



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-30
품목 | 호두기름캡슐(Walnut Oil Capsules)
HS CODE | 0802.32-0000
국가 | 중국(China)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 중국 호두 시장규모	06
2. 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	07
3. 중국 견과류 시장점유율	08
4. 중국 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율	09
5. 중국 호두기름캡슐 수입규모	10
6. 한국 호두기름캡슐 수출규모	11
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. ‘DHA’, 중국 호두기름캡슐 성분 1위, ‘홍삼’과 ‘동충하초’ 0건	14
2. ‘폴로토’, 호두기름캡슐 경쟁브랜드 1위, 그 외 브랜드 다수	15
3. 대부분 플라스틱 병이나 블리스터 팩+종이박스에 포장	16
4. 호두기름캡슐 홍보문구로 ‘아이’ 최다 빈출	17
5. 중국 호두기름캡슐 진출 컨셉	18
IV. 유통채널 특징	
1. 중국 호두기름캡슐 유통채널 비교	20
2. 중국 호두기름캡슐 유통채널 특징	21

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 중국 호두기름캡슐 주요 온라인 유통채널 | 26 |
| 2. 중국 호두기름캡슐 주요 오프라인 유통채널 | 32 |

VI. 진입장벽

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 중국 호두기름캡슐 통관 및 검역 절차 | 43 |
| 2. 중국 호두기름캡슐 품질 인증 | 46 |
| 3. 중국 호두기름캡슐 라벨링 | 48 |
| 4. 중국 호두기름캡슐 성분 및 유해물질 | 54 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

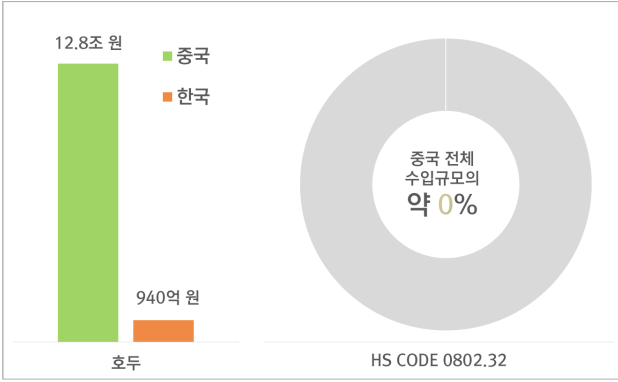
- | | |
|---|----|
| Interview ① 웨이안스판무상마오요우시앤공쓰(瑞安市范姆商贸有限公司) | 59 |
| Interview ② 셴전스루어천마오이요우시앤공쓰(深圳市洛辰贸易有限公司) | 60 |
| Interview ③ 상하이빠지우링띠앤쯔상우요우시앤공쓰(上海巴九灵电子商务有限公司) | 62 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 65 |
|--------|----|

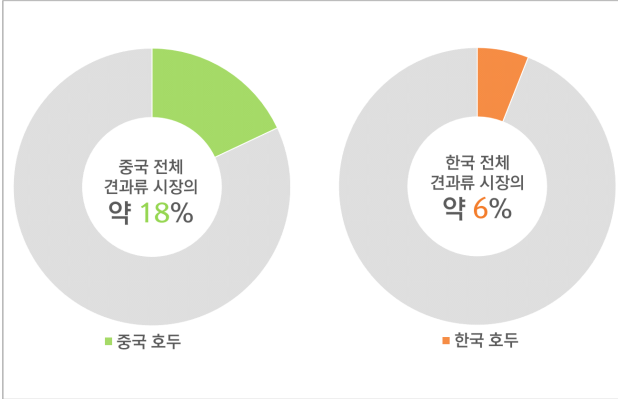
Summary

■ 수요 분석



	중국	한국
호두 시장규모	12.8조 원	940억 원
기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	5.7조 원	3,600억 원
	수입액	점유율
중국 對한국 HS CODE 0802.32 수입 현황	0원	0%

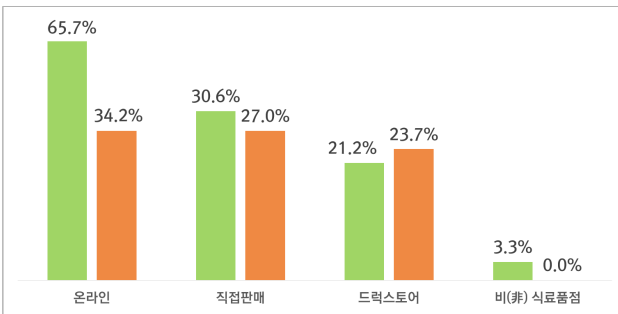
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 온라인 마트 티몰, 징둥에서 판매되는 호두캡슐, 해조유와 혼합된 제품이 많으며 영양유와 임산부 타겟
하이퍼/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 비엘티슈퍼마켓 내 호두기름캡슐 제품은 없으며 주로 유럽산 호두기름 판매
드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 주요 드럭스토어, 왓슨스 및 귀다야오팡

■ 진입장벽

인증/사전등록	2022년 1월부터 시행되는 해외생산업체 사전등록 유의 필요
라벨링	중국어 표기 필수, 외국어 병기 가능
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> 호두 기름, 건강 관련 효능으로 수요 증가 중
제형 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 캡슐 형태 많지 않음 보건식품 인증 필요
가격 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 일반 건강기능식품과 비교해도 가격 높음

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품의 점유율, 한국 대비 큰 편이며 호두 기름 수요 높음 주성분 해조유에 호두 기름을 더한 제품 흔하나, 호두 기름 단독으로 쓰인 캡슐형 제품 거의 없음
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 동충하초와 홍삼 분말 함유한 호두기름캡슐은 시중에 없어 셀링 포인트로 활용 가능할 것으로 예상 고객사 제품, 중국 수출 시 보건식품 인증 필수일 것으로 예상되며, 현지 보건식품에 비해 가격 매우 비싼 편

II. 시장규모

1. 중국 호두 시장규모
2. 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모
3. 중국 견과류 시장점유율
4. 중국 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율
5. 중국 호두기름캡슐 수입규모
6. 한국 호두기름캡슐 수출규모

1. 중국 호두 시장규모

중국 국가 일반 정보¹⁾

면적	960만km ²
인구	14억 5천만 명
GDP	101조 5,986억 위안
1인당 GDP	7만 2,447위안

▶ 중국 호두 시장, 최근 연평균 2% 감소추세

2020년 기준 중국 호두 시장규모는 전년 대비 4% 감소한 약 12.8조 원으로, 약 940억 원을 기록한 한국 호두 시장의 약 136배 규모에 달하는 것으로 나타남. 한편 최근 5년(2016-20년)간 연평균 2% 감소하며, 매년 지속적인 감소세에 놓인 것으로 나타남

▶ 중국 호두 시장규모, 향후 5년간 연평균성장률 3% 전망

한편 향후 5년(2021-25년)간 중국 호두 시장은 반등에 성공하여 연평균 3%씩 성장하여 2025년 기준 약 14.5조 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 중국 호두 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 위안



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '호두기름캡슐'은 100% 국내산 호두 기름과 비타민 A, 비타민 B, 불포화지방산 등 필수 영양소들이 다량함유되어 혈행 개선의 효능이 있는 캡슐형 제품임. 이에 제품의 원재료 효능에 따라 '호두' 시장과 '기타 약초 및 전통 건강보조식품'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in China」, 2021.09

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1위안=183.12원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

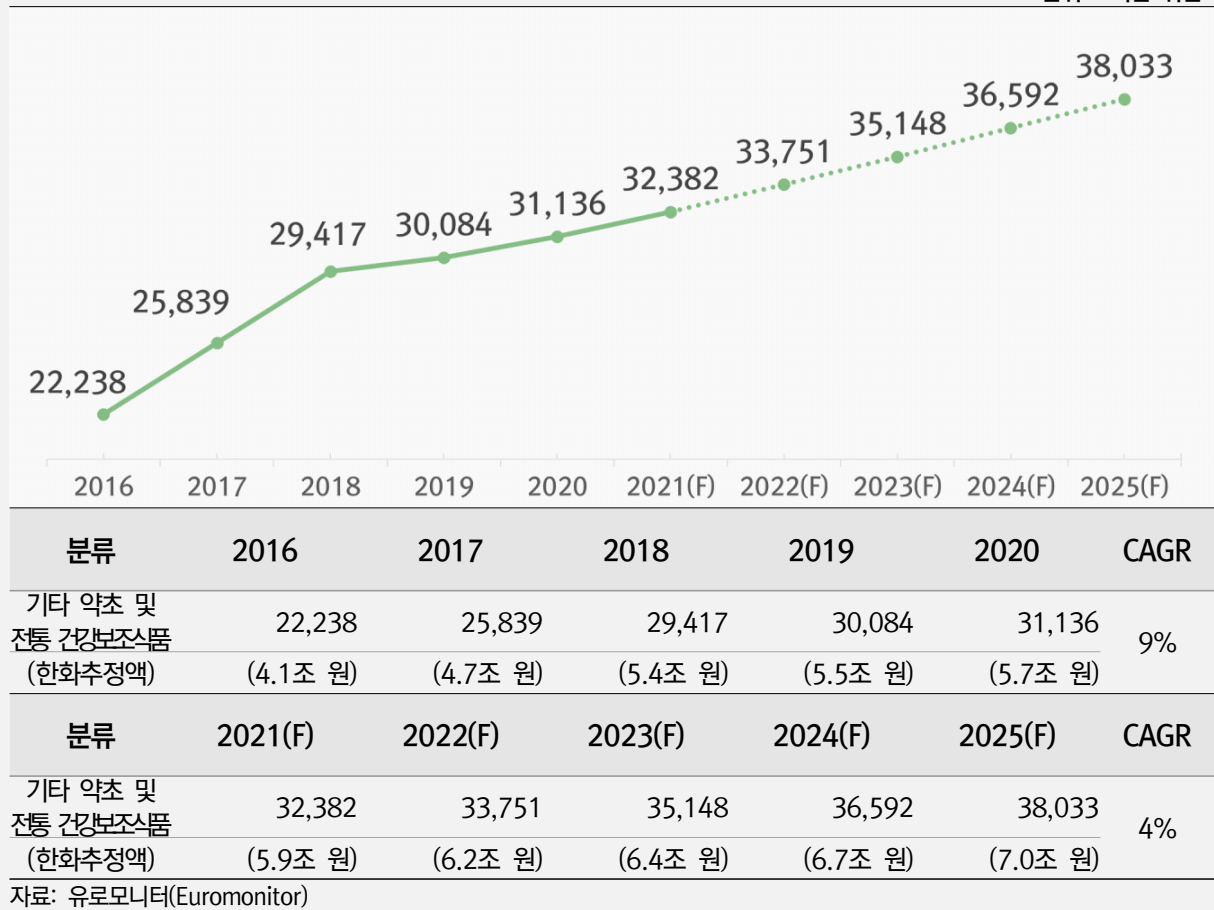
6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모

- ▶ **중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장, 연평균성장률 9%**
2020년 기준 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모는 전년 대비 3% 상승한 약 5.7조 원으로, 약 3,600억 원을 기록한 한국 호두 시장의 약 16배 규모에 달하는 것으로 나타남
- ▶ **중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장, 향후에도 성장세 전망**
한편 향후 5년(2021-25년)간 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장은 연평균 4%씩 성장하여, 2025년 기준 약 7.0조 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨⁷⁾

[표 2.2] 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 위안



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in China」, 2021.09

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 중국 견과류 시장점유율

▶ 중국 ‘호두’, 견과류 시장 내 18% 차지

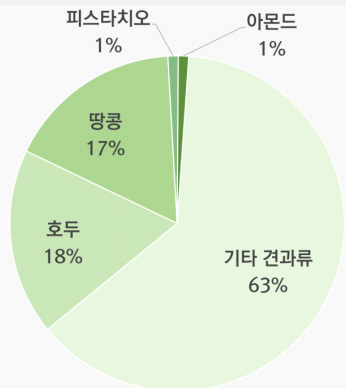
중국 견과류(약 71조 원) 세부 시장과 한국 견과류(약 1.6조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 중국이 한국에 비해 ‘호두’의 비중이 3배 가량 높은 것으로 나타남. 양국 모두 ‘기타 견과류’의 비중이 각각 63%, 75%로 가장 높은 점유율을 차지하였으며, 중국의 경우 ‘호두’, ‘땅콩’ 순인 것으로 나타남 9)10)

한편, 최근 중국에서는 소비수준의 향 및 건강 관리에 대한 인식이 높아짐에 따라 견과류 제품에 대한 수요가 지속적으로 상승하고 있는 것으로 나타남. 이러한 추세는 향후에도 지속될 것으로 전망되며, 2025년 기준 중국 견과류 시장규모는 약 88조 원을 기록하며 2020년 대비 23% 상승한 규모를 보일 것으로 전망됨

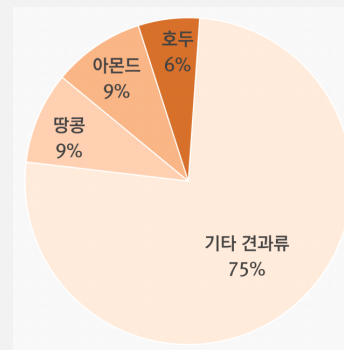
[표 2.3] 2020년 중국, 한국 ‘견과류’ 시장점유율¹⁾

단위 : 백분율(%)

중국 견과류 세부 시장



한국 견과류 세부 시장



분류	견과류				
	기타 견과류	호두	땅콩	아몬드	피스타치오
중국	63	18	17	1	1
한국	75	6	9	9	0

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in China」, 2021.09

10) 유로모니터상 중국 견과류 시장(약 71조 원)과 한국 견과류 시장(약 1.6조 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 중국 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율

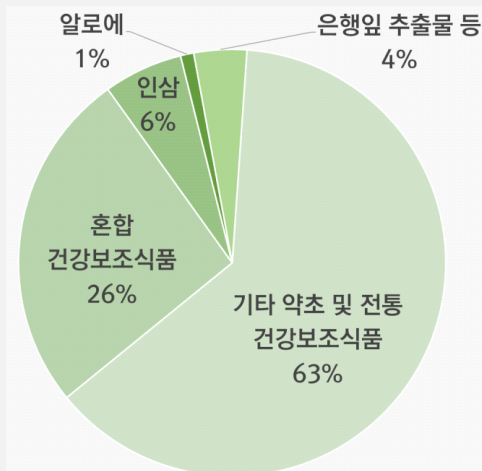
▶ 중국 기타 약초 및 전통 건강보조식품, 점유율 63%로 1위

중국 약초 및 전통 건강보조식품(약 9.0조 원) 세부 시장과 한국 약초 및 전통 건강보조식품(약 2.3조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 중국은 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’이 63%의 점유율로 세부 시장 내 1위를 차지함. 이어서 혼합 건강보조식품(26%), 인삼(6%), 은행잎 추출물 등(4%) 순인 것으로 나타남. 한편 한국은 인삼이 57% 점유율로 1위를 차지한 것으로 나타나, 양국의 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장 구성이 상이한 것으로 확인됨¹²⁾¹³⁾

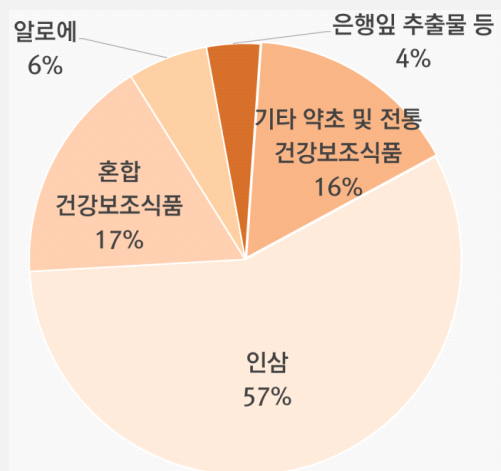
[표 2.4] 2020년 중국, 한국 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장점유율¹⁴⁾

단위 : 백분율(%)

중국 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장



한국 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장



약초 및 전통 건강보조식품

분류	약초 및 전통 건강보조식품				
	기타 약초 및 전통 건강보조식품	혼합 건강보조식품	인삼	은행잎 추출물 등 ¹⁵⁾	알로에
중국	63	26	6	4	1
한국	16	17	57	4	6

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in China」, 2021.09

13) 유로모니터상 중국 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 9.0조 원)과 한국 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 2.3조 원)의 시장점유율을 나타냄

14) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

15) 은행잎 추출물, 마늘류, 달맞이꽃유

5. 중국 호두기름캡슐 수입규모

HS CODE 0802.32

조사제품 '호두기름캡슐의 원재료인 '호두'는 '그 밖의 견과류(신선하거나 건조한 것으로 한정하며, 껍데기나 껍질을 벗겼는지에 상관없다)'로 규정된 제 0802호에 속하며, 이에 '호두'에 해당하는 HS CODE 0802.32을 지표로 선정함

▶ 중국 HS CODE 0802.32 수입액, 최근 5년 연평균 25% 감소세

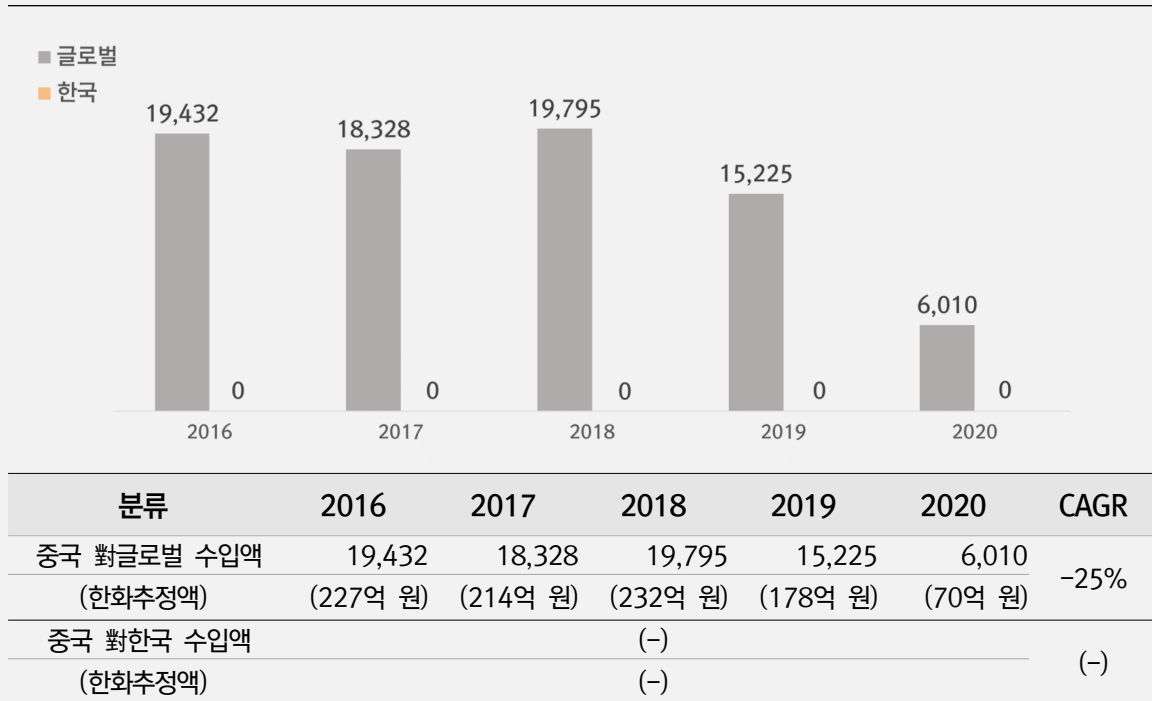
2020년 기준 중국 HS CODE 0802.32 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 61% 하락한 약 70억 원을 기록한 것으로 나타남. 2018년을 제외하고 매년 전년에 비해 수입액이 감소하는 모습을 보였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 25%씩 감소함

▶ 중국 HS CODE 0802.32 對한국 수입액 집계되지 않아

2020년 기준 중국 HS CODE 0802.32 품목의 對한국 수입액은 집계되지 않은 것으로 나타남. 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 미국으로, 2020년 한 해 약 68억 원의 수입액을 기록하여 97%의 점유율로 대부분을 차지한 것으로 나타남. 이어서 호주(약 1.2억 원, 2%), 홍콩 및 마카오(약 0.7억 원, 1%) 순인 것으로 나타남

[표 2.5] 중국 HS CODE 0802.32 수입규모¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 0802.32 기준

16) 자료: ITC(International Trade Centre)

17) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6. 한국 호두기름캡슐 수출규모

● HS CODE 0802.32-0000

조사제품 '호두기름캡슐'의 원재료인 '호두'에 해당 하는 HS CODE 0802.32-0000 (검정기를 벗긴 것)의 한국 對글로벌 對중국 수출 규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 0802.32-0000 수출액, 연평균 32% 감소세

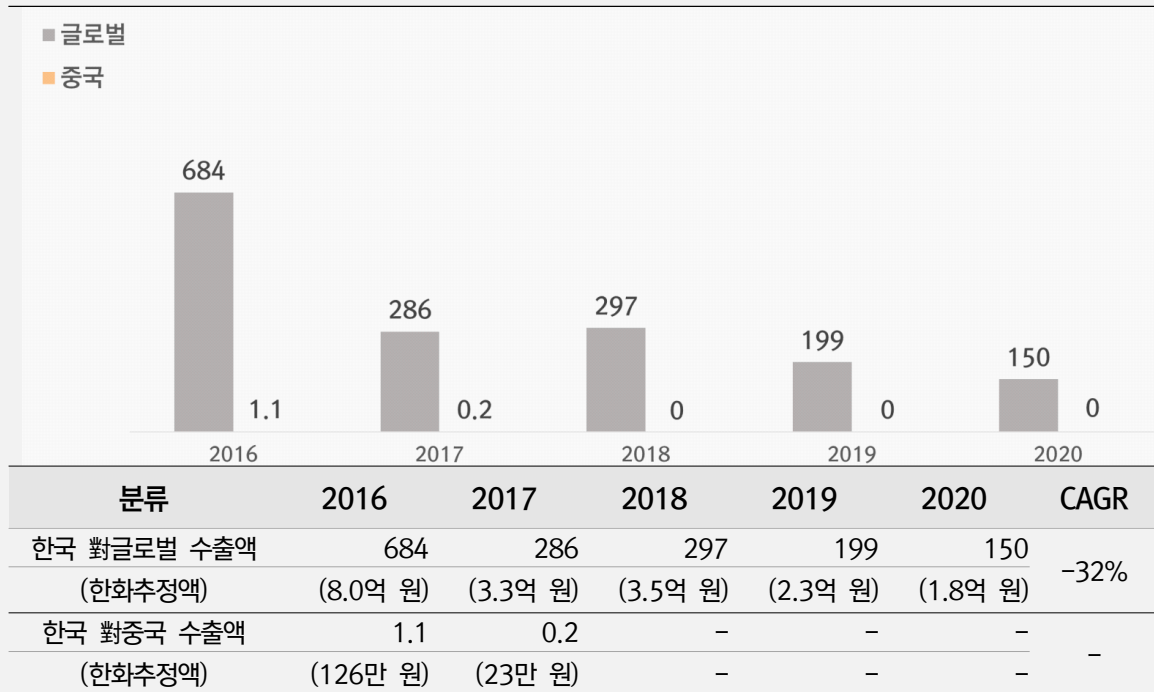
2020년 기준 한국 HS CODE 0802.32-0000 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 25% 하락한 약 1.8억 원을 기록한 것으로 나타남. 2018년을 제외하고 매년 전년에 비해 수출액이 감소하는 모습을 보였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성 32%씩 감소함

▶ 한국 HS CODE 0802.32-0000 對중국 수출액, 2017년 이후 집계 안됨

한국 HS CODE 0802.32-0000 품목의 對중국 수출액은 2016년과 2017년 매우 적은 금액만이 집계되었을 뿐, 이후로는 수출액이 집계되지 않음. 2020년 수출액 기준 1위 국가는 미국으로, 약 1.2억 원의 수출액으로 전체 68%를 차지함. 이어서 일본(약 0.4억 원, 23%), 몽골(약 0.1억 원, 7%) 순인 것으로 나타남

[표 2.6] 한국 HS CODE 0802.32-0000 수출규모¹⁾⁹⁾²⁰⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 0802.32-0000 기준

19) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

20) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 'DHA', 중국 호두기름캡슐 성분 1위, '홍삼'과 '동충하초' 0건
2. '폴로토', 호두기름캡슐 경쟁브랜드 1위, 그 외 브랜드 다수
3. 대부분 플라스틱 병이나 블리스터 팩+종이박스에 포장
4. 호두기름캡슐 홍보문구로 '아이' 최다 빈출
5. 중국 호두기름캡슐 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 중국 온라인매장 입점 호두기름캡슐 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 호두캡슐(核桃胶囊)
- 데이터 수집량 : 140건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인매장

▶ 중국 온라인매장 입점 호두기름캡슐 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 성분 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
성분	DHA	DHA	49	아연	锌	12
	조류기름	藻油	42	비타민E	维生素E	10
	피쉬오일	鱼油	17	홍삼	红参	0
	타우린	牛磺酸	12	동충하초	冬蟲夏草	0
경쟁브랜드	플로토	斐尔特(Folotto)	12	잔쿤	赞昆	3
	잉질리	英吉利	9	네이처스 웨이	Nature's Way	2
	나우푸드	Now Foods	4	하산유베이	哈三育贝	2
	콘바	Conba	4	테넨하카세	天然博士	2
	진엔베이시	金恩贝施	4	오버럴헬스	Overall Health	2
	타이지강	太极康	3	바이오 아일랜드	Bio Island	2
패키징	플라스틱병	塑料瓶	49	유리병	玻璃瓶	0
	블리스터 팩 +종이박스	吸塑包装 + 纸盒	39	(-)	(-)	(-)
	블리스터 팩 +틴케이스	吸塑包装 + 锡盒	4	(-)	(-)	(-)
홍보문구	아이	儿童	82	학생	学生	13
	임산부	孕妇	25	천연유래의	天然	10
	유아	幼儿	21	건강한	健康	10
	기억력 향상	改善记忆	17	두뇌	大脑	3

1. 'DHA', 중국 호두기름캡슐 성분 1위, '홍삼'과 '동충하초' 0건

▶ 'DHA' 키워드 49건으로 1위

- 등푸른생선에 풍부한 불포화 지방산인 DHA 빈출
- 전체 140건의 데이터 수집량 중 캡슐과 월넛 제외, 'DHA'가 빈출 1위

▶ '조류(algae)기름'과 '피쉬오일' 각 2, 3위

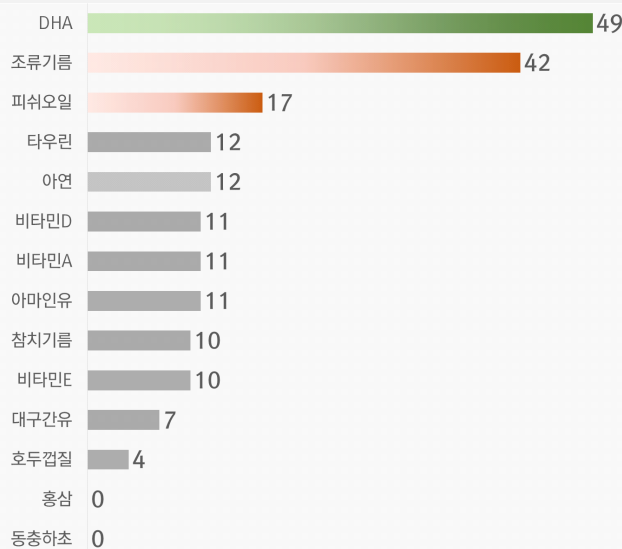
- 조류기름은 DHA와 근소한 차이로 2위
- 타오바오(Taobao), 제이디(JD) 검색 결과, 호두기름캡슐 대부분의 주요 성분이 조류기름이며 제품명에도 '조류기름'이 포함되는 경우가 다수

▶ '홍삼'과 '동충하초' 키워드는 0건

- '홍삼' 또는 '동충하초'를 함유한 호두기름캡슐은 발견되지 않음

1위 DHA		2위 조류기름		3위 피쉬오일	
					
브랜드	바오수닝(宝素能)	브랜드	타이지강(太极康)	브랜드	바이헬스(By-Health)
용량	52.8g	용량	30g(60정)	용량	45g(90정)
가격	338위안(61,894원) ²¹⁾	가격	68위안(12,452원)	가격	150위안(27,468원)

[표 3.1] 중국 판매 호두기름캡슐 성분 관련 키워드



자료: 중국 온라인매장 판매 제품 내 '호두기름캡슐' 관련 게시물 140건 분석

21) 1위안=183.12원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. ‘폴로토’, 호두기름캡슐 경쟁브랜드 1위, 그 외 브랜드 다수

▶ ‘폴로토(Folotto)’ 키워드 12건으로 빈출 1위

- 미국 브랜드인 폴로토, 성인용인 ‘호두 컴파운드 캡슐’ 판매 중
- 탈모 예방을 주요 효능으로 홍보하고 있음

▶ 영국 브랜드 ‘잉질리(英吉利)’ 2위

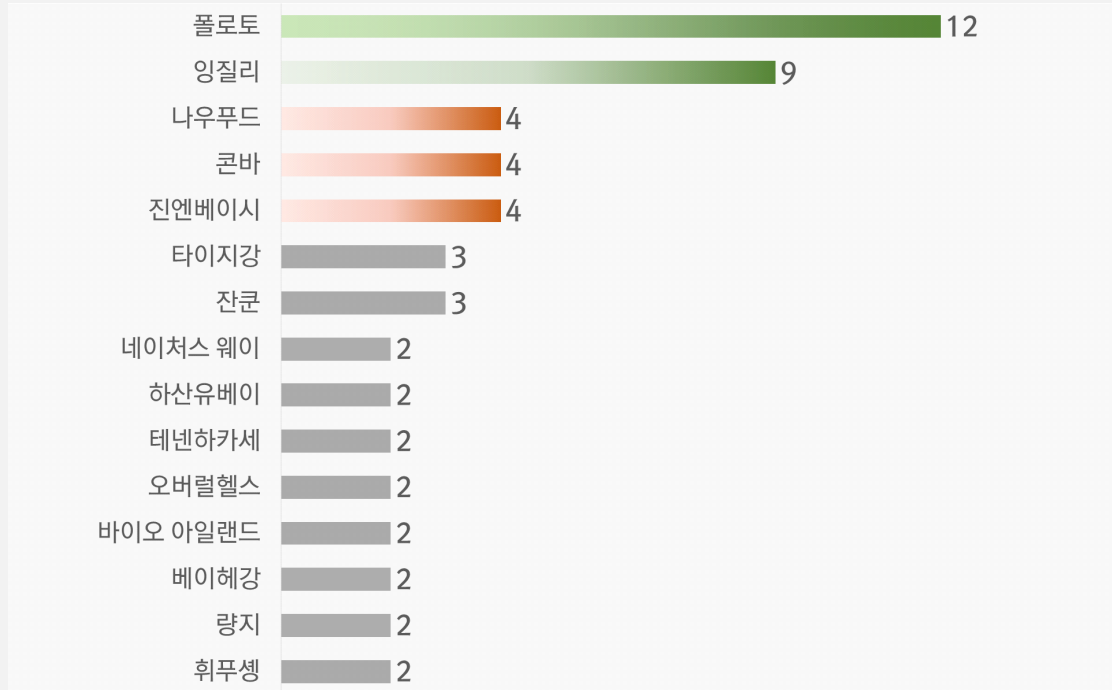
- 유아 및 임산부 공용 ‘해조류 호두기름캡슐’ 판매 중으로 두 가지 상품
- 두 가지 상품 모두 ‘캡슐 당 DHA 함유량 150mg’을 주로 홍보

▶ 그 외 브랜드 다수 발견

- 지면상의 한계로 표 3.2에 모든 브랜드를 포함하지 않았으며(키워드 2건 미만 제외), 각 브랜드 당 1~2가지 호두기름캡슐 상품 판매 중

1위 폴로토		2위 잉질리		3위 나우푸드	
					
제품명	호두 컴파운드 캡슐	제품명	해조류 호두기름캡슐	제품명	흑호두껍질
용량	60정	용량	24g	용량	100정
가격	480위안(87,898원)	가격	129위안(23,622원)	가격	65위안(11,903원)

[표 3.2] 중국 판매 호두기름캡슐 경쟁브랜드 관련 키워드



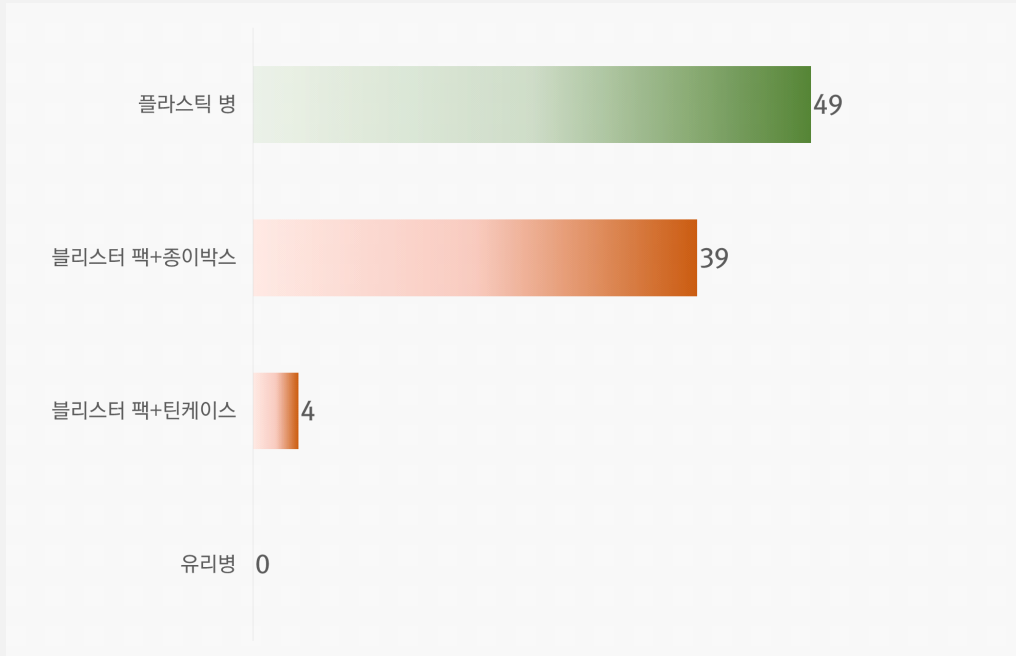
자료: 중국 온라인매장 판매 제품 내 ‘호두기름캡슐’ 관련 게시물 140건 분석

3. 대부분 플라스틱 병이나 블리스터 팩+종이박스에 포장

- ▶ 캡슐을 한꺼번에 플라스틱 병에 포장한 제품 49개 발견
 - 온라인매장 검색 결과, 플라스틱 병에 포장한 제품은 대부분 불투명 용기에 30정~100정 포장
 - 유리병에 포장한 제품은 발견되지 않음
- ▶ 블리스터 팩+종이박스에 포장한 제품은 39개
 - 캡슐을 개별 포장한 블리스터 팩을 종이박스로 한 번 더 포장한 형태
 - 잉질리는 블리스터 팩 여러 개를 플라스틱 봉지에 포장한 뒤 종이박스에 한 번 더 포장함
 - 블리스터 팩을 틴케이스에 담은 제품은 지희(极智)의 호두기름캡슐

1위 플라스틱 병		2위 블리스터 팩+종이박스		3위 블리스터 팩+틴케이스	
					
제품명	아마인유 호두기름캡슐	제품명	DHA 조류기름 호두기름캡슐	제품명	호두기름캡슐
브랜드	량지(亮智)	브랜드	화산제약(华山制药)	브랜드	지희(极智)
가격	45g(90정)/499위안(91,377원)	가격	30정/368위안(67,388원)	가격	27g/158위안(28,933원)

[표 3.3] 중국 판매 호두기름캡슐 패키징



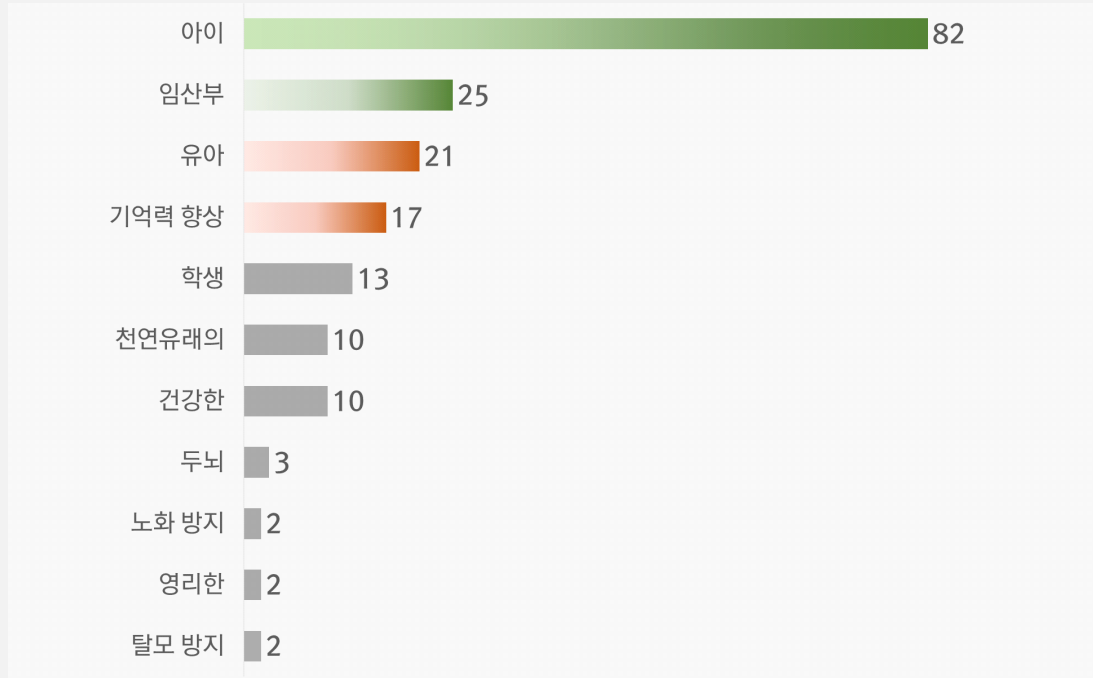
자료: 중국 온라인매장 판매 제품 내 '호두기름캡슐' 패키징 92개 분석

4. 호두기름캡슐 홍보문구로 ‘아이’ 최다 빈출

- ▶ ‘아이’ 키워드 82건으로 압도적 1위
 - 섭취 가능 연령이 나뉘어져 있어, ‘아이’와 ‘유아’가 구분됨
 - 아이/유아용은 대부분 생선 모양 캡슐로 캡슐을 찢어서 오일로 섭취
- ▶ 그 외 상위권 키워드도 특정 소비자층
 - ‘임산부’ 키워드 25건으로 2위, 임신 기간 동안 섭취하는 제품과 아이와 임산부가 함께 먹을 수 있는 제품으로 나뉘어져 있음
 - ‘유아’와 ‘학생’이 각 3, 5위
- ▶ 효능 중에서는 ‘기억력 향상’이 1위
 - 그 외 효능으로는 ‘두뇌’, ‘노화 방지’, ‘탈모 방지’ 발견

1위 아이		2위 임산부		4위 기억력 향상	
					
제품명	DHA 조류오일	제품명	DHA 조류오일	제품명	DHA 조류오일 호두기름캡슐
브랜드	하산유베이(哈三育贝)	브랜드	생명이하오(生命一号)	브랜드	잔쿤(赞昆)
가격	72g/268위안(49,076원)	가격	48g/128위안(23,439원)	가격	100g/85위안(15,565원)

[표 3.4] 중국 판매 호두기름캡슐 홍보문구 관련 키워드



자료: 중국 온라인매장 판매 제품 내 ‘호두기름캡슐’ 관련 게시물 140건 분석

5. 중국 호두기름캡슐 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 알파-리놀렌산 함유로 두뇌 발달에 좋은 호두기름캡슐

- 체내에서 DHA로 전환되는 불포화지방산인 알파-리놀렌산 함유 강조
- 홍보문구 1위인 '아이'를 넣어 '아이의 두뇌 발달에 좋음' 강조

▶ 컨셉 ② _ 천연유래 비타민E, 홍삼과 동충하초가 들어간 호두기름캡슐

- '천연유래의'와 '비타민E' 순위가 높지 않기 때문에 각각의 장점 어필
- 키워드가 발견되지 않은 '홍삼'과 '동충하초'에 대한 설명 필수

▶ 컨셉 ③ _ 식물성오일로 필수지방산 보충이 필요한 누구에게나 도움

- 피쉬오일과 같은 동물성 성분이 아닌 100% 식물성오일인 점 강조
- 홍보문구 상위권이 효능보다 섭취 가능한 대상인 점 참고하여 성장기어린이, 청소년, 학생, 임산부 등 누구에게나 좋은 점 강조

성분	경쟁브랜드	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
DHA	(-)	아이	6건	→ 체내에서 [DHA]로 전환되는 불포화지방산인 알파-리놀렌산을 함유해 [아이]의 두뇌 발달에 필수적인 호두기름캡슐
비타민E	잔균	천연유래의	6건	→ [천연유래] [비타민E]와 불포화지방산 함유로 피로회복에 효과적이며 [조류기름을 주요 성분으로 하는 호두기름캡슐]과 달리 홍삼과 동충하초를 핵심 성분으로 하는 호두기름캡슐
DHA	(-)	기억력 향상	3건	→ 두뇌와 망막에 필요한 [DHA]가 풍부해 [기억력 향상]과 시각 기능 향상에 도움이 되는 호두기름캡슐
아마인유	(-)	천연유래의	3건	→ [아마씨유]나 호두기름과 같은 식물성유지에 풍부하게 들어 있는 불포화지방산인 알파-리놀렌산을 함유해 심장질환예방에 효과적이며 [천연유래] 성분으로 안심하고 먹을 수 있는 호두기름캡슐
피쉬오일	(-)	학생	3건	→ [피쉬오일]과 같은 동물성 성분이 아닌 식물성오일로 성장기어린이, [청소년], 임산부 등 필수지방산 보충이 필요한 누구나 안심하고 먹을 수 있는 호두기름캡슐

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/경쟁브랜드/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

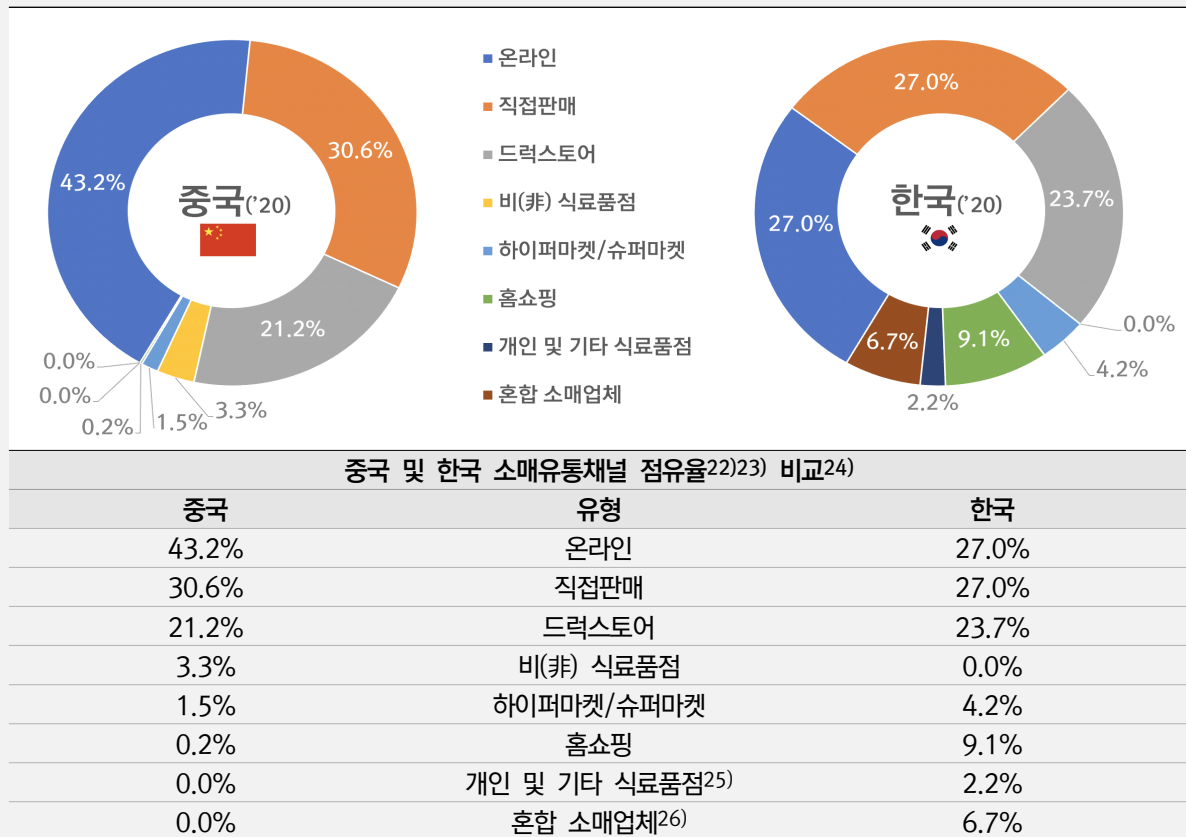
1. 중국 호두기름캡슐 유통채널 비교
2. 중국 호두기름캡슐 유통채널 특징

1. 중국 호두기름캡슐 유통채널 비교

▶ 중국 무점포 기반 유통채널 점유율 74.0% 차지, 오프라인 유통채널 중에서는 ‘드럭스토어’가 가장 점유율 높아

2020년 중국 ‘비타민 및 건강보조제’ 유통채널은 무점포 기반 판매방식인 ‘온라인’과 ‘직접판매’, 그리고 ‘홈쇼핑’의 점유율이 총 74.0%를 차지함. 한국의 무점포 기반 유통채널의 점유율은 총 63.1%로 중국과 비슷한 수준이었음. 채널별 점유율을 살펴보면, 먼저 ‘온라인’은 중국(43.2%)이 한국(27.0%)보다 약 16%p 높았고, ‘직접판매’의 점유율은 중국(30.6%)과 한국(27.0%)의 차이가 크지 않았음. ‘홈쇼핑’을 통한 유통은 한국(9.1%)에서는 유효한 수치를 보였으나, 중국은 0.2%로 집계됨. ‘드럭스토어’의 점유율은 한국(23.7%)과 중국(21.2%)의 차이가 크지 않았음. 이외에 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘개인 및 기타 식료품점’, ‘혼합 소매업체’ 채널의 점유율은 중국에서는 2% 미만을 차지한 것으로 집계됨

[표 4.1] 중국 호두기름캡슐 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 중국 및 한국 ‘비타민 및 건강보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

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

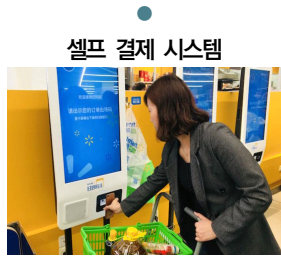
24) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

25) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시아마트/한인마트를 포괄함

26) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 중국 호두기름캡슐 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



셀프 결제 시스템

사진자료: 체인스토어에이저

▶ 중국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 선아트 및 CRH

중국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 CRH(China Resources Holdings)는 2020년 중국 전체 매출액인 3조 600억 위안(약 560조 3,472억 원²⁷⁾)의 3.2%를 점유했으며, CR뱅크(CR Vanguard)와 화룬쑤오(CR Sugo) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 선아트(Sun Art)는 2020년 중국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액의 2.9%를 점유했으며, 산하에 RT마트(RT Mart), 오상(Auchan) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 코로나19로 위축된 중국 소비시장,

하이퍼마켓은 ‘원-스탑’ 구매 채널로 매출 증가²⁸⁾

하이퍼마켓은 중국 내 유일한 ‘원-스탑’ 구매 채널로, 소비자가 필요한 다양한 물품을 여러 판매 채널을 통하지 않고 한 장소에서 구매할 수 있어 코로나19로 인해 이동을 최소화하려는 소비자에게 선호도가 높은 것으로 나타남. 이러한 트렌드에 따라 중국 내 하이퍼마켓은 교차 감염 방지를 위해 매장 내 출입 인원수 제한, 셀프 결제와 안면인식 결제 등의 무접촉 결제, 사회적 거리두기 등의 조치를 시행함. 그 결과, 코로나19로 인한 도보 통행량 감소와 전반적인 소비 위축에도 불구하고 중국 내 주요 하이퍼마켓은 2020년 1분기 매출이 오히려 증가한 것으로 나타남

[표 4.2] 중국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	CRH (China Resources Holdings)	3.2%	CR뱅크(CR Vanguard), 화룬쑤오(CR Sugo)
2	선아트 (Sun Art)	2.9%	RT마트(RT Mart), 오상(Auchan)
3	용휘슈퍼스토어 (Yonghui Superstore)	2.8%	용휘(Yonghui)
4	월마트중국 (Walmart China)	2.0%	월마트(Walmart)
5	쑤닝 (Suning)	0.9%	까르푸(Carrefour)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 1위안=183.12원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in China Country Report」, 2021.07

29) 중국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 중국 주요 아시안마트/한인마트, 라이구상차오쓰 및 더블유마트

중국 주요 한인마트로는 라이구상차오쓰(来故乡超市)와 더블유마트(W-mart)가 있음. 베이징에 위치한 매장에는 왕징(望京)의 라이구상차오쓰(来故乡超市) 및 우다오커우(五道口)의 진시리엔차오쓰(今时联超市)가 있음. 상하이에는 더블유마트(W-mart), 케이마트(Kmart), 지마트(Gmart)가 있으며 각각 2-3개 점포를 운영 중임. 이외에 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)은 랴오닝(辽宁) 지역에 3개 매장을 보유하고 있으며, 온라인 마켓으로 운영 중인 씨엘마트(CHINALIFE MART)도 존재함

▶ 중국 내 한인마트, 핵심 운영 요소로 온라인 마켓 도입³⁰⁾

중국에서 가장 성공한 한국마트 체인인 1004마트가 2017년 몰락한 뒤, 중국 내 한인마트는 온라인 마켓과 배송 시스템을 적극적으로 도입하고 있음. 천사마트 폐점에는 전통적인 오프라인 구매 방식에서 온라인 및 모바일 구매 방식으로 트렌드가 변화하는 상황에서 기존의 운영방식을 고수했다는 점이 크게 작용했을 것으로 보임. 이러한 실패사례를 답습하지 않으려는 노력의 일환으로, 현재 중국 내 한인마트는 모두 온라인 마켓과 배송 시스템을 갖추고 있는 것으로 나타남

[표 4.3] 중국 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	보유 점포 수('21)	주요 거점
1	라이구상차오쓰 (来故乡超市)	1개	베이징 왕징(望京)
2	진시리엔차오쓰 (今时联超市)	1개	베이징 우다오커우(五道口)
3	더블유마트 (W-mart)	3개	상하이 홍첸루(虹桥镇)
4	케이마트 (Kmart)	2개	상하이 홍첸루(虹桥镇)
5	샤오뿌띠앤스짜띠앤 (小不点食杂店)	3개	랴오닝(辽宁)

자료: 각 기업 홈페이지

30) 모바일사이드(Mobiinside), 「상해 천사마트의 몰락」, 2017.07

3) 드럭스토어



사진자료: 왓슨스

▶ 중국 주요 드럭스토어, 왓슨스 및 귀다야오팡

중국 주요 드럭스토어 업체 왓슨스(Watsons)는 홍콩계 기업으로, 중국 내 490개 이상의 도시에 4,000개 이상의 매장을 보유한 것으로 나타남. 또한, 중국 소비자들을 위한 전담 뷰티 서비스를 제공하고 있음. 귀다야오팡(GuoDaYaoFang)은 중국 내 19개 성에서 4,600여개 매장을 운영하고 있으며, 중국 북부를 중심으로 매장들이 위치하는 것으로 나타남

▶ 드럭스토어 왓슨스, 중국에 클라우드 기반 매장 개장 계획³¹⁾

왓슨스 중국지사가 위챗(Wechat) 플랫폼에 클라우드 기반 매장을 선보이기 위해 기술 기업 텐센트(Tencent)와 협업하고 있는 것으로 확인됨. 왓슨스 중국지사 CEO 버링에 따르면, 계획 중인 클라우드 매장은 온라인 매장과는 아예 다른 성격을 띠고 있다고 전함. 클라우드 매장은 각각의 오프라인 매장을 기반으로 하고, 고객들이 구매를 하기 전에 해당 제품을 사용해 볼 수 있는 경험을 제공하는 것으로 나타났으며 온라인과 오프라인 플랫폼의 진정한 통합이라고 밝힘

[표 4.4] 중국 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	매출액	매장 수
1	왓슨스 (Watsons)	약 203억 위안 (약 3조 7,173억 원)	4,000개 이상
2	귀다야오팡 (GuoDaYaoFang)	약 16억 6,084만 달러 (약 1조 9,425억 원 ³²⁾)	4,600개 이상

자료: 기업 홈페이지

31) 코스메틱디자인아시아(Cosmeticsdesignasia), 「Watsons China CEO says new cloud-based stores ‘break the limits of space and time’」, 2020.02

32) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4) 온라인

▶ 중국 주요 온라인 유통채널, 알리바바 및 징둥

중국 주요 온라인 유통채널은 알리바바(Alibaba), 징둥(Jingdong), 핀뉘뉘(Pinduoduo) 등이 있음. 알리바바는 2020년 중국 온라인 유통채널 전체 매출액인 5조 9,000억 위안(약 1,080조 4,080억 원)의 50.1%를 점유했으며, 산하에 티몰(Tmall), 타오바오(Taobao) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 징둥은 2020년 전체 매출액의 26.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음. 핀뉘뉘는 2020년 전체 매출액의 12.8%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 중국 소비자, 코로나19 여파로 온라인화 추세³³⁾

중국 온라인 시장은 코로나19 이전에도 성장하고 있었으며, 코로나19로 소비자들의 온라인 시장 이용 빈도 증가 및 기존 오프라인 소매업체들의 온라인화로 인해 더욱 가파른 성장세를 보임. 온라인 유통 기반을 갖추고 있던 기업들은 감염병 사태에 가장 빠르게 적응하며 소비자 유인을 위한 디지털 도구 확립에 성공한 것으로 나타남. 중국 소비 시장의 전반적인 온라인화로 인해 중국 온라인 시장은 2020년 가장 큰 규모를 달성함

[표 4.5] 중국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유(‘20) ³⁴⁾	산하 주요 브랜드
1	알리바바(Alibaba)	50.1%	티몰(Tmall), 타오바오(Taobao)
2	징둥(Jingdong)	26.5%	징둥(Jingdong)
3	핀뉘뉘(Pinduoduo)	12.8%	핀뉘뉘(Pinduoduo)

자료: 유로모니터(Euromonitor)



33) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in China Country Report」, 2021.02

34) 중국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 중국 호두기름캡슐 주요 온라인 유통채널
2. 중국 호두기름캡슐 주요 오프라인 유통채널

1. 중국 호두기름캡슐 주요 온라인 유통채널 ① 티몰

기업 기본 정보	기업명	티몰(Tmall)		
	홈페이지	www.tmall.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	3억 4,000만 회	
		앱다운로드수('20)	2억 1,650만 회	
매출('20)		약 5,232억 달러(약 611조 9,347억 원 ³⁵⁾)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	잉지리(英吉利), 한천스(汉臣氏)	
		해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	무이자 할부 혜택 등 다양한 프로모션 상시 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"> - 알리페이 등록 후, 티몰 로그인 후 공급자 유치 온라인 신청 - 온라인 플랫폼 도메인 선택 및 등록하고자 하는 이름 등록 - 등록이 완료된 후, 티몰 관련 담당자의 최종 심사를 대기 - 심사 통과 후, 티몰 측에서 아이디와 비밀번호를 공급자에게 전달하면 공급자는 티몰 공급자 센터에 등록 및 정보 보완 - 제품 온라인 플랫폼 등록 및 프로모션 진행 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 보증금 동결 및 기술 서비스 연체료 결제 전, 알리페이에 충분한 잔액 확보 - 입점 후 3개월이 지난 상품에 대해 프로모션 실시 - 중국 법인 사업자(기업)만 입점 가능 (개인 판매자는 입점 불가) 		

자료: 티몰(Tmall), 센서타워(Sensortower), 시밀러웹(Similarweb)
사진 자료: 티몰(Tmall)

35) 1달러=1,169.60원(202111.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이
회원가입 완료 후 검색 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 구매율별로 제품 정렬 가능
관련 키워드 제품 하단에 표시

자료: 티몰(Tmall)
사진 자료: 티몰(Tmall)

호두기름캡슐 입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)³⁶⁾

순번	브랜드명	제품명	특징	원산지	가격 ³⁷⁾	용량	이미지
1	잉지리 (英吉利)	DHA 알갈 오일 (DHA Aalgal Oil)	- 해조유+호두유 - 신생아 유아, 어린이, 임산부에게 좋음	중국	119위안 (약 2만 1,791원)	24g (0.8g * 30캡슐)	
2	한천스 (汉臣氏)	관루가이드탕싱허타오 유닝자오탕귀 (U冠乳钙低糖型核桃油凝胶糖果)	- 신생아, 영유아용 - 수입 우유의 칼슘+호두유 혼합한 젤형 캔디	중국	158위안 (약 2만 8,933원)	84g (1.4g * 60캡슐)	
3	잉지리 (英吉利)	DHA 알갈 오일 (DHA Aalgal Oil)	- 해조유+호두유 - 신생아 유아, 어린이, 임산부에게 좋음	중국	178위안 (약 3만 2,595원)	24g (0.8g * 30캡슐)	
4	바이허강 (百合康)	바이허강파이웨이성쑤 아드환자오낭 (百合康牌维生素AD软胶囊)	- 어린이, 성인, 임산부, 모유에 좋음 - 비타민A & 비타민D 함유	중국	74위안 (약 1만 3,551원)	54g (18g * 3병)	
5	폴로토 (Folotto)	로사록스버기월넛 (ROSA ROXBUNGHII WALNUT)	- 탈모 예방 효과	미국	480위안 (약 8만 7,898원)	60캡슐	
6	굿베이비 (Good Baby)	DHA 알갈오일소프트젤 (DHA Algal Oil Softgel)	- 신생아, 영유아용 - DHA 해조유+호두유	뉴질랜드	498위안 (약 9만 1,194원)	45g (0.5g * 90캡슐)	
7	성밍이하오 (生命一号)	DHA 하이짜오유 ARA 닝자오탕귀 (DHA 海藻油 ARA 凝胶糖果)	- 임산부, 영유아용 연질캡슐 - 해조유+호두유	중국	108위안 (약 1만 9,777원)	60캡슐	



자료: 티몰(Tmall)

사진 자료: 티몰(Tmall)

36) 조사일(2021.12.13) 기준 중국 티몰(Tmall) 호두기름캡슐(核桃胶囊) 키워드 검색 후 인기순 7개 제품 리스트

37) 1위안=183.12원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 징동

기업 기본 정보	기업명	징동(Jingdong)		
	홈페이지	www.jd.com 		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	2억 1,650만 회	
		앱다운로드수(*20)	5만 회 이상	
매출(*20)		약 5,768억 위안(약 105조 6,236억 원)		
운영방식		온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	나우푸즈(NowFoods), 슈정(修正)	
		해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	사용자별 추천 쿠폰 제공, 카테고리별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 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"> - www.jd.com 접속 및 로그인 (계정 없을 시 회원가입 필수) - 입점 안내 정독 및 동의 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자명, 연락처, 계좌정보, 사업자등록번호) 공급 제품 정보 (제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 입점 제품 관련 정보 제출 - 심사 통과 후 절차에 따라 입점 - 소요 시간: 공급자 자격 심사 7일/재검토 1-15일/권한 부여 1-3일 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 심사 진행 현황은 '온라인 입점 시스템'에서 수시로 조회 가능 - 규범을 어기고 허위 자격 요건의 발각으로 인해 탈퇴 당할 시, 영구적으로 입점 제한받게 되며 재입점 신청 자격 없음 - 판매자 측에서 1년 안에 스스로 1번 탈퇴 시, 마지막 탈퇴일을 기점으로 이후 6개월간 입점 불가 		

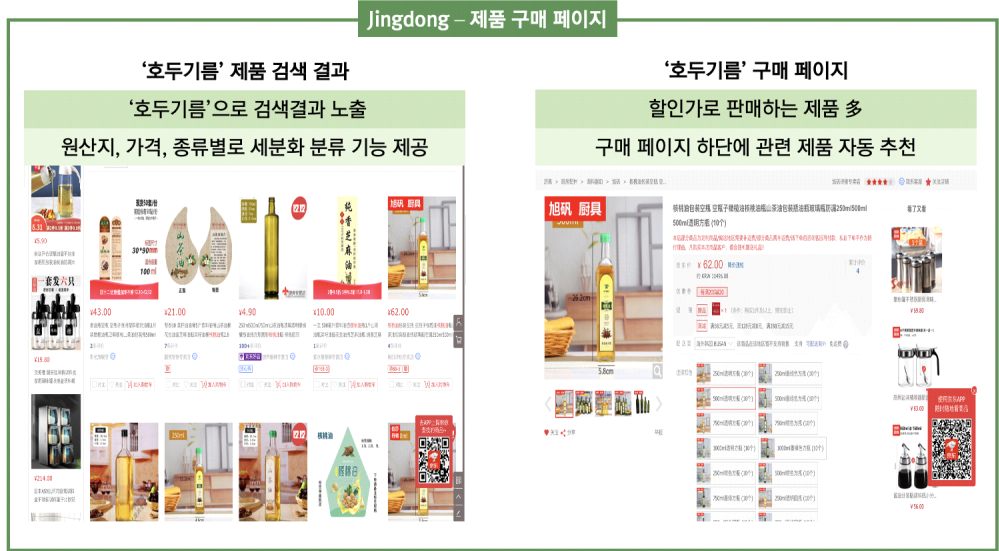
자료: 징동(Jingdong), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 징동(Jingdong)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 생산지별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 징동(Jingdong)
사진 자료: 징동(Jingdong)

호두기름, 호두기름캡슐 입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)³⁸⁾

순번	브랜드명	제품명	특징	원산지	가격	용량	이미지
1	나우푸드 (NowFoods)	블랙월넛헐즈 (Black Walnut Hulls)	- 검은 호두 함유 - 허브 보충제 - Non-GMO - 비건용 - GMP 인증 보유	미국	82위안 (약 1만 5,016원)	100캡슐	
2	슈정 (修正)	이즈런허타오펜구티인 랴오 (益智仁核桃粉固体饮料)	- 직장인, 학생용 - 어유, 타우린, 대구 간유, 호두 분말 함유	중국	276위안 (약 5만 541원)	200g	
3	예에더농장 (爷爷的农场)	스용허타오유 (食用核桃油)	- 호두기름	프랑스	139위안 (약 2만 5,453원)	250ml	
4	비어우치잉얼 (碧欧奇婴儿)	령자허타오유 (冷榨核桃油)	- 호두기름	이탈리아	129위안 (약 2만 3,622원)	250ml	
5	샤오피 (小皮)	가오펜즈허타오유 (高品质核桃油)	- 호두기름	독일	129.9위안 (약 2만 3,787원)	100ml	
6	뤄랑더 (罗朗德)	허타오유 (核桃油)	- 호두기름	프랑스	138위안 (약 2만 5,270원)	250ml	
7	잉스 (英氏)	유지허타오유 (有机核桃油)	- 호두기름	중국	71.8위안 (약 1만 3,148원)	110ml	

자료: 징둥(Jingdong)



사진 자료: 징둥(Jingdong)

38) 조사일(2021.12.13) 기준 중국 징둥(Jingdong) 호두기름캡슐(核桃胶囊) 키워드 검색 후 인기순 7개 제품 리스트

2. 중국 호두기름캡슐 주요 오프라인 유통채널 ① 비엘티슈퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.crv.com.cn			
	위치	선전(深圳)			
	규모	매출액('20)	878억 3,000만 위안(약 16조 834억 원) ³⁹⁾		
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 직원 수('20): 약 23만 명 매장 수('20): 약 3,200개 			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1984년 설립된 CR벡가드(CR Vanguard) 산하 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드임 중국 내 약 240여 개 도시에서 매장 운영 BLT슈퍼마켓 외에도 올레(Ole) 등의 프리미엄 슈퍼마켓 운영 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인, 주부
		연령대	전연령대	소득수준	중상류층



방문매장 정보	영업시간	10:00 ~ 22:00		
	주소	Fenghuang Shopping Center, Yard A 5, Shuguang Xili, Chaoyang District, Beijing		
	상권	공항철도 환승역의 쇼핑몰 지하에 입점해있으며, 부근에 회사나 주거 시설이 많아 직장인과 주변 주민들이 많이 찾음		
	VMD	취급 브랜드	크파이(K牌), 예예더농창(爷爷的农场)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에 상품 모집 공고 확인 (www.crv.com.cn/swhz/new_goodsBuyer) - 공급자 지원 자격 체크(품목별 상이) - 일부 품목의 경우 중국 현지에 등록된 업체만 신청 가능 - 공급자 지원 자격에 적합한 경우, '공급자자료등록표'를 작성하여 구매담당자에게 메일 발송 - 추가 서류 제출 요구 시 제출 - 소요시간: 약 30일(최소) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 구매담당자 연락처: crv_zbspjj@crv.com.cn
----------	---------------	---

자료: 비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket)

사진 자료: 비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품




비엘티슈퍼마켓에서는 요리용 호두 기름 제품을 기타 식용유와 함께 배치해둬. 포장 형식은 플라스틱 병이 가장 많았고, 대용량 제품의 경우 철제 형식으로 된 제품도 구비되어 있으며, 선물용 포장인 제품도 존재함. 해당 현지 매장 방문 당시에는 호두 기름을 포함한 식용유 파트의 경우 한국산 제품은 취급하고 있지 않았음

자료: 비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket) 현지매장 방문조사
사진 자료: 비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	액체 호두기름	크파이 (K牌)	크파이허타오유 (K牌核桃油)	중국	78위안 (약 1만 4,283원)	250ml	
2	액체 호두기름	예에더농장 (爷爷的农场)	예에더농장허타오유 (爷爷的农场核桃油)	프랑스	159위안 (약 2만 9,116원)	250ml	
3	액체 호두기름	페이리푸웨이상 (菲利普维尚)	페이리푸웨이상허타오유 (菲利普维尚核桃油)	프랑스	178위안 (약 3만 2,595원)	250ml	
4	액체 호두기름	페이리푸웨이상 (菲利普维尚)	페이리푸웨이상허타오유 (령자공이) (菲利普维尚核桃油(冷榨工艺))	프랑스	218위안 (약 3만 9,920원)	250ml	
5	액체 호두기름	허양양 (禾泱泱)	허양양터지추자허타오유 (禾泱泱特级初榨核桃油) * 콜드프레스	이탈리아	238위안 (약 4만 3,583원)	250ml	
6	액체 호두기름	페이리푸웨이상 (菲利普维尚)	페이리푸웨이상허타오유 (菲利普维尚核桃油) * 엑스트라버진	프랑스	138위안 (약 2만 5,271원)	100ml	
7	액체 호두기름	진써 (金瑟)	진써칭편허타오유 (金瑟轻喷核桃油) * 스프레이형	이탈리아	159위안 (약 2만 9,116원)	100ml	
8	액체 호두기름	라이보리루이 (莱伯利瑞)	유거만라이보리루이허타오유 (优格曼莱伯利瑞核桃油)	프랑스	178위안 (약 3만 2,595원)	250ml	
9	액체 호두기름	비어우치 (碧欧奇)	비어우치허타오유 (碧欧奇核桃油)	이탈리아	185위안 (약 3만 3,877원)	250ml	

자료: 비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket) 현지매장 방문조사
사진 자료: 비엘티슈퍼마켓(BLT Supermarket) 현지매장 방문조사



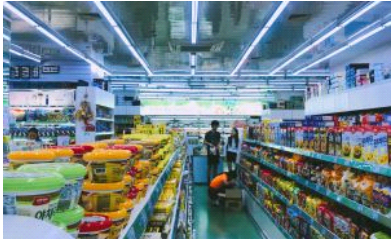
② RT마트

기업 기본 정보	기업명	RT마트(RT Mart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.rt-mart.com.cn	
	위치	상하이(上海)	
	규모	매출액('20)	약 1,018억 6,800만 위안(약 18조 6,541억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 486개 직원 수('20): 약 10만 명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1997년 설립되어 이듬해 상하이(上海)에 첫 슈퍼마켓 오픈 중국 식료품 소매업체 선아트리테일(Sun Art Retail) 내 브랜드로 운영 중국 내 29개의 성에 매장 보유 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 면류, 스낵류, 캔디류, 제과류, 주방용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선도가 높은 제품 간편하게 즐길 수 있는 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 및 라인을 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> 구매담당자에게 제품 정보(가격, 제품의 외장 크기 등) 제출 전국의 구매담당자의 심사를 거침 심사 통과한 제품은 알티마트(RT Mart)로부터 상품코드 수취 각 지역 구매담당자에게 신상품 정보 전달 각 지역 구매담당자가 관심이 있는 신상품을 선정하고 구매 신상품 입점 및 판매 상하이에 전국 총 구매담당자가 있으며, 입점 제품에 대해서는 각 지역 내 구매 담당자가 관리 특정 지역 매장에만 입점되는 브랜드보다는 모든 매장에 입점 될 수 있는 제품 선호 약 5주 소요 로컬 에이전트를 통한 등록 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +86-800-010-020 LINE 아이디: @bvq0787C 	

자료: 알티마트(RT Mart)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 리테일뉴스(Retail News)

③ 라이구상차오쓰



기업 기본 정보	기업명	라이구상차오쓰(来故乡超市)	
	기업구분	한인마트 	
	위치	베이징(北京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 베이징(北京)⁴⁰⁾ 한인타운 왕징(望京) 내 거주 지역에 위치한 한인마트로, 내고향마트로도 불림 • 주위에 14/15호선 왕징(望京)역과 왕징(望京) 소호 등이 있음 • 회원카드 제도 운영 중이며 배달 서비스 제공 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 수입 상품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-10-6472-2580 +86-10-6473-1850 +86-10-6470-6841 	

자료: 라이구상차오쓰(来故乡超市), 바이두(Baidu)

사진 자료: 디안핑(Dianping), 바이두(Baidu)

40) 베이징(北京)에 위치한 기타 한인마트는 '싸울아비'로도 알려진 진시리엔차오쓰(今时联超市)가 있음. 전화번호는 +86-10-8267-3355임

④ 더블유마트

기업 기본 정보	기업명	더블유마트(W-mart)	
	기업구분	한인마트	
	위치	상하이(上海)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 상해(上海) 한인타운 홍첸루(虹桥镇)⁴¹⁾ 내에 위치한 한인마트 • 2020년 경상남도 우수식품 홍보판매회 개최 외 다수 지역 특산물 홍보판매회 개최 이력 존재 • 구매 시 포인트 적립 제도 및 배달 서비스 운영 중 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등	
	선호 제품	• 한국산 수입 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 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, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-21-5109-2929 	

자료: 상해한인신문, 상하이방(Shanghaibang), 바이두(Baidu)

사진 자료: 상해한인신문, 상하이방(Shanghaibang), 바이두(Baidu)

41) 해당 지역에 위치한 기타 한인마트는 케이마트(Kmart)와 지마트(Gmart) 등이 있음. 케이마트는 현재 두 개 점포 운영 중이며, 배송 서비스 및 회원카드 제도 운영 중임. 문의사항 연락처는 +86-21-5109-2929 / (입점 문의) +86-185-2106-3901임


⑤ 샤오뿌띠앤스짜띠앤

기업 기본 정보	기업명	샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)	
	기업구분	한인마트	
	위치	랴오닝(辽宁)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 5월 23일 오픈 • 한국산 식품 다수 판매 • 한국산 삼푸, 구강청결용품 등 다수 판매 • 한국산 주류 제품 다양하게 입점 	
매장정보	입점 가능 품목	• 간편식품, 건조식품, 육류가공품, 소스류, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등	
	선호 제품	• 한국 제품, 인지도가 높은 브랜드의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 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, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +86-415-212-0021 +86-415-213-3300 	

자료: 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店)

사진 자료: 샤오뿌띠앤스짜띠앤(小不点食杂店) 샤오홍슈 페이지

⑥ 씨엘마트

기업 기본 정보	기업명	씨엘마트(CHINALIFE MART)	
	기업구분	한인마트	
	홈페이지	chinalife.co.kr	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인몰 형태로 운영되는 한인마트로, 현재 우한 지역 제외 중국 전역 배송 서비스 제공 중 • 2018년 홈페이지 리뉴얼 오픈 • 2021년 경상남도 우수 농식품 판촉전 진행 및 경상남도 특별 농수산 식품관 운영 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 간편식품, 건조식품, 육류가공품, 소스류, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품, 인지도가 높은 브랜드의 제품 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - chinalife.co.kr 접속 (회원가입 필수) - 홈페이지 내 '온라인 입점신청' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 예시 <ol style="list-style-type: none"> ① 제공상품 ② 업체(법인)명 ③ 사업자등록번호 ④ 사업장주소 ⑤ 업태 및 종목 ⑥ 대표자명 ⑦ 담당자 관련 정보 (담당자명, 이메일 및 전화번호 등) - 담당MD 검토 후 계약 체결 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: clmart@chinalife.co.kr 	

자료: 씨엘마트(CHINALIFE MART)

사진 자료: 씨엘마트(CHINALIFE MART)

⑦ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.watsons.com.cn		
	위치	광저우(廣州)		
	규모	매출액('20)	약 203억 위안(약 3조 7,173억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 4,000개 이상	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 490개 이상의 도시에 4,000개 이상의 매장 보유 • 6,500만 명 이상의 회원을 보유 • 중국 소비자들을 위한 인대일 전담 뷰티 서비스 제공 			




방문매장 정보	입점가능품목	• 음료류, 스낵류, 차(茶)류, 화장품, 의료용품, 바디용품 등	
	선호제품	• 한국, 일본, 대만 화장품, 소비자에게 인지도가 높은 브랜드 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.watsons.com.cn) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 屈臣氏服务助手 QR Code 스캔 - 왓슨스 위챗 계정으로 이동 후 문의 사항 입력 • 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 관련 인증 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : bd@watsons.com.cn
-------------	---------------------	---

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 멥루룬(Mengruryun)

⑧ 귀다야오팡

기업 기본 정보	기업명	귀다야오팡(GuoDaYaoFang)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.guodadrugstores.com		
	위치	북경(北京)		
	규모	매출액('20)	약 16억 6,084만 달러(약 1조 9,425억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 4,600개 직원 수('20): 약 2만 명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1997년 설립 중국 내 19개 성(省)에서 매장 운영 중국 북부를 중심으로 매장 위치 멤버십 가입 고객 수 약 2,184만 명 		

방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 스낵류, 캔디류, 건강보조식품, 의료용품, 의약품, 화장품, 세제류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 품질이 뛰어난 상품 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 접속하여 상단 메뉴 合作与发展 - 供应商 클릭 품목별 제출 서류 확인 후 이메일로 송부 간단한 문의 사항일 경우 홈페이지 合理化建议 클릭하여 진행 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (사업자 등록증, 위임장, 식품 위생 허가증) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플, 품질 보증서 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일: gdguoda@gdguoda.com 전화번호: +86-21-6039-9000
-------------	---------------------	---

자료: 귀다야오팡(GuoDaYaoFang)
사진 자료: 싱지앙귀다(Xinjiangguoda)

VI. 진입장벽

1. 중국 호두기름캡슐 통관 및 검역 절차
2. 중국 호두기름캡슐 품질 인증
3. 중국 호두기름캡슐 라벨링
4. 중국 호두기름캡슐 성분 및 유해물질

1. 중국 호두기름캡슐 통관 및 검역 절차⁴²⁾

▶ 중국 호두기름캡슐 수출 시, 식품안전국가표준에 맞춰 준비

중국으로 식품 수출 시, 제품 수출 전 사전심의 절차를 통해 검역의 기준이 되는 식품안전국가표준(GB)을 사전에 확정하고 검역 항목을 확인, 규정에 맞도록 사전 준비를 한 뒤 수입 통관을 하는 것이 필수임. 또한, 수출입업체는 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) 및 해관총서(GACC) 시스템에 전산 등록해야 하며 등록 후 발급된 등록번호는 세관 신고 시 활용됨. 수입자는 수입신고 전 세관으로부터 통관고유번호 발급이 필요함. 검역의 경우 라벨과 실험실 검역으로 구분되며 실험실 검역률은 통상 5-10% 수준임

[표 6.1] 중국 호두기름캡슐 통관 검역 절차



자료: 관세청, 중국 해관총서(GACC), KATI농수산물수출정보 홈페이지

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

▶ 중국 해외생산업체 사전등록

2021년 4월 12일, 중국 해관총서(GACC)는 중국으로 식품을 수출하는 해외생산업체 등록에 관한 명령 248호를 공표함. 이에 따라 2022년 1월 1일부터 중국으로 식품을 수출하는 모든 해외생산업체는 중국 해관에 사전등록 절차를 밟아야 함. 248호 7조에 해당하는 품목⁴³⁾은 수출국 식품 생산 및 안전, 그리고 위생을 관리하는 정부 부처의 추천으로 등록을 해야 하며, 이를 제외한 모든 품목은 자체적으로 또는 대리인을 통하여 중국 해관에 등록을 할 수 있음

[표 6.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
배경 및 취지	<ul style="list-style-type: none"> 중국 식품 무역의 안정적인 발전 촉진 중국 내 수입 식품의 급격한 증가 및 수입 식품의 안전에 대한 소비자의 요구 증가로 현행 규정의 미비점 인식
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 해관총서 명령 248호 ‘중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록 및 관리에 관한 규정’
기관	<ul style="list-style-type: none"> 중국 해관총서
적용품목	<ul style="list-style-type: none"> 모든 대 중국 수출 식품
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> 5년
248호 7조 해당 품목 필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 소재지 국가(지역) 관할 당국의 추천서(신규) 기업 목록 및 기업 등록 신청서(신규) 소재지 국가(지역) 관할 당국에서 발급한 사업자등록증과 같은 기업 신분 증명 서류(신규) 소재지 국가(지역) 관할 당국의 추천 기업이 해당 규정의 요구사항을 충족한다는 성명 소재지 국가(지역) 관할 당국이 유관 업체에 대해 진행한 심사 보고서
248호 7조 이외 품목 필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 사업자 등록 신청서 소재지 국가(지역) 관할 당국에서 발급한 사업자등록증 등의 기업 신분 증명 서류 기업이 해당 규정의 요구사항을 충족할 것을 약속하는 성명

자료: 중국 해관총서(GACC)

43) 육류 및 육제품, 케이스, 수산물, 유가공품, 제비집 및 제비집 배품, 벌꿀 제품, 알 및 알가공품, 식용유지 및 유지 제조 원료, 소가 있는 밀가루 식품, 식용 곡물류, 곡물제분공업제품 및 맥아, 신선 및 탈수 야채, 건조 두류, 조미료, 건과 및 씨앗, 건조 과일, 로스팅을 거치지 않은 커피 원두 및 코코아, 특수선식식품, 보건식품

[표 6.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
언어	<ul style="list-style-type: none"> • 등록신청서류는 중국어 또는 영어로 제출해야 함
등록 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 소재지 국가(지역)의 식품 안전 관리 시스템이 중국 해관총서의 동등성 평가 및 심사를 통과한 경우 • 소재지 국가(지역) 관할 당국의 승인을 받아 설립되었으며 효과적인 감독을 받고 있는 기업 • 효과적인 식품 안전 및 위생 관리 시스템을 구축하고 소재지 국가(지역)에서 합법적으로 생산 및 수출을 하며, 중국으로 수입되는 식품이 관련된 중국 법률 및 규정, 그리고 국가 식품안전표준을 충족시키는 경우 • 관세청 및 소재지 국가(지역) 관할 당국이 협의한 검사 및 검역 요건을 준수하는 경우
평가 및 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 해관총서가 자체적으로 또는 관련 기관에 위탁하여 등록을 신청한 수입식품 해외생산기업에 대하여 서면, 영상, 현장 및 기타 형식을 통하여 평가 및 심사를 진행함 • 심사팀은 2인 이상으로 구성됨 • 수입식품 해외생산기업 및 소재지 국가(지역)의 관할 당국은 해관총서의 평가 및 심사 업무를 지원해야 함
연장등록기한	<ul style="list-style-type: none"> • 만기일로부터 3-6개월 이내
연장등록 시 필요서류	<ul style="list-style-type: none"> • 연장등록 신청서 • 계속해서 해당 규정의 요건을 충족할 것을 약속하는 서류
등록이 취소되는 경우	<ul style="list-style-type: none"> • 필요에 따라 연장등록을 신청하지 않은 경우 • 소재지 국가(지역) 관할 당국 또는 수입식품의 해외생산기업이 자발적으로 취소를 신청한 경우 • 해당 규정의 5조 (2)항의 요건을 충족하지 않는 경우 <ul style="list-style-type: none"> - 소재지 국가(지역) 관할 당국의 승인을 받아 설립되었으며 효과적인 감독을 받고 있지 않은 기업
라벨링 관련 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 기업이 식품을 중국에 수출할 때 식품의 내포장 및 외포장 모두에 중국 내 등록번호 또는 소재지 국가(지역) 관할 당국이 승인한 등록번호를 표시해야 함 • 수입 보건식품 및 특수 식이용 식품의 중국어 라벨은 최소 판매 포장에 인쇄해야 하며, 스티커로 부착한 형태는 인정하지 않음⁴⁴⁾

자료: 중국 해관총서(GACC)

44) 라벨 인쇄 및 부착 관련 규정은 해관총서 명령 249호에서 확인할 수 있음

2. 중국 호두기름캡슐 품질 인증

▶ 중국 호두기름캡슐, 필수적으로 받아야 하는 인증 無

중국으로 수출 호두기름캡슐 수출 시, 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 식품안전국가표준(GB)에 부합해야 하며 식품의 분류에 따라 그 기준이 상이함. 식품은 보건식품과 일반식품으로 분류되며, 특정 보건기능이 있음을 표명하거나 비타민, 미네랄 보충을 목적으로 하는 경우에는 일반 식품이더라도 식품의 형태가 캡슐, 알약일 경우에 보건 식품으로 분류됨. 고객사 제품의 원료인 동충하초 또한 현재 중국에서 비소의 함량 문제로 사용을 제한하고 있어 까다로운 사전 승인 심사와 등록을 거쳐야 보건식품으로 수출할 수 있음. 자세한 사항은 국가식품안전표준 데이터 검색 플랫폼에서 확인 가능함. 별개로 식품 생산에 관한 글로벌 인증인 HACCP, FSSC 22000, ISO 등을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음.

[표 6.3] 중국 호두기름캡슐 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 중국 내 사무소	

자료: 각 인증기관

[표 6.4] 수입 보건식품 인증 정보

인증명	취득 정보	
보건식품 등록	대상	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 시장감독관리총국에서 규정하는 특정 보건 기능을 가진 보건식품 • 보건식품 원료 목록에 명시되지 않은 원료를 사용한 보건식품
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 안전성 시험, 기능 검증 시험, 기술 심사 등의 절차 필요
	필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 보건식품 등록 신청서, 사업자 등록증, 중문 라벨 및 설명서, 제품 기술 요구 서류, 제품 배합 서류 등
	절차	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 신청, 서류 및 샘플 제출 > 필요한 심사 및 서류 보충 > 등록 허가증 발급
보건식품 비안	대상	<ul style="list-style-type: none"> • 비타민, 미네랄 등의 영양 식품군에 속하는 보건식품 • 중국으로 처음 수입되는 보건식품
	내용	<ul style="list-style-type: none"> • 보건식품 등록과 비교하여 간소화된 신고 절차
	필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 보건식품 비안 등기표 및 진실성에 대한 보증 서류, 제품 배합 서류, 생산 공정 서류, 제품 기술 요구 서류 등
	절차	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 신청, 서류 제출 > 서류 심사 및 보충 > 비안 허가증 발급

자료: 중국 시장관리감독총국(SAMR)

3. 중국 호두기름캡슐 라벨링

[표 6.5] 중국 호두기름캡슐 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 식품명	<ul style="list-style-type: none"> 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭 분명하게 표기할 것 명칭에 식품 속성 오해 소지 있는 경우 동일 표시면 부근에 동일 폰트로 식품 속성 반영하는 전용 명칭 표기할 것 소비자가 식품의 실제 속성, 물리적 상태 또는 제조 방법을 오해하거나 혼동하지 않도록 식품명 앞부분이나 뒷부분에 상응하는 단어나 문구를 추가할 수 있음 특수한 신체 혹은 생리적인 상황과 질병, 교란 등 특수 영양 수요 만족을 위하여 전문 가공 혹은 조제한 식품이면 ‘특수 식이 용도 식품’ 혹은 해당 제품의 특수성을 묘사하는 이름을 사용할 수 있음
	2. 배합원료표	<ul style="list-style-type: none"> ‘배합원료’ 또는 ‘배합원료표’를 색인어로 사용해 표기해야 함 가공 보조제를 제외함 각종 원료, 보조재료, 식품첨가물을 표기해야 함 첨가량 많은 순으로 나열할 것(첨가량 2% 미만은 순서 무방) 복합 원료는 복합 배합원료 명칭 표시 및 최초 배합원료의 첨가량이 많은 순으로 표시해야 함(국가표준, 업종표준, 지방표준에 규정되어 있으면서 25% 미만일 경우 제외) 식품첨가물 통용 명칭은 식품첨가물의 상세 이름으로 표시할 수 있고, 기능별 명칭, 상세 명칭, 국제 코드 동시 표기가 가능함 제조 및 가공 시 첨가된 물 표시해야 함(휘발성 배합원료 제외) 식용 가능한 포장재도 배합원료표에 표시해야 함
	3. 내용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> 액체 식품, 반고체 또는 점성 식품은 리터(L), 밀리리터(mL) 또는 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용해 표기해야 함 고체 식품은 그램(g), 킬로그램(kg)을 사용해 표기해야 함 내용량은 식품명과 함께 포장재나 용기 주표시면에 표시해야 함 규격은 단일 사전포장 식품의 내용량과 개수 표시 또는 개수만 표시하며 ‘규격’ 두 글자는 표시해서는 안 됨 단일 사전포장 식품의 규격은 내용량을 의미함

출처: 중국 국가표준규정 GB 7718-2011, GB 16740-2014

[표 6.5] 중국 호두기름캡슐 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 날짜	<ul style="list-style-type: none"> • 생산 일자 및 품질 보증 기간을 분명하게 표시해야 함 • 일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음 • 여러 개의 단일 사전 포장 식품의 경우 가장 빠른 날짜의 제품 품질 보증 기간을 계산하여 외부 포장에 표시할 것 • 년, 월, 일의 순서로 날짜 표시할 것 • 보건 식품은 ‘유통기한은 00년 00월 00일까지입니다’와 같은 방식으로 표기해야 하고 연도는 네 자릿수, 월과 일은 두 자릿수로 표기해야 함. 레이저로 각인해야 하며, 유통기한을 표기하는 색과 배경색은 차이가 있어야 함
	5. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함 • 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함
	6. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 • ‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음
	7. 식품 생산 허가증 일련번호	<ul style="list-style-type: none"> • 사전포장 식품 라벨은 식품 생산허가증 일련번호를 표시해야 함
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지 국가명 또는 지역명 표기해야 함
9. 영양라벨	<ul style="list-style-type: none"> • 사격형 표 형식으로 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨의 함량 및 그 영양소 기준치(NRV)에 차지한 백분비 포함 필수 표기해야 함 • 사격형 크기는 자유롭게 선택하며 포장과 수직을 이루고 제목을 ‘영양성분표’(중문)라고 표기해야 함 • 소비자에게 제공하는 최소한 포장단위에 표기해야 함 • 에너지와 영양성분 함량은 100g 또는 100mL 또는 식품 하나당 섭취 가능한 양의 구체적인 수치에 따라 표시해야 함 	

출처: 중국 국가표준규정 GB 7718-2011, GB 16740-2014

[표 6.5] 중국 호두기름캡슐 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	10. 보건 식품 관련 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 보건식품 허가 마크 및 등록번호 표기 필수 • 2020년에 개정된 보건식품 라벨관리에 관한 규정 공고에 따라 ‘본 제품은 약품이 아니고 약품을 대신하여 질병을 치료할 수 없다’라는 내용의 경고를 용기에 반드시 명시되어야 함 • 영양보충제는 포장 용기 앞쪽에 ‘영양보충제’, 보건 기능 칸에는 ‘XX 영양제 보충’을 표기해야 함 • 홍보 과정에서도 ‘본 제품은 약물을 대체할 수 없다’라는 점을 명확히 밝혀야 하며, 이에 부합하지 않는 경우 법적 처벌을 받을 수 있음 • 포장물 혹은 포장 용기의 최대 표면 면적이 10cm² 이하이면 제품 명칭, 순함량, 생산자 명칭과 주소, 생산 일자, 그리고 품질 보증기한만 표시해도 됨
	11. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함 • 한국 내수용 내포장지에 중문 하벨을 부착할 경우, 한글의 주요 내용은 중국 규정에 따라 표시되어야 함
	11. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> • 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭 분명하게 표기해야 함 • 명칭에 식품 속성 오해 소지 있는 경우 동일 표시면 부근에 동일 폰트로 식품 속성 반영하는 전용 명칭 표기해야 함 • 오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기해야 함 • 외국어는 상응하는 한자보다 글자 크기가 작아야 함
라벨 권장 표시 사항 및 기준	12. 알레르기 물질	<ul style="list-style-type: none"> • 알레르기 유발물질은 이해하기 쉬운 명칭을 사용하거나 추가 설명을 덧붙여 배합원료표나 근처에 표기해야 함
	13. LOT 번호	<ul style="list-style-type: none"> • 필요에 따라 제품 로트 번호를 표시할 수 있음
	14. 섭취방법	<ul style="list-style-type: none"> • 특별한 조건이 있는 경우 용기 개봉 방법, 섭취 방법, 조리 방법 등에 관한 도움말을 표시해야 함

출처: 중국 국가표준규정 GB 7718-2011, GB 16740-2014

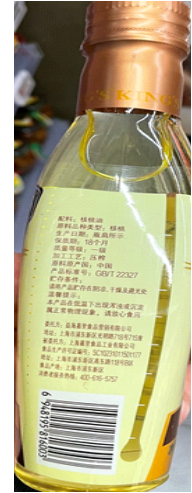
▶ 중국 호두기름캡슐 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 1 라벨링]



[뒷면 2 라벨링]

[앞면 - 중문 및 영문]

- ① KING'S K牌
- ② 核桃油
- ③ WALNUT OIL
- ④ 原油头道初榨
- ⑤ 核桃油中 含 α -亚麻酸
- ⑥ 优选核桃仁 亚麻酸 $\geq 60\%$
- ⑦ 净含量：250毫升

[앞면 - 국문]

- ① 킹스 케이 브랜드
- ② 호두기름
- ③ 호두기름
- ④ 원유 척 착즙
- ⑤ 호두기름 중 알파 리놀레산 포함
- ⑥ 리놀레산 함유 60% 이상
- ⑦ 함량 : 250ml

[뒷면 1 - 중문 및 영문]

- ① KING'S K牌
- ② 核桃油
- ③ WALNUT OIL
- ④ 推荐方法 (供参考)
 - 口服每日10ml
 - 烹调
 - 凉拌菜/调料馅
 - 调味
 - 熬粥/蒸米饭
 - 制作糕点

⑤ 营养成分表

项目	每100克	营养素参考值 %
能量	3,700千焦	44%
蛋白质	0克	0%
脂肪	100克	167%
碳水化合物	0克	0%
钠	0毫克	0%

- ⑥ α-亚麻酸平均含量达10%
- ⑦ 益海嘉里 荣誉 出品

[뒷면 1 - 국문]

- ① 킹스 케이 브랜드
- ② 호두기름
- ③ 호두기름
- ④ 추천방법 (참고용)
 - 매일 음용 10ml
 - 요리 시
 - 샐러드나 소스용
 - 맛내기용
 - 죽이나 밥 제조 시
 - 베이킹

⑤ 영양성분표

항목	100당	영양소 기준치 당 %
열량	3,700kj	44%
단백질	0g	0%
지방	100g	167%
탄수화물	0g	0%
나트륨	0mg	0%

- ⑥ 알파 리놀레산 평균 함량 10%
- ⑦ 이하이케리 출시 제품

[뒷면 2 - 중문]

- ① 配料：核桃油
- ② 原料品种类型：核桃
- ③ 生产日期：瓶肩所示
- ④ 保质期：18个月
- ⑤ 质量等级：一级
- ⑥ 加工工艺：压榨
- ⑦ 原料原产国：中国
- ⑧ 产品标准号：GB/T 22327

[뒷면 2 - 국문]

- ① 재료：호두기름
- ② 원료 종류：호두
- ③ 제조일자：포장 겉면 참조
- ④ 유통기한：제조일로부터 18개월
- ⑤ 품질등급：1등급
- ⑥ 가공공법：압착
- ⑦ 원료 원산지：중국
- ⑧ 제품표준번호：GB/T 22327

- ⑨ 贮存条件：
请将产品贮存在阴凉、干燥及避光处
- ⑩ 温馨提示：
本产品在低温下出现浑浊或沉淀
属正常物理现象，请放心食用
- ⑪ 委托方：益海嘉里食品营销有限公司
- ⑫ 地址：
上海市浦东新区光明路718号715室
- ⑬ 被委托方：上海嘉里食品工业有限公司
- ⑭ 食品生产许可证编号：
SC10231011501177
- ⑮ 地址：
上海市浦东新区高东路118号B区
- ⑯ 食品产地：上海市浦东新区
- ⑰ 消费者服务热线：400-616-5757

- ⑨ 보관방법：
본 제품은 그늘지고 건조한 곳에
직사광선을 피해 보관하십시오.
- ⑩ 주의사항：
본 제품은 저온에서 혼탁해지거나
침전되는 현상이 생길 수 있으며 이는
정상적인 현상이므로 안심하고
섭취하세요
- ⑪ 위탁업체：이하이지아리 식품마케팅
유한회사
- ⑫ 주소：
상하이 푸둥신구 광명로 718호
715실
- ⑬ 피위탁업체：상하이 지아리 식품공업
유한회사
- ⑭ 식품생산허가증번호：
SC10231011501177
- ⑮ 주소：
상하이 푸둥신구 가오동로 118호
B구역
- ⑯ 식품산지：상하이 푸둥신구
- ⑰ 고객센터：400-616-5757

4. 중국 호두기름캡슐 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

중국에 수출할 식품의 첨가물은 중화인민공화국 국가표준 식품첨가물 사용 표준(GB 2760-2014)과 식품 영양강화제 사용 표준 (GB 14880-2012)에 따라, 중화인민공화국 보건부가 허가한 첨가물만을 사용할 수 있음. 하기 표는 고객사의 호두기름캡슐에 적용될 것으로 예상되는 식품첨가물 기준의 일부임. 자세한 식품첨가물 규정 및 기준은 상기 중화인민공화국 국가표준(GB)규정과 KATI 농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 6.6] 호두기름캡슐에 적용되는 중국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	에리소르브 산	D-isoascorbic acid (erythorbic acid)	GMP	식용유지가공품 및 견과류가공품류
2	젤란 검	Gellan Gum		
3	아라비아 검	Acacia (gum arabic)		
4	아세트 산	Acetic acid		
5	산 처리 전분	Acid treated starch		
6	비타민 E	Vitamin E (dl- α -tocopherol)	0.5g/kg	식용유지가공품류
7	트리소듐포스페이트	Trisodium orthophosphate	5.0g/kg	
8	울금	Turmeric	GMP	견과류가공품류
9	입실론 폴릴신 염산염	ϵ -polylysinehydrochloride	0.3g/kg	견과류가공품류

출처: 중국국가표준규정 GB 2760-2014 및 GB 14880-2012, KATI 농식품수출정보

▶ **유해물질**

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 보건부의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 식품 중 오염물 제한량 규정(GB 2762-2017), 식품 중 병원균 제한량 규정(GB 29921-2013), 그리고 식품 중 잔류 독소 제한량 규정(GB 2761-2017) 등이 있음. 제한량 제정 여부와 상관없이 원칙적으로 식품 중 유해물질의 함량이 최저 수준에 이르도록 하여야 함. 더욱 자세한 규정은 중화인민공화국 국가표준 규정 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.7] 호두기름캡슐에 적용되는 중국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	비소	Arsenic (As)	0.1mg/kg	식용유지가공품류
2	벤조피렌	Benzo(a)pyrene (Benzopyrene)	10.0µg/kg	
3	납	Lead (Pb)	0.1mg/kg	
4	카드뮴	Cadmium (Cd)	0.3mg/kg	견과류가공품류
5	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	5.0µg/kg	
6	납	Lead (Pb)	0.2mg/kg	

출처: 중국국가표준규정 GB 2760-2014 및 GB 14880-2012, KATI 농식품수출정보

▶ 알레르겐

중국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 중화인민공화국 보건부의 사전포장 식품 라벨 통칙(GB 7718-2011)에 의하여 규정됨. 알레르기 유발물질이 포함된 배합원료를 사용할 때 배합원료표에 이해하기 쉬운 명칭을 쓰거나, 배합원료표 부근에 추가 설명을 덧붙일 것을 권장하고 있음. 고객사 호두기름캡슐의 경우, 호두 원료가 해당되는 것으로 확인됨. 다만, 해당 규정에 따르면 라벨이 알레르기 유발물질을 표기하는 것이 필수 사항은 아닌 것으로 확인됨

[표 6.8] 중국 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	호두기름캡슐 해당 여부
1	권장	글루텐(밀, 호밀, 보리, 귀리)	-
2	권장	갑각류	-
3	권장	달걀	-
4	권장	물고기	-
5	권장	우유	-
6	권장	땅콩	-
7	권장	참깨	-
8	권장	아몬드, 헤이즐넛, 피칸, 호두 등 특정 견과류	V (호두)
9	권장	야황산염	-

출처: 중국국가표준규정 GB 7718-2011, KATI 농식품수출정보

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 웨이안스판무상마오요우시앤꽁쓰(瑞安市范姆商贸有限公司)

Interview ② 셴전스루어천마오이요우시앤꽁쓰(深圳市洛辰贸易有限公司)

Interview ③ 상하이빠지우링띠앤쯔상우요우시앤꽁쓰

(上海巴九灵电子商务有限公司)

중국(China) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입·유통업체 ○	웨이안스판무상마오요우시앤 콩쓰 (瑞安市范姆商贸有限公司)	셴전스루어천마오이요우시 앤콩쓰 (深圳市洛辰贸易有限公司)	상하이빠지우링띠앤쯔상우 요우시앤콩쓰 (上海巴九灵电子商务有限公司)
	업체 ▶ 수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
	요리유 취급 ▶	 호두 기름	 호두 기름

사진 자료: 상기 업체 알리바바 제품 판매 페이지

중국(China) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	호두기름 수요 및 주요 소비층	제형 피드백	가격 피드백
웨이안스판무상마오 요우시앤콩쓰 (瑞安市范姆商贸有限公司) 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 호두기름에 대한 수요 높음 영유아 이유식용으로 소비자 구매 	<ul style="list-style-type: none"> 캡슐 형태 많지 않음 건강기능식품이므로 관련 인증 취득 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스산 호두기름 및 일반적인 건강기능식품의 가격대와 비교해도 가격이 높음
셴전스루어천마오이 요우시앤콩쓰 (深圳市洛辰贸易有限公司) 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 호두기름에 대한 수요 높음 영유아 이유식용으로 소비자 구매 	<ul style="list-style-type: none"> 캡슐 형태 많지 않음 건강기능식품이므로 관련 인증 취득 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 미국, 프랑스산에 비해 가격 높음
상하이빠지우링띠앤 쑤상우요우시앤콩쓰 (上海巴九灵电子商务有限公司) 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 건강에 신경 쓰는 노년층이 타깃 소비자층으로 예상됨 	(-)	<ul style="list-style-type: none"> 건강기능식품의 일반적인 가격대보다 높음

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 웨이안스판무상마오요우시엔공쓰 (瑞安市范姆商贸有限公司)

45)

웨이안스판무상마
오요우시엔공쓰
(瑞安市范姆商贸有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2015년에 설립된 수입유통업체로, 한국 및 타 국가들의 제품들을 수입하여 판매 중임
 - 현재 알리바바 등 중국 온라인 쇼핑몰들을 통해 수입물품 판매 중임
 - 주요 취급 품목은 영유아 용품 및 영유아 식품임

담당자 정보

Sales Manager

瑞安市范姆商贸有限公司

웨이안스판무상마오요우시엔공쓰(瑞安市范姆商贸有限公司) Sales Manager

Q. 현재 중국 내 호두 기름에 대한 수요는 어떠한가요?

중국 소비자들의 호두 기름에 대한 수요는 비교적 높은 편입니다. 호두 기름이 암, 심혈관 질환, 당뇨, 치매 등 각종 질환을 예방하고 건강에 도움이 된다는 사실이 알려지면서 호두 기름을 섭취하려는 소비자들이 많아지고 있습니다.

Q. 중국 내 호두 기름의 주요 소비층은 누구인가요?

현재 중국 호두 기름 제조 및 판매업체들은 영유아층을 타겟팅하여 마케팅 전략을 펼치고 있습니다. 건강에 도움이 된다는 사실을 비롯해 비타민 E, A, B와 아미노산, 오메가 등 다량의 건강기능성분을 함유하고 있어 영유아들이 섭취하기 좋은 제품으로 인식되고 있기 때문입니다.

Q. 현재 인기가 있는 호두 기름 제품은 무엇인가요?

저희 가게에서 가장 인기가 많은 제품은 프랑스 로랜드(Roland)사의 호두 기름 제품입니다. 프랑스산 제품이기 때문에 품질 측면에서 소비자들의 신뢰도를 얻고 있으며, 가격 또한 100위안(한화 약 1만 8,312원) 안팎으로 저렴하기 때문에 소비자들이 부담을 느끼지 않습니다.

Q. 호두 기름으로 만든 건강보조제품 중 캡슐형 제품이 판매되고 있나요?

저희 가게는 물론, 시중에서 판매되고 있는 호두 기름 제품 중 캡슐형 제품은 없습니다. 제품들의 대다수가 유리병, 혹은 캔으로 포장되어 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대해 피드백을 한다면 무엇이 있을까요?

캡슐 형태의 경우 건강기능식품이기 때문에 관련 인증을 취득해야 중국 내 판매가 가능합니다. 다음으로, FOB가격이 518위안(한화 약 9만 4,856원)이라면 실제 소비자가는 그보다 2-3배가 높을 것이기 때문에 1,000위안(한화 약 18만 3,120원)을 상회할 것으로 예상합니다. 프랑스산 호두기름보다 훨씬 비싼 것은 물론이며, 현재 중국에서 판매되는 수입산 캡슐 건강기능제품도 1,000위안을 넘는 경우는 극소수입니다.

Interview ② 선전스루어천마오이요우시앤공쓰 (深圳市洛辰贸易有限公司)

46)

深圳市洛辰贸易有限公司

선전스루어천마오이
요우시앤공쓰
(深圳市洛辰贸易有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2020년에 설립된 수입유통업체로, 호주 및 타 국가들의 제품들을 수입하여 판매 중임
 - 현재 알리바바 등 중국 온라인 쇼핑몰들을 통해 수입물품 판매 중임
 - 주요 취급 품목은 건강기능식품, 생활용품, 식품류 등임

담당자 정보

Operating Manager

선전스루어천마오이요우시앤공쓰(深圳市洛辰贸易有限公司) Operating Manager

Q. 현재 중국 내 호두 기름에 대한 수요는 어떠한가요?

최근 호두 기름의 건강 개선 기능들이 알려지며 중국 내 호두 기름에 대한 수요는 높아지고 있습니다. 그러나, 브랜드 인지도에 따라 판매량이 극명하다는 점을 고려해야 합니다. 인지도가 높은 브랜드의 경우 제품에 대한 수요 또한 높지만, 인지도가 낮다면 판매가 어려울 수 있습니다.

Q. 중국 내 호두 기름의 주요 소비층은 누구인가요?

현재 중국에서 호두 기름의 주요 소비층은 영유아입니다. 주로 영유아 이유식으로 소비되고 있으며 호두 기름과 관련된 키워드로는 ‘영유아’, ‘이유식’, ‘식용유’가 있습니다. 영유아가 섭취하기 부담스럽지 않은 건강 제품이라는 특징이 크게 작용한 것으로 예상합니다.

Q. 현재 인기가 있는 호두 기름 제품은 무엇인가요?

저희 가게에서 가장 인기가 많은 제품은 호주 플렌티(Plenty)사의 호두 기름 제품입니다. 인기 요인으로는 품질과 가격이 있습니다. 뛰어난 품질은 물론이며, 375mL에 50위안(한화 약 9,156원) 안팎의 가격대를 형성하고 있어 매우 저렴합니다. 더 좋은 품질의 제품을 더욱 비싸게 판매한 적이 있는데, 판매량이 떨어진 것으로 보아 가격이 가장 큰 구매요인으로 작용하는 것으로 예상합니다.

Q. 호두 기름으로 만든 건강보조제품 중 캡슐형 제품이 판매되고 있나요?

시중에 캡슐 형태의 호두 기름은 흔하지 않습니다. 캡슐 형태가 아닌 호두 기름 제품 중에는 로랜드(Roland)를 비롯한 프랑스산 제품들이 가장 인기가 많습니다. 인기 브랜드들의 공통점으로는 모두 영유아 이유식 호두 기름 전문 브랜드라는 특징이 있으며, 중국 시장에 조기 진입해 호두 기름에 대한 전문성이 있습니다. 로랜드사의 경우 인기가 많았지만, 불량품 리콜 사태와 중국 대리상들과의 갈등 때문에 판매량이 급감했습니다. 중국 시장을 염두에 두고 있다면, 대리상들과의 원활한 커뮤니케이션이 필요할 것입니다.

Q. 고객사 제품에 대해 피드백을 한다면 무엇이 있을까요?

건강기능식품의 경우 포장이 크게 중요하지 않으며, 포장보다는 효능을 더 중요시하기 때문에 패키징은 딱히 문제가 되지 않습니다. 제품 형태의 경우, 캡슐형이라면 건강기능식품이기 때문에 관련 인증을 취득해야 합니다. 제품의 효능 측면에서는, 홍보 문구에 ‘암 예방’이 존재할 시 소비자들이 제품을 건강기능식품이 아닌 약물로 오해할 가능성이 있습니다. 마지막으로, 제품의 가격은 다소 높아 미국산, 프랑스산 제품 대비 가격 경쟁력이 낮다고 생각합니다.

Interview ③ 상하이빠지우링띠앤쯔상우요우시앤공쓰 (上海巴九灵电子商务有限公司)

47)

上海巴九灵电子商务有限公司

상하이빠지우링띠앤쯔상
우요우시앤공쓰
(上海巴九灵电子商务有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2011년에 설립된 수입유통업체로, 미국, 대만 및 타 국가들의 제품들을 수입하여 판매 중임
 - 현재 알리바바 등 중국 온라인 쇼핑몰들과 약국과 병원 등에서 판매 중임
 - 주요 취급 품목은 건강기능식품, 이유식 등임

담당자 정보

Sales Manager

상하이빠지우링띠앤쯔상우요우시앤공쓰(上海巴九灵电子商务有限公司)

Sales Manager

Q. 건강보조식품 중 캡슐형 호두 기름 제품을 취급한 경험이 있나요?

캡슐형 건강보조식품 중, 호두 기름이 주(主)인 제품을 판매해본 적은 없습니다. 다만, 현재 판매하고 있는 제품 중 DHA 조류기름 캡슐 제품은 호두 기름이 보조 성분으로 첨가되어 있습니다.

Q. 호두 기름 제품 중 인기 제품은 무엇이 있나요?

호두 기름 제품은 잘 모르겠지만, 저희가 수입한 캡슐형 건강보조식품 중에는 항알레르기 프로바이오틱스와 락타아제, 위장에 좋은 건강식품과 DHA 건강기능식품이 있습니다. 해당 제품들은 중국 식품약품감독관리국에 주는 '보건식품' 인증을 받았으며, 임상실험이 완료되어 오프라인 홍보에 주력하는 제품들입니다.

Q. 고객사 제품에 대해 피드백을 한다면 무엇이 있을까요?

가격이 매우 높은 편입니다. FOB가격이 518위안(한화 약 9만 4,856원)이라면 소비자가가 1,000위안(한화 약 18만 3,120원)을 상회할 것으로 예상됩니다. 중국 내 건강기능식품은 평균적으로 500위안(한화 약 9만 1,560원)을 넘지 않기 때문에 가격에 대한 반발이 있을 것입니다. 효능의 경우, 예전에 비슷한 효능이 있는 제품을 취급한 적이 있었으나 판매량이 그다지 높지 않았습니다. 해당 제품의 주요 소비층은 노년층으로, 수술 후에 건강 재활을 위해 구매하는 경우가 많았습니다.

Q. 추천하는 홍보 방법이 있을까요?

추천하는 홍보 채널로는 온라인 판촉활동이 있습니다. 중국 내 쇼핑이 활발한 11월 11일, 6월 18일 등에 온라인 매장 행사를 비롯한 온라인 마케팅을 추천합니다. 또한, 라이브 방송 등의 활동을 결합한다면 효과가 더욱 좋을 것입니다. 고객사 제품의 효능은 타 건강기능식품에서도 흔히 볼 수 있는 효능이라 차별성이 부족합니다. 마지막으로, 홍보 문구에 '암 예방' 문구를 사용하려면 약품 인증을 추가로 취득해야 합니다. '면역력 향상' 문구를 쓰면 소비자들이 건강기능식품으로 인식하기 때문에, 앞서 말씀드린 '보건식품' 인증을 취득해야 합니다.

VIII. 시사점

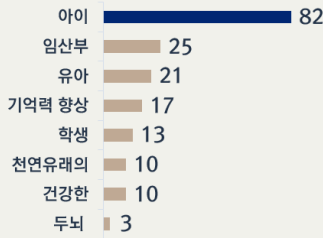
시장수요

중국 호두 시장,
향후 연평균 3%
성장 전망



중국 내 고객사 제품의 원재료인 '호두' 시장규모는 향후 5년(2021-25년) 연평균 3% 성장이 전망되며, 고객사 제품이 해당하는 '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모는 4%의 성장이 전망됨. 최근 중국에서 호두기름은 암, 심혈관 질환, 당뇨, 치매 등 각종 질환을 예방하는 데 도움이 된다는 인식과 함께 수요가 증가하는 추세임. 반면 액체형 호두 기름은 보편적이거나, 호두 기름이 주성분인 캡슐형 호두기름 건강보조식품은 거의 판매되지 않는 것으로 확인됨. 주성분인 해조유에 부성분으로 호두기름이 첨가된 건강보조식품은 다수 확인되었으며, 서구권 브랜드와 현지 브랜드가 시중에 판매 중임. 반면 한국산 제품은 확인되지 않았음

소비 특징



중국 호두기름캡슐
홍보문구 키워드

중국 주요 온라인쇼핑몰 내 판매되는 호두캡슐 확인 결과, 성분 관련 DHA와 조류기름(해조유)가 최다 빈출함. 중국에는 고객사 제품과 같이 호두기름의 성분이 주로 쓰이는 제품은 거의 없었으며, 대부분이 주성분인 해조유에 호두기름이 부성분으로 첨가된 형태임. 효능과 관련된 성분으로 DHA, 타우린, 아연, 비타민D, 비타민A 등이 빈출함. 홍삼과 동충하초는 0건으로 집계되어, 차별화 포인트로 활용 가능할 것으로 예상됨

주요 브랜드로는 서구권 브랜드인 플로토, 잉질리, 나우푸드 등이 빈출하였으며 현지 브랜드도 다양하게 출현함. 반면 한국산 브랜드 키워드는 확인되지 않음. 주요 홍보 타깃층은 영유아와 임산부로, 대부분의 제품이 영유아의 기억력과 두뇌 기능 향상에 도움이 되는 것을 홍보함. 고객사 제품이 노령층 대상 실혈관질환 예방 효과를 홍보하는 것과는 대비되는 것을 확인함

진입전략



중국 온라인 쇼핑몰 내 판매되는
호두기름캡슐

중국 내 호두기름 캡슐형 제품과 일반 액체형 제품 모두 서구권 브랜드나 중국 현지 브랜드 제품의 인기가 높아 진입 초기부터 현지인 대상 높은 수요를 얻기는 어려울 것으로 예상됨. 이에, 인삼과 동충하초 성분에 익숙한 한민마트로의 유통을 추천하며, 비교적 제품이 다양한 온라인 쇼핑몰로의 유통도 추천함

수입유통업체 인터뷰와 현지 판매제품 확인 결과 고객사 가격은 경쟁제품에 비해 매우 높은 편임. 높은 가격을 정당화할 수 있도록 동충하초와 인삼 성분을 내세워 강조하거나 FOB 하향조정이 필요할 것으로 예상됨. 또한, 현재 국내에서는 기타 식용유지가공품으로 판매되고 있으나, 중국 수입식품 규정 상 캡슐형 제품은 보건식품으로 수입되어 인증이 필요함. 이 외에도, 중국 현지에서 해조유+호두유 혼합 캡슐형 제품은 주로 영유아, 임산부를 타깃으로 기억력 및 두뇌 기능 향상을 내세우고 있으므로 참고할 필요가 있으며, 이 경우 패키징과 캡슐 모양, 홍보 자료 등의 측면에서 현지화가 필요할 것임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in China」, 2021.09
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in China Country Report」, 2021.07
3. 모비인사이드(Mobiinside), 「상해 천사마트의 몰락」, 2017.07
4. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in China Country Report」, 2021.02
5. 코스메틱디자인아시아(Cosmeticsdesignasia), 「Watsons China CEO says new cloud-based stores 'break the limits of space and time」, 2020.02
6. 농림축산식품부, 「2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2020
7. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020
8. 한국농수산물유통공사, 「중국 농식품 통관 가이드북」, 2018
9. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 타오바오(Taobao) (taobao.com)
5. 쉐닝(Suning) (suning.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 체인스토어에이제(Chain Store Age) (www.chainstorage.com)
9. 티몰(Tmall) (www.tmall.com)
10. 징둥(Jingdong) (www.jd.com)
11. 씨알뱅가드(CR Vanguard) (www.crv.com.cn)
12. RT마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.cn)
13. 바이두(Baidu) (www.baidu.com)
14. 디안핑(Dianping) (www.dianping.com)
15. 상해한인신문 (shkonews.com)
16. 상하이방(ShanghaiBang) (www.shanghaiBang.net)
17. 씨엘마트(CHINALIFE MART) (www.chinalife.co.kr)
18. 리테일뉴스(Retail News) (www.retailnews.asia)
19. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretail.asia)
20. 아이뉴스(iNews) (inf.news)
21. 싱지안귀다(Xinjiangguoda) (www.xinjiangguoda)
22. 귀다야오팡(Guodayaofang) (www.guodadrugstores.com)
23. 멥루룽(Mengruryung) (www.mengruryung.com)
24. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.com.cn)
25. 이차이글로벌(Yicai Global) (www.yicaiGlobal.com)
26. 샘파트너스(Sampartners) (<http://sampartners.co.kr/en/>)
27. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
28. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
29. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
30. 중화인민공화국 위생건강위원회(中华人民共和国国家卫生健康委员会) (nhc.gov.cn)
31. 중화인민공화국 국가 식품 안전 표준 데이터 검색 플랫폼(食品安全国家标准数据检索平台) (sppt.cfsa.net.cn:8086/db)
32. 중화인민공화국 해관총서(海關總署) (www.customs.gov.cn)
33. 중화인민공화국 해관총서 동식물검역부 (<http://dzs.customs.gov.cn>)
34. 알리바바(Alibaba) (www.alibaba.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.17

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