



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202201-29
품목 | 발효홍삼농축액(Fermented Red Ginseng Concentrate)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 러시아(Russia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 러시아 건강보조식품 시장규모	06
2. 러시아 인삼 시장규모	07
3. 러시아 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율	08
4. 러시아 발효홍삼농축액 수입규모	09
5. 한국 발효홍삼농축액 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 러시아 홍삼조제품 경쟁제품, ‘추출물’ 1위, ‘인삼차’ 2위	13
2. 홍삼조제품 성분, ‘인삼 뿌리’, ‘비타민’ 빈출 키워드 1, 2위	14
3. 러시아 홍삼조제품 맛, ‘달콤한’ 빈출 키워드 1위, ‘매운’도 빈출	15
4. ‘인삼차’ 발효 정도 표기, 그 외 홍삼조제품은 효능을 홍보에 활용	16
5. 러시아 발효홍삼농축액 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 러시아 발효홍삼농축액 유통채널 비교	19
2. 러시아 발효홍삼농축액 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 러시아 발효홍삼농축액 온라인 유통채널 종합분석 | 25 |
| 2. 러시아 발효홍삼농축액 주요 온라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 러시아 발효홍삼농축액 통관 및 검역 절차 | 38 |
| 2. 러시아 발효홍삼농축액 품질 인증 | 39 |
| 3. 러시아 발효홍삼농축액 라벨링 | 40 |
| 4. 러시아 발효홍삼농축액 성분 및 유해물질 | 45 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

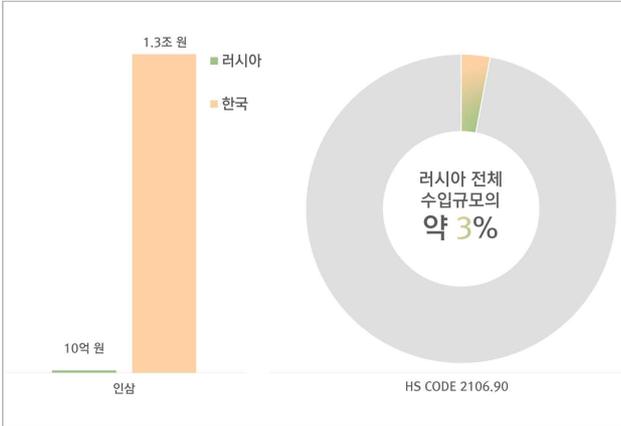
- | | |
|-----------------------------|----|
| Interview ① 슈퍼스킨(Superskin) | 49 |
| Interview ② 스텔르코르(Стелкор) | 51 |
| Interview ③ 인사막스(Insamax) | 53 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 58 |
|--------|----|

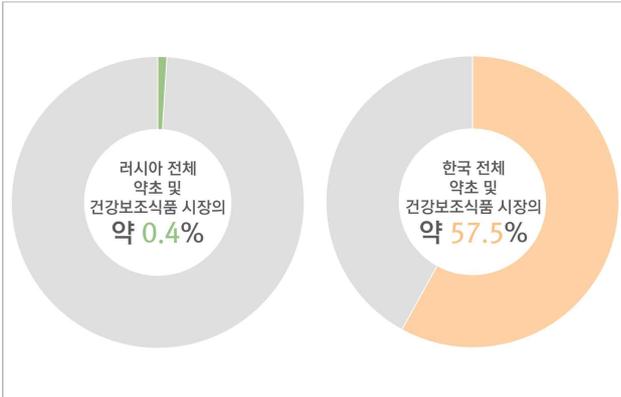
Summary

■ 수요 분석



	러시아	한국
건강보조식품 시장규모	1.4조 원	3.7조 원
인삼 시장규모	10억 원	1.3조 원
	수입(출)액	점유율
러시아 對한국 발효홍삼농축액 수입 현황	276억 원	3%
한국 對러시아 발효홍삼농축액 수출 현황	106억 원	2%

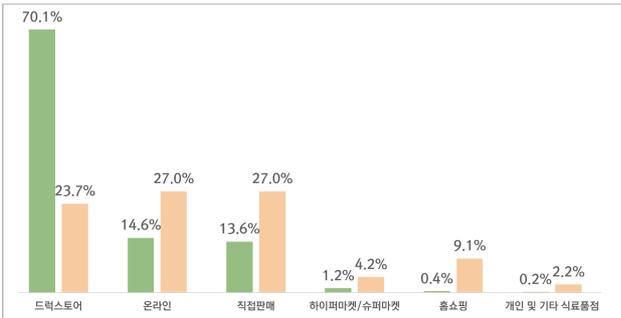
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 주요 드럭스토어 '마그닛', '리글라' 코로나19 영향으로 드럭스토어 업계 성장 지속
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 온라인 쇼핑몰 '와일드베리스', '비브이씨피' 코로나19 영향으로 최근 2년간 업계 60% 성장
직접판매	<ul style="list-style-type: none"> 주요 직접판매 업체 '파벨릭', '에이본프로덕트' 코로나19로 인해 미용 관련 직접판매 매출액은 크게 감소했으나, 건강보조식품 매출액은 증가함

■ 진입장벽

인증	TR-CU 인증(EAC 인증) 필수
라벨링	러시아어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> 홍삼농축액 수요 높은 편 주요 소비자는 30-40대 이상 소비자 현지 시장 내 관련 정보가 없어 프로모션 필요 고객사 제품 가격은 높은 편
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 현지에서는 고농축 제품을 선호하므로, 고객사 제품 수요가 높을 것으로 예상
유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 방문판매 및 드럭스토어 유통은 추천하지 않음 온라인 전문 업체와의 파트너십을 통해 진출하는 것을 추천함

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 인삼 시장규모는 한국 인삼 시장규모에 비해 매우 미미한 수준인 것으로 나타남 발효홍삼농축액 제품의 러시아 적정 유통채널로 드럭스토어, 온라인, 직접판매 채널이 꼽혔으며, 인터뷰 담당자들은 이 중에서 온라인 채널로의 진출을 추천함
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 발효홍삼농축액 진출을 위해 TR-CU 인증(EAC 인증)이 필수인 것으로 나타남 러시아 발효홍삼농축액 주요 소비층으로 30-40대 이상 소비자가 꼽혔으며, 현지 시장 내 발효홍삼농축액 관련 정보가 없어 프로모션이 필요하다는 인터뷰 담당자들의 의견이 있었음

II. 시장규모

1. 러시아 건강보조식품 시장규모
2. 러시아 인삼 시장규모
3. 러시아 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율
4. 러시아 발효홍삼농축액 수입규모
5. 한국 발효홍삼농축액 수출규모

1. 러시아 건강보조식품 시장규모

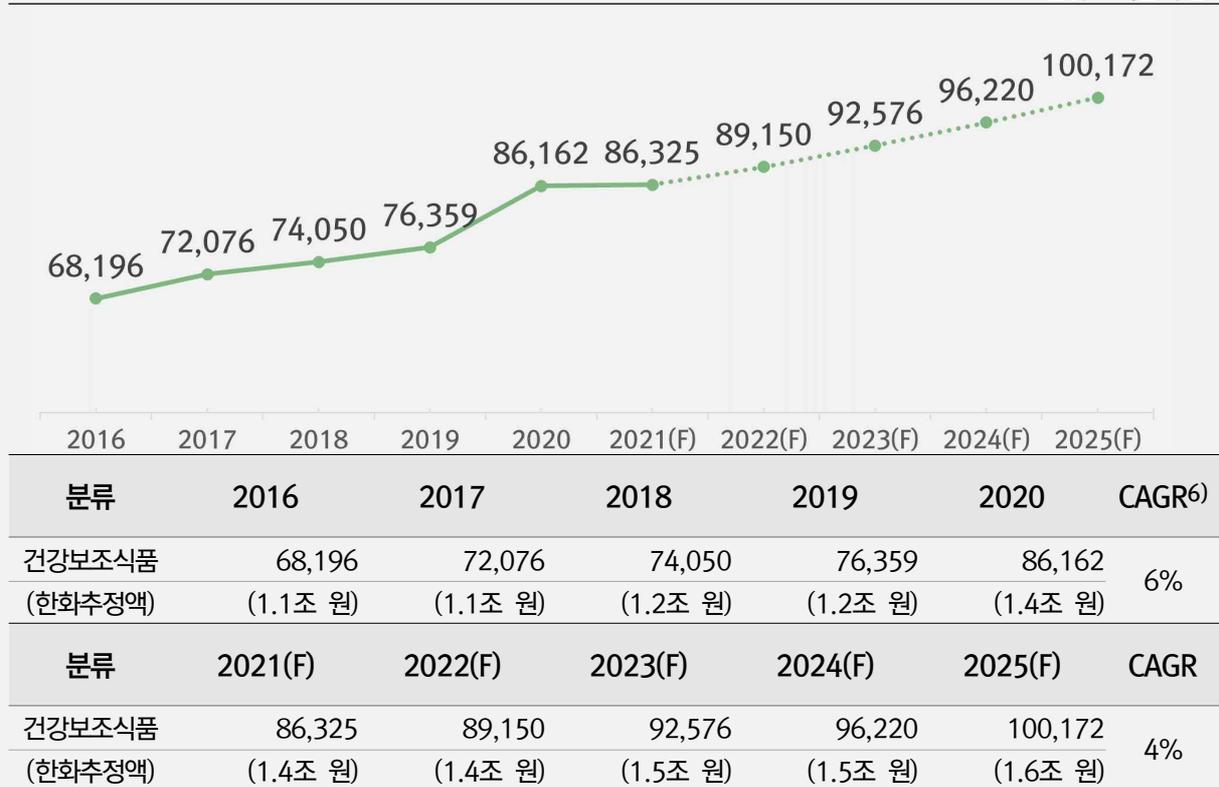
러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,709만 km ²
인구	1억 4,681만 명
GDP	1조 4,736억 달러
1인당 GDP	10,037달러

- ▶ **러시아 건강보조식품 시장규모 1.4조 원, 한국의 약 '1/3' 수준**
2020년 기준 러시아 건강보조식품 시장규모는 약 1.4조 원으로, 약 3.7조 원을 기록한 한국 건강보조식품 시장의 약 37% 수준임. 최근 5년(2016-20년)간 연평균 6%의 꾸준한 상승세를 보이고 있으며, 특히 2020년 기준 전년 대비 약 13% 증가하는 등 빠르게 성장하고 있음
- ▶ **러시아 건강보조식품 시장, 비약초 건강보조식품이 78%로 우세**
러시아 건강보조식품 시장은 2020년 기준 비약초 건강보조식품이 78%, 약초 및 전통 건강보조식품이 22%의 점유율을 차지하며 주로 비약초 건강보조식품이 우세한 것으로 나타남. 한편 향후 5년(2021-25년)간 러시아 건강보조식품 시장은 연평균 4%의 꾸준한 성장률을 기록할 것으로 전망됨 ²⁾³⁾

[표 2.1] 러시아 건강보조식품 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 루블



자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사제품 '발효홍삼농축액은 홍삼을 발효시켜 장에서 흡수가 용이하여 면역력 강화 효능이 있는 발효홍삼 제품임. 이에 제품의 종류(홍삼)를 기준으로 '인삼' 시장과 상위시장인 '건강보조식품'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Russia」, 2020.11
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1루블=15.86원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 러시아 인삼 시장규모

▶ 러시아 인삼 시장규모 10억 원, 한국의 0.08% 수준에 불과

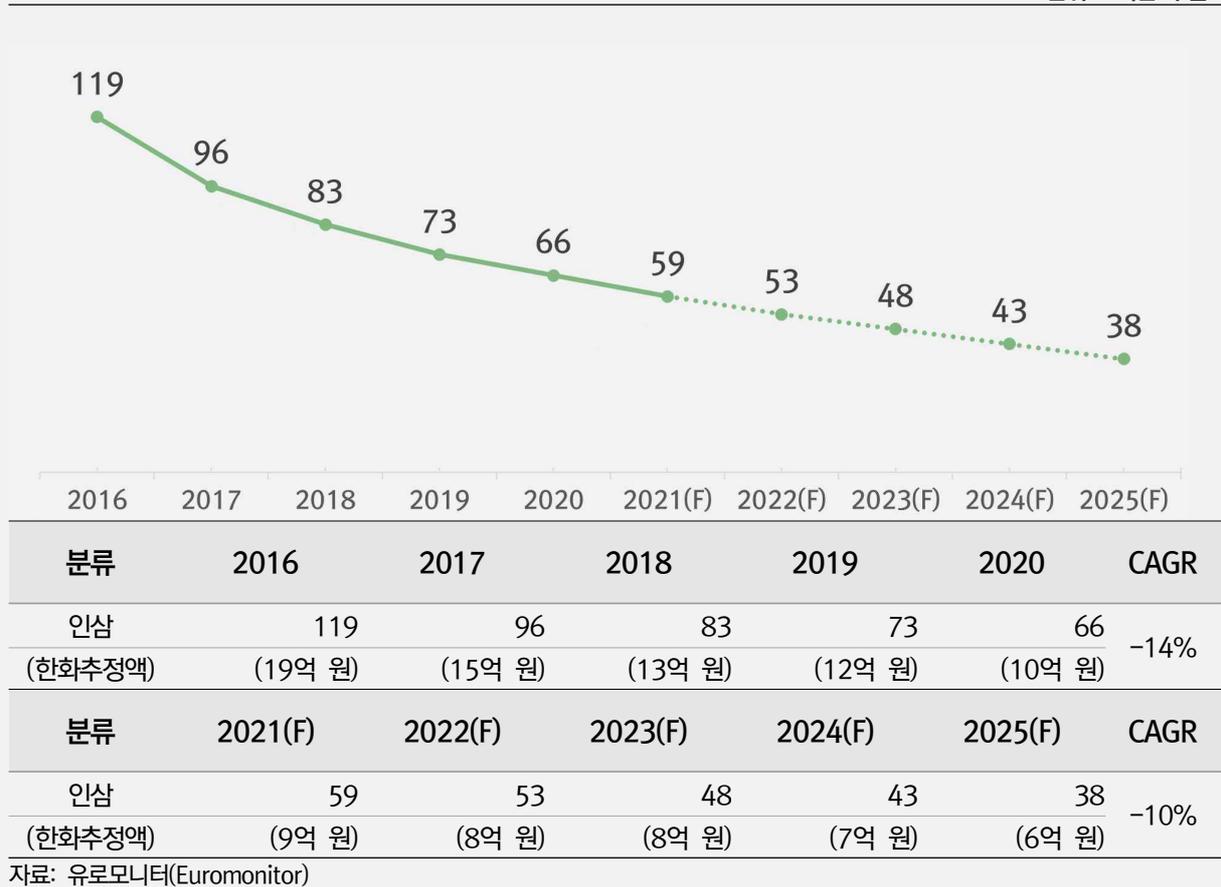
2020년 기준 러시아 녹차 시장규모는 약 10억 원으로, 약 1.3조 원을 기록한 한국 인삼 시장에 비해 매우 작은 시장규모를 보임. 이 수치는 2016년 기록한 약 19억 원의 절반에 해당하는 수치로, 최근 5년(2016-20년)간 러시아 내 인삼 시장은 지속적인 감소 추세를 보임

▶ 러시아 인삼 시장규모, 향후 연평균 10% 하락 전망

러시아 인삼 시장은 향후 5년(2021-25)년 간 연평균 10%씩 감소할 것으로 예상됨. 2025년 기준 러시아 인삼 시장은 약 6억 원을 기록할 것으로 전망되며, 동기간 한국 인삼 시장의 연평균성장률이 4%인 것과 대비됨⁷⁾

[표 2.2] 러시아 '인삼' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 루블



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Russia」, 2020.11

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 러시아 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율

▶ 러시아, '인삼' 시장점유율 매우 작아

러시아 약초 및 전통 건강보조식품(약 2,909억 원) 세부 시장과 한국(약 2.3조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 러시아의 인삼 점유율이 한국에 비해 매우 낮은 편인 것으로 나타남⁹⁾. 러시아는 혼합 약초 및 전통 건강보조식품이 80.6%의 압도적인 점유율을 차지한 반면, 인삼은 0.4%에 불과하며 이는 한국의 인삼 시장점유율이 57.5%에 달하는 것과 대비해 러시아에서 인삼의 시장점유율이 매우 낮음을 알 수 있음

러시아 약초 및 전통 건강보조식품 시장에서, '혼합 약초 및 전통 건강보조식품'의 점유율은 2016년 73%를 기록한 이후 지속적으로 성장하여 2020년 80%가 넘는 점유율을 기록함. 반면 인삼은 2016년 0.8%를 기록한 이후 매년 0.1%p씩 감소하는 추세를 보임. 이는 아직까지 러시아에서 인삼을 실제로 접할 기회가 없을뿐더러 실제로 접하더라도 먹는 방법에 대해 모르는 등 인지도가 낮기 때문인 것으로 나타남¹⁰⁾

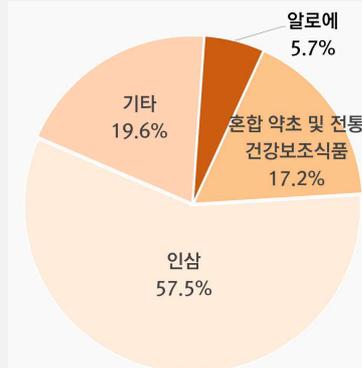
[표 2.3] 2020년 러시아, 한국 '약초 및 건강보조식품' 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

러시아 약초 및 건강보조식품 세부 시장



한국 약초 및 건강보조식품 세부 시장



분류	약초 및 건강보조식품				
	알로에	혼합 약초 및 전통 건강보조식품	에키네시아 ¹²⁾	인삼	기타
러시아	9.0	80.6	1.4	0.4	8.7
한국	5.7	17.2	-	57.5	19.6

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 러시아 약초 및 건강보조식품 시장규모(약 2,909억 원)와 한국 약초 및 건강보조식품 시장규모(약 2.3조 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Russia」, 2020.11

11) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

12) 에키네시아(Echinacea): 북미 원주민들이 사용하던 민간약초로, 면역자극, 항바이러스 및 항염증 효능이 있는 국화과 허위식물 중 하나임

4. 러시아 발효홍삼농축액 수입규모

HS CODE 2106.90

조사대상 '발효홍삼농축액'은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'으로 규정된 제 2106호에 속하며, 그 중 '기타에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 러시아 HS CODE 2106.90 수입액, 최근 5년간 연평균성장률 11%

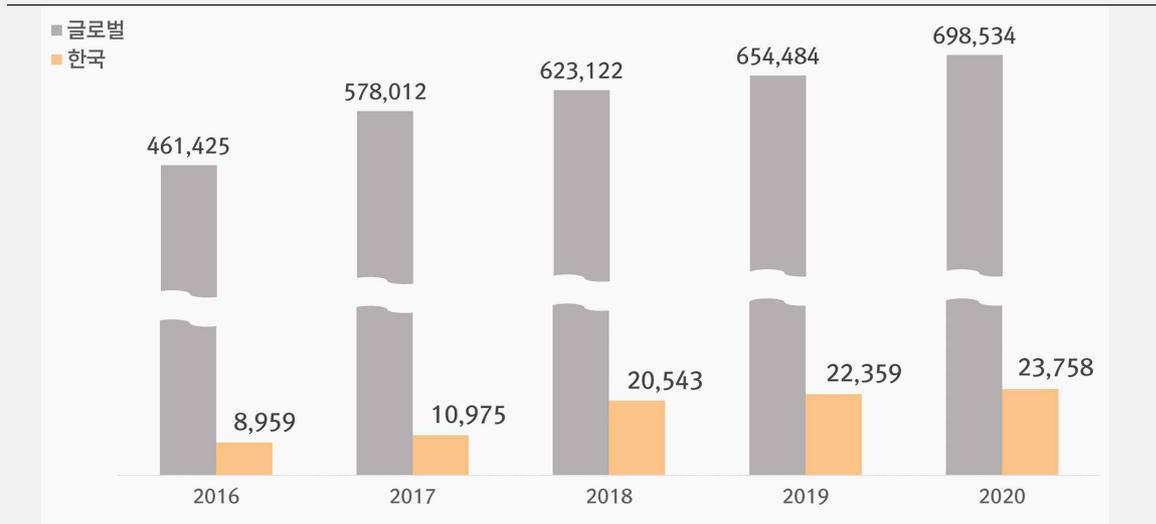
러시아 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 최근 5년(2016-20년)간 연평균 11%씩 성장하여, 2020년 수입액 기준 약 8,123억 원을 기록함. 특히 2017년 수입액 기준 전년 대비 약 25% 증가하였으며, 이후에도 7% 전후의 성장률을 보이는 등 꾸준한 상승세를 이어나감

▶ 러시아 HS CODE 2106.90 수입액, 한국산 점유율 3% 수준

2020년 기준 해당 HS CODE 2106.90 품목의 러시아 對한국 수입액은 글로벌 수입액 기준 8위에 해당하는 약 276억 원을 기록함. 특히 최근 5년(2016-20년)간 연평균 28% 상승하는 등 큰 성장세를 보임. 한편 對글로벌 수입액 점유율 1위국은 독일로, 약 2,163억 원을 수입한 것으로 나타남. 다음으로 미국(약 955억 원, 12%), 영국(약 439억 원, 5%) 순으로 이어지는 등 주로 서양 국가로부터 수입하는 것으로 나타남

[표 2.4] 러시아 HS CODE 2106.90 수입규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
러시아 對글로벌 수입액 (한화추정액)	461,425 (5,365억 원)	578,012 (6,721억 원)	623,122 (7,246억 원)	654,484 (7,610억 원)	698,534 (8,123억 원)	11%
러시아 對한국 수입액 (한화추정액)	8,959 (104억 원)	10,975 (128억 원)	20,543 (239억 원)	22,359 (260억 원)	23,758 (276억 원)	28%

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

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 발효홍삼농축액 수출규모

HS CODE 2106.90-9099

조사제품 '발효홍삼농축액에 해당하는 HS CODE 2106.90-9099(기타)의 한국 對글로벌, 對러시아 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

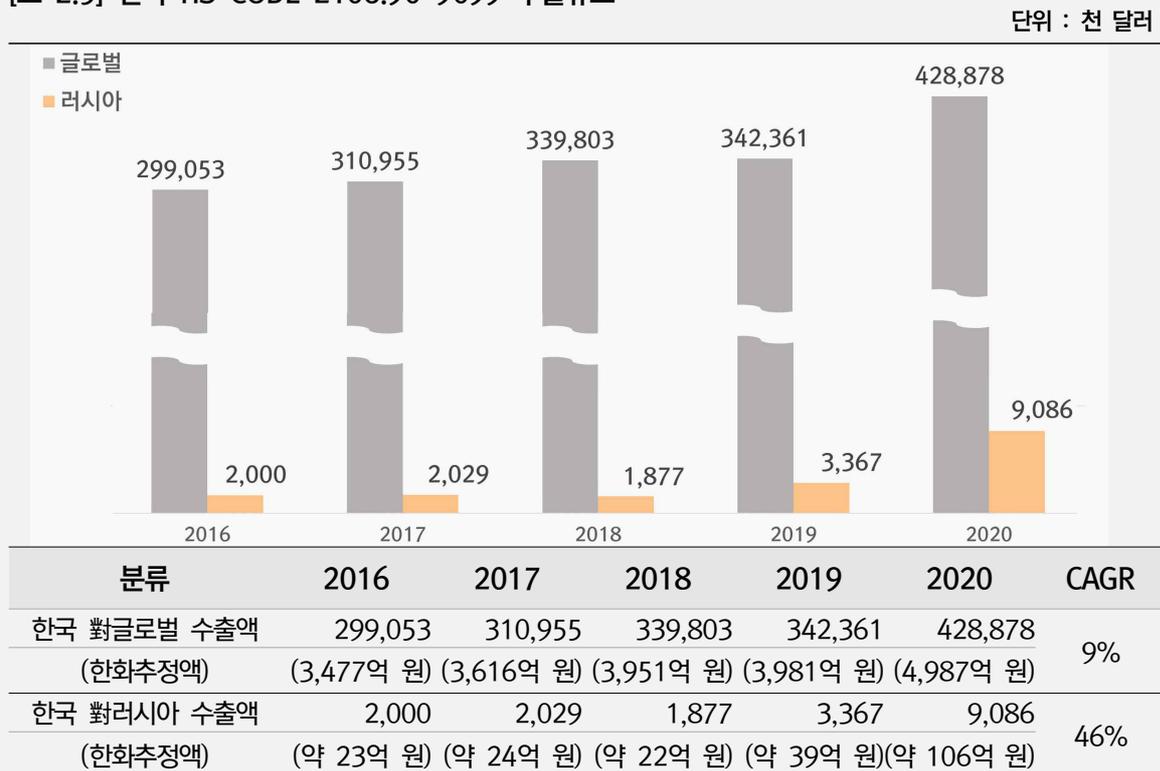
▶ 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출액, 최근 5년간 연평균성장률 9%

한국 HS CODE 2106.90-9099 품목의 對글로벌 수출액은 최근 5년(2016-2020년)간 연평균 9%의 성장률을 기록하여, 2020년 수출액 기준 약 4,987억 원을 기록함. 특히 2020년 수출액은 전년 대비 25% 상승하는 등 가파른 상승세를 보임

▶ 한국 HS CODE 2106.90-9099 對러시아 수출액 매년 큰 폭 증가

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-9099 품목의 對러시아 수출액은 전년 대비 170% 상승한 약 106억 원을 기록함. 2016년 對러시아 수출액은 23억 원에 불과했으나, 최근 5년(2016-2020년)간 연평균 46%의 성장률을 보이는 등 수출액 규모가 빠르게 커지고 있음. 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출액 기준 1위 국가는 일본으로, 약 1,139억 원을 수출하여 글로벌 수출액 가운데 23%를 차지함. 이어서 중국(약 957억 원, 19%), 베트남(약 407억 원, 8%) 순인 것으로 나타남

[표 2.5] 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출규모¹⁶⁾¹⁷⁾



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-9099 기준

16) 자료: KATI농식품수출정보

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 러시아 홍삼조제품 경쟁제품, '추출물' 1위, '인삼차' 2위
2. 홍삼조제품 성분, '인삼 뿌리', '비타민' 빈출 키워드 1, 2위
3. 러시아 홍삼조제품 맛, '달콤한' 빈출 키워드 1위, '매운'도 빈출
4. '인삼차' 발효 정도 표기, 그 외 홍삼조제품은 효능을 홍보에 활용
5. 러시아 발효홍삼농축액 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 발효홍삼농축액 정보 수집

- 데이터 수집 키워드:

① 홍삼(КРАСНЫЙ ЖЕНЬШЕНЬ) ② 인삼(ЖЕНЬШЕНЬ)

- 데이터 수집량 : 322건

- 데이터 수집원 : 러시아 온라인매장

▶ 러시아 온라인매장 입점 발효홍삼농축액 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 성분 ③ 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/러시아어)		빈도	키워드 (국문/러시아어)		빈도
경쟁제품	추출물	экстракт женьшеня	57	(-)	(-)	(-)
	인삼차	чай женьшень	52	(-)	(-)	(-)
	캡슐	капсульный	32	(-)	(-)	(-)
	파우더	порошок женьшеня	6	(-)	(-)	(-)
홍보문구	발효한	ферментированный	77	정신적 피로	умственной усталости	11
	반발효	полуферментированный	46	스트레스 해소	снимает стресс	8
	면역력 강화	повышает иммунитет	24	만성 피로	хронической усталости	7
	약하게 발효한	слабоферментированный	19	할머니를 위한 선물	подарка бабушке	1
	풍부한 향	насыщенным ароматом	15	(-)	(-)	(-)
	신경계	нервной системы	12	(-)	(-)	(-)
맛	달콤한	сладкое	69	약간 매운	слегка пряный	6
	생강	имбирь	39	쓴	горький	5
	매운	пряный	19	허브 맛	травяной вкус	4
성분	인삼 뿌리	корень женьшеня	65	안젤리카	дудник	9
	비타민	витамины	51	맥아	солодовым	4
	뿌리 추출물	экстракт корня	17	대추	мармелад	2
	꿀	медовое	10	(-)	(-)	(-)

1. 러시아 홍삼조제품 경쟁제품, ‘추출물’ 1위, ‘인삼차’ 2위

▶ 러시아 홍삼조제품 중 ‘추출물’ 인기

- ‘인삼 추출물’ 키워드 57건으로 빈출 키워드 1위
- 러시아 소비자, 홍삼 함유량이 높고 농도가 진한 제품을 선호하기 때문에 홍삼조제품 중 추출물의 인기 높음

▶ ‘인삼차’ 키워드 52건으로 빈출 키워드 2위

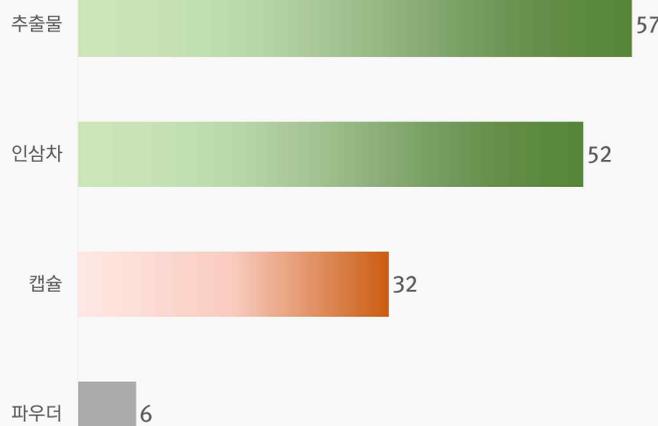
- 차를 많이 마시는 러시아 소비자, 홍삼 및 인삼을 주로 차로 마시며 피로 회복을 위해 커피 대신 섭취하기도 함

▶ ‘캡슐’ 키워드 32건

- 인삼 또는 홍삼을 함유한 캡슐형 건강기능식품도 다수 발견

1위 인삼차		2위 추출물		3위 캡슐	
					
브랜드	만젤라니아(Manzhelania)	브랜드	퓨어데일리	브랜드	비트(B vit)
용량	50g	용량	30mlX30스틱	용량	60pcs
가격	189루블(약 2,997원) ¹⁸⁾	가격	5,849루블(약 92,765원)	가격	960루블(약 15,226원)

[표 3.1] 러시아 발효홍삼농축액 경쟁제품 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼’, ‘홍삼’ 관련 게시물 322건 분석

18) 1루블=15.86원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍삼조제품 성분, ‘인삼 뿌리’, ‘비타민’ 빈출 키워드 1, 2위

▶ ‘인삼 뿌리’, ‘뿌리 추출물’ 빈출 키워드 1, 3위

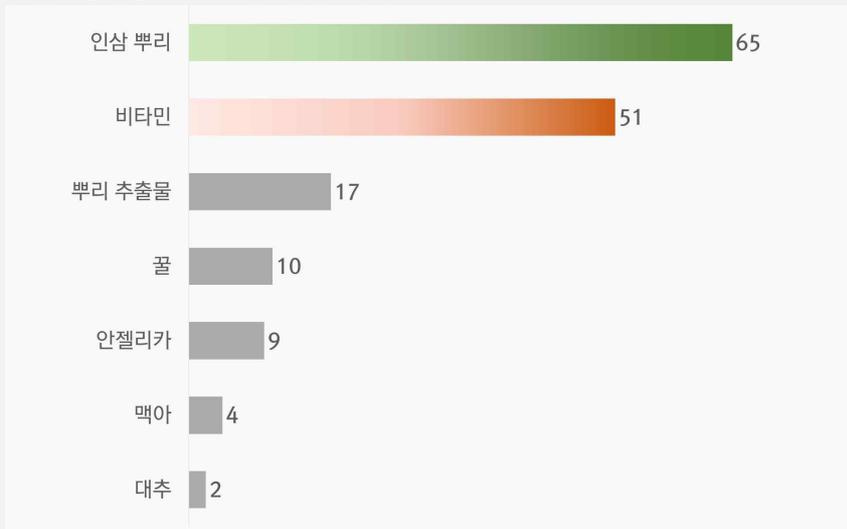
- ‘인삼 뿌리’ 키워드 65건, ‘뿌리 추출물’ 키워드 17건
- ‘뿌리 추출물’은 홍삼 추출물 이외에도 다양한 제품에 표기되어 있음

▶ ‘비타민’ 키워드 51건으로 빈출 키워드 2위

- 오존(Ozon) 검색 결과, 인삼이 포함된 캡슐형 건강기능식품 다수 발견
- 러시아 소비자, 홍삼을 건강기능식품으로 생각하는 경향 있으며
비타민제의 한 종류라고 생각하는 소비자도 많음

1위 인삼 뿌리		2위 비타민		3위 뿌리 추출물	
					
제품명	6년근 홍삼정	제품명	스포츠 비타민	제품명	우롱인삼차
브랜드	고려홍삼	브랜드	올림프랩스(Olimp Labs)	브랜드	티터틀(Tea Turtle)
용량	240g	용량	30캡슐	용량	100g
가격	4,538루블(약 71,973원)	가격	550루블(약 8,723원)	가격	1,380루블(약 21,887원)

[표 3.2] 러시아 발효홍삼농축액 성분 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼’, ‘홍삼’ 관련 게시물 322건 분석

3. 러시아 홍삼조제품 맛, ‘달콤한’ 빈출 키워드 1위, ‘매운’도 빈출

▶ ‘달콤한’ 키워드 69건으로 압도적 1위

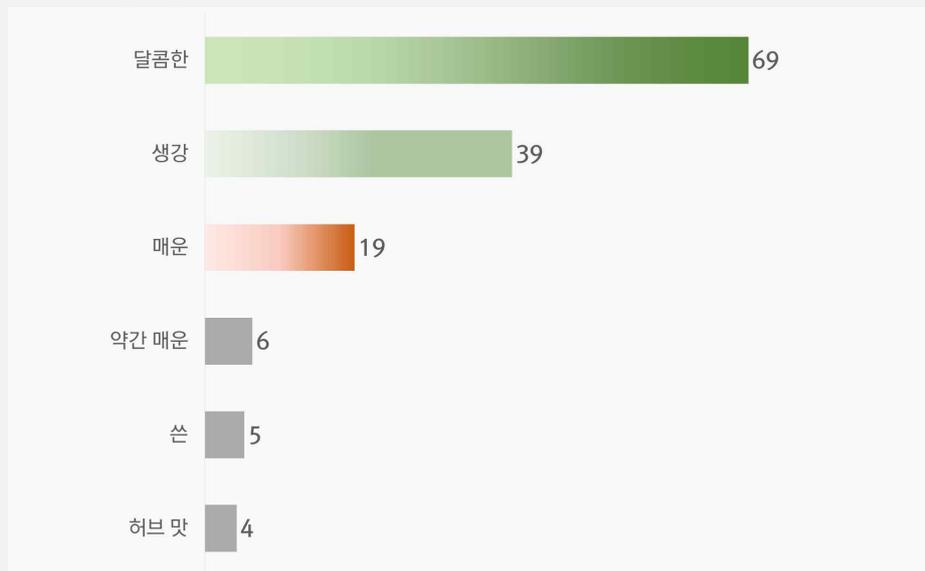
- 2위인 ‘생강’ 키워드 수의 약 2배
- ‘달콤한’ 원문 추적 결과, ‘뒷맛이 달콤한’, ‘약간 달달한’ 등 달콤한 맛이 다양하게 표현되어 있음

▶ ‘쓴 맛’보다는 ‘매운(향신료 맛이 나는) 맛’이나 ‘무(無) 맛’ 선호

- 캡슐형 홍삼조제품은 맛에 대한 설명이 없거나 ‘무(無)맛’으로 표기
- 젊은 러시아 소비자, 쓴 홍삼보다 비타민C가 든 ‘무(無)맛’ 캡슐형 선호
- ‘매운’ 맛은 키워드 19건으로 쓴 맛보다는 매운 맛으로 표기하는 것이 추세인 것으로 보임

1위 달콤한		2위 생강		3위 매운(향신료 맛이 나는)	
					
제품명	우롱인삼차	제품명	내추럴 부스트를 포함한 녹차	브랜드	우롱인삼차
브랜드	구텐베르크(Gutenberg)	브랜드	테반오르트(Thee van oordt)	용량	140ml
용량	500g	용량	30g	용량	500g
가격	3,424루블(약 54,304원)	가격	491루블(약 7,787원)	가격	1,990루블(약 31,561원)

[표 3.3] 러시아 발효홍삼농축액 맛 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼’, ‘홍삼’ 관련 게시물 322건 분석

4. ‘인삼차’ 발효 정도 표기, 그 외 홍삼조제품은 효능을 홍보에 활용

▶ 대부분의 차, 발효 정도에 관해 언급

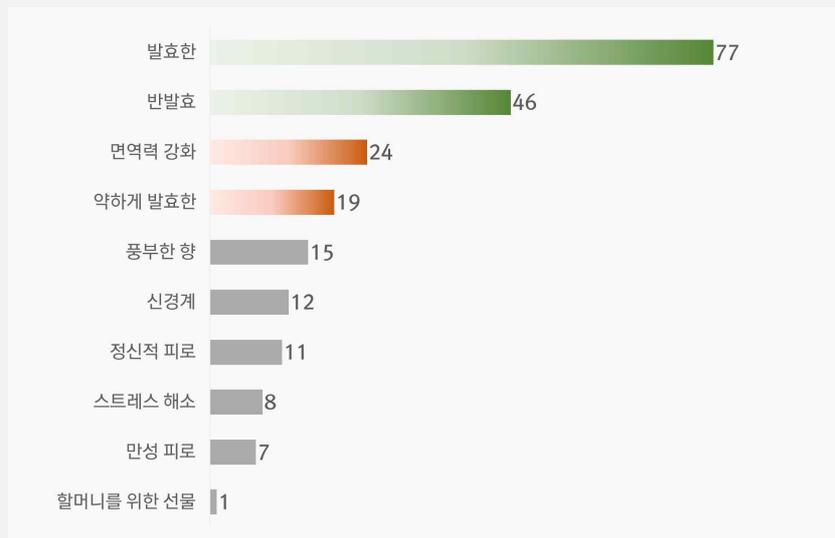
- 발효 정도에 관한 키워드인 ‘발효한’, ‘반발효’, ‘약하게 발효한’이 빈출 키워드 1, 2, 4위 차지
- 홍삼조제품 대부분은 발효에 관한 언급이 없으나 차의 경우 대부분 발효 정도를 표기하고 있으며 발효 관련 키워드는 차에 관한 것으로 보임

▶ 효능 관련 홍보문구도 다수

- ‘면역력 강화’, ‘신경계’, ‘만성 피로’ 등 효능 관련 홍보문구 다수 발견
- 러시아 소비자, 홍삼을 면역력 강화, 체력 증진, 피로 개선 등의 효능이 있는 건강기능식품으로 생각하는 경향 있음

1위 발효한		2위 반발효		3위 면역력 강화	
					
제품명	6년근 홍삼정	제품명	우롱인삼차	제품명	우롱인삼차
브랜드	고려홍삼	브랜드	구텐베르크(Gutenberg)	브랜드	풀치아(FullChea)
용량	240g	용량	500g	용량	500g
가격	4,538루블(약 71,973원)	가격	3,424루블(약 54,304원)	가격	1,160루블(약 18,398원)

[표 3.4] 러시아 발효홍삼농축액 홍보문구 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼’, ‘홍삼’ 관련 게시물 322건 분석

5. 러시아 발효홍삼농축액 진출 컨셉

- ▶ 컨셉 ① _ 인삼차보다 면역력 강화에 탁월한 발효홍삼농축액
 - 홍삼의 효능을 기대하고 차를 마시는 러시아 소비자에 어필
 - 발효홍삼농축액의 인삼차 대비 탁월한 효능 강조

- ▶ 컨셉 ② _ 홍삼을 발효하여 사포닌 흡수가 용이한 발효홍삼농축액
 - ‘사포닌’ 키워드 4건으로 사포닌을 강조한 홍삼조제품 거의 없음
 - 사포닌의 효능과 발효를 통해 사포닌 흡수가 용이한 점 강조하여 홍보

- ▶ 컨셉 ③ _ 두뇌 활동을 촉진시켜 피로 회복에 효과적인 홍삼조제품
 - 홍삼의 효능을 기대하고 구매하는 러시아 소비자가 많으므로 면역력 강화 뿐 아니라 피로 회복에도 탁월한 점 강조

경쟁제품	맛	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
인삼차	(-)	면역력 강화	5건	기능성 강화 제품으로 [인삼차]보다 효능이 뛰어나 [면역력 강화]에 탁월한 발효홍삼농축액
파우더	달콤한	발효한	5건	홍삼을 [발효하여] 사포닌 크기가 작아져 [분말] 형태의 홍삼조제품보다 사포닌 흡수가 용이한 발효홍삼농축액
인삼차	(-)	스트레스 해소	4건	두뇌 활동을 촉진시켜 피로 회복에 도움을 줘 [인삼차] 대비 [스트레스 해소]에 효과적인 발효홍삼농축액
(-)	달콤한	정신적 피로	4건	끝맛이 [달콤해] 기본 좋게 섭취할 수 있는 [피로 회복]에 효과적인 홍삼조제품
추출물	(-)	면역력 강화	2건	[면역력을 강화시켜] 암 예방 효과가 있는 [홍삼추출물]

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/맛/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 러시아 발효홍삼농축액 유통채널 비교
2. 러시아 발효홍삼농축액 유통채널 특징

1. 러시아 발효홍삼농축액 유통채널 비교

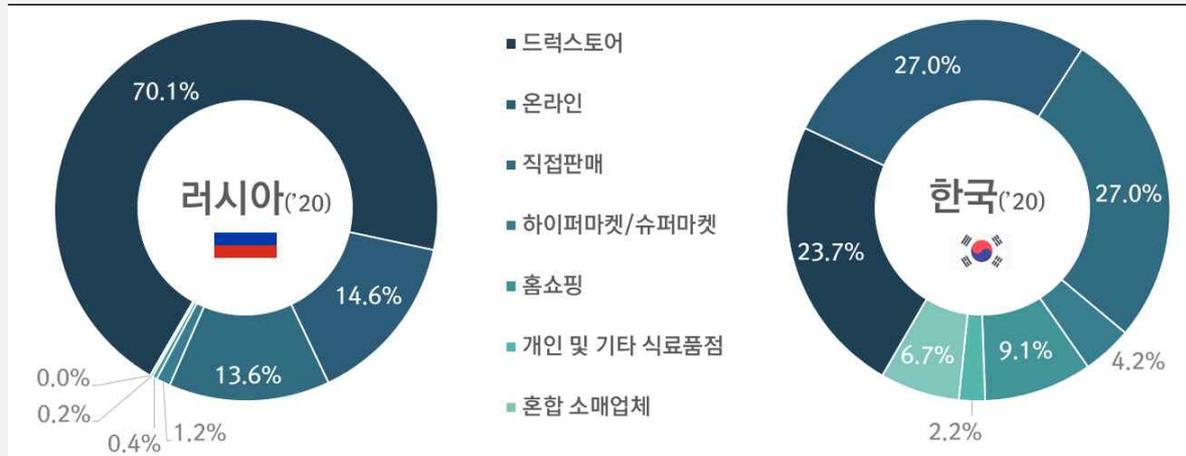
▶ 러시아 ‘드럭스토어’ 점유율 한국보다 높아

2020년 러시아 ‘비타민 및 식이보충제’ 유통채널 중 ‘드럭스토어’의 점유율은 70.1%로 한국의 23.7% 대비 월등히 높음. 이외에 두 국가에서 점유율 기준 상위권을 차지한 유통채널은 ‘온라인’과 ‘직접판매’였으며, 러시아의 경우 14.6%와 13.6%, 한국은 두 채널 모두 27.0%의 점유율을 기록함. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘홈쇼핑’, ‘혼합 소매업체’ 등을 통한 유통은 한국에서만 유의미한 점유율을 나타냈으며, 러시아의 경우 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 1.2%를 제외하고는 모두 1% 미만의 점유율을 차지한 것으로 집계됨

▶ 러시아 발효홍삼농축액 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 러시아 ‘비타민 및 식이보충제’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 14.6%로 한국의 27.0% 보다 낮아 아직 발효홍삼농축액의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 러시아 발효홍삼농축액 소매유통채널 점유율



러시아 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁹⁾²⁰⁾ 비교²¹⁾

러시아	유형	한국
70.1%	드럭스토어 ²²⁾	23.7%
14.6%	온라인	27.0%
13.6%	직접판매	27.0%
1.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
0.4%	홈쇼핑	9.1%
0.2%	개인 및 기타 식료품점	2.2%
0.0%	혼합 소매업체 ²³⁾	6.7%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 2020년 기준, 러시아 및 한국 ‘비타민 및 식이보충제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

20) ‘발효홍삼농축액’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민 및 식이보충제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 정보를 확인함

21) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

22) 본 보고서에서 드럭스토어는 약국 및 헬스앤뷰티(H&B)를 포괄함

23) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 러시아 발효홍삼농축액 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

오상 매장 전경



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 렌따 및 오상

러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 렌따(Lenta), 오상(Auchan), 오케이(O'key) 등이 있음. 렌다는 2020년 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 5조 6,000억 루블(약 88조 8,160억 원²⁴⁾)의 16.3%를 점유함. 오상은 2020년 전체 매출액의 6.4%를 점유했으며, 산하에 오상시티(Auchan City), 라두가(Raduga) 등의 브랜드를 보유함

▶ 러시아 하이퍼마켓 오상, 본격적인 온라인 판매 진입²⁵⁾

오상은 최근 마그닛(Magnit)과 렌따 등 온라인 판매를 활성화한 러시아 소매업과 온라인 배달 기업들의 등장에 대응하기 위한 전략으로 온라인 매장을 확대함. 오상은 온라인 매장 확대 및 자사 디지털 서비스 발전을 위해 2024년까지 200억 루블(약 3,172억 원)을 투자할 예정임. 더불어, 기존의 하이퍼마켓을 변해가는 소비자 취향에 맞추어 업그레이드하며 소규모 매장 활성화에 집중하고 있음

[표 4.2] 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	렌따(Lenta)	16.3%	렌따(Lenta)
2	오상(Auchan)	6.4%	오상(Auchan), 오상시티(Auchan City), 라두가(Raduga)
3	오케이(O'key)	5.1%	오케이(O'key), 오케이익스프레스(O'key Express)
4	글로버스홀딩스(Globus)	4.3%	글로버스(Globus)
5	X5	2.5%	카루셀(Karusel), 페레크레스톡(Perekrestok)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

24) 1루블=15.86원(2021.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021

26) 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

러시아 주요 드럭스토어 업체
마그닛 매장 내부



사진자료: 마그닛

▶ 러시아 주요 드럭스토어 업체, 마그닛

러시아 주요 드럭스토어 업체 마그닛(Magnit)은 2020년 러시아 드럭스토어 전체 매출액 1조 7,413억 루블(약 27조 6,176억 원)의 6.8%를 점유했으며, 산하에 마그닛코스메틱(Magnit-Kosmetik) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 리글라(Rigla)는 2020년 전체 매출액의 4.4%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함

▶ 온라인 소비시장 확대와 의무 전자 라벨링 제도의 영향²⁷⁾

코로나19의 경험으로 건강에 대한 전반적인 관심이 높아짐에 따라 드럭스토어 업계의 성장세는 지속될 것으로 예상됨. 다만 의약품 및 건강보조식품의 온라인 구매 경향이 확산되며 소비자들의 오프라인 매장 방문 횟수는 계속해서 감소할 것으로 보임. 이와 함께 2020년부터 새로이 적용되기 시작한 의무 전자 라벨링 제도는 드럭스토어 채널에 과세 및 품질 측면에서의 관리 수준을 높여야 한다고 규정했고, 이는 결과적으로 소비자 가격을 상승시키는 요인이 될 수 있음. 온라인 소비시장 확대 및 의무 라벨링 제도가 드럭스토어 업계에 장기적으로 어떤 영향을 미칠지 주목할만 함

[표 4.3] 러시아 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	마그닛 (Magnit)	6.8%	마그닛코스메틱 (Magnit-Kosmetik)
2	리글라 (Rigla)	4.4%	리글라 (Rigla)
3	알코르&코 (Alkor & Co)	4.4%	레투와르 (L'Etoile)
4	에르카파름 (Erkapharm)	4.2%	닥터스톨토브(Doctor Stoletov), 오제르키(Ozerki), 수페라테카(Superapteka)
5	아테치나야세티'36,6 (Aptechnaya set' 36,6)	2.9%	36,6파마시 (36,6 Pharmacy)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Russia Country Report」, 2021.02

28) 러시아 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 직접판매

러시아 주요 직접판매
코스메틱 업체 파벨릭



사진자료: 파벨릭

▶ 러시아 주요 직접판매 업체, 파벨릭

러시아 주요 직접판매 업체 파벨릭(Faberlic)은 2020년 직접판매 유통채널 전체 매출액 1,403억 700만 루블(약 2조 2,253억 원)의 18.9%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 에이본프로덕츠(Avon Products)는 18.7%를 점유했으며 산하에 에이본(Avon) 1개 브랜드를 보유함

▶ 코로나19로 인한 직접판매 업계의 ‘비대면’ 전환 눈에 띄어²⁹⁾

2020년 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 인하여 미용 관련 직접판매 채널의 매출액은 크게 감소했으며, 이와 반대로 건강보조식품의 직접판매 매출액 증가 추세가 눈에 띈. 또한 거리두기 강화로 기존 판매 방식이었던 면대면 상담 및 오프라인 구매에서 소셜네트워크커싱서비스를 활용한 디지털 커뮤니케이션 및 온라인몰 구매로 변화³⁰⁾한 사안도 주목할 만함. 이처럼 위생, 건강 및 웰빙에 대한 더 많은 관심과 온라인 소비시장의 확대로 인해 건강보조식품의 직접판매 채널을 통한 매출은 이후에도 꾸준히 증가할 것으로 예상됨

[표 4.4] 러시아 주요 직접판매 업체

순번	기업명	직접판매 매출액 점유('20) ³¹⁾	산하 주요 브랜드
1	파벨릭 (Faberlic)	18.9%	파벨릭 (Faberlic)
2	에이본프로덕츠 (Avon Products)	18.7%	에이본 (Avon)
3	오리플레임코스메틱스 (Oriflame Cosmetics)	14.8%	오리플레임 (Oriflame)
4	암웨이 (Amway)	11.8%	암웨이 (Amway)
5	허벌라이프인터내셔널 (Herbalife International)	8.7%	허벌라이프뉴트리션 (Herbalife Nutrition)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

29) 유로모니터(Euromonitor), 「Direct Selling in Russia Country Report」, 2021.02

30) 파벨릭(Faberlic)은 클라우드 기반 디지털 혁신 프로젝트를 시작하였으며, 암웨이(Amway)는 온라인 교육용 플랫폼을 출시함

31) 러시아 직접판매 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ 러시아 주요 온라인 유통채널, 와일드베리스 및 비브이씨피

러시아 주요 온라인 유통채널 와일드베리스(Wildberries)는 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액의 15.1%를 점유했으며, 산하에 동명의 브랜드를 보유하고 있음. 미아넬로(Mianello)는 2020년 전체 매출액의 8.3%를 점유했으며, 산하에 전자기기 관련 유통 플랫폼인 엠비디오(M Video) 브랜드를 보유하고 있음. 비브이씨피(BVCP)는 2020년 전체 매출액의 3.5%를 점유했으며, 산하에 오존(Ozon) 브랜드 1개를 두고 있음

▶ 러시아 온라인 시장, 최근 2년 내 60% 증가³²⁾

러시아의 인터넷 상거래 매출액은 2020년 3조 2,000억 루블(50조 7,520억 원)로, 이는 최근 2년간 약 60% 증가한 수치임. 이러한 성장은 코로나19 사태에 따른 물리적 제약을 극복하기 위해 러시아 기업의 45%가 인터넷으로 운영을 전환했기 때문으로 나타남. 이로 인해 은행, 교통, 소매, 통신, 언론 등 다양한 분야에 걸쳐 온라인 산업이 성장하고 있으며, 생필품을 비롯한 식료품 관련 산업이 가장 큰 성장세를 보인 것으로 나타남

[표 4.5] 러시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	와일드베리스(Wildberries)	15.1%	와일드베리스(Wildberries)
2	미아넬로(Mianello)	8.3%	엠비디오(M Video)
3	비브이씨피(BVCP)	3.5%	오존(Ozon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

32) 알티뉴스(www.rt.com), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021

33) 러시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 러시아 발효홍삼농축액 온라인 유통채널 종합분석
2. 러시아 발효홍삼농축액 오프라인 유통채널 종합분석

1. 러시아 발효홍삼농축액 주요 온라인 유통채널 ① 오존

기업 기본 정보	기업명	오존(Ozon)			
	홈페이지	www.ozon.ru			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 900만 회		
		앱다운로드수('20)	30만 회 이상		
매출('20)		약 8억 5,000만 달러(약 9,884억 원 ³⁴⁾)			
	운영방식	온라인마켓			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	히말라야(Himalaya), 파탄잘리(Patanjali)		
		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"> - 다음 웹 주소에서 마켓플레이스에서 제품 판매, 공급업체 신청, 다른 판매자에 대한 판매 개발 지원 중 해당 항목 선택 (www.business.ozon.ru/?perehod=header) - 등록 시 필요한 정보 공급자 정보 (회사명, 회사 웹주소, 담당자명, 전화번호, 이메일) 제품 정보 (품목, SKU 번호, 브랜드명) - 공급 업체로 등록을 완료한 후에는 공급자 포털에서 자세한 정보 확인 가능 (supplier.ozon.ru) • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 및 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: help@ozon.ru 			

자료: 오존(Ozon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 오존(Ozon)

34) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

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

4. 공금사 보상
개별사업자(공급사)에게 영업비용을 보상하는 프로그램 운영

2. 분석 플랫폼
파트너사들의 효과적인 상품 분류 및 판매를 위한 분석 플랫폼 도입, 특정 기간, 제품, 카테고리, 브랜드 자체 분석 가능

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

5. 수수료
오존 창고를 통한 배송시 10%의 수수료, 파트너사를 통한 배송시 8%의 수수료 부과

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②

Ozon - 발효홍삼농축액 구매 페이지

발효홍삼농축액 검색 결과
‘홍삼’으로 검색결과 노출
브랜드, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

발효홍삼농축액 구매 페이지
할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

브랜드별, 가격별, 할인 제공 여부별로 검색 가능
평점, 구매율별, 배송 시간별로 제품 정렬 가능

자료: 오존(Ozon)
사진 자료: 오존(Ozon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁶⁾	용량	이미지
1	홍삼 제품	히말라야 (Himalaya)	아슈와간다 (Ashvagandha)	인도	486루블 (약 7,707원)	0.5g * 30캡슐	
2	홍삼 제품	파탄잘리 (Patanjali)	아슈와간다 (Ashvagandha)	인도	398루블 (약 6,312원)	20캡슐	
3	홍삼 제품	베로네제 (Veronese)	진생앤드맛차 (Ginseng and Matcha)	러시아	275루블 (약 4,361원)	10캡슐	
4	홍삼 제품	어반포뮬라 (Urban Formula)	에너지콤플렉스 (Energy Complex)	러시아	835루블 (약 1만 3,243원)	60캡슐	
5	홍삼 제품	컨썬드 (Comsumed)	시로프예네르게티크젠센 (Сироп энергетик Женьшень)	러시아	239루블 (약 3,790원)	150ml	
6	홍삼 제품	닥터그린 (Dr. Green)	시로프젠센맥스에너지 (Сироп Женьшень MAX Энерджи)	러시아	262루블 (약 4,155원)	150ml	
7	홍삼 제품	삼히타 (Samkhita)	젠센프캡슐라흐 (Женьшень в капсулах)	인도	380루블 (약 6,026원)	30캡슐	

자료: 오존(Ozon)

사진 자료: 오존(Ozon)

35) 조사일(2021.09.30.) 기준 오존(Ozon) 홍삼 및 인삼 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

36) 1루블=15.86원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

② 와일드베리스

기업 기본 정보	기업명	와일드베리스(Wildberries)		
	홈페이지	www.wildberries.ru		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 7,000만 회	
		앱다운로드수('20)	80만 회	
매출('20)		약 33억 달러(약 3조 8,372억 원)		
운영방식		온라인마켓		



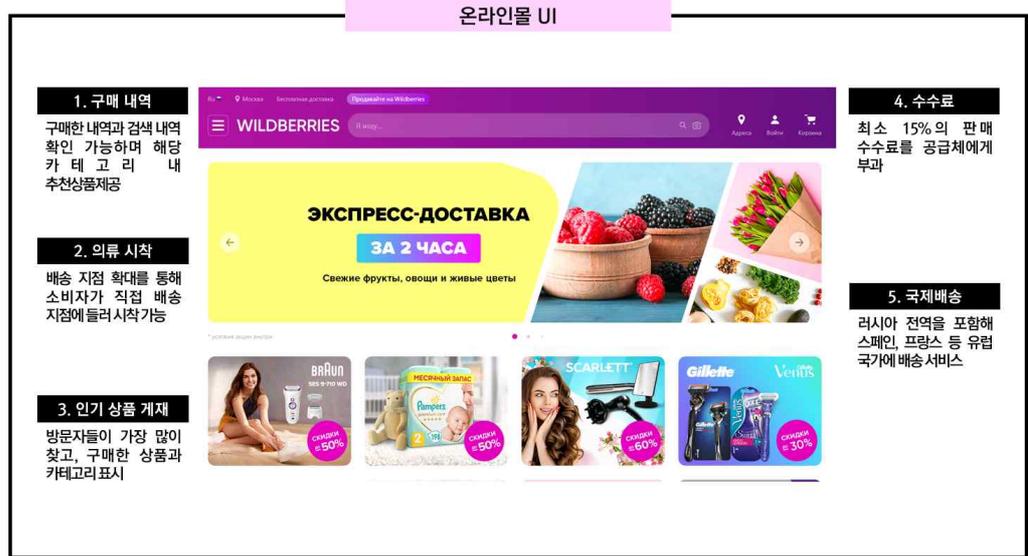
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	애터미(АТОМИ), 코리아진생코퍼레이션 (Korea Ginseng Corporation)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	카테고리별 프로모션 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 포털 로그인 페이지 내 회원 가입(필수) (suppliers.wildberries.ru/promo/partners) - 파트너십 신청은 5단계로 이루어짐 <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 및 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"> - 전화번호: +7-495-663-72-96 - 이메일: info-portal@wildberries.ru
-------------	---------------------	--

자료: 와일드베리스(Wildberries), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
자동 번역 기능 사용 불가

온라인몰 UI ②



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

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

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁷⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	홍삼 제품	애틀미 (Атоми)	홍삼단젠센 (Хонсамдан Женьшень)	한국	4,125루블 (약 6만 5,422원)	1g * 30개입	
2	홍삼 제품	코리아진생 코퍼레이션 (Korea Ginseng Corporation)	6레트니코레이스키크라스니 전센콘첸트리로반니 (6-летний корейский красный женьшень концентрированный)	한국	9,436루블 (약 14만 9,654원)	40ml * 30개입	
3	홍삼 제품	애틀미 (Атоми)	크라스니 전센프스티크젤레 (Красный Женьшень в стик-желе)	한국	4,500루블 (약 7만 1,370원)	10g * 30개입	
4	홍삼 제품	코리아진생 코퍼레이션 (Korea Ginseng Corporation)	홍삼원 (Hong Sam Won)	한국	4,359루블 (약 6만 9,133원)	50ml * 30개입	
5	홍삼 제품	조이라이프 (Joylife)	시로프스엑스트랙툼코레이스쿠고 크라스노고전세냐 60이얼올드코리아레드젠센 (Сироп с экстрактом корейского красного женьшеня 6 year old korean red ginseng)	한국	2,730루블 (약 4만 3,297원)	10ml * 30개입	
6	인삼 제품	코리아진생 코퍼레이션 (Korea Ginseng Corporation)	엑스트랙트이스쿠리나코레이스쿠고 크라스노고전세냐스메돔 (Экстракт из корня корейского красного женьшеня с медом)	한국	3,486루블 (약 5만 5,287원)	100g	
7	인삼 제품	무궁화코리아 (Mukunghwa KOREA)	엑스트랙툼크라스노고전세냐 엑스트랙퓨어데일리스틱 (экстрактом Красного Женьшеня Extract Pure Daily Stick)	한국	4,552루블 (약 7만 2,194원)	10ml * 30개입	

자료: 와일드베리스(Wildberries)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

37) 조사일(2021.10.02.) 기준 와일드베리스(Wildberries) 홍삼 및 인삼 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 러시아 발효홍삼농축액 주요 오프라인 유통채널 ① 글로버스

기업 기본 정보	기업명	글로버스(Globus)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.globus.ru			
	위치	모스크바(Moscow)			
	규모	매출액('20)	약 1,100억 루블(약 1조 7,446억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 17개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1828년 독일에서 설립되었으며 2006년 러시아 진출 • 식료품 코너의 다양한 자사 PB 제품과 독일산 제품 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인·주부
		연령대	30대-50대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	09:00-23:00		
	주소	Kievkoe Hwy 23km, Moscow, 119297		
	상권	대형 쇼핑몰 내부, 주요 거주지역 중심가, 아파트 밀집 지역		
	VMD	취급 브랜드	콘푸치(Конфуций)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
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 for partners 클릭 - 페이지 내 information for suppliers 눌러 입점 지원서 작성 (https://www.globus.ru/partners/suppliers/) - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 설립연도, 매출액, 연락처) ② 제품 관련 내용 (러시아 내 유통 채널, 연간 예상 입고량) ③ 상세내용 (회사소개서, 제품 카탈로그 등 자유기재) • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 및 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: VM.smirnova@globus.ru
----------	---------------	--

자료: 글로버스(Globus)

사진 자료: 글로버스(Globus) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 ³⁸⁾ 배치 현황		
주력 입점 제품		
		
	<p>글로버스에서는 각종 차 관련 제품을 한 곳에 모아 진열하고 있으며, 고객사 관련 제품으로는 인삼꽃이 함유된 우롱차가 있음. 코어샵은 한국 식료품을 전문적으로 판매하는 소규모 한인 마트로, 정관장 제품을 취급하고 있음</p>	

입점 제품 리스트							
방문매장	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
글로버스 (Globus)	우롱 인삼차	콩푸치 (Конфуций)	오올론크소 슬랏김젠세넴 (ООЛОНГ СО СЛАДКИМ ЖЕНШЕНЕМ)	중국	119루블 (약 1,890원)	50g	
코르샵 (Korshop)	홍삼 농축액	정관장	홍삼정육고	한국	3,740루블 (약 5만 9,310원)	100g	

판매 직원 인터뷰	
Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	현재 취급 중인 홍삼 제품이 한 개뿐이어서 가장 잘 팔린다고 말하기 어렵다
Q2. 주요 소비 고객은?	중장년층의 여성이 주 소비 고객이다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	분기별로 30% 할인 행사를 진행하고 있다

자료: 글로버스(Globus), 코어샵(Korshop) 현지매장 방문조사

사진 자료: 글로버스(Globus), 코어샵(Korshop) 현지매장 방문조사

38) 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드 글로버스(Globus) 매장 이외에 모스크바 중앙역 근처에 위치한 아시안 식료품 마트 '코르샵(Korshop)'에 추가 방문함. 매장 크기는 크지 않으나 현지인에게 많이 알려져 있고, 온라인 판매 또한 진행 중임

② 오상

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.auchan.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	매출액('20)	약 458억 유로(약 64조 1,470억 원 ³⁹⁾) ⁴⁰⁾
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 314개 직원 수('20): 약 32만 9,694명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 17개 국가에서 매장 운영 러시아 내 약 4만 명의 직원 보유 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓, 편의점 형태의 약 300개 이상의 매장 보유 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품, 동물 복지 인증 제품 	
	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 Партнерам 클릭 후 입점 문의 진행 - 다음 웹 주소에서 공급자 행동규정, 공급 제품 품질 규정 등 자사 관련 규정 확인 및 입점 문의 가능 (https://auchan-supply.ru/for-suppliers/potential) - 공급자 포탈 상단의 анкета поставщика에서 조건 및 샘플 양식 확인 가능 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol 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, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기 상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +8-800-700-5-800 	

자료: 오상(Auchan)

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

39) 1유로=1,400.59원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

40) 글로벌 통합 매출

③ 닥터스톨토브

기업 기본 정보	기업명	닥터스톨토브(Doctor Stoletov)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	stoletov.ru			
	위치	모스크바(Moscow)			
	규모	매출액('20)	6억 2,960만 달러(약 7,321억 원) ⁴¹⁾		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 주요 드럭스토어 업체 예르카파름(Erkapharm)의 자회사로, 현재 러시아 전역 12개 주에서 매장 운영 중 온라인스토어에서 제품 구입 시 소비자가 직접 픽업해야 함 			

매장정보	입점 가능 품목	• 건강보조식품, 다이어트식품, 간편식품, 캔디류, 비타민류 등	
	선호 제품	• 품질보증을 거친 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 'Write to Us'란에 'Commercial Offer' 선택 후 간단하게 입점 문의 기입 ('I want to be contacted on this issue'란 체크 필수) - 이메일로 관련 내용 회신 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (입점 담당자명, 연락처, 이메일, 회사명) ② 제품 관련 내용 (제품명, 제품 가격, 제품 소개 외 자유 기재) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +7-495-288-11-00 	
-------------	---------------------	---	--

자료: 닥터스톨토브(Doctor Stoletov)

사진 자료: 닥터스톨토브(Doctor Stoletov)

41) 예르카파름(Erkapharm) 전체 매출액

④ 36,6파마시

기업 기본 정보	기업명	36,6파마시(36,6 Pharmacy)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	366.ru		
	위치	모스크바(Moscow)		
	규모	매출액('20)		약 505억 루블(약 8,009억 원)
		기타 규모		• 매장 수('18): 368개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 헬스앤뷰티 제품 약 1만 5,000개 이상 보유 • 엄격한 제품 보증 절차를 거친 제품을 판매함 • 온라인으로 제품 구입 시 소비자가 직접 픽업해야 함 • 유산균, 오메가3, 펩타이드 등 다양한 건강보조식품 판매 			

매장정보	입점가능품목	• 간편식품, 건강보조식품, 캔디류, 비타민류, 화장품, 의료기기 등
	선호제품	• 유기농 제품, 건강식품, 엄격한 제품인증절차를 거친 제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일이나 유선 연락으로 직접 문의 - 등록 기본 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제조업체, 제품 성분 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: 24@366.ru - 전화번호: +7-495-797-63-36
-------------	---------------------	--

자료: 36,6파마시(36,6 Pharmacy)

사진 자료: 비즈니스멘즈(Businessmens)

⑤ **암웨이**

기업 기본 정보	기업명	암웨이(Amway)	
	기업구분	직접판매	
	홈페이지	www.amway.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	매출액('20)	약 166억 루블(약 2,626억 원)
		기타 규모	• 직원 수('19): 561명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 암웨이 기업의 57번째 제휴사로 러시아에는 2005년 설립됨 • 러시아 직접판매 협회인 'Direct Selling Association Russia(RDSA)'에 가입되어 있음 • 모스크바를 포함한 여러 도시에 제품 구매 거점과 비즈니스 센터 설립 • 직접판매원과 고객 수 총합 100만 명 달성 • 판매 제품 모두 암웨이 자사 브랜드 제품으로 라벨링 되어 판매됨 		
매장정보	입점가능품목	• 건강식품, 영양제류, 음료류, 화장품, 주방용품, 생활용품, 조리용품 등	
	선호제품	• 유기농 제품, 비건 제품	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 암웨이 홈페이지 상단 'Register'를 통해 회원가입 필수 - 회원 가입 시 추가적으로 제공되는 정보 이용 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 연락처, 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (상품 샘플 및 사진, 견적, 모든 자격증: 사업자 등록증, 납세 증명 등) ③ 참고자료 (회사 소개, 상품명, 브랜드명, 바코드, 유통기한 등) • 모든 공급 업체 암웨이 자사 포탈 사용 필수 (www.supplier.amway.com) - 러시아는 유럽 선택하여 진행 • 문의사항 연락처: <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: inforu@amway.com - 전화번호: +7-495-981-40-00 	

자료: 암웨이(Amway)

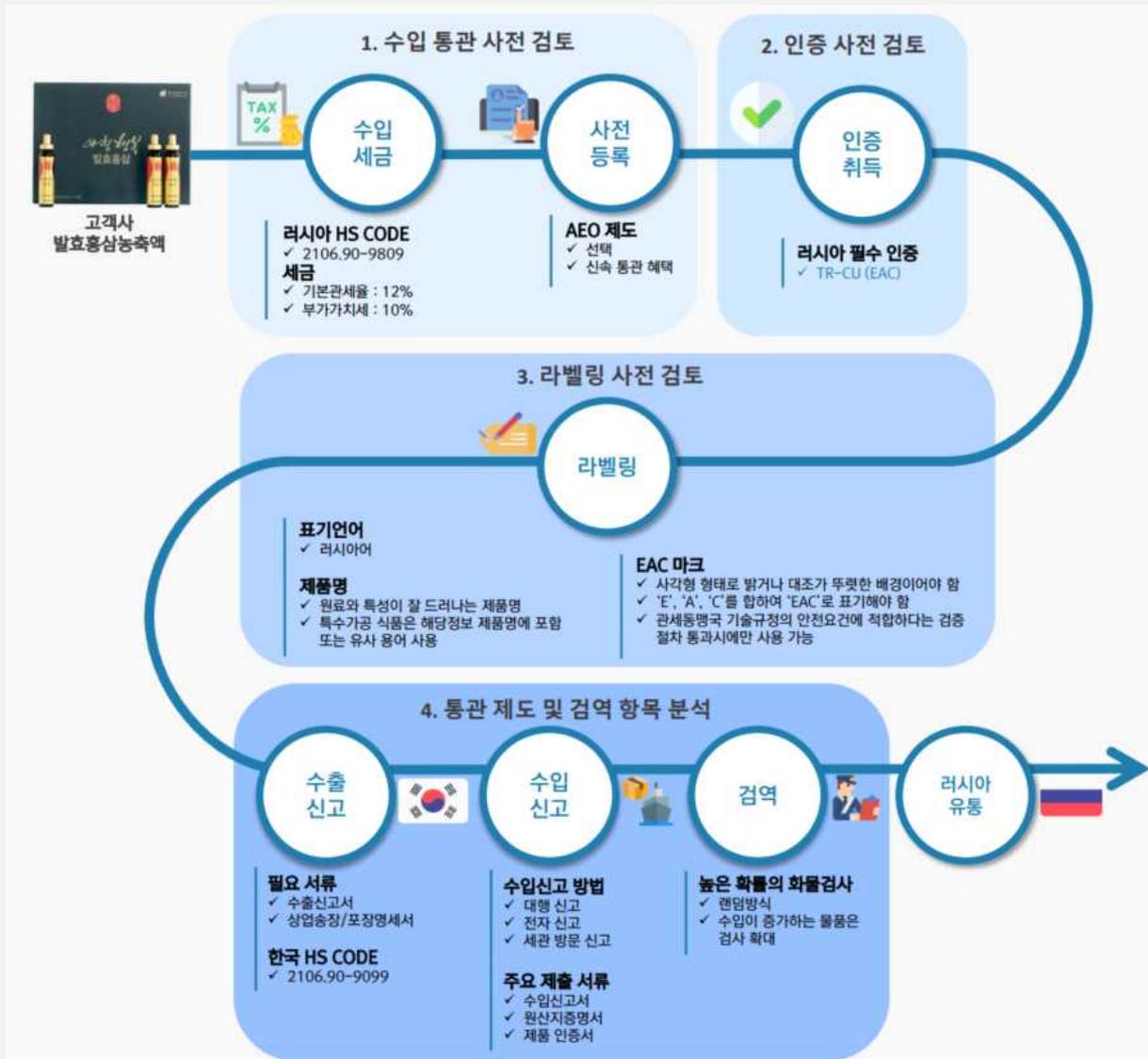
사진 자료: 암웨이(Amway)

1. 러시아 발효홍삼농축액 통관 및 검역 절차⁴²⁾

▶ 러시아 발효홍삼농축액 통관 검역 절차

러시아에 발효홍삼농축액 수출 시 통관 및 검역 절차는 하기 표와 같음. 유라시아 관세동맹 인증인 ‘TR-CU’ 인증을 반드시 취득해야 러시아를 포함한 유라시아 경제연합(EAEU) 회원국에 식품을 수출할 수 있음. 특히, 러시아는 임의 화물검사가 비교적 높은 확률로 이루어지며 때문에 이에 대한 대비가 요구됨

[표 6.1] 러시아 발효홍삼농축액 통관 검역 절차



자료: 관세청, 러시아 연방세관, 유라시아 경제위원회(EEC)

42) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 러시아 발효홍삼농축액 품질 인증

▶ 러시아 발효홍삼농축액, 'EAC 인증' 필수

TR-CU(EAC) 인증은 러시아를 포함한 유라시아 경제연합(EAEU) 국가에 식품 유통 시 공통으로 요구되는 인증임. TR-CU 인증은 현지 법인 또는 대리인이 각국의 인증기관을 통하여 신청할 수 있음. 러시아에서 TR-CU 인증을 취득할 현지 법인이 없는 경우, 한국 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음. 식품은 적합성 선언(DoC, Declaration of Conformity)을 통해 인증을 취득할 수 있음

[표 6.2] 러시아 발효홍삼농축액 인증 취득 정보

		취득 정보	
		개요	기관
TR-CU (EAC) 	개요	<ul style="list-style-type: none"> 유라시아 경제연합에서 발효한 통합 인증제도 TR-CU 인증서는 통합목록에 해당하는 제품에 대하여 유라시아 경제연합 5개 회원국 내에서 자유롭게 사용되는 인증서임 	<ul style="list-style-type: none"> 유라시아 경제연합 집행위원회 지정 인증기관
	절차	<ul style="list-style-type: none"> 인증기관으로 신청서 제출 신청서 검토 신청서에 대한 적합성 검토 진행 제품 분류 확정 및 표본 수취 제출된 서류를 바탕으로 제품의 유형 분류 서류 심사 및 제품 테스트 진행 제조 공장 조사 규정에 따라 공장 조사를 진행하도록 정해진 품목에 대하여 조사 진행 인증서 발행 사후관리 진행 	
	필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> 제품 설명 서류 제품의 보관과 운반에 관한 정보 기타 제품과 관련된 모든 정보 제조 공정에 관한 자세한 정보 HACCP 기준에 부합한다는 서류 라벨 정보 시험 성적서 기타 기관이 요구하는 서류 서류는 러시아어로 작성 	
	한국 인증기관	<ul style="list-style-type: none"> 한국화학융합시험연구원, 한국산업기술시험원, 한국 SGS, 세르콘스 한국지사(Sercons) 	

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), 농림축산식품부, aT 한국농수산물유통공사

3. 러시아 발효홍삼농축액 라벨링

[표 6.3] 러시아 발효홍삼농축액 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의 원료와 관계가 있고, 식품의 특성이 명확히 드러나 다른 식품과 구별될 수 있어야 함 • 특수가공(훈제, 절임, 분쇄, 동결건조 등)한 식품의 경우 소비자가 혼동하지 않도록 해당 정보를 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용해야 함 • 식품에 향미증진제가 포함된 경우 ‘-맛(with the flavor of)’, ‘-향(with the aroma of)’과 같이 표기하여 향미증진제가 포함된 사실을 표시해야 함
	2. 식품 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 성분 기재 시 질량의 비율에 따라 가장 많은 양부터 순서대로 기재해야 함 • 식품첨가물이 식품에 함유된 경우 그 기능(산도 조절, 유화제 등)과 명칭을 기재해야 함 • 복합성분이 포함되었을 경우, 모든 성분을 괄호 안에 추가로 기재해야 함. 단, 복합성분이 2% 이하일 경우, 식품첨가물, 향미증진제, 생물학적 활성 첨가물, 약초, GMO 원료에서 나온 의약품 식물 성분, 생물 활성 물질 및 식품첨가물의 성분을 제외하고는 기재하지 않아도 됨 • 알레르기를 유발하는 성분 정보를 표기할 필요는 없지만, 아스파탐이 포함된 경우 ‘페닐알라닌의 원료가 포함되어 있다’라고 표기해야 함 • 염료를 함유한 식품의 경우 경고 라벨을 부착해야 함 • 단일 성분으로 구성된 식품은 성분 목록을 표기할 필요 없음
	3. 식품 용량	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 용량은 용량(밀리리터, 리터), 중량(그램, 킬로그램) 또는 개수 단위로 표기하며, 약어로 표기 가능함 • 달걀, 과일, 채소 등 개수 단위로 판매되는 제품은 용량을 표기할 필요 없음 • 액체는 질량을 명시해야 함 • 점성, 끈적임이 있는 반죽은 부피 또는 질량을 명시해야 함 • 고체 및 고체와 액체 혼합물일 경우 질량을 명시해야 함 • 두 가지 값을 동시 사용 가능함 • 분명히 규정되지 않은 수를 명시하는 것은 불가함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

**라벨
필수 표시
사항 및 기준**

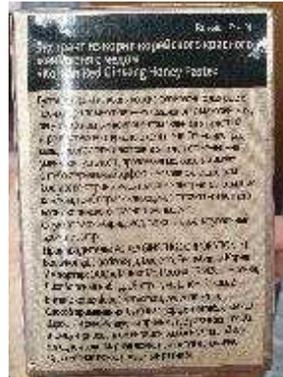
4. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 반드시 러시아어로 표기해야 함
5. 제조 일자	<ul style="list-style-type: none"> 제조 일자와 유통기한은 함께 표기되어야 함 제조 일자는 생산 일자(Production date) 또는 비슷한 단어로 대체 가능함
6. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한이 72시간 미만일 때: 시간, 일, 월 유통기한이 3개월 미만일 때: 일, 월, 연도 유통기한이 3개월 이상일 때: 일, 월, 연도 또는 월, 연도 유통기한은 'best before', 'Pass', 'best before end' 또는 유사한 단어로 대체 가능함
7. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> 모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건을 표기해야 하며, 필요에 따라 사용설명서를 제공해야 함
8. 제조자/수입자	<ul style="list-style-type: none"> 제조업체의 공식 상호와 주소를 기재해야 하며, 제3국에서 제공되는 식품일 경우 수입업체의 상호와 주소 역시 기재해야 함
9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> 열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄량의 정보를 표기해야 함 관세동맹의 품목별 규정에서 별도 규제가 없을 시에는 향미증진제, 껌, 커피, 천연 미네랄 워터, 병 포장 생수, 식품첨가물, 산성 농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등은 표기하지 않아도 됨 식품 영양값은 100g, 100mL 또는 1인분 기준으로 표기해야 함
10. EAC 마크	<ul style="list-style-type: none"> 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 'E', 'A', 'C'를 합하여 'EAC'으로 표기해야 함 유라시아 적합성을 의미함 제품이 관세 동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차를 통과한 경우에만 사용 가능함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

▶ 러시아 발효홍삼농축액 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]



[옆면 라벨링]

[앞면 - 한국어]

- ① 브랜드명: 정관장
- ② 상품명: 홍삼정육고
- ③ 건강기능식품
- ④ 100g
- ⑤ KGC인삼공사

[앞면 - 한국어]

- ① 브랜드명: 정관장
- ② 상품명: 홍삼정육고
- ③ 건강기능식품
- ④ 100g
- ⑤ KGC인삼공사

[뒷면 - 러시아어 및 영어]

- ① Экстракт из корня корейского красного женьшеня с медом 'Korean Red Ginseng Honey Paste'
- ② Густой экстракт из корня корейского красного женьшеня произведен по многолетнему традиционному корейскому рецепту. Основным компонентом является 6-ти летний корень корейского красного женьшеня.

[뒷면 - 한국어]

- ① 꿀을 함유한 고려 홍삼 뿌리추출물 '고려홍삼 꿀 페이스트'
- ② 6년근 고려홍삼을 주원료로 하여 한국의 오랜 전통 방식에 따라 진한 홍삼뿌리 추출물을 생산하고 있습니다.

③ Сочетание трав, меда, сиропа агавы и экстракта 6-тилетнего женьшеня уменьшает усталость, продлевает молодость и имеет антибактериальный эффект.

④ Не является лекарством.

⑤ Состав:

- декстрин
- смесь травяных экстрактов: ремания клейкая, гриб пория склероций, экстракт 6-ти летнего корня корейского красного женьшеня, фруктоолигосахарид, мед, сироп агавы, натуральный ароматизатор.

⑥ Производитель: KOREA GINSENG CORPORATION, 71, Beotkkot gil, Daedeok gu, Daejeon, Республика Корея .

⑦ Способ применения: Суточная порция потребления- 20г.

⑧ Взрослым рекомендуется принимать 2 раза в день по 10г.

⑨ В концентрированном виде или разбавив в теплой или холодной воде.

③ 허브, 꿀, 아가베 시럽, 6년근 인삼추출물의 조합으로 피로 회복, 활력 유지, 항균 작용 등의 기능이 있습니다.

④ 이것은 의약품이 아닙니다.

⑤ 원재료:

- 덱스트린
- 한방추출물 혼합 : 찹쌀떡, 팽이버섯, 6년근 고려홍삼뿌리추출물, 프락토올리고당, 꿀, 아가베 시럽, 천연착향료

⑥ 제조사 : 대전광역시 대덕구 벚꽃길 71 한국인삼공사

⑦ 섭취 방법: 적정 섭취량은 1일 20g 입니다.

⑧ 성인 권장 섭취 기준은 1일 2회, 1회 10g 입니다.

⑨ 그대로 혹은 온수나 냉수에 희석하여 섭취하세요.

- ⑩ Мерная ложка находится в упаковке.
- ⑪ Одна мерная ложка продукции равна 5г.

- ⑩ 계량 스푼은 동봉되어 있습니다.
- ⑪ 한 스푼은 5g입니다.

[옆면 - 러시아어]

- ① Меры предосторожности: младенцам до 1 года не давать, внимательно проверьте каждый ингредиент на аллергию, будьте осторожны при приеме антикоагулянтных препаратов, лекарство от диабета, при беременности, кормлении и медицинском лечении проконсультируйтесь с врачом.
- ② Способ хранения: Хранить в прохладном сухом месте, избегать попадания прямых солнечных лучей.
- ③ После вскрытия упаковки хранить с плотно закрытой крышкой во избежание порчи продукта.
- ④ Масса нетто: 100г.
- ⑤ срок годности: 2 года

[옆면 - 한국어]

- ① 주의사항 : 1세 미만의 영유아에게는 투여하지 마시고, 각 성분에 알레르기가 있는지 잘 확인하시고, 항응고제, 당뇨약 복용 시 주의하시고, 임신, 수유중, 약물복용 중일 때는 의사와 상담하세요.
- ② 보관방법: 직사광선을 피하고 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.
- ③ 포장을 개봉한 후에는 제품의 손상을 방지하기 위해 뚜껑을 꼭 닫아 보관하세요.
- ④ 순중량 : 100g
- ⑤ 유통기한: 2년

4. 러시아 발효홍삼농축액 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

러시아의 식품첨가물 규정은 식품첨가물, 향료, 가공보조제 안전규정인 ‘관세동맹 기술규정 TR-CU 029/2012’에 따라 시행되며, 이 규정은 사용 가능한 첨가물과 허용 한도, 사용 불가능한 첨가물 등을 규제함. 식품에 사용된 식품첨가물, 향료, 가공보조제 등이 해당 규정에 부합해야만 EAC 마크를 부착할 수 있으며, 제품을 러시아 식품 시장에 유통할 수 있음. 하기 표는 액상차, 발효음료류, 그리고 홍삼음료에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준을 분석한 결과 중 일부임. 자세한 규정 및 기준은 KATI 농식품수출정보 홈페이지 또는 앞서 언급한 관세동맹 기술규정에서 확인할 수 있음

[표 6.4] 고객사 발효홍삼농축액에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	식품첨가물명	영문명	기준	식품 유형
1	벤조산	benzoic acid	600mg/kg	액상차
2	벤조산칼슘	calcium benzoate	600mg/kg	
3	소브산칼슘	calcium sorbate	600mg/kg	
4	다이메틸다이카본산	dimethyl dicarbonate	250mg/L	
5	벤조산칼륨	potassium benzoate	600mg/kg	
6	소브산칼륨	potassium sorbate	600mg/kg	
7	폴리에틸렌글리콜	polyethylene glycol	1g/kg	발효음료류 및 홍삼음료
8	트라이에틸시트레이트	triethyl citrate	3g/kg	
9	다이아세틴	diacetin	TD 기준 ⁴³⁾⁴⁴⁾	액상차 및 발효음료류 및 홍삼음료
10	프로필렌글리콜	propylene glycol		

자료: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

43) 1g/kg (음료용 프로필렌글리콜)

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

▶ 유해물질

러시아는 ‘식품의 안전 및 영양 규정’에서 식품의 유해물질 잔류기준을 규정하고 있음. 러시아로 수입되는 식품은 사전에 단일 위생규정에 따라 평가되며, 식품의 안전성을 입증하는 제조업체의 문서가 첨부되어야 함. 하기 표는 액상차 및 발효음료류에 적용되는 러시아 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 자세한 러시아 유해물질 기준 및 규정은 식품의약품안전처 또는 앞서 언급한 규정에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 발효홍삼농축액에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	기준	식품 유형
1	곰팡이	10 ³ cfu/g	액상차
2	수은	0.100mg/kg	
3	납	10.000mg/kg	액상차
		0.300mg/kg	발효음료류
4	카드뮴	1.000mg/kg	액상차
		0.030mg/kg	발효음료류
5	비소	1.000mg/kg	액상차
		0.100mg/kg	발효음료류
6	아플라톡신 B1	0.005mg/kg	액상차

자료: 식품의약품안전처, 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ 알레르겐

러시아는 아스파탐 및 아스파탐-아세실팜염에 대한 정보를 제외하고, 기타 알레르기 특성에 대한 정보는 식품 라벨에 표시할 필요가 없음. 다만, 아스파탐을 포함하는 경우에는 식품 제조 시 구성을 표시한 후 ‘페닌알라닌 공급원을 함유함’이라는 문구를 표기해야 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 표기할 수 있음. 고객사 발효홍삼농축액에는 러시아에서 식품 유통 시 라벨에 반드시 표기해야 하는 성분은 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.6] 러시아 알레르겐 표시 성분

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

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 슈퍼스킨(Superskin)

Interview ② 스텔르코르(Стелкор)

Interview ③ 인사막스(Insamax)

Interview ① 슈퍼스킨(Superskin)

45)

슈퍼스킨
(Superskin)

수입 · 유통업체

담당자 정보

Sales Manager



슈퍼스킨(Superskin) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

슈퍼스킨은 2019년에 설립된 한국산 코스메틱 제품 전문 수입 · 유통업체입니다. 한국산 제품만을 수입하고 있으며 자사 온라인 홈페이지에서 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 비타민, 보충제, 홍삼, 바다케어 제품 등입니다.

Q. 러시아 내 한국산 홍삼농축액의 수요는 어떤가요?

러시아 내 한국산 홍삼농축액의 수요는 높은 편입니다. 코로나19로 인해 건강에 대한 소비자들의 관심이 증가하면서 면역력 강화에 도움을 주는 식품의 수요도 상승하였으며, 2020년 러시아의 면역력 강화 제품 시장은 두 배 이상 성장하였습니다. 홍삼농축액의 주요 소비자는 30대 이상입니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 러시아에서 판매되기에 적절한가요?

20ml * 30개입 한 박스의 소매가가 28만 원인 것은 다소 높은 가격이지만, 현재 러시아에서 판매되고 있는 한국산 홍삼의 일반적인 가격대 역시 높은 편이기 때문에 납득할 수 있는 가격대입니다. 도매 유통 시, 도매가가 더 저렴해진다면 충분히 러시아 유통업체를 통해 판매될 수 있습니다. 저희 업체의 경우 현재 유사 제품을 취급하고 있고 판매 및 유통에 대하여 잘 알고 있기 때문에 고객사 제품을 홍보하는데 도움을 드릴 수도 있습니다.

Q. 유리병, PE 스틱형, 종이 패키지 중 어떤 용기가 적합할까요?

저희 업체는 스틱형 패키지의 홍삼 제품을 취급하고 있습니다. 용기의 제품 단가가 낮은 포장 용기를 사용하는 것이 제품 가격을 낮출 수 있는 방법이기 때문에 유리병 재질보다는 PE나 종이 패키지를 추천합니다.

45) 사진자료: 슈퍼스킨(Superskin)

Q. 고객사 제품의 성분은 어떤가요?

홍삼에 프로바이오틱스나 비타민 성분이 함유되어 있으면 건강적 효능이 극대화될 수 있을 것으로 예상됩니다. 이러한 성분은 중요한 셀링포인트로 작용할 수 있으며 홍보에도 활용할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 예상 수요는 어떠하며 주요 소비자는 누가 될까요?

최근 건강과 면역력에 대한 인식이 점점 증가하고 있기 때문에 홍삼농축액에 프로바이오틱스 성분이 함유된 고객사의 제품은 러시아에서 시장성이 있을 것으로 보이며, 저희 업체에서 취급할 의향도 있습니다. 해당 제품의 주요 소비자는 30대 이상이 될 것으로 예상됩니다.

Q. 러시아에서 고객사 제품 판매 시, 방문판매가 가능한가요?

러시아에서 다단계 마케팅은 매우 부정적인 이미지를 가지고 있어 고객사 제품 판매 시 이러한 판매 방식은 추천드리지 않습니다. 러시아에서 홍삼은 생활성 첨가제(BAA, Biologically Active Additives)로 여겨지는데, BAA 정식 등록을 받기가 매우 까다롭습니다. 그렇기 때문에 저희 업체에서도 온라인 주문을 받은 후, 한국에서 직배송하는 방법으로 판매하고 있습니다⁴⁶⁾.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

유통채널은 판매 수량에 따라 선택하는 것이 좋습니다. 수량이 많다면 대형 체인점이나 약국으로 유통하는 것이 좋지만 제품 등록, 유통채널 선정, 제품 홍보 등에 비용이 많이 소요됩니다. 적절한 수량 및 투자 비용으로 제품을 판매하고자 한다면 온라인 플랫폼으로 유통하는 것이 가장 좋습니다.

46) 코트라 해외시장뉴스

Interview ② 스텔르코르(С т е л к о р)

47)

●
스텔르코르
(С т е л к о р)

유통업체

담당자 정보

Head of Online Store



Эко - магазин "Стелкор"



스텔르코르(С т е л к о р) Head of Online Store

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

스텔르코르는 2007년에 설립된 건강식품 전문 유통업체로 노보시비르스크에 본사를 두고 있습니다. 프로바이오틱스, 보충제, 한국산 홍삼, 코스메틱 제품 등을 취급하고 있으며 자사 온라인 홈페이지에서 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 러시아 내 한국산 홍삼농축액의 수요는 어떤가요?

러시아 내 홍삼의 수요는 높으며, 저희 업체의 경우 홍삼 비타민 조제품, 홍삼 스틱, 홍삼 절편, 홍삼농축액 등 다양한 유형의 홍삼 제품을 판매하고 있습니다. 홍삼 제품의 주요 소비자는 40대 이상의 중·장년층이며, 동남아시아 국가를 방문한 적이 있거나 홍삼의 건강 효능을 들어본 적 있는 사람들이 주로 구매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 러시아에서 판매되기에 적절한가요?

현재 러시아에서 판매되고 있는 홍삼 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 가격은 매우 높은 편입니다. 저희 업체에서는 한국 '한삼수'사의 6년근 홍삼농축액을 판매하고 있는데, 해당 제품은 240ml에 4,400루블(한화 약 69,780원⁴⁸⁾)입니다.

Q. 유리병, PE 스틱형, 종이 패키지 중 어떤 용기가 적합할까요?

고객사 제품의 포장 용기 중에서는 유리병이 더 고급스러워 보이는 느낌이 있습니다. 그러나 특히 단맛을 선호하지 않는 소비자들의 경우에는 PE 스틱형 패키지를 선호하기도 하기 때문에 PE와 유리병 패키지 모두 권장합니다.

47) 사진자료: 스텔르코르(С т е л к о р)

48) 1루블=15.86원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품의 성분은 어떤가요?

러시아 소비자들은 고농축 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 최근 저희 업체에서 액상과당(옥수수 시럽)이 함유된 홍삼농축액을 판매하였는데, 소비자 반응이 좋았습니다. 고객사 제품과 같이 프로바이오틱스와 비타민이 함유된 제품은 수요가 높을 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품의 예상 수요는 어떠하며 주요 소비자는 누가 될까요?

최근 러시아 내 건강에 대한 인식이 증가함에 따라 러시아 건강기능식품 시장은 연평균 10% 이상의 성장률을 기록하는 등, 급격히 성장하고 있습니다. 홍삼의 인기에 더불어 고객사 제품의 수요도 높을 것으로 예상되며, 주요 소비자는 30대 이상이 될 것으로 보입니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

저희 업체의 경우, 원래 오프라인과 온라인 등 다양한 유통경로를 통해 제품을 판매하였지만, 온라인이 가장 홍보 및 판매에 적합하여 현재는 온라인 상점에서만 판매를 진행하고 있습니다. 한국산 홍삼 제품을 판매하고 유통하는 온라인 전문 업체와 파트너십을 맺는 것을 추천드립니다.

Interview ③ 인사막스(Insamax)

49)

인사막스
(Insamax)

유통업체

담당자 정보

Head of Online Store

INSAMAX
Корейский красный женьшень인사막스(Insamax)
Head of Online Store

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

인사막스는 2012년에 모스크바에서 설립된 한국산 건강식품 전문 유통업체로, 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다. 한국산 홍삼, 흑삼, 비타민, 표고버섯가루, 영지버섯정, 상황버섯 추출액, 흑마늘 등을 취급하고 있으며 홍삼 제품 중에서는 홍삼차, 스틱, 절편, 농축액 등을 판매하고 있습니다.

Q. 러시아 내 한국산 홍삼농축액의 수요는 어떤가요?

전반적으로 러시아 내 홍삼 제품의 인기는 증가하고 있으나 소비자들은 좋은 홍삼을 선별하는 기준, 홍삼 섭취 방법, 적정 섭취량, 홍삼 종류 등에 대해서 잘 모르고 있습니다. 한국산 홍삼농축액의 수요는 어느 정도 있는 편이며, 주로 40대 이상의 중·장년층이 면역력 강화 등의 효능을 위해 홍삼을 구매합니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 러시아에서 판매되기에 적절한가요?

러시아에서 홍삼 제품의 가격은 200-300달러(한화 약 23만-35만 원⁵⁰⁾) 정도가 적절하며 300달러(한화 약 35만 원) 이상의 제품은 비싼 편입니다. 러시아 시장에서 홍삼 제품은 고가의 건강식품으로 알려져 있기 때문에 고객사의 600ml 제품 당 28만 원의 가격은 과하게 비싼 가격대는 아닙니다.

Q. 유리병, PE 스틱형, 종이 패키지 중 어떤 용기가 적합할까요?

저희 업체에서 판매하고 있는 홍삼 제품은 대부분 PE 스틱형 패키지 제품입니다. 소비자들은 섭취 및 보관이 편리한 PE 패키징을 선호하는 경향이 있습니다. 홍삼 제품의 경우, PE와 유리병 모두 적합하다고 생각합니다.

49) 사진자료: 인사막스(Insamax)

50) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품의 성분은 어떤가요?

러시아 소비자들은 홍삼 성분이 많이 함유된 고농축 제품을 선호하고 있습니다. 프로바이오틱스와 비타민이 함유된 홍삼농축액은 소비자들에게 어필할 수 있는 효과적인 셀링포인트가 될 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품의 예상 수요는 어떠하며 주요 소비자는 누가 될까요?

한국산 홍삼 제품은 아직 러시아 홍삼 시장에서 높은 인기를 끄는 제품은 아닙니다. 이제 막 인지도가 쌓여가고 있는 중이기 때문에, 아직까지는 제품 홍보가 더 필요하다고 보입니다. 고객사 제품은 건강에 대한 관심이 높은 40-50대가 주요 소비자층이 될 것으로 생각합니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

현재 러시아 드렉스토어에서는 한국산 홍삼 제품이 잘 판매되고 있지 않기 때문에, 드렉스토어로 유통하는 것은 추천하지 않습니다. 저희 업체는 원래 온라인과 오프라인 두 곳 모두에서 홍삼 제품을 판매하였으나, 코로나19 이후에는 온라인에서만 판매하고 있으며, 한국산 홍삼 제품에 대한 기사를 작성하는 등의 형식으로 홍보를 진행하고 있습니다. 만약 러시아로 진출하시게 된다면 온라인 플랫폼을 통한 제품홍보 및 판매를 가장 추천드립니다.

러시아(Russia) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입·유통업체 ○ · 유통업체 ○	슈퍼스킨 (Superskin)	스텔르코르 (Стелкор)	인사막스 (Insamax)
	업태 ▶ 수입·유통업체	유통업체	유통업체
	홍삼 제품 취급 ▶	 <p>홍삼 스틱</p>	 <p>홍삼정</p>
사진 자료: 슈퍼스킨, 스텔르코르, 인사막스 제품 판매 페이지			

러시아(Russia) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	홍삼 수요	제품 피드백	유통채널
슈퍼스킨 (Superskin) 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 내 한국산 홍삼농축액 수요 높은 편 코로나19 이후, 면역력 강화 제품의 수요 증가 주요 소비자는 30대 이상 	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품의 가격은 다소 높으나, 한국산 홍삼의 가격대 자체가 높음 PE나 종이 패키지 추천 고객사 제품의 성분은 셀링포인트로 작용 가능 → 시장성 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 방문판매 추천 X 온라인 플랫폼 추천
스텔르코르 (Стелкор) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 홍삼 수요 높음 주요 소비자는 40대 이상 	<ul style="list-style-type: none"> 가격은 매우 높은 편 PE와 유리병 추천 러시아에서는 고농축 제품 선호 고객사 제품 수요 높을 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 전문 업체와 파트너십 맺을 것 추천
인사막스 (Insamax) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 홍삼의 인기는 증가하고 있으나, 자세한 정보는 X 아직 홍보 및 프로모션 필요 주요 소비자는 40대 이상 	<ul style="list-style-type: none"> 과하게 비싼 가격대는 아님 PE와 유리병 추천 고객사 제품의 성분은 셀링포인트로 작용 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 드럭스토어 추천 X 온라인 플랫폼 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

러시아 인삼 시장, 전체 건강보조식품 시장 규모에 비해 미미한 수준



러시아 인삼 시장규모는 10억 원으로, 한국 인삼 시장규모인 1.3조 원의 0.08% 수준에 불과한 것으로 나타남. 러시아 전체 건강보조식품 시장규모인 1.4조 원과 비교했을 때도 매우 미미한 수준의 시장규모임을 알 수 있음. 러시아 전체 건강보조식품 시장의 세부 시장인 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모 2,909억 원과 비교했을 때, 러시아 인삼 시장규모는 0.4% 수준의 낮은 점유율을 차지하고 있음

2020년 HS CODE 2106.90 기준 러시아 對한국 수입액은 276억 원으로, 전체 수입액의 3% 비중을 보였으며, HS CODE 2106.90-9099 기준 한국 對러시아 수출액은 106억 원으로, 전체 수출액의 2% 비중을 차지하고 있음. 해당 수입액 및 수출액의 지난 5년간 연평균성장률은 각각 28% 및 46%로 높은 성장률을 보이고 있어, 향후에도 이러한 성장세가 이어질 것으로 예측됨



러시아 온라인 쇼핑몰 발효홍삼농축액 성분 관련 키워드

소비 특징 ①

발효홍삼농축액 주요 성분 키워드, 인삼 뿌리 및 비타민



온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 성분 키워드로 인삼 뿌리, 뿌리 추출물 등 인삼 뿌리 관련 키워드가 가장 많이 도출되는 것이 확인됨. 또한 비타민 키워드 역시 많이 도출되었는데, 이는 러시아 현지 소비자들이 발효홍삼농축액 등의 홍삼조제품을 비타민제의 한 종류로 인식하기 때문인 것으로 보임

한편 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 맛 키워드로 달콤한, 생강, 매운 등의 키워드가 많이 도출되는 것이 확인됨. 이에 비해 쓴 맛과 관련된 키워드는 상대적으로 적게 도출되는 것을 미루어 볼 때, 러시아 현지 소비자들이 발효홍삼농축액 등 홍삼조제품을 구매할 때 쓰지 않은 맛을 중요하게 생각한다는 것을 추측할 수 있음



러시아 온라인 쇼핑몰 발효홍삼농축액 홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ②

발효홍삼농축액 주요 홍보문구 키워드, 발효 정도 및 면역력



온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 홍보문구 키워드로 발효 및 면역력 관련 키워드가 많이 도출되는 것이 확인됨. 특히 발효 관련 키워드는 발효 자체를 홍보하는 것 보다는 반발효, 약하게 발효 등 발효 정도를 키워드로 활용하는 것으로 나타남. 면역력 관련 키워드는 면역력 강화 등 제품 효능을 강조하는 키워드가 많았으며, 신경계, 정신적 피로, 스트레스 해소 등 다른 효능을 강조하는 제품들도 발견되었음. 이 외로 풍부한 향 등 제품의 맛과 관련된 홍보문구 키워드를 활용한 사례도 도출됨

한편, 러시아 현지 홍삼조제품 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 제품과 같이 프로바이오틱스 및 비타민이 함유된 제품은 해당 제품 성분이 소비자들에게 어필할 수 있는 효과적인 셀링포인트가 될 수 있는 것으로 나타나, 발효 자체 홍보보다 함유 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것이 더욱 효과적일 것으로 예상됨



러시아 발효홍삼농축액 유통채널 점유율

유통채널

드럭스토어, 온라인 및 직접판매 채널이 주류



러시아 발효홍삼농축액 유통채널 점유율 조사 결과, 드럭스토어가 70.1%로 가장 많은 점유율을 나타냈으며, 온라인이 14.6%, 직접판매가 13.6%의 점유율로 뒤를 이었음. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 개인 및 기타 식료품점은 각각 1.2%, 0.2%의 낮은 점유율을 보임

드럭스토어 및 온라인 채널은 러시아에서 코로나19 이후 성장이 지속되고 있는 유통채널이며, 특히 온라인 채널의 경우 최근 2년간 60%의 높은 성장률을 기록한 것이 확인됨. 직접판매 채널의 경우, 미용 관련 매출액은 크게 감소했으나, 건강보조식품 매출액은 코로나19 이후 오히려 증가한 것으로 나타남. 한편 러시아 현지 홍삼조제품 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자 3명 모두 고객사 제품의 적정 유통채널로 온라인 채널을 추천하였음

진입장벽

- ▶ Point 01. 러시아 수출 위해 TR-CU 인증(EAC 인증) 취득 필수
- ▶ Point 02. 러시아 수출 제품 라벨링, 러시아어 표기 필수



발효홍삼농축액 제품을 러시아 수출 시, 유라시아 관세동맹 인증인 'TR-CU' 인증을 반드시 취득해야 러시아를 포함한 유라시아 경제연합(EAEU) 회원국에 식품을 수출할 수 있는 것으로 조사됨. 러시아에서 TR-CU 인증을 취득할 현지 법인이 없는 경우, 한국 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음. 또한 러시아에 제품을 수출 시 제품 라벨링을 반드시 러시아어로 표기해야 하는 것으로 나타남

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Russia」, 2020.11
2. 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Russia Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Direct Selling in Russia Country Report」, 2021.02
5. 알티뉴스(www.rt.com), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021
6. 유라시아 관세동맹(Eurasian Economic Union), 「TR-CU 029/2012 Safety requirements of food additives, flavourings and processing aids」, 2012
7. 유라시아 관세동맹(Eurasian Economic Union), 「TR-CU 022/2011 Food Products Labeling」, 2011

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 오존(Ozon) (ozon.ru)
5. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
6. 센서타워 (Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 와일드베리스(Wildberries) (www.wildberries.ru)
8. 로이터(Reuters) (www.reuters.com)
9. 마그닛(Magnit) (www.magnit.com)
10. 파벨릭(Faberlic) (new.faberlic.com)
11. 글로버스(Globus) (www.globus.ru)
12. 오상(Ашан) (www.auchan.ru)
13. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) (www.russiabusinesstoday.com)
14. 모스크바타임즈(The Moscow Times) (www.themoscowtimes.com)
15. 닥터스톨토브(Doctor Stoletov) (stoletov.ru)
16. 36,6파마시(36,6 Pharmacy) (366.ru)
17. 비즈니스멘즈(Businessmens) (www.businessmens.ru)
18. 암웨이(Amway) (www.amway.ru)
19. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
20. 유라시아 경제위원회(EEC) (www.eurasiancommission.org)
21. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fsis.usda.gov)
22. 러시아 연방세관 (www.customs.ru)
23. 통합무역 정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
24. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr/index.do)
25. 슈퍼스킨(Superskin) (www.superskin.su)
26. 스텔르코르(С т е л к о р) (www.stelkor.ru)
27. 인사막스(Insamax) (www.insamax.ru)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.15

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea