



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202009-20

품목 | 인스턴트 커피(Instant Coffee)

국가 | 중국(China)

구분 | 경쟁력분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 선정	10
2. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 선정	37
2. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 현황	38
3. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 세부정보	40
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 쉰저우러핀마오이유오시안공쓰(苏州乐品贸易有限公司)	45
Interview ② 푸어산스진커상마오유오시안공쓰(佛山市瑾柯商贸有限公司)	47
Interview ③ 상티궈찌마오이유오시안공쓰(尚缙国际贸易有限公司)	49
Interview ④ 쉰저우상천카페이마오이유오시안공쓰(苏州香臣咖啡贸易有限公司)	52
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	55
2. 벤치마킹 제품 분석	61
3. 기업 마케팅 벤치마킹	63
VI. 시장진출제언(Export Insights)	65
*참고문헌	68

# I. 요약(Summary)

# Summary

(요약)

온라인 조사			오프라인 조사		
온라인	티몰(天猫)&타오바오(淘宝网)	40.2%	오프라인	커피전문점	싱바커/스타벅스(星巴克) 그레이박스커피(GreyboxCoffee)
	징둥(京东)	28.7%		하이퍼마켓	알티마트(RT Mart) 올레(OLE)
	쑤닝(苏宁)	3.2%		슈퍼마켓	케이마트(Kmart)
		편의점		패밀리마트(FamilyMart)	

**조사 지역(중국 상하이)**

중국 상하이에 위치한 커피 전문점 싱바커/스타벅스(星巴克), 그레이박스커피(GreyboxCoffee), 하이퍼마켓 알티마트(RT Mart), 슈퍼마켓 올레(OLE), 케이마트(Kmart), 편의점 패밀리마트(FamilyMart)를 방문조사함. 상하이는 중국의 대표적인 경제 중심지로, 경제, 금융, 무역, 항공, 과학기술혁신 등 5대 중심센터를 구축하고 있으며 수도인 베이징에 이어 중국 내 인구수 2위의 대도시임



경쟁제품	경쟁기업	국적	대표제품
중국 인스턴트 커피 경쟁제품 15개 조사	B사	한국	동씨마이신크페이워엔웨이
제품 종류별 10g 당 가격, 커피믹스 제품보다 원두커피 제품이 약 3.6배 비싸 원두커피 22.9위안(약 3,883원), 커피믹스 6.1위안(약 1,027원)	웨이즈수AGF	일본	뿌란띠티아오쭈왕야쓰농썬평웨이 쑤룽카페이꾸티인료
원산지별 10g 당 가격, 중국산 제품이 중국 외 국가 제품보다 약 1.6배 비쌌 중국산 제품 28.2위안(약 4,780원), 중국 외 국가 제품 17.4위안(약 2,945원)	테이스티웨이	말레이시아	씨페이링라쑤양파오메이쓰 수룽카페이
	싱바커/스타벅스	미국	썬뚜홍페이쯔썬쑤룽카페이

경쟁력 파악		진출 제언	
기준(A사)	경쟁력	기준(A사)	경쟁제품
가격(10g당) (13.7위안)	●	원료 및 첨가물 (스페셜티 원두)	●
총 중량(g) (30.0g)	●	홍보문구 (미정)	○
개별 포장 중량/ 포장 단위) (1g*30포)	○	홍보채널 (미정)	○
원두커피	커피믹스	원료 및 첨가물	원료 및 첨가물
22.9위안	6.1위안	스페셜티 원두를 사용하는 인스턴트 스틱 커피는 거의 없음	
원두커피	커피믹스	브랜드	특징
32.3g	60.0g	브랜드 이미지 강조	제품의 맛, 가공 기술, 편리성 강조
원두커피	커피믹스	홍보	홍보
1.8g/22포	8.8g/8포	SNS 플랫폼을 활용한 이벤트 및 제품 정보 게시	

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

**Point. 01**

- 1) A사 제품, 경쟁제품에 비해 10g당 가격은 저렴한 것으로 확인
- 2) 하지만, 동일한 원두커피 제품 평균에 비해 총 중량, 개별 중량은 작은 편

**Point. 02**

- 1) 경쟁사, 브랜드와 제품의 맛, 기술우수성, 섭취 편리성을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사 중 하나인 싱바커/스타벅스의 경우 현지 SNS 플랫폼 웨이보와 위챗 적극 활용

1) 개별 중량과 포장 단위는 제품 종류별 평균으로 개별 중량과 포장 단위를 곱한 값은 총 중량의 평균과 같지 않음

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 중국(China)

### 인스턴트 커피 경쟁제품

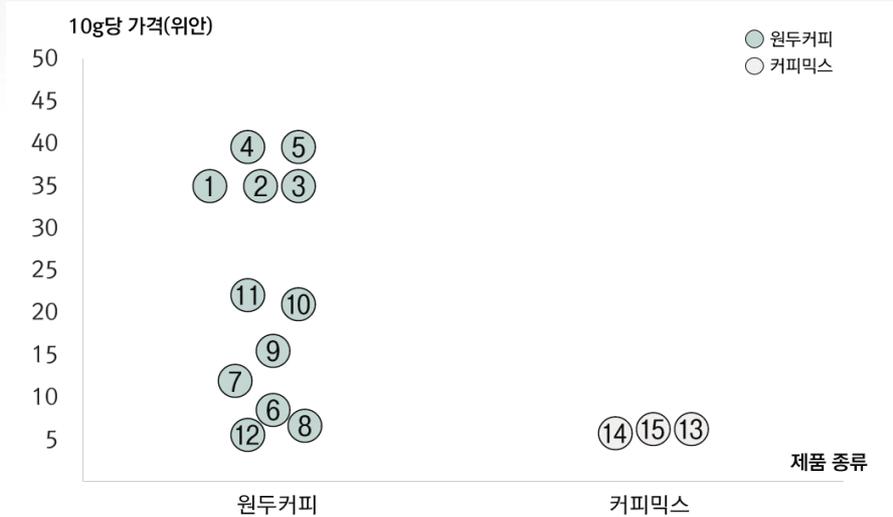
#### 선정 및 포지셔닝

#### 경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

#### 경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 10g당 가격(위안)



## 중국(China)

### 인스턴트 커피 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 <sup>2)</sup>	10g당 가격	중량	포장 형태 <sup>3)</sup>	원산지	맛 <sup>4)</sup>
원두 커피	① 썬뚜홍페이쥘핀쑹카페이 (상바커/스타벅스)	88.0위안 (14,925원)	34.9위안 (5,923원)	25.2g (2.1g*12포)	종이상자	중국 외 (프랑스)	오리지널
	② 이쓰홍페이맨쑹카페이꾸티인료 (상바커/스타벅스)	88.0위안 (14,925원)	34.9위안 (5,923원)	25.2g (2.1g*12포)	종이상자	중국 외 (미국)	오리지널
	③ 까룬비아맨쑹카페이꾸티인료 (상바커/스타벅스)	88.0위안 (14,925원)	34.9위안 (5,923원)	25.2g (2.1g*12포)	종이상자	중국 외 (콜롬비아)	오리지널
	④ 쥘핀둥간카페이펀피카 (무오인카페이여우썬공쓰)	79.0위안 (13,398원)	39.5위안 (6,699원)	20.0g (2g*10포)	플라스틱 파우치	중국	오리지널
	⑤ 쥘핀둥간카페이펀에티오피아 (무오인카페이여우썬공쓰)	79.0위안 (13,398원)	39.5위안 (6,699원)	20.0g (2g*10포)	종이상자	중국	오리지널
	⑥ 아이썬쓰커룬비아위이무어허이카페이 (슈퍼푸드테크놀로지)	33.8위안 (5,732원)	8.5위안 (1,433원)	40.0g (2g*20포)	종이상자	중국 외 (말레이시아)	오리지널
	⑦ 썬페이링러쑹양파오메이쓰쑹카페이 (테이스티웨이)	11.9위안 (2,018원)	11.9위안 (2,018원)	10.0g (2g*5포)	종이상자	중국 외 (말레이시아)	오리지널
	⑧ 썬페이메이쓰헤이카페이 (테이스티웨이)	39.6위안 (6,716원)	6.6위안 (1,119원)	60.0g (2g*30포)	종이상자	중국 외 (말레이시아)	오리지널
	⑨ 동씨마이썬카페이위앤웨이 (B사)	31.0위안 (5,258원)	15.5위안 (2,629원)	20.0g (1g*20포)	종이상자	중국 외 (한국)	오리지널
	⑩ 동씨마이썬KANU메이쓰카페이 (B사)	33.6위안 (5,699원)	21.0위안 (3,562원)	16.0g (1.6g*10포)	종이상자	중국 외 (한국)	오리지널
	⑪ 카누쑹통티아오쑹왕까룬비아헤이카페이홍썬뚜 (B사)	198.0위안 (33,581원)	22.0위안 (3,731원)	90.0g (0.9g*100포)	종이상자	중국 외 (한국)	오리지널
	⑫ 춘핀쑹카페이 (동꾸안취이초여우썬공쓰/네슬레)	20.0위안 (3,392원)	5.6위안 (942원)	36.0g (1.8g*20포)	종이상자	중국	오리지널
커피 믹스	⑬ 나테쥘핀썬카페이인핀 (상바커/스타벅스)	35.0위안 (5,936원)	6.3위안 (1,060원)	56.0g (14g*4포)	종이상자	중국 외 (터키)	카페라떼**
	⑭ 뿌란띠티아오쑹왕이쓰썬썬평위이쑹카페이꾸티인료 (웨이즈수AGF)	39.8위안 (6,750원)	5.7위안 (964원)	70.0g (7g*10포)	종이상자	중국 외 (일본)	에스프레소 오레**
	⑮ 마이썬카누탄카오한탕헤이카페이 (B사)	33.6위안 (5,699원)	6.2위안 (1,055원)	54.0g (5.4g*10포)	종이상자	중국 외 (한국)	스위트 아메리카노**

(\*) 현지 판매 인스턴트 커피 경쟁제품 15개 분석

2) 1위안 = 169.6원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) 기재된 포장 형태는 제품의 외부포장 형태로, 내부포장은 경쟁제품 15개 모두 플라스틱 파우치를 사용함

4) (\*\*): 제품의 맛으로 분류 시 카페라떼, 에스프레소오레, 스위트아메리카노는 '믹스커피 맛'으로 분류함

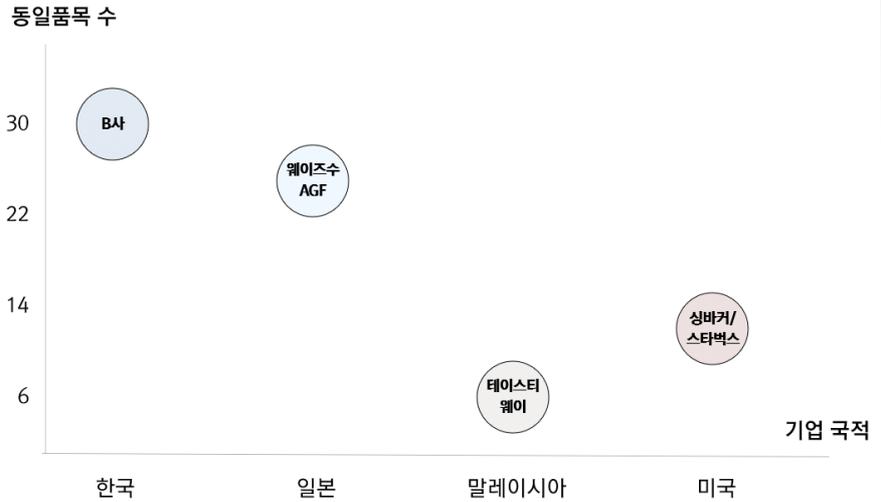
# Competitor

(경쟁기업)

**중국(China)**  
인스턴트 커피 경쟁기업  
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정  
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝  
· X축: 기업(제조사) 국적  
· Y축: 동일품목 수



**중국(China)**  
인스턴트 커피 경쟁기업 분석

제조사 (Manufacturer)	국적 (Nationality)	진출 채널 (Distribution Channel)	홍보채널 (Promotion Channel)	홍보문구 (Promotion Message)	동일 품목 수 (Similar Product Count)
B사	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>신개념 인스턴트 커피</li> <li>향긋하고 깔끔한 오후의 한잔</li> <li>세상에서 가장 작은 카페</li> <li>세상 어디에도 없는 맛, 대한민국 대표 커피</li> </ul>	30개
웨이즈수AGF (味の素AGF)	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>그윽한 맛과 향기에 감탄하다</li> <li>엄선된 커피 원두를 세심하게 분쇄</li> <li>점심의 기분 좋은 커피 한잔</li> <li>일본 인기 상품</li> </ul>	25개
테이스티웨이 (Tastaway Sbn. Bhb.)	말레이시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌, 중국)</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>심도 있는 로스팅</li> <li>동결건조공법으로 진하고 향기로운 원두</li> <li>차갑거나 뜨겁거나, 어떤 온도에도 28초</li> <li>수입산 프리미엄 블랙커피</li> </ul>	6개
심바커/스타벅스 (星巴客)	미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌, 중국)</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>깊이 있고 풍부한 맛/부드럽고 균형 잡힌 맛</li> <li>라틴 아메리카에서 온 아르비카 원두</li> <li>언제 어디서나 즐길 수 있는</li> <li>스타벅스만의 프리미엄 인스턴트 커피</li> </ul>	12개

(\*) 중국 진출 인스턴트 커피 경쟁기업 5개사 분석

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

## 중국(China)

인스턴트 커피 인터뷰  
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정  
· 식품 수입 · 유통업체 ○  
· 커피 취급 경험 ○

	쑤저우러핀마오이 유오시안공쓰 (苏州乐品贸易有限公司)	푸어산스진커상마오 유오시안공쓰 (佛山市瑾柯商贸有限公司)	상티귀찌마오이유오 시안공쓰 (尚缙国际贸易有限公司)	쑤저우상천커피마오이 유오시안공쓰 (苏州香臣咖啡贸易有限公司)
업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	유통업체	수입 · 유통업체
커피 취급 ▶				
	인스턴트 스틱 커피	인스턴트 캡슐 커피	인스턴트 드립 커피	인스턴트 스틱 커피
사진자료:	쑤저우러핀마오이유오시안공쓰, 푸어산스진커상마오유오시안공쓰, 상티귀찌마오이유오시안공쓰, 쑤저우상천커피마오이유오시안공쓰 제품 판매 페이지			

## 중국(China)

인스턴트 커피 바이어 인터뷰

A사	쑤저우러핀마오이 유오시안공쓰 (苏州乐品贸易有限公司)	푸어산스진커상마오 유오시안공쓰 (佛山市瑾柯商贸有限公司)	상티귀찌마오이 유오시안공쓰 (尚缙国际贸易有限公司)	쑤저우상천커피마오이 유오시안공쓰 (苏州香臣咖啡贸易有限公司)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	유통업체	수입 · 유통업체
41.0위안5) (약 6,954원) 30.0g(1g*30포) ----- 제품 가격 · 종량	드립 형태의 제품과 거의 비슷한 수준의 <b>비싼 가격</b>	스틱 형태 제품 중에서도 굉장히 <b>비싼 편</b>	현지 경쟁제품에 비해 <b>매우 비싼 편</b>	현지 유명 브랜드 제품과 비슷한 수준 <b>시장 평균 대비 비싼 편</b>
종이상자/ 플라스틱 파우치 ----- 포장 형태	일반적인 포장 형태는 <b>종이상자와 플라스틱 파우치</b>	고급스러움을 강조하는 <b>어두운색 사용, 브랜드를</b> 강조하는 디자인도 사용	보관이 용이한 <b>종이상자</b> 선호	포장 디자인보다는 <b>가격, 원두, 브랜드 인지도</b> 가 중요함
<b>스페셜티 커피</b> 에 대한 인식	스페셜티 커피의 수요가 점차 <b>증가</b> 하고 있음	시장이 커지고 있지만 <b>편리성이나 가격 경쟁력이 떨어짐</b>	판매량은 적지만 시장 <b>성장가능성이 높고</b> 찾는 <b>소비자가 늘어남</b>	스틱 형태의 스페셜티 커피가 출시된다면 수요가 <b>클 것</b> 으로 예상
<b>스페셜티, 오리지널 맛, 스틱 형태</b> ----- 선호하는 맛이나 특징, 형태	스틱 형태의 보관이 쉽지만, <b>스페셜티 커피</b> 의 경우 <b>드립 형태</b> 의 제품을 선호	<b>캡슐 커피 머신</b> 이 보급되면서 <b>캡슐 제품</b> 판매 증가	스틱 형태는 품질이 떨어진다는 인식이 강함, <b>드립백</b> 에 담긴 제품 선호	가격이 비쌀수록 <b>드립 형태</b> 의 제품 선호, 별도 맛이 첨가되기보단 <b>오리지널 맛</b> 선호

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

5) A사 제품 예상 가격은 6달러로, 2020년 11월 1일 기준 KEB 하나은행의 위안 대비 미화 환산율(1위안 = 0.1465달러)을 적용한 가격

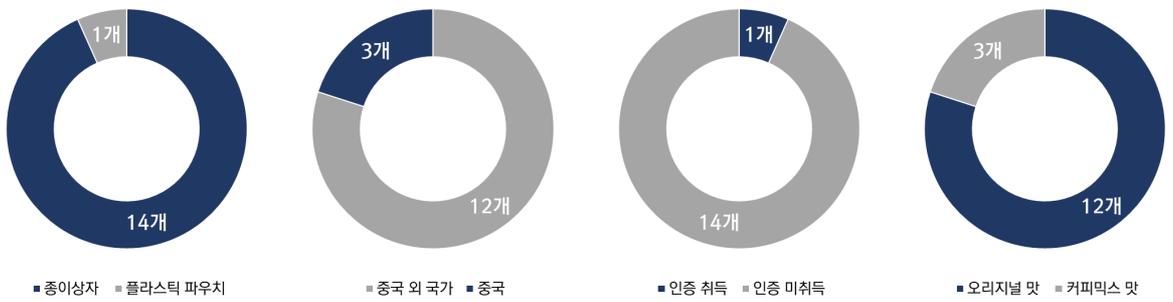
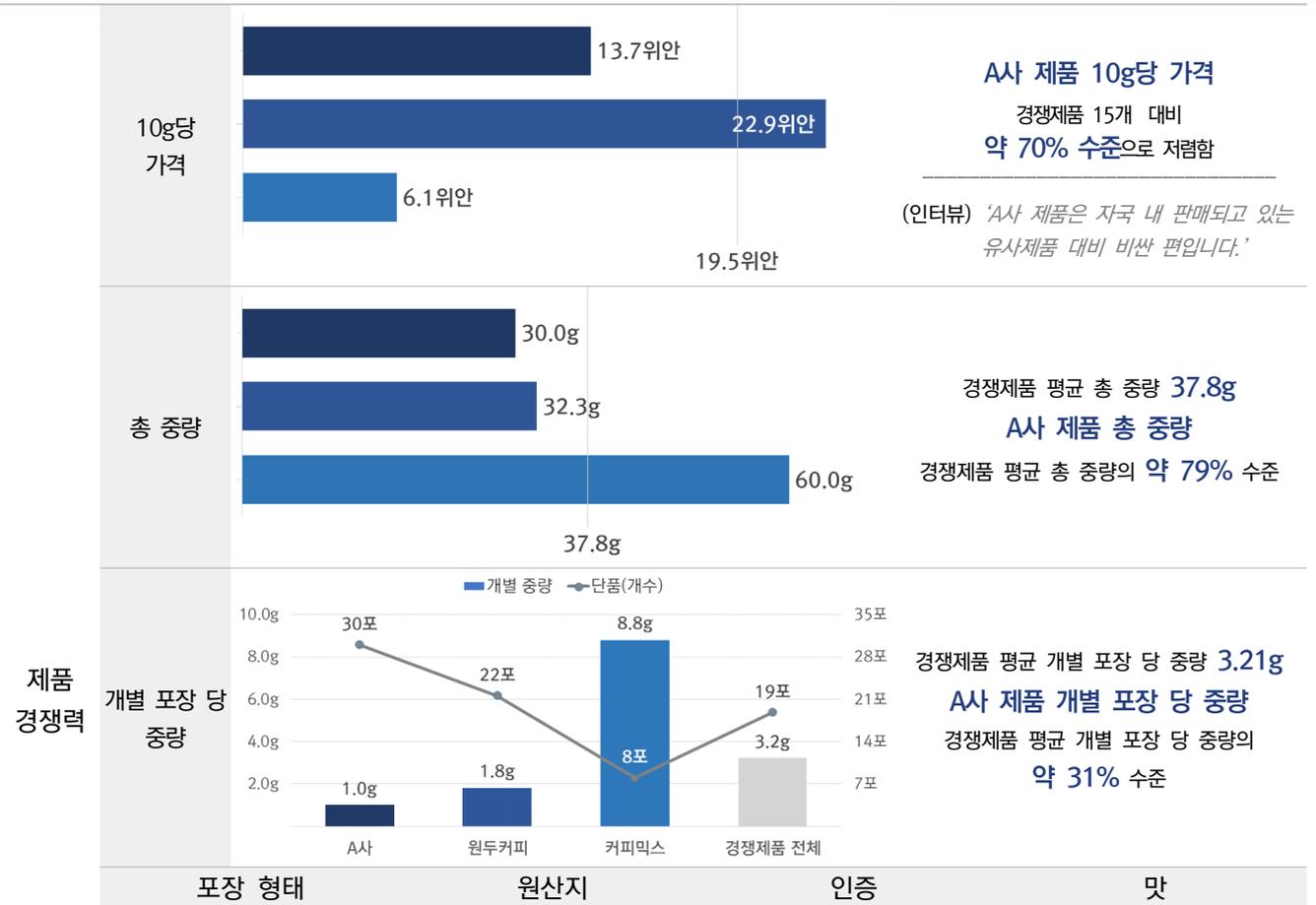
# Competitiveness

(경쟁력 파악)

## 중국(China) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 원두커피 ■ 커피믹스 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



경쟁제품 15개 중 14개 제품, **종이상자**로 포장  
\*15개 제품 모두 플라스틱 파우치로 내부포장됨

경쟁제품 15개 중 3개 제품, **중국산** 제품

경쟁제품 15개 중 1개 제품, **식품 관련 인증 취득**  
\*말레이시아 HACCP, 미국 FDA 인증

경쟁제품 15개 중 12개 제품, **오리지널 맛** 제품

		진출 채널	홍보채널	홍보문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 4개사 모두 중국 오프라인 매장과 현지 온라인 매장 진출	경쟁기업 4개사의 자사 홈페이지는 제품 홍보채널로 활용되고 있으며, SNS 플랫폼으로는 웨이보, 위챗을 활용	경쟁기업 4개사는 주로 제품의 '브랜드 이미지', '맛', '편리성' 등을 강조한 홍보문구 활용
	본사			

## II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 선정
2. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 포지셔닝
4. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 현지 조사 결과

## 1. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### A사 제품 특징



제품명	미정(제품 개발 중)
제품 종류	인스턴트 커피(스틱)
소비자가격 6/7)	41.0위안 (약 6,954원)
10g당 가격	13.7위안 (약 2,341원)
중량	30.0g (1g*30포)

#### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
  - 제품명 : 미정(제품 개발 중)
  - 제품 종류 : 인스턴트 커피(스틱)
  - 소비자가격 : 41.0위안(약 6,945원)
  - 10g당 가격 : 13.7위안(약 2,341원)
  - 중량 : 30.0g(1g\*30포)
  - 포장 형태 : 종이 상자/플라스틱 파우치

#### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



- ① 현지 주요 온라인 쇼핑물(Top 3) 확인
  1. 티몰(天猫)&타오바오(淘宝网): 40.2%
  2. 징둥(京东): 28.7%
  3. 쑤닝(苏宁): 3.2%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 동일 품목 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑물별 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑물 모두에서 확인 : 5개 제품
  - 주요 온라인 쇼핑물 2곳에서 확인 : 3개 제품

#### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 커피전문점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

#### Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
  - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 벤치마킹 제품 분석

6) A사 제품 예상 가격은 6달러로, 2020년 11월 1일 기준 KEB 하나은행의 위안 대비 미화환산율(1위안 = 0.1465달러)을 적용한 가격  
7) 1위안 = 169.6원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 중국 상하이 정보<sup>10)</sup>

인구('18)	2,424만 명
인구 밀도('18)	3,823명/ km <sup>2</sup>
면적	6,340km <sup>2</sup>

▶ 중국 상하이, 방문지역으로 선정

중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 상하이(上海)를 방문지역으로 선정함. 상하이는 경제, 금융, 무역, 항운, 과학기술혁신 등 5대 중심센터를 구축하고 있으며, 동방명주(东方明珠), 난징루 보행가(南京路步行街) 등의 관광명소와 상하이 교통대학(上海交通大学), 푸단대학(复旦大学) 등 유명 교육기관이 위치하여 관광객뿐만 아니라 현지 유동인구가 많음. 중국 통계청에 따르면, 2018년 상하이는 1인당 국내총생산 약 13만 5,000위안(약 2,287만 원)으로 중국 31개 지역 중 베이징시(北京)에 이어 2위를 차지하여<sup>11)</sup> 소득 수준 또한 높은 도시임

▶ 현지 조사매장 선정, 커피 전문점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점

2019년 중국 인스턴트 커피(RID Coffee)의 유통량(Total Retail Volume)에 따른 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 슈퍼마켓이 35.8%로 가장 높으며, 개인 소매 식료품점이 33.4%로 뒤를 이었음. 하이퍼마켓은 13.2%, 편의점은 9.9%, 온라인 쇼핑몰은 2.2%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

● A사 조사 희망 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
커피 전문점
유기농매장

[표 1.2] 중국 인스턴트 커피 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
슈퍼마켓	35.8%	올레(OLE), 런화차오스(聯華超市), 가르푸(家樂福) 등
개인 소매 식료품점	33.4%	-
하이퍼마켓	13.2%	알티마트(RT Mart), 옹후이(永輝), 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter) 등
편의점	9.9%	패밀리마트(FamilyMart), 세븐일레븐(7-Eleven) 등
온라인 쇼핑몰	2.2%	티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京東), 쑤닝(蘇寧), 핀두어두어(拼多多) 등
커피 전문점	-	스타벅스(星巴克), 그레이박스커피(GreyboxCoffee) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

10) 자료 : 상하이 통계국(上海市統計局), 「2019年上海統計年鑒」, 2019.12.

11) 자료 : 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「Gross Regional Product (2018)」, 2019

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징동(京东), 쑤닝(苏宁)

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 스타벅스(星巴克), 그레이박스커피(GreyboxCoffee), 알티마트(RT Mart), 올레(OLE), 케이마트(Kmart), 패밀리마트(FamilyMart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 수용성 인스턴트 커피 스틱 중 커피 외 첨가물 포함 여부에 따라, 원두커피와 커피믹스로 분류

· 원두커피: 인스턴트 커피 외 설탕, 커피 화이트너 등 첨가물이 포함되지 않음

· 커피믹스: 인스턴트 커피 외 설탕, 커피 화이트너 등 첨가물이 포함됨

[표 1.3] 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	원두 커피	커피 믹스
① 썬뚜홍페이썬뚜홍커피 (상바커/스타벅스)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
② 이쓰홍페이썬뚜홍커피푸티인료 (상바커/스타벅스)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
③ 꺼룬바이썬뚜홍커피푸티인료 (상바커/스타벅스)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
④ 썬뚜홍페이썬뚜홍커피 (무오인커피/여우썬공쓰)	○ (1개 매장)		○	
⑤ 썬뚜홍페이썬뚜홍커피 (무오인커피/여우썬공쓰)	○ (1개 매장)		○	
⑥ 아이썬쓰커룬바이썬뚜홍페이 (슈퍼푸드테크놀로지)	○ (1개 매장)		○	
⑦ 썬뚜홍페이썬뚜홍커피 (테이스티웨이)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
⑧ 썬뚜홍페이썬뚜홍커피 (테이스티웨이)	○ (2개 매장)	○ (2개 쇼핑몰)	○	
⑨ 동씨다이썬뚜홍커피 (B사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
⑩ 동씨다이썬뚜홍커피 (B사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
⑪ 카썬뚜홍페이썬뚜홍커피 (B사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
⑫ 썬뚜홍커피 (동우인썬뚜홍/네슬레)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
⑬ 나뎬뚜홍커피인핀 (상바커/스타벅스)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑭ 뷔란띠다이썬뚜홍커피 (웨이즈수AGF)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑮ 마이썬뚜홍커피 (B사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○

(\*) 현지 판매 인스턴트 커피 경쟁제품 15개 분석

## 2. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 10g당 가격

### ▶ 조사 지표 ② 중량

- 제품의 총 중량(g)
- 제품의 개별 포장 당 중량(g)

### ▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 수용성 인스턴트 커피 스틱 중 커피 외 첨가물 포함 여부에 따라, 원두커피와 커피믹스로 분류
  - 원두커피: 인스턴트 커피 외 설탕, 커피 화이트너 등 첨가물이 포함되지 않음
  - 커피믹스: 인스턴트 커피 외 설탕, 커피 화이트너 등 첨가물이 포함됨

### ▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
- ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
  - 포장 형태(외부포장)
    - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
    - 종이상자: 종이 소재의 상자 용기
  - 포장 형태(내부포장)
    - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것

### ▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

### ▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

### ▶ 조사 지표 ⑦ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

### ▶ 조사 지표 ⑧ 맛

- 제품의 맛
  - 오리지널 맛: 인스턴트 커피 외 첨가물이 포함되지 않은 원두커피의 맛
  - 믹스커피 맛: 스위트 아메리카노, 카페라떼, 에스프레소오레 등 커피 외 첨가물이 포함된 커피의 맛

●  
보유 인증 마크



FDA 인증<sup>12)</sup>



HACCP<sup>13)</sup>

- ▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보
  - 제품의 수입상 정보
- ▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물
  - 제품의 주요 원료 및 첨가물
- ▶ 조사 지표 ⑪ 보유 인증
  - 제품이 보유한 인증

[표 1.4] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
FDA 인증	미국 식약청(FDA; Food and Drug Administration)은 미국에서 가장 오래된 연방정부 기관으로서, 의료기구, 가정용 기구, 화학약품, 화장품, 식품첨가물, 식료품, 의약품 등에 대한 안전기준을 세우고, 이를 통과한 제품에 한해 FDA 인증을 발급함
HACCP	각국의 식약청에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

12) 미국 식약청 홈페이지 (www.fda.gov)

13) 말레이시아 식약청 홈페이지 (fsq.moh.gov.my)

[표 1.5] 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격		제품의 10g당 가격
중량	총 중량		제품의 총 중량
	개별 포장 당 중량		제품의 개별 포장 당 중량
제품 종류	원두커피		인스턴트 커피 외 설탕, 커피 화이트너 등 첨가물이 포함되지 않음
	커피믹스		인스턴트 커피 외 설탕, 커피 화이트너 등 첨가물이 포함됨
포장 형태	외부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
		종이상자	종이 소재의 상자
	내부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
유통기한			제품의 유통기한
원산지			제품의 원산지
홍보문구			제품의 홍보문구
맛	오리지널 맛		인스턴트 커피 외 첨가물이 포함되지 않은 원두커피의 맛
	믹스커피 맛		스위트 아메리카노, 카페라떼, 에스프레소오레 등 인스턴트 커피 외 첨가물이 포함된 커피의 맛
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	FDA 인증		미국 식약청(FDA: Food and Drug Administration)은 의료기구, 가정용 기구, 화학약품, 화장품, 식품첨가물, 식료품, 의약품 등에 대한 안전기준을 세우고, 이를 통과한 제품에 한해 FDA 인증을 발급함
	HACCP		각국의 식약청에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

### 3. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(제조사)

- ① 설탕홍페이징핀쑹커피 (싱바커/스타벅스)
- ② 이쓰홍페이징핀쑹커피 (싱바커/스타벅스)
- ③ 쉰쑹비안쑹커피 (싱바커/스타벅스)
- ④ 쑹핀퐁간커피 (무오인카페이여우쑹공쓰)
- ⑤ 쑹핀퐁간커피 (무오인카페이여우쑹공쓰)
- ⑥ 아이쑹쑹커피 (슈퍼푸드테크놀로지)
- ⑦ 쑹페이링라쑹커피 (테이스티웨이)
- ⑧ 쑹페이메이쑹커피 (테이스티웨이)
- ⑨ 퐁시마이쑹커피 (B사)
- ⑩ 퐁시마이쑹커피 (B사)
- ⑪ 카쑹쑹티아쑹커피 (B사)
- ⑫ 쑹핀쑹커피 (똥구안취이쑹공쓰/네슬레)
- ⑬ 나테쑹핀쑹커피 (싱바커/스타벅스)
- ⑭ 쑹핀퐁간커피 (웨이즈수AGF)
- ⑮ 마이쑹카쑹커피 (B사)

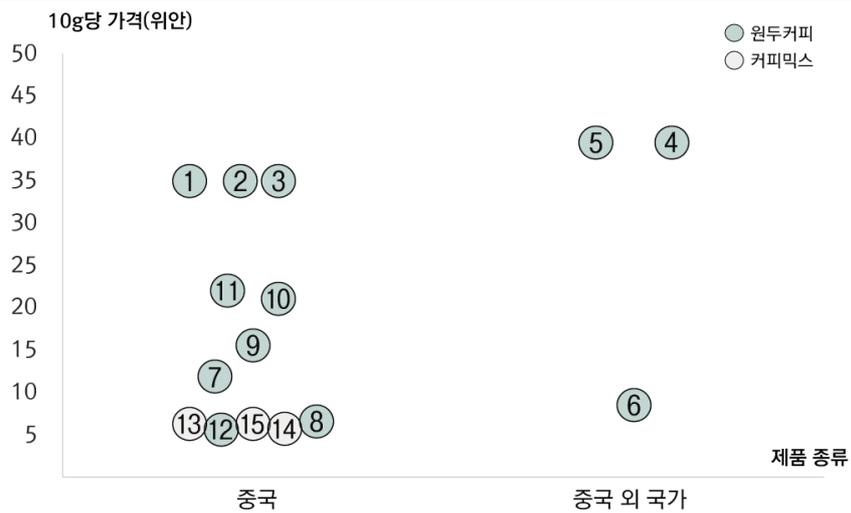
▶ **포지셔닝 : 제품 종류별 평균 10g당 가격, 원두커피 제품이 커피믹스 제품보다 약 3.6배 비쌌**

중국 오프라인 매장에서 조사된 인스턴트 커피 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 원두커피 제품 12개, 커피믹스 제품 3개로 분류됨. 경쟁제품의 종류별 평균 10g당 가격을 분석한 결과, 원두커피 제품이 22.9위안(약 3,883원), 커피믹스 제품이 6.1위안(약 1,027원)으로 조사됨. 원두커피 제품의 평균 10g당 가격은 인스턴트 커피 제품보다 약 3.6배 정도 비쌌

▶ **포지셔닝 : 원산지별 평균 10g당 가격, 중국산 제품이 중국 외 국가 제품보다 약 1.7배 비쌌**

중국 오프라인 매장에서 조사된 인스턴트 커피 경쟁제품 15개 제품은 원산지에 따라 중국산 제품 3개, 한국, 일본, 말레이시아 등 중국 외 국가 제품이 12개로 확인됨. 구체적으로 중국 외 국가 제품은 한국산 4개, 말레이시아산 3개, 프랑스산 1개, 미국산 1개, 콜롬비아산 1개, 터키산 1개, 일본산 1개가 조사됨. 경쟁제품의 원산지별 10g당 가격을 비교한 결과, 중국산 제품이 28.2위안(약 4,780원), 중국 외 국가 제품이 17.4위안(약 2,945원)으로 확인됨. 중국에서 제조된 인스턴트 커피 제품이 중국 외 국가에서 제조된 제품에 비해 약 1.6배 비싼 것으로 조사됨

[표 1.6] 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 포지셔닝



자료: 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 15개 분석

#### 4. 중국 인스턴트 커피 경쟁제품 현지 조사 결과

##### ▶ 중국 상하이에 위치한 커피 전문점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 방문

중국 상하이에 위치한 커피 전문점 스타벅스(스타벅스(星巴克)), 그레이박스커피(Greybox Coffee), 하이퍼마켓 알티마트(RT Mart), 슈퍼마켓 올레(OLE), 케이마트(Kmart), 편의점 패밀리마트(FamilyMart)를 방문조사함. 스타벅스는 전세계에서 가장 유명한 커피 전문 프랜차이즈로, 2019년 기준 중국 내 커피 프랜차이즈 브랜드 중 가장 많은 매장(4,123개)을 운영하고 있음. 그레이박스 커피는 중국 베이징을 중심으로 한 중국의 커피 전문 프랜차이즈로, 베이징, 상하이, 난징, 칭도 등 주요 도시들을 중심으로 23개 매장을 운영 중임. 알티마트는 중국 하이퍼마켓 점유율 1위(약 13.0%) 브랜드로, 초저가 전략을 통해 많은 고객을 유인함. 올레는 중국 내 약 20개 매장을 운영하는 고급 슈퍼마켓 유통 브랜드임. 케이마트는 상하이의 한인 밀집 거주 지역인 홍첸루(虹桥镇)에 위치한 한인마트로, 다양한 한국산 식료품과 생활용품을 판매함. 패밀리마트는 일본계 편의점 유통 브랜드로, 중국 편의점 점유율 2위(약 8.4%)의 대형 유통 브랜드임

[표 1.7] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	방문매장 특징
스타벅스 (星巴克)	커피 전문점	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 내 프랜차이즈 커피 전문점 매장 수 1위</li> <li>브랜드 인지도와 충성도가 높은 만큼 방문 고객이 많음</li> <li>백화점 내에 위치하여 주변 유통인구가 많은 편</li> </ul>
그레이박스커피 (GreyboxCoffee)	커피 전문점	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>상하이 대형 쇼핑몰(PowerLong) 근처에 위치함</li> <li>지하철역 인근의 교통 요지에 위치</li> <li>우수한 품질의 원두만을 사용하여 품질 유지에 힘씀</li> </ul>
알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>3층 건물 전체를 사용하는 대형 하이퍼마켓</li> <li>거주지역 인근에 있어 고정 수요가 많은 편</li> </ul>
올레 (OLE)	슈퍼마켓	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>고급 백화점 내에 입점해있는 고급 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>유통인구가 많은 상업 지구 근처에 위치함</li> </ul>
케이마트 (Kmart)	슈퍼마켓	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>한인 밀집 거주 지역인 홍첸루(虹桥镇)에 위치</li> <li>한국산 식료품뿐만 아니라 중국 현지 제품도 판매</li> <li>현지 거주 한국인과 중국인, 현지 거주 외국인도 방문</li> </ul>
패밀리마트 (FamilyMart)	편의점	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본계 대형 편의점 유통 브랜드</li> <li>대형쇼핑몰 인근에 있어 주변 유통인구가 많은 편</li> </ul>



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 5개는 2개 이상의 방문 매장에서 확인됨**

방문 매장 6개에서 인기제품을 조사한 결과, 6개 매장 모두에서 판매되는 제품은 없었음. 커피전문점인 그레이박스커피의 제품은 자사 브랜드 매장에서만 판매되고 있으며, 싱바커/스타벅스의 경우 일부 제품은 자사 브랜드 매장 외 알티마트에서도 판매되었음. 2개 이상 매장에서 판매되는 제품은 싱바커/스타벅스의 썬뚜홍페이징핀수롱카페이, 나테징핀짜롱카페이인핀, 테이스티웨이의 써페이링러수앙 파오메이쓰수롱카페이, 써페이메이쓰헤이카페이, 웨이즈수AGF의 뿌란띠티아오주왕이쓰농썬평위 이수롱카페이꾸티인료 총 5개 제품으로 확인되었음

[표 1.8] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황					
	커피 전문점		하이퍼마켓	슈퍼마켓		편의점
	싱바커/스타벅스	그레이박스 커피	알티마트	올레	케이마트	패밀리마트
① 썬뚜홍페이징핀수롱카페이 (싱바커/스타벅스)	○		○			
② 이쓰홍빼이맨쭈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)	○					
③ 꺼룬비아맨쭈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)	○					
④ 썬핀동간카페이핀피카 (무오인카페이여우썬공쓰)		○				
⑤ 썬핀동간카페이핀에티오피아 (무오인카페이여우썬공쓰)		○				
⑥ 아이썬쓰커룬비아워이무어허이카페이 (슈퍼푸드테크놀로지)			○			
⑦ 써페이링러수앙파오메이쓰수롱카페이 (테이스티웨이)			○	○		
⑧ 써페이메이쓰헤이카페이 (테이스티웨이)			○	○		
⑨ 동씨마이썬카페이워앤워이 (B사)					○	
⑩ 동씨마이커씨KANU메이쓰카페이 (B사)					○	
⑪ 카누수롱티아오주앙꺼룬비아 헤이카페이홍썬뚜 (B사)					○	
⑫ 춘핀수롱카페이 (동구안취이초여우썬공쓰/네슬레)						○
⑬ 나테징핀짜롱카페이인핀 (싱바커/스타벅스)	○		○			
⑭ 뿌란띠티아오주왕이쓰농썬평위 워이수롱카페이꾸티인료 (웨이즈수AGF)			○	○		
⑮ 마이썬카누탄카오한탕헤이카페이 (B사)					○	

자료: 현지 조사원 자료



			
제품명 (현지어)	썬뚜홍페이썬판썬룽썬커피 (深度烘焙精品速溶咖啡)	제조사 (현지어)	싱바커/스타벅스 (星巴克)
제품 종류	원두커피	중량	25.2g (2.1g*12포)
소비자가격 <sup>16)</sup>	88.0위안 (14,925원)	10g당 가격	34.9위안 (5,923원)
원산지	중국 외 (프랑스)	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	볼드 앤 로스티, 아라비카 커피	수입자	싱위안마오이유시안공쓰 (星源贸易有限公司)
원료 및 첨가물		커피원두	
			
제품명 (현지어)	이쓰홍베이만썬썬커피썬티인료 (意式烘焙免煮咖啡固体饮料)	제조사 (현지어)	싱바커/스타벅스 (星巴克)
제품 종류	원두커피	중량	25.2g (2.1g*12포)
소비자가격	88.0위안 (14,925원)	10g당 가격	34.9위안 (5,923원)
원산지	중국 외 (미국)	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	이탈리안 로스트, 다크 로스트, 아라비카 커피, 마이크로그라운드 커피	수입자	싱위안마오이유시안공쓰 (星源贸易有限公司)
원료 및 첨가물		커피원두	

16) 1위안 = 169.6원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (현지어)	꺼룬비아맨쥬카페이꾸티인료 (哥伦比亚免煮咖啡固体饮料)	제조사 (현지어)	싱바커/스타벅스 (星巴克)
제품 종류	원두커피	중량	25.2g (2.1g*12포)
소비자가격	88.0위안 (14,925원)	10g당 가격	34.9위안 (5,923원)
원산지	중국 외 (콜롬비아)	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	콜롬비아 블렌드, 미디엄 로스트, 아라비카 커피, 마이크로그라운드 커피	수입자	싱위안마오이유시안공쓰 (星源贸易有限公司)
원료 및 첨가물		커피원두	

## Shop ② 그레이박스커피(Greybox Coffee)

### 매장 정보

- 유형: 커피전문점
- 판매 제품 특징:  
커피, 차, 기타 음료와 빵과 같은 간식을 판매함
- 매장 주변 특징:  
지하철역 5분 거리에 위치하며 매장 근방에 쇼핑몰이 있어 유동인구가 많은 편임
- 주요 고객층:  
지역 주민, 외국인 거주자

<p><b>브랜드 기본 정보<sup>17)</sup></b></p>		<p>그레이박스커피는 2016년 설립된 중국의 커피 전문점으로 2019 호주 국제 커피 어워드에서 은상을 수상하는 등 높은 평가를 받는 커피를 판매하고 있음, 스페셜티 커피를 표방하며 독특한 브랜딩과 제품 포장을 통해 많은 인기를 얻고 있음</p>
<p>조사 제품 수: 2개</p>		
<p><b>매장 정보</b></p>		
<p><b>위치</b></p>	<p>도시(지역) 상하이</p>	<p>상하이</p>
<p><b>상세주소</b></p>	<p>上海市马当路新天地时尚1楼, China</p>	
<p><b>매장 내부 전경</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>매장 내부 전경</b></p> 	
<p><b>인스턴트 커피 판매 정보</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>판매 인스턴트 커피 제품 정보</b></p> 	
	<p>징핀둥간카페이편피카 (징핀둥간카페이편)</p>	<p>징핀둥간카페이편에티오피아 (징핀둥간카페이편)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

17) 그레이박스커피(Greybox Coffee) 홈페이지 (www.greyboxcoffee.com)



제품명 (한지어)	정핀동간커피페이핀파카 (精品冻干咖啡粉Fika)	제조사 (한지어)	무오인커피여우싼공쓰 (魔饮咖啡有限公司)	
제품 종류	원두커피	중량	20.0g (2g*10포)	
소비자가격	79.0위안 (13,398원)	10g당 가격	39.5위안 (6,699원)	
원산지	중국	유통기한	12개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
기타 표기사항	영하 50도 동결건조커피 브라질, 과테말라, 수마트라 블렌드	원료 및 첨가물	동결건조 인스턴트 커피	



제품명 (한지어)	정핀동간커피페이핀에티오피아 (精品冻干咖啡粉Ethiopia)	제조사 (한지어)	무오인커피여우싼공쓰 (魔饮咖啡有限公司)	
제품 종류	원두커피	중량	20.0g (2g*10포)	
소비자가격	79.0위안 (13,398원)	10g당 가격	39.5위안 (6,699원)	
원산지	중국	유통기한	12개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
기타 표기사항	영하 50도 동결건조 커피, 에티오피아 블렌드	원료 및 첨가물	동결건조 인스턴트 커피	





	아이썬스커피비아워이두어 하이카페이 (艾昇斯高伦比亚微 未黑咖啡固体饮料)		
제품명 (현지어)	하이카페이 (艾昇斯高伦比亚微 未黑咖啡固体饮料)	제조사 (현지어)	슈퍼 푸드 테크놀로지 (Super Food Technology)
제품 종류	원두커피	중량	40.0g (2g*20포)
소비자가격	33.8위안 (5,732원)	10g당 가격	8.5위안 (1,433원)
원산지	중국 외 (말레이시아)	유통기한	24개월
맛	오리지널	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	마이크로그라운드 커피, 100% 아라비카 커피 원두 사용, 콜롬비아 블렌드	수입자	전인마오이요우엔공쓰 (臻饮贸易有限公司)
원료 및 첨가물	동결건조 인스턴트 커피, 커피원두		



	나터짱핀찌룽커피인핀 (拿铁精品即溶咖啡饮品)		
제품명 (현지어)	나터짱핀찌룽커피인핀 (拿铁精品即溶咖啡饮品)	제조사 (현지어)	싱바커/스타벅스 (星巴克)
제품 종류	커피믹스	중량	56.0g (14g*4포)
소비자가격	35.0위안 (5,936원)	10g당 가격	6.3위안 (1,060원)
원산지	중국 외 (터키)	유통기한	12개월
맛	믹스커피 (카페라떼)	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	스무스 앤 크리미, 아라비카 커피	수입자	상하이쿠에차오차핀 후우유시안공쓰 (上海雀巢产品服务有限公司)
원료 및 첨가물	탈지분유, 인스턴트 커피, 글루코스 시럽, 백설탕락토스		

● 드립 형태 인스턴트 커피 경쟁제품 5개



제품명 (한지어)	파쓰씨앙초앤워커피펀 (法式香草研磨咖啡粉)	제조사 (한지어)	밍스 (MINGES)	
제품 종류	드립 형태 인스턴트 커피	중량	56.0g (7g*8포)	
소비자가격 <sup>19)</sup>	42.8위안 (7,259원)	10g당 가격	7.6위안 (1,296원)	
원산지	중국 외 (프랑스)	유통기한	18개월	
맛	프렌치 바닐라	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
기타 표기사항	프렌치 바닐라 맛 드립 커피	수입자	젠인마오이유시안공쓰 (臻饮贸易有限公司)	
원료 및 첨가물	아라비카 커피원두, 바닐라 향 분말			



제품명 (한지어)	터쑤안중허빠안씨에쓰띠뤄 커피 (特选综合便携式滴滤咖啡)	제조사 (한지어)	싱바커/스타벅스 (星巴克)	
제품 종류	드립 형태 인스턴트 커피	중량	45.0g (9g*5포)	
소비자가격	45.0위안 (7,632원)	10g당 가격	10.0위안 (1,696원)	
원산지	중국 외 (일본)	유통기한	18개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
기타 표기사항	오리가미	수입자	상위안마오이유시안공쓰 (上海益马昌商贸有限公司)	
원료 및 첨가물	커피원두			

19) 1위안 = 169.6원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (현지어)	포워나베안산이세스디루카페이 (佛罗娜便携式滴滤咖啡)	제조사 (현지어)	싱바커/스타벅스 (星巴克)
제품 종류	드립 형태 인스턴트 커피	중량	45.0g (9g*5포)
소비자가격	45.0위안 (7,632원)	10g당 가격	10.0위안 (1,696원)
원산지	중국 외 (일본)	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	오리가미	수입자	상위안마오이유시안공쓰 (星源贸易有限公司)
원료 및 첨가물	커피원두		



제품명 (현지어)	써우충따쓰엔뤄카페이 (手冲大师研磨咖啡)	제조사 (현지어)	둥꾸안취이초여우셴공쓰/ 네슬레 (东莞雀巢有限公司)
제품 종류	드립 형태 인스턴트 커피	중량	45.0g (9g*5포)
소비자가격	19.9위안 (3,375원)	10g당 가격	4.4위안 (750원)
원산지	중국	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	깊고 풍부한 맛	원료 및 첨가물	커피원두



## Shop ④ 올레(Ole)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 가공식품,  
가정용품 등 다양한 종류의  
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:  
고급 백화점에 입점해있어  
유동인구가 많은 편임
- 주요 고객층:  
지역 주민, 외국인 거주자

