



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 천마(Gastrodia Elata Blume)

Country : 중국(China)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	9
II. 시장 트렌드	10
1. Market Trend 01. 중국 4대 약재 시장	12
2. Market Trend 02. 한약재 해마, 아교 인기	13
3. Market Trend 03. 중의학 표준화 진행	14
4. Market Trend 04. 중의약 산업 황금기 도래	15
III. 경쟁제품 현지조사	16
1. 경쟁제품 선정	18
2. 정량 분석	20
3. 정성 분석	21
4. 현지 방문 조사자료	23
IV. 경쟁사 분석	28
1. 경쟁사 선정	30
2. 경쟁사별 현황 파악	31
V. 유통구조 현황	34
1. 추천 진출 경로	36
2. 전문가 인터뷰	40
VI. 유통업체 현황	41
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	43

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	48
1. 통관 및 검역 절차	51
2. 관세율 정보	54
3. FTA 정보	55
4. 통관 및 검역 주의사항	56
Ⅷ. 인증 정보	57
1. 인증 취득정보	60
2. 제출서류	63
3. 전문가 인터뷰	65
Ⅸ. 라벨링 정보	66
1. 라벨 표기사항	68
2. 라벨링 예시	69
X. 위생요건 정보	70
1. 식품첨가물 규정	72
※ 참고문헌	73



I. 시장 통계

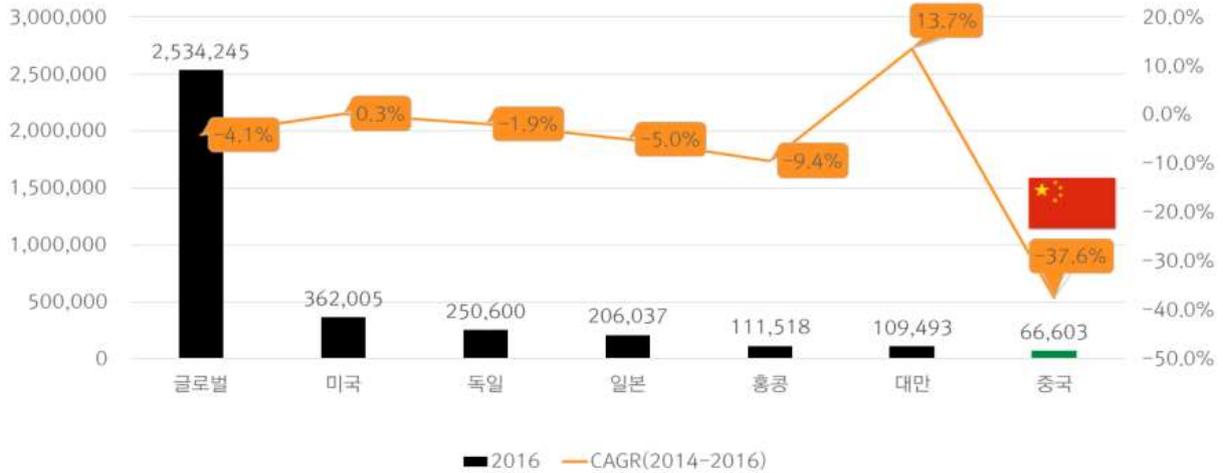
※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

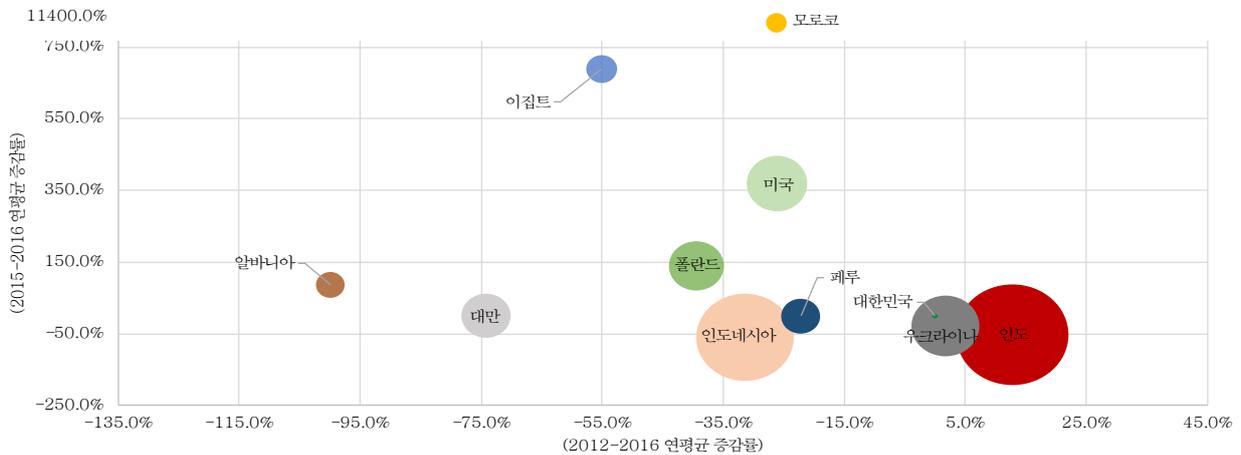
글로벌 HS CODE 1211.90 수입액 규모 및 증감률(2014~2016)

단위 : 천 달러, %



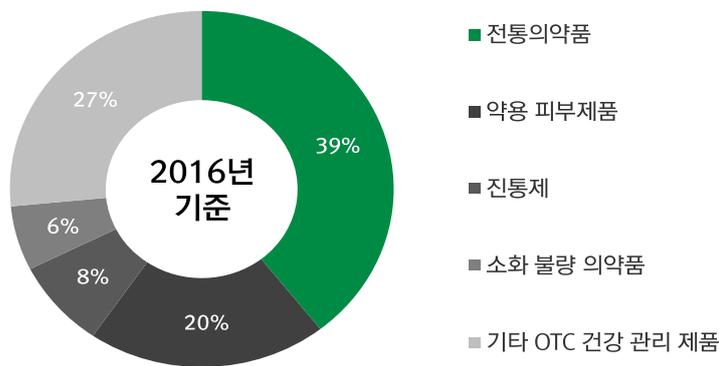
중국 HS CODE 1211.90.99 수입 점유율 및 성장률 비교1.2.3.

단위 : %



중국 비처방 건강관리 제품(Over-the-Counter Healthcare) 세부 품목별 시장점유율

단위 : %



1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
3. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청
	www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0
	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3	중국 관세청
	www.customs.gov.cn

천마 통계 기준 설정

천마 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 중국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함⁴.

수입 통계 기준, HS CODE 1211.90.99로 설정

글로벌 및 중국 내 천마의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1211.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 중국 내 해당품목 수입통계 기준은 HS CODE 1211.90하위 코드인 1211.90.99(향료용·의료용·살충용·살균용 등을 목적으로 사용되는 씨앗과 과실을 포함한 식물의 기타)로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1211.90
	중국 수입규모 및 성장률		1211.90.99
품목 통계	중국 전통 의약품 포함 비처방 건강관리 제품 시장규모	품목 키워드	Over-the-Counter Healthcare Traditional Medicines

표 1.2 : 중국 내 천마 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분(종자와 과실을 포함하고, 신선한 것·냉장한 것·냉동한 것·건조한 것에 한정하며, 절단하거나 잘게 부순 것인지 또는 가루로 된 것인지에 상관없다)
	1211.90	기타
	1211.90.9090	기타
중국	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분(종자와 과실을 포함하고, 신선한 것·냉장한 것·냉동한 것·건조한 것에 한정하며, 절단하거나 잘게 부순 것인지 또는 가루로 된 것인지에 상관없다)
	1211.90	기타
	1211.90.99	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

4. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률⁵-4.1%

2016년 기준 HS CODE 1211.90품목의 글로벌 수입액 규모는 25억 3,424만 5,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 4.1%의 하락세를 보임. 해당 품목의 최대수입국인 미국은 2016년 기준 3억 6,200만 5,000달러의 수입액을 기록했으며 2014년 이후 3년간 연평균 0.3%의 상승세를 기록함. 중국의 HS CODE 1211.90품목의 수입액 규모는 6,660만 3,000달러로 동기간 연평균 37.6%의 큰 하락세를 보임

중국 내 한국산 HS 1211.90.99, 2015년 이후 수입액 전무

2016년 기준 중국 내 HS CODE 1211.90.99 수입액 규모는 331만 5,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 17.1%의 상승세를 보임. 2016년 기준 중국 내 HS CODE 1211.90.99 품목 최대수입국인 대만의 수입규모는 67만 4,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 1,398.9%의 높은 성장세를 기록함

중국 내 한국산의 수입규모는 2014년 당시 5,000달러를 기록한 바 있으나 2015년 이후 지금까지 수입액이 전혀 없었음

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1211.90 수입액 규모(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	2,753,600	2,517,678	2,534,245	100.0%	-4.1%
1 미국	360,010	354,201	362,005	14.3%	0.3%
2 독일	260,232	237,137	250,600	9.9%	-1.9%
3 일본	228,236	206,737	206,037	8.1%	-5.0%
4 홍콩	135,802	116,507	111,518	4.4%	-9.4%
5 대만	84,751	97,227	109,493	4.3%	13.7%
14 중국	170,825	96,971	66,603	2.6%	-37.6%
기타	1,513,744	1,408,898	1,427,989	55.3%	-1.0%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.4 : 중국 HS CODE 1211.90.99 수입액 규모(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	2,417	3,589	3,315	100.0%	17.1%
1 대만	3	0	674	20.3%	1,398.9%
2 인도네시아	619	985	388	11.7%	-20.8%
3 인도	602	761	364	11.0%	-22.2%
4 미국	359	58	272	8.2%	-13.0%
5 이집트	5	28	221	6.7%	564.8%
26 대한민국	5	0	0	0.0%	-100.0%
기타	824	1,757	1,396	42.1%	30.2%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

5. 연평균 성장률 = (최신/최초연도)^{1/(n-1개년)}-1

2. 무역통계 종합분석

인도, 최근 5년간 중국 시장에서 수입액 점유율 가장 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 1211.90.99 관련 중국 수입국 중 인도가 21.4%의 가장 높은 점유율을 확보한 국가이자 동기간 연평균 성장률 12.7%로 상위 5개국 중 가장 성장률이 높았던 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 2015년 대비 2016년 성장률이 급상승한 국가는 11,400.0%를 기록한 모로코가 차지함. 인도, 인도네시아, 우크라이나를 제외한 대부분의 국가에서 최근 1년간 연평균이 성장한 것으로 나타남

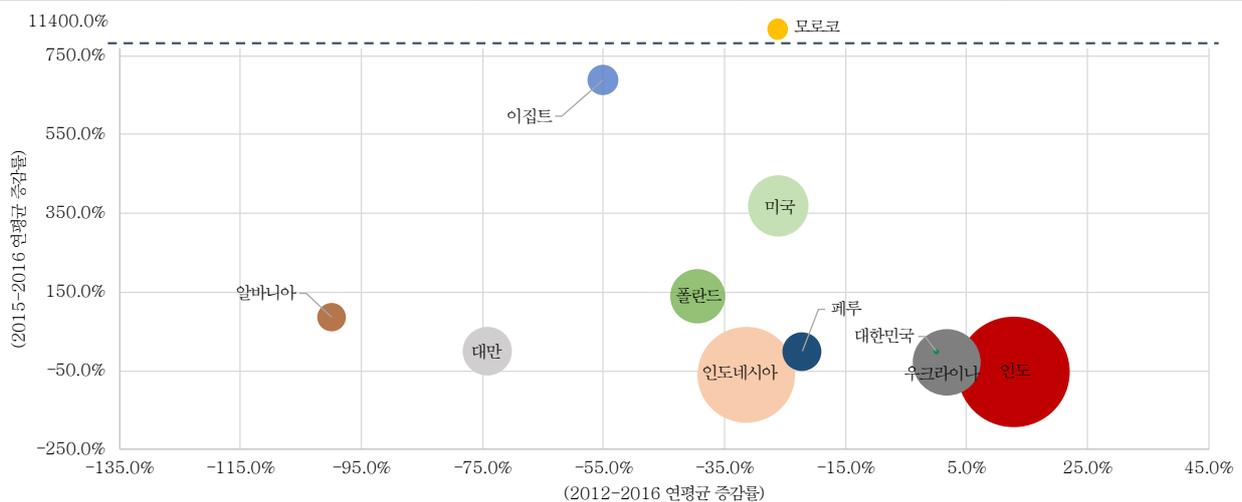
한국, 2014년 제외 최근 5년간 수입 없어

한국의 경우 HS CODE 1211.90.99와 관련하여 2014년 당시 5,000달러의 수입액을 기록한 것을 제외하고는 2012년 이후 수입이 전혀 없었던 것으로 나타남

표 1.5 : 중국 HS CODE 1211.90.99 수입 점유율 및 증감률 비교^{6.7.8.}

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 인도	★21.4%	★12.7%	-52.2%
2 인도네시아	16.2%	-31.4%	-60.6%
3 우크라이나	7.8%	1.6%	-27.0%
4 미국	6.5%	-26.1%	369.0%
5 폴란드	5.1%	-39.4%	139.1%
6 대만	4.1%	-74.2%	0.0%
7 페루	2.5%	-22.2%	0.0%
8 이집트	1.6%	-55.1%	689.3%
9 알바니아	1.4%	-100.0%	86.0%
10 모로코	1.2%	-27.4%	★11,400.0%
25 대한민국	0.0%	0.0%	0.0%



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 거품형 그래프 내 원의 크기는 말레이시아 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
- 거품형 그래프 내 원이 위로 갈수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
- 거품형 그래프 내 원이 오른쪽으로 갈수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

3. 품목통계 종합분석

중국 비처방 건강관리 제품 시장, 전통 의약품 점유율 1위

2016년 기준 비처방 건강관리(Over-the-Counter Healthcare) 시장 규모는 191억 3,730만 달러 규모로 2013년부터 4년간 4.1% 증가한 것으로 나타남. 비처방 건강관리 제품 중에서 가장 높은 비중을 차지하는 품목은 전통 의약품으로 2016년 기준 39.4%, 75억 3,706만 달러의 규모를 차지한 것으로 나타남

