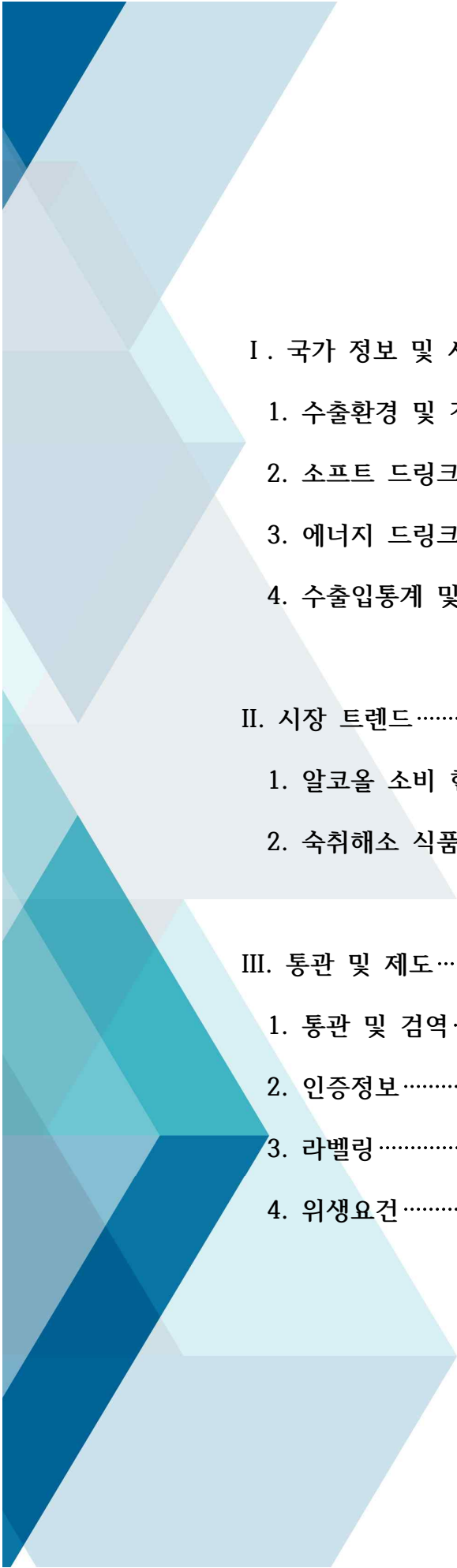


2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

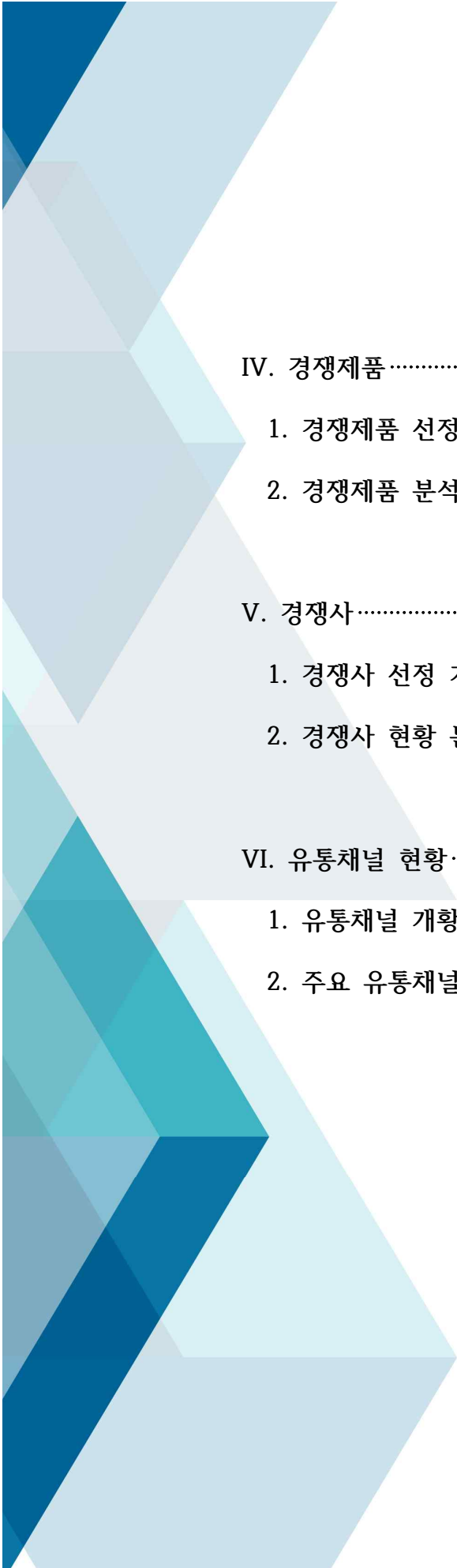
No: 1807-05

품목: 헛개나무 음료(Hovenia dulcis Drink)

국가: 폴란드(Poland)



I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 소프트 드링크 산업 현황	9
3. 에너지 드링크 산업 현황	14
4. 수출입통계 및 생산통계	17
II. 시장 트렌드	23
1. 알코올 소비 현황	25
2. 숙취해소 식품 현황	27
III. 통관 및 제도	30
1. 통관 및 검역	33
2. 인증정보	38
3. 라벨링	42
4. 위생요건	44



IV. 경쟁제품	47
1. 경쟁제품 선정 기준	49
2. 경쟁제품 분석	50
V. 경쟁사	59
1. 경쟁사 선정 기준	60
2. 경쟁사 현황 분석	61
VI. 유통채널 현황	64
1. 유통채널 개황	66
2. 주요 유통채널별 세부 현황	71



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 소프트 드링크 산업 현황
3. 에너지 드링크 산업 현황
4. 수출입통계 및 생산통계

국가 개요

폴란드는 중부 유럽에 위치하며, 동쪽으로는 리투아니아, 벨라루스, 우크라이나, 서쪽으로는 독일, 남쪽으로는 체코와 슬로바키아, 북쪽으로는 해안선이 500km에 달하는 발트해와 접하고 있음.

1989년 공산주의 통치가 끝나고, 1990년 첫 민선 대통령을 선출하며, 민주주의와 시장 경제로의 전환이 이루어졌으나, 정당 제도가 여전히 불안정하고, 연정 및 정책 기초가 일정하지 않음.

2004년 EU에 가입하면서 경제가 급속하게 성장함. 광대한 서유럽 시장으로의 무관세 접근이 가능하며 비교적 낮은 인건비를 바탕으로 외국 투자를 유치함. 폴란드는 국내 수요를 기반으로 심각한 경기 침체는 피했지만, 글로벌 경기 침체의 영향에서까지 벗어나지는 못함. 1인당 소득은 서유럽 EU 회원국의 절반에 불과하나, 서비스 부문 및 농업 부문에서 생산성이 향상되는 등 발전 양상을 보이고 있음.

주요 정보

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ▶ 국명: 폴란드 공화국(The Republic of Poland) | ▶ 면적: 312,690km ² (세계 69위) |
| ▶ 수도: 바르샤바(Warsaw) | ▶ 공용어: 폴란드어 |
| ▶ 국가원수: | ▶ 주요 도시: 바르샤바, 그단스크, 크라쿠프 등 |
| - 대통령: 안제이 두다
(Andrzej S. Duda)
(2015.8.6. 취임(5년 임기)) | ▶ GDP: 5,240억 US 달러(2017) |
| - 총리: 마테우쉬 모라비에츠키
(Mateusz MORAWIECKI)
(2017.12.11. 취임(3년 임기)) | ▶ 1인당 GDP: 1만 3,728 US 달러(2017) |
| ▶ 인구: 3,820만 명(2017) | ▶ 경제성장률: 4.6%(2017) |
| | ▶ 화폐단위: 즈워티(Złoty) ¹⁾ |
| | ▶ 인터넷 사용자: 총인구의 73.3%(2017) |
| | ▶ 문맹률: 성인 인구의 0.2% |
| | ▶ 기대수명: 77.3세 |



자료: 「Country Insight Snapshot Poland September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.21.

1) 폴란드는 EU 회원국이나 자국 화폐인 즈워티를 통용. 상점에서 유로화를 받기는 하나 정부가 유로화를 발행하지는 않음.

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB3	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot Poland September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.21.

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 자동차 산업에서 독일 공급망으로의 통합은 경제 전망에 안정성을 제공³⁾ - 국내 경제 호조 및 유로존 위기로 인해 최근 겪었던 '두뇌 유출' 감소
부정적	- 인구 노령화에 대한 정부의 미흡한 조치는 장기적으로 성장잠재력 저하로 이어질 전망 - 탄화수소 및 러시아 가스에 대한 의존도가 높은 반면, 폴란드에서 에너지믹스는 지속 가능하지 않음

자료: 「Country Insight Snapshot Poland September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.21.

□ 주요 거시경제 지표

○ 2017년 폴란드의 경상수지는 GDP 대비 0.2%의 흑자를 기록

- 현재의 경제 호조의 흐름이 이어져 2018년과 2019년에는 GDP의 대비 각각 1.1%와 0.6%의 흑자를 기록할 것으로 전망

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

3) 폴란드 자동차 산업은 서유럽 전진기지의 역할을 맡고 있으며, 전체 물량의 85%가 EU로 수출되고 있고, 독일로의 수출 비중은 30.2%를 차지. 자료: 이승한, "경쟁력 갖춘 중소기업 기술로 폴란드와 협력해야", 교통신문, 2018.8.17. (news.einfomax.co.kr)

- 2017년 경제성장률은 4.6%를 기록하였으며, 2018년과 2019년에도 각각 4.7%와 4.4%로 4%대의 안정적인 성장이 전망됨
 - 경제성장률이 안정적으로 증가하는 배경으로는 실업률 감소 및 임금 상승으로 인한 가계 소비 증가와 공공 부문 투자 증가 등을 들 수 있음
 - 폴란드 정부는 사회 안전망 이니셔티브인 Family 500+ Program⁴⁾을 통해 수백만 가구에 자금을 지원하는 정책을 시행하였고, 그 결과 저축률이 상승하고 부채 수준이 하락했으며 소비가 증가됨
 - 2017년 소비자 지출 증가는 최저 임금 상승에 기여하였는데, 2016년 1,850즈워티(약 544달러)에서 2017년 2,000즈워티(약 588 달러)로 상승
- 2017년 실업률은 4.9%로 전년 대비 1.3%p 감소
 - 2018년과 2019년 실업률은 각각 5.3%와 5.8%로 소폭의 점진적 증가 예상
- 2017년 물가상승률은 1.6%를 기록하였는데 전년 대비 1.8%p 증가한 수치로, 2018년과 2019년 물가상승률도 각각 1.5%와 1.7%로 1% 중반대를 유지할 전망
- 금융 부문에서는 매우 느슨한 통화 정책에도 불구하고 주요 정책 금리는 2018년 9월 초 1.5%의 최저치를 유지

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-0.6	-0.3	0.2	1.1	0.6	0.3	0.0	-0.3
재정수지/GDP	-2.6	-2.3	-1.7	-1.4	-1.0	-0.7	-0.3	-0.1
물가상승률	-0.7	-0.2	1.6	1.5	1.7	2.3	2.0	1.9
경제성장률	3.7	3.0	4.6	4.7	4.4	4.1	3.7	3.4
실업률	7.5	6.2	4.9	5.3	5.8	6.0	6.1	6.3

자료: 「Country Insight Snapshot Poland September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.21.

4) Family 500+ Program은 2016년 4월 폴란드 정부가 대가족의 생활 환경을 개선함으로써 출산율을 높이고 아동 빈곤을 줄이고자 시행한 정책. 2015년 기준 폴란드는 여성 1명 당 자녀 1.32명으로 포르투갈에 이어 유럽에서 두 번째로 출산율이 낮은 국가였음. 동 프로그램에 의하면, 두 번째 이상의 자녀가 18세에 이를 때까지 부모는 월 약 500 즈워티(약 120유로)의 면세 혜택을 받을 수 있고, 2016년에는 평균 총임금의 약 12%까지 추가 지원을 받았음. 폴란드 정부는 동 프로그램을 위해 2017년 2월까지 총 210억 즈워티의 자금을 지출하였음. 그 결과, 2016년 12월-2017년 1월 출산율이 전년 동기 대비 13-15% 상승함. 자료: 'First results of Poland's Family 500+ programme released, European Commission, 2018.5.16. (ec.europa.eu)

□ 무역통상 환경

- 세계경제포럼(World Economic Forum)이 집계한 2017-2018 글로벌 경쟁력 보고서(Global Competitiveness Report)에 따르면, 세계 137개국을 조사 대상으로 한 국제경쟁력 순위에서 폴란드는 세계 39위를 차지
 - 폴란드는 전체 항목에서 평균적으로 7점 만점 중 46점을 획득하였으며, 전체 순위는 전년보다 3단계 하락
 - 지역별 비교 측면에서 동유럽 국가들보다는 비교적 양호한 편이나, 서유럽 국가들 보다는 뒤쳐져 있음(독일 5위, 체코 31위)
 - 설문조사에 따르면, 폴란드에서 내 비즈니스 활동의 장애물은 세법, 세율, 제한적인 노동 규제, 정책 불안정성, 비효율적인 정부 관료주의 등임
 - 시장 규모와 건강 및 초등교육 분야에서는 높은 점수를 받아 각각 21위와 38위를 기록

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험	▶ 임금 상승에 대한 우려가 계속되고 있으며, 2016년 말 이후 가속화됨 ▶ 폴란드 시장 잠재력은 신규 일요일 휴무 관련 법안⁵⁾ 때문에 타격을 입을 것으로 예상 ▶ 정부의 개혁으로 인해 투자 환경이 위축되고 있으며, 즈위티 가치가 하향 압력을 받고 있음 ▶ EU 법이 자본의 자유로운 이동을 보장하고 있으므로, EU 회원국인 폴란드의 트랜스퍼 리스크⁶⁾는 매우 낮은 편임 ▶ 대법원 판사의 정년을 낮추는 내용을 골자로 하는 사법개혁 문제로 인해 폴란드와 EU 간 분쟁은 완화의 징후가 보이지 않고 있음
기회	▶ 2018년 8월 기준 소비자신뢰지수와 더불어 가계 신뢰도의 긍정적인 양상이 16개월째 지속되고 있음 ▶ 금융 정책이 정부의 성장을 지지하고 있으며, 정부는 아군을 금리 설정 위원회에 임명함 ▶ 정부는 2023년까지 폴란드 내 모든 가정에 브로드밴드 인터넷을 설치할 계획 ▶ 소매 판매가 2018년 6월 전년 동기 대비 10.3%로 증가하였고, 7월에는 전년 동기 대비 9.3% 증가를 기록하였으며, 2016년 말 이후로 증가 추세를 유지하고 있음 ▶ 폴란드 입법자들은 2018년 1월 '비즈니스 헌법'을 통과시켰는데, 이로써 중소기업들의 사업 운영이 보다 수월해질 전망

자료: 「Country Insight Snapshot Poland September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.21., '폴란드, '사법개혁' 첫날...대법원장 불복·수만명 시위 극심', NEWSIS, 2018.7.4. 09:04:15 등록 (www.newsis.com), 박승희, '폴란드, 헝가리 지지 등 유럽연합과 '잇단 갈등'', News 1 뉴스, 2018.9.13. 11:11 송고 (www.news1.kr)

5) 2017년 말, 입법자들이 일요일 휴무 관련 법안을 통과시켰으며, 2018년 1월 두다 대통령이 동 법안에 서명.함 동 법안에 따르면, 소매업체는 일요일에 2018년 3월부터는 매월 2회 휴무하며, 2019년부터는 매월 1회만 오픈하며, 2020년부터는 일요일에 휴무함.

6) 트랜스퍼 리스크란 외국의 채무자가 원리금의 송금을 못하게 되는 것에 따르는 리스크임.

