# 2010 China King-Highway (900120) 월간 리포트

2011년 4월

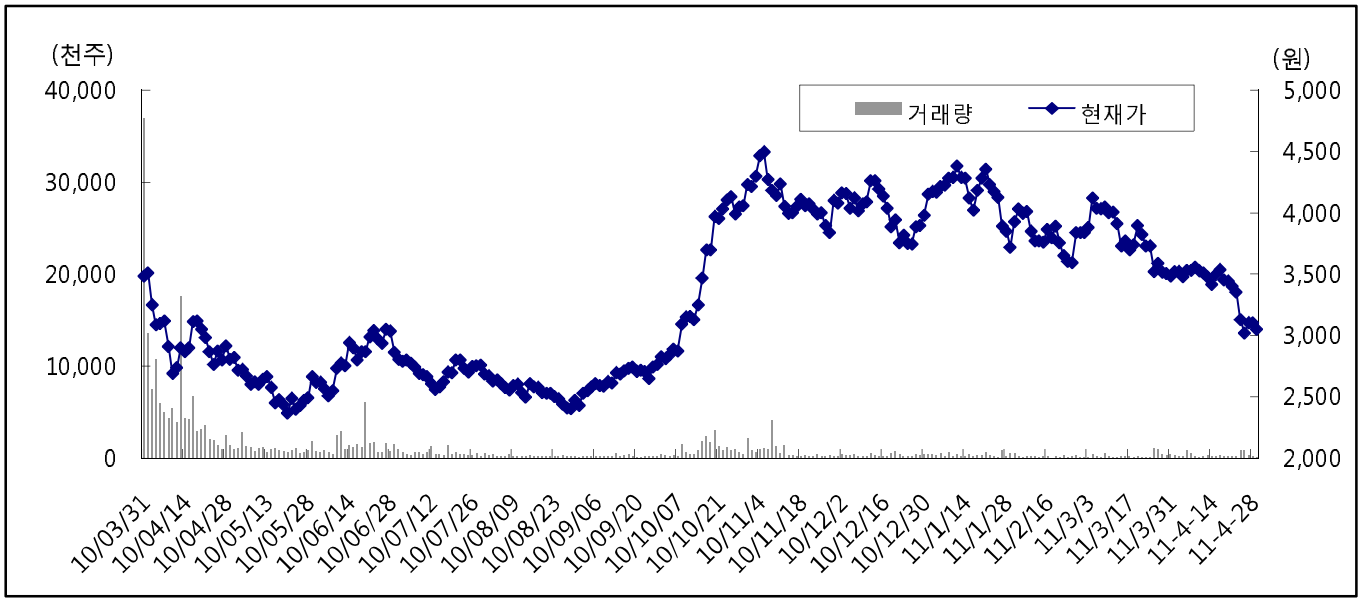
## 주가동향

| | 11/30 | 12/30 | 1/31 | 2/28 | 3/31 | 4/29 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **CKH** | | | | | | |
| 월말종가(원) | 3,765 | 4,040 | 3,720 | 3,840 | 3,485 | 3,050 |
| 등락(원) | -295 | +275 | -320 | +120 | -355 | -435 |
| 등락률(%) | -7.27% | +7.30% | -7.92% | +3.23% | -9.24% | -12.48% |
| 거래량 (천주) | 16,605 | 6,981 | 7,352 | 2,866 | 380,296 | 112,557 |
| **업종지수** | | | | | | |
| 식음료업종지수 | 5,019.91 | 5,584.41 | 5,956.85 | 5,456.54 | 5,957.06 | 5,770.13 |
| 등락 | -201.51 | +564.50 | +372.44 | -500.31 | +500.52 | -186.93 |
| 등락률(%) | -3.86% | +11.25% | +6.67% | -8.40% | +9.17% | -3.14% |
| **KOSDAQ** | | | | | | |
| 지수 | 498.39 | 510.69 | 521.38 | 504.46 | 525.42 | 511.00 |
| 등락 | -28.06 | +12.30 | +10.69 | -16.92 | +20.96 | -14.42 |
| 등락률(%) | -5.33% | +2.47% | +2.09% | -3.25% | +4.15% | -2.74% |

## 월간주가

| | 업종지수 | KOSDAQ | 차이나킹 | 업종대비 | KOSDAQ대비 |
|---|---|---|---|---|---|
| 월간등락 | -186.93 | -14.42 | -435 | -9.34%point | -9.74%point |
| 월간등락률(%) | -3.14% | -2.7% | -12.48% | | |

## 주가Graph




## 차이나킹 제품별 월별 생산량

| | 2010.12 | 2011.1 | 2011.2 | 2011.3 | 2011.4 | 전월대비증가율 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 정제(만정) | 3,468 | 4,080 | 4,216 | 4,328 | 5,150 | *19%* |
| 캡슐(만정) | 432 | 2,700 | 1,872 | 2,160 | 1,585 | *-27%* |
| 드링크(10ml, 만정) | 54 | 64 | 50 | 46 | 50 | *9%* |
| 드링크(100ml, 만정) | 10.8 | 4.4 | 9.2 | 9.6 | 14.8 | *54%* |
| 드링크(250ml, 만정) | 6.30 | 9.90 | 9.00 | 9.00 | 9.00 | *0%* |
| 차(만포) | 62.3 | 393.6 | 281.6 | 390.4 | 256.0 | *-34%* |

# 2010 China King-Highway (900120) 월간 리포트

2011년 4월

## 차이나킹 주요 원재료 월평균 구입단가

| (단위:RMB/Kg) | 2010.11 | 2010.12 | 2011.1 | 2011.2 | 2011.3 | 2011.4 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 동충하초(상급) | 미구입 | 미구입 | 미구입 | 미구입 | 미구입 | 146,000 |
| 동충하초(중상급) | 91,500 | 92,500 | 93,680 | 92,300 | 92,460 | 92,680 |
| 송이버섯 | 미구입 | 미구입 | 미구입 | 미구입 | 미구입 | 340 |
| 서양삼 | 1,930 | 미구입 | 1,930 | 1,930 | 미구입 | 1,980 |
| 기타 | | | | | | |

* 상급 동충하초는 건강식품 원재료 임
* 중상급 동충하초는 가공 포장 판매 원재료 이며 2010년 7월부터 유통 시작

---

## 중국 건강식품산업 관련 뉴스

**중국 건강식품시장 판매규모 1000억RMB 달성**

중국 건강식품 시장의 판매규모가 이미 1000억RMB에 달하였으나, 상품분포와 판매경로로 보았을 때 여전히 유럽과 미국 건강식품시장의 발전 초기단계 정도인 것으로 나타났다. "국가공공영양발전중심개발위원회"의 동주임과 NBTY중국이사회 최고책임자인 하준파는 "제2회 영양건강산업국제박람회"에서 중국과 미국의 영양건강산업의 발전 역사를 소개했다. 그들은 2009년 미국의 영양건강산업 시장 규모는 1083억 달러였으며, 그 중 식품보충제(중국의 건강보조식품과 같음)의 비율이 25%로 판매액은 269억 달러를 달성했다고 밝혔다. 이를 환산하면 대략 1755억RMB정도로 매년 계속해서 5%정도의 비율로 안정적으로 성장하고 있음을 나타낸다. 판매경로의 실적분포로 보면 66% 이상의 상품판매액은 전문판매점과 종합적으로 판매하는 곳(대형마트,약국,편의점등)에서 나왔으며, 이것은 미국 식품보충제의 현재와 미래의 중요한 판매모형이다.

현재, 중국의 건강보조식품시장의 판매규모는 이미 1000억RMB에 달했으나, 상품분포와 판매경로로 보았을 때, 여전히 유럽과 미국시장의 발전역사의 초기단계에 불과하다. 2008년말, 직판점을 통한 상품 점유율은 전체 상품의 반 이상을 차지했고, 남아있는 대부분의 시장은 몇 개의 광고를 통해 하나의 상품을 나눠 판매하는 것에 불과했다. 직판 수단이 아닌 다른 판매수단을 통해 판매되는 영양 보충 식품의 비율은 겨우 몇 프로가 되지 않는다.

이로부터, 중국은 이제서야 유럽과 미국시장의 주요상품 판매모형의 시작점을 지났다고 할 수 있겠다. 이러한 시장국면은, NBTY로 하여금, 전통적인 판매모형이 주가 되는 식품보충제기업을 충분히 신뢰할 수 있게 만들었다. NBTY는 1971년에 성립되었으며, 전문식품보충제를 판매하고 생산하는 세계에서 가장 큰 기업이다. 판매업적은 물론 세계 1위이며 150여개의 국제적으로 잘 알려진 브랜드를 가지고 있고, 상품의 종류 역시 3000가지를 넘는다. 단품으로는 22000개를 넘으며, 세계 90여개의 나라와 지역에 주로 판매되고 있다. 그 중 주가 되는 두 가지 브랜드는 2006년에 정식으로 중국에 등록되었으며, 현재 중국 일선도시의 큰 대형마트에 200여개의 직영판매점을 개설하였고, 마트,약국,편의점 등을 통해 중국 전역에 8000여개의 판매수단을 배치했다.

본 자료는 차이나킹에 대한 투자자의 이해를 증진시키고 투자판단에 참고가 되는 회사의 영업현황을 제공할 목적으로 제작되었습니다.
본 자료는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없으며, 회사는 어떠한 경우에도 본 자료에 대한 정확성을 책임지지 않습니다.
본 자료의 내용이나 기타 사항에 대한 질문은 차이나킹(www.king-highway.co.kr)의 IR문의 창구를 이용해 주시기 바랍니다.