소화 불량 의약품, 2013년 이후 증가세 1위

2013년 이후 중국 내 비처방 건강관리 품목 전반이 2~7% 내외의 성장률을 보이고 있으며, 가장 성장률이 높은 품목은 7.3%를 기록한 소화 불량 의약품, 가장 성장률이 낮은 품목은 2.1%를 기록한 전통의약품인 것으로 집계됨

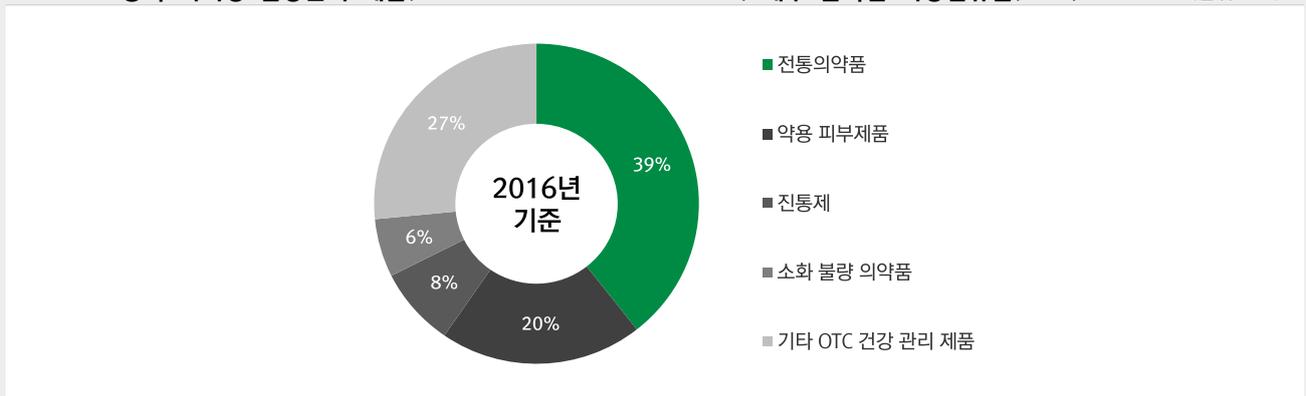
중국 비처방 건강관리 의약품 시장에서는 전통의약품 품목이 비중이 높게 나타나는 편이나, 비중이 낮은 타 품목과 대비해 성장세는 낮은 것으로 나타남

표 1.6 : 중국 비처방 건강관리 제품(Over-the-Counter Healthcare) 세부 품목별 시장규모(2013~2016) (단위 : 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2013-2016)
비처방 건강관리 제품	16,941.24	18,149.13	18,157.11	19,137.30	100%	4.1%
전통의약품	7,073.78	7,481.10	7,719.46	7,537.06	39.4%	2.1%
약용 피부제품	3,216.24	3,503.32	3,735.08	3,868.38	20.2%	6.3%
진통제	1,292.52	1,391.02	1,467.80	1,527.72	8.0%	5.7%
소화 불량 의약품	908.34	997.32	1,071.10	1,120.91	5.9%	7.3%
기타 OTC 건강 관리 제품	4,450.36	4,776.37	4,163.67	5,083.23	26.6%	4.5%

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 중국 비처방 건강관리 제품(Over-the-Counter Healthcare) 세부 품목별 시장점유율(2016)⁹⁾ (단위 : %)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

9. 원그래프 내 기타 OTC 건강관리 제품에는 기침 및 감기약, 비타민과 미네랄, 국소 의약품, 붕대, 응급 처치 키트를 포함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 중국 4대 약재 시장

Market Trend 02. 한약재 해마, 아교 인기

Market Trend 03. 중의학 표준화 진행

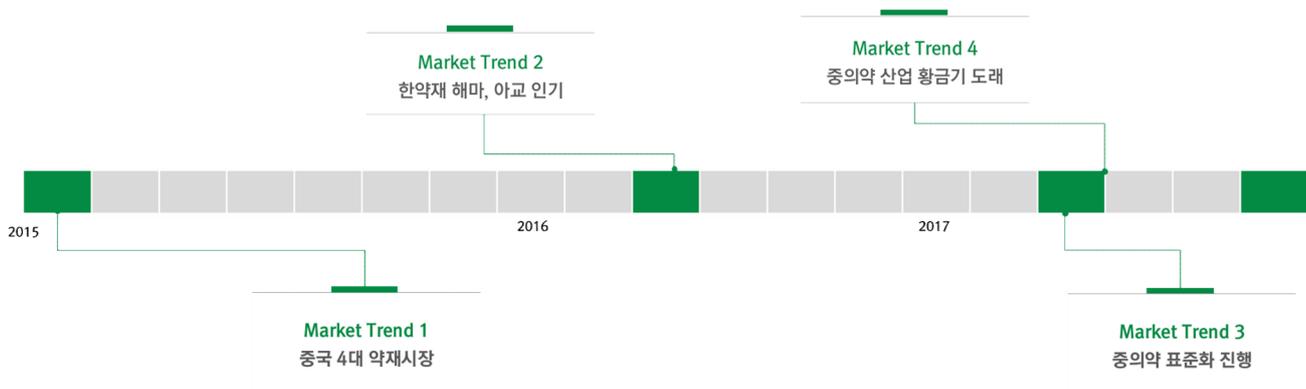
Market Trend 04. 중의약 산업 황금기 도래

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	중국 천마 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.07.21.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	중국 식품사업정보원
입력 키워드	中国传统医药, 草药, 药
도출 기사	총 313건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 중국 4대 약재 시장

- 중국 중약재 산업 지역은 광둥성 광저우시, 안후이 성 박주시, 허베이 성 안국시, 간쑤 성 란저우 시임. 특히 안후이 성 박주시는 중약재 수출의 중심 지역임
- 중국 내 제약공장에서는 중의학 원료와 각 의료기관의 중약재에 대하여 GAP 인증(농산물 품질 관리 규정)을 의무화하여 엄격하게 관리 중이며 정부는 약재 재배의 규모화, 과학화를 추진 중임

Market Trend 02. 한약재 해마, 아교 인기

- 한약재로 사용하는 건조된 해마가 중국 현지 내 인기가 높은 것으로 확인됨
- 중국 한약재인 아교(阿膠)는 품귀 현상으로 인해 가격이 계속해서 폭등하고 있음

Market Trend 03. 중의학 표준화 진행

- 중국 북부 최대 한약재 시장 허베이(河北)성 안국(安國)시 내 한약재 생산자 정보를 확인할 수 있는 한약 온라인 규제 시스템이 개설됨. 해당 시스템 개설을 후원한 중국 내 주요 제약업체들은 해당 플랫폼을 통해 한약에 대한 해외 수요가 늘어날 것으로 전망하고 있음

Market Trend 04. 중의학 산업 황금기 도래

- 2016년 12월 중국정부가 중의학 분야의 발전방향을 명확히 규정한 '중의학법(中医药法)'을 제정, 2017년 7월 1일부터 시행에 들어감. 해당 법은 중의학 산업 부흥을 위한 여러 법안을 담고 있음

중약재 산업의 중심, 4대 약재 시장

중국 중약재 산업의 4대 약재 시장은 광둥성 광저우시, 안후이 성 박주시, 허베이성 안국시, 간쑤성 란저우시이며 이 중 특히 안후이 성 박주시는 중약재 수출의 중심 지역임

최근 중국 정부는 4대 약재 시장을 중심으로 약품생산품질관리규범 규정을 명확히 할 것을 요구함. 중국 내 제약공장에서는 중의약 원료와 각 의료기관의 중약재에 대하여 GAP 인증(농산물 품질 관리 규정)을 의무화하여 엄격히 관리 중이며, 정부는 약재 재배의 규모화, 과학화 또한 추진 중임¹⁰.

표 2.1 : 중국 4대 약재 시장



광둥성 광저우시



안후이성 박주시



허베이성 안국시



간쑤성 란저우 시

출처 : CPhI(www.cphi.com/china)

10. CPhI, '2017中国医药市场十大变化 市场集中度提高', 2017.01.19

건조 해마, 고급 한약재로 인기

중국 현지 내 한약재로 사용되는 건조된 해마의 인기가 높은 것으로 확인됨. 10g 최상품 해마 한 마리가 10만 원 정도에 거래되고 있으며 보통의 것도 10g 당 2만 ~ 3만원을 호가함. 캘리포니아 대학 버클리 자연 자원 연구소 (National Institute of Natural Resources)는 2016년 기준 중국에서는 연간 2,400만 마리 이상의 해마가 약용으로 사용되고 있다고 발표하였음¹¹.

아교 품귀 현상으로 인해 가격 폭등

아교(阿膠)는 동물 가죽과 뼈 힘줄 등을 달인 액체를 고형화한 한약재로, 중국에서는 가임기 여성에게 효과가 좋다는 사실이 알려지면서 특히 당나귀 가죽을 오래 끓여 만드는 당나귀 아교가 인기를 얻고 있음

이처럼 수요는 급증하고 있으나 산업화에 따라 중국 내 당나귀 사육이 감소하면서 건강보조식품 시장에서 아교가 품귀 현상을 빚고 있음. 이에 아교 가격은 2016년 기준 지난 10년 동안 40배가량 증가하였으며 중국의 무분별한 당나귀 가죽 수입으로 인해 아프리카에서는 수출 금지령을 내리기도 하였음¹².

표 2.2 : 중국 내 인기 한약재인 건조 해마와 아교



건조 해마



아교

출처 : 뉴스핌(www.newspim.com)

11. BBC中國, '秘魯繳獲800萬只干海馬 中國籍船長被捕', 2016. 06. 22

12. 自由時報, '中國瘋吃「阿膠」 非洲毛驢快滅絕', 2016. 10. 04

생산자 정보 시스템으로 한약재 품질 관리

중국 북부 최대 한약재 시장 허베이(河北)성 안궈(安國)시 내 한약재 생산자 정보를 확인할 수 있는 한약 온라인 규제 시스템이 개설됨. 해당 시스템 개설을 후원한 중국 내 주요 제약업체들은 해당 플랫폼을 통해 한약에 대한 해외 수요가 늘어날 것으로 전망함

중국 언론 매체인 국영 언론 신화통신에 의하면 중의학협회 사무총장 왕귀화는 “중의약 생산은 산업화됐지만 불법 생산이나 함량 미달의 제품 유통 등은 여전히 시장에 타격을 주고 있다” 고 전함

생산자 정보 시스템은 60개 이상의 주요 생산 기지 정보를 포함하며 해당 시스템에 등록된 모든 의약품은 안전성을 확보하기 위해 관리, 감독받게 됨

태슬리 제약의 안 시쥘 대표는 “모든 한약재 생산 과정을 감독하기 위해 신뢰할 수 있는 품질 관리 시스템을 도입할 시점이며 외국 소비자들은 이 플랫폼을 통해 중의약이 표준화됐다는 점을 확신할 수 있을 것이다” 고 전함

중의약은 미국 또는 유럽에서 의약품보다는 건강기능식품으로 판매되지만 국제 표준에 맞춘 제품이 나오면서 의약품으로서의 지위를 갖출 수 있을 것으로 전망됨. 중국 한약재 업체들 중 미국 시장에 진출하기 위해 미국 식품의약국의 임상시험을 마친 의약품도 증가하고 있음¹³.

13. 人民日报, '国家中药标准化项目启动', 2017. 01. 09

중의약법 시행으로 중의약 산업의 전환기를 맞이함

2016년 12월 중국정부는 중의약 분야의 발전방침을 명확히 규정한 ‘중의약법(中医药法)’을 제정하였음. 7월 1일부터 시행에 들어간 이 법안은 중국 내 모든 현(县)에 중의병원 설치 의무화, 종합병원과 모자보건원에도 중의과를 설치하는 방안을 담고 있음

중국정부는 중의원의 절대적인 수를 늘리고, 종합병원과 모자보건원 같은 양의원에도 중의과를 설치하면서 전통의료분야인 중의약 서비스가 공공의료 영역에서도 체계적으로 이뤄지기를 바라고 있음. 더불어 이 법안에는 중의약 인력 양성, 중의학 연구지원 강화 등 중의약 사업에 대한 지원책도 포함되어 있음

중국 국무부가 발표한 ‘중국전통의학백서’ (中国的中医药白皮) 데이터에 따르면 2015년 중의의료기관에서 진료를 받은 인원은 연간 9억 명을 기록, 전체 의료서비스에서 15.7%의 비중을 차지하였으며, 같은 해 중약(中药)산업 규모는 7866억 위안(한화 약 1342조 5,708억 원)에 달하며 전체 제약 산업 규모의 약 30%에 육박하였음. 2016년에는 산업규모가 약 9,000억 위안(한화 약 154조 1,661억 원)에 달하며 전년도인 7866억 위안 대비 약 14%의 높은 성장률을 기록, 중약산업의 유망성을 보여줌

또한 동 자료에 실린 전문가 인터뷰에 따르면 중약(中药)산업을 포함한 전체 중의약(中医药) 유관 산업 규모가 2020년에는 10조 위안(한화 약 1,712조 원)까지 성장할 것으로 예측됨¹⁴.

14. 国务院新闻办公, ‘中国的中医药白皮’, 2016. 12

Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



* 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	천마(건 천마 슬라이스)	Shanghai ShenZhiYuan BaoJianShiPin	중국
2	대자 천마(건 천마)	Enninghall	
3	천마(건 천마 슬라이스)	Shanghia Hongqiao Zhongyaoyaopain	
4	HengXiuTang 천마(건 천마)	Yunnan Xianghui Yaoye	
5	CaoJingHuaPoBiCaoben 천마(건 천마)	ZhongZhi ZhongYao	
6	천마(건 천마)	Tong Ren Tang	
7	천마(건 천마)	Yunnan QiDan YaoYe	
8	천마(건 천마 슬라이스)	Tong Han Chun Tang	
9	천마(건 천마 절편)	Guangdong YingHuangShenRong ZhiPin	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

약국			
Tong Ren Tang	Shanghai Pharmacy	Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy	Yifang Pharmacy
			
No.178, XingYe Road, HuangPu District, Shanghai, China	No.501, HuaiHaiZhong Road, HuWan District, Shanghai, China	No.406, Hongsong Road, Minhang District, Shanghai, China	No.16, ChengJiaQiao Road, Changning District, Shanghai, China

출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy)

대형유통매장	식료품 전문점	건강기능식품 전문점
Carrefour	Shanghai National Speciality Food Store	Enninghall
		
Floor B2 , No1018 Changning Road, Changnign District, Shanghai, China	No.483-795, HuaiHaiZhong Road, HuWan District, Shanghai, China	Shop No.B2-52, No6088 HuMin Road, Changnign District, Shanghai, China

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Shanghai National Speciality Food Store, Enninghall)

1. 경쟁제품 선정

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 9개 선정¹⁵.

	제품명	제조사	제조국가
1	천마(건 천마 슬라이스)	Shanghai ShenZhiYuan BaoJianShiPin	중국
2	대자 천마(건 천마)	Enninghall	
3	천마(건 천마 슬라이스)	Shanghia Hongqiao Zhongyaoyaopain	
4	HengXiuTang 천마(건 천마)	Yunnan Xianghui Yaoye	
5	CaoJingHuaPoBiCaoben 천마(건 천마)	ZhongZhi ZhongYao	
6	천마(건 천마)	Tong Ren Tang	
7	천마(건 천마)	Yunnan QiDan YaoYe	
8	천마(건 천마 슬라이스)	Tong Han Chun Tang	
9	천마(건 천마 절편)	Guangdong YingHuangShenRong ZhiPin	

출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy, Carrefour, Shanghai National Speciality Food Store, Enninghall)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	보유인증
2	가격 (원)	5	포장형태
3	유통기한 (개월)	6	제조국가

15. HS CODE 1211.90.99는 천마를 포함한 기타 뿌리류 식물(야보란디 잎, 센나잎, 호미카, 쿠베바, 스트로판투스, 키나 껍질, 통카 콩, 토근 뿌리, 콜롬보 뿌리, 침향, 괴화, 대황, 감초 등은 제외)을 전부 포함함. 따라서 HS CODE 기준의 수입액 상위국가와 경쟁제품 제조국가의 데이터가 일치하지 않을 수 있음. 현지조사 결과 천마와 관련된 수입산 제품은 확인되지 않았으며 중국산 천마 제품을 중심으로 유통되고 있는 것으로 확인됨

2. 정량 분석

중국 내 유통 중인 천마 제품, 100g당 가격 평균 34,913원¹⁶.

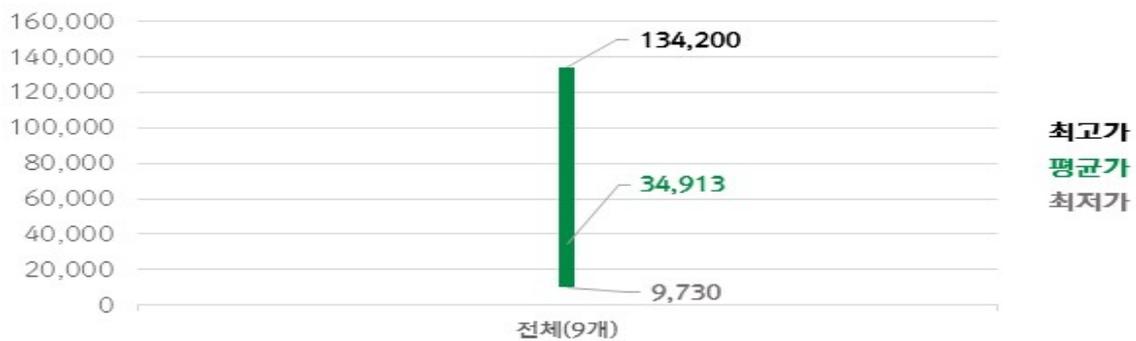
중국 현지 대형유통매장, 약국, 식품점 전문점 그리고 건강기능식품 전문점 방문 결과 중국 내 판매 중인 천마 제품의 100g당 평균 가격은 34,913원으로 확인됨

가격이 가장 비싼 제품은 ZhongZhi ZhongYao의 CaoJing Hua PoBiCaoben 천마 제품이며, 100g당 가격은 134,200원임 반면 가장 저렴한 제품은 Guangdong YingHuangShenRong ZhiPin의 천마 제품으로 동량 대비 CaoJingHuaPoBiCaoben 천마 보다 약 14배 저렴한 9,730원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 9개 경쟁 제품의 중량 평균은 127.5g이며, 유통기한은 평균 32개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

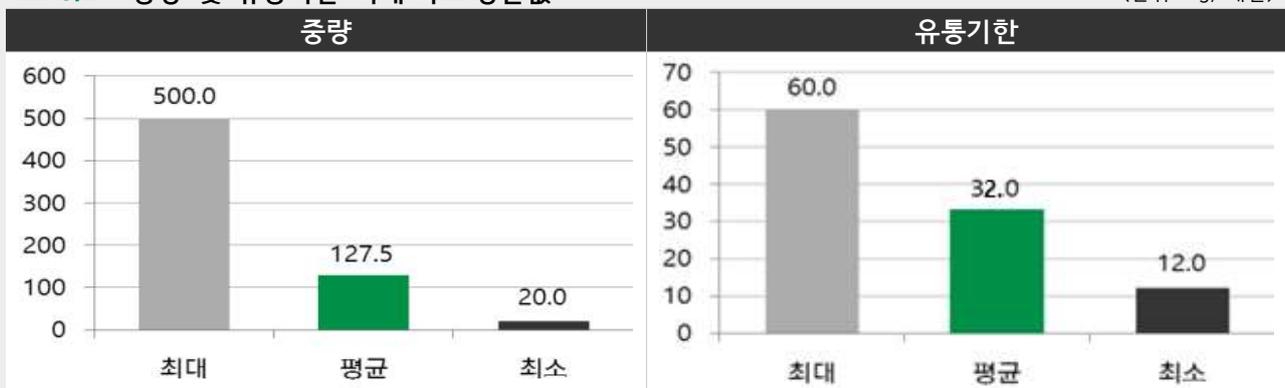
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy, Carrefour, Shanghai National Speciality Food Store, Enninghall), 9개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹⁷.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy, Carrefour, Shanghai National Speciality Food Store), 중량: 9개 제품 기준, 유통기한: 9개 제품 기준

16. 1위안(CNY) = 167.75원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.08.08.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '위안'을 한화로 전환하여 제시함

17. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

천마 제품, 플라스틱 병, 플라스틱 파우치, 종이 상자, 알루미늄 상자 외장재 사용 중

중국 내 외장재 조사 제품 9개 경쟁제품 중 3개 제품은 종이 상자, 1개 제품은 플라스틱 파우치, 3개 제품은 플라스틱 병 그리고 나머지 1개 제품은 알루미늄 상지를 외장재로 채택함. 그 외 1개 제품은 무게를 달아 판매하는 방식으로 외장재가 확인되지 않음

보건식품 인증 취득 제품 2개

중국에서 판매되고 있는 천마 제품을 조사한 결과, 2개 제품이 보건식품 인증을 취득한 것으로 확인됨. Yunnan QiDan Yaoye의 천마 제품은 생산허가증과 GNP인증을 받았으며 Guangdong Ying Huang ShenRong ZhiPin의 천마 제품은 생산허가증만 받았음

제조국가

중국 현지조사결과 조사된 제품 9개 모두 현지산으로 확인됨. 수입산과 한국산은 확인되지 않음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(예시)



출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy, Carrefour, Shanghai National Speciality Food Store, Enninghall)

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
천마(건 천마 슬라이스)	천마
대자 천마(건 천마)	천마
천마(건 천마 슬라이스)	천마
HengXiuTang 천마(건 천마)	천마
CaoJingHuaPoBiCaoben 천마(건 천마)	천마
천마(건 천마)	천마
천마(건 천마)	천마
천마(건 천마 슬라이스)	천마
천마(건 천마 절편)	천마

출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy, Carrefour, Shanghai Nariional Speciality Food Store, Enninghall)

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
천마(건 천마 슬라이스)	중국	<p>100.0%</p> <p>■ 중국</p>
대자 천마(건 천마)	중국	
천마(건 천마 슬라이스)	중국	
HengXiuTang 천마(건 천마)	중국	
CaoJingHuaPoBiCaoben 천마(건 천마)	중국	
천마(건 천마)	중국	
천마(건 천마)	중국	
천마(건 천마 슬라이스)	중국	
천마(건 천마 절편)	중국	

출처 : 현지방문조사(Tong Ren Tang, Shanghai Pharmacy, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Yifang Pharmacy, Carrefour, Shanghai Nariional Speciality Food Store, Enninghall)

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

중국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 천마의 함유량은 확인이 가능한 제품에 한하여 표기함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Shanghai ShenZhiYuan BaoJianShiPin	Enninghall
	제품명	천마	대자 천마
	중량(g)	30	1
	가격 (CNY)	29	1.2
	외장재	플라스틱 파우치	-18.(확인불가)
	원료	천마	천마
	유통기한 (개월)	12	24
제조국가	중국	중국	
취급처	판매확인 매장	Carrefour	Enninghall

18. 해당 제품의 경우 외장재 확인이 불가함

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Shanghia Hongqiao Zhongyaoyaopain	Yunnan Xianghui Yaoye
	제품명	천마	HengXiuTang 천마
	중량(g)	50	100
	가격(CNY)	43	166
	외장재	종이 상자	플라스틱 병
	원료	천마	천마
	유통기한 (개월)	24	60
	제조국가	중국	중국
취급처	판매확인 매장		
	Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy	Yifeng Pharmacy	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	ZhongZhi ZhongYao	Tong Ren Tang
	제품명	CaoJingHuaPoBiCaoben 천마	천마
	중량(g)	20	120
	가격(CNY)	160	280
	외장재	알루미늄 상자	플라스틱 병
	원료	천마	천마
	유통기한 (개월)	36	24
	제조국가	중국	중국
취급처	판매확인 매장	Yifeng Pharmacy	Tong Ren Tang

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Yunnan QiDan YaoYe	Tong Han Chun Tang
	제품명	천마	천마
	중량(g)	500	100
	가격(CNY)	650	95
	외장재	플라스틱 병	종이 상자
	원료	천마	천마
	유통기한 (개월)	60	24
제조국가	중국	중국	
취급처	판매확인 매장	Shanghai National Speciality Food Store	Shanghai Pharmacy

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	Guangdong YingHuangShenRong ZhiPin
	제품명	천마
	중량(g)	100
	가격(CNY)	58
	외장재	종이 상자
	원료	천마
	유통기한 (개월)	24
	제조국가	중국
취급처	판매확인 매장	Shanghai Pharmacy



IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Tong Han Chun Tang	Tong Ren Tang ^{19.}	Zhongzhi ZhongYao
		중국	중국	중국
기업 개요	설립년도	1783년	1669년	1993년
	본사 소재지	티베트	베이징	중국
	매출액	1억 위안 약 171억 8,800만 원(2016년)	- ^{20.} (확인불가)	3억 5,896만 8,000위안 약 618억 7,680만 원(2016년)
	직원 수	-(확인불가)	약 10만 명(2017년)	200명(2016년)
	취급품목	한약재, 천마, 인삼, 동충하초, 의약품 등	천연약초, 인삼, 제비집, 천마, 해삼 등	초본, 한약재, 제약, 차 등
제품 정보		 	 	 
판매 전략	홍보전략	- 동영상을 통한 업체 홍보	- 건강 지식을 통한 제품 홍보	- 온라인 사이트 활용
	캐치 프레이즈	- 사람을 중심으로 하는 기업을 강조함	- 오랜 전통과 역사를 통한 혁신적인 발전	- 전통 의약에 현대 과학을 더하여 지혜롭게

19. Tong Ren Tang은 중국에서 가장 큰 약국(전문한약방 체인)으로 일부 자사의 제품을 제조하고 있으나 대형유통채널의 성격을 보유하고 있으므로 경쟁사 및 대형유통업체 현황에 중복 기재함. 42P 유통업체현황 기재

20. 해당 정보는 홈페이지를 통해 확인이 불가능한 정보는 제공되지 않음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 천마(天麻)
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - Taobao(www.world.taobao.com)
 - TMALL(www.tmall.com)
 - JD.COM(www.jd.com)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 현지 매장 방문
 - Carrefour
 - Tong Ren Tang
 - Yifang Pharmacy
 - Shanghai Pharmacy
 - Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy
 - Shanghai Narional Speciality Food Store
 - Enninghall

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 쇼핑몰 조사)
+ 방법론 02(오프라인 방문 조사)

현지 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과²¹.

현지(중국)	현지(중국)	현지(중국)
· 천마 제품 온라인 판매율 상위 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>	· 천마 제품 온라인 판매율 상위 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>	· 천마 제품 온라인 판매율 상위 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>
· 자사 온라인 쇼핑몰 보유 기업 ... <input type="checkbox"/>	· 자사 온라인 쇼핑몰 보유 기업 ... <input type="checkbox"/>	· 자사 온라인 쇼핑몰 보유 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>

21. HS CODE 1211.90.99는 천마를 포함한 기타 뿌리류 식물(아보란디 잎, 센나잎, 호미카, 쿠베바, 스트로판투스, 키나 껍질, 통카 콩, 토근 뿌리, 콜롬보 뿌리, 침향, 괴화, 대황, 감초 등은 제외)을 전부 포함함. 따라서 HS CODE 기준의 수입액 상위국가와 경쟁제품 제조국가의 데이터가 일치하지 않을 수 있음. 현지조사 결과 천마 제품은 중국산 제품을 중심으로 유통되고 있는 점이 확인되어 현지 경쟁사 정보를 중심으로 조사함

2. 경쟁사별 현황파악

Tong Han Chun Tang 정보

- 대표 전화 : +86-21-63453363
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 티베트 (Tibet)

출처 : Tong Han Chun Tang
(www.thct.com.cn)

현지 기업 분석 : Tong Han Chun Tang

1783년 설립된 업체로 중국뿐만 아니라 홍콩, 마카오, 상하이에서도 유통 판매를 하고 있음. 2003년에는 국가 식품의약품 관리에서 발행하는 의약품질관리 관행 GSP 인증서를 획득하였음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1783년
- ② 매출액 1억 위안(2016년)
- ③ 점포 수 61개(2016년)
- ④ 취급품목 한약재, 천마, 인삼, 동충하초, 의약품 등



출처 : Tong Han Chun Tang(www.thct.com.cn)

[제품 정보]

대표제품



출처 : Tong Han Chun Tang(www.thct.com.cn)

[홍보 전략]

온라인 홍보

“Tong Han Chun Tang 홍보 영상”

비디오보기



Tong Han Chun Tang의 홍보 영상물은 업체의 연혁과 제품 그리고 서비스를 소개하는 내용임

캐치프레이즈

“사람을 위한 기업”



企业精神: 童叟无欺、药到病除、春生万物、童叟正正
 企业经营理念: 诚信《童》、宽厚《涵》、创新《春生》、专业《堂》
 企业服务品牌: 真药真真善、服务送贴心
 企业管理哲学: 以文为贵、自强不息、以人为本、铸就创业精神
 企业价值观: 关爱人类、传播健康
 企业人才观: 以宏量吸引人、以事业留人、以工作培养人、以真诚考核人

사람을 중심으로 하는 기업을 강조하며 건강한 사회를 만들겠다는 경영 철학

출처 : Tong Han Chun Tang(www.thct.com.cn)

2. 경쟁사별 현황파악

Tong Ren Tang 정보

- 대표 전화 : +86-010-6701-5895
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 베이징(Beijing)

출처 : Tong Ren Tang
(www.tongrentang.com)

현지 기업 분석 : Tong Ren Tang

1669년에 설립되었으며, 348년의 역사와 전통을 자랑함. 중국 의학을 기초로 현대 제약의 과학과 기술을 더해 현대 중국 의학 기술발전에 기여하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1669년
- ② 매출액
- ③ 직원 수 10만 명(2017년)
- ④ 취급품목 천연약초, 인삼, 제비집, 천마, 해삼 등



출처 : Tong Ren Tang(www.tongrentang.com)

[제품 정보]

대표제품



출처 : Tong Ren Tang(www.tongrentang.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

“건강 지식을 통한 제품 홍보”



推荐专家



焦永海
国家高级中医师



熊承俊
国家高级中医师

实用！想喝酸梅汤何必去买，自己做的才够健康

2017年8月2日

炎炎夏日里，来一杯冰冰凉凉的酸梅汤绝对是消暑解渴的好方法。不过想要喝到健康放心的酸梅汤，需要选好高品质的原料，自己动手制作才行。这酸梅汤的制作方法分享给大家...

阅读全文

다양한 건강기능식품을 보다 효과적으로 접할 수 있는
방법과 레시피를 제공

캐치프레이즈

“오랜 역사를 통해 더 크고 혁신적인 발전”



깊은 역사를 토대로 더 크고 혁신적으로 중국 의학을
발전시키는 것을 철학으로 함

출처 : Tong Ren Tang(www.tongrentang.com)

2. 경쟁사별 현황파악

Zhongzhi ZhangYao 정보

- 대표 전화 : +86-0760-85331222
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 중국

출처 : Zhongzhi ZhangYao
(www.zeus.cn)

현지 기업 분석 : Zhongzhi ZhangYao

1993년에 설립된 업체로, ‘Zhongshan Zhongzhi Chinese Medicine Herb in Pieces’, ‘Zhongshan Zhongzhi Chain Drugstore’, ‘Zeus Medicine HongKong’ 등의 제약회사 체인을 소유하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1993년
- ② 매출액 3억 5,896만 8,000위안(2016년)
- ③ 직원 수 200명(2016년)
- ④ 취급품목 초본(천마 등), 한약재, 제약, 차 등



출처 : Zhongzhi ZhangYao(www.zeus.cn)

[제품 정보]

대표제품



출처 : Zhongzhi ZhangYao(www.zeus.cn)

[홍보 전략]

온라인 홍보

“온라인 사이트 게시”



Zhongzhi ZhangYao 에서 판매하는 모든 제품을 온라인에서도 주문 가능 하도록 사이트에 올리고 홍보함

캐치프레이즈

“전통 의학에 현대 과학을 더하여 지혜롭게”

기업理念

当前位置: 首页 > 走进中智 > 企业文化 > 企业理念

中智药业集团的品牌理念(核心价值): 智造健康生活!

中智药业集团的企业愿景为: 弘扬中医药文化, 以“智造健康生活”为目标, 打造百年企业。

“智造”就是要让传统医药插上现代科学的翅膀, 让古老的中医药在当代散发浓郁的芳香! 健康生活就是用心人、心脾的中华文化和精粹医药, 促进和谐、快乐、健康的高品质生活。让消费者、员工、股东同享时代文明的荣光。

전통 의학에 현대 과학을 더하여 “智造”(지혜롭게 만들다)는 키워드로 해당 업체만의 경영철학 제시

출처 : Zhongzhi ZhangYao(www.zeus.cn, www.zzdyf.cn)

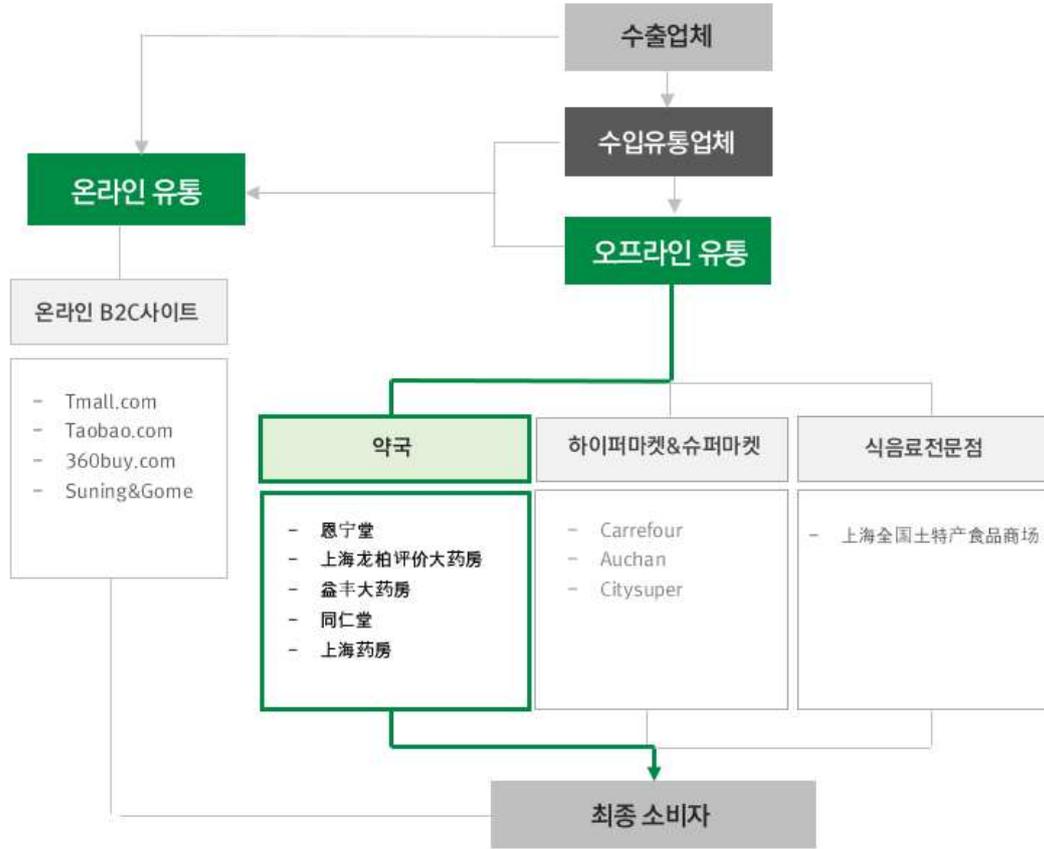
V. 유통구조

※ 유통구조 OVERVIEW

1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 특징

유통구조	특징
약국	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 약국에서 의약 완제품 및 한방약재로 구입이 가능함 - 전문 약사가 상주하고 있어 의약품에 관한 조언을 들을 수 있음
하이퍼마켓&슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> - 소비문화가 재래시장에서 생필품과 편의시설을 갖춘 하이퍼마켓으로 변화하고 있음 - 까르푸 등 하이퍼마켓에서 마류 제품을 취급하기 시작함
온라인 쇼핑물	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷의 보급으로 인해 모바일로 제품을 구매하는 소비자들이 늘고 있음 - 일반의약품의 인터넷 판매가 가능해짐에 따라, 제품의 구성이 다양해지고 있음

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 약국

： 의약품 및 건강기능식품의 주요 구매처

중국 약국은 우리나라 약국과는 달리 완제품뿐만 아니라, 다양한 한방 약재료를 취급하고 있음. 중국 리서치협회인 前瞻产业研究院에 따르면, 중국 내 약국 체인점은 2001년 대비 2015년까지 약 45% 이상의 증가율을 나타내며 2015년 기준 약 4,981개의 약국 체인점이 분포되어 있음. 이는 중국 소비자들이 약국에서 의약품 및 건강기능식품 구입이 용이해졌음을 의미함. 특히, 건강기능식품은 전문의약품으로 주로 약국에서 취급하고 있으며, 소비자들은 구매 시 약사들의 조언을 중요하게 여김. 또한 현지조사 제품 9개 중 7개 제품이 약국에서 판매되고 있음을 확인함²².

ROUTE #2. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

： 무인점포 시대의 도래

2016년 기준 중국의 1인당 GDP가 8,123달러(한화 약 915만 8,682원)를 기록하면서 중국 소비자들의 소비문화도 변화하고 있음. 소득 증가에 따라 재래시장에서 대형 유통업체로 소비자들의 주요 소비처가 이동하고 있음. 갈수록 치열해지는 시장 경쟁과 임대료 상승으로 인해 하이퍼마켓&슈퍼마켓은 감소하고 있는 반면, 월마트, 까르푸 등 해외 투자 유통기업은 매출 증가, 점포 수 확장 등 상승세를 보임

2017년 8월부터 베이징의 슈퍼마켓인 ‘취란즈지아(居然之家)’에 두 대의 무인 자동화 계산기가 도입되면서 중국에도 무인점포 시대가 시작됨. 무인점포는 인건비가 생략되면서 공급가가 저렴해짐에 따라 소비자들로부터 각광받고 있음²³. 마 제품 판매 현황의 경우, 까르푸에서 현지산 천마의 취급을 확인하였음

22. 前瞻产业研究院, ‘医药分开改革持续深入 连锁药店前景更加广阔’, 2017.04.19.

23. 中国新闻社(China News Service, CNS), “无人超市”来了 这些新消费模式靠谱吗?, 2017.07.25.

1. 추천 진출 경로

ROUTE #3. 온라인 쇼핑물

：중국 인터넷 사용자 수 증가로 온라인 쇼핑물 이용확대

2016년 기준 중국 전체 인구 중 인터넷 사용자 수는 약 7억 3,100만 명으로 약 53.2%를 차지하며, 그 중 온라인 쇼핑물 사용자 인구는 약 4억 4,800만 명으로 전체 인터넷 사용자의 약 61%가 온라인 쇼핑물을 이용함.²⁴ 세계에서 가장 큰 온라인 쇼핑물 시장을 보유한 중국은 전년대비 2016년 기준 약 26.2%까지 성장하였으며 중국 전체 유통 판매율의 약 15.5%가 온라인 쇼핑물을 통해 판매됨. 특히 중국 소비자들이 고품질 수입 제품을 선호함에 따라 온라인을 통한 구매가 증가함.²⁵ 중국 식품 의약청에 따르면 온라인 상 의약품 거래 규정은 2005년부터 실시되어 인터넷을 통한 의약품 판매가 가능함²⁶.

중국의 대표적인 쇼핑물인 티몰과 타오바오 조사결과, 산지직송의 형태로 판매되고 있었으며, 가공된 제품과 가공되지 않은 제품 모두 취급하고 있음을 확인함. 두 곳에서 모두 한국산 천마제품을 판매하고 있음

24. CNNIC(中国互联网络信息中心), '中国互联网络发展状况统计报告', 2016.07

25. Ecommerce-nation(ECN), 'CHINESE E-COMMERCE MARKET GROWTH, STATISTICS' REPORT 2016', 2017.02.21

26. 中国电子商务研究中心, '《互联网药品交易服务审批暂行规定》', 2016.04.28

1. 추천 진출 경로

제품 컨셉

중국진출 시 국내 기업이 갖는 가장 큰 강점 두 가지는 한국산 제품에 대한 선호도가 여전히 높고, 우수한 품질 경쟁력을 갖춘 한국 제품에 대한 신뢰도가 높다는 점임. 경제 성장과 함께 중국 소비자들의 소득 수준 향상과 구매력이 증가했다는 점 또한 중국 시장 진출에 기회 요인으로 꼽힘

따라서, 웰빙과 건강에 관심이 많은 소비자들에게 천마의 효능을 전달하는 것이 효과적일 것이며, 이를 위해 웨이보나 위챗을 이용한 SNS마케팅을 실시하는 것이 긍정적인 반응을 얻을 것으로 사료됨

수입산 및 한국산 취급 여부

중국 현지 하이퍼마켓 1곳, 약국 5곳, 식료품전문점 1곳을 조사한 결과, 수입산과 한국산 천마의 취급이 확인되지 않음. 현지 조사된 제품 9개 모두 현지산으로 조사됨

약국 진출 추천

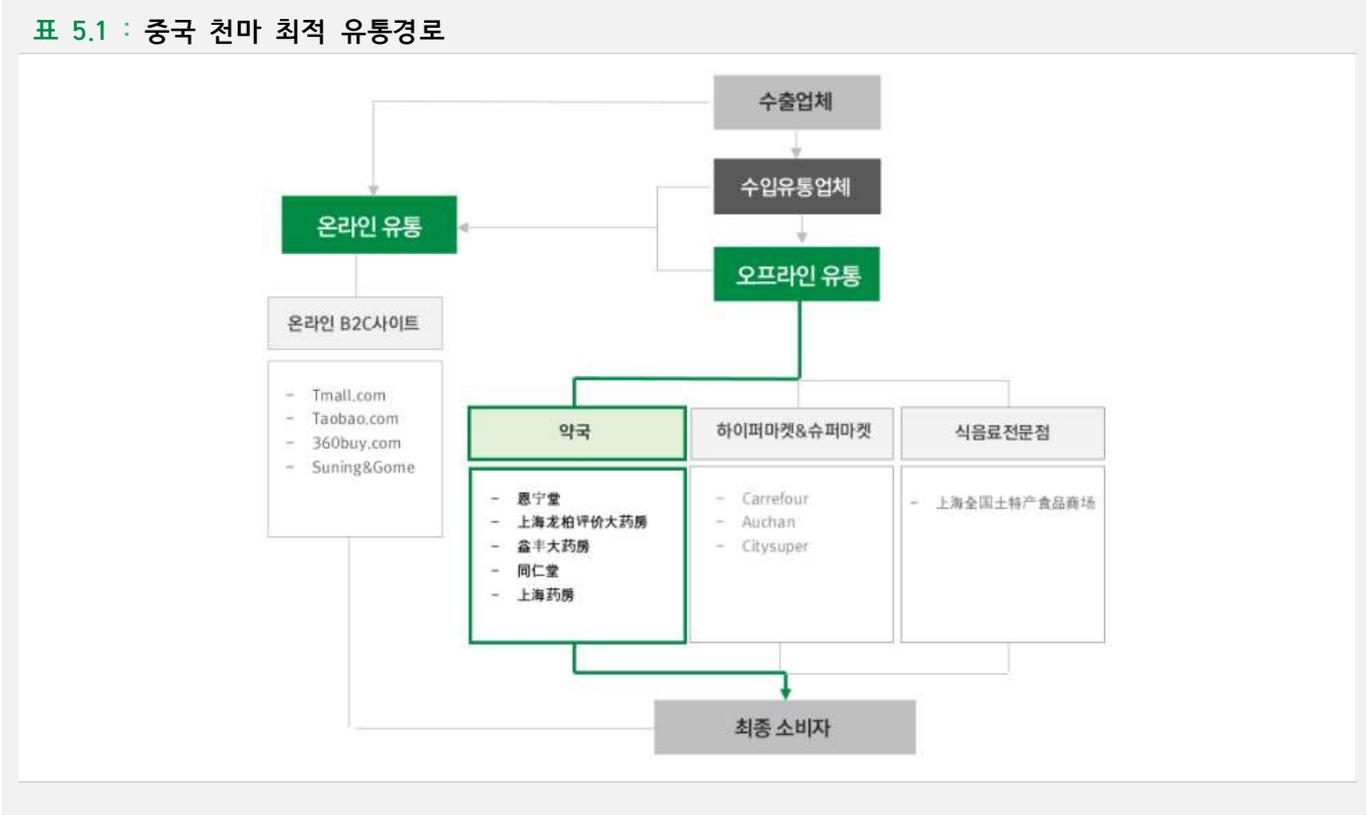
유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 약국인 것으로 분석됨. 중국의 약국은 우리나라의 약국 형태와 다르게 다양한 한약재를 취급하고 있으며, 의약품뿐만 아니라 건강기능식품을 약국에서 판매하고 있음. 또한 중국 내 체인 약국의 수가 증가함에 따라 중국 소비자들의 의약품 및 한약재 구입이 보다 용이해짐. 현지 조사된 천마 제품 9개 중 7개가 약국에서 판매되고 있음

하이퍼마켓&슈퍼마켓의 경우, 다양한 상품을 취급하고 편의시설도 보유하면서 많은 소비자를 모으고 있으나, 해당 제품의 경우 현재 취급하는 대부분의 유통 채널이 약국이기 때문에 하이퍼마켓&슈퍼마켓은 진출에 적합하지 않을 것으로 사료됨. 실제로, 현지 조사된 9개의 제품 중 하이퍼마켓&슈퍼마켓에서 유통되는 것은 1개 제품에 불과하여, 해당 유통채널에서 천마의 취급률이 낮음을 알 수 있음

온라인 쇼핑몰의 경우, 인터넷 보급 확산에 따라 인터넷 중국 인터넷 사용자 수 및 온라인 쇼핑 이용률이 증가하였으나, 제품의 안전성이 보장되지 않기 때문에 이용하는 소비자는 비교적 적은 수준임. 소비자들은 제품의 특성상 직접 보고 구매하는 경향이 있기 때문에 적합한 유통채널로 보기 어려움

1. 추천 진출 경로

표 5.1 : 중국 천마 최적 유통경로



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

천마가공품 및 홍삼, 인삼 등 약재
수입·유통업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 8월)

Q1. 천마 제품의 주요 판매처는 어디인가요?

“중국에서는 신선·건조 천마, 천마 가공품, 해삼 및 인삼 등 다양한 한약재를 약재와 보양식품으로 나누어서 유통 중입니다. 약재로 제품을 납품하는 곳은 주로 제약회사나 전국에 매장을 보유하고 있는 프랜차이즈 약국이며, 보양식품으로 제품을 유통할 경우 건강기능식품 판매전문점이나 일반식품 소매점을 통해 납품 합니다.”

천마가공품 및 한약재 생산·가공·유통업체
Fuxiang Yun Tang(福祥云堂) 담당자 Ms. Cheng과의 인터뷰 中, 2017.08

“고객들은 천마를 한방약의 약재로 사용하거나 즉석식품으로 먹기 위해서 제품을 구매합니다. 그렇기 때문에 당사는 주로 병원, 약국, 마트로 제품을 공급 하고 있습니다.”

신선 및 건조 천마, 천마가공품 생산·유통업체
Chinese Gastrodia elata net(中国天麻网) 담당자 Mr.Han와의 인터뷰 中, 2017.08

“온라인은 알리바바와 타오바오를 통해 유통하고 있으며, 오프라인으로는 병원이나 제약회사, 대형 프랜차이즈 약국에 유통하고 있습니다.”

건조 천마 및 한방약재 생산·가공·유통업체
Anguo medicine source trading Company(安国药源商贸有限公司)
담당자 Mr. Mo와의 인터뷰 中, 2017.08

Q2. 천마 제품의 활용방법은 어떠한가요?

“중국에서 대부분의 소비자들은 천마를 보양식품보다는 정신을 맑게 하고 머리를 개운하게 하는 약품으로 인식하고 있습니다. 그렇기 때문에 천마는 주로 한약을 만드는 재료 중 하나로 많이 활용되고 있으며 건강을 중요시하는 중·노년층들이 즐겨 섭취하는 편입니다.”

천마 함유 제품 및 약재료 생산 가공 유통업체
Beijing Tongrentang (Bozhou) decoction pieces Co., Ltd.
(北京同仁堂(亳州)饮片有限责任公司) 담당자 Mr. Ma와의 인터뷰 中, 2017.08

“중국에서 천마제품은 병원부터 가정까지 다양하게 활용되고 있습니다. 보통 병원에서는 천마를 치료 보조용으로 약품처럼 사용하며 가정에서는 보양식을 만들 때 활용합니다. 이 경우 국을 끓일 때 재료와 함께 넣어서 활용하거나 천마를 물에 넣고 끓여서 마시기도 합니다.”

건조천마 및 한방약재 생산·가공·유통업체
Wenshan Kang Hui traditional Chinese medicine Pieces Co., Ltd.
(文山市康辉中药饮片有限公司) 담당자 Mr. Chen과의 인터뷰 中, 2017.08

VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW

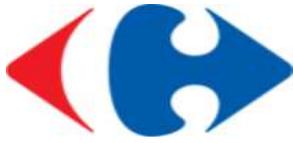


		Carrfour	Walmart	Tong Ren Tang ²⁷ .
		하이퍼마켓 [중국, 프랑스]	하이퍼마켓 [미국]	약국(전문한약방) [중국]
유통업체 개요	설립년도	1959년	1962년	1669년
	직원 수	36만 명(2016년)	230만 명(2016년)	10만 명(2015년 ²⁸ .)
	점포 수	1만 1,935개(2016년)	1만 1,695개(2016년)	1,500개(2017년)
	취급품목	음료, 스낵, 주류 등	음료, 소스, 면 등	생 약재류, 건강기능식품
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · Easy Carrefour 지속적으로 확장 中 - 최근 우시에 29번째 지점을 오픈함 	<ul style="list-style-type: none"> · 2016년 소매 판매량 1위 기록 - Kantar Retail 연구에 따르면 Power Ranking에서 1위를 차지함 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사의 건강 연금 펀드 설립, 2024년까지 시범 운용 - 10억 위안(1,706억 원)규모의 건강펀드를 설립
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 제품 할인행사 중 - 날짜별, 제품 종류별 분류하여 할인 정보 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 노동절, 할인행사 진행 - 원산지 상관없이 제품 종류에 따라 프로모션 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 주차별로 방문고객들을 위한 건강교육실시 - 매장방문 고객들을 대상으로 건강교육 및 할인행사 실시

27. Tong Ren Tang은 중국에서 가장 큰 약국(전문한약방 체인)으로 일부 자사의 제품을 제조하고 있으나 대형유통채널의 성격을 보유하고 있으므로 경쟁사 및 대형유통업체 현황에 중복 기재함. 일반 식용용 천마과 약용 천마를 모두 취급함. 29P 경쟁사분석 기재

28. 2015년이 최신 수치임

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Carrefour

Carrefour는 2106년 기준 전 세계 30여 개국에 약 1만 2,000개 점포를 보유한 세계 2위 유통업체로, 기업의 사회적 책무를 충실히 이행하기 위해 다방면으로 지원하고 있음

표 6.1 : Carrefour 매장 정보

기업 정보	컨셉	더 많이 절약할 수 있다
	주소	15th Zhongguancun Square, Haidian Qu, Beijing
	전화	+86-10-5172-1598
주요 판매품목		음료, 스낵, 주류 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>Easy Carrefour 지속적으로 확장 중</p> <p>Carrefour는 편의점을 Easy Carrefour라는 이름으로 상하이에 첫 개점하여 최근 우시에 29번째 지점을 오픈함. 이는 Carrefour만의 성숙한 경영방식과 도전정신 때문에 꾸준히 중국 시장을 성공적으로 확장하고 있는 것으로 사료됨</p>
프로모션 전략		<p>다양한 제품 할인행사 중</p> <p>6월 23일부터 7월 5일까지 1+1 행사 위주로 프로모션 진행하고 있음. 홈페이지에는 날짜별, 제품 종류별 분류한 전자 전단지를 공개하여 소비자들에게 편리함을 제공함</p>
천마 유사제품 판매현황		 

출처 : 현지 방문조사(Carrefour, 2017.06), Carrefour(www.carrefour.com.cn)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Walmart

2017년 기준 중국의 Walmart 매장은 402개로, 10만 명 이상의 직원이 근무하고 있음. 현재 7,000개 이상의 업체들과 협력을 맺고 있는데, 그중 5%가 해외 기업인 것으로 확인됨. 또한 2015년에서 2017년 사이 총 115개 매장을 개점함과 동시에 3만 개 이상의 일자리를 창출할 예정이라고 밝힘

표 6.2 : Walmart 매장 정보

기업 정보	컨셉	안전한 먹거리를 제공하기 위해 철저한 관리 필요
	주소	Building 4, Zhichun Road A 48, Haidian Qu, Beijing
	전화	+86-10-5873-3666
주요 판매품목		소스, 음료, 스낵 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>2016년 소매 판매량 1위 차지</p> <p>Kantar Retail 연구 결과에 따르면, 최근 Walmart는 2016년 중국 Power Ranking 소매 판매량에서 1위를 차지한 것으로 나타남. PowerRanking은 올해 6년째 맞이하여 360명 이상의 제조상 및 소매상의 인사들이 해당 연구 결과를 참여함</p>
프로모션 전략		<p>GIFT 카드로 할인혜택 제공</p> <p>중국 Walmart는 최근 몇 년간 GIFT카드를 구매금액에 따라 상이한 할인율을 적용하고 있음. GIFT 카는 최소 5,000위안부터 9,999위안은 0.5%, 최대 350만 위안 이상은 3.5%의 할인까지 가능함</p>
천마 유사제품 판매현황		 

출처 : Walmart(www.wal-martchia.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Tong Ren Tang

중국 북경에 위치한 동인당은 1669년 설립 당시에는 중국 국영기업이었으나 규모가 커지면서 산하의 자회사와 함께 3곳의 상장기업을 보유한 대형 전문한약방으로 거듭남. 1995년부터 2002년 까지 7년 연속 유망한 50개 상장기업에 뽑힌 바 있으며 현재 중국 내 약 28여 곳의 생산기지를 보유하고 있음

표 6.3 : Tong Ren Tang 매장 정보

기업 정보	컨셉	'전통있는', '고품질', '중국최대' 전문한약방
	주소	8 Xiushui E St, JianWai DaJie, Chaoyang Qu, China
	전화	+86-10-6585-2652
주요 판매품목		생 약재류, 건강기능식품
매장전경		 
매장 이슈		<p>자사의 건강 연금 펀드 설립, 2024년까지 시범운영</p> <p>2017년 5월 26일, 동인당은 대대적인 마케팅전략의 일환으로 자사이름을 딴 연금 펀드를 설립하여 동인당 건강 연금 프로젝트를 시작함. 여기에는 중국 상인은행, 중국 신용 신탁, 중국 의료 연구위원회 등이 참여하며, 약 10억 위안(약 1,706억 원) 규모의 동인당 건강 기금 전국 프로젝트를 적어도 2024년까지 운용할 계획이라고 밝힘. 펀드기금은 중국 내 환자들을 위해 전액 사용될 예정이며, 중국의 전통 의학으로 자국 환자들의 건강관리를 돕겠다는 명목 하에 특히 회복이 느린 중증 환자, 치매환자, 장애인, 노인을 위한 의료 서비스를 제공하기로 함</p>
프로모션 전략		<p>주차별로 방문고객들을 위한 건강교육 실시</p> <p>동인당은 공공복지증진을 명목으로 매장을 찾는 고객들에게 "건강 교실" 강의를 주차별로 제공하여 전통한약방으로의 이미지를 제고함. 동인당은 매장을 찾는 고객들에 한해 심장질환, 고혈압, 류마티스 등의 질병을 예방하는 방법이나 약초를 구분하는 법 등의 주제를 바탕으로 정기교육을 실시하고 있으며 교육에 참가하는 고객들을 대상으로 할인행사도 제공하고 있음</p>
천마 유사제품 판매현황		 

출처 : 현지 방문조사(Tongrentang, 2017.07), Tongrentang(www.tongrentang.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 중국 주요 건강기능식품매장 현황

Enninghall	
매장 개요	<p>Enninghall은 2009년 9월에 설립된 농산물 및 건강기능식품 판매점으로 상해 송강 지역에 위치하고 있음. 건 천마 제품을 판매하고 있음</p>  
Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy	
매장 개요	<p>상해 Longbai 지역에 위치한 약국 겸 건강기능식품 판매점으로 본사 1곳만 운영 중임. 건 천마 및 천마 파우더 형태의 제품을 판매하고 있음</p>  
Shanghai National Specialty Food Store	
매장 개요	<p>농산물, 한약재를 판매하는 식품 및 건강기능식품 판매점으로 상해에 총 3곳을 운영하고 있음. 농산물, 약재 이외에도 가공식품류를 취급하고 있음</p>  

출처 : Enninghall, Shanghai Longbai Pingjia Pharmacy, Shanghai National Specialty Food Store 현지조사

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 중국 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Yonghui		
매장 수	690개(2017년)	
홈페이지	www.yonghui.com.cn	
매장 개요	Yonghui 마트는 2001년 설립되어 중국 Top 500 내 속하는 기업임. 해당 기업은 중국에서 최초로 농수산 제품을 대형마트에 취급하여 유통한 기업임. 신선함을 컨셉으로 제품을 공급하고 있으며 소비자들 사이에서 '민생마트, 백성마트'로 불림	
TESCO		
매장 수	108개(2012년)	
홈페이지	www.cn.tesco.com	
매장 개요	TESCO는 영국의 대형 유통 업체로 1919년 설립되어 미국의 Walmart와 프랑스의 Carrefour와 함께 세계 최대 소매 유통업체로 불림. 2004년 중국에 진출하여 매년 약 30억 달러의 상품을 중국으로부터 구매하여 전 세계적으로 유통하고 있음	
CITY SHOP		
매장 수	15개(2017년)	
홈페이지	ww.cityshop.com.cn	
매장 개요	CITY SHOP은 중국 로컬 기업으로 상하이에서 가장 많이 다양한 해외식품을 수입하는 유통기업 중 하나임. 현재 미국, 독일, 호주, 영국 등 13개 국가에서 제품을 수입하여 소비자들의 수요를 만족시키고 있음	

출처 : Yonghui(www.yonghui.com.cn), TESCO(www.cn.tesco.com),
CITY SHOP(ww.cityshop.com.cn),

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항

※ 해당 품목과 관련된 통관거부사례 확인이 안됨

통관 및 검역 절차 OVERVIEW

중국 통관 검역 절차도



통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
수입신고 전	- 중문 라벨링 검사 - 운송수단에 따라 정해진 시간 내 적하목록 제출
검역신고	- 수출입상품검사법의 규정에 근거하여 일부 상품을 제외한 모든 수출입 상품은 수출입 통관 수속 전 검사 기구에 검역 신청
수입신고	- 제외대상 : 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 수출용 원자재, 샘플 또는 선물용 제품 등 - 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국신고일로부터 14일 이내 수입신고 의무가 있음
물품 검사	- 신고의무 기간을 경과하여 신고 시 과세가격의 0.5% 신고 연체료 납부 - 세관 관리구역 내에서 이루어지는 경우 수입자가 검사비용은 부담하지 않으나, 검사로 인하여 발생하는 화물의 개봉, 재포장, 이동 비용은 수입자 부담 - 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용을 수입자가 부담
관세 납부 및 통관 완료	- 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)에 납부가 원칙

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 중국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율		
		기본세율	최혜국	한중 FTA
1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분(종자와 과실을 포함하고, 신선한 것·냉장한 것·냉동한 것·건조한 것에 한정하며, 절단하거나 잘게 부순 것인지 또는 가루로 된 것 인지에 상관없다)			
1211.90	기타			
1211.90.99	기타	30%	9%	3.6%

중국 FTA 세율 정보

HS CODE 1211.90.99 품목의 경우 2017년 한중 FTA로 협정세율 **3.6%** 적용

중국 부가가치세 정보

중국으로 반입되는 HS CODE 1211.90.99 품목의 경우 증치세 **13%** 부과

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNAVI (www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 중국 사이트의 경우 중국 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	중국 관세청	www.customs.gov.cn

더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터' 의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역 절차

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
 : 042-472-2197
 주중한국대사관(관세관)
 : +86-10-8531-0700
 주상해총영사관(관세관)
 : +86-21-6295-5000
 중국 세관
 : +86-755-8439-8000

중국에 식품 수출 전 준비사항

수출기업은 수출 전 아래 명시된 서류를 준비해야 함

- 1) 수출업체 소재국가 유관당국(식품의약품안전처 등)에서 발행한 위생증명서
- 2) 수출업체 소재국가 관련당국에서 발행한 원산지증명서, 혹은 자유판매 증명서
- 3) 상품의 성분분석표
- 4) 상품의 검사합격서 혹은 검사보고서
- 5) 상품의 판매허가 증명 자료
- 6) 원본 라벨 1장 및 중·영문 라벨 샘플 3장
- 7) 생산업체 소재국가 관련당국에서 발행한 생산업체 검사증명서
- 8) 상업송장(Commercial Invoice), 포장명세서(Packing List) 및 무역계약서
- 9) 생산일자 증명서

또한 중국은 한국과 달리 일정액 이상의 수출입을 진행한 회사에만 수입 라이선스를 발급하기 때문에 현지 수입업체가 수입 라이선스를 취득하고 있는지 확인해야 함. 만약 수입 라이선스를 취득하지 않은 업체와 거래를 할 경우 운송조건에 따라 수입자, 혹은 수출자가 중국 현지 통관대행사를 섭외하여 통관 업무를 진행함

표 7.1 : 중문 라벨 심의 기관 정보

라벨심의기관	홈페이지	연락처 및 메일 주소
중국검험인증유한공사	www.ccickorea.com	02-6393-5800
상해검험검역국위생감독처	www.shciq.gov.cn	shciqweb@shciq.gov.cn
광둥검험검역국위생감독처	www.gdciq.gov.cn	+86-020-38290126
북경검험검역국식품검험감독처	www.bjciq.gov.cn	+86-10-5861-9900

1. 통관 및 검역 절차

Step 01. 수입신고 전

수입자는 수입신고 전 필수적으로 중국 세관으로부터 통관고유번호를 발급받아 수입하거나 통관고유번호를 발급받은 에이전트와 계약하여 수입통관을 진행해야 함. 단, 상업 목적이 아닌 개인적 용도로 수입하는 경우에는 발급면제가 가능함

적하목록의 제출 방법은 해상·항공·육상 운송수단별로 상이하며 세관은 적하목록이 제때 수취되지 않은 화물에 대해 운송을 일시 중지할 수 있음. 또한 적하목록상에 신고되지 않거나 수입규정에 부합하지 않는 화물이 중국에 도착할 경우 중국 세관은 제품에 대해 반품, 혹은 소각 처리 가능함

또한 2011년 4월 발효된 중국 국가품질감독검역총국의 법령(GB 7718-2011)에 따라 중국 내에 반입되는 모든 수입식품에는 중문 간체자로 라벨이 기록되어야 하며 라벨은 식품의 포장재와 분리되지 않아야 함

Step 02. 검역신고

중국은 일부 품목을 제외하고 모든 수출입 상품은 수출입 통관 수속 전 검사 기구에 검역을 신청해야 함. 제외 대상 품목으로는 일시 수출입 물품, 비매용 전시품, 보세물품, 수출용 원자재, 샘플 또는 선물용 제품 등이 있음

검역신고 절차로는 검역 신청 후 검역신고 직원과 검사검역 요원이 현장 검사를 실시함. 샘플 검사 합격 후에는 검사검역처리통지서가 발부되며 불합격 시 재심사를 신청할 수 있지만 재심사에서 불합격이 될 경우 수입이 금지됨

Step 03. 수입신고

통관고유번호를 발급받은 수입자는 적하목록 제출 후 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할 세관에 제출해야 함

제출 방법은 EDI(Electronic Data Interchange, 전자문서교환) 신고가 가능한 물품 및 지역인 경우 EDI를 통해 신고할 수 있음. 그 외에는 서류 접수를 통해 수입신고가 가능함. 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입국 신고일로부터 14일 이내에 수입신고를 해야 함. 신고의무 기간을 경과하여 신고할 시 과세가격의 0.5%에 해당하는 신고 연체료가 부과됨

1. 통관 및 검역절차

Step 04. 물품검사

물품검사의 목적은 세관에서 수출입 화물과 제출한 서류 동일성 및 합법성을 검토하기 위함임. 물품의 검사가 생략된 경우를 제외하고는 관할세관에서는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 진행해야 함. 또한 모든 수입화물에 대해 검사하는 것이 원칙이며 검사는 세관의 관리구역 내 항구, 공항, 기차역 또는 세관 감독 장소에서 진행됨. 그러나 세관 관리구역 외에서 화물을 검사하는 경우 검사비용은 수입자가 부담함

Step 05. 관세 납부 및 통관 완료

관세는 중화인민공화국해법 및 수출입 관세조례에 근거해 모든 수출입화물은 관세가 부과되며, 중화인민공화국 수출입세를 기준으로 하는 관세율이 적용됨

관세 납부 절차는 현장 납부 및 전자 납부가 있음. 현장 납부는 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세 납부용 특별 계좌에 납부해야 함. 전자 납부는 e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 납부하는 방법임. 납부 기한은 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)임

수입신고가 원만하게 이루어지고 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨

2. 관세율 정보

HS CODE 1211.90.9090 FTA 협정 관세율 적용

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표 해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세 법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

중국에서 HS CODE 1211.90.9090 품목에 부과하는 기본 세율은 30%지만 한국 제품에 대해서는 한·중 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 현재 3.6%의 관세율과 13%의 증치세가 부과되고 있음

표 7.2: 한국 및 중국 내 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명	관세율		
			기본세율	최혜국	한·중 FTA
한국	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분(종자와 과실을 포함하고, 신선한 것·냉장한 것·냉동한 것·건조한 것에 한정하며, 절단하거나 잘게 부순 것인지 또는 가루로 된 것인지에 상관없다)		-	
	1211.90	기타			
	1211.90.9090	기타			
중국	1211	주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분(종자와 과실을 포함하고, 신선한 것·냉장한 것·냉동한 것·건조한 것에 한정하며, 절단하거나 잘게 부순 것인지 또는 가루로 된 것인지에 상관없다)		-	
	1211.90	기타			
	1211.90.99	기타	30%	9%	3.6%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 중국 관세청(www.customs.gov.cn)

3. FTA 정보

HS CODE 1211.90.99

한·중 FTA 체결로 한·중 FTA 협정세율 3.6% 부과

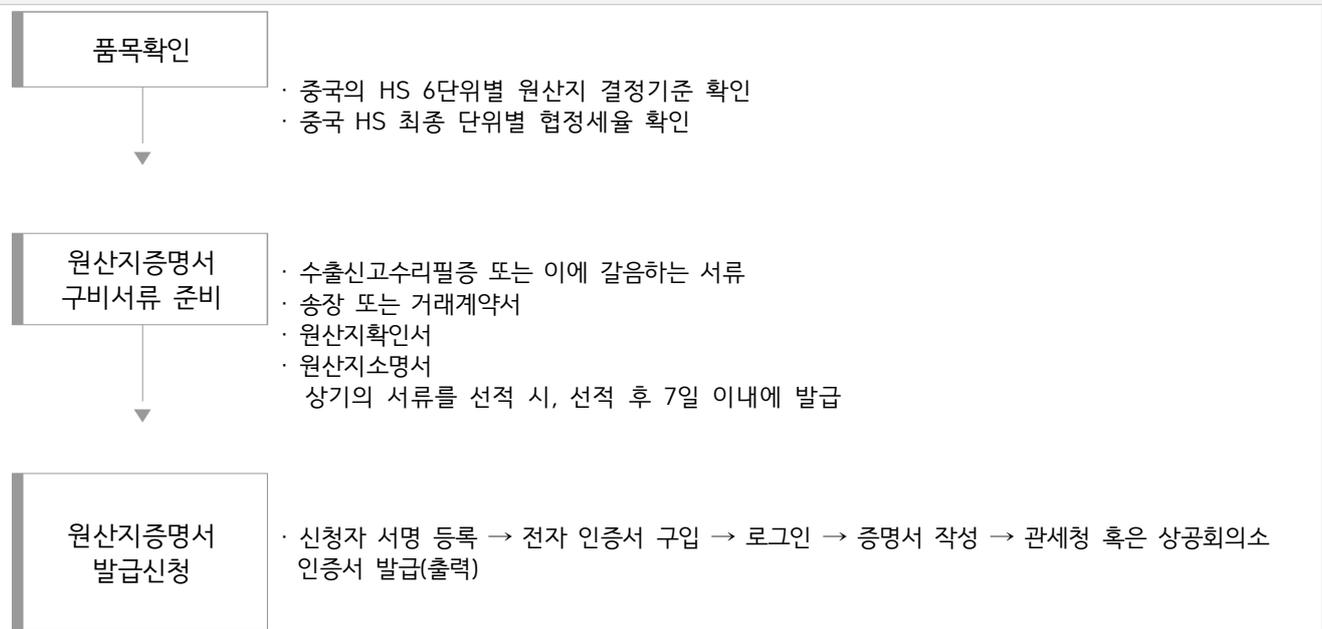
HS CODE 1211.90.99은 한·중 FTA 체결 혜택을 받는 것으로 파악됨. 해당 품목은 2015년 12월 20일에 발효된 한·중 자유무역협정(FTA)으로 관세율 3.6%가 부과됨. 한국과 중국은 베이징에서 개최된 제1차 한·중 FTA 협상을 시작으로 14차의 협상 끝에 타결되었음

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지증명서 발급 필요

원산지증명서는 물품을 생산한 나라, 혹은 물품의 국적을 의미하는 문서이며, 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서임. 한국에서 원산지증명서²⁹는 관세청과 대한상공회의소에서 발급받을 수 있음

상대국에서 FTA 세율을 적용할 경우 협정별 원산지 결정기준을 충족해야 하며, 협정에서 정한 원산지증명서를 구비해야 가능함

표 7.3: 한·중 FTA 원산지증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

29. FTA 원산지증명서는 상공회의소 회원인 경우 무료로 발급이 가능하며 비회원은 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과됨. 하지만 세관에서 원산지증명서 발급을 신청하면 무료로 발급받을 수 있음

4. 통관 및 검역 주의사항

한국식품에 대한 서류 준비와 라벨링 심사 강화

중국 정부가 올해 한국식품과 화장품 등과 같은 소비재에 대해 규제를 강화한 것으로 나타남. 이는 한국의 고고도 미사일 방어체계인 사드 배치 결정에 대한 보복조치로 보임. 사드 배치와 관련해 중국의 한국 식품에 대한 통관·검역 강화가 우려되는 상황임. 과거보다 특히 서류나 라벨 심사 등이 전반적으로 강화되었음

천마 가공제품, 보건식품으로 수출 시 절차 까다로워

통상적으로 일반식품으로 수입할 시에는 보건식품 허가증서가 필요 없으며 중문 라벨만 등록하면 통관 수속을 마칠 수 있음. 만일 제품이 특정한 건강 기능을 강조하고자 할 경우, 제품형태가 일반식품 형태와 맞지 않을 때에는 반드시 보건식품허가 절차에 따라 신고하고 등록해야 함

또한 중국으로 건강보건식품을 수출하기 위해서는 상품이 생산국에서 1년 이상 판매한 실적이 있어야 함

VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

필수검사 : 중국 검사 및 검역(CIQ, China Inspection and Quarantine)

검사 설명	국가질량감독검험검역총국 산하 국가 출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질검사	
검사기관	중국 출입국검험검역국	
성격	필수검사	
제출서류	통관신고서, 선하증권, 검사검역신고서, 검사검역위탁서	
소요기간	1 ~ 1.5개월	
갱신기간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ 검사증명서 발급	
유의사항	천마를 중국으로 수출하기 위해서는 CIQ 검사 통과가 필수이며, 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용 금지, 혹은 제한량이 상이할 수 있기 때문에 사전에 숙지 필요	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

권장인증 : SC(품질안전 인증)

인증 설명	품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국 국가품질감독검험검역총국	
성격	선택 인증	
제출서류	식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC 인증서 발급	
유의사항	SC 인증은 2015년 10월부터 기존 QS를 대체함. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

출처 : 중국 식품약품감독관리총국(www.sfda.gov.cn)

인증 및 검사 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : 중국 유기제품인증

인증 설명	생산, 가공, 판매과정을 중국 유기농 표준에 따라 생산 가공하여 유기농 인증기관에서 인정한 제품을 지칭	
발행기관	CQC(중국품질인증센터), CNCA(중국인증인가관리감독위원회), CIQ(출입국검험검역국)	
성격	권장 인증	
제출서류	신청서, 조사표, 가공공정도, 상품배합 및 생산, 가공과정 중 사용되는 재료 목록 등 ※ 모든 서류는 중문으로 제출되어야 함	
소요기간	약 3개월	
유효기간	1년	
갱신기간	만기 3개월 전 갱신 신청	
발급비용	품목 및 제품 규격별로 상이	
발급절차	신청서 제출 > 서류심사 > 현장심사 > 제품 테스트 > 최종 평가 > 인증서 발급 > 판매증 발급 > 사후 감독	
유의사항	유기제품인증을 취득한 수출업체가 수입 검사 시 제출해야 하는 서류 : 1) 유기제품인증을 취득한 한국 업체는 수입 검역 신고 시 CNCA & 유기제품 수출국가, 혹은 지역 주 관부서와 체결한 비망록에서 요구한 관련 자료 제출 2) 유기제품인증서 사본 제출 3) 유기제품판매증 사본 제출 4) 인증마크(인증마크+인증기관 명칭 두 가지 모두 보유) 5) 제품 라벨 등 관련 문건 제출	

출처 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

1. 인증 취득정보

CIQ 검사 증명서 발급기관

- 기관명 : 중국 출입경검험검역국
- 주소 : 중국 북경시 개발구 한수로 9호
- 전화번호 : +86-10-5838-6678
- 담당업무 : 중국 내 식품, 화장품 수출입 업무 등을 담당하는 국무원 직속기관
- 관련부서 : 수입식품처

필수검사 : 중국 검사 및 검역(CIQ)

중국 상품검사(CIQ)란 국가질량감독검험검역총국 산하 국가출입국경검사검역국(CIQ)에서 식품 수입통관 시 상품의 품질을 검사하여 발급하는 중국의 위생 증명서임. CIQ 검사를 통과하지 못할 시 위생증명서가 발급되지 않으며 중국으로의 수입 및 판매가 금지됨. CIQ 검사 중 제품의 유통기한이 넘을 경우 자동으로 탈락 처리되기 때문에 한국 수출업체는 중국으로 수출되는 제품의 유통기한이 너무 짧지 않도록 유의해야 함

표 8.1 : CIQ 검사 정보

검사 설명	국가 질량감독검험검역총국 산하 국가 출입국경검사검역국(CIQ)에서 통관 시 수행하는 상품의 품질검사	
검사기관	중국 출입경검험검역국	
성격	필수검사	
제출서류	통관신고서, 선하증권, 검사검역신고서, 검사검역위탁서	
소요기간	1 ~ 1.5개월	
갱신기간	수입 시마다 발급	
발급절차	위생검역 서류 심사 및 신고 접수 > 검사 비용 처리 > 검험검역 진행 > CIQ 검사증명서 발급	
유의사항	천마를 중국으로 수출하기 위해서는 CIQ 검사 통과가 필수이며 한국에서 허가된 식품첨가제 물질이 중국에서는 사용 금지, 혹은 제한량이 상이할 수 있기 때문에 사전에 숙지 필요	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 8.2 중국 CIQ 인증 발급절차

STEP 01. 위생검역 서류 심사 및 신고 접수	소요기간 (영업일 기준)
- 수출국 위생증, 원산지증명서 등 제출	5일
STEP 02. 검사 비용 처리	14일 (2주)
- 7,500위안 비용 제출(40피트 컨테이너당)	
STEP 03. 검험검역 진행	1 ~ 2일
- 미생물 검사, 중금속 검사 등이 포함되어 있음	
STEP 04. CIQ 인증 라벨 발급	
- 최초 수입되는 물량에 대해 국가 출입국경검사검역국에서 제품 실험을 하고 그 결과에 따라 발급	

출처 : 중국 국가출입경검험검역국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 인증 취득정보

SC 인증



SC 허가번호는 총 14자리 숫자로 구성되어 있으며 각 숫자는 식품분류 코드, 제조지역, 등록순서, 인증번호를 의미함

권장인증 : SC(Sheng Chan) 인증

중국은 2015년 10월부터 QS(전국 공업제품 생산허가증) 인증을 SC(식품생산 허가증)로 대체하면서 ‘식품생산허가증’ 을 개정함. 이로 인해 2018년 6월 이후로는 신규 식품생산 허가 취득자는 라벨 혹은 식품 포장지에 QS 마크를 표시할 수 없음. 한편 SC 인증의 유효기간은 3년에서 5년으로 연장되었음

QS 인증의 경우 중국 현지 생산 기업은 필수적으로 획득해야 하지만 수입 기업은 선택사항임. QS 인증마크는 품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사를 통과해야 해당 인증을 취득하고 마크를 부착할 수 있음

표 8.3 : SC 인증 정보

인증 설명	품질검사, 생산장비와 직원의 건강 상태 등에 대한 심사가 허가될 경우 중국 내에서 품질이 안전한 제품에 한해 부여되는 마크	
발행기관	중국 국가품질감독검험검역총국	
성격	권장인증	
제출서류	식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본, 식품 생산 가공 평면도, 주요 식품 생산 설비 및 시설 목록 등	
소요기간	70일 이내	
갱신기간	5년	
발급절차	SC 인증 신청서 제출 > 서류 검토 > 현장 조사 > SC 인증서 발급	
유의사항	SC 인증은 2015년 10월부터 기존 QS를 대체함에 따라 2018년 6월 이후 식품에 QS 마크를 사용할 수 없음. SC 인증은 선택사항이지만, 중국 내 소비자들의 식품안전에 대한 인식을 고려할 때 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 예상	

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 8.4 : 중국 SC 인증 발급절차

STEP 01. SC 인증신청서 제출	소요기간
- 식품생산허가신청서, 영업허가증 복사본 등 서류와 함께 SC 인증신청서 제출	15일
STEP 02. 서류 심사	40일
- 국가 품질감독검험검역총국 성급품질감독국은 서류심사 진행 - 최종적으로 국가품질검사총국에 제출하여 심사 비준	
STEP 03. 현장 조사	15일 (총 70일 소요)
- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행 - 국가 품질검사총국검사팀은 현장조사 시작 후 영업일 기준 10일 이내 결과 보고서를 품질감독국 품질과에 제출	
STEP 04. SC 인증서 발급	
- 품질감독국은 국가품질검사총국의 조사 결과에 따라 15일 내에 조건에 부합되는 생산 업체에 발급	

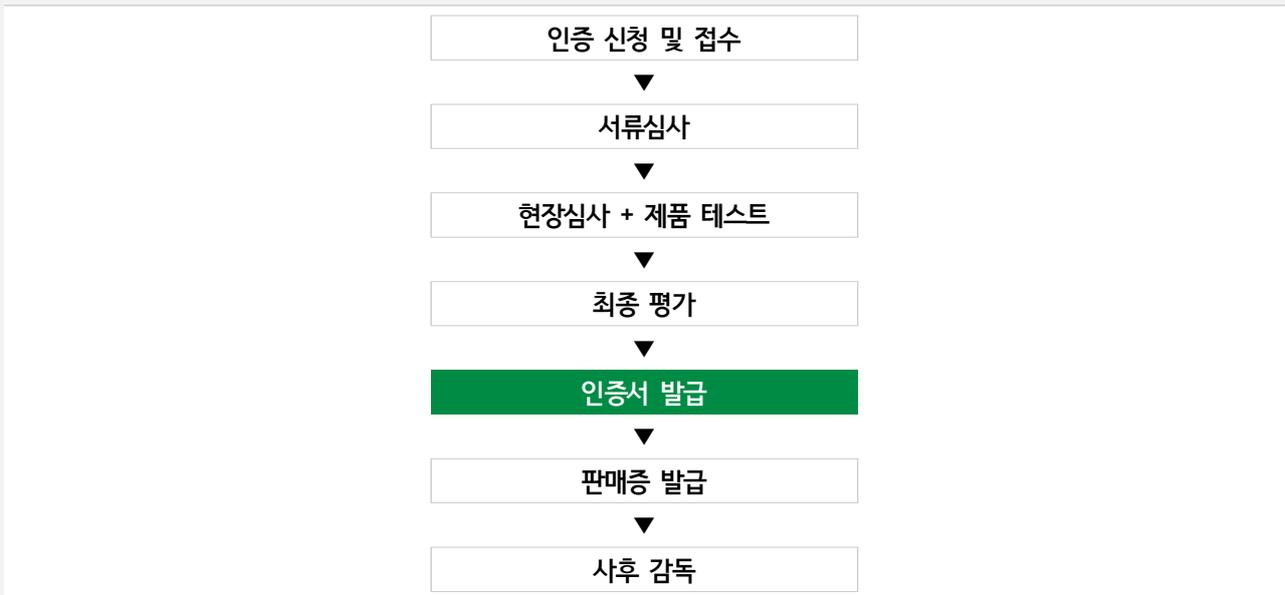
출처 : 중국 국가출입검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 인증 취득정보

권장인증 : 중국 유기가공인증

상술한 것처럼 중국과 한국은 ‘유기가공식품 상호동등성 인정 협정’ 을 맺지 않아 한국의 유기농 인증마크는 중국에서 통용되지 않음. 이에 유기농 인증을 원할 경우 2014년 4월 1일부터 시행 중인 <유기제품 인증 관리방법>의 제3장에 따라 외국 기업들은 중국의 유기가공인증을 신청해야 함. 외국 수출업체들은 국가인증인가관리감독위원회를 통해 유기가공인증을 신청할 수 있으며, 국가인증인가관리감독위원회는 신청서 접수 후 전문가 패널과 서류검사 및 현장 실사 등의 검사 방법을 통해 유기인증 여부를 결정함. 중국의 유기제품인증은 물과 소금 체적을 제외한 유기 원료의 함량이 95% 이상인 가공제품에 대해 발행되는 인증서임

표 8.5 중국 유기제품인증 발급 절차



출처 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

표 8.6 중국 유기제품인증 조건

정의	OP - 중국 유기제품인증(有机产品认证)	
개요	의미	유기인증을 통한 중국 내 시장 진입과 품질 안전의 보장
	시행일시	2014년 4월 1일
	소요기간	약 3개월 *단, 서류준비 및 시험 상황에 따라 기간 변동 가능
	증서유효기간	1년(연 최소 1회 현장검사) *증서 만기 최소 3개월 전 갱신 신청
인증형식	서류심사 + 원산지 심사 + 샘플링 테스트 + 사후 감독 심사	
주관기관	CQC(중국품질인증센터), CNCA(중국인증인가관리감독위원회), CIA(출입국검험검역국)	
대상품목	유기제품인증목록에 포함된 120여 개 식품 원료, 가공식품, 유제품, 사료, 술, 방직류 등	

출처 : 중국경영인증컨설팅(www.cmcc.co.kr)

2. 제출서류

SC 인증신청서

: SC 인증 신청 시 제출해야 하는 기본정보로 식품생산허가증 번호, 생산 장소 주소, 사업자등록 번호 등 필수사항을 기재해야 함

SC 신청서

신청인 기본정보	신청인 성명			
	식품 생산 허가증 번호	(증명서 변경 시 작성)		
	생산지 주소			
	법정 대리인/책임자			
	사업자 등록증 번호 (보유할 경우)		기업코드 (설립한 경우)	
	주요 관리 및 기술인력 수		생산공장 설립일	
	면적(땅)	m ²	건축면적	m ²
생산 식품정보 신청	식품품종 상세설명			
	식품안전표준/ 기업표준 준수	기준번호:		

년 월 일

신청인 서명 (인)

2. 제출서류

유기제품인증신청서 예시

: 유기제품인증 신청 시 필요한 서류로, 회사 기본 정보 외에도 업종에 따라 가공 공정, 제품에 대한 답변을 작성해야 함

유기제품인증신청서

인증위탁인 명칭					
인증위탁인 주소					
웹사이트		사업자등록번호			
사업자등록자본 (만 위엔)		사업자 유형			
법정 대표인				우편번호	
담당자	성명		직위		E-mail
	핸드폰		고정전화		FAX
기업정보	종업원수			유기관리 담당자수	
신청 인증 유형	<input type="checkbox"/> 유기제품 <input type="checkbox"/> 유기전환기제품				
신청인증표준	<input type="checkbox"/> GB/T 19630.1-2011 유기제품 제 1 부분: 생산 <input type="checkbox"/> GB/T 19630.2-2011 유기제품 제 2 부분: 가공 <input type="checkbox"/> GB/T 19630.3-2011 유기제품 제 3 부분: 표식 및 판매 <input type="checkbox"/> GB/T 19630.4-2011 유기제품 제 4 부분: 관리시스템				
신청 유형	<input type="checkbox"/> 최초 신청 <input type="checkbox"/> 갱신 <input type="checkbox"/> 확장				
신청 범위	<input type="checkbox"/> 식물(植物)재배 <input type="checkbox"/> 야생작물 채집 <input type="checkbox"/> 식용버섯 재배 <input type="checkbox"/> 축산 <input type="checkbox"/> 수산양식 <input type="checkbox"/> 가공제품				
업무시간			오전	오후	
교대근무여부	<input type="checkbox"/> 미니오 <input type="checkbox"/> 예 교대제 수				
예심 필요여부: <input type="checkbox"/> 필요 <input type="checkbox"/> 불필요 요청일: _____					
유기제품 생산·가공 실행일: 년 월 일					
주말 현장조사 가능 여부: <input type="checkbox"/> 가능 <input type="checkbox"/> 불가능					
기타 인증 신청·취득 현황 < <input type="checkbox"/> 없음 <input type="checkbox"/> 있음 있을 경우 관련 정보 상세히 기재 > :					
증서유형	발행기관	증서번호	인증 취득일	인증 유효기간	
기타 기원에 의해 인증 거부된 경험: <input type="checkbox"/> 있음 <input type="checkbox"/> 없음 인증기관명칭: _____					
상기 사항을 경험했을 경우 원인설명 및 유관자료 제출					

Q1. 중국의 통관절차는 어떠한가요?

“중국에서 식품을 통관하기 위해서는 중국의 식품안전표준 및 법률에 부합하는 사업자 등록증, 위생허가증 및 원산지증명, 중문라벨을 기본적으로 구비해야 합니다. 특히 천마가공식품은 중국에서 천마의 용도에 따라 다르게 유통되므로 통관을 위해서도 우선적으로 용도에 따라 나누어져 진행됩니다. 중국은 천마가공식품의 용도가 약재로 수입을 할 때와 보건식품으로 수입을 할 때 필요한 서류가 상이합니다. 용도를 약재로 할 경우 중국의 국가멸종위기종관리사무소(药品监督管理局)나 다른 관련 기관에서 발급한 멸종위기종 수입허가증(濒危物种允许进口证明书)를 제출해야 합니다. 혹은 국가식품약품감독관리국(CFDA) 및 다른 동등기관에 발급한 수입약품 통관신청서(进口药品通关单) 제출이 필요합니다. 국가식품약품감독관리국(CFDA)에서 관련서류를 받기까지는 보통 2 ~ 4년 정도 소요되며, 비용은 30 ~ 50만 위안(한화 5,000 ~ 8,000만원)정도입니다. 그리고 천마가공식품의 용도를 보건식품으로 할 경우에는 중국 국가식품약품감독관리총국(药品监督管理局)나 다른 관련기관에서 발급한 China Health Food Approval Number(国食健字)를 받아야 하는데 서류를 받기까지 적어도 2 ~ 4년 정도 소요되며, 비용은 40 ~ 50만 위안(한화 6,000 ~ 8,000만원)정도입니다. 아직까지 CFDA에서 등록된 수입 천마제품이 없으므로 서류 획득에 있어 소요시간이 길고 비용이 비싼 것으로 보입니다.”

- 중국 통관대행사
청도수입대리유한공사(青岛进口代理有限公司) 담당자 Mr. Wang과의 인터뷰 중, 2017.08

Q2. 중국에 천마가공식품을 수출할 때 필요한 필수인증은 무엇 인가요?

“중국에 천마가공식품을 수출할 때에는 제품의 용도에 따라 획득해야하는 필수인증이 달라집니다. 천마가공식품을 약재로 중국에 수출을 한다면 중국 국가식품약품감독관리총국(药品监督管理局)나 다른 관련기관에서 발급한 멸종 위기종 수입허가증(濒危物种允许进口证明书)을 받아야합니다. 그리고 보건식품으로 천마가공식품을 수출하기 위해서는 중국 국가멸종위기종관리사무소(药品监督管理局)나 다른 관련 기관에서 발급한 China Health Food Approval Number(国食健字)를 받아야합니다.”

- 중국 통관대행사
청도수입대리유한공사(青岛进口代理有限公司) 담당자 Mr. Wang과의 인터뷰 중, 2017.08

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

중국 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 구성 성분
- 생산일자
- 유통기한
- 원산지
- 보관방법
- 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

출처 : 현지 매장방문(Carrefour, 2017, 07)

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

중국 라벨링 주요 표기사항

항목	설명
표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기
글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
순중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어 있을 경우 순중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재 순중량 이외에 고품종의 함량도 표기
제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보 기재
원산지	중화인민공화국 수출입화물원산지조례 기준에 따라 원산지 국가명 반드시 기재
생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

1. 라벨 표기사항

중국 식품 라벨링 금지사항

질병 예방 또는 치료 기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용

건강기능식품이 아니지만 건강기능이 있다고 명시하거나 암시하는 내용

첨부한 제품설명이 그 근거를 증명할 수 없는 내용

문자 또는 도안이 민족 습관을 존중하지 않고 차별하는 내용

중국으로 수입되는 모든 식품, 중문 간체자로 기재

수입식품은 수입 시 실제 사용되는 라벨 견본을 제공해야 함. 또한 중국으로 수입되는 모든 가공식품은 포장 식품라벨 총칙(GB 7718-2011)의 규정을 준수해야 하며 라벨은 반드시 중문 간체자로 기록되어야 함. 외국어 병기도 가능하지만 중문과의 상응 관계가 있어야 함

라벨 표기는 쉽고 명확하게

마류 제품의 라벨 표기 시 소비자들이 명확하고 쉽게 식별할 수 있도록 표기해야 함. 그 외 가루 제품의 경우 ‘가루 타입’ 혹은 ‘가루 제품’ 등과 같이 제품의 상태를 명시해야 함. 또한, 과대 포장하거나 고객들이 혼동할 수 있는 문구를 기재할 수 없음

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 구성성분 · 식품첨가물 · 원산지 · 저장방법 · 유통기간 및 생산일 · 생산자 및 유통자 정보 · 영양성분표 	<ul style="list-style-type: none"> · 순중량 · 섭취방법 · 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우) · SC 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고
--	---

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

표 9.2 : 중국 라벨 상세 표기사항

항목	설명	
1	표기 언어	중국어 간체자, 외국어 병기 가능하지만 한자와 상응관계가 있어야 하며 외국어는 중문보다 작게 표기
2	글자 크기	표장용기의 표면적이 35cm ² 보다 큰 경우, 문자, 부호, 숫자의 높이가 1.8mm 이상
3	제품명 또는 설명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
4	구성 성분	제품을 구성하는 모든 성분 기록. 형태가 바뀐 성분 및 식품첨가제도 모두 포함하여 표시
5	순중량	동일 포장 내 여러 소포장 식품이 들어있을 경우 순 중량 및 소포장 식품 개수도 함께 기재. 순 중량 이외에 고형물의 함량도 표기
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	중국 내 수입자, 유통자, 대리인 등은 상호 및 주소, 연락처 정보 기재
7	원산지	중화인민공화국 수출입화물원산지조례 기준에 따라 원산지 국가명 반드시 기재
8	생산일, 유통기한	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기. 유통기한 또한 잘 드러나는 곳에 표기
9	기타	중문 주의사항 또는 경고 마크를 표기하지 않을 경우 벌금 부과

출처 : 중국 국가질량감독검험검역총국(www.aqsiq.gov.cn)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



제품명

중문 제품명
기재

유통기한

유통기한 및
보관방법

섭취방법

취급 및 섭취
방법 기재

생산자 정보

생산자 정보 및
기업정보 기재



제품명

중문 제품명
기재

제품용량

제품용량 및
중량

생산자 정보

생산자 정보 및
기업정보 기재

유통기한

생산일자 및
유통기한

X. 위생요건 정보

※ 위생요건 정보 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생요건 정보 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음료	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사 가능 항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

중국 천마(뿌리식물) 사용지침

	첨가물	기능	최대치(g/kg)
1	전분아세테이트	증점제	규정된 기준치 없음
2	펙틴	증점제	
3	산탄검	안정제, 증점제	
4	카라기난	증점제	
5	아스코르브산	산화방지제	
6	나트륨 아스코르브 산염	산화방지제	
7	칼슘 아스코르브 산염	산화방지제	
8	카제이나트륨	유화제	
9	구연산나트륨	산도조절제, 안정제	
10	천연 카로틴	착색제	

출처 : GB 2760-2014 식품첨가물 사용기준(gb2760.chinafoodsafety.net)

1. 식품첨가물 규정

GB 2760-2014 <식품첨가물사용 사용표준> 준수

중국으로 천마가공 제품 수출 시 식품첨가제 등 제품 관련 성분이 식품안전국가 표준에 부합해야 함. 또한 중국 국가질량감독검험검역총국(国家质量监督检验检疫总局)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 함

GB 2760-2014 <식품첨가물사용 사용표준>은 가공식품에 식품첨가물로 사용될 수 있는 성분의 명칭·기능, 최대 허용량 및 함량 계산법 등을 명시하고 있음

표 10.1 : 중국 천마(뿌리식물) 식품첨가물 사용지침

첨가물	기능	최대치(g/kg)
전분아세테이트	증점제	규정된 기준치 없음
펙틴	증점제	
산탄검	안정제, 증점제	
카라기난	증점제	
아스코르브산	산화방지제	
나트륨 아스코르브 산염	산화방지제	
칼슘 아스코르브 산염	산화방지제	
카제인나트륨	유화제	
구연산나트륨	산도조절제, 안정제	
천연 카로틴	착색제	

출처 : GB 2760-2014 식품첨가물 사용기준(gb2760.chinafoodsafety.net)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 최근 중국의 수입통관 불합격 동향과 시사점	한국무역협회	2016.11
2. 중국 한의학 백서	중국 국무원 정보사무소	2016.12
3. CHINESE E-COMMERCE MARKET GROWTH, STATISTICS' REPORT 2016	Ecommerce-nation(ECN)	2017.02

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
2. 한의신문	www.akomnews.com
3. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
4. 국가질량감독검사검역총국	aqsiq.gov.cn
5. 중국식품약품감독관리총국	www.sfda.gov.cn
6. 대한상공회의소	cert.korcham.net
7. CPhi	www.cphi.com/china
8. 뉴스핌	www.newspim.com
9. Greenpeace	www.greenpeace.org
10. BBC中國	www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese_news
11. 自由時報(Liberty Times Net)	www.ltn.com.tw
12. 民日報(인민일보)	paper.people.com.cn
13. 国务院新闻办公(중국 국무원 정보사무소)	www.scio.gov.cn
14. 前瞻产业研究院(유망산업 연구소)	bg.qianzhan.com
15. 中国新闻社(China News Service)	www.chinanews.com
16. CNNIC(中国互联网络信息中心)	www.cnnic.net.cn
17. 中国电子商务研究中心(중국 전자상거래 연구소)	b2b.toocle.com