

2019 년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1907-14
- 품목 : 숙취해소음료 (Anti-Hangover Drink)
- 국가 : 중국 (CHINA)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 선정	6
2. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 포지셔닝	8
4. 중국 숙취해소음료 입점 매장 및 경쟁제품 정보	9

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	28
1. 중국 숙취해소음료 경쟁기업 포지셔닝	29
2. 중국 숙취해소음료 경쟁기업 현황	30
3. 중국 숙취해소음료 경쟁기업 분석	32

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	39
Interview ① 광동룽팅후치오꾸오지우류유한공사(广东龙腾虎桥国际物流有限公司)	40
Interview ② 지난진하이웨이마오이유한공사(济南金海汇贸易有限公司)	42
Interview ③ 닝보강파이터마오이유한공사(宁波康派特贸易有限公司)	44
Interview ④ 안웨이화이통신시지수유한공사(安徽华夷通信技术有限公司)	46
Interview ⑤ 상하이싱리쓰핑유한공사(上海醒力食品有限公司)	48

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	51
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 기업 마케팅 벤치마킹	55

*참고문헌	57
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 선정
2. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 포지셔닝
4. 중국 숙취해소음료 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

중국 (CHINA)

숙취해소음료

방문 매장 선정

방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	기능성	신선식품	가공식품	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	드럭스토어	유기농 매장	편의점	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	편의점	재래시장	달러스토어	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
	한인마트		한인마트	자판기			
	건강식품 전문점		드럭스토어	리퀴드샵			

중국 (CHINA)

숙취해소음료 매장 조사

	로슨(Lawson) (편의점)	케이마트(K Mart) (한인마트)	더블유마트(W Mart) (한인마트)	시티슈퍼(City Super) (대형 고급 슈퍼마켓)
전경				
조사 제품	1개	2개	2개	2개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 1975년 설립 • 일본계 편의점 체인 • 2017년 미쓰비시 그룹에 편입 • 상하이에 1,403개의 매장 보유 	<ul style="list-style-type: none"> • 방문 매장은 중국 상하이 홍첸루 거리에 위치. 한인타운으로 유명한 지역 • 채소, 과일, 한국산 수입 식품, 생활용품 등을 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 방문 매장은 중국 상하이 홍첸루 거리에 위치. 한인타운으로 유명한 지역 • 채소, 과일, 한국산 수입 식품, 생활용품 등을 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립 • 홍콩에 20개, 상하이에 6개, 대만에 8개 매장을 운영 • 식품, 생활용품 등 다양한 제품라인을 보유
	티몰 (T MALL)	타오바오 (Taobao)	징둥 (JD.com)	
전경				
조사 제품	4개	3개	3개	
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년 설립 • 알리바바의 전자 상거래 플랫폼 • 2011년 타오바오에서 분리되었으며, 중국에서 가장 큰 전자 상거래 플랫폼 중 하나 • 15만개 이상의 브랜드와 제휴함 	<ul style="list-style-type: none"> • 2003년 설립 • 중국 알리바바 그룹의 전자 상거래 플랫폼 • 생활용품, 가전부터 의류, 식품, 백화점 제품까지 다양한 상품을 취급 • 데이터 분석을 통한 고객 맞춤형 쇼핑 서비스가 강점 	<ul style="list-style-type: none"> • 2004년에 설립 • 중국에서 가장 큰 전자 상거래 플랫폼 • 가전, PC, 가구, 의류, 식품, 도서 등의 상품을 판매 • 2014년에 나스닥에 상장 • 2018년 중국 온라인 쇼핑물 시장 점유율 29% 	

Competitive Product

(경쟁제품)

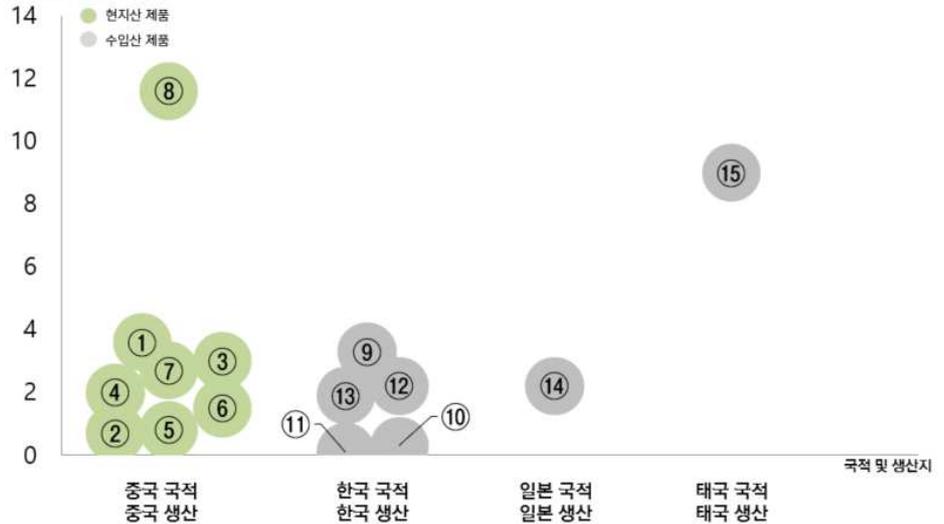
중국 (CHINA) 숙취해소음료 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

- 경쟁제품 선정 기준
- 오프라인 매장 입점 제품
 - 온라인 매장 입점 제품

- 경쟁제품 분류 기준
- 제조업체 국적 및 생산지
 - 경쟁제품 소비자가격
 - 경쟁제품 종류

- 경쟁제품 포지셔닝 기준
- X축 : 브랜드 국적 및 생산지
 - Y축 : 소비자가격(위안/총합)

소비자가격(위안/10ml당)



중국 (CHINA) 숙취해소음료 경쟁제품 분석

구분	경쟁제품(경쟁기업)	가격 ¹⁾	가격 (10ml당)	용량	주요 원료
중국 국적, 중국 생산	① 꺼건지양즈우인핀 (카이핑스리스에파잔요우시앤공쓰)	21.8위안 (3,684원)	3.6위안 (608원)	60ml	푸에라리아 추출물, 분말, 심황, 생강즙
	② 즈쥬쯔즈인랴오 (앤뱌앤수야스핀요우시앤공쓰)	8위안 (1,352원)	0.7위안 (118원)	120ml	헛개, 대추
	③ 간뻬이리 (상하이메이따오꾸어지마오이요우시앤공쓰)	151.5위안 (25,600원)	3위안 (507원)	500ml	류큐 식초, 레몬 농축액
	④ 리커빠오지앤예 (랴오닝리커즈야오요우시앤공쓰)	198위안 (33,458원)	2위안 (338원)	1,000ml	푸에라리아
	⑤ 천싱즈쥬쯔즈우지에지우인랴오 (시상핀스핀요우시앤공쓰)	89.4위안 (15,107원)	0.8위안 (135원)	1,080ml	푸에라리아
	⑥ 꾸공싱지우미 (우시정치앤성우커지요우시앤공쓰)	219위안 (37,007원)	1.5위안 (253원)	1,440ml	푸에라리아, 꿀
	⑦ 이츠빠이꾸어슈파자오위앤예자오 (랴오청스티앤썬이성우커지요우시앤공쓰)	64위안 (10,815원)	2.7위안 (456원)	240ml	뽕나무
	⑧ 흥앤즈지지에지우자오쑤 (후아똥추안평성우커지요우시앤공쓰)	406위안 (68,606원)	11.6위안 (1,960원)	350ml	효소
한국 국적, 한국 생산	⑨ 레디큐 (B사)	330위안 (55,763원)	3.3위안 (558원)	1,000ml	커큐민, 심황색소, 사양벌꿀
	⑩ 힘찬하루헛개차 (C사)	10위안 (1,690원)	0.3위안 (51원)	340ml	헛개, 비타민C
	⑪ 헛개차 (D사)	18.4위안 (3,109원)	0.1위안 (17원)	1,500ml	헛개, 비타민C
	⑫ 컨디션 (E사)	21.8위안 (3,684원)	2.2위안 (372원)	100ml	헛개, 감초가루, 생강가루, 녹차가루
	⑬ 던808 (F사)	27위안 (4,562원)	1.9위안 (321원)	140ml	헤이즐넛가루, 감초 추출물, 조롱박액, 꿀
일본 국적, 일본 생산	⑭ 하오스지양후앙즈리지에지우티션푹녀에티인랴오 (하우스웰니스푸드)	129위안 (21,798원)	2.2위안 (372원)	600ml	심황
태국 국적, 태국 생산	⑮ 5%농수어꾸어치투어탕지에지우싱지우후칸짱공녕인랴오 (타이니스트)	269위안 (45,456원)	9위안 (1,521원)	300ml	구기자, 자일리톨

(*) 현지 판매 숙취해소음료 경쟁제품 15개 분석

1) 1위안= 168.98원(2019.09.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 선정

- ▶ **선정 기준 ① 수입산 혹은 중국 현지산 숙취해소음료 경쟁제품**
 - 수입산 제품 : 중국 외 국가에서 수입되는 숙취해소음료 경쟁제품 선정
 - 현지산 제품 : 중국에서 생산되는 숙취해소음료 경쟁제품 선정

- ▶ **선정 기준 ② 오프라인 및 온라인 매장 입점 확인 제품**
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
 - (*) 4개 채널 : 로슨(Lawson), 케이마트(K Mart), 더블유마트(W Mart), 시티슈퍼(City Super)
 - 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품 선정
 - (*) 3개 채널 : 티몰(T Mall), 타오바오(Taobao), 징둥(JD.com)

[표 1.1] 중국 숙취해소음료 경쟁제품 선정

경쟁제품명(제조업체명)	수입 여부		유형별 매장 입점 여부	
	수입산	현지산	오프라인	온라인
① 꺼꺼지앙즈우인핀 (카이핑스리스스예파잔요우시엔공쓰)		○ (중국)	○ (로슨)	
② 즈쥬쥬즈우인랴오 (안베안슈야스핀요우시엔공쓰)		○ (중국)	○ (케이마트)	
③ 깐뻬이리 (상하이메이파오꾸어지마오이요우시엔공쓰)		○ (중국)	○ (시티슈퍼)	
④ 리커빠오지앤예 (랴오닝리커즈야오요우시엔공쓰)		○ (중국)		○ (티몰)
⑤ 전싱즈쥬쥬즈우지예지우인랴오 (시상핀스핀요우시엔공쓰)		○ (중국)		○ (티몰)
⑥ 꾸썩싱지우미 (우시정치앤성우커지요우시엔공쓰)		○ (중국)		○ (티몰)
⑦ 이츠빠이꾸어슈파자오위앤예자오 (랴오청스티앤썬이성우커지요우시엔공쓰)		○ (중국)		○ (타오바오)
⑧ 흥앤즈지지에지우자오쑤 (후아퉁추안평성우커지요우시엔공쓰)		○ (중국)		○ (타오바오)
⑨ 레디큐 (B사)	○ (한국)			○ (징둥)
⑩ 힘찬하루헛개차 (C사)	○ (한국)		○ (시티슈퍼)	
⑪ 헛개차 (D사)	○ (한국)		○ (케이마트)	
⑫ 컨디션 (E사)	○ (한국)		○ (더블유마트)	
⑬ 던808 (F사)	○ (한국)		○ (더블유마트)	
⑭ 하우스지앙후앙즈리지에지우티션퐁너예티인랴오 (하우스웰니스푸드)	○ (일본)			○ (티몰)
⑮ 5%농수어꺼우치꾸어탕지에지우싱지우후간짱퐁녕인랴오 (타이니스트)	○ (태국)			○ (타오바오)

(*) 현지 판매 숙취해소음료 경쟁제품 15개 분석

2. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 10ml당 소비자 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 용량(ml)

- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 용량
- 묶음 포장된 제품의 1회분 개수 및 용량

▶ 조사 지표 ③ 포장 구성

- 경쟁제품을 포장 구성을 조사
 - 묶음 포장 : 1회분씩 소포장된 제품을 묶어서 판매하는 제품
 - 개별 포장 : 1회분씩 소포장된 제품을 개별로 판매하는 제품

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 포장 용기의 재질과 형태를 조사

▶ 조사 지표 ⑤ 주요 원료

- 주요 원료로 사용된 성분

[표 1.2] 중국 숙취해소음료 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10ml당 판매 가격	10ml당 판매 가격
용량	총 용량(ml)	제품의 용량
	개수	1회분씩 소포장된 제품의 개수
포장 구성	묶음 포장	1회분씩 소포장된 제품을 묶어서 판매
	개별 포장	1회분씩 소포장된 제품을 개별로 판매
포장 형태	외포장	제품 외부 포장 재질 및 형태
	내포장	제품 내부 포장 재질 및 형태
주요 원료	주요 원료	주요 원료로 사용된 성분

3. 중국 숙취해소음료 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 꺼꺼지앙즈우인핀 (카이핑스리스예파잔요우시엔퐁쓰)
- ② 즈취쯔즈인랴오 (앤뻬앤슈야스핀요우시엔퐁쓰)
- ③ 깐뻬이리 (샹하이메이따오꾸어지마오이요우시엔퐁쓰)
- ④ 리커빠오지엔예 (랴오닝리커즈야오요우시엔퐁쓰)
- ⑤ 전싱즈취쯔즈우지에지우인랴오 (시샹핀스핀요우시엔퐁쓰)
- ⑥ 꾸퐁싱지우미 (우시정치엔성우커지요우시엔퐁쓰)
- ⑦ 이츠빠이꾸어슈파자오위엔예자오 (랴오청스티엔웨이성우커지요우시엔퐁쓰)
- ⑧ 흥앤즈지지에지우자오쑤 (후아퐁추안평성우커지요우시엔퐁쓰)
- ⑨ 레드큐 (B사)
- ⑩ 힘찬하루헛개차 (C사)
- ⑪ 헛개차 (D사)
- ⑫ 컨디션 (E사)
- ⑬ 던808 (F사)
- ⑭ 하오스지앙후앙즈리지에지우티션퐁너예티인랴오 (하우스웰니스푸드)
- ⑮ 5%농쑤어꺼우치뚜어탕지에지우싱지우후간쑤퐁닝인랴오 (타이니스트)

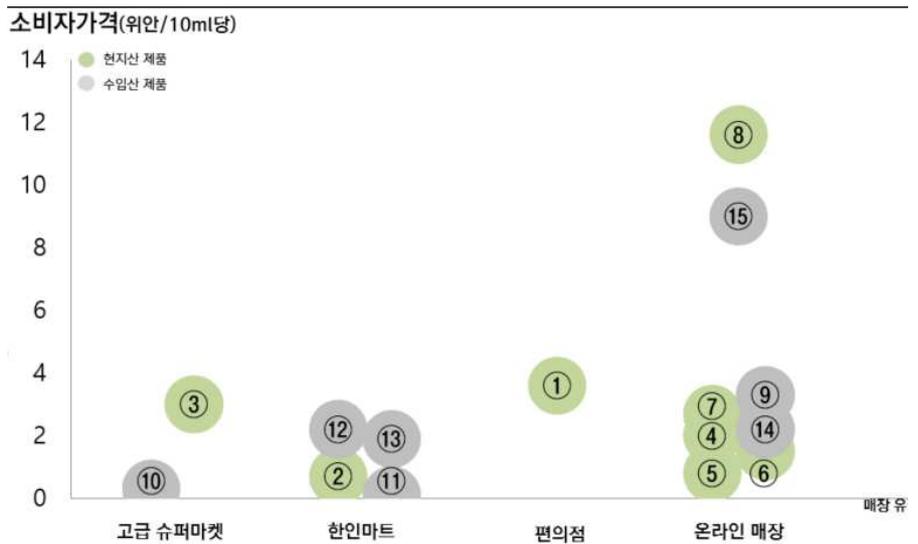
▶ 포지셔닝 ① 경쟁제품 브랜드 국적별 가격 비교

숙취해소음료 경쟁제품 15개중 8개는 중국 기업, 7개는 글로벌 기업의 제품인 것으로 조사됨. 오프라인 및 온라인에서 조사된 경쟁제품을 브랜드 국적별로 비교한 결과, 중국 기업 제품 8개의 10ml당 평균 가격은 3.2위안(541원)임. 글로벌 기업 제품 7개 제품의 10ml당 평균 가격은 2.7위안(456원)임. 중국 기업에서 제조되는 제품의 10ml당 평균 가격이 글로벌 기업에서 제조되는 제품의 10ml당 평균 가격 보다 높은 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② 경쟁제품 판매 매장 유형별 가격 비교

숙취해소음료 경쟁제품 15개는 슈퍼마켓과 같은 대형유통마트, 한인마트, 편의점 그리고 온라인 매장에서 조사됨. 오프라인과 온라인 매장에서 조사된 경쟁제품을 매장 유형별로 구분하여 가격을 비교해본 결과, 대형유통매장인 시티슈퍼(City Super)에서 조사된 경쟁제품 2개의 10ml당 평균 가격은 1.7위안(287원)임. 한인마트인 케이마트(K Mart)와 더블유마트(W Mart)에서 조사된 제품 4개의 10ml당 평균 가격은 1.2위안(203원)이며, 편의점인 로슨(Lawson)에서 판매 중인 제품 1개의 10ml당 평균 가격은 3.6위안(608원), 온라인 매장인 티몰(Tmall), 타오바오(Taobao)와 징둥(JD.com)에서 판매중인 제품 8개의 10ml당 평균 가격은 4.1위안(693원)임. 온라인 매장에서 판매중인 제품의 10ml당 평균 가격이 가장 높으며, 한인마트에서 판매되고 있는 제품의 10ml당 평균가격이 가장 낮게 책정되어 있는 것으로 확인됨

[표 1.3] 중국 숙취해소음료 경쟁제품 시장 포지셔닝



자료 : 중국 숙취해소음료 경쟁제품 15개 제품 분석 결과

4. 중국 숙취해소음료 입점 매장 및 경쟁제품 정보

▶ 중국 상하이시 민항구, 방문지역으로 선정

중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 상하이시(上海)의 남서쪽에 위치한 민항구(閔行区)를 방문지역으로 선정함. 상하이시는 경제, 금융, 무역, 항운, 과학기술혁신 등 5대 중심센터를 구축하고 있으며²⁾, 민항구는 상하이시의 시할구로 구내에 많은 경제기술 개발구가 건설되어 있음. 또한 상하이 교통대학을 시작으로 하여 많은 교육기관이 위치하여 상하이 시의 교육 지구와 과학기술 지구의 성격을 겸비한 곳임. 민항구는 상하이의 많은 공장과 생산 시설이 있는 구역이며 상하이시 내에서 많은 주거지역을 가지고 있는 지역임³⁾

▶ 중국 대형유통매장, 한인마트, 편의점 총 4곳 방문, 경쟁제품 7개 선정

중국 상하이시 민항구에 위치한 한인마트 2곳, 편의점 1곳과 민항구 중심지에서 10km 떨어져 있는 쉬후이구의 대형유통매장에도 방문함. 방문한 매장은 항상 사람이 붐비는 민항구 허촨루역((合川路站) 주변에 위치한 로슨(Lawson) 편의점과 한인마트 더블유마트(W Mart)와 케이마트(K Mart)임. 쉬후이구의 대형유통매장 시티슈퍼(City Super)의 경우 품질이 좋고 가격대가 높은 제품을 주로 판매하고 있는 것으로 확인됨

▶ 중국 온라인 매장 3곳 조사, 경쟁제품 8개 선정

중국 온라인 매장 3곳을 조사하여 경쟁제품 8개를 선정함. 중국 온라인 매장 3곳 중 징둥(JD.com)은 2018년 중국 온라인 쇼핑몰 시장점유율 29%로 2위, 티몰(T Mall)은 2%로 7위인 온라인 쇼핑몰임. 이외 타오바오(Taobao) 쇼핑몰에서 숙취해소음료 경쟁제품을 조사하여 8개의 경쟁제품을 선정함

대형유통매장에서 판매되고 있는 숙취해소음료 경쟁제품 2개, 한인마트에서 판매되고 있는 경쟁제품 4개, 편의점에서 판매되고 있는 경쟁제품 1개, 온라인 매장에서 판매되고 있는 제품 8개, 총 15개의 숙취해소음료를 대표 경쟁제품으로 선정함

2) 자료: 주 상하이대한민국 총영사관 홈페이지 (overseas.mofa.go.kr)

3) 자료: 중국 상하이시 민항구 홈페이지 (www.shmh.gov.cn)

상하이시 민항구4)

인구('18)	254만 명
지역 GDP('16)	2,101억 2600만 위안 (355조 709억 원)
면적	371.57 제곱킬로미터

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Map

4) 자료: 중국 상하이시 민항구 홈페이지 (www.shmh.gov.cn)

Shop ① 로슨(Lawson)

매장 정보

- 유형 : 편의점
- 매장 주변 특징 : 상하이시에 위치한 민항구 허촨루역 주변에 위치하고 있음. 항상 사람들이 붐비고 직장인이 많은 지역
- 판매 제품 특징 : 인스턴트 식품, 스낵, 생활용품 등의 제품을 취급
- 주요 소비층 : 지역 주민

브랜드 기본 정보



상하이시 민항구의 회사, 연구소 등이 밀집한 지역에 위치한 로슨 매장은 1975년 설립된 일본계 편의점 체인임. 본래 본사는 미국 오하이오주에 있었으나 2017년 마쓰바시 그룹이 인수함. 일본에만 14,691개의 매장을 보유하고 있으며 상하이에는 1,403개의 매장을 보유함

조사 제품 : 1개

매장 정보



도시(지역)

중국 상하이시 민항구

위치

상세주소

2016 Yi Shan Lu, Minhang Qu, Shanghai Shi

숙취해소음료 판매 매대 전경

숙취해소음료 매대 모습



숙취해소음료 판매 제품 정보

숙취해소음료 판매 정보



꺼견지양즈우인핀
(카이핑스리스스예파잔요우시앤공쓰)

사진자료: 로슨 홈페이지



제품명	꺼꺼지앙즈우인핀 (葛根姜植物饮品)	용량	60ml
제조사	카이핑스리스스에파잔요 우시엔공쓰 (开平市李氏实业发展有限公司)	포장 구성	개별포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 플라스틱 상자 내포장 - 알루미늄 병
가격	21.8위안 (3,684원)	유통기한	365일
효과	숙취해소	주요 원료	푸에라리아, 심황
첨가물	물, 옥수수 올리고펩타이드, 생강즙, 비타민C, 펙틴, 젤란검, 나이아신, 비타민B6, 망고 퓨레, 결정과당, 구연산		
홍보 문구	숙취해소, 천연성분		

Shop ② 케이마트(K Mart)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 매장 주변 특징 : 한인타운 내 위치 주변에 외국인 학교, 한인식당 등이 위치하고 있음
- 판매 제품 특징 : 한국산 식품, 생활용품 판매

브랜드 기본 정보	당사는 한인타운으로 유명한 상하이의 홍첸루(虹桥镇) 거리에 위치한 한인마트로, 주로 채소, 과일, 한국산 수입 가정용품, 세제, 간식 등을 취급함	
	조사 제품 : 2개	
매장 정보		
	위치	<p>도시(지역) 중국 상하이시 민항구</p> <p>상세주소 1078 Hong Xin Lu Minhang Qu, Shanghai Shi</p>
매장 내부 모습	매장 내부 전경	
		
숙취해소음료 판매 정보	숙취해소음료 판매 제품 정보	
		
	즈쥘쥘쥘인라오 (앤베앤슈야스핀요우시앤공쓰)	헛개차 (D사)

사진자료: 중국 현지조사원 자료, 상하이방 홈페이지



제품명	즈쥘즈쥘인라오 (枳椇子汁饮料)	용량	120ml
제조사	앤베앤슈아스핀요우시앤공쓰 (延边树丫食品有限公司)	포장 구성	개별포장
원산지	중국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	8위안 (1,352원)	인증	방부제, 색소 무첨가 인증
효과	숙취해소	유통기한	12개월
첨가물	물	주요 원료	헛개, 대추
홍보 문구	자연의 맛과 영양을 그대로 담아드립니다		



제품명	헛개차	용량	1500ml
제조사	D사	포장 구성	개별포장
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 병
가격	18.4위안 (3,109원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소	주요 원료	헛개
첨가물	정제수, 합성향료, 니코틴산아미드, 비타민C, 탄산수소나트륨, 복합허브추출물		
홍보 문구	그 다음날 깨어나는 활력		

Shop ③ 더블유마트(W Mart)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 매장 주변 특징 : 한인타운 내 위치 주변에 외국인 학교, 한인식당 등이 위치하고 있음
- 판매 제품 특징 : 한국산 식품, 생활용품 판매

