



# Contents

## I. Competitive Product (경쟁제품)

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

## II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	23
1. 중국 유산균 제품 경쟁기업 포지셔닝	24
2. 중국 유산균 제품 경쟁기업 현황	25
3. 중국 유산균 제품 경쟁기업 분석	27

## III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	44
Interview ① 쩐티엔란궈찌마오이(베이징)유오시안공쓰 (臻天然国际贸易(北京)有限公司)	45
Interview ② 베이미얼 (贝蜜儿)	47
Interview ③ 비페이더(베이징)성우커찌유오시안공쓰 (比菲德北京生物科技有限公司)	49
Interview ④ 형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰 (恒康大药房连锁有限公司)	51
Interview ⑤ 산둥다한자진츄커유오시안공쓰 (山东大韩家进出口有限公司)	52

## IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	56
1. 제품 경쟁력 검증	57
2. 기업 마케팅 벤치마킹	61

*참고문헌	63
-------	----

# I. Competitive Product

## SUMMARY

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

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 중국 (CHINA) 어린이유산균 제품 방문 매장 선정

### 방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

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

## 중국 (CHINA) 어린이유산균 제품 매장 조사

	올레(Ole) (슈퍼마켓)	우마트(Wu Mart) (슈퍼마켓)	레유(Leyou) (영유아 매장)
전경			
조사 제품	5개	2개	6개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2004년에 설립된 슈퍼마켓 체인점</li> <li>• 중국 내에 20개 매장 보유</li> <li>• 고급 브랜드 제품 다수 취급</li> <li>• 가격대가 일반 슈퍼마켓에 비해 높은 편임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년에 설립된 슈퍼마켓 체인점</li> <li>• 중국 내에 1,000개 이상의 매장 보유</li> <li>• 중국산 제품을 주로 취급함</li> <li>• 일부 수입산 제품은 따로 코너를 만들어 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1996년에 설립된 영유아 매장</li> <li>• 중국 내에 600개 이상의 매장 보유</li> <li>• 자사 홈페이지와 모바일 앱을 통한 온라인 판매도 진행</li> </ul>
	왓슨스(Watsons) (드럭스토어)	111약국(111医药馆) (약국)	
전경			
조사 제품	1개	1개	
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩에 본사를 둔 드럭스토어 체인점으로, 1828년에 설립됨</li> <li>• 중국 내에 3,800개 이상의 매장 보유</li> <li>• 헬스케어, 생활용품, 간식 등 다양한 제품 취급</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012년에 설립된 프랜차이즈 약국 체인점</li> <li>• 중국 내 500개 이상의 매장 보유</li> <li>• 각종 중국산과 수입산 의약품, 처방약 판매</li> <li>• 자사 홈페이지와 모바일 앱을 통한 온라인 판매도 진행</li> </ul>	

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 중국 (CHINA)

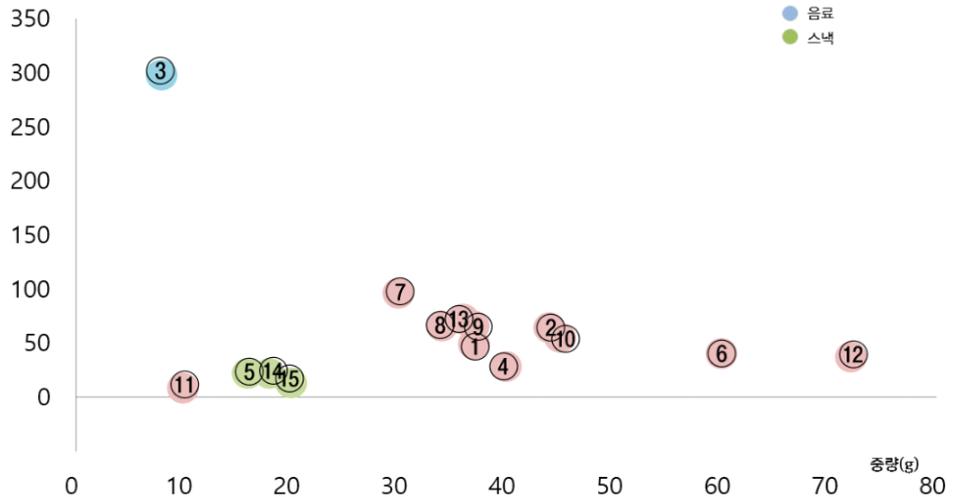
### 어린이유산균 제품 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준  
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준  
· 경쟁제품 소비자가격  
· 경쟁제품 형태

경쟁제품 포지셔닝 기준  
· X축 : 중량(g)  
· Y축 : 소비자가격(위안)

소비자가격(위안/10g)



## 중국 (CHINA)

### 어린이유산균 제품 경쟁제품 분석

제품 종류①	경쟁제품(경쟁기업)	원산지	제형	가격 (총합) <sup>1)</sup>	가격 (10g/ml당)	중량 (g)	대상	프리바이오틱스 포함 여부
프로바이오틱스	① 프로바이오7 키즈캠 (프로바이오7)	영국	파우더	198위안 (33,207원)	53위안 (8,889원)	37	어린이	포함
	② 키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)	이탈리아	파우더	288위안 (48,300원)	64위안 (10,733원)	45	어린이	불포함
	③ 프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)	이탈리아	음료	238위안 (39,915원)	298위안 (49,978원)	8	어린이	불포함
	④ 프로바이오틱스 그레놀 (양리1호)	중국	파우더	113위안 (18,951원)	28위안 (4,696원)	40	성인	포함
	⑤ 프로바이오틱스 큐브 (키즈팔)	중국	스낵	40위안 (6,708원)	22위안 (3,690원)	18	어린이	포함
	⑥ 프로바이오틱스 컴포지트 파우더 (이헬스)	중국	파우더	238위안 (39,915원)	40위안 (6,708원)	60	어린이	포함
	⑦ 프로바이오틱스 솔리드 베버리시스 (서우얼)	중국	파우더	288위안 (48,300원)	96위안 (16,100원)	30	어린이	포함
	⑧ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)	중국	파우더	238위안 (39,915원)	66위안 (11,069원)	36	어린이	포함
	⑨ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)	중국	파우더	238위안 (39,915원)	66위안 (11,069원)	36	어린이	포함
	⑩ 컴파운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (유넌)	뉴질랜드	파우더	248위안 (41,592원)	55위안 (9,224원)	45	어린이	포함
	⑪ 프로바이오틱 솔리드 베버리시 (라이프스페이스)	중국	파우더	68위안 (11,404원)	68위안 (11,404원)	10	어린이	불포함
	⑫ 프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)	중국	파우더	265위안 (44,443원)	37위안 (6,205원)	72	어린이	포함
	⑬ 어덜트 프로바이오틱 바우더 솔리드 베버리시 (유니온헬스)	중국	파우더	258위안 (43,269원)	72위안 (12,075원)	36	성인	불포함
유산균	⑭ 핑거푸드 유산균드롭 (베이비 쿠키)	한국	스낵	39위안 (6,541원)	22위안 (3,690원)	18	어린이	불포함
	⑮ 요거트멜츠 (팡광)	중국	스낵	25위안 (4,193원)	13위안 (2,180원)	20	어린이	불포함

(\*) 현지 판매 유산균 제품 경쟁제품 15개 분석

1) 1위안= 167.71원(2020.01.15.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 1. 중국 어린이유산균 제품 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 유산균 제품 중 형태에 따라 선정한 제품

- 파우더 형태 : 분말 형태의 경쟁제품 선정
- 스낵 형태 : 쿠키와 동결건조 형태의 경쟁제품 선정
- 음료 형태 : 음료 형태의 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(\*) 5개 채널 : 올레(Ole), 우마트(Wu Mart), 레유(Leyou), 왓슨스(Watsons), 111약국(111医药馆)

[표 1.1] 중국 유산균 제품 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 형태			유형별 매장 입점 여부	
	파우더	스낵	음료	오프라인	온라인
① 프로바이오7 키즈캠 (프로바이오7)	○			○ (올레)	○ (징둥, 티몰 등)
② 키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)	○			○ (올레)	○ (징둥, 티몰 등)
③ 프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)			○	○ (올레)	○ (징둥, 티몰 등)
④ 프로바이오틱스 그레놀 (양리1호)	○			○ (올레)	○ (징둥, 티몰 등)
⑤ 프로바이오틱스 큐브 (키즈팔)		○ (동결건조큐브)		○ (우마트)	○ (1688몰, 징둥 등)
⑥ 프로바이오틱스 컴포시트 파우더 (이헬스)	○			○ (레유)	○ (징둥, 티몰 등)
⑦ 프로바이오틱스 솔리드 베버리시스 (서우얼)	○			○ (레유)	○ (징둥, 티몰 등)
⑧ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)	○			○ (레유)	○ (1688몰, 징둥 등)
⑨ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)	○			○ (레유)	○ (1688몰, 징둥 등)
⑩ 컴파운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (유덴)	○			○ (레유)	○ (징둥, 티몰 등)
⑪ 프로바이오틱 솔리드 베버리지 (라이프스페이스)	○			○ (왓슨스)	○ (징둥, 티몰 등)
⑫ 프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)	○			○ (111약국)	○ (징둥, 티몰 등)
⑬ 어덜트 프로바이오틱 바우더 솔리드 베버리지 (유니온헬스)	○			○ (레유)	○ (1688몰, 징둥 등)
⑭ 핑거푸드 유산균드롬 (베이비쿠키)		○ (유산균쿠키)		○ (올레)	○ (징둥, 티몰 등)
⑮ 요거트멜스 (팡광)		○ (동결건조요거트)		○ (우마트)	○ (징둥, 티몰 등)

(\*) 현지 판매 유산균 제품 경쟁제품 15개 분석

## 2. 중국 어린이유산균 제품 경쟁제품 조사지표 선정

### 플라스틱 파우치 포장 형태의 예

일반 플라스틱 파우치 포장



핑거푸드 유산균드롭  
내포장 형태

출처: 징둥 홈페이지

스티크형 플라스틱 파우치 포장



키즈 데일리 프로바이오틱  
내포장 형태

출처: 현지 조사원 자료

#### ▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 10g당 판매 가격

#### ▶ 조사 지표 ② 중량(g)

- 경쟁제품의 중량

#### ▶ 조사 지표 ③ 종류

- 제품명에 근거하여, 유산균 제품과 프로바이오틱스 제품으로 구분
  - 유산균 제품: 유산균은 당류를 발효시켜 에너지를 획득하고 락트산을 생성하는 균주의 총칭으로, 유산균 제품으로 명시된 제품을 지칭함
  - 프로바이오틱스 제품: 프로바이오틱스는 장에 존재하는 유익균을 의미하며, 프로바이오틱스 제품으로 명시된 제품을 지칭함

#### ▶ 조사 지표 ④ 섭취대상

- 경쟁제품의 섭취 대상자를 조사하여, 어린이용과 성인용으로 분류

#### ▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질을 조사
  - 종이 박스: 종이 박스에 내용물이 들어있는 포장
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치 형태 포장으로, 스틱 형태를 포함함
  - 유리병: 유리병에 내용물이 들어있는 포장

#### ▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 경쟁제품의 원산지를 조사

#### ▶ 조사 지표 ⑦ 유통기한

- 경쟁제품의 유통기한을 조사

#### ▶ 조사 지표 ⑧ 주요성분

- 경쟁제품에 포함된 주요 성분을 조사
  - 프리바이오틱스 성분: 프리바이오틱스 성분의 포함 여부 조사
  - CFU(Colony-Forming Units) 함량: 날개 제품 1개에 함유된 균수 확인

#### ▶ 조사 지표 ⑨ 제형

- 경쟁제품의 형태는 크게 파우더, 스낵, 음료 형태로 분류
  - 파우더: 바로 섭취할 수 있는 분말 제품과 음료에 타먹을 수 있는 분말 제품을 모두 포함함
  - 스낵: 고체 형태의 제품으로, 쿠키 제품과 동결건조된 과일 큐브와 고체 요구르트 등을 포함함
  - 음료: 마시는 액체 제품

[표 1.2] 중국 어린이유산균 제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g 당 가격	제품의 10g 당 가격
중량	중량(g)	제품의 중량
종류	유산균	유산균 성분이 함유된 제품
	프로바이오틱스	프로바이오틱스 성분이 함유된 제품
섭취대상	어린이	어린이를 대상으로 제조된 제품
	성인	성인을 대상으로 제조된 제품
포장형태	종이 박스	종이 박스 용기
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치 용기로, 스틱 형태를 포함함
	유리병	유리병 용기
원산지	원산지	제품의 원산지
유통기한	유통기한	제품의 유통기한
주요성분	프로바이오틱스 포함 여부	프로바이오틱스가 제품 성분에 포함되었는지 확인
	CFU 함량	날개 제품 1개에 함유된 균수 확인
제형	파우더	분말 형태의 제품
	스낵	쿠키, 동결건조 제품등 고체 형태의 스낵 제품
	음료	마시는 액체 제품

