

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-01
품목 | 인삼 액상차(Ginseng Tea)
HS CODE | 2106.90-3011
국가 | 홍콩(Hong Kong)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 홍콩 즉석차 시장규모	06
2. 홍콩 비타민&미네랄 시장규모	07
3. 홍콩 인삼 액상차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 홍콩 차(茶) 소비 트렌드	10
2. 홍콩 일회용 플라스틱 제품 규제 및 친환경 법안 시행	11
3. 홍콩에서 확장되는 다양한 차 문화	12
4. 홍콩에서 증가하는 한국 인삼 제품의 인기	13

IV. 유통채널

1. 홍콩 인삼 액상차 유통채널 점유율	
2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 홍콩 인삼 액상차 통관 및 검역 절차	25
2. 홍콩 인삼 액상차 품질 인증	27
3. 홍콩 인삼 액상차 라벨링	31
4. 홍콩 인삼 액상차 성분 및 유해물질	37

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 마츠키요 홍콩(Matsukiyo HK)	41
2. 에이치케이티비몰(HKTVmall)	43
3. 체리샵 홍콩(Cherry Shop HK)	45

※ 참고문헌	47
--------	----





HS CODE : 2106.90-3011

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

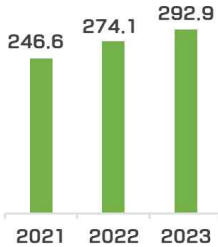
SUMMARY

홍콩 인삼 액상차 시장

시장 현황

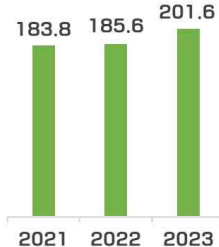
즉석차 시장규모

단위 : 백만 달러



비타민&미네랄 시장규모

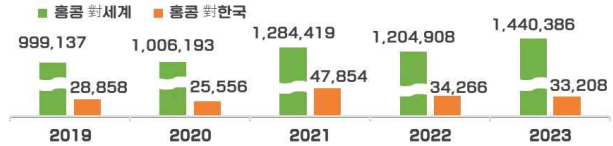
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈/매체 분석

차(茶) 시장

건강과 편리성을 강조하고
전통 차 문화와 융합하여
지속 성장이 예상

규제 및 법안

홍콩 정부, 일회용 제품을
규제하며 재활용 및
친환경 제품 도입 강화

차(茶) 문화

중국과 영국의 문화가
융합된 문화 허브로,
아시아 최대 규모의 차
박람회 개최

한국 인삼 인기

국제 차 전시회 및 식품
박람회에서 한국 인삼차가
인기를 끌며, 인삼의
우수성 전파

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 0%(기본세율)
사전 준비
사전 준비사항 확인 必
수출업체 AEO 신청
수입 허가 대상 품목 확인

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
상품명, 성분, 보관 및 사용 방법,
순종량, 제조사 정보, 유통기한,
영양성분, GMO 정보
포장 전면(FOP) 영양 라벨 표시 기준
저염, 무염, 저당, 무당 제품의 경우
제품 전면에 라벨 부착 가능(필수 X)

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point
01.

홍콩 시장 수요 고소득층을 중심으로 차 문화가 인기를 얻고 있으며, 인삼 액상차는 주로 선물용으로 소비됨
제품 고려요소 소비자들은 브랜드의 신뢰도를 가장 중요하게 생각하며, 맛과 효능도 중요하게 고려하는 사항임
유통 및 홍보 전략 제품을 영양제로 분류하여 시장에 진입하는 것이 유리하며, 행사와 사전 마케팅을 통해 인지도를 높이는 것이 중요함

Point
02.

제품 가격 피드백 고객사 제품은 다소 높은 가격으로 평가되며, 80홍콩달러 이하로 가격을 조정하는 것을 권장함
제품 포장 피드백 개인 구매용으로 적합하나, 선물로는 단순할 수 있으므로 명절을 위한 특별한 포장 디자인이 필요함
제품 원료 피드백 인삼과 꿀은 홍콩 소비자들에게 익숙한 성분으로 수용성을 높일 수 있는 긍정적인 요소임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 홍콩 즉석차 시장규모
2. 홍콩 비타민&미네랄 시장규모
3. 홍콩 인삼 액상차 수입규모

1. 홍콩 즉석차 시장규모

● 홍콩 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,113.76km ²
인구	750만 3,000명
GDP	3,835억 달러
GDP (1인당)	5만 889달러

▶ 홍콩 2023년 즉석차 시장규모 4,042억 원²⁾³⁾⁴⁾

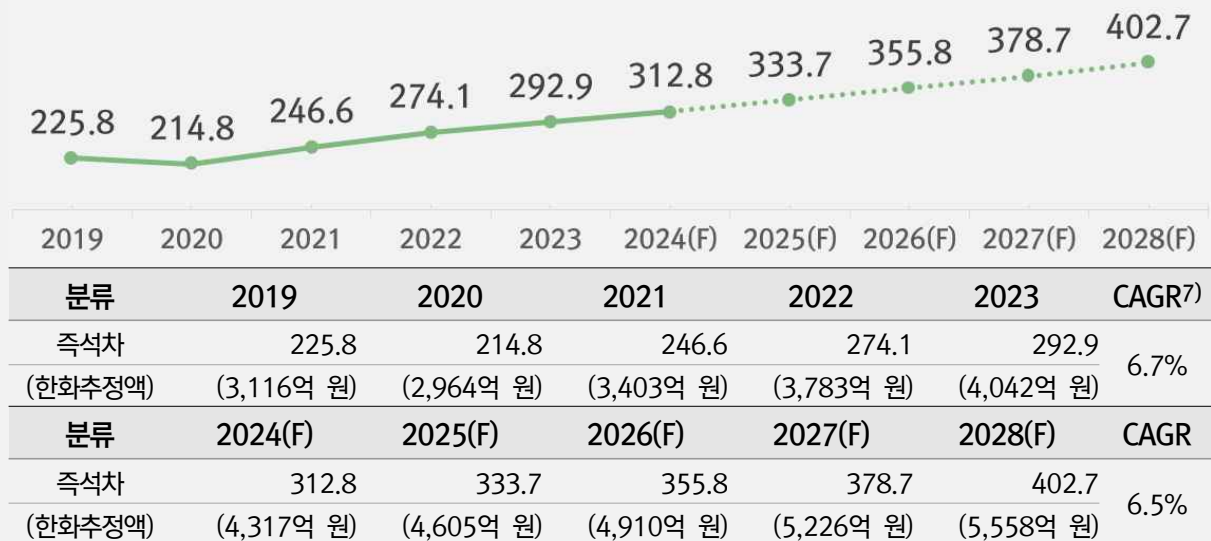
2023년 기준 홍콩 즉석차 시장규모는 4,042억 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 6.7%로 나타났음. 2020년은 전년 대비 다소 감소하였으나, 2021년부터 상승세를 보임. 특히 2021년과 2022년은 전년 대비 각각 14.8%, 11.2% 증가하며, 높은 성장률을 기록함

▶ 홍콩 즉석차 시장규모, 향후 5년간 6.5%씩 성장 예상

즉석차 시장은 전 세계적으로 탄산음료 및 기타 설탕 함량이 높은 음료의 건강한 대안으로 선호되어 두드러진 성장을 보이고 있음. 특히, 홍콩의 1인당 차 소비량은 아시아에서 1위를 기록하며, 차 문화가 발달한 국가로 향후 즉석차 시장의 안정적인 성장이 기대됨. 이에 홍콩의 즉석차 시장은 향후 5년(2024-28년) 동안 연평균 성장률이 6.5%로 예상되어 2028년에는 시장규모가 약 5,558억 원에 이를 것으로 전망됨

[표 2.1] 홍콩 '즉석차' 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 백만 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Tea - Hong Kong', 2024.08

3) 스태티스타에 따르면, '즉석차(RTD Tea)'는 쉽게 섭취할 수 있도록 포장된 액체 형태의 차 음료에 해당함

4) 조사제품 '인삼 액상차'는 인삼을 가공하여 만든 액상차 형태의 제품임. 제품의 형태에 따라 '즉석차' 시장규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 홍콩 비타민&미네랄 시장규모

▶ 홍콩 2023년 비타민&미네랄 시장규모 2,782억 원⁸⁾⁹⁾¹⁰⁾

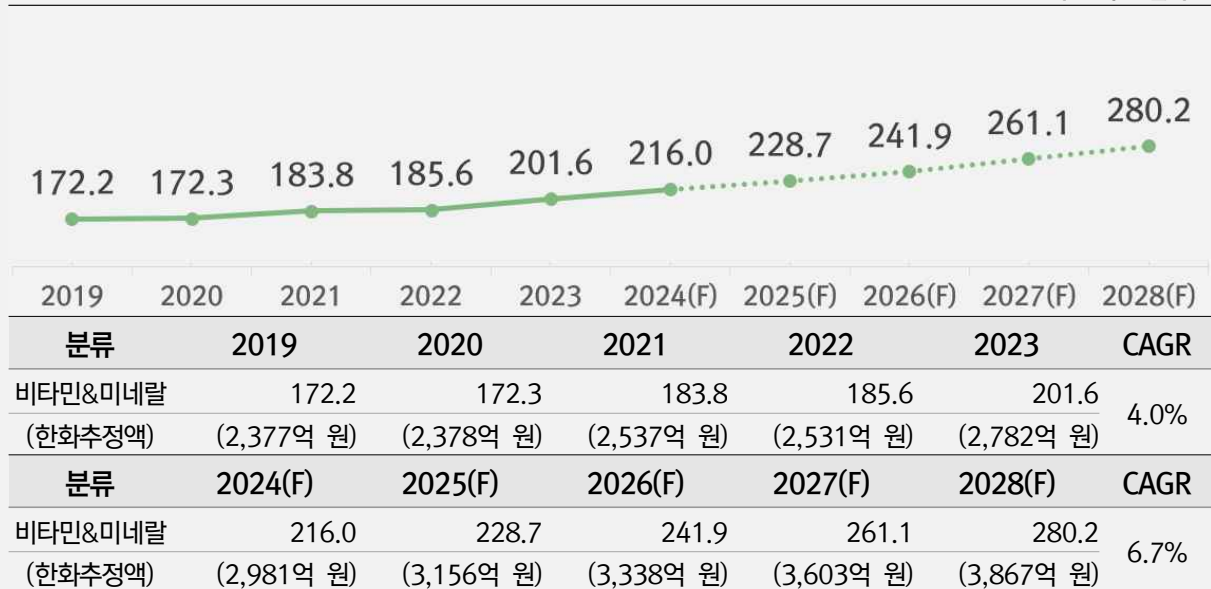
2023년 기준 홍콩 비타민&미네랄 시장규모는 2,782억 원에 달함. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 4.0%로 나타남. 특히 2023년은 전년 대비 8.6%의 높은 성장률을 기록하여 주목할 만함

▶ 향후 5년간 홍콩 비타민&미네랄 시장규모, 연평균 6.7% 성장 전망

홍콩 비타민&미네랄 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 6.7% 성장하여 2028년에는 3,867억 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 특히, 홍콩의 건강식품 시장에서 인삼은 코로나19 기간 동안 면역력 증진에 대한 효능으로 큰 인기를 끌었으며, 현재도 소비자들 사이에서 높은 수요를 유지하고 있음. 최근에는 인삼의 원기 회복과 같은 효능에 대한 관심이 증가하고 있어, 이에 맞춘 전략적 접근이 중요할 것으로 판단됨¹¹⁾

[표 2.2] 홍콩 '비타민&미네랄' 시장규모

단위 : 백만 달러



자료: 스탯시타(Statista)

8) 자료: 스탯시타(Statista), 'Vitamins & Minerals - Hong Kong', 2024.08

9) 스탯시타에 따르면, '비타민&미네랄(Vitamins&Minerals)'은 종합비타민제, 미네랄, 비타민, 강장제, 대구 간유와 같은 일반 의약품, 천연 및 합성 식품 보충제로 구성되고 있으며, 캡슐, 드링크제, 알약, 과립제, 앰플, 용액, 분말, 경구용 시럽 형태의 제제가 포함됨

10) 조사제품 '인삼 엑상차'는 인삼을 주원료로 하여 건강상의 이점을 제공하는 성분이 포함된 제품임. 이에 따라 '비타민&미네랄' 시장규모를 조사함

11) 자료: KATI농식품수출정보, '[홍콩] 코로나 19 이후 홍콩 건강기능식품시장 현황 및 전망', 2024.01

3. 홍콩 인삼 액상차 수입규모

HS CODE 2106.90

해당 장에서 인삼 액상차는 HS CODE 2106.90으로 분류됨. HS CODE 제2106호의 품명은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'이며, HS CODE 2106.90의 품명은 '기타'로 확인됨

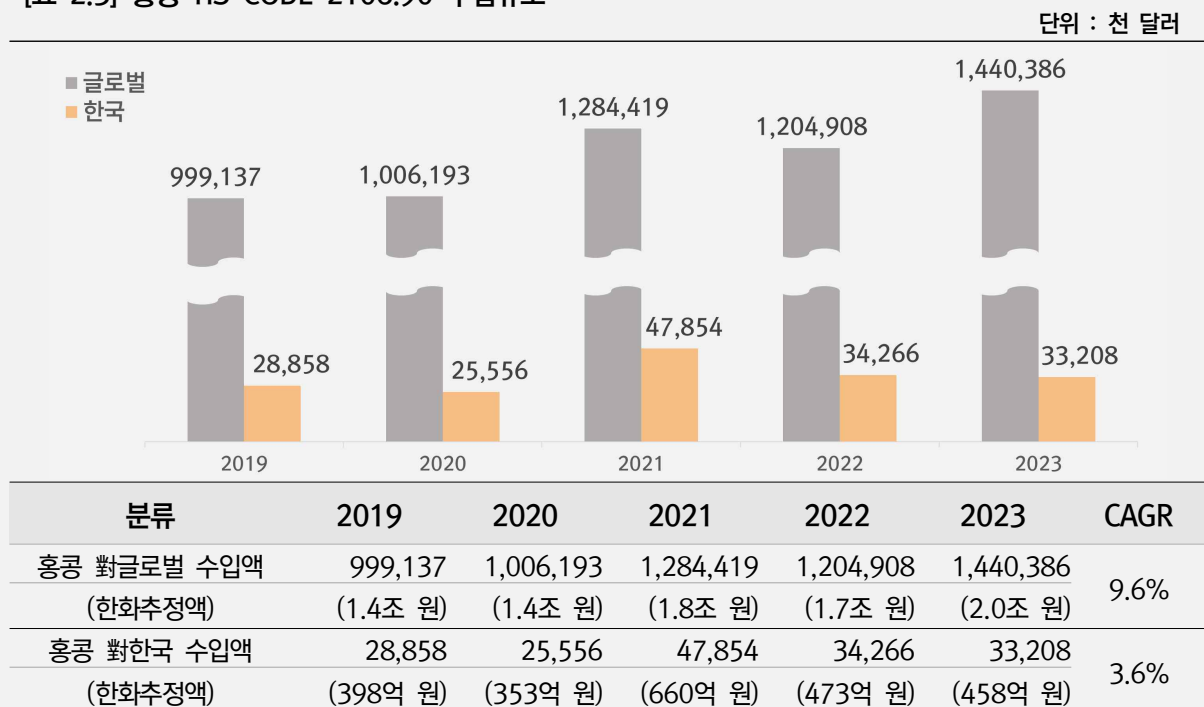
▶ HS CODE 2106.90 홍콩의 對글로벌 수입액, 2.0조 원

2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액은 전년 대비 19.5% 증가한 2.0조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 9.6%의 성장률을 기록했으며, 특히 2021년에는 전년 대비 27.7% 증가한 1.7조 원을 기록함

▶ HS CODE 2106.90 홍콩의 對한국 수입액, 글로벌 9위

2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 홍콩의 對한국 수입액은 전년 대비 3.1% 감소한 458억 원으로 글로벌 9위를 차지함. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 홍콩의 對한국 수입액은 연평균 3.6%의 성장률을 기록했으며, 같은 기간 홍콩의 對글로벌 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 약 2-3%대로 유사한 수준을 유지했음. 한편, 2023년 해당 품목에 대한 홍콩의 對글로벌 수입액 기준 1위는 중국(7,193억 원), 2위는 미국(2,577억 원), 3위는 독일(2,035억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 홍콩 HS CODE 2106.90 수입규모



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 홍콩 차(茶) 식문화 및 소비
2. 홍콩 일회용 플라스틱 제품 규제 및 친환경 법안
3. 홍콩에서 확장되는 다양한 차(茶) 문화
4. 홍콩에서 증가하는 한국 인삼 제품의 인기

1. 홍콩 차(茶) 소비 트렌드

▶ 홍콩, RTD 차 음료 시장의 성장

홍콩은 중국과 영국의 차 문화가 융합된 독특한 차 문화를 자랑하며, 연간 약 8,300톤의 차를 수입하고 5,800톤을 소비하는 세계적인 차 허브로 자리 잡고 있음. 홍콩의 차 시장은 생수, 주스 등을 포함한 음료 시장에서 가장 높은 성장률을 보였으며, 특히 'RTD 차'¹²⁾가 건강보조기능과 편리성으로 시장 성장을 주도하고 있음. RTD 차 음료 시장에서 홍콩 기업들이 높은 점유율을 차지하고 있으며, 비타소이(Vitasoy) 브랜드와 텔포드(Telford) 브랜드가 각각 비타(Vita)와 타오티(Tao Ti) 제품으로 인기임. 건강과 웰빙에 대한 소비자들의 관심 증가와 정부의 건강한 먹거리 장려 노력에 힘입어 홍콩의 차와 주스 시장이 지속 성장할 것으로 예상하며, 저설탕, 저칼로리, 비타민 함량이 추가된 건강음료의 개념으로 제품을 포지셔닝하면 긍정적인 성과를 얻을 것으로 전망되고 있음¹³⁾

▶ 전통과 건강을 아우르는 홍콩의 차 소비문화

홍콩의 차 소비문화는 중화권 전통과 깊은 연관이 있으며, '암차'와 '밀크티'가 대표적임. 암차는 차와 덩섬을 함께 즐기는 문화로, 광저우에서 유래되어 홍콩에서 아침에 마시는 차 문화로 자리 잡음. 밀크티는 홍콩인들이 하루에 250만 잔을 소비할 정도로 인기가 높음. 이외에 홍콩인들이 선호하는 차 종류로는 보이차, 자스민차, 철관음¹⁴⁾, 수선차¹⁵⁾가 있는데, 각각의 차는 건강 개선 효과가 있음. 보이차는 항산화 물질이 풍부해 심장과 혈관 건강에 좋고, 자스민차는 소화 촉진과 독소 배출에 도움을 줌. 철관음은 미용과 다이어트에 효과적이며, 수선차는 정신을 맑게 하고 치아 건강에 좋은 특징이 있음¹⁶⁾

[표 3.1] 홍콩에서 인기 있는 차 종류인 밀크티와 보이차



밀크티



보이차

자료: 홍콩수요저널(Wednesday Journal Ltd)

12) RTD란 'Ready To Drink'의 준말로 바로 마실 수 있는 음료를 의미함

13) 식품음료신문, 「마켓트렌드홍콩 음료시장」, 2017.05

14) 철관음(鐵觀音)이란 중국 복건성 안시현에서 주로 재배되어 생산되는 우롱차의 한 품종임

15) 수선(水仙)이란 중국 복건성 무이산에서 주로 재배되어 생산되는 우롱차의 한 품종임

16) 홍콩수요저널(Wednesday Journal Ltd), 「차 마시며 읽는 홍콩의 차 이야기」, 2022.03

2. 홍콩 일회용 플라스틱 제품 규제 및 친환경 법안

▶ 홍콩, 일회용 플라스틱 제품 규제, 2024년 4월부터 시행

홍콩 정부는 2023년 10월 18일 ‘제품 생태 책임(개정) 법안 2023’을 통과시켜 일회용 플라스틱 식기와 기타 플라스틱 제품에 대한 규제를 강화함. 이 법안은 플라스틱 오염의 영향을 최소화하고, 탄소 배출을 줄여 기후 변화를 완화하는 조치로 도입됨. 이 법안은 총 두 단계로 시행될 예정임. 1단계는 2024년 4월 22일부터 시작됐으며, 크기가 작아 재활용이 어려운 식기류 등 9가지 유형의 일회용 플라스틱 제품의 판매를 금지함. 2단계는 2025년에 시행될 예정으로, 테이크아웃 오더까지 금지 범위가 확대될 예정임. 또한, 일회용 제품 제조, 판매, 유통규제도 두 단계에 걸쳐 시행됨. 한편, 개정안에서는 폐전기 전자제품에 대한 규제 범위가 확대되어 대용량 냉장고, 세탁기, 의류 건조기 및 제습기가 포함됨¹⁷⁾¹⁸⁾

▶ 100% 재활용 생수병 활용 및 친환경 알루미늄 생수병 도입

홍콩 정부의 친환경 규제 및 법안에 발맞춰 많은 기업이 제품 생산 간 지속적이고 친환경적인 방안을 모색하고 있음. 특히, 홍콩 생수 브랜드인 왓슨스 워터(Watsons Water)는 플라스틱 줄이기에 적극적으로 동참하고 있음. 왓슨스 워터는 홍콩 전역에서 플라스틱병 수거 자판기를 운영하고 제품 생산에 재활용 플라스틱을 사용하고 있음. 또한, 2030년까지 알루미늄 병을 활용한 제품 비중을 전체 제품 생산량의 30%까지 높여 플라스틱 사용을 줄이고 순환 경제에 기여하겠다는 목표를 소개하며 알루미늄 리필 가능 병(Aluminum Refillable Bottle)에 담은 생수 제품을 출시함¹⁹⁾

[표 3.2] 홍콩에서 인기 있는 차 종류인 밀크티와 보이차



플라스틱 병 수거 자판기



알루미늄 리필 가능 병

자료: A.S. 왓슨 그룹(AS Watson Group)

17) 홍콩한타임즈, ‘플라스틱 용품 사용금지 1단계 4월 22일부터’, 2024.02

18) 아이 온 ESG(Eye on ESG), ‘Hong Kong Promotes Product Eco-Responsibility: New Regulations on Disposable Plastic Products’, 2023.11

19) KATI 농식품수출정보, ‘홍콩 식품업계의 ‘지속 가능성’ 움직임’, 2021.08

3. 홍콩에서 확장되는 다양한 차(茶) 문화

▶ 특급 호텔, 레스토랑 등에서 즐기는 홍콩 애프터눈 티

홍콩의 ‘애프터눈 티’는 중국과 영국의 문화가 융합된 대표적인 예로, 오후 2시부터 6시 사이에 찻집과 레스토랑에서 많은 사람들이 차를 즐기는 모습이 일상적임. 인터컨티넨탈 홍콩(Inter Continental Hong Kong)이나 페닌슐라 홍콩(The Peninsula Hong Kong) 같은 특급 호텔에서는 은빛 3단 트레이에 스콘, 샌드위치, 케이크 등이 담긴 애프터눈 티 세트를 제공함. 애프터눈 티의 평가 기준은 스낵보다 홍차의 질에 달려 있음. 뚝은 맛을 싫어하는 사람은 부드러운 잉글리시 애프터눈 티나 실론을, 강한 맛을 선호하는 사람은 얼 그레이차나 아삼 홍차를 선택할 수 있음. 차는 스트레이너에 거른 후 잔에 따르고, 우유나 설탕을 더해 부드러운 맛을 즐길 수 있음²⁰⁾

