한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KATI 농식품수출정보

경쟁력 분석형

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-27

품목 | 홍차(Black Tea)

HS CODE | 0902.30-0000

국가 | 미국(USA)

경쟁력 분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅰ. 요약 04

Ⅱ. 경쟁제품

1. 미국 홍차 경쟁제품 선정 06
2. 미국 홍차 경쟁제품 조사지표 선정 10
3. 미국 홍차 경쟁제품 현지조사 결과 11

Ⅲ. 경쟁기업

1. 미국 홍차 경쟁기업 선정 23
2. 미국 홍차 경쟁기업 현지화 분석 기준 24
3. 미국 홍차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 26

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 비제이스(BJs) 32
2. 타겟(Target) 35
3. 고메 푸드 스토어(Gourmet food store) 38

경쟁력 분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅴ. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 42
2. 기업 마케팅 벤치마킹 46
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석 47

※ 참고문헌 50

SUMMARY

HS CODE : 0902.30-0000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

미국 홍차 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존	월마트	크로거
트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트	비글로우 바닐라 차이	얼 그레이 블랙 티 백스
테일러스 오브 헤로게이트 요크셔 골드	립톤 디카이네이티드 블랙 티 백스	립톤 블랙 티 백스

오프라인 주요 경쟁제품

아마디 티 얼그레이 (아마드 티)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)
가격 3.49달러 (4,825원) 중량 40.0g '포장, 홍보문구 현지화 경쟁력 있는 가격'	가격 5.99달러 (8,281원) 중량 40.0g '현지인들이 선호하는 브랜드'

경쟁기업 3개사 분석

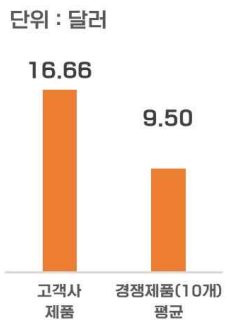
트와이닝스	아마드 티	비글로우 티
포장 현지화 ●	포장 현지화 ●	포장 현지화 ●
홍보 현지화 ●	홍보 현지화 ●	홍보 현지화 ●
온/오프라인 모두 입점	온/오프라인 모두 입점	온/오프라인 모두 입점

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

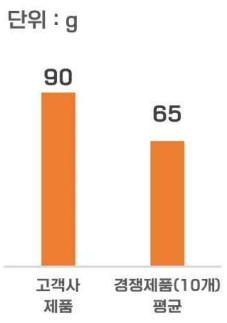
홍보 현지화
- ● 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ◐ 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ○ 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

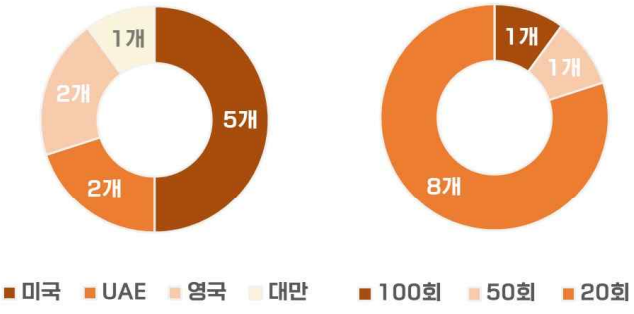
100g당 가격



중량



원산지



제공횟수

요약

Point 01.

1) 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 9.50달러(13,132원)로 고객사 제품보다 다소 낮은 편임
2) 고객사 제품 중량(90g)은 경쟁제품 평균(65g)보다 많은 편으로 포장 중량을 줄여 현지화가 가능함

Point 02.

1) 경쟁기업 3개사 중 3개사 모두 제품 포장 디자인 및 홍보문구가 미국 현지화 한 것으로 나타남
2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기제품에 대해 '맛' 및 '제품 선호도'에 대한 소비자 관심도가 높은 편임

II
경쟁제품

1. 미국 홍차 경쟁제품 선정
2. 미국 홍차 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 홍차 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 홍차 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	A사[1] 얼그레이 홍차 번들
제품 종류	홍차(침출차/잎차)
소비자가격	14.99달러 (20,722원[2])
중량	90g (30g x 3)
포장형태	박스/알루미늄캔
맛	홍차에 시트러스향이 가향된 향미
특징	고급 홍차잎에 베르가못과 꽃향기가 가미된 뛰어난 향미

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명: A사 얼그레이 홍차 번들
- 제품 종류: 홍차 (침출차/잎차)
- 소비자가격: 14..99달러 (20,722원)
- 중량: 90g (30g x 3)
- 포장 형태: 박스/알루미늄캔
- 특징: 고급 홍차잎에 베르가못 + 꽃향기가 가미된 뛰어난 향미

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 아마존(Amazon)
2. 월마트(Walmart)
3. 크로거(Kroger)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품 Top3 제품 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: 하이퍼마켓, 아시안/한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

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
- 기업 마케팅 벤치마킹
- 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사를 'A사'로 표기함
2) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon 아마존	유아용품, 화장품, 건강, 식품, 전자제품, 생활용품 등
Walmart 월마트	가전제품, 휴대폰, 사무용품, 음료, 주류, 식품 등
Kroger 크로거	식품, 학용품, 사무용품, 생활용품, 스포츠용품 등

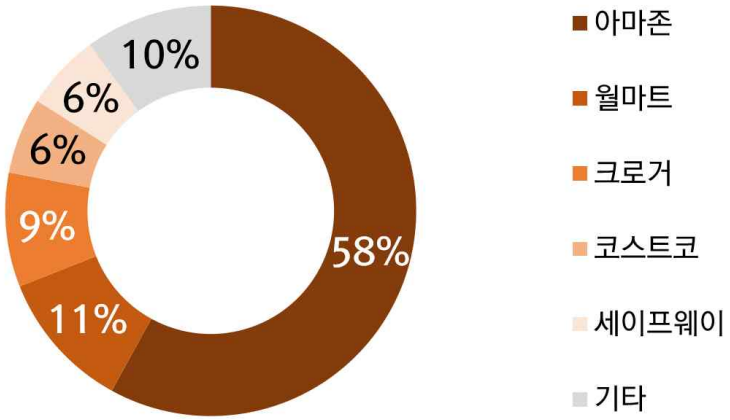
▸ 홍차 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 홍차 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▸ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존 월마트, 크로거 모두 트와이닝스의 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료: 스태티스타(Statista)

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 순위 기준)[3]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	홍차	트와이닝스 (Twinings)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (Twinings English Breakfast)	폴란드	10.00달러 (13,824원)	200g	
2	홍차	트와이닝스 (Twinings)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 블랙 티 케이-컵 포드 포 큐리그 (Twinings English Breakfast Black Tea K-Cup Pods for Keurig)	미국	16.74달러 (23,141원)	72g	
3	홍차	테일러스 오브 헤로게이트 (Taylors of Harrogate)	테일러스 오브 헤로게이트 요크셔 골드 (Taylors of Harrogate Yorkshire Gold)	미국	12.90달러 (17,833원)	500g	

3) 조사일(2024.07.24) 기준

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

월마트 입점 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 순위 기준)[4]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	홍차	비글로우 (Bigelow)	비글로우 바닐라 차이 (Bigelow Vanilla Chai)	미국	3.34달러 (4,617원)	46g	
2	홍차	립톤 (Lipton)	립톤 디카페이네이티드 블랙 티 백스 (Lipton Decaffeinated Black Tea Bags)	미국	8.80달러 (11,209원)	95g	
3	홍차	트와이닝스 (Twinings)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (Twinings English Breakfast)	미국	4.66달러 (5,936원)	100g	

크로거 입점 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준)[5]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	홍차	립톤 (Lipton)	립톤 블랙 티 백스 (Lipton® Black Tea Bags)	미국	5.79달러 (8,004원)	250g	
2	홍차	비글로우 (Bigelow)	얼 그레이 블랙 티 백스 (Earl Grey Black Tea Bags)	미국	3.99달러 (5,516원)	33g	
3	홍차	트와이닝스 (Twinings)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (Twinings English Breakfast)	미국	8.99달러 (12,428원)	100g	

자료: 크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 아마존(Amazon) 홈페이지
사진 자료: 크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 아마존(Amazon) 홈페이지

4) 조사일(2024.07.24) 기준
5) 조사일(2024.07.24) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

미국 캘리포니아 정보[6][7]

인구	3,953만 8,223명
면적	약 423,967㎢

▸ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5-7위 국가에 해당하는 수준으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 다른 주 및 국가에서 다양한 인종이 유입되어 사회, 경제, 정치적인 부문에서 유동적인 특성을 보임. 아시아계 이민 급증으로 인해 대규모 아시아계 거주지가 형성됐으며, 특히 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 로스앤젤레스 지역은 미국 전체에서 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로 해외 도시 중 가장 많은 한국인 인구가 모여있음

▸ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 아시아/한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓, 아시아/한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 홀 푸드 마켓(Whole Foods Market), 타겟(Target), 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 코스트코(Costco)
아시안/한인마트	에이치마트(H-mart), 시온 마켓(Zion Market), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 한남체인(Hannam Chain)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 써클케이(Circle K), 와와(Wawa)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 코스트코(Costco)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료 : 미국 인구조사국
7) 자료 : 브리태니커 백과사전

2. 미국 홍차 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정 :
  (*) 에이치마트(H-Mart), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
- 홍차 : 차나무의 어린 싹, 어린 잎 등을 산화시켜 만든 차[8)]

▶ 미국 홍차 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 홍차 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		홍차
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
제공횟수		제품의 제공횟수
원산지		제품의 원산지
포장 형태 (외부/내부)	박스 및 알루미늄 캔/티백	박스 또는 알루미늄캔 소재 외부 포장 및 내부 티백 포장
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
인증		제품의 인증 사항
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

8) 홍차 아이스티 제품은 조사에서 제외하였음

3. 미국 홍차 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓, 아시아/한인마트

미국 캘리포니아에 위치한 한인마트인 에이치마트, 하이퍼마켓인 월마트, 타겟에 방문함. 에이치마트는 미국 최대 아시안마트 체인이며, 월마트는 미국 내 약 4,600개 이상의 매장을 운영하는 미국 내 최대 규모의 소매 기업임. 타겟은 식품부터 의료, 전자기기까지 폭넓은 제품을 취급하는 하이퍼마켓임

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	에이치마트 (H-Mart)	월마트 (Walmart)	타겟 (Target)
방문 매장 전경			
구분	한인마트	하이퍼마켓	하이퍼마켓
조사 제품 수	5개	4개	1개
조사 매장 특징	· 미국 최대 아시아 마켓 체인 · 미국 전역 97개 이상 매장 운영	· 다국적 소매 기업 · 미국 내 약 4,600개 이상의 매장 운영 중	· 하이퍼마켓 체인 및 할인 백화점 운영 · 미국 전역 내 약 2,000개 매장 보유

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 2개 제품만 복수 매장에서 판매

에이치마트, 월마트, 타겟 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 홍차 경쟁제품 10개 중 1개 제품은 에이치마트와 월마트, 타겟에서 중복 판매되고 있으며, 또 다른 1개 제품은 에이치마트와 월마트에서 중복 판매되고 있는 것으로 확인됨. 또한 10개 제품 모두 온라인 매장에서도 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

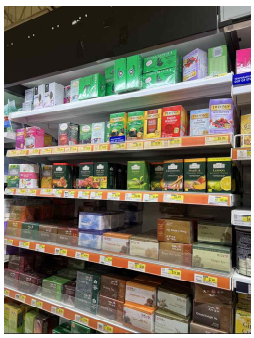
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	홍차
① 레몬 라임 트위스트 블랙 티 (아마드 티)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
② 트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)	○ (에이치마트, 월마트, 타겟)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
③ 텐렌 블랙 티 (텐렌)	○ (에이치마트)	○ (아마존)	○
④ 아마드 티 얼그레이 (아마드 티)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑤ 트와이닝스 아이리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)	○ (에이치마트, 월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑥ 비글로우 블랙 티 (비글로우)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑦ 그레이트 밸류 바닐라 차이 블랙 티 (월마트)	○ (월마트)	○ (월마트)	○
⑧ 그레이트 밸류 블랙 티 (월마트)	○ (월마트)	○ (월마트)	○
⑨ 비글로우 바닐라 차이 (비글로우)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑩ 에이치티 얼그레이 (하니앤손스)	○ (타겟)	○ (월마트)	○

(*) 현지 판매 홍차 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 에이치마트(H-Mart)

매장 정보

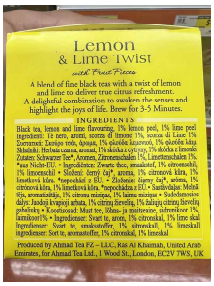
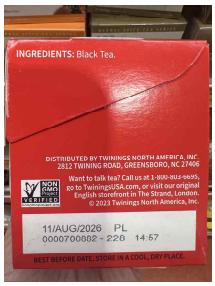
- **유형: 한인마트**
- **판매 제품 특징:**
  아시아 식품 및 서양 식료품을 비롯한 다양한 식재료와 생활용품을 취급하며 매장 내 식당 서비스를 제공함
- **매장 주변 특징:**
  상업 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보	H MART	에이치마트는 미국에서 가장 큰 아시아 슈퍼마켓 체인임. 1982년 단일 매장으로 시작한 에이치마트는 미국 전역에 97개 이상의 매장을 운영하여 성장함. 에이치마트는 다양한 종류의 서양 식료품뿐만 아니라 아시아 식품 전체 라인을 제공함. 에이치마트는 전국소매 연맹(National Retail Federation)에서 가장 빠르게 성장하는 소매업체 중 하나로 인정받고 있음	
	조사 제품 수: 5개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	캘리포니아
		상세주소	2825 S Diamond Bar Blvd. Diamond Bar, CA 91765
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	차 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 차류	
	브랜드 국적 구성	영국, 중국	
	주요 브랜드	트와이닝스, 아마드 티, 텐렌	

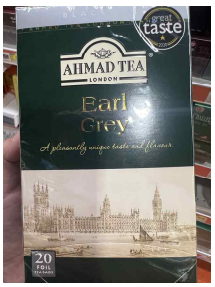
제품 판매 정보					
	레몬 라임 트위스트 블랙 티 (아마드 티)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)	텐렌 블랙 티 (텐렌)	아마드 티 얼그레이 (아마드 티)	트와이닝스 아이리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)

사진자료: 현지조사원 자료

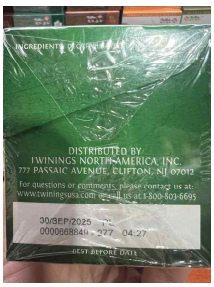
Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	레몬 라임 트위스트 블랙 티 (Lemon Lime Twist Black Tea)	트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트 (Twinings English Breakfast)
제조사 (현지어)	아마드 티 (Ahmad Tea)	트와이닝스 (Twinings)
제품 종류	홍차	홍차
중량	40g	40g
소비자가격	3.49달러 (4,825원)	5.99달러 (8,281원)
100g당 가격	8.73달러 (12,061원)	14.98달러 (20,701원)
제공횟수	20	20
원산지	아랍에미리트(UAE)	영국
포장 형태 (외부/내부)	박스/티백	박스/티백
홍보문구	차에 대한 사랑에 영감을 불어넣기	전문적으로 혼합
인증	Kosher	Non-GMO
수입자	Ahmad Tea	Twinings USA
원료 및 첨가물	홍차, 레몬 필, 라임 필	홍차

Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	텐렌 블랙 티 (TenRen Black Tea)	아마드 티 얼그레이 (Ahmad Tea Earl Grey)
제조사 (현지어)	텐렌 (Tenren)	아마드 티 (Ahmad Tea)
제품 종류	홍차	홍차
중량	100g	40g
소비자가격	8.69달러 (12,013원)	3.49달러 (4,825원)
100g당 가격	8.69달러 (12,013원)	8.73달러 (12,061원)
제공횟수	50	20
원산지	대만	아랍에미리트(UAE)
포장 형태 (외부/내부)	박스/티백	박스/티백
홍보문구	진한 붉은 색, 강한 풍미	유쾌하고 독특한 맛과 풍미
인증	(-)	Kosher
수입자	Tenren	Ahmad Tea
원료 및 첨가물	홍차	홍차, 베르가못 향료

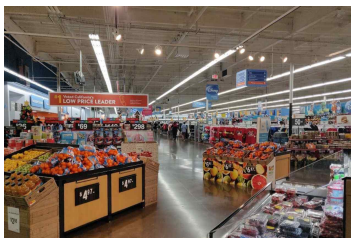
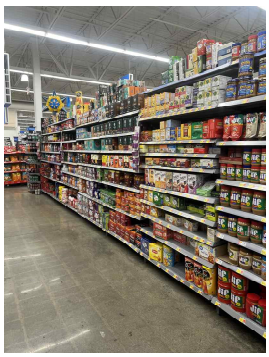
Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ⑤
제품 사진	
제품명 (현지어)	트와이닝스 아이리시 브렉퍼스트 (Twinings Irish Breakfast)
제조사 (현지어)	트와이닝스 (Twinings)
제품 종류	홍차
중량	40g
소비자가격	5.99달러 (8,281원)
100g당 가격	14.98달러 (20,701원)
제공횟수	20
원산지	영국
포장 형태 (외부/내부)	박스/티백
홍보문구	전문적으로 혼합
인증	Non-GMO
수입자	Twinings USA
원료 및 첨가물	디카페인 홍차

Shop ② 월마트(Walmart)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  식료품, 음료, 생활용품, 전자제품, 건강식품, 유아용품, 스포츠용품 등을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  상업 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보	Walmart	월마트는 미국의 다국적 소매 기업으로, 식품, 음료, 의류, 전자제품, 스포츠용품 등 폭넓은 제품을 취급함. 자체 브랜드 상품을 유통하고 있으며, 미국을 포함해 전 세계 24개국에서 오프라인 매장을 운영함과 동시에 온라인 쇼핑몰도 운영하고 있음
	조사 제품 수: 4개	
매장 정보		
위치	도시(지역)	캘리포니아
	상세주소	7250 Carson Blvd, Long Beach, CA 90808
매장 내부		

매대 분석	매대 분류	복도식 매대
	진열 방식	차 제품군 그룹 진열
	상·하단 제품 구성	상단: 차류 / 하단: 아이스티류
	브랜드 국적 구성	미국, 영국
	주요 브랜드	요기, 트레디셔널 메디시널스, 비글로우, 트와이닝스, 셀레스티얼 시즈닝스, 그레잇 밸류

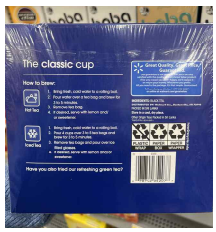
제품 판매 정보				
	비글로우 블랙 티 (비글로우)	그레이트 밸류 바닐라 차이 블랙 티 (월마트)	그레이트 밸류 블랙 티 (월마트)	비글로우 바닐라 차이 (비글로우)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	비글로우 블랙 티 (Bigelow Black Tea)	그레이트 밸류 바닐라 차이 블랙 티 (Great Value Vanilla Chai Black Tea)
제조사 (현지어)	비글로우 (Bigelow)	월마트 (Walmart)
제품 종류	홍차	홍차
중량	33g	45g
소비자가격	3.34달러 (4,617원)	2.62달러 (3,622원)
100g당 가격	10.12달러 (13,992원)	5.82달러 (8,049원)
제공횟수	20	20
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	박스/티백	박스/티백
홍보문구	한결같은 약속, 글루텐 프리	(-)
인증	Non-GMO	(-)
수입자	(-)	(-)
원료 및 첨가물	홍차, 오렌지 린드, 스위트 스파이스, 천연 첨가물	홍차, 시나몬, 진저, 클로브, 후추, 넛메그

Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	그레이트 밸류 블랙 티 (Great Value Black Tea)	비글로우 바닐라 차이 (Bigelow Vanilla Chai)
제조사 (현지어)	월마트 (Walmart)	비글로우 (Bigelow)
제품 종류	홍차	홍차
중량	226g	46g
소비자가격	2.23달러 (3,083원)	3.34달러 (4,617원)
100g당 가격	0.99달러 (1,364원)	7.26달러 (10,037원)
제공횟수	100	20
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	박스/티백	박스/티백
홍보문구	(-)	한결같은 약속, 글루텐 프리
인증	(-)	Non-GMO
수입자	(-)	(-)
원료 및 첨가물	홍차	홍차, 스파이스, 소이 레시틴

Shop ③ 타겟(Target)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**

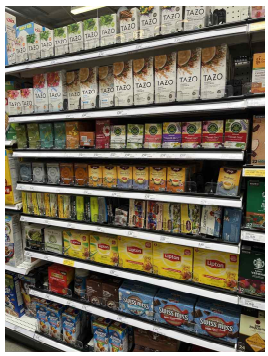
  의류, 생활용품, 전자제품, 식료품, 장난감, 잡화 등을 취급

- **매장 주변 특징:**

  상업 지역 내 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민

브랜드 기본 정보	target	타겟은 할인 백화점과 하이퍼마켓 체인을 운영하는 미국의 소매 기업으로, 저렴한 비용으로 고급스럽고 트렌디한 상품에 중점을 두어 제품을 유통하는 것으로 유명함. 의류, 생활용품, 전자제품, 장난감, 식료품 등을 취급함. 미국 전역에 약 2,000개의 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	캘리포니아
		상세주소	17506 Yorba Linda Blvd, yorba linda, CA 92886
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	차 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상단: 차류 / 하단: 분말 음료	
	브랜드 국적 구성	미국	
	주요 브랜드	타조, 요기, 셀레스티얼 시즈닝스, 트레디셔널 메디시널스, 하니엔손스, 비글로우	
제품 판매 정보			
	에이치티 얼그레이 (하니앤손스)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 타겟(Target)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	에이치티 얼그레이 (HT Earl Grey)
제조사 (현지어)	하니앤손스 (Harney & Son)
제품 종류	홍차
중량	40g
소비자가격	5.89달러 (8,142원)
100g당 가격	14.73달러 (20,356원)
제공횟수	20
원산지	미국
포장 형태 (외부/내부)	알루미늄캔/티백
홍보문구	(-)
인증	Kosher
수입자	(-)
원료 및 첨가물	홍차, 우롱차, 천연 베르가못 오일

Ⅲ 경쟁기업

1. 미국 홍차 경쟁기업 선정
2. 미국 홍차 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 미국 홍차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 미국 홍차 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 돼있는 현지 진출 기업 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 현지화가 잘 돼있는 현지 진출 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 145년간 사업을 이어오고 있는 것으로 조사됨. 트와이닝스는 1706년 설립되어 가장 오래된 318년의 업력을 보유하고 있음. 아마드 티는 1986년 설립, 38년의 업력을 보유하고 있으며 비글로우는 1945년 설립 이후 79년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 홍차 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 홍차 동일 품목 수를 조사한 결과, 아마드 티가 총 51개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 비글로우가 49개, 트와이닝스가 29개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 홍차 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
트와이닝스	영국	318년	29개
아마드 티	영국	38년	51개
비글로우	미국	79년	49개

자료: 미국 진출 홍차 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 홍차 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 23년도 매출액
	직원 수	기업 23년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	홍차 제품군

▶ 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	에이치마트, 월마트, 타겟
온라인	아마존, 월마트, 크로거

3. 미국 홍차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 미국 온/오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 트와이닝스는 에이치마트, 월마트, 타겟에 모두 입점한 것으로 조사되었으며, 아마드 티는 에이치마트에, 비글로우는 월마트에 진출함. 3개사 모두 미국 인기 온라인 쇼핑몰인 아마존, 월마트, 크로거 3곳에 입점하여 제품을 유통하고 있음

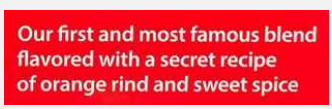
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 등 소셜미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, 트와이닝스는 미국 계정의 SNS 채널에서 브랜드 신제품, 프로모션 이벤트, 인플루언서 포스팅 등 다양한 콘텐츠를 자주 업로드하여 고객의 흥미와 반응을 불러일으키는 마케팅을 펼치고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 특징, 품질 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 특징, 품질 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. 트와이닝스는 전문적으로 제조되는 품질을 표현하는 문구를 사용하였으며, 아마드 티는 제품에 과일이 함유되는 특징을 강조함. 비글로우는 제품을 과일 및 향신료로 가향한 특징을 강조하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

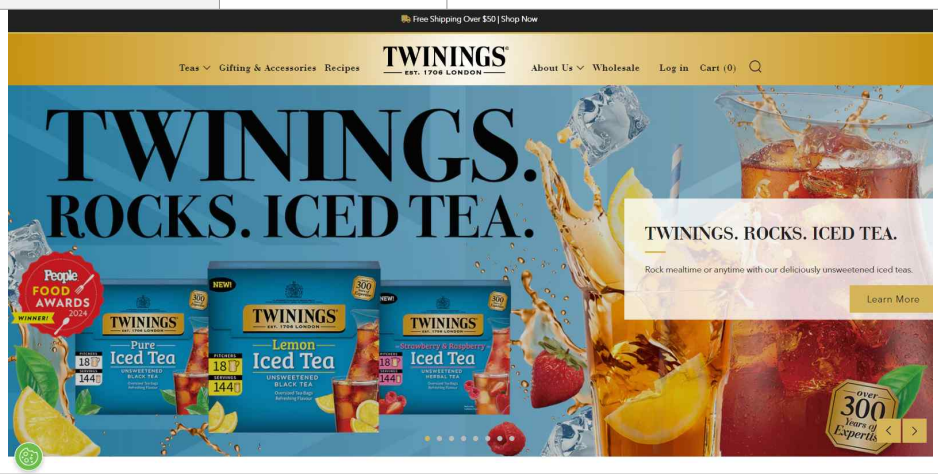
[표 3.7] 미국 홍차 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
트와이닝스	• 오프라인 매장 – 에이치마트 – 월마트 – 타겟 • 온라인 매장 – 아마존 – 월마트 – 크로거	• 자사 홈페이지 (영국/미국/캐나다 등) • SNS 플랫폼 (영국/미국/호주 등) – 페이스북 – 인스타그램 – 트위터 (영국/미국) – 유튜브	– 부드러운 클래식 차를 위해 전문적으로 혼합됨	
아마드 티	• 오프라인 매장 – 에이치마트 • 온라인 매장 – 아마존 – 월마트 – 크로거	• 자사 홈페이지 (영국/미국/UAE 등) • SNS 플랫폼 (영국/미국/한국 등) – 페이스북 – 인스타그램 – 유튜브 (영국) – 트위터	– 가향 홍차 – 과일 조각 함유	
비글로우	• 오프라인 매장 – 월마트 • 온라인 매장 – 아마존 – 월마트 – 크로거	• 자사 홈페이지 (미국) • SNS 플랫폼 (미국) – 페이스북 – 인스타그램 – 유튜브 – 트위터	– 최초이자 최고의 블렌드 – 오렌지 린드와 달콤한 향신료의 비밀 레시피로 가향됨	

자료: 미국 진출홍차 경쟁기업 3개사 분석

① 트와이닝스

<table>
<tr><td rowspan="6">기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="3">트와이닝스</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="3">트와이닝스는 영국의 차 전문 기업으로 1706년에 설립됨. 고소득층 고객을 대상으로 찻잎 판매를 개시한 후 현재까지 다양한 차를 전 세계에 유통하고 있음. 홍차, 녹차, 허브차를 비롯하여 얼그레이, 잉글리시 브렉퍼스트 등 각종 블렌딩 차를 개발하고, 최초의 티백을 만드는 등 차 분야의 선구자이자 영국 왕실에서 인정받은 대표적인 차 브랜드임</td></tr>
<tr><td>위치</td><td colspan="3">South Way, Andover SP10 5AQ, UK</td></tr>
<tr><td rowspan="2">규모</td><td>동일 품목 수</td><td colspan="2">29개</td></tr>
<tr><td>설립연도</td><td colspan="2">1706년</td></tr>
<tr><td rowspan="4">기업
진출 채널</td><td rowspan="4">〈오프라인 매장〉
에이치마트
월마트
타겟

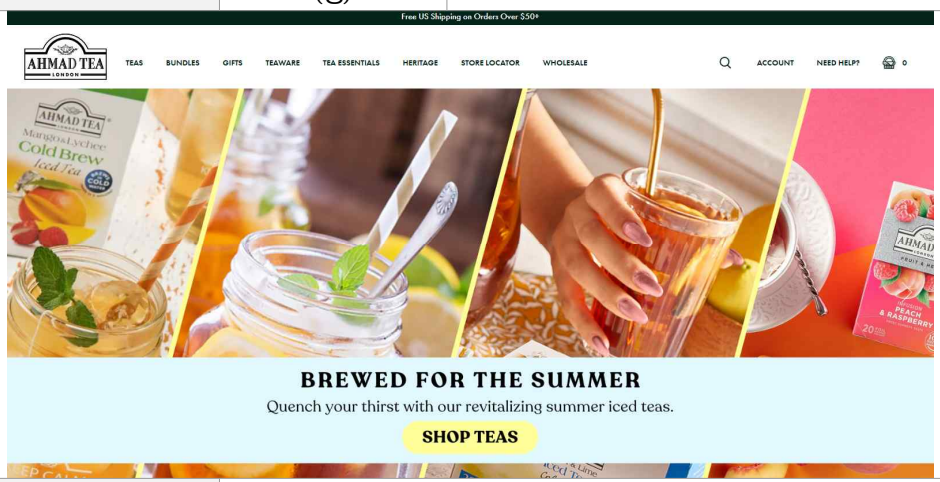
〈온라인 매장〉
아마존
월마트
크로거</td><td rowspan="4">
</td><td>제품명</td><td>트와이닝스 잉글리시 브렉퍼스트
(Twinings English Breakfast)</td></tr>
<tr><td>중량</td><td>40g</td></tr>
<tr><td>소비자가격</td><td>5.99달러
(8,281원[9])</td></tr>
<tr><td>제품 종류</td><td>홍차</td></tr>
<tr><td rowspan="2">현지 진출 방법</td><td>포장 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및
포장 디자인 문구 사용</td></tr>
<tr><td>홍보 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">미국 현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용</td></tr>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="4"> 
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td colspan="3">자사 홈페이지(영국/미국/캐나다/호주 등),
페이스북/인스타그램/트위터(영국/미국/호주 등)/유튜브(영국/미국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td colspan="3">(인스타그램) 주 1-2건</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td colspan="3">기업 소개, 제품 안내, 프로모션 안내, 제품 활용 레시피 공유</td></tr>
</table>

사진자료: 현지조사원 자료

9) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 아마드 티

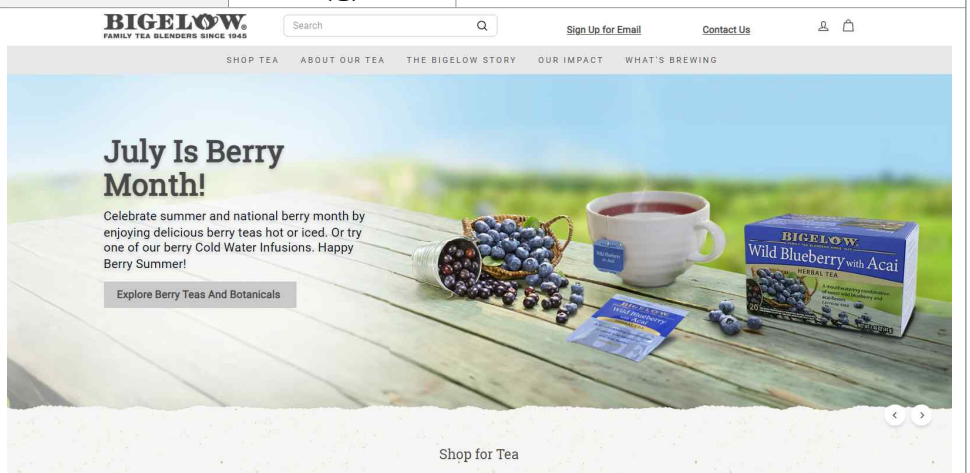
<table>
<tr><td rowspan="5">기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="3">아마드 티</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="3">아마드 티는 영국의 기업으로, 홍차, 녹차, 가향차, 허브차 등 다양한 종류의 티백과 찻잎 등을 판매하고 있음. 우크라이나, 중국, UAE 등의 해외에 제조 공장 및 수출 공장을 직접 운영하며, 전 세계 80개국 이상의 국가에 제품을 유통하고 있음</td></tr>
<tr><td>위치</td><td colspan="3">Winchester Road, Chandler's Ford, Hampshire SO53 2PZ., UK</td></tr>
<tr><td rowspan="2">규모</td><td>동일품목 수</td><td colspan="2">53개</td></tr>
<tr><td>설립연도</td><td colspan="2">1986년</td></tr>
<tr><td rowspan="5">기업
진출 채널</td><td rowspan="5">〈오프라인 매장〉
에이치마트

〈온라인 매장〉
아마존
월마트
크로거</td><td rowspan="5">
</td><td>제품명</td><td>레몬 라임 트위스트 블랙 티
(Lemon Lime Twist Black Tea)</td></tr>
<tr><td>중량</td><td>40g</td></tr>
<tr><td>소비자가격</td><td>3.49달러
(4,825원)</td></tr>
<tr><td>제품 종류</td><td>홍차</td></tr>
<tr><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">현지 진출 방법</td><td>포장 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및
포장 디자인 문구 사용</td></tr>
<tr><td>홍보 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용</td></tr>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="4"> 
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td colspan="3">자사 홈페이지 (영국/미국/UAE 등),
페이스북/인스타그램/유튜브(영국/미국/한국 등)/트위터(영국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td colspan="3">주 2-3건</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td colspan="3">기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 안내, 효능 안내, 구매처 안내</td></tr>
</table>

사진자료: 현지조사원 자료

③ 비글로우

<table>
<tr><td rowspan="5">기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="3">비글로우</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="3">비글로우는 미국 최초의 스페셜티 티를 만든 기업으로, 찻잎과 여러 재료를 블렌딩한 제품을 주로 판매함. 3대째 가업을 이어오고 있으며, 미국 전역에 원활하게 제품을 공급하기 위해 아이다호, 코네티컷, 켄터키 등에 공장 및 유통 센터를 운영하고 있음</td></tr>
<tr><td>위치</td><td colspan="3">201 Black Rock Tpke, Fairfield, Connecticut, 06825, USA</td></tr>
<tr><td rowspan="2">규모</td><td>동일 품목 수</td><td colspan="2">49개</td></tr>
<tr><td>설립연도</td><td colspan="2">1945년</td></tr>
<tr><td rowspan="4">기업
진출 채널</td><td rowspan="4">〈오프라인 매장〉
월마트

〈온라인 매장〉
아마존
월마트
크로거</td><td rowspan="4"> </td><td>제품명</td><td>비글로우 블랙 티
(Bigelow Black Tea)</td></tr>
<tr><td>중량</td><td>33g</td></tr>
<tr><td>소비자가격</td><td>3.34달러
(4,617원)</td></tr>
<tr><td>제품 종류</td><td>홍차</td></tr>
<tr><td rowspan="2">현지 진출 방법</td><td>포장 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및
포장 디자인 문구 사용</td></tr>
<tr><td>홍보 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용</td></tr>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="4">  </td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td colspan="3">자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(미국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td colspan="3">주 2-3건</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td colspan="3">브랜드 및 제품 소개, 제품 관련 정보 제공, 제품 활용 레시피 안내</td></tr>
</table>

사진자료: 현지조사원 자료

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 비제이스(BJs)
2. 타겟(Target)
3. 고메 푸드 스토어(Gourmet food store)

Interview ①

10)

비제이스(BJs)
Regional Sales and Marketing Manager

비제이스 (BJs)

- **유형:** 유통업체
- **업체 특징:**
  - 1984년 설립된 미국의 창고형 클럽 체인
  - 미국 17개 주에서 216개의 매장 운영
  - 식료품, 음료, 냉동식품, 육류, 전자제품 등 다양한 항목 취급
  - 버클리-젠슨(Berkley-Jensen), 웰슬리 팜(Wellsley Farms)와 같은 자체 브랜드 제품 마케팅 중

담당자 정보

Regional Sales and Marketing Mangaer

고객사 제품 정보

소비자가격	14.99달러 (약 20,722원[11])
중량	90g (30g*3ea)
포장 형태	알루미늄 캔/박스
마케팅 슬로건	고품질 홍차잎과 베르가못, 꽃향이 가미된 뛰어난 향미

Q1. 인기 경쟁제품과 비교해 고객사 제품의 가격, 포장, 성분, 홍보문구는 적절한가요?

고객사의 제품은 고품질의 차로 보입니다. 스리랑카와 한국에서 원료를 조달한다는 점이 주요 판매 포인트가 될 수 있습니다. 두 지역 모두 품질 좋은 차의 원산지로 알려져 있기 때문입니다. 트와이닝스(Twinings)의 얼그레이 블랙 티(Earl Grey Black Tea) 제품과 비교할 때, 고객사의 제품은 다소 비쌉니다. 고객사 제품은 90g에 14.99달러(20,722원)로 100티백의 용량에 가격이 11.99달러(16,575원)인 트와이닝스사 제품보다 단위당 가격이 더 높습니다. 루즈 리프 차는 티백 형식에 비해 신선하고 품질이 높다는 장점이 있지만 소비하기에 불편하다는 단점이 있습니다. 경쟁력 있는 가격대를 모색하거나 제품의 중량을 늘리는 것을 추천합니다. 고객사 제품은 30g에 캔 세 개로 이루어진 90g 패키지로 구성되어 있는데 소비자들에게 익숙한 구성은 아닙니다. 소비자들은 대부분 100g의 중량에 더 익숙합니다. 또한, 차의 원산지인 스리랑카와 한국에서 생산됨을 강조하여 제품의 가치를 더하고 여기에 투명한 생산 과정을 고객에게 제공하는 방법을 추천합니다.

Q2. 홍차 제품을 구매할 때 구매자(수입 유통업체) 입장에서 주요 구매 고려사항은 무엇인가요?

제품의 품질, 일관성, 안전성이 최우선 고려사항입니다. 구매자들은 맛, 성분, 가공에서 높은 기준을 충족하여 해로운 잔류물이 없는 차를 찾습니다. 동시에 매장에 충분한 재고량을 유지하기 위한 안정적인 공급 체계도 중요합니다. 가격 경쟁력도 비즈니스를 위해서 필수적이므로 적절한 가격 책정 여부도 고려합니다. 마지막으로, 포장, 대량 할인, 브랜드 유연성 및 수익 마진도 중요한 고려사항입니다.

10) 사진자료: 비제이스(BJs) 공식 홈페이지
11) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 현지 소비자들 사이의 홍차에 대한 인식과 구매 요소는 무엇인가요?

건강 및 웰니스 트렌드에 더해 항산화 효과가 있는 루즈 리프 스페셜 티에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 소비자는 대부분 유기농 옵션을 선호하며 인공 색소나 향료를 피하려고 합니다. 편의성도 중요한 요소로 싱글 서브 및 RTD(Ready-To-Drink)/티백 형식이 인기를 끌고 있습니다. 특히 밀레니얼 세대는 독특한 블렌드와 혁신적인 맛, 그리고 흥미로운 브랜드 스토리를 높이 평가합니다. 마지막으로 많은 소비자들에게 가격이 중요한 요소입니다. 모두가 프리미엄 가격을 지불하는 것은 아니며, 제품의 가성비가 여전히 중요합니다. 전반적으로, 제품은 뛰어난 맛을 제공하고 건강에 좋으며 가성비가 뛰어나야 현지 시장에서 기존 브랜드와 경쟁할 수 있습니다.

Q4. 영국 브랜드 차 제품(ex: Twinings, Taylors of Harrogate)의 소비자에게 적합한 제품 형태(가격, 맛, 포장, 용량 등)와 홍보전략은 무엇인가요?

트와이닝스의 블랙 티 제품은 개별 포장된 티백 형태로 제공되며, 종이 상자에 포장되어 있습니다. 앞서 언급한 얼그레이 티백 제품은 100개의 티백이 11.99달러(16,575원)에 판매되어 가성비와 편리성을 제공합니다. 개별 포장된 티백은 언제 어디서나 한 잔씩 우려 마실 수 있어 편리합니다. 트와이닝스는 잉글리시 브렉퍼스트나 얼그레이와 같은 전통적인 영국 블렌드를 홍보하며, 브랜드의 헤리티지를 강조하고 있습니다. 트와이닝스는 품질 좋은 재료와 신중한 블렌딩을 자주 언급합니다. 또한 고객들에게 주요 차 제품의 스토리와 역사를 전달하여 브랜드의 가치를 높이는 것도 트와이닝스의 중요한 홍보전략 중 하나입니다.

Q5. 미국 시장에서 고객사 제품을 판매하기 위한 효과적인 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

인기 있는 소셜 미디어 플랫폼에서 인플루언서와 협력해 제품의 주요 장점과 독특한 블렌드를 대규모 타겟 고객에게 홍보하는 것이 효과적으로 보입니다. 동시에 검색 엔진과 소셜 네트워크에서 타겟팅된 디지털 광고를 진행할 수 있습니다. 또한 주요 온라인 및 오프라인 소매업체를 통해 제품을 제공하여 더 넓은 고객층에게 접근하는 것이 중요합니다.

Q6. 미국 시장에서 홍차 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

앞서 언급한 바와 같이 소셜 미디어 마케팅에 주력하여 제품에 대한 인지도를 높이고 잠재 고객이 제품을 구매하도록 유도하는 것을 추천합니다. 고객사는 홍차의 역사와 건강상의 이점을 강조하는 게시물과 함께 제품과 관련된 한국의 풍부한 유산을 언급하는 포스트를 통해 브랜드를 널리 알릴 수 있습니다.

Q7. 고객사 홍차가 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

식음료 부문 전문 수출입 유통업체를 통해 제품을 유통하는 것이 편리합니다. 유통업체와의 협력을 통해 전국의 광범위한 소매 네트워크에 접근할 수 있습니다. 또한, 대형 슈퍼마켓과 같은 대규모 소매업체와 협력하는 것도 중요한 판매 기회를 제공할 수 있습니다. 동시에, 건강에 관심이 많은 온라인 쇼핑객을 대상으로 운영되는 전자상거래 플랫폼을 활용하는 것이 중요합니다. 마지막으로 주요 도시의 전문 차 상점 및 카페와 협력하는 것도 브랜드 인지도를 높이고 시장에서 제품 인식을 강화하는 데 도움이 됩니다.

Interview ②

12)

타겟(Target)
Senior Buyer

타겟
(Target)

- **유형:** 소매 체인점
- **업체 특징:**
  - 1962년 미네소타에서 영업을 시작한 미국의 소매 체인점
  - 미국 전역에 1,956개의 매장을 운영하며 45개 이상의 자체 브랜드 소유
  - 식료품, 의류, 가구, 주방도구, 전자제품 등 광범위한 제품 취급

담당자 정보

Senior Manger

고객사 제품 정보

소비자가격	14.99달러 (약 20,722원)
중량	90g (30g*3ea)
포장 형태	알루미늄 캔/박스
마케팅 슬로건	고품질 홍차잎과 베르가못, 꽃향이 가미된 뛰어난 향미

Q1. 인기 경쟁제품과 비교해 고객사 제품의 가격, 포장, 성분, 홍보문구는 적절한가요?

고객사 제품은 고품질의 찻잎과 기분 좋은 꽃향기로 잘 구성되어 있으며, 3개의 번들 포장 구성도 좋은 요소입니다. 14.99달러(20,722원)의 가격은 다소 높게 느껴질 수 있지만, 제품의 품질과 뛰어난 맛이 그 가격을 정당화합니다. 아마드 티(Ahmad Tea)의 실론 블랙 루즈 리프 티(Ceylon Black Loose Leaf Tea)는 16oz(454g)의 양을 14.99달러에 판매하는 반면, 고객사 제품은 90g에 14.99달러에 판매하여 가격대가 더 높습니다. 또한 아마드 티의 제품은 스리랑카 차 위원회의 인증을 통해 소비자에게 품질과 스리랑카산이라는 원산지에 대한 확신을 제공합니다. 전반적으로 두 제품 모두 고품질의 차를 제공하지만, 아마드 티의 제품은 양, 품질 보증, 소비자 입지 측면에서 약간의 우위를 가지고 있으며 가격도 더 저렴합니다. 최근에는 유기농 제품에 대한 수요가 증가 추세에 있으므로 건강을 중시하는 소비자를 겨냥해 유기농 인증을 추가할 것을 제안합니다. 추가로 차의 원산지, 가공 공정 및 효능에 대한 자세한 정보를 제공한다면 고객 유치에 더 도움이 될 것으로 판단됩니다.

Q2. 홍차 제품을 구매할 때 구매자(수입 유통업체) 입장에서 주요 구매 고려사항은 무엇인가요?

수입 유통업체의 요구사항은 명확합니다. 우선, 신뢰할 수 있는 공급업체가 꾸준히 고품질의 제품을 평판 좋은 재배 지역에서 제공할 수 있어야 합니다. 두 번째로, 가격이 중요한 요소입니다. 유통업체는 경쟁력 있는 가격대로 제품을 판매하면서도 수익을 창출할 수 있어야 합니다. 그 외에도 포장 형태의 매력도와 현지 고객에게 어필할 수 있는 제품의 맛이 중요합니다. 따라서, 수입 유통업체는 맛이 뛰어나고 잘 판매되며, 수익성 있는 비즈니스 파트너십을 제공하는 차를 공급받는 것을 목표로 합니다.

12) 사진자료: 타겟(Target) 공식 홈페이지

Q3. 현지 소비자들 사이의 홍차에 대한 인식과 구매 요소는 무엇인가요?

미국인들 사이에서 차에 대한 인식이 크게 변화했습니다. 이러한 인식 변화는 미국에서 새로운 종류의 차 제품이 출시된 덕분입니다. 미국인들은 이제 차를 건강한 음료로 보고 있으며, 허브, 향신료 또는 적은 설탕과 같은 건강 기능 성분을 포함한 제품을 찾고 있습니다. 또한 소비자들에게 편리함과 간편함도 중요합니다. 많은 사람들이 간편하게 마실 수 있는 싱글 서브 옵션, 캔 또는 병에 든 차를 선호합니다. 구매 관점에서 보면 여전히 맛이 가장 중요한 요소이지만 가격도 경쟁력 있어야 합니다. 새로운 소비자들은 제품의 다양한 맛 또는 혁신적인 맛, 간편함에 영향을 받습니다. 마지막으로 명확한 성분 표기와 마케팅 문구 역시 소비자와의 신뢰 구축에 중요하며 이를 소홀히 해서는 안 됩니다.

Q4. 영국 브랜드 차 제품(ex: Twinings, Taylors of Harrogate)의 소비자에게 적합한 제품 형태(가격, 맛, 포장, 용량 등)와 홍보전략은 무엇인가요?

저희 매장에서는 트와이닝스(Twinings)와 테일러스 오브 헤로게이트(Taylors of Harrogate) 두 브랜드 제품을 판매중입니다. 트와이닝스 브랜드는 얼그레이, 잉글리시 브렉퍼스트, 아이리스 브렉퍼스트 세 가지 제품을 제공하며, 모든 제품은 100g 패키지에 50개의 티백이 포장되어 7.89달러(10,907원)에 판매되고 있습니다. 한편, 테일러스 오브 헤로게이트 제품은 잉글리시 브렉퍼스트, 스코티시 브렉퍼스트, 얼그레이 세 가지 제품을 제공하며 250g 패키지가 22.99달러(31,781원)에 판매되고 있습니다. 모든 제품은 신선도를 유지하기 위해 밀봉된 포일백과 박스에 포장되어 있습니다. 이 두 브랜드는 온라인 플랫폼을 통해 브랜드의 역사와 제품의 품질을 강조하는 것을 핵심 홍보전략으로 사용하고 있습니다.

Q5. 미국 시장에서 고객사 제품을 판매하기 위한 효과적인 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

온라인에서 제품의 인지도를 강화하는 것이 중요합니다. 이를 위해 웹사이트와 소셜 미디어 계정을 통해 제품을 홍보하는 것이 좋습니다. 제품은 온라인과 오프라인 플랫폼 모두에서 구매할 수 있어야 합니다. 이러한 전략은 마케팅과 판매가 동시에 이루어지도록 하는 이중 효과를 발휘합니다. 온라인에서의 가용성을 통해 제품이 홍보되고 동시에 오프라인에서 고객이 바로 제품을 구매할 수도 있습니다. 따라서 고객사는 온/오프라인 모두를 고려하는 전략을 채택하고 제품에 대한 완벽한 브랜딩과 스토리 구축에 집중할 것을 제안합니다.

Q6. 미국 시장에서 홍차 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

전문적으로 디자인된 웹사이트를 제작하고 이를 검색 최적화하는 것이 제품의 온라인 순위와 가시성을 높이는 데 도움이 됩니다. 동시에 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram), 핀터레스트(Pinterest)와 같은 소셜 미디어 플랫폼을 활용하여 브랜드 스토리, 독특한 맛, 홍차의 건강상의 이점을 홍보해야 합니다. 마지막으로, 식음료 인플루언서와 협력하여 대중에게 다가서는 방법을 추천합니다.

Q7. 고객사 홍차가 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

제품 출시 규모에 따른 두 가지 선택지가 있습니다. 고객사가 출시 초기부터 더 넓은 소비자층을 타겟으로 하고자 한다면, 미국 내 슈퍼마켓 체인을 통해 출시하는 것이 좋습니다. 반면에, 천천히 소규모로 출시를 시작하고자 한다면 전문 매장을 통해 시장에 진입할 수 있습니다. 어느 쪽이든, 제품이 소비자와 얼마나 잘 연결되는지에 따라 전략의 성공 여부가 결정됩니다. 앞서 언급했듯이 온라인 유통 또한 주요 유통채널이기 때문에 해당 채널도 고려해야 합니다.

Interview ③

13)

고메 푸드 스토어(Gourmet Food Store) Sales Manager

고메 푸드 스토어 (Gourmet Food Store)

- **유형:** 소매업체
- **업체 특징:**
  - 2001년 설립된 뉴저지에 본사를 둔 미국의 고급 식료품 체인
  - 캐비어, 치즈, 푸아그라와 파테, 트러플 등 다양한 국가의 식재료 취급
  - 자사에서 판매하는 제품을 활용한 다양한 레시피 제공

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	14.99달러 (약 20,722원)
중량	90g (30g*3ea)
포장 형태	알루미늄 캔/박스
마케팅 슬로건	고품질 홍차잎과 베르가못, 꽃향이 가미된 뛰어난 향미

Q1. 인기 경쟁제품과 비교해 고객사 제품의 가격, 포장, 성분, 홍보문구는 적절한가요?

고객사 제품은 잘 만들어진 제품으로 보입니다. 스리랑카산 고품질 홍차를 사용하고 베르가못과 꽃 향을 첨가한 점이 차의 맛을 풍부하게 만들고 소비자들에게 매력적인 요소로 다가갈 수 있습니다. 14.99달러(20,722원)의 가격은 루즈 리프 티로서는 합리적인 가격입니다. 경쟁제품으로는 티 포르테(Tea Forte)의 오키드 바닐라 블랙 티-루즈 리프 티(Orchid Vanilla Black Tea - Loose Leaf Tea)가 있습니다. 해당 제품은 유기농 재료를 사용하여 일부 소비자들에게 더 매력적일 수 있습니다. 3.5온스 캔의 포장은 고객사 제품보다 선물용으로 더 적합하며 코코넛 향을 맛에 추가했다는 특징이 있습니다. 현재 50회 제공량에 22.90달러(31,657원)의 가격으로 판매중이며, 프리미엄 제품 라인으로 자리 잡고 있습니다. 고객사 제품의 경쟁력을 높이기 위해서는 먼저, 소비자들에게 수요가 증가하고 있는 유기농 인증을 받는 것을 추천합니다. 또한 포장에 차 블렌딩 과정과 사용된 재료를 더 투명하게 강조하는 것이 좋습니다. 판매 측면에서는 90g 옵션 외에도 다양한 중량을 제공하여 소비자들이 필요에 맞는 양을 구매할 수 있도록 지원하는 것이 좋습니다.

Q2. 홍차 제품을 구매할 때 구매자(수입 유통업체) 입장에서 주요 구매 고려사항은 무엇인가요?

구매자와 수입업체들은 주로 안정적으로 고품질의 찻잎을 공급할 수 있는 신뢰할 만한 공급업체를 선택하는 것을 매우 중요하게 생각합니다. 동시에 최적의 가격을 확보하는 것도 중요합니다. 최적의 가격이란 더 낮은 원가로 경쟁력 있는 소매 가격을 제공할 수 있는 잠재력을 의미합니다. 또 다른 중요한 고려사항은 유기농 인증이나 농산물우수관리(GAP) 인증과 같은 인증입니다. 이러한 인증은 유통업체들이 차를 프리미엄 제품으로 시장에 내놓고 더 높은 판매 가격을 정당화하는 데 도움이 됩니다.

13) 사진자료: 고메 푸드 스토어(Gourmet Food Store) 공식 홈페이지

Q3. 현지 소비자들 사이의 홍차에 대한 인식과 구매 요소는 무엇인가요?

최근 새로운 재료를 활용해 만들어진 차에 대한 관심이 증가하고 있으며, 특히 유기농, 허브, 프로바이오틱, 항산화 특성을 가진 차에 대한 수요가 높아지고 있습니다. 소비자는 맛과 성분 그리고 제품의 신뢰도를 중요하게 봅니다. 또한 천연 재료로 제조된, 투명하게 원산지가 공개된 차를 선호합니다. 건강에 민감한 소비자들은 카페인 함량, 칼로리, 특정 허브의 첨가 등의 요소를 고려하여 구매 결정을 내립니다. 또한, 브랜드 평판, 다양한 맛, 재사용 가능한 포장도 중요한 요소로 작용합니다. 바쁜 생활을 하는 소비자들은 1인용으로 소포장 되거나 이동 중에도 쉽게 마실 수 있는 형태의 차를 선호합니다. 마지막으로 가격도 중요한 요소지만, 소비자들은 제품의 품질과 재료의 원산지에 따라 높은 가격을 지불하기도 합니다.

Q4. 영국 브랜드 차 제품(ex: Twinings, Taylors of Harrogate)의 소비자에게 적합한 제품 형태(가격, 맛, 포장, 용량 등)와 홍보전략은 무엇인가요?

앞서 언급한 티 포르테의 오키드 바닐라 블랙 티를 사례로 들겠습니다. 이 티 포르테의 제품은 영국 차 브랜드에서 흔히 볼 수 있는 루즈 리프 티 형태로 제공됩니다. 3.5온스 캔에 포장되어 개별 컵으로 차를 우려내기에 편리합니다. 또한 22.90달러(31,657원)에 판매되며 상대적으로 프리미엄 시장을 타겟으로 하고 있습니다. 이 제품은 주요 특성을 강조하는 데 중점을 둔 마케팅 전략을 사용합니다. 코코넛 향이 가미된 풍미를 강조하여 기존 영국 차와는 다른 이국적인 매력을 전달합니다. 또한 중국산 유기농 홍차와 마다가스카르산 바닐라를 사용하여 프리미엄 이미지를 더합니다. 이러한 전략은 고품질 재료와 독특한 맛을 강조함으로써 소비자들에게 특별한 경험을 제공하려는 의도를 담고 있습니다.

Q5. 미국 시장에서 고객사 제품을 판매하기 위한 효과적인 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

미국 소비자들에게는 디지털 마케팅 전략이 큰 영향을 끼치고 있습니다. 제품의 잠재적 소비자 대부분이 온라인에서 활동하기 때문에 타겟 소비자가 많은 온라인 쇼핑몰에 제품을 유통하는 것이 합리적입니다. 또한 타겟 소비자 그룹에 적절한 홍보 콘텐츠를 함께 온라인에 게시하는 것도 중요합니다.

Q6. 미국 시장에서 홍차 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

비용이 저렴하며 타겟 소비자 그룹에 도달하는 데 매우 효과적인 온라인 광고를 추천합니다. 그러나 온라인 홍보 콘텐츠를 제작할 때는 늘 신중해야 합니다. 고객사는 홍보 콘텐츠를 통해 소비자에게 유도할 반응을 명확하게 정리하고 이에 맞추어 온라인 홍보전략을 채택해야 합니다.

Q7. 고객사 홍차가 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

대부분의 제품에 적합한 전략은 온라인 및 오프라인 소매 채널을 통해 유통하는 것입니다. 이 전략은 신제품에 매우 경쟁력 있는 유통 경로를 제공합니다. 물론 여전히 전통적인 소매 옵션을 통해 제품을 제공하는 것도 잊지 말아야 할 중요한 요소입니다. 고객사는 비교적 작은 차 전문점과 협력하여 해당 매장을 고객사의 제품으로 리브랜딩하고 작지만 영향력 있는 런칭을 할 수 있습니다. 이를 통해 첫 번째 충성 고객을 확보하고, 점진적으로 시장을 확장해 나가는 전략을 채택할 수 있습니다. 이 과정은 복잡하지만 장기적인 성공을 가져올 수 있습니다.

V
경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

① 레몬 라임 트위스트 블랙 티 (아마드 티)
② 트와이닝스 잉글리시 브랙퍼스트 (트와이닝스)
③ 텐렌 블랙 티 (텐렌)
④ 아마드 티 얼그레이 (아마드 티)
⑤ 트와이닝스 아이리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)
⑥ 비글로우 블랙 티 (비글로우)
⑦ 그레이트 밸류 바닐라 차이 블랙 티 (월마트)
⑧ 그레이트 밸류 블랙 티 (월마트)
⑨ 비글로우 바닐라 차이 (비글로우)
⑩ 에이치티 얼그레이 (하니앤손스)

▶ 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격, 9.50달러

고객사 제품 100g당 가격은 16.66달러(23,025원[14])로 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 9.50달러(13,132원)보다 다소 높은 편임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 홍차 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 175% 수준임. 고객사는 제품의 소비자 가격을 낮춰 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.1] 미국 홍차 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/100g)

14) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

경쟁제품(제조사)

① 레몬 라임 트위스트 블랙 티 (아마드 티)
② 트와이닝스 잉글리시 브랙퍼스트 (트와이닝스)
③ 텐렌 블랙 티 (텐렌)
④ 아마드 티 얼그레이 (아마드 티)
⑤ 트와이닝스 아이리시 브렉퍼스트 (트와이닝스)
⑥ 비글로우 블랙 티 (비글로우)
⑦ 그레이트 밸류 바닐라 차이 블랙 티 (월마트)
⑧ 그레이트 밸류 블랙 티 (월마트)
⑨ 비글로우 바닐라 차이 (비글로우)
⑩ 에이치티 얼그레이 (하니앤손스)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 65g

고객사 제품은 총중량 90g으로 홍차 경쟁제품 10개의 평균 중량인 65g보다 높은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 홍차 10개의 평균 중량의 약 138% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 편차가 매우 큼을 확인할 수 있음. 고객사는 다양한 소비자의 수요를 충족시키기 위하여 제품의 중량을 다양화하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 미국 홍차 중량 경쟁력 분석

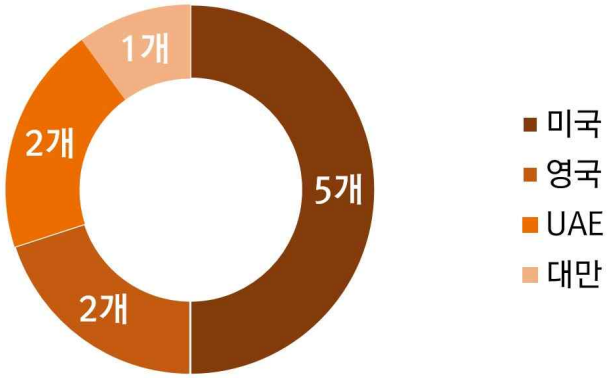
(단위: g)

3) 원산지

▶ **경쟁제품 10개 중 5개 원산지, 미국**

미국에서 판매되고 있는 홍차 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 중 5개 제품이 미국산 제품임을 확인함. 그 외 영국산, UAE산 제품 각 2개와 대만산 제품 1개가 조사됨

[표 5.3] 미국 홍차 원산지 경쟁력 분석

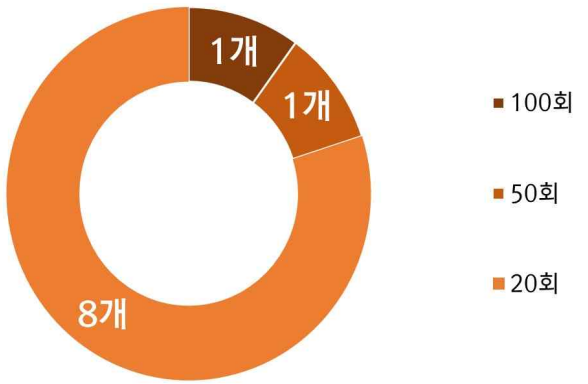


4) 제공횟수

▶ **현지 경쟁제품 10개 중 8개의 제공횟수, 20회**

미국에서 판매 중인 홍차 10개의 제공횟수를 조사한 결과 10개 중 8개 제품의 제공횟수가 20회임을 확인함. 그 외 제공횟수가 100회, 50회인 제품이 각 1개가 조사됨

[표 5.4] 미국 홍차 제공횟수 경쟁력 분석

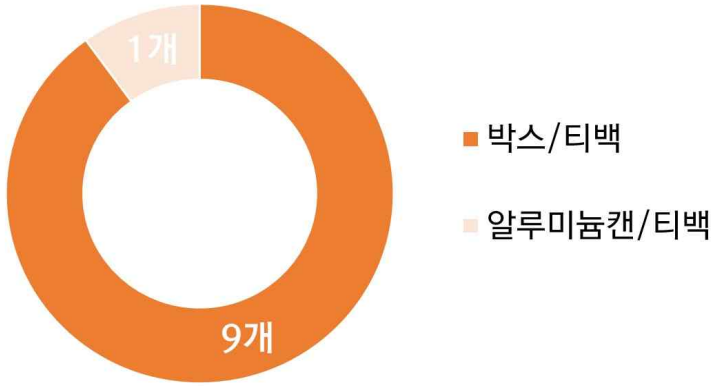


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 9개 박스/티백 사용

미국에서 판매 중인 홍차 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 9개 제품이 박스/티백 포장을 사용한 것을 확인함. 그 외 1개 제품은 고객사와 동일한 알루미늄캔을 사용했으나 티백을 활용한 것으로 조사됨

[표 5.5] 미국 홍차 포장 형태 경쟁력 분석

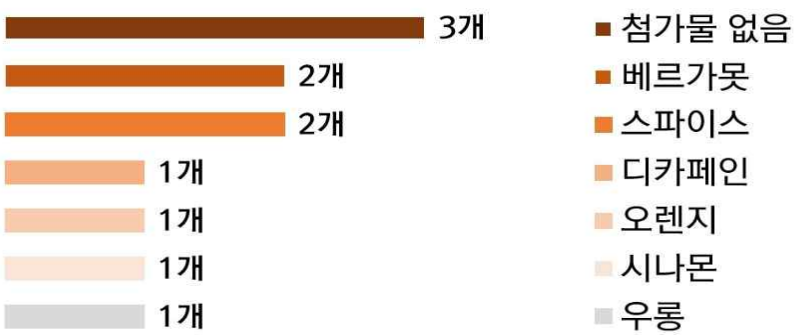


6) 원료 및 첨가물[15)]

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 홍차 외 첨가물 사용

미국에서 판매 중인 홍차 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과 7개 제품은 홍차 외 첨가물을 사용한 것으로 조사됨. 2개 제품이 고객사와 동일한 베르가못을 첨가했고, 또 다른 2개 제품은 차의 향을 풍부하게 하는 스파이스를 첨가한 것으로 조사됨. 그 외 경쟁제품들은 디카페인, 오렌지, 시나몬, 우롱 등 다양한 첨가물을 사용한 것을 확인함

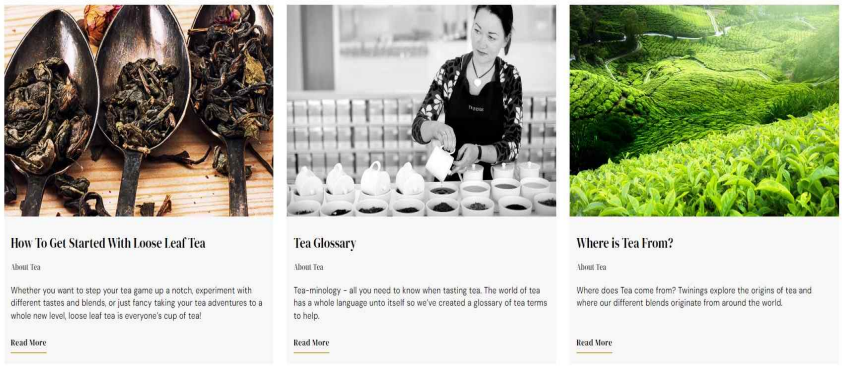
[표 5.6] 미국 홍차 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



15) 한 제품에 두 개 이상의 첨가물을 표기한 제품이 있음

2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 홍차 기업 마케팅 벤치마킹

<table>
<tr><td rowspan="2">선정 기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="2">트와이닝스</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="2">트와이닝스는 1706년 영국에서 설립되었으며, 차, 커피, 핫 초코, 맥주 등 음료 제품을 취급하고 있음. 블렌딩티, 녹차, 인퓨전 분야에서 선두를 차지하고 있으며 얼그레이 홍차를 개발하여 로열 워런트를 받음. 300년 이상의 오랜 역사로 높은 브랜드 인지도와 충성 고객층을 확보하고 있음. 영국 외에도 중국과 폴란드에 생산 공장을 운영중임</td></tr>
<tr><td rowspan="3">주요
마케팅
전략</td><td rowspan="2">공급 과정 소개</td><td colspan="2"> 
</td></tr>
<tr><td colspan="2">자사 제품의 공급 과정과 관련 인증, 원산지 등의 정보를 제공
제품 생산 과정과 품질에 관해 소비자에게 신뢰감을 형성함</td></tr>
<tr><td>글로벌한 홍보</td><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">자사 홈페이지에서 회사와 제품의
정보가 담긴 기사를 주기적으로 제공</td><td>널리 사용되는 글로벌
SNS 채널을 운영하고 있음</td></tr>
<tr><td rowspan="3">요약</td><td>판매채널</td><td colspan="2">오프라인 매장(에이치마트)
온라인 매장(아마존, 자사몰)</td></tr>
<tr><td>홍보채널</td><td colspan="2">자사 홈페이지(글로벌)
SNS 플랫폼(인스타그램/페이스북/트위터/유튜브)</td></tr>
<tr><td>홍보문구</td><td colspan="2">브랜드 헤리티지와 고품질 원료를 강조</td></tr>
</table>

3. 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, 중량, 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, Deal, Affordable 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Quantity, Box, Pack, Size 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Favorite, Best, Choice 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Bitter, Sweet, Aroma 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Premium, Excellent 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 홍차 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	458건
제품명	트와이닝스 얼그레이 블랙 티 (Twinings Earl Grey Black Tea)		
제품 종류	홍차	소비자가격	14.02달러 (19,381원)
중량	200g	포장	박스/티백
특징	신선하고 향긋하며 시트러스와 베르가못의 독특한 향을 지님 오리지널 얼그레이의 맛을 고스란히 담았음		

조사 제품

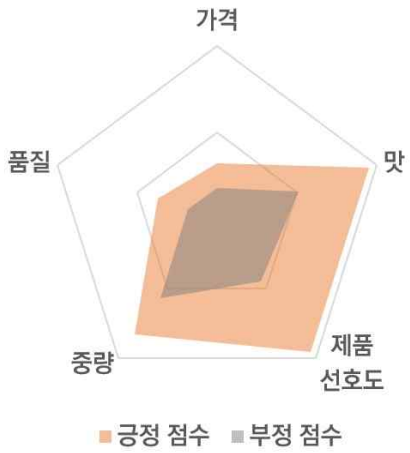
사이트	아마존
분석 건수	458건
제품명	트와이닝스 얼그레이 블랙 티
제품 종류	홍차
소비자가격	14.02달러 (19,381원)
중량	200g
포장	박스/티백
특징	신선하고 향긋하며 시트러스와 베르가못의 독특한 향을 지님 오리지널 얼그레이의 맛을 고스란히 담았음

▸ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '맛'에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 홍차 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '맛'에 대한 긍정 점수가 954점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 '제품 선호도'에 대한 긍정 점수가 953점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 미국 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 홍차 제품에 대하여 맛과 제품 선호도에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	321	176
맛	954	510
제품 선호도	953	449
중량	831	572
품질	372	180
종합	3,431	1,887

▸ 선호 요인: 맛과 품질 인기, 차의 맛과 높은 품질을 좋아해

홍차 제품의 최대 선호 요인은 맛으로 제품의 맛이 만족스럽다는 리뷰가 상당수 확인되었음. 또한 제품의 많은 용량에 만족한다는 리뷰와 저렴한 가격에 대한 선호 의견도 확인됨

“This was my second order and the tea was delicious and the price was great. Highly recommend. FAR lower price than buying the smaller packages at the grocery store. Each tea bag is individually packaged for freshness. ”

“두 번째 주문입니다. 차도 맛있고 가격도 좋아서 적극 추천합니다. 식료품점에서 작은 패키지를 구매하는 것보다 훨씬 저렴합니다. 각 티백은 신선함을 위해 개별 포장되어 있습니다.”

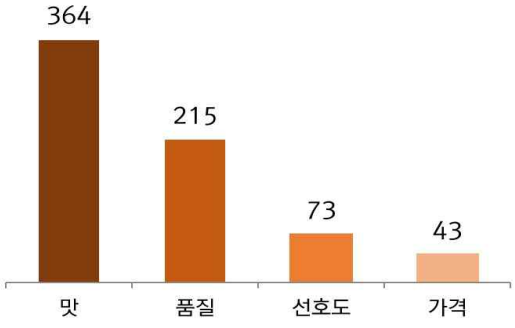
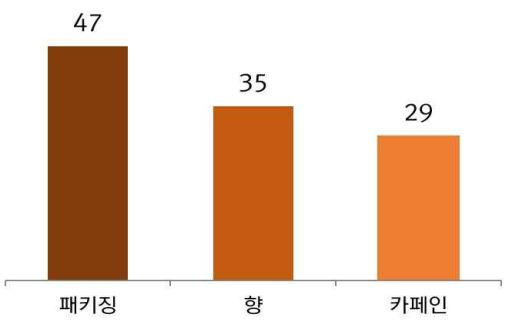
▸ 비선호 요인: 패키징과 향에 대한 불만 요인

홍차 제품의 최대 비선호 요인은 패키징인 것으로 조사됨. 제품의 포장이 조잡하여 내용물을 충분히 보호하지 못한다는 리뷰가 일부 확인되었음. 또한 제품에 향이 너무 약하다는 부정 의견도 확인됨

“The packaging is shoddy. There's no plastic wrap on the outer box and it's not in a foil pouch – it's like the Lipton tea bags you get in the store. The flavor is so bland, I could barely taste the bergamot. Even my 10-year-old daughter agreed, ‘This doesn't smell like anything!’”

“포장은 조잡합니다. 외부 상자에 비닐 랩이 없고 호일 파우치에 담겨 있지 않습니다. 마치 매장에서 판매하는 립톤 티백과 같은 포장입니다. 맛이 너무 밍밍하고 베르가못을 거의 느낄 수 없었습니다. 제 10살짜리 딸아이도 ‘이건 아무 냄새도 안 나!’라고 동의했습니다.”

[표 5.11] 미국 홍차 온라인 인기제품 선호·비선호 요인 분석

선호 요인	비선호 요인
	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
2. 스태티스타 (www.statista.com)
3. 브리태니커 백과사전 (www.britannica.com)
4. 아마존 홈페이지 (www.amazon.com)
5. 월마트 홈페이지 (www.walmart.com)
6. 크로거 홈페이지 (www.kroger.com)
7. 애이치마트 홈페이지 (www.hmart.com)
8. 타겟 홈페이지 (www.target.com)
9. 트와이닝스 홈페이지 (twinings.co.uk)
10. 트와이닝스 미국 홈페이지 (twiningsusa.com)
11. 아마드 티 홈페이지 (www.ahmadtea.com)
12. 아마드 티 미국 홈페이지 (ahmadteausa.com)
13. 비글로우 홈페이지 (www.bigelowtea.com)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2024.08.02

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산식품유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KATI 농식품수출정보