2. 소프트 드링크 산업 현황

(1) 소프트 드링크 산업 동향

□ 2017년 폴란드인의 소득향상으로 인한 부가가치 제품에 대한 수요 증가

- 2017년 경제 성장과 소비자 지출 증가로 인해 일용소비재(Fast Moving Consumer Goods, FMCG) 매출이 크게 상승
- 폴란드 기업들은 프리미엄 제품 등 다양한 제품을 개발하고 있으며, 고품질 원료, 에코 패키징, 매력적인 디자인, 윤리적 생산 및 소비 등 독특한 브랜드 아이덴티티가 있는 제품에 대한 수요가 높아지고 있음
- 이러한 현상은 소프트 드링크 부문에서 PB 제품의 인기를 하락시키고 있는 바, 이는 PB 제품이 소비자의 관심을 끄는 마케팅 전략이 부족하기 때문

□ 2017년 기능성 및 천연 성분으로 건강과 웰빙을 강조한 신제품 개발 및 출시

- 2017년 기능성 제품들의 종류와 매출이 증가하였으며, 건강 및 웰빙을 강조하는 신 제품이 다양하게 출시됨
- 예를 들면, 'free from'제품들(예. 무설탕, 무방부제 등)이나 'fortified with'제품들(예. 비타민 강화, 미네랄 강화)의 출시
- 대표적인 신제품의 예로는, 1) SOTI Natural RTD green tea는 '100% 우림차, 설탕감미료·방부제·칼로리 제로'로, 2) Pure SMOOTHIE는 슈퍼과일 NFC 주스는, '천연 100%'로, 3) Dr Witt Premium Active Drink Reacks는 '비타민 B6 일일 권장량 100% 함유'로 광고

□ 폴란드 소프트 드링크 시장은 큰 유명 브랜드와 작은 트렌드 세터로 구분되는데, 시장 전체 매출은 큰 유명 브랜드가 주도하고 있으나, 소비자의 관심은 점차 작은 브랜드로 이동하는 추세

- 예를 들면, 최근 소비자들은 특정 음악 유형, 애국심, 신체 활동 등과 같은 라이프 스타일 트렌드나 고품질 성분을 강조하는 작은 브랜드들을 선호
- 2017년 기능성 생수나 100% NFC 주스와 같은 건강을 강조한 제품의 소비가 증가한 반면, 탄산류 및 넥타르류는 감소
- 라벨, 미디어 특히 인터넷에서 상세한 정보를 얻으며, 독특함에 대한 관심과 수요가 증대되고 있는 추세로, 이것은 커뮤니케이션에의 참여와 환경문제에 책임지는 브랜드에 대한 소비자들의 기대가 브랜드 아이덴티티에 반영되어야 한다는 것을 의미

- 작은 신규 브랜드들이 시장 접근에 더욱 효과적인데, 이들의 커뮤니케이션 전략뿐만 아니라, 작은 생산 규모 덕분임
- 예를 들면, 디스코 폴로 음악팬 전용인 Zenek Energy Drink의 경우 호텔과 케이터링 채널을 통해서 판매되는데, 특정 소비 계층을 공략한 사례라 할 수 있음

□ 폴란드 소프트 드링크 산업은 참신함에 대한 수요 증가로 매출이 계속 증가할 전망

- 생수, 주스, 스포츠 드링크의 소비가 지속적으로 증가할 전망으로, 특히 천연 원료 및 참신함에 대한 수요가 증가함에 따라 흥미로운 맛과 기능성 원료, 독특한 포장 디자인을 반영한 제품들이 더 많이 출시될 것으로 예상됨
- 예를 들면, 컬러풀한 유리병에 담긴 프리미엄 생수인 Voda Collagen은 건강과 미에 관심이 많은 평균 소득 수준 이상의 소비자를 겨냥한 제품임
- 대량 생산 기업도 이러한 종류의 중소 브랜드들을 모방할 것으로 예상됨
- 대량 생산 기업도 자신들의 제품 포트폴리오를 시장에 더욱 빨리 반영할 수 있도록 생산 프로세스를 더욱 유연화하고 소규모 고객과의 커뮤니케이션도 더욱 많이 시도할 것으로 전망

(2) 소프트 드링크 시장 규모

□ 판매량 면에서는 오프 트레이드 부문의 비중이 압도적이나, 매출액 규모에서는 온 트레이드의 비중이 전체 매출의 1/3을 차지하고 있음에 주목

- 2017년 폴란드의 소프트 드링크의 매출액 규모는 오프 트레이드 및 온 트레이드⁷⁾ 부문에서 각각 약 159억 5,000만 즈워티와 91억 8,000만 즈워티로 각각 63.5%와 36.5%의 점유율을 차지
- 2017년 소프트 드링크의 판매량 규모는 오프 트레이드 및 온 트레이드 부문에서 각각 약 73억 3,000만 리터와 7억 8,000만 리터로 각각 90.4%와 9.6%의 점유율을 차지
- 폴란드 소프트 드링크의 매출액 및 판매량 기준 2013-17년 연평균 성장률은 각각 3.9%와 3.3%로, 시장 규모가 점점 성장추세인 것으로 확인

7) 온트레이드란 바, 클럽, 레스토랑 등 소비자들이 직접 마실 수 있는 유통채널을 말하며, 오프 트레이드란 마트나 주류 전문점 등 판매만을 목적으로 하는 유통채널을 뜻함.

표 1.2 폴란드 소프트 드링크 유통채널별 매출액 추이(2013-17년)

(단위: 백만 즈워티, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%) (2017)	연평균성장률(%) (2013-17)
오프 트레이드	14,010	14,293	15,155	15,502	15,948	63.5	3.3
온 트레이드	7,516	7,754	8,327	8,688	9,181	36.5	5.1
합계	21,526	22,047	23,482	24,190	25,129	100	3.9

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2018.3.

표 1.3 폴란드 소프트 드링크 유통채널별 판매량 추이(2013-17년)

(단위: 백만 리터, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%) (2017)	연평균성장률(%) (2013-17)
오프 트레이드	6,457	6,621	7,097	7,207	7,334	90.4	3.2
온 트레이드	662	673	721	748	775	9.6	4.0
합계	7,119	7,294	7,818	7,955	8,109	100	3.3

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2018.3.

□ 2017년 폴란드 소프트 드링크의 유형별 판매 규모는 매출액 면에서는 탄산음료, 판매량 면에서는 생수가 가장 많이 판매됨

- 2017년 폴란드 소프트 드링크의 유형별 판매 규모를 살펴 보면, 매출액 면에서는 탄산음료의 비중이 33.3%로 가장 높고, 판매량 면에서는 생수가 49.5%로 가장 높음
- 그 다음으로 매출액 면에서는 생수와 주스류가 각각 27.6%와 25.5%로 2, 3위를 차지하고 있고, 판매량 면에서는 탄산 음료와 주스류가 각각 25.7%, 18.8%로 2, 3위에 위치
- 스포츠/에너지 음료는 매출액 및 판매량에서 각각 7.8%와 2.8%를 기록하며 4위에 위치

표 1.4 폴란드 소프트 드링크 유형별 온/오프 트레이드 매출액 현황(2017년)

(단위: 백만 즈워티, %)

구분	오프 트레이드		온 트레이드		합계	
	매출액	비중(%)	매출액	비중(%)	매출액	비중(%)
생수	4,636	50.4	2,328	42.3	6,964	27.6
탄산 음료	4,499	24.8	3,839	34.2	8,338	33.1
혼합 음료	550	0.7	-	-	550	2.2
주스류	4,004	18.6	2,434	20.5	6,438	25.5
RTD 커피	23	0.1	-	-	23	0.1
RTD 차	680	2.6	259	1.8	939	3.7
스포츠/에너지 음료	1,558	3.0	413	1.2	1,971	7.8
합계	15,950	100	9,273	100	25,223	100

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2018.3.

표 1.5 폴란드 소프트 드링크 유형별 온/오프 트레이드 판매량 현황(2017년)

(단위: 백만 리터, %)

구분	오프 트레이드		온 트레이드		합계	
	판매량	비중(%)	판매량	비중(%)	판매량	비중(%)
생수	3,406	50.4	328	42.3	3,734	49.5
탄산 음료	1,674	24.8	265	34.2	1,939	25.7
혼합 음료	49	0.7	-	-	49	0.7
주스류	1,255	18.6	159	20.5	1,414	18.8
RTD 커피	2	0.0	-	-	2	0.0
RTD 차	174	2.6	14	1.8	188	2.5
스포츠/에너지 음료	202	3.0	9	1.2	211	2.8
합계	6,762	100	775	100	7,537	100

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2018.3.

(3) 소프트 드링크 경쟁 현황

□ 2017년 매출액 기준 NBO(National Brand Owner) 소프트 드링크 오프 트레이드 기업 점유율 1위 기업은 Coca-Cola HBC Polska Sp zoo로 18.6%를 차지하며 꾸준하게 시장을 선도하고 있으나, 시장점유율은 5년 전인 2013년에 비해 1.2%p 감소

- Coca-Cola HBC Polska Sp zoo가 시장을 계속 리드할 수 있는 것은 강력한 브랜드 포지셔닝, 마케팅과 혁신에 대한 대규모 예산 투입, 넓은 유통망 덕분이나, 최근에는 탄산 음료의 매출 비중은 감소한 반면, 생수의 판매량이 증가하여 총매출을 유지
- 그 뒤를 이어 MSW Sp zoo Sp k와 Zywiec Zdroj Sp zoo가 각각 점유율 10.2%와 7.6%를 차지하며 2, 3위를 기록하였고, 5년 전인 2013년에 비해 2위 기업은 0.9%p, 3위 기업은 1.2%p 점유율이 증가함
- 최근 5년간(2013-2017년) 주요 상위 10개사의 경우, 1, 2위 기업을 제외한 나머지 기업들의 순위 변동은 다소 있었으나 10위권을 꾸준히 유지하고 있음

□ 2017년 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 소프트 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율 1위는 Coca-Cola HBS Polska Sp zoo의 Coca Cola로 7.9%를 차지

- Coca Cola의 브랜드 점유율은 2015년 소폭 하락하였으나 꾸준히 1위를 유지
- 그 뒤를 이어 MSW Sp zoo Sp k의 Tymbarok와 Zywiec Zdroj Sp zoo의 Zywiec Zdroj가 각각 브랜드 점유율 5.6%와 5.4%를 차지하며 2, 3위를 기록하였고, 2위 기업은 4년 전인 2014년에 비해 점유율이 1.2%p 감소한 반면, 3위 기업은 1.5%p 증가함
- 지난 4년간 주요 상위 10개 브랜드의 경우도 역시 1, 2위 기업을 제외한 나머지 기업들의 순위 변동은 다소 있었으나 꾸준히 10위권을 지키고 있음

표 1.6 매출액 기준 NBO(National Brand Owner) 소프트 드링크 오프 트레이드 기업 점유율
(2013-17년)

(단위: %)

기업명	2013	2014	2015	2016	2017
Coca-Cola HBC Polska Sp zoo	19.8	18.9	18.5	18.7	18.6
MWS Sp zoo Sp k	9.3	9.4	10.4	10.8	10.2
Zywiec Zdroj Sp zoo	6.4	6.8	7.3	7.4	7.6
Pepsi-Cola General Bottlers Poland Sp zoo	8.1	7.9	7.3	6.9	6.7
Zeronimo Martins Polska SA	4.5	4.6	4.7	4.7	4.7
Hortex Holding SA	2.5	2.5	2.6	3.2	3.4
FoodCare Sp Zoo	2.2	2.6	2.8	3.0	3.0
ZL Naleczow Zdroj Sp zoo SKA	2.0	2.3	2.4	2.6	2.7
Tesco Polska Sp zoo	2.9	2.9	2.8	2.8	2.7
Nestle Waters Polska SA	2.4	2.4	2.3	2.3	2.3
Other Private Label	2.8	2.9	2.9	2.6	2.5
Others	37.1	36.8	36.0	35.0	35.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2018.3.

표 1.7 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 소프트 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율
(2014-17년)

(단위: %)

브랜드명 (GBO)	기업명 (NBO)	2014	2015	2016	2017
Coca-Cola(Coca Cola Co, The)	Coca-Cola HBC Polska Sp zoo	8.0	7.6	8.0	7.9
Tymbark(Maspex Wadowice Grupa)	MWS Sp zoo Sp k	6.4	6.2	6.3	5.6
Zywiec Zdroj(Danone, Groupe)	Zywiec Zdroj Sp zoo	4.9	5.2	5.3	5.4
Biedronka(Private Label)	Zeronimo Martins Polska SA	4.6	4.7	4.7	4.7
Pepsi(Pepsi Co Inc)	Pepsi-Cola General Bottlers Poland Sp zoo	4.6	4.2	3.9	3.8
Hortex	Hortex Holding SA	2.3	2.4	2.9	3.1
Tesco(Private Label)	Tesco Polska Sp zoo	2.9	2.8	2.8	2.7
Cisowianka	ZL Naleczow Zdroj Sp zoo SKA	2.2	2.3	2.5	2.6
Fanta(Coca-Cola Co, The)	Coca-Cola HBC Polska Sp zoo	2.7	2.6	2.6	2.5
Naleczowianka(Nestle SA)	Nestle Waters Polska SA	2.0	2.1	2.1	2.1
Other Private Label(Private Label)	Other Private Label	2.9	2.9	2.6	2.5
Others	Others	56.5	57	56.3	57.1
합계	합계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2018.3.

3. 에너지 드링크 산업 현황

(1) 에너지 드링크 산업 동향

□ 2017년 건강 및 웰빙에 대한 관심이 고조되고 있는 트렌드를 반영하여, 에너지 드링크의 클래식 브랜드에 기능성 성분을 더한 제품들이 출시됨

- 앞으로도 기능성 성분을 가미한 에너지 드링크의 성장이 지속될 것으로 예측되나, 현재까지와 비교하여 성장률은 다소 감소할 것으로 전망

□ 2017년 브랜딩 전략 개발 부문의 브랜드 아이덴티티의 개발이 주목할 만함

- 에너지 드링크 제조업체들은 특정 틈새시장을 겨냥한 제품들을 출시
- 시장을 선도하는 대표적인 3대 브랜드인 블랙(Black), 레드불(Red Bull), 타이거(Tiger)는 기능성 신제품을 출시하여 고객의 니즈에 부응하였을 뿐 아니라, 폴란드 시장에서 자신들의 브랜드 이미지를 구축함
- 향후에도 다양한 틈새시장을 겨냥한 제품에 대한 마케팅 전략을 확장할 것으로 예상되며, 이들의 적극적인 마케팅 공세로 인해 PB 제품들의 인기는 더욱 하락할 것으로 전망됨

(2) 에너지 드링크 시장 규모

□ 2017년 에너지 드링크 오프 트레이드 매출액과 판매량은 각각 약 10억 9,000만 즈워티와 1억 3,200만 리터이며, 2013~17년 연평균 성장률은 각각 5.9%와 5.5%로 시장 규모가 지속적으로 확대되고 있음

- 폴란드 에너지 드링크의 2017년 매출액과 판매량은 전년 대비 각각 6%와 4% 증가

표 1.8 폴란드 에너지 드링크 오프 트레이드 매출액 및 판매량 추이(2013~17년)

(단위: 백만 즈워티, 백만 리터, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률(%) (2013~17)
매출액	868	894	934	1,021	1,090	5.9
판매량	106	115	121	127	132	5.5

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2013.3.

(3) 에너지 드링크 경쟁 현황

□ 2017년 매출액 기준 NBO(National Brand Owner) 에너지 드링크 오프 트레이드 기업 점유율 1위는 FoodCare Sp zoo로 25.9%를 차지하며 꾸준히 시장을 선도하고 있고, 2013-17년 시장점유율도 점차 증가하는 추세를 보임

- 그 뒤를 이어 Red Bull sp zoo와 MWS Sp zoo Sp k가 각각 기업 점유율 21.6%와 15.1%를 차지하며 2, 3위를 기록하였고, 5년 전인 2013년에 비해 점유율이 각각 1.6%p와 2.4%p 증가
- 지난 5년간 주요 상위 10대 기업의 경우, 1~4위 기업을 제외한 나머지 기업들의 순위 변동은 다소 있었으나 10위권을 꾸준히 지키고 있음

□ 2017년 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 에너지 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율 1위는 FoodCare Sp zoo의 Black으로 24.5%를 차지하며 시장을 선도하고 있고, 2013-17년 시장점유율도 점차 증가하는 추세를 보임

- 그 뒤를 이어 Red Bull sp zoo의 Red Bull과 MWS Sp zoo Sp k의 Tiger가 각각 브랜드 점유율 20.1%와 14.9%를 차지하며 2, 3위를 기록하였고, 4년 전인 2014년에 비해 점유율이 각각 2.2%p와 2.6%p 증가함
- 지난 4년간 주요 상위 10대 기업의 경우, 1~2위 기업이 선두 그룹으로 꾸준히 시장을 주도하고 있고, 나머지 기업들은 순위 변동은 다소 있었으나 10위권을 꾸준히 지키고 있음

표 1.9 매출액 기준 NBO(National Brand Owner) 에너지 드링크 오프 트레이드 기업 점유율 (2013-17년)

(단위: %)

기업명	2013	2014	2015	2016	2017
FoodCare Sp zoo	18.8	21.5	23.0	25.3	25.9
Red Bull Sp zoo	20.0	19.8	21.2	21.6	21.6
MWS Sp zoo Sp k	12.7	12.4	13.9	15.9	15.1
Coca-Cola HBC Polska Sp zoo	9.1	9.9	9.8	11.6	13.5
Zeronimo Martins Polska SA	4.4	4.5	3.9	3.2	3.0
Pepsi-Cola General Bottlers Poland Sp zoo	6.6	6.1	4.2	3.0	2.4
Herbapol Lublin SA	1.8	2.1	2.0	2.0	2.1
Lidl Sp zoo Sp k	-	-	-	2.3	2.1
Carrefour Polska Sp zpp	2.0	2.0	2.1	2.1	2.1
Tesco Polska Sp zoo	2.4	2.3	2.1	2.0	2.0
Other Private Label	4.0	4.1	3.8	1.9	1.6
Others	18.2	15.3	14.0	9.1	8.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2013.3.

표 1.10 매출액 기준 LBN(Local Brand Name) 에너지 드링크 오프 트레이드 브랜드 점유율
(2014-17년)

(단위: %)

브랜드명 (GBO)	기업명 (NBO)	2014	2015	2016	2017
Black	FoodCare Sp zoo	18.4	20.7	23.7	24.5
Red Bull(Reb Bull GmbH)	Red Bull Sp zoo	17.9	19.5	20.0	20.1
Tiger(Maspex Wadowice Grupa)	MWS Sp zoo Sp k	12.3	13.7	15.7	14.9
Burn(Monster Beverage Corp)	Coca-Cola HBC Polska Sp zoo	-	5.1	5.6	6.7
Monster Energy (Monster Beverage Corp)	Coca-Cola HBC Polska Sp zoo	4.1	4.6	5.9	6.7
Biedronka(Private Label)	Zeronimo Martins Polska SA	4.5	3.9	3.2	3.0
Rockstar(Rockstar Inc)	Pepsi-Cola General Bottlers Poland Sp zoo	3.0	2.7	2.5	2.4
Green Up	Herbapol Lublin SA	2.1	2.0	2.0	2.1
Lidl(Private Label)	Lidl Sp zoo Sp k	-	-	2.3	2.1
Carrefour(Private Label)	Carrefour Polska Sp zoo	2.0	2.1	2.1	2.0
Other Private Label(Private Label)	Other Private Label	4.1	3.8	1.9	1.6
Others	Others	31.6	21.9	15.1	13.9
합계	합계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2013.3.

4. 수출입통계 및 생산통계

수출입통계 및 생산통계 개요

❖ HS Code 2202.99 관련 주요 수치

- HS Code 2202.99의 글로벌 수입 규모는 약 78억 4,800만 달러, 77만 2,000톤(2017)
- HS Code 2202.99의 폴란드 수입 규모는 약 4,850만 달러(글로벌 비중 0.6%), 세계 35위(2017)
- HS Code 2202.99의 폴란드 수입 시장점유율 1위 독일(25.8%), 2위 네덜란드(21.9%), 3위 벨기에(7.8%), 4위 한국(7.2%) 순(2017)
- 한국산 HS Code 2202.99.9000의 글로벌 수출 규모는 수출액 약 2억 2,400만 달러, 수출량 약 2억 5,900만 톤이며, 對폴란드 수출 규모는 수출액 약 600만 달러, 수출량 약 1,000만 톤(2017)

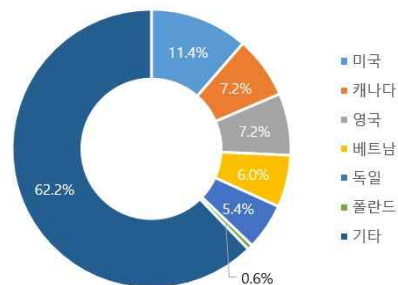
❖ 헛개나무 음료의 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2202.99.9000	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외하고 무알콜 음료, 인삼음료, 과일주스 음료, 식혜 등 제외)
폴란드 (EU)	2202.99.1919	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외하고 물과 희석되거나 공기를 통과시킨 과일 주스 또는 채소즙 제외)

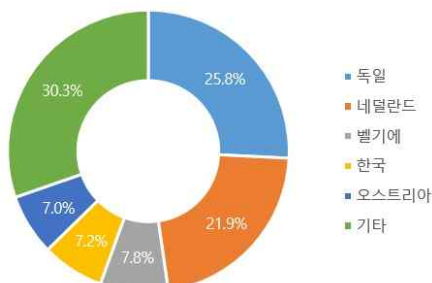
❖ HS Code 2202.99의 글로벌 수입 규모(2017년) (단위: 천 US 달러, m² 또는 톤)

수입국	2017 수입액	수입국	2017 수입량
글로벌	7,848,194	글로벌	772,273(m ²)
1 미국	893,383	1 미국	425,586(톤)
2 캐나다	564,151	2 독일	387,956(m ²)
3 영국	562,980	3 캐나다	377,366(톤)
4 베트남	474,193	4 영국	272,018(톤)
5 독일	422,216	5 중국	234,520(톤)
35 폴란드	48,554	34 폴란드	42,670(톤)

❖ HS Code 2202.99의 글로벌 수입액 비중(2017년)



❖ HS Code 2202.99의 국가별 폴란드 수입액 시장점유율(2017년)



❖ 한국산 HS Code 2202.99.9000의 글로벌 및 對폴란드 수출 통계

(단위: 천 US 달러, 천 톤)

구분	2017	
	수출액	수출량
글로벌	223,790	258,727
對폴란드	6,592	10,875

1) 통계분석 기준 설정

□ 헛개나무 음료 통계 기준 설정

- 헛개나무 음료가 속한 음료류의 글로벌 및 폴란드 수입 통계, 한국산 헛개나무 음료의 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁸⁾

□ 헛개나무 음료의 HS Code⁹⁾는 한국은 2202.99.9000, 폴란드는 2202.99.1919로 분류

- 헛개나무 음료가 속한 음료류의 글로벌 및 폴란드 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2202.99, 한국산 헛개나무 음료의 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 2202.99.9000를 통계 기준으로 설정
- 폴란드는 EU 회원국으로 HS Code 역시 EU 체계를 따르며, 헛개나무 음료의 HS Code는 2202.99.1919에 분류

표 1.11 헛개나무 음료 관련 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2202.99	품명	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외)
폴란드 수입 통계		2202.99.1919		기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외하고 물과 희석되거나 공기를 통과시킨 과일 주스 또는 채소즙 제외)
한국산 수출 통계		2202.99.9000		기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외하고 무알콜 음료, 인삼음료, 과일주스 음료, 식혜 등 제외)

8) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

9) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성

표 1.12 헛개나무 음료의 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수 포함)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제 2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)
	2202.99	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외)
	2202.99.9000	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외하고 무알콜 음료, 인삼음료, 과일주스 음료, 식혜 등 제외)
폴란드	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수 포함)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)
	2202.99	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외)
	2202.99.1919	기타 (그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (제2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)로 물, 우유, 맥주 제외하고 물과 희석되거나 공기를 통과시킨 과일 주스 또는 채소즙 제외)

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.13 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	EU 관세율 검색 온라인시스템 TARIC	http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

2) HS Code 2202.99의 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2202.99)

□ 2017년 기준 HS Code 2202.99의 글로벌 수입액과 수입량은 각각 78억 4,800만 달러와 77만 2,000톤

- 2017년 기준 HS Code 2202.99의 글로벌 수입 규모 1위 국가는 미국으로 약 8억 9,300만 달러, 약 42만 6,000톤을 수입하였으며, 수입액 기준 미국의 비중은 11.4%
- 그 뒤를 이어 수입액 면에서는 캐나다 7.2%, 영국 7.2%, 베트남 6.0%, 독일 5.4%의 순이고, 수입량 면에서는 독일, 캐나다, 영국, 중국 순임
- 폴란드는 2017년 기준 수입액과 수입량 면에서 각각 4,850만 달러, 4만 2,700톤으로 35위와 34위를 차지

표 1.14 HS Code 2202.99의 글로벌 수입 규모(2017년)

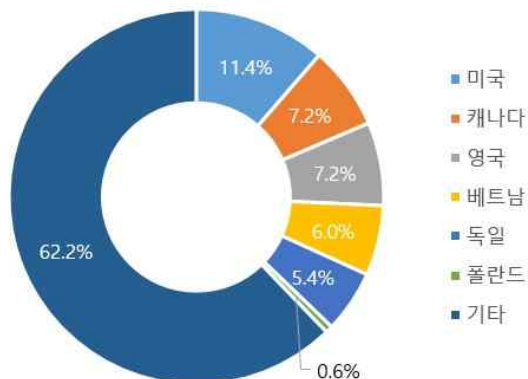
(단위: 천 US 달러, m³ 또는 톤)

수입국		2017 수입액	수입국		2017 수입량
글로벌		7,848,194	글로벌		772,273(m ³)
1	미국	893,383	1	미국	425,586(톤)
2	캐나다	564,151	2	독일	387,956(m ³)
3	영국	562,980	3	캐나다	377,366(톤)
4	베트남	474,193	4	영국	272,018(톤)
5	독일	422,216	5	중국	234,520(톤)
35	폴란드	48,554	34	폴란드	42,670(톤)

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.15 HS Code 2202.99의 글로벌 수입액 비중(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

3) HS Code 2202.99의 폴란드 수입 통계(통계기준: HS CODE 2202.99)

□ 2017년 HS Code 2202.99의 폴란드 수입 시장점유율 1위는 독일

- 2017년 기준 HS Code 2202.99의 폴란드 수입 시장점유율 1위국은 독일로 수입액과 수입량은 각각 약 1,250만 달러와 9,200톤으로 조사됨
 - 그 뒤를 이어 네덜란드가 수입액 약 1,100만 달러, 수입량 약 5,500톤으로 2위를 차지
- 2017년 기준 한국은 수입액 약 350만 달러, 수입량 약 5,300톤으로 각각 4위와 3위를 차지하는 등 폴란드 내에 HS Code 2202.99에 속한 제품이 많이 진출해 있는 것으로 파악됨

표 1.16 HS Code 2202.99의 폴란드 수입 규모(2015-17년)

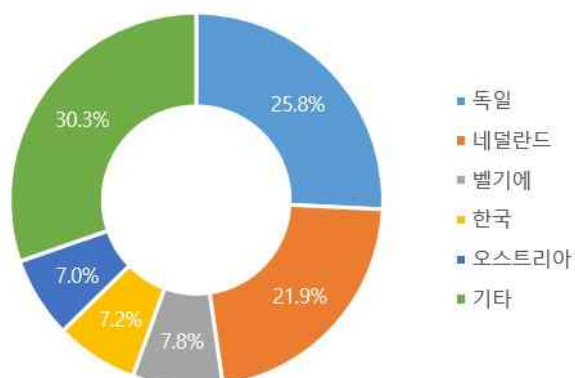
(단위: 천 US 달러, 톤)

수입국		2017 수입액	수입국		2017 수입량
글로벌		48,554	글로벌		42,670
1	독일	12,526	1	독일	9,201
2	네덜란드	10,650	2	네덜란드	5,504
3	벨기에	3,788	3	한국	5,337
4	한국	3,473	4	벨기에	4,165
5	오스트리아	3,406	5	오스트리아	3,825

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.17 HS Code 2202.99의 국가별 폴란드 수입액 시장점유율(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

4) 한국산 HS Code 2202.99.9000의 수출 통계(통계기준: HS CODE 2202.99.9000)

- ☐ 2017년 한국산 HS Code 2202.99.9000의 글로벌 수출 규모는 수출액 약 2억 2,400만 달러, 수출량 약 2억 5,900만 톤
- ☐ 2017년 한국산 HS Code 2202.99.9000의 對폴란드 수출 규모는 수출액 약 660만 달러, 수출량 약 1,090만 톤

표 1.18 한국산 HS Code 2202.99.9000의 글로벌 및 對폴란드 수출 통계

(단위: 천 US 달러, 천 톤)

구분	2017	
	수출액	수출량
글로벌	223,790	258,727
對폴란드	6,592	10,875

자료: Kati농식품수출정보(www.kati.net)¹⁰⁾

10) 통계제공: 한국무역통계진흥원



II. 시장 트렌드

1. 알코올 소비 현황
2. 숙취해소 식품 현황

시장 트렌드 개요

1. 알코올 소비 현황

- ❖ 세계은행에 따르면, 2016년 기준 15세 이상 인당 알코올 소비량 순위에서 폴란드는 전세계 14위를 차지
- ❖ WHO가 발간한 '2018 알코올 및 건강에 관한 글로벌 현황 보고서(Global status report on alcohol and health 2018)'에 따르면, 2016년 폴란드인의 인당 알코올 소비량은 2010년 대비 소폭 증가하였고, 폴란드인의 HED 비율은 유럽 평균보다 훨씬 높은 것으로 조사됨¹¹⁾

2. 숙취해소 식품 현황

- ❖ 폴란드인의 대표적인 숙취해소 음식으로는 비트뿌리 피클 주스, 사우어크라우트 주스, 오이피클 주스, 꿀, 케피어, 토마토, 치킨 수프 등이 있음
- ❖ 온라인 쇼핑몰 검색, 현지조사원의 오프라인 매장 조사 및 인터뷰를 종합해 본 결과, 오프라인 매장에서는 숙취해소 음료로는 Black After Alcohol 제품만이 유일하게 판매되고 있었으며, 온라인 쇼핑몰에서는 한정된 종류의 숙취해소 음료만이 구매 가능

11) Heavy Epidemic drinking(HED)이란, 매월 적어도 한 번 순수 알코올을 60그램 이상 마시는 것을 의미하는데, 유럽에서는 러시아, 불가리아, 루마니아에서 HED 인구가 높은 것으로 조사됨

1. 알코올 소비 현황

- 세계은행에 따르면, 2016년 기준 15세 이상 인당 연간 알코올 소비량 순위에서 폴란드는 전세계 14위를 차지
- 1위는 몰도바로 15.2리터를 섭취하며, 그 다음으로 리투아니아 15리터, 체코 14.4리터, 독일 13.4리터, 나이지리아 13.4리터로 각각 2, 3, 공동 4위를 차지
 - 참고로, 한국의 인당 평균 알코올 소비량이 10.2리터로 25위에 위치

표 2.1 전세계 인당 연간 알코올 소비량(15세 이상 순위)(2016년)

(단위: 순수 알코올 리터)

순위	국가명	인당 알코올 소비량	순위	국가명	인당 알코올 소비량
1	몰도바	15.2	9	슬로베니아	12.6
2	리투아니아	15.0	9	루마니아	12.6
3	체코	14.4	10	포르투갈	12.3
4	독일	13.4	11	벨기에	12.1
4	나이지리아	13.4	12	세이셸	12.0
5	아일랜드	13.2	13	러시아	11.7
6	룩셈부르크	13.0	14	오스트리아	11.6
7	라트비아	12.9	14	에스토니아	11.6
8	불가리아	12.7	14	폴란드	11.6
9	프랑스	12.6	25	한국	10.2

자료: World Bank(data.worldbank.com)

- WHO가 발간한 '2018 알코올 및 건강에 관한 글로벌 현황 보고서(Global status report on alcohol and health 2018)'에 따르면, 2016년 폴란드인의 알코올 소비량은 2010년 대비 소폭 증가하였고, 폴란드인의 HED(Heavy Epidemic drinking) 비율은 유럽 평균보다 훨씬 상회
- 동 보고서에 따르면, 폴란드인의 인당 알코올 소비량은 유럽 지역 평균을 상회하는 수준으로, 2016년 기준 11.8리터로 2010년보다 소폭 증가하였으며, 유럽 지역의 인당 알코올 소비량은 감소한 반면 폴란드는 증가함

표 2.2 폴란드인의 인당 알코올 소비량(15세 이상)¹²⁾

(단위: 순수 알코올 리터)

구분	2010		2016 ¹³⁾	
공식	10.3		10.4	
기타 비공식	1.5		1.7	
합계	11.4		11.8	
성별(남/여)	18.7	4.6	19.2	4.7
유럽 지역	11.2		9.8	

자료: Global status report on alcohol and health 2018, WHO

12) WHO의 상기 보고서에 따르면, 2016년 폴란드 인구수는 약 3,860만 명이며, 15세 이상 인구는 총인구의 85%를 차지

- 그러나, 폴란드의 HED 비율은 유럽 평균보다 훨씬 높은 것으로 조사됨
 - 폴란드의 HED 현황을 살펴보면, 2016년 기준 전체 인구의 35.1%가 HED로 유럽 평균인 26.4%를 크게 상회함
 - 폴란드의 알코올 섭취 인구 중 HED 비중 역시 유럽 평균 42.6%에 비해 훨씬 높은 51.6%인 것으로 조사됨
 - 폴란드 청소년(15-19세) HED 비율도 35.3%로 유럽 평균 24.1%보다 높은 것을 알 수 있음
 - 폴란드 청소년(15-19세) 중 알코올 섭취 인구 중 HED 비중 역시 63.5%로 유럽 평균 51.2%에 비해 높음

표 2.3 폴란드 HED 현황(2016년)

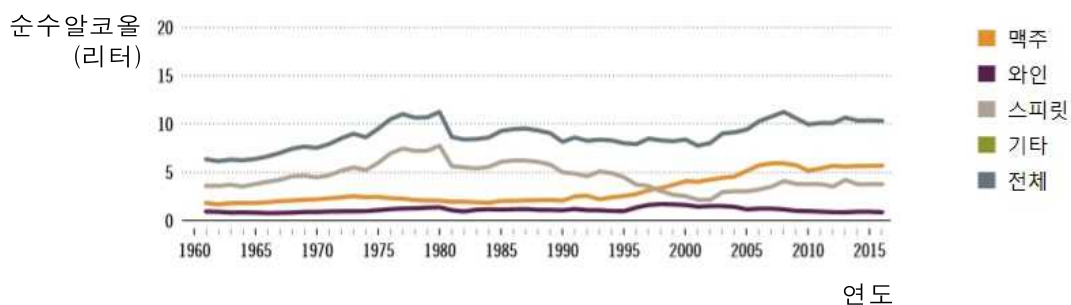
(단위: %)

구분	인구 (15세 이상)	알코올 섭취 인구 (15세 이상)	인구 (15-19세)	알코올 섭취 인구 (15-19세)
남	54.3	67.3	52.8	76.3
여	17.5	31.1	16.9	40.9
합계	35.1	51.6	35.3	63.5
유럽 평균	26.4	42.6	24.1	51.2

자료: Global status report on alcohol and health 2018, WHO

- 2016년 기준 폴란드에서 가장 많이 마시는 알코올 음료는 맥주로 전체의 약 56%를 차지하며, 그 다음으로 스피릿 36%, 와인 8%, 기타의 순으로 조사됨

표 2.4 폴란드 알코올 음료 소비 추이(15세 이상)(1961-2016년)



13) 2010년도 수치는 2009-2011년 동안의 평균 수치이며, 2016년도 수치는 2015-2017년 동안의 평균 수치

2. 숙취해소 식품 현황

□ 폴란드인의 대표적인 숙취해소 식품으로는 비트뿌리 피클 주스, 사우어크라우트 주스¹⁴⁾, 오이피클 주스, 꿀, 케피어¹⁵⁾, 토마토, 치킨 수프 등이 있으며 이들의 효능은 다음과 같이 알려져 있음

- 비트뿌리 피클 주스는 비타민과 미네랄 성분을 함유하고 있어 회복 시간을 앞당김
- 사우어크라우트 주스는 비타민과 미네랄(비타민 B, C, 칼륨, 칼슘, 철분)이 풍부하여 영양분을 보충할 수 있도록 도와주며, 또한 절인 양배추는 장 내 독소를 제거하는 프로바이오틱 박테리아가 풍부하여 장 내에서 독소를 제거하고 장 건강에 도움을 줌
- 오이피클 주스도 사우어크라우트 주스와 비슷한 효과가 있어 폴란드인들이 애용하는 숙취해소 식품임
- 꿀은 당도가 높아 알코올 대사와 숙취해소 속도를 가속화하는 데 도움을 줌
- 케피어에 함유된 젖산은 알코올의 부정적인 영향을 중화하며, 갈증을 완화하고, 탄수화물을 공급하고, 식도를 진정시키는 데 도움이 됨
- 토마토 내 라이코펜 성분은 알코올 분해과정에서 발생하는 독성인 아세트알데히드의 작용을 억제해 숙취해소에 큰 도움을 주며, 술을 많이 마시게 되면 알코올의 이뇨 작용 때문에 금방 갈증이 생기는데 토마토의 풍부한 수분이 이를 보충해 줌¹⁶⁾
- 치킨스프는 수분과 비타민을 공급해 주며, 수분의 질감은 위의 소화를 돕고, 후추나 칠리 등을 첨가하면 독소를 땀으로 제거하는데 도움이 됨¹⁷⁾

□ 온라인 쇼핑몰 검색, 현지조사원의 오프라인 매장 조사 및 인터뷰를 종합해 본 결과, 오프라인 매장에서는 숙취해소 음료로는 Black After Alcohol 제품만이 유일하게 판매되고 있었으며, 온라인 쇼핑몰에서는 한정된 종류의 숙취해소 음료만이 구매 가능

- 폴란드 오프라인 매장에서 판매하는 숙취해소 음료로는 Black After Alcohol이 유일하였으며, 이 제품은 에너지 드링크의 대표 브랜드인 Black 브랜드 제품으로서 그 외 숙취해소 음료는 오프라인 매장에서는 볼 수 없었음
- 폴란드 쇼핑몰 매출 1위인 allegro.pl에서는 Black After Alcohol 외에 GLUCOSE AFTER ALCOHOL Life/Forte 두 종류를 더 판매
- amazon.com 검색 결과, 폴란드로 배송 가능한 숙취해소 음료는 종류가 한정적이었음

14) 독일에서 유래한 음식으로 양배추를 발효한 것. 시큼한 맛이 나며, 주로 고기, 핫도그, 샌드위치와 함께 먹음.

15) 소, 양, 염소 등의 우유를 발효시킨 음료

16) 박영주, '[알고먹자] 슈퍼푸드 '토마토'에 이런 효능 있었나', 문화저널21, 2018.5.3. 20:15 (www.mhj21.com)

17) Weronika Jurkiewicz, 'Six Traditional Hangover Cures from Poland', culture trip, 2018.6.6. Updated (thecapturetrip.com)

[현지 인터뷰]

① 소비자 인터뷰

구분	소비자 1	소비자 2
소비자 정보	국적: 폴란드인 나이: 23세 성별: 남성 직업: 학생 인터뷰 장소: Carrefour 매장	국적: 폴란드인 나이: 20세 성별: 여성 직업: 학생 인터뷰 장소: Carrefour 매장
1. 에너지 드링크(숙취해소 음료) 구입 시 고려사항	숙취해소 음료는 잘 마시지 않음. 에너지 드링크는 맛이 제일 중요하다고 생각함. 에너지 드링크로 OSHEE 비타민 워터 한 제품만 마시는 편임.	술을 많이 마시지 않아 숙취해소 음료에 대해서는 잘 모름. 에너지 드링크는 가격이 가장 중요함. 그 다음으로 성분을 보는 편임.
2. 에너지 드링크(숙취해소 음료) 중 선호하는 제품은?	에너지 드링크보다 비타민 워터를 선호함. 카페인이 없고, 맛있음.	블랙(Black)이라는 브랜드 제품을 선호함. 종류도 많아서 골라서 마실 수 있음.
3. 한국산 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 마셔 본 경험이 있는지? 한국산 식품에 대한 인식은?	한국 음료는 폴란드에서 팔지 않아서 마셔본 경험은 없는데 기회가 되면 마셔 보고 싶음	폴란드에 한국산 에너지 드링크는 파는 것 같지 않음. 친구들이 한국 과자나 음식이 맛있다고 한 말을 들은 기억이 있어서 좋은 이미지를 가지고 있지만 먹어본 적은 없음.
4. 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 많이 구입하는지?	에너지 드링크를 일주일에 1번 정도 마심. 몸에 별로 좋다고 생각은 안하기 때문에 적게 마시는 편임.	에너지 드링크를 일주일에 2번 정도 마심. 원래 커피도 좋아하는데 커피보다 에너지 드링크가 더 저렴해 커피 대신 에너지 드링크를 가끔 마심.
구분	소비자 3	소비자 4
소비자 정보	국적: 폴란드인 나이: 30세 성별: 여성 직업: 주부 인터뷰 장소: Carrefour 매장	국적: 폴란드인 나이: 37세 성별: 여성 직업: 주부 인터뷰 장소: Carrefour 매장
1. 에너지 드링크(숙취해소 음료) 구입 시 고려사항	음주한 다음 날엔 꿀물을 마심. 에너지 드링크는 맛이 가장 중요함. 이왕이면, 무설탕 제품을 선호함.	음주한 다음 날엔 꿀물을 마심. 에너지 드링크는 카페인 함유량을 먼저 체크함. 맛과 성분도 중요함.
2. 에너지 드링크(숙취해소 음료) 중 선호하는 제품은?	레드불(Red Bull)을 많이 마심. 그 중에서도 키위 제품을 좋아함. 타이거(Tiger) 망고맛도 맛있어서 자주 마심.	블랙(Black) 브랜드 제품을 많이 마시고, 레드불(Red Bull) 제품도 자주 마심
3. 한국산 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 마셔 본 경험이 있는지? 한국산 식품에 대한 인식은?	한국산 에너지 드링크는 마셔본 적이 없음. 기회가 있다면 한국 제품을 맛 보고 싶음.	생각해 본 적은 없는데, 맛있다고 하면 마셔보고 싶음. 에너지 드링크를 좋아해서 다양하게 마셔보는 걸 즐김.
4. 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 많이 구입하는지?	에너지 드링크는 습관처럼 마심. 일주일에 4번 정도 마시는데 거의 중독 수준이라서 최대한 자제하고 있음. 그러나, 커피 대신 마시는 거라고 생각하면 괜찮은 것 같음.	에너지 드링크를 하루에 한 캔은 마심. 에너지 드링크를 마시면 가슴이 뛰는데 기분도 같이 좋아져서 에너지 드링크 마시는 것을 좋아함.

구분	소비자 5
소비자 정보	국적: 폴란드인 나이: 26세 성별: 여성 직업: 대학원생 인터뷰 장소: Carrefour 매장
1. 에너지 드링크(숙취해소 음료) 구입 시 고려사항	술을 자주 마시지 않아서 숙취해소 음료도 마시지 않음. 에너지 드링크도 잘 마시지 않고, 대신에 커피를 자주 마심
2. 에너지 드링크(숙취해소 음료) 중 선호하는 제품은?	폴란드에서 가장 유명한 에너지 드링크는 레드불(Red Bull), 타이거(Tiger), 블랙(Black)이라고 생각함. 만약 에너지 드링크를 구매한다면, 브랜드 인지도가 가장 높은 레드불(Red Bull)을 선택할 것 같음
3. 한국산 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 마셔 본 경험이 있는지? 한국산 식품에 대한 인식은?	한국 드라마나 한국 마트에서 본 적이 있는 것 같은데, 브랜드는 기억이 잘 안남
4. 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 많이 구입하는지?	에너지 드링크는 일주일에 1번 정도 마심. 몸에 별로 좋다고 생각하지 않기 때문에 적게 마시는 편임

② 담당자 인터뷰

구분	소비자 5
담당자 정보	국적: 폴란드인 나이: 30세 성별: 남성 직업: 마트 직원 인터뷰 장소: Auchan 매장
1. 에너지드링크(숙취해소음료 포함) 판매량은? (월별, 연별)	숙취해소 음료는 따로 없고, 에너지 드링크는 월 1,500병 정도 판매되는 것 같음
2. 주요 판매 인기 제품은?	에너지 드링크 중 블랙(Black)이 가장 인기가 많고, 그 중 Combo 검정색 제품이 가장 잘 팔림
3. 고객층은? (나이, 성별 등)	주로 여자보다는 남자가 많이 구매하고, 18-30세 정도가 주요 고객층임
4. 한국한 음료수(없다면 식품)에 대한 인식은?	아직 경험은 없지만, 한국 식품의 맛이 좋다고 들었음
5. 에너지 드링크(숙취해소 음료)를 고객이 구매할 때 고려하는 사항은?	가격과 카페인 함유량을 가장 많이 봄



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

❖ EU 가공식품 수출입 프로세스

- 폴란드를 포함한 EU 소속국가¹⁸⁾로 가공식품을 수출하기 위해서는 다음의 수출입 프로세스를 이행
- EU 회원국 간에는 EU 공통 관세규정 사용
- 역내상품 이동 면세, 역외상품 수입 공동관세를 부과
- 국가별로 통관 소요시간이나 비용은 상이
- 관련기관
 - EU집행위원회 관세총국(Taxation and Customs Union)
 - 수사당국(OLAF: European Anti-Fraud Office): 수출입 통관 관련 각종 사기, 기타범죄 등 검증활동 시행

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수출계약	- 거래선(바이어) 발골 - 계약 진행	-
2	수출 전 절차	- 제출 서류 준비 - Taric Code 확인 - EORI 번호 발급 - 적하목록 사전신고(Entry Summary Declaration, ENS) 제출	- 통관대행업체 고용(Taric Code): 특혜관세 등 관세율, 상업 및 농업 규정 등의 정보 제공 - 원산지 사전심사제도(Binding Origin Information, BOI): EU 회원국은 세관절차가 완료된 물품의 원산지를 사전에 서면으로 증명하며 이를 사전에 준비
3	물품 반입	- 물품 보세구역 반입 - 도착 보고 - 하역 및 검사	-
4	수입신고	- 수입신고서(Single Administrative Document, SAD) - 준비 서류 - 원산지증명서	-
5	통관	- 세금 납부 - 식품검사 및 식물검역 - 라벨링, 식품성분 분석, 샘플링	-
6	반출	- 수입신고 수리 및 관세납부 이후 보세구역에서 물품 반출	-

❖ 가공식품 통관 절차



자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

관세 및 세금 개요

❖ 폴란드 HS-CODE 2202.99.1919의 협정세율¹⁹⁾

HS CODE	품명	구 분	기본세율	협정세율	원산지 기준
2202.99.1919	기타	한-EU FTA	9.6%	Free	다음 각 호에 모두 해당하는 것에 한정한다. 1. 모든 호(그 제품의 호는 제외한다)에 해당하는 재료로부터 생산된 것 2. 해당 물품의 생산에 사용된 제17류에 해당하는 모든 비원산지 재료의 가격이 해당 물품의 공장도 가격의 30%를 초과하지 않은 것 3. 해당 물품의 생산에 사용된 제2009호의 모든 과일주스(파인애플, 라임 또는 자몽의 것은 제외한다)는 원산지일 것 4. 제1211.20호 및 제1302.19호의 모든 사용재료는 체약당사국에서 완전생산된 것

❖ 폴란드 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 23% 부과

❖ 폴란드 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 EU를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 폴란드의 경우 해당 HS CODE에 대한 관세율을 유럽연합 웹사이트에서 직접 조회 가능한데, 'European Commission > Trade > Market Access database > EU Tariffs'에서 수출국을 한국으로 지정하고, HS Code를 입력하면 기본세율 및 한-EU FTA 세율도 한 번에 볼 수 있음

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	EU Tariffs	madb.europa.eu

18) EU 회원국: 네덜란드, 덴마크, 독일, 라트비아, 루마니아, 룩셈부르크, 리투아니아, 몰타, 벨기에, 불가리아, 스웨덴, 스페인, 슬로바키아, 슬로베니아, 아일랜드, 에스토니아, 영국, 오스트리아, 이탈리아, 체코, 크로아티아, 키프로스 공화국, 포르투갈, 폴란드, 프랑스, 핀란드, 헝가리

19) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차²⁰⁾

□ 수출 전 절차

① EORI 번호 발급

- 선적 전, EU 국가에 수출하기 위해서는 EORI 번호²¹⁾를 발급받는데, 폴란드의 경우에는 폴란드 통관 관련 웹창구인 <https://puesc.gov.pl/en/web/puesc/ehor>에서 계정 개설 후 전자발급신청이 가능함

② 물품 도착 전 적하목록 사전제출(Entry Summary Declaration, ENS)

개념	한국→EU 수출 화물의 운송인은 화물 적재 24시간 전에 EU의 최초 도착항 관할 세관에 ENS 제출 의무(2010년 12월 31일 최초 시행)	
취지	적하목록의 사전검토를 통한 우범화물에 대한 공급망 관리 및 보안 강화 목적	
제출시기	운송 수단에 따른 ENS 제출시기	
	구분	세관 통보시한
	컨테이너 해상화물(단거리 제외)	출발지에서 선적 전 24시간 전
	벌크화물(단거리 제외)	EU 영역 최초 항구 도착 4시간 전
	단거리 해상화물	EU 영역 최초 항구 도착 2시간 전
	단거리 비행(4시간 이내)	비행기 실제 이륙시간까지
	장거리 비행(4시간 초과)	비행기가 EU영역 최초 공항 도착 4시간 전
	철도/운하	EU 영역 내의 세관 도착 2시간 전
	육로	EU 영역 내의 세관 도착 1시간 전
제출정보	운송인이 관할 세관에 제출해야 하는 정보 - 화물 상세 정보(물품명, HS Code, 컨테이너 번호 등) - 화물 운송인, 송하인, 수하인 등의 인적 정보(AEO ²²⁾ 인증 여부 포함) - 운송 항로 등 운항 정보	
벌칙	다음에 해당하는 경우 과태료 부과 대상(2012년 1월 1일 이후 시행) - 기한 내 적하 목록 미제출(1회 이상) - 적한 목록 허위 제출(3회 이상)	

20) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

21) 우리나라의 사업자등록번호와 유사한 것으로, EU 회원국 내에서 역내에서 공통의 번호에 의한 관세 관련 경제주체 관리를 효과적으로 하기 위해 도입되었으며, 해당 번호를 발급받아야 생산, 수출입, 유통 등 경제활동이 가능함

22) AEO(Authorized Economic Operator: 수출입안전관리우수공인업체)

□ 물품 반입

보세구역 물품 반입	EU 지역 수입 물품의 통관 前 반입 장소(보세 구역) - 세관 지정 세관 사무소 - 세관 지정 내지는 승인한 기타 장소 - 자유지역(Free Zone) 상기 장소에서의 물품 반출, 검사 및 샘플 채취 등은 세관 허가 대상
도착보고	수입물품 도착 보고 - 아래 해당자는 보세구역 반입 즉시 도착신고서 작성 및 제출 의무 • 수입물품 운송인 및 대리인 • 통관 절차 이행 대리인 • 보세구역 운영인 등
하역 및 검사	수입물품 하역 및 환적은 원칙적으로 세관 허가 대상 - 긴급 사유 발생 등 예외적인 경우에 한하여 세관 즉시 통지 후 수입물품 하역 및 환적 가능 - 검사, 샘플 채취 및 운송 수단 검사 목적으로 세관은 수입물품의 하역 또는 포장 개봉 요구 가능

□ 수입신고

- 수입신고 시, 폴란드는 통관단일창구를 운영하고 있어 import license, 수입신고 등 모두 Quichet Unique National - GUN(<https://puesc.gov.pl/en/web/puesc/e-import>)에서 이루어짐

신고대상	EU 지역으로 수입되는 비역내산 물품(= 비공동체 물품: Non-community goods)								
수입 신고인	수입물품의 화주(납세의무자) 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)								
신고방식	수입신고서(SAD: Single Administrative Document)의 신고 방식 - 세관의 통관 시스템 전송 방식(인터넷) - 서면 신고서 세관 제출 방식								
서류제출	제출서류 - 필수 제출 서류: 선하증권(Bill of landing), 상업송장(Invoice), 포장명세서(Packing List) 등 - 선택 제출 서류: 원산지신고서-Origin Declaration: FTA 특혜 관세 적용 목적), 기타 요건 구비 증명 자료 제출시기 - 원칙: 수입 신고와 동시에 제출 - 예외: 수입 신고 이후 제출(수입신고인의 요청 및 그에 따른 세관의 승인이 있는 경우에 한함)								
수입신고 수리	납세의무자가 제출한 수입신고서가 형식적 요건을 충족하는 경우 세관은 지체 없이 이를 수리								
심사 및 물품검사	세관은 일부 수입신고 수리 건에 대하여 납세의무자에게 아래 사항을 추가적으로 요구 - 기 제출된 수입신고서 관련 서류 검증 및 추가 자료 제출 - 수입 물품검사, 분석 및 샘플 채취 - 물품 검사 시, 통관서류 및 수출국에서 발행된 위생증명서를 함께 제출 위생증명서 주요 내용 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>주요 내용</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>위생증명서 정의</td><td>- 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되어 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로서, 식품의약품안전처 (식품안전나라 웹사이트 주소 참조)에서 발급 가능 - 수수료 없이 전자신청으로 발급</td></tr> <tr> <td>필요서류</td><td>- 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서</td></tr> <tr> <td>식품안전나라 웹사이트</td><td>- https://www.foodsafetykorea.go.kr</td></tr> </tbody> </table>	구분	주요 내용	위생증명서 정의	- 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되어 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로서, 식품의약품안전처 (식품안전나라 웹사이트 주소 참조)에서 발급 가능 - 수수료 없이 전자신청으로 발급	필요서류	- 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서	식품안전나라 웹사이트	- https://www.foodsafetykorea.go.kr
구분	주요 내용								
위생증명서 정의	- 해당 식품이 위생적으로 생산, 가공되어 품질관리법에 의한 검사에 합격하였음을 증명하는 문서로서, 식품의약품안전처 (식품안전나라 웹사이트 주소 참조)에서 발급 가능 - 수수료 없이 전자신청으로 발급								
필요서류	- 영업등록증, 품목제조보고서, 수출신고필증, 선적서류, 공인인증서								
식품안전나라 웹사이트	- https://www.foodsafetykorea.go.kr								

□ 관세 납부

관세 납부	납세의무자는 관세 납부 대상 물품에 대하여 보세구역 반출 前 당해 관세를 납부 또는 담보 제공 의무
-------	---

□ 반출

반출	수입신고 수리 및 관세 납부(담보 제공)가 이루어진 물품은 다음의 경우를 제외하고는 원칙적으로 보세구역에서 즉시 반출 가능 - 정해진 기간 내에 수입물품 검사를 수행하지 못한 경우(단, 수입신고인의 귀책사유에 한함) - 납부기한 내에 관세 납부 또는 보증이 이루어지지 못한 경우 등
----	---

2) 폴란드(EU 국가 수출 시 유의사항²³⁾)

□ EU 회원국에서 통일적으로 적용되는 하기의 식품 관련 규정을 준수해야 함

- 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 178/2002에 명시되어 있는 식품법의 일반 원칙 및 요건
- 유럽 의회 및 이사회 규정 (EC) No 852/2004 및 853/2004 (OJ L-139 30/04/2004) (각각 CELEX 32004R0852, CELEX 32004R0853)에 따른 일반 식품 위생 규정 및 동물 원료 식품에 대한 위생 명세
- 식품 내외부의 잔유물, 농약, 수의학 및 오염원 존재에 관한 조치
- 유전자 변형 식품과 사료, 생물 단백질 및 미확인 식품에 관한 특별 조항
- 특정 인구 그룹(예: 영유아)의 구체적인 영양학적 요건을 충족시키기 위한 특정 그룹의 식료품(예: 미네랄 워터, 코코아, 급속동결식품) 및 식품에 관한 특별 규정
- 사료 재료, 합성 사료 및 특정한 영양적 용도가 있는 사료에 대한 구체적인 판매 및 라벨 표시 요건
- 식품과 접촉하는 재료 및 품목에 관한 특별 규정

23) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr), 유럽연합(ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en)

3) 관세율²⁴⁾

- 헛개나무 음료는 헛개나무 농축액을 기제로 하여 정제수, 액상과당, 칙 농축액, 감초 농축액, 비타민 B1 등을 혼합하여 제조한 것으로 기타 음료에 해당
- 우리나라에서 폴란드(유럽연합국)로 수출하여 해당국에서 수입하는 경우, 기타 음료로 분류하여 HS Code 2202.99.1919로 분류됨
- 해당 HS Code 상 기본세율은 9.6%이며, 한-EU FTA 협정세율은 0%이기 때문에 무관세 적용
- 폴란드로의 수출 시 관세뿐 아니라, 부가가치세도 납부해야 하는데 부가가치세율은 23%임

표 3.4 폴란드 HS CODE 2202.99.1919의 협정세율

HS CODE	품명	구 분	기본세율	협정세율	원산지 기준
2202.99.1919	기타	한-EU FTA	9.6%	Free	다음 각 호에 모두 해당하는 것에 한정한다. 1. 모든 호(그 제품의 호는 제외한다)에 해당하는 재료로부터 생산된 것 2. 해당 물품의 생산에 사용된 제17류에 해당하는 모든 비원산지 재료의 가격이 해당 물품의 공장도 가격의 30%를 초과하지 않은 것 3. 해당 물품의 생산에 사용된 제2009호의 모든 과일주스(파인애플, 라임 또는 자몽의 것은 제외한다)는 원산지일 것 4. 제1211.20호 및 제1302.19호의 모든 사용재료는 체약당사국에서 완전생산된 것

24) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

4) FTA 정보

□ 한-EU FTA 개요

- 한-EU FTA는 2011년 7월 1일에 발효
- EU측 농산물 양허 주요 내용
 - EU는 쌀(39개 품목)을 제외한 모든 농산물 관세를 5년 내 철폐하며, 우리의 對EU 주요 수출품목 및 수출 유망품목은 대부분 즉시 철폐
 - 면류(6.4% 이상 복합세), 식물성액즙(0-19.2%), 간장(7.7%), 비스켓(9% 이상 복합세), 음료(0-33.6%), 화훼류(0-12%) 등
 - 토마토, 호박, 감귤, 복숭아 등 일부 채소 및 과일 품목(16개 세 번)의 경우 일정 기간 기존 시장진입가격제도²⁵⁾를 유지

표 3.2 한-EU FTA 주요 정보

구분	주요 내용
발효일	2011.7.1
의의	- 경제적 의의 ▲ 경제시스템의 선진화 ▲ 국내 제조업자와 소비자의 이익 증대 ▲ 외국인 투자 촉진 - 전략적 의의 ▲ 세계 제1위 경제권 및 우리나라와의 제2위 교역파트너와 FTA 체결 ▲ 「동아시아 FTA 허브」로 부상의 계기 마련 ▲ EU와 FTA가 체결되지 않은 일본, 중국에 비해 EU 시장에서 우리 업계에 유리한 경쟁 기반 조성 등의 효과 기대
원산지 증명서	- 증명방식: 자율증명(원산지인증방식) - 증명주체: 수출자 - 증명서식: 상업서류 원산지 신고문안 기재 - 증명서 유효기간: 1년 - 사용언어: 영어, EU 당사국 언어 - 사용횟수: 1회 사용원칙
자율증명 방식 원산지 증명	- 수출자는 자신이 생산한 제품 또는 생산자의 원산지확인서 또는 원산지소명서를 근거로 수출하는 제품에 대하여 원산지증명서를 작성 가능 - 물품의 명세가 상세히 기재된 서류(보통 Invoice, Packing List 등)에 원산지 신고문안을 기재하여 증명하는 방식 - 원산지 물품의 상품가액이 6,000유로가 넘는 경우, 반드시 세관으로부터 '인증수출자 인증 번호'를 부여받아 기재해야 함

자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

25) EU로 수입되는 과일 및 채소의 수입가격이 일정 가격보다 낮을 경우, 관세 상당치를 추가로 부과하는 제도

2. 인증정보

1) 원산지신고서(선택)

□ 원산지신고서²⁶⁾

표 3.3 폴란드 헛개나무 음료 수출 시 원산지신고서 발급 방법

구분	주요 내용
증명서명	원산지신고서(Origin Declaration)
성격	선택
발급자	수출자 / 6,000유로 이상 인증 수출자 - 수출자가 EU로 건당 6,000유로 초과 수출 시 세관으로부터 '인증수출자 인증 번호'를 부여받은 인증수출자에 한해 한-EU FTA 관세 혜택을 받기 위한 원산지증명서 자율발급 가능 - 6,000 유로 이하 수출물품의 경우에는 인증수출자가 아니더라도 수출업체가 서명한 원산지증명서 자율발급 가능
한-EU FTA 원산지신고서 발급방식	자율발급: 협정이 정하는 방법과 절차에 따라 수출자가 당해 물품에 대하여 원산지를 확인하여 작성한 후 서명하여 사용하는 제도
소요기간	2일
유효기간	1년
사용언어	한글, EU 당사국 언어
원산지신고서 자율발급시 수출자 의무사항	서명권자 지정 및 서명카드 비치(고시 별지 제9호 서식) - 서명권자 변경 또는 추가: 서명카드에 새로운 서명권자의 서명·부서명·직책·성명·지정일·사유 기재 - 서명권자 해제: 서명카드에 해제일자 및 사유 기재
자율발급 원산지신고서 작성 방법	- 한-EU FTA 원산지증명서는 정형화된 서식이 아닌, 원산지신고서 문안을 송품장, 인도증서 또는 그 밖의 상업서류에 인증수출자 번호를 기재하고 수출자가 서명 • 한국어본: 이 서류(세관인증번호.....)의 적용대상이 되는 제품의 수출자는, 달리 명확하게 표시되는 경우를 제외하고, 이 제품은의 특혜원산지 제품임을 신고한다. • 영어본: "The exporter of the products covered by this document(customs authorization No.....) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of preferential origin" - 작성방법 • 인증수출자인 경우 인증번호를 기재, 인증수출자가 아닌 경우 빈칸으로 두거나 생략 가능 • 해당 물품의 원산지를 기재 • 수출자의 성명을 정확하게 적고 서명. 다만, 유럽연합 당사자와의 원산지 관련 의정서 제16조 제 5항에 따라 원산지 인증수출자가 수출국 관세 당국에 서면확인서를 제출한 경우 서명과 서명을 기재하지 않을 수 있음 • 유럽연합 당사자와의 원산지 관련 의정서 부속서 2-가에 따라 별표 9 제5호에 규정된 원산지 결정기준을 적용받기 위해서는 "Derogation-Annex II(a) of Protocol"이란 문구를 기재
원산지신고서 대장 기재 및 보관의무	- 수출자, 생산자 또는 수입업자 원산지증명서를 자율 발급하는 경우, 원산지 증명서 작성대장에 기록·관리(FTA관세특례법 시행규칙 별지 제7호 서식) - 원산지신고서 등 원산지 증명서류는 5년간 보관

26) 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr), 관세청종합솔루션(www.customs.go.kr)

□ 인증수출자 제도

- 인증수출자제도란 관세당국이 원산지증명 능력이 있다고 인증한 수출자에게 원산지 증명서 발급권한(한-EU FTA) 또는 첨부서류 제출 간소화 혜택을 부여하는 제도를 말함
- 인증수출자의 혜택

협정	인증 전	인증 후
한-EU	- 6,000유로 이하 수출물품에 대하여만 원산지 신고서 작성 가능	- 6,000유로 초과 물품을 수출할 경우 인증 수출자에 한하여 원산지증명서 발급 가능

- 인증수출자의 종류 및 상세 내용
 - 많은 품목을 여러 협정국가에 수출하거나, 향후 EU로 수출이 예상될 경우 업체별 인증을 받는 것이 유리
 - 적은 품목을 특정 국가(아세안 지역, 인도)로 수출하고 EU 지역 수출이 적은 경우에는 인증절차가 간단한 품목별 인증을 받는 것이 유리

표 3.5 업체별 및 품목별 원산지인증수출자 비교

구분	업체별 원산지인증수출자	품목별 원산지인증수출자
혜택	모든 협정, 모든 품목	인증받은 협정별, HS 6단위
유효기간	5년	5년(법규준수도에 따라 차등 적용 가능)
인증기관	서울세관, 부산세관, 인천세관, 대구세관, 광주세관, 평택세관	
인증기준	협정별 원산지증명능력 및 법규준수도	협정별 원산지증명능력 및 법규준수도
인증요건	- 원산지관리시스템 또는 원산지증명능력 보유 - 원산지증명서 작성대장 비치 관리 여부 - 원산지관리전담자 지정 및 운영 여부 - 최근 2년간 원산지조사 거부사실 無 - 최근 2년간 서류보관의무 위반 無 - 최근 2년간 원산지증명서 부정발급 無	- 해당품목(HS6단위)원산지결정기준 충족 여부 - 원산지증명서 작성대장 비치 관리 여부 - 원산지관리전담자 지정 및 운영 여부
혜택범위	전체 협정, 전체 품목	인증 심사받은 협정, 인증 품목(HS 6단위)
인증혜택	1회 인증으로 인증수출자의 모든 수출물품에 대해 C/O 발급절차 간소화 가능(모든 협정에 적용)	품목별 인증을 통해 인증 품목에 대해 C/O 발급절차 간소화 가능(인증 협정에만 적용)

- 인증수출자 인증심사 기준
 - 인증수출자는 스스로 인증일 기준 매 1년마다 자율적으로 인증사항에 대한 내용을 검토하여 그 결과를 세관에 제출하는 ‘자율점검’을 수행하여야 하며, 인증내용의 변경사항이 있는 경우에도 관할 세관에 변경신청을 해야 함
 - 유효기간이 도래하면 인증 만료 30일 전까지 연장신청을 통해 인증사항을 연장 가능

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁸⁾

표 3.6 식품안전관리기준 인증 개요

인증/검사명	HACCP	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
인증설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치	

28) Hazard Analysis and Critical Control Point

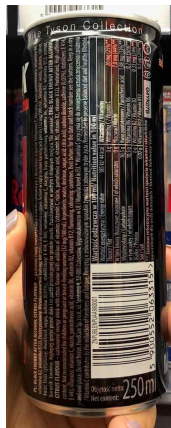
3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 숙취해소 음료 라벨링 예시



(앞면)



(뒷면)

(앞면)-영어

- ▶ 제품명
- ▶ 주요 성분

(뒷면)-폴란드어/영어 병기

- ▶ 사용지침
- ▶ 원재료 종류 및 함량
- ▶ 순중량
- ▶ 사용지침
- ▶ 영양표시

자료: 현지조사원

❖ EU 식품 라벨링 의무 표기사항

번호	항목
1	식품명
2	원재료 목록
3	알레르기나 과민반응을 일으킬 수 있는 원재료나 보조물
4	원재료 함량 및 분류
5	순중량
6	최소보존일(date of minimum durability) 또는 소비기한(use by date)
7	특정 저장조건 및/또는 사용조건
8	식품 사업자 성명, 상호명, 주소
9	원산국 또는 생산지
10	사용지침
11	알코올 함량이 1.2% 이상인 음료의 경우, 실제 알코올 도수
12	영양표시

□ 일반 라벨링 규정

- 폴란드에서 포장 식품의 라벨링은 2014년 11월 13일에 적용된 EU ‘소비자 식품정보(Food Information to Consumers, FIC)’ 규정 No. 1169/2011²⁹⁾을 따름
- 라벨링에 사용되는 언어는 회원국 소비자가 쉽게 이해할 수 있는 언어로 표기하며, 식품이 판매되는 회원국은 자국 영토 내에서 회원국의 공식 언어 중 하나 이상을 사용
 - 폴란드에서 판매되는 모든 제품의 라벨링은 폴란드어 또는 폴란드어 포함 다국어로 표기되어야 함
- 최소한 다음과 같은 필수 정보를 포함

표 3.12 EU 식품 라벨링 의무 표기사항

번호	항목	설명
1	식품명	식품의 정식 명칭. 정식 명칭 부재 시, 관례상 명칭을 사용 관례상 명칭이 부재하거나 사용되지 않는 경우, 설명적 명칭 제공
2	성분 목록	중량이 높은 순으로 모든 원재료를 기재
3	알레르기나 과민반응을 유발 성분이나 첨가물	알레르기나 과민반응을 일으킬 수 있는 특정 성분
4	성분 함량 및 분류	식품 제조 시 사용된 원재료의 함량 및 분류
5	순중량	액체 제품의 경우, 리터, 센치리터, 밀리리터와 같은 부피 단위, 여타 제품은 킬로그램 또는 그램과 같은 질량 단위를 사용
6	최소보존일(date of minimum durability) 또는 소비기한(use by date)	미생물학적 관점에서, 부패하기 쉽고 짧은 시일 내에 인체 건강에 즉각적인 위험을 초래할 가능성이 있는 식품의 경우, 최소보존일(date of minimum durability)을 소비기한(use by date)으로 대체
7	특정 저장조건 및/또는 사용조건	특별한 저장조건 및/또는 사용조건이 필요한 경우, 그 조건을 표시. 포장 개봉 후 식품의 적절한 보관 또는 사용을 위해 저장조건 및/또는 소비시한(time limit for consumption)을 적절히 표시
8	식품 사업자 이름, 상호명, 주소	식품 제조업자 또는 수입업자 이름 및 주소
9	원산국 또는 생산지	원산국 또는 생산지 기재 필수 식품의 원산국 또는 생산지가 주 원재료의 것과 다를 경우, 주 원재료의 원산국 또는 생산지를 기재해야 하며, 식품 원재료와 다름을 기재
10	사용지침	사용방법 부재 시 식품의 이용이 어려울 경우
11	알코올 함량이 1.2% 이상인 음료의 경우, 실제 알코올 도수	부피에 따른 알코올 도수 표시에 관한 규칙은 CN 코드 2204로 분류된 제품의 경우, 해당 제품에 적용되는 특정 EU 규정을 따름
12	영양성분	에너지양, 지방, 포화지방산, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 필수 기재

29) REGULATION(EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 October 2011

4. 위생요건

□ 식품첨가물 규제

- 폴란드는 EU 회원국에 속하며 ‘유럽의회 및 유럽이사회 규정(EC) 1333/2008: 식품첨가물에 관한 규정’³⁰⁾을 따름
 - 식품첨가물 규정은 포지티브 리스트 원칙에 의거하여 승인된 첨가물만 사용 가능
 - EU가 인가한 식품첨가물에는 E number 부여
- 관련 기관은 EU 유럽식품안전청(European Food Safety Authority, EFSA)
- 헛개나무 음료는 EU 식품유형에서 ‘14.1.4 향을 가미한 음료’에 속함

표 3.13 규정(EC) 1333/2008에서 정한 헛개나무 음료에 허용된 식품첨가물

EU 식품 유형	E No.	식품첨가물	최대 허용량 (mml/ l 또는 mg/kg) (주석)	제한/예외
14.1.4 향을 가미한 음료	그룹 1	첨가물		E 420, E 421, E 953, E 965, E 966, E 967은 사용 불가. E 968은 이 식품 유형에서 제시한 예외사항 외에는 사용 불가.
	그룹 2	quantum satis로 사용 가능한 착색료	(74)	초콜릿 우유 및 맥아 제품은 제외 적용 기간: 2014년 8월 1일부터
	그룹 3	명시된 최대허용치를 준수하면 사용 가능한 착색료	(25), (74)	초콜릿 우유 및 맥아 제품은 제외 적용 기간: 2014년 8월 1일부터
	E 104	Quinoline Yellow	10 (61)	초콜릿 우유 및 맥아 제품은 제외
	E 110	Sunset Yellow FCF/Orange Yellow S	20 (61)	초콜릿 우유 및 맥아 제품은 제외
	E 160d	Lycopene	12 (61)	희석해서 마시는 음료는 제외
	E 200-203	Sorbic acid – sorbates	300 (1), (2)	우유를 기반으로 한 음료는 제외
	E 200-203	Sorbic acid – sorbates	250 (1), (2)	210-213, benzoic acid – benzoates가 함께 사용되었을 경우 해당 최대허용치 적용
	E 210-213	Benzoic acid – benzoates	150 (1), (2)	우유를 기반으로 한 음료는 제외
	E 220-228	Sulphur dioxide – sulphites	20 (3)	향을 가미하고 과일주스를 함유한 무알코올 음료 속 농축액에서 캐리오버된 경우에만 사용 가능
	E 220-228	Sulphur dioxide – sulphites	50 (3)	글루코오스 시럽을 최소 235g/l 함유한 향을 가미한 무알코올 음료에만 사용 가능
	E 220-228	Sulphur dioxide – sulphites	350 (3)	과일주스를 기반으로 하고 보리(보리차)를 2.5% 이상 함유한 농축액
	E 220-228	Sulphur dioxide – sulphites	250 (3)	과일주스 또는 분쇄한 과일을 기반으로 한 그 외 농축액에만 사용 가능; capilé 까지밤나무열매

30) Regulation(EC) No 1333/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on food additives

