

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 중국 맥주 경쟁제품 선정	6
2. 중국 맥주 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 중국 맥주 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 중국 맥주 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	24
1. 중국 맥주 경쟁기업 포지셔닝	25
2. 중국 맥주 경쟁기업 현황	26
3. 중국 맥주 경쟁기업 분석	28

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	35
Interview ① 선전지커래커지파잔유한공사(深圳集客来科技发展有限公司)	36
Interview ② 상하이쑤칭꾸오지마오이유한공사(上海鑫擎国际贸易有限公司)	38
Interview ③ 광저우얼거우쓰원화창이유한공사(广州二狗吃喝文化创意有限公司)	40
Interview ④ 웨이싸이디스왕루오커지유한공사(威赛帝斯网络科技有限公司)	42
Interview ⑤ 항저우비위마오이유한공사(杭州碧珏贸易有限公司)	44

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	47
1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 기업 마케팅 벤치마킹	54

*참고문헌	56
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

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

Competitive Product

(경쟁제품)

중국 (CHINA) 맥주 방문 매장 선정

방문 매장 선정
 · 후보 : 품목별 방문 매장
 · 선택 : 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	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)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	리퀴드샵				아시안마트		

중국 (CHINA) 맥주 매장 조사

	올레(Ole) (고급 슈퍼마켓)	비어레이디(Beer Lady) (수입맥주 판매점)	로스(Lawson) (편의점)
전경			
조사 제품	6개	4개	5개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 2004년에 설립된 중국의 슈퍼마켓 체인 중국 내에 20개 매장 보유 고급 브랜드 제품 다수 취급 가격대가 일반 슈퍼마켓에 비해 높은 편임 	<ul style="list-style-type: none"> 2017년에 오픈한 상하이의 수입맥주 판매점 중국 내에 5개 매장 보유 각국의 맥주를 즐길 수 있으며 안주를 판매함 접근성이 높은 곳에 위치한 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 1975년에 설립된 일본계 편의점 체인 본사는 미국에 있었으나 2017년에 미쓰비시 그룹에게 인수됨 일본 내 14,691개의 매장을 보유하고 있으며, 상하이에는 1,403개 매장을 보유함

Competitive Product

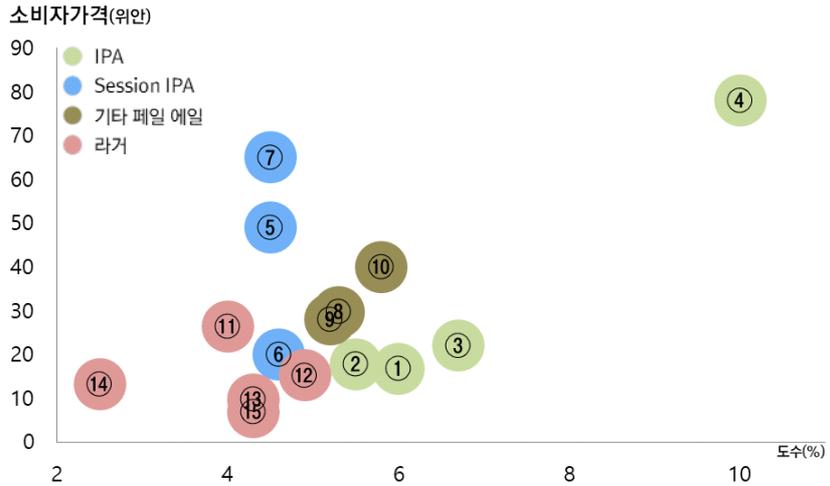
(경쟁제품)

중국 (CHINA) 맥주 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 도수(%)
· Y축 : 소비자가격(위안)



중국 (CHINA) 맥주 경쟁제품 분석

제품 종류 ^①	경쟁제품(경쟁기업)	국적 및 생산지 ^①	제품 종류 ^②	가격 (총합) ^②	가격 (100ml당)	중량 (ml)	도수 (%)	주요 원료
IPA	① 볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)	리투아니아	일반	16.8위안 (2,784원)	3위안 (490원)	568	6	보리 맥아
	② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)	일본	일반	17.8위안 (2,950원)	5.1위안 (843원)	350	5.5	보리 맥아
	③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)	미국	일반	22위안 (3,646원)	6.2위안 (1,027원)	355	6.7	보리 맥아, 오렌지
	④ #100 홉드 발리 와인 (뇌그너)	노르웨이	수제	78위안 (12,928원)	23.6위안 (3,917원)	330	10	보리 맥아, 밀 맥아
Session IPA	⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 훗카이도)	일본	수제	49위안 (8,121원)	14위안 (2,320원)	350	4.5	보리 맥아, 오렌지 껍질
	⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)	미국	수제	20위안 (3,315원)	5.6위안 (934원)	355	4.6	보리 맥아
	⑦ 보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)	미국	수제	65위안 (10,773원)	18.3위안 (3,035원)	355	4.5	보리 맥아
기타 페일 에일	⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)	영국	수제	29.8위안 (4,939원)	9위안 (1,497원)	330	5.3	보리 맥아
	⑨ 토마스 컵퍼스 셀렉션 (컵퍼스)	호주	수제	28위안 (4,641원)	7.9위안 (1,307원)	355	5.2	보리 맥아
	⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)	영국	수제	40위안 (6,630원)	12.1위안 (2,009원)	330	5.8	보리 맥아
라거	⑪ 칼스버그 (칼스버그)	덴마크, 중국	일반	26.4위안 (4,376원)	5.3위안 (875원)	500	4	보리 맥아, 쌀
	⑫ 웨팅어 바이스 (웨팅어)	독일	일반	15.2위안 (2,519원)	3위안 (504원)	500	4.9	보리 맥아, 밀 맥아
	⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)	일본, 중국	일반	9.8위안 (1,624원)	2위안 (325원)	500	4.3	보리 맥아, 옥수수 전분
	⑭ 스노우 비어 (화운설화맥주유한공사)	중국	일반	13.2위안 (2,188원)	2.6위안 (438원)	500	2.5	보리 맥아
	⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)	중국	일반	6.9위안 (1,144원)	2.1위안 (347원)	330	4.3	보리 맥아

(*) 현지 판매 맥주 경쟁제품 15개 분석

1) 국적과 생산지가 동일한 제품은 한번만 표기함
2) 1위안= 165.74원(2019.11.01.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 중국 맥주 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 제품 종류에 따라 선정한 제품

- 에일 제품 : 에일 맥주 중 IPA, Session IPA, 기타 페일 에일 종류 경쟁제품 선정
- 라거 제품 : 라거 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 3개 채널 : 올레(Ole), 비어레이디(Beer Lady), 로슨(Lawson)

[표 1.1] 중국 맥주 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류		유형별 매장 입점 여부	
	에일	라거	오프라인	온라인
① 볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)	○ (IPA)		○ (올레)	
② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)	○ (IPA)		○ (올레)	○ (티몰, 1688몰)
③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)	○ (IPA)		○ (올레)	○ (징동, 티몰 등)
④ #100 홉드 발리 와인 (뇌그너)	○ (IPA)		○ (비어레이디)	○ (징동)
⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 핫카이도)	○ (Session IPA)		○ (올레)	○ (1688몰)
⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)	○ (Session IPA)		○ (올레)	○ (징동, 티몰 등)
⑦ 보니토 블론드 에일(발라스트 포인트 브루잉)	○ (Session IPA)		○ (비어레이디)	
⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)	○ (PA)		○ (올레)	○ (징동, 티몰)
⑨ 토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)	○ (APA)		○ (비어레이디)	
⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)	○ (PA)		○ (비어레이디)	○ (징동, 티몰)
⑪ 칼스버그 (칼스버그)		○ (라거)	○ (로슨)	
⑫ 웨팅어 바이스 (웨팅어)		○ (라거)	○ (로슨)	
⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)		○ (라거)	○ (로슨)	○ (징동, 티몰 등)
⑭ 스노우 비어 (화윤설화맥주유한공사)		○ (라거)	○ (로슨)	
⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)		○ (라거)	○ (로슨)	○ (징동, 티몰 등)

(*) 현지 판매 맥주 경쟁제품 15개 분석

2. 중국 맥주 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 100ml당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 용량(ml)

- 경쟁제품의 용량

▶ 조사 지표 ③ 도수(%)

- 경쟁제품의 도수

▶ 조사 지표 ④ 종류

- 맥주 제조방식에 따른 경쟁제품의 종류
 - IPA: 인디언 페일 에일(Indian Pale Ale)
 - Session IPA: 인디언 페일 에일 중 도수를 약간 줄여 음용성을 높인 제품
 - PA: 페일 에일(Pale Ale)
 - APA: 아메리칸 페일 에일(American Pale Ale)
 - 라거: 라거(Lager)
- 수제 제조 여부에 따른 경쟁제품의 종류
 - 수제 맥주: 양조장에서 자체 개발한 제조법에 따라 소량 생산한 맥주
 - 일반 맥주: 대규모 양조장에서 대량 생산한 맥주

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질을 조사
 - 캔: 알루미늄 캔 용기에 내용물이 들어있는 포장
 - 유리병: 유리병에 내용물이 들어있는 포장

▶ 조사 지표 ⑥ 주요 원료 및 첨가물

- 맥주 경쟁제품을 만들 때 사용된 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑦ 유통기한

- 경쟁제품의 유통기한을 조사

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보 문구

- 경쟁제품을 홍보할 때 사용한 홍보 문구를 조사

[표 1.2] 중국 맥주 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml 당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	용량(ml)	제품의 용량
도수	도수(%)	제품의 도수
제품 종류(1)	IPA	인디언 페일 에일 제품
	Session IPA	인디언 페일 에일 중 도수를 약간 줄여 음용성을 높인 제품
	PA	페일 에일 제품
	APA	아메리칸 페일 에일 제품
	라거	라거 제품
제품 종류(2)	수제 맥주	자체 제조법에 따라 소량 생산한 제품
	일반 맥주	대규모 양조장에서 대량 생산한 제품
포장 형태	캔	알루미늄 캔 용기
	유리병	유리병 용기
주요 원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물
유통기한	유통기한	제품의 유통기한
홍보 문구	홍보 문구	경쟁제품을 홍보하기 위해 사용한 문구

3. 중국 맥주 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)
- ② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)
- ③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)
- ④ #100 홉드 발리 와인 (비그너)
- ⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 홉카이도)
- ⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)
- ⑦ 보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)
- ⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑨ 토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)
- ⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑪ 칼스버그 (칼스버그)
- ⑫ 웨딩어 바이스 (웨딩어)
- ⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)
- ⑭ 스노우 비어 (화윤설화맥주유한공사)
- ⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)

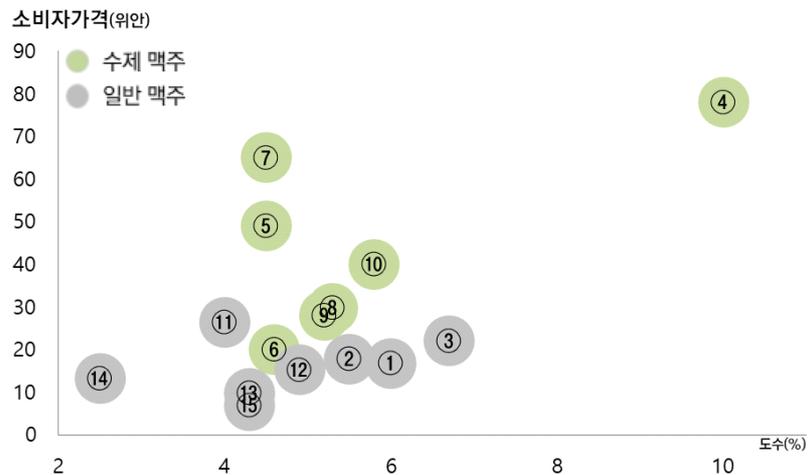
▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품 생산 방식에 따른 종류별 가격 비교