브랜드 기본 정보 <sup>20)</sup>		올레는 2004년에 설립된 중국의 하이퍼마켓 브랜드로 중국 내에 20개의 매장을 보유함. 일반 슈퍼마켓보다 취급하고 있는 제품의 가격이 높은 편이며 신선한 채소, 과일, 육류 및 가공식품을 취급하고 있음	
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	도시(지역) 위치	상하이	
	상세주소	上海市徐汇区虹桥路1号, China	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
인스턴트 커피 판매 정보	판매 인스턴트 커피 제품 정보		
			
	씨페이링러수앙파오 메이쓰수룽카페이 (테이스티웨이)	씨페이메이쓰헤이카페이 (테이스티웨이)	뿌란띠티아오쭈왕이쓰농쑤 평위이쑤룽카페이꾸티인료 (웨이즈수AGF)

사진자료: 현지 조사원 자료

20) 올레(Ole) 홈페이지 (www.cvole.com.cn)



제품명 (현지어)	써페이링러썬양파오 메이쓰수롱커피 (奢斐冷热双泡美式速溶咖啡)	제조사 (현지어)	테이스티웨이 (Tastaway Sbn. Bhb.)	
제품 종류	원두커피	중량	10.0g (2g*5포)	
소비자가격	11.9위안 (2,018원)	10g당 가격	11.9위안 (2,018원)	
원산지	중국 외 (말레이시아)	유통기한	24개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
기타 표기사항	동결건조커피, 100% 수입 제품	수입자	상하이쑤페이마오이유시안공쓰 (上海奢斐贸易有限公司)	
원료 및 첨가물	동결건조 인스턴트 커피			



제품명 (현지어)	써페이메이쓰헤이커피 (奢斐美式黑咖啡)	제조사 (현지어)	테이스티웨이 (Tastaway Sbn. Bhb.)	
제품 종류	원두커피	중량	60.0g (2g*30포)	
소비자가격	39.6위안 (6,716원)	10g당 가격	6.6위안 (1,119원)	
원산지	중국 외 (말레이시아)	유통기한	24개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
인증	HACCP, FDA	기타 표기사항	플라스틱 파우치	
수입자	상하이쑤페이마오이유시안공쓰 (上海奢斐贸易有限公司)	원료 및 첨가물	인스턴트 커피	



제품명 (현지어)	뿌란띠디아오쭈왕이쓰능썩평워 이썩룽커피이꾸티인료 (布兰迪条装意式浓缩风味速溶 咖啡固体饮料)	제조사 (현지어)	웨이즈수AGF (味の素AGF)
제품 종류	커피믹스	중량	70.0g (7g*10포)
소비자가격	39.8위안 (6,750원)	10g당 가격	5.7위안 (964원)
원산지	중국 외 (일본)	유통기한	24개월
맛	믹스커피 (에스프레소오레)	포장형태	외부 종이상자 내부 플라스틱 파우치
기타 표기사항	당도 레벨 1, 자사 카페오레 제품 대비 당류 60% 감소	수입자	상하이나오링구오지 마오이유시안공쓰 (上海卓翎国际贸易有限公司)
원료 및 첨가물	식물성 기름, 인스턴트 커피, 물엿, 설탕, 탈지분유, 유당, 소금, 텍스트린, 우유 단백질, 유화제, 미립 이산화규소, 아스파탐		

## Shop ⑤ 케이마트(K Mart)

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품과 다양한 한국산  
가공식품, 가정용품 등을  
판매함
- 매장 주변 특징:  
한인타운에 위치하였고,  
백화점 근처에 입점해있어  
유동인구가 많은 편임
- 주요 고객층:  
지역 주민, 현지 거주 한인

### 브랜드 기본 정보



케이마트는 한인타운으로 유명한 상하이의 홍첸루 (虹桥镇) 거리에 위치한 슈퍼마켓으로, 주로 채소, 과일, 한국산 식품, 생활용품 등을 취급함

조사 제품 수: 4개

### 매장 정보



도시(지역)	상하이
상세주소	上海市闵行区虹泉路1078号 井亭天地生活广场F1, China

### 매장 내부 전경



### 판매 인스턴트 커피 제품 정보

### 인스턴트 커피 판매 정보



동씨마이싹커피워맨워이  
(B사)



동씨마이커씨KANU메이쓰커피이  
(B사)



카누썬티아오썬양꺼분비아  
헤이커피이홍션뚜  
(B사)



마이싹카누탄카오한탕헤이커피이  
(B사)

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (현지어)	동씨마이싼커피웨이안위이 (东西麦馨咖啡原味)	제조사	B사	
제품 종류	원두커피	중량	20.0g (1g*20포)	
소비자가격	31.0위안 (5,258원)	10g당 가격	15.5위안 (2,629원)	
원산지	중국 외 (한국)	유통기한	18개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
수입자	안타이마트시마오이유시안공쓰 (烟台帕特斯贸易有限公司)	홍보문구	커피만 들어있어요	
원료 및 첨가물		커피원두		



제품명 (현지어)	동씨마이커씨KANU 메이싼커피 (东西麦可馨KANU美式咖啡)	제조사	B사	
제품 종류	원두커피	중량	16.0g (1.6g*10포)	
소비자가격	33.6위안 (5,699원)	10g당 가격	21.0위안 (3,562원)	
원산지	중국 외 (한국)	유통기한	12개월	
맛	오리지널	포장형태	외부	종이상자
			내부	플라스틱 파우치
수입자	안지둥가오수핀마오이유시안공쓰 (延吉市东搞食品贸易有限公司)	원료 및 첨가물	인스턴트 커피, 볶은 커피	



<b>제품명 (현지어)</b>	카누수룽티아오쭈양까룬비아 헤이카페이홍션두 (卡奴速溶条状哥伦比亚黑咖啡红深度)	<b>제조사</b>	B사	
<b>제품 종류</b>	원두커피	<b>중량</b>	90.0g (0.9g*100포)	
<b>소비자가격</b>	198.0위안 (33,581원)	<b>10g당 가격</b>	22.0위안 (3,731원)	
<b>원산지</b>	중국 외 (한국)	<b>유통기한</b>	12개월	
<b>맛</b>	오리지널	<b>포장형태</b>	<b>외부</b>	종이상자
			<b>내부</b>	플라스틱 파우치
<b>수입자</b>	웨이하이저루마오이유시안공쓰 (威海市智需贸易有限公司)	<b>원료 및 첨가물</b>	디카페인 인스턴트 커피, 디카페인 볶은 커피	



<b>제품명 (현지어)</b>	마이싼카누탄카오 한탕헤이카페이 (麦馨卡奴碳烤含糖黑咖啡)	<b>제조사</b>	B사	
<b>제품 종류</b>	커피믹스	<b>중량</b>	54.0g (5.4g*10포)	
<b>소비자가격</b>	33.6위안 (5,699원)	<b>10g당 가격</b>	6.2위안 (1,055원)	
<b>원산지</b>	중국 외 (한국)	<b>유통기한</b>	12개월	
<b>맛</b>	믹스커피 (스위트 아메리카노)	<b>포장형태</b>	<b>외부</b>	종이상자
			<b>내부</b>	플라스틱 파우치
<b>수입자</b>	안지동가오슈핀마오이유시안공쓰 (延吉市东搞食品贸易有限公司)	<b>원료 및 첨가물</b>	브라운 자일로스 슈거, 커피원두	

## Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 선정
2. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 현황
3. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 세부정보

## 1. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 4개사 선정

중국 오프라인 매장에 진출한 인스턴트 커피 제조 경쟁기업 중, 기업 규모를 기준으로 한국 기업 B사와 일본 기업 웨이즈수AGF(味の素AGF), 말레이시아 기업 테이스티웨이(Tastiway Sdn. Bhd.), 미국 기업 상바커/스타벅스(星巴克)를 선정함. 상바커/스타벅스(星巴克)의 경우 인스턴트 커피 제품은 판권을 인수한 스위스 기업 네슬레(Nestle)가 제품을 판매하고 있으나, 본 보고서에서는 상바커/스타벅스(星巴克) 브랜드를 경쟁기업으로 한정함

### ▶ 경쟁기업 4개사, 평균 47년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 약 47년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. B사는 1968년에 설립되어 52년의 업력을 보유하고 있으며, 웨이즈수AGF는 66년, 테이스티웨이 20년, 상바커/스타벅스는 49년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 4개사, 인스턴트 커피 동일품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 인스턴트 커피의 동일품목 수를 조사한 결과 B사가 30개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업은 웨이즈수AGF 25개, 상바커/스타벅스 12개, 테이스티웨이 6개 순으로 조사됨

[표 2.1] 인스턴트 커피 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
B사	한국	52년	30개
웨이즈수AGF (味の素AGF)	일본	66년	25개
테이스티웨이 (Tastiway Sdn. Bhd.)	말레이시아	20년	6개
상바커/스타벅스 (星巴克)	미국	49년	12개

자료: 중국 진출 인스턴트 커피 경쟁기업 4개사 분석

## 2. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 4개사 모두 중국 주요 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

중국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사된 주요 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 웨이즈수AGF와 테이스티웨이는 올레(OLE)와 알티마트(RT Mart)에 진출하였으며, B사는 케이마트(Kmart)에 진출한 것으로 조사됨. 상바커/스타벅스는 자사 커피전문점인 스타벅스(星巴克)와 알티마트에 진출한 것으로 조사됨. 또한 경쟁기업 4개사 모두 중국 주요 온라인 채널인 타몰(天猫)&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁)에 진출하였음

### ▶ 중국에서의 제품 홍보활동으로 자사 홈페이지 활용

중국 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보채널을 조사한 결과, 테이스티웨이와 상바커/스타벅스는 글로벌 홈페이지와 현지 홈페이지를 통해 기업 정보 및 제품 정보를 제공하고 있으며, 웨이즈수AGF는 별도 현지 홈페이지를 운영하지 않고 글로벌 홈페이지를 통해 회사와 자사 제품을 홍보하고 있음. 테이스티웨이는 별도로 현지 홈페이지를 구축하여 중국에서 자사 브랜드를 홍보하고 있는 것으로 조사됨. 중국에서 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보활동으로는 테이스티웨이와 상바커/스타벅스가 웨이보 플랫폼을 활용하고 있으며, 상바커/스타벅스는 위챗 또한 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있는 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 브랜드 이미지, 맛, 편리성을 강조하여 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보시 주로 브랜드 이미지와 제품의 맛, 제품 이용의 편리성을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 브랜드를 강조하기 위해 ‘세상 어디에도 없는 맛, 대한민국 대표 커피’, ‘카누와 함께라면’, ‘일본 인기 상품’, ‘수입산 프리미엄’, ‘스타벅스만의 커피를 즐기다’, ‘스타벅스 프리미엄’ 등을 사용하였으며, 맛을 강조하는 문구로는 ‘깊은 맛’, ‘상쾌한 과일 향’, ‘그윽한 맛과 향기’, ‘오리지널 커피 맛’, ‘깊이 있고 풍부한 맛’, ‘순수하고 진한 맛’ 등을 사용하였음. 이외 인스턴트 커피인 만큼 제품의 편리성을 강조하기 위해 ‘언제 어디서나’, ‘집에서도’, ‘시간을 아끼고 편하게’ 등을 사용하였음

[표 2.2] 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보채널	홍보문구
B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 케이마트</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신개념 인스턴트 커피</li> <li>- 카누는 새로운 것을 의미합니다</li> <li>- 농축 방식의 저온 추출 커피</li> <li>- 커피 원두의 깊은 맛을 간직</li> <li>- 상쾌한 과일 향</li> <li>- 향긋하고 깔끔한 오후의 한잔</li> <li>- 세상에서 가장 작은 커피</li> <li>- 세상 어디에도 없는 맛</li> <li>- 대한민국 대표 커피</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 티몰&amp;타오바오</li> <li>- 징둥</li> <li>- 쑤닝</li> </ul>		
웨이즈수AGF (味の素AGF)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 알티마트</li> <li>- 올레</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 그윽한 맛과 향기에 감탄</li> <li>- 그윽한 향기에 스트레스 완화</li> <li>- 엄선된 커피 원두를 세심하게 분쇄</li> <li>- 점심의 기본 좋은 커피 한잔</li> <li>- 언제 어디서나 당신의 모바일 커피</li> <li>- 집에서도 카페의 고급스러운 맛을</li> <li>- 일본 인기 상품</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 티몰&amp;타오바오</li> <li>- 징둥</li> <li>- 쑤닝</li> </ul>		
테이스티웨이 (Tastiway Sdn. Bhd.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 알티마트</li> <li>- 올레</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> <li>브랜드 홈페이지 (글로벌, 중국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동결건조공법이 진하고 순수하며 향기로운 원두를 만듭니다</li> <li>- 심도 있는 로스팅</li> <li>- 분자기술을 응용한 동결건조공법</li> <li>- 차갑거나 뜨겁거나, 어떤 온도에도 28초</li> <li>- 오리지널 커피 맛</li> <li>- 무가당, 무지방</li> <li>- 시간을 아끼고 편하게 만들 수 있다</li> <li>- 수입산 프리미엄 블랙커피</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 티몰&amp;타오바오</li> <li>- 징둥</li> <li>- 쑤닝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼</li> <li>- 웨이보</li> </ul>	
싱바커/스타벅스 (星巴克)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 스타벅스</li> <li>- 알티마트<sup>21)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌, 중국)</li> <li>브랜드 홈페이지 (글로벌, 중국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 깊이 있고 풍부한 맛</li> <li>- 부드럽고 균형 잡힌 맛</li> <li>- 적당한 바디감과 단맛</li> <li>- 순수하고 진한 맛</li> <li>- 라틴 아메리카에서 온 아라비카 원두 엄선</li> <li>- 스타벅스만의 커피를 즐기다</li> <li>- 스타벅스만의 프리미엄 인스턴트 커피</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 티몰&amp;타오바오</li> <li>- 징둥</li> <li>- 쑤닝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼</li> <li>- 웨이보</li> <li>- 위챗</li> </ul>	

자료: 중국 진출 인스턴트 커피 경쟁기업 4개사 분석

21) 조사된 경쟁제품 15개 중 싱바커/스타벅스의 제품 4개는 모두 자사 브랜드 매장(커피전문점)에서 확인되었으며, 일부 제품(2개)은 알티매장에서도 판매되고 있었음

### 3. 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 세부정보

#### 동일품목 종류

① 카누 다크/마일드 로스트 아메리카노, 스위트 아메리카노 (KANU Dark/Mild roast Americano/Sweet Americano)



② 카누 디카페인 라떼/아메리카노 (KANU Decaf Latte/Americano)



③ 카누 시그니처 미디엄/다크 로스트 (KANU Signature Medium/Dark Roast)



④ 카누 라떼 타마슈/비날/올체/민트초코/카누/더블샷 (KANU Latte)



⑤ 맥심 오리지널 (Maxim Original) 맥심 모카골드 마일드/라이트/심플라떼 (Maxim Mocha Gold) 맥심 화이트골드 (Maxim White Gold)



⑥ 맥심 아라비카100/디카페인 (Maxim Arabica 100/Decaf)



⑦ 맥심 부드러운 블랙믹스 오리지널/모카골드/아라비카100 (Maxim Mild black)



⑧ 맥심 모카라떼/마키아또/카푸치노 (Mocha Latte/Macchiato/Cappuccino)



자료: B사 홈페이지

#### ① B사

기업명		B사
기업 기본 정보	위치	서울시 마포구
	직원 수	1,150여 명
	규모	동일품목 수 <sup>22)</sup> 30개
	설립년도	1968년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 케이마트	제품명 동씨마이산커피워앤워이 (东西麦馨咖啡原味) 중량 20.0g (1g*20포) 가격 31.0위안 <sup>23)</sup> (5,258원) 제품 종류 원두커피
	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오	제품명 동씨마이산커피워앤워이 (东西麦馨咖啡原味) 중량 20.0g (1g*20포) 가격 28.8위안 (4,885원) 제품 종류 원두커피
	징동	
	쑤닝	
기업 홍보채널	홍보문구 <sup>24)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국)</li> <li>기업 소개</li> <li>브랜드 소개 및 판매 제품 정보</li> <li>기업 및 제품 홍보, 사회 공헌</li> </ul>
	홍보문구 <sup>24)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>신개념 인스턴트 커피</li> <li>카누는 새로운 것을 의미합니다</li> <li>커피 원두의 깊은 맛을 간직하다</li> <li>농축 방식의 저온 추출 커피</li> <li>상쾌한 과일향</li> <li>향긋하고 깔끔한 오후의 한잔</li> <li>카누와 함께라면</li> <li>언제 어디서나 카페가 됩니다</li> <li>세상에서 가장 작은 카페</li> <li>세상 어디에도 없는 맛 대한민국 대표 커피</li> </ul>

사진자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 현지 주요 온라인 쇼핑몰

22) 인스턴트 스틱커피(원두커피, 커피믹스)를 동일품목으로 분류함  
 23) 1위안 = 169.6원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)  
 24) 온라인 쇼핑몰(티몰&타오바오/징동/쑤닝)에 기재된 사항 참고

●  
동일품목 종류

① 블렌디 인스턴트 커피/디카페인 (Blendy® Instant Coffee/Decaf)



② 맥심 블랙 인 박스 2종 (Maxim® BLACK IN BOX)



③ 프리미엄 인스턴트 커피/그라데 (Chotto Zeitakuna Kohiten®)



④ 블렌디 로스터스 4종 (Blendy® Roasters &)



⑤ 블렌디 카페 래토리 7종 (Blendy® Café Latory®)



⑥ 블렌디 스틱 카페라떼 5종 (Blendy® Stick Cafe Latte)



⑦ 블렌디 스틱 에스프레소/밀크라떼/카라멜라떼 (Blendy® Stick Espresso/Milk Latte/Caramel Latte)



자료: 웨이즈수AGF 홈페이지

② 웨이즈수AGF(味の素AGF)

	기업명	웨이즈수AGF (味の素AGF)
	위치	Shimomoto Building, 1-46-3 Hatsudai, Shibuya-ku, Tokyo, Japan
기업 기본 정보 <sup>25)</sup>	직원 수	1,400여 명
	규모	동일품목 수 25개
	설립년도	1954년
	제품명	뿌라띠티아우쭈왕이쓰는썸핑 워이썸커피아꾸티인료 (布兰迪条装意式浓缩风味速溶咖啡固体饮料)
〈오프라인 매장〉 알티마트 올레	중량	70.0g (7g*10포)
	가격	39.8위안 (6,750원)
기업 진출 채널	제품 종류	커피믹스
	제품명	뿌라띠티아우쭈왕이쓰는썸핑 워이썸커피아꾸티인료 (布兰迪条装意式浓缩风味速溶咖啡固体饮料)
〈온라인 매장〉 티몰&타오바오 징둥 쑤닝	중량	70.0g (7g*10포)
	가격	38.0위안 (6,445원)
	제품 종류	커피믹스
기업 홍보채널	 <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> <li>기업 소개</li> <li>브랜드 및 연구 개발 활동 소개</li> </ul>	
	 <ul style="list-style-type: none"> <li>그윽한 맛과 향기에 감탄하다</li> <li>엄선된 커피 원두를 세심하게 분쇄</li> <li>그윽한 향기에 스트레스 완화</li> <li>점심 때 기분 좋은 커피 한 잔</li> <li>언제 어디서나 당신의 모바일 커피</li> <li>집에서도 커피의 고급스러운 맛을 즐길 수 있습니다</li> <li>일본 인기 상품</li> </ul>	

사진자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 현지 주요 온라인 쇼핑몰

25) 웨이즈수AGF 글로벌 홈페이지 (www.agf.co.jp/english)

26) 온라인 쇼핑몰(티몰&타오바오/징둥/쑤닝)에 기재된 사항 참고

동일품목 종류

① 시퍼이 더블브루 아메리카노 블랙커피 (CEPHEI Americano Black Coffee)



② 시퍼이 더블브루 오리지널/스트롱 커피 (CEPHEI Double Brew Original/Strong Coffee)



③ 시퍼이 더블브루 블루 마운틴 블렌드 커피 (CEPHEI Blue Mountain Blend Coffee)



④ 시퍼이 아메리카노 블랙커피 (CEPHEI Americano Black Coffee)



⑤ 시퍼이 스트롱 (CEPHEI STRONG 3 in 1 Coffee)



자료: CEPHEI 브랜드 홈페이지

③ 테이스티웨이(Tastiway Sdn. Bhd.)

기업명	테이스티웨이 (Tastiway Sdn. Bhd.)	
기업 기본 정보 <sup>27)</sup>	위치	No.165&166, Jalan BSG 4, Bandar Stargate, Lebuhraya Sultanah Bahiyah, Alor Setar, Kedah, Malaysia
	직원 수	200~300여 명
	규모	동일품목 수 6개
	설립년도	2000년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 알티마트 올레	 <p>제품명: 써페이러러쌍쌍파오메이쓰 수롱커피 (奢斐冷热双泡美式速溶咖啡)</p> <p>중량: 10.0g (2g*5포)</p> <p>가격: 11.9위안 (2,018원)</p> <p>제품 종류: 원두커피</p>
	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오 징둥 쑤닝	 <p>제품명: 써페이러러쌍쌍파오메이쓰 수롱커피 (奢斐冷热双泡美式速溶咖啡)</p> <p>중량: 10.0g (2g*5포)</p> <p>가격: 16.8위안 (2,849원)</p> <p>제품 종류: 원두커피</p>
	기업 홍보채널	 <p>• 자사 홈페이지 (글로벌) - 기업 소개 및 기업 활동 - OEM, 공급 원료 소개, 인증 정보 - 판매 제품 소개 • SNS 플랫폼 (위아보) - 제품 홍보</p>
	홍보문구 <sup>28)</sup>	 <p>• 심도 있는 로스팅 • 동결건조공법이 진하고 향기로운 원두를 만든다 • 분자기술을 응용한 동결건조공법 • 차갑거나 뜨겁거나, 어떤 온도에도 28초 • 시간을 아끼고 편하게 만들 수 있다 • 수입산 프리미엄 블랙커피 • 무가당, 무지방</p>

사진자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 현지 주요 온라인 쇼핑몰

27) 테이스티웨이 홈페이지 (www.tastiway.com)

28) 온라인 쇼핑몰(티몰&타오바오/징둥/쑤닝)에 기재된 사항 참고

동일품목 종류

① 스타벅스 VIA 블랙 이탈리아/콜롬비아 (星巴克 VIA® Black)



② 스타벅스 VIA 라떼 바닐라/캐러멜/모카 (星巴克 VIA® Latte)



③ 스타벅스 프리미엄 솔루블 미디엄/다크 로스트 (星巴克® Premium Soluble Medium/Dark Roast)



④ 스타벅스 프리미엄 믹스 커피차노/카라멜라떼/바닐라라떼/카라멜라떼 (星巴克® Premium Mixes)



⑤ 스타벅스 토피넛 라떼 리미티드 에디션 (星巴克® Toffee Nut Latte)



자료: 스타벅스 홈페이지/  
현지 주요 온라인 쇼핑몰

④ 싱바커/스타벅스(星巴克)

기업명	싱바커/스타벅스 (星巴克)	
기업 기본 정보 <sup>29)</sup>	위치	星巴克 Support Center, 2401 Utah Ave S, Seattle, WA, USA
	직원 수	147,400여 명
	규모	동일품목 수 12개
	설립년도	1971년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스타벅스 알티마트 <sup>30)</sup>	 <p>제품명: 썬뚜홍페이징핀수롱커피 (深度烘焙精品速溶咖啡) 중량: 25.2g (2.1g*12포) 가격: 88.0위안 (14,925원) 제품 종류: 원두커피</p>
	〈온라인 매장〉 티몰&타오바오 징둥 쑤닝	 <p>제품명: 썬뚜홍페이징핀수롱커피 (深度烘焙精品速溶咖啡) 중량: 25.2g (2.1g*12포) 가격: 60.0위안 (10,176원) 제품 종류: 원두커피</p>
	기업 홍보채널	 <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (중국)</li> <li>기업 소개 및 기업 활동 홍보</li> <li>판매 제품 정보, 커피 관련 정보</li> <li>SNS 플랫폼 (웨이보, 위챗)</li> <li>기업 활동, 매장 소개, 제품 홍보</li> </ul>
	홍보문구	 <ul style="list-style-type: none"> <li>깊이 있고 풍부한 맛</li> <li>부드럽고 균형 잡힌 맛</li> <li>적당한 바디감과 단맛/순수하고 진한 맛</li> <li>라틴 아메리카에서 온 아라비카 원두 엄선</li> <li>스타벅스만의 커피를 즐기다</li> <li>언제 어디서나 즐길 수 있는</li> <li>스타벅스만의 프리미엄 인스턴트 커피</li> </ul>

사진자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 현지 주요 온라인 쇼핑몰

29) 스타벅스 홈페이지 (www.starbucks.com)

30) 상기 제품 외 동일 브랜드 타제품이 알티마트에 판매 중인 것으로 확인됨

## IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

- Interview ① 쑤저우러핀마오이유오시안공쓰(苏州乐品贸易有限公司)
- Interview ② 푸어산스진커상마오유오시안공쓰(佛山市瑾柯商贸有限公司)
- Interview ③ 상티귀찌마오이유오시안공쓰(尚缙国际贸易有限公司)
- Interview ④ 쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰(苏州香臣咖啡贸易有限公司)

# Interview ① 쑤저우러핀마오이유오시안공쓰 (苏州乐品贸易有限公司)

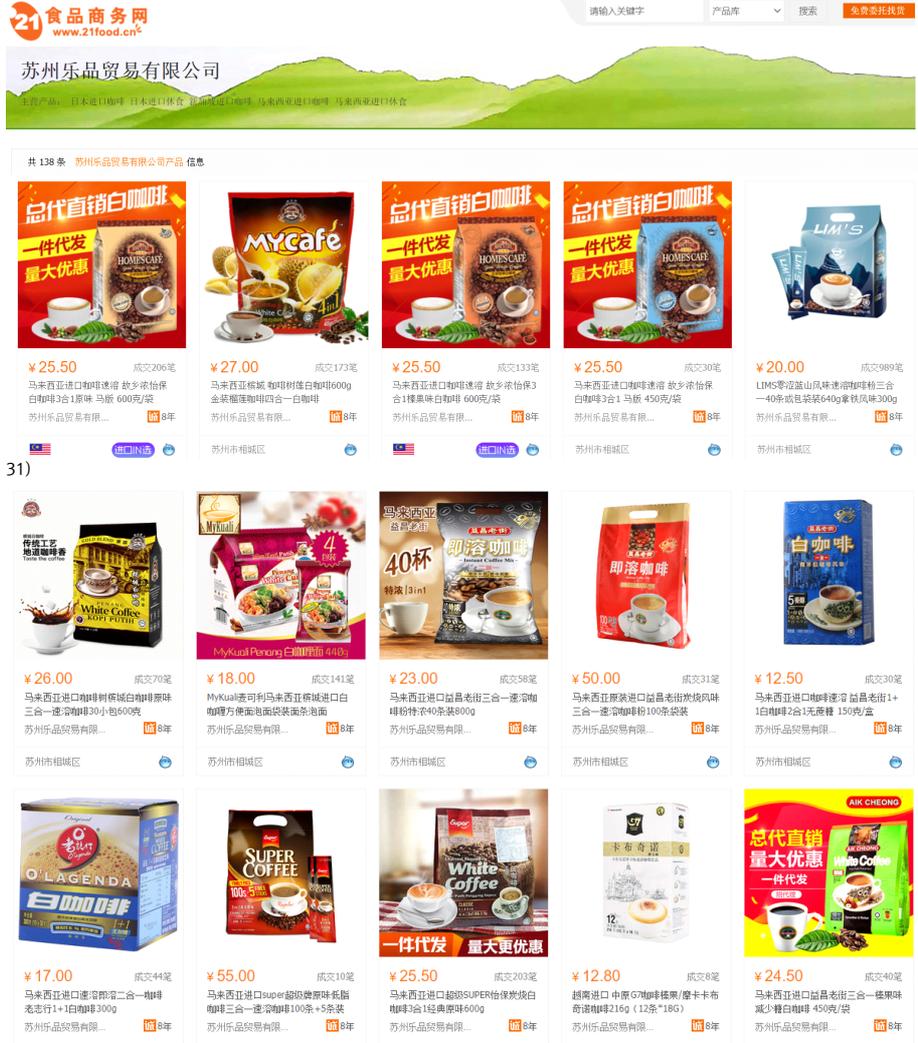
쑤저우러핀마오이유오시안공쓰  
(苏州乐品贸易有限公司)

전문가 소속

쑤저우러핀마오이유오시안공쓰  
(苏州乐品贸易有限公司)  
커피 전문 수입 · 유통 업체

전문가 정보

Ms. Lu  
(Marketing Manager)



## 쑤저우러핀마오이유오시안공쓰 (苏州乐品贸易有限公司) Marketing Manager, Ms. Lu

쑤저우러핀마오이유오시안공쓰는 2011년 설립된 중국의 커피 전문 수입, 유통업체로 본사는 산둥성 쑤저우(苏州)시에 위치함. 인스턴트 스틱 커피뿐만 아니라 드립 형태나 병에 담긴 커피 제품도 판매함. 말레이시아, 일본, 베트남 커피를 주로 수입하며, 중국 현지 하이퍼마켓, 슈퍼마켓이나 도매업체 등에 주로 납품함. 알라바바, 타몰&타오바오, 징둥, 쑤닝 등 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있음

31) 사진자료: 알라바바(阿里巴巴) 쑤저우러핀마오이유오시안공쓰(苏州乐品贸易有限公司) 판매 페이지 (lepinpifa.1688.com)



가격	41.0위안 (약 6,954원)
중량	30.0g (1g*30포)
포장	종이상자/ 플라스틱 파우치

### Q1. 바이어 취급 인스턴트 커피의 평균 가격과 중량은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 판매하는 인스턴트 커피는 대부분 드립 형태로, A사 제품과 같은 스틱형 커피는 거의 판매하지 않습니다. 몇 가지 있는 스틱 형태의 커피 중 가장 인기 있는 제품은 서페이(Cephei)의 아메리카노 스틱 커피입니다. 이 제품은 한 상자에 2g 커피 스틱이 5포씩 들어있으며, 약 12-15위안(약 2,035-2,544원) 정도입니다. 저희 제품과 단순히 가격만 비교한다면 A사의 가격은 결코 저렴하지 않습니다. A사의 제품이 원두나 맛에 특별한 차이가 있지 않은 이상 일반 인스턴트 스틱 커피 제품들과 비교했을 때 A사 제품의 가격 경쟁력은 굉장히 낮습니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 포장 형태는 무엇인가요?

현지에서 판매되는 대부분의 인스턴트 커피 제품들은 플라스틱 파우치(스틱)와 종이상자로 포장되어 있습니다. 사실 인스턴트 커피의 경우 '플라스틱 파우치와 종이상자'라는 굳어진 제품 포장 형태가 있어서 포장 형태에 따라 판매량이 크게 달라지는 건 아닙니다. 하지만 프리미엄 제품들의 경우, 고급스러움을 강조하기 위해 포장 디자인을 짙은 갈색이나 검은색 위주로 사용합니다.

### Q3. 중국 내 프리미엄 또는 스페셜티 인스턴트 커피에 대한 인식은 어떤가요?

최근 중국의 커피 시장이 커지면서 자연스럽게 인스턴트 커피의 판매량도 늘어났습니다. 특히 전 세계적으로 이탈리아 커피에 대한 선호도가 높은 만큼 중국에서도 이탈리아 브랜드 커피가 인기가 많습니다. 또 스페셜티 커피 자체는 많이 알려지지 않았지만, 상업이 발달하고 소득 수준이 높은 1·2선 도시 지역을 중심으로 조금씩 판매량이 증가하고 있습니다.

### Q4. 현지 소비자들이 선호하는 인스턴트 커피의 맛이나 특징은 무엇인가요?

아직 중국 현지 소비자들은 스틱 커피 특히 커피믹스는 커피라기보단 커피맛 음료라고 생각하는 경향이 있습니다. 그래서 커피를 정말 좋아하고 즐기는 소비자들은 스틱보다는 드립백에 담긴 제품을 선호합니다.

### Q5. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 형태는 무엇인가요?

판매량이 많은 인스턴트 커피는 A사 제품과 같은 스틱 형태의 제품입니다. 아무래도 스틱 형태가 섭취가 편하고 보관이 쉽기 때문인 것 같습니다. 하지만 전적으로 커피믹스일 경우고, 프리미엄 제품은 드립이나 캡슐 형태를 선호합니다.

# Interview ② 푸어산스진커상마오유오시안공쓰 (佛山市瑾柯商贸有限公司)

푸어산스진커상마오유오시안공쓰  
(佛山市瑾柯商贸有限公司)

### 전문가 소속

푸어산스진커상마오유오시안공쓰  
(佛山市瑾柯商贸有限公司)  
커피 전문 수입 · 유통업체

### 전문가 정보

Mr. Shu  
(Marketing Manager)

32)

佛山市瑾柯商贸有限公司

首页 店铺之宝 供应产品 公司档案 公司注册 联系方式 在线询价 代理加盟 微商代理

西班牙美式黑咖啡无糖燃脂 健身黑咖啡 纯咖啡 燃脂低脂冻干100g

现货 分销

价格	¥ 55.00	¥ 49.00	¥ 42.00
起批量	2-9 瓶	10-19 瓶	≥20 瓶

权益 登录查看是否享首单包邮或首单立减

物流 广东省 佛山市

成交评价 ★★★★★

采购量 - 2 + (4998瓶可售)

立即订购 加入进货单

油脂丰富 燃脂油脂丰富 控糖回甘强 红香口味甜甜

¥109.00 西班牙原装进口浓缩咖啡豆 意式特浓阿拉比卡咖...

¥39.00 西班牙原装进口精选烘焙咖啡豆 醇香浓缩型250g

¥45.00 西班牙原装进口Extracream系列意式特浓咖啡豆250g

¥45.00 西班牙原装进口100%阿拉比卡咖啡豆 特浓醇...

上等阿拉比卡 西班牙进口Mas系列意式浓缩特浓espresso咖啡豆1kg

¥145.00

满3盒装送好礼 每盒99元 尊享Nespresso系列咖啡

¥19.00 西班牙进口浓缩咖啡胶囊粒 适用雀巢Nespresso胶...

成交3笔

源自西班牙的朵露风味 咖啡 奶咖 奶咖 奶咖

¥39.00 Jurado/麓兰朵 西班牙进口低因咖啡 速溶 脱因咖...

源自西班牙的朵露风味 咖啡 奶咖 奶咖 奶咖

¥68 美式经典速溶黑咖啡

¥39.00 西班牙进口美式纯黑咖啡无糖燃脂 健身 黑咖啡 纯咖...

## 푸어산스진커상마오유오시안공쓰 (佛山市瑾柯商贸有限公司) Marketing Manager, Mr. Shu

푸어산스진커상마오유오시안공쓰는 2019년 설립된 커피 전문 수입 유통업체로, 본사는 광둥성 포산(佛山)시에 위치함. 스페인의 유명 커피 브랜드인 후라도(Jurado) 제품을 주로 취급하며, 인스턴트 커피뿐만 아니라 커피 원두, 캡슐 커피 등 다양한 형태의 커피를 판매함

32) 사진자료: 알리바바(阿里巴巴) 푸어산스진커상마오유오시안공쓰(佛山市瑾柯商贸有限公司) 판매 페이지 (shop45i21199370v2.1688.com)



가격	41.0위안 (약 6,954원)
중량	30.0g (1g*30포)
포장	종이상자/ 플라스틱 파우치

### Q1. 바이어 취급 인스턴트 커피의 평균 가격과 중량은 어느 정도인가요?

저희가 판매하는 인스턴트 커피는 대부분 드립이나 캡슐 형태로, 스틱 커피는 판매하지 않습니다. 저희는 후라도(Jurado) 라는 스페인산 커피를 주로 취급합니다. 이 중 가장 인기 있는 제품은 캡슐 형태로, 네스프레소(Nespresso) 커피 머신과 호환 가능하여 매우 판매량이 많습니다. 한 상자에 5.5g 캡슐이 10개씩 포장되어 있고, 도매가 기준 약 25-27위안(약 4,240-4,579원) 선입니다. 도매가격인 데다가 제품 형태가 달라 비교가 모호하지만, A사 제품의 개당 가격 4.1위안(695원)은 개당 약 2.5-2.7위안(약 424-458원)인 저희 제품과 거의 차이가 나지 않습니다. 물론 소매기를 기준으로 한다면 저희의 캡슐 커피가 훨씬 비싸게 판매되겠지만, A사 제품은 스틱 커피 중에서는 매우 비싼 편입니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 포장 형태는 무엇인가요?

저희가 판매하는 인스턴트 커피 제품들은 드립 형태나 스틱 형태와 관계없이 플라스틱 파우치와 종이상자로 포장되어 있으니, 포장 형태에 따른 선호도는 크게 차이가 없는 것으로 보입니다. 다만 프리미엄이나 스페셜티 커피를 지향하는 경우 고품질의 이미지를 강조하기 위해 제품 외관에 커피 원두 등의 이미지를 넣는 예도 있습니다. 또 브랜드 인지도가 높은 스타벅스는 브랜드를 상징하는 무늬나 포장 디자인을 넣어 브랜드를 강조하기도 합니다.

### Q3. 중국 내 프리미엄 또는 스페셜티 인스턴트 커피에 대한 인식은 어떤가요?

최근 현지 소비자들의 원두 원산지에 관한 관심이 높아짐에 따라 프리미엄 커피의 수요가 증가하고 있습니다. 하지만 대부분의 프리미엄 또는 스페셜티 커피는 드립 형태로 판매되어, 스틱 형태의 커피믹스가 가진 편리성이나 가격 경쟁력을 따라잡지 못해 시장 점유율이 크진 않습니다.

### Q4. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 형태는 무엇인가요?

스티크 형태의 커피가 판매량은 많지만, 제품이 프리미엄 라인에 가까워질수록 드립이나 캡슐 형태의 제품을 선호합니다. 중국 내 캡슐 커피 머신이 많이 보급되었고 드립이나 캡슐 형태 커피의 맛이 더 우수하기 때문입니다.

## Interview ③ 상티귀찌마오이유오시안공쓰 (尚缇国际贸易有限公司)

상티귀찌마오이유오시안공쓰  
(尚缇国际贸易有限公司)

### 전문가 소속

상티귀찌마오이유오시안공쓰  
(尚缇国际贸易有限公司)  
커피 및 관련 용품 전문 유통업체

### 전문가 정보

Mr. Wang  
(Sales Manager)



33)



## WHO IS SHANGTI

我们是谁

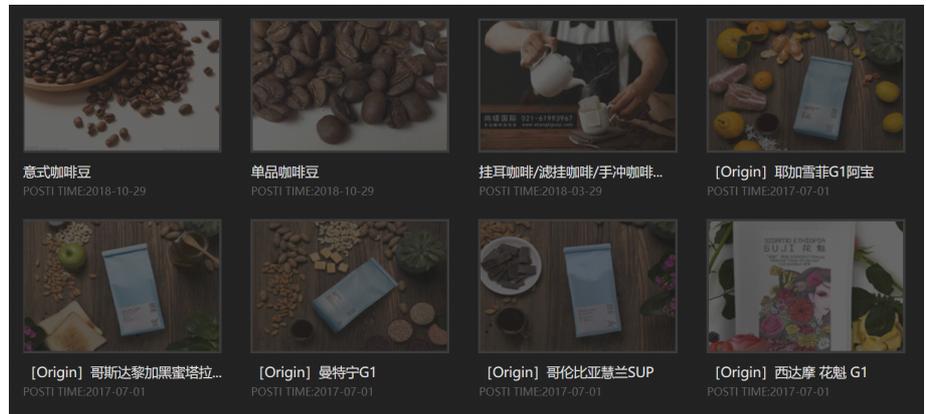
关于尚缇 | 服务项目 | 咖啡资讯

COFFEE SUPPLIER  
+ COFFEE BEANS + COFFEE APPLIANCE



SHANGTI TRADE  
SHANGTI INTERNATIONAL TRADE

尚缇国际贸易(上海)有限公司  
咖啡店设备清单, 咖啡店吧台设备配套清单  
咖啡豆的种类及品相特征  
上海咖啡公司, 尚缇国际都有哪些服务  
咖啡厅应该如何选择咖啡豆



## 상티귀찌마오이유오시안공쓰 (尚缇国际贸易有限公司) Sales Manager, Mr. Wang

상티귀찌마오이유오시안공쓰는 2016년 설립된 중국의 커피 및 관련 용품 전문 유통업체로, 본사는 상하이(上海)시에 위치함. 상티(尚缇)라는 자체 브랜드 하에 스틱, 드립, 캡슐 등 다양한 형태의 인스턴트 커피와 커피 원두, 커피 머신 등 관련 용품을 다양하게 취급함

33) 사진자료: 상티귀찌마오이유오시안공쓰(尚缇国际贸易有限公司) 홈페이지 (www.shangtiguoji.com)



가격	41.0위안 (약 6,954원)
중량	30.0g (1g*30포)
포장	종이상자/ 플라스틱 파우치

### Q1. 바이어 취급 인스턴트 커피의 평균 가격과 중량은 어느 정도인가요?

프리미엄 커피를 표방하는 인스턴트 커피의 경우 스타벅스를 제외하면 대부분 드립 형태입니다. 저희 매장의 인기 프리미엄 커피는 비스톤 커피(比頓挂耳咖啡)로 한 상자에 10g 드립백이 10포 들어있고 65위안(약 11,024원) 정도입니다. 이는 한 포에 약 6.5위안(약 1,102원)으로 현지에서 판매되는 드립 커피 중에서도 꽤 비싼 편입니다. A사 제품은 저희 제품과 비교하면 저렴하지만, 이 제품이 현지에서도 비싼 편이고 드립 형태인 것을 고려한다면 절대적으로 저렴한 것은 아닙니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 포장 형태는 무엇인가요?

인스턴트 커피는 사무실이나 집에 두고 간편하게 마시는 소비자들이 많아서 무난하게 종이상자로 포장하는 경우가 많습니다. 간혹 플라스틱 파우치에 포장된 제품도 있지만, 형태가 잡혀있지 않아 종이상자보다는 보관이 쉽지 않습니다.

### Q3. 중국 내 프리미엄 또는 스페셜티 인스턴트 커피에 대한 인식은 어떤가요?

전반적으로 프리미엄이나 스페셜티 커피의 판매량은 인스턴트 커피에 미치지 못하지만, 현지 소비자들의 커피에 관한 관심이 높아지면서 점차 수요가 증가하고 있습니다. 만약 스틱 형태의 A사 제품이 합리적인 가격대로 판매된다면 스페셜티 커피의 품질과 스틱 형태의 편리함을 동시에 소비할 수 있어 크게 인기를 얻을 것으로 보입니다.

### Q4. 현지 소비자들이 선호하는 인스턴트 커피의 맛이나 특징은 무엇인가요?

접근성이나 가격 등의 진입장벽 때문에 여전히 인스턴트 커피가 더 많이 판매되고는 있지만 믹스커피 맛보다는 오리지널 맛을, 특히 스페셜티나 프리미엄 커피를 찾는 소비자가 늘어나고 있습니다. 설탕, 크림, 탈지분유 등 믹스커피의 첨가물들이 건강에 좋지 않기 때문에 건강에 신경을 쓰는 소비자들은 오리지널, 블랙커피를 선호합니다.

### Q5. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 형태는 무엇인가요?

오직 커피의 맛을 고려한다면 당연히 원두커피를 가장 선호할 것이지만, 인스턴트 스틱 커피가 훨씬 간편하고 보관이 쉽기에 스틱 형태의 커피 판매량이 월등히 많습니다. 하지만 여전히 중국 내에는 인스턴트 스틱 커피의 품질이 다른 형태의 커피보다 떨어진다는 인식이 강해서 A사 제품 같은 프리미엄, 고급, 스페셜티 커피는 드립백에 담긴 제품이 많이 판매됩니다.

---

## Q6. 인스턴트 커피 경쟁사들의 주요 홍보전략과 채널은 무엇인가요?

중국에서 급격히 성장하고 있는 스페셜티 커피 프랜차이즈로는 커피 박스(连咖啡)가 있습니다. 이 업체는 스페셜티 커피를 저렴한 가격에 위챗(WeChat)과 연동하여 주문할 수 있는 서비스를 제공하여 인기를 얻고 있습니다. 명절이나 크리스마스 등 소비량이 늘어나는 기간에는 할인 행사를 진행하고, SNS 채널을 통해 소비자들과 소통하여 충성도를 유지할 뿐만 아니라 새로운 고객들을 다량 유인하고 있습니다.

# Interview ④ 쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰 (苏州香臣咖啡贸易有限公司)

쑤저우상천카페이마오이  
유오시안공쓰  
(苏州香臣咖啡贸易有限公司)

### 전문가 소속

쑤저우상천카페이마오이  
유오시안공쓰  
(苏州香臣咖啡贸易有限公司)  
커피 전문 수입 · 유통업체

### 전문가 정보

Ms. Zhang  
(Sales Manager)

34)

活动热线  
0512-53223200



The screenshot shows the '产品介绍' (Product Introduction) page for South America. It features a grid of coffee product cards with the following details:

产区	处理方式	海拔	杯测信息
巴西 FC	Cerrado 日晒	900m-1000m	酸甜口甜, 坚果, 酸酸, 均衡
巴西 喜拉多	喜拉多, 米纳斯吉拉斯 日晒	900m-1000m	烘焙过熟, 坚果, 酸酸, 干净, 均衡
巴西 喜拉多 半日晒	Cerrado 半日晒	900m-1000m	烘焙过熟, 坚果, 酸酸, 干净, 均衡
巴西 巴乌庄园	Cerrado 半日晒	900m-1100m	杯测信息: 甜口, 坚果, 酸酸, 干净
巴西 喜拉多 黄波榜	喜拉多地区米纳斯吉拉斯 日晒	1100m-1300m	杯测信息: 坚果巧克力, 坚果, 干净, 圆润, 醇厚顺滑
巴西 维罗索庄园 红波榜	喜拉多, 米纳斯吉拉斯 半日晒	900m-1100m	杯测信息: 杏仁干香, 椰干, 橙子酸甜, 红酒风味, 均衡

## 쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰 (苏州香臣咖啡贸易有限公司) Sales Manager, Ms. Zhang

쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰는 2014년 설립된 중국의 커피 전문 수입 유통업체로 본사는 산둥성 쑤저우(苏州)시에 위치함 전 세계의 커피 원두와 인스턴트 스틱을 다양하게 취급하고 있으며, 이를 커피 가공업체, 로스팅 업체나 커피숍 등에 납품하고 있음. 자체 홈페이지 외에도 알리바바, 타몰&타오바오 등 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있음

34) 사진자료: 쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰(苏州香臣咖啡贸易有限公司) 홈페이지 (www.coffee.com.cn)



가격	41.0위안 (약 6,954원)
중량	30.0g (1g*30포)
포장	종이상자/ 플라스틱 파우치

### Q1. 바이어 취급 인스턴트 커피의 평균 가격과 중량은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 납품하는 프리미엄 인스턴트 스틱 커피 중 가장 인기 있는 제품은 스타벅스의 제품입니다. 한 상자에 88위안(약 14,925원) 정도로 2.3g 스틱 10포가 들어있어 개당 가격을 생각한다면 저렴한 편은 아닙니다. 하지만 전 세계적으로 브랜드 인지도가 높은 만큼 중국 현지에서도 인기가 좋아 다른 인스턴트 커피들보다 비싸지만 많이 판매됩니다. A사 제품의 가격은 30g 한 상자에 약 41위안(약 6,954원)으로 10g당 가격으로 비교하면 스타벅스의 제품과 크게 차이가 나지 않습니다. A사의 브랜드가 스타벅스보다는 많이 알려지지 않았고, 이미 다른 한국 제품들이 시장에 진출해있는 만큼, 고객 유인을 위해선 가격을 낮추는 게 좋을 것 같습니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 포장 형태는 무엇인가요?

특별히 선호하는 포장 형태가 있는지는 잘 모르겠으나, 스타벅스나 네슬레 등 대형 제조사의 제품들이 플라스틱 파우치와 종이상자 포장재를 사용하여 이것이 일종의 기준으로 자리 잡은 것 같습니다. 이처럼 포장 형태가 유사한 경우 외관 디자인에 따라 판매량이 차이 나는 제품군도 있지만, 인스턴트 커피의 경우 포장 디자인보다는 제품의 가격이나 원두, 브랜드 인지도에 더 크게 좌우되는 것 같습니다.

### Q3. 중국 내 프리미엄 또는 스페셜티 인스턴트 커피에 대한 인식은 어떤가요?

현지 소비자들의 프리미엄 또는 스페셜티 커피에 대한 선호는 근래 매우 증가하였으며, 이 반등으로 기존 인스턴트 커피, 특히 커피믹스의 시장 점유율은 줄어들고 있습니다. 소비자들의 커피에 대한 지식과 관심이 높아지면서, 프리미엄 제품에 대한 요구가 늘어났기 때문입니다. 스페셜티 커피 원두는 가격이 비싸고 가공이 어려우므로 스틱 커피 형태보다는 드립 형태의 제품이 많습니다. 만약 A사 제품이 합리적인 가격에 판매된다면 스틱 커피가 다른 형태의 커피보다 훨씬 편리하고 섭취가 쉬우므로 수요가 클 것으로 보입니다.

### Q4. 현지 소비자가 선호하는 인스턴트 커피의 형태는 무엇인가요?

편리함 때문에 스틱 형태의 인스턴트 커피가 인기가 많지만, 제품의 가격이 비쌀수록 오히려 스틱보다는 드립 형태의 제품을 많이 찾습니다. 스틱 형태보다 커피를 만드는 방법이 번거로운데도 오히려 이런 점 때문에 드립 형태 커피가 더 고급스럽다는 인식이 강하기 때문으로 보입니다.

## V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 10g당 가격

#### 경쟁제품(제조사)

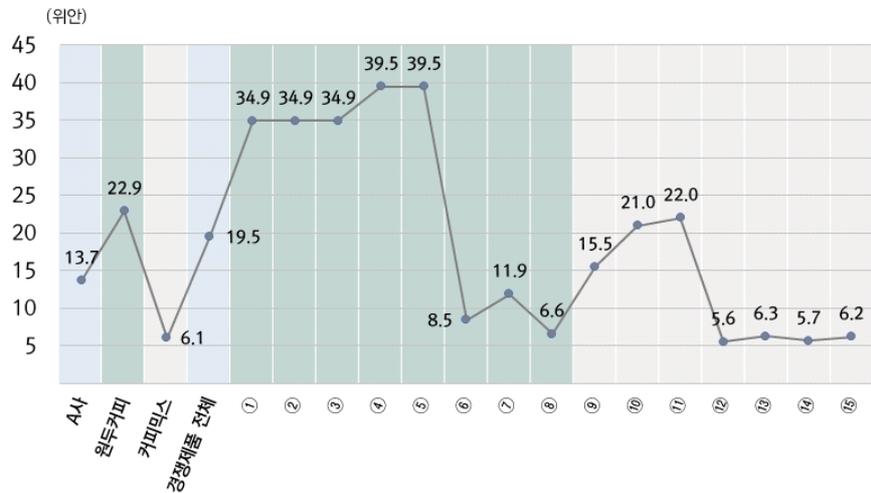
- ① 썬뚜홍페이징핀수롱카페이 (싱바커/스타벅스)
- ② 이쓰홍페이맨즈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)
- ③ 꺼룬비아맨즈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)
- ④ 핑핀퐁간카페이핀파카 (무오인카페이여우샌공쓰)
- ⑤ 핑핀퐁간카페이핀에티오피아 (무오인카페이여우샌공쓰)
- ⑥ 아이썬쓰커룬비아워이무어허이카페이 (슈퍼푸드테크놀로지)
- ⑦ 셔페이럼러썬양파오메이쓰수롱카페이 (테이스티웨이)
- ⑧ 셔페이메이쓰헤이카페이 (테이스티웨이)
- ⑨ 동시마이썬카페이워앤워이 (B사)
- ⑩ 동시마이커씨KANU메이쓰카페이 (B사)
- ⑪ 카누썬티아오썬양꺼룬비아 헤이카페이홍썬뚜 (B사)
- ⑫ 춘핀수롱카페이 (똥꾸안취이초여우샌공쓰/네슬레)
- ⑬ 나테핑핀찌롱카페이인핀 (싱바커/스타벅스)
- ⑭ 뿌란띠티아오썬왕이쓰농썬평 워이썬수롱카페이꾸티인료 (웨이즈수AGF)
- ⑮ 마이썬카누탄카오한탕헤이카페이 (B사)

### ▶ A사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

A사 제품의 10g당 가격은 13.7위안<sup>35)</sup>(약 2,341원)<sup>36)</sup>로 경쟁제품 15개의 평균 10g당 가격 19.5위안(약 3,312원) 대비 약 70% 수준으로 저렴함. 제품 종류별 평균 10g당 가격은 원두커피 커피 제품이 22.9위안(약 3,883원), 커피믹스 제품은 6.1위안(약 1,027원)로 조사됨. A사 제품은 동일한 종류인 원두커피 제품의 평균 10g당 가격의 약 60% 수준으로 저렴하지만, 커피믹스 제품에 비해선 약 2.3배가량 비싼 것으로 확인됨

[표 3.1] 중국 인스턴트 커피 가격 경쟁력 분석

(단위: 위안)



35) A사 제품 예상 가격은 6달러로, 2020년 11월 1일 기준 KEB 하나은행의 위안 대비 미화 환산율(1위안 = 0.1465달러)을 적용한 가격

36) 1위안 = 169.6원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 총 중량

● 경쟁제품(제조사)

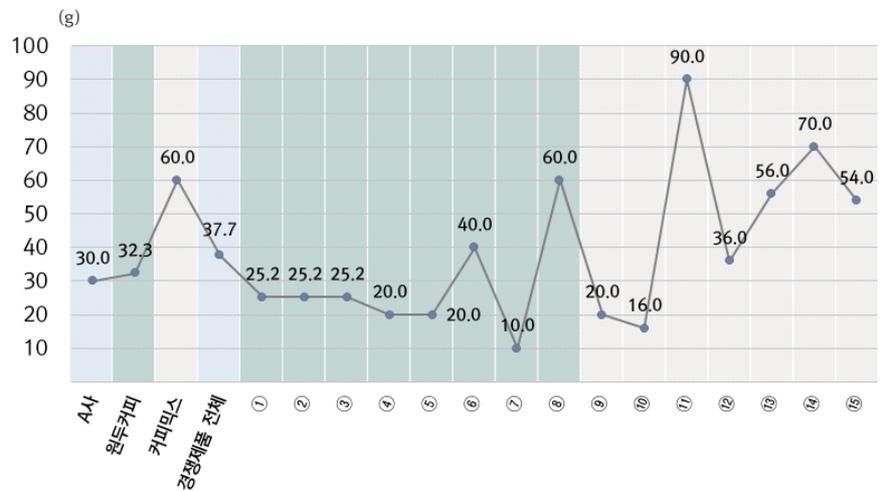
- ① 설탕홍페이징핀수롱카페이 (싱바커/스타벅스)
- ② 이쓰홍빼이맨쭈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)
- ③ 꺼룬비아맨쭈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)
- ④ 핑핀퐁간카페이핀파카 (무오인카페이여우썬공쓰)
- ⑤ 핑핀퐁간카페이핀에티오피아 (무오인카페이여우썬공쓰)
- ⑥ 아이썬쓰커룬비아워이무어허이카페이 (슈퍼푸드테크놀로지)
- ⑦ 썬페이럼러썬양파오메이쓰수롱카페이 (테이스티웨이)
- ⑧ 썬페이메이쓰헤이카페이 (테이스티웨이)
- ⑨ 동시마이썬카페이워앤워이 (B사)
- ⑩ 동시마이커씨KANU메이쓰카페이 (B사)
- ⑪ 카누썬티아오썬양꺼룬비아 헤이카페이썬썬두 (B사)
- ⑫ 춘핀수롱카페이 (동꾸안취이초여우썬공쓰/네슬레)
- ⑬ 나테핑핀썬카페이인핀 (싱바커/스타벅스)
- ⑭ 뿌란띠티아오썬왕이쓰농썬평 워이썬수롱카페이꾸티인료 (웨이즈수AGF)
- ⑮ 마이썬카누탄카오한탕헤이카페이 (B사)

▶ A사 제품 총 중량, 원두커피 제품 경쟁제품 평균 대비 작은 편

A사 제품의 중량은 30g으로 경쟁제품 15개의 총 중량 평균 37.8g 대비 약 79% 수준으로 작음. 제품 종류별 평균 총 중량을 보면 원두커피 제품이 32.3g, 커피믹스 제품이 60.0g임. A사 제품은 원두커피 제품의 평균 총 중량에 비해 약 2.3g 적고, 커피믹스 제품의 평균 총 중량에 비해선 절반 수준에 불과한 것으로 확인됨

[표 3.2] 중국 인스턴트 커피 총 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



3) 개별 포장 당  
중량과 포장 단위

●  
경쟁제품(제조사)

- ① 썬뚜홍페이징핀수롱카페이 (싱바커/스타벅스)
- ② 이쓰홍페이맨쭈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)
- ③ 꺼룬비아맨쭈카페이꾸티인료 (싱바커/스타벅스)
- ④ 핑핀똥간카페이핀피카 (무오인카페이여우썬공쓰)
- ⑤ 핑핀똥간카페이핀에티오피아 (무오인카페이여우썬공쓰)
- ⑥ 아이썬쓰커피비아워이무어허이카페이 (슈퍼푸드테크놀로지)
- ⑦ 씨페이렁라썬양파오메이쓰수롱카페이 (테이스티웨이)
- ⑧ 씨페이메이쓰헤이카페이 (테이스티웨이)
- ⑨ 동시마이썬카페이워앤워이 (B사)
- ⑩ 동시마이커씨KANU메이쓰카페이 (B사)
- ⑪ 카누썬티아오썬양꺼룬비아 헤이카페이썬썬뚜 (B사)
- ⑫ 썬핀수롱카페이 (똥꾸안취이초여우썬공쓰/네슬레)
- ⑬ 나테핑핀찌롱카페이인핀 (싱바커/스타벅스)
- ⑭ 뿌란띠티아오썬왕이쓰썬썬평 워이썬수롱카페이꾸티인료 (웨이즈수AGF)
- ⑮ 마이썬카누탄카오한탕헤이카페이 (B사)

▶ A사 제품 경쟁제품 모두보다 개별 포장 당 중량은 적지만, 포장 단위는 큰 편

중국 현지에서 조사된 인스턴트 커피 경쟁제품 15개는 모두 1포씩 개별 포장 후 외부포장재에 4-100포씩 담아 판매하는 것으로 조사됨. 개별 포장과 포장 단위에 따라 총 중량이 달라지는 만큼 경쟁제품 15개의 개별 포장 당 중량과 포장 단위를 별도로 비교함

개별 포장 당 중량

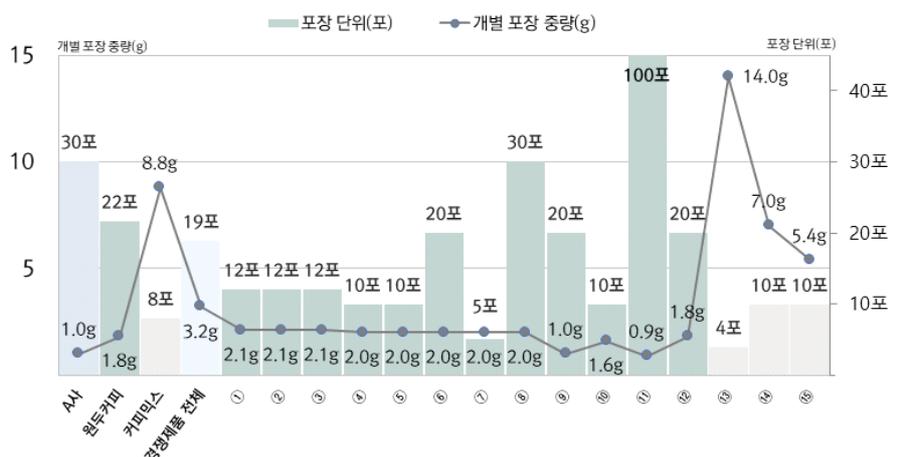
A사 제품의 개별 포장 당 중량은 1.0g으로 현지 경쟁제품 평균 개별 포장 당 중량 3.2g의 약 31% 수준으로 작은 편임. 커피믹스 제품의 평균 개별 포장 당 중량은 8.8g으로 A사 제품보다 약 8.8배 큼. 커피믹스 제품은 인스턴트 커피만 들어있는 A사 제품과 달리 당류, 탈지분유 등 별도 첨가물이 들어있어 개별 중량이 큰 것으로 예상함. 하지만 A사 제품의 개별 포장 당 중량은 A사 제품과 같은 종류인 원두커피 제품의 평균 1.8g과 비교해도 약 56%에 불과하여, 개별 포장 당 중량은 아주 적은 편으로 확인됨

포장 단위(포)

A사 제품의 포장 단위는 30포로 현지 경쟁제품 평균 포장 단위 19포에 비해 약 1.58배 많음. 제품 종류별 평균 총 중량을 보면 원두커피 제품은 A사 제품보다 약 8포 적은 22포씩, 커피믹스 제품은 A사 제품의 약 27% 수준에 그치는 8포씩 포장된 것으로 확인됨

[표 3.3] 중국 인스턴트 커피 개별 포장 당 중량과 포장 단위 경쟁력 분석

(단위: g/포)



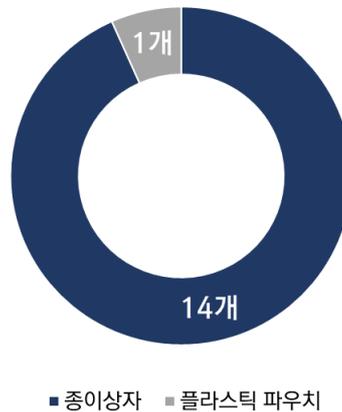
37) 개별 중량: 제품 1포당 중량

4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 14개, 종이상자로 외부포장

중국에서 판매되고 있는 인스턴트 커피 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 15개 제품 모두 플라스틱 파우치로 내부포장한 것으로 확인됨. 외부포장의 경우 14개 제품이 종이상자를 사용하였으며, 그 외 1개 제품만이 플라스틱 파우치를 사용한 것으로 조사됨

[표 3.4] 중국 인스턴트 커피 제품 포장 형태 경쟁력 분석

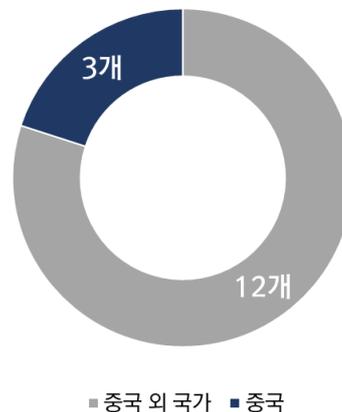


5) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 중국 외 국가에서 제조

중국에서 판매되고 있는 인스턴트 커피 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 3개 제품만이 중국에서 제조된 것으로 조사됨. 그 외 12개 제품은 중국 외 국가에서 제조되어 수입된 제품임. 중국 외 국가에서 제조된 제품은 한국산 제품이 4개로 가장 많았음, 말레이시아산 제품이 3개로 그 뒤를 이었음. 그 외 프랑스, 미국, 콜롬비아, 터키, 일본산 제품이 각각 1개씩 확인됨

[표 3.5] 중국 인스턴트 커피 제품 원산지 경쟁력 분석

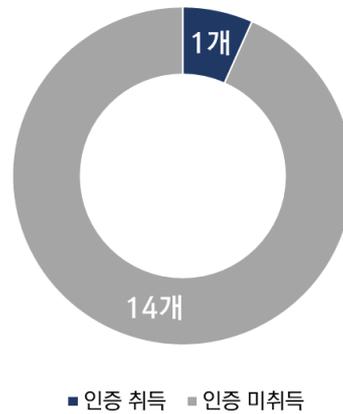


6) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 1개, 인증 취득

중국에서 판매되고 있는 인스턴트 커피 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 1개 제품만이 식품 관련 인증을 취득한 것으로 조사됨. 1개 제품은 미국 FDA 인증과 HACCP을 동시에 취득하였으며, 그 외 14개 제품은 별도로 인증을 취득하지 않은 것으로 확인됨

[표 3.6] 중국 인스턴트 커피 제품 인증 경쟁력 분석

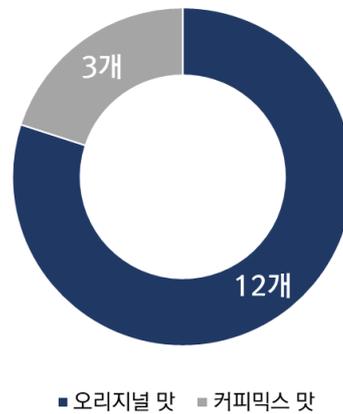


7) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 오리지널 맛 제품

중국에서 판매되고 있는 인스턴트 커피 경쟁제품 15개는 원두커피 제품 12개, 커피믹스 제품 3개로 분류되며 커피믹스 제품만이 커피 외 별도 맛이 첨가된 제품임. 원두커피 제품은 모두 별도 첨가물이나 맛이 들어있지 않은 오리지널 맛 제품이며, 커피믹스 3개 제품의 맛은 각각 카페라떼, 에스프레소오레, 스위트 아메리카노로 확인됨

[표 3.7] 중국 인스턴트 커피 제품 맛 경쟁력 분석

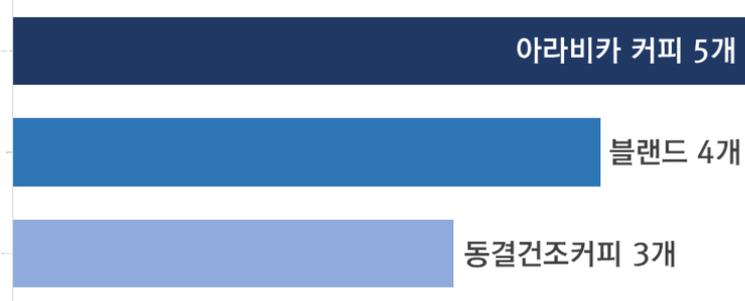


## 8) 기타 표기사항

## ▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 기타 표기사항에 원두와 관련된 키워드 사용

중국에서 판매되고 있는 인스턴트 커피 경쟁제품 15개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 5개 제품이 '아라비카 커피'라는 키워드를 사용하는 것으로 확인됨. 4개 제품은 포장재에 커피 원두 브랜드에 대한 정보를 기재함. 2개 제품이 '콜롬비아 브랜드' 커피이며, 그 외 2개 제품은 각각 '브라질 과테말라, 수마트라 브랜드', '에티오피아 브랜드' 커피로 확인됨. 또 인스턴트 커피의 가공방법 중 하나인 '동결건조커피'는 3개 제품이 기재하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.8] 중국 인스턴트 커피 제품 기타 표기사항 경쟁력 분석



\*\* '아라비카 커피', '블랜드', '동결건조커피' 중 1개 이상의 키워드를 사용하는 제품은 9개 제품임

## 2. 벤치마킹 제품 분석

### 1) 벤치마킹 제품 선정

#### ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(\*) 온라인 쇼핑몰 : 티몰&타오바오, 징둥, 쑤닝

(\*) 오프라인 매장 : 싱바커/스타벅스, 그레이박스커피, 알티마트, 올레, 케이마트, 패밀리마트

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 모두에서 판매되는 제품

(\*) 오프라인 매장 : 조사매장 2개 이상에서 판매되고 있는 제품

##### · 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품

(\*) 가격, 브랜드

#### ▶ 유사 인기제품 벤치마킹

벤치마킹 제품 ①			벤치마킹 제품 ②		
	인스턴트 커피	공통 특징 제품 종류		공통 특징 제품 종류	인스턴트 커피
현지 인기제품 (테이스티웨이 서페이퍼러우양파오메이쓰 수롱카페이)  ‘가격이 저렴한 인스턴트 스틱 커피’	11.9위안 (2,018원)	◀ 벤치마킹 10g당 가격	경쟁력 분석 제품 (A사 _ 미정(제품 개발 중)  ‘스페셜티 인스턴트 스틱 커피’	벤치마킹 ▶ 브랜드 인지도	세계적으로 유명한 커피 프랜차이즈
					 현지 인기제품 (싱바커/스타벅스 썬두홍페이펄핀수롱카페이)  ‘현지 인기 프랜차이즈의 프리미엄 인스턴트 커피’

## 2) 벤치마킹 제품 분석

### - 10g당 가격

#### ▶ 벤치마킹 제품 ①, 11.9위안 10g 중량의 인스턴트 스틱 원두커피 제품

현지 소비자들은 인스턴트 스틱 커피는 특별히 품질이 우수하거나 맛이 좋다가 보단 저렴한 가격에 편하게 마실 수 있는 음료라고 인식함. 따라서 가격이 지나치게 비쌀 경우 구매를 꺼리는 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품은 11.9위안(약 2,018원)에 2g 스틱 5포가 들어있는 10g의 스틱 원두커피 제품임. A사 제품보단 판매 중량이 작지만 10g당 가격으로 비교하면 A사 제품의 10g당 가격인 13.7위안(약 2,318원)보다 저렴함

#### [표 3.9] 중국 인스턴트 커피 인기제품, 10g당 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) *매장의 인기 제품인 서페이(Cephei)의 아메리카노 스틱 커피는 한 상자에 2g 커피 스틱이 5포씩 들어있으며, 약 12-15위안(약 2,035-2,544원) 정도입니다. 저희 제품과 단순히 가격만 비교한다면 A사의 가격은 결코 저렴하지 않습니다. A사의 제품이 원두나 맛에 특별한 차이가 있지 않은 이상 일반 인스턴트 스틱 커피 제품들과 비교했을 때 A사 제품의 가격 경쟁력은 굉장히 낮습니다.*

- Ms. Lu (쑤저우러핀마오이유오시안공쓰, 마케팅 매니저) -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

### - 브랜드 인지도

#### ▶ 벤치마킹 제품 ②, 중국 소비자들이 선호하는 브랜드 제품

현지에서 인기 있는 프리미엄 커피 제품은 브랜드 인지도가 높은 스타벅스 제품임. 프리미엄이나 스페셜티 커피 시장이 이제 성장을 시작하는 만큼 기존 인지도가 높은 브랜드 제품이 많이 판매되는 것으로 예상됨

#### [표 3.10] 중국 인스턴트 커피 인기제품, 맛 인터뷰 분석

(인터뷰) *저희의 인기 제품은 스타벅스의 제품으로 개당 가격을 생각한다면 저렴한 편은 아닙니다. 하지만 전 세계적으로 브랜드 인지도가 높은 만큼 중국 현지에서도 인기가 좋아 다른 인스턴트 커피들보다 비싼 편임에도 많이 판매됩니다. A사 제품의 가격은 스타벅스의 제품과 크게 차이가 나지 않습니다. A사의 브랜드가 스타벅스보다는 많이 알려지지 않았고, 이미 다른 한국 제품들이 시장에 진출해있는 만큼, 고객 유인을 위해선 가격을 낮추는 게 좋을 것 같습니다.*

- Ms. Zhang (쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰, 세일즈 매니저) -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

#### 1) 판매 채널

▶ **기업별 오프라인 판매 채널 차별화, 반면 온라인 판매 채널에는 모두 진출**

중국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 상바커/스타벅스는 자사 브랜드 커피전문점 외에도 일부 제품을 중국의 대형 하이퍼마켓 체인인 알타마트(RT Mart)에서도 판매하고 있음. 한인 슈퍼마켓인 케이마트 (Kmart)에는 B사가, 수입 제품을 주로 판매하는 올레(OLE)에는 웨이즈수AGF와 테이스티웨이가 진출한 것으로 조사됨. 웨이즈수AGF와 테이스티웨이는 알타마트에서도 제품을 판매하고 있음. 하지만 선정된 경쟁기업 4개사 모두 편의점인 패밀리마트에서는 제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨. 온라인 채널로는 티몰(天猫&타오바오(淘宝网), 징둥(京东), 쑤닝(苏宁) 모두 경쟁기업의 주요 판매 온라인 채널인 것으로 나타남. 반면 선정된 경쟁기업 5개사 모두 자사 홈페이지를 판매 채널로 활용하지는 않는 것으로 조사됨

[표 3.10] 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인					온라인		
	상바커/스타벅스	알타마트	올레	케이마트	패밀리마트	티몰&타오바오	징둥	쑤닝
B사				○		○	○	○
웨이즈수AGF		○	○			○	○	○
테이스티웨이		○	○			○	○	○
상바커/스타벅스	○	○				○	○	○

#### 2) 홍보채널

▶ **중국에서의 제품 홍보활동으로 자사 홈페이지를 활용**

경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 구축하고 있으며, 국내 홈페이지만을 운영하는 B사를 제외한 3개사는 글로벌 홈페이지를 통해 회사 및 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 테이스티웨이와 상바커/스타벅스는 글로벌 홈페이지 외에도 중국 현지 홈페이지를 통해 중국에서의 자사 제품 홍보를 진행하고 있음. 중국에서 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보활동은 웨이보를 중심으로 이루어지고 있는 것으로 조사됨. 테이스티웨이와 상바커/스타벅스는 웨이보 플랫폼을 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있으며, 상바커/스타벅스는 위챗 또한 활용하고 있음

[표 3.11] 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 홍보채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼	
		웨이보	위챗
B사	○		
웨이즈수AGF	○		
테이스티웨이	○	○	
상바커/스타벅스	○	○	○

3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, ‘브랜드’, 제품의 ‘맛’, 이용 ‘편리성’ 등을 강조하여 경쟁제품 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업은 브랜드, 제품의 맛 이용 편리성을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 브랜드를 강조하는 문구로서 ‘세상 어디에도 없는 맛, 대한민국 대표 커피, 카누와 함께라면’, ‘일본 인기 상품’, ‘수입산 프리미엄’, ‘스타벅스만의 커피를 즐기다’, ‘스타벅스 프리미엄’ 등을 사용하였으며, 제품의 맛을 강조하는 문구로서 ‘깊은 맛’, ‘상쾌한 과일 향’, ‘그윽한 맛과 향기’, ‘오리지널 커피 맛’, ‘깊이 있고 풍부한 맛’, ‘순수하고 진한 맛’ 등을 사용하였음. 원두의 맛을 유지하는 인스턴트 커피를 만들기 위한 각 회사의 생산 기술을 강조하는 경우, ‘농축 방식의 저온 추출’, ‘세심하게 분쇄’, ‘동결건조공법’, ‘분자기술 응용’ 등의 문구를 사용하였음. 제품의 편리성을 강조하는 문구로는 ‘언제 어디서나’, ‘집에서도’, ‘시간을 아끼고 편하게’ 등을 사용하였으며, 이외에도 ‘오후의 한잔’, ‘점심의 기분 좋은 커피 한잔’, ‘매일 아침 새로운 하루를 시작하려고 할 때’, ‘매일 오후와 같이 일상에서 커피를 마시는 특별한 시간을 떠올릴 수 있게 하는 문구를 사용함

[표 3.12] 중국 인스턴트 커피 경쟁기업 홍보문구 분석



## VI. 시장진출제언(Export Insights)

# VI. Export Insights



가격(위안/10g당)

**A사 13.7위안**  
**원두커피 22.9위안**  
**커피믹스 6.1 위안**

A사 제품 10g당 가격 경쟁제품 대비 저렴하지만, 유사 판매채널의 제품군과 비슷한 수준



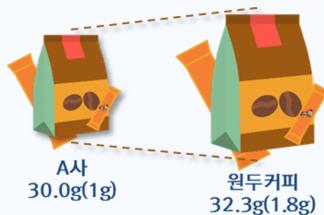
현지 조사 결과, 경쟁제품 15개의 평균 10g당 가격은 19.5위안(약 3,312원)으로 A사 제품의10g당 가격보다 다소 비싸지만, 동일한 종류인 원두커피 제품의 평균 22.9위안(약 3,883원)보다는 저렴한 편

하지만 조사된 원두커피 제품 12개 중 5개 제품은 커피전문점 브랜드 제품으로 A사 제품처럼 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 일반 유통채널에 판매되는 제품에 비해 가격이 높은 편임. 실제로 커피전문점 브랜드의 원두커피 제품 5개의 평균 10g당 가격은 36.8위안(약 6,233원)으로, A사 제품의 10g당 가격을 약 3배 가까이 웃도는 가격임. 상기 5개 제품을 제외한 나머지 원두커피 제품 7개의 평균 10g당 가격은 13.0위안(약 2,205원)으로 A사 제품과 비슷한 것으로 확인됨. 따라서 책정된 A사 제품의 가격은 유사한 조건의 원두커피 제품들보다 저렴한 편은 아님

총 중량 / 개별 중량(g)

**A사 30.0g(1g)**  
**원두커피 32.3g(1.8g)**  
**커피믹스 60.0g(8.8g)**

A사 제품 총 중량, 경쟁제품보다 크지만, 개별 중량은 작은 편



현지 경쟁제품 중 원두커피 제품의 평균 총 중량은 32.3g, 커피믹스 제품의 총 중량은 60.0g으로 조사됨. A사 제품의 총 중량은 30.0g(예상)으로 평균 대비 약 79% 수준으로 작지만, 유의미한 차이는 아님

하지만 A사 제품의 개별 포장 별, 즉 스틱당 중량은 1.0g으로 경쟁제품 15개 평균 3.2g의 약 31% 수준으로 작은 것으로 조사됨. A사 제품과 동일한 원두커피 제품의 평균 1.8g과 비교해도 약 절반 수준으로 적게 들어있음. 실제로 현지 매장에서 조사된 원두커피 제품 12개 중 1개 제품만이 A사 제품보다 개별 포장 중량이 작을 뿐(0.9g) 11개 제품 모두 A사 제품보다 크거나 같은 것으로 조사됨. 총 중량이 평균보다 큰 것은 포장 단위가 30포로 경쟁제품 평균보다 약 1.6배 많기 때문으로 추측됨

포장 형태

**플라스틱 파우치 스틱 형태**

경쟁제품 15개 모두 스틱 형태의 인스턴트 커피



현지 경쟁제품은 모두 플라스틱 파우치에 개별 포장된 스틱 형태 제품으로 조사됨. 바이어 인터뷰에 따르면, 현지 소비자들은 프리미엄 또는 스페셜티 커피의 경우 스틱 형태 제품의 품질과 맛이 떨어진다는 인식 때문에 드립 또는 캡슐 형태의 제품을 선호한다고 함. 드립 형태의 커피가 섭취 시 번거로움에도 오히려 이런 점 때문에 드립 형태 커피가 더 고급스럽다는 생각이 강하기 때문임. 하지만 여전히 편리성이나 접근성의 이유로 스틱 형태의 인스턴트 커피 수요가 더 많음

홍보문구

### 브랜드와 제품 특징 강조

경쟁기업, 브랜드와 특징을 강조하여 홍보문구를 기재함



경쟁기업은 제품 브랜드와 특징을 강조하여 제품을 홍보함. 브랜드 이미지의 경우 '세상 어디에도 없는 맛, 대한민국 대표 커피', '스타벅스만의 커피를 즐기다' 등 각 기업이 가진 브랜드 가치를 활용하는 문구를 사용함. 또 제품의 특징으로는 커피의 맛, 가공 기술, 섭취 편리성이 있음. 맛을 강조하는 문구로는 '깊이 있고 풍부한 맛', '그윽한 맛과 향기' 등을, 기술적인 면을 강조할 시에는 '농축 방식의 저온 추출' 등의 전문 용어를 사용하기도 함. 또 인스턴트 커피의 장점인 섭취 편리성을 보이는 경우 '시간을 아끼고 편하게' 등을 사용하는 것으로 확인됨

원료 및 첨가물

### 스페셜티 원두를 사용한 커피

경쟁제품 중 스페셜티 원두를 사용한 제품은 확인되지 않음



현지 조사 결과, 중국 현지 시장에서 스페셜티 커피 원두를 사용한 인스턴트 스틱 커피 제품은 확인되지 않았음. 바이어 인터뷰에 따르면 소득 수준이 높은 1·2선 도시 지역을 중심으로 프리미엄 또는 스페셜티 커피에 대한 수요가 많이 늘어나고 있으나, 스페셜티 원두를 사용한 인스턴트 커피 제품은 대부분 드립이나 캡슐로 판매됨. 하지만 스틱 제품이 섭취가 편리하고 접근성이 좋기 때문에 만약 A사 제품이 합리적인 가격대로 판매된다면 품질과 편리함을 동시에 잡을 수 있어 크게 인기를 얻을 것이라 예상함

마케팅

### 홍보채널: 웨이보, 위챗

경쟁기업, 자사 홈페이지 및 SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 4개사 중 중국의 주요 SNS 플랫폼인 웨이보와 위챗을 홍보채널로 운영하는 경쟁기업은 테이스티웨이와 싱바커/스타벅스 2개사로 확인되었으나, 두 플랫폼을 모두 운영하는 기업은 싱바커/스타벅스뿐임. 싱바커/스타벅스는 웨이보와 위챗 모두를 활발하게 운영하며 특히 웨이보의 경우 약 168만 명의 구독자를 보유한 대형 채널임. 주로 제품에 대한 사진이나 동영상 및 게시물을 매일 2-3건 이상 올림. 또한 구독자들과 적극적으로 소통하며 브랜드를 알리고 고객 충성도를 올리는 데 노력함

또한 위챗과는 다양한 협업을 하며 우호적인 관계를 유지하고 있음. 2017년 위챗과 협업하여 음료와 인스턴트 커피, 디저트, 컵, 텀블러 등을 판매하는 기프트콘 서비스를 시작한 데 이어 올해 5월에는 위챗 미니 프로그램(샤오청쉬: 小程序)을 출시하였음. 이는 별도 앱을 설치할 필요 없이 위챗 안에서 각 브랜드의 제품을 구매할 수 있는 프로그램으로 이와 같은 협업을 통해 싱바커/스타벅스의 온라인 접근성이 향상되었음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 상하이 통계국(上海市统计局), 「2019年上海统计年鉴」, 2019.12.
2. 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China), 「Gross Regional Product (2018)」, 2019

### ■ 참고 사이트

1. 미국 식품의약청 홈페이지 (www.fda.gov)
2. 말레이시아 식품의약청 홈페이지 (fsq.moh.gov.my/v6/xs/index.php)
3. 싱바커/스타벅스(星巴克) 중국 홈페이지 (www.starbucks.com.cn)
4. 그레이박스커피(Greybox Coffee) 홈페이지 (www.greyboxcoffee.com)
5. 알티마트(RT Mart) 홈페이지 (www.rt-mart.com)
6. 올레(Ole) 홈페이지 (www.crvole.com.cn)
7. 웨이즈수AGF 글로벌 홈페이지 (www.agf.co.jp/english)
8. 테이스티웨이 홈페이지 (www.tastivay.com)
9. 스타벅스 홈페이지 (www.starbucks.com)
10. 알리바바(阿里巴巴) 쑤저우러핀마오이유오시안공쓰(苏州乐品贸易有限公司) 판매 페이지 (lepinpifa.1688.com)
11. 알리바바(阿里巴巴) 푸어산스진커상마오유오시안공쓰(佛山市瑾柯商贸有限公司) 판매 페이지 (shop45i21199370v2.1688.com)
12. 상티귀찌마오이유오시안공쓰(尚缙国际贸易有限公司) 홈페이지 (www.shangtiguoji.com)
13. 쑤저우상천카페이마오이유오시안공쓰(苏州香臣咖啡贸易有限公司) 홈페이지 (www.cscoffee.com.cn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.11.27

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea