

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-22
품목 | 버섯 건강식품(Mushroom Supplement)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 중국 일반의약품 시장규모	06
2. 중국 비타민 및 미네랄 시장규모	07
3. 중국 버섯 건강식품 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위: '마이코선'	11
2. 성분 키워드 1위: '양송이버섯'	12
3. 효능/홍보문구 키워드 1위: '유기농'	13

IV. 유통채널

1. 중국 버섯 건강식품 유통채널 점유율	15
2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널	16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 중국 버섯 건강식품 통관 및 검역 절차	25
2. 중국 버섯 건강식품 품질 인증	29
3. 중국 버섯 건강식품 라벨링	34
4. 중국 버섯 건강식품 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 화룬완지아(China Resources Vanguard)	42
2. 허마(Hema)	44
3. 대선림(Dashenlin)	46
※ 참고문헌	48





HS CODE : 2106.90-9099

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

중국 버섯 건강식품 시장

시장 현황

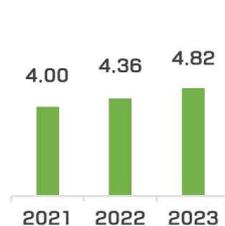
일반의약품 시장규모

단위 : 십억 달러



비타민 및 미네랄 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 중국 온라인 쇼핑을 버섯 건강식품 관련 게시글 366건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 세율 10.5%

사전 준비
중국 해관총서(GACC) 등록 **必**
AQSIQ 등록 **必**
식품 과대 포장 제한 규정 준수
우수공인업체(AEO) 인증 권장

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
내용량 및 규격, 유통기한,
생산자 및 중개 판매자 정보 등

식품첨가물 사용표준(GB)
버섯 건강식품에 허용되는
식품첨가물 사용 기준 준수

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 수요 면역력 향상과 건강 관리를 위한 버섯 기반 건강식품에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있으며, 더욱 다양한 버섯이 인기를 끌고 있음
제품 트렌드 중국에서 인기 있는 버섯 기반 성분은 영지버섯이며, 버섯은 식재료를 넘어 약용 식품으로 인식되고 있으며, 신선도를 중요시함
제품 인증 중국 소비자들은 FDA와 같은 미국 또는 유럽의 인증에 대해서는 긍정적인 인식을 가지지만, 구매 결정에 큰 영향을 미치지 않음

Point 02.

소비자 선호도 피드백 중국 소비자들은 자연 성분을 선호하고, 화학 성분에 대한 거부감이 강한 편이기 때문에 자연 유래 성분 강조를 추천함
제품 성분 피드백 꽃송이버섯과 차전자피 성분은 상대적으로 인지도가 낮아, 제품의 건강 효능과 영양 성분을 명확하게 설명하는 것이 필요함
제품 마케팅 피드백 오프라인 배급사와 협력하여 경제가 발전된 1선 도시에서 시장 테스트를 진행한 후 전국으로 확장하는 전략이 효과적임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 중국 일반의약품 시장규모
2. 중국 비타민 및 미네랄 시장규모
3. 중국 버섯 건강식품 수입규모

1. 중국 일반의약품 시장규모

중국 국가 일반 정보¹⁾

면적	960만 km ²
인구	14억 967만 명
GDP	17조 5,200억 달러
GDP (1인당)	1만 2,622달러

▶ 중국 일반의약품 시장규모 38조 원, 한국 시장의 6.6배²⁾³⁾⁴⁾

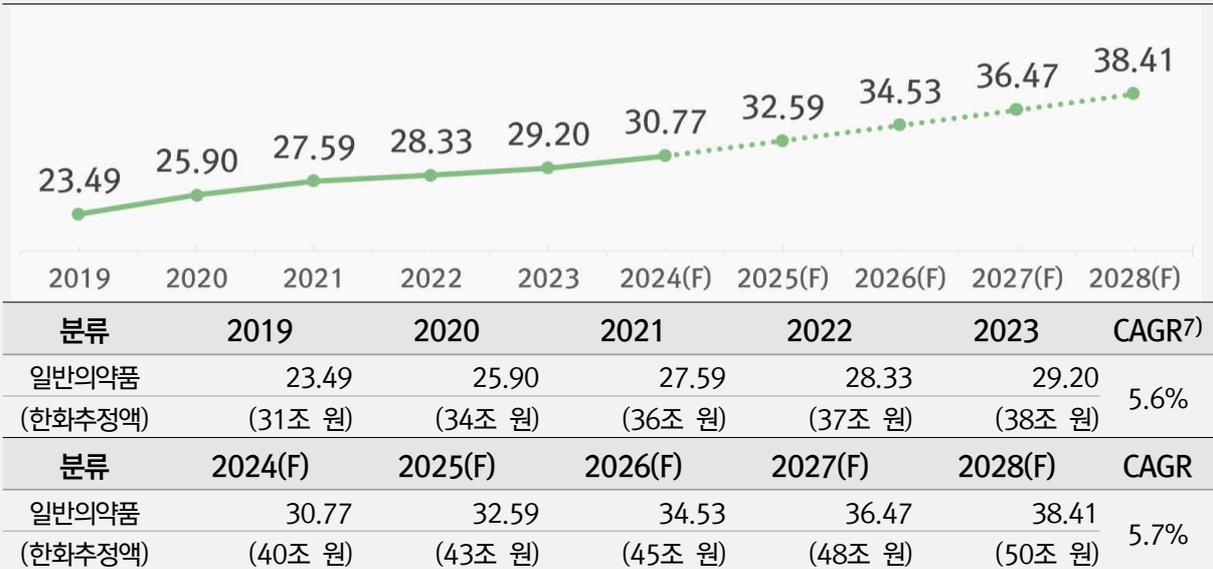
2023년 기준 중국 일반의약품 시장규모는 38조 원에 달했으며, 이는 한국 일반의약품 시장규모의 6.6배에 해당함. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.6%의 성장률을 기록함. 2019년부터 2023년까지 시장규모는 꾸준히 증가해 왔으며, 특히 2020년은 전년 대비 10.3%의 높은 성장률을 보임

▶ 중국 일반의약품 시장규모, 향후 5년간 5.7%씩 성장 예상

중국 일반의약품 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 5.7% 성장할 것으로 예상되며, 2028년에는 약 50조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 중국 소비자들은 약국이나 온라인에서 처방전 없이 구입할 수 있는 의약품 선호하는 경향이 강해지고 있으며, 이러한 편리함과 접근성은 시장 성장의 주요 동력이 되고 있음. 그러나 중국 정부가 일반의약품 시장에 대한 규제를 강화하고 있는 상황에서, 시장 진입에 부담이 증가할 수 있음

[표 2.1] 중국 '일반의약품' 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

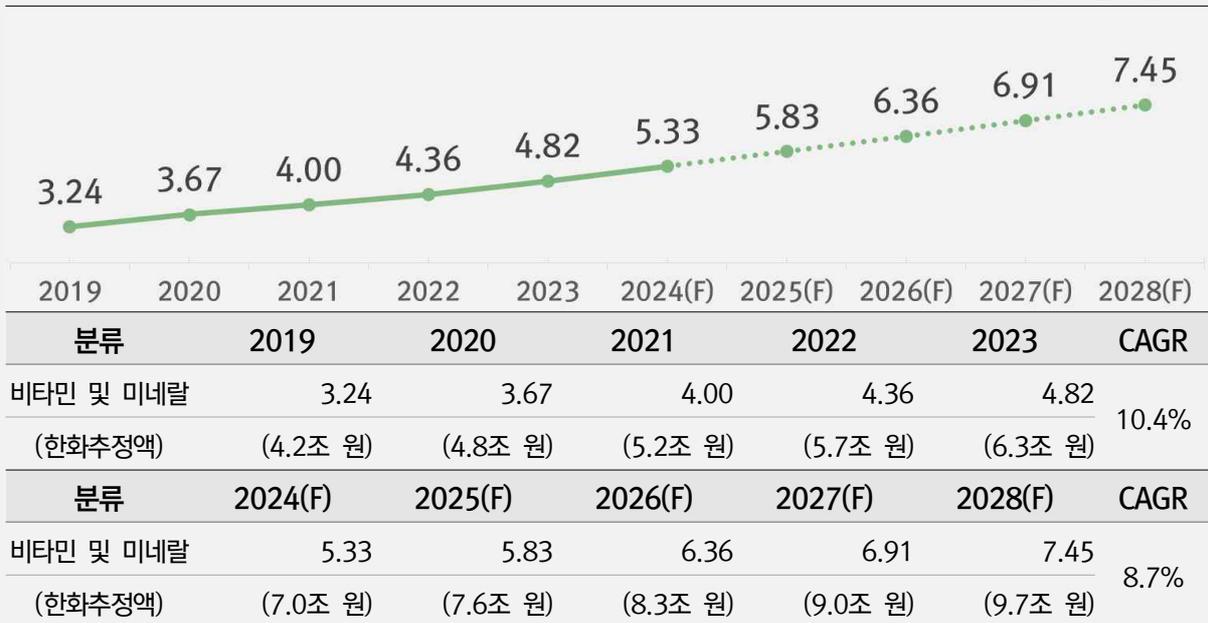
- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 'OTC Pharmaceuticals - China', 2024.10
- 3) 스태티스타에 따르면, '일반의약품(OTC Pharmaceuticals)'은 의사의 처방 없이 구입할 수 있는 비처방 약물, 치료제 및 헬스케어 제품을 포함함
- 4) 조사제품 '버섯 건강식품'은 버섯을 주원료로 유산균, 비타민C 등을 포함한 건강식품임. 이에 '비타민 및 미네랄' 시장과 상위 시장인 '일반의약품' 시장의 규모를 조사함
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 중국 비타민 및 미네랄 시장규모

- ▶ **중국 비타민 및 미네랄 시장규모 6.3조 원, 한국 시장의 7.2배⁸⁾⁹⁾**
2023년 기준 중국 비타민 및 미네랄 시장규모는 6.3조 원에 달하며, 이는 한국 비타민 및 미네랄 시장규모의 약 7.2배에 해당함. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 10.4%로 나타났으며, 해당 기간 동안 시장규모는 꾸준히 증가하여 2019년 4.2조 원에서 2023년 6.3조 원으로 성장함. 특히 2020년과 2023년에 각각 전년 대비 13.3%, 10.6%의 높은 성장률을 보임
- ▶ **중국 비타민 및 미네랄 시장규모, 향후 5년간 8.7%씩 성장 예상**
중국 비타민 및 미네랄 시장은 2028년까지 연평균 8.7%씩 성장하여 2028년에는 약 9.7조 원 규모에 달할 것으로 예상됨. 중국 소비자들은 부작용이 적은 자연 및 한방 성분에 대한 선호도가 높으며, 이러한 경향은 해당 시장에도 반영되고 있음. 건강 관리에 대한 관심이 증가함에 따라 이러한 선호도는 더욱 강화되고 있는 것으로 조사됨

[표 2.2] 중국 '비타민 및 미네랄' 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 'Vitamins & Minerals - China', 2024.10

9) 스태티스타에 따르면, '비타민 및 미네랄(Vitamins & Minerals)' 시장은 의사의 처방 없이 구할 수 있는 종합 비타민, 미네랄, 강장제 등의 천연 및 합성 식이 보충제를 포함함

3. 중국 버섯 건강식품 수입규모

● HS CODE 2106.90

해당 장에서 버섯 건강식품은 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 중국의 對글로벌 수입액, 7.10조 원

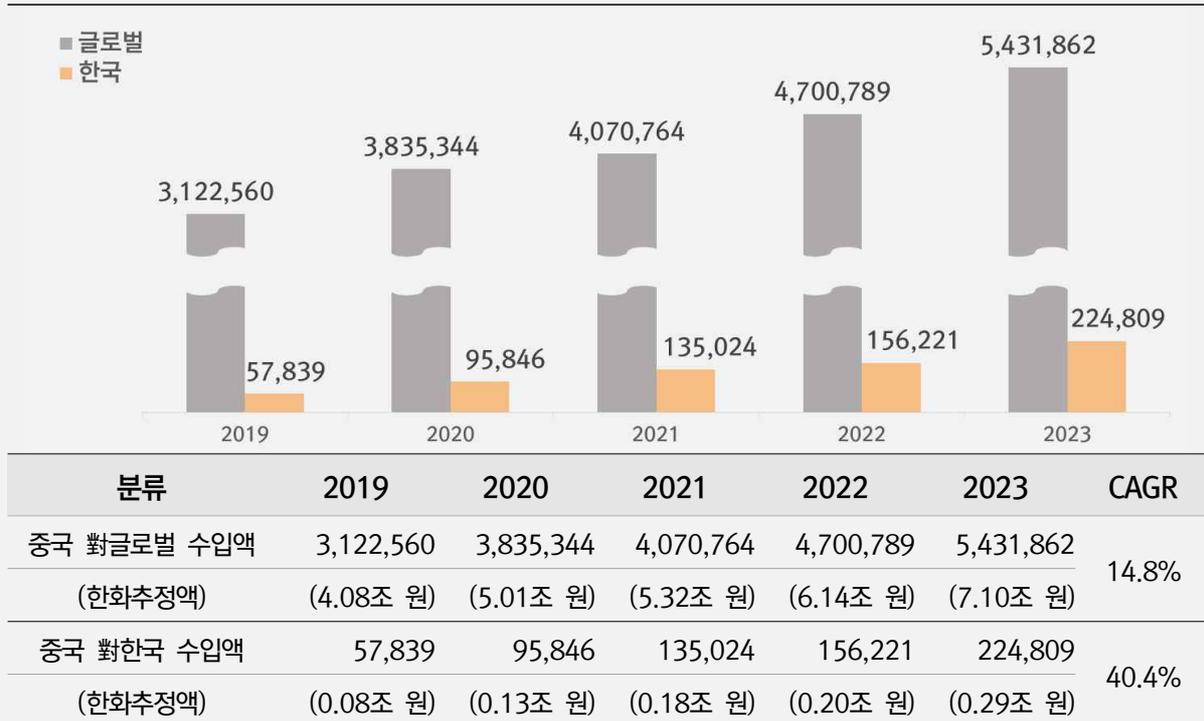
2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 중국의 對글로벌 수입액은 전년 대비 15.6% 증가한 7.10조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 중국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 성장률 14.8%를 기록하며 꾸준한 증가세를 보임

▶ HS CODE 2106.90 중국의 對한국 수입액, 글로벌 8위

2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 중국의 對한국 수입액은 전년 대비 43.9% 증가한 0.29조 원으로 글로벌 8위를 차지함. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 중국의 對한국 수입액은 연평균 성장률 40.4%를 기록하며 빠르게 성장함. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 중국의 對글로벌 수입액 중 1위는 미국(1.47조 원), 2위는 호주(1.20조 원), 3위는 독일(0.77조 원)인 것으로 확인됨

[표 2.3] 중국 HS CODE 2106.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위: '마이코선'
2. 성분 키워드 1위: '양송이버섯'
3. 효능/홍보문구 키워드 1위: '유기농'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 입점 버섯건강기능식품

- 데이터 수집 키워드 : 버섯건강식품(蘑菇保健食品), 버섯건강보조제(蘑菇保健品)
- 데이터 수집량 : 366건
- 데이터 수집원 : 중국 온라인 쇼핑몰 징동닷컴(JD.com)

▶ 중국 온라인 쇼핑몰 입점 버섯건강기능식품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 브랜드 ② 성분 ③ 효능/홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
브랜드	마이코선	Mycosun	26	폴츠	Polz	4
	편짜이황	片仔癀	25	쓰더리	丝德黎	4
	황푸탕	黄辅堂	13	바오디러	葆迪乐	4
	하블리크	hawlik	12	메이뤄	美罗	3
	마이커뮤니티	MyCommunity	6	마이크로 인그리디언츠	Micro Ingredients	2
	SODK	SODK	4	(-)	(-)	(-)
성분	양송이버섯	双孢蘑菇	34	마그네슘	镁	11
	동충하초	虫草	33	미네랄	矿物	9
	칼슘	钙	27	차가버섯	白桦茸	8
	비타민D	维D	14	앞새버섯	灰树花	6
효능/ 홍보문구	유기농	有机	29	성장	成长	4
	수술 후	术后	23	식욕없음	无食欲	2
	약국 판매 제품	药房直售	9	소화불량	消化不良	1
	면역력	免疫	7	구강악취	口腔异味	1

1. 중국 인기브랜드 1위: ‘마이코선’

▶ 중국 버섯 건강식품 브랜드 ‘마이코선’ 1위

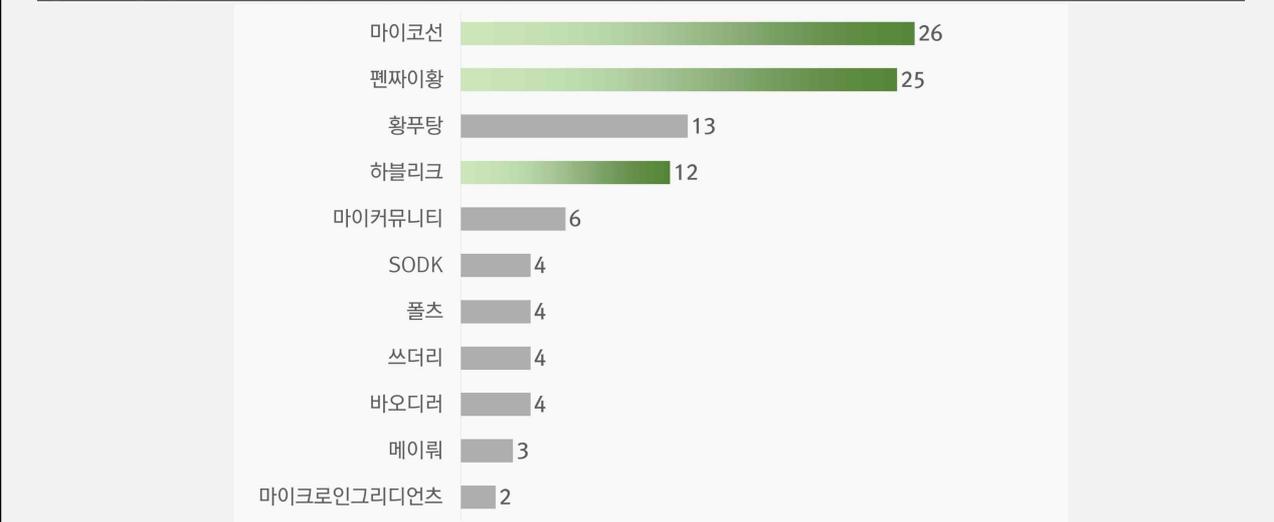
- 중국 버섯 건강식품 시장에서 브랜드 관련 키워드로 ‘마이코선’이 26건으로 가장 많이 도출됨
- ‘마이코선’은 버섯 관련 건강식품을 판매하는 미국 기업으로, 비교적 비싼 가격대에 책정되어 있는 것이 특징임

▶ ‘펜자이황’과 ‘하블리크’ 빈출

- 중국 브랜드 ‘펜자이황’이 25건으로 2위를 기록했으며, 독일 브랜드 ‘하블리크’는 12건으로 4위를 기록함
- 브랜드 분석을 통해 중국 내 판매 중인 버섯 건강식품 브랜드의 대부분이 미국과 독일 등 해외브랜드인 것을 확인할 수 있음

마이코선		펜자이황		하블리크	
					
제품명	영양개입 동충하초 버섯분말 (营养干预蛹虫草菌粉菌物疗法)	제품명	아카리쿠스 비스포러스 추출물 정제 (双孢蘑菇提取物片)	제품명	표고버섯추출물캡슐 (香菇提取物胶囊)
브랜드	마이코선(Mycosun)	브랜드	펜자이황(片仔廣)	브랜드	하블리크(Hawlik)
용량	60정	용량	60정 x 2개	용량	303g
가격	890.00위안(167,979원 ¹⁰⁾)	가격	229.00위안(43,221원)	가격	733.00위안(138,346원)

[표 3.1] 중국 판매 버섯 건강식품 브랜드 관련 키워드



자료: 중국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘버섯 건강식품’ 관련 게시물 366건 분석

10) 1위안=188.74원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

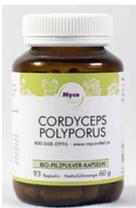
2. 중국 버섯 건강식품 성분 키워드 1위: ‘양송이버섯’

▶ 중국 버섯 건강식품 성분 키워드 중 ‘양송이버섯’ 빈도수 1위

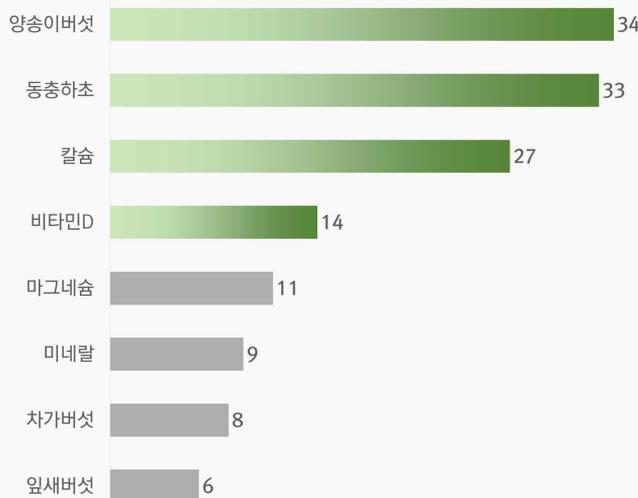
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 중국 버섯 건강식품 성분 관련 키워드 중 ‘양송이버섯’이 34건으로 가장 많이 도출됨
- 뒤 이어 ‘동충하초’가 33건 도출되었으며, 그 외 ‘차가버섯’과 ‘잎새버섯’ 등 버섯 성분 관련 키워드가 다수 확인됨

▶ ‘칼슘’과 ‘비타민D’ 등 영양 성분 관련 키워드 도출

- 버섯 건강식품 성분으로 ‘칼슘’ 관련 키워드가 27건 도출되었으며, ‘비타민D’ 키워드는 14건 도출됨
- 그 외 영양 성분으로 ‘마그네슘’이 11건 도출되었으며, ‘미네랄’ 관련 키워드도 9건 도출됨

양송이버섯		동충하초		칼슘, 비타민D	
					
제품명	아기리쿠스 비스포러스 & 콤부 (Agaricus Bisporus & Kombu)	제품명	동충하초 (Cordyceps Polyporus)	제품명	화이트 머쉬룸 주스 드롭 (White Mushroom Juice Drops)
브랜드	제이슨스(Jason's)	브랜드	마이코바이탈(Mycovital)	브랜드	이노바이트(Innovite)
용량	60정	용량	93정	용량	12ml
가격	398.00위안(75,119원)	가격	949.00위안(179,114원)	가격	385.00위안(72,665원)

[표 3.2] 중국 판매 버섯 건강식품 성분 관련 키워드



자료: 중국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘버섯 건강식품’ 관련 게시물 366건 분석

3. 중국 버섯 건강식품 효능/홍보문구 1위: ‘유기농’

▶ 중국 버섯 건강식품 효능/홍보문구 1위 키워드 ‘유기농’

- 중국 버섯 건강식품 효능/홍보문구 관련 키워드로 ‘유기농’이 29건으로 1위를 기록함
- 이는 중국 소비자의 유기농에 대한 관심이 증가한 것이 반영된 것으로, 2023년 중국 유기농 제품 판매액은 1,000억 위안(약 18조 8,740억 원)을 돌파하면서 글로벌 3위 유기농 시장에 등극함¹¹⁾

▶ ‘수술 후’와 ‘면역력’ 등 건강 관련 키워드 빈출

- 또 다른 효능 및 홍보문구로 ‘수술 후’ 키워드가 23건 도출되었으며 수술 후 건강 회복에 좋다는 홍보문구로 사용된 것으로 보임
- 이외에도 ‘면역력’ 키워드가 7건 도출되었으며, ‘성장’과 ‘소화불량’ 등 건강과 관련된 키워드가 다수 확인됨

유기농		수술 후		면역력	
					
제품명	동충하초 유기농 버섯 추출물 (冬虫夏草 有机蘑菇提取物)	제품명	임새버섯 추출물 (灰树花舞茸粉胶囊)	제품명	유기농 다중 버섯 보충제 (有机多重蘑菇补充剂)
브랜드	퓨리카(Purica)	브랜드	페어앤퓨어(fair&pure)	브랜드	마이커뮤니티(MyCommunity)
용량	120정	용량	120정	용량	60정
가격	644.30위안(121,605원)	가격	1,054.00위안(198,932원)	가격	681.00위안(128,532원)

[표 3.3] 중국 판매 버섯 건강식품 효능/홍보문구 관련 키워드



자료: 중국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘버섯 건강식품’ 관련 게시글 366건 분석

11) CSF중국전문가포럼, ‘중에 부는 유기농 열풍...제품 판매액 19조 원 돌파’, 2024.09

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



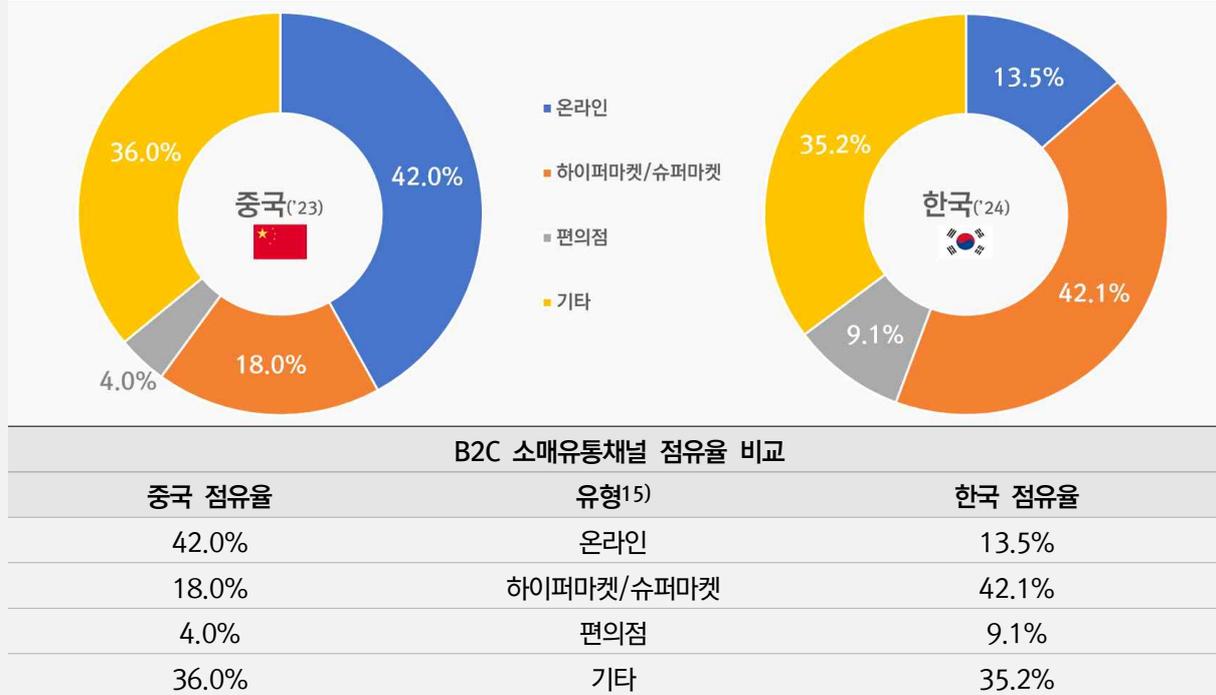
1. 중국 버섯 건강식품 유통채널 점유율
2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널

1. 중국 버섯 건강식품 유통채널 점유율

▶ 중국 버섯 건강식품 비롯한 일용소비재 유통채널, ‘온라인’이 1위

2023년 기준 중국 내 버섯 건강식품을 비롯한 일용소비재(FMCG) 유통채널 중 ‘온라인’이 42.0%로 압도적인 점유율을 보였음. 2위는 36.0%의 ‘기타’, 3위는 18.0%의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, 4위는 4.0%의 ‘편의점’이 뒤를 이었음. 한국의 경우, 버섯 건강식품을 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위, ‘기타’가 35.2%로 2위, ‘온라인’이 13.5%로 3위로 나타남. 이어서 ‘편의점’이 9.1%로 4위로 조사됨. 버섯 건강식품을 비롯한 일용소비재 및 식료품 유통에 있어 중국은 ‘온라인’과 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 차지하는 비중이 큰 것으로 나타남

[표 4.1] 중국 및 한국 버섯 건강식품 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾



자료: 스탯시타(Statista)

12) 해당 장에서 ‘버섯 건강식품’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 일용소비재(FMCG) 및 식료품 유통채널 정보를 확인함

13) 자료: 스탯시타(Statista), ‘FMCG retail sales breakdown China 2023, by channel’, 2024.06

14) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea 2024’, 2024.08

15) 본 보고서에서 ‘기타’는 백화점, 드럭스토어, 재래시장 등을 포함하고 있음

2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널 ① 월마트 중국

기업 기본 정보	기업명	월마트 중국(Walmart China)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	en.walmart.cn	
	위치	중국 전역	
	규모	추정 매출액('23) • 1,322억 위안(24조 9,514억 원 ¹⁶⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 약 400개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1972년 미국에서 상장했으며, 리테일 기업으로는 세계 최대 규모에 해당함 • 1996년 홍콩에서 사업을 철수하고, 같은 해 8월 중국 본토 시장에 진출함 • 현재 전 세계 24개국에 진출해 있으며, 약 1만 500개의 체인점을 보유함 • 월마트 중국은 '스캔 앤 고(Scan-and-Go)', 1시간 내 배달 서비스 등 혁신적인 기술을 도입하여 최첨단 소매 경험을 제공하고 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 소비자에게 인지도가 높은 브랜드 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 및 이메일을 통한 공급업체 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속(www.walmart.cn/apply) - '供应商档案表(공급업체 프로필 양식)' 클릭하여 다운로드 받아 작성 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 일반 정보(상품 카테고리, 주요 상품군, 협력 희망 유형) ② 회사 정보(회사명, 회사 주소, 판매 관리자, 전화번호, 등록 자본금, 영업 기간, 설립 연도, 회사 웹사이트, 이메일, 사업 범위) ③ 회사 규모(직원 수, 사무실 면적, 공장 면적, 창고 면적, 물류 관리 형식) ④ 주요 고객 및 매출 정보(주요 고객 정보, 주요 판매 채널, 직년 매출액, 올해 예상 매출액) • 문의사항 연락처 및 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: China.Supplier.Development@Walmart.com(상품 공급업체 신청 메일) - 월마트 공급업체 기본 기준과 식품 안전 규정을 준수해야 하며, 자세한 사항은 홈페이지에서 확인할 수 있음 	

자료: 월마트 중국(Walmart China)

사진 자료: 차이나데일리(China Daily), 월마트(Walmart)

16) 1위안=188.74원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널 ② 영휘마트

기업 기본 정보	기업명	영휘마트 (永輝超市, Yonghui Superstores)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.yonghui.com.cn		
	위치	중국 전역		
	규모	추정 매출액('23)	• 786억 위안(14조 8,350억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('24): 812개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년에 설립된 중국 토종 대형마트 체인 브랜드 • 2024년에 중국 기업 미니소(名创优品)가 영휘마트의 최대 주주가 됨 • 신선식품과 유기농 제품을 중심으로 한 운영 전략을 통해 고객 유입을 유도함 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등		
	선호제품	• 고품질의 신선식품, 유기농 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 공급업체 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 '永辉采购网(영휘마트 공급자 포털)' 접속하여 '入驻(입점)' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 일반 정보(기업명, 기업 유형, 연락처) ② 협력 세부 정보(희망 유통채널/지역/품목 선택, 입점하고자 하는 상품 정보) ③ 매출 목표 및 마케팅 계획(목표 연매출, 목표 총이익, 마케팅 예산) ④ 사업 및 경쟁사 정보 (사업 규모, 주요 브랜드, 연매출, 경쟁 브랜드, 주요 시장 및 주요 고객) ⑤ 첨부 자료(상품 이미지, 추가 자료) • 기타 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 신청서 제출 후 10일 이내 자격 심사 진행하여 피드백 제공됨 - 기타 문의사항은 공급자 포털 사이트를 통해 접수 가능함 		

자료: 영휘마트(永輝超市), 인포스탁데일리(Infostock Daily)

사진 자료: 영휘마트(永輝超市), 인사이드리테일(Inside Retail)

2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널 ③ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.watsons.com.cn	
	위치	중국 전역	
	규모	매출액('23)	<ul style="list-style-type: none"> 196억 달러(25조 6,152억 원¹⁷⁾)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('24): 약 4,000개 직원 수('24): 약 13만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1845년 마카오의 개인 진료소에서 시작해 중국을 포함해 아시아 전역에 약 8,000개의 매장과 1,500개의 약국을 보유하고 있는 거대 드럭스토어 체인임 온라인과 오프라인 결합(O+O) 프로그램을 내세워 온라인 접근성을 강화함 '왓슨스핑크(Watsons Pink)' 등 매장의 컨셉을 고객층에 따라 세분화해 운영함 		



매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 화장품, 건강식품 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 위생 기준을 통과한 제품, 중국 내 법규를 준수하는 제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 신청 - 모기업 에이에스왓슨(AS Watson) 홈페이지(www.aswatson.com) 접속 - 홈페이지 상단 'Supplier & Partner(공급자 및 파트너)' 클릭 - 페이지 중단 'Be Our Suppliers!(공급자 되기)' 이미지 클릭 - 양식에 맞춰 작성 및 제출 ① 회사/개인 선택 후 회사명/개인 이름 입력 ② 주소 및 이메일, 전화번호, 웹사이트 URL 입력 ③ 관심있는 시장/지역 입력 후 납품희망 제품에 맞는 카테고리 선택 ④ 납품희망 제품에 대한 추가 설명 입력, 카탈로그 등 첨부해 제출 문의사항 연락처 - 전화번호: +852-2606-8833 - 이메일: grouppr@aswatson.com
-------------	---------------------	---

자료: 왓슨스(Watsons), 에이에스왓슨(AS Watson), 줌인포(Zoominfo)

사진 자료: 왓슨스아시아(Watsons Asia)

17) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널 ④ 매닝스

기업 기본 정보	기업명	매닝스(Mannings)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.mannings.com.cn		
	위치	중국 전역		
	규모	매출액('23)18)		• 260억 달러(33조 9,794억 원)
		기타 규모		• 매장 수('24): 약 120개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1972년 홍콩의 약국에서 시작되어 2004년 중국 본토에 진출한 드럭스토어 체인임 • 홍콩의 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)을 모기업으로 함 • 중국 광둥성 및 화남(华南) 지역에 지점 다수 분포함 • 한국 기업과 업무협약 및 한국 제품의 입점 사례가 풍부함 			

매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 건강식품 등
	선호제품	• 위생 기준을 통과한 제품, 중국 내 법규를 준수하는 제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지(www.mannings.com.cn) 상단 ‘联系方式(연락처)’ 클릭 - ‘供应商专区(공급업체영역)’ 클릭 후 양식 작성 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 카테고리 선택 ② 이름 및 연락처, 이메일 입력 ③ 대표 제품, 기존 판매 채널 입력 ④ 사업자등록증, 보건허가증, 회사소개서 등 요구서류 첨부해 제출 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-800-830-2312 - 이메일: mncussvc@dairy-farm.com.cn
-------------	---------------------	--

자료: 매닝스(Mannings), 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group), 뷰티누리화장품신문
사진 자료: 매닝스(Mannings)

18) 모기업 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group) 전체 매출액

2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널 ⑤ 지마트

기업 기본 정보	기업명	지마트(G mart)	
	기업구분	한인마트	
	위치	상해(上海), 청도(靑島) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 상해 한인거리에 위치한 최대 규모의 한인 마트 중 한 곳 • 위챗(Wechat)을 통한 한국 제품 공동구매 및 온라인 주문이 가능함 • 매주 목요일 회원 포인트 3배 적립 이벤트를 진행하고 있음 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 스낵류, 유제품, 면류, 소스류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등	
	선호제품	• 한국 제품, 인지도가 높은 브랜드의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보(창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용(주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기 상품 정보) ④ 참고 자료(현지어 회사소개, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +86-21-6697-1004, +86-173-1736-4146(상하이점) - 위챗 아이디: G66971004(웨이신) 	

자료: 트립닷컴(Trip.com), 바이두(百度)

사진 자료: 바이두(百度)

2. 중국 버섯 건강식품 주요 유통채널 ⑥ 징동

기업 기본 정보	기업명	징동(Jingdong)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 		
	홈페이지	www.jd.com		
	규모	매출액('23)	• 1조 847억 위안(202조 6,870억 원)	
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ¹⁹⁾): 8,280만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1998년 설립된 중국의 온라인 쇼핑몰로 중국 내 최대 민간기업 중 하나 • 정품 및 라이선스 제품을 고수하여 소비자 신뢰를 구축해 옴 • 오픈마켓뿐 아니라 직매입 방식을 병행하며, 전국 200개 이상의 직영 물류창고를 통해 신속한 배송을 제공함 • 드론 배송과 인공지능 기술 등을 적용해 혁신적 물류 서비스를 제공함 • 건강 관련 식품의 경우, 원산지, 복용 형태, 유기농 여부를 상세 설정하여 검색할 수 있는 방식을 제공하고 있음 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	마이코선(MycoSun), 페어바이탈(Fairvital) 등	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	광군제, 6·18 페스티벌, 중추절·춘절 전후 등 기간 한정 프로모션 다수 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - ‘입점하기’ 클릭(www.cooperation.jd.com) - ‘Become Suppliers(공급자 등록)’, ‘Open Online Store(온라인 개점)’ 중 택1 - 양식 맞춰 작성 및 제출 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 카테고리 선택, 회사명 및 소개, 공식 웹사이트, 브랜드, 브랜드 소개 ② 상점 유형 선택, 현재 유통채널, 온라인 채널 URL, 연매출 입력 ③ 연락 담당자 이름, 직책, 전화번호 및 이메일 입력 • 기타 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 제품 및 상점 유형에 따라 입점 수수료 상이함 		

자료: 징동(Jingdong), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 징동(Jingdong)

19) 2024년 9월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차
UI ①

Become Suppliers
Open Online Store

Open Online Store

JD Worldwide (JD.HK) is JD.com's business platform designed specifically to bring high quality imported products to the China market.

Since launching on April 15 in 2015, the platform has attracted over 2,500 top overseas merchants and more than 20,000 brands from over 100 countries and regions, covering the full range of categories including Fashion, Maternal & Infant, Healthcare, Cosmetics & Personal Care, Consumer Electronics, Food & Beverage & Wine, Automobile, Pet Products, etc. As a gateway for companies outside China to enter the Chinese market, JD Worldwide offers one-stop e-commerce solutions for you.

- * Category :
- * Company Name :
- * Company Introduction :
- * Official Website :
- * Brand :
- * Brand Introduction :
- * Store Type :

① 제품 카테고리 선택, 회사명 및 소개, 공식 웹사이트, 브랜드명, 브랜드 소개 입력, 상점 유형 선택

입점 등록 절차
UI ②

- * Cooperation Model :
- * Current Channels :
- * Link of Online Channels :
- * Annual Sales Revenue (many) :
- * Contact Person :
- * Position :
- * Mobile Phone :
- * Email :

提交

② 현재 유통채널, 온라인 채널 URL, 연매출, 연락 담당자 이름, 직책, 전화번호 및 이메일 입력 (제품 및 상점 유형에 따라 입점 수수료가 상이함)

자료: 징동월드와이드(JD Worldwide)

사진 자료: 징동월드와이드(JD Worldwide)

▶ **징동 버섯 건강식품 베스트셀러**

- 검색 키워드 : 버섯 건강식품(蘑菇保健品)

- 등록 제품 수 : 500개 이상

징동 버섯 건강식품 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	마이코선 (MycoSun)	버섯 영양(면역 + 방어) 소화 종합 개선 조절 (菌物营养(免疫 + 防转)消化方综合调理)	미국	60캡슐 *6병	4,620위안 (871,979원)	(-)	1,000건 이상	
2	페어바이탈 (Fairvital)	히메마쓰타케 캡슐 (姬松茸胶囊)	독일	90캡슐	318위안 (60,019원)	(-)	1,000건 이상	
3	마이코바이탈 (MycoVital)	영지버섯과 아가리쿠스 버섯 분말 캡슐 (灵芝巴西菇菌菇粉胶囊)	독일	93캡슐	949위안 (179,114원)	(-)	500건 이상	
4	마이코바이탈 (MycoVital)	아가리쿠스 버섯과 원숭이머리버섯 분말 캡슐 (巴西菇猴头菇粉胶囊)	독일	93캡슐	949위안 (179,114원)	(-)	500건 이상	
5	마이코선 (MycoSun)	쯔위(자가 치유) (自愈)	미국	60캡슐 *2병	1,320위안 (249,137원)	(-)	1,000건 이상	
6	머쉬룸위즈덤 (Mushroom Wisdom)	마이타케 D-프랙션 표준형 캡슐 (舞茸D-Fraction 标准型胶囊)	미국	360캡슐	567위안 (107,016원)	(-)	200건 이상	
7	페어앤퓨어 (fair&pure)	회화나무 버섯과 마이타케 버섯 (灰树花舞茸)	독일	120캡슐	258위안 (48,695원)	(-)	200건 이상	
8	리얼머쉬룸스 (Real Mushrooms)	코디셉스-M (Cordyceps-M)	미국	120캡슐	518위안 (97,767원)	(-)	3건	
9	솔라레이 (Solaray)	재배 및 발효 버섯 복합 추출물 채식 캡슐 (种植发酵蘑菇综合提取物素食胶囊)	미국	60캡슐	172위안 (32,463원)	(-)	24건	
10	메로 (美罗)	표고버섯과 원숭이머리버섯 분말 캡슐 (香菇猴头粉胶囊)	중국	90캡슐	287위안 (54,168원)	(-)	200건 이상	

자료: 징동(Jingdong)

사진 자료: 징동(Jingdong)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 중국 버섯 건강식품 통관 및 검역 절차²⁰⁾

▶ 중국 버섯 건강식품 수출 시, 통관 절차별 주요사항

중국으로 버섯 건강식품 수출 시, 제품 수출 전 중화인민공화국 국가표준(GB: Guójiā Biāozhǔn)에 맞춰 검역 요구사항, 포장 및 라벨링 등 사전에 관련 사항을 미리 파악하여 수입 통관을 진행해야 함. 검역의 경우 라벨 검역과 실험실 검역²¹⁾으로 구분되며, 합격 후 지방 해관에서 입경화물검험검역증명(위생증)을 발급함. 중국은 술·담배, 요트, 석유 등 일부 품목에 소비세를 부과하고, 부가가치세에 해당하는 증치세를 부과함²²⁾

[표 5.1] 중국 버섯 건강식품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 중국 해관총서(GACC), KATI농식품수출정보

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

21) 실험실 검역률은 통상 5~10% 수준임

22) 중국의 수입소비세 과세 품목은 ① 술·담배와 같은 건강에 해로운 상품, ② 요트·골프채 등 사치품, ③ 석유, 일회용 나무젓가락 등 자원 소모형 상품 및 재생 불가능한 소비품 등임

▶ **식품 해외생산업체, 중국 해관총서 사전등록 必**

2022년 1월 1일부터 ‘중국 수입식품 해외생산기업 등록관리규정’이 시행됨에 따라, 중국으로 식품을 수출하는 기업의 중국 해관총서(GACC: General Administration of Customs of the People’s Republic of China) 시스템 사전등록이 필수임. 시스템 등록 후 발급된 등록번호는 세관 신고 시 활용되며, 5년간 제품 포장지 등에 의무적으로 표시해야 함. 중국 해관총서(GACC)가 공표한 명령 248호 7조에 해당하는 품목²³⁾은 수출국 식품 생산, 안전 및 위생을 관리하는 정부 부처의 추천으로 등록해야 함. 이를 제외한 기타 식품 해외생산업체는 자체적으로 또는 대리인을 통하여 해관총서에 등록을 신청할 수 있음

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
배경 및 취지	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 식품 무역의 안정적인 발전 촉진 • 중국 내 수입 식품의 급격한 증가 및 수입 식품의 안전에 대한 소비자의 요구 증가로 현행 규정의 미비점 인식
근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 해관총서 명령 248호 • ‘중화인민공화국 수입식품 해외생산기업 등록 및 관리에 관한 규정’
기관	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 해관총서(GACC)
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 5년
신청 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 신청 대상: 중국에 수출하고자 하는 모든 해외 식품 생산, 가공 및 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 외 국가에서 식품 생산, 가공 행위를 하는 모든 기업을 식품기업 범위에 포함 - 식품 보관 안전위생 요구에 따라 식품을 보관하는 기업 또한 발급 대상에 포함 • 비신청 대상: 식품 첨가물 제조기업, 식품 관련 자재, 도구, 설비 등 생산, 가공, 보관 기업 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 첨가물(영양 강화제 포함) 제조기업은 발급 대상에 불포함 - 식품 포장재료와 용기, 식품 생산도구, 설비 및 식품에 사용하는 세제, 소독제 등 관련기업 역시 발급 대상에 불포함

자료: 중국 해관총서(GACC)

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

[표 5.2] 중국 해외생산업체 사전등록

취득 정보	
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 소재국 정부 주무 부처 추천 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처의 추천장, 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업이 소재국 규정에 부합하다는 소재국 정부 주무 부처가 발급한 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 기타 중국 해관에서 요청하는 자료 • 기업 자체 등록 시 <ul style="list-style-type: none"> - 등록번호 발급 신청서, 기업 소재국에서 발급한 사업자등록증, 기업 제품이 중국 규정에 부합하다는 자체 성명서(구체적으로 어떤 내용을 포함해야 하는지는 미기재), 대리인을 통해 해관에 등록 신청을 할 경우 반드시 제품에 대한 수권서와 함께 제출 필요
아이디 발급 및 로그인 경로	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디 발급 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 소재국 정부 주무 부처 추천 등록: 중국 해관에서는 식품 기업 소재국 정부 주무 부처에 기업용 아이디를 제공 예정이며, 기업은 소재국 정부로부터 아이디를 발급받고 시스템에 접속 - 기업 자체 신청(혹은 대리신청): 해외기업 자체 아이디 신청은 18종 식품 기업 외 서류 구비가 완료된 기타 식품 기업만 시스템 접속을 통해 신청 가능 • 로그인 경로 <ul style="list-style-type: none"> - 중국 국제무역 단일창구 홈페이지²⁴⁾에 접속하여 ‘수입식품 해외생산기업 등록’에서 번호 발급 신청 페이지로 접속

자료: 중국 해관총서(GACC)

24) new.singlewindow.cn

▶ **중국 버섯 건강식품, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택** 多
수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비율이 축소되고, 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 중국의 경우 AEO 제도 시행국가로 우리 수출 물품이 상대국 수입통관 시 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.3] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 수입검사를 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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): 서류 심사(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. 중국 버섯 건강식품 품질 인증

▶ 중국 버섯 건강식품, 'AQSIQ' 등록 必

중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 중화인민공화국 국가질량감독 검험검역총국(AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) 등록을 필수적으로 진행해야 함. AQSIQ 온라인 시스템에 회사 정보를 전산 등록한 후 중문 라벨을 인쇄해야 하며, 이는 주류, 설탕 및 감미료를 포함하여 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁵⁾

[표 5.4] 중국 AQSIQ 등록 정보

인증명	취득 정보	
중국 AQSIQ 등록	등록 관할기관	<ul style="list-style-type: none"> • 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ)
	유형	<ul style="list-style-type: none"> • 수출 시 필수
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> • AQSIQ는 중국의 WTO 가입을 위해 2001년 4월 10일 국가품질기술감독총국과 국가출입국검사검역총국의 합병으로 설립됨 • 중국으로 수입되는 식품의 생산 및 수출업체는 국가질량감독검험검역총국 온라인시스템에 회사 정보를 등록해야 함 • AQSIQ 등록은 대부분의 식품 품목에 적용됨²⁶⁾ <ul style="list-style-type: none"> - 수입식품(주류, 설탕 및 감미료 포함), 유제품, 육류, 해산물 등 • 2021년 10월 기준 65개국 약 2만 7,800개 이상 식품 생산 및 수출업체가 등록함 • AQSIQ는 제조업체 및 수출업체가 신청인으로 직접 등록할 것을 권고하고 있으며, 중국 수입업체 및 유통업체가 대신 진행할 경우 통관 및 유통 시 문제가 발생할 수 있음을 안내하고 있음 • 식품 유형에 따라 등록 요구사항 및 등록 신청비에 차이가 있으나 등록 절차는 동일함
	근거규정	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 식품안전법(2021)(中華人民共和國食品安全法(2021)) • GACC/AQSIQ Notic No. 248/249

자료: 중국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ), 한국농수산물유통공사

25) 중국 AQSIQ 인증 신청 페이지(www.aqsiq.net/application) 참고

26) 중국 AQSIQ 수입 식품 목록(www.aqsiq.net/imported-food-list) 참고

▶ 중국 일반식품 및 보건식품

중국에서 유통되는 식품은 일반식품과 보건식품으로 분류됨. 일반식품은 ‘약품이면서 식품인 품목 리스트(既是食品又是藥品的物品名單)’에 포함된 원료, 신식품으로 등록된 원료 또는 기타 일반식품 원료로 제조되었으며 치료 또는 보건기능을 광고하지 않는 제품을 의미함. 또한, 일반식품은 모든 사람을 섭취대상으로 하며 정해진 섭취량이 없음. 반면, 보건식품은 특정한 보건기능을 강조하고 특정한 섭취대상을 두며 섭취량이 제한됨. 보건식품의 경우 중국 시장관리감독총국(SAMR)의 허가가 있어야 수입이 가능하며, 중국 「식품안전법」 및 「보건식품 등록 및 비안 관리방법」에 따라 등록제 또는 비안제 절차를 밟아야 함

[표 5.5] 중국 일반식품 및 보건식품

구분	심사비준 부서	판매채널	홍보상의 제한
일반식품	식품약품감독관리국 (CFDA: China Food and Drug Administration)	일반 유통상	기능 홍보 금지
보건식품	식품약품감독관리국, 시장감독관리총국(SAMR)	약국, 기타	기능 홍보 가능, 치료 효과 홍보 불가
약품	식품약품감독관리국, 시장감독관리총국(SAMR)	약국 또는 병원	치료 효과 홍보 가능

자료: 중국 시장관리감독총국(SAMR), 대한무역투자진흥공사

▶ 중국 버섯 건강식품, 글로벌 공통 인증 적용 권장

중국으로 버섯 건강식품 수출 시, HACCP, FSSC 22000 등의 식품 생산 안전 글로벌 인증 및 중국 내 유기농 품질 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 또한, 중화인민공화국 시장관리감독총국(SAMR: The State Administration for Market Regulation)은 중국 식품위생법의 수입 식품 및 수출 무역관리 규정에 따라 중국 내 수입업자, 해외 수출업체 또는 대리인에게 관련 정보의 사전 온라인 등록을 요구하고 있음

[표 5.6] 중국 버섯 건강식품 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	지방 식품의약품안전처	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
중국 유기산품 인증	유기농 품질 인증	중국 내 인증	중국품질인증센터 (CQC: China Quality Certification Center)	

자료: 각 인증기관

▶ **중국, 식품 과대 포장 제한 규정 시행**

2023년 9월 1일부터 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)이 발표한 GB 23350-2021 ‘식품·화장품 과대 포장 제한에 관한 요구 (限制商品过度包装要求-食品和化妆品)’ 개정안이 시행됨. 개정안은 식품 31종의 포장에 대해 포장 공간비율(interspace ratio), 포장 층수, 포장 비용 등 기준을 규정함. 해당 표준에 부합하지 않는 제품 및 서비스의 생산, 판매, 수입, 공급은 금지되므로 관련 규정의 준수가 필요함²⁷⁾

[표 5.7] 중국 식품 과대 포장 제한 규정식품 - 포장 공간 비율

단품 순합량(Q)	공간 비율(b) ²⁸⁾
Q≤1	b≤85
1 < Q≤5	b≤70
5 < Q≤15	b≤60
15 < Q≤30	b≤50
30 < Q≤50	b≤40
Q > 50	b≤30
유의사항	<ul style="list-style-type: none"> 포장 층수가 한 겹인 제품에는 적용되지 않음 종합 상품의 포장 공간 비율은 단품의 순합량이 가장 큰 제품에 해당하는 공간 비율을 기준으로 함

자료: 대한무역투자진흥공사, 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)

27) KOTRA해외시장뉴스, ‘중국 식품·화장품 포장 강제성 표준 시행, 기업들의 주요 궁금증과 답변은?’, 2023.09

28) 포장 공간 비율(b)은 포장 전체 중 실제 내용물에 필요한 공간을 제외하고 남은 빈 공간이 차지하는 비율을 의미함

[표 5.8] 중국 식품 과대 포장 제한 규정 - 식품 상품에 필요한 공간 계수

상품 카테고리	k ²⁹⁾	상품 카테고리	k
곡물 및 가공품	4.5	과일 제품	7.0
식용유, 유지 및 유지 제품	4.5	볶은 식품 및 견과류 제품	5.5
조미료	5.0	알류 제품	4.5
육제품	7.0	코코아 및 로스팅 커피 제품	4.5
유제품	4.5	설탕	4.5
음료	5.0	수산제품	4.5
간편식품	9.5	전분 및 전분 제품	3.0
과자	10.0	제과류	12.0
통조림	2.5	대두제품	5.0
냉동음료	6.0	꿀 제품	5.0
냉동식품	5.0	건강식품	18.0
감자·고구마류 및 팽화식품	20.0	특수의료용 조제식품	3.0
사탕 제품	10.0	유아용 조제분유	3.0
차 및 관련 제품	13.0	특수용도 식품	3.0
주류	13.0	기타 식품	10.0
채소 제품	7.0		

자료: 대한무역투자진흥공사, 중국 국가시장감독관리총국(SAMR)

29) K(necessary spatial coefficient of commodity)는 식품을 보호하기 위해 필요한 공간을 측정하는데 사용되는 보정 계수

3. 중국 버섯 건강식품 라벨링³⁰⁾³¹⁾

[표 5.9] 중국 버섯 건강식품 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 가장 잘 보이는 위치에 전용 명칭을 분명하게 표기할 것 규정이 있는 경우 규정 명칭을 사용하며, 없는 경우 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭을 사용해야 함 동식물을 원료로 생물의 개체, 기관, 조직 등 특정 형태를 모방한 경우 인조, 모방 등의 문자를 붙여야 함
	2. 내용량 및 규격	<ul style="list-style-type: none"> 법적 계량 단위((밀리)리터, (킬로)그램)를 사용해야 함 내용량에 따른 글자 부호 최소 높이(2~6mm)를 준수해야 함 제조 시 사용되는 공정수와 식용 가능한 포장재를 표시해야 함 주류의 경우 '%vol' 단위로 알코올함량을 표기해야 함 '과음은 건강을 해칠 수 있습니다.'라는 경고 문구를 반드시 표기해야 하며 기타 경고 문구를 동시에 표기할 수 있음 아스파탐을 첨가한 식품에는 '아스파탐(페닐알라닌 포함)'을 표기해야 함
	3. 날짜 표시	<ul style="list-style-type: none"> 일자 표시는 절대 별도 스티커나 보충 인쇄에 표시할 수 없고, 수정할 수 없음 생산일자와 품질 보증기간을 분명하게 명시해야 함 년, 월, 일 또는 국가표준 규정에 따라 표시할 것 알코올함량 10% 이상의 주류, 식초, 식염, 고체 설탕은 유통기한 표기를 생략할 수 있음
	4. 생산자, 중개 판매자의 명칭, 주소, 연락처	<ul style="list-style-type: none"> 수입 사전포장 식품은 원산지 국가명 또는 지역명, 중국 국가표준에 따라 등록된 대리업체, 수입업체 또는 중개 판매자의 명칭, 주소 및 연락처를 표시해야 함³²⁾ 위탁 가공의 경우 위탁 의뢰 업체와 위탁업체의 명칭과 주소를 표시해야 함

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

30) 2022년 1월 발효된 '보건식품 라벨 관리에 관한 규정 고시'에 따라 보건식품의 라벨링 내용은 건강식품등록증 또는 구비서류에 기재된 내용과 반드시 일치하며, 포장용기 앞쪽에 '본 제품은 약물을 대체할 수 없다' 등의 특별알림 문구를 정해진 크기 규정에 맞춰 명시해야 함. 글자체의 높이는 기본 6.0mm 이상이나, 제품 크기에 따라 축소하여 작성 가능함

31) KATI농식품수출정보, 「중국 보건식품 라벨 규정 고시」, 2019.03.08

32) 'GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙' 참고

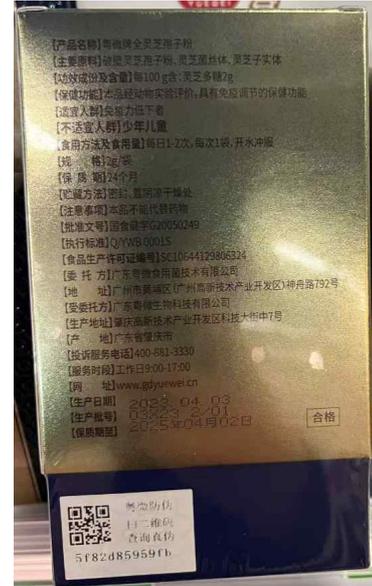
[표 5.9] 중국 버섯 건강식품 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	5. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 표준 중국어(병음 표기 가능)를 원칙으로 하며, 외국어 사용 시 해당 중국어와 대응 관계가 있어야 함
	6. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 1.8mm 이상(35cm² 이상 면적 기준)으로 표기해야 함 오해 소지가 있는 경우 같은 글씨체와 색상으로 표기할 것 상표를 제외한 외국어는 상응하는 한자보다 크기가 작아야 함
	7. 보관 조건	<ul style="list-style-type: none"> 사전포장 식품 라벨은 보관 조건을 표시해야 함 ‘보관 조건’, ‘저장 조건’, ‘저장 방법’ 등의 타이틀로 표시하거나 타이틀 없이 표시할 수 있음
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지, 중국 내 대리점 이름, 주소, 연락처를 표기해야 함³³⁾

자료: 중국 시장감독관리총국(SAMR), 식품안전정보원, 한국농수산물유통공사

33) 2023년 12월 1일부터 「유통되는 식용 농산물의 품질과 안전에 대한 감독 및 관리 조치」의 개정에 따라, 원산지 및 원산지를 비롯하여 중국 내 법적으로 등록된 대리점, 수입업체, 또는 유통업체의 이름, 주소, 연락처를 중국어로 표기해야 함

▶ 중국 버섯 건강식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 라벨 - 중국어]

[앞면 라벨 - 국문]

- ① 藏雪芝
- ② 全灵芝孢子粉
酶法破壁
- ③ 保健食品
- ④ 净含量: 30g
(2g/袋 × 15袋)
- ⑤ 保健食品不是药物,
不能代替药物治疗疾病

- ① 장설지
- ② 영지버섯 포자 분말
효소법파벽
- ③ 건강식품
- ④ 순중량: 30g
(2g/봉지 x 15봉지)
- ⑤ 건강식품은 약물이 아니며, 질병
치료를 대신할 수 없습니다.

[뒷면 라벨 - 중국어]

[뒷면 라벨 - 국문]

- ① 产品名称: 粤微牌全灵芝孢子粉
- ② 主要原料: 破壁灵芝孢子粉,
灵芝菌丝体, 灵芝子实体
- ③ 幼效成份及含量: 每100 g含: 灵芝多糖
2g

- ① 제품명: 월미표 전영지포자분말
- ② 주원료: 파벽영지포자분말, 영지균사체,
영지자실체
- ③ 효능성분 및 함량: 100g당 함유량:
영지다당류 2g

- | | |
|---|---|
| <p>④ 保健功能: 本品经动物实验评价, 具有免疫调节的保健功能</p> <p>⑤ 适宜人群: 免疫力低下者
不适宜人群: 少年儿童</p> <p>⑥ 食用方法及食用量: 每日1~2次, 每次1袋, 开水冲服</p> <p>⑦ 规格: 2/袋</p> <p>⑧ 保质期: 24个月</p> <p>⑨ 贮藏方法: 密封、置阴凉干燥处</p> <p>⑩ 注意事项: 本品不能代替药物</p> <p>⑪ 批准文号: 国食健字G20050249
执行标准: Q/WB 0001S
食品生产许可证编号:
SC10644129806324</p> <p>⑫ 委托方:
广东粤微食用菌技术有限公司
地址:
广州市黄埔区(广州高新技术产业开发区)神舟路792号</p> <p>⑬ 受委托方: 广东粤微生物科技有限公司
生产地址:
肇庆高新技术产业开发区科技大街中7号
产地: 广东省肇庆市
投诉服务电话: 400-881-3330
服务时段: 工作日9:00-17:00
www.gdyuewei.cn</p> <p>⑭ 生产日期: 2023-04 23
生产批号: 03X23 2/01
保质期至: 25年4月2日</p> | <p>④ 건강기능: 본 제품은 동물실험평가 결과 면역 조절에 건강기능이 있음</p> <p>⑤ 적합군: 면역저하자
부적합군: 소아</p> <p>⑥ 섭취방법 및 섭취량: 1일 1~2회, 1봉지, 끓는 물에 타서 드세요.</p> <p>⑦ 규격: 2g/봉지</p> <p>⑧ 유통기한: 24개월</p> <p>⑨ 보관방법: 건조한 곳에 저장</p> <p>⑩ 주의사항: 본 제품은 약물 대체 불가</p> <p>⑪ 승인번호: 国食健字G20050249
집행기준: Q/WB 0001S
식품생산허가번호:
SC10644129806324</p> <p>⑫ 위탁처: 광동광미식품군기술유한공사
주소: 광저우시
황푸구(광저우하이테크산업개발구)
선저우루 792호</p> <p>⑬ 수탁처:
광동광동미생물과학기술유한공사
생산주소: 광둥하이테크거리중 7호
원산지: 광둥성 조경시
불만 접수 전화: 400-881-3330
서비스 시간: 9:00-17:00
www.gdyuewei.cn</p> <p>⑭ 생산일자: 2023-04 23
생산배치번호: 03X23 2/01
유통기한: 2025년 4월 2일</p> |
|---|---|

4. 중국 버섯 건강식품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

중국에 수출할 식품의 첨가물은 중화인민공화국 국가표준(GB) ‘식품첨가물 사용표준(GB 2760-2014)’에 따라 중국 국가위생건강위원회(NHC: National Health Commission)가 허가한 첨가물만을 사용할 수 있음. 하기 표는 버섯 건강식품에 적용될 수 있는 중국 식품첨가물 기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준의 식품첨가물 사용 표준 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.10] 고객사 버섯 건강식품에 적용 가능한 중국 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	아라비아 검	Acacia gum	GMP ³⁴⁾	건조 버섯류 및 해조류
2	아세설팜 칼륨	Acesulfame potassium	0.3g/kg	
3	아세트산	Acetic acid	GMP	
4	아세틸화 이중전분 아디페이트	Acetylated distarch adipate		
5	아세틸화 이중전분 인산염	Acetylated distarch phosphate		
6	아세틸화 모노글리세리드 및 디글리세리드	Acetylated mono and diglyceride		
7	산처리 전분	Acid treated starch		
8	한천	Agar		

자료: KATI농식품수출정보

34) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용 기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **유해물질**

중국에서 식품을 유통하기 위해서는 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 세부규정으로는 ‘식품 중 오염물 제한량 규정(GB 2762-2017)’, ‘식품 중 병원균 제한량 규정(GB 29921-2013),’ ‘식품 중 잔류 독소 제한량 규정(GB 2761-2017)’ 등이 있음. 추가로, 생산업체는 제한량 제정 여부와 상관없이 원칙적으로 식품 중 유해물질의 함량이 최저 수준에 이르도록 하여야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 중국 유해물질 잔류허용기준이며, 더욱 자세한 사항은 중화인민공화국 국가표준(GB) 또는 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 버섯 건강식품에 적용 가능한 중국 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	비소	Arsenic(As)	0.5mg/kg	버섯 및 버섯 제품
2	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.5mg/kg / 식용 신령주름버섯 제품 제외	
3	납	Lead(Pb)	1.0mg/kg	
4	수은	Mercury(Hg)	0.1mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

중국에서 식품 유통 시 알레르기 유발물질 또는 관련 제품이 사용될 경우, 배합원료표에 식별이 잘 되는 명칭을 쓰거나 배합원료표 부근에 관련 내용을 추가해야 함. 다만, 라벨에 알레르기 유발물질을 표기하는 것이 필수 사항은 아닌 것으로 확인됨. 하기 표는 중국에 식품 유통 시 라벨에 표시하도록 권장하는 알레르겐 성분 목록임

[표 5.12] 중국 알레르겐 표시 성분³⁵⁾

순번	표시 의무 여부	대상
1	권장	글루텐 함유 곡물 및 관련 제품 (밀, 호밀, 보리 등)
2	권장	갑각류 동물 및 관련 제품 (새우, 닭새우, 게 등)
3	권장	어류 및 관련 제품
4	권장	알류 및 관련 제품
5	권장	땅콩 및 관련 제품
6	권장	대두 및 관련 제품
7	권장	우유 및 유제품(유당 포함)
8	권장	견과 및 관련 알맹이류 제품

자료: 한국농수산물유통공사, 식품의약품안전처

35) ‘GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨 통칙’ 참고

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 화룬완지아(China Resources Vanguard)
2. 허마(Hema)
3. 대선림(Dashenlin)

Interview ①

Vanguard*
华润万家

화룬완지아
(China Resources Vanguard)

- 유형: 백화점
- 업체 특징:
 - 2009년에 설립된 백화점으로 다양한 국가에서 수입한 제품을 취급하고 있음
 - 일본, 말레이시아, 프랑스, 폴란드, 터키, 영국, 대만, 싱가포르, 인도네시아 등에서 제품을 수입하고 있음

담당자 정보

Purchasing Manager

36)

화룬완지아(China Resources Vanguard) Purchasing Manager

Q. 중국 시장에서 버섯 기반 건강식품의 주요 트렌드는 무엇인가요?

주요 트렌드는 영지버섯 성분입니다. 영지버섯을 활용한 건강식품이 인기가 많습니다. 최근에는 물류와 보존의 편리성 때문에 건조된 영지버섯 분말이 주목받고 있습니다. 이 분말은 건강식품의 핵심 성분으로 활용되며, 특히 중장년층과 노년층 소비자들 사이에서 높은 인지도를 얻고 있습니다.

Q. 꽃송이버섯(스파라시스 크리스파)과 차전자피와 같은 성분에 대해 중국 소비자들은 얼마나 인지하고 있나요?

인지도는 낮은 편입니다. 중국 남서부 지방의 윈난성과 구이저우성은 다양한 버섯 종류가 풍부하게 생산되는 지역이어서 영지버섯 성분이 일부 소비자들에게는 익숙할 수 있습니다. 그러나 경제적으로 발전된 연안 및 중부 지역의 소비자들은 이러한 재료에 대해 잘 알지 못할 가능성이 큼니다.

Q. 고객사 제품을 효소식품과 같은 대체품과 비교하여 어떻게 포지셔닝하는 것이 효과적인가요?

고객사 제품은 천연 효소만을 사용하고 합성 화학물질이 없다는 점을 강조함으로써, 효소 제품과 차별화된 경쟁력을 확보할 수 있습니다. 중국의 중장년층 소비자는 보수적인 성향이 강해, 서양 의학에 기반하거나 화학 성분이 포함된 제품에 거부감을 느끼는 경우가 많습니다. 따라서 제품을 자연적이고 친환경적인 것으로 포지셔닝하는 것이 효과적이며, 동시에 효소 제품과 유사한 영양 성분과 효과를 제공한다는 점을 강조하는 전략이 유리할 것입니다.

Q. FDA, EAC, FSSC 22000, HACCP 등의 인증이 중국 소비자들의 건강 제품 구매 결정에 얼마나 영향을 미치나요?

구매 결정에 영향을 주는 정도는 약 10%에 불과합니다. 이러한 인증은 일부 소비자들이 단순히 한 번 지나치며 보는 정도에 그치며, 대부분은 인증의 의미를 정확히 이해하지 못하고 구매 기준으로 삼지 않는 경우가 많습니다.

Q. 이런 제품의 중국 내 유통업체나 소매업체와의 파트너십을 구축하기 위한 최적의 접근 방식은 무엇이라고 생각하시나요?

자격, 승인, 유통 채널을 전부 효과적으로 관리할 수 있는 믿을 만한 대리인을 확보하는 것이 최선입니다. 특히 제품을 건강기능식품이나 영양 보조제로 마케팅하려면 복잡한 절차를 거쳐야 하며, 승인에는 최소 3개월이 소요될 수 있습니다. 대리인을 두면 이 과정을 원스톱으로 관리할 수 있어 협력을 적극적으로 권장합니다.

36) 사진 자료: 화룬완지아(China Resources Vanguard)

Q. 중국으로 해당 제품 수출 시 건강기능식품 인증(승인)을 받는 것을 추천하시나요? 그렇다면 해당 절차에 대해 설명 부탁드립니다.

추천하지 않습니다. 건강기능성 인증을 받으려면 표준 식품 안전 검사 외에도 인증 기관의 현장 검사와 장기간에 걸친 샘플 검사가 필요합니다. 이 과정은 일반 식품 절차보다 훨씬 느리게 진행되기 때문에, 이러한 방식은 추천하지 않습니다.

Q. 해당 제품을 건강기능식품이 아닌 일반 식품으로 수출할 수 있나요?

네, 그렇게 하는 것이 좋습니다. 제품이 주는 이점을 광고할 수 없는 경우가 있더라도 큰 문제가 되지는 않을 것입니다.

Q. 중국 바이어와 수출을 위한 계약 체결 시 주의해야 할 핵심 사항은 무엇일까요?

제품의 품질과 배송 기준이 중국의 검역 요건을 충족하도록 철저히 관리해야 합니다. 또한, 팬데믹 등으로 인한 업무 차질에 대한 책임을 명확히 하기 위해 불가항력 조항을 계약서에 포함하는 것이 중요합니다. 중국의 정책이 변동될 소지가 있으므로, 각자의 역할과 책임을 최대한 구체적으로 규정해야 합니다.

Interview ②



허마 (Hema)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 수입 및 유통업체로 다양한 국가에서 제품을 수입하고 있음
 - 중국 내 하이퍼/슈퍼마켓, 약국, H&B, 아시안/한인 마트 등 다양한 유통 채널을 통해 제품을 공급하고 있음

담당자 정보

PIC of Purchasing

37)

허마(Hema) PIC of Purchasing

Q. 중국 시장에서 버섯 기반 건강식품의 주요 트렌드는 무엇인가요?

버섯 시장의 트렌드는 점점 다양해지고 있습니다. 과거에는 몇 가지 흔한 품종만 널리 알려졌으나, 최근에는 그물버섯이나 홍균버섯 같은 덜 알려진 종들도 인기를 끌고 있습니다. 앞으로 버섯 시장은 더욱 다양해질 것으로 예상됩니다.

Q. 꽃송이버섯(스파라시스 크리스파)과 차전자피와 같은 성분에 대해 중국 소비자들은 얼마나 인지하고 있나요?

꽃송이버섯은 소비자들에게 비교적 알려져 있지만, 그 가치나 건강상의 이점에 대해 깊이 이해하는 경우는 드뭅니다. 많은 소비자들은 꽃송이버섯을 단순한 식재료로 인식하며, 이를 약용 식품이나 건강기능식품과 연결 짓는 경우는 많지 않습니다.

Q. 고객사 제품을 효소식품과 같은 대체품과 비교하여 어떻게 포지셔닝하는 것이 효과적일까요?

고객사 제품은 일반 효소 제품보다 영양 성분이 훨씬 풍부합니다. 자연 유래 성분에 칼슘을 함유한 제품으로 포지셔닝하고, 건강을 중시하는 중장년층 소비자들을 타겟으로 설정하는 것이 효과적일 것입니다.

Q. FDA, EAC, FSSC 22000, HACCP 등의 인증이 중국 소비자들의 건강 제품 구매 결정에 얼마나 영향을 미치나요?

FDA와 EAC 인증은 미국과 유럽 연합의 승인과 관련해 강조할 경우, 소비자들에게 어느 정도 영향을 받으며, 홍보 목적으로도 자주 활용됩니다. 반면, FSSC 22000 및 HACCP 인증은 보다 전문적인 성격을 띠기 때문에 일반 소비자들이 크게 주목하지 않는 경향이 있습니다.

Q. 이런 제품의 중국 내 유통업체나 소매업체와의 파트너십을 구축하기 위한 최적의 접근 방식은 무엇이라고 생각하시나요?

오프라인 유통 채널 판매를 위한 배급사와의 협력을 권장합니다. 제품의 가격과 효능이 온라인 판매에 적합하지 않을 가능성이 있기 때문입니다. 배급사들은 보통 동부 지역이나 성(省) 단위로 탄탄한 인프라를 보유하고 있어, 경제적으로 발전된 지역에서 우선 시장 테스트를 진행한 후 성과에 따라 전국적으로 확장하는 전략이 유리합니다.

Q. 중국으로 해당 제품 수출 시 건강기능식품 인증(승인)을 받는 것을 추천하시나요? 그렇다면 해당 절차에 대해 설명 부탁드립니다.

추천합니다. 제품 패키지에 건강상 이점을 언급하려면 인증이 필요하기 때문입니다. 인증을 받는 과정은 일반적인 검사 절차와 유사하지만, 추가 서류를 제출해야 하고, 기관의 심사가 필요하기 때문에 일반 식품 인증보다 기간이 3~4개월 정도 더 소요될 수 있습니다. 그러나 이를 통해 법적 준수 사항을 더욱 확실히 충족할 수 있습니다.

Q. 해당 제품을 건강기능식품이 아닌 일반 식품으로 수출할 수 있나요?

네, 가능합니다. 하지만 그렇게 되면 제품이 일반 식품으로 분류되어 건강상의 이점을 강조할 수 없게 되고, 이로 인해 제품 가격에도 영향을 미칠 수 있습니다. 따라서 인증을 받는 것을 고려해보시길 권장합니다.

Q. 중국 바이어와 수출을 위한 계약 체결 시 주의해야 할 핵심 사항은 무엇일까요?

WTO 회원국의 요건과 유사하게 협상, 중재, 소송 같은 분쟁 해결 방식과 중재 또는 소송이 진행될 장소를 명확히 지정하는 것이 중요합니다. 이러한 사항을 사전에 정의해두면 향후 발생할 수 있는 문제를 예방하는 데 도움이 됩니다.

Interview ③

38)



대선림(Dashenlin)
Manager

대선림 (Dashenlin)

- 유형: 약국 체인
- 업체 특징:
 - 1999년에 설립된 약국 체인으로, 다양한 건강 보조 식품을 취급하고 있음
 - 중국 내 여러 지역에 걸쳐 광범위한 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보
Manager

Q. 중국 시장에서 버섯 기반 건강식품의 주요 트렌드는 무엇인가요?

두 가지 주요 트렌드가 있습니다. 첫째, 소비자들이 버섯을 단순한 식재료가 아니라 약용 식품으로 인식하면서 원산지와 효능에 더욱 관심을 두고 있습니다. 둘째, 신선도가 중요한 요소로 부각되면서, 송이버섯이나 그물버섯 같은 일부 버섯 종류는 회로 섭취되기도 합니다. 이에 따라 신선도를 유지하는 기술 개발이 시장의 핵심 분야로 떠오르고 있습니다.

Q. 꽃송이버섯(스파라시스 크리스파)과 차전자피와 같은 성분에 대해 중국 소비자들은 얼마나 인지하고 있나요?

소비자들이 어느 정도 인지하고는 있지만, 인기가 높지 않으며 관련 제품이 시장에 많이 출시되어 있지 않습니다.

Q. 고객사 제품을 효소식품과 같은 대체품과 비교하여 어떻게 포지셔닝하는 것이 효과적일까요?

맛과 영양가를 강조해 제품을 포지셔닝할 수 있습니다. 현재 씹어 먹을 수 있는 효소 제품이 거의 없는 상황에서, 고객사의 제품은 씹어 먹을 수 있다는 특징이 소비자에게 신선하게 다가갈 것입니다. 예를 들어, 바쁜 직장인들에게 적합하다는 점, 출퇴근길에 간편하게 섭취할 수 있다는 점, 또는 아침이나 점심 대용으로 건강한 선택이 될 수 있다는 점을 강조할 수 있습니다. 특히 체중 조절과 웰빙에 도움이 되는 특징을 내세우면 좋을 것입니다.

Q. FDA, EAC, FSSC 22000, HACCP 등의 인증이 중국 소비자들의 건강 제품 구매 결정에 얼마나 영향을 미치나요?

소비자들에게 약간의 영향을 미치기는 하지만, 그 영향력이 크지는 않습니다. FDA 인증을 제외하면 대부분의 소비자들은 이러한 인증에 대한 이해도가 낮고, 프로모션에서도 잘 강조되지 않는 경우가 많습니다.

38) 사진 자료: 대선림(Dashenlin)

Q. 이런 제품의 중국 내 유통업체나 소매업체와의 파트너십을 구축하기 위한 최적의 접근 방식은 무엇이라고 생각하시나요?

온라인과 오프라인 모두에서 접근 방식을 고려할 수 있습니다. 온라인에서는 웹 스토어를 직접 개설하거나 기존 유명한 온라인 플랫폼과 협업하는 방식을 사용할 수 있습니다. 자격 요건만 갖추면 바로 시작할 수 있으며, 투자 비용도 비교적 낮다는 장점이 있습니다. 오프라인의 경우 단독으로 관리하기는 어려울 수 있지만, 자원이 충분하다면 대형 슈퍼마켓과 직접 연결해 판매함으로써 이윤을 극대화할 수 있습니다. 인력이 부족하다면 현지 유통업체와 협력할 수도 있습니다. 이 경우 현지 유통업체가 프로모션 등의 업무를 대행해주지만, 비용이 발생하며 대행 업무 특성상 때때로 업무를 소홀히 처리할 가능성도 있습니다. 따라서 신뢰할 수 있고 평판이 좋은 유통업체를 선택하는 것이 중요하며, 장기적인 파트너십을 구축하는 것이 이상적입니다.

Q. 중국으로 해당 제품 수출 시 건강기능식품 인증(승인)을 받는 것을 추천하시나요? 그렇다면 해당 절차에 대해 설명 부탁드립니다.

네, 이 인증을 받으면 약국을 통한 판매가 가능합니다. 일반 식품 인증과의 차이점은 인증 기관을 선정 후 현장 검사를 거쳐 관련 자료를 제출해야 한다는 점입니다.

Q. 해당 제품을 건강기능식품이 아닌 일반 식품으로 수출할 수 있나요?

네, 하지만 중국에서는 반드시 인증받은 건강기능식품만 의학적인 효능을 광고할 수 있습니다. 필수적인 인증을 받지 않았다면 효능을 홍보하거나 포장에 효능을 기입할 수 없습니다.

Q. 중국 바이어와 수출을 위한 계약 체결 시 주의해야 할 핵심 사항은 무엇일까요?

바이어가 보유한 자격이 계약서에 명시된 내용과 일치하는지 확인하고, 실제로 해당 자격증을 갖추고 있는지를 철저히 검증하는 것이 중요합니다. 이 지역에서는 필수적인 인증 없이 운영하는 유명 회사들이 많으며, 하청에 의존하는 경우가 흔합니다. 이러한 회사들은 감당할 능력이 없는 프로젝트를 수주해 계약함으로써 차후 심각한 문제가 발생할 수 있습니다. 따라서 계약을 염두해둔 바이어의 자격, 인증과 관련된 사항에 대해 철저히 조사하는 것이 필수적입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'OTC Pharmaceuticals - China', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Vitamins & Minerals - China', 2024.10
3. CSF중국전문가포럼, '중에 부는 유기농 열풍...제품 판매액 19조 원 돌파', 2024.09
4. 스태티스타(Statista), 'FMCG retail sales breakdown China 2023, by channel', 2024.06
5. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea 2024', 2024.08
6. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2760-2014 식품첨가물 사용표준」, 2017.08
7. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2762-2012 식품 중 오염물 제한량」, 2017.08
8. 중화인민공화국 국가표준 「GB 29921-2013 식품 중 병원균 제한량」, 2017.08
9. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2761-2011 식품 중 진균독소 제한량」, 2017.08
10. 중화인민공화국 국가표준 「GB 7718-2011 사전포장 식품 라벨통칙」, 2017.08
11. 중화인민공화국 국가표준 「GB 28050-2011 사전포장 식품 영양라벨 통칙」, 2017.08
12. 중화인민공화국 국가표준 「GB 2763-2014 식품 중 농약의 최대 잔류허용기준」, 2017.08
13. 한국농수산물유통공사 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021.12
14. 식품의약품안전처 「식품 수출 안내서(중국편)」, 2021.12
15. KATI농식품수출정보 「2022년 한눈에 보이는 중국 농식품 수출 교역조건 현황」, 2023.07
16. 미국 농무부(USDA), 「Translation of Maximum Residue Limits for Pesticides in Foods」, 2021.08

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
5. 징동닷컴(JD.com) (jd.com)
6. 월마트 중국(Walmart China) (en.walmart.cn)
7. 차이나데일리(China Daily) (www.chinadaily.com.cn)
8. 월마트(Walmart) (corporate.walmart.com)
9. 영휘마트(永輝超市) (www.yonghui.com.cn)
10. 인포스탁데일리(Infostock Daily) (www.infostockdaily.co.kr)
11. 인사이드리테일(Inside Retail) (insideretail.asia)
12. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.com.cn)
13. 에이에스왓슨(AS Watson) (www.aswatson.com)
14. 왓슨스아시아(Watsons Asia) (www.watsonsasia.com)
18. 줌인포(Zoominfo) (www.zoominfo.com)
19. 매닝스(Mannings) (www.mannings.com.cn)
20. 뷰티누리화장품신문 (www.beautynury.com)
21. 트립닷컴(Trip.com) (www.trip.com)
22. 바이두(百度) (www.baidu.com)
23. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
24. 징동월드와이드(JD Worldwide) (www.cooperation.jd.com)
25. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
26. 관세법령정보포털(CLIP) (unipass.customs.go.kr)
27. 중화인민공화국 해관총서(GACC) (www.customs.gov.cn)
28. 중화인민공화국 시장감독관리총국(SAMR) (www.samr.gov.cn)
29. 중화인민공화국 국가위생건강위원회(NHC) (www.nhc.gov.cn)
30. 국제무역청(International Trade Administration) (www.trade.gov)
31. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
32. 한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

33. 중화인민공화국 농업농촌부(MOA) (www.moa.gov.cn)
34. 중화인민공화국 국가질량감독검험검역총국(AQSIQ) (www.aqsiq.gov.cn)
35. 농촌진흥청 (www.rda.go.kr)
36. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
37. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
38. KIEP대외경제정책연구원 (www.kiep.go.kr)
39. 화룬완지아(China Resources Vanguard) (www.crv.com.cn)
40. 허마(Hema) (www.freshippo.com)
41. 대선림(Dashenlin) (www.dslyy.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.11.15

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