

글로벌 건강기능식품 트렌드 & 기능성 소재

Global Supplements Trends & Functional Ingredients



글로벌 건강기능식품 트렌드 & 기능성 소재

Global Supplements Trends & Functional Ingredients

CONTENTS



※ Summary	5
I. 분석 방법론	13
II. 중국 개요	19
III. 중국 기능성 소재 트렌드	
1. 신규 원료 트렌드	29
2. 원료 트렌드	45
3. 클레임 트렌드	54
4. 기업 및 제품 트렌드	61
IV. 중국 수출 가이드	74
V. 중국 기능성 소재 전문가 인터뷰	80



글로벌 건강기능식품 트렌드 & 기능성 소재

Global Supplements Trends & Functional Ingredients

CONTENTS



VI. 대만 개요	89
VII. 대만 기능성 소재 트렌드	
1. 신규 원료 트렌드	97
2. 원료 트렌드	105
3. 클레임 트렌드	114
4. 기업 및 제품 트렌드	119
VIII. 대만 수출 가이드	136
IX. 대만 기능성 소재 전문가 인터뷰	143



CONTENTS



X. 태국 개요 163

X I. 태국 기능성 소재 트렌드

- 1. 신규 원료 트렌드 172
- 2. 원료 트렌드 178
- 3. 클레임 트렌드 193
- 4. 기업 및 제품 트렌드 202

X II. 태국 수출 가이드 219

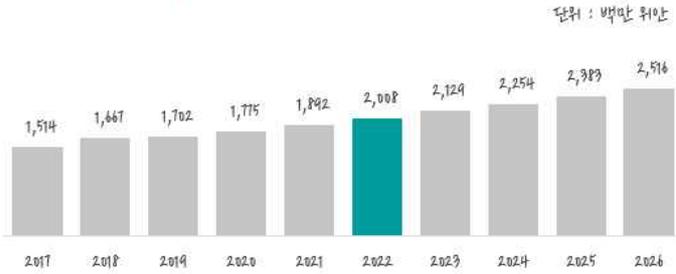
X III. 태국 기능성 소재 전문가 인터뷰 227

※ 부록 - 잠재 바이어 리스트

- 1. 잠재 바이어 리스트 246
- 2. 주요 소재 국내 사용 기준 258



중국 건강보조식품 시장 현황



중국 건강보조식품 시장 트렌드
 혁신적인 제형 인기 / 미용 기능성 보조식품 성장세
 허브, 전통 제품 주목 전망 / 향후 개인화 전망

중국 주요 기능성 소재



부로콜린

세포파괴의 감염병 예방 기능 주목



피고버섯

피부 미용과 혈압 및 지질 감소 효과



시균치 분말

면역력 강화, 소화 촉진, 심혈관 건강 개선

미 외 호즈마의 항산화 효과, 옥수수 전분의 혈중 지질 및 콜레스테롤 감소 효과도 주목

중국 기업 트렌드



BuffX

수면 유도 펩티드 성공 타겟 대상층 달리한 5개의 브랜드 출시 / 온라인 채널 타겟



By-health

담천배젓, 전라된, 젠스자 등 다수의 브랜드 보유



Biostime

핵심 성분으로 프로바이오틱스 감소 어린이용 제품 인기

중국 전문가 인터뷰



최근 중국 시장 내 인기 원료는? 옥수수, 생강, 브로콜리, 퀴노아, 판유 등 자연 유래 재료와 발효 콩으로 만든 템페, 밀크시슬 인기

최근 부상하는 클레임 키워드는? 간, 피부, 면역, 스트레스, 당뇨, 혈당/혈압, 뇌 등

최근 마케팅 및 유통채널 이슈는? SNS를 활용한 마케팅 대세. 퍼우인이나 샵오흥슈 인기. 드럭스토어 강세이나 온라인 중심 입점

한국과 중국 시장의 차이? 한국은 건기식 섭취에 긍정적 인식 강하고, 품질 보장 제품 다수. 중국은 수입산 제품 많고, 데일리 섭취 미흡

한국산 제품에 대한 인식은? 한국산 건강보조식품의 품질을 매우 높게 평가. 다만, 중국 내 미국산 및 호주산 제품 오래 유통되어 주의 필요

한국 중소 기업 주의사항은? 한국 중소 기업이 중국 CFDA 인증 취득 위해서는 많은 시간과 비용 소요. 전자상거래 플랫폼 수출이 가능해졌기 때문에, 티몰과 같은 온라인 물로의 진출 추천. 온라인 마케팅 수행 시 제품 원산지과 생산 배경 강조 필요

Dalian Futao Biomedical Technology

최근 중국 건기식 시장 현황은? 귀기자와 프로바이오틱스 성분 큰 인기. 피로 해소와 면역력 강화에 대한 수요 증가

최근 중국 내 인기 원료는? 귀리, 녹차, 마늘, 표고버섯, 브로콜리, 알로에베라, 해바라기유, 옥수수전분, 콜리플라워, 조스마리, 시금치 분말

최근 부상하는 클레임 키워드는? 정신, 간, 면역, 스트레스, 당뇨, 혈당, 염증, 혈압, 뇌

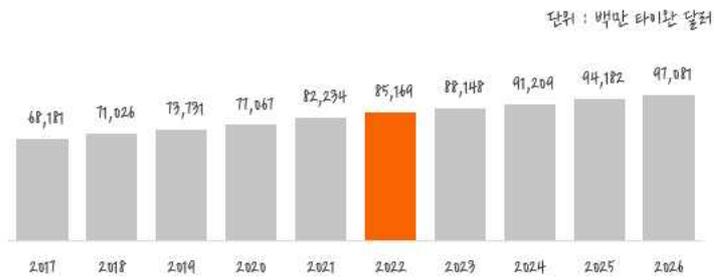
최근 마케팅 및 유통채널 이슈는? 약국 및 의사의 추천이 가장 중요. 온라인 발전으로 방문 판매 거의 사라짐

한국과 중국 시장의 차이? 중국의 타깃층 제한적(피트니스 중보자, 운동 후 영양 보충 원하는 소비자)

한국산 제품에 대한 인식은? 한국산 제품의 품질을 높게 평가. 다만, 미국산 브랜드가 높은 인지도

한국 중소 기업 주의사항은? 중국에 CFDA 인증 없이 진출 가능한 유일한 방법은 전자 상거래 통한 수출

대만 건강보조식품 시장 현황



현지 제조업체와 H&B 체인점 파트너십 확대
 프로바이오틱스, 글루코사민 및 루테인의 높은 인기
 질병 예방에 대한 인식 제고

대만 주요 기능성 소재



프로바이오틱스

소화기 건강 개선, 면역 체계 지원



루테인

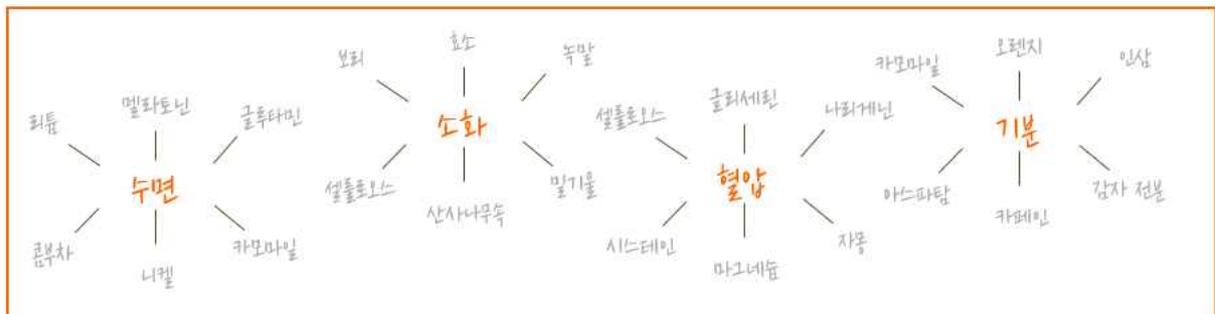
티안더허부의 음분 및 잘리형태
 제품 인기



사과 펙틴

프로안토시아닌 풍부

대만 클레임 트렌드



대만 기업 트렌드



TSC

대만 최대 제당 RLOJQ
저체 인당 발효 기술 활용 생명공학 사업 진출



Double Crane

명지버섯 건강식품 브랜드
보건복지부의 건강식품 허가 보유



Grape King

GMP 인증 표준 보유한 생명공학
RLOJQ
마케팅 자회사 Pro-Partner 설립

대만 전문가 인터뷰

Amway

최근 대만 건기식 시장의 변화는? 버스, 택시, 옥외광고 등 건기식 광고 눈에 띄게 증가. 세분시장 구축. 모든 연령층에서 인기

최근 대만 소비자들의 인식 변화는? 코로나19로 예방에 대한 인식 증대. 젊어지는 소비 연령층. 루테인 및 눈 건강 제품의 인기

인기있는 식물성 성분은? 콩이나 밀에서 추출한 식물성 단백질 인기. 인기 성분-은행나무 추출물, 라벤더, 미국산 인삼, 황기

대만 소비자들의 구매 요인은? 독특한 성분 보다는 순수한 성분, 효능을 강조한 익숙한 기능성 원료 인기

대만 내 건기식 마케팅 및 유통 전략은? 약사나 의사 등 의약품 전문가와의 협력. 최근 온라인, 편의점 등 유통채널 다변화

한국산 건기식에 대한 인식은? 한국산 제품에 대한 인식은 좋지만, 인지도는 낮은 편. 일본산 제품 인지도 매우 높음

최근 인기있는 클레임은? 면역력, 소화 기관 건강, 다이어트 및 체중 관리, 눈 건강 관심 증가

오메가3가 다시 관심 받게 된 원인은? 신규 제약 브랜드의 오메가3 성분이 광고 및 온라인 플랫폼에 재등장. 식물성 오메가3 관심 증가

대만 전문가 인터뷰

Amway

대만 건기식 시장의 현황은? 전통 중의약품과 한약재가 주요 부문 차지. 최근 푸틴인 카테고리 성장

프로바이오틱스 제품의 시장 내 위치는? 소화기 건강 개선, 면역 체계 지원 기능 중심 수요 높음. 편의점 통한 유통 시작

인기있는 식물성 성분은? 대두, 완두콩, 검은콩 등 식물성 단백질 성분. 파인애플, 쌀, 보리, 밀크씨앗, 대추, 구기자, 국화, 생강 등 인기

최근 인기있는 성분은? 글루타미산, 피부 미용으로 여성 소비자들에게 인기. 항노화 제품, 피트니스 시장 성장, 폐 건강 관리, 뇌 기능 보충제

전통적으로 선호하는 원료는? 한방 약초, 비타민, 미네랄, 프로바이오틱스, 오메가3 선호. 전통 한방 약초 성분 선호

최근 건기식 시장 변화는? 지속가능한 환경에 대한 인식 증대. 식물성 및 천연 재료 선호

대만 내 건기식 마케팅 및 유통 전략은? 온라인 쇼핑몰과 드럭스토어 중요. 편의점에서 PB 건기식 제품 판매

한국산 건기식에 대한 인식은? 한국산 홍삼 제품, 미용 건기식 인기. 다만, 미국, 일본, DBFJRTKSEMOTNDLQ산 필요

최근 인기있는 클레임은? AUSOUR 기능, 간 보호 및 피로 해소, 혈당 조절 및 체지방 감소 기능 인기



보건복지부 등록 건강식품 중 인기 성분은? 어유, 눈 건강 개선 제품에 주로 적용되나, 보건복지부 승인 효능은 아님.

'혈액 지질 조절' 기능 표기 가능

대만 보건복지부 등록 건강식품 중 인기 효능은? '혈중 지질 조절' 기능. 규격 심사 통해 승인 가능하여 테스트 및 임상 실험 필요 없음

인기있는 성분은? 세이지, 녹차, 폴리페놀, 인삼, 비트 등

인기있는 식물성 성분은? 라벤더, 애플펙틴, 은해나무 추출물 인기

최근 인기있는 클레임은? 항산화 및 대사량 증진 기능, 불면증 개선 기능, 정신 건강 개선 기능, 에너지 증진, 여성 자궁 건강 증진

효과적인 마케팅 방법은? 온라인 쇼핑 플랫폼 입점과 인플루언서 협업, 라이브 스트리밍 중요

한국 중소 기업 대상 조언은? 한국 특유의 기능성 원재료 강조, 대만 보건복지부의 건강식품 인증 취득. 온오프라인 마케팅 동시 진행

태국 건강보조식품 시장 현황



태국 소매업체, 뉴노멀에 적응할 판로 모색. 온라인 유통 주력
 신생 업체 사업 확장, 유통 경쟁 동반 상승 조짐
 신제품 개발, 노년층, 갭년기 여성, 비만 인구 등 특정 소비자군 겨냥 상품 출시 가능성

태국 주요 기능성 소재



녹차



강황



명지버섯



달맞이꽃 오일

생리통 완화, 피부 영양, 신체 균형 지원



에키네시아

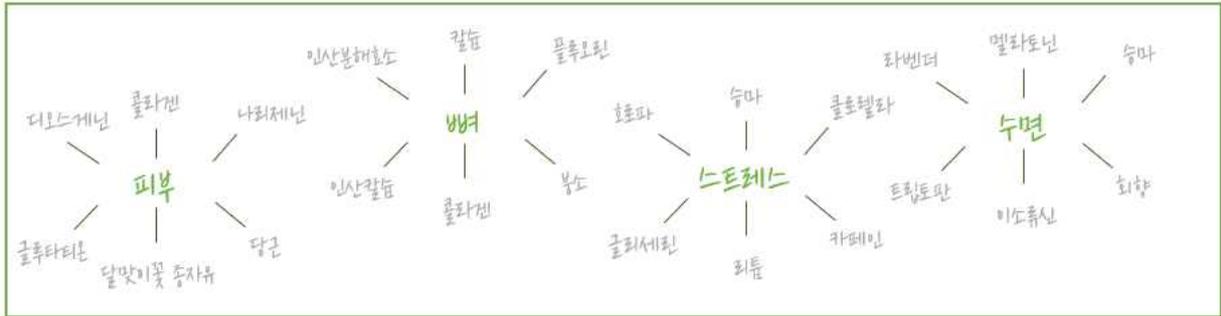
코로나19 기간
면역력 강화 기능으로 주목



당귀

태국 전통 의학에서 월경 정상화
기능으로 사용

대만 클레임 트렌드



대만 기업 트렌드



Raithai

천연 성분 기반
태국 고위 특산물 이용하거나 고급 수입 원재료 수입



Handy Herb

20년 이상 동양 한방재 바탕
다양한 제약 및 전기기 연구
약사, 의사와 협업



Real Elixir

전기기 OEM 제조 서비스 제공
태국 제약 분야 40년 이상 경험
ISO 9001 및 GMP 표준 충족

태국 전문가 인터뷰



최근 인기를 얻고 있는 원료는? 마리화나, 대마, 크라툼, 미네랄, 대두, 식물성 단백질, 녹차, 코코넛 오일, 유청 단백질, 달맞이꽃 오일, 포스파티딜콜린, 베타시토스테롤 등. 아스파람과 당귀는 기존부터 인기

태국 시장 내 인기있는 클레임? 피부, 스트레스, 정신 건강, 항노화, 소화기 건강, 심장 건강, 기억력, 관절 건강, 호흡기, 알레르기 등

효과적인 마케팅 방법은? 해외 수입 제품 - 해외 지사 설립 및 다단계 마케팅, 국내 생산 제품 - SNS 마케팅 및 온라인 제품 판매

트렌드로 떠오르는 제품 컨셉은? '뷰티' 키워드 통한 제품 컨셉 구상

한국과 태국 전기식 시장의 차이점은? 태국, 아직 전기식 시장규모 크지 않고 유통채널 한정된 특징 보유

한국 전기식의 주요 경쟁자는? 1990년대부터 일본 문화 수입, 경쟁력 보유 위해 '뷰티'에 초점 맞춘 제품 출시 필요

한국 중소기업 대상 조언은? 눈에 띄는 포장, 태국 FDA 규정에 맞는 신규 라벨링, 인플루언서와의 계약 통한 홍보

태국 전문가 인터뷰



최근 인기를 얻고 있는 원료는? 대마, 프로바이오틱스, 분말 형태의 식물성 단백질, 아스타잔틴, 고추콜라, 시스틴, 포스파티딜콜린, 에키네시아 등. 꾸준히 인기 보이는 성분은 달맞이꽃 오일, 당귀

태국 시장 내 인기있는 클레임? 식물성, 면역력 증진, 유기농, 체중 조절 보조, 스트레스 감소 및 수면 개선, 눈 건강, 피부 건강 등

효과적인 마케팅 방법은? SNS 마케팅과 인플루언서 마케팅. 이커머스 플랫폼이 가장 효과적인 채널, 최근 편의점 부상

트렌드로 떠오르는 제품 컨셉은? '뷰티' 키워드 통한 제품 컨셉 구상

최근 태국 전기식 시장 이슈는? 면역력 강화 기능에 대한 소비자 인식 낮아, 소비자 교육 필요

한국과 태국 전기식 시장의 차이점은? 태국 소비자, 한국 대비 새로운 기술 및 제형에 닫혀 있어

한국 중소기업 대상 조언은? 주요 경쟁 원산지는 일본과 미국. 뷰티 제품에 대한 타당성 조사 추천. 태국 진출 위한 브랜드 스토리 필요

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

1. 분석 방법론

I. 분석 방법론

1. 데이터 수집

▶ 단계 ① 건강기능식품 이슈 정보 수집

해외 기능성 소재 및 클레임 관련 이슈를 파악하기 위해 중국, 대만, 태국의 건강식품 및 의학 매체 등 정보 수집원 15개를 활용함. 데이터 수집 기간은 '2021.08-2023.08'이며, 데이터 수집량은 중국 13,286건, 대만 2,701건, 태국 2,166건에 달함. 또한 2022년에는 북미(미국), 남미(멕시코), 아시아(일본, 베트남), 유럽 권역을 대상으로 조사가 이루어졌으며, 이후 정보 이용자 대상 수요 조사를 통해 2023년 서남아시아태평양(호주, 인도), 아시아(중국, 대만, 태국) 권역을 선정, 조사가 이루어짐

[표1] 중국, 대만, 태국 건강기능식품 빅데이터 수집 정보원

순번	국가	매체명	구분	사이트 주소
1	중국	China Food News (中国食品报)	식품 매체	https://www.cnfood.cn/article?id=1370276140601577473
2	중국	China Net Food Channel (中国网食品频道)	식품 매체	http://food.china.com.cn/
3	중국	foodmate (食品伙伴网)	식품 매체	http://www.foodmate.net/
4	중국	nutraingredients	식품 매체	https://www.nutraingredients-asia.com/China
5	중국	Shipinbaodao (食品报导)	식품 매체	http://www.shipinbaodao.com/
6	중국	Sohu (搜狐)	종합 매체	https://www.sohu.com/
7	대만	edh	종합 매체	https://www.edh.tw
8	대만	Liberty Times	종합 매체	https://www.ltn.com.tw/
9	대만	Yahoo	종합 매체	https://tw.yahoo.com/
10	대만	heho	건강 매체	https://heho.com.tw/
11	태국	pobpad (ปอบพาด)	건강 매체	https://www.pobpad.com/
12	태국	hellokhunmor (Hello คุณหมอม)	건강 매체	https://hellokhunmor.com/
13	태국	medthai (MedThai)	건강 매체	https://medthai.com/
14	태국	Bangkok Biznews (กรุงเทพฯธุรกิจ)	종합 매체	https://www.bangkokbiznews.com/
15	태국	KaPook (คูป)	건강 매체	https://www.kapook.com/

2. 키워드집 구축

▶ 단계 ② 기능성 소재 키워드집 구축

미국 천연제품협회(Natural Products Association, 기존 국립영양식품협회(National Nutritional Foods Association, NNFA)에서 협회명 변경)의 ‘NNFA Dietary Ingredient List’와 기능성 농식품자원 정보 서비스의 국내산 대체 원료 정보¹⁾, 식품의약품안전처의 건강기능식품 영양 DB²⁾를 참고하여, 아미노산 및 펩티드 (Amino Acids & Peptides) / 오일 및 지방산(Fats and Oils) / 식물성(Botanicals) / 식물성물질(Bio chemicals) / 프로바이오틱스 & 단세포 제품 (Probiotics & Single Cell Products) / 무기질 & 비타민 및 미네랄(Vitamins & Minerals) 카테고리 총 약 800건의 키워드집을 구축함

[표2] 건강기능식품 소재 키워드집

분류 ³⁾	키워드(한국어)	키워드(영어)
비타민 및 미네랄 ⁴⁾ (Vitamins & Minerals)	비타민 A	Vitamin A
	비타민 C	Vitamin C
	비타민 B	Vitamin B
	...	
식물성 (Botanicals)	팥	Adzuki sprouts
	짚신나물	agrimony
	알팔파	Alfalfa
	...	
생화학물질 (Biochemicals)	아스타잔틴	Astaxanthin
	바이칼린	Baicalin
	베타글루칸	Beta glucan
	...	
프로바이오틱스 & 단세포 제품 (Probiotics & Single Cell Products)	바실러스	Bacillus
	바실러스 코에굴런스 락토유산균	Bacillus coagulans
	비피도박테리움	Bifidobacterium
	...	

1) 기능성 농식품자원 정보 서비스 국내산 대체 원료 정보(<https://www.fmis.kr/public/contents/htfs/GbinPublicAlternativeMaterialList.do?pageNo=3050200>)

2) 식품의약품안전처의 건강기능식품 영양 DB(<https://www.foodsafetykorea.go.kr/main.do>)

3) 본 보고서의 건강기능식품 카테고리 분류는 천연제품협회(Natural Products Association, 기존 국립영양식품협회(National Nutritional Foods Association, NNFA)에서 협회명 변경)의 ‘NNFA Dietary Ingredient List’를 따름

4) 기능성 원료는 아니나, 영양성분으로서의 기능을 나타내는 ‘비타민 및 미네랄’류에 대한 이슈 및 제품도 분석함

▶ 단계 ③ 기능성 클레임 키워드집 구축

건강기능식품 기능성 중 국내에서 인정된 키워드와, 중국, 대만, 태국 매체 내 다빈출한 클레임 키워드를 혼합하여 총 60개의 클레임 키워드집을 구축함

[표3] 건강기능식품 클레임 키워드집

순번	키워드(한국어)	키워드(영어)
1	간	liver
2	갱년기 여성	menopausal women
3	갱년기 남성	menopausal men
4	피부	skin
5	관절	joint
6	뼈	bone
7	기억력	memory
8	스트레스/긴장	stress/tension
9	눈	eye
10	면역	immune
11	배뇨	urination
12	수면	Sleep
13	어린이 키성장	child hight growth
14	스트레스	stress
15	월경	Menstruation
16	위	stomach
17	소화	digestion
	...	

3. 키워드 선정

▶ 미래신호탐지기법을 활용한 잠재 키워드 선정

빅데이터 분석 기법의 하나인 미래신호탐지기법(Futures Signals Detection Technique)을 통하여 지난 3개년 동안 발생했던 중국, 대만, 태국의 기능성 소재 및 클레임 키워드들의 증가율 및 평균 점유율을 분석함. 즉, 1단계에서 수집한 국가별 매체 내 2단계에서 구축한 키워드별 평균 점유율과 증가율을 미래신호탐지기법을 통해 분석함. 결과적으로 현재 이슈이거나 향후 부상할 것으로 전망되는 키워드를 선정함

미래신호탐지기법은 이슈 키워드들의 구간별 단어 빈도를 분석(TF, Term Frequency)하고 키워드의 중요도(Keyword Emergence Map)를 추산해 강신호(Strong Signal), 약신호(Weak Signal), 잠재신호(Latent Signal), 강하진 않지만 잘 알려진 신호(Not Strong but well-known Signal)를 선정하는 프로세스로 진행함

[표4] 미래신호탐지기법(Futures Signals Detection Technique)



신호 유형	주요 내용
강신호	다수가 인지하고 있는 중요한 이슈
약신호	강신호는 아니지만 앞으로 부상할 것으로 예상되는 이슈
잠재신호	아직 인지도 및 증가율이 낮은 잠재 이슈
강하진 않지만 잘 알려진 신호	널리 알려져 있지만 증가율이 높지 않은 이슈

▶ 전문가 인터뷰를 통한 최종 키워드 선정

도출된 ‘강신호/약신호’ 키워드 리스트를 국가별 전문가에게 전달하여, 1차 인터뷰를 진행해 최근 주목받고 있는 소재인지, 또는 향후 부상할 것으로 예상되는 가능성 소재인지의 여부를 평가함. 이후 선정된 소재 및 클레임 키워드 대상 추가적인 자료 조사를 진행하고, 현지 전문가 대상 2차 인터뷰를 통해 보다 세부적인 국가별 건기식 트렌드를 조사함

즉, 전반적인 분석 프로세스는 ‘1단계: 빅데이터 분석 기반 강신호/약신호 리스트 도출 - 2단계: 전문가 대상 1차 인터뷰 진행(강신호/약신호 검증 및 분석 대상 키워드 선정) - 3단계: 분석 대상 키워드에 대한 2차 문헌자료 조사 - 4단계: 2차 전문가 인터뷰 진행 - 5단계: 인터뷰 내용 기반 문헌조사 자료 보완’의 단계를 거침. 전문가 유형은 국가별 건강기능식품 수입유통업체 및 제조사 담당자, 제조사, 건강기능식품 컨설팅 담당자 등으로 구성됨. 그 결과는 하기 표와 같음

[표5] 중국 건강기능식품 클레임 키워드 빅데이터 분석 결과 예시

순번	효능(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	건강	health	2486	1.340	강신호
2	노화	aging	1261	3.728	강신호
3	정신	mental	914	1.892	강신호
4	관절	joint	837	4.444	강신호
5	간	liver	672	5.809	강신호
6	피부	skin	428	4.911	강신호
7	몸무게	weight	368	0.671	강신호
8	에너지	energy	300	1.038	강신호
9	구강	oral	251	0.771	강신호
10	뼈	bone	236	2.546	강신호

■ 전문가 인터뷰 결과 1회 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)
 ■ 전문가 인터뷰 결과 2회 이상 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

II. 중국 개요

II. 개요

1. 중국 건강기능식품 시장 개요

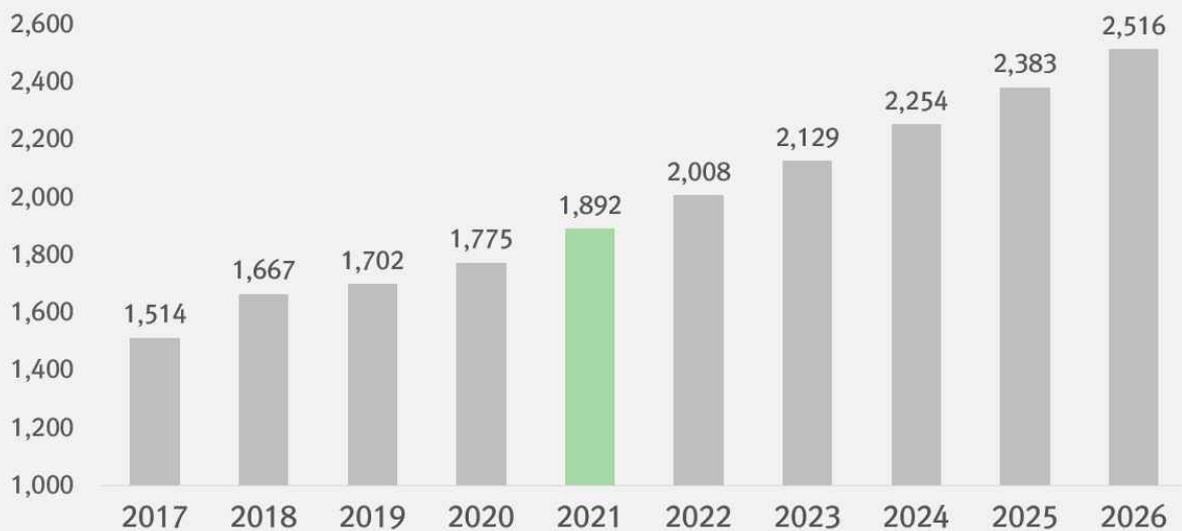
▶ 중국 건강기능식품 및 비타민 시장규모, 2021년 1,892억 위안

2021년 기준 중국 건강기능식품 및 비타민 전체 시장규모는 1,892억 위안으로 지난 5년간(2017-2021년) 연평균 5.7%의 성장률을 보임. 향후 5년간(2022년-2026년)의 중국 건강기능식품 및 비타민 시장규모는 연평균 5.8%로 지난 5년간 연평균 성장률과 비슷한 수준으로 성장할 것으로 전망됨

그중 건강기능식품 시장은 2021년에도 역동적인 성장세를 지속하였는데, 전년 대비 6.9% 성장한 1,223억 위안의 규모에 도달함. 하위 항목인 눈 건강 보조식품 시장은 전년 대비 약 30% 성장하여 2021년도에 가장 높은 세부 항목 성장률을 기록함. 한편, 중국의 바이헬스(By-health) 사는 2021년 건강기능식품 시장에서 약 11%의 비중을 차지하여 건강기능식품 제조 분야의 선두 주자로 영향력을 확대함. 향후 5년간 건강기능식품 시장은 연평균 5.9%씩 성장하여 2026년 약 1,634억 위안의 규모에 달할 것으로 예측됨

[표6] 중국 건강기능식품 및 비타민 시장규모 현황

단위: 백만 위안



자료: 유로모니터(Euromonitor)

2. 중국 건강기능식품 시장 동향

[표기] 중국 건강기능식품 시장 세부 시장규모(2017-2021) 추이

단위: 백만 위안, 백분율(%), 자료: 유로모니터(Euromonitor)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	시장점유율 ⁵⁾	CAGR
▲ 건강기능식품	95,758.3	106,180.7	109,294.0	114,416.9	122,290.6	100.0% ⁶⁾	6.3%
① 식물성/ 전통 건강기능식품	44,653.2	48,975.5	48,572.3	49,395.3	50,999.8	41.7%	3.4%
①-1 알로에	256.5	279.6	296.3	318.6	332.9	0.7%	6.7%
①-2 복합 식물성/ 전통 건강기능식품	13,912.5	14,486.8	13,259.0	12,861.2	13,054.2	25.6%	-1.6%
①-3 마늘	1,358.0	1,449.3	1,541.2	1,630.5	1,728.4	3.4%	6.2%
①-4 은행	651.3	666.5	680.8	677.4	681.4	1.3%	1.1%
①-5 인삼	2,636.3	2,676.2	2,711.6	2,771.2	2,821.1	5.5%	1.7%
①-6 기타 식물성/ 전통 건강기능식품	25,838.6	29,417.2	30,083.5	31,136.4	32,381.9	63.5%	5.8%
② 비(非) 식물성/ 전통 건강기능식품	51,105.1	57,205.2	60,721.7	65,021.6	71,290.8	58.3%	8.7%
②-1 코엔자임 Q10	419.6	610.5	790.6	921.0	1,038.9	1.5%	25.4%
②-2 복합 비(非) 식물성/ 전통 건강기능식품	4,784.6	4,976.9	4,550.3	4,306.9	4,220.8	5.9%	-3.1%
②-3 눈건강 보조식품	1,290.0	1,612.5	1,902.8	2,178.8	2,832.4	4.0%	21.7%
②-4 어유/오메가 지방산	2,685.1	2,898.4	2,922.0	2,936.6	2,960.1	4.2%	2.5%
②-5 글루코사민	3,983.2	6,590.0	8,700.6	10,484.2	13,419.8	18.8%	35.5%
②-6 미네랄	19,084.5	20,059.6	21,031.1	21,882.5	22,957.8	32.2%	4.7%
②-7 프로바이오틱스 보조식품	2,921.6	3,593.6	4,240.4	5,067.3	5,928.8	8.3%	19.4%
②-8 단백질 보조식품	7,050.7	7,452.5	7,154.4	7,598.0	8,015.9	11.2%	3.3%
②-9 기타 비(非) 식물성/ 전통 건강기능식품	8,885.9	9,411.2	9,429.5	9,646.3	9,916.4	13.9%	2.8%

5) 2021년 시장규모 기준임

6) ①, ②는 Dietary Supplements 시장에서의 점유율을 나타냄

[표8] 중국 건강기능식품 시장 세부 시장규모(2022-2026) 전망

단위: 백만 위안, 백분율(%)

구분	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	시장점유율 ⁷⁾	CAGR
▲ 건강기능식품	130,132.0	138,193.2	146,330.5	154,761.1	163,368.9	100.0% ⁸⁾	5.9%
① 식물성/ 전통 건강기능식품	52,672.0	54,358.3	56,092.0	57,795.8	59,440.9	36.4%	3.1%
①-1 알로에	353.8	374.6	395.3	415.3	434.3	0.7%	5.3%
①-2 복합 식물성/ 전통 건강기능식품	13,206.0	13,347.1	13,485.2	13,601.8	13,691.0	23.0%	0.9%
①-3 마늘	1,810.3	1,892.6	1,978.1	2,064.2	2,149.6	3.6%	4.4%
①-4 은행	682.4	682.7	682.8	681.7	679.1	1.1%	-0.1%
①-5 인삼	2,868.3	2,913.7	2,958.7	2,999.5	3,034.5	5.1%	1.4%
①-6 기타 식물성/ 전통 건강기능식품	33,751.2	35,147.7	36,591.8	38,033.4	39,452.4	66.4%	4.0%
② 비(非) 식물성/ 전통 건강기능식품	77,460.0	83,834.9	90,238.6	96,965.3	103,928.0	63.6%	7.6%
②-1 코엔자임 Q10	1,159.3	1,289.1	1,429.2	1,577.8	1,733.7	1.7%	10.6%
②-2 복합 비(非) 식물성/ 전통 건강기능식품	4,097.3	3,960.9	3,815.2	3,656.5	3,485.6	3.4%	-4.0%
②-3 눈건강 보조식품	3,415.2	4,087.6	4,858.7	5,727.4	6,692.5	6.4%	18.3%
②-4 어유/오메가 지방산	2,964.2	2,962.6	2,956.8	2,943.0	2,920.0	2.8%	-0.4%
②-5 글루코사민	16,455.6	19,526.8	22,410.1	25,498.2	28,749.5	27.7%	15.0%
②-6 미네랄	23,912.6	24,881.6	25,886.4	26,888.7	27,875.9	26.8%	3.9%
②-7 프로바이오틱스 보조식품	6,785.3	7,704.6	8,684.4	9,703.1	10,741.4	10.3%	12.2%
②-8 단백질 보조식품	8,354.9	8,700.6	9,058.1	9,414.9	9,766.2	9.4%	4.0%
②-9 기타 비(非) 식물성/ 전통 건강기능식품	10,315.5	10,721.2	11,139.7	11,555.8	11,963.2	11.5%	3.8%

7) 2026년 시장규모 기준임

8) ①, ②는 Dietary Supplements 시장에서의 점유율을 나타냄

▶ 면역력 관련 제품 판매 지속 증가⁹⁾

코로나19로 인해 중국 소비자들은 기초 건강 관리의 중요성을 재인식하게 되었음. 이로 인해 면역력 강화와 관련된 건강기능식품의 수요가 지속적으로 증가하고 있으며, 이러한 소비 경향은 앞으로도 장기적으로 지속될 것으로 예상됨

중국 소비자들은 전통적인 한방 치료법에 대한 선호도가 높은 편임. 특히 중국 전통 의학은 면역력 강화를 표방하는데 특히 인기가 있으며, 현재 코로나19로 인해 더욱 주목받고 있음. 중국 소비자들은 면역력 증진을 통해 질병을 예방하고자 하는 목적으로 이러한 전통적인 한방 치료법을 사용하고 있음

또한, 소비자들의 건강 의식이 높아지면서 면역력 강화에 도움이 되는 성분이 함유된 영양보충제가 인기를 얻고 있음. 대표적으로 비타민C, 종합비타민, 단백질 보충제와 같은 제품이 소비자들에게 널리 알려져 있으며, 이러한 영양보충제의 수요는 지속적으로 성장하고 있음

이와 같은 소비추세의 변화는 중국 건강기능식품 시장 내에 역동성을 부여할 것으로 보임. 따라서 건강기능식품 기업들은 건강과 면역력 증진에 대한 소비자들의 관심에 부응하는 제품과 서비스를 개발하는 것이 중요함. 또한, 중국의 전통 한방 치료법과 면역력 강화 성분들에 대한 이해 및 홍보가 필요하며, 시장 세분화를 통해 각 소비층의 수요에 맞는 제품을 선보이는 것이 성공전략이 될 것으로 전망됨

9) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in China', 2021.09

▶ 건강기능식품 시장 이커머스 보급 확대¹⁰⁾

최근 중국 건강기능식품 시장에서의 이커머스 보급이 확대되고 있으며, 특히 2020년에는 코로나19로 인한 오프라인 채널 위축으로 온라인 채널을 통한 매출이 급증하였음. 이와 같은 이커머스 채널의 성장은 2021년에도 이어지며 중국 소비자들의 생활 속에 더욱 깊숙이 자리매김한 것으로 보임

중국 최대 건강기능식품 이커머스 플랫폼 알리헬스(Ali Health)는 두 자릿수의 높은 매출 증가율을 기록했으며, 연간 활성 소비자 수는 2억 명을 넘어선 것으로 나타남. 알리헬스는 ‘클릭 앤 딜리버리 서비스’를 강화하여 소비자들에게 개선된 구매 경험을 제공하고 있으며, 현재 ‘7*24 서비스’와 ‘1시간 배송 서비스’를 지원하고 있음

이렇듯, 이커머스 및 디지털 플랫폼 활성화는 수많은 기업의 핵심 전략으로 손꼽히고 있음. 일례로 바이헬스는 2019년 전체 매출의 20%에 불과했던 온라인 매출액 비중을 2020년 30% 이상으로 증대했으며, 2021년에는 온라인 전용 브랜드인 얼시바첸(Er Shi Ba Chen)을 출시하는 등 디지털 혁신을 지속하여 중국 시민들의 온라인 구매 수요를 충족시키고 있음

10) 유로모니터(Euromonitor), ‘Consumer Health in China’, 2021.09

▶ 혁신적인 제형이 소비자 사이 인기11)

최근 중국 소비자들 사이에서는 새로운 제형의 건강기능식품이 인기를 얻고 있으며, 이러한 소비자 선호도에 따라 건강기능식품이 ‘스낵화’되고 있음. 특히 구미나 젤리 제형의 건강기능식품은 정제, 캡슐, 분말 등 전통적인 제형 제품 대비 높은 매출 증가율을 보이는 것으로 나타남. 버프엑스(BuffX)는 수면 젤리부터 소화 젤리에 이르기까지 중국인들의 다양한 건강 수요를 겨냥한 건강 기능 젤리를 출시하여 주목받고 있음. 이처럼 맛과 식감이 개선된 새로운 제형의 건강기능식품을 출시하는 브랜드가 중국 건강기능식품 시장에서 지속적으로 성장할 수 있을 것으로 전망됨

[표9] 버프엑스의 젤리 형태 건강보조제



브랜드	버프엑스(BuffX)	제품명	버프엑스 스테이업 과일맛 젤리 (BUFF X STAYUP Fruit Jelly)
용량	45g(3g*15개입)	가격	9.49달러
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 파우치에 포장되어 있어 휴대가 용이함 - 간 해독 기능, 피로 완화, 신진대사 촉진, 음주 후유증 감소 등에 도움을 줄 수 있음 - 강황 및 기타 천연 성분 재료가 함유되어 있음 - 해당 라인의 제품은 기능에 따라 ‘BUFF X STAYUP’, ‘BUFF X SLEEP’, ‘BUFF X ENERGY’ 등 다양한 종류가 출시되어 있음 		

자료: 뉴트라인그레디언츠아시아(NutraIngredients Asia), 야미(YAMI)

11) 유로모니터(Euromonitor), ‘Consumer Health in China’, 2021.09

▶ 미용 기능성 건강기능식품 성장세¹²⁾

미용 기능성 건강기능식품은 면역 증진, 관절 개선, 눈 건강 개선 기능성 보조식품과 함께 중국 내 가장 빠른 속도로 성장하는 시장영역에 해당함. 이는 젊은 여성 소비층의 경제력 향상과 동시에 프리미엄 소비 및 자기 존중감에 대한 관심의 증가에서 기인함. 중국에서는 특히 안티에이징 및 콜라겐 보충 기능성 제품이 높은 인기를 얻고 있는 것으로 나타남. 일례로 온라인 건강기능식품 브랜드 원더랩(WonderLab)은 블루마지바이오텍(Bloomage Biotech)과 협업하여 히알루론산 젤리를 출시하였으며 이를 통해 온라인 매출액을 크게 증대하였음. 온라인을 통한 미용 및 패션 제품 구매가 익숙한 중국의 젊은 여성 소비층은 이제 미용 기능성 건강기능식품으로 구매영역을 확대하고 있음. 이에 따라 미용 기능성 건강기능식품은 이커머스 기반으로 높은 성장률을 지속할 것으로 보임

[표10] 원더랩의 히알루론산 젤리 건강보조제



브랜드	원더랩(WonderLab)	제품명	츄어블 히알루론산(可以吃的玻尿酸—嚼倾心)
용량	80g(4g*20개입)	가격	79위안
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 히알루론산이 함유되어 피부 건강에 도움을 줌 - 복숭아 맛의 소프트 캔디 및 젤리 - 공복에도 섭취할 수 있으며, 하루 16알 이하로 섭취 권장됨 - 히알루론산나트륨, 쌀 유래 세라마이드 등의 성분이 첨가되어 있음 		

자료: 글로시(Glossy), 商业新知(상예신지)

12) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in China', 2021.09

▶ 허브/전통 제품 주목 전망¹³⁾

식물성/전통 건강기능식품은 중국 역사 전반에 걸쳐 사용되어 온 전통적 치료요법에 대한 신뢰성을 바탕으로 오랫동안 선호되었음. 최근에는 한의학에서 사용되는 식물성/전통 건강기능식품이 면역력 강화 등의 효과가 있다는 임상 연구 결과가 발표되면서, 코로나19를 극복하기 위해 식물성/전통 제품을 구매하는 소비층이 크게 확대됨

또한, 중국 소비자들은 전반적인 신체 건강을 위해 식물성/전통 건강기능식품을 구매하는 경향이 있음. 면역력 강화, 에너지 증진, 피로 해소 등 일반적인 신체 건강의 증진을 근본적인 치료 방법으로 인식하는 중국 소비자들의 특성에 따라 전반적인 건강 기능을 향상하는 것으로 알려진 식물성/전통 건강기능식품 선호도가 높음

최근에는 젊은 소비층에서 식물성/전통 건강기능식품이 인기를 얻고 있음. 스트레스 및 불안 수치가 높은 현대인들은 건강 관리에 대한 중요성을 인식하는 추세임. 이로 인해 에너지를 북돋우는 이자오(阿膠)¹⁴⁾나 스트레스 해소에 도움이 되는 허브 차 등의 제품들이 젊은 소비층 사이에서 주목받고 있음

[표11] 중국에서 판매되는 이자오 및 허브차 제품



브랜드	무예(赋预)	브랜드	사월차농(四月茶依)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - ISO9001 품질 경영 시스템 국제 표준 취득 - 고체 형태로 개별포장되어 있음 - 고급 포장으로 선물용으로도 판매됨 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 자스민 꽃잎을 건조하여 차 형태로 생산된 제품 - 자스민 아로마로 스트레스 관리에 뛰어나다는 점을 강조함

자료: 아마존(Amazon), 타오바오(Taobao)

13) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in China', 2021.09

14) 중국 전통 의학에서 쓰였던 당나귀 가죽으로 만든 젤라틴(gelatin) 성분

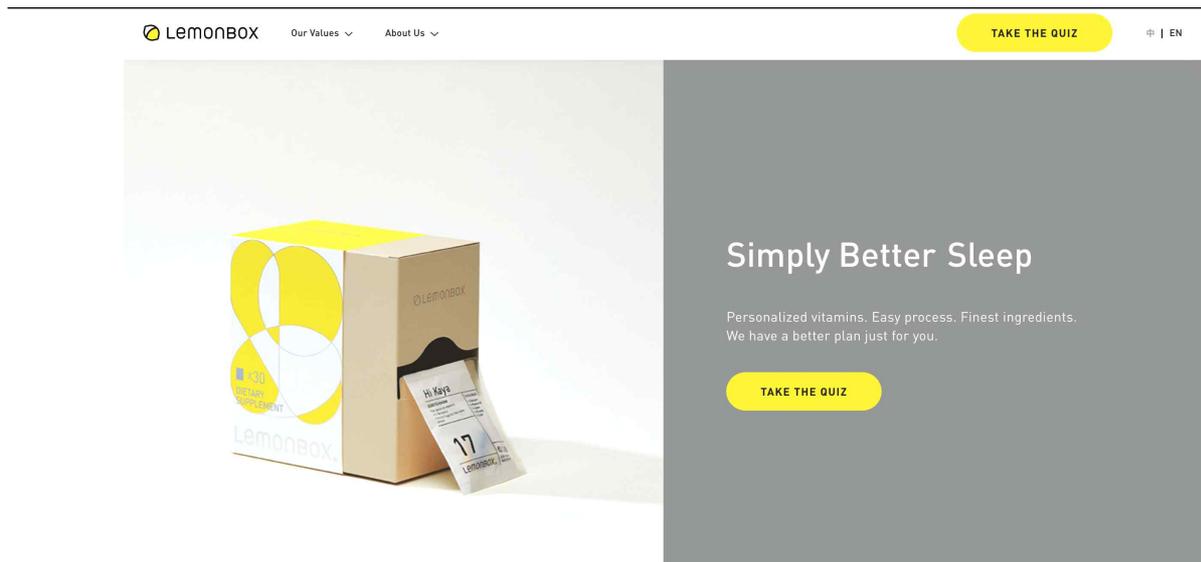
▶ 중국 건강기능식품 시장, 개인화 전망¹⁵⁾

중국인들의 경제 수준 향상 및 소비 수요의 다양화로 보다 개인화된 소비가 증가하고 있음. 이와 같은 소비 경향은 건강기능식품 시장에도 영향을 미쳐 ‘맞춤형 건강기능식품’이 트렌드 키워드로 떠오르고 있음. 이러한 시장 변화 속에서 중국 스타트업 레몬박스(LemonBox)는 건강기능식품 개인 맞춤화 분야의 선두 주자로 주목받고 있음

레몬박스는 웨이보와 위챗 등의 소셜 미디어를 적극 활용하여 젊은 중국 소비자들과 긍정적인 관계를 구축하고 있으며, 미국에서 수입되는 고품질의 원료를 소비자들에게 효과적으로 홍보하고 있음. 레몬박스를 이용하고자 하는 고객은 위챗 미니 프로그램에서 설문지를 작성해야 하며, 해당 설문지에 기재된 정보를 종합하여 각 고객에게 적합한 맞춤형 건강기능식품 패키지가 추천됨

또한, 레몬박스는 소비자들이 원하는 재료를 직접 선택하거나, 30일 분량의 패키지를 직접 구성할 수 있도록 하고 있음. 이러한 소비자 맞춤형 건강기능식품 패키지는 미국에서 제조되어 중국 소비자들의 문 앞까지 배송되고 있음

[표12] 중국 레몬박스(LemonBox) 홈페이지 사진



자료: 레몬박스(LemonBox)

15) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in China', 2021.09

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅲ. 중국 기능성 소재 트렌드

1. 신규 원료 트렌드

Ⅲ. 중국 기능성 소재 트렌드

1) 신규 원료 트렌드

▶ 2023년판 건강기능식품 원료목록 공고

〈중화인민공화국 식품안전법〉 및 〈건강기능식품 원료목록 및 보건기능목록 관리 방법〉에 따라 시장감독총국은 중국위생건강위원회, 중국중의약국과 함께 〈건강기능식품 원료목록-영양보충제(2023년)〉, 〈주장 가능한 건강기능식품의 보건기능목록-영양보충제(2023년)〉에 대해 조정을 하였으며, 〈건강기능식품 원료목록-분리대두단백〉, 〈건강기능식품 원료목록-유청 단백질〉을 제정하였으며 2023년 10월 1일부터 시행할 예정임. 전에 발표됐던 목록과 일치하지 않는 경우 본 목록을 우선으로 적용함¹⁶⁾

〈건강기능식품 원료목록-영양보충제(2023년)〉가 2023년 판으로 업데이트됨에 따라 주요 변경 사항은 다음과 같음. DHA가 새로운 영양소로 추가 되었고, 카세인 포스포펩타이드 + 칼슘이 새로운 복합 칼슘 공급원으로 추가됨. 엽화헤민이 새로운 철 화합물 공급원으로 추가됨. 비타민K2(합성법)를 식품 영양 강화제로 추가함. 이 외 5개 화합물에 대한 표준기준이 업데이트 됨

또한, 〈건강기능식품 원료목록-분리대두단백〉, 〈건강기능식품 원료목록-유청 단백질〉이 제정됨에 따라 건강식품 등록 작업을 심층적으로 추진하겠다고 밝힘. 이로써 기존 건강식품 기능성 원료 엔자임Q10, 어유, 영지포자분말, 스피루리나, 멜라토닌에 분리대두단백과 유청단백을 추가해 건강식품으로 등록된 기능성 원료를 7개로 늘림

16) KATI 농식품수출정보, '2023년 6월 중국 비관세장벽 모니터링', 2023.07.10

[표13] 건강식품 원료 카탈로그-분리대두단백

원료명	분리대두단백	
일일 섭취량	섭취량 범위	단백질 6-25g
	적합 대상	단백질 섭취 부족으로 면역이 저하된 성인
	부적합 대상	아동, 소년
	유의사항	<ul style="list-style-type: none"> - 성인의 1일 단백질 총 권장섭취량은 60g, 일일 섭취량에 따라 적정량 내에서 섭취 권장 - 단백질 결핍이 없는 사람에게는 권장되지 않음 - 식물성 단백질에 알레르기가 있는 사람은 섭취를 금하며, - 신부전 환자는 주의하여 섭취할 것을 권장 - 임산부와 수유부는 임상의 및 영양 전문가와 상담 후 섭취 권장
효능	면역력 강화	

출처: KATI 농식품수출정보, '2023년 6월 중국 비관세장벽 모니터링', 2023.07.10

[표14] 건강식품 원료 카탈로그-유청단백

원료명	유청단백	
일일 섭취량	섭취량 범위	단백질 6-25g
	적합 대상	단백질 섭취 부족으로 면역이 저하된 성인
	부적합 대상	아동, 소년
	유의사항	<ul style="list-style-type: none"> - 성인의 1 일 단백질 총 권장섭취량은 60g, 일일 섭취량에 따라 적정량 내에서 섭취 권장 - 단백질 결핍이 없는 사람에게는 권장되지 않음 - 동물성 단백질에 알레르기가 있는 사람은 섭취를 금하며, 신부전 환자는 주의하여 섭취할 것을 권장 - 임산부와 수유부는 임상의 및 영양 전문가와 상담 후 섭취 권장
효능	면역력 강화	

출처: KATI 농식품수출정보, '2023년 6월 중국 비관세장벽 모니터링', 2023.07.10

▶ 2023년판 건강기능식품 원료목록 공고 확인 방법

앞서 말한 리스트의 경우 시장감독총국 홈페이지에서 확인 가능함.17) 해당 게시물의 첨부파일을 다운로드하여 영양보충제 건강기능식품 원료 목록과 영양보충제 건강기능식품의 주장 가능한 보건 기능 등을 확인할 수 있음

[표15] 2023년판 건강기능식품 원료 목록

The screenshot shows the official website of the State Administration for Market Regulation (SAMR) in China. The page displays a public notice (公告) regarding the release of the 2023 edition of the Health Food Ingredient List (保健食品原料目录) and the Health Food Claimed Health Function List (允许保健食品声称的保健功能目录). The notice includes the following details:

- 标题 (Title):** 国家市场监督管理总局 国家卫生健康委员会 国家中医药管理局关于发布《保健食品原料目录 营养素补充剂 (2023年版)》《允许保健食品声称的保健功能目录 营养素补充剂 (2023年版)》和《保健食品原料目录 大豆分离蛋白》《保健食品原料目录 乳清蛋白》的公告
- 索引号 (Index Number):** 11100000MB0143028R/2023-810142
- 文号 (Document Number):** 2023年第22号
- 成文日期 (Effective Date):** 2023年06月02日
- 主题分类 (Subject Classification):** 联合发文
- 所属机构 (Issuing Agency):** 特殊食品安全监督管理局
- 发布日期 (Release Date):** 2023年06月14日

The main text of the notice states that according to the Food Safety Law and the Health Food Ingredient List Management Measures, the SAMR, the State Health Commission, and the State Administration of Traditional Chinese Medicine have jointly issued the 2023 edition of the Health Food Ingredient List and the Health Food Claimed Health Function List. The notice is effective from October 1, 2023, and the previous editions are hereby annulled.

The notice is signed by the State Administration for Market Regulation and the State Health Commission, dated June 2, 2023.

附件下载 (Attachments):

- 保健食品原料目录 营养素补充剂 (2023年版).pdf
- 允许保健食品声称的保健功能目录 营养素补充剂 (2023年版).pdf
- 保健食品原料目录 大豆分离蛋白.pdf
- 保健食品原料目录 乳清蛋白.pdf

Additional links for related information are provided:

- 健康기능식품 원료목록-영양보충제
- 주장 가능한 건강기능식품의 보건기능목록-영양보충제
- 健康기능식품 원료목록-분리대두단백
- 健康기능식품 원료목록-유청단백질

출처: 국가시장감독관리총국(国家市场监督管理总局) 홈페이지

17) https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzgknr/tssps/art/2023/art_dedd4b97c0cd4d6298203a559c56d3e9.html

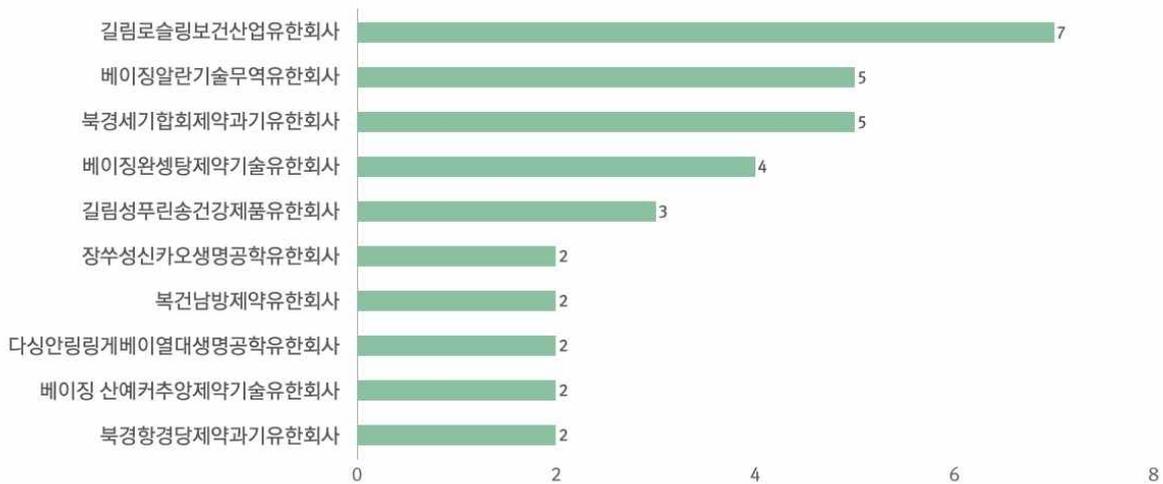
▶ 2023년 상반기, 358건의 신규 보건식품 허가¹⁸⁾

국가시장감독관리총국 식품심사센터(市監总局)에서 발표한 보건식품 허가 보류 정보와 특별식품정보조회플랫폼에 공개된 제품정보에 따르면 2023년 상반기 국가시장감독관리총국은 총 670건의 건강식품 허가문건을 발행했으며, 이 중 358건이 신규 건강식품으로 확인됨. 이에 중국 CIRS 그룹은 358건의 건강식품 신제품에 대한 통계 요약을 공개함

2023년 상반기 식품심사센터가 발행한 건강식품 허가건수 670건 중 신제품 허가건수는 358건으로 전체 허가건수의 53.4%를 차지함. 이외 312개의 승인서류도 포함되어 있는데, 17개가 기술이전등록이고 나머지는 갱신등록, 변경등록으로 확인됨

358건의 신규 건강식품 중 길림성로슬링위생산업주식회사(Jilin Lusling Health Industry Co., Ltd.)의 승인 제품이 7개 제품으로 1위를 차지했고, 다음으로 베이징아란기술무역유한회사(Beijing Alan Technology and Trade Co., Ltd.)와 베이징센추리허취제약기술유한회사(Beijing Century Hehui Pharmaceutical Technology Co., Ltd.)가 뒤를 이음

[표16] 2023년 중국 신규 허가 보건식품 승인 건수 기준 기업 순위



2023년 상반기 건강식품 등록승인을 획득한 상위 10개 법인보험사

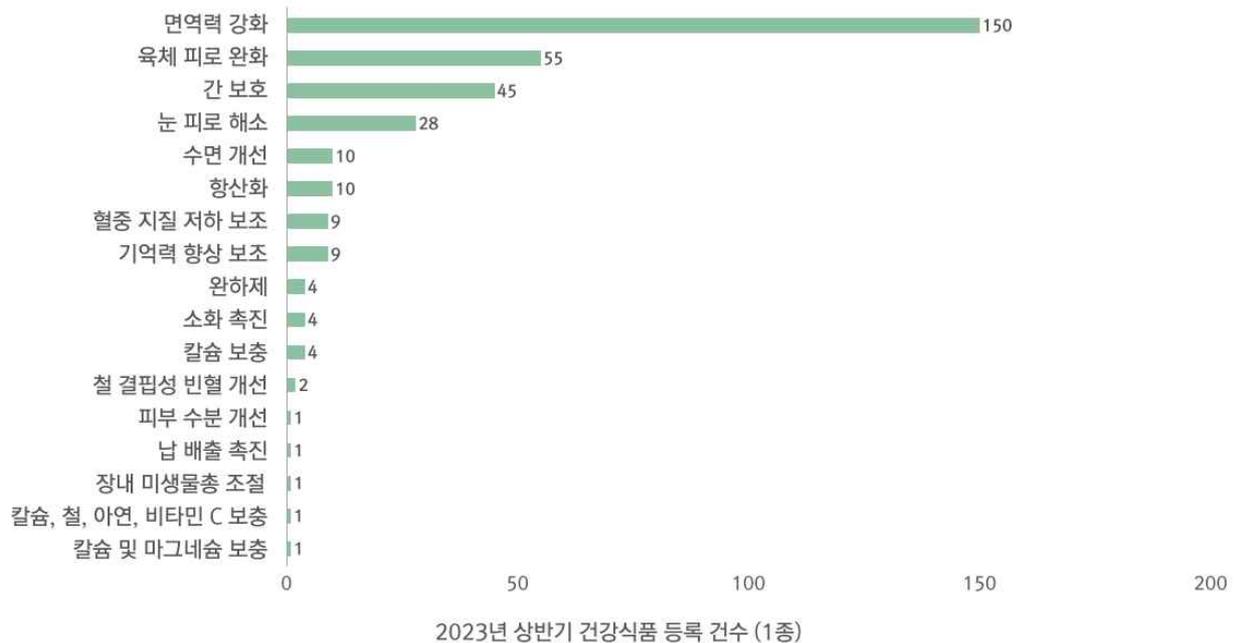
출처: https://m.baidu.com/bh/m/detail/ar_9056992975107195087

▶ 2023년 상반기, 358건의 신규 보건식품 허가

등록 및 승인된 신규 건강식품에는 캡슐, 정제, 분말, 경구 액체 및 기타 제형이 포함되며, 그 중 캡슐 제품이 168개 모델(경질캡슐 95개, 연질캡슐 73개)로 가장 많은 승인을 받아 전체 보건식품 신제품 수의 약 50%를 차지하는 것으로 확인됨. 정제 제품은 71개로 전체 보건식품 신제품의 19.8%를 차지함

면역력 강화 기능 제품 등록이 가장 많이 이루어짐. 건강식품 신제품 358개 중 면역력 강화제품이 150개로 전체 신제품의 41.90%를 차지했고, 육체 피로 완화 제품이 뒤를 이어 총 55개 승인됨. 2023년 상반기에는 총 20개의 승인된 신제품이 2가지 건강 기능을 내세움. '면역력 강화 & 육체피로 완화'라는 건강기능을 결합한 제품은 총 9개 모델로 가장 많았음

[표17] 2023년 중국 신규 허가 보건식품 클레임 순위



출처: https://m.baidu.com/bh/m/detail/ar_9056992975107195087

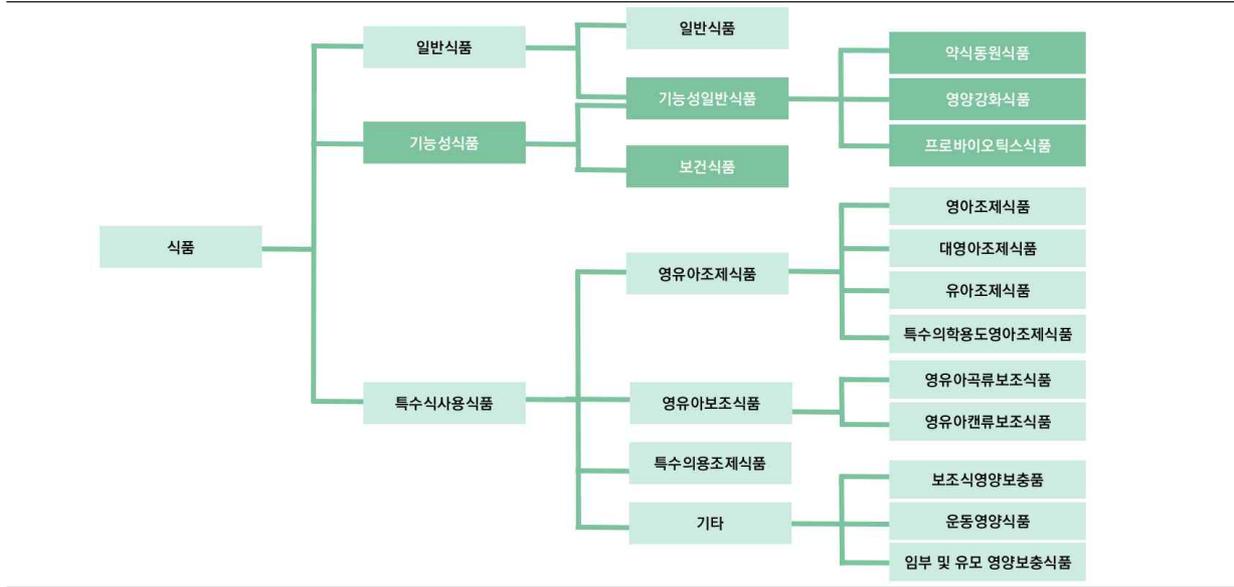
18) https://m.baidu.com/bh/m/detail/ar_9056992975107195087

▶ 중국 기능성식품의 정의 및 분류¹⁹⁾

중국 「식품안전국가표준」에 따르면 식품을 일반식품, 보건식품, 특수식사용식품으로 분류하고 특수식사용식품은 다시 구체적으로 영유아조제식품, 영유아보조식품, 특수의학용도 조제식품, 기타 식품으로 분류하고 이들의 하위 단계 분류도 구체적으로 명시하였음

본 보고서에서는 중국 기능성식품을 두 가지 부류로 나눔. 하나는 일반식품 중 영양기능 성분을 함유한 기능성 일반식품이고 다른 하나는 보건식품임. 기능성 일반식품은 특정 영양기능 성분을 첨가하거나 함유하고 있는 일반식품이라고 정의할 수 있음. 기능성 일반식품은 약식동원식품²⁰⁾, 영양강화식품, 프로바이오틱스식품 등으로 나눌 수 있음. 보건식품은 특정보건 기능이 있다고 표명하거나 비타민, 무기질의 보충을 목적으로 하는 식품임. 즉 특정한 사람들이 식용하기에 적합하고 신체 기능을 조절하는 작용을 하지만 질병 치료를 목적으로 하지 않고, 인체에 급성, 준급성 또는 만성 위해를 가하지 않는 식품임

[표18] 중국 기능성식품의 위치 및 분류



출처: aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

19) aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

20) 「위생부의 보건식품원료관리를 진일보로 규범화하는 데 관한 통지」(2002]51호) 등 문헌에서 공시한 식품이면서 약품, 중약재인 물질 또는 이들을 원부재료로 한 식품을 통상약식동원식품이라 함

▶ 중국 기능성식품 관련 법률체계²¹⁾

1997년 중국 국가기술감독국(현 중국 국가시장감독관리총국)이 승인한 「보건(기능)식품 통용표준」(GB16740-1997)에 따르면 보건(기능)식품(health [functional] foods)은 식품의 한 종류로 일반식품과 공통성이 있으며 인체의 기능을 조절해 특정인이 먹기에는 적합하지만 질병 치료에 목적을 두지 않는다고 규정했음

2014년 중국 국가위생·계획생육위원회(현 중국 국가위생건강위원회)가 제정한 「식품안전국가표준 보건식품」(GB16740-2014)이 위의 「보건(기능)식품통용표준」(GB16740-1997)을 대체하였고 이 표준이 미치는 범위를 보건(기능)식품에서 보건식품으로 변경하였음

이후 기능성식품과 보건식품은 공식적으로는 같은 개념으로 등장하지 않게 되었고 기능성식품이란 용어는 업계에서 통용하는 용어로 나타나고 있음. 앞에서 분류한 바와 같이 기능성식품은 기능성 영양기능 성분을 함유한 일반식품으로 분류되는 기능성 일반식품과 보건식품으로 나뉨. 기능성 일반식품은 약식동원식품, 영양강화식품, 프로바이오틱스식품 등으로 나눌 수 있음. 보건식품에 등록비안(備案)되지 않았으며 기능성 영양기능 성분을 함유한 기능성 일반식품은 일반식품으로 분류하여 관리함

▶ 기능성 일반식품: 약식동원식품²²⁾

약식동원식품은 중국 위생부(현 중국 국가위생건강위원회)가 2002년 발표한 「위생부의 보건식품원료관리를 진일보로 규범화하는 데 관한 통지」(〔2002〕 51호), 중국 국가위생건강위원회와 국가시장감독관리총국에서 2019년에 발표한 「전통적으로 식품이면서 중약재인 당귀 등 6종을 새로 추가하는 데 관한 공고」(〔2019〕 8호)에서 공시한 일반식품으로 사용 가능한 물질 목록에 근거하여 식품이면서 약품, 중약재인 물질을 원부재료로 하는 식품임

중국 국가위생건강위원회와 국가시장감독관리총국에서 2019년 발표한 「전통적으로 식품이면서 중약재인 당삼 등 9종의 물질 관리 시범 작업을 전개하는 데 관한통지」(〔2019〕 311호)에 공시한 9종의 물질은

현재 식품이면서 중약재이며 일반식품에 사용 가능한 물질 목록에 정식으로 등재하기 위해 시범 작업을 진행 중인 물질임

약식동원식품은 이들 문건의 규정에 따라 기능성 영양기능 성분을 함유하지만 일반식품으로 분류되기 때문에 수입 시 통관, 현지 유통, 제품 표시, 광고 등 모든 분야에서 일반식품의 규정에 따라 관리됨. **상품의 표시에 효능 성분과 함량, 기능성을 표시할 수 없음**

▶ 기능성 일반식품: 영양강화식품

영양강화식품은 필요에 따라 식품 본연의 영양분을 유지하거나 부족한 영양소를 보충하기 위해 식품에 일정량의 식품영양강화제를 첨가해 영양가를 높인 식품을 가리킴. 식품영양강화제는 식품의 영양성분(가치)을 증가시키기 위해 식품에 들어가는 천연 또는 인공적으로 합성된 영양소와 기타 영양성분을 가리킴²³⁾

중국 위생부(현 중국 국가위생건강위원회)가 2012년에 발표한 「식품안전국가표준식품영양강화제사용표준」(GB14880-2012)에서 식품영양강화제의 사용 식품 품목, 사용 범위, 사용량(구간)을 비타민류, 무기질류, 기타류 등으로 분류해 명시함. 본 표준에서는 일반식품에 사용하는 식품영양강화제에 관해 규정하고 있음. 보건식품에 식품영양강화제의 사용은 관련 국가표준 또는 법규 관리에 따른다고 명시함

영양강화식품은 위 표준의 규정에 따라 비타민류, 무기질류, 기타류 등 영양소를 첨가하여 식품의 영양가를 높였으나 일반식품으로 분류되기 때문에 **수입 시 통관, 현지 유통, 제품 표시, 광고 등 모든 분야에서 일반식품의 규정에 따라 관리됨**. 영양강화식품은 「식품안전국가표준 예포장식품영양라벨통칙」(GB28050-2011)에서 규정한 각각의 기준에 따라 **참기한 영양성분, 영양성분 함량, 영양성분 비교, 영양성분 기능을 표시할 수 있음**. 단, 영양성분 함량 표시 수치가 영양성분 함량 표시와 영양성분 비교 표시 조건에 부합할 경우 위 표준에서 정한 표준 용어로 영양성분 기능을 표시할 수 있음. **기능 표시 용어는 어떤 경우에도 삭제, 수정, 추가, 병합을 할 수 없음**

21) aT한국농수산식품유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

22) aT한국농수산식품유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

23) 중국 위생부(현 중국 국가위생건강위원회, 2012), 「식품안전국가표준 식품영양강화제사용표준」(GB14880-2012)

▶ **기능성 일반식품: 프로바이오틱스식품²⁴⁾**

프로바이오틱스는 인체 내에서 증식해 숙주의 한 부위를 변화시키는 균균으로 숙주에게 유익한 일종의 활성 미생물임. 숙주 점막과 시스템의 면역기능을 조절하거나 장내 균균의 균형을 조절하여 영양 흡수를 촉진하여 장을 건강하게 유지하는 작용을 함으로써 건강에 유익하게 작용하는 미생물을 만들거나 혼합 미생물을 구성함

프로바이오틱스식품은 하기 표에서 열거한 문건 등에서 허용한 식품에 사용 가능한 프로바이오틱스 균종을 사용할 경우 일반식품으로 분류되어 수입 시 통관, 현지 유통, 제품 표시, 광고 등 모든 분야에서 일반식품의 규정에 따라 관리됨. 보건식품에 사용 가능한 프로바이오틱스 균종은 하기 표에서 열거한 문건에서 별도로 규정하고 있음. 일부 프로바이오틱스 균종은 중국에서 신자원식품으로 구분되어 식품 유형에 따라 사용 가능 여부와 사용 제한량 관련 규정이 있음. 통관과 유통이 원활하게 이루어질 수 있도록 하려면 사전에 해당 균종 관련 규정을 검토할 필요가 있음

[표19] 식품에 사용 가능한 균종에 관한 문건 및 주요 내용

발표 시기	문건 명칭	설명
2005년	「영양소보충제 신고와 심사 규정(시행)」 등 8개 관련 규정 배포에 관한 통지	보건식품에 사용 가능한 11종의 진균 균종, 프로바이오틱스 균종 10종을 규정
2010년	위생부 판공실의 ‘식품에 사용 가능한 균종 목록’ 발표에 관한 통지(2010) 65호	식품에 사용 가능한 균종 목록을 규정(3분류 21종)
2011년	위생부의 영유아식품에 사용 가능한 균종 목록 발표에 관한 공고(2011) 25호	영유아식품에 사용 가능한 균종 목록을 규정(4종)
2014년	국가위생계획생육위원회의 타기토스 등 6종 신식품자원의 승인에 관한 공고(2014) 10호	로이셀룰러균(균주번호 DSM17938)의 영유아식품 사용 동의
2016년	국가위생계획·생육위원회의 발효젖산균(CECT5716) 등 3종 균종에 관한 공고(2016) 6호	영유아식품에 사용 가능한 2종 균종, 식품에 사용 가능한 1종 균종 추가
2016년	신식품원료, 일반식품 목록 편람	식품에 사용 가능한 균종 목록을 갱신(3분류 29종)
2020년	국가위생건강위원회의 락토바실러스헬베티쿠스(R0052) 등 53종 ‘3신 식품’에 관한 공고(2020) 4호	영유아식품에 사용 가능한 3종 균종 추가
2020년	국가위생건강위원회의 「β-1,3/α-1,3-포도당 등 6종 ‘3신 식품’에 관한 공고」해설(2021) 5호	영유아식품에 사용 가능한 1종 균종 추가

출처: aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, ‘중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략’

24) aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, ‘중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략’

▶ **보건식품²⁵⁾**

기능성식품의 분류에서 정의한 바와 같이 보건식품은 특정 보건 기능이 있다고 표명하거나 비타민, 무기질의 보충을 목적으로 하는 식품임. 즉, 특정한 사람들이 식용하기에 적합하고 신체 기능을 조절하는 작용을 하지만 질병 치료를 목적으로 하지 않고, 인체에 급성, 준급성 또는 만성 위해를 가하지 않는 식품임

보건식품은 중국 국가위생계획생육위원회(현 중국 국가위생건강위원회)가 제정한 「식품안전국가표준 보건식품」(GB16740-2014)에서 규정한 원부재료, 감관 요구, 이화 지표, 오염물 제한량, 잔균독소 제한량, 미생물 제한량, 식품첨가제와 영양강화제 등에 관한 기술 요건을 갖추어야 함

보건식품의 원료는 하기 표의 문건 등에서 보건식품에 사용 가능한 중약재 품목, 잔균 균종, 프로바이오틱스 균종, 영양소보충제류(비타민, 무기질 등), 비영양소보충제류, 비안(備案)에 사용 가능한 보조원료 등으로 규정함

[표20] 보건식품 원료에 관한 문건 및 주요 내용

발표 시기	문건 명칭	주요 내용	원문 연결
2002년	위생부의 보건식품원료관리를 진일보로 규범화하는 데 관한 통지(2002] 51호)	식품이면서 약품인 품목리스트, 보건식품에 사용 가능한 중약재 품목리스트, 보건 식품 사용 금지 품목리스트를 규정	http://www.nhc.gov.cn/wjw/gfxwj/201304/e33435ce0d894051b15490aa3219cdc4.shtml
2005년	「영양소보충제 신고와 심사 규정(시행)」 등 8개 관련 규정 배포에 관한 통지	보건식품에 사용 가능한 11종의 잔균 균종, 프로바이오틱스 균종 10종을 규정	https://www.nmpa.gov.cn/xxgk/fgwj/gzwl/gzwljyp/20050520010101426.html
2020년	보건식품 원료 목록영양소보충제원료 목록(2020년 판)	영양소보충제류 보건식품 원료에 관한 규정	http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/tssps/202012/t20201201_324005.html
2020년	효소(Q10) 등 5종 보건식품 원료 목록 발표에 관한 공고	5종의 비영양소보충제 원료에 관한 규정	http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/tssps/202012/t20201201_324007.html
2021년	보건식품 비안(備案)에 사용 가능한 보조원료 및 사용 규정(2021년 판)	197종 보건식품 인증에 사용 가능한 보조원료에 관한 규정	http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/tssps/202102/t20210220_326169.html

출처: aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

25) aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

보건식품은 「보건식품의 보건기능 표시 목록 영양보충제」(2020년 판) 등 문건의 규정에 따라 상품의 라벨에 효능 성분과 함량, 기능성을 표시할 수 있음. 보건식품에 상응한 원부재료를 사용한 제품이 보건식품에 등록비안(備案)받지 않을 경우 보건 기능의 효능 성분과 함량, 기능성을 상품에 표시할 수 없고 또한 일반식품 규정에도 어긋나기 때문에 관련 제품 수입 시 통관, 현지 유통, 제품 표시, 광고 등에서 자유로우려면 반드시 사전에 보건식품에 등록비안(備案)받는 것이 바람직함

▶ 중국 기능성식품의 인증제도 및 절차²⁶⁾

기능성식품을 앞에서 기능성 일반식품과 보건식품으로 나눈 바와 같이 기능성 일반식품의 인증과 보건식품의 인증으로 나누어 살펴봐야 하지만 기능성 일반식품은 앞에서 살펴본 바와 같이 일반식품으로 구분되기 때문에 인증이라고 하기보다는 기능성 일반식품의 분류인 약식동원식품, 영양강화식품, 프로바이오틱스식품 등에 따르는 생산, 원료, 유통 등 규정에 따르는 것이 적절함

보건식품의 인증제도는 중국 국가시장감독관리총국이 2020년에 수정한 「보건식품 등록비안(備案) 관리 방법」에 따라 등록제와 비안(備案)제로 나눔

보건식품의 등록이란 시장감독관리부서에서 신청인의 등록 신청 서류에 근거해 법적 절차, 조건, 요구 사항에 따라 등록을 신청한 보건식품의 안전성, 보건 기능, 품질 통제 가능성 등과 관련된 신청 자료를 체계적인 평가와 심의를 거쳐 등록 인증 여부를 결정하는 심사 과정을 말함

보건식품의 비안(備案)이란 보건식품 생산 기업이 법적 절차, 조건, 요구 사항에 따라 식품의 안전성, 보건 기능, 품질 통제 가능성을 입증하는 자료를 시장감독관리부서에 제출해 보관, 공개, 열람하는 과정을 말함. 「보건식품 원료 목록-영양소보충제원료 목록」에서 규정한 영양보충제를 사용한 보건식품이 비안(備案) 대상임

국가시장감독관리총국은 보건식품의 등록과 처음으로 수입하는 비타민, 무기질 등 영양물질을 보충하는 보건식품의 비안(備案) 업무를 관리하며 성, 자치구, 직할시 시장감독관리부서에서 담당하는 보건식품의 등록과 비안(備案) 관련 업무를 지도 감독함. 국가시장감독관리총국 행정접수기관(이하 접수기관)이 보건식품 등록을 수리하고 수입 보건식품의 비안(備案)에 관한 서류를 접수함. 성, 자치구, 직할시 시장감독 관리부서는 관련 보건식품의 비안(備案)에 관한 서류를 접수함

국가지장감독관리총국 보건식품 심사평가기관(이하 심사평가기관)이 보건식품 심사평가를 진행하고 심사 전문가를 관리하며 법에 따라 보건식품 비안(備案) 업무를 담당함. 국가지장감독관리총국의 검사기구(이하 검사기구)는 보건식품 등록의 현장 실사를 담당함

▶ 보건식품의 등록 절차

보건식품 원료목록 이외의 원료를 사용하는 보건식품이나 처음 수입되는 보건식품(비타민, 무기질 등 영양물질을 보충하는 보건식품은 제외)은 보건식품 등록 절차를 거쳐야 함. 수입 보건식품의 등록 신청인은 출시한 보건식품의 역외 생산업체여야 함. 중국산 보건식품의 등록 번호 양식은 현재 《国食健注G+등록 허가 시의 년도 4자리 + 순서번호 4자리》이고 수입 보건식품의 등록 번호 양식은 《国食健注J + 등록 허가 시의 년도 4자리 + 순서번호 4자리》임

[표21] 중국산 및 수입 보건식품 시기별 등록 표시

 <p>2003년 이후의 중국산 보건식품 등록 표시</p>	 <p>2003년 이후의 수입 보건식품 등록 표시</p>
 <p>2016년 이후의 중국산 보건식품 등록 표시</p>	 <p>2016년 이후의 수입 보건식품 등록 표시</p>

출처: aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

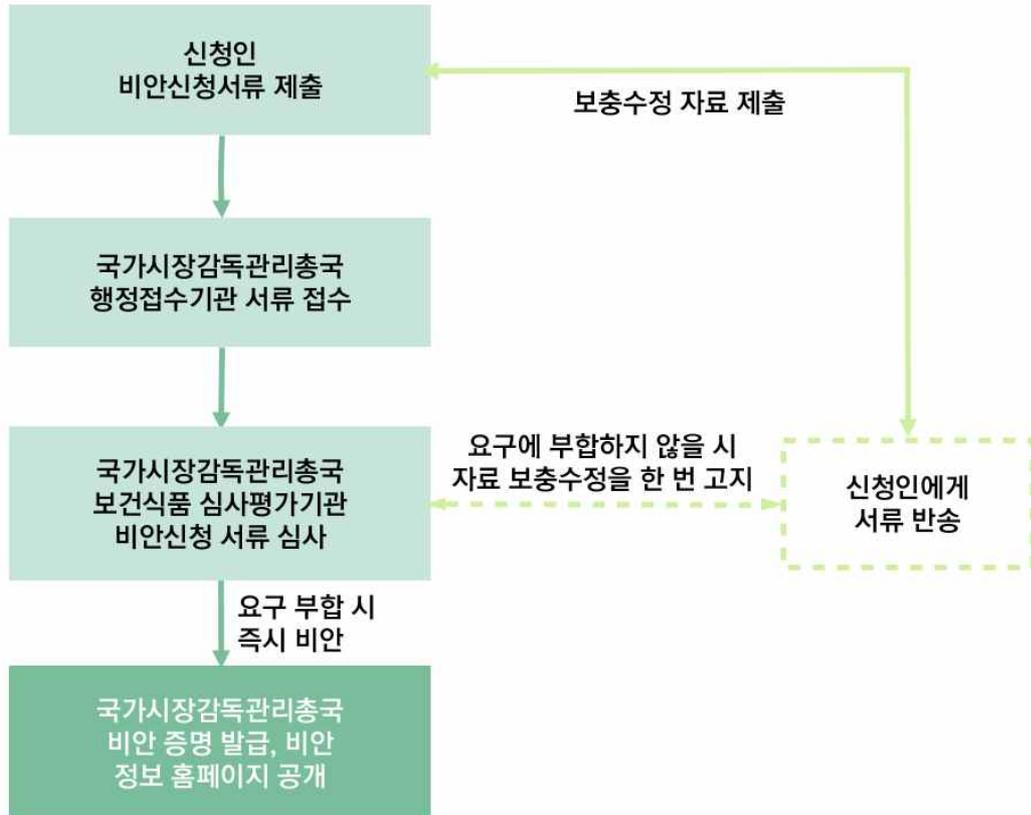
26) aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

▶ 보건식품의 비안(備案) 절차

보건식품 원료목록 내의 원료를 사용하는 보건식품이나 처음 수입되면서 비타민, 무기질 등 영양물질을 보충하는 보건식품은 보건식품 비안(備案) 절차를 거쳐야 함. 처음 수입되고 비타민, 무기질 등 영양물질을 보충하는 보건식품일 경우 해당 영양물질은 보건식품 원료목록에 들어있는 영양물질이어야 함. 수입 보건식품의 비안(備案)인은 출시한 보건식품의 역외 생산업체여야 함

중국산 보건식품의 비안(備案) 번호 양식은 현재 《食健备G+비안 허가 시의 년도 4자리 + 성급 행정구역 대표번호 2자리 + 순서번호 6자리》이고 수입 보건식품의 비안(備案) 번호 약식은 《食健备J+ 비안 허가 시의 년도 4자리 + 00 + 순서번호 6자리》임

[표22] 보건식품의 비안(備案) 절차 흐름도



출처: aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, '중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략'

보건식품 업계에서는 통상 보건식품의 등록 업무가 신청 준비 단계부터 3년에서 5년 정도 시간이 소요되며 보건식품 비안(備案)은 6개월에서 12개월 정도 소요된다고 보고 있음. 2016년에 실시하기 시작한 보건식품의 비안(備案)제는 비안(備案)제 해당 보건식품이 보건식품 인증을 획득하는 데 등록제보다 기간을 크게 단축되게 하였음. 보건식품 등록 인증의 유효기간은 5년이고 비안(備案) 인증은 유효기간을 두지 않음

[표23] 중국산 및 수입 보건식품 비안(備案) 표시

 保健食品 食健备G+4자리 년도+2자리 성급 행정대표번호+6자리 순서번호 “审批单位” 备案	 保健食品 食健备J+4자리 년도+00+6자리 순서번호 国家食品药品监督管理总局批准
2016년 이후의 중국산 보건식품 비안 표시	2016년 이후의 수입 보건식품 비안 표시

출처: aT한국농수산물유통공사 중국지역본부 베이징지사, ‘중국 건강기능성 식품 시장 현황 및 한국산 진출전략’

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅲ. 중국 기능성 소재 트렌드

2. 원료 트렌드

2) 원료 트렌드

[표24] 중국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	당밀	molasses	7073	3.044	강신호
2	주석	tin	5159	3.862	강신호
3	소금	salt	3497	3.329	강신호
4	에이코사펜타엔산	epa	3215	3.957	강신호
5	요소	urea	3053	7.279	강신호
6	RNA	rna	2186	3.397	강신호
7	철	iron	1532	5.064	강신호
8	쌀	rice	1466	4.183	강신호
9	완두콩	pea	1432	2.500	강신호
10	리놀렌산	linolenic	854	1.075	강신호
11	지방	fat	845	3.581	강신호
12	간장	soy	679	0.075	강신호
13	알파리놀렌산	alpha linolenic acid	490	0.971	강신호
14	금	gold	483	2.352	강신호
15	비타민	vitamin	397	0.982	강신호
16	홉	hops	387	2.918	강신호
17	옥수수	corn	385	3.304	강신호
18	생강	ginger	344	(0.030)	강신호
19	세이지	sage	315	3.051	강신호
20	귀리	oat	287	3.147	강신호
21	구리	copper	241	0.010	강신호
22	감마리놀렌산(GLA)	gamma linolenic acid	226	1.908	강신호
23	효소	enzyme	196	1.642	강신호
24	셀러리	celery	167	0.051	강신호
25	무기질	mineral	146	1.220	강신호

[표24] 중국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
26	프로바이오틱스	probiotics	108	1.012	강신호
27	프락토올리고당(FOS)	fructooligosaccharides	103	0.046	강신호
28	칼슘	calcium	97	1.310	강신호
29	DNA	dna	95	0.019	강신호
30	은	silver	89	0.779	강신호
31	녹차	green tea	85	(0.034)	강신호
32	마늘	garlic	69	(0.000)	강신호
33	코코아	cocoa	61	0.036	강신호
34	아미노산	amino acids	59	0.663	강신호
35	시금치	spinach	58	0.053	강신호
36	플루오르	fluorine	55	(0.039)	강신호
37	비타민 D	vitamin d	50	0.269	강신호
38	요오드	iodine	48	(0.017)	강신호
39	리튬	lithium	48	(0.014)	강신호
40	당근	carrot	46	(0.020)	강신호
41	피망	green pepper	45	(0.017)	강신호
42	김	nori	45	(0.013)	강신호
43	표고버섯추출물	shiitake mushroom	43	(0.026)	강신호
44	아연	zinc	37	(0.007)	강신호
45	산사 나무 열매	hawthorn	34	0.028	강신호
46	콜라겐	collagen	32	0.076	강신호
47	크롬	chromium	32	0.046	강신호
48	수마	suma	31	(0.038)	강신호
49	비타민 E	vitamin e	31	0.129	강신호
50	기장	millet	29	0.003	강신호

[표24] 중국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
51	비타민 A	vitamin a	28	0.001	강신호
52	콩기름	soybean oil	28	0.004	강신호
53	브로콜리	broccoli	27	(0.033)	강신호
54	펩티드	peptides	26	0.028	강신호
55	자몽	grapefruit	25	0.041	강신호
56	대마	cbd	24	(0.021)	강신호
57	황산나트륨	sodium sulfate	23	0.094	강신호
58	셀룰로오스	cellulose	23	(0.029)	강신호
59	비트 주스 분말	beet	22	0.006	강신호
60	마그네슘	magnesium	20	0.036	강신호
61	백금	platinum	19	0.112	강신호
62	폴리페놀	polyphenols	17	0.127	강신호
63	퀴노아	quinoa	17	0.088	강신호
64	니켈	nickel	17	0.003	강신호
65	감자 전분	potato starch	16	0.145	강신호
66	글리세린	glycerin	15	(0.033)	강신호
67	망간	manganese	14	0.055	강신호
68	구연산	citric acid	12	0.076	강신호
69	카스카라 사그라다	cascara sagrada	12	0.031	강신호
70	프로테아제	protease	11	(0.028)	강신호
71	팜유	palm oil	10	(0.012)	강신호
72	클로로필린	chlorophyllin	10	(0.015)	강신호
73	황기	astragalus	10	(0.000)	강신호

■ 전문가 인터뷰 결과 1회 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

■ 전문가 인터뷰 결과 2회 이상 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

① 브로콜리

▶ 중국 현지 매체에서 소개하는 브로콜리의 효능²⁷⁾

중국 현지 매체 바이두(Baidu)는 브로콜리의 효능에 관해 ‘면역력 향상’ 및 ‘질병 위험의 감소’를 중심으로 소개하고 있음. 바이두의 보도에 따르면, 브로콜리에는 비타민 C, 비타민 K, 엽산이 풍부하게 함유되어 있어 신체 면역력을 향상하는 데 도움을 주며, 브로콜리에 함유된 항산화 성분이 체내 염증 완화 및 암 예방 효과를 줄 수 있어 건강에 이로운 슈퍼푸드로서 큰 관심을 받고 있음

▶ 설포라판의 감염병 예방 기능으로 더욱 주목받은 브로콜리²⁸⁾

브로콜리에 함유된 설포라판이 팬데믹 감염병 예방에 효과적이라는 여러 연구 결과가 발표되었음. 2020년 12월, 독일 베를린의 한 연구팀은 브로콜리 씨앗에 함유된 설포라판이 코로나19 폐렴 증상을 예방 및 완화하는 데 도움을 준다는 연구 결과를 발표함. 또한, 2022년 3월, 미국 존스 홉킨스 의과대학 연구진들은 브로콜리에서 추출한 설포라판이 코로나19 바이러스 확산을 억제하는 효과가 있다는 연구 결과를 발표함. 이와 같은 연구 결과로 인해 브로콜리의 건강상 효능이 더욱 주목받게 되었음

[표25] 중국 인기 브로콜리 제품



브랜드	파이핑락(PipingRock)	브랜드	재로우포뮬라스(Jarrow Formulas)
제품명	설포라판 베지캡스 (Sulforaphane VeggiCaps)	제품명	브로코맥스(BroccoMax)
용량	90정	용량	31.75g/60정
가격	159위안	가격	162.04위안
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 위장 보호 및 소화 기능 향상 - 관절 통증 완화 및 골다공증 방지 - 세포 노화 지연, 면역력 향상 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 브로콜리 20배 농축 성분 - 간 기능을 지원하여 간 건강에 도움 - 항산화 성분 함유

자료: (좌) 아이핏박스(iFITBOX) (우) 아마존 중국(Amazon China)

27) 바이두(Baidu), '超级食品西兰花它为什么这么健康', 2023. 06.09.

28) 넷이즈(NetEase), '频频登上热搜的西兰花, 背后到底隐藏着什么魔力?', 2022. 04.13.

② 표고버섯

▶ 표고버섯, 피부 미용과 혈압 및 지질 감소 효능 보유²⁹⁾

중국에서 표고버섯은 주로 산둥, 허난 지역에서 생산되며, 맛과 향이 좋아 ‘산미의 왕’으로 알려진 식품임. 이에 더해 표고버섯은 비타민, 리보스 등의 성분이 풍부해 혈액 순환과 피부 세포 대사를 촉진하고, 멜라닌 생성을 억제해 피부색을 아름답게 유지하는 데 도움을 줌. 그뿐만 아니라, 표고버섯은 퓨린, 콜린, 타이로신 및 일부 핵산 물질을 함유하고 있어 혈압, 혈중 지질, 콜레스테롤 수치를 감소시키고 동맥 경화 및 간경화를 비롯한 질병 예방에 도움을 줌

▶ Xi'an Ruibo Biotech, 표고버섯 추출물, 영지 추출물 등 5가지 버섯 추출물 출시³⁰⁾

중국의 생명공학 기술 기업 Xi'an Ruibo Biotech는 버섯에 함유된 렌티난(Lentinan) 성분에 착안하여 표고버섯 추출물, 영지 추출물, 차가 추출물, 노루궁뎅이 추출물, 구름버섯 추출물 총 5개의 버섯 추출물을 출시하였음. 버섯 추출물의 핵심 성분인 렌티난(Lentinan)은 오늘날 무독성 면역 강화제이자 우수한 항산화 및 항암 치료제로써 꾸준한 연구가 진행되고 있는 성분에 해당함

[표26] 중국 인기 표고버섯 제품



브랜드	솔가(SOLGAR)	브랜드	난징통런탕(南京同仁堂)
제품명	리쉬 슈타키 마이타케 (REISHI SHIITAKE MAITAKE)	제품명	구즈탕포비링즈바오쯔차이 (古芝堂破壁灵芝孢子彩)
용량	113.4g/50정	용량	99g/100포
가격	206.97위안	가격	439위안
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 전통 동양의학 약재로 쓰이는 영지버섯, 표고버섯, 잎새버섯 추출물 함유 - 셀레늄 및 판토텐산 등 항산화 성분 풍부 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 면역력 향상 및 신체 기초 건강 강화 - 친환경으로 재배한 천연 버섯 함유 - 저온물리파벽기술을 이용해 흡수율 10배 이상 증가

자료: (좌) 아마존 중국(Amazon China) (우) 티몰(TMALL)

③ 옥수수 전분

▶ 옥수수 전분의 주요 효능과 부작용³¹⁾³²⁾

옥수수 전분은 옥수수에 0.3% 아황산을 함침 시킨 후 파쇄, 체질, 침전, 건조, 분쇄 등의 공정을 거쳐 만들어진 미량의 황색을 띠는 백색 분말로, 소량의 지방과 단백질 및 리놀레산, 글루타티온, 비타민 E, 비타민 B2, 칼슘, 철 등의 풍부한 영양 성분을 함유하고 있음. 또한, 옥수수 전분은 혈압 수치를 낮추며 혈중 지질과 콜레스테롤을 감소시켜 혈관 건강 개선에 도움을 주며, 식이섬유가 풍부해 쉽게 포만감을 제공해 과식을 방지하고, 과잉 지방을 체외로 배출해 주기 때문에 체중 감량 효과가 있음. 이와 같은 효능을 가진 옥수수 전분은 특히 고혈압, 관상동맥심장병, 동맥경화증 환자가 섭취하는 것이 좋으며, 임산부와 영유아 및 어린이는 적당량을 섭취하는 것이 권장됨. 흡습성이 높기 때문에 보관 시 건조하고 물기가 닿지 않는 곳에 보관하는 것이 적합함

▶ 옥수수 전분 식품첨가물의 주요 용도³³⁾

옥수수 전분은 식품 및 제약 생산 전반에 광범위하게 사용되고 있음. 가장 먼저, 옥수수 전분은 전분당 생산 시 필수적으로 사용되는 원재료로써, 포도당, 맥아당, 고과당 시럽 등의 원료가 되어 후방 산업에서의 수요가 매우 높음. 다음으로, 당면, 아이스크림, 육류 가공식품 등 다양한 식료품의 원재료 및 식품 고형화 유도제로 사용되고 있음. 특히 옥수수 전분은 제약 산업에서 필수적인 원재료에 해당하는데, 전분 발효 공정을 통해 항생제 성분을 추출하는데 쓰이며, 의약품 부형제로써도 사용되고 있음. 그뿐만 아니라, 아미노산 가축 사료 산업의 원료로 사용되고 있음. 필수 아미노산의 경우 동물 체내에서 자체적 합성이 불가하여 체외에서 지속적으로 공급해 주어야 하는데, 옥수수 전분은 발효를 통해 아미노산을 생산하기 때문에 가축 사료를 제조하는 데 필수적인 원재료로 사용되고 있음

29) 리스렌(李时莲), '香菇的功效与作用', 유라이이성(有来医生)

30) 리리진(李丽珍), '这几款蘑菇膳食补充剂你一定要了解, 它们正在快速的走进我们的生活', 즈후촨란(知乎专栏), 2022. 02. 24.

31) 39헬스네트워크(39健康网), '玉米淀粉用来干什么', 2022. 12. 16.

32) 천치중(陈后众), '玉米淀粉的功效与作用', 유라이이성(有来医生)

33) 가이드켄(Guidedchem), '玉米淀粉 食品添加剂', (<https://china.guidedchem.com/trade/pdetail25674407.html>)

④ 로즈마리

▶ 로즈마리 추출물, 항산화 효과 기반 다양한 산업에 활용³⁴⁾

최근 로즈마리는 강력한 항산화 효과를 비롯한 이점을 지닌 것으로 인정받아 다양한 산업 분야에서 주목받고 있음. 로즈마리 추출물에는 카르노산, 로즈마린산, 카르노솔 등 다양한 활성화 성분이 함유되어 있어 항산화 효과가 뛰어나며, 항균 및 기타 활성 기능 또한 뛰어난 것으로 알려져 있음. 또한 로즈마리 추출물은 내열성이 높아 섭씨 240도에서도 안정성을 유지하기 때문에 식품 보조제, 식음료, 조미료 등에서도 성분이 유지되어 식품 업계에서 주목받고 있음. 또한, 로즈마리 추출물 내 함유된 로즈마린산은 항산화제로 쓰이는 부틸화히드록시아니솔(BHA), 부틸화히드록시톨루엔(BHT) 성분을 대체할 수 있으며 천연 방부제로써 활용할 수 있음. 즉, 로즈마리 추출물은 항산화 효과 및 항균, 방부 효과, 내열성으로 인해 식품 산업, 생활 화학, 제약 산업, 기타 산업 등 산업 전반에 걸쳐 활용도가 매우 높은 원료에 해당함

34) 전강위안라오짜이센(健康原料在线), '迷迭香提取物、抗氧化市场前景几何?', 2019. 3. 14.

⑤ 시금치 분말

▶ 중국 현지 매체에서 소개하는 시금치 분말의 효능³⁵⁾

중국 현지 매체 웨탕짜이센(学堂在线)에서는 시금치 분말의 다양한 건강상 이점을 소개하고 있음. 시금치 분말은 신선한 시금치를 분쇄, 건조, 가공 과정을 통해 만들어진 건강식품으로, 면역력 강화, 소화 촉진, 혈압 및 심혈관 건강 개선 등의 효능을 가지고 있음. 시금치 분말에는 다량의 비타민과 미네랄이 풍부하여 체내 활성 산소를 제거하고 면역력을 향상하는 데 도움을 주며, 철분이 풍부해 신체의 저항력을 강화하고 빈혈을 예방하는 데 효과적임

또한, 식이섬유가 풍부해 소화 및 장 운동을 촉진하여 변비를 예방하는 데에도 도움을 줄 수 있음. 시금치에 포함된 칼륨과 질산염 성분은 혈압을 정상 범위로 유지하는 데 도움을 주어 고혈압을 예방할 수 있음. 루테인, 제아잔틴 등의 시각 건강을 유지하는 데 중요한 영양소가 풍부하며, 칼슘, 마그네슘, 비타민 K 등 뼈 건강을 유지하는 데 중요한 영양소 또한 풍부하게 함유되어 있어 신체 건강 전반에 매우 이로운 효능을 지닌 식재료로 중국 현지에서 알려져 있음

[표27] 중국 인기 시금치 분말 제품



브랜드	가든오브라이프(Garden of Life)	브랜드	나티에라(Natierra)
제품명	로우 올가닉 프로틴 앤 그린스 (Raw Organic Protein & Greens)	제품명	스피너치 올가닉 스무디 파우더 (Spinach Organic Smoothie Powder)
용량	295.76g/10포	용량	198g
가격	225.81엔	가격	298.32엔
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 USDA 인증 유기농 제품 - GMO, 글루텐, 유제품 비포함 제품 - 프로바이오틱스 함유되어 소화 용이 - 비건 단백질 식품 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 무설탕 100% 유기농 시금치 함유 - 물에 타먹는 셰이크 형질 - 항산화제, 비타민 C, 철분 다량 함유

자료: 아마존 중국(Amazon China)

35) 젠강왕(健康网), '菠菜粉有什么功效(菠菜粉的功效: 提高免疫力、改善贫血、促进消化)', 웨탕짜이센(学堂在线), 2023. 08. 05.

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅲ. 중국 기능성 소재 트렌드

3. 클레임 트렌드

3) 클레임 트렌드

[표28] 중국 건강기능식품 클레임 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	효능(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	체력	health	2486	1.340	강신호
2	노화	aging	1261	3.728	강신호
3	정신	mental	914	1.892	강신호
4	관절	joint	837	4.444	강신호
5	간	liver	672	5.809	강신호
6	피부	skin	428	4.911	강신호
7	몸무게	weight	368	0.671	강신호
8	에너지	energy	300	1.038	강신호
9	구강	oral	251	0.771	강신호
10	뼈	bone	236	2.546	강신호
11	눈	eye	229	0.116	강신호
12	신진대사	metabolism	160	1.192	강신호
13	면역	immune	143	1.395	강신호
14	칼슘	calcium	97	1.310	강신호
15	스트레스	stress	97	0.093	강신호
16	수면	sleep	87	0.493	강신호
17	위	stomach	70	1.564	강신호
18	암	cancer	65	0.597	강신호
19	당뇨	diabetes	54	0.002	약신호
20	혈당	blood sugar	42	0.089	약신호
21	염증	inflammation	39	0.299	약신호
22	혈압	blood pressure	27	0.173	약신호
23	전달 체계	delivery system	8	0.008	약신호
24	두뇌	brains	5	0.018	약신호

■ 전문가 인터뷰 결과 1회 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

■ 전문가 인터뷰 결과 2회 이상 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

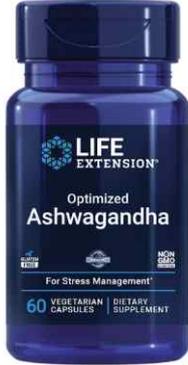
[표29] 중국 건강강조 표시별 상위 기능성 소재

정신건강(mental)			간(liver)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
카세인	casein	0.409	카세인	casein	0.457
구연산칼슘	calcium_citrate	0.384	칼슘	calcium	0.454
히스티딘	histidine	0.346	글리세린	glycerin	0.437
타우린	taurine	0.324	타우린	taurine	0.437
산화아연	zinc_oxide	0.321	콜라겐	collagen	0.424
멜라토닌	melatonin	0.313	클로로필린	chlorophyllin	0.420
글루코시다아제	glucosidase	0.312	망간	manganese	0.418
인산화칼슘	calcium_phosphate	0.307	글루타티온 페록시다아제	glutathione_peroxidase	0.416
말토덱스트린	maltodextrin	0.302	지방산	fatty_acid	0.414
협과	legume	0.290	글라이신	glycine	0.399
면역(immune)			스트레스(stress)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
글루타티온 페록시다아제	glutathione_peroxidase	0.572	류신	leucine	0.333
효소	enzyme	0.570	메티오닌	methionine	0.307
리보핵산	rna	0.553	멜라토닌	melatonin	0.301
과산화효소	peroxidase	0.552	단백질 분해효소	protease	0.294
단백질분해효소	protease	0.510	글루코시다아제	glucosidase	0.279
핵산	dna	0.503	시스테인	cysteine	0.278
카세인	casein	0.488	리보핵산	rna	0.278
글리세린	glycerin	0.484	비타민	vitamin	0.276
글루코시다아제	glucosidase	0.476	크로뮴	chromium	0.274
생화학물질	biochemical	0.469	잇꽃/홍화	safflower	0.262

[표29] 중국 건강강조 표시별 상위 기능성 소재

당뇨(diabetes)			혈당(blood Sugar)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
타우린	taurine	0.513	칼슘	calcium	0.574
구연산칼슘	calcium_citrate	0.501	산화아연	zinc_oxide	0.526
카세인	casein	0.493	루테인	lutein	0.514
칼슘	calcium	0.478	비타민	vitamin	0.482
카페인	caffeine	0.474	콜라겐	collagen	0.482
말토덱스트린	maltodextrin	0.447	셀룰로스	cellulose	0.464
지방	fat	0.433	타우린	taurine	0.461
지방산	fatty_acid	0.430	구연산칼슘	calcium_citrate	0.451
로즈마리	rosemary	0.406	카세인	casein	0.450
콜라겐	collagen	0.402	쌀추출단백질	rice_protein	0.442
혈압(blood pressure)			뇌(brain)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
칼슘	calcium	0.469	카세인	casein	0.409
카세인	casein	0.457	구연산칼슘	calcium_citrate	0.384
타우린	taurine	0.446	히스티딘	histidine	0.346
콜라겐	collagen	0.433	타우린	taurine	0.324
말토덱스트린	maltodextrin	0.424	산화아연	zinc_oxide	0.321
셀룰로스	cellulose	0.422	멜라토닌	melatonin	0.313
산화아연	zinc_oxide	0.406	글루코시다아제	glucosidase	0.312
멜라토닌	melatonin	0.398	인산화칼슘	calcium_phosphate	0.307
강황	turmeric	0.383	말토덱스트린	maltodextrin	0.302
카르니틴	carnitine	0.381	협과	legume	0.290

[표30] 정신건강 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	저우 뉴트리션 (ZHOU Nutrition)	제조사(브랜드)	라이프 익스텐션 (LIFE EXTENSION)
제품명	녹차 추출물 보충제 (Green Tea Extract Dietary Supplement)	제품명	최적 배합 아슈와간다 보충제 (Optimized Ashwagandha)
가격/용량	- 150.22위안/113.4g (120정)	가격/용량	- 104.39위안/28.35g (60정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 신진대사 촉진 - 항산화 기능으로 면역 체계 강화 - 카페인과 L-테아닌 성분으로 뇌 기능 지원 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - GMO 및 글루텐 무함유 제품 - 비건 제품 - 집중력 강화 - 스트레스 호르몬 수치 조절
출처: 아마존 중국(Amazon China)			

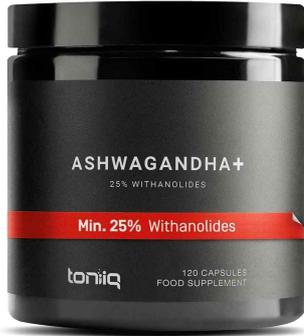
[표31] 간 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	스위스(Swisse)	제조사(브랜드)	네이처스 바운티 (Nature's Bounty)
제품명	리버 디톡스 (Liver Detox)	제품명	밀크씨슬 250밀리그램 (Milk Thistle 250mg)
가격/용량	- 150위안/230g (200정)	가격/용량	- 178.6g (200정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 밀크씨슬 추출물 함유 - 간 건강 회복 및 유지에 효과 - 소화 불량 및 복부 팽만 증상 완화 - 설탕 무첨가 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 밀크씨슬 추출물 함유 - 간 건강 회복 및 유지에 효과 - 활성 산소 억제에 도움
출처: 아마존 중국(Amazon China)			

[표32] 면역 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	스위스(Swisse)	제조사(브랜드)	스위스(Swisse)
제품명	고함량 비타민C 발포제 (High Strength Vitamin C Effervescent)	제품명	여성을 위한 멀티 비타민 (WOMEN'S MULTIVITAMIN)
가격/용량	- 59위안/346g (60정)	가격/용량	- 169위안/125g (120정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 발포제 형태로 물에 타서 탄산음료처럼 마실 수 있음 - 딸기 맛을 함유하고 있어 거부감 완화 - 감기 증상 완화 및 면역력 증진 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 면역력 증진에 도움 - 에너지 및 활력 증진 - 피로 해소에 도움 - 신진대사 기능 촉진
출처: 수닝인터내셔널(Suning International)			

[표33] 스트레스 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	나우(NOW)	제조사(브랜드)	토니크(Toniq)
제품명	릴로라 300밀리그램 (Relora 300mg)	제품명	아슈와간다 플러스 위타놀라이드 25% 함유 (ASHWAGANDA+ 25% Withanolides)
가격/용량	- 223.50위안/90g (120정)	가격/용량	- 324.94위안/259g (120정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 스트레스 억제 및 식욕 조절 - 신진대사 기능 조절에 도움 - 유제품 및 글루텐 무함유 - 비건 제품 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1회 제공량에 1,300g의 고농축 아슈와간다 추출물 함유 - 위타놀라이드 25% 함유 - 미국 GMP 인증 및 NSF 승인 제조 시설에서 생산
출처: 아마존 중국(Amazon China)			

[표34] 혈당/혈압 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	재로우 포뮬라즈 (Jarrow Formulas)	제조사(브랜드)	저우 뉴트리션 (Zhou Nutrition)
제품명	야생 여주 추출물 (Wild Bitter Melon Extract)	제품명	알리신 함유 고농축 마늘 추출물 보충제 (Garlic with 5000mcg Alliin Extra Strength)
가격/용량	- 128.67위안/104.33g (60정)	가격/용량	- 138.93위안/45.36g (90정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 정상적인 혈압 및 혈당 수치 지원 - 심혈관 및 대사 기능 촉진에 도움 - 임상 시험 완료 특히 취득 - 글루텐 무함유, 비건 제품 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 정상적인 범위의 혈압 유지 지원 - GMO 성분을 포함하지 않음 - 비건 제품 - 장용 코팅되어 마늘 냄새 방지
출처: 아마존 중국(Amazon China)			

[표35] 뇌 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	바이오아일랜드(Bioisland)	제조사(브랜드)	비바내추럴스(Viva Naturals)
제품명	어린이를 위한 도코사헥사에노산 보충제 (DHA for Kids)	제품명	남극 크릴 오일 (Antarctic Krill Oil)
가격/용량	- 96위안/80g (60정)	가격/용량	- 269.53위안/23g (60정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 심해초에서 추출한 DHA 성분 함유 - 두뇌 발달 촉진 - 시력 건강 향상에 도움 - 유아 및 어린이 대상 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1회 제공량당 1,250mg의 오메가-3 크릴 오일 함유 - EPA, DHA 함유 - 색소, 유제품, 글루텐, GMO 무함유
출처: 쉐닝인터네셔널(Suning International)		출처: 아마존 중국(Amazon China)	

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅲ. 중국 기능성 소재 트렌드

4. 기업 및 제품 트렌드

IV. 기업 및 제품 트렌드

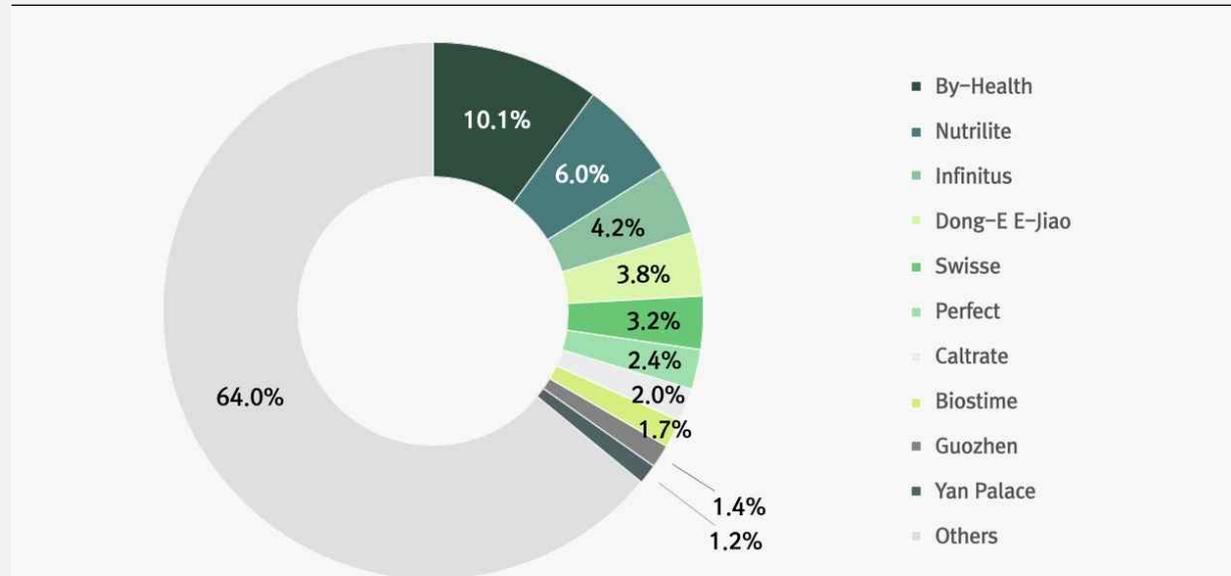
1. 중국 건강기능식품 주요 브랜드

▶ 중국 주요 건강기능식품 브랜드 점유율

2021년 중국 건강기능식품 시장 주요 브랜드 점유율을 살펴본 결과, 10% 이상의 점유율을 보유한 브랜드는 바이헬스(By-Health)로, 10.1%의 비중을 차지하여 중국 건강기능식품 유통 점유율 1위를 기록함. 다음으로, 뉴트리라이트(Nutriline)가 6.0%의 비중으로 2위를 기록하였으며, 인피니투스(Infinitus)가 4.2%의 비중으로 유통 점유율 3위를 기록하였음

[표36] 중국 건강기능식품 시장 주요 브랜드 점유율

단위 : 백분율(%)



브랜드 (기업명)	2021년 점유율
By-Health (By-health Co Ltd)	10.1
Nutriline (Amway Corp)	6.0
Infinitus (Infinitus (China) Co Ltd)	4.2
Dong-E E-Jiao (Dong-E-E-Jiao Co Ltd)	3.8
Swisse (Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd)	3.2
Perfect (Perfect Resources (M) Sdn Bhd)	2.4
Caltrate (GlaxoSmithKline Plc)	2.0
Biostime (Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd)	1.7
Guozhen (New Era Health Industry (Group) Co Ltd)	1.4
Yan Palace (Xiamen Yan Palace Bio Engineering Co Ltd)	1.2
Others	64.0

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

[표37] 중국 건강기능식품 주요 브랜드 점유율(2017-2021) 추이

단위 : 백분율(%), 자료 : 유로모니터(Euromonitor)

No.	구분	2017	2018	2019	2020	2021
1	By-Health (By-health Co Ltd)	6	7.4	8.9	9.9	10.1
2	Nutriline (Amway Corp)	6.8	6.4	5.9	6.2	6
3	Infinitus (Infinitus (China) Co Ltd)	8.9	8.9	6.9	5.1	4.2
4	Dong-E E-Jiao (Dong-E-E-Jiao Co Ltd)	5	4.5	2.9	3.4	3.8
5	Swisse (Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd)	1.6	2.1	2.4	2.8	3.2
6	Perfect (Perfect Resources (M) Sdn Bhd)	5.1	4.8	3.3	2.8	2.4
7	Caltrate (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	2	2.1	2
8	Biostime (Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd)	1	1.3	1.5	1.7	1.7
9	Guozhen (New Era Health Industry (Group) Co Ltd)	2.6	2.4	1.9	1.4	1.4
10	Yan Palace (Xiamen Yan Palace Bio Engineering Co Ltd)	0.4	0.7	0.8	1.1	1.2
11	Blackmores (Blackmores Ltd)	0.8	0.9	0.9	1	1.1
12	Xiao Xian Dun (Beijing Xiao Xian Dun E-Commerce Co Ltd)	0	0.1	0.2	0.8	1
13	Cheong-Kwan-Jang (KT&G Corp)	0.3	0.4	0.6	0.7	0.9
14	Babycare (USANA Health Sciences Inc)	1	1.1	0.9	0.9	0.8
15	Nature's Bounty (Nestlé SA)	-	-	-	-	0.8
16	Fu Jiao (Shandong Fu Jiao Group)	0.8	0.7	0.8	0.8	0.8
17	Centrum (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.8	0.8	0.8
18	Scрианen (Beijing Scрианen Pharmaceutical Co Ltd)	0.5	0.5	0.6	0.7	0.7
19	D-Cal Chewable Tablets (A & Z Pharmaceutical Inc)	0.8	0.8	0.8	0.7	0.7
20	Culturelle (Royal DSM NV)	0.1	0.3	0.4	0.5	0.6

[표37] 중국 건강기능식품 주요 브랜드 점유율(2017-2021) 추이

단위 : 백분율(%), 자료 : 유로모니터(Euromonitor)

No.	구분	2017	2018	2019	2020	2021
21	Herbalife Nutrition (Herbalife Nutrition Ltd)	-	0.9	0.7	0.7	0.6
22	Schiff (Reckitt Benckiser Group Plc (RB))	0.2	0.3	0.4	0.4	0.6
23	GNC (Harbin Pharmaceutical Group Co Ltd)	-	-	-	0.5	0.5
24	Health & Beauty (Panlong Yunhai Pharmaceutical Corp)	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5
25	Pharmanex (Nu Skin Enterprises Inc)	0.7	0.7	0.6	0.5	0.5
26	Elevit (Bayer AG)	0.3	0.4	0.4	0.4	0.5
27	Liuwei Dihuang Wan (Beijing Tong Ren Tang Pharmaceutical Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4
28	Guo Wei Kang (CSPC Pharmaceutical Group Ltd)	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
29	Sanjing (Harbin Pharmaceutical Group Co Ltd)	0.6	0.6	0.5	0.4	0.4
30	Laiyi (Zhejiang Medicine Co Ltd)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.4
31	Lacidophilin Tablets (China Resources Enterprise Ltd)	-	-	0.3	0.3	0.3
32	Wellness by Oriflame (Oriflame Cosmetics SA)	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3
33	Pro-health (Pro-Health (China) Co Ltd)	0.9	0.6	0.5	0.4	0.3
34	Dyne (Shandong Shanda Wit Science & Technology Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
35	Happy Growth (Yangshengtang Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
36	E-Jiao (Beijing Tong Ren Tang Pharmaceutical Co Ltd)	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
37	Naobaijin Brain Supplement (Stone Group Holdings Ltd)	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3
38	Yangshengtang (Yangshengtang Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
39	Momi-Ai (Hanmi Pharm Co Ltd)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
(-)	Others	51.9	49.5	50.5	49.3	48.3

① BuffX

▶ BuffX 소개³⁶⁾

2020년 설립된 기능성 젤리 생산업체 바푸(霸符, BuffX)는 같은 해 10월 텐마오 플랫폼에서 처음으로 수면 유도 젤리를 선보였으며, 출시 한 달 만에 300만 위안(한화 약 5.6억 원)의 실적을 달성함. 안전하고, 효과 있는, 맛있는 기능성 젤리 생산업체로 자리잡는 것을 목표로 한 바푸는 설립 초기부터 ‘진실한, 기능성 있는, 생명력 있는 브랜드’로 포지셔닝하여 기존 보건식품 기업과 차별화된 방식으로 제품과 브랜드를 홍보함. 산하에 바푸X(霸符X, BuffX), 진르웨이타(今日维她), 쉰리(送理), 샤오슝보푸(小熊毓福), 샤오쯔부(小资补)의 타깃 대상층을 달리한 5개 브랜드를 출범해 집중력 강화 젤리, 숙취 해소 젤리, 비타민 젤리, 루테인 에스테르 젤리 등 70개 제품을 판매 중임. 바푸X는 젊은 Z세대 남성 소비자를, 진르웨이타는 여성 소비자를, 쉰리는 가족 고객을, 샤오슝보푸는 저연령층의 어린이를 대상으로 함. 바푸는 시장 진출 초기 온라인 채널을 중심으로 제품을 판매했으나, 최근 소비자들이 브랜드와 제품을 직접 체험하고 구매할 수 있도록 접점을 강화하고, 지속적인 성장 기반을 구축하기 위해 오프라인 채널 확대를 위해 노력하고 있음

2020년 바푸가 중시한 온라인 채널은 핀뉘뉘와 텐마오이며, 이 두 채널의 수익 비중이 전체 매출의 40~60%를 점유함. 그 밖에 더우인, 징동 등의 채널이 10~20%로 최대 80%의 매출이 온라인에서 발생했으며, 오프라인 비중은 20%에 불과함. 시장 기반을 확보한 바푸는 2021년 3월 이후 오프라인 채널 확대에 박차를 가했으며, 생활용품 전문 판매점 KKV와 다오써스(调色师, THE COLORIST)와 로손 편의점 등 3천여 개 매장에 입점함. 2021년 7월, 전체 매출 중 75%를 오프라인이 차지하며 바푸는 오프라인 채널 활성화에 성공했고, 영업이익률이 높은 채널로 일반의약품(OTC)을 취급하는 약국과 코스트코, 샘스클럽의 창고형 마트, 허마셴성(盒马鲜生)의 신유통 채널을 꼽음. 바푸는 1선, 新 1선, 2선 등의 대형 도시 외, 중소 도시로 시장을 확대하기 위해 해당 지역에서 경쟁력을 보유하고 있는 지역 대리상을 모색하는 등 소형 도시에 거주하는 젊은 세대를 공략하기 위한 전략을 추진 중임

36) aT한국농수산식품유통공사 상하이지사, ‘중국 건강기능성식품(轻养生功能性食品) 시장 트렌드 및 진출 전략’. 2023.08

▶ BuffX 인기 제품

2020년 1월 젊은 세대를 겨냥해 출시한 기능성 젤리 브랜드로, 주력 제품은 수면에 도움을 주는 기능성 젤리임. 대형 캐피탈로부터 몇 차례 투자 유치에 성공함. 졸음 방지 젤리 외, 집중력 강화 젤리, 숙취 해소 젤리, 비타민 젤리, 루테인 에스테르 젤리 등의 제품을 생산함

[표38] 온라인 쇼핑몰 내 buffX 플래그십 스토어



출처: (상) 티몰(T-Mall)

(하) 징둥(Jingdong)

② By-health

▶By-health 소개

1995년 설립됐으며, 2002년 식이보충제 시장에 진입해 시장을 선도하는 기업으로 부상함. 산하에 탕천베이젠, 켈리뉘(健力多), 켈스자(健视佳) 등 다수의 브랜드를 보유하고 있음. 주요 건강기능식품으로는 탕천베이젠(汤臣倍健): 비타민 캡슐과 젤리, 발포비타민 등, 켈스자(健视佳): 루테인 에스테르 캡슐 등, 그 외 면역력 향상 시리즈, 여성 미용 시리즈, 운동 영양 시리즈를 선보임

[표39] By-health 제품 사례



제조사(브랜드)	바이헬스(By-Health)	제조사(브랜드)	바이헬스(By-Health)
제품명	단백질 파우더 (Protein Powder)	제품명	콘드로이틴 칼슘정(健力多氨糖软骨素钙片)
가격/용량	- 339위안/600g	가격/용량	- 359위안/320정(163.2g)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴질랜드산 유청 단백질 함유 - 대두 추출 중국 특허 기술 적용 - 인체에 필요한 17가지 아미노산 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 관절 기능 개선 및 골밀도 증진에 도움 - 관절 건강에 도움을 주는 5대 성분 함유(암모니아당, 콘드로이틴, CPP, 칼슘, 한방 약초)

출처: 쉐닝(Suning)



제조사(브랜드)	바이헬스(By-Health)	제조사(브랜드)	바이헬스(By-Health)
제품명	여성을 위한 멀티비타민 & 미네랄 (多种维生素矿物质片女士型)	제품명	멜라토닌정(褪黑素片)
가격/용량	- 96위안/120정(180g)	가격/용량	- 45위안/60정(24g)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 기초 체력 증진 및 피로 해소에 도움 - 16가지 비타민과 미네랄 함유 - 독일 BASF, 네덜란드 DSM 기업이 생산하는 프리미엄 비타민 및 엽산, 판토텐산 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 수면 주기 유지 및 수면 질 개선 - 입면 시간 감소에 도움 - 타사 대비 멜라토닌 함량 높은 점 강조

출처: 쉰닝(Suning)



제조사(브랜드)	바이헬스(By-Health)	제조사(브랜드)	바이헬스(By-Health)
제품명	비타민 B정(B族维生素片)	제품명	엠펙 블루베리 루테인 에스테르 츠어블정 (YEP蓝莓叶黄素酯糖果片)
가격/용량	- 87위안/120정(44.4g)	가격/용량	- 119위안/60정(33g)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 비타민 B 8종 함유 - 조직 형성 및 에너지 대사 증진 - 나이아신아마이드, 엽산, 비오틴, 판토텐산 성분 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 블루베리의 폴리페놀과 안토시아닌 성분 및 루테인 성분으로 눈 건강 증진 - 에스테르형 루테인을 함유하여 일반 루테인보다 빛과 열에 강함 - 자연 유래 성분 함유

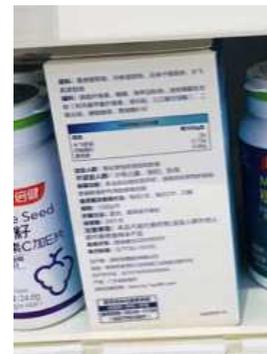
출처: 쉰닝(Suning)

[표40] By-health 현지 판매 제품 사례



방문 매장	비에이치지마켓플레이스 (BHG Market Place)	제품 유형	건강기능식품
제조사	바이헬스(By-Health)	제품명	비타민 C 츠어블정 패션후르츠 맛 (维满C维生素C咀嚼片)
원산지	- 중국	가격/용량	- 78위안/60정(46.8g)
성분	- L-아스코르빈산, L-아스코르빈산나트륨, 소르비톨, 이소말톨로스, 자일리톨, 스테아레이트 마그네슘, 실리카, 하이드록시프로필메틸셀룰로스, 아스파탐, 카복시메틸셀룰로스		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	왓슨스(Watsons)	제품 유형	건강기능식품
제조사	바이헬스(By-Health)	제품명	젠안스 밀크씨슬, 푸에라리아, 샬비어 (健安适水飞蓟葛根丹参片)
원산지	- 중국	가격/용량	- 171위안/61.2g
성분	- 칩뿌리추출물, 샬비어추출물, 오미자추출물, 영경귀추출물, 마이크로크리스탈셀룰로오스, 덱스트린, 소듐카복시메틸 전분, 필름코팅분말, 실리카, 마그네슘스테아레이트		

출처: 현지 방문 조사

③ Biostime

▶ Biostime 소개

홍콩에 본사를 두고 있는 20년 이상의 역사를 가진 건강기능식품 전문 기업으로 헬스앤해피니스(Health & Happiness) 그룹이 모회사에 해당함. 2010년 중국 건강기능식품 시장에 진입하여 영유아 대상 건강기능식품 연구 및 생산에 박차를 가하고 있음. 포브스(Forbes) 지가 선정한 ‘Asia’s 200 Best Under A Billion(2014)’ 기업 목록에 이름을 올렸으며, 영유아용 프로바이오틱스, 조제분유 및 이유식, 기타 영유아용 영양보충제 부문의 제품을 주로 생산하고 있음

[표41] Biostime 홈페이지 사진



자료: 바이오스타임(Biostime)

▶ Biostime 인기 제품

바이오스타임(Biostime)의 인기 조제분유 제품에는 ‘키베이스 산양분유(可贝思合生元羊奶粉)’, ‘헬시타임즈 유기농 조제분유(爱斯时光有机奶粉)’, ‘에스엔투 플러스 에이치피오(SN-2 PLUS HPO)’, ‘바이오스타임 알파스타(合生元阿尔法星)’, ‘바이오스타임 베타스타(合生元贝塔星)’ 등이 있으며, 인기 프로바이오틱스 제품에는 ‘어린이 프로바이오틱스 파우더(合生元儿童益生菌冲剂)’, ‘물에 타먹는 어린이 복합 프로바이오틱스(合生元儿童复合益生菌)’ 등이 있음. 바이오스타임은 주력 제품에 관하여 핵심 성분으로 프로바이오틱스(Probiotics) 및 락토포틴(LPN)이 함유된 점을 강조하고 있음

[표42] Biostime 제품 사례



제조사(브랜드)	바이오스타임(Biostime)	제조사(브랜드)	바이오스타임(Biostime)
제품명	어린이 프로바이오틱스 파우더 (儿童益生菌冲剂(儿童型))	제품명	물에 타먹는 어린이 복합 프로바이오틱스 (儿童复合益生菌(固体饮料))
가격/용량	- 184위안/39g(26회분)	가격/용량	- 313위안/96g(48회분)
특징	- 유아 및 어린이 대상으로 개발된 프로바이오틱스 제품 - 장을 보호하며, 면역 체계 개선 - 프랑스산 유산균 사용	특징	- 고품 제품으로 물에 타서 복용 - 수입 활성 프로바이오틱스 사용 - 비피도박테리움락티스(BIFIDOBACTERIUM LACTIS HN019) HN019 함유

출처: 쉐닝(Suning)

④ 기타 인기 제품

[표43] 현지 판매 인기 제품

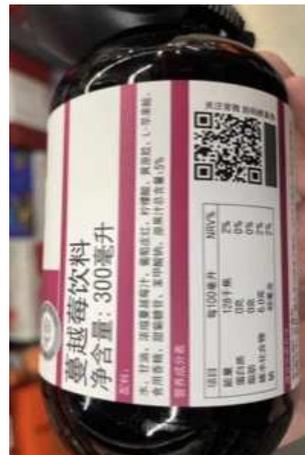
			
방문 매장	왓슨스(Watsons)	제품 유형	건강기능식품
제조사	원더랩(WONDERLAB)	제품명	원더랩 카벨리닌 캔디 (万益蓝WONDERLAB白芸豆压片糖果)
원산지	- 중국	가격/용량	- 189위안/120g
성분	- 흰색강낭콩추출물(흰색강낭콩, 말토덱스트린), L-아라비노스, 패션프루츠분말, 이소말톨로스(6.9%), 오디나무잎추출물, 미역분말, 생커피분말, 레몬분말, 강황, 비타민 C		
출처: 현지 매장 조사			

			
방문 매장	왓슨스(Watsons)	제품 유형	건강기능식품
제조사	원더랩(WONDERLAB)	제품명	원더랩 크랜베리 유산균 (万益蓝WONDERLAB蔓越莓益生菌即食乳酸菌食品)
원산지	- 중국	가격/용량	- 139위안/16g
성분	- 에리스리톨, 프락토올리고당, 락토바실러스분말(락토바실러스 로이테리 RC-14TM, 락토바실러스 함노수스 GR-1TM)(17%), 크랜베리과즙분말, 락토바실러스아시도필루스UAla-01, 락토바실러스아시도필루스UALp-05, 락토바실러스파라카제이LCasei431, 비피도박테리움아니말리스BB-12		
출처: 현지 매장 조사			



방문 매장	왓슨스(Watsons)	제품 유형	건강기능식품
제조사	스위스(Swisse)	제품명	스위스 블러드오렌지 음료 (SWISSE BLOOD ORANGE LIQUID)
원산지	- 호주	가격/용량	- 199위안/500ml
성분	- 정제수, 글리세린, 농축블러드오렌지과즙, 비타민C, 식용에센스, 잔탄검, 구연산, 벤조산나트륨, 하이드록시프로필메틸셀룰로스, 스테비올배당체		

출처: 현지 매장 조사



방문 매장	왓슨스(Watsons)	제품 유형	건강기능식품
제조사	스위스(Swisse)	제품명	스위스 크랜베리 음료 (SWISSE CRANBERRY LIQUID)
원산지	- 호주	가격/용량	- 148위안/500ml
성분	- 정제수, 글리세린, 농축크랜베리과즙, 포도껍질추출물, 구연산, 잔탄검, 말산, 식용에센스, 스테비올배당체, 벤조산나트륨		

출처: 현지 매장 조사

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

IV. 중국 건강기능식품 수출 가이드

IV. 중국 건강기능식품 수출 가이드

▶ 중국 보건식품(Health Food) 제도³⁷⁾

중국에서 보건식품은 「보건식품 등록관리법(국가식품약품감독관리국)」에 의하여 특정 보건 기능이 있다고 표명하거나 비타민, 무기질의 보충을 목적으로 하는 식품으로, 특정한 사람들이 식용하기에 적합하고 신체기능을 조절하는 기능이 있으나 질병치료를 목적으로 하지 않고, 인체에 급성, 준급성 또는 만성 위해를 가하지 않는 식품의 일종으로 정의됨. 주로 정제, 캡슐, 과립, 분말, 드링크제 형태이며, Slow-release제제, Controlled-release제제(서방형, 방출제어형제제), 설하흡수제제, 장용성제제, 스프레이 형태의 제제 등은 제형등록이 불가함

2016년 7월1 일부터 시행된 「보건식품 등록 및 서류신고 관리방법」에 근거하여 대상에 따라 보건식품은 ‘등록’과 ‘서류등록’으로 이원화된 제도를 운영하고 있음. 보건식품의 기능성은 27가지로 분류되며, 기능성에 따라 요구하는 자료(동물시험, 인체시험, 흥분제 검사 등)가 상이하며, 제품에 표시하고자 하는 기능성은 ‘보건식품 기능성 목록’에 반드시 포함된 것이어야 함

[표44] 중국 보건식품 제도

분류	보건 식품	
제도	등록(허가) (심사 O)	서류등록(신고) (심사 X)
대상	(1) '보건식품 원료 목록'에 포함되지 않은 원료를 사용하여 생산한 보건식품 (2) 처음으로 수입하는 보건식품(비타민, 미네랄 등 영양소 보충물질 보건식품 제외)	(1) '보건식품 원료 목록' 내 원료를 사용한 보건식품 (2) 처음으로 수입하는 보건식품 중 비타민, 미네랄 등 영양소 보충물질 보건식품(단, 보건식품으로 사용가능한 영양소 목록에 해당되어야 하며, 사용량, 기능, 기준규격 등에 부합되어야 함)
검토사항	규격기준/안전성/기능성	규격기준/안전성/기능성
임상시험	기능성 마다 요구하는 자료가 상이 예) 면역력 : 동물시험 피부개선 : 임상시험 혈당감소 : 동물 및 임상시험	

자료: 한국건강기능식품협회(KHFF) 홈페이지

37) 한국건강기능식품협회(KHFF) 홈페이지

관련 규정으로는 중국인민공화국식품안전법, 식품안전법 실시 조례
보건식품 등록과 서류등록 관리방법, 보건식품 기능목록·원료목록
관리방법, 보건식품 영양소 원료 목록, 보건식품 부원료 목록,
보건식품 등록심사 세칙, 보건식품 서류등록 세칙, 보건식품 제조
허가 심사 세칙 등이 있음. 관련 기관으로는 국가
식품약품감독관리총국(CFDA)(행정수리 기관, 보건식품 심사평가 기관,
보건식품 심사검증 기관), 성·자치구·직할시
식품약품감독관리국(CFDA), 시·현급 식품약품감독관리국
식품약품감독관리국(CFDA) 등이 있음

▶ 중국 수입식품 검사제도³⁸⁾

「식품위생법」 및 「수출입상품검사법」 규정에 따라 중국인의 신체건강과 생명안전을 보장하기 위하여, ‘검사검역 상품목록표’에 포함된 모든 수입식품은 수출입 통관 수속 전에 중국 수출입 상품 검사기구에서 수입식품에 대한 위생 감독 및 검사를 받아야 함. 합격 시 세관은 ‘위생검사합격증서’를 근거로 수입을 허가함. 해당 수입자는 반드시 하역항 또는 도착지의 중국수출입상품 검사기구에 등록해야 하고, 세관은 중국수출입상품검사기구가 세관신고서에 날인한 ‘등록접수필’ 인장에 근거하여 상품검사에는 관여하지 않음

「수출입상품검사법」이 개정되면서('02.04.28) 중국 내 수출입상품 검사업무를 주관하는 국가질량감독검험검역총국이 설립되었고, 국가질량감독검험검역총국이 중국 각지에 설치한 중국 수출입상품 검사 기구에서 관할지역의 수출입상품 검사업무를 관리함. 「상품검사법 실시조례」의 규정에 따라 수입식품에 대해서는 검사신청, 사전검사, 제조검사, 선적검사, 검사확인, 추가검사, 클레임에 의한 교환·반송처리 등의 순서로 검사를 실시함

중국에 최초로 수입되는 식품 중 중국의 국가위생기준이 설정되어 있는 식품은 국가 위생기준에 따라 검사하고, 위생기준이 없는 식품은 수출국정보에서 발급한 위생평가서를 제출하여 도착지 검사기관에서 검사 후 국무원 위생부의 비준을 받아야 함

수입식품이 중국 위생기준에 적합하지 않는 경우, 위해정도에 따라 반송, 폐기, 식용 외의 용도로 전용, 재처리해야 하며 식품 위생검사 적용 범위는 수출입 상품 검사종류표에 열거되어 있음

※ (식품위생법)식품의 정의: 사람이 식용 또는 음용하는 각종의 식품과 원료 및 전통적인 습관에 따라 약용성분을 가미한 식품. 단, 치료를 목적으로 하는 물품은 제외

검사결과는 통상적으로 시료접수 후 6일 내 공개하며, 검사결과를 근거로 7일 내에 수입식품위생증서를 발급해야 함

※ 수입식품위생증서 발급 후 국제중재에 따른 분쟁 이외에는 재검사를 실시하지 않음

[표45] 중국 보건식품 수출을 위한 기본절차

보건식품	
<ul style="list-style-type: none"> - 기능성분 함량이 높은 식품(농축/축출/분리) - 특정소비자 집단을 대상으로 하는 식품 	
보건식품의 등록 및 서류등록 절차* (CFDA)	
등록	서류등록
<ul style="list-style-type: none"> 1. 등록신청의 수리: 행정수리기구는 등록신청 수리 후 3일(근무일)내에 신청자료를 심사평가기구에 제출 2. 심사 평가:심사평가기구는 신청자료를 심사하고, 필요에 따라 현장조사와 대조검사를 실시하여 심사 평가를 완료, 국가식품약품감독관리총국에 심사평가 결론과 의견을 제출 - 서류심사 - 현장검사 및 대조검사 - 심사평가기구의 심사평가 결론과 의견 3. 등록결정 	<ul style="list-style-type: none"> • 보건식품생산기업은 제품의 안전성, 보건기능, 품질통제가능성을 표명한 자료를 식품약품감독관리당국에 제출하여 자료를 보관, 공개, 비치(참고용) 1. 등록 대상 <ul style="list-style-type: none"> - '보건식품 원료 목록' 내에 포함된 원료를 사용한 보건식품 - 처음으로 수입하는 보건식품 중 비타민, 미네랄 등 영양물질 보충용 보건식품(영양물질은 반드시 '보건식품 원료 목록' 내에 포함된 물질이어야 함) 2. 등록신청인 요건 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 보건식품의 등록신청인(중국 내 등기된 법인 또는 기타 조직) - 수입산 보건식품의 등록신청인(사판될 보건식품의 해외생산업체) 3. 제출자료: 공통자료, 추가자료 4. 서류신고의 처리:현장처리, 신고자료의 변경
수입신고	
검사필요	검사불필요
<ul style="list-style-type: none"> - 검역서 검사 - 행정검사 - 명령검사 - 수입신고증 발행 	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고증 발행
통관(중국세관)	
<p>※ 새로운 성분 또는 구분이 모호한 제품의 경우 CFDA에 문의해야 함</p> <p>※ 기능성분 함량이 적어 일반인 모두 식용할 수 있는 제품의 경우는 식품으로 등록해야 함</p>	
<p>자료: 한국건강기능식품협회(KHFF) 홈페이지</p>	

38) 자료: 한국건강기능식품협회(KHFF) 홈페이지

[표46] 보건식품 등록 절차

신청인	등록신청(서류 제출)
행정수리기구	등록신청 수리(서류접수) 심사평가기구에 서류 전달
심사평가기구	서류 심사 필요에 따라 현장조사 및 대조검사 심사 완료 후, 식약총국에 종합심사평가결론과 의견서 제출
식품약품감독관리당국	종합심사평가절차와 결론심사 등록 여부 최종 결정

※ 2016년 7월 1일부터 시행된 「보건식품 등록 및 서류신고 관리 방법」에 따라 중국 보건식품은 '등록'과 '서류등록'의 이원화된 제도로 운영됨

[표47] 수입식품 검사제도



자료: 한국건강기능식품협회(KHFF) 홈페이지



해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

V. 중국 기능성 소재 전문가 인터뷰

Interview ① Renhe Pharmacy Co.³⁹⁾

Renhe Pharmacy Co.
담당자
Ms.zhu
직책
Brand Manager
이메일
514761438@qq.com
연락처
+86-18201034890
인터뷰 시점
2023.09

Renhe Pharmacy Co. 소개

Renhe Pharmacy Co.는 2001년 중국에서 설립된 의약품 및 건강기능식품 기업으로, R&D, 생산, 판매 과정을 통합하는 현대적 제약 브랜드입니다. 2022년 연매출 146억 3,600만 위안을 기록하였으며, 매년 꾸준한 경제적 성장을 보여주고 있습니다. Renhe 그룹은 국가 과학 연구 단지와 협력하여 설립된 3개의 의학 연구 기관을 보유하고 있으며, 신약 개발 및 기타 과학 기술 연구개발을 위한 공동 연구, 국가 첨단 기술 산업화 사업 등 다수의 국가 첨단 기술 프로젝트를 승인받았습니다. 현재까지 Renhe 그룹 산하 11개의 자회사가 첨단 기술 기업으로 인정받았으며, 1,000개 이상의 의약품 및 헬스케어 제품을 연구 개발하여 선보였습니다.



39) 본 보고서에 실리는 인터뷰 결과물은 2차 전문가 인터뷰 결과물이며, 1차 전문가 인터뷰 단계에서는 모든 인터뷰 대상자에게 빅데이터 분석 결과물(강 신호/약신호 키워드 리스트)을 전달해 최종 분석 대상 키워드 선정을 요청함

Q1. 최근 중국 건강기능식품 시장의 현황은 어떠한가요?

중국에서는 카제인 포스포펩티드, 칼슘, DHA 조류유 등의 원료 및 성분이 인기를 얻고 있습니다. 카제인 포스포펩티드는 주로 분유 제품 생산 시 사용되는 성분으로, 해당 성분이 함유된 건강기능식품은 중국 내 모든 온오프라인 채널에서 쉽게 구매할 수 있습니다. 다음으로 DHA 조류유는 캔디, 젤리, 구미 형태로 생산되는 유아용 건강식품에 주로 사용됩니다. 해당 성분이 함유된 건강기능식품은 중국 온라인 플랫폼 타오바오(Taobao)와 티몰(T-Mall)에서 판매되고 있으며, 부모들이 자녀를 위해 구매하는 경우가 많습니다.

한편, 코로나19 유행의 영향으로 면역력 강화 기능성 제품이 중국 내 트렌드로 떠올랐습니다. 중국 소비자들은 면역력을 향상시켜 코로나19 관련 질병을 예방하는 것을 중요시하기 때문에 면역력 강화 기능 성분을 함유하고 있는 제품에 대한 수요가 매우 높습니다. 이외에도 중국에서는 피로 해소 기능성 제품이 꾸준한 인기를 얻고 있습니다. 학업 및 업무 스트레스에 시달리는 현대인들에게 피로 해소 기능성 성분이 함유된 건강기능식품의 수요가 높습니다.

Q2. 최근 중국 내 인기를 얻고 있는 건강기능식품 원료는 무엇인가요?

현재 중국에서 큰 인기를 얻고 있는 원료에는 옥수수, 생강, 브로콜리, 퀴노아, 팜유 등의 자연 유래 재료와 발효 콩으로 만들어진 템페(Tempeh), 밀크씨슬이 있습니다. 옥수수와 팜유는 체내 콜레스테롤 대사에 기여하며, 생강은 감기 및 소화 기관 감염병을 예방하고, 브로콜리는 위 건강 증진에 도움을 주며, 퀴노아는 식이섬유가 풍부하여 대장 기능을 촉진하고, 템페는 내장 건강을 향상하는 효과가 있습니다. 마지막으로, 밀크씨슬은 간 보호에 도움을 주기 때문에 도수가 높은 주류를 소비하는 중국 소비자들이 많이 찾는 성분입니다.

더불어, 옥수수 녹말, 미국산 인삼, 밀생균, 로즈마리, 시금치 분말도 중국에서 관심을 받기 시작하는 원료에 해당합니다. 옥수수 녹말은 혈압을 낮추고 체중 조절에 도움을 주며, 밀생균은 변비를 완화하고 혈관을 보호합니다. 로즈마리는 정신 건강 증진에 도움을 주고 혈당을 낮추며, 시금치 분말은 장 건강을 촉진하는 효과를 지니고 있습니다. 미국산 인삼은 몸의 열을 감소시키며, 불면증과 우울증 완화에 도움을 주지만, 체질에 따라 맞지 않는 경우도 많아 해당 원료를 기피하는 소비자들도 많습니다.

Q3. 최근 건강기능식품 시장에서 부상하는 주요 키워드는 무엇인가요? 해당 키워드와 관련된 원료에는 어떤 것들이 있나요?

우선, 건강기능식품 시장의 최근 주요 키워드는 간, 피부, 면역, 스트레스 등을 꼽을 수 있습니다. 중국 소비자들은 도수가 높은 술을 마시는 경우가 많고, 음주 빈도가 높아 간 손상을 우려하여 간 건강에 관련된 제품 탐색율이 높습니다. 또한, 피부 색을 통해 건강 상태를 가늠할 수 있어 피부 또한 관심이 높은 주제입니다. 아까도 언급했듯, 면역력은 코로나19의 영향 뿐만 아니라 기초 건강에 직결되기 때문에 최근 중요한 주제로 여겨지고 있습니다. 마지막으로, 스트레스는 현대인들이 일상적으로 겪는 문제이기 때문에 꾸준히 주요 주제로 다루어집니다.

한편, 최근 높은 관심을 받는 질병 관련 키워드에는 당뇨, 혈당 및 혈압, 뇌 등을 꼽을 수 있습니다. 현대인들의 당 섭취량이 증가함에 따라 당뇨 및 혈당에 관련된 주제가 큰 관심을 받고 있으며, 이를 예방하기 위한 건강기능식품 생산 시 시금치 분말 등이 자주 쓰입니다. 이와 함께, 정신적, 환경적 스트레스가 혈압을 높일 수 있으며, 뇌질환을 발병할 가능성이 높아 주요 관심사로 여겨지고 있으며, 견과류나 오메가3 등의 원료가 이러한 질병을 예방하는 건강기능식품 원료로 쓰이고 있습니다. 한 가지 주의할 내용은 중국에서는 소비자 오도를 방지하기 위해 일반 식품에는 기능성에 대한 표기를 할 수 없다는 점입니다. 일반 식품에 쓰인 원료의 효능을 표기할 수는 있으나, 해당 제품의 직접적인 효능은 표기할 수 없습니다.

Q4. 최근 중국에서 떠오르는 마케팅 및 유통채널 관련 이슈는 무엇인가요?

중국에서는 SNS를 활용한 마케팅이 대세라고 할 수 있습니다. 더우인이나 샤오홍수와 같은 SNS 플랫폼이 최근 3년 간 크게 발전하며 높은 인기를 얻고 있는 추세입니다. 따라서, 중국에서 인기를 얻고 있는 SNS 플랫폼에서 홍보할 수 있는 사진 및 영상을 제작하여 배포하는 것을 추천합니다.

한편, 중국 내 최대 건강기능식품 유통채널은 체인 약국/드럭스토어입니다. 최근 5년 간 코로나19 사태로 인해 오프라인 매장 수는 크게 줄었고, 온라인 약국은 중국 온라인 종합 쇼핑몰인 티몰(T-Mall)과 징동(Jingdong) 중심으로 입점되어 크게 증가하고 있습니다. 중국 소비자들 또한 온라인을 통해 건강기능식품을 구매하는 경우가 매우 많아졌습니다.

Q5. 한국과 중국의 건강기능식품 시장 간의 주요 차이점은 무엇인가요?

한국 건강기능식품 시장은 전반적으로 건강기능식품 섭취에 대한 긍정적인 인식이 강하며, 품질이 보장된 신규 제품들이 많이 출시되어 있습니다. 중국 건강기능식품 시장에는 수입산 제품이 많고, 소비자들 사이에서는 건강기능식품을 매일 섭취한다는 인식이 약합니다. 또한, 제품 품질의 안전성이 문제가 되거나, 소비자들이 제품을 식별하기 어려워하는 경우가 많습니다.

Q6. 한국산 건강기능식품에 대한 중국 소비자들의 인식은 어떠한가요?

중국 소비자들은 한국산 건강기능식품의 품질을 매우 높게 평가합니다. 한국산 제품은 HACCP을 비롯한 품질 인증을 취득하는 경우가 일반적입니다. 그래서 중국 소비자들은 한국 관광 시 건강기능식품을 구입하는 경우가 많습니다.

다만, 중국에서는 미국산 및 호주산 건강기능식품이 오랫동안 유통되어 왔으며 시장에서 확고한 위치를 자리 잡고 있습니다. 한국산 건강기능식품은 미국산 및 호주산 건강기능식품과 함께 고려되는 경우가 많아 중국으로 진출 시 이러한 경쟁적 상황을 이해해야 할 것입니다.

Q7. 중국 진출을 희망하는 한국의 건강기능식품 중소기업에게 조언해주실 내용이 있나요?

한국의 중소기업이 중국의 CFDA 인증을 신청 및 취득하기 위해서는 시간과 비용이 많이 들 것입니다. 그러나 전자 상거래 플랫폼을 통해 중국 수출이 가능해졌기 때문에 인증 취득부터 유통까지 중국 수출에 걸리는 전반적인 시간을 절약할 수 있습니다. 중국에서는 티몰(T-Mall)과 같은 온라인 플랫폼이 활성화되어 있으니 이러한 채널을 활용하시기 바랍니다. 또한, 온·오프라인으로 마케팅을 수행하는 경우, 제품의 원산지나 생산 배경 등을 강조하는 것이 좋습니다. 중국 소비자들은 브랜드의 역사 및 정통성 등을 접하면 구매를 선호하는 경향이 있기 때문입니다.

Interview ② Dalian Futao Biomedical Technology Co., Ltd

Dalian Futao Biomedical Technology Co., Ltd
담당자
MR. TIAN
직책
Sales Manager (Export Department)
이메일
839876012@qq.com
연락처
+86-0755-23215219
인터뷰 시점
2023.09

Dalian Futao Biomedical Technology Co., Ltd 소개

Dalian Futao Biomedical Technology Co., Ltd은 랴오닝성 대련경제기술개발구에 위치해있음. 의료기기 판매, 의학 연구 및 실험 개발, 헬스케어 판매 등의 사업을 영위하고 있음

Q1. 최근 중국 건강기능식품 시장의 현황은 어떠한가요?

최근 중국에서는 구기자과 프로바이오틱스 성분이 큰 인기를 얻고 있습니다. 특히 구기자 성분은 신장과 뼈를 튼튼하게 하는 데 도움이 되어 중국 남성 소비자들에게 인기가 높습니다. 구기자는 주로 펄프 형태로 음료 제품에 첨가되며, 중국의 룡즈탕(榕芝堂) 브랜드의 음료 제품은 티몰과 같은 온라인 쇼핑몰을 통해서 쉽게 구매할 수 있습니다. 중국에서 가장 유명한 구기자 산지는 닝샤성(寧夏省)이며, 구기자가 함유된 음료는 일본 시장에서도 반응이 좋아 최근 일본으로 수출되는 경우가 많습니다.

한편, 최근 중국 건강기능식품의 효능 중 강조되고 있는 내용은 ‘피로 해소’와 ‘면역력 강화’입니다. 중국 현대인들은 업무로 인한 압박감 및 스트레스가 많아 육체적·정신적 피로를 호소하고 있습니다. 그래서 중국인들은 피로회복에 도움이 되는 건강기능식품 구매를 선호합니다. 또한, 면역력을 강화하는 것은 기초 건강을 유지하고 질병에 걸리지 않기 위한 근본적인 방법이기 때문에 중국 소비자들에게 면역력 강화 기능 건강기능식품이 인기가 높습니다.

Q2. 최근 중국 내 인기를 얻고 있는 건강기능식품 원료는 무엇인가요?

최근 중국에서는 귀리, 녹차, 마늘, 표고버섯, 브로콜리, 알로에베라 등이 건강기능식품 원료로 인기가 높습니다. 귀리는 칼슘을 보충하고 혈당 및 콜레스테롤 수치 저하에 도움을 주며, 주로 오트밀 형태의 간편 식사 대용 제품으로 생산됩니다. 녹차는 노화를 방지하는 항산화 물질이 다량 함유되어 있으며, 특히 녹차의 카테킨 성분이 항균 작용에 뛰어난 것으로 알려져 있습니다. 녹차는 우려내어 마시는 차 형태 그대로 생산됩니다. 마늘은 강력한 항균 및 항염 효과를 지니고 있으며 암 예방에 효과적인 원료로, 마늘 캡슐 형태로 생산되거나 기타 건강기능식품에 부가적으로 첨가됩니다. 표고버섯은 비타민 및 리보스 물질이 풍부해 혈액 순환과 피부 세포 대사를 촉진하며, 혈압과 콜레스테롤을 낮추는 데 도움을 줍니다. 버섯은 버섯 분말이나 버섯 효소, 버섯 추출물 캡슐 등의 형태로 생산됩니다. 브로콜리는 다량의 비타민 C를 함유하고 있으며, 위암, 유방암 예방에 효과적입니다. 브로콜리는 음료나 즙 형태로 슈퍼마켓 등의 채널을 통해 유통됩니다. 알로에베라는 피부 수분 보충 및 치유에 효과적으로 피부에 직접 바르는 젤 형태나 섭취용 캡슐로 생산됩니다.

이와 함께, 해바라기유, 옥수수 전분, 콜리플라워, 로즈마리, 시금치 분말이 중국에서 꾸준한 인기를 얻고 있습니다. 옥수수 전분은 혈압과 콜레스테롤 수치를 낮춰줍니다. 옥수수 전분으로 만들어진 국수 및 제빵류 등의 식품은 체중 조절에 관심 있는 여성 소비층에게 인기가 높습니다. 해바라기유는 불포화지방산이 풍부하여 노화 및 심혈관 질환을 예방하고 신체에 영양소를 보충해줍니다. 다만, 과도한 섭취는 간에 부담을 줄 수 있어 적정량 섭취가 권장됩니다. 해바라기유는 식용유 형태로 가공되어 중국 소비자들의 소비가 매우 많습니다. 콜리플라워는 당, 지방, 칼로리가 낮고 수분 및 식이섬유 함량이 높아 위 건강에 도움을 줍니다. 건강기능식품보다는 중국 요리의 재료로 사용되는 경우가 많습니다. 로즈마리는 혈압과 혈당을 낮추는 데 도움을 주며, 오일 및 조미료 형태로 널리 사용되고 있습니다. 시금치 분말은 항산화 성분이 다량 함유되어 있어 세포 노화 방지에 효과적입니다. 분말 형태의 식사 대용 식품 원료로 사용되며, 시금치 분말 또한 중국 여성 소비자들의 선호도가 높은 제품입니다.

Q3. 최근 건강기능식품 시장의 주요 클레임 키워드는 무엇인가요? 해당 키워드와 관련된 원료에는 어떤 것들이 있나요?

건강기능식품 시장의 인기 키워드는 건강, 정신, 간, 면역, 스트레스 등을 꼽아볼 수 있습니다. 나이가 들수록 건강은 주요 관심사가 되기 때문에 건강은 꾸준히 중요한 키워드로 여겨집니다. 또한, 중국에서는 사회적으로 비롯된 스트레스로 인해 청·장년층에게 정신 질환이 흔하여 스트레스 및 정신 건강 또한 중요한 키워드입니다. 한편, 과도한 음주로 인한 청년층의 간암 발병률이 높아져 간 건강이 중요한 키워드로 떠올랐습니다. 이외에도 면역력 향상 등을 주요 건강기능식품 키워드로 꼽을 수 있습니다.

건강기능식품 시장에서 최근 트렌드가 된 키워드에는 당뇨, 혈당, 염증, 혈압, 뇌 등이 있습니다. 젊은 층의 당 섭취가 증가함에 따라 당뇨병 및 혈당 질환의 위험성이 높아졌습니다. 이러한 질병 예방을 위해서 양파, 귀리 등이 함유된 건강기능식품을 찾는 경우가 많습니다. 한편, 업무 및 생활 스트레스는 체내 염증 및 혈압 상승, 뇌 질환을 유발할 수 있습니다. 이러한 질병 예방을 위해 우유 및 유제품 등이 함유된 건강기능식품을 구매하는 경우가 많습니다.

Q4. 최근 중국에서 트렌드로 떠오르고 있는 마케팅 및 유통채널에 관한 이슈는 무엇인가요?

중국에서 가장 효과적인 건강기능식품 마케팅 방안은 약국 및 의사의 추천이라고 할 수 있습니다. 다양한 마케팅 대안과 전략이 증가하고 있지만, 여전히 중국에서는 약국과 의사들의 추천을 통한 입소문 마케팅이 가장 설득력 있는 마케팅 방안입니다.

한편, 과거에는 방문 판매를 통해 건강기능식품을 홍보하고 유통했습니다. 하지만 코로나의 영향 및 중국 온라인 전자 상거래의 발전으로 인해 방문 판매 유통 방식은 거의 사라졌습니다. 최근 중국에서는 온라인을 통한 건강기능식품 거래가 급격하게 증가하고 있는 추세입니다.

Q6. 한국과 중국의 건강기능식품 시장 간의 주요 차이점은 무엇인가요?

중국에서는 일반적으로 특정 그룹의 소비자들이 건강기능식품을 소비, 섭취합니다. 예를 들어 피트니스 및 스포츠 계열에서 종사하거나 운동 후 영양 보충을 원하는 사람들이 소비하는 경향이 높습니다. 그러나 한국에서는 일반적인 소비자들도 건강 관리를 위해 건강기능식품을 흔하게 소비합니다. 건강기능식품의 섭취 및 소비가 일상적인 것이 한국 건강기능식품 시장의 특징이라고 할 수 있겠습니다.

Q7. 한국 건강기능식품에 대한 중국 소비자들의 인식은 어떠한가요?

중국 소비자들은 한국산 건강기능식품에 관하여 긍정적인 이미지를 가지고 있으며, 품질을 높게 평가하고 있습니다. 특히 중국인들은 관광 차 한국을 방문하여 면세점에서 건강기능식품을 구매하는 경우가 매우 많습니다. 중국인들에게 잘 알려진 한국산 건강기능식품은 대개 인삼 성분을 함유하고 있습니다.

그러나 중국에서는 미국 건강기능식품 브랜드가 오랫동안 인지도를 얻으며 시장을 점유하고 있습니다. GNC, NBTY, Nutrilite 등의 브랜드가 중국인들에게 유명한 미국 브랜드이며, 중국 소비자들이 건강기능식품을 소비할 때 가장 먼저 고려하는 제품은 이러한 미국 브랜드 제품입니다. 한국 건강기능식품의 이미지가 긍정적인 것은 사실이지만, 중국 시장에서 경쟁 시 미국산 건강기능식품이 우선적으로 고려되기 때문에 이 점을 인지해야 할 필요가 있습니다.

Q8. 중국 진출을 희망하는 한국의 건강기능식품 중소기업에게 조언해주실 내용이 있나요?

한국의 중소 규모 건강기능식품 기업이 CFDA 인증 없이 중국에 진출하기 위한 유일한 방법은 전자 상거래 플랫폼을 통한 수출입니다. 일례로 한국의 인삼 브랜드 참다한은 티몰에 입점하여 한국에서 중국으로 직배송하는 방식으로 제품을 판매하고 있습니다. 한국에서 직수입되는 제품이기 때문에 중국 소비자들은 제품의 품질을 신뢰할 수 있습니다. 온라인 직수입 판매 방식을 통해 브랜드는 제품의 원산지과 효능을 강조할 수 있습니다.



해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

VI. 대만 개요

VI. 대만 개요

1. 대만 건강기능식품 시장 개요

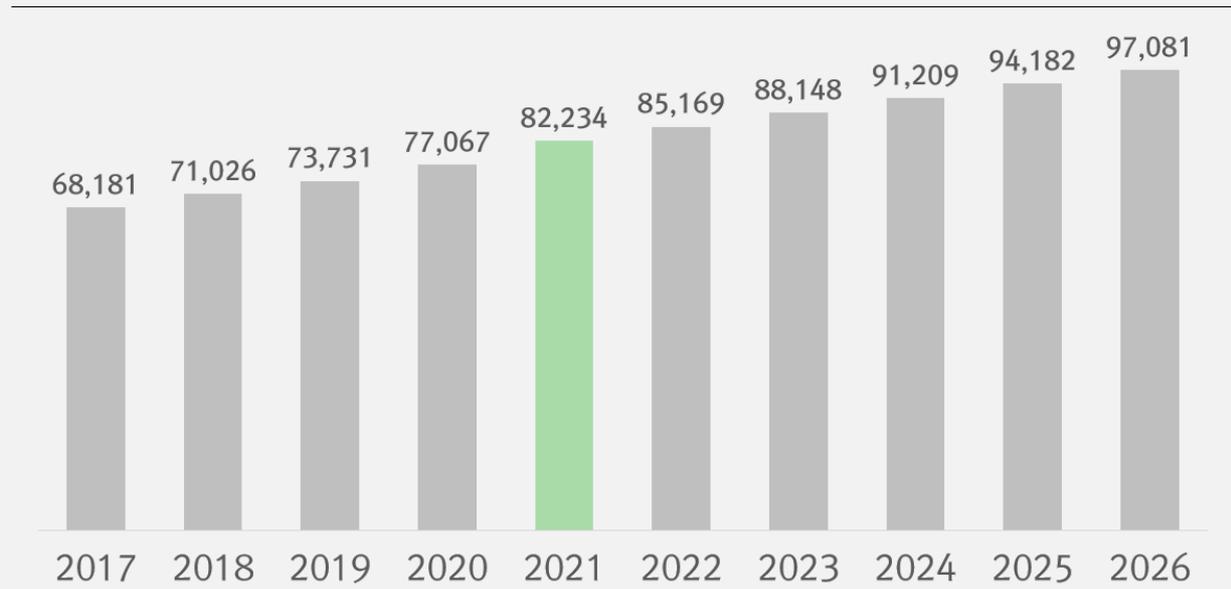
▶ 대만 건강기능식품 및 비타민 시장규모, 2021년 822억 타이완 달러

대만 건강기능식품 및 비타민 시장규모는 2021년 기준 822억 타이완 달러로 지난 5년(2017~2021년) 동안 연평균 4.8%씩 성장함. 향후 5년(2022~2026년) 동안 대만 건강기능식품 및 비타민 시장규모는 연평균 3.3%씩 성장하여 2026년 970억 타이완 달러로 성장할 것으로 전망됨

대만에서는 코로나19 이후 건강관리 및 면역 체계 강화에 대한 관심이 증가함에 따라 건강기능식품에 대한 수요가 늘고 있으며, 팬데믹으로 인한 경제적 어려움과 신약에 대한 두려움 등으로 오랜 기간 동안 검증된 비(非) 식물성/전통 건강기능식품도 주목받고 있음. 비(非) 식물성/전통 건강기능식품의 경우, 2021년 17% 가량의 두드러진 성장률을 보이며 268억 타이완 달러의 시장규모로 성장하였으며, 2026년 333억 타이완 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨. 해당 분야의 선두 주자는 암웨이(Amway) 대만 주식회사로 2021년 13%의 가치 성장을 보임

[표48] 대만 건강기능식품 및 비타민 시장규모 현황

단위: 백만 타이완달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

2. 대만 건강기능식품 시장 동향

[표49] 대만 건강기능식품 시장 세부 시장규모(2017-2021) 추이

단위: 백만 타이완달러, 백분율(%), 자료: 유로모니터(Euromonitor)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	시장점유율 ⁴⁰⁾	CAGR
▲ 건강기능식품	45,376	47,121	48,806	50,881	53,920	100.0% ⁴¹⁾	4.4%
① 식물성/전통 건강기능식품	23,982	24,622	25,210	26,004	27,020	50.1%	3.0%
①-1 알로에	2,801	2,876	2,945	3,038	3,156	11.7%	3.0%
①-2 복합 식물성/전통 건강기능식품	4,243	4,350	4,429	4,701	4,823	17.9%	3.3%
①-3 미늘	71	67	64	66	71	0.3%	0.0%
①-4 은행	22	22	22	22	23	0.1%	1.5%
①-5 인삼	1,365	1,441	1,521	1,622	1,511	5.6%	2.6%
①-6 기타 식물성/전통 건강기능식품	15,396	15,781	16,144	16,468	17,346	64.2%	3.0%
② 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	21,394	22,498	23,595	24,877	26,900	49.9%	5.9%
②-1 코엔자임 Q10	103	104	106	107	110	0.4%	1.8%
②-2 복합 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	2,439	2,522	2,601	2,554	2,984	11.1%	5.2%
②-3 눈건강 보조식품	703	757	812	870	938	3.5%	7.5%
②-4 어유/오메가 지방산	2,173	2,238	2,296	2,346	2,452	9.1%	3.1%
②-5 글루코사민	2,947	3,148	3,350	3,551	3,825	14.2%	6.7%
②-6 미네랄	1,759	1,806	1,847	1,876	1,929	7.2%	2.3%
②-7 프로바이오틱스 보조 식품	6,476	6,995	7,526	8,392	9,234	34.3%	9.3%
②-8 단백질 보조식품	1,977	2,006	2,030	2,042	2,089	7.8%	1.4%
②-9 기타 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	2,817	2,923	3,028	3,140	3,339	12.4%	4.3%

40) 2021년 시장규모 기준임

41) ①, ②는 Dietary Supplements 시장에서의 점유율을 나타냄

[표49] 대만 건강기능식품 시장 세부 시장규모(2022-2026) 전망

단위: 백만 타이완달러, 백분율(%)

구분	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	시장점유율 ⁴²⁾	CAGR
▲ 건강기능식품	55,818	57,756	59,771	61,746	63,687	100.0% ⁴³⁾	3.4%
① 식물성/전통 건강기능식품	27,718	28,382	29,068	29,706	30,350	47.7%	2.3%
①-1 알로에	3,238	3,315	3,395	3,470	3,543	11.7%	2.3%
①-2 복합 식물성/전통 건강기능식품	4,974	5,141	5,328	5,509	5,707	18.8%	3.5%
①-3 마늘	72	73	74	75	76	0.2%	1.2%
①-4 은행	23	24	24	25	25	0.1%	1.9%
①-5 인삼	1,545	1,576	1,605	1,633	1,659	5.5%	1.8%
①-6 기타 식물성/전통 건강기능식품	17,777	18,162	18,549	18,903	19,247	63.4%	2.0%
② 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	28,100	29,374	30,704	32,041	33,337	52.3%	4.4%
②-1 코엔자임 Q10	111	113	114	115	116	0.3%	1.1%
②-2 복합 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	3,103	3,234	3,380	3,524	3,643	10.9%	4.1%
②-3 눈건강 보조식품	987	1,038	1,092	1,147	1,201	3.6%	5.0%
②-4 어유/오메가 지방산	2,499	2,548	2,598	2,647	2,695	8.1%	1.9%
②-5 글루코사민	4,048	4,270	4,488	4,696	4,907	14.7%	4.9%
②-6 미네랄	1,962	2,002	2,046	2,090	2,133	6.4%	2.1%
②-7 프로바이오틱스 보조식품	9,815	10,440	11,099	11,772	12,433	37.3%	6.1%
②-8 단백질 보조식품	2,117	2,146	2,175	2,204	2,230	6.7%	1.3%
②-9 기타 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	3,459	3,583	3,713	3,846	3,980	11.9%	3.6%

42) 2026년 시장규모 기준임

43) ①, ②는 Dietary Supplements 시장에서의 점유율을 나타냄

▶ 이커머스 건강기능식품 시장 꾸준한 성장세⁴⁴⁾

건강기능식품 브랜드들이 온라인 입지 강화를 위한 노력을 지속하면서 이커머스 건강기능식품 시장은 꾸준한 성장세를 보이고 있음

대만에서 건강기능식품은 상당히 규모가 큰 시장으로, 건강 의료기기 등의 기타 건강제품 분야에 비해 제품 판매 규모가 가장 큼. 또한, 코로나19와의 대응을 위해 끼니 외에 추가 영양소를 섭취하려는 소비자들이 증가하면서, 2021년에는 건강한 제품에 대한 수요가 더욱 높아지는 추세임

이러한 추세와 함께, 건강기능식품 시장에서 이커머스 채널로의 전환이 두드러짐. 네이처메이드(Nature Made)와 같은 일반의약품 브랜드는 이커머스 역량을 개선하고 옴니채널 접근 편의성을 강화하려는 노력을 기울이고 있으며, 동시에 창고형 매장을 통한 판매도 확대하고 있음

이러한 변화로 소비자들은 쇼핑 빈도를 줄이는 대신 한 번에 더 많은 제품을 대량 구매하는 방향으로 쇼핑행태를 변화하고 있으며, 그러한 방식으로 저렴한 가격으로 제품을 구매하고 더 많은 혜택을 받는 등 창고형 매장의 이점을 충분히 누리려는 경향을 보임

44) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Taiwan', 2021.09

▶ 현지 제조업체와 H&B 체인점 파트너십 확대⁴⁵⁾

여러 업체가 경쟁하고 있는 환경 속에서도 직접 판매업체인 암웨이(Amway)는 2021년에도 건강기능식품 시장을 선도하고 있으며, 프로파트너(Pro-partner)도 2위를 차지하며 강력한 입지를 유지하고 있음. 또한, 일본 브랜드인 신바이오퍼민(Shin Biofermin)과 와카모토(Wakamoto)는 우수한 브랜드 평판으로 인해 높은 성장세를 기록하고 있음

그러나 2021년에 상위 업체 중 가장 큰 성과를 거둔 업체는 또 다른 직접 판매 업체인 허벌라이프(Herbalife)로, 허벌라이프를 비롯한 현지 제약 회사들은 주요 H&B 체인점 및 약국과의 파트너십을 맺음으로써 소비자에게 브랜드 및 제품 노출을 강화하는 전략을 활용하고 있음. 파트너십 계약에 있어 현지 제약 회사는 제품을 제조하고 브랜드를 소유하는 한편, 드럭스토어 및 약국에 독점적인 유통권을 위임하는 방식을 활용함

대표적으로, 영신제약(Yung Shin Pharmaceutical)이 소유하고 있는 요컴(YoCome)은 대만에서 두 번째로 큰 H&B 체인인 코스메드(Cosmed)를 통해 독점 유통 중임. 이러한 회사들은 오프라인 H&B 매장에서 제품 포트폴리오와 진열 공간을 계속해서 확장하고 있음

[표50] 코스메드에서 판매되는 요컴



자료: 코스메드(Cosmed)

▶ 프로바이오틱스, 글루코사민 및 루테인 인기

프로바이오틱스, 글루코사민 및 루테인과 같은 제품들에 대한 수요는 최근 몇 년간 빠르게 증가하고 있으며, 특히 코로나19 팬데믹으로 인해 그 성장세가 더욱 가속화되고 있음

프로바이오틱스 보충제는 면역 체계 강화를 비롯한 각종 건강 상 효능을 가지고 있어 수요가 증가하고 있음. 다만 소비자들은 잦은 외식 문화와 높은 대장암 발병률로 소화기 건강에 큰 관심이 있는데, 프로바이오틱스 보충제는 소화기 건강 및 변비 예방에도 효과가 있다고 알려져서 많은 소비자에게 주목받고 있음

글루코사민과 루테인은 인구 고령화로 인해 수요가 높아지는 추세임. 글루코사민은 관절 윤택에 도움이 되는 것으로 알려져 있으며, 루테인은 자연적으로 발생하는 카로티노이드로 백내장과 황반변성으로부터 눈을 보호하는 능력으로 알려져 있음

[표51] 대만 인기 프로바이오틱스, 글루코사민 및 루테인 제품



자료: 대만 쇼피(Shopee.tw)

45) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Taiwan', 2021.09

▶ 질병 예방에 대한 인식 제고

질병 예방에 대한 소비자 인식이 가치 판매를 주도하고 있으며, 이전에는 치료에 중점을 두었다면 이제는 치매, 심혈관 질환, 안구 질환 등의 질병에 대해 선제적으로 예방하는 방향으로 건강기능식품 시장 수요가 전환될 것으로 예상됨. 이러한 추세는 건강한 삶과 라이프스타일을 지향하는 움직임에도 영향을 받은 것으로 보임

특히, 젊은 소비자들과 밀레니얼 세대는 건강기능식품 소비를 자신들의 라이프스타일을 결정하는 한 가지 요소로 여기고 있으며, 활동적인 생활, 지속 가능성, 클린 라벨링과 같은 라이프스타일 선택이 모든 구매 결정에 영향을 미칠 것으로 예상됨. 이러한 소비자들은 코로나19 팬데믹으로 인해 전반적인 건강 상태 및 영양 섭취 등과 질병 예방에 집중하고 있음

고령화 인구의 건강기능식품 수요도 성장을 지속할 것으로 예상됨. 건강에 대한 고령화 인구 관심도는 더욱 높아지고 있으며, 예방적인 접근 방식을 통해 건강을 유지하고 개선하기 위해 건강기능식품을 적극적으로 활용할 것으로 기대됨

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅶ. 대만 기능성 소재 트렌드

1. 신규 원료 트렌드

Ⅶ. 대만 기능성 소재 트렌드

1) 신규 원료 트렌드⁴⁶⁾ ▶ 대만 건강기능식품 정의 및 분류

우리나라에서는 건강기능식품을 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조·가공한 식품으로 식품의약품안전처로부터 기능성과 안전성을 인정받은 제품이라고 정의하고 있음. 최종제품에 대해 효능시험을 하지 않아도 되며, 규정된 기준규격에 합당하면 건강기능식품으로 신고하여 인정하는 신고제이지만, 대만에서는 건강식품이라는 명칭을 사용하고 있고 각각의 제품별 허가제로 운영하고 있으며, 원료나 성분의 기능성을 이용하여 만든 최종제품에 대하여 안전성, 효능성, 안정성을 과학적으로 모두 확보하고 정부의 심사를 통해 제품을 인정하는 허가제를 운영하고 있음. 국내용 건강기능식품이나 일반 식품으로 대만에 건강식품으로 등록하려면 추가 연구개발이 필요하지만, 국내의 기술로 충분히 등록이 가능한 수준임

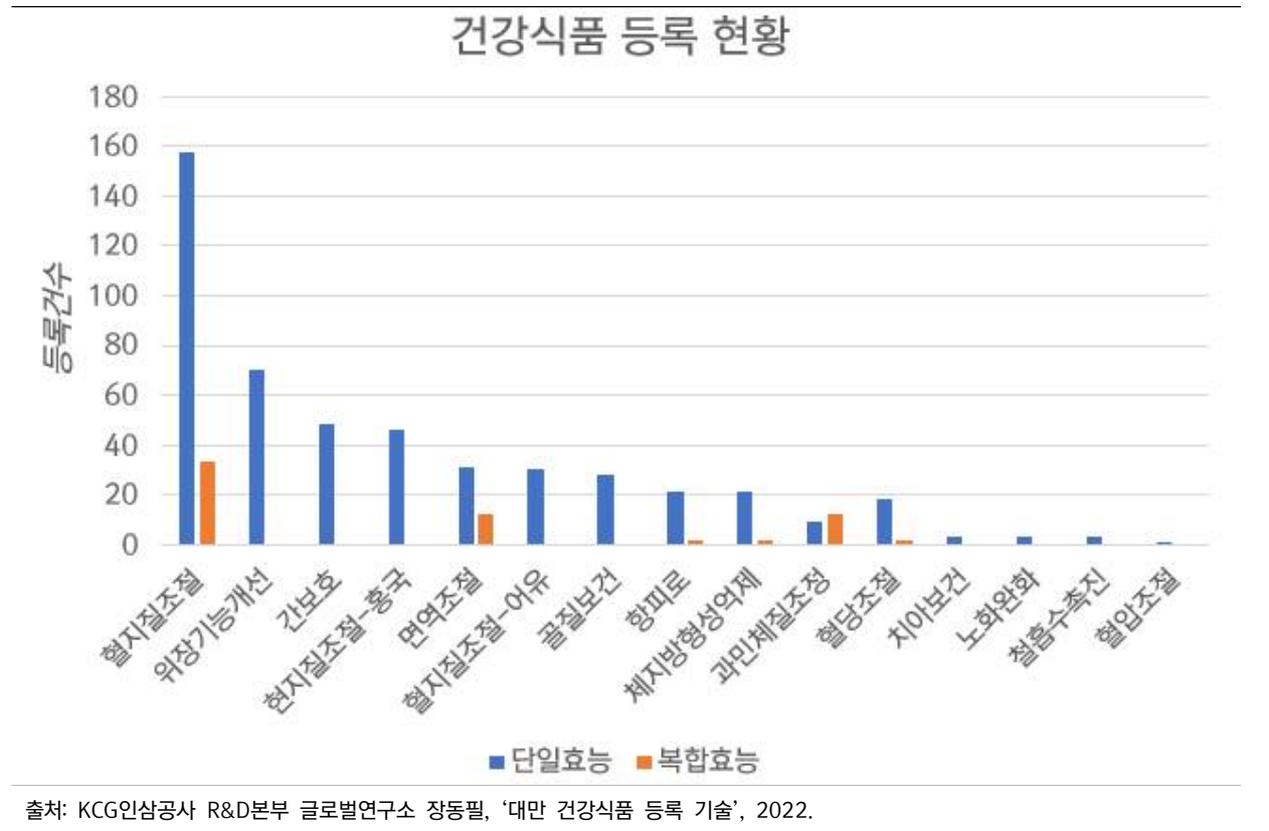
▶ 대만의 건강식품 시장 및 등록 현황

전 세계적으로 건강의식이 대두되고 고령화 인구가 증가하며, 생활패턴 변화 및 예방의학 개념의 발전으로 많은 국가가 기능성 식품 개발에 매진하고 있어 국민의 건강과 복지가 향상될 것으로 기대됨. 대만은 건강 관련 식품 시장의 성장이 지속되고 있고, 대만의 최근 10년간 1인당 국민소득이 매년 증가하고 있으며, 건강에 대한 시장 요구도 지속해서 증가하고 있어 건강식품 시장에 진출할 만한 기회는 충분히 열려있다고 볼 수 있음. 특히 최근 코로나로 인해 건강에 관한 관심이 더욱 커지고 있으며, 식품에는 건강이라는 용어를 표시·광고하지 못하도록 규정하고 있어 건강식품의 입지가 더 커지고 있음. 대만 식약처에 등록된 효능별 제품 건수를 분석해 보면, 현재까지 총 500개의 제품이 등록되었으며, 등록된 제품 수는 혈지질 조절 효능 제품이 가장 많았으며 위장기능 개선, 간 보호, 면역조절 효능의 제품이 그 뒤를 이었음. 혈지질 조절 효능 제품이 많이 등록된 이유는 수요도가 높은 사유이기도 하지만 규격기준형인 홍국과 어유 제품의 등록이 비용과 기간 면에서 다소 용이하기 때문으로 예측됨

46) KCG인삼공사 R&D본부 글로벌연구소 장동필, '대만 건강식품 등록 기술', 2022.

총 500개의 제품 중 70여 종의 제품이 효능을 2개 이상 보유한 복합효능 제품이었으며, 혈지질, 면역, 과민체질조정 효능 제품들 순이며, 복합된 효능은 상위 등록 건수의 효능들임. 복합효능을 취하는 이유는 시장에서의 제품 경쟁력을 확보하고 시장의 수요 요구에 맞추기 위한 등록회사들의 전략일 것임

[표52] 대만 건강식품등록 현황



▶ 대만의 건강식품 개요

1999년 ‘건강식품관리법’이 시행된 후 ‘건강식품’이라는 단어가 법적 용어가 되었으며 '건강식품이란 보건 효과가 있으며 그 효과를 표시 혹은 광고하는 식품'으로 정의하고 있음. 본 법에서 말하는 보건 효과란 ‘대중의 건강 증진, 질병 위험 감소에 관련하여 실질적이고 과학적인 근거의 효과가 있지만, 사람의 질병을 치료하고 교정하는 의료 효과에는 속하지 않는다.’고 정의되어있음. 승인된 ‘건강식품’은 인증서 번호, 로고 및 건강 효능 및 기타 관련 항목을 제품 포장에 표시하여야 하고 의학적 효능, 허위 또는 과장된 건강 혜택을 언급해서는 안 됨. 또한 우리나라와 같이 일괄적으로 규정된 효능 표현뿐만 아니라 경우에 따라서 보건효능 주장을 효능 평가한 결과를 근거로 인체생리구조 혹은 생리기능에 미치는 영향을 서술함. 예를 들어 간 보호 효능 제품에는 대표 효능을 표시하고 효능실험 종류에 따라 다음의 주장을 추가로 표시함. '이 제품을 섭취하면 사염화탄소로 인한 화학적 간 손상을 지연시키거나 위험 요소를 줄이는 데 도움이 될 수 있다는 것이 동물 실험에 의해 확인되었습니다.' 이 표시사항은 대만 심의위원회의 심사 후에 최종 결정된다고 보면 됨. 대만의 건강식품 검사등록은 두 개의 트랙 시스템으로 되어있으며, 제1트랙은 개별심사이고 제2트랙은 규격기준심사임. 그 차이는 표와 같음

[표53] 대만 건강식품 등록 개요 비교

내용	제1트랙(개별형)	제2트랙(규격기준형)	비고
보건효능항목	[13종] 골질보건, 면역조절, 혈압조절, 과민체질조정, 체지방형성억제, 치아보건, 노화완화, 위장기능개선, 혈당조절, 혈지질조절, 철흡수촉진, 항피로, 간보호	[2종] 혈지질 조절-어유, 혈지질 조절-홍국	
심사기간	초심 60일 / 복심 180일	120일(복심 면제)	보완기간 제외
신청비용	초심 8만 NT\$ / 복심 17만 NT\$	8만 NT\$	검사비용 제외
필수시험	안전성 시험 효능 시험 안전성 시험 규격기준 검사 영양성분 분석	안정성 시험 규격기준 검사 영양성분 분석	

자료: KCG인삼공사 R&D본부 글로벌연구소 장동필, '대만 건강식품 등록 기술', 2022.

▶ **등록을 위한 사전 준비 사항**

대만에 각 효능 종류별 검사하는 방법이 있으므로 등록하고자 하는 제품이 효능을 나타낼지를 사전에 검토하고 등록을 추진하는 것이 등록 실패를 예방하는 방법임. 대만의 식약처에서 13개 효능에 대하여 실험하는 방법이 공시되어있음. 제품의 효능 선정 및 효능시험법을 사전 검토를 통해 가능성을 인증 받을 수 있는지 검토함

대만 내 건강식품 관련 컨설턴트 및 공인 검사기관 수배 및 업무 내용 협의를 통해 전체적인 프로세스 및 역할 분담을 계획함. 국내의 시험기관별로 진행해야 할 협의 내용은 효능성 시험(예비 시험 후 정식시험), 안전성 시험(안전성 검사 분류 검토 후 in vitro/in vivo 실험), 안정성 시험(검사방법 확보, 안정성 관련 시험, 규격기준 시험, 영양성분분석, 지표성분함량 관련 분석법 확보 및 밸리데이션)이며, 총괄적으로 효능/안전/안정성 시험 결과에 대한 최종보고서를 작성하도록 해야 함

▶ **등록과정 및 제출서류**

등록과정은 다소 복잡하지만, 간단히 정리하면 다음 표와 같음. 접수 후 초심은 주로 서류의 진위성과 내용의 완성도 등을 검토하는 단계이고, 초심을 통과하면 신청자는 보완해야 할 것들을 추가 및 재구성하여 복심 신청을 하게 됨. 복심은 안전성, 효능성, 안정성 등을 전문적으로 심사함. 초심·복심 심사 시에 보완요청을 받으면 신청자는 1개월 이내에 보완서류를 제출해야 하고 1개월 연장 신청이 가능함. 등록 심사를 통과하고 허가증이 발부되고 유효기간이 5년이므로 5년마다 연장하면 됨. 초심·복심 결과 대만 식약처에 의해 등록이 기각된 경우 통지를 받은 후 1회에 한해서 6개월 이내에 재신청하거나 30일 이내에 이의를 제기할 수 있음

[표54] 대만 건강식품 등록과정

신청자	TFDA(식품팀, 심사위원회)	TFDA(연구팀, 식품팀)
초심 신청/보완	접수, 초심, 초심 통지	
복심 신청/보완	복심(심사, 보완요구, 심의회)	제품 검사, 판정, 허가
서류 제출		

※ 상기의 과정은 제1트랙이며, 제2트랙의 경우 복심 면제

자료: KCG인삼공사 R&D본부 글로벌연구소 장동필, '대만 건강식품 등록 기술', 2022.

▶ 제출서류 및 작성 기술

한국에서의 영업 관련 자료, 제조공정, GMP 자료, 기준규격 설정자료, 배합비, 지표별 분석방법 등을 내부에서 준비하고 컨설팅사와 함께 자료를 작성함. 제1트랙(개별형)의 제출서류 목록은 총 14종이며 (1) 신청업체 기본 자료, (2) 건강식품 검사등록 자료, (3) 제품 원료 성분의 규격 및 함량표, (4) 제품 안전성 평가 보고서, (5) 제품 보건 효능 평가 보고서, (6) 보건 효능 성분의 평가 보고서, (7) 보건 효능 안정성 시험 보고서, (8) 제품 제조 공정, (9) GMP 증명 자료, (10) 제품 위생 검사 규격 및 검사 보고서, (11) 일반 영양성분 분석 보고서, (12) 관련 연구 보고 문헌 자료, (13) 제품 포장 라벨 및 설명서, (14) 회사 증명 자료 사본임. 제2트랙(규격기준형) 제품의 제출 서류에는 상기 자료 중 안전성과 효능 관련 자료가 면제됨

제품 원료 성분의 규격 및 함량표에는 첨부자료로서 원료의 기원과 품질기준 및 시험성적서를 제출하고 효능원료에 대해서는 제조공정과 제조처 관련 자료를 제출하고 식품첨가물인 경우 허가증을, 중약재가 함유된 경우는 약재기원감정보고서를 제출하여야 함. 물론 사용할 수 있는 원료 여부는 사전에 검토가 되어있어야 함. 제출 서류 중 GMP 증명 자료는 QC 공정도 및 검사방법, 기준 규격을 제출하여야 하나, 대만 수입제품에 대하여 제출 자료가 다름. 대만으로 수입하는 제품의 경우 생산국에서 획득한 GMP 인증자료, GMP 규정과 함께 품질관리계획서를 제출하여야 함. 품질관리계획서는 우리나라에 없는 양식이므로 따로 작성해야 함. 품질관리계획서는 특별한 양식은 없으며, 일반적인 GMP 제조 SOP에 공정별 시험항목, 기준규격, 시험주기, 샘플링 위치, 최종제품의 기준규격, 시험방법 등이 포함된 자료라고 생각하면 쉬움

▶ 승인된 건강식품정보 조회 방법

대만에서 승인된 건강식품의 경우, 대만 식약청의 통합조회서비스에서 확인할 수 있음(<https://consumer.fda.gov.tw/Food/InfoHealthFood.aspx?nodeID=162&rand=2085354203>). 검색 결과는 라이선스 번호, 제품명, 건강 클레임, 기업 등이 포함되며 클릭 시 상세 정보를 확인할 수 있음. 2023년 9월 기준 총 5개의 제품이 신규 승인되었음

[표55] 대만 승인된 건강식품 정보 조회

項次	許可證字號	中文品名	保健功效	申請商	詳細
1	衛署健食規字第0000019號	養生活力深海魚油膠囊	調節血脂功能, 魚油 (規格標準) -調節血脂功能	濟生醫藥科技股份有限公司	詳細
2	衛署健食規字第0000029號	知新樂效藻油	調節血脂功能, 魚油 (規格標準) -調節血脂功能	美商知新樂效股份有限公司台灣分公司	詳細
3	衛署健食規字第0000039號	台灣標魚油膠囊	調節血脂功能, 魚油 (規格標準) -調節血脂功能	台灣標藥股份有限公司	詳細
4	衛署健食規字第0000049號	培養紅膠膠囊	調節血脂功能, 紅鮭 (規格標準) -調節血脂功能	泰新生技股份有限公司	詳細
5	衛署健食規字第0000059號	台灣紅膠膠囊	調節血脂功能, 紅鮭 (規格標準) -調節血脂功能	台灣標藥股份有限公司	詳細
6	衛署健食規字第0000069號	懷特製藥*天然紅鮭膠囊	調節血脂功能, 紅鮭 (規格標準) -調節血脂功能	懷特生技新藥股份有限公司	詳細
7	衛署健食規字第0000079號(本證失效)	特級紅鮭膠囊	調節血脂功能, 紅鮭 (規格標準) -調節血脂功能	中天生物科技股份有限公司	詳細
8	衛署健食規字第0000089號	三多健康魚油軟膠囊	調節血脂功能, 魚油 (規格標準) -調節血脂功能	三多士股份有限公司	詳細
9	衛署健食規字第0000099號(本證失效)	伊仕標健康魚油	調節血脂功能, 魚油 (規格標準) -調節血脂功能	伊仕標股份有限公司	詳細
10	衛署健食規字第0000109號	醫邦康采紅膠膠囊	調節血脂功能, 紅鮭 (規格標準) -調節血脂功能	台灣醫邦股份有限公司	詳細

출처: https://www.tga.gov.au/resources/artg?f%5B0%5D=artg_type%3AMedicine&keywords=&page=2

[표56] 2023년 승인된 대만 건강식품(2023년 9월 기준)

라이선스 번호	제품명	건강 클레임	신청자	제조사
A00438	구원딩(谷穩錠)	뼈건강기능	하스텍 (和司特股份有限公司)	유원엔터프라이즈(주) (昱沅企業股份有限公司)
A00439	브브선차이수셴인 (BB神采速纖飲)	피로방지기능	진상바이오테크놀로지 (振翔生物科技有限公司)	한티엔바이오테크놀로지 (漢田生技股份有限公司)
A00440	즈러칭자오낭(旨樂清膠囊)	혈중지질기능조절	하스텍 (和司特股份有限公司)	에센스바이오메디컬 (精華生醫股份有限公司)
A00441	즈취쯔차오셴지푸팡딩 (枳椇子朝鮮薊複方錠)	간보호기능	주식회사 헤지트 (和司特股份有限公司)	홍중생명공학유한회사 (鴻仲生物科技有限公司)
A00442	장즈리뉴장즈쥘쓰티자오낭 (樟之力牛樟芝菌絲體膠囊)	면역조절기능	Compson Biotechnology(康普森生技股份有限公司)	'유원엔터프라이즈(주) (昱沅企業股份有限公司)

출처: https://www.tga.gov.au/resources/artg?f%5B0%5D=artg_type%3AMedicine&keywords=&page=2

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅶ. 대만 기능성 소재 트렌드

2. 원료 트렌드

2) 원료 트렌드

[표58] 대만 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	당밀	molasses	2483	0.794	강신호
2	주석	tin	2350	0.909	강신호
3	소금	salt	1972	1.150	강신호
4	지방	fat	1254	0.436	강신호
5	에이코사펜타엔산	epa	1040	0.248	강신호
6	완두콩	pea	1023	0.341	강신호
7	리놀렌산	linolenic	1006	0.861	강신호
8	RNA	rna	865	0.845	강신호
9	비타민	vitamin	806	0.501	강신호
10	철	iron	675	0.304	강신호
11	쌀	rice	565	0.517	강신호
12	세이지	sage	506	0.752	강신호
13	귀리	oat	395	0.654	강신호
14	간장	soy	342	0.212	강신호
15	비타민 C	vitamin c	331	0.430	강신호
16	알파리놀렌산(ALA)	alpha linolenic acid	319	0.464	강신호
17	칼슘	calcium	315	0.633	강신호
18	무기질	mineral	305	0.229	강신호
19	녹말	starch	275	0.374	강신호
20	지방산	fatty acid	256	0.420	강신호
21	칼륨	potassium	226	0.489	강신호
22	감마리놀렌산(GLA)	gamma linolenic acid	222	0.448	강신호
23	효소	enzyme	208	0.181	강신호
24	생강	ginger	206	0.292	강신호
25	옥수수	corn	202	0.282	강신호

[표58] 대만 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
26	금	gold	200	0.342	강신호
27	비타민 D	vitamin d	193	0.508	강신호
28	비타민 A	vitamin a	190	0.330	강신호
29	마그네슘	magnesium	160	0.185	강신호
30	비타민 E	vitamin e	147	0.375	강신호
31	시금치	spinach	144	0.439	강신호
32	마늘	garlic	142	0.246	강신호
33	포도	grape	136	0.291	강신호
34	오렌지	orange	135	0.394	강신호
35	현미 가루	brown rice	129	0.317	강신호
36	양배추	cabbage	122	0.221	강신호
37	비타민 B1	vitamin b1	120	0.204	강신호
38	아연	zinc	118	0.181	강신호
39	보리 다시마	barley	117	0.534	강신호
40	오일	oils	113	0.263	강신호
41	요소	urea	102	0.199	강신호
42	아미노산	amino acids	100	0.220	강신호
43	프로바이오틱스	probiotics	99	0.188	강신호
44	당근	carrot	98	0.242	강신호
45	카페인	caffeine	97	0.146	강신호
46	녹차	green tea	96	0.151	강신호
47	폴리페놀	polyphenols	92	0.407	강신호
48	요오드	iodine	91	0.270	강신호
49	엽산	folic acid	88	0.464	강신호
50	루테인	lutein	87	0.221	강신호

[표58] 대만 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
51	인	phosphorus	86	0.243	강신호
52	브로콜리	broccoli	84	0.336	강신호
53	오미자	schizandra	81	0.146	강신호
54	콜라겐	collagen	79	0.236	강신호
55	콜리플라워	cauliflower	78	0.639	강신호
56	감귤류	citrus	73	0.161	강신호
57	표고버섯	shiitake mushroom	73	0.385	강신호
58	자몽	grapefruit	65	0.180	강신호
59	홉	hops	60	0.175	강신호
60	비타민 B6	vitamin b6	55	0.280	강신호
61	프락	frac	54	0.103	강신호
62	셀러리	celery	52	0.241	강신호
63	다당류	polysaccharides	52	0.218	강신호
64	아스파라거스 뿌리	asparagus	48	0.087	강신호
65	인삼	ginseng	46	0.053	강신호
66	셀룰로오스	cellulose	44	0.410	강신호
67	산사 나무 열매	hawthorn	42	0.210	강신호
68	글리세린	glycerin	39	0.279	강신호
69	올레산	oleic	38	0.176	강신호
70	파	green onions	38	0.111	강신호
71	김	nori	35	0.008	강신호
72	DNA	dna	34	0.055	강신호
73	구리	copper	33	0.079	강신호
74	감초 뿌리	licorice	31	0.058	강신호
75	코코아	cocoa	29	0.145	강신호

[표58] 대만 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
76	케일가루	kale	29	0.167	강신호
77	피망	green pepper	28	0.029	강신호
78	구연산	citric acid	27	0.041	강신호
79	비트	beet	26	0.022	강신호
80	기장	millet	22	-0.011	강신호
81	카로티노이드	carotenoids	21	0.018	강신호
82	코코넛 오일	coconut oil	21	0.129	강신호
83	심황	turmeric	21	0.110	강신호
84	해바라기 씨 식사	sunflower seed	19	0.028	강신호
85	EFA	efa	17	0.231	강신호
86	망간	manganese	16	0.027	강신호
87	차 폴리페놀	tea polyphenols	16	0.267	강신호
88	카테킨	catechins	16	0.009	강신호
89	대마	cbd	16	0.086	강신호
90	프락토올리고당(FOS)	fructooligosaccharides	14	0.037	강신호
91	엽록소	chlorophyll	13	0.001	강신호
92	해바라기 유	sunflower oil	13	0.048	강신호
93	필수 지방산	essential fatty acids	10	0.015	강신호

■ 전문가 인터뷰 결과 1회 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

■ 전문가 인터뷰 결과 2회 이상 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

① 프로바이오틱스

▶ 대만 현지 매체, 프로바이오틱스의 8가지 이점 소개⁴⁸⁾

대만대학교 생명공학과 명예교수인 판쯔밍은 ‘판쯔밍 프로바이오틱스 건강 연구실: 8가지 주요 질병에 대한 프로바이오틱스의 효능’이라는 책을 통해 프로바이오틱스의 이점을 소개함. 책에 따르면, 프로바이오틱스는 장 건강, 면역력 조절, 혈당 조절, 뇌졸중 예방, 충치 예방, 치주질환 예방, 골다공증 완화, 대장암 부작용 완화 등에 효과가 있는 것으로 소개됨

2021년 대만의 다양한 원료로 생산된 건강식품 중 유산균 원료 제품이 연간 생산량 61억 타이완달러로 1위를 차지했으며, 세계 프로바이오틱스 시장 규모는 783억 미국달러에 달할 것으로 예상됨. 또 프로바이오틱스 시장이 확대됨에 따라 차세대 프로바이오틱스 제품 개발이 가속화되면서 프로바이오틱스의 효능 및 가치가 점차 유명해질 것으로 전망됨

[표59] 대만 인기 프로바이오틱스 제품



브랜드	다모 마테리아 메디카 (達摩本草)	브랜드	미홍바이오메디칼 (MIHONG)
용량	30캡슐*5포	용량	30포
가격	2,199타이완달러	가격	249타이완달러
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 여성 질 건강 개선 - 크랜베리 300배 고농축 과즙 함유 - 하루 1~2캡슐을 식후에 섭취 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 임신부, 노약자 등의 원활한 배변에 효과 - 요구르트, 오렌지, 파인애플 등 다양한 맛 - 하루 1~2포 섭취 권장

자료: 대만 쇼피(Shopee.tw)

48) 대만 야후뉴스(tw.news.yahoo), ‘維持腸道平衡 專家研究：益生菌對8大病症具保健功效’, 2023.08.13

② 루테인

▶ 2023년 대만 10대 루테인 브랜드⁴⁹⁾

2023년 1월 1일부터 2023년 7월 24일 간의 SNS 빅데이터를 바탕으로 선정한 2023년 대만 1위 루테인 브랜드는 티안디허부(天地合補)임. 티안디허부의 제품은 음료 및 젤리 형태로 생산되어 어린아이를 키우는 부모들에게 인기가 높음. 2위는 센트럼(Centrum)의 제품으로 70년 이상의 건강식품 개발 경험으로 소비자의 신뢰도가 높은 것이 특징임. 3위는 바이란스(白蘭氏)의 제품으로 비교적 비싼 가격대이지만 새해 선물로 가장 먼저 선택하는 제품으로 유명함

[표60] 대만 인기 루테인 제품 제품

제품 이미지	브랜드	내용
	티안디허부 (天地合補)	<ul style="list-style-type: none"> - 액상 및 젤리 형태의 루테인 보충제 - 알약이나 캡슐 형태로 섭취가 어려운 어린이나 노약자에게 적합
	센트럼 (Centrum)	<ul style="list-style-type: none"> - 1캡슐당 20mg으로 고용량의 루테인 함유 - 비교적 저렴한 가격 - 제아잔틴 및 아스타잔틴이 미포함된 단일성분 구성으로 눈의 피로와 건조함을 완화하기에는 부족
	바이란스 (白蘭氏)	<ul style="list-style-type: none"> - 오랜 역사로 신뢰할만한 제품군 - 비교적 비싼 가격

자료: 대만 야후뉴스(tw.news.yahoo)

49) 대만 야후뉴스(tw.news.yahoo), ‘天地合補, 白蘭氏, 大研生醫通通上榜! 2023十大葉黃素品牌 守護靈魂之窗的晶亮舒適力’, 2023.08.03

제품 이미지	브랜드	내용
	로토제약 (樂敦)	<ul style="list-style-type: none"> - 안약으로 유명한 브랜드 - 5가지 주요 영양소 결합하여 장시간 운동에 도움 - 1.2cm 크기 캡슐로 섭취가 쉬움
	다안바이오메디컬 (Dayan Biomedical)	<ul style="list-style-type: none"> - 안구 수분공급 향상에 효능 - 7가지 복합성분과 고용량의 안토시아닌 함유 - 작은 캡슐로 섭취가 쉬움
	닥터어드바이스 (健康力)	<ul style="list-style-type: none"> - 아스타잔틴, 안토시아닌, 히알루론산나트륨 등 8가지 영양소 함유 - '2022 국가 브랜드 어워드' 수상
	요호파워 (悠活原力)	<ul style="list-style-type: none"> - 전문 영양사들이 개발한 제품 - 2021 SNQ 국가품질 인증 획득 - 루테인, 아스타잔틴 외 비타민A, 비타민E 등 함유
	니앤지아 (娘家)	<ul style="list-style-type: none"> - 대만, 일본이 공동 개발한 제품 - 제안잔틴, 비타민A, 히알루론산 등 외에도 천연과일에서 추출한 성분도 함유
	웨이더 (WEIDER)	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 브랜드 - 과립 형태로 노약자 등도 섭취 용이 - 눈 보호 5대 영양소인 오메가3, 브라이트폴, 비타민C, 비타민E, 베리안토시아닌 함유

자료: 대만 야후뉴스(tw.news.yahoo)

③ 사과 팩틴

▶ 프로안토시아닌이 풍부한 사과⁵⁰⁾

사과에 풍부한 프로안토시아닌은 혈당 조절, 항산화 및 혈관 보호에 효능이 있으며, 특히 사과 껍질에는 사과 과육보다 4배나 많은 프로안토시아닌이 함유되어 있는 것으로 알려짐

섭취 방법에 따라서도 효능이 상이할 수 있는데, 일본 아오모리 현립 보건대학 부교수인 이자와 히로시에 따르면 적당량의 식초와 설탕을 함께 섭취할 시, 식초에 함유된 아세트산이 혈류를 촉진하고 설탕이 신진대사를 활발히 하여 동맥경화 예방효과를 높일 수 있다고 함. 또 다른 방법으로는 사과를 가열하여 섭취하는 방법이 있는데, 사과를 100도 이상의 온도로 가열할 시 사과 항노화 성분이 6~9배 증가한다고 함. 프로안토시아닌의 효과는 오래 지속되지 않기 때문에 하루 3회에 나누어 사과를 섭취할 경우, 한번에 많은 양을 섭취하는 것보다 효과가 좋다고 함

[표61] 대만 인기 사과 팩틴 제품



브랜드	닥터헬시(Dr.Healthy)	브랜드	KHDr.
용량	12g*6팩*30박스	용량	15g*30팩
가격	1,180타이완달러	가격	1,299타이완달러
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1일 1~2회, 회당 1포 섭취 - 차전자피 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1팩에 물 300~350g 첨가 후 섞어서 섭취 - 무농약, 무화학약품, 무방부제 - 일본 아오모리 사과로 제조

자료: 대만 아마존(www.amazon.co.au)

50) 짜오안젠강(早安健康), ‘蘋果含豐富原花青素, 青森蘋果博士: 蘋果這樣吃最護血管’, 2023.08.01

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅶ. 대만 기능성 소재 트렌드

3. 클레임 트렌드

3) 클레임 트렌드

[표62] 대만 건강기능식품 클레임 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	효능(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	암	cancer	621	0.361	강신호
2	항산화	antioxidant	519	0.280	강신호
3	체력	health	509	0.769	강신호
4	당뇨	diabetes	344	0.315	강신호
5	정신	mental	296	0.595	강신호
6	신진대사	metabolism	186	0.493	강신호
7	위	stomach	117	0.284	강신호
8	에너지	energy	112	0.357	강신호
9	긴장	tension	94	0.590	강신호
10	칼슘	calcium	69	0.633	강신호
11	수면	sleep	66	0.419	강신호
12	눈	eye	42	0.420	강신호
13	피부	skin	16	0.584	강신호
14	소화	digestion	9	0.306	강신호
15	심혈관	cardiovascular	1	0.314	강신호
16	월경	menstruation	467	0.602	약신호
17	호흡기	respiratory	390	0.281	약신호
18	스트레스	stress	330	0.328	약신호
19	혈압	blood pressure	262	0.393	약신호
20	기분	feeling	206	0.376	약신호
21	근심	anxiety	21	0.287	약신호
22	구강	oral	21	0.596	약신호
23	배뇨	urination	15	0.454	약신호

■ 전문가 인터뷰 결과 1회 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

■ 전문가 인터뷰 결과 2회 이상 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

[표63] 대만 건강강조 표시별 상위 기능성 소재

수면(sleep)			소화(digestion)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
멜라토닌	melatonin	0.552	효소	enzyme	0.507
칼슘_락테이트	calcium_lactate	0.385	보리	barley	0.493
카페인	caffeine	0.329	셀룰로오스	cellulose	0.414
리튬	lithium	0.323	산사나무속	hawthorn	0.395
콤부차	kombucha	0.307	지방	fat	0.393
니켈	nickel	0.296	칼슘_구연산염	calcium_citrate	0.385
카모마일	chamomile	0.287	밀기울	wheat_bran	0.384
글루타민	glutamine	0.283	녹말	starch	0.366
티로신	tyrosine	0.282	애플 사이다	apple_cider	0.360
프롤린	proline	0.280	카르니틴	carnitine	0.339
혈압(blood pressure)			기분(feeling)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
칼륨	potassium	0.481	오렌지	orange	0.281
글리세린	glycerin	0.408	카모마일	chamomile	0.278
셀룰로오스	cellulose	0.393	아스파탐	aspartame	0.276
시스테인	cysteine	0.393	카페인	caffeine	0.266
마그네슘_황산염	magnesium_sulfate	0.360	감자_전분	potato_starch	0.248
자몽	grapefruit	0.358	인삼	ginseng	0.245
나린게닌	naringenin	0.358	아마유	flax_oil	0.232
셀러리	celery	0.343	나린게닌	naringenin	0.230
글루타티온_과산화소	glutathione_peroxidase	0.341	녹말	starch	0.222
마그네슘_구연산염	magnesium_citrate	0.333	프롤린	proline	0.217

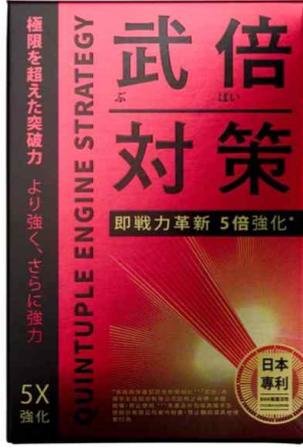
[표64] 수면 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	푸톤바이오테크놀로지 (普頓生技有限公司)	제조사(브랜드)	화토포위안탕 (華陀扶元堂)
제품명	GABA 참깨 수면 효소 (GABA 夜酵素 芝麻素)	제품명	수면 보조제 EX 강화錠 (好舒眠EX加強錠)
가격/용량	- 328타이완달러/30정	가격/용량	- 250타이완달러/30정
특징	- 숙면에 도움 - GABA(발효쌀배아), 벚꽃추출물, 참깨 함유 - 1회 2정을 잠들기 1~2시간 전 복용	특징	- 숙면 및 불면증 개선에 도움 - 트립토판, GABA, 천연대추알, 참깨추출물 등 함유 - 저녁 1정 복용 권장
출처: 대만 쇼피(shopee.tw)			

[표65] 소화 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	YPT	제조사(브랜드)	비타박스 (Vitabox)
제품명	천연허브 정제효소 (淨化酵素天然草本植物)	제품명	19가지 활성 슈퍼효소 (Ultra Digestive 19 Enzymes)
가격/용량	- 36타이완달러/6캡슐	가격/용량	- 390타이완달러/30캡슐
특징	- 1일 1정 복용 - 배변 활동 증진, 복통 및 설사 증상 완화 효과 - 천연허브 함유	특징	- 점심, 저녁 각 2알 섭취 - 글루텐 함유
출처: 대만 쇼피(shopee.tw)			

[표66] 기분 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	다모 마테리아 메디카 (達摩本草)	제조사(브랜드)	타이자쿠 (燿宇生技)
제품명	L-아르기닌과 흑마카 (L-精胺酸戰神深黑瑪卡)	제품명	타케베이 대책 (武倍對策)
가격/용량	- 3,299타이완달러/30포*3박스	가격/용량	- 999타이완달러/14포
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 매일 아침식사 후 1~2포 섭취 - 활력, 체력, 정력 등에 효능 - L-아르기닌, 흑마카추출물 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - L-아르기닌, 마카, MACA 등 함유 - 활력, 정력 강화
출처: 대만 쇼피(shopee.tw)			

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅶ. 대만 기능성 소재 트렌드

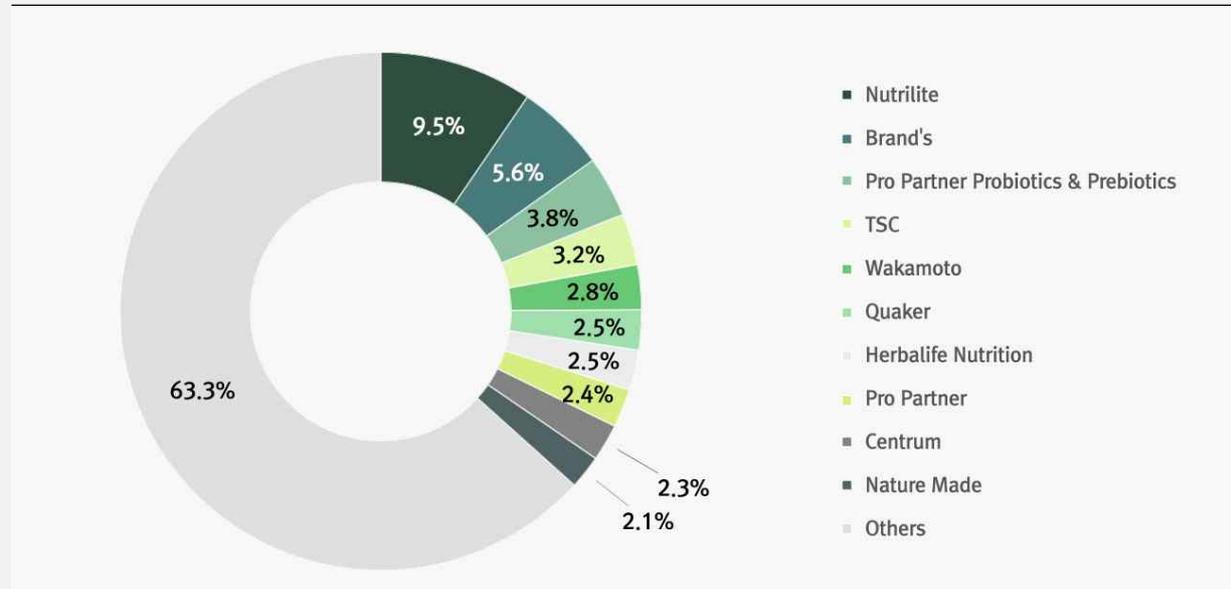
4. 기업 및 제품 트렌드

5) 기업 및 제품 트렌드 ▶ 대만 주요 건강기능식품 브랜드 점유율

대만 건강기능식품 시장 주요 브랜드 점유율을 살펴본 결과, 1위를 차지하고 있는 브랜드는 점유율 9.5%의 Nutrilite (Amway Corp)인 것으로 확인됨. 다음으로 Brand's (Suntory Holdings Ltd)가 5.6%의 점유율로 2위를 기록하였으며, 이외에 Pro Partner Probiotics & Prebiotics (Pro-partner Ltd), TSC (Taiwan Sugar Corp) 등의 브랜드가 5% 이하의 점유율로 각각 3위와 4위를 차지하였음

[표67] 대만 건강기능식품 시장 주요 브랜드 점유율

단위 : 백분율(%)



브랜드 (기업명)	2021년 점유율
Nutrilite (Amway Corp)	9.5
Brand's (Suntory Holdings Ltd)	5.6
Pro Partner Probiotics & Prebiotics (Pro-partner Ltd)	3.8
TSC (Taiwan Sugar Corp)	3.2
Wakamoto (Wakamoto Pharmaceutical Co Ltd)	2.8
Quaker (PepsiCo Inc)	2.5
Herbalife Nutrition (Herbalife Nutrition Ltd)	2.5
Pro Partner (Pro-partner Ltd)	2.4
Centrum (GlaxoSmithKline Plc)	2.3
Nature Made (Otsuka Holdings Co Ltd)	2.1
Others	63.3

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

[표68] 대만 건강기능식품 주요 브랜드 점유율(2017-2021) 추이

단위 : 백분율(%), 자료 : 유로모니터(Euromonitor)

No.	구분	2017	2018	2019	2020	2021
1	Nutrilite (Amway Corp)	10	9.8	9.6	9.6	9.5
2	Brand's (Suntory Holdings Ltd)	6	5.9	5.8	5.8	5.6
3	Pro Partner Probiotics & Prebiotics (Pro-partner Ltd)	3.4	3.4	3.5	3.7	3.8
4	TSC (Taiwan Sugar Corp)	3.7	3.6	3.4	3.3	3.2
5	Wakamoto (Wakamoto Pharmaceutical Co Ltd)	2.9	2.8	2.8	2.9	2.8
6	Quaker (PepsiCo Inc)	2.4	2.4	2.4	2.4	2.5
7	Herbalife Nutrition (Herbalife Nutrition Ltd)	-	2	2	2	2.5
8	Pro Partner (Pro-partner Ltd)	3.5	3.1	3.2	2.8	2.4
9	Centrum (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	2.2	2.3	2.3
10	Nature Made (Otsuka Holdings Co Ltd)	2	2	2	2.1	2.1
11	Viartril-S (Viatris Inc)	-	-	-	1.7	1.7
12	Biofermin (Taisho Pharmaceutical Holdings Co Ltd)	1.5	1.5	1.5	1.6	1.6
13	Cheong-Kwan-Jang (KT&G Corp)	1.9	2.1	2.1	1.6	1.4
14	Hua Tuo (Suntory Holdings Ltd)	1.4	1.4	1.3	1.4	1.4
15	USANA (USANA Health Sciences Inc)	1.4	1.4	1.3	1.2	1.2
16	Stresstabs (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	1	1.1	1.1
17	Niang Jia (Formosa Television Inc)	0.3	0.5	0.7	0.9	1.1
18	Alinamin (Oscar A-Co Ltd)	-	-	-	-	1
19	Pharmanex (Nu Skin Enterprises Inc)	1.1	1.1	1	1	1
20	Double Crane (Double Crane Enterprise Co Ltd)	1	0.9	0.9	0.9	0.8

[표68] 대만 건강기능식품 주요 브랜드 점유율(2017-2021) 추이

단위 : 백분율(%), 자료 : 유로모니터(Euromonitor)

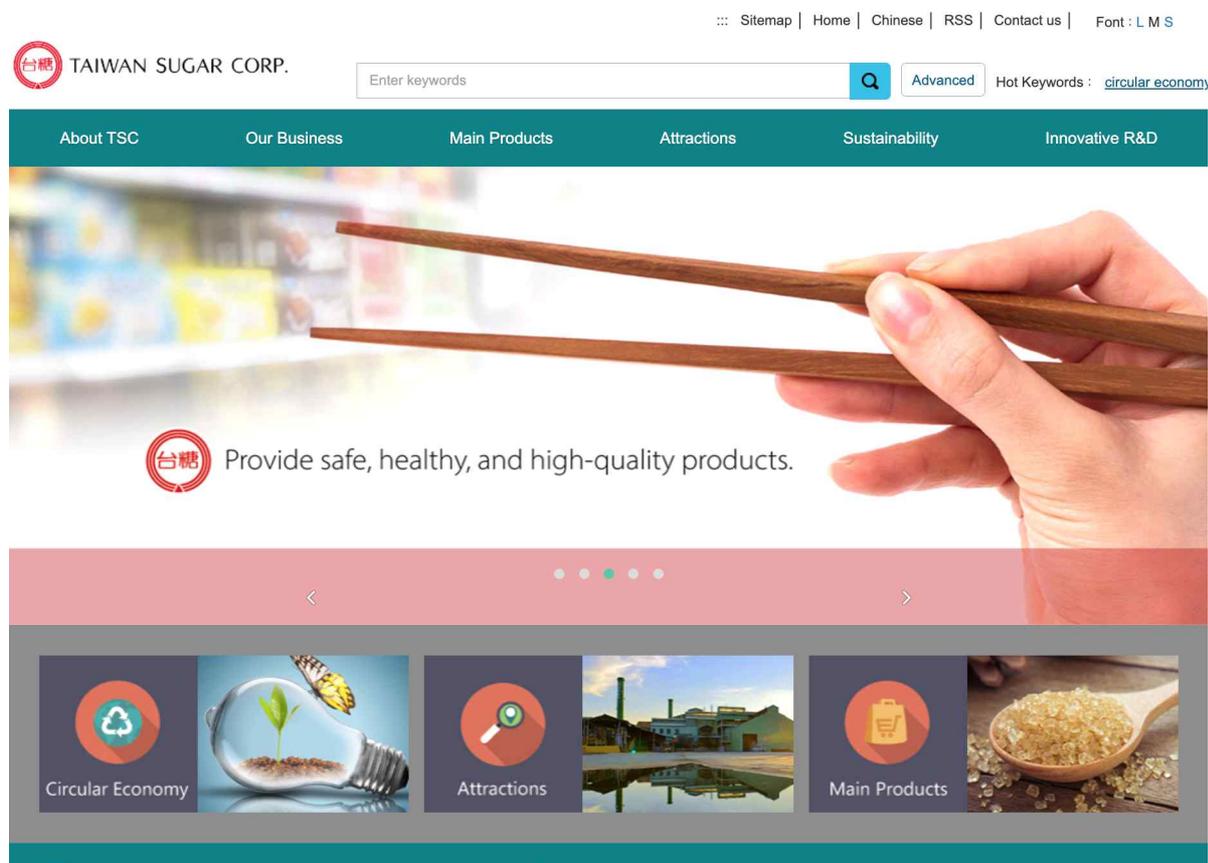
No.	구분	2017	2018	2019	2020	2021
21	Caltrate (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.8	0.8	0.8
22	Nutrimate (Ching Hwa Biotechnology Co Ltd)	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7
23	Grape King (Grape King Enterprise Inc)	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5
24	Sinphar You Best (Sinphar Pharmaceutical Co Ltd)	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
25	Miyarisan (Miyarisan Pharmaceutical Co Ltd)	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
26	Lipovitan (Taisho Pharmaceutical Holdings Co Ltd)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
27	Supradyn (Bayer AG)	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4
28	Sun Ten (Sun Ten Pharmaceutical Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
29	GNC (Harbin Pharmaceutical Group Co Ltd)	-	-	-	0.3	0.3
30	HAC (Yung Shin Pharmaceutical Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
31	Avon (Natura&Co)	-	-	-	0.4	0.2
32	China Chemical (China Chemical & Pharmaceutical Co Ltd)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
33	Jen Sheng (Jen Sheng Pharmaceutical Co Ltd)	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2
34	Lee Shi Zhen (Microbio Co Ltd)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
35	Winston Beauty-C (Winston Pharm Co Ltd)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
36	BioGaia (BioGaia AB)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
37	Mannatech (Mannatech Inc)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
38	Leder C (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.1	0.1	0.1
39	Blackmores (Blackmores Ltd)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
(-)	Others	52.7	51.4	47.7	45.3	45.0

① TSC

▶ TSC 소개

TSC는 대만 최대 규모의 제당 기업으로, 자체적인 당 발효 기술을 활용하여 생명공학 사업 영역에 진출함. 대만의 고령화 트렌드에 맞춰 건강식품, 기능성 음료, 미용 제품 등 생명공학 적용 제품의 연구 개발 및 마케팅에 적극 투자하고 있음. TSC 생명공학 사업부는 ISO 9001 품질경영시스템, ISO 14001 환경경영시스템, ISO 22000 식품안전경영감사시스템 검증 뿐만 아니라, HACCP, TOSHMS, TQF, GMP 인증 등을 취득하였음. 제품의 품질을 개선하고, 건강식품의 안전성을 보장하기 위한 연구 지원에 집중하고 있음

[표69] TSC 홈페이지 사진



자료: 티에스씨(TSC) 홈페이지(www.taisugar.com.tw)

[표70] TSC 제품 사례

			
제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)	제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)
제품명	타이슈가 프락토올리고당 & 유산균 (Taisugar Fructo-oligosaccharide and Lactic Acid Bacteria)	제품명	타이슈가 홍국 캡슐 (Taisugar Red Mold Rice Capsule)
가격/용량	- 90g(30개입)	가격/용량	- 36g(60정)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 프락토올리고당, 바실러스코아쿨란스, 활성유산균 등 함유 - 위장관 세균총 개선에 도움 - 뼈와 치아 건강에 도움을 주는 글루콘산칼슘 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 생리적 기능 조절에 도움을 줌 - 혈중 콜레스테롤 감소에 도움을 줄 수 있음 - 제조물 책임 보험 가입 제품
출처: 티에스씨(TSC) 홈페이지			

			
제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)	제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)
제품명	타이슈가 초이스 어유 캡슐 (Taisugar Choice Fish Oil Capsules)	제품명	타이슈가 프락토올리고당 (Taisugar Fructooligosaccharide)
가격/용량	- 80g(100정)	가격/용량	- 400g
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 오메가-3 불포화지방산, EPA-에이코사펜타엔산, DHA-도코사헥사엔산 함유 - 신진대사 촉진 및 영양분 공급 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 장내 유익균 증진 및 소화 기능 지원 - 장내 세균총 조절 - 단맛이 덜하며, 칼로리가 낮음 - 설탕을 대체하여 사용할 수 있음
출처: 티에스씨(TSC) 홈페이지			



제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)	제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)
제품명	타이슈가 칼슘 케어 분말 (Taisugar Ca Care Powderly Food)	제품명	타이슈가 더 헬스 엔젤 투 바이탈리티 (Taisugar The Health Angel to Vitality)
가격/용량	- 75g(30개입)	가격/용량	- 62ml
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 프락토올리고당 및 글루콘산칼슘, 유산균 등 함유 - 뼈 건강 유지에 도움을 줌 - 동물 실험을 거친 제품 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 발효생명공학으로 재배된 동충하초 추출물 함유 - 면역 기능 조절에 도움을 줄 수 있음 - 동물 실험을 거친 제품

출처: 티에스씨(TSC) 홈페이지



제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)	제조사(브랜드)	티에스씨(TSC)
제품명	타이슈가 조개 진액 (Taisugar Essence of Clam)	제품명	조개와 고려 홍삼 진액 (Essence of Clam and Korean Red Ginseng)
가격/용량	- 62ml	가격/용량	- 62ml
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 바지락추출물 함유 - 신체에 흡수되는 천연 단백질 함유 - 간 보호 및 피로 해소 기능 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 타이슈가 조개 진액과 정관장 브랜드의 고려 홍삼 6년근 진액을 블렌딩한 제품 - 신체에 흡수되는 단백질 함유 - 신체 에너지 향상

출처: 티에스씨(TSC) 홈페이지

[표71] TSC 현지 판매 제품 사례



방문 매장	코스메드(COSMED)	제품 유형	유산균
제조사	티에스씨(TSC)	제품명	과당루수안진(寡糖乳酸菌)
원산지	- 대만	가격/용량	- 488타이완달러/90g(30개입)
성분	- 프락토올리고당분말(글루콘산칼슘함유), 활성유산균분말(말토덱스트린, 무수포도당, 바실러스코아글란스(락토바실러스스포로게네스, 락토바실러스 아시도필루스), 난소화성말토덱스트린(수용성셀룰로오스), DL-사과산, 금굴향신료분말(향신료, 유당, 이산화규소)		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	코스메드(COSMED)	제품 유형	어유
제조사	티에스씨(TSC)	제품명	징헨위우지아오낭(精選魚油膠囊)
원산지	- 대만	가격/용량	- 390타이완달러/800g(100개입)
성분	- 어유, 연질캡슐 (젤라틴, 글리세린, 정제수)		

출처: 현지 방문 조사

② Double Crane

▶ Double Crane 소개

Double Crane은 대만의 영지버섯 건강식품 브랜드로, 30년 이상 시장에서 독보적인 위치를 점유하고 있음. 최초의 영지버섯 제품 출시 이후 현재까지 엄격한 품질 관리와 지속적인 연구 개발에 힘쓰고 있음. Double Crane의 제품에는 영지버섯을 활용한 건강기능식품, 건강 음료, 화장품, 생활화학제품 등이 있음. 특히, Double Crane사의 영지버섯은 대만 보건복지부의 건강식품 허가를 받은 제품으로, ‘면역 조절’ ‘간 보호’, ‘항노화’, ‘알레르기 체질 개선’ 기능을 인증받았음

[표72] Double Crane 홈페이지 사진



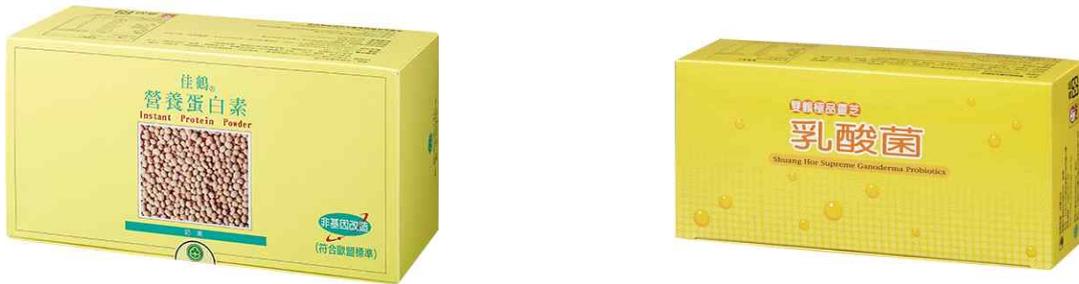
자료: 더블크레인(Double Crane) 홈페이지(www.doublecrane.com.tw)

[표73] Double Crane 제품 사례



제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)	제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)
제품명	슈앙허 슈프림 천연 꽃가루 캡슐 (Shuang Hor Supreme Natural Pollen Capsule)	제품명	슈앙허 슈프림 천연 꽃가루 과립 (Shuang Hor Supreme Natural Pollen Granule Packed in Tinfoil)
가격/용량	- 1,300타이완달러/75g(150정)	가격/용량	- 1,300타이완달러/75g(30개입)
특징	- 미량 영양소 함유 - 동백나무와 과수꽃에서 꿀벌이 채취한 유럽산 꽃가루 함유 - 캡슐 형태로, 모든 연령층 대상	특징	- 미량 영양소 함유 - 동백나무와 과수꽃에서 꿀벌이 채취한 유럽산 꽃가루 함유 - 분말 형태로, 모든 연령층 대상

출처: 더블크레인(Double Crane) 홈페이지



제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)	제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)
제품명	지아허 인스턴트 단백질 파우더 (Jia Hor Instant Protein Powder)	제품명	슈앙허 슈프림 가노더마 프로바이오틱스 (Shuang Hor Supreme Ganoderma Probiotics)
가격/용량	- 700타이완달러/30개입	가격/용량	- 1,850타이완달러/60개입
특징	- 콩에서 유래한 단백질 성분 함유 - 브로멜라인과 파파인, 아미노산 함유	특징	- 락토바실러스, 비피도박테리움 함유 - 소화기관 기능 개선, 장내 유익균 증진 - 오렌지맛 함유

출처: 더블크레인(Double Crane) 홈페이지



제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)	제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)
제품명	지아허 영지 고품량 식이섬유 (Jia Hor Lingzhi Hi-Fibre)	제품명	슈양허 피트니스 키퍼 태블릿 플러스 (Shuang Hor Fitness Keeper Tablet Plus)
가격/용량	- 2,800타이완달러/60개입	가격/용량	- 1,900타이완달러/100정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 밀, 질경이 아시아티카, 이눌린에서 유래한 천연 식이섬유 함유 - 수용성 및 불용성 섬유질 함유 - 파이버솔-2 함유하여 장 기능 개선 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 흰 강낭콩 추출물, 키토산 함유 - 지방과 탄수화물의 흡수 억제 - 신진대사를 증진, 체지방 축적 방지

출처: 더블크레인(Double Crane) 홈페이지



제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)	제조사(브랜드)	더블크레인(Double Crane)
제품명	슈양허 슈프림 영지 눈 영양제정 (Shuang Hor Supreme Lingzhi Nutritional Supplementary Tablet for Eyes)	제품명	슈양허 슈프림 가노데르마 칼슘정 (Shuang Hor Supreme Ganoderma Calcium Tablets)
가격/용량	- 1,500타이완달러/20개입	가격/용량	- 850타이완달러/120정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 루테인, 지아잔틴, 피코에리트린 함유 - 시력 기능 보호, 눈 건강 개선 - 블랙커런트 추출물, 빌베리 추출물 함유하여 항산화 기능 제공 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 우유에서 추출한 다양한 칼슘 성분 함유 - 비타민D3, 이소플라본 등의 영양소 함유하여 흡수 기능 강화하고 칼슘 손실 감소 효과

출처: 더블크레인(Double Crane) 홈페이지

③ Grape King

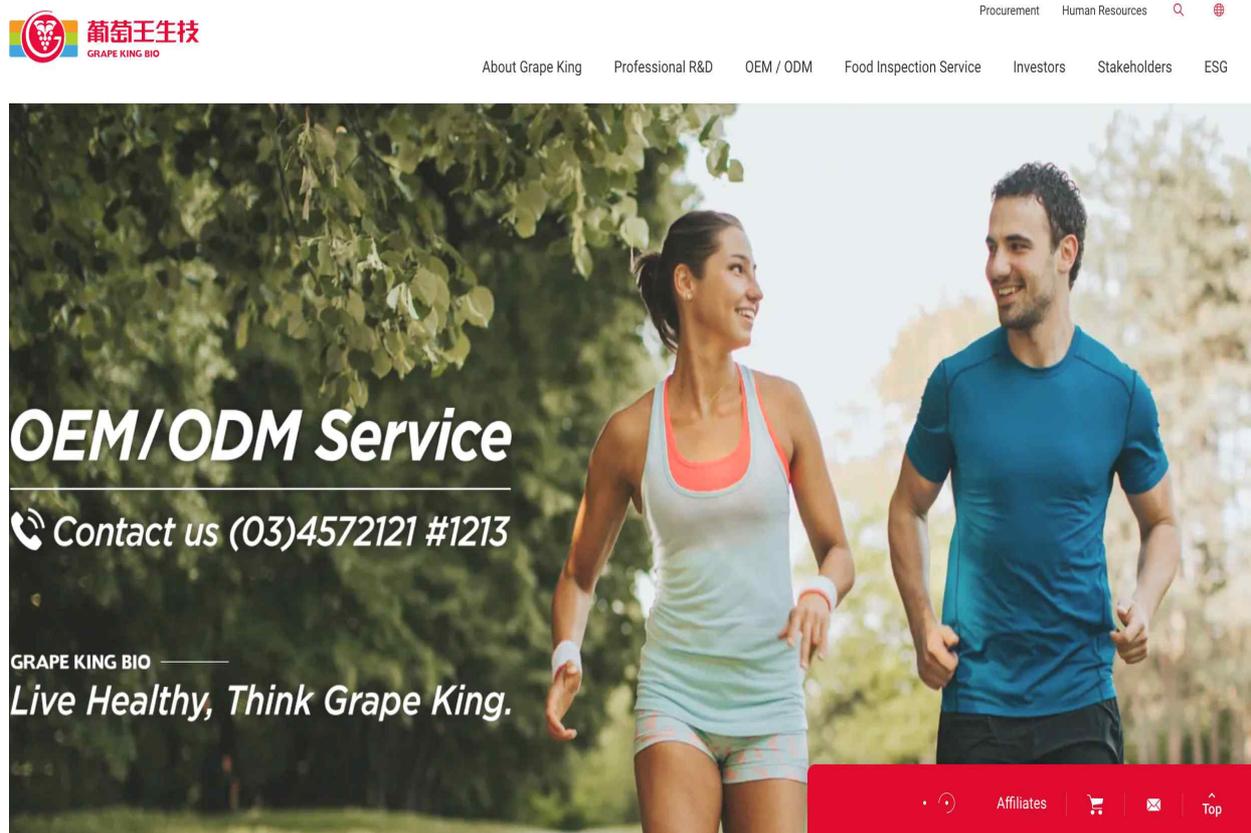
▶ Grape King 소개

1969년 대만에서 설립된 생명공학 및 제약 기업으로, 원료 개발, 생산, 제조의 전 측면과 관련하여 대만 정부와 학계의 협력을 구축하였음. 또한, 의약품 및 건강기능식품 마케팅 자회사 프로파트너(Pro-Partner)를 설립하여 2019년 전 세계 직접 판매 회사 목록에서 49위를 차지함

▶ Grape King 강점

Grape King은 자체 건강식품 및 의약품 생산 라인을 보유하고 있으며, 모든 제품은 GMP 인증 품질 표준을 유지하고 있음. 생산 공장은 PIC/S GMP, GDP, ISO 22000, HACCP, NSF, TQF, HALAL, FSSC 22000 등 국내외의 다양한 인증을 취득하여 제품과 기술 경영에 관한 신뢰도를 구축하고 있음

[표74] Grape King 홈페이지 사진



자료: 그레이프킹(Grape King) 홈페이지(www.grapeking.com.tw)

[표75] Grape King 제품 사례



제조사(브랜드)	그레이프킹(Grape King)	제조사(브랜드)	그레이프킹(Grape King)
제품명	영지왕 진액 드링크(靈芝王精華飲)	제품명	삼칠마카왕 진액 드링크(田七瑪卡王精華飲)
가격/용량	- 39타이완달러/60ml	가격/용량	- 39타이완달러/60ml
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 영지버섯추출물 함유한 건강 음료 - 영지버섯은 면역력을 높이고 혈액순환을 돕는 효과를 가지고 있음 - 피로 해소에 도움을 줄 수 있음 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 마카 진액과 삼칠인삼꽃잎추출물 함유 - 인삼, 천궁, 과라나 함유 - 아르기닌, 글루콘산아연 함유하여 체력 보충에 도움을 줌

출처: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)



제조사(브랜드)	그레이프킹(Grape King)	제조사(브랜드)	그레이프킹(Grape King)
제품명	EX 섬유질 프로바이오틱스 캡슐(易得纖益生菌膠囊)	제품명	강황 복합 캡슐(薑黃薑黃複方膠囊)
가격/용량	- 455타이완달러/30정	가격/용량	- 455타이완달러/100정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 체지방 감소에 도움을 줌 - 신진대사 기능 지원 - 프로바이오틱스 함유로 장내 유익균 활성화에 도움 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 체지방 감소에 도움을 줌 - 신진대사 기능 지원 - 강황, 프로바이오틱스, 녹차추출물 함유

출처: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)



제조사(브랜드)	그рей프킹(Grape King)	제조사(브랜드)	그рей프킹(Grape King)
제품명	안트로디아 캄포라타 킹 균사체 캡슐 (樟芝王菌絲體膠囊)	제품명	가노더마 킹 캡슐(靈芝王)
가격/용량	- 590타이완달러/60정	가격/용량	- 590타이완달러/60정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 고유종인 안트로디아 캄포라타 버섯에서 추출한 버섯균사체 함유 - 간 보호 및 혈압 조절 기능 - 동물 실험을 거친 제품 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 면역력 증진 기능 - 수면 질 개선 및 불안감 진정 및 해소 - 세포 활성화 촉진 기능 - 동물 실험을 거친 제품

출처: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)



제조사(브랜드)	그рей프킹(Grape King)	제조사(브랜드)	그рей프킹(Grape King)
제품명	황금 & 동충하초 킹 캡슐(黃金蟲草王)	제품명	크리스탈 클리어 스노우 드링크 (晶透雪亮飲)
가격/용량	- 299타이완달러/40정	가격/용량	- 375타이완달러/10병(600ml)
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 신체 에너지 및 활력 개선 - 6가지 황금 추출물 종합 - 동충하초 균사체 함유 - 아르기닌, 호모아연 함유로 체력 보충 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 빌베리 추출물, 딸배아 추출물 - 유산균 함유하여 장내 유익균 증진 - 미백 등 피부 미용에 도움을 줄 수 있음

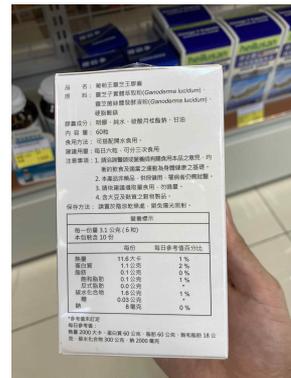
출처: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

[표76] Grape King 현지 판매 제품 사례



방문 매장	왓슨스(WATSONS)	제품 유형	복합 캡슐(강황 등)
제조사	그레이프킹(Grape King)	제품명	치엔이장황 30정(熾益薑黃30錠)
원산지	- 대만	가격/용량	- 750타이완달러/16.5g(30정)
성분	- 강황추출물, 미결정알파셀룰로오스, 녹차추출물, 동결건조유산균(Lactobacillus paracasei GKS6), 쌀추출물(오리자늘, 쌀겨분말), 스테아르산마그네슘, 이산화규소		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	포아(POYA)	제품 유형	영지버섯추출물분말
제조사	그레이프킹(Grape King)	제품명	링쯔왕지아오낭(靈芝王膠囊)
원산지	- 대만	가격/용량	- 600타이완달러/31g(60정)
성분	- 영지농축분말과 영지균사체발효엑상동결건조분말, 스테아린산마그네슘		

출처: 현지 방문 조사

④ 기타 인기 제품

[표77] 현지 판매 인기 제품



방문 매장	왓슨스(WATSONS)	제품 유형	인삼 음료
제조사	바이란스(BRAND'S)	제품명	양선인(養蔘飲)
원산지	- 대만	가격/용량	- 299타이완달러/360ml(60ml*6개)
성분	- 물, 과당, 트레할로스, 감귤펙틴, 오미자추출물, 인삼추출물, 오피오포곤추출물, 화기삼추출물, 구연산나트륨, 말토덱스트린, 사과산, 구연산, 용안추출물, 홍대추출물, 수크랄로스(감미료)		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	포야(POYA)	제품 유형	콜라겐
제조사	차오정메이BB(俏正美BB)	제품명	지쯔시아오위엔딩(極纖膠原錠)
원산지	- 일본	가격/용량	- 1359타이완달러/140정
성분	- 콜라겐 펩타이드(생선 유래), 미결정셀룰로오스, L-아스코르브산나트륨, 지방산자당에스테르, 히드록시프로필메틸셀룰로오스, 니코틴산아미드, 이산화규소, 이산화티타늄, 비타민B6, 판다산칼슘, 젯산칼슘, 탕크, 글리세린, 아라비아검, 비타민 B2, 비타민B1, 팜왁스		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	르번야오푸(日本藥舖)	제품 유형	위 건강 영양제
제조사	와카모토(wakamoto)	제품명	루어위엔웨이창錠(若元胃腸錠)
원산지	- 일본	가격/용량	- 835타이완달러/960정
성분	- 건조효모, 유산균배양분말, 비타민B1(티아민질산염), 비타민B2(리보플라빈), 니코틴아미드(니코틴아미드), 침전탄산칼슘		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	르번야오푸(日本藥舖)	제품 유형	장 건강 영양제
제조사	와카모토(wakamoto)	제품명	루어위엔이성진(若元益生菌錠)
원산지	- 일본	가격/용량	- 749타이완달러/200정
성분	- 비피도박테리움-12mg(비피도박테리움 롱검)(비피도박테리움 비피덤), 락토민-6mg(락토바실러스 아시도필루스) - 기타 성분(부형제): 유당수화물, 감자전분, 분말수소화맥아당전분시럽, 포비돈, 스테아르산마그네슘		

출처: 현지 방문 조사

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

Ⅷ. 대만 건강기능식품 수출 가이드

Ⅷ. 대만 건강기능식품 수출 가이드

▶ 대만 일반식품, 보건식품, 건강식품 분류⁵¹⁾

인체에 도움을 주는 식품 또는 건강기능식품은 국가별로 이해와 정의, 법 규정이 다름. 보고서에서 말하는 ‘보건식품’은 대만 위생복지부 인증을 받은 ‘건강식품’ 외에도 보건 혹은 기능성을 갖춘 식품을 말함. 즉 건강식품, 유기농식품, 기능성식품 등 인체에 유익한 성분을 포함한 식품을 모두 일컫음. 보건식품은 통상적으로 기능성이 있다고 여겨지나 정부의 인증을 받지 않았기 때문에 일반식품과 같이 ‘식품안전위생관리법’ 규정을 따름. 또 일반식품으로 취급해 효능 광고 및 라벨링 표기를 과장하거나 오해할 만한 내용을 표기할 수 없음

대만의 ‘건강식품’이라는 용어는 ‘건강식품관리법(健康食品管理法)’이 1999년 정식 시행된 후 법률 효력을 부여받아 정의한 용어임. 제품 품질을 엄격히 심사해 승인된 유효기간 내 제품이 효능이 있음을 건강 인증 마크 등으로 표기할 수 있음. 효능에 대한 광고나 라벨링 표기도 가능함. 단, 식품의 효능이 의료적 치료 목적은 아님

[표78] 대만 일반식품, 보건식품, 건강식품 분류

구분	정의
일반식품	사람이 먹고 마시거나 씹는 제품 및 그 원료 제공을 말하며, 전통식품 형태와 캡슐 알약 형태로 분류
보건식품(保健食品)	건강 및 보건 개념을 갖춘 상품, 일반인이 그렇게 여기거나 또는 신체 일부에 건강적인 도움을 준다고 여겨지는 상품
건강식품(健康食品)	법률적 용어로 과학적인 안전 및 보건 효능의 평가 실험을 거쳐 인체 건강에 무해함과 또한 명확한 보건 효능을 증명해 인증을 받은 식품으로 그 효능에 대해 광고나 라벨링 표기를 할 수 있음. 단, 그 효능이 질병의 치료나 교정 등 의료 효능 목적의 식품은 아님. 건강식품신청허가방법(健康食品申請許可辦法)에 근거 위생복지부에 신청 및 심사 허가 후 ‘건강식품’ 용어를 사용할 수 있음

자료: aT한국농수산물유통공사, ‘대만 보건식품 시장현황’, 2017.