▶ 아시아 최대 규모, 홍콩 국제 차(茶) 박람회

매년 개최되는 홍콩 국제 차(茶) 박람회(Hong Kong International Tea Fair)는 아시아 최대의 차 산업 박람회로, 다양한 고품질의 특산 차와 관련 용품을 선보이는 자리임. 2024년 박람회는 8월 15일부터 17일까지 홍콩 컨벤션 및 전시 센터에서 열리며, 이 박람회는 차 산업 관계자들과 소비자들이 한자리에 모여 최신 트렌드와 제품을 공유하는 중요한 플랫폼으로 자리 잡고 있음. 2023년 박람회에는 2만 2,102명의 바이어가 참석했으며, 이는 차 산업의 성장 가능성을 보여주는 지표임. 홍콩 국제 차 박람회는 다양한 차 제품의 홍보와 유통에 중요한 역할을 하고 있음

[표 3.3] 홍콩 애프터눈 티 관련 사진



애프터눈 티 세트

자료: 한빛미디어

20) 한빛미디어, ‘홍콩, 차 문화의 정수를 즐기다’, 2017.09

4. 홍콩에서 증가하는 한국 인삼 제품의 인기

▶ 홍콩 국제 차 전시회에서 인삼차의 인기 상승

홍콩섬 완차이 컨벤션전시센터에서 열린 국제 차 전시회에서 한국의 한국 차가 큰 인기를 끌고 있음. 한국 차는 향긋하고 부드러운 맛으로 호평을 받음. 해당 전시회는 아시아 3대 차 전시회 중 하나로, 한국 참가 업체는 두 곳에 불과할 정도로 까다로운 선정 과정을 거친 것으로 알려짐. 한국 참가 업체 중 한 곳인 천연 건강물질 전문기업 ‘자연의 길’은 로스팅한 홍삼·백삼 차와 허브 인삼차를 통해 참가했으며, 해당 브랜드는 서구인들도 쉽게 즐길 수 있는 부드러운 맛과 인삼 특유의 깊은 풍미가 담긴 제품들로 인기임. 해당 전시회에 참가한 홍콩 급식업 종사자는 고급 포장과 개성 있는 한국 차를 마카오의 호텔과 레스토랑에 소개하고 싶다고 밝힘²¹⁾

▶ 홍콩 식품 박람회에서 한국 인삼 홍보

홍콩 식품 박람회(Food Expo)를 비롯한 3개의 동시개최 박람회에 총 24개국에서 1,800여개사가 참가해 다양한 식음료 제품, 뷰티 및 건강 관련 제품 등을 선보였음. 특히, 고려인삼협회(Korean ginseng Association)는 한국관 내 부스 참가뿐 아니라 전시 기간 중 별도의 세미나룸에서 ‘한국 인삼의 과학적 효능과 열에 관한 이슈’를 주제로 자체 세미나를 개최해 한국산 인삼의 우수성을 홍콩 시장에 널리 알렸음. 이외에도 일반 소비자의 반응을 즉각 확인할 수 있는 판매 위주의 전시인 퍼블릭 홀에는 인삼 관련 건강기능식품을 판매한 파인인삼, 위와 폐 기능에 좋은 건강 기능 식품을 판매한 유비무환 등이 개별로 참가했음²²⁾

[표 3.4] 2023 홍콩식품박람회 관련 사진



자료: 푸드아이콘(Food Icon)

21) 연합뉴스, ‘홍콩 국제차전시회서 첫 선보인 한국차 인기’, 2015.08

22) 아이피알포럼, ‘홍콩인들의 최대 미식 축제에서 뽐낸 한식의 맛 -2023 홍콩식품박람회-’, 2023.08

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 홍콩 인삼 액상차 유통채널 점유율
2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널

1. 홍콩 인삼 액상차 유통채널 점유율

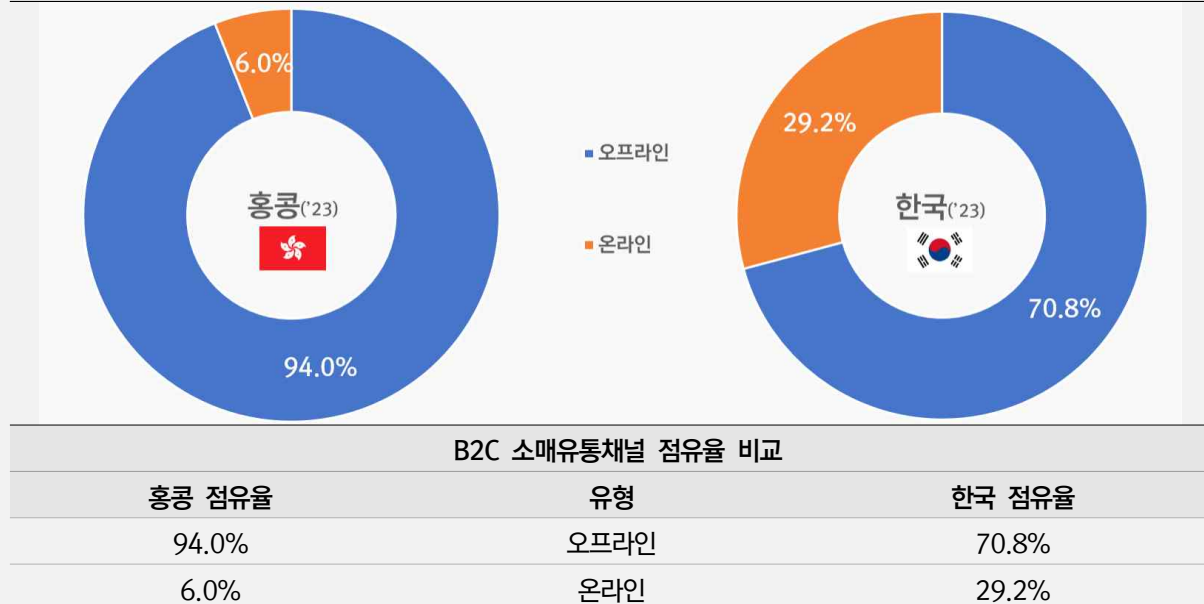
▶ 홍콩 인삼 액상차 유통채널, ‘오프라인’ 매장 비중 압도적

2023년 기준 홍콩 인삼 액상차를 비롯한 비알코올 음료 시장의 유통채널별 매출액 비중을 살펴보면, ‘오프라인’이 94.0%의 점유율을 보이며 상당 비중을 차지함. ‘온라인’은 6.0%의 점유율로 적은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 반면 한국의 경우, ‘오프라인’은 70.8%, ‘온라인’은 29.2%로 한국 내 비알코올 음료 소매시장에서 ‘온라인’을 통한 거래가 비교적 활발한 것을 확인함. 홍콩은 한국과 달리 ‘오프라인’ 매장의 유통 점유율이 압도적으로 높게 나타나고 있으나, ‘온라인’도 빠르게 성장하고 있는 추세임

▶ 홍콩 식음료 소매유통채널, ‘현대적 소매점’ 우세

홍콩 정부에 따르면, 홍콩의 식음료 소매채널은 주로 슈퍼마켓, 백화점, 편의점 등의 ‘현대적 소매점’과 전통 시장, 소형 상점 등의 ‘전통적 소매점’으로 구성됨. 2022년 기준 ‘현대적 소매점’은 식음료 소매 판매의 61%를 차지하며, 주로 고품질 가공식품과 유기농 신선식품을 제공함. 반면, ‘전통적 소매점’은 39%의 점유율을 가지고 있으며, 일부 소비자들은 이들 매장의 농산물이 더 신선하다고 인식하여 신선식품 구매에 자주 이용하는 것으로 조사됨²³⁾

[표 4.1] 홍콩 및 한국 인삼 액상차 B2C 소매유통채널 점유율²⁴⁾²⁵⁾ 비교



자료: 스탯ISTA(Statista)

23) 자료: 미국농무부(USDA), ‘Hong Kong: Retail Foods Annual’, 2023.06

24) 해당 장에서 ‘인삼 액상차’ 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, ‘비알코올 음료(Non-Alcoholic Drinks)’의 유통채널 정보를 확인함

25) 자료: 스탯ISTA(Statista), ‘Non-Alcoholic Drinks - Hong Kong, South Korea’, 2024.08

2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널 ① 소고

기업 기본 정보	기업명	소고(SOGO)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.sogo.com.hk		
	위치	코즈웨이베이(Causeway Bay)		
	규모	매출액('21)	• 22억 9,000만 위안(4,363억 원 ²⁶⁾)	
기타 규모		• 매장 수('24): 1개		
기업 요약		• 일본 기업 소고&세이부(SOGO & Seibu)가 설립한 일본식 백화점 브랜드 • 현재는 홍콩의 소매 및 부동산 개발 기업 라이프스타일인터내셔널홀딩스(Lifestyle International Holdings)가 소유 및 운영함 • 1985년 홍콩으로 진출하여 첫 매장을 개장함 • 2024년 9월 홍콩 카이탁(Kai Tak) 지역의 쌍둥이 빌딩 내 개점 예정임 • 온라인으로 600홍콩달러(10만 5,990원²⁷⁾) 이상 구매 시 무료 현지 배송 서비스		
매장정보	입점 가능 품목	• 패션, 화장품, 전자제품, 가전제품, 식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품, 수입식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드명, 제품명, 제품사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +852-2833-8338, +852-2838-2030 - 이메일: csteam@sogo.com.hk		

자료: 소고(SOGO), 라이프스타일인터내셔널(Lifestyle International Holdings)

사진 자료: 소고(SOGO), 미뉴브(Minube)

26) 1위안=190.51원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

27) 1홍콩달러=176.65원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널 ② 하비니콜스

기업 기본 정보	기업명	하비니콜스(Harvey Nichols)		HARVEY NICHOLS
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.harveynichols.com/en-hk		
	위치	퀸즈웨이(Queensway)		
	규모	매출액('24) ²⁸⁾ • 16억 352만 홍콩달러(2,833억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 1개		
기업 요약		• 1831년 영국 런던에서 처음 설립된 고급 백화점 체인 • 고급 와인 및 고급 수입식품을 취급하고 있음 • 홍콩 지점은 홍콩의 럭셔리 리테일 기업 ‘딕슨컨셉(Dickson Concepts)’이 소유하고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 의류, 악세서리, 선물용 제품, 고급 수입 식품 등		
	선호 제품	• 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 선물용 제품 등		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(브랜드명, 제품명, 제품사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: pp_customerrelations@harveynichols.com.hk - 전화번호: +852-3968-2668		

자료: 하비니콜스(Harvey Nichols), 딕슨컨셉(Dickson Concepts)

사진 자료: 랜드마크(Landmark), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

28) 모기업 '딕슨컨셉'의 2024 회계연도 기준 홍콩 전체 매출액에 해당함

2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널 ③ 웰컴

기업 기본 정보	기업명	웰컴(Wellcome)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.wellcome.com.hk	
	위치	홍콩 전역	
	규모	매출액('23) ²⁹⁾ • 33억 달러(4조 5,543억 원 ³⁰⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 약 280개 • 직원 수('24): 약 7,000명	
기업 요약		• 1945년 설립된 홍콩에서 가장 오래된 슈퍼마켓 체인 기업 • 데어리팜인터네셔널리테일그룹(DFI Retail Group)이 소유 및 운영하고 있음 • 홍콩의 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나로, 경쟁사는 파크앤샵(ParknShop)이 있음 • 2020년 3월, 가장 도움이 필요한 사람들이 안전하게 쇼핑할 수 있도록 노인, 임산부, 장애인을 위한 우선 쇼핑 시간을 홍콩 최초로 시작함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 음료류, 주류 등	
	선호 제품	• 신뢰도가 높은 브랜드 제품, 할인 프로모션 진행할 수 있는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: business@wellcome.com.hk - 전화번호: +852-3001-1299	

