

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202312-11
품목 | 우유가공품(Milk Product)
HS CODE | 2202.10-1000
국가 | 중국(China)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 중국 우유가공품 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 중국 우유가공품 경쟁제품 조사지표 선정 | 11 |
| 3. 중국 우유가공품 경쟁제품 현지조사 결과 | 12 |

III. 경쟁기업

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 중국 우유가공품 경쟁기업 선정 | 25 |
| 2. 중국 우유가공품 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 26 |
| 3. 중국 우유가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 28 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 칭다오성위안라이
(青島盛源来) | 37 |
| 2. 텐진간디
(天津甘蒂) | 39 |
| 3. 허페이시장훤과징
(合肥市江火跨境) | 41 |

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	443
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	51

VI. 시사점

※ 참고문헌	55
--------	----



HS CODE : 2202.10-1000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

중국 우유가공품 경쟁력분석

온라인 인기 제품

티볼



명뉴나이터상자오



신시왕상자오평미뉴나이



양웨이상자오뉴나이

수닝



신시왕상자오뉴나이



간디무창평웨이나이



이리츠츠싱얼통완뉴나이인핀

오프라인 주요 경쟁제품

메이지상자오웨이한루인라오 (메이지터우쯔)



가격 8.50위안 (1,566원)

용량 200ml

'온·오프라인 유통채널 확보'

이리웨이커쯔상자오뉴나이 (이리시에)



가격 5.30위안 (977원)

용량 240ml

'원료 강조한 홍보문구'

경쟁기업 3개사 분석

잘리터

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

A사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

이리시에

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

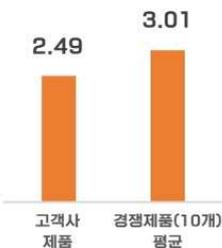
홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

100ml당 가격

단위 : 위안

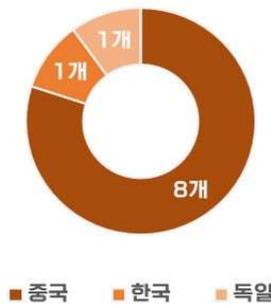


용량

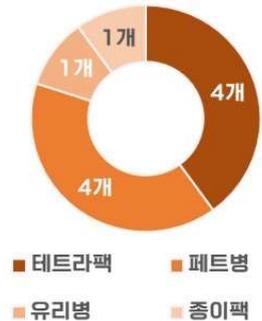
단위 : ml



원산지



포장 형태



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 3.01위안(555원)이며, 브랜드별로 가격차 존재
- 2) 고객사 제품 용량(200ml)은 경쟁제품 평균(414ml)보다 작은 편으로 포장 용량 늘려 제품 현지화 가능

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 온·오프라인 진출 채널 확보한 제품 및 원료 강조한 홍보문구 활용하는 제품 존재
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 우유가공품 제품에 대해 '품질' 및 '맛'에 대한 소비자 관심도 높은 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II

경쟁제품



1. 중국 우유가공품 경쟁제품 선정
2. 중국 우유가공품 경쟁제품 조사지표 선정
3. 중국 우유가공품 경쟁제품 현지조사 결과

1. 중국 우유가공품 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 ¹⁾ 바나나맛 우유
소비자가격	29.9위안 (5,510원 ²⁾³⁾)
제품 종류	우유가공품
용량	200ml*6팩
특징	한국을 대표하는 No.1 가공우유

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사 바나나맛 우유
 - 제품 종류: 우유가공품
 - 소비자가격: 29.90위안(5,510원)
 - 용량: 200ml*6팩

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 티몰(Tmall)
 - 2. 수닝(Suning)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석

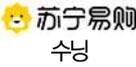


- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사는 N사로 표기
 2) 1위안=184.29원(2023.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 3) 티몰에서 판매되고 있는 고객사 제품 가격

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

중국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 2)

사이트명	취급 종류
 티몰	의류, 뷰티, 디지털, 장난감, 식품, 음료 등
 수닝	가전, 주방, 가구, 식품, 음료, 아가용품 등

▶ 우유가공품 경쟁제품군 선정

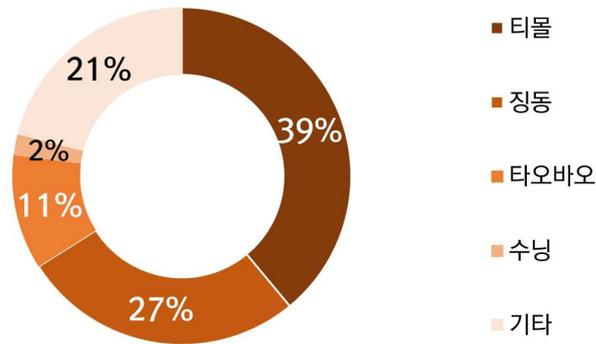
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 우유가공품 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 2곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 중국 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 중국 브랜드 멥뉴, 신시왕의 제품이 주요 인기 경쟁제품으로 판매되고 있는 것을 확인함

[표 2.1] 2022년 중국 식품 온라인 유통채널 점유율

(단위: %)



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

티몰 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)⁴⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	우유가공품	멍뉴 (蒙牛)	멍뉴나이터상자오 (蒙牛奶特香蕉)	중국	39.00위안 (7,187원)	243ml*12팩	
2	우유가공품	신시왕 (新希望)	신시왕상자오평미뉴나이 (新希望香蕉蜂蜜牛奶)	중국	38.90위안 (7,169원)	200ml*12팩	
3	우유가공품	양웨이 (养味)	양웨이상자오뉴나이 (养味香蕉牛奶)	중국	38.50위안 (7,095원)	220ml*12병	

4) 조사일(2023.12.09.) 기준

수닝 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	우유가공품	신시왕 (新希望)	신시왕상자오뉴나이 (新希望香蕉牛奶)	중국	39.00위안 (7,187원)	200ml*12팩	
2	우유가공품	간디무창 (甘蒂牧场)	간디무창평웨이나이 (甘蒂牧场风味奶)	덴마크	40.00위안 (7,372원)	200ml*6팩	
3	우유가공품	이리시예 (伊利实业)	이리츠츠싱얼통싼뉴나이인핀 (伊利QQ星儿童酸牛奶饮品)	중국	42.90위안 (7,906원)	200ml*16팩	

자료: 티몰(Tmall), 수닝(Suning) 홈페이지
 사진 자료: 티몰(Tmall), 수닝(Suning) 홈페이지

5) 조사일(2023.12.09.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 중국 상하이 정보⁶⁾

인구	약 2,154만 명
면적	16,411km ²

▶ 중국 베이징, 방문지역으로 선정

중국의 대표적인 경제 중심지로 알려진 베이징을 방문지역으로 선정함. 베이징은 3천여 년 역사와 860년간 수도 역사를 가진 고도로서 현재 중국의 수도임. 중국의 정치, 문화, 교통의 중심이며 문화적 가치가 높은 유산이 많이 위치해 있음. 중국 통계청에 따르면, 2018년 베이징시의 1인당 국내총생산은 15만 3,095위안으로 중국 31개 지역 중 1위를 차지하여 소득수준 또한 높은 도시임

▶ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 및 편의점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 슈퍼마켓과 하이퍼마켓, 편의점을 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 중국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	벵가드(Vanguard), 용후이(永辉), 우마트(Wu Mart), 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter), 퓨어골드(Puregold), 에스엠 하이퍼마켓(SM Hypermarket), 슈퍼에잇 그로서리 웨어하우스(Super8 Grocery Warehouse)
슈퍼마켓	허마(盒马), 귀수하오(果蔬好), 알티마트(RT Mart), 시티슈퍼(City Super), 원펑(文峰), 엔지에스 마트(NGS-Mart), 올레(Ole), 렐화차오스(聯華超市), 까르푸(家樂福), 농공상(农工商), 자자웨이(家家悦)
편의점	메이이지아(美宜佳), 홍치렌쉬(紅旗連鎖), 로슨(Lawson), 패밀리마트(FamilyMart), 세븐일레븐(7-Eleven)
온라인	티몰(天貓)&타오바오(淘宝网), 징둥(京東), 수닝(苏宁), 핀두어뚜어(拼多多)

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 베이징 통계국(北京市统计局), 「Beijing Statistical Yearbook, 2020」, 2020

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 귀수하오(果蔬好), 허마(盒马), 우마트(Wu Mart), 세븐일레븐(7-Eleven)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 우유가공품: 일반적으로 우유를 비롯한 젖에서 얻는 식품군으로 농축, 건조, 발효, 응고, 분리와 같은 과정을 거쳐 만든 제품

- 우유가공품 중 고객사 제품군인 가공우유 제품을 경쟁제품으로 선정

[표 2.4] 중국 우유가공품 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	가공우유
① 마리자싸리탈상자오뉴나이인핀 (잘리터)	○ (귀수하오)	(-)	○
② 밀크특러우화상자오엔스뉴루인핀 (A사)	○ (귀수하오)	○ (티몰)	○
③ 메이저상자오웨이한루인라오 (메이지터우쯔)	○ (허마)	○ (티몰)	○
④ 허마성뉴루상자오나이 (장쑤메이텐나이예)	○ (허마)	(-)	○
⑤ 텐푸춘차오커리뉴루 (장쑤메이텐나이예)	○ (허마)	○ (티몰)	○
⑥ 이리웨이커쯔상자오뉴나이 (이리스예)	○ (우마트)	○ (티몰)	○
⑦ 싹위안차오커리뉴나이 (베이징싹위안스핀)	○ (우마트)	○ (티몰)	○
⑧ 이리구리뒤홍구뉴나이인핀 (이리스예)	○ (우마트)	○ (티몰)	○
⑨ 이리웨이커쯔차오커리뉴나이 (이리스예)	○ (우마트)	○ (티몰)	○
⑩ 완다산루츠신센상자오센뉴루 (텐진완다산루핀)	○ (우마트, 세븐일레븐)	(-)	○

(*) 현지 우유가공품 경쟁제품 10개 분석

2. 중국 우유가공품 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 중국 우유가공품 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 중국 우유가공품 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	용량(ml)	제품의 용량
제품 종류	우유가공품	일반적으로 우유를 비롯한 젖에서 얻는 식품군으로 농축, 건조, 발효, 응고, 분리와 같은 과정을 거쳐 만든 제품
포장 형태	테트라팩	제품의 내용물을 멸균 처리하여 겹겹이 층을 이룬 포장
	원산지	제품의 원산지
	유통기한	제품의 유통기한
	맛	제품의 맛
	인증	제품의 인증
	기타 표기사항	기타 제품의 표기사항
	수입자	제품의 수입자
	홍보문구	제품의 홍보문구
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

3. 중국 우유가공품 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 중국 베이징에 위치한 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점

중국 베이징에 위치한 슈퍼마켓인 귀수하오, 허마 그리고 하이퍼마켓인 우마트, 편의점인 세븐일레븐을 방문함. 귀수하오는 고품질의 과일과 채소를 주로 판매하며, 허마는 배달 서비스를 제공하는 중국의 슈퍼마켓 체인임. 우마트는 베이징에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인이며, 세븐일레븐은 베이징 내 152개의 매장을 운영하고 있음

[표 2.6] 중국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	귀수하오 (果蔬好)	허마 (盒马)
방문 매장 전경		
구분	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	2	3
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> · 베이징 전역에 10개 매장을 운영하고 있음 · 품질 좋은 유기농 과일과 야채를 위주로 판매함 	<ul style="list-style-type: none"> · 2015년 설립된 중국의 슈퍼마켓 체인 · 신선식품 배달 서비스를 제공하고 있음
방문 매장명	우마트 (Wu Mart)	세븐일레븐 (7-Eleven)
방문 매장 전경		
구분	하이퍼마켓	편의점
조사 제품 수	4	1
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> · 중국 최초의 최대 규모 소매업체 중 하나 · 중국 전역에 1,000개 이상의 매장을 운영하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 세계 최초의 편의점 브랜드로 중국에는 2004년 첫 매장 오픈 · 중국 내 약 2,000개 매장을 운영하고 있음

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 중 9개 제품이 1개의 매장에서만 판매

귀수하오, 허마, 우마트, 세븐일레븐 총 4개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 9개의 제품이 1개의 매장에서만 판매 중인 것으로 확인됨. 나머지 1개의 제품은 2개의 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨. 우마트는 조사된 10개의 경쟁제품 중 5개의 제품을 취급하고 있어 방문한 4개의 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있음

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	귀수하오	허마	우마트	세븐일레븐
① 마리자싸리텔상자오뉴나이인핀 (잘리터)	○			
② 밀크톡러우화상자오엔스뉴루인핀 (A사)	○			
③ 메이지상자오웨이한루인라오 (메이지터우쯔)		○		
④ 허마성뉴루상자오나이 (장쑤메이텐나이예)		○		
⑤ 텐푸춘차오커리뉴루 (장쑤메이텐나이예)		○		
⑥ 이리웨이커쯔상자오뉴나이 (이리스예)			○	
⑦ 싘위안차오커리뉴나이 (베이징싘위안스핀)			○	
⑧ 이리구리뒤홍구뉴나이인핀 (이리스예)			○	
⑨ 이리웨이커쯔차오커리뉴나이 (이리스예)			○	
⑩ 완다산루츠신센상자오센뉴루 (텐진완다산루핀)			○	○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 귀수하오(果蔬好)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
프리미엄 식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			<p>귀수하오는 2011년 베이징에 설립된 식품 회사로, 유기농 신선식품 회사인 위구(沃谷) 농업 발전 유한공사의 자회사로 설립되었음. 베이징 내 10개의 매장을 운영하고 있으며, 품질 좋은 유기농 과일과 야채를 위주로 판매함</p>
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 F1, Xinhuicheng, No.120, Dongyuan 1 Zone, Wangjing, Chaoyang District, Beijing, China
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 우유가공품 경쟁제품 정보		
			
	마라자싸리털상자오뉴나이인핀 (잘리터)	밀크투러우화상자오엔스뉴루인핀 (A사)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 귀수하오(果蔬好)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	마리자사리털상자오뉴나이인핀 (玛力佳Saliter香蕉牛奶饮品)	밀크톡러우화상자오옌스뉴루인핀 (MilkTalk柔滑香蕉延世牛乳饮品)
제조사 (현지어)	잘리터 (Saliter)	A사
제품 종류	우유가공품	우유가공품
용량	500ml	300ml
소비자가격	31.30위안 (5,768원 ⁷⁾)	16.60위안 (3,059원)
100ml당 가격	6.26위안 (1,154원)	5.53위안 (1,019원)
원산지	독일	한국
포장 형태	유리병	페트병
유통기한	12개월	21일
맛	바나나 맛	바나나 맛
인증	(-)	HACCP
기타 표기사항	건조하고 그늘진 곳에 보관, 개봉 후 냉장보관	연세대학교 산하 식품과학위원회 출품
수입자	베이징쓰하이즈샹 (北京四海致祥)	산둥더위유쉬안 (山东德宇优选)
홍보문구	냉장 후 마시면 더 좋은 맛을 느끼실 수 있습니다.	한국 오리지널 수입
원료 및 첨가물	탈지 생우유, 백설탕, 바나나 푸레 1.1%, 식용 향료, 카라기난	생우유(첨가량≥48%), 물, 과당시럽, 탈지분유, 백설탕, 크림, 바나나 농축액(첨가량≥5%), 안나토(Annatto), 식용 향료