2) 재료를 동결하고 낮은 압력에서 수분을 제거하여 제조되는 식품

### 3. 중국 어린이유산균 제품 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(경쟁기업)

- ① 프로바이오7 키즈캡 (프로바이오7)
- ② 키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처럴)
- ③ 프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)
- ④ 프로바이오틱스 그레놀 (양리1호)
- ⑤ 프로바이오틱스 큐브 (키즈팜)
- ⑥ 프로바이오틱스 컴포시트 파우더 (이헬스)
- ⑦ 프로바이오틱스 솔리드 베버리시스 (서우얼)
- ⑧ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)
- ⑨ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)
- ⑩ 컴파운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (유덴)
- ⑪ 프로바이오틱 솔리드 베버리지 (라이프스페이스)
- ⑫ 프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)
- ⑬ 어덜트 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지 (유니온헬스)
- ⑭ 핑거푸드 유산균드롭 (베이비 쿠키)
- ⑮ 요거트멜츠 (팡광)

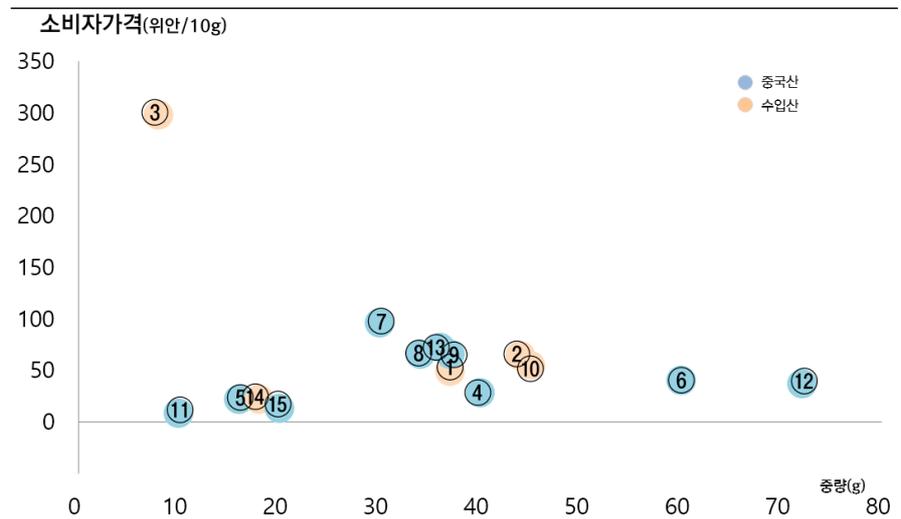
#### ▶ 포지셔닝 ①: 스낵 형태 경쟁제품, 파우더 및 음료 형태의 평균가격보다 5-6배 저렴한 편

중국 오프라인 매장에서 조사된 유산균 제품 경쟁제품 15개는 제품 형태에 따라 파우더 형태, 음료 형태, 스낵 형태로 구분됨. 파우더 형태의 제품은 물에 타 마시는 분말 제품과 바로 섭취가 가능한 분말 제품을 포함하며, 스낵 형태는 쿠키 제품과 동결건조 스낵 제품이 있음. 경쟁제품 15개를 제품 형태에 따라 나누어 가격을 비교한 결과, 파우더 형태 제품 11개의 평균 가격은 222위안(37,213원), 음료 형태의 제품 1개의 가격은 238위안(39,915원), 스낵 형태의 제품 3개의 평균 가격은 39위안(6,541원)인 것으로 조사됨. 음료 형태의 제품과 파우더 형태의 제품 평균가격은 스낵 형태 제품의 평균가격과 비교했을 때 5-6배 차이를 보이는 것으로 나타남. 세 가지 형태의 유산균 제품 중 스낵 형태 제품의 평균가격이 가장 낮음

#### ▶ 포지셔닝 ②: 수입산 경쟁제품, 현지산 경쟁제품보다 평균 가격 높음

중국 오프라인 매장에서 조사된 유산균 제품 경쟁제품 15개는 제품의 원산지에 따라 중국산과 수입산으로 나눌 수 있음. 중국 현지에서 생산된 제품 10개의 평균 가격은 177위안(29,685원)이며 수입산 제품 5개의 평균 가격은 202위안(33,877원)인 것으로 조사됨. 수입 국가로는 한국, 뉴질랜드, 영국 이탈리아가 있으며, 이 중 이탈리아산 제품이 2개로 가장 많았음. 제품의 가격은 전반적으로 수입산 제품의 평균 가격이 중국산 제품의 평균 가격보다 더 높은 것으로 확인됨

[표 1.3] 중국 어린이유산균 제품 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 중국 유산균 제품 경쟁제품 15개 분석 결과

#### 4. 중국 어린이유산균 제품 입점 매장 및 경쟁제품 정보

##### ▶ 중국 베이징시 조양구, 방문지역으로 선정

중국의 수도이자 문화와 대외 교류의 중심지로 알려진 베이징시(北京<sup>3)</sup>)의 북동쪽에 위치한 조양구(朝陽)를 방문지역으로 선정함. 조양구는 베이징 도심을 둘러싼 네 개의 구 중 한 곳으로, 베이징 국제공항을 비롯하여 항공, 철도, 고속도로 시설이 잘 되어 있어 교통이 편리한 지역으로 꼽힘. 또한, 베이징에서 가장 면적이 넓고 인구가 가장 많은 행정구로, 베이징 인구의 5분의 1이 거주함. 따라서 조양구에는 많은 쇼핑몰과 시장, 식당 등이 위치하고 있으며, 상공업집중지구로서 섬유, 화학, 자동차, 전자, 의학 산업이 발달되어 빠르게 성장하고 있는 지역임. 2008년에는 조양구를 중심으로 베이징 올림픽이 진행되었으며, 경기장을 비롯하여 관련 시설이 밀집된 올림픽 공원이 조성되어 있음<sup>4)</sup>

##### ▶ 중국 베이징시에 위치한 슈퍼마켓, 유아용품 전문매장, 드럭스토어, 약국 방문

중국 베이징시의 도심인 조양구에 위치한 슈퍼마켓 올레(Ole)와 우마트(Wu Mart), 유아용품 판매점 레유(Leyou), 드럭스토어 왓슨스(Watsons), 약국 111약국(医药馆)을 방문함. 방문매장은 모두 중국 내에서 적게는 20개, 많게는 3,800개의 매장을 운영 중이며, 왓슨스(Watsons)는 2018년 중국 드럭스토어·약국 시장 점유율 27%인 드럭스토어 1위 브랜드임. 유산균 제품의 경쟁제품은 올레에서 6개, 우마트에서 2개, 레유에서 5개, 왓슨스와 111약국에서 각 1개씩 선정하여, 총 15개의 제품을 조사하였음

3) 자료: 중국 베이징시 홈페이지 (www.ebeijing.gov.cn)

4) 자료: 중국 베이징시 조양구 홈페이지 (www.bjchy.gov.cn)

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징

베이징시 조양구<sup>5)</sup>

인구('18)	360만 명
지역 GDP('18)	5,635억 4,700만 위안 (95조 5,125억 원)
면적	475 제곱킬로미터



자료 : Google Maps

5) 자료: 중국 베이징시 조양구 홈페이지 (www.bjchy.gov.cn)

Shop ① 올레(Ole)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 :  
제품 종류가 많고, 프리미엄 제품과 수입산 제품을 주로 판매하여 제품 가격대가 높은 편
- 매장 주변 특징 :  
번화가에 위치하여 주변에 큰 회사, 외국기업들이 많음
- 주요 고객층 :  
관광객, 회사원, 현지인

브랜드 기본 정보



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

조사 제품 수 : 5개

매장 정보



도시(지역) 베이징 조양구  
위치 상세주소 3B211, 2 / f, north district, guomao mall, 1 jianguomen street

매장 내부 전경



판매 유산균 제품 제품 정보

유산균 제품 판매 정보



핑거푸드 유산균드림 (베이비 쿠키)



프로바이오7 키즈칼 (프로바이오7)



키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)



프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)

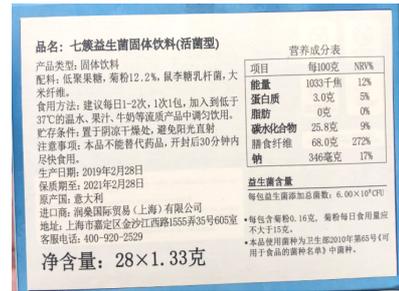
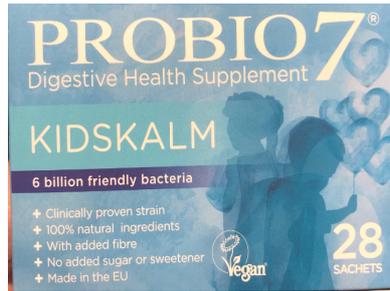


프로바이오틱스 그래놀 (양리1호)

사진자료: 현지 조사원 자료



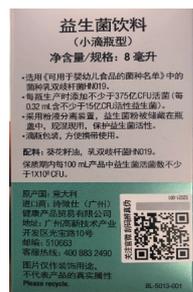
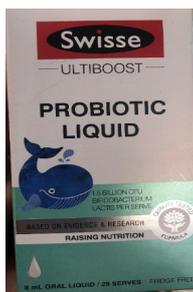
제품명 (영어)	핑거푸드 유산균드롭 (Finger Food Lactic-acid Drop)	제품명 (현지어)	乳酸菌悠悠豆	
제조사	베이비 쿠키 (Baby Cookie)	중량(g)	18	
제품 종류	유산균	섭취대상	어린이	
가격	39위안 (6,541 원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	한국	유통기한	15개월	
CFU 함량	1억	제형	스낵(쿠키)	
주요 성분	락토바실러스 애시도필러스, 락토바실러스 불가리쿠스, 락토바실러스 플란타럼 락토바실러스 애시도필러스, 비피도박테리움 롱굼, 비피도박테리움 락티스			



제품명 (영어)	프로바이오7 키즈칼 (Probio7 Kidskalm)	제품명 (현지어)	七簇益生菌固体饮料 (活菌型)	
제조사	프로바이오7 (PROBIO7)	중량(g)	37	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	198위안 (33,207원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	영국	유통기한	24개월	
CFU 함량	60억	제형	파우더	
주요 성분	프락토올리고당, 락토바실러스 림노시스			



제품명 (영어)	키즈 데일리 프로바이오틱 (Kids Daily Probiotic)	제품명 (현지어)	康萃尔鼠李糖乳杆菌固体饮料	
제조사	컬처렐 (Culturelle)	중량(g)	45	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	288위안 (48,300원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	이탈리아	유통기한	36개월	
주요 성분	락토바실러스 람노서스	제형	파우더	



제품명 (영어)	프로바이오틱스 리퀴드 (Probiotics Liquid)	제품명 (현지어)	益生菌饮料	
제조사	스위스 (Swisse)	중량(g)	8	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	238위안 (39,915원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	유리병
원산지	이탈리아	제형	음료	
CFU 함량	15억	주요 성분	비피도박테리움 락티스	



제품명 (영어)	프로바이오틱스 그레놀 (Probiotics Granule)	제품명 (현지어)	昂立1号益生菌颗粒	
제조사	앙리1호 (I&ONLLY)	중량(g)	40	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	성인	
가격	113위안 (18,951원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	유리병
원산지	중국	유통기한	24개월	
CFU 함량	3.2억	제형	파우더	
주요 성분	자일로올리고당, 비피도박테리움 롱건, 락토바실러스 애시도필러스			

## Shop ② 우마트(Wu Mart)

### 매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 :  
제품 종류가 많고, 주로 국내산 제품들을 많이 취급함. 수입산 제품은 따로 코너를 만들어 판매하고 있음
- 매장 주변 특징 :  
왕징 소호 부근으로 주변에 회사와 주택이 많음
- 주요 고객층 :  
회사원, 현지인

### 브랜드 기본 정보



우마트는 1994년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로, 중국 전역에 걸쳐 1,000개 이상의 매장을 운영하고 있음. 연간 매출액과 자산은 500억 위안(약 8조원)에 달하며, 매년 3천만 명이 넘는 매장 회원들에게 서비스를 제공하고 있음

조사 제품 수 : 2개

### 매장 정보



도시(지역) 베이징 조양구  
위치 상세주소 B1 / f, hesheng qilin xintiandi, 11 futong west street

### 매장 내부 전경



### 판매 유산균 제품 제품 정보

### 유산균 제품 판매 정보



프로바이오틱스 큐브 (키즈팔)



요거트멜트 (팡팡)

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	프로바이오틱스 큐브 (Probiotics Cube)	제품명 (현지어)	婴派溶溶菌立方	
제조사	키즈팔 (Kidspal)	중량(g)	18	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	40위안 (6,708원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	18개월	
CFU 함량	30억	제형	동결건조스낵 (과일큐브)	
주요 성분	락토바실러스 불가리쿠스, 락토바실러스 람노시스, 락토바실러스 파라카세이, 락토바실러스 헬베테커스, 락토바실러스 애시도필러스, 락토코커스 락티스, 프락토올리고당, 비피도박테리움 락티스			



제품명 (영어)	요거트멜츠 (Yogurt Melts)	제품명 (현지어)	方广奶苺苺	
제조사	팡광 (Fang Guang)	중량(g)	20	
제품 종류	유산균	섭취대상	어린이	
가격	25위안 (4,193원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	12개월	
CFU 함량	500만	제형	동결건조스낵 (고체요구르트)	
주요 성분	스트렙토코쿠스 써모필러스, 락토바실러스 불가리쿠스, 비피도박테리움 락티스, 락토바실러스 애시도필러스, 락토바실러스 플란타럼, 락토바실러스 불가리쿠스, 락토바실러스 람노시스, 비피도박테리움 락티스			





제품명 (영어)	프로바이오틱스 컴포지트 파우더 (Probiotics Composite Powder)	제품명 (현지어)	益力健倍敏康益生菌复合粉	
제조사	이헬스 (E-Health)	중량(g)	60	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	238위안 (39,915원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	24개월	
CFU 함량	100억	제형	파우더	
주요 성분	갈락토올리고당, 프락토올리고당, 비피도박테리움 애니멀리스 락타스, 락토바실러스 람노시스, 락토바실러스 루테리			



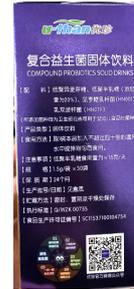
제품명 (영어)	프루바이오틱스 솔리드 베버리저스 (Probiotic Solid Beverages)	제품명 (현지어)	首儿复合益生菌固体饮料	
제조사	서우얼 (Shouer)	중량(g)	30	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	288위안 (48,300원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	24개월	
CFU 함량	30억	제형	파우더	
주요 성분	갈락토올리고당, 비피도박테리움 락티스, 락토바실러스 파라카세이, 락토바실러스 파라카세이			



제품명 (영어)	чилдpэнс пробиойтик паудер солид беверижс (Children's Probiotic Powder Solid Beverages)	제품명 (현지어)	协和益生益美舒儿童型益生菌 粉固体饮料
제조사	유니온헬스 (Union-Health)	중량(g)	36
제품 종류	유산균	섭취대상	어린이
가격	238위안 (39,915원)	포장 형태	외포장 종이 박스 내포장 플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	18개월
CFU 함량	30억	제형	파우더
주요 성분	프락토올리고당, 갈락토올리고당, 비피도박테리움 락티스, 락토바실러스 람노시스		



제품명 (영어)	칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (Children's Probiotic Powder Solid Beverages)	제품명 (현지어)	协和益生益美舒儿童型益生菌 粉固体饮料
제조사	유니온헬스 (Union-Health)	중량(g)	36
제품 종류	유산균	섭취대상	어린이
가격	238위안 (39,915원)	포장 형태	외포장 종이 박스 내포장 플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	24개월
CFU 함량	70억	제형	파우더
주요 성분	프락토올리고당, 갈락토올리고당, 락토바실러스 루테리, 락토바실러스 애시도필러스, 비피도박테리움 락티스, 락토바실러스 파라카세이, 락토바실러스 람노시스		



제품명 (영어)	컴마운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (Compound Probiotics Solid Drinks)	제품명 (현지어)	优珍复合益生菌固体饮料	
제조사	유댄 (U-than)	중량(g)	45	
제품 종류	유산균	섭취대상	어린이	
가격	248위안 (41,592원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	뉴질랜드	유통기한	24개월	
CFU 함량	100억	제형	파우더	
주요 성분	이소말토올리고당, 갈락토올리고당, 락토바실러스 람노서스, 비피도박테리움 락티스			



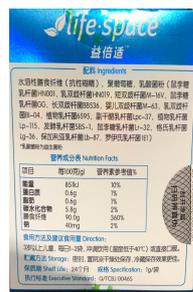
<b>제품명 (영어)</b>	어덜트 프로바이오틱 바우더 솔리드 베버리지 (Adult Probiotic Powder Solid Beverages)	<b>제품명 (현지어)</b>	协和益生益美舒成人型益生菌 粉固体饮料	
<b>제조사</b>	유니온헬스 (Union-Health)	<b>중량(g)</b>	36	
<b>제품 종류</b>	프로바이오틱	<b>섭취대상</b>	성인	
<b>가격</b>	258위안 (43,269원)	<b>포장 형태</b>	<b>외포장</b>	종이 박스
			<b>내포장</b>	플라스틱 파우치
<b>원산지</b>	뉴질랜드	<b>유통기한</b>	18개월	
<b>주요 성분</b>	락토바실러스 퍼멘텀, 비피도박테리움 락티스, 락토바실러스 람노서스, 락토바실러스 애시도필러스	<b>제형</b>	파우더	

### Shop ④ 왓슨스(Watsons)

- 매장 정보**
- 유형 : 드럭스토어
  - 판매 제품 특징 :  
화장품, 헬스케어, 생활용품, 간식 등을 판매하며, 수입 브랜드 제품들이 많음
  - 매장 주변 특징 :  
보통 대형 쇼핑몰이나 상가의 1층, 또는 지하 1층에 위치해 있음
  - 주요 고객층 :  
현지인, 관광객

브랜드 기본 정보		왓슨스는 홍콩에 본사를 둔 드럭스토어 체인점으로, 1828년에 설립됨. 화장품, 헬스케어, 생활용품, 간식 등 다양한 종류의 제품을 취급하고 있으며, 현재 중국에서 3,800개 이상의 매장을 운영 중임
	조사 제품 수 : 1개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치	베이징 조양구 상세주소 B1 / f, 33 guangshun north street
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
유산균 제품 판매 정보	판매 유산균 제품 제품 정보	
		
프로바이오틱 솔리드 베버리지 (라이프 스페이스)		

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	프로바이오틱 솔리드 베버리지 (Probiotic Solid Beverage)	제품명 (현지어)	益倍适益生菌固体饮料	
제조사	라이프 스페이스 (Life Space)	중량(g)	10	
제품 종류	유산균	섭취대상	어린이	
가격	68위안 (11,404원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	24개월	
CFU 함량	100억	제형	음료파우더	
주요 성분	락토바실러스 람노서스, 비피도박테리움 락티스, 비피도박테리움 브레베, 락토바실러스 람노서스, 비피도박테리움 롱굼, 비피도박테리움 인팜티스, 락토바실러스 플라타렐, 락토바실러스 불가리쿠스, 락토바실러스 루테리			

Shop ⑤ 111약국(111医药馆)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 약국</li> <li>· 판매 제품 특징 : 각종 중국산과 수입산 의약품을 판매함. 처방약도 구매할 수 있음</li> <li>· 매장 주변 특징 : 일반적으로 회사나 아파트 단지 부근에 위치함</li> <li>· 주요 고객층 : 주민, 회사원</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>  <p>111약국은 2012년에 설립된 프랜차이즈 약국 브랜드임. 중국 전역에 걸쳐 500개 이상의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 자사 홈페이지와 모바일 앱을 통한 온라인 판매도 병행하고 있음.</p>
<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 수 : 1개</p> 
<p><b>위치</b></p>	<p>도시(지역) : 베이징 조양구 상세주소 : No. 8-42, building 8, zone 7, wangjing dongyuan, hongtai dongjie</p>
<p><b>매장 내부 전경</b></p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p><b>유산균 제품 판매 정보</b></p>	<p>판매 유산균 제품 제품 정보</p>  <p>프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료, 36디제이엠 홈페이지(www.36dj.com/category/show-283.html)



제품명 (영어)	프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (Probiotics Sachet for Children)	제품명 (현지어)	合生元益生菌冲剂儿童型	
제조사	바이오타임 (Biostime)	중량(g)	72	
제품 종류	프로바이오틱스	섭취대상	어린이	
가격	265위안 (44,443원)	포장 형태	외포장	종이 박스
			내포장	플라스틱 파우치
원산지	중국	유통기한	18개월	
CFU 함량	98.9억	제형	파우더	
주요 성분	락토바실러스 헬베테커스, 비피도박테리움 비피덤, 비피도박테리움 인펜티스, 프락토올리고당			

## II. Competitor

### SUMMARY

1. 중국 어린이유산균 제품 경쟁기업 포지셔닝
2. 중국 어린이유산균 제품 경쟁기업 현황
3. 중국 어린이유산균 제품 경쟁기업 분석

# Competitor

(경쟁기업)

## 중국(CHINA)

어린이유산균 제품 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정  
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류  
· 제품 생산지

경쟁사 포지셔닝  
· X축 : 제품 생산지  
· Y축 : 동일품목 수



## 중국 (CHINA)

어린이유산균제품 경쟁기업 분석

구분	제조사 국적 및 생산지	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
해외 생산	미국 국적, 이탈리아 생산	컬처럴 (Culturelle)	• 오프라인 매장 • 온라인 매장	• 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력과 소화기능을 향상시키는</li> <li>유익균 수의 균형을 맞춰주는</li> <li>장 트러블의 완화</li> <li>온가족이 섭취하기에 안전한</li> <li>천연 색소와 원료를 사용하여 안전한</li> </ul>	21개
	호주 국적, 호주 생산	라이프스페이스 (Life Space)	• 오프라인 매장 • 온라인 매장	• 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력과 장 건강에 도움을 주는</li> <li>임산부, 아이들, 60대 이상의 노인까지 섭취할 수 있는</li> <li>다양한 종류의 유익균 함유</li> <li>호주의 No.1 프리미엄 프로바이오틱</li> </ul>	23개
	영국 국적, 영국 생산	프로바이오7 (Probio7)	• 오프라인 매장 • 온라인 매장	• 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>소화기능 개선 및 면역력 강화</li> <li>고품질의 안전한 제품</li> <li>소화계 밸런스 유지에 도움이 되는</li> <li>12개월 이상의 아이들을 위해 제조된</li> <li>글루텐프리, GMO 프리</li> </ul>	12개
	중국 국적, 한국 생산	베이비 쿠키 (Baby Cookie)	• 오프라인 매장 • 온라인 매장	• 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% 한국산 원료 사용</li> <li>인공적인 첨가물, 향신료, 방부제, 색소 사용하지 않음</li> <li>신선한 과일을 사용하여 영양소와 식이섬유가 풍부한</li> <li>아기의 소화기관의 균형을 맞추고 면역력을 증진시켜주는</li> </ul>	4개
중국 생산	중국 국적, 중국 생산	팡광 (Fang Guang)	• 오프라인 매장 • 온라인 매장	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강하고 영양이 풍부한 유아용 식품</li> <li>위생적이고 안전하고 믿음직스러운</li> <li>새콤달콤한</li> <li>여러 종류의 유산균이 함유된</li> <li>아이들의 입맛에 맞는</li> </ul>	19개
	중국 국적, 중국 생산	유니온 헬스 (Union-Health)	• 오프라인 매장 • 온라인 매장	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>여러 종류의 유산균 함유</li> <li>동물 실험을 거쳐 인체에 안전한</li> <li>효능이 명확한</li> <li>수입산 프로바이오틱과 프리바이오틱 사용</li> <li>면역력 강화</li> </ul>	6개

(\*) 현지 판매 유산균 제품 제조기업 6개사 분석

## 1. 중국 어린이유산균 제품 경쟁기업 포지셔닝

오프라인 매장에서 가장 많은 제품이 조사된 기업 기준으로, 중국 기업 유니온헬스(Union-Health)를 경쟁기업으로 선정함. 다음으로, 경쟁제품 중 어린이 유산균 제품의 제조 기업을 조사하였고, 대만의~를 경쟁기업으로 선정함 그리고 기업 규모와 국적을 기준으로 ~~~을 경쟁기업으로 추가 선정하여, 총 6개의 경쟁기업을 선정함

### ▶ 대표 경쟁기업으로 해외 생산 기업 4개사, 중국 생산 기업 2개사 선정

중국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 15개사 중 오프라인 매장에서 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있으며, 어린이용 유산균 및 프로바이오틱스를 제조하는 경쟁기업 중 해외생산을 하는 기업으로 미국 기업 컬쳐렐(Culturelle), 호주 기업 라이프스페이스(Life Space), 영국 기업 프로바이오7(Probio7), 중국 기업 베이비 쿠키(Baby Cookie)를 선정함. 그리고 어린이용 유산균 및 프로바이오틱스를 제조하는 기업 중 중국 현지생산을 하는 기업으로 중국 기업 팡광(Fang Guang)과 유니온 헬스(Union-Health)를 경쟁기업으로 선정함

### ▶ 경쟁기업 2개사, 기업 국적과 생산지 위치 불일치

중국에 진출한 경쟁기업 6개사의 국적과 생산지를 조사한 결과, 미국 기업 컬쳐렐과 중국 기업인 베이비 쿠키의 국적과 생산지가 일치하지 않는 것으로 확인됨. 컬쳐렐은 미국 국적이지만 제품의 원산지는 이탈리아인 것으로 조사되었으며, 마찬가지로 중국 기업 베이비 쿠키 유산균 제품의 원산지는 모두 한국인 것으로 조사됨. 2개사를 제외한 4개사는 모두 제조사 국적과 생산지가 일치하였음

### ▶ 경쟁기업 6개사, 유산균 제품 동일품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 유산균 제품의 동일품목의 수를 조사한 결과, 호주 기업인 라이프스페이스의 유산균 제품 동일품목 수가 23개로 가장 많음. 미국 기업인 컬쳐렐이 21개로 두 번째로 많은 동일품목 수를 보였으며, 다음으로 영국 기업인 프로바이오7이 12개의 동일품목을 취급하는 것으로 확인됨. 라이프스페이스와 컬쳐렐, 프로바이오7은 유산균 제품을 전문적으로 취급하는 기업으로 확인됨. 중국 기업 베이비 쿠키가 동일품목 수 4개로 가장 적은 수의 동일품목을 보유하고 있음

[표 2.1] 어린이유산균 제품 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	생산지	동일품목 수
컬쳐렐 (Culturelle)	미국	이탈리아	21개
라이프스페이스 (Life Space)	호주	호주	23개
프로바이오7 (Probio7)	영국	영국	12개
베이비 쿠키 (Baby Cookie)	중국	한국	4개
팡광 (Fang Guang)	중국	중국	19개
유니온 헬스 (Union-Health)	중국	중국	6개

자료 : 중국 진출 유산균 제품 제조기업 6개사 분석 결과

## 2. 중국 어린이유산균 제품 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두 중국 오프라인 및 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 슈퍼마켓, 유아용품판매점, 드럭스토어, 약국에 진출함. 슈퍼마켓 올레(Ole)에 진출한 경쟁기업은 베이비 쿠키와 킨쳐럴이며, 유아용품판매점 레유(Leyou)에는 유니온헬스와 프로바이오7이 진출한 것으로 확인됨. 슈퍼마켓 매장인 우마트(Wu Mart)와 드럭스토어인 왓슨스(Watsons)에는 팡팡과 라이프스페이스가 각각 진출한 것으로 확인됨. 6개사가 가장 많이 진출해 있는 온라인 매장은 징동과 1688몰로, 6개사 모두 징동과 1688몰을 통해 제품을 판매함. 또한 경쟁기업 6개사는 모두 최소 3개 이상의 온라인 매장에 진출하였음



▲ 징동 내에 자사 제품 판매 페이지를 운영하는 예시 (팡팡 온라인 플래그십 스토어)

자료: 징동 홈페이지

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용

중국 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 모든 기업이 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 취급하는 제품 정보를 제공하고 있음. 또한, 외국 국적 기업인 킨쳐럴, 라이프스페이스, 프로바이오7은 SNS 플랫폼인 트위터, 페이스북, 인스타그램을 통해 자사 제품 홍보 사진 및 영상을 게시하고 있음. 하지만 중국 기업인 팡팡과 유니온헬스는 별도의 SNS 플랫폼을 활용하지 않으며, 베이비 쿠키는 웨이보를 통해서만 SNS 홍보를 진행하고 있음. 또한, 6개사 모두 징동 내에 자사 제품 판매 페이지를 보유하고 있으며, 유니온헬스를 제외한 5개사는 티몰에도 자사 제품 판매 페이지를 보유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 효능 또는 성분을 강조하여 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 효능과 성분을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 효능으로는 '장 건강' 또는 '면역력'에 도움을 준다는 문구를 많이 사용하며, 이 외에도 '소화계 밸런스 유지'나 '소화기관의 균형' 등의 문구를 사용함. 제품의 성분으로는 '천연 색소와 원료' 또는 '여러 종류의 유산균' 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 경쟁기업들은 제품의 품질과 안전성을 강조하기 위해 '온가족이 섭취하기에 안전한', '프리미엄', 'GMO 프리', '위생적이고 안전한', '인체에 안전한' 등의 문구를 사용함

[표 2.2] 중국 어린이유산균 제품 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
컬처렐 (Culturelle)	• 오프라인 매장 - 올레	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력과 소화기능을 향상시키는</li> <li>유익균 수의 균형을 맞춰주는</li> <li>장 트러블의 완화</li> <li>온가족이 섭취하기에 안전한</li> <li>천연 색소와 원료를 사용하여 안전한</li> </ul>
	• 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 - 타오바오	• SNS 플랫폼 - 트위터 - 페이스북 - 인스타그램	
라이프스페이스 (Life Space)	• 오프라인 매장 - 왓슨스	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력과 장 건강에 도움을 주는</li> <li>임산부, 아이들, 60대 이상의 노인 까지 섭취할 수 있는</li> <li>다양한 종류의 유익균 함유</li> <li>호주의 No.1 프리미엄 프로바이오틱</li> </ul>
	• 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 - 타오바오	• SNS 플랫폼 - 트위터 - 페이스북 - 인스타그램	
프로바이오7 (Probio7)	• 오프라인 매장 - 레유	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>소화기능 개선 및 면역력 강화</li> <li>고품질의 안전한 제품</li> <li>소화계 밸런스 유지에 도움이 되는</li> <li>12개월 이상의 아이들을 위해 제조된</li> <li>글루텐프리, GMO 프리</li> </ul>
	• 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 - 타오바오	• SNS 플랫폼 - 트위터 - 페이스북 - 인스타그램	
베이비 쿠키 (Baby Cookie)	• 오프라인 매장 - 올레	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% 한국산 원료 사용</li> <li>인공적인 첨가물, 향신료, 방부제, 색소 사용하지 않음</li> <li>신선한 과일을 사용하여 영양소와 식이섬유가 풍부한</li> <li>아기의 소화기관의 균형을 맞추고 면역력을 증진시켜주는</li> </ul>
	• 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 - 타오바오	• SNS 플랫폼 - 웨이보	
팡광 (Fang Guang)	• 오프라인 매장 - 우마트	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강하고 영양이 풍부한 유아용 식품</li> <li>위생적이고 안전하고 믿음직스러운</li> <li>새콤달콤한</li> <li>여러 종류의 유산균이 함유된</li> <li>아이들의 입맛에 맞는</li> </ul>
	• 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 - 1688몰 - 타오바오		
유니온헬스 (Union-Health)	• 오프라인 매장 - 레유	• 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>여러 종류의 유산균 함유</li> <li>동물 실험을 거쳐 인체에 안전한</li> <li>효능이 명확한</li> <li>수입산 프로바이오틱과 프리바이오틱 사용</li> <li>면역력 강화</li> </ul>
	• 온라인 매장 - 징둥 - 1688몰 - 레유 온라인몰		

자료 : 중국 진출 유산균 제품 제조기업 6개사 분석 결과

### 3. 중국 어린이유산균 제품 경쟁기업 분석

#### 동일품목 종류

① 다이제스티브 헬스 데일리 프로바이오틱 캡슐



② 다이제스티브 헬스 데일리 프로바이오틱 츄어블



③ 다이제스티브 헬스 우먼스 헬시 발란스



④ 프로바이오틱 구미스



⑤ 키즈 프로바이오틱 구미스



⑥ 프로바이오틱+멀티비타민 구미스



자료: 컬처렐 홈페이지

#### ① 컬처렐(Culturelle)

기업 기본 정보	기업명	컬처렐(Culturelle)	
	홈페이지	www.culturelle.com	
	위치	55 Sebeth Dr Cromwell, CT 06416 미국	
	직원 수	약 140명	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 21개 설립년도 2005년	
	〈오프라인 매장〉 올레	제품명	키즈 데일리 프로바이오틱 (Kids Daily Probiotic)
		중량	45g
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 징동 티몰 타오바오 1688몰	가격	288위안 (48,300원)
		제품 형태	파우더
	기업 홍보 채널	제품명	키즈 데일리 프로바이오틱 츄어블 (Kids Daily Probiotic Chewable)
		중량	18.6g
기업 홍보 채널	가격	218위안 (36,561원)	
	제품 형태	스낵(캔디)	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>제품 판매 매장 정보</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 트위터 등)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>	
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력과 소화기능을 향상시키는</li> <li>유익균 수의 균형을 맞추주는</li> <li>장 트러블의 완화</li> <li>온가족이 섭취하기에 안전한</li> <li>천연 색소와 원료를 사용하여 안전한</li> </ul>	

사진자료: 컬처렐 홈페이지, 징동 홈페이지, 컬처렐 인스타그램 홈페이지

●  
동일품목 종류

① 프레그넌시 프로바이오틱



② 브레스트피딩 프로바이오틱



③ 프로바이오틱 파우더 포 인판트



④ 프로바이오틱 파우더 포 베이비



⑤ 프로바이오틱 파우더 포 칠드런



⑥ 브로드 스펙트럼 프로바이오틱



⑦ 우먼스 마이크로플로라 프로바이오틱



자료: 라이프스페이스 홈페이지

② 라이프스페이스(Life Space)

기업 기본 정보	기업명	라이프스페이스(Life Space)		
	홈페이지	www.lifespacprobiotics.com		
	위치	476 St Kilda Rd Melbourne VIC 3004, 호주		
	자본금('17)	7,100만 달러 <sup>6)</sup> (818억 7,010만 원)		
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	23개	
	설립년도	2012년		
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 왓슨스		제품명	프로바이오틱 솔리드 베버리지 (Probiotic Solid Beverage)
			중량	10g
	〈온라인 매장〉 징동 티몰 타오바오 1688몰		제품명	프로바이오틱 파우더 포 인판트 (Probiotic Powder for Infant)
			중량	60g
			가격	149위안 (24,989원)
제품 형태	음료파우더			
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>온라인 판매</li> <li>건강 및 유산균 관련 기사 게시</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 트위터 등)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>		
		홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>면역력과 장 건강에 도움을 주는</li> <li>임산부, 아이들, 60대 이상의 노인까지 섭취할 수 있는</li> <li>다양한 종류의 유익균 함유</li> <li>호주의 No.1 프리미엄 프로바이오틱</li> </ul>

사진자료: 라이프스페이스 홈페이지, 라이프스페이스 인스타그램 홈페이지, 징동 홈페이지

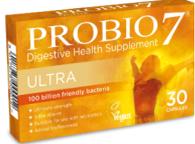
6) 1달러= 1,153.10원(2020.01.15.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 프로바이오7 어드벤스



② 프로바이오7 울트라



③ 프로바이오7 오리지널



④ 프로바이오7 비건



⑤ 프로바이오7 키즈캠



⑥ 프로바이오7 50플러스



⑦ 프로바이오7 리스토어



자료: 프로바이오7 홈페이지

③ 프로바이오7(Probio7)

기업 기본 정보	기업명	프로바이오7(Probio7)		
	홈페이지	probio7.com		
	위치	Nelson Trading Estate, Unit 13-14 The Path, South Wimbledon, London SW19 3BL 영국		
	매출액('19)	500만 달러 (57억 6,550만 원)		
	규모	동일품목 수	12개	
기업 진출 채널	설립년도	1995년		
	〈오프라인 매장〉 올레	제품명	프로바이오7 키즈캠 (Probio7 Kidskalm)	
		중량	37g	
		가격	198위안 (33,207원)	
	〈온라인 매장〉 징동 타오바오 티몰	제품 형태	음료파우더	
제품명		프로바이오7 키즈캠 (Probio7 Kidskalm)		
중량		37g		
기업 홍보 채널	가격	298위안 (49,978원)		
	제품 형태	음료파우더		
	홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 건강 및 건강기능식품 관련 기사 게시</li> <li>• SNS 플랫폼(페이스북, 트위터 등)</li> <li>- 신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>소화기능 개선 및 면역력 강화</li> <li>• 고품질의 안전한 제품</li> <li>• 소화계 밸런스 유지에 도움이 되는</li> <li>• 12개월 이상의 아이들을 위해 제조된</li> <li>• 글루텐프리, GMO 프리</li> </ul>		
		<p>临床验证 LGG菌株已通过1200多项临床认证的菌株, 已有验证可改善孩子消化系统问题</p> <p>No.1 肠道定殖 LGG菌株能在肠道中定殖2周以上</p> <p>No.2 对胃酸 LGG菌株耐胃酸、胆胆汁, 可以活着进入人体肠道</p> <p>No.3 活性稳定 LGG菌株定殖在肠道中, 不断繁殖, 保持稳定的菌群平衡</p> <p>No.4 高含量 每盒含有100亿CFU LGG菌株</p> <p>No.5 持久保活 60°C LGG菌株活性可以维持长达24个月</p>		
<p>자사 홈페이지(글로벌)</p> <p>- 기업 소개 및 홍보</p> <p>- 제품 소개 및 홍보</p> <p>- 건강 및 건강기능식품 관련 기사 게시</p> <p>• SNS 플랫폼(페이스북, 트위터 등)</p> <p>- 신제품 홍보 및 제품 광고 게시</p>				

사진자료: 징동 홈페이지, 프로바이오7 홈페이지, 프로바이오7 인스타그램 홈페이지

● 동일품목 종류

① 핑거푸드 유산균드롭



② 핑거푸드 유산균드롭



③ 핑거푸드 유산균드롭



④ 핑거푸드 유산균드롭



자료: 징동 홈페이지

④ 베이비 쿠키(Baby Cookie)

기업 기본 정보	기업명	베이비 쿠키(Baby Cookie)
	홈페이지	www.bbzy8.com
	위치	중국 후난성 창사시
	규모	동일품목 수 4개 설립년도 2011년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 올레		제품명	핑거푸드 유산균드롭 (Finger Good Lactic-Acid Drop)
			중량	18g
			가격	39위안 (6,541원)
			제품 형태	스낵(쿠키)
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 징동 타오바오 티몰 1688몰		제품명	핑거푸드 유산균드롭 (Finger Good Lactic-Acid Drop)
			중량	18g
			가격	39위안 (6,541원)
			제품 형태	스낵(쿠키)

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 관련 뉴스</li> <li>- 제품 취급 매장 정보</li> <li>• SNS 플랫폼(웨이보)</li> </ul>
-------------	--	---

홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% 한국산 원료 사용</li> <li>• 인공적인 첨가물, 향신료, 방부제, 색소 사용하지 않음</li> <li>• 신선한 과일을 사용하여 영양소와 식이섬유가 풍부한</li> <li>• 아기의 소화기관의 균형을 맞추고 면역력을 증진시켜주는</li> </ul>
-------	--	--

사진자료: 징동 홈페이지, 베이비 쿠키 홈페이지

동일품목 종류

① 유아용 유산균 음료



② 유아용 유산균 음료



③ 유아용 유산균 음료



④ 유아용 요거트 푸레



⑤ 요거트 멜츠



⑥ 요거트 멜츠



⑦ 요거트 미니 비스킷



자료: 징둥 홈페이지

⑤ 팡광(Fang Guang)

기업 기본 정보	기업명	팡광(Fang Guang)		
	홈페이지	www.meiyifoods.com		
	위치	중국 푸젠성		
	규모	동일품목 수	19개	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 우마트	제품명	요거트 멜츠 (Yogurt Melts)	
		중량	20g	
	〈온라인 매장〉 징둥 티몰 타오바오 1688몰	가격	25위안 (4,193원)	
		제품 형태	동결건조(고체요구르트)	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 징둥 티몰 타오바오 1688몰	제품명	요거트 미니 비스킷 (Yogurt Mini Biscuit)	
		중량	92g	
	기업 홍보 문구	가격	28위안 (4,696원)	
		제품 형태	스낵(비스킷)	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>- 기업 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 기업 관련 기사</li> </ul>		
		기업 홍보 문구	<p>1 精选原料有保证</p> <p>精选优质原料, 从供应到生产, 经过层层把关, 对原料的品种及厂家进行严格筛选。</p>	
			<p>2 健康粗粮富纤维</p> <p>燕麦所含的膳食纤维, 有助于维持正常的肠道功能。</p>	
			<p>3 燕麦颗粒口感好</p> <p>真实燕麦颗粒, 一颗一颗看得见, 口感有料, 增加进食乐趣, 促进宝宝感知力发展。</p>	
<p>4 精细研磨好营养</p> <p>对原料进行预熟、碾配、脱气, 精确控制温度环节, 减少营养成分的流失, 确保宝宝口感细腻, 营养到位。</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>건강하고 영양이 풍부한 유아용 식품</li> <li>위생적이고 안전하고 믿음직스러운</li> <li>새콤달콤한</li> <li>여러 종류의 유산균이 함유된</li> <li>아이들의 입맛에 맞는</li> </ul>		

사진자료: 징둥 홈페이지, 팡광 홈페이지

●  
동일품목 종류

① 프로바이오틱 솔리드 베버리지



② 프로바이오틱 솔리드 베버리지



③ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지스



④ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지스



⑤ 어덜트 프로바이오틱스 파우더



⑥ 프로-4 프로바이오틱스



자료: 유니온 헬스 홈페이지

⑥ 유니온 헬스(Union-Health)

기업 기본 정보	기업명	유니온 헬스(Union-Health)			
	홈페이지	www.callergen.com			
	위치	중국 베이징			
	규모	동일품목 수	6개		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 레유	제품명	칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지스 (Children's Probiotic Powder Solid Beverages)		
		중량	36g		
	가격	238위안 (39,915원)	제품 형태	음료파우더	
	〈온라인 매장〉 징둥 1688몰 레유 온라인몰	제품명	어덜트 프로바이오틱스 파우더 (Adult Probiotics Powder)	중량	36g
기업 홍보 채널	기업 홍보 채널	가격	258위안 (49,978원)	제품 형태	음료파우더
		제품명	어덜트 프로바이오틱스 파우더 (Adult Probiotics Powder)	중량	36g
홍보 문구	홍보 문구	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>건강 관련 영상 및 뉴스</li> <li>제품 취급 매장 정보</li> </ul>		
		홍보 문구	<p>ALLER-5成人型如何服用</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 冲服温度不能超过40℃</li> <li>2. 建议晚间睡前空腹服用</li> <li>3. 服用抗生素会影响效果, 请间隔两小时后服用本品</li> <li>4. 坚持连续服用, 利于肠道菌群重构, 90天一周期</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 여러 종류의 유산균 함유</li> <li>• 동물 실험을 거쳐 인체에 안전한</li> <li>• 효능이 명확한</li> <li>• 수입산 프로바이오틱과 프리바이오틱 사용</li> <li>• 면역력 강화</li> </ul>		

사진자료: 징둥 홈페이지, 유니온 헬스 홈페이지

### III. Buyer Interview

#### SUMMARY

- Interview ① 쩐티엔린꾸짜마오(베이징)유오시안공쓰  
(臻天然国际贸易(北京)有限公司)
- Interview ② 베이미얼(贝蜜儿)
- Interview ③ 비페이더(베이징)성우커짜유오시안공쓰  
(比菲德(北京)生物科技有限公司)
- Interview ④ 형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰  
(恒康大药房连锁有限公司)
- Interview ⑤ 산둥다한자진츄커유오시안공쓰  
(山东大韩家进出口有限公司)

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

**중국 (CHINA)**  
어린이유산균 인터뷰  
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 유산균 취급 경험 ○

업체	▶ 수입유통업체	제조유통업체	수입유통업체	소매업체	수입유통업체
유산균 취급					
	어린이 유산균	어린이 유산균	어린이 유산균	유산균	유산균

사진자료: 썬티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰(臻天然国际贸易(北京)有限公司), 베이미얼(贝蜜儿), 비페이더(베이징)성우커찌유오시안공쓰(比菲德(北京)生物科技有限公司), 형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰(恒康大药房连锁有限公司), 산둥다한자진츄커유오시안공쓰(山东大韩家进出口有限公司) 홈페이지

## 중국(CHINA) 어린이유산균 바이어 인터뷰

A사	썬티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰(臻天然国际贸易(北京)有限公司) 수입유통업체	베이미얼(贝蜜儿) 제조유통업체	비페이더(베이징)성우커찌유오시안공쓰(比菲德(北京)生物科技有限公司) 수입유통업체	형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰(恒康大药房连锁有限公司) 소매업체	산둥다한자진츄커유오시안공쓰(山东大韩家进出口有限公司) 수입유통업체
25,000원 제품 가격	용량대비 적당한 가격	유사제품이랑 비교했을 때 비싼 가격	용량대비 비싼 가격	용량대비 비싼 가격	용량대비 비싼 가격
60g 제품 용량	100g	18g-45g	80g	40g	100g
종이 팩 1회분 소포장 제품 포장	캔 파우치 1회분 소포장	종이 팩 1회분 소포장	종이 팩 1회분 소포장	종이 팩 1회분 소포장	종이 팩 및 1회분 소포장

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

## Interview ① 썸티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰 (臻天然国际贸易(北京)有限公司)



7)

썸티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰  
(臻天然国际贸易(北京)有限公司)

전문가 소속

썸티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰  
(臻天然国际贸易(北京)有限公司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr. Dai  
(CEO)



## 썸티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰 (臻天然国际贸易(北京)有限公司) CEO, Mr. Dai

썸티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰는 2014년에 설립된 한국산 유아용 식품 전문 수입유통업체로, 유아용 간식, 이유식 등을 취급함. 취급 브랜드로는 일동(Ildong), 매일(Mae-il), 남양(Namyang) 등이 있음. 오프라인으로 프리미엄 마트와 유아용품 전문 매장에 주로 납품하며 온라인 쇼핑몰 제이디(JD), 티몰(Tmall), 썬닝(Sunning) 등으로 유통하고 있음.

7) 사진자료: 썸티엔란귀찌마오이(베이징)유오시안공쓰 (臻天然国际贸易(北京)有限公司) 알리바바 홈페이지(www.m1688.com/winport/b2b-38807182601a97d)



가격	25,000원
용량	60g
포장	종이 팩 1회분 소포장

**Q1. 중국 소비자가 선호하는 어린이 유산균 제품에는 무엇이 있나요?**

소비자마다 구매요인이 상이해 특정 브랜드만을 말하기는 어렵지만 브랜드 인지도를 추구하는 소비자는 주로 허성위안(合生元), 마미아이(妈咪爱), 뉴오만쓰(纽曼思)의 제품을 찾곤 합니다. 그 중 허성위안(合生元)의 제품의 인지도가 가장 높으나 최근 오프라인매장에서는 판매를 하지 않습니다.

**Q2. 유산균 제품은 어떤 카테고리에 속해 판매되고 있나요?**

일반적으로 유산균 제품은 일반식품으로 분류됩니다. 하지만 전문가들과 건강식품을 자주 구매하는 소비자는 유산균제품을 건강기능식품으로 인지하고 있으며, 유산균에 대해 잘 모르는 사람들은 이를 약품으로 알고 있습니다. 건강기능식품은 인증 신청 및 등록 시간이 오래 걸리고 감독관리가 매우 엄격합니다. 또한, 건강기능식품은 제품 홍보 시 등록된 효능만 홍보할 수 있기 때문에 제조업체들은 주로 일반식품으로 분류하는 것을 더 선호합니다.

**Q3. 유사 제품을 취급한 경험이 있나요?**

한국산 유아용 유산균 제품으로 I사 제품을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 1g \* 100포의 소포장 형태로 캔 파우치형이며, 용량은 100g입니다. 가격은 298위안으로 약 49,977원<sup>8)</sup>입니다. 해당 제품은 매달 약 600-700개 정도 판매되고 있습니다. 중국에서는 해당 제품의 용량과 포장형식이 일반적이며 선호됩니다. I사 제품과 비교했을 때, A사 제품의 가격은 용량대비 적당하다고 생각합니다.

**Q4. 판매 시 요구되는 조건이나 인증이 있나요?**

판매 시 상품명은 ‘\*\*\*유산균’으로 지정해야 하며, 포장에는 반드시 ‘고형 음료’라는 문구를 표기해야 합니다. 중국식품약품관리총국은 영유아 섭취 가능 균종 리스트 8가지<sup>9)</sup>를 발표한 바 있으며, 어린이 유산균 제품을 판매하려면 반드시 해당 리스트에 있는 균종을 원료로 사용해야 합니다. 그 중 식물성 유산균은 포함되지 않습니다. 또한 수입업체 및 대형 유통업체는 GMP, ISO9001, HACCP 등의 식품안전인증을 취득했는지 확인합니다. 이외에도 한국산 유아용 식품 중 비타민B 함량이 중국 국내 기준을 초과하는 경우가 많으므로 유의해야 합니다.

8) 1위안=167.71원(2020.01.15.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)  
 9) 중국식품약품관리총국(samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/228145.html)

## Interview ② 베이미얼(贝蜜儿)



10)

베이미얼  
(贝蜜儿)

전문가 소속

베이미얼  
(贝蜜儿)  
제조유통업체

전문가 정보

Mr. Li  
(Manager)



贝蜜儿乳铁蛋白复合粉 (极)



贝蜜儿乳铁蛋白粉 (臻钻)



贝蜜儿乳铁蛋白粉 (双钻)



贝蜜儿乳铁蛋白粉 (蓝钻)



贝蜜儿乳铁蛋白粉 (全装)



贝蜜儿牛初乳

### 베이미얼(贝蜜儿)

### Manager, Mr. Li

베이미얼은 2005년에 설립되었으며, 선전에 본사를 둔 영유아 및 임산부용 영양 식품 수입유통, 개발, 판매 업체임. 영유아와 임산부용 유산균, 식이섬유 등의 제품을 취급함. 주로 영양보충, 성장보조, 건강종합관리 제품을 출시 및 판매함. 중국 본토, 홍콩, 마카오, 대만, 동남아시아에 주로 판매하며, 인기상품으로 100가지 이상을 보유하고 있음.

10) 사진자료: 베이미얼(贝蜜儿) 홈페이지 (www.babymier.com)



가격 25,000원

용량 60g

포장 종이 팩 1회분 소포장

### Q1. 중국 내 유산균 인지도는 어떠한가요?

중국 소비자들은 유산균을 건강기능식품으로 인지하고 있습니다. 최근 유산균은 현대인들이 필수로 섭취해야 하는 건강보조제로 부상하고 있으나, 보편적인 건강보조제로 인식되기에는 다소 시간이 소요될 것 같습니다. 하지만, 유산균제품 중 어린이용 유산균은 판매량이 양호하며, 앞으로도 계속해서 수요가 증가할 것으로 예상됩니다. 식물성 유산균의 경우, 중국에서 허용하는 ‘영유아 섭취 가능 균종 8가지’에 포함되어 있지 않아 인지도가 낮은 편입니다.

### Q2. 취급 제품의 용량 및 가격은 어떻게 되나요?

판매 중인 어린이 유산균 분말 제품은 18g-45g 등 다양한 용량을 취급하고 있으며, 주로 종이 팩에 날개 포장이 되어있습니다. 현재 가장 판매량이 높은 제품은 배우 휘쓰옌(霍思燕)이 사용해 유명해진 어린이용 유산균 분말 제품으로, 18g (1.5g\*12포)로 구성되어 있으며 가격은 한 포당 5위안 대(838원)입니다. 이와 비교해 보았을 때 A사 제품은 한 포당 7위안(1,173원) 이상이므로, 다소 비싼 편에 속합니다. 따라서 용량을 조금 줄여서 단가를 낮추는 것이 제품의 수요를 높이는 데에 도움이 될 것입니다.

### Q3. 취급 제품의 홍보 문구에는 무엇이 있을까요?

주로 제품의 효능 및 특징을 바탕으로 홍보 문구를 작성하고 있습니다. 예를 들어 ‘한 포에 100억 개의 생 유산균 함유’, ‘입에 넣자마자 녹아드는 식감’ 등의 표현을 사용하고 있습니다. 이외에도 브랜드의 신뢰성을 높이기 위해, ‘영유아 영양 식품 분야 15년 전문 경력 보유’ 등의 홍보 문구를 사용합니다.

### Q4. 수출 시 요구되는 조건이나 인증은 무엇인가요?

어린이 유산균 제품에 사용되는 균주는 반드시 국가 위생관리 당국에서 발표한 사안과 부합해야 합니다. 또한 고품질 음료 국가표준(GB7101-2015)에 근거하여 통관을 진행해야 합니다. 건강기능식품은 별도의 인증을 필요로 하지 않으며, 다른 인증들은 오히려 제품의 판매가격을 상승시키기 때문에 유통업체와 관련 매장 모두 선호하지 않습니다.





가격	25,000원
용량	60g
포장	종이 팩 1회분 소포장

**Q1. 최근 중국 내 유산균 제품 트렌드가 어떻게 되나요?**

웨이상(微商)과 왕홍(网红)의 활발한 홍보로 인해 젊은 세대 사이에서 건강기능식품에 관한 관심 증가하고 있으며, 유산균의 수요가 점차 많아지고 있습니다. 그 중에서도 특히 어린이용 유산균 제품의 판매량이 증가하는 추세입니다. 어린이용 유산균은 제품의 효능이 소셜미디어를 통해 부모들 사이에서 퍼지면서 인기가 급증했습니다. 이외에도 중국시장에 식물성 유산균 제품이 점차 많아지고 있으나, 아직 인지도는 매우 낮은 편입니다.

**Q2. 취급 제품의 가격, 용량, 포장 형태는 어떠한가요?**

현재 판매 중인 어린이용 유산균 제품은 80g으로 소비자 판매 가격 298위안(49,977원)입니다. 현재 한국에서 60g을 25,000원에 판매하고 있는 A사 제품을 수입하면 중국 내 최종 소매가는 250위안(41,927원)정도일 것으로 예상되며, 이는 용량 대비 비싼 편에 속합니다. 80g대의 용량이 일반적이기는 하나, 100g도 판매하기에 적당하다고 생각합니다. 또한 중국에서 판매하는 유산균 제품은 대부분 종이팩에 1회분씩 소포장 되어 있기 때문에, A사 제품의 포장 방식은 적합하다고 판단됩니다.

**Q3. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?**

제품의 성능을 홍보하여 브랜드 인지도 및 신뢰성을 높이는 것이 필요합니다. 실제 소비자 사이에서 판매량이 높은 제품들은 브랜드 역사가 오래되었으며, 브랜드 신뢰도가 매우 높습니다. 현지 소비자들은 제품의 생유산균 함량을 중요시하기 때문에 유산균 제품은 포장지에 생유산균 함량을 표기하고 있습니다.

**Q4. 수출 시 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?**

이는 제품이 약품, 건강기능식품, 일반식품 중 어떻게 분류되는 지에 따라 다르게 적용됩니다. 통상적으로 유산균 제품은 일반식품 중 고형 음료로 분류되며, 비의약품인 일반 유산균제품은 반드시 국가 위생관리 당국에서 발표한 '식품에 사용 가능한 균종 리스트'에 포함되어야 합니다. 또한 건강기능식품이 아닌 어린이 유산균제품은 국가 위생관리 당국에서 발표한 '영유아 섭취 가능 균종 리스트'의 조건을 만족해야 판매가 가능합니다.

## Interview ④ 형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰 (恒康大药房连锁有限公司)



12)

형강따야오팡리엔쑤어유오시안  
공쓰  
(恒康大药房连锁有限公司)

전문가 소속

형강따야오팡리엔쑤어유오  
시안공쓰  
(恒康大药房连锁有限公司)

소매업체

전문가 정보

Mr. Liu  
(CEO)

**涕舒宁 20g**  
轻轻一抹 修复鼻腔  
鼻炎/鼻塞/鼻痒/鼻过敏/流鼻涕/

**灰指(趾)甲专**  
五大优势 解决灰甲  
药企配方 不伤好甲 操作简单  
不影响工作生活 30ml大容量

**益生菌 PROBIOTICS**  
一盒十贴 每两贴独立包装  
独立包装 干净卫生  
200年品牌实力药企/中华老字号企业/国家GMP生产标准

**益生菌**  
/为爱0添加/  
丹麦菌株 专为幼儿设计  
争做冠“菌”宝宝

**益生茵**  
11种 活性菌粉  
活性菌 8000亿  
调理肠胃  
海外无货

**益生茵**  
11种 活性菌粉  
活性菌 8000亿  
调理肠胃  
海外无货

**益生茵**  
11种 活性菌粉  
活性菌 8000亿  
调理肠胃  
海外无货

¥39.90  
京东超市 广药白云山敬修堂益生茵成人儿童肠道便秘肠胃道复合益生元清理益生 2.3万+条评价  
京东物流 放心购 秒杀 免邮 赠 险

¥156.00  
京东超市 广药白云山敬修堂益生茵成人儿童肠道便秘肠胃道复合益生元清理益生 2.3万+条评价  
京东物流 放心购 免邮 险

¥234.00  
京东超市 广药白云山敬修堂益生茵成人儿童肠道便秘肠胃道复合益生元清理益生 2.3万+条评价  
京东物流 放心购 免邮 险

## 형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰(恒康大药房连锁有限公司) CEO, Mr. Liu

창리형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰는 2004년에 설립된 제약 소매업체로, 허난성에 본사를 두고 있음. 주로 영유아 및 가정용 건강기능식품과 영양보조제를 취급함. 약 2,000명의 직원을 보유하고 연간 매출액 5억 위안 이상을 기록한 바 있음. 중국 제약 소매 산업 100대 중 하나로, 오프라인 매장 약 300개가 존재함. 온라인으로는 플래그십 스토어를 운영함

12) 사진자료: 창리형강따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰(昌乐恒康大药房连锁有限公司) 홈페이지 (www.hengkdrugs.com)



가격	25,000원
용량	60g
포장	종이 팩 1회분 소포장

**Q1. 중국 내 유산균 제품 수요가 어떻게 되나요?**

중국에서는 대부분의 유산균 제품이 고형 음료로 분류되며, 일반식품으로서의 유산균 제품은 소비자들 사이에서 반응이 좋습니다. 중국 내에서 건강기능식품은 비싸기만 한 이미지가 있어서 선호도가 낮습니다. 또한 중국의 어린이들 사이에서 매일 유산균을 복용하는 것이 아직까지는 흔하지 않으나, 어린이용 유산균 제품의 수요는 점차 많아지고 있습니다. 어린이들은 일반적으로 밥을 잘 먹지 않거나 변비, 설사, 소화 불량 증상이 있을 때 유산균을 복용합니다. 어린이 유산균 제품의 경우, 계절에 따라서도 수요가 상이합니다. 면역력이 낮아져 독감에 걸리기 쉬운 6월-8월, 10월-12월 사이에 제품의 수요가 더욱 많습니다.

**Q2. 중국 내 유명한 유산균 제품에는 무엇이 있나요?**

중국 소비자는 판매량과 평판이 좋은 제품을 선호합니다. 중국에서는 허성위안(合生元) 제품의 인지도가 가장 높습니다. 또한, 당사에서 판매 중인 징슈오당(敬修堂)의 수요량 또한 많은 편에 속합니다. 해당 제품은 소비자들 사이에서 탄탄한 기술력과 우수한 효과를 갖춘 제품으로 인식되고 있으며, 소비자 사용 후기가 2.2만 건을 넘는 등 인기가 매우 높습니다.

**Q3. 유산균 제품의 홍보 방안은 어떻게 진행하고 있나요?**

중국 소비자는 제품의 효능을 중시하기에, 이를 적극적으로 홍보하고 있습니다. CFU를 표기하는 것이 유산균 제품 판매의 핵심 요인이라 생각합니다. 현재 당사에서도 제품 포장에 생 유산균 함량, ‘한 포당 CFU 100억 개 이상’ 등의 문구를 표기하고 있습니다. 또한 ‘영유아 장 건강을 위한 전문 개발’, ‘덴마크 수입 균주’, ‘프로바이오틱스 + 프리바이오틱스 결합’ 등의 문구로 제품을 홍보하고 있습니다. 이외에도 색소, 향료, 방부제 무첨가의 표현으로 제품의 안정성을 알리고 있습니다.

**Q4. 취급 제품의 가격 및 용량은 어떻게 되나요?**

당사는 종이 팩 1회분 소포장의 방식으로 제품을 포장하고 있으며, 40g(2g\*20포) 규격의 제품을 78위안(13,081원)에 판매하고 있습니다. 40g의 용량이 일반적이며, 3-4주간 복용할 수 있습니다. 해당 제품의 한 포당 가격이 3.9위안(654원)임을 고려했을 때, A사의 제품은 용량 대비 비싼 편에 속합니다.

## Interview ⑤ 산둥다한자진츠키유오시안공쓰 (山东大韩家进出口有限公司)

산둥다한자진츠키유오시안공쓰  
(山东大韩家进出口有限公司)

전문가 소속

산둥다한자진츠키  
유오시안공쓰  
(山东大韩家进出口有限公  
司)

수입유통업체

전문가 정보

Mr. Zhao  
(Manager)

13)



韩家

专注韩国本土产品 海外直邮

The screenshot displays the Dahanmaoyi website interface. At the top, there's a navigation bar with the company logo and name. Below it, a featured product is highlighted: '原装进口 林贝儿奶粉 1-5段' (Original Import Linbei Infant Formula 1-5 Stages). The product image shows two cans of '임페리얼분유 XO' (Imperial Formula XO) with 'Royal Class' branding. Below the main product, there are four smaller product listings, each with an image, price, and a '加入购物车' (Add to Cart) button. The products include various health supplements like '계주간장' (Jeju Gansang), '후발근트 리복 스킨' (Hwalgeun-teo Ribok Skin), '생유산균 콤플렉스' (Sung-yusan-gyun Complex), and '다들리' (Dallin) gummies.

## 산둥다한자진츠키유오시안공쓰(山东大韩家进出口有限公司) Manager, Mr. Zhao

산둥다한자진츠키유오시안공쓰는 2015년에 설립된 수입유통업체로 산동성에 위치함. 주로 한국 식품을 취급하고 있으며, 주요 품목에는 영유아 식품, 화장품, 스낵류, 커피류 등이 있음. 오프라인으로 중국 내 슈퍼마켓, 영유아 제품 전문 매장으로 납품하고 있으며, 온라인으로는 제이디(JD), 티몰(Tmall)에 판매함. 2019년 전체 상품을 대상으로 재구매율 23%를 기록한 바 있음

13) 사진자료: 산둥다한자진츠키유오시안공쓰(山东大韩家进出口有限公司) 알리바바 홈페이지 (www.dahanmaoyi8.1688.com)



가격 25,000원

용량 60g

포장 종이 팩 1회분 소포장

### Q1. 최근 중국 내 어린이 유산균 제품의 인식이 어떻게 되나요?

불과 몇 년 전까지만 해도 유산균제품의 인지도는 매우 낮았습니다. 하지만 소셜미디어가 발달하면서 신제품들이 알려지는 속도가 점차 증가하고 있는데, 최근에는 유산균에 관한 정보가 많아져 중국 부모들 사이에서 어린이 유산균의 수요가 많아졌습니다. 오늘날 중국 부모들은 아이들의 장 건강 개선과 면역력 향상을 목적으로 유산균을 구매합니다. 특히 환절기와 미세먼지가 많을 때, 중국 내 많은 아이들의 장 건강에 문제가 생겨 유산균을 복용하는 경우가 많습니다. 중국 소비자는 유산균을 통해 질병을 유발하는 유해균을 억제할 수 있다고 생각하는 경향이 있습니다. 또한 신생아가 유산균을 복용할 경우, 면역력 향상과 영양균형을 이룰 수 있다고 인식해 어린이 유산균의 제품에 우호적인 반응을 보입니다.

### Q2. 중국 내 인기가 높은 유산균 제품은 무엇인가요?

중국 내에서 가장 유명한 제품으로는 허성위안(合生元) 제품이 있습니다. 이 제품은 분말 형태로, 보관이 편리하고 휴대 및 섭취하기에 간편하여 소비자들의 선호도가 높습니다. 또한 당사에서 유통 중인 한국산 J브랜드의 L제품 역시 유아와 성인 모두가 섭취 가능한 제품으로, 수요가 많은 편입니다.

### Q3. 취급 제품의 홍보 문구에는 무엇이 있나요?

취급 제품의 홍보 문구에는 제품의 효능과 섭취 대상 등을 표기되어 있습니다. 현재 당사에서 판매 중인 제품에는 ‘가족 구성원들 모두가 섭취할 수 있는 생유산균’, ‘10억 CFU’, ‘당신의 위장을 지켜줍니다’ ‘하루에 1포로 위장 문제를 해결할 수 있습니다’ 등의 문구가 삽입되어 있습니다.

### Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

제품 홍보와 판매처 확보가 중요하다고 생각합니다. 중국 소비자는 일반적으로 제품의 가격, 품질 외에도 판매량을 중시하는 경향이 있습니다. 따라서 마케팅 비용을 잘 활용해 제품을 알리는 것이 필요합니다. 저희는 다양한 프로모션을 통해 제품 가격을 할인하여 판매하고 있는데, 저희가 취급하는 제품과 A사 제품의 용량은 100g으로 같지만 제품 가격은 A사 제품이 훨씬 더 비싼 편입니다.

## IV. Competitiveness

### SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

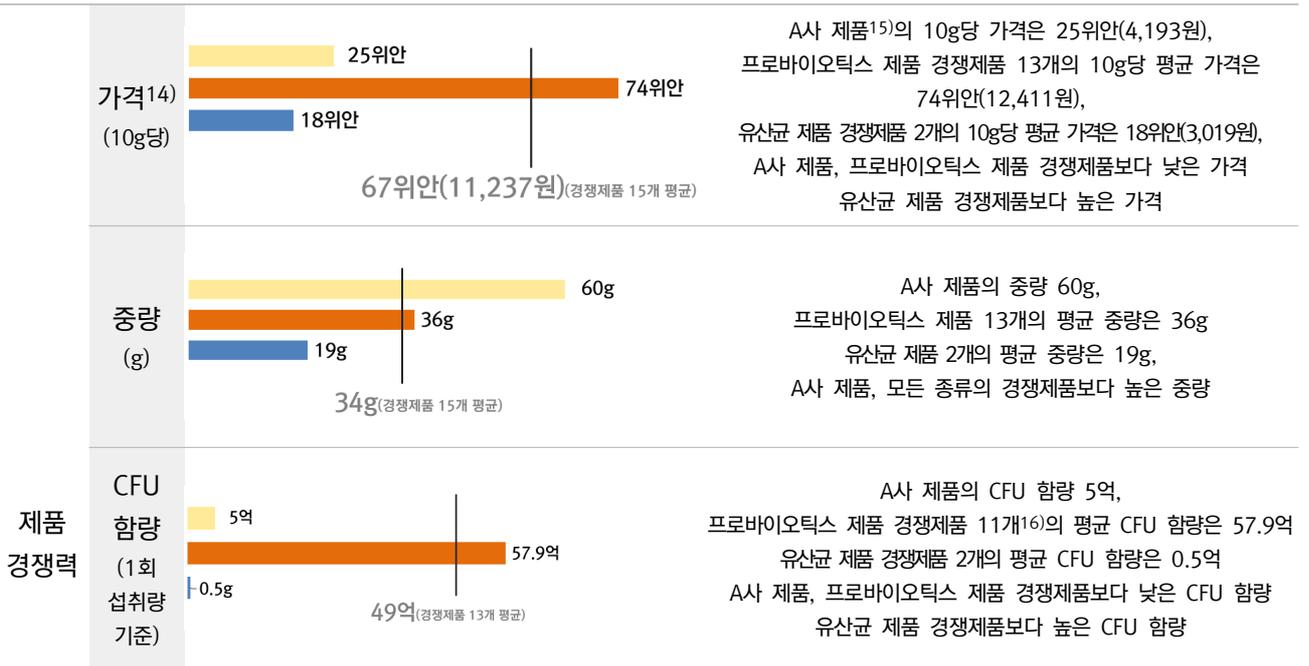
# Competitiveness

(경쟁력 파악)

## 중국(CHINA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 프로바이오틱스 제품 ■ 유산균 제품 | 15개 경쟁제품 평균

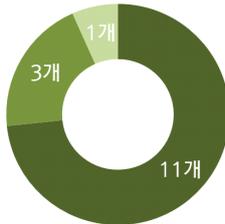
경쟁력 평가 의견



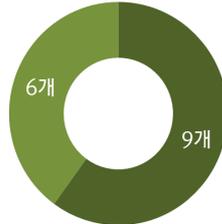
제품 형태

주요 성분

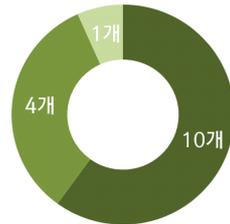
원산지



경쟁제품 15개 중 11개 제품 파우더 형태, 3개 제품 스낵 형태, 1개 제품 음료 형태



경쟁제품 15개 중 9개 제품, 프락토올리고당, 갈락토올리고당, 자일리톨 등의 프리바이오틱스 성분 포함, 6개 제품, 프리바이오틱스 성분 불포함



경쟁제품 15개 중 10개 제품 중국산, 4개 제품 유럽산, 1개 제품 한국산

## 중국(CHINA) - 마케팅 벤치마킹

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 6개사 모두 중국 <b>오프라인 매장</b> 및 <b>온라인 매장</b> 모두 진출	경쟁기업 6개사중 4개사 <b>자사 홈페이지</b> 와 <b>SNS 플랫폼</b> 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 <b>‘제품의 효능’, ‘제품 성분’</b> 등을 강조한 홍보문구 활용

14) 1위안= 167,71원(2019.12.15., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

15) A사 제품 위안화 가격: 149.1위안(25,000원을 167.72원으로 나눈 후 소수 둘째자리에서 반올림한 값)

16) 프로바이오틱스 경쟁제품 2개(어덜트 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지(유니온헬스), 프로바이오틱스 큐브(컬처럴))의 1회 섭취량 기준 CFU 함량은 확인할 수 없음

### 1. 제품 경쟁력 검증

#### 1) 가격

##### 경쟁제품(경쟁기업)

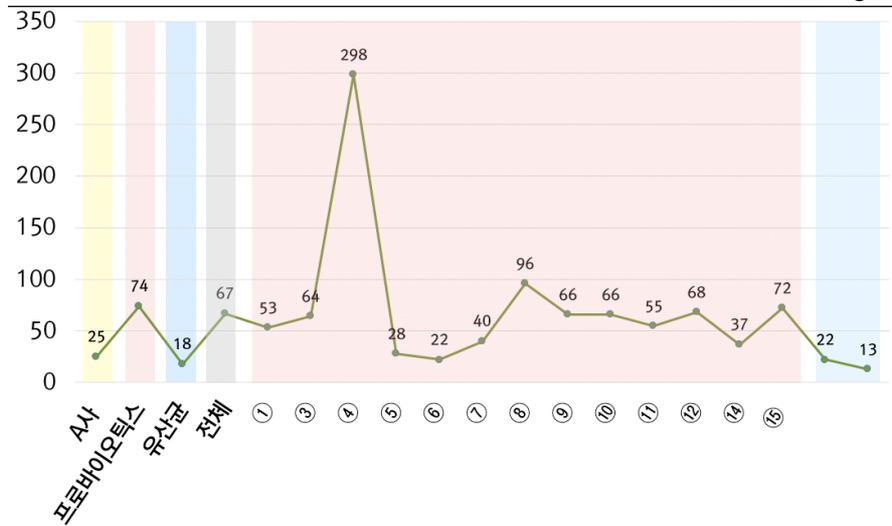
- ① 프로바이오7 키즈캠 (프로바이오7)
- ② 키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)
- ③ 프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)
- ④ 프로바이오틱스 그래놀 (양리1호)
- ⑤ 프로바이오틱스 큐브 (키즈팜)
- ⑥ 프로바이오틱스 컴포지트 파우더 (이헬스)
- ⑦ 프로바이오틱스 솔리드 베버리지스 (서우얼)
- ⑧ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지스 (유니온헬스)
- ⑨ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지스 (유니온헬스)
- ⑩ 컴파운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (유댄)
- ⑪ 프로바이오틱 솔리드 베버리지 (라이프스페이스)
- ⑫ 프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)
- ⑬ 어덜트 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지 (유니온헬스)
- ⑭ 핑거푸드 유산균드럼 (베이비 쿠키)
- ⑮ 요거트멜츠 (팡광)

#### ▶ A사 제품 10g당 가격, 경쟁제품의 10g당 평균 가격보다 낮은 가격

A사 제품의 10g당<sup>17)</sup> 가격은 25위안(4,193원)임. 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 프로바이오틱스 제품 13개는 10g당 평균 74위안(12,411원)이며, 유산균 제품은 10g당 평균 18위안(3,019원)으로 판매되고 있음. 전체 경쟁제품의 10g당 평균 가격은 67위안(11,237원)임. A사 제품의 10g당 평균 가격은 프로바이오틱스 제품의 10g당 평균 가격보다 낮지만 유산균 제품의 10g당 평균가격보다는 높음. 전반적으로 중국 오프라인 시장에서 판매되는 프로바이오틱스 제품의 가격이 유산균 제품의 가격보다 높음. A사 제품의 10g당 가격은 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 10g당 평균 가격 대비 약 2.7배 낮게 책정되어 있음.

[표 3.1] 중국 유산균 제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 위안/10g당)



17) 음료제품의 경우, ml단위를 g단위로 1:1 치환하여 계산했음

2) 중량

경쟁제품(경쟁기업)

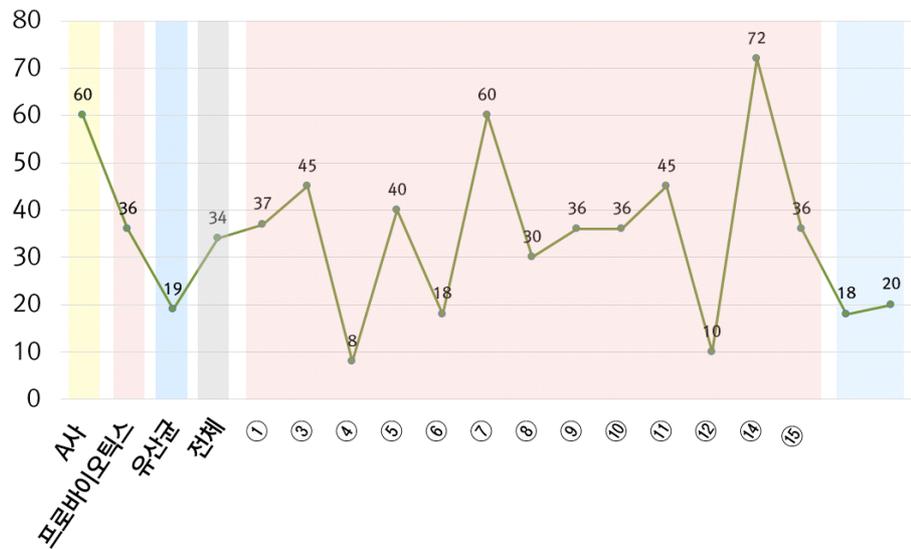
- ① 프로바이오7 키즈캠 (프로바이오7)
- ② 키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처럴)
- ③ 프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)
- ④ 프로바이오틱스 그래놀 (양리1호)
- ⑤ 프로바이오틱스 큐브 (키즈팔)
- ⑥ 프로바이오틱스 컴포지트 파우더 (이헬스)
- ⑦ 프로바이오틱스 솔리드 베버리시스 (서우얼)
- ⑧ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)
- ⑨ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)
- ⑩ 컴파운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (유덴)
- ⑪ 프로바이오틱 솔리드 베버리지 (라이프스페이스)
- ⑫ 프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)
- ⑬ 어덜트 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지 (유니온헬스)
- ⑭ 핑거푸드 유산균드롭 (베이비 쿠키)
- ⑮ 요거트멜츠 (팡광)

▶ A사 제품 중량 60g, 경쟁제품 15개의 평균 대비 높음

제품 종류를 기준으로 경쟁제품 15개의 중량을 비교한 결과, 프로바이오틱스 제품 13개의 평균 중량은 36g이며, 유산균 제품 2개의 평균 중량은 19g임. 경쟁제품 중 프로바이오틱스 제품의 평균 중량이 유산균 제품의 평균 중량보다 높음. A사 제품의 중량은 60g으로, 중국 오프라인 시장에서 조사된 15개 경쟁제품의 평균 중량인 34g보다 높은 것으로 확인됨. A사 제품은 경쟁제품 15개보다 약 1.8배 정도 중량이 높음

[표 3.2] 중국 유산균 제품 중량 경쟁력 분석①

(단위: g)



3) CFU 함량

경쟁제품(경쟁기업)

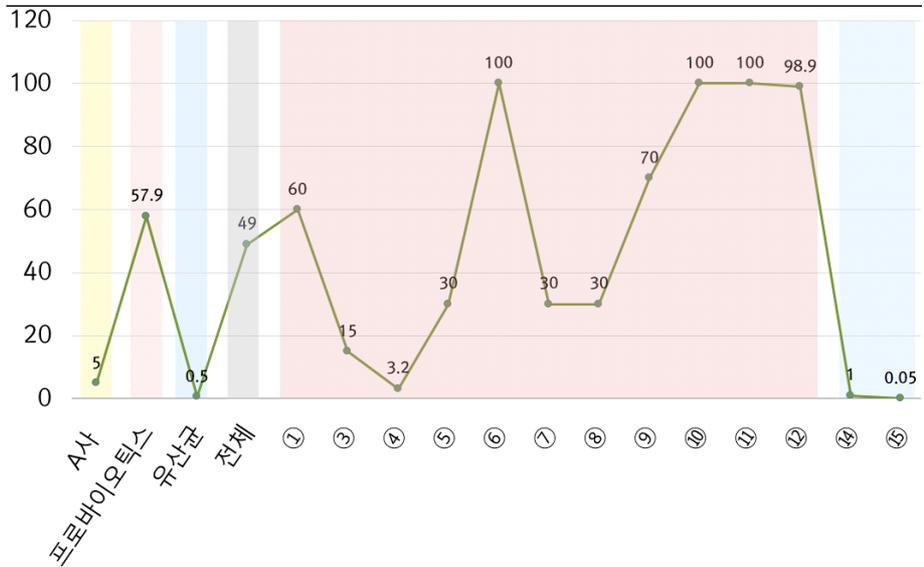
- ① 프로바이오7 키즈캡 (프로바이오7)
- ② 키즈 데일리 프로바이오틱 (컬처럴)
- ③ 프로바이오틱스 리퀴드 (스위스)
- ④ 프로바이오틱스 그래놀 (양리1호)
- ⑤ 프로바이오틱스 큐브 (키즈팜)
- ⑥ 프로바이오틱스 컴포지트 파우더 (이헬스)
- ⑦ 프로바이오틱스 솔리드 베버리시스 (서우얼)
- ⑧ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)
- ⑨ 칠드런스 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리시스 (유니온헬스)
- ⑩ 컴파운드 프로바이오틱스 솔리드 드링크 (유댄)
- ⑪ 프로바이오틱 솔리드 베버리지 (라이프스페이스)
- ⑫ 프로바이오틱스 사켓 포 칠드런 (바이오스타임)
- ⑬ 어덜트 프로바이오틱 파우더 솔리드 베버리지 (유니온헬스)
- ⑭ 핑거푸드 유산균드롬 (베이비 쿠키)
- ⑮ 요거트멜츠 (팜광)

▶ A사 CFU 함량 5억, 경쟁 제품 15개 평균 함량보다 낮음

경쟁제품 15개 중 CFU 함량이 조사된 제품 13개를 종류별로 구분하여 CFU 함량을 비교함. 경쟁제품 13개 중 프로바이오틱스 제품 11개의 평균 CFU 함량은 57.9억이며, 유산균 제품 2개의 평균 CFU 함량은 0.5억인 것으로 확인됨. A사 제품의 CFU 함량은 5억으로, 유산균 제품의 평균 CFU 함량보다는 높지만 프로바이오틱스 제품의 평균 CFU 함량보다는 낮은 것으로 확인됨. A사 제품의 CFU 함량은 경쟁제품의 13개의 평균 CFU 함량보다 약 9.8배 낮음

[표 3.3] 중국 유산균 제품 CFU 함량 경쟁력 분석②

(단위:억)

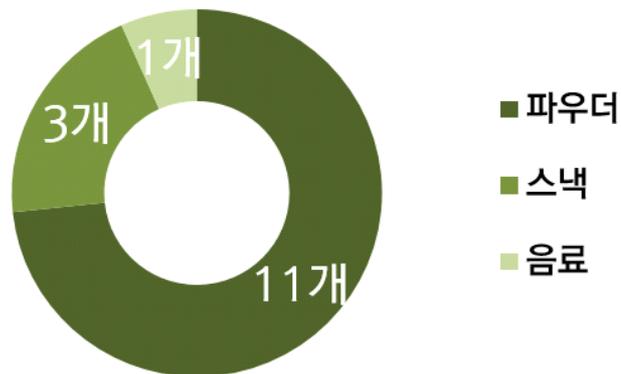


4) 제품 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 알루미늄 캔 포장

경쟁제품 15개의 제품 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 11개는 파우더 형태의 제품인 것으로 조사됨. 나머지 제품 중 3개는 쿠키, 동결건조 스낵(과일큐브, 고체요거트)로 되어 있으며, 1개는 음료 형태의 제품인 것으로 확인됨

[표 3.4] 중국 유산균 제품 제품 형태 경쟁력 분석

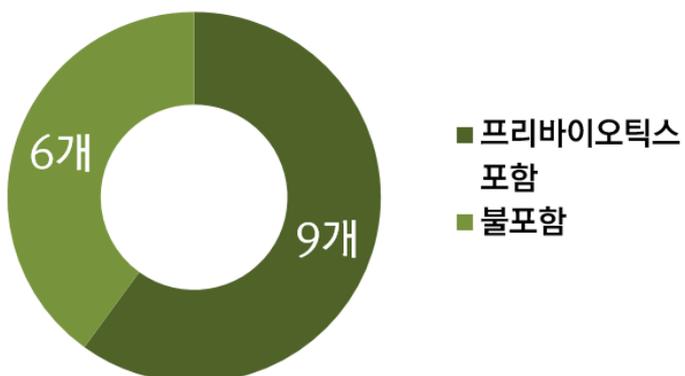


5) 주요 성분

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 프리바이오틱스 성분 포함

중국에서 판매되고 있는 유산균 제품 경쟁제품 15개는 프리바이오틱스 성분을 포함하고 있는 제품과 포함하지 않는 제품으로 분류됨. 경쟁제품 15개 중 9개는 프락토올리고당, 갈락토올리고당, 자일리톨 등의 프리바이오틱스 성분을 포함하고 있으며, 그 외 6개 제품은 프리바이오틱스를 포함하지 않고 프로바이오틱스와 유산균 성분으로만 구성된 제품인 것으로 조사됨

[표 3.5] 중국 유산균 제품 주요 원료 경쟁력 분석

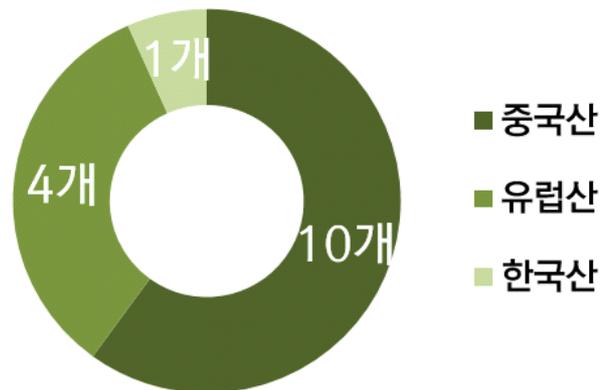


## 6) 원산지

## ▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 중국산 제품

중국에서 판매되고 있는 유산균 제품 경쟁제품 15개는 중국, 유럽, 한국을 원산지로 하는 제품인 것으로 조사됨. 경쟁제품 중 10개 제품은 중국 현지에서 생산된 제품이며, 4개 제품은 유럽이 원산지로 이탈리아 2개, 뉴질랜드 1개, 영국 1개 제품임. 나머지 1개 제품은 한국을 원산지로 둔 제품인 것으로 확인됨

[표 3.6] 중국 유산균 제품 원산지 경쟁력 분석



## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

### 1) 판매 채널

▶ **경쟁기업 6개사 모두 중국 오프라인 및 온라인 채널 진출**

중국에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 2개사는 슈퍼마켓 올레(Ole)에서 조사되었으며, 또 다른 2개사는 유아용품판매점 레유(Leyou), 그리고 드럭스토어 왓슨스(Watsons)와 슈퍼마켓 우마트(Wu Mart)에서 각각 1개사가 진출함. 온라인 채널 중 징동과 1688몰의 경우, 6개사 모두 진출한 것으로 확인됨. 유니온헬스를 제외한 5개사는 티몰과 타오바오에도 진출하였으며, 4개 이상의 온라인 채널에 진출하였음

[표 3.7] 중국 유산균 제품 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인			
	올레	우마트	레유	왓슨스	징동	티몰	1688몰	타오바오
컬처럴	○				○	○	○	○
라이프스페이스				○	○	○	○	○
프로바이오7			○		○	○	○	○
베이비 쿠키	○				○	○	○	○
팡광		○			○	○	○	○
유니온헬스			○		○		○	

### 2) 홍보 채널

▶ **경쟁기업 6개사 중 4개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용**

경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 주로 자사 정보, 취급하는 제품 정보, 관련 기사 등을 게시하고 있으며, 자사 홈페이지 외 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있는 경쟁기업은 4개사임. 외국 국적 기업 3개사는 트위터, 페이스북, 인스타그램을 통해 자사 제품을 홍보하고 있으며, 중국 기업 1개사는 웨이보를 활용하고 있음

[표 3.8] 중국 유산균 제품 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		트위터	페이스북	인스타그램	웨이보
컬처럴	○	○	○	○	
라이프스페이스	○	○	○	○	
프로바이오7	○	○	○	○	
베이비 쿠키	○				○
팡광	○				
유니온헬스	○				

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘제품의 효능’, ‘제품 성분’ 강조하여 경쟁제품 홍보

중국에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘제품의 효능’과 ‘제품 성분’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 유산균 제품 경쟁제품의 효능을 강조하는 ‘면역력과 소화기능을 향상시키는’, ‘장 건강에 도움을 주는’, ‘소화기관의 균형을 맞추고 면역력을 증진시켜주는’ 등의 문구를 사용함. 이외, 유산균 제품의 성분을 나타내는 ‘수입산 프로바이오틱과 프리바이오틱 사용’, ‘여러 종류의 유산균이 함유된’, ‘천연 색소와 원료를 사용하여 안전한’ 등의 문구를 사용하거나 경쟁제품의 품질 및 안전성을 나타내는 문구를 통해 제품을 홍보함

[표 3.9] 중국 유산균 제품 경쟁기업 홍보문구 분석



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 중국 베이징시 홈페이지 (www.ebeijing.gov.cn)
2. 중국 상하이시 조양구 홈페이지 (www.bjchy.gov.cn)
3. 36디제이엠 홈페이지(www.36djm.com/category/show-283.html)
4. 컬처렐 홈페이지 (www.culturelle.com)
5. 라이프스페이스 홈페이지 (www.lifespaceprobiotics.com)
6. 프로바이오7 홈페이지 (www.probio7.com)
7. 베이비 쿠키 홈페이지 (www.bbzy8.com)
8. 광광 홈페이지 (www.meiyifoods.com)
9. 유니온 헬스 홈페이지 (www.callergen.com)
10. 티몰 홈페이지 (www.tmall.com)
11. 징동 홈페이지 (www.jd.com)
12. 쩐티엔란궈찌마오이(베이징)유오시안공쓰(臻天国际贸易(北京)有限公司) 알리바바  
홈페이지(www.m.1688.com/winport/b2b-38807182601a97d)
13. 중국식품약품관리국(samr.cfda.gov.cn/WS01/CL1975/228145.html)
14. 베이미얼(贝蜜儿) 홈페이지 (www.babymier.com)
15. 비페이더(베이징)성우커찌유오시안공쓰(比菲德(北京)生物科技有限公司) 홈페이지 (www.bifidos.com)
16. 창러헝캉따야오팡리엔쑤어유오시안공쓰(昌乐恒康大药房连锁有限公司) 홈페이지 (www.hengkdrugs.com)
17. 산둥다한자진쑤어유오시안공쓰(山东大韩家进出口有限公司) 알리바바 홈페이지  
(www.dahanmaoyi8.1688.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.01.24.

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