51) aT한국농수산물유통공사, ‘대만 보건식품 시장현황’, 2017.

● 대만의
건강식품(健康食品)에
부여되는
'리틀그린맨(小綠人)' 로고



▶ '보건식품(保健食品)'과 '건강식품(健康食品)' 구분 필요⁵²⁾

대만 소비자들은 '보건식품(保健食品)'과 '건강식품(健康食品)'을 혼동하는 경우가 적지 않은 것으로 나타남. 특히 '保健食品'과 '健康食品'이 모두 '건강식품'으로 번역되기도 해 해외 직구나 구매대행 시에는 더욱 주의를 기울여 살펴볼 필요가 있음

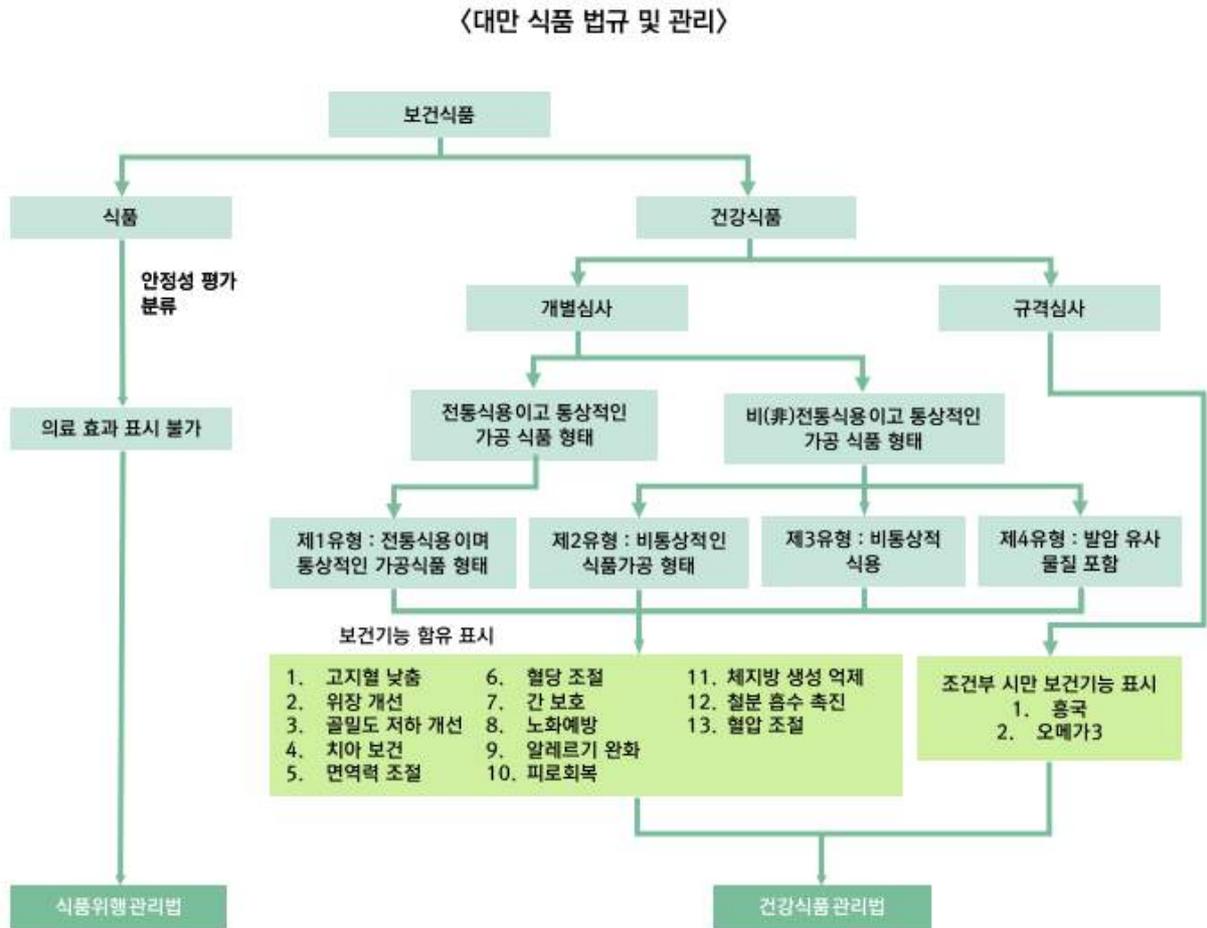
'건강식품'은 규범이 상대적으로 엄격하며, 판매 및 마케팅 과정에서 효능을 주장하고 건강식품 라벨을 사용할 수 있음. 그러나 '보건식품'은 일반식품으로 분류되기 때문에 생리적 기능만을 기재할 수 있고, 라벨의 사용도 금지됨

건강식품으로 지정되기 위해선 담당 기관인 위생복지부(衛生福利部)의 승인이 필요하며, 인증 로고인 '리틀그린맨(小綠人)'을 사용할 수 있음. 보건식품도 규제를 받기는 하나 건강식품만큼 엄격하지 않음. 보건식품은 일반적인 영양보충제와 같은 식품을 말함. 마케팅 측면에서 특정한 영양소를 강조하는 경우가 많지만, 일반영양소로 설명할 수 있는 생리기능만 기술할 수 있음. 예를 들어 '식이섬유는 장의 연동운동을 촉진한다' '비타민D는 칼슘 흡수를 증진시킨다' 등의 표현 정도가 가능함. 보건식품은 인증 과정 필요 없이 일반 식품과 같이 판매할 수 있음. 이러한 보건식품은 정제 또는 캡슐 형태로 판매되고 있으며, 일반 영양제로서 건강에 특별한 영향을 미치지 않음

건강식품은 위생복지부에 검사등록허가를 신청하고 인증을 취득해야 판매가 가능함. 감독 부서는 건강에 유익한 실질적인 과학적 증거가 있는지를 확인해 결정함. 기업들은 건강식품 인증을 받기 위해 공정 및 품질관리 절차, 과학적 검증 결과 등의 정보를 위생복지부에 제출함. 건강식품 인증을 취득한 제품은 위장관 기능 개선, 혈중 지질 조절, 간 보호, 뼈 건강 관리, 면역 조절, 체지방 감소 등 건강상의 이점을 주장할 수 있음. 혈당 조절, 혈압 조절 보조, 피로 방지, 노화 방지 등의 표현도 건강식품에 한해 허용됨. 현지 소비자도 구분을 어려워하는 보건식품·건강식품은 해외 소비자에게는 같은 의미로 받아들여지기 쉬워 각별한 주의가 요구됨

52) 뷰티누리, '대만 소비자, 일반식품인 '보건식품'과 '건강식품' 혼동', 2023.01.06

[표79] 대만 식품 법규 및 관리



출처: aT한국농수산물유통공사, '대만 보건식품 시장현황', 2017.

▶ 수입산 보건식품 수입 절차⁵³⁾⁵⁴⁾

보건식품 수입 시 보건식품에 국한된 특별 규정은 없음. 일반식품과 같이 식품안전위생관리법에 따라 처리하며 일반식품 수입 규정과 같음. 그러나 만약 보건식품이 캡슐·알약 형태 또는 인증을 이미 받은 건강식품인 경우 수입 검사 관련 추가 증명을 제출해야 함. 대만 수입 시 보건식품과 관련한 주요 기관은 대만 관무서와 식품약물관리서(TFDA) 두 곳임. 관무서(세관)는 샘플 채취와 수입 신청 접수를 받고, 식품약물관리서는 수입 검사와 증서를 발급함. 관무서는 수입 검사 증서와 관련 자료를 검토 후 대만 수입을 허가함

▶ 관세 등록

대만으로 식품을 수출하기 전에 등록 요건이 있음. 수입/수출 등록임. 그러나 등록 절차는 세관이 아닌 대외무역국(BOFT)에서 수행함. 수출입 활동을 포함하는 도매, 소매 판매 및 국제 무역 사업에 종사하는 대만 법인(외국 기업의 자회사 또는 지점 포함)은 BOFT에 수입업자/수출업자 등록을 해야 함

▶ 수입 허가

1) BOFT에 수입/수출업자 등록(수입/수출 등록)

기본적으로 식품업체가 BOFT에 수입업체/수출업체로 등록되어 있는 한 대만으로 식품을 수입할 수 있음. 일반적으로 특별 사업 허가는 필요하지 않음

2) 특정 카테고리 TFDA에 제품 등록

특정 카테고리의 식품을 수입하려면 TFDA에 사전 제품 등록이 필요함. 여기에는 식품첨가물(단일원료), 유전자변형식품, 정제 또는 캡슐 형태의 일반식품(정제 또는 캡슐식품), 건강식품, 특수식이식품, 진공포장 콩 즉석식품 등이 포함됨. 정제 또는 캡슐식품이 아닌 일반식품의 경우에는 일반적으로 등록을 신청할 필요가 없음. 제품 등록 신청자 및 보유자는 현지 법인이어야 함. 이러한 상품등록을

53) aT한국농수산물유통공사, '대만 보건식품 시장현황', 2017.

54) 베이커맥켄지(bakermckenzie) 홈페이지(<https://resourcehub.bakermckenzie.com/en/resources/asia-pacific-food-law-guide/asia-pacific/taiwan/topics/licensing-and-approvals-requirements-to-import-export-food>)

통해 보유자는 등록된 상품을 수입할 수 있음. 일반적으로 정제 또는 캡슐식품은 출원부터 제품등록 완료까지 약 3개월, 특수식이식품은 최소 6개월, 건강식품은 약 16~22개월, 식품첨가물은 약 2개월, 식품첨가물은 최소 12개월 정도 소요됨

3) BOFT 분류에 따른 수입 허가

수입할 식품의 종류에 따라 BOFT, 동식물 위생 검역국(BAPHIQ) 또는 TFDA에서 발급한 수입 허가가 필요할 수 있음. 수입 식품이 '수입 제한 대상 상품 및 수입 심사를 위해 세관 지원 상품 통합 목록'에 속하는 경우, 수입자의 이름으로 '상품 및 규정 분류' 데이터베이스에 규정된 관련 수입 허가가 필요함

코드 'MW0'의 요구 사항을 충족하는 식품의 경우 BOFT의 허가가 필요함. 코드 'B01'의 경우 BAPHIQ의 허가가 필요함. 코드 'F01'의 경우 TFDA의 허가가 필요함. 관련 당국의 요구 사항에 따라 제품마다 수입 허가를 받기 위한 문서 요구 사항이나 프로세스가 다를 수 있음. 필요한 서류나 절차가 완료되었는지 여부에 따라 수입 허가를 받는 데 일반적으로 영업일 기준 최대 2~3일이 소요됨. 비거주자도 식품 수입 허가 기록상 수입자가 될 수 있음

▶ 수입식품 검사 및 시험

대만에 반입되는 식품에는 수입식품 및 관련 제품 검사에 관한 법률 및 규정 이 적용됨. 2015년 6월 24일에 최종 개정되었으며 국경에서 수입 식품의 검사 및 통제에 대한 법적 요구 사항 및 절차를 제공함. 일부 수입 식품(예: 유전자 변형 식품 원료 및 식품 첨가물)은 다음과 같은 특별 검사를 받음. 수입자는 관세청 상품 코드 및 분류에 따라 검사를 신청하고 식품 관련 정보를 TFDA에 신고해야 하며, 검사는 수입 식품의 성분 및 함량에 중점을 둠

▶ 수출 허가/통관

기본적으로 기업이 BOFT에 수입업자/수출업자로 등록되어 있는 한 대만에서 식품을 수출할 수 있음. 다만, 수출하는 식품의 종류에 따라 수출허가가 필요할 수 있음. 수출 식품이 BOFT의 '수출 제한 대상 상품 및 수출 검사를 위해 관세 지원 상품의 통합 목록'에 의해 규제되는 경우 수출자의 이름으로 된 수출 허가가 필요함

▶ 기타 통지/승인/라이선스

식품 사업 등록에 관한 규정에 따라 식품 수입업체는 지역 관할 당국에 등록을 신청한 후에만 사업 운영을 시작해야 함. 이는 서면 또는 전자 확인을 통해 완료할 수 있음. 2018년 3월 26일부터 이 등록 요건은 특정 수입업체, 딜러, 식품 제조업체는 물론 레스토랑/식품 및 음료 사업체에도 적용됨



해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

IX. 대만 기능성 소재 전문가 인터뷰

Interview ① Amway⁵⁵⁾

Amway
담당자
Jenny Yang
직책
Marketing Supervisor
이메일
pleasance6@gmail.com
링크드인
https://www.linkedin.com/in/jenny-yang-69b9a4165/
인터뷰 시점
2023.09

Amway 소개

Amway는 1959년 미국에서 설립된 글로벌 1위 직접 판매 회사입니다. 생활화학제품을 출시 및 판매하던 Amway는 1972년 북미 최초의 멀티비타민 개발 기업 Nutrilite의 운영권을 인수하였습니다. Amway는 1982년 대만에 처음 진출하여 대만 소비자들에게 고품질의 제품 경험을 제공하고 우수한 브랜드 이미지를 확립하였습니다. 현재, Amway는 건강기능식품, 생활화학제품, 화장품, 에너지 드링크 등 다양한 카테고리에서 제품을 유통 및 판매하고 있으며, Nutrilite, XS, Artistry, Satinique, Glister, Amway Home 등의 브랜드를 전개하고 있습니다.

訊息公告 客服中心

Amway

我們的故事

產品品牌 ▾

創業機會

關懷永續

加入我們

創造連結從你開始 安麗讓生活有無限可能

連結·為生活創造全新的可能·你希望過得更好、更健康、更自由·安麗與你一起發現人生嶄新的視角。



55) 본 보고서에 실리는 인터뷰 결과물은 2차 전문가 인터뷰 결과물이며, 1차 전문가 인터뷰 단계에서는 모든 인터뷰 대상자에게 빅데이터 분석 결과물(강 신호/약신호 키워드 리스트)을 전달해 최종 분석 대상 키워드 선정을 요청함

Q1. 최근 대만 건강기능식품 시장의 주목할 만한 변화나 특징이 있다면 무엇인가요?

최근 대만에서는 건강기능식품 광고의 양적 증가가 눈에 띕니다. TV 및 라디오 등의 전통적인 광고 매체뿐만 아니라 버스, 택시, MRT(대만 공항철도)를 비롯한 옥외광고 OOH(Out of Home), SNS 등 현대적인 광고 매체를 통해 건강기능식품 광고가 매우 증가하였습니다. 또한, 대만에서는 최근 약사들과 협력하여 광고를 진행해 광고 제품의 신뢰도를 높이고자 하는 경향을 보여주고 있습니다.

대만에서는 건강기능식품 시장이 매우 확고한 세분시장을 구축하고 있습니다. 또한, KOLs(Key Opinion Leader)을 통해 홍보하는 중소 규모의 건강기능식품 브랜드가 증가하며 건강기능식품 시장 자체가 활성화되고 있습니다. 이제는 노년층 소비자들만이 건강기능식품을 찾는 것이 아니라, 모든 연령층의 소비자들이 건강기능식품의 필요성을 인식하고 있습니다.

Q2. 최근 건강기능식품에 대한 대만 소비자들의 인식 및 선호도 변화가 있다면 무엇인가요?

코로나19 사태로 인해 소비자들이 건강의 중요성을 인식하게 된 것이 가장 큰 변화라고 할 수 있습니다. 감염병을 비롯한 질병을 예방하기 위해서는 가장 먼저 면역 체계가 튼튼해야 합니다. 이로 인해 면역 기능을 지원하고 기초 건강을 증진하는 프로바이오틱스, 비타민 C, 비타민 D, 단백질 등의 성분 제품에 대한 인기가 높아졌습니다.

뿐만 아니라, 건강기능식품을 소비하는 연령층이 예전보다 젊어졌다는 것도 또 다른 변화로 꼽을 수 있습니다. 젊은 소비층의 건강기능식품 보급률이 더 높고, 젊은 층의 수요가 높은 건강기능식품(비타민 등의 기초 건강식품 또는 미용 및 시력 관리를 위한 기능성 건강식품)의 소비량이 많습니다.

한편, 대만에서는 허브 및 전통 약초가 꾸준한 인기를 누리고 있습니다. 전통 약초 제품을 알리는 미디어 광고가 증가하고 있기 때문입니다. 대만에서 새롭게 주목 받고 있는 성분은 루테인인데, 전자 기기 사용이 일상화됨에 따라 눈 건강 관리에 대한 필요성도 증가하고 있기 때문입니다.

Q3. 대만에서 트렌드로 떠오르거나 지속적으로 인기 있는 식물성 성분은 무엇인가요?

먼저, 콩이나 밀에서 추출한 식물성 단백질 성분이 부상하고 있습니다. 식물성 단백질 제품은 특히 노인들이나 다이어트에 관심이 많은 사람들에게 인기가 높습니다. 지방 및 콜레스테롤이 없으며 칼로리가 낮고 순수한 단백질 성분을 함유하고 있기 때문입니다. 이외에도, 식물성 비타민 C 및 비오틴 성분 또한 대만에서 인기를 얻고 있습니다.

다음으로, 은행나무 추출물, 라벤더, 미국산 인삼, 황기 등을 인기 있는 식물성 성분으로 꼽을 수 있습니다. 은행나무 추출물은 기억력을 향상시키는 효과가 있으며, 보충제 형태로 가공됩니다. 라벤더는 수면의 질을 향상시키는 효과가 있어 불면증 치료제, 보충제, 에센셜 오일, 허브 차, 스낵 등의 형태로 가공됩니다. 미국산 인삼은 감기를 낮게 하고 혈당을 낮추는 효과가 있으며, 보충제로 가공되거나 직접 섭취 가능한 전통 약초 형태로 가공됩니다. 마지막으로, 황기는 면역력 향상 기능이 있으며, 전통적인 약초 형태로 가공됩니다.

Q4. 최근 대만 소비자들이 건강기능식품을 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 점은 무엇인가요?

대만 소비자들은 제품이 독특한 성분을 함유했다는 점을 중요하게 생각하지는 않습니다. 자사의 비타민 B, C를 함유한 에너지 드링크를 예로 들면, 순수한 성분을 함유했다는 점을 강조한 제품보다는 눈 건강 관리 및 화상 치료 등의 효과를 강조한 기능성 제품이 소비자들에게 설득력을 얻는 것으로 보입니다. 한편, 대만에서는 건강기능식품에 관한 규제가 매우 엄격하여 제품 포장 겉면에 효능을 기재할 수 없습니다. 이로 인해 대만 소비자들이 독특한 성분 대신 익숙한 성분을 함유한 제품을 구매한다고 생각합니다.

Q5. 대만 내 건강기능식품의 마케팅 전략 및 유통 경로에 대해서 말씀해주실 수 있나요?

마케팅 측면에서 자사의 경우를 예로 들면, 약사나 의사 등 의약품 전문가들과 협력하여 제품의 효능을 홍보하였습니다. 광고 및 마케팅 대행사의 경우에는 커뮤니케이션 부문에서만 업무를 의뢰하고 있습니다.

한편, 과거에는 주로 왓슨스 등의 드럭스토어나 TV 홈쇼핑을 통해 건강기능식품 및 보충제를 유통했습니다. 그러나 이제는 다양한 채널을 통해 건강기능식품을 유통합니다. 예를 들어, 온라인 홈페이지나 플랫폼을 통해 제품이 유통되는 경우가 매우 많고, 이제는 편의점에서도 건강기능식품을 찾아볼 수 있습니다.

Q6. 한국 건강기능식품에 대한 대만 소비자들의 인식은 어떠한가요? 또한, 한국 건강기능식품 원료 수입에 대한 인식은 어떠한가요?

한국산 건강기능식품에 대한 인식은 꽤 좋은 편입니다. 그러나 인지도 측면에서 볼 때, 대만 소비자들에게 한국 제품이 널리 알려져 있지는 않습니다. 대만에서는 일본산 건강기능식품의 인지도가 매우 높습니다. 그래서 건강기능식품을 구매할 때 일본 제품을 우선적으로 고려하는 경향이 있습니다. 대만에서 비교적 인기 있는 한국산 건강기능식품은 인삼 및 홍삼 음료입니다.

저는 한국산 건강기능식품 원료 수입에 대하여 긍정적으로 생각합니다. 한국의 식품은 대만 소비자들에게 잘 알려져 있으며, 품질도 매우 우수하기 때문에 원료로써 고려할 수 있습니다. 또한, 한국의 성형 수술을 비롯한 의료 기술이 대만에서 매우 유명합니다. 한국 의료 연구 기술의 전문성과 안전성을 강조한다면 한국산 원료를 수입하는 것이 차별화 포인트가 될 수 있을 것입니다.

Q7. 최근 대만 건강기능식품 시장에서 인기를 얻고 있는 효능 및 그와 관련된 성분은 무엇인가요?

대만 소비자들 사이에서는 질병을 예방하기 위해서 면역력을 높여야 한다는 인식이 증가함에 따라 면역력 향상에 관련된 프로바이오틱스, 비타민 C, 아연, 단백질 등의 성분이 함유된 건강기능식품이 인기를 얻고 있습니다. 자사에서는 이러한 효능과 관련하여 ‘면역력’이라는 키워드보다는 ‘체질 개선’이라는 키워드를 사용하고 있습니다. 또한, 소화 기관 건강의 중요성에 대한 인식도 높아지고 있어 단백질, 섬유질, 프로바이오틱스 성분이 함유된 건강기능식품의 소비가 증가하고 있습니다. 한편, 다이어트 및 체중 관리에 관심을 갖는 소비자들이 늘어나고 있어 이와 관련된 건강기능식품 수요도 눈에 띄게 증가하고 있습니다. 마지막으로, 전자 기기의 사용이 증가함에 따라 시력 보호 및 눈 건강에 대한 관심도 높아져 루테인과 같은 성분이 인기를 누리고 있습니다.

Q8. 오랫동안 전 세계적으로 인기를 얻어왔던 오메가3 성분이 최근 대만에서 다시 관심을 받게 된 이유는 무엇인가요?

말씀하신대로 대만에서는 오메가3 성분이 이미 유명했기 때문에 새롭게 인기를 얻게 된 성분은 아닙니다. 다만, 최근 인지도를 얻고 있는 대만의 신규 제약 브랜드에서 오메가3 성분을 광고 및 온라인 플랫폼에 재등장시켰던 것이 오메가3 성분에 대한 관심을 다시 불러일으킨 것 같습니다. 또한, 최근 대만 내 채식주의자 및 비건 애호가들의 증가로 식물성 오메가 3 성분에 대한 관심이 함께 증가하고 있습니다. 식물성 오메가 3 성분은 대만 내에서 아직 인지도가 높지는 않지만, 차별화된 선택안이 될 수는 있을 것입니다.

Interview ② Amway

Amway
담당자
Monica Jen
직책
Sr Marketing Supervisor
이메일
monicakkjan@gmail.com
링크드인
https://www.linkedin.com/in/monica-jan-a5325770/
인터뷰 시점
2023.09

Amway 소개

Amway는 1959년 미국에서 설립된 글로벌 1위 직접 판매 회사입니다. 생활화학제품을 출시 및 판매하던 Amway는 1972년 북미 최초의 멀티비타민 개발 기업 Nutrilite의 운영권을 인수하였습니다. Amway는 1982년 대만에 처음 진출하여 대만 소비자들에게 고품질의 제품 경험을 제공하고 우수한 브랜드 이미지를 확립하였습니다. 현재, Amway는 건강기능식품, 생활화학제품, 화장품, 에너지 드링크 등 다양한 카테고리에서 제품을 유통 및 판매하고 있으며, Nutrilite, XS, Artistry, Satinique, Glister, Amway Home 등의 브랜드를 전개하고 있습니다.



[Amway](#)
|
[我們的故事](#)
|
[產品品牌](#)
|
[創業機會](#)
|
[關懷永續](#)
|
[加入我們](#)

[網路商城](#)

創造連結從你開始

安麗讓生活有無限可能

連結，為生活創造全新的可能，你希望過得更好、更健康、更自由，安麗與你一起發現人生嶄新的視角。





CONNECT TO HEALTH

Q1. 최근 대만 건강기능식품 시장의 특징 및 주목할 만한 변화가 있다면 무엇인가요?

대만에서는 전통 중의약품(TCM)과 한약재가 건강기능식품 시장의 주요 부문을 차지하고 있으며, 대만 내 유통되는 많은 제품들이 인삼, 영지, 구기자 등의 전통 약초 성분을 함유하고 있습니다. 또한, 건강기능식품의 일부 카테고리에서는 수입 제품의 점유율이 우세합니다. 특히 미국, 일본, 한국 등 고품질의 건강기능식품 생산지로 알려진 국가의 제품 수요가 매우 높습니다.

한편, 최근 대만에서는 디지털 기기 사용으로 인한 눈 손상을 방지하는 루테인 카테고리가 성장하고 있으며, 높은 미디어 투자의 영향으로 프로바이오틱스와 오메가-3 어유 카테고리 또한 성장세를 보이고 있습니다. 일례로, 지난 2년 간 대만의 다안바이오메디컬 사의 대규모 광고 투자로 인해 프로바이오틱스와 오메가-3 어유의 구매량이 증가하였습니다.

Q2. 대만 내 건강기능식품 시장에서 프로바이오틱스 제품의 시장 현황 및 위치에 대해 설명해주실 수 있나요?

프로바이오틱스 제품은 건강을 중시하는 소비자들, 특히 소화기 건강 개선, 면역 체계 지원 등의 기능을 원하는 소비자들에게 수요가 높습니다. 제품이 강조하는 효능에 따라 선호하는 소비계층이 다르지만, 일반적으로 30대에서 50대 이상의 여성 소비자들에게 인기가 많습니다. 프로바이오틱스 제품의 유통채널은 온라인 채널의 점유율이 가장 높지만, 최근 패밀리마트를 비롯한 편의점이 자체 건강기능식품 브랜드를 유통하기 시작해 편의점 또한 유통채널 비중을 차지하기 시작했습니다. 대만의 건강기능식품 브랜드 기업은 일반적으로 TV 광고 등의 미디어 투자를 통해 제품을 홍보하며, 상시 프로모션을 진행하기도 합니다.

Q3. 대만 내 건강기능식품 시장에서 비타민 제품의 시장 현황 및 위치에 대해 설명해주실 수 있나요?

비타민 제품은 비교적 보급형 건강식품에 해당하며, 소비자들의 다양한 요구에 따라 비타민 제품의 종류도 매우 다양합니다. 종합비타민은 건강 관리를 위한 기본적인 제품이며, 여러 가지 제품의 복용을 원하지 않는 소비자들이 구매하는 경향이 있습니다. 비타민 B는 에너지 및 체력과 높은 상관 관계가 있기 때문에 청년층 및 중장년층에게 큰 인기를 얻고 있습니다. 최근 TV에서도 비타민 B 제품의 광고가 많이 보입니다. 비타민 C는 면역력 향상 기능과 피부 개선 기능을 가지고 있어 소비자들의 두 가지 요구를 한 번에 충족할 수 있습니다. 비타민 C 제품은 일반적으로 정제나 음료, 구미 형태로 가공됩니다.

Q4. 대만에서 트렌드로 떠오르거나 지속적으로 인기 있는 식물성 성분은 무엇인가요?

대만에서 꾸준히 인기 있는 식물성 성분에는 대두, 완두콩, 검은콩 등의 식물성 단백질 성분이 있습니다. 단백질은 인체의 주요 구성 요소로 육류나 유제품에 다량 함유되어 있습니다. 그러나 종교적인 이유로 채식주의를 실천하는 사람들은 고기나 유제품이 아닌 콩 단백질을 선택합니다. 대만 내 인기 있는 다른 식물성 성분에는 파인애플, 팥, 보리, 밀크씨슬, 대추, 구기자, 국화, 생강 등을 비롯한 다양한 한방 약초가 있습니다. 파인애플은 위장의 소화 및 흡수를 돕는 효소가 함유되어 있으며, 팥과 보리는 부종을 감소시키는 효과가 있습니다. 영정퀴에서 추출된 밀크씨슬은 간에 영양을 공급하고 숙취를 해소합니다. 대추는 수면 개선과 노화 예방에 도움을 주며, 국화는 염증을 완화시키고, 마늘과 생강은 콜레스테롤 수치를 낮추고 항염 및 항산화 효과를 지니고 있습니다. 그밖에 다양한 식물성 한방재가 대만에서는 인기가 높습니다.

Q5. 대만에서 트렌드로 떠오르거나 지속적으로 인기 있는 기능 및 성분은 무엇인가요?

최근 글루타티온 성분 제품의 인기가 높아지고 있습니다. 글루타티온은 피부 미용에 도움이 되는 성분으로 건강기능식품의 주요 소비층인 여성 소비자들에게 인기가 있습니다. 또한, 대만은 점차 고령화 사회로 진입하고 있어 항노화 기능 성분의 제품 인기가 높습니다. 글루타티온은 피부 미용 뿐만 아니라 항산화 및 항노화 기능을 갖추고 있기 때문에 이러한 효능을 기대하는 소비자들에게 수요가 높습니다. 한편, 피트니스 시장의 성장으로 유청 및 근육 강화 음료 및 분말이 많이 출시되고 있습니다. 스포츠 및 피트니스에 관심이 많은 소비자들은 아르기닌과 시트룰린 성분이 함유된 제품을 선호하며, 이러한 제품을 섭취하여 근육 성장 효과를 기대합니다. 또한, 코로나19 유행 이후 폐 건강 관리에 주의를 기울이는 소비자들이 크게 늘어났습니다. 이로 인해 폐에 영양을 공급하는 인삼 음료의 인기도 함께 높아졌습니다. 마지막으로, 치매의 비율이 증가하여 대만 정부가 치매 예방의 중요성을 언급했습니다. 이에 따라 뇌 건강에 도움을 주는 뇌 기능 보충제의 인기를 누리고 있습니다. 앞서 언급한 성분들은 모두 명확한 기능 및 효능을 제공하고 있습니다. 대만 소비자들에게는 제품의 효능 및 개인적 요구 충족 여부가 구매 시 가장 중요한 고려 사항이기 때문에 제품이 명확한 효능을 제공할 수 있다면 대만 진출 시 성공을 가져올 수 있을 것입니다.

Q6. 대만 소비자들이 전통적으로 선호하는 원료 및 효능은 무엇인가요? 또한, 최근 소비자들의 선호도에 변화가 있었다면 변화에 대해서 자세히 말씀해주실 수 있나요?

대만 소비자들은 전통적으로 한방 약초, 비타민, 미네랄, 프로바이오틱스, 오메가-3 등의 성분이 함유된 건강기능식품과 식단을 선호했습니다. 인삼, 고지 베리, 약초 혼합물 등의 전통 한방 약초 성분은 오랫동안 대만에서 건강기능식품 생산에 활용되어 왔습니다. 비타민 C, 비타민 D, 칼슘, 철분 등의 필수 비타민과 미네랄은 다양한 건강 상 요구를 충족시키기 때문에 꾸준한 수요가 있었습니다. 프로바이오틱스 또한 소화기 건강 개선과 면역 체계 지원 기능이 있어 오랫동안 인기를 얻어온 성분입니다. 오메가-3 어유는 심장과 관절 건강을 위해 흔하게 소비되어 왔습니다. 시간의 흐름에 따라 소비자들의 선호도는 몇 가지 요인으로 인해 변화하였습니다. 먼저 건강 및 지속 가능한 환경에 대한 인식이 높아지면서 식물성 및 천연 재료에 대한 선호도가 높아졌습니다. 식물성 건강기능식품 시장의 성장은 비건 제품의 광범위한 성장 추세와 일치합니다. 다음으로, 코로나19 유행의 영향으로 대만 소비자들이 건강의 중요성을 인식하게 되면서 면역 기능을 지원하는 건강기능식품에 대한 관심이 높아졌습니다. '성분'에 대한 관심에서 '기능'에 대한 관심으로의 전향이 엿보이는 부분입니다.

Q7. 성분의 효능, 제품의 형태, 마케팅 등의 측면에서 최근 소비자들에게 떠오르는 건강기능식품의 트렌드는 무엇인가요?

프로바이오틱스는 오랫동안 인기 있는 성분이었지만, 최근 프로바이오틱스 제품 TV 광고가 증가하면서 다시 인기를 얻고 있습니다. 또한, 소비자들의 여러 가지 요구를 충족시키기 위해 제품군이 다양화되고 있습니다. 위장 건강에 도움을 주는 기본적인 프로바이오틱스 제품 외에도 체중 감량에 도움을 주는 프로바이오틱스, 수면 질을 개선하는 프로바이오틱스, 질 유래 성분 여성용 프로바이오틱스, 감정 조절에 도움을 주는 프로바이오틱스 등 다양한 제품군이 시중에 유통되고 있습니다.

다음으로, 최근 대만에서는 비건으로 생산된 건강기능식품이 트렌드로 떠오르고 있습니다. 대만 내 비건 소비자 증가 및 식물성 식단에 대한 관심 확대의 영향으로 건강기능식품 시장 또한 비건 트렌드를 맞이하고 있는 것으로 보입니다. 정제나 캡슐 외에 새로운 제형의 건강기능식품이 증가하고 있습니다. 씹어서 섭취하는 정제, 구미, 젤리, 물에 타서 섭취하는 발포정 등 섭취하기 편리하고 맛도 개선된 건강기능식품 제형이 등장하며 소비자들의 이목을 사로잡고 있습니다.

Q8. 대만의 건강기능식품 유통채널에 대해 설명해주실 수 있나요?

대만의 주요 건강기능식품 유통채널은 온라인 쇼핑 플랫폼과 드럭스토어입니다. 온라인 쇼핑 플랫폼은 다양한 브랜드와 제품을 제공하고, 소비자들이 브랜드와 가격을 비교하기 쉽게 나열하고 있습니다. 약국 및 드럭스토어는 전통적인 건강기능식품 유통채널입니다. 다양한 브랜드와 제품을 제공함과 동시에 약사의 전문적인 상담을 받을 수 있다는 이점이 있습니다.

보조적인 건강기능식품 유통채널에는 슈퍼마켓과 대형마트, 병원, 백화점 등이 있습니다. 이외에도, 편의점을 통해서 자체 건강기능식품 브랜드를 만나볼 수 있습니다. 일레로 패밀리마트는 자체 건강식품 브랜드를 개발하여 매장에 유통하고 있습니다. 2022년 건강식품 구매 상위 20개 채널 중 패밀리마트가 18위를 기록한 것은 편리성이 건강기능식품 시장의 중요한 트렌드라는 점과 함께 대만의 건강기능식품 시장의 무한한 성장 가능성을 보여줍니다. 시장 관점에서 볼 때, 패밀리마트는 비타민 B, 비타민 C, 콜라겐, 프로바이오틱스, 루테인과 같이 어느 정도 소비자들에게 인지도가 있으며 낮은 수준의 교육을 요하는 제품을 선택하여 유통하고 있습니다.

Q9. 한국 건강기능식품에 대한 대만 소비자들의 인식은 어떠한가요? 또한, 대만에서 선호하는 수입 제품 생산지는 어디인가요?

한국 건강기능식품은 정관장 브랜드의 홍삼 제품이 유명하며, 미용 건강기능식품 또한 대만 소비자들에게 인지도가 높고 좋은 평가를 받고 있습니다. 관련 인증을 취득하면 소비자 신뢰도를 높일 수 있을 것입니다. 또한, 한류의 영향으로 인해 대만 소비자들의 한국 제품 선호도가 높아졌습니다. 한국 유명 연예인들의 광고 및 드라마 출연이 소비자들의 인식에 영향을 미치고 있습니다.

대만에서는 미국, 일본, 유럽 국가의 수입 건강기능식품이 인기가 많습니다. 식품 안전성, 첨단 성분, 효능, 가격, 용량 등에서 우위를 점하기 때문입니다. 한편으로는 문화적 영향으로 인해 수입국의 선호도가 형성되기도 합니다. 예를 들어, 대만 소비자들은 일본이나 미국 등의 국가와 역사적, 문화적 친밀감을 느낍니다. 이러한 대만 소비자들의 성향이 제품 수입국에 대한 선호도에 영향을 미칠 수 있습니다.

Q10. 한국 건강기능식품 원료 수입에 대한 인식은 어떠한가요?

한국산 수입 원료에 대한 인식은 긍정적입니다. 한국은 식품 안전 및 생산 기준이 엄격하여 재료의 품질을 보증할 수 있기 때문입니다. 또한, 한국은 앞선 R&D 역량을 보유하고 있어 한국의 원재료 공급업체가 대만에서 사용되지 않은 최신 원료를 공급하거나 발전된 기술을 사용하여 생산 효율성을 증대시키는 경우도 있습니다. 다음으로, 한국 원재료의 품질을 보증하는 영향력 있는 홍보대사를 찾을 수 있다는 점도 대만 소비자들의 구매 심리를 자극하기에 매우 용이합니다. 마지막으로, 정관장, 롯데를 비롯한 한국 건강기능식품 브랜드는 이미 국제적으로 좋은 평가를 받고 있습니다. 이러한 브랜드의 제품을 수입하면 브랜드 구축에 필요한 비용을 절감하고 현지 소비자들에게 쉽게 접근할 수 있습니다.

Q11. 최근 대만 건강기능식품 시장에서 인기를 얻고 있는 효능은 무엇인가요?

대만에서는 면역 기능 지원 기능, 간 보호 및 피로 해소 기능, 혈당 조절 및 체지방 감소 기능이 인기를 얻고 있습니다. 먼저, 코로나19 사태 이후 면역 기능에 대한 중요성이 대두되면서 면역력과 관련 있는 비타민 C, 비타민 D, 아연, 에키네시아 등의 성분의 인기가 높아졌습니다. 다음으로, 간 보호 및 피로 해소 기능이 대만에서 주목받고 있습니다. 대만의 치열한 근무 환경으로 인해 업무 스트레스와 피로를 느끼는 소비자들이 간을 보호하고 피로를 해소하는 건강기능식품을 구매합니다. 또한, 혈당을 조절하고 체지방을 감소시키는 기능을 갖춘 건강기능식품도 성장세에 있습니다. 고당분 식단과 운동 부족이 만연한 현대인들의 생활 방식은 체지방 축적과 혈당 수치 상승을 불러올 수 있기 때문입니다. 또한, 외모가 중시되는 사회 및 미디어의 영향으로 날씬한 체형에 대한 욕구가 높아진 것도 해당 기능에 대한 수요를 야기합니다.

Q12. ‘사슴태반’이 대만 건강기능식품 시장에서 새롭게 떠오르는 이유가 무엇인가요?

건강기능식품 직접 판매 브랜드 리후이(Lihui)가 대만에서 인지도를 얻으면서 해당 브랜드가 출시한 사슴태반 함유 제품도 인기를 얻고 있습니다. 리후이는 대만에서 100억을 초과하는 높은 연간 매출액을 기록하고 있습니다.

Interview ③ Toong Yeuan Enterprise co. Ltd

Toong Yeuan Enterprise co. Ltd
담당자
Sean Chang
직책
R&D Manager
이메일
a9270363@gmail.com
링크드인
https://www.linkedin.com/ in/sean-chang-90443b15 5/
인터뷰 시점
2023.09

Toong Yeuan Enterprise co. Ltd 소개

Toong Yeuan Enterprise Co. Ltd는 1987년 대만 타이베이 시에서 설립된 기능성 소재 및 건강기능식품 수입유통회사입니다. 해외에서 생산된 고품질의 건강기능식품을 싱가포르, 대만 등의 아시아 국가로 수입해오고 있습니다. 2001년 기능성 소재 R&D 기술을 도입하여 건강기능식품 생산업에 진출하였으며, 2010년에는 타이베이 시에 자체 생산 공장을 설립하였습니다. 2011년 기능성 미용 제품 생산업에 진출하여 대만 뷰티 트렌드에 걸맞는 뷰티 제품들을 생산하고 있습니다. 현재 Alibaba 등 대만 이커머스 플랫폼에 온라인 플래그십 스토어를 운영하고 있습니다.

有健康的地方
就有統園

35年 Toong Yeuan
專業經驗

品牌原料 | 產品開發 | 整合企劃

Q1. 대만 건강기능식품은 보건식품(保健食品)과 건강식품(健康食品)으로 구분되며, 건강식품의 경우 대만 보건복지부의 인증을 받아야 하는 것이 맞나요?

그렇습니다. 대만 건강기능식품은 크게 보건식품과 건강식품으로 구분됩니다. 보건복지부의 허가를 받은 건강식품만이 기능성 표기가 가능하며, 일반 식품에는 기능성 표기가 불가합니다. 또한, 건강식품 등록 심사는 복선제를 택하고 있어 허가된 건강식품도 다음 두 가지 유형으로 분류됩니다.

첫 번째 유형은 '사례 검토(Case Review)'입니다. 이 유형에 해당하는 제품은 안전성, 건강 상 효능, 안정성 테스트를 거쳐야 하며, 보건복지부의 심사를 거쳐 안전성 및 건강 상 효능이 있다고 판단되면 건강식품으로 허가를 받게 됩니다. 현재 취득할 수 있는 건강 상 효능 유형에는 '간 보호', '피로 해소', '혈액 지질 조절', '혈당 조절', '면역 조절', '뼈 건강', '치아 건강', '노화 방지', '철 흡수 촉진', '소화기관 기능 향상', '혈압 조절 보조', '체지방 형성 방지', '알레르기 증상 조절 보조' 총 13가지가 있습니다. 이 중 허용되는 건강 상 효능은 각 제품이 제공하는 과학적 검증 결과에 따라 달라집니다.

두 번째 유형은 '규격 검토(Specification Standard Review)'입니다. 제품의 원료가 보건복지부에서 발표한 건강식품 규격 기준에 부합하면 해당 성분의 건강상 이점이 학계 이론으로 정립되어 있어 개별적으로 건강 상 효능 평가 테스트를 거칠 필요가 없습니다. 현재 발표된 건강식품 규격 기준은 어유와 붉은 누룩쌀인데, 해당 원료를 포함하는 경우 건강 상 효능이 동일합니다. 예를 들어, 어유 함유 제품은 포장에 '이 제품은 혈중 중성지방 감소에 도움을 줄 수 있습니다. 효능은 학계 이론에 의해 알려져 있고, 실험에 의해 확인되지 않았습니다.'라는 문구를 표기할 수 있으며, 붉은 누룩쌀 함유 제품은 포장에 '이 제품은 혈중 콜레스테롤 감소에 도움을 줄 수 있습니다. 효능은 학계 이론에 의해 알려져 있고, 실험에 의해 확인되지 않았습니다.'라는 문구를 표기할 수 있습니다.

Q2. 최근 대만 보건복지부에 등록된 건강식품 중 어떤 성분을 함유한 제품이 인기를 얻고 있나요?

대만에서 어유는 최상급이자 트렌드로 떠오르는 건강식품 원료입니다. 해당 성분은 다양한 건강상 이점을 가지고 있어 다양한 기능으로 분류될 수 있습니다. 현재 대만에서는 눈 건강 개선 제품에 주로 적용되고 있습니다. 그러나 ‘눈 건강 개선’ 기능은 보건복지부가 승인한 건강식품의 효능 13가지 유형 중에 속하는 것은 아니며, 현재 어유 제품은 승인된 효능 유형인 ‘혈액 지질 조절’ 기능을 주장할 수 있습니다. 이러한 어유 성분이 함유된 신제품에는 독일의 케이디파마(KD Pharma)와 협업하여 생산된 제품인 ‘다이켄(Daiken) 어유 연질겔캡슐’과 어린이용, 12세 이상의 청소년용, 성인용 총 3가지로 출시된 고순도의 오메가-3를 함유한 ‘펀케어(Funcare) 어유 연질겔캡슐’, 복합 연질 캡슐 제품 ‘센토사(SENTOSA) 루테인 소프트 젤 캡슐’ 등이 있습니다.

Q3. 최근 대만 보건복지부에 등록된 건강식품 중 어떤 기능을 강조하는 제품이 인기를 얻고 있나요?

가장 흔한 기능은 ‘혈중 지질 조절’입니다. 해당 기능은 최근 유행하는 어유와 연관성이 있으며, 대만 소비자들이 그 연관성을 이미 잘 인지하고 있습니다. 그래서 소비자들에게 제품의 기능을 새롭게 교육하기 위해 브랜드에서 마케팅을 많이 할 필요가 없습니다. 또한, 이 기능을 강조한 제품은 비교적 쉽게 건강식품 허가를 받을 수 있습니다. 어유 제품은 ‘규격 심사’를 통해 건강식품으로 승인받을 수 있어 테스트 및 임상 실험이 요구되지 않습니다.

Q4. 대만 건강기능식품 시장에서 인기 있는 원료 및 성분은 무엇인가요? 언급한 성분이 사용된 제품에 대해서 소개해주실 수 있나요?

먼저 세이지, 녹차 및 녹차에서 유래된 폴리페놀 성분, 인삼, 비트를 꼽아볼 수 있겠습니다. 세이지는 포스트 코로나 시대 인기를 얻고 있는 뇌 건강 원료입니다. 코로나19에서 비롯된 압박감, 브레인 포그 등의 정신적 문제가 대두되면서 대만인들은 정신 건강에 대해 더욱 신경을 기울이고 있기 때문입니다.

세이지가 함유된 제품에는 ‘메이슨 내추럴 브레인 파워(Mason Natural Brain Power)’, ‘솔라레이 세이지(Solaray鼠尾草)’ 등이 있습니다. 녹차는 대만에서 잘 알려진 건강 음료입니다. 녹차의 건강상 이점은 다양한 매체를 통해 쉽게 얻을 수 있으며, 주로 체중 조절, 항산화, 심혈관 건강 지원 등의 효능을 제공합니다. 녹차 성분 함유 제품에는 ‘메이차오젠강 녹차(每朝健康綠茶)’ 등이 있습니다.

인삼은 코로나19 사태 이후 신체 면역력 증진을 돕는 건강식품으로 큰 인기를 얻게 되었지만, 대만 여성 소비자들 사이에서는 매우 고전적인 건강기능식품입니다. 최근 레드불 등의 기능성 음료 카테고리와는 다른 전통 한방 음료 카테고리의 성장으로 인해서도 새롭게 주목받게 되었습니다. 인삼 함유 제품에는 ‘퀘이커 양기인삼(桂格養氣人蔘)’, ‘정관장 에브리타임’ 등이 있습니다. 비트는 슈퍼푸드라 떠오르는 식품으로 최근 대만인들의 식단에 많이 오르고 있으며, 스포츠 영양 보충제 성분으로도 인기를 얻고 있습니다.

Q5. 대만 건강기능식품 시장에서 최근 떠오르고 있는 식물성 성분은 무엇인가요? 언급한 성분이 사용된 제품에 대해서 소개해주실 수 있나요?

라벤더와 애플펙틴, 은행나무 추출물이 최근 대만의 건강식품 원료로 떠오르고 있습니다. 라벤더는 스트레스를 완화시키는 효과가 있어 현대인들에게 관심을 받고 있으며, 우려서 마시는 차의 형태로 섭취됩니다. 라벤더 함유 제품에는 ‘타이창당 라벤더차(泰昌堂好眠薰衣茶)’, ‘만닝 라벤더차(曼寧薰衣草茶)’ 등이 있습니다. 애플펙틴은 식품 안정성을 향상시키는 천연 첨가제로 음료 제품에 널리 사용되며, 위장 건강에 유익한 천연 섬유질 성분입니다. 애플펙틴 제품에는 ‘프로펙틴 애플펙틴(ProPectin蘋果果膠)’이 있습니다.

은행나무 추출물은 고령화 사회에 접어들며 떠오르는 원료로, 노년층의 뇌 질환 예방에 도움을 줄 뿐만 아니라, 인지 기능을 향상시키는 효과를 제공합니다. 은행나무 추출물 제품에는 ‘굿라이프 업그레이드 은행 캡슐(GoodLife升級版銀杏膠囊)’가 있습니다. 한편, 미국산 인삼과 황기는 중국 전통 의학에서 사용되는 매우 흔한 약초입니다. 해당 재료들은 면역력을 증진시키고 피로 해소에 도움을 주는 기능성 재료로 사용되는 경우가 많습니다. 미국산 인삼 함유 제품에는 ‘라오세전 인삼 진액(老協珍人蔘精)’, ‘타이엔바이오테크 쌍삼기음료(台鹽生技雙蔘養氣飲)’가 있으며, 황기 함유 제품에는 ‘시화바이오테크놀로지 황기오가피차(世華生技 黃耆刺五加茶)’, ‘궁텅루 황기차(宮廷露黃耆茶)’가 있습니다.

Q6. 대만 건강기능식품 시장에서 인기 있는 클레임과 그와 관련된 성분 및 원료에 대해서 말씀해주실 수 있나요?

먼저, 항산화 및 대사량 증진 기능은 다양한 건강식품에 적용될 수 있습니다. 항암, 피부 미백, 체중 조절, 심혈관 건강 보조, 순환 및 대사를 증가 등의 기능과 연결될 수 있습니다. 해당 기능과 관련된 성분은 레드 오렌지 추출물, 포도씨 추출물, 올리브 추출물, 혼합 베리 추출물, 리치 추출물, 아스타잔틴, 검은콩 껍질 추출물 등이 있습니다. 다음으로, 정신 건강과 긴장감 완화, 수면 기능 보조 기능이 인기 있습니다. 정신 건강 관련 기능은 대만 현대인들과 밀접해 있으며, 코로나19 유행 이후 중요성이 더욱 크게 대두되었습니다.

또한, 대만에는 불면증을 호소하는 사람들이 거의 400만 명에 달합니다. 해당 기능과 관련된 성분은 GABA, L-테아닌, 프로바이오틱스(수면 개선 기능), 아스파라거스 추출물, 샤프란, 대추씨 추출물 등이 있습니다. 마지막으로, 대만에서는 신체 에너지 증진 기능이 인기가 높습니다. 코로나19 유행 이후 피로감과 에너지 부족을 호소했던 사람들이 매우 많았습니다. 그렇기 때문에 대만에서는 에너지 증진이 매우 중요한 문제로 떠올랐습니다. 에너지 증진 기능과 관련된 성분은 인삼, B-کم플렉스, BCAA, 마카추출물, 아연, 과라나, 블랙 커피, MCT, 이미다졸 등이 있습니다.

다음으로, 대만에서는 최근 여성 자궁 건강의 중요성이 대두되고 있습니다. 규칙적인 월경 주기를 유지하도록 하는 등 여성 자궁 건강에 도움을 주는 제품은 대만 여성 소비자들 사이에서 지속적으로 인기를 끌고 있습니다. 해당 기능과 관련 있는 성분은 홍삼, 이탈리아목형, 달맞이꽃종자유 등이 있습니다. 마지막으로, 호흡기 건강이 대만 건강식품 시장에서 떠오르는 주장으로 나타났습니다. 코로나 감염 이후 호흡기 질환에 시달리는 사람들이 많아져 호흡기 건강 관리는 중국에서 주목받고 있는 기능입니다. 해당 기능과 관련된 성분은 황금(식물), 약모밀, 인디고 뿌리, 박하 등이 있습니다.

Q7. 대만에서 건강기능식품을 마케팅하는 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

온라인 쇼핑 플랫폼에 브랜드를 입점시켜 제품을 프로모션하는 것이 중요합니다. 또한, 대만에서는 온라인 및 SNS 인플루언서들과 협업하여 제품을 홍보하는 것이 효과적입니다. 제품의 인지도와 신뢰도를 고양할 수 있는 인플루언서를 컨택해 협업 콘텐츠 및 협업 개발 제품을 고안하는 것도 좋은 방법이 될 것입니다. 또한, 대만에서는 라이브 스트리밍 쇼핑이 인기 있는 채널로 떠오르고 있습니다. 라이브 스트리밍에서 제품을 노출시켜 판매하는 것도 브랜드 인지도와 제품 판매 증진에 도움이 될 것입니다.

Q8. 대만에서 최근 트렌드로 떠오르는 제품 컨셉이 있다면 무엇인가요?

최근 대만에서는 프로바이오틱스 함량 제품, 에너지 부스팅 기능이 있는 제품, 미백, 주름 개선 등 피부 미용에 도움이 되는 제품, 항산화, 항노화 등 안티에이징 기능이 있는 제품, 수면 질 개선 및 스트레스 해소 기능 제품 등이 소비자들의 관심을 받기 용이한 제품 컨셉으로 여겨지고 있습니다.

Q9. 최근 5년 간 대만에서 가장 크게 변화한 건강식품 유통채널은 무엇인가요?

대만에서는 온라인 쇼핑 플랫폼이 지속적인 성장세를 기록해왔으며, 코로나19 이후 오프라인 유통채널이 위축되면서 온라인 이커머스 시장이 본격적으로 확대되었습니다. 향후에도 대만의 온라인 이커머스 시장은 계속해서 성장할 것으로 보입니다. 한편, 대만에서는 라이브 커머스가 급성장하고 있습니다. 라이브 커머스는 소비자가 제품을 간접적으로 체험해볼 수 있고, 상세하고 집중적인 정보를 전달받을 수 있기 때문에 새롭게 각광받고 있습니다.

Q10. 한국과 대만 건강기능식품 시장의 가장 큰 차이점은 무엇인가요?

먼저, 한국 건강식품 시장과 대만 건강식품 시장은 소비자 행동 측면에서 차이가 있습니다. 한국 소비자들은 인플루언서나 연예인 및 광고의 영향을 크게 받으며, 안티에이징과 피부 미용 기능이 있는 건강식품에 큰 관심을 쏟고 있습니다. 이와 달리, 대만 소비자들은 자연 유래 성분이 함유된 제품을 우선시하며, 입소문에 영향을 크게 받는 경향이 있습니다. 대만에서는 예방 차원의 건강식품이 주요 관심사로 여겨지고 있으며, 소비자들은 질병을 예방하기 위한 기능성 제품을 선호합니다.

다음으로, 유통채널의 측면에서 차이가 있습니다. 한국에서는 건강기능식품이 약국, 슈퍼마켓, 건강식품 전문점 등 다양한 채널을 통해 유통되고 있습니다. 또한, 온라인 쇼핑 플랫폼이 건강기능식품의 주요 유통채널 역할을 하고 있습니다. 반면, 대만에서는 전통적 형태의 약국이 주요 유통채널 역할을 하고 있습니다. 온라인 쇼핑 플랫폼이 성장하고 있기는 하지만, 여전히 오프라인 채널이 유통채널에서 우세한 위치를 차지하고 있습니다.

Q11. 한국 건강식품 브랜드가 경쟁 브랜드와 차별화되기 위해서는 어떤 전략을 취해야 하나요?

다국적 브랜드 디에이치씨(DHC)와 대만 로컬 브랜드 퀘이커(QUAKER) 제품이 주요 경쟁 브랜드라고 할 수 있겠습니다. 한국 건강식품 브랜드가 위의 브랜드와 차별화되기 위해서는 한국 특유의 기능성 원재료를 함유했다는 점을 강조하거나, 가격 경쟁력을 갖추거나, 시장 영향력을 확장하기 위해 대만 로컬 브랜드와 협력하는 방법이 있습니다.

Q12. 대만에 진출하고자 하는 한국 중소 규모 건강식품 브랜드에게 조언을 해주실 수 있나요?

직전에 언급했듯, 한국 특유의 기능성 원재료를 함유했다는 점을 강조하고, 대만 보건복지부의 건강식품 인증을 받는 것이 중요합니다. 또한, 과학적으로 증명된 데이터를 활용해 제품의 효능을 홍보하는 것도 좋습니다. 최근 대만에서 소셜 네트워크가 성장하고 있기 때문에, 온라인 인플루언서들과 협업하여 제품을 홍보할 수도 있습니다. 마지막으로, 온라인 광고와 오프라인 마케팅 캠페인을 함께 진행하시는 것이 좋습니다. 대만의 오프라인 쇼핑몰에서 팝업 스토어를 운영하는 등 오프라인에서 소비자들에게 제품을 직접 선보이는 것을 추천합니다.

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X. 태국 개요

X. 태국 개요

1. 태국 건강기능식품 시장 개요

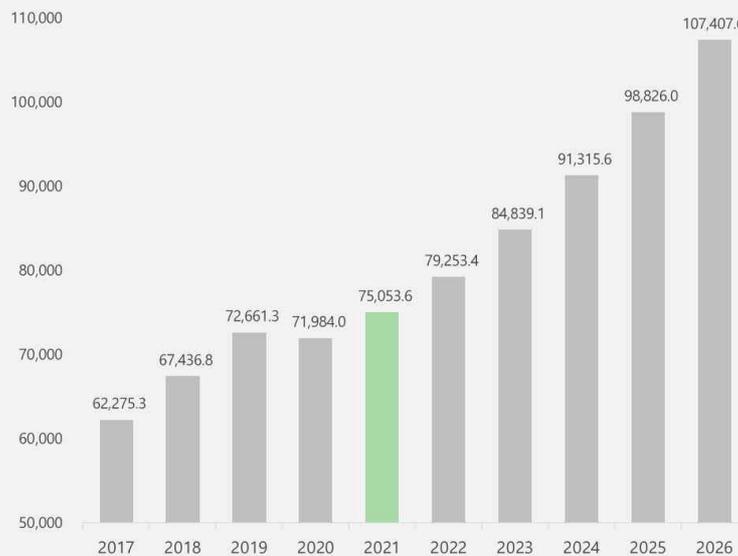
▶ 태국 건강기능식품 및 비타민 시장규모, 2021년 750억 바트

태국 건강기능식품 및 비타민 시장규모는 2021년 기준 750억 바트로 지난 5년 동안 연평균 4.8% 성장함. 향후 5년(2022-2026년) 동안 태국 건강기능식품 및 비타민 시장규모는 연평균 7.9% 성장할 것으로 전망됨

태국 건강기능식품 및 비타민 시장은 2021년에도 면역 체계 중심으로 수요가 유지 되었음. 태국 암웨이(Amway)사가 2021년 점유율 26%로 시장을 주도함. 예측 기간 동안 건강기능식품은 연평균 성장률 9%로, 2026년에는 1,074억 바트에 이를 것으로 전망됨

[표80] 태국 건강기능식품 및 비타민 시장규모 현황

단위: 백만 바트



자료: 유로모니터(Euromonitor)

2. 태국 건강기능식품 세부 시장규모 추이

[표81] 태국 건강기능식품 시장 세부 시장규모(2017-2021) 추이

단위: 백만 바트, 백분율(%), 자료: 유로모니터(Euromonitor)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	시장점유율 56)	CAGR
▲ 건강기능식품	19,621.8	21,411.9	23,396.0	25,801.9	28,626.4	100.0% ⁵⁷⁾	9.9%
① 식물성/전통 건강기능식품	4,885.4	5,272.2	5,667.0	6,173.9	6,779.1	23.7%	8.5%
①-1 알로에	6.4	6.5	6.6	6.4	6.1	0.1%	-1.2%
①-2 복합 식물성/전통 건강기능식품	1,693.7	1,898.7	2,135.8	2,464.0	2,862.3	42.2%	14.0%
①-3 마늘	647.0	704.0	766.6	852.5	933.5	13.8%	9.6%
①-4 은행	130.2	134.7	140.0	141.8	148.2	2.2%	3.3%
①-5 인삼	243.8	252.1	261.4	277.9	300.1	4.4%	5.3%
①-6 기타 식물성/전통 건강기능식품	1,744.0	1,841.1	1,907.4	1,970.4	2,049.2	30.2%	4.1%
② 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	14,736.5	16,139.7	17,728.9	19,628.0	21,847.3	76.3%	10.3%
②-1 코엔자임 Q10	1,053.1	1,147.9	1,260.4	1,377.6	1,501.6	6.9%	9.3%
②-2 복합 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	3,215.6	3,589.0	4,010.4	4,616.4	5,315.6	24.3%	13.4%
②-3 눈건강 보조식품	28.6	29.8	33.7	46.5	53.0	0.2%	16.7%
②-4 어유/오메가 지방산	1,422.1	1,561.5	1,712.9	1,887.7	2,089.6	9.6%	10.1%
②-5 글루코사민	747.9	817.4	895.9	957.7	1,048.7	4.8%	8.8%
②-6 미네랄	4,123.10	4,634.10	5,218.10	5,773.70	6,524.80	29.9%	12.2%
②-7 프로바이오틱스 보조 식품	484.8	539.9	618.2	689.3	799.6	3.7%	13.3%
②-8 단백질 보조식품	2,700.40	2,800.30	2,898.30	3,150.50	3,323.80	15.2%	5.3%
②-9 기타 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	960.8	1,019.80	1,081.00	1,128.50	1,190.60	5.4%	5.5%

56) 2021년 시장규모 기준임

57) ①, ②는 Dietary Supplements 시장에서의 점유율을 나타냄

[표82] 태국 건강기능식품 시장 세부 시장규모(2022-2026) 전망

단위: 백만 바트, 백분율(%)

구분	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	시장점유율 ⁵⁸⁾	CAGR
▲ 건강기능식품	30,530.4	33,005.9	35,890.4	39,202.8	42,968.5	100.0% ⁵⁹⁾	8.9%
① 식물성/전통 건강기능식품	7,174.9	7,708.3	8,327.7	9,033.6	9,845.0	22.9%	8.2%
①-1 알로에	6.1	6.2	6.4	6.5	6.7	0.1%	2.4%
①-2 복합 식물성/전통 건강기능식품	3,128.5	3,464.9	3,850.1	4,286.9	4,799.4	48.7%	11.3%
①-3 마늘	1,003.2	1,092.6	1,194.5	1,309.8	1,438.9	14.6%	9.4%
①-4 은행	150.5	154.8	159.7	165.4	171.6	1.7%	3.3%
①-5 인삼	315.3	333.7	354.6	378.0	403.7	4.1%	6.4%
①-6 기타 식물성/전통 건강기능식품	2,083.8	2,152.9	2,239.5	2,341.5	2,452.8	24.9%	4.2%
② 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	23,355.4	25,297.6	27,562.7	30,169.1	33,123.5	77.1%	9.1%
②-1 코엔자임 Q10	1,583.3	1,692.2	1,817.3	1,959.3	2,118.4	6.4%	7.6%
②-2 복합 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	5,784.5	6,378.6	7,072.3	7,857.2	8,739.2	26.4%	10.9%
②-3 눈건강 보조식품	57.7	63.8	70.8	78.7	87.7	0.3%	11.0%
②-4 어유/오메가 지방산	2,245.7	2,434.4	2,649.1	2,891.4	3,161.5	9.5%	8.9%
②-5 글루코사민	1,120.6	1,209.1	1,313.3	1,429.3	1,560.0	4.7%	8.6%
②-6 미네랄	7,009.5	7,645.6	8,394.5	9,286.3	10,319.4	31.2%	10.2%
②-7 프로바이오틱스 보조식품	875.5	971.4	1,081.8	1,208.3	1,352.0	4.1%	11.5%
②-8 단백질 보조식품	3,447.3	3,614.2	3,803.9	4,016.0	4,247.8	12.8%	5.4%
②-9 기타 비(非) 식물성/전통 건강기능식품	1,231.2	1,288.3	1,359.9	1,442.6	1,537.7	4.6%	5.7%

58) 2026년 시장규모 기준임

59) ①, ②는 Dietary Supplements 시장에서의 점유율을 나타냄

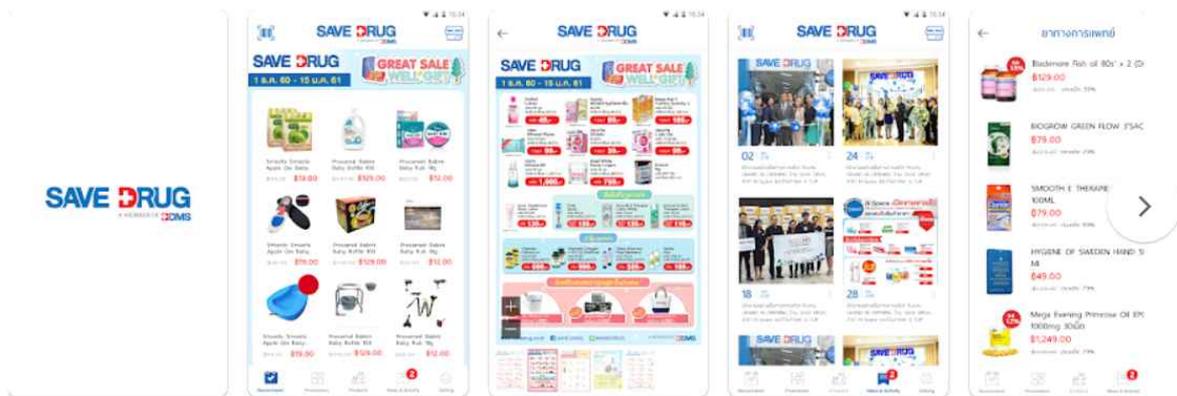
▶ **소매업체, 뉴노멀에 적응할 판로 모색하며 온라인 유통에 주력(60)**

약국 및 건강식품 체인이 2021년에도 건강기능식품 판매를 주도했지만 코로나19 여파로 많은 소비자들의 소비 행동에 변화가 생김. 코로나19 바이러스에 노출될 것을 염려한 사람들이 온라인 주문 혹은 자택 배송으로 구입 방식을 변경함. 이로 인해 약국 및 건강식품점 등 소매업체들도 이에 대응하여 판로를 꺾하고 있음

약국과 건강식품 체인의 경우 온라인 판매에 주력하는 것은 물론 SNS를 활용해 제품 및 서비스 영역을 홍보함. 한 예로, 태국의 약국 체인 파스치노(Fascino)는 약사가 제품 관련 질문에 답하여 고객들과 소통할 수 있도록 자사 페이스북 페이지에 신규 서비스를 출시하고, SNS를 활용해 특별 판매 상품도 홍보함. 코로나19로 인한 경제난으로 가격에 민감해지면서 1+1 상품 등 할인과 특별상품에 대한 수요가 증가한 탓임

세이브드러그(Save Drug) 약국 체인은 소비자들이 방대한 상품 카탈로그를 검색하고 주문할 수 있는 모바일 앱을 출시함. 왓슨스(Watsons)는 모바일 앱을 통해 최초로 구매할 경우 10% 할인 혜택을 제공하고 있으며, 페이스북 라이브 기능을 활용해 소비자들의 참여를 유도하고 L-글루타 베리(L-Gluta Berry), 왓슨스 뉴트리(Watsons Nutri) 등 자체 개발 상품에 1+1 할인을 제공함. 하지만 이런 노력에도 불구하고 태국에서 약국 체인의 자체 개발 상품은 전체 판매에서 차지하는 비중이 낮은 편임

[표83] 세이브드러그 모바일 앱



자료: 구글 플레이 스토어(Google Play Store)

▶ 치열한 경쟁 속, 업체들 각고의 노력 기울여⁶¹⁾

암웨이태국(Amway (Thailand))과 누스킨태국(Nu Skin (Thailand))이 2021년에도 여전히 매출액 기준 건강기능식품 판매를 주도하는 양대 산맥이 될 전망이다. 해외 기업과 현지 업체들 사이에 건강기능식품의 경쟁이 치열함. 혁신, 노하우, 연구, 경제적 자원 등 여러 면에서 우위를 점하고 있는 해외 업체들과 달리 현지 업체들은 현지 시장을 속속들이 파악하여 기반을 다지고자 함. 2021년 여러 다양한 브랜드를 선보이며 급격한 성장을 보인 현지 업체 메가 라이프사이언스(Mega Lifesciences)를 예로 들 수 있음. 총 5억 바트를 투자하여 연구 개발 센터와 물류창고, 액상 의약품 제조시설을 갖춘 태국 내 생산 시설을 확장하면서 효과를 보기도 함

건강기능식품 분야의 경쟁이 심화되고 파편화되면서 업체들은 가격 경쟁에 내몰림. 이로 인해 판매 실적을 높일 수 있는 각종 할인 행사가 등장함. 묶음 판매 특별가, 1+1 상품, 2개 이상 구매 시 1개 1바트 구매 등이 등장해 주목을 끄. 오와운 디스펜서리사(Ouayun Dispensary Co Ltd)는 특히 1+1 상품, 2개 이상 제품 묶음 할인, 6+1 상품을 활발히 추진함. 블랙모어스(Blackmores)는 라인 모바일 앱으로 주문 시 무조건 무료 배송 서비스를 제공함. 또한 고객 관리 라인, e뉴스레터, 유튜브 채널, 페이스북 페이지, 라인 공식 계정 등을 통해 최신 관련 정보를 제공함

60) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Thailand', 2021.09

61) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Thailand', 2021.09

▶ 건강기능식품의 유망한 미래, 신규 업체 끌어들여⁶²⁾

태국의 많은 소비자들이 건강과 웰빙에 좀 더 능동적으로 대처하고 있음. 건강상 문제가 발생한 후 치료하기 보다는 건강기능식품을 섭취하여 예방하려고 함. 이런 현상이 예측 기간 동안 이어질 것으로 보임

식단과 운동을 통한 더 건강한 생활방식을 추구하는 데도 새롭게 집중할 것으로 예상됨. 이런 추세는 예측 기간 동안 건전한 건강기능식품 판매를 계속 지탱할 것임. 태국의 소비자들이 건강한 삶을 영위하는 연령이 점차 낮아지고 있음. 따라서 기존 업체들과 신생 업체들이 이런 인구 통계학적 변화를 바탕으로 소비를 이끄는 공격적 마케팅 전략에 힘입어 신제품 개발에 투자할 것으로 예상됨. 똑똑한 소비자들이 늘면서 점차 프리미엄 상품과 다양한 상품 포트폴리오를 추구할 것으로 예상됨

늘어나는 건강기능식품 수요 덕분에 신생 업체들이 자체 개발 브랜드를 통해 병원 등 시장에 진입하여 사업 확장을 모색함. 그 예로 방콕 병원이 개발한 로열라이프(RoyalLife) 브랜드는 다양한 건강기능식품을 선보이고 있으며, 안희(Yanhee)와 같은 다른 신생 업체들도 라인 모바일 앱, 페이스북 등을 활용하여 e-커머스 시장에 뛰어 들고 있음

62) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Thailand', 2021.09

▶ 수요 증가와 더불어 유통 경쟁 동반 상승 조짐⁶³⁾

건강기능식품 강자들 사이에서 e-커머스 및 직접 판매가 치열해지며 건강기능식품 유통이 예측기간 동안 늘어날 것으로 보임. 접근성 면에서 유리한 편의점들도 급증하는 건강기능식품 수요에 발맞춰 상품을 준비할 것으로 보임

코로나19가 지역 경제에 상당한 타격을 주면서 소비자들이 예측 기간 동안 여전히 가격을 고려할 것이므로 소포장 건강기능식품이 더 많이 나타날 가능성이 높음. 예를 들어 NBD 헬스케어사(NBD Healthcare Co Ltd)는 가격에 민감한 소비자들을 겨냥해 저렴한 포장형태의 비스트라 글루타 콤플렉스 800 플러스(Vistra Gluta Complex 800 Plus) 제품을 출시함. 그 외 블링크(Blink), 제주비타(Jejuvita) 도넛(Donutt) 등도 파우치 상품을 제공하며 이런 흐름에 합류함. 점차 심화되는 각축전 속에 소비자들을 끌기 위해 가격 할인, 1+1 상품, 묶음 판매 할인 등도 여전히 우세를 보일 것으로 예상됨

[표84] NBD Healthcare의 Vistra Gluta 제품



브랜드	비스트라 글루타 콤플렉스 800(VISTRA Gluta Complex 800)	특징	글루타 복합체 800mg, L-글루타치온 250mg, 쌀 추출물 60mg 등 함유
-----	---	----	---

자료: 비스트라(Vistra)

63) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Thailand', 2021.09

▶ 신제품 개발, 특정 소비군에 주력⁶⁴⁾

태국의 인구 고령화로 인해 건강한 노화에 관심을 갖는 이들이 늘면서 신제품 개발의 주요 집중 분야이자 성장 동력의 역할을 유지할 것으로 보임

이런 소비자들은 지금까지 건강기능식품에서 규모가 가장 큰 범주인 미네랄에 대한 수요를 이끄는 주 소비층에 해당함. 하지만 노년층은 건강기능식품의 주 소비층이기도 하며 규모는 작지만 유산균 보조식품도 변화가 큰 분야임. 이런 소비자층을 대상으로 하는 시장에서 더 많은 상품이 등장할 가능성이 있고 예측 기간 동안 50세 이상 소비자 수는 계속해서 증가할 것임

기성세대를 위한 제품 뿐만 아니라 비만 인구, 갱년기 여성, 청소년 및 남성 등 특정 소비군을 겨냥한 다양한 상품들이 출시될 가능성이 있음. 그 예로, 메가 사이언스사는 이미 청소년들을 대상으로 개발한 복합 제품 티니빗(Teenivit) 등 특정 소비군 타겟 상품 판매로 반응을 얻고 있음. 또한 남성과 갱년기 여성, 노년층을 위해 고안한 상품도 제공함. 이런 제품의 성공에 힘입어 다른 업체들도 가세할 것으로 보임

[표85] Mega Lifesciences 의 Teenivit 제품

	<p>제품명</p>	<p>메가위케어 티니빗(MEGA We care TEENIVIT)</p>
	<p>특징</p>	<p>참치유 200mg, 철분, 아연, 레시틴, 비타민 C, 루테인 등 함유</p>

자료: 메가위케어(MEGA We care)

64) 유로모니터(Euromonitor), 'Consumer Health in Thailand', 2021.09

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X I. 태국 기능성 소재 트렌드

1. 신규 원료 트렌드

XI. 태국 기능성 소재 트렌드

1) 신규 원료 트렌드⁶⁵⁾ ▶ 태국 건강기능식품 식약청 승인

한국의 기업들이 건강기능식품을 태국에 수출하기 위해 가장 첫 번째로 맞닥뜨리는 관문이 바로 FDA의 제품 등록 절차임. 인허가 기관인 태국 식약청(Thai FDA)은 태국 공중보건부(MoPH, Ministry of Public Health) 산하이며, 건강기능식품의 경우 태국 FDA 내 식품국(Bureau of Food)의 관할임

태국의 식품안전관리 유관 법령은 선진국의 관련 법령을 참고하여 도입된 경우가 많은데, 건강기능식품의 제품 등록은 미국보다 다소 엄격한 체계로 볼 수 있는 유럽식품안전청(EFSA)의 허용물질목록 관리제도(PLS, positive list system)을 따르고 있는 것이 가장 큰 특징임. 특히, 제도 자체가 갖는 신물질에 대한 배타성에 더해, 태국 FDA의 허용 성분에 대한 데이터베이스 업데이트 또한 다소 느린 편으로 알려져 있음. 태국 식품혁신및규제네트워크(FIRN)에서 기능성 식품 및 원료 데이터베이스를 공개하고 있음⁶⁶⁾⁶⁷⁾

[표86] FIRN 기능성 식품 및 원료 데이터베이스 홈페이지

출처: <https://firn.or.th/database/>

65) 코트라(KOTRA), '[기고] 태국 건강기능식품 식약청 승인', 2019.12

66) <https://firn.or.th/database/>

67) 조사일 기준(2023.09) 기능성 성분과 건강 강조 표시가 가능한 태국 물질 및 약초 목록은 홈페이지 수리 중으로 확인이 불가

한국에서는 등록 및 판매가 가능하지만 태국 FDA에서는 등록되어 있지 않은 성분이 존재하는 경우가 있음. 따라서, 원활한 제품 등록을 위해서는 함유 성분들이 태국 FDA의 허용물질목록에 이미 등록되어 있는지 여부가 중요하며, 만약 태국에 등록되어 있지 않은 성분이 존재하는 경우 신규물질 등록절차를 먼저 거쳐야 제품 등록을 진행해야 할 수 있음. 단, 신규 성분의 등록은 관련 업무 수행 경험이 있는 전문 변호사와 함께 방대한 서류 준비와 광범위한 현지 전·현직 관료 네트워크를 활용해서도 1년 이상의 시간이 걸리는 등 상당한 비용과 복잡한 절차가 요구됨. 태국 FDA에서는 식이보충제 활성 성분(423종), 식품 및 음료에 사용되는 성분 목록(472 항목) 등을 공개하고 있음⁶⁸⁾

[표87] 태국 식이보충제 활성 성분

บัญชีแนบท้ายประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
เรื่อง คำแนะนำการใช้ส่วนประกอบสำคัญในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

เพื่อเป็นการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการขออนุญาตผลิต หรือนำเข้า เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในการยื่น
ขอรับเลขสารบบอาหารสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สามารถใช้คำแนะนำการใช้ส่วนประกอบสำคัญในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ดังนี้

ลำดับ	ชื่อวิทยาศาสตร์	ชื่อภาษาไทย	ชื่อภาษาอังกฤษ	ส่วนที่ใช้	สารสำคัญ	กรรมวิธีการผลิต/ สารละลายที่ใช้ใน กระบวนการสกัด	เงื่อนไข
๑	<i>Abelmoschus esculentus</i> (L.) Moench	กระเจียบเขียว	Okra	ผล	-	บดผง	-
๒	<i>Acacia senegal</i>	กัมอะราบิก	Gum arabic	ยาง (Gum)	ใยอาหาร (Dietary fiber)	สกัดด้วยน้ำ	๑. ต้องมีข้อกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน เป็นไปตามวัตถุเจือปนอาหาร ๒. ปริมาณกัมอะราบิกรวมใยอาหาร ไม่เกิน ๒๕ กรัมต่อวัน
๓	<i>Actinidia arguta</i> (Siebold & Zucc.) Planch. ex Miq.	อาร์กุกา กีวีฟรุต / ทาราไวน์ / เบบีกีวี	<i>Arguta</i> kiwifruit / Tara vine / Baby kiwi	เนื้อผล	กรดผลไม้ (Acids) ได้แก่ กรดซิตริก (Citric acid) กรดควินิก (Quinic acid) / สารประกอบฟีนอลิก (Phenolic compounds) ได้แก่ ฟลาโวนอยด์ (Flavonoids)	บดผง / สกัดด้วย น้ำ	๑. ปริมาณสารสกัดอาร์กุกา กีวีฟรุต ไม่เกิน ๕๐๐ มิลลิกรัมต่อวัน

출처: 태국 FDA 발표: 식이보충제의 활성 성분 사용에 대한 지침

68) <https://firm.or.th/%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A8%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%87/>

따라서, 태국 FDA의 허용물질목록에 있는 성분 내에서 제품 등록을 진행하는 것이 가장 바람직하며, 이러한 차원에서, 어떠한 성분이 주요 학명은 하나이더라도 복수의 다른 세부 학명을 가고 있을 경우, 세부 학명 중 하나가 허용물질목록에 존재할 가능성이 있으므로, 이러한 부분까지 확인해보아야 함

또, 한가지 건강기능식품 관련 태국 FDA 승인 상의 중요한 특징은 Thai RDI(Recommended Daily Intake), 즉 성분별 일일 권장 섭취량의 기준이 낮고, 이를 초과하는 경우 특수목적식품 혹은 의약품 등으로 분류되어 등록 절차에 상당한 시간과 비용이 소요된다는 점임. 쉬운 예로 우리에게 매우 친숙한 비타민C조차 한국의 경우 2015년 한국인 영양섭취기준에 따른 일일 권장 섭취량은 100mg인데 반해, Thai RDI는 60mg 밖에 되지 않음. 이는 아마도, Thai RDI가 6세 이상의 낮은 연령부터 전연령을 대상으로 정의되어 권장 섭취량을 좀더 보수적으로 보고 있기 때문으로 추정됨

따라서, 태국 진출을 염두에 두고 있는 기업이라면 해당 상품의 성분을 가지고 함량과 성분명에 대한 현지 등록 가능 여부를 믿을만한 대리인을 통해 사전 조사하는 것이 가장 바람직함. 보다 전략적인 접근방법으로는 생산 이전 상품기획 단계에서부터 각 성분들의 태국 FDA 등록이 가능한지 확인하고, 이를 반영하여 제품을 생산하는 것임

▶ 노블푸드(Novel Food) 등록⁶⁹⁾

특정 성분이 태국 FDA 식품 데이터베이스에 포함되어 있지 않은 경우, 다음 단계는 해당 성분이 신규 성분(Novel Ingredient) 목록에 포함되어 있는지를 확인해야 함. 태국 FDA는 2022년 7월 신규 식품으로 인정되는 성분 목록을 제공함. 특정 성분이 해당 목록에 포함되어 있는 경우 안전성 평가를 진행할 수 있음

[표88] 태국 노블푸드 성분 리스트

No.	성분명	No.	성분명	No.	성분명
1	Plasmalogen	10	Ziziphus jujuba Mil	19	Cellobiose
2	Agaricus blazei Murill	11	Polypodium leucotomos	20	hyaluronic acid
3	Ophiocordyceps dipterigena	12	Lemna minor	21	synthetically produced Vitamin K2
4	Phytoene Phytofluene Lycopersicum esculentum	13	Quercus robur	22	Magnesium L-threonate monohydrate(MgT)
5	Larch Arabinogalactan Larix Laricina Larix Occidentalis	14	Dimocarpus longan Lour	23	Methyl Sulfonyl Methane (MSM)
6	stalk Dendrocalamus asper	15	Tiger milk mushroom Lignosus rhinocerotis	24	5-ALA phosphate
7	elastin peptide	16	Rooster comb extract	25	Beta-Nicotinamide Mononucleotide (NMN)
8	Eggshell Membrane	17	Cocoon extract	26	Galacto-oligosaccharide (GOS)
9	Tetraselmis chuii	18	Allulose	27	Isomalto-oligosaccharide (IMO)

69) 코트라(KOTRA), '[기고] 태국 건강기능식품 식약청 승인', 2019.12

만약 특정 성분이 태국 FDA 승인 성분 데이터베이스에도 없고, 노블푸드 목록에도 없는 경우 해당 성분이 하기 식품 금지 성분 목록에 포함되어 있는지 확인해야 함. 특정 성분이 허가된 성분, 이미 검증된 노블푸드 성분, 금지된 성분에도 해당하지 않는 경우, 안전성 평가를 수취한 후 태국 FDA에 노블푸드로 등록해야 함

[표89] 태국 식품 금지 성분 목록

No.	원료/식품명	근거
1	Shilajit	음식으로의 섭취 이력이 없으나, 전통 의학에서 질병을 완화하거나 치료하는 치료적 특성이 있다. आयुर्वेदा 의학의 레시피에 따르면 호르몬을 균형 잡기 위한 섭취 목적이 있으며, 이는 연구 결과에서 남성의 호르몬 수준에 영향을 미친다는 것과 일치한다.
2	Withania somnifera (L.) Dunal	음식으로의 섭취 이력이 없으나, आयुर्वेदा에 따르면 질병을 완화하거나 치료하는 치료적 특성이 있다. 소비의 목적은 면역 체계를 강화하고 걱정을 줄이며 잘 쉬게 하는 것이다. 또한, 인간의 연구 결과는 인도 인삼 추출물이 몸의 호르몬 수준에 영향을 미친다는 것을 보여준다.
3	Hovenia dulcis Thunberg	'음식'으로 분류되지 않는 식물 및 식물 추출물이다. 음식으로의 섭취 이력은 없으나, 술을 마신 후의 숙취 해소와 간에 대한 알코올의 독성을 줄이는 데 사용되었다.
4	Rhubarb, Rhapontic Rhubarb Siberian Rhubarb Rheum rhaponticum L. Rheum rhaponticum Herder	음식으로의 섭취 이력이 없다. 그러나 중년 여성의 증상이나 갱년기 증상을 완화하는 약용 목적으로 사용된 이력이 있다. 또한, 대황 뿌리 추출물의 섭취로 인한 부작용으로 과민 반응, 소화기 증상 및 고령 월경과 관련된 증상이 보고되었다.
5	Melatonin	연속적으로 섭취할 경우 몸의 활성화를 유발하고 위험을 초래하는 호르몬이다. 멜라토닌을 포함하는 대부분의 제품은 수면을 도와주는 목적으로 사용된다. 멜라토닌은 병원에서만 사용이 허용되는 약전의 성분으로, 55세 이상의 환자에서 일차성 불면증(Primary insomnia)의 짧은 기간 동안의 치료를 위해 사용된다.
6	Houttuynia cordata, Isatis tinctoria, Scutellaria baicalensis, Trichosanthes kirilowii, Schizonepeta tenuifolia, Morus alba, Mentha haplocalyx, Magnolia officinalis, Saposhnikovia divaricate Glycyrrhiza uralensis	중화민국(대만)에서 전통 중약(Traditional Chinese medicine; TCM)으로 분류되며, COVID-19 치료를 위한 목적으로 사용된다. 이러한 제품은 약물 법률에 따라 감독을 받는다.

출처: <https://firn.or.th/database/>

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X I. 태국 기능성 소재 트렌드

2. 원료 트렌드

2) 원료 트렌드

[표90] 태국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	당밀, 건조, D.C.	molasses	2137	0.135	강신호
2	주석	tin	2075	0.136	강신호
3	소금	salt	1771	0.132	강신호
4	지방	fat	1455	0.123	강신호
5	비타민	vitamin	1370	0.123	강신호
6	리놀렌산	linolenic	1225	0.160	강신호
7	무기질	mineral	787	0.100	강신호
8	에이코사펜타엔산	epa	767	0.221	강신호
9	비타민 C	vitamin c	763	0.124	강신호
10	완두콩	pea	736	0.160	강신호
11	RNA	rna	637	0.209	강신호
12	귀리	oat	602	0.149	강신호
13	칼슘	calcium	595	0.277	강신호
14	비타민 A	vitamin a	585	0.125	강신호
15	철	iron	569	0.199	강신호
16	칼륨	potassium	566	0.139	강신호
17	쌀	rice	559	0.204	강신호
18	알파리놀렌산(ALA)	alpha linolenic acid	480	0.225	강신호
19	마그네슘	magnesium	478	0.171	강신호
20	비타민 E	vitamin e	436	0.137	강신호
21	오렌지	orange	412	0.150	강신호
22	지방산	fatty acid	411	0.193	강신호
23	감마리놀렌산(GLA)	gamma linolenic acid	353	0.360	강신호
24	간장	soy	348	0.266	강신호
25	인	phosphorus	336	0.295	강신호

[표90] 태국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
26	비타민 D	vitamin d	325	0.313	강신호
27	아연	zinc	318	0.249	강신호
28	비타민 B1	vitamin b1	316	0.148	강신호
29	효소	enzyme	275	0.454	강신호
30	오미자	schizandra	262	0.191	강신호
31	콜라겐	collagen	243	0.443	강신호
32	비타민 B6	vitamin b6	223	0.053	강신호
33	옥수수	corn	221	0.369	강신호
34	망간	manganese	217	0.268	강신호
35	당근	carrot	215	0.162	강신호
36	아미노산	amino acids	215	0.210	강신호
37	케일가루	kale	214	0.228	강신호
38	시금치	spinach	203	0.206	강신호
39	마늘	garlic	191	0.300	강신호
40	양배추	cabbage	191	0.320	강신호
41	셀레늄	selenium	185	0.310	강신호
42	생강	ginger	183	0.329	강신호
43	포도	grape	177	0.302	강신호
44	구리	copper	177	0.319	강신호
45	현미 가루	brown rice	175	0.234	강신호
46	녹차	green tea	172	0.250	강신호
47	세이지	sage	171	0.214	강신호
48	카페인	caffeine	165	0.434	강신호
49	금	gold	155	0.637	강신호
50	비타민 B2	vitamin b2	150	0.195	강신호

[표90] 태국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
51	프로바이오틱스	probiotics	148	0.365	강신호
52	콜리플라워	cauliflower	140	0.322	강신호
53	비타민 B3	vitamin b3	136	0.132	강신호
54	루테인	lutein	129	0.436	강신호
55	폴리페놀	polyphenols	123	0.201	강신호
56	브로콜리	broccoli	118	0.099	강신호
57	콩과 식물	legume	111	0.403	강신호
58	해바라기 씨	sunflower seed	109	0.426	강신호
59	강황	turmeric	102	0.379	강신호
60	오일	oils	98	0.339	강신호
61	엽산	folic acid	94	0.206	강신호
62	올레산	oleic	85	0.179	강신호
63	자몽	grapefruit	85	0.173	강신호
64	보리	barley	76	0.318	강신호
65	DNA	dna	75	0.307	강신호
66	비트	beet	62	0.578	강신호
67	요오드	iodine	62	0.204	강신호
68	코코넛 오일	coconut oil	62	0.262	강신호
69	퀴노아	quinoa	59	0.311	강신호
70	코코아	cocoa	58	0.374	강신호
71	제아잔틴	zeaxanthin	57	0.047	강신호
72	리놀레산	linoleic	55	0.308	강신호
73	케르세틴	quercetin	55	0.172	강신호
74	필수 지방산	essential fatty acids	55	0.159	강신호
75	말린 자두	prune	51	0.308	강신호

[표90] 태국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
76	감귤류	citrus	50	0.106	강신호
77	카스카라 사그라다	casara sagrada	49	0.000	강신호
78	콩기름	soybean oil	48	0.423	강신호
79	쌀겨	rice bran	46	0.174	강신호
80	알로에	aloe	44	0.177	강신호
81	멜라토닌	melatonin	41	0.366	강신호
82	글루타치온	glutathione	40	0.272	강신호
83	알로에 베라 젤	aloe vera	40	0.067	강신호
84	비정제 식물성 지질	efa	37	0.020	강신호
85	팜유	palm oil	37	0.032	강신호
86	베타글루칸	beta glucan	36	0.012	강신호
87	요소	urea	35	0.423	강신호
88	사과 사이다	apple cider	33	0.009	강신호
89	카로티노이드	carotenoids	32	0.060	강신호
90	유청	whey	32	0.114	강신호
91	엽록소	chlorophyll	30	0.040	강신호
92	표고버섯	shiitake mushroom	30	-0.005	강신호
93	시스테인	cysteine	29	0.313	강신호
94	프락	frac	28	-0.015	강신호
95	김	nori	26	0.060	강신호
96	크롬	chromium	26	0.168	강신호
97	프락토올리고당(FOS)	fructooligosaccharides	26	0.048	강신호
98	카모마일(꽃)	chamomile	25	0.070	강신호
99	구연산	citric acid	23	0.046	강신호
100	ทริป토판	tryptophan	22	0.329	강신호

[표90] 태국 건강기능식품 원료 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	원료(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
101	대마	cbd	22	-0.033	강신호
102	인삼	ginseng	20	0.082	강신호
103	홉	hops	20	0.052	강신호
104	실리콘	silicon	19	0.010	강신호
105	밀 배아	wheat germ	19	0.003	강신호
106	파슬리	parsley	19	-0.029	강신호
107	코엔자임 Q10	coenzyme q10	19	0.118	강신호
108	라이신(HCl)	lysine	17	-0.041	강신호
109	메티오닌	methionine	15	0.022	강신호
110	루테올린	luteolin	14	0.090	강신호
111	은행 나무	ginkgo biloba	12	0.000	강신호

① 녹차

▶ 태국 현지 매체에서 소개하는 녹차 효능과 부작용

태국의 건강 관련 매체인 헬로쿤모르(Hello คุณหมอ)에 따르면, 녹차에는 카페인 1잔(237ml)당 약 28mg 정도 함유되어 있으나 커피 62~96mg, 홍차 47mg에 비해 적은 편임. 카페인은 중추신경계를 자극하여 활력을 주고 피로회복에 도움이 됨. 일일 카페인 섭취 권장량은 400mg 이하로 과다 섭취 시 불면증, 불안, 혈압 상승 등의 부작용이 나타날 수 있음

녹차에는 폴리페놀 항산화제가 들어 있어 건강상 이점이 다양함. 녹차에 다량 함유된 카테킨은 체내 활성산소 및 염증 형성을 억제함. 일부 연구 결과에 의하면 전립선암 등 특정 암 발병 위험을 줄이는데 도움이 되기도 하며, 체중 감량에 효과가 있다는 연구 결과도 있음. 녹차는 심장병, 고혈압 등 특정 질병 치료제의 효과를 낮출 수 있으므로 섭취 시 유의해야 함. 또한 카테킨이 철분 흡수를 방해할 수 있어 철결핍증 환자는 식후 최소 1시간 이후에 녹차를 섭취하는 게 좋음. 임신부, 수유 중인 산모는 하루 300mg 이상의 카페인 섭취를 피해야 함⁷⁰⁾

[표91] 태국 인기 녹차 제품



브랜드	닥터퐁(Dr.PONG)	브랜드	헌터 긴(Hunter Geen)
제품명	G100 녹차추출물 (G100 ชาเขียวสกัดเข้มข้น)	제품명	녹차 캡슐 (แคปซูลชาเขียวฉนวนบาง)
용량	30정	용량	10g(20캡슐)
가격	349바트	가격	290바트
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 미국산 농축 녹차추출물 함유 - 커피 음용보다 편리하고 경제적 - 아침 공복에 섭취 시 더욱 효과적 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 신진대사 작용 원활 - 축적된 지방 분해에 효과적 - 복부팽만감 감소 - 프로바이오틱스 첨가

자료: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

70) 헬로쿤모르(Hello คุณหมอ), 'ชาเขียวมีคาเฟอีนไหม และบริโภคได้ปริมาณเท่าไรในแต่ละวัน'

② 강황

▶ 태국 현지 매체에서 소개하는 강황 캡슐 선택 방법

태국 현지 매체에서 강황 캡슐 선택 시 확인해야 할 사항을 소개함. 먼저, 강황추출물 함량을 고려해야 하는데, 250mg 용량의 표준 강황 캡슐에는 강황 추출물이 최소 5% 또는 1.25mg 함유되어 있으나 빠른 효과를 보고 싶다면 그 이상 강황이 함유된 제품을 선택하는 것이 좋음

다음으로, 강황 외 박하잎, 구기자 씨, 연근, 베텔후추, 흑후추 등 다른 성분이 함유된 강황 캡슐을 선택하면 건강상 이점을 폭넓게 취할 수 있음. 예를 들어, 눈 건강을 고려하여 구기자 씨가 함유된 제품을 선택하거나 위나 장이 좋지 않은 경우 흑후추나 생강이 든 제품을 고려할 만함. 또한 건강기능식품은 안전이 매우 중요한 요소이므로 안전 기준을 획득한 강황 캡슐을 선택해야 함. FDA나 GMP 인증을 받았는지 여부를 확인할 필요가 있음⁷¹⁾

[표92] 태국 인기 강황 제품

제품 이미지	브랜드/제품명	설명
	카오라오(ขาวละออ)/ 케르민 500(เคอร์มิน 500)	오랫동안 신뢰받는 국제 표준 강황 캡슐
	아바이후베즈르(อภัยภูเบศร์)/ 강황캡슐 60정(ขมิ้นชันสกัด ขนาด 60 แคปซูล)	강황 성분으로 복통을 완화해주는 베스트셀러 제품
	왕프롬허브(สมุนไพรวางพรม)/ 강황캡슐 100정(แคปซูลขมิ้นชัน บรรจุ 100 แคปซูล)	강황 뿌리줄기를 원료로 한 제품. 복부 팽만감 완화
	킬란(กิเลน)/강황, 굴, 민감초 추출물 함유 보조제 (สืหาญ 'ดูแลระบบย่อยอาหาร')	부드러운 젤 형태로 섭취가 간편하고 다양한 약초 성분을 넣어 효과를 강화한 제품

자료: 마이베스트(Mybest), 태국 쇼피(Shopee.co.th), 태국 라자다(Lazada.co.th)

71) 마이베스트(Mybest), '10 ขมิ้นชันแคปซูล ยี่ห้อไหนดี ปี 2023', 2023.07

[표92] 태국 인기 강황 제품

제품 이미지	브랜드/제품명	설명
	비타네이처플러스(ตรา ไวต่านเจอร์พลัส)/커큐민추출물 30정(ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สารสกัดขมิ้นชัน ผสมสารสกัดขิง)	위식도역류 질환 환자에게 알맞은 제품으로, 소화 기능 개선 및 복부 팽만감 완화
	용탄아폰 허브 (ชยพรสมุนไพร)/강황 100정(ขมิ้นชัน ชยพร สมุนไพร 100 แคปซูล)	고품질 태국 원료에서 얻은 강황이 진정제 성분으로 400mg 함유된 제품
	카오라오(ชาวละออ)/커민 500플러스 강황·후추 혼합 100정(เคอร์มิน 500 พลัส ขมิ้นชันผสมพริกไทยดำ 100 แคปซูล)	강황과 흑후추를 혼합하여 건강 관리에 더욱 효과적인 제품
	가큐큐커민(QQ-Curmin)/ 관절염 보조제(คิวคิว- เคอร์มิน ปวด)	100% 약초만을 원료로 하여 간 기능 개선, 근육통 완화에 도움을 주는 제품
	기파린(กิฟฟารีน)/커큐마 C-E 60정(ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเคอร์คิว มา ซี-อี 60 แคปซูล)	비타민 C와 E 성분이 신체 기능을 유지 및 강화해주는 제품
	나라((นราห์)/생강추출물 함유 캡슐타입 강황 보조제 (ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารขมิ้นผสมสาร สกัดจากขิงชนิดแคปซูล)	위식도역류 질환 개선에 도움을 주는 제품. 유기농 캡슐 적용

자료: 마이베스트(Mybest), 태국 쇼피(Shopee.co.th), 태국 라자다(Lazada.co.th)

③ 영지버섯

▶ 태국 인기 영지버섯 건강기능식품 브랜드 10개

요즘 태국에서 가장 주목받는 건강기능식품 원료로 ‘영지버섯’을 들 수 있음. 영지버섯은 면역 체계 조절, 혈액순환 지원, 당과 지방 수치 감소 등의 효능을 보유함. 태국 현지 매체에서는 영지 버섯 건강기능식품 주요 상위 브랜드를 소개하면서 영지버섯 제품을 고르는 요령을 소개함. 먼저 태국에서 판매되는 영지버섯 제품으로는 건조, 캡슐, 추출물, 포자 등의 형태가 있으며, 각 형태별 특징을 살펴보면, 건조 영지버섯은 저렴하지만 쓴 맛으로 인해 번거로운 조리과정을 거쳐야 함. 캡슐 제품은 저렴하면서도 섭취가 간편하지만 흡수력이 떨어짐. 추출물은 영양분 흡수가 다른 제형에 비해 뛰어나고 포자의 경우 좋은 영양성분이 농축되어 있음

다음으로 고려해야 할 사항은 영지버섯 제품 내 유효 성분의 효능임. 건강에 좋은 원료라도 효능이 없는 버섯에서 채취한 것일 수 있으므로 가격을 너무 신뢰하지 않는 것이 좋으며 FDA 등 신뢰할 만한 기관이 관리하는 시설에서 제조했는지 여부 등을 확인해야 함⁷²⁾

[표93] 태국 인기 영지버섯 제품

제품 이미지	브랜드/제품명	설명
	로열프로젝트(โครงการหลวง)/ 영지퓨어캡슐(เรชิ เพียว แคป)	500mg 영지버섯 추출물 함유, 모든 종류의 건강상 이점을 누릴 수 있는 안전한 제품
	도이캄(ดอยคำ)/꿀을 혼합한 영지버섯주스(น้ำเห็ดหลินจือผสมน้ำตาล)	음료 형태라 섭취가 간편하면서도 맛이 뛰어나고 건강에 유익한 제품
	젠지(เซนจิ)/붉은영지버섯 추출물+로즈힙 추출물 60정(เห็ดหลินจือแดง สกัด 500 มก. + โรสฮิปสกัด 60 แคปซูล)	1정당 영지버섯 추출물이 최대 500mg 농축된 제품

자료: 마이베스트(Mybest), 태국 쇼피(Shopee.co.th), 태국 라자다(Lazada.co.th)

72) 마이베스트(Mybest), ‘10 เห็ดหลินจือ ยี่ห้อไหนดี ปี 2023 จากโครงการหลวง, ดอยคำ, Zenji’, 2023.06

[표93] 태국 인기 영지버섯 제품

제품 이미지	브랜드/제품명	설명
	로열프로젝트(โครงการหลวง)/ 고고람이 함유된 영지버섯차(ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ ผสมเกี้ยวภูหลวง)	고고람을 혼합한 영지버섯차, 건강에 탁월하면서도 간편하게 마실 수 있는 제품
	비엘(บีแอล)/붉은영지버섯 30정(เห็ดหลินจือแดง บำรุงสมองและร่างกาย 30 เม็ด)	1정당 영지버섯 추출물 300mg 함유, 영지버섯의 효능을 제대로 느낄 수 있는 제품
	드라캉카우(ตราคางคาว)/인스 턴트 영지버섯 분말차(เครื่องดื่มสมุนไพร เห็ดหลินจือผงสำเร็จรูป)	저당식 원료 배합을 적용한 분말 형태의 영지버섯차 제품
	리엘엘리시르(เรียลอีลิคเซอร์)/ 동충하초·영지·인삼 강장제 30정(ส่งเข้า เห็ดหลินจือ โสม บำรุงกำลัง 30 เม็ด)	영지버섯 추출물에 동충하초와 인삼을 혼합한 프리미엄 건강기능식품
	로열프로젝트(โครงการหลวง)/ 건조 붉은영지버섯 50g(เห็ดหลินจือแดง อบแห้ง บรรจุถุง 50 กรัม)	끓여서 차로 마실 수 있는 저렴한 건강식 건조 영지버섯 제품
	하이밸런스(ไฮ-บาลานซ์)/영지 버섯추출물 30정 1박스(สารสกัดจากเห็ดหลินจือ 1 กล่อง 30 แคปซูล)	일일 1정으로 5대 주요 신체기관의 건강을 챙길 수 있는 식품
	핸디허브(แฮนด์เฮิร์브)/영지버 섯추출물 건강기능식품 120포(เห็ดหลินจือสกัด เสริมสุขภาพ 120 ซอง)	건강한 버섯 3종에서 추출한 원료를 혼합하여 만든 건강기능식품

자료: 마이베스트(Mybest), 태국 쇼피(Shopee.co.th), 태국 라자다(Lazada.co.th)

④ 달맞이꽃 오일

▶ 생리통 완화, 피부 영양, 신체 균형 지원하는 달맞이꽃 오일

달맞이꽃 오일은 달맞이꽃에서 추출한 불포화 지방산인 오메가6가 풍부하다는 특징이 있으며, 북미와 유럽이 원산지인 노란색 꽃 식물임. 달맞이 꽃의 주요 효능을 살펴보면, 동맥벽을 강화하고 피부 세포를 튼튼하게 하여 피부 탄력과 광택을 높여줌. 특히 여성들은 꾸준히 달맞이꽃 오일을 섭취할 경우 생리통 완화에 도움을 주며 에스트로겐 생성을 자극함. 또한 감마리놀렌산(GLA)이라는 지방산 성분이 관절염을 완화하고, 심장 질환, 당뇨 발병 위험을 억제하기도 함

태국 현지 매체에서는 달맞이꽃을 선택하는 방법을 소개하고 있음. 먼저, 열이나 화학물질을 가하는 방식이 아닌 냉압착 공정을 통해 생산된 오일을 추천하며, 달맞이꽃 오일의 효능을 극대화하는 GLA 추출물의 함량을 확인해야 함. 보통 10% 정도 GLA가 함유된 오일이 효과적이며 안전함. 또한, FDA의 품질 인증이나 GMP/HACCP 표준 인증 등을 고려할 필요가 있음⁷³⁾

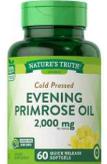
[표94] 태국 인기 달맞이꽃 오일 제품

제품 이미지	브랜드/제품명	설명
	비웰(บีเวล)/달맞이꽃 오일 1000mg + 비타민 E (น้ำผสมน้ำมันพริมโรส 1000 มก. พอสวิตามินอี)	GLA 추출물이 다량 함유된 프리미엄 품질의 제품
	비스트라(วิสตรา)/달맞이꽃 오일 1000mg (น้ำผสมน้ำมันพริมโรส* 1000 มก.)	비타민 E가 첨가되어 호르몬성 여드름과 염증성 여드름 억제에 도움을 주는 제품
	메가위케어(เมก้า วีแคร์)/달맞이꽃 오일 1000mg(น้ำผสมน้ำมันพริมโรส* 1000 มก.)용량	냉압착 공정으로 영양학적 가치가 그대로 보존된 제품

자료: 마이베스트(Mybest), 태국 쇼피(Shopee.co.th), 태국 라자다(Lazada.co.th)

73) 마이베스트(Mybest), '10 อีฟนิ่งพริมโรส ออยล์ ยี่ห้อไหนดี ปี 2023 รวมแบรนด์ BEWEL, VISTRA', 2023.07

[표94] 태국 인기 달맞이꽃 오일 제품

제품 이미지	브랜드/제품명	설명
	블랙모어스(แบล็คมอร์)/달맞이꽃 오일 1000mg 60정 (อีฟ닝프ริมโรส 오일 1000 mg. 60 แคปซูล)	GLA 추출물에 비타민 E 성분이 가미되어 항산화물질 효능을 2배로 높여주는 제품
	왓슨스(วัตสัน)/달맞이꽃 오일 1000mg 60정 (อีฟ닝프ริมโรส 오일 1000 mg. 60 แคปซูล)	월경 전후 증세를 완화하고 피부에 영양을 공급해주는 제품
	네이처스트루스(เนเจอร์ 트루ธ)/냉압착 달맞이꽃 오일 2000mg(สกัดเย็น อีฟ닝프ริมโร스 오일 2000 mg.)	냉압착 공정으로 생산되어 영양학적 가치가 그대로 보존된 제품
	스위즈(สวีท)/얼티부스트 달맞이꽃 오일 소프트캡슐 200정(อัลต้าบูส น้ำมันอีฟ닝프ริมโรส 200 แคปซูลนิ่ม)	최대 200일 섭취 가능한 호주산 유명 달맞이꽃 오일 제품
	네이처스바운티(เนเจอร์스 바운티)/달맞이꽃 오일 1000mg(อีฟ닝프ริมโร스 오일 1000 mg.)	단백질 알레르기가 있는 사람들에게 적합한 글루텐프리 제품
	기파린(กิฟารีน)/달맞이꽃 오일 500mg (น้ำมันอีฟ닝프ริมโรส 500 mg.)	국제 표준 인증 시설에서 의사와 약사들로 구성된 팀의 감독을 받아 제조한 제품
	비타민에이트(ไวตามินอี)/달맞이꽃 오일 1300mg(อีฟ닝 프ริมโร스 오일 1300 mg.)	미국에서 수입한 GLA 추출물이 최대 117mg 함유된 제품

자료: 마이베스트(Mybest), 태국 쇼피(Shopee.co.th), 태국 라자다(Lazada.co.th)

⑤ 에키네시아

▶ **코로나19 기간 면역력 강화 효능으로 주목받은 에키네시아**
 태국의 건강 관련 매체인 메가위케어에 따르면, 에키네시아는 유럽과 미국에서 100년 넘게 바이러스 및 세균성 호흡기 감염증 치료 및 예방 목적으로 사용된 식물성 원료임. 에키네시아는 백혈구의 활동을 자극하고 세포 생산을 증대하여 면역 체계를 강화하는 것으로 알려짐

또한 300건이 넘는 연구에서 에키네시아가 바이러스로 인한 감기 발병 확률을 최대 50% 낮추고 기침, 인후통 등 감기 증상을 24% 정도 경감시키는 것으로 나타남. 하루 800~1,500mg 섭취할 수 있으며 장기간 복용해도 부작용이 거의 없음. 선천적 간, 신장 질환 환자나 임신부에게도 안전하지만 2개월 복용 후 1주 복용을 중단하고 다시 복용하는 것을 권장함⁷⁴⁾

[표95] 태국 인기 에키네시아 제품



브랜드	네이처스웨이(วิทีแห่งธรรมชาติ)	브랜드	스완슨(สวานสัน)
제품명	에키네시아, 황기, 영지버섯이 함유된 면역력 증진 보조제(สมุนไพรช่วยลดอาการหวัด ภูมิแพ้ เห็ดหลินจือ เอ็กโคไดนาเซีย อิงคี)	제품명	감기 예방에 좋은 에키네시아(ป้องกันหวัด ด้านไวรัส ด้านแบคทีเรีย เอ็กโคไดนาเซีย)
용량	100정(1200mg)	용량	100정(400mg)
가격	520바트	가격	315바트
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 수입 식물성 제품 - 감기와 알레르기 증상 완화 - 동서양 전통 약초인 에키네시아, 황기, 영지버섯으로 면역력 강화 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 항산화활동 강화 - 면역체계 지원 - 과학적으로 입증된 품질

자료: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

74) 메가위케어(เมก้า วีแคร์), 'Fight viruses with herbs 'Echinacea''

⑥ 당귀

▶ 태국 전통 의학에서 월경 정상화 위해 쓰이는 당귀

태국의 건강 관련 매체인 네이처바이오텍(ไบโอเทคธรรมชาติ)에 따르면, 당귀는 중국, 일본, 한국 등지에서 쓰이는 약용식물이며 생리통, 갱년기 노인의 폐경 증상을 치료하는 데 사용됨. 태국 전통 의학에서도 무월경, 생리통, 열성 홍조 등 월경 관련 질환 치료에 사용함. 당귀에는 리구스틸라이드(Ligustilide), 페룰산, 다당류 등의 성분 뿐만 아니라, 비타민 B, A, B12, E가 함유되어 다양한 질환에 적용될 수 있음. 혈액 순환을 촉진하고 혈전을 분해하기도 하며 건강한 피부를 유지하는 데도 도움을 줌

당귀 섭취 방법은 생으로 먹거나 조리해 먹는 등 다양하지만, 달고 매운 맛으로 인해 섭취가 까다로울 수 있으므로 부드러운 캡슐 제형이 섭취가 간편함. 장기간 당귀 섭취로 인한 독성이나 부작용이 발견되지는 않았으나 임신부, 소화기 장애 환자, 월경혈이 다량 배출되는 여성, 열사병이 있거나 수술 이후 환자 등은 복용을 금함⁷⁵⁾

[표96] 태국 인기 당귀 제품



브랜드	비타네이처플러스(ไวตามเนเจอร์พลัส)	브랜드	핸디허브(แฮนด์ฮีร์브)
제품명	대두 레시틴 혼합 당귀추출물 (สารสกัดตังกุย ผสมเลซิตินจากถั่วเหลือง)	제품명	당귀추출물 300mg(ตังกุยสกัด 300mg.)
용량	30정	용량	(-)
가격	369바트	가격	24바트
특징	- 생리통 완화, 폐경기 여성 안면 홍조증 완화 - 노화로 감소하는 체내 생성 레시틴 보충 - 석류추출물 및 산화마그네슘 함유	특징	- 당귀추출물이 여성 혈액에 영양 공급

자료: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

75) 네이처바이오텍(เนเจอร์ไบโอเทค), 'สมุนไพร 'ตังกุย' ช่วยเรื่องอะไร ผู้หญิงควรเลือกทานอย่างไร', 2021.03

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X I. 태국 기능성 소재 트렌드

3. 클레임 트렌드

3) 클레임 트렌드

[표97] 태국 건강기능식품 클레임 키워드 빅데이터 분석 결과

순번	효능(국문)	효능(영문)	문서 빈도	성장률	구분
1	피부	skin	948	0.197	강신호
2	혈압	blood pressure	661	0.172	강신호
3	칼슘	calcium	595	0.277	강신호
4	근육	muscle	566	0.189	강신호
5	뼈	bone	522	0.268	강신호
6	간	liver	516	0.253	강신호
7	스트레스	stress	472	0.203	강신호
8	수면	sleep	451	0.378	강신호
9	심혈관	cardiovascular	352	0.291	강신호
10	정신	mental	335	0.736	강신호
11	노화	aging	313	0.309	강신호
12	소화	digestion	260	0.229	강신호
13	기분	feeling	258	0.179	약신호
14	치아	teeth	246	0.186	약신호
15	심장 건강	heart health	206	0.352	약신호
16	기억력	memory	188	0.333	약신호
17	관절	joint	170	0.353	약신호
18	근심	anxiety	168	0.524	약신호
19	호흡기	respiratory	157	0.330	약신호
20	구강	oral	114	0.252	약신호
21	월경	menstruation	111	0.287	약신호
22	전립선	prostate	97	0.487	약신호
23	긴장	tension	84	0.174	약신호
24	알레르기	allergy	55	0.423	약신호

■ 전문가 인터뷰 결과 1회 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

■ 전문가 인터뷰 결과 2회 이상 언급된 키워드(현재 부상하고 있거나 부상될 것으로 전망)

[표98] 태국 건강강조 표시별 상위 기능성 소재

피부(skin)			뼈(bone)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
콜라겐	collagen	0.546	칼슘	calcium	0.624
디오스게닌	diosgenin	0.468	인산분해효소	phosphatase	0.566
글루타시온	glutathione	0.431	인산칼슘	calcium_phosphate	0.481
달맞이꽃 종자유	evening_primrose_oil	0.417	콜라겐	collagen	0.467
당근	carrot	0.363	붕소	boron	0.460
나린제닌	naringenin	0.357	플루오린	fluorine	0.392
비타민	vitamin	0.355	탄산칼슘	calcium_carbonate	0.385
프롤린	proline	0.342	마그네슘 아스파테이트	magnesium_aspartate	0.378
스쿠알렌	squalene	0.342	디오스게닌	diosgenin	0.362
지아잔틴	zeaxanthin	0.341	젖산칼슘	calcium_lactate	0.361
스트레스(stress)			수면(sleep)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
승마	black_cohosh	0.390	멜라토닌	melatonin	0.579
호로파	fenugreek	0.371	라벤더	lavender	0.491
글리세린	glycerin	0.317	ทริป토판	tryptophan	0.400
리튬	lithium	0.310	이소류신	isoleucine	0.337
카페인	caffeine	0.306	회향	fennel	0.329
클로렐라	chlorella	0.276	승마	black_cohosh	0.316
크레아틴	creatine	0.268	붕소	boron	0.314
블랙커런트	black_currant	0.264	호박씨유	pumpkin_seed_oil	0.306
케르세틴	quercetin	0.256	젖산칼슘	calcium_lactate	0.306
니켈	nickel	0.251	티로신	tyrosine	0.294

노화(aging)			소화(digestion)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
포도씨유 추출물	grape_seed_ext ract	0.454	효소	enzyme	0.558
파파인	papain	0.332	글루코시다아제	glucosidase	0.529
나린제닌	naringenin	0.331	프로테아제	protease	0.515
만니톨	mannitol	0.331	녹말	starch	0.492
리포산	lipoic_acid	0.318	브로멜라인	bromelain	0.486
옥배유	corn_oil	0.317	파파인	papain	0.483
은행나무	ginkgo_biloba	0.308	소르비톨	sorbitol	0.436
파이코사이아닌	phycocyanin	0.299	호로파	fenugreek	0.412
콜라겐	collagen	0.299	구연산칼슘	calcium_citrate	0.409
인산분해효소	phosphatase	0.293	락타아제	lactase	0.407
심장 건강(heart health)			기억력(memory)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
지방산	fatty_acid	0.480	루틴	rutin	0.429
포타슘	potassium	0.432	감마오리자놀	gamma_oryzanol	0.384
지아잔틴	zeaxanthin	0.420	콜린타르타르 산염	choline_bitartrate	0.369
자몽	grapefruit	0.418	은행나무	ginkgo_biloba	0.364
망간	manganese	0.412	글루코사민 황산염	glucosamine_sulfat e	0.349
알리신	allicin	0.409	티로신	tyrosine	0.342
황산나트륨	sodium_sulfate	0.407	디오스게닌	diosgenin	0.335
셀레늄	selenium	0.398	호박씨유	pumpkin_seed_oil	0.331
코코아	cocoa	0.392	시트룰린	citrulline	0.328
파이코사이아닌	phycocyanin	0.376	이소류신	isoleucine	0.310

관절(joint)			불안(anxiety)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
콜라겐	collagen	0.419	라벤더	lavender	0.465
인산분해효소	phosphatase	0.398	승마	black_cohosh	0.413
마그네슘 아스파테이트	magnesium_as partate	0.320	페퍼민트	peppermint	0.368
파마자유	castor_oil	0.318	캐모마일	chamomile	0.338
식물성 단백질	botanical_prote in	0.306	멜라토닌	melatonin	0.319
파파인	papain	0.305	ทริป토판	tryptophan	0.309
붕소	boron	0.304	나린긴	naringin	0.306
플루오린	fluorine	0.299	페퍼민트유	peppermint_oil	0.304
지아잔틴	zeaxanthin	0.298	녹차	green_tea	0.300
스쿠알렌	squalene	0.294	티로신	tyrosine	0.290
알레르기(allergy)			정신 건강(mental)		
소재(국문)	소재(영어)	상관지수	소재(국문)	소재(영어)	상관지수
엘더베리	elderberry	0.412	페퍼민트	peppermint	0.362
라벤더	lavender	0.397	승마	black_cohosh	0.354
나린제닌	naringenin	0.363	라벤더	lavender	0.339
케르세틴	quercetin	0.359	엘더베리	elderberry	0.284
쌀단백질	rice_protein	0.353	달맞이꽃 종자유	evening_primrose_ oil	0.277
헤스페리딘	hesperidin	0.341	호박씨유	pumpkin_seed_oil	0.274
락트알부민	lactalbumin	0.335	페퍼민트유	peppermint_oil	0.272
잇꽃	safflower	0.334	루바브	rhubarb	0.270
협과	legume	0.322	리튬	lithium	0.261
승마	black_cohosh	0.322	클로렐라	chlorella	0.260

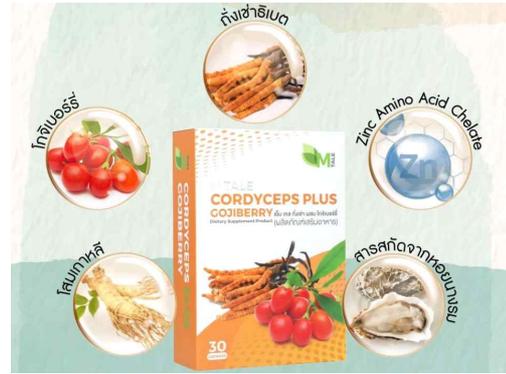
[표101] 스트레스/정신 건강 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	에이더블유엘(AWL)	제조사(브랜드)	넥타파르마(เนคตาฟาร์มา)
제품명	로열젤리 1650mg (รอยัลเจลลี่ 1650 มก.)	제품명	데이 L-티로신 및 비타민B 보조제 (แอล-ไทโรซีนและวิตามินบีเสริมทุกกรม)
가격/용량	- 390바트/30정	가격/용량	- 690바트/30정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 호주산 프리미엄 로열젤리 - 소프트젤 형태로 흡수 빠름 - 면역체계 강화 - 호르몬 균형에 도움 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 일본산 L-티로신, 스위스산 비타민 B1, B2, B3, B5, B6, B9, B12 함유 - 뇌기능, 기억력 향상 - 스트레스, 불안감 해소
출처: 태국 쇼피(Shopee.co.th)			

[표102] 수면 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품

			
제조사(브랜드)	보미(โบมี)	제조사(브랜드)	ยู아키(ยูอากิ)
제품명	가바나이트 L-테아닌, 캐모마일 분말 함유 수면보조제 (กาบาไนท์ กาบา + แอล-ธีอะนีน + ผงคาโมมายล์)	제품명	가바씨플러스 효모 추출물+비타민 C, 포도씨 추출물(กาบา ซีพีพลัส สารสกัดจากยีสต์+วิตามินซี สารสกัดจากเมล็ดองุ่น)
가격/용량	- 389바트/30정	가격/용량	- 359바트/20정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 일본산 농축 가바 함유 - 뇌파 조절로 수면의 질 향상 - 캐모마일 분말로 긴장 완화 - 비타민 B로 신경계 지원 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 뇌 이완에 도움 - 수면의 질 향상 - 피부 관리, 여드름, 잡티 개선 - 효모 추출물로 간 해독에 도움
출처: 태국 쇼피(Shopee.co.th)			

[표103] 노화 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품



제조사(브랜드)	뉴리브(นูรี่ฟ)	제조사(브랜드)	엠테일(เอ็ม เทล)
제품명	골드플러스 갱년기 호르몬 조절 보조제 (โกลด์พลัส นูรี่ฟ โกลด์พลัส ประสมฮอร์โมนวยทอง)	제품명	동충하초 구기자추출물 보조제 (ตองเช่า พลัส โกจิเบอร์รี่)
가격/용량	- 200바트/30정	가격/용량	- 1,450바트/30정
특징	- 콩추출물, 당귀, 강황추출물, 은행잎추출물, 쌀추출물, 비타민 B12, B3, B6, 비타민 C, E, A - 질 분비 완화, 호르몬 균형에 도움	특징	- 티베트 동충하초 추출물, 구기자, 고려인삼, 굴 추출물 등 함유 - 갱년기 증상 완화, 노화 지연 - 불면증 치료에 도움

출처: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

[표104] 심장 건강 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품



제조사(브랜드)	인터케어(อินเตอร์แคร์)	제조사(브랜드)	암피(อัมพาย)
제품명	코엔자임 큐텐 플러스 비 (โคเอนไซม์ คิว10 พลัส บี)	제품명	냉압착 아보카도 오일 500mg (น้ำมันอะโวคาโดสกัดเย็น 500mg)
가격/용량	- 299바트/30정 * 2병	가격/용량	- 890바트/30정
특징	- 항산화제 코엔자임 Q10으로 에너지 생성, 심장 근육 강화 - 은행잎추출물, 콜린타르타르산염, 콩단백질, 셀레늄, 비타민 B6, B1, B2 함유	특징	- 동맥 지방 축적 감소 - 혈관 파열 예방 - 두통 해소

출처: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

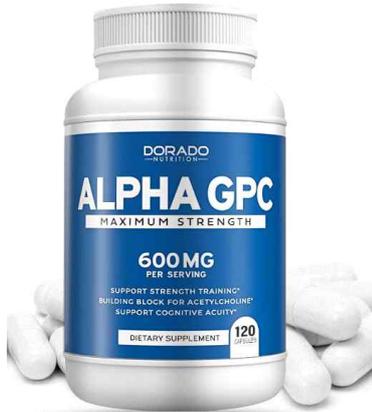
[표105] 소화 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품



제조사(브랜드)	네이처드림(เนเจอร์ดรีม)	제조사(브랜드)	정보 없음
제품명	W 프로바이오틱스 (โพรไบโอติก สำหรับผู้หญิง)	제품명	사과초모식초 젤리 (เยลลี่ น้ำส้มสายชูแอปเปิ้ลไซเดอร์)
가격/용량	- 349바트/2g * 30포	가격/용량	- 289바트/60정
특징	- 변비, 배변활동 개선 - 디톡스 효과 - 질 분비물 감소	특징	- 디톡스 효과, 뱃살 감소 - 소화, 배변활동 개선 - 지방 연소 촉진, 체중조절에 도움

출처: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

[표106] 기억력 관련 효능을 강조한 주요 건강기능식품



제조사(브랜드)	도라도(DORADO)	제조사(브랜드)	히말라야(หิมาลายา)
제품명	알파 지피시 맥시멈 스트렝스 600mg (แอลฟา ซีพีซี ความแรงสูงสุด 600 mg)	제품명	멘타트 60정 (เม้นทาต ชนิดเม็ด 60)
가격/용량	- 225바트/60정	가격/용량	- 99바트/60정
특징	- 신경전달물질을 자극하는 글리세릴 포스포릴콜린 함유 - 기억력, 집중력 향상 - 뇌 건강 개선	특징	- 인도산 병풍, 바코파, 아슈와간다 등 आयुर्वेद 요법에 따른 재료 함유 - 천연 물질로 뇌에 영양 공급 - 불면증 개선

출처: 태국 쇼피(Shopee.co.th)

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X I. 태국 기능성 소재 트렌드

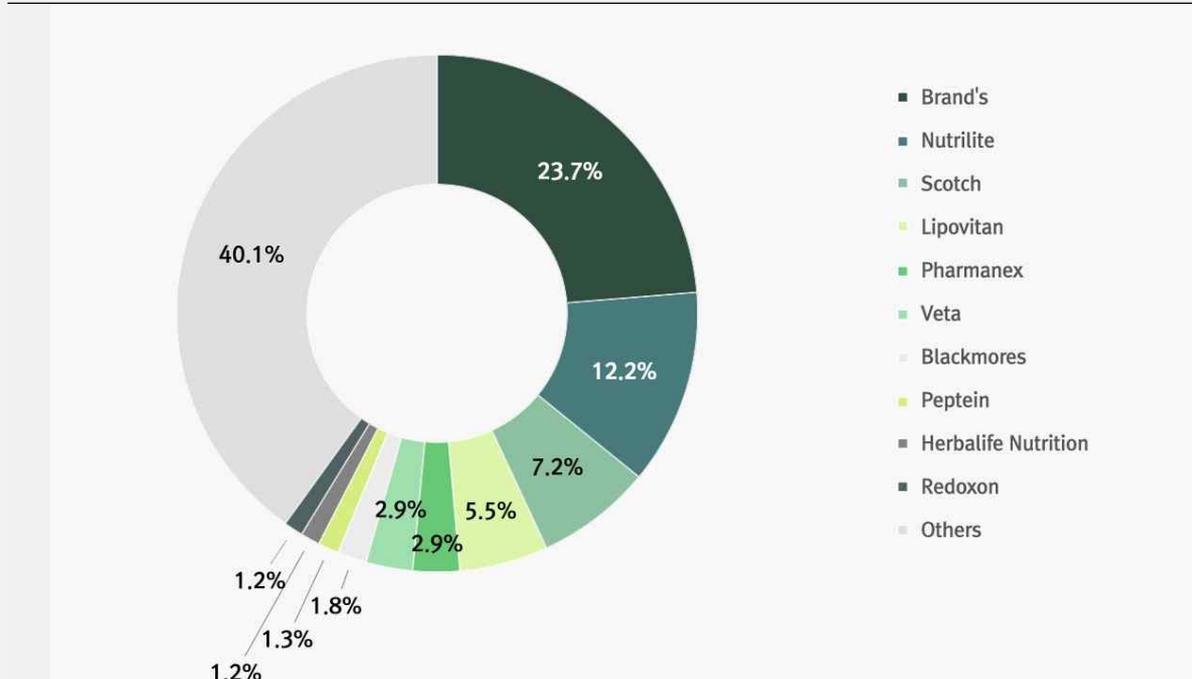
4. 기업 및 제품 트렌드

4) 기업 및 제품 트렌드 ▶ 태국 주요 건강기능식품 브랜드 점유율

태국 건강기능식품 시장 주요 브랜드 점유율을 살펴본 결과, 10% 이상의 점유율을 보유한 브랜드는 Brand's (Suntory Holdings Ltd)와 Nutrilite (Amway Corp)인 것으로 확인됨. 다음으로 Scotch (Scotch Industrial Thailand Co Ltd)가 7.2%의 점유율을 보였으며, 이 외 Lipovitan (Taisho Pharmaceutical Holdings Co Ltd)브랜드가 5% 이상의 점유율로 확인되었음

[표107] 태국 건강기능식품 시장 주요 브랜드 점유율

단위 : 백분율(%)



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

[표108] 태국 건강기능식품 주요 브랜드 점유율(2017-2021) 추이

단위 : 백분율(%), 자료 : 유로모니터(Euromonitor)

No.	구분	2017	2018	2019	2020	2021
1	Brand's (Suntory Holdings Ltd)	35.3	31.8	29.3	25.8	23.7
2	Nutrilite (Amway Corp)	10.7	10.5	10.4	12	12.2
3	Scotch (Scotch Industrial Thailand Co Ltd)	7.6	7.1	6.8	7.2	7.2
4	Lipovitan (Taisho Pharmaceutical Holdings Co Ltd)	5.9	5.9	5.8	5.6	5.5
5	Pharmanex (Nu Skin Enterprises Inc)	2.7	2.7	2.7	2.9	2.9
6	Veta (Suntory Holdings Ltd)	3.4	3.4	3.4	3.1	2.9
7	Blackmores (Blackmores Ltd)	1.6	1.7	1.7	1.7	1.8
8	Peptein (Osotspa Co Ltd)	0.9	0.9	1	1.2	1.3
9	Herbalife Nutrition (Herbalife Nutrition Ltd)	-	1.1	1.1	1.2	1.2
10	Redoxon (Bayer AG)	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
11	Mega We Care (Mega Lifesciences Pty Ltd)	0.9	1	1	1.1	1.2
12	Viartril-S (Viatris Inc)	-	-	-	1	1.1
13	i-Healti (Otsuka Holdings Co Ltd)	1.1	1	1	1	1
14	Centrum (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.8	0.9	0.9
15	Caltrate (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.8	0.9	0.9
16	Pharmaton (Sanofi)	0.6	0.6	0.6	0.7	0.8
17	Seven Seas (Procter & Gamble Co, The)	-	0.5	0.5	0.6	0.7
18	Calcium Sandoz (Novartis AG)	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
19	CoQ10 (Nu Skin Enterprises Inc)	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
20	Banner (Osotspa Co Ltd)	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6

[표109] 태국 건강기능식품 주요 브랜드 점유율(2017-2021) 추이

단위 : 백분율(%), 자료 : 유로모니터(Euromonitor)

No.	구분	2017	2018	2019	2020	2021
21	Scott's Emulsion (GlaxoSmithKline Plc)	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6
22	GNC (Harbin Pharmaceutical Group Co Ltd)	-	-	-	0.5	0.5
23	Alinamin (Oscar A-Co Ltd)	-	-	-	-	0.5
24	USANA (USANA Health Sciences Inc)	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4
25	Stresstabs (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.3	0.3	0.4
26	Glow (Mega Lifesciences Pty Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
27	Hicee (Takeda Pharmaceutical Co Ltd)	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
28	Nat-C (Mega Lifesciences Pty Ltd)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
29	Probac 7 (Interpharma PCL)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
30	Optima Omega (Nu Skin Enterprises Inc)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
31	Perivit (Brywood Pharmaceutical Ltd)	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
32	Vitacimin (Takeda Pharmaceutical Co Ltd)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
33	Ca-C Sandoz (Novartis AG)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
34	Marine Omega (Nu Skin Enterprises Inc)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
35	Combif AR (Medinova AG)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
36	DHC (DHC Corp)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
37	Tegreen 97 (Nu Skin Enterprises Inc)	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
38	Flexa (Mega Lifesciences Pty Ltd)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
39	Z-bec (GlaxoSmithKline Plc)	-	-	0.1	0.1	0.1
(-)	Others	22.8	25.2	26.3	25.6	26.4

① Raithai

▶ Raithai 소개

Raithai는 태국 기반의 건강기능식품 R&D 및 유통 기업. 천연 성분을 기반으로, 태국 고유의 특산물을 이용하거나 고급 수입 원재료를 수입하여 건강기능식품을 제조하고 있음. 첨단 기술이 적용된 생산 공정을 통해 세계적 수준의 표준을 충족하고 있음.

- Raithai의 냉압착 잉카 스타넷 오일은 헬스케어 제품 카테고리 판매 1위를 기록하였음
- 전화 주문 및 라인 채널을 통해 주문이 가능하여 고객 편의를 높임
- 라자다(Lazada) 등의 온라인 쇼핑 플랫폼에 플래그십 스토어를 개설하여 구매 접근성을 높임
- 슈퍼푸드로 알려진 코코넛 오일, 아보카도 오일, 마늘 등의 원재료를 사용하여 건강기능식품을 생산함
- 태국의 타 건강기능식품 브랜드보다 합리적인 가격대를 형성함

[표110] Raithai 홈페이지 사진



เว็บไซต์ที่เสริมอาหารโรไทย

เกี่ยวกับเรา | ชื่อสินค้า | รีวิว | แจ้งการโอนเงิน | ตรวจสอบคำสั่งซื้อ

โรไทย แบนด์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จากผลวิจัยทางวิทยาศาสตร์สู่ผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลสุขภาพที่ตอบสนองการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ผลิตจากวัตถุดิบชั้นยอดในเมืองไทยและทั่วโลก ผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ได้มาตรฐานระดับโลก

자료: 라이타이(Raithai) 홈페이지(raithaishop.com)

▶ Raithai 인기 제품

Raithai의 제품 카테고리는 홈페이지 내 인기순, 가격순에 따라 정렬하여 검색 가능하도록 구성되어 있음. Raithai의 제품은 대부분 천연 재료를 압착 오일 형태로 가공한 형태로 판매됨. 태국의 특산물 재료 성분을 활용하여 생산된 ‘슈퍼 오일-냉압착 여주 오일’, ‘냉압착 잉카 스타넛 오일’ 제품 및 냉압착하여 가공한 여러 종류의 오일을 믹스한 제품인 ‘5종 믹스 냉압착 오일’, ‘3종 믹스 냉압착 오일’ 등이 인기 있는 제품으로 제안되고 있음

[표111] Raithai 건강기능식품 인기 제품

<p>Sale 28%</p>  <p>Super Oil น้ำมันมะระสกัดเย็น 2 กระปุก</p> <p>550.00บาท</p> <p>760:00บาท</p>	<p>Sale 24%</p>  <p>Super Oil น้ำมันมะระสกัดเย็น 1 กระปุก</p> <p>290.00บาท</p> <p>380:00บาท</p>	<p>Sale 42%</p>  <p>Mix 3 Oil น้ำมันสกัดเย็นผสม คอลลาเจน 4 กระปุก แกรม 1</p> <p>1,100.00บาท</p> <p>1,900:00บาท</p>	<p>Sale 24%</p>  <p>Mix 3 Oil น้ำมันสกัดเย็นผสม คอลลาเจน 1 กระปุก</p> <p>290.00บาท</p> <p>380:00บาท</p>
<p>Sale 53%</p>  <p>Super Oil น้ำมันมะระสกัดเย็น 10 กระปุก</p> <p>1,790.00บาท</p> <p>3,800:00บาท</p>	<p>Sale 28%</p>  <p>Mix 3 Oil น้ำมันสกัดเย็นผสม คอลลาเจน 2 กระปุก</p> <p>550.00บาท</p> <p>760:00บาท</p>	<p>Sale 42%</p>  <p>Super Oil น้ำมันมะระสกัดเย็น 4 กระปุก แกรม 1</p> <p>1,100.00บาท</p> <p>1,900:00บาท</p>	<p>Sale 24%</p>  <p>น้ำมันถั่วดาวอินคาสกัดเย็น 1 กระปุก</p> <p>290.00บาท</p> <p>380:00บาท</p>
<p>Sale 53%</p>  <p>Mix 3 Oil น้ำมันสกัดเย็นผสม คอลลาเจน 10 กระปุก</p> <p>1,790.00บาท</p> <p>3,800:00บาท</p>	<p>Sale 42%</p>  <p>5 Mix Oil น้ำมันสกัดเย็น 5 ชนิด 4 กระปุก แกรม 1</p> <p>1,100.00บาท</p> <p>1,900:00บาท</p>	<p>Sale 28%</p>  <p>5 Mix Oil น้ำมันสกัดเย็น 5 ชนิด 2 กระปุก</p> <p>550.00บาท</p> <p>760:00บาท</p>	<p>Sale 28%</p>  <p>น้ำมันถั่วดาวอินคาสกัดเย็น 2 กระปุก</p> <p>550.00บาท</p> <p>760:00บาท</p>

자료: 라이타이(Raithai) 홈페이지(raithaishop.com)

[표112] Raithai 신제품 사례



제조사(브랜드)	라이타이(Raithai)	제조사(브랜드)	라이타이(Raithai)
제품명	생강, 강황, 마늘 3종 냉압착오일 (น้ำมันสกัดเย็น 3K ชิง ขมิ้นขุ่น กระเทียม)	제품명	슈퍼 오일-냉압착 여주 오일 함유 (Super Oil น้ำมันมะระสกัดเย็น)
가격/용량	- 290바트/60정	가격/용량	- 290바트/60정
특징	- 면역력 강화, 감기 및 바이러스성 질병 예방, 호흡기 질환 예방 - 생강, 강황, 마늘 3가지 태국 향신료 함유	특징	- 헬스케어 제품 판매 1위 - 여주 추출물 함유 - 항산화, 항노화에 도움을 줄 수 있음

출처: 라이타이(Raithai) 홈페이지(raithaishop.com)



제조사(브랜드)	라이타이(Raithai)	제조사(브랜드)	라이타이(Raithai)
제품명	콜라겐 혼합 3믹스 오일 (Mix 3 Oil น้ำมันสกัดเย็นผสมคอลลาเจน)	제품명	냉압착 코코넛 오일 (น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น)
가격/용량	- 290바트/60정	가격/용량	- 290바트/60정
특징	- 참기름, 참깨 기름, 쌀겨 기름 혼합 - 콜라겐 성분 함유하여 피부 건강 개선 - 혈중 콜레스테롤 감소에 도움을 줌	특징	- 태국산 코코넛 오일 함유 - 혈압, 혈당 조절 기능 - 항산화, 항바이러스 기능 - 천연 식물성 단백질 성분 함유

출처: 라이타이(Raithai) 홈페이지(raithaishop.com)

② Handy Herb

▶ Handy Herb 소개

Handy Herb 브랜드를 전개하는 Sand-M Global Company Ltd는 1999년에 태국에서 설립되었음. 20년 이상 동양의 한방재를 바탕으로 다양한 제약 및 건강기능식품을 연구하여 혁신적인 제품을 생산해왔음

▶ Handy Herb 강점

- 약사, 의사를 비롯한 의료 전문가들과의 협업으로 제품에 관한 신뢰도를 높이고 있음
- Vit'2go, Handy Herb, ซ่อมแซมกระดูก, Qui Tao Xin 총 4가지 브랜드를 출시하여 다양한 태국 소비자들의 요구를 충족시킴
- 약국을 비롯한 소매점 뿐만 아니라 편의점 및 온라인 쇼핑몰 등을 통해 유통하여 제품의 접근성을 높임

[표113] Handy Herb 홈페이지 사진



[표114] Handy Herb 제품 사례



제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)	제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)
제품명	핸디 허브 지나이트 뷰티 구미 (แฮนด์ฮีร์บ จี'ไนท์™ บิวตี้ กัมมี่)	제품명	핸디 허브 파이เบอร์ 플로우 구미 (แฮนด์ฮีร์บ ไฟเบอร์ฟลาว์™ กัมมี่)
가격/용량	- 240바트/6포	가격/용량	- 240바트/6포
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 구미 형태 영양제로 취침 전 섭취 - 콜라겐 트리펩타이드 함유하여 피부 미용 개선에 도움을 줄 수 있음 - 영지버섯추출물, 비오틴 등 함유 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 구미 형태로 하루 2회 섭취 - 프락토올리고당 함유로 장 건강 개선, 변비 예방, 영양소 흡수 개선 - 장미, 구스베리, 타이 앵커 추출물 함유
출처:			



제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)	제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)
제품명	핸디 허브 지나이트 구미 (แฮนด์ฮีร์บ จี'ไนท์™ กัมมี่)	제품명	핸디 허브 에너지 구미 (แฮนด์ฮีร์บ™ เอเนอร์จี กัมมี่)
가격/용량	- 240바트/6포	가격/용량	- 240바트/6포
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 구미 형태 영양제로 취침 전 섭취 - 카모마일추출물, 영지버섯추출물, L-테아닌 함유 - 스트레스 완화, 수면 질 개선에 도움을 줄 수 있음 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 구미 형태로 하루 2회 섭취 - 녹차추출물, 인삼추출물, 비타민B6, 비타민B12 함유 - 피로 해소, 면역력 강화, 체력 증진에 도움을 줄 수 있음
출처: 샌드엠(SAND-M) 홈페이지(sandm.co.th)			



제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)	제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)
제품명	핸디허브 나이트 나이트 스피디 (แฮนด์เฮอร์บ นைท์ นைท์™สปีดี)	제품명	핸디허브 에너지 스피디 (แฮนด์เฮอร์บ™เอเนอร์จี สปีดี)
가격/용량	- 240바트/12병	가격/용량	- 240바트/12병
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 음료 형태로 취침 전 섭취 - L-테아닌, 가바, 비타민B12 함유 - 스트레스 완화, 수면 질 개선, 입면 시간 감소 등에 도움을 줄 수 있음 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 음료 형태로 하루 1병 섭취 - 녹차추출물, 인삼추출물, 은행잎추출물, 비타민B6, 비타민B12 함유 - 피로 해소, 면역력 강화, 체력 증진에 도움을 줄 수 있음

출처: 샌드엠(SAND-M) 홈페이지(sandm.co.th)



제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)	제조사(브랜드)	핸디허브(Handy Herb)
제품명	핸디허브 지나이트 호두 밀크 초콜릿 맛 (แฮนด์เฮอร์บ จี'ไนท์™นมวอลลาห์ รสคาราเมลช็อกโกแลต)	제품명	핸디허브 지나이트 호두 밀크 흑임자 맛
가격/용량	- 174바트/6병	가격/용량	- 174바트
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 음료 형태로 취침 전 섭취 - 호두밀크, 꿀, 영지버섯추출물 함유 - 스트레스 완화, 수면 질 개선에 도움을 줄 수 있음 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 음료 형태로 취침 전 섭취 - 호두밀크, 양귀비, 영지버섯추출물 함유 - 스트레스 완화, 수면 질 개선에 도움을 줄 수 있음

출처: 샌드엠(SAND-M) 홈페이지(sandm.co.th)

[표115] Handy Herb 현지 판매 제품 사례



방문 매장	퓨어(PURE)	제품 유형	건강기능식품
제조사	핸디허브(Handy Herb)	제품명	지나이트(G'nite)
원산지	- 태국	가격/용량	- 20바트/2정
성분	- 영지버섯추출물, L-테아닌, 카모마일		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	퓨어(PURE)	제품 유형	건강기능식품
제조사	핸디허브(Handy Herb)	제품명	흑양강추출물 (Black galangal extract)
원산지	- 태국	가격/용량	- 20바트/2정
성분	- L-아르기닌, 녹차추출물, 흑양강추출물, 흑후추추출물, 인삼추출물		

출처: 현지 방문 조사

③ Real Elixir

▶ Real Elixir 소개

Real Elixir 브랜드를 전개하는 Nutrition Profess Company Ltd는 건강기능식품 OEM 제조 서비스를 제공하는 기업으로, 태국 제약 분야에서 40년 이상의 경험을 바탕으로 고품질의 자체 브랜드 생산 및 OEM 건강 보조 식품 생산 서비스에 박차를 가하고 있음

▶ Realelixir 강점

- Real Elixir의 기능성 화장품은 ISO 9001:2008 및 GMP 표준을 취득하여 생산 기술 및 제품에 대한 신뢰도를 구축하고 있음
- Real Elixir의 모든 제품은 태국식품의약청(FDA)의 건강기능식품 인증을 취득하였으며, 국제 표준 수준의 품질을 약속함
- OEM 생산 서비스 및 마케팅 서비스를 원스톱으로 제공하고 있음

[표116] Real Elixir 홈페이지 사진

The screenshot shows the Real Elixir website homepage. At the top, there is a navigation bar with the brand name 'REALELIXIR' and menu items: Home, Product, Community, Service, and Contact. Below the navigation bar is a large banner featuring a man in a white shirt holding a product. The banner includes the text: 'บริษัท บุกรักษ์ โปรเฟส จำกัด เราใส่ใจทุกรายละเอียด ด้วยคุณภาพมาตรฐานระดับสากล เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์คุณภาพ สะอาด ปลอดภัย 100% " เพราะความสุข คือยาอายุวัฒนะ "' and 'NEW ARRIVAL'.

Below the banner, there is a section titled 'NEW ARRIVAL' with five product images, each labeled 'NEW':

- GREEN ALFA
- Pure Collagen
- ALFA LIPOIC ACID
- ABALONE COLLAGEN 100,000
- VITAMIN

자료: 리얼엘릭서(Real Elixir) 홈페이지(www.realelixir.com)

▶ Real Elixir 인기 제품

Real Elixir는 자체 제약 기술을 활용해 캡슐 형태의 건강기능식품 생산에 특화됨. 전반적인 신체 면역력을 증진하는 제품, 특정 기능을 강조한 기능성 제품, 체중 조절 제품, 피부 미용 기능성 제품 등으로 카테고리를 분류하고 있음

순수한 영지버섯추출물을 캡슐 형태로 정제한 ‘영지(靈芝)’ 제품은 Real Elixir의 베스트셀러 제품으로, 신체 면역 체계 강화 기능을 내세워 태국 소비자들의 꾸준한 사랑을 받고 있는 제품임. 다음으로, ‘아스타오일(AS-TA OIL)’ 시리즈 제품은 천연 재료에서 추출한 오일을 믹스하여 정제한 캡슐형 건강기능식품으로 혈압 및 혈당 조절, 항산화 기능을 제공함. 그 밖에도, ‘알파 클로로필 플러스(ALFA CHLOROPHYLL PLUS)’, ‘비타민 B 콤플렉스(VITAMIN B COMPLEX)’ 등 주요 성분을 내세우는 건강기능식품이 소비자들에게 인기가 높음

[표117] Real Elixir 인기 제품 사례

			
제조사(브랜드)	리얼엘릭서(Real Elixir)	제조사(브랜드)	리얼엘릭서(Real Elixir)
제품명	영지 플러스 (Reishi Plus)	제품명	리얼 엘릭서 에스 케어 (Real Elixir Yes Care)
가격/용량	- 690바트/100g	가격/용량	- 1,890바트/120정
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 캡슐 제품으로 1일 1회 섭취 - 영지버섯추출물, 동충하초추출물, 인삼추출물 함유 - 면역력 증진, 체력 증진에 도움 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 캡슐 형태로 1일 1회 섭취 - 블루베리추출물 함유 - 눈 피로도 감소, 눈 건강 개선 기능

출처: 쇼피 태국(Shopee Thailand)



제조사(브랜드)	리얼엘릭서(Real Elixir)	제조사(브랜드)	리얼엘릭서(Real Elixir)
제품명	알파 클로로필 플러스 파이버 (Alfa Chlorophyll Plus Fiber)	제품명	전복 콜라겐 (Abalone Collagen)
가격/용량	- 100바트/100g	가격/용량	- 690바트/100g
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 분말 제품으로 물에 타서 섭취 - 천연 식이섬유, 비타민, 미네랄 함유 - 장 기능 촉진, 변비 개선 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 전복추출물, 콜라겐펩타이드 함유 - 피부 탄력 개선, 근육, 뼈 강화 도움 - 무릎 관절 통증 완화 기능

출처: 쇼피 태국(Shopee Thailand)



제조사(브랜드)	리얼엘릭서(Real Elixir)	제조사(브랜드)	리얼엘릭서(Real Elixir)
제품명	이머전-씨(Emergen-C)	제품명	피쉬 오일 1000mg (Fish oil 1000 mg)
가격/용량	- 35바트/5g	가격/용량	- 490바트/100캡슐
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 분말 형태로 물에 타서 섭취 - 비타민C 1000mg 함유 - 오렌지 향으로 부담없는 맛 	특징	<ul style="list-style-type: none"> - EPA, DHA 포함한 오메가-3 함유 - 1캡슐 당 1000mg의 어유 함유 - 혈중 중성지방 감소에 도움

출처: 쇼피 태국(Shopee Thailand)

[표118] Realelixir 현지 판매 제품 사례

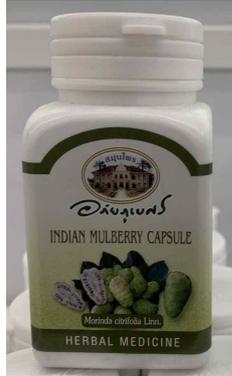


방문 매장	퓨어(PURE)	제품 유형	건강기능식품
제조사	리얼엘릭서(Real Elixir)	제품명	트리팔라(Triphala)
원산지	- 태국	가격/용량	- 329바트/30캡슐
성분	- 벨리릭마이로바란 추출물, 테르말리아 엑스트라 분말, 엠블리카 추출물		

출처: 현지 방문 조사

④ 기타 인기 제품

[표119] 기타 인기 제품 사례



방문 매장	퓨어(PURE)	제품 유형	건강기능식품
제조사	아파이푸벳(อภัยภูเบศร)	제품명	인디안멀베리 캡슐 (INDIAN MULBERRY CAPSULE)
원산지	- 태국	가격/용량	- 81바트/70캡슐
성분	- 인디안멀베리분말		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	부츠(Boots)	제품 유형	건강기능식품
제조사	메가위케어(MEGA WE CARE)	제품명	нат 씨(NAT C)
원산지	- 태국	가격/용량	- 890바트/150캡슐
성분	- 비타민C, 로즈힙추출물건조농축물, 헤스페리딘, 루틴, 시트러스바이오플라보노이드추출물		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	퓨어(PURE)	제품 유형	건강기능식품
제조사	카올라오르(ชาลละออ)	제품명	필란투스아마루스정 (Phyllanthus amarus Tablet)
원산지	- 태국	가격/용량	- 160바트/100정
성분	- 필란투스아마루스		

출처: 현지 방문 조사



방문 매장	퓨어(PURE)	제품 유형	건강기능식품
제조사	우아이 언 오쏘드(อ้วยฮนโอสถ)	제품명	천심련추출물 캡슐 (Andrographis Extract Capsules)
원산지	- 태국	가격/용량	- 170바트/60캡슐
성분	- 천심련추출물		

출처: 현지 방문 조사

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X II. 태국 건강기능식품 수출 가이드

XII. 태국 건강기능식품 수출 가이드⁷⁶⁾

▶ 태국 식품보충제(Food Supplement) 제도

태국에서는 건강기능식품과 가장 유사한 품목으로 ‘식품보충제(Food Supplement)’가 해당되는데, 이는 일반 식품의 형태로 정상적인 식이의 일부로 섭취되며 만성질환의 발병 위험을 감소시키는 등의 생리학적 이점을 갖는 식품으로 정의됨

태국 공중보건부(Ministry of Public Health, MoPH) 정의에 따르면 식품보충제는 영양소 또는 기타 물질을 성분으로 함유한 전통식품 이외의 소비를 목적으로 섭취되는 정제, 캡슐, 분말, 편상, 액체 또는 기타 제형의 식품이며, ‘영양소 또는 기타 물질’은 다음의 의미를 지님

- ① 비타민, 아미노산, 지방산, 미네랄 또는 동식물로부터 얻은 생산물
- ② ①항 물질의 농축물, 대사물질 구성물 또는 추출물
- ③ ①항 또는 ②항 물질을 모방한 인공 물질
- ④ ①, ② 또는 ③항의 한 가지 이상 물질의 혼합물
- ⑤ 식품위원회의 승인에 따라 식품의약품청(FDA)에서 규정한 물질 또는 대상

▶ 일반사항

태국에서 식품보충제를 규제·관리하는 기관은 태국 식품의약품청(Thai Food and Drug Administration, Thai FDA)으로, 식품보충제는 품질 기준 및 규격이 정해져 있으며 관련 규정에 따라 태국 식품의약품청(Thai FDA)에 제품을 등록해야 하고, 라벨 또한 사용 전 식품의약품청 승인을 받아야 함. 태국은 식품안전 관리 유관 법령 제정을 위하여 식품보충제 규정은 유럽식품안전청(EFSA)의 허용물질목록 관리제도/포지티브리스트(PLS, Positive List System)를 따르고 있음. 식품보충제에 대한 강조표시란 제품의 표시, 제품이 주는 효능과 관련된 제품에 관한 메시지나 표현을 의미하는데, 태국 식품보충제에는 영양소 함량 강조표시, 비교 강조표시 및 기능성 강조표시가 가능함

76) 한국건강기능식품협회 홈페이지(https://www.khff.or.kr/user/info/InfoForeignRule.do?_menuNo=393&infoType=ForeignRule&foreignRuleCountry=C12)

1) 영양소 함량 강조표시

태국 식품의약품청은 일반적으로 미국 표시기준을 따르고 있어 'Low in cholesterol', 'less', 'reduced' 등의 용어를 사용하지만 'good source of', 'rich in' 등의 추가적인 표현도 함께 사용함. 영양소 함량에 따른 강조표시는 칼슘, 섬유소 및 지방의 공급원(source)과 같은 식품의 영양소와 에너지 수준을 포함하고 있으며, 식품이나 천연 내용물이 어떤 조건을 가진 경우 '없음(Free)' 또는 '낮음(Low)'은 허용되지 않음(식수 '에너지 없음' 또는 '저지방'이라는 강조표시는 금지됨)

2) 비교 강조표시

두 가지 제품에 포함된 영양소 또는 에너지양을 비교하여 강조한 표시로, '~보다 적은(less than)', '감소된(reduced)', '가벼운(lite/light)' 및 '강화된(more than)' 등의 표시가 있음. 언급한 식품이 낮은 수준의 영양 조건인 경우 비교 주장이 금지되며, '최고(the best)', '최대(the most)', '최초(the first)' 등과 같은 비교 주장은 식품의약품청 입증에 어렵다고 간주하여 허용되지 않음

3) 기능성 강조표시

해당 제품에 포함된 성분(영양소)이 인체에 미치는 기능(효과)을 강조한 표시로 사전에 태국 식품의약품청 승인이 필요하며, 다음 요구사항을 준수해야 함. 1) 태국 일일섭취 권장량에 명시된 필수 영양소의 기능. 2) 해당 식품의 주원료가 되는 영양소는 그 기능을 표시해야 함. 3) 특별한 식품 성분이 아니더라도 어떤 역할을 하는지 언급되어야 함. 4) 영양소의 기능 표시는 반드시 과학적 근거가 있어야함

▶ 태국 일반 수입 절차

태국 식품의약품청 규정에 따라, 식품보충제를 태국으로 수입하기 위해서는 우선적으로 수입 면허가 필요하며 해당 면허는 3년마다 갱신해야 함. 태국의 비타민 및 식품보충제 수입에 대한 관세는 건강 및 미용(Health & Beauty) 관련 품목으로 분류되어 부과되며, 세금은 품목 가격, 보험료 및 운송비 총액에 대하여 부과됨

▶ 식품보충제 통관 절차

- ① 태국 관세전자시스템(TCES, Thai Customs Electronic System)에 신고서 제출 및 등록
- ② 태국 관세전자시스템(TCES) 승인 → 기업/개인 세관 신고 등록
- ③ 시스템을 통해 배송/에이전트 및 수입업체/중개업체 간 수신 데이터 확인
- ④ 태국 관세전자시스템(TCES) 신고서 검토
- ⑤ 세금 지불
- ⑥ 물품 인수

▶ 물품 인수를 위해 필요한 서류 목록

1) 수탁인이 인수하는 경우

- 통지서
- 태국 정부에서 발행한 국민신분증 또는 이름이 통지서에 표시된 수탁인의 여권(외국인 수탁인의 경우)

2) 타인이 제품을 인수하도록 위임하는 경우

- 통지서 뒷면에 위임 세부사항과 수탁인 및 위임받은 사람 모두의 서명이 있는 통지서
- 진본임을 확인하는 서명과 함께 수탁인/위임자 신분증의 복사본

3) 수탁인이 회사 및 합자회사 같은 법인인 경우

- 통지서 뒷면에 회사의 피 위임자 서명과 회사 스탬프가 있는 통지서
- 회사 소유주/관리자의 신분증이나 진본임을 확인하는 피 위임자의 서명이 있는 신분증의 복사본
- 회사 스탬프가 찍힌 원본대조필 회사 등록증
- 진본임을 확인하는 서명이 있는 변호사 신분증의 복사본

▶ 태국 식품보충제 등록⁷⁷⁾

(i) 신청인(부지 승인)

수입식품보충제 등록을 완료하려면 현지 법인이 필요함. 신청자는 FDA의 승인을 받은 수입 시설을 보유하고 있어야 함

(ii) 등록 유형(제품 승인)

승인된 성분을 함유한 식품 보충제와 목록에 포함되지 않은 기타 활성 성분을 함유한 식품 보충제로 구별됨. 승인된 성분을 함유한 식품 보충제는 일반 식품 등록 대상임. 승인되지 않은 새로운 물질을 포함하는 식품 보충제는 '라벨 승인'을 받아야 함. 라벨 승인을 위해서는 화합물의 사용을 입증하고 제품의 안전성을 입증하기 위한 증거와 문서가 전달되어야 함. 그러나 제품에 승인되지 않은 건강 강조 표시가 있거나 새로운 식품 성분이 포함된 경우 해당 절차를 먼저 완료해야 함

(iii) 신규 식품 성분

식품보충제의 성분은 새로운 식품 안전 평가의 대상이 될 수 있음. 새로운 식품은 공중 보건부 고시(No.376) BE 2559(2016) Re: Novel food에 따라 규제됨. 새로운 식품 평가는 라벨 승인보다 먼저 이루어져야 함

(iv) 절차

'라벨 승인'을 신청하려면 신청자가 FDA 식품국에 신청서를 직접 제출해야 함. 신청자가 법인의 책임 운영자 또는 승인된 이사가 아닌 경우 승인서가 필요함. 건강 관련 클레임에도 등록이 필요함

(v) 문서

'라벨 승인'(비자동화 물질) 신청을 위해서는 양식(SorBor. 3 양식)을 작성해야 하며, 최소한 제품의 목적 또는 사용 지침, 식품의 특징, 재료, 사용된 용기 등이 필요함. 최종 결정에 대한 기한은 없지만 승인 평가가 완료되면 고려가 완료된 날로부터 영업일 기준 7일 이내에 신청자에게 통보됨

77) 푸드컴플라이언스인터네셔널 홈페이지(<https://foodcomplianceinternational.com/expertise/thailand>)

▶ 태국 식품보충제 구성⁷⁸⁾

(i) 영양소

비타민은 비타민 또는 미네랄 공급을 목적으로 하는 식품 보충제에 대한 6세 이상 태국 일일 권장 섭취량(태국 RDI)의 영양소 목록에 설정된 값의 15% 이상을 함유해야 함. 동일한 목록에는 최대 레벨도 동일하게 포함됨. 태국 일일 권장 섭취량은 태국 일일 권장 섭취량 - 태국 RDI 문서에 명시되어 있음

(ii) 식물

식품보충제에 포함되는 식물 물질 목록은 해당되는 모든 법률을 통합한 FDA 웹사이트에서 확인할 수 있음. 그러나 해당 웹사이트는 태국어로만 제공됨. 최신 버전의 포지티브 식물 목록에는 라틴어 이름과 영어 일반 이름이 포함되어 있음

(iii) 첨가제 및 부형제

식품에 적용되는 식품첨가물의 사용에 관한 고시(No. 281) BE 2547(2004)가 적용됨. 6항에서는 식품위원회의 승인에 따라 최신 식품 첨가물에 대한 Codex 일반 표준 및 식품의약품 고시에 나열된 첨가제의 사용을 허용함. 다른 첨가제의 사용은 FDA의 승인을 받아야 함

▶ 태국 식품보충제 라벨링

(i) 일반 요건

고시 293 BE2548(2005)의 9항은 사전 포장 식품의 라벨링과 관련하여 필수 라벨링 정보가 No. 367에 따라 규제됨을 나타냄. 그러나 동일한 고시(고시 293 BE2548(2005))의 10항은 식품보충제에 대한 특정 표시 사항을 언급함. 두 법을 모두 고려할 경우 다음 사항들이 포함되어야 함

78) 푸드컴플라이언스인터네이션얼 홈페이지(<https://foodcomplianceinternational.com/expertise/thailand>)

[표120] 태국 식품보충제 라벨링에 포함되어야 하는 사항

태국 식품 라벨링 포함 필요 항목	<ul style="list-style-type: none"> - 식품명 - '식품 보충제' - 식품 일련번호 - 제조업체, 포장업체 또는 수입업체의 이름과 주소 - 외국으로부터 수입되는 경우에는 '수입업자' 또는 '수입업자'라는 문구를 함께 표시하여 수입업자의 명칭 및 주소를 표시하고, 제조자의 명칭 및 국가도 표시하여야 함 - 미터법을 사용하는 식품 함량(정제 또는 캡슐 형태의 식품보충제의 경우 팩당 개수를 대신 표시할 수 있음) - 식품보충제의 주성분 명칭 및 함량, 표시성분 - 식품 알레르기 정보 - 첨가제의 기능성 분류 	<ul style="list-style-type: none"> - 유통기한 정보 - 경고 문구(있는 경우) - 보관 지침(있는 경우) - 요리 지침(있는 경우) - 영유아, 신생아 또는 특정 개인을 위한 식품의 사용 지침 및 필수 텍스트 - 부록에 명시된 추가 텍스트 - 특정 통지에 명시된 특정 텍스트. - '방부제 사용' 표시(있는 경우) - 활용시 '천연색소첨가' 또는 '인공색소첨가' 표시 - '천연향료', '모방천연향료', '합성향료', '천연향료' 또는 '천연향료 모방' 표시가 있는 경우 - '모든 영양소를 섭취하려면 5가지 주요 식품을 적절한 비율로 섭취하여 섭취해야 합니다.'
--------------------------	--	--

출처: 푸드컴플라이언스인터네셔널 홈페이지(<https://foodcomplianceinternational.com/expertise/thailand>)

(ii) 영양 표시

공중보건부 고시(No. 182) BE 2541(1998) 답변: 영양 표시. 이 고지에서는 다음 식품 카테고리에 영양 표시를 포함하도록 요구함

- 영양성분표가 있는 식품
- 식품의 가치를 판매촉진에 활용한 식품
- 세일 프로모션에서 소비자 그룹을 정의하는 식품
- 그 밖에 식품의약품안전청 고시를 받은 식품

영양 표시는 최소한 태국어로 제공되어야 하며, 다른 언어도 명시적으로 허용됨. 부록에는 표시, 부분/제공량 표시 결정, 일일 권장 섭취량 및 영양 표시 사용 기준에 관한 요구 사항이 나와 있음

▶ 태국 식품보충제 건강 클레임⁷⁹⁾

식품법 BE 2522 섹션 40에 따라 누구든지 식품의 품질과 유용성에 관해 허위 또는 기만적인 표시/광고를 하는 것이 금지되어 있음. 식품 또는 식품성분의 건강강조표시를 하려는 자는 사전에 FDA에 건강강조표시 심사를 신청하여야 하며, 건강강조표시 심사 신청 기준 및 조건, 광고 허가 기준을 준수하여야 함. 절차 및 문서 요구 사항에 대한 자세한 내용은 '건강 주장 평가 요청'에 대한 공개 매뉴얼에서 확인할 수 있음

건강 강조 표시란 그림, 사진, 발명된 디자인, 마크, 상표 또는 건강과 직간접적으로 관련된 식품, 식품 성분 또는 영양소와 관련된 라벨의 텍스트를 표시하는 것을 의미함. 세 가지 유형의 클레임으로 구분됨

(i) 영양소 기능 표시: 신체의 성장, 발달 및 정상적인 기능에 있어서 영양소의 생리학적 역할을 설명하는 특성이나 이점을 나타내는 것을 의미함. 영양 기능 표시는 식품이 제공량당 또는 100g당 표시된 영양 한도에 해당하는 경우에만 허용됨. 허용된 영양 기능 표시 목록은 식품의약국(FDA)의 발표: 영양 기능 표시 선언에 포함되어 있음. 또한 이 발표문에는 '정기적으로 다양한 5가지 식품군을 적절한 비율로 섭취해야 합니다'라는 문구가 라벨에 포함되도록 요구하고 있음

(ii) 기타 기능 강조표시는 신체의 정상적인 기능이나 생물학적 활동에 대한 총 식이요법의 맥락에서 식품이나 그 구성성분의 소비가 특정 유익한 효과를 설명하는 특성이나 이점을 나타내는 것을 의미함. 이러한 주장은 건강에 대한 긍정적인 기여, 기능 개선, 건강 유지 또는 수정과 관련이 있음

(iii) 질병 위험 감소 강조 표시는 전체 식단의 맥락에서 식품 또는 식품 성분의 소비와 질병 또는 건강 관련 상태의 발병 위험 감소와 관련된 특성 또는 이점을 나타내는 것을 의미함

79) 푸드컴플라이언스인터네셔널 홈페이지(<https://foodcomplianceinternational.com/expertise/thailand>)

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

X III. 태국 기능성 소재 전문가 인터뷰

Interview ① USANA Health Sciences⁸⁰⁾

USANA Health Sciences
담당자
Achiraya Kamchansupasin
직책
Assistant Marketing Manager
이메일
Achiraya_chi@yahoo.com
연락처
+66 8456 4145
링크드인
https://www.linkedin.com/in/achiraya-kamchansupasin-5663ab288/
인터뷰 시점
2023.10.

USANA Health Sciences(Thailand) 소개

USANA Health Sciences는 1992년 미국에서 설립된 국제 헬스케어 MLM 회사로, 2021년 기준 세계 14위의 매출 규모를 기록한 대기업입니다. 건강기능식품, 스킨케어, 라이프스타일케어 제품을 연구 및 제조하여 태국 독립 유통업체 네트워크를 통해 판매하고 있습니다. USANA Health Sciences는 ‘과학적 연구’, ‘커뮤니티’, ‘건강’, ‘완벽성’ 4가지를 기업 가치로 추구하고 있으며, 닉 메이휴, 알렉스 페레이라, 제이든 콕스, 애슐리 콜드웰, 민유라 등의 프로 스포츠 선수들을 브랜드 홍보대사로 임명하고 있습니다.



Q1. 태국의 건강기능식품 성분에 대한 데이터는 어디서 확인할 수 있나요?

태국 식품과학기술협회(FoSTAT)의 식품혁신규제네트워크(FIRN) 홈페이지에서 확인하실 수 있습니다. FIRN은 태국 식품의약품안전처(Thai FDA)와 국립고등교육과학연구혁신정책협의회(NXPO)가 협력하여 만들어진 신뢰도 높은 조직입니다. FIRN의 'Food Talks 2022'에서 언급된 '건강기능식품 등록 가이드라인(Functional Foods Product Registration Guidelines)'⁸¹⁾을 참조하실 수도 있습니다.

Q2. 최근 태국 내 새롭게 인기를 얻고 있는 건강기능식품 원료는 무엇인가요?

마리화나, 산업용 대마 그리고 크라툼이라고도 불리는 미트라기나 스페시오사가 인기 있는 성분입니다. 태국 정부는 의료 관광 산업을 고양하기 위해 이 원료들을 국가적 차원으로 홍보하고 있습니다. 위에서 언급한 원료들은 음료나 식품, 베이커리류에 첨가되는 것이 일반적입니다. 카시콘 연구소(Kasikorn Research Center)에 따르면, 마리화나는 2024년까지 약 210억 바트의 시장규모를 기록할 것으로 예상되며, 산업용 대마는 매년 22.4%의 성장률, 크라툼의 경우 2021년부터 2025년까지 1.0%~3.1%의 성장률을 보일 것으로 전망됩니다.

Q3. 최근 태국 내 신규 등록된 건강기능식품의 기능 중 인기 있는 내용은 무엇인가요?

태국 FDA에서 인정한 새로운 건강 기능은 없습니다. 제품을 건강기능식품으로 홍보하기 전 태국 FDA의 승인을 받기 위해서는 제품의 건강 기능을 반드시 기재하여 제출해야 합니다. 태국에서 허용되는 건강 기능에는 '영양학적 기능성', '기타 기능성', '질병 위험 감소' 총 3가지가 있습니다.⁸²⁾

80) 본 보고서에 실리는 인터뷰 결과는 2차 전문가 인터뷰 결과물이며, 1차 전문가 인터뷰 단계에서는 모든 인터뷰 대상자에게 빅데이터 분석 결과물(강신호/약신호 키워드 리스트)을 전달해 최종 분석 대상 키워드 선정을 요청함

81) 식품혁신도시-FI채널(เมืองนวัตกรรมอาหาร-FI Channel), 'Food Talk 2022 #3 Functional Foods Product Registration Guidelines', 유튜브(Youtube) (<https://www.youtube.com/watch?v=Elysbu8bnuQ>)

82) 태국 식품의약품안전처(Thai FDA), 「คู่มือสำหรับประชาชน」 (https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=512654493050085376&name=9.2_M44_Health_claims.pdf)

Q4. 최근 태국에서 인기를 얻고 있는 건강기능식품 원료는 무엇인가요?

태국에서는 미네랄, 대두, 식물 단백질, 녹차, 코코넛 오일, 유청 단백질 등이 인기 있는 원료라고 할 수 있겠습니다. 먼저, 미네랄은 일반적으로 비타민 제품에 함께 포함됩니다. 예전부터 태국에서 인기를 끌었던 단일 미네랄 제품은 칼슘 보충제뿐이었습니다. 그러나 팬데믹 이후 태국 소비자들 사이에서 면역력 증진에 대한 이슈가 떠오르게 되면서 아연, 마그네슘 등의 다양한 미네랄 성분이 인기를 끌게 되었습니다. 다음으로, 대두는 식물 단백질 공급원의 약 88% 비중으로 기여하고 있습니다. 카시콘 연구소의 연구 결과에 따르면, 식물 단백질 시장은 2019년에서 2024년까지 연평균 10%의 성장률을 보일 것으로 예상됩니다. 이에 따라 대두도 꾸준한 인기를 얻게 될 것으로 전망됩니다. 또한, 최근 많은 음료 제조사가 건강을 위해 무설탕 음료 제품을 출시함에 따라 녹차가 인기를 얻게 되었습니다. 특히 녹차를 포함한 제조 차 음료(Ready-to-drink Tea) 시장 가치는 133만 바트에 달하며, 지난해보다 22% 성장하였습니다. 코코넛 오일 또한 인기를 얻고 있는데, 태국에서 코코넛은 흔한 재료이며, 태국의 OTOP⁸³⁾ 판매자들 사이에서 수요가 매우 높은 원료입니다. 마지막으로, 유청 단백질은 젊은 소비자층 및 여성 소비자층을 중심으로 인기를 얻고 있습니다. 근육 생성 및 체중 감량에 도움을 주며, 질 좋은 단백질을 공급하기 때문입니다.

Q5. 최근 태국에서 새롭게 인기를 얻고 있는 원료와 기존부터 인기가 있었던 원료를 구분해주시길 수 있나요?

태국에서 새롭게 떠오르는 건강기능식품 성분에는 달맞이꽃 오일, 포스파티딜콜린, 베타시토스테롤이 있습니다. 달맞이꽃 오일은 피부 개선, 월경통 완화, 신경 체계 지원, 전반적인 건강 개선 기능을 제공하며, 비타민 E와 결합하면 시너지 효과를 낼 수 있습니다. 베타시토스테롤은 면역 체계를 강화하고, 콜레스테롤 수치를 낮추는 데 도움을 주며, 질병 위험을 낮추는 성분으로 연구되고 있습니다. 캡슐 형태로 가공되어 유통되는 경우가 일반적입니다. 포스파티딜콜린은 최근 떠오르는 성분명이지만, 사실 태국 소비자들이 '레시틴'으로 알고 있던 성분입니다. 콜레스테롤 수치를 낮추고, 심혈관 건강을 개선하는 데 도움을 주기 때문에 최근 주목받고 있습니다.

태국에서 예전부터 자주 사용되었던 건강기능식품 성분에는 아스파탐과 당귀가 있습니다. 아스파탐은 단맛을 내는 감미료로 사용되며, 의약품 및 체중조절 식품에 많이 사용됩니다. 당귀는 여성 건강을 위한 한방 약초로, 갱년기 증상, 생리통, 편두통 등의 증상이 발생할 때 많이 사용됩니다. 당귀는 여러 가지 한방 약초를 혼합한 음료로 가공되거나 정제 형태로 생산되기도 합니다.

Q6. 태국 건강기능식품 시장에서 인기 있는 클레임 및 그와 관련된 성분에 대해서 말씀해주세요.

피부, 스트레스, 정신 건강, 항노화, 소화기 건강 등을 인기 있는 키워드로 꼽아볼 수 있습니다. 태국에서는 피부 미용에 대한 관심이 매우 높습니다. 특히 ‘젊고 밝은 피부’는 태국 여성 소비자 사이에서 지속해서 화두가 되는 주제입니다. 피부 미용과 관련 있는 성분에는 비타민 C, 비타민 D, 나이아신, 코큐텐(Co-Q10) 등이 있습니다. 다음으로, 태국인들에게 스트레스 관리 및 정신 건강의 중요성이 대두되고 있습니다. 스트레스를 건강한 방법으로 해소하고, 우울증을 방지하며, 에너지를 증진하는 데 도움을 주는 건강기능식품의 인기가 높습니다. 이와 관련된 성분에는 비타민B, 오메가-3, 비타민 D, 프로바이오틱스 등이 있습니다. 또한, 항노화 기능이 인기를 얻고 있습니다. 이와 관련된 성분에는 비타민 C, 코큐텐, 포도씨추출물, 아스트락산틴 등이 있습니다. 마지막으로, 태국에서는 소화기 건강에 대한 관심이 높아 이와 관련된 건강기능식품의 수요가 높습니다. 소화기 건강과 관련된 성분에는 프로바이오틱스와 섬유질 등이 있습니다.

Q7. 태국 건강기능식품 시장에서 최근 떠오르고 있는 클레임과 그와 관련된 성분에 대해서 말씀해 주실 수 있나요?

태국 건강기능식품 시장에서 트렌드로 떠오르고 있는 키워드에는 ‘심장 건강’, ‘기억력’, ‘관절 건강’, ‘호흡기’, ‘알레르기’가 있습니다.

태국 보건부의 발표에 따르면, 2022년 태국 심혈관 질환 사망자가 7만 명에 이르렀으며, 이 수치는 매년 증가할 것으로 전망되었습니다. 또한, 일부 인플루언서 및 운동선수들의 심장마비로 인한 돌연사가 뉴스로 전해지기도 했습니다. 이에 따라 심장 건강에 관한 태국인들의 관심이 큰 폭으로 증가하였습니다. 심장 건강과 관련성 높은 성분은 어유와 코큐텐 등이 있습니다.

다음으로, 기억력이 건강기능식품 시장에서 떠오르는 키워드로 나타났습니다. 태국은 고령화 사회로 진입함과 동시에 치매 발병률이 지속해서 증가하고 있습니다. 치매는 완전한 치료가 불가능하기 때문에 더욱 보건당국의 관심을 끌고 있는 주제입니다. 치매 예방 및 기억력 증진을 위한 노력은 노년층뿐만 아니라 청장년층에서부터 꾸준히 지속되어야 합니다.

83) ‘한 마을 한 제품(One Tambon One Product)’의 약자로, 지역 사회 중심의 수요 기반 경제 개발 방식을 의미함

비슷한 배경으로 인해 태국에서 관절 건강 기능성 제품은 성장 가능성이 매우 높은 유망 시장 분야입니다. 관절 건강이 떠오르는 이유는 고령화 사회로 진입하는 태국의 인구통계학적 특성에서 기인합니다. 관절 건강과 관련된 성분에는 오메가-3 어유, 칼슘, 글루코사민 등이 있습니다.

한편, 코로나19 유행 이후 많은 사람들이 호흡기 건강 유지에 유념하고 있습니다. 이에 따라 호흡기 건강을 위한 건강기능식품을 복용하는 경향이 높아졌습니다. 호흡기 건강 관련 성분을 복용하는 것은 호흡기 건강에 유의할 뿐만 아니라 면역력을 증진할 수 있습니다. 호흡기 건강과 관련된 성분에는 생강추출물, 브로콜리추출물, 아연, 비타민 C, 허브류 등이 있습니다.

마지막으로, 태국은 초미세먼지로 인한 대기 오염 문제를 겪고 있습니다. 이로 인해 비염, 천식, 습진 등의 알레르기 질환 증상을 호소하는 태국인들이 많습니다. 특히 알레르기 증상은 성인보다 아동 및 청소년에게 흔한데, 이들을 위한 건강기능식품이 크게 성장하고 있습니다. 알레르기 문제에 도움이 되는 성분에는 비타민 C, 비타민 E, 베타글루칸 등이 있습니다.

Q8. 태국에서 건강기능식품의 분류는 어떤 방식으로 이루어지나요?

태국에서 건강기능식품을 비롯한 모든 식품 보조제는 일반 식품으로 분류됩니다. 그러나 식품 보조제로 유통되기 위해서는 FDA가 규정하는 5가지 원칙을 충족해야 합니다. 5가지 원칙은 태국 FDA가 제공하는 ‘식품 보조제 규정 안내서(Supplement Guide)’⁸⁴에 명시되어 있습니다.

그렇기 때문에 태국에서는 일반 식품에 기능성 표시가 가능합니다. 태국 FDA 홈페이지⁸⁵에 접속하여 ‘기능성(Functional)’이라는 키워드를 사용한 식품을 검색하면 해당하는 제품을 확인할 수 있습니다. 데이터베이스를 통해 제품 이름과 FDA 라이선스 번호, 생산지, 현황 등을 자세히 찾아볼 수 있습니다.

84) <https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=529181827420790784&name=SupplementGuide.pdf>

85) https://porta.fda.moph.go.th/fda_search_all/main/search_center_main.aspx

Q9. 태국에서 건강기능식품을 마케팅하는 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

해외 수입 제품의 마케팅 방식과 국내 생산 제품의 마케팅 방식이 상이합니다. 해외 수입 제품의 경우, 태국에 해외 지사를 마련하고 다단계 마케팅(MLM) 전략을 활용하며, 유통사를 통해 제품을 판매합니다. 국내 생산 제품의 경우, 페이스북(Facebook), 라인(Line), 틱톡(Tiktok) 등의 소셜 미디어 플랫폼을 활용하여 온라인 마케팅을 진행하거나, 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등의 전자 상거래 플랫폼을 통해 제품을 판매합니다.

Q10. 태국에서 트렌드로 떠오르는 제품 컨셉이 있다면 무엇인가요?

‘뷰티’를 키워드로 잡고 제품 컨셉을 구상하는 것이 최근 건강기능식품 시장의 트렌드입니다. 특히 뷰티 제품 중 콜라겐 제품은 향후 5년간 73%, 피쉬콜라겐 제품은 향후 5년간 38% 성장할 것으로 예상됩니다. 2023년 가장 인기 있는 제품의 제형은 젤리와 커피를 비롯한 기능성 음료입니다. 두 가지 제형 모두 건강기능식품 시장에서 확실한 우위를 점할 것으로 전망됩니다.

Q11. 최근 5년간 태국에서 가장 크게 변화한 건강식품 유통채널은 무엇인가요?

개인 브랜드 채널의 성장이 두드러졌습니다. 연예인, SNS 인플루언서, 리뷰어를 비롯한 유명인들이 개인 브랜드를 설립하여 미용 및 건강에 대한 조언과 지식을 제공하고 팔로워를 확보하여 브랜드 파워를 확립한 후 OEM 제조사를 통해 제품을 출시하여 판매하고 있습니다. 개인 채널을 활용해 건강식품을 유통하는 이러한 방법은 채널 성장에 요구되는 비용과 시간을 획기적으로 절약할 수 있으며 매우 편리합니다.

태국에서 크게 성장한 또 다른 건강식품 유통채널은 TV 쇼 프로그램입니다. 특히 낮 시간대의 홈쇼핑 채널과 TV 쇼 프로그램을 통해 건강식품이 노출되는 경우가 많습니다. TV 쇼 프로그램의 타겟 소비자 계층은 중년 주부라고 할 수 있습니다.

Q12. 한국과 태국 건강기능식품 시장의 가장 큰 차이점은 무엇인가요?

한국은 건강기능식품 시장규모가 매우 크고, 소비자들의 요구를 충족시킬 수 있는 다양한 종류의 건강기능식품이 구비되어 있습니다. 그에 비해 태국은 건강기능식품 시장의 규모가 크지 않습니다. 또한, 한국은 다양한 채널을 통해 건강기능식품이 유통되고 있어 소비자들이 제품을 쉽게 구매할 수 있습니다. 태국에서는 건강기능식품의 유통채널이 프리미엄 슈퍼마켓, 대형 마트 등으로 한정되어 있습니다. 건강기능식품의 가격대가 다른 일용소비재 제품에 비해 높게 책정되어 있어 소비자 타겟이 일반 대중에 맞춰져 있지 않기 때문입니다.

Q13. 한국 건강기능식품에 대한 태국 소비자들의 인식 및 이미지는 어떠한가요?

태국 소비자들은 한국 건강기능식품을 ‘뷰티’ 키워드와 연결 지어 생각하는 경향이 있습니다. 화장품 등을 비롯한 한국의 뷰티 산업이 태국에서 매우 인기가 높기 때문입니다. 그렇기 때문에 한국의 건강기능식품을 떠올릴 때 태국 소비자들은 뷰티 및 피부 미용 효과가 강조된 기능성 제품을 떠올리는 경우가 많습니다.

Q14. 한국 건강기능식품 브랜드의 주요 경쟁 브랜드는 무엇인가요? 또한, 한국 건강기능식품 브랜드가 경쟁 브랜드와 차별화되기 위해서는 어떤 전략을 취해야 하나요?

일본의 건강기능식품 브랜드가 한국 브랜드의 가장 큰 경쟁 대상이라고 할 수 있겠습니다. 1990년대부터 태국에 유입된 일본 문화의 영향으로 태국인들은 일본 음식, 일본 화장품, 일본 건강기능식품에 매우 익숙해져 있습니다. 그러나 케이팝, 한국 드라마, 한국 음식 등을 비롯한 한류 문화는 20년 전부터 태국에 유입되기 시작해 상대적으로 한국 문화가 태국인들에게는 새로운 축에 속합니다.

한국 건강기능식품이 경쟁력을 갖고 차별화되기 위해서는 ‘뷰티’에 초점을 맞춘 제품을 출시하고 홍보하는 것이 중요하다고 생각합니다. 언급했듯이 한국은 뷰티 산업으로 매우 잘 알려져 있습니다. 이러한 소비자 인식을 활용해 피부 미용 기능을 강조한 제품으로 시장에 접근한다면 좋은 결과를 얻을 수 있을 것으로 보입니다.

Q15. 태국에 진출하고자 하는 한국 중소 규모 건강식품 브랜드에 조언을 해주실 수 있나요?

먼저, 태국으로 수출하는 제품의 포장은 눈에 띄어야 하며, 태국 FDA가 요구하는 규정에 맞게 라벨링을 새롭게 해야 합니다. 다음으로, 태국 내 브랜드 인지도를 높이기 위해서 인플루언서와 계약하여 홍보를 진행할 필요가 있습니다. 마지막으로, 제품의 신뢰도를 높이기 위해 리뷰 체험단을 모집하거나 실험 결과를 내세워 제품 효능을 증명하는 것도 좋은 방법입니다.

Interview ② Amway

Amway
담당자
Naraphat C
직책
Senior Marketing Manager
링크드인
https://www.linkedin.com/in/naraphat-c-13701a94/
인터뷰 시점
2023.10

Amway 소개

Amway Thailand는 세계적인 다이렉트 셀링 기업 Amway의 태국 지사로, 1989년에 설립되어 태국 내에서 건강, 뷰티, 가정용품 분야의 다양한 제품들을 직접 판매하는 비즈니스 모델을 운영하고 있습니다. 이 회사는 개인적인 건강과 웰빙을 증진시키는 고품질 제품을 제공하며, 태국 사람들에게 독립적인 사업 기회를 제공함으로써 창업 문화를 장려하고 있습니다. 지역 사회의 발전에 기여하며 경제적 자립을 추구하는 Amway Thailand는 태국 내에서 지속적으로 성장하고 있으며, 사회적 책임을 중시하는 기업으로 잘 알려져 있습니다.



ข่าวแอมเวย์ล่าสุด
คลิกสินค้าแอมเวย์เปิดเพื่อการปรับปรุงระบบในวันที่ 4 - 5 พ.ย. 66 และ 18 - 19 พ.ย. 66
ขออภัยที่ส่งอีเมลแจ้งเตือนถึงผู้ลงทะเบียนตั้งแต่สัปดาห์ 2-3 วันทำการ
โปรดวางใจในการสั่งซื้อส่วนหน้า บริษัทฯ ขออภัยในความไม่สะดวก

ดูข่าวสารอย่างต่อเนื่องด้วย โปรแกรม SOP Wellness [คลิกอ่านรายละเอียด](#)

ท่านปรกาศกัญญา

Q1. 태국의 건강기능식품 성분에 대한 데이터는 어디서 확인할 수 있나요?

태국 FDA 공식 홈페이지에 접속하여 최신 업데이트된 규정 및 성분 데이터베이스를 찾아볼 수 있습니다. 아래에 첨부된 링크를 클릭하여 유효 성분에 따른 태국 FDA 제공 정보 및 규정을 확인하시기를 바랍니다.

- 건강기능식품의 유효 성분 사용 규정⁸⁶⁾
- 건강기능식품의 유효 성분으로 비타민과 미네랄 사용 시 규정⁸⁷⁾
- 건강기능식품의 유효 성분으로 아미노산 사용 시 규정⁸⁸⁾
- 식품의 원료로 사용 금지되는 동·식물에 관한 규정⁸⁹⁾
- 식품에 프로바이오틱스 미생물 사용 시 규정⁹⁰⁾

태국 식품과학기술협회(FoSTAT)의 식품혁신규제네트워크(FIRN) 홈페이지에서도 태국 FDA에서 허용하는 성분 데이터베이스로 연결되는 문서를 찾을 수 있습니다. 추가적으로 태국 FDA는 2022년 ‘태국에서 새로운 식품을 수입하거나 판매하기 위한 승인 신청 가이드라인’을 발표했습니다. 아래 링크를 통해 확인하실 수 있습니다.⁹¹⁾

Q3. 최근 태국 내 인기를 얻고 있는 건강기능식품 원료는 무엇인가요?

먼저, 대마초 및 칸나비디올이 최근 태국에서 가장 인기 있는 식품 성분으로 떠오르고 있습니다. 크룽스리리서치인텔리전스(Krungsri Research Intelligence)에 따르면, 태국 대마 시장은 정부가 산업용 대마 사용 규제를 해제한 후 5년간 큰 폭으로 성장할 것으로 보이며, 연평균 125%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.⁹²⁾ 칸나비디올이 함유된 제품에는 ‘아마프라이 CBD 플러스 멀티 오일(Amaprai CBD Plus Multi Oil)’, ‘닥터오즈 CBD 오일 풀 스펙트럼(Dr.Ozz CBD Oil Full Spectrum)’, ‘닥터 CBD 얼스랩 아임 플러스(Dr.CBD Earthlab Im Plus)’, ‘어스랩 CBD 콜라겐 펩타이드(Earth Lab CBD Collagen Peptide)’, ‘큐캔 플러스 CBD(QCAN PLUS CBD)’가 있습니다.

86) https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=509717771454652416&name=Advice_positiveList.pdf

87) https://en.fda.moph.go.th/media.php?id=517782051341082624&name=49_VitaminsMinerals_E.pdf

88) https://en.fda.moph.go.th/media.php?id=517782049617223680&name=49_Amino_E.pdf

89) https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=509437502592000000&name=P424_E.pdf

90) <https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=509371120177258496&name=No.%20339%20Use%20of%20Probiotic%20Microorganisms%20in%20Foods.pdf>

91) https://en.fda.moph.go.th/media.php?id=517782064121126912&name=No.376_Re_Novel_food.pdf

92) 크룽스리리서치인텔리전스(Krungsri Research Intelligence)

(<https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/hemp-2021>)

다음으로, 식품, 유제품, 건강기능식품 등에 널리 사용되는 프로바이오틱스가 인기 있는 성분으로 나타났습니다. 태국 프로바이오틱스 시장은 2026년 최대 91억 바트의 규모를 기록하여 연간 12.21%의 성장률을 기록할 것으로 보입니다.⁹³⁾ 프로바이오틱스 제품에는 ‘닥터 폰 젤리 랩 프로바이오틱 파이버 젤리(Dr. PONG Jelly lab probiotic fiber jelly)’, ‘티티엠 티차 혼합 과일 프로바이오틱스 & 프리바이오틱스(TTM TICHA Mixed Fruit Tea Probiotic & Prebiotic)’, ‘락토픽 프로바이오틱스(LACTOFIT Probiotic)’ 등이 있습니다.

마지막으로, 분말 형태의 식물 단백질이 최근 태국 소비자들에게 수요가 높습니다. 현재 태국에서 판매되고 있는 식물 단백질 함유 신제품들이 매우 많은 것에서 이러한 사실을 확인할 수 있습니다. 유로모니터(Euromonitor) 자료에 따르면, 2022년 태국 단백질 식이보충제 시장은 전년 대비 5.9% 성장하여 3,506만 바트의 시장규모를 기록했으며, 향후 5년 간 연평균 5.3% 성장할 것으로 전망됩니다.⁹⁴⁾ 식물성 단백질 함유 제품에는 ‘플란테 콤플리트 식물성 단백질(Plantae Complete Plant-Protein)’, ‘닥터 폰 23S 식물성 단백질 E.I.M.D. (Dr. PONG 23S Plant based protein E.I.M.D.)’, ‘위사민 식물성 단백질(Wisamin Protein Plant)’ 등이 있습니다. 한 가지 명심해야 할 부분은 이 성분들이 태국에서 상대적으로 새로운 성분이기 때문에 인기를 얻고 있다는 점입니다. 전체 건강기능식품 시장규모 대비 비중과는 거리가 있을 수 있습니다.

Q4. 최근 태국에서 새로 인기를 얻고 있는 건강기능식품 클레임은 무엇인가요?

신규 출시된 건강기능식품에서 강조되는 내용 중 태국 소비자들에게 인기 있는 주제는 ‘식물성’, ‘면역력 증진’, ‘유기농’, ‘체중 조절 보조’, ‘스트레스 감소 및 수면 개선’입니다. 인기 있는 식물성 성분 중 ‘면역력 증진’과 관련된 성분에는 강황, 표고버섯 등이 있습니다. 강황은 면역력 증진 및 항산화 효과를 갖추고 있으며, 표고버섯은 베타글루칸과 비타민 D가 풍부하여 면역 체계 개선에 도움을 줍니다. ‘체중 조절’과 관련된 성분에는 녹차, 코코넛 오일, 애플사이다 등이 있으며, 이 성분들은 콜레스테롤 수치 감소에 도움을 주고 체중 감량을 돕습니다. ‘스트레스 감소 및 수면 개선’과 관련된 성분에는 캐모마일이 있습니다. 캐모마일은 진정 효과가 있어 불안감 및 스트레스를 완화하고, 수면 질 향상에 도움을 주어 수면 보조제 성분으로 자주 사용됩니다. 이외에도, ‘피부 미용’이 태국에서 인기 있는 주제라고 할 수 있는데, 이와 관련된 성분에는 비타민 C와 플라보노이드가 풍부한 자몽과 보습 성분을 함유한 코코넛 오일 등이 있습니다.

93) Bangkok Bank SME, <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-7focus-probiotic-thai-strain>

94) Euromonitor 2022

Q5. 최근 태국에서 새로 인기를 얻고 있는 건강기능식품 성분은 무엇인가요?

아스타잔틴과 고투콜라가 입소문을 타고 높은 인기를 누리고 있습니다. 두 가지 성분은 실제 사용자들과 인플루언서들의 긍정적 평가를 받아 해당 성분이 포함된 제품의 수요가 증가하고 있습니다. 인기 아스타잔틴 제품에는 ‘닥터 폰 아스타잔틴 6mg 아스타리얼(Dr.PONG Astaxanthin 6 mg AstaREAL)’, ‘아스타리얼 아스타잔틴 플러스 코큐텐 바이 넥타파마(AstaReal Astaxanthin + CoQ10 by Nectapharma)’, ‘누리브 아스타잔틴 6mg(Nuriv Astaxanthin 6 mg)’, ‘바이오캡 아스타잔틴 6mg(Biocap Astaxanthin 6 mg)’, ‘모리카미 아스타잔틴 6mg(Morikami Astaxanthin 6 mg)’ 등이 있으며, 인기 고투콜라 제품에는 ‘비스트라 고투콜라 추출물(Vistra Gotu kola extract)’, ‘허벌 원 고투콜라 바이 와유노소트(Herbal One Gotu Kola by Ouayunosoth)’, ‘블루버드 고투콜라(Bluebird Gotu Kola)’ 등이 있습니다. 또한, 코로나19의 영향 및 경제적·사회적 환경으로 인해 스트레스 해소와 수면에 도움을 주는 제품의 수요가 증가하고 있습니다. 이러한 소비자 수요를 충족하는 성분으로써 가바 성분이 인기를 얻고 있습니다. 인기 가바 제품에는 ‘유우아키 가바 C 플러스 효모 추출물(YUUAKI GABA C plus yeast extract)’, ‘보미 가바 나이트(Bomi GABA Nite)’, ‘비스트라 릴락자 플러스 파마 가바 앤 L-테아닌 바이탈 프로(VISTRA Relacza plus pharma GABA & L-theanine vital pro)’, ‘엠셀 가바 플러스 비타민 프리 믹스(Amsel GABA Plus Vitamin Premix)’, ‘스무스 라이프 가바(Smooth Life GABA)’ 등이 있습니다.

Q6. 태국 건강기능식품 시장에서 최근 트렌드로 떠오르는 원료 및 성분과 예전부터 인기 있던 원료 및 성분은 무엇인가요?

최근 트렌드로 떠오르고 있는 건강기능식품 성분에는 시스틴, 포스파티딜콜린, 에키네시아가 있습니다. 시스틴은 간 건강 개선 및 피부 미백 효과가 있어 최근 소비자들의 건강 기능상 요구를 충족시키는 성분입니다. 포스파티딜콜린 또한 간 건강 개선에 도움을 주고, 지방간을 예방하기 때문에 유행하고 있습니다. 에키네시아는 면역력 증진에 효과가 있지만 태국에서는 매우 희귀한 성분이기 때문에 해당 성분이 함유된 제품은 소비자들의 큰 관심을 받을 확률이 높습니다. 예전부터 꾸준히 인기를 얻고 있는 성분에는 달맞이꽃 오일, 당귀가 있습니다. 태국은 여성 건강 제품의 생산 규모가 작고 종류도 매우 한정되어 있어, 여성 건강 제품 구매를 고려할 때 달맞이꽃 오일 함유 제품을 가장 먼저 떠올리는 경향이 있습니다. 당귀는 노년층 소비자들에게 신뢰도가 높은 성분입니다. 체내 영양 공급 및 갱년기 여성 건강 기능 지원에 효과적이기 때문에 소비자들에게 이미 잘 알려져 있습니다.

Q7. 태국 건강기능식품 시장에서 인기 있는 클레임에 대해 말씀해주세요.

먼저, 태국 소비자들이 가장 관심 있는 주제는 ‘면역력 증진’, ‘눈 건강’, ‘피부 건강’이며, 그다음으로 소비자들의 관심도가 높은 주제는 ‘혈압’, ‘뼈 건강’, ‘스트레스 관리’, ‘수면’, ‘항노화’, ‘소화기 건강’입니다. 언급한 주제는 모두 태국 소비자들의 건강기능식품에 대한 니즈를 반영합니다. 피부와 관련된 성분에는 콜라겐, 아스타잔틴, 글루타티온이 있으며, 혈압과 관련된 성분에는 녹차, 마늘, 모링가가 있습니다. 뼈 건강과 관련된 성분에는 칼슘, 비타민 D3, 콜라겐 2형이 있으며, 스트레스 관리와 관련 있는 성분에는 비타민 B 콤플렉스, 가바, L-테아닌이 있습니다. 수면과 관련된 성분에는 가바, 카모마일, 바코파가 있으며, 항노화와 관련된 성분에는 당귀, 동충하초, 영지버섯 등이 있습니다. 소화기 건강과 관련된 성분에는 프로바이오틱스, 강황, 프리바이오틱스가 있습니다.

Q8. 태국 건강기능식품 시장에서 최근 트렌드로 떠오르는 주제와 그와 관련된 성분에 대해서 말씀해 주실 수 있나요?

심장 건강, 기억력, 관절 건강, 불안감, 호흡기 건강, 여성 질 건강, 남성 전립선 건강, 알레르기가 최근 트렌드로 떠오르는 주제에 해당합니다. 온라인 쇼핑 플랫폼에서 해당 주제와 관련된 기능을 제공하는 제품 카테고리의 매출액이 다른 카테고리의 매출액에 비해 높은 것으로 나타났으며, 건강기능식품 시장 내에서도 해당 주제와 관련한 제품의 수요가 가장 높았습니다. 심장 건강과 관련된 성분에는 코큐텐, 어유, 유효 성분에 추가로 배합되는 허브 등이 있으며, 기억력과 관련된 성분에는 비타민 B 콤플렉스, 은행, 어유가 있습니다. 관절 건강과 관련된 성분에는 2형 콜라겐, 칼슘 L-테오네이트와 의약품 성분으로 구분되는 글루코사민설페이트가 있습니다. 불안감과 관련된 성분에는 비타민 B 콤플렉스, 은행, 어유가 있고, 호흡기 건강과 관련된 성분에는 핑거루트, 흰갈랑갈, 생강이 있으며, 여성 질 건강과 관련된 성분에는 당귀, 달맞이꽃 오일, 대두가 있고, 남성 질 건강과 관련된 성분에는 톱야자, 서양썩기풀뿌리, 라이코펜이 있습니다. 알레르기와 관련된 성분에는 비타민 C, 프로바이오틱스, 비타민 D3가 있습니다.

Q9. 태국에서는 일반식품의 기능성 표시가 허용되는 것으로 확인되었는데 맞나요? 기능성 표시를 신청한 브랜드의 데이터베이스를 어디서 확인할 수 있을까요?

특정 원료 및 성분을 함유한 제품의 경우, 제품의 라벨링 및 광고 시에 준수해야 하는 ‘표기 허용 기능 목록’이 있습니다. 그러나 일반식품의 경우, 라벨링은 자율 규제하에 이루어지고 있어 따로 승인을 필요로 하지 않습니다.

다만, 위에서 언급한 ‘표기 허용 기능 목록’ 외에 다른 기능은 태국 FDA의 승인 없이도 표시할 수 없습니다. 기능성 표시 승인을 받기 위해서는 태국 FDA가 제시하는 가이드라인과 체크리스트를 참조하여 신청 시 반영해야 합니다.

- 가이드라인⁹⁵⁾
- 체크리스트⁹⁶⁾

Q10. 태국에서는 식품 보조제가 일반식품의 범주에 포함된 것으로 보이는데, 그렇다면 일반식품 생산 기업에서도 제품에 대한 기능성 표시 신청만 하면 건강 기능성 표시가 가능한가요?

그렇지 않습니다. 태국 FDA에서는 식품 보조제를 ‘품질 기준 및 표준이 요구되는 식품(Food with quality or standard requirements)’으로 분류하고 있으며, 식품 보조제를 판매하기 전 태국 FDA의 승인을 받아야 합니다. 태국 FDA 홈페이지를 통해 식품 분류에 관한 자세한 정보를 확인하실 수 있습니다.⁹⁷⁾ 결론적으로, FDA의 승인을 받지 않으면 일반식품 생산 기업에서는 식품 보조제를 판매할 수 없습니다.

95) <https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=512518619385700352&name=9.2.pdf>

96) <https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=512518778895081472&name=9.2.pdf>

97) 태국 식품의약품안전처(Thai FDA), “식품의 정의 및 식품 분류 방법(What is Food and How to Categorize Food?)”, (<https://en.fda.moph.go.th/entrepreneurs-food/category/food-what-is-food-and-how-to-categorize-food/>)

Q11. 태국에서 가장 효과적인 건강기능식품 마케팅 전략과 유통 전략은 무엇인가요?

먼저, SNS 마케팅이나 인플루언서 마케팅이 마이크로 인플루언서 마케팅을 비롯한 전통적인 마케팅 전략보다 소비자들의 마음을 사로잡는 데 용이합니다. 태국 소비자들에게 영향력을 행사하고 있는 유명인 및 SNS 인플루언서들과 협업하여 제품을 홍보하는 것이 효과적인 방법이 될 것이라고 생각합니다. 건강기능식품 유통 채널을 살펴보면, 이커머스(E-commerce) 플랫폼 및 직접 판매가 가장 효과적인 채널이 될 것으로 예상됩니다. 건강기능식품 브랜드 기업들은 태국의 주요 이커머스 플랫폼을 통해 온라인에서의 브랜드 존재감을 높이고, 공식 온라인몰을 설립하고자 합니다. 그러나 편의점 또한 건강기능식품의 급증하는 수요를 분담하는 채널의 역할을 할 수 있습니다. 편의점은 접근성과 편리성을 강점으로 태국 소비자들의 건강기능식품 구매 충동을 자극할 수 있는 채널입니다. 이외에도, SNS 플랫폼과 라이브 스트리밍 또한 판매를 촉진하고 제품 인지도를 구축하는 데 중요한 채널이 될 것으로 보입니다.

Q12. 태국에서 최근 트렌드로 떠오르는 제품 컨셉이 있다면 무엇인가요?

태국인들은 종합 건강 관리를 추구하며, 이러한 니즈를 ‘비타민 & 미네랄 보조제(VMS)’ 제품을 통해 실현하고자 합니다. 한편, ‘면역 체계 개선’, ‘눈 건강’, ‘피부 건강’은 태국 대중이 가장 중요하게 생각하는 건강 기능입니다. 이미 면역력 강화 기능 제품이 시중에 많이 나와 있기 때문에 눈 건강 및 피부 건강 개선과 관련된 성분을 면역력 강화 기능성 성분과 결합한 VMS 제품을 출시한다면 다른 경쟁사 제품들과 차별화될 수 있을 것입니다.

Q13. 그밖에 태국의 건강기능식품 시장과 관련된 이슈 중 언급하고 싶은 내용이 있나요?

태국의 건강 트렌드는 대부분 면역력 강화 기능 제품으로 연결되지만, 면역력 관련 제품의 판매율은 생각보다 부진한 상황입니다. 그 원인은 태국 소비자들의 인식에 기인할 가능성이 있습니다. 태국 소비자들은 비타민 C, 마늘 등의 기존 면역력 강화 성분과 프로바이오틱스, 베타글루칸, 엘터베리 등 최근 출시되는 면역력 강화 성분의 차이를 잘 이해하지 못합니다. 이에 따라 새로운 성분을 강조하는 면역력 강화 제품들의 보급률이 높지 않습니다. 그렇기 때문에 홍보 및 마케팅 노력과 별개로, 건강기능식품 기업들은 신제품 및 함유 성분에 대한 소비자 인식을 높이는 데 주력해야 할 수도 있습니다.

Q14. 최근 5년간 태국에서 가장 많이 변화한 건강기능식품 유통채널은 무엇인가요?

이커머스 플랫폼과 편의점이 태국에서 가장 크게 변화한 유통채널입니다. 최근 몇 년간 이커머스 플랫폼을 통한 건강기능식품 유통이 크게 확대되었으며, 이커머스를 통한 프로모션은 소비자 행동 변화에도 영향을 미쳤습니다. 소비자들은 이커머스 플랫폼에서 매달 제공하는 대규모 할인 행사를 기다리기 위해 정기 구매를 미루는 경향을 보입니다. 한편, 편의점은 최근 시험적 구매 및 감당 가능한 만큼의 구매 경향을 보이는 소비자들이 건강기능식품 및 화장품을 소량 구매할 수 있는 채널이 되었습니다.

Q15. 한국과 태국 건강기능식품 시장의 가장 큰 차이점은 무엇인가요?

한국 소비자들은 태국 소비자들보다 건강기능식품에 적용된 새로운 기술 및 제형에 더 개방적입니다. 그렇기 때문에 한국에서 흔하게 소비되는 젤리, 구미, 액상 형태의 신제형 건강기능식품이 태국에서는 인기가 많지 않습니다. 새로운 제형의 제품은 Z세대 이후의 소비자들에게는 좋은 반응을 얻을 수 있지만 기성세대에게 어필하기는 어렵습니다. 안타깝게도, 태국은 고령화 사회이고, 구매 능력이 높은 노년 소비층은 여전히 전통적 제형의 보충제를 선호하는 경향이 있습니다.

Q16. 한국 건강기능식품에 대한 태국 소비자들의 인식은 어떠한가요?

태국 소비자들은 한국 건강기능식품에 대해 매우 좋은 인식을 가지고 있습니다. 이는 하얏트 매끈한 피부를 가진 한국 연예인들이 태국에서 인기를 얻고 있기 때문일 것입니다. 태국 소비자들은 한류 연예인들의 영향으로 한국산 건강기능식품의 품질은 틀림없이 우수할 것이라고 생각하는 경향이 있습니다. 한국산 건강기능식품의 이미지를 요약하는 키워드는 ‘좋은 품질’, ‘표준화 공정 생산’, ‘안전성 및 효능’ 등이 있습니다.

Q17. 한국 건강기능식품 브랜드의 주요 경쟁 브랜드는 무엇인가요? 또한, 한국 건강식품 브랜드가 경쟁 브랜드와 차별화되기 위해서는 어떤 전략을 취해야 하나요?

일본과 미국 건강기능식품 브랜드가 한국 건강기능식품 브랜드의 주요 경쟁 상대라고 할 수 있습니다. 태국 소비자들은 일본, 한국, 미국산 건강기능식품 브랜드 제품을 태국, 베트남, 중국산 제품보다 우위에 있다고 생각하며, 일본산, 미국산 브랜드 제품을 한국산 브랜드 제품과 비슷한 선상에 두고 비교하는 경향이 있습니다. 국내 생산 제품조차도 일본, 한국, 미국 등에서 유효 성분을 수입하였다는 사실을 강조하는 경우가 있으며, 태국 소비자들은 아직 국내 생산 제품이 수입산 제품의 품질에 미치지 못한다는 인식을 가지고 있습니다.

미국 브랜드 제품의 경우 유기농이라는 점을 강조하고, 일본 브랜드 제품의 경우 새로운 기술 및 새로운 원료가 적용되었음을 강조합니다. 한국 브랜드 제품이 이들과 차별화되기 위해서는 신뢰할 수 있는 제3기관의 인증을 취득했음을 알리고, 제품의 품질에 대한 입증 결과를 공개하며, 한국 제약 전문가들의 탁월함을 보여주고, 한국의 전통적 지혜가 반영되었음을 홍보하는 등의 노력이 필요합니다. 마지막으로, 한국의 포장 디자인, 미디어 자산이 긍정적인 인식을 받고 있기 때문에 이를 제품 마케팅에 잘 활용하는 것이 좋습니다.

Q18. 태국에 진출하고자 하는 한국 중소 규모 건강식품 브랜드에 조언을 해주실 수 있나요?

한국은 뷰티 제품으로 잘 알려져 있기 때문에 기업 내부에서부터 뷰티 보충제, 뷰티 인앤아웃 제품 등 뷰티 제품에 대한 타당성 조사를 진행해 보는 것을 추천합니다. 다음으로, 태국 진출을 위한 브랜드 스토리를 만들어 보는 것을 권합니다. 수출국에서도 고객과 감정적인 교감을 형성해야 한다는 것을 잊어서는 안 됩니다. 좋은 브랜드 스토리는 공유하고 또 공유하는 것이 좋습니다. 또한, 포장이 구매 결정에 영향을 미친다고 말하는 소비자들이 매우 많기 때문에 패키징에 신경 써야 할 필요가 있습니다. 이외에도, 매크로 인플루언서, 마이크로 인플루언서, 나노 인플루언서 등 다양한 인플루언서 계층을 활용하여 브랜드 및 제품에 관한 영향력을 높일 수도 있습니다. 마지막으로, 온라인과 오프라인 채널 형성에 균형 있는 투자가 필요합니다. 온라인의 경우, 쇼피(Shopee)나 라자다(Lazada) 등 주요 이커머스 플랫폼에 공식 매장을 설립할 필요가 있으며, 인플루언서 및 실제 사용자들의 리뷰를 증대해 온라인 채널을 통한 검색량을 높일 수 있습니다. 오프라인의 경우, 예산을 절약하고 접근성을 높이기 위해 편의점을 통한 유통이 효율적일 것으로 보입니다.



해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈

※ 부록

1. 잠재 바이어 리스트
2. 주요 소재 국내 사용 기준

1) 잠재 바이어 리스트

1. 중국 ① Watsons China

기본 정보	기업명	Watsons Chin
	기업 홈페이지	www.watsons.com.cn
	본사 소재지	중국 광둥
	연락처	(-)
	이메일 주소	bd@watsons.com.cn
	담당자	Ms. Lin (Director)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1989

② BHG Market Place

기본 정보	기업명	BHG Market Place
	기업 홈페이지	www.beijing-hualian.com
	본사 소재지	중국 베이징
	연락처	(+86) 10 6834 1188
	이메일 주소	contactus@beijing-hualian.com
	담당자	Mr. Wang (Purchasing Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1997

③ Cheery International Trade Limited

기본 정보	기업명	Cheery International Trade Limited(深圳市旗睿优胜国际贸易有限公司)
	기업 홈페이지	shop17tn1602958r6.1688.com
	본사 소재지	중국 심천
	연락처	(+86) 191 2953 1069
	이메일 주소	435019609@qq.com
	담당자	Xie Bin (谢斌) (Manager)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	2015

④ Sam's Club

기본 정보	기업명	Sam's Club
	기업 홈페이지	www.samsclub.cn
	본사 소재지	중국 선전
	연락처	(+86) 400 6336 868
	WeChat	WeChat ID: samsclub_china
	담당자	Jeff Kung (Senior Merchandising Director)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	1996

⑤ Hema Xiansheng

기본 정보	기업명	Hema Xiansheng (盒马鲜生)
	기업 홈페이지	www.freshippo.com
	본사 소재지	중국 선전
	연락처	(+86) 9510217
	WeChat	WeChat ID: hema-xiansheng
	담당자	Huang Lina (黄丽娜) (General Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2015

⑥ Ole'

기본 정보	기업명	Ole'(华润万家)
	기업 홈페이지	www.crvole.com.cn
	본사 소재지	중국 선전
	연락처	(+86) 0755 8629 8208
	WeChat	WeChat ID: crvole
	담당자	Eric (陈栋) (Senior Purchasing Manager)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	2004

⑦ Hypermart

기본 정보	기업명	Hypermart (步步高)
	기업 홈페이지	www.bbg.com.cn/a/zhaoshanghezuo/chaoshizhaoshang
	본사 소재지	중국 후난
	연락처	(+86) 0731-52339847
	이메일 주소	1220753568@qq.com
	담당자	Manager
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	1995

⑧ Yonghui Superstores

기본 정보	기업명	Yonghui Superstores (永辉超市)
	기업 홈페이지	www.yonghui.com.cn
	본사 소재지	중국 푸저우
	연락처	(+86) 400 060 1933
	이메일 주소	4000601933@yonghui.cn
	담당자	Li Xiaoling (力晓玲) (Assistant Purchasing Director)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	2001

⑨ RT-Mart

기본 정보	기업명	RT-Mart (大润发)
	기업 홈페이지	www.rt-mart.com.cn
	본사 소재지	중국 상해
	연락처	(+86) 021-31078998
	이메일 주소	gu.xiaobei@auchan.com
	담당자	Zhang Qingsong (张青松) (Purchasing Manager)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	1996

⑩ Lianhua Supermarket

기본 정보	기업명	Lianhua Supermarket (联华超市)
	기업 홈페이지	www.zilianhua.com
	본사 소재지	중국 상해
	연락처	(+86) 215 262 9922
	이메일 주소	zichanbu@chinalh.com
	담당자	Su Jie (苏洁) (Purchasing Manager)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	1991

2. 대만 ① TOONG YEUAN ENTERPRISE CO., LTD (잠재바이어)

기본 정보	기업명	TOONG YEUAN ENTERPRISE CO., LTD
	기업 홈페이지	www.toongyeuan.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 2 28839880
	이메일 주소	a9270363@gmail.com
	담당자	Mr. Chang (R&D Manager)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	1987

② Amway (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Amway
	기업 홈페이지	web.amway.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+02) 2175-5166
	이메일 주소	pleasance6@gmail.com
	담당자	Ms. Yang (Marketing Supervisor - Nutrition & Wellness)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1982

③ Giant Pharm Trading Inc (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Giant Pharm Trading Inc
	기업 홈페이지	www.giantpharm.com.tw
	본사 소재지	대만 난터우
	연락처	(+886) 49-2317378
	이메일 주소	giantpharm@giantpharm.com.tw
	담당자	Mr. Li (Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1960

④ Cosmed (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Cosmed
	기업 홈페이지	shop.cosmed.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 2 77297300
	Line	Line ID: @cosmedeshop
	담당자	Ms. Liu (Merchandise Division Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1997

⑤ Watsons Taiwan (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Watsons Taiwan
	기업 홈페이지	www.watsons.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 2 2742 1234
	이메일 주소	chrissyli@watsons.com.tw
	담당자	Ms. Li (Senior Buyer)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1987

⑥ Poya (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Poya
	기업 홈페이지	www.poya.com.tw
	본사 소재지	대만 타이난
	연락처	(+886) 80 003 3168
	이메일 주소	fin888@poya.com.tw
	담당자	Mr. Shen (Vice General Manager & CFO)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1985

⑦ Xiaosanmeiri (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Xiaosanmeiri (小三美日)
	기업 홈페이지	www.s3.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 04-777-1168
	이메일 주소	s3service@s3.com.tw
	담당자	Mr. Li (Overseas Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2011

⑧ Matsumotokiyoshi Taiwan (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Matsumotokiyoshi Taiwan
	기업 홈페이지	www.matsumotokiyoshi-tw.com
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 2 2721 2518
	이메일 주소	(-)
	담당자	Mr. Li (Registered Pharmacist)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2018

⑨ LAC (잠재바이어)

기본 정보	기업명	LAC
	기업 홈페이지	www.lac.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 800 050 668
	이메일 주소	hello@lac.com.tw
	담당자	Mr. Hung (Operations Manager)
	기업 유형	온라인 유통업체
	설립년도	1997

⑩ Nutrimate – Jinghua Biotechnology Co., Ltd. (잡재바이어)

기본 정보	기업명	Nutrimate – Jinghua Biotechnology Co., Ltd.
	기업 홈페이지	www.nutrimate.com.tw
	본사 소재지	대만 타이페이
	연락처	(+886) 2 2511 8858
	이메일 주소	service@chinghwa.com.tw
	담당자	Mr. Liu (Store Manager)
	기업 유형	수입유통업체
	설립년도	1981

3. 태국 ① Lemonfarm (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Lemonfarm
	기업 홈페이지	www.lemonfarm.com
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+088) 008 3110
	이메일 주소	info.lemonfarm@gmail.com
	담당자	Mrs. Suwanna (Owner)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2003

② Boots Retail (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Boots Retail
	기업 홈페이지	store.boots.co.th
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 2 269 9599
	이메일 주소	contact.us@bootsrt.com
	담당자	Mr. Maneesorn (Social Media & Brand Communication Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1997

③ Pure Pharmacy by Big C Thailand (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Pure Pharmacy by Big C Thailand
	기업 홈페이지	corporate.bigc.co.th/promotions-purepharmacy
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 2 655 0666
	이메일 주소	purevaluecard@bigc.co.th
	담당자	Mrs.Yingyuen (Commercial Director)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1993

④ Organic Village (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Organic Village
	기업 홈페이지	organic-village.co.th
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 2 658 0932
	Line	order@organic-village.co.th
	담당자	Mrs. Nattrakullert (Sales Representative)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2022

⑤ Watsons Thailand (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Watsons Thailand
	기업 홈페이지	www.watsons.co.th/th/
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 9 2281 2554
	이메일 주소	services@watsons.co.th
	담당자	Mrs. Saranporn A (Communications Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1841

⑥ Pharmax (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Pharmax
	기업 홈페이지	pharmaxshop.com
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 2-4089748
	Line	Line ID: pharmax009
	담당자	Mr. Boonyapakdi (Registered Pharmacist)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2011

⑦ Healthy Max Thailand (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Healthy Max Thailand
	기업 홈페이지	www.healthymax.co.th
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 2 138 3838
	이메일 주소	info@healthymax.co.th
	담당자	Mr. Yamdee (Store Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	(-)

⑧ Save Drug Center Co., Ltd. (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Save Drug Center Co., Ltd.
	기업 홈페이지	www.savedrug.co.th
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 6 4181 0179
	이메일 주소	sdc.marketing@savedrug.co.th
	담당자	Mr. Pusayasenee (Digital E-Commerce)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	2017

⑨ Drug Care Company Limited (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Drug Care Company Limited
	기업 홈페이지	lablivehealthy.com
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 2 231 3465 68
	이메일 주소	e-commerce@drugcare.co.th
	담당자	Mr. Jiragawasan (Store Manager)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	1990

⑩ Bangkok Drugstore (잠재바이어)

기본 정보	기업명	Bangkok Drugstore
	기업 홈페이지	bangkokdrugstore.com/contact-us
	본사 소재지	태국 방콕
	연락처	(+66) 02 266 6108
	이메일 주소	info@bangkokdrugstore.com
	담당자	Ms. Suvannakatka (Registered Pharmacist)
	기업 유형	소매업체
	설립년도	(-)

2) 주요 소재 국내 사용 기준⁹⁸⁾⁹⁹⁾

① 표고버섯 (개별인정원료)

	등록일	제목
개별 인정 현황	2008.06.25	표고버섯균사체추출물분말((주)마그나스후디스, 제2009-3호)
	2008.02.11	HK표고버섯균사체((주)HK바이오텍, 제2010-35호)
	2008.02.11	표고버섯균사체 AHCC((주)케이씨에프코리아, 제2008-78호)
국내 사용 기준 100)	제2009-3호	<ul style="list-style-type: none"> ○ 원료명 : 표고균사체추출물분말 ○ 인정번호 : 제2009-3호(2009.02.02) ○ 업체 : (주)마그나스후디스 ○ 기능성내용 : 간 건강에 도움을 줄 수 있음 ○ 일일섭취량 : 표고버섯균사체추출물분말로서 1.8 g/일

② 로즈마리 (개별인정원료)

	등록일	제목
개별 인정 현황	2021.12.31	로즈마리추출물등복합물(대한캠텍(주), 제2021-18호)
	2020.02.06	로즈마리자몽추출물등복합물((Nutroxsun)((주)비엘헬스케어, 제2019-25호)
국내 사용 기준 101)	제2021-18호	<ul style="list-style-type: none"> ○ 원료명 : 로즈마리추출물등복합물 ○ 인정번호 : 제2021-18호(2021.12.27.) ○ 업체명 : 대한캠텍(주) ○ 기능성내용 : 자외선에 의한 피부손상으로부터 피부 건강 유지에 도움을 줄 수 있음 ○ 일일섭취량 : 로즈마리추출물등복합물로서 225 mg/일 ○ 섭취 시 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 영유아, 어린이, 임산부 및 수유부는 섭취에 주의 - 특정질환(알레르기 체질 등)이 있는 분은 섭취에 주의 - 이상사례 발생 시 섭취를 중단하고 전문가와 상담할 것 - 흡연자는 섭취 시 전문가와 상담할 것 - 과다 섭취 시 일시적으로 피부가 황색으로 변할 수 있음

98) 식품안전나라 건강기능식품 원료별 정보

99) 본 보고서에서 다룬 주요 소재 중 브로콜리, 시금치, 옥수수 전분, 사과 펙틴은 한국 기능성 원료나 개별인정원료 및 영양성분으로 확인되지 않음(2023.11.29. 기준)

100) 가장 최근에 등록된 기업의 사용 기준을 기재함

101) 가장 최근에 등록된 기업의 사용 기준을 기재함

③ 프로바이오틱스 (기능성 원료)¹⁰²⁾

2-51 프로바이오틱스

1) 제조기준

(1) 원재료 : 다음의 미생물 또는 이를 혼합한 균과 균 또는 배양체를 배양시키기 위한 배지 및 보호제

	종 류(학 명)
Lactobacillus	<i>L.acidophilus, L.casei, L.gasseri, L.delbrueckii ssp. bulgaricus, L.helveticus, L.fermentum, L.paracasei, L.plantarum, L.reuteri, L.rhamnosus, L.salivarius</i>
Lactococcus	<i>Lc. lactis</i>
Enterococcus	<i>E.faecium, E.faecalis</i>
Streptococcus	<i>S.thermophilus</i>
Bifidobacterium	<i>B.bifidum, B.breve, B.longum, B.animalis ssp. lactis</i>

고시 제2021-65호(2021.7.29.), 시행일(2024.1.1.)

(1) 원재료 : 다음의 미생물 또는 이를 혼합한 균과 균 또는 배양체를 배양시키기 위한 배지 및 보호제

	종 류(학 명)
<i>Lactobacillus</i>	<i>L.acidophilus, L.gasseri, L.delbrueckii ssp. bulgaricus, L.helveticus</i>
<i>Lacticaseibacillus</i>	<i>L.casei, L.paracasei, L.rhamnosus</i>
<i>Limosilactobacillus</i>	<i>L.fermentum, L.reuteri</i>
<i>Lactiplantibacillus</i>	<i>L.plantarum</i>
<i>Ligilactobacillus</i>	<i>L.salivarius</i>
<i>Lactococcus</i>	<i>Lc.lactis</i>
<i>Enterococcus</i>	<i>E.faecium, E.faecalis</i>
<i>Streptococcus</i>	<i>S.thermophilus</i>
<i>Bifidobacterium</i>	<i>B.bifidum, B.breve, B.longum, B.animalis ssp. lactis</i>

(2) 제조방법

(가) (1)의 원재료를 이용하여 배양하거나 배양·건조하여 제조하여야 하며, 배양하여 제조하는 경우에는 「식품의 기준 및 규격」의 발효유류(발효유분말 제외)의 제조·가공기준 및 규격(대장균군, 살모넬라,

102) 기능성 원료 외에도 총 16개 기업에서 2013년까지 프로바이오틱스 소재를 개별 인정 받았으며 가장 최근에 등록된 기업의 사용 기준을 기재함

리스테리아모노사이토제네스, 황색포도상구균만 해당한다)에 적합
하여야 함

- (나) *Enterococcus* 속 균주는 항생제 내성 유전자 및 독성 유전자가 없는 경우에 한하여 사용 가능함
- (3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : 생균을 100,000,000 CFU/g 이상 함유하고 있어야 함

고시 제2021-65호(2021.7.29.), 시행일(2024.1.1.)

(3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : 생균을 100,000,000(1억) CFU/g 이상 함유하고 있어야 함

2) 규격

- (1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이미·이취가 없어야 함
- (2) 프로바이오틱스 수 : 표시량 이상
- (3) 대장균군 : 음성

3) 최종제품의 요건

- (1) 기능성 내용 : 유산균 증식 및 유해균 억제·배변활동 원활·장 건강에 도움을 줄 수 있음
- (2) 일일섭취량
100,000,000 ~ 10,000,000,000 CFU

고시 제2021-65호(2021.7.29.), 시행일(2024.1.1.)

(2) 일일섭취량
100,000,000(1억) ~ 10,000,000,000(100억) CFU

(3) 섭취 시 주의사항

- (가) 질환이 있거나 의약품 복용 시 전문가와 상담할 것
- (나) 알레르기 체질 등은 개인에 따라 과민반응을 나타낼 수 있음
- (다) 어린이가 함부로 섭취하지 않도록 일일섭취량 방법을 지도할 것
- (라) 이상사례 발생 시 섭취를 중단하고 전문가와 상담할 것

4) 시험법

- (1) 성상 : 제 4. 2-7 성상시험법
- (2) 프로바이오틱스 수 : 제 4. 3-57 유산균수, 3-58 유산간·구균 및 비피더스균
- (3) 대장균군 : [별표 4] 참조

④ 루테인 (개별인정원료)

	등록일	제목
개별 인정 현황	2022.09.30	루테인지아잔틴추출복합물(안국건강 주식회사, 제2022-29호)
	2022.01.10	루테인지아잔틴추출복합물(주)디에스엠뉴트리션코리아, 제2021-21호)
	2019.09.16	루테인지아잔틴복합추출물(고려은단(주), 제2019-16호)
	2018.11.14	루테인지아잔틴복합추출물((주)노바렉스, 제2018-11호)
	2018.04.18	루테인지아잔틴복합추출물(대한캠텍(주), 제2018-4호)
	2013.09.26	루테인지아잔틴복합추출물20%((주)노바렉스, 제2013-23호)
	2013.07.08	루테인/지아잔틴복합추출물(주)렉스진바이오텍, 제2008-66호)
	2013.02.25	루테인 에스테르(한국암웨이(주), 제2012-22호)
국내 사용 기준 103)	제2022-29호	<ul style="list-style-type: none"> ○ 원료명 : 루테인지아잔틴추출복합물 ○ 인정번호 : 제2022-29호(2022.9.5.) ○ 업체명 : 안국건강 주식회사 ○ 기능성내용 : 노화로 인해 감소될 수 있는 황반색소밀도를 유지하여 눈 건강에 도움을 줄 수 있음 ○ 일일섭취량 : 루테인과 총지아잔틴의 합으로서 12 mg/일 ○ 섭취 시 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 영유아, 어린이, 임산부 및 수유부는 섭취에 주의할 것 - 과다 섭취 시 일시적으로 피부가 황색으로 변할 수 있음 - 이상사례 발생 시 섭취를 중단하고 전문가와 상담할 것 - 흡연자는 섭취 시 전문가와 상담할 것

103) 가장 최근에 등록된 기업의 사용 기준을 기재함

⑤ 녹차 (기능성 원료)¹⁰⁴⁾

2-6 녹차추출물

1) 제조기준

- (1) 원재료 : 녹차(*Camellia sinensis*, *Thea sinensis*) 잎
- (2) 제조방법 : 상기 (1)의 원재료를 물 또는 주정(물·주정 혼합물 포함), 초산에틸로 추출 후 여과하여 제조하여야 함
- (3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : 카테킨을 200 mg/g 이상 함유하고 있어야 함. 카테킨은 에피갈로카테킨((-)-epigallocatechin, EGC), 에피갈로카테킨갈레이트((-)-epigallocatechin gallate, EGCG), 에피카테킨((-)-epicatechin, EC) 및 에피카테킨갈레이트((-)-epicatechin gallate, ECG) 합계량으로 환산하며 4가지 카테킨이 모두 확인되어야 함. 다만, 최종제품의 경우 4가지 카테킨을 모두 확인할 필요는 없음

2) 규격

- (1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이미·이취가 없어야 함
- (2) 카테킨
 - (가) 원료성 제품 : 표시량 이상
 - (나) 최종제품 : 표시량의 80~120%
- (3) 에피갈로카테킨갈레이트((-)-epigallocatechin gallate, EGCG)(mg) : 일일섭취량 중 300 이하
- (4) 카페인(mg/kg) : 50,000 이하
- (5) 잔류용매(mg/kg) : 50.0 이하(초산에틸을 사용한 경우)
- (6) 대장균군 : 음성

3) 최종제품의 요건

- (1) 기능성 내용 : 항산화·체지방 감소·혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있음
- (2) 일일섭취량
카테킨으로서 0.3~1 g
- (3) 섭취 시 주의사항
 - (가) 어린이, 임산부 및 수유부는 섭취를 피할 것
 - (나) 간질환이 있거나 의약품 복용 시 전문가와 상담할 것
 - (다) 카페인이 함유되어 있어 초조감, 불면 등을 나타낼 수 있음
 - (라) 식사 후 섭취할 것
 - (마) 카페인을 함유한 식품의 섭취에 주의할 것
 - (바) 이상사례 발생 시 섭취를 중단하고 전문가와 상담할 것

104) 기능성 원료 외에도 2022년 12월 ㈜아모레퍼시픽에서 열처리녹차추출물을 개별인정원료로 승인 받음

4) 시험법

- (1) 성분 : 제 4. 2-7 성분시험법
- (2) 카테킨 : 제 4. 3-46 카테킨
- (3) 카페인 : 제 4. 2-5-2 카페인
- (4) 잔류용매 : 제 4. 2-5-5 초산에틸
- (5) 대장균군 : [별표 4] 참조

⑥ 강황 (개별인정원료)

개별 인정 현황	등록일	제목
	2023.04.10	강황추출물(㈜아리바이오, 제2023-5호)
	2014.02.19	강황추출물(티마신)(㈜세광에스티코퍼레이션, 제2014-2호)
국내 사용 기준 105)	제2022-29호	<ul style="list-style-type: none"> ○ 원료명 : 강황추출물 ○ 인정번호 : 제2023-5호(2023.03.27.) ○ 업체명 : (주)아리바이오 ○ 기능성내용 : 근력개선에 도움을 줄 수 있음 ○ 일일섭취량 : 강황추출물로서 250 mg/일 ○ 섭취 시 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 영·유아, 어린이, 임산부 및 수유부는 섭취를 피할 것 - 특정질환(알레르기 체질 등)이 있는 분은 섭취에 주의 - 이상사례 발생 시 섭취를 중단하고 전문가와 상담할 것 - 제안된 섭취량 이상 섭취 시 소화불량, 위장장애, 메스꺼움, 위산역류 등이 있을 수 있음 - 질환이 있거나 의약품 복용 시 전문가와 상담할 것 - 수술 전후에는 섭취에 주의

105) 가장 최근에 등록된 기업의 사용 기준을 기재함

⑦ 영지버섯 (기능성 원료)

2-48 영지버섯 자실체 추출물

1) 제조기준

- (1) 원재료 : 영지버섯(*Ganoderma lucidum* 또는 *Ganoderma tsugae*) 자실체
- (2) 제조방법 : 상기 (1)의 원재료를 열수로 추출한 후 여과·농축하여 제조하여야 함
- (3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : 베타글루칸을 10 mg/g 이상 함유하고 있어야 함

2) 규격

- (1) 색상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이미·이취가 없어야 함
- (2) 베타글루칸 (기타원료에서 유래되는 베타글루칸을 구분하여 표시하여야 함)
 - (가) 원료성 제품 : 표시량 이상
 - (나) 최종제품 : 표시량의 80~120%
- (3) 대장균군 : 음성

3) 최종제품의 요건

- (1) 기능성 내용 : 혈행 개선에 도움을 줄 수 있음
- (2) 일일섭취량 : 베타글루칸으로서 24~42 mg

4) 시험법

- (1) 색상 : 제 4. 2-7 색상시험법
- (2) 베타글루칸 : 제 4. 3-25 베타글루칸
- (3) 대장균군 : [별표 4] 참조

⑧ 달맞이꽃 (기능성 원료)

2-15 달맞이꽃종자 추출물

1) 제조기준

- (1) 원재료 : 달맞이꽃(*Oenothera biennis*)의 종자
- (2) 제조방법 : 상기 (1)의 원재료를 압착 또는 헥산으로 탈지하고 주정(물·주정 혼합물 포함)으로 추출한 후 여과, 농축하여 제조하여야 함
- (3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : PGG(Penta-O-galloyl beta-D-glucose)가 20 mg/g 이상 함유되어 있어야 함

2) 규격

- (1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이미·이취가 없어야 함
- (2) PGG
 - (가) 원료성 제품 : 표시량 이상
 - (나) 최종제품 : 표시량의 80~120%
- (3) 헥산(mg/kg) : 5.0 이하 (사용한 경우에 한함)
- (4) 중금속
 - (가) 납(mg/kg) : 1.0 이하
 - (나) 카드뮴(mg/kg) : 0.5 이하
 - (다) 수은(mg/kg) : 0.5 이하
 - (라) 비소(mg/kg) : 1.0 이하
- (5) 대장균군 : 음성

3) 최종제품의 요건

- (1) 기능성 내용 : 식후 혈당상승 억제에 도움을 줄 수 있음
- (2) 일일섭취량
PGG로서 4~8.4 mg

4) 시험법

- (1) 성상 : 제 4. 2-7 성상시험법
- (2) PGG : 제 4. 3-64 PGG(Penta-O-galloyl beta-D-glucose)
- (3) 잔류용매 : [별표 4] 참조
- (4) 납, 카드뮴, 수은, 비소 : [별표 4] 참조
- (5) 대장균군 : [별표 4] 참조

⑩ 당귀 (개별인정원료)

	등록일	제목
개별 인정 현황	2023.08.30	참당귀·녹용·황기 복합추출물(광동제약주식회사, 제2023-23호)
	2023.07.27	녹용당귀등 복합추출물(광동제약주식회사, 제2023-16호)
	2014.09.12	참당귀추출분말(Nutrigen)(주)뉴트라젠, 제2014-44호)
	2013.07.08	헤모힘 당귀등 혼합추출물(콜마비엔에이치(주), 제2006-17호)
	2008.02.11	당귀등추출복합물(대웅 바이오(주), 제2011-3호)
	2008.02.11	참당귀주정추출분말(주)사이제닉, 제2004-6호)
	국내 사용 기준 107)	제2023-23호

107) 가장 최근에 등록된 기업의 사용 기준을 기재함

해외 유망 기능성 소재 정보제공 시리즈 (2/2)

글로벌 건강기능식품 트렌드 & 기능성 소재

Global Supplements Trends & Functional Ingredients