

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1910-11
- 품목 : 맥주 (Beer)
- 국가 : 대만 (TAIWAN)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

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

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	23
1. 대만 맥주 경쟁기업 포지셔닝	24
2. 대만 맥주 경쟁기업 현황	25
3. 대만 맥주 경쟁기업 분석	27

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	34
Interview ① 지푸마오이유한공사(吉富貿易有限公司)	35
Interview ② 피얼와뚜어꾸편유한공사(啤爾瓦多股份有限公司)	37
Interview ③ 파시아꾸편유한공사(法西亞股份有限公司)	39
Interview ④ 지아푸마오이유한공사(嘉馥貿易有限公司)	41
Interview ⑤ 루어러꾸어지스예유한공사(羅勒國際實業有限公司)	43

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	46
1. 제품 경쟁력 검증	47
2. 기업 마케팅 벤치마킹	50
*참고문헌	52

I. Competitive Product

SUMMARY

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



Competitive Product

(경쟁제품)

대만 (TAIWAN) 맥주 방문 매장 선정

방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

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

대만 (TAIWAN) 맥주 매장 조사

	브리즈슈퍼(Breeze Super) (고급 슈퍼마켓)	피엑스마트(PX Mart) (슈퍼마켓)	세븐일레븐(Seven Eleven) (편의점)
전경			
조사 제품	6개	4개	5개
매장 특징	• 2001년 오픈한 대만의 고급 슈퍼마켓 체인 • 타이베이 내에 3개 매장 보유 • 타이베이의 가장 번화한 곳에 위치함 • 가격대가 높고 품질이 우수한 편 • 고급 쇼핑센터 브리스 센터 내 위치	• 1998년에 오픈한 대만의 슈퍼마켓 체인 • 대만 내에 989개의 매장 보유 • 다양한 제품 취급 • 2018년 대만 슈퍼마켓 시장점유율 53.2%로 1위인 브랜드	• 1927년 미국에서 설립된 편의점 브랜드 • 2005년 일본 세븐앤드아이 홀딩스가 미국 본사의 주식을 전량 매입함 • 대만 내에 5000여개의 매장 보유 • 2018년 대만 편의점 시장점유율 60.5%로 1위인 브랜드

Competitive Product

(경쟁제품)

대만 (TAIWAN)

맥주 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준

· 경쟁제품 소비자가격

· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준

· X축 : 기업 국적

· Y축 : 소비자가격(대만달러/100ml)

소비자가격(대만달러/100ml)



대만 (TAIWAN)

맥주 경쟁제품 분석

기업 국적	생산지	경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류 ¹⁾	가격 (총합) ²⁾	가격 (100ml당)	용량 (ml)	도수 (%)	주요 원료
대만	대만	① 벅스킨 (핀처 그룹)	에일 (위트비어)	45대만달러 (1,751원)	14대만달러 (545원)	330	5.1	밀맥아, 보리맥아
		② 타이완 비어 (대만담배주류공사)	라거 (페일 라거)	45대만달러 (1,751원)	14대만달러 (545원)	330	5.0	쌀, 보리맥아
중국		③ 칭따오 비어 (칭따오 브루어리)	라거 (페일 라거)	44대만달러 (1,712원)	9대만달러 (350원)	485	4.5	백미, 보리맥아
일본	일본	④ 아사히 아쿠아블루 (아사히 그룹)	라거 (페일 라거)	45대만달러 (1,751원)	13대만달러 (506원)	350	5.0	보리맥아
		⑤ 이치방 시보리 (키린 브루어리)	라거 (페일 라거)	42대만달러 (1,634원)	12대만달러 (467원)	350	5.0	보리맥아
		⑥ 예비수 프리미엄 블랙 (삿포로 홀딩스)	라거 (슈바르츠비어)	145대만달러 (5,642원)	41대만달러 (1,595원)	350	5.0	보리맥아
	체코	⑦ 필스너 우르켈 (아사히 그룹)	라거 (페일 라거)	69대만달러 (2,685원)	21대만달러 (875원)	330	4.2	보리맥아
벨기에	중국	⑧ 버드와이저 수프림 (앤하이저부시 인베스트)	라거 (페일 라거)	43대만달러 (1,673원)	9대만달러 (350원)	500	4.5	보리맥아
		⑨ 부쉬 스노우비어 (앤하이저부시 인베스트)	라거 (페일 라거)	48대만달러 (1,868원)	10대만달러 (385원)	485	5.0	쌀, 보리맥아
네덜란드	대만	⑩ 타이거 아시아인 라거 (하이네켄)	라거 (페일 라거)	42대만달러 (1,751원)	13대만달러 (495원)	330	5.0	백미, 보리맥아
	네덜란드	⑪ 하이네켄 오리지널 (하이네켄)	라거 (필스너)	45대만달러 (1,751원)	9대만달러 (350원)	500	4.4	보리맥아
	오스트리아	⑫ 에델바이스 위트비어 (하이네켄)	에일 (위트비어)	89대만달러 (3,463원)	18대만달러 (700원)	500	5.0	밀맥아, 보리맥아
덴마크	말레이시아	⑬ 칼스버그 스무스 드라우트 (칼스버그 브루어리)	라거 (페일 라거)	69대만달러 (2,685원)	14대만달러 (545원)	500	4.8	보리맥아
	폴란드	⑭ 블랑 위트비어 (칼스버그 브루어리)	에일 (위트비어)	79대만달러 (3,074원)	16대만달러 (623원)	500	5.0	밀, 보리맥아
아일랜드	아일랜드	⑮ 기네스 드라우트 스타우트 (기네스)	에일 (스타우트)	62대만달러 (2,412원)	14대만달러 (545원)	440	4.2	보리맥아

(*) 현지 판매 맥주 경쟁제품 15개 분석

1) 생산지, 제조공법, 브랜드에 따라 제품 종류 구분은 일부 차이 존재함

2) 1대만달러= 38.91원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 대만 맥주 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 3개 채널 : 브리즈슈퍼(Breeze Super), 피엑스마트(PX Mart),
세븐일레븐(Seven Eleven)

▶ 선정 기준 ② 시장 점유율이 높은 브랜드 제품

- 시장 점유율이 높은 브랜드 제품 우선 선정

[표 1.1] 대만 맥주 경쟁제품 선정

2018년 대만 맥주 시장
브랜드별 점유율 및
가격대 (Top12)

브랜드	시장 점유율 (%)	가격대 (대만달러)
타이완 비어 (Taiwan Beer)	59.0	41
하이네켄 (Heineken)	14.0	66
키린 (Kirin)	5.7	60
바 비어 (Bar Beer)	3.9	46
부쉬 (Busch)	2.5	48
칭따오 (Tsingtao)	2.4	32
아사히 슈퍼드라이 (Asahi Super Dry)	1.3	69
몰츠 (Malz)	1.0	27
코로나 엑스트라 (Corona Extra)	0.6	-
미켈롭 (Michelob)	0.5	-
타이거 (Tiger)	0.5	28
버드와이저 (Budweiser)	0.4	58

자료: 유로모니터(Euromonitor)

경쟁제품(경쟁기업)	맥주 시장 점유율		유형별 매장 입점 여부	
	순위	제품 종류	오프라인	온라인
① 벅스킨 (찐처 그룹)	-	에일 (위트비어)	○ (브리즈슈퍼)	
② 타이완 비어 (대만담배주류공사)	1위	라거 (페일 라거)	○ (브리즈슈퍼)	
③ 칭따오 비어 (칭따오 브루어리)	6위	라거 (페일 라거)	○ (세븐일레븐)	
④ 아사히 아쿠아블루 (아사히 그룹)	-	라거 (페일 라거)	○ (브리즈슈퍼)	
⑤ 이치방 시보리 (키린 브루어리)	3위	라거 (페일 라거)	○ (브리즈슈퍼)	
⑥ 예비수 프리미엄 블랙 (삿포로 홀딩스)	-	라거 (슈바르츠비어)	○ (브리즈슈퍼)	
⑦ 필스너 우르켈 (아사히 그룹)	-	라거 (페일 라거)	○ (피엑스마트)	
⑧ 버드와이저 수프림 (앤하이저부시 인베브)	12위	라거 (페일 라거)	○ (피엑스마트)	
⑨ 부쉬 스노우비어 (앤하이저부시 인베브)	5위	라거 (페일 라거)	○ (세븐일레븐)	
⑩ 타이거 아시안 라거 (하이네켄)	11위	라거 (페일 라거)	○ (세븐일레븐)	
⑪ 하이네켄 오리지널 (하이네켄)	2위	라거 (필스너)	○ (브리즈슈퍼)	
⑫ 에델바이스 위트비어 (하이네켄)	-	에일 (위트비어)	○ (세븐일레븐)	
⑬ 칼스버그 스무스 드라우트 (칼스버그 브루어리)	-	라거 (페일 라거)	○ (피엑스마트)	
⑭ 블랑 위트비어 (칼스버그 브루어리)	-	에일 (위트비어)	○ (세븐일레븐)	
⑮ 기네스 드라우트 스타우트 (기네스)	-	에일 (스타우트)	○ (피엑스마트)	

(*) 현지 판매 맥주 경쟁제품 15개 분석

2. 대만 맥주 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

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

▶ 조사 지표 ② 용량(ml)

- 경쟁제품의 포장 용량

▶ 조사 지표 ③ 도수(%)

- 경쟁제품의 알코올 함량

▶ 조사 지표 ④ 종류

- 맥주 제조방식에 따른 경쟁제품의 종류
 - 라거(Lager): 하면발효방식으로 제조된 맥주
 - (*) 페일 라거(Pale Lager), 필스너(Pilsner), 슈바르츠비어(Schwarzbier, 흑맥주)
 - 에일(Ale): 상면발효방식으로 제조된 맥주
 - (*) 위트비어, 바이스비어(Wheat beer, Witbier, Weissbier, 밀맥주), 스타우트(Stout, 흑맥주)

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

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

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 경쟁제품의 유통기한을 조사

▶ 조사 지표 ⑦ 홍보 문구

- 경쟁제품을 홍보할 때 사용한 홍보 문구를 조사

▶ 조사 지표 ⑧ 주요 원료 및 첨가물

- 맥주 경쟁제품을 만들 때 사용된 원료 및 첨가물

[표 1.2] 대만 맥주 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml 당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	용량(ml)	제품의 용량
도수	도수(%)	제품의 알코올 함량
제품 종류	라거	페일 라거, 필스너, 슈바르츠비어
	에일	위트비어, 바이스비어, 스타우트
포장 형태	알루미늄 캔	알루미늄 캔 용기
유통기한	유통기한	제품의 유통기한
홍보 문구	홍보 문구	경쟁제품을 홍보하기 위해 사용한 문구
주요 원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물

3. 대만 맥주 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 벅스킨 (핀처 그룹)
- ② 타이완 비어 (대만담배주류공사)
- ③ 칭따오 비어 (칭따오 브루어리)
- ④ 아사히 아쿠아블루 (아사히 그룹)
- ⑤ 이치방 시보리 (키린 브루어리)
- ⑥ 예비수 프리미엄 블랙 (샹포로 홀딩스)
- ⑦ 필스너 우르켈 (아사히 그룹)
- ⑧ 버드와이저 수프림 (앤하이저부시 인베브)
- ⑨ 부쉬 스노우비어 (앤하이저부시 인베브)
- ⑩ 타이거 아시아 라거 (하이네켄)
- ⑪ 하이네켄 오리지널 (하이네켄)
- ⑫ 에델바이스 위트비어 (하이네켄)
- ⑬ 칼스버그 스무스 드라우트 (칼스버그 브루어리)
- ⑭ 블랑 위트비어 (칼스버그 브루어리)
- ⑮ 기네스 드라우트 스타우트 (기네스)

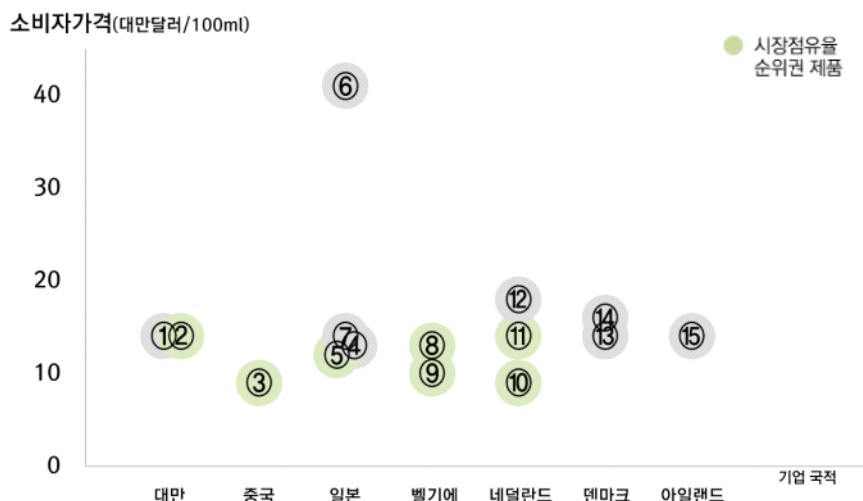
▶ 포지셔닝 ①: 일본산 맥주 최고가(最高價), 중국산 최저가(最低價)

대만 오프라인 매장에서 조사된 맥주 경쟁제품 15개는 대만, 중국, 일본, 유럽 국적 제품으로 분류됨. 경쟁제품 15개를 브랜드 국적별로 나누어 가격을 비교한 결과, 대만 국적 제품 2개의 100ml당 평균 가격은 14대만달러(545원), 중국 국적 제품 1개의 100ml당 평균 가격은 9대만달러(350원), 일본 국적 제품 4개의 100ml당 평균 가격은 20대만달러(778원), 유럽 국적 제품 8개의 100ml당 평균 가격은 14대만달러(545원)인 것으로 조사됨. 일본 국적 제품의 100ml당 평균 가격이 가장 높게 책정되어 있으며 중국 국적 제품의 100ml당 가격이 가장 낮음

▶ 포지셔닝 ②: 시장점유율 12위 이내 제품 평균 가격 13위 이하 보다 저렴

대만 오프라인 매장에서 조사된 맥주 경쟁제품 15개 중 7개는 2018년 대만 맥주 제조 브랜드 시장점유율 12위권 내에 속하는 제품임. 경쟁제품 15개를 순위권 내 포함 여부로 구분하여 가격을 비교한 결과, 순위권 내에 속하는 제품 7개의 100ml당 평균 가격은 12대만달러(467원)이며 순위권 내에 속하지 않는 제품 8개의 100ml당 평균 가격은 18대만달러(700원)인 것으로 조사됨. 순위권 내에 속하는 경쟁제품의 100ml당 평균 가격이 그렇지 않은 경쟁제품의 100ml당 평균 가격보다 더 낮게 조사됨

[표 1.3] 대만 맥주 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 대만 맥주 경쟁제품 15개 분석 결과

4. 대만 맥주 입점 매장 및 경쟁제품 정보

타이페이(台北)³⁾

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

▶ 대만 타이페이의 신이구(信義區)와 다안구(大安區), 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, 케세이 랜드마크(Cathay Landmark), 타이페이101, 타이페이 세계무역센터(Taipei World Trade Center) 등 유명 상업 빌딩과 문화를 즐길 수 있는 공간들이 위치하여 지역 주민과 여행객의 방문이 많은 지역임. 다안구에는 대만국립대학 등의 교육기관과 융강제(永康街) 등이 위치해 있어 타이페이의 교육 지구와 관광 지구의 성격을 겸비한 곳임

▶ 대만 타이페이시에 위치한 고급 슈퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 각각 1곳 방문

대만 타이페이의 신이구에 위치한 고급 슈퍼마켓 브리즈슈퍼(Breeze Super)와 다안구에 위치한 슈퍼마켓 피엑스마트(PX Mart), 편의점 세븐일레븐(Seven Eleven)을 방문함. 피엑스마트는 2018년 대만 슈퍼마켓 시장 점유율 53.2%로 1위이며, 세븐일레븐은 2018년 대만 편의점 시장 점유율 60.5%로 1위인 브랜드임. 브리즈슈퍼에서 경쟁제품 6개, 피엑스마트에서 경쟁제품 4개, 세븐일레븐에서 경쟁제품 5개, 총 15개의 맥주 경쟁제품을 선정함

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Maps

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

Shop ① 브리즈슈퍼(Breeze Super)

매장 정보

- 유형 : 고급 슈퍼마켓
- 방문 지역 특징 :
신이구는 타이베이시의
비즈니스 중심구역이며 지역
내 백화점이 14개 위치함.
주말에 가장 유동인구가
많음
- 판매 제품 특징 :
제품의 90% 이상이
수입산이며 취급하는
주력제품 종류는 주류, 음료,
과일, 채소, 육류, 농산물,
가공식품임
- 주요 소비층 :
현지인, 관광객

브랜드
기본 정보Breeze Super
微風超市

브리즈슈퍼는 2001년 첫 매장을 오픈한 대만의
고급 슈퍼마켓 체인임. 본 조사를 위해 방문한
매장은 2019년 1월에 오픈한 브리즈슈퍼의
3번째 매장임. 타이페이에서 가장 변화한 곳에
위치한 대만의 대표적인 고급 슈퍼마켓이며
가격대가 높고 제품의 품질이 우수한 편임

조사 제품 수 : 6개

매장 정보



도시(지역) 대만 타이페이 신이구
위치
상세주소 台北市信義區松智路17號

매장 전경



판매 맥주 제품 정보

맥주
판매 정보

벅스킨
(찐처그룹)



타이완 비어
(대만담배주류공사)



아사히 아쿠아블루
(아사히 그룹)



이치방 시보리
(키린 브루어리)



예비수 프리미엄 블랙
(삿포로 홀딩스)



하이네켄 오리지널
(하이네켄)

사진자료: 브리즈슈퍼 페이스북 페이지



제품명 (영어)	벅스킨 (Buckskin)	제품명 (현지어)	뵤커쥔 더쓰 샤오마이 피저우 (柏克金德式小麥啤酒)
제조사	썬처 그룹 (King Car Group)	용량(ml)	330
제품 종류	에일 (위트비어)	도수(%)	5.1
가격	45대만달러 (1,751원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	대만		
홍보 문구	밀 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 밀맥아, 보리맥아, 홉, 효모		



제품명 (영어)	타이완 비어 (Taiwan Beer)	제품명 (현지어)	타이완 성피저우 (台灣生啤酒)
제조사	대만담배주류공사 (Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)	용량(ml)	330
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	5.0
가격	45대만달러 (1,751원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	대만	유통기한	18일
홍보 문구	독특한 맛의 라거 맥주, 항상 당신의 최고의 선택		
주요 원료 및 첨가물	보리맥아, 대만쌀, 홉		



제품명 (영어)	아사히 아쿠아블루 (Asahi Aqua Blue)	제품명 (현지어)	짜오르피저우 본성 (朝日啤酒本生)
제조사	아사히 그룹 (Asahi Group)	용량(ml)	350
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	5.0
가격	45대만달러 (1,751원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	일본	유통기한	8개월
홍보 문구	순수 배양된 효모와 우리의 양조 기술로 만든 고품질의 맥주		
주요 원료 및 첨가물	보리맥아, 홉, 보리, 보리 추출물, 전분, 설탕, 효모 추출물, 해초 추출물		



제품명 (영어)	이치방 시보리 (Ichiban Shibori)	제품명 (현지어)	치린이판짜피저우 (麒麟一番搾啤酒)
제조사	키린 브루어리 (Kirin Brewery)	용량(ml)	350
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	5.0
가격	42대만달러 (1,634원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	일본	유통기한	12개월
홍보 문구	엿기름의 가장 맛있는 부분을 한 번에 추출하여 양조한 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 홉		



제품명 (영어)	예비수 프리미엄 블랙 (Yebisu Premium Black)	제품명 (현지어)	웨이비소우 피저우 쥘낭 (惠比壽啤酒精釀(黑))
제조사	삿포로 홀딩스 (Sapporo Breweries)	용량(ml)	350
제품 종류	라거 (슈바르츠비어)	도수(%)	5.0
가격	145대만달러 (5,642원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	일본	유통기한	9개월
홍보 문구	북은 프리미엄의 옛기름으로 깊은 맛과 웅장한 향기를 드립니다.		
주요 원료 및 첨가물	보리맥아, 홉		



제품명 (영어)	하이네켄 오리지널 (Heineken Original)	제품명 (현지어)	하이니근 피저우 (海尼根啤酒)
제조사	하이네켄 (Heineken)	용량(ml)	330
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	5.0
가격	45대만달러 (1,751원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	네덜란드	유통기한	12개월
홍보 문구	열정을 담아 양조한 오리지널 레시피의 고품질 하이네켄		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 홉		

Shop ② 피엑스마트(PX Mart)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 방문 지역 특징 :
다안구는 주로 중산층이상의 사람들이 많이 거주하는 지역임. 미슐랭 식당이 많이 위치해 있으며 비교적 조용한 주택가에 속하는 지역임
- 판매 제품 특징 :
주류, 음료, 과일, 채소, 육류, 농산물, 가공식품 등
- 주요 소비층 :
중산층(현지인)

브랜드
기본 정보

피엑스마트는 1998년에 첫 매장을 오픈한 대만의 슈퍼마켓 체인임. 대만 내 점포수가 가장 많은 슈퍼마켓이며 타이페이의 모든 구역에서 1-2개 이상의 매장을 찾을 수 있음. 다양한 제품을 한곳에서 구매할 수 있어 인기가 많은 슈퍼마켓이며, 2018년 대만 슈퍼마켓 시장점유율 53.2%로 압도적인 1위를 차지하고 있는 브랜드임

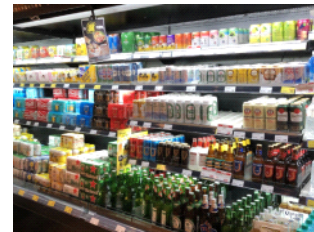
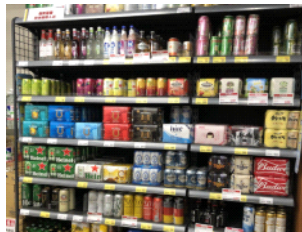
조사 제품 수 : 4개

매장 정보



위치 도시(지역) 대만 타이베이 다안구
상세주소 台北市大安區和平東路二段311巷29號

매장 전경



판매 맥주 제품 정보

맥주
판매 정보

버드와이저 수프림
(앤하이저부시 인베브)



칼스버그 스무스 드라우트
(칼스버그 브루어리)

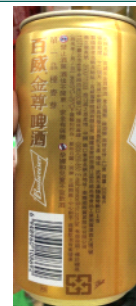
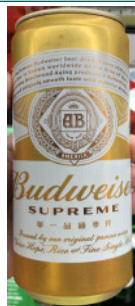


필스너 우르켈 디 오리지널 필스너
(아사히 그룹)

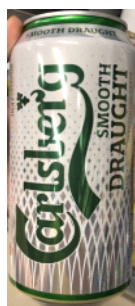


기네스 드라우트 스타우트
(기네스)

사진자료: 피엑스마트 홈페이지



제품명 (영어)	버드와이저 수프리 (Budweiser Supreme)	제품명 (한지어)	바이웨이 쥘쥘 피쥘우 (百威金尊啤酒)
제조사	앤하이저부시 인베브 (Anheuser-Busch InBev)	용량(ml)	330
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	4.2
가격	43대만달러 (1,673원)	포장 형태	알루미늄 켄
원산지	중국		
홍보 문구	버드와이저 고유의 양조과정을 통해 제조된 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 홉		



제품명 (영어)	칼스버그 스무스 드라우트 (Carlsberg Smooth Draught)	제품명 (한지어)	자스뵤 쉰화 (嘉士伯 醇滑)
제조사	칼스버그 브루어리 (Carlsberg Brewery)	용량(ml)	500
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	4.8
가격	69대만달러 (2,685원)	포장 형태	알루미늄 켄
원산지	말레이시아	유통기한	12개월
홍보 문구	더 상쾌하게 해주는 맛을 위해		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 아로마 홉, 효모		



제품명 (영어)	필스너 우르켈 (Pilsner Urquell)	제품명 (현지어)	피어슨오크 피저우 (皮爾森歐克啤酒)
제조사	아사히 그룹 (Asahi Group)	용량(ml)	500
제품 종류	라거 (필스너)	도수(%)	4.4
가격	69대만달러 (2,685원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	체코	유통기한	10개월
홍보 문구	오리지널 필스너		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 홉, 효모		



제품명 (영어)	기네스 드라우트 스타우트 (Guinness Draught Stout)	제품명 (현지어)	기네스 춘헤이성피저우 (GUINNESS 醇黑生啤酒)
제조사	기네스 (Guinness)	용량(ml)	440
제품 종류	에일 (스타우트)	도수(%)	4.2
가격	62대만달러 (2,412원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	아일랜드	유통기한	12개월
홍보 문구	부드러움을 위한 질소화과정을 거친		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 보리, 구운 보리, 홉		

Shop ③ 세븐일레븐(Seven Eleven)

매장 정보

- 유형 : 편의점
- 방문 매장 특징 : 전국 어디에나 있는 편의점
- 판매 제품 특징 : 인스턴트식품, 가공식품, 음료, 잡지, 주류 등
- 주요 소비층 : 현지인, 관광객

브랜드
기본 정보

세븐일레븐은 1927년 미국에서 설립된 글로벌 편의점 브랜드임. 2005년에 일본의 세븐앤드아이 홀딩스(Seven&I Holdings)가 미국 본사의 주식을 전량 매입하였음. 대만에서는 가장 많고 대표적인 편의점 브랜드로 대만 내에 5,459개의 매장을 보유하고 있음. 2018년 대만 편의점 시장점유율 60.5%로 압도적인 1위를 차지하고 있는 브랜드임

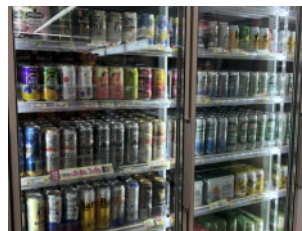
조사 제품 수 : 5개

매장 정보



도시(지역) 대만 타이페이 다안구
위치
상세주소 台北市大安區和平東路二段197號199號1樓

매장 전경



판매 매대 전경

맥주
판매 정보

판매 맥주 제품 정보



칭따오 비어
(칭따오 브루어리)



타이거 아시안 라거
(칭따오 브루어리)



부쉬 스노우비어
(앤하이저부시 인베브)



블랑 위트비어
(칼스버그 브루어리)



에델바이스 위트비어
(하이네켄)

사진자료: 세븐일레븐 홈페이지



제품명 (영어)	칭따오 비어 (Tsingtao Beer)	제품명 (현지어)	칭다오피저우 (青島啤酒)
제조사	칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	용량(ml)	485
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	4.5
가격	44대만달러 (1,712원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	대만		
홍보 문구	대만에서 양조된 칭따오 비어		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 흰 쌀, 홉		



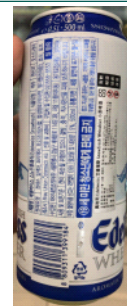
제품명 (영어)	타이거 아시안 라거 (Tiger Asian Lager)	제품명 (현지어)	타이거 후파이피저우 (Tiger虎牌啤酒)
제조사	하이네켄 (Heineken)	용량(ml)	485
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	5.0
가격	42대만달러 (1,634원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	대만	유통기한	12개월
홍보 문구	수상받은(Award winning) 맥주, 풀 바디 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 흰 쌀, 홉		



제품명 (영어)	부쉬 스노우비어 (Busch Snow Beer)	제품명 (현지어)	쉐산피저우 (BUSCH 雪山啤酒)
제조사	앤하이저부시 인베브 (Anheuser-Busch InBev)	용량(ml)	500
제품 종류	라거 (페일 라거)	도수(%)	4.5
가격	48대만달러 (1,868원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	중국	유통기한	12개월
홍보 문구	미국 유명 브랜드(美國知名品牌)		
주요 원료 및 첨가물	물, 홉, 보리맥아, 쌀		



제품명 (영어)	블랑 위트비어 (Blanc Wheat Beer)	제품명 (현지어)	파키키투바오1664바이피저우 (法國可倫堡1664白啤酒)
제조사	칼스버그 브루어리 (Carlsberg Brewery)	용량(ml)	500
제품 종류	에일 (위트비어)	도수(%)	5.0
가격	79대만달러 (3,074원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	폴란드	유통기한	12개월
홍보 문구	약간의 시트러스향이 나는 밀 맥주		
주요 원료 및 첨가물	물, 보리맥아, 밀, 포도당 시럽, 카라멜, 향료, 홉 추출물, 오렌지 껍질, 고수		



제품명 (영어)	에델바이스 위트비어 (Edelweiss Wheat Beer)	제품명 (한지어)	아오디리아이더화이스 샤오마이 피저우 (奧地利艾德懷斯小麥啤酒)
제조사	하이네켄 (Heineken)	용량(ml)	500
제품 종류	에일 (위트비어)	도수(%)	5.0
가격	89대만달러 (3,463원)	포장 형태	알루미늄 캔
원산지	오스트리아	유통기한	12개월
홍보 문구	고산지대에서 재배한 허브의 향기로운 맛		
주요 원료 및 첨가물	물, 밀맥아, 보리맥아, 홉		

II. Competitor

SUMMARY

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



Competitor

(경쟁기업)

대만 (TAIWAN)

맥주 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

· 경쟁제품 선정 기업체

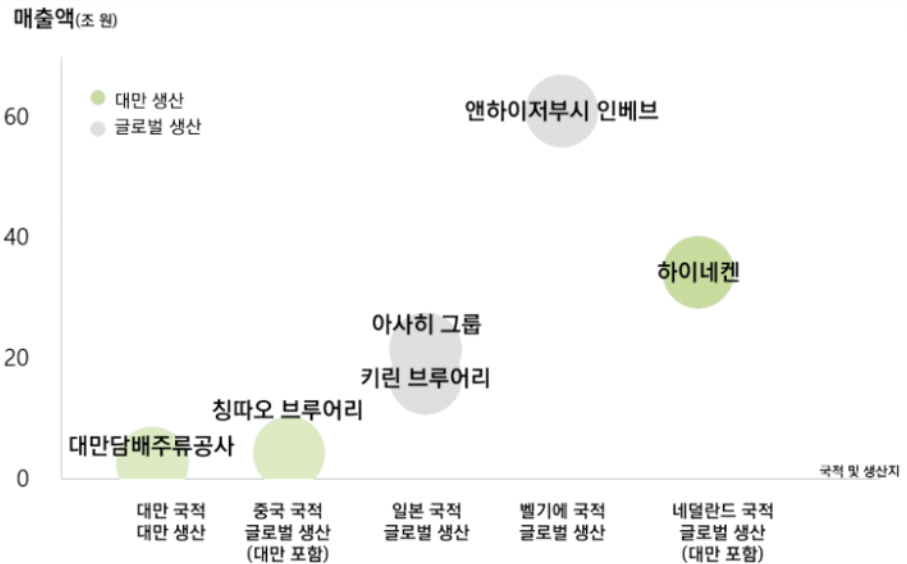
경쟁사 분류

· 제조사 국적 및 생산지

경쟁사 포지셔닝

· X축 : 제조사 국적

· Y축 : 매출액



대만 (TAIWAN)

맥주 경쟁기업 분석

제조사 국적 및 생산지	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액
대만 국적, 대만 생산	대만담배주류공사 (Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 오직 18일의 유통기한 · 신선하고 드라이한 맛 · 행복한 시간을 가지세요	714억 8,176만 대만달러 (2조 7,813억 5,528만 원)
중국 국적, 글로벌 생산 (대만 포함)	칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 전통 독일 기술을 사용한 필스너 · 유니크한 맥아의 맛과 가벼운 바디 · 쓴맛이 없고 달콤한 맛	265억 8,000만 위안 (4조 4,760억 7200만 원)
일본 국적, 글로벌 생산	아사히 그룹 (Asahi Group)	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 독점 공급받는 보리를 통해 균일한 품질 · 쓴 맛을 우아하게 표현하는 · 상쾌하고 크리슝하고 맑은 맛	2조 1,202억 9,100만 엔 (23조 1,811억 4,150만 원)
	키린 브루어리 (Kirin Brewery)	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 엄선된 보리로 만드는 · 세계 최고등급의 체코산 홉 · 상쾌하고 만족스러운 맛	1조 6,400억 엔 (17조 9,301억 2,000만 원)
벨기에 국적, 글로벌 생산	앤하이저부시 인베브 (Anheuser-Busch InBev)	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 맥주의 왕 · 양조과정에 최고의 투자와 노력 · 믿을 수 없는 부드러움	546억 1,900만 달러 (64조 9,966억 1,000만 원)
네덜란드 국적, 글로벌 생산 (대만 포함)	하이네켄 (Heineken)	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 글루텐이 없는 · 유전자 변형 식품이 사용되지 않은 · 신선하고 순수한 맛	268억 1,100만 유로 (35조 3,221억 5,195만 원)

(*) 현지 판매 맥주 제조기업 6개사 분석

1. 대만 맥주 경쟁기업 포지셔닝

2018년 대만 맥주 시장 기업별 점유율(Top10)

기업	시장 점유율 (%)
대만담배주류공사 (Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)	59.5
하이네켄 (Heineken)	14.5
키린 브루어리 (Kirin Brewery)	9.7
앤하이저부시 인베브 (Anheuser-Busch InBev)	4.5
칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	2.4
아사히 그룹 (Asahi Group)	1.6
칼스버그 브루어리 (Karlsberg Brewery)	1.0
에르딩거 바이스브로이 (Erdinger Weissbrau)	0.4
산 미구엘 (San Miguel)	0.4
핀처그룹 (King Car Group)	0.2

자료: 유로모니터(Euromonitor)

▶ 대표 경쟁기업으로 현지기업 1개사, 글로벌 기업 5개사 선정

대만 오프라인 매장에서 조사된 맥주 제조 기업 10개사 중 2018년 대만 맥주 시장 기업별 점유율이 높은 순서대로 6개사를 선정함. 2018년 대만 맥주 시장 기업별 점유율 59.5%로 1위인 대만기업 대만담배주류공사(Taiwan Tobacco & Liquor Corp.), 14.5%로 2위인 네덜란드기업 하이네켄(Heineken), 9.7%로 3위인 일본기업 키린 브루어리(Kirin Brewery), 4.5%로 4위인 벨기에기업 앤하이저부시 인베브(Anheuser-Busch InBev), 2.4%로 5위인 중국기업 칭따오 브루어리(Tsingtao Brewery), 1.6%로 6위인 아사히 그룹(Asahi Group)을 대표 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사 글로벌 생산지 보유

대만에 진출한 경쟁기업 6개사의 생산지를 조사한 결과 중국기업 칭따오 브루어리, 네덜란드기업 하이네켄, 대만기업 대만담배주류공사는 대만 내 생산지를 보유하고 있음. 경쟁기업 6개사 중 대만담배주류공사를 제외한 5개 기업은 모두 여러 국가 내 생산지를 보유함

▶ 경쟁기업 6개사, 매출액 조사

대만에 진출한 경쟁기업 6개사의 매출액을 조사한 결과, 벨기에기업 앤하이저부시 인베브의 2018년 매출액이 546억 1,900만 달러(60조 9,548억 400만 원)로 가장 높으며, 대만기업 대만담배주류공사가 714억 8,176만 대만달러(2조 6,333억 8,803만 원)로 가장 낮은 매출액을 보유한 것으로 조사됨. 앤하이저부시 인베브, 하이네켄, 아사히 그룹, 키린 브루어리, 칭따오 브루어리, 대만담배주류공사 순으로 매출액이 높음

[표 2.1] 대만 맥주 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	생산지	매출액
대만담배주류공사 (Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)	대만	대만	714억 8,176만 대만달러 (2조 7,813억 5,528만 원)
칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	중국	글로벌	265억 8,000만 위안 (4조 4,760억 7,200만 원)
아사히 그룹 (Asahi Group)	일본	글로벌	2조 1,202억 9,100만 엔 (23조 1,811억 4,150만 원)
키린 브루어리 (Kirin Brewery)	일본	글로벌	1조 6,400억 엔 (17조 9,301억 2,000만 원)
앤하이저부시 인베브 (Anheuser-Busch InBev)	벨기에	글로벌	546억 1,900만 달러 (64조 9,966억 1,000만 원)
하이네켄 (Heineken)	네덜란드	글로벌	268억 1,100만 유로 (35조 3,221억 5,195만 원)

자료 : 대만 진출 맥주 제조기업 6개사 분석 결과

2. 대만 맥주 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사, 대만 오프라인 매장 판매

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 고급 슈퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점에 진출함. 고급 슈퍼마켓 브리즈슈퍼(Breeze Super)에 진출한 경쟁기업은 대만담배주류공사, 아사히 그룹, 키린 브루어리, 하이네켄의 4개사이며, 슈퍼마켓 피엑스마트(PX Mart)에 진출한 경쟁기업은 앤하이저부시 인베브 1개사, 편의점 세븐일레븐(Seven Eleven)에 진출한 경쟁기업은 칭따오 브루어리인 것으로 확인됨. 대만 현지법상 온라인으로 주류를 판매하는 것은 금지되어있어 경쟁기업이 진출한 온라인 매장은 조사되지 않음⁴⁾

▶ 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 홍보채널로 활용하는 것으로 확인됨. 6개사 중 글로벌기업 5개사는 모두 자사 국적 홈페이지뿐만 아니라 대만 현지 국적 홈페이지를 운영하고 있음. 6개사는 모두 SNS 플랫폼 페이스북(Facebook)을 활용하고 있으며, 아사히 그룹, 키린 브루어리, 앤하이저부시 인베브의 경우 페이스북 내에 대만 시장을 겨냥한 홍보페이지를 운영하는 것으로 조사됨. 이외, 경쟁기업이 활용하는 SNS 플랫폼으로는 인스타그램(Instagram), 트위터(Twitter)가 있으며, 하이네켄의 경우 유튜브(Youtube) 내에 대만 시장 홍보용 채널을 운영하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘엄선된 원료’ 또는 ‘상쾌한 맛’을 강조하여 홍보

대만 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 ‘엄선된 원료’와 ‘상쾌한 맛’을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. ‘유니크한 맥아’, ‘엄선된 보리’, ‘엄선된 맥아’ 등의 문구를 사용하여 원료를 강조한 기업도 있는 반면, 자사만의 양조 과정을 강조한 ‘양조과정에 최고의 투자’, ‘21일의 숙성과정’, ‘전통의 독일 기술로 양조한’ 등의 문구를 활용한 기업도 확인됨. 경쟁기업들은 또한 ‘상쾌한’, ‘쓴맛’, ‘쓴맛이 없는’, ‘달콤한’, ‘가벼운 바디’ 등의 문구를 사용하여 맥주의 맛을 홍보하고 있음. 이외 ‘구운 요리와 어울리는’, ‘글루텐프리’ 등의 문구를 사용하고 있음

4) 자료: 대만 법령 및 규제 데이터베이스(Laws and Regulations Database of The Republic of China)

[표 2.2] 대만 맥주 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
대만담배주류공사 (Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)	• 오프라인 매장 - 브리즈슈퍼	• 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램	• 오직 18일의 유통기한 • 신선하고 드라이한 맛 • 행복한 시간을 가지세요
칭따오 브루어리 (Tsingtao Brewery)	• 오프라인 매장 - 세븐일레븐	• 자사 홈페이지 - 현지 홈페이지 • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	• 전통 독일 기술을 사용한 필스너 • 유니크한 맥아의 맛과 가벼운 바디 • 쓴맛이 없고 달콤한 맛
아사히 그룹 (Asahi Group)	• 오프라인 매장 - 브리즈슈퍼	• 자사 홈페이지 - 현지 홈페이지 • SNS 플랫폼 - 페이스북	• 독점 공급받는 보리를 통해 균일한 품질 • 쓴 맛을 우아하게 표현하는 • 상쾌하고 크리슽하고 맑은 맛
키린 브루어리 (Kirin Brewery)	• 오프라인 매장 - 브리즈슈퍼	• 자사 홈페이지 - 현지 홈페이지 • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램	• 엄선된 보리로 만드는 • 세계 최고등급의 체코산 홉 • 상쾌하고 만족스러운 맛
앤하이저부시 인베브 (Anheuser-Busch InBev)	• 오프라인 매장 - 피엑스마트	• 자사 홈페이지 - 현지 홈페이지 • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	• 맥주의 왕 • 양조과정에 최고의 투자와 노력 • 믿을 수 없는 부드러움
하이네켄 (Heineken)	• 오프라인 매장 - 브리즈슈퍼	• 자사 홈페이지 - 현지 홈페이지 • SNS 플랫폼 - 페이스북 - 트위터 - 유튜브	• 글루텐이 없는 • 유전자 변형 식품이 사용되지 않은 • 신선하고 순수한 맛

자료 : 대만 진출 맥주 제조기업 6개사 분석 결과

3. 대만 맥주 제조 경쟁기업 분석

동일품목 종류

① 타이완 비어



② 타이완 비어 프리미엄



③ 타이완 비어 포도



④ 타이완 비어 허니



⑤ 타이완 비어 바이스비어



⑥ 타이완 스위트치 자몽



자료: 대만담배주류공사 홈페이지

① 대만담배주류공사(Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)

기업 기본 정보	기업명	대만담배주류공사(Taiwan Tobacco & Liquor Corp.)	
	홈페이지	www.ttl.com.tw	
	위치	Nanchang Rd., Zhongzheng District, Taipei City 10066, Taiwan	
	매출액('18)5)6)	714억 8,176만 대만달러 (2조 7,813억 5,528만 원)	
기업 진출 채널	규모	설립년도	2002년
		보유 브랜드	타이완 비어
	〈오프라인 매장〉 브리즈슈퍼		
기업 홍보 채널			• 자사 홈페이지 - 제품, 기업 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유
	홍보 문구		• 오직 18일의 유통기한 • 신선하고 드라이한 맛 • 행복한 시간을 가지세요 • 부드럽고 상쾌한 • 더부룩하지 않은

사진자료: 대만담배주류공사 홈페이지

5) 자료: 대만담배주류공사 홈페이지(ttl.com.tw)

6) 1대만달러= 38.91원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●

동일품목 종류

① 칭따오 비어



② 칭따오 비어 순생



③ 칭따오 프리미엄



④ 타이완 롱찬 비어



자료: 칭따오 대만 홈페이지

② 칭따오 브루어리(Tsingtao Brewery)

기업 기본 정보	기업명	칭따오 브루어리(Tsingtao Brewery)	
	홈페이지	www.tsingtao.com.cn	
	위치	35 Xianggang Middle Rd, Eastern Shangquan, Shinan, Qingdao, Shandong, 중국	
	매출액('18)7)8)	265억 8,000만 위안 4조 4,760억 7,200만 원)	
	규모	설립년도	1903년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 세븐일레븐	보유 브랜드	칭따오
		제품명	칭따오 비어 (Tsingtao Beer)
		용량	485ml
		가격	44대만달러 (1,712원)
		제품 종류	라거 (페일 라거)
기업 홍보 채널		- 자사 홈페이지 - 대만 홈페이지 운영 - 기업, 제품 소개 및 홍보 - SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 트위터) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유	
		- 수천마일의 여정은 맥주잔과 함께 시작합니다 - 전통 독일 기술을 사용한 필스너 - 유니크한 맥아의 맛과 가벼운 바디 - 쓴맛이 없고 달콤한 맛	

사진자료: 칭따오 대만 홈페이지

7) 자료: 스탯티스타(Statista)

8) 1위안= 168.40원(2019.12.03., KEB 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 아사히 슈퍼드라이



② 아사히 스타일프리



③ 아사히 드라이제로



④ 필스너 우르켈



⑤ 페로니



자료: 아사히 그룹 홈페이지

③ 아사히 그룹(Asahi Group)

기업 기본 정보	기업명	아사히 그룹(Asahi Group)	
	홈페이지	www.asahigroup-holdings.com	
	위치	1-23-1 Azumabashi, Sumida-Ku, Tokyo 130-8602	
	매출액('18)('19)	2조 1,202억 9,100만 엔 (23조 1,811억 4,150만 원)	
	규모	설립년도	1889년
기업 진출 채널	보유 브랜드	슈퍼드라이, 필스너 우르켈 ¹¹⁾ 등	
	〈오프라인 매장〉 브리즈슈퍼	제품명	아사히 아쿠아블루 (Asahi Aqua Blue)
		용량	350ml
		가격	45대만달러 (1,751원)
		제품 종류	라거 (페일 라거)
기업 홍보 채널		- 자사 홈페이지 - 대만 홈페이지 운영 - 기업, 제품 소개 및 홍보 - SNS 플랫폼(페이스북) - 페이스북 내에 대만 시장 홍보채널 운영 - 경쟁제품 홍보 미디어 공유	
		 - 엄선된 효모를 사용하여 세련되고 상쾌한 맛 - 독점 공급받는 보리를 통해 균일한 품질 보장 - 쓴 맛을 우아하게 표현하는 - 상쾌하고 크리슘하고 맑은 맛	

사진자료: 아사히 그룹 홈페이지

9) 자료: 아사히그룹 홈페이지(asahigroup-holdings.com)

10) 100엔= 1,093.30원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 아사히 그룹은 2017년에 필스너 우르켈의 제조사 필젠스키 프레스드로이(Plzensky Prazdroj)를 비롯한 동유럽권의 몇몇 맥주제조사 소유권을 앤하이저부시 인베브社로부터 인수하였음

●

동일품목 종류

① 이치방 시보리



② 이치방 시보리 블랙



③ 이치방 시보리 홉



④ 이치방 시보리 벚꽃



⑤ 바 비어



⑥ 그랜드 키린 IPA



⑦ 그랜드 키린 오렌지 IPA



자료: 키린 대만 홈페이지

④ 키린 브루어리(Kirin Brewery)

기업 기본 정보	기업명	키린 브루어리(Kirin Brewery)		
	홈페이지	www.kirin.co.jp		
	위치	4-chome-15 Nakano, Nakano City, Tokyo-to, 164-0001 일본		
	매출액('18) ¹²⁾	1조 6,400억 엔 (17조 9,301억 2,000만 원)		
	규모	설립년도	1907년	
기업 진출 채널	보유 브랜드	키린, 바 비어 등		
	〈오프라인 매장〉 브리즈슈퍼	제품명	이치방 시보리 (Ichiban Shibori)	
		용량	350ml	
		가격	42대만달러 (1,634원)	
		제품 종류	라거 (페일 라거)	
기업 홍보 채널		- 자사 홈페이지 - 대만 홈페이지 운영 - 기업, 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램) - 페이스북 내에 대만 시장 홍보채널 운영 - 경쟁제품 홍보 미디어 공유		
		홍보 문구		• 보리에서 가장 먼저 흘러나오는 맥아즙으로만 만드는 공정 • 엄선된 보리로 만드는 • 세계 최고등급의 체코산 홉 • 상쾌하고 만족스러운 맛
사진자료: 키린 대만 홈페이지				

12) 자료: 스탯스타(Statista)

●

동일품목 종류

① 버드와이저



② 코로나 엑스트라



③ 스텔라 아르투아



④ 카스



⑤ 하얼빈 비어

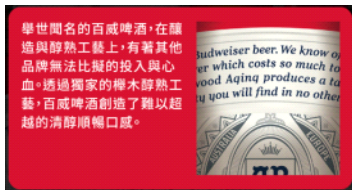


⑥ 호가든



자료: 앤하이저부시 인베브
홈페이지

⑤ 앤하이저부시 인베브(Anheuser-Busch InBev)¹³⁾

기업명		앤하이저부시 인베브(Anheuser-Busch InBev)		
기업 기본 정보	홈페이지	www.ab-inbev.com		
	위치	Anheuser-Busch InBev, Grand Place 1, 1000, Brussels, Belgium		
	매출액('18)('14)('15)	546억 1,900만 달러 (64조 9,966억 1,000만 원)		
	규모	설립년도	2008년	
	보유 브랜드	부쉬, 버드와이저, 코로나 엑스트라 등		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 피엑스마트		제품명	버드와이저 수프림 (Budweiser Supreme)
			용량	330ml
			가격	43대만달러 (1,673원)
			제품 종류	라거 (페일 라거)
기업 홍보 채널		- 자사 홈페이지 - 대만 홈페이지 보유 - 기업, 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 트위터) - 페이스북 내에 대만 시장 홍보채널 운영 - 경쟁제품 홍보 미디어 공유		
				
홍보 문구	• 맥주의 왕 • 양조과정에 최고의 투자와 노력 • 믿을 수 없는 부드러움 • 21일의 숙성과정을 준수 • 매끄러운 맛을 위해 너도밤나무 대량 첨가			

사진자료: 버드와이저 대만 홈페이지

사진자료: 버드와이저 대만 홈페이지

13) 스텔라 아르투아 등의 브랜드를 보유한 벨기에의 거대 양조기업 인터브루(Interbrew)와 코로나 엑스트라 등의 브랜드를 보유한 브라질의 암베브(Ambev)는 2004년에 합병하여 인베브(InBev)가 되었으며, 인베브는 2008년에 버드와이저의 제조사인 미국의 앤하이저부시를 인수하여 앤하이저부시 인베브가 되었음. 이후에도 앤하이저부시 인베브는 각국의 여러 브랜드를 인수함

14) 자료: 앤하이저부시 인베브 홈페이지(ab-inbev.com)

15) 1달러= 1,190.00원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●

동일품목 종류

① 하이네켄 오리지널



② 하이네켄 다크



③ 타이거 아시안 라거



④ 타이거 크리스탈



⑤ 타이거 화이트

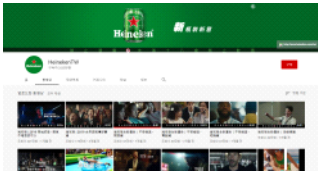
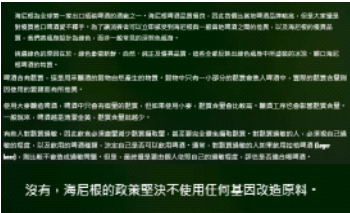


⑥ 데스페라도스 오리지널



자료: 하이네켄 홈페이지

⑥ 하이네켄(Heineken)

기업명		하이네켄(Heineken)	
기업 기본 정보	홈페이지	www.heinekencompany.com	
	위치	Tweede Weteringplantsoen 21, 1017 ZD, Amsterdam, Netherlands	
	매출액('18)('16)('17)	268억 1,100만 유로 (35조 3,221억 5,195만 원)	
	규모	설립년도	1873년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 브리즈슈퍼	보유 브랜드 ¹⁸⁾	하이네켄, 타이거 등
		제품명	하이네켄 오리지널 (Heineken Original)
		용량	330ml
		가격	45대만달러 (1,751원)
기업 홍보 채널		- 자사 홈페이지 - 대만 홈페이지 보유 - 제품, 기업 소개 및 홍보 - SNS 플랫폼(페이스북, 트위터, 유튜브) - 유튜브 내에 대만 시장 홍보채널 운영 - 경쟁제품 홍보 미디어 공유	
		 - 글루텐이 없는 - 유전자 변형 식품이 사용되지 않은 - 신선하고 순수한 맛 - 첨가제없이 천연 성분만을 사용한	

사진자료: 하이네켄 대만 홈페이지

16) 자료: 하이네켄 홈페이지(heinekencompany.com)

17) 1유로= 1,317.45원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 하이네켄은 브랜드 타이거 비어(Tiger Beer), 데스페라도스(Desperados), 암스텔(Amstel) 등의 제조사를 인수함

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 지푸마오이유한공사
(吉富貿易有限公司)

Interview ② 피얼와뚜어꾸편유한공사
(啤爾瓦多股份有限公司)

Interview ③ 파시아꾸편유한공사
(法西亞股份有限公司)

Interview ④ 지아푸마오이유한공사
(嘉馥貿易有限公司)

Interview ⑤ 루어러꾸어지스예유한공사
(羅勒國際實業有限公司)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

대만 (TAIWAN)

맥주 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 맥주 취급 경험 ○

	지푸마오이 유한공사 (吉富貿易 有限公司)	피얼와뚜어꾸편 유한공사 (啤爾瓦多股份有 限公司)	파시아꾸편 유한공사 (法西亞股份 有限公司)	지아푸마오이 유한공사 (嘉馥貿易 有限公司)	루어러꾸어지스 예유한공사 (羅勒國際實業有 限公司)
업체 ▶	수입유통업체	수입유통업체	수제맥주전문점	수입유통업체	수입유통업체
맥주 취급 ▶					
	수제맥주	수제맥주	수제맥주	수제맥주	수제맥주

사진자료: 지푸마오이유한공사(吉富貿易有限公司), 피얼와뚜어꾸편유한공사(啤爾瓦多股份有限公司), 파시아꾸편유한공사(法西亞股份有限公司), 지아푸마오이유한공사(嘉馥貿易有限公司) 페이스북, 루어러꾸어지스예유한공사(羅勒國際實業有限公司) 홈페이지

대만 (TAIWAN)

맥주 바이어 인터뷰

A사	지푸마오이 유한공사 (吉富貿易 有限公司) 수입유통업체	피얼와뚜어꾸편 유한공사 (啤爾瓦多股份 有限公司) 수입유통업체	파시아꾸편유 한공사 (法西亞股份 有限公司) 수제맥주전문점	지아푸마오이 유한공사 (嘉馥貿易 有限公司) 수입유통업체	루어러꾸어지스예 유한공사 (羅勒國際實業 有限公司) 수입유통업체
4,200원 제품 가격	대만 시장에서 적당한 가격대	대만 시장에서 적당한 가격대	대만 시장에서 적당한 가격대	대만 시장에서 적당한 가격대	대만 시장에서 적당한 가격대
캔 제품 포장	병맥주 선호	병맥주 선호	대부분 유리병 선호, 캔 포장은 별로 없음	캔맥주보다 병맥주가 더 많음	캔맥주보다 병맥주가 더 많음
500ml 제품 용량	330ml 선호	330ml, 5L, 20L로 제작하는 것이 좋음	대부분 330ml로 판매	330ml 선호	330ml가 가장 흔함
한국산 원산지	유럽산 수제맥주 가장 선호	벨기에산 맥주 인지도, 수요 가장 많음	여성 소비자자들이 벨기에산 수제맥주 선호	벨기에산 수제맥주 가장 인기 높음	벨기에, 미국 뉴질랜드, 일본 맥주가 가장 흔함

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

Interview ① 지푸마오이유한공사 (吉富貿易有限公司)

Chi Fu
Trading Co., Ltd.

19)

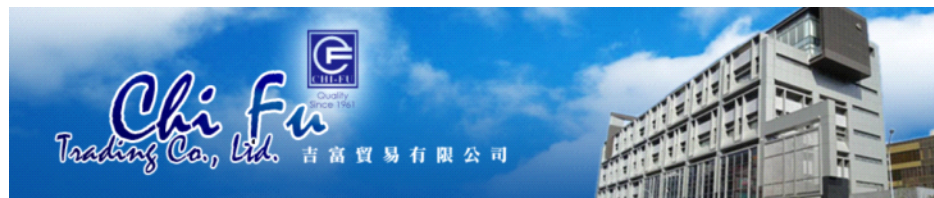
지푸마오이유한공사
(吉富貿易有限公司)

전문가 소속

지푸마오이유한공사
(吉富貿易有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Takeda
(CEO)



何謂精釀啤酒? Craft Beer 101

Craft Beer	Commercial Beer
獨立釀酒坊釀造	大企業集團釀造
年產量低於六百萬桶	大量生產
強調釀造工藝、技術	講求經濟收益
取用當地素材、促進地區經濟	進口購買價格較低的原料
原料限定嚴格：麥芽、啤酒花、酵母、水、天然素材	大米、玉米澱粉、糖漿，添加物如：酸度調整劑， 製劑、沉澱劑、穩定劑等
種類多元：Weizen, Pale Ale, IPA, Bock, Rauch等	口味單一：Lager, Pilsner, Stout

來得遲對於產品的承諾..

來得遲人熱愛啤酒!

充分了解精釀啤酒的獨特性與價值，絕不忽略品質控管
跟隨著各品牌的市場走向來策劃行銷，針對各種商品規劃合適的宣傳活動

It's a BEERtiful Day!

伊勢角屋麥酒

伊勢是日本純淨神聖的領土，超過200間神社坐落其中，擁有純淨的天然資源，伊勢角屋麥酒就是孕育自這樣的環境，研發出精純的酒類。十多年來對啤酒投注源源不絕的熱情，用不同的啤酒花、麥芽，不斷排列組合，終於創造出精密的釀酒工藝，在世界舞台或得一席之地。2000年獲得 Japan Beer Cup 金牌獎，2003年獲得 AIBA 金牌獎及 Best of Class Winner，是日本業界第一次或此殊榮，之後亦獲得 WBC、BIA、WBA、IBA等國際級大賽的獎項。

伊勢角屋是從二軒茶屋餅角屋本店傳承下來的百年老店，以醬油和味噌等傳統醬料起家，至今已430年。明治天皇前往伊勢神宮參拜時，曾至此休憩並留下紀念碑，擔任文化傳承舉足輕重的角色。伊勢角屋也承襲這個理念，以一絲不苟的釀酒態度，將此歷史文化縝密地傳承下去，創造出生氣蓬勃的伊勢角屋麥酒。

更多詳細資訊請連結 facebook- 伊勢角屋麥酒 - 台灣：<https://www.facebook.com/twiskadoya>



지푸마오이유한공사(吉富貿易有限公司) CEO, Ms. Takeda

지푸마오이유한공사는 1930년에 설립되어 미국, 유럽, 일본산 의료기기를 주로 취급하는 수입유통업체임. 2013년부터 수제맥주를 수입하는 자회사를 설립하여 일본산 수제맥주를 수입하기 시작하였으며, 현재는 호주 펄버른산 라 시렌 브루잉 (La Sirene Brewing) 수제맥주만 취급하고 있음



가격 4,200원

용량 500ml

포장 캔

원산지 한국산

Q1. 대만 내 수제맥주 시장의 트렌드가 어떻게 되나요?

대만 내 수제맥주 시장의 규모는 계속해서 커지고 있으며, 카페와 같이 이전에 맥주를 취급하지 않던 매장에서도 수제맥주를 판매하기 시작했습니다. 대만 내 수제맥주의 유행은 대만으로 유학 온 유학생들로부터 시작했으며, 이에 따라 대만에 외국의 분위기와 문화가 접목된 수제맥주 전문점이 많아졌습니다.

Q2. 수제맥주는 주로 어디서 판매하나요?

수제맥주의 주 판매처는 수제맥주 전문점 및 프리미엄 슈퍼마켓입니다. 저희 업체에서 식당은 주 판매처가 아니며, 식당에는 수제맥주보다 와인 및 일반 상업용 맥주를 판매하는 경우가 더 많습니다. 수제맥주의 유통기한은 상대적으로 짧고 원가가 비싸기 때문에 식당을 운영하는 업주 입장에서는 선호하지 않으며, 대만은 한국이나 일본과 달리 식사를 하면서 술을 마시는 문화가 없기 때문에 식당에서 맥주를 마시는 사람들이 많지 않습니다.

Q3. 대만인들은 어떠한 국가의 수제맥주를 선호하나요?

대만인들은 보통 유럽산 수제맥주를 선호합니다. 반대로, 일본산 맥주는 가격이 비싸고 유통기한이 짧아 가장 선호도가 낮습니다. 최근 대만에 유통기한 없이 와인처럼 숙성시켜 마실 수 있는 일본산 맥주가 출시되었으나, 가격이 8,000대만 달러(31만 1,300원)²⁰⁾로 굉장히 비싸고 공급량도 적어 수요가 많지 않았습니다. 이에 따라 현재 대만시장에서 판매되는 일본산 수제맥주는 점차 줄어들고 있습니다.

Q4. 대만인들이 선호하는 수제맥주의 맛, 포장, 용량이 무엇인가요?

수제맥주의 맛은 계절별로 소비자들의 선호도가 상이합니다. 겨울에는 깊은 맛의 맥주가 선호되며, 여름같이 더운 날씨에는 청량한 제품의 수요가 많은 편입니다. 제품 포장의 경우, 병맥주의 선호도가 높은 편입니다. 많은 소비자들이 캔 맥주에는 알루미늄 캔 특유의 냄새가 난다고 생각하여 선호하지 않습니다. 그리고 제품 용량은 330ml가 선호되며 500ml는 양이 다소 많아 선호도가 상대적으로 낮습니다.

Q5. 한국산 수제맥주가 대만 시장에 성공적으로 진출할 수 있을까요?

현재 대만의 수제맥주 시장은 거의 포화상태에 이르렀습니다. 새로운 수제맥주가 성공적으로 진출하기 위해서는 다른 제품들과 차별화 되는 부분이 있어야 합니다. 대만 여성들은 과일 향의 달콤한 맥주를 선호하기 때문에, 이러한 맛의 맥주가 출시될 경우 성공할 확률이 높다고 생각합니다.

Interview ② 피엘와뚜어꾸편유한공사 (啤爾瓦多股份有限公司)



21)

피엘와뚜어꾸편유한공사
(啤爾瓦多股份有限公司)

전문가 소속

피엘와뚜어꾸편유한공사
(啤爾瓦多股份有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Dennis
(CEO)



피엘와뚜어꾸편유한공사(啤爾瓦多股份有限公司) CEO, Mr. Dennis

피엘와뚜어꾸편유한공사는 2013년에 설립된 수입유통업체로, 수입산 수제맥주와 와인 등을 취급하고 있음. 수제맥주 중에는 당사 브랜드인 프리바도(Privado) 수제맥주도 보유함. 당사 제품은 대만 현지 공장에서 제조하고 있으며, 직접 운영하는 식당에서 맥주도 판매함. 자사 홈페이지 외에도 블로그를 운영 중이며, 페이스북 등의 SNS를 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

20) 1대만달러=38.91원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

21) 사진자료: 피엘와뚜어꾸편유한공사(啤爾瓦多股份有限公司) 홈페이지 (privadocomtw.wixsite.com/privado)



가격 4,200원

용량 500ml

포장 캔

원산지 한국산

Q1. 대만 내 수제맥주 시장의 규모가 어떻게 되나요?

대만의 맥주시장 규모는 굉장히 큼니다. 하지만 그 중 수제맥주가 차지하는 비율은 2-3%에 불과합니다. 수제맥주는 상대적으로 가격이 높고 인지도가 낮아 시장 점유율이 낮은 편입니다.

Q2. 수제맥주는 주로 어디서 판매하나요?

수제맥주는 수제맥주 전문매장 외에도, 한식, 일식, 양식 등의 식당, 술집, 카페, 고급 호텔, 프리미엄 슈퍼마켓, 대형마트 등 다양한 매장에서 판매합니다.

Q3. 대만인들은 어떠한 국가의 맥주를 선호하나요?

대만 시장에는 다양한 국가의 수입산 맥주가 판매되지만, 그 중 대만인들이 가장 선호하는 맥주는 벨기에산 맥주입니다. 대만시장에 진출한 지 가장 오래된 맥주는 벨기에산 맥주이기 때문에, 제품의 인지도가 높으며 벨기에산 일반 맥주와 수입산 맥주 모두 수요가 많습니다.

Q4. 대만에서 수요가 많은 맥주의 맛과 도수가 무엇인가요?

연령대에 따라 선호하는 맥주의 맛이 다릅니다. 20대 소비자들은 단 맛의 청량한 맥주를 선호하며, 30-50대 소비자들은 쓴 맛과 향이 강한 맥주를 좋아합니다. 알코올 도수의 경우에도, 젊은 소비자들은 5-6%의 제품을 많이 구매하지만 30대 이상의 소비자들은 9-10%의 맥주를 구매하는 경우가 많습니다.

Q5. 소비자들이 많이 구매하는 맥주의 용량은 어느 정도인가요?

수입산 맥주는 330ml, 5L, 20L로 제작하여 판매하는 것이 좋으며, 소비자들은 500ml의 제품보다 330ml의 제품을 더 많이 구매합니다.

Q6. 한국산 수제맥주는 어떻게 홍보하는 것이 효과적일까요?

수제맥주는 지역적 특성을 띠는 제품일수록 수요가 많을 확률이 높습니다. A사 제품에 사용되는 제주 감귤을 강조하여 제품 홍보를 진행하는 것이 좋을 것 같습니다. 대만에는 수제맥주에 사용되는 특수 소재 및 제조과정을 이용하여 제품을 홍보하는 업체들이 많습니다. 그리고 A사에서 단독으로 홍보를 진행하는 것보다는 현지의 유통업체와 함께 홍보하는 것이 효과적입니다.

Interview ③ 파시아꾸편유한공사 (法西亞股份有限公司)



22)

파시아꾸편유한공사
(法西亞股份有限公司)

전문가 소속

파시아꾸편유한공사
(法西亞股份有限公司)
수제맥주전문점

전문가 정보

Mr. Cheng
(CEO)



파시아꾸편유한공사(法西亞股份有限公司) CEO, Mr. Cheng

파시아꾸편유한공사는 2015년 6월부터 수제맥주를 취급하는 수제맥주전문점으로, 대만 내 4개의 수제맥주 전문점을 운영 중에 있음. 제주맥주를 이미 판매하고 있으며, 제주맥주를 포함해 총 300가지 이상의 수제맥주를 판매함. 각 매장에는 수제맥주 외에도 다양한 종류의 음식을 함께 판매하며, 자사 홈페이지와 더불어 페이스북, 인스타그램을 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

22) 사진자료: 파시아꾸편유한공사(法西亞股份有限公司) 홈페이지 (www.abv.com.tw)



가격 4,200원

용량 500ml

포장 캔

원산지 한국산

Q1. 대만 내 수제맥주 시장의 트렌드가 어떻게 되나요?

대만 내 수제맥주 시장의 규모는 작으며, 수요에 비해 공급이 많습니다. 현재 대만에 진출한 수제맥주 업체는 굉장히 많으며, 중간 유통업체까지 포함하면 수제맥주 시장은 불균형한 상태입니다. 일반 맥주의 소매가는 납품가의 6배 정도이지만, 수제맥주는 겨우 2-3배에 불과하여 수제맥주를 판매하려는 매장의 수도 증가하지 않고 있습니다.

Q2. 수제맥주의 주 소비자층이 누구인가요?

수제맥주의 주 소비자층은 28-45세의 여성입니다. 여성 소비자들은 과일을 넣어 마시는 벨기에산 수제맥주를 선호합니다. 수제맥주에 첨가해 먹는 맥주의 종류로는 앵두, 딸기, 복분자 등이 있으며, 그 중 딸기의 인기가 가장 높습니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 맥주 브랜드는 무엇인가요?

대만인들은 한 가지 브랜드의 맥주를 선호하고 구매하기 보다는 항상 새로운 맛의 제품을 시도해보려는 경향이 있습니다. 따라서 저희는 이러한 수요를 맞추기 위해 약 300가지의 맥주를 매장에서 판매하고 있습니다. 판매하는 제품은 재고유지를 위해 제품별로 2-3일 판매량을 책정하여 주기적으로 주문합니다. 한번 주문할 때 주문량은 약 4-5상자이며, 상자마다 4가지 브랜드의 맥주가 섞여서 포장되어 있습니다. 저희는 특히 벨기에 수도원 맥주를 자주 주문하고 있으며 대만 맥주시장에서는 잘 판매하지 않는 영국, 독일 수제맥주를 빼먹지 않고 매번 주문하고 있습니다.

Q4. 매장에서 가장 가격이 비싼 수제맥주는 무엇인가요?

저희 매장에서 가장 비싼 맥주는 노르웨이산 뇌그너 오 마이크로 브루어리 (Nogne O Micro Brewery)의 제품입니다. 이 제품에 도수는 16%이며 가격은 2,000대만달러(77,820원)입니다. 해당 제품은 대만에서 흔하지 않으며 소수의 대만인들만 구매합니다.

Q5. 소비자들은 어떠한 맛과 포장 형태의 수제맥주를 선호하나요?

매장에 방문하는 소비자들 중 40% 정도는 도수가 5-6%인 일반적인 수제맥주를 구매하며, 나머지 소비자들은 쓴 맛, 신 맛 등 향이 강한 특이한 수제맥주를 구매합니다. 제품 포장의 경우, 대부분 유리병을 선호하며 알루미늄 캔은 선호하지 않습니다. 저희가 취급하는 300여 개의 맥주 중 오직 10여 개 제품만 캔으로 포장되어 있습니다.

Interview ④ 지아푸마오이유한공사 (嘉馥貿易有限公司)



23)

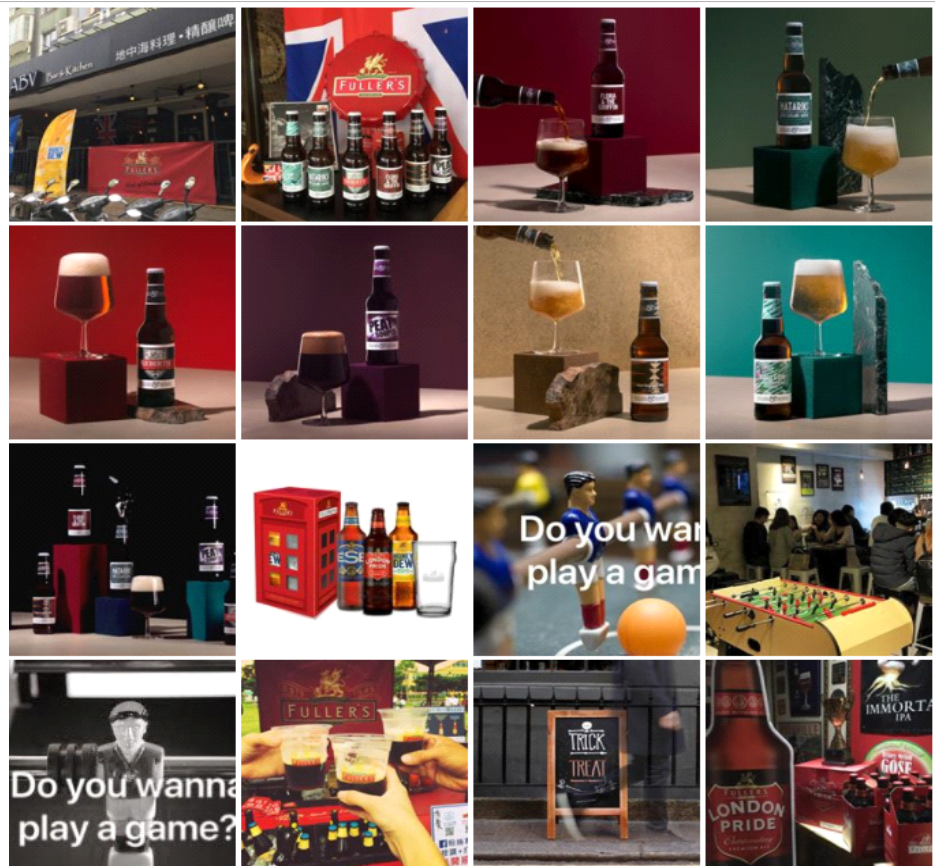
지아푸마오이유한공사
(嘉馥貿易有限公司)

전문가 소속

지아푸마오이유한공사
(嘉馥貿易有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Morgan
(Manager)



지아푸마오이유한공사(嘉馥貿易有限公司) Manager, Mr. Morgan

지아푸마오이유한공사는 1968년에 설립된 수입유통업체로, 처음 설립되었을 당시 동물사료 첨가용 아미노산 및 비타민을 취급하였음. 현재는 주류사업부를 설립하여 수입산 수제맥주를 취급하고 있으며, 영국산 폴로스(Fuller's)와 앵커(Anchor) 맥주를 판매함. 별도의 자사 홈페이지는 운영 중이지 않으며, 자사 페이스북 홈페이지를 통해 자사 제품 정보를 게시하고 있음

23) 사진자료: 지아푸마오이유한공사(嘉馥貿易有限公司) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/fullerstaiwan)



가격 4,200원

용량 500ml

포장 캔

원산지 한국산

Q1. 대만 내 수제맥주 시장의 트렌드가 어떻게 되나요?

대만의 수제맥주 시장은 이전에 비해 위축된 상태입니다. 수제맥주의 인기는 3-4년 전에 가장 높았으며, 2017년부터는 수제맥주의 수요가 줄어들기 시작했습니다. 현재 대만 경제가 전반적으로 좋지 않아 소비자들은 저렴한 일반 맥주를 구매하는 추세입니다.

Q2. 수제맥주는 주로 어디서 판매하나요?

수제맥주는 식당, 술집, 슈퍼마켓, 카페 등 다양한 곳에서 판매합니다. 하지만 수제맥주의 수요가 가장 많은 곳은 규모가 큰 레스토랑, 술집, 슈퍼마켓입니다. 저희 매장에서 판매하는 영국과 미국산 수제맥주는 대만 내 서양 음식점에서 가장 많이 판매하며, 시티슈퍼(City Super) 등의 프리미엄 마트에서도 판매합니다.

Q3. 대만인들은 어떠한 국가의 수제맥주를 선호하나요?

대만에서는 현재 벨기에 수도원 수제맥주의 인기가 높습니다. 벨기에 맥주는 대만 시장에 진출한 지 오래되어 고품질의 맥주로서 인지도가 높습니다. 반면에 일본산 맥주는 대만에서 고가의 맥주로 판매되고 있는데, 최근 대만 경제가 불황을 맞이하면서 일본 맥주의 수요가 줄어들었습니다.

Q4. 대만 내 맥주의 주 소비자층과 주류 문화가 어떻게 되나요?

맥주의 주 소비자층은 25-40세 남성입니다. 대만에는 많은 양의 맥주를 한 번에 마시는 주류 문화가 있습니다. 대만 소비자들은 술자리에서 술을 빠르게 마시는 것을 선호합니다. 하지만 수제맥주는 빠르게 많은 양을 마시는 주류가 아니다 보니 소비자들의 선호도가 낮습니다.

Q5. 대만 내 한국산 맥주의 인지도가 어느 정도인가요?

대만 내 한국산 맥주의 인지도는 낮으며, 한국산 맥주를 취급해본 경험이 없습니다. 하지만 대만 내 한류의 인기는 높아지고 있고, 이에 따라 한국 제품을 선호하는 소비자층이 형성되고 있기 때문에 A사 제품은 이러한 소비자층을 대상으로 적절한 마케팅과 홍보를 하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ⑤ 루어러꾸어지스예유한공사 (羅勒國際實業有限公司)



24)

루어러꾸어지스예유한공사
(羅勒國際實業有限公司)

전문가 소속

루어러꾸어지스예유한공사
(羅勒國際實業有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. He
(Manager)

Brand Stories 品牌故事



Moon Dog

Moon Dog craft beer brewery

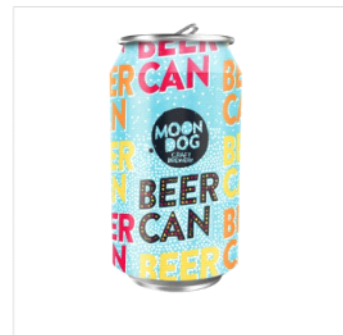
加入收藏

打破傳統Moon Dog的實驗，挑戰及創新Moon Dog的實驗，Moon Dog帶來啤酒的無限可能~永遠可以挑戰您的好奇心！！要變得很新的新品牌Moon Dog為您帶來啤酒的新世界！

Moon Dog Brewery澳洲超強品牌Moon Dog，以創新口味及命名策略，目前出品超過60款不同類型的啤酒，隨着品牌來自於實驗、電影、遊戲及文化，是澳洲當地相當受到文青世代喜愛的品牌。Moon Dog除了5款核心產品外，更時常推出季節限定啤酒，並推出首創品牌為「Son Of A Plum」世紀之酒，是以復古電影為發想靈感，在澳洲當地更是相當一置，以水蜜桃及李子釀出特殊口味的啤酒，那酸酸的香味叫人聯想。

當地的啤酒名稱，也是Moon Dog品牌為人津津樂道的地方，像最出名位於新嘉坡的超強啤酒Sun Cat IPA，啤酒命名稱從當地現有的命名方式，令人不由地會心一笑，Sun Cat IPA也被稱為「不可能出口的IPA」，象徵為獨特的香氣及超強的烈酒，當地啤酒使用的原料，讓此酒來自可說是澳洲當地最純潔，此酒喝起來與眾不同，以冷製啤酒釀成，讓此啤酒與眾不同，可以不用出國，在台灣也能享受到超純潔的啤酒好滋味！

Tasting Notes 品酒筆記



啤酒行不行？

加入收藏

Beer Can

類別：啤酒

產地：澳洲

酒精度：4.2

容量：330ml

啤酒 (Beer)，罐裝 (Can) 行不行 (Can?) 那就叫「啤酒行不行？」

雖然嚴格只能說是啤酒花添加玉米糖漿，「啤酒行不行？」當澳洲水蜜桃、蜜桃味地，是澳洲玉米味的拉格啤酒，隨着「啤酒行不行？」吧！ABV 4.2% / IBU 18 / SRM 4 啤酒花：Centennial, Citra, Simcoe 麥芽：Pale Malt, Torried Wheat (淡色麥芽、烘過小麥) 酵母：Larger 其他：水蜜桃、芒果、百香果汁

루어러꾸어지스예유한공사(羅勒國際實業有限公司) Manager, Mr, He

루어러꾸어지스예유한공사는 2014년에 설립되어, 2016년부터 맥주 사업부를 신설하였음. 현재 벨기에 수도원 맥주인 생 피이앵(St-Feuillien) 맥주의 총대리상을 맡고 있음. 이 외에도 호주 멜버른산 문 도그 크래프트 비어(Moon Dog Craft Beer)를 비롯해 50가지 이상의 수제맥주 및 증류주를 취급하고 있음



가격 4,200원

용량 500ml

포장 캔

원산지 한국산

Q1. 대만 내 수제맥주 시장의 트렌드가 어떻게 되나요?

대만 내 맥주시장의 규모는 매우 큰 편이지만, 그 중 수제맥주가 차지하는 비중은 3%밖에 되지 않습니다. 가장 큰 이유는 수제맥주의 높은 가격입니다. 수제맥주는 일반 맥주보다 인지도가 낮으며 가격도 비싸 소비자들이 자주 구매하지 않습니다.

Q2. 수제맥주는 주로 어디서 판매하나요?

수제맥주는 수제맥주전문점, 식당, 술집, 카페, 호텔, 마트 등에서 판매합니다. 대부분의 수제맥주 전문점에서는 신규 고객을 확보하기 위해 매번 새로운 브랜드의 맥주를 판매합니다. 그리고 식당의 경우, 수제맥주를 판매하지만 일반 맥주와 전통주를 구매하는 소비자들이 훨씬 더 많습니다.

Q3. 대만인들은 어떠한 국가의 수제맥주를 선호하나요?

대만 시장에서 가장 많이 판매되는 수입산 수제맥주는 벨기에, 미국, 뉴질랜드, 일본 맥주입니다. 그 중 벨기에 맥주가 가장 오래되었으며, 미국과 일본 맥주는 대만 시장에 진출한 지 7-8년 정도 되었습니다. 이 중 벨기에 수도원 맥주인 시메이(Chimay) 맥주의 선호도가 가장 높습니다.

Q4. 대만인들이 선호하는 수제맥주의 맛, 포장, 용량이 무엇인가요?

대만인들은 대체적으로 청량한 맛의 맥주를 선호하고 도수가 5-6% 정도인 제품의 수요가 가장 많습니다. 병맥주와 캔맥주를 모두 취급 중이나 병맥주가 더 많으며 용량은 330ml가 가장 흔합니다.

Q5. 한국산 수제맥주는 어떠한 유통채널에서 판매하는 것이 좋을까요?

한국산 수제맥주는 취급해 본 경험이 없으나, 한식당과 프리미엄 슈퍼마켓에서 수요가 많을 것 같습니다. 저희가 취급하는 일본 맥주의 경우 일식당과 슈퍼마켓에서 판매하고 있습니다. 대만에는 일본인이 설립하거나 일본과 연관되어 있는 마트가 많아 일본 제품의 입점이 상대적으로 쉽습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

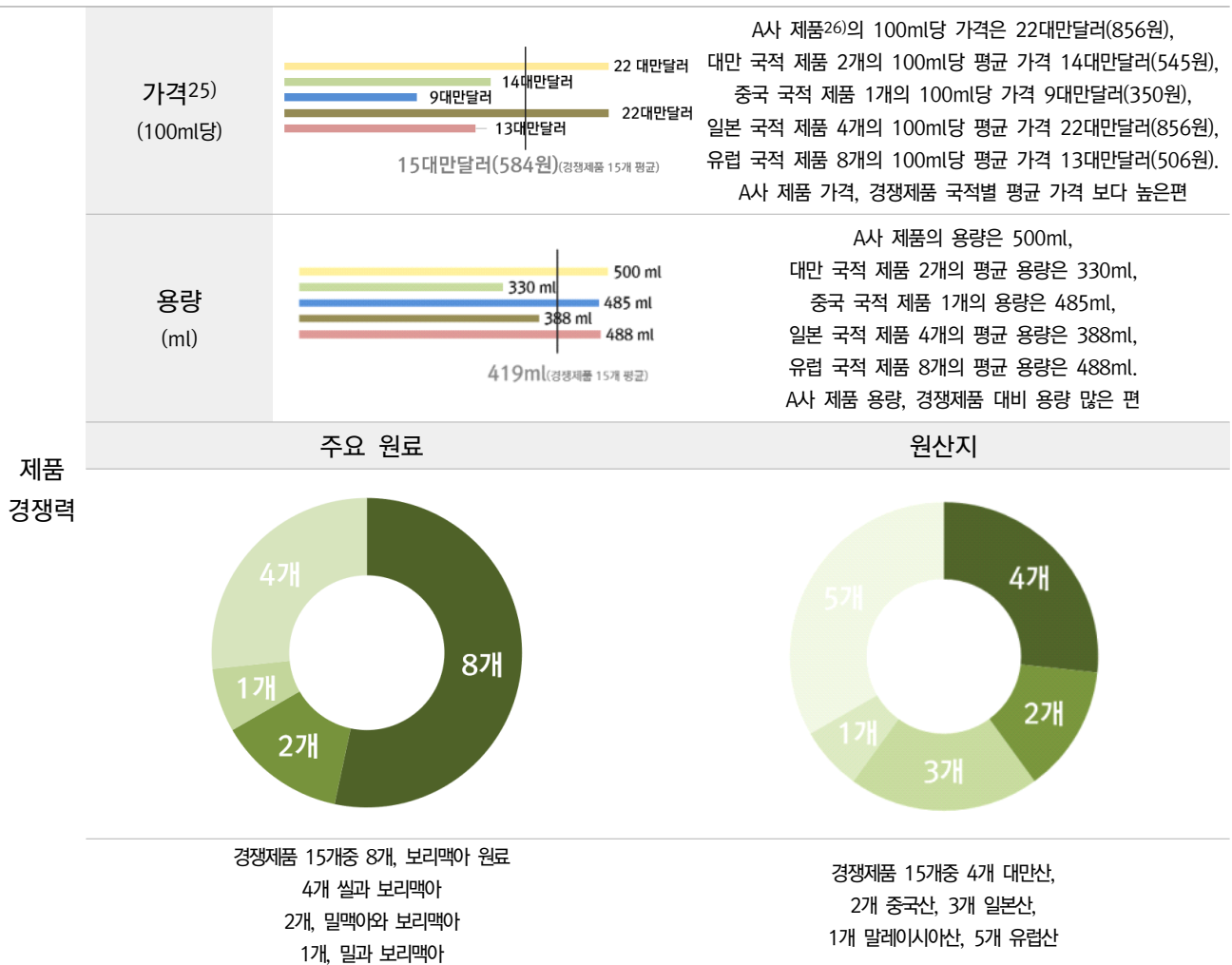


Competitiveness

(경쟁력 파악)

대만 (TAIWAN) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 대만 국적 ■ 중국 국적 ■ 일본 국적 ■ 유럽 국적 | 15개 경쟁제품 평균 경쟁력 평가 의견



대만 (TAIWAN) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 주류 제품 오프라인 매장 판매, 대만 내 주류 제품 온라인 판매 금지	경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 ‘양조과정’, ‘맛’ 등을 강조한 홍보문구 활용

25) 1대만달러= 38.91원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) A사 제품 가격: 108대만달러(4200원을 38.91원으로 나눈 값)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(경쟁기업)

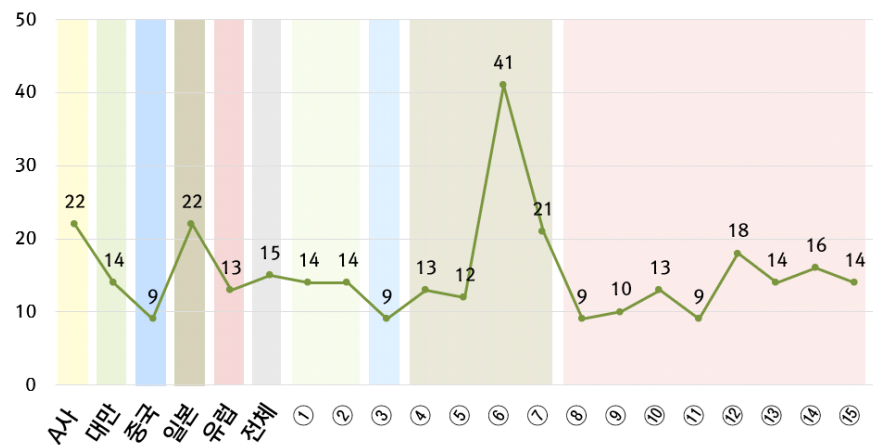
- ① 벡스킨 (핀처 그룹)
- ② 타이완 비어 (대만담배주류공사)
- ③ 칭따오 비어 (칭따오 브루어리)
- ④ 아사히 아쿠아블루 (아사히 그룹)
- ⑤ 이치방 시보리 (키린 브루어리)
- ⑥ 예비수 프리미엄 블랙 (삿포로 홀딩스)
- ⑦ 필스너 우르켈 (아사히 그룹)
- ⑧ 버드와이저 수프림 (앤하이저부시 인베브)
- ⑨ 부쉬 스노우비어 (앤하이저부시 인베브)
- ⑩ 타이거 아시안 라거 (하이네켄)
- ⑪ 하이네켄 오리지널 (하이네켄)
- ⑫ 에델바이스 위트비어 (하이네켄)
- ⑬ 칼스버그 스무스 드라우트 (칼스버그 브루어리)
- ⑭ 블랑 위트비어 (칼스버그 브루어리)
- ⑮ 기네스 드라우트 스타우트 (기네스)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 일본 국적 제품의 100ml당 평균 가격과 동일

대만 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 대만 국적 제품 2개는 100ml당 평균 14대만달러(545원), 중국 국적 제품 1개는 100ml당 9대만달러(350원), 일본 국적 제품 4개는 100ml당 평균 22대만달러(856원), 유럽 국적 제품 8개는 100ml당 평균 13대만달러(506원)에 판매되고 있음. A사 제품의 100ml당 가격은 22대만달러(856원)임. A사 제품의 100ml당 가격은 모든 경쟁제품 국적별 평균 가격보다 높게 책정되어 있으며 일본 국적 제품 1개(⑥)의 100ml당 가격보다는 낮게 책정됨

[표 3.1] 대만 맥주 가격 경쟁력 분석

(단위: 대만달러/100ml당)



2) 용량

경쟁제품(경쟁기업)

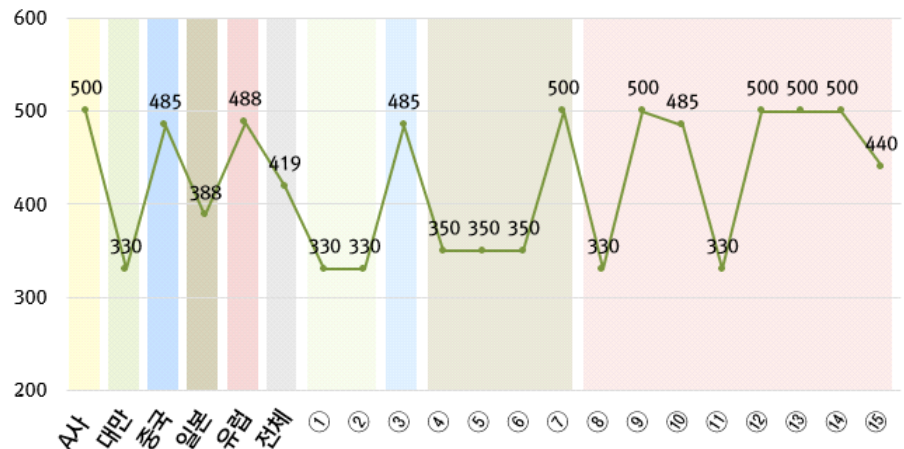
- ① 벅스킨
(핀처 그룹)
- ② 타이완 비어
(대만담배주류공사)
- ③ 칭따오 비어
(칭따오 브루어리)
- ④ 아사히 아쿠아블루
(아사히 그룹)
- ⑤ 이치방 시보리
(키린 브루어리)
- ⑥ 예비수 프리미엄 블랙
(샷포로 홀딩스)
- ⑦ 필스너 우르켈
(아사히 그룹)
- ⑧ 버드와이저 수프림
(앤하이저부시 인베브)
- ⑨ 부쉬 스노우비어
(앤하이저부시 인베브)
- ⑩ 타이거 아시안 라거
(하이네켄)
- ⑪ 하이네켄 오리지널
(하이네켄)
- ⑫ 에델바이스 위트비어
(하이네켄)
- ⑬ 칼스버그 스무스 드라우트
(칼스버그 브루어리)
- ⑭ 블랑 위트비어
(칼스버그 브루어리)
- ⑮ 기네스 드라우트 스타우트
(기네스)

▶ A사 제품 용량 500ml, 경쟁제품 15개 대비 높은 용량

대만 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 대만 국적 제품 2개의 평균 용량은 330ml, 중국 국적 제품 1개의 용량은 485ml, 일본 국적 제품 4개의 평균 용량은 388ml, 유럽 국적 제품 8개의 평균 용량은 488ml인 것으로 조사됨. A사 제품의 용량은 500ml이며, A사 제품과 비슷한 혹은 동일한 용량(500ml, 485ml)을 보유하고 있는 제품은 중국 국적 제품 1개, 일본 국적 제품 1개, 유럽 국적 제품 5개, 총 7개인 것으로 확인됨

[표 3.2] 대만 맥주 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)



3) 주요 원료

제품⑭



제품명 (제조사)	블랑 위트비어 (칼스버그 브루어리)
제품 종류	에일 (위트비어)
용량	500ml
가격	79대만달러 (3,074원)
100ml당 가격	16대만달러 (623원)

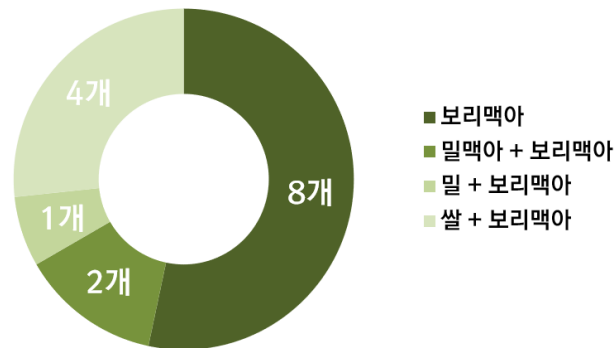
▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 보리맥아 원료

4개, 쌀 + 보리맥아 (중국, 대만 생산)

2개, 밀맥아 + 보리맥아

대만에서 판매되고 있는 맥주 경쟁제품 15개는 보리 혹은 보리맥아를 원료로한 제품과 보리맥아와 밀맥아 혹은 쌀을 원료로한 제품으로 구분됨. 경쟁제품 15개중 8개는 보리맥아만을 원료로한 제품이며, 4개는 쌀(쌀,백미)과 보리맥아를 원료로 한 제품이며, 2개는 밀맥아와 보리맥아, 1개는 밀과 보리맥아를 원료로한 제품인 것으로 확인됨. 쌀을 원료로 한 제품은 중국과 대만에서 생산한 것으로 확인됨. A사 제품과 유사한 제품인 ⑭번 제품의 경우 밀과 보리맥아 포도당 시럽, 카라멜 향료, 오렌지 껍질, 고수 등의 첨가물을 첨가한 것으로 조사됨

[표 3.3] 대만 맥주 주요 원료 경쟁력 분석

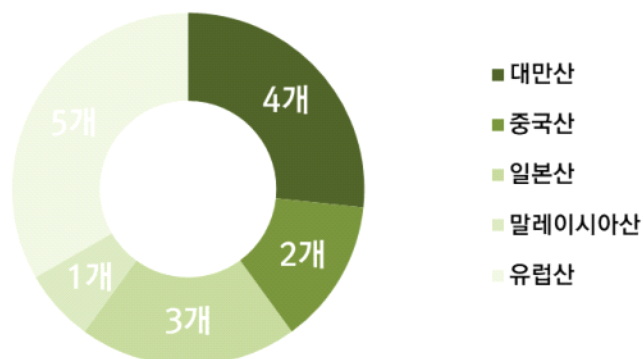


4) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 아시아산 제품

대만에서 판매되고 있는 맥주 경쟁제품 15개는 아시아와 유럽을 원산지로 하는 제품인 것으로 조사됨. 경쟁제품 10개는 아시아가 원산지로 대만산 4개, 중국산 2개, 일본산 3개, 말레이시아산 1개 제품임. 경쟁제품 5개는 유럽이 원산지로 네덜란드, 체코, 오스트리아, 폴란드, 아일랜드 각각 1개 제품인 것으로 확인됨

[표 3.4] 대만 맥주 원산지 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 판매 채널 정보

대만에 진출한 경쟁기업 6개사 중 4개사는 고급 슈퍼마켓 브리즈슈퍼(Breeze Super)에서 조사되었으며, 1개사는 슈퍼마켓 피엑스마트(PX Mart), 1개사는 편의점 세븐일레븐(Seven Eleven)에서 조사됨

[표 3.5] 대만 맥주 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인 매장			온라인 매장
	브리즈슈퍼	피엑스마트	세븐일레븐	
대만담배주류공사	○			판매 금지
칭따오 브루어리			○	
아사히 그룹	○			
키린 브루어리	○			
앤하이저부시 인베브		○		
하이네켄	○			

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 모두 현지 국적의 자사 홈페이지를 통해 주로 대표 경쟁제품의 특징, 원료 등을 소개하고 있음. 대만 시장에 진출한 글로벌기업 5개사는 모두 페이스북 내에 대만 시장을 겨냥한 SNS 플랫폼을 보유하고 있으며, 하이네켄의 경우 페이스북 뿐만 아니라 유튜브에도 대만 시장 홍보용 채널을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 이외 경쟁기업들이 활용하는 SNS 플랫폼으로는 인스타그램과 트위터가 있음

[표 3.6] 대만 맥주 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	트위터	유튜브
대만담배주류공사	○	○	○		
칭따오 브루어리	○	○	○	○	
아사히 그룹	○	○			
키린 브루어리	○	○	○		
앤하이저부시 인베브	○	○	○	○	
하이네켄	○	○		○	○

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, '양조 과정', '상쾌한 맛' 강조하여 경쟁제품 홍보

대만에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘양조 과정’과 ‘상쾌한 맛’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 맥주 경쟁제품의 양조 과정을 강조하는 ‘전통적인 독일의 필스너’, ‘유니크한 맥아’, ‘최고등급의 체코산 홉’, ‘엄선된 보리와 맥아’, ‘가장 첫 번째로 나오는 맥아즙으로 만든’ 등의 문구를 사용함. 이외, 맥주 경쟁제품의 향과 풍미를 나타내는 ‘상쾌한 맛’, ‘청량한 맛’, ‘신선한 맛’, ‘드라이한 맛’, ‘라이트 바디’ 등의 문구를 활용하거나 ‘글루텐프리’, ‘유전자변형 식품이 사용되지 않은’, ‘첨가제가 없는’ 등의 문구를 활용하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.7] 대만 맥주 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. 중화민국통계정보네트워크 (www.statdb.dgbas.gov.tw)
3. 피엑스마트 홈페이지 (www.pxmart.com.tw)
4. 세븐일레븐 홈페이지 (www.7-11.com.tw)
5. 대만 법령 및 규제 데이터베이스 (www.loi.moj.gov.tw)
6. 대만담배주류공사 홈페이지 (www.en.ttl.com.tw)
7. 칭따오 대만 홈페이지 (www.ttbc.com.tw)
8. 아사히 그룹 홈페이지 (www.asahigroup-holdings.com)
9. 키린 대만 홈페이지 (www.kirin.com.tw)
10. 앤하이저부시 인베브 홈페이지 (www.ab-inbev.com)
11. 버드와이저 대만 홈페이지 (www.budweiser.com.tw)
12. 하이네켄 대만 홈페이지 (www.heineken.com)
13. 스타티스타 홈페이지 (www.statista.com)
14. 지푸마오이유한공사(吉富貿易有限公司) 홈페이지 (www.chifupharma.com)
15. 피얼와뚜어꾸편유한공사(啤爾瓦多股份有限公司) 홈페이지 (privado.com.tw.wixsite.com/privado)
16. 파시아꾸편유한공사(法西亞股份有限公司) 홈페이지 (www.abv.com.tw)
17. 지아푸마오이유한공사(嘉馥貿易有限公司) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/fullerstaiwan)
18. 루어러꾸어지스예유한공사(羅勒國際實業有限公司) 홈페이지 (www.tw-tw.com.tw)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.27.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