<p>브랜드 기본 정보</p>	<p>당사는 한인타운으로 유명한 상하이의 홍첸루(虹桥镇) 거리에 위치한 한인마트로, 주로 채소, 과일, 한국산 수입 가정용품, 세제, 간식 등을 취급함</p>					
<p>매장 정보</p>	<p style="text-align: center;">조사 제품 : 2개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">위치</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 50%;">도시(지역)</td> <td style="width: 50%;">중국 상하이시 민항구</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>3811 Hong Xin Lu Minhang Qu, Shanghai Shi</td> </tr> </table>		도시(지역)	중국 상하이시 민항구	상세주소	3811 Hong Xin Lu Minhang Qu, Shanghai Shi
도시(지역)	중국 상하이시 민항구					
상세주소	3811 Hong Xin Lu Minhang Qu, Shanghai Shi					
<p>매장 내부 모습</p>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>					
<p>숙취해소음료 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">숙취해소음료 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>컨디션 (E사)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>던808 (F사)</p> </div> </div>					

사진자료: 중국 현지조사원 자료



제품명	컨디션	용량	100ml
제조사	E사	포장 구성	개별포장
원산지	한국	포장 형태	유리 병
가격	21.8위안 (3,684원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소	주요 원료	헛개나무열매 농축액
첨가물	물, 과당 시럽, 백설탕, 호모 추출물, 구연산, DL-말산, 타우린, 감초 가루, 생강 가루, 녹차 가루, 니코틴아미드, 식용향료		
홍보 문구	한국산 헛개 농축액 1.3% 함유		



제품명	던808	용량	140ml
제조사	F사	포장 구성	개별포장
원산지	한국	포장 형태	알루미늄 캔
가격	27위안 (4,562원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소	주요 원료	감초 추출물
첨가물	물, 헤이즐넛 파우더, 조롱박액, 꿀		
홍보 문구	숙취해소 솔루션(Hangover Solution)		

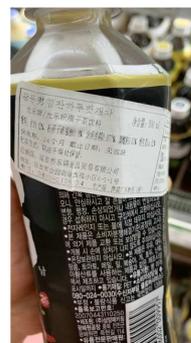
Shop ④ 시티 슈퍼(City Super)

<p style="text-align: center;">● 매장 정보</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 대형 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징 : 식품, 생활용품 등 다양한 제품라인을 보유하고 있음. 해산물과 육류를 구매 후 바로 요리하여 판매하는 서비스를 제공하고 있음 	<p style="text-align: center;">브랜드 기본 정보</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>시티슈퍼그룹(City Super Group)의 브랜드로 1996년 설립된 대형 슈퍼마켓. 홍콩에 20개의 매장을, 상하이에는 6개 매장을, 대만에는 8개 매장을 운영하고 있음. 시티슈퍼에서 판매하고 있는 제품은 품질이 좋은 편임</p> <p style="text-align: center;">조사 제품 : 2개</p>				
<p style="text-align: center;">매장 정보</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">위치</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">도시(지역)</td> <td style="text-align: center;">중국 상하이시 쉬후이구</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">상세주소</td> <td style="text-align: center;">999 Huai Hai Zhong Lu, Huai Hai Lu Xi Duan, Xuhui Qu, Shanghai Shi</td> </tr> </table>	도시(지역)	중국 상하이시 쉬후이구	상세주소	999 Huai Hai Zhong Lu, Huai Hai Lu Xi Duan, Xuhui Qu, Shanghai Shi
도시(지역)	중국 상하이시 쉬후이구				
상세주소	999 Huai Hai Zhong Lu, Huai Hai Lu Xi Duan, Xuhui Qu, Shanghai Shi				
<p style="text-align: center;">매장 내부 모습</p>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>				
<p style="text-align: center;">숙취해소음료 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">숙취해소음료 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>간베이리 (상하이메이따오꾸어지마오이요우 시안공쓰)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>힘찬하루헛개차 (C사)</p> </div> </div>				

사진자료: 시티슈퍼 홈페이지



제품명	간베이리 (乾杯力)	용량	500ml (50ml x 10EA)
제조사	상하이메이따오꾸어지마오이 요우시엔공쓰 (上海美岛国际贸易有限公司)	포장 구성	묶음포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 종이 상자 내포장 - 유리 병
가격	151.5위안 (25,600원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소, 소화개선	주요 원료	류큐 식초 ⁵⁾
첨가물			물, 농축 레몬 주스
홍보 문구			일본산 수입원료 사용



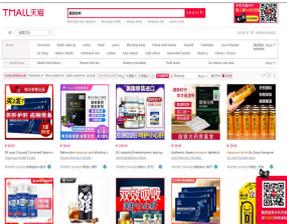
제품명	沁汗 하루 헛개차	용량	500ml
제조사	C사	포장 구성	개별포장
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 병
가격	10위안 (1,690원)	유통기한	12개월
효과	숙취해소	인증	친환경우수포장
주요 원료			헛개나무열매추출농축액
첨가물			정제수, 비타민C, 탄산수소나트륨, 글리신, 합성향료
홍보 문구			숙취해소 편하게 풀자

5) 오기나와산 식초

Shop ⑤ 티몰(Tmall)

매장 정보

- 유형 : 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징 : 15만개 이상의 브랜드와 제휴하여 다양한 종류의 제품들을 판매

<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>티몰은 2008년 타오바오(Taobao)로 런칭된 알리바바 그룹(Alibaba Group)소유의 전자상거래(E-Commerce) 플랫폼임. 2011년 타오바오에서 분리되었으며, 중국에서 가장 큰 전자상거래 플랫폼 중 하나이며 15만개 이상의 브랜드와 제휴하여 여러 가지의 제품을 판매하는 것이 특징임</p>
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 : 4개</p> 
<p>홈페이지 주소</p>	<p>www.tmall.com</p>
<p>숙취해소음료 판매 페이지</p>	<p>숙취해소음료 판매 모습</p> 
<p>숙취해소음료 판매 정보</p>	<p>숙취해소음료 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="810 1317 895 1541">  <p>리커빠오지앤에 (라오닝리커즈야오요우시앤푹스)</p> </div> <div data-bbox="1182 1317 1267 1541">  <p>5%농쑤어꺼우치뚜어탕지에지우싱지우 후간짱푹닝인랴오 (루푸셔우지투안)</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div data-bbox="778 1630 938 1854">  <p>전싱즈취쯔쯔우지에지우인랴오 (시상핀스핀요우시앤푹스)</p> </div> <div data-bbox="1177 1630 1273 1854">  <p>꾸푹싱지우미 (우시정치앤성우커지요우시앤푹스)</p> </div> </div>

사진자료: 티몰 홈페이지



제품명	리커빠오지앤에 (力克保健)	용량	1,000ml (100ml x 10EA)
제조사	랴오닝리커즈야오요우시앤공쓰 (辽宁力克制药有限公司)	포장 구성	묶음포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 종이상자 내포장 - 유리 병
가격	198위안 (33,458원)	인증	건강식품 인증
효과	숙취해소, 피로해소, 간 보호	유통기한	18개월
주요 원료	푸에라리아, 전갈		
첨가물	비타민B, 타우린, 포도당, 니코틴아미드		
홍보 문구	음주 전후 숙취해소		



제품명	5%농쑤어꺼우치투어탕지에지 우싱지우후간짱공녕인랴오 (5%浓缩枸杞多糖解酒醒酒护肝脏功能饮料)	용량	300ml (100ml x 3EA)
제조사	타이니스트 (Thainest Co., LTD.)	포장 구성	묶음포장
원산지	태국	포장 형태	외포장 - 종이상자 내포장 - 플라스틱 병
가격	269위안 (45,456원)	인증	GMP, HACCP, 할랄인증
효과	숙취 해소, 해독, 간 보호	유통기한	24개월
주요 원료	구기자, 자일리톨		
첨가물	과일 향신료		
홍보 문구	간을 보호하고 숙취를 해소해줌, 당신의 건강을 지켜줍니다.		



제품명	전싱즈취쯔쯔우지에지우인랴오 (真醒葛根醒酒解酒饮料)	용량	1,080ml (180ml x 6EA)
제조사	시상핀스핀요우시앤공쓰 (无锡尚品食品有限公司)	포장 구성	묶음포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 종이박스 내포장 - 알루미늄 캔
가격	89.4위안 (15,107원)	인증	GMP 인증
효과	숙취해소, 해독, 간장 보호	유통기한	24개월
주요 원료	푸에라리아뿌리농축액		
첨가물	물, 백설탕		
홍보 문구	약용 식물로 만든, 맛있는 숙취해소음료		



제품명	꾸공싱지우미 (顾公醒酒蜜)	용량	1,440ml (240ml x 6EA)
제조사	우시정차안성우커지요우시앤공쓰 (无锡正乾生物科技有限公司)	포장 구성	묶음포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 종이상자 내포장 - 알루미늄 캔
가격	219위안 (37,007원)	유통기한	12개월
효과	숙취해소, 간 보호	주요 원료	꿀, 푸에라리아
첨가물	물, 꿀껍질, 호손, 민트, 레몬		
홍보 문구	안전한 제품, 건강한 숙취 해소 방법		

Shop ⑥ 타오바오(Taobao)

매장 정보

- 유형 : 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징 :
여러 브랜드와 제휴하여
여러 가지 종류의 제품을
판매

브랜드 기본 정보



타오바오는 2003년에 런칭된 중국 알리바바 그룹의 전자 상거래 플랫폼으로 생활용품, 가전부터 의류, 식품, 백화점 제품까지 다양한 상품을 취급함. 데이터 분석을 통한 고객 맞춤형 쇼핑 서비스를 강점으로 중국의 대표적인 온라인 쇼핑몰로 빠르게 성장하고 있음

조사 제품 개수 3개

매장 정보

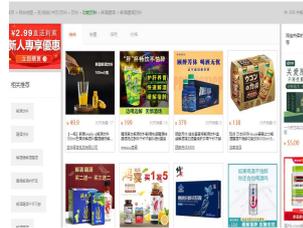


홈페이지

www.taobao.com

숙취해소음료 판매 페이지

숙취해소음료 판매 모습



숙취해소음료 판매 정보

숙취해소음료 제품 정보



하우스지양후양즈리지에지우티션핑녀에티인랴오
(하우스웰니스푸드)



이츠빠이꾸어슈파자우이앤에자오
(랴오청스티앤웨이성우커지우시앤공쓰)



홍앤즈지지에지우자오쑤
(후아똥추안핑성우커지우시앤공쓰)

사진자료: 타오바오 홈페이지



제품명	하오스지양후양즈리지에지우 티션공녕에티인라오 (姜黄之力解酒醒酒不宿醉功能 饮料)	용량	600ml (100ml x 6EA)
제조사	하우스웰니스푸드 (House Wellness Food)	포장 구성	묶음포장
원산지	일본	포장 형태	외포장 - 종이 상자 내포장 - 알루미늄 캔
가격	129위안 (21,798원)	유통기한	12개월
효과	숙취해소, 두통완화	주요 원료	심황
첨가물	비타민C, 물, 이노시톤, 비타민B6, 포도당, 산화 방지제		
홍보 문구	음주 후 드시면 숙취해소, 두통완화에 도움이 됨		



제품명	이츠바이꾸어슈파자오위안여자오 (一吃白果蔬发酵原液醇)	용량	240ml (30ml x 8EA)
제조사	랴오청스티앤썬이성우커지요 우시앤공쓰 (聊城市天随生物科技有限公司)	포장 구성	묶음포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 종이 상자 내포장 - 유리 병
가격	64위안 (10,815원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소, 수면개선	주요 원료	뽕나무
첨가물	블루베리, 딸기, 포도		
홍보 문구	수면 개선과 숙취해소 도움이 됨		



제품명	홍안즈지지에지우자오쑤 (鸿宴知己解酒酵素酶饮料)	용량	350ml (50ml x 7EA)
제조사	후아똥추안평성우커지요우시 앤꽁쓰 (华东川峰生物科技有限)	포장 구성	묶음포장
원산지	중국	포장 형태	외포장 - 종이상자 내포장 - 유리 병
가격	406위안 (68,606원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소, 주량 향상시킴	주요 원료	효소
첨가물	파인애플, 망고, 흑단, 바나나 등		
홍보 문구	당신의 건강을 생각합니다		

Shop ⑦ 징동(JD.com)

매장 정보

- 유형 : 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징 :
가전, PC, 가구, 의류, 식품,
도서, 휴대폰 등의 상품
판매

브랜드 기본 정보



징동은 2004년에 설립된 중국에서 가장 큰 전자 상거래 플랫폼임. 중국 베이징시 차오양구에 본사를 두고 가전, PC, 가구, 의류, 식품, 도서 등의 상품을 판매함. 2014년에 나스닥에 상장되었으며, 2018년 중국 온라인 쇼핑물 시장 점유율 29%로 2위를 차지하고 있음.

조사 제품 개수 : 1개

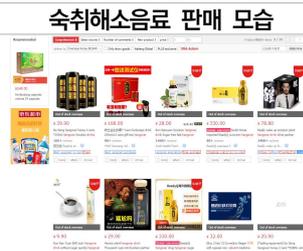
매장 정보



홈페이지 주소

www.jd.com

숙취해소음료 판매 페이지



숙취해소음료 판매 제품 정보

숙취해소음료 판매 정보



레디큐
(B사)

사진자료: 징동 홈페이지



제품명	레디큐	용량	1000ml (100ml x 10EA)
제조사	B사	포장 구성	묶음포장
원산지	한국	포장 형태	외포장 - 종이상자 내포장 - 알루미늄 캔
가격	330위안 (55,763원)	유통기한	24개월
효과	숙취해소	주요 원료	심황
홍보 문구	맛있는 숙취해소, 흡수가 잘되는 커큐민		
첨가물	정제수, 결정과당, 열대과일혼합농축액, 이소말토올리고당, 사양벌꿀, 비타민B1,B6, 복합황금추출물, 구연산, 비타민C		

II. Competitor

SUMMARY

1. 중국 숙취해소음료 경쟁 기업 포지셔닝
2. 중국 숙취해소음료 경쟁 기업 현황
3. 중국 숙취해소음료 경쟁 기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

(단위 : 억 원)

중국 (CHINA)

숙취해소음료 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

- 경쟁사 선정
- 경쟁제품 선정 기업체
- 경쟁사 분류
- 제조사 국적
 - 생산지역
- 경쟁사 포지셔닝
- X축 : 국적 및 생산지
 - Y축 : 기업 자본금



중국 (CHINA)

숙취해소음료 경쟁기업 분석

구분	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금 ⁶⁾⁷⁾
중국 국적, 중국 생산	카이핑시리스스예파잔요우시엔공쓰 (开平市李氏实业发展有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 쇼핑몰 	<ul style="list-style-type: none"> · 방부제 무첨가 · 새콤 달콤한 맛 	288만 위안 (4억 8,662만 원)
	우시상핀스핀요우시엔공쓰 (无锡尚品食品有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 쇼핑몰 	<ul style="list-style-type: none"> · 천연의 선택 깨끗한 맛 · 간단하고 안전하게 · 비장의 무기 	500만 위안 (8억 4,490만 원)
한국 국적, 한국 생산	C사	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 숙취해소 편하게 피자 · 남성을 위한 차 · 건강음료 	524억 2,085만 원
	D사	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> · 다음날 깨어나는 활력 · 정신을 맑게 · 활기차게 	328억 4,969만 원
	E사	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · 온라인 쇼핑몰 	<ul style="list-style-type: none"> · 술자리에서 거뜰하게 · 한국 최고 숙취해소 제품 · 두통 완화 	100억 원
일본 국적, 일본 생산	하우스웰니스푸드 (House Wellness Food Inc.)	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 간을 보호해줌 · 알코올의 부담을 줄여줌 · 항산화 작용 	1억엔 ⁸⁾ (11억 3,962만 원)

(*) 현지 판매 숙취해소음료 경쟁기업 6개사 분석

6) 납입자본금

7) 1위안= 168,98원(2019.09.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 100엔= 1,139.62원(2019.09.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 중국 숙취해소음료 경쟁기업 포지셔닝

▶ **한국기업 3개사, 글로벌기업 1개사, 중국기업 2개사 대표 경쟁기업으로 선정**
 중국 오프라인 및 온라인 시장에 진출한 경쟁기업 7개 중 한국기업인 C사, D사, E사와 일본기업인 하우스웰니스푸드(House Wellness Food Inc.)를 대표 글로벌 브랜드로 선정하였음. 이외 중국기업 8개 중 홍보 채널을 활발하게 활용 중이며 온라인 매장에 진출한 제품의 제조 기업을 대표 경쟁 기업으로 선정함. 이에 카이핑스리스스예파잔요우시엔푹쓰(开平市李氏实业发展有限公司)와 우시상핀스핀요우시엔푹쓰(无锡尚品食品有限公司)를 선정함

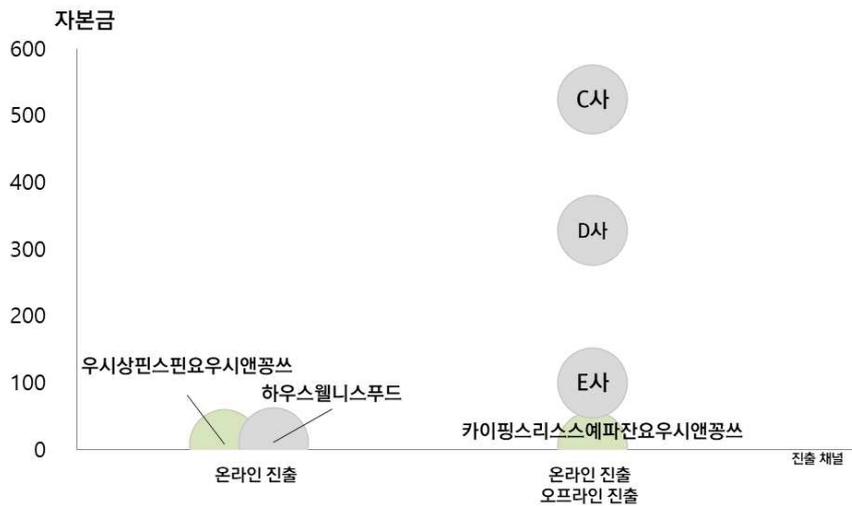
▶ **경쟁기업 국적과 생산지 위치 동일**

경쟁기업의 국적과 생산지 위치를 조사한 결과, 6개사의 국적과 생산지가 각각 동일한 것으로 확인됨. 대표 중국기업 2개사는 각각 중국 광둥성 장門市(广东省江门市), 장쑤성 우시시(江苏省 无锡市)에 생산지를 운영하고 있음. 한국기업과 일본 기업은 자국에서 제품을 생산하여 중국에 판매하고 있는 것으로 확인됨

▶ **경쟁기업 6개사 중 한국기업의 납입자본금 가장 높음**

중국에 진출한 경쟁기업 6개 납입자본금을 조사한 결과, 한국기업인 C사의 2018년 납입자본금이 524억 2,085원으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 한국기업 D사가 328억 4,969원으로 많았음. 이외, E사는 100억원, 중국기업 카이핑스리스스예파잔요우시엔푹쓰는 288만 위안(4억 8,662만 원), 우시상핀스핀요우시엔푹쓰는 500만 위안(8억 4,490만 원), 일본기업 하우스웰니스푸드는 1억엔(11억 3,962만 원)인 것으로 조사됨

[표 2.1] 중국 숙취해소음료 경쟁기업 시장 포지셔닝



자료 : 중국 진출 숙취해소음료 경쟁기업 6개사 분석 결과

2. 중국 숙취해소음료 경쟁기업 현황

온라인 쇼핑몰 내 판매페이지를
운영하고 있는 예시

사진자료: 티몰(T Mall)
온라인 쇼핑몰

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 온라인 매장 모두 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사 모두는 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 온라인 매장 중 타오바오와 1688몰에는 4개사, 티몰과 징동에는 3개사가 진출하였음. 징동 온라인 매장은 2018년 중국 온라인 쇼핑몰 시장 점유율 29%로 2위인 매장임. 타오바오와 티몰은 알리바바가 운영하는 온라인 쇼핑몰이며 티몰은 2018년 중국 온라인 쇼핑몰 시장점유율 2%로 7위인 매장임

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 온라인 쇼핑몰 활용 제품 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업 6개사 중 5개사는 온라인 쇼핑몰을 활용하여 브랜드와 제품을 홍보하고 있음. 징동 또는 티몰 쇼핑몰 내 개인 판매 페이지를 운영하며, 회사 소개, 제품 소개 등 다양한 마케팅과 제품 판매를 진행하고 있음. 한국기업 E사의 경우 1688몰 내에 공식 판매 페이지를 운영하며, 자사 중국 공식 홈페이지와 웨이보와 같은 중국 대표 SNS 플랫폼을 활용하여 경쟁제품 정보를 제공하며, 기업의 이슈를 공유하고 있는 것으로 확인됨. 중국 시장에 진출한 한국기업 D사의 경우 자사 홈페이지에 중국어 언어 서비스를 지원하여 기업과 경쟁제품을 소개하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁제품의 ‘숙취해소’ 또는 ‘건강음료’ 강조한 홍보 문구 활용

경쟁기업들은 주로 숙취해소 효능이 뛰어나고 건강에도 매우 이로운 제품이라는 점을 강조하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 중국기업 ‘방부제를 첨가하지 않은 제품’, ‘새콤달콤한 맛’ 이라는 문구를 활용하여 맛있는 건강음료라는 점을 홍보함. 한국기업 E사의 경우 ‘활력’, ‘활기차게’, ‘정신을 맑게’ 등의 문구를 활용함. 이외, 경쟁기업들은 ‘항산화 작용’ 또는 ‘두통 완화’, ‘남성을 위한 음료’ 등의 문구를 활용하여 제품의 효능을 강조하여 홍보하고 있음

[표 2.2] 중국 숙취해소음료 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금
카이핑스리쓰에 파잔요우시앤공쓰 (开平市李氏实业 发展有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 쇼핑물 	<ul style="list-style-type: none"> 방부제 무첨가 새콤 달콤한 맛 	288만 위안 (4억 8,662만 원)
우시상핀스핀요우 시앤공쓰 (无锡尚品食品有限 公司)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 쇼핑물 	<ul style="list-style-type: none"> 천연의 선택 깨끗한 맛 간단하고 인조하게 비장의 무기 	500만 위안 (8억 4,490만 원)
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 숙취해소 편하게 풀자 남성을 위한 차 건강음료 	524억 2,085만 원
D사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 다음날 깨어는 활력 정신을 맑게 활기차게 	328억 4,969만 원
E사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 온라인 쇼핑물 	<ul style="list-style-type: none"> 술자리에서 거뜨하게 한국 최고 숙취해소 제품 두통 완화 	100억 원
하우스웰니스푸드 (House Wellness Food Inc.)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 간을 보호해줌 알코올의 부담을 줄여줌 항산화 작용 	1억엔 (11억 3,962만 원)

자료 : 중국 진출 숙취해소음료 경쟁기업 6개사 분석 결과

3. 중국 숙취해소음료 경쟁기업 분석

① 카이핑스리쓰스예파잔요우시앤공쓰(开平市李氏实业发展有限公司)

기업 기본 정보	기업명	카이핑스리쓰스예파잔요우시앤공쓰 (开平市李氏实业发展有限公司)	
	위치	No. 38, Huanshan Road, Kaiping Industrial Park, Shagang, Kaiping City	
	규모	자본금('18) ⁹⁾	288만 위안 (4억 8,662만 원)
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 로슨	설립년도	2006년
		제품명	꺼견지양즈우인핀 (葛根姜植物饮品)
	용량	60ml	
	가격	21.8위안(3,684원)	
	주요 원료	푸에라리아, 심황	
	〈온라인 매장〉 1688몰	제품명	농이띠앤성자예쯔즈 (依一点生榨椰子汁)
		용량	3,920ml (245ml*16EA)
가격		65위안(10,984원)	
주요 원료		코코넛 ,	
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 1688 공식 홈페이지 운영 회사 이념 소개 및 제품 홍보 		
홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 방부제 무첨가 (不添加任何防腐剂) 새콤 달콤한 맛 (酸甜好滋味) 		

사진자료: 1688몰 홈페이지

9) 자료: 티엔안차아 홈페이지 (tianyancha.com)

② 우시상핀스핀요우시앤공쓰(无锡尚品食品有限公司)

기업 기본 정보	기업명	우시상핀스핀요우시앤공쓰(无锡尚品食品有限公司)		
	위치	No. 99 Tongyun Road, Xishan District, Wuxi City		
	규모	자본금('18) ¹⁰⁾	500만 위안 (8억 4,490만 원)	
		설립년도	1998년	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티몰, 타오바오, 징둥		제품명	전싱즈취쯔즈 우지에지우인랴오 (真醒葛根醒酒解酒饮料)
			용량	1,080ml (180ml*6EA)
	가격	89.4위안(15,107원)		
	주요 원료	푸에라리아뿌리농축액		
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 징둥 공식 브랜드 온라인 쇼핑몰 운영 • 티몰 공식 브랜드 온라인 쇼핑몰 운영 		
		홍보 문구	天然真选, 醒来的味道 简单安全 醒的舒坦 社交应酬的秘密武器	
<ul style="list-style-type: none"> • 천연의 선택 깨끗한 맛 (天然真选 醒来的味道) • 간단하게 안전하게 깨어나라 (简单安全 醒的舒坦) • 접대 시의 비장의 무기 (社交应酬的秘密武器) 				
사진자료: 티몰 홈페이지(www.tmall.com)				

10) 자료: 티엔안차이 홈페이지 (tianyancha.com)

③ C사

	기업명	C사		
기업 기본 정보	위치	서울시 서초구		
	매출액('18)	6,970억 7,755만 원		
	규모 ¹¹⁾	자본금('18) 524억 2,085만 원		
	설립년도	1963년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 시티 슈퍼 (City Super)		제품명	힘찬하루헛개차
		용량	500ml	
		가격	10위안(1,690원)	
	<온라인 매장> 타오바오(Taobao) 티몰(Tmall), 1688몰		제품명	힘찬하루헛개차
		용량	2500ml (500ml*5EA)	
		가격	48.8위안(8,246원)	
주요 원료	헛개나무열매			
기업 홍보 채널	*중국 홍보 채널이 확인되지 않음			
홍보 문구	Heestory_金希澈资源博 2018-4-13 来自 金希澈资源博 #金希澈# 【CF相关】180412 kwangdong4U facebook更新 查看kwangdong制药的粉丝们 kwangdong制药facebook即将突破10万粉丝!			
		<ul style="list-style-type: none"> • 숙취해소 편하게 풀자 • 한류 아이돌(이벤트 홍보¹²⁾) • 남성을 위한 차(男子茶) • 헛개열매 • 건강음료 • 맛있는 나눔(美味分享) 		

사진자료: 웨이보(weibo) 홈페이지

11) 자료: 중소기업현황정보 홈페이지 (sminfo.mss.go.kr)

12) 중국 대표 SNS채널인 웨이보(weibo)에서 한국에서 진행되고 있는 C사 제품 이벤트를 홍보모델인 한류 아이돌의 팬들이 재가공하여 게시하고 있음

④ D사

	기업명	D사		
	위치	서울시 종로구		
기업 기본 정보	매출액('18)	1,995억 8,614원		
	규모 ¹³⁾	자본금('18)	328억 4,969만 원	
	설립년도	1976년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 케이마트 (K Mart)		제품명	헛개차
			용량	1500ml
			가격	18.4위안(3,109원)
			주요 원료	헛개
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(중국어 언어 서비스) - 회사 소개 - 경쟁제품 및 특징 소개 		
		홍보 문구	<p>提神醒脑, 充满活力</p> <p>味道香醇清爽,</p> <p>适合酒后饮用</p> <p>肠胃无负担,</p>	
			<ul style="list-style-type: none"> 그 다음날 깨어나는 활력 정신을 맑게 활기차게 맛이 고소하고, 시원함 위장에 부담을 줄여줌 	

사진자료: D사 홈페이지

13) 자료: 중소기업현황정보 홈페이지 (sminfo.mss.go.kr)



E사 SNS 홍보채널(웨이보)
*출처 : 웨이보(www.weibo.com)

⑤ E사

		기업명	E사	
기업 기본 정보	위치		서울시 중구	
	매출액('18)		4,906억 9,955만 원	
	규모14)	자본금('18)	100억 원	
	설립년도		1992년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 더블유마트 (W Mart)		제품명	컨디션
			용량	100ml
	가격	21.8위안(3,684원)		
	주요 원료	헛개나무열매		
	〈온라인 매장〉 1688몰, 징동(Jd.com), 타오바오(Taobao) 등		제품명	컨디션(肯迪醒)
용량			1000ml (100ml*10EA)	
가격			248위안(41,907원)	
주요 원료	헛개나무열매			
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지(중국 공식 홈페이지) • 1688몰 온라인 쇼핑몰 내 판매 페이지 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 경쟁제품 효과 소개 • SNS 플랫폼(웨이보) <ul style="list-style-type: none"> - 경쟁제품 소개 - 위장에 좋은 음식 소개 - 건강 관련 기사 및 정보 제공 		
		홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 최고 숙취해소 제품 브랜드 (韩国第一醒酒品牌) • 술자리에서 거뜰하게(轻松应酬) • 한국산 제품 • 피로회복, 혈액 내 알코올을 함량 감소 • 두통 완화 • 전세계 사람들을 위한 숙취 음료 (成为全世界人的醒酒饮料) 	

사진자료: E사 홈페이지

14) 자료: 중소기업현황정보 홈페이지 (sminfo.mss.go.kr)

⑥ 하우스웰니스푸드(House Wellness Food Inc.)

기업 기본 정보	기업명	하우스웰니스푸드(House Wellness Food Inc.)	
	홈페이지	www.house-wf.co.jp	
	위치	3-20, IMOJI, ITAMI, HYOGO, 664-0011, Japan	
	규모	자본금('18) ¹⁵⁾	1억엔 ¹⁶⁾ (11억 3,962만 원)
기업 진출 채널	설립년도	1912년	
	제품명	하우스지앙후앙즈리지에지 우티션공너에티인랴오 (姜黄之力解酒醒酒不宿醉功能饮料)	
	용량	600ml (100ml x 6EA)	
	가격	129위안 (21,798원)	
	주요 원료	심황	
기업 홍보 채널	*중국 홍보 채널이 확인되지 않음		
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 간을 보호해주고 알코올의 부담을 줄여줌 (减轻酒精对人体肝脏的负担) 더 이상 숙취 고민할 필요가 없음 (第二天起来头也不会疼) 항산화, 항염증 효과가 있음 (可以抗氧化消炎保肝提神) 	
사진자료: 웨이보 홈페이지, 티몰 홈페이지			

15) 하우스웰니스푸드(House Wellness Food Inc.) 홈페이지(housefoods-group.com)

16) 100엔= 1,139.62원(2019.09.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 광동룽팅후치오꾸오지우류유한공사
(广东龙腾虎桥国际物流有限公司)

Interview ② 지난진하이훼마오이유한공사
(济南金海汇贸易有限公司)

Interview ③ 닝보강파이터마오이유한공스
(宁波康派特贸易有限公司)

Interview ④ 안훼화이통신시지수유한공스
(安徽华夷通信信息技术有限公司)

Interview ⑤ 상하이싱리쓰핑유한공스
(上海醒力食品有限公司)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

중국 (CHINA)

숙취해소제 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 유통업체 ○
- 숙취해소제 취급 경험 ○

광둥룽팅후치오꾸오지 지난진하이웨이마 닝보강파이터마 안웨이하이통신시 상하이싱리쓰핑
오지우류유한공사 오이유한공사 오이유한공사 지수유한공사 유한공사
(广东龙腾虎桥国际物流有限公司) (济南金海汇贸易有限公司) (宁波康派特贸易有限公司) (安徽华夷通信息技术有限公司) (上海醒力食品有限公司)

업체 ▶ 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 제조유통업체

숙취
해소제
취급



숙취해소제

숙취해소제

숙취해소제

숙취해소제

숙취해소제

사진자료: 광둥룽팅후치오꾸오지우류유한공사(广东龙腾虎桥国际物流有限公司), 지난진하이웨이마오이유한공사(济南金海汇贸易有限公司), 닝보강파이터마오이유한공사(宁波康派特贸易有限公司), 상하이싱리쓰핑유한공사(上海醒力食品有限公司) 홈페이지

중국(CHINA)

숙취해소제 바이어 인터뷰

광둥룽팅후치오꾸오지 지난진하이웨이마오이유 닝보강파이터마오이유 안웨이하이통신시지수유 상하이싱리쓰핑유한공
우류유한공사 한공사 한공사 한공사 스
A사 (广东龙腾虎桥国际物 (济南金海汇贸易有限 (宁波康派特贸易有限 (安徽华夷通信息技 (上海醒力食品有限公
流有限公司) 公司) 公司) 有限公司) 司)
수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 제조유통업체

17) 1,500~
1,600원

적당한 가격대

용량대비
적당한 편

신제품 치고는
비싼 편

유사 제품에 비해
비싼 편

유사 제품에 비해
비싼 편

제품 가격

아이스플랜트

제품 원료

진피, 칩뿌리 등

헛개나무열매, 진피,
향연, 올리브 등

커큐민,
헛개나무열매,
칩뿌리 등

꿀, 칩뿌리,
헛개나무열매, 산사,
레몬, 뽕나무, 오매,
진피, 민트, 감초 등

헛개나무열매와
칩뿌리 등

유리병

제품 포장

플라스틱 병
권장

유리병

플라스틱 파우치

캔

캔

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

17) 1위안= 168,98원(2019.09.02.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Interview ① 광동룽팅후치오꾸오지우류유한공사 (广东龙腾虎桥国际物流有限公司)



18)

광동룽팅후치오꾸오지우류유한공사
(广东龙腾虎桥国际物流有限公司)

전문가 소속
광동룽팅후치오꾸오지우류
유한공사
(广东龙腾虎桥国际物流有限公司)
수입유통업체
전문가 정보

Mr. Zhang
(Sales Manager)

The screenshot displays the SeeHog Logistics website interface. At the top, it features the company logo and name in Chinese: '广东龙腾虎桥国际物流有限公司 专业报关清关服务'. Below this, there's a banner with the English name 'SeeHog SERVICE LOGISTICS' and the slogan 'SeeHog SERVICE LOGISTICS 海陆空运深度覆盖·安全·及时·快捷 专业清关报关商家服务'. A QR code is visible in the top right corner. The main content area is divided into several sections:

- 进口报关 (Import Customs Clearance):** This section lists various services with prices:
 - 蜂蜜进口报关 (Honey Import): ¥12.30
 - 巧克力进口报关 (Chocolate Import): ¥28.00
 - 韩国化妆品香港进口报关 (Korean Cosmetics): ¥1.00
 - 土耳其饼干进口到广东虎门国际港进口报关代理公司 (Turkish Biscuits): ¥200.00
 - 进口高尔夫球装备报关清关17年从业经验 广州深圳 (Golf Equipment): ¥500.00
 - 安全轮椅小孩成人进口广州香港深圳报关清关 (Safety Wheelchairs): ¥300.00
- 供应产品 (Supply Products):** This section highlights '香水进口报关' (Perfume Import) for ¥500.00.
- 红酒进口报关 (Wine Import):** This section shows '红酒进口报关' (Wine Import) for ¥300.00.
- 清关服务 (Customs Clearance Service):** A central section with the text '清关服务' and '17年从业经验 广州深圳'.

광동룽팅후치오꾸오지우류유한공사(广东龙腾虎桥国际物流有限公司)

Sales Manager, Mr. Zhang

당사는 1997년에 설립되어 해외 제품의 수입, 통관, 현지 마케팅 등을 담당하고 있는 업체로, 주로 수입산 주류를 취급하고 있음. 중국 내 도·소매업체로 제품을 납품하고 있으며, 자사 홈페이지 및 유명 온라인 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로 소매판매도 진행하고 있음. 중국 톈진, 칭따오, 상해, 닝보 등 9개 도시에 사무실을 보유하고 있으며, 취급하는 제품은 주로 한국, 일본, 싱가포르, 유럽, 북미 등의 국가에서 수입하고 있음

18) 사진자료: 광동룽팅후치오꾸오지우류유한공사(广东龙腾虎桥国际物流有限公司) 홈페이지 (www.seehog.cn)



가격 1,500~1,600원

원료 아이스플랜트

용량 100ml

포장 유리병

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 한국 및 일본의 숙취해소제를 취급하고 있습니다. 가장 수요가 많은 제품은 한국의 레디큐이며, 가격은 100ml에 30위안(5,069원)입니다. A사 제품은 100ml당 1,600원으로, 운송비와 관세 등이 부과되면 25위안(4,225원) 정도로 가격이 책정될 것 같습니다. 제품의 인지도만 어느 정도 쌓인다면 중국 시장에서 적당한 가격대라고 생각합니다.

Q2. 중국 내 숙취해소제의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

중국 내 음주자는 8억 명 정도로, 중국인들의 알코올 소비량은 매우 높은 편입니다. 따라서 숙취해소제의 시장은 큰 편이지만, 실제로 숙취해소제를 구매하는 소비자는 굉장히 제한적입니다. 주로 35-50세의 회사 임원들이 구매하며, 대부분 중산층 이상의 경제력을 지닌 소비자들입니다.

Q3. 중국 내 숙취해소제의 선호도가 어떻게 되나요?

앞서 말씀드렸다시피 저희 매장에서 가장 수요가 높은 숙취해소제는 한국의 레디큐이며, 탄산수도 숙취해소제로서 수요가 높은 편입니다. 탄산수는 속쓰림을 완화시켜주고, 숙취해소에 효과가 있는 것으로 알려져 있습니다. 그 외에 일본의 필박스(Pillbox)와 판클(Fancl) 숙취해소제도 인기가 많습니다. 전반적으로 중국 소비자들은 숙취해소제의 효과가 아무리 좋아도 맛이 없으면 구매하지 않습니다. 현지에서는 새콤달콤하거나 과일 맛이 나는 숙취해소제의 수요가 높은 편입니다.

Q4. 중국 내 숙취해소제에 자주 사용되는 원료는 무엇이 있나요?

중국 내 판매되는 숙취해소제에는 보통 진피, 칩뿌리 등 식물성 중약재가 자주 사용됩니다. 소비자들은 천연식물성 원료로 제조된 제품을 선호하며, 식물성 제품이 중국 통관 시 유리합니다. 현재 중국 내 아이스플랜트를 원료로 하는 숙취해소제는 없으며, 아이스플랜트의 인지도는 낮기 때문에 초반에 제품 홍보 시 아이스플랜트의 효능을 알리는 것이 중요합니다.

Q5. 제품 수출 시 필요한 인 증은 무엇인가요?

숙취해소제 수출 시 위생증, 검역증, 보건식품허가 등의 증빙서류를 제출해야 합니다. 그리고 제품 포장의 경우, 필수는 아니지만 플라스틱 용기사용을 권장하고 있습니다. 플라스틱 병은 원가가 저렴하고, 유통 시 깨질 염려가 없으며, 소비자들이 사용하기에도 편리하고 안전합니다.

Interview ② 지난진하이웨이마오이유한공사 (济南金海汇贸易有限公司)



19)

지난진하이웨이마오이유한공사
(济南金海汇贸易有限公司)

전문가 소속

지난진하이웨이마오이유한공사
(济南金海汇贸易有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Ahem
(Sales Manager)

同仁堂·系列
钙维生素D
品种齐全 价格合理

제품명	가격	성적
维D钙软胶囊成人中老年人补钙批发液体钙保健食品...	¥12.00	成交1113笔
菓糖椰含片西瓜爽 罗汉果金银花 蜜炼枇杷胖大海...	¥2.30	成交1050笔
少年儿童复合益生菌咀嚼片 益生菌压片糖果咀嚼片...	¥5.40	成交1031笔
益生菌冻干粉 少年儿童成人益生菌铁钙粉 20条/...	¥7.00	成交686笔
三九保健益生菌冻干粉 益生菌铁钙粉 少年儿童成人...	¥7.00	成交589笔
宝宝乳钙糖果软胶囊儿童液体乳钙批发 非儿童钙片	¥13.80	成交390笔
婴幼儿鱼肝油软胶囊 增强免疫力 鱼肝油 保健...	¥17.00	成交284笔
螺旋藻片 正脱蓝帽 中老年人保健食品批发 0.25克*20...	¥16.00	成交240笔
鳕鱼肝油软胶囊 婴幼儿鱼肝油软胶囊 增强免疫力 保健...	¥15.00	成交217笔
鱼肝油软胶囊 成人中老年人保健食品批发 正品100粒装...	¥13.00	成交187笔

지난진하이웨이마오이유한공사(济南金海汇贸易有限公司) Sales Manager, Ms. Ahem

당사는 2019년 초에 설립된 수입유통업체로, 보건식품, 의약품, 생활용품 등을 판매하고 있음. 보건식품으로는 숙취해소제, 단백질보충제, 칼슘보충제, 유산균 등을 취급하고 있으며, 대부분 중국 유명 브랜드로부터 공급받고 있음. 취급 브랜드로는 하요우(哈药), 톨리강(天力康), 진이강(金亿康), 동린탕(同仁堂) 등이 있음. 주로 중국 내 약국으로 제품을 납품하고 있으며, 알리바바 등의 유명 온라인 매장을 통해서도 판매하고 있음



가격 1,500~1,600원

원료 아이스플랜트

용량 100ml

포장 유리병

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 중국산 제이쥬링(解酒令) 숙취해소제를 취급하고 있습니다. 한 병의 용량은 10ml이며, 6병에 16위안(2,704원)으로 판매하고 있습니다. A사 제품의 가격은 용량대비 적당한 편입니다.

Q2. 중국 내 숙취해소제의 수요가 어떻게 되나요?

중국 내 숙취해소제의 수요는 높은 편입니다. 저희 업체의 경우, 한 달에 숙취해소제를 400상자 정도 판매합니다. 추석, 설 등의 명절 때 숙취해소제의 수요가 급증하며, 현재 중국에서는 음주운전에 대한 단속이 엄격해 운전을 해야 하는 소비자들이 대부분 숙취해소제를 구매합니다.

Q4. 중국 내 숙취해소제에 자주 사용되는 원료는 무엇이 있나요?

현재 중국 내 수요가 높은 숙취해소제는 대부분 헛개나무열매, 진피, 향연, 올리브 등을 원료로 사용합니다. 소비자들은 숙취해소에 효과가 있고 건강한 원료를 선호합니다. 아직 중국 내 아이스플랜트를 사용하는 숙취해소제는 없으며, 아이스플랜트는 중국에서 잘 알려져 있지 않습니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희는 중국 장시성에서 제조되는 제이쥬링 제품을 판매하고 있습니다. 숙취해소제는 온라인 매장에서 일반 식품으로 분류하여 판매하고 있으며, 약국 등의 오프라인 매장을 통해서도 판매 중입니다. 일반적으로 오프라인보다 온라인 매장의 판매량이 훨씬 더 높습니다.

Q5. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

중국 내 숙취해소제 시장은 최근 들어 성장하기 시작하였으며, 큰 잠재력이 있는 상태입니다. 하지만 현재로서는 오프라인 매장의 숙취해소제 판매가 활성화되어 있지 않으며, 대부분 SNS 인플루언서들을 통한 대리 판매와 같이 온라인 매장을 통한 판매가 주를 이루고 있습니다. A사 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 중국 시장에서 브랜드 인지도를 높여야 합니다. TV나 SNS 광고 등을 통해 제품을 최대한 노출시키고 수입식품 박람회나 회사 연회에 참가하여 제품을 홍보하는 것이 좋습니다.

19) 사진자료: 알리바바(1688) 홈페이지 (shop1459185788171.1688.com)



가격 1,500~1,600원

원료 아이스플랜트

용량 100ml

포장 유리병

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 한국산 레디큐를 취급하고 있으며, 가격은 100ml에 14.5위안(2,450원)입니다. 저희는 도매판매를 주로 하고 있어서 소매가보다 저렴한 가격으로 판매하고 있습니다. 레디큐는 중국 내 인지도가 높은 숙취해소제이며, 과일 맛이 강해 소비자들이 선호합니다. A사 제품의 가격이 1,500원 정도라면, 중국 수출 시 25위안(4,225원) 정도로 판매할 것 같습니다. 신제품치고는 다소 비싼 편입니다. 중국인들은 제품 구매 시 다른 소비자들의 리뷰를 참고하기 때문에, 제품 평판이 좋거나 인지도가 쌓여야 판매량이 증가할 것입니다.

Q2. 중국 내 숙취해소제의 수요가 어떻게 되나요?

중국 내 숙취해소제의 수요는 낮은 편입니다. 숙취해소제는 주로 직장인들만 구매합니다. 그 외의 사람들은 꿀물, 과일, 요구르트 등 다양한 방법으로 숙취를 해소하며, 숙취해소제를 구매하여 섭취하는 사람들은 많지 않습니다. 또한, 현재 중국 내에 숙취해소제를 판매하는 곳이 많지 않아 접근성이 떨어집니다. 온라인 매장이거나 약국에서만 구매가 가능하며, 숙취해소제를 미리 구매해놓지 않으면 섭취하는 것이 쉽지 않습니다.

Q3. 취급하는 제품의 판매량 및 선호도가 어느 정도인가요?

저희가 취급하는 망고 맛 숙취해소제의 월 판매량은 높은 편입니다. 사탕으로 된 제품은 12g씩 소량 포장되어 있으며, 음료는 100ml씩 포장되어 있습니다. 해당 제품은 전반적으로 디자인이 잘되어 있어서 젊은 층의 소비자들이 선호합니다.

Q4. 중국 내 숙취해소제에 자주 사용되는 원료는 무엇이 있나요?

숙취해소제의 주원료로는 커큐민, 헛개나무열매, 칩뿌리 등이 있습니다. 자주 사용되는 원료들은 대부분 알코올 분해를 돕고 체내 대사 작용을 활발하게 만들어 숙취해소에 효과적입니다. 하지만 아이스플랜트를 사용한 숙취해소제는 들어본 적이 없습니다. 제품 판매 시 원료에 대한 상세한 설명이 필요할 것 같습니다.

Q5. 제품 수출 시 필요한 인 증은 무엇인가요?

숙취해소제는 일반 식품으로 수출할 경우 절차가 쉬워집니다. 하지만 일반 식품은 판매 시 제품 효능에 대한 홍보가 금지되어 있습니다. 따라서 제품 라벨 제작 및 홍보에 각별히 신경 써야 합니다. 과대 홍보 적발 시 벌금을 내야 할 수도 있습니다.

Interview ④ 안웨이화이통신시지수유한공사 (安徽华夷通信信息技术有限公司)



21)

안웨이화이통신시지수유한공사
(安徽华夷通信信息技术有限公司)

전문가 소속

안웨이화이통신시지수유한공사
(安徽华夷通信信息技术有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Hu
(CEO)



안웨이화이통신시지수유한공사(安徽华夷通信信息技术有限公司)

CEO, Mr. Hu

당사는 2017년 설립된 수입유통업체로, 제품의 판매와 더불어 홍보활동도 진행하고 있음. 취급 품목으로는 식품, 농식품, 생활용품, 특산물이 있으며, 취급 브랜드로는 꾸양밍(光明), 구공(顾公) 등이 있음. 식품 중에는 주류와 숙취해소제를 주로 취급하고 있으며, 대부분 중국의 제조업체로부터 공급받고 있음. 제품은 중국 내 슈퍼마켓, 마트, 도매시장 등으로 납품하고 있으며, 티몰, 징둥닷컴 등의 온라인 매장을 통해 제품을 판매하고 있음

21) 사진자료: 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com)



가격 1,500~1,600원

원료 아이스플랜트

용량 100ml

포장 유리병

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 구궁썩쥬미(顾公醒酒蜜)와 자체 브랜드인 바이주(白酒)를 판매하고 있습니다. 저희가 취급하는 제품들은 국내에서 생산되어 가성비가 좋고 저렴합니다. 바이주(白酒) 숙취해소제는 250ml에 12.5위안(2,112원)으로 판매하고 있으며, A사 제품의 용량인 100ml를 기준으로 할 경우 5위안(845원) 정도밖에 되지 않습니다. A사 제품은 저희가 판매하는 제품보다 비싼 편이며, 프리미엄 제품이나 보건의식품으로 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 중국 내 숙취해소제의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

이전에는 중산층의 중국인들이 숙취해소제의 주 소비자층이었다면, 점차 젊은 층의 소비자들로 이동하고 있습니다. 보건의식품 시장이 성장하면서, 소비자들도 점차 다양한 보건의식품에 관심을 갖기 시작하였고, 숙취해소제를 섭취하는 소비자들도 늘어났습니다.

Q3. 제품을 어떻게 홍보하여 판매하고 있나요?

다양한 SNS 채널을 활용하여 제품을 홍보하고 있습니다. A사 제품의 경우, 중국 시장 진출 전에 일부 매장을 통해 시범 판매를 진행해본 뒤에 소비자들의 반응과 피드백을 토대로 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

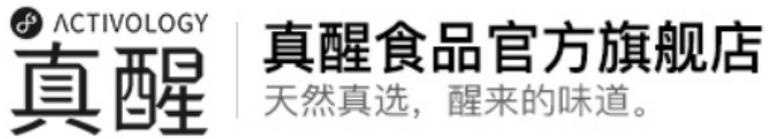
Q4. 중국 내 숙취해소제에 자주 사용되는 원료는 무엇이 있나요?

중국 소비자들은 새콤달콤한 맛의 숙취해소제를 선호합니다. 저희가 취급하는 제품은 달달한 꿀맛이며, 원료로는 꿀, 칩뿌리, 헛개나무열매, 산사, 레몬, 뽕나무, 오매, 진피, 민트, 감초 등이 있습니다. 음주 후 꿀물을 마시는 것이 숙취해소의 오랜 민간요법인 만큼, 소비자들은 꿀을 원료로 하는 숙취해소제를 신뢰하고 구매하는 편입니다. 아이스플랜트는 중국 내 생소한 원료이기 때문에, 시식 등의 프로모션 진행 후 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q5. 제품 수출 시 필요한 인 증은 무엇인가요?

숙취해소제의 효능을 홍보하기 위해서는 보건의식품으로 판매해야 하며, 국가식품·약품 감독총국에서 보건의식품인증을 받아야 합니다. 일반식품으로 판매하게 되면 제품의 효능을 전혀 홍보할 수가 없습니다. 따라서 A사 제품은 영양선식보충제로 판매할 것을 추천합니다. 이는 승인 절차가 보건의식품보다 덜 까다롭고 어느 정도의 제품 효능도 홍보할 수 있습니다.

Interview ⑤ 상하이싱리쓰핑유한공사 (上海醒力食品有限公司)



22)

상하이싱리쓰핑유한공사
(上海醒力食品有限公司)

전문가 소속

상하이싱리쓰핑유한공사
(上海醒力食品有限公司)
제조유통업체

전문가 정보

Mr. Xia
(Sales Manager)



상하이싱리쓰핑유한공사(上海醒力食品有限公司) Sales Manager, Mr. Xia

당사는 2016년에 설립되어 제품을 제조하고 유통하는 업체로, 숙취해소제, 간식, 레저식품 등을 취급함. 자체 브랜드인 쿵시양지양(空想家)과 쩐썩(真醒)을 포함해 여러 중국 브랜드의 제품을 공급받아 판매하고 있음. 공급받은 제품은 중국 내 마트, 슈퍼마켓, 도매시장으로 납품하고 있으며, 티몰과 징동 등의 유명 온라인 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로도 판매하고 있음



가격 1,500~1,600원

원료 아이스플랜트

용량 100ml

포장 유리병

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 쩌닝(真醒)의 숙취해소제를 취급하고 있으며, 사탕으로 된 제품보다는 캔 음료 제품의 수요가 더 높습니다. 캔 음료 가격은 180ml에 13.1위안(2,214원)이며, A사 제품은 저희가 취급하는 제품보다 비싼 편입니다. 따라서 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 초기 홍보에 많은 투자를 해야 합니다.

Q2. 중국 내 숙취해소제의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

현재 숙취해소제의 주 소비자층은 술자리가 잦은 직장인들입니다. 제품의 판매량을 늘리기 위해서는 제품의 소비자층을 직장인뿐만 아니라 클럽이나 술집에 자주 방문하는 20대까지로 늘려야 합니다. 현재는 여성보다 남성이 숙취해소제를 구매하는 경우가 더 많기 때문에, 잠재 고객 확보를 위해 여성 전용 숙취해소제를 출시하는 것도 좋은 방법입니다.

Q3. 현재 중국 내 수요가 높은 숙취해소제는 무엇인가요?

현재 중국 내 가장 수요가 많은 숙취해소제는 저희가 취급하는 쩌닝(真醒) 제품입니다. 새콤달콤한 맛으로 소비자들의 선호도가 높으며, 휴대용으로 갖고 다니기에도 편리합니다. 소비자들은 숙취해소제를 대량으로 구매하는 경우가 많아 대부분의 중국산 숙취해소제는 날개가 아닌 묶음으로 판매합니다. 따라서 A사 제품도 4~5개씩 묶어서 판매하는 것을 추천합니다.

Q4. 중국 내 숙취해소제에 자주 사용되는 원료는 무엇이 있나요?

현재 중국 내 판매되고 있는 숙취해소제는 대부분 헛개나무열매와 칩뿌리를 주 원료로 사용합니다. 헛개나무열매에는 숙취해소에 효과적인 디하이드로미리세틴이 대량 함유되어 있어 많은 숙취해소제에 사용됩니다. 칩뿌리의 경우, 체내 열을 내리고 해독기능과 속 쓰림을 완화시켜주는 기능이 있어서 음주 후에 섭취하면 위장을 편안하게 해주는 효과가 있습니다.

Q5. 제품 수출 시 필요한 인 증은 무엇인가요?

중국 내 판매되는 대부분의 숙취해소제는 영양선식보충제 인증을 받습니다. 해당 인증은 받는 절차가 간단하며, 제품의 건강적 기능 및 효능을 적절하게 홍보할 수 있어서 선호됩니다.

22) 사진자료: 징동닷컴(JD Mall) 홈페이지 홈페이지 (mall.jd.com/index-710102.html)

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

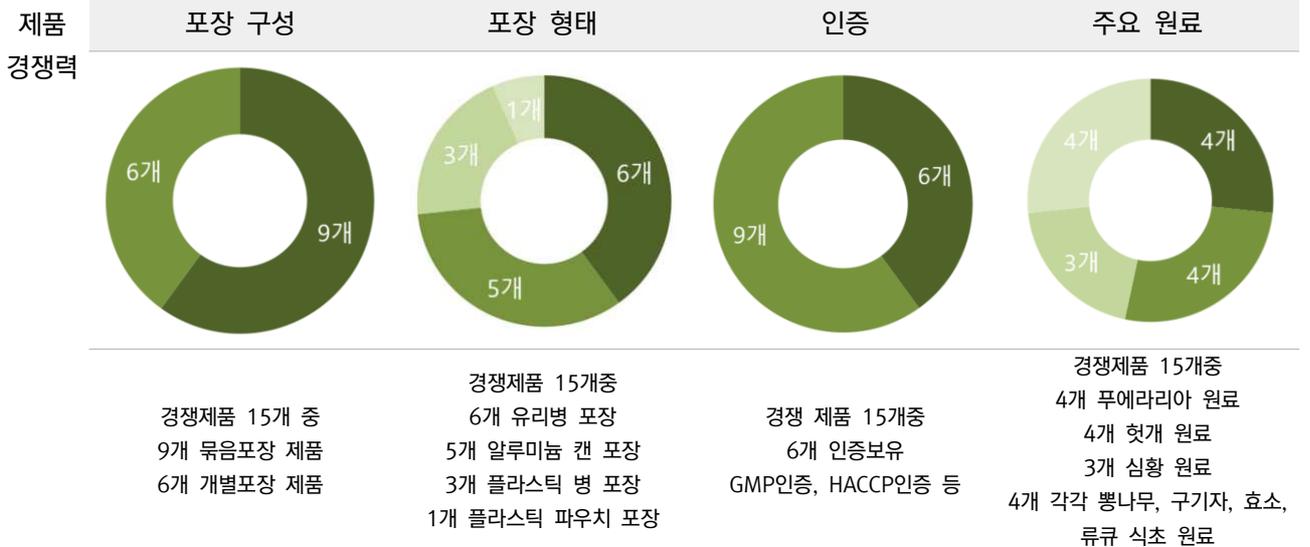
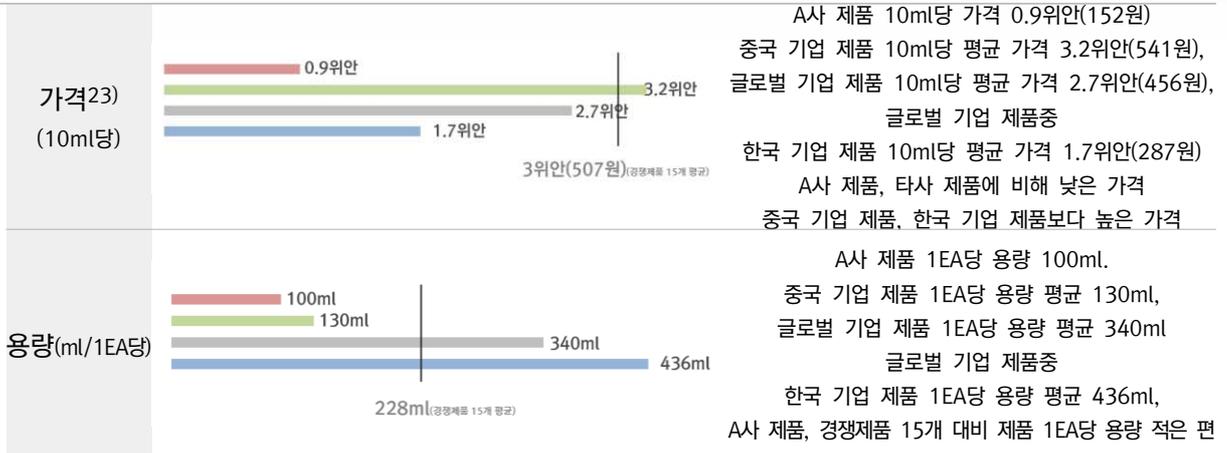
Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

중국(CHINA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사
 ■ 중국기업
 ■ 글로벌기업
 ■ 한국기업
 | 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



중국(CHINA) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 온라인 채널 모두 진출	경쟁기업 6개사 중 4개사 온라인 쇼핑몰 판매 페이지 를 홍보채널로 활용	경쟁기업 6개사 ‘숙취해소’, ‘두통완화’, ‘건강음료’ 등을 강조한 홍보문구 활용

23) 1위안= 168.98원(2019.09.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

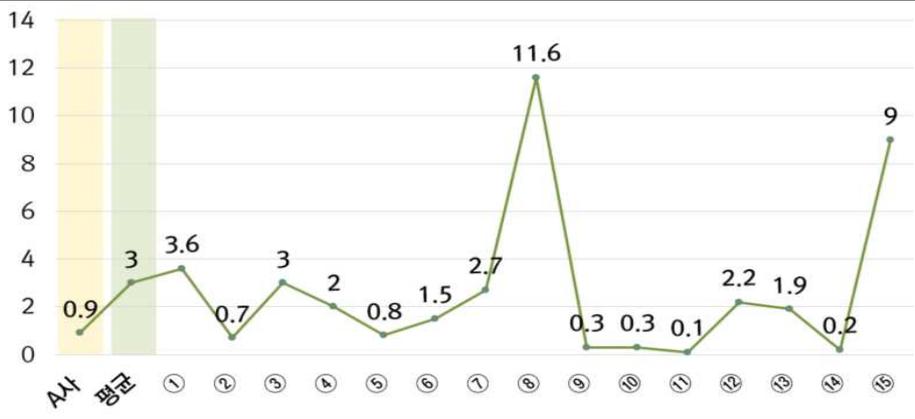
경쟁제품명(경쟁기업 국적)

- ①꺼깐지앙즈우인핀 (중국)
- ②즈취쯔즈인랴오 (중국)
- ③간빠이리 (중국)
- ④리커빠오지앤에 (중국)
- ⑤전싱즈취쯔즈우지에지우인랴오 (중국)
- ⑥꾸공싱지우미 (중국)
- ⑦이츠빠이꾸어슈파자오위앤에자오 (중국)
- ⑧홍앤즈지지에지우자오쑤 (중국)
- ⑨레디큐 (한국)
- ⑩힘찬하루햇개차 (한국)
- ⑪햇개차 (한국)
- ⑫컨디션 (한국)
- ⑬던808 (한국)
- ⑭하오스지앙후앙즈리지에지우터션 쩡너에티인랴오 (일본)
- ⑮5%농쑤어꺼우치뚜어탕지에지우 싱지우후간짱퐁녕인랴오 (태국)

▶ A사 제품 가격, 한국 경쟁기업 제품 대비 약 1.8배 낮은 가격
중국 경쟁기업 제품 대비 약 3.6배 낮은 가격

경쟁제품 15개는 중국 기업 제품 8개와 글로벌 기업 제품 7개로 구분됨. 글로벌 기업 제품 중 5개는 한국기업 제품, 2개는 각각 일본, 태국 기업의 제품이며 브랜드 국적별 가격을 비교함. 중국 기업 제품 8개의 10ml당 평균 가격은 3.2위안(541원)이며 글로벌 기업 제품 7개의 10ml당 평균 가격은 2.7위안(456원)으로 글로벌 기업 제품이 중국 기업 제품의 가격보다 낮게 책정됨. 글로벌 기업 7개중 한국 기업 제품 5개의 10ml당 평균 가격을 분석한 결과 1.7위안(287원)으로 중국 기업 제품의 10ml당 평균 가격 보다 약 1.9배 낮음

[표 3.1] 중국 숙취해소음료 가격 경쟁력 분석



2) 용량(ml)

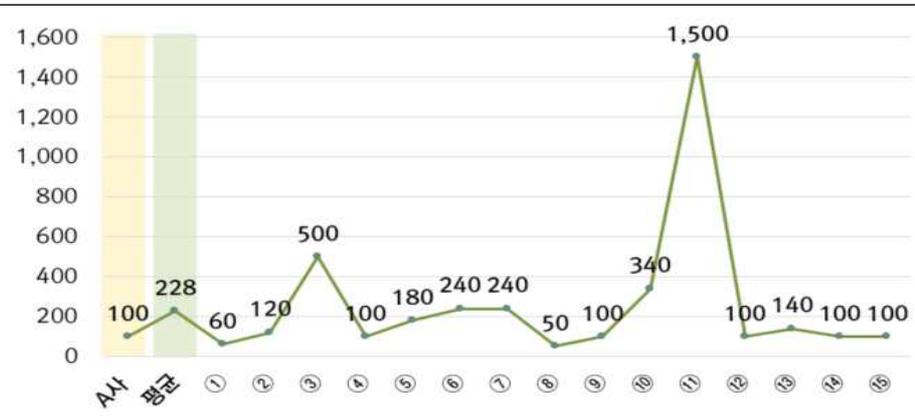
경쟁제품명(경쟁기업 국적)

- ①꺼깐지앙즈우인핀 (중국)
- ②즈취쯔즈인랴오 (중국)
- ③간빠이리 (중국)
- ④리커빠오지앤에 (중국)
- ⑤전싱즈취쯔즈우지에지우인랴오 (중국)
- ⑥꾸공싱지우미 (중국)
- ⑦이츠빠이꾸어슈파자오위앤에자오 (중국)
- ⑧홍앤즈지지에지우자오쑤 (중국)
- ⑨레디큐 (한국)
- ⑩힘찬하루햇개차 (한국)
- ⑪햇개차 (한국)
- ⑫컨디션 (한국)
- ⑬던808 (한국)
- ⑭하오스지앙후앙즈리지에지우터션 쩡너에티인랴오 (일본)
- ⑮5%농쑤어꺼우치뚜어탕지에지우 싱지우후간짱퐁녕인랴오 (태국)

▶ A사 제품, 중국 · 글로벌 경쟁제품 대비 평균 용량 적음

중국에서 판매되고 있는 경쟁제품의 용량을 조사한 결과, 중국 기업 제품 8개의 1개당 평균 용량은 130ml이며, 글로벌 기업 제품 7개의 1개당 평균 용량은 340ml, 글로벌 기업 제품중 한국 기업 제품 5개의 1개당 평균 용량은 436ml임. A사 제품의 총용량은 100ml으로, 중국에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 1개당 평균 용량은 중국 기업 대비 1.3배, 한국 기업 대비 4.4배 적은 것으로 확인 됨.

[표 3.2] 중국 숙취해소음료 용량 경쟁력 분석

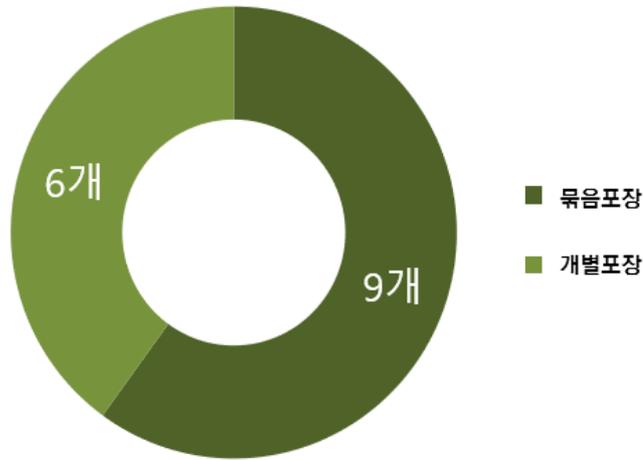


3) 포장 구성

▶ 경쟁제품 15개중 9개, 묶음포장 제품

중국에서 판매중인 경쟁제품의 포장 구성을 조사한 결과, 경쟁제품 15개중 9개는 묶음포장 제품인 것으로 확인됨. 묶음포장 제품 9개는 모두 외포장이 종이 상자임. 나머지 6개 제품은 개별포장 제품으로 1개씩 날개 판매하는 것으로 조사됨

[표 3.3] 중국 숙취해소음료 포장 구성 경쟁력 분석

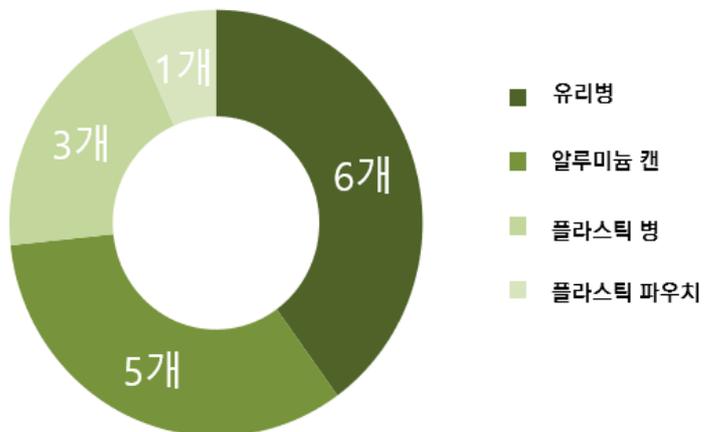


4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 6개 유리병 포장 제품, 5개 알루미늄 캔 포장 제품

경쟁제품 15개의 포장 재질 및 형태를 조사한 결과, 15개 중 6개는 유리병에 포장되어 판매되고 있으며, 5개는 알루미늄 캔에 포장된 제품임. 3개는 플라스틱 병에 포장되어 판매되고 있으며, 1개는 플라스틱 파우치에 포장되어 판매되고 있음

[표 3.4] 중국 숙취해소음료 포장 형태 경쟁력 분석



5) 인증



GMP인증



HACCP인증



건강식품인증



친환경우수포장인증

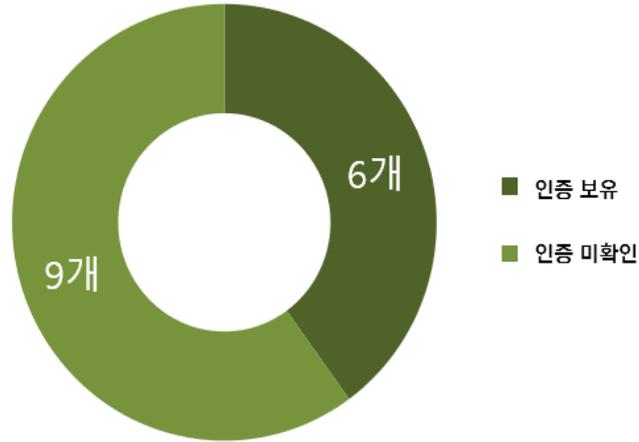


무첨가인증

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 인증 보유 확인

중국에서 오프라인 및 온라인에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개중 6개는 인증을 보유한 것이 확인됨. 경쟁제품 6개가 보유한 인증은 GMP인증, HACCP인증, 건강식품인증, 친환경우수포장인증, 무첨가 인증이 있음

[표 3.5] 중국 숙취해소음료 인증 경쟁력 분석

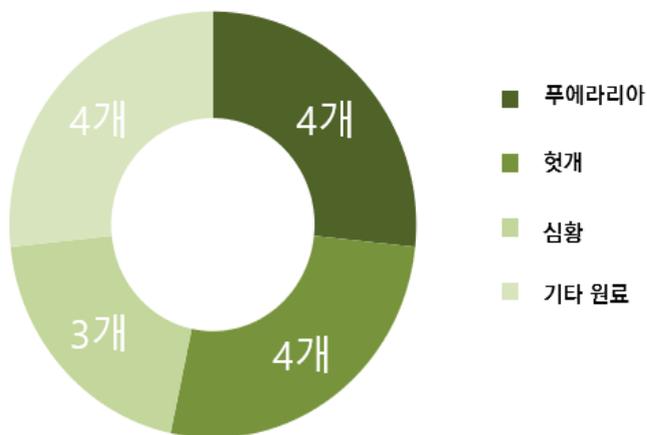


6) 주요 원료

▶ 복합 경쟁제품 15개중 4개 푸에라리아 원료, 4개 헛개 원료 사용

중국에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 주요 원료를 조사한 결과, 4개의 제품이 푸에라리아, 4개의 제품이 헛개를 사용함. 그 다음으로는 심황이 3개의 제품에 주요 원료로 사용됨. 이외 4개의 제품은 각각 뽕나무, 구기자, 효소, 류큐 식초를 원료로 사용한 것이 확인됨

[표 3.6] 중국 숙취해소음료 주요 원료 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 온라인 채널 진출

중국에 진출한 경쟁기업 6개사 모두 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 오프라인에 진출한 기업은 4개사임. 4개사가 진출한 오프라인 채널은 대형 유통매장 1곳과 한인마트 2곳, 편의점 1곳인 것으로 확인됨. 중국기업 카이펑스리시스예파잔요우시앤푹쓰는 편의점, 한국기업 C사와 D사는 대형 유통매장과 한인 마트, 한국 기업 E사는 한인마트에 진출한 것으로 조사됨. 6개사 중 가장 많은 경쟁기업이 진출한 온라인 채널은 1688몰과 타오바오임. 이외 중국 2018년 온라인 쇼핑몰 시장점유율 2위인 징동과 티몰 등에 진출한 것으로 확인됨

[표 3.7] 중국 견과류 가공품 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인			
	로슨	시티슈퍼케이마트	더블유마트	1688	타오바오	징동	티몰
카이펑스리시스예파잔요우시앤푹쓰	○			○			
우시상핀스핀요우시앤푹쓰					○	○	○
C사		○		○	○		○
D사			○	○		○	
E사			○	○	○	○	
하우스웰니스푸드					○		○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 온라인 쇼핑몰 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 중 3개사는 온라인 쇼핑몰을 주요 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 것으로 확인됨. 온라인 쇼핑몰 내에 개인 판매 페이지를 운영하는 형식을 통해 제품 종류, 특징, 효능 정보를 제공함. 경쟁기업이 주로 활용하는 온라인 쇼핑몰로는 1688몰과 타오바오 등이 있음. 한국기업 E사의 경우 온라인 쇼핑몰뿐만 아니라 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼도 활용함

[표 3.8] 중국 견과류 가공품 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	온라인 쇼핑몰 판매 페이지	SNS 플랫폼	
			웨이보	위챗
카이펑스리시스예파잔요우시앤푹쓰		○(1688몰)		
우시상핀스핀요우시앤푹쓰		○(징동, 티몰)		
C사			○	
D사	○			
E사	○	○(1688몰)	○	
하우스웰니스푸드			○	

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 ‘숙취해소’, ‘간보호’, ‘맛있는 건강음료’ 강조하여 홍보

중국에 진출한 경쟁기업 6개사는 경쟁제품의 기능을 강조하여 제품을 홍보하고 있음. ‘숙취 해소’, ‘간 보호’, ‘항산화 작용’, ‘두통 완화’ 등의 문구를 사용하여 제품의 숙취해소 기능이 뛰어나다는 점을 강조함. 중국 기업 우시상핀스핀요우시엔퐁쓰의 경우 ‘술자리에서의 비장의 무기’라는 문구를 활용하기도 함. 이외 ‘방부제 무첨가’, ‘천연의’라는 문구를 활용하여 경쟁제품의 안전성과 건강을 생각한 제품이라는 점을 강조하고 있음

[표 3.9] 중국 건과류 가공품 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 주 상하이대한민국 총영사관 홈페이지 (overseas.mofa.go.kr)
2. 중국 상하이시 민항구 홈페이지 (www.shmh.gov.cn)
3. 구글맵스 홈페이지 (www.maps.google.com)
4. 로슨 홈페이지 (www.lawson.co.jp)
5. 상하이방 홈페이지 (www.shanghaibang.com)
6. 시티슈퍼 홈페이지 (www.citysuper.com.hk)
7. 티몰 홈페이지 (www.tmall.com)
8. 타오바오 홈페이지 (www.taobao.com)
9. 징둥 홈페이지 (www.JD.com)
10. 1688몰 홈페이지 (www.1688.com)
11. 웨이보 홈페이지 (www.weibo.com)
12. 티엔안차이 홈페이지 (www.tianyancha.com)
13. 허페이웨이쯔위앤샹오마오유오한공쓰 알리바바(1688.com) 홈페이지 (weiziyuan1688.1688.com)
14. 난양룽훤이승팡띠앤즈샹우유한공쓰 알리바바(1688.com) 홈페이지 (ronghuishengfang.1688.com)
15. 상하이쯔안황스핀유한공쓰 알리바바(1688.com) 홈페이지 (zanhuangfood.1688.com)
16. 정저우수샹리양창샹마오유한공쓰 알리바바(1688.com) 홈페이지 (shop8827h63656392.1688.com)
17. 하우스웰니스푸드(House Wellness Food Inc.) 홈페이지(housefoods-group.com)
18. 올리브 네이션 홈페이지 (www.olivenation.com)
19. 중소기업현황정보 홈페이지 (sminfo.mss.go.kr)
20. 광둥룽팅후치오꾸오지우류유한공사(广东龙腾虎桥国际物流有限公司) 홈페이지 (ww.seehog.cn)
21. 알리바바(1688) 홈페이지 (shop1459185788171.1688.com)
22. 알리바바(1688) 홈페이지 (shop2666tn5267g24.1688.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.09.13

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