7) 1위안=184.29원(2023.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Shop ② 허마(Hema)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선 야채, 해산물, 육류, 신선 과일 등 신선 식품을 주로 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾			허마셴성은 2005년 알리바바에서 설립한 슈퍼마켓 체인 업체로, 슈퍼마켓, 신선매장, 아울렛 등 다양한 형태로 운영함. 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 애플리케이션을 통해 신선식품을 판매하며, 신선식품 배달 서비스를 제공하고 있음
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 B1, Block E, Wangjing, Vanke Times Center, No.9, Wangjing Street, Chaoyang District, Beijing, China
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 우유가공품 경쟁제품 정보		
			
	메이지상자오웨이한루 인락오 (메이지터우쯔)	허마성뉴루상자오나이 (장쑤메이텐나이예)	텐푸춘차오커리뉴루 (장쑤메이텐나이예)

사진자료: 현지조사원 자료

8) 허마(盒马) 홈페이지

Shop ② 허마(Hema)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	메이지상자오웨이한루인라오 (明治香蕉味含乳饮料)	허마성뉴루상자오나이 (盒马生牛乳香蕉奶)
제조사 (현지어)	메이지투자즈 (明治投资)	장쑤메이텐나이에 (江苏美天奶业)
제품 종류	우유가공품	우유가공품
용량	200ml	950ml
소비자가격	8.50위안 (1,566원)	14.90위안 (2,746원)
100ml당 가격	3.86위안 (711원)	1.57위안 (289원)
원산지	중국	중국
포장 형태	페트병	종이팩
유통기한	9개월	15일
맛	바나나 맛	바나나 맛
인증	(-)	(-)
기타 표기사항	개봉 전 흔들어 주세요. 개봉 후 냉장보관하시고 가급적 빨리 섭취하십시오.	식이섬유 함유, 2-6°C 폴코스 콜드체인, 생우유함량 ≥80%, 바나나시럽함량 ≥2%
수입자	현지 생산 제품	현지 생산 제품
홍보문구	냉장 후 마시면 더 좋은 맛을 느끼실 수 있습니다.	바나나와 생우유의 아름다운 만남
원료 및 첨가물	물, 백설탕, 탈지분유, 코코넛오일, 버터, 농축바나나시럽, 구연산나트륨, 식용염, 탄산수소나트륨, 복합안정제(미세결정셀룰로오스, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨), 자당지방산에스테르, β-카로틴, 식용 향료	생우유(≥80%), 물, 백설탕, 바나나 시럽, 이눌린(1.5%), 이소말토올리고당(0.5%), 식품첨가물(글리세릴 모노스테아레이트, 구아검, 카라기난, 알긴산나트륨, 탄산수소나트륨, β-카로틴), 식용 향료

Shop ② 허마(Hema)

	경쟁제품 ⑤
제품 사진	
제품명 (현지어)	텐푸춘차오커리뉴루 (天浣纯巧克力牛乳)
제조사 (현지어)	장쑤메이텐나이예 (江苏美天奶业)
제품 종류	우유가공품
용량	950ml
소비자가격	29.90위안 (5,510원)
100ml당 가격	3.15위안 (581원)
원산지	중국
포장 형태	페트병
유통기한	15일
맛	초코 맛
인증	(-)
기타 표기사항	본 제품은 냉장제품으로 개봉 후 가급적 빨리 섭취하십시오. 초콜릿, 코코아분말 첨가로 침전이 생길 수 있으며 섭취 전 흔들어 주세요.
수입자	현지 생산 제품
홍보문구	5차원 생태 목장, 텐푸 생산
원료 및 첨가물	생우유(≥75%), 생수유(≥11%), 초콜릿(≥10%), 코코아 가루(≥1%)

Shop ③ 우마트(Wu Mart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식품, 음료, 주류, 과일, 생활용품, 소형 가전제품 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾			우마트는 중국 최초이자 최대 규모의 소매업체 중 하나로 베이징-천진-허베이 지역에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인이며, 중국 전역에 1,000개 이상의 매장을 운영하고 있음. 베이징, 항저우 등 기타 주요 도시에서는 전자상거래 시스템을 개발하여 온오프라인 쇼핑 서비스를 제공함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	베이징
		상세주소	B1, No. 11, Futongxida Street, Zhaoyang District, Beijing, China
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 우유가공품 경쟁제품 정보		
			
	이리웨이커쯔샹자오뉴나이 (이리시예)		싼위안차오커리뉴나이 (베이징싼위안스핀)
			
이리구리뒤홍구뉴나이인핀 (이리시예)		이리웨이커쯔차오커리뉴나이 (이리시예)	

사진자료: 현지조사원 자료

9) 우마트(Wu Mart) 홈페이지

Shop ③ 우마트(Wu Mart)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	이리웨이커쯔상자오뉴나이 (伊利味可滋香蕉牛奶)	싼위안차오커리뉴나이 (三元巧克力牛奶)
제조사 (현지어)	이리시예 (伊利实业)	베이징싼위안스핀 (北京三元食品)
제품 종류	우유가공품	우유가공품
용량	240ml	250ml
소비자가격	5.30위안 (977원)	2.70위안 (498원)
100ml당 가격	2.21위안 (407원)	1.08위안 (199원)
원산지	중국	중국
포장 형태	테트라팩	테트라팩
유통기한	6개월	6개월
맛	바나나 맛	초코 맛
인증	HALAL	(-)
기타 표기사항	바나나즙(첨가량:1440mg/팩), 생우유(첨가량≥80%)	상온 건조한 곳에 보관, 개봉 후 2-6°C 냉장보관, 24시간 내 섭취 완료
수입자	현지 생산 제품	현지 생산 제품
홍보문구	짙은 맛, 고품질 엄선 바나나즙, 100% 생우유원	진한 초콜릿 향
원료 및 첨가물	생우유, 정제수, 과당시럽, 백설탕, 농축 바나나 주스, 글리세릴 모노스테아레이트, 인산수소이나트륨, 식용 향료	생우유, 물, 과당시럽, 백설탕, 코코아분말, 글리세릴 모노스테아레이트, 카라기난, 구아검, 식용 향료

Shop ③ 우마트(Wu Mart)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	이리구리뒤홍구뉴나이인핀 (伊利谷粒多红谷牛奶饮品)	이리웨이커쯔차오커리뉴나이 (伊利味可滋巧克力牛奶)
제조사 (현지어)	이리시예 (伊利实业)	이리시예 (伊利实业)
제품 종류	우유가공품	우유가공품
용량	250ml	240ml
소비자가격	3.20위안 (590원)	5.40위안 (995원)
100ml당 가격	1.28위안 (236원)	2.25위안 (415원)
원산지	중국	중국
포장 형태 (외부/내부)	테트라팩	테트라팩
유통기한	6개월	6개월
맛	곡물 맛	초코 맛
인증	HALAL	HALAL
기타 표기사항	개봉 전 상온보관, 개봉 후 즉시 섭취, 섭취 전 흔들어 주세요	개봉 전 상온보관, 개봉 후 즉시 섭취, 섭취 전 흔들어 주세요
수입자	현지 생산 제품	현지 생산 제품
홍보문구	팥, 홍미, 땅콩을 엄선하여 현대기술로 정성껏 끓이고 균형 잡힌 식단을 추구	목장 생우유 엄선, 첨가량≥80%. 짙고 부드러운 벨기에 초콜릿 첨가
원료 및 첨가물	물, 전지분유, 백설탕, 폴리덱스트로스, 홍미분말, 팥가루, 땅콩버터, 좁쌀가루, 비타민 E, 비타민B2, 나이아신, 미세결정셀룰로오스, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨, 젤란검, 글리세릴 모노스테아레이트, 알긴산나트륨, 인산수소이나트륨, 수크랄로스, 식용 향료	생우유, 물, 백설탕, 코코아 가루, 다크 초콜릿, 식용 소금, 미세결정셀룰로오스, 글리세릴 모노스테아레이트, 카복시메틸 셀룰로오스 나트륨, 젤란검, 식용 향료

Shop ④ 세븐일레븐(7-Eleven)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
식품, 주류, 스낵류, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾			세븐일레븐은 세계 최초의 편의점 브랜드로 미국 본토에서 시작되었으나, 2005년 일본의 이토요카도가 미국 본사의 지분을 전량 매입해 일본계 회사가 되었음. 중국에는 2004년에 첫 매장을 오픈했으며, 현재 중국 전역에 2,000여개의 매장과 베이징에는 152개의 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	베이징 No. 402-3-5, 1st Floor, Building 402, Wangjing West District, Chaoyang District, Beijing, China
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 우유가공품 경쟁제품 정보		
			
완다산루 초신센상자오셴뉴루 (틴진완다산루핀)			

사진자료: 현지조사원 자료

10) 세븐일레븐(7-Eleven) 공식 홈페이지

Shop ④ 세븐일레븐(7-Eleven)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	완다산루츠신센상자오셴뉴루 (完达山乳此新鲜香蕉鲜牛乳)
제조사 (현지어)	텐진완다산루핀 (天津完达山乳品)
제품 종류	우유가공품
용량	236ml
소비자가격	6.90위안 (1,272원)
100ml당 가격	2.92위안 (538원)
원산지	중국
포장 형태	페트병
유통기한	14일
맛	바나나 맛
인증	(-)
기타 표기사항	본 제품은 저온살균기술 제품으로 냉장보관이 필요하며 개봉 후 즉시 섭취하시기 바랍니다.
수입자	현지 생산 제품
홍보문구	달콤한 과일즙 선별, 생우유 엄선, 저온살균기술
원료 및 첨가물	생우유(첨가량≥80%), 물, 백설탕, 사과 농축액, 바나나 농축액(첨가량≥0.2%), 글리세릴 모노스테아레이트, 자당지방산 에스테르, β-카로틴, 식용 향료

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III

경쟁기업



1. 중국 우유가공품 경쟁기업 선정
2. 중국 우유가공품 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 중국 우유가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 중국 우유가공품 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 글로벌기업, 로컬기업 및 한국기업 3개사 선정

중국 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하여 우유가공품을 제조하는 글로벌기업과 로컬기업, 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 146년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 잘리터는 1713년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 310년의 업력을 보유하고 있으며, A사는 1962년 설립 이후 61년째 사업을 이어오고 있음. 이리스예는 1956년 설립 이후 67년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 우유가공품 동일 품목 종류 조사

중국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 가공우유 제품 수를 조사한 결과, 이리스예가 총 50개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 A사가 45개, 잘리터가 11개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 우유가공품 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
잘리터	독일	310년	11개
A사	한국	61년	45개
이리스예	중국	67년	50개

자료: 중국 우유가공품 경쟁기업 3개사 분석

2. 중국 우유가공품 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	가공우유

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	귀수하오, 허마, 우마트, 세븐일레븐
온라인	티몰, 수닝

3. 중국 우유가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 중국 오프라인 매장 진출

중국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 경쟁기업으로 선정된 잘리터와 A사는 귀수하오에 입점하였고, 이리스에는 우마트에 입점한 것으로 확인됨. A사와 이리스에는 온라인 매장 티몰에 입점한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

중국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 잘리터는 독일 및 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, A사는 한국, 중국, 글로벌 계정의 홈페이지를 운영하고 있음. 이리스에는 중국 및 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. SNS의 경우 잘리터는 독일 계정의 인스타그램과 페이스북을, A사는 한국 계정의 인스타그램을 운영 중이며, 이리스에는 트위터와 중국 내에서 통용되는 로컬 SNS인 웨이보와 위챗 계정을 보유한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품 원료 강조

중국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원료를 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘순수 바나나 퓨레’, ‘고품질 엄선 바나나즙’, ‘목장 생우유 엄선’ 등 제품의 원료와 관련된 수식어가 사용되고 있음. 또한, ‘달콤한 바나나맛 우유’, ‘짙은 맛’ 등 음료의 맛을 강조한 수식어를 활용해 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 중국 우유가공품 경쟁기업 현황

경쟁기업	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
잘리터	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 귀수하오 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (독일/글로벌) SNS 플랫폼 (독일) <ul style="list-style-type: none"> 인스타그램 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 냉장 후 마시면 더 좋은 맛을 느끼실 수 있습니다. 순수 바나나 퓨레 초열처리 가공 	
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 귀수하오 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 티몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국/중국/글로벌) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> 한국 오리지널 수입 달콤한 바나나맛 우유 우리 가족을 위한 든든한 영양간식으로 	
이리시에	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 우마트 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 티몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (중국/글로벌) SNS 플랫폼 (중국) <ul style="list-style-type: none"> 위챗 웨이보 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 짙은 맛 고품질 엄선 바나나즙 100% 생우유원 목장 생우유 엄선 질고 부드러운 벨기에 초콜릿 첨가 팥, 홍미, 땅콩을 엄선하여 현대기술로 정성껏 끓임 	

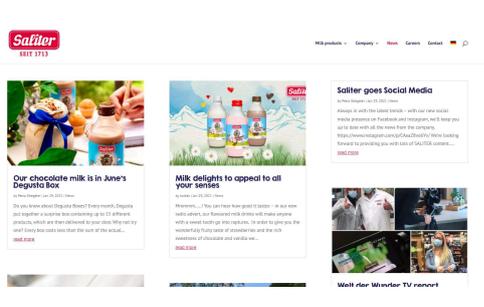
자료: 중국 우유가공품 경쟁기업 3개사 분석

① 잘리터

기업 기본 정보	기업명	잘리터		
	기업 설명	잘리터는 1713년에 설립된 독일의 유제품 생산업체로, 분유 및 우유 가공 회사로 시작하여 이유식 및 여러 유제품 생산업체로 발전하여 전 세계로 제품을 수출하고 있음. 하루에 약 3만 리터의 유기농 우유와 8만 리터의 일반 우유를 처리하는 생산능력을 갖추고 있으며, 모든 생산 제품은 GMO 성분을 포함하지 않은 고품질 유기농 제품임		
	위치	Kemptener Straße 6 - 8 D-87634 Obergünzburg		
	규모	동일 품목 수	11개	
설립연도		1713년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 귀수하오		제품명	마리자싸리털상자오뉴나이인핀 (玛力佳Saliter香蕉牛奶饮品)
			용량	500ml
			소비자가격	31.30위안 (5,768원 ¹¹⁾)
			제품 종류	우유가공품
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

11) 1위안=184.29원(2023.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(독일/글로벌), 페이스북/인스타그램(독일)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 정보, 기업 소식 안내 등</p>	
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 이념, 연혁, 개요 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품 소개
<p>사진자료: 잘리터 홈페이지</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 소식, 제품 홍보 등 기업 뉴스 제공

② A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 연세대학교가 운영하는 사업체로 1962년 설립된 글로벌 종합식품기업임. 가치 있는 제품으로 인류건강증진에 기여하고 사회에 공헌하는 것을 기업의 가치로 삼아 영업하고 있음. A사에서 생산하는 음료 전 제품은 HACCP 인증을 획득하였음		
	위치	충남 아산시 음봉면 음봉로 829		
	규모	동일 품목 수	45개	
설립연도		1962년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 귀수하오		제품명	밀크톡러우화상자오엔스뉴루인핀 (MilkTalk柔滑香蕉延世牛乳饮品)
			용량	300ml
	소비자가격		16.60위안 (3,059원)	
	제품 종류		우유가공품	
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지(한국/중국/글로벌), 인스타그램(한국)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 연구진 소개, 위치 안내 등

게시물 유형



- 회사 개요, 핵심 가치, 연혁 등 기업 정보 소개



- 제품 연구진 소개



- 기업 위치 및 영업 메일 등 안내

사진자료: A사 홈페이지

③ 이리시에

기업 기본 정보	기업명	이리시에		
	기업 설명	이리시에는 중국 최대의 유제품 생산업체로, 초고온 기술과 대규모 우유 생산라인을 도입한 중국 최초의 우유 생산업체임. 글로벌 유제품 기업 부문 9년 연속 아시아 1위 자리를 지키고 있으며, 베이징 올림픽, 중국 엑스포, G20 등 주요 국제 행사의 유제품 독점 공급업체로 선정되었음		
	위치	Liaoning, Dalian, Shahekou District, Xi'an Rd, 成意街8-10号君安国际大厦2317 邮政编码: 116000		
	규모	동일 품목 수	50개	
설립연도		1956년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 우마트 <온라인 매장> 티몰		제품명	이리웨이커쯔상자오뉴나이 (伊利味可滋香蕉牛奶)
			용량	240ml
			소비자가격	5.30위안 (977원)
			제품 종류	우유가공품
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(중국/글로벌), 트위터/위챗/웨이보(중국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 품질관리 방법 소개 등
게시물 유형	<p>企业文化</p> <p>企业信条</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 회사 개요, 연혁, 이념 등 기업 정보 소개
	<p>企业品质</p> <p>品牌介绍</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드별 제품 소개
	 <p>品质3310战略</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 제품 품질 관리 전략 및 품질 경영 안내

사진자료: 이리스에 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 칭다오성위안라이
(靑島盛源來)
2. 텐진간디
(天津甘蒂)
3. 허페이시장훤과징
(合肥市江火跨境)

Interview ①

12)



칭다오성위안라이 (青岛盛源来) Sales Manager

칭다오성위안라이 (青岛盛源来)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2005년 설립된 중국 산둥성의 마트
 - 주로 한국 식품 수입

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	29.90위안 (5,510원)
용량	200ml*6개
포장 형태	테트라팩
원산지	한국

Q1. 고객사 제품의 가격, 용량, 포장은 중국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품 가격은 중국 시장에서 적절한 편입니다. 중국 시장에는 다양한 우유 브랜드가 존재하며, 200ml 우유의 평균 가격은 5~7위안으로 책정되어 있습니다. 고객사는 중국 시장에서 인지도가 있지만, 최근 몇 년 사이 중국 내 우유 제조업체들의 생산 수준이 향상되었고, 특히 바나나 우유 제품이 점점 인기를 끌고 있습니다. 이에 따라 제품의 포장 형태도 중요한 고려사항입니다. 운송 중 쉽게 눌릴 수 있는 포장 대신, 온라인 쇼핑을 선호하는 젊은 소비자들을 고려해 테트라 팩보다는 병 포장이 더 적합할 것으로 보입니다.

Q2. 유통업체 입장에서 우유가공품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

마트 및 슈퍼마켓에서 유제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 제품의 유통기한입니다. 소비자들이 유제품을 구매할 때 생산날짜와 유통기한을 가장 먼저 확인하기 때문에 유통업체에서도 해당 부분을 특히 많이 고려합니다.

Q3. 현지 소비자가 우유가공품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

앞서 언급 드렸듯, 중국 소비자들은 우유가공품을 구매할 때 제품의 생산날짜를 우선적으로 확인합니다. 특히, 유통기한에 대해 매우 민감한 반응을 보입니다.

Q4. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품에 가장 적합한 유통채널은 티몰과 같은 온라인 쇼핑몰이라고 생각됩니다. 오프라인 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓의 경우 입점비와 중간 유통사 비용으로 인해 자연스럽게 소비자가격이 상승합니다. 따라서 경쟁력 있는 가격으로 제품을 판매하기 위해서는 티몰과 같은 온라인 상점에서의 판매가 바람직합니다.

Q5. 현지 시장에서 고객사 제품을 판매할 때 효과적인 홍보 방식과 판매 전략은 무엇인가요?

중국 소비자들은 홍보문구보다는 실질적인 제품 경험을 중요시합니다. 이에 따라 한국기업들은 획기적인 홍보문구보다는 온라인 쇼핑몰 진출에 주력하는 추세입니다. 티몰과 같은 온라인 쇼핑몰에서 직접 고객사 계정을 운영하고 제품을 판매하는 것이 효과적입니다. 더불어 이 채널에서 행운 추첨이나 현금 쿠폰 증정과 같은 다양한 프로모션을 집중적으로 진행하는 것이 좋습니다. 또한, 샤오홍슈(小红书)와 더우인(抖音) 같은 SNS 플랫폼을 활용하여 왕홍(网红)과의 협력을 통한 제품 홍보도 효과적일 것입니다.

Interview ②

13)



텐진간디 (天津甘蒂) Sales Manager

텐진간디 (天津甘蒂)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립된 중국의 식품 수입 유통 기업
 - 주로 덴마크, 독일, 한국에서 제품을 수입하며, 우유, 와인 등의 제품을 취급함

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 29.90위안
(5,510원)

용량 200ml*6개

포장 형태 테트라팩

원산지 한국

Q1. 고객사 제품의 가격, 용량, 포장은 중국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 다른 수입품들과 비교했을 때 상대적으로 낮게 느껴집니다. 현재 중국 시장에서 인기 있는 덴마크 수입 우유는 바나나, 딸기, 초콜릿 등의 다양한 맛을 제공하며, 200ml 한 상자의 가격은 약 6위안입니다. 고객사 제품은 중국 시장에서 인지도가 높아 중국 2선 및 3선 도시 소비자들에게도 인기가 있습니다. 또한, 고객사 제품의 유통기한은 6개월로, 중국의 오프라인 시장에서 판매하기에는 다소 짧다고 생각됩니다.

Q2. 유통업체 입장에서 우유가공품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체는 제품 공급 가격을 가장 중요하게 고려합니다. 수입 제품의 경우 관세와 중간 유통상의 마진이 부과되어 오프라인 매장에서의 판매 가격이 상대적으로 높게 책정됩니다. 중국의 많은 오프라인 매장들은 다양한 우유 제품을 취급하고 있어, 소비자들은 가격을 주요 비교 기준으로 삼아 제품을 선택하는 경향이 있습니다.

Q3. 현지 소비자가 우유가공품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 구매 시 제품 가격을 가장 중요한 요소로 고려합니다. 다양한 우유 제품 중에서 할인 행사를 진행하는 제품이 있다면, 그 제품이 소비자의 구매 결정에 크게 영향을 미칠 것입니다.

Q4. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품의 현지 시장 진출에는 기존 온오프라인 채널의 결합이 바람직합니다. 또한, 커뮤니티형 공동구매 방식을 새로운 판매채널로 추천합니다. 중국 시장에서는 코로나 기간 동안 소규모 주거지역이 확대되고 온라인 주문 시스템이 강화되어, 우유와 같은 일상 필수품의 공동구매가 활발해졌습니다. 이런 판매 방식은 온오프라인 모델을 효과적으로 결합한 것으로, 고객사 제품의 판매에도 적용할 수 있습니다.

Q5. 현지 시장에서 고객사 제품을 판매할 때 효과적인 홍보 방식과 판매 전략은 무엇인가요?

중국 시장에서는 인터넷 채널을 통한 홍보가 매우 효과적입니다. 현재 중국 전역에서 틱톡과 샤오홍슈(小红书)가 널리 사용되고 있으며, 이러한 플랫폼은 고객사 제품의 인지도를 높이는 데 큰 역할을 할 수 있습니다. 고객사가 틱톡과 샤오홍슈(小红书)에 기업 계정을 만들어 운영한다면, 온라인 홍보에 큰 효과를 볼 수 있을 것입니다.

Interview ③

14)

佑文食品专营店

허페이스장휘과징 (合肥市江火跨境) Sales Manager

허페이스장휘과징 (合肥市江火跨境)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2018년 설립된 중국의 식품 수입 유통 기업
 - 주로 일본에서 제품을 수입하며, 주스 제품을 취급함

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 29.90위안
(5,510원)

용량 200ml*6개

포장 형태 테트라팩

원산지 한국

Q1. 고객사 제품의 가격, 용량, 포장은 중국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 비교적 저렴한 편입니다. 현재 당사가 판매하는 일본 상가리아(Sangaria) 수입 우유의 500ml 가격은 대략 8~10위안 정도이며, 딸기, 바나나, 멜론 맛이 있습니다. 그러나 고객사 제품의 포장은 운송 중 손상될 위험이 있어, 중국 시장 경쟁을 고려한다면 새로운 병 포장 방법을 개발하는 것이 바람직합니다. 용량에 있어서는 중국의 우유 제품은 종이 포장의 경우 200ml, 병 포장은 500ml 정도에 판매되는 것이 일반적입니다.

Q2. 유통업체 입장에서 우유가공품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체는 브랜드 인지도를 가장 중요하게 고려합니다. 특히 코로나 이후, 중국 소비자들 사이에서 오프라인 매장 방문이 감소했기 때문에, 우유가공품을 구매할 때 친숙한 브랜드를 선호하는 경향이 있습니다. 따라서 유통업체는 제품의 브랜드 인지도를 매우 중시합니다.

Q3. 현지 소비자가 우유가공품 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 구매 시 브랜드와 생산 국가를 매우 중요하게 여깁니다. 중국에서는 우유 및 식품 안전 문제가 지속적으로 이슈가 되어 왔기 때문입니다. 명뉴(蒙牛) 및 이리(伊利)와 같은 중국 브랜드는 세계적인 브랜드로 성장하며 인지도가 높아졌지만, 안전하고 건강한 수입 브랜드 제품에 대한 선호도 또한 높습니다.

Q4. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

중국 도시 지역의 허마(Hema)나 올레(Ole)와 같은 고급 슈퍼마켓을 추천합니다. 이들 슈퍼마켓은 중국 전역에 분포해 있어, 넓은 범위의 소비자들에게 판매할 수 있는 기회를 제공합니다. 주요 소비층이 청소년을 포함한 도시 중산층인 점을 고려할 때, 허마와 올레 같은 고급 슈퍼마켓에서의 판매는 더욱 적합합니다.

Q5. 현지 시장에서 고객사 제품을 판매할 때 효과적인 홍보 방식과 판매 전략은 무엇인가요?

중국 내 인기 있는 우유 브랜드들은 오프라인과 온라인 채널을 결합하여 홍보하는 추세를 보입니다. 오프라인 매장에서는 2+1 또는 1+1 행사와 같은 프로모션을 활발히 진행하고, 온라인 쇼핑몰인 징둥 및 타오바오에서는 할인, 현금 쿠폰, 소포장 샘플 증정과 같은 다양한 프로모션을 실행하는 것이 효과적입니다. 온오프라인 채널을 통한 이러한 다양한 프로모션 전략을 추천합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100ml당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 마리자씨리탈상자오뉴나이인핀 (찰리티)
- ② 밀크톡러우화상자오엔스뉴루인핀 (A사)
- ③ 메이저상자오웨이한루인랴오 (메이저터우쯔)
- ④ 허마성뉴루상자오나이 (장쑤메이텐나이에)
- ⑤ 텐푸춘차오커리뉴루 (장쑤메이텐나이에)
- ⑥ 이리웨이커쯔상자오뉴나이 (이리스예)
- ⑦ 썬위안차오커리뉴나이 (베이징썬위안스핀)
- ⑧ 이리구리뒤홍구뉴나이인핀 (이리스예)
- ⑨ 이리웨이커쯔차오커리뉴나이 (이리스예)
- ⑩ 완다산루츠신션상자오셴뉴루 (텐진완다산루핀)

▶ 고객사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 대비 낮은 편

고객사 제품의 100ml당 가격은 2.49위안(459원¹⁵⁾)으로, 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격인 3.01위안(555원)보다 낮은 수준인 것으로 확인됨. 현재 중국에서 유통되는 우유가공품 경쟁제품의 평균 100ml당 가격은 비교적 높은 편으로 고객사 제품은 현지 제품 대비 가격 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 보임

[표 5.1] 중국 우유가공품 가격 경쟁력 분석

(단위: 100ml/위안)



15) 1위안=184.29원(2023.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 용량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 마리자씨리탈상자오뉴나이인핀 (잘리터)
- ② 밀크톡러우화상자오엔스뉴루인핀 (A사)
- ③ 메이저상자오웨이한루인라오 (메이지터우쯔)
- ④ 허마성뉴루상자오나이 (장쑤메이텐나이예)
- ⑤ 텐푸춘차오커리뉴루 (장쑤메이텐나이예)
- ⑥ 이리웨이커쯔상자오뉴나이 (이리스예)
- ⑦ 싰위안차오커리뉴나이 (베이징싰위안스핀)
- ⑧ 이리구리뒤홍구뉴나이인핀 (이리스예)
- ⑨ 이리웨이커쯔차오커리뉴나이 (이리스예)
- ⑩ 완다산루츠신션상자오션뉴루 (텐진완다산루핀)

▶ 고객사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 용량은 200ml로, 우유가공품 경쟁제품 10개의 평균 용량인 약 414ml의 48% 수준으로 작은 편으로 조사됨. 우유가공품 경쟁제품 중 가장 용량이 적은 제품이 220ml로, 제품 용량을 늘려 시장에 진출하는 방안을 고려할 수 있음

[표 5.2] 중국 우유가공품 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

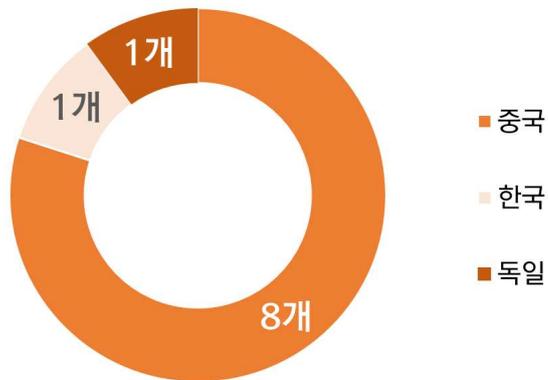


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 8개 제품의 원산지, 중국

중국에서 판매되고 있는 우유가공품 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 8개의 제품이 중국산 제품이며, 나머지 제품 중 1개는 한국산, 또 다른 1개는 독일산 제품인 것으로 확인됨. 중국에서는 자국의 우유가공품 제품이 강세인 것을 확인할 수 있음

[표 5.3] 중국 우유가공품 제품 원산지 분석

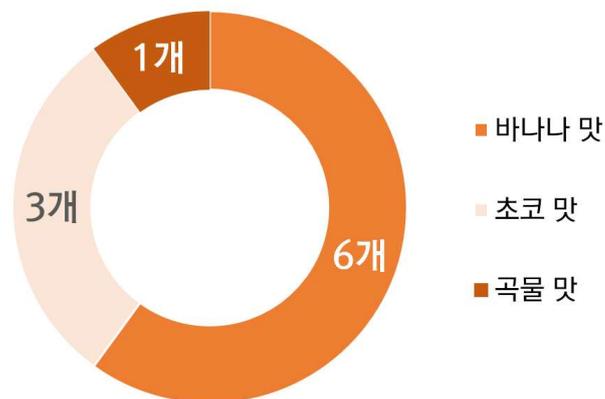


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 6개 제품, 바나나맛

중국에서 판매 중인 우유가공품 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 10개 중 6개 제품이 바나나 맛이며, 초코 맛 제품이 3개, 곡물 맛 제품이 1개인 것을 확인함. 고객사 제품과 같은 바나나 맛이 현지에서 선호되고 있음을 알 수 있음

[표 5.4] 중국 우유가공품 제품 맛 분석

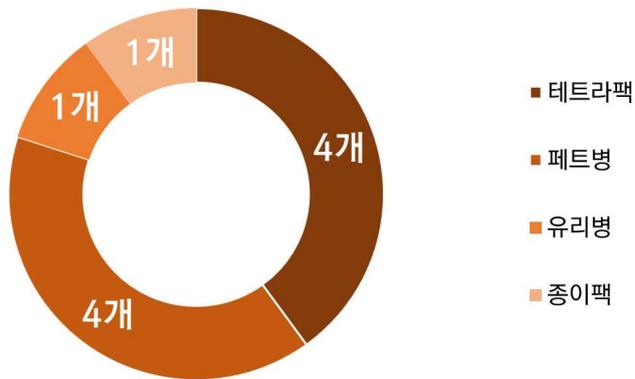


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 4개 제품이 테트라팩으로 포장

중국에서 판매 중인 우유가공품 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 4개의 제품이 고객사 제품과 같이 테트라팩으로 포장되어 있음을 확인함. 그 외에도 페트병으로 포장된 제품이 4개, 유리병과 종이팩으로 포장된 제품이 각각 1개씩인 것으로 확인됨

[표 5.5] 중국 우유가공품 제품 포장 형태 분석

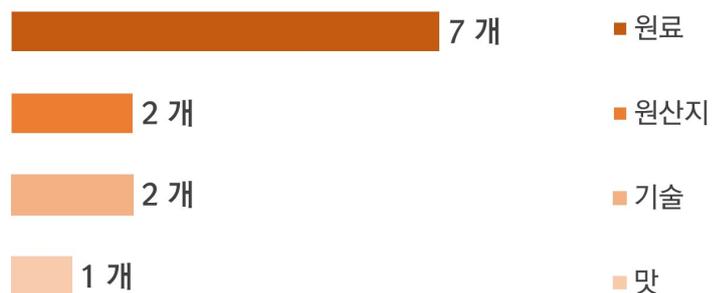


6) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 7개 제품, 원료 강조하는 홍보문구 사용

중국에서 판매 중인 우유가공품 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘고품질 엄선 바나나즙’, ‘100% 생우유원’, ‘목장 생우유 엄선’ 등 제품의 원료를 강조하는 홍보문구는 7개인 것으로 확인됨. 또한, ‘한국 오리지널 수입’, ‘텐푸 생산’과 같이 제품의 원산지를 강조한 홍보문구 2개가 확인됨. 그 외에도, 제품의 기술력을 강조한 문구가 2개, 맛을 강조한 문구가 1개 확인됨

[표 5.6] 중국 우유가공품 제품 홍보문구 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정 ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

- 온/오프라인 매장에서의 인기제품
 - (*) 온라인 쇼핑몰 : 티몰, 수닝
 - (*) 오프라인 매장 : 귀수하오, 허마, 우마트, 세븐일레븐
- 다수의 온/오프라인 매장에서 판매
 - (*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품
 - (*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
용량

공통 특징 ②
가격



공통 특징 ①
맛

공통 특징 ②
포장 형태



벤치마킹 제품 ①

메이지상자오웨이한루
인라오_메이지터우쯔

‘온오프라인 유통채널’

◀ 벤치마킹
유통채널 확대

고객사 제품

‘한국을 대표하는 No.1
가공우유’

벤치마킹 ▶
홍보문구

벤치마킹 제품 ②

이리웨이커쯔샹자오뉴나이
_이리스에

‘원료 강조한 홍보문구’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 온·오프라인 유통채널

▶ 벤치마킹 제품, 높은 브랜드 인지도와 온·오프라인 유통채널 확보

현지에서 판매 중인 우유가공품 경쟁제품 10개의 입점 현황을 조사한 결과, 벤치마킹 제품 2개의 제품은 고급 슈퍼마켓인 허마(Hema)와 온라인 쇼핑몰 티몰 모두에 입점해 있음. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 중국 소비자들은 접근성이 좋은 고급 슈퍼마켓과 온라인 쇼핑몰에서의 구매를 선호한다는 사실을 확인함. 따라서 고객사 제품도 중국 전역에 매장을 보유한 슈퍼마켓과 누구나 찾아볼 수 있는 티몰과 같은 온라인 쇼핑몰에서 제품을 판매한다면 브랜드의 인지도를 높이고, 제품의 대중적인 판매가 가능할 것으로 예상됨

[표 5.6] 중국 우유가공품 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 중국 도시 지역의 허마(Hema)나 올레(Ole)와 같은 고급 슈퍼마켓을 추천합니다. 이들 슈퍼마켓은 중국 전역에 분포해 있어, 넓은 범위의 소비자들에게 판매할 수 있는 기회를 제공합니다.

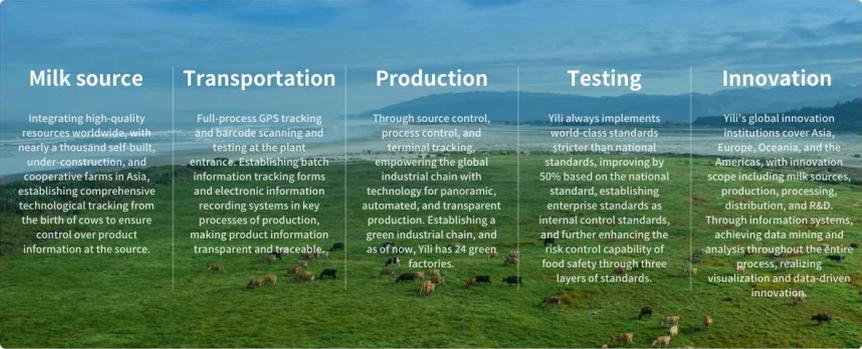
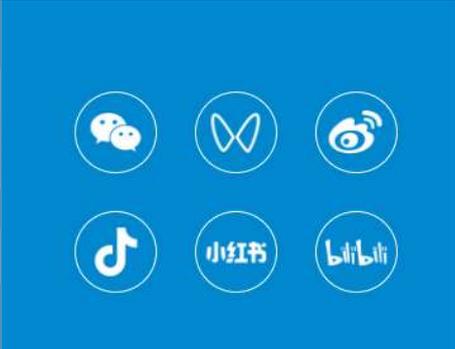
3) 벤치마킹 제품 분석
- 제품의 원료 강조한 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 고품질의 원료 강조한 홍보문구 활용

현지에서 판매 중인 우유가공품 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 7개의 제품이 ‘고품질 엄선 바나나즙’, ‘100% 생우유원’과 같이 고품질의 원료를 강조한 홍보문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 고객사 제품도 좋은 원료와 품질을 강조하는 홍보문구를 활용한다면 소비자의 제품에 대한 신뢰도와 구매율을 높일 수 있을 것으로 예상됨

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 우유가공품 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	이리스에	
	기업 설명	이리스에는 중국 최대의 유제품 생산업체로, 초고온 기술과 대규모 우유 생산 라인을 도입한 중국 최초의 우유 생산업체임. 글로벌 유제품 기업 부문 9년 연속 아시아 1위 자리를 지키고 있으며, 베이징 올림픽, 중국 엑스포, G20 등 주요 국제 행사의 유제품 독점 공급업체로 선정되었음.	
주요 마케팅 전략	제품 품질관리 기준 소개	<p>Quality Mangement</p>  <p>Milk source Integrating high-quality resources worldwide, with nearly a thousand self-built, under-construction, and cooperative farms in Asia, establishing comprehensive technological tracking from the birth of cows to ensure control over product information at the source.</p> <p>Transportation Full-process GPS tracking and barcode scanning and testing at the plant entrance. Establishing batch information tracking forms and electronic information recording systems in key processes of production, making product information transparent and traceable.</p> <p>Production Through source control, process control, and terminal tracking, empowering the global industrial chain with technology for panoramic, automated, and transparent production. Establishing a green industrial chain, and as of now, Yili has 24 green factories.</p> <p>Testing Yili always implements world-class standards stricter than national standards, improving by 50% based on the national standard, establishing enterprise standards as internal control standards, and further enhancing the risk control capability of food safety through three layers of standards.</p> <p>Innovation Yili's global innovation institutions cover Asia, Europe, Oceania, and the Americas, with innovation scope including milk sources, production, processing, distribution, and R&D. Through information systems, achieving data mining and analysis throughout the entire process, realizing visualization and data-driven innovation.</p>	
		자사 제품의 품질 관리 시스템과 원료 관리, 특히 출원 등 제품 생산 과정과 품질에 관해 소비자에게 신뢰감 형성	
	홍보 현지화		
	중국 자사 홈페이지와 글로벌 홈페이지를 구축하여 자사 제품 정보 제공	현지 SNS가 활성화된 중국 시장 특성상, 중국 내에서 널리 쓰이는 웨이보와 위챗을 운영하고 있음	
요약	판매채널	오프라인 매장(우마트) 온라인 매장(티몰)	
	홍보채널	자사 홈페이지(중국/글로벌) SNS 플랫폼(트위터/위챗/웨이보)	
	홍보문구	제품의 고품질 원료를 강조	

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 용량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
용량	판매 제품 용량에 대한 평가	Portions, Serving, Size, Enough 등
제품 선호도	판매 제품에 대한 선호도 평가	Banana, Flavored, Beverage 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

▶ 수닝에서 판매되고 있는 우유가공품 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	수닝 (Suning)	리뷰 수	약 19,000건
제품명	신시왕자오뉴나이 (新希望香蕉牛奶)		
제품 종류	우유가공품	소비자가격	39.00위안 (7,187원 ¹⁶⁾)
용량	200ml*12팩	포장	테트라팩
특징	달달한 맛, 달콤한 맛		

16) 1위안=184.29원(2023.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

분석 제품 정보

사이트	수닝 (Suning)
수집 리뷰 수	약 19,000건
제품명	신시왕자오 뉴나이 (新希望香蕉牛奶)
제품 종류	우유가공품
소비자가격	39.00위안 (7,187원)
용량	200ml*12팩
포장	테트라팩
특징	달달한 맛, 달콤한 맛

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '품질'에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 중국 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 우유가공품 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '품질'에 대한 긍정 점수가 245점으로 가장 높게 나타나 품질에 대한 소비자의 만족도가 가장 높은 것으로 조사됨. 그다음으로는 '맛'에 대한 긍정점수가 238점으로 높은 편인 것으로 나타남. '품질'과 '맛', '제품 선호도'에 대한 긍정점수가 각각 200점대 이상으로 높고, '가격'과 '용량'에 대한 점수는 그에 비해 상당히 낮은 편인 것으로 보면, 소비자들은 온라인에서 판매되는 우유가공품 제품에 대해 가격과 용량보다는 품질과 맛, 제품 선호도에 대한 관심도가 특히 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	178	29
맛	238	22
제품 선호도	210	22
용량	71	16
품질	245	23
종합	942	112

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Export Insights

Milk Product Price&Volume



Point. 1



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 우유가공품 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격은 3.01위안(555원)
- ✓ 고객사 제품의 100ml당 가격은 2.49위안(459원)으로 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 가격대

Point. 2



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 우유가공품 경쟁제품 10개의 평균 용량은 414ml로 고객사 제품 용량(200ml)보다 높음
- ✓ 950ml의 대용량 제품이 2개 포함되어 있으며, 테트라팩 포장 제품 4개의 평균 용량(245ml) 대비 고객사 제품 용량 다소 낮은 편

Milk Product Product&Flavor



Point. 1



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 우유가공품 경쟁제품 10개의 중 8개의 원산지는 중국
- ✓ 나머지 2개 제품의 각각 한국과 독일 제품인 것으로 조사됨

Point. 2



- ✓ 중국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 우유가공품 경쟁제품 10개의 제품 맛 조사 결과, 총 3가지의 맛 종류가 조사됨
- ✓ 바나나 맛 제품이 6개 조사되었으며, 3개는 초코 맛, 나머지 1개는 곡물 맛인 것으로 나타남

China Market Competitor



Point. 1



- ✓ 중국 우유가공품 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 잘리터와 A사는 슈퍼마켓 귀수하오에 진출, 이리시에는 슈퍼마켓 우마트에 진출함
- ✓ A사와 이리시예의 경우 추가적으로 온라인 유통채널 티몰에도 진출해 있는 것으로 조사됨

Point. 2



- ✓ 중국 우유가공품 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 제품 및 기업 홍보를 진행함
- ✓ 경쟁기업 3개사는 모두 공통적으로 다양한 언어로 된 정보를 제공하는 글로벌 홈페이지를 별도로 운영하고 있음

Importer-Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 중국 우유가공품 수입-유통업체 인터뷰 결과, 중국 시장 내 중국 제조업체들의 경쟁력이 강화됨에 따라 중국산 바나나 우유 제품이 점점 인기를 끌고 있음
- ✓ 주로 도시에 거주하는 구매력 높은 청소년들이 주요 소비자가 될 것으로 예상함

Point. 2



- ✓ 인터뷰를 진행한 업체 3곳은 각각 유통기한, 가격, 브랜드 인지도를 주요 구매 고려 요소로 꼽음
- ✓ 온라인 및 오프라인의 장점을 모두 결합한 형태로, 팬데믹 이후 급속하게 성장한 중국의 새로운 유통방식인 커뮤니티 기반 공동구매 시스템을 활용할 수 있음

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 티몰 홈페이지 (www.tmall.com)
3. 수닝 홈페이지 (www.suning.com)
4. 허마 홈페이지 (www.freshippo.com)
5. 우마트 홈페이지 (www.wumart.com)
6. 세븐일레븐 중국 홈페이지 (www.7-11bj.com.cn)
7. 잘리터 홈페이지 (www.saliter.de)
8. 이리스예 홈페이지 (www.yili.com)
9. 툰진간디 홈페이지 (www.jinchen-cn.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.12.12

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.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea