

05 막걸리

담당 | aT 식품수출부 홍장우 대리 (T. 061-931-0846)

1 국내 생산 및 유통동향

가. 생산동향

☑ 생산동향

구분		'12	'13	'14	'15	'16	'17
출고량(kl)		448,046	426,216	430,896	416,046	399,667	-
출고금액(백만원)		498,152	473,785	478,973	470,061	454,068	-
수출	물량(톤)	30,658	18,222	15,470	13,893	13,654	12,904
	금액(천불)	36,893	18,862	15,352	12,902	12,868	12,247
단가/kg	수출단가(불)	1.20	1.04	0.99	0.93	0.94	0.95
원/liter	국내가격(원)	1,112	1,112	1,112	1,129	1,136	-

자료원: 2016년 국제통계연보(국제청), 수출통계(KATI)

- 국내외 막걸리 붐이 일었던 '11년도에 출고량 45만kl를 달성한 이후 지속적인 감소세를 보이고 있으며, '16년 들어 출고량이 40만kl 미만으로 떨어짐
- 수출단가는 對 일본 막걸리 수출이 최고 성황이던 '11~'12년도에 1kg당 1.2불까지 증가했으나, 이후 수출 감소세가 지속되며 1불미만으로 떨어져 현재까지 유지 중
- 국내가격은 1리터당 약 1,100원대로 6년간 큰 변동 없음

☑ 향후전망

- 매년 막걸리 출고량이 줄고 있는 것은 FTA 시대 이후 값싼 수입 맥주와 와인 등 막걸리 대체재가 주류시장에 넘쳐나기 때문이며 현재로선 이 같은 생산량 감소 추세를 거스를 만한 특이점이 없는 상황임
- 단, 주유 업체들이 최근 국내외 주류 트렌드를 반영하여 과일막걸리 등 신제품 개발을 통해 장년층만 즐기는 술이 아닌 남녀노소 모두 즐기는 주류로 자리매김토록 노력 중

나. 유통 및 소비동향

☑ 유통 및 소비동향

- 막걸리 제조업체에서 생산된 제품은 시중 일반 도소매 채널을 통한 가정용과 식당, 주점 등 업소용 채널로 유통되어 소비가 이루어지고 있으며, 지난해부터 지역명인 등 소규모 양조장에서 제조한 막걸리에 한하여 온라인을 통해 판매가 가능해졌음
- 막걸리 소비는 '00년대 중반부터 '10년대 초반까지 이어진 국내 막걸리 열풍으로 시중 유통채널 뿐만 아니라 거리 곳곳에 막걸리 주점이 생길 정도로 소비가 성황이었으나,
- FTA 체결국가가 지속적으로 늘어나며 수입 맥주와 와인 등 막걸리 대체재를 이전보다 저렴하게 구매할 수 있게 되면서 막걸리 소비가 점차 줄기 시작하였음
- 특히 '11년을 정점으로 국내외 소비기반이 흔들려 출고량, 소비량, 수출량이 모두 감소해왔으나, 지난 '16년부터 국내 소매 매출은 소폭 반등세를 기록하고 있음

◆ 막걸리 소매 채널별 매출액 ◆

(단위: 백만원, %)

구분	2015					2016					2017		
	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4
일반 식품점	22,288 (32.3)	26,129 (32.1)	24,565 (32.2)	23,422 (31.7)	96,404 (32.1)	22,199 (31.0)	26,336 (30.1)	23,193 (28.8)	22,734 (30.3)	94,462 (30.0)	24,396 (30.9)	27,218 (30.6)	30,214 (30.4)
독립 슈퍼	17,441 (25.3)	20,912 (25.7)	19,538 (25.6)	18,701 (25.3)	76,592 (25.5)	18,808 (26.3)	22,047 (25.2)	20,361 (25.3)	18,610 (24.8)	79,826 (25.4)	19,300 (24.4)	22,522 (25.3)	24,825 (25.0)
편의점	14,836 (21.5)	17,878 (21.9)	16,815 (22.1)	16,284 (22.0)	65,812 (21.9)	15,355 (21.5)	20,187 (23.1)	19,390 (24.1)	18,475 (24.6)	73,407 (23.3)	18,101 (22.9)	21,721 (24.4)	24,077 (24.2)
체인 슈퍼	9,207 (13.3)	10,895 (13.4)	9,958 (13.1)	10,142 (13.7)	40,202 (13.4)	9,850 (13.8)	12,125 (13.9)	11,508 (14.3)	10,072 (13.4)	43,554 (13.8)	11,783 (14.9)	11,926 (13.4)	14,194 (14.3)
할인점	5,027 (7.3)	5,449 (6.7)	5,121 (6.7)	5,274 (7.1)	20,871 (6.9)	5,242 (7.3)	6,661 (7.6)	6,056 (7.5)	5,040 (6.7)	22,999 (7.3)	5,336 (6.8)	5,588 (6.3)	5,927 (6.0)
백화점	212 (0.3)	213 (0.3)	211 (0.3)	121 (0.2)	757 (0.3)	115 (0.2)	118 (0.1)	110 (0.1)	105 (0.1)	449 (0.1)	106 (0.1)	112 (0.1)	116 (0.1)
합계	69,011	81,476	76,208	73,943	300,638	71,568	87,474	80,618	75,038	314,698	79,023	89,088	99,354

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) - 탁주 소매점 매출액 기준임

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

- 이는 최근 2년간 국순당 등 주요 업체를 중심으로 젊은 소비자 입맛에 맞춘 다양한 맛의 막걸리(바나나, 복숭아, 유자, 크림, 알밤 등)를 지속 개발하며 국내 막걸리 소비 회복을 위해 노력한 결과로 분석되며 국내외 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있음
- 지방에서는 지역별 소규모 양조장 및 단위농협 등에서 출시한 지역 특색 막걸리가 해당 지방에서 활발하게 소비되고 있는 상황임
- 한편, 막걸리는 맥주나 와인 등 타 주류와 달리 해외로부터 수입하는 물량이 200불 수준으로 극소량이기 때문에 수입산 경쟁제품이 국내 소비에 미치는 영향은 전혀 없음

2 2017년 수출동향 및 향후전망

가. 수출동향

☑ 수출추이

단위: 톤, 천불, %

구분	'15		'16		'17		연간전년대비	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량(%)	금액(%)
총계	13,893	12,902	13,654	12,868	12,904	12,247	△5.5	△4.8
일본	7,577	6,682	7,418	6,824	7,564	6,900	2.0	1.1
미국	1,940	1,952	2,024	1,969	1,720	1,725	△15.0	△12.4
중국	2,230	1,949	2,170	1,881	1,491	1,308	△31.3	△30.5
베트남	385	392	504	504	552	594	9.5	17.9
호주	373	401	339	373	373	369	9.9	△0.8

자료원: KATI (AG코드 기준)

☑ 국가별 동향

- (총괄) '17년 막걸리 수출실적은 1,224만불로 전년대비 수출액 기준 4.8% 감소했으며 이는 미국, 중국 등 상위 수출국 실적감소가 주된 원인임
- (일본) 과즙을 첨가한 리큐르 주종의 인기가 높은 일본 주류 시장 상황을 반영한 가볍고 상큼한 맛의 과일막걸리 신제품군이 조명을 받으면서, '16년을 기점으로 플러스 성장률 전환 후 유지 중
- (미국) 교민시장은 포화 상태에 도달해 수요가 점차 줄고 있으며, 현지인 시장 진입을 위해 지속적으로 노력중이나 식문화 및 주류문화 차이로 인해 실적이 기대에 못 미치는 수준. 전년대비 수출액 12.4% 감소한 172만불 기록
- (중국) 바이주, 와인, 맥주 등 소비구도가 견고히 형성되어 있고, 본래 누룩 향을 선호하지 않는 현지인 특성으로 인해 막걸리 시장 확대가 여의치 않았으나 작년 초 불어 닥친 THAAD 약재로 인해 시장여건 급랭, 전년대비 수출액 30.5% 급감한 130만불 기록
- (베트남) 일본, 중국에 비해 여전히 높은 한류 인기와 쌀 가공식품을 선호하는 현지인 특성에 힘입어 전년대비 수출액 17.9% 성장한 594백만불 기록
- (호주) 주로 교민시장을 중심으로 유통되고 있으며 전년과 유사한 수준 유지 중

☑ 수출업체 현황

단위: 톤,천불

순위	업체명	'16수출실적		'17수출실적		비중	주요수출국
		중량	금액	중량	금액		
1	A**	4,170	3,901	3,695	3,446	28.1%	미국, 중국
2	B**	2,851	2,570	2,689	2,463	20.1%	일본
3	C**	2,177	2,151	2,437	2,428	19.8%	일본, 미국, 중국
4	D**	1,653	1,242	1,616	1,167	9.5%	일본, 중국
5	E**	489	538	444	502	4.1%	일본, 중국
전체수출액		12,934	12,166	10,882	10,007	81.7%	

자료원1: 업체별 수출실적은 '16, '17년도 한국무역통계진흥원(www.trass.co.kr)에서 조회

2: 품목 전체 수출실적은 aT KATI(www.kati.net)에서 조회

- A**, B** 등 상위 5개사의 수출실적이 전체 막걸리 수출실적의 81.7% 차지
- 대부분 일본 및 미국에 집중되어 있으며, 수출비중 1위 A**는 미주 수출비중이 높음
- 중국은 THAAD 여파로 모든 수출업체 실적이 20~30% 가량 감소하였음
- 기존에는 교민 시장을 타겟으로 일반 막걸리를 많이 수출하였으나, 최근 현지 소비자 및 젊은 교민층을 고려하여 과일막걸리 수출비중이 높아지는 추세

나. 2018년 수출전망

☑ 총괄전망

- 전체 수출의 55% 이상 차지하는 전통적 주력시장 일본이 '11년 이후 매년 감소해오다 '16년부터 플러스 성장률로 전환하여 2년째 유지 중이나 성장률이 1~2%대에 머무르고 있고, 미국은 교민시장 포화 및 현지인 시장 진입 부진, 중국 THAAD 여파 등, 수출 상위 3개국 여건이 모두 어려워 낙관적인 전망이 어려운 상황임
- 베트남 등 동남아 시장이 부상 중이나 상위 3개국 비중이 80% 이상이기엔 한계가 있음

☑ 국가별 전망

- (일본) 국내외 막걸리 붐으로 수출실적 정점을 찍은 '11년 이후 매년 15% 이상 급격히 감소해왔으나 '16~'17년 aT 막걸리 팝업스토어 설치 및 다양한 행사 개최를 통해 '16년 들어 5년 만에 플러스 성장으로 전환되었고 지난해까지 2년 연속 플러스 성장 유지 중. 지속적 마케팅 노력과 신제품 출시를 통해 제1수출시장 명예 회복 기대

- (중국) 지난해 THAAD 여파로 중국 수출이 30.5% 급감한 후 업체들이 차이나 리스크 분산을 위해 동남아 등 신흥시장으로 주 타겟 시장을 전환시키고 있음. 단, 거대시장인 만큼 A** 등 대형 업체를 중심으로 지속적인 시장 회복을 위해 고군분투 전망
- (베트남) 베트남은 최근 매년 두 자릿수 성장률(18~28%)을 기록하고 있어 중요 시장으로 부상 중이며, 특히 최근 전 세계적으로 한류 인기가 다소 주춤한 가운데 베트남은 여전히 한류 인기가 높은 편. 더욱이 최근 ‘박항서 매직’까지 겹치면서 한국 제품에 대한 인기가 하늘로 치솟고 있어 막걸리협회를 필두로 대다수 업체들이 베트남 시장 공략에 집중할 것으로 전망됨

※ 2018 아시아축구연맹 U-23 챔피언십에서 베트남 4강 신화를 이끈 박항서 감독이 국민급 인기몰이 중

○ 주요업체별 수출동향

업체명	주요 동향 등
A**	<ul style="list-style-type: none"> - 주력시장인 미국의 경우 수출실적 및 시장점유율에서 계속 1위를 유지해오고 있으나, 교민시장 포화와 현지인 입맛 공략 애로로 성장이 다소 정체된 상태 - 중국 현지법인 진출 등 최근 5년간 중국시장 확대에 공들여 왔으나 THAAD 여파로 순식간에 수요가 급감하여 애로를 겪고 있으나 시장 회복을 위해 지속 노력 예정 - 차이나리스크 분산을 위해 동남아 신흥시장 개척에 주력하고 있으며 특히 베트남에서 다양한 마케팅 프로모션을 통해 시장을 확대할 계획 - 베트남뿐 아니라 동남아 시장이 최근 쌀음료 주요시장으로 자리매김 중인데, 이런 흐름을 타 쌀 막걸리 마케팅을 통해 수요를 늘려갈 계획
B**	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 과일맛을 가미한 리큐르 주종의 인기가 매우 높은 일본 주류시장 트렌드에 착안하여 과일맛 막걸리 판매를 늘릴 계획 - 일본 수출비중이 97% 이상이기 때문에 중국 THAAD 관련 피해는 치명적이지 않았음
C**	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 2년간 일본 시장이 회복되는 기미가 보여 고무적이며, 일본 수출비중이 60% 수준인 만큼 적극적인 마케팅을 주력시장 내 시장점유율을 확대해나갈 계획 - 중국 실적이 THAAD 약제로 급감해 매우 어려운 상황인 반면, 베트남 실적이 지속 성장함에 따라 올해부터 집중 마케팅을 통해 주력시장으로 육성할 계획
한국막걸리협회 (수출협의회)	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 1%대 성장률 근근이 유지, 미국 교민시장 포화, 중국 THAAD 약제 등 상위 3대 시장이 모두 고전 중이기 때문에 협회 차원에서 리스크 분산을 위해 동남아 등 신흥시장 육성에 집중할 계획 - 특히 ‘박항서 매직’으로 급부상 중인 베트남 시장 집중공략을 위해 금년도 막걸리 수출협의회 공동마케팅 사업으로 베트남 대형박람회 참가를 위해 준비하고 있음

다. 2018년 중점추진계획

○ 대형박람회 참가

- (베트남) ‘박항서 매직’으로 한국 제품 인기가 급부상 중인 베트남 시장을 금년도 최대 타겟 시장으로 설정하여 대형박람회 참가부터 시작해 전방위적 마케팅 추진 계획

※ 회원사 전 제품 출품 독려, 특히 동남아 지역에서 인기가 높은 ‘쌀’로 만든 막걸리 집중 시음 홍보

○ 수출상품화 사업 추진

- (중국) THAAD 여파로 주춤했으나 거대시장 회복을 위해 영향이 비교적 덜한 광저우, 상하이 등 남방 지역을 중심으로 과일막걸리, 캔막걸리 집중 프로모션 추진 계획

○ 글로벌브랜드 사업 추진

- (캄보디아) 글로벌브랜드 사업 추진을 통해 동남아 신흥시장 중 상대적 미개척지인 캄보디아 주류 시장 진출 확대 및 다양한 프로모션으로 교민과 현지인 동시 공략 계획

○ 해외유통업체 연계 관측

- (베트남) 높은 수출실적 증가율을 보이는 베트남 시장에서 현지 바이어 및 대형유통업체와 연계한 프로모션 관측 행사 다수 추진

3 주요 국가별 시장동향

가. 일본

☑ 수입동향

○ 일본 기타발효주의 수입규모는 '17년 기준 1.7억불로 전년대비 5.6% 감소

- 한국, 중국, 베트남이 전체의 83.5%를 차지하며, 한국이 69.0%로 압도적 1위 수입국

단위: 천불, %

구분	'15	'16	'17	점유율
전체	195,309	179,350	173,068	100.0
한국	139,934	126,616	119,494	69.0
중국	13,763	14,366	14,531	8.4
베트남	10,335	9,677	10,523	6.1
프랑스	9,923	9,966	9,595	5.5
벨기에	7,309	6,675	6,331	3.7
스페인	3,747	4,496	4,876	2.8
태국	3,542	2,468	2,897	1.7
대만	1,724	1,380	1,626	0.9
미국	951	1,003	797	0.5
독일	1,451	756	717	0.4

자료원: GTA(Global Trade Atlas), HScode 220600

☑ 유통 및 소비동향

- '04년부터 시작된 한류 붐과 함께 막걸리가 소비되기 시작했으며 '10년 산토리, 진로 등 대기업들이 본격적으로 막걸리 시장에 진입하면서 수출실적이 가파른 상승세를 보임
 - 특히 '10~'11년 B** 막걸리, C** 막걸리가 유통망 확대와 함께 대대적인 TV CF 방영 등을 통해 빅히트를 치며 매년 2배 이상의 수출성장 달성
- 그러나 '11년 막걸리 일본 수출이 정점을 찍은 이후 현지 주류 소비 트렌드 변화 및 한류 약화로 매년 소비가 급감해 '15년에 이르러서는 '11년 수출액의 14% 수준까지 급락
- 이를 만회하기 위해 aT 막걸리 팝업스토어 운영 및 업체들이 현지 트렌드에 맞추어 과일 막걸리 신제품 출시와 적극적 프로모션을 통해 소비가 증가해 '16년 들어 5년 만에 전년 대비 2.1% 플러스 성장으로 전환되었으며 '17년에도 소폭 증가한 1.1% 성장률 기록
 - ※ 도쿄 신주쿠 변화가에 aT 막걸리 팝업스토어 운영으로 대대적인 시음 홍보 추진('16.4~'17.7)
- '17년에는 aT 도쿄지사와 도쿄농대가 공동으로 추진한 한국산 막걸리 성분분석 결과를 담은 막걸리 Song 및 유튜브 홍보영상 제작 배포를 통해 현지인 소비 진작을 유도하였음
 - ※ 한국 전통 방식으로 만든 발효주로 유산균이 풍부해 피부 미용과 노화 방지 등 건강에 유익하다는 내용
 - ※ 막걸리 유튜브 홍보영상 URL <https://youtu.be/vzhcKTAIZpA>

◆ 일본 1위 온라인마켓 '라쿠텐' 한국산 막걸리 판매가격 ◆

서울 생막걸리	진로 막걸리	이동 막걸리	국순당 생막걸리
950ml	1,000ml	1,000ml	750ml
JPY 430 (약 4,300원)	JPY 454 (약 4,540원)	JPY 457 (약 4,570원)	JPY 490 (약 4,900원)
 <p>※パッケージが変わる場合があります。</p> <p>☐ 韓国食品辛国のキムチ物語 ソウル生マッコリ 950ml <韓国どぶろく></p> <p>430円</p>	 <p>☐ ハードリカー 楽天市場店 【ポイント2倍★マラソン期間中】 JINRO マッコリ 1L 1000ml</p> <p>454円</p>	 <p>☐ ドリームクラフト&ビッグボス 二東 マッコリ E-DON イードン 1000ml 紙パック 1L</p> <p>457円</p>	 <p>☐ BOBUSANG 【あす楽】【麹醇堂】生マッコリ 750ml センマッコリ クール便発送</p> <p>490円</p>

자료원: 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)

나. 미국

☑ 수입동향

○ '17년도 미국 기타발효주 수입액은 1.97억불로 전년대비 14.3% 감소

- 일본, 캐나다, 스페인이 전체의 61.0%를 차지하며 11위 한국은 1.9%로 비중이 적은 편

단위: 천불, %

구분	'15	'16	'17	점유율
전체	179,732	196,948	208,478	100.0
일본	45,155	52,847	57,877	27.8
캐나다	31,251	43,437	47,293	22.7
스페인	13,620	17,478	21,944	10.5
이탈리아	17,619	18,439	19,232	9.2
영국	19,887	15,434	15,453	7.4
벨기에	15,052	9,526	7,794	3.7
아일랜드	4,395	4,366	5,001	2.4
아르헨티나	4,740	6,335	4,983	2.4
프랑스	5,274	6,278	4,912	2.4
독일	1,292	4,882	4,716	2.3
한국	4,154	4,528	3,876	1.9

자료원: GTA(Global Trade Atlas), HScode 220600

☑ 유통 및 소비동향

○ 미국은 일본에 이어 전통적 2위 시장으로 자리매김하고 있으나 실질적인 유통 및 소비 실태를 살펴보면 교민과 교포, 일부 화교 등이 차지하는 비중이 대부분인 상황

○ 교민 시장 성장 둔화에 따라 A** 등 메이저 업체들이 현지인 시장 진입을 위해 노력 중이나 동서양 주류 문화가 판이하게 달라 진입에 어려움을 겪고 있음

○ 미국은 영국 등 유럽에 비해 자국산 전통주 기반이 미약해 맥주 소비율이 50%를 상회
- 최근 10년간 주종별 매출점유율 추이를 보면 맥주 시장은 서서히 감소하는 반면 와인, 증류주 시장이 증가하는 것으로 보이나 수량 기준으로는 여전히 맥주가 높은 편

○ 현지 주류매장에 유통되는 한국 막걸리는 주로 A**, B**, C** 막걸리 등이며, 가격은 750ml 기준 USD 1.98~3.97불 수준

◆ 미국 교민 시장 한국산 막걸리 판매가격 ◆

	서울장수 생막걸리	국순당 생막걸리	국순당 과일막걸리
용량	750ml	750ml	750ml
가격	USD 1.99 (약 2,189원)	USD 2.49 (약 2,739원)	USD 3.99 (약 4,389원)

자료원: 인터넷 한인생활정보 자료 참조

다. 중국

☑ 수입동향

○ '15년도 중국 기타발효주 수입액은 1.8백만불로 전년대비 34.1% 감소

- 일본, 한국, 캐나다가 전체의 81.4%를 차지하며, 일본이 72.1%로 압도적 1위 수입국임

단위: 천불, %

구분	'15	'16	'17	점유율
전체	30,634	23,889	29,857	100.0
일본	8,582	12,524	21,517	72.1
한국	3,104	2,800	1,846	6.2
캐나다	662	1,403	948	3.2
뉴질랜드	279	461	947	3.2
대만	13,743	1,019	543	1.8
덴마크	93	263	473	1.6
독일	508	257	427	1.4
베트남	79	759	261	0.9
네덜란드	162	610	260	0.9
크로아티아	0	297	254	0.9

자료원: GTA(Global Trade Atlas), HScode 220600



☑ 유통 및 소비동향

○ 중국에서 막걸리를 수입하는 경로는 일반 수출입 무역회사, 한국계 진출 법인, 중대형 도·소매 업체를 통한 대리무역 등 크게 3개 채널로 구분되며, 주류 유통을 위해 반드시 주류유통허가증을 구비해야 함

○ 유통 및 소비 비중은 현지 대형유통매장, 한인마트 등을 통한 가정용이 10% 수준이며, 나머지 90%는 업소용으로 대부분 한식당, 주점 등을 통해 소비되고 있음

- 주요 소비층은 한국 교민과 조선족 교포들이며, 한국 음주문화에 관심이 높은 20~30대 젊은 현지인들도 상당수 있었으나 최근에는 THAAD 여파로 소비가 경색된 상황임
- 취급 편이 상 유통기한이 긴 멸균막걸리 위주로 유통되곤 했으나 최근에는 생 막걸리와 과일막걸리 등 최신 트렌드 제품 비중이 높아지고 있음
- 최근에는 THAAD 관련 매출 부진 타개책으로 가격 할인행사 또는 1+1 증정 이벤트를 수시로 추진하고 있어 시중 유통가격이 저렴한 편임

◆ 중국 1위 온라인마켓 ‘타오바오’ 한국산 막걸리 판매가격 ◆

국순당 쌀막걸리	국순당 과일막걸리	국순당 생막걸리	이동 생막걸리
750ml	750ml	750ml	750ml
CNY 14.20 (약 2,485원)	CNY 19.20 (약 3,360원)	CNY 19.90 (약 3,483원)	CNY 22.00 (약 3,850원)
 <p>750ml 两瓶全国多省包邮</p> <p>¥14.20 47人付款</p> <p>2瓶包邮★韩国进口米酒 国顺堂玛格丽(白米酒)750ml玛格丽月子米酒</p> <p>土仔宠物 上海</p>	 <p>韩国国顺堂米酒 桃子味</p> <p>¥19.20 16人付款</p> <p>新品韩国进口国顺堂桃子味碳酸米酒玛格丽米酒纯粮食酿造口味清爽</p> <p>qq739372161 云南 昆明</p>	 <p>¥19.90 60人付款</p> <p>韩国米酒 玛格丽米酒 国顺堂生米酒绿瓶装 生米酒3瓶包邮</p> <p>华韩大明 山东 青岛</p>	 <p>二东玛可利生米酒750ML</p> <p>¥22.00 0人付款</p> <p>韩国进口绿瓶E-DONG生玛格丽米酒 发酵米酒750ML 江浙沪3瓶包邮</p> <p>小马888820 上海</p>

자료원: 타오바오 홈페이지 (www.taobao.com)