

로 일반 식품의 공통성을 구비하고 인체의 기능을 조절할 수 있으며 특정인들의 식용에 적합하지만 질병 치료 목적으로 사용되는 것은 아니다. 중국은 2012년 9월 ‘食藥同源’정책에 따라 5년근 이하의 인삼을 식품의 재료 또는 부재료로 쓸 수 있도록 하여 인삼소비가 증가할 수 있도록 기틀을 마련하였다.

1995년 국가기술 감독국이 공포한 「인삼 가공제품 등급 품질 표준」에 의하면 인삼은 홍삼(紅參), 생채삼(生晒參), 활성삼(活性參), 보선삼(保鮮參) 등으로 구분된다. 그 내용은 다음과 같다.

표 59. 등급 품질 표준에 따른 인삼구분

| 종 류 | 특 성   |
|-----|---|
| 홍 삼 | 모압홍삼(摸壓紅參)과 홍삼(紅參)으로 구분하고 날개로 유통되며 약재상에서 중량을 측정하여 판매함                 |
| 생채삼 | 한국의 피부백삼 및 생 건삼과 유사하게 가공된 건삼이며 포장되지 않은 상태로 약재상에서 무게를 측정하여 판매함         |
| 활성삼 | 동결 건조한 삼으로 세미(뿌리털)까지 붙어 있는 것, 세미가 붙어 있지 않은 것, 동체만으로 구성된 것 등 세 가지가 유통됨 |
| 보선삼 | 수삼을 보선제(신선도 유지제)로 처리 후 비닐 포장을 한 제품으로 우리나라에서는 가공하지 않음                  |

\* 자료: 한국 인삼의 중국수출 확대를 위한 +ALPHA 전략, 북경 aT센터 2014

## (2) 중국의 인삼 유통

인삼의 유통은 중의약방(약국)과 보건식품전문점이 대표적이다. 인터넷 쇼핑몰에서의 판매량도 늘어나고 있는 추세지만 고가상품이며 진품을 사고 싶다는 욕구가 강한 품목이기에 여전히 오프라인 판매가 주를 이루고 있다. 약국과 보건식품 전문점을 통한 판매가 66%가량 차지를 차지한다(표 60).

보건식품 전문점은 약국허가를 취득하지 않았지만, 제한적으로 건강보조식품을 파는 매장이자다. 건재 약재상도 보건식품을 파는 전문점이다. 소비자들이 인삼을 약재로 인식하고 있는 만큼 품질이 보장되고 믿을 수 있는 약국에서 구입하는 경우가 많다. 특히 지명도가 높은 약국 체인에서의 구매가 두드러진다.

표 60. 인삼구매채널

| 유통채널     | 약국 | 보건식품 전문점 | 대형마트 | 백화점 | 기타 |
|----------|----|----------|------|-----|----|
| 판매점유율(%) | 37 | 29       | 15   | 10  | 9  |

\* 자료 : 상무부, 2013

소비자들은 인삼을 구매할 때 가짜제품 구매를 하지 않기 위해 유통망의 신뢰도를 구매의 중요한 판단기준으로 삼고 있다. 2012년 인삼관련 규정이 완화된 이후 인삼의 식품화가 이뤄지고 있어서 대형마트와 백화점에서의 판매량이 늘어날 것으로 예상된다. 실제 대형마트와 백화점 등 유통인구가 많고 충동 구매율이 높은 곳에서의 판매가 증가하고 있으며, 지명도를 갖춘 대형