

약국 체인이 진출하지 않았거나 약국수가 적은 도시에서는 백화점과 마트의 판매가 높은 편이다. 다만 일반 대중이 구매하여 보양식을 만들어 먹기에는 일반인들의 소득수준이 낮다는 점이다.

중국의 인삼시장에서 인삼가공식품이 서서히 자리를 잡아가고 있기 때문에 향후 5년근 이하의 인삼을 원료로 한 가공식품의 대형 마트 내 입점이 가능해 지면, 대형마트 채널비중이 확대될 것으로 보인다. 이와 함께 인터넷쇼핑몰에서의 판매도 생겨나는 추세로 전문 인삼판매 사이트도 속속 개설되고 있다.

(3) 주요 인삼 브랜드

중국의 中國品牌網은 2013년 중국내 10대 인삼 브랜드를 발표했다. 사이트가 자체적으로 매출액, 유통망, 브랜드 파워 등을 고려해 선정하였다. 10대 인삼브랜드에는 대부분 장백산에 대규모 농장을 두고 있는 업체들이었으며 우리나라의 정관장도 10대 브랜드에 포함되었다.

표 61. 중국의 대표 인삼 브랜드

회 사	특 징
신카이허 (新開河)	신카이허는 백두산을 수원으로 한 70km 길이의 강이름. 集安시내에 위치. 이 업체의 제품 브랜드명이 '신카이허'. 주재배지는 압록강주변, 이 일대는 인삼재배에 용이한 지형으로 인삼재배역사가 오래됨. 상품: 홍삼, 백삼, 야산삼, 서양삼, 녹용, 보건식품, 토산품 등 300여 가자 제품
이성 (益盛)	길림성 集安시에 기반을 둔 이성제약의 인삼브랜드. 1997년 창립. 상하이증시에 상장. 국가중점 신기술 기업, 국가생물 의약산업. 장백산에서 장백산인삼과 서양삼을 함께 재배/생산. 중국 전역 30개 성급 도시에 영업센터, 200개 도시에 영업소 운영.
정관장 (正官庄)	115년의 전통. 대만, 일본, 미국 등 세계 60여 개 국가에 진출했으며 '09년 중국 진출. 중국내에서도 '한국의 명품'이라는 인식. 중국본사는 상하이에 있고, 베이징, 샤먼, 항저우, 선전 등 중국 전역 32개의 전문판매점을 보유
진리화 (金立華)	輝春華瑞삼업생물공정유한공사의 인삼브랜드로 2006년 설립. 두만강 하구 훈춘 일대에 서양삼도 동시 재배. 양식, 연구개발, 생산, 판매를 일체화시킨 기업. 인삼류를 비롯해 기능성식품, 인삼식품, 인삼음료, 인삼화장품, 인삼일상용품 등을 제조판매
통런탕 (同仁堂)	베이징시 정부가 소유하고 있는 국영기업. 1669년 창립됐으며 345년의 역사. 통런탕의 약품 제조기술은 중국 무형문화재로 지정되어 있으며 해외 40개 나라에 진출. 중국 전역에 1,500여개의 판매점 및 130여개 의료기관을 보유. 모든 형태의 원지삼과 가공식품 판매.
즈신 (紫鑫)	1998년 설립된 吉林紫鑫藥業주식유한공사의 홍삼 브랜드. 연구개발, 제조, 생산, 가공, 판매조직을 갖추고 있음. 인삼절편, 캡슐, 드링크, 환 등의 가공품을 주력상품으로 판매.
아오둥 (敖東)	1993년 설립. 1996년 선전거래소에 상장되었으며, 산하에 9개의 자회사와 3개의 영업법인, 3개의 가공공장, 2개의 고급건강식품회사 보유. 인삼을 원료로 한 심리 안정제품, 혈액순환 촉진제품, 건강보조 제품 등이 주력상품
룽바오 (龍寶)	龍寶參茸주식유한공사의 인삼브랜드. 인삼, 서양삼, 백삼, 고려삼, 동충하초 등 보양식품과 중약재 제품을 생산판매. 산삼 재배도 겸하고 있음.
허산탕 (和善堂)	1998년 설립된 길림성홍주허산탕(宏久和善堂)인삼유한공사의 인삼브랜드. 길림성 푸송(撫松)현을 기반의 업체. 인삼엑기스, 인삼절편 등을 제조판매.
황평선 (皇封參)	장백산 황삼(皇封)삼업유한공사의 기원은 1677년. 1956년 국영기업으로 재탄생. 유래가 깊고 브랜드가치가 높아 고가에 판매되며 프리미엄 제품으로 자리 잡음

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