			(groselha)
E 242	Dimethyl dicarbonate	250 (24)	
E 297	Fumaric acid	1,000	과일을 기반으로 한 음료를 위한 인스턴트 분말에만 사용 가능
E 338-452	Phosphoric acid – phosphates – di-, tri- and polyphosphates	700 (1), (4)	
E 338-452	Phosphoric acid – phosphates – di-, tri- and polyphosphates	500 (1), (4)	스포츠 음료에만 사용 가능
E 338-452	Phosphoric acid – phosphates – di-, tri- and polyphosphates	4,000 (1), (4)	스포츠 음료를 함유한 유청 단백질에만 사용 가능
E 338-452	Phosphoric acid – phosphates – di-, tri- and polyphosphates	20,000 (1), (4)	식물성 단백질 음료에만 사용 가능
E 338-452	Phosphoric acid – phosphates – di-, tri- and polyphosphates	2,000 (1), (4)	우유를 기반으로 한 초콜릿, 맥아 음료에만 사용가능
E 355-357	Adipic acid – adipates	10,000 (1)	가정용 음료 제조를 위한 분말에만 사용 가능
E 363	Succinic acid	3,000	가정용 음료 제조를 위한 분말에만 사용 가능
E 405	Propane-1, 2-diol alginate	300	
E 423	Octenyl succinic acid modified gum arabic	1,000	에너지 음료 및 과일주스를 함유한 음료에만 사용 가능
E 426	Soybean hemicellulose	5,000	우유를 기반으로 한 소매용 음료에만 사용 가능
E 444	Sucrose acetate isobutyrate	300	클라우드 음료(cloudy drinks)에만 사용 가능
E 445	Glycerol esters of wood rosins	100	클라우드 음료(cloudy drinks)에만 사용 가능
E 459	Beta-cyclodextrin	500	향을 가미한 분말 인스턴트 음료에만 사용 가능
E 473-474	Sucrose esters of fatty acids – sucroglycerides	5,000 (1)	아니스 씨를 기반으로 한, 우유를 기반으로 한, 코코넛 및 아몬드 음료에만 사용 가능
E 473-474	Sucrose esters of fatty acids – sucroglycerides	10,000 (1)	뜨거운 음료 제조용 분말에만 사용 가능
E 481-482	Sodium and Calcium stearoyl-2-lactylates	2,000 (1)	뜨거운 음료 제조용 분말에만 사용 가능
E 900	Dimethyl polysiloxane	10	
E 950	Acesulfame K	350	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 951	Aspartame	600	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 952	Cyclamic acid and its Na and Ca salts	250 (51)	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 954	Saccharin and its Na, K and Ca salts	80 (52)	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 954	Saccharin and its Na, K and Ca salts	100 (52)	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 ‘가세오사(gaseosa)’에만 사용 가능
E 955	Sucralose	300	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 959	Neohesperidine DC	30	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능 (우유 및 우유 파생물(milk derivative)을 기반으로 한 향을 가미한 음료는 제외)
E 959	Neohesperidine DC	50	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은, 우유 및 우유 파생물(milk

			derivative)을 기반으로 한 향을 가미한 음료에만 사용 가능
E 957	Thaumatococin	0,5	물을 기반으로 한, 향을 가미한 무알코올 음료에 향미증진제로만 사용 가능
E 960	Steviol glycosides	80 (60)	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 961	Neotame	20	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 961	Neotame	2	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에 향미증진제로만 사용 가능
E 962	Salt of aspartame-acesulfame	350 (11)a (49) (50)	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 968	Erythritol	16,000	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에 향미증진제로만 사용 가능
E 969	Advantame	6	열량 감소 또는 설탕을 첨가하지 않은 제품에만 사용 가능
E 999	Quillaia extract	200 (45)	
* 주석: (1): 이 첨가물은 개별적으로 또는 혼합으로 첨가할 수 있음. (2): 이 최대허용치는 총합에 적용되고 free acid로서 표현됨. (3): 최대허용치는 순량과 관련하여 SO ₂ 로 표현되며, 모든 소스에서 가능, SO ₂ 함량이 10mg/kg 또는 10mg/l을 넘지 않으면 검출되지 않은 것으로 간주함. (4): 최대허용치는 P2O ₅ 로 표현됨. (11)a: acesulfame K equivalent로서 표현된 수치 (49): 이 최대허용치는 성분 중 aspartame (E 951)과 acesulfame-K (E 950)의 최대허용치에서 기인했음. (50): 단독으로 사용하든 E 950 또는 E 951과 혼합하여 사용하든 E 951과 E 950의 수치는 salt of aspartame-acesulfame의 사용량을 초과하지 않아야 함. (51): 최대사용량은 free acid로 표현됨. (52): 최대사용량은 free imide로 표현됨. (24): 수치는 첨가량임. 잔류는 불가. (25): 착색료 E 122, E 155의 양이 50mg/kg 또는 mg/l을 넘지 않아야 한다. (45): anhydrous extract로서 측정할 것임. (60): steviol equivalents로서 표현됨. (61): E 104, E 110, E 124와 그룹 III 착색료의 총량은 그룹 III의 최대허용치를 넘지 않아야 함. (74): 모든 알루미늄 레이크에서 알루미늄의 최대허용치는 15mg/kg. 규정 (EC) No 1333/2008 제22조(1)(g)에 따라 해당 허용치는 2013년 2월 1일부터 적용됨			

자료: 「유럽연합의 식품첨가물 및 유해물질 조사 - 유럽연합 편」, 농림축산식품부, 한국농수산식품유통공사, 한국식품산업협회, 2017.12., EUR-Lex(eur-lex.europa.eu)

□ 잔류농약기준

- 2005년 2월 23일자 유럽의회 및 유럽이사회의 식물 및 동물 식품 및 사료 내 최대 잔류량 레벨에 관한 규정(EC) No 396/2005를 따름
- 헛개나무 음료를 비롯한 숙취해소 음료에 대해서는 해당사항 없음



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

제품분석 결과(평균)

	숙취해소음료 평균 가격	(온라인) 폴란드 제품(250mg): 2.99 즈워티(890원) 또는 9.99 즈워티(2,970원) 아마존 제품(100ml 기준): 약 5.6달러(6,260원) (Flyby 제품 제외하고)
	원료(성분)	주로 비타민 B6, B12, 판토텐산, 엽산, 마그네슘, 칼륨 등이 공통적으로 함유되어 있으며, 헛개나무 추출물은 Morning Recovery 제품이 유일함
	포장형태	캔 또는 병

대표 분석제품 상세

		
- 제품명: BLACK AFTER ALCOHOL - 제조사: FoodCare Sp zoo - 특성: • 숙취 해소에 도움 • 음주 후 신진대사에 해로운 독소 제거에 도움 - 용량: 250 ml - 온라인 매장: allegro.pl - 가격: 2.99 즈워티(890원)	- 제품명: GLUCOSE AFTER ALCOHOL LIFE - 제조사: All For You Sp. zoo. - 특성: • 알코올 섭취한 다음 날 불쾌한 숙취 증상을 제거하는 해독제 • 음주 중 또는 후 마심 - 용량: 250 ml - 온라인 매장: allegro.pl - 가격: 9.99 즈워티(2,970원)	- 제품명: 숙취해소음료 - 제조사: L사 - 특성: • 간 독소 해소에 도움 • 디톡스, 수분 공급에 도움 • 비건, 無카페인, 無락토오스, 無너트, 非GMO • 음주 중 또는 후 1시간 이내에 마심 - 용량: 100 ml - 온라인 매장: www.amazon.com - 가격: 34.19 US 달러(6,370원)

- 폴란드 쇼핑몰 매출 1위인 allegro.pl에서는 Black After Alcohol 외에 GLUCOSE AFTER ALCOHOL Life/Forte 두 종류를 더 판매하고 있었는데, 이 제품을 제조 및 유통하는 스위스 기업인 All for you Sarl는 폴란드에 지사인 All for you Sp zoo를 보유하고 있음
- 세계적인 온라인 쇼핑몰 amazon.com을 검색한 결과, 폴란드로 배송 가능한 숙취해소 음료는 종류가 한정적이었음
- 폴란드 오프라인 매장에서 판매하는 숙취해소 음료로는 Black After Alcohol이 유일하였으며, 이 제품은 에너지 드링크의 대표 브랜드인 Black 브랜드 제품으로서, 그 외 숙취해소 음료는 오프라인 매장에서는 볼 수 없었음

1. 경쟁제품 선정 기준

□ 분석기준 및 지표 설정

- 현지조사원이 직접 폴란드 내 대형마트 및 소형 마켓을 방문하여 현지 시장조사 실시

□ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 폴란드 온라인 쇼핑몰 중 매출액 1위³¹⁾를 차지한 allegro.pl에서 판매 중인 숙취해소 음료와 전세계적으로 인지도가 높은 글로벌 온라인 쇼핑몰 amazon.com에서 판매하고 폴란드로 배송 가능한 숙취해소 음료를 조사함

□ 분석기준 및 지표 설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

□ 대표 방문매장

- 온라인:
 - 폴란드 온라인 쇼핑몰: allegro.pl
 - 글로벌 온라인 쇼핑몰: amazon.com
- 오프라인: (아래 유통채널을 모두 방문하였으나, 동 보고서에서는 상품이 중복되는 경우 Carrefour 가격 만을 기재함)
 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점: Biedronka, Auchan, Carrefour,
 - 편의점 및 소형 마켓: Zabka, Carrefour Express

31) 2018년 9월 1일 기준. 자료: Similar Web (www.similarweb.com/top-websites/poland/category/shopping)

2. 경쟁제품 분석

① 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
제품 스펙	제조사	Food care	All For You Sp. zoo.
	제품명	BLACK AFTER ALCOHOL	GLUCOSE AFTER ALCOHOL LIFE
	제품특성	- 숙취 해소에 도움 - 카페인, 포도당, 비타민B와 C 포함 - 음주 후 신진대사에 해로운 독소 제거에 도움이 되는 점을 홍보	- 음주한 다음 날 불쾌한 숙취 증상을 제거하는 해독제임을 홍보 - 음주 중 또는 후 마심
	포장용기	캔	병
	성분	물, 글루코오스, 설탕, 시트르산, 이산화탄소, 카페인(0.03%), 안정제, 비타민 B, B12, C, 니코틴산, 판토텐산, 카로틴	탄수화물, 설탕, 소금, 비타민 B, C, B12, 니아신, 판토텐산, 엽산, 마그네슘, 아연
	조사 온라인 매장	allegro.pl	allegro.pl
	용량(g)	250 ml	250 ml
	제품가격	2.99 즈워티(890원)	9.99 즈워티(2,970원)
	인증	-	-

구분		제품 #5	제품 #6																							
제품 이미지	제품 이미지 (앞)																									
	제품 이미지 (뒤)		<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Supplement Facts</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Serving Size: 3.0 ml (0.6 tsp)</th> <th colspan="2">Servings Per Container: 40</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Amount Per Serving</td> <td>% DV</td> <td>Chloride</td> <td>390 mg 10%</td> </tr> <tr> <td>Magnesium</td> <td>40 mg 10%</td> <td>Potassium</td> <td>130 mg 4%</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>125 mg 5%</td> <td>Sulfate</td> <td>20 mg **</td> </tr> <tr> <td>Zinc</td> <td>2 mg 10%</td> <td colspan="2">** Daily Value Not Established</td> </tr> </tbody> </table> Ingredients: Sea Water, Purified Water, Low-Sodium Sea Mineral Concentrate, Citric Acid (Plant Sources), Potassium Chloride, Zinc Sulfate	Supplement Facts				Serving Size: 3.0 ml (0.6 tsp)		Servings Per Container: 40		Amount Per Serving	% DV	Chloride	390 mg 10%	Magnesium	40 mg 10%	Potassium	130 mg 4%	Sodium	125 mg 5%	Sulfate	20 mg **	Zinc	2 mg 10%	** Daily Value Not Established
Supplement Facts																										
Serving Size: 3.0 ml (0.6 tsp)		Servings Per Container: 40																								
Amount Per Serving	% DV	Chloride	390 mg 10%																							
Magnesium	40 mg 10%	Potassium	130 mg 4%																							
Sodium	125 mg 5%	Sulfate	20 mg **																							
Zinc	2 mg 10%	** Daily Value Not Established																								
제품 스펙	제조사	Intelligent Beverages, LLC	Flyby Ventures, LLC																							
	제품명	RESQWATER Proactive Recovery	Flyby																							
	제품특성	- 천연 및 유기농 재료 사용 - 강렬한 운동 후 피로회복용 - 숙취해소 용으로 아세트알데히드를 처리 - 음주 중 또는 후에 마심 - 無각성제, 無글루텐	- 해수에서 추출한 미량 무기질과 전해질이 풍부 - 땀, 운동, 알콜 섭취로 인해 잃어버린 전해질을 보충 - 전해질 보충제로 열 스트레스, 경련, 메스꺼움, 피로를 줄여 주고 에너지 및 빠른 회복을 도움임을 홍보 - 無첨가제, 無칼로리																							
	포장용기	병	병																							
	성분	엡경귀, 비타민 B, 선인장추출물, 인산칼륨, 아세틸시스테인 등	마그네슘, 나트륨, 염화물, 칼륨, 아연, 필수 미량 무기질, 구연산 함유																							
	조사 온라인 매장	amazon.com	amazon.com																							
	용량(g)	237 ml	120 ml																							
	제품가격	16.14 US 달러(18,030원) (4.1 US 달러(4,580원) x 4병)	10.44 US 달러(11,660원) (0.26 US 달러(290원) x 40병)																							
	인증	K Parve, Certified Gluten-Free, Certified Vegan(Vegan.org)	-																							

	구분	제품 #7	제품 #8																																																																										
제품 이미지	제품 이미지 (앞)																																																																												
	제품 이미지 (뒤)	Supplement Facts Serving Size: 3.4 fl oz (100ml) Servings Per Container: 1 <table><thead><tr><th>Amount Per Serving</th><th>% Daily Value</th></tr></thead><tbody><tr><td>Calories</td><td>5</td></tr><tr><td>Thiamin (Vitamin B1) (as Thiamine HCl)</td><td>1.8 mg 150 %</td></tr><tr><td>Riboflavin (Vitamin B2)</td><td>2 mg 154 %</td></tr><tr><td>Niacin (as Nicotinamide)</td><td>36 mg 225 %</td></tr><tr><td>Vitamin B6 (as Pyridoxine HCl)</td><td>24 mg 1,412 %</td></tr><tr><td>Folate (Folic Acid)</td><td>175 mcg 44 %</td></tr><tr><td>Vitamin B12 (as Cyanocobalamin)</td><td>14 mcg 583 %</td></tr><tr><td>Pantothenic Acid (as Calcium D-Pantothenate)</td><td>24 mg 480 %</td></tr><tr><td>Potassium</td><td>40 mg <1 %</td></tr><tr><td>Sodium</td><td>55 mg 2 %</td></tr><tr><td>Sugar</td><td>0 g 0 %</td></tr></tbody></table> Advanced Proprietary Blend (915 mg) ** Aloe vera (Whole Leaf) Extract, N-Acetyl L-Cysteine, L-Glutamine, L-Phenylalanine, Green Tea (camellia sinensis) Leaf Extract, Eleuthero (eleutherococcus senticosus) Root, Milk Thistle (silybum marianum) Root Extract, Rhodiola rosea Root Extract, Ginkgo Kola (Centella asiatica) Extract. * Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. ** Daily Value not Established Other Ingredients: Filtered Water, Natural Flavor, Malic Acid, Potassium Sorbate (preservative), Sodium Benzoate (preservative), Sodium Citrate, Citric Acid, Sucralose, Sodium Chloride, Potassium Chloride, Acesulfame Potassium, EDTA (preservative), FD&C Yellow #5, FD&C Blue #1 Supplement Facts Serving Size: 3.4 fl oz (100ml) Servings Per Container: 1 <table><thead><tr><th>Amount Per Serving</th><th>% Daily Value</th></tr></thead><tbody><tr><td>Calories</td><td>5</td></tr><tr><td>Thiamin (Vitamin B1) (as Thiamine HCl)</td><td>1.8 mg 150 %</td></tr><tr><td>Riboflavin (Vitamin B2)</td><td>2 mg 154 %</td></tr><tr><td>Niacin (as Nicotinamide)</td><td>36 mg 225 %</td></tr><tr><td>Vitamin B6 (as Pyridoxine HCl)</td><td>24 mg 1,412 %</td></tr><tr><td>Folate (Folic Acid)</td><td>175 mcg 44 %</td></tr><tr><td>Vitamin B12 (as Cyanocobalamin)</td><td>14 mcg 583 %</td></tr><tr><td>Pantothenic Acid (as Calcium D-Pantothenate)</td><td>24 mg 480 %</td></tr><tr><td>Potassium</td><td>40 mg <1 %</td></tr><tr><td>Sodium</td><td>55 mg 2 %</td></tr><tr><td>Sugar</td><td>0 g 0 %</td></tr></tbody></table> Advanced Proprietary Blend (915 mg) ** Aloe vera (Whole Leaf) Extract, N-Acetyl L-Cysteine, L-Glutamine, L-Phenylalanine, Green Tea (camellia sinensis) Leaf Extract, Eleuthero (eleutherococcus senticosus) Root, Milk Thistle (silybum marianum) Root Extract, Rhodiola rosea Root Extract, Ginkgo Kola (Centella asiatica) Extract. * Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. ** Daily Value not Established Other Ingredients: Filtered Water, Natural Flavor, Malic Acid, Potassium Sorbate (preservative), Sodium Benzoate (preservative), Sodium Citrate, Citric Acid, Sucralose, Sodium Chloride, Potassium Chloride, Acesulfame Potassium, EDTA (preservative), FD&C Yellow #5, FD&C Blue #1 Caffeine: Contains 189mg of caffeine per serving, comparable to about 2 cups of coffee. Excessive caffeine intake may cause adverse health consequences such as excitability, nervousness, sleeplessness, and rapid heartbeat. Consult with your doctor before using this product if you are taking any medications, supplements, or have a medical condition. Do not take if you are pregnant, nursing, or sensitive to caffeine. Natural Caffeine (from Coffee arabica beans) 189 mg ** <tr><td rowspan="9">제품 스펙</td><td>제조사</td><td>DrinkAde</td><td>DrinkAde</td></tr> <tr><td>제품명</td><td>DRINKADE Prevention</td><td>DRINKADE Boost</td></tr> <tr><td>제품특성</td><td> - 알코올 섭취 후 발생하는 영양소 고갈 현상을 예방 - 알코올 섭취 전 또는 중 1-2병을 마심 - 無설탕, 無탄수화물, 無카페인, 非GMO, 비건, 無너트, 無유당 </td><td> - 밤새 또는 아침에 에너지를 내는 데 도움이 됨을 홍보 - 알코올 섭취 전 또는 중, 또는 아침에 1-2병을 마심 - 카페인 189mg, 비타민 B 함유 - 無설탕, 無탄수화물, 非GMO, 비건, 無너트, 無유당 </td></tr> <tr><td>포장용기</td><td>병</td><td>병</td></tr> <tr><td>성분</td><td> - 엉겅퀴, 녹차 추출물, 알로에 베라, 고추콜라, 비타민B, 칼륨, 전해질 등 </td><td> - 엉겅퀴, 녹차 추출물, 알로에 베라, 고추콜라, 비타민 B, 정제수 등 </td></tr> <tr><td>조사 온라인 매장</td><td>amazon.com</td><td>amazon.com</td></tr> <tr><td>용량(g)</td><td>100 ml</td><td>100 ml</td></tr> <tr><td>제품가격</td><td>24.69 US 달러(27,580원) (4.12 US 달러(4,600원) x 6병)</td><td>23.74 US 달러(26,520원) (3.96 US 달러(4,420원) x 6병)</td></tr> <tr><td>인증</td><td>-</td><td>-</td></tr>	Amount Per Serving	% Daily Value	Calories	5	Thiamin (Vitamin B1) (as Thiamine HCl)	1.8 mg 150 %	Riboflavin (Vitamin B2)	2 mg 154 %	Niacin (as Nicotinamide)	36 mg 225 %	Vitamin B6 (as Pyridoxine HCl)	24 mg 1,412 %	Folate (Folic Acid)	175 mcg 44 %	Vitamin B12 (as Cyanocobalamin)	14 mcg 583 %	Pantothenic Acid (as Calcium D-Pantothenate)	24 mg 480 %	Potassium	40 mg <1 %	Sodium	55 mg 2 %	Sugar	0 g 0 %	Amount Per Serving	% Daily Value	Calories	5	Thiamin (Vitamin B1) (as Thiamine HCl)	1.8 mg 150 %	Riboflavin (Vitamin B2)	2 mg 154 %	Niacin (as Nicotinamide)	36 mg 225 %	Vitamin B6 (as Pyridoxine HCl)	24 mg 1,412 %	Folate (Folic Acid)	175 mcg 44 %	Vitamin B12 (as Cyanocobalamin)	14 mcg 583 %	Pantothenic Acid (as Calcium D-Pantothenate)	24 mg 480 %	Potassium	40 mg <1 %	Sodium	55 mg 2 %	Sugar	0 g 0 %	제품 스펙	제조사	DrinkAde	DrinkAde	제품명	DRINKADE Prevention	DRINKADE Boost	제품특성	- 알코올 섭취 후 발생하는 영양소 고갈 현상을 예방 - 알코올 섭취 전 또는 중 1-2병을 마심 - 無설탕, 無탄수화물, 無카페인, 非GMO, 비건, 無너트, 無유당	- 밤새 또는 아침에 에너지를 내는 데 도움이 됨을 홍보 - 알코올 섭취 전 또는 중, 또는 아침에 1-2병을 마심 - 카페인 189mg, 비타민 B 함유 - 無설탕, 無탄수화물, 非GMO, 비건, 無너트, 無유당	포장용기	병	병	성분	- 엉겅퀴, 녹차 추출물, 알로에 베라, 고추콜라, 비타민B, 칼륨, 전해질 등	- 엉겅퀴, 녹차 추출물, 알로에 베라, 고추콜라, 비타민 B, 정제수 등	조사 온라인 매장	amazon.com	amazon.com	용량(g)	100 ml	100 ml	제품가격	24.69 US 달러(27,580원) (4.12 US 달러(4,600원) x 6병)	23.74 US 달러(26,520원) (3.96 US 달러(4,420원) x 6병)	인증	-
Amount Per Serving	% Daily Value																																																																												
Calories	5																																																																												
Thiamin (Vitamin B1) (as Thiamine HCl)	1.8 mg 150 %																																																																												
Riboflavin (Vitamin B2)	2 mg 154 %																																																																												
Niacin (as Nicotinamide)	36 mg 225 %																																																																												
Vitamin B6 (as Pyridoxine HCl)	24 mg 1,412 %																																																																												
Folate (Folic Acid)	175 mcg 44 %																																																																												
Vitamin B12 (as Cyanocobalamin)	14 mcg 583 %																																																																												
Pantothenic Acid (as Calcium D-Pantothenate)	24 mg 480 %																																																																												
Potassium	40 mg <1 %																																																																												
Sodium	55 mg 2 %																																																																												
Sugar	0 g 0 %																																																																												
Amount Per Serving	% Daily Value																																																																												
Calories	5																																																																												
Thiamin (Vitamin B1) (as Thiamine HCl)	1.8 mg 150 %																																																																												
Riboflavin (Vitamin B2)	2 mg 154 %																																																																												
Niacin (as Nicotinamide)	36 mg 225 %																																																																												
Vitamin B6 (as Pyridoxine HCl)	24 mg 1,412 %																																																																												
Folate (Folic Acid)	175 mcg 44 %																																																																												
Vitamin B12 (as Cyanocobalamin)	14 mcg 583 %																																																																												
Pantothenic Acid (as Calcium D-Pantothenate)	24 mg 480 %																																																																												
Potassium	40 mg <1 %																																																																												
Sodium	55 mg 2 %																																																																												
Sugar	0 g 0 %																																																																												
제품 스펙	제조사	DrinkAde	DrinkAde																																																																										
	제품명	DRINKADE Prevention	DRINKADE Boost																																																																										
	제품특성	- 알코올 섭취 후 발생하는 영양소 고갈 현상을 예방 - 알코올 섭취 전 또는 중 1-2병을 마심 - 無설탕, 無탄수화물, 無카페인, 非GMO, 비건, 無너트, 無유당	- 밤새 또는 아침에 에너지를 내는 데 도움이 됨을 홍보 - 알코올 섭취 전 또는 중, 또는 아침에 1-2병을 마심 - 카페인 189mg, 비타민 B 함유 - 無설탕, 無탄수화물, 非GMO, 비건, 無너트, 無유당																																																																										
	포장용기	병	병																																																																										
	성분	- 엉겅퀴, 녹차 추출물, 알로에 베라, 고추콜라, 비타민B, 칼륨, 전해질 등	- 엉겅퀴, 녹차 추출물, 알로에 베라, 고추콜라, 비타민 B, 정제수 등																																																																										
	조사 온라인 매장	amazon.com	amazon.com																																																																										
	용량(g)	100 ml	100 ml																																																																										
	제품가격	24.69 US 달러(27,580원) (4.12 US 달러(4,600원) x 6병)	23.74 US 달러(26,520원) (3.96 US 달러(4,420원) x 6병)																																																																										
	인증	-	-																																																																										

② 오프라인(숙취해소 음료 1종류, 그 외는 에너지 드링크류를 기재함)

구분		제 품 #1	제 품 #2
제 품 이 미 지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제 품 스 펙	제조사	FoodCare Sp zoo	FoodCare Sp zoo
	제품명	BLACK AFTER ALCOHOL	4MOVE
	제품특성	- 숙취 해소에 도움 - 카페인, 포도당, 비타민B와 C 포함 - 음주 후 신진대사에 해로운 독소 제거에 도움이 됨을 홍보	- 저온 살균 탄산 블루베리 맛 음료 - 근육 기능 정상화 및 심리 기능 정상화에 도움이 됨을 홍보
	포장 용기	캔	캔
	성분	물, 글루코오스, 설탕, 시트르산, 이산화탄소, 카페인(0.03%), 안정제, 비타민 B, B12, C, 니코틴산, 판토텐산, 카로틴	카페인, 탄수화물, 당류, 나트륨, 비타민C, 나이아신, 비타민 B6, B12, 아연, 요오드
	조사매장	Carrefour Express	Carrefour
	용량(g)	250 ml	250 ml
	제품가격	2.99 zł(890원)	2.49 zł(740원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	OSHEE	VERONI ACTIVE
	제품명	OSHEE VITAMIN WATER	NATURAL ENERGY DRINK
	제품특성	- 비타민워터 - 無글루텐, 비건	- 100% 천연 재료로 제조 - 구아라나와 커피에서 추출한 천연 카페인 140mg 함유
	포장 용기	플라스틱 병	플라스틱
	성분	탄수화물, 당류, 나트륨, 나이아신, 아연, 비오틴, 비타민 B6, B12	지방, 포화지방산, 탄수화물, 당류, 비오틴, 나트륨, 천연카페인
	조사매장	Carrefour	Carrefour
	용량(g)	555 ml	400 ml
	제품가격	3.79 zł(1,130원)	3.09 zł(920원)
	인증	Vegan	-

자료: 현지조사원

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	FoodCare Sp zoo	ENERGY BEVERAGES LLC
	제품명	BLACK Mojito	BURN ORIGINAL
	제품특성	- 무알콜 에너지 드링크 - 라임 및 민트향	- 무알콜 에너지 드링크
	포장 용기	캔	캔
	성분	카페인, 탄수화물, 당류, 나트륨, 타우린, 나이아신, 판토텐산, 비타민B6, 비타민B12	카페인, 탄수화물, 당류, 나트륨, 타우린, 나이아신, 판토텐산, 비타민 B6, B12
	조사매장	Carrefour Express	Carrefour
	용량(g)	250ml	250 ml
	제품가격	2.39 zł(710원)	4.29 zł(1,270원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	XL ENERGY DRINKS	Maspex / Poland
	제품명	XL	Tiger
	제품특성	- 탄산 에너지 드링크 - 집중력, 인식 및 반응 속도 개선에 도움이 됨을 홍보	- 고카페인 에너지 드링크(50%) - 기억 및 집중력 향상
	포장 용기	캔	캔
	성분	카페인, 지방, 포화지방, 식이섬유, 탄수화물, 당류, 나트륨, 단백질, 타우린, 나이아신, 판토텐산, 비타민 B6, B12	카페인, 탄수화물, 당류, 나트륨, 타우린, 이노시톨, 나이아신, 판토텐산, 비타민 B6, B12
	조사매장	Carrefour	Carrefour
	용량(g)	250 ml	250 ml
	제품가격	2.09 zł(620원)	3.69 zł(1,100원)
	인증	Vegan	-

자료: 현지조사원

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	MONSTER ENERGY COMPANY	Red Bull GmbH
	제품명	Monster	Red Bull
	제품특성	- 고카페인 에너지 드링크(100mg/캔) - 기억 및 집중력 향상	- 알프스 알파인 워터 포함 - 카페인 포함(62.5ml/캔) - 인지 영역에 각성 효과 제공
	포장 용기	캔	캔
	성분	카페인, 타우린, 탄수화물, 당, 리보플라빈, 나이아신, 비타민 B6, B12	카페인, 타우린, 탄수화물, 당류, 나트륨, 나이아신, 판토텐산, 비타민 B6, B12
	조사매장	Carrefour	Carrefour
	용량(g)	355 ml	250 ml
	제품가격	5.89 zł(1,750원)	4.99 zł(1,480원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

1. 경쟁사 선정 기준

□ 방법론 1. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 숙취해소 음료(Drink for Hangover Cures, After Alcohol Drink)
- 온라인:
 - 폴란드 온라인 쇼핑몰: allegro.pl
 - 글로벌 온라인 쇼핑몰: amazon.com

□ 방법론 2. 오프라인 매장 조사

- 오프라인:
 - 하이퍼마켓 및 소형마켓: Carrefour, Carrefour Express

□ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

폴란드 기업		미국 기업(대표: 한국계)
FoodCare Sp Zoo	All For You Sp. zoo	L사
		-
온·오프라인 판매	온라인 판매	온라인 판매

2. 경쟁사 현황 분석

□ FoodCare Sp Zoo

기업 개요			
	- FoodCare Group은 1984년 Wiesław Włodarski에 의해 설립된 폴란드 가족 기업 - 폴란드 내 시장 점유율 1위 기업으로 50개 이상 국가에 제품을 수출하고 있고, 2개 공장 보유 - 보유하고 있는 브랜드로는 Black, Frugo, Gellwe, 4move, Fitella, Ngine가 있음 - 2018년 1월, Ostromecko와 Arca North 브랜드를 보유하고 있는 Ostromecko Mineral Waters company를 인수		
	기업 유형	식음료 제조업체	홈페이지 www.foodcare.pl
	취급품목	젤리, 카카오, 인스턴트차, 에너지 드링크 등	D-U-N-S® Number 42-242-1896
	매출액	1억 6,000만 유로(2017년)	직원 수 900명(2017년)
	소재지	폴란드, 자비에르조브(Zabierzów)	설립연도 1984년
대표 제품	     		

자료: FoodCare Sp Zoo(www.foodcare.pl), Amazon(www.amazon.com)

□ All For You Sp zoo

기업 개요			
	- 스위스 제네바에 본사가 있는 스위스 기업인 All For You Sarl의 폴란드 지사 - 무알콜 음료, 미네랄 워터, 숙취해소 음료 제조업체		
	기업 유형	음료 제조업체	홈페이지 www.glucoseworld.com
	취급품목	무알콜 음료, 미네랄 워터, 숙취해소 음료	D-U-N-S® Number 42-684-3846
	매출액	130만 유로(2015년)	직원 수 -
	소재지	폴란드, 카토비체(Katowice)	설립연도 2012년
대표 제품			

자료: All For You Sp. Zoo(www.glucoseworld.com), Amazon(www.amazon.com)

□ L사

기업 개요			
—	- 미국 기업 테슬라의 엔지니어였던 한국인이 설립한 스타트업 기업 - 헛개를 이용해 숙취해소 음료를 개발하여 미국 시장에 판매하였으며, Amazon을 통해 전 세계로 수출 중 - 클라우드 펀딩을 통해 자금을 조달하여 OEM 주문 제작으로 소매 시장에 진출 - 창업 8개월 만에 400만 달러가 넘는 매출을 기록 - 2018년 2월, 실리콘밸리 알토스벤처스와 슬로벤처 등으로부터 800만 달러 규모의 투자 유치에 성공하였으며, 82 Labs가 평가받은 기업 가치는 3,300만 달러		
기업 유형	음료 제조업체	홈페이지	—
취급품목	숙취해소 음료	D-U-N-S® Number	08-085-8796
소재지	미국, 캘리포니아 주, 로스앤젤레스(Los Angeles)	설립연도	2017년
대표 제품			

자료: 황상호, '술 취한 한국'서 길어올린 '개운한 대박', 시카고 중앙일보, 2018.4.5. (www.koreadaily.com),
 남혜현, '실리콘밸리에서 '헛개 숙취 해소음료'로 85억원 투자 받기', BylineNetwork, 2018.4.3.(byline.network),
 Amazon(www.amazon.com)



Ⅵ. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통채널별 세부 현황**

유통채널 현황 개요

❖ 폴란드 상위 10개 소매 유통채널 매출액 순위(2017년)

기업명	매장명	본사 소재국	매출액(2017) (억 달러)	매장 수 (2017)
Jeronimo Martins Dystrybucja SA	Biedronka	포르투갈	14,769	2,823
Schwarz-Gruppe	Lidl and Kaufland	독일	7,472	730
Eurocash	ABC, IGA, Delikatesy Centrum	포르투갈 자본 40% 이상	5,934	4,000 이상
Auchan	Auchan	프랑스	3,124	120
Tesco	Tesco	영국	3,100	418
GK Specjal	GK Specjal	폴란드	2,658	5,716
Carrefour	Carrefour	프랑스	2,606	750
Metro Group	Macro Cash&Carry	독일	2,134	40
Tossmann	Rossmann	독일	2,480	1,264
Zabka	Zabka	CVC 캐피탈 파트너즈	1,238	5,000

❖ 폴란드 소프트 드링크 유통구조 및 점유율(2017년)



❖ 폴란드에서 개최되는 주요 식음료 박람회

박람회명	개최도시	웹사이트
바르샤바 푸드 엑스포 (Warsaw Food Expo)	바르샤바	https://www.warsawfoodexpo.pl/en/
월드푸드 폴란드 (WorldFood Poland)	바르샤바	https://worldfood.pl/

1. 유통채널 개황

1) 폴란드 유통채널 현황

□ 폴란드 유통시장 일반 현황

- 인구 약 3,850만 명의 중동부 유럽에서 가장 큰 시장으로 전국적으로 약 35만 4,000개의 소매 유통채널이 분포
- 폴란드의 식료품 유통 시스템은 매우 역동적인 변화를 겪고 있으며, 대중소 규모의 유통채널이 매우 다양하게 존재하나 대규모 매장의 시장 점유율이 점차 증가하고 있는 추세
 - 대형 마켓이 중소형 마켓을 통합하여 점점 더 작은 매장을 소유하고 있음
- 식료품 주요 수입국은 EU 회원국이나, 우크라이나, 아르헨티나, 터키를 포함한 역외 국가에서도 수입
- 폴란드 식료품 유통시장에서 가장 중요한 요소는 가격 경쟁력이며, 할인가는 보통 판매가의 30%로 책정
- 폴란드인의 소득이 점차 증가함에 따라 제품 및 고객 서비스의 품질에 대한 관심이 높아지며 까다로운 소비자가 늘어나고 있는 추세
 - 소비자 조직과 블로거의 의견이 구매에 미치는 영향이 증대되고 있음³²⁾

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점

- 하이퍼마켓의 대다수는 외국인 소유이며, 전통적인 소규모 및 폴란드인 소유 상점은 점차 감소 추세로 향후 5년 내에 대형 소매 유통채널이 폴란드 유통시장의 70%를 장악할 것으로 전망
- 2017년 기준 대형 소매 유통채널 매출액 1위는 포르투갈 기업인 Jeronimo Martins Dystrybucja SA 소유의 Biendronka로 약 1조 4,800억 달러의 매출을 달성
 - 그 뒤를 이어 독일 Schwarz-Gruppe 소유의 Lidl and Kaufland와 포르투갈 자본이 40% 이상을 차지하고 있는 Eurocash 소유의 ABC, IGA, Delikatesy Centrum이 매출액 부문에서 나란히 2위와 3위를 차지
 - 그 외에도 Auchan, Tesco, GK Specjal, Carrefour 등이 있음
- 고급 아울렛으로는 폴란드 소매 유통채널인 Piotr i Pawel가 있는데, 폴란드 전역에 140여 개의 매장이 있음

32) 자료: 「Poland: Poland Retail Sector」, USDA, 2017.6.27.

표 6.1 폴란드 상위 10개 소매 유통채널 매출액 순위(2017년)

기업명	매장명	본사 소재국	매출액(2017) (억 달러)	매장 수 (2017)
Jeronimo Martins Dystrybucja SA	Biedronka	포르투갈	14,769	2,823
Schwarz-Gruppe	Lidl and Kaufland	독일	7,472	730
Eurocash	ABC, IGA, Delikatesy Centrum	포르투갈 자본 40% 이상	5,934	4,000 이상
Auchan	Auchan	프랑스	3,124	120
Tesco	Tesco	영국	3,100	418
GK Specjal	GK Specjal	폴란드	2,658	5,716
Carrefour	Carrefour	프랑스	2,606	750
Metro Group	Macro Cash&Carry	독일	2,134	40
Tossmann	Rossmann	독일	2,480	1,264
Zabka	Zabka	CVC 캐피탈 파트너즈	1,238	5,000

자료: 「Poland: Poland Retail Sector」, USDA, 2018.6.27.

□ 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점 진입 로드맵

- 대부분의 폴란드 소매 유통채널은 직접 수입하지 않고 현지 수입업체나 도매업체에 의존하고, 신제품 출시의 성공 여부는 현지 수입업체나 유통업체에 의해 크게 좌우됨
 - Auchan과 같은 소매업체는 자체적으로 수입 부서가 있으나, 틈새시장 제품의 경우 독립적인 수입업자에 의존
- 수입업체나 대표사무소(도매업체나 유통업체)에서 제품 수입 기능
- 대표사무소는 프로모션, 광고, 마케팅 활동에 더 집중하는 경향이 있음
- 수입업체는 경쟁제품 역시 다량으로 자주 구매하는 경향이 있음
- 수입업체는 또는 대표사무소는 수입제품의 보관 및 유통을 위해 전국적인 물류망을 사용하며, 수입업체는 자신들만의 유통망을 보유하고 있음

□ 편의점, 주유소 마트, 키오스크

- 편의점, 주유소 마트, 키오스크는 프랜차이즈 및 라이선스로 인해 소유주가 매장별로 각각 다른 경향이 있으며, 대부분 신문, 담배, 간식, 음료, 기타 편의 제품을 취급하며 5명 이하의 직원을 고용
- 편의점의 인기는 점점 높아지고 있는 추세로, 대표적인 편의점 및 소규모 식료품 상점으로는 Zabka, Spar Polska, Chata Polska, Eko Holding, Chorten, LD Holding, Malpka, Polska Grupa Supermarketow, PSH Nasz Sklep, PHU Topaz 등이 있음
 - Zabka는 지난 15년 동안 시장점유율 1위를 지켜왔으며, 전국적으로 4,500개 이상의 프랜차이즈 매장을 보유하고 있음

- Carrefour는 최근 소규모 형태의 Carrefour Express를 오픈하여 운영 중
- o 전국적으로 6,800개 이상의 주유소가 있는데, 대부분의 주유소에 편의점이 있음
 - Orlen이 주유소 마트 시장점유율 55% 이상을 차지하고 있으며, 그 다음으로 Lotos, BP, Shell, Circle K의 순임
- o Ruch는 키오스크 기업으로서 지난 10년 동안 급속도로 성장하여 현재 전체 키오스크 시장의 51%를 점유하고 있음

□ 전통마켓: 소형 독립 식료품점, 재래시장

- o 수출업체는 수입업체, 도매업체, 대표사무소 등과 컨택해야 함
- o 도매업체는 종종 여러 지역의 도매 유통망으로 유통하며, 이후 각 지역의 도매업체 또는 소매업체에 전달됨
- o 구멍가게는 폴란드에서 매우 흔히 볼 수 있음
- o 전통마켓은 다양한 규모 및 형태로 존재하는데, 등록된 전통마켓은 약 2,250개이며, 특정한 시기에만 열리는 계절 시장은 6,729개가 있음

□ 호텔, 레스토랑, 케이터링

- o 2016년 MAKRO Cash & Carry가 실시한 조사에 따르면, 폴란드인의 약 77%가 외식을 하지 않으나, 이러한 경향은 도시 지역에서 근로자들이 밖에서 더 오래 일하고 외식하는 것이 일상화됨에 따라 점점 바뀌고 있는 추세
 - 폴란드인은 가정식을 선호하나, 특히 젊은층과 직장인들 사이에서 간편식, 미국 스타일, 퀵서비스 아울렛 등의 인기가 높아지고 있음
 - 식품 매장에서 판매하는 전통식품의 판매가 증가하고 있고, 이국적인 음식에 대한 관심이 증가하고 있음³³⁾
 - 폴란드, 이탈리아, 중국, 멕시코, 인도 식당들이 도처에 분포되어 있고, 미국 체인 레스토랑도 바르샤바 같은 대도시들에서 등장하고 있음

□ 온라인 판매

- o 온라인 판매는 아직은 전체 소매 매출의 약 4%를 차지하고 있으나, 전자 상거래가 매년 증가하고 있는 추세로, 특히, 젊은 층의 온라인 쇼핑 활동이 활발하며, 인터넷 매장에서 제공하는 제품의 경쟁력 향상과 인터넷 숙련인구의 증가로 전망이 밝음
 - 또한, 모바일 쇼핑도 새롭게 확산되고 있는 추세로, 슈퍼마켓 체인인 Biedronka가 모바일 쇼핑 및 지불 시스템을 도입³⁴⁾

33) 자료: 「Poland: Exporter Guide」, USDA, 2017.12.19.

34) 자료: 「Poland: Exporter Guide」, USDA, 2017.12.19.

3) 폴란드 소프트 드링크 산업의 유통구조

□ 폴란드 소프트 드링크 산업의 유통구조는 크게 점포 판매와 무점포 판매로 구분 가능하며, 대부분의 매출은 점포 판매 중에서도 전통적 식료품 소매점의 독립 소형 식료품점에서의 매출이 29%로 가장 비중이 높았으나, 할인점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓과 같은 현대적 식료품 소매점의 매출 비중이 66.8%로 대부분을 차지하는 것으로 조사됨

- 소프트 드링크는 2017년 기준 점포 판매 비중이 98.8%로 압도적인 비중을 차지
- 식료품 소매점은 현대적 식료품 소매점과 전통적 식료품 소매점으로 구분하는데, 각각 66.8%와 31.7%로 현대적 식료품 소매점에서의 소프트 드링크 판매 비중이 높은 것으로 조사됨
 - 현대적 식료품 판매점 내에서는 할인점이 22.4%로 소프트 드링크 판매 비중이 가장 높았고, 그 다음으로 슈퍼마켓 20.4%, 하이퍼마켓 16.4%의 순으로 나타남
 - 할인점, 슈퍼마켓에서의 소프트 드링크 판매 비중은 점점 상승하는 추세이나, 하이퍼마켓은 다소 감소하는 추세
 - 전통적 식료품 판매점 내에서는 독립 소형 식료품점의 비중이 29%로 가장 높았으며, 이는 할인점보다는 높은 수치이나 점차 감소 추세인 것으로 나타남

표 6.2 폴란드 소프트 드링크 유통구조 및 점유율(2017년)



자료: 「Poland: Poland Retail Sector」, USDA, 2018.6.27.

4) 폴란드 식음료 전시회

□ 폴란드에서 개최되는 대표적인 식음료 전시회로는 바르샤바 푸드 엑스포(Warsaw Food Expo)와 월드푸드 폴란드(WorldFood Poland)가 있으며, 식음료 관련 시장의 중요한 정보 유통채널로 활용 가능

- 바르샤바 푸드 엑스포(Warsaw Food Expo)와 월드푸드 폴란드(WorldFood Poland)는 각각 바르샤바에서 매년 3일간 개최되며, 폴란드 및 전 세계 식음료 업계 관계자들이 모여 폴란드 식음료 산업의 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션 등에 관한 정보 공유
- 관련 정보는 각각 www.warsawfoodexpo.pl와 worldfood.pl에서 확인 가능

표 6.1 폴란드에서 개최되는 대표적인 식음료 전시회

구분	바르샤바 푸드 엑스포 주요 내용	월드푸드 폴란드 주요 내용
전시회명	바르샤바 푸드 엑스포 (Warsaw Food Expo)	월드푸드 폴란드 (WorldFood Poland)
개최도시	바르샤바	바르샤바
주최자	Ptak Holding	ITE Group
설립연도	1993	2014
분야	요식 산업, 식음료	요식 산업, 식음료
전시 부스 수	200개(2018년)	300개(2018년)
관람객 수	7,000명(2018년) * 업계 관계자만 참석 가능한 B2B 형태의 Expo	6,000명(2018년)* * 업계 관계자만 참석 가능한 B2B 형태의 Expo
B2B 미팅 건수	600건(2018년)	-
참가국 수	11개국(한국 포함)	-
세미나 및 토론회	10건(2018년)	-
워크숍 수	6건(2018년)	-
웹사이트	www.warsawfoodexpo.pl/en	worldfood.pl

자료: 글로벌 전시 포털(www.gep.or.kr)

2. 주요 유통채널별 세부 현황

1) 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점

① Biedronka

기업 개요			
	- 폴란드 내 최대 규모 포르투갈계 유통업체인 Jeronimo Martins Group 산하 대형 마트 브랜드인 Biedronka는 대도시뿐 아니라 중소도시까지 폴란드 전역에 체인점을 보유 - 할인점 형태로 주거지 근처에 위치하여 접근성이 높고 다양한 PB 품목을 보유하고 있어 소비자 선호도가 높음 - 폴란드 서민층이 주로 이용하는 저가 중소형 마트로 타 중소형 마트보다 인스턴트 가공류 제품들의 비중이 크고 제품의 90%가 폴란드산임		
	D-U-N-S® Number	44-904-7323 (Jeronica Martins S.A.)	설립연도 1995년
본사 소재지	폴란드, 코스트진(Kostrzyn)/포르투갈, 리스보아(Lisboa)	점포 수	2,823개(2017년)
매출액	110억 유로(2017년)	직원 수	약 55,000명(2015년)
홈페이지	www.biedronka.pl		
상세사항	- Black, Red Bull, Monster, Oshee, 4move 등 폴란드 내에서 비교적 유명한 브랜드만 판매되고 있었으며, 다른 매장에서는 흔히 볼 수 없는 Polaris smart 비타민 워터가 진열되어 있음		
매장 전경			
	매장 입구		
		에너지 드링크 제품 진열대	

자료: 「Jerónimo Martins Annual Report 2017」, 2017.12.31., 현지조사원, D&B Hoovers

② Auchan

기업 개요			
	- 오상그룹(Auchan Group)은 프랑스의 대표적인 소매유통업체로 2015년 Auchan Retail, Immochan, Oney가 합병하여 오상 홀딩(Auchan Holding)으로 출범하였으며, 2017년 매출 규모 기준 프랑스 내 4위, 유럽 내 10위를 차지 - Auchan Polska는 6만여 종에 이르는 제품을 취급하며 그 가운데 약 630개가 PB 제품임 - 2017년도 창립 21주년을 맞이하여 특별 기념행사를 진행한 바 있음. 동 행사는 가전제품, 식음료 등 다양한 제품군에 대해 대규모 할인행사를 제공하였음		
D-U-N-S® Number	27-489-9905 (Auchan Holdings)	설립연도	1961년
본사 소재지	프랑스, 크로와(Croix)	점포 수	전 세계 2,259개(2017년) 하이퍼마켓: 942개, 슈퍼마켓: 1,065개, 스토어: 247개
매출액	전 세계 총 532억 유로 (2017년)	직원 수	약 35만 명(2017년)
홈페이지	www.auchan.pl		
상세사항	- Red Bull, 4move, tiger, XL, Monster, Oshee, Burn, Yerba mate, Pitbull, BigPower, LV(Las Vegas) 등 다른 매장에서는 볼 수 없었던 많은 종류의 에너지 드링크를 판매하고 있으며, 스포츠용 에너지 드링크도 다양하게 판매. 또한, 캔 음료뿐 아니라 플라스틱병으로 된 대용량의 에너지 드링크 및 비타민 음료, 다이어트용 음료도 판매.		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: 「2017 Annual Financial Report Auchan Holding」, 2018.6.19., 현지조사원, D&B Hoovers

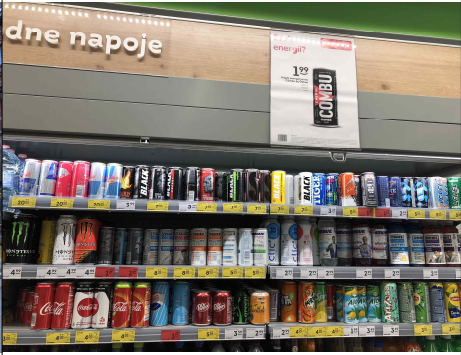
③ Carrefour

기업 개요			
	- 프랑스의 대표적인 도소매업체로 전 세계 34개국에 진출해 있음 - 자체 지역 식품 도매상이 제공하는 독립적인 소매업체 네트워크를 운영 - 폴란드 전역에 800여 개가 넘는 까르푸 매장이 분포해 있으며, Edeka, Netto Marken-Discount, Marktkauf, SPAR Express 등 소매점, 슈퍼마켓, 할인점, 편의점도 운영하고 있음 - 200여 개 이상의 중소기업과 함께 합작하여 PB 브랜드 제품을 생산하고 있음		
D-U-N-S® Number	27-653-5549 (Carrefour France)	설립연도	1958년
본사 소재지	프랑스, 불롱뉴-빌랑쿠르 (Boulogne-Billancourt)	점포 수	Carrefour SA: 전 세계 33개국 12,300개(2017년) 폴란드 900개(2017년)
매출액	Carrefour SA: 789억 유로(2017년)	직원 수	Carrefour SA: 약 38만 명
홈페이지	www.carrefour.pl		
상세사항	- Red Bull(굴, 트로피칼, 키위, 코코넛맛, 슈가프리 등), Oshee(비타민, 미네랄, 칵테일, 비타민 워터 등 다수), Monter, Tiger, 4move, XL, Rockstor, Green-up (트로피칼, 블루베리, 크랜베리 맛 등), Natural energy drink, Power, Burn, Black 등 다른 매장에 없는 다양한 종류의 음료 판매		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: 「Carrefour 2017 Annual Report」, 2018.6.20., 현지조사원, D&B Hoovers

2) 편의점 및 소형 마켓

① Zabka

기업 개요			
	- 1998년에 설립된 폴란드 내 편의점 체인 브랜드로서 유럽에 5,220개, 폴란드 내 2,400개의 매장을 운영하며, Zabka와 Freshmarket 2개 브랜드를 운영 - 세금 지불, 로또 발급 등 다한 서비스를 제공하고 있으며 매장 당 약 200여 개의 제품을 판매		
D-U-N-S® Number	-	설립연도	1998년
본사 소재지	폴란드, 포츠난(Poznan)	점포 수	유럽 5,220개(2017년) 폴란드 내 2,400개(2017년)
매출액	320만 유로(2017년)	직원 수	-
홈페이지	www.zabka.pl		
상세사항	- Red Bull, 4move, tiger, XL, Monster, Oshee, Burn, Level up 등 규모는 작은 진열대였지만 비교적 종류가 다양했으며, Zabka가 자체적으로 만든 PB 브랜드인 Turbo Grosik를 판매		
매장 전경			
	매장 입구		에너지 드링크 제품 진열대

자료: 「Pantheon International Plc Annual Report and Accounts 2017」, 2018.8.8., 현지조사원, D&B Hoovers

② Carrefour Express

기업 개요			
	- Carrefour Express는 프랑스의 대표적인 소매 유통업체인 Carrefour가 만든 소형 마켓 - 폴란드 전역에 900여 개의 점포가 분포되어 있음		
D-U-N-S® Number	27-653-5549	설립연도	1958년
본사 소재지	프랑스, 불론뉴-빌랑꾸르 (Boulogne-Billancour)	점포 수	Carrefour SA: 전 세계 33개국 12,300개(2017년) 폴란드 900개(2017년)
매출액	Carrefour SA: 880억 유로(2017년)	직원 수	Carrefour SA: 약 38만 명(2017년)
홈페이지	www.carrefour.pl serwiskorporacyjny.carrefour.pl/en/franchise/carrefour-express-minimarket		
상세사항	- 숙취해소 음료인 Black After Alcohol 판매 - Red Bull, 4move, tiger, XL, Monster, Oshee, Burn, N'gine, Power 등 진열		
매장 전경			
	매장 입구		에너지 드링크 제품 진열대

자료: 「Carrefour 2017 Annual Report」, 2018.6.20., 현지조사원, D&B Hoovers

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Poland September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.9.21.
2. 「SOFT DRINKS IN POLAND」, Euromonitor International, 2013.3.
3. 「Global status report on alcohol and health 2018」, WHO
4. 「유럽연합의 식품첨가물 및 유해물질 조사 - 유럽연합 편」, 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사, 한국식품산업협회, 2017.12.,
5. 「Poland: Poland Retail Sector」, USDA, 2017.6.27.
6. 「Poland: Exporter Guide」, USDA, 2017.12.19.
7. 「Jeronimo Martins Annual Report 2017」, 2017.12.31.
8. 「2017 Annual Financial Report Auchan Holding」, 2018.6.19.
9. 「Poland: Poland Retail Sector」, USDA, 2018.6.27.
10. 「Carrefour 2017 Annual Report」, 2018.6.20.
11. 「Pantheon International Plc Annual Report and Accounts 2017」, 2018.8.8.
12. 「Carrefour 2017 Annual Report」, 2018.6.20.

■ 참고 사이트

1. 이승한, '경쟁력 갖춘 중소기업 기술로 폴란드와 협력해야', 교통신문, 2018.8.17. (news.einfomax.co.kr)
2. 'First results of Poland's Family 500+ programme released', European Commission, 2018.5.16. (ec.europa.eu)
3. '폴란드, '사법개혁' 첫날...대법원장 불복수만명 시위 극심', NEWSIS, 2018.7.4. 09:04:15 등록 (www.newsis.com)
4. 박승희, '폴란드, 헝가리 지지 등 유럽연합과 '잇단 갈등'', News 1 뉴스, 2018.9.13. 11:11 송고 (www.news1.kr)
5. 박영주, '[알고먹자] 슈퍼푸드 '토마토'에 이런 효능 있었나', 문화저널21, 2018.5.3. 20:15 (www.mhj21.com)
6. Weronika Jurkiewicz, 'Six Traditional Hangover Cures from Poland', culture trip, 2018.6.6. Updated (thecapturetrip.com)
7. 황상호, '술 취한 한국서 길어올린 개운한 대박', 시카고 중앙일보, 2018.4.5. (www.koreadaily.com)
8. 남혜현, '실리콘밸리에서 헛개 숙취 해소음료로 85억원 투자 받기', BylineNetwork, 2018.4.3. (byline.network)
9. 관세법령정보포털 3.0 (unipass.customs.go.kr)
10. 세계 HS 정보시스템 (www.customs.go.kr)
11. World Bank (data.worldbank.com)
12. International Trade Center (www.trademap.org)
13. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
14. 관세청종합솔루션 (www.customs.go.kr)
15. 유럽연합 (ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en)

16. 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr)
17. NQA (www.nqa.com)
18. Biz Care (biz-care.kr)
19. EUR-Lex (eur-lex.europa.eu)
20. Similar Web (www.similarweb.com/top-websites/poland/category/shopping)
21. 아마존 (www.amazon.com)
22. 알레그로 (allegro.pl)
23. FoodCare Sp Zoo (www.foodcare.pl)
24. All For You Sp. Zoo (www.glucoseworld.com)
25. 글로벌 전시 포털 (www.gep.or.kr)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1807-05

품목: 헛개나무 음료(Hovenia dulcis Drink)

국가: 폴란드(Poland)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
 (58217) 전라남도 나주시 문화로 227
 02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보실
 02-6300-1119

- o 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.