이 도출됨. 실제 제품 확인 결과, 액상형 제품으로 1포에 10ml 제품이 총 30개 담긴 패키지 전체 용량을 표시한 것으로 확인됨

러시아 온라인 쇼핑몰 건강증 경쟁제품 홍보문구



러시아 건강즙 유통 비중



유통채널



러시아 건강즙을 비롯한 일용소비재(FMCG) 소매유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓(24.4%)이 가장 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 드럭스토어 및 약국(10.2%), 온라인(3.7%), 전통시장, 할인점, 소형 상점 등의 채널을 포함한 기타(61.8%) 채널이 러시아 내 건강즙의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 러시아 내 건강즙의 주요 유통채널은 식료품점, 건강식품을 전문으로 하는 지역 상점, 대형 슈퍼마켓 등이라고 답변함

진입장벽

- ▶ Point 1) TR-CU(EAC) 인증 취득 必
- ▶ Point 2) 공인경제운영인(AEO) 취득 권장
- ▶ Point 3) HACCP 인증 권장



러시아로 건강즙 수출 시, 기본세율 8%가 적용됨. 또한, 러시아로 식품 수출 시, 유라시아 관세동맹 인증인 'TR-CU(EAC)' 인증을 반드시 취득해야 함. 공인경제운영인(AEO) 제도를 활용하여 통관 절차를 간소화할 수 있음

품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 또한, 러시아로 제품 수출 시, 적합성 인증서가 있는 경우에만 '유기농' 마크를 표기할 권리가 있음. 라벨의 경우, 반드시 러시아어로 표기해야 함

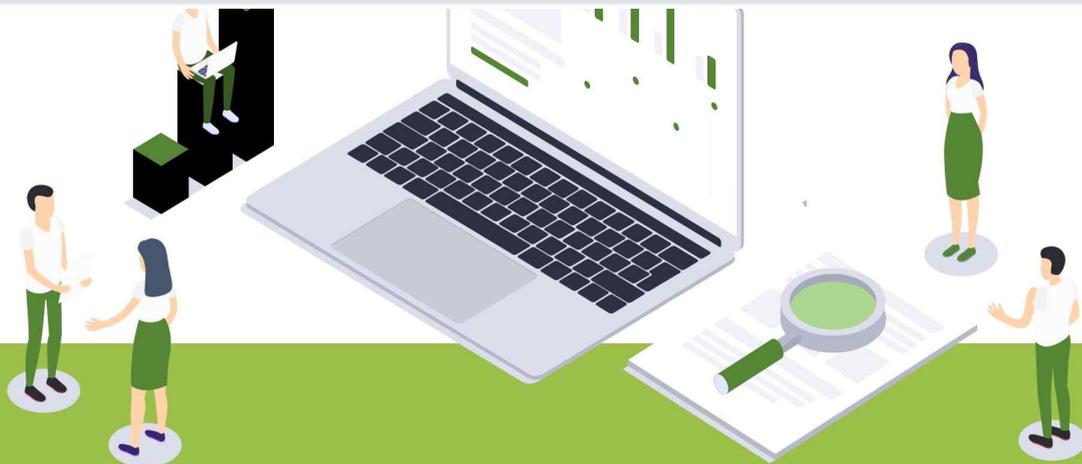
수출 확대 전략

설정 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 러시아 내 건강즙의 주요 구매 요인은 성분과 제조 국가라고 답변함. 한국 제품은 러시아에서 매우 인기가 높으며, 한국산 제품의 품질에 대한 인식이 매우 좋은 편임. 또한, 제품 구매 시 소비자들은 포장에 가장 먼저 관심을 두기 때문에, 제품 포장에 신경을 쓸 것을 강조함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 경우 러시아 내 일반적으로 유통되는 건강즙과는 성분이 다르므로, 고객사 제품만의 성분에 대한 차별점이 있다고 답변함. 다만, 고객사 제품의 가격이 현지 제품의 평균 가격보다 높은 편이므로, 가격을 재고할 필요가 있다고 언급함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Retail sales of biologically active additives (BAAs) in pharmacies in Russia from 2016 to October 2022」, 2023.07
3. KHIDI 제약산업정보포털, 「러시아 건강보조식품 시장 동향」, 2019.06
4. 디에스엠(DSM), 「Russian Pharmaceutical Market 2022」, 2023.03
5. 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channel for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022」, 2023.03
6. 스태티스타(Statista), 「FMCG turnover share in Russia 2011-2020, by channel」, 2021.06
7. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021.12
8. 산업통상자원부, 「신북방 유라시아경제연합(EAEU)과 기술규제 협력 디딤돌 마련」, 2020.09
9. KATI농식품수출정보, 「러시아 비관세장벽 이슈」, 2023.06
10. aT 지구촌리포트 114호, 「너도 나도 건강 챙기는 러시아」, 2021.10

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 디에스엠(DSM) (dsm.ru/en)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 굼(GUM) (gumrussia.com)
6. 숴(Tsum) (www.tsum.ru)
7. 줌인포(Zoominfo) (www.zoominfo.com)
8. 꼬르샵(Korshop) (www.korshop.ru)
9. 자스민(Jasmin) (www.jasmin-cafe.ru)
10. 자스민(Jasmin) 페이스북 (www.facebook.com/jasmincaferu)
11. 오존(Ozon) (www.ozon.ru)
12. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
13. 와일드베리스(Wildberries) (www.wildberries.ru)
14. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
15. 뻬초로취까(Пятёрочка) (www.5ka.ru)
16. 칼리닌그라드(Калининград) (kgd.ru)
17. 렌타(Лента) (www.lenta.com)
18. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) (russiabusinesstoday.com)
19. 모스크바타임즈(The Moscow Times) (www.themoscowtimes.com)
20. 오키(Okey) (www.okmarket.ru)
21. 페레크레스톡(Перекресток) (www.perekrestok.ru)
22. 키오스크솔루션(Kiosk Solutions) (www.kiosksolutions.ru)
23. 이커머스데이터(ecommerceDB) (ecommercedb.com)
24. 유라시아 경제위원회 (www.eurasiancommission.org)
25. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
26. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
27. 국가관세종합정보망 서비스 (www.unipass.customs.go.kr)
28. 대한무역투자진흥공사(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
29. 러시아 연방세관 (www.customs.ru)
30. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
31. 러시아 보건부 (www.rosminzdrav.ru)
32. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
33. 세레나컴퍼니(Serena Company) (serena-vl.ru)
34. 쥐에프시(GFC) (GFC-rus.ru)

35. 바이오스파샵(Biospashop) (biospashop.ru)
36. 얀덱스(Yandex) (market.yandex.ru)
37. 와일드베리(Wildberries) (www.wildberries.ru)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.13

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea