

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

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

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	31
1. 대만 영유아음료 경쟁기업 포지셔닝	32
2. 대만 영유아음료 경쟁기업 현황	33
3. 대만 영유아음료 경쟁기업 분석	35

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	42
Interview ① 루이동회주식유한회사(綠動會股份有限公司)	43
Interview ② 아이얼러실업유한회사(艾兒樂興業有限公司)	45
Interview ③ 아프리맥스(Aprimax)	47
Interview ④ 하이베베(Hi Bebe)	49
Interview ⑤ 리얼차이자(麗兒采家)	51

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	54
1. 제품 경쟁력 검증	55
2. 기업 마케팅 벤치마킹	59

*참고문헌	61
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 대만 영유아음료 경쟁제품 선정
2. 대만 영유아음료 경쟁제품 조사지표 선정
3. 대만 영유아음료 경쟁제품 포지셔닝
4. 대만 영유아음료 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

대만 (TAIWAN) 영유아음료 방문 매장 선정

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

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

대만 (TAIWAN) 영유아음료 매장 조사

	브리즈슈퍼(Breeze Super) (백화점 내 슈퍼마켓)	웰컴(Wellcome) (슈퍼마켓)
전경		
조사 제품	4개	5개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 2001년 설립된 대만 백화점 브리즈센터 내 슈퍼마켓 매장 패션과 F&B에 특화되어 있으며, 주로 해외 수입 식료품을 취급함 비즈니스 중심지에 위치해 있어 주변에 백화점이 많고, 주말에는 유동인구가 많음 	<ul style="list-style-type: none"> 1978년 설립된 슈퍼마켓 브랜드로, 홍콩을 기반으로 대만 전 지역에서 체인을 운영하고 있음 주류, 음료, 과자, 신선식품 등 식료품을 주로 취급함 중산층 이상의 주민들이 거주하는 주택가에 위치해 있음
	베이비138(Baby138) (유아용품 전문매장)	엔젤베이비(Angelbaby) (유아용품 전문매장)
고		
조사 제품	2개	4개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 1992년 설립된 유아용품 전문 브랜드로, 저렴한 가격으로 국내 및 수입 유아용품을 구매 및 대여할 수 있음 대만 내 4개의 오프라인 매장과 온라인 몰을 운영함 주로 병원 근처에 점포를 설립하기 때문에, 4개의 운영 매장 근처에 병원이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 1985년에 설립된 대만이 첫 유아용품 종합 유통 브랜드로, 국내 제품 및 해외 유아용품을 모두 취급함 유아용 식품, 의류, 가구, 카시트, 생활용품 등 다양한 품목의 유아용품을 판매함 타이페이시에서 10개의 매장을 운영하고 있음

Competitive Product

(경쟁제품)

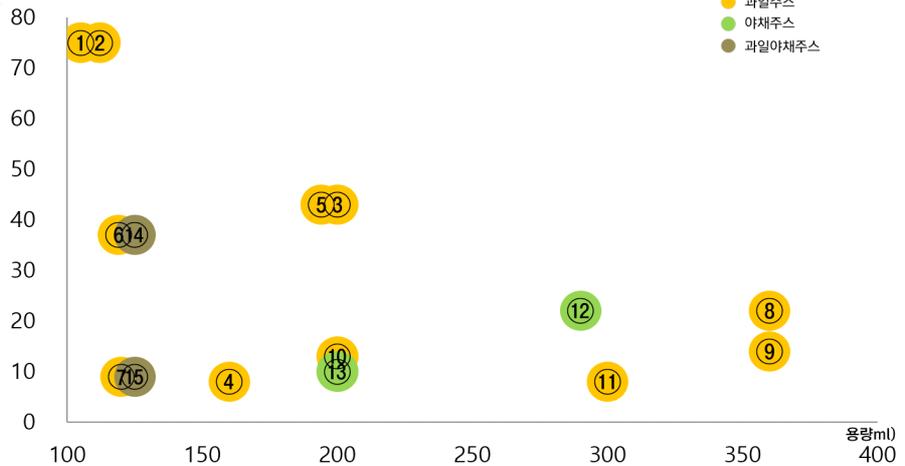
대만 (TAIWAN) 영유아음료 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 100ml당
소비자가격(대만달러)
· Y축 : 용량(ml)

소비자가격(대만달러/100ml)



대만 (TAIWAN) 영유아음료 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(경쟁기업)	생산지	원료 형태	가격 (총합) ¹⁾	가격 (100ml당)	중량 (ml)	인증종류
과일주스	① 쿨주스레이즌프렘보아스 (비타제미니)	프랑스	과즙	79대만달러 (3,063원)	75대만달러 (2,908원)	105	유기농인증
	② 쿨주스포메이 (비타제미니)	프랑스	과즙	79대만달러 (3,063원)	75대만달러 (2,908원)	105	유기농인증
	③ 힙애플그레이프주스 (힙)	헝가리	과즙	85대만달러 (3,295원)	43대만달러 (1,667원)	200	유기농인증
	④ 뽀미100%핑퐁푸타오퐁허꿔즈 (보미)	대만	과즙	12대만달러 (465원)	8대만달러 (310원)	160	품질인증
	⑤ 힙레드프루츠주스 (힙)	헝가리	농축액	85대만달러 (3,295원)	43대만달러 (1,667원)	200	유기농인증
	⑥ 베이칭천광퐁허꿔즈 (피죤코퍼레이션)	일본	과즙	46.3대만달러 (1,795원)	37대만달러 (1,434원)	125	-
	⑦ 이메이빠오찌쑤꿔즈푸타오퐁허 (이메이식품)	대만	농축액	11대만달러 (426원)	9대만달러 (349원)	125	품질인증
	⑧ 프룬리파인주스 (유키스)	대만	농축액	80대만달러 (3,102원)	22대만달러 (853원)	360	품질인증
	⑨ 디엔지에수에잉양잉핑 (산여우성찌)	대만	과즙	49대만달러 (1,900원)	14대만달러 (543원)	360	품질인증
	⑩ 수딩100%미타오퐁허꿔즈 (트리탑)	대만	농축액	24대만달러 (930원)	12대만달러 (465원)	200	-
	⑪ 왕왕꿔리뒤푸타오쯔잉랴오 (이란식품)	대만	농축액	25대만달러 (969원)	8대만달러 (310원)	300	품질인증
야채주스	⑫ 100%후뤄꿔즈 (비골동신)	대만	과즙/농축액	65대만달러 (2,520원)	22대만달러 (853원)	290	품질인증
	⑬ 커꿔메이판꿔웬100%판차에핑꿔즈 (타이완커꿔메이)	대만	농축액	20대만달러 (775원)	10대만달러 (388원)	200	품질인증
과일야채주스	⑭ 베이칭핑꿔후뤄꿔즈 (피죤코퍼레이션)	일본	과즙	46대만달러 (1,783원)	37대만달러 (1,434원)	125	-
	⑮ 이메이빠오찌쑤꿔즈푸타오메이꿔 (이메이식품)	대만	농축액	11대만달러 (426원)	9대만달러 (349원)	125	품질인증

(*) 현지 판매 영유아음료 경쟁제품 15개 분석

1) 1대만달러= 38.77원(2019.12.03.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 대만 영유아음료 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 제품 종류에 따라 선정한 제품

- 과일주스 : 한 가지 이상의 과일이 주재료로 사용된 어린이 주스제품을 경쟁제품으로 선정 (두 가지 과일의 혼합 주스, 종합 과일주스 포함)
- 야채주스 : 한 가지 이상의 야채가 주재료로 사용된 어린이 주스제품을 경쟁제품으로 선정 (두 가지 야채의 혼합 주스, 종합 야채주스 포함)
- 과일야채주스 : 한 가지 이상의 과일과 야채가 혼합된 어린이 주스 제품을 경쟁제품으로 선정 (종합 과일야채주스 포함)

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 4개 채널 : 브리즈슈퍼(Breeze Super), 웰컴(Wellcome), 베이비138(Baby138), 엔젤베이비(Angelbaby)

[표 1.1] 대만 영유아음료 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류			유형별 매장 입점 여부	
	과일 주스	야채 주스	과일야채 주스	오프라인	온라인
① 쿨주스레이즌프램보아스 (비타제미니)	○ (혼합)			○ (브리즈슈퍼)	○ (샤피, 야후쇼핑)
② 쿨주스포메이 (비타제미니)	○ (혼합)			○ (브리즈슈퍼)	○ (샤피, 야후쇼핑)
③ 힙애플그레이프주스 (힙)	○ (혼합)			○ (브리즈슈퍼)	○ (샤피, 큐텐, 야후쇼핑)
④ 뽀미100%핑귀푸타오쑹허귀즈 (보미)	○ (혼합)			○ (웰컴)	○ (샤피)
⑤ 힙레드프루츠주스 (힙)	○ (종합)			○ (브리즈슈퍼)	○ (샤피, 큐텐, 야후쇼핑)
⑥ 베이칭천광쑹허귀즈 (피존코퍼레이션)	○ (종합)			○ (엔젤베이비)	○ (큐텐, 야후쇼핑)
⑦ 이메이빠오찌쑹귀즈푸타오쑹허 (이메이식품)	○			○ (웰컴)	○ (샤피, 야후쇼핑)
⑧ 프룬리파인주스 (유키스)	○			○ (엔젤베이비)	○ (샤피, 야후쇼핑)
⑨ 디엔지에수에잉양잉핑 (산여우성찌)	○			○ (엔젤베이비)	○ (샤피, 야후쇼핑)
⑩ 수당100%미타오쑹허귀즈 (트리탑)	○			○ (웰컴)	○ (샤피, 야후쇼핑)
⑪ 왕왕귀리뒤푸타오쑹잉랴오 (이란식품)	○			○ (웰컴)	○ (샤피, 야후쇼핑)
⑫ 100%후뤼뵁즈 (비골동신)		○		○ (웰컴)	○ (샤피)
⑬ 커피메이판귀웰100%판치에핑귀즈 (타이완커피메이)		○		○ (웰컴)	○ (샤피, 야후쇼핑)
⑭ 베이칭핑귀후뤼뵁즈 (피존코퍼레이션)			○ (혼합)	○ (베이비138)	○ (큐텐, 야후쇼핑)
⑮ 이메이빠오찌쑹귀즈푸타오메이귀 (이메이식품)			○ (종합)	○ (웰컴)	○ (샤피, 야후쇼핑)

(*) 현지 판매 영유아음료 경쟁제품 15개 분석

2. 대만 영유아음료 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 종류

- 경쟁제품의 맛을 내는 주재료의 종류와 조합
 - 과일주스: 한 개 이상의 과일을 주재료로 제조한 주스 제품
 - 야채주스: 한 개 이상의 야채를 주재료로 제조한 주스 제품
 - 과일야채주스: 과일과 야채를 혼합하여 제조한 주스 제품

▶ 조사 지표 ④ 원료 형태

- 원료의 형태에 따른 분류
 - 과즙 원료: 100% 과일 또는 야채로부터 추출한 원액
 - 농축액 원료: 과일 또는 야채에서 추출한 원액을 농축시킨 형태로, 물과 기타 첨가물을 섞어 주스로 제조함

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질을 조사
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 파우치에 내용물이 들어있는 포장
 - 유리병: 유리병에 내용물이 들어있는 포장
 - 플라스틱병: 플라스틱병에 내용물이 들어있는 포장
 - 카턴팩: 직육면체 형태의 종이팩에 내용물이 들어있는 포장



카턴팩(Carton Pack) 예시

▶ 조사 지표 ⑥ 주요 인증사항

- 유기농인증: ECOCERT FRANCE SAS, EU ORGANIC FARMING, AB(Agriculture Biologique), AGGR Code
- 품질인증: GMP(Good Manufacturing Practice), HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point), ISO22000, TQF, FSSC(Foundation For Food Safety Certification)

▶ 조사 지표 ⑦ 유통기한

- 경쟁제품의 유통기한을 조사

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보 문구

- 경쟁제품을 홍보할 때 사용한 홍보 문구를 조사

[표 1.2] 대만 영유아음료 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
제품 종류	과일주스	과일이 주재료인 주스 제품
	야채주스	야채가 주재료인 주스 제품
	과일야채주스	과일과 야채를 혼합한 주스 제품
원료 형태	과즙 원료	과일 또는 야채에서 추출한 원액
	농축액 원료	과즙을 농축시킨 원액
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 용기
	유리병	유리소재의 병 용기
	플라스틱병	플라스틱소재의 병 용기
	카턴팩	직육면체 형태의 종이팩 용기
주요 인증사항	유기농인증	유기농 원료 또는 유기농 농가를 인증하는 표시
	품질인증	식품의 안전성을 인증하는 표시
유통기한	유통기한	제품의 유통기한
홍보 문구	홍보 문구	경쟁제품을 홍보하기 위해 사용한 문구

3. 대만 영유아음료 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 쿨주스레이즌프렘보아스 (비타제미니)
- ② 쿨주스포메링 (비타제미니)
- ③ 힘애플그레이프주스 (힘)
- ④ 뽀미100%핑퀴푸타오쫁허퀴쯔 (보미)
- ⑤ 힘레드프루츠주스 (힘)
- ⑥ 베이칭천광쫁허퀴쯔 (피죤코퍼레이션)
- ⑦ 이메이빠오찌쫁퀴쯔푸타오쫁허 (이메이식품)
- ⑧ 프룬리파인주스 (유키스)
- ⑨ 디엔지에수에잉양잉핑 (산여우성찌)
- ⑩ 수당100%미타오쫁허퀴쯔 (트리탑)
- ⑪ 왕왕퀴리뒤푸타오쯔잉랴오 (이란식품)
- ⑫ 100%후뤄쫁쯔 (비골동신)
- ⑬ 카퀴메이판퀴웬100%판치에핑퀴쯔 (타이완커퀴메이)
- ⑭ 베이칭핑귀후뤄쫁쯔 (피죤코퍼레이션)
- ⑮ 이메이빠오찌수퀴쯔푸타오메이퀴 (이메이식품)

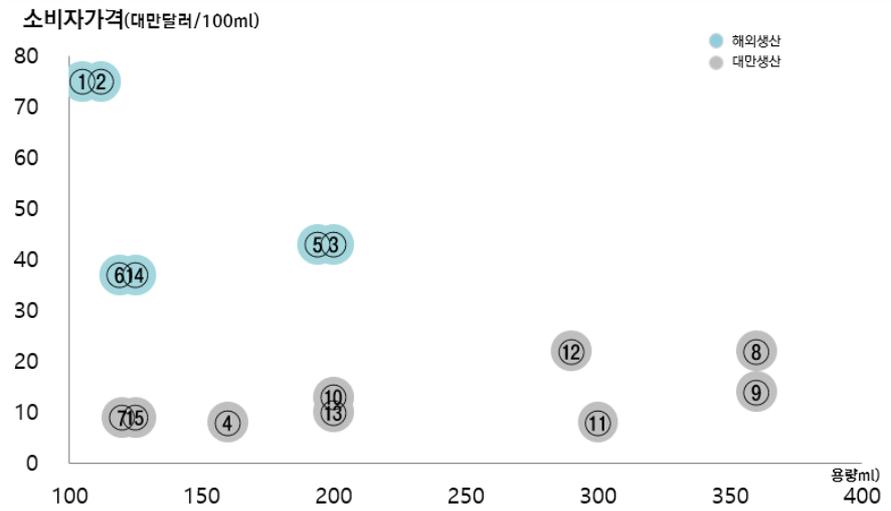
▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품 주재료에 따른 종류별 가격 비교

대만 오프라인 매장에서 조사된 영유아음료 경쟁제품 15개는 주재료의 종류에 따라 과일만 주재료로 사용한 과일주스, 야채만 주재료로 사용한 야채주스, 과일과 야채를 혼합하여 사용한 과일야채주스 총 3가지 종류로 구분됨. 경쟁제품 15개를 주재료에 따른 종류로 나누어 100ml당 제품가격을 비교한 결과, 과일주스 11개의 100ml당 평균가격이 31대만달러(1,202원)으로 가장 높았으며, 야채주스 2개의 100ml당 평균가격이 16대만달러(620원)으로 가장 낮았음. 그 외 2개 경쟁제품은 과일야채주스로, 100ml당 평균가격은 23대만달러(892원)로 확인됨

▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품 생산 지역에 따른 가격 비교

대만 오프라인 매장에서 조사된 영유아음료 경쟁제품 15개는, 브랜드의 국적과 관계없이 대만의 제조원을 통해 생산된 제품과 해외에서 생산된 제품으로 구분됨. 이에 경쟁제품 15개의 생산 지역을 대만 생산과 해외 생산으로 구분하여 100ml당 가격을 비교한 결과, 해외 생산 제품 6개의 100ml당 평균가격은 52대만달러(2,016원)으로 대만 생산제품 9개의 100ml당 평균가격 13대만달러(504원)보다 4배 더 비싼 것으로 확인됨

[표 1.3] 대만 영유아음료 경쟁제품 포지셔닝 ②



자료 : 대만 영유아음료 경쟁제품 15개 분석 결과

4. 대만 영유아음료 입점 매장 및 경쟁제품 정보

타이페이(台北)²⁾

인구('18)	266만 8,572 명
15-64세 인구 비율('18)	69.2 %
면적	271.8 제곱킬로미터

▶ 대만 타이페이시 신이구 및 다안구, 방문지역으로 선정

대만의 북부에 위치한 수도 타이페이시(台北市)의 신이구와 다안구를 방문지역으로 선정함. 대만의 수도 타이페이는 대만의 정치, 경제, 교육, 문화의 중심이며 주요 첨단산업이 크게 발달해 있는 도시임. 신이구와 다안구는 타이페이의 주요 도시 인프라가 집중되어 있는 시할구로 중앙 도시 중 하나임. 신이구는 타이페이 시청, 캐세이 랜드마크(Cathay Landmark), 타이페이101, 타이페이 세계무역센터(Taipei World Trade Center) 등 유명 상업 빌딩과 문화를 즐길 수 있는 공간들이 위치하여 지역 주민과 여행객들의 방문이 많은 지역임. 다안구에는 대만국립대학 등의 교육기관과 용강제(永康街) 등이 위치해 있어 타이페이의 교육 지구와 관광 지구의 성격을 겸비한 곳임

▶ 대만 타이페이시에 위치한 고급 슈퍼마켓, 영유아음료 판매점 각각 2곳 방문

대만 타이페이시에서 국내 영유아제품과 수입 영유아제품을 함께 판매하는 슈퍼마켓 2곳(브리즈슈퍼와 웰컴), 영유아제품 전문매장 2곳(베이비138과 엔젤베이비)를 방문함. 슈퍼마켓인 웰컴(Wellcome)은 대만 슈퍼마켓 시장 점유율 2위의 브랜드임. 일과 야채를 주재료한 어린이용 주스 경쟁제품은 현지 매장에서 총 18개가 조사되었으며, 그 중 제품의 특성을 고려하여 브리즈슈퍼에서 4개, 웰컴에서 5개, 영유아 제품 전문매장인 베이비138에서 2개, 엔젤베이비에서 4개를 선정하여 총 15개의 어린이 주스 제품을 경쟁제품으로 선정함

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Maps

2) 자료: 중화민국통계정보네트워크(www.statdb.dgbas.gov.tw)

Shop ① 브리즈슈퍼(Breeze Super)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 매장 주변 특징 : 타이페이의 가장 고급화된 백화점 중 하나인 브리즈 센터(Breeze Center)내 위치한 슈퍼마켓 매장임. 매장이 위치한 신이구는 비즈니스 중심지역으로, 백화점이 많고 주말엔 많은 시민들이 즐겨 찾는 대만의 핫플레이스임
- 판매 제품 특징 : 주류, 음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 유제품 등 식료품을 취급함. 90%의 제품이 수입 제품으로, 고가의 수입 제품을 쉽게 구매할 수 있는 특징이 있음
- 주요 소비층 : 지역주민 및 타이페이 시민

브랜드 기본 정보	브리즈 그룹의 백화점 매장인 브리즈 센터는 2001년 설립된 대만의 대표적인 고급 백화점인 대만의 첫 여성 중심 쇼핑몰이며, 패션과 F&B 분야에 경쟁력을 가지고 있음. 브리즈 센터에 위치한 브리즈 슈퍼는 수입 식료품을 주로 취급하는 슈퍼마켓 매장으로, 전세계의 제철 채소, 과일, 해산물과 와인등의 주류 제품을 다양하게 취급함	
	조사 제품 수 : 4개	
매장 정보		
	위치	도시(지역) 신이구(信義區) 상세주소 No.17, Song-Zhi Rd., Taipei 110, Taiwan
영유아음료 판매 매대 전경	매대 사진 	
	판매 영유아음료 제품 정보	
영유아음료 판매 정보		
	쿨주스레이즌프램보아스 (비타제미너)	쿨주스포메인 (비타제미너)
		
	히애플그레이프주스 (힉)	히레드프루츠주스 (힉)

사진자료: 현지 조사원 자료



ECOCERT France SAS

프랑스의
유기농 농업 표준 인증기관



EU Organic Farming

EU(European Union)에서 유기농
생산 제품임을 인증함



AB (Agriculture Biologique)

프랑스의 유기농 제품 인증
로고로, EU에서 생산 또는 가공된
유기농 제품 중 95%이상의
유기농 성분을 포함한 제품을
인증함

출처:

ECOCERT 홈페이지
(www.ecocert.fr),
유럽연합 집행위원회 홈페이지
(www.ec.europa.eu)
에코라벨인덱스 홈페이지
(www.ecolabelindex.com)



제품명
(영어)

쿨주스레이즌프램보야스
(Cool jus RAISIN
FRAMBOISE)

제조사

비타제미너
(Vitagermine SAS)

가격³⁾

79 대만달러
(3,063원)

원산지

프랑스

중량(ml)

105

유통기한

12개월

인증 정보

유기농인증: ECOCERT France SAS, EU Organic Farming,
AB (Agriculture Biologique)

주요 성분

유기농 포도 즙 78 %, 유기농 라즈베리 17 %, 유기농 아세로라 5 %



제품명
(현지어)

Vitabio
有機優果汁 葡萄覆盆莓

제품 종류

과일주스(혼합)

맛

라즈베리, 포도

과즙 형태

과즙

포장 단위

날개

포장 형태

플라스틱 파우치



아세로라

중앙아메리카 및 카리브해 지역에 분포하는 열대 우림 지역의 아자수와 그 열매의 이름. 비타민C가 풍부함

사진출처: 패스트그로잉트리즈닷컴 (www.fast-growing-trees.com)



제품명 (영어)	쿨주스포메이 (Cool jus Pomme Mangue)	제품명 (현지어)	Vitabio 有機優果汁 蘋果芒果
제조사	비타제미너 (Vitagermine SAS)	제품 종류	과일주스(혼합)
가격	79 대만달러 (3,063원)	맛	사과, 망고
원산지	프랑스	과즙 형태	과즙
중량(ml)	105	포장 단위	날개
유통기한	12개월	포장 형태	플라스틱 파우치
인증 정보	유기농인증: ECOCERT France SAS, EU Organic Farming, AB (Agriculture Biologique)		
주요 성분	유기농 사과즙 81%, 유기농 망고 15%, 유기농 아세로라 4%		

3) 1대만달러= 38.77원(2019.12.03.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)



HiPP Organic Seal

HiPP 브랜드의 자체보유 유기농 인증 마크로, EU Organic Farming 인증 기준에 추가적인 검사 기준 적용
출처: Hipp 기업 홈페이지 (www.hipp.com)



제품명 (영어)	힉애플그레이프주스 (Hipp Apple Grape Juice)	제품명 (현지어)	喜寶有機綜合蘋果葡萄汁
제조사	힉 (Hipp)	제품 종류	과일주스(혼합)
가격	85 대만달러 (3,295원)	맛	사과, 포도
원산지	헝가리	과즙 형태	과즙
중량(ml)	200	포장 단위	날개
유통기한	24개월	포장 형태	유리 병
인증 정보	유기농인증: AGGR-108-1088-0044), EU Organic Farming		
주요 성분	유기농 과일주스 99.94% (물, 사과 즙, 백포도 즙), 비타민 C		

4) AGGR Code: 대만 행정원 농업위원회(Council of Agriculture Executive Yuan)의 농식품청에서 발급하는 수입 유기농 식품의 안전성 인



제품명 (영어)	히레드프루츠주스 (Hipp Red Fruit Juice)	제품명 (현지어)	喜寶有機綜合紅寶多果汁
제조사	힉 (Hipp)	제품 종류	과일주스(종합)
가격	85 대만달러 (3,295원)	맛	사과, 포도, 체리, 블랙 커런트
원산지	헝가리	과즙 형태	농축액
중량(ml)	200	포장 단위	날개
유통기한	22개월	포장 형태	유리 병
인증 정보	유기농인증: AGGR-108-1088-003, EU Organic Farming		
주요 성분	물, 유기농 사과 농축액, 유기농 홍포도 농축액, 유기농 야생 체리 베리 농축액, 유기농 블랙 커런트 농축액, 비타민 C		

증 번호, 출처: 대만 행정원 농업위원회 농식품청 홈페이지 (www.organic.afa.gov.tw)



제품명 (현지어)	100%후뤼뽀쯔 (100%胡蘿蔔汁)		
제조사	비골동신 (VIGOR DONG SHIN)	제품 종류	야채주스
가격	65대만달러 (2,520원)	맛	당근
원산지	대만	과즙 형태	당근 즙과 농축액
중량(ml)	290	포장 단위	날개
유통기한	12개월	포장 형태	유리 병
인증 정보	품질인증: HACCP ⁵⁾ , ISO22000 ⁶⁾		
주요 성분	전체 생(生)당근즙, 당근 농축액		

5) HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) : 식품안전관리인증기준



TQF 인증

대만 파인 푸드 개발 협회(Taiwan Fine Food Development Association)의 좋은 식품 인증 시스템 제품 마크로, 가공식품의 품질, 안전성, 건강성을 인증함

출처: TQF 기업 홈페이지 (www.tqf.org.tw)



제품명
(현지어)

보미100%핑귀푸타오종허꿔쯔
(波蜜100%蘋果葡萄綜合果汁)

제조사	보미 (Bomy)		제품 종류	과일주스(혼합)
가격	묶음 단위 71대만달러 (2,753원)	날개 12대만달러 (465원)	맛	사과 포도
원산지	대만		과즙 형태	과즙
중량(ml)	160		포장 단위	묶음(1세트*6개)
유통기한	12개월		포장 형태	카턴팩(벽돌타입)
인증 정보	품질인증: FSSC220007), CNS2377, TQF 인증			
주요 성분	물, 사과즙, 적 포도즙, 백포도즙, 배즙			

6) ISO22000: 국제 식품 안전 경영 시스템



FSC™

임업을 보호하는 포레스트 스투어드십 위원회(Forest Stewardship Council™)의 패키지 인증 라벨

출처: 테트라팩(Tetra Pak) (www.tetrapak.com)



제품명 (현지어) 이메이빠오씨수궤쯔푸타오메이궤 (義美寶吉純果汁葡萄綜合)

제조사	이메이식품 (義美寶吉)		제품 종류	과일야채주스(종합)
가격	묶음 단위 66대만달러 (2,559원)	날개 11대만달러 (426원)	맛	사과, 포도, 당근, 딸기, 파인애플, 셀러리, 알로에, 키위, 아스파라거스 등
원산지	대만		과즙 형태	과즙, 농축액
중량(ml)	125		포장 단위	묶음(1세트*6개)
유통기한	12개월		포장 형태	카턴팩(벽돌타입)
인증 정보	품질인증: FSC, CNS2377			
주요 성분	물, 농축 사과 주스, 농축 포도 주스, 농축 당근 주스 (구연산 포함), 농축 딸기 주스, 농축 파인애플 주스, 농축 셀러리 주스 (구연산 포함), 백포도 주스, 농축 알로에 주스, 키위 주스 아스파라거스 주스, 브로콜리 주스, 양배추 주스, 농축 파파야 주스, 사탕 수수 주스, 오이 주스, 패션 과일 주스, 레몬 주스 농축액			

7) FSSC(Foundation For Food Safety Certificaion) : 국제 식품 안전 경영 시스템



제품명
(현지어)

이메이빠오찌춘꺾쯔푸타오쥬허
(義美寶吉純果汁葡萄綜合)

제조사	이메이식품 (義美寶吉)		제품 종류	과일주스
가격	묶음 단위	날개	맛	포도
	66대만달러 (2,559원)	11대만달러 (426원)		
원산지	대만	과즙 형태	농축액	
중량(ml)	125	포장 단위	묶음(1세트*6개)	
유통기한	12개월	포장 형태	카턴팩(벽돌타입)	
인증 정보	품질인증: FSC, CNS2377			
주요 성분	물, 농축 포도 주스, 농축 사과 주스			



제품명
(현지어)

커뀌메이판뀌웬100%판치에핑궈쯔
(可果美蕃果園100%番茄蘋果汁)

제조사

타이완커뀌메이
(台灣可果美)

제품 종류

야채주스

가격

묶음 단위
119대만달러
(4,614원)

날개
20대만달러
(775원)

맛

토마토

원산지

대만

과즙 형태

농축액

중량(ml)

200

포장 단위

묶음(1세트*6개)

유통기한

12개월

포장 형태

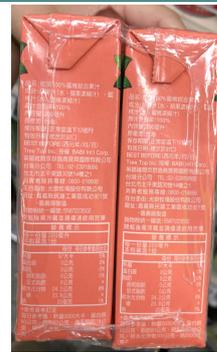
카턴팩(벽돌타입)

인증 정보

품질인증: TQF 인증, CNS2377

주요 성분

물, 토마토 농축액, 사과즙 농축액



제품명
(현지어)

수당100%미타오흥허픽즈
(樹頂100%蜜桃綜合果汁)

제조사	트리탑 (TREE TOP)		제품 종류	과일주스
가격	묶음 단위	날개	맛	복숭아
	143대만달러 (5,544원)	24대만달러 (930원)		
원산지	대만		과즙 형태	농축액
중량(ml)	200		포장 단위	묶음(1세트*6개)
유통기한	12개월		포장 형태	카턴팩(벽돌타입)
주요 성분	사과 주스(물, 사과 농축액), 복숭아 주스(물, 복숭아 농축액)			



제품명 (현지어)	왕왕과립다포도프링라오 (旺旺果粒多葡萄汁飲料)		
제조사	이란식품 (宜蘭食品工業股份有限公司)	제품 종류	과일주스
가격	25대만달러 (969원)	맛	포도
원산지	이란	과즙 형태	농축액
중량(ml)	300	포장 단위	날개
유통기한	12개월	포장 형태	파우치
인증 정보	품질인증: CNS2377 ⁸⁾ , HACCP, ISO22000		
주요 성분	물, 설탕, 코코넛, 백포도 농축액(10%), 식품 첨가물 : 복합 증점제 (나트륨 카르복시 메틸 셀룰로오스, 젤란 검, 구연산 나트륨, 폴리 포스페이트 나트륨, 말토 덱스트린), DL- 말산, 칼슘 락테이트, 나트륨 카르복시 메틸 셀룰로오스, 포도 추출물, 백포도 향, 향산화 제 (비타민 C), 구연산, 구연산 나트륨.		



제품명 (현지어)	베이칭핑귀후뤄뵈쯔 (貝親蘋果胡蘿蔔汁)		
제조사	피죤코퍼레이션 (PIGEON CORPORATION)	제품 종류	과일야채주스
가격	묶음 단위	날개	맛
	138대만달러 (5,350원)	46대만달러 (1,783원)	
원산지	일본	과즙 형태	과즙
중량(ml)	125	포장 단위	묶음(1세트*3개)
주요 성분	사과, 당근, 레몬, 산화 방지제 (비타민 C), 구연산	포장 형태	카턴팩(벽돌타입)

Shop ④ 엔젤베이비(Angelbaby)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 유아용품 전문매장 · 판매 제품 특징 : 유아용품을 전문적으로 취급하며, 중간 가격 이상의 유모차, 침대등을 판매함. 수입제품도 취급함 · 매장 주변 특징 : 주로 병원근처에 점포를 설립하기 때문에, 주변에 병원이 있음 · 주요 고객층 : 지역주민 	<p>브랜드 기본 정보</p>  <p>1985년 설립된 대만의 유아용품 종합 유통 브랜드로, 국내 제품과 해외 유아용품을 함께 취급함. 유아용 식품뿐만 아니라 의류, 가구, 카시트, 생활용품 등 전품목의 유아용품을 취급하며, 타이베이시에 10개의 매장을 운영하고 있음</p>
	<p>조사 제품 수 : 3개</p>
<p>매장 정보</p>	
<p>위치</p>	<p>도시(지역) : 다안구(大安區)</p> <p>상세주소 : 1F. Aly. 7-1, Ln. 112, Sec. 4, Ren'ai Rd, Da'an Dist., Taipei City 106</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p>영유아음료 판매 정보</p>	<p>판매 영유아음료 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>베이칭천광종허퀴즈 (피죤코퍼레이션)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>프룬리파인주스 (유키스)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>디엔지에수에잉양잉핑 (산여우성찌)</p> </div> </div>
<p>사진자료: 현지 조사원 자료</p>	



제품명 (현지어)	베이칭천광종허썬쯔 (貝親晨光綜合果汁)						
제조사	피죤코퍼레이션 (PIGEON CORPORATION)	제품 종류	과일주스(종합)				
가격	<table border="1"> <tr> <td>묶음 단위</td> <td>날개</td> </tr> <tr> <td>139대만달러 (5,389원)</td> <td>46.3대만달러 (1,796원)</td> </tr> </table>	묶음 단위	날개	139대만달러 (5,389원)	46.3대만달러 (1,796원)	맛	포도, 사과, 바나나, 오렌지
묶음 단위	날개						
139대만달러 (5,389원)	46.3대만달러 (1,796원)						
원산지	일본	과즙 형태	과즙				
중량(ml)	125	포장 단위	묶음(1세트*3개)				
포장 형태	카턴팩(벽돌타입)	주요 성분	포도, 사과, 바나나, 오렌지, 산화 방지제 (비타민 C)				



제품명 (영어)	프룬리파인주스 (Prune Refine Juice)	제품명 (현지어)	樂黑棗汁
제조사	유키스 (Youkiss)	제품 종류	과일주스
가격	80대만달러 (3,102원)	맛	자두
원산지	대만	과즙 형태	과즙
중량(ml)	360	포장 단위	날개
인증 정보	품질인증: GMP, ISO22000, HACCP	포장 형태	플라스틱 병
주요 성분	물, 이소 말트 올리고당, 과당, 자두 농축액, 치커리 섬유		



제품명 (현지어)	디엔지에수에잉양잉핑 (電解水營養飲品)		
제조사	산여우성씨 (三友生技)	제품 종류	과일주스
가격	49대만달러 (1,900원)	맛	복숭아
원산지	대만	과즙 형태	과즙
중량(ml)	360	포장 단위	날개
인증 정보	품질인증: GMP ⁹⁾ , ISO22000, HACCP	포장 형태	플라스틱 병
주요 성분	정제수, 포도당, 설탕, 복숭아 원액(과즙), 구연산 칼륨, 염화나트륨, 구연산 나트륨, DL- 말산, 구연산, 향료, 비타민 B12 (말토 덱스트린, 비타민 B12), 아르기닌, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6		

9) GMP(Good Manufacturing Practice): 품질기준에 적합한 제품임을 인증함

II. Competitor

SUMMARY

1. 대만 영유아음료 경쟁기업 포지셔닝
2. 대만 영유아음료 경쟁기업 현황
3. 대만 영유아음료 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

대만(TAIWAN) 영유아음료 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

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



대만 (TAIWAN) 영유아음료 경쟁기업 분석

생산지 구분	브랜드 국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
해외 생산	프랑스	비타제미너 (Vitagermine)	<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"> 100% 과일 설탕 무첨가 염료 및 보존제 무첨가 프랑스에서 제조 	2개
	독일	힙 (Hipp)	<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"> 유기농 제품 설탕 무첨가 인공 설탕 및 향료 사용 안함 식물 자체의 독특한 향 보유 비타민 C 첨가 저산성 주스 4개월 이상 유아 섭취 색소첨가제, 보존제, 향미첨가제 무첨가 	6개
	일본	피죤 (Pigeon)	<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"> 설탕, 소금 무첨가 100% 과일의, 100% 야채의 섭취 권장 연령 제시 	4개
대만 생산	일본	카고메 (Kagome)	<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"> 100% 소금, 설탕 무첨가 엄선된 고품질의 토마토와 안전한 야채 원액 함유량 100% 	2개
	미국	트리탑 (Treetop)	<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"> 100%사과의 100%주스 설탕, 인공첨가물 무첨가 USDA 유기농 인증 제품 	10개
	대만	이메이푸드 (I-Mei Foods)	<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"> 100%순수한맛 설탕, 인공첨가물 무첨가 어린이를 위한 주스 	5개

(*) 현지 판매 영유아음료 제조기업 6개사 분석

1. 대만 영유아음료 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 해외 브랜드 기업 5곳, 현지 브랜드 기업 1곳 선정

대만 오프라인 매장에서 확인된 경쟁기업은 총 9개사임. 그 중 동일 브랜드의 제품이 2개 조사된 프랑스 기업 비타저민, 독일 브랜드 힙, 일본 브랜드 피죤, 대만 브랜드 이메이 푸드를 우선 경쟁기업으로 선정함. 그리고 나머지 5개사 중 브랜드의 국적과 기업의 규모를 기준으로 미국 기업인 트리탑과 일본 기업 카고메를 경쟁기업으로 선정함. 이에 따라 프랑스, 독일, 일본, 미국 국적의 해외 기업 5곳과 대만 국적의 기업 1곳을 포함하여 총 6개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 6개사, 영유아음료 동일품목 종류 조사

대만에 진출한 경쟁기업 6개사의 시장 경쟁력을 비교하기 위해, 각 기업이 현재 판매하고 있는 과일 또는 야채주스 중 어린이가 섭취 가능한 제품의 품목 수를 조사함. 그 결과, 총 10개의 과일 또는 야채주스를 보유한 미국기업 트리탑이 가장 많은 동일 품목 수를 기록하였으며, 다음으로 6개의 동일품목 제품을 보유한 독일 기업 힙이 두 번째로 높은 수치를 보임. 동일품목 수가 가장 적은 기업은 비타제미너와 카고메로, 두 기업은 유기농 과일과 야채를 활용한 다양한 주스 제품을 보유하고 있지만 어린이를 대상으로 한 주스 제품은 2개 품목으로 확인됨

[표 2.1] 대만 영유아음료 브랜드의 시장 경쟁력 현황

경쟁사	기업 국적	동일품목 수
비타제미너 (Vitagermine)	프랑스	2개
힙 (Hipp)	독일	6개
피죤 (Pigeon)	일본	4개
카고메 (Kagome)	일본	2개
트리탑 (Treetop)	미국	10개
이메이푸드 (I-Mei Foods)	대만	5개

자료 : 대만 진출 영유아음료 제조기업 6개사 분석 결과

2. 대만 영유아음료 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 대만 오프라인 및 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 슈퍼마켓과 유아용품 전문매장에 진출하였으며, 경쟁기업 6개사 중 5개사의 제품이 슈퍼마켓 매장에서 확인됨. 현지 슈퍼마켓 매장 중 가장 많은 경쟁제품이 조사되었던 웰컴에서는 트리탑, 이메이푸드, 카고메 3개사의 제품이 조사되었고, 브리즈슈퍼 매장에서는 비타제미너와 힙 2개사의 제품이 확인됨. 나머지 1개사는 피존으로, 유아용품 전문매장인 엔젤베이비에서 경쟁제품이 조사됨. 이와 함께 경쟁기업 6개사는 모두 대만 온라인 몰에 진출해있는 것으로 확인됨. 경쟁기업 6개사가 주로 진출한 온라인 몰은 대만 온라인 리테일 시장 점유율 2위인 야후쇼핑과 4위의 사피이며, 일부 경쟁기업은 큐텐과 자사 온라인 몰에 진출한 것으로 확인됨

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

대만 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 이용하고 있는 것을 확인함. 특히 6개사 모두 SNS 홍보 채널로 페이스북을 이용하고 있으며, 페이스북을 통해 신제품의 소식, 제품 정보등을 고객과 공유함. 6개사의 자사 홈페이지는 주로 기업 소개와 제품의 정보를 제공하는 역할을 하고 있으며, 프랑스 기업인 비타제미너와 미국 기업인 트리탑은 대만 홈페이지가 아닌 글로벌 홈페이지를 운영함. 또한 비타제미너와 피존, 카고메의 경우, 자사 홈페이지를 통해 자사의 온라인 몰이나 온라인 판매 페이지로 연결될 수 있지만 비타제미너의 온라인몰은 프랑스를 기준으로 운영됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 '100%과일 또는 야채'와 '무첨가제'를 강조하여 홍보

대만 시장에 진출한 경쟁사의 제품은 주로 '100%과일', '100%야채' 또는 '무설탕'을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 경쟁제품이 어린이를 대상으로 한 과일 또는 야채주스이기 때문에, 자연재료인 과일과 야채를 100% 사용하여 어린이에게 유해할 수 있는 첨가제를 사용하지 않았다는 것을 강조함. 이외에도 경쟁기업 중 힙과 트리탑의 경우 유기농 인증 마크로 유기농 제품임을 강조하였으며, 힙과 피존은 제품의 권장 연령대를 제시하는 홍보 문구로 세분화된 기준으로 제품의 특징을 강조함

[표 2.2] 대만 영유아음료 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
비타제미니 (Vitagermine)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 브리즈슈퍼 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 과일 설탕 무첨가 염료 및 보존제 무첨가 프랑스에서 제조
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사온라인몰 - 샤피 - 야후쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 	
힙 (Hipp)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 브리즈슈퍼 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품 설탕 무첨가 인공 설탕 및 향료 사용 안함 식물 자체의 독특한 향 보유 비타민 C 첨가 저산성 주스 4개월 이상 유아 섭취
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 샤피 - 큐텐 - 야후쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 	
피죤 (Pigeon)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 엔젤베이비 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 색소첨가제, 보존제, 향미첨가제 무첨가 설탕, 소금 무첨가 100% 과일의, 100% 야채의 섭취 권장 연령 제시
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사온라인몰 - 큐텐 - 야후쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브 - 자사앱 	
트리탑 (Treetop)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 웰컴 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 100%사과의 100%주스 설탕, 인공첨가물 무첨가 USDA 유기농 인증 제품
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 샤피 - 야후쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 링크드인 - 트위터 	
카고메 (Kagome)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 웰컴 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 소금, 설탕 무첨가 엄선된 고품질의 토마토와 안전한 야채 원액 함유량 100%
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사온라인몰 - 샤피 - 야후쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 	
이메이푸드 (I-Mei Foods)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 웰컴 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 순수한 맛 설탕, 인공첨가물 무첨가 어린이를 위한 주스
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 샤피 - 야후쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 유튜브 - 페이스북 	

자료 : 대만 진출 영유아음료 제조기업 6개사 분석 결과

3. 대만 영유아음료 제조 경쟁기업 분석

동일품목 종류

① 쿨 애플 주스 망고 아세로라

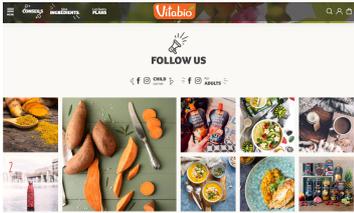


② 쿨 라즈베리 주스 아세로라



자료: 비타바이오 홈페이지
(www.vitabio.fr)

① 비타제미너(Vitagermine)

기업 기본 정보	기업명	비타제미너(Vitagermine)	
	홈페이지	www.vitagermine.com	
	위치	Parc d Activites du Courneau Rue du Pre Meunier Canejan Cestas, 33612 France	
	규모	동일품목 수	2개
설립년도		1962년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 브리즈슈퍼	제품명	쿨주스레이즌프램보아스 (Cool jus RAISIN FRAMBOISE)
		용량	105ml
	가격	79대만달러 (3,646원)	
	제품 종류	과일주스(혼합)	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 자사온라인몰 사피 야후쇼핑	제품명	오가닉프룻주스 (Organic Fruit Juice)
		용량	105ml
	가격	75대만달러 (2,908원)	
	제품 종류	과일주스(혼합)	
기업 홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 기업 및 제품 소개 제품 활용 레시피 및 제품 관련 건강 정보 제공 온라인 물 운영 SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램) 어린이 제품용 SNS 채널 별도 운영 홈페이지 온라인 물과 연계 	<ul style="list-style-type: none"> 1 bottle = 1 serving of fruit 100% Fruits Stop stopper! No added sugar* No dyes** or preservatives** Made in France 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 과일 설탕 무첨가 염료 및 보존제 무첨가 프랑스에서 제조

사진자료: 비타바이오 홈페이지, 사피 홈페이지

●
동일품목 종류

① 오가닉 루비 멀티 주스



② 오가닉 컴프리헨시브 애플 파인애플 주스



③ 오가닉 애플 주스



④ 오가닉 컴프리헨시브 애플 그레이프 주스



⑤ 오가닉 페어 주스



⑥ 오가닉 블랙 주주베 주스



자료: 힙 홈페이지

② 힙(Hipp)

기업 기본 정보	기업명	힙 (Hipp)
	홈페이지	www.hipp.com.tw
	위치	HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG Georg-Hipp-Straße 7 D-85276 Pfaffenhofen
	직원수	약 2,000명
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 6개 설립년도 1932년
	〈오프라인 매장〉 브리즈슈퍼	 <p>제품명 힙애플그레이프주스 (Hipp Apple Grape Juice) 용량 200ml 가격 85위안 (3,295원) 제품 종류 과일주스(혼합)</p>
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 샤피 큐텐 야후쇼핑	 <p>제품명 힙오가닉블랙주스 (Hipp Organic Black Juice) 용량 200ml 가격 69위안 (2,675원) 제품 종류 과일주스(혼합)</p>
	기업 홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼(페이스북) 제품 홍보 및 SNS이벤트 진행 <p>"No added sugar" HiPP Organic Juices are all made from naturally ripened fruits and are squeezed from freshly harvested fruits. Fruits are grown according to strict organic farming rules, and no fertilizers or pesticides are used; fruits and vegetables slowly mature in the most natural environment, emitting the unique aroma of the plant itself, so no artificial sugar or flavor is needed. Vitamin C is added to the juice, and low-acid juice is used, which is suitable for the sensitive stomach of the baby.</p>
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품 설탕 무첨가 인공 설탕 및 향료 사용 안함 식물 자체의 독특한 향 보유 비타민 C 첨가 저산성 주스 4개월 이상 유아 섭취

사진자료: 힙 홈페이지, 샤피 홈페이지

동일품목 종류

① 애플주스



② 옐로우그린베지터블 그레이프 주스



③ 옐로우그린베지터블 애플주스



④ 캐롯애플주스



자료: 피죠타이완 홈페이지

③ 피죤(Pigeon)

기업 기본 정보	기업명	피죤(Pigeon)	
	홈페이지	www.pigeonbaby.com.tw	
	위치	4 - 4 Nihonbashi Hisamatsu-cho Chuo-ku, Tokyo 103-8480 Japan	
	매출액('18)	1,047억 4,700만엔 ¹⁰⁾ (114조 7,493억 원)	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	4개
	설립년도	1957년	
기업 홍보 채널	제품명	베이칭천광종합과즙 (貝親晨光綜合果汁)	
	용량	125ml*3개입	
	가격	139대만달러 (5,389원)	
	제품 종류	과일주스(종합)	
기업 홍보 채널	제품명	베이비주스드링크프루트믹스 (Baby Juice Drinks-Fruit Mix)	
	용량	125ml*3개*4세트	
	가격	447대만달러 (17,330원)	
	제품 종류	과일주스(종합)	
기업 홍보 문구	자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지 - 기업 및 제품 소개, 홍보 - 대만에서 유통되는 온라인몰 운영 	
	SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브, 자사앱)	<ul style="list-style-type: none"> - SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브, 자사앱) - 제품 소개 - 제품 관련 이벤트 정보 공유 	
기업 홍보 문구	Product Feature Description	<p>★ This product has no added colorants, preservatives, flavors, and no sugar. ★ Drink the original flavor of apple, 100% apple juice is a mild drink suitable for babies. ★ Can be used as a hydration supplement for babies when eating snacks or going out.</p>	
	홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 색소첨가제, 보존제, 향미첨가제 무첨가 • 설탕, 소금 무첨가 • 100% 과일의, 100% 야채의 • 제품별 섭취 권장 연령 제시 	

사진자료: 피죠타이완 홈페이지 및 페이스북, 큐텐 홈페이지

10) 100엔= 1,095.49원(2019.12.09.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 유기농애플주스박스



② 애플페어주스박스



③ 애플주스박스



자료: 트리탑 홈페이지

④ 트리탑(Tree top)

기업 기본 정보	기업명	트리탑(Tree top)
	홈페이지	www.treetop.com
	위치	220 E. Second Ave Selah, WA 98942 1-509-697-7251
	규모	동일품목 수 10개 ¹¹⁾ 설립년도 1960년
기업 진출 채널	제품명	수딩100%미타오쥬어픽쥬 (樹頂100%蜜桃綜合果汁)
	용량	200ml
	가격	143대만달러 (5,544원)
	제품 종류	과일주스
기업 홍보 채널	제품명	트리탑100% 애플주스 (Treetop 100% Apple Juice)
	용량	200ml*24개입
	가격	600대만달러 (23,262원)
	제품 종류	과일주스
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 기업 및 제품 소개와 홍보 제품 활용 레시피 제공 영양 정보 제공 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 링크드인, 트위터, 유튜브) 제품 홍보
		<ul style="list-style-type: none"> 100%사과의 100%주스 설탕, 인공첨가물 무첨가 USDA 유기농 인증 제품

사진자료:트리탑 홈페이지, 샤피 홈페이지

11) 트리탑의 유기농 과일 주스 제품은 영유아부터 온가족이 섭취할 수 있는 과일 또는 야채주스임. 이에 영유아가 섭취할 수 유기농 과일 주스 중 64온스 이상의 대용량 제품을 제외한 제품을 동일 품목으로 그 수를 확인함

동일품목 종류

① 치아오후 케고 메이판 오차드 100% 토마토 애플 주스



② 치아오후 케고 메이판 오차드 100% 컴프리헨시브 베지탈블 주스



자료: 카고메 대만 홈페이지

⑤ 카고메(Kagome)

기업 기본 정보 ¹²⁾	기업명	카고메(Kagome)	
	홈페이지	www.kagome.com.tw	
	위치	No. 394, Xiaoxinying, Shanhua District, Tainan City	
	자본금	3억 1,600만 위안 ¹³⁾ (533억 6,608만 원)	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	2개
	설립년도	1967년	
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 웰컴	제품명	커피메이판퀵원100%판치에 핑궈즈 (Grand Kirin IPA)
		용량	200ml
	〈온라인 매장〉 자사온라인몰 샤피 야후쇼핑	가격	20대만달러 (775원)
		제품 종류	야채주스
기업 홍보 문구	자사 홈페이지	제품명	코코아토마토애플애플주스 (Cocoa Tomato and Apple Juice)
		용량	200ml*24개입*4박스
	100% 無添加糖·鹽	가격	1,350대만달러 (52,340원)
		제품 종류	과일야채주스

12) 카고메(Kagome)는 일본의 식품 브랜드이지만, 대만 내 공식 기업 홈페이지를 보유하고 있음. 따라서 모기업인 일본 카고메 기업 정보가 아닌, 대만 카고메 기업 정보를 조사함

13) 1위안= 168.88원(2019.12.09.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 지아오바오지오렌지주스



②

지아오바오지그레이프푸어주스



③ 지아오바오지베리타블주스 (그레이프베리)



④ 지아오바오지베리타블주스 (애플오렌지)



⑤ 지아오바오지애플푸어주스



자료: 이메이푸드 온라인몰

⑥ 이메이푸드(I-Mei Foods)

기업 기본 정보	기업명	이메이푸드(I-Mei Foods)		
	홈페이지	www.imeifoods.com.tw		
	위치	10F., No.88, Sec. 2, Hsin-Yi Rd., Taipei, Taiwan 10641		
	직원수	3,000명		
	규모	동일품목 수	5개	
기업 진출 채널	설립년도	1934년		
	〈오프라인 매장〉 웰컴	제품명	이메이(빠오)씨수퀴즈푸타오메이 이쥘 (義美寶吉純果汁葡萄綜合)	
		용량	125ml*6개입	
		가격	66대만달러 (2,559원)	
	〈온라인 매장〉 아후쇼핑 사피	제품명	이메이지아오바오지푸어 프룻트주스 (Yimei Xiaobaoji Pure Fruit Juice)	
용량		125ml*24개입		
가격		236대만달러 (9,150원)		
	제품 종류	과일야채주스(종합)		
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 - 온라인 판매 페이지(자사몰)연결 SNS 플랫폼(유튜브, 페이스북) - 제품 홍보 미디어 공유 		
	홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 100%순수한맛 설탕, 인공첨가물 무첨가 어린이를 위한 주스 <p>◆鮮果實製果汁100%의純粹鮮滋味! ◆含多種化糖素、鐵、磷豐富營養! ◆不含人工添加物 ◆份量適合兒童，開心飲用無負擔!</p>		

사진자료: 이메이푸드 홈페이지

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 루이동회주식유한회사
(綠動會股份有限公司)

Interview ② 아이얼러실업유한회사
(艾兒樂興業有限公司)

Interview ③ 아프리맥스(Aprimax)

Interview ④ 하이베베(Hi Bebe)

Interview ⑤ 리얼차이자(麗兒采家)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

대만 (TAIWAN)
유아용 과일주스 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
 · 식품 수입유통업체 ○
 · 유아용 주스 취급 경험 ○

	루이동회 주식유한회사 (綠動會 股份有限公司)	아이얼러 실업유한회사 (艾兒樂 興業有限公司)	아프리맥스 (Aprimax)	하이베베 (Hi Bebe)	리얼차이저 (麗兒采家)
업체 ▶	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
유아용 주스 취급 ▶					
	유아용 과일주스	유아용 과일주스	유아용 과일주스	유아용 과일주스	유아용 과일주스

사진자료: 루이동회주식유한회사(綠動會股份有限公司), 아이얼러실업유한회사(艾兒樂興業有限公司),
 아프리맥스(Aprimax), 하이베베(Hi Bebe), 리얼차이저(麗兒采家) 라쿠텐 홈페이지

대만(TAIWAN)
유아용 과일주스 바이어 인터뷰

A사	루이동회주식유한회사 (綠動會股份有限公司)	아이얼러실업유한회사 (艾兒樂興業有限公司)	아프리맥스 (Aprimax)	하이베베 (Hi Bebe)	리얼차이저 (麗兒采家)
	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
14) 0.64달러 (760원) 제품 가격	용량대비 적당한 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 적당한 가격	79-99대만달러 (3,095-3,879원)	69-69대만달러 (2,703-2,703원), 유기농일 경우 더 비쌌	유사제품이랑 비교했을 때 저렴한 편
100ml 제품 용량	100-120ml	100-120ml	100ml	80ml, 100ml, 128ml	90ml
플라스틱 파우치 제품 포장	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치

(* 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사)

14) 1달러=1,188.00원(2019.12.12., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 루이동회주식유한회사 (綠動會股份有限公司)



15)

루이동회주식유한회사
(綠動會股份有限公司)

전문가 소속

루이동회주식유한회사
(綠動會股份有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Wu
(CEO)



Babybio 2019 * New flavour *



Babybio 有機纖果泥90g系列 * 新品上市 *
有機蘋果 無花果纖果泥 | 有機純鮮黑棗纖果泥 | 有機奇異果 芒果 椰奶纖果泥



루이동회주식유한회사(綠動會股份有限公司) CEO, Mr. Wu

루이동회주식유한회사는 2009년에 설립된 수입산 유아용 식품 전문 유통업체로, 유아용 주스, 이유식, 간식 등을 취급하고 있음. 제품은 주로 영국, 프랑스, 일본으로부터 수입하여 대만 내 대형마트, 백화점, 약국, 유아용 식품 전문매장 등으로 납품하고 있음. 오프라인 판매업체 외에도 쇼피(蝦皮購物), 라쿠텐(樂天) 등의 유명 온라인 매장으로 납품함

15) 사진자료: 루이동회주식유한회사(綠動會股份有限公司) 홈페이지 (greesuntaiwan.wordpress.com)



가격 0.64달러
(760원)

용량 100ml

포장 플라스틱
파우치

Q1. 최근 대만 내 유아용 식품의 트렌드가 어떻게 되나요?

대만 유아용 식품 시장에서 가장 인기 있는 품목은 과자와 이유식입니다. 주스의 경우, 유사 제품인 푸레보다 수요가 낮습니다. 한국 식품의 경우 3-4년 전까지 수요가 굉장히 많았으나, 점차 인기가 떨어졌습니다. 한국식품은 유사제품들의 포장이 대부분 비슷하고 별도의 증문라벨이 없어 현지 소비자들은 제품을 구분하지 못하여 구매하지 않는 경우가 많습니다.

Q2. 현지 소비자들이 선호하는 유아용 식품의 특징은 무엇인가요?

대만 소비자들은 천연 재료를 사용하고 부가적인 첨가물이 함유되지 않은 제품을 선호하며, 유기농 식품의 선호도가 특히 높습니다. 유아용 과일주스의 경우, 배, 사과, 무화과 맛 제품의 수요가 많습니다. 제품 원산지는 유럽산과 일본산 제품의 인지도가 높은 편입니다. 특히 유럽 제품들은 대부분 유기농 인증을 보유하고 있어서 부모들이 많이 선호합니다.

Q3. 당사 제품 중 가장 수요가 많은 유아용 주스는 무엇인가요?

유아용 주스 중에서는 사과+무화과 맛의 제품이 가장 수요가 많습니다. 해당 제품의 원료는 유기농 사과 69%, 유기농 무화과 30%, 유기농 레몬 1%입니다. 플라스틱 파우치에 담겨있으며, 과일 이미지와 증문라벨이 부착되어 있어 소비자들이 제품을 구분하고 기억하기에 용이하게 제작되어 있습니다. 대만에서는 제품의 효능을 홍보하는 것이 금지되어 있어서 비타민 함량만이 강조되어 있습니다.

Q4. 유아용 주스의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

일반적으로 9개월 이상의 아이들이 섭취하는 유아용 주스의 용량은 100ml가 적당합니다. 대만 시장에서 판매하는 유아용 주스의 용량은 보통 100-120ml입니다. 가격의 경우, A사의 760원은 적당한 가격대라고 생각합니다.

Q5. 감기예방에 좋은 과일, 채소, 한약재가 함유된 유아용 주스를 어떻게 홍보하는 것이 좋을까요?

감기예방에 좋은 원료를 사용하는 것은 좋으나, 제품 포장지에 “감기예방”이라는 문구를 표기할 수 없습니다. 대만에서는 기능성 홍보 문구의 표기가 금지되어 있습니다. 대만에는 SNS 홍보가 아직 활성화되지 않아서, 온·오프라인 판촉활동이나 할인행사를 통해 제품의 인지도를 쌓는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 아이얼러실업유한회사 (艾兒樂興業有限公司)



16)

아이얼러실업유한회사
(艾兒樂興業有限公司)

전문가 소속

아이얼러실업유한회사
(艾兒樂興業有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Lai
(Purchasing Manager)



아이얼러실업유한회사(艾兒樂興業有限公司) Purchasing Manager, Ms. Lai

아이얼러실업유한회사는 2012년에 설립된 수입유통업체로, 유아용 주스, 장난감, 시트, 유모차, 담요, 침구 등을 취급하고 있음. 대부분 한국, 일본,, 미국으로부터 수입함. 다만 내 유아용 제품 전문매장과 유명 온라인 매장으로 유통하고 있으며, 자체 온라인 매장도 운영 중임. 취급 브랜드로는 스티키벨리스(Sticky Bellies), 라퍼티스 가든(Rafferty's Garden), 이큐비(EQB) 등이 있음

16) 사진자료: 아이얼러실업유한회사(艾兒樂興業有限公司) 홈페이지 (www.smallloft.com.tw)



Pear & Platycodon

가격	0.64달러 (760원)
용량	100ml
포장	플라스틱 파우치

Q1. 최근 대만 내 유아용 식품의 트렌드가 어떻게 되나요?

대만 부모들은 유아용 식품으로 과자와 이유식을 가장 많이 구매하며, 그 다음으로 많이 구매하는 것은 건과일과 과일주스입니다. 소비자들은 과자같은 간식류를 구매 시 고려하는 것이 많지 않지만, 과일주스나 이유식을 구매할 때는 여러 요소를 따져보고 구매합니다.

Q2. 현지 소비자들이 유아용 주스 구매 시 무엇을 고려하나요?

부모들이 유아용 주스를 구매할 때 가장 먼저 확인하는 것은 원산지입니다. 소비자들은 유럽, 뉴질랜드, 호주산 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 해당 국가로부터 수입된 제품은 품질이 좋고 안전하다는 인식이 있습니다. 그 다음으로 고려하는 것은 유기농 인증이며, 그 후에 제품의 브랜드와 가격에 대해 종합적으로 고려하여 제품 구매 여부를 결정합니다.

Q3. 당사 제품 중 인기 유아용 주스의 포장 디자인은 어떠한가요?

가장 수요가 많은 영유아 주스는 호주산 라퍼티스 가든(Rafferty's Garden)의 사과 맛 주스입니다. 100% 생과일로만 만들어 졌으며, 포장 겉면에 사과 이미지가 그려져 있어 소비자들이 쉽게 구분할 수 있습니다. A사 제품은 디자인이 귀엽고 보유하고 있는 인증도 많지만 포장지를 보고 직관적으로 어떠한 제품인지 알아볼 수가 없습니다. 동물 그림보다는 과일, 채소 등의 이미지를 강조하여 소비자들이 그림만으로도 어떤 제품인지 떠올릴 수 있도록 하는 것이 좋습니다.

Q4. 유아용 주스의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

제품의 용량은 100-120ml가 가장 적당하며, A사의 제품 가격은 저희가 판매하는 다른 유사제품이랑 비교했을 때 적당한 편입니다.

Q5. 감기예방에 좋은 과일, 채소, 한약재가 함유된 유아용 주스의 수요는 어느 정도일까요?

해당 제품의 수요는 꽤 많을 것 같습니다. 특히, 채소가 포함되어 있어 아이들이 영양소를 골고루 섭취할 수 있기 때문에 부모들이 선호할 것 같습니다. 하지만 제품에 감기예방 효과가 있다는 점은 대만 규정 상 표기할 수 없기 때문에 유의해야 합니다.

Interview ③ 아프리맥스(Aprimax)



17)

아프리맥스
(Aprimax)

전문가 소속

아프리맥스
(Aprimax)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Liu
(Product Manager)



아프리맥스(Aprimax) Product Manager, Ms. Liu

아프리맥스는 2014년에 설립되어 다양한 유아용 식품 및 용품을 취급하는 수입유통업체임. 주로 한국, 유럽, 미국산 제품을 판매하고 있으며, 취급 브랜드로는 네이처초이스(Nature Choice), 베이비가닉스(Babygannics), 니스넬라(Niss Nella), 레드루트(Red Root) 등이 있음. 제품은 자사 홈페이지 및 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 판매하고 있으며, 대만 내 유아용 제품 전문매장, 마트, 프리미엄 백화점으로 납품하고 있음

17) 사진자료: 아프리맥스(Aprimax) 홈페이지 (aprimax.com)



가격 0.64달러
(760원)

용량 100ml

포장 플라스틱
파우치

Q1. 최근 대만 내 유아용 식품의 트렌드가 어떻게 되나요?

유아용 식품 중에서는 쌀과자, 건과일, 이유식 순으로 수요가 많으며, 주스는 상대적으로 수요가 떨어집니다. 대만 소비자들은 색소나 방부제가 첨가되지 않은 천연 제품을 선호하는데, 대만의 과일 시장 규모는 굉장히 크기 때문에 생과일 주스를 어디서든 쉽게 구할 수 있습니다. 따라서 소비자들은 굳이 어린이용 과일 주스를 구매하지 않습니다.

Q2. 대만 내 한국산 유아용 식품의 인지도는 높은 편인가요?

5년 전 대만에서 한국 드라마와 케이팝의 인기가 굉장히 높아져서, 한국산 제품의 수요가 전반적으로 많았습니다. 하지만 최근 3-4년 간 유아용 제품을 생산하는 한국 업체가 20-30개로 늘었으며, 제품들의 포장 및 특징이 전부 비슷하여 각 제품만의 특색이 사라지자 판매량이 줄어들기 시작했습니다.

Q3. 현지 소비자들이 유아용 주스 구매 시 무엇을 고려하나요?

유아용 주스 구매 시 소비자들이 우선적으로 확인하는 것은 제품의 영양성분표입니다. 부모들은 나트륨 및 당 함량이 적은 제품을 선호합니다. 대만에서는 일본산 제품의 나트륨 함량이 높다는 인식이 있어서 일본산 제품은 선호도가 다소 낮습니다. 제품 원산지의 경우, 유럽산 제품이 가장 선호됩니다. 하지만 아무리 좋은 제품이어도 가격 경쟁력이 없으면 판매량이 낮습니다.

Q4. 당사 제품 중 가장 수요가 많은 유아용 주스는 무엇인가요?

가장 수요가 많은 유아용 주스는 한국 B사의 도라지+배, 대추+배 맛의 주스입니다. 앞서 한국산 제품의 인기가 떨어졌다고 말했지만, B사 제품은 저희 업체가 처음으로 대만 시장에 진출시킨 제품으로, 제품 홍보와 판매를 진행한 지 4년이 넘었기 때문에 안정적인 고객층을 확보한 상태입니다. 대만에서 한국산 배는 이미 유명하며, 배를 도라지나 대추와 결합시킨 제품은 대만시장에서 보기 드문 조합이어서 많은 소비자들이 선호합니다.

Q5. 유아용 주스의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

대만 시장에서 판매하는 유아용 과일 주스의 용량은 대부분 100ml이며, 가격대는 79-99대만달러(3,095-3,879원)입니다. 제품의 소매가가 이 가격범위를 벗어나지 않는다면, 시장 경쟁력이 있다고 생각합니다.

Interview ④ 하이베베(Hi Bebe)



18)

하이베베
(Hi Bebe)

전문가 소속

하이베베
(Hi Bebe)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Lvy
(Purchasing Manager)



代理品牌



하이베베(Hi Bebe)

Purchasing Manager, Ms. Lvy

하이베베는 유아용 제품을 전문으로 취급하는 수입유통업체임. 취급 품목으로는 유아용 주스, 장난감, 과자, 식기류, 소스류, 침구류 등이 있음. 제품들은 대부분 한국, 유럽, 일본, 미국으로부터 수입하여 대만 내 영유아 전문매장 및 백화점으로 납품하고 있음. 이 외에도 쇼피(蝦皮購物), 라쿠텐(樂天) 등의 유명 온라인 매장으로 유통하고 있음. 자사 홈페이지와 라인, 유튜브 등의 SNS 플랫폼을 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

18) 사진자료: 하이베베(Hi Bebe) 홈페이지 (www.fldco888.com)



가격	0.64달러 (760원)
용량	100ml
포장	플라스틱 파우치

Q1. 유아용 식품 품목 별 수요가 어떻게 되나요?

가장 판매량이 높은 제품은 유기농 백미와 현미를 원료로 하는 쌀과자입니다. 그 다음으로 판매량이 높은 제품은 건과일이며, 과일주스의 판매량은 높지 않습니다. 쌀과자는 섭취가 편리하고 건강하며, 배고픔을 해결할 수 있는 간식이기 때문에 인기가 높습니다. 과일푸레보다는 과일주스의 수요가 많으며, 부모들은 외출 시 아이들의 수분보충용으로 주스를 구매합니다.

Q2. 현지 소비자들이 유아용 주스 구매 시 무엇을 고려하나요?

많은 소비자들이 유아용 식품 구매 시 제품 브랜드를 고려합니다. 많은 부모들이 신뢰하고 구매하는 제품은 인지도가 높고 품질이 좋기 때문입니다. 그 후에는 제품의 원료와 원산지를 확인합니다. 제품 원료에 따라 소비자들이 선호하는 원산지가 상이합니다. 예를 들어 배와 딸기를 한국산 제품이 유명하고 파인애플은 대만 현지산, 유기농 채소는 유럽, 미국, 캐나다산 제품의 인기가 높습니다.

Q3. 당사 제품 중 인기가 높은 유아용 주스는 무엇인가요?

유아용 주스 중 가장 인기가 높은 제품은 엘빈즈(爰彬思)의 사과+매실 주스와 배+도라지 주스입니다. 두 제품은 맛이 달달하여 아이들의 입맛에 잘 맞으며, SGS, HACCP, ISO 등 많은 인증을 보유하고 있어 제품 신뢰도가 높습니다. 이 외에도 다양한 온·오프라인 채널을 통해 소개가 되어 인지도가 높으며 제품 포장도 아이들이 좋아하는 디자인으로 제작되어 있습니다.

Q4. 유아용 주스의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

유아용 주스의 수용 가능한 가격대는 69-69대만달러(2,703-2,703원)이며, 유기농 제품일 경우 99-125대만달러(3,879-4,898원) 정도로 판매합니다. 엘빈즈 제품은 80ml의 제품 세 개에 199대만달러(7,797원)입니다. 제품 용량은 80ml, 100ml, 128ml가 가장 일반적입니다.

Q5. 감기예방에 좋은 과일, 채소, 한약재가 함유된 유아용 주스가 출시된다면 판매할 의향이 있나요?

해당 제품을 판매할 의향이 있습니다. 감기예방 효과가 있다는 것은 제품의 경쟁력이 되기에 충분합니다. 다만, 직접적으로 제품의 감기예방 효과를 드러내는 것은 금지되어 있기 때문에, 제품의 주요성분과 비타민 함량을 강조하는 것이 좋습니다.

Interview ⑤ 리얼차이저(麗兒采家)



19)

리얼차이저
(麗兒采家)

전문가 소속

리얼차이저
(麗兒采家)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Wu
(Purchasing Manager)

 <p>BABYBIO 有機果泥90g(13款可選)-法國原裝進口6個月 60-80元 62元</p> <p>5倍 0點數</p> <p>★★★★☆ (8)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>	 <p>10包/箱</p> <p>美好人生-稻鴨米餅(25入)*10包(乙箱)好窩生活節 440元 90元</p> <p>5倍 45點數</p> <p>★★★★★ (4)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>	 <p>法國 BABYBIO 有機蔬菜泥/果泥130ml(20款可選)-法國 70元 71元</p> <p>5倍 0點數</p> <p>★★★★★ (7)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>	 <p>原味</p> <p>【期效至2020.03.21】日本 LEGUMES DE YOTEI 北海 200元 180元</p> <p>5倍 5點數</p> <p>★★★★★ (5)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>
 <p>美好人生-稻鴨米餅(25入)/包 好窩生活節 440元 95元</p> <p>5倍 0點數</p> <p>★★★★★ (10)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>	 <p>韓國 智慧媽媽 BEBECOOK 嬰兒初食海苔餅 12M+ (原 220元 189元</p> <p>5倍 5點數</p> <p>★★★★★ (8)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>	 <p>米大師 MasterMi 寶寶米餅/ 寶寶餅乾/磨牙棒-寶寶糖棒 96元 85元</p> <p>5倍 0點數</p> <p>★★★★★ (4)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>	 <p>美好人生 稻鴨米餅(地瓜/菠菜派) 箱購(10包一箱)好窩生活 4400元 1,190元</p> <p>6倍 55點數</p> <p>★★★★★ (2)</p> <p>放入購物車 <input type="checkbox"/></p>
			

리얼차이저(麗兒采家)

Purchasing Manager, Ms. Wu

리얼차이저는 1980년에 설립된 수입유통업체로, 유아용 제품을 취급하고 있음. 취급 품목으로는 유아용 주스, 장난감, 시트, 유모차, 담요, 침구, 바디케어용품 등이 있음. 대부분의 제품은 한국, 일본, 미국으로부터 수입하여 백화점, 영유아 전문매장, 유명 온라인 매장 등으로 납품하고 있음. 유통 외에도 자사 홈페이지와 오프라인 매장을 운영 중이며, 자사 홈페이지와 페이스북을 통해 자사 제품을 홍보 중에 있음

19) 사진자료: 라쿠텐(樂天) 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/rearhouse)



Pear & Platycodon

가격	0.64달러 (760원)
용량	100ml
포장	플라스틱 파우치

Q1. 최근 대만 내 유아용 식품의 트렌드가 어떻게 되나요?

최근 대만의 유아용 식품 시장에서는 유기농 쌀과자와 요거트 과자의 수요가 많습니다. 이러한 유아용 과자 중 한국 B사의 제품이 인기가 높으며, 가격이 상대적으로 저렴한 대만 현지산 제품들의 인기도 높습니다. 과일주스의 수요는 봄과 여름에 그나마 많으며, 가을과 겨울에는 수요가 낮습니다.

Q2. 현지 소비자들이 유아용 주스 구매 시 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 유아용 주스 구매 시 브랜드를 가장 중시합니다. 인지도가 높은 유명 브랜드의 제품일수록 많이 팔립니다. 브랜드 외에 제품 포장도 중요한 구매 요인 중 하나이며, 아이들이 좋아하는 캐릭터나 귀여운 디자인이 그려진 제품의 인기가 높습니다.

Q3. 당사 제품 중 인기가 높은 유아용 주스는 무엇인가요?

유아용 주스 중에서는 프랑스 산 베이비바이오(伴宝乐) 유기농 과일주스의 인기가 가장 높습니다. 해당 제품은 혼합과일 맛으로, 사과+딸기, 사과+복분자, 사과+오렌지+바나나, 키위+망고 등이 있습니다. 여러 과일이 섞인 제품은 다양한 비타민이 함유되어 있어 선호도가 높으며, 유기농 제품이어서 소비자들이 안심하고 구매합니다.

Q4. 유아용 주스의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

베이비바이오 제품의 용량은 90ml이며, 온라인 매장에서 판매하는 가격은 62 대만달러(2,429원)입니다. 이 정도의 가격대는 대부분의 소비자들이 수용하는 가격대입니다. A사 제품은 저희가 판매하는 가격보다 훨씬 더 저렴하여, 소비자들이 선호할 것 같습니다.

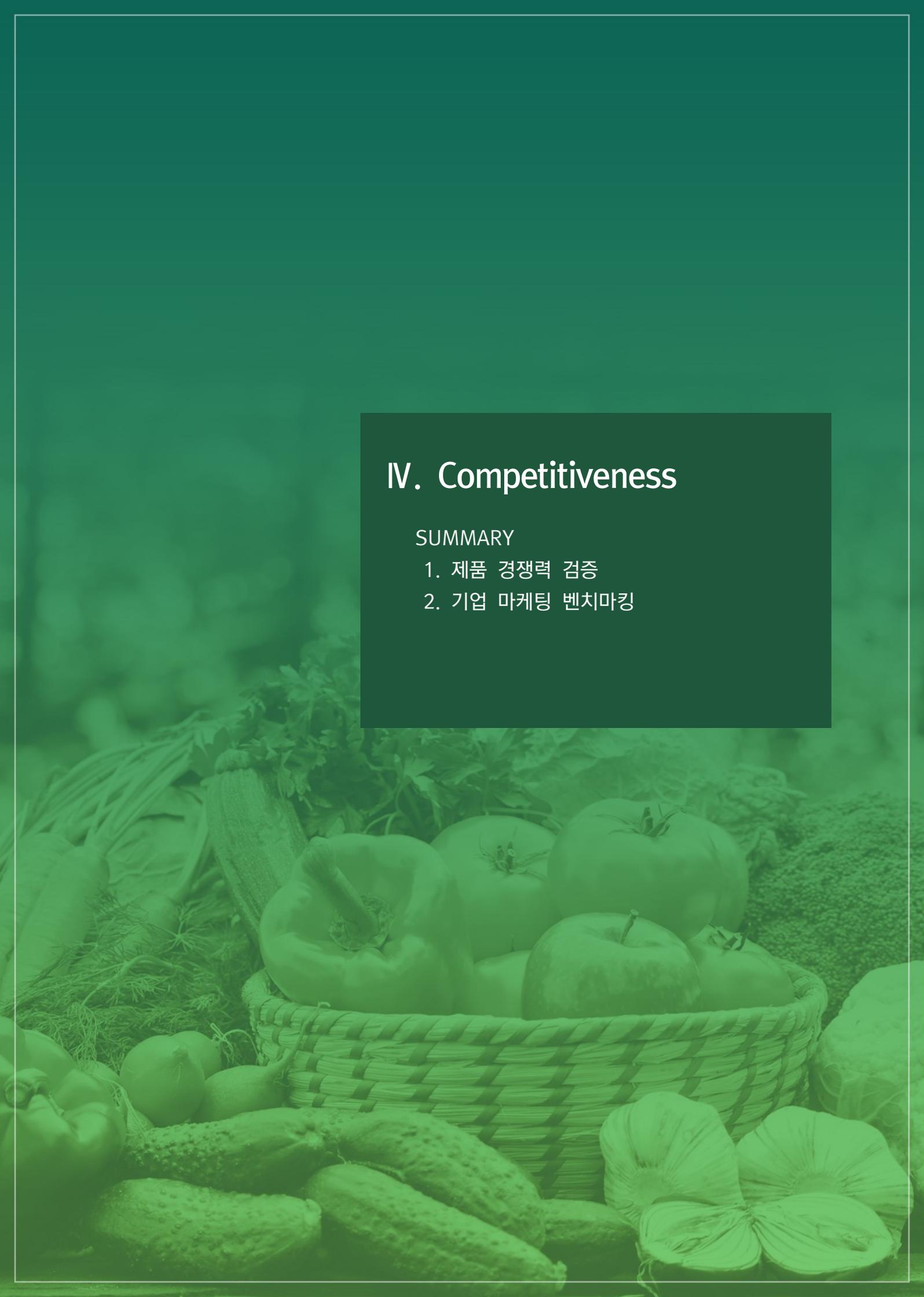
Q5. 감기예방 효과가 있는 제품의 홍보는 어떻게 하는 것이 좋을까요?

제품의 감기예방 효과는 유통업체에만 홍보할 수 있습니다. 하지만 유통업체는 제품의 효능보다 샘플 제공이나 납품가격 할인 등의 실질적인 지원에 더 관심이 많습니다. 소매업체에서 소비자들에게 해당 제품이 감기예방 및 면역력 향상에 도움이 된다고 얘기할 수는 있지만, 이를 제품 포장에 표기할 수는 없습니다. 따라서 소비자들이 직접적인 설명 없이도 제품의 효능을 알 수 있도록 원료를 중점적으로 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹



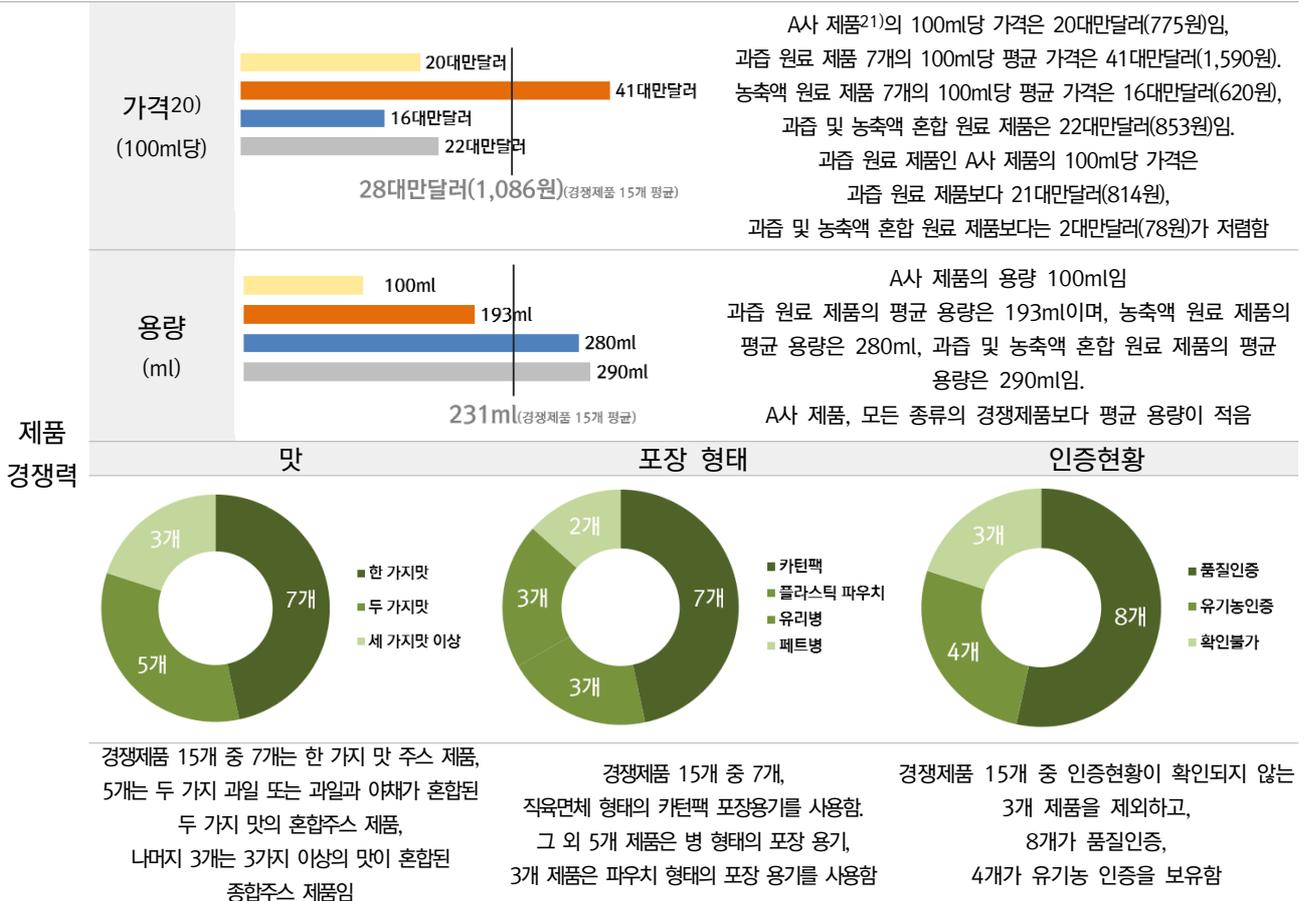
Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

대만 (TAIWAN) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품
 ■ 과즙 원료 제품
 ■ 농축액 원료 제품
 ■ 과즙 및 농축액 혼합 원료 제품

15개 경쟁제품 평균 경쟁력 평가 의견



대만 (TAIWAN) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사, 대만 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출	경쟁기업 6개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 모두 홍보 채널로 활용, SNS 플랫폼 중 주요 홍보 채널은 페이스 북 으로 확인됨	경쟁기업 6개사는 주로 '100%', '무설탕', '무소금' 등을 강조한 홍보문구 활용

20) 1대만달러=38.77원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) A사 제품 대만달러 가격은 20대만달러(775원)로, 0.64달러인 제품 가격을 원-달러 환율(1달러=1211.02원(2019.12.06., KEB 하나은행 매매기준율 적용))로 원화로 환산한 후(775원) 원-대만달러 환율을 적용하여 환산함

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(경쟁기업)

<과즙>

- ① 쿨주스레이즌프렘보아스 (비타제미니)
- ② 쿨주스레이즌포메이 (비타제미니)
- ③ 힘애플그레이프주스 (힙)
- ④ 뽀미100%핑퀴푸타오쫀허쫀 (보미)
- ⑥ 베이칭천광쫀허쫀 (피죤코퍼레이션)
- ⑨ 디엔지에수에잉양잉핑 (산여우성씨)
- ⑭ 베이칭핑귀후쫀쫀 (피죤코퍼레이션)

<농축액>

- ⑤ 힙레드프루츠주스 (힙)
- ⑦ 이메이빠오쫀쫀쫀쫀푸타오쫀허 (이메이식품)
- ⑧ 프룬리파인주스 (유키스)
- ⑩ 수딩100%미타오쫀허쫀 (트리탑)
- ⑪ 왕왕퀴리뒤푸타오쫀잉랴오 (이란식품)
- ⑬ 카퀴메이 판퀴웨비 100% 판치에핑쫀쫀 (타이완커퀴메이)
- ⑮ 이메이빠오쫀쫀쫀쫀푸타오메이쫀 (이메이식품)

<과즙+농축액>

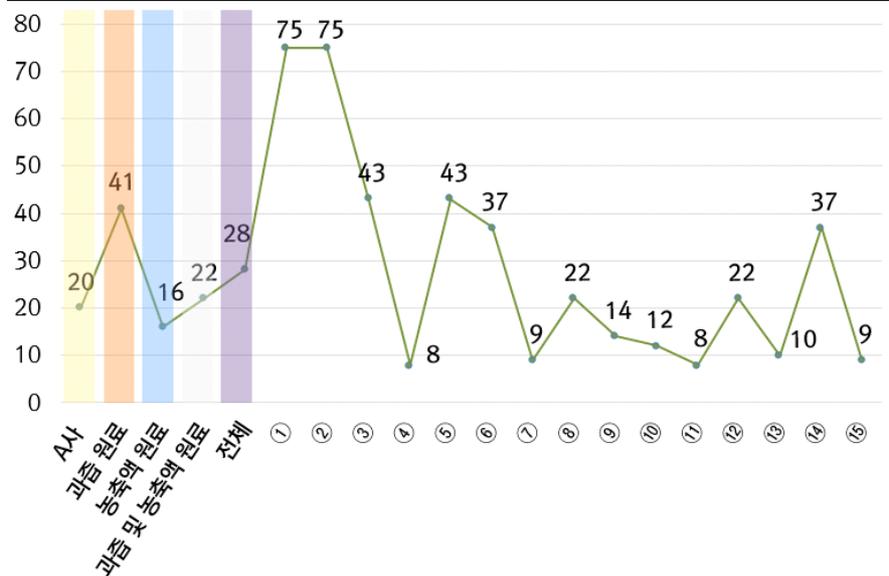
- ⑫ 100%후쫀쫀쫀 (비골동신)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 과즙 원료 제품보다 21대만달러(814원) 낮음 농축액 원료 제품보다 4대만달러(155원) 높음

A사 제품은 과즙을 원료로 한 어린이 주스 제품으로, 100ml당 가격은 20대만달러(775원)임. 이에 대만 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개를 과즙 원료와 농축액 원료로 나누어 제품 가격을 비교해 본 결과, 과즙 원료를 사용한 제품의 100ml당 평균 가격이 농축액 원료 사용 제품에 비해 2.5배 높은 것으로 확인됨. 과즙 원료를 사용한 제품은 총 7개로, 100ml당 평균 가격은 41대만달러(1,590원)이며, 농축액 원료를 사용한 7개의 경쟁제품은 100ml당 16대만달러(620원)임. 과즙 원료와 농축액 원료를 같이 사용한 제품은 한 가지로, 당근주스인 100%후쫀쫀쫀(비골동신)이며 100ml당 평균 가격은 22대만달러(853원)임

[표 3.1] 대만 영유아음료 가격 경쟁력 분석

(단위: 대만달러/100ml당)



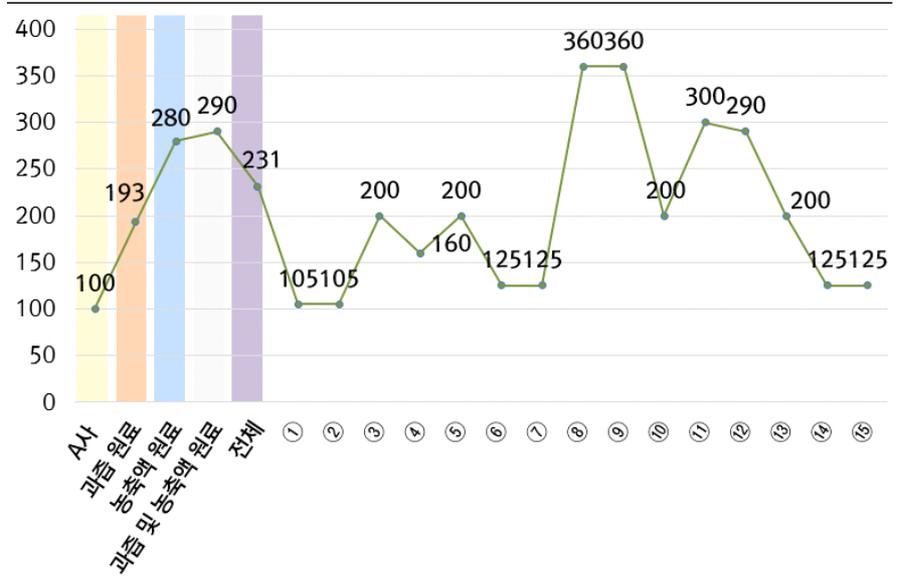
2) 용량

▶ A사 제품 용량 100ml, 원료 기준 모든 경쟁제품의 평균 용량보다 적음

A사 제품의 평균 용량은 100ml임. 원료의 형태를 기준으로 15개 경쟁제품의 평균 용량을 비교해 본 결과, A사 제품의 용량은 과즙 원료 제품, 농축액 원료 제품, 과즙 및 농축액 혼합 원료 제품의 평균 용량보다 적은 것으로 확인됨. 평균 용량이 가장 많은 제품은 과즙 및 농축액 혼합 원료 제품으로 290ml이며, 농축액 원료 제품 7개의 평균 용량은 280ml로 두 번째로 많음. 과즙 원료 제품 7개의 경우, 평균 용량은 193ml로 경쟁제품 15개의 평균 용량(231ml)보다 낮은 용량을 가진 것으로 확인됨

[표 3.2] 대만 영유아음료 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

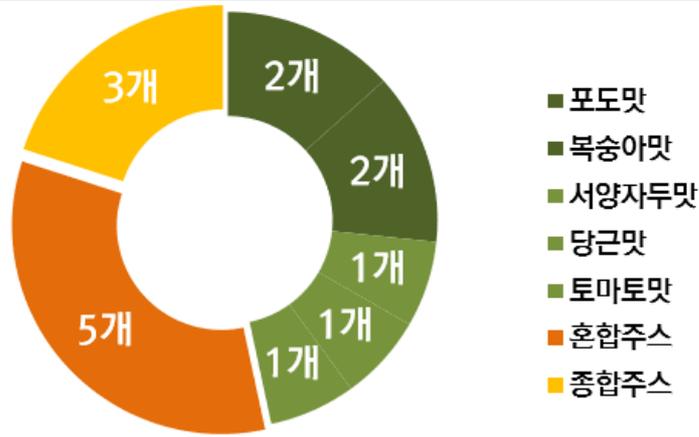


3) 맛 ①

▶ 경쟁제품 15개 중 7가지, 한 가지 맛의 과일 또는 야채주스 제품

경쟁제품 15개는 한 가지 맛 주스 제품, 두 가지 맛의 혼합 주스 제품, 세 가지 맛 이상의 종합 주스 제품으로 분류할 수 있음. 그 중 한 가지 맛의 과일 또는 야채 주스 제품은 총 7개이며, 복숭아, 포도, 서양자두(Prune), 당근, 토마토 맛의 제품임. 그 중 복숭아맛 주스 제품과 포도 맛 주스 제품은 2개씩 확인됨

[표 3.3] 대만 영유아음료 맛 경쟁력 분석 ①



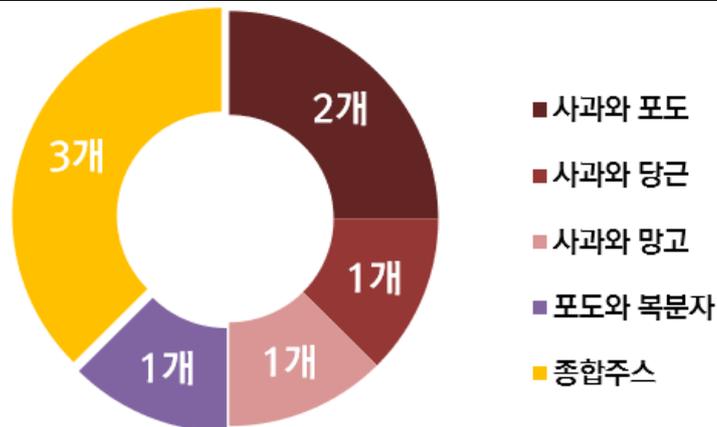
4) 맛 ②

▶ 경쟁제품 15개 중 8가지, 두 가지 이상의 맛이 섞인 주스 제품

두 가지 맛의 혼합주스 제품 5개, 세 가지 맛 이상 혼합된 종합주스 제품 3개

두 가지 이상의 맛이 섞인 경쟁 제품은 총 8개로, 그 중 두 가지 맛이 섞인 혼합주스 제품이 5개, 세 가지 맛 이상이 섞인 종합주스 제품이 3개임. 혼합 주스 제품과 종합 주스 제품을 구성하는 원료를 분석해 본 결과, 8개 제품 중 7개 제품이 사과를 원료로 사용했으며 6개 제품이 포도를 원료로 사용함. 종합주스 제품의 경우 모든 경쟁제품이 사과와 포도를 사용했으며, 혼합주스 제품은 2개 제품이 사과, 포도의 혼합주스 제품임

[표 3.4] 대만 영유아음료 맛 경쟁력 분석 ①

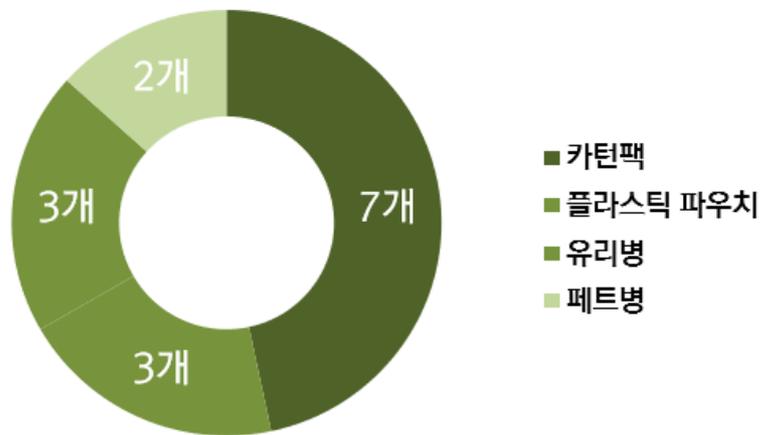


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 카턴팩 용기사용 및 묶음 포장 판매

경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 7개 제품이 직육면체의 카턴팩 용기를 사용했으며 묶음포장 형태로 판매되는 것을 확인함. 묶음 포장 단위는 6개 묶음 제품이 5개, 3개 묶음 제품이 2개임. 나머지 8개 제품의 경우, 플라스틱 파우치 용기를 사용한 제품이 3개, 유리병 제품이 3개, 페트병 제품이 2개이며 모두 단일 제품으로 판매됨

[표 3.5] 대만 영유아음료 포장 형태 경쟁력 분석

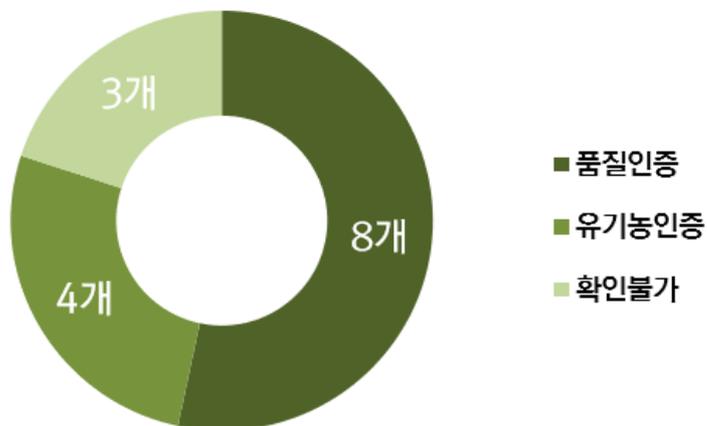


6) 주요 인증현황

▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 품질인증 및 유기농인증 보유 확인
품질인증 보유 경쟁제품 8개, 유기농인증 보유 제품 4개

대만에서 조사된 경쟁제품 15개 중 제품의 인증 보유 사실이 확인된 제품은 총 12개임. 품질인증은 8개 경쟁제품에서 확인되었으며, 주로 대만 생산제품임. 품질인증의 종류는 HACCP와 ISO 22000 인증이 각각 4개로 가장 많이 확인됨. 유기농인증은 유럽 생산 제품 4개에서 확인되었으며, 그 중 3개 제품이 보유한 AGGR 코드가 가장 많이 확인된 유기농 인증임

[표 3.6] 대만 영유아음료 주요 인증현황 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 대만 오프라인 및 온라인 채널 진출

대만에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 3개사의 경쟁제품이 슈퍼마켓 매장인 웰컴(Wellcome)에서 조사되었으며, 2개사 제품은 브리즈슈퍼(Breeze Super), 나머지 1개사 제품은 영유아제품 전문매장인 엔젤베이비(Engelbaby)에서 조사됨. 온라인 채널의 경우, 6개 경쟁기업은 모두 야후쇼핑에 진출해 있는 것으로 확인되었으며, 피존을 제외한 5개사는 모두 사파에도 진출해 있음. 피존이 진출한 온라인 채널은 큐텐과 자사의 온라인몰이며, 비타제미니와 카고메도 자사 제품을 전문적으로 판매하는 온라인몰을 보유하고 있음

[표 3.7] 대만 영유아음료 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인			
	브리즈슈퍼	웰컴	엔젤베이비	야후쇼핑	사파	큐텐	자사온라인몰
비타제미니	○			○	○		○
힙	○			○	○	○	
피존			○	○		○	○
트리탑		○		○	○		
카고메		○		○	○		○
이메이푸드		○		○	○		

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 기업과 경쟁제품의 특징을 소개하거나, 제품을 활용하는 레시피나 영양 정보를 제공하는 것으로 확인됨. 경쟁기업이 주로 활용하는 SNS 플랫폼은 페이스북으로, 6개사 모두 페이스북을 홍보 채널로 활용하고 있음. 2개 이상의 SNS 플랫폼을 이용하는 기업은 비타제미니, 피존, 이메이푸드, 트리탑이며, 그 중 트리탑은 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 링크드인과 트위터까지 5개의 SNS 플랫폼을 운영하고 있음

[표 3.8] 대만 영유아음료 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼				
		페이스북	인스타그램	유튜브	링크드인	트위터
비타제미니	○	○	○			
힙	○	○				
피존	○	○		○		
트리탑	○	○	○	○	○	○
카고메	○	○				
이메이푸드	○	○		○		

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘100%’, ‘설탕, 소금 무첨가’ 강조하여 경쟁제품 홍보

대만에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 ‘100%’ 과일 또는 야채 원료 또는 유기농 원료를 홍보문구로 사용하여 경쟁제품의 성분을 강조함. 경쟁기업 6개사 중 힙을 제외한 5개사가 모두 제품의 홍보 문구로 ‘100%’ 원료 함량을 강조하고 있으며, 힙의 경우 프랑스에서 생산된 원료를 이용한 유기농 제품이라는 점을 주요 홍보 문구로 사용하는 것으로 확인됨. 또한 6개사 모두 설탕을 함유하고 있지 않다는 홍보 문구를 사용하고 있으며, 이 외에도 소금, 인공첨가물, 보존제, 색소첨가제 등을 사용하지 않은 제품이라는 점을 강조하여 어린이에게 무해한 안전한 제품임을 주로 홍보함

[표 3.9] 대만 영유아음료 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 중화민국통계정보네트워크 (www.statdb.dgbas.gov.tw)
2. ECOCERT 홈페이지 (www.ecocert.fr)
3. 유럽연합 집행위원회 홈페이지 (www.ec.europa.eu)
4. 에코라벨인덱스 홈페이지 (www.ecolabelindex.com)
5. 패스트그로잉트리즈닷컴 (www.fast-growing-trees.com)
6. 대만 행정원 농업위원회 농식품청 홈페이지 (www.organic.afa.gov.tw)
7. 비타제미니 홈페이지 (www.vitagermine.com)
8. 힙 (www.hipp.com.tw)
9. 피죤 (www.pigeonbaby.com.tw)
10. 트리탑 홈페이지 (www.treetop.com)
11. 카고메 홈페이지 (www.kagome.com.tw)
12. 이메이푸드 홈페이지 (www.imeifoods.com.tw)
13. 샤피 (www.shopee.tw)
14. 대만 야후쇼핑 (www.tw.buy.yahoo.com)
15. 비타바이오 홈페이지 (www.vitabio.fr)
16. 루이둥회주식유한회사(綠動會股份有限公司) 홈페이지 (greesuntaiwan.wordpress.com)
17. 아이얼러실업유한회사(艾兒樂興業有限公司) 홈페이지 (www.smallloft.com.tw)
18. 아프리맥스(Aprimax) 홈페이지 (aprimax.com)
19. 하이베베(Hi Bebe) 홈페이지 (www.fldco888.com)
20. 라쿠텐(樂天) 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/rearhouse)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.20.

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

