

2018년 해외 이슈조사 보고서

중국 인삼시장 조사



농림축산식품부

aT 한국농수산물유통공사

1. 요약문	1
2. 중국 인삼산업 개황	4
가. 중국 인삼 분류	4
나. 산업 발전 환경	6
3. 시장 현황 및 발전 전망	10
가. 생산/공급 현황	10
나. 소비/수요 현황	12
다. 수출입 현황	15
라. 향후 전망	19
4. 경쟁 현황	22
가. 경쟁 구도	22
나. 제품 경쟁력 분석	23
다. 이슈 브랜드 및 제품	27
라. 주요 경쟁사 소개	33
5. 유통 현황	45
가. 유통 구조	45
나. 주요 유통채널 특징	47
다. 주요 인삼 교역시장	57
6. 수출 프로세스 및 이슈	61
가. 수출 프로세스	61
나. HS Code 및 관세율	62
다. 일반식품과 건강보조식품 분류	64
라. 중국 수입제도	65
마. 통관 이슈	75
7. 중국 진입을 위한 제언	79
가. 한국인삼 대중(對中) 수출 현황	79
나. 한국제품 SWOT 분석	80
다. 진입 전략 및 제언	81

가. 보고서 소개

- 중국 인삼시장 조사를 통해 한국 인삼 및 인삼제품 생산업체의 중국시장에 대한 이해도 제고 및 수출증대 방안 모색을 목적으로 함
- 본 보고서는 중국 인삼시장 조사를 위해 시장 현황(생산·공급 현황, 소비·수요 현황, 수출입 현황), 경쟁 현황(경쟁구도, 제품 경쟁력 분석, 이슈 브랜드 및 제품, 주요 경쟁사), 유통 현황, 수출입 프로세스 및 이슈 등을 분석
- 중국 본토로 연구 범위를 한정. 홍콩, 마카오, 대만 지역은 제외함

나. 중국 인삼산업 개황

- 중국 인삼은 성장 방식에 따라 ① 재배삼(Cultivated Ginseng), ② 산양삼(Wood Cultivated Ginseng), ③ 야생삼(Wild Ginseng) 세 종류로 나뉘며, 가공 방식에 따라 ① 수삼(Fresh Ginseng), ② 건삼(Direct Dried Ginseng), ③ 동결건조활성삼(Active Ginseng), ④ 홍삼(Red Ginseng), ⑤ 백삼(White Ginseng)으로 구분됨
- 중국에서 인삼은 약재, 건강보조식품으로 사용되었으나, 2012년 위생부가 《식품안전법》, 《신자원식품에 관한 공고》를 발표해 인삼은 ‘신식품원료’로 5년 및 5년 이하의 인공재배 인삼(뿌리와 줄기)을 사용한 제품을 일반식품으로 분류한다고 밝혀 인삼의 사용범위가 식품으로 확대됨

다. 시장 현황 및 전망

- 2015년 이전 지린성(吉林省)은 중국 주요 인삼 생산지로 전체 생산량의 70%를 점유했으나, 토지자원 제한으로 인해 최근 2년간 헤이룽장성 및 러시아 부근의 북쪽으로 이전해 이 일대 생산량이 약 70%에 달해 헤이룽장성(黑龍江省)이 최대 인삼 생산지로 부상함
- 경작지 환림정책에 따라 지린성의 인삼재배 면적은 매년 축소되어 현재 4,000ha(헥타르)이며, 인삼 생산량도 약 1만 톤에 불과하나, 2009~2017년 생산액은 연평균 성장률(이하 CAGR) 63.3%로 성장하고 있음
- 중국은 글로벌 최대 인삼 생산·소비국으로, 수요가 확대됨에 따라 수입 증가
 - ① 캐나다(77.1%), ② 미국(17.2%)에서 서양삼을 수입하고 있으며, 두 나라 수입 비중이 전체 시장의 94%에 달하며, 한국(5.0%)은 중국의 인삼 수입국 3위를 차지
- 중국 인삼은 상당수 가공을 거치지 않은 원제품으로 수출해 부가가치가 낮으며, 주요 수출품 종류는 고려인삼으로, 2017년 전체 수출량, 수출액 중 각각 76%, 83% 점유

라. 경쟁 현황

- 중국 인삼시장은 인삼 산지와 품종에 따라 크게 ① 중국산 장백산 인삼, ② 한국산 고려인삼, ③ 북미산 서양삼으로 구분됨
- 중국 인삼은 생산량은 많으나, 산업화 정도가 낮아 가격이 높지 않으며, 글로벌 브랜드로 발전한 브랜드가 없음
 - 중국 내 인삼 재배, 가공, 유통 기업이 수만 개에 달하지만(2017년 기준 공상국에 등록된 지린성 내 유관기업 수 약 3.4만 개), 소형 업체 위주이며, 로컬 브랜드 중 인지도가 높은 인삼 브랜드는 지린성 지역 브랜드인 “장백산 인삼”임

마. 유통 현황

- 중국 내의 인삼제품 유통구조를 보면, 일반적으로 수삼, 건삼 등의 원제품은 약재 시장을 통해 거래가 이루어지고 있으며, 가공된 제품은 약국, 마트, 전문점 등의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰의 전자상거래 플랫폼을 통해 판매되고 있음
- 수입 인삼제품은 크게 ① 자체적으로 판매루트 개척·발굴, ② 현지 대리상과 협력 등으로 나뉘며, 비용, 판매 네트워크 등을 고려해 시장진입 초기 대리상을 통해 판매하나, 일정 시장 확보 후 자체적으로 판매루트 확대 추진

바. 수출입 프로세스 및 이슈

- 인삼제품 대중(對中) 수출 시 일반식품과 건강보조식품으로 수출이 가능하며, 일반식품 수출 시 포장 및 광고에 제품기능 및 효능 등에 대한 표기를 할 수 없고, 건강보조식품으로 수출할 경우 중국 국가식품약품관리총국(CFDA)의 건강보조식품 등록허가를 사전 취득해야 함
- 인삼을 원료로 사용한 일반식품은 라벨 및 설명서 내에 섭취 부적합 ‘대상군’ 및 ‘섭취 제한량’ 표기가 필수적임

사. 한국 인삼 중국 진입을 위한 제언

- 중국 인삼시장 성장 가능성은 여전히 높지만, 시장경쟁도 치열해지고 있는 만큼 한국 인삼은 중국 시장환경에 맞는 시장진출 전략 및 대응 체제를 구축해야 함

2

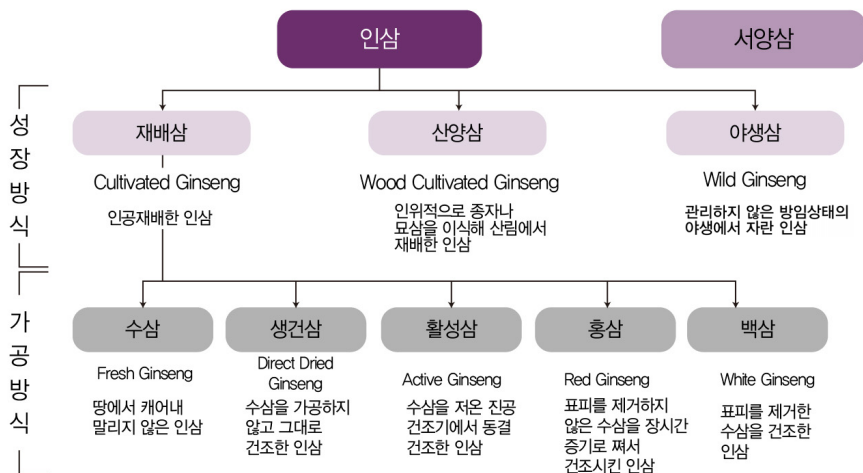
중국 인삼산업 개황

가. 중국 인삼 분류

1) 인삼 분류

- 중국 인삼은 성장방식에 따라 ① 재배삼(Cultivated Ginseng), ② 산양삼(Wood Cultivated Ginseng), ③ 야생삼(Wild Ginseng) 세 종류로 나뉨
- 중국 인삼 90% 이상은 가삼이며, 가공 방식에 따라 ① 수삼(Fresh Ginseng), ② 생건삼(Direct Dried Ginseng), ③ 동결건조활성삼(Active Ginseng), ④ 홍삼(Red Ginseng), ⑤ 백삼(White Ginseng)으로 구분됨

중국 인삼 분류



※ 출처: 지린성(吉林省) 표준 연구원

- 서양삼(화기삼)은 중국에서 대규모 재배 중이며, 시장 내 유통 및 식용이 광범위하게 이루어지고 있음
- 1970년 중국 과학원은 ‘이식 재배¹⁾’를 통해, 미국, 캐나다의 서양삼을 중국에서 대량으로 재배하기 시작했으며, 중국은 현재 세계 3위의 서양삼 생산국임

2) 보고서 범위

- 본 보고서는 중국에서 유통되는 인삼을 대상으로 중국산과 수입산 인삼을 포함함
 - 중국산 인삼 : 장백산 인삼²⁾ 위주로 고려삼과 동일한 품종
 - 한국산 인삼 : 고려인삼, 북한에서도 소량 수입됨
 - 일본산 인삼 : 동양삼, 최근 몇 년간 유통량이 극히 적고 자취를 감추고 있음
 - 북미산 인삼 : 서양삼, 수입 및 중국 자체 생산
- 인삼제품은 인삼을 원료로 가공한 의약품, 건강보조식품, 식품, 화장품 등을 의미함

1) 이식 재배 : 모종을 자라는 곳에서 다른 곳으로 옮겨 심는 재배법(transplanting culture)

2) 장백산 인삼 : 백두산(중국명 : 장백산/창바이산, 長白山) 일대에서 자란 인삼

나. 산업 발전 환경

1) 산업 정책

- 중국에서 인삼은 약재, 건강보조식품으로 사용되었으나, 2012년 이후 5년간 이하 인삼이 ‘신식품원료’로 구분되어 사용범위가 식품으로 확대됨에 따라 인삼 산업이 발전하는 등 중국 인삼시장은 터닝포인트를 맞이함
- 2002년 발표한 《건강보조식품 사용가능한 물품 명단》에 따라 인삼은 건강보조식품으로 식용 범위가 제한되어, 인삼을 원료로 한 식품에 대해 ‘식품생산 허가증(食品生產許可證)’ 발급이 불가했으며, 이는 중국 식품시장에서 인삼제품이 모습을 감추는 결과를 초래함
- 중국 위생부(現 위생건강위원회) 승인에 따라, 2011년 지린성(吉林省)은 ‘인삼 식품 시범사업’을 추진했고, 2012년 말까지 76개 참여 업체의 인삼가공 및 신제품 연구개발을 진행할 수 있도록 허가함

■ 지린성 인삼식품 시범사업 합격 사례 : 신카이허(新開河) ■



※ 출처: 신카이허(新開河) 홈페이지

- 2012년 8월 위생부는 《식품안전법》, 《신자원식품³⁾에 관한 공고》를 발표해, 인삼은 신식품원료로서 5년 및 5년 이하의 인공재배 인삼(뿌리와 줄기)을 사용한 제품을 일반식품으로 분류한다고 밝힘
 - 기존 인삼은 ‘건강보조식품(국내의 건강기능 식품)’, ‘의약품’에만 사용 가능했으나, 《공고》에 따라 인삼을 원료로 사용한 일반식품의 생산 및 판매가 가능해짐

■ 2012년 중국 위생부 ‘인삼 신자원식품에 관한 공고’ 내용 ■

중문명	人參(人工种植), 인삼(인공재배)
라틴명	Panax Ginseng C.A.Meyer
기본정보	대상 : 5년 및 5년 이하의 인공재배 인삼 종속 : 두릅나무과, 인삼류 식용 부위 : 근(根) 및 근경(根茎)
섭취량	≤3g/일
기타 설명 필요사항	위생 안전 지표는 중국 표준 요구에 부합해야 함 임산부, 수유기 여성 및 14세 이하 아동 식용 부적합 라벨 및 설명서 내 부적합한 대상군 및 섭취 제한량 표기 필수

※ 출처: 중국 위생부 홈페이지

- 2013년 10월 1일 《신식품원료 안전성 심사·관리 방법》 시행해, 기존 ‘신자원식품’ 명칭을 ‘신식품원료’로 변경
- 2013년 10월 15일 《신식품원료 신청 및 접수 규정》, 《신식품원료 안전성 심사·관리 규정》 발표해 신식품원료의 안전성 심사와 승인 사업을 규범화함
- 중앙정부 차원의 정책과 법규 외에, 지방정부의 《지린성 인삼산업 조례》, 《지린성 인삼산업 13·5 발전 계획》 등은 인삼산업의 표준화 및 발전에 기여함

3) 신자원식품(신식품원료) : 과거 중국에서 식용으로 사용되지 않던 동식물 및 미생물, 신식품 원료 등이 법적 조건에 충족 시 일반식품의 원료로 사용가능. 예) 루테인 에스테르, 번데기 동충하초(Cordyceps Militaris), 닛토, 클로렐라 등

- 2015년 4월 1일 시행된 《지린성 인삼산업 조례》는 인삼산업 발전에 관한 중국 최초의 지방법규임
 - 《조례》 내 인삼 산지 환경, 재배, 가공, 경영 등 항목 및 인삼과 관련 제품의 품질에 대한 안전규정을 명확히 함
 - 《조례》에 따르면 인삼 재배자와 경영자는 관리제도 및 관리대장 등의 서류를 작성해야 하며, 위조품에 대해서는 감독 기관별로 책임을 묻고, ‘재배 - 가공 - 감정 및 평가 - 판매’ 등 각 단계는 제도적 보장을 받음
- 2016년 5월 출범한 《지린성 인삼산업 13·5 발전 계획(2016~2020년)》은 2020년 지린성 인삼산업 총 생산량 1,000억 위안 달성 위한 마스터플랜, 선두기업 육성, 시장 개발 및 서비스 시스템 구축 등의 목표를 포함하고 있음

2) 관리기구

- 인삼 재배, 가공, 유통 분야는 중국 국가임업부(FORESTRY), 농업부(MOA), 국가 시장감독관리총국(SAMR), 국가 위생건강위원회(NHFPC), 상무부(MOFCOM) 등 다양한 주요 정부기관에서 해당 업무를 관할하고 있음
- 인삼은 중국에서 일반식품 외에, 약재, 건강보조식품으로 분류되어 식품 및 약품의 안전 관련 업무를 담당하는 국가 시장감독관리총국(SAMR)이 총괄적으로 관리
 - 2018년 13기 전국인민대표대회(전인대) 결정에 따라 국가 시장감독관리총국(SAMR)은 原 국가 식약품 감독관리총국(CFDA), 질량총국(AQSIQ), 공상총국(SAIC) 등 3개 부문의 식품관련 안전, 감독관리의 책임을 맡음

주요 기관 및 업무

기관명	인삼 관련 주요 업무
국가 임업부(FORESTRY)	• 인삼 재배지역 관련 심의 비준 등
농업부(MOA)	• 인삼 재배 산업의 업무 관리
국가 위생건강위원회(NHFPC)	• 신식품원료 안전성 심의 • 식품 안전 표준체계 확립
국가 시장감독관리총국(SAMR)	• 인삼제품 생산, 유통, 소비에 관한 안전관리 • 출입국검사 검역, 수입안전허가 • 인삼 표준화 추진 • 식품유통 허가
상무부(MOFCOM)	• 유통환경 관리

※ 출처: 정부부처/유관기관 홈페이지

가. 생산/공급 현황

1) 주요 인삼 산지

- 기존에 중국 인삼시장을 주도했던 지린성(吉林省)의 토지자원 제한으로, 헤이룽장성(黑龍江省)이 중국 최대 인삼 생산지로 부상함
- 2015년 이전 지린성은 중국 주요 인삼 생산지로 전체 생산량의 70%를 점유했으나, 토지자원 제한으로 인해 최근 2년간 헤이룽장성 및 러시아 부근의 북쪽으로 이전해 이 일대의 생산량이 전체 생산량 중 약 70%에 달함
 - 인삼은 농사지은 땅에 다시 재배하면 뿌리썩음병이 발생하는 연작장애가 있어, 8~10년 후에 인삼을 재배해야 하므로 체계적으로 인삼재배 단지를 확보해야 하나, 지린성은 정책적으로 인삼재배를 위한 산림 벌목 등을 고려하지 않아 생산지 및 생산량이 감소함
 - 헤이룽장성은 넓은 토지면적, 지린성 대비 낮은 원가를 앞세워 대규모 인삼 재배를 시작했으며, 인삼 재배양식의 변화와 혁신을 위해 지속적으로 관련 기술 연구개발 중에 있음
 - 2016년 헤이룽장성 인삼 생산량은 지린성과 비슷한 규모로 성장해 전체 시장의 약 50% 점유했으며, 2017년 중국 전체 재배 면적의 90%, 생산량의 70%를 차지해 중국 최대 인삼 생산지로 부상함

2017년 중국 지역별 인삼 생산 비중 및 주요 도시

생산지	생산 비중	주요 도시
지린성	25%	푸송현4)(抚松县), 징위현(靜濤宇县), 창바이현(長白县), 린장시(臨江市), 장위안현(江源县), 지안시(集安市), 통화현(通化县) 등
헤이룽장성	70%	무단강시(牡陽江市), 지시시(雞西市), 잔허(霧沾河), 쉰커현(遜克县) 등
랴오닝성 (遼寧省)	5%	환런현(桓仁县), 신빈현(新賓县)

※ 출처: 중국 중약재협회 산하 '중약재 천지' 홈페이지

2) 생산량 분석

- 경작지 환림 정책⁵⁾에 따라 지린성의 인삼 재배 면적은 매년 축소되어 현재 4,000ha(헥타르)이며, 인삼 생산량도 약 1만 톤에 불과하나, 2009~2017년 생산액은 연평균 성장률(이하 CAGR) 63.3%를 나타내고 있음
- 2017년 중국 인삼 생산량은 약 4.1만 톤 규모이며, 지린성 인삼 생산량은 전체 시장 중 25% 수준임

2009~2018년(E) 지린성(吉林省) 인삼 생산 규모

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018E
재배면적 (ha)	7,200	6,000	5,500	5,000	5,000	5,000	5,000	5,890	4,000	4,000
수삼 생산량 (만 톤)	2.3	2.7	2.2	2.0	2.0	1.8	2.0	2.9	1.0	1.2
생산액 (억 위안)	11	102	133	205	291	405	460	505	550	-

※ 출처: 지린성 정부

- 4) 중국 행정 구역 : 중국 행정 구역은 기본적으로 ① 1급 행정구 성급(省级) : 직할시, 성, 특별행정구 등, ② 2급 지급(地级) : 부(副)성급시, 자치주 등, ③ 3급 현급(县级) : 현, 민족구, 특구 등, ④ 4급 향급(乡级), ⑤ 5급 촌급(村级) 구조로 이루어져 있음
- 5) 경작지 환림 정책 : 산림을 벌목해 인삼을 재배하는 '임지재배' 방식의 산림 훼손을 막기 위해 1988년 중국 정부는, 인삼 경작지는 인삼 재배 후 반드시 산림으로 환원시켜야 한다는 '경작지 환림 정책' 시행

나. 소비/수요 현황

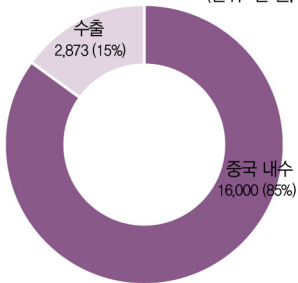
1) 중국 국내/국제 인삼 수요

- 인삼은 주변에서 쉽게 접할 수 있는 약재로 식품, 의약품, 건강보조식품, 화장품, 화학제품 등의 분야에서 광범위하게 활용되고 있으며, 2012년 ‘신식품원료’ 승인 이후 식품 분야에서의 수요가 큰 폭 성장함
- 중국 중약재협회에 따르면 소비자의 보건의식 향상 및 건강에 대한 관심 증대로 시장수요가 증가하고 있으며, 2017년 인삼 소비량은 1.8만 톤(그중 중국 내륙 소비가 1.6만 톤으로 약 85%), 2018년은 전년대비 28.6% 증가한 2.4만 톤에 달할 것으로 전망

2017년 중국 인삼수요 지역 분포도 및 주요 수출국 순위

중국 인삼수요 지역 분포도

(단위: 만 톤, %)



중국 인삼 수출 나라/지역 순위

(단위: 만 톤, %)

순위	국가	수출량	비중
1	일본	1,111	39%
2	홍콩	834	29%
3	대만	311	11%
4	독일	179	6%
5	이탈리아	146	5%
6	미국	80	3%
기타		212	7%

※ 출처: 중국 중약재협회 산하 ‘중약재 천지’ 홈페이지

2) 소비자 인지

- 중국 내 인삼은 심신의 기운을 돋우어 체력을 증진시키고, 혈액순환을 개선하는 대표적인 약선(藥膳) 식품⁶⁾으로 오랫동안 섭취해왔으며, 광둥성(廣東省), 저장성(浙江省), 상하이(上海), 푸젠성(福建省) 등 연해 지역에서 주로 소비되어 왔음
- 중국은 ‘약과 음식은 그 근원이 같다’라는 약식동원(藥食同源) 이념을 기반으로 하고, 〈농본초경(神農本草經)〉, 〈본초강목(本草綱目)〉 등 약학서에 “인삼은 오장을 튼튼하게 하고, 정신을 안정시키고 심장을 건강하게 하며... 장기 복용 시 몸이 가벼워지고 장수한다.”고 명시되어 있음
- 고령화에 따라 건강관리 및 건강식품에 대한 관심이 증가하고 있으며, 이에 따라 다른 지역의 인삼 수요량도 늘어나고 있음
- 남방지역은 덥고 습한 기후로 인해 차가운 성질의 ‘서양삼’을 선호하고, 춥고 건조한 북방지역은 ‘인삼’을 즐겨먹음
- (소비자 설문 조사⁷⁾ 결과) 인삼에 대한 이해도 : 소비자는 인삼제품 진위에 대한 이해도가 높지 않으며, 품종, 계절, 나이 등에 따른 섭취 방법에 대한 이해가 전반적으로 부족한 편임
- ‘인삼에 대한 이해가 없거나 낮다’가 53.6%인 반면, ‘비교적 이해하고 있거나 이해하고 있다’가 8.7%에 불과해, 중국 내 인삼 주요 산지인 지린성에서 진행한 설문 조사에도 불구하고, 소비자의 인삼에 대한 이해도가 낮은 것으로 나타남
- 적합한 섭취 연령대로는 ① ‘56~65세’가 46%로 가장 많았으며, ② ‘66~75세’는 22%, ③ ‘46~55세’는 16%로 40대 후반 이상의 비교적 나이가 많은 사람들이 섭취하기 적합하다고 생각하고 있음

6) 약선(藥膳) 식품 : ‘약이 되는 음식’이란 뜻으로 푸드 테라피(Food Therapy)로도 불리며, 치료와 예방 효과를 동시에 볼 수 있음

7) 2017년 10월 지린성 농업과학기술 대학은 온라인과 현장 조사 방식을 통해 지린성 인삼 소비자를 대상으로 설문조사 진행. 샘플 수 670개(온라인 345개, 현장 조사 255개)

- 브랜드 이해도 : 2015년 중국 10대 로컬 인삼브랜드 중 소비자가 인지하고 있는 브랜드는 ① 통런탕(同仁堂, 동인당) 32%, ② 지린 아오둥(吉林敖東) 17%, ③ 신카이허(新開河) 12%로 인삼 전문 브랜드에 대한 인지도가 높지 않은 편임
 - 건강식품은 일상생활과 직결되므로 소비자는 신뢰할 수 있는 의약품 업체에서 생산한 브랜드 제품을 구매하나, 인삼 생산 및 가공 업체 및 브랜드에 대한 이해도는 낮은 편
- 구매 이유 : 응답자 중 56%는 인삼제품 구매경험이 있고, 그중 자가 섭취를 위해 구매한 비율이 56% 수준으로, 자가 섭취를 위해 구매한 소비자 중 ① 건강보조식품으로 구매한 비율이 94%, ② 치료 목적이 6%임
 - 평소 차나 탕(湯)으로 섭취하며, 이는 중국에서 흔히 볼 수 있는 섭취 방법으로 차는 편리하게 즐길 수 있는 반면, 다양한 재료를 넣어 푹 고아서 먹는 탕은 식욕을 충족시킬 수 있을 뿐 아니라, 몸을 보하는 보양식으로 즐길 수 있음
- 구매 빈도 : 인삼제품 구매 경험이 있는 56% 소비자 중 ‘일 년에 한 번 구매’한다고 답한 비율이 69%로 가장 높았으며, 두 번 또는 그 이상 비율은 비교적 낮음
- 정보수집 방법 : 소비자들은 ‘인터넷(55%)’, ‘점원 추천(28%)’의 방법을 통해 제품 정보를 수집하며, 오프라인 구매가 주를 이루고 있음
 - 정보통신산업 발전에 따라 온라인 마케팅이 강화되고 있으며, TV, 신문 등 전통적인 언론매체와 전문가 상담 등을 통한 정보수집 기능이 약화되고 있음
 - 소비자는 전문 판매점, 지인 소개, 약국 등에서 구매하며, 텐마오(Tmall), 징둥(JD) 등 온라인 쇼핑몰을 통해 인삼제품을 구입하는 방식은 선호하지 않음
- 구매 요인 : 소비자는 인삼제품을 구매할 때 품질을 중시하며, 인당 평균 소비금액은 ‘3,000위안 이하’가 86.7%로 가장 높음
 - 소비자는 구매에 영향을 미치는 요소로 ① ‘검사·인증마크’ 52.2%, ② ‘판매 업체 평판’ 24.7%, ③ ‘가격’ 15.9%, ④ ‘포장’ 5.8%, ⑤ ‘서비스’ 1.4%로 나타남
 - 인당 평균 구매용으로는 ① ‘3,000위안 이하’ 86.7%, ② ‘3,000~5,000위안’ 10%, ③ ‘8,000~10,000위안’ 3.3%임

다. 수출입 현황

1) 수입 현황

- 중국은 글로벌 최대 인삼 생산·소비국으로, 인삼 수요가 확대됨에 따라 물량확보 위한 수입이 증가하고 있음
- 수출입 규모는 HS Code 1211.20을 기반으로 했으며, 서양삼(1211.20.10), 야생삼(1211.20.20/서양삼 불포함), 수삼(1211.20.91), 고려인삼(1211.20.99)을 포함하고 있음
- 인삼 수입량은 2008~2017년 연평균 성장률(CAGR) 12%로 확대되고 있으며, 2017년 사상 최대치인 932톤에 달해 전년 대비 39% 증가했고, 수입액은 5,262만 달러로 전년 대비 38%, 지난 10년간 연평균 성장률 26% 성장

■ 중국 인삼 수입량 ■

(단위: kg)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
수삼	11	4	4	30	4	45,000	21,783	31,042	28,691	15,250	-
고려인삼	7,426	57,895	33,758	120,893	79,792	52,520	39,444	53,938	15,847	37,650	-
서양삼	330,350	268,181	338,040	451,974	454,676	540,252	560,980	610,675	626,503	879,085	-
Total	337,787	326,080	371,802	572,897	534,472	637,772	622,207	695,655	671,041	931,985	12%

※ 출처: 중국 해관총서

■ 중국 인삼 수입액 ■

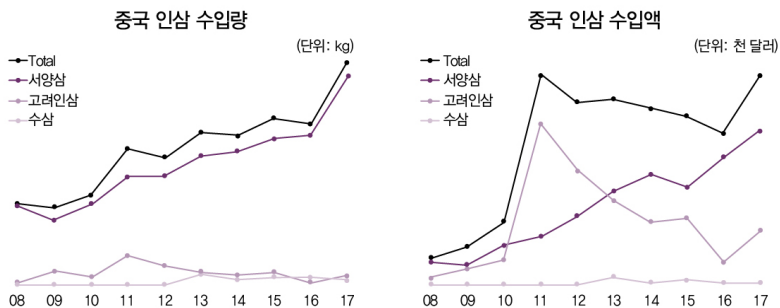
(단위: 천 달러)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
수삼	4	1	1	0	1	1,971	500	1,079	565	470	-
고려인삼	1,425	4,464	6,366	40,269	28,562	21,103	15,906	16,763	5,468	13,622	-
서양삼	5,468	5,123	9,788	12,175	17,235	23,489	27,850	24,500	32,114	38,523	-
Total	6,797	9,588	16,155	52,444	45,798	46,563	44,256	42,342	38,147	52,615	26%

※ 출처: 중국 해관총서

- 중국 인삼 수입 총량과 서양삼 수입량의 성장세가 동일한 것으로 보아 서양삼이 주요 수입품목이며, 수입 총액과 고려인삼 수입액 추이가 일치해 고려인삼이 수입액에 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있음

중국 인삼 수입량/수입액 성장 추이 비교



※ 출처: 중국 해관총서

수입 인삼은 주로 가치가 높은 가공제품으로 부가가치가 높음 편임

- 고려인삼은 전형적인 고부가가치 제품으로 2017년 수입량은 전체 수입량의 5%에 불과하나, 수입액은 26%에 달함
- 수입단가를 비교해 보면, 고려인삼 가격은 지속 상승하고 있으며 2015~2017년 평균 수입단가 대비 각각 5.1배, 6.1배, 6.4배로 높은 수준임

중국 인삼 수입단가 비교

종류	2015년			2016년			2017년		
	수입량	수입액	단가	수입량	수입액	단가	수입량	수입액	단가
	(kg)	(천 달러)	(달러/kg)	(kg)	(천 달러)	(달러/kg)	(kg)	(천 달러)	(달러/kg)
서양삼	610,675	24,500	40.1	626,503	32,114	51.3	879,085	38,523	43.8
고려인삼	53,938	16,763	310.8	15,847	5,468	345.0	37,650	136,22	361.8
수삼	31,042	1,079	34.8	28,691	565	19.7	15,250	470	30.8
Total	695,655	42,342	60.9	671,041	38,147	56.8	931,985	52,615	56.5

※ 출처: 중국 해관총서

■ 중국은 캐나다, 미국으로부터 서양삼을 수입하고, 한국, 북한에서 고려인삼을 수입함

- (수입량) 중국은 서양삼을 ① 캐나다(77.1%), ② 미국(17.2%)에서 수입하고 있으며, 두 나라 수입 비중이 전체 시장의 94%에 달함

■ 2017년 중국 인삼 수입 상위 5개국 ■

순위	국가	수입량 (톤)	비중	수입액 (천 달러)	비중	수입단가 (달러/kg)
1	캐나다	719	77.1%	24,786	47.1%	34.5
2	미국	160	17.2%	13,723	26.1%	85.8
3	한국	47	5.0%	13,419	25.5%	285.5
4	북한	6	0.6%	674	1.3%	112.3
5	스위스	0	0.0%	14	0.0%	-
합계		932		52,616		56.5

※ 출처: 중국 해관총서

2) 수출 현황

■ 중국 인삼산업 이윤의 80%는 가공을 거치지 않은 원제품 판매에서 나오고 있음

- 2017년 중국 인삼 수출량은 전년 대비 약 10% 증가한 2,874톤이고, 수출액은 80% 상승한 1.36억 달러임

- 주요 수출품은 고려인삼으로, 2017년 전체 수출량 중 76%를 차지하고 있으며, 전체 수출액의 83% 점유

- 중국 인삼은 상당수 원제품으로 수출해 부가가치가 낮고, 수요 대비 공급이 커 수출 단가가 계속 낮아지고 있음

■ 중국 인삼 수출단가 비교 ■

종류	2015년			2016년			2017년		
	수출량	수출액	단가	수출량	수출액	단가	수출량	수출액	단가
	(kg)	(천 달러)	(달러/kg)	(kg)	(천 달러)	(달러/kg)	(kg)	(천 달러)	(달러/kg)
서양삼	508,097	17,341	34.1	484,918	19,280	39.6	665,506	22,875	34.4
고려인삼	1,137,624	116,505	102.4	2,082,244	150,762	72.4	2,177,687	112,888	51.8
수삼	14,708	210	14.3	34,397	712	20.7	30,599	374	12.2
Total	1,660,429	134,056	80.7	2,603,559	170,754	65.6	2,873,792	136,137	47.4

※ 출처: 중국 해관총서

■ 글로벌 프리미엄 인삼제품 시장은 한국, 일본, 유럽이 점유하고 있고, 중국은 중약재로 사용되는 인삼이 주를 이루고 있음

- 중국 인삼 수출 상위 5개국 : ① 일본, ② 홍콩, ③ 대만, ④ 독일, ⑤ 미국

■ 2017년 중국 인삼 수출 상위 11개국 ■

순위	국가	수출량	비중	수출액	비중	수입단가
	-	(톤)	-	(천 달러)	-	(달러/kg)
1	일본	1,111	38.7%	56,827	41.8%	51.1
2	홍콩	834	29.0%	34,137	25.1%	40.9
3	대만	311	10.8%	16,644	12.2%	53.5
4	독일	179	6.2%	7,160	5.3%	40.0
5	미국	80	2.8%	6,696	4.9%	83.7
6	이탈리아	146	5.1%	4,150	3.0%	28.4
7	말레이시아	78	2.7%	3,427	2.5%	43.9
8	프랑스	27	0.9%	1,633	1.2%	60.5
9	싱가포르	23	0.8%	1,195	0.9%	52.0
10	스위스	15	0.5%	756	0.6%	50.4
11	북한	17	0.6%	755	0.6%	44.4
합계		2,873		136,093		47.4

※ 출처: 중국 해관총서

라. 향후 전망

1) 시장 현황 및 리스크

- 중국 중약재협회는 중국 인삼시장은 현장 조사·연구, 대량 생산으로 최근 2년간 생산량이 판매량을 앞섰으나, 환경보호 및 반부패로 인한 문제에 직면하고 있어 2020년 생산부족으로 위기에 봉착할 것으로 전망함
- 환경보호로 인삼 재배면적이 줄어들고 있고, 지린성의 임지 재배 허가, 벌목 등과 관련된 부패 문제로 인한 제도 및 법규가 강화되고 있음
 - 중국 정부가 환경오염 문제 해결에 앞장서고 있으며, 이로 인해 각 지역의 인삼 재배지 훼손에 대한 처벌 수위가 강화되고 있음
 - 인삼 재배지 허가, 벌목과 연루된 헤이룽장성, 지린성 고위 관리층이 반부패로 줄줄이 낙마하는 사건이 발생한 것을 계기로, 2017년 2월 관련 산업을 엄격하게 관리하기 시작함

■ 인삼산업 관리 강화로 인한 인허가 불허 사례_헤이룽장성 테리시(铁力市) ■

[헤이룽장성 테리시(铁力市)]

인삼 재배위한 토지개간 금지

(밭고랑 작업 완료 땅의)
인삼 재배 인허가 불허 처분



※ 출처: 중국 중약재협회 산하 '중약재 천지' 홈페이지

- 2020년 이후 현재 생산량 대비 헤이룽장성은 80%, 지린성은 90% 인삼 수확량 축소 전망
 - 2017년부터 헤이룽장성 성(省)정부는 새로운 인삼 재배지 개간에 대한 인허가를 불허하고 있음
 - 헤이룽장성에서 재배하는 인삼은 4년근 위주이며, 4년근 인삼을 수확하게 되는 2020년에 이후 생산량이 80%가량 축소될 것으로 전망됨
 - 지린성은 헤이룽장성보다 관리가 엄격해, 새로운 인삼 재배지 개간뿐만 아니라 계약 기간이 남은 재배지에 대해서도 윤작 후 인삼을 다시 재배하는 것에 대해 제한하고 있음
 - 지린성은 주로 저년근 인삼을 생산하며, 2019년 수확 이후 재배 가능 면적이 기존 대비 10% 수준에 불과할 것으로 예측됨

2) 수요/공급 측면

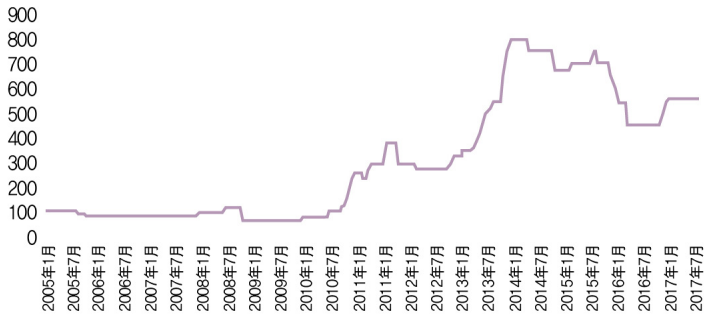
- 의약품, 건강보조식품, 일반식품, 화장품 등의 분야에서 인삼에 대한 수요가 증가함에 따라 시장이 확대될 것
 - 한국은 인삼식품 이윤이 전체 인삼시장의 90%를 차지하는 반면, 중국은 원제품이 80%에 달해 중국과의 시장 차이가 극명하나, 인삼을 원료로 한 식품 제조가 가능해졌고, 건강보조식품, 화장품 등의 수요 확대에 따라 향후 시장이 3~5배로 성장할 것으로 관측됨

3) 가격 측면

- 향후 생산 축소로 인한 공급부족과 수요증가로 인삼가격 상승 전망
 - 인삼가격 변동 추이를 살펴보면 2005년 이후 3년 주기로 가격이 상승세를 유지했으며, 2013년 대폭 상승해 800위안/kg에 달했으나 2016년 이후 2011년 수준으로 하락했으며, 향후 생산량 감소와 수요 확대에 가격이 큰 폭 상승할 것으로 예측됨

중국 인삼가격 변동 추이

(단위: 위안)



※ 출처: 중국 중약재협회 산하 '중약재 천지' 홈페이지

■ 인삼시장 가격변동에 대해 지린성 인삼상회 당리치(丁立起) 수석전문가는 향후 인삼가격 추이에 대해 3단계로 분류해 정의함

- 1단계 : 산양삼/10배 이상 상승 가능성 존재
- 2단계 : 5~6년근 우수한 품질의 수삼/잔류농약 및 중금속 문제 해결 후 1~2배 가격 상승
- 3단계 : 인삼의 잔류농약 문제와 환경오염 등의 문제 지속 시 가격 하락 예상

4) 시장 경쟁 측면

■ 2012년 중국정부의 인삼을 원료로 한 식품 생산승인 이후, 인삼 생산기업 외 식품기업은 고부가가치 창출을 위한 인삼식품 가공방안에 대해 지속적인 연구를 진행하고 있으며, 국내외 기업들이 시장 잠재력이 큰 중국시장에 앞다투어 진입하고 있어 경쟁이 심화되고 있음

가. 경쟁 구도

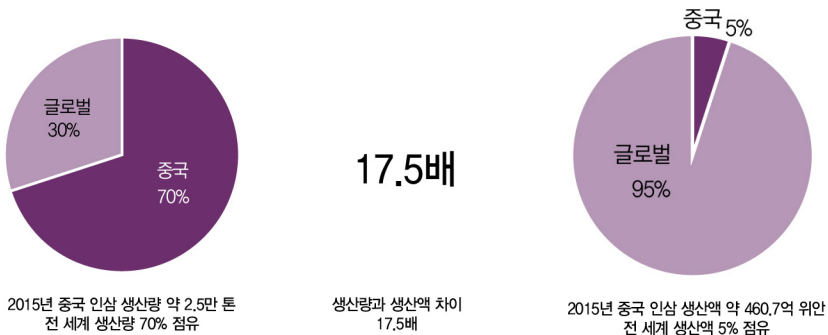
- 중국 인삼시장은 인삼 산지와 품종에 따라 크게 ① 중국산 장백산 인삼, ② 한국산 고려인삼, ③ 북미산 서양삼으로 구분됨
 - 주요 인삼 재배국은 중국, 한국, 북한, 러시아, 미국, 캐나다, 일본 등 7개국으로 모두 북위 38~48도 사이에 위치하고 있으며, 한국의 정관장, 미국과 캐나다의 서양삼(화기삼)이 글로벌 인삼시장을 주도하고 있음
- 중국 인삼은 생산량은 많으나, 산업화 정도가 낮아 가격이 높지 않으며, 글로벌 수준으로 발전한 브랜드가 없음
 - 중국 내 인삼재배, 가공, 유통기업이 수만 개에 달하지만(2017년 기준 공상국에 등록된 지린성 내 유관기업 수 약 3.4만 개), 소형업체 위주로 대형업체나 인지도 높은 브랜드는 전무한 상황
 - 지린성 인삼업체 종사자 자질, 가공방법, 설비수준 등에 대해 일률적 관리 및 통제가 어려워 글로벌 기업 양성에 어려움이 있음
 - 2017년 중국 10대 인삼브랜드로는 ① 정관장, ② 신카이허(新開河, xinkaihe), ③ 이성(益盛, Yisheng), ④ 쑤신(紫鑫, Zixin), ⑤ 퉁런탕(同仁堂, Tongrentang), ⑥ 아오둥(敖東, Aodong), ⑦ 황펑선(皇封參, Huangfengshen), ⑧ 선상(神象, Shenxiang), ⑨ 룡바오(龍寶, Longbao), ⑩ 후칭위탕(翳慶餘堂, Huqingyutang)이며, 정관장은 수년 간 중국 인삼시장 1위를 굳건히 지키고 있음

나. 제품 경쟁력 분석

1) 생산량

- 글로벌 인삼시장은 ‘한국-중국’ 2강 구도를 형성하고 있으며, 생산량은 중국이 많으나 생산액은 한국이 앞서고 있음
- 중국 인삼 생산량은 전 세계 인삼 생산량의 70%에 달하며, 전 세계 수출량 중 70~80% 점유하고 있음
- 중국은 인삼 생산량이 많으나 중약재 위주로 글로벌 시장에서의 입지는 좁은 편이고, 한국은 고가의 가공제품 판매로 고부가가치를 창출하고 있음
- 2015년 글로벌 인삼 생산액은 9,214억 위안에 달했으나, 중국은 5% 수준에 머무름

■ 글로벌 인삼 생산량/생산액 비교 ■



※ 출처: 지린성 Guofu 인삼 교역센터(www.jlgfrs.com)

- 중국의 1인당 평균 지출금액은 한국 대비 낮은 편
- 한국 1인당 연간 인삼 소비량은 약 400g인 반면, 중국은 12g 미만으로 33배에 달함

2) 품질

- 중국 인삼은 한국 인삼과의 품질 차이가 컸으나, 국가 차원에서 품질관리를 시행하여 인삼의 품질이 매년 향상되고 있는 추세로, 최근 그 격차가 많이 줄어들

■ 한·중·일 인삼 품질 비교 ■

(단위: %)

제품명	파낙시디올 (Panoxadiol)	파낙사트리올 (Panaxatriol)	올레오놀산 (Oleanolicacid)	총 아미노산 (Total Aminoacid)	총 사포닌 (Total Saponins)
신카이허(新开河) 홍삼	0.69	0.64	0.25	11.39	2.81
중국 홍삼	0.67	0.54	0.24	10.91	2.48
고려 홍삼	0.61	0.58	0.24	11.14	2.50

※ 출처: 신카이허(新开河, Xinkaihe), 화창(华创, Huachuang)증권

3) 기술

- 중국과 한국은 6년 이상의 고년근 인삼을 재배, 가공하고 있으나, 한국은 지속적인 가공기술 개발·투자로 현대화된 가공 설비 및 선진적인 가공기술 보유하고 있음

4) 표준

- 중국 인삼 표준 현황
 - 지난 수년간 국가 질검총국, 표준화 관리위원회가 인삼산업 표준화 작업을 중시해왔으며, 위생부, 농업부, 임업부 그리고 지린성이 협력해 ‘인삼 표준화 시범 보급’, ‘인삼 표준화 기술 기관 창설’, ‘국제 표준화 작업’ 등을 추진하며 다양한 활동을 이어가고 있음
 - 중국 인삼 산업 관련 표준은 약 92개로(중약재, 건강보조식품 관련 표준 및 기업표준 제외), 15개 국가표준, 13개 산업표준(농업 7개, 상품검사 6개) 그리고 64개 지방표준을 포함함

중국 인삼 산업표준 제정 현황

분류	세부항목	국가표준	산업표준	지방표준
기초			1	
재배	재배 품종 종자·종묘	2		3
	산지환경		2	
	농업 자본 투입 품목			18
	생산규정	1		10
	기타			
가공			1	
인삼제품	수삼	11		
	제품		1	
	응용제품		2	1
검사방법 (항목)	품질지표 측정 검사	1	3	10
	잔류 농약 검사		2	17
	유해오염물검사			3
	유전자변형 제품 검사		1	
	생물 독소 검사			1
안전 관리	농약 잔류 한계치			1
	기타			

※ 출처: 중국 표준화 관리위원회

■ 한국 인삼산업의 표준 또는 관련 법규 수는 중국보다 적으나 표준 준수 및 이행 비율은 높은 편

- 한국에서 인삼은 기력을 보충하는 각종 보양식에 빠지지 않는 대표적인 제품으로 인삼을 중시하는 정도가 다르고, 섭취율이 높음
- 중국 인삼 농사는 소규모, 수작업으로 진행되는 곳이 많고, 농가가 독립적으로 운영·경영을 하고 있어서 산업표준 및 법규가 제정되어 있음에도 불구하고 보급에 어려움을 겪고 있으나, 한국은 대기업이 일률적으로 관리해 표준화·기계화가 용이하고, 보급하기 수월함

【 한·중 인삼 적응기준 및 보급 통계 비교 】

	중국	한국
종자 종묘	30년 전 인삼 종자·모종 관련 표준을 제정하였으나, 기존의 무분별 재배로 인한 낮은 산업화, 제도화	관련 법규와 기준에 따라 인삼 종자와 모종, 재배지 등을 엄격히 선별해 관리
재배	인삼 표준화 작업 위해 4개 시범지역 선정해 재배과정 통해 표준화 제정	인삼 재배방식에 대한 정책과 기준에 따라 1940년부터 밭에서 인삼재배 제정 및 시행
경지 관리	인삼재배 농가들의 독립경영으로 관리 체계의 미흡	(관련 법규 및 기준에 따라) 재배부터 판매까지 5차례 이상의 농약 잔류검사를 거쳐, 低농약 高품질의 인삼을 확보
생산 가공	소규모 수공업의 가공에 따른 전문성 및 교육 부족, 관련 표준에 대한 집행 역량이 비교적 약함	4~6년간 인삼 선별, 기계화 및 표준화 시스템을 이용한 통일 생산
등급 관리	前 인삼시장 등급 관리 소홀로 인한 무분별 판매 → 現 인삼 등급관리에 대한 명확한 기준을 제정하여 시장에 적용	엄격한 등급 선별 및 관리 통해 각 등급별 인삼 간 가격 차이가 큼

※ 출처: 중국 표준화 관리위원회

다. 이슈 브랜드 및 제품

1) 중국 브랜드/제품

- 중국 내 가장 유명하고 인지도가 높은 인삼 브랜드는 지린성 지역 브랜드인 “장백산 인삼”으로, 최근 장백산 인삼의 브랜드 인지도가 점차 높아지고 있음
 - “장백산 인삼”은 인삼시장 내 영향력을 보유하고 있는 중소형 인삼 브랜드와 전략적 제휴를 통해 “장백산 인삼”의 브랜드, 기업자원 및 가치를 공유하는 “공동 브랜드(Co-brand)” 전략을 추구하고 있으며, 이에 따라 2017년 말 장백산 인삼은 37개 기업 134개 브랜드를 포함하고 있음
 - 2009년 지린성 장백산 유한공사(吉林省长白山人蔘有限公司) 설립
 - 장백산 인삼은 마드리드 조약에 따라 82개 가입국 및 대만, 홍콩, 마카오 등 10개 국가 및 지역의 브랜드·상표권 보호를 받음
 - 2012년 프랜차이즈화(化)를 추진하여 중국 최초 인삼 전문판매점을 개점했으며, 지린성 내 100개, 중국 전역에 1,000개 점포 오픈을 목표로 하는 ‘백가천점(百家千店)’ 프로젝트 진행 중. 그 외 텐마오(Tmall), 징둥(JD) 등 온라인 쇼핑몰에 입점함
 - 2017년 브랜드 가치가 190.5억 위안(한화 3.2조 원)으로 평가되어 ‘중국 농산물 공동 브랜드 가치’ 분야에서 1위를 차지했으며, 중국 농산물 전자상거래 브랜드 Top 50 중 24위 기록
 - 장백산 인삼은 우량품종 육성, 비(非) 임지 재배 등을 추진하고 있으며, 119개의 생산지를 보유/관리하고 있음
- 지린성의 연구·개발 및 제품 생산능력을 기반으로 인삼식품, 건강보조식품, 화장품, 의약품 및 생물학적제제 분야에서 1,000여 종의 제품 생산 중
 - 2017년 지린성 ‘농작물 품종 감정 위원회’가 심의한 품종으로는 지린삼 1호(吉參, Jishen), 황구어 인삼(黃國, Huangguo), 썬카이허 1호(新開河, Xinkaihe), 썬카이허 2호, 캉메이 1호(康美, Kangmei) 등이 있음
 - 그중 지린삼 1호를 통해 우량품종 육성이 가능해졌고, 농지재배에 적합한 썬카이허 1호를 통해 대규모 농지재배를 하고 있으며, 그 면적이 4,995묘(亩)⁸⁾에 달함

- 최근 지린성은 토지 검사, 인삼재배, 인삼품질 검사, 브랜드 및 제품 인증 등으로 업무 범위를 확대하고 있으며, ‘장백산 인삼 품종연맹’을 설립해 품질을 관리하고, 2020년 양질의 인삼생산을 목표로 함

■ 징둥(JD) 내 장백산 인삼 판매 제품 ■

제품사진	제품형태	규격	제품분류 / 가격	유효기간
		(g)	(위안)	(개월)
	생활용품 (비누)	100	홍삼 금박비누 : 58 백삼 은박비누 : 58	36
	차	1.5* 30개	홍삼차 : 248 백삼차 : 248	24
	절편 (3~5년근)	-	백삼편 : 90g/288 홍삼편 : 90g/298 동결건조 인삼편 : 36g/198	24
	정삼(整參) (3~5년근)	40	건조 인삼 : 178 홍삼 : 198 동결건조인삼 : 188	24
	정삼, 몰드(압축) 홍삼 (3~5년근)	100	텐츠(天賜) : 30뿌리/868 텐윈(天運) : 40뿌리/698 텐지(天吉) : 60뿌리/568	24
	절편(5년근) 아크릴 포장	60~ 100	홍삼 : 100g/258 백삼 : 100g/248 동결건조 인삼 : 60g/188	24

※ 출처: 징둥(JD)

8) 묘(畝): 중국식 토지 면적 단위로 1(畝)=666.67㎡(우리나라의 200평)

장백산 인삼 전문매장 사진



※ 출처: 징둥(JD)

2) 한국 브랜드/제품

- 한국 정관장은 중국 내 브랜드 인지도가 높고 광범위하게 시장에 유통되고 있음
 - 정관장은 1899년부터 약 120년의 역사를 이어오고 있으며, 세계 최고 수준의 6년근 제조기술을 보유한 기업으로, GMP(건강보조/기능식품 품질 및 제조 관리 기준) 감사 시스템을 도입해 재배에서 유통까지 7차례의 엄격한 심사를 거쳐 판매함
 - 한국 뿐만 아니라 중국, 일본, 미국 등 전 세계 60여 개 국가와 지역에서 “한국의 명품 인삼/홍삼”으로 알려진 글로벌 브랜드이며, 2009년 중국시장에 진출함

정관장 인기제품 소개

제품사진	제품명	규격	가격(위안)	유통기한
		(ml, g)	(위안)	(개월)
	고려 홍삼원	100ml*50병	399	24
	고려 홍삼정	30g*4병	820	24
	고려 홍삼정환	168g	420	24
	고려 홍삼분	60g	350	36
	고려 홍삼캔디	80g	45	24
	고려 홍삼편	2g*60편	198	24
	고려 홍삼차	3g*50봉지	118	24
	고려 인삼	150g*30개	1,350	10

※ 출처: 정관장 홈페이지, 텡마오(Tmall), 징둥(JD)

- 정관장 외, 일화인삼 등 일부 한국인삼 브랜드가 중국에 진출했으나 실적이 부진함
- 일화인삼은 2015년 한국 최초로 EU-GMP 획득했으며, 그 외 GMP, BGMP, HGMP 등 인증 취득

■ 일화인삼 인기제품 소개 ■

제품사진	제품명	규격	가격	유통기한
		(g)	(위안)	(개월)
	고려 인삼 농축액	100g	480	24
	고려 인삼 분말	300g	408	24
	고려 인삼차	300g	198	24
	인삼정차	1g*10*3	-	24
	고려 태극삼	300g	3,125	36
	인삼정과	300g	1,998	36
	고려 홍삼차	150개/300g	-	24
	인삼캡슐	30g	330	36

※ 출처: Amazon China 등

2) 기타 국가 제품

- 일부 제품이 미국, 캐나다, 오스트레일리아 등지에서 수입되고 있음
- 주요 브랜드 : 미국 WOHO, HSUS, Tak Xin Hong, Trunature, Prince of Peace 등, 캐나다 Fitx, 오스트레일리아 Swisse

■ 온라인 판매 중인 기타 국가 인삼제품 ■

제품사진	상표명	제품명	규격	가격(위안)
	Prince of Peace 太子 (미국)	서양삼 홍삼환	500mg*50개	150
	Prince of Peace 太子 (미국)	서양삼 홍삼환	40봉지	194
	Prince of Peace 太子 (미국)	서양삼 캔디	2盒6罐装	314
	Prince of Peace 太子 (미국)	서양삼 선물세트	114g*2	798
	WOHO(미국)	서양삼 절편	113g	328
	Trunature(미국)	서양삼 농축캡슐	300개/병	209
	Hsu's 许氏 (미국)	서양삼 절편	100g	140
	Hsu's 许氏 (미국)	서양삼 티백차	1.5g*60봉지	200
	Tak Shing Hong 德成行 (미국)	반야생 서양삼	227g	1,768
	Tak Shing Hong 德成行 (미국)	서양삼 절편	227g	778
	Fitx(加)	서양삼 농축액	30ml	268
	Swisse(澳)	홍삼 액상 드링크	150g	159

※ 출처: 텐마오(Tmall), 징둥(JD), Amazon China

라. 주요 경쟁사 소개

1) 썬신(紫鑫, Zixin) 제약

■ 썬신 제약회사 소개

설립시기	1998년 5월
설립자본	12.8억 위안
회사성격	민영상장(A주), 상장시기: 2007년 3월, 종목코드 : 002118
주요업무	중성약 ⁹⁾ (연구개발, 생산, 판매), 중약재 재배
'17년 영업수익	총 영업수익(13.3억 위안), 인삼제품 수익 비율 54%(7.1억 위안)
공식 사이트	www.jilinzixin.com.cn

■ 제품 및 수익

- 썬신 제약 생산 제품은 반제품(Semi-Finished Product)과 심층 가공 제품으로 나뉘고, 최근 기업의 수익 비중이 증가하고 있음
- 음료, 사탕, 꿀, 차를 포함한 4종의 식품 생산 허가를 취득
- 반제품 인삼 : 백삼, 홍삼, 생건삼 등
- 심층 가공 제품 : 쌍얼(雙耳, Shuang'er) 인삼음료, 인삼·과실·채소 등의 발효음료, 인삼·꿀 절편, 위홍옌(玉红颜, Yuhongyan) 홍삼 아교¹⁰⁾떡, 인삼 경엽(茎叶, 잎) 추출물, 인삼 추출물 및 홍삼 대추 음료 등 제품

■ 썬신 제약 수익 현황 ■

년도	영업수익	인삼제품	인삼제품 비율
	(위안)	(위안)	(%)
2015	633,260,028.20	215,719,576.58	34.06
2016	819,515,547.34	312,385,774.39	38.12
2017	1,327,230,839.27	712,396,250.28	53.68

※ 출처: 기업 연간 보고서

9) 중성약(中成藥) : 중약(한약)을 원료로 환이나 가루, 알약으로 만들어 처방하는 제품

10) 아교(阿膠, 아자오) : 당나귀 겹질을 고아서 만든 것으로 다량의 콜라겐을 포함하고 있으며, 보혈, 보양 작용이 뛰어난 식품으로 알려져 있음

■ 찐신 제약 인삼제품 소개 ■

제품사진	제품명	규격	가격	유통기한
		(g)	(위안)	(개월, 년)
	프리미엄 홍삼 (6년근)	26g	380	10년
	몰드(압축) 홍삼 (3~5년근)	75g	320	10년
	서양삼 절편	30g	85	3년
	인삼·꿀 절편(鲜)	12g	29.9	24개월
	인삼·꿀 절편	100g	198	24개월
	인삼·꿀 절편(鲜)	200g	368	24개월
	인삼차	30g	128	3년
	홍삼편	30g	128	3년
	홍삼 젤리	500g	37	-

제품사진	제품명	규격	가격	유통기한
		(g)	(위안)	(개월, 년)
	홍삼 아교떡 (100g당 5g 홍삼 함유)	300g	298	-
	인삼·과일·채소 드링크 (5년근, 50ml당 0.75g 인삼 함유)	50ml*7개	880	-
	홍삼겔	45g	58	-
	장백산 홍삼고	240g	2,691	-
	인삼·목이버섯 드링크 (5년근, 한 병당 0.81g 인삼 함유)	250ml*24	120	-
	인삼·과일·채소 드링크 (5년근, 한 병당 0.32g 인삼 함유)	250ml*24	120	-

※ 출처: 쑤신 제약 홈페이지, 텡마오(Tmall), 징둥(JD)

■ 유통경로

- 인삼 반제품, 경엽(茎叶, 잎) 추출물, 인삼 추출물의 주요 판매처는 의약품 제조 회사, 약재 도매 유통회사, 프랜차이즈 약국, 무역회사 등이 있음
- 가공제품은 대형마트, 약재 전문판매점, 프랜차이즈 약국을 통해 판매 진행
 - 일반적으로 의약품 또는 건강보조식품을 전문적으로 다루고, 전국적 유통 네트워크를 보유하고 있는 대형 파트너사와 협력해 판매하며, 경우에 따라 협의를 통해 전문 판매대(가판대) 설치

■ 제품 R&D 개발 능력

- 중국 과학원, 유명 연구기관과 협력하여 제품개발에 박차를 가하는 등 신제품 개발에 집중하고 있으며, 가공기술, 유전자 측정 등 주요 분야의 기술을 보유하고 있음
 - 2011년 2월 ‘쯔신 제약 - 통화시(通化市, Tonghua) 정부 - 중국 과학원 베이징 유전자연구소’가 협력해 인삼 유전자 계보 완성
 - 동 연구를 통해 인삼의 품종, 가공, 기술 및 제품 연구개발 등 쏘 밸류체인에 걸쳐, 인삼의 ‘질적’, ‘양적’, ‘병(病)적’ 문제해결을 가능하게 함
- 인삼 연구개발센터 설립 : 지린 쯔신(紫鑫, Zixin) 인삼연구유한공사
 - 주로 인삼의 기초(인삼 계보), 건강보조식품, 인삼 신식품원료 및 재배기술에 대한 연구를 진행
- 인삼 재배지 연작장애 해소, 무농약 재배, 첨단 추출기술(초임계 추출법), 인삼 추출물 순도 향상(바이오효소 분해기술 결합하여 잔류 유기염소 등 제거), 과다복용으로 인한 발열문제 해결 등

■ 향후 발전계획

- 2022년 150억 규모의 인삼제품을 생산하고(인삼 생산 100억 위안, 인삼 가공제품 생산 40억 위안), 중국 인삼산업을 주도하고 중국을 대표하는 인삼 전문 브랜드로 성장시키는 것을 목표로 함
 - 인삼 재배지 14개 → 30개, 가공 공장 6개 → 8개로 확대
 - 재배면적 500만㎡, 그중 6년근 이하 3,636만 뿌리, 7~12년근 3,284만 뿌리, 15~16년근 290만 뿌리의 산양삼 수확 목표
 - 인삼 가공제품 수 41개 → 100개로 증가, 고부가가치 창출
 - 중국 국내 및 해외 판매점을 10,000개로 확대해 50억 위안의 수익 확보가 가능한 글로벌 기업으로 성장

2) 이성(益盛, Yisheng) 제약

■ 회사 소개

설립시기	1997년 6월
설립자본	3.3억 위안
회사성격	민영상장(A주), 상장연도 : 2011년 3월, 종목 코드 : 002566
주요업무	의약품, 건강보조식품, 화장품(연구개발, 생산, 판매)
'17년 영업수익	총 영업수익(10.3억 위안) , 인삼제품 수익 비율 7.65%(7,910만 위안)
공식 사이트	www.yisheng-pharm.com

■ 제품 및 수익

- 이성 제약은 중국 최초의 ‘인삼 뿌리 - 줄기 - 잎 - 꽃 - 과일’ 전 분야에 걸쳐 중국 국가 식품·의약품 관리국에서 승인한 약품번호를 취득한 제품을 보유하고 있는 기업임
- 이성 제약은 인삼 재배, 가공 외 의약품, 건강보조식품, 식품, 화장품에 걸쳐 생산 및 연구개발 체계 기(既)구축
- 인삼 재배방식 : 비(非)임지 인삼 재배, 2017년 인삼 재배 면적 약 6,300묘(亩)¹¹⁾ (420만㎡)
 - 2017년 이성 제약의 인삼 및 서양삼 수확면적은 832묘이며, 그중 서양삼 31톤을 판매해 71만 위안의 수익을 확보함
 - 2017년 이성에서 자체적으로 연구 재배한 ‘이성(益盛, Yisheng) 한삼 1호’를 처음 수확했으며, 사포닌, 중금속 함량 등에서 좋은 평을 받음

- 건강보조식품 : 홍삼 엑기스, 홍삼정 두 제품의 판매수익은 6,423.4만 위안으로 전년 대비 73.7% 성장했으며, ‘이성(益盛, Yisheng) 한삼 홍삼 농축액’ 판매수익은 800.5만 위안에 달해 2017년 건강보조식품 수익이 큰 폭 상승함

11) 묘(亩) : 중국식 토지 면적 단위로 1(亩)=666.67㎡(우리나라의 200평)

Ⅱ 여성 제약 수익 현황 Ⅱ

년도	영업수익	인삼제품	인삼제품 비율
	(위안)	(위안)	(%)
2015	633,260,028.20	215,719,576.58	34.06
2016	819,515,547.34	312,385,774.39	38.12
2017	1,327,230,839.27	712,396,250.28	53.68

※ 출처: 기업 연간 보고서

Ⅱ 여성 제약 인삼제품 소개 Ⅱ

제품사진	제품명	규격	가격	유통기한
		(ml, g)	(위안)	(개월)
	홍삼 농축액	600ml	675	24
	인삼(鮮)	>=75g	168	24
	인삼 스킨로션 세트	1000g	1,766	24
	인삼 마스크 팩 세트	180g	1,966	24
	인삼 액상 마스크 팩	100ml	196	24
	화장품	385ml	5,356	24

※ 출처: 여성 제약 홈페이지, 텐마오(Tmall), 징둥(JD)

■ 유통경로

- 의약품은 회사 자체적으로 보유한 유통채널을 이용해 판매하고 있으며, 건강 보조식품은 프랜차이즈 대형약국 또는 피부관리실 등의 오프라인 채널을 주로 이용함

■ 제품 R&D 능력

- ‘인삼 뿌리 - 줄기 - 잎 - 꽃 - 과실’ 관련 제품의 약품번호 취득한 중국 내 유일한 기업으로, 인삼과 서양삼의 심층 연구에 주력해왔으며, R&D 투자비용이 영업 수익의 3%에 달함

■ 여성 제약 R&D 투자 현황

구분	단위	2016년	2017년	동기대비 성장률
R&D직원 수	(인)	247	252	2%
R&D직원 수 비중	(%)	13.2	13.8	1.5%
R&D 투자 금액	(위안)	27,088,085.20	33,437,616.45	23.4%
R&D영업수익 대비 투자 비율	(%)	0.88	3.23	12.2%

※ 출처: 기업 연간 보고서

■ 회사 경쟁력

강점	내용
인삼 산업 밸류체인	- 전통과 현대 기술을 결합한 인삼산업의 밸류체인 확보를 목표로, 기(既)보유한 제약업 역량을 기반으로 인삼사업 확장 중 6대 인삼사업 영역(인삼재배, 가공, 의약품, 건강보조식품, 식품, 화장품) 선정해, 상호간의 공동 발전 추진
브랜드	‘이성(益盛, Yisheng)’은 공상국 승인을 받은 중국 유명 브랜드로 의약산업에 있어 탄탄한 브랜드 이미지 구축하고 있음 ‘이성(益盛, Yisheng)한삼’은 인삼제품과 화장품 판매로 소비자 인지도가 점점 높아지고 있음
연구개발	로컬 약재 자원의 우세함을 이용해 인삼·서양삼의 중약재 외, 줄기, 잎, 꽃, 과실 등에 대한 종합적인 연구개발 진행 → 중국 내 최초 인삼 전반을 이용하는 의약 제조기업으로 부상
마케팅	- 기업 내 노하우와 경쟁력 보유한 영업 판매 팀 조직(인센티브 등의 장려제도 개선해 효율 극대화 모색) - 상품, 판매경로에 따라 각각에 상응하는 차별화되고 전문적인 마케팅팀을 조직해 대응 중
자원 (원재료)	- 회사가 위치한 지란성 지안시는 장백산의 남쪽 기슭에 위치해 800여종의 중약재가 나는 곳으로 유명하며, 인삼, 서양삼 등 귀한 약재가 많이 남 - 제품생산에 필요한 주요 원재료를(인삼, 인삼 과실, 서양삼, 오미자 등) 현지에서 조달해 품질이 우수하고 원가절감 실현 가능

※ 출처: Nemo CCG 정리

3) 캄메이 신카이허(康美新開河, Kangmeixinkaihe)

■ 캄메이 신카이허 회사 소개

설립시기	2009년 4월
설립자본	3.5억 위안
회사성격	민영상장(A주), 캄메이(康美) 제약 자회사, 종목 코드 : 600518
주요업무	인삼, 중약재, 특산품(재배, 매입, 판매) / 야생삼, 녹용, 벌꿀, 농산물(매입, 판매) / 식용 농산물, 건강보조식품, 드링크제, 캡슐 등 판매
'17년 영업수익	캄메이 제약 - 총 영업수익 : 264.8억 위안
공식 사이트	www.kmxkh.com

■ 제품 및 수익

- 중약재, 건강보조식품, 인삼식품, 지역 특산품 등 9개 분야의 300여 개 제품을 생산해 중국 전역에 판매하고 있음
 - 중국 내 '신카이허(新開河, Xinkaihe)', '완더우(玩都, Wandou)' 등 184건의 상표등록을 마쳤으며, 신카이허는 국외 11개국 또는 지역에 48건의 상표를 등록함
- 신카이허는 약 2,800여 모(亩)의 인삼 재배지를 보유하고 있으며, 자체 개발한 '신카이허 1호', '신카이허 2호', '캄메이 1호'는 품종검증위원회 심의를 통해 7개의 국가표준(수정판) 제정 작업에 참여함
- 2017년 신카이허 인삼제품 생산량과 판매량은 전년 대비 각각 76.3%, 134.3% 성장함

■ 신카이허 수익 현황 ■

년도	생산량	성장률	판매량	성장률	재고량	성장률
	(톤)	(%)	(톤)	(%)	(톤)	(%)
2017년	378.69	76.3	269.50	134.3	288.82	60.8
2016년	214.84	5.6	115.02	-33.6	179.63	125.1
2015년	204.11	35.8	173.21	-6.4	79.81	63.2

※ 출처: 기업 연간 보고서

■ 캄메이 제약 수익 현황_신카이허 지주회사 ■

(단위: 억 위안)

구분	2018년 상반기	2017년	2016년	2015년
영업수익	169.59	264.77	216.42	180.67

※ 출처: 기업 연간 보고서

- 신카이허가 자체 개발한 인삼·꿀 절편, 인삼 탕약, 인삼/홍삼 겔 등은 생산 허가 기(既)취득했으며, 신카이허 홍삼 및 홍삼 캡슐, 차 등은 '장백산 인삼' 브랜드로 생산 중
- 신카이허는 우수한 홍삼 및 홍삼제품 가공기술을 보유하고 있으며, 신카이허 홍삼은 단단한 질감, 밤색 빛깔을 띠고 모양이 길고 아름다우며, 쓴맛이 적고 부드럽고 썰었을 때 무늬가 선명한 특징을 보임

신카이허 인삼제품 소개

제품사진	제품명	규격	가격	유통기한
		(ml, g)	(위안)	(개월)
	홍삼분말 (5~8년근)	100g	149	36개월
	홍삼차	60g	258	24개월
	인삼·영지 드링크	50ml*8	1,500	24개월
	홍삼편 (5~8년근)	60g	198	5년
	인삼(鮮) (5~8년근)	120g	168	15~30일
	서양삼 편 (캐나다 수입, 5~8년근)	60g	139	36개월
	서양삼 편 (3~5년근)	60g	136	36개월
	홍삼 (5~8년근)	150g	239	5년

※ 출처: 신카이허 홈페이지, 텐마오(Tmall), 징둥(JD)

■ 유통경로

- 오프라인과 온라인 플랫폼을 적극적으로 활용하고 있으며, 주요 온라인 쇼핑몰 입점 등 다양한 신규 유통경로 개발 중
 - 텐마오, 징둥, 웨이핀후이(VIP Shop) 등 주요 온라인 쇼핑몰에 입점했으며, 의약품 전문채널(상유평안하오이성(上游平安好医生), 주이160(就医160) 등)과도 협력 중에 있음
 - 자체적으로 '캉메이 중약재 도매 무역'의 B2B 전자상거래 플랫폼 구축해 시범운영 중에 있음

■ 제품 R&D 능력

- 자체 개발 중인 '신카이허 홍삼'은 제16회 제네바 국제 발명 및 기술 박람회에서 금상 수상
 - 新品종 '신카이허 1호', '신카이허 2호' 재배하고 있으며, 홍삼정 등 건강보조 식품 개발 중
- 캉메이 신카이허(康美新开河, Kangmeixinkaihe)는 인삼 찌는 방법, 유기농 인삼 재배방법 등 6건의 발명 특허와 7건의 디자인 특허를 보유
- 《야생삼 가공 및 저장기술 규범》, 《야생삼 감정 및 품질 등급》 등 7가지 인삼 관련 국가 표준 제정에 참여
- 회사가 10억 위안 투자하여 설립한 '캉메이(康美, Kangmei) 제약 산하 인삼 산업원'은 글로벌 수준의 인삼 생산라인과 자동화 정도가 높은 인삼가공 생산설비를 도입했으며, 연간 가공능력이 4,000톤 이상에 달함

■ 향후 발전계획

- 향후 중약재, 인삼 식품, 건강보조식품 개발에 중점을 두고, 다양한 제품 판매 루트 개발
- 2020년 인삼 재배지 4,500亩 이상 확보하며, 인삼산업의 표준화·규모화에 공헌

5

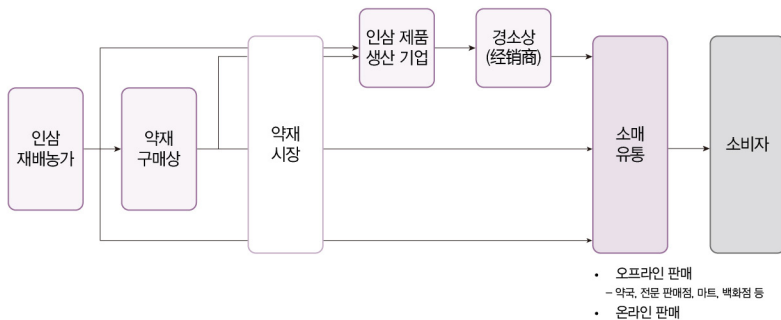
유통 현황

가. 유통 구조

1) 중국 로컬 제품

- 중국 로컬 인삼제품 유통구조를 보면, 일반적으로 수삼과 건삼의 원제품은 약재 시장을 통해 거래가 이루어지고 있으며, 가공된 제품은 약국, 마트, 전문점 등의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰의 전자상거래 플랫폼을 통해 판매되고 있음

■ 중국 로컬 인삼제품 주요 유통경로 ■

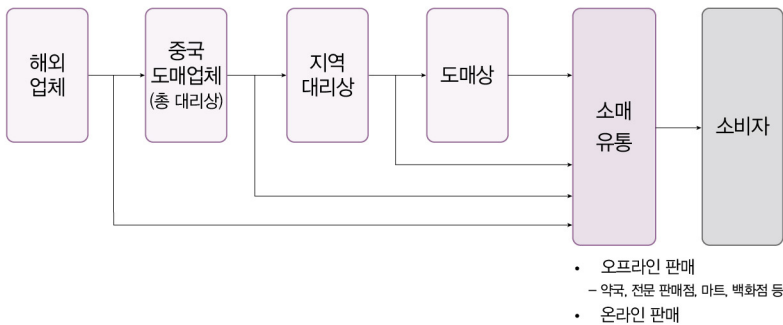


※ 출처: 관련 논문, Media Research, Nemo 정리

2) 수입 제품

- 수입 인삼제품은 크게 ① 자체적으로 판매 루트 개척·발굴, ② 현지 대리상과 협력 등 두 종류로 나뉘며, 비용, 판매 네트워크 등을 고려해 시장 진입 초기 대리상을 통해 판매하지만, 일정 시장 확보 후 자체적으로 판매 루트 확대 추진
- 정관장 역시 초기 현지 대리상을 통해 중국 시장 내 판매를 진행했으나, 2009년 상해 법인 설립 이후 ① 현지 대리상 협력 ② 직영 판매점 ③ 온라인 쇼핑몰 입점 ④ 홈쇼핑 등 유통 경로 다각화 추진

■ 수입 로컬 인삼제품 주요 유통경로 ■



※ 출처: 관련 논문, Media Research, Nemo 정리

나. 주요 유통채널 특징

1) 중약재 교역 시장

- 중국 내 각 시장 규모는 상이하지만 약재를 전문적으로 취급하는 중약재 시장은 백여 개에 달하며, 국가표준 심의를 통과한 18개 시장 외에도 지방마다 중약재 시장이 있음
- 중국 최대 인삼시장은 지린성 푸쑹현(抚松, Fusong) 완량진(万良镇, Wanliang)에 위치한 ‘장백산인삼’ 시장임

■ 중국 국가 심의 통과한 18개 중약재 시장 ■

분류	중약재 시장	특징
국가급 중약재 전문시장	안웨이하오저우(安徽亳州) 중약재 시장	• 중국 내 규모가 제일 큰 중약재 전문 거래시장, 연간 거래액 100억 위안
	허난위저우(河南禹州) 중약재 전문시장	• 중국 4대 “약(药)의 도시” 중 하나. 연간 거래액 10억 위안 이상
	청두허후츠(成都荷花池) 중약재 전문시장	• 서부지역 최대의 중약재 시장. 하루 판매액 500만 위안 이상
	장시장수(江西樟树) 중약재 시장	• 현대 네트워크 시설과 전자 주문 시스템, 물류 시스템 보유
	허베이안궈(河北安国) 중약재 전문시장	• 중국 북부 최대의 중약재 전문시장
	광저우칭핑(广州清平) 중약재 전문시장	• 화남(华南) 지역 최대 중약재 도매시장 및 수출입 무역 항구
	광둥성푸닝(广东省普宁) 약재 전문시장	• 하루 평균 출시 품종 1,000개 이상, 연간 거래액 14억 위안 이상
	후난웨이화반차오(湖南岳阳花板桥) 중약재 시장	• 가장 먼저 허가된 8개 중약재 전문시장 중 한 곳. 연간 거래액 3억 위안 이상
	충칭시제팡루(重庆市解放路) 중약재 시장	• 가장 먼저 허가된 8개 중약재 전문시장 중 한 곳
	하얼빈싼커수(哈尔滨三棵树) 중약재 시장	• 동북3성 및 네이멍구(内蒙古)지역 유일한 중약재 전문 시장
	란저우황허(兰州黄河) 중약재 전문시장	• 연간 거래액 약 2억 위안

분류	중약재 시장	특징
국가급 중약재 전문시장	시안완서우루(西安万寿路) 중약재 전문시장	• 하루 평균 거래액 150만 위안 이상. 신장(新疆), 간쑤(甘肃), 랴오닝(辽宁), 칭하이(青海), 닝샤(宁夏) 등 주변 시, 현(县)에 판매
	후난성사오동현(湖南省邵东县) 렌차오(廉桥) 약재 전문시장	• “남부 약의 도시”, 연간 거래액 10억 위안 이상
	산둥성취안정현(山东省鄄城县) 순왕(舜王) 약재시장	• 산둥(山东)유일의 약재 전문시장. 연간 품종별 판매량 5만 톤, 거래액 3억 위안
	후베이성치저우(湖北省蕪湖) 중약재 전문시장	• 창장(长江) 중하류 부근의 중요한 중약재 집산지, 연간 거래액 6억 위안
	광시위린(广西玉林) 중약재 전문시장	• 최첨단 중약재 검사센터를 갖추고 있으며 연간 거래액 10억 위안 이상
	간쑤룽시(甘肃陇西) 중약재 전문시장	• “오래된 약의 고향”, “시베이(西北) 약의 도시”라는 명칭 보유. 연간 거래액 13억 위안
	윈난쿤밍쥐화위엔(云南昆明菊花园) 중약재 전문시장	• 전국 최초로 기업화 관리 실시. 성 전체 한약재 공급량 80% 이상. 연간 거래액 20억 위안 이상
인삼 산지의 원료 (原料) 거래시장	지린완량(吉林万良) 장백산 인삼시장	• 중국 뿐 아니라 아시아 최대 인삼무역 전문시장 • 인삼 거래량 전국의 80% • 연간 거래액 170억 위안 이상
	통화쾌이다(通化快大) 인삼시장	• 인삼특산물거래센터, 인삼창고물류센터, 인삼연구개발촉진센터, 인삼문화관광센터 및 인삼산업마케팅플랫폼 구축 • 연간 거래액 50억 위안 이상
	지안칭허(集安清河) 인삼시장	• 전국 최대의 산삼 산지 • 인삼 생산량 성(省) 전체의 1/6, 전국의 8/1 • 연간 거래액 27억 위안
	랴오닝둥베이(辽宁东北) 녹용 중약재 전문시장	• 녹용, 작삼, 동북특산 제품 전문시장

※ 출처: Media Research, Nemo 정리

2) 의약품 판매 기업

- 약국의 전문성은 소비자들의 높은 신뢰를 받고 있으며, 특히 최근 몇 년 사이 인삼을 비롯한 유명 중약재 판매가 활발해짐
- 2010년 건강보험료 납용 등의 문제로 인해 약국 내 건강보조식품 판매가 제한됨
 - 지역별 의료보험 정책이 다르기 때문에 ‘건강보조식품의 약국 판매 제한 정책’에도 차이점이 존재. 그 예로 장쑤성, 장시성에서는 약국 내 건강보조식품 판매를 금지하지만, 광둥성, 윈난(雲南省)에서는 여전히 허용하고 있음

2017년 중국 의약품 기업 TOP 15 및 매출액

(단위: 만 위안)

순위	기업명		매출액
1	国药控股国大药房有限公司	국약투자국대약방유한공사	1,107,951
2	中国北京同仁堂(集团)有限责任公司	중국북경동인당(그룹)유한책임공사	912,020
3	雲南鸿翔一心堂药业(集团)股份有限公司	윈난홍상일심당약업(그룹)주식유한공사	850,891
4	湖南老百姓大药房连锁有限公司	후난노백성약방체인유한공사	833,313
5	广东大參林连锁药店有限公司	광둥다삼림체인약국유한공사	830,838
6	重庆桐君阁大药房连锁有限公司	충칭동군각대약방체인유한공사	725,001
7	益丰大药房连锁股份有限公司	익풍대약방체인주식유한공사	560,087
8	上海华氏大药房有限公司	상하이화씨대약방유한공사	416,633
9	湖北同济堂药房有限公司	후베이동제당약방유한공사	382,051
10	遼寧成大方圆医药连锁有限公司	리아오닝성대방원의약체인유한공사	362,584
11	漱玉平民大药房连锁股份有限公司	수옥평민대약방체인주식유한공사	286,120
12	雲南健之佳健连锁药店股份有限公司	윈난건지가건체인약방주식유한공사	257,215
13	贵州林大药房零售连锁有限公司	귀주지임대약방소매체인유한공사	243,527
14	甘肃德生堂医药科技集团有限公司	감숙덕생당의약과기그룹유한공사	186,902
15	河南仲景大药房股份有限公司	하남장중경대약방주식유한공사	179,520

※ 출처: 중국 상무부

3) 전자상거래 플랫폼

- 전자상거래의 눈부신 발전으로 온라인을 통한 건강보조식품 판매가 확대되고 있으며, 카이허(新开河, Xinkaihe), 정관장 등 건강보조식품 생산업체가 입점한 텐마오, 징둥 외, 주저우통(九州通, Jiuzhoutong), 구어야오콩구(国药控股, Jiuyaokonggu) 등의 대형 의약품 유통업체 역시 자체적으로 온라인 판매채널을 구축하고 있음

■ 건강보조식품 판매 주요 전자상거래 플랫폼 소개 ■

플랫폼 명	설립 년도	특징	홈페이지
징둥(京东, JD)	1998	- 주요 인삼 브랜드 모두 판매 중 - JD 직영, 브랜드 직영, 제3자 대리 판매 등의 방식으로 판매 진행 - 정관장 : JD 직영과 브랜드 직영으로 판매 중 - 장백산인삼 : 브랜드 직영(플래그십 스토어) 판매	http://www.jd.com
텐마오(Tmall)/ 타오바오 (Taobao)	2003	- Taobao는 C2C 플랫폼으로 인삼점이 주를 이룸 - 한국 인삼은 구매대행으로 판매 - Tmall은 B2C 플랫폼으로 Tmall에서 자체적으로 운영하는 약국, 브랜드 전용관(입점형) 등을 이용해 판매	http://www.taobao.com/ http://www.tmall.com
당당(当当, Dangdang)	1999	- 오픈플랫폼 형식 - 직영 판매 인삼 브랜드 : 정한(正韩)	http://www.dangdang.com
amazon	2000	'직영+오픈플랫폼' 두 가지 방식으로 인삼 및 인삼제품 판매 - 한국 고려인삼 브랜드 : 정관장, 일화인삼 - 장백산인삼 브랜드 : 신카이허(新开河), 통런탕(同仁堂), 화한(华韩) - 서양삼 브랜드 : WOHO, 타이쯔(太子), Now Foods	https://www.amazon.cn
하오야오스 (好药师) 인터넷약국	2009	- 중국 최대의 의약품 유통기업 “주저우통(九州通)” 산하의 의약품 소매 체인기업 - 주요 판매 브랜드 : 통런탕(同仁堂), 신카이허(新开河), 정한(正韩) 및 조선 개성인삼	http://www.ehaoyao.com

플랫폼 명	설립 년도	특징	홈페이지
카이신런 (开心人) 인터넷약국	2010	• 카이신런(开心人)약국의 온라인 플랫폼 • 인삼제품이 비교적 적고, 서양삼 위주 • 주요 판매 브랜드 : 통런탕(同仁堂), 룡바오(龙宝)	http://www.360kxr.com/
다선린(大參林)	2007	• 중국 10대 약국 체인기업 - 광둥다선린(广东大參林) 체인 유한공사 산하의 온라인 플랫폼 • 제품은 고려인삼 위주. 브랜드는 화한(华韩)	http://www.edsl.com.cn

※ 출처: 주요 쇼핑몰 홈페이지, Nemo 정리

■ 중약재 판매 주요 전자상거래 플랫폼 소개 ■

플랫폼 명	설립 년도	특징	홈페이지
캉메이중야오왕 (康美中药网), 캉메이e야오구 (康美e药谷)	2011	• 보관, 판매, 배송 등 중약재 관련 종합 서비스 플랫폼 • 17개 지역에 서비스센터를 보유: 선전(深圳), 광저우(广州), 판안(磐安), 난징(南京), 항저우(杭州), 우한(武汉), 핑이(平邑) 등 • 약 380여 개 산지로부터 중약재 조달 • 2016년 판매 품목 138개, 매출액 57.9억 위안	http://www.kmzyw.com.cn/ http://www.km518.cn
야오통왕 (药通网)	2005	• 회원 수 16만 명 • 연 거래량 100억 위안	http://www.yt1998.com
중야오재딩신왕 (中药鼎信网)	2010	• 화남(华南)지역 중심으로 발달, 회원 수 2만 명 • 다수의 제약회사와 파트너십 체결	http://www.zycdxw.com
중야오텐다왕 (中药天地网), 중야오청서통 (中药诚实通)	2012	• 5천여 가지 중약재 취급 • 매년 오프라인 거래액 180억 위안, 온라인 거래액 8억 위안	http://www.zyctd.com
중야오마오이왕 (中药贸易网)	2008	• 대리 매매 업무, 품질검사, 자문 등 다양한 서비스 제공	http://www.zymyw.com

플랫폼 명	설립 년도	특징	홈페이지
아오차이잉 (药财盈), 원펑야오차이 오이위(文峰药 材交易城)	2011	- 간쑤후이썬(甘肃惠森) 제약이 2억 위안 투자, B2B 개발 - 연간 거래품목 3,000종 이상, 연간 매출액 50억 위안 이상	http://www.gshsyy.com
전야오차이 (珍药材), 동팡중야오차이 (珍药材&东方 中药材网)	2014	- 의약품 상장사 주저우통(九州通)의 중약재 전자상거래 회사 - 산업정보+B2B, B2C 서비스 제공	http://www.zyczy.com

※ 출처: 주요 쇼핑몰 홈페이지, Media Research, Nemo 정리

■ 인삼 판매 주요 전자상거래 플랫폼 ■

플랫폼 명	설립 년도	특징	홈페이지
통화쾌이다 런선차예위안 (通化快大人参 产业园)	2017	2017년 온라인 인삼 판매액 약 5억 위안 전국 최초 “인삼 전자상거래 산업단지”	http://www.zgrs888.com
청허런선상청 (清河人參商城)	2016	수삼, 산양삼, 야생삼, 건삼 등의 인삼제품, 동북특산품 등 거래품목 추가 판매 품종이 다양하고 품질도 우수함	http://www.qhrssc.com
중귀런선귀지청 (中国人参国际 城)	2016	지린 신허위안(鑫和元) 회사에서 운영 수삼, 생건삼 등 인삼제품 및 특산품을 주로 판매 소규모 브랜드가 비교적 많음	<a href="http://www.china-ginse
ng.com">http://www.china-ginse ng.com
런선교우 (人參购)	2012	지린푸쑹(抚松, Fusong) 산지의 인삼 전문 공급업체 주로 선삼 인삼 가공 제품 판매 서양삼제품은 Lavitol 브랜드에서 수입	http://www.renshengou.com
창바이산귀지선 릉왕 (长白山国际参 茸网)	2014	세계 최초의 인삼, 녹용 전문 판매 온라인 플랫폼 홍콩국제선저우이순풍원생태실업(森舟一帆风顺原生态实业)그룹유한공사가 2,000만 위안 투자 진행	http://www.ihealbox.com

※ 출처: 주요 쇼핑몰 홈페이지, Media Research, Nemo 정리

■ 주요 플랫폼 인삼제품 판매 현황

- 징둥(JD)

- 징둥 내 동베이(東) 건삼, 수삼, 서양삼 및 관련 인삼 가공 제품 등을 포함해 163개 브랜드 인삼제품이 판매되고 있으며, Top 3로 ① 청위안탕(靑源堂), ② 원산탕(問善堂), ③ 통런탕(同仁堂)을 꼽을 수 있음

■ 징둥(JD) 내 판매 중인 인삼 브랜드 Top 5 ■

브랜드	주요제품	평가횟수 (만 번)	제조업체
청위안탕 (靑源堂)	서양삼 편, 말린 정삼(整參), 수삼	18+	선양청위안탕(瀋陽靑源堂) 사업유한공사
원산탕 (問善堂)	말린 인삼, 기타 보건품	6.2	하오저우원산탕(豪州市問善堂) 제약과학기술유한공사
통런탕 (同仁堂)	서양삼 편, 정삼(整參), 홍삼, 인삼분말, 서양삼 캡슐	5.4	베이징통런탕(北京同仁堂) 건강제약유한공사
반산농 (半山農)	인삼, 인삼 편, 인삼분말	5.1	샤먼반산농(廈門半山農) 인터넷과학기술유한공사
가오리선 (高麗參)	고려인삼 음료, 환약, 인삼분말, 엑기스	4.4	바이산시이판건위안(白山市一品根源) 인삼녹용 특산물유한공사

※ 출처: 징둥(JD) 홈페이지

▮ 징등(JD) 정삼(整參) 제품 판매 및 소개 ▮

브랜드	가격	규격	연근	제조업체	평가횟수 (만 회)	분류
청위안탕 (靑源堂)	168	5채 100g	3~5년	선양청위안탕(瀋陽靑源堂) 사업유한공사	18+	중국 장백산 인삼
통런탕 (同仁堂)	188	2채 50g	기타	베이징통런탕(北京同仁堂) 건강제약유한공사	5.4	랴오닝 인삼
반산농 (半山農)	129	6채 80g	5~8년	샤먼반산농(廈門半山農) 인터넷과학기술유한공사	5.1+	중국 장백산 건삼
카오산장 (靠山莊)	129	100g	5~8년	징위현(靖宇縣)강다(康達) 생태개발유한공사	2.8+	중국 장백산 수삼
정관장	2,090	15채 150g	5~8년	정관장6년근상업(상하이)유한공사	2+	중국 고려인삼
이토허젠 (易天健)	99	80g	기타	지린성이토허젠(吉林省易天健) 인삼업유한공사	1.6+	중국 장백산 건삼
장민 (莊民)	328	5채 100g	3~5년	선전시장민(深圳市莊民) 중약재유한공사	1+	중국 장백산 건삼
라오구터우 (老谷頭)	168	7채 80g	5~8년	지린성라오구터우(吉林省老谷頭) 인삼녹용유한공사	1	중국 장백산 건삼
아오둥 (敖東)	78	50g	5~8년	지린성아오둥(吉林敖東) 제약그룹주식유한공사	0.91	중국 장백산 건삼
룽바오 (龍寶)	235	75g	5~8년	룽바오(龍寶)인삼녹용주식유한공사	0.89	중국 고려인삼

※ 출처: 징등(JD) 홈페이지

■ 텐마오 내 판매되고 있는 인삼 브랜드는 약 204개

■ 텐마오(Tmall) 정삼(整參) 제품 판매 및 소개 ■

브랜드	가격 (위안)	규격	연근	제조업체	판매량 (개/월)	분류
양이(陽乙)	29.8	4채 50g	4~5년	창춘시(長春市)양이(陽乙) 무역유한공사	7,797	중국 장백산 인삼
카오산장 (靠山庄)	69	6~8채 250g	5년	징위현(靖宇縣)캉다(康達) 생태개발유한공사	5,636	
충선(崇參)	39	50g	6년	통화현(通化縣)충선(崇參) 인삼재배전문합작사	4,965	
지안장 (吉韓庄)	59.9	50g	-	창춘시(長春市)지안(吉韓) 인삼업유한공사	4,664	
썬싱(森行)	59.8	250g	-	통화썬통(通化森董) 인삼녹용무역유한공사	2,763	
린젠(林間)	29.9	50g	-	통화현(通化縣) 린젠(林間)상무유한공사	2,368	
라오구터우 (老谷頭)	98	250g	5~6년	지린성(吉林省)라오구터우 (老谷頭)인삼녹용유한공사	1,788	
짚자산거우 (咱家山溝)	38.8	100g	-	지안시(集安市)루이타이 (瑞泰)특산품판매유한공사	1,624	
후이커둬 (回客多)	98	250g	-	창춘시(長春市)위선(御參) 인삼업유한공사	1,307	

※ 출처: 징둥(JD) 홈페이지

4) 대리상/경소상

- 대리상(代理商), 경소상(經銷商)¹²⁾, 무역상과의 협력은 중국 내 인삼제품 유통에 있어 중요한 부분이며, 중국 전역을 커버하는 대리상/경소상(經銷商) 수는 많으나 규모는 차이가 큼
- 규모가 큰 기업에서 인삼제품은 다양한 대리 상품 중 하나이며, 인삼과 녹용을 전문으로 취급하는 대리상의 규모는 크지 않아 시장확보에 제약이 있음

12) 대리상, 경소상 : 경소상(Vender) 제조업체로부터 상품을 구입해 소비자에 판매하는 중개 판매상으로, 상품에 대한 소유권과 매매차익에 대한 권리가 있으며, 대리상(Agent)은 제조업체의 대리인으로서 '중개수수료'를 통해 수익 확보

다. 주요 인삼 교역시장

1) 지린완량(吉林萬良)

■ 지린완량 시장 소개

설립일	1989년 설립, 1992년 확장
면적	5.4만㎡, 프리미엄 인삼시장, 수삼 8,700㎡
경영업적	중국 전국 인삼거래량 중 80% 점유, 연간 거래액 170억 위안 이상, 2020년 550억 위안 규모로 성장 전망
명예	2006년 중국 국가 상무부로부터 “슈양바이(雙百)기업”이라는 평가를 받음 (100개 대형 농산물 도매시장, 100개 대형 농산물 유통 기업)
주요 취급품	수삼, 야생삼, 백삼, 홍삼, 서양삼, 녹용제품, 각종 농산물
강점/특징	완량진(萬良鎮)은 인삼 산지로, 450여 년의 인삼재배 역사 보유. 장백산 기슭에 위치해 인삼 산업의 시초, 인삼의 고향이라 불림
전자상거래	2013년 9월, 푸쑹완량(撫松萬良) 장백산 인삼 전자상거래 플랫폼 정식운영, 인삼제품의 전자상거래 거래 실현
입주상가	상점 827개, 계절성 상점 1,910개, 인삼 포장업체 15개, 물류업체 5개, 시장 내 수삼 중개인 500~600명, 인삼 건조품 중개인 900~1,000명

- 지린완량 장백산 인삼시장은 세계 최대 규모의 인삼 도매시장으로, 중국 정부로부터 “농업 산업화의 선두기업”이라는 평가를 받았고, 국가 상무부로부터 “슈양바이(雙百) 기업”이라는 평가를 받음
- 통계에 따르면 성수기에는 하루 2.5만 명의 사람들이 인삼 거래를 하고, 연간 거래액이 170억 위안 이상으로 전국 인삼 거래량의 80%를 차지
- 지린완량 시장은 물류시스템에 정보화를 도입. 해룽장성의 헤이허(黑河), 이춘(伊春), 옌벤(延邊)의 둔화(敦化), 안투(安圖), 투먼(圖們), 랴오닝의 신빈(新賓), 형린(恆仁) 등 지역에서 생산된 인삼이 시장에서 거래되고 있으며, 미국, 대만 등 30개 이상 국가와 지역을 커버하고 있음
- 지린완량 시장 인삼가격은 이미 중국 뿐 아니라 글로벌 인삼시장에 영향을 미침

- 향후 발전계획

- 지린완량 시장 소재지인 바이산시(白山市) 정부는 2020년 인삼 산업을 500억 위안, 연간 수출액 25억 달러 규모의 시장으로 성장시키고, 현대화된 인삼 산업 시스템 도입해 ‘중국 인삼의 도시’를 넘어 “국제 인삼 무역센터”로 발전할 계획임

지린완량(吉林万良) 시장

2018년 8월 20일
수확후 지린완량 시장 내 판매



2018년 8월 23일 새벽
가공업체들이 인삼 대량구매



2018년 9월 21일
시장의 거래량 지속 상승



※ 출처: 중국 중약재협회 산하 ‘중약재 천지’ 홈페이지

2) 통화과이다(通化快大)

■ 통화과이다 시장 소개

홈페이지	http://www.zgrs888.com/
주소	지린성(吉林省) 통화현(通化縣) 쥘신(聚鑫) 경제개발구
설립일	2014년 9월 15일
면적	총 면적 18,87만㎡, 선삼 1,200㎡, 건삼 63,363㎡, 산삼 6만㎡
경영업적	2015년 거래액 50억 위안
주요 취급품	주로 가삼, 생건삼, 서양삼 및 각종 인삼 가공 제품
강점/특징	인삼 특산물 거래센터, 인삼 창고·물류센터, 인삼 연구개발 검사센터, 인삼 문화관광센터, 인삼 산업 마케팅 플랫폼
입주상	총 상점 716개, 기업 32개

- 지린성 통화현(通化縣) 쥘신(聚鑫) 경제개발구에 위치하고 있으며, ‘지린성(吉林省) 선웨이(參威) 인삼제품과학기술주식유한공사’가 운영 및 관리 진행
- 향후 발전계획
 - 2020년 인삼 무역, 거래시장 거래총액 100억 위안, 인삼산업 생산총액 25억 위안 규모의 시장으로 성장 및 인삼제품의 친환경, 표준화, 정밀 가공률 60% 달성을 목표로 함
 - 글로벌 수준의 인삼제품 연구개발 기지, 가공 및 판매 시설, 인삼 문화 관광단지 조성

■ 통화과이다(通化快大) 인삼 시장 전경 ■



※ 출처: Media Research

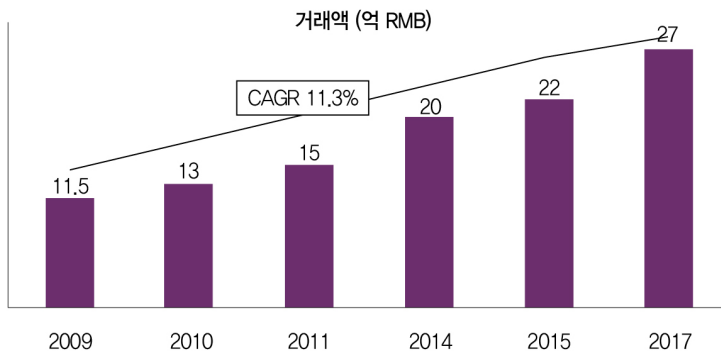
3) 지안칭허(集安淸河)

■ 지안칭허 시장 소개

홈페이지	http://www.chssw.com
설립일	1996년
면적	총 면적 3,6만㎡, 건물 면적 1,1만㎡
온라인플랫폼	http://www.qhrssc.com
경영현황	2017년 시장 거래액 27억 위안
입주상점	총 상점 520개, 그중 개인 상점 168개
강점/특징	Biantiao삼 ¹³⁾ 의 (유일한) 산지이자 중국 최대의 산삼 산지

- 지안칭허(集安淸河)는 Biantiao삼의 유일한 산지이자 중국 최대의 산삼 산지로, 인삼 생산량은 전체 성(省) 생산량의 1/6에 달하고 중국 전국 생산량의 1/8에 달함
- 지안칭허 인삼시장의 2017년 거래액은 27억 위안으로, 2009년 이후 CAGR 11%로 성장
- 향후 발전계획 : 2020년 지안시(集安市) 인삼산업 생산액 100억 위안(인삼 재배 20억 위안, 의약품 45억 위안, 식품 및 건강보조식품 30억 위안, 화장품 5억 위안), 연평균 성장률 14.1% 성장을 목표로 함

■ 지안칭허(集安淸河) 인삼 시장 규모 ■



※ 출처 : 지안칭허(集安淸河) 거래 시장

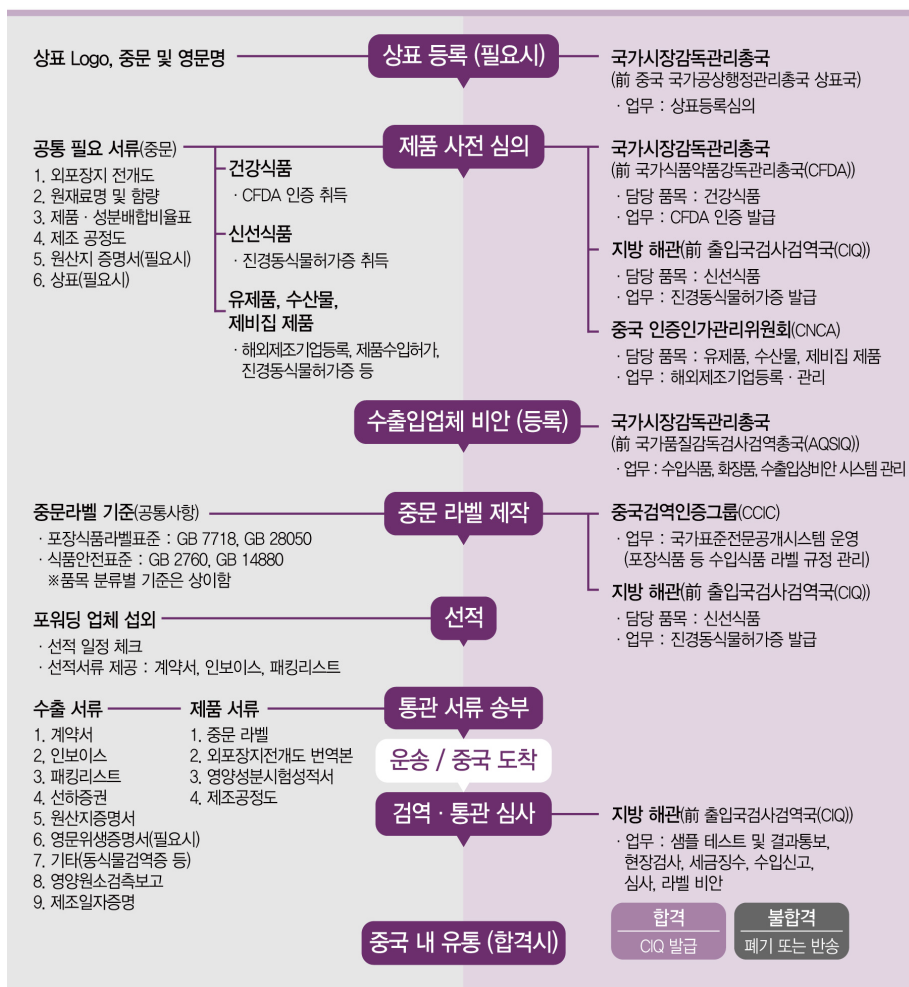
13) Biantiao삼(邊條參) : 장목로(長芦, 목이 긴 삼) 품종에 속하며, 지린성 지안시가 주요 산지인 인삼

6

수출 프로세스 및 이슈

가. 수출 프로세스

한눈에 알아보는 중국 수출입 프로세스



나. HS Code 및 관세율

- 인삼제품의 HS Code 및 관세율은 관세법령정보포털 내 속견표를 토대로 아래 품목에 대해 기준을 확정함
- 제품 수출 시 사전 정확한 HS Code 확인 필요

■ 한국 인삼제품 HS Code 및 대중(對中) 수출 관세율 ■

중국 HS	품명	관세율	
		기본	FTA
1211	인삼	-	-
12112091	신선 인삼(서양 인삼, 야생 인삼 제외)	20.0%	14.6%
12112099	기타 인삼(건조, 냉동 또는 다른 방법으로 가공된 인삼)	20.0%	-
	백삼으로 만든 가루		
	백삼으로 만든 타블렛 또는 캡슐		
	홍삼으로 만든 가루		
	홍삼으로 만든 타블렛 또는 캡슐		
	인삼잎과 줄기		
1209990090	인삼 종자	0.0%	-
13021990	인삼 추출물	9.5%	14.6%
2106909090	인삼 추출물 가루	12.0%	18.7%
13021990	홍삼 추출물	9.5%	14.6%
2106909090	홍삼 추출물 가루	12.0%	18.7%
2106909090	인삼차	12.0%	18.7%
2202990099	인삼음료	5.0%	28.0%
22089090	인삼주	10.0%	8.0%

※ 출처: 관세법령정보포털, 중국 해관총서

- 인삼 추출물(Extract) : 중국 내 인삼 추출물(extract)을 뜻하는 HS Code 1302.19.1110이 없으므로 식물성 수액과 추출물(extract) 중 기타를 뜻하는 HS Code 1302.19.90으로 대체
- 인삼음료 : 중국 내 인삼음료를 뜻하는 HS Code 2202.99.1000이 없으므로 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 중 기타를 뜻하는 HS Code 2202.99.00으로 대체

■ 중국 인삼제품 HS Code ■

품목번호			품명	
1211	20		인삼	人參
1211	20	10	미국의 인삼 뿌리	西洋參
1211	20	20	(인삼 뿌리를 제외하고) 야생 인삼	野山參(西洋參除外)
1211	20	91	신선한 것	鮮的
1211	20	99	기타	其他
1302	1		식물성 수액과 추출물(extract)	植物液汁及浸膏
1302	19	90	기타	其他
2202			설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	加味加糖或其他甜物質的水，包括礦泉水及汽水，其他无酒精飲料(但不包括稅目20.09的水果汁或蔬菜汁)
2202	99	00	기타	其他

※ 출처: 관세법령정보포털, 중국 해관총서

다. 일반식품과 건강보조식품 분류

- 인삼제품의 대중(對中) 수출 시 일반식품과 건강보조식품으로 수출이 가능하다. 일반식품은 '신식품원료' 내 명시된 원료를 사용한 식품으로, 수출 시 포장 및 광고에 제품 기능 및 효능 등에 대한 표기를 할 수 없고, 건강보조식품으로 수출할 경우 중국 국가식품약품관리총국(CFDA)의 건강보조식품 등록 허가를 사전 취득해야 함
- 일반식품은 건강보조식품과 달리 대상 및 섭취량에 대한 제한이 없으나, 신식품 원료인 인삼을 사용한 제품은 라벨 및 설명서 내 부적합한 대상군 및 섭취 제한량 표기가 필수적임

■ 인삼의 일반식품-건강보조식품 비교 ■

항목	일반식품	건강보조식품
제품 원료	5년 및 5년 이하의 인공 재배 인삼 (뿌리와 줄기)	6년근 인삼, 인삼잎, 인삼 열매, 서양 인삼 등
사전 비준	별도의 등록/비안 불필요	CFDA '건강보조식품 등록 허가' 사전 취득 필요
기타	• 기능/효능에 대한 표기 불가 • 사용 대상 구분 없으나, 인삼은 신식품 원료로서 라벨 및 설명서 내 부적합한 대상군 및 섭취 제한량 표기 필수	• 기능/효능에 대한 표기 가능 • 특정 대상 적용

※ 출처: 유관부처/정부기관 홈페이지

라. 중국 수입제도

1) 사전준비

- 국가 표준 확정 : 6년근 인삼을 사용한 제품은 중약재 및 건강보조식품으로 등록 후 수입이 가능하며, 5년 이하의 인공재배 인삼의 뿌리와 줄기를 사용한 제품은 일반식품으로 중국 식품안전 국가표준을 적용해 일반식품 수입이 가능해 수입식품, 식품첨가제, 식품 관련 제품은 식품안전 국가표준에 부합해야 함
 - 인삼 추출물(extract, extract powder)은 중국 《식품안전 국가표준》 내 지린성 식품안전 '지방표준¹⁴⁾(DBS22/034-2015 인삼 추출물(extract, extract powder))'을 적용
 - 인삼음료와 인삼정은 중국 《식품안전 국가표준》 내 '통용표준(GB 7101-2015 음료)'를 적용
- 건강보조식품 등록 : 수출 전 중국 국가 시장관리감독총국(CFDA)의 건강 보조식품 등록 허가¹⁵⁾ 취득 필요
 - 중국 식품 인허가 제도에 따라 특정 기능 보유 식품(피로회복, 혈중 지질개선 등)은 사전에 건강보조식품 인증을 취득해야만 건강보조식품으로 판매 가능

14) 중국 국가표준(GB, Guojia Biaozhun)은 국무원 표준화 행정부서가 업무를 담당하고 있으며, 중국표준화법에 따라 국가표준, 산업표준, 지방표준, 기업표준으로 분류되어 있으며, 총 2만 906항이 있음

15) 2016년 7월 1일 중국은 '건강보조식품 등록비안 관리방법'을 시행해 인증절차를 간소화한 '신고제'를 실시하였으나, 특정 기능을 보유한 건강보조식품은 '등록제'를 통해 인증 받아야 함

■ 건강보조식품 인증 ‘등록’ 절차 ■

등록 절차		소요 시간
제품 분류	제품 분류	3~6개월
시험 서류 제출, 1차 시험 진행	시험 신청, 서류 및 제품 샘플 제출	9~24개월 (*임상 필요 시 18개월 추가)
	위생학, 안정성, 기능 성분 시험	
	안전성 시험	
	기능 검증 시험	
CFDA 신청 및 등록허가증 발급	CFDA 등록 신청	12~18개월
	CFDA 행정 심사	
	CFDA 기술 심사, 재시험, 서류 보완	
	등록허가증 발급	
Total		24개월 이상 소요

- 검역 요구 확인 : 영·유아 조제분유, 유제품, 육류, 수산물, 제비집 생산기업은 CIQ¹⁶⁾ 검역 신고 시 한국 생산공장이 중국 CNCA¹⁷⁾에 등록되어 있어야 수입신고 가능
- 수출 품목이 생산기업 등록 대상에 해당하는지의 여부는 제품 사전검토를 통해 확인 가능
- 통상 제품유형에 따른 HS CODE로 확인, 제품이 공장등록이 요구되는 HS CODE에 해당해도 검역 요건에 부합하는지 추가 확인 필요

■ 검역 단계 ■

1단계	2단계	3단계
식품안전국가표준 확인	포장지, 원재료, 식품첨가제, 영양강화제 심의	중국라벨 제작 및 수출 준비
	검역 요구 조건 확인	

16) 중국출입검역검역국(China entry-exit Inspection and Quarantine bureau)

17) 중국국가인증인가감독관리국(Certification and Accreditation of the People's Republic of China)

- 성분 심의 : 식품안전법 제34조 제1항에 따라, 식품원료가 아닌 것을 사용한 식품, 식품첨가제가 아닌 화학물질이나 기타 유해한 물질 첨가 식품, 회수된 원료를 사용한 식품을 생산 혹은 경영하는 것 금지
- 제품의 모든 원재료, 식품첨가제, 영양강화제는 중국 심의기준에 부합함이 증명되어야 수입 가능

일반 식품에 사용 가능한 원료 기준

원료 구분	품목 예시	심의 기준
특정 지역에서 30년간 전통 식용 관습 보유 및 생산 이력이 있는 원료	오이, 토마토, 당근, 시금치, 커피 등	사용 원료 중국 기준 부합 여부 심의
전통적으로 중약재이면서 식품에도 사용되는 원료	대추, 도라지, 은행, 병얹, 갈근, 감초, 구기자, 어성초 등	
신식품원료	5년간 이하 인삼, 알로에(베라) 등 전통 식용 관습이 없는 동/식물 등 중국 위생부의 신식품원료로 허가받은 원료	
식품첨가제	인산염, 구연산나트륨 등 국가표준 GB2760에서 규정한 식품첨가제	국가표준에 기재된 종류와 품목별 제한량 준수 여부 심의
영양강화제	비타민C, 칼슘, 철 등 비타민과 광물질 등 GB14880에서 규정한 영양강화제	

- 외포장지 심의 : 중국 규정에 따라 작성되어야 하며, 특히 인삼성분 표기에 5년간 이하 인삼임을 필히 기재해야 함
- 제품의 용기나 포장물 모두 증문으로 구성할 경우, 중국 식품안전 국가표준 예포장식품 라벨 통칙 GB7718 등 관련 규정에 따라 포장지 전부 혹은 일부를 증문으로 변경해야 함

한글 포장지 심의 범위

구분	주요 심의 내용	
주 표시면 내용	성분원료, 식품첨가제, 유통기한 기재 위치 대조	한글 내용과 증문 라벨의 내용 일치
전면 표기내용	각종 인증서 마크(유기농 등) 등 적합성 여부 심의	인증서의 중국 규정 부합여부 심의
과대광고 문구 기능성 광고 문구	‘최고급, 세계 최고, 혈관에 좋은~, 변비에 좋은~’ 등 문구 적합성 심의	기능성 관련 문구 삭제

- 중문 라벨링 : 식품안전법 제97조 중문라벨 규정에 따라, 수입 예포장 식품¹⁸⁾과 식품첨가제의 중문 라벨은 필수이며, 중국의 관련 법률, 행정법규 규정과 식품안전 국가표준 내용을 준수해야 함
- 중문 라벨, 설명서가 없거나 규정을 따르지 않을 경우 수입 불가
- 신식품원료인 인삼을 사용한 제품은 라벨 및 설명서 내 섭취 부적합한 대상군 및 섭취 제한량 표기가 필수적임
- 부적합 대상군 : 임산부, 수유기 여성 및 14세 이하 아동 식용 부적합
- 섭취 제한량 : ≤3g/일

중문 라벨 기재 내용

구분	필수/선택	적용 기준
제품 명칭	필수기재 사항	• 식품안전 국가표준 통용표준 - GB7718 예포장식품 라벨통칙 - GB28050 예포장식품 영양성분 라벨통칙 - GB2760 식품첨가제 - GB14880 영양강화제
원산지		
순 중량/규격		
성분표		
생산일자/유통기한		
보관방법		
수입자 혹은 판매자 정보	일부 유형 필수기재	- GB2760 식품첨가제 - GB14880 영양강화제
제품 유형		
영양성분표	필수기재, 일부 유형 생략 가능	• 식품안전 국가표준 제품표준 - GB25191 조제유 - GB17400 라면 - GB7101 음료
알레르기 경고 문구	선택	
조리법	선택	
신식품원료 사용법, 첨가 제한량 기타 규정된 기재내용	필수	

18) 예포장식품(預包裝食品) : 벌크 상태가 아닌 일정 규격으로 정량 포장되어 중량이나 체적이 일정한 포장식품

- 수출(생산)업체 등록 : 질검총국(2012년 55호 공고) 수입식품 수출입상비안관리규정에 따라, 수출 시 AQSIQ 시스템에 관련 정보 등록 필요
 - 수입제품의 안전문제 발생 시, 제품을 신속히 회수하고 해당 수출자(혹은 생산자)가 수출한 제품에 대한 수입금지 조치, 혹은 관련 조사를 신속히 진행하기 위한 규정임
 - 수출(생산)업체 등록 후 바이어에게 등록 번호/조회 번호를 제공하거나, 수입상이 대행 등록해도 무방함
 - 수입업체 등록은 바이어(수입자)가 별도로 진행해야 하며, 영업허가 범위에 '식품수입', 유통범위에 '식품'이 있는 기업에 한해 수입업체 등록서류를 구비하여 시스템 신청 후 원본 등을 관할지 CIQ에 제출해야 함
 - 수입식품/화장품 수출입상비안(등록)시스템 URL : <http://ire.eciq.cn>

2) 통관 서류

- 수출 전 제품과 관련된 모든 자료, 특히 증문 라벨과 제품 포장지 및 성분표의 번역본 등 통관 시 필요한 서류를 일괄 준비 권장
- 바이어 또한 검역조건을 모두 파악하지 못하고 무리하게 수입을 강행하다가 불합격 처리되는 경우도 있음
- 생산자나 수출자가 모든 서류를 구비하고 있다면 바이어 스스로 준비해야 하는 수고를 덜 수 있어서, 같은 제품이라도 수출이 사전에 준비된 업체를 더욱 신뢰하고 선호하는 경향임
- 경작증명서 : 일부 수입항에서는 원료로 사용된 인삼이 5년 이하라는 증빙이 필요한 경우도 있으므로 사전 확인 필요

■ 기본 선적서류 목록 ■

순번	선적서류 준비 항목	발급처	비고
1	HS CODE 확정	-	자문기관 의뢰 가능
2	패킹리스트인보이스 계약서 B/L 발급	수출업체 직접 작성 화물 운송 항공/해운사	중국 해관/CIQ 제출용
3	원산지증명서 발급	대한상공회의소-일반/특혜 관세청-특혜	
4	영문 위생증명서 발급	일반 농식품-식품의약품안전처 수산물-국립수산물품질관리원	CIQ 제출용
5	동/식물검역증 발급 (일부품목)	농림축산검역본부	
6	성분배합 비율표 제조공정도 영양성분시험성적서 외포장지라벨번역본 중문라벨(CCIC 인증서)	중국 식품수출 사전 준비 단계	

- HS CODE 확정 : 국가별 HS CODE 분류에 따라 수입국의 적용 관세율 및 적용 검역규정 등 조회 가능
 - HS CODE 확정을 통해 수출제품의 중국 수입관세율 및 기타 적용세율 파악, 중국 시장 판매가격 설정 가능
 - FTA/APTA¹⁹⁾ 및 당해 연도 잠정세율 적용 여부 등 사전 확인하여 특혜 원산지증명서 제출 시, 관세 혜택으로 인한 비용절감 가능
 - HS CODE에 따라 통관 시 요구되는 특정 검역규정이 있을 수 있으며, 검역 시 제출해야 하는 서류 등 추가될 수 있어 사전 준비 가능
 - HS CODE는 중국 해관총서 홈페이지(www.customs.gov.cn) 및 관세청 홈페이지 내 조회 가능(www.customs.go.kr)

■ 중국 수출 시 납부해야 하는 세금 ■

구분	내용
관세	HS CODE 분류에 따라 정해진 세율로 부과되는 세금
소비세	담배, 화장품, 주류 등에 부과되는 세금
증치세	한국 부가가치세 개념의 세금, 통상 12% 혹은 16%로 분류

- 수출서류 작성 및 신고 : 패킹리스트(P/L)와 인보이스(C/I) 작성 후 세관에 수출신고 및 수출면장 발급 완료해야 원산지증명서 및 영문 위생증명서 신청 가능
 - 패킹리스트(포장명세서) : 수출하고자 하는 품목의 포장에 관한 사항을 상세히 기재한 서류(품목명, 수량, 순중량, 총중량, 용적 등)
 - 인보이스(상업송장) : 수출하고자 하는 품목의 상품명, 수량, 단가, 인도조건, 지급조건 등이 상세히 명시된 거래상품 명세서로, 해당 명세서를 기준으로 중국 수입 통관 시 신고가격 확정 및 관세 부과

19) 자유무역협정(FTA)과 아시아-태평양 무역협정(APTA)

- 계약서(S/C, 판매 계약서) : 수출하고자 하는 품목의 상품명, 수량, 단가 등 P/L과 C/I의 기본내용을 바탕으로 수출자와 수입자 간에 체결한 계약서(명판날인 혹은 사인 필수)
- 비엘(B/L, 선하증권) : 송화인(送貨人)에 대하여 특정 선박에 특정 화물이 적재되었다는 사실 기재하고 수령한 화물의 운송과 인도를 약속하기 위해 선주 또는 선장이 서명하여 발행한 문서
- 원산지증명서(C/O) 발급 : 일반/FTA/APTA 중 관세 부과 금액이 가장 적은 것 한 가지를 선택 후 발급하되, 특혜 원산지증명서의 경우 원산지증명서 발급 요건에 부합해야 함
 - 일반 원산지증명서 : 수출 물품이 우리나라에서 생산(재배, 사육, 제조, 가공 등)된 것임을 증명하는 문서(대한상공회의소 발급)로, 식품은 반드시 원산지증명서를 중국 해관/검역당국에 제출해야 하며, FTA/APTA 특혜 원산지 요구조건에 부합할 경우 해당 원산지증명서를 제출 시 관세혜택 가능
 - FTA 원산지증명서 : FTA 협정품목에 해당하고 원산지 결정 조건에도 부합할 경우, FTA 원산지증명서 신청 발급(대한상공회의소/관세청 발급)으로 협정관세를 적용 가능(주의사항 : 선적 전/후 7일 근무일 내 발급한 것에 한해 인정됨. 만약 해당 기간 내 발급받지 못했다면, 선적일로부터 1년 이내 발급 신청하여 '소급 발급' 문구가 기재될 경우, 관세 차액 환급 가능. 단, 중국 해관에 신고 시 반드시 사후 적용 신청서를 제출해야 함)
 - APTA 원산지증명서 : 한국, 중국, 인도, 스리랑카, 방글라데시, 라오스 등 6개국이 무역 확대를 목적으로 체결한 협정으로, 협정 대상 품목에 한해 양허관세 적용 가능(대한상공회의소 발급) (주의사항 : 선적일로부터 3일 근무일(선적일 포함 근무일 기준) 이내 원산지증명서 신청 및 발급 필수, 3일 초과 시 신청 불가능하므로, 일반 원산지증명서를 제출해야 함)
- 영문 위생증명서(H/C) 발급 : 수출입식품안전관리법 제12조 제3항에 따라, 수출국가 기관에서 발급한 검역(위생)증명서를 검역 시 검역 당국에 제출해야 함(식품의약품안전처 발급)

3) 통관 절차

- 2018년 4월 20일 해관총서는 기업 통관 및 검역신고 통합 시행
 - 2018년 정부가 발표한 《당·국가기관 개혁안》의 시행방안으로 ‘국가질량감독국(AQSIQ)의 출입국 검역 관리 직책은 해관총서로 귀속됨’의 내용을 포함한 공고 발표
 - 기존 해관총국과 출입국검사검역국(CIQ)에서 각각 통관신고와 검역신고를 등록했으나, 상기 정책 시행 후 해관을 통해 해관 수출입 화물 등록 시 해관 및 검역자격을 동시 취득
- 검역신고
 - 화물 도착 후 CIQ에 검역신고 진행, 선적서류, 제품 관련 기본 서류 심사가 진행되며, 통상 전문 검역대행업체(통관업체)에 위탁하여 진행함

■ 검역 신고 절차 ■

진행순서	내용
CIQ 신고	시스템 신고 및 수리
서류심사	기본 선적서류, 제품 관련 서류 심사
증명발급	CIQ시스템 신고 및 심사 통과 후 해관 신고 가능

- 해관신고 및 관세 납부 : CIQ 검역신고 수리 및 통과 후 해관에 화물 신고
 - 1단계 검역신고 불합격 시, 해관신고가 불가능하므로 유의할 것
 - 우선 통관 완료 후 품목 및 가격 심사를 진행하므로, 실제 내용과 다를 경우 행정 처벌 대상이 될 수 있으니 유의할 것
- 검역
 - 중국 지방해관 지정 검역창고에 화물이 입고되면 담당 검역관이 검역
 - 최초 실험실 검역 : 국가표준에서 정한 항목 및 부정기 리스크 검사 항목에 따라 진행, 실험실 검역률은 통상 5~10% 수준임

- 중국은 품목별로 검역 최신 동향을 발표하고 있고 국가표준을 갱신하거나 새로 발표하고 있으므로, 수출하고자 하는 품목의 검역 변경사항이나 통관거부사례 등을 지속적으로 모니터링 필요

■ CIQ 검역 항목 ■

구분	내용	비고
라벨 검역	라벨 기재 내용 확인	인쇄상태, 글자크기, 부착위치 등
실험실 검역	대장균군, 균락총수, 중금속, 농약 잔류량, 식품첨가제 등	중국 식품안전 국가표준에 따라 진행 (무작위 진행)

■ 입경화물검험검역증명(위생증) 발급

- 검역 합격 후, CIQ에서 입경화물 검험검역증명(이하 위생증)이 발급되면 검역창고에서 출고 가능
- 위생증은 판매처에 제공해야 하는 필수 서류로, 없을 시 검역창고에서 출고 불가

■ 해관신고 및 관세 납부 신고 절차 ■

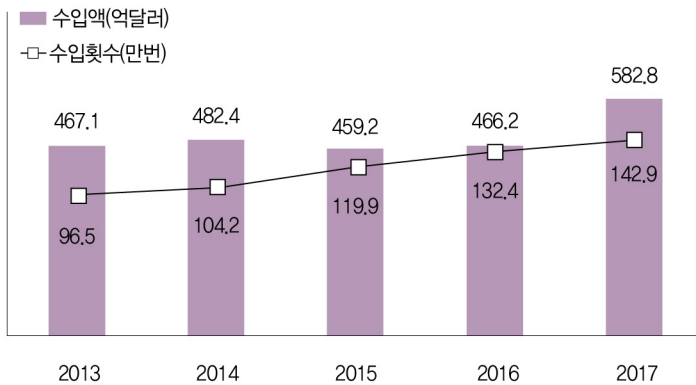
진행순서	주요 내용
해관신고	CIQ 신고 통과 후 해관신고(통상 통관대행업체에 위탁)
관세/증치세 납부	신고가격에 따른 관세/증치세 납부
실물검역	서류상 신고 내용과 실물 일치 여부 검역(검역률은 기업의 신용도에 따라 다름)
통관	보관단 발급 : 관세 납입 및 해관 통관 완료 후 발급
검역창고 이동	CIQ 지정 검역창고 이동
품목/가격 사후심사	HS CODE, 신고가격 적합성 심사

마. 통관 이슈

1) 중국 수입식품 현황

- 2017년 중국 수입식품 수입량과 수입액은 각각 5,438만 톤, 583억 달러에 달함
- 187개 국가(지역)에서 약 143만 건의 식품을 수입

■ 중국 수입식품 무역 현황 ■



※ 출처: 국가 시장감독관리총국(AQSIQ)

- 상위 10개국 무역액은 440억 달러로, 중국 전체 식품 무역액의 75.5%에 달함
- 상위 10개국 : EU, 미국, 뉴질랜드, 인도네시아, 캐나다, 호주, 브라질, 말레이시아, 러시아, 베트남
- 2016년 중국의 9번째 수입식품 국가인 한국은 사드(고고도 미사일 방어체계, THAAD) 배치로 인한 비관세 장벽 등으로 인해 10위권 아래로 하락

중국 수입식품 주요 국가

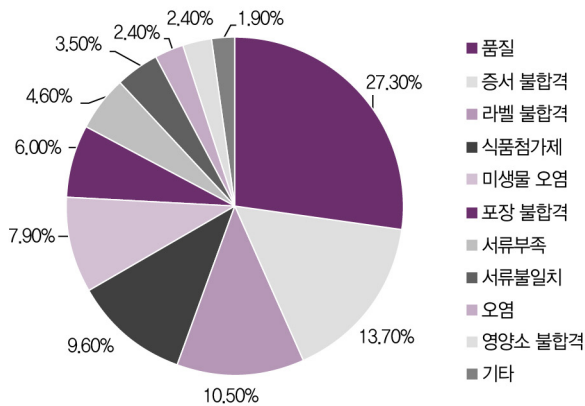
구분	EU	미국	뉴질랜드	인도네시아	캐나다
수입액 (억 달러)	119.7	52.9	48.7	45.4	44.9
수입횟수 (만 번)	43.2	9.1	6.5	2.7	2.9

※ 출처: 국가 시장감독관리총국(AQSIQ)

2) 수입통관 불합격 동향

- 2017년 수입통관 불합격을 받은 식품은 6,631여 개로 총 4.9톤, 6,957.7만 달러에 달함
- 주요 불합격 사유 : 품질불량, 증서 불합격, 라벨 불합격, 식품 첨가제 함량 초과 등
- 불량 기록이 있는 259개 업체에 대해 위험주의보 발령 및 리스트 공개 등 심사와 처벌이 강화되었으므로 엄격한 관리와 철저한 사전 준비가 요구됨

2017년 중국 수입식품 불합격 주요 원인



※ 출처: 국가 시장감독관리총국(AQSIQ)

3) 한국식품 통관 현황

- 2017년 대중 한국식품 통관 불합격 수는 461건으로 전년대비 약 300% 증가
- 주요 불합격 사유 : 라벨 및 포장 불합격, 성분 부적합, 위생(미생물 오염) 등

■ 대중 한국 수입식품 통관 불합격 현황 ■

연도	라벨링/포장	성분 부적합	위생	서류미비	기타	계
2015	29	44	10	10	1	94
2016	15	53	69 (미생물 초과 46건)	0	7	154
2017	144	82	82	65	90 (유통기한 초과 89건)	461

※ 출처: 통합무역정보서비스(Trade Navi)

4) 인삼/홍삼 제품 사례

- 2017년 1월~9월 인삼제품 통관 불합격 사례 총 10건
- 라벨 불합격 : 일반식품으로 사용이 가능한 인삼제품은 중문 라벨 및 설명서 내 부적합한 대상군 및 섭취 제한량을 표기해야 함
- 부적합한 대상군 : 임산부, 수유기 여성과 14세 이하 어린이의 섭취 제한
- 섭취 제한량 : 하루 섭취 제한량 3g 미만
- 구비서류 미제출 : 일반식품에 사용되는 인삼은 5년 및 5년인 이하의 인공 재배된 인삼의 뿌리와 줄기만 사용해야 하며, 완제품에 사용된 인삼 원료의 연근 판별을 위한 경작증명서가 요구됨

■ 2017년 1~9월 인삼/홍삼 제품의 통관 불합격 사례 ■

시기	HS CODE	제품명	불합격 이유	지역
1월	1704900000	**홍삼캔디	구비서류 미제출	산둥성
3월	1905900000	**홍삼모카	구비서류 미제출	강소성
4월	2101110000	**홍삼풍미음료	라벨 불합격	안휘성
	2202900099	**미국 인삼풍미 콜라형 음료	식품첨가제 초과	심천
	2202900099	**미국 인삼풍미 콜라형 음료	식품첨가제 초과	심천
5월	1302199099	**인삼풍미음료	식품첨가제 초과	상해
6월	1302199099	**홍삼정음료	구비서류 미제출	안휘성
	1302199099	**홍삼정음료	구비서류 미제출	안휘성
	1704900000	**홍삼젤리	라벨 불합격	안휘성
	1704900000	**홍삼젤리	라벨 불합격	안휘성
9월	1704900000	**홍삼젤리	라벨 불합격	안휘성

※ 출처: 통합무역정보서비스(Trade Navi)

가. 한국인삼 대중(對中) 수출 현황

- 중국은 한국 인삼의 주요 수출국으로 전체 수출액 중 20% 차지함
- 대중 수출 추이를 살펴보면, 2011~2012년은 한국인삼의 대중 수출 황금기로 2012년 수출 비중 32%까지 치솟음
- 하지만 2013년 이후, 중국 정부의 반부패 정책으로 정관장 등 고급 인삼 수요가 급감했고, 2016년 하반기 사드(THAAD, 고고도 미사일) 보복 문제로 한·중 갈등이 심화되며 인삼 수출이 급격하게 떨어지고 한국제품 소비 정서가 얼어붙음
 - 중국 국가주석 시진핑(習近平) 취임 후 강력한 반부패 정책을 추진해왔으며 이는 현재까지 인삼, 백주·고량주 등 고가 제품시장에 영향을 미치고 있음
 - 그 외, 현지 판매가 6,000위안 이상(한화 100만 원)의 한국 뿌리삼은 인기가 높아 선물용으로 많이 판매되었으나 최근 몇 년간 판매가 정체됨
- 2017년 10월 이후 한·중관계가 정상화 단계로 접어들었으며, 한국인삼의 대중 수출 역시 증가함

■ 2010~2017년 한국 인삼 대중(對中) 수출 추이 ■

년도	대중 수출액	총 수출액	대중 수출 비중
	(천 달러)	(천 달러)	(%)
2010	5,801	77,047	8
2011	37,135	134,032	28
2012	26,765	83,964	32
2013	21,694	106,615	20
2014	15,691	107,440	15
2015	15,836	84,891	19
2016	5,300	51,227	10
2017	13,419	67,081	20

※ 출처: ITC 트레이드 맵(www.trademap.org)

나. 한국제품 SWOT 분석

- 중국은 한국 인삼의 주요 무역 파트너 국가로 중국 인삼시장에서의 성장 가능성은 여전히 높음. 중국 시장의 다양한 기회에 맞춰 한국인삼은 경쟁 우위와 열세를 파악해 환경에 맞는 시장 진출전략 수립과 신속한 대응체제를 구축해야 함

■ 한국 인삼제품 SWOT 분석 ■

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
• 정부-인삼업계 협업 • 한국을 대표하는 건강보조식품 • 브랜드 인지도가 높고, 프리미엄 브랜드/제품으로 포지셔닝 됨 • 우수한 가공기술 보유로 높은 부가가치의 제품 생산 가능 • 논·밭 재배로 원가절감 실현	• ‘정관장’ 단일 브랜드가 시장을 독점하고 있어, 기타 브랜드는 성장에 어려움을 겪고 있음
기회(Opportunities)	위협(Threats)
• 인삼산업에 대한 중국 정부와 유관기업의 개방적인 태도 • 인당 평균 소비금액이 낮음 → 향후 발전 가능성 존재 • 한국 고려인삼에 대한 중국 소비자의 신뢰도 높음 • 인삼을 원료로 한 식품의 생산/수입 가능	• 품질 인증 및 통관 기간이 긴편임 • 정관장을 제외한 기타 브랜드에 대한 인지도 낮음 • 시장경쟁 심화

※ 출처: Nemo 정리

다. 진입 전략 및 제언

- 한·중 양국 간 경제협력 등을 통해 무역 원활화 및 안정적으로 성장할 수 있는 시장 환경 조성 필요
- 한국 인삼은 중국시장에서 발전 가능성이 있으며, 타 제품과 차별화되는 강점이 명확하여 중국 시장에서의 일정 경쟁력 이미 보유하고 있음
 - 중국시장에 조기 진출해 안정적으로 자리 잡은 정관장 사례 연구를 통해 중국 시장 진출 및 확대에 관한 시사점을 도출할 수 있음
- 한국 인삼 및 인삼제품 생산 기업은 중국의 시장 환경 변화를 면밀하게 주시하여 유동적으로 대응 체계를 구축해야 함
 - 중국 정부의 반부패 정책에 따라 프리미엄 인삼제품 매출이 감소했으며, 장기화 조짐을 보이고 있음. 이에 따라 한국기업은 중국 시장수요에 맞는 신제품 출시로 시장공략을 강화해야 함
 - 중국 젊은 세대들이 좋아하는 한류의 PPL 등을 이용한 적극적인 마케팅으로 젊은 소비층의 인삼에 대한 친근감을 키워나가야 함
 - 인삼 가공제품 역시 기존 파우치, 캔 포장 등 전통 포장방식 외, 다양하고 편리한 포장을 개발해 중국인들의 건강보조식품에 대한 수요를 만족시켜야 함
- 신규 브랜드 및 신제품 출시 시, 적극적인 마케팅을 통한 홍보로 브랜드/제품 인지도 제고 필요
 - 타겟 소비층 특성에 따라 새롭고 다양한 이벤트 및 프로모션 진행 및 소비 트렌드 변화에 따른 새로운 마케팅 추진
 - 소비자 빅데이터를 적극 활용하여 기존 ‘유통 경로를 기반으로 한 판매’에서, ‘소비자 수요에 집중한 판매’로 고객 만족도 제고

■ 정기적으로 중국 판매상에 대한 전문교육 진행

- 인삼제품의 대리상/경소상(經銷商) 중 인삼제품만 전문으로 취급하는 업체가 드물어, 제품에 대한 소비자의 이해 및 수요를 만족시키기 어려움. 따라서 한국 인삼 제조기업은 전문가 초빙 등을 통해 주기적으로 전문교육 시행 및 제품 매뉴얼 제작으로 소비자의 궁금증을 해소해야 함

■ 중국에 대한 본사의 이해도 제고 및 장기적인 시각 보유 필요

- 궁극적으로 중국 사업 특수성에 대한 한국 본사 경영진과 실무자의 충분한 이해 및 성과(ex. BEP) 달성을 위한 긴 호흡 등이 필요함
- G2 시장답게 글로벌 플레이어의 치열한 전장(戰場)인만큼 중국시장에서 생존하고 성과를 내기 위해서는 제품만 좋아서는 승산이 희박. 막대한 마케팅 비용을 포함해 초기 일정 기간을 버틸 수 있는 기본 체력(ex. 자금 등)은 필수임
- 특정 히트상품 한 두 개로 중국시장에서 대박을 꿈꿀 수 있는 확률은 계속 낮아지고 있음

[2018년 하반기 해외 이슈조사] 중국 인삼 시장조사

보고서 기획 : 한국농수산물유통공사 상하이지사

발 행 일 : 2018년 12월

발 행 처 : 한국농수산물유통공사 수출정보부

주 소 : 전라남도 나주시 문화로 227

* 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지(www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.

* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

* 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