자료: 웰컴(Wellcome), 컴퍼니즈마켓캡(CompaniesMarketCap), 데어리팜인터네셔널리테일그룹(DFI Retail Group)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 구글맵(Google Maps)

29) 모기업 데어리팜인터네셔널리테일그룹의 푸드 부문 2023년 글로벌 매출액에 해당함

30) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널 ④ 파크앤샵

기업 기본 정보	기업명	파크앤샵(ParknShop)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.pns.hk	
	위치	홍콩 전역	
	규모	매출액('23) ³¹⁾ • 230억 달러(31조 7,423억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 260개 ³²⁾	
기업 요약	• 1983년 홍콩 남부지역 스탠리(Stanley)에서 첫 매장을 개장함 • 현재 씨케이허치슨홀딩스(CK Hutchison Holdings)의 자회사인 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)의 계열사에 해당함 • 홍콩의 2대 슈퍼마켓 체인 중 하나로, 경쟁사에는 웰컴(Wellcome)이 있음 • 2020년 한국과 일본에서 직접 수입한 제품을 판매하는 '오이시슈퍼(Oishi Su-pa-)' 컨셉 매장을 오픈함		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 음료류, 주류 등	
	선호 제품	• 신뢰도가 높은 브랜드 제품, 할인 프로모션을 진행할 수 있는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 참고사항 - 이메일: ParknshopCS@asw.com.hk new@aswatson.com - 회사 소개 및 공급자 관련 추가 사항은 공급자 페이지에서 확인할 수 있음 (www.pns.hk/en/SupplierPartner)	

자료: 파크앤샵(ParknShop), 링크드인(LinkedIn), 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)

사진 자료: 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)

31) 모기업 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)의 2023년 총 매출액에 해당함

32) 홍콩과 마카오 운영 매장 합산 수에 해당함

2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널 ⑤ 매닝스

기업 기본 정보	기업명	매닝스(Mannings)
	기업구분	H&B(드럭스토어)
	홈페이지	www.mannings.com.hk
	위치	홍콩 전역
	규모	매출액('23) ³³⁾ • 24억 달러(3조 3,122억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 300개 이상 ³⁴⁾
	기업 요약	• 홍콩 내 최대 드럭스토어 브랜드 • 글로벌 마케팅 조사업체 입소스(Ipsos)가 진행한 홍콩 고객 온라인 설문조사에서 2년 연속(2021~2022년) 고객이 가장 선호하는 브랜드 1위로 선정됨 • 현지 소비자가 건강식품을 구매할 때 가장 많이 찾는 오프라인 구매채널이 된 바 있으며, 2023년에는 헬스케어 부문이 매출액의 절반 이상을 차지함
매장정보	입점 가능 품목	• 의약품, 건강 보조제, 미용 및 스킨케어 제품 등
	선호 제품	• 건강 기능 식품, 뷰티 관련 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 및 이메일, 전화를 통한 입점 문의 (www.mannings.com.hk/contact-us) - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일, 전화번호) ② 문의 내용 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: manningcs@DFIretailgroup.com - 전화번호: +852-2299-3398

자료: 매닝스(Mannings)

사진 자료: 매닝스(Mannings), 랜드마크(Landmark)

33) 모기업 테어라팜인터네셔널리테일그룹의 헬스 앤 뷰티 부문(매닝스, 가디언(Guardian)) 2023년 글로벌 매출액에 해당함

34) 홍콩과 마카오 운영 매장 합산 수에 해당함

2. 홍콩 인삼 액상차 주요 유통채널 ⑥ 에이치케이티비몰

기업 기본 정보	기업명	에이치케이티비몰(HKTVmall)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.hktvmall.com	
	규모	매출액('23) ³⁵⁾	• 84억 2,398만 홍콩달러(1조 4,881억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월 ³⁶⁾): 380만 회
기업 요약	• 2015년 홍콩 테크놀로지 벤처 유한회사(Hong Kong Technology Venture Company)가 출시한 온라인 쇼핑 플랫폼 • 2021년 정관오(Tseung Kwan O) 지역에 첫 대형 오프라인 슈퍼마켓을 개장함 • 신선식품과 일상용품의 온라인 판매가 주요 성과를 내는 것으로 조사됨		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	와이유통(位元堂), 불로건(不老健), 정관장(Cheong Kwan Jang) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보		
	VIP 회원 할인, HKTVmall 제휴 카드 적립, 기획 프로모션 등 다양한 상시 프로모션 실시	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 (mms.shoalter.com/mms/#/main/newMerchant) - 등록 시 필요한 입력 정보 ① 기업 정보(기업명 영문, 기업명 중문, 소재지, 사업 증명 번호) ② 브랜드 정보(주소, 사업 등록 인증번호, 브랜드 소개서 파일, 회사 소개서 파일) ③ 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 팩스, 부서명) • 연락처 및 기타 참고 사항 - 이메일: aog.merc@hktv.com.hk - 한국을 포함한 해외 판매자의 경우, 각 해당 국가의 사업자등록증, 사무실 및 창고 주소, 회사 웹사이트 등이 요구됨 - 현재 연간 이용료는 프로모션 기간으로 3,000홍콩달러(52만 9,950원)에 해당함 - 기타 자세한 사항은 홈페이지에서 확인할 수 있음
-------------	---------------------	---

자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall), 홍콩 테크놀로지 벤처 유한회사(Hong Kong Technology Venture Company), 시밀러웹(SimilarWeb)
사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall)

35) 2023년 기준 에이치케이티비몰의 총 거래액(GMV:Gross Merchandise Value)에 해당함

36) 2024년 7월 한 달간 집계된 홈페이지 방문 수에 해당함

입점 등록 절차 UI ①

New Merchant

Basic Info

Company Name (English) *

Company Name (Chinese) *

Place of Incorporation *

Certificate of Incorporation No. *

BR Address

Floor & Room *

Street & Building *

District *

Country *

Business Registration Certificate No. *

(Please key in ALL numbers without hyphen(-). E.g. 31382617-000-11-08-9, simply key in 313826170)

BR Expiry Date *

BR File Upload *

Contact

Title(Mr./Mrs./Miss) * ☐ Mr. ☐ Mrs. ☐ Miss

Last Name *

First Name *

Position *

Email (For Login Use) *

International Code * Hong Kong +852

Phone * Ext *

Fax *

Mobile *

Department *

☒ Sales Department

☒ Top Management

☒ Marketing Department

☒ Warehouse and Operation Department

☒ Finance / Accounting Department

Upload File [+ Choose File](#)

① 입점 신청서 작성 및 제출

- 기업 정보, 브랜드 정보, 담당자 정보 등을 입력하여 신청서 제출

입점 등록 절차 UI ②



ThePlace 介紹 計劃詳情 開網店全攻略 常見問題 [立即加盟](#) [1對1專人輔導](#) [免費開張](#) [加入ThePlace](#)

HKTVMall

一站式開網店方案

「ThePlace」為HKTVMall集團旗下一站式開網店平台，協助商戶啟動自己的獨立網店，提供更靈活的營運選擇，拓展更大的電商市場！



用 HKTVMall 流量支持
營運您的「ThePlace」 「為您網店帶人流！」

② 상점 관리 및 운영

- 에이치케이티비몰의 판매자 전용 앱 '더플레이스(The Place)'을 통한 상점 관리 및 운영

- 우측 상단의 '立即加盟(즉시 가입)'을 눌러 '더플레이스' 가입 진행(business.theplace.shop)

- 상품 등록(리스팅) 시, 회사 로고, 상품 이미지, 중국어 및 영어 설명, 가격, 회사소개, 1개 이상의 홍보 배너, 상품 크기와 무게 정보 등이 필요함

자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall), 더플레이스(The Place)

사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVMall), 더플레이스(The Place)

▶ 에이치케이티비몰 인삼 액상차 베스트셀러

- 검색 키워드 : 인삼차(Ginseng Drink)³⁷⁾

- 등록 제품 수 : 236건

에이치케이티비몰 인삼 액상차 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	불로건 (不老健)	한국 홍삼과 블루베리 음료 선물 세트 (Korean Red Ginseng And Blueberry Drink Gift Set)	한국	50ml x30포	288홍콩달러 (50,875원)	600건 이상	15건	
2	정관장 (Cheong Kwan Jang)	홍삼&석류 음료 선물 세트 (Red Ginseng&Pomegranate Drink Gift Set)	한국	10ml x30포	399홍콩달러 (70,483원)	2,000건 이상	25건	
3	불로건 (不老健)	한국 홍삼 에센스 프리미엄 선물 세트 (Korean Red Ginseng Essence Premium Gift Set)	한국	10ml x30포	660홍콩달러 (116,589원)	700건 이상	16건	
4	와이윤통 (位元堂)	슈프림 치킨 에센스 위드 미국 인삼&송이버섯 (Supreme Essence Of Chicken With Cordyceps & American Ginseng)	말레이시아	70ml x6병	198홍콩달러 (34,977원)	600건 이상	11건	
5	포천인삼 영농조합 (Pocheon insam)	6년근 홍삼과 석류 농축 음료 (6 Years Red Pomegranate And Red Ginseng Concentrated Drink)	한국	10ml X30포	189홍콩달러 (33,387원)	600건 이상	15건	
6	정원삼 (Jungwon sam)	6년근 홍삼 추출 농축 음료 (Six-Year-Old Red Ginseng Extract Concentrated Drinking Liquid)	한국	10ml x30포	358홍콩달러 (63,241원)	600건 이상	5건	
7	상아제약 (Sang-A)	한국 상아 6년근 홍삼 농축액 (Korea Sang-A 6 Years Old Root Korean Red Ginseng Concentrate)	한국	10ml x30포	165홍콩달러 (29,147원)	500건 이상	15건	
8	메이준 (Mayjune)	한국 홍삼 활력 스틱 (Korean Red Ginseng Activity Stick)	한국	10ml x30포	460홍콩달러 (81,259원)	400건 이상	12건	
9	니콜스키친 (Nicole's Kitchen)	홍콩 수제 한국 홍삼 대추차 (Ginseng Red Jujube Tea, Handmade In Hong Kong)	홍콩	380g	178홍콩달러 (31,444원)	200건 이상	0건	
10	불로건 (不老健)	한국 흑삼 에센스 마일드 선물 세트 (Korean Black Ginseng Essence Mild Gift Set)	한국	10ml x30포	880홍콩달러 (155,452원)	200건 이상	8건	

자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall)

사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall)

37) 조사제품의 유형(액상차)에 따라, 인삼차(Ginseng Drink) 제품 중 액상 형태의 제품 정보를 제공함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 홍콩 인삼 액상차 통관 및 검역 절차
2. 홍콩 인삼 액상차 품질 인증
3. 홍콩 인삼 액상차 라벨링
4. 홍콩 인삼 액상차 성분 및 유해물질

1. 홍콩 인삼 엑상차 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 홍콩 인삼 엑상차 수출 통관 단계별 주요사항

홍콩은 자유무역항으로 주류, 담배 등 일부 품목을 제외한 대부분의 수입품에 대해 관세가 부과되지 않음. 일반적으로 수출 후 14일 이내 통관 절차가 완료되는 등 간단한 화물 수출입 절차가 장점임. 다만, 식품은 품목에 따라 수입허가 신청 요건이나 위생 검역 요건 등 수입 절차가 다를 수 있으므로, 수출하기 전 홍콩의 식품 수입 제도에 대해 숙지하여 수출하는 품목이 통제 대상인지 사전에 확인하고 유의할 필요가 있음

[표 5.1] 홍콩 인삼 엑상차 통관 검역 절차



자료: 관세청, 홍콩 해관, KATI농식품수출정보

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

▶ 홍콩 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)는 수출입 기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 홍콩은 2012년 4월부터 AEO 제도를 도입해 활용하고 있으며, AEO 등록 시 상대국 수입 검사 생략 및 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 홍콩 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청

2. 홍콩 인삼 액상차 품질 인증

▶ 홍콩 인삼 액상차, 수입업체 식품환경위생부(FEHD) 사전 등록

홍콩 식품안전센터(CFS: Centre for Food Safety)에 따르면, 홍콩으로 식품을 수입하거나 유통하는 모든 업체는 홍콩 식품환경위생부(FEHD: Food and Environmental Hygiene Department)에 등록되어 있어야 함. 따라서 홍콩으로 인삼 액상차등의 가공식품 수출 시, 수출업체는 사전에 현지 수입업체의 식품환경위생부(FEHD) 등록 여부에 대한 확인이 필요함. 기등록된 현지 수입업체 목록은 홍콩 식품안전센터(CFS) 홈페이지를 통해 확인할 수 있음

[표 5.3] 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 등록 정보

홍콩 식품환경위생부 (FEHD) 사전 등록	등록 기관	• 홍콩 식품환경위생부(FEHD)	
	적용 품목	• 냉동 · 냉장육, 가금류, 계란, 우유와 유제품 및 빙과류 등의 가공식품	
	유효기간	• 품목마다 상이	
	등록 대상	• 홍콩에 식품 등 수입(예정)업체	
	취득 방법	• 국내 검사 결과를 인정하여 홍콩 식품안전위생부(FEHD)에서 허가증 발급	
	통용 국가	• 홍콩 국내 한정	
	등록 소요 시기	• 약 15일 내외(국내 위생증명서 발급기간 제외)	
	도입 취지	• 식품이 인체 소비에 적합함을 증명하는 기본적인 등록으로, 식품 안전관리를 위해 시행	

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS), KATI농식품수출정보

[표 5.3] 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 등록 정보

등록 정보	내용
등록 방법	• 사업자 등록증에 표시된 사업의 상태를 기반으로 함 • 개인, 파트너십 또는 법인이 승인한 파트너의 이름으로 이루어져야 함 • 서류 양식: 홍콩 식품안전센터(CFS)에 게시된 지정 양식 FEHE 245A • 제출 방법 - 직접 우편 발송: 식품 수입/유통업체 등록 및 수입허가 사무소 주소(Room 119, 1/F, 258 Queen's Road East, Wan Chai, Hong Kong) - 온라인 등록: FTP(Food Trader Portal)³⁹⁾ 사이트에서 24시간 제출 가능
비용 및 갱신	• 3년간 195홍콩달러, 갱신 시 180홍콩달러 • 갱신 시 등록 방법과 동일하게 진행함
정보 업데이트	• 등록된 정보에 변경이 발생한 경우, 변경 정보 발생 후 30일 이내에 홍콩 식품환경위생부(FEHD)에 서면으로 통지해야 함
벌금	• 등록 면제 대상이 아님에도 등록을 하지 않고 합당한 이유 없이 식품을 수입 또는 유통하는 사업을 영위하는 자는 최고 50,000홍콩달러의 벌금과 6개월의 징역에 처할 수 있음

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS), KATI농식품수출정보

39) (www.ftp.cfs.gov.hk)

▶ 홍콩 인삼 액상차, 권장 인증 사항

홍콩으로 인삼 액상차 수출 시, 홍콩 식품환경위생부(FEHD) 인증 외에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 추가로, 식품 안전에 관한 인증인 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 인증, SGS(Societe Generale de Surveillance S.A) 인증 및 종교적 인증인 홍콩 BOT(The Board of Trustees) 할랄 인증 등을 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.4] 홍콩 인삼 액상차 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
BOT	할랄 인증	홍콩 내 할랄 인증	홍콩 정부 지정 인증기관	
SGS (Societe Generale de Surveillance S.A.)	식품 생산 안전 인증	홍콩 내 식품 생산 안전 인증	SGS-CSTC 지사	

자료: 각 인증기관

▶ 홍콩, 포장 전면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준

홍콩 식품환경위생부(FEHD)와 식품안전센터(CFS)는 자국민의 건강 증진을 위해 소금이나 설탕이 함유된 사전 포장된 가공식품에 대하여 포장 전면(FOP: Front of Package)의 라벨링을 권고하고 있음. ‘저염(Low salt)’, ‘무염(No salt)’, ‘저당(Low sugar)’, ‘무당(No sugar)’의 정의에 해당하는 식품은 홍콩 식품안전센터(CFS)에 신고 후 제품 포장에 인쇄하거나 라벨을 부착할 수 있음

[표 5.5] 홍콩 포장 전면(FOP) 영양 라벨 표시 기준

내용	• 홍콩 ‘식품 및 의약품(구성 및 라벨링) 규정(Food And Drugs (Composition and Labelling) Regulations)’에 따라 ‘저염(Low salt)’, ‘무염(No salt)’, ‘저당(Low sugar)’, ‘무당(No sugar)’의 정의를 충족하는 사전 포장 식품은 홍콩 식품안전센터(CFS)에 신고 후 제품 포장 전면(FOP)에 라벨을 부착할 수 있음 • 라벨의 크기는 자유롭게 결정할 수 있지만 명확하고 읽기 쉬워야 함 • 의무 표기 여부: 자발적 표기 사항(의무 사항 아님) • 표시 언어: 중국어 또는 영어, 중국어와 영어로 이중 표기도 가능함 • 표시 유형: 컬러 로고 또는 흑백 로고로 표기 가능함		
정의	저염(Low salt)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 나트륨(소금) 함량이 0.12g 이하인 경우	
	무염(No salt)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 나트륨(소금) 함량이 0.005g 이하인 경우	
	저당(Low sugar)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 당(설탕) 함량이 5g 이하인 경우	
	무당(No sugar)	• 식품(고체/액체) 100g 또는 100ml당 당(설탕) 함량이 0.5g 이하인 경우	
라벨링 예시	■ 70% 35% ■ 50% 100% ■ 35% 85%		

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

3. 홍콩 인삼 액상차 라벨링

[표 5.6] 홍콩 인삼 액상차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 상품명	• 상품명에 잘못되거나 오해를 불러일으키거나 거짓되면 안되고, 소비자에게 상품의 본질을 전달할 수 있어야 함 • 관습적으로 사용되었던 전통적인 상품명은 당국에서 금지하지 않는 한 사용이 가능함
	2. 성분	• ‘Ingredients’, ‘Composition’, ‘Contents’ 또는 동일한 의미의 단어를 사용해 적절한 제목을 붙인 후, 성분의 목록을 함유량이 높은 순서대로 읽기 쉽도록 표시함 • 글루텐을 함유한 곡물(밀, 호밀, 보리, 귀리 및 이들의 혼합 품종), 대두, 우유 및 유제품(유당 포함), 콩 및 땅콩, 견과류, 아황산염 농도 10ppm 이상인 것 등 알레르겐 성분을 포함한 경우 성분 목록에 포함되어야 함 • 식품 전체 부피의 5% 미만을 구성하는 물을 제외하고, 제품의 모든 성분을 중량 내림차순으로 표기해야 함 • 식품의 특정 성분의 중량 백분율 또는 실제 양에 대한 선언이 이루어지지 않은 이상 특별히 강조할 수 없음 • 식품의 식품첨가물은 기능의 부류(ex. 유화제, 산화방지제)와 함께 특정 이름이나 번호 또는 기능의 등급별로 나열해야 함
	3. 보관 및 사용 방법	• 식품의 보관을 위해 특별한 조건이 필요한 경우, 그 조건에 대한 설명을 식품에 읽기 쉽게 표시해야 함
	4. 순중량	• 내용물의 수치(개수, 무게 또는 부피)나 순중량을 명확하게 표시해야 함 • 순중량과 순부피는 국제 단위계에 따라 표시해야 함
	5. 제조사 정보	• 제조업체 또는 포장업체의 등록된 이름 및 전체 주소를 읽기 쉽도록 표시해야 함
	6. 유통기한	• 유통기한(Use By, Best Before 등) 단어 뒤에 날짜를 아라비아 숫자 또는 중국어, 영어로 표시해야 함 • 식품이 적절하게 보관된 경우, 식품의 특성이 유지되는 합리적인 날짜를 표시해야 함 • 유통기한은 라벨이 아닌 다른 위치에 표기할 수 있으며, 이 경우에는 라벨 상 유통기한이 명시된 위치를 기술해야 함

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 인삼 액상차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	7. 영양성분	- 칼로리와 주요 7대 영양소인 단백질, 탄수화물, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 당류의 함유량을 표시해야 하며, 그 이외의 요소는 자발적으로 기재 가능함 - 식품의 라벨이나 광고에 영양 강조 표시가 있는 영양소의 함량을 표시해야 함 - 탄수화물이 식이섬유가 포함되어 있지 않은 함유량이라면, 식이섬유 함유량도 반드시 별도로 표시해야 함 - 영양성분표는 영어 또는 중국어로 표시할 수 있으나, 함유량은 아라비아 숫자로 표시해야 함 - 필수 표기 영양성분은 0.5g(5mg) 이하 소량인 경우 0.1g(1mg)으로 표기할 수 있음. 그 외 영양소는 g 단위인 경우 소수점 첫째 자리, mg 단위인 경우 1의 자리로 반올림해 표시함. 백분율의 경우 소수점 첫째 자리에서 반올림해 소수점 없이 표시함 - 소비자를 현혹할 수 있는 ‘저지방’, ‘고섬유질’, ‘낮은 콜레스테롤’과 같은 영양소와 관련된 표현은 식품의 유형에 따라 사용할 수 있는 기준이 규정되어 있음 - 규정에 맞게 라벨에 표시된 성분 목록이나 영양소 및 함유량은 언급 가능함 - 영양성분은 표로 만든 형태로 제품의 눈에 잘 띄는 위치에 제공되어야 하는 것이 원칙이나, 총 표면적이 200cm² 이하인 경우, 선형으로 나열하여 표기해도 무관함 - 하루 권장량 기준은 공신력 있는 식품·건강 관련 국제기관(ex. CODEX 등) 또는 홍콩 식품·건강 관련 기관에서 인정한 권장량(ex. Chinese Nutrient Reference Value)을 사용해 %NRV, %DV 또는 %DI로 표기함
	8. GMO 정보	- GMO 성분이 5% 이상 포함된 모든 식품은 성분 기재란에 ‘genetically modified’ 문구를 표시해야 함. 또한, 특정 성분이 유전자 조작을 통해 다른 특성을 갖거나 식품 또는 식품 일부 성분에 동물 유전자가 함유된 경우, 관련 사실을 표기해야 함 - GMO 성분을 5% 이하로 함유한 식품에 대해 ‘GMO free’ 및 이와 유사한 라벨 이외의 다른 방식으로 ‘Negative labelling’ 방식을 적용하려는 경우, 이를 증명할 수 있는 서류를 구비하는 것을 권고함

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 인삼 액상차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	9. 라벨 표시 기준	- 언어는 영어 또는 중국어(간체자 또는 번체자)로 표기되어야 하며, 두 언어 모두 기재해도 됨 - 식품 표기 및 라벨링에 영어와 중국어가 함께 사용되었을 경우, 성분 목록 또한 영어와 중국어로 표기해야 함 - 당국에서 특정한 사안에 대해 요구하지 않는 이상, 제조국가의 국가적인 또는 전통적인 음식이거나 타 국가에서 생산되지 않는 경우, 원산지 국가의 언어로 표기할 수 있음 - 일반적으로 글자의 크기는 최소 1.2mm 이상(영문 소문자 x의 높이 기준)으로 제작되어야 하는 것이 원칙임 - 다만, 소형 포장 등의 사유로 여의치 않을 경우, 영어의 글자 크기는 최소 0.8mm 이상, 중국어 글자 크기는 1.8mm 이상으로 표시할 수 있음 - 라벨은 검정색 글씨, 투명하지 않은 밝은 바탕으로 적절한 대비를 이루어야 함 - 라벨의 배경에 패턴이나 어두운 바탕은 사용할 수 없으며 흰 바탕에 밝은색의 글자로 표시해서는 안 됨 - 포장이 투명할 경우, 영양성분표의 배경은 색을 입히는 것을 추천함 - 글자의 전후 또는 상하가 겹쳐서는 안 됨 - 라벨링은 한국 수출업체에서 부착하거나 수입업체에서 수입한 상품을 현지에서 스티커를 이용해 부착 가능함 - 대규모 수출업체의 경우 필요한 라벨링을 포함한 수출용 포장 용지를 별도로 제작해 수출할 수 있음 - 홍콩 해관은 자국민 소비자 보호를 위해 제품 설명 관련 법안(Trade Deion Ordinance)을 규정해 허위 과장 광고에 대한 단속을 진행하고 있음 - 광고 게재 시 단속하기보다는 광고 배포 이후 무작위로 뽑아 단속하며 적절한 증빙을 제시하지 못할 경우, 위법으로 단속되어 광고 회수, 벌금 조치 등의 제재를 당할 수 있음 - 서로 다른 종류의 소포장이 함께 포장된 모뎀 포장 식품은 각 영양성분을 여러 개의 표에 구분해 표기하거나 각 영양성분을 한 표 안에 구분해 표기해야 함. 또한, 소포장 제품이 여러 개 포함된 모뎀 포장 식품의 성분 표기는 최종 포장지에 해야 함
---------------------	----------------	---

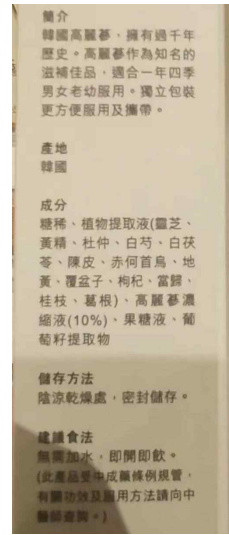
자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

[표 5.6] 홍콩 인삼 액상차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	10. 라벨링 면제가 허용되는 경우	- 알코올 도수 1.2% 이상의 포장 제품 - 즉석 음용을 목적으로 한 테이크아웃 포장 제품 - 단일 판매를 목적으로 한 과자류의 개별 포장 제품 - 단일 판매를 목적으로 하고 다른 추가 포장이 되지 않은 방부 처리한 과일 개별 포장 제품 - 포장의 표면적이 100cm² 미만인 포장 제품 - 다른 첨가 재료가 없는 과일이나 야채(신선 제품, 냉장/냉동 제품, 건조 제품) - 다른 첨가 재료가 없는 탄산수 - 용천수 및 광천수(미네랄 성분 인공 첨가 제품 포함) - 총열량이 0이거나 핵심 영양성분이 없는 포장 제품 - 가공되지 않은 식용 육류 및 해산물(민물고기 및 모든 어류 포함) 단일 포장 제품 a) 같은 조건으로 최종 소비자에게 판매되고, b) 즉시 소비를 목적으로 판매하지 않으며, c) 식용 제품 제조를 위한 조리 과정에 필요한 모듬 재료들의 포장 제품 a) 제조 과정에 어떠한 가열 처리가 되지 않았으며, b) 즉시 소비를 목적으로 판매하지 않고, c) 식용 수프 제조를 위한 조리 과정에 필요한 모듬 재료들의 수프 포장 제품 - 자선 판매 포장 제품 a) 같은 조건을 최종 소비자에게 가공돼 판매되고, b) 최종 소비자에게 판매되는 조건에 인접한 장소에서 가공된 포장 제품 - 식품공급업체에 단일 상품으로 판매한 포장 제품 - 연간 판매량이 3만 건을 넘지 않는 포장 제품(사전 승인 필요)
	11. 기타 권고사항	- 홍콩 식품환경위생부(FEHD)와 식품안전센터(CFS)는 자국민의 건강 증진을 위해 소금, 설탕이 함유된 사전 포장 식품에 대해 라벨링을 권고하고 있음 ‘저염(Low salt)’, ‘무염(No salt)’, ‘저당(Low sugar)’, ‘무당(No sugar)’의 정의에 해당하는 식품은 홍콩 식품안전센터(CFS)에 신고 후 제품 포장에 인쇄하거나 라벨을 부착할 수 있음

자료: 홍콩 식품안전센터(CFS)

▶ 홍콩 인삼 액상차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[앞면 - 중국어 번체]

- ① 樓上
- ② 食好啲
- ③ 韓國高麗人參
濃縮液
- ④ 100克 (10克 x 10包)
(風干±3%)

[앞면 - 국문]

- ① 로산(브랜드명)
- ② 맛있게 먹자
- ③ 한국 고려인삼
농축액
- ④ 100g (10g x 10포)
(바람에 말린 ±3%)

[뒷면 - 중국어 번체]

- ① 此日期或之前食用(年/月/日)
Use by (YYYY/MM/DD)
- ② 經銷商:
僑陽陸海產有限公司
香港新界沙田成全路1-7號
順景工業大廈6樓B室
- ③ 顧客服務及烹調專線
(上午9:00 - 晚上9:00)
香港 (852)2300 1800
內地 400 120 1339
澳門 080 0218

[뒷면 - 국문]

- ① 해당 일자(년/월/일) 또는 그 전에
드세요
Use by (YYYY/MM/DD)
- ② 대리점:
치어양루해산유한공
홍콩신계사틴성권류 1-7호순길
공업빌딩 6층 B실
- ③ 고객 서비스 핫라인
(오전9:00 - 저녁9:00)
홍콩 (852)2300 1800
중국 400 120 1339
마카오 080 0218

[옆면 1 - 중국어 번체]

① 簡介

韓國高麗參，擁有過千年歷史。高麗參作為知名的滋補佳品，適合一年四季男女老幼服用。獨立包裝更方便服用及攜帶。

② 產地

韓國

③ 成分

糖稀，植物提取液(靈芝、黃精、杜仲、白芍、白茯苓、陳皮、赤何首烏、地黃、覆盆子、枸杞、當歸、桂枝、葛根)、高麗參濃縮液(10%)、果糖液、葡萄籽提取物

④ 儲存方法

陰涼干燥處，密封儲存。

⑤ 建議食法

無需加水，即開即飲。
(此產品受中成藥條例規管，有關功效及服用方法請向中醫師查詢)

[옆면 1 - 국문]

① 소개

고려인삼은 천년이 넘는 역사를 가지고 있습니다. 고려인삼은 영양식품으로 잘 알려져 있으며 남성, 여성, 어린이 모두가 사계절 내내 섭취하기 적합합니다. 개별 포장으로 되어 있어 섭취 및 휴대가 더욱 간편합니다.

② 원산지

한국

③ 성분

포도당, 식물추출액(영지, 다각, 두충, 백모란뿌리, 백복경, 감귤껍질, 붉은양털뿌리, 지황, 복분자, 구기자, 당귀, 계수나무, 갈근), 고려인삼농축액(10%), 과당액, 포도씨추출물

④ 보관방법

서늘하고, 건조한 곳에 밀봉하여 보관하세요.

⑤ 섭취방법

물을 추가할 필요 없이 개봉해서 마시기만 하면 됩니다.
(본 제품은 한약재법에 규정된 제품이므로, 효능 및 사용방법은 한의사와 상담하시기 바랍니다)

[옆면 2 - 중국어 번체]

①

營養資料

每包裝所含食用分量數目：10

食用分量：1包(10克)

每100克

能量 264 千卡

蛋白質 2.3 克

總脂肪 0 克

• 飽和脂肪 0 克

• 反式脂肪 0 克

碳水化合物 63.0 克

• 糖 19.4 克

納 20 毫克

[옆면 2 - 국문]

①

營養정보

패키지당 제공량：10

1회 제공량：1팩킷 (10g)

매 100g당

에너지 264 kcal

단백질 2.3 g

총지방 0 g

• 포화지방 0 g

• 트랜스지방 0 g

탄수화물 63.0 g

• 당 19.4 g

나트륨 20 mg

4. 홍콩 인삼 액상차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

홍콩의 식품첨가물에 대한 규정은 홍콩 식품안전위생처(FEHD: Food and Environmental Hygiene Department)의 식품안전센터(CFS)에서 규정 및 관리되고 있음. 제품에 사용된 식품첨가물은 라벨링 규정에 따라 구체적인 명칭과 기능 및 등급 등을 명확하게 기재해야 함. 홍콩 내 '액상차'에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 54건을 발견했으며, 하기 표는 그 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 홍콩 식품첨가물 규정 및 사용기준은 홍콩 식품안전센터(CFS) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 홍콩 인삼 액상차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	벤조산	Benzoic acid	160ppm	물기반 향첨가 음료: 탄산, 무탄산 제품 및 농축액, "스푸츠", "에너지", "전해질", 과립음료, 즉석섭취 커피 및 차음료, 허브 기반 음료 (예: 아이스티, 과일향 아이스티, 냉장 카푸치노 캔음료)
2	에틸 파라하이드록시벤조에이트	Ethyl <i>p</i> -hydroxybenzoate		
3	메틸 파라하이드록시벤조에이트, 메틸파라벤	Methyl <i>p</i> -hydroxybenzoate, Methylparaben		
4	에데테이트 디소듐 (디소듐 EDTA)	Disodium ethylenediaminetetraacetate (Disodium EDTA)	200ppm	
5	이소프로필 시트레이트 또는 모노이소프로필 시트레이트	Isopropyl citrate or Monoisopropyl citrate	1,000ppm	
6	프로필 갈레이트	Propyl gallate		
7	티오디프로피온산	Thiodipropionic acid		
8	디메틸 디카보네이트	Dimethyl dicarbonate	250ppm	
9	개미산	Formic acid	100ppm	
10	소르빈산	Sorbic acid	400ppm	
11	염화 주석	Stannous chloride		

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

홍콩으로 식품을 수입하고 유통하려는 기업은 홍콩 식품안전센터(CFS)의 식품별 유해물질 규정을 준수해야 함. 추가로 2023년 12월부터 시행된 ‘2021년 식품 중 유해물질(개정) 규제’에서 강화된 진균독소 3종과 기타 유해물질 5종의 최대 함량 기준을 설정하고 있으므로 해당 부분을 참고할 필요가 있음. 하기 표는 고객사 인삼 액상차에 적용될 수 있는 홍콩 유해물질 목록과 그 잔류허용기준의 일부임. 더욱 자세한 홍콩 유해물질 규정 및 잔류허용기준은 KATI농식품수출정보 또는 홍콩 식품안전센터(CFS) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 홍콩 인삼 액상차 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	멜라민	Melamine	2.5mg/kg	기타 모든 식품 (우유, 영유아용, 임산·수유부용 식품 유형 제외)
2	주석	Tin (Sn)	150mg/kg (즉석섭취나 환원 음료에 한함)	캔음료
3	납	Lead (Pb)	0.2mg/kg (즉석섭취나 환원 음료에 한함)	차 음료: 녹차, 홍차 기반
4	말라카이트 그린 및 그 염류	Malachite green and its salts	0μg/kg	모든 식품
5	살부타몰	Salbutamol	불검출	
6	디에틸stil베스트롤 및 그 염류와 에스터	Diethylstilboestrol ((E)-αβ-diethylstilbene-4, 4'-diol) including salts and esters thereof		
7	클렌부테롤	Clenbuterol		
8	클로람페니콜	Chloramphenicol		
9	아보파르신	Avoparcin		

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

홍콩 식품안전센터(CFS)는 ‘식품 및 의약품(구성 및 표시) 규정 제 132장’에서 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 명시하고 있음. 홍콩 식품안전센터(CFS)는 홍콩에서 수입 및 유통되는 식품이 하기 표의 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표기하도록 함

[표 5.9] 홍콩 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 곡물 (밀, 호밀, 보리, 귀리, 스펀트밀, 이들의 혼합 품종 및 제품)
2	의무	갑각류 및 갑각류 제품
3	의무	생선 및 생선 제품
4	의무	계란 및 계란 제품
5	의무	땅콩, 대두 및 그 제품
6	의무	유제품 및 유가공품(락토스 포함)
7	의무	견과류 및 견과류 제품
8	의무	10ppm 이상의 아황산염

자료: KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 마츠키요 홍콩(Matsukiyo HK)
2. 에이치케이티비몰(HKTVmall)
3. 체리샵 홍콩(Cherry Shop HK)

Interview ①

40)



마츠키요 홍콩
(Matsukiyo HK)

- 유형: 약국
- 업체 특징:
 - 1954년에 설립된 약국으로 영양 제품과 의약품을 취급하고 있음
 - 한국 및 일본 등 다양한 국가에서 제품을 수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Manager

마츠키요 홍콩(Matsukiyo HK) Manager

Q. 홍콩에서 인삼 제품에 대한 수요는 어떻습니까? 특히, 홍콩 소비자들은 인삼 액상차와 같은 가공제품을 어떻게 인식합니까?

홍콩 사람들은 중국 전통문화와 영국의 애프터눈티(Afternoon Tea)⁴¹⁾ 문화의 영향을 받아 차를 마시는 문화가 있습니다. 그러나 액상차는 새로운 개념이며, 전통차를 즐기는 노년층은 새로운 액상차를 받아들이기 어려울 수 있습니다. 이에 따라 주요 고객은 중산층과 젊은 중년층으로 예상됩니다.

Q. 홍콩에서 인삼 액상차와 유사한 인기 제품은 무엇입니까? 소비자들이 인삼 제품에서 선호하는 특성은 무엇입니까?

현재 홍콩에서 인기 있는 인삼 액상차는 한국기업인 J사와 중국의 제약회사인 동인당(Tong Ren Tang)의 인삼차입니다. 홍콩 소비자들은 인삼차를 구매할 때, 브랜드의 신뢰도를 가장 중요하게 생각합니다. 특히 환자에게 선물할 때는 브랜드가 중요하게 작용합니다. 브랜드 다음으로 중요한 요소는 맛과 효능인데, 이는 고객의 연령대에 따라 다릅니다. 젊은층은 거부감 없는 맛을 중요하게 생각하고, 일부 노년층에서는 맛이 쓸수록 인삼 함량이 높고 효능이 좋다고 생각하기도 합니다.

Q. 고객사 제품은 인삼 가공 제품으로, 바로 섭취하거나 물, 우유에 타서 섭취하는 액상차입니다. 꿀의 달콤한 맛과 인삼의 향이 나고, 25g의 캡슐형태로 제공됩니다. 인삼의 특유한 쓴맛을 제거하여 거부감 없이 섭취가 가능하고, 가격은 25g 캡슐 8개가 한 묶음으로 구성되어 1개 묶음에 90.65홍콩달러(16,013원⁴²⁾)로 제공됩니다. 고객사 제품가격에 대한 피드백을 제공해 주세요.

고객사 제품에는 80~100홍콩달러(14,132~17,665원) 사이가 적절해 보입니다. 현재 가격은 온라인 판매로는 적절해 보이지만, 오프라인 구매 시에는 너무 저렴하다고 느껴져 고객들이 제품을 의심하고 구매를 꺼릴 수 있습니다.

40) 사진 자료: 마츠키요 홍콩 (Matsukiyo HK)

41) 오후 3시에서 5시경에 차와 다과를 곁들인 가벼운 식사

42) 1홍콩달러=176.65원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 현지 시장에서 선호하는 포장 형태나 재료가 있습니까? 포장 형태에 대한 피드백을 제공해 주세요.

현재 포장은 섬세하고 세련된 느낌이 있어 화이트칼라⁴³⁾ 직장인과 중산층을 타깃 하기에 적합해 보이지만, 인삼을 재료로 하는 상품은 일반 선물용입니다. 선물 받은 사람은 강한 인상을 느낄 수 있도록 한국 궁궐이나 두바이 왕실이 관련된 색을 추가하는 등 포장 스타일을 고급스럽게 바꾸는 것을 추천합니다.

Q. 고객사와 동일한 성분을 가진 유사한 제품이 홍콩에 있습니까?

홍콩 시장에 인삼과 꿀을 성분으로 한 유사한 제품으로는, 한국과 중국 브랜드의 꿀차와 인삼차가 있습니다. 금액은 각각 35-50홍콩달러(6,182-8,832원)와 80-100홍콩달러(14,132-17,665원)입니다. 그러나 제품을 우유에 타 먹는다는 개념은 새롭습니다. 현재 홍콩에서 가장 많이 소비되는 음료가 커피인데, 고객사의 제품을 카페라떼와 비교하는 마케팅을 한다면 홍콩 사람들에게 큰 관심을 끌 것으로 보입니다.

Q. 고객사의 제품을 홍콩의 약국이나 온라인 유통채널에 진입할 때 고려해야 할 사항은 무엇입니까? 어떤 전략을 가지고 진출할지 조언해 주세요.

약국과 같은 유통채널로 진입할 때 가장 중요한 사항은 제품의 분류와 인지도 확보입니다. 제품을 약으로 분류할지, 영양제로 분류할지 결정해야 하는데, 이때 영양제로 분류하는 것이 더 많은 소비자를 확보하는 데 유리할 수 있습니다. 인지도를 높이기 위해 약국의 할인 행사 기간에 고객사의 제품도 함께 할인하는 전략을 추천하고, 바이어와 협력할 때, 사전 마케팅과 할인 행사를 협의하여 인지도를 효과적으로 높일 수 있는 전략을 세우는 것이 중요합니다.

Q. 홍콩에서 고객사의 제품을 홍보할 때 어떤 방법과 채널이 효과적일까요? 구체적인 키워드, 홍보문구, 광고 채널과 성공적인 사례 연구가 있다면 공유해 주세요.

소셜미디어를 활용하는 것이 고객사의 제품을 홍보하는 데 효과적일 것입니다. 요즘 대부분의 사람이 왓츠앱(WhatsApp), 인스타그램(Instagram), 페이스북(Facebook) 등의 소셜미디어를 사용합니다. 소셜미디어를 통해 양방향으로 소비자와 소통하면 소비자의 의견을 듣고 소비자에 맞추어 전략을 수립할 수 있습니다. 당사도 소셜네트워크를 통한 제품 할인 및 이벤트를 진행하며 소비자와 소통하고 있습니다.

43) 하얀색 칼라가 달린 정장 셔츠를 입고 사무실 책상머리에서 앉아서 일하는 직장인

Interview ②

44)

에이치케이티비몰(HKTVmall)
Manager에이치케이티비몰
(HKTVmall)

- 유형: 전자상거래
업체
- 업체 특징:
 - 1990년에 설립된
전자상거래 업체로
다양한 과자류(사탕,
초콜릿, 비스킷, 빵 등)를
취급하고 있음
 - 한국, 일본, 미국 등
다양한 국가에서 제품을
수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Manager

Q. 홍콩에서 인삼 제품에 대한 수요는 어떻습니까? 특히, 홍콩 소비자들은 인삼 액상차와 같은 가공 제품을 어떻게 인식합니까?

최근 홍콩에서는 건강이 소비 키워드로 떠오르며, 고소득층을 중심으로 차를 마시는 문화가 다시 인기를 얻고 있습니다. 특히, 인삼 액상차는 가격이 저렴하지 않기 때문에 주로 선물용으로 소비됩니다.

Q. 홍콩에서 인삼 액상차와 유사한 인기 제품은 무엇입니까? 소비자들이 인삼 제품에서 선호하는 특성은 무엇입니까?

티샤또(TEA CHÂTEAU)라는 브랜드가 인기입니다. 티샤또는 주로 캡슐과 액상차를 판매하는데, 캡슐마신에 넣고 버튼만 누르면 차가 완성되어 사무실이나 기업에서 주로 구매합니다. 이 브랜드는 젊은 층이 선호하는 꽃차, 과일차 등 다양한 맛을 선보이며 소셜 미디어에서 큰 인기를 끌고 있습니다. 가격대는 100홍콩달러(17,665원) 이상으로 고가에 속합니다.

Q. 고객사 제품은 인삼 가공 제품으로, 바로 섭취하거나 물, 우유에 타서 섭취하는 액상차입니다. 꿀의 달콤한 맛과 인삼의 향이 나고, 25g의 캡슐형태로 제공됩니다. 인삼의 특유한 쓴맛을 제거하여 거부감 없이 섭취가 가능하고, 가격은 25g 캡슐 8개가 한 묶음으로 구성되어 1개 묶음에 90.65홍콩달러(16,013원)로 제공됩니다. 고객사 제품가격에 대한 피드백을 제공해 주세요.

고객사 제품은 다소 높은 가격이라고 판단됩니다. 저희 플랫폼에서 많이 판매되는 인삼 차의 가격대는 60홍콩달러(10,599원)부터 형성되어 있습니다. 90.65홍콩달러(16,013원)로 책정한다면 제품에 관심을 보일 고객이 적을 것으로 예상되어, 80홍콩달러(14,132원) 이하의 가격대로 진출하는 것을 권장해 드립니다.

Q. 현지 시장에서 선호하는 포장 형태나 재료가 있습니까? 포장 형태에 대한 피드백을 제공해 주세요.

고객사 제품의 포장은 상당히 세련되고 고급스러운 느낌이 들어 개인 구매용으로는 적합해 보입니다. 그러나 명절 선물로는 다소 단순할 수 있습니다. 홍콩에서는 고급 차를 선물용 진열장에 많이 전시하기 때문에 중추절⁴⁵⁾이나 설날과 같은 명절을 위한 특별한 포장을 기획하여 디자인 경쟁력을 확보하는 전략도 고려해 보면 좋을 것 같습니다.

44) 사진 자료: 에이치케이티비몰(HKTVmall)

45) 중화권의 명절로, 보름달이 뜨는 음력 8월 15일을 뜻함

Q. 고객사의 제품 성분이 홍콩 소비자들에게 익숙합니까? 동일한 성분을 가진 유사 제품이 홍콩에 있습니까?

인삼과 꿀은 홍콩 사람들에게 익숙한 성분입니다. 과거부터 많은 사람들이 홍삼차나 꿀을 넣은 유자차를 마시곤 했습니다.

Q. 홍콩에서 인삼 액상차와 유사한 인기 제품은 무엇입니까? 소비자들이 인삼 제품에서 선호하는 특성은 무엇입니까?

온라인 채널은 주로 판매량을 기준으로 제품을 정렬하고 홍보하기 때문에, 초기 시장 진입 시 트래픽⁴⁶⁾을 효과적으로 관리하는 것이 중요합니다. 이를 위해 할인, 무료배송, 반품 등의 서비스를 제공하여 소비자를 확보해야 합니다. 또한, 여러 플랫폼에 동시에 진출하기보다는 한 플랫폼에서 시작해 점차적으로 다른 플랫폼으로 확장하는 전략이 유리할 수 있습니다. 한 곳에서만 판매하면 트래픽이 집중되어 상위에 노출될 가능성이 높아지고, 이는 더 많은 소비자에게 제품을 알릴 수 있는 기회를 제공합니다. 바이어와의 협력을 위해서는 초기 단계에서 샘플을 제공하여 제품의 품질을 직접 확인할 수 있도록 하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 온라인과 같은 플랫폼의 바이어와 이메일로 소통하고, 샘플을 보내는 등 다양한 방법이 있습니다.

Q. 홍콩에서 고객사의 제품을 홍보할 때 어떤 방법과 채널이 효과적일까요? 구체적인 키워드, 홍보문구, 광고 채널과, 성공적인 사례 연구가 있다면 공유해 주세요.

건강 관련 제품을 마케팅할 때는 초기 단계에서 입소문과 유명인 추천에 집중하는 것이 중요합니다. 이를 위해 오프라인 팝업 시음회를 개최하거나, 제품이 두바이 왕실을 위한 것임을 강조하는 전략을 활용할 수 있습니다. 특히 두바이 왕실의 추천을 받게 된다면, 제품의 인기가 급격히 상승할 가능성이 크며, 이는 긍정적인 입소문으로 이어져 궁극적으로 판매량 증가에 도움이 될 것입니다.

46) 사용자들로부터 발생하는 데이터 흐름

Interview ③

47)

체리샵 HK
(Cherry Shop HK)

- 유형: 전자상거래 업체
- 업체 특징:
 - 1996년에 설립된 전자상거래 업체로 과자류(사탕, 초콜릿, 비스킷, 빵 등)를 취급하고 있음
 - 한국과 일본 등 다양한 국가에서 제품을 수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Founder

체리샵 홍콩(Cherry Shop HK)
Founder

Q. 홍콩에서 인삼 제품에 대한 수요는 어떻습니까? 특히, 홍콩 소비자들은 인삼 액상차와 같은 가공 제품을 어떻게 인식합니까?

인삼차는 주로 노년층에서 소비되는 제품이었으나, 최근 체중 감량과 약효에 대한 관심이 높아지면서, 젊은 층에서도 인기를 보입니다. 다만 이들의 섭취 방식에는 차이가 있는데, 노년층은 전통적인 방식으로 차를 끓여 마시고, 젊은 소비층은 간단히 액상차로 즐긴다는 것입니다. 섭취 방식에는 차이가 있지만, 인삼차에 대한 인식은 전반적으로 긍정적이며, 시장의 잠재력도 높다고 판단됩니다.

Q. 홍콩에서 인삼 액상차와 유사한 인기 제품은 무엇입니까? 소비자들이 인삼 제품에서 선호하는 특성은 무엇입니까?

유사한 제품으로는 인삼 농축액, 홍삼, 흑삼 농축액 등이 있으며, 이들 제품은 이미 홍콩에서 일정한 소비자층을 확보하고 있습니다. 이러한 제품들은 약효에 중점을 두고 있으며, 일반적으로 가격은 약 100홍콩달러(17,665원) 수준입니다. 홍콩에서 인삼 제품은 주로 에너지 보충과 혈액 개선을 목적으로 구매되며, 소비자들은 좋은 맛과 대형 브랜드의 제품을 선호하는 경향이 있습니다.

Q. 고객사 제품은 인삼 가공 제품으로, 바로 섭취하거나 물, 우유에 타서 섭취하는 액상차입니다. 꿀의 달콤한 맛과 인삼의 향이 나고, 25g의 캡슐형태로 제공됩니다. 인삼의 특유한 쓴맛을 제거하여 거부감 없이 섭취가 가능하고, 가격은 25g 캡슐 8개가 한 묶음으로 구성되어 1개 묶음에 90.65홍콩달러(16,013원)로 제공됩니다. 고객사 제품가격에 대한 피드백을 제공해 주세요.

제품의 포장을 고려할 때, 주요 소비자층은 실용적인 상품을 선호하는 소비자로 보입니다. 이들을 겨냥하여, 한국산 인삼차의 가격을 80홍콩달러(14,132원)로 책정한다면, 높은 품질의 한국산 인삼을 활용했음에도 불구하고 가격이 합리적이라는, 경쟁제품 대비 가격 경쟁력을 확보할 수 있을 것입니다.

Q. 현지 시장에서 선호하는 포장 형태나 재료가 있습니까? 포장 형태에 대한 피드백을 제공해 주세요.

현재 제품 포장은 휴대와 사용이 간편하여 즉석 음료로 포지셔닝하기에 적합합니다. 다만, 디자인에 한국 문화를 대표하는 요소를 추가하여 한국적인 이미지를 강조하는 것이 좋습니다. 또한, 선물용 박스 포장을 제작하여 선물용 수요도 충족시킬 수 있도록 고려하는 것이 바람직합니다.

Q. 고객사의 제품 성분이 홍콩 소비자들에게 익숙합니까? 동일한 성분을 가진 유사 제품이 홍콩에 있습니까?

인삼과 꿀 성분은 홍콩 사람들에게 매우 익숙하며, 음료 품목은 항상 인기를 끌고 있습니다. 최근 젊은 세대가 건강, 저당, 체중 감량에 대한 관심이 높아지면서 차 시장의 성장 가능성도 커지고 있습니다. 고객사의 제품과 유사한 제품으로는 베이징의 동인당에서 판매하는 인삼 구기자 웰니스 차가 있으며, 가격은 약 70홍콩달러(12,365원)입니다. 고객사의 제품은 젊은 세대에서 더 큰 소비가 나타날 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사의 제품을 홍콩의 약국이나 온라인 유통채널에 진입할 때 고려해야 할 사항은 무엇입니까? 좋은 바이어와 연락하고 협력하는 방법은 무엇입니까?

오프라인 약국에 진출할 때는 매장 위치, 고객 흐름, 유사 제품의 판매 성과 등을 우선적으로 고려해야 합니다. 특히, 홍콩의 대형 약국에 진출하는 것을 목표로 삼아, 포장과 진열 위치를 매장 측과 협의해 최적의 위치를 확보하는 것이 중요합니다. 온라인에서는 주요 전자상거래 플랫폼 2-3곳을 선택해 초기에는 독점계약을 체결함으로써 더 많은 홍보 자원을 확보하고 인지도를 구축하는 전략이 효과적입니다. 바이어 및 운영자와 협력하려면 해당 플랫폼의 공식 웹사이트에 있는 연락처를 통해 접촉할 수 있습니다.

Q. 홍콩에서 고객사의 제품을 홍보할 때 어떤 방법과 채널이 효과적일까요? 구체적인 키워드, 홍보문구, 광고 채널과, 성공적인 사례 연구가 있다면 공유해 주세요.

우선, 주요 대상 소비자를 명확히 해야 합니다. 고객사의 제품이 집과 사무실에서 활용된다는 점을 고려할 때, 젊은 중산층이 적합한 타겟층으로 보입니다. 이들을 대상으로 마케팅을 진행할 때는 소셜미디어 플랫폼을 활용한 콘텐츠 마케팅이 효과적일 것입니다. 특히, 틱톡, 인스타그램, 유튜브 등 플랫폼에서 라이프스타일, 음식, 뷰티 카테고리의 KOL⁴⁸⁾을 통해 제품의 편의성과 건강 이점을 강조하는 것이 이상적입니다. 실제로, 비타(Vita)의 레몬차도 소셜미디어 홍보를 통해 시장을 성공적으로 확장한 사례가 있습니다.

48) Key Opinion Leader로, 유명 셀럽, 모델, 배우, 크리에이터 등과 같은 인플루언서를 말함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Tea - Hong Kong', 2024.08
2. 스탓티스타(Statista), 'Vitamins & Minerals - Hong Kong', 2024.08
3. KATI농식품수출정보, '[홍콩] 코로나 19 이후 홍콩 건강기능식품시장 현황 및 전망', 2024.01
4. 식품음료신문, '[마켓트렌드]홍콩 음료시장', 2017.05
5. 홍콩수요저널(Wednesday Journal Ltd), '차 마시며 읽는 홍콩의 차 이야기', 2022.03
6. 아이온 ESGEye on ESG, 'Hong Kong Promotes Product Eco-Responsibility: New Regulations on Disposable Plastic Products', 2023.11
7. KATI 농식품수출정보, '홍콩 식품업체의 '지속 가능성' 움직임', 2021.08
8. 홍콩한타임즈, '플라스틱 용품 사용금지 1단계 4월 22일부터', 2024.02
9. CMS, '홍콩의 플라스틱 및 포장법', 2024.03
10. 한빛미디어, '홍콩, 차 문화의 정수를 즐기다', 2017.09
11. 아이피알포럼, '홍콩인들의 최대 미식 축제에서 뽑낸 한식의 맛 -2023 홍콩식품박람회-', 2023.08
12. 연합뉴스, '홍콩 국제차전시회서 첫 선보인 한국차 인기', 2015.08
13. 미국농무부(USDA), 'Hong Kong: Retail Foods Annual', 2023.06
14. 스탓티스타(Statista), 'Non-Alcoholic Drinks - Hong Kong, South Korea', 2024.08
15. aT한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 홍콩', 2023
16. aT한국농수산식품유통공사, '농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
17. KATI 농식품수출정보, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
6. 홍콩수요저널(Wednesday Journal Ltd) (www.hksooyo.com)
7. 홍콩무역발전국(HKTDC) (www.hktdc.com)
8. A.S. 왓슨 그룹(AS Watson Group) (www.aswatson.com)
9. 푸드아이콘(Food Icon) (www.foodicon.co.kr)
10. 미국농무부(USDA) (www.usda.gov)
11. 소고(SOGO) (www.sogo.com.hk)
12. 라이프스타일인터네셔널(Lifestyle International Holdings) (www.lifestylehk.com.hk)
13. 미누브(Minube) (www.minube.net)
14. 하비니콜스(Harvey Nichols) (www.harveynichols.com/en-hk)
15. 덕슨컨셉(Dickson Concepts) (www.dickson.com.hk)
16. 랜드마크(Landmark) (www.landmark.hk)
17. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
18. 웰컴(Wellcome) (www.welcome.com.hk)
19. 컴퍼니즈마켓캡(CompaniesMarketCap) (companiesmarketcap.com)
20. 데어리팜인터네셔널리테일그룹(DFI Retail Group) (www.dfiretailgroup.com)
21. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
22. 파크앤샵(ParknShop) (www.pns.hk)
23. 링크드인(LinkedIn) (www.linkedin.com)
24. 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group) (www.aswatson.com)
25. 매닝스(Mannings) (www.mannings.com.hk)
26. 에이치케이티비몰(HKTVmall) (www.hktvmall.com)
27. 홍콩 테크놀로지 벤처 유한회사(Hong Kong Technology Venture Company) (www.hktv.com.hk)
28. 홍콩 해관 (www.customs.gov.hk)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

29. 홍콩 통계청(C&SD) (www.censtatd.gov.hk)
30. 홍콩 공업무역부(TID) (www.tid.gov.hk)
31. 홍콩 식품안전센터(CFS) (www.cfs.gov.hk)
32. 홍콩 식품환경위생부(FEHD) (www.fehd.gov.hk)
33. 홍콩 전자법률포털 (www.elegislation.gov.hk)
34. 관세청 (www.customs.go.kr)
35. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
36. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
37. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)
38. 수산물수출정보포털 (kfishinfo.co.kr)
39. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
40. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
41. 마츠키요 홍콩(Matsukiyo HK) (www.matsukiyo.hk)
42. 체리샵 홍콩(Cherry Shop HK) (cherryshophk.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.08.30

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea