



신종 코로나바이러스 이후 중국보건식품시장은 회복추세

신종 코로나 바이러스가 중국 보건식품에 미친 영향은?

부정적인 영향 신종 코로나바이러스로 인해 원료, 운수, 인건비, 관리 등 비용이 모두 올랐을 뿐만 아니라 수출화물 유통의 저효율, 검사검역 제한 등 제약으로 인하여 제때 납품이 어려워졌다. 계약이행비용의 상승, 느려진 자금 유동성 또한 무역기업의 경영에 큰 부담이 되고 있다.

긍정적인 영향 신종 코로나 바이러스의 전 세계적인 폭 발은 보건식품 수출입을 포함한 글로벌 무역이 맞이고 있

는 큰 도전인 셈이다. 하지만 “중국 국내 신종 코로나바이러스 상황의 호전과 글로벌공급망의 회복에 따라 업계는 흔치 않은 발전의 기회를 맞이할 것이다. 중국의 보건식품수출입도 회복이 되고 상승세가 나타날 것이다”라고 최근 업계의 전문가가 입장을 밝혔다. 다시 말하면 중국 보건식품의 수출입은 여전히 엄청난 성장잠재력을 갖고 있다고 볼 수 있을 것이다.



▲ 중국의 보건식품 마크

중국 보건식품의 공급과 수요측면 분석

공급 측면에서 보면 중국은 전 세계 보건식품산업이 완비되어있는 나라 중의 하나로 전 세계 최대 보건식품원료 공급지이다. 중국은 보건식품 생산국으로 가장 많은 보건식품 생산기업을 보유하고 있어 관련 산업 발달 시 뚜렷한 우세를 지니고 있다.

수요측면에서 보면 신종 코로나 바이러스로 인해 전 세계적으로 면역력 강화와 평소 개인의 건강관리에 대한 관심이 고조되었다. 이는 중국 국민에게도 질병 예방과 의료비용 절감에 도움을 주는 보건식품 수요에 불을 지피는 계기로 작용할 것이며 보건식품에 대한 관심 또한 한동안 계속될 것으로 보인다. 하반기에는 전 세계적인 공급체인과 시장 수요 회복에 따라 중국 영양보조식품 수출입이 회복 성장상을 보일 것으로 전망된다.



▲ 엘란데(艾兰得,aldan) 비타민 제품



▲ SIRIO(仙乐健康) 캡슐 영양제 제품

중국 내 수입 보건식품 잠재력 대방출

확대되는 수입 2019년 글로벌 경제의 더딘 성장과 자국 무역보호주의 등의 어려운 환경에서도 중국 보건식품 무역은 여전히 발전 추세를 보였다. 무역통계에 따르면 2019년 중국 보건식품 수출입 총금액은 52.8억 달러로 12.8%의 성장률을 보였다. 이 중 수출은 18.8억 달러로 12.7%의 성장률을, 수입은 34.0억 달러로 12.8%의 성장률을 보이며 15.2억 달러의 무역적자를 기록하였다.

더딘 중국 로컬산업의 발전 중국 내 보건식품 산업의 증가 속도가 전반적으로 둔화하고 있다. 그 배경에는 2019년 업계의 전반적인 질 향상을 목적으로 한 일련의 중국 정부의 정책이 있다. 중국 영양 보건산업은 막무가내의 무조건적인 양적 확장보다는 질 높은 성장 시대로 진입하는 방향으로 흘러가고 있다. 국제 시장에서는 엘란데(艾兰得, aland), SIRIO(仙乐健康) 등의 선두 기업이 해외 인수합병, 해외 지국 설립 등의 형태로 전 세계에 배치되어 세계적으로 유명한 식이 보충제 공급처로 발전하고 중국 보건식품 발전을 주도하고 중국산 건강식품 수출을 견인하고 있다.

수입제품에게 열린 기회 중국 소비자의 건강의식 제고와 프리미엄 제품 수요가 많아지면서 해외 보건식품 기업은 점차 중국시장을 새로운 성장의 나침반으로 생각하고 중국시장의 개척에 힘쓰고 있다. 동시에 중국 정부는 개방을 확대하고 시장 진입을 완화하는 정책을 잇따라 내놓아 수입 잠재력을 더욱 키웠다. 지난해 1월 1일, 중국 상무부(商務部)는 <국제전자상거래 소매의 비준이 큰 영양보조품의 수입에 큰 기여를 하고 있다. 통계에 따르면 중국보건식품 수입 규모는 빠른 속도로 증가하고 있고 수입액은 2010년의 6.1억 달러에서 2019년의 34억 달러에 이르러 년복합증가율이 21%라는 높은 성장률 보이고 있다.

중국 소비자가 선호하는 수입 보건식품

국가별 중국 소비자가 선호하는 수입 보조식품을 국가별로 살펴보면 2019년 호주, 미국, 인도네시아, 태국 그리고 독일이 중국 영양보조식품 수입 상위 5대 국가를 차지하였다. 5개 국가 제품의 시장 집중률은 61.9%에 이른다. 이 가운데 독일 제품만 경쟁전략, 시장인지도 저하 등으로 수입이 지난해 같은 기간보다 19.6% 감소세를 보였지만 다른 국가는 모두 빠른 성장세를 보이고 있다.

품목별 중국 소비자의 보건식품 호감도는 특정 품목에 상대적으로 집중되어 있다. 비타민류, 제비집, 어유캡슐, 칼슘보충제,

[징동(JD)에서 쉽게 구매할 수 있는 글로벌 보건식품 브랜드]



▲ 호주 blackmores사

▲ 미국 GNC사

▲ 독일 Doppelherz사



▲ 어유캡슐

▲ 제비집

단백질분, 콜라겐과 유산균 등 제품의 수입액이 앞자리를 차지하고 있다. 이중에서도 제비집이 3.2억 달러의 수입액, 43.8%의 성장률로 거침없는 상승세를 보여주고 있다.

수입 보건식품의 중국시장 확대 움직임

점점 많은 해외브랜드가 중국 보건식품 업계에 대한 관심을 가지며 국제전시회 등의 교류의 장을 빌려 중국 시장 진출을 노리고 있다. 그 형태에도 국제전자상거래소매수입, 전통적인 전자상거래와 모바일 전자상거래의 융합(社群電商, Community electricity), 왕홍(網紅)의 힘을 빌린 라이브판매 등 새로운 판매 채널을 활용하여 중국시장 확장에 노력을 기울이고 있다.

Key Point

이번 신종 코로나 바이러스 사태로 중국을 포함한 글로벌 소비자들의 면역력 및 건강에 대한 관심을 고조시켜 영양보충제 등의 보건식품시장은 크게 확장될 것으로 보인다. 중국은 최대의 건강식품 공

급지이지만 중국 소비자는 아직도 자국산 식품보다 수입식품을 더 믿고 구매하는 경향이 있어 중국의 보건식품 수입액은 계속 안정적으로 성장하고 있다.

신종 코로나 바이러스 사태로 인해 중국소비자는 면역력 개선에 대한 관심이 높아지고 있으므로 면역력 개선에 도움이 되는 홍삼류 건강기능 제품의 중국시장 진출과 홍보가 적절한 타이밍으로 보인다. 또한, 이미 한국에서는 성숙화된 유산균류, 비타민 또는 미네랄보충제, 콜라겐 등 유형의 건강기능식품은 중국시장 진출에 도전해봐도 좋을 것으로 판단된다.