

대대적으로 홍보하고 있다. 장춘을 통하는 고속도로 광고탑에는 “중국인삼은 세계로 나아간다”(中國人蔘走向世界)는 대형 글자로 선전하고 있었다.

길림성은 “長白山 人蔘回復 工程”을 통해 자체 브랜드로서 “장백산 인삼”(창바이산 인삼)을 만들고 2010년 이후 세계 92개국에 등록하였다. 長白山 인삼이란 규정을 만들고 이에 적합해야 브랜드 명을 사용할 수 있도록 하였다. 뿐만 아니라 2012년 9월 5년 근 이하의 인삼을 “신 자원식품”으로 분류하고 중국내 인삼소비의 촉진을 시도하고 있으나 아직은 식품으로서 슈퍼마켓이나 일반시장에 인삼판매가 일반화되어 있지 않았고 한약방에서 판매가 주를 이루었다. 지금까지 약용으로만 사용해 오던 인삼이 식용으로 이용하기에는 아직 인삼가격이 높아 구입할 만한 소득이 안 되기 때문이다. 1인당 GDP가 2만 달러가 넘고 인삼공급이 보다 원활하게 된다면 실질적인 인삼수요는 보다 많이 증가할 것으로 예측되는 것이다. 길림성은 지난 3년간(2011-13), 장백산 일대 280만㎡에 인삼 종자 9톤을 살포하는 등 우수 인삼재배를 국가 주요정책으로 추진하고 있다. 자연 재배한 고품질 인삼으로 세계 인삼시장을 장악할 의도로 보인다. 한국의 자원관리가 허술한 틈을 노려, 중국은 2014. 4월, 국제표준화기구(ISO)에 고려인삼을 ‘전통 중국 약품’으로 등재하기까지 하였다.

인삼재배에 있어서는 엄격한 종자관리와 ‘우수농산물관리제도’(GAP)를 도입해 품질 향상에 노력하고 있다. 한국을 벤치마킹하여 재배, 가공, 상품의 브랜드화를 강력하게 추진하고 1980년대 중반부터 무송에서 수차례의 인삼축제를 열어 “인삼의 주산지”라는 인식을 부각시키고 있다. 무송현에 있는 “萬良人蔘市場”은 1989년 개설되었으나 2005년 현재 위치 5.2ha에 이전 건립되었다. 2008년 수삼 교역동 0.87ha, 건삼교역구역 0.85ha, 정품(精品)교역구역 1.37ha, 생활구역과 행정구역 0.3ha를 완성하였다. 거래량은 약 4만 톤, 거래량은 20억 위안, 건삼교역 10,500톤 거래액 31억 위안(2010)으로 추정하고 있다. 중국 인삼의 본향은 무송현(中國人蔘之鄉 撫松)이라고 선전하고 있다. 무송현에는 2008년 세계최초 중국인삼박물관(中國人蔘博物館)을 개관하였다. 2,200㎡의 지상 2층 건물로 인삼의 역사, 품종, 종자번식, 신약개발, 다양한 인삼제품 등을 전시하고 있었다.

(2) 중국인삼과 가공품의 유통

중국은 인삼 또는 추출물을 원료로 이용하는 210개의 제약회사가 있고 제품의 종류는 한국이 생산하고 있는 대부분의 건강식품, 보조식품, 화장품등 100여종 이상이 있는 것으로 파악되고 있다. 특히 인삼과 야생약초를 이용하여 암 치료약을 연구개발하고 있다.

표 3.1-8은 과거 2008년 이후 5년간의 중국인삼 생산액 추이를 보여준다. 명목상의 증가이기는 하나 2012년의 227억 7천만 위안의 생산액은 2008년에 비해 3배 이상의 증가로 해마다 주목할만한 증가세를 나타내고 있다. 인삼의 생산은 주로 동북3성이나 인삼소비는 주로 상해, 광둥성, 복건성, 강서성, 절강성 등 보양식을 선호하는 남부지역에서 집중되고 있다는 사실이다.

표 54. 연도별 중국인삼 생산액 추이(2008-2012)

구 분	2008	2009	2010	2011	2012
생산액(億元)	75.7	99.0	141.3	196.3	227.7
증가율(%)	28.5	30.8	42.7	38.9	16.0

자료: 中國 國家統計局 2013