



2005.02.23

의약품산업의 중국시장 진출 전략

목차

1. 시장 현황
2. 진출 전략

내용문의
한국보건산업진흥원 수출통상팀
(02-2194-7315, dolm @ khidi.or.kr)

□ 의약품산업의 중국시장 진출 전략

○ 중국 의약품산업 시장현황

● 중국의약품 시장 성장률(매출액 기준)

(단위:억위안(RMB))

연도	1997	1999	2001
매출액	608	923	1,260
(증가율)	14.2%	18.8%	16.2%

※ 자료원 : 중국 국가약품감독관리국, '2002년 중국의약품시장 전망', 2002.

- 중국의약품기업관리협회에 따르면 중국의약품산업은 최근 몇 년간의 구조조정을 통하여 생산 집중도 및 생산효율이 제고되고 있음(China Economic Review, 2003)
- 1999년 전국의약품상품판매 100대기업은 전체판매량의 35.1%밖에 점유하지 못했으나 2002년 48%로 증가하였으며, 100대기업의 전국매출에서 차지하는 이윤도 1999년 51.1%에서 2002년 60%로 그 비중이 늘어나 기업간 우열에 의한 생산집중 현상이 심화되고 있으며 이는 향후 5년내 더욱 가속화
- 현재 중국은 약 2000여개의 기업이 GMP와 GSP인증을 확인받아 국외기업과의 격차를 줄여가고 있으며 최근 2-3년간 중국내 수십 개의 기업이 외국으로부터의 직접생산계약을 체결한바 있음
 - 특히 비타민 E, C, Biotins, 호르몬제 등 의약품생산의 관건이 되는 약품의 경쟁력이 향상되고 있어 외국기업들의 중국내 조달 사례가 늘어나는 추세
 - 의약품뿐만 아니라 의료기계 및 건강관련기구의 경우도 2002년 RMB980백만에 달하여 24.6% 증가하고 있으며 첨단의학기계인 MRI의 경우도 2002년 230대를 수출하여 2001년 47대에 비하여 크게 증가
- 약 6700여 개의 제약기업이 있으며, 원료약, 중간체, 완성약, 약용포장 및 제약기기까지 비교적 완전한 생산체계를 갖추고 있음
 - 생산중인 화학원료약은 1400여종, 제제약은 4000여종, 중성약(산업 생산한

- 중약)은 품종기준으로 약 8000여종
- 화학원료약 생산량은 2000년 기준으로 43만톤으로 원료약의 세계 2대 생산대국
 - 이 중 페니실린 등 항생제와 비타민 등은 이미 세계최대생산 및 수출국
 - o 2000년 중국제약업은 생산, 판매, 수출 및 이윤 등에서 최고기록
 - 의약생산총량은 가격기준으로 2332억위안으로 전년대비 20%성장(매출액은 1135억위안으로 전년대비 19.4%성장, 수출입총액은 64억불로 전년대비 16.4%성장. 그중 수출액은 38억불, 수입액은 26억불로 각각 13.8%, 18.7%성장)
 - 2001년 1~9월 제약업은 계속 안정적으로 성장해 공업총생산량은 전년대비 15.9%, 기업이윤도 전년대비 17.4% 증가
 - o 중국의 세부적 의약품시장에 대한 사항은 ‘중국 WTO가입에 따른 보건산업협력방안 연구’(한국보건산업진흥원, 2003) 보고서 참고

○ 의약품 산업 수출 · 진출전략

- o 중국은 향후 3년내에 현재 실행되고 있는 제품 분류에 따른 마케팅 제한이 폐지되고, 외자기업의 시장점유율도 70%까지 허용
- o 또 외국 제약업체들의 의약품 소매업과 판매망 구축이 가능해지며, 최근 선전시에는 외국 의약품 유통회사들의 소매영업을 제한적으로 허용한 상태
- o 특히 현재 중국시장에 진출한 대다수의 외국 의약품업체들은 특허시한이 지났거나 임박한 제품을 저임노동력을 통해 원가를 낮춰 연장하는 공통점을 지니고 있음
- o 아울러 2005년경 특허권이 적절한 보호를 받게 될 시점에 신상품을 중국시장에 출시하는 전략을 구사하기 위한 준비에 박차를 가하고 추세
- o 이에 따라 외국 의약품체의 유사의약품이 범람하고 있는 중국시장의 성공적 진입을 위해서는 국내 업체들은 진출시기 · 형태 · 규모를 비롯한 다음과 같은 사항을 고려해야 함
- 진출시기 : 신제품 출시에 따른 조기 진입 시에 기업은 후발 주자에 비해

- 소비자들의 제품 구매 유도비용을 절감할 수 있으며, 마켓 노하우의 축적으로 인한 코스트 절감효과를 얻을 수 있음
- 진출규모 : 적절한 초기 투자규모나 설비, 기술개발, 경영관리에 필요한 최소 투자규모가 수반되지 않는 한 시장 우위 확보가 힘들며, 단기간의 승부가 아닌 5~10년의 장기 발전계획 수립이 반드시 필요
 - 진출형태 : 국내기업의 중국시장의 진출형태는 중국기업과의 합자회사 설립하는 방법과 100% 독자기업을 설립하는 방법이 있지만 후자가 훨씬 유리하며, 합자기업을 선택할 경우, 합자기업을 통해 직접 자사제품을 판매할 수 없고, 마케팅을 위한 판매망을 구축해야 하는 이유 및 소유, 책임 분할로 인해 경영 비용이 상승하므로 효율성이 낮아지기 때문
- 중국의약품시장의 특징을 고려한 전략수립
- 글로벌화와 본토화 전략간의 조화 : 글로벌화 정책을 통해 본사 전체 마케팅 비용을 절감하고 본토화 전략에 필수적인 시장 조사를 진행함으로써, 글로벌화와 본토화 전략을 융화시킬 수 있음
 - 기초시설, 마케팅 포인트 이해 : 중국에는 현재 2만여 의약품 대리업체가 각 지역 병원, 소매점, 상점에 약품을 공급하고 있지만, 전국적인 도매점 수는 매우 적어 전체 마케팅 시스템 발전 늦음
 - 고급인력 확보난 : 고급인력 확보가 쉽지 않으며, 회사에 대한 충성심을 불러일으키기도 힘들며, 이런 이유로 인해 외국기업들은 유럽이나 미국에서 교육을 받은 화교를 모집해 중국내 경영, 관리를 맡기는 경우가 많음
 - 단순히 의약품 공급에만 치중해 오던 중국 의약품 판매상들이 최근 취급 제품의 종류가 많아지면서 의약품 구매와 마케팅 계획을 스스로 세우고 마진폭이 큰 제품을 선호하는 등 영업패턴이 변화함
 - 따라서 중국 각 성 및 자치구별내에 지방보호주의가 아직 존재하고 있다는 점을 감안해 독점 대리권보다는 지역별 대리계약을 체결하는 것이 안전
- 2004년부터 실시되는 新'약품수입관리법' 적절히 대응 필요
- 최근 중국 국가식품약품감독관리국(SFDA)은 해관총서와 함께 기존의 '수입약품관리법(進口藥品管理辦法)'을 전면 개정한 '약품수입관리방법(藥品

- 進口管理辦法)’을 내년1월 1일부터 시행한다고 발표함
- 국가식품약품감독관리국과 해관이 발표한 新 ‘약품수입관리방법(藥品進口管理辦法)’은 총칙, 수입등록, 항구검사, 감독관리, 부칙 등 총 5장, 45조로 구성
 - 新 [방법]의 실시에 따라 1999년 5월 1일부터 실시하여왔던 ‘수입약품관리방(進口藥品管理辦法)’은 폐지
 - 新 ‘약품수입관리법(藥品進口管理辦法)’에 따르면 약품수입 시 국무원 약품감독관리 부분의 품질표준과 안전성 검사를 거친 후 수입약품 등록증을 받아야 한다고 규정
 - 또한 이미 외국시장에 판매되고 있는 약품의 중국시장 진입 시 국가약품감독관리국이 심사, 등록업무를 담당하고 기술자료와 관련증빙에 대한 심사를 진행하고 필요시 중국내 임상실험을 요구한다고 규정
- 약품의 수입은 국가약품감독관리국과 해관총서가 함께 정하여 국무원이 비준한 항구를 통하여서만 할 수 있다고 밝히고 있음
- 신청업체는 ‘약품경영허가증’을 보유한 독립법인이어야 하며 약품 생산기업이 생산에 필요한 원료 약품과 제제(製劑) 등 중간물질을 수입하는 경우에는 반드시 ‘약품생산허가증’을 보유하고 있어야 함
 - 마취약품과 정신약품의 경우 ‘수입약품등록증(혹은 의약품등록증)’과 ‘마취약품(혹은 정신약품)<수입허가증>’ 2가지 증서 모두 취득하여야만 수입등록과 항구검사가 가능