중국 오프라인 매장에서 조사된 맥주 경쟁제품 15개는 상면 발효 방식으로 생산된 에일 제품 중 도수를 높이고 홉의 맛을 강화한 IPA 제품, IPA의 음용성을 높인 Session IPA 제품, 기타 페일 에일 제품 그리고 하면 발효 방식으로 생산된 라거 제품의 총 4가지 종류로 구분됨. 경쟁제품 15개를 생산 방식에 따른 종류별로 나누어 가격을 비교한 결과, IPA 제품 4개의 평균 가격은 33.7위안(5,577원), Session IPA 제품 3개의 평균 가격은 44.7위안(7,403원), 기타 페일 에일 제품 3개의 평균 가격은 32.6위안(5,403원) 그리고 라거 제품 5개의 평균 가격은 14.3위안(2,370원)인 것으로 조사됨. Session IPA 제품의 평균 가격이 가장 높으며 라거 제품의 평균 가격이 가장 낮음

▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품 수제 제조 여부에 따른 종류별 가격 비교

중국 오프라인 매장에서 조사된 맥주 경쟁제품 15개는 소규모 양조장에서 자체 제조법에 따라 소량 생산되는 수제 맥주 제품과 대규모 양조장에서 대량 생산되는 일반 맥주 제품으로 구분됨. 경쟁제품 15개를 생산 양조장 규모에 따른 종류별로 구분하여 가격을 비교한 결과, 수제 맥주 제품 7개의 평균 가격은 44.3위안(7,335원)이며 일반 맥주 제품 8개의 평균 가격은 16위안(2,654원)인 것으로 조사됨. 수제 맥주 제품의 평균 가격이 일반 맥주 제품의 평균 가격보다 더 높음

[표 1.3] 중국 맥주 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 중국 맥주 경쟁제품 15개 분석 결과

4. 중국 맥주 입점 매장 및 경쟁제품 정보

▶ 중국 상하이시 쉬후이구 및 민항구, 방문지역으로 선정

중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 상하이시(上海)의 남서쪽에 위치한 쉬후이구(徐匯區)와 민항구(閔行區)를 방문지역으로 선정함. 상하이시는 경제, 금융, 무역, 항운, 과학기술혁신 등 5대 중심센터를 구축하고 있으며³⁾, 쉬후이구와 민항구는 상하이시의 시할구로 중앙 도시 중 하나임. 쉬후이구에는 태평양백화점(太平洋百貨), 상하이 경기장(八万人 体育场) 등 유명 상업 빌딩과 문화를 즐길 수 있는 공간들이 위치하여 지역 주민과 여행객들의 방문이 많은 지역임.⁴⁾ 민항구는 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 지역임⁵⁾

▶ 중국 상하이시에 위치한 고급 슈퍼마켓, 수입맥주 판매점, 편의점 각각 1곳 방문

중국 상하이시의 도심인 쉬후이구에 위치한 고급 슈퍼마켓 올레(Ole), 수입맥주 판매점 비어레이디(Beer Lady), 편의점 로슨(Lawson)을 방문함. 편의점인 로슨은 2018년 중국 편의점 시장 점유율 5%로 5위인 브랜드임. 올레에서 6개의 에일 제품, 비어레이디에서 4개의 에일 제품, 로슨에서 5개의 라거 제품, 총 15개의 맥주 경쟁제품을 선정함

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

4) 자료: 중국 상하이시 쉬후이구 홈페이지 (www.xuhui.gov.cn)

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

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징

● 상하이시 쉬후이구⁶⁾

인구('17)	92만 명
지역 GDP('18)	1,573억 9,400만 위안 (260조 2,352억 원)
면적	54.93 제곱킬로미터

● 상하이시 민항구⁷⁾

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



자료 : Google Maps

6) 자료: 중국 상하이시 쉬후이구 홈페이지 (www.xuhui.gov.cn)

7) 자료: 중국 상하이시 민항구 홈페이지 (www.shrmh.gov.cn)

Shop ① 올레(Ole)

매장 정보

- 유형 : 고급 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 : 고급 브랜드 제품과 수입산 제품을 주로 판매하여 제품 가격대가 높은 편
- 매장 주변 특징 : 상하이의 중심지역인 쉬자후이역에 위치해 있어 늘 사람이 붐빔
- 주요 고객층 : 외국인, 관광객, 현지인

브랜드 기본 정보



올레는 2004년에 설립된 중국의 슈퍼마켓 체인이며 중국 내에 20개의 매장을 보유함. 방문한 올레 매장은 상하이시 시내 중심지역인 쉬자후이역(Xujiahui)에 위치한 백화점에 입점되어있는 매장임. 고급 브랜드 제품이 많으며 소비 수준이 높은 지역에 위치해 있어 가격대가 일반 슈퍼마켓에 비해 높은 편임. 신선식품을 등급별로 판매하는 특징이 있음

조사 제품 수 : 6개

매장 정보



도시(지역)
위치
상세주소

상하이 쉬후이구
中国, 上海, 虹桥路1号

매장 내부 전경



판매 맥주 제품 정보

맥주 판매 정보



아바시리 화이트 에일 (아바시리 홋카이도)



볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)



그랜드 키린 아이피에이 (키린)



스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)

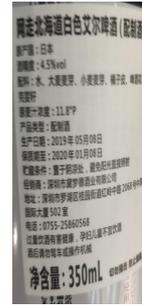


스톤 에일 (스톤 브루잉)



트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)

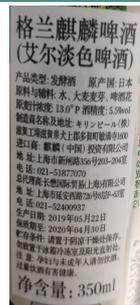
사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	아바시리 화이트 에일 (Abashiri White Ale)	제품명 (현지어)	网走北海道白色艾尔啤酒
제조사	아바시리 홋카이도 (Abashiri Hokkaido)	용량(ml)	350
제품 종류	수제, 에일 맥주 (Session IPA)	도수(%)	4.5
가격	49위안 (8,121 원)	포장 형태	캔
원산지	일본	유통기한	8개월
홍보 문구	목에 쏟아지는 부드러운 느낌과 선명하고 풍부한 향과 풍미를 즐겨보세요		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 오렌지 껍질, 홉, 고수 씨앗		



제품명 (영어)	볼파스 엔젤맨 아이피에이 (Volfas Engelman IPA)	제품명 (현지어)	沃夫狼啤印度风味啤酒
제조사	볼파스 엔젤맨 (Volfas Engelman)	용량(ml)	568
제품 종류	일반, 에일 맥주 (IPA)	도수(%)	6
가격	16.8위안 (2,784 원)	포장 형태	캔
원산지	리투아니아	유통기한	14개월
홍보 문구	세계적인 맛의 IPA		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 향기로운 보리 맥아, 홉		



제품명 (영어)	그랜드 키린 아이피에이 (Grand Kirin IPA)	제품명 (현지어)	格蘭麒麟啤酒
제조사	키린 (Kirin)	용량(ml)	350
제품 종류	일반, 에일 맥주 (IPA)	도수(%)	5.5
가격	17.8위안 (2,950원)	포장 형태	캔
원산지	일본	유통기한	11개월
홍보 문구	기린의 수제맥주 제조기술로 만든 IPA		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 홉		



제품명 (영어)	스톤 텐저린 익스프레스 (Stone Tangerine Express)	제품명 (현지어)	巨石香橙特快印度淡色艾尔啤酒
제조사	스톤 브루잉 (Stone Brewing)	용량(ml)	355
제품 종류	일반, 에일 맥주 (IPA)	도수(%)	6.7
가격	22위안 (3,646원)	포장 형태	유리병
원산지	미국	유통기한	24개월
홍보 문구	스톤 텐저린 익스프레스 IPA		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 효모, 홉, 오렌지, 파인애플		



제품명 (영어)	스톤 에일 (Stone Ale)	제품명 (현지어)	巨石圣地亚哥艾尔啤酒
제조사	스톤 브루잉 (Stone Brewing)	용량(ml)	355
제품 종류	수제, 에일 맥주 (Session IPA)	도수(%)	4.6
가격	20위안 (3,315원)	포장 형태	유리병
원산지	미국	유통기한	24개월
홍보 문구	샌디에이고의 수제 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 홉, 효모		



제품명 (영어)	트리플 씨 골든 에일 (Triple C Golden Ale)	제품명 (현지어)	三花啤酒
제조사	트웨이트 브루어리 (Thwaites Brewery)	용량(ml)	330
제품 종류	수제, 에일 맥주 (PA)	도수(%)	5.3
가격	29.8위안 (4,939원)	포장 형태	유리병
원산지	영국	유통기한	18개월
홍보 문구	치누크, 시트라, 센테니얼 홉에서만 느낄 수 있는 부드러운 목넘김과 선명하고 깔끔한 맛		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 홉, 효모		

Shop ② 비어레이디(Beer Lady)

매장 정보

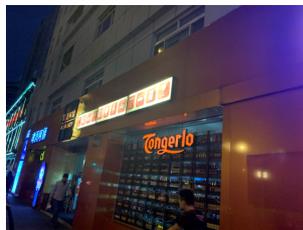
- 유형 : 수입맥주전문판매점
- 판매 제품 특징 : 수입맥주와 안주를 판매함
- 매장 주변 특징 : 지하철 3호선, 4호선 연안시루역, 동화대학 부근에 위치해 있음
- 주요 고객층 : 현지인, 관광객

브랜드 기본 정보

비어레이디는 2017년에 오픈한 상하이의 수입맥주 판매점임. 중국 내에 5개의 매장을 보유함. 유럽, 미국, 일본 등 각국의 맥주를 한 곳에서 즐길 수 있고, 안주도 판매하는 매장임. 대학가에 위치해 있으며, 주변에 교통편이 많아 접근성이 매우 좋음

조사 제품 수 : 4개

매장 정보



도시(지역) : 상하이
위치 : 상세주소

상하이 징안구
中国, 上海, 延安西路1686号

매장 내부 전경



판매 맥주 제품 정보

맥주 판매 정보



토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)



#100 홉드 발리 와인 (뇌그너)



빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)



보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	토마스 쿠퍼스 셀렉션 (Thomas Cooper's Selection)	제품명 (현지어)	库柏斯艾尔啤酒
제조사	쿠퍼스 (Coopers)	용량(ml)	355
제품 종류	수제, 에일 맥주 (APA)	도수(%)	5.2
가격	28위안 (4,641원)	포장 형태	유리병
원산지	호주	유통기한	2년
홍보 문구	축하하는 날에 마시는 에일 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리, 효모, 홉		



제품명 (영어)	#100 홉드 발리 와인 (#100 Hopped Barley Wine)	제품명 (현지어)	裸岛一百号啤酒
제조사	뇌그너 (Nøgne ø)	용량(ml)	330
제품 종류	수제, 에일 맥주 (IPA)	도수(%)	10
가격	78위안 (12,928원)	포장 형태	유리병
원산지	노르웨이	유통기한	5년
홍보 문구	홉드 발리 와인		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 밀 맥아, 홉, 효모		



제품명 (영어)	빅벤 브라운 에일 (Big Ben Brown Ale)	제품명 (현지어)	大本钟啤酒
제조사	트웨이트 브루어리 (Thwaites Brewery)	용량(ml)	330
제품 종류	수제, 에일 맥주 (PA)	도수(%)	5.8
가격	40위안 (6,630원)	포장 형태	유리병
원산지	영국	유통기한	18개월
홍보 문구	세계맥주 어워즈에서 입상한 맥주, 달고 쓴맛의 조화 웨스트민스터 시계탑의 16톤 종이 울리는 소리처럼 크고 가득찬 맛		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 홉, 효모		



제품명 (영어)	보니토 블론드 에일 (Bonito Blonde Ale)	제품명 (현지어)	鲑鱼金色艾尔啤酒
제조사	발라스트 포인트 브루잉 (Ballast Point Brewing)	용량(ml)	355
제품 종류	수제, 에일 맥주 (Session IPA)	도수(%)	4.5
가격	65위안 (10,773원)	포장 형태	유리병
원산지	미국	유통기한	2년
홍보 문구	수제 제조 방식에 전념하는		
주요 원료 및 첨가물	물, 맥아, 홉, 효모		



제품명 (영어)	칼스버그 (Carlsberg)	제품명 (현지어)	嘉士伯
제조사	칼스버그 (Carlsberg)	용량(ml)	500
제품 종류	일반, 라거 맥주	도수(%)	4
가격	26.4위안 (4,376원)	포장 형태	캔
원산지	중국	유통기한	9개월
홍보 문구	덴마크 코펜하겐의 부드러운 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리 맥아, 쌀, 홉		



제품명 (영어)	웨팅어 바이스 (Oettinger Weissbier)	제품명 (현지어)	奥丁格啤酒
제조사	웨팅어 (Oettinger)	용량(ml)	500
제품 종류	일반, 라거 맥주	도수(%)	4.9
가격	15.2위안 (2,519원)	포장 형태	캔
원산지	독일	유통기한	14개월
홍보 문구	오리지널 독일맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 밀 맥아, 보리 맥아, 홉 추출물, 효모		



제품명 (영어)	아사히 슈퍼 드라이 (Asahi Super Dry)	제품명 (현지어)	朝日啤酒
제조사	아사히 (Asahi)	용량(ml)	500
제품 종류	일반, 라거 맥주	도수(%)	4.3
가격	9.8위안 (1,624원)	포장 형태	캔
원산지	중국	유통기한	1년
홍보 문구	모든 시즌에 알맞은 드라이 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 맥아 옥수수 전분, 쌀, 홉		



제품명 (영어)	스노우 비어 (Snow Beer)	제품명 (현지어)	华润雪花啤酒
제조사	화윤설화맥주유한공사 (华润雪花啤酒有限公司)	용량(ml)	500
제품 종류	일반, 라거 맥주	도수(%)	2.5
가격	13.2위안 (2,188원)	포장 형태	캔
원산지	중국	유통기한	1년
홍보 문구	장인의 마음으로 만들다		
주요 원료 및 첨가물	물, 맥아, 쌀, 홉		



제품명 (영어)	칭따오 클래식 (Tsingtao Classic)	제품명 (현지어)	青島啤酒 经典
제조사	칭따오 비어 (Tsingtao Beer)	용량(ml)	330
제품 종류	일반, 라거 맥주	도수(%)	4.3
가격	6.9위안 (1,144원)	포장 형태	캔
원산지	중국	유통기한	1년
홍보 문구	중국에서 세계로, 고품질의 홉과 보리 맥아만을 엄선하여 생산합니다.		
주요 원료 및 첨가물	물, 맥아, 쌀, 홉		

II. Competitor

SUMMARY

1. 중국 맥주 경쟁기업 포지셔닝
2. 중국 맥주 경쟁기업 현황
3. 중국 맥주 경쟁기업 분석

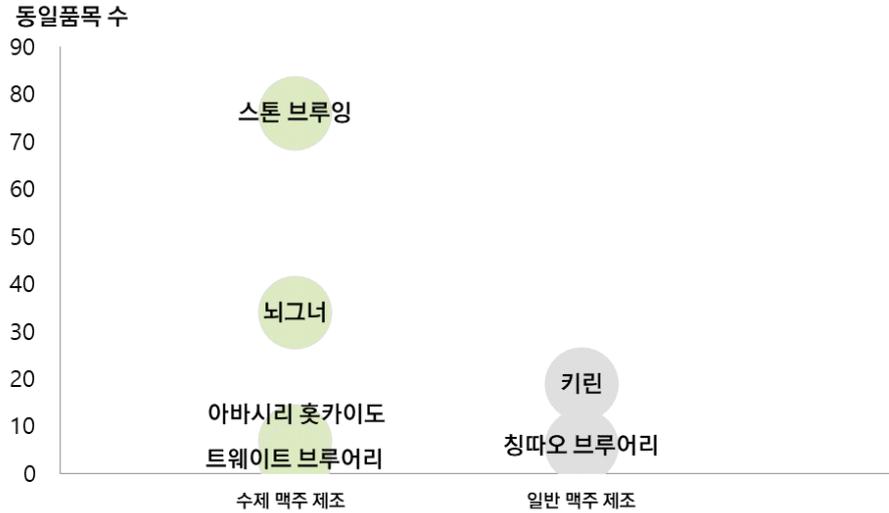
Competitor

(경쟁기업)

중국(CHINA)

맥주 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

- 경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체
-
- 경쟁사 분류
· 수제 맥주 제조 여부
-
- 경쟁사 포지셔닝
· X축 : 수제 맥주 제조 여부
· Y축 : 동일품목 수



중국 (CHINA) 맥주 경쟁기업 분석

구분	제조사 국적 및 생산지	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
수제 맥주 제조	미국 국적, 미국 생산	스톤 브루잉 (Stone Brewing)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 감귤향이 나는 혼자든 여럿이든 즐길 수 있는 오렌지와 홉의 향기를 느껴보세요 도전 정신으로 맥주를 만듭니다 	76개
	일본 국적, 일본 생산	아바시리 홋카이도 (Abashiri Beer)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 독일 스타일 수제 맥주 고유의 양조 과정을 거치는 풍부한 맛의 제공 감귤과 과일의 향 	7개
	영국 국적, 영국 생산	트웨이트 브루어리 (Thwaites Brewery)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 확인되지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> 치누크, 시트라, 센테니얼 홉을 사용한 부드러운 목넘김과 선명하고 깔끔한 맛 세계맥주 어워즈에서 입상한 맥주 달고 쓴맛의 조화 	3개
	노르웨이 국적, 노르웨이 생산	뇌그너 (Nøgne Ø)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 홉의 무거움과 압도적인 쓴 맛 여러 가지 요리와 잘 어울리는 맥주 오렌지, 패션후르츠, 파인애플 등의 향이 첨가된 	34개
일반 맥주 제조	중국 국적, 중국 생산	칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 독일 맥주 제조 방식으로 독특하고 부드러운 맛을 느껴보세요 홉과 맥아의 향기로움 구이, 튀김류와 잘 어울리는 	6개
	일본 국적, 일본 생산	키린 (Kirin)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 여러 희귀 홉이 만들어내는 개성 풍부한 맛 IPA의 확실한 쓴맛 감귤의 싱그러움을 즐기다 	19개

(*) 현지 판매 맥주 제조기업 6개사 분석

1. 중국 맥주 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 수제 맥주 제조 기업 4개사, 일반 맥주 제조 기업 2개사 선정

중국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 13개사 중 오프라인 매장에서 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있으며, 수제 맥주를 제조하는 경쟁기업 중 미국기업 스톤 브루잉(Stone Brewing)과 노르웨이 기업 뇌그너(Nøgne ø)를 대표 경쟁기업으로 우선 선정함. 추가로, 수제 맥주를 제조하는 기업 중 영국기업인 트웨이트 브루어리(Thwaites Brewery)와 일본기업 아바시리 훗카이도(Abashiri Beer)를 선정함. 나머지 9개사 중 현지 내 높은 인지도와 매출액을 기록하는 기업인 칭따오 브루어리(Tsingtao Brewery)와 키린(Kirin)을 경쟁기업으로 선정함. 선정된 맥주 제조 경쟁기업 6개사 중 중국기업 칭따오 브루어리와 일본기업 키린을 제외한 4개사는 모두 수제 맥주를 제조하는 경쟁기업임

▶ 경쟁기업 6개사, 매출액 조사

중국에 진출한 경쟁기업 6개사의 매출액을 조사한 결과, 일본기업인 키린의 매출액이 1조 6,400억 엔(16조 6,574억 8,000만 원)으로 가장 높았으며, 그 다음으로는 중국기업인 칭따오 브루어리가 265억 8,000만 위안(4조 4,054억 6,920만 원)으로 높은 매출액을 보유하고 있음. 영국기업 트웨이트 브루어리의 경우 9,220만 파운드(1,317억 2,614만 원)인 것으로 조사되었으며, 나머지 3개 기업의 매출액은 확인되지 않음

▶ 경쟁기업 6개사, 맥주 동일품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 맥주의 동일품목의 수를 조사한 결과, 미국기업인 스톤 브루잉이 취급하고 있는 맥주 동일품목 제품의 수가 76개로 가장 많았으며, 그 다음으로는 노르웨이 기업인 뇌그너가 34개로 두 번째로 많은 개수의 품목을 취급하고 있는 것으로 확인됨. 영국기업 트웨이트 브루어리가 동일품목 수 3개로 가장 적은 수의 동일품목을 보유하고 있음

[표 2.1] 중국 맥주 제조 경쟁기업 현황

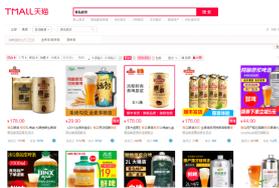
경쟁사	기업 국적	동일품목 수	매출액
스톤 브루잉 (Stone Brewing)	미국	76개	(-)
아바시리 훗카이도 (Abashiri Beer)	일본	7개	(-)
트웨이트 브루어리 (Thwaites Brewery)	영국	3개	9220만 파운드 (1,317억 2614만 원)
뇌그너 (Nøgne ø)	노르웨이	34개	(-)
칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	중국	6개	265억 8,000만 위안 (4조 4,053억 6,920만 원)
키린 (Kirin)	일본	19개	1조 6,400억 엔 (16조 6,574억 8,000만 원)

자료 : 중국 진출 맥주 제조기업 6개사 분석 결과

2. 중국 맥주 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 중국 오프라인 및 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 고급 슈퍼마켓, 수입맥주판매점, 편의점에 진출함. 고급 슈퍼마켓 올레(Ole)에 진출한 경쟁기업은 스톤 브루잉, 아바시리 홉카이도, 트웨이트 브루어리, 키린의 4개사이며, 수입맥주판매점 비어레이디(Beer Lady)에 진출한 경쟁기업은 뇌그너와 트웨이트 브루어리의 2개사임. 편의점 로슨(Lawson)에 진출한 경쟁기업은 칭따오 브루어리인 것으로 확인됨. 6개사가 가장 많이 진출해 있는 온라인 매장으로는 징둥, 티몰, 1688몰이 있음. 징둥에 진출한 뇌그너와 1688몰에 진출한 아바시리 홉카이도를 제외한 4개사는 모두 2개 이상의 온라인 매장에 진출하였음



▲ 티몰 내에 자사 제품 판매 페이지를 운영하는 예시 (키린 온라인 플래그십 스토어)

자료: 티몰 홈페이지



▲ 자사 홈페이지에서 온라인 쇼핑몰을 연결해주는 예시

자료: 칭따오 브루어리 홈페이지

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

중국 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 중 홍보 채널이 확인되지 않은 트웨이트 브루어리와 자사 홈페이지만을 홍보채널로 활용하는 뇌그너를 제외한 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용함. 칭따오 브루어리의 경우 자사 홈페이지를 통해 온라인 쇼핑몰로 연결되는 QR코드를 제공하고 있음. 스톤 브루잉, 칭따오 브루어리, 키린의 경우 중국 대표 SNS 플랫폼 웨이보(Weibo)를 주요 홍보 SNS 플랫폼으로 활용하고 있으며, 칭따오 브루어리와 키린의 경우 각각 티몰과 징둥 내에 자사 제품 판매 페이지를 보유하고 있는 것이 확인됨. SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하는 4개사 중 아바시리 홉카이도와 칭따오 브루어리의 경우, SNS 플랫폼 페이스북(Facebook) 또한 홍보 채널로 활용하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘양조 과정’ 또는 ‘홉의 향’을 강조하여 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 ‘양조 과정’과 ‘홉의 향’을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. ‘독일 고유의’, ‘독일의 전통의’ 등의 문구를 사용한 기업도 있는 반면, 자사만의 고유한 제조 방식을 강조한 ‘고유의 양조과정을 거치는’, ‘개성있는 맛’ 등의 문구를 활용한 기업도 확인됨. 경쟁기업들은 ‘희귀 홉이 만들어내는 조화’, ‘홉의 쓴맛’ 등의 문구를 사용하여 홉의 향을 강조하고 소비자가 제품을 음미 할 수 있도록 홍보하고 있음. 이외 ‘부드러운 맛’, ‘오렌지, 감귤’, ‘어느 요리와도 어울리는’ 등의 문구를 사용하고 있음

[표 2.2] 중국 맥주 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
스톤 브루잉 (Stone Brewing)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 - 웨이보 - 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 감귤향이 나는 혼자든 여럿이든 즐길 수있는 오렌지와 흙의 향기를 느껴보세요
아바시리 훗카이도 (Abashiri Beer)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 온라인 매장 - 1688몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 - 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 독일 스타일 수제 맥주 고유의 양조 과정을 거치는 풍부한 맛의 제공
트웨이트 브루어리 (Thwaites Brewery)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 - 비어레이디 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 	<ul style="list-style-type: none"> 확인되지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> 부드러운 목넘김과 선명하고 깔끔한 맛 세계맥주 어워즈에서 입상한 맥주 달고 쓴맛의 조화
노그너 (Nøgne Ø)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 비어레이디 온라인 매장 - 징둥 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 흙의 무거움과 압도적인 쓴 맛 고전적인 맥주 스타일 여러 가지 요리와 잘 어울리는 맥주
칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 로슨 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 - 웨이보 - 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 엄선된 고급 재료 순수한 물을 사용해 부드러운 맛 독일 맥주 제조 방식으로 독특하고 부드러운 맛을 느껴보세요
키린 (Kirin)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 올레 온라인 매장 - 티몰 - 1688몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> IPA의 확실한 쓴맛 감귤의 싱그러움을 즐기다 보리에서 가장 먼저 흘러나오는 맥아즙으로만 만드는 공정

자료 : 중국 진출 맥주 제조기업 6개사 분석 결과

3. 중국 맥주 제조 경쟁기업 분석

동일품목 종류

① 스톤 텐저린 익스프레스



② 스톤 에일



③ 스톤 아이피에이



④ 스톤 트로픽 오브 썬더 라거



⑤ 스톤 스키피온 보울 아이피에이



⑥ 스톤 딜리셔스 아이피에이



⑦ 스톤 루이네이션 아이피에이



자료: 스톤 브루잉 홈페이지

① 스톤 브루잉(Stone Brewing)

기업 기본 정보	기업명	스톤 브루잉(Stone Brewing)	
	홈페이지	www.stonebrewing.com	
	위치	1999 Citracado Parkway, Escondido, CA 92029, 미국	
기업 진출 채널	직원 수	약 1,100명	
	규모	동일품목 수	76개
기업 홍보 채널	설립년도	1996년	
	제품명	스톤 텐저린 익스프레스 (Stone Tangerine Express)	
기업 홍보 문구	용량	355ml	
	가격	22위안 (3,646원)	
기업 홍보 문구	제품 종류 (도수)	IPA(6.7%)	
	제품명	스톤 에일 (Stone Ale)	
기업 홍보 문구	용량	355ml*6EA	
	가격	128위안 (21,215원)	
기업 홍보 문구	제품 종류 (도수)	Session IPA(4.6%)	
	자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 - 온라인 쇼핑물 운영 	
기업 홍보 문구	SNS 플랫폼(웨이보, 페이스북 등)	<ul style="list-style-type: none"> - 경쟁제품 홍보 미디어 공유 	
	홍보 문구	<p>这是一款热情的IPA, 把你快速到酒花状态。这不是款只添加了果汁的派, 是一款成年人的饮品, 使用整个的橙子, 和柑橘的味道中还带来了一点酸味, 清甜的口感。为了橘子的复杂性, 还特别地采用一个完整的橙子。Stone本身在寻找一个平衡的味觉, 来安抚那些“挑剔”的啤酒爱好者“挑剔”的人。</p> <p>这款巨石艾尔像石头出生的地, 它从热带的充满个性, 柑橘的香味持久含有有机物质, 甜瓜, 梨, 显示出来的香气, 味道有一些西瓜, 柠檬, 葡萄柚, 桃。</p> <p>一款好的啤酒可以让人通过味觉识别出来, 而不只是靠酒香。所以开发出这款有最好味的酒精, 独特的柑橘和酒花风味的IPA时, Stone将它作为契机, 一步步的改进, 花了一年的时间去研究和完善, 创造了这款啤酒。体验到我们的突破性, 尝试了多种可行的方法, 这款啤酒适合很多人。Lemondrop!E Dorado酒花提供了大量的柑橘风味和饱满的酒花香气, Stone自豪的将这款酒呈现给那些已经爱过Stone IPA的人们。</p>	

사진자료: 스톤 홈페이지, 징동 홈페이지

② 아바시리 홋카이도(Abashiri Beer Co., Ltd)

동일품목 종류

① 아바시리 화이트 에일



② 류효 드래프트



③ 아바시리 골든 에일



④ 시레토코 드래프트



⑤ 앵두의 물방울



⑥ 아바시리 프리미엄



⑦ 아바시리 프리즌 스타우트



자료: 아바시리 홋카이도 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	아바시리 홋카이도(Abashiri Beer Co., Ltd)	
	홈페이지	www.takahasi.co.jp/beer/company/	
	위치	4 Chome-1-2 Minami 2 Jonishi, Abashiri, Hokkaido 093-0012 일본	
	자본금('18) ⁸⁾	1,000만 엔 ⁹⁾ (1억 1,570만 원)	
규모	동일품목 수	7개	
	설립년도	1988년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 올레		제품명	아바시리 화이트 에일 (Abashiri White Ale)
			용량	350ml
			가격	49위안 (8,121원)
	〈온라인 매장〉 1688몰		제품 종류 (도수)	Session IPA(4.5%)
			제품명	류효 드래프트 (Ryuhyo Draft)
			용량	350ml
			가격	20위안 (3,315원)
			제품 종류 (도수)	발포주(5%)

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(페이스북 등) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유

홍보 문구	<p>采用日本 少有的三釜酿造工艺</p> <p>先煮沸一部分酒醪 再投入原料加温 分批蒸馏的德国传统工艺 赋予了啤酒的浓郁的风味</p>	<ul style="list-style-type: none"> 독일 스타일 수제 맥주 고유의 양조 과정을 거치는 풍부한 맛의 제공 감귤과 과일향의 향 뒷맛이 상쾌합니다
-------	---	--

사진자료: 아바시리 홋카이도 홈페이지

8) 자료: 아바시리 홋카이도 홈페이지(www.takahasi.co.jp)

9) 100엔= 1,015.70원(2018.12.31.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 트리플 씨 골든 에일



② 빅벤 브라운 에일



③ 씨틴 건



자료: 징동 홈페이지

③ 트웨이트 브루어리(Thwaites Brewery)¹⁰⁾

기업 기본 정보	기업명	트웨이트 브루어리(Thwaites Brewery)	
	홈페이지	www.thwaites.co.uk	
	위치	Penny St., Blackburn, Lancashire BB1 5BU, 영국	
	매출액('18)	9220만 파운드 ¹¹⁾ (1,317억 2614만 원)	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	3개
		설립년도	1897년
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 올레	제품명	트리플 씨 골든 에일 (Triple C Golden Ale)
		용량	330ml
		가격	29.8위안 (4,939원)
	〈온라인 매장〉 징동 티몰	제품명	빅벤 브라운 에일
		용량	330ml
		가격	40위안 (6,630원)
제품 종류 (도수)	PA(5.3%)	제품 종류 (도수)	PA(5.8%)
*중국시장을 겨냥한 기업 홍보 채널은 확인되지 않음			

홍보 문구



此酒釀造廠由丹麥的「嘉德丹麥酒廠(Crafty Dan Micro Brewery)」所生產，此酒釀造廠位於丹麥的哥本哈根，為丹麥最著名之啤酒釀造廠。此酒釀造廠在Crafty Dan中進行生產及銷售。 此酒釀造廠所釀造之啤酒。



- 치누크, 시트라, 센테니얼 홉을 사용한
- 부드러운 목넘김과 선명하고 깔끔한 맛
- 세계맥주 어워즈에서 입상한 맥주
- 달고 쓴맛의 조화
- 웨스트민스터 시계탑의 16톤 종이 울리는 소리처럼 크고 가득찬 맛

사진자료: 징동 홈페이지

10) 트웨이트 브루어리의 크래프티 댄(Crafty Dan) 양조장에서 만들어진 수제 맥주 제품들을 기준으로 조사함

11) 1파운드= 1,428.70원(2018.12.31.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① #100 홉드 발리 와인



② 더 그레이트 마이그레이션



③ 아메리칸 페일 에일



④ 아시안 페일 에일



⑤ 셀레스티얼 내비게이션



⑥ 브라운 에일



⑦ 포 셰이디 캡틴스



⑧ 인디언 페일 에일



자료: 뇌그너 홈페이지

④ 뇌그너(Nøgne ø)

기업 기본 정보	기업명	뇌그너(Nøgne ø)
	홈페이지	www.nogne-o.com
	위치	Lunde 8, 4885 Grimstad, 노르웨이
	규모	동일품목 수 34개 설립년도 2002년

기업
진출 채널

<오프라인 매장>
비어레이디



<온라인 매장>
징동



기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보
- 영어 서비스 제공

홍보 문구

一种干脆的啤酒，带有大量热带蛇麻草轮廓。该IPA是美国和澳大利亚啤酒花的波光粼粼的盛宴。柑橘，香蕉，菠萝，瓜和白葡萄。

我们为其他啤酒厂在创建自己的啤酒厂时参考IPA而感到自豪。我们的IPA列在所有啤酒爱好者的榜单上，并且在许多方面都是“脑格Nøgneø的啤酒”（这是一个很长的故事，

- 재미를 위해 만들었지만 대중적인 요구로 인해 상업적으로 출시한 제품
- 홉의 무거움과 압도적인 쓴 맛
- 고전적인 맥주 스타일
- 여러 가지 요리와 잘 어울리는 맥주
- 오렌지, 패션후르츠, 파인애플 등의 향이 첨가된

사진자료: 뇌그너 홈페이지

⑤ 칭따오 브루어리(Tsingtao Brewery Co., Ltd.)

동일품목 종류

① 칭따오 클래식



② 칭따오 프리미엄



③ 칭따오 스타우트



④ 칭따오 드래프트



⑤ 후이관 비어



⑥ 그레이트 오션 비어



자료: 칭따오 홈페이지

기업명 칭따오 브루어리(Tsingtao Brewery Co., Ltd.)

홈페이지 www.tsingtao.com.cn

기업
기본 정보
위치 35 Xianggang Middle Rd, Eastern Shangquan, Shinan, Qingdao, Shandong, 중국
매출액('18)¹²⁾ 265억 8,000만 위안 (4조 4,053억 6,920만 원)

규모 동일품목 수 6개

설립년도 1903년

〈오프라인 매장〉
로스



제품명 칭따오 클래식 (Tsingtao Classic)

용량 330ml

가격 6.9위안 (1,144원)

제품 종류 (도수) 라거(4.3%)

기업
진출 채널

〈온라인 매장〉
징둥
티몰
1688몰



제품명 칭따오 스타우트 (Tsingtao Stout)

용량 500ml*12EA

가격 105위안 (17,403원)

제품 종류 (도수) 흑맥주(4.5%)

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보
- 온라인 판매 페이지 연결
- 징둥 내에 판매 페이지 운영
- SNS 플랫폼(웨이보, 페이스북 등)
- 경쟁제품 홍보 미디어 공유

홍보 문구



- 엄선된 고급 재료
- 순수한 물을 사용해 부드러운 맛
- 독일 맥주 제조 방식으로 독특하고 부드러운 맛을 느껴보세요
- 홉과 맥아의 향기로움
- 구이, 튀김류와 잘 어울리는
- 인체공학적인 캔 디자인

사진자료: 웨이보 칭따오 계정, 징둥 홈페이지

12) 자료: 스탯스타(Statista)

동일품목 종류

① 그랜드 기린 아이피에이



② 이치방 시보리



③ 이치방 시보리 블랙



④ 이치방 시보리 큐수미



⑤ 이치방 시보리 프리미엄



⑥ 이치방 시보리 호프



⑦ 기린 라거 비어



⑧ 기린 아키아지



자료: 키린 홈페이지

⑥ 키린(Kirin)

기업 기본 정보	기업명	키린(Kirin)	
	홈페이지	www.kirin.co.jp	
	위치	4-chome-15 Nakano, Nakano City, Tokyo-to, 164-0001 일본	
	매출액('18) ¹³⁾	1조 6,400억 엔 ¹⁴⁾ (16조 6,574억 8,000만 원)	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 19개	
	설립년도	1907년	
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 올레	제품명	그랜드 키린 아이피에이 (Grand Kirin IPA)
		용량	350ml
	〈온라인 매장〉 티몰	가격	17.8위안 (2,950원)
		제품 종류 (도수)	IPA(5.5%)
기업 홍보 문구	티몰	제품명	기린 이치방 시보리 (Kirin Ichiban Shibori)
		용량	330ml
	홍보 문구	가격	60위안 (9,944원)
		제품 종류 (도수)	라거(5.5%)
 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 영어 서비스 제공 티몰 내에 판매 페이지 운영 		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(웨이보) 경쟁제품 홍보 미디어 공유 여러 희귀 홉이 만들어내는 개성 풍부한 맛 IPA의 확실한 쓴맛 감귤의 싱그러움을 즐기다 보리에서 가장 먼저 흘러나오는 맥아 즙으로만 만드는 공정 잡미가 없고 품위있는 맛 	
			
사진자료: 키린 홈페이지			

13) 자료: 스탯스타(Statista)

14) 100엔= 1,015.70원(2018.12.31.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

III. Buyer Interview

SUMMARY

- Interview ① 선전지커래커지파잔유한공사
(深圳集客来科技发展有限公司)
- Interview ② 상하이썬칭꾸오지마오이유한공사
(上海鑫擎国际贸易有限公司)
- Interview ③ 광저우얼거우쓰원화창이유한공사
(广州二狗吃喝文化创意有限公司)
- Interview ④ 웨이싸이디스왕루오커지유한공사
(威赛帝斯网络科技有限公司)
- Interview ⑤ 항저우비위마오이유한공사
(杭州碧珏贸易有限公司)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

중국 (CHINA)
맥주 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 식품 수입유통업체 ○
· 맥주 취급 경험 ○

선전지커래커지 상하이쑤칭꾸오지광저우얼거우쓰원웨이씨아디스왕루 항저우비위마오
파잔유한공사 마오이유한공사 화창이유한공사 오커지유한공사 이유한공사
(深圳集客来科技发展(上海鑫擎国际贸易(广州二狗吃喝文化(威赛帝斯网络科(杭州碧珏贸易有
发展有限公司) 易有限公司) 化创意有限公司) 技有限公司) 限公司)

업체 ▶ 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체



맥주 맥주 맥주 맥주 맥주

사진자료: 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지

중국(CHINA)
맥주 바이어 인터뷰

선전지커래커지파잔 상하이쑤칭꾸오지마오광저우얼거우쓰원화창웨이씨아디스왕루오커 항저우비위마오이
유한공사 이유한공사 이유한공사 지유한공사 유한공사
(深圳集客来科技发展(上海鑫擎国际贸易有(广州二狗吃喝文化创(威赛帝斯网络科技有(杭州碧珏贸易有限公
司) 限公司) 意有限公司) 限公司) 司)
수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체 수입유통업체

제품 가격	15) 20-30위안 (3,315-4,972원)	한 상자 당 100위안 (16,574원)	15위안 (2,486원) 정도가 적절함	평균적으로 20-40위안 (3,315-6,630원)	평균 단가는 7위안(1,160원)
제품 용량	대부분 300ml	신제품은 330ml가 적당	수제 맥주는 대부분 330ml	인기가 높은 수제맥주의 용량은 대부분 330ml	300ml와 500ml가 가장 흔함
선호도가 높은 맥주	호가든 밀 맥주	프루리 리치, 딸기 맛 맥주	팬더, 미스하이안	도그피쉬헤드, 로슈포르, 마레드수스	호가든

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

15) 1위안= 165.74원(2019.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 선전지커래커지파잔유한공사 (深圳集客来科技发展有限公司)



16)

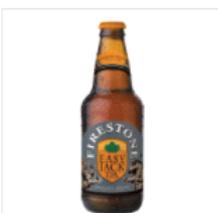
선전지커래커지파잔유한공사
(深圳集客来科技发展有限公司)

전문가 소속

선전지커래커지파잔유한공사
(深圳集客来科技发展有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Lim
(Owner)

 <p>24瓶装</p> <p>¥ 178.00 比利时进口福佳白啤酒 Hoegaarden 已有7400+人评价</p>	 <p>24瓶装</p> <p>¥ 158.00 墨西哥原装进口科罗娜啤酒 Corona 已有100+人评价</p>	 <p>比利时原装进口 VEDETT 买1送3</p> <p>¥ 268.00 比利时原装进口VEDETT白熊系列啤 已有900+人评价</p>	 <p>24瓶装</p> <p>¥ 55.00 比利时进口福佳系列啤酒 Hoegaard 已有1400+人评价</p>
 <p>¥ 36.00 芙力萃啤酒 比利时进口 (Fruli) 女 已有900+人评价</p>	 <p>24瓶装</p> <p>¥ 82.00 波兰进口 女武神啤酒 Valkiria 精酿白 已有300+人评价</p>	 <p>¥ 139.00 德国进口 施耐德/施耐德系列啤酒 精 已有70+人评价</p>	 <p>24瓶装</p> <p>¥ 158.00 福佳啤酒 比利时风味福佳白啤酒 小 已有4人评价</p>
 <p>620ml*6瓶</p>			

선전지커래커지파잔유한공사(深圳集客来科技发展有限公司) Purchasing Manager, Mr.Lai

당사는 2013년에 설립되어, 다양한 종류의 수입산 주류, 월병, 명절선물 세트 등을 판매는 수입유통업체임. 여러 품목 중 수제맥주를 전문으로 취급하고 있으며, 과일 맛 수제맥주, 병 맥주, 캔 맥주 등을 판매함. 소매판매는 진행하고 있지 않으며, 도매유통을 주로 하고 있음. 온라인 매장이인 징둥닷컴(JD Mall)을 통해 제품을 주로 판매하고 있으며, 온라인 매장 외에도 오프라인 도매상 및 소매업체로 일부 제품을 납품하고 있음

16) 사진자료: 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-730322.html)



포장형태 알루미늄 캔

용량 500ml

원료 홉, 몰트, 효모, 물

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격이 어떻게 되나요?

수제맥주 한 병 당 가격은 20-30위안(3,315-4,972원) 정도이며, 제품의 용량은 300ml가 가장 많습니다. 수제맥주의 도매가격은 10-30위안(1,657-4,972원)으로 다양하며, 일반 맥주보다 가격이 2-4배 정도 비쌉니다. 하지만 일반 대형마트에서 수제맥주를 판매할 경우, 15위안 이하로 판매하는 것이 좋습니다. 대형마트에는 10위안(1,657원) 이하의 저렴한 맥주가 많아서 15위안(2,386원)보다 가격이 높으면 소비자들은 다소 비싸다고 느낄 것이며, 제품의 수요가 낮아질 것입니다.

Q2. 중국 내 선호도가 높은 맥주는 무엇인가요?

벨기에 산 호가든(Hoegaarden) 맥주의 인기가 가장 높습니다. 호가든 맥주에는 복분자 맛, 레몬 맛, 라임 맛 등 다양한 과일 맛 제품이 있어서 여성 소비자들이 특히 즐겨 마십니다. 이 외에도 위트앤블랑쉐(Wit&Blanche) 맥주의 선호도도 매우 높습니다. 해당 제품은 캐러웨이와 진피를 원료로 하여 청량하고 신맛이 나는 바이스비어입니다.

Q3. 한국산 수제맥주의 인지도가 어떻게 되나요?

한국산 소주의 인지도와 판매량은 높은 편이지만, 맥주의 인지도는 상대적으로 낮습니다. 한국산 맥주로 알려진 제품 중 가장 판매량이 높은 것은 블루걸(Blue Girl)이라는 ODM 수제맥주입니다. 해당 제품은 홍콩에서 판매량 1위를 달성하여 중국에서 판매하기 시작한 맥주로, 현지인들 사이에서 인지도가 꽤 높습니다.

Q4. 수제맥주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

몇 년 전까지만 해도 수제맥주는 주로 마니아층이 즐겨 마시는 주류였습니다. 따라서 외국인 소비자들이 많았으며, 그 중에서도 30-40대의 남성 소비자들이 대부분이었습니다. 하지만 최근 들어 수제맥주집이 많이 생겨나면서, 수제맥주의 소비자층은 18-60세로 넓혀졌으며, 여성 소비자들도 점차 많아졌습니다.

Q5. 수제맥주는 어떻게 홍보하는 것이 좋을까요?

중국에서는 SNS를 통한 왕홍 마케팅이 굉장히 효과적입니다. 왕홍이 방문하는 수제맥주집이나 왕홍이 홍보하는 수제맥주는 현지인들뿐만 아니라 중국을 방문하는 여행객들 사이에서도 인기가 높습니다.

Interview ② 상하이쑤칭꾸오지마오이유한공사 (上海鑫擎国际贸易有限公司)



17)

상하이쑤칭꾸오지마오이유한공사
(上海鑫擎国际贸易有限公司)

전문가 소속

상하이쑤칭꾸오지마오이유한공사
(上海鑫擎国际贸易有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Ms.Liu
(Sales Manager)

상하이쑤칭꾸오지마오이유한공사(上海鑫擎国际贸易有限公司) Sales Manager, Ms.Liu

당사는 2014년에 설립되어 수입산 수제맥주, 와인 및 다양한 프리미엄 주류를 전문적으로 취급하는 수입유통업체임. 징둥닷컴(JD Mall), 타몰(Tmall), 이하오디안(YDH) 등의 주요 온라인 매장으로 납품하고 있으며, 수입식품점, 메트로(Metro), 오상(欧尚) 등의 프랜차이즈 마트를 통해서도 제품을 판매하고 있음. 취급하는 주류는 프랑스, 미국, 벨기에, 호주, 뉴질랜드, 네덜란드, 아일랜드 등 여러 국가로부터 수입하고 있음

17) 사진자료: 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-646949.html)



포장형태 알루미늄 캔

용량 500ml

원료 홉, 몰트, 효모, 물

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

맥주의 평균 소비자 가격은 한 상자 당 100위안(16,574원)이며, 제품의 브랜드나 원산지에 따라 가격이 상이합니다. 저희 매장에서 가장 판매량이 높은 맥주는 330ml*12개입이며, 139위안(23,038원)입니다. 저희 매장에서 판매하는 맥주는 대부분 가격이 저렴한 일반 맥주입니다. 한국산 수제맥주를 판매할 경우, 중국 시장의 평균 소매가에 맞춰 가격을 어느 정도 조정할 필요가 있습니다.

Q2. 제품의 용량 및 포장형태가 어떻게 되나요?

수제맥주는 대부분 병으로 포장되어 있으며, 라거 맥주는 주로 캔으로 포장되어 있습니다. 병으로 포장된 맥주는 프리미엄 제품이라는 인식이 있어서 판매량이 높습니다. 수제맥주는 일반 맥주에 비해 생소하기 때문에 소비자들은 적은 용량의 제품을 더 선호합니다. 따라서 용량이 500ml인 제품의 경우, 소비자들에게 다소 많이 느껴질 수 있으며, 신제품인 만큼 제품 용량을 330ml 정도로 줄이는 것이 좋을 것 같습니다.

Q3. 중국 내 선호도가 높은 맥주는 무엇인가요?

저희 매장에서는 과일 맛 수제맥주의 인기가 높은 편입니다. 과일 맛 맥주는 주로 여성 소비자들이 구매하며, 벨기에산 프루리(Fruli) 맥주 리치 맛과 딸기 맛 제품의 판매량이 높습니다. 남성 소비자들은 일반 수제맥주를 즐겨 마시며, 미국산과 뉴질랜드산 맥주를 선호합니다. 일반적으로 수제맥주는 상하이, 베이징, 청두, 난징, 우한, 지난 등의 지역에서 선호도가 높습니다.

Q4. 한국산 맥주를 취급한 경험이 있나요?

한국 O사의 일반 맥주를 판매한 경험이 있습니다. 한국 드라마에 자주 등장하는 제품이어서 한류 문화에 관심이 많은 소비자들이 주로 구매했습니다. 하지만 제품의 맛이나 품질에 비해 가격대가 높아 판매를 중단했으며, 해당 제품 외에는 한국산 맥주에 대해 들어본 적이 없습니다.

Q5. 수제맥주를 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 여러 종류의 수제맥주를 세트로 묶어서 판매해야 합니다. 수제맥주 중 대부분은 마니아층을 제외한 일반 소비자들에게 생소하기 때문에, 다양한 맛과 종류의 수제맥주를 묶어서 판매할 경우 소비자들의 선호도가 높아질 것입니다. 또한 중국은 신제품에 대해 보수적인 편이어서, 초반에 제품을 홍보하기 위해서는 타 인기 제품과 함께 판매하는 것이 좋습니다.

Interview ③ 광저우얼거우쓰원화창이유한공사 (广州二狗吃喝文化创意有限公司)



18)

광저우얼거우쓰원화창이유한공사
(广州二狗吃喝文化创意有限公司)

전문가 소속

광저우얼거우쓰원화창이
유한공사
(广州二狗吃喝文化创意有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr.Deng
(CEO)



광저우얼거우쓰원화창이유한공사(广州二狗吃喝文化创意有限公司) CEO, Mr.Deng

당사는 2018년에 설립된 수입유통업체로, 주류를 전문적으로 취급함. 주로 프랑스, 미국, 벨기에, 독일 등의 국가로부터 맥주와 와인을 수입함. 3개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 알리바바와 티몰(Tmall) 등의 온라인 매장에도 제품을 납품함으로써 온·오프라인 판매를 병행하고 있음. 별도의 자사 홈페이지는 존재하지 않으며, 틱톡(Tiktok) 등의 SNS 채널을 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

18) 사진자료: 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (<https://mall.jd.com/index-827180.html>)



포장형태 알루미늄 캔

용량 500ml

원료 홉, 몰트, 효모, 물

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

일반적으로 온라인 또는 마트에서 판매하는 일반 맥주의 단가는 3위안(497원) 정도이며, 저희는 일반 맥주로 칭따오 맥주를 취급하고 있습니다. 수제맥주의 경우 팬더와 미쓰하이안 (迷失海岸) 제품을 취급하고 있으며, 단가는 각각 10위안(1,657원), 19.8위안(3,282원)입니다. 수제맥주의 가격은 제품 별로 차이가 많이 나며, 보통 10-70위안(1,657-11,602원) 정도입니다. 하지만 인지도가 낮은 신제품의 경우, 제품 용량을 줄이고 15위안(2,486원) 정도로 가격대를 맞추어 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 소비자들이 선호하는 제품 포장은 무엇인가요?

대부분의 수제맥주는 330ml 용량의 유리병으로 포장되어 있으며, 캔으로 포장된 수제맥주는 거의 없습니다. 수제맥주의 포장 및 디자인은 평범한 경우가 많은데, A사의 제품의 디자인은 귀엽고 트렌디한 느낌이 있어 젊은 소비자들에게 특히 인기가 많을 것 같습니다.

Q3. 한국산 맥주를 취급한 경험이 있나요?

한국산 맥주는 취급해 본 경험이 없으며, 소량의 일본 수제맥주를 판매하고 있으나 판매량이 낮은 편입니다. 중국에서는 주로 벨기에 등 유럽산 수제맥주의 판매량이 높습니다. 저희는 한국산 수제맥주에도 관심이 많으나, 어느 정도의 인지도를 가지고 저희와 함께 제품 홍보를 진행할 수 있는 업체의 제품을 판매하고 싶습니다.

Q4. 수제맥주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

수제맥주는 주로 20-40대의 소비자들이 즐겨 마시며, 송년회, 가족모임, 사업상 접대 용도로 많이 구매합니다. 따라서 수제맥주의 판매량은 연말에 가장 높습니다.

Q5. 제품 마케팅은 어떠한 방식으로 진행하고 있나요?

저희는 세계 각 지역의 우수한 수제 맥주를 세트로 묶어 판매하고 있습니다. 이러한 방식으로 제품을 판매할 경우, 소비자들은 다양한 수제맥주를 맛볼 수 있으며 자신의 입맛에 맞는 제품을 찾을 수 있습니다. 이 외에도 월드컵 시즌에는 제품의 할인 이벤트를 진행하였으며, 수제맥주 구매 시 맥주잔을 증정하는 이벤트도 종종 하고 있습니다. 신제품 판매 시 중요한 것은 소비자들이 받아들일 수 있는 합리적인 가격으로 제품을 판매하는 것입니다.

Interview ④ 웨이싸이디스왕루오커지유한공사 (威赛帝斯网络科技有限公司)



19)

웨이싸이디스왕루오커지유한공사
(威赛帝斯网络科技有限公司)

전문가 소속

웨이싸이디스왕루오커지
유한공사
(威赛帝斯网络科技有限公司)
수출업체

전문가 정보

Mr.Yang
(Purchasing Manager)



웨이싸이디스왕루오커지유한공사(威赛帝斯网络科技有限公司) Purchasing Manager, Mr.Yang

당사는 2011년에 설립된 수입유통업체임. 수제맥주, 와인 등 프리미엄 주류를 전문적으로 유통하고 있으며, 주로 영국, 벨기에, 독일, 스웨덴, 네덜란드 등의 유럽국가로부터 주류를 수입하고 있음. 징동닷컴(JD Mall), Tmall(티몰) 등의 온라인 소매업체를 통해 제품을 판매하고 있으며, 온라인 매장을 통해 다양한 할인 이벤트를 진행하고 있음. 제품의 판매 외에 수입대행업무 및 물류업무도 함께 진행하고 있음

19) 사진자료: 징동닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-645166.html)



포장형태 알루미늄 캔

용량 500ml

원료 홉, 몰트, 효모, 물

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

수제맥주의 가격은 평균적으로 20-40위안(3,315-6,630원) 정도이며, 유명한 고품질의 수제맥주는 70-190위안(11,602-31,491원)에 판매되기도 합니다. 가격이 높은 맥주는 주로 유명 브랜드의 한정판으로 출시된 제품이거나, 영화나 드라마에 나와 인지도가 높은 제품인 경우가 많습니다. A사 제품은 중국시장에 진출하기 전에 브랜드 마케팅으로 제품의 인지도를 높인 뒤에 가격을 높이는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 제품의 용량은 어느 정도가 적당한가요?

인지도가 낮은 제품일수록 제품 용량이 적어야 판매하기 수월합니다. 저희가 취급하는 수제맥주 중 인기가 높은 제품의 용량은 대부분 330ml입니다. 적은 용량부터 판매한 후, 제품의 인지도가 어느 정도 쌓이면 용량이 큰 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q3. 중국 소비자들이 선호하는 수제맥주는 무엇인가요?

중국 내 인기가 높은 수제맥주는 미국 도그피쉬헤드(Dogfish Head), 벨기에 로슈포르(Rochefort), 마레드수스(Maredsous) 제품입니다. 해당 제품들은 공급량이 적어 쉽게 구매할 수 없으며, 쓴 맛과 단 맛이 적절하게 어우러져 있습니다. 이러한 제품들은 워낙 마니아층이 많고 평판이 좋아 제품 판매량이 높습니다.

Q4. 한국산 맥주를 취급한 경험이 있나요?

한국산 수제맥주를 취급한 적은 없으나, 판매할 계획 중에 있습니다. 저희는 한국산 맥주 판매에 관심이 많아, 온라인 사이트에 한국맥주 코너를 개설해 놓은 상태입니다. 다만, 저희는 판매할 수입제품을 고를 때 제품 브랜드를 굉장히 중시하여, 인지도 및 소비자들의 평판이 좋은 제품을 찾고 있습니다.

Q5. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

맥주의 경우, 중국 전역에 분포되어 있는 개인고객, 기업, 술집을 상대로 판매하고 있습니다. 저희는 현재 다양한 브랜드의 주류를 취급 중이며, 여러 플랫폼을 통해 제품을 판매하고 있습니다. 오프라인 판매보다는 온라인 판매와 도매 판매를 주로 하고 있습니다.

Interview ⑤ 항저우비위마오이유한공사 (杭州碧珏贸易有限公司)



超级波精品旗舰店
JD·HYPERBULK

20)

항저우비위마오이유한공사
(杭州碧珏贸易有限公司)

전문가 소속

항저우비위마오이유한공사
(杭州碧珏贸易有限公司)
온라인 도매업체

전문가 정보

Mr.He
(Purchasing Manager)



항저우비위마오이유한공사(杭州碧珏贸易有限公司)

Purchasing Manager, Mr.He

당사는 2013년에 설립되어 주류를 전문적으로 유통하는 업체로, 다양한 종류의 수입산 맥주와 와인 등을 취급하고 있음. 주로 징둥닷컴(JD Mall), 티몰(Tmall) 등의 온라인 매장을 통해 제품을 판매하고 있으며, 징둥닷컴에서는 몇 년간 맥주 판매량 1위를 달성하여 우수매장으로 등록되었음. 자체 창고와 물류센터를 보유하고 있으며, 온라인 매장 외에 도매시장, 주류 판매점, 편의점, 마트 등으로도 제품을 납품하고 있음

20) 사진자료: 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-588286.html)



포장형태 알루미늄 캔

용량 500ml

원료 홉, 몰트, 효모, 물

Q1. 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 다양한 해외 브랜드의 수제맥주를 취급하고 있지만, 대부분 중국공장에서 생산되는 제품들입니다. 따라서 저희 업체에서 판매하는 제품은 수입산 제품인 것에 비해 가격이 저렴합니다. 제품 판매량이 높은 호가든 같은 경우, 한 상자 당 168위안(27,844원)으로 판매하고 있으며 단가는 평균적으로 7위안(1,160원) 정도입니다. 수요가 많은 대부분의 수제맥주의 단가는 7위안(1,160원)입니다. 중국 소비자들은 수제맥주 구매 시 가격에 특히 민감한 편이기 때문에, 제품 가격은 중국시장의 평균적인 가격에 맞추는 것이 좋을 것입니다.

Q2. 제품의 용량 및 포장형태가 어떻게 되나요?

인기가 높은 맥주 중 캔으로 포장된 제품과 병으로 포장된 제품 모두 있습니다. 하지만 그 중 병으로 포장된 제품이 더 많습니다. 제품 용량의 경우, 330ml와 500ml가 가장 흔합니다. 제품 용량은 판매량에 직접적인 영향을 미치는 요인 중 하나인데, 같은 호가든 제품일지라도 500ml의 제품보다는 330ml 제품의 판매량이 더 높습니다.

Q3. 판매량이 높은 수제맥주는 무엇인가요?

가장 잘 팔리는 맥주는 벨기에산 호가든, 코로나, 프랑스산 1664입니다. 세 제품은 술집 및 레스토랑에서 수요가 많으며, 품질 대비 가격이 저렴하고 맛도 좋아서 많은 소비자들이 선호합니다.

Q4. 한국산 맥주를 취급한 경험이 있나요?

한국산 수제맥주는 취급한 경험이 없지만 소주를 판매한 적은 있습니다. 저희는 주로 국내에서 생산되는 맥주를 판매하기 때문에, 한국산 맥주도 중국 생산이 가능하다면, 판매할 의향이 있습니다. 만약 한국산 맥주를 중국에서 생산하게 된다면 원가를 줄일 수 있으며, 저렴한 가격으로 판매할 수 있게 되어 소비자들의 선호도가 높을 것입니다.

Q5. 수제맥주의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

수제맥주에는 마니아층이 존재하며, 이러한 사람들이 꾸준히 수제맥주를 즐겨 마십니다. 최근 들어서는 온라인 매체에 수제맥주가 자주 노출되면서, 트렌드에 민감한 젊은 층의 소비자들이 수제맥주를 구매하는 경우가 많아졌습니다. 이에 따라 수제맥주 전문점이 많아졌으며, 회사나 각종 모임에서도 수제맥주를 자주 마시는 추세입니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

Competitiveness

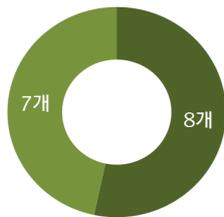
(자사 제품 경쟁력 파악)

중국(CHINA) - 제품 경쟁력 검증

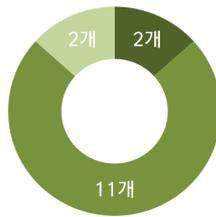
■ A사 제품
 ■ IPA
 ■ Session IPA
 ■ 기타 에일
 ■ 라거
 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견

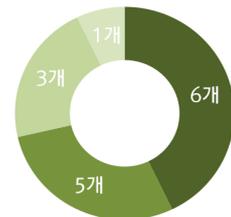
가격 (100ml당)	① 	A사 제품 ²²⁾ 의 100ml당 가격은 5.9위안(970원), IPA 경쟁제품 4개의 100ml당 평균 가격은 9.5위안(1,575원), Session IPA 경쟁제품 3개의 100ml당 평균 가격은 12.6위안(2,088원), 기타 에일 제품 3개의 100ml당 평균 가격은 9.7위안(1,608원), 라거 제품 5개의 100ml당 평균 가격은 3위안(497원). A사 제품, 모든 에일 종류의 경쟁제품보다 낮은 가격
	② 	A사 제품의 100ml당 가격은 5.9위안(970원), 수제 맥주 경쟁제품 7개의 100ml당 평균 가격은 12.9위안(2,138원), 일반 맥주 경쟁제품 8개의 100ml당 평균 가격은 3.7위안(613원). A사 제품, 수제 맥주 경쟁제품보다 낮은 가격, 일반 맥주 경쟁제품 보다 높은 가격
제품 경쟁력 (ml)	① 	A사 제품의 용량 500ml, IPA 경쟁제품 4개의 평균 용량은 401ml, Session IPA 경쟁제품 3개의 평균 용량은 353ml, 기타 에일 제품 3개의 평균 용량은 338ml, 라거 제품 5개의 평균 용량은 466ml. A사 제품, 모든 에일 종류의 경쟁제품보다 높은 용량
	② 	A사 제품의 용량 500ml, 수제 맥주 경쟁제품 7개의 평균 용량은 344ml, 일반 맥주 경쟁제품 8개의 평균 용량은 450ml. A사 제품, 수제 맥주 경쟁제품 보다 높은 용량
포장 형태 주요 원료 원산지		



경쟁제품 15개 중 8개, 알미늄 캔 포장 7개, 유리병 포장



경쟁제품 15개 중 2개, 보리 맥아 원료에 오렌지 껍질 혹은 파인애플 등 첨가 11개, 보리 맥아, 홉 원료 2개, 밀 맥아, 홉 원료



경쟁제품 15개 중 6개 제품 아시아산, 5개 제품 유럽산, 3개 제품 미국산, 1개 제품 호주산

중국(CHINA) - 마케팅 벤치마킹

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널 경쟁기업 6개사 중 4개사 중국 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출	홍보 채널 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	홍보 문구 경쟁기업 6개사는 주로 '제품의 원료', '채식 식단' 등을 강조한 홍보문구 활용
----------	-----	---	---	--

21) 1위안= 165,74원(2019.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

22) A사 제품 위안화 가격: 29.3위안(4,850원)을 165.74원으로 나눈 후 소수 둘째자리에서 반올림한 값)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격 ①

경쟁제품(경쟁기업)

<IPA>

- ① 볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)
- ② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)
- ③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)
- ④ #100 홉드 발리 와인 (뇌그너)

<Session IPA>

- ⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 홉카이도)
- ⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)
- ⑦ 보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)

<기타 에일>

- ⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑨ 토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)
- ⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)

<라거>

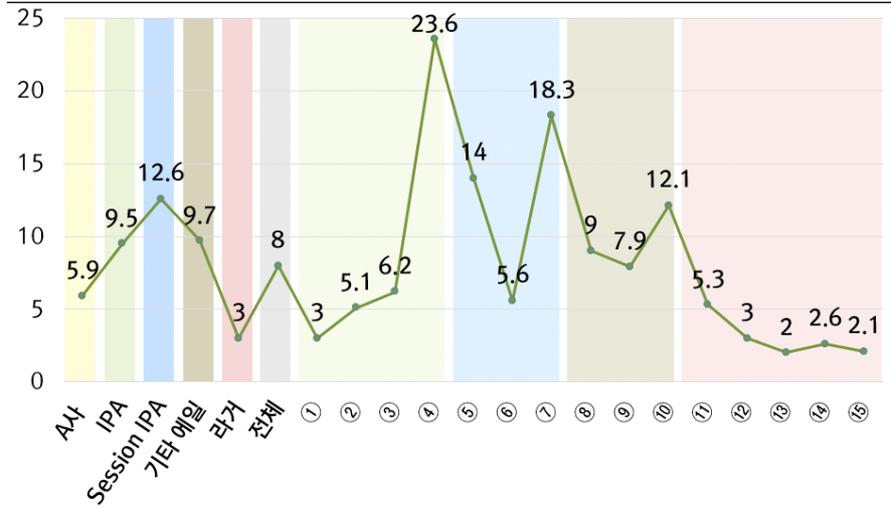
- ⑪ 칼스버그 (칼스버그)
- ⑫ 웨딩어 바이스 (웨딩어)
- ⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)
- ⑭ 스노우 비어 (화윤설화맥주유한공사)
- ⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 모든 에일 제품의 100ml당 평균 가격보다 낮은 가격

A사 제품의 100ml당 가격은 5.9위안(970원)임. 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 IPA 제품 4개는 100ml당 평균 9.5위안(1,575원), Session IPA 제품 3개는 100ml당 평균 12.6위안(2,088원), 기타 에일 제품 3개는 100ml당 평균 9.7위안(1,608원), 라거 제품 5개는 100ml당 평균 3위안(497원)에 판매되고 있으며, 전체 제품 100ml당 평균 가격은 8위안(1,326원)임. A사 제품의 100ml당 가격은 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 100ml당 평균 가격 대비 약 1.4배 낮게 책정되어 있음. 맥주 경쟁제품 중 Session IPA 제품의 100ml당 평균 가격이 가장 높으며, 라거 맥주 제품의 100ml당 평균 가격이 가장 낮게 책정되어 있음

[표 3.1] 중국 맥주 가격 경쟁력 분석①

(단위: 위안/100ml당)



2) 가격 ②

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)
- ② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)
- ③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)

<수제 맥주>

- ④ #100 홉드 발리 와인 (뇌그너)
- ⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 홉카이드)
- ⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)
- ⑦ 보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)
- ⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑨ 토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)
- ⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑪ 칼스버그 (칼스버그)
- ⑫ 웨딩어 바이스 (웨딩어)
- ⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)
- ⑭ 스노우 비어 (화윤실화맥주유한공사)
- ⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)

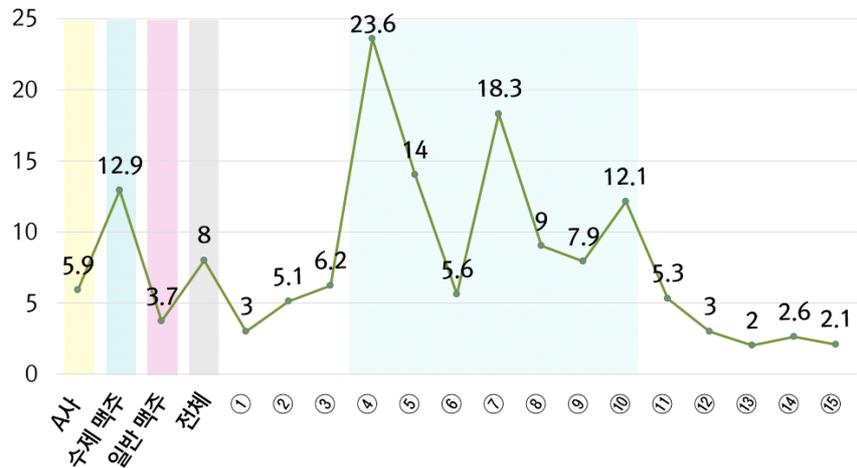
▶ A사 제품 100ml당 가격, 수제 맥주 제품의 100ml당 평균 가격보다 낮은 가격

A사 제품의 100ml당 가격은 5.9위안(970원)임. 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 수제 맥주 제품 7개는 100ml당 평균 12.9위안(2,138원), 일반 맥주 제품 8개는 100ml당 평균 3.7위안(613원)에 판매되고 있으며, 전체 제품 100ml당 평균 가격은 8위안(1,326원)임.

A사 제품의 100ml당 가격은 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 수제 맥주 경쟁제품 7개의 100ml당 평균 가격 대비 약 2.2배 낮게 책정되어 있으며 일반 맥주 경쟁제품 8개의 100ml당 평균 가격 대비 약 1.6배 높게 책정되어 있음

[표 3.2] 중국 맥주 가격 경쟁력 분석②

(단위: 위안/100ml당)



3) 용량 ①

● 경쟁제품(경쟁기업)

〈IPA〉

- ① 볼파스 엔젤맨 아이피에이 (볼파스 엔젤맨)
- ② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)
- ③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)
- ④ #100 홉드 발리 와인 (뇌그너)

〈Session IPA〉

- ⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 홉카이드)
- ⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)
- ⑦ 보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)

〈기타 에일〉

- ⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑨ 토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)
- ⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)

〈라거〉

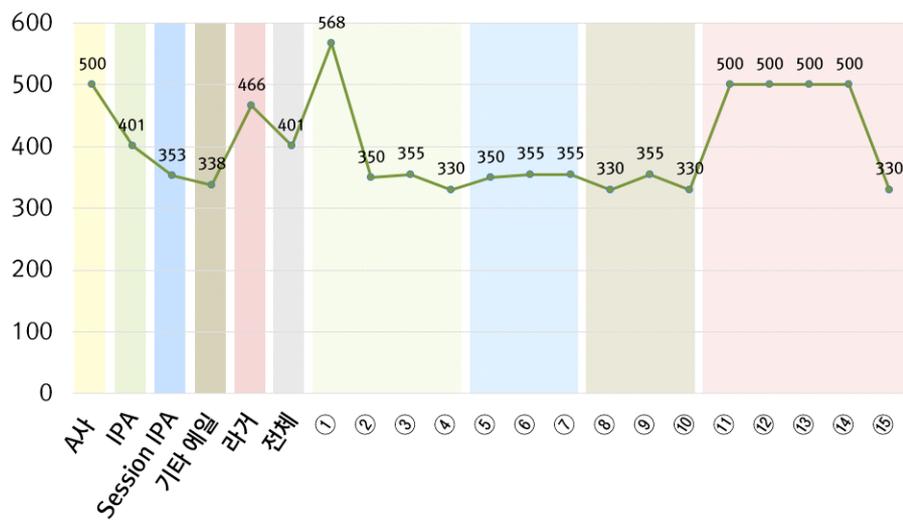
- ⑪ 칼스버그 (칼스버그)
- ⑫ 웨딩어 바이스 (웨딩어)
- ⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)
- ⑭ 스노우 비어 (화원설화맥주유한공사)
- ⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)

▶ A사 제품 용량 500ml, 경쟁제품 15개 대비 높은 용량

경쟁제품 15개를 생산 방식에 따른 종류별로 구분하여 용량을 비교함. 경쟁제품 15개 중 IPA 제품 4개의 평균 용량은 401ml, Session IPA 제품 3개의 평균 용량은 353ml, 기타 에일 제품 3개의 평균 용량은 338ml, 라거 제품 5개의 평균 용량은 466ml, 경쟁제품 15개의 평균 용량은 401ml인 것으로 확인됨. A사 제품의 용량은 500ml로 중국 오프라인 시장에서 조사된 경쟁제품 15개 평균 용량 대비 약 1.2배 높은 용량을 보유함. 경쟁제품 중 라거 제품의 평균 용량이 가장 높으며, 다음으로는 IPA 제품, Session IPA 제품, 기타 에일 제품 순으로 평균 용량이 높은 것으로 조사됨

[표 3.3] 중국 맥주 용량 경쟁력 분석①

(단위: ml)



4) 용량 ②

● 경쟁제품(경쟁기업)

- ① 불파스 엔젤맨 아이피에이 (불파스 엔젤맨)
- ② 그랜드 키린 아이피에이 (키린)
- ③ 스톤 텐저린 익스프레스 (스톤 브루잉)

〈수제 맥주〉

- ④ #100 허드 발리 와인 (뇌그너)
- ⑤ 아바시리 화이트 에일 (아바시리 홉카이드)
- ⑥ 스톤 에일 (스톤 브루잉)
- ⑦ 보니토 블론드 에일 (발라스트 포인트 브루잉)
- ⑧ 트리플 씨 골든 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑨ 토마스 쿠퍼스 셀렉션 (쿠퍼스)
- ⑩ 빅벤 브라운 에일 (트웨이트 브루어리)
- ⑪ 칼스버그 (칼스버그)
- ⑫ 웨딩어 바이스 (웨딩어)
- ⑬ 아사히 슈퍼 드라이 (아사히)
- ⑭ 스노우 비어 (화윤설화맥주유한공사)
- ⑮ 칭따오 클래식 (칭따오)

▶ A사 제품 용량 500ml, 수제 맥주 제품 7개 대비 높은 용량

경쟁제품 15개를 수제 제조 여부에 따른 종류별로 구분하여 용량을 비교함. 경쟁제품 15개 중 수제 맥주 제품 7개의 평균 용량은 344ml, 일반 맥주 제품 8개의 평균 용량은 450ml, 경쟁제품 15개의 평균 용량은 401ml인 것으로 확인됨. A사 제품의 용량은 500ml로 중국 오프라인 시장에서 조사된 수제 맥주 제품 7개의 평균 용량 대비 약 1.5배 높은 용량을 보유한 것으로 조사됨

[표 3.4] 중국 맥주 용량 경쟁력 분석②

(단위: ml)

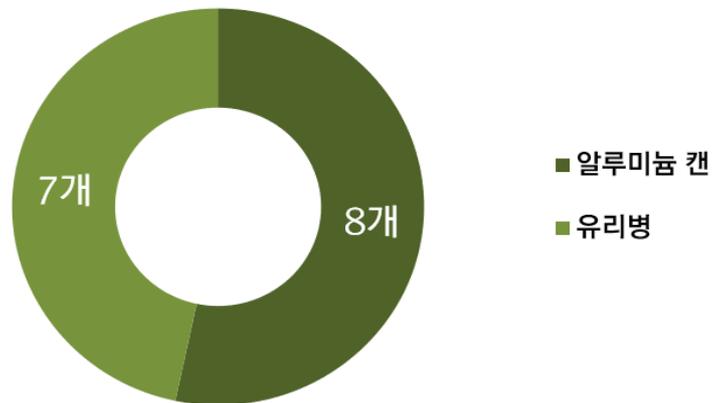


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 알루미늄 캔 포장

경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 8개의 포장 형태는 알루미늄 재질의 캔 포장인 것으로 조사됨. 나머지 7개의 포장 형태는 유리병 포장이며, 별도의 병따개를 사용하여 오픈하는 방식의 포장인 것으로 확인됨

[표 3.5] 중국 맥주 포장 형태 경쟁력 분석

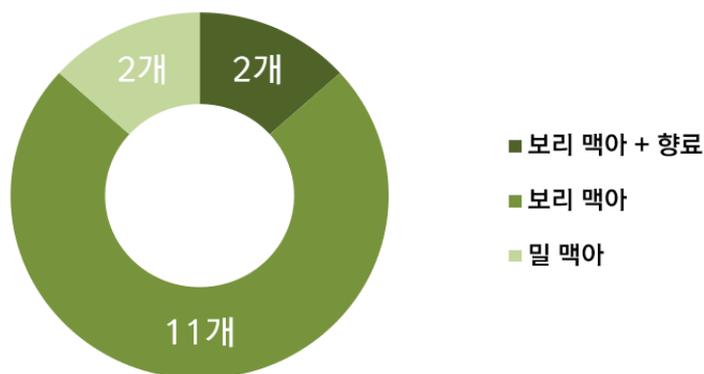


6) 주요 원료

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 보리 맥아 원료
2개, 밀 맥아 원료

중국에서 판매되고 있는 맥주 경쟁제품 15개는 보리 맥아를 원료로한 제품과 밀 맥아를 원료로한 제품으로 구분됨. 경쟁제품 15개중 13개는 보리 맥아를 원료로한 제품이며, 그 중 2개 제품에는 오렌지 껍질, 고수 씨앗, 파인애플과 같은 향료가 첨가된 제품인 것으로 확인됨. 나머지 2개는 밀 맥아를 원료로한 제품인 것으로 조사됨

[표 3.6] 중국 맥주 주요 원료 경쟁력 분석

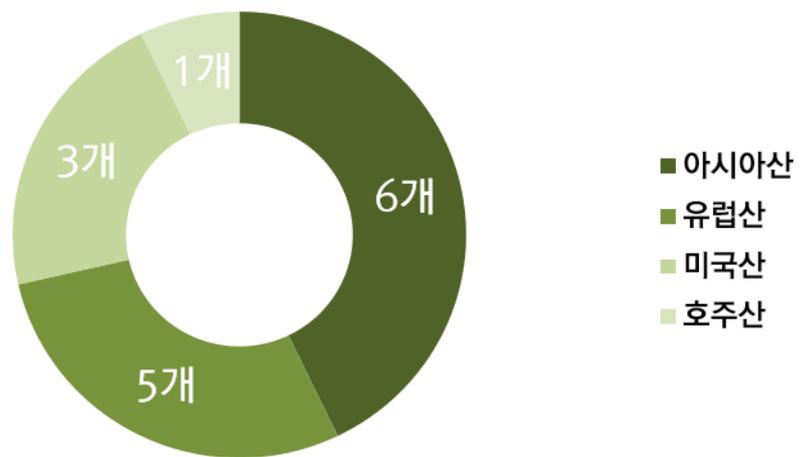


7) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 아시아산 제품

중국에서 판매되고 있는 맥주 경쟁제품 15개는 아시아, 유럽, 미국, 호주를 원산지로 하는 제품인 것으로 조사됨. 경쟁제품 6개는 아시아가 원산지로 중국 4개, 일본 2개 제품임. 경쟁제품 5개는 유럽이 원산지로 영국 2개, 독일 1개, 노르웨이 1개, 리투아니아 1개 제품임. 경쟁제품 3개는 미국을 원산지로 두고 있으며 나머지 1개는 호주를 원산지로 둔 제품인 것으로 확인됨

[표 3.7] 중국 맥주 원산지 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 중국 오프라인 및 온라인 채널 진출

중국에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 4개사는 고급 슈퍼마켓 올레(Ole)에서 조사되었으며, 2개사는 수입맥주판매점 비어레이디(Beer Lady), 1개사는 편의점 로슨(Lawson)에서 조사됨. 트웨이트 브루어리 제품의 경우 2개의 오프라인 채널에서 조사됨. 온라인으로는 징동, 티몰, 1688몰에 각각 4개사씩 진출해 있으며, 아바시리 훗카이도와 뇌그너를 제외한 4개사는 2개 이상의 온라인 채널에 진출하였음

[표 3.8] 중국 맥주 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	올레	비어레이디	로슨	징동	티몰	1688몰
스톤 브루잉	○			○	○	○
아바시리 훗카이도	○					○
트웨이트 브루어리	○	○		○	○	
뇌그너		○		○		
칭따오 브루어리			○	○	○	○
키린	○				○	○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 모두는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 경쟁기업들은 자사 홈페이지를 통해 주로 대표 경쟁제품의 특징, 원료 등을 소개하거나 온라인 쇼핑몰에 연결해주는 것으로 확인됨. 칭따오 브루어리와 키린의 경우 티몰과 징동 온라인 쇼핑몰 내에 플래그쉽 스토어를 운영하고 있는 것으로 조사됨. 자사 홈페이지 외 SNS 플랫폼을 대표 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 4개사는 모두 중국 대표 SNS 플랫폼인 웨이보를 적극적으로 활용하고 있으며, 페이스북 또한 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용하고 있음

[표 3.9] 중국 맥주 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	플래그쉽 스토어	SNS 플랫폼	
			웨이보	페이스북
스톤 브루잉	○		○	○
아바시리 훗카이도	○			○
트웨이트 브루어리				
뇌그너	○			
칭따오 브루어리	○	○	○	○
키린	○	○	○	

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘양조 과정’, ‘향과 풍미’ 강조하여 경쟁제품 홍보

중국에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘양조 과정’과 ‘향과 풍미’를 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 맥주 경쟁제품의 양조 과정을 강조하는 ‘고유한 양조법으로 만든’, ‘개성있는 맥주’, ‘독일 스타일 맥주’ 등의 문구를 사용함. 이외, 맥주 경쟁제품의 향과 풍미를 나타내는 ‘희귀 홉들이 만들어내는 맛의 조화’, ‘오렌지 향이 가득한’, ‘홉의 무거운 맛’ 등의 문구를 사용하거나 경쟁제품이 여러 가지 요리와 잘 어울리는 점을 강조한 홍보문구들을 활용하고 있음

[표 3.10] 중국 맥주 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 주 상하이대한민국 총영사관 홈페이지 (www.overseas.mofa.go.kr)
2. 중국 상하이시 쉬후이구 홈페이지 (www.xuhui.gov.cn)
3. 중국 상하이시 민항구 홈페이지 (www.shmh.gov.cn)
4. 티몰 홈페이지 (www.tmall.com)
5. 칭따오 브루어리 홈페이지 (www.tsingtao.com.cn)
6. 스톤 브루잉 홈페이지 (www.stonebrewing.com)
7. 징둥 홈페이지 (www.jd.com)
8. 아바시리 홋카이도 홈페이지 (www.takahasi.co.jp/beer/company)
9. 트웨이트 브루어리 홈페이지 (www.thwaites.co.uk)
10. 뇌그너 홈페이지 (www.nogne-o.com)
11. 키린 홈페이지 (www.kirin.co.jp)
12. 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-730322.html)
13. 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-646949.html)
14. 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (https://mall.jd.com/index-827180.html)
15. 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-645166.html)
16. 징둥닷컴(JD Mall) 홈페이지 (mall.jd.com/index-588286.html)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.11.15.

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

