



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202201-21
품목 | 발효숙취해소음료(Fermented Hangover Drink)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 러시아(Russia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장규모	06
1. 러시아 강장제 시장규모	07
3. 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장점유율	08
4. 러시아 발효숙취해소음료 수입규모	09
5. 한국 발효숙취해소음료 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 독일 기업 ‘도펠헤르츠’, 러시아 ‘피로회복제’ 시장 점유율 1위	13
2. 발효숙취해소음료 경쟁제품 제형, ‘캡슐’ 빈출 키워드 1위	14
3. 러시아 숙취해소제 패키징, ‘알약 포장재’, ‘캔’ 등 발견	15
4. 러시아 숙취해소음료 효능, ‘두통(완화)’와 ‘간 기능’에 집중	16
5. 러시아 발효숙취해소음료 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 비교	19
2. 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 러시아 발효숙취해소음료 주요 온라인 유통채널 | 26 |
| 2. 러시아 발효숙취해소음료 주요 오프라인 유통채널 | 32 |

VI. 진입장벽

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 러시아 발효숙취해소음료 통관 및 검역 절차 | 40 |
| 2. 러시아 발효숙취해소음료 품질 인증 | 41 |
| 3. 러시아 발효숙취해소음료 라벨링 | 42 |
| 4. 러시아 발효숙취해소음료 성분 및 유해물질 | 46 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

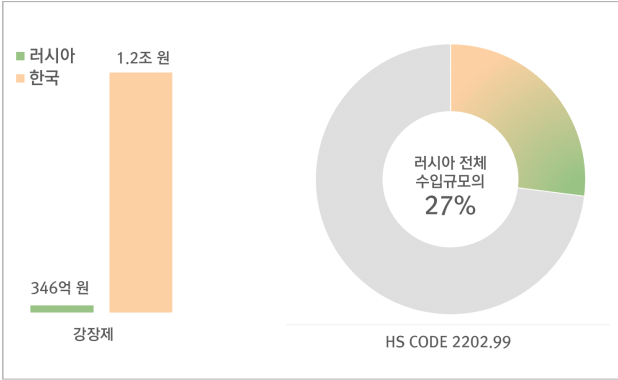
- | | |
|-----------------------------------|----|
| Interview ① 프로텍(Протек) | 51 |
| Interview ② 스베르예압테카(Свер Еаптека) | 53 |
| Interview ③ 팔마니(Farmani) | 55 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 61 |
|--------|----|

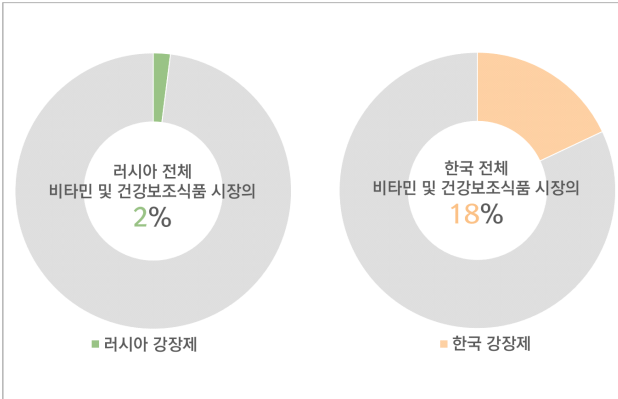
Summary

■ 수요 분석



	러시아	한국
비타민 및 건강보조식품 시장규모	1.9조 원	6.3조 원
강장제 시장규모	346억 원	1.2조 원
	수입액	점유율
러시아 對한국 HS CODE 2202.99 수입 현황	286억 원	27%

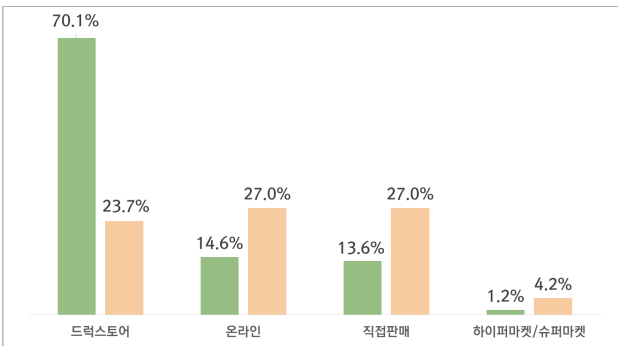
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 주요 드럭스토어 네오팜, 36.6파마시 모스크바 네오팜, 유일하게 독일 알카젤체르의 캡슐형 숙취해소제 취급
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 주요 온라인 채널 와일드베리스, 오존 온라인 판매 숙취해소제, 대다수가 알약 제형
하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 렌다, 오상 주요 업체 오상, 온라인 채널 대규모 투자 예정

■ 진입장벽

인증	TR-CU 인증(EAC 인증) 필수
라벨링	러시아어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/잔류농약/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

소비 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> 장노년층, 전통적 숙취해소 방법 선호 젊은 층, 알약 형태의 숙취해소제 섭취
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 천연 원료 사용 시 관련 인증이 중요 용량 적절하나 가격 높은 편임
유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 아시아 마트, 전통 의학 전문 매장 유통 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 강장제 시장규모 한국 대비 매우 작은 편이며 향후 하락세 예상 연령대별로 숙취해소 방법 다르나, 젊은 층도 액상 형태 아닌 캡슐 형태 선호함
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 숙취해소제 효능 관련 '메스꺼움' 완화 보다는 '두통' 및 '간 기능' 완화에 대한 관심 높음 고객사의 천연 허브 성분 수요 있을 것으로 예상되며, 관련 인증 취득 추천

II. 시장규모

1. 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장규모
2. 러시아 강장제 시장규모
3. 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장점유율
4. 러시아 발효숙취해소음료 수입규모
5. 한국 발효숙취해소음료 수출규모

1. 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장규모

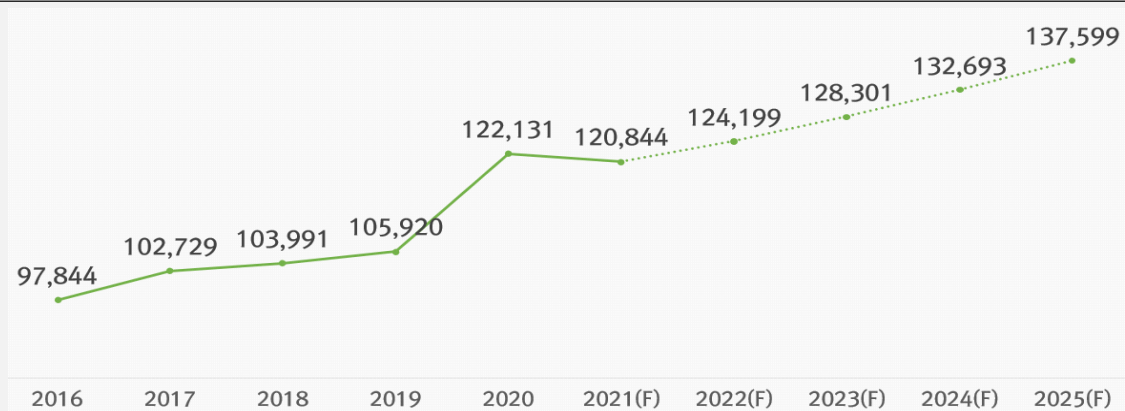
러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,709만km ²
인구	1억 4,681만 명
GDP	1조 4,736억 달러
GDP (1인당)	10,037달러

- ▶ 러시아 '비타민 및 건강보조식품' 시장규모 1.9조 원, 한국 시장 대비 약 30%
2020년 기준 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장규모는 약 1.9조 원으로, 약 6.3조 원을 기록한 한국 시장의 약 30%에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균 6%의 꾸준한 성장률을 보이고 있으며, 특히 2020년 기준 전년 대비 15%의 시장 성장을 보임
- ▶ 러시아 '비타민 및 건강보조식품' 시장규모, 향후 5년간 3%씩 성장 예상
러시아 비타민 및 건강보조식품 시장은 2025년까지 연평균 3%씩 성장하여 2025년 약 2.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나 19로 인해 면역력 강화 비타민 및 건강보조식품에 대한 높은 관심이 지속될 것으로 보임²⁾³⁾

[표 2.1] 러시아 '비타민 및 건강보조식품' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 루블



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁶⁾
비타민 및 건강보조식품 (한화추정액)	97,844 (1.5조 원)	102,729 (1.6조 원)	103,991 (1.6조 원)	105,920 (1.7조 원)	122,131 (1.9조 원)	6%

분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
비타민 및 건강보조식품 (한화추정액)	120,844 (1.9조 원)	124,199 (1.9조 원)	128,301 (2.0조 원)	132,693 (2.1조 원)	137,599 (2.2조 원)	3%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사제품 '발효숙취해소음료'는 알코올에 의해 손상된 간 기능을 회복시켜주는 기능을 지닌 숙취해소음료 제품임. 이에 제품의 효능을 기준으로 '강장제' 시장과 상위품목인 '비타민 및 건강보조식품' 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Consumer Health in Russia」, 2020.11
- 4) 환산된 데이터(단위: 원, 루블)는 모두 반올림됨
- 5) 1루블=15.68원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 러시아 강장제 시장규모

▶ 러시아 2020년 기준 ‘강장제’ 시장규모 약 346억 원, 한국의 3% 규모

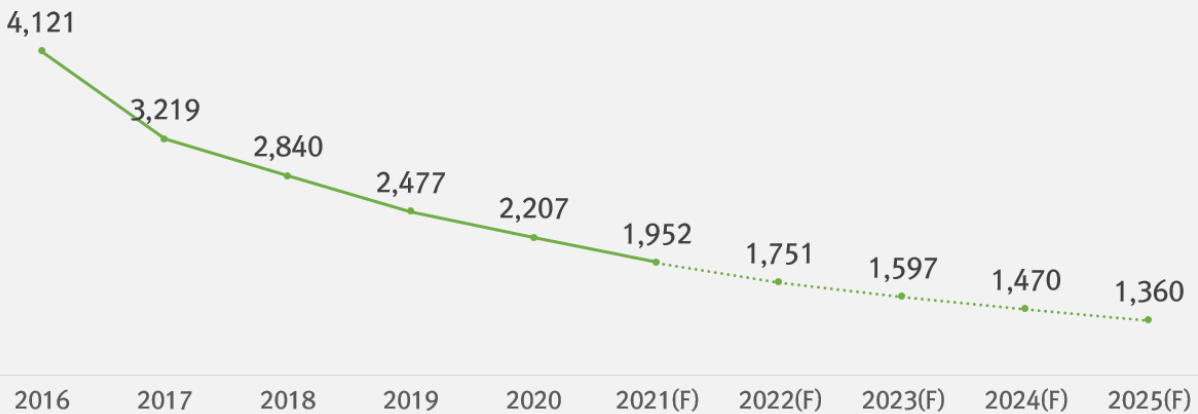
2016년 러시아 ‘강장제⁷⁾’ 시장규모는 약 646억 원이었으나, 매년 10% 이상의 하락세를 보이며 2020년 기준 약 346억 원의 시장규모를 보임. 이는 한국 강장제 시장규모인 약 1.2조 원의 3%에 불과함. 특히 2017년 전년 대비 22%의 감소세를 보이며 크게 하락하였으며, 이러한 하락 기조는 러시아 내 강장제 제품에 대한 인식 부족이 가장 큰 원인으로 지목됨

▶ 러시아 ‘강장제’ 시장규모, 향후 5년간 9%씩 하락 예상

러시아 ‘강장제’ 시장은 2025년까지 연평균 9%씩 하락하여 2025년 시장규모 기준 약 213억 원을 기록할 것으로 예상됨. 이 역시 강장제에 대한 인식 부족이 가장 큰 원인으로 지목됨⁸⁾

[표 2.2] 러시아 ‘강장제’ 시장규모⁹⁾

단위 : 백만 루블



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
강장제	4,121	3,219	2,840	2,477	2,207	-14%
(한화추정액)	(646억 원)	(505억 원)	(445억 원)	(388억 원)	(346억 원)	

분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
강장제	1,952	1,751	1,597	1,470	1,360	-9%
(한화추정액)	(306억 원)	(274억 원)	(250억 원)	(230억 원)	(213억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 액상 농축제형 미니 드링크 샷 또는 경구형 젤 형태로 판매되는 종합 건강보조식품을 포함함. 농축된 에너지 샷 부스터와 같은 강장제도 포함함

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Consumer Health in Russia」, 2020.11

9) 환산된 데이터(단위: 원, 루블)는 모두 반올림됨

3. 러시아 비타민 및 건강보조식품 시장점유율

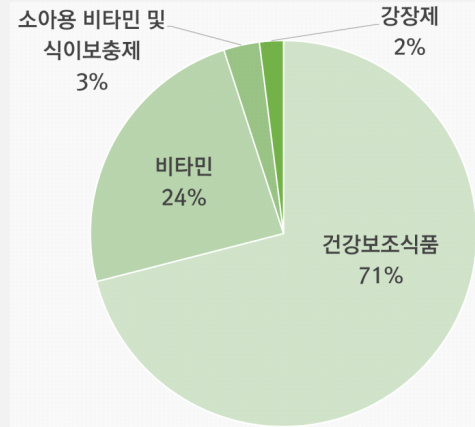
▶ 러시아, ‘건강보조식품’ 시장점유율 71%로 압도적

러시아 비타민 및 건강보조식품(약 1.9조 원) 세부 시장과 한국(약 6.3조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 러시아는 ‘건강보조식품’이 시장의 71%를 점유하며 가장 큰 부분을 차지하였고, 이어서 비타민(24%) 순임. 러시아에서는 ‘소아용 비타민 및 식이보충제’와 ‘강장제’ 시장이 상위 2개 품목에 비해 상대적으로 매우 작음. 반면 한국에서는 ‘건강보조식품’이 점유율 59%, 그 뒤를 ‘강장제’와 ‘비타민’이 각각 18%씩 점유함

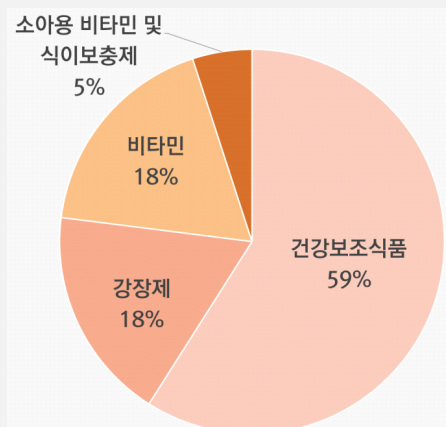
[표 2.3] 2020년 러시아, 한국 ‘비타민 및 건강보조식품 시장점유율¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)

러시아 비타민 및 건강보조식품 세부 시장



한국 비타민 및 건강보조식품 세부 시장



분류	비타민 및 건강보조식품			
	건강보조식품	소아용 비타민 및 식이보충제	강장제	비타민
러시아	71	3	2	24
한국	59	5	18	18

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 러시아 발효숙취해소음료 수입규모

HS CODE 2202.99

조사제품 '발효숙취해소음료'는 '설탕 또는 감미료를 첨가한 광천수 또는 탄산수 및 비알코올음료로 규정된 제2202호에 속하며, 그중에서 '비알코올음료'에 해당하는 HS CODE 2202.99을 지표로 선정함

▶ 러시아 HS CODE 2202.99 수입액, 연평균 317% '폭발적 성장'

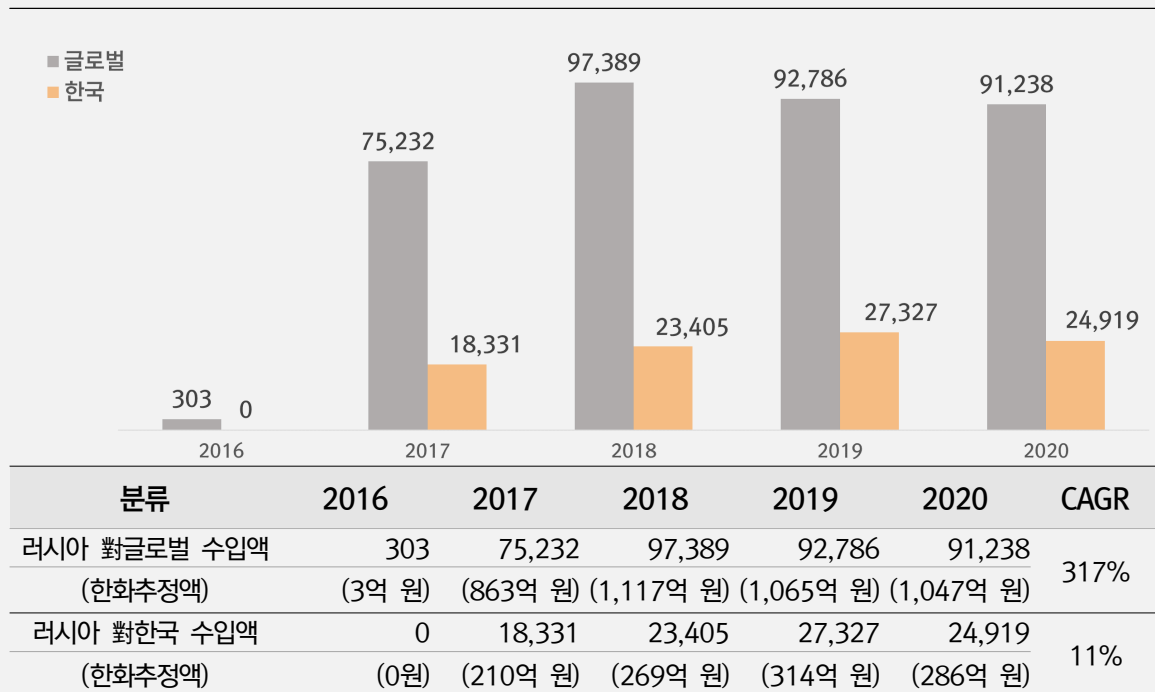
러시아 HS CODE 2202.99 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2016-20년)간 연평균 317%씩 상승하여 2020년 기준 약 1,047억 원의 수입액을 기록함. 특히 2017년 전년 대비 수백 배 폭증하는 등 급성장을 이루었으나, 2018년 이후 수입액 상승률이 정체됨

▶ 러시아 HS CODE 2202.99 수입액, 한국 점유율 27%로 1위

2020년 기준 해당 HS CODE 2202.99 품목의 러시아 對한국 수입액은 약 286억 원으로, 글로벌 수입액 가운데 27%를 기록하며 1위를 차지함. 2016년에는 수입이 이뤄지지 않은 것으로 확인되며, 최근 4년(2017-20년)간 對한국 수입액은 연평균 11% 상승함. 글로벌 수입액 점유율 2위는 네덜란드(약 125억 원, 12%), 3위는 독일(약 101억 원, 10%)로 확인됨

[표 2.4] 러시아 HS CODE 2202.99 수입규모¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.99 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원, 달러)는 모두 반올림됨

5. 한국 발효숙취해소음료 수출규모

HS CODE 2202.99-9000

조사제품 '발효숙취해소음료'에 해당하는 HS CODE 2202.99-9000 의 한국 對글로벌 對러시아 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 2020년 수출액 약 3,030억 원

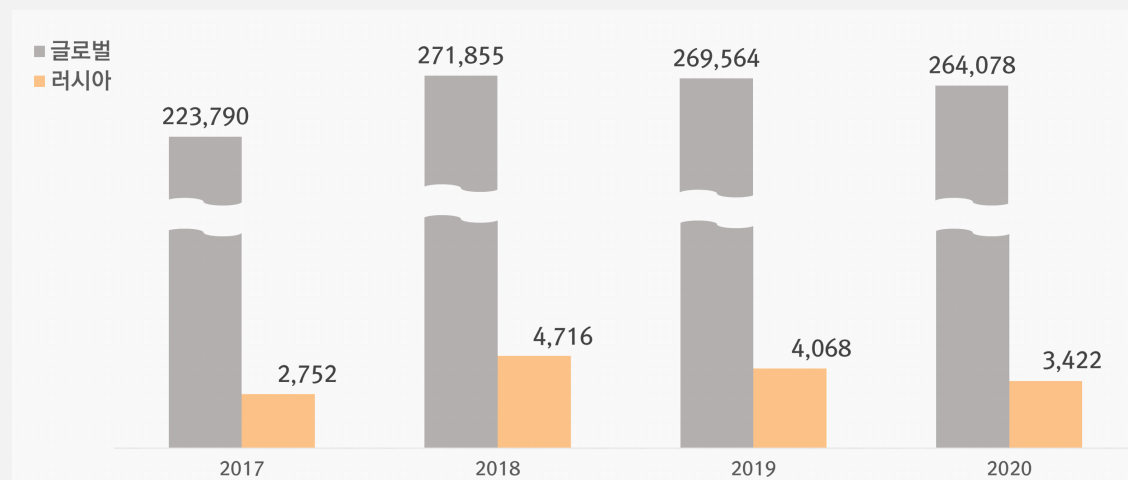
한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對글로벌 수출액은 2020년 기준 3,030억 원으로 확인됨. 2018년에 전년 대비 21% 증가한 이후 2019년부터는 한 자릿수 초반대의 감소세를 보임. 수치가 집계되지 않은 2016년을 제외하고 최근 4년(2017-20년)간 연평균성장률은 6%로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 對러시아 수출액, 아직까지 미미한 수준

한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對러시아 수출액은 2020년 약 39억 원인 것으로 집계되었으며, 점유율은 1%로 매우 작은 수준임. 글로벌 수출액 기준 점유율 1위국은 미국(약 835억 원, 28%)이었으며, 다음으로 중국(614억 원, 20%), 베트남(361억 원, 12%), 인도네시아(91억 원, 3%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출규모¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對글로벌 수출액 (한화추정액)	-	223,790 (0원) (2,568억 원)	271,855 (3,119억 원)	269,564 (3,093억 원)	264,078 (3,030억 원)	6%
한국 對러시아 수출액 (한화추정액)	-	2,752 (0원) (32억 원)	4,716 (54억 원)	4,068 (47억 원)	3,422 (39억 원)	8%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.99-9000 기준

14) 자료: ITC(International Trade Centre)

15) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

16) 환산된 데이터(단위: 원, 달러)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 독일 기업 ‘도펠헤르츠’, 러시아 ‘피로회복제’ 시장 점유율 1위
2. 발효숙취해소음료 경쟁제품 제형, ‘캡슐’ 진출 키워드 1위
3. 러시아 숙취해소제 패키징, ‘알약 포장재’, ‘캔’ 등 발견
4. 러시아 숙취해소음료 효능, ‘두통(완화)’와 ‘간 기능’에 집중
5. 러시아 발효숙취해소음료 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 발효숙취해소음료 정보 수집

- 데이터 수집 키워드:

- ① 숙취(похмелье) ② 진통제(болеутоляющее)
- ③ 숙취해소음료(напитки от похмелья)

- 데이터 수집량 : 64건

- 데이터 수집원 : 러시아 온라인매장

▶ 러시아 온라인매장 입점 발효숙취해소음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목

- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 효능

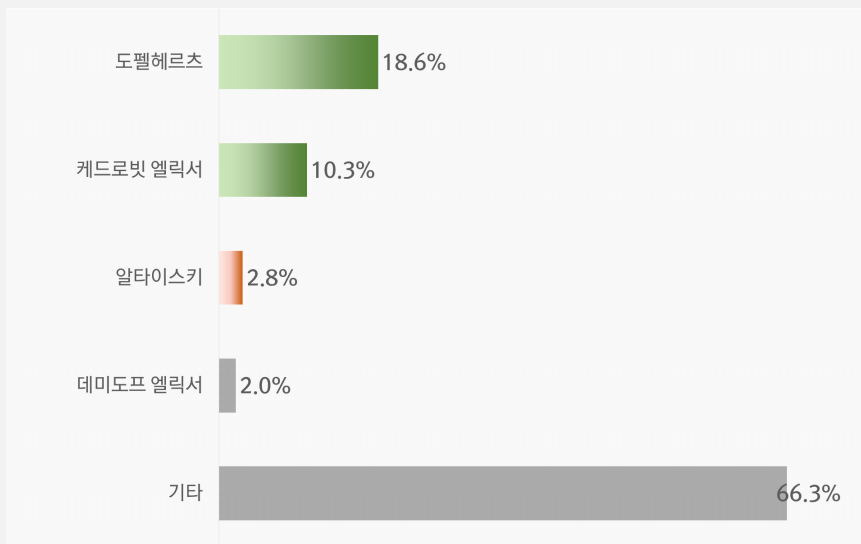
항목	키워드 (국문/러시아어)	빈도/점유율	키워드 (국문/러시아어)	빈도/점유율		
경쟁제품	캡슐	капсулы	30	(-)		
	액상	жидкости	17	(-)		
	차	чайный	15	(-)		
	(-)	(-)	(-)	(-)		
효능	두통(완화)	головная боль	33	갈증(해소)	сухость рта	4
	간 기능	функции печени	18	신진대사 (정상화)	метаболизм	4
	독소(제거)	токсины	12	디톡스	детоксе	3
	소화(촉진)	пищеварения	7	메스꺼움	тошнотой	2
	숙취효과	отрезвляющего эффекта	6	(-)	(-)	(-)
	근육긴장(완화)	мышечное напряжение	5	(-)	(-)	(-)
패키징	알약 포장재	продукта капсулы	5	유리	стакане	2
	차	чайный напиток	4	(-)	(-)	(-)
	캔	можем	3	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	도펠헤르츠	Doppelherz	18.6%	(-)	(-)	(-)
	케드로빗 엘릭서	Kedrovit Elixir	10.8%	(-)	(-)	(-)
	알타이스키	Altajskij	2.3%	(-)	(-)	(-)
	데미도프 엘릭서	Demidov Elixir	2.0%	(-)	(-)	(-)

1. 독일 기업 ‘도펠헤르츠’, 러시아 ‘피로회복제’ 시장 점유율 1위

- ▶ 국내에도 잘 알려진 ‘도펠헤르츠’, 러시아 ‘피로회복제’ 시장 선두
 - 오존(Ozon) 검색 결과 ‘도펠헤르츠’ 제품 61건 발견
 - ‘도펠헤르츠’ 제품, ‘건강보조식품’ 및 ‘비타민&미네랄 콤플렉스’로 분류
- ▶ ‘케드로빗 엘릭서’, ‘알타이스키’, ‘데미도프 엘릭서’ 제품 발견 안 됨
 - 시장 점유율 2-4위인 세 브랜드 제품, 온라인매장에서 검색 안 됨
- ▶ ‘피로회복제’ 검색 결과, 관련 없는 제품 다수 발견
 - ‘피로회복제’ 검색 결과, 오존 내 관련 제품 1건, 오케이도스타브카(oke ydostavka) 내 관련 제품 없음
 - 러시아 소비자들 사이에서 ‘피로회복제’의 인지도 낮아 보임

도펠헤르츠		Fitera LLC		밸런스	
					
제품명	비타민 & 미네랄 콤플렉스	제품명	코카시안 힐러	제품명	이온 회복 밸런스 드링크
용량	15개입	용량	200ml	용량	600ml
가격	287루블(4,500원) ¹⁷⁾	가격	342루블(5,362원)	가격	2,619루블(11,713원)

[표 3.1] 러시아 피로회복제 브랜드 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 1루블=15.68원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 발효숙취해소음료 경쟁제품 제형, ‘캡슐’ 빈출 키워드 1위

▶ ‘캡슐’, 키워드 30건으로 1위

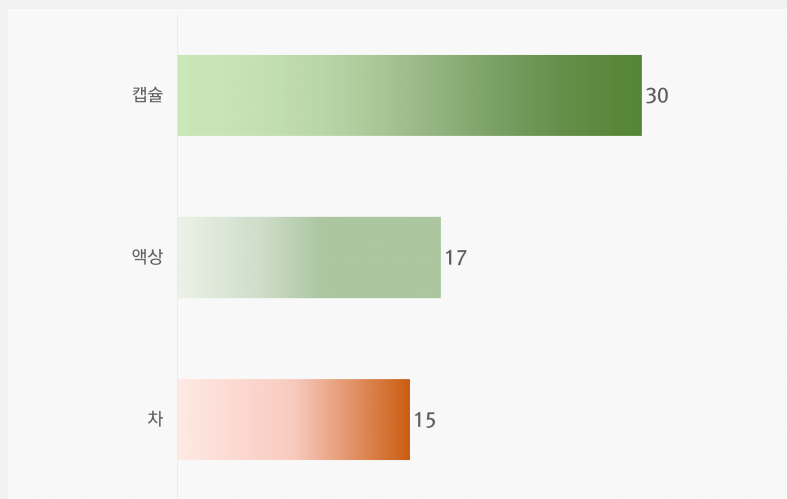
- ‘숙취해소제’, 오존에서 13개, 오케이도스타브카에서 0개 검색
- 분석 대상 총 13개 중 ‘액상’ 1개, ‘차’ 3개 제외한 9개 모두 ‘캡슐’
- 온라인매장 판매 ‘진통제’ 중 ‘숙취해소’ 효능 명시된 제품 검색되지 않음

▶ ‘액상’ 키워드 17건, ‘차’ 15건

- 발견된 유일한 액상 제품, 한국산 숙취해소제로 브랜드 정보 없음¹⁸⁾
- 오존에 ‘숙취해소 차’ 3개 판매 중으로 ‘차’도 ‘숙취해소’와 관련 있어 보임

1위 캡슐		2위 액상		3위 차	
					
브랜드	모닝(MORNING)	브랜드	정보 없음	브랜드	정보 없음
용량	6알	용량	140ml	용량	120g
가격	428루블(6,711원)	가격	254루블(3,983원)	가격	195루블(3,058원)

[표 3.2] 발효숙취해소음료 경쟁제품 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘발효숙취해소음료’ 관련 게시물 64건 분석

18) 제품 사진 상 홈페이지(enhakore.com) 기재되어 있으나, ‘준비중’인 홈페이지

3. 러시아 숙취해소제 패키징, ‘알약 포장재’, ‘캔’ 등 발견

▶ 러시아 온라인매장 판매 숙취해소제, 대부분 ‘캡슐’

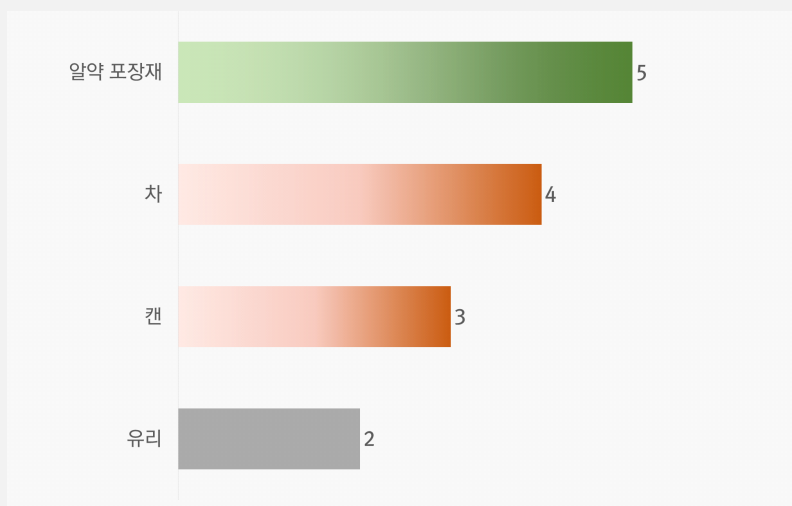
- 오존, 오케이도스타브카 검색 결과 총 13개의 숙취해소제 중 9개가 캡슐
- 9개 중 6개는 ‘알약 포장재’에, 3개는 ‘플라스틱 병’에 포장된 제품¹⁹⁾
- 대부분 먹는 방법과 정량, ‘의약품 아님’ 표시가 명확하게 되어 있음

▶ ‘차’, ‘캔’ 각각 키워드 4건, 3건

- ‘숙취해소 차’ 2개는 잎차 형태로, 1개는 ‘유리병’에 포장 판매
- 유일하게 ‘캔’에 포장된 제품 1개는 한국산으로 캔에 든 숙취해소음료는 러시아에서 일반적이지 않은 것으로 보임

1위 알약 포장재		2위 차		3위 캔	
					
브랜드	오버드링크(Overdrink)	브랜드	티오브코카서스 (Teas of Caucasus)	브랜드	정보 없음
용량	10알	용량	150g	용량	140ml
가격	150루블(2,352원)	가격	240루블(3,763원)	가격	254루블(3,983원)

[표 3.3] 러시아 숙취해소제 패키징 관련 키워드






자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘발효숙취해소음료’ 관련 게시물 64건 분석

19) 포장재 종류는 대체로 명시되어 있지 않아 키워드 검색 결과 없음, 따라서 ‘알약 포장재’는 ‘캡슐 제품(продукта капсулы)’으로 대체, ‘플라스틱 병(пластиковая бутылка)’은 키워드 0건으로 데이터 분석에서 제외

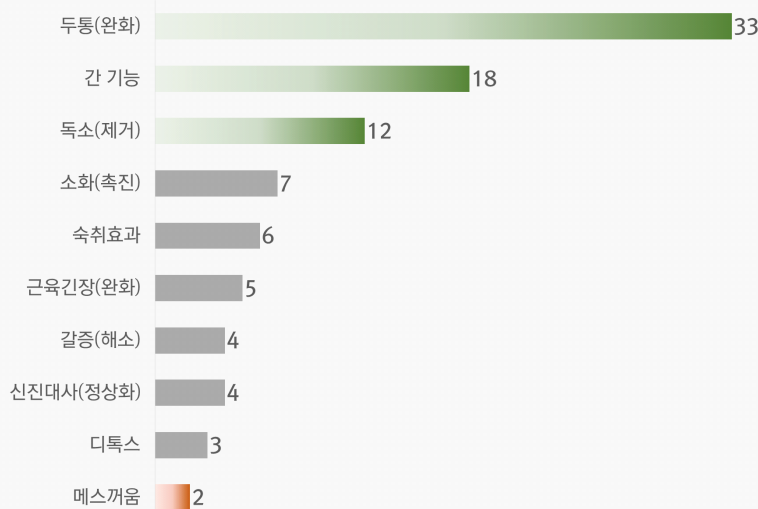
4. 러시아 숙취해소제 효능, ‘두통(완화)’와 ‘간 기능’에 집중

- ▶ ‘두통(완화)’, 키워드 33건으로 숙취해소제 효능 관련 빈출 1위
 - ‘두통(완화)’ 키워드 건수, 2위인 ‘간 기능’과 2배 가량 차이
 - 러시아, ‘숙취’와 ‘두통’ 간 관련성 높아 보임
 - ‘숙취’에서 ‘메스꺼움’을 쉽게 연상하는 한국인 정서와 달리 조사 결과 ‘메스꺼움’ 키워드 2건으로 매우 낮음

- ▶ ‘간 기능’, ‘독소(제거)’도 빈출
 - ‘간 기능’ 키워드 18건으로 2위, ‘독소(제거)’ 키워드 12건으로 3위
 - 러시아 ‘숙취해소제(약)’ 약효 대상으로 ‘간’이 최다 빈출된 바 있음²⁰⁾

1위 두통(완화)		2위 비타민		3위 간 기능	
					
브랜드	히말라야(Himalaya)	브랜드	마이오팜(Miopharm)	브랜드	모닝(Morning)
용량	5알X3팩	용량	4.8g	용량	6알
가격	1,299루블(20,368원)	가격	249루블(3,904원)	가격	428루블(6,711원)

[표 3.4] 러시아 숙취해소제 효능 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘발효숙취해소음료’ 관련 게시글 64건 분석

20) 카티(Kati), 「러시아 숙취해소제 보고서」, 2019.10

5. 러시아 발효숙취해소음료 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 두통완화에 효과적인 액상 형태의 숙취해소제**
 - 데이터 조사 결과, 숙취와 가장 관련 높은 ‘두통(완화)’ 효능 강조
 - 한국산 제외 ‘액상’ 숙취해소제 없음, ‘음료’ 아닌 ‘숙취해소제’로 포지셔닝

- ▶ **컨셉 ② _ 간 기능 회복 능력이 뛰어난 발효숙취해소음료**
 - 키워드 조사 결과 ‘음주’와 ‘간 기능’간 연관성 높아 보임
 - 발효숙취해소음료의 뛰어난 간 기능 회복 능력 강조

- ▶ **컨셉 ③ _ 음주 후 메스꺼울 때 알약보다 삼키기 쉬운 숙취해소음료**
 - 러시아 판매 숙취해소제 대부분 알약형태, ‘액상 형태’가 가진 강점 강조
 - 메스꺼울 때 알약보다 삼키기 편하고 효과가 빠른 점 강조

경쟁제품	패키징	효능	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
액상	(-)	두통(완화)	7건	음주 후 [두통] 증상을 빠르게 완화시켜주는 [액체] 형태의 숙취해소제
액상	(-)	간 기능	4건	알코올에 의해 손상된 [간 기능] 회복 능력이 뛰어난 [액상체] 발효숙취해소음료
차	차	독소(제거)	2건	발효 전문가가 만든 발효숙취해소음료로 [차]처럼 마시기 편하며 [독소를 제거]해 음주 후 한 병 마시면 다음 날 숙취를 완화해 줍니다
액상	(-)	갈증(해소)	2건	[액체] 형태의 숙취해소제로 숙취 증상 중 하나인 [갈증]을 즉각적으로 해결합니다
캡슐	알약 포장재	메스꺼움	1건	[메스꺼움] 증세가 심할 때 [알약]보다 삼키기 쉽고 효과가 빠른 숙취해소음료가 좋습니다

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/패키징/효능 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 비교
2. 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 특징

1. 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 비교

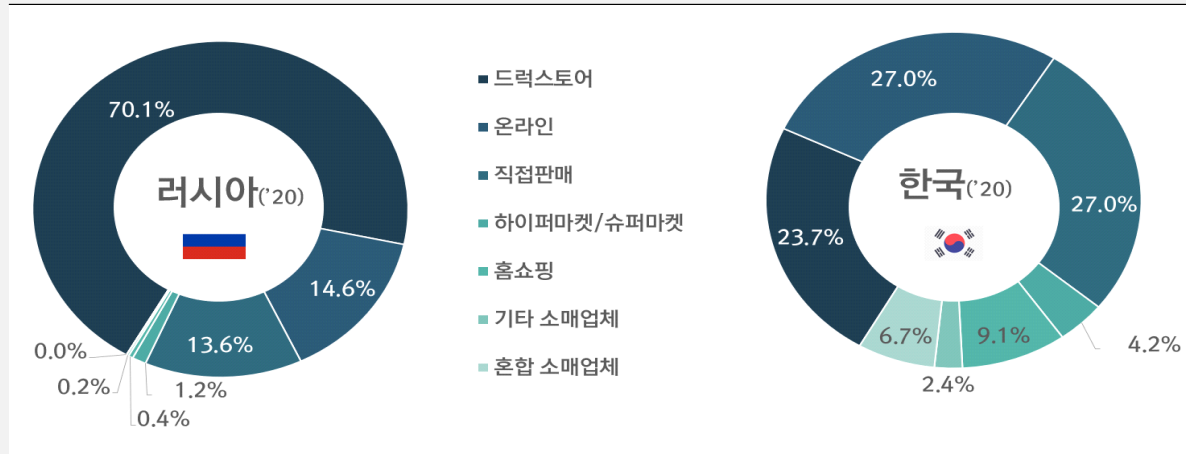
▶ 러시아 ‘드렉스토어’ 점유율 한국보다 높아

2020년 러시아 ‘비타민과 건강보조식품’ 유통채널 중 ‘드렉스토어’의 점유율은 70.1%로 한국의 23.7%보다 월등히 높은 것으로 나타남. 반면, 러시아의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율은 1.2%로 한국의 4.2% 대비 낮은 것으로 나타났으며, 백화점을 포함하는 ‘혼합 소매업체’를 통한 유통은 한국에서만 존재하는 것으로 확인됨

▶ 러시아 비타민과 건강보조식품 온라인 시장, 아직 성장 단계

러시아 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 14.6%로 한국 온라인 채널 점유율인 27.0% 대비 낮은 것으로 나타남. ‘직접판매’와 ‘홈쇼핑’ 유통채널 점유율 또한 각각 13.6%와 0.4%로 한국의 27.0%, 9.1% 대비 낮은 것으로 나타남

[표 4.1] 러시아 발효숙취해소음료 소매유통채널 점유율



러시아 및 한국 소매유통채널 점유율²¹⁾²²⁾ 비교²³⁾

러시아	유형	한국
70.1%	드렉스토어 ²⁴⁾	23.7%
14.6%	온라인	27.0%
13.6%	직접판매	27.0%
1.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
0.4%	홈쇼핑	9.1%
0.2%	기타 소매업체 ²⁵⁾	2.4%
0.0%	혼합 소매업체 ²⁶⁾	6.7%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 2020년 기준, 러시아 및 한국 ‘비타민과 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplement)’의 소매유통채널 점유율임

22) ‘발효숙취해소음료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민과 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplement)’의 정보를 확인함

23) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

24) 본 보고서에서 드렉스토어는 헬스앤뷰티(H&B)를 포괄함

25) 본 보고서에서 기타 소매업체는 주류판매점을 포괄함

26) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

오상 매장 전경('20)



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 렌따 및 오상

러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 렌따(Lenta), 오상(Auchan), 오케이(O'key) 등이 있음. 렌따는 2020년 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 5조 6,000억 루블(약 87조 8,080억 원)²⁷⁾의 16.3%를 점유함. 오상은 2020년 전체 매출액의 6.4%를 점유했으며, 산하에 오상시티(Auchan City), 라두가(Raduga) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 러시아 하이퍼마켓 오상, 본격적인 온라인 판매 진입²⁸⁾

오상은 최근 마그닛(Magnit)과 렌따 등 온라인 판매를 활성화한 러시아 소매업과 온라인 배달 기업들의 등장에 대응하기 위한 전략으로 온라인 매장을 확대함. 오상은 온라인 매장 확대 및 자사 디지털 서비스 발전을 위해 2024년까지 200억 루블(약 3,136억 원)을 투자할 예정임. 더불어, 기존의 하이퍼마켓을 변해가는 소비자 취향에 맞추어 업그레이드하며 소규모 매장 활성화에 집중하고 있음

[표 4.2] 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	렌따(Lenta)	16.3%	렌따(Lenta)
2	오상(Auchan)	6.4%	오상(Auchan), 오상시티(AuchanCity), 라두가(Raduga)
3	오케이(O'key)	5.1%	오케이(O'key), 오케이익스프레스(O'keyExpress)
4	글로버스홀딩스(Globus)	4.3%	글로버스(Globus)
5	X5	2.5%	카루셀(Karusel), 페레크레스톡(Perekrestok)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 1루블=15.68원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021

29) 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

러시아 브쿠스빌 매장 전경



사진자료: 아에스엠매거진

▶ 러시아 주요 편의점 업체, X5리테일그룹 및 마그닛

러시아 주요 편의점 업체는 X5리테일그룹(X5 Retail Group), 마그닛(Magnit) 등이 있음. X5리테일그룹은 2020년 러시아 편의점 전체 매출액 3조 9,000억 루블(약 61조 1,520억 원)의 39.3%를 점유했으며, 산하에 페레크레스톡(Perekrestok) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 마그닛은 2020년 전체 매출액의 33.0%를 점유했으며, 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 러시아 소형 편의점 ‘미니마켓’ 및 ‘건강 편의점’, 건강 트렌드 및 코로나19의 가장 큰 수혜자³⁰⁾

코로나19의 여파로 러시아 소비자들 사이에서 ‘건강관리’가 하나의 트렌드로 떠오름. 이에 건강한 제품을 셀링 포인트로 삼는 브쿠스빌(Vkusvill)과 미니마켓들이 지속적으로 성장하고 있는 것으로 나타남. 화학적 비료 사용을 최소화한 유통기한이 짧은 제품들이 인기를 얻고 있으며 러시아 소비자들은 소규모, 잦은 구매의 쇼핑을 선호하는 것으로 나타남. 또한, 사회적 거리두기로 인해 식당들의 운영시간이 단축되자, 미니마켓에서의 포장 및 배달이 인기를 얻고 있음. 포스트코로나 시대 해당 구매 트렌드는 유지될 것으로 전망되며, 편의점 산업의 지속적인 성장이 예상됨

[표 4.3] 러시아 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ³¹⁾	산하 주요 브랜드
1	X5리테일그룹(X5 Retail Group)	39.3%	페레크레스톡(Perekrestok)
2	마그닛(Magnit)	33.0%	마그닛(Magnit)
3	딕시(Diksi)	7.4%	딕시(Diksi), 빅토리아(Victoria)
4	브쿠스빌(Vkusvill)	1.9%	브쿠스빌(Vkusvill), 이즈벤카(Izbenka)
5	세인트존유니온(Saint John Union)	1.5%	베르니(Vernyj)

자료: 각 기업 홈페이지

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Russia Country Report」, 2021.02

31) 러시아 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 주류판매점

러시아 주류판매점, 알타비나



사진자료: 기업 홈페이지

▶ 러시아 주요 주류판매점, 알타비나 및 빈랩

러시아 주요 주류판매점으로는 알타비나(Alta Vina), 빈랩(Vinlab) 등이 있음. 알타비나는 2005년 설립된 체인형 주류판매점으로 상트페테르부르크와 모스크바에 17여 개의 매장을 두고 있으며 프리미엄 제품들을 주로 다루는 것으로 나타남. 빈랩은 2012년에 체인형 주류판매점이며 러시아 전역에 800개 이상의 매장을 두고 있음. 주류업체 벨루가그룹(Beluga Group)의 주류 판매 채널이며, 수입산 주류와 더불어 자체 제조 주류들을 판매 중인 것으로 나타남

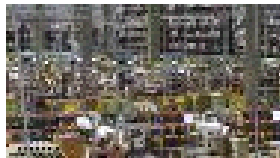
[표 4.4] 러시아 주요 주류판매점

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('21)
1	알타비나(Alta Vina)	2005년	17개
3	빈랩(Vinlab)	2012년	약 800개 이상

자료: 각 기업 홈페이지

4) 온라인

러시아 내 물류센터 전경



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 온라인 유통채널, 와일드베리스 및 미아넬로

러시아 주요 온라인 유통채널 와일드베리스(Wildberries)는 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액의 15.1%를 점유했으며, 산하에 동명의 브랜드를 보유하고 있음. 미아넬로(Mianello)는 2020년 전체 매출액의 8.3%를 점유했으며, 산하에 전자기기 관련 유통 플랫폼인 엠비디오(M Video) 브랜드를 보유하고 있음. BVCP(Baring Vostok Capital Partners)는 2020년 전체 매출액의 3.5%를 점유했으며, 산하에 오존(Ozon) 브랜드 1개를 두고 있음

▶ 러시아 온라인마켓 시장, 최근 2년 내 60% 증가³²⁾

러시아의 인터넷 상거래 매출액은 2020년 3조 2,000억 루블(50조 1,760억 원)로, 이는 최근 2년 간 약 60% 증가한 수치임. 이러한 성장은 코로나19 사태에 따른 물리적 제약을 극복하기 위해 러시아 기업의 45%가 인터넷으로 운영을 전환했기 때문으로 나타남. 이로 인해 은행, 교통, 소매, 통신, 언론 등 다양한 분야에 걸쳐 온라인 산업이 성장하고 있으며, 생필품을 비롯한 식료품 관련 산업이 가장 큰 성장세를 보인 것으로 나타남

[표 4.5] 러시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	와일드베리스(Wildberries)	15.1%	와일드베리스(Wildberries)
2	미아넬로(Mianello)	8.3%	엠비디오(M Video)
3	BVCP (Baring Vostok Capital Partners)	3.5%	오존(Ozon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

32) 알티뉴스(www.rt.com), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021

33) 러시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

5) 기타

▶ ‘옴니채널형’ 매장, 러시아의 차세대 유통전략으로 부상³⁴⁾

2020년 비식료품점 유통채널의 주요 트렌드는 ‘옴니채널형’ 운영 모델임. 옴니채널형 매장은 구매 프로세스 디지털화와 목표고객과의 소통을 중심으로 온라인과 오프라인 환경을 자유롭게 오갈 수 있는 형태의 유통채널이며, 이러한 형태의 유통채널은 전자제품과 가전제품 및 의류 등에 효과적인 것으로 나타났음

식품류 또한 옴니채널형 매장에 진입 중임. 젊은 소비층은 원하는 시간과 장소에서 온라인으로 상품 주문하는 것을 선호하기 때문에 해당 소비자층을 겨냥하기 위해 옴니채널형 매장 전략의 중요도가 커지고 있음. 러시아 내 주요 옴니채널형 매장으로는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 부문에서 높은 점유율을 가지고 있는 렌타와 오상이 있음. 이들은 모두 자체 온라인 스토어를 운영하며 오프라인과 온라인을 결합한 시스템을 갖추고 있음

[표 4.6] 러시아 발효숙취해소음료 유통채널 현황

채널 유형	발효숙취해소음료 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	드럭스토어	70.1%	네오팜(Neo Pharm), 36.6파마시(36.6Pharmacy)
	온라인	14.6%	와일드베리스(Wildberries), 오존(Ozon)
	직접판매	13.6%	암웨이(Amway)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1.2%	렌타(Lenta), 오상(Auchan), 오케이(O'key)
	홈쇼핑	0.4%	홈쇼핑러시아(Home Shopping Russia)
	기타 소매업체	0.2%	알타비나(Alta Vina), 빈랩(Vinlab)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

34) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing in Russia Country Report」, 2021.02

V. 온·오프라인 유통채널

1. 러시아 발효숙취해소음료 주요 온라인 유통채널
2. 러시아 발효숙취해소음료 주요 오프라인 유통채널

1. 러시아 발효숙취해소음료 주요 온라인 유통채널 ① 오존

기업 기본 정보	기업명	오존(Ozon)		
	홈페이지	www.ozon.ru		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 900만 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회 이상	
매출('20)		약 8억 5,000만 달러 (약 9,752억 9,000만 원 ³⁵⁾)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	마이오팜(Miopharm), 엔하코레(Enhakore)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	시간대별 할인 이벤트, 3+1 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행

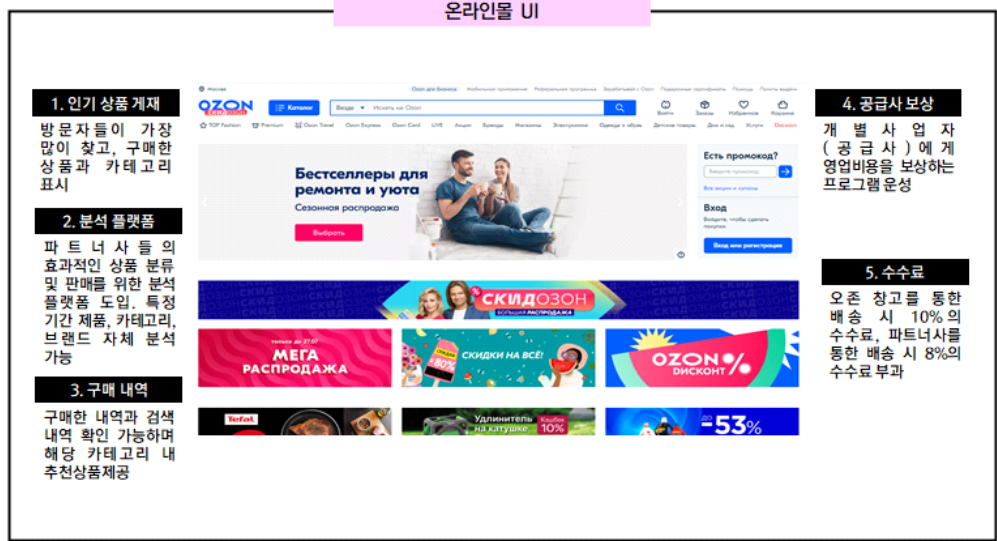
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 - 다음 웹 주소에서 마켓플레이스에서 제품 판매, 공급업체 신청, 다른 판매자에 대한 판매 개발 지원 중 해당 항목 선택 (www.business.ozon.ru/?perehod=header) - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 웹주소, 담당자명, 전화번호, 이메일) ② 제품 정보 (품목, SKU 번호, 브랜드명) - 공급 업체로 등록을 완료한 후에는 공급자 포털에서 자세한 정보 확인 가능 (supplier.ozon.ru)
		<ul style="list-style-type: none"> • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : help@ozon.ru

자료: 오존(Ozon), 시밀러웹(Simlarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 오존(Ozon)

35) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 오존(Ozon)
사진 자료: 오존(Ozon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁷⁾	용량	이미지
1	숙취해소 제품	마이오팜 (Miopharm)	알코지너 (Alkoziner)	러시아	249루블 (약 3,904원)	12캡슐	
2	숙취해소 제품	엔하코레 (Enhakore)	엔하코레파운틴오브 리커버리 (Enhakore Fountain of Recovery)	한국	254루블 (약 3,982원)	140g	
3	숙취해소 제품	포멜라 (Pohmella)	애프터파티프로 (After Party Pro)	라트비아	330루블 (약 5,174원)	5캡슐	
4	숙취해소 제품	오버드링크 (Overdrink)	올내추럴 (All Natural)	러시아	150루블 (약 2,352원)	10캡슐	
5	숙취해소 제품	달리마크 (Dalimag)	달리마크알코디톡스 (Dalimag Alko Detox)	러시아	289루블 (약 4,531원)	10개입	
6	숙취해소 제품	안티 포멜린 (Antiphohmelin)	우트로노름 (Utronorm)	러시아	428루블 (약 6,711원)	6개입	
7	숙취해소 제품	인코다 (Incoda)	모르스코이펙틴 (Morskoy Pektin)	러시아	1,800루블 (약 2만 8,224원)	60캡슐	

자료: 오존(Ozon)

사진 자료: 오존(Ozon)

36) 조사일(2021.09.16.) 기준 오존 숙취해소제품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

37) 1루블=15.68원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

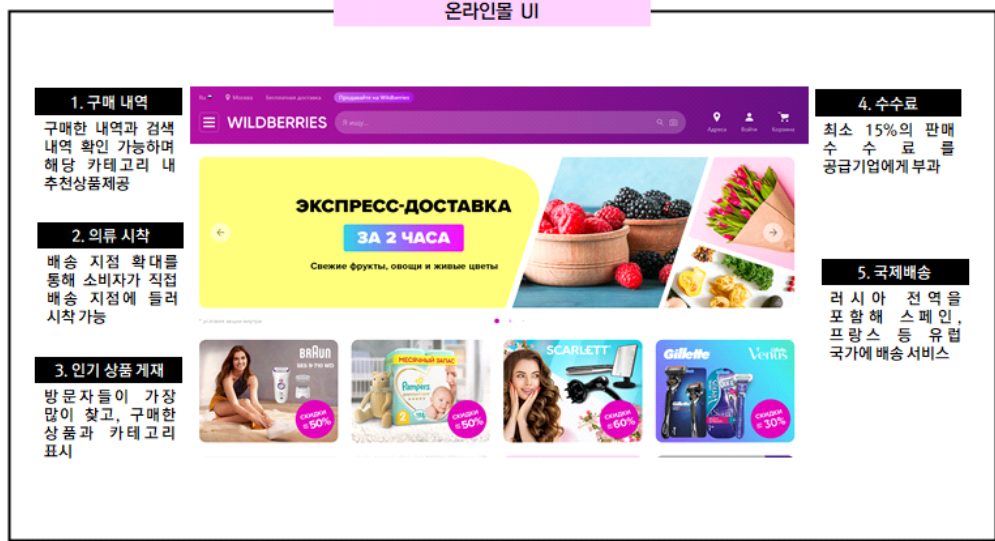
② 와일드베리스

기업 기본 정보	기업명	와일드베리스(Wildberries)		
	홈페이지	www.wildberries.ru		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)		1억 7,000만 명
		앱다운로드수('20)		80만 회
매출('20)		약 33억 달러(약 3조 7,864억 원)		
운영방식		온라인 마켓		
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	루스키에코르니(Russkity Korni), 즈도로보내추럴(Zdorovo Natural)	
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	카테고리별 프로모션 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 포털 로그인 페이지 내 회원 가입(필수) (suppliers.wildberries.ru/promo/partners) - 파트너십 신청은 5단계로 이루어짐 <ol style="list-style-type: none"> 1) 견적서 작성 2) 협력 조건 확인 3) 상대방 설문지 양식 작성 4) 법적 문서 포털에 업로드 5) EDI(Electronic Data Interchange) 제출 • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱, 로컬 에이전트를 통한 등록 - 등록정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공기자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 카테고리) ② 필수 법적 문서 (회사의 국가 등록 증명서, 세무 당국 등록 증명서, CEO 여권 사본, 창고 또는 사무실 임대 계약서 사본, 가격표 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 메일: info-portal@wildberries.ru - 전화: +7-495-663-72-96 		

자료: 와일드베리스(Wildberries), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

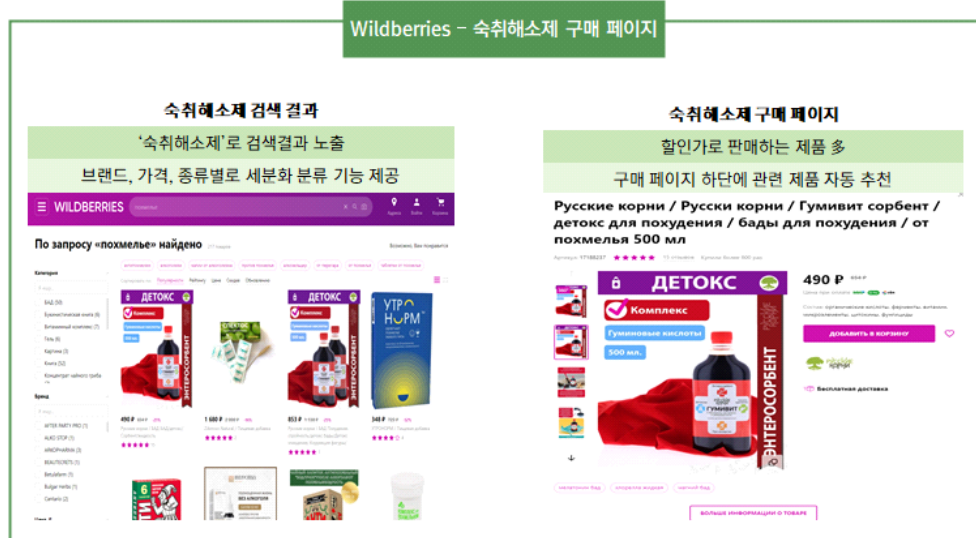
사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 와일드베리스(Wildberries)
사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	숙취해소 음료	루스키예코르니 (Russkity Kornj)	구미비트소르벤트 (Gumivit Sorbent)	러시아	490루블 (약 7,683원)	500ml	
2	숙취해소 제품	즈도로보내츄렐 (Zdorovo Natural)	스펙토스펙틴 (Spectos Pektin)	러시아	1,680루블 (약 2만 6,342원)	30캡슐	
3	숙취해소 제품	안티포멜린 (Anti Phohmelin)	우트로노름 (Utronorm)	러시아	348루블 (약 5,456원)	6개입	
4	숙취해소 제품	컨썬드 (Comsumed)	콤플렉스프리포흐멜놈 신드롬에라임 (Kompleks Pri Pokhmel'nom Sindrome Laym)	러시아	299루블 (약 4,688원)	10개입	
5	숙취해소 제품	트라비바시키리이 (Travy Bashkirii)	안티포흐멜니 (Anti Pokhmelnyy)	러시아	144루블 (약 2,257원)	20개입	
6	숙취해소 제품	안티포흐멜린 (Anti Pokhmelin)	안티포흐멜린 (Anti Pokhmelin)	러시아	119루블 (약 1,865원)	6개입	
7	숙취해소 제품	비타미르 (Vitampir)	알코데톡스 (Alkodemok)	러시아	215루블 (약 3,371원)	10캡슐	

자료: 와일드베리스(Wildberries)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

38) 조사일(2021.09.16.) 기준 와일드베리스 숙취해소제품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 러시아 발효숙취해소음료 주요 오프라인 유통채널 ① 네오팜

기업 기본 정보	기업명	네오팜(Neo Pharm)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.neopharm.ru			
	위치	모스크바(Moscow)			
	규모	매출액('20)	4억 8,524만 달러(약 5,568억 원)		
	기타 규모	• 매장 수('21): 127개			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 러시아 최대 규모 드럭스토어 체인 헬스앤뷰티(H&B)의 하이퍼마켓화 추진 모스크바 및 주요 도시에 위치 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인, 주부
		연령대	20대-60대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	09:00-21:00		
	주소	Kievskoe Hwy 23 km , Moscow, 119297		
	상권	지하철 역 근처 대형 쇼핑몰 내부 위치		
	VMD	취급 브랜드	바이에르(Bayer)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

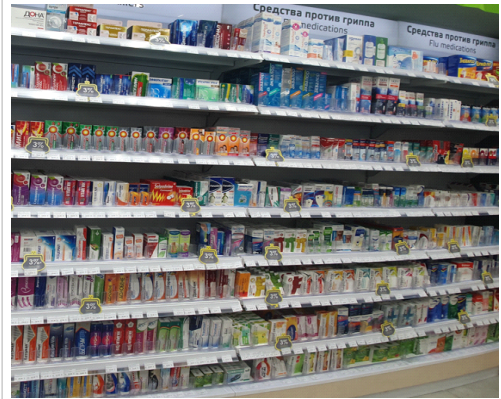
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 하단의 Feedback 클릭 - 페이지 내 Partnership Proposal 눌러 입점 지원서 작성 (https://www.neopharm.ru/feedback/partners) - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 설립연도, 매출액, 연락처) ② 제품 관련 내용 (러시아 내 유통 채널, 연간 예상 입고량) ③ 상세내용 (회사소개서, 제품 카탈로그 등 자유기재) 문의사항 연락처 - 전화번호 : +7-495-585-55-15
----------	---------------	---

자료: 네오팜(Neo Pharm)

사진 자료: 네오팜(Neo Pharm) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



매장 매대는 각종 약품들을 효능별로 카테고리화하여 진열하고 있음. 비교적 일상에서 자주 쓰이는 비타민과 숙취해소제, 감기약은 한 곳에 배치되었으며 독일의 알카-젤체르 제품이 유일한 숙취해소제 관련 제품인 것으로 나타남

입점 제품 리스트

구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
숙취해소제품	바이에르(Bayer)	알카-젤체르(Alca-Seltzer)	독일	560루블 (약 8,781원)	10캡슐	

네오팜 판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	비타민과 감기약 등의 약품이 가장 잘 팔린다
Q2. 주요 소비 고객은?	10대를 제외한 전 연령대가 주요 소비 고객이다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	포인트 적립과 할인 행사를 진행하고 있다

자료: 네오팜(Neo Pharm) 현지매장 방문조사

사진 자료: 네오팜(Neo Pharm) 현지매장 방문조사

② 오상

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.auchan.ru		
	위치	모스크바(Moscow)		
	규모	매출액('20)	약 458억 유로 ³⁹⁾ (약 61조 3,477억 원 ⁴⁰⁾)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 314개 직원 수('20): 약 32만 9,694명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 17개 국가에서 매장 운영 러시아 내 약 4만 명의 직원 보유 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓, 편의점 형태의 약 300개 이상의 매장 보유 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품, 동물 복지 인증 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 Партнерам 클릭 후 입점 문의 진행 다음 웹주소에서 공급자 행동규정, 공급 제품 품질 규정 등 자사 관련 규정 확인 및 입점 문의 가능 (https://auchan-supply.ru/for-suppliers/potential) 공급자 포탈 상단의 анкета поставщика에서 조건 및 샘플 양식 확인 가능 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지 주소 등) 공급 제품 정보 (참고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호 : +8-800-700-5-800 		

자료: 오상(Auchan)

사진 자료: 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today), 모스크바타임즈(The Moscow Times)

39) 글로벌 통합 매출

③ 페레크레스톡

기업 기본 정보	기업명	페레크레스톡(Perekrestok)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.perekrestok.ru		
	위치	모스크바(Moscow)		
	규모	매출액(*20)	약 35억 2,936만 달러(약 4조 496억 원)	
		기타 규모	• 매장 수(*20): 760개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1995년 설립 • 8,000-15,000개의 제품 종류 보유 • 러시아 내 총 131개의 도시에 매장 보유 • 최근 새로운 컨셉의 파일럿 매장 런칭 			



방문매장 정보	입점가능품목	• 면류, 건조과일, 음료류, 가공식품, 신선식품, 즉석식품, 소스류, 냉동류 등	
	선호제품	• 신선도 높은 식품, 건강식품 및 유기농 식품, 가정간편식	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - X5 Retail Group 홈페이지 상단 메뉴에서 Partners 클릭 후 Submitting your commercial offer 클릭 (www.x5.ru/ru/Pages/Partners/SubmitProposal.aspx) - 공급업체 선정 조건 확인 후 공급 계약 초안 작성 - fields obligatory for filling 클릭하여 X5 홈페이지 회원 가입 후 제출 • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 • 소요시간 2주 • 제안서 검토 후 사전에 기입한 이메일을 통해 입점 관련 피드백 회신 	
-------------	---------------------	--	--

자료: 페레크레스톡(Perekrestok)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime)

40) 1유로=1,364.60원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)


④ 마그닛

기업 기본 정보	기업명	마그닛(Magnit)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.magnit-info.ru	
	위치	크라스노다르(Krasnodar)	
	규모	매출액('20)	약 210억 달러(약 24조 954억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 약 1만 8,000개 • 직원 수('20): 약 30만 명 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 설립 • 러시아에서 가장 큰 식품 소매 체인 • 2,000여개의 지역에 19,884개의 매장 보유 • 38개의 유통 센터를 포함하는 유통 네트워크 보유 		
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건조과일, 캔디류, 음료류, 소스류, 신선식품, 수산물, 즉석식품, 냉동식품, 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 캔디류, 음료류, 소스류, 즉석식품, 냉동식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.magnit-info.ru/partners/foreign) - 첨부 문서 확인 후 해외 공급업체로부터의 제품 수입 절차 SRM 시스템을 통해 진행 (srm.tander.ru 사이트 가입 필요) - 러시아 '러시아 연방의 거래 활동 규정'에 근거하여 선정 조건 공시 및 절차 진행 - 수입품 공급자를 위한 계약서 양식 참조 - 계약 상품, 배송 조건, 제품 가격 및 총 가치, 지불조건, 포장, 품질 및 보증, 상품 수납, 요구 사항 등의 항목으로 진행 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +7-861-210-98-10 - 핫라인: +7-800-200-90-02 	

자료: 마그닛(Magnit)

사진 자료: 파이낸셜타임즈(Financial Times), 덴포스(Danfoss)

⑤ 알타비나

기업 기본 정보	기업명	알타비나(Alta Vina)	
	기업구분	주류판매점	
	홈페이지	www.altavina.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	기타 규모 • 매장 수(*21): 약 17개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년 설립 • 다양한 주류, 스낵을 판매하는 카페 • 프리미엄 제품 전문업체 • 상트페테르부르크, 모스크바 중심 매장 분포 	

방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 주류, 스낵류, 포장제품, 일반 음료 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 수입산 제품, 프리미엄 제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 상트페테르부르크 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +7-812-677-66-77 - 이메일 : vip@altavina.ru 모스크바 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +7-495-966-70-73 - 이메일: corpmos@altavina.ru
-------------	---------------------	---

자료: 알타비나(Alta Vina)

사진 자료: 알타비나(Alta Vina), 안덱스(Yandex)

⑥ 빈랩

기업 기본 정보	기업명	빈랩(Vinlab)	
	기업구분	주류판매점	
	홈페이지	www.winelab.com	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 800개 이상	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2012년 설립 • 벨루가그룹(Beluga Group) 소속 • 러시아 최대 주류판매점 • 국내 주류업체 하이트(Hite)가 입점함 	

방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 주류, 스낵류, 포장제품, 탄산 음료 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 수입산 제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일 : commercialotdel@winelab.ru
-------------	---------------------	---

자료: 빈랩(Vinlab)

사진 자료: 빈랩(Vinlab)

VI. 진입장벽

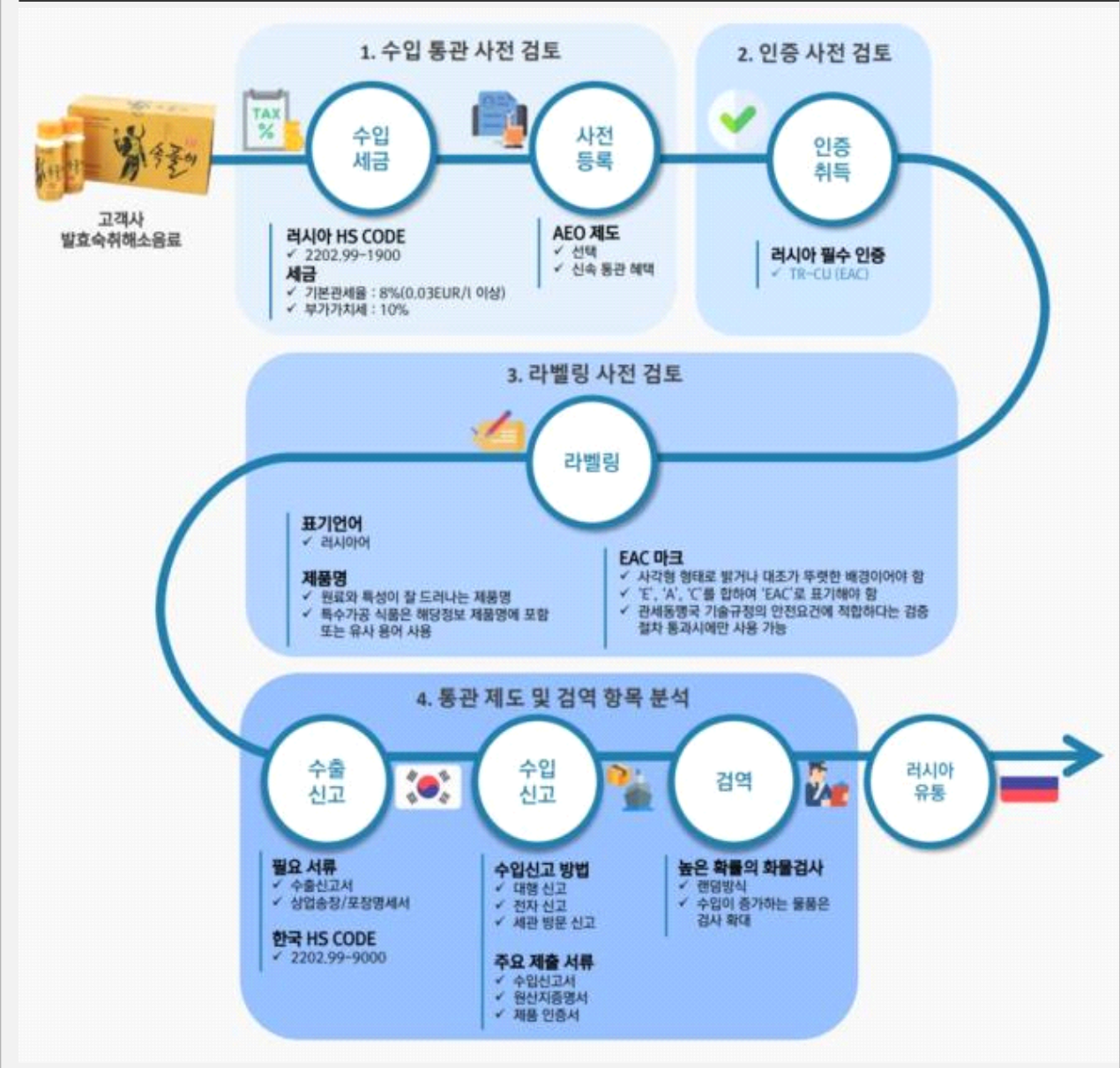
1. 러시아 발효숙취해소음료 통관 및 검역 절차
2. 러시아 발효숙취해소음료 품질 인증
3. 러시아 발효숙취해소음료 라벨링
4. 러시아 발효숙취해소음료 성분 및 유해물질

1. 러시아 발효숙취해소음료 통관 및 검역 절차⁴¹⁾

▶ 러시아 발효숙취해소음료 통관 검역 절차

러시아에 발효숙취해소음료 수출 시 통관 및 검역 절차는 하기 표와 같음. 유라시아 관세동맹 인증인 'TR-CU' 인증을 반드시 취득해야 러시아를 포함한 유라시아 경제연합(EAEU) 회원국에 식품을 수출할 수 있음. 특히, 러시아는 임의 화물검사가 비교적 높은 확률로 이루어지며 때문에 이에 대한 대비가 요구됨

[표 6.1] 러시아 발효숙취해소음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 러시아 연방세관, 유라시아 경제위원회(EEC)


41) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 러시아 발효숙취해소음료 품질 인증

▶ 러시아 발효숙취해소음료, ‘EAC 인증’ 필수

TR-CU(EAC) 인증은 러시아를 포함한 유라시아 경제연합(EAEU) 국가에 식품 유통 시 공통으로 요구되는 인증임. TR-CU 인증은 현지 법인 또는 대리인이 각국의 인증기관을 통하여 신청할 수 있음. 러시아에서 TR-CU 인증을 취득할 현지 법인이 없는 경우, 한국 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음. 식품은 적합성 선언(DoC, Declaration of Conformity)을 통해 인증을 취득할 수 있음

[표 6.2] 러시아 발효숙취해소음료 인증 취득 정보

		취득 정보	
		개요	기관
TR-CU (EAC) 	개요	<ul style="list-style-type: none"> 유라시아 경제연합에서 발효한 통합 인증제도 TR-CU 인증서는 통합목록에 해당하는 제품에 대하여 유라시아 경제연합 5개 회원국 내에서 자유롭게 사용되는 인증서임 	<ul style="list-style-type: none"> 유라시아 경제연합 집행위원회 지정 인증기관
	절차	<ul style="list-style-type: none"> 인증기관으로 신청서 제출 신청서 검토 신청서에 대한 적합성 검토 진행 제품 분류 확정 및 표본 수취 제출된 서류를 바탕으로 제품의 유형 분류 서류 심사 및 제품 테스트 진행 제조 공장 조사 규정에 따라 공장 조사를 진행하도록 정해진 품목에 대하여 조사 진행 인증서 발행 사후관리 진행 	
	필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> 제품 설명 서류 제품의 보관과 운반에 관한 정보 기타 제품과 관련된 모든 정보 제조 공정에 관한 자세한 정보 HACCP 기준에 부합한다는 서류 라벨 정보 시험 성적서 기타 기관이 요구하는 서류 서류는 러시아어로 작성 	
	한국 인증기관	<ul style="list-style-type: none"> 한국화학융합시험연구원, 한국산업기술시험원, 한국 SGS, 세르콘스 한국지사(Sercons) 	

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), 농림축산식품부, aT 한국농수산물유통공사

3. 러시아 발효숙취해소음료 라벨링

[표 6.3] 러시아 발효숙취해소음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의 원료와 관계가 있고, 식품의 특성이 명확히 드러나 다른 식품과 구별될 수 있어야 함 • 특수가공(훈제, 절임, 분쇄, 동결건조 등)한 식품의 경우 소비자가 혼동하지 않도록 해당 정보를 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용해야 함 • 식품에 향미증진제가 포함된 경우 ‘~맛(with the flavor of)’, ‘~향(with the aroma of)’과 같이 표기하여 향미증진제가 포함된 사실을 표시해야 함
	2. 식품 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 성분 기재 시 질량의 비율에 따라 가장 많은 양부터 순서대로 기재해야 함 • 식품첨가물이 식품에 함유된 경우 그 기능(산도 조절, 유화제 등)과 명칭을 기재해야 함 • 복합성분이 포함되었을 경우, 모든 성분을 괄호 안에 추가로 기재해야 함. 단, 복합성분이 2% 이하일 경우, 식품첨가물, 향미증진제, 생물학적 활성 첨가물, 약초, GMO 원료에서 나온 의약품 식물 성분, 생물 활성 물질 및 식품첨가물의 성분을 제외하고는 기재하지 않아도 됨 • 알레르기를 유발하는 성분 정보를 표기할 필요는 없지만, 아스파탐이 포함된 경우 ‘페닐알라닌의 원료가 포함되어 있다’라고 표기해야 함 • 염료를 함유한 식품의 경우 경고 라벨을 부착해야 함 • 단일 성분으로 구성된 식품은 성분 목록을 표기할 필요 없음
	3. 식품 용량	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 용량은 용량(밀리리터, 센티미터, 리터), 중량(그램, 킬로그램) 또는 개수 단위로 표기하며, 약어로 표기 가능함 • 달걀, 과일, 채소 등 개수 단위로 판매되는 제품은 용량을 표기할 필요 없음 • 액체는 질량을 명시해야 함 • 점성, 끈적임이 있는 반죽은 부피 또는 질량을 명시해야 함 • 고체 및 고체와 액체 혼합물일 경우 질량을 명시해야 함 • 두 가지 값을 동시 사용 가능함 • 분명히 규정되지 않은 수를 명시하는 것은 불가함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

[표 6.3] 러시아 발효숙취해소음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 반드시 러시아어로 표기해야 함
	5. 제조 일자	<ul style="list-style-type: none"> • 제조 일자와 유통기한은 함께 표기되어야 함 • 제조 일자는 생산 일자(Production date) 또는 비슷한 단어로 대체 가능함
	6. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한이 72시간 미만일 때: 시간, 일, 월 • 유통기한이 3개월 미만일 때: 일, 월, 연도 • 유통기한이 3개월 이상일 때: 일, 월, 연도 또는 월, 연도 • 유통기한은 'best before', 'Pass', 'best before end' 또는 유사한 단어로 대체 가능함
	7. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건을 표기해야 하며, 필요에 따라 사용설명서를 제공해야 함
	8. 제조자/수입자	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체의 공식 상호와 주소를 기재해야 하며, 제3국에서 제공되는 식품일 경우 수입업체의 상호와 주소 역시 기재해야 함
	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄량의 정보를 표기해야 함 • 관세동맹의 품목별 규정에서 별도 규제가 없을 시에는 향미증진제, 껌, 커피, 천연 미네랄 워터, 병 포장 생수, 식품첨가물, 산성 농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등은 표기하지 않아도 됨 • 식품 영양값은 100g, 100mL 또는 1인분 기준으로 표기해야 함
	10. EAC 마크	<ul style="list-style-type: none"> • 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 'E', 'A', 'C'를 합하여 'EAC'으로 표기해야 함 • 유라시아 적합성을 의미함 • 제품이 관세 동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차를 통과한 경우에만 사용 가능함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

▶ 러시아 발효숙취해소음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[옆면 라벨링]
[앞면 - 러시아어]	[앞면 - 국문]	
<p>① Алька-зельтцер</p> <p>② Ацетидсалициловая кислота + [Лимонная кислота + Натрия гидрокарбонат]</p> <p>③ 324mg +965mg + 1625mg</p> <p>④ Лечение головной боли (В.Т.Ч. После потребления алкоголя)</p> <p>⑤ 10 таблеток шипучих</p> <p>⑥ с лимонным вкусом</p>	<p>① 알카 쉐처</p> <p>② 아세틸살리실산 + [구연산 + 탄산수소나트륨]</p> <p>③ 324mg + 965mg + 1625mg</p> <p>④ 두통 치료 (음주 후 포함)</p> <p>⑤ 발포성 정제 10개</p> <p>⑥ 레몬맛</p>	
[뒷면 - 러시아어]	[뒷면 - 국문]	
<p>① В 1 таблетке содержится действующие вещества - Ацетилсалициловая кислота 324mg</p>	<p>① 1정에 포함된 활성 성분 - 아세틸살리실산 324mg</p>	

- Натрия гидрокарбонат высушенный (87.5% натрия гидрокарбоната, 12,5% натрия карбоната) 1625 мг

- лимонная кислота 965 мг

- Таблетка в качестве вспомогательного вещества содержит натрия бензоат.

- 1 таблетка содержит 477мг натрия.

② для приема внутрь

③ ПОКАЗАНИЯ К ПРИМЕНЕНИЮ

- Симптоматическое лечение болевого синдрома слабой и умеренной выраженности

- головной боли (В.Т.Ч. После потребления алкоголя),зубной боли , боли в спине и мышцах, боли в суставах, боли при менструации.

- Повышенная температура тела при простудных и других инфекци онно-воспалительных заболеваниях (у взрослых и детей старше 15 лет)

- 건조 탄산수소나트륨 (탄산수소나트륨 87.5%, 탄산나트륨 12.5%) 1625mg

- 구연산 965mg

- 정제에는 첨가제로 안식향산나트륨이 포함되어 있습니다.

- 1정에는 477mg의 나트륨이 포함되어 있습니다.

② 경구 투여용

③ 사용 지침

- 경도에서 중간 정도까지의 통증 증상 치료

- 두통(음주 후 포함), 치통, 등 및 근육통, 관절통, 월경 중 통증

- 감기 또는 기타 감염성 및 염증성 질환으로 인한 체온 상승(성인 및 15세 이상의 어린이)

4. 러시아 발효숙취해소음료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

러시아의 규정은 식품첨가물, 식품첨가물 향료, 가공보조제 안전규정인 ‘관세동맹 기술규정 TR-CU 029/2012’에 따라 시행되며, 이 규정은 사용 가능한 첨가물과 허용 한도, 사용 불가능한 첨가물 등을 규제함. 식품에 사용된 식품첨가물, 향료, 가공보조제 등이 해당 규정에 부합해야만 EAC 마크를 부착할 수 있으며, 제품을 러시아 식품 시장에 유통할 수 있음. 하기 표는 발효음료류 및 기타음료에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준을 분석한 결과 중 일부임. 자세한 규정 및 기준은 KATI 농식품수출정보 홈페이지 또는 앞서 언급한 관세동맹 기술규정에서 확인할 수 있음

[표 6.4] 고객사 발효숙취해소음료에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	식품첨가물명	영문명	기준	식품 유형
1	다이아세틴 (글리세린 다이아세테이트)	Diacetin (Glyceryl diacetate)	TD 기준 ⁴²⁾	발효음료류 및 기타음료
2	프로필렌 글리콜	Propylene glycol		
3	폴리에틸렌 글리콜	Polyethylene glycol	1g/kg	발효음료류
4	트라이에틸 시틀산염	Triethyl citrate	3g/kg	
5	에리스리톨	Erythritol	TI 기준 ⁴³⁾	기타음료
6	아이소말트	Isomalt		
7	락티톨	Lactitol		
8	만니톨	Mannitol		
9	소르비톨	Sorbitol		
10	자일리톨	Xylitol		

자료: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

42) 해당 식품첨가물의 사용기준을 제조업체의 기술 사양을 따른다는 의미로 제조업체에서 정한 식품첨가물, 향신료, 가공보조제 규정 등의 사용기준을 포함하며, 기술 효과를 이루는데 필요한 양을 초과하지 않아야 한다는 의미임

43) 관세동맹 기술규정 TR-CU 029/2012의 부록 N12, 부록 N13과 부록 15 노트 참조

▶ 유해물질

러시아는 ‘식품의 안전 및 영양 규정’에서 식품의 유해물질 잔류기준을 규정하고 있음. 러시아로 수입되는 식품은 사전에 단일 위생규정에 따라 평가되며, 식품의 안전성을 입증하는 제조업체의 문서가 첨부되어야 함. 하기 표는 고객사 발효숙취해소음료에 적용되는 러시아 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 자세한 러시아 유해물질 기준 및 규정은 식품의약품안전처 또는 앞서 언급한 규정에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 발효숙취해소음료에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	기준(mg/kg당)	식품 유형
1	납	0.300	발효음료
2	비소	0.100	
3	카드뮴	0.030	
4	수은	0.005	
5	납	0.200	곡물, 콩과 식물 및 기타 작물의 씨앗에서 추출한 단백질 제품 (발효 음료를 포함한 음료)
6	비소	0.200	
7	카드뮴	0.100	
8	수은	0.030	
9	아플라톡신 B1	0.005	

자료: 식품의약품안전처, 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ **잔류농약**

러시아는 식품에 사용된 잔류농약에 대해 최대 잔류 허용 기준을 규정하고 있음. 규정에 포함된 농약 성분이 허용 기준을 넘어서면 해당 농약 성분을 함유한 식품은 러시아 내에서 유통될 수 없음. 하기 표는 발효음료에 적용되는 러시아 잔류농약 기준임. 자세한 러시아 잔류농약 규정 및 기준은 식품의약품안전처 홈페이지 또는 유라시아 경제위원회(EEC)의 결정(Decision) No. 149 ‘2010년 5월 28일 관세동맹 위원회 결정 No. 299에 대한 개정’에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 발효음료에 적용되는 잔류농약 기준

순번	농약명	기준(mg/kg)	식품 유형
1	헥사클로로시클로헥산	0.10	
2	헥사클로로시클로헥산 알파-, 베타-, 감마- 이성질체	0.01	발효음료
3	DDT와 그 대사산물 수은 유기 농약	허용되지 않음	

자료: 식품의약품안전처

▶ 알레르겐

러시아는 아스파탐 및 아스파탐-아세실팜염에 대한 정보를 제외하고, 기타 알레르기 특성에 대한 정보는 식품 라벨에 표시할 필요가 없음. 다만, 아스파탐을 포함하는 경우에는 식품 제조 시 구성을 표시한 후 ‘페닌알라닌 공급원을 함유함’이라는 문구를 표기해야 함. 또한, 곡류 성분을 함유한 식품의 경우 글루텐을 함유한 곡류 성분을 사용하지 않았거나 글루텐을 제거한 경우에는 제품의 구성 성분을 표시한 후 ‘글루텐을 함유하지 않음’이라고 표기 가능함. 고객사 발효숙취해소음료에는 러시아에서 식품 유통 시 라벨에 반드시 표기해야 하는 성분은 포함되지 않는 것으로 확인됨. 하기 표는 유라시아 기술동맹에서 규정하는 알레르겐 표시 성분 목록임

[표 6.7] 러시아 알레르겐 표시 성분

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	아스파탐과 아스파탐-아세실팜염	9	권장	우유
2	권장	땅콩	10	권장	견과류
3	권장	겨자	11	권장	갑각류
4	권장	이산화황, 황산염(kg 혹은 L당 10mg 이상인 경우)	12	권장	어류(비타민 및 카로티노이드에 함유된 어류 젤라틴 제외)
5	권장	글루텐 및 글루텐을 함유한 곡물	13	권장	셀러리
6	권장	깨	14	권장	콩
7	권장	루핀	15	권장	달걀
8	권장	조개류			

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 프로텍(Протек)

Interview ② 스베르예압테카(Сбер Еаптека)

Interview ③ 팔마니(Farmani)

Interview ① 프로텍(Протек)

44)

프로텍
(Протек)

유통업체

담당자 정보

Manager

프로텍(Протек)
Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프로텍은 1992년에 설립된 제약회사로, 모스크바에 본사를 두고 있습니다. 주로 건강 보조식품, 비타민, 의약품 등을 취급하고 있으며, 오프라인으로는 리글라(Ригла), 부즈도로브(БудьЗдоров), 지비카(Живика) 등의 자회사 체인으로 유통하고 있으며 자사 온라인 쇼핑몰에서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 러시아에서 주로 사용하는 숙취해소 방법은 무엇인가요?

러시아에서 숙취를 해소하는 방법으로는 크게 두 가지가 있습니다. 첫 번째는 음주 시, 피클 등의 사이드 음식을 먹거나 술에 콜라나 탄산수 등을 섞어 마시면서 숙취를 예방하는 방법입니다. 두 번째로는 음주 후 비타민C, 젖산(Lactic), 석산산(Succinic acid)이 다량 함유된 시트러스류 과일이나 사워크라우트(Sauerkraut)를 먹는 것입니다. 또한, 레몬을 넣은 녹차를 마시기도 합니다.

Q. 최근 러시아 내 숙취해소 트렌드는 무엇인가요?

러시아 내 장·노년층 소비자들의 경우, 주로 전통적인 방법으로 숙취를 해소하는 편입니다. 그러나, 최근 젊은 세대들과 중년층은 식이요법 등의 전통 방법보다는 주로 약을 통해 숙취를 해소하고 있습니다.

Q. 러시아 내 인기 있는 숙취해소 제품은 무엇인가요?

러시아에서 가장 인기 있는 숙취해소제는 정(Tablet)이나 캡슐 형태이며 이에 비해 숙취해소음료는 잘 알려져 있지 않습니다. 가장 유명한 제품은 알카셀처(Alka-Seltzer)로, 러시아 내 거의 모든 약국에서 판매하고 있으며 가격은 약 2달러(한화 약 2,290원⁴⁵⁾입니다. 또한, 조렉스(Зорекс)나 알카프림(Alkaprim) 제품도 인기 있는데, 모두 정 형태의 제품이며 가격은 2-2.5달러(한화 약 2,290-2,870원)입니다.

44) 사진자료: 프로텍(Протек) 홈페이지

45) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 숙취해소에 탁월한 허브 성분이 함유된 고객사 제품이 시장성이 있을까요?

러시아 소비자들은 자연 성분으로 만들어진 의약품을 선호합니다. 이는 홍보나 마케팅에 도움이 되지만, 인증 여부가 매우 중요합니다. 고객사 제품을 보조제나 의약품으로 포지셔닝하여 판매하려 한다면, 반드시 관련 인증을 받아야 합니다.

Q. 고객사 제품의 가격과 용량이 러시아에서 판매되기에 적절한가요?

현재 러시아에서 판매되고 있는 건강음료의 평균 용량은 100ml이며, 고객사 제품의 용량인 120ml도 괜찮습니다. 그러나 가격의 경우, 3,000~3,500원이 소매가라면 러시아에서 판매되고 있는 현지 제품과 경쟁이 불가능할 정도로 높은 가격입니다. 시중에 판매되고 있는 숙취해소 정 제품의 가격은 약 2달러(한화 약 2,290원) 정도입니다.

Q. 러시아로 고객사 제품 수출 시, 수요는 어떨까요?

저희 업체에서는 다양한 브랜드의 의약품, 화장품, 비타민, 보조제 등을 판매하고 있습니다. 제품의 수요는 브랜드 인지도, 가격 등 수많은 요인에 따라 달라지기 때문에 고객사 제품의 수요를 예상하기 어렵습니다. 만약 러시아 수출이 처음이고 브랜드 인지도가 낮다면, 수요가 제한적일 것으로 보입니다.

Interview ② 스베르예아테카(Сбер Еаптека)

46)

스베르예아테카
(Сбер Еаптека)
유통업체
담당자 정보
Wholesale Manager



스베르예아테카(Сбер Еаптека) Wholesale Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

스베르예아테카는 2000년에 모스크바에서 설립된 헬스앤뷰티(H&B) 전문 온라인 쇼핑몰로 의약품, 건강식품, 뷰티제품 등을 취급하고 있습니다. 19개의 브랜드와 파트너십을 맺고 있으며 총 7,000여 개 이상의 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 러시아에서 주로 사용하는 숙취해소 방법은 무엇인가요?

러시아 내 대부분의 장·노년층 소비자들은 전통적인 방법을 선호하며 꿀을 넣은 녹차, 양배추 절임, 요거트 등으로 숙취를 해소합니다. 이 외 아스피린(Aspirin)을 먹는 것이 가장 유명한 숙취해소 방법이고 숙취해소용은 아니지만 위장에 효과가 있는 리넥스(Linex)를 먹기도 합니다.

Q. 러시아 내 인기 있는 숙취해소 제품은 무엇인가요?

러시아 내 숙취해소 제품 중에서는 안티포흐메린(Антипохмелин)이 가장 인기 있습니다. 해당 제품은 보조제로 취급되어 의사 처방 없이도 쉽게 구매할 수 있습니다. 또한, 물에 타서 먹는 알카프림(Alkaprim)도 인기 있습니다. 러시아에서는 숙취해소제가 음료 형태보다는 주로 정이나 캡슐로 되어있습니다. 또한, 한국 제품 중에서는 모닝케어의 캡슐 제품이 판매되고 있습니다.

Q. 러시아 내 숙취해소 제품의 수요는 어떤가요?

최근 2년간 러시아 현지 숙취해소 제품의 수요가 전년보다 두 배 이상 증가했습니다. 또한 알카프림(Alkaprim), 조렉스(Зорекс), 알카셀처(Alka-Seltzer) 제품의 수요도 증가하고 있는 추세입니다. 그러나, 고객사 제품의 경우 수입 제품이고 수요가 계속 유동적이기 때문에 수요를 예측하기는 어렵습니다.

46) 사진자료: 스베르예아테카(Сбер Еаптека) 홈페이지

Q. 고객사 제품의 가격과 용량이 러시아에서 판매되기에 적절한가요?

한국 숙취해소음료인 A사 제품의 경우, 온라인에서 판매되고 있으며 소매가 100ml에 200루블(약 2.75달러, 한화 약 3,140원⁴⁷⁾)입니다. 고객사 제품의 소매가가 3달러(한화 약 3,440원) 정도라면 적절한 가격이나, 소매가가 아닌 FOB 가격일 경우 가격이 매우 높은 편입니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품은 아시안 마트나 전통 의학 전문 매장으로 유통하는 것이 더 좋습니다. 약국 체인이나 온라인 약국으로 유통할 경우, 고객사 및 해당 제품에 대한 소비자들의 인지도가 낮다면 수요 역시 낮을 것으로 예상됩니다. 러시아 현지 의약품 유통업체를 통해 판매를 진행할 경우, 고객사 제품의 가격이 높은 편이기 때문에 수요를 장담하기 어렵습니다.

47) 1루블=15.68원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Interview ③ 팔마니(Farmani)

48)

● 팔마니
(Farmani)

유통업체

담당자 정보

Manager



팔마니(Farmani) Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

팔마니는 2006년에 설립된 약국 체인입니다. 러시아 내 11개의 주요 도시에 자사 직영 매장을 운영하고 있으며 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 의약품, 식이보충제, 화장품, 허브, 건강식품 등입니다.

Q. 러시아에서 주로 사용하는 숙취해소 방법은 무엇인가요?

러시아에서는 개개인마다 다양한 방법으로 숙취를 해소하는데, 숙취해소제를 먹는 소비자들도 있고 전통적인 방법을 사용하는 사람들도 있습니다. 또한, 위장 쓰림에 효과가 있는 제품인 리넥스(Linex), 노슈파(Но-шпа), 에센셜포르테(Эссенциале форте)를 먹기도 합니다.

Q. 러시아 내 인기 있는 숙취해소 제품은 무엇인가요?

러시아에서 숙취해소제로 가장 많이 사용되고 효과적인 방법은 아스피린(Aspirin)을 복용하는 것입니다. 또한, 독소제거에 효과가 있다고 알려져 있는 활성탄(Absorbent coal)을 섭취하기도 합니다. 그러나 최근 숙취해소 전용 제품이 새로이 출시되고 있습니다. 그 중 가장 유명한 제품은 안티포흐메린(Антипохмелин)입니다. 해당 제품은 약 60루블(한화 약 940원)로 가격이 매우 저렴합니다. 또한, 알카셀처(Alka-Seltzer) 제품도 인기 있으며, 가격은 200루블(한화 약 3,140원) 정도입니다.

Q. 숙취해소에 탁월한 허브 성분이 함유된 고객사 제품이 시장성이 있을까요?

러시아 소비자들은 전통 의학이나 자연 성분으로 만들어진 약을 선호합니다. 저희 업체에서도 숙취해소제와 위장에 좋은 인삼제품을 판매하고 있습니다. 그러나 이 해당 제품들은 전부 정이나 캡슐이며, 음료 제품은 거의 없습니다.

Q. 고객사 제품의 가격과 용량이 러시아에서 판매되기에 적절한가요?

러시아 내 숙취해소제의 경우 평균 300루블(한화 약 4,700원) 이하이며 4달러(한화 약 4,590원)를 넘지 않습니다. 그리고 대부분 음료보다는 정 형태입니다. 고객사 제품의 120ml 용량은 적절하나 가격은 높은 편입니다. 러시아 시중에는 더 저렴한 제품이 많이 판매되고 있습니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

수입 제품의 경우, 공식 유통업체를 두는 것이 좋을 것 같습니다. 현지 유통업체가 제품 마케팅이나 포지셔닝 등 유통 및 판매에 다방면으로 도움을 줄 수 있습니다. 그리고 러시아 소비자들은 자연 유래 성분이나 유기농 성분으로 만들어진 제품을 선호하며 러시아에서 일부 숙취해소음료는 의약품보다는 보조제로 여겨지고 있습니다.

<p>러시아(Russia) 숙취해소음료 인터뷰 대상 선정</p> <p>인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○</p>	<p>프로텍 (Протек)</p> <p>업체 ▶ 유통업체</p> <p>숙취 해소제 ▶ 취급</p>  <p>숙취해소음료</p>	<p>스베르예аптека (Сбер Аптека)</p> <p>유통업체</p>  <p>숙취해소제</p>	<p>팔마니 (Farmani)</p> <p>유통업체</p>  <p>숙취해소제</p>
<p>사진 자료: 프로텍, 스베르예аптека, 팔마니 제품 판매 페이지</p>			

<p>러시아(Russia) 숙취해소음료 유통업체 인터뷰 요약</p>			
고객사	현지 인기 숙취해소 방법	제품 피드백	유통채널
<p>프로텍 (Протек)</p> <p>유통업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> 장노년층 - 전통적인 방법으로 숙취해소 젊은 세대 - 숙취해소제 복용 숙취해소 음료보다는 정이나 캡슐 인기 자연 유래 성분 선호 	<ul style="list-style-type: none"> 인증이 중요 용량은 적절함 가격은 매우 높음 	(-)
<p>스베르예аптека (Сбер Аптека)</p> <p>유통업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> 아스피린이 가장 유명함 숙취해소 음료보다는 정이나 캡슐 제품이 다 숙취해소제 수요 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 소매가라면 적절함 FOB 가격일 경우 매우 높은 편 	<ul style="list-style-type: none"> 아시아인 마트나 전통의학 전문 매장으로 유통 추천
<p>팔마니 (Farmani)</p> <p>유통업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> 아스피린이 가장 많이 사용됨 최근 숙취해소 전용 제품이 다수 출시되고 있음 자연 유래 성분과 유기농 선호 정이나 캡슐 제품이 다 	<ul style="list-style-type: none"> 용량은 적절함 가격은 높은 편 	<ul style="list-style-type: none"> 공식 유통업체와 함께 하는 것을 추천 러시아에서 숙취해소 음료는 의약품보다는 보조제로 여겨짐
<p>(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체 인터뷰 3개사</p>			

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요 러시아 강장제, 향후 5년 연평균 9% 하락세 전망



유로모니터 내 '숙취해소제' 카테고리는 별도로 존재하지 않아, 가장 유사한 제품인 '강장제'의 시장규모를 조사함. 상위 시장인 '비타민 및 건강보조식품'은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 3%씩 성장할 것으로 예상되는 반면, 러시아 '강장제' 시장은 동기간 연평균 9%의 감소세가 예상됨

러시아 내 숙취해소제의 인지도는 아직까지는 낮으며, 알약 형태의 숙취해소제를 음주 후 섭취하거나, 아스피린, 알카제스터 등의 진통제를 복용하는 것으로 알려짐. 이 외에도 피클, 녹차, 과일 등의 전통적인 방법을 통해 숙취를 해소하는 것으로 알려짐. 실제 현지 판매 제품 확인 결과, 러시아 대형 온라인 채널인 오존과 오케이도스타브카 내 숙취해소제는 매우 적은 편이었으며, 그중에서도 대부분이 캡슐 형태였음

소비 특징

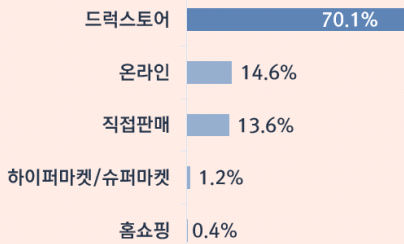


러시아 숙취해소제 홍보문구 키워드

러시아 온라인 쇼핑물 내 '숙취', '숙취해소음료', '진통제' 검색 시 도출되는 데이터를 분석함. 실제 판매 중인 것으로 확인된 숙취해소제는 13개에 불과했으며, 그중에서도 9개는 캡슐 제품으로, 고객사 제품과 유사한 숙취해소음료는 매우 적었음. 실제 수입유통업체 인터뷰 결과, 러시아 젊은 층은 숙취해소를 위해 아스피린같은 진통제나 알카셀처, 안티포흐메린 같은 캡슐 및 정(Tablet) 형태의 숙취해소제를 주로 섭취하며, 장·노년층은 녹차, 요거트 등의 전통적인 음식으로 숙취를 해소함

또한 홍보문구 관련 키워드를 통해, 숙취해소제의 '두통 완화'와 '간 기능' 효능에 대한 관심이 높은 것을 알 수 있음. 한국과는 달리 '메스꺼움'과 숙취와의 연관성은 낮은 것으로 확인됨

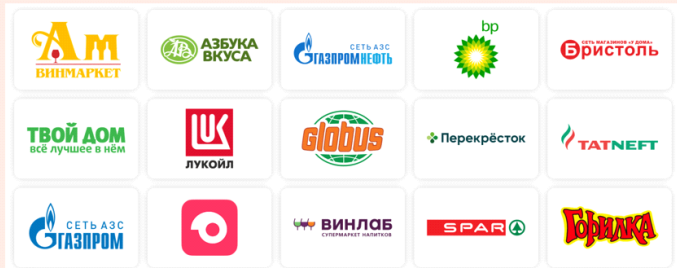
유통채널



러시아 숙취해소제 유통채널 점유율

러시아 '비타민과 건강보조식품' 카테고리의 유통채널 점유율 확인 결과, 드럭스토어 점유율이 약 70%로 한국 대비 세 배 이상 높게 나타남. 다음으로 온라인, 직접판매가 10% 이상, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 약 1%의 점유율을 보임. 오프라인 드럭스토어 방문 결과 독일산 알카셀처 숙취해소제가 유일하게 판매 중이었으며, 온라인 대형 채널인 오존과 와일드베리스 내에는 러시아산 캡슐, 정(Tablet) 숙취해소제가 대다수임

러시아 진출 한국 제품 모닝케어의 경우, 러시아 전역 식품 소매 채널과 드럭스토어, 온라인 드럭스토어, 주유소 매점 등을 통해 유통하고 있는 것으로 확인되어 벤치마킹할 필요가 있음



모닝케어 진출 채널, 출처: 러시아 모닝케어 홈페이지(morningcare.ru)





수출 확대 전략 다양한 건강 기능과 성분에 대한 홍보 필요

Point01 생소한 음료 제형 숙취해소제 보완 필요 러시아 소비자들이 주로 캡슐 및 정 형태의 숙취해소제를 섭취하는 것은 응용 편리성 뿐만 아니라 숙취해소음료 특유의 맛에 대한 거부감이 작용할 것으로 예상됨. 러시아 소비자들의 천연 성분에 대한 선호도는 높은 것으로 확인되었으나, 동양적인 성분의 맛에 대한 거부감이 있을 수 있음. 모닝케어도 마찬가지로 자사 홈페이지 내 ‘멀티프루츠’, ‘즐거운 맛’ 등의 키워드를 사용해 이를 보완했으며, ‘심황 뿌리’, ‘밀크씨슬’, ‘다시마’, ‘과라나’ 등의 천연 성분을 강조하였음. 고객사 제품 또한 제품 현지화가 가능할 시 현지 소비자가 선호하는 성분 및 과일 등의 성분을 첨가하여 향과 맛을 보완하는 것을 추천함



러시아 진출한 한국산 숙취해소음료

Point02 고객사 제품의 뛰어난 효능 홍보방안 필요 기존 알약 형태의 의약품 및 숙취해소제와의 차별화를 위해서는 고객사 제품의 숙취해소 외 다양한 효능에 대한 홍보가 적극 필요할 것으로 예상됨. 특히 러시아 소비자들의 간 손상에 대한 관심이 높을 것으로 예상되어, 뛰어난 간 손상 예방 효능을 중심으로 홍보하며, 이 외에도 체중감소방지, 지방축적 예방 등의 다양한 효능을 홍보할 방안을 찾아야 함. 이를 통해, 일시적인 증상 완화 용도가 아닌 ‘숙취해소음료+건강보조제’로 포지셔닝 한다면 제품 차별화가 가능할 것으로 예상됨. 특히 젊은 층 및 중년층이 숙취해소제의 주요 타깃층으로 보이며, 타깃층에 맞는 SNS 및 바이럴마케팅을 적극 활용할 필요가 있음. 브콘탁테(Vk.com), 메일랏루(Mail.ru)의 마이타겟(My Tartget) 등 다양한 온라인 광고를 추천함. 모닝케어 또한 페이스북과 브콘탁테 계정 및 홍보용 웹페이지를 보유한 것으로 나타남



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Consumer Health in Russia」, 2020.11
2. 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Russia Country Report」, 2021.02
4. 알티뉴스(www.rt.com), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing in Russia Country Report」, 2021.02
6. 산업통상자원부 「신북방 유라시아경제연합(EAEU)과 기술규제 협력 다짐돌 마련」 2020.09 (www.motie.go.kr)
7. 유라시아 관세동맹(Eurasian Economic Union), 「TR-CU 029/2012 Safety requirements of food additives, flavourings and processing aids」, 2012
8. 유라시아 관세동맹(Eurasian Economic Union), 「TR-CU 022/2011 Food Products Labeling」, 2011

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 오존(Ozon) (ozon.ru)
5. 오케이도스타브카(Okeydostavka) (okeydostavka.ru)
6. 로이터(Reuters) (www.reuters.com)
7. 크리스피뉴스(Crispynews) (www.crispynews.com)
8. 이엠에스매거진(EMS Magazine) (www.emsmagazine.com)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 센서타워 (Sensortower) (www.sensortower.com)
11. 와일드베리스(Wildberries) (www.wildberries.ru)
12. 오상(Ашaн) (www.auchan.ru)
13. 글로버스 (Globus) (www.globus.ru)
14. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) (www.russiabusinesstoday.com)
15. 모스크바타임즈(The Moscow Times) (www.themoscowtimes.com)
16. 페렉레스토크(Perekrestok) (www.perekrestok.ru)
17. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
18. 파이낸셜타임즈(Financial Times) (www.ft.com)
19. 댄포스(Danfoss) (www.danfoss.com)
20. 마그닛(Magnit) (www.magnit-info.ru)
21. 네오팜(Neo Pharm) (www.neopharm.ru)
22. 알타비나(Alta Vina) (www.altavina.ru)
23. 빈랩(Vinlab) (www.winelab.com)
24. 얀덱스(Yandex) (www.yandex.ru)
25. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
26. 유라시아 경제위원회(EEC) 홈페이지 (www.eurasiancommission.org)
27. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fsis.usda.gov)
28. 러시아 연방세관 홈페이지 (www.customs.ru)
23. 통합무역 정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
24. 식품의약품안전처 홈페이지 (www.mfds.go.kr/index.do)
25. 프로텍(Протек) (www.protek-group.ru)
26. 스페르예apteka(Сбер Аптека) (www.eapteka.ru)
27. 팔마니(Farmani) (www.farmani.ru)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.01

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea