

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

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

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	25
1. 중국 유자음료베이스 경쟁기업 포지셔닝	26
2. 중국 유자음료베이스 경쟁기업 현황	27
3. 중국 유자음료베이스 경쟁기업 분석	29

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	36
Interview ① 티앤양상마오유한회사(天扬商贸有限公司)	37
Interview ② 시앤후어꾸어즈유한회사(鲜活果汁有限公司)	39
Interview ③ 상하이창공띠앤즈상무유한회사(上海长弓电子商务有限公司)	41
Interview ④ 항저우띠앤이찬인관리유한회사(杭州典壹餐饮管理有限公司)	43
Interview ⑤ 광저우뎡위에식품회사(广州鼎悦咖啡食品公司)	45

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	48
1. 제품 경쟁력 검증	49
2. 기업 마케팅 벤치마킹	54

*참고문헌	56
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

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



Competitive Product

(경쟁제품)

중국 (CHINA) 유자음료베이스 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)	카페체인점	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	편의점	유기농 매장	창고형 매장
	아시안마트	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	온라인몰				리퀴드샵		

중국 (CHINA) 유자음료베이스 매장 조사

	할로 카페(Halo Cafe) (카페체인점)	체인 마트(Chain Mart) (슈퍼마켓)
전경		
조사 제품	3개	3개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 2014년 광둥성에서 시작된 밀크티 카페임 광둥성 1호 매장을 시작으로 현재 중산으로 확장 중임 매년 30% 이상의 매출액 신장을 달성함 유럽 고급 카페를 연상하게 하는 컨셉으로 중국 음료 산업에서 독보적인 브랜드로 자리매김함 	<ul style="list-style-type: none"> 1996년 심천에 설립된 대규모 체인형 소매 회사임 타이 산 창 다창(Taishan Changdachang) 그룹이 소유함 1-2선 도시에 36개의 대형 슈퍼마켓 외에도 소규모 슈퍼마켓, 편의점 사업을 운영함
	징둥(JD) (온라인몰)	티몰(Tmall) (온라인몰)
전경		
조사 제품	3개	6개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 중국 전자상거래 시장 2위 기업임 가전·PC·식품·도서 등 상품을 판매하는 온라인 매장임 7개의 직접 배송 서비스(Fulfillment Service)센터를 운영함 28개 도시에 550개의 창고를 기반으로 당일 배송을 실시함 	<ul style="list-style-type: none"> 중국 알리바바그룹의 온라인 플랫폼 사이트임 5억 명 이상의 회원을 보유하고 있으며, 하루 평균 약 6,000만 명 넘는 사람들이 방문함 하루 8억 건 이상의 판매가 이루어짐

Competitive Product

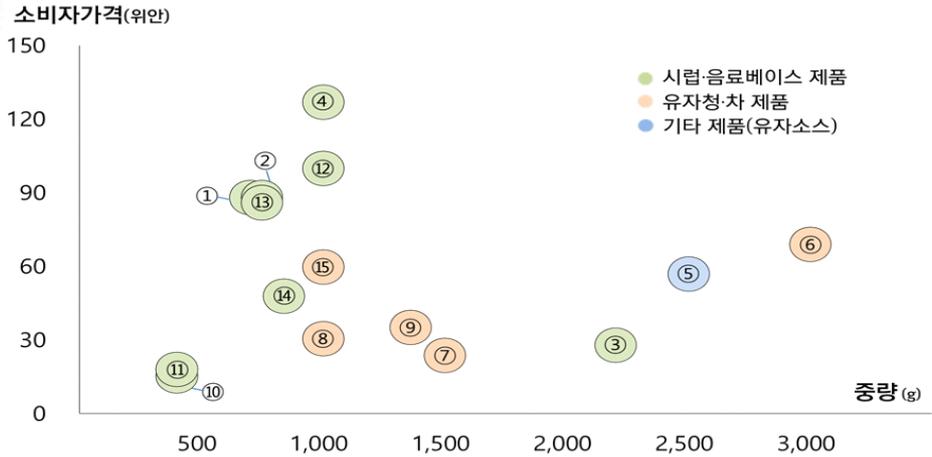
(경쟁제품)

중국 (CHINA) 유자음료베이스 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 온·오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 형태

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



중국 (CHINA) 유자음료베이스 경쟁제품 분석

조사매장	경쟁제품(경쟁기업)	원산지	제품종류	가격 (총합) ¹⁾	가격 (100g당)	중량 ²⁾ (g)	포장 형태	유통기한 (개월)
온라인	① 모린 (모린)	프랑스	시럽·음료베이스	88.00위안 (15,237원)	12.57위안 (2,176원)	700	유리병	36개월
	② 보가리 (보가리)	중국	시럽·음료베이스	88.00위안 (15,237원)	11.73위안 (2,031원)	750	유리병	24개월
	③ 구다오쇼우창 (광저우룬즈메이식품유한회사)	중국	시럽·음료베이스	28.00위안 (4,848원)	1.27위안 (220원)	2,200	플라스틱 병	12개월
	④ 파브리 (파브리)	이탈리아	시럽·음료베이스	127.00위안 (21,990원)	12.70위안 (2,199원)	1,000	유리병	24개월
	⑤ 귀리수이귀탕장 (샤오둥셴광운식품유한회사)	중국	기타제품 (유자소스)	57.00위안 (9,870원)	2.28위안 (395원)	2,500	플라스틱 통	12개월
	⑥ 방지미여오귀러오귀장 (츄저우스커우러신식품유한회사)	중국	유자청·차	69.00위안 (11,947원)	2.30위안 (398원)	3,000	알루미늄캔	12개월
	⑦ 헤이하이따오여오즈차 (상츄스인즈썬성우거지유한회사)	중국	유자청·차	23.80위안 (4,121원)	1.59위안 (275원)	1,500	유리병	12개월
	⑧ 순간상 (광저우스광춘식품유한회사)	중국	유자청·차	30.50위안 (5,281원)	3.05위안 (528원)	1,000	유리병	12개월
	⑨ 신셴니 (리기오식품유한회사)	중국	유자청·차	35.10위안 (6,078원)	2.58위안 (447원)	1,360	플라스틱 병	12개월
오프라인	⑩ 안차타이 (안차타이)	태국	시럽·음료베이스	15.50위안 (2,684원)	3.88위안 (672원)	400	알루미늄캔	(-)
	⑪페이롱파이예장 (플라잉드래곤)	태국	시럽·음료베이스	18.00위안 (3,117원)	4.50위안 (779원)	400	알루미늄캔	(-)
	⑫ 웨더레이나편홍시여우웨이탕장 (삐주베드렌느샤스)	프랑스	시럽·음료베이스	100.00위안 (17,315원)	10.00위안 (1,732원)	1,000	유리병	36개월
	⑬ 다편차귀메이푸타오여우평웨이탕장 (케리인그리디언트)	말레이시아	시럽·음료베이스	88.00위안 (15,237원)	11.73위안 (2,032원)	750	플라스틱 병	18개월
	⑭ 신디둥취수이귀인라오 (커뤄식품(중국)유한회사)	중국	시럽·음료베이스	48.00위안 (8,311원)	5.71위안 (989원)	840	유리병	12개월
	⑮ 디라스 (B사)	한국	유자청·차	59.80위안 (10,354원)	5.98위안 (1,035원)	1,000	유리병	24개월

(*) 현지 판매 유자음료베이스 경쟁제품 15개 분석

1) 1위안=173.15원 (2020.02.25.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 조사된 경쟁제품은 용량(ml, L)과 중량(g)으로 조사되었으나, 제품별 비교를 위하여 1m=1g으로 환산하여 분석함

1. 중국 유아음료베이스 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 제품 종류에 따라 선정한 제품

- 시럽·음료베이스 제품 : 중국에서 판매되고 있는 시럽·음료베이스 경쟁제품 9개 선정
- 유아청·차 제품 : 중국에서 판매되고 있는 유아 청·차 경쟁제품 5개 선정
- 기타제품 : 중국에서 판매되고 있는 유아 소스 1개 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 및 온라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
(*) 2개 채널 : 할로 카페(Halo Cafe), 체인 마트(Chain Mart)
- 온라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
(*) 2개 채널 : 징둥(JD), 티몰(Tmall)

[표 1.1] 중국 유아음료베이스 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 형태			유형별 매장 입점 여부	
	시럽·음료 베이스	유아청·차	기타제품	오프라인	온라인
① 모린 (모닌)	○			(-)	○ (징둥)
② 보가리 (보가리)	○			(-)	○ (징둥)
③ 구다오소우창 (광저우룬즈메이식품음료유한회사)	○			(-)	○ (징둥)
④ 파브리 (파브리)	○			(-)	○ (티몰)
⑤ 귀리수이귀탕장 (샤오둥셴광윤식품유한회사)			○	(-)	○ (티몰)
⑥ 방지미여오귀러오귀장 (추저우스커우러신식품유한회사)		○		(-)	○ (티몰)
⑦ 헤이하이따오여오즈차 (상쑤스인즈젠성우커지유한회사)		○		(-)	○ (티몰)
⑧ 손간상 (광저우스광춘식품유한회사)		○		(-)	○ (티몰)
⑨ 산셴니 (리가오식품유한회사)		○		(-)	○ (티몰)
⑩ 안차타이 (안차타이)	○			(체인 마트)	○ (1688,타오바오)
⑪ 페이룽파이예장 (플라잉 드래곤)	○			(체인 마트)	○ (징둥, 1688, 타오바오)
⑫ 웨더레이니편홍시여우웨이탕장 (빠주베드렌느샤스)	○			(할로 카페)	○ (징둥, 1688, 타오바오, 티몰)
⑬ 다편차귀메이푸타오여우평웨이탕장 (케리인그리디언트)	○			(할로 카페)	○ (징둥, 1688, 타오바오)
⑭ 신디농취수이귀인랴오 (커뤄식품(중국)유한회사)	○			(할로 카페)	○ (징둥, 1688, 타오바오, 티몰)
⑮ 디라스 (B사)		○		(체인 마트)	○ (1688)

(*) 현지 판매 유아음료베이스 경쟁제품 15개 분석

2. 중국 유아음료베이스 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 온·오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자 판매 가격
- 온·오프라인 채널에서 판매되는 제품 100g당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 중량

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 총 중량(g)
- ※ 제품의 중량에 따라 1,000g 이상의 제품의 경우 대(大)중량, 850g 이상 1,000g 미만의 제품은 중(中)중량, 850g 미만의 제품은 소(小)중량으로 제품을 구분함

▶ 조사 지표 ③ 제품 형태

- 제품의 제품명 및 홍보문구에 근거하여 제품을 시럽·베이스 제품, 유아청·차 제품, 기타제품으로 분류함
- 시럽·음료베이스 제품: 과일 시럽·베이스 형태의 제품
- 유아청·차 제품: 유아청·차 형태의 제품
- 기타제품: 과일 시럽·베이스와 유아청·차 외 형태의 제품

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질
- 플라스틱 병: 플라스틱 소재의 병 용기
- 플라스틱 통: 플라스틱 소재의 통 용기
- 유리병: 유리 소재의 병 용기
- 알루미늄캔: 알루미늄 소재의 캔 용기

▶ 조사 지표 ⑤ 첨가물(착향료)

- 시럽·베이스·청·차 제조에 사용되는 원료 중 농축액, 물, 설탕, 기타 감미료 외 착향료³⁾의 포함 여부 조사

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 맛

- 제품의 맛

3) 착향료: 음식에 향기로운 맛을 더하는(가향) 향료

[표 1.2] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품의 소비자 판매 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 판매 가격
중량(g)	대(大)중량	1,000g 이상
	중(中)중량	850g 이상 - 1,000g 미만
	소(小)중량	850g 미만
제품 형태	시럽·음료베이스 제품	과일 시럽·베이스 형태의 제품
	유자청·차 제품	유자청·차 형태의 제품
	기타제품	과일 시럽·베이스와 유자청·차 외 형태의 제품
포장 형태	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병 용기
	플라스틱 통	플라스틱 소재의 통 용기
	유리병	유리 소재의 병 용기
	알루미늄 캔	알루미늄 소재의 캔 용기
첨가물	착향료	음식에 향기로운 맛을 더하는(가향) 향료
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	맛	제품의 맛을 조사

3. 중국 유자음료베이스 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

<대중량>

- ① 구다오쇼우장 (광저우룬즈메이 식품음료유한회사)
- ② 파브리 (파브리)
- ③ 웨더레이니편홍시여우웨이탕장 (빠주베드렌느싸스)
- ④ 귀리수이귀탕장 (샤오둥셴광윤식품유한회사)
- ⑤ 방자미여우귀리오귀탕 (쑤저우스커우러산식품유한회사)
- ⑥ 헤이하이따오여우즈차 (상쑤스인즈팬성우커찌유한회사)
- ⑦ 순간상 (광저우스광춘식품유한회사)
- ⑧ 신센니 (리가오식품유한회사)
- ⑨ 디라스 (B사)

<소중량>

- ⑩ 모린 (모린)
- ⑪ 보가리 (보가리)
- ⑫ 다판차뮤메이푸타오여우광웨이탕장 (케리인그리디언트)
- ⑬ 신디농쉬수이귀인라오 (커뤄식품(중국)유한회사)
- ⑭ 안차타이 (안차타이)
- ⑮ 페이룽파이에장 (플라잉 드래곤)

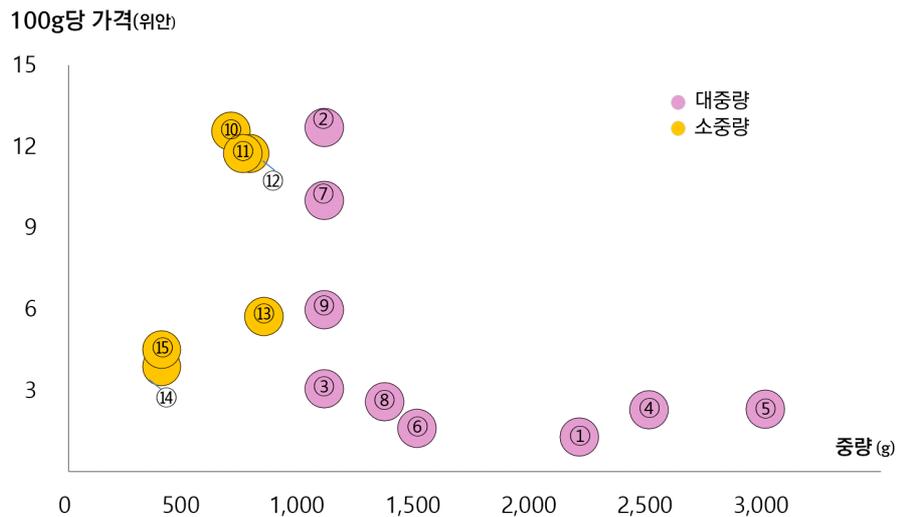
▶ 포지셔닝 ①: 100g당 평균 가격, 시럽·유자음료베이스 제품이 가장 비쌌던

조사된 15개의 경쟁제품은 종류에 따라 시럽·음료베이스 제품 9개, 유자청·차 제품 5개, 기타제품 1개로 구분됨. 제품 종류별 100g당 가격은 시럽·음료베이스 제품이 8.23위안(1,426원)으로 가장 비싸며, 유자청·차 제품 3.10위안(537원), 기타제품 2.28위안(395원)으로 조사됨

▶ 포지셔닝 ②: 소중량 제품 100g당 평균 가격, 대중량 대비 1.8배 비쌌던

조사된 경쟁제품은 중량에 따라 850g 미만의 소(小)중량 6개, 850g 이상 1,000g 미만의 중(中)중량 0개, 1,000g 이상의 대(大)중량 9개로 구분됨. 중량별 100g당 평균 가격은 소중량 8.35위안(1,446원), 대중량 4.64위안(803원)으로 소중량이 대중량 대비 약 1.8배 비싼 것으로 확인됨. 소중량 제품 중에는 모린(莫林) 제품이 12.57위안(2,177원)으로 가장 비싸며 안차타이(AKETHAI安奇泰) 제품은 3.88위안(671원)으로 가장 저렴한 것으로 확인됨. 대중량 제품 중에는 파브리(法布芮) 12.70위안(2,199원), 구다오쇼우장(谷稻小庄) 1.27위안(220원)으로 각각 최고가, 최저가인 것으로 확인됨

[표 1.3] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 중국 유자음료베이스 경쟁제품 15개 분석 결과

4. 중국 유지음료베이스 입점 매장 및 경쟁제품 정보

● 광둥 성 남서부
잔장 시⁶⁾

인구('19)	7,450,000명
지역 GDP('18) ⁷⁾ (204조 1,769억 원)	3억 883억 9천만 위안
면적	12,490 제곱킬로미터

▶ 중국 광둥 성, 잔장(湛江)시 방문지역으로 선정

잔장(湛江) 시는 광둥(廣東) 성 남부, 레이저우 반도(雷州半島) 동쪽 부근의 광저우(廣州) 만 일대에 위치함. 열대성 기후를 살려 벼농사, 사탕수수, 고무, 커피 등의 재배나 어업, 수산 양식업, 조선, 섬유 기계, 제당, 플라스틱 가공 등 각종 공업이 발달함. 지방 수도 광저우와 연결하는 철도 노선이 남단으로 레이저우 반도의 최남단에 위치한 하이안 관광지로도 이어져 요충지 역할을 함. 이 밖에 국립공원, 호수, 공원, 박물관, 워터파크 등의 각종 명소 및 문화시설이 밀집하여 지역 주민은 물론 관광객의 방문이 많은 지역임⁴⁾

▶ 중국 광둥 성 잔장 시 카페체인점, 슈퍼마켓 방문

중국 광둥 성 잔장 시에 위치한 카페체인점 할로 카페(Halo Cafe), 슈퍼마켓인 체인 마트(Chain Mart)를 방문하여, 총 6개의 경쟁제품을 조사함. 그 외 경쟁제품 9개는 중국 전자상거래 점유율 2위 기업인 징둥(JD)⁵⁾과 알리바바 그룹 산하의 온라인 플랫폼 티몰(Tmall)을 통해 각각 3개, 6개의 경쟁제품을 추가 조사하여, 총 15개의 경쟁제품을 선정함

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : 구글 맵스(Google Maps)

4),5),6) 자료: 중국 잔장(湛江) 시 홈페이지 (www.zhanjiang.gov.cn)

7) 자료: 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China) (www.stats.gov.cn)

Shop ① 할로 카페(Halo Cafe)

매장 정보

- 유형 : 카페체인점
- 판매 제품 특징 : 음료베이스, 시럽, 케이크, 커피, 차류를 판매함
- 매장 주변 특징 : 관광지에 위치하여 현지인과 관광객 등 유동인구가 많음. 주변에 백화점, 편의점, 슈퍼마켓 및 식당들이 밀집함. 대형쇼핑몰 1층에 위치한 매장으로 대표 제품인 밀크티를 포함해 시럽, 케이크, 커피, 차를 판매함
- 주요 고객층 : 현지인, 관광객

<p>브랜드 기본 정보⁸⁾</p>	 <p>할로 카페(Halo Cafe)는 2014년에 광둥성에서 1호 매장을 오픈한 후, 현재 중산으로 확장하여 매년 30% 이상의 매출 신장을 달성함. 현재 중국 음료 산업에서 독보적인 브랜드로 자리매김함. 유럽 고급 카페를 연상하게 하는 매장 컨셉으로 방문 고객 중에서 중산층 소비자들이 비교적 많음</p> <p>조사 제품 수 : 3개</p>
<p>매장 정보</p>	 <p>도시(지역) 광동 성, 잔장 시 위치 No.18 Guanhai Road Zhanjiang City, Guangdong Province, China 상세주소</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p>제품 판매 정보</p>	<p>판매 제품 정보</p>   <p>웨더레이니편홍시여우웨이탕장 (웨더레이니) 다편치귀메이푸타오여우평웨이탕장 (카이하이뤄이)</p>  <p>신디농쉬수이귀인랴오 (커뤄식품(중국)유한회사)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

8) 자료: 할로 카페(Halo Cafe) 홈페이지(www.halocafej.cn)

9) 사진자료: 구글(Google) 이미지 검색



제품명 (현지어)	웨더레이니편홍시여우웨이탕장 (维德雷妮粉红西柚味糖浆)	제조사 (프랑스어)	빠쥬베드렌느샤스 ¹⁰⁾ (PAGES VEDRENNE SAS)
중량(g)	1,000	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	100.00위안 (17,315원)	포장 형태	유리병
원산지	프랑스	유통기한	36개월
첨가물	시럽, 물, 자몽 농축액, 레몬산, 식용향료, 소르빈산칼륨, 알루라 적색	맛	자몽



제품명 (현지어)	다편치귀메이푸타오여우평 웨이탕장 (达芬奇果美葡萄柚风味调味糖 浆达文西葡萄柚风味糖浆)	제조사 (영어)	케리인그리디언트 ¹¹⁾ (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)
중량(g)	750	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	88.00위안 (15,237원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	말레이시아	유통기한	18개월
첨가물	자당 시럽, 자몽 주스, 물, 식품조미제 ¹²⁾	맛	자몽

10) 중문 발음은 '웨더레이니'로 발음

11) 중문 발음은 '카이아이뤄이'로 발음

12) 식품을 제조·가공 함에 있어 풍미를 돋우기 위한 목적으로 사용되는 것으로 식초, 소스류, 카레, 고춧가루 또는 실고추, 향신료기공품을 의미함



제품명 (현지어)	신디농쉬수이귀안라오 (新的浓缩水果饮料)	제조사 (현지어)	커뤄식품(중국)유한회사 (可罗食品(中国)有限公司)
중량(g)	840	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	48.00위안 (8,311원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	자당 시럽, 자몽 주스, 물, 식품조미제	맛	레몬

Shop ② 체인 마트(Chain Mart)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징 : 음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 가전제품, 의류, 차량 용품, 해산물, 농산물 등을 취급함. 중국 로컬 제품뿐 아니라 수입제품 코너를 마련하여 판매 중임. 계절 상품 할인 행사를 자주 진행함 · 매장 주변 특징 : 회사와 주택이 밀집한 지역에 위치함 · 주요 고객층 : 현지인 	<p>브랜드 기본 정보¹³⁾</p> 	<p>1996년 타이산창다창(Taishan Changdachang) 그룹에서 심천에 설립한 대규모 체인형 소매 회사임. 현재 1-2선 도시¹⁴⁾에 36개의 대형 슈퍼마켓 외에도 소규모 슈퍼마켓, 편의점 사업을 운영 중임. 2017년 광둥성에 대규모 도시 복합 플라자를 오픈하며 쇼핑, 엔터테인먼트, 아파트, 호텔 등 중국 최초의 쇼핑 도시 단지를 조성함</p>
<p>매장 정보</p>		
<p>매장 내부 전경</p>	<p>조사 제품 수 : 3개</p> <p>도시(지역) 광둥 성, 잔장 시</p> <p>위치 상세주소 B1, Wanxiang Jinshawan Plaza Shopping Center, No. 8, Guanhai North Road, Chikan District, Zhanjian, Guangdong Province, China</p>	
<p>제품 판매 정보</p>	<p>매장 내부 전경</p>  <p>판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="710 1444 869 1668">  <p>안차타이 (안차타이)</p> </div> <div data-bbox="957 1444 1117 1668">  <p>페이룽파이예장 (플라잉 드래곤)</p> </div> <div data-bbox="1204 1444 1364 1668">  <p>디러스 (B사)</p> </div> </div>	

사진자료: 현지 조사원 자료

13) 자료: 체인 마트(Chain Mart) 홈페이지 (www.chain-mart.com.cn)

14) 체인 마트가 보유한 슈퍼마켓의 위치는 1-2선 도시로 광저우, 불산, 자오칭, 잔장, 장먼, 메이저 우, 양장, 창웬, 마오 밉, 윙푸 등이 있음



제품명 (현지어)	안차타이 (AKETHAI安奇泰)	제조사 (현지어)	안차타이 (AKETHAI安奇泰)
중량(g)	400	제품 형태	시림·음료베이스 (음료베이스)
가격	15.50위안 (2,684원)	포장 형태	알루미늄캔
원산지	태국	홍보문구	코코넛 밀크의 부드러운 향
첨가물	코코넛, 물, 식품첨가제 (E412, E466, E471, E330)	맛	코코넛



제품명 (현지어)	페이롱파이예장 (飞龙牌椰浆)	제조사 (현지어)	플라잉 드래곤 (Flying Dragon 飞龙)
중량(g)	400	제품 형태	시림·음료베이스 (음료베이스)
가격	18.00위안 (3,117원)	포장 형태	알루미늄캔
원산지	태국	홍보문구	태국 코코넛으로 맛있는 음료를 만듭니다.
첨가물	코코넛, 물, 식품첨가제 (E412, E466, E471, E330)	맛	코코넛



제품명 (현지어)	디러스 (迪乐司)	제조사	B사
중량(g)	1,000	제품 형태	유자청·차 (차)
가격	59.80위안 (10,354원)	포장 형태	유리병
원산지	한국	유통기한	24개월
첨가물	당침유재유재(국산)50%, 설탕50.5%, 정제수, 기타과당, 유자즙(국산)1%, 사양별꿀(국산)1%, 무수구연산CMC, 카라기단	맛	유자



제품명 (현지어)	모린 (莫林)	제조사 (현지어)	모린 (MONIN)
중량(g)	700	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	88.00위안 (15,237원)	포장 형태	유리병
원산지	프랑스	유통기한	36개월
첨가물	설탕, 물, 산도조절제 (레몬산), 식용향료, 침전제(아라비아고무), 착색제(알루나레드)	맛	체리



제품명 (현지어)	보가리 (宝珈丽)	제조사 (현지어)	보가리 (Bogari)
중량(g)	750	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	88.00위안 (15,237원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	유통기한	24개월
첨가물	설탕, 물, 레몬농축액(2.5%), 식용향료(자몽맛), 레몬산, 소르빈산칼륨, 베타카로틴, 알루나레드	맛	자몽



제품명 (현지어)	구다오소우장 (谷稻小庄)	제조사	광저우룬즈메이식품유료유한회사 (Gu Dao Xiao Zhuang)
중량(g)	2,200	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	28.00위안 (4,848원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	과일시럽, 물, 설탕, 지렁농축액, 카복시메틸셀룰로스 나트륨, 레몬산, 레몬산나트륨, DL-시트산, 비타민C, 아세살포말륨, 아스파탐, 페닐알라닌, 시클라메이트, 수크랄로스, 소르비톨륨, 타트라진, 산색염료유, 아미란스, 식용향료	맛	자몽

16) 사진자료: 징둥(JD) 홈페이지 (www.JD.com), 현지 라벨 사진



제품명 (현지어)	파브리 (法布芮)	제조사 (현지어)	파브리 (Fabbri)
중량(g)	1,000	제품 형태	시럽·음료베이스 (시럽)
가격	127.00위안 (21,990원)	포장 형태	유리병
원산지	이탈리아	유통기한	24개월
첨가물	설탕, 블루베리즙 32%, 레몬산, 식용 향신료	맛	블루베리



제품명 (현지어)	귀리수이과당장 (果粒水果糖浆)	제조사 (현지어)	샤오둥선명운식품유한회사 (鲜活果汁工业(昆山)有限公司)
중량(g)	2,500	제품 형태	기타제품 (유자소스17)
가격	57.00위안 (9,870원)	포장 형태	플라스틱 통
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	물, 유자, 주스 시럽, 백설탕, 과즙 시럽	맛	유자

17) 유자소스 제품의 경우 빵을 찍어먹는 용도로도 상용됨



【产品名称】蜜柚果肉果酱
 【产品规格】3kg/罐
 【产品配料】柚子果肉汁, 白砂糖, 果葡糖浆
 【生产许可证编号】QS330817020081
 【保质期】12个月
 【生产日期】见罐体喷码
 【储存条件】在阴凉, 干燥, 避光环境中储存
 【食用方法】进一步加工
 【适用产品】果茶甜品
 【产地】浙江省衢州市

제품명 (현지어)	방지미여오귀러오귀장 (蜜柚果肉果酱)	제조사 (현지어)	쭈저우스커우러신 식품유한회사 (衢州市口乐心食品有限公司)
중량(g)	3,000	제품 형태	유자청·차 (청)
가격	69.00위안 (11,947원)	포장 형태	알루미늄캔
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	유자과육즙, 백설탕, 과즙 시럽	맛	유자



제품명 (현지어)	헤이하이따오여오즈차 (黑海盜柚子茶)	제조사 (현지어)	상쑤스인즈뽀성우커지 유한회사 (东莞市仰南食品厂)
중량(g)	1,500	제품 형태	유자청·차 (차)
가격	23.80위안 (4,121원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	과즙 시럽, 백설탕, 유자, 꿀, 물, 레몬 농축액, 식용 향신료	맛	유자



제품명 (현지어)	순간상 (顺甘香)	제조사 (현지어)	광저우스광춘식품유한회사 (四川省广德成食品有限公司)
중량(g)	1,000	제품 형태	유자청·차 (청)
가격	30.50위안 (5,281원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	유자, 백설탕, 과즙 시럽, 꿀, 식품첨가제, 식용 소금, 식용 향신료	맛	유자



제품명 (현지어)	신센니 (新仙尼)	제조사 (현지어)	리가오식품유한회사 (广东立高食品有限公司佛山分公司)
중량(g)	1,360	제품 형태	유자청·차 (청)
가격	35.10위안 (6,078원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	중국	유통기한	12개월
첨가물	과일 시럽, 유자 껍질, 물, 설탕, 꿀, 농축 사과 주스, 식품 첨가제, 식용 향신료	맛	유자

II. Competitor

SUMMARY

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

Competitor

(경쟁기업)

중국(CHINA) 유자음료베이스 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

- 경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체
- 경쟁사 분류
· 수제 유자음료베이스 제조 여부
- 경쟁사 포지셔닝
· X축 : 국적
· Y축 : 동종품목 수



중국(CHINA) 유자음료베이스 경쟁기업 분석

기업국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
중국	리가오식품유한회사 (立高食品有限公司)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(현지) · SNS 플랫폼(현지)	· 자연산 과일이 풍부 · 과일 주스, 스무디, 아이스 티 등 모든 종류의 음료를 만들 수 있음 · 간단하게 음료를 만들 수 있음	37개
	커뤄식품(중국)유한회사 ¹⁸⁾ (可罗食品(中国)有限公司)	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 (글로벌, 현지)	· 과일로 만들어진 · 인공 색소, 향료, 감미료 무첨가 · 비타민 씨 함유	25개
프랑스	빠쥐베드렌느싸스 (PAGES VEDRENNE SAS(PV))	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 (글로벌, 현지)	· 과일 전문가가 제조한 맛 · 1923년부터 이어온 전문 지식 · 현지 과일의 맛을 담은 시럽 · 고농축	5개
	모닌 (Monin)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) · SNS 플랫폼(현지)	· 벚꽃 풍미 시럽 · 품질의 전통	57개
말레이시아	케리인그리디언트 (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) · SNS 플랫폼(현지)	· 포멜로 자몽맛 시럽 · 달콤하고 상쾌한 맛의 감귤 주스 · 탁월한 감귤류의 혼합	180개
이탈리아	파브리 (Fabbri)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) · SNS 플랫폼(현지)	· 다양한 맛 · 풍미 · 진한 과일향 · 다양한 음료를 만들 수 있음	30개

(*) 현지 판매 유자음료베이스 제조기업 6개사 분석

18) 영국 기업 섀퀵(Sunquick)의 중국 자회사

1. 중국 유아음료베이스 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 현지기업 2개, 글로벌기업 5개사 선정

현지 오프라인과 온라인 매장에서 확인된 경쟁제품 15개의 제조기업을 대상으로 진출 채널, 기업 국적, 기업 규모를 기준으로 경쟁기업 6개를 선정함. 오프라인 매장에서 확인된 경쟁제품의 제조사 중 중국 현지 기업 커뤄식품(중국)유한회사(可罗食品(中国)有限公司), 프랑스 기업 빠쥐베드렌느샤스(PAGES VEDRENNE SAS(PV)), 말레이시아 기업 케리인그리디언트(Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.) 3개사를 우선 경쟁기업으로 선정함. 온라인 매장에 진출한 경쟁기업 중에서는 기업 규모와 기업 국적을 기준으로 중국 현지 기업 리가오식품유한회사(立高食品有限公司), 프랑스 기업 모닌(Monin), 이탈리아 기업 파브리(Fabbri)를 선정하여, 총 6개사를 경쟁기업으로 분석함

▶ 경쟁기업 6개사, 유아음료베이스 동종품목 수 조사

중국에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 제품 중 유아음료베이스, 음료를 만들 수 있는 시럽을 동일품목으로 포함하여 동일품목 수를 조사함. 경쟁기업의 동일품목 수는 케리인그리디언트가 180개로 가장 많았으며, 모닌 57개, 리가오식품유한회사 37개, 파브리 30개, 커뤄식품(중국)유한회사 25개를 보유한 것으로 확인됨. 빠쥐베드렌느샤스에서 보유한 동종품목 수는 5개로 가장 적은 것으로 조사됨

[표 2.1] 중국 유아음료베이스 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	동종품목 수
리가오식품유한회사 (立高食品有限公司)	중국	37개
커뤄식품(중국)유한회사 (可罗食品(中国)有限公司)	중국	25개
빠쥐베드렌느샤스 (PAGES VEDRENNE SAS(PV))	프랑스	5개
모닌 (Monin)	프랑스	57개
케리인그리디언트 (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)	말레이시아	180개
파브리 (Fabbri)	이탈리아	30개

자료 : 중국 진출 유아음료베이스 제조기업 6개사 분석 결과

2. 중국 유아음료베이스 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 오프라인 매장과 온라인 매장 모두 진출

경쟁기업 6개사 중 3개사가 오프라인과 온라인 매장에 모두 진출한 것으로 확인됨. 해당 3개사가 진출한 오프라인 매장은 할로 카페(Halo Cafe), 온라인 매장은 징둥(JD), 티몰(Tmall), 알리바바(Alibaba) 등으로 조사됨. 해당 3개사 중 빼쥬베드렌느썬스와 케리인그리디언트는 자사 온라인 매장을 통하여 자사 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 중 4개사가 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 해당 4개사는 모두 웨이보(Weibo)를 통해 기업과 제품에 대한 홍보를 하고 있으며, 리가오식품유한회사, 모닌은 웨이보와 함께 유쿠(Youku)도 활용하는 것으로 확인됨. 경쟁기업 중 현지 기업 리가오식품유한회사를 제외하고 모두 글로벌 홈페이지와 현지어 홈페이지를 통해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보 문구로 '풍부한 과일, '진한 과일 맛'을 강조하여 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 '진한 과일 맛(향)'을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. '자연산 과일이 풍부', '과일로 만들어진', '고농축', '현지 과일의 맛을 담은', '풍미' 등의 홍보 문구를 통해 제품을 과일로 만들었음을 강조함. '간단하게 음료를 만들 수 있다' 혹은 '다양한 음료를 만들 수 있다', '과일 주스, 스무디, 아이스티 등 모든 종류의 음료를 만들 수 있다' 등의 홍보 문구를 사용해 취향에 맞게 음용 가능한 여러 '용도'를 강조함

[표 2.2] 중국 유자음료베이스 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
리가오식품유한회사 (立高食品有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 웨이보 - 유쿠 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) SNS 플랫폼 (현지) - 웨이보 - 유쿠 	<ul style="list-style-type: none"> 자연산 과일이 풍부 과일 주스, 스무디, 아이스 티 등 모든 종류의 음료를 만들 수 있음 간단하게 음료를 만들 수 있음
커뤄식품(중국) 유한회사 (可罗食品(中国)有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 할로 카페 온라인 매장 - 티몰 - 징둥 - 알리바바 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 과일로 만들어진 인공 색소, 향료, 감미료 무첨가 비타민 씨 함유
빠쭈베드렌느샤스 (PAGES VEDRENNE SAS(PV))	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 할로 카페 온라인 매장 - 징둥 - 자사 온라인몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 과일 전문가가 제조한 맛 1923년부터 이어온 전문 지식 현지 과일의 맛을 담은 시럽 고농축
모닌(Monin)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 징둥, 티몰, 알리바바, 타오바오 (전용 온라인 페이지) - 자사 온라인몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) SNS 플랫폼(현지) - 웨이보 - 유쿠 	<ul style="list-style-type: none"> 벗꽃 풍미 시럽 품질의 전통
케리인그리디언트 (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 할로 카페 온라인 매장 - 징둥 - 타오바오 - 자사 온라인몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) SNS 플랫폼(현지) - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> 포멜로 자몽맛 시럽 달콤하고 상쾌한 맛의 감귤 주스 탁월한 감귤류의 혼합
파브리 (Fabbri)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 징둥 - 티몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 현지) SNS 플랫폼(현지) - 웨이보 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 맛 풍미 진한 과일향 다양한 음료를 만들 수 있음

자료 : 중국 진출 유자음료베이스 제조기업 6개사 분석 결과

3. 중국 유지음료베이스 경쟁기업 분석

① 리가오식품유한회사(立高食品有限公司)

동종품목 예

① 선다인 레몬 퓨레
(新仙尼柠檬果泥)



② 썬 시나몬 파인애플 퓨레
(新仙尼凤梨果泥)



③ 썬 시나몬 오렌지 퓨레
(新仙尼香橙果泥)



④ 새로운 맑은 자몽 퓨레
(新仙尼西柚果泥)



⑤ 시안루지 복숭아 과일 퓨레
(仙露滋水蜜桃纤维果泥)



자료: 리가오식품유한회사 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	리가오식품유한회사 (立高食品有限公司)	
	홈페이지	www.ligaofoods.com	
	위치	5th Floor, Building 2, Hongding Yunjinghui, No.559-571 Yuncheng East Road, Baiyun District, Guangzhou, China	
	직원 수	약 2,000명	
	규모 ¹⁹⁾	동종품목 수	37개
	설립년도	1997년	

기업
진출 채널

<온라인 매장>
티몰



제품명	신센니 (新仙尼)
중량(g)	1,360
가격 ²⁰⁾	35.10위안 (6,078원)
제품 종류	유자청·차 (청)

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(현지)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보
- SNS 플랫폼(웨이보, 유쿠)
- 웨이보: 기업 및 회사 소개 및 홍보
- 유쿠: 레시피 영상 공유

홍보 문구

产品特点:
特点:
果味自然浓郁, 口感丰富细腻, 酸甜适中, 方便携带。
营养成分丰富, 膳食纤维高, 低糖低脂。

用途:
适用于制作各式果汁特饮、冰沙、冰露、奶昔等冷饮饮品。

贮存条件:
置于阴凉干燥处, 避免阳光直射, 开封后请冷藏并尽快使用。

规格:
1.36kg(24罐/箱)

保质期:
12个月

- 자연산 과일이 풍부
- 과일 주스, 스무디, 아이스 티 등 모든 종류의 음료를 만들 수 있음
- 간단하게 음료를 만들 수 있음

사진자료: 리가오식품유한회사, 티몰 홈페이지

19) 리가오식품유한회사(立高食品有限公司) 홈페이지 (www.ligaofoods.com)

② 커뤄식품(중국)유한회사(可罗食品(中国)有限公司)

동종품목 예

- ① 썬퀵 슈거 리듀스드 트로피컬



- ② 썬퀵 슈거 리듀스드 포레스트 베리즈



- ③ 썬퀵 블랙커런트



- ④ 썬퀵 레몬



- ⑤ 썬퀵 애플



자료: 커뤄식품(중국)유한회사 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	커뤄식품(중국)유한회사 (可罗食品(中国)有限公司)
	홈페이지	www.sunquick.com
	위치	Foshan City Nanhai District Pingzhou Sanshan Kehong Road 16, China
	규모 ²¹⁾	설립년도 1966년
	동종품목 수	25개

기업
진출 채널²²⁾

<오프라인 매장>
할로 카페



제품명 신디농쉬슈이귀인라오
(新的浓缩水果饮料)

중량(g) 840

가격 48.00위안
(8,311원)

제품 종류 시럽·음료베이스
(시럽)

기업
진출 채널²²⁾

<온라인 매장>
티몰, 징동,
알리바바



제품명 썬퀵 슈가 리듀스드
컨센트레이트
(Sunquick Sugar
Reduced Concentrate)

중량(g) 840

가격 48.00위안
(8,311원)

제품 종류 시럽·음료베이스
(시럽)

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌, 현지)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보

홍보 문구



SUNQUICK CONCENTRATE - SHARING THE JOY ALL OVER THE WORLD SINCE 1966

Sunquick Concentrate is our founding product. It's also the very heart of the Sunquick brand. Developed by the Peterson brothers in the 1960s, Sunquick quickly set the standard for fruit-based drink concentrates worldwide. Decades later, it is now one of the world's most popular concentrates, sharing the joy in over 70 markets.

Share the joy with Sunquick.

- 과일로 만들어진
- 인공 색소, 향료, 감미료 무첨가
- 비타민 씨 함유

사진자료: 커뤄식품(중국)유한회사, 티몰 홈페이지

20) 1위안=173.15원 (2020.02.25.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 커뤄식품(중국)유한회사(可罗食品(中国)有限公司) 홈페이지 (www.sunquick.com)

● 동종품목 예

① 스피어 민트 시럽



② 그레나딘 맛 시럽



③ 엘더 플라워 시럽



④ 라즈베리 시럽



⑤ 바닐라 시럽



자료: 빠주베드렌느샤스 홈페이지

③ 빠주베드렌느샤스(PAGES VEDRENNE SAS(PV))

기업 기본 정보	기업명	빠주베드렌느샤스 (PAGES VEDRENNE SAS(PV))	
	홈페이지	vedrenne.fr/vedrenne-sirops	
	위치	21702 Nuits-Saint-Georges, France	
	규모 ²³⁾	설립년도	1923년
기업 진출 채널 ²⁴⁾	〈오프라인 매장〉 할로 카페	동종품목 수	5개
		제품명	워드레이니편홍시여우웨이탕장 (维德雷妮粉红西柚味糖浆)
	〈온라인 매장〉 징동	중량(g)	1,000
		가격	100.00위안 (17,315원)
기업 홍보 채널	제품명	제품 종류	시럽·음료베이스 (시럽)
		중량(g)	1,000
	제품명	가격	100.00위안 (17,315원)
		제품 종류	시럽·음료베이스 (시럽)
홍보 문구	LE GŪT UNE PRIORITÉ		<ul style="list-style-type: none"> 과일 전문가가 제조한 맛 1923년부터 이어온 전문 지식 현지 과일의 맛을 담은 시럽 고농축
	<p>VEDRENNE, EXPERT EN FRUITS DEPUIS 1923 Proximité avec les producteurs locaux, expertise et savoir-faire de liquoriste et fabricant de sirops, reconnus par le label Entreprise du Patrimoine Vivant.</p> <p>TOUTE L'AUTHENTICITÉ DES SAVEURS DE TERROIR Forte concentration en jus de fruits, plantes et épices pour des saveurs intenses.</p> <p>UNE MARQUE PREMIUM FRANÇAISE Tous nos sirops sont fabriqués sur notre site de Nuits-Saint-Georges.</p>		
사진자료: 빠주베드렌느샤스, 징동 홈페이지			

22) 해당 제품들은 840ml 용량의 제품이나 경쟁제품의 비교를 위하여 1ml=1g으로 환산하여 840g 중량으로 기재함

23) 자료: 빠주베드렌느샤스(PAGES VEDRENNE SAS(PV)) 홈페이지 (vedrenne.fr/vedrenne-sirops)

④ 모닌(Monin)

동종품목 예

① 모닌 백도 시럽
(MONIN 白桃糖浆)



② 모닌 아이스민트시럽
(MONIN 冰爽薄荷糖浆)



③ 모닌 상그리아 믹스시럽
(MONIN 圣基亚糖浆)



④ 모닌 마카다미아시럽
(MONIN 夏威夷果糖浆)



⑤ 모닌 레몬시럽
(MONIN 柠檬糖浆)



⑥ 모닌 체리 시럽
(MONIN 樱桃糖浆)



자료: 모닌 중국 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	모닌 (Monin)		
	홈페이지	www.monin.com/fr(프랑스) www.monin.com.cn/cn(중국)		
	위치	5, Rue Ferdinand de Lesseps FR Centre-Val de Loire Bourges 18000, France		
	규모 ²⁵⁾	동종품목 수	57개	
		설립년도	1912년	
기업 진출 채널 ²⁶⁾	〈온라인 매장〉 징동, 티몰, 알리바바 타오바오 (전용 온라인 페이지)		제품명	모린 (莫林)
			중량(g)	700
			가격	88.00위안 (15,237원)
			제품 종류	시럽·음료베이스 (시럽)
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌, 현지) 회사 소개 및 제품 소개 제품 활용 레시피 제공 제품 관련 트렌드 및 정보 제공 기업 뉴스 제공 SNS 플랫폼 (웨이보, 유쿠) 웨이보: 제품 및 활용 레시피 소개 유쿠: 제품 소개 및 레시피 영상 공유 		
		홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 벚꽃 풍미 시럽 품질의 전통 	

사진자료: 징동, 모닌 중국 홈페이지

24) 해당 제품들은 1,000ml 용량의 제품이나 경쟁제품의 비교를 위하여 1ml=1g으로 환산하여 1,000g 중량으로 기재함

25) 자료: 모닌(Monin) 홈페이지 (www.monin.com/fr)

26) 해당 제품들은 700ml 용량의 제품이나 경쟁제품의 비교를 위하여 1ml=1g으로 환산하여 700g 중량으로 기재함

●
동종품목 예

- ① 다빈치 고메 슈가프리 오렌지시럽



- ② 다빈치 고메 슈가프리 마다가스카 바닐라시럽



- ③ 다빈치 고메 슈가프리 라임시럽



- ④ 다빈치 고메 슈가프리 허클베리시럽



- ⑤ 다빈치 고메 슈가프리 코코넛시럽



- ⑥ 다빈치 고메 슈가프리 블루베리시럽



자료: 케리인그리디언트 푸드서비스 홈페이지³⁰⁾

⑤ 케리인그리디언트(Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)

기업명	케리인그리디언트 (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)	
	홈페이지 www.kerry.com(그룹사 홈페이지), www.kerrychina.com.cn(기업 홈페이지)	
기업 기본 정보	위치	8 Jalan Hasil Dua Tampoi Johor Bahru, 81200 Malaysia
	수익('19) ²⁸⁾	72억 4,130만 유로 (9조 5,695억원)
규모 ²⁷⁾	동종품목 수	180개
	설립년도	1992년

<오프라인 매장>
할로카페



제품명
다빈치귀메이푸타오여우평웨이
이당장
(达芬奇果美葡萄柚风味调味
糖浆达文西葡萄柚风味糖浆)

중량(g) 750

가격 88.00위안
(15,237원)

제품 종류 시럽·음료베이스
(시럽)

기업
진출 채널²⁹⁾

<온라인 매장>
징동,
타오바오,
자사 온라인몰
(글로벌)



제품명
다빈치귀메이푸타오여우평웨이
이당장
(达芬奇果美 糖浆 香草味糖浆
烘焙调酒咖啡奶茶专用)

중량(g) 750

가격 51위안
(8,831원)

제품 종류 시럽·음료베이스
(시럽)

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌, 현지)
- 회사 소개 및 기업 뉴스 제공
- 취급 품목 및 특징 소개
- 관련 시장 트렌드 및 인사이트 제공
- SNS 플랫폼 (웨이보)
- 기업 홍보

홍보 문구



- 포멜로 자몽맛 시럽
- 달콤하고 상쾌한 맛의 감귤 주스
- 탁월한 감귤류의 혼합

사진자료: 징동, 케리인그리디언트 중국 홈페이지

27) 자료: 케리인그리디언트 푸드서비스(Kerry Ingredient Foodservice) 홈페이지(www.kerryfoodservice.com/)

28) 1유로=1,321.51원(2020.02.25.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 해당 제품들은 750ml 용량의 제품이나 경쟁제품의 비교를 위하여 1ml=1g으로 환산하여 750g 중량으로 기재함

30) 케리인그리디언트 제품에 대한 정보는 케리인그리디언트 푸드서비스(Kerry Ingredient Food Service) 홈페이지를 통해 확인 가능함

동종품목 예

- ① 파브리 바닐라맛 시럽 (法布芮香草味糖浆)



- ② 파브리 카리멜맛 시럽 (法布芮焦糖味糖浆)



- ③ 파브리 트로피칼블루맛 시럽 (法布芮蓝柑味糖浆)



- ④ 파브리 헤이즐넛맛 시럽 (法布芮榛子糖浆)



- ⑤ 파브리 귤맛 시럽 (法布芮柑橘糖浆)



- ⑥ 파브리 모히토맛 시럽 (法布芮莫吉托味糖浆)



자료: 파브리 티몰 플래그십 스토어 페이지³³⁾

⑥ 파브리(Fabbri)

기업 기본 정보	기업명	파브리 (Fabbri)	
	홈페이지 ³¹⁾	www.fabbri1905.com www.fabbrichina.com(중국 홈페이지) www.faburui.tmall.com(티몰내 플래그십 스토어 페이지)	
	위치	via Emilia Ponente, 276 40132 Bologn, Italy	
기업 진출 채널 ³²⁾	규모	동종품목 수	30개 (상업용 26개, 가정용 4개)
		설립년도	1905년
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 징동, 티몰	제품명	파브리 (法布芮)
		중량(g)	1,000
	가격	127.00위안 (21,990원)	
	제품 종류	시럽·음료베이스 (시럽)	
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌, 현지) *현지-티몰 플래그십 스토어 페이지 제품 소개 및 판매 SNS 플랫폼 (웨이보) 기업 소개 및 홍보 영상 공유 	
		<p>法布芮糖浆系列品种多元, 口味丰润, 果香浓郁, 是调制鸡尾酒、风味饮料和特色糕点理想食材</p> <ul style="list-style-type: none"> 다양한 맛 풍미 진한 과일향 다양한 음료를 만들 수 있음 	
사진자료: 티몰, 파브리 웨이보 페이지			

31) 파브리 중국 홈페이지는 있지만, 조사일 기준(2020.02.26.) 접속이 불가능함. 이에 티몰에 입점한 파브리 브랜드의 플래그십 스토어에서 동종품목 수와 기업 정보를 조사함

32) 해당 제품들은 1,000ml 용량의 제품이나 경쟁제품의 비교를 위하여 1ml=1g으로 환산하여 1,000g 중량으로 기재함

33) 파브리(Fabri) 홈페이지(faburui.tmall.com)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 티앤양상마오유한회사
(天扬商贸有限公司)

Interview ② 시앤후어꾸어즈유한회사
(鲜活果汁有限公司)

Interview ③ 상하이창공띠앤즈상무유한회사
(上海长弓电子商务有限公司)

Interview ④ 항저우띠앤이찬인관리유한회사
(杭州典壹餐饮管理有限公司)

Interview ⑤ 광저우뎡위에식품회사
(广州鼎悦咖啡食品公司)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

중국 (CHINA)
유자음료베이스 바이어 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

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

	티엔양상마오 유한회사 (天扬商贸有限公司)	시엔후어꾸어즈 유한회사 (鲜活果汁有限公司)	상하이창공띠엔즈상무유한회사 (上海长弓电子商务有限公司)	항저우띠엔이찬인관리유한회사 (杭州典壹餐饮管理有限公司)	광저우땡위에 식품회사 (广州鼎悦咖啡食品公司)
업태	▶ 제조유통업체	▶ 제조유통업체	▶ 유통업체	▶ 유통업체	▶ 유통업체
음료 베이스 취급					
	음료베이스	음료베이스	음료베이스	음료베이스	음료베이스

사진자료: 티엔양상마오유한회사(天扬商贸有限公司), 시엔후어꾸어즈유한회사(鲜活果汁有限公司), 상하이창공띠엔즈상무유한회사(上海长弓电子商务有限公司) 정동, 항저우띠엔이찬인관리유한회사(杭州典壹餐饮管理有限公司) 21푸드, 광저우땡위에식품회사(广州鼎悦咖啡食品公司) 21푸드 홈페이지

중국(CHINA)
음료베이스 바이어 인터뷰

A사	티엔양상마오유한회사 (天扬商贸有限公司) 제조유통업체	시엔후어꾸어즈유한회사 (鲜活果汁有限公司) 제조유통업체	상하이창공띠엔즈상무유한회사 (上海长弓电子商务有限公司) 유통업체	항저우띠엔이찬인관리유한회사 (杭州典壹餐饮管理有限公司) 유통업체	광저우땡위에식품회사 (广州鼎悦咖啡食品公司) 유통업체
12,000원 제품 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 적당한 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 적당한 편	1L에 88.00위안 (15,237원)³⁴⁾	유사 제품이랑 비교했을 때 적당한 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 적당한 편
1kg 제품 용량	750mL, 1L 제품을 취급	1L, 2L 는 카페, 술집에서 수요가 많은 편	카페, 레스토랑은 1L 를 선호	제품 대부분이 750mL, 1L	700mL 의 제품을 취급
유자 제품 맛	최근 오이 맛의 수요가 많은 편	민트, 자몽, 장미, 복숭아 맛의 수요가 많음	현지인들은 캐러멜, 바닐라, 초콜릿, 자몽 맛을 선호	커피, 바닐라, 캐러멜, 헤이즐넛 맛의 인기가 높음	현지인들은 캐러멜과 바닐라 맛을 선호

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

34) 1위안=173.15원(2020.02.25.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 티앤양상마오유한회사 (天扬商贸有限公司)



35)

티앤양상마오유한회사
(天扬商贸有限公司)

전문가 소속

티앤양상마오유한회사
(天扬商贸有限公司)
제조유통업체

전문가 정보

Mr. Ye
(CEO)



TOSCHI是您咖啡与鸡尾酒的最佳选择



티앤양상마오유한회사(天扬商贸有限公司) CEO, Mr. Ye

티앤양상마오유한회사는 1997년에 설립된 제조유통업체로 음료베이스, 커피 원두, 커피 기기를 카페로 납품하고 있음. 이외에도 카페 운영에 필요한 사업 관리 시스템과 카페 인테리어를 위한 디자인 서비스를 제공함. 이탈리아, 프랑스 제품 외에도 자사 공장에서 생산한 커피 원두 PB 상품을 판매함

35) 사진자료: 티앤양상마오유한회사(天扬商贸有限公司) 홈페이지 (www.ty-cafe.com/wzsy)



가격 12,000원

용량 1kg

맛 유자

Q1. 중국 내 유자차 인지도는 어떠한가요?

과거에는 유자 향을 선호하는 중국인들이 많지 않았기에 유자음료베이스보다 달콤한 바닐라, 초콜릿 맛의 음료베이스 수요가 많았습니다. 최근에는 코로나바이러스감염증-19(COVID-19, 이하 코로나-19) 때문에 면역력 강화에 도움이 되는 제품을 찾는 현지인들이 늘어남에 따라 유자차의 인지도가 높아지는 추세입니다. 언론매체에서도 면역력 강화 효능 보유 식품으로 유자가 소개되고 있기 때문에 유자 음료의 인기는 앞으로도 계속될 것으로 생각합니다.

Q2. 중국인들은 유자 소스를 어떤 방식으로 먹나요?

중국 소비자들은 유자로 만든 소스를 음식에 활용하기보다 음료베이스로 활용합니다. 카페나 일반 음식점에서는 유자 소스를 따뜻한 차, 스무디를 만들 때 활용합니다. 일반 가정에서는 유자 소스를 따뜻한 물에 타 먹거나 우유에 섞어 마십니다.

Q3. 당사에서 취급하는 제품은 무엇인가요?

취급 중인 음료베이스 브랜드로는 토스키(Toschi), 테이스트크래프트(Tastecraft), 모닌(Monin)이 있습니다. 당사는 주로 에이드, 칵테일, 차 등 다양한 음료에 활용되는 토스키를 주력 상품으로 취급해왔습니다. 그중 캐러멜, 바닐라, 헤이즐넛, 초콜릿, 망고, 자몽의 인기가 좋은 편이며, 최근에는 오이 맛의 음료베이스 수요가 많습니다.

Q4. 취급 제품의 용량, 포장 및 가격은 어떻게 되나요?

당사에서 취급 중인 토스키 제품은 700mL와 1L의 용량이 있으며, 유리병에 포장돼 판매되고 있습니다. 해당 제품에는 펌프형 주입구가 내재해 있지 않아, 당사는 별도로 펌프형 주입구를 판매하고 있습니다. 1L 제품의 가격은 100.00위안(17,315원)으로 이와 비교했을 때 A사의 가격은 적당하다고 생각합니다.

Q5. 제품 판매 시, 주의 사항에는 무엇이 있나요?

중국에 유자음료베이스를 판매할 경우, 라벨에 주의해야 합니다. 만약 제품 라벨에 면역력 강화의 내용이 포함되면 통관에 문제가 있을 것으로 생각합니다. 당국에서는 면역력이라는 단어를 의약품에서만 사용하고 있기 때문입니다. 음료베이스의 홍보에는 비타민 보충에 대한 내용을 언급하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ② 시애틀어꾸어즈유한회사 (鲜活果汁有限公司)



36)

시애틀어꾸어즈유한회사
(鲜活果汁有限公司)

전문가 소속

시애틀어꾸어즈유한회사
(鲜活果汁有限公司)
제조유통업체

전문가 정보

Mr. Cui
(Sales Manager)

시애틀어꾸어즈유한회사(鲜活果汁有限公司) Sales Manager, Mr. Cui

시애틀어꾸어즈유한회사는 1998년에 설립된 제조유통업체로, 상하이, 톈진, 장쑤성, 광둥성에서 회사를 운영함. 취급 품목으로는 농축 과일 주스, 과일 파우더, 과일젤, 과일 및 채소 주스가 있음. 카페, 과자류 생산업체, 유제품 회사, 호텔 케이터링 등으로 제품을 납품함. 당사에서 제조한 PB 상품과 브라질, 인도, 이스라엘, 스페인 등에서 수입한 제품을 판매하고 있음

36) 사진자료: 시애틀어꾸어즈유한회사(鲜活果汁有限公司) 홈페이지 (www.myfreshjuice.com)



가격 12,000원

용량 1kg

맛 유자

Q1. 중국 내 유자차에 대한 인지도는 어떠한가요?

중국 내 유자차의 인지도는 높은 편입니다. 중국 사람들은 유자에 비타민, 식이섬유, 미네랄 등이 풍부하다고 생각해, 주로 감기에 잘 걸리는 겨울철에 유자차를 마십니다. 또한 유자가 미용에 좋다는 인식이 있어, 현지 여성들에게서 인기가 높은 편입니다. 중국인 대부분이 유자차를 차갑게 마시기보다 따뜻하게 마시는 것을 선호합니다.

Q2. 현지 소비자들이 음료 구매 시 무엇을 고려하나요?

과거 중국 사람들은 음료 구매 시, 맛을 가장 중시했습니다. 그래서인지 초콜릿, 헤이즐넛과 같은 달콤한 맛의 음료 수요가 많았던 편입니다. 최근에는 코로나-19가 발생함에 따라, 중국 사람들은 음료를 구매할 때 제품 효능과 성분을 고려합니다. 특히 유자는 면역력 향상에 도움이 된다는 인식이 있어, 현재 수요가 많은 것으로 알고 있습니다. 코로나-19가 잠잠해진 이후에도, 유자차와 같은 면역력 강화의 효능이 있는 제품의 인기는 지속될 것으로 생각합니다.

Q3. 중국 내 유명 음료베이스에는 무엇이 있나요?

중국 내 유명 음료베이스 브랜드로는 이탈리아산 파브리(Fabbri)와 말레이시아산 다빈치(Davinci)가 있습니다. 당사에서 취급하고 있는 제품 중, 수요가 많은 음료베이스 맛으로는 민트, 자몽, 장미, 복숭아 맛이 있습니다. 카페와 음식점들은 해당 제품을 커피, 밀크티, 스무디, 밀크셰이크와 각종 디저트에 활용합니다.

Q4. 취급 제품의 용량, 포장, 가격은 어떻게 되나요?

당사 음료베이스 PB 상품은 1L, 2L, 3L의 용량으로 출시되고 있습니다. 1L, 2L는 유리병에 포장되어 있으며, 술집과 카페에서 수요가 많습니다. 3L는 페트병으로 포장돼 있고, 일반 음식점에서 수요가 많은 편입니다. 1L에 88.00위안(15,237원)인 상품과 비교했을 때 A사 가격은 적당한 편이라고 생각합니다.

Q5. 취급 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

당사는 중국 내 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장으로 음료베이스를 납품하고 있습니다. 회사가 장쑤성, 상하이, 텐진, 광둥성에 있어, 해당 지역 인근으로 제품을 유통합니다. 음료베이스의 주 고객으로는 카페, 레스토랑, 버블티 매장, 디저트 매장, 빵집 등이 있습니다.

Interview ③ 상하이창공피앤즈상무유한회사 (上海长弓电子商务有限公司)

上海长弓电子商务有限公司

37)

상하이창공피앤즈상무유한회사
(上海长弓电子商务有限公司)

전문가 소속

상하이창공피앤즈상무유한회사
(上海长弓电子商务有限公司)
유통업체

전문가 정보

Ms. Yang
(CEO)



상하이창공피앤즈상무유한회사(上海长弓电子商务有限公司) CEO, Ms. Yang

상하이창공피앤즈상무유한회사는 2012년에 설립된 유통업체로, 과일 시럽, 과일 음료, 초콜릿 소스, 캐러멜 소스, 차 티백, 믹스 커피, 커피 원두 등을 취급하고 있음. 이외에도 카페와 일반 가정에서 취급할 수 있는 커피 기기를 판매함. 중국 상하이에 본사를 두고 있으며, 다양한 수입 제품을 취급함. 한국 제품으로는 꿀 유자차와 석류유자차가 있음

37) 사진자료: 상하이창공피앤즈상무유한회사(上海长弓电子商务有限公司) 징둥 홈페이지 (item.jd.com/63814218992.html)



가격 12,000원

용량 1kg

맛 유자

Q1. 중국 내 한국산 유자차에 대한 인지도는 어떠한가요?

중국 내 한국산 유자차에 대한 인지도는 매우 높은 편입니다. 중국에 있는 한인마트 외에도, 현지 마트 및 편의점 등 다양한 오프라인 매장에서 한국산 유자차를 취급하고 있기 때문입니다. 한국 유자차는 한류를 좋아하는 중국 여성들 사이에서 입소문을 타기 시작했으며, 최근에는 면역력 강화 등 건강에 관심이 있는 현지인 사이에서도 인기가 높은 편입니다.

Q2. 현지인들은 음료 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지인들은 음료 구매 시, 제품 맛과 성분을 고려합니다. 그중, 유자 특유의 새콤달콤한 맛은 현지인들의 입맛을 사로잡아, 중국인들 사이에서 유자 음료의 인기는 매우 좋습니다. 또한, 현지 사람들은 유자차와 같이 비타민 C가 풍부한 음료를 선호하는 경향이 있습니다. 특히 최근 코로나 19의 여파로 면역력 강화가 절실할 때, 유자 음료의 수요가 급증합니다.

Q3. 취급 중인 음료베이스의 포장, 용량, 가격은 어떻게 되나요?

당사는 프랑스 브랜드인 1883의 23개 제품을 취급하고 있습니다. 그중 현지인들은 캐러멜, 바닐라, 초콜릿, 자몽 맛을 선호합니다. 당사는 100mL-1L 등 다양한 용량을 취급하고 있으며, 카페와 레스토랑은 1L의 용량을 선호합니다. 중국에서 판매되는 음료베이스 제품 대부분이 유리병에 담겨 있으며, 펌핑형 주입구는 별도로 구매해야 합니다. 1883 제품 가격은 1L에 88.00위안(15,237원)입니다.

Q4. 취급 제품의 판매는 어떻게 이루어지고 있나요?

당사에서 취급 중인 1883 음료베이스는 프랑스 브랜드지만, 중국에서 제조되고 있습니다. 당사는 중국 공장으로부터 해당 제품을 납품받아 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있습니다. 카페, 음식점 등의 고객들이 온라인으로 제품을 주문하면 자사 상하이 창고에서 제품을 출하해 고객에게 배송하고 있습니다.

Q5. 제품 수출 시, 주의해야 하는 사항에는 무엇이 있나요?

유자음료베이스 수출 시, 포장 라벨에 주의해야 합니다. 비록 유자가 면역력 강화의 효능이 있는 것은 사실이나, 면역력이라는 단어를 홍보 문구로 음료베이스에 사용할 수 없습니다. 중국에서는 면역력이라는 단어를 의약품에서만 사용하고 있기 때문입니다. 일반 과일 음료베이스에 면역력 내용을 작성할 경우 통관에 문제가 생길 수 있습니다.

Interview ④ 항저우디앤이찬인관리유한회사 (杭州典壹餐饮管理有限公司)

杭州典壹餐饮管理有限公司 HANGZHOU STANDARD CATERING MANAGEMENT CO., LTD

38)

항저우디앤이찬인관리유한회사
(杭州典壹餐饮管理有限公司)

전문가 소속

항저우디앤이찬인관리유한회사
(杭州典壹餐饮管理有限公司)

유통업체

전문가 정보

Ms. Liu
(Sales Manager)



다芬奇经典椰子风味糖浆750ml达文西
果露甜品咖啡专用



DVG达芬奇果美黑巧克力风味调味酱糖
浆



DVG达芬奇蓝莓风味糖浆750ml 蓝莓果
露鸡尾酒气泡水饮品奶茶原料



达文西果露糖浆饮品原料 新品达芬奇
果美石榴风味调味糖浆750ML



达芬奇经典水蜜桃风味糖浆750ml达文
西蜜桃果露咖啡奶茶原料



星巴克专用买 进口达芬奇绿薄荷味果
露750ml达文西水果糖浆



新品达芬奇果美酷芭的薄荷风味调味糖
浆750ML 白薄荷果露饮品原料



达芬奇经典柠檬风味糖浆果露 星巴克
750ML咖啡奶茶鸡尾酒饮品原料



DVG达芬奇蔓越莓风味调味糖浆750ml
达文西果露奶茶咖啡专用原料



气泡水饮品原料糖浆果露 2017新品达
芬奇果美复合莓风味调味糖浆



2017新品达芬奇果美(海蓝)蓝莓风味
糖浆果露鸡尾酒饮品奶茶原料



2017新品达芬奇果美青苹果风味调味
糖浆750ML 气泡水饮品原料

항저우디앤이찬인관리유한회사(杭州典壹餐饮管理有限公司) Sales Manager, Ms. Liu

항저우디앤이찬인관리유한회사는 2012년에 설립된 유통업체로, 음료 시럽, 커피 원료, 커피 기기 등을 취급하고 있음. 음료베이스로는 다빈치(Davinci), 테이스트크래프트(Tastecraft)에서 출시한 제품들을 판매함. 주로 카페와 음식점 등의 오프라인 매장으로 제품을 납품하거나 알리바바, 21푸드 등의 중국 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있음

38) 사진자료: 항저우디앤이찬인관리유한회사(杭州典壹餐饮管理有限公司) 21푸드 홈페이지 (food1354035.21food.cn)



가격 12,000원

용량 1kg

맛 유자

Q1. 중국 내 한국산 유자차에 대한 인지도는 어떠한가요?

중국 내 한국산 유자차에 대한 인지도는 높은 편입니다. 유자차는 주로 일반 가정에서 소비되고 있으며, 계절과 관계없이 판매가 일정한 편입니다. 현지인들은 계절에 따라 유자차를 다양하게 활용해 먹습니다. 여름철에는 얼음물에 타서 차갑게 마시는 반면, 날씨가 쌀쌀해지는 가을이나 겨울에는 따뜻한 물에 타서 마십니다.

Q2. 현지 소비자들이 유자 음료를 구매하는 요인은 무엇인가요?

중국인들은 유자 음료 구매 시, 제품 효능보다 맛을 가장 중요하게 생각합니다. 유자가 면역력 강화의 효능이 있어, 현지인들이 유자 음료를 선호하는 것이 아니냐는 생각을 할 수도 있습니다. 하지만 중국인들은 면역력 강화를 위해서는 유산균과 같은 건강보조식품을 먹습니다. 실제로 현지인들은 기름진 음식을 먹은 후, 느끼한 맛을 해소하려고 새콤달콤한 유자 음료를 마십니다.

Q3. 당사에서 취급하는 음료베이스는 무엇인가요?

당사는 테이스트크래프트(Tastecraft)와 말레이시아 브랜드인 다빈치(Davinci) 제품을 취급하고 있습니다. 그중 다양한 맛을 갖추고 있는 다빈치 제품의 수요가 많은 편입니다. 현지인들 사이에서 인기가 높은 맛으로는 커피, 바닐라, 캐러멜, 헤이즐넛 맛이 있습니다. 제품 대부분이 750mL와 1L의 용량으로 되어 있으며, 펌프형 주입구 없이 유리병에 담겨 취급되고 있습니다. 750mL의 제품이 68.00위안(11,774원)임을 고려하면, A사의 제품은 적당하다고 생각합니다.

Q4. 중국 내 판매는 어떻게 이루어지고 있나요?

당사는 주로 중국 내 유명한 브랜드의 제품을 취급하고 있습니다. 그중 다빈치 제품은 중국 내 수입유통업체로부터 공급받고 있으며, 주로 카페와 레스토랑에 제품을 납품하고 있습니다. 또한, 웨이상, 샤오홍슈에 제품 정보를 올려 알리바바와 21푸드 등과 같은 온라인 쇼핑몰에서 제품을 판매하고 있습니다. 이외에도 타오바오, 징둥 등 온라인 소매업체들이 당사에서 유통하는 제품을 구매합니다.

Interview ⑤ 광저우뎡위에식품회사 (广州鼎悦咖啡食品公司)

39)

广州鼎悦咖啡食品设备有限公司

광저우뎡위에식품회사
(广州鼎悦咖啡食品公司)

전문가 소속

광저우뎡위에식품회사
(广州鼎悦咖啡食品公司)
유통업체

전문가 정보

Mr. Rao
(CEO)

发现更多好货



700ml MONIN 莫林糖浆莫林700ml
风味糖浆法国原装进口

¥ 67.00/瓶

立即询价



莫林糖浆 红石榴口味 MONIN糖浆
700ml原装 莫林果露

¥ 74.00/瓶

立即询价



洋酒批发 莫林西瓜风味糖浆700ml

¥ 82.00/个

立即询价



上光糖浆7千克福装 批发法国原装进口
迪吉福DGF 新品上市

¥ 340.00/个

立即询价



莫林香草糖浆1L进口糖浆果糖果酱
1000ml

¥ 95.00/个

立即询价



酒吧用具 雅爵咖啡 法国莫林MONIN
糖浆批发 莫林杏仁风味糖浆

¥ 75.00/瓶

立即询价



意大利咖啡机



美茶NIGHTV Leaf 非洲甘露



金巴利半自动咖啡机



美茶NIGHTV Leaf 具丝茶包麦室之舞



法国monin莫林糖浆



AKBAR 红茶



意大利咖啡豆



冰沙饮料专业冰沙粉

광저우뎡위에식품회사(广州鼎悦咖啡食品公司)

CEO, Mr. Rao

광저우뎡위에식품회사는 2001년에 설립된 유통업체로, 프랑스, 미국, 이탈리아 등 다양한 국가에서 수입한 음료베이스, 시럽, 티백, 커피 원두, 커피 기기 등을 취급하고 있음. 광저우, 선전, 상하이, 홍콩 내 직영 회사를 통해 제품을 유통하고 있으며, 베이징, 우한, 톈진, 항저우 등 기타 지역에서는 다른 유통업체를 통해 제품을 납품함

39) 사진자료: 광저우뎡위에식품회사(广州鼎悦咖啡食品公司) 21푸드 홈페이지 (gzcoffee1.21food.cn)



가격 12,000원

용량 1kg

맛 유자

Q1. 중국 내 한국산 유자차에 대한 인지도는 어떠한가요?

중국 내 한국 유자차의 인지도는 높은 편입니다. 실제 중국인들 사이에서 현지 마트나 한인 마트 등에서 판매하는 한국산 유자차의 수요는 많습니다. 하지만 중국 내 카페와 버블티 매장에서의 유자음료베이스 수요는 적은 편입니다. 해당 매장에서는 유자가 들어간 차가운 형태의 스무디, 에이드를 취급하고 있지 않기 때문입니다. 현지인들 사이에는 유자차를 따뜻하게 먹어야 한다는 인식이 있습니다.

Q2. 현지 소비자들이 유자 음료를 구매하는 요인에는 무엇이 있나요?

중국 소비자들은 제품 효능과 맛 때문에 유자 음료를 구매합니다. 중국 내 유자는 비타민 함량이 풍부한 과일로 유명합니다. 따라서 현지인들은 가을이나 겨울에 감기 예방과 면역력 강화를 위해 유자 음료를 자주 먹습니다. 또한 중국인들은 유자의 새콤달콤한 맛을 매우 선호합니다. 유자만의 독특한 맛은 중국인들의 입맛에 안성맞춤이라고 생각합니다.

Q3. 당사가 취급하는 음료베이스에는 무엇이 있나요?

당사는 프랑스 브랜드인 모닌(Monin)과 말레이시아 브랜드인 다빈치(Davinci) 음료베이스를 취급하고 있습니다. 모닌과 다빈치에서 출시한 수박, 바닐라, 석류, 아몬드 맛 등 다양한 맛의 제품을 판매하고 있으며, 그중 현지인들은 캐러멜과 바닐라 맛을 선호합니다. 해당 제품들 모두 유리병에 담겨 판매되고 있으며, 펌프형 주입구는 별도로 구매해야 합니다. 모닌 제품은 700mL의 용량에 67.00-82.00위안(11,601-14,198원)으로, 이와 비교했을 때 A사의 가격은 적당한 편이라고 생각합니다.

Q4. 음료베이스 유통 시, 무엇을 고려하나요?

당사는 음료베이스 유통 시, 제품 브랜드를 고려합니다. 중국 소비자들이 제품 브랜드를 중시하기 때문입니다. 따라서 당사는 판매 실적을 높이기 위해, 인지도가 낮은 브랜드 제품을 판매하기보다 중국 시장에서 어느 정도 입지가 있는 제품만을 취급하고 있습니다. 이렇게 선별된 음료베이스는 마트, 음식점, 개인 고객 등으로 납품되고 있습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

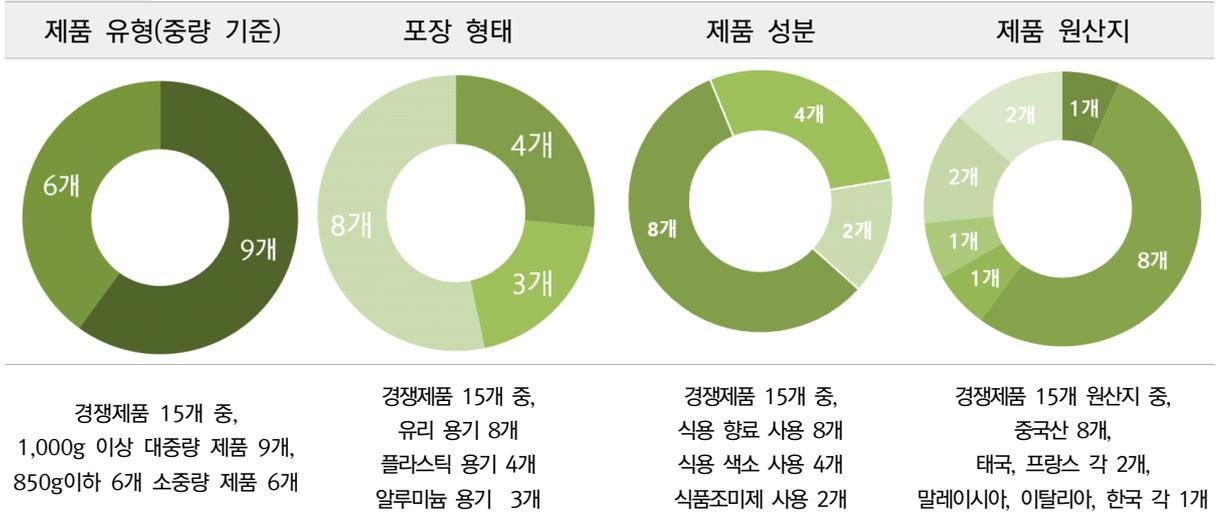
Competitiveness

(경쟁력 파악)

중국 (CHINA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품
 ■ 시럽·유자음료베이스
 ■ 유자청·차
 ■ 기타제품(유자소스)
 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



중국 (CHINA) - 마케팅 벤치마킹

마케팅 벤치마킹	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
경쟁사	경쟁기업 6개사 중 3개사, 오프라인 매장과 온라인 매장 모두 진출	경쟁기업 6개사 중 4개사, SNS 플랫폼 을 홍보 채널로 활용	경쟁기업, 홍보 문구로 '풍부한 과일, '진한 과일 맛' 을 강조하여 홍보

40) 1위안=173.15원 (2020.02.25.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

41) A사 제품 위안화 가격: 6.93위안(1,200원을 173.15원으로 나눈 후 소수 셋째 자리에서 반올림한 값)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격 (품목별)

● 경쟁제품 중량비교

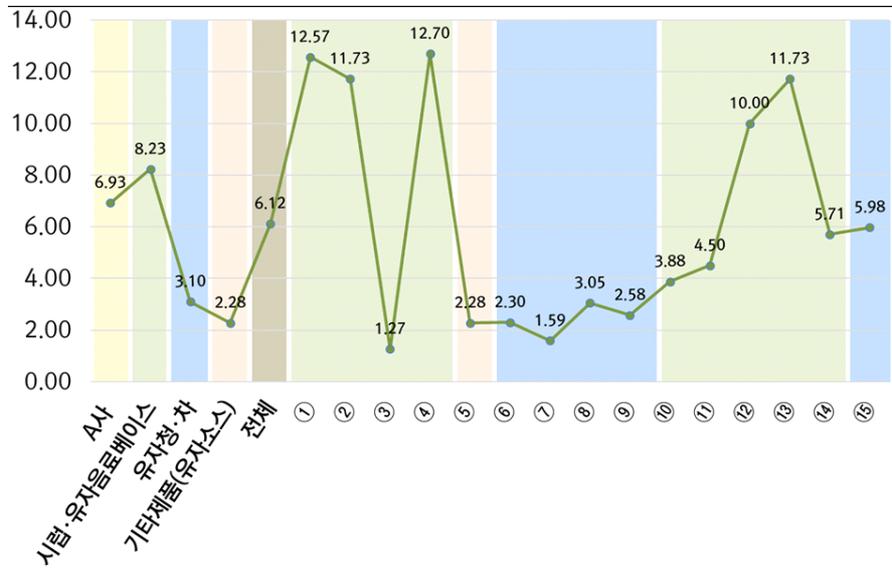
- ① 모린(모닌)
- ② 보가리(보가리)
- ③ 구다오쇼우창
(광저우룬즈메이식품유한회사)
- ④ 파브리(파브리)
- ⑤ 귀리수이귀탕장
(사오둥셴광윤식품유한회사)
- ⑥ 방지미여오귀러오귀장
(츄저우스커우라산식품유한회사)
- ⑦ 헤이하이따오여오즈차
(상쑤스인즈젠성우커지유한회사)
- ⑧ 순간상
(광저우스광춘식품유한회사)
- ⑨ 신센니(리가오식품유한회사)
- ⑩ 안차타이(안차타이)
- ⑪ 페이룽파이예장
(플라잉드래곤)
- ⑫ 웨더레이니편홍시여우웨이탕장
(빠쭈베드렌스샤스)
- ⑬ 다편차귀메이푸타오여우핑웨이
탕장 (케리인그리디언트)
- ⑭ 신다농취수이귀인랴오
(커뤄식품(중국)유한회사)
- ⑮ 디러스(B사)

▶ A사 제품 100g당 가격, 시럽·유자음료베이스 제품 대비 저렴한 편 유자청·차 및 기타제품(유자소스) 대비 비싼 편

A사 제품의 100g당 가격은 6.93위안(1,200원)으로 경쟁제품 15개의 100g당 평균 가격 6.12위안(1,060원) 대비 0.81위안(140원) 비쌌다. 경쟁제품의 종류별 100g당 평균 가격은 시럽·유자음료베이스 8.23위안(1,425원), 유자청·차 3.10위안(537원), 기타제품(유자소스) 2.28위안(395원)으로 조사됨. A사 제품은 시럽·유자음료베이스 제품 가격 1.30위안(225원) 저렴하며, 유자청·차 대비 3.83위안(663원), 기타제품(유자소스) 대비 4.65위안(805원) 비싼 것으로 확인됨

[표 3.1] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 위안/100g)



2) 가격 (중량별)

경쟁제품 중량비교

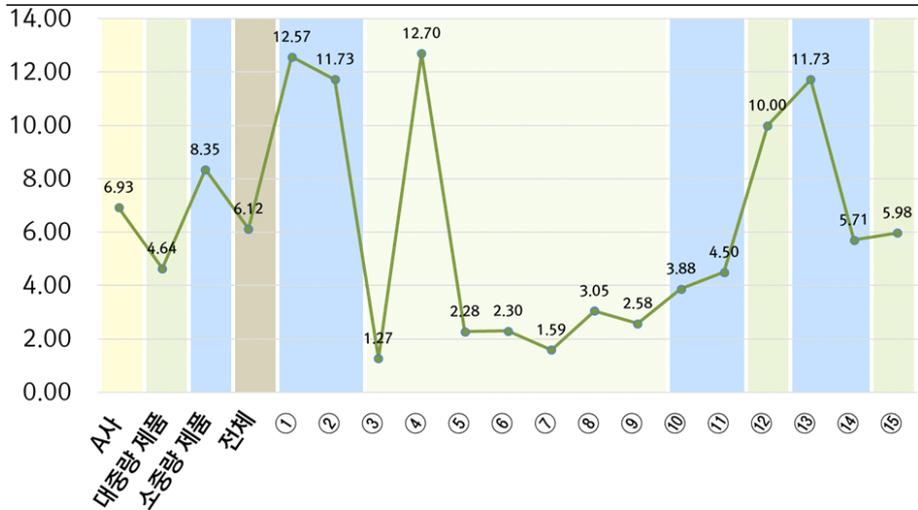
- ① 모린(모닌)
- ② 보가리(보가리)
- ③ 구다오소우창
(광저우룬즈메이식품유한회사)
- ④ 파브리(파브리)
- ⑤ 귀리수이귀탕장
(사오둥셴광운식품유한회사)
- ⑥ 방지미여오귀러오귀장
(츄저우스커우라산식품유한회사)
- ⑦ 헤이하이따오여오즈차
(상쑤스인즈젠성우커지유한회사)
- ⑧ 순간상
(광저우스광춘식품유한회사)
- ⑨ 신센니(리가오식품유한회사)
- ⑩ 안차타이(안차타이)
- ⑪ 페이룽파이예장
(플라잉드래곤)
- ⑫ 웨더레이니편홍시여우웨이탕장
(빠쭈베드렌드샤스)
- ⑬ 다편차귀메이푸타오여우평웨이
탕장 (케리인그리디언트)
- ⑭ 신다농취수이귀인라오
(커뤄식품(중국)유한회사)
- ⑮ 디러스(B사)

▶ A사 제품 100g당 평균 가격, 대중량 제품 대비 비싼 편
소중량 제품보다 저렴한 편

경쟁제품 중 1,000g 이상 대중량 제품의 100g당 평균 가격은 4.64위안(803원), 850g 미만 소중량 제품의 100g당 평균 가격은 8.35위안 (1,446원)으로 확인됨. A사 제품 100g당 가격은 대중량 제품 대비 2.29위안(397원) 비싸며, 소중량 제품 대비 1.42위안(246원) 저렴한 것으로 확인됨

[표 3.2] 중국 유아음료베이스 경쟁제품 중량별 가격 경쟁력 분석

(단위: 위안/100g)



3) 중량

● 경쟁제품 중량비교

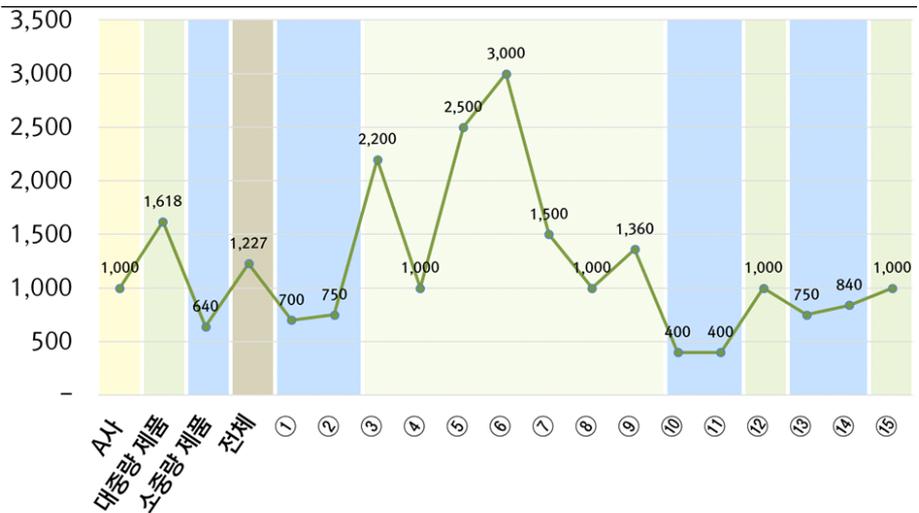
- ① 모린(모린)
- ② 보가리(보가리)
- ③ 구다오쇼우창
(광저우룬즈메이식품유한회사)
- ④ 파브리(파브리)
- ⑤ 귀리수이귀탕장
(샤오동셴광운식품유한회사)
- ⑥ 방지미여오귀러오귀장
(츄저우스커우러산식품유한회사)
- ⑦ 헤이하이따오여오즈차
(상추스인즈썬성우커지유한회사)
- ⑧ 순간상
(광저우스광춘식품유한회사)
- ⑨ 신센니(리가오식품유한회사)
- ⑩ 안차타이(안차타이)
- ⑪ 페이룽파이에장
(플라잉드래곤)
- ⑫ 웨더레이니편홍시여우웨이탕장
(빠쭈베드렌드싸스)
- ⑬ 다편차귀메이푸타오여우핑웨이
탕장 (케리인그리디언트)
- ⑭ 신디농취수이귀인랴오
(커뤄식품(중국)유한회사)
- ⑮ 디러스(B사)

▶ A사 제품 중량, 경쟁제품 평균 중량 대비 낮은 편

A사 제품 중량(1,000g) 경쟁제품 15개의 평균 중량 1,227g 보다 227g 차이가 나는 것으로 확인됨. 경쟁제품의 중량 구분별 평균은 대중량 제품 1,618g, 소중량 제품 640g으로 확인됨

[표 3.3] 중국 유아음료베이스 경쟁제품 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

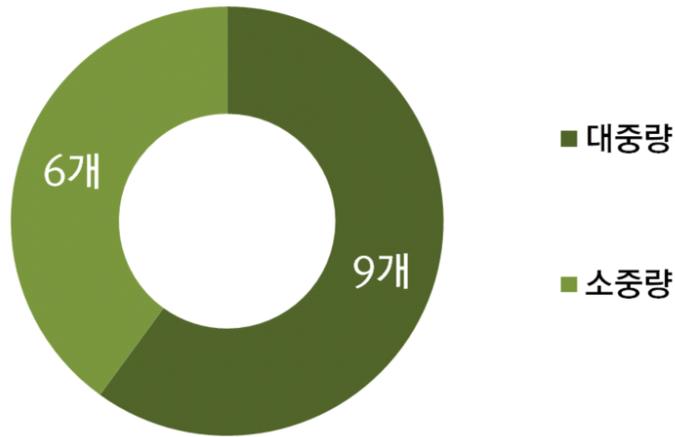


4) 제품 유형(중량 기준)

▶ 경쟁제품 15개의 중량별 구분, 대중량 9개, 소중량 6개

경쟁제품 15개의 중량을 비교한 결과, 경쟁제품 15개 중 9개 제품이 1,000g 이상의 대중량 제품으로 확인됨. 대중량 제품의 중량은 1,000g, 1,360g, 1,500g, 2,200g, 2,500g, 3,000g이었으며, 소중량 제품은 400g, 700g, 750g, 800g으로 확인됨

[표 3.4] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 유형(중량 기준) 분석

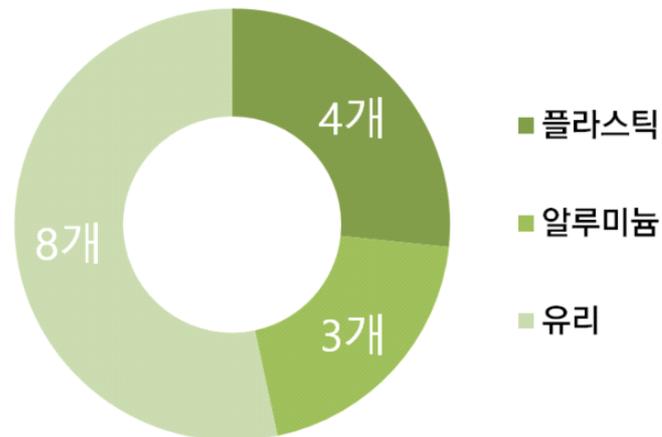


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품의 포장 소재, 유리 8개, 플라스틱 4개, 알루미늄은 3개

중국에서 판매되고 있는 유자음료베이스 경쟁제품 15개의 포장 용기를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 8개가 유리소재(유리병)를 포장 용기로 사용함. 그 외 4개 제품은 플라스틱(플라스틱 혹은 플라스틱 병)을 사용했으며, 남은 3개 제품은 알루미늄(캔 형태)을 사용한 것으로 확인됨

[표 3.5] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 포장 분석

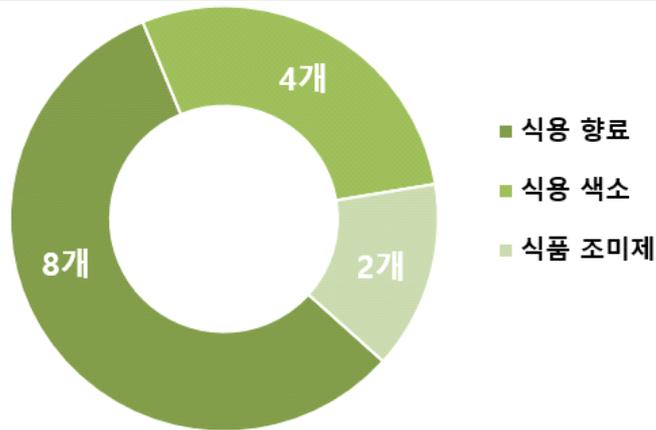


6) 제품 성분

▶ 경쟁제품 15개 중 식용 향료 사용 8개, 식품 조미제 사용 2개

유자음료베이스 경쟁제품 15개 가운데 식용 향료를 사용하는 제품은 모두 8개로 자몽맛, 체리맛, 블루베리맛, 유자맛이 확인됨. 또한 자몽맛과 레몬맛 식품 조미제를 사용하는 제품도 2개 확인함. 자몽맛과 체리맛의 경우 식용 색소인 알루라 레드(Allura Red), 선셋옐로우(Sunset Yellow)를 사용하는 것으로 나타남

[표 3.6] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 식용 향료 및 식용 색소 사용

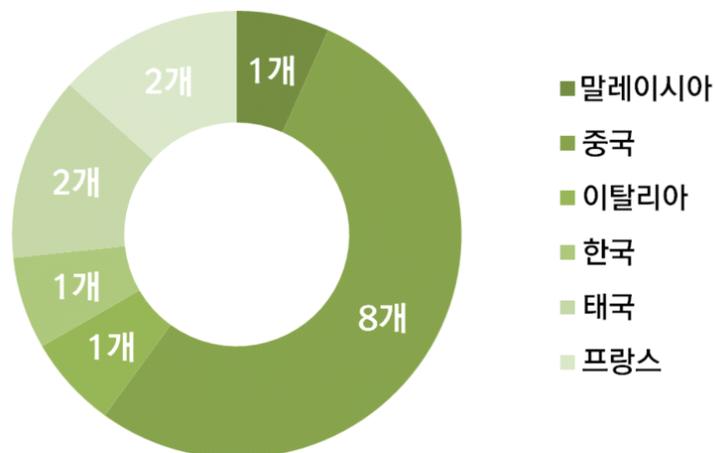


7) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 중국산 제품, 태국, 프랑스 각각 2개 제품

중국에서 판매되고 있는 유자음료베이스 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 중국산 8개로 가장 많았으며, 다음 태국, 프랑스가 각각 2개, 그 밖에 말레이시아, 이탈리아, 한국이 1개씩으로 조사됨

[표 3.7] 중국 유자음료베이스 경쟁제품 원산지 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 오프라인 매장과 온라인 매장 모두 진출

경쟁기업 6개사 중 3개사는 오프라인과 온라인 매장에 모두 진출한 것으로 확인됨. 해당 3개사는 모두 할로 카페(Halo Cafe) 오프라인 매장과 징둥(JD) 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업들이 진출한 온라인 매장은 징둥, 티몰(Tmall) 등이었으며, 빠쥬베드렌느썬사와 모닌, 케리인그리디언트는 자사 온라인 몰을 함께 운영하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 중국 유아음료베이스 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인		온라인				
	할로 카페	징둥	티몰	알리바바	타오바오	웨이보	유쿠
리가오식품유한회사 (立高食品有限公司)						○	○
커뤄식품(중국)유한회사 (可罗食品(中国)有限公司)	○	○	○	○			
빠쥬베드렌느썬사 (PAGES VEDRENNE SAS(PV))	○	○					
모닌 (Monin)		○	○	○	○		
케리인그리디언트 (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)	○	○			○		
파브리 (Fabbri)		○	○				

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 중 4개사는 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있는 것으로 확인됨. 중국 기업인 리가오식품유한회사와 프랑스 기업인 모닌의 경우 웨이보와 유쿠를 통해, 말레이시아 기업인 케리인그리디언트와 이탈리아 기업인 파브리의 경우 웨이보를 통해 자사 제품을 홍보하고 있음. 한편, 리가오식품유한회사를 제외한 커뤄식품(중국)유한회사, 빠쥬베드렌느썬사, 모닌, 케리인그리디언트, 파브리 등 5개 기업의 경우 글로벌 홈페이지와 현지어 홈페이지를 모두 운영하고 있으며, 리가오식품유한회사의 경우 현지 홈페이지만 운영하는 것으로 확인됨

[표 3.9] 중국 유아음료베이스 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	자사 온라인몰	SNS 플랫폼	
			웨이보	유쿠
리가오식품유한회사 (立高食品有限公司)	○		○	○
커뤄식품(중국)유한회사 (可罗食品(中国)有限公司)	○			
빠쥬베드렌느썬사 (PAGES VEDRENNE SAS(PV))	○	○		
모닌 (Monin)	○	○	○	○
케리인그리디언트 (Kerry Ingredients (M) Sdn,Bhd.)	○	○	○	
파브리 (Fabbri)	○		○	

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 홍보 문구로 '풍부한 과일, '진한 과일 맛'을 강조하여 홍보

중국 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 '진한 과일 맛(향)'을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. '자연산 과일이 풍부', '과일로 만들어진', '고농축', '현지 과일의 맛을 담은', '풍미' 등의 홍보 문구를 통해 제품을 과일로 만들었음을 강조함. '간단하게 음료를 만들 수 있다'거나 '다양한 음료를 만들 수 있다', '과일 주스, 스무디, 아이스 티 등 취향에 맞게 다채로운 형태의 음료를 만들 수 있다'는 등의 홍보 문구를 사용해 여러 '용도'를 강조하기도 함

[표 3.10] 중국 유아음료베이스 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 중국 잔장(湛江) 시 홈페이지 (www.zhanjiang.gov.cn)
2. 할로 카페(Halo Cafe) 홈페이지 (www.halocafej.cn)
3. 체인 마트(Chain Mart) 홈페이지 (www.chain-mart.com.cn)
4. 징둥(JD) 홈페이지 (www.JD.com)
5. 리가오식품유한회사(立高食品有限公司) 홈페이지 (www.ligaofoods.com)
6. 티몰(Tmall) 홈페이지 (www.tmall.com.cn)
7. 커뤄식품(중국)유한회사(可罗食品(中国)有限公司) 홈페이지 (m.dajie.com)
8. 빠쥐베드렌느사스(Pages Vedrenne Sas(PV)) 홈페이지 (vedrenne.fr/vedrenne-sirops)
9. 모닌(Monin) 홈페이지 (www.monin.com)
10. 케리인그리디언트 푸드서비스(Kerry Ingredient Foodservice) 홈페이지 (www.kerryfoodservice.com/)
11. 파브리(Fabri) 홈페이지 (faburui.tmall.com)
12. 웨이보(Weibo) 홈페이지 (www.weibo.com)
13. 중국 국가통계국(National Bureau of Statistics of China) 홈페이지 (www.stats.gov.cn)
14. 광저우펑위에식품회사(广州鼎悦咖啡食品公司) 21푸드 홈페이지 (gzcoffee1.21food.cn)
15. 항저우피앤이찬인관리유한회사(杭州典壹餐饮管理有限公司) 21푸드 홈페이지 (food1354035.21food.cn)
16. 시엔후어꾸어즈유한회사(鲜活果汁有限公司) 홈페이지 (www.myfreshjuice.com)
17. 티앤양상마오유한회사(天扬商贸有限公司) 홈페이지 (www.ty-cafe.com/wzsy)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.06.

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

