



No. 2022-188  
품목 착즙 주스(Squeezed juicee)  
HS CODE 2009.90  
국가 중국(China)



# C.O.N.T.E.N.T.S

## I

### 경쟁제품

3

1. 중국 착즙 주스 경쟁제품 선정
2. 중국 착즙 주스 조사지표 선정
3. 중국 착즙 주스 현지조사 결과

## II

### 경쟁사

32

1. 중국 착즙 주스 경쟁사 분석

## III

### 경쟁력 파악

36

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

## IV

### 시사점

43

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



# 01

## 중국 착즙 주스 경쟁제품 선정

### 지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 착즙과 분쇄 두 가지 제조방법으로 혼용 생산되며, 맛과 목 넘김이 좋은 천연 주스임

**(원료)** 비트, 당근, 양구 사과 등

**(맛)** 당근, 비트 및 양구 사과가 혼합된 맛

**(용량 및 가격)** 1팩 기준 185ml, 희망 소비자가격은 4,000원으로, ml당 약 22원

**(패키징)** 100% 제주 비트로 제조된 냉압착 주스(Cold Pressed)를 강조하는 키워드를 사용함. 깔끔한 하얀색 톤의 라벨링에 황금색으로 포인트를 줌

**(기능성)** 비가열 제품으로 신선함과 영양소 보존율을 높였으며, 멀티 비타민이 함유돼 있음

제품명	착즙 주스		
이미지			
제품 유형	abc 주스	희망 소비자가격	4,000원
용량	185ml	포장 형태 및 재질	플라스틱 병
주요 성분	비트, 당근, 양구 사과 등	특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 착즙과 분쇄 방법으로 혼용 생산</li> <li>· 맛과 목 넘김이 우수한 100% 영양 보존 천연 주스</li> <li>· 멀티 비타민 첨가</li> </ul>

## 경쟁력 분석 프로세스



### 단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



### 단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



### 단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
  - 지원 기업 사전신청서 분석
  - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



### 단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

## 주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

지원 기업의 품목은 Euromonitor 분류상 NFC 100% 주스(Not from Concentrate 100% Juice)로 분류할 수 있음

- 지원 기업 제품은 과채류로 구성된 100% 착즙 주스이므로, 과채류 원료 그대로를 착즙한 원액 주스를 의미함
- NFC 100% 주스 시장의 업체별 점유율 통계 자료가 없어 상위 시장인 100% 주스 시장의 통계 자료를 활용함

100% 주스 시장의 업체별 점유율은 Beijing Huiyuan이 2022년 시장 점유율 44.9%를 차지하여 1위를 기록함

- Beijing Huiyuan Beverage & Food Group Corp(北京汇源饮料食品集团)은 1992년에 설립된 음료 회사로, '생과일(纯果实)'을 핵심 상품으로 내세워 브랜드 파워를 확장해 왔음
- 당사는 100여 개 이상의 무공해 A급 친환경 과일 생산지와 연계돼 있으며, 표준화된 생태 과수원 및 네트워크를 전국 각지에 보유함
- 그 외, Nongfu Spring Co Ltd(农夫山泉), Shanghai Jiajun Beverage Co Ltd(上海嘉隽饮料有限公司)를 포함한 상위 3개사가 시장 점유율의 59.4%를 차지함



표 1

중국 100% 주스시장 업체별 점유율 추이(2018-2022년)

(단위: %)

업체명		2018	2019	2020	2021	2022
1	Beijing Huiyuan Beverage&Food Group Corp	46.5	46.6	46	45.3	44.9
2	Nongfu Spring Co Ltd	2.9	3.6	5	8.1	9.1
3	Shanghai Jiajun Beverage Co Ltd	2.4	2.9	3.4	4.4	5.4
상위 3개사 총합		51.8	53.1	54.4	57.8	59.4
기타 업체 총합		48.2	46.9	45.6	42.2	40.6
총계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



그림 2

주요 경쟁사 브랜드 로고



자료: 각사 홈페이지

## 조사 지역 개요 및 주요 유통채널 선정

지원 기업의 요청 사항을 반영하여 중국 베이징에 위치한 내 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 백화점을 주요 유통채널로 선정함

- 지원 기업의 요청사항을 반영하여 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널인 월마트, 옹후이와 허마셴성(盒馬鮮生)을 방문함
- 또한 주요 백화점(购物中心)에 입점한 프리미엄 슈퍼마켓 체인인 BHG MarketPlace(BHG华联精品超市)를 방문함

### 1. 슈퍼마켓

중국 국가통계국(国家统计局)에 따르면, 2021년 중국 프랜차이즈형 슈퍼마켓 매출액은 전년 대비 8.1% 증가한 약 3,619억 위안(약 65조 8,296억 원)을 기록함

- 2018년을 기점으로 다소 감소세를 보이다 2021년 전년 대비 8.1% 증가하여 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 0.7%를 기록함

2021년 프랜차이즈형 슈퍼마켓 매장 수는 전년 대비 2.5% 증가한 2만 4,685개로 조사됨

- 슈퍼마켓 매장 수는 2017년을 기점으로 지속적인 감소세를 보이다 2021년 소폭 증가함
- 매장 수의 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 -4.7%를 기록함

 **그림 3** 중국 프랜차이즈형 슈퍼마켓 매출액 및 매장 수 추이(2017-2021년)

(단위: 억 위안, 개)



자료: 국가통계국(国家统计局)

CCFA(China Chain Store & Franchise Association)에 따르면, 2021년 10대 프랜차이즈형 슈퍼마켓 순위는 월마트(沃尔玛)가 매출액 약 990억 위안(약 18조 81억 원)으로 1위를 차지함

- 월마트는 1996년 중국에 진출해 선전에 본사를 두고 있으며, 2021년 매장 수는 전년 대비 7.7% 감소한 396개로 조사됨
- 그 외, 매출액 기준 순위는 옹후이(永辉), 까오신따룬파(高鑫大润发), 화룬완자/화룬쑤궈(华润万家/华润苏果), 우메이/메트로(物美/麦德龙) 등 순으로 높게 나타남

점포 수 기준으로는 상위 10개 업체 중 스지렌화/렌화/화련(世纪联华/联华/华联)이 3,254개로 1위를 차지함

- 그 외, 화룬완자(3,245개), 우메이/메트로(1,162개), 옹후이(1,090개), 자자웨이(928개) 등 순

전년 대비 가장 높은 매출 성장세를 나타낸 업체는 월마트(13.3%)임

- 그 외, 자자웨이(12.4%), 우메이/메트로(1.5%) 순
- 3개 업체를 제외하고는 모두 전년 대비 매출이 감소함



표 4

2021년 매출액 기준 프랜차이즈형 슈퍼마켓 상위 10개 업체 순위

(단위: 억 위안, %)

순위	슈퍼마켓명	매출액		매장 수	
		전년 대비 증감률	전년 대비 증감률		
1	월마트(沃尔玛)	990.4	13.3	396	-7.7
2	옹후이(永辉)	989.7	-5.3	1,090	-7.0
3	까오신따룬파(高鑫大润发)	980.0	-5.3	602	14.0
4	화룬완자(화룬쑤궈) 华润万家(华润苏果)	781.7	-11.0	3,245	-0.5
5	우메이/메트로(物美/麦德龙)	596.7	1.5	1,162	4.6
6	스지렌화/렌화/화련 (世纪联华/联华/华联)	557.1	-1.9	3,254	1.9
7	자자웨이(家家悦)	313.9	12.4	928	6.9
8	종바이(中百)	226.4	-4.5	880	-2.0
9	까르푸(家乐福)	200.7	-26.6	198	-13.2
10	부부가오(步步高)	193.7	-20.8	343	-9.0

자료: CCFA(China Chain Store &amp; Franchise Association)

## 2. 백화점

중국에서는 백화점을 쇼핑센터(购物中心 혹은 购物广场)로 칭하며, 매장 내에 보통 신선식품과 수입식품을 중심으로 취급하는 프리미엄 마트가 입점되어 있음

공연망(共研网)에 따르면, 2022년 주요 백화점 매출액은 전년 동기 대비 6.8% 증가한 3만 2,000억 위안을 기록하였으며, 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 4.7% 증가함

- 코로나19의 영향으로 2020년 매출액이 전년 대비 7.2% 감소했으나 코로나로 침체됐던 경기가 회복으로 소비 심리가 되살아나고 사치품이 쇼핑몰의 매출 확대를 견인하면서 2022년 매출액은 코로나19 발발 전인 2019년 매출 수준 이상을 기록함

2022년 7월 기준, 중국 내 백화점 수는 약 6,387개이며, 2022년 약 600개의 매장이 신규 개설된 것으로 조사됨

- 최근 5년간(2018-2022년) 백화점 매장 수는 약 2.1% 증가함

2021년 매출액 기준, 중국 내 백화점 상위 51개 업체 중 Beijing SKP(北京SKP)가 전년 대비 35% 증가한 239억 위안을 기록하여 1위를 차지함

- 그 외, China World Mall(北京国贸商城), Nanjing Deji Plaza(南京德基广场), Shanghai IFC(上海国金中心IFC) 순으로 높게 나타남

 그림 5 주요 쇼핑몰 매출액 추이(2018-2022년)

(단위: 억 위안, %)



자료: 共研网(www.gonyn.com)



표 6

2021년 매출액 기준 백화점 상위 10개 업체 순위

(단위: 억 위안, %)

순위	백화점명	2021년 매출액	2020년 매출액	전년 대비 증감률
1	北京SKP	239	177	35.0
2	北京国贸商城	200	165	21.2
3	南京德基广场	200	150	30.0
4	上海国金中心IFC	185	110	68.2
5	上海恒隆广场	155	100	55.0
6	武汉武商摩尔城	150	100	50.0
7	深圳万象城	130	100	30.0
8	杭州大厦	100	80	25.0
9	广州太古里	100	82	25.0
10	成都IFS	100	83	20.5

자료: Linkshop(联商网)

### 3. 온라인

2021년 중국 전자상거래 거래액은 전년 대비 11.3% 증가한 13조 900억 위안(약 2,381조 710억 원)을 기록하였으며, 최근 10년간(2012-2021년) 연평균 29.1% 증가함

- 2022년 중국 상반기 온라인 소매 시장 규모는 전년 동기 대비 3.1% 증가한 6조 3,000억 위안(약 1,145조 9,700억 원)을 기록함
- 중국 상무부가 발표한 '중국 전자상거래 보고서(2021)'에 따르면, 온라인 소매 판매는 전체 소비재 소매 판매의 24.5%를 차지하였으며, 9년 연속 세계 최대 온라인 소매시장의 위치를 유지함
- 중국 온라인 판매액 비중은 2020년 24.3%를 기록했으며, 상대적으로 중국 내 코로나 상황이 호전되었던 2021년 상반기에는 22.6%로 소폭 줄었으나 방역 조치 강화의 영향으로 2021년 24.5%, 2022년 상반기 25.9%로 비중이 확대됨



그림 7

## 중국 온라인 소매 판매 거래액 추이(2012-2021년)

(단위: 조 위안, %)



자료: 중국전자상무보고(中国电子商务报告)

观研报告网(chinabaogao)에 따르면, 일용 소비재(FMCG) 부문 유통채널별 구매 비중은 온라인이 약 40.1%를 차지하여 가장 높게 나타남

- 그 외, 슈퍼마켓(25.5%), 편의점(14.2%), 특판점(10.1%) 등 순으로 높게 나타남

최근 몇 년간 중국 농식품 전자상거래 시장은 발전 방식 전환에 따른 구조조정이 이어지고 있음

- 주요 플랫폼은 크게 ① 종합형 전자상거래 플랫폼과 ② 버티컬형 전자상거래 플랫폼(식품/영유아용품, 신선식품, 크로스보더), ③ 특수형 전자상거래 플랫폼(소셜커머스, 라이브 커머스)으로 구분됨

- 수입식품은 크로스보더 전자상거래 플랫폼을 통해 주로 거래되며 2020년 온라인 거래 규모는 240억 위안(약 4조 3,896억 원)으로 전체 크로스보더 전자상거래 매출의 23.4%를 차지함

2020년 액티브 회원 수 및 거래액 기준 중국 전자상거래 시장 1위 업체는 텐마오(天猫)임

그 외, 징둥(京东), 핀뉘뉘(拼多多), 더우인(抖音), 쉰닝(苏宁) 순

- 중국 전자상거래 시장 상위 5대 기업 점유율이 2016년 90%에서 2020년 96%로 확대되면서 상위 업체의 시장 지배력이 강화되는 추세임

- 상위 3대 업체인 텐마오, 징둥, 핀뉘뉘가 안정적으로 시장 점유율을 유지하고 있으나, 라이브 커머스 시장이 급속히 확대되며 더우인(抖音, TikTok), 콰이서우(快手, Kwai)와 같은 업체들이 빠르게 성장하고 있음



표 8

## 중국 주요 5대 전자상거래 업체 현황(2020년)

(단위: 억 명, 억 위안)

순위	회사명	설립일시	2020년 액티브 회원 수	2020년 거래액
1	 텐마오(天猫)	2012년 1월 11일	7.79	48,000 이상
2	 징동(京东)	1998년 6월 18일	4.72	26,100
3	 핀뉘뉘(拼多多)	2015년 9월	7.88	16,676
4	 더우인(抖音)	2016년 9월	6.57	5,000
5	 쑤닝(苏宁)	2019년 8월 18일	6.00	4,163

자료: aT한국농수산물유통공사 상하이지사

## 경쟁제품 선정 결과

## 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 지원 기업의 타깃 제품인 O사 abc 주스, D사 abc 주스 제품
- 2) 인기리에 판매되고 있는 유통기한이 짧은 냉장 보관용 착즙 주스 제품
- 3) 인기리에 판매되고 있는 착즙 주스 제품

## 온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 지원 기업의 타깃 제품인 O사 abc 주스, D사 abc 주스 제품
- 2) 인기리에 판매되고 있는 유통기한이 짧은 냉장 보관용 착즙 주스 제품
- 3) 인기리에 판매되고 있는 착즙 주스 제품



표 9

## 중국 착즙 주스 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 원산지	
	오프라인 (슈퍼마켓/하이퍼 마켓)	온라인 (징동, 티몰)	현지산	수입산
1 농부산천 100% nfc 오렌지주스	○ (3개 매장)	○ (2개 온라인몰)	○	
2 농부산천 100% nfc(냉장성) 착즙주스	○ (2개 매장)	○ (2개 온라인몰)	○	
3 농부산천 17.5 NFC 오렌지 과즙 음료	○ (2개 매장)	○ (2개 온라인몰)	○	
4 bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스	○ (1개 매장)	확인되지 않음	○	
5 아침 오렌지 안닝	○ (2개 매장)	○ (2개 온라인몰)	○	
6 샐러리 채소화 100% 복합청과즙	○ (1개 매장)	○ (1개 온라인몰)	○	
7 VCLEANSE 아보카도복합청과즙	○ (1개 매장)	확인되지 않음	○	
8 지아구어위엔 100% 매실주스	○ (1개 매장)	○ (1개 온라인몰)	○	
9 Super Foodie 100% NFC 야자수	○ (1개 매장)	-	○	
10 매일올리브 올리브주스	○ (2개 매장)	○ (2개 온라인몰)	○	
11 바오상위안 100% 봉나무열매즙	확인되지 않음	○ (2개 온라인몰)	○	
12 지아구어위엔 100% NFC 푸룬주스	확인되지 않음	○ (2개 온라인몰)	○	
13 비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스	○ (1개 매장)	○ (1개 온라인몰)	○	
14 지아구어위엔 100% NFC 야자수	확인되지 않음	○ (2개 온라인몰)	○	
15 innocent 천진다과육 오렌지주스	확인되지 않음	○ (2개 온라인몰)	○	

자료: 현지조사원

# 02

## 중국 착즙 주스 조사지표 선정

### 중국 착즙 주스 조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 10

중국 착즙 주스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	ml당 가격	제품의 ml당 가격
	할인 여부	할인 시 할인가 표기
중량	ml	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	중국 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	플라스틱 파우치 등	제품의 포장 형태
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
마케팅 포인트		제품의 홍보 문구 및 주요 효과

# 02

## 중국 착즙 주스 현지조사 결과

### 슈퍼마켓/하이퍼마켓 및 온라인몰

오프라인 유통채널의 경우, 지원 기업 요청사항과 현지조사원의 의견을 반영하여 베이징에 위치한 중국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 방문함

- 방문한 오프라인 매장에서 모두 착즙 주스 제품을 판매하고 있었으며, 제품 수 기준으로는 월마트가 가장 많은 착즙 주스를 취급하고 있는 것으로 확인됨

표 11 중국 방문 매장 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사매장 특징
허마센성	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	2	- 중국 내 320개 매장 보유
용후이		3	- 중국 1,090개 매장 보유
월마트		6	- 중국 내 396개 매장 보유
BHG		5	- 중국 내 약 150개 매장 보유

#### 매장 위치



자료: Google Maps

온라인 유통채널의 경우, 중국 주요 온라인몰인 티몰(Tmall)과 징동(JD)에서 판매되고 있는 착즙 주스 제품을 중점적으로 조사함

- 오프라인에서 인기리에 판매되고 있는 제품 대부분은 온라인에서도 동일하게 판매되고 있음을 확인함
- 'bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스', 'VCLEANSE 아보카도복합청과즙', 'Super Foodie 100% NFC 야자수' 3개 품목을 제외하고는 모두 온라인상에서 판매 중임



표 12

중국 착즙 주스 온라인 경쟁제품 판매 현황

	경쟁제품(제조사)	티몰	징동
1	농부산천 100% nfc 오렌지주스	○	○
2	농부산천 100% nfc(냉장성) 착즙주스	○	○
3	농부산천 17.5 NFC 오렌지 과즙 음료	-	○
4	bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스	-	-
5	아침 오렌지 안녕	○	○
6	샐러리 채소화 100% 복합청과즙	○	-
7	VCLEANSE 아보카도복합청과즙	-	-
8	지아구어위엔 100% 매실주스	-	○
9	Super Foodie 100% NFC 야자수	-	-
10	매일올리브 올리브주스	○	○
11	바오상위안 100% 뽕나무열매즙	-	○
12	지아구어위엔 100% NFC 푸룬주스	○	○
13	비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스	-	○
14	지아구어위엔 100% NFC 야자수	○	○

자료: 현지조사원

## 오프라인 경쟁제품 판매 현황

용후이, 월마트, 허마센성, BHG에서 인기리에 판매되고 있는 착즙 주스를 조사함  
 - 지원 기업이 선정한 경쟁 브랜드인 O사와 D사의 제품은 판매되고 있지 않음을 확인함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	농부산천 100% NFC 오렌지주스 (农夫山泉 100%NFC橙汁) Nongfu Spring(Jiande)	농부산천 100% NFC(냉장성) 착즙주스 (农夫山泉 100%NFC) Nongfu Spring(Jiande)
업체명	Xin'anjiang Drinking Water Co., Ltd (农夫山泉建德新安江饮用水有限公司 등)	Xin'anjiang Drinking Water Co., Ltd (农夫山泉建德新安江饮用水有限公司 등)
원산지	중국(항저우시 등)	중국(항저우시 등)
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	- 용후이: 7위안(약 1,272원) <sup>1)</sup> - BHG: 7위안(약 1,272원) - 월마트: 7위안(약 1,272원) - 징동: 24병 묶음(개당 6.5위안, 총 156위안) / 개당 약 1,181원 - 티몰: 10병 묶음(개당 6.69위안, 총 66.9위안) / 개당 약 1,215원	- BHG: 9.9위안(약 1,800원) - 월마트: 9.9위안(약 1,800원) - 징동: 4개 묶음(약 1,800원) (개당 9.9위안, 총 39.6위안) - 티몰: 9.9위안
유통기한	120일	45일(냉장)
할인 여부	월마트에서 동일 제품 2개 구입 시 10% 가격 할인	-
용량	300ml	300ml
포장 형태	플라스틱 병	플라스틱 병
주요 성분	100% NFC 오렌지, 오렌지 과육(첨가량 5%)	100% NFC 포함
맛	적당한 산도와 당도가 특징이며, 과육의 산미가 느껴짐	망고 혼합 맛, 사과 맛, 파인애플 혼합 맛, 오렌지 맛
마케팅 포인트	- NFC 음료를 상온에서 즐길 수 있음 - 과육을 흔들어서 마신다는 포인트를 강조함 - 착즙 주스임에도 보관 기간이 굉장히 길	- 저온살균처리 방식으로 인한 영양 손실을 최소화함으로써 신선함과 영양이 우수함을 강조함
조사매장	용후이, BHG, 월마트, 징동, 티몰	BHG, 월마트, 징동, 티몰

1) 통화환산기준:1위안(CNY)=181.74원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2023.01.30.)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	농부산천 17.5 NFC 오렌지 과즙 음료 (农夫山泉17.5 NFC橙汁果汁饮料)	bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스
업체명	Nongfu Spring(Jiande) Xin'anjiang Drinking Water Co., Ltd (农夫山泉建德新安江饮用水有限公司 등)	Zhongshan Baifu Food and Beverage Co., Ltd (中山市百福食品饮料有限公司)
원산지 선정 사유	중국(항저우시 등) 인기 제품	중국(중산시 등) 인기 제품
가격	- BHG: 14.8위안(약 2,690원) - 징동: 4병 묶음(14.75위안, 총 59위안) / 약 2,680원 * 900ml의 경우 월마트(29.9위안), 티몰 (36위안)으로 판매 중	4개 묶음(개당 4.9위안, 총 19.9위안) / 약 890원
유통기한	45일(냉장)	90일(냉장)
할인 여부	월마트에서 동일 제품 2개 구입 시 10% 가격 할인	-
용량 포장 형태 주요 성분	330ml 플라스틱 병 100% 생과일 냉압축 오렌지 주스 새콤달콤한 맛이며, 마셨을 때 좋은 오렌지를 바로 짜서 먹는 듯한 신선한 식감	250ml 플라스틱 병 100% NFC 포함
맛		- 오렌지, 포도, 석류, 레몬 맛 보유 - 다른 착즙 주스에 비해 신맛이 적음
마케팅 포인트	- 기존 상온 및 저온 방식의 기술이 아닌 냉압착 기술을 사용, 껍질이 얇고 과육 이 풍성한 오렌지 품종을 원료로 하여 만든 프리미엄 주스 - 17.5라는 의미는 미국 농업부 기준 A 급 오렌지의 당산비의 범위가 12.5-20.5라는 점에서 착안한 것임	- 월마트에서만 판매되는 제품으로 조사 제품 중 가격이 가장 낮으면서 판매량 이 높음
조사매장	BHG, 월마트, 징동, 티몰	월마트

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	아침 오렌지 안녕(早橙好)	샐러리 채소화 100% 복합청과즙 (芹奇蔬化 100%复合果蔬汁)
업체명	Zhongshan Baifu Food and Beverage Co., Ltd (中山市百福食品饮料有限公司)	Shandong Taileyuan Agricultural Technology Co., Ltd (山东泰乐源农业科技有限公司)
원산지	중국(중산시 등)	중국(태안시 등)
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	- BHG: 9.9위안(약 1,800원) - 월마트: 9.9위안(약 1,800원) - 징동: 8병 묶음(개당 9.875위안, 총 79위안) / 개당 약 1,795원 - 티몰: 8병 묶음(개당 9.33위안, 총 84위안) / 개당 약 1,697원	- BHG: 12.9위안(약 2,350원) - 티몰: 14.8위안(약 2,690원)
유통기한	90일(냉장)	60일(냉장)
할인 여부	- 징동에서 8병 묶음*2개 구매 시 한 묶음당 59위안(약 1만 729원)으로 할인 판매 중 - 티몰에서 쿠폰 적용 시 8병 묶음 기준 69위안(1만 2,547원)으로 할인 판매 중	-
용량	280g	280ml
포장 형태	플라스틱 병	플라스틱 병
주요 성분	100% NFC 포함	복합청 과즙, 사과, 오이, 샐러리, 시금치, 케일, 레몬즙
맛	오렌지 맛, 파인애플+사과 혼합 맛, 백도+구아바 맛, 포도 맛	샐러리 맛으로 목 넘김이 우수함
마케팅 포인트	- 제품명 그대로 아침 8시에서 10시에 섭취를 권장함 - 신선함을 유지하기 위해서는 작은 것도 무시하지 않겠다는 의미로 빠른 배송을 약속함 - 당사는 하이퍼마켓(월마트, 허마센성)과 함께 콜라보로 제품들을 판매 중	- NFC보다 더 고도화된 초고압 살균이라는 HPP 기술로 제조되어 영양 보존과 식감이 우수함 - 조금씩 음미하며 마셔야 풍미를 더욱 느낄 수 있음을 강조하며, 현대인들에게 필요한 주스라고 홍보함
조사매장	BHG, 월마트, 징동, 티몰	BHG, 티몰

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	VCLEANSE 아보카도복합청과즙 (维果清 牛油果复合果蔬汁)	지아구어위엔 100% 매실주스 (佳果源 100%西梅汁)
업체명	Baiguoyuan (Shanghai) Biotechnology Co., Ltd (百果园 (上海) 生物科技有限公司)	Jiangsu Youli Health Industry Co., Ltd (江苏优抗力健康产业有限公司 등)
원산지	중국(상하이시)	중국(화이안시 등)
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	19.8위안 (약 3,601원)	- 월마트: 9개 묶음 (개당 8.87위안, 총 79.9위안) / 개당 약 1,600원 - 징둥: 9개 묶음 (개당 8.87위안, 총 79.9위안) / 개당 약 1,600원
유통기한	21일(냉장)	9개월
할인 여부	-	-
용량	300ml	250g
포장 형태	플라스틱 병	플라스틱 병
주요 성분	배, 아보카도(첨가율 30% 이상), 시금치, 바나나	물, 매실농축즙
맛	진한 아보카도 맛	달지 않은 매실 주스 맛
마케팅 포인트	- 중국 국내 최초로 냉압축 청과와 천연 식물을 주원료로 사용 - HPP 기술로 만들어진 프리미엄 착즙주 스	- 월마트에서는 월마트 중국 CEO가 추 천하는 제품이라고 홍보함
조사매장	허마셴성	월마트, 징둥, 티몰

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	Super Foodie 100% NFC 야자수 (馋大狮 NFC 100% 橙汁) Zhejiang Leyuan	매일올리브 올리브주스 (每日橄清 橄榄汁)
업체명	Bioengineering Co., Ltd (浙江乐源生物工程有限公司)	Guangxi Hualin Food Co., Ltd (广西华林食品有限公司)
원산지	중국(화이안시 등)	중국(충췌 등)
선정 사유	용후이 PB상품	인기 제품
가격	7.9위안 (약 1,437원)	- 용후이: 5.9위안(약 1,070원) - 월마트: 15병 묶음 (개당 5.33위안, 총 79.9위안) / 개당 약 954원 - 징둥: 15병 묶음 (개당 5.2위안, 총 78위안) / 개당 약 946원 - 티몰: 15병 묶음 (개당 5.33위안, 총 79.9위안) / 개당 약 954원
유통기한	90일(냉장)	12개월
용량	300ml	245ml
포장 형태	플라스틱 병	플라스틱 병
주요 성분	오렌지주스, 과즙 함량 100%	물, 야생 올리브 열매(위감자, 옥유굴) (함량 47%), 꿀 등
맛	오렌지 맛	올리브 맛
마케팅 포인트	- 용후이 PB상품으로 귀여운 사자 캐릭 터로 홍보	- 올리브 본연의 영양을 함유하고 있는 야생 식물성 음료 - 병당 36알의 올리브 함유 - 비타민C 함유량이 100g당 410mg, 독자적인 추출 기술로 제조, 고농도 원 액 사용
조사매장	용후이	용후이, 월마트, 징둥, 티몰

## 온라인 경쟁제품 판매 현황

티몰(Tmall)과 징동(JD)에서 판매 순위를 참고하여 가장 인기리에 판매되고 있는 착즙 주스 제품을 조사함

- 오프라인에서 판매되고 있는 제품 중 3개 제품을 제외한 나머지 제품은 모두 온라인에서도 판매되고 있음을 확인함
- 지원 기업이 선정한 경쟁제품 O사와 D사의 착즙 주스 제품은 판매되고 있지 않음

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	바오상위안 100% 뽕나무열매즙 (宝桑园100%桑果汁468ml)	지아구어위엔 100% NFC 야자수 (佳果源100%NFC椰子水)
업체명	Guangdong Baosangyuan Health Food Co., Ltd (广东宝桑园健康食品有限公司)	Jiangsu Youli Health Industry Co., Ltd 등 (江苏优抗力健康产业有限公司 등)
원산지	중국(옌벤 현)	중국(후이안시)
선정 사유	방문한 오프라인 매장에서는 유통되지 않으나 온라인상에서는 인기 상위권에 있는 제품	온라인 인기 상위권 제품
가격	- 공식 홈페이지: 19.8위안(약 3,600원) - 징동: 2개 묶음(개당 약 3,630원) (개당 19.95위안, 총 39.9위안)	- 징동: 12개 묶음(개당 약 1,180원) (개당 6.5위안, 총 78위안) - 티몰: 12개 묶음(개당 약 1,090원) (개당 5.99위안, 총 71.90위안)
유통 기한	12개월	12개월
할인 여부	-	징동에서 12개 묶음*2개 구입 시 한 묶음당 55위안
용량	468ml	330ml
포장 형태	종이 팩	종이 팩
맛	새콤달콤한 뽕나무 열매즙 맛	야자수 맛(야자수 원즙 100%)
마케팅 포인트	- 친환경 인증인 녹색식품(绿色食品) 인증 마크 보유 - 중국 뽕나무 열매의 주요 생산지인 판즈화(攀枝花)에서 엄선된 작물로 원료로 제조되었으며, 4시간 안에 가공한 NFC 착즙 주스 - 자체 과학기술연구원을 보유하여 원료의 품질을 보장, 착즙주스류 특허 제품	- 중국 과채류 유통업체인佳农(Jia Nong)의 산하 브랜드로, 품질이 우수한 과일로제품을 만든다는 것을 강조함 - 야자수 과즙과 파인애플 과즙이 대표적인 상품이며, 야자수 과즙의 경우 수분을 빠르게 보충해준다는 점을 강조하며 스포츠 및 헬스 관련 대회를 중심으로 홍보하고 있음
조사매장	징동, 공식 홈페이지	징동, 티몰

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스 (颜值百分比 100%NFC橙汁)	지아구어위엔 100% NFC 푸룬주스 (汇源 鲜榨NFC100%西梅汁)
업체명	Chuzhou Huaguan Beverage Co., Ltd (滁州华冠饮料有限公司)	Beijing Huiyuan Food and Beverage Co., Ltd 등 (北京汇源食品饮料有限公司 등)
원산지	중국(추저우시)	중국(순이구)
선정 사유	온라인 인기 제품	온라인 인기 제품
가격	- 허마센성: 7.9위안(약 1,436원) - 징둥: 12개 묶음(개당 약 2,090원) (개당 11.5위안, 총 138위안)	- 징둥: 12개 묶음(약 1,710원) (개당 9.41위안, 총 112.9위안) - 티몰: 12개 묶음(약 2,270원) (개당 12.47위안, 총 149위안)
유통 기한	9개월	270일(약 9개월)
할인 여부	-	-
용량	195ml	200ml
포장 형태	종이 팩	종이 팩
맛	오렌지 맛	푸룬 맛
마케팅 포인트	- 물, 설탕, 향료, 색소, 방부제, 물을 일체 첨가하지 않은 국제품질의 NFC 주스 - 신선도 유지에 효과적인 원형 종이 캔 부자재 사용	- 신선한 푸룬을 착즙하여 만든 새콤달콤한 맛 주스 - 한 팩당 13알의 푸룬 함유 - 중국의 전 쇼트트랙 여자선수 왕멍(王濛)을 홍보모델로 기용
조사매장	허마센성, 징둥	징둥, 티몰

경쟁제품 정보	제품5
제품 사진	
제품명	<p>innocent 천진다과육 오렌지주스 100% 갓짜 NFC 주스 (innocent天真多肉橙汁 100% 鲜榨 NFC果汁)</p>
업체명	<p>Coca-Cola Bottler Production (Suzhou) Co., Ltd (可口可乐装瓶商生产(苏州)有限公司)</p>
원산지	중국(쑤저우시)
선정 사유	온라인 인기 제품
가격	<p>- 징동: 4개 묶음(개당 약 2,530원) (개당 13.9위안, 총 55.6위안) - 티몰: 4개 묶음(개당 약 2,530원) (개당 13.9위안, 총 55.6위안)</p>
할인 여부	티몰에서 4개 묶음 기준 개당 11.4위안으로 할인
유통 기한	60일(냉장)
용량	330m
포장 형태	플라스틱 병
맛	과육이 많은 오렌지 맛 (오렌지 과즙 100% 함유)
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과육과 과즙이 많은 주스로 홍보</li> <li>- 좋은 물, 좋은 땅, 좋은 공기가 있는 과수원에서 생산된 오렌지로 제조함을 강조</li> <li>- 3가지 품종의 브라질산 오렌지를 조합하여 제조</li> <li>- 과육 함유율 12%, 풍부한 비타민C 함유</li> </ul>
조사매장	징동, 티몰

## 주요 유통채널 정보: (1) 슈퍼마켓/하이퍼마켓

### 1) 월마트

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1996년 중국에 진출해 선전에 본사를 두고 있음</li> <li>- 중국 100여 개 도시에서 369개의 쇼핑몰과 20여 개의 물류센터를 보유 중</li> <li>- 코로나19를 계기로 온라인 쇼핑 중심으로 소매 환경이 급속히 변하면서 최근 5년간 중국 내 107개의 매장을 폐쇄함</li> </ul>	
<b>유통채널명</b>	Walmart Inc.		
<b>연락처</b>	+1-479-273-4000	<b>본사 소재지</b>	702 Sw 8Th St Bentonville, Arkansas, 72716-6299 United States
<b>홈페이지</b>	www.walmart.com	<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 5,700억 달러 / 약 230만 명
<b>입점 관련 정보</b>			

#### 1) 공급업체 선정 관련 정보

- 월마트는 일부 상품을 제외한 대부분의 제품을 본사에서 일괄구매·공급하며, 전 세계적으로 공통적이고 일관된 공급업체 선정 기준을 가지고 있음
- 신규 업체는 해당 링크([www.wal-martchina.com/supplier/apply.htm](http://www.wal-martchina.com/supplier/apply.htm))를 통해 월마트의 공급업체 선정 과정에 대해 심도 있게 이해할 수 있을 뿐 아니라, 담당자 연락처를 확인도 가능함
- 월마트는 PB상품 공급업체 선정 시 엄격한 기준을 적용해 평가함. Member's Mark 역시 엄격한 검증을 통과한 업체를 현지 공급상으로 선정하며, 출시 후에도 제품 안정화를 위해 끊임없이 샘플 테스트를 진행함

#### 2) 월마트 PB상품 공급업체 조건

- 공장 설비: GMP 가공 시설 및 무균 통조림 생산 설비 보유
- 품질 관리 및 안정적인 품질 컨트롤 시스템 보유: GFSI(국제식품안전협회) 인증 보유 업체 우대
- PB상품 대리 생산 경험 유무

#### 착즙 주스 관련 제품 판매 현황(총 6개)



- 농부산천 100% NFC 오렌지주스
- 농부산천 100% NFC(냉장성) 착즙주스
- bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스
- 아침 오렌지 안녕

- 지아구어위엔 100% 매실주스
- 매일올리브 올리브주스

## 2. 옹후이(Yonghui)

<p><b>유통채널명</b></p>	<p>Yonghui Superstores Co., Ltd.</p>	<p><b>간략 소개 및 주요 이슈</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1998년 푸젠성(福建省) 푸저우(福州)에 최초로 설립되었으며, 동남부 연안 지역 및 쓰촨성(四川省)과 충칭 지역에 주로 분포함</li> <li>- 중국 28개 성에 약 926개의 매장을 보유</li> <li>- 옹후이 사업 구조는 크게 하이퍼마켓, 슈퍼마켓(빨간색/초록색 간판)을 담당하는 '윈차오(云超)'와 프리미엄 마트와 신개념 사업을 담당하는 '윈창(云创)'으로 구분됨</li> <li>- 신선식품에 중점을 두고 있으며, 신선식품의 매출 비중은 약 50%로 타 브랜드 대비 20~40% 높고, 전체 매장 중 신선식품 코너 면적 비중이 40% 이상임</li> </ul>
<p><b>연락처</b></p>	<p>4000601933@yonghui.cn</p>	<p><b>본사 소재지</b></p>	<p>No. 436, Middle West Second Ring Road Fuzhou, Fujian, 350002 China</p>
<p><b>홈페이지</b></p>	<p>www.yonghui.com.cn</p>	<p><b>매출액 및 종업원 수</b></p>	<p>141억 1,000만 달러(2021.12.31. 기준) 12만 3,797명</p>
<p><b>입점 관련 정보</b></p>			

### 1) 공급업체 선정 관련 정보

- 옹후이는 공급업체를 등급별로 관리하며, 주력 공급업체와 추가 공급업체 비율은 7:3임. 업체를 효율적으로 관리하기 위해 지속적으로 관련 시스템을 보완하고 있음
- 공급업체는 상품 공급 관련 상담을 진행하기 전에 관련 서류를 완비하고 있어야 하며, 납품 전 사업자 등록증, 상표등록증, 제품 검사 보고서, 대리 계약서(공급업체), 수입제품 및 특수 품목 관련 증명서를 반드시 제출해야 함
- 신규 상품 입점 절차: 샘플 제출 → 구매부 평가 → 협의 및 거래 계약 체결 → 시험 판매 진행 → 장기 계약 체결(시험 판매 결과에 따라)

### 착즙 주스 관련 제품 판매 현황(총 3개)



- 농부산천 100% NFC 오렌지주스
- Super Foodie 100% NFC 야자수
- 매일올리브 올리브주스

## 3. 허마셴성(盒马鲜生)

		간략 소개 및 주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리바바의 산하 신선식품 O2O 식료품 매장으로, 2016년 첫 번째 점포 오픈 이후 현재 27개 도시에 300개 이상의 매장을 보유</li> <li>- 허마셴성의 평균 매장 면적은 약 4,000~6,000㎡, 품목 수는 3,000~8,000개이며, 판매 제품은 식품류 60%, 생활/일상용품 25%, 신선식품 15%임</li> <li>- 각 도시의 한국 식품 공급업체들과 밀접한 관계를 맺고 다양한 제품을 판매 중이며, 상하이 지역에서 판매되고 있는 한국 식품 제품 수가 가장 많음</li> </ul>
			<p><b>유통채널명</b>      盒马鲜生(Freshippo)</p> <p><b>연락처</b>            +1-345-949-0880</p> <p><b>홈페이지</b>        www.freshhema.com</p>
<b>입점 관련 정보</b>			
<p><b>1. 입점 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 허마셴성은 직접 구매를 통해 제품을 조달해 판매하고 있으며, 크게 해외 구매, 전국 구매, 지역 구매로 구분됨</li> <li>- 입점 업체에 기존 시장에서 요구하던 입점 및 마케팅, 바코드 비용 등의 수수료를 요구하지 않는 대신, 매출 실적이 좋지 않은 제품은 조건 없이 반품을 요구</li> </ul> <p><b>2. 입점 절차:</b> 관련 서류 제출 → 입점 심사(5일 업무일) → (통과 시) 계약 체결</p> <p><b>3. 입점 관련 서류</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 회사정보: 기업 신원/자격 검증 및 심사</li> <li>2) 증빙 및 기타 서류 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업집조, 납세 자격증, 은행 계좌 개설 허가증, 알리페이 승인서 등의 관련 서류 업로드</li> <li>- 신청업체의 담당자 연락처를 제공</li> </ul> </li> <li>3) 회사 경영 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사의 유통채널</li> <li>- 회사 홍보 자료 업로드</li> </ul> </li> <li>4) 상품 정보: 주력 상품 관련 자료</li> <li>5) 회사 계좌 정보</li> </ol>			

착즙 주스 관련 제품 판매 현황(총 2개)



- VCLEANSE 아보카도복합청과즙
- 비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스

#### 4. 비에이치지마켓플레이스(BHG Market Place)

		<p><b>간략 소개 및 주요 이슈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베이징화리안그룹(Beijing Hualian Group) 산하 브랜드로 1996년에 설립됨</li> <li>- 중산층 타겟의 BHG Lifestyle market과 상류층 타겟의 BHG Market Place, 이 외 백화점 및 쇼핑몰 등의 브랜드 보유</li> </ul>
<p><b>유통채널명</b></p> <p>BHG Market Place (北京华联高级食品超市)</p>		
<p><b>연락처</b></p> <p>+86-010-6834-1188</p>	<p><b>본사 소재지</b></p> <p>Room 408, Floor 4, East Tower, Sichuan Mansion, No.1, Fu Outer Street, Xicheng District Beijing, Beijing, 100000 China</p>	
<p><b>홈페이지</b></p> <p>www.beijing-hualian.com</p>	<p><b>매출액 및 종업원 수</b></p> <p>26억 달러 / 63명(그룹사 기준)</p>	

**입점 관련 정보**

**1. 유선 연락을 통한 문의**

- 등록 시 필요한 일반적 정보
  - ① 공급자 정보  
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)
  - ② 공급 제품 정보  
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
  - ③ 참고자료  
(회사소개서, 카탈로그 등)

**2. 문의사항 연락처**

- 전화번호: +86-10-6834-1188 / +86-400-776-1188

**착즙 주스 관련 제품 판매 현황(총 5개)**



- 농부산천 100% NFC 오렌지 주스
- 농부산천 100% NFC(냉장성) 착즙 주스
- 농부산천 17.5 NFC 오렌지 과즙 음료
- 아침 오렌지 안녕
- 샐러리 채소화 100% 복합청과즙

## 주요 유통채널 정보: (2) 온라인

### 1) 티몰(Tmall)

		소개
홈페이지 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내: www.tmall.com</li> <li>- 국제: www.tmall.hk</li> </ul>	
설립 연도	2010년	
플랫폼 유형	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 여러 유통업체가 소비자를 대상으로 온라인 판매하는 B2C 사이트</li> <li>- 기존 플랫폼 이름은 타오바오 상청(淘宝商城)으로 2010년 11월 1일 타오바오 왕에서 독립함</li> </ul>	
<p>1. 서비스 특징</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100% 정품 보증, 7일 무조건 반품, 구매 포인트를 현금처럼 사용 가능 등의 서비스</li> <li>- 티몰에 등록된 상품은 타오바오에도 똑같이 노출을 시켜 소비자 유입을 확대하고 있음</li> </ul> <p>2. 주요 이벤트</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 B2C 시장 1위를 지키고 있는 알리바바 티몰은 중국판 블랙프라이데이인 '광군제(11월 11일)'와 '제2의 싱글데이(12월 12일)'로 중국을 대표하는 온라인 쇼핑 행사를 만들었음</li> <li>- 티몰 쌍11 매출은 2014년(571억 위안) → 2017년(1,682억 위안) → 2020년(5,403억 위안)</li> </ul> <p>3. 입점 점포 유형</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 플래그십 스토어: 브랜드 공식 물의 개념으로 직접 혹은 대리 업체를 통해 운영 가능</li> <li>- 전매점: 브랜드에서 수권서(판매 권한서)를 받은 대리상이 운영하는 형태의 상점</li> <li>- 전영점: 2개 이상의 브랜드를 하나의 상점에서 판매할 수 있는 형태의 상점이며 수권서가 필요함</li> </ul>		
입점 요구 사항		
구분		
	<p>중국 내 법인(외자, 내자) 상품 대금 RMB, 증치세 영수증</p>	<p>중국 외 해외 법인 상품 대금 Alipay USD 정산 해외 현지 상표권으로 가능 홍콩 상표권 출원 신청서 필요</p>
법인 요건	중국 내 출원 중 또는 출원 완료	해외 현지 보고서를 가능
상표권	중국 내 인정 품질 보고서 제출	없어도 가능
품질 보증	중국 내수용 TAG 부착 필수	화장품 전용 촬영 필요
중국 TAG	72시간 내 운송장 입력 필수	72시간 내 필수
배송 제한	무조건 교환 반품	제품 품질 불량만 처리 의무
무조건 교환 반품	7일 내 무조건 교환 반품	

## 2) 징동(JD.COM)

		<b>소개</b>	<p>1. 서비스 특징</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전자 제품을 중심으로 발전해 중국 소비자들 사이에서 정품 보장, 신뢰할 만한 A/S로 양호한 기업 이미지를 유지</li> <li>- 전국 다수 지역에 위치한 물류 창고와 물류 센터를 바탕으로 신속한 배송시스템(익일 도착/당일 도착)을 제공하고 있음</li> <li>- 착불로 정산 가능</li> </ul> <p>2. 주요 이벤트</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창립일(1998. 6. 18)을 기념하여 2010년부터 매년 6월 18일을 쇼핑 축제일로 선정</li> <li>- 2017년 6월 18일 당일 0시부터 1시간 내 플랫폼 매출이 전년 동기 대비 250%를 초과했으며, 24시까지 누적 매출액 1,199억 위안 기록</li> </ul>
홈페이지 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내: www.jd.com</li> <li>- 국제: www.jd.hk</li> </ul>		
설립 연도	1998년		
플랫폼 유형	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 종합형 독립 플랫폼</li> </ul>		

## 입점 비용 및 절차

## 1. 입점 비용

	jd.com	jd.hk
구분		
보증금	5만~15만 위안	5,000달러(약 3만 위안)
연간 기술 사용료	500~1,000위안	없음
수수료	0~10%(품목별 차등 적용)	8% 수준

## 2. 입점 절차

- 온라인 입점 계약 체결
- 기업 정보 제출: 기업 경영 정보, 입점 경영 정보, 기업 자질 정보, 기업 재무 세무 정보, 제품 자질 정보 등록 등
- 비용 지불: 기업 쪽에서 비용을 지불, 영수증 업로드
- 점포 오픈: JD에서 지불한 비용이 확인되면 점포 오픈

# II

## 경쟁사



# 01

## 중국 착즙 주스 경쟁사 분석

### 경쟁사 선정 기준

인기리에 판매되고 있는 온/오프라인에서 판매되고 있는 착즙 주스 제품 중 유통기한이 짧고, 냉장 보관을 특징으로 하며, 많은 유통채널에서 판매되고 있는 제품 브랜드를 경쟁사로 선정함

- 1) 농부산천: 인지도가 가장 높은 착즙 주스 브랜드로 가장 많은 유통채널에서 판매 중
- 2) Lingduguofang: 인기리에 판매되고 있는 냉장 보관 착즙 주스 브랜드
- 3) Innocent: 글로벌 브랜드로 온라인에서 인기리에 판매되고 있는 유통기한이 짧은 냉장 보관 착즙 주스

경쟁제품 현황	판매 중인 유통채널	유통 채널 수	경쟁사 국적	유통기한	냉장/상온
1 농부산천 100% NFC 오렌지주스	용후이, BHG, 월마트, 징동, 티몰	5	중국	120일	냉장
2 농부산천 100% NFC 착즙주스	BHG, 월마트, 징동, 티몰	4	중국	45일	냉장
3 농부산천 17.5 NFC 오렌지 과즙 음료	BHG, 월마트, 징동, 티몰	4	중국	45일	냉장
4 bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스	월마트	1	중국	90일	냉장
5 Lingduguofang 아침 오렌지 안병	BHG, 월마트, 징동, 티몰	4	중국	90일	냉장
6 Taileyuan 샐러리 채소화 100% 복합청과즙	BHG, 티몰	2	중국	60일	냉장
7 VCLEANSE 아보카도복합청과즙	허마센성	1	중국	21일	냉장
8 지아구어위엔 100% 매실주스	월마트, 징동	2	중국	9개월	상온
9 Super Foodie 100% NFC 야자수	용후이	1	중국	90일	냉장
10 매일올리브 올리브주스	용후이, 월마트, 징동, 티몰	4	중국	12개월	상온
11 바오상위안 100% 뽕나무열매즙	징동, 공식 홈페이지	2	중국	12개월	상온
12 지아구어위엔 100% NFC 야자수	징동, 티몰	2	중국	12개월	상온
13 비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스	허마센성, 징동	2	중국	9개월	상온
14 지아구어위엔 100% NFC 푸룬주스	징동, 티몰	2	중국	9개월	상온
15 innocent 천진다과육 오렌지주스	징동, 티몰	2	영국	60일	냉장

1) 농부산천(农夫山泉)

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1996년 저장성 항저우에 설립된 생수 회사로, 중국에서 물이 깨끗한 것으로 이름난 저장성 항저우 천도호의 국가 보호 수원지의 물을 사용함</li> <li>- 중국 수질에 대한 불안이 높은 상황에서 경제가 발전하고 생수에 대한 수요가 늘어나던 시기에 사업이 폭발적으로 성장함</li> <li>- 산하에 생수 및 음료 브랜드 약 16개를 보유함</li> </ul>
	업체명	Nongfu Spring Co., Ltd.	
	매출액	13억 4,000만 달러 이상	
	홈페이지	www.nongfuspring.com	
	연락처	+86-15158107421	
	주소	No.181, Geyazhuang, Xihu District Hangzhou, Zhejiang, 310000 China	
제품 현황			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대표적인 착즙주스 브랜드로는 2016년에 출시된 상온보관용 100% NFC 주스, 냉장 보관용 100% NFC 주스, 냉장 보관용 17.5도 100% 생과일 냉압착 주스가 있음</li> </ul>		
유통 현황	오프라인	월마트, 옹후이, BHG	
	온라인	징둥, 티몰	

2) 零度果坊(Lingduguofang)

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2012년에 설립된 브랜드로 과일 100%를 원재료로 한 무향/무방부제/무감미료 착즙 주스를 판매함</li> <li>- 전 가공 과정이 0도 이하의 콜드체인 환경에서 제조 및 유통</li> <li>- 오렌지 맛, 파인애플+사과 맛, 백도+구아바 맛, 포도 맛 보유</li> <li>- 소비자가 5개 택배 회사 중 하나를 선택할 수 있음</li> </ul>
	업체명	成都零度果坊果汁销售有限公司 (Chengdu Zero Fruit Juice Sales Co., Ltd)	
제품 현황			
유통 현황	오프라인	BHG, 월마트	
	온라인	징둥, 티몰	

### 3) Innocent

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1998년에 설립된 과일 주스 브랜드로, 주간 판매량 200만 병, 연간 매출액은 약 2억 4,000만 달러에 달함</li> <li>- 2009년 다국적 기업 코카콜라의 투자를 받았고, 지분 매입 확대 로 2013년 이후 당사의 지분 90% 수준을 보유함</li> <li>- NFC 주스, 스무디, 식물성 우유, 코코넛워터 등의 제품군 보유</li> <li>- 2020년 중국 시장에 Tianzhen(天真)이라는 브랜드명으로 진입하였고 시그니처 라인인 Fresh Original Fruit을 출시함</li> <li>- 딸기, 사과, 백포도, 바나나, 오렌지, 블랙커런트 맛 제품을 보유함</li> </ul>
	업체명	INNOCENT LIMITED	
	매출액	2억 4,031만 달러	
	홈페이지	www.innocentdrinks.co.uk	
	연락처	hello@innocentdrinks.co.uk	
주소	Fruit Towers 342 Ladbrooke Grove London, W10 5BU United Kingdom		
제품 현황			
유통 현황	온라인	징동, 티몰	



# III

## 경쟁력 파악



## 01

## 가격 경쟁력 분석

## 100ml당 평균 가격은 3.8위안

- 착즙 주스 경쟁제품 15개 품목의 평균 100ml당 평균 가격은 3.8위안(약 690원)으로 조사됨
- 100ml당 평균 가격이 가장 높은 제품은 중국산 VCLEANSE 아보카도복합청과즙(6.6위안) 제품으로 평균 대비 약 73.7% 더 높게 나타남
  - 반면, 가격이 가장 낮은 제품은 지아구어위엔 100% NFC 푸룬주스(1.9위안)으로 평균의 1/2 수준으로 나타남

온라인상 100ml당 평균 가격(3.8위안)은 오프라인(3.6위안) 대비 약 6% 높은 수준임

- 오프라인상에서 판매 중인 11개 품목의 평균 100ml당 가격은 3.6위안(약 654원)으로 나타남
- 온라인상에서 판매 중인 13개 품목의 평균 100ml당 가격은 3.8위안(약 690원)으로 나타남
- 따라서 오프라인과 온라인의 판매 가격은 큰 차이가 없는 것으로 분석됨

구분	유통채널	온/오프라인	100ml <sup>2</sup> 당 가격
1	농부산천 100% nfc 오렌지주스	용후이, BHG, 월마트, 징동, 티몰	온/오프라인 2.3
2	농부산천 100% nfc(냉장성) 착즙주스	BHG, 월마트, 징동, 티몰	온/오프라인 3.3
3	농부산천 17.5 NFC 오렌지 과즙 음료	BHG, 월마트, 징동, 티몰	온/오프라인 4.5
4	bebe douro NFC 100% 생과일 압착주스	월마트	오프라인 2.0
5	아침 오렌지 안녕	BHG, 월마트, 징동, 티몰	온/오프라인 3.5
6	샐러리 채소화 100% 복합청과즙	BHG, 티몰	온/오프라인 4.9
7	VCLEANSE 아보카도복합청과즙	허마셴성	오프라인 6.6
8	지아구어위엔 100% 매실주스	월마트, 징동	온/오프라인 3.6
9	Super Foodie 100% NFC 야자수	용후이	오프라인 2.6
10	매일올리브 올리브주스	용후이, 월마트, 징동, 티몰	온/오프라인 2.2
11	바오상위안 100% 봉나무열매즙	징동, 공식홈페이지	온라인 4.2
12	지아구어위엔 100% NFC 푸룬주스	징동, 티몰	온라인 1.9
13	비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스	허마셴성, 징동	온/오프라인 5.0
14	지아구어위엔 100% NFC 야자수	징동, 티몰	온라인 5.5
15	innocent 천진다과육 오렌지주스	징동, 티몰	온라인 4.2

2) 가격 산출 편의상 용량이 g으로 표기된 제품도 ml로 환산함

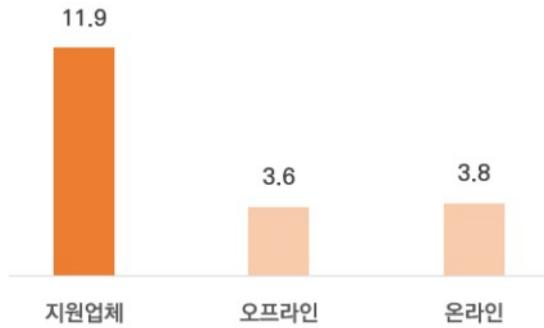
지원 기업 제품의 100ml당 평균 가격은 11.9위안(약 2,164원)으로 오프라인과 온라인 평균 가격 대비 약 3.3배 높은 것으로 확인됨

- 따라서, 지원 기업 제품은 프리미엄 시장에 위치할 것으로 분석됨



그림 14 지원 기업 제품과 온/오프라인 제품 100ml당 평균 가격 비교

(단위: 위안)



HPP 기술로 만든 착즙 주스 2개 품목의 100ml당 평균 가격은 5.8위안(약 1,055원)으로 경쟁 제품 15개의 100ml당 평균 가격(3.8위안) 대비 52.6% 높은 것으로 확인됨

- 2개 품목의 가격은 지원 기업 제품의 100ml당 평균 가격(11.9위안)의 약 절반 수준임



그림 15 지원 기업 제품과 온/오프라인 제품 100ml당 평균 가격 비교

(단위: 위안)



## 착즙 주스의 원산지별 가격 포지셔닝 분석

15개 경쟁제품의 원산지는 Innocent 제품 1개 품목을 제외하고 모두 중국산으로 확인됨

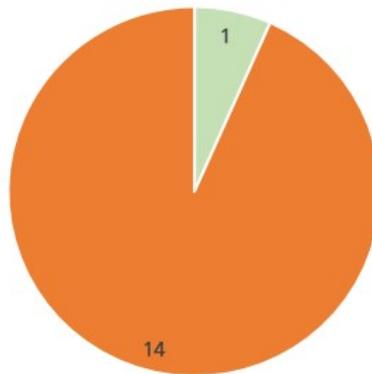
- Innocent 제품은 영국산 브랜드이며, 제조는 중국에서 이뤄지고 있음
- 반면, 한국산 착즙 주스 제품의 판매는 확인되지 않음



그림 16

경쟁제품 원산지 분포

■ 영국산 ■ 중국산



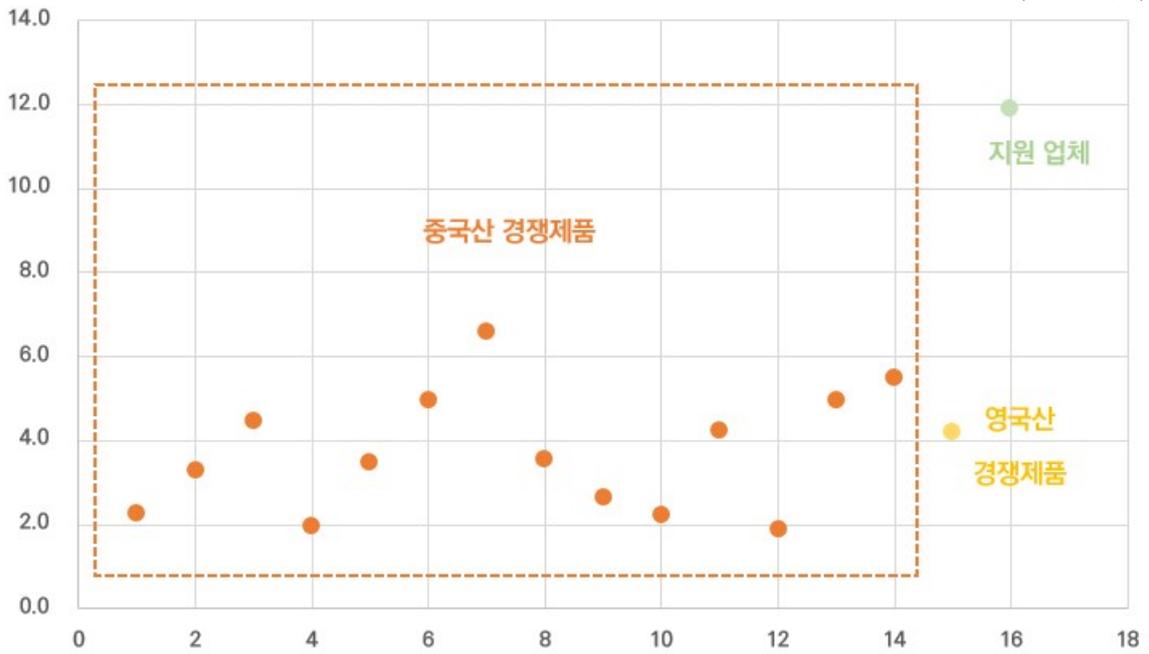
원산지별 100ml당 가격을 비교한 결과, 중국산 제품 14개의 평균 가격은 3.7위안(약 673원)으로 지원 기업 제품 가격(11.9위안)의 약 1/3 수준인 것으로 나타남

- 중국산 제품의 경우, 1개 품목을 제외하고는 100ml당 평균 가격이 대부분 2위안에서 5위안 사이에 분포하고 있어 대부분 중저가 시장에 포지셔닝되어 있는 것으로 분석됨
- 영국산 브랜드 제품의 100ml당 가격은 4.2위안(약 764원)으로 중국산 제품 평균 가격과 큰 차이가 나지 않음
- 지원 기업 제품의 100ml당 가격은 11.9위안(약 2,164원)으로 프리미엄 제품 가격대에 위치함



그림 17 착즙 주스 경쟁제품 100ml당 가격 비교

(단위: 위안)



\*주1: 착즙 주스 16개 제품(지원업체 포함)의 원산지별 가격 포지셔닝을 분석함

# 02 벤치마킹 제품 분석

## 건강함을 강조, 개성 있는 패키징

**(원재료)** 대부분의 경쟁제품이 'NFC 100%' 착즙 주스임을 제품명에 사용하고 패키징 앞면에 크게 부착하여 방부제/첨가제/물 등이 들어가지 않은 과채류 본연의 프리미엄 건강 주스임을 강조함

**(기술)** 2개 품목을 제외하고는 경쟁제품 13개 모두 NFC 착즙 주스인 것으로 확인됨

- 지원 기업의 기술인 HPP 기술로 제조된 착즙 주스 제품은 '샐러리 채소화 100% 복합청과즙'과 'VCLEANSE 아보카도복합청과즙' 2개 품목으로 확인됨
- 해당 제품들은 HPP 기술로 만들어진 프리미엄 착즙 주스로 기존 NFC 착즙 주스 제품 대비 영양 보존율과 식감이 우수하다고 홍보하고 있음

**(패키지에 원료 이미지를 넣어 신선도와 영양 강조)** 주요 원료로 들어가는 품질 좋은 과채류 이미지를 패키징에 부착하여 신선함과 영양을 강조함

- 착즙 주스에 들어가는 과채류의 양을 패키징에 표기하여 영양이 높은 제품임을 강조한 제품도 있음
- 오프라인의 경우, 제품 대다수는 내용물을 확인할 수 있는 투명한 플라스틱 병을 사용하여 소비자들의 신뢰도를 높임



그림 18

원료 이미지를 넣어 신선도와 영양을 강조한 패키징 사례



자료: 각사 홈페이지, 현지 조사원

(온라인상 종이 팩 부자재 사용) 온라인에 유통되고 있는 제품의 경우 대부분 종이 팩을 패키징으로 사용함

- 온라인에서는 묶음 단위로 제품을 판매하기 때문에 부피 등을 고려하여 종이 팩을 주로 사용하는 것으로 분석됨
- 종이 팩은 또한 플라스틱 대비 친환경적인 느낌을 줄 수 있음. 비주얼퍼센트 100% NFC 오렌지주스의 경우 신선도 유지에 효과적인 일본 Toppan 제품의 종이 캔 부자재를 사용함. 해당 패키지의 경우 아이들도 안전하게 먹을 수 있다는 장점이 있음



그림 19

종이 캔 부자재 사용 사례



자료: 당사 홈페이지

# IV

## 시사점



# 01 수출 확대 방안

## 가격 경쟁력

- 착즙 주스 경쟁제품 15개 품목의 평균 100ml당 평균 가격은 3.8위안(약 1690원)으로 조사됨
- 한국산 착즙 주스 제품은 방문한 매장과 유통채널에서 판매하지 않는 것으로 확인됨
  - 원산지별로는 중국산 제품 14개의 평균 가격은 3.7위안(약 673원)으로 지원 업체 가격(11.9위안)의 약 1/3 수준인 것으로 조사됨. 영국산 브랜드 제품의 경우 100ml당 가격이 4.2위안(약 764원)으로 중국산과 유사한 중저가 가격대에 위치함
  - 지원 기업의 제품은 가격대 기준으로 초고가 프리미엄 제품에 해당하므로, 타깃 시장을 우선적으로 설정하고 해당 시장의 경쟁제품과 비슷한 가격대를 설정해야 가격 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 분석됨

## 벤치마킹 및 마케팅 방안

**(원료 성분을 강조한 패키징)** 지원 기업 착즙 주스의 주요 원료인 비트, 당근 및 사과의 이미지를 패키징에 크게 부착하여 신선함과 고영양 착즙 주스임을 강조

- 국내에서 abc 주스는 붓기와 체중 감소, 장 건강, 항산화 및 항염증 등에 효과적인 건강 주스로서 인지도가 높은 편이나, 중국 온/오프라인 현지 조사 결과 착즙 주스는 오렌지를 주축으로 한 과일 착즙 주스가 대다수였으며, 판매 중인 abc 주스는 확인되지 않음
- 중국 주요 온라인몰에서 abc 주스를 검색하면 일부 제품이 확인되나 대부분 한국산으로, 중국 착즙 주스 시장 내에서 abc 주스에 대한 소비자들의 이해도는 낮을 것으로 예상됨
- 따라서, 몸에 좋은 원료로 제조된 건강 주스라는 점을 강조하기 위해 주요 성분인 비트, 당근 및 사과의 고품질의 이미지를 부착하고, 과채류의 함유량을 나타내는 수치 혹은 이미지를 넣어 고영양의 프리미엄 착즙 주스로 홍보해야 함

**(기술 차별화를 통한 프리미엄 강조)** 지원 기업은 HPP기술을 사용하였으며 국내 최초로 비가열 착즙과 분쇄 방식을 혼합하여 제조하였다는 점에서 경쟁 업체와 차별화됨

- 따라서, 마케팅 시 경쟁제품과 대조하여 당사가 보유한 기술을 통해 제조된 제품의 높은 영양적 가치와 식감, 신선도 등을 소비자들이 이해할 수 있게 설명하는 것이 중요함
- 기술 차별화를 통해 맛, 품질 및 영양적 가치가 소비자들에게 충분히 설명된다면, 높은 가격에 대한 거부감을 상쇄시킬 수 있을 것으로 기대됨

# 02 참고 문헌

## □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. 국가통계국(国家统计局)
3. CCFA(China Chain Store & Franchise Association)
4. 중국전자상무보고(中国电子商务报告)
5. O-Oconsulting, 商务大数据
6. aT한국농수산물유통공사
7. 티몰(Tmall)
8. 징둥(JD)

## □ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Juice in China", 2021.12
2. aT한국농수산물유통공사, "중국의 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략 조사", 2021.07
3. aT 한국농수산물유통공사, "중국 주요 온라인 쇼핑몰의 수입 농식품 시장 현황", 2017
4. 한국무역협회 베이징지부, "차이나 마켓 리포트: 2022년 상반기 중국 온라인 소매시장 동향", 2022.09.09.
5. aT 한국농수산물유통공사, "중국 화동·화중 유통업체 Top 10 및 한국 농식품 진출 현황조사", 201

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

